

観光研究所だより

Vol.11 No.2 Spring 2015

Interview

プレ東京五輪時代における日本旅行の戦略

～国内・海外・訪日旅行をめぐって～

株式会社日本旅行
常務取締役 兼 執行役員 (CS推進室長)
瀧本 勝一氏

2014年11月時点で訪日外国人客数が1100万人を突破、更には2020年の東京オリンピック・パラリンピックを見据え、ますます活気づく国のインバウンド(訪日旅行)政策。そのような中、我が国最古の総合旅行会社であり、2015年に創業110周年を迎える株式会社日本旅行の常務取締役瀧本勝一氏にインタビューさせていただきました。中国や東南アジアからの訪日旅行が注目される中、現在取り組まれている事業や今後の戦略、旅行業界の動向、そして旅行業界を担う人材育成など、多岐にわたる分野についてお話しいただきました。



瀧本 勝一 (たきもと・かついち)

東京都出身。1974年立教大学経済学部卒業後、(株)日本旅行入社。国際線チャーター、オリンピック、国際文化交流事業のジャパン・ウィーク創設、世界初の上海での外国独資旅行会社設立、近畿日本ツーリスト(KNT)、トップツアーとの国際線公示航空券仕入共同出資会社設立。人事部、ソリューション営業本部長、海外旅行事業部長、2010年より常務取締役。



発行：立教大学観光研究所
〒171-8501 東京都豊島区西池袋3-34-1
TEL.03-3985-2577 FAX.03-3985-0279
E-mail : kanken@rikkyo.ac.jp
<http://www.rikkyo.ac.jp/research/laboratory/IT/>

CONTENTS

Interview

プレ東京五輪時代における日本旅行の戦略

～国内・海外・訪日旅行をめぐって～ ……1～3

株式会社日本旅行 常務取締役 兼 執行役員 (CS推進室長) 瀧本 勝一氏

2014年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」活動報告 ……4

2015年度「旅行業講座」日程・受講申込受付のお知らせ ……5

シリーズ/韓国最前線 劉 亨淑(東義大学校商経大学ホテル・コンベンション経営学科 副教授) ……6

シリーズ/九州便 福島 規子(九州国際大学国際関係学部 教授) ……7

所員報告 葛野 浩昭(立教大学観光学部 交流文化学科 教授) ……8

1. 株式会社日本旅行の事業内容の特長・特色についてお聞かせください。

旅行の売上高は国内旅行の割合が約60%、海外旅行が約35%、インバウンド(訪日旅行)が約5%です。インバウンドはここ最近目覚ましく急速に拡大しています。旅行形態別にみるとMICE*や教育旅行(修学旅行)、大学のゼミ合宿などの団体旅行、「赤い風船」「マッハ・ベストツアー」のパッケージ旅行、一般企業様、大学法人様、独立行政法人様、官公庁様などの国内・海外出張を一括で請け負うビジネストラベルマネージメント(BTM)を中心に展開している個人旅行の大きく3つがあります。中でも国立大学の出張ビジネスの取扱いは業界トップとなっています。アメリカン・エクスプレスとの合弁会社、JAL、ANA、JRとのシステムリネージュにより予約可能な「出張なび」などが強みになっています。

海外旅行では、ヨーロッパ、アジア、アメリカ、太平洋地域などに力を入れております。また中国上海では世界初の外国資本100%の現地法人を設立、その後北京にも外資100%現法を設立しています。上海、北京に外資100%の旅行会社を有するのは世界でも当社だけと聞いております。世紀が変わる1999年から2001年の3年間で「中国送客倍増計画」を作り、中国政府にもご理解をいただき、中国の旅行会社とミーティングを頻繁に行いました。お互いの信頼関係を築いていき、その結果念願の倍増計画が達成できました。継続した努力の賜物ですが当時の心境は「ひたすら3年後のゴールに向かって歩む」でした。

*企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

2. 2020年東京オリンピック・パラリンピックが決定しましたが、御社の取り組み、今後の計画などをお聞かせください。

当社は1984年ロサンゼルスオリンピックの際、日本オリンピック委員会(JOC)から入場券販売の公式旅行会社に認定されました。2012年ロンドンオリンピックでは、JOC現地本部ジャパンハウスの運営を当社が執り行い、昨年の東京オリンピック決定の場面には当社の役員も立ち会っています。2020年東京オリンピックは、日本のお客様を海外へお連れするという今までの対応とは違い、外国から来日されるお客様と日本のお客様への心からの「おもてなし」となります。イベントそのものが日本だけでなく世界的にも色々な意味でのCSR(社会的責任)を負う仕事になるので、団体、個人に関わらずお客様に対応していきたいと考えています。

最近、団体では慰安型の旅行が減少する一方、学会、イベントといった大会ものが注目されてきています。また、

海外からの訪日者数は年々増加してきており、インバウンド事業も拡大の一途を辿っています。当社としても、MICEやインバウンドは教育旅行、インターネット販売やBTMと共に中核分野として位置付け、取り組みを強化しているところですが、外国人の方が日本に興味を示していただくテーマの一つとして、2014年1月にスペインからいらした600名の団体様を、渋谷のスクランブル交差点にお連れしました。このような視点を変えた日本の特徴等を現地の旅行会社とタイアップして企画する必要がありますが、当社では世界中の営業拠点で訪日誘致活動を展開しています。

旅行というのは、国内旅行、海外旅行、インバウンドの3つがあるわけです。特に海外旅行とインバウンドは完全に表裏一体です。連日のように報道されているのはインバウンドですが、私の予想では2020年を前に、日本人の海外旅行とインバウンドのお客様が逆転してしまうのではないかと思います。しかし、日本インバウンドだけ成長し、日本アウトバウンドが減少すれば、航空会社の日本路線撤退や相手国政府観光局は関心を他国に移してしまいます。来ていただくだけではなく、日本人も相手国に旅行に行く。このツーウェイ・ツーリズムというものをバランスよく確立していく必要があります。

3. インターネットによる情報社会化や若者の旅行離れなどにより、マーケットの構造が変化していますが、今後の戦略などをお聞かせください。

当社は海外旅行商品としては、「MACH(マッハ)」と「BEST(ベスト)」、国内旅行は「赤い風船」というブランドを提供しています。11月下旬に学生旅行・卒業旅行特集を始めたばかりですが、対前年比120%の売り上げです。学生が求めるものをきちんと商品として提供すれば、まだまだ伸びる余地はあります。最近海外に行った後、国内旅行をする、というように2度旅行をしたいという学生が非常に増えていると聞いています。これも大きなニーズの変化だと思っています。

現代社会でインターネットやスマートフォンが発達しているとはいえ、まずは経験価値マーケット、まさに経験することが大切です。若者が幼い頃から旅行することに抵抗感がない状態を作ることが重要です。例えば、ホテルや旅館に宿泊する、温泉に入るなど、自分の生活圏とは異なる体験を通して楽しさや気持ちよさの感覚を味わっていただく。そのためには観光産業全体が色々な形でバックアップしていく必要があるでしょう。

一つの取り組みとして教育旅行があります。立教大学は、「スーパーグローバル大学創成支援」に選ばれましたが、大学生の海外留学やスーパーサイエンスハイスクール(SSH)の高校生留学、修学旅行やクラブ活動の遠征といった教育旅行プランの提案を行えるよう、社員に対し、国の制度などを理解するための勉強会などを実施しています。



東日本大震災からの復興に向けた宣言

4. 東日本大震災発生の際、日本旅行業協会 (JATA) が、瀧本常務取締役を長として立ち上げた復興プロジェクトチームの取り組みと印象的な出来事をお聞かせください。

震災後、世界各国が訪日を避けようとして、業界は非常に危機状態にありました。当時私はJATAの海外旅行委員会メンバーで、2011年3月29日に緊急プロジェクト会議を開催しました。その直前、ちょうどJATAの国内旅行委員会で作成していた「日本を元気に、旅で笑顔に」というキャッチフレーズが目にとまり、新聞広告に掲載することを思いつきました。外国のオペレーターや政府観光局が日本から離れようとしていることはわかっていたので、和文とともに絶対に英文でも出さないとだめだと思い、JATAとして4月15日に「東日本大震災からの復興に向けた宣言」を記者発表、19日には全面広告を掲載し、日本国内そして海外に向け、「日本は震災で負けない」、という強いメッセージを発信しました。また、約1000名の被災地のお子様方を東京へご案内するアクションプランなども決定しました。

震災直後、シンガポール航空の社長が来日された際、私はこの広告を見せて日本は大丈夫ですと説明しました。彼は日本人の何事もないような様子に驚かれており、帰国後シンガポール航空のマレーシアやインド、インドネシア、オーストラリアなどの路線に広告のコピーを回すとおっしゃってくれました。当事者が「大丈夫だ」と情報を発信するだけでなく、海外の皆様へ直接状況をご覧いただき、世界に発信していただくことが大切だと痛感しました。

5. 今後旅行業界ではどのような人材が求められますか？ 旅行業界を目指す学生に一言お願いします。

昨今の旅行業界は、マーケット構造が益々変化してきており、インターネットを利用した航空会社や宿泊施設等サプライヤーの直販化なども一層加速化しています。こうし

た中、私たちはお客様のニーズを的確に掴み、そのニーズに応えていくことが求められています。MICEやインバウンドなどの中核分野を拡大していく上で、人材は非常に重要な要素となります。業務遂行に必要な語学等の特殊技能を有するのみならず、既成概念にとらわれない柔軟な発想や魅力ある個性を持ったチャレンジ精神あふれる人材が求められます。併せて、コミュニケーションツールとしてネットやメールが主流になっている今こそ、あらゆる年代層に対応できるコミュニケーション能力が非常に必要になっています。どんなテーマでもいいので「自分はやり切った」という経験を持って社会に出ていただきたいです。

一問一答

1. 最近一番感動した出来事は？

大相撲横綱白鵬が大鵬と並ぶ史上最多32度目の優勝を成し遂げたこと。異国の地、異国の文化、日本人力士以上のプレッシャーの中での見事な記録。正に心・技・体の三位一体を体現して、日本の相撲の歴史を話す姿は実に素晴らしいものです。

2. お好きな言葉は？

「継続は力なり」「強い心」
何事も新しいことにチャレンジしていくと様々な困難にぶつかります。しかし、その困難を乗り越える「強い心」を持つことが大事です。1回目で散々な結果で終わっても失敗の原因を突き止め、反省し2回、3回と反省を生かしながら続けると成功への道が開けます。

3. 今一番なざりたいことは？

たくさんあり過ぎて悩みますが、ゆっくりと山に登り麓の温泉に入り、その地元の食事と日本酒を楽しむたいです。

4. 現職に就かれていなければ、どの様なお仕事に就かれていましたか？

高社マン。学生時代、高社に絞って就職活動をしていましたが、「今後日本社会の余暇が非常に増える」というガイドブックを見たことがきっかけで、旅行業界に関心を持つようになりました。

5. 「人生とは……」に続く言葉は？

チャレンジング。
・1986年イタリアフィレンツェ市で始めたジャパン・ウィーク
・中国上海での世界初の外資100%現地法人の設立
・業界競合他社との国際航空券仕入発券共同出資会社設立
他、大学卒業以来挑戦の連続でした。

ご協力、ありがとうございました。

(取材日2014年11月28日)

【関連サイトURL】

- ・日本旅行HP「会社情報」
— <http://www.nta.co.jp/company/>
- ・観光庁HP「MICEの開催・誘致の推進」
— <http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/mice.html>
- ・2020年東京オリンピック・パラリンピック
— <http://tokyo2020.jp/jp/>
- ・日本学術振興会HP「スーパーグローバル大学創成支援」
— <http://www.jsps.go.jp/j-sgu/>

2014年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」活動報告

2014年度ホテル見学会レポート

アンダーズ 東京

- ◆実施日: 2014年10月15日(水)
- ◆参加者: ホスピタリティ・マネジメント講座受講生11名、観光学部特任教授1名、観光研究所スタッフ3名
- ◆見学場所: アンダーズ ラウンジ、客室スタンダードルーム(キング)、アンダーズ スタジオ、AO スパ アンド クラブ、チャペル

客室 アンダーズ ツイン



エントランス



チャペル



AO スパ アンド クラブ

アンダーズ 東京見学会 参加感想文

今回、注目スポットである虎ノ門ヒルズに位置し、日本初のカテゴリーとなるライフスタイルホテルをコンセプトに掲げる「アンダーズ 東京」を見学し、ハード・ソフト両面の随所にコンセプトが散見され感銘を受けた。

まず、複合施設内の営業ではあるもののサイン等が想像以上に少なく、専用エレベーターの導線により「隠れ家」的な雰囲気がより醸し出されていた。

また、スタッフがネームプレートを着用しないことは常識を覆され、ゲストにとってスタッフの存在が取り払われることにより非日常感が軽減される効果をもたらしていた。

次に客室はスタンダードタイプ(50㎡)の2種を拝見した。床から天井高まで窓枠を確保し大都市のビューが満喫でき、同時に悪天候でも採光が十分に確保されている。また、室内は調度品や浴室等の要所に和テイストが盛り込まれており、より落ち着きを感じさせるものであった。

さらに高層階の好条件を最大限に活かされたのが、チャペル内の自然光の取入れやルーフトップ バーのテラス、チャペル周辺のオープンテラスである。景観や空間を満喫でき、都内にいながらも喧騒をまったく感じさせないプライベートスペースである。

今回初めて貴研究所主催の見学会に参加しましたが、とても有意義だと感じました。何故なら、個人が見学する場合にはオープンスペースのみに制限され、ゲストとして宿泊やレストラン等を利用しなければならないからです。その為、社会人ですと時間的や学生の方々ですと経済的な制約が大きいところです。

やはり貴校、貴研究所が長年の間にホテル業界へ多くの優秀な人材を輩出され構築されたネットワークは業界人にとって、また業界を目指す学生にとっても大きな影響力や意義があると感じております。

また、受講生にとっても机上と実地の両面から習得するものが大きな財産となります。私は講師の方々との出会い、そして見学会や意見交換会の機会に感謝の念が絶えません。

(社会人・男性)

2014年度意見交換会

- ・10月25日(土): 大手前大学現代文化学部 教授 四方啓暉先生 (参加者10名)
- ・11月29日(土): 立教大学観光学部 特任教授 玉井和博先生 (参加者7名)
- ・12月13日(土): MPI Japan Chapter 名誉会長 浅井新介先生 (参加者7名)

講座期間中の土曜日、講義終了後に講師・受講生間の交流の場として3回実施する意見交換会も、3年目の開催となりました。今年度はホテル関連業に従事されている方はもちろん、他業種の方々にも多数ご参加いただきました。先生ご自身の体験談や講義内容以外のお話を聞いて勉強になったなど、大変好評をいただきました。



池袋キャンパス「ライフスナイダー館」にて

2015年度「旅行業講座」日程・受講申込受付のお知らせ

2015年度「旅行業講座」の受講申込受付期間は、4月1日(水)～4月9日(木)です。総合受験コース、国内受験コース、海外コース(国内資格保持者で、総合試験受験を希望する方が対象)の3コースから、ご希望にあったコースをご選択できます。当研究所が開講する「旅行業講座」は、旅行業務取扱管理者試験対策講座としては、実績、歴史ともに自信を持ってお薦めできる公開講座です。旅行関連業界に長年携わってこられた優秀な講師陣が分かりやすく解説します。

受講願書は観光研究所ホームページ (<http://www.rikkyo.ac.jp/>)

research/laboratory/IT/)の旅行業講座内、「詳細・日程・募集要項」ページからダウンロード出来ます。また、希望者には詳しいパンフレットを当研究所にて配付しております。郵送をご希望の方は、下記E-mailアドレスにお名前、ご住所、旅行業講座パンフレット郵送希望の旨をご記入の上、お送りください。その他のお問い合わせに関しましても、立教大学観光研究所事務局までご連絡ください。

立教大学観光研究所

Tel: 03-3985-2577 Fax: 03-3985-0279

E-mail: kanken@rikkyo.ac.jp

2015年度 旅行業講座時間表

		火・木曜日 19:00～20:30、土曜日 14:00～15:30 / 15:40～17:10 [5号館5125教室]			受講コース	
月	日	曜日	科目	講師		
4月	18	土	オリエンテーション	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	全コース
	18	土	国内実務(観光資源1)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	21	火	国内実務(観光資源2)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	23	木	国内実務(観光資源3)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	25	土	旅行業法令(1)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	25	土	旅行業法令(2)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	28	火	国内実務(観光資源4)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	30	木	国内実務(運賃料金1)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
5月	7	木	国内実務(運賃料金2)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	9	土	旅行業法令(3)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	9	土	旅行業法令(4)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	12	火	国内実務(運賃料金3)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	14	木	国内実務(運賃料金4)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	16	土	旅行業法令(5)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	16	土	約款(1)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	19	火	国内実務(運賃料金5)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	21	木	国内実務(運賃料金6)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
	23	土	約款(2)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	23	土	約款(3)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	26	火	国内実務(運賃料金7)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	加藤 俊明	総合・国内
28	木	旅行実用英語	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外	
30	土	約款(4)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内	
30	土	約款(5)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内	
6月	2	火	海外観光資源(1)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ主任講師	柴崎 浩	総合・海外
	4	木	海外観光資源(2)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ主任講師	柴崎 浩	総合・海外
	6	土	約款(6)	一般社団法人 日本旅行業協会 登録講師	下平 久人	総合・国内
	6	土	国際航空運賃(1)	株式会社 マイバック カスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	9	火	海外観光資源(3)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ主任講師	柴崎 浩	総合・海外
	11	木	海外観光資源(4)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ主任講師	柴崎 浩	総合・海外
	13	土	国際航空運賃(2)	株式会社 マイバック カスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	13	土	国際航空運賃(3)	株式会社 マイバック カスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	16	火	海外観光資源(5)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ主任講師	柴崎 浩	総合・海外
	18	木	海外観光資源(6)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ主任講師	柴崎 浩	総合・海外
	20	土	国際航空運賃(4)	株式会社 マイバック カスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	20	土	国際航空運賃(5)	株式会社 マイバック カスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	23	火	海外観光資源(7)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ主任講師	柴崎 浩	総合・海外
	25	木	出入国制度(法令実務1)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外
27	土	国際航空運賃(6)	株式会社 マイバック カスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外	
27	土	国際航空運賃(7)	株式会社 マイバック カスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外	
30	火	出入国制度(法令実務2)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外	
7月	2	木	出入国制度(法令実務3)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外
	4	土	出入国制度(法令実務4)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外
	4	土	海外旅行実務(1)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外
	7	火	海外旅行実務(2)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外
	9	木	海外旅行実務(3)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外
	11	土	海外旅行実務(4)	学校法人 国際文化アカデミー JTBTラベル&ホテルカレッジ専門講師	膳 史朗	総合・海外
8月						
9月			国内・総合旅行業務取扱管理者試験 直前対策(予定)			

韓国最前線

東義大学校商経大学ホテル・コンベンション経営学科副教授
劉 亨淑 (ユウ ヒョンスク)

中国人観光客(旅客)の訪韓ラッシュ 중국인 관광객(요커)의 방한 러쉬

近年、韓国の観光・旅行業界で最もホットな用語として「旅客(요커)」という言葉がある。「旅客」は中国語で観光客という用語だが、韓国では中国人観光客を通称、요커(旅客)という。

韓国政府の“文化体育観光部”は2014年度の観光収入が前年対比17.9%の増加である167億ドルに達すると発表した。このように観光収入が急増したのは、多く訪問する中国人観光客、「旅客(요커)」のお陰であるという。さらに中国人観光客1人当たりの支出経費も、韓国を訪問する主要国家の観光客の中で一番多いという。

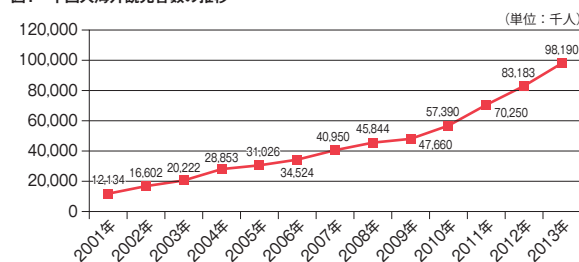
2014年に韓国を訪問する外国人観光客は1,400万人を越す見込みであるが、特に中国人観光客が急増し、600万人を上回ると展望している。観光客の10人中、4人が中国人観光客であると報告されている。また、“韓国観光公社”の年度別「外来観光客実態調査」などを調べると、1990年に18万人相当だった中国人観光客が、2013年には433万人まで増加したと報告されている。全体の外来観光客の内、中国人観光客の割合は35.5%で、今まで最も高く占めていた日本人観光客275万人を上回っている。

2000年、中国政府が訪韓観光を公式に許可してから、韓国への中国人観光客は増加してきた。特に2010年8月、ピザ発給の緩和措置により中国人観光客の訪問は急増した。このような動向で2010年以降観光分野で訪韓する中国人観光客に対する研究も活発に行われてきた。

中国は1997年に個人的なアウトバウンド観光を許可して以来、世界で最も急速に成長する観光市場である。中国の経済成長と開放政策で中国人観光客数は持続的に増加した(＜図1＞参照)。特に2010年、中国元の切り上げなどで中国人の海外旅行市場は世界的な経済のデフレにも関わらず継続的に成長している。中国国家旅遊局の統計によると、2020年前後に中国人口の10%に相当する1億3千万人が海外旅行をすると展望し、そのうち、韓国を訪問する中国人観光客は1,300万人になると予想している。

中国のアウトバウンド市場は、世界の観光市場を左右する重要な変数で、世界各国の注目を浴びており、世界的な観光企業は争って中国市場にでている。世界各国は中国人観光客を誘致するために熱心である。

図1 中国人海外観光客数の推移



注: UNWTO 中国人民共和国国家旅遊局

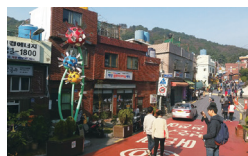
＜表2＞のように中国人観光客は、香港とマカオの次に韓国を多く訪問していることが分かる。中国人のアウトバウンド数は98,185,200人を記録し、2012年対比18%増加した。特に韓国を訪問する中国人観光客数は前年対比42%増加したと報告されている。多くの中国人観光客は団体旅行より、FITの個人旅行を好み、宿泊費・食費・文化費などに旅費を使っている傾向があると発表された。

前述したように、2013年の訪韓中国人観光客は433万人で、前年対比、52%が増加した。しかし“韓国観光公社”の年度別「外来観光客実態調査」の調査結果によると、韓国観光後、韓国に対するイメージが悪くなっているし、再訪問したいという回答をした観光客は20%ばかりであり、再訪問率も下降曲線になっているようだ。

中国人観光客の持続的な誘致のために、韓国政府をはじめ、大都市や自治体などでも多様な解決案を考えているようだ。“ソウル”と“済州島”に集中している観光商品に他都市から訪問できるように交通の利便性を図ったり、中国語担当者を雇用し言語疎通を円滑にしたり、主要観光地の食堂やショップのメニューや看板に中国語を取り入れるなど中国人観光客を迎える準備に手をかけている。東義大学校でも、中国人留学生を活用し観光地やお祭りに参加させ、対中国人観光客誘致戦略を工夫しており、改善策などを探っている状況である。



中国人留学生とお祭りで韓国文化(衣服)体験



中国人留学生と観光地見学中

表1 訪韓中国人観光客の年度別推移

年	訪韓観光客数(人)	前年対比成長率(%)
2000	442,794	39.8
2001	482,227	8.9
2002	539,466	11.9
2003	512,768	-4.9
2004	627,264	22.3
2005	710,243	13.2
2006	896,969	26.3
2007	1,068,925	19.2
2008	1,167,891	9.3
2009	1,342,317	14.9
2010	1,875,157	39.7
2011	2,220,196	18.4
2012	2,836,892	27.8
2013	4,326,869	52.5

注: 韓国観光公社(外来観光客実態調査から)

表2 中国人海外観光客の主要観光対象国

順位	国	中国海外観光客(人)	2012年対比(%)
1	香港	40,303,300	15.3
2	マカオ	25,239,400	17.4
3	韓国	4,253,400	42.0
4	タイ	4,010,300	78.7
5	台湾	2,918,900	11.0
6	米国	1,966,900	14.2
7	日本	1,834,600	-6.5
8	ベトナム	1,772,700	32.3
9	カンボジア	1,690,600	-8.4
10	マレーシア	1,351,600	-1.5

注: 中国人民共和国国家旅遊局「2013年中国旅遊統計公報」

劉 亨淑 (ユウ・ヒョンスク)

韓国・東亜大学校自然科学大学物理学卒業。立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程修了 観光学博士。2002年4月～2003年3月立教大学観光学部助手。2003年4月～2004年3月立教大学観光研究所学術研究員。2004年3月～2006年2月韓国・東明情報大学校ホテル経営学科専任講師を経て2006年3月より東義大学校商経大学ホテル・コンベンション経営学科専任講師、2007年3月より助教授、2011年3月より副教授。

シリーズ/No.15

九州便

九州国際大学国際関係学部教授

福島 規子

障がい者のための仕事体験企画『オ!シゴト・バリ体験』

現在、福島ゼミナールでは、障がい者のための仕事体験企画の開発に取り組んでいる。もともとは一昨年に3年ゼミ生たちが地元企業7社と共同開発した「地元北九州企業版・仕事旅行」の「障がい者版」を2年生らが企画するのが目的だった。仕事旅行とは株式会社仕事旅行社（東京・港区）が開発した、大人のための職業体験企画で、参加者は1日～3日程度のプログラムで職人に弟子入りしたり、花屋さんで働いたりと普段とは違う仕事を体験することができる。そこで2年ゼミ生たちは障がい者の就労状況や障がい者意識などの先行研究を行い、障がい者が楽しくチャレンジできそうな仕事をひねり出した。それが、「オ!シゴト・バリ体験」である。出てきた企画は、「豆腐職人になる旅」「落語家になる旅」「ラジオパーソナリティになる旅」など30近く。全盲の視覚障がい者向けに「スペースワールドで着ぐるみに入る旅」というのもあった。

オ!シゴト バリ体験

全盲の体験者と書道家の合作

学生たちは、これらの企画をもって視覚障がい者の就労支援施設や車椅子バスケットチーム、重度障がい者施設などを訪問し、意見を聞いた。しかし、返ってきた答えはいずれも厳しいものばかり。車椅子バスケットの選手には、「仕事の楽しさよりも食べていくための仕事が必要だ」と言われ、先天性の視覚障がい者には、「うちら見えんけん。その仕事はどんな内容なのか全くわからない。」とバツサリ。楽しみのための、仕事旅行というコンセプトそのものの抜本的見直しを迫られたのである。

それでも挫けず、学生たちが新たに立てたコンセプトは「障がい者が個人事業主として独立するためのきっかけ提供する」というものだった。「オ!シゴト・バリ体験」の「バリ」には福岡地方の方言で、とても、凄くという意味を持つ「ばり」と、障がい者が社会に対してもっている心のバリアの「バリ」の両方の意味が込められている。こうして出揃った企画は「イラストレーターになる旅」「翻訳者になる旅」「インタビューになる旅」「図書館司書になる旅」「書道家になる旅」の5つ。北九州でプロとして活躍する個人事業主のもとで仕事を体験し、自身の才能や能力に気付いてもらうというのが売りである。受け入れ先探しは難航し

たが、新進気鋭のイラストレーターや、マドンナやマイケルジャクソンの翻訳を手掛ける女性翻訳者といった一流どころの協力を取り付け企画を実現させた。さらに、企画を精査するためにモニターツアーを実施。「イラストレーターに

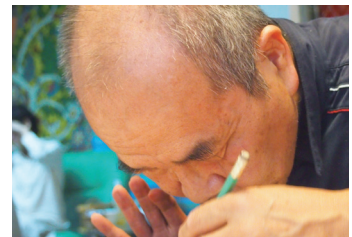


視覚障がい者が文字の形を指で認識

なる旅」に参加した中途障がい片麻痺の60代男性は独立を決意し、海外での長期滞在経験がある四肢障がいの50代女性は「翻訳者になる旅」に参加し、「憧れの職業だけ

ど、自分には難しいことがわかった」と率直な感想を寄せてくれた。ほかにも中途視覚障がい視野狭窄の40代男性や全盲の60代女性、下肢不自由で車いす利用者の20代男性がモニターツアーに参加した。ちなみに、左側の「オ!シゴト・バリ体験」は乾くと文字が浮きあがる特殊な墨を使って全盲の女性が書いたものである。ゼミ生らは、障がい者の仕事体験をサポートするためにサービス介助士2級（公益財団法人日本ケアフィット共育機構認定）の資格を2014年6月に取得した。

実は、モニターを通じて障がい者でも個人の能力を活かした仕事に就けば独立できると考えた舌崎奏真さん（2年）は障がい者のための独立支援事業を計画、第14



片麻痺の障がい者がイラストレーターに挑戦

回大学発ベンチャー・ビジネスプランコンテストに応募し52件中の7プランに選ばれ最終審査へと駒を進めた。また、NHK大阪放送局制作の障がい者のためのバラエティ番組「バリバラ」と共同で、四肢欠損の女性がメイクアップアーティストに挑戦したり、聾者が接客業に挑んだりする「バリバラ版・仕事体験」を制作、2月に放送された。観光の視点から福祉のアプローチへ。やっぱり観光学は学際的学問だ。

福島 規子（ふくしま・のりこ）

立教大学観光学部観光学科卒、立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程修了 観光学博士。広告代理店勤務後、柴田書店「月刊ホテル旅館」の記者を経てサービスコンサルタントとして独立。全国各地の高額小規模旅館や大型観光旅館、レストラン等のサービスオペレーションの構築、運営指導にあたる。2011年4月より九州国際大学国際関係学部教授。



サーミ博物館「シイタ」：
現代アート写真の展示を紹介するサーミ人



トナカイ牧場：
餌やりや投げ縄の体験が用意されている



トナカイ牧場：
民族運動の象徴「サーミ民族旗」を紹介するサーミ人

観光現象の文化人類学的研究への扉を開いた論文集『*Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*』の中で、グレイバーンは以下のように「エスニックツーリズム」を論じていた。

自然のふところに近づくもう一つの道は、大自然の子どもたち、つまり、かつて農民や未開民族と分類され、本能のままに生きる人びとと考えられてきた自然の人びとを通しての道である。 - (中略) - ヨーロッパで博物館や教会堂を訪れ<歴史観光historical tourism>、それから北スカンジナビアへ行って真夜中の太陽を鑑賞しく環境観光environmental tourism>、ラップ人を見るかもしれないしく民族観光ethnic tourism>、…… [Graburn 1989: 32]

グレイバーンが「ラップ人」観光に言及したのは、それが「エスニックツーリズム」の分かりやすい事例だからであろう。山村順次に従って「エスニックツーリズム」を「自らとは民族的あるいは文化的背景を異にする人々と接触することを主たる動機とする旅行行動」[山村 2011: 122]と定義するなら、たしかに「ラップ人」は極北のトナカイ遊牧民として、「自ら(観光客自ら)とは異なる」民族・文化の分かりやすい典型例の一つであり、それだけ魅力的な観光対象ということになる。

しかし、山村も正当に述べるように、この「エスニックツーリズム」とは「もっぱら観光におけるゲストの体験内容に着目した分類」であるに過ぎず、今や、「ホスト側の主体性に着目した分類」としての「先住民族観光」という概念の方が重要視されつつある。

私の主たる研究フィールドであるフィンランド最北部地域は「サーミ人 Sápmi」の先住性を認めた「サーミ人地域」とされ(サーミ人は「ラップ人」の自称)、2000年の「新サーミ言語法」施行以来、サーミ議会が言語・文化自治を続けている。この「サーミ人(自治)地域」において「先住民族観光」がどのように新たな展開を見せているのか、私は1年生対象の早期体験プログラムやゼミの研修旅行を通して、学生たちに考えてもらっている。学生たちが訪れて考えるのは、サーミ人が中心に運営する(1) 国立サーミ博物館「シイタsiida」と(2) トナカイ牧場である。

(1) サーミ博物館「シイタ」へは、「サンタクロース村」で有名なロヴァニエミにある郷土博物館(北極圏博物館アルクティウム内)や首都ヘルシンキにある国立博物館におけるサーミ展示との比較をテーマとして訪れる。同じサーミの文

化や歴史を展示している筈なのに、サーミ人ではない他者がサーミ人を展示する場合(他者表象)と、サーミ人自身が自らを展示する場合(自己表象)とでは、どのような違いが生まれるのかを、自分の目や感覚で具体的に考えてもらう。それは、今も観光の重要な場であり続ける博物館(や人類学界)が孕む権力的いかわしさを、一方的に他者性を求めてきた「エスニックツーリズム」の危うさを、その根源から問い直す思索への確かな回路となるだろう(付記を参照)。

(2) トナカイ牧場については、日頃は放牧地でトナカイを飼育するサーミ人が、予約を入れれば作業の合間に相手をしてくれる牧場を訪れる。トナカイへの餌やりや投げ縄など「エスニックツーリズム」特有のアトラクションもあるが、そこでサーミ人ホストから長時間にわたって語られるのは、先住少数民族として彼らが経験してきた同化政策の歴史や、その結果としての深刻な現状である。学生たちが訪れる牧場のサーミ人は夫婦ともにサーミ語を話すことはできない(UNESCOの「消滅の危機に瀕する言語リスト」によれば、イナリ・サーミ語の話者は400名で「severely endangered」状態とされる)。しかし、その子どもたちはサーミ議会による言語・文化自治政策を通してサーミ語を「取り戻し」つつある。

場所は変わるが、オーストラリア・アボリジニ社会の研究を続ける上橋菜穂子も、アボリジニの先住民文化観光の実践の中に、「(観光客への)啓蒙を目的としたツアー」の成長を見ている。種々の観光の中でも、ホストとゲストの関係が最も先鋭的に問われ、そして、それ故に急速に変質を始めているものの一つが「エスニックツーリズム」「先住民族観光」であろう。

付記

2014年11月6日～12月25日、伊勢丹グループのクリスマスイベント「Life is a Gift: 文化多様性の旅」の第1回目としてサーミ展が開催され、私が総合監修を務めた。博物館(や人類学者)による他者展示が孕む危うさに自省的な考えを巡らせながら、文化史的に見て近代観光と同じ出自を持つ百貨店の他者展示の企画を担う、その作業は、私自身にとって茨の道であり、緊張を伴う興味深い挑戦の途でもあった。

参考文献

- ・ Graburn, Nelson, 1989, *Tourism*. In Smith, Valen ed., *Hosts and Guests* (2nd edition), Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 21-36.
- ・ 上橋菜穂子, 2009, 「都市アボリジニの先住民文化観光」, 窪田幸子・野村厚志(編), 『「先住民」とはだれか」, 世界思想社, 113-133.
- ・ 山村順次, 2011, 「エスニックツーリズム」, 山下晋司(編), 『観光学キーワード』, 有斐閣, 122-123.