

特集

# 4

● インタビュー

## 外国人の目から見た地域資源活用の可能性

「ジャパンガイド」編集長 ステファアン・シャウエツカー

日本を訪れる観光客は日本の何に興味を持ち、どんな体験をしたいと思っているのか。

毎月およそ160万人のユーザーが訪れる訪日外国人向けの日本観光情報サイト「ジャパンガイド(japan-guide.com)」の編集長であり、これまでおよそ1000カ所に足を運んで取材を行っているスイス人のステファアン・シャウエツカー氏に、地域資源活用の可能性と訪日外国人がこれらを楽しむ上での課題について語っていただいた。

### 「築地で食べたい」 地域のブランド力が 付加価値に

——日本を旅行する時、日本食を楽しみにしている外国人は非常に多いです。食に対してどのようなニ

ズがありますか？

最近ではアジアを中心に日本に詳しくリピーターも増えていますが、「ジャパンガイド」を運営していて感じるのが、欧米は距離が遠くLCCも就航していないので、リピーター率もアジアと比較するとあまり高くなく、日本食に詳しくない人は今も一定数存在します。

しかし、ラーメンや寿司は欧米でも有名になっており、神戸牛に代表される和牛もかなり知られるようになり、「日本に行ったら和牛を食べたい」という人も結構いますね。和牛は決して安くはありませんし、「ジャパンガイド」のユーザーは庶民的な人が多いのですが、せっかくな本場の日本に行くなら、多少高くても食べてみたいと思っている人はいます。

一方、アジアの人たちは日本の食

にどんどん詳しくなっています。例えば、冬は日本海側でカニを楽しみたいという人が多く、カニに関連した質問も多いです。

寿司も人気です。回転寿司も人気がありますが、非常に人気なのは朝、築地に寿司を食べに行くことです。特に有名な「寿司大」と「大和寿司」の2軒は、朝ご飯で4000円程度、1時間以上並ぶこ



ともありますが、欧米の人を中心にとても人気があります。

——1時間以上並んで朝食に4000円払ってでも食べたいという理由は何でしょう。

やはり「築地」という場所のブランドが大きいと思います。寿司大と大和寿司は外国のほとんどのガイドブックに載っていて非常に有名なので、みんな少し高くても行きたいと思うのでしょうか。

ラーメンに詳しい外国人もいてブログを作って採点をしたり、人気のラーメン屋に並んで長時間待つ人もいます。行方も日本らしい一つの体験と捉える人もいますが、決して一般的ではないと思いますね。外国人旅行者は基本的には並んだり、待たされたりすることはそんなに好きではないと思います。

## 買い物

### 日本で買うものは ロコミと

#### 自国での体験で決まる

——外国人の日本でのショッピングについて、最近感じることは。

欧米人にとって最近人気があるものの、興味があるものの一つは包丁や刀のレプリカですね。日本は刃物のクオリティが高いイメージがありますから。

私のスイスの友人は日本の包丁をお土産にもらい、砥石で研ぐなど手入れの方法を自分で熱心に調べ、私もいろいろ質問されました。世界の人たちが、だんだん日本について詳しくなってきたかと思っています。

——その理由は？

やはりインターネットの発達と、いろいろな国に日本食レストランが増えたこと大きいと思います。

20年前、私がバンクーバーに住んでいた頃、日本食レストランには日本酒が「月桂冠」1種類しかありませんでした。今は、新潟の地酒など種類が増えています。他の大都市も同様ではないかと思えます。その影響もあり、日本酒に詳しい外国人も

増えましたね。日本に来たらいろいろな銘柄の日本酒を飲んだり、買ったりしている人が多いです。

——刃物や日本酒の他に、最近人気があると思うものはありますか。

欧米だけでなく、全世界的に人気が高まっているのが日本のウイスキーです。「山崎」は特に人気で、18年ものは買えないくらいの状態になっています。18年ものの「山崎」は4万円以上に値上がりしています、それでも買いたいという人がいます。

——何がきっかけで「山崎」はそんなに人気が出たのでしょうか。

数年前に国際的な賞を取ったことが大きいと思います。あとはロコミですね。「築地で寿司を食べる」もそうですが、何かのきっかけで有名になると、一気に人気が広がります。高くて買いたい、体験したい人がたくさん出てくると言えます。

あとは自国のレストランで飲んでおいしいと思えば、日本でぜひ買おうという人もいるかもしれませんね。日本で買ったほうが少し安いでしょう。自国での体験で気に入ると、

「日本に行ったらこれを買いたい」という思いにつながりやすいと思います。

## 宿泊

### 旅館は凝縮した 日本文化を体験できる 宿泊施設

——シャウエッカーさんが日本に来た外国人にぜひ体験してほしいと思うことは何ですか？

日本旅館に泊まることです。その理由は1泊でいろいろな日本の伝統文化を体験できるからです。

畳の部屋に泊まって布団で眠り、浴衣を着て、日本の伝統的な和食をいただき、お風呂の文化も体験できます。日本らしいおもてなしも受けられます。げたを履いて浴衣姿で温泉街を散策できたり、旅館の中には日本庭園もあつたり……。

旅館での宿泊は日本文化をワンパッケージで体験できるので、日本の伝統文化に興味を持つ旅行者にはおすすめです。と思っています。

——外国人の中には「旅館はホテルより高くつく」という声もあると聞きますが、文化や伝統に興味があれば少し高くても旅館に泊まりたい

というニーズはありますか？

あると思います。素泊まりできる旅館も増えていますが、食事や文化体験の一つということ、私はせっかく旅館に泊まるなら1泊2食付きを強くおすすめします。

——予算的にはいくらくらいが適当でしょうか。

もちろん、1万5000円の旅館と3万円の旅館では、設備や料理の内容などかなり違うと思いますが、最初に泊まるなら、1万5000円くらいがちょうどよいと思います。

より日本文化を深く理解している人はもっとお金を出して、ぜひ、いい旅館に泊まってほしいと思います。おもてなしや建物、料理など本当に素晴らしい旅館がいろいろあります。

——シャウエッカーさんがおすすめの旅館はありますか。

カテゴリ別に3軒あります。1つ目のカテゴリは「温泉」で、おすすめは長野県の仙仁温泉の「花仙庵 岩の湯」です。建物と周囲の自然が素晴らしく、非常に雰囲気がいよ一軒宿で、館内には書斎風の



仙仁温泉 花仙庵 岩の湯の洞窟風呂 仙人の湯



俵屋旅館



乳頭温泉郷 鶴の湯

読書コーナーなどくつろげる空間があちこちに設けられています。自然の洞窟風呂があり、貸し切り風呂も3つあって、どれもすてきなつくりになっています。

2つ目は「素朴さ、田舎らしさ」で、おすすめは乳頭温泉郷の「鶴の湯温泉」です。特に、本陣の部屋が素晴らしい、江戸時代にタイムスリップしたような気分が味わえます。囲炉裏で鍋を囲んだり串刺しの魚を焼いたり、素朴な田舎料理もおいしいです。モダンな都市文化だけでなく、伝統的な日本を体験したいと思ってる外国人はかなり多いと思います。

す。例えば黒澤明監督の映画に出てくるような風景を見たいとか……。若い人には漫画の影響も強いと思います。日本の伝統的な文化を描いている漫画も多いですから。特にヨーロッパの人は、そういう傾向が強いと思います。どちらも「日本秘湯を守る会」の会員宿で、非常に人気が高く予約が取りにくい宿です。外国人、特に欧米人は「日本秘湯を守る会」のような宿が好きだと思います。3つ目は、「日本らしいおもてなし」でしょうか。もともと日本のおもてなし、サービスレベルは全体的に高いので、どんな外国人にとって

も心地よく感じられると思います。そうしたおもてなしの素晴らしさを、最も強く感じられるのが京都の「俵屋旅館」だと思います。日本らしさ、京都らしさが凝縮されていて、伝統から生まれた上品さを強く感じました。サービスの距離感もほどよく本場に居心地よくリラックスさせてもらいました。

### 体験 求めているのは「普通の人」との触れ合い

——外国人が日本でしてみたい体験では、どんなものがあるでしょう。「普通の人」と触れ合える体験は人気が高いと思います。普通というのは、地域に住んで日常生活を営んでいる人です。日本人の日常生活を経験できるような体験はアジア、欧米問わず人気があると思います。「ジャパンガイド」でも、「暮らすような旅行をしたい」という声をよく聞きます。また、相撲の朝稽古を見るなど、日本独特の文化体験も人気だと思います。ある相撲部屋は大きな窓を設置し、外から稽古を見られるようにして外国人は結構見に行っています。

ます。中に入って見学させてくれる相撲部屋もありますがガイド付きでないとはとんど難しいようです。——そういう体験に関する情報どこで入手すればいいか、難しい面もあるのでは？

そうですね。でも、今はインターネット上でいろいろなサービスが生まれています。例えば日本の一般家庭で食事を一緒にしながら交流体験をコーディネートする「NAGOMI VISIT」は人気があるようです。

普通の人と触れ合う体験は、ライセンスなど法的な問題もありますが、ガイド役が重要な役割を果たすと思います。私もいいガイドに出会えた時は、訪れた場所が記憶に残って残っています。建物などを見るにしても、地元の人と回るほうがより印象に残ると思います。

——何かをただ見るよりも、コミュニケーションを介することで、記憶に残りやすくなるということでしょうか。

コミュニケーションも大事ですし、自分の手で何か作る体験も記憶に残ると思います。私は京都の宇治に

行った時、自分で茶葉をひいて抹茶を作ったことがあります、非常に思い出深い体験でした。

奥会津では山ブドウのつるを使って小さなストラップを作ったのですが、地元らしい体験を楽しむと同時に、持ち帰れるお土産もできて、これもよかったです。作ったストラップを見ると、その時のことを思い出しますね。

## 訪日外国人の地方における消費喚起

——日本文化からもう一歩踏み込んで、日本の地域文化に関心を持ち、体験してみたいというニーズはあるのでしょうか。

そういうニーズはあると思います。現段階ではそう多くはないと思います。S-I-T (Special Interest Tour: 特別な目的を持った旅行) になるのではないのでしょうか。受け入れる地域側でも体験プログラムがあまり催行されないようであれば、ビジネスとして成り立ちません。まずは、台湾や韓国などの非常にリピーター率が高い国を主なターゲットとする必要があるのではないのでしょうか。

## 訪日外国人を受け入れるにあたっての課題

——シャウエッカーさんが最近感じている訪日外国人受け入れにあたっての課題はありますか。

最近では体験コーナーを充実させている博物館も多く、いいプログラムがたくさんあります。館内の展示は多言語化が進んでいます。体験コーナーはまだ改善の余地があります。この間、岡山の刀剣博物館で、自分で刃物を作れるという面白いワークショップがあったのですが、外国語の情報がほとんどありませんでした。日本の刃物は外国人に人気が高まっているのに、もったいないと感じました。

外国語の情報といっても、A4の紙1枚程度に外国語で体験の際のルールなどを書いて渡すという形で対応できると思います。作業の説明だけでなく、その体験の文化的背景なども補足説明できます。スタッフが外国語を十分に話せなくても、工夫すれば受け入れは可能だと思います。

また、対応言語はその施設にどの国から来る外国人が多いか調べ、そ

れに応じて対応すればよいでしょう。先日、唐津のお城に行った時は韓国人が多いようで、説明は日本語と韓国語のみでした。

——最後に、外国の方にもっと日本を楽しんでもらうための課題だと思ふことを教えてください。

今、日本全国で面白い体験プログラムがいろいろ行われていますが、そこには「言葉の壁」がかなりあります。予約が必要な場合がほとんどですが、日本語でしか予約できないことが多く、体験の時も同じです。私が楽しんだ宇治抹茶づくりも、もし日本語を話せなかつたら、まず体験できなかつたと思います。

果物狩りも外国人に人気が高いのですが、せっかくいい農園がたくさんあるのに、日本語でしか情報が発信されていないので、行き方が分



宇治 抹茶体験

からなかつたり、存在自体を知られていなかったりということも多いです。

こんなに素晴らしい体験がたくさんあつて、非常に可能性があるのに、言葉の壁によって多くのチャンスを失っていると思います。今、日本人向けに行われている地元の体験が、もっと外国人にも参加しやすくなると思います。

聞き手：観光経済研究部 柿島あかね  
編集協力：井上理江

(注) 英国の権威ある「ウイスキー・バイブル」2015年版が、「山崎シェリーカスク2013」を最高賞に選出。この賞に日本ウイスキーが選ばれたのは初めて。



ステファン・シャウエッカー  
〔「ジャパンガイド」編集長〕

1974年、スイス・チューリヒ生まれ。ジャパンガイド株式会社代表取締役社長。2008年より国土交通省が主導する「ビジット・ジャパン大使」を務める。1995年に初めて日本を旅行。1996年、カナダでインターネットの日本観光サイト「ジャパンガイド」を開発。日本人の妻とともに2003年から群馬県藤岡市に移り住む。著書に『外国人が選んだ日本百景』（講談社+α新書）、『外国人だけが知っている美しい日本』（大和書房）などがある。