

## 観光基礎講座

# 特別ワークショップ 1

### 講師

一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー プロモーション事業部長

ブラッド・トウル 氏



カナダ・マニトバ大学でスポーツサイエンスを学び、カナダ国内でスキーインストラクター、プロのハイキングガイドとして働く。日本では「愛・地球博カナダ館」でホスティングスタッフ、北海道のスキーリゾートでもインストラクターを経験。1999年（平成11年）から日本宮町にてALT（Assistant Language Teacher）として3年勤務した縁で、2006年（平成18年）、田辺市熊野ツーリズムビューロー発足と同時に同国際観光推進員に就任。熊野の魅力の世界に知らせたいという強い思いで活動。「誰よりも熊野古道を歩いている、詳しい!」「ブラッドさんがいたから自分もできた!」と地元で絶大な信頼を得ている。

ブラッド・トウル氏より、外国のお客様を受け入れる際に理解しておきたい文化の違いやコミュニケーションの方法を、異文化の疑似体験を通して、またブラッド氏自身の日本での体験、田辺市での事例を分かりやすく紹介いただきながら、ワークショップ形式で学ぶ。

## 「ツール」を使ってシンプルに伝える

**【ブラッド】** ブラッドと申します。カナダ出身で、日本に住んで13年目になりました。今日は、僕がずっと話すのではなく、今日と明日、グループワークをしたり、みんなと話し合っ一緒に進めていきたいと思ひます。

僕は和歌山県田辺市の一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューローで働いて8年になります。小さな町ですが、小さいプロジェクトをいっぱいやりました。小さな田舎の町のモデルケースになっていて、最近日本全国から話をする依頼があったり、他の地域から見にきたりしてくれてありがたいです。うちがやっていることは、他の町で全く同じにはできません。町や人が違ひ、それぞれの客層も違ひからです。でも、基本的なベースは似ているかもしれません。

僕の仕事は海外のお客さんを増やすことで、今日はこのことをテーマにお話したいと思ひます。でも、日本人に共通する課題とか、ニーズがあるかもしれない。今回は海外のお客さんの目線です話すけど、ほかの形にも役立つかもしれません。

では皆さん、一言ずつ自己紹介してください。なぜこのワークショップに参加したのか、自分の目的を教えてください。

26人の参加者から自己紹介が行われました。北海道から沖縄まで、行政、観光協会、民間企業、大学など地域も職種もさまざま。観光担当の行政職員からは「日帰りが増え、宿泊客が減っている。滞在時間を延ばして宿泊客を増やしたい」というコメントが多く聞かれました。

このほか「市職員でまち歩きを担当しているが、地元の人になかなか参加しないという課題がある。地元の人にやる気になってもらひ、協働していく手法のヒントをもらひたい」「外国人観光客の受け入れボランティアグループを運営しているが、ボランティアでできることの限界がある。一歩先の事例として参考にしたい」といったコメントもありました。

自己紹介が終わると、ブラッドさんは「一つゲームをしましょう」と言って、トランプを各グループに配り始めました。ジェスチャーやアイコ



ンタクト以外、一切話すのも書くのもダメというのがルール。

コミュニケーションの方法を限定したこのゲームの目的は、異文化を疑似体験すること。参加者からは、「言葉の通じない外国人の立場が分かった」などの感想が多く、言葉を使わず意思を伝える難しさを実感した方が多かったようです。

参加者の感想を聞いてブラッドさんは……。

**【ブラッド】** 日本人は優しいよね。人に合わせる力があるけど、たまに合わせ過ぎ。田辺市に外国人はほとんど来ていなかった頃、みんな「フォークもナイフも持ってないし、ベッドもないし」と言っていた。僕は「持ってなくてもいいよ。うちのルールはこうだと教えれば」と言いました。

どこまで合わせる、何に合わせるかというのはインバウンドでは大きな問題だと思う。いろんな文化があるから、全部に合わせるのは大変。ドイツに合わせるのか、イタリアに合わせるのか、台湾に合わせるか……。相手に違いを分かってもらい、自分の店、旅館、地域のルールをシンプルに伝えることが大事。

例えばラテン系は時間にルーズとよく言われますね。旅館の夕食が6時半なのに、全然食堂に来なくて、7時半にやっと出てきたけどごめんなさいも言わない。「このお客さん、失礼やなー」ということになるけど、スペインでは夕食は9時か10時頃に始まるのが普通で、きっちり時間も決まっていない。それは相手の文化なんです。

だから、「うちではこうです」と書いたものを渡して伝えればいい。とはいえ、15ページもあっていっぱい書いてたら誰も使わないから、自分の文化をシンプルに紹介するツールが必要。お互いに見て理解できるツールがあれば、言葉がしゃべれなくても、スムーズに観光客と受け入れ側がコミュニケーションできる。だから分かりやすく、すぐ理解できて役立つものがいいね。

もちろん同じ国から来てもリアクションは違うし、それぞれ個人でも違います。どんな場合も笑顔は大

事だね。相手に安心感を与える。言葉が通じない場合、ジェスチャーやボディランゲージもやっぱり大事です。

## 理由とともに、日本の習慣を伝えることが大切

**【ブラッド】** では、皆さんが外国人のお客さんを受け入れるとき、こんな体験があったとか、こういう悩みがあるということをお教えください。

**【会場1】** うちの北海道で旅館を運営しています。北海道ではほぼ、インバウンド＝アジア人で、見た目は日本人と区別がつかないことが多いんですが、一番の問題は旅館のスタッフや町の人が外国の人に対して一歩引いてしまうことです。「あ、何か困っているな」と思っても、言葉ができないから引いてしまう。日本の人と同じようにウエルカムできないというのがフラストレーションです。

うちの旅館は台湾のお客さんが外国人の半分以上を占めていますが、食文化の違いから、冷めたものを召し上がらないんですね。出来たてのものを食べるのは中国文化ですごく重要なのは知っていますが、やはり旅館だとなかなかそれができなくて。冷めた天ぷらを出したりすると、日本のお客さん以上に不満が出てきたりします。

**【会場2】** うちの町にもたくさん外国人のお客さんに来ていただいています。旅館やペンションの中には「外国人お断り」という区別をすることがあります。外国人がたくさん来ていることを嫌がる日本人の方がいて、日本人のお客さんが離れていくといった問題も若干あります。

**【会場3】** うちの町の美術館は海外の方にも来ていただいています。写真撮影がOKの場所と不可の場所があります。そのことが書いてあるんですが、海外の方は撮影不可の場所でも関係なくパシャパシャ撮られるので、周囲の方からは「ルールが守れない」というイメージを持たれているかなと。

**【ブラッド】** 僕自身ダメと言われても、理由が分からなければ守れない。これは多分西洋的な考え方だ

けど、なぜここでは写真を撮ったらダメかという理由の説明が必要。フラッシュが絵に影響あるとかね。理由が分かれば、なるほどと言って遠慮すると思う。

日本は結構ルールが多いし、みんな守るね。切符を買ったりするとき、何も書いてなくてもちゃんと並ぶ。僕は日本に来て13年になるけど、最初はだいぶ苦労した。自分はルールが苦手だと悟ったのは、「愛・地球博」のカナダ館で働いていたときです。道に大きなフェンスがあって車が通れなくなっていたけど、信号はまだ残っていて警備の人もいた。信号は赤だったけど、車は通れないから関係ないし大丈夫だと思って僕が渡ったら、警備の人に「止まって!」と言われました。

僕は「意味ないやん」と思いました。そこで分かったのは、僕はルールの意味が分からないと守れないということです。だから、ただダメというのではなく、ルールを説明するツールを見せて、ここではなぜ撮影してはダメかを説明するのいいと思います。

「外国人に対して引いてしまう」という話がありましたね。例えば、学校で子供に外国人に挨拶しましょうと教えるといいかもしれないと思います。挨拶は外国語ではなく、日本語でいい。子供が「こんにちは」と挨拶すれば、大人もやるようになるかもしれないから。おもてなしのプロジェクトは大人じゃなくて、小学生や中学生、高校生から始めると、町が優しくなるかもしれない。うちの町でもまだやっていないけど、そうしたらいいとずっと思っていました。

**【会場4】** うちの宿泊施設をやっていますが、海外の方が来られたとき一番困るのは、ベジタリアンの方で、前もって分かっていたらどんな対応もします。でも、何も聞いてなくて着いてから肉が全く食べられないとなると、一から料理を作り直しになるので、事前の情報がどれだけ入るかで対応が変わってくると思います。

コミュニケーションについては、例えば「努力しませんが多分無理だと思います」と言うと、日本人は「無理だよな」と諦めますが、外国の方は白黒はっきりさせないと、自分にとって都合の良いふうにとります。「じゃあ手配してくれたんですね」ととられるので、伝

え方は気をつけています。

**【ブラッド】** ベジタリアンは海外の人に結構多いですね。いろんな種類のベジタリアンがあって、受け入れる方もすごく苦労してますね。肉は食べないけど魚は食べるとか。牛と魚は食べないけどエビは食べるとか。

うちの町の予約システムでは、お客さんとやりとりして詳しく聞きます。タイプA、B、Cと基本的な種類を作って聞き取りしてます。Aタイプは肉も魚もダメ、Bタイプは肉はダメ、魚はOK、とかね。一番難しいのは出汁です。ベジタリアンは動物性のものはダメだけど、和食にはカツオ出汁を使いますね。

だから食べ物とは別に、出汁についてもいくつかのタイプを作ってます。タイプAは肉も出汁もダメ、タイプBは肉はダメだけどカツオ出汁はOKとか、それをウェブに載せて「あなたはどのタイプですか?」と聞き取りします。宿に対しても、どのタイプに対応できるか聞きます。お客さんのニーズと宿ができることを聞き取り、宿に事前に知らせるようにしています。

だから、苦労はよく分かります。でもベジタリアンはだんだん増えると思う。欧米では肥満とかいろいろ健康の問題があって、肉が悪者になっているから。アジアでも、イスラム教徒は別の理由で豚肉を食べないから、旅館にとってはベジタリアンなど食事の対応は大きな問題だと思います。

逆に、自分が海外に行って、ショックを受けたことはありますか?

**【会場5】** 中国では順番待ちで並んでいても、どんどん割り込まれるから、いつまでも自分の番が来ない(笑)。なぜか割り込んだ人が割り込まれると喧嘩していました。それをすり抜けて先に行かないといけない。あとはトイレです。日本では紙を流しますが、中国で紙を流したら、詰まらせて逆流させてしまいました。

**【ブラッド】** トイレを詰ませたのはわざとではなく、普通に自分の習慣通りにやったら迷惑を掛けてしまったということですね。日本に来た海外のお客さんもそういうことがあります。

民宿のお風呂に入った後、栓を抜いて全部お湯



を流してしまった。宿の女将さんは、失礼なお客だと怒りました。でも、その人はわざとそうしたわけじゃない。そうするのが自分の習慣だから。僕はそのことを女将さんに説明して、お風呂の使い方を説明したツールを作り、必ずそれを海外のお客さんに見せるようにしたら、何の問題もなくなりました。

こういうふうに「このお客さん失礼」と思うこともあるけど、多分わざとではないんです。自分が海外に行ったときの逆パターンを考えたらいいと思います。

## コミュニケーションの方法は多様

**【ブラッド】** さっきのトランプゲームではコミュニケーションと文化の違いを体験してもらいました。コミュニケーションの方法の一つは話すことですね。あとはどんなものがあると思いますか？

**【会場6】** ジェスチャー。

**【会場7】** 書くこと。

**【会場8】** アイコンタクト。

**【ブラッド】** そうですね。あとは、笑顔とか表情でもコミュニケーションできますね。身体で表すボディランゲージや服装もそうです。例えば、警察の制服はイメージでコミュニケーションを取っています。声の調子もそうです。言葉が通じなくても怒ってると分かりますね。コミュニケーションの方法は、言葉だけではなくいっぱいあります。

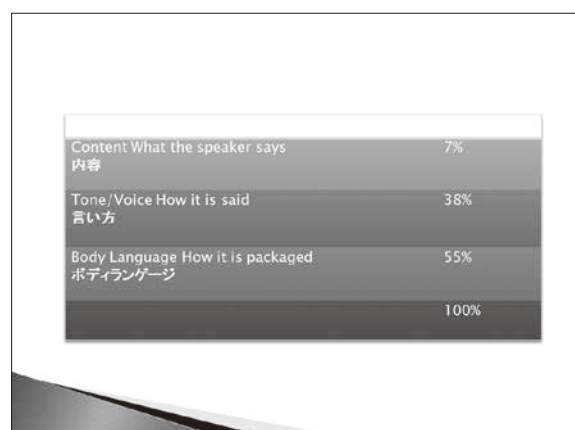
専門家によると、コミュニケーションは大きく3つの種類に分かれます。「話す内容」が伝わるのは伝え

たいこと全体の7%しかないと。半分以上は「ボディランゲージ」、これは服装や相手との距離とか全部含んでますが、55%を占めています。「言い方」で38%が伝わります。

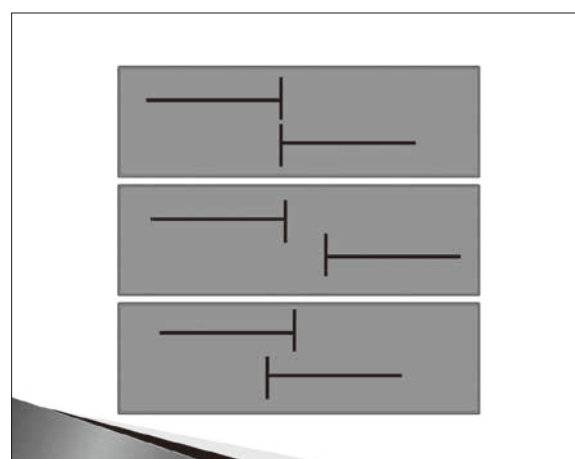
だから、コミュニケーションで難しいのは電話ですね、7%しかないと。僕もいつも電話で苦労してます。顔も服装も表情も見えないし、伝えたいけど伝わらない。

さて、これは何でしょう。話すタイミングです。日本は真ん中のパターンが多いですね。一人が話したら、しばらく間をあけてから相手が話す。これは日本独特だと思います。僕は最初に日本に来た頃、すごく不安でした。何か言うと、2~3秒間が空くから。

カナダは一番上の一人が話したら、すぐ相手が話すパターンです。一番下は相手が話し終わらないうちからもう一人が話す(笑)。中国とかラテン系に多いね。日本人にもいるけど。



- ▶ 表情
- ▶ 態度
- ▶ 服装
- ▶ 相手との距離
- ▶ 体を使った表現
- ▶ 声色(こわいろ)
- ▶ 視線
- ▶ 沈黙
- ▶ Facial Expressions
- ▶ Posture
- ▶ Dress
- ▶ How close you stand
- ▶ Body movement and gestures
- ▶ Voice
- ▶ Eye contact
- ▶ silence



## 相手の文化、考え方を理解して、伝える

【ブラッド】 では、次に文化について。食文化や日本文化など文化って言葉はよく使われていますね。大ざっぱな文化のイメージです。これは何でしょう？

【会場9】 冰山。

【ブラッド】 そうです。一番上が少し見えてるだけで、ほとんど海の下に隠れて見えませんよね。これが文化です。日本の文化って何ですか？ 着物、箸、相撲、能。これらは見えるものですが、でもそれだけじゃない。その下には「考え方」がある。人の関係や宗教的な意味、価値感もある。これらは見えない、分からない。もっと深く見ていくと、その下に「感じる」があります。見えるものだけでなく、その下にいろいろ深いものがあると。

世界には文化の「考え方」に種類がある。白と黒にははっきり分かれるわけではなく、グレーの部分もあるけど、大きくいくつかに分類できるので、これから



Hierarchy valued: Equality valued (縦の階層: 横の平等)	
Power differences inspire trust, ensure order and security. トップダウンが守る平和と安全	Power sharing inspires trust, supports equal rights and opportunities. 権力分散で平等な機会
Power and authority are conferred by social factors: age, gender, family. 家柄主義	Power and authority are earned through merit: expertise, leadership, influence. 実力主義
Motivation: esteem of and reward by authority (boss, parent, teacher). 命令で動く	Motivation: self-realization and attaining one's goals. やりたいからやる(自己実現)
Stability is valued, and assured by a structured hierarchy. 安定	Change is valued, and encouraged by individual autonomy. 変化

その表を見ていきましょう。まず縦の階層と横の平等についてです。

日本の社会はどうでしょうか。大体、縦の階層が強いですね。でも、最近は縦から横にちょっと変わってきた。田辺市の行政とよく仕事をしていますが、年を取ったら上の方に行く。優秀でも若いと部長にはなれないけど、カナダでは若くても優秀だったら、すぐトップになる。カナダは横の平等が強いです。そこは違うね。

でも、カナダだと上に行ってダメだったら、すぐにカットされる。だから不安。日本は、最近ちょっと変わってきたけど安定して上に行くパターンが多い。それは文化の大きな考え方の違いです。

次は、個人主義と集団主義です。世界的に見ると、日本は集団主義が結構強い。カナダは個人主義が強いけど、最近は集団主義の要素も強くなってきている。もともと大草原で開拓者が入った国で、自然が厳しいから協働しないと物事が進まない。だから大草原には協調と連帯精神が残っています。

観光客も、個人主義の人はこれがほしいとか、自分のためという気持ち強い。例えばアメリカ人はそういう気持ち強いし、はっきり怒るけど、解決はしやすいですね。

僕がロッキー山脈でガイドをしていたとき、アメリカ人に間違ったガイドをして怒られたけど、その場で解決してOKもらいました。日本のお客さんは1週間一緒にいて、そのときは大丈夫だと思ったのに2週間後、僕のボスにクレームが来た(笑)。その場で言っ

Individualism: Collectivism (個人主義: 集団主義)	
autonomy and responsibility. 自律と責任	group harmony and solidarity. 協調と連帯
"I"; self-reliance. 自分自身で解決(I)	"we"; mutual support and loyalty. 相互扶助と忠誠(We)

### Formality valued: Informality valued (形式主義:自由主義)

Rituals around courtesy, dress and rank indicate respect and honour hierarchy. ドレス	Informality around courtesy, dress and rank create closeness and spontaneity. ジーパン
---	---

てくれたら解決するけど、言ってくれない。これも一つの文化かもしれない。だから、もし海外のお客さんが怒っても、その場で解決すればいいと思う。

もう一つは形式主義、自由主義です。日本は形式主義が強いかな。偉い人は床の間の近くに座るとかね。

田辺市本宮町の熊野古道が世界遺産に登録されたとき、登録前に視察や会議で世界中のいろんな人が来ました。会議のとき、日本の役場の人はこっち側、反対側に海外の研究者やジャーナリストが座ったんだけど、日本側はみんなそろって黒いスーツで、海外の方はみんなジーパンとかシャツ。どちらも偉い人なのに、服装が全然違って面白かった。

規則を重視するのか、関係を重視するのか。ルールはルールだからちゃんと守らないと、というのが一つの考え方。日本ではこっちの方が強いかな。もう一つはルールはあるけど、その場その場に応じて考えると。

### Rules prevail :Relationships prevail (規則重視:関係重視)

Contracts and laws ensure trust. 契約関係	A harmonious relationship ensures trust. 信用関係
To be fair, rules must be applied equally to all. 厳格	To be fair, rules should be applied flexibly, depending upon relationships. 柔軟

物事を遠回しに言うか、ストレートに言うか。例えば「明日はちょっと難しいかもしれない」と言われたとします。日本人だったらはっきりNOとは言っていないけど、無理だということが分かる。

僕が初めて日本に来た頃、夏だったのでビールが飲みたくなりました。日本人の友達に「ビール飲む?」と聞くと、「今日はちょっと……」と言われた。僕は辞書を見た。今日はtoday、ちょっとはlittle。「ちょっとビール飲みたい」のか?あるいは「少し後で飲みたい」のか?何を言いたいのか全然分からなかった(笑)。

日本の「はい」はyesではない。これも何回もだまされた(笑)。特に「はいはいはい」と3回言ったら絶対違う。でも、海外の人はこういう曖昧な表現を使うと通じないかもしれない。

もう一つは時間に対する考え方。ちゃんと時間を守るかどうか。日本は結構時間を守る。ただ、沖縄はもうちょっとゆったりしているかな。お客さんを迎

### Implicit: Explicit (暗黙:明白)

Most meaning carried by unspoken context. 遠回し "Yes" may mean "perhaps", "no" would lead to loss of face. 「はい」が「はい」でないときも...	Most meaning carried in spoken context. ストレート "Yes" means "yes", "no" means "no". 「はい」は「はい」「いいえ」ではない
--	---

### Linear: Cyclical (直線的:周期的)

"Time is money", it can be spent, saved, wasted. 時は金なり Time must be planned. Punctuality indicates respect and efficiency. 時間厳守	Time has no value; it is endless; there will always be more of it. 時間に値なし Time cannot be planned; the future is uncertain. Punctuality is relative; people come first. 予定は未定
--	---

えるときは、相手にとっての時間の価値も理解する  
 と思う。

こういうふうにいるいろいろ考え方の違いがあって、目  
 に見える文化、見えない文化があります。全部を相  
 手に合わせるのではなく、相手の人は文化が違う、  
 考え方が違うということを理解して、こちらの考え方  
 を説明すると思います。

## 自分の地域を知るグループワーク

【ブラッド】 ではこれから6つの班に分かれてグルー  
 プワークをします。いつもは同じ町の人たちが集まっ  
 て自分の町について考えますが、今回はいろんな地  
 域から集まってきています。同じテーブルのメンバー  
 の中で相談してみてください。代表する一つの町を  
 決め、そこがどんな場所か、どんな人がきているの  
 かを紙に書いてください。順番に発表してもらいます。

(30分ほどのグループワークの作業を経て、以下の  
 発表が行われました)

【ブラッド】 1グループずつ簡単に発表してもらえま  
 すか。

■グループ1：大分県 温泉が豊富。一番多く  
 来るのは家族連れ。次に多いのは中国・韓  
 国からの団体客。日本人は福岡からが多い。

■グループ2：宮崎県 晴天率が高く、日本の  
 神話の始まりの地。来訪者の8割が九州でそ  
 の半分が鹿児島から。関西より関東からが多  
 い。韓国人に冬のゴルフが人気。

■グループ3：京都府宇治市 世界遺産の平等  
 院を目的に訪れる観光客が8割以上。老若  
 男女満遍なく来ていて、台湾の人も来ている。

■グループ4：青森県十和田市 奥入瀬渓流や  
 十和田湖、最近ではB級グルメが有名。高齢者  
 や北海道からの修学旅行。「苔ガール」と呼  
 ばれる苔の愛好家も増えている。

■グループ5：徳島県 祭りやお遍路、最近

アウトドアも人気。アウトドア目的の若い層や  
 修学旅行が多い。お遍路さん目的は高齢者  
 や外国人が多く、香港、台湾の人が増えてい  
 る。

■グループ6：長野県長野市 善光寺が有名。  
 善光寺参りを目的とした50代以上が多い。

【ブラッド】 このワークショップで言いたいのは、まず  
 自分の商品である自分の町について分からないとい  
 けないということです。どんな場所で、実際に来てい  
 る人がどんな人か分かったら、次は誰に来てほしい  
 かを考える。つまりターゲットですね。これは一番大  
 事で、明日考えてもらいます。

今来ている人の中からターゲットを絞るのもいい。  
 例えば韓国からゴルフに来ている人とか。日帰りが  
 多いから泊まってほしいなら、どんな人なら泊まっ  
 てくれるかを自分の町とマッチングする。こういう人は  
 こういう町が好きだから、ここにターゲットを絞ろうと。

ターゲットがないと、情報発信も受け入れ態勢も  
 薄くなって、役に立たないし無駄になる。パンフレッ  
 ト作って配っても、ターゲットがないと内容が薄くな  
 る。みんなで一緒に考えて、町を理解して、誰に来て  
 ほしいかを考える。これがワークショップの目的です。

上から「こういうターゲットだからやれ」と言われ  
 ても、心から動けない。でも、みんなで話して、アイ  
 デアを出し合って考えると、自分のものになる。そう  
 すると動きやすい。みんなが責任を持って持続的に  
 つなげていける。だから、みんなで一緒にターゲット  
 を決めていくのは最初の大事なステップです。

では、明日に向けて宿題を一つ出します。今晚、  
 自分がターゲットとする外国人の目線で、東京を見  
 てください。いつもは「外国人の目線で自分の町を  
 見て回りましょう」と言っていますが、今回はみんな  
 いろいろなところから来ているので、東京の駅やレ  
 ストランを自分が外国人になったつもりで見てくださ  
 い。日本語が分からないとしたら、どう見えるのか。  
 どんなものがいいか、ちょっと目線を変えて過ぎて  
 みてください。



## 観光基礎講座

# 特別ワークショップ 2

### 講師

一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー プロモーション事業部長

ブラッド・トウル 氏



特別ワークショップ2では、「どんな人に来てほしくて、そのためにはどんな情報が必要か」をテーマにグループワーク。ブラッド・トウル氏からは、田辺市熊野ツーリズムビューローの取り組みを例に、インバウンド誘客のための具体的なヒントと、地域主体の観光を推進するための心構えを学ぶ。

## 目線を変えると見えてくる

【ブラッド】 おはようございます。昨晩は外国人になって過ごしてみて、東京の街はどうでしたか？

【小林】 地下鉄の大手町駅を毎日使ってるんですが、漢字しか書いてなかったですね。ローマ字もあるのが当たり前と思っていたんですが、「何々線」とか「ここに行く」というのは書いてあるけど、自分はどこにいるのか肝心なことが書いてなくて、「you are here」としか書いてないんですね。地図を見ると大手町駅は東京駅と重なっているの、外国人が見たら分からないだろうと。いつも使っている駅だけど、外国人の目になったら、初めてこういうことに気づいてびっくりしました。

【会場1】 普段、田舎に住んでいるので、東京に来ると、日本人のままで十分外国人の気分になるんです(笑)。宿を探すのも大変で、スマートフォンでホテルまでの行き方をずっと見ながら歩くので、スマートフォンの重要さを感じます。ですが、東京はビルに何丁目と書いてあって、その下に英語表記があったり、比較的親切だと思います。

【会場2】 私はカナダを1カ月半ほど旅行したことがあり、トロントでレンタカーを借りてケベックに行きました。カナダは英語とフランス語、2つの言語が使われているので、トロントでは英語とフランス語で表記されていたのですが、フランス語圏のケベック州に入った途端英語表記がなくなって、フランス語表記になりました。フランス語が全く分からないので、戸惑った記憶があります。これはケベックのこだわりなのでしょうか。

【ブラッド】 イギリスとフランスの戦争の影響がまだ残っていますね。今、ケベック州は独立の動きが出ていて、自分の文化を守りたいといろんな法律を作りました。自分たちの言葉を守るため、行き過ぎて英語表記がなくなった場所も多いです。それは市民の思いというより政治的な動きが多いので、ちょっと複雑です。

ケベック州は言葉だけでなく、運転規則も独特で

す。ほかのカナダの州では赤信号でも右折はできるけど、ケベック州は右折もダメ。罰金を取られます。

車で走っていて突然英語の表記がなくなったら不安ですよ。でも、似たようなことは日本にもあります。道を走っていて、観光に力を入れている町は看板にちゃんと英語の表記を入れているけど、隣の町に入ったらなくなったり。熊野古道でも同じようなことがあった。同じ道なのに町が変わったら突然看板がなくなったり、形が変わったり。三重県と和歌山県の看板は違うし。でも、政治や行政の境界は、お客さんにとって関係ない。自分の町だけを守るのはお客さんに不親切。これは一つの課題だと思います。

皆さん、自分の町に帰ってからも、看板に英語が入っているか、レストランのメニューは英語が入っているか、外国人の目線でいろいろ見てみるといいと思います。

和歌山県で「和歌山県世界遺産センター」という施設を造りました。県からの委託で大きな会社がこのプロジェクトを受けました。僕は中に展示するパネルの英語のチェックを依頼されたけど、うちの町の施設ではないので、現場でのチェックはやらせてくれませんでした。完成したと新聞に載っていたから見に行ったけど、どこにあるのか分からない。それは、外にある看板に「世界遺産センター」と日本語でしか書いてなかったから。中に入るとパネルには英語が書いてあったけど、外にはなくて、もったいないと思いました。こういうことも気をつけないといけないですね。

## 必要な情報は、アクセス、宿泊、レストラン……順番に考える

【ブラッド】 では昨日のグループワークの続きをします。昨日は「どんな場所か」「どういう人が来ているか」を書いてもらったので、次は、「どんな人に来てほしくて、それにはどんな情報提供が必要か」、それを今日はみんなに考えてもらいたいと思います。外国人の目線も入れて、この町についてどういう情報が必要かを考えてみてください。

(グループワーク終了)

【ブラッド】では、時間が限られているので、2つのグループに発表してもらいます。

#### 京都府宇治市

- 来てほしい人：欧米人、東アジアの人、日本人シニア層
- 必要な情報：交通アクセス(距離や所要時間)
- 表記を誰でも分かりやすい絵やマークで行うといいのでは
- トイレの場所(和式は外国人に使いにくいので和式と洋式の区別も)
- 歴史的建造物の案内や、これは歴史的建造物であるという外国語表記
- 宿の情報、お風呂の入り方、ベジタリアンへの料理情報
- クレジットカードが使える場所、両替所、外国人向けの着地型情報
- Wi-Fiが使える場所の情報

#### 青森県十和田市

- 来てほしい人：外国人
- 必要な情報：多言語の時刻表、レンタカー情報
- レンタカーには多言語のナビを搭載する
- 温泉の詳しい情報、旅館内では食事時間や入浴などのルール情報
- 多言語の町なかの飲み屋マップやご当地グルメの紹介、両替場所
- 世界共通のピクトグラムを活用

【ブラッド】ありがとうございました。考えるといっぱい出てくるけど、自分が旅に出ると考えると分かりやすいと思います。まず、どこに行きたいかを決める。飛行機のチケットを探す。ホテルを探す。値段やどんな種類、どう予約するかという情報が必要。空港からホテルまでどうやって行くのか。シャトルバスがあれば、どこから乗れるのか。ホテルに着いたら、どうやって観光地まで行くのか。順番に考えていくといいですね。



海外のお客さんにとって、日本の観光地は行く前に必要な情報が、まだそろっていないと思います。日本人は観光協会や県のウェブサイトなどを見て、そこから宿のウェブサイトに入り、観光施設などの情報もいっぱい取れる。でも外国人の場合、航空券は英語の予約サイトがあるけど、空港のウェブサイトは日本語しかなかったり。抜けている場所が多いと、行きにくくなります。

このターゲットのお客さんに来てほしいと思ったら、その人がどうやってここまで来るのかを整理して考えた方がいいです。例えば、現地に着いてから時刻表は分かるか、バス停に英語の案内が書いてあるか。少しずつ考えてブレイクダウンして、考えていく作業が必要。

でも、いっぱい情報があるから、考え出すと切りがないですね。大きなまとまりで考えていくといいです。一つがまずアクセスです。その中に時刻表、乗り方なども入ります。もう一つが宿泊施設。どんな種類があるか。値段は？次に大事なのが食べること。どんなレストランがあるのか。どんな料理があるのか。そして、こういう博物館や体験プログラムがあるというアクティビティや観光情報。こういうふうに大きく分けると分かりやすい。

あとは、災害時の避難情報も必要ですね。台風や津波が来たらどう逃げるか。こういう情報は日本語でしか書いてないので、田辺市ではその部分を宿泊施設と一緒に整理中です。

## 情報発信ツールは、地元、お客さんの両方に使いやすいものに

【ブラッド】では、もう一つ考えてほしいことがあります。いっぱい情報があるけど、こういう情報はどこにあるべきか。どういうところにあったらいいか。考えてみてください。

(グループワーク終了)

【ブラッド】ではさっきとは別のグループに発表しても

らいます。

### 大分県

- 情報をネットで見られること。
- バス停などに行き先の方向を示すものがあるといい。
- 観光地の情報はホテルのフロントに聞くことも多いので、各部屋に置くといいのでは。例えばお茶セットの隣にプリントを1枚置くなど。
- 食事をする場所でも、観光情報などが見られるといいのでは。
- トイレを情報発信に活用。座ったとき目の前に情報があると、必ず読むのでは。

【ブラッド】トイレ、いいですね。面白い観光情報などがあれば、絶対読むよね。多分全員が書いた答えはインターネットだと思います。田辺市がとったアンケートによれば、情報源の1位はまだガイドブックだけど、2位はインターネット、3位は口コミです。多分これからはガイドブックが減って、インターネットと口コミが増えると思います。

インターネットは情報が変わっても、すぐ変更ができるので紙に比べると便利です。変更に対応しやすく、アップデートしやすいですね。ウェブで情報を整理すると役に立つと思います。来る前の情報と日本に着いてからの情報と、分けることも必要ですね。





うちの町でもいろんな情報をどうまとめるか、民宿の人といろいろ考えてこういうマップを作りました。A4サイズのメモパッド形式になっています。

例えば、お客さんに聞かれたら、「バス停はここ」とか書き込んで1枚はがして渡します。1冊にまとまっているので、1枚ずつバラバラなマップより管理がしやすいです。こういうアイデアはワークショップから出てきました。僕はマップは必要だと分かっていたけど、自分からは言いませんでした。皆さんが考えて、皆さんのものになることが大事だから。

田辺市ではこういうマップを温泉地、まちなかなど細かくエリアを分けて何種類も作っています。隣の町も入れるようにしています。日本語と英語、両方書いてあるから、日本人もよく使っています。

いい紙を使ってコストをかけて作った観光マップがあるけど、紙がツルツルで書き込みにくいことがありますね。写真を入れたりもしているけど、そういうのは来る前に必要な情報です。このマップは、現地に着いてから必要なことをシンプルに伝えるための情報ツールです。だから書きやすい紙で作りました。コストも安いです。宿や駅に置いたり、観光案内所に置いたり、いろんな場所で使われています。場所の情報をどう整理するかという一つのヒントになりました。



PDFにしておけば、いろんなサイトからダウンロードすることができます。自分のところでマップを作っていない宿泊施設はリンクを張ればいいし、バス時刻表も同じで、インターネットに載せていろいろな宿からリンクできるようにしています。いろいろな情報をそうやってシェアしています。ちなみに田辺市熊野ツーリズムビューローのウェブサイトで人気のページは、このマップ一覧と時刻表一覧です。

現地の人に使いやすい目線と、お客さんにとって使いやすい目線、このマップを作るときはその両方を考えました。ツールがあると民宿側も安心です。英語を話せなくても、ツールがあれば対応できます。だから、現地の人にとってシンプルで使いやすいことは大事。そうでないと、せっかく作っても使ってくれないです。

ツールは作って終わりではありません。抜けているところや問題点、使いにくいところなどを現地で話し合うことが大事です。この作業は船を動かすのに似ています。船が進み出したら穴が開いているのが分かって、そこをふさいでまた進むを繰り返しているうちに、だんだん船が強くなっていきます。そうしてだんだん船がスムーズに走るようになる。穴を一つ一つ埋めていくと、立派な観光デスティネーションになります。

日本に来たいと思う外国人のお客さんに、どうやって情報を届けるか。そこで重要なのがガイドブックです。行政の人なら「今年はガイドブックに力を入れる」と決めて、『ラフガイド』や『ロンリープラネット』など海外ガイドブックのライターを対象にしたメディアツアーやプレスツアーをやり、自分の地域の情報を掲載してもらうよう努力することも大事です。

田辺市に入ってくるお客さんの情報源は、今でもガイドブックが1位です。田辺市熊野ツーリズムビューローが始まった頃、どの海外ガイドブックにも熊野古道は入っていませんでした。でも今は、ロンリープラネットで「しなければいけないこと」のトップ30、ラフガイドでは「しなければいけないこと」のトップ26に入り、ミシュランの3つ星ももらいました。これは偶然ではありません。労力をかけて集中して取り

組んだからです。今、ほとんどのガイドブックで熊野古道が紹介されています。

## ローマ字表記の統一が大切

【ブラッド】 では、これから翻訳とローマ字についてお話しします。僕が最初に日本に来たとき、町の中はこういう印象でした。何にも分からない。駅もバス停も博物館もこういう感じです。さっぱり意味が分からない。中国や台湾など漢字を使っている国の人は別だと思うけど、ヨーロッパやアメリカの人にとってはこれが日本語のイメージです。

では、これはどこの街でしょう？

【会場3】 ドバイ。

【ブラッド】 何で分かりましたか？ 英語が書いてあるからです。英語でなくてもローマ字でもいいです。ローマ字があれば、中国語や韓国語がなくてもいいかもしれない。看板にあまりたくさん言葉が載って

ると読みづらくなります。国土交通省の道路の看板は漢字にローマ字だけ。車を走らせていても、ぱっと見て分かりやすいです。もちろん場所によっては、いろんな言葉で書くのも必要な場合があるけど、まずローマ字を入れればいいと思いました。

さて、田辺市に入りました。熊野古道の近くに来たというローマ字の看板があります。熊野古道に入ると、あれ、ローマ字はどこに行っちゃった？ 行く前にはローマ字の看板があるけど、実際に道に入ったら全然ない。全部日本語だけ。サインの統一が中途半端ですね。

今は整備されローマ字表記の看板がありますが、ローマ字表記がなかった頃、田辺市熊野ツーリズムビューローでは、外国人に対して「熊野古道の『古』を目印にしてくださいと言っていました」。この字は記号的で分かりやすいから、「□と+」の形を目印にしてくださいと。だって、外国人にとっては日本語はアラビア語だから、目印がないと分からないです。



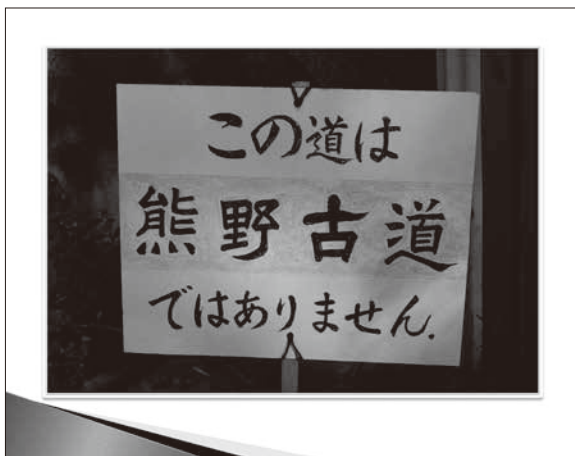


でも道の途中で、こんなサインが出てきた。「□と+」はどこに行っちゃった?(笑) 道の途中で町が変わって、熊野古道という文字がなくなってしまいました。

今はもうないけど、僕にとって忘れられないのがこの看板です。13年前、まだ日本語が分からなかった僕が一人で熊野古道に行ったとき、「□と+」が書いてあるこの看板のおかげで、山の中で迷って1泊することになった(笑)。日本人にはとっても親切な看板なんですけどね。

かつて大塔村<sup>おおとう</sup>という村(田辺市大塔地区)がありました。ローマ字にしたら、いろんな書き方があります。日本人にとっては全部同じ村だけど、もしカナダ人の僕のお母さんが見たら、全部違う地名になります。スペルが違うから。

ローマ字の表記方法にはいくつか種類があります。日本の学校で教えるのは、真ん中の訓令式です。で



ローマ字  
Rōmaji  
Rômazi  
Romaji  
Roumaji  
Roomazi  
Roomadi  
Rohmaji

Kana	Revised Hepburn	Kunrei-shiki	Nihon-shiki
う	u	ū	ū
お, おお	o	ō	ō
し	shi	si	si
しゃ	sha	sha	sha
しゅ	shu	shyu	shyu
しょ	sho	shyo	shyo
じ	ji	zi	zi
じゃ	ja	zya	zya
じゅ	ju	zyu	zyu
じょ	jo	zyo	zyo
ち	chi	ti	ti
つ	tsu	tu	tu
ちゃ	cha	tya	tya
ちゅ	chu	tyu	tyu
ちょ	cho	tyo	tyo
ぢ	ji	zi	di
づ	zu	zu	du
じゃ	ja	zya	dya
じゅ	ju	zyu	dju
じょ	jo	zyo	djo
ふ	fu	hu	hu

も、皆さんがパスポートで名前書くときは、どんなローマ字を使いますか? 例えば「つ」は?

【会場4】 TSU。

【ブラッド】 では「ず」は?

【会場5】 ZU。

【ブラッド】 左端のヘボン式ですね。でも日本の学校で教えているのは訓令式、日本式が多いです。この2つは「し」を「si」と書くけど、ヘボン式の場合は「shi」です。同じ字でも書き方が違う。国土交通省、外務省、文部科学省、それぞれ全部ローマ字の表記が違います。だから、同じ町の中でもバラバラなことがある。

でも、海外で使われているのはヘボン式が一般的です。看板を作るときにはヘボン式を使った方がいいです。パンフレットを作るときなども、発注先に「ヘボン式をお願いします」と言うといいと思います。



## 地名のブランディングを意識して翻訳する

【ブラッド】 さて、看板にローマ字を入れてくれました。ありがたいですね。でも「Tozanguchi」って何なんだろう？(笑)

地名はローマ字でもいいけど、登山口とか意味のある場所がそのままローマ字になると分からないので、翻訳した方がいいですね。このように、翻訳しないでそのままローマ字表記にした方がいいものと、翻訳が必要なものがあります。

僕は、実はローマ字の看板マニアなんだけど、僕が大好きな看板を2つ紹介します(左下の写真)。一番好きなのは右側の看板です。これはすごい(笑)。長いでしょう。それに、よく見ると田辺市の「市」はshiでヘボン式なのに、事業所の「所」は「syo」で訓令式で、同じ表記の中で2つの表記式を使っています。ローマ字表記を入れているのはありがたいけど、

どちらも意味が通じない。面白いけど、これはやらないでねという例です。

逆のパターンもあります。翻訳しなくていいものを翻訳してしまった例がこちらです。Peace Song Mountainって何？ 和歌山ですね(笑)。大阪はBig Hillです。

ローマ字表記は必要だけど、どこまでをローマ字にするか？ どこまで翻訳するか？ 簡単に思えるけど、考え出すとだんだん難しくなります。

左の写真(右下)を見てください。一番上の看板には、熊野古道の下に「Ancient Road of Kumano」とあります。一方、右の看板は「Kumano Kodo」と書いている。「古道」を翻訳するか、しないか。どちらが分かりやすいでしょう？

左の看板は翻訳しすぎかなと僕は思います。熊野古道というのは一つの地名であり、ブランドだから、それを翻訳してしまうとよく分からなくなってしまいます。これは地名のブランディングにも関係してきますが、







これからの課題だと思います。

もう一つの例です。川湯温泉の下に「Kawayu Spa」と書いてありますね。川湯温泉という地名が定着しているのに、わざわざ温泉をSpaと翻訳するべきか？あるいはHotspringsにするか？あるいはそのままOnsenとするか？

オーストラリア人観光客が観光案内所に来ました。そこにいたおばあちゃんに「温泉に行きたい」と言った。おばあちゃんは頑張って「白浜スパか」と聞き、お客さんは「スパじゃない、温泉に行きたい」と(笑)。ずっとそういうやりとりが続いたことがあります。温泉は日本の特別な文化であり、一つのブランドですね。「スパ」ではないです。温泉という言葉は翻訳せず、そのまま名前として守るべきだと僕は思います。

国土交通省は、道路での温泉の表記に「Spa」を使っているけど、日本政府観光局 (JNTO) のサイトでSpaという言葉を検索すると結果はゼロです。でも



「Onsen」という言葉を入れると90の検索結果が出てきます、同じ日本の中でも温泉というブランドの統一ができていません。

一方、これはオックスフォード辞書のサイトで「Onsen」と入れた場合です。この辞書は最も信頼されている辞書です。そうしたら、ちゃんとOnsenという言葉と意味が出てきます。「スシ」「ゲイシャ」などと同じように「オンセン」も世界共通語になってきているということです。

ある言葉を翻訳するか、ブランドとしてそのまま守るか。簡単に見えるけど、考え出すと難しい問題ですが、地域の中でも考えておくことが必要だと思います。市役所や県庁など行政の人が観光パンフレットの制作を業者などに依頼するときにも役立ちますし、担当者が変わっても、そういうリストを作っておけば、次の担当者に引き継ぐことができます。そういうふう統一する努力をしていかないと、名前や表記がバラバラになってしまいがちです。

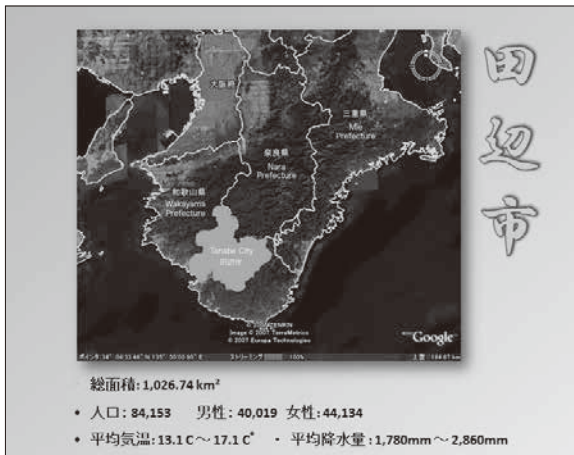
## やりたくないもの、やりたいものを 分かりやすく示す

【ブラッド】これから「田辺市熊野ツーリズムビューロー」の紹介をします。まず、簡単に僕の自己紹介をします。山がなくて大地が平らで、空がとても広いカナダのマニトバ州の真ん中で育ちました。5月も雪がいっぱいあり、夏でもオーロラが見えます。北海道よりずっと寒い場所です。ルスツで2年働いたことがあります、冬の服は着ませんでした。暖かいなと思っていた(笑)。

僕はカナダでは山のガイドをしていました。日本に来て、和歌山県本宮町で英語の先生をしていました。2005年(平成17年)に愛知県で開催された「愛・地球博」のカナダ館でも仕事をしていました。

僕が今、住んで働いている田辺と熊野について紹介します。田辺市は合併してすごく広い市になりました。和歌山県の4分の1くらいを占めています。

田辺市には世界遺産があります。「紀伊山地の霊場と参詣道」です。この中に高野山、吉野・大峯、



熊野三山という3つの霊場があり、そこに行くための参詣道の一つが熊野古道です。範囲が広く、いろいろな市町村にまたがっていて、県も3つにまたがっているのでまとまりにくいところもあります。田辺市には熊野本宮大社などがあります。温泉も4つあります。

田辺市には市町村が合併する前、各地域に観光協会が5つありました。合併後、これらをまとめた観

光のPR団体を作ろうということになり、2006年（平成18年）に「田辺市熊野ツーリズムビューロー」ができました。最初のメンバーは僕を含めて4人でしたが、今は8人のスタッフがいます。

市から委託されているけど、市役所とはちょっと離れた半官半民のイメージの組織です。市で観光プロモーションをやると、どこも平等に扱う必要があるのターゲットがぼやけてしまいます。でも、プロモーションではある程度の絞らないと、ターゲットに情報が伝わらないと思います。だから、うちではパンフレットで情報を平等に載せることはしません。

田辺市の観光戦略の基本スタンスはこの4つです。いろいろなワークショップで住民や市長などいろいろな人と話して、こういうスタンスを作っていました。メインのビジョンがないとみんなをまとめていくからです。

田舎のおじいちゃん、おばあちゃんは、自分のやりたいもののはっきり分かっているけど、やりたいものを分かっていることが多いです。だから、現地の人に分かりやすい言葉を使って、「ブームよりルーツ」など、やりたいものも合わせてはっきりさせました。

「マスより個人」というのは、ハードルが高かったです。日帰りバスツアーはターゲットにせず、個人に泊まってもらいたいということですが、そうすると入込客数が減るから、市役所はひるみました。国などのプロジェクトもいっぱい協力してくれと来るけど、やっぱり人数がほしいんですね。

### 田辺市熊野ツーリズムビューローの経緯

Our History

- 2005. 05. 01 市町村合併により、新田辺市誕生  
 ・旧熊神村、旧中辺路町、旧大塔村、旧本宮町、旧田辺市
- 2005. 09. 12 田辺市観光協会連絡協議会設立(田辺市内の5観光協会で構成)
- 2006. 04. 01 田辺市熊野ツーリズムビューロー設立  
 ・上記連絡協議会から発見的にビューローへと移行  
 ・新田辺市における官民協働の先駆け事業として位置付け

- 2010. 05. 18 法人格(一般社団法人)取得
- 2010. 07. 26 旅行業法に基づく第2種旅行業取得(和歌山県知事登録 旅行業第2-283)  
 ・地域の特徴を活かした着地型旅行業(DMC)
- 2010. 11. 10 インターネットによる旅行予約システム開始

### 観光戦略の基本スタンス

Our Stance

- ・「ブーム」より「ルーツ」
- ・「乱開発」より「保全・保存」
- ・「マス」より「個人」
- ・世界に開かれた「上質な観光地」に

↓

持続可能で質の高い観光地「田辺市」!

でも、うちは泊まる人がほしい。本当に来たいと思った世界中の個人客にゆっくり泊まってほしいと思っていたので、スタンス的にはちょっと難しかった。でも、だんだんいい方向にいくようになって、市長もこの表現を使ってくれるようになりました。ただ人数が多く来るより実際に地域にお金が落ちることが大事だと思います。

## 情報整理、現地のレベルアップから情報発信へ

【ブラッド】 最初に田辺市熊野ツーリズムビューローを立ち上げたときは、まず情報整理と現地のレベルアップに取り組みました。海外の人にいいところだとPRをしても、実際に来てみたらマップもない、時刻表もない、宿も予約できなければがっかりされるし、それが口コミで伝わるとお客さんがどんどん離れてしまう。だから、プロモーションする前にちゃんと現地のレベルアップをしようということで、3年計画を立てて、情報の整理をしてマップなどのツールを作って、看板も整備してきました。

現地のレベルアップとしては、今日、皆さんがやったようなワークショップをやっています。右上の写真(左下)は外国人の目線で、宿の中を細かくチェックしているところです。お風呂にあるシャンプーやボディソープは日本語しか書いてないからボトルに英語を書けばいいといった話をしています。

ワークショップは宿の人だけでなく、バスの運転

手や地元の会社にもやっています。熊野本宮大社の宮司さんたちにも行いました。

看板も変えました。最初は県と田辺市からお金を集めて、熊野古道の45キロに統一した色とデザインのローマ字併記の看板を立てました。で、次の年は違う町の道にも広げて、今、和歌山県の熊野古道はほとんどこの統一したデザインの看板になっています。

お金は、外国人観光客のためにということいろいろなところから補助金を引っ張ってきました。こうして看板を分かりやすく統一したことが、結果的に日本人観光客を呼ぶことにもつながっています。外国人観光客のためにしていることが、日本人にとっても役立っています。特に看板は外国人観光客の誘致ということで整備すれば、日本人観光客にも分かりやすくできると思います。

田辺市熊野ツーリズムビューローの施設は全て英語と日本語の2カ国語表記で、建物はミシュランガイドの1つ星をもらいました。案内施設で星をもらっ





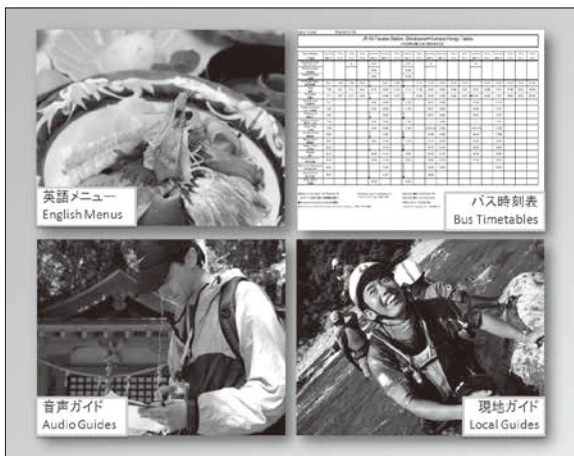
たのは日本ではここだけだと思います。

この他の取り組みとしては英語メニュー作りがあります。田辺駅のそばに28軒の居酒屋があり、それらのメニューを翻訳してグルメマップも作りました。最近、外国人観光客に居酒屋が人気になってきています。また、田辺市には5つのバス会社がありますが、外国人観光客にとって役立つ時刻表を英訳して、まとめてウェブサイトにかけています。

情報を整理してレベルアップすると同時に、1年目から情報発信ということで、少しずつプレスツアーもやってきました。だんだん情報整理や現地のレベルアップからシフトしていく形で、今は情報発信やプロモーションに力を入れています。プレスツアーは海外向け、国内向け両方やっていますし、旅行エージェントのツアーを連れてきたり、ヨーロッパやオーストラリアなどに行ってプロモーションもしました。東京のツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)に情報提供もしています。

面白い取り組みも始めました。スペインにあるキリスト教巡礼路のサンティアゴ・デ・コンポステーラは世界遺産に登録されており、熊野古道も世界遺産に登録した巡礼路です。巡礼路の世界遺産はこの2つしか世界にありません。それを生かして巡礼文化を広げていきたいということで、サンティアゴ・デ・コンポステーラの観光局と田辺市熊野ツーリズムビューローがタイアップして、いろいろ情報発信しています。

サンティアゴ・デ・コンポステーラは世界的にと



ても有名な観光地です。ここがどこかへ宣伝に行くときは、必ずうちのパンフレットを持っていってくれます。うちが宣伝に行くときもサンティアゴ・デ・コンポステーラのパンフレットを持っていき、お互いに宣伝し合っています。共同のウェブサイトも作っていますし、うちの展示館ではサンティアゴ・デ・コンポステーラの紹介をしています。

今、サンティアゴ・デ・コンポステーラにはすごく日本人が増えていて、熊野古道もヨーロッパの人が増えています。お互いに新しいマーケットにプロモーションしています。このように日本と海外の町が観光プロモーションについてタイアップするのは初めてかもしれません。

最近の新しい動きとしては、和歌山県が「高野・熊野特区通訳案内士」の登録制度を設けました。外国人に案内するガイドは通訳案内士という国の免許が必要です。これはすごく英語のレベルが高くてハードルが高いのですが、現地情報を知らなくてもいい。それではうちの町には良くないので、いろいろ頑張っ国にお願いして、去年1年間かけて和歌山県で特別に英語ガイドができる人を育成しました。英語はそんなに難しくないけど、現地についての知識を高めた形で今までの国の免許とは逆の発想です。これも日本では初めてですね。今年4月に60人が登録しました。

## 情報発信と現地のレベルアップをつなぐ着地型エージェント

【ブラッド】 いろいろなことをやってきたけど、まだ抜けているところがありました。それは地元を「売る」と、実際にお客さんを現場に「運ぶ」ことでした。

田辺市の宣伝をして現地のレベルアップをしても、どこで宿の予約をするか、熊野古道を2日間歩きたいけど、どうやったらいいか、どこも対応できない。そこから着地型観光にたどり着きました。自分たちで責任を持って、売りたいものを売れるからです。情報発信と現地のレベルアップをつなぐ役として、間に着地型エージェントが必要だということが分かっ



てきました。

プロモーションのためにヨーロッパに行ったときのことで。旅行会社の社長に熊野古道の説明をしたら「いいですね」と言ってくれました。「どこで予約すれば、そこに行けますか?」と聞かれて、僕は「さあ……」と(笑)。

イギリスの会社では怒られました。「わざわざアポとって30分も話して、行けないところを紹介するのか?」と。その場には県の交流課の課長も一緒にいました。彼は全然英語を話せないけど、相手が怒っているのが分かって、一緒に「すみません」と謝っていました(笑)。

いいところですよとプロモーションしても、ちゃんとお客さんを現場に連れてこれない。それは大きな課題で、みんなでどうするかと議論しました。それがビューローの次のステップになりました。これまで3年間、現地のレベルアップと情報発信をやってきました。じゃあ、次の3年間で自分の町の旅行商品を自分で作って、人を呼べる着地型観光を始めましょうということになりました。

この背景には、団体旅行が減って個人旅行が増えていることがあります。また日本国内ではアウトバウンドからインバウンドへのシフトも大きいです。今、中国は団体旅行が多いけど、もともと中国は個人主義です。ビザの問題などがクリアになれば、個人旅行へのシフトは早いと思います。そういう変化を見て、田辺市では個人旅行に絞っていきこうと決めました。

着地型観光をやるにはどういう法人格にするか、どの旅行業に登録するか、いろいろ考えました。結果的にうちは一般社団法人になって、第2種の旅行業を取ることにしました。それにはたくさんお金が要ります。じゃあ、町で集めようと。企業にも個人にもお願いして、銀行にも行って、田辺市で旅行会社を作りますということで少しずつお金を集めました。そして2010年(平成22年)に着地型旅行会社を設立して、11月に「熊野トラベル」というウェブサイトをオープンしました。

予約システムの流れですが、普通は宿の部屋を押さえておいて売りますね。でも、うちの町はおじい

**基金造成 (開業費用) Fund raising**

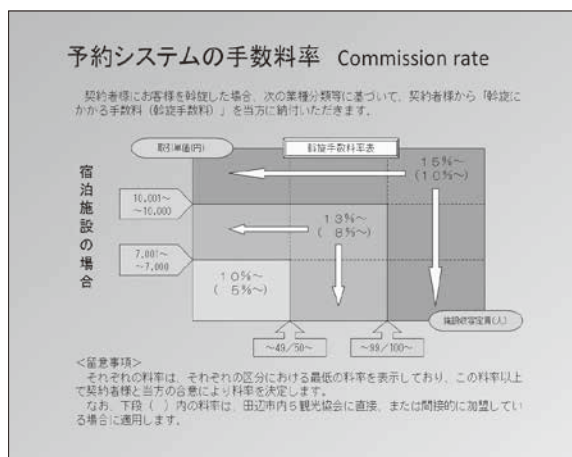
■出資状況

出資者	出資額	備考
田辺市	2,500,000	ATA推進協議会委員
各観光協会	500,000	田辺・龍神・本宮・中辺路・大塔5つの観光協会
商工会議所	800,000	ATA推進協議会委員
金融機関	1,500,000	紀陽銀行、きのくに信金
企業	1,700,000	ATA推進協議会委員(2)、その他(1)
個人	3,000,000	ATA推進協議会委員(1) ツーリズムビューロー役員(3)
合計	10,000,000	

ちゃん、おばあちゃんのやっている宿が多いので、押さえておいて売るといのができません。外に向けてはインターネットで予約を受けられるけど、中のやりとりはアナログです。申し込みがあったら宿に電話して、部屋があるかを確認してお客さんに伝えます。お客さんには代金をカードで決済してもらい、宿には後でうちが支払いをします。

あと、問題はコミッションです。宿は「うちは観光協会のメンバーなのに、どうしてコミッションを払わないといけないの?」と言われてたりして説明が大変でした。宿泊施設の大きさや宿泊料金によってコミッションの割合を変えたり、観光協会のメンバーなら何%割引とかいろいろ考えました。でも、実はあんまり役に立っていません。最終的には、それぞれの旅館や民宿に行って「どうですか?」という話になっています。

今、熊野トラベルには87の宿泊施設をはじめとし



て合計116の施設が参加して、ウェブサイトから予約ができます。田辺市だけではなく、紀伊半島全部が対象です。各施設とはパートナーシップというイメージで「こういうビジョンでやっています」と説明して、賛同してくれたところと契約しています。契約した施設へはうちからスタッフが2人で現場に行って写真を撮って、紹介文を書きます。紹介するまでに最低3日間かかりますし、その後も値段変更などがあるので手間はかかります。でも売り上げは結構いいです。2年目の2012年度（平成24年度）は4500万円になりました。

この表（左下図）は、どこの国から予約が入っているかを表したものです。40カ国と結構幅広くて、今年からシンガポールなど東南アジアが増えています。英語の情報発信があるとだんだん広がってくると思います。

なぜ外国人にターゲットを絞るかという理由の一つに、1人当たりの単価が高いことがあります。客単

価は日本人の2～3倍くらいで、連泊がすごく多いです。うちのシステムを利用する人は連泊が多くて、1人当たり2～3泊滞在しています。いろいろな取り組みが繋がって、長く滞在してくれるようになりました。僕もこの数字を見て、ちょっとびっくりしています。

その後、東日本大震災と台風12号があって、どちらも宿泊キャンセルがあったけど、内容はちょっと違いました。震災のとき、外国人の予約はほとんどキャンセルになったけど、日本人は来てくれました。台風12号のときは日本人の予約が激減したけど、外国人はルート変更などで対応できて、キャンセルはそれほど多くありませんでした。外国人観光客を受け入れると、このようにバランスが取れるので受け入れに安定感が出てきます。それは一つのメリットではないかなと思います。

## みんなで話し合っって協働する、 持続的に将来につなげていく

【ブラッド】うれしかったのは、2012年（平成24年）に世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）から「明日へのツーリズム賞」の最終選考にノミネートされたことです。これは観光のアカデミー賞みたいな賞で、世界的に有名です。田辺市熊野ツーリズムビューローは優勝はしなかったけど、トップ3に入りました。日本の団体が最終選考に選ばれたのは初めてです。今までリスクを賭けて新しいモデルを作ってきたけど、みんな不安でした。本当にできるのか？これ

● 着地型旅行業 Destination Management Company

■ 施設との契約状況（2013. 3. 31現在）

宿泊施設	語り部・体験 他	交通機関 他	飲食店 他	合計
87	16	9	4	116

■ 売り上げ状況

年度	件数 (web)	利用者 (web)	売り上げ(円) (web)
23年度(1年間) (23.04～24.03)	478 (238)	1,907 (451)	約40,000,000 (約7,060,000)
24年度(1年間) (24.04～25.03)	1,240 (991)	2,622 (1,572)	約45,000,000 (約29,300,000)

● 着地型旅行業 Destination Management Company

■ ネット予約利用状況（2012. 04～2013. 03）

【国別予約状況】40カ国

日本	オーストラリア	アメリカ	フランス	イギリス	ドイツ	シンガポール	スペイン	その他
22%	13%	9%	7%	6%	6%	4%	3%	30%

【利用施設エリアデータ】

本宮	中辺路	那智勝浦 菟宮	田辺	高野山	龍神	白浜	その他
40%	18%	16%	11%	6%	4%	2%	3%

【平均泊数および単価】

- ◇ 予約1件当たりの泊数 3.6泊 ◇ 1人当たりの泊数 2.3泊
- ◇ 予約1件当たりの単価 29,565円 ◇ 1人当たりの単価 18,637円
- ◇ 外国人の客単価は日本人の2.3倍

世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)「明日へのツーリズム賞」  
最終選考にノミネート

■ 「明日へのツーリズム賞」(Tourism for Tomorrow Awards)とは

WTTC(World Travel and Tourism Council 世界旅行ツーリズム協議会)が主催。持続可能な成長を支えるための旅行およびツーリズム産業の取り組みを支援するもので、デスティネーションの管理、自然環境保護、地域貢献、グローバルビジネスの4部門において持続可能なツーリズムの発展に貢献している組織、団体が表彰される。※各部門3団体ずつを最終選考者として選抜。

「デスティネーションの管理部門」において、ノルウェー、インドネシアの各団体とともに日本で初めて「田辺市熊野ツーリズムビューロー」が最終選考者として選抜された。

でいいのか?と。でもこの賞をもらったことで、市長さんや議員さんがすごく喜んでくれて、僕たちも仕事がしやすくなりました。特に市長はすごく喜んで、僕たちの取り組みを外の人にどんどん自慢してくれるので、この賞はすごく役に立っています。外部の有名なところから評価されるのは、そういう意味でもありがたいです。

こういう取り組みは、自分だけで勝手にやると絶対失敗します。いろんな人に協力してもらわないといけません。全体で話し合っ、協働する形を作っていくイメージを持つことが大事です。時間をかけて準備して整理をしてやれば、持続的に将来につなげていくことも可能になります。

## 観光は遊び、楽しみながら頑張る

【ブラッド】 では、これでワークショップは終わります。皆さんが昨日と今日、参加して自分が得たヒントを一言ずつ発表してください。

参加者からは実際にワークショップを体験したことで、外国人の立場を身をもって感じられた、共同作業によって情報の整理や共有ができた、という感想が多く聞かれました。看板など、外国人向けの情報ツールのあり方を改めて問い直した人も多かったようです。主な感想は以下の通りです。

- 地域の中で一つ一つ意見を出し合い、共有することが大切だと感じた。
- ワークショップは自分が作ったものに責任を持ち、地元の人をやる気を引き出すいい方法

だと思った。

- 関係者がみんな参加する必要性を感じた。楽しんでやるのが大事だと思った。
- 自己満足ではダメ。地域の人や訪れる人、それぞれ相手の目線に立つことが大事。
- 役所の中でも看板を作る部署は複数に分かれている。いろいろな人に分かりやすいものを作るなら、部署が連携して取り組む必要があると感じた。
- 外国人にとって分かりやすいものは、日本人にとっても分かりやすいという視点はとても大事。
- 今まではパンフレットに何でも載せれば分かってくれると思っていたが、目が覚めた。まず来る人が何を望んでいるかから始めたい。

【ブラッド】 田辺市熊野ツーリズムビューローの取り組みにはいろいろなヒントがあると思うけど、そのままねしたら多分ダメだと思います。自分の町について考えて、自分なりの方向を決めることが大事。町の人たちが自分で責任持てないと、持続しません。

観光は複雑でいろんな要素があって、大きなパズルみたいですね。一遍に考えると大変です。全体のイメージが分かっても、少しずつピースをはめていくことはすごく時間がかかります。うちのビューローも立ち上げて8年だけど、まだまだやることあって終わりが無い。ノンストップです。やめたら、町も止まってしまう。でも、それは楽しいことでもあります。もともと観光は遊びだから、皆さんも楽しんでください。自分も住んでいる人も楽しんで、お客さんも楽しむ。それは大事なこと。皆さんの町に帰ってからも、頑張ってください。ありがとうございました。