



～伊勢志摩国立公園  
「国立公園満喫プロ  
ジェクト」～

インバウンド受入体制  
向上に関する調査

## ヒアリングの目的

- 伊勢志摩国立公園では「国立公園満喫プロジェクト」として、訪日外国人を惹きつける取組を計画的、集中的に実施している。
- 2022年10月に個人旅行解禁となり、インバウンド復活に向けた取り組みが必要である。
- 特に、アフターコロナのインバウンド需要が高まりそうな、アウトドアや自然探索等、三密回避のコンテンツに関する訪日外国人が感じる課題を調査した。
- 「英語、フランス語、中国語、スペイン語、タイ語地域」における訪日外国人旅行者の動向や要望を把握するために、通訳案内士の皆様（7名）にヒアリングを実施。



言語	案内している旅行者の出身国
英語	8割がアメリカ。他ヨーロッパ、アジア、サウジアラビア等。
英語	アメリカ8割、北欧を含むヨーロッパ1割、オーストラリア1割、その他英語を話すアジアの方。6~7割がグループ、その他は富裕層のFIT（個人旅行者）が多い。アメリカの大学の同窓会のツアー等も案内している。
英語	アメリカの方100%。シニアグループの富裕層ではないが裕福な方、アカデミック系の方が多い。
スペイン・ポルトガル語	スペイン、ポルトガル、アフリカの一部の国、中南米（メキシコ、ブラジル等）。中南米はインセンティブ旅行（企業の団体旅行）が多い。ファミトリップも経験。
フランス語	フランス、ベルギー、スイス、少ないがカナダも案内している。ファミトリップや工場見学付きインセンティブ旅行、スルーガイド（添乗員）も経験している。
中国語	中国語圏全般を対応。中国大陸、台湾、香港、シンガポール、マレーシア等。富裕層から若者まで案内。インセンティブ旅行やファミトリップも経験。
タイ語	タイの方。伊勢志摩においては、タイ人インフルエンサーのFAMツアー、インセンティブツアーで案内経験あり。

## ヒアリング事項

- 伊勢志摩地域、または似たような地方で直面した課題  
⇒受け入れ環境の課題
- 外国人観光客の好むコンテンツ  
⇒プロモーションに関する情報

※とくに田舎、自然、アウトドア環境での体験を聞きました。

## ヒアリング結果

※以降のコメントは、各通訳案内士の方の個別の体験に基づくため、各国の外国人観光客の方全ての傾向を示すものではありません。ご注意ください。

5

### 1. 訪日前に困った（と聞いた）こと

- （スペイン・ポルトガル語）
  - 日本での習慣の違いに戸惑った。皆がマスクをしていたこと。買い物袋が有料であること、お寺や和室でのマナーなど。
  - 公的機関のWebサイトに**事前注意**や、**マナー**などを記載した方がよいと思う。例えば、マスク（現状にあわせて）、エコバッグなど持ってきたほうがよい物や、ドレスコード（気にする方も多い）。靴下の必要性（サンダルで観光している時に、素足のまま畳に上がらないため）等。
- （タイ語）
  - 観光施設の情報は多いが、店など具体的な情報がない。
  - 食事をするレストラン等の場所について情報が少なく、ツアーの造成担当者などからもよく質問される。
- （英語）特に困ったということは聞かない。
  - 来日前の**情報は大体SNS**で得ている。特にその場所に行った人の実体験を見て選ぶことが多い。
- （英語）
  - ウェブサイトと現実の**ギャップに困る**ことがある。
  - よくあるのが「海女さん」で、実際に素潜り漁をしているところを見られると思われてしまうが、実際は観光用のショーである等。



6

## 2. 食べ物①



### 魚介類

#### ● 貝、甲殻類

- (英語)外国では貝、甲殻類を食べ慣れていない人が多い。「シェルフィッシュ(甲殻類)」の理解・定義も日本と海外では随分違う。甲殻類がダメという場合、**貝などはもちろんイカ、タコ、海老など広範囲でダメという意味になることがある。**
- (英語)「甲殻類がダメだが、魚はなんでも食べられる」→来日してから**一般的なタイやアジなどの魚**でも食べられず、極論で言えばサーモンしか食べられないとわかった。

#### ● ユダヤ系ゲスト

- (英語)**ユダヤ系の人**は宗教上貝類、甲殻類は**食べない**。また、うろこが無ければ魚ではないという認識。この理由からウナギ等もNG。
- (英語)親と子の食材を一緒に出してはいけないので、サーモンといくら、親子丼等はNGというような**極端な例もある**(同様に牛肉と乳製品も)。

#### ● 活け造り、生魚

- (スペイン・ポルトガル語) **基本的に活け造りはNG**、半殺しのイメージを持つ。頭付きもあまり好まれない。
- (英語)中には**生きている魚に拒否感を示さない方もいる**。伊勢志摩地域の海女文化、魚介類を食べる食文化などに理解があるからかもしれない。
- (タイ語) 刺身は生が苦手な場合、自分で焼いたり、鍋に入れるなどして食べている。今まで事前のリクエスト対応で問題になることはなかった。

**→料理を出す前に確認することが大事。**

7

## 2. 食べ物②

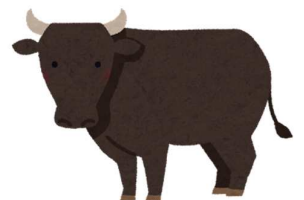
### 牛肉

- (中国語)中国系にも肉を食べない人がいる。
- (中国語)観音信仰、丑年、家庭で食べる習慣がなかったなどの理由で、マレーシア、台湾、シンガポールなどの中華系には**牛肉がNGの方もいる**。
- (英語)イスラム教徒は豚肉を食べないと知っている人は多いが、鶏肉、牛肉などもハラール(イスラム法に則った方法で処理されたもの)でないと口にできない。しかし、中にはハラールでなくても和牛を食べたいという人もいる。

**→個人差がかなりあるので確認が大事。**

### ヴィーガン

- (英語)日本のレストランではベジタリアン向け食事のバラエティが少ないので、グループの中で料理に差が出てしまう。(例：焼肉屋で焼き野菜のみ食べる、等)。
- (英語)海女小屋の中にも**ヴィーガンやベジタリアンに対応しているところがある**。



8

## 2. 食べ物③

### アレルギー

- (英語) **グルテン不耐性**の方が欧米のお客様の中に結構いる。醤油にも小麦が含まれているものが多く、命に関わることもあり、注意が必要である。
- (スペイン・ポルトガル語) 近年**アレルギー対応もよく求められており**、グルテンフリーや乳製品フリー、甲殻類アレルギー等への対応を求める方も多い。

### 苦手・・・

- (全言語) 弁当など、**冷たい食事が苦手**な傾向！
- (中国語) 中華圏の方は冷たい水は好まない。温かいお茶やお湯（マイボトル用）が欲しい。
- (スペイン・ポルトガル語) モチの食感が苦手な人もおり、あんこも受け入れられない人がいる。
- (スペイン・ポルトガル語) 豆腐は**テクスチャー（食感）が苦手**なようである。高野豆腐もあまり得意ではないが、厚揚げなら食べられるケースは多い。

9

## 2. 食べ物④

### 嬉しい対応

- (フランス語・スペイン・ポルトガル語) 食事の**最後にデザートは必須**と考える傾向。甘い物であればよく、できれば国産、現地産のものがよい。
- (スペイン・ポルトガル語) 南米の方は**火を通したものを好む**傾向、寿司ではサーモンが人気である。
- (中国語) **活け造りや尾頭付きは日本料理らしさ**もあり、写真にも映えると喜ばれることも多い、海女小屋も好評である。
- (英語) 外国人対応に慣れたレストランでは、メインに「**肉・魚・野菜**」と、**3つの選択肢**を出してくれるところが多い。→いろいろな食事制限に対応。

### トラブル

- (中国語) 前にマレーシアの方でわさび好きなあまり、何にでもわさびと醤油をつけて食べてしまい、**店側と軋轢**が生じてしまった。
- (英語) かなりの偏食でタバスコを持参する方がいた。
- (タイ語) **シーフードや焼き肉用のソースを持ち込もうとする**方が多く、初めて利用するレストランではトラブルにならないように配慮している。
- (タイ語) 懐石料理などで、「気に入った料理を料金を払うので追加して頼みたい」という方がかなりいるが、大体「**対応が難しい**」と断られる。
- (スペイン・ポルトガル語) **和朝食は苦手**な方が多い。特に干物等が出ると、朝から魚は辛いと言われることもある。

→朝食はなるべく食べ慣れたものを食べたいと思う人が多い。

10

## 2. 食べ物⑤



### 食べ物の柔軟対応

#### ● 現地スタイル or 合わせる？

- （英語）海女小屋でソーセージなど、魚介が苦手な方が食べられるものを出してくれる所もある。
  - （英語）食事よりも、海女さんと会話することがお客様にとってマストであり、会話をしないのであれば食事をする必要もない。会話することをお互いにとても喜んでいる。
  - （タイ語）和食の朝食は食べることはできるが、精進料理のような野菜中心の小皿を並べたような食事だと物足りないようだ。ただし、最近は**ビュッフェタイプの「自分で選ぶことができる食事」**が多いため、自分でウィンナーなどを選んで食べるなどしているので問題はない。
  - （英語）日本全国に言えることだが、受け入れ側がもっと柔軟な対応ができるとよいと思う。「お金や手間をかけた食事」がいいのではなく、遠くから折角来てくれているのだから、**簡単なもので良いのでその人が「食べられるもの」を提供して欲しい**と思う。
- 海女小屋などの体験施設では、食事内容よりも相手の満足を大切に。

11

## 3. 案内中や、滞在中に困った（と聞いた）こと

### 多言語対応

- （フランス語）多言語表記が多すぎると**視覚的にうるさい場合もある**ので、ピクトグラムや、やさしい英語で表記すると読める人も多くなると思う。
- （タイ・スペイン・ポルトガル語）大体の人は英語が読める。多言語対応して欲しいと思うのは**パンフレットなど詳しい説明、解説**が必要なとき。
- （フランス語）トイレなどで、日本語表記しか無く、どのボタンがどのアクションに対応しているのかが分からず、困ってトイレに呼ばれることもある。
- （英語）ポットのお湯が出るボタン、エアコンやテレビのスイッチがどれか、コーヒーマーカーの使い方など、お客様が分からずに**フロントやガイドに問い合わせが発生**する。

### ナイトライフ

- （全言語）地方では、コンビニや酒場、飲食店などが近くに無く、行くための足も無いので、夜間に楽しめるものがない。→**宿泊施設内で工夫はできないか。**



→テープ・ラベルなどを張って最小限の案内は英語表記するとよい。

12

## 3. 案内中や、滞在中に困った（と聞いた）こと

### トイレ

- （英語）あまり海外に慣れていないマレー系、イスラム系の方がいらした場合は、**沐浴の習慣**が課題となるかもしれない。
- （タイ語）アジアの国では紙を流すと詰まるので、使用後の紙をゴミ箱に入れる習慣があり、日本のトイレでは「**トイレットペーパーを便器に捨て水に流して良い事**」をツアー前に必ず念押しで説明している。
- （英語）施設によっては和式トイレしかないため、必ず近くのスーパーに寄りトイレを済ませてから行くようにしている。
- （中国語）トイレの紙の流し方の説明が分かりづらい。**シンプル**に「紙は便器に流してください。」が良いと思う。

### 入浴

- （スペイン・ポルトガル語）大浴場など公共の場で**裸になる習慣が無い**ため抵抗を感じるようである。
- （英語）マレー系、イスラム系の女性は同性であっても人前で裸になることを嫌がるため、大浴場に入ることは無い。
- （タイ語）朝にシャワーを浴びる習慣の方が多く、温泉地などで**部屋にシャワーがない場合**は注意が必要である。

### 宿泊

- （スペイン・ポルトガル語）**コーヒーの味にこだわりが強く**、ホテルのコーヒーは味が薄いようである。
- （英語）外国人の高齢者には膝が曲がらず、床に座れない、起き上がれないといった方がいるので、布団ではなく、**簡易な折りたたみ式のベッド**で良いので1つは用意しておく方がいい。
- （英語）おもてなしのために入室前に暖房を入れている旅館があるが、欧米人には暑く感じ、苦情が来ることもあるので、それよりも涼しい、あるいは換気ができる状態が喜ばれる。

13

## 3. 案内中や、滞在中に困った（と聞いた）こと

### 買い物

- （タイ語）クレジットカード利用も、現金支払も多い。**日本では両替レートが高いというイメージ**があり、日本で両替を希望する方はほとんどいない。
- （フランス語）**買い物は現金派が多い**が、クレジットカードで支払う際に店員から「何回払いにしますか」と言われると、意味が分からず買い物を諦めてしまうこともある。
- （英語）コンビニなどでクレジットカードを使ってキャッシングするときセブンイレブンは一回あたりの引き出し限度額が大きいので**立ち寄りの希望が多い**。
- （英語）両替するために鳥羽の銀行に案内したが、両替に時間がかかって大変だった。  
**※今は伊勢志摩の銀行での外貨両替は宅配サービスのみで外国人には不向き。**

### ● 対応

- （英語）地方は現金対応のみの店が多いので、どうしても足りない場合は、ATMでのキャッシングを案内している。
- （全言語共通）現金が無いと困るので、店の近くに**両替機が欲しい**と思う。



14

## 3. 案内中や、滞在中に困った（と聞いた）こと

### 習慣の違い

- （スペイン・ポルトガル語）**ジェスチャーの違い**に注意が必要。（親指と人差し指をくっつけて丸を作るOKサインが良くないイメージに）
- （スペイン・ポルトガル語）靴を脱ぎ履きする習慣がないため、**靴を脱ぐ場所に椅子**があると良い。
- （タイ語）夜間、外に飲食の場が無いような所で**20～30代のグループ**がホテルのロビーに集まって飲食をしてしまう事がある。**タイでは普通の習慣**であるため。
- （タイ語・英語）マナーに関して、「失礼のないようにしたい」、「失敗したくない」と、とても気にしており、「日本ではきちんと行動しなければ」という思いで慎重に行動している。

### ● 対応

値段に見合ったサービスを考えた時、日本では「日本人の考える贅沢なサービス（食材の価格など）」を、より手厚くすることを考える。だが、文化の違う海外の方へは、「お客様に合わせていかに対応していくかという柔軟度の度合い」を値段に見合うように考え、より柔軟な対応が必要なのでは。

⇒遠慮をしてお互いが嫌な思いをしないためにも、マナー、習慣などについてはお客様にはっきりと伝えた方が良い。

15

## 4. トラブル事例①



### 災害（地震、台風、津波、火事）

**地震に慣れていない人は外に飛び出すことがある。**

- （中国語）ホテル宿泊時に地震に遭遇したことがある。日本人はそこまで驚かない震度3程度でも部屋から出て驚く。避難経路の確認等を心掛けている。
- （英語）地震や台風で足止めを食らうことや電車が動かないということもあった。ツアーに予算立てがきちんとあるので、そういったことに遭遇した時、すぐに困る事のないように、「飲み物・食事・かっぱ」を購入している。
- （英語）北海道で地震があった時、お客様が不安になり部屋から出てロビーに集まっていた。添乗員と相談して、「チーフガイドはホテルと連絡を取って安全確認をし、それを旅行会社に報告しているので大丈夫」というアピールのために自分はわざと出ず、添乗員に「この位の地震であれば、大丈夫。余震もない。宿泊ホテルの建物には免震構造もあり構造的に大丈夫だと説明を受けているので部屋に戻ってください。」と説明してもらったところ、お客様は部屋に戻ってくださった。
- （英語）2011年に起きた震度5の地震の時に、鎌倉の鶴岡八幡宮で観光案内をしていた。建物は壊れていなかったが、電車は動かなかった。その時の鎌倉市の系統立てた対応が良く助かった。自分の判断で、動かない電車の中に暖を取るために入っていたら、そこに市の職員が来て、体育館へ誘導して水や食事を提供された。体育館には日本人を含む400人ほどが避難しており、全員が床にシーツなどを敷いて一泊した。

16



## 4. トラブル事例②

### 病気



#### 『ツアー中にお客様がコロナに感染したケース』

ツアー中にお客様がコロナに感染したケースに遭遇した。  
携帯していた抗原検査キットを使用することで、感染が広がらずに済んだ。

今後個人旅行者が増えた場合、お客様とホテル等の事業者をつなぐガイド  
がおらず対応が難しいと思う。  
事業者には抗原検査キットの用意や、コロナが出た時のシミュレーション  
や対応マニュアルが必要だと思う。

#### ● 対応

事業者にはコロナが出た時のシミュレーションや対応マニュアルが必要だと思う。  
旅館に時々お薦めしているが、スマホの無料アプリ「ボイストラ」で、様々な言  
語に対応している。また、スタッフ自身が英語で喋ってみて日本語で綺麗に翻訳  
されるか試してみると、英語力のチェックにも活用できる。

**⇒停電時やスマートフォンの充電切れのことも考えて  
紙での英文説明文書は作っておくと良い。**

17

## 4. トラブル事例③

### 事故

#### 『伊勢神宮での事故の体験談』

弁護士、医師のグループ（高齢者25人ほど）のグループ旅行にて怪我のトラブルがあった。伊  
勢神宮の内宮で急に雨が降り、危険だと注意はしたが、興奮して走った方が宇治橋で転倒した。  
（のちに救急搬送後、大腿骨骨折と診断され手術を受けて入院）

しばらく様子を見たが良くならず、救急車を呼んで頂いた。添乗員もおらず1人でとても大変  
だったが、お客様の中の弁護士の方が色々に対応をして頂き助かった。ツアー後もボランティア  
として入院中のオランダの保険会社との折衝の通訳やお見舞いを含めて、対応した。

#### ● 対応

どれだけ準備していても事故は起こるので、事故後に  
どう対応するのか、救急車は躊躇せずに呼ぶことや、  
ランドオペレーターを通じて手助けを頼むといった事  
を自分の中で決めている。



18

## 5. 好み、嗜好性①

### この国ならではの！

#### ・ フランス人旅行者

あまり買物観光をせず（子供に頼まれたアニメのグッズを買ったりはするが）、**人との触れ合いを好む**。「普通の人のお家にお邪魔したい」という方もいた。職人さんの手仕事に興味を持っており、アトリエ訪問も興味がある。

#### ・ 中国人旅行者

海外旅行できる位に裕福な方は大都会に暮らしており、自然に気軽にアクセスできないようである。ピクニックが流行ってきている。

#### ・ タイ人旅行者

**旅行にリラックスを求めている**。タイ人の性格を表す「3S」...「サバイ＝気持ちいい」、「サヌック＝楽しい」、「サドワック＝便利」を求めているため、旅行に来て、汗をかいて大変な思いをする体験はあまり求めないように思われる。

忍者・侍・祭り・太鼓・屋台・赤提灯・鳥居のあるような雰囲気など、「**わかりやすく日本らしいもの**」「**こてこての日本らしさ**」を好む。大都市と日本らしさの残る地方を組み合わせる旅行パターンが喜ばれる。

#### タイ人の「3S」

①サバイ＝気持ちいい

②サヌック＝楽しい

③サドワック＝便利



19

## 5. 好み、嗜好性②

### 国立公園は人気？

- ・（フランス語）伊勢志摩に来るのは国立公園が目当てではないが、**自然やキャンプ、海水浴は好きな国民性**である。（日本に来てまでそれをしたいかは不明）
- ・（スペイン・ポルトガル語）伊勢志摩に「国立公園」を求めて行く人はあまりいない。（富士山の世界遺産認定も同じである）。
- ・（中国語）「国立公園」は人が住んでいない大自然のイメージである。伊勢志摩では、国立公園に人が暮らしており、**調和していることがすごい**という声もあった。



- ・（英語）アメリカのように「ここから国立公園」という表示などが無く、国立公園内においても、国立公園にいたのだという印象が薄い。
- ・（英語）伊勢志摩が国立公園だと説明はするが、その事に興味を示す人はほぼいない。他の国立公園との違いを説明したりもするが、そこに興味を持って深掘りするような人はいない。

**⇒海外と日本では国立公園のイメージが異なるため、伊勢志摩が国立公園であることを知らない。**

20

## 5. 好み、嗜好性③

### 日本の自然に求めるもの

- （スペイン・ポルトガル語）四季が無い国は**自然の景観に対する憧れが強く**（桜、紅葉、滝など）、動物（サルやシカ）を身近に見られる場所は、自然が身近に無い中南米の方に人気がある。
- （中国語）特に雪の人気が高く、スキーや、雪の森の中で動物の足跡を探したりする、自然探索も喜ばれた。
- （タイ語）フルーツ狩が好きだが、タイは暑い国なので、自国にはないイチゴ、りんご、柿、ぶどうが日本のフルーツの代表として人気がある。特に**イチゴ狩は1番人気**がある。
- （英語）瀬戸内や愛知県（佐久島、日間賀島）の**離島は「島」での滞在の魅力やアート**などのコンテンツがうまく定着し、インフラが整いゆったりと出来るため、成功していると思う。伊勢志摩国立公園の「島」についても、それぞれの島の良さ・特徴を再評価し、みんなが行けるようにすると**ガイドとして、より案内がしやすい**。答志島や管島は富裕層でちょっと変わった体験をリクエストされた際には案内しようと思っている。



21

## 5. 好み、嗜好性④

### 体験・アクティビティ

- （スペイン・ポルトガル語）**体験アクティビティの人気は上昇**しており、個人旅行者（ファミリーやカップル）からも人気がある。団体料金よりも割高になっても行きたいと考える人もいる。また、事前に予約するよりは、**ホテルに着いてから等、現地に来てからチラシ等で知ったアクティビティへ申し込みたい**という希望が多い。
- （英語）**イマーシブツーリズム**「地元の人としゃべりたい・体験したい」という思いが強い。例えば外国の方とも物怖じせずに交流をする方が人気で、通訳を介さない身振り手振りでの会話でも、外国の方々は「**地元の人と直接交流出来た**」という満足感が得られて喜んでいる。
- （中国語）本物やここでしか買えない、というものを求めており、可能であれば伊勢神宮と関連する職人工房を訪ねるといった、**特別感ある体験**を提供できると人気が出ると思う。



三つのキーワード **柔軟性、本物、特別感**

22

# 6. 伊勢志摩への提案

- 「グループ旅行者」と「富裕層旅行者」に分け、それぞれが求めるものを聞きました。

### ●伊勢志摩でよくある問題

- ① 夕食が含まれていないツアーだと、外で食べる選択肢が少ない。
- ② 現金しか使えないところが多い。簡単に両替するところがない。
- ③ ホテルが町中から離れていることが多いが、タクシーなどアクセスが少ない。
- ④ 夜のアクティビティが少ない。

※これらを例示しながらヒアリングを実施しました。

## 一般的な外国人観光客ツアーのルート

### ● グループ旅行者

※日帰りか、1泊2日が主流。翌日は次の観光地へ移動（名古屋、大阪、京都、奈良、熊野、等）



## ● グループ旅行者 (各市町ごとのコメント)

### 伊勢市

- 日本人のように参拝ではなく観光が目的であることから神宮は1箇所を時間をかけてゆっくり訪れたい。(全言語共通)
- **朝の神宮**の雰囲気ですばらしいので、できれば朝に案内したい。(スペイン、ポルトガル語)
- **夫婦岩**は縁結びの御利益があり、しめ縄や鳥居のある風景に神秘的なものを感じる。(タイ語)
- **おかげ横丁、おはらい町**の雰囲気はタイ人がとても好む。食べ歩き、招き猫などわかりやすい日本らしさがある。(タイ語)
- **朝熊山の金剛證寺**はお客様に1番受けがよかった。景色がよく、卒塔婆が並ぶ風景は異次元にきたような**不思議な雰囲気**が、気に入ったようだ。(英語)

### 鳥羽市

- **離島**は定期船の時間の問題があるのでグループでは利用しづらい。個人客からはどこに泊まれば良いかなど、宿泊、滞在に不安があるという意見もあった。(英語)
- アメリカのツアーでは日帰り、ガイド付きではあるが、**答志島**で島歩きと海女小屋体験を取り入れているところもある。(英語)



25

## ● グループ旅行者 (各市町ごとのコメント)

### 志摩市

- 志摩は伊勢、鳥羽からさらに移動に時間がかかるので、伊勢志摩エリアで一日滞在だと志摩に宿泊しないケースが多い。(英語)
- アメリカのパッケージツアーなどで海女小屋、真珠養殖場を訪れるが、時間の都合上、横山展望台まで行けない。夕日で有名な**登茂山展望台**には寄ることもあるが、夕方の時間帯ではないのが残念。(英語)
- 横山展望台はカフェテラスがあり、**ソフトクリーム**などが食べられることをもっとアピールするとよいのでは。(タイ語)



### 南伊勢町

- 交通アクセスの問題もあり、インバウンドツアーのルートには未だになっていない。(英語)
- 自然の美しさなど観光の**ポテンシャルは高い**と思う。(スペイン、ポルトガル語)
- 「伊勢志摩国立公園を空から見る」ということで**スカイダイビング**ができることをもう少し海外向けにアピールしてもいいのではないかと。(英語)
- 南伊勢と**熊野古道**を繋ぐことはできないか。単独や伊勢志摩だけのツアーではなく、奈良、熊野など広域で考えると魅力があるのではないかと。(英語)

26

# ● グループ旅行者 (各市町ごとのコメント)

## 伊勢志摩共通

- 松阪牛は神戸牛に次いで認知度が高い。(タイ語)
- 広域観光ルートについて、30年ほど前は東京、名古屋から志摩に立ち寄り、奈良または熊野に抜けるような南回りのルートが主流だった。今は東京から白川郷、高山、金沢、京都というルートがかなり多い。(担当ツアーの8割くらいの印象。) ゴールデンルートの南ルートを開催すべきだと思う。オーバーツーリズムの解消にもつながると思う。(英語)



→国ごとに求めていること、やりたいことを各地域が理解して、提案していけばさらにインバウンドが活発化するのでは。

## 一般的な外国人観光客ツアーのルート

### ● 富裕層・家族

※数日滞在することが多い。

IN/OUT

名古屋  
大阪、京都  
東京(ヘリ)



宿泊施設

鳥羽  
志摩



滞在中

※ホテルから1日or半日観光

- 伊勢神宮(正式参拝、など)
- 海女小屋体験
- 座禅、茶道、町歩き
- 真珠取出体験、  
鯉節いぶし小屋見学
- ミキモト
- 熊野古道(日帰り)
- ゴルフ



(下図: 「知りたい! 伝えたい! 私達の伊勢志摩国立公園」より)

## ● 富裕層・家族

(高付加価値を求める富裕層の嗜好)

### 移動手段

- 超富裕層は各地からヘリコプターを使って移動することも多い。なかには**大型のクルーザー**を停泊できる所に自分の船を停泊させ、専属のシェフまで連れてくる人もいる。日中は町に出て観光はするが、そのときの移動手段も**プライベート**を保てるよう、専用車を使う。(英語)
- 伊勢志摩は**良い港**があり、真珠が買えて、マリンスポーツができ、ウォーキングなどができる場所もあるので富裕層向けだと思う。富裕層向けの中・小型のクルーズを誘致してはどうか。(英語)



- 一般旅行者は公共交通機関などを使い自力で移動、**富裕層はガイド付きの専用車**で旅行するという二極化がより進むのではないか。(フランス語)

29

## ● 富裕層・家族

(高付加価値を求める富裕層の嗜好)

### アクティビティ

(ハイキング、トレッキングなど歩くのが好きな方とあまり好きではない方に分かれる。)

- 歩いた**終点にドライバーに迎え**に来てもらうこともある。(フランス語)
- 一方で段差などがある石の道は膝に負担がかかるので**少しだけ歩きたい**という方もいる。(スペイン、ポルトガル語)
- スペインに巡礼路があることから**熊野古道**も人気がある。熊野古道伊勢路は入り口の雰囲気も良く、喜ばれるのでは。(スペイン、ポルトガル語)

### アート

- 日本の**現代アート**は人気があるので伊勢志摩にも鑑賞できるスポットがあるとよい。(スペイン、ポルトガル語)



30

# ● 富裕層・家族

(高付加価値を求める富裕層の嗜好)

## 嗜好性

- 普通のツアーでは行けないような、**特別感、優越感**を味わいたいようである。個人で体験に参加しても、他の団体と一緒に案内されてしまうことを残念に思うので、**個人客は分けて案内**できるとよいと思う。鰹節工房見学や、海女小屋体験の**貸し切り**なども人気が出るのでは。ミキモトの製品は大人気で、よく購入している。(中国語)
- **タイ人富裕層**は欧米人のように1箇所に長期滞在をしてゆっくり楽しむよりも、**短期間で多くの場所に行きたい**という方が多い。また、自分自身で作業体験などをするに価値を見出さない方もいるので、お客様の好みに合った提案が必要。(タイ語)
- リトリートの旅など、**自然の中でゆっくりしたい**人も増えてきている。**身も心もキレイ**になるコンテンツが好まれる。朝ヨガ、デジタルデトックスなど、**自然体験と組み合わせると**人気が出るかもしれない。(中国語)



31

まとめ



- 外国人観光客は本物の体験を求めているので、**そのままの資源**をうまく使うことがポイント。
- すべて外国人に合わせるのではなく、相手が求めるものに歩み寄り、**柔軟に対応**をする。（食べ物、宗教など習慣の違いを無理に乗り越えようとしない。できる範囲の対応で）
- **現地の文化、慣習へのリスペクト**をもっているため、それを大切に、地域のルールを伝わりやすい方法で伝える。（ピクトグラム、簡単な英語など）
- 各国で求めるもの（ハードなアクティビティが好きな国民性と快適な体験を求める国民性等）が違うので、**ある程度の予備知識**は役に立つ。
- 事故や災害は起こることを**前提に準備**しておく。

