

一般調査報告書 フランスにおける訪日ツアーの現況について

夏休みシーズンを迎え、日本でも夏の旅行について検討されている方々が多いことと思います。こちらフランスでも7月・8月はバカンスのシーズンであり、数多くの人たちがこぞって旅行に出かけます。パリ市内からも多くの市民が旅行に出かけるため、例えば地下鉄の乗車率も7月・8月は明らかに下がるようであり、特に朝通勤時間帯ははっきりと体感できるくらいです。

※ フランスでは、公務員・会社員には年間5週間の有給休暇が付与されており、夏には少なくとも2週間連続の休暇を取ることが一般的です。さらに、夏に3週間、冬に2週間のバカンスに出かけることも珍しくないとされています。学校の学業年度は6月末までであり、新学期が始まる9月までの2カ月間が学校の夏休みにあたります。

フランス人は「年に1度のバカンスのために働いている」と自他ともに認めるほどにバカンスを重要視しています。最近の不況の中では他の消費を多少抑えてでもバカンスに出かける、というような傾向も報告されています*。

このような最近のフランス人のバカンス事情の中で、訪問先としての日本は、そして愛知・名古屋はどのような位置づけにあるのでしょうか？今回のレポートでは、フランス発の日本ツアー150本を対象にその訪問先を調査し、分析しました。さらに、そのなかで愛知・名古屋が立ち回り先に挙げられているものについてより詳細にその内容を紹介することで、外国人観光客誘致に向けた現況把握の一助にしたいと思います。

※ 今年の夏のバーゲンについては、前年比で3～5%程度の減少が見込まれています。一方で、バカンスに出かける家族を対象にした調査では、バカンス費用を維持した家庭のうちの25%がバーゲンにおいて衣類を買い控えたと回答したとの報道もあります。

1 フランスにおける最新のバカンス事情

フランスにおける旅行者・専門家団体「AFEST」の調査資料によると、フランス人の56%が夏のバカンスに出かける予定をしているそうです。（ただし、2009年6月時点の調査であり、「予定」についての調査です。）この際の予算は1,822ユーロで、昨年より1,934ユーロよりも約100ユーロ減少しています。（この減少については最近の経済危機による影響も大きいものと思われます。）この調査資料の中でも、フランス人のバカンス重視傾向が挙げられており、フランス人にとってバカンスは「生活に不可欠なもの」であり、他の出費を抑えてでもバカンスの予算を確保する傾向にあることが言われています。

それでも、近年はバカンスに出る旅行者の数は全体として減少傾向にあると言われていています。ただし、これは、バカンスを「4泊以上のプライベート旅行」と定義した場合であり、全体の旅行件数の中での3泊以下の短期旅行の比率は徐々に高まっています。同じ旅行日数で比較すると、長期のバカンスの方が短期旅行を繰り返すよりも安価であると思われるので、これは様々な場所を訪問したいという旅行者の欲求や、かつてより

も航空運賃が下落したことによるものと推測されています。(JNTO訪日旅行誘致ハンドブック2007/2008)

また、2009年のバカンスで海外旅行を検討しているフランス人の割合は46%になっています。この比率は近年において上昇傾向にあり、これは国内旅行よりも海外旅行のほうが安価な場合が多いためです。特にインターネット上の価格比較サイトが普及したことにより、価格面での競争が激しくなったこと、旅行者としても容易に複数の旅行商品を比較できるようになったことが大きく影響していると言われています。

以上、近年におけるフランス人のバカンス事情をまとめると、日本でもよく言われる「安・近・短」になると思われます。とはいえ、やはり日本よりはバカンスに対する思い入れが深く、ずっとスケールの大きなものであることは確かなようです。(安いといっても約24万円の予算、近いといっても半数以上が国外へ、短いといっても10日以上です。)

2 フランスにおける訪日パッケージツアーの状況

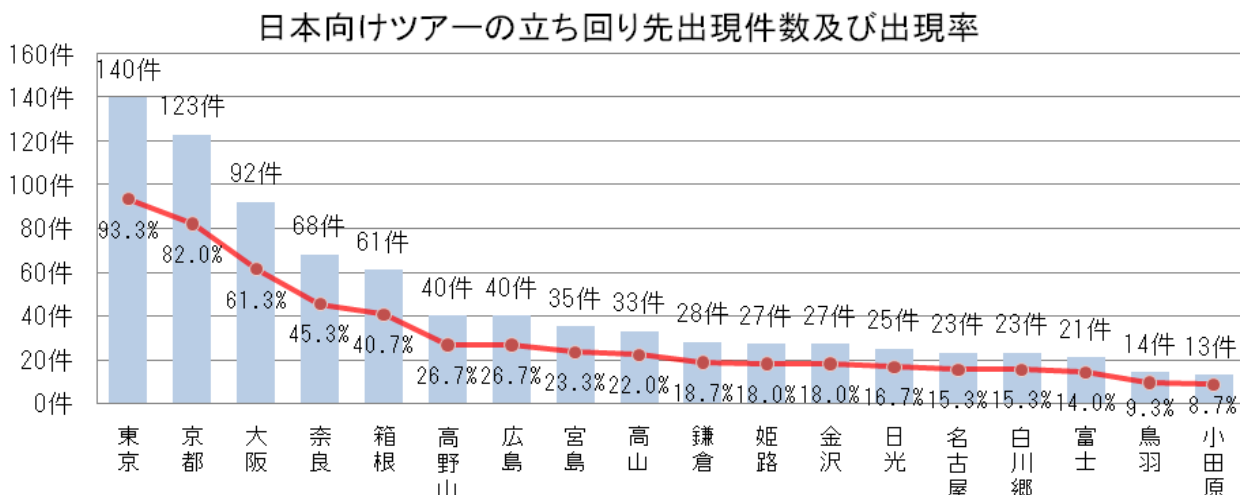
海外において日本への観光客誘致を進めているJNTO(日本政府観光局)の推計によれば、2007年における訪日フランス人の数は13万8千人に上りました。これは10年前の約2倍であり、日本への関心が高まりつつあることを示しています。このうち、観光客の訪日パッケージツアー利用率は約10%程度でしかないと言われています。同時に、パッケージ利用者の中でも航空券と宿泊のみがセットになったスケルトンタイプのパッケージ利用者が大勢を占めており、内容の組み立てや旅程においてツアーに頼らない旅行者がほとんどのようです。

しかしながら、パッケージツアーが顧客の好みを反映して構成されるものである以上、その内容を分析することで、フランス人による日本旅行の志向傾向は確かに窺えるものと思われます。そこで、今回、日本向けツアーを150本抽出し、その立ち回り先、活動内容を調査しました。

この150本の抽出元については、JNTOパリ事務所が設けるインターネットサイト上に登録されている旅行業者約60社が取り扱うツアーとしました。

<日本国内の立ち回り先について>

この150本の訪日ツアーにおける各立ち回り先の出現数及び出現率は次のグラフのとおりです。



まず、東京・京都への訪問率が群を抜いて高いことが判ります。やはり、日本の伝統と先端を体現する二つの都市は別格ということでしょう。また、東京については成田空港を玄関口にして来日するフランス人が多いことも理由に挙げられます。

次いで大阪や奈良、箱根が続きますが、関西文化の代表としての大阪、古都として京都と双璧をなす奈良、富士山を仰ぐ箱根という具合に際立って個性的な魅力を備えるとともに、東京・京都の中間点あるいは近接点として行程に組み込みやすいということがありそうです。

一方で、意外なことに、高野山、広島がともに40件、26.7%と健闘しています。このことは外国人観光客のなかでも特にフランス人について特徴的な事実であると言えます。この背景には、2つの観光地がミシュランのガイドブックで3つ星の評価で紹介されたことなどがあるようです。

高野山については、もともと異文化に対する関心が高いフランスでは仏教や密教への関心も高いなかで、仏教の建築様式や修行の見学、勤行体験や精進料理、宿坊での宿泊などが人気の理由になっているようです。また、もともと高野山は多くの寺院が宿坊として多くの来訪者を受け入れていたために宿泊施設としての整備が進んでいることに加え、外国人にとっては宿泊そのものが非日常的な体験としての観光になるという事情もあるようです。広島については、世界唯一の被爆地としてフランスでも知られていることに加えて、宮島と組み合わせて、伝統と先端というキーワード+αのものを求めるために東京・京都では飽き足らない観光客に受けているようです。

なお、フランス発のツアーでは、韓国、ロシア、オーストラリア、香港、シンガポールなどと組み合わせられた日本ツアーもありますが、日本自体への滞在期間が短いこともあり、この場合の滞在先は東京・京都に限られているケースがほとんどです。

愛知・名古屋については、計23件のツアーが立ち回り先に挙げています。

総体的には、期間が短いほど東京・京都・大阪に限定される傾向が強いと言えます。そして期間にゆとりができるにつれて、東京・箱根（富士）・京都・奈良・大阪を基本プランにして、姫路・広島・宮島といった中国地方へ足を伸ばすコース、高山・白川郷・金沢と中部・北陸を縦断するコース、高野山・鳥羽と中部・紀伊半島地方を訪れるコースなどが追加されるようです。

<ツアーの内容について>

各ツアーには、いわゆる観光地を訪問することのほか、日本旅館への宿泊、温泉、精進料理を味わうなどの機会が含まれています。このほか、茶道体験、相撲観戦、歌舞伎・能の鑑賞がオプションとして用意されているツアーも数多く見受けられ、特に日本の伝統文化についての知識・関心を持っている人が楽しめるようになっています。さらに、日本料理を自ら作り、味わうという趣向を盛り込んだツアーや、相撲・合気道の道場に「入門」するものなども見られ、これらはフランス人の日本文化への関心の高さを反映した体験型ツアーであると言えます。

なお、変わったところでは、訪問先都市を限定しつつ、マンガ、アニメなどのポップカルチャー、食事、デラックスホテルなどといった明確なテーマを打ち出したツアーも見受けられるようになっています。

〈滞在期間及びツアー料金について〉

フランスからの訪日ツアーによる滞在期間は、8日間～11日間のものが最も多く見られ、全ツアーの半数近くがこのなかに含まれます。(ちなみに、JNTOの調査では、2006年の平均滞在日数が8.7日であるとされています。)今回調査したなかの最短は6日、最長は25日間でした。この旅行日数は日本までの距離の大きさを反映し、比較的長めであるものと言えます。

料金については、もちろんツアーの日数、内容によって変わりますが、上述の8日間～11日間のツアーの平均で見た場合、約3,500ユーロです。このなかでの最高値は11日間で5,690ユーロ、最安値は1,994ユーロです。この最安値をとってみても、当レポートの第1章で紹介したフランス人のバカンス平均予算1,822ユーロを超えており、全体として非常に高価であると言わざるを得ません。フランス国内で最も人気のある渡航先であるモロッコやチュニジアと比較すると約3倍、次いで人気のある米国と比較しても1.6倍程度の差があります。

この料金の高さは他国に比べて地上経費が高いためであると思われませんが、同時に外国人観光客誘致に関しての日本の競争力を大きく削いでいるものと言えそうです。

〈フランス発訪日ツアーに見る愛知・名古屋〉

150件のツアー中、立ち回り先として愛知・名古屋を挙げるツアーは23件(15.5%)で15位となっています。ただし、愛知・名古屋を立ち回り先として挙げながらも、事実上は鉄道の乗り換え等による経由地点、もしくはセントレアから帰国するに過ぎない場合が多くみられ、23件中の13件がこれに該当します。逆にいえば、150件中の10件(6.6%)のみが愛知・名古屋での1件以上の具体的な訪問先を含んでいる状況です。



この10件の滞在先としては、トヨタテクノミュージアム産業技術記念館、名古屋城、徳川美術館、ノリタケの森、熱田神宮及び犬山城などがあります。また、「コスプレ・アニメツアー」と題して、東京・秋葉原のほか、名古屋で開催される「世界コスプレサミット」にコスプレで参加しようというツアーもありました。(ちなみに、約2,200ユーロと比較的抑えめの料金でした。)

経由地点として名古屋を挙げているツアーの全体行程は、東京→箱根→名古屋という東海道ルート、名古屋→鳥羽→伊勢という伊勢ルート、京都→大阪→名古屋→高山→金沢という東海北陸縦断ルートが多いようです。また、セントレアから入国するというツアーは見受けられませんでした。セントレアから出国する



というツアーは9件ありました。名古屋ーパリ間の直行便を活用するものと思われれます。

なお、立ち回り先としては挙げられていなくても、東京・京都の中間点として、新幹線・バスなどで名古屋を通過するフランス人観光客は相当な数に上ります。東京への訪問率が93.3%、京都への訪問率が82.0%だとすると、少なくとも75.3%のフランス人観光客が名古屋を訪問・通過している計算になります。

このうち、先に述べたとおり、名古屋への「純粹」な訪問率が6.6%だとすると、訪日フランス人観光客のうちの68.7%が名古屋を素通りしている計算になります。



3 今後の愛知・名古屋へのフランス人観光客誘致に向けて

以上のような現状の分析を踏まえ、ここでは今後の愛知・名古屋へのフランス人観光客誘致策について考えてみたいと思います。

(1) 「既に」訪日しているフラン人観光客をターゲットにすること

これまで見てきたように、名古屋を通過するフランス人観光客は相当な数に上ります。したがって、愛知・名古屋へのフランス人観光客誘致については、新たな訪日者数を増やす努力をするよりも、名古屋を通り過ぎていた人々を名古屋に引き留める努力をする方が効率的であると言えます。その他、セントレアーパリ便を利用するツアーがすでに9件もあるので、例えばこの9件のツアーに愛知・名古屋を訪問先として組み込んでもらうよう働きかけるのが、比較的手をつけやすい誘致策なのではないでしょうか。



(2) 近隣地域と連携した広域観光を推進すること

上述のように、既に訪日しているフランス人観光客を愛知・名古屋地域に引き留めるうえでは、近隣地域への訪問者数を増やす努力も有効です。つまり、乗り換え客を増やすことで、立ち寄りやすくする方策です。例えば、伊勢や高山方面、浜名湖などを立ち寄り先とするツアーが増えれば、それに従って愛知・名古屋を立ち回り先とするツアーも増えるはずで、特に最近では、東海北陸道を利用した中部・北陸地域を縦断というツアーが増える傾向にあります。この縦断ツアーはバスを利用するものであり、移動経路の自由度が高いため、愛知・名古屋地域への誘客も比較的容易なはずで、このような、近隣地域への訪問者数を増やす努力については、近隣地域同士でビジョンを共有した上での連携した取り組みが必要です。

(3) 日本の、あるいは地域の文化が感じられる訪問先を前面にPRを進めること

既存の訪日ツアーの内容から窺えるように、フランス人による訪日の動機には日本の歴史・文化への強い関心があります。高野山、広島など、(失礼ながら)日本人から見て意外にさえ思える地域への訪問率の高さは、この関心の高さによるものです。そこで、愛知・名古屋地域が誇る歴史・文化を感じられる観光拠点を前面に押し出してPRを行うことが、フランス人観光客の誘致に関しては特に有効であると思われます。

(4) 在フランスのメディアを活用すること

訪問先が検討される際の旅行ガイドブックの影響力はたいへん大きいと言われていきます。日本人から見て以外とも思える地域で外国人観光客数が増えていることの背景にも、往々にしてガイドブックの影響があるようです。

観光地としての日本への関心の高まりを背景に、ミシュラン社から「Michelin Voyager Pratique Japon」が2007年に発行されたのに続き、2009年にはさらにその内容を拡充した「Michelin Le Guide Vert Japon」(緑のガイド・日本版)が発行されました。この「緑のガイド」はヨーロッパで最も影響力のある旅行ガイドブックとされており、日本へのさらなる集客を大いに促すものとして期待されています。愛知県内でも、名古屋市、犬山市、瀬戸市が取り上げられ、各市内の観光拠点、グルメが紹介されています。今後も、このようなガイドブックにできるだけ大きく、数多くの観光拠点が掲載されるよう、努力を続けていくべきであると思われます。

以上、フランスにおけるバカンス・訪日ツアーの現状を分析しつつ、今後における愛知・名古屋地域への外国人観光客誘致方策を考えてみました。皆様のご参考の一助になれば幸いです。もちろん、こちらパリ産業情報センターでも様々な機会を活用し、観光地としての愛知・名古屋の魅力を発信していきます。