

静鉄観光サービス株式会社ヒアリング調査報告

著者	石橋 太郎, 野方 宏, 大脇 史恵, 朴 根好
雑誌名	静岡大学経済研究センター研究叢書
巻	6
ページ	25-29
発行年	2008-03
出版者	静岡大学経済研究センター
URL	http://doi.org/10.14945/00009142

静鉄観光サービス株式会社ヒアリング調査報告¹

石橋 太郎
野方 宏
大脇 史恵
朴 根好

1. はじめに

静岡大学人文学部経済学科の教員を中心とした観光研究プロジェクトチームは、平成19年9月26日に静鉄観光サービス株式会社へのヒアリング調査を実施した²。今回は、静岡県における外国人観光客の誘致活動、とりわけ観光業者による中国人観光客を中心とした誘致状況および課題について調査することを目的とした。

以下は、ヒアリングの記録をまとめたものである。

2. 静鉄観光サービス株式会社におけるヒアリング³

日時 平成19年9月26日

対応者

静鉄観光サービス株式会社 営業本部副本部長 石澤孝雄氏

静鉄観光サービス株式会社 訪日旅行センター長 浅賀克彦氏

¹ 今回のヒアリング調査を含めた2007年度の観光研究プロジェクトに対し、静岡大学人文学部および静岡大学人文学部経済学科から研究資金の助成を受けた。

² 今回のヒアリング調査に参加したのは、野方宏、朴根好、大脇史恵の3名である。

³ 今回のヒアリング調査にご協力いただいた、静鉄観光サービス株式会社営業本部副本部長石澤孝雄氏、静鉄観光サービス株式会社訪日旅行センター長浅賀克彦氏、および静鉄観光サービス株式会社代表取締役社長川井敏行氏に、お礼申し上げます。

(1) 中国人観光客の現状

外国人観光客を意識し始めたのはビジット・ジャパン・キャンペーン (VJC) が契機であり、2002 年から準備を進めた。特に、中国を中心としたアウトバウンドを 30 年近く手がけており、2005 年から中国をメインターゲットとして本格的な事業の立ち上げを行った。中国人観光客の受け入れ体制としては、営業部隊として訪日旅行センターという課を設け、中国人 2 名および日本人 3 名をそのスタッフとしている。直中国の現地旅行会社と直接に連絡を取り、先方の日程に合わせて旅行行程を設定するという方法で訪日旅行のコーディネートを行っている。

現在手がけている訪日旅行では、商用ビザあるいは公用ビザでの来日が多い。7 割以上は観光以外のビザによる訪日となっているが、実質的には観光目的で来日するケースが殆どとのことである。中国人観光客の男女比は男性 6 に対し女性 4 という割合である。また、企業の視察で来日するという視察団の取り扱いが中心で、視察団の規模は 15～20 人前後のグループが多い。

中国人観光客の受け入れについては、「中華人民共和国訪日団体観光旅行受入指定旅行社」という免許が必要なため、静岡県内では遠鉄と静鉄の 2 社だけが手がけている。同社が取り扱う中国人観光客は右肩上がりが増加しており、過去 3 年で 1,000 人を超えており、2007 年度上半期で既に昨年度の人数を受けて入れている。しかしながら現状では、収益についてはまだ事業ベースにはのっていないとのことである。

飛行機については先方の中国のエージェントが手配している。また、来日後に行方不明になる旅行者（就労を目的に来日した旅行者）が出ると、その責任は国内の旅行会社が取ることになっており、何らかのペナルティーが課される。そのため、安心のおけるエージェントの仕事だけを受けているとのことであった。

(2) セールス方法およびその特徴

中国人観光客の受け入れを始めた当初は、現地の旅行社をこまめにまわったとのことである。まずは人脈が重要であり、そのためには中国人社会とのつながりが必要であると考えたためである。具体的には、専属の中国人スタッフがいることをいることを重要なセールス・ポイントとして売り込みをした。また、国内での商談会などでの

名刺交換を通じて、中国語がわかる添乗員や中国語の通訳がスタッフとして活動していることも積極的にPRしてきている。なお、中国人スタッフはオペレーション業務も担当しているとのことであった。

現状では、採算の問題もあり繁忙期には現有スタッフとアルバイト(外部スタッフ)で対応しているが、将来的には、人材育成の観点からもまた就労ビザの取得の容易さからも中国人留学生を中国人スタッフとして活用したいとのことであった。

(3) 中国人観光客の特徴

(1)で述べたように、中国人観光客の中心となる業務は視察団の受け入れであるが、視察目的のおよそ4割は産業観光であり、産業観光のための視察団は増加傾向にある。視察団のメンバーには政府関係者が多い。視察先は静岡県に依頼しており、以前は金型工場の見学が多かったが、最近では日本側が見せなくなっているとのことであった。

視察団の訪日滞在予定は6~7日程度であることが多い。訪日費用として1日1万~1万2千円程度を予定しており、1週間程度の滞在で11~12万円の予算(客単価)で請け負っているとのことである。上海の客は訪日旅行に関する情報が豊富なためビジネスが難しいが、その点北京や四川などの方が価格面でビジネスがし易い客とのことであった。

また、昨年から教育旅行(修学旅行)のコーディネートも行っている⁴。海外旅行に子弟を出すことのできる裕福な中国人家庭の子女が対象であるため、客単価は通常の旅行客と変わらず、ビジネスとして魅力的とのことであった。

(4) 旅行商品について

旅行商品としては、安く買ったたかれることの多いパッケージ・ツアーは行わずに、先方の希望をアレンジしたものを提供している。静岡県での滞在においては、温泉体験および富士山をメインにした商品構成のものを中心にしている。温泉については価

⁴ 寧波の高校と静岡市立高等学校との間の交流会。教育長経由で受け入れを依頼されたが、双

格とインバウンドに積極的な宿という観点から宿泊先を絞っており、現在では 4~5 軒を宿泊先候補としている。また、中国人には箱根も伊豆も同じ場所と認識されているようなので、伊東温泉での宿泊を勧めてきており、特に、伊東温泉の A という宿泊先が、団体で利用する場合は料金的にも使いやすく、中国人観光客の評判もよいとのことであった。

中国人旅行者は「温泉体験」、すなわち「温泉、和室（畳）、浴衣、畳での食事（宴会）」を体験することを楽しみにしているとのことであり、また、移動に使用する新幹線については、親切、清潔、スケジュール通りに動く、という点において近代的なイメージを抱くようで、自分たちが抱いていた日本のイメージや日本についての情報とは違うと感じ、驚いているとのことであった。

食べ物については、和食はそれほど彼らの口に合っていないため、うどんのような温かいものやしゃぶしゃぶ、鍋物などを出す工夫をされており、また寿司は高級なイメージを持たれているとのことであった。バイキング形式の食事は中国人旅行者に好まれるし、受け入れ側の旅館やホテルにとっても手間がかからず易いのではないかとのことであった。

（5）静岡空港の開港について

旅行者には追い風となるかもしれないが、以下に述べるように旅行会社にはあまりメリットは感じられないとのことであった。ただし、民間レベルの交流（例えば、ゴルフなど）が盛んになれば、リピーターを始めとして新たな役割が出てくるのではないかとの感想が述べられた。

中国人旅行者の現在の行程パターンでは、東京と大阪の間に位置する静岡空港を利用した日程は組みにくいだが、新しい商品を組むことのできる可能性はあるかもしれないとのことであった。例えば、韓国からの 7~8 日の短期ステイ、温泉や（冬の）ゴルフなどで 3 泊ずつというケースを想定すると、静岡空港を入口として北海道へ、東京戻りで出国という行程やチャーター便を利用したビジネスなどが一例としてあげられた。

方に評判がよかったとのことである。

静岡空港の開港に際し行政に望むことは、旅行会社に対する金銭的なインセンティブをつけて欲しいということであった。静岡空港から入る／出るときにどのような金銭的なインセンティブ（補助金）があるのか、着陸料についての行政のバックアップが期待できるのかどうかなど、空港の直接利用者に何らかの還元があるところには、旅行エージェントは喜んで客を連れてくるものである、との意見をいただいた。

（6）今後の行政の課題について

中国や韓国などの現地において、現地の実情を考慮した静岡県の観光PRをもっと積極的に展開すべきではないか、との行政に対する要望が、後に述べられた⁵。「静岡」の知名度を上げ、静岡というブランドを確立する必要があるが、現在のPRの仕方は多様すぎてまとまりに欠けている。むしろ静岡の具体的「売り」は何なのかを明確に絞り込み、それを積極的に訴えることが不可欠である。例えば、「富士山は静岡県にあります」、「冬でもゴルフが出来ます」などである。

⁵ 例えば、韓国では日本と異なりインバウンドとアウトバウンドが別個の会社によって行われているとのことである。