

平成 29 年度
経済学部地域経済研究センター
学生チャレンジ地域連携
プロジェクト研究助成
最終報告書

佐賀大学経済学部
野方ゼミナール

2018 年 2 月 24 日

経済学部地域経済研究センター
学生チャレンジ地域連携プロジェクト研究助成 最終報告書

2018 年 2 月 24 日
佐賀大学経済学部経営学科

研究代表者
氏 名 小原 大輝

I 研究課題名

佐賀県の宿泊施設は外国人旅行者をどのように受け入れているのか？
－嬉野市と唐津市におけるホテル・旅館へのアンケート調査による分析－

II 調査・研究従事者

学 籍 番 号	氏 名	分 担
■■■■■	安東 美咲	連絡調整担当
■■■■■	小原 大輝	総括
■■■■■	桑迫 舞美	分析担当
■■■■■	興膳 司	分析担当
■■■■■	澤原 静香	連絡調整担当
■■■■■	関 尚輝	連絡調整担当
■■■■■	津上 慎太郎	分析担当
■■■■■	松永 優菜	報告書執筆担当
■■■■■	三角 菜々	報告書執筆担当
■■■■■	森 麻央	報告書執筆担当

調査・研究従事者数 10 名

Ⅲ. 研究報告

1. はじめに

近年、格安航空会社(LCC:Low Cost Career)の就航や国際線便数の増加など航空インフラ整備により、訪日外国人旅行者が増加している。また、2020年に開催される東京オリンピックに伴い訪日外国人旅行者のさらなる増加が予測される。この増加傾向は都市部のみならず、地方に位置する佐賀県にも該当する。実際に、佐賀県がヨットの世界大会や熱気球世界選手権の会場となった際には、外国人旅行者が多く訪れた。さらに、佐賀空港には、韓国のティーウェイ航空や中国の春秋航空などの東アジア地域と佐賀県を結ぶ国際線 LCC の定期便が設けられており、佐賀県を訪れるためのインフラ整備が進んでいる。これにより、以前と比較してより多くの外国人旅行者の訪日が可能となる。

訪日外国人旅行者の多くは、中国や韓国をはじめとした顕著な経済成長が見られるアジア諸国の人々であり、彼らの所得水準の向上は、今後のインバウンド需要のさらなる増加をもたらす一因となり得る。このようなインバウンド需要を上手く利用し取り込むことは、佐賀県の経済成長に必要不可欠である。しかし、佐賀県の周囲には福岡県や長崎県などの観光資源が豊富な地域が存在することや、日本と韓国を行き来する際、福岡空港-韓国よりも佐賀空港-韓国の方が安いチケットが存在することから、佐賀県が周辺の地域を行き来する際の単なる通過点になっているという課題がある。訪日外国人旅行者を取り込むためには、佐賀県が通過点であるという印象を払拭し、佐賀地域での滞在を促すことが重要である。そのためには、佐賀地域の宿泊施設の利用実態や受け入れ態勢を把握しなければならない。このような問題意識の下で、佐賀市の宿泊施設に対して外国人旅行者の受け入れ状況を調査した研究として野方・武富(2017)が挙げられる。ただし、佐賀県の他の自治体にも宿泊施設の利用者の多い地域が存在する。佐賀県観光客動態調査の平成 27 年の市町別宿泊客数によると、ランキング上位は佐賀市 867.9、唐津市 767.7、嬉野市 594.4 (単位:千人)である。そこで、本調査では、佐賀市に次いで宿泊施設の利用者数の多い地域である嬉野市および唐津市の宿泊施設に注目し、当該地域の外国人旅行者に対する印象や受け入れ方を把握するためのアンケート調査を行う。

2. 調査概要・実施方法

調査対象は、前述したように嬉野市および唐津市内に存在する宿泊施設で、嬉野温泉観光協会と唐津市旅館共同組合のホームページに掲載されている宿泊施設 57 社である。調査票の質問項目を選ぶ際に、国際交流サービス協会(2010)「外国人旅行者受け入れについての調査」を参考とした。本調査では、外国人旅行者の動向や受け入れ方の実態、宿泊施設と行政の関わり方を調べる。受け入れ側の宿泊施設から可能な限り多くのデータを得るために、アンケートの形式は郵送調査と対面式の実地調査の 2 種類の方法で実施した。なお実地調査は、2017 年 10 月 16 日(月)に嬉野市、10 月 23 日(月)に唐津市の宿泊施設において各観光協会の協力のもと実施した。2 地域で実地調査を実施していないその他の宿泊施設には、後日アンケートの郵送調査を実施した。郵送調査と実地調査の結果、嬉野市エリアでは 14 社、唐津市エリアでは 9 社の宿泊施設から回答を得ることができ、合計 23 社からの回答を得た(調査票回収率 40%)。以下、これらの調査をあわせて見ていく。

3. 外国人旅行者の実態についての調査結果

嬉野市、唐津市内の旅行者の実態について調査を行った。2016 年度に嬉野市・唐津市内に宿泊した外国人旅行者の実態についてのアンケート内容は以下の 4 項目である。

- (1)日本人と外国人の平均宿泊人数
- (2)外国人宿泊者の居住国・地域
- (3)旅行者の国別の平均宿泊日数
- (4)主要な宿泊予約方法

(1)日本人と外国人の平均宿泊人数

宿泊施設の規模ごとに比較するために、客室数に応じて 4 つに区分した。10 室未満の施設と 10 室以上 50 室未満の施設には旅館の形をとるところが多く、50 室以上 100 室未満の施設、100 室以上の施設はホテルの形をとる施設が多い。

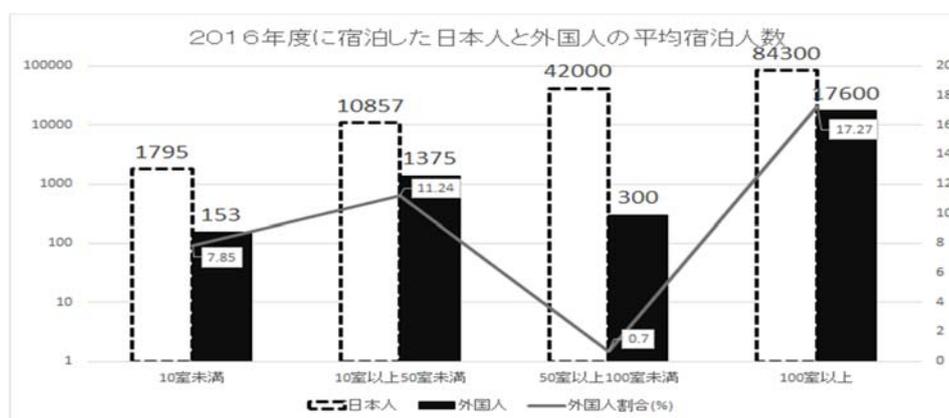


図 1. 2016 年度に宿泊した日本人と外国人の平均宿泊日数
出典：アンケートデータより筆者作成

上のグラフから、50 室以上 100 室未満の施設に宿泊する外国人割合が他に比べ極端に低くなっていることが分かる。また、実地調査では嬉野市と唐津市は日本の文化を体験したい観光客が多いという傾向がみられた。これらをあわせて考察すると、外国人旅行者はホテルに泊まるよりも和室や畳のある旅館の形をとる施設に宿泊することが多いのではないかと推測できた。さらに、100 室以上の施設の利用者が多い理由については、佐賀県では熱気球世界選手権などが開催されるため団体の宿泊客が多く、ホテルなどの形態をとる大規模施設の利用が増加したと考えられる。

(2)外国人宿泊者の居住国・地域

以下の表は、外国人宿泊者の居住国、地域を多い順に 1~3 位まで順位付けしてもらい、回答数をカウントしたものである。嬉野市、唐津市ともに韓国が一番多い地域になっている。それに続き他のアジアの国が並んでいる。その他にはアメリカ、フランスなどアジア圏以外の地域も少数上げられたが、全体的にみると嬉野市、唐津市ともにアジア圏の国からの旅行者が大部分を占めている。

表 1. 外国人宿泊者の居住国・地域

	全体	嬉野市	唐津市
韓国	19	12	7
中国	15	11	4
台湾	7	3	4
香港	14	7	7
シンガポール	3	2	1
タイ	3	3	0
その他	3	0	3

出典：アンケートデータより筆者作成

(3) 旅行者の国別の平均宿泊日数

多くの国が約 1~2 日程度の滞在で、日本人、外国人旅行者ともに滞在期間が短い傾向にある。実地調査により、宿泊目的ではなく、食事の利用のみを目的とした滞在が多いことも宿泊日数の短さに影響を及ぼしていることがわかった。

表 2. 旅行者の国別の平均宿泊日数

	嬉野市の平均宿泊日数	唐津市の平均宿泊日数
日本	1.3	3.1
韓国	1.3	1.6
中国	1.2	1.3
台湾	0	1.0
香港	1.1	1.1
シンガポール	1.5	0
タイ	1.0	0
その他	0	1.0

出典：アンケートデータより筆者作成

(4) 主要な宿泊予約方法

外国人旅行者が利用する手段としては、電話では翻訳などの課題があるため、ネットを利用した予約が圧倒的多数であった。表中の他社の予約サイトとしては、国内でも有名である「楽天トラベル」「じゃらん」や、海外でも利用者が多い「AGODA」「Booking.com」「Expedia」などが挙げられた。

表 3. 主要な宿泊予約方法

	回答数
①他社の予約サイト	16
②自社ホームページ	7
③電話	2

出典：アンケートデータより筆者作成

4. 宿泊施設のインバウンド対策についての調査結果

佐賀市の宿泊施設のインバウンドへの取り組み状況を調査した野方・武富(2017)では、インバウンド対策が十分にできていないと感じている施設が多く、それらは行政側からのサポートを必要としているという印象を受けた。そこで、「宿泊施設のインバウンドに対する取り組みは

行政との協力の下で行えているのか"という疑問が生じた。この点に着目し、宿泊施設の外国人旅行者受け入れに対する認識や課題、行政からのサポートの実態に関して、以下 7 項目の質問を設定しアンケート調査を行った。

- (1) 受け入れに当たって感じている課題
- (2) 今後自社で強化したい部分
- (3) 行政側からのサポートの必要性
- (4) 佐賀県のインバウンド施策に不足しているもの
- (5) 定期的に情報共有している団体
- (6) 地域内の情報網とグループの情報網どちらを重視するか(チェーン展開施設対象)
- (7) 地域特性を体験できるプランの有無

(1) 受け入れにあたって感じている課題

多かった回答は、従業員の外国語対応の充実、自社の PR の充実、佐賀の観光資源 PR の充実、周辺地域へのアクセス・交通案内である。従業員の外国語対応の充実が最多回答であったのに対し、映像通訳サービスの充実の回答数はゼロであったことから、自動翻訳機などの機械ではなく人的手段によるサービスの提供を重視していることがわかった。

表 4. 受け入れにあたって感じている課題(複数回答可 3 つまで)

項目	全体	嬉野市	唐津市
① 自社の PR の充実	10	5	5
② 佐賀の観光資源 PR の充実	10	3	7
③ 周辺地域へのアクセス・交通案内	10	5	5
④ 宿泊施設内の多言語表記の充実	5	2	3
⑤ 映像通訳サービスの充実	0	0	0
⑥ 従業員の外国語対応の充実	14	10	4
⑦ 接遇マナーの向上	2	2	0
⑧ 課題はない	1	1	0

出典: アンケートデータより筆者作成

(2) 今後自社で強化したい部分

全体での回答数が最も多かった項目は、従業員の語学教育であった。外国人従業員の雇用、従業員への接遇教育の 2 項目も付随して多数の回答を得ていることから、多くの宿泊施設が従業員にかかわる課題を優先的に解決しようと考えていることが分かる。さらに、以下の表でも多数回答を得ている SNS による情報発信の強化については、実地調査でも強化の必要性を重視する声が多数見受けられた。

表 5. 今後自社で強化したい部分(複数回答可 3つまで)

項目	全体	嬉野市	唐津市
① SNS (Twitter, Facebook, ブログ等) による情報発信	9	3	6
② 多言語による自社 PR パンフレット作成	2	1	1
③ 多言語による周辺地域のガイドマップ作成	2	1	1
④ 多言語ホームページの作成	5	4	1
⑤ Wi-Fi 環境の整備	5	2	3
⑥ 宿泊施設内の多言語表記	2	1	1
⑦ 映像通訳サービス等の利用	0	0	0
⑧ 外国人従業員の雇用	5	3	2
⑨ 従業員への語学教育	13	8	5
⑩ 従業員への接客教育	5	2	3
⑪ 強化したい項目	1	1	0

出典: アンケートデータより筆者作成

(3) 行政側からのサポートの必要性

次のグラフから、嬉野市、唐津市ともに多くの宿泊施設が行政のサポートを必要としていることがわかった。具体的なサポート内容としては、特に、補助金など金銭面、マップの多言語化など言語面、空港や駅、旅館、観光地を結ぶ交通の整備など公共交通面でのサポートの3点に関するものが挙げられていた。インバウンドの関連調査・研究においても、行政と民間が協力して外国人旅行者の受け入れ態勢を整備することの重要性が指摘されている(たとえば、国土交通省観光庁, 2015)。

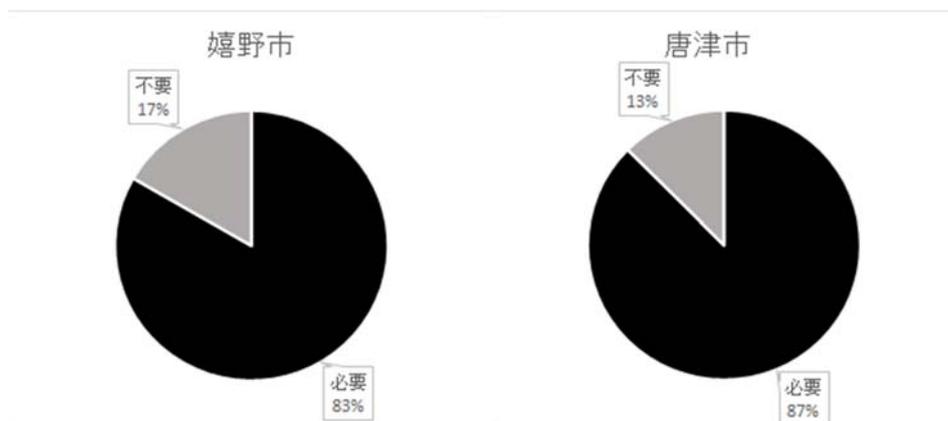


図 2. 行政側からのサポートの必要性

出典: アンケートデータより筆者作成

(4) 佐賀県のインバウンド施策に不足しているもの

インバウンドに対応するにあたって、施設側は佐賀県の観光情報の発信力が弱いと感じていることがわかった。観光情報として、嬉野温泉や唐津くんちなど既存の観光資源はもちろんのこと、新たに観光資源を開拓し PR することで、過去に訪れたことのある外国人旅行者に対しても再び佐賀県を訪れるきっかけづくりが可能であると考えられる。

表 6. 佐賀県のインバウンド施策に不足しているもの(複数回答可 3つまで)

項目	全体	嬉野市	唐津市
①佐賀の観光情報発信の充実	14	6	8
②国際会議・イベント等の充実	7	3	4
③観光案内所・公共交通における多言語対応の充実	9	4	5
④既存観光資源の利用	8	4	4
⑤新たな観光資源の開拓	10	7	3
⑥災害時における外国人旅行者のセーフティネットの充実	3	1	2
⑦不足している点はない	2	2	0

出典:アンケートデータより筆者作成

(5) 定期的に情報共有している団体

宿泊施設が定期的に有益な情報共有ができていていると思う団体は、観光協会であった。観光協会では定期的に集会が開かれており、温泉の入り方など宿泊にあたっての基本的なルールの説明が多言語で記された資料の配布や、外国人宿泊者に対する説明の仕方の指導などが行われている。また、行政との情報共有も主に嬉野市で一定程度行われているようである。先行研究においても、外国人旅行者の動向把握の実態を調査するにあたって、行政機能が活用されているというデータが示されている(たとえば、経済産業省中小企業庁, 2017)。

表 7. 定期的に情報共有している団体(複数回答可 3つまで)

項目	全体	嬉野市	唐津市
①チェーン展開しているホテル	4	2	2
②県内のみで展開しているホテル・旅館	2	1	1
③観光協会	15	7	8
④行政	8	6	2
⑤運輸業者	1	0	1

出典:アンケートデータより筆者作成

(6) 地域内の情報網とグループの情報網どちらを重視するか(チェーン展開施設対象)

どちらも重視するという意見がほとんどであった。どちらか一方の情報でなく、両方の情報網を利用してより確かな情報や必要な情報を手に入れるため、双方の情報網を重視しているという声が多かった。

(7) 地域特性を体験できるプランの有無

あると回答したのは 3 社のみであった。回答のあった具体的なプランとしては着物の着付けやイカの活造りなどがあった。地域特性を生かした外国人旅行者向けのプランの考案が今後のインバウンド増加への課題の一つであると考えられる。

5.1. 考察

本調査により得られた結果を以下で考察する。

(1) 外国人旅行者の実態

外国人旅行者の予約手段として、予約サイトを利用する人が全体の 92%と圧倒的に多く、そのうち約 70%が楽天やじゃらんなどの他社ホームページを利用していた。これらのホームページは、英語や韓国語、中国語による多言語表記がなされているため、外国人旅行者にとって利用しやすい予約手段になっていると推察される。

また、外国人旅行者の居住地域はアジア圏が非常に多かった。中でも韓国や中国、香港など日本近辺の国の回答が特に目立った。これは、LCC 航空の整備などにより佐賀県の国際線が増加したことによる影響を受けている可能性がある。交通インフラの整備はインバウンド需要の創造につながるが、アメリカやヨーロッパなどアジア外の地域からの取り込みが未だ積極的になされていない現状が見受けられる。そのため今後、アジア圏のインバウンド需要の増加に努めつつ、その他地域を取り込むための対策の考案が課題となる。

(2) 施設側が感じる課題

最も大きな課題として、従業員の外国語対応について挙げられていた。これは、外国語が使用可能な従業員の人数とそのレベルの両面において不十分であることが要因であると考えられる。宿泊施設の今後強化したい点にも、従業員の語学教育が 1 番に挙げられていた。これらを踏まえると、外国人旅行者との言語の壁がサービスを提供する上での大きな障害となっていることが窺える。

その他にも、自社や佐賀の観光資源の PR が希薄であることや、周辺地域へのアクセスが不便であることが挙げられていた。しかし、大規模な観光資源の PR や交通網の整備は施設側の取り組みだけでは対応しきれない場合も多々ある。そのため、行政側のサポートの必要性を訴える意見が多数あった。

また、外国人旅行者によっては時間にルーズであることや、マナーの問題など日本人と外国人の性格や認識の違いなどから、サービスを提供しにくいといった意見も少数だが挙げられた。このような日本人と外国人の違いを理由として、外国人旅行者の受け入れに積極的ではない施設も存在する。しかし、これからのインバウンド需要の増加に伴い必然的に増える外国人旅行者との関わり合いの中で、施設と外国人旅行者の双方が歩み寄り相互理解を深めることや、行政側から外国人旅行者に対するマナー改善の呼びかけなどを行うことでそのような施設の数ゼロに近づけることができるだろう。

さらに、主要な交通基点から観光地への直通バスの整備や観光地周辺のマップの多言語対応など行政側がサポートをすることで、外国人に対するサービス提供の難しさを緩和できるとわれわれは考える。このことが、受け入れに積極的ではなかった施設の受け入れ態勢を整える一助となり、積極的な姿勢であった施設にとってもさらなる受け入れ態勢強化につながるであろう。

(3) 施設側が今後の強化を望む取り組み

従業員に関することと SNS による情報発信についての 2 点に大きく分類できる。

まず、従業員に関する意見である。具体的には、語学教育や接遇教育の強化、外国人従業員の積極的な雇用などである。このことから、外国人旅行者への機械を介さない人によるおもてなしを目標とする施設側の姿勢が感じられる。しかしながら、

語学が堪能な従業員が不足している現状では、自動翻訳機に頼ることが多く、細かいことや日本特有の文化の説明、言葉のニュアンスが上手く伝わらないといった問題点が生じている。このような問題に対処するには、従業員の語学教育が最優先であると考えられる。言語としては、どの地域からの宿泊者にも対応の出来る国際共通語である英語をはじめとして、利用頻度の高い韓国語や中国語への対応も可能であることが望ましい。しかし、これらの語学教育を宿泊施設が各々で行うには、現実的には負担が大きく困難である。また、既存の従業員への語学教育ではなく、外国人従業員の雇用によってもこれらの問題点には対処可能ではあるが、それには不安や躊躇いが少なからず生じる。そのため、行政からのサポートとして、宿泊施設関係者に対しての語学研修会を開くことや就労目的の外国人を紹介することは、これらの問題を解決し、施設の円滑な外国人受け入れ体制を築く有効な手段となるだろう。

次に、SNSによる情報発信についてである。外国でも多くの人々が利用しているTwitterやFacebook、InstagramなどのSNSを情報発信に活用することで、施設の情報をも不特定多数の人に認識してもらうことが可能となる。また、SNSは日々更新されていくものであるため、タイムリーな情報の提供が実現できる。これらのことを合わせて考えると、SNSによる情報発信は、発信された情報を知った外国人が興味を持ち、実際に訪れるといった潜在的な外国人宿泊者の獲得につながるであろう。さらに、この手段は広告費がかからないため手軽に行うことができる。それだけでなく、フォトスポットを設けるなど、実際に訪れた外国人宿泊者が旅行の様子をSNSに投稿したくなるようなひと工夫を加えることによって、さらなるインバウンド需要の増加が期待できると考える。

(4)行政側に求められている取り組み

嬉野市、唐津市ともに80%を超える宿泊施設が行政のサポートを必要としていた。特にサポートが必要な部分として、金銭面と言語面、公共交通面が挙げられた。

金銭面においては、嬉野市、唐津市ともに共通して、より多くの助成金があればインバウンドに対応しやすいという主張が目立った。このことから、宿泊施設の多くは助成金の額が必要額に足りていないことが推察できる。現在佐賀県では、外国人受け入れを実施している宿泊施設に対して、多言語化や無線LAN、バリアフリー環境を整えるなど、対象事業にかかる費用の一部を上限金額として設定し補助金として交付している。この上限額を引き上げ、宿泊施設がインバウンドに対応するのに十分な態勢づくりを進めることで、さらなるインバウンド需要の増加につながるであろう。

言語面については、実地調査の中で、外国人宿泊者に対し独自で作成した周辺地域の多言語ガイドマップを配布している宿泊施設が見受けられた。その施設からの要望として、独自で作成したガイドマップは実際に施設を訪れた外国人宿泊者にしか渡すことができないため、多言語ガイドマップを観光案内所や駅などで配布し、どの外国人旅行者でも利用可能な環境づくりを行ってほしいという意見があがった。多言語コールセンターについても、既にサービスは行われてはいるが、まだ普及が十分でないため、積極的な整備拡大が必要となっている。また、施設側が翻訳サービスのような機械に頼らず、人的手段によるサービスの提供を目指していることから、言語教育の強化も重要視されている。しかし、宿泊施設だけで従業員の語学教育を行うことは金銭面などにおいて限界があるため、行政が宿泊施設の従業員に対する語学研修の場を設けるなどのサポート

体制が必要になるであろう。

公共交通面に関しては、駅から宿泊施設までの交通手段として基本的に徒歩しかないという現状をうけて、旅館組合に加盟している宿泊施設を回るバスを設けることや、大きな駅だけに限らず小さな駅にもローマ字表記を施すなどといった、外国人旅行者へ配慮した対策の要望があった。こうした意見に早急に対処することで、外国人旅行者が訪れたい街づくりの実現が可能となると考えられる。

(5) 佐賀県がインバウンド施策として行うべき取り組み

外国人旅行者に対して佐賀県の魅力を伝え、より多くの人に訪れてもらうためには、観光情報の発信がカギとなっている。多くの宿泊施設が、嬉野温泉や唐津くんちなど既存の観光資源に関する情報の多言語化を充実させることを重要視している。既存の観光資源以外にも、海外ドラマ誘致によりロケ地の一つとなった神社や、テレビアニメのモデルとなった土地をアピールポイントとして掲げ観光資源とするなど、新たな観光資源の開拓に乗り出している。それらの観光情報を、世界的にも利用人口が多く拡散しやすい Twitter や Facebook などの SNS や、視覚的にわかりやすく観光情報の検索がしやすいものへの改善を施した外国人向けホームページを活用し、多くの外国人に向けて積極的に宣伝することで、インバウンド需要の増加を図ることが可能となるであろう。

また、観光地での駅やバス停をはじめとする公共の場や、観光地への行先案内においての多言語表記の徹底、多言語スキル不足によるサービスの滞り防止を目的とした外国人従業員や多言語案内人の派遣など個々の宿泊施設だけでなく、県全体での外国人旅行者を配慮した取り組みを行う必要があると我々は考えた。

さらに、実地調査において、外国人旅行者のリピーターが少ないことが課題として挙げられた。この課題に対応するために、外国人の需要に合わせた観光情報の発信や、イベント開催時期に合わせた観光ツアーの定期的な開催によって、訪れた外国人旅行者を満足させ、佐賀県を再び訪れる価値のある場所と認識してもらうことで、この課題に対する改善を図ることができると考えられる。それに加え、佐賀県を訪れた外国人旅行者が旅行の様子について SNS に投稿することや、帰国した際に周囲の人々に紹介することによって、より多くの人に佐賀県の魅力を伝えることが可能となるため、新たな外国人旅行者の獲得も期待できる。

5.2. 改善策

本調査で生じた、“宿泊施設のインバウンドに対する取り組みは行政との協力の下で行えているのか”という疑問に対しては、上記からもわかるように、“行えている点もあるが、それ以上に行政からのサポートを必要としている施設が多く、未だ十分に行えているとはいえない”という結論に至った。また、行政のサポートの仕方と宿泊施設の考え方には違いがあり、この相違をなくすことで外国人にも寄り添ったサービスを行うことができ、さらなる外国人旅行者の増加につながるであろう。行政が行うサポートと宿泊施設が求めるサポートを一致させるため、考察を踏まえて具体的な改善策を以下で提示する。

(1) 行政側から就労支援の形で外国人従業員を宿泊施設などに派遣する。

宿泊施設としては、既存の従業員に一から語学教育をすることは負担が大きく困難であるが、外国人従業員を雇うことで、自動翻訳機などよりもスムーズに丁寧な対応を行うことが可能となる。また、外国人従業員とのコミュニケーションを通して、既存の従業員の語学レベルが上がることも期待できる。さらに、行政からの紹介であれば身元が保証されているため、見知らぬ外国人を雇うことに対する不安や躊躇いもなくなるであろう。

(2) 予約サイトの多言語化、外国人向けプランの作成をする。

一部の予約サイトでは、既に英語や韓国語、中国語など、利用者の多い地域の言語での表記は実現されているが、その他のアジア圏の国やアメリカ、ヨーロッパのような、これからインバウンド需要の高まる見込みのある地域の言語表記はまだなされていない。より多くの外国人を呼び込み、インバウンド需要をさらに増加させるためには、このような地域の言語での表記が必要不可欠となってくる。それと合わせて、予約サイトのデザインを分かりやすくシンプルなものに変更することや、PCだけでなくスマートフォンやタブレットにも対応させるなどといった工夫を加えることによって、予約サイトの利用頻度を増加させることが出来るであろう。

外国人向けのプランとしては、現在行っている宿泊施設がほとんどないため、一部の宿泊施設が行っているイカの活造りや着物の着付け体験のような、既存のプログラムをより多くの施設に取り入れることが必要である。それだけに限らず、日本ならではの体験できるプログラムや、佐賀特有のものを生かしたプランの作成が必要であるだろう。例えば、日本ならではのことであれば、折り紙や茶道などが挙げられる。佐賀特有のものであれば、佐賀錦の手織り体験や工房と連携した陶磁器の作成体験などがある。このようなプランの作成により、外国人旅行者の興味を引き、さらなる需要増加が期待できる。

さらに、実地調査で実際に地域特性を体験できるプランを実施していると回答した施設では、プランの実施における課題についての意見も挙げられた。この施設では、外国人旅行者向けに佐賀特産の地酒やイカを用いた料理の提供を行っているが、そういった取り組みを行っていることをPRしていないとのことだった。このように、外国人向けのプランを用意しても、それを知ってもらう機会がなければ効果がない。そこで、行政側が適切なフォローを行うことで、この状況を改善し、宿泊施設側の取り組みを観光客に知らせることができると考える。今後、プランの作成だけでなく、作成したプランを観光客に広告する手段についても課題となるであろう。

(3) 公共交通機関と宿泊施設、観光地とを結ぶバスの整備を行う。

佐賀県では、都心部のように交通機関の整備が進んでおらず、駅から観光地までの交通手段が限られてしまう。そこで、空港や駅などの主要な交通機関の基点と宿泊施設、観光地間の交通網を整備し、かつ、直通バスのような乗り換え不要なルートを設定するなど観光客が足を運びやすい環境づくりが重要であると考えられる。それにより、乗り間違いなどの観光客のストレスを削減でき、施設側も観光客に対し、観光地の案内をよりスムーズに行うことも可能となる。

また、交通案内に関しても行政のサポートを必要とする意見が挙げられた。行政のサポートにより交通整備が進んでいたとしても、その概要が施設側に伝わってい

なければ観光客に的確な情報を伝えることができない。実際に、施設を訪れた外国人旅行者から空港や駅から観光地までの交通手段を尋ねられた際に、市営バスがどのような運行サービスを実施しているか把握しておらず、詳細な情報を伝えることができなかったという事例があった。行政側がより積極的に情報提供を行うことで、外国人旅行者を観光地などに誘致しやすくなるのではないかと考える。

(4)観光協会と行政の報告会を定期的に行う。

アンケート調査により、宿泊施設と観光協会の間では情報共有が出来ていることが分かった。観光協会に加盟している宿泊施設同士で積極的に情報共有を行っているという意見もあり、トラブル時の対処法や今後の施設運営の方針など、類似する状況下で活動している者同士であるからこそその有益な情報交換ができるとの考えであった。

一方で、行政のサポートを必要とする回答が多数見受けられた。そこで、観光協会と行政の報告会を定期的に設けることによって、観光協会が宿泊施設と行政との橋渡しとなることが期待される。これにより、宿泊施設と観光協会、行政間での情報共有が可能となる。このことは、サポートを必要とする個々の宿泊施設の要望や、宿泊施設だけでは対処しきれない複雑なトラブルの解消依頼を行政側に伝えやすくするであろう。行政側のメリットとしても、観光地が抱えている問題などの現状把握が可能となることや、インバウンド政策を作成する際の参考となることなどが考えられる。定期的な報告会を通して、三者がインバウンド政策に関して共通の認識を得られることから、インバウンド政策に関する課題の早期解消や改善を図ることができる。

6. おわりに

上記の改善策を実施することで、外国人旅行者の受け入れ態勢はさらに強化されていくと考えられる。今後、海外と日本をつなぐ航空便の整備が進み、2020年に開催される東京オリンピックも外国人が日本を訪れる大きな契機となりうることから、外国人旅行者数は増加していくであろう。その中で、受け入れ態勢を強化していくことは、インバウンド需要の増加に直接影響を与え、日本の宿泊施設市場、また日本経済のさらなる発展・拡大につながると考えられる。

今後、旅行者の受け入れ態勢を強化するためには、宿泊施設、観光協会、行政の三者による相互理解と情報共有が必要不可欠となる。アンケートの結果、宿泊施設が行政のサポートを不十分だと感じており、サポートの必要性と今後の改善を求める意見が多数挙げられた。しかし、行政側も全くサポートを行っていないわけではないため、施設側と行政の情報共有不足や連携不足であるのか、現状のサポートでは不十分であるのかについては検討の余地がある。本調査では、宿泊施設のインバウンドに対する印象調査を目的としており、主に施設側の視点から考察しているため、宿泊施設と行政の相互理解と情報共有の必要性の観点から考えると、今後は行政の視点からのさらなる考察が必要である。今回のアンケート調査で得られた宿泊施設からの情報と照らし合わせながら、行政の視点から、佐賀県内に外国人旅行者を誘致することの印象や、インバウンドに対する取り組み姿勢などを調査し、相互理解と情報共有の点において佐賀県のインバウンド対策への課題を探っていくことが必要だと考える。

参考文献

経済産業省中小企業庁(2017)『商店街インバウンド実態調査報告書』

<<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2017/170424houkokusyo.pdf>>

国際交流サービス協会(2010)『外国人旅行者受け入れについての調査』

<<http://inboundcafe.ihesa.or.jp/bindata/upfile/00000016.pdf>>

国土交通省観光庁(2015)『インバウンド着地型観光の手引き』

<<http://www.mlit.go.jp/common/001091713.pdf>>

野方大輔・武富良太(2017)「佐賀市内における外国人旅行者の行動と宿泊施設の対応ー佐賀駅周辺と古湯温泉の宿泊施設への調査を中心にー」『九州佐賀総合政策研究』2017年第1号