

山梨県若者海外留学体験人材育成事業（大学生等コース）

県政の課題（テーマ）報告書

令和 1 年 7 月 29 日

山梨県知事 殿

氏 名 横田碧美
 留 学 先 タイ、ナコンラチャシーマ
 留学期間 平成 30 年 8 月 9 日
 ～令和 1 年 6 月 30 日

1 研究の課題（テーマ）

観光産業活性化の総合的な推進のために必要な取り組みについて

2 概要

与えられた県政の課題（テーマ）の解決に導く考え方及び対応策等

1. 序論

本レポートでは与えられた県政の課題の解決に向けた考え方や対応策等について論じ、今回の留学先であるタイと山梨を繋ぐための観光政策について考えていく。

2. 山梨県の観光

2-1. 観光の現状

山梨県には郷土料理や地場産業など、豊富な観光資源が存在している。JNTOによると 2017 年の都道府県別訪日外客者数において山梨県は全国で 13 位であり、主要都市に続いて知名度が高い観光地であることが分かる。また 2017 年に山梨県を訪れた外国人観光客数を国籍別にみると、中国、台湾に続き 3 位にタイ(153,910 人)がランクインしており、その数は 2013 年の 85,620 人から 6 万人以上増加している。以上のことから重要な顧客であるタイ人観光客の獲得に取り組むことで、今後の山梨県の観光活性化に繋げていくことができると考える。

2-2. 観光の課題

山梨県の観光には課題も残っている。1 つは県内観光地の集客数が富士山周辺地域に偏っている点である。

図 1 2017 年観光入込客数 小圏域別一覧表

| 圏域 | 観光入込客数(人) | 構成比(%) |
|-----------------------|---------------------------|----------------|
| 峡中圏域 | 4,650,030 | 14.5 |
| 峡東圏域 | 5,414,558 | 16.8 |
| 峡南圏域 | 2,218,685 | 6.9 |
| 峡北圏域 | 4,361,599 | 13.6 |
| 富士・東部圏域 (富士山 5 合目) | 15,516,967 (3,869,089) | 48.2 (12.0) |
| 計 | 32,161,839 | 100.0 |

〔山梨県観光入込客統計調査報告書より〕

図1は2017年の山梨県観光入込客数を小圏域別にまとめた一覧表である。この表をみると山梨県を訪れる観光客の約半数は富士・東部圏域に集まっていることが分かる。特に富士5合目を訪れる観光客数は全体の約12%を占めており、いかに山梨の観光において富士山が重要な役割を果たしているか、対に言えば富士山以外の観光地での集客が未だ不十分であることを示している。

もう1つは県内観光地や地場産業のPR方法である。山梨県には多くの観光資源があり、ジュエリーミュージアムなどの施設の活用やSNSでの観光地PRなど様々な活動が行われているが、未だその存在があまり知られていない。友人の外国人学生に尋ねてみても、山梨についてあまり知らない人が殆どだった。

以上2点から観光産業活性化を進めていくためには、県内の観光資源を効率的かつ効果的に世界へ向けて発信していく必要があると感じた。

3. タイの旅行ビジネスの特徴

H. I. S. タイ本社でのインターンシップを通して学んだタイ人向けの訪日旅行の特徴について以下で述べる。

3-1. タイ人向け訪日旅行の特徴

① 観光地の美しさ

タイ人の多くはSNS(主にFacebookとInstagram)を日常的に利用しており、自身で撮影した写真を他の人とシェアするなどしてSNSを楽しむ人が多い。旅行などにおいては観光地の歴史的背景にはあまり興味を示さず、美しい写真を撮ることをより重視する傾向がある。またここで注意したい点は、浅草や心齋橋などの世界的に有名な観光地は好むが、歴史的にも景色の美しさの視点でもあまり知られていない観光地などには関心を持ちにくい傾向がある。したがって山梨県内の観光地をPRする際には視覚的な美しさを最優先したプロモーション(動画作成やSNSへの写真の投稿)を行う必要があると考える。

② 交通の利便性

タイは熱帯気候であり、移動の際には殆どの人が徒歩を避けてバイクや乗り合いバスを利用する。旅行においてもタイ人は極力歩きを避ける傾向があるらしく、H. I. S. のタイ人社員の方によると、団体ツアーなどの際にバスを停めた駐車場から目的地までの徒歩移動が5分以上になるとストレスを感じてしまうそうである。近年ではパッケージツアーなどを利用しない個人旅行の割合が増えているため、個人旅行のタイ人観光客を獲得するためには交通の利便性をさらに向上していく必要がある。

③ 食事

タイでは仏教を信仰しており宗教上禁じられた食材などはないが、殆どのタイ人に共通する好き嫌いが存在している。例えば牛肉、生魚、独特の香りや食感がする食材(納豆やこんにゃく)などである。今後より多くのタイ人観光客を受け入れるには様々な場面に対応していくためにこのような好き嫌いなども把握していく必要があると考える。

3-2. 山梨県内観光地の分析

3-1 で挙げた 3 つの特徴を基に、タイ人観光客の需要が高いと考えられる山梨県の観光資源を分析する。

① 昇仙峡の紅葉

タイでは日本の紅葉に非常に人気があり、毎年秋には必ずタイ国内の旅行代理店で紅葉をメインとしたツアー商品が販売される。ジョルダンの「紅葉の名所人気ランキング」によると昇仙峡は全国で 14 位に位置しており、昇仙峡の紅葉は他県に劣らない集客率を期待できると考える。

② 新倉山浅間公園の桜

紅葉と同様に桜も非常に人気が高く、特に新倉山浅間公園は桜、富士山、五十塔(忠霊塔)が一望できるスポットとしてタイ国内でも注目を集めている。また楽天トラベルの「桜の名所・お花見スポットランキング」によると、新倉山浅間公園は目黒川や清水寺などをおさえ全国で 8 位に位置し、山梨県を代表する観光地になりつつあると感じた。

③ 山梨ジュエリー

タイの女性の間ではゴールドアクセサリーが非常に人気で、タイ国内どの地域の街中にも沢山のゴールドショップが並んでいる。繊細な山梨ジュエリーと華やかなゴールドを融合させた新感覚のジュエリーを制作し販売することで、山梨ジュエリーの世界への発信と、タイからの新たな顧客獲得に繋がると考える。

④ 甲斐サーモン

タイではサーモン寿司の人気非常に高く、タイに出展しているやよい軒などの日本食レストランでは必ずメニューにサーモンの寿司が含まれているほどである。ただ現時点ではサーモンと聞いて殆どのタイ人の方が北海道を連想すると思うが、今後の PR 活動では甲斐サーモンならではのさっぱりとした食味やサーモンピンク色の鮮やかな見た目を全面的にアピールし、他県との差別化を進めることで、山梨ブランドの甲斐サーモンに興味を持ってくれるタイ人観光客を増やすことができると考える。

4. 観光産業活性化のための施策案

① 旅行会社との共同事業

この事業は大手旅行会社と共同して山梨県内を巡る観光ツアーを企画、販売してもらい、外国人観光客の更なる誘客を狙うものである。一部の大手旅行会社は海外にも支店を展開しているなど、利用客からの信頼やブランドイメージが確立されており、共同事業をおこすことによって世界へ向けた情報発信ができると感じた。また影響力の高い旅行会社の SNS を通して情報発信することで、プロモーション活動がより多くの人々の目に留まり、関心を抱いてもらえると考えた。

② SNS による体験型旅行ツアー発信事業

この事業はタイで人気の YouTuber やブロガーを山梨県へ招請し県内観光地を巡るツアーに参加してもらい、旅行を通じて発見した新たな山梨県の魅力を自身の YouTube 動画やブログで発信してもらうものである。最終的には 20~40 代の SNS 利用者を対象に山梨県への誘客促進に繋げることが目的である。近年著しく人気が高まっている SNS を利用することで、世界へ向けた情報発信ができると考えている。

③ サイクリングイベントの企画

山梨県内の自然豊かな観光地を巡るサイクリングイベントを企画し、スポーツを楽しむ観光客層の獲得に取り組みたい。またイベント中の食事やお土産には主に山梨県の名産品を使用するなど、県内観光地と地場産業の双方のプロモーションを行う。近年世界中でサイクリングやトレッキングなどのアクティビティの人気が高まっており、この企画を通して家族連れから個人まで幅広い層の観光客を取り込むことができると思う。

5. 結論

1年間の留学を通し、タイの伝統文化や国民性、宗教観について深く理解することができた。またホテルやH. I. S.でのインターンを通してタイ国内での訪日旅行のトレンドやツアープランニングなどについて学び、自身の将来の選択肢を広げることができた。

留学で得た経験を今後の学習に活かし、タイ人をはじめ多くの外国人観光客を満足させることができるような観光事業の企画に取り組み、山梨県の観光産業の発展に少しでも貢献したいと思う。

3 添付書類

詳細について、図・表・写真などの資料も含めてA4縦版5枚以内にまとめて報告してください。

※パソコン・ワープロの使用可（使用する文字は12ポイントとしてください。）