

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 元年 6月 19日

山梨県知事 殿

氏 名 中村優花
留 学 先 インドネシア
留学期間 平成 30年 8月 13日
～令和 元年 6月 18日

1 研究の課題（テーマ）

スポーツツーリズムを通して山梨に貢献できる人材になるために

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. 山梨県の観光とスポーツツーリズム

(1) 日本国内でのインドネシア人観光客の推移と特徴

インドネシアに滞在中、アウトバウンド専門旅行代理店にヒヤリングを行い、近年の訪日インドネシア人の推移や、観光客の特徴について調査した。

まず、2018年度の日本全体のインドネシア人訪日者数は約35万人である。その数は年々、右肩上がりであり2013年度の13万人から2倍以上増加している。また、訪日インドネシア人旅行者の旅行先での消費額は、2018年度、約558億円で4年前の190億円に比べて2倍以上増加している。インドネシアは人口増加が著しく、中階級以上の海外旅行などを積極的にできる層の人口も今後さらに増加していく為、訪日者数・消費額共に今後も増加し続けることが予想される。また、訪日インドネシア人旅行者の都道府県別訪問率は下記の通りであり、山梨県は人口に対する訪日インドネシア人観光客数は全国1位である。

1位：東京都（84.5%）

2位：大阪府（58.9%）

3位：京都府（48.4%）

4位：千葉県（46.7%）

5位：山梨県（11.3%）

出典：観光庁『訪日外国人消費動向調査（平成29年版）』

訪日インドネシア人観光客の間では、2012年頃からゴールデンルートと言われる東京―大阪間を結ぶルートでの観光が人気で、現在は定番のコースになっている。ヒヤリングを行なった旅行代理店の方に教えていただいた具体的なルート例は以下の通りである。

- 成田空港に到着
- 東京ディズニーリゾートに宿泊
- 富士山周辺の散策
- 御殿場プレミアムアウトレットで買い物
- 新幹線で関西へ移動

- 大阪・京都を観光
- 関西国際空港を出発

(2) 現在の山梨県のインドネシア人観光客に対する対応と今後の改善点・対応策

近年、6～7年間はこのルートが人気で、ほとんどのインドネシア人観光客はこのルートでの観光を望んでいる。山梨県を訪れる際の人気の観光地は、本栖湖(富士屋ホテル)、河口湖、西湖いやしの里、忍野八海などである。ここでは、日本らしい富士山をバックにした写真を撮ることができたり、関西の観光地に比べて安価で着物体験ができたりするところを評価されている。インドネシア人は、日本での旅行先の写真をSNSにアップすることを重要視している人が多く、富士山や着物といった、すぐに日本だとわかりやすいものを写真に入れ込む傾向にある。また、桜や雪などのインドネシアでは見ることのできない自然景観を見たいという希望も多い。家族連れで訪日することが主流のため、子供が楽しめるスポットやテーマパークも喜ばれる。その点で、富士五湖を中心とした富士山や桜を間近で写真に収めることができるスポットが多く、富士急ハイランドという国内トップクラスのテーマパークがある山梨県は、他県に比べて訪日インドネシア人の観光に対する嗜好に合っている。

上記で述べたように、現在山梨県を訪れるインドネシア人観光客のほとんどが富士山周辺の観光地を訪れている。インドネシアの旅行代理店でのヒヤリングで、それらの観光地でのインドネシア人観光客に対する対応についての良い点と悪い点があることが分かった。

[良い点]

- ・河口湖周辺のレストランではハラール対応やインドネシア語メニュー対応が進んでいる
- ・礼拝施設がなくても、レストランの個室を礼拝場所として開放する柔軟な考えのレストランがある

[悪い点]

- ・富士山周辺には夜間に観光客が楽しめるコンテンツが少ない為、山梨県に宿泊するスケジュールがあまり多くない
- ・Wi-Fiのスポットが少ない

これまで訪日客の主流はキリスト教徒だったが、近年ムスリムの比率が高まってきているため、ハラールフードや礼拝に対しての柔軟な対応は今後さらに求められる。日本人にとってイスラム教徒の週間や文化には馴染みがないが、ハラールの意味や礼拝時に気をつけることを観光地全体で把握しておくべきである。例えば、ハラールといえば豚肉やアルコール食品を口にしないというイメージだが、それらを口にしないだけでなく、食器や調理器具にも触れてはならない。また、豚肉だけでなく牛肉や鶏肉もイスラム法に基づいた処理のされた肉でないと口にすることができない。ハラール対応レストランと謳う以上はそのような深い理解をしなければいけない。そういった対応のできるレストランや観光施設を増やすことが課題である。また、インドネシア人観光客は、旅行中によるも楽しめるコンテンツを求めている。一泊で

も多く山梨県で旅行者が宿泊することで消費額は増加する。夜に楽しめるコンテンツを充実させることも今後の課題である。

【改善すべきこと】

- ・ハラル対応の充実（宗教や文化を十分に理解した対応）
- ・多言語対応のメニューやマップ、アプリの開発
- ・夜間に楽しめるコンテンツの充実
- ・Wi-Fi スポットの充実

これらは、「ダイナミックやまなし総合計画」のプロジェクト3 地域産業元気創造プロジェクト・外国人観光客の受入環境の整備促進の中の具体的な取り組みの中に掲げられているものも多い。2020年東京五輪までにこれらの改善点を少しでも減らしていくべきである。

(3) 山梨県のスポーツツーリズムの可能性

ここまでは、ヒヤリングやその他の調査に基づいたインバウンド観光の現状について述べてきた。現状、インドネシア人観光客にとって山梨県はゴールデンルートの中の1つの目的地に過ぎない。今後さらに山梨県を訪れるインドネシア人観光客数を増加させるには、山梨県を中心とした別の日本観光のルートをPRしていくべきである。

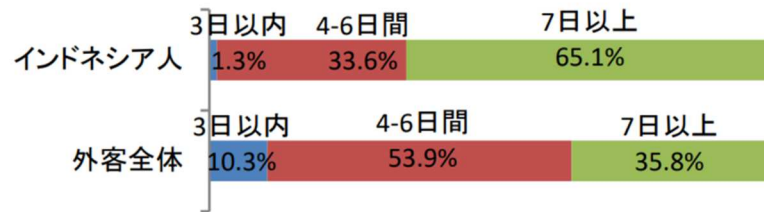
私は、その1つにスポーツツーリズムがあると考える。スポーツツーリズムには大きく分けて2つの種類がある。観戦型の「見るスポーツ」ツーリズムと、参加型の「するスポーツ」ツーリズムである。前者は2020年東京五輪のようなスポーツ大会を観戦し、その後観光地を訪れることを指す。東京から特急列車で1時間半と近い山梨県は、2020年に向けて、インドネシア人だけでなく外国人観光客全体にその近さをアピールすべきである。

そして、後者の「するスポーツ」のツーリズムこそ、山梨県の観光資源を有効活用できると私は考える。「するスポーツ」ツーリズムの代表例をして挙げられるスポーツはマラソン、ウォーキング、サイクリング、登山、トレッキング、トライアスロン、スキー、スノーボード、ゴルフなどあり、季節限定のスポーツや景観を楽しむものが多い。富士山をはじめ、四方を2000m級の山々に囲まれた山梨県は日本国内でトレッキングやサイクリング、ゴルフ、マラソン、スキーを楽しむのに最適な場所である。実際に富士山の景観が評価され、2020年東京五輪の自転車競技ロードレースのルートにも選ばれている。インドネシア人観光客にとってマンネリ化しつつある富士山周辺の1DAY観光とは違った、山梨県をスポーツで楽しめる観光モデルを実現することでさらに魅力をPRすることができる。

このようなスポーツツーリズムでは一般的な観光より体を動かしたり、1つのコンテンツの所要時間が長くなったりする。それによって日本滞在期間中に山梨県で宿泊する観光客の割合が増加し、観光地周辺での消費も増加することが見込める。特に訪日インドネシア人観光客の滞在日数は外国人観光客全体と比較して1週間以上滞在する割合6割以上と高い。

■滞在日数(観光目的)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成29年版)』)



出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成29年版)』

他国からの観光客に比べて滞在期間が長く、富士山に関心はあるが観光ルートとしてマンネリ化しているインドネシアの訪日観光には山梨県のスポーツツーリズムをPRしていくべきである。インドネシア人観光客に対しては、これまでの主要観光地からの富士山の景観とは違った自然の美しさをPRしていくことが有効である。

2. インドネシア滞在中に感じたこと・留学での学び

(1) インドネシア人の特徴

・健康志向の高まり

インドネシアでは近年、中階級層以上の人々の中で健康志向が高まっている。毎週日曜日の午前中はジャカルタのメインロードが歩行者天国となり、多くの人が朝からランニングやウォーキングをしている。また、私がインターンシップをしていた AEON INDONESIA では健康な日本食や、日本や韓国の健康・美容商品の売り上げは年々増加していた。このようなことから、今後のインドネシア人の観光に対する嗜好も運動や健康といったトレンドに移り変わっていくのではないかと予想される。

・富士山の認識

私がインドネシアに滞在して驚いたことの1つに、インドネシア人の富士山に対する印象がある。新倉山浅間公園から見える『忠霊塔×桜×富士山』の写真がほとんどの日本に関する観光ポスターやフライヤー、PR 動画に使われていた。つまりインドネシア人からは、この新倉山浅間公園から見える富士山こそが日本を代表する風景だと広く認識されている。それにも関わらず、この写真の風景が山梨県から撮影したものだと知る人は1年間の滞在中誰もいなかった。ましてや、実際に見ることのできる風景ではなく、合成写真だと思っている人がほとんどである。私がこれは山梨県という場所で、東京から2時間以内でいくことができることを伝えると、ほとんどの人が日本旅行の際には是非行ってみたいと口にする。山梨県はインドネシア国民からどのような印象を持たれているのか十分に調査し、有効的なPR方法を考えるべきであると感じた。富士山=山梨県というイメージをインドネシア国内で浸透させることができれば、さらに観光客数は増加するだろう。

(2) 山梨県のPR

・インフルエンサー

私はインドネシア大学の社会学政治学部で PR を専攻していた。また、インターンシップではマーケティング部に所属し、海外における日本製品の販売促進について学んだ。その経験の中で、インドネシアでのインフルエンサーの重要性に気づいた。SNS の影響は日本よりも絶大で、旅行のグループチャットやインドネシア・セレブインフルエンサーのインスタグラムの影響で日本に来たいと思う人が増えている。CM やポスターよりも、リアリティーのある有名インフルエンサーの口コミに影響されやすい国民性であるということである。山梨県を PR する際も、どんな方法で PR することが有効なのかよく検討するべきである。

3. 今後の目標・まとめ

ヒヤリングやインターンシップを通して、現在も山梨県には多くのインドネシア人観光客が訪れていることが分かった。富士山周辺の定番のコースとは少し違った新たなトレンドとしてのスポーツツーリズムを有効な方法で PR することで山梨県の観光業はさらに発展すると私は考える。現状の観光地にも良い点と改善すべき点があり、キリスト教との旅行者からムスリム旅行者が増加していることから、イスラム教への理解と柔軟な対応について早急に対策をとることが必要である、そういった中で、私のようなインドネシアに滞在経験があり、イスラム教について理解のある人材が活躍する場を作り出していかなければいけないと感じる。

3 添付書類

詳細について、図・表・写真などの資料も含めて A 4 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。）