

ウォーキングアンケートから見る中国人気質

2014年度に「2市1町フレンドシップ事業・富士山友好ウォーク」事業を、県日中友好協会の細見氏と私（県レクリエーション協会会長）と協力して1年がかりの構想のうえ、3月7日に御殿場市でウォーキングの会を行った。

中国人参加者と訪日旅行社を対象にした230人分のアンケート調査から、日中友好のための中国人観光客の考察をした結果がまとまった。

中国人観光客の日本に対する印象は概ねよい。マナーがよい、人が親切、サービスがよい、道がきれい、など。日本に来る理由として他のアジア地域に比べ、安全ということも要因だ。反面、中国人観光客に対する日本人の印象は、マナーの点であまり良いとはいえない。だが、今回の旅行では中国人参加者に日中の習慣やマナーの違いについての講習を事前にした。その結果、とくにトラブルが起きたという報告はなされなかった。

事前に習慣の違いを注意することで、日本人が問題視するマナーに関する課題はクリアされる。

観光庁が発行している資料によると、中国人観光客の一人当たりの買い物単価は、2位ロシアの6万8300円を大きく上回る、11万3703円であって、ひじょうに購買力がある。何とかしてこの購買力のある中国人観光客を囲い込めないだろうか。

【ショッピング】

まず、金をダイレクトに使える仕組みが必要だ。

商品を買う場合、当然だがお金が必要だ。だが日本で買い物をしようとした場合、中国で広く普及している銀聯カード（一種のデビットカード）が使えないという問題がある。

銀聯カードを日本で使えるシステムを整える必要がある。銀聯カードも徐々に使えるようになってきていて、東京都内では多くの店で使える。東京だけに中国人観光客が集中しないためにも、静岡でも銀聯カード決算の導入に力を入れるべきだろう。

中国人観光客が日本で買いたい物のアンケート結果の上位に炊飯器などの電気製品が挙げられているが、中国の電圧の 220V に対応している電気製品を販売しているところが無い。静岡県内で、販売可能な商品を準備できているのは、浜松市にあるビックカメラだけだ。

また、中国茶に関係する団体が茶道具を大量に購入したという例があった。商品を気に入った場合、大量購入につながる。ただ、たくさん買いたいときに在庫がないという声も聞こえる。

【PR 強化】

今回、富士山を眺めながら富士山・樹空の森をゴールに 4.5 キロの道をウォーキングするという企画を立てた。御殿場、裾野、小山あたりのホテルに宿泊するかと思ったが、多くは山梨の山中湖周辺のホテルなどに泊まっていた。なぜ静岡のホテルに泊まらないか。

中国人観光客に十分に静岡を PR できていないことに起因するのではないかという仮説が立てられる。

アンケート結果から、中国人観光客は日本の地理を十分に理解していない。という現状が浮かび上がった。富士山は中国人の誰もが知っているが、日本のどこにあるかほとんど知らない。日本で知っている都市は、東京と大阪くらい。その状態で、富士山観光を含む東京～（山梨ルートまたは箱根ルート）～大阪間のゴールデンルートと名付けられた最大の訪日中国人観光ルートが出来上がっている。

そもそも、情報のないところには行くのはハードルが高い。静岡の魅力を十分に PR する努力が必要だろう。

そこで効果的なのが WiFi スポットの拡充だ。

iPad、iPhone を持参する中国人観光客が圧倒的に多く、WiFi スポットを探している人を時々見かける。彼らが日本で観光して見たものを SNS（ウェイボーなど）に投稿すれば、生きた宣伝になり、SNS で繋がっている多くの中国人に静岡の魅力を伝えることができ、潜在的な顧客の開拓になる。

いまだ WiFi スポットが少ない。ホテルやショッピングセンターなどに WiFi スポットの拡充が求められる。

【リピーター獲得】

観光庁の「訪日外国人の消費動向平成 23 年年次報告書」では訪日中国人観光客の 7 割以上が初めての訪日旅行だ。

アンケートで「今回したいこと」はショッピングに対する興味が多いが、「次回したいこと」の質問では、自然、伝統、文化体験の希望が多かった。和服を着たり、茶道を体験したり、中国と違う体験を提供できればリピーター獲得につながる。

また中国人の世代による嗜好もつかむ必要がある。高齢者は中国人が多く集まるイベントを好み、若者は人数の少ない「特別扱いされる」イベントを好む傾向がある。ターゲットを絞ったコンセプトツアーも有効だろう。

総括すると、マナー講習、銀聯カード、中国人専用のショッピングスペース、WiFi、コンセプトツアー。このあたりがキーワードになりそうだ。

静岡県議会議員
天の一