

地方都市への外国人観光客誘致の可能性とその課題

黒石市モニターツアー参加者に対するアンケート調査の分析から

誌名	開発学研究
ISSN	09189432
著者名	石田,貴士 矢野,佑樹 丸山,敦史
発行元	日本国際地域開発学会
巻/号	30巻1号
巻号補足	
掲載ページ	p. 26-32
発行年月	2019年7月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター

Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



【調査・技術論文】

地方都市への外国人観光客誘致の可能性とその課題

—黒石市モニターツアー参加者に対するアンケート調査の分析から—

石田 貴士^{*1}・矢野 佑樹^{*1}・丸山 敦史^{*1}

要 旨

本稿の目的は、地方都市における外国人観光客誘致の可能性とその課題について検証することである。そのために、青森県黒石市で行われた外国人留学生を対象としたモニターツアー参加者に対して、モニターツアーの訪問先の評価についてのアンケート調査を行った。その結果、以下のことが明らかになった。対象となったモニターはとも限られるものの、外国人観光客による日本の観光資源の評価は、観光資源そのものだけでなく、文化や料理などの背景にある歴史や日本の暮らしなど、観光資源をより深く理解するための情報を知ることができるかといった点も含めて行われている。したがって、地方都市の観光資源の価値をさらに高めるためには、英語の案内板やハンドアウトの提供により、保有する観光資源について歴史や暮らしとの関係などその観光資源をより深く理解するための情報を伝えていくことが重要であると考えられる。

【キーワード】 外国人観光客, モニターツアー, アンケート調査, 地域経済振興

How to Attract Inbound Tourist into Local Cities in Japan

—The Lesson from a Monitoring Tour by Kuroishi City—

Takashi ISHIDA^{*1}, Yuki YANO^{*1} and Atsushi MARUYAMA^{*1}

Abstract

The study considers how to attract tourist abroad, so-called inbound, into local cities in Japan. We conducted a questionnaire survey to clarify how the tourists feel the visiting such cities and what requirements they raise for better arrangement of the tour. The results show the followings. The respondents are the participants of a monitoring tour arranged by Kuroishi City, Aomori prefecture in Japan. The size of sample is very limited, but detailed information over the period of entire journey have been collected instead. An outstanding evidence is that the respondents are curious to know the back-ground knowledge such as the sentiment of a historical monument, cuisine, traditional crafting and so forth, suggesting an importance of written guidance in English and other foreign languages.

【Keywords】 inbound tourists, monitoring tour, questionnaire survey, promotion of regional economy

I. はじめに

訪日外国人観光客市場いわゆるインバウンド市場は、ここ数年で著しく成長している。『訪日外客統計』『国籍別目的別訪日外客数』（日本政府観光局）によると、観光を目的とした訪日外客数は、2013年に1,000万人、2016年には2,000万人を超えるまでに増加して

いる。外国人観光客増加による観光消費の増加は、地域に雇用と収入をもたらす地域経済振興の柱として期待されている。しかしながら、新井（2017）、藤井（2017）は、訪日外国人観光客の訪問、宿泊地や旅行消費が東京・大阪間を東海道経由で周遊するゴールデンルートなど特定の地域に集中していると指摘しており、インバウンドの地方分散が地域経済振興の課題であることが伺える。

*1 千葉大学大学院園芸学研究科, Graduate School of Horticulture, Chiba University

地方都市が、外国人観光客の訪問者数増加を目指すためには、地方都市特有の観光資源による差別化が必要である。近年は、訪日外国人観光客の訪問地の拡がりや目的の多様化も見られ、清水（2007）によると、以前に比べ訪日中国人のツアーで一つの都市に逗留する滞在型のツアーが増えてきている。金（2009）は、訪日観光経験が長くなるにつれ、広域な地域を周遊するものから、特定地域の少数の観光要素を見る観光や、特定のテーマを中心に体験する観光へと多様化する可能性を指摘している。また、松井ほか（2016）は、近年増加している個人旅行者は、団体旅行者に比べ日本の文化体験や自然・農業体験といった新しい観光を好む傾向があることを指摘している。以上の結果は、訪日観光の成熟とともに自然景観、農村漁村資源、地域特有の歴史・文化など地方都市の観光資源に対し魅力を感じる観光客が、今後、個人旅行者を中心に増加するかもしれないことを示している。

地方都市が、こうした観光客を取り込むための誘致政策や受け入れ態勢の整備を効果的に行うためには、地方中小都市の観光資源に対する外国人観光客の評価を明らかにすることが不可欠である。訪日観光客による日本の観光資源の評価について分析した研究としては小松・中山（2007）、野瀬・古屋（2008）などがあるが、農業体験、歴史・文化体験など地方都市の観光資源に対する外国人観光客からの評価についての研究は進んでいない。そこで、本稿では、黒石市で行われた外国人留学生を対象としたモニターツアー参加者に対するアンケート調査から、地方都市の観光資源に対する外国人観光客の評価を明らかにし、地方都市における外国人観光客誘致の可能性とその課題について検証することを目指す。

II. モニターツアーとアンケート調査の概要

本稿では、外国人観光客が日本の地方都市にどのような観光資源を求めている、それらに対してどのような評価を行っているのかを明らかにするために、外国人モニターツアー参加者へのアンケート調査を行う。訪問場所の決定は回答者の関心や好みによって影響を受けるため、訪問場所に対する評価に直面アンケート調査や留め置き式アンケート調査を用いた場合、その場所に関心の高い人の回答に偏るという意味でのサンプリングバイアスが発生する。また、一人の観光客から複数の観光資源についての評価を得たい場合、それぞれの観光資源について、訪問直後にその評価を聞くこと（追跡調査）は難しい。旅行が終了した時に一括して聞き取ることもできるが、その場合は、最初に訪れた観光資源より回答の直前に訪れた観光資源についての方が強く印象に残っていることにより、回答に歪みが出てしまう可能性がある。本稿で用いるモニター

ツアーによる調査の場合、すべての回答者が同じ観光資源を経験したうえで、それぞれの観光資源の体験直後に評価を聞くことができるため、このような問題点を緩和することが期待できる。なお、一般的な外国人観光客を集めてモニターツアー形式の選好調査を行うことはコスト面で極めて難しいことから、本稿では、2017年10月30日から11月1日に青森県黒石市が実施した留学生モニターツアーの参加者に対し、アンケート調査を実施することにした。このモニターツアーは、黒石市が、観光庁の「東北観光復興対策交付金」を活用して外国人観光客の受入環境整備を行う上で黒石市の抱える課題を明らかにすることを目的に企画されたものである。黒石市は、青森県の中央に位置する人口3万2,000人ほどの地方中小都市であり、日本の道百選に選ばれた「こみせ通り」などの歴史的建造物、紅葉の名所「中野もみじ山」などの自然景観、「黒石温泉郷」などの温泉、「津軽塗体験」などの文化的体験といった地方都市特有の観光資源を保有することから本研究の調査地域として適切であると考えられる。

モニターツアーの旅程は、黒石市役所が実施したインバウンド勉強会において黒石市内の事業者が中心となり、表1のように作成した。モニターツアーの概要は、以下のとおりである。①蔵よしは、江戸時代の造り酒屋の土蔵を改装したレストランである。ここでは、黒石のご当地グルメつゆやきそばを昼食として提供した。②津軽伝承工芸館は、津軽地方の伝統工芸の津軽塗や伝統産業津軽こけしの製作体験ができる施設である。モニターは、ここで津軽塗箸の研ぎ出し体験をした。③浄仙寺は、森に囲まれた静かな境内があり、モニターは、ここで境内の散策をした。④中野もみじ山は、滝と溪流に映える紅葉の名所である。モニターは、ここでライトアップされたもみじ山の散策をした。⑤ランプの宿青荷温泉は、豊かな自然に囲まれた温泉旅館である。モニターは、ここでランプの明かりだけの幻想的な空間での宿泊を体験した。⑥津軽鳥城焼では、黒石の伝統工芸品である鳥城焼の茶器を使って茶道を体験した。⑦黒石観光りんご園は、津軽平野と岩木山を一望できる場所にある。モニターは、ここでりんご狩りを体験した。⑧富士見館は、明治28年創業の老舗料亭である。モニターは、ここで、昼食をとった後、館内の見学ツアーにも参加した。⑨中町こみせ通りは、藩政時代からのアーケード状の通路であるこみせや伝統的建造物が残るエリアである。モニターは、ここを散策をした。⑩黒石神社は、江戸時代に建立された神社である。モニターは、ここで、参拝体験をした。⑪鳴海醸造店は、こみせ通りに所在する造り酒屋である。モニターは、ここで日本酒の試飲と庭園見学をした。⑫こみせ駅は、こみせ通りにある土産屋である。モニターは、ここで津軽三味線の無

料生演奏を鑑賞した。⑬重要文化財高橋家住宅は、江戸時代からある建築物で、現在は喫茶店として営業している。ここでは、建物についての案内とコーヒーを提供した。⑭かねさだ旅館および南風館は、伝統的な温泉旅館である。モニターは、2つの旅館に分かれて宿泊した。

モニターツアーの参加者は、千葉大学および慶應大学に留学中の学生に対し、ツアーの趣旨を説明し、黒石市でのツアーのしやすさも考慮したうえで6名（各大学3名ずつ）募集した。参加者の出身国、性別、年齢、言語、日本語のレベルは表2のとおりである。出身国は、インド、インドネシア、中国、ブラジル、フランス、メキシコ、性別は、男性4名、女性2名、日本語のレベルは、1名がビジネスレベル、残りの5名は、初級レベルだった。

調査票では、表1に示した①から⑭までの訪問場所について評価の高い点、低い点を自由記述で尋ねた。さらに、外国人観光客の行動パターンを把握するために、日本の観光情報を探すときにどのような情報源を利用するのか、日本観光に対し何を求めているのかについても同時に尋ねた。情報源については自由記述で利用するものすべてを回答してもらい、日本観光に求めているものについては、1位から5位までを自由記述で尋ねた。調査票は、ツアー開始時に配布し、各訪問地で記入してもらい、ツアー終了時に回収した。なお、調査票は、英語で作成し、回答も英語とした。

Ⅲ. 集計結果

まず、外国人観光客の行動パターンを把握するために、日本の観光情報を探すときに利用する情報源および、日本観光に求めるものについて検討する。表3は、観光情報を探すときに利用する情報源について、該当項目を記入した人数をまとめたものである。表3より、回答者が利用する情報源は、旅行雑誌のような紙媒体に比べ、ウェブサイトやSNSが中心であることが読み取れる。また、旅行雑誌の利用者も、ブログでアドバイスなどを見てから詳しいことを旅行雑誌で補うといった使い方をしていると述べており、旅行雑誌はあくまで補助的な情報収集媒体であることが伺える。

表4は、モニターが日本観光に対して求めているものについて、第1位から第5位まで自由回答で記述してもらったものを1位に記入されたものは5点、2位は4点、3位は3点、4位は2点、5位は1点とし、集計したものである。表4より、以下のことが読み取れる。1位は文化的な体験・お祭りであり、外国人観光客は、日本観光において日本の伝統や歴史に触れることを期待しているとの記述が見られた。2位は料理であり、特に和食や地域独自の料理を期待しているとの記述が見られた。3位は自然景観、4位は建物や神社仏閣であった。地方都市の中には、地域の伝統文化、歴史的建造物、自然景観、地域の食や食文化、温泉旅館などの観光資源に恵まれた地域もあり、そうし

表1 モニターツアーの旅程

日にち	訪問場所	内容
10月30日	① 蔵よし ② 津軽伝承工芸館・津軽塗工房 ③ 浄仙寺 ④ 中野もみじ山 ⑤ ランプの宿青荷温泉	ご当地グルメ 津軽塗体験 境内散策 紅葉のライトアップ 温泉旅館
10月31日	⑥ 津軽烏城焼 ⑦ 黒石観光りんご園 ⑧ 富士見館 ⑨ 中町こみせ通り ⑩ 黒石神社 ⑪ 鳴海醸造店 ⑫ こみせ駅 ⑬ 重要文化財高橋家住宅 ⑭ かねさだ旅館・南風館	茶道体験 りんご狩り 料亭 散策 散策 日本酒試飲・庭園見学 津軽三味線演奏鑑賞 コーヒー 温泉旅館

表2 参加者の国籍、性別、年齢、言語、日本語のレベル

性別	国籍	年齢	言語	日本語のレベル
女性	中国	26	中国語・英語・フランス語	ビジネス
男性	インド	32	英語	初級
男性	フランス	35	英語・フランス語	初級
男性	ブラジル	35	ポルトガル語・英語・スペイン語	初級
女性	メキシコ	22	英語・スペイン語	初級
男性	インドネシア	28	英語	初級

表3 観光情報を探すときに利用する情報源

情報媒体	回答数
ブログ	4
youtube	3
Facebook	3
tripadvisor	2
instagram	2
旅行雑誌	2
ビデオブログ	1
市の公式ホームページ	1
友達からのクチコミ	1
Booking.com	1
Japan Cheapo	1
japan-guide.com	1

表4 モニターが日本観光に求めること

順位	体験	スコア
1	文化的な体験・お祭り	20
2	料理（和食・地域独自のもの）	18
3	自然景観	17
4	建物（伝統的・現代的）・神社仏閣	12
5	地元の人のふれあい	8

た地域では、これらの観光資源を外国人観光客の誘致に活用できると考えられる。5位には地域の人の会話や生活を知ることなど、地元の人たちとのふれあいが入る。外国人観光客は日本人観光客に比べ地域の人々と話す、地域の生活に触れると言った点を重視していることは、野瀬・古屋（2008）でも指摘されている。

次に、モニターが黒石市の観光資源のどのような点に魅力や不満を感じるのかを明らかにするために、訪問したそれぞれの場所において評価の高かった点、低かった点についての回答を文化、文化以外の体験、料理、自然景観・立地、歴史的建造物、ホスピタリティ、その他のカテゴリーに分類し、表5にまとめる。なお、回答には提供された情報量に関する記述、特に観光資源をより深く理解するための情報の要求に関する記述が多く見られたため、観光資源をより深く理解するための情報に関する記述は太字体、その他の情報に関する記述は斜体、情報以外についての記述は正体にして識別する。人数は、同様の回答をした参加者の数を示している。

文化については、茶会や津軽塗など他では経験できない特別な体験をできたことを、参加者は高く評価している。津軽塗体験については、瞑想的な経験やセラピーのようにリラックスできるとの記述もある。津軽三味線鑑賞は、5名が日本的な音楽で素晴らしいと評価している。また、「津軽塗体験の後に手をふくためのウェットティッシュがなかった」という記述はあるものの、コンテンツそのものについて楽しめなかった、関心がないといった否定的な内容の回答は見られなかった。したがって、地方都市の保有する地域文化は、外国人観光客にとって魅力的な観光資源となりう

ると考えられる。

文化を理解するための情報については、4名が神社参拝や酒造り、茶会などの日本文化や伝統的な地域芸術を学べたことを高く評価している。さらに、文化から日本を知ることができたとの回答も見られる。一方で、「文化に関する歴史や精神についてもう少し説明がほしい」、「歴史などについて英語で書かれたパンフレットなどがあると嬉しい」、「通訳がいつもいるわけではないので将来的には英語で説明してほしい」といった改善を求める記述が多くあり、文化をより深く理解するための情報提供についての評価が低いことが分かる。このことは、外国人観光客にとって、日本の地域文化そのものや、その歴史的背景についての情報を得ることができないことは、不満につながる可能性が高いことを示している。従って、こうした要求に応えるために、外国語によるパンフレット作成が必要であると考えられる。

文化以外の体験についても、そのコンテンツそのものについては、評価が高い。りんご狩りは、違う種類のりんごを自分で収穫し、最も新鮮な状態で食べられることが高く評価されている。日本の伝統的な温泉旅館の宿泊体験も高く評価され、温泉は、5人が素晴らしいと高く評価をしている。ただし、「温泉は、人前で裸になることに抵抗がある」という記述もあり、他の人に裸を見せることに抵抗がある文化圏の人にも配慮して、事前に説明をするなどの対応が必要であることが示された。また、⑤ランプの宿は、電気の無い伝統的な文化の体験やランプだけを使うというコンセプトが高く評価されている一方で、ランプだけなので部屋が暗いことや、電気が通っていないのでドライヤーが使えないことが低く評価されている。こうした不満を和らげるためには、宿泊者にこれらの点を事前に説明しておくことが必要であると考えられる。

文化以外の体験についても情報の重要性は指摘されている。りんご狩りについては「リンゴの種類の説明は外国人にとって嬉しい」、「収穫期以外のリンゴの木の写真や英語での説明がほしい」との記述があり、学びとなる情報があることで満足度を高めることが示唆される。

「旅館の浴衣の着方についての英語パンフレットは丁寧」、「温泉に入ったことが無い人のために説明がほしい」、「温泉の入りの説明は、温泉から出てから気づいた入口のわかり易いところに出した方がよい」のように、日本の習慣に馴染みのない観光客の戸惑いを取り除くためにも、外国語による案内がひつようであることが示された。

料理については、ご当地グルメ、和食、抹茶、茶菓子、日本酒などがおいしかったことが高く評価された。他方で、料理についての情報は、家族や友達に伝えるための料理や建物の歴史についての英文で書かれ

表5 モニターツアーの訪問場所に対するモニターからの評価

カテゴリー	評価の高い点	訪問場所	人数	評価の低い点	訪問場所	人数
文化	伝統的な地域芸術を学べて興味深かった	②⑥	4	将来的には英語で説明してほしい。そうしないと貴重な情報を得る機会を逃してしまう	②⑪	2
	日本の文化（神社参拝・酒造り・茶会）を学べた	⑥⑩⑪	4	文化に関する歴史や精神についてももう少し説明が必要	②⑥⑫	2
	文化から日本を知ることができた	②⑥	1	歴史等について英語のパンフレットがあると嬉しい	⑥⑫	2
	津軽三味線は演奏方法についても関心がある	⑫	1	お茶会の作法は写真付きの説明があった方がわかりやすい	⑥	1
	他では経験できない特別な体験ができた	②	2	手を拭くためのウェットティッシュが必要	②	1
	多くの外国人がこうした伝統的セレモニーを体験したい	⑥	2			
	素晴らしい、日本的な音楽	⑫	5			
	瞑想的な経験。セラピーのようにリラックスできた	②	2			
	完成した箸を持って帰れて嬉しかった	②	3			
	ユニークなものをつくることのできるのが良い	②	1			
文化以外の体験	箸の装飾過程について発見があり興味深い	②	1			
	リンゴの種類説明は外国人にとって嬉しい	⑦	2	収穫期以外のリンゴの木の写真や英語での説明があればもっと情報を知ることができた	⑦	1
	旅館の浴衣の着方についての英語パンフレットは丁寧	⑭	1			
	電気の無い伝統的な文化を体験することができる	⑤	2	温泉に入ったことが無い人のために説明がほしい	⑤	1
	ランプだけを使うというコンセプトが好き	⑤	1	温泉の入り方の説明は、温泉から出てから気づいた入口のわかり易いところに出した方がよい	⑭	1
	他では経験できない特別な体験ができた	⑤	2	リンゴの種類や見分け方の説明ボードがあると便利	⑦	1
	過去に戻ったような素晴らしい体験ができた。	⑤	1	温泉は、人前で裸になることに抵抗がある	⑤	1
	温泉が素晴らしい	⑤⑭	5	手を拭くためのウェットティッシュが必要	⑦	3
	部屋が広くて快適、日本の伝統的旅館を楽しめた	⑭	2	ランプだけなので部屋が暗い	⑤	1
	自分でとったリンゴを最も新鮮な状態で食べられる	⑦	1	電気が通っていないのでドライヤーが使えない	⑤	1
食事	違う種類のリンゴを食べることができるのが良かった	⑦	2			
	料理の説明が詳しくて良かった	⑧	1	英語での料理の説明があればもっと興味が高まる。友達や家族に伝えるためにも必要	⑧	1
	料理がおいしい（つゆやきそば、和食など）	①③⑧⑩⑭	4	お店の歴史について書かれた英語パンフレットが必要	①⑧	1
	試飲した日本酒がおいしかった	⑪	3	写真付きの英語メニューがあった方がよい	①	2
	抹茶と茶菓子がおいしかった	⑥	2	黒石に来るまでお店や食べ物の情報が手に入らない	①	1
自然景観・立地	いろいろな種類の料理を楽しめた	⑧	1	店の入り口の駐車場の見栄えが悪い	①	1
	美しい景観（紅葉、池、滝、神社、リンゴ園）	③④⑤⑦	6	英語の案内板がない	④	1
	紅葉のライトアップは新しい広がりをもたせている	④	3			
	写真をたくさん撮った	④	1			
	都会から離れることのできるのが良い	⑤	1			
歴史的建造物	建物の歴史について説明してくれたのが良かった	⑧⑬	2	お店や建物などの歴史についてもっと情報が欲しい	⑩⑬	1
	建物が伝統的・歴史的雰囲気	①⑤⑥⑨⑩	6	英語の案内板がない	③⑨⑪	1
	庭が美しい	⑩⑬	3	どのようなお店があるかの案内地図が必要	⑨	2
	建物の見学ツアーが楽しかった	⑧⑩⑪	3			
ホスピタリティ		⑧	2			
	スタッフ・人が親切	①③⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑭	4			
	フレンドリーに歓迎してくれた	⑩⑪⑫⑭	4			
その他	手助けやアドバイスがよかった	①⑬	2			
		②	2			
	清潔・掃除が行き届いている	①⑧⑨⑩⑭	1	情報誌にあまり情報がのっていない	③	1
	トイレもきれい	⑭	1	Wi-Fi接続情報が日本語のみだった	⑭	1
	フリーWi-Fiがありがたい	⑭	2	トイレが男女わかれていない	⑧	1
				留学生には高く感じる	⑭	1

たパンフレットがないことや、注文の写真付きの英語メニューがないことが低く評価された。ただし、⑨富士見館については、料理の説明が詳しく良かったことが高く評価された。このことから、外国人観光客は、料理の味そのものだけでなく、料理の歴史や調理方法などの情報や、お店の建物なども含めて、料理を総合的に評価していることが分かる。旅先で郷土料理を食べる動機には、料理の歴史や調理方法などについて知りたいという文化的動機や、旅先で食べた料理のことを家族や友達に伝えたいといった対人関係についての動機も含まれることは、Fields (2002) でも指摘されている。また、Kim et al. (2009) は、旅先で食べる食事の満足度に、地域文化の理解や、レストランの施設環境などが重要な役割を果たしていることを指摘しており、これらの研究は本稿の結果と整合的なものである。

る。

自然景観・立地については、紅葉、池、滝、神社、りんご園などの美しい自然景観や、都会から離れてリラックスできるといったことが評価されている。このことは、外国人観光客にとって日本の田舎の風景は魅力的に評価されていることを示唆している。一方で、英語の案内板がないことが低く評価されていることから、外国人観光客を受け入れる地域では対応が必要である。

歴史的建造物については、6名全員が建物の伝統的歴史的な雰囲気や日本庭園の美しさを高く評価している。歴史的建造物をより深く理解するための情報については、建物の歴史などについての解説があった場合は高く評価され、不十分な場合は、低く評価されている。このことから、歴史的建造物の付加価値を高める

ためには、外国語による案内板やパンフレットの準備などが必要であることが示唆される。

ホスピタリティについては4名が、スタッフが親切だった、フレンドリーに歓迎してくれたという回答をしている。したがって、人の親切さやフレンドリーさに対する評価の高さは、リピーターや口コミの増加につながると考えられる。外国人観光客が日本人観光客に比べ地元の人々とのふれあいを重視することは野瀬・古屋(2008)などでも指摘されている。

以上より、地方都市ならではの観光資源に対する評価は全体的に高いものの、観光資源をより深く理解するための情報が不足していると、外国人観光客の満足度を十分高めることができない可能性が高いことが示唆された。

IV. むすび

インバウンド観光客の訪問先は、特定の地域に集中していることが指摘されており、地域経済振興を目指す地方都市にとって、インバウンドの地方分散は重要な政策課題である。しかしながら、先行研究では、外国人観光客が、地方都市特有の観光資源に対し、どのような評価を行うかについては明らかにされてこなかった。本稿では、地方都市における外国人観光客誘致の可能性とその課題について検証するために、黒石市留学生モニターツアーの参加者に対しアンケート調査を行った。

先行研究でも、訪日観光の成熟とともに農業体験、歴史・文化体験など地方都市の観光資源を活用した外国人観光客誘致の可能性が示唆されていた。本研究のアンケート調査結果からは、津軽塗や茶会の体験、津軽三味線鑑賞などの日本の地方都市の地域文化や、りんご狩り、温泉、日本の伝統的な旅館への宿泊などの地方都市ならではの体験はモニターから高く評価されることがわかった。

また、アンケートでは、スタッフの親切さやフレンドリーさが高く評価されることが明らかになった。野瀬・古屋(2008)で、外国人観光客が日本人観光客に比べ地元の人々とのふれあいを重視することが指摘されていることから、観光客を受け入れる地域の人々のホスピタリティが重要な観光資源となり得ると指摘できる。このように、地域文化の体験・学習、神社仏閣、伝統的町並み散策、りんご狩り、ご当地グルメなど地方都市の観光資源に対する外国人観光客からの評価は高く、観光資源そのものについての不満についての記述はほとんど見られなかった。しかしながら、情報提供の不十分さについては、低く評価された。外国語標識・解説についての評価は低いことは、小松・中山(2007)でも指摘されているが、本稿の調査結果は、外国語による案内板の整備だけでなく、文化や料

理などの背景にある歴史や日本の暮らしなど、観光資源をより深く理解するための情報提供の必要性を指摘している。これは、外国人が、地方都市の観光資源そのものだけでなく、文化などから日本や地域を学ぶことを重要視する傾向があるためと考えられる。

黒石市のモニターツアーにおいて活用した地域の伝統文化体験、歴史的建造物、自然景観、ご当地グルメ、温泉旅館などの観光資源は、黒石市のみに存在するというものではない。他の地方中小都市にも似たような観光資源は多い。したがって、これらの観光資源を用いた外国人観光客誘致戦略を他の地方中小都市で検討する場合でも、本稿のインプリケーションは大いに活用できると考えられる。

最後に、本稿に残された課題を述べる。第一は、留学生を調査対象としたことである。留学生は平均的な外国人観光客と比べ知的好奇心が強いなど選好に偏りが見られるかもしれない。また、年齢層が若年層に偏っていることにも注意が必要である。第二は、サンプル数の少なさのため、統計分析が行えていないことである。モニターツアーの実施には多くの費用がかかるため、今回の調査ではサンプル数を増やすことができなかった。これらについては、調査方法も含め今後の課題としたい。

謝辞：本研究はJSPS 科研費 15K18748 の助成を受けたものです。

〈引用文献〉

- Fields, K. (2002) : Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors. *Tourism and Gastronomy*, Routledge, 36-50.
- Kim, Y. G., Eves, A., and Scarles, C. (2009) : Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-431.
- 新井直樹 (2017) : インバウンド観光と地域振興, 地域政策研究, 19(3), 19-37.
- 金玉実 (2009) : 日本における中国人旅行者行動の空間的特徴, 地理学評論 Series A, 82(4), 332-345.
- 小松牧, 中山徹 (2007) : 奈良市における訪日外国人旅行者の旅行背景・意識・行動の実態, 日本家政学会誌, 58(6), 343-355.
- 清水伊織 (2007) : 中国人の訪日旅行の形態とその変化, 地理学論集, 2007(82), 37-52.
- 野瀬元子, 古屋秀樹 (2008) : 日光, 箱根における外国人観光者と日本人観光者の評価特性分析, 都市計画論文集, 43, 595-600.
- 藤井孝宗 (2017) : 海外からのインバウンド旅行者の国内消費行動に関する考察: RESAS ビッグデータにもとづく定量的把握, 産業研究: 高崎経済大学地域科学研究所紀要, 52(2), 108-

121.

533-54.

松井祐樹, 日比野直彦, 森地茂, 家田仁 (2016): 訪日外国人旅行者の個人行動データを用いた訪問地および観光活動に着目した観光行動分析, 土木学会論文集 D 3 (土木計画学), 72(5),

(2018.5.11 受付, 2019.1.21 受理)