

〈研究発表〉

新・未来プロジェクトIV (Dグループ)

Re JAPAN おもてなし観光立国

岩井 優作¹⁾, 佐々木 祐人²⁾, 杉田 壮史³⁾, 中村 高士⁴⁾

¹⁾ (株)日立製作所 インフラシステム社 水・環境ソリューション事業部 社会システム本部 東部システム技術部
(〒170-8466 東京都豊島区東池袋四丁目5番2号 E-mail: yusaku.iwai.hu@hitachi.com)

²⁾ (株)東芝 コミュニティ・ソリューション社 水・環境システム事業部 水・環境システム技術部
(〒212-8585 川崎市幸区堀川町72番地34 E-mail: yuto.sasaki@toshiba.co.jp)

³⁾ 東京都都市整備局 東部住宅建設事務所 設備課
(〒101-0021 東京都千代田区外神田1-1-6 E-mail: Takehito_Sugita@member.metro.tokyo.jp)

⁴⁾ メタウォーター(株) 事業戦略本部 R&Dセンター 基盤事業開発部 下水プロセス開発G
(〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1-25 E-mail: nakamura-takashi@metawater.co.jp)

概要

我が国は超高齢社会による成長力低下の問題を抱えている。その問題に対応する一つの手段として、退職年齢を迎えた高齢者が知識・経験及び高い就労意欲によって活躍することが有効と考え、そのふさわしい場として観光ビジネスに焦点を当てた。特に、東京オリンピックに向けて増える外国人旅行者の多様なニーズに応えるため、旅行者と高齢者をつなぐマッチングシステムを考案し、持続的なビジネスモデルを提案した。ビジネスモデルの可能性について、市場調査及びフィールドワークにて検証を行った。

キーワード：高齢者が活躍する社会，観光ガイド，外国人旅行者，おもてなし，持続可能
原稿受付 2014.12.25

EICA: 19(4) 34-38

1. はじめに

1.1 日本の現状

(1) 超高齢社会の到来

総務省のまとめた日本の人口推移予測によれば、日本の人口は2060年には約8,600万人まで減少し、高齢化率（全人口に占める65歳以上の人口割合）は2010年現在の23.0%から39.9%まで上昇すると予測され、超高齢化が更に進む見込みである。これは、出生率の低下と平均寿命の延長が主たる要因であるが、なかでも、全人口に占める15歳から64歳未満のいわゆる生産年齢人口の割合は、2010年の63.8%から50.9%まで減少し、GDP低下の可能性が指摘されている（Fig.1）。

政府は、これら超高齢社会への対策として様々な施策を講じているが、逼迫した日本の財政事情を鑑みた場合、財政出動以外のアプローチも不可欠である。

(2) 生産年齢人口に対する問題提起

前述した生産年齢人口の上限（65歳）は、あくまで自治体や企業に勤める人々の一般的な退職年齢を用いている。しかし、医療技術の進歩などによって元気な高齢者が多くなってきていると言われる昨今、こうし

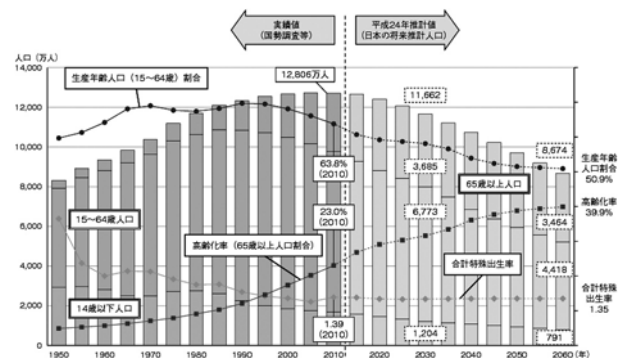


Fig. 1 Population trend in Japan¹⁾

た基準を適用して日本の労働力を評価することは必ずしも妥当でない。

50年後の人口動態を詳しく見てみると、総人口は減少するが、65歳以上の人口の絶対数がほとんど変わっていない点に気が付く。こうした観点から、日本をより活力ある国にし、国民一人ひとりが生き生きと豊かに暮らせる社会にするためには、高齢者でも活躍できる場所が提供され、自発的に社会参画への意識が醸成されるような環境整備が必要であると考え、本稿の起点とした。

1.2 退職高齢者の実態

内閣府が実施した高齢者の地域社会への参加に関する意識調査²⁾によると、65歳以上になっても働きたい、または、生涯現役を希望していると回答した人が70%以上であり、高い就労意欲を有していることが分かる(Fig. 2)。これら意欲の高い良質な労働力を活かした自治体の運営サービスとして、シルバー人材サービス等の高齢者活用型の事業が存在する。

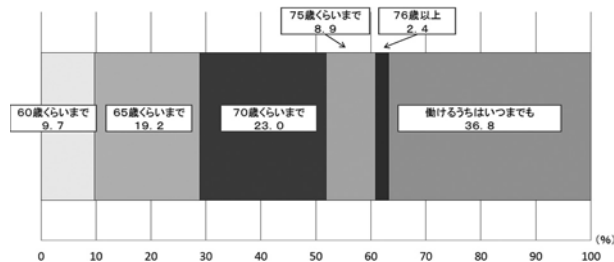


Fig. 2 Survey results for the participation in the community of the elderly

シルバー人材サービスによる高齢者の仕事の一例をTable 1に示す。運営に係る費用と公共性のバランスを考慮するために、清掃や家事手伝いといった比較的需要の多い職種が主となっている。

Table 1 Works for the elderly

技術分野 家庭教師 学習教室の講師 パソコン指導 翻訳・通訳 自動車の運転	技能分野 庭木などの剪定 障子・ふすま・網戸の張替え 大工仕事 ペンキ塗り 衣類のリフォーム	事務分野 一般事務 経理事務 調査・集計事務 筆耕・宛名書き パソコン入力
管理分野 建物管理 (ビル、アパート・マンション管理など) 施設管理 (スポーツ、遊戯施設管理など) 駐車(輪)場の管理	技術外交分野 販売員・店番 配達・集配 集金 営業 電気、ガスなどの検針	
一般作業分野 除草・草刈り 屋外清掃 屋内清掃 包装・梱包(封入、袋詰めなど) 調理作業(皿洗い、配膳など)	サービス分野 観光案内 家事サービス (掃除、洗濯、留守番など) 福祉サービス (身の回りの世話、話相手、介助など)	

サービス分野における観光案内について、従来のシルバー人材サービスでは有名観光地に的を絞る傾向がみられる。他方、民間の旅行業者が提供する各種ツアーなどは、費用対効果の側面および収益確保の観点から、最大公約数的なニーズには対応するものの、個人の興味関心レベルまでは応えきれていない面がある。そこで、既存の観光事業が網羅しきれない多様な観光ニーズへの対応と、2020年東京オリンピック開催時に予想される、多数の外国人旅行者の満足度向上を両立出来るような、観光ビジネスに着目した。

1.3 外国人旅行者数の増加とニーズの多様化

日本では近年の国内人口減少に伴う内需の頭打ちやグローバル化の高まりといった背景を受け、2003年、小泉内閣における経済構造改革の一環として、「観光」が国家的施策として掲げられ、新たな成長分野として着目された。同年に開始したビジット・ジャパン・キャンペーンでは、「2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人に増やす」ことを目標に、海外諸国での広報や国内における外国人旅行者向けインフラ整備など、様々な事業を推進してきた。

日本政府観光局が発表した訪日外客数の動向³⁾を基に、その推移をまとめたグラフをFig. 3に示す。キャンペーン当初、訪日外国人旅行者数は約521万人であったが、2013年には1,036万人を記録し、初めて1,000万人の大台を超えた。平成26年6月の観光立国推進閣僚会議では、日本の力強い経済を取り戻すため、今後も観光を成長戦略の柱と捉え、東京オリンピック・パラリンピックを開催する2020年までに訪日外国人旅行者数2,000万人を目標に掲げている。



Fig. 3 Trend of foreign tourists' arrivals

この目標を達成するためには、外国人旅行者のニーズを的確に捉え、効果的な事業を推進する必要がある。平成25年に観光庁が実施した訪日外国人の動向調査⁴⁾では、パッケージツアーの利用ではなく、往復航空券のみを利用した旅行者が全体の約70%の割合を占めていることがわかる。この一つの理由として、旅行者は、画一的なサービスではなく、実際に自分の脚で歩き、日本のより身近な魅力を求めていると考えられる。そのような魅力を的確に伝え、一人ひとりの旅行をより充実させるためには、外国語による案内表示の充実などハード面での整備も重要であるが、東京がオリンピック開催地に選出された一つのコンセプトでもある「おもてなし」精神により、訪日外国人旅行者に日本の魅力を直接伝えることが更に重要であると考えた。

そして、そのために必要な知識・経験・意欲を全て持ち合わせた高齢者がその体現者にふさわしいと考え

た。ここで、そのような価値ある高齢者を「プラチナ人財」と呼称し、そのプラチナ人財が外国人旅行者のニーズを満足する具体的なビジネスモデルを提案する。

2. 提案ビジネスモデル

2.1 ビジネスモデルの説明

(1) モデルの仕組み

前章までの背景を基に、提案するビジネスモデル（おもてなしガイドマッチング）の概要を Fig. 4 に示す。このビジネスモデルは、訪日外国人旅行者と観光ガイドを、マッチングシステムを通して引き合わせるものである。

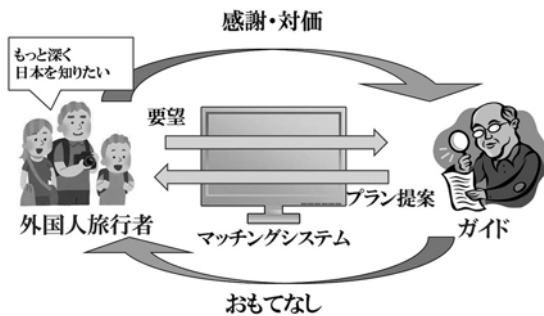


Fig. 4 Overview of the matching system

マッチングシステムを利用することにより、各外国人旅行者の要望に、多数のガイドが保有する多数のプランで応える。プランの実施段階においては、ガイドは外国人旅行者におもてなし精神をもって日本の観光案内を行い、外国人旅行者は感謝や対価によりガイドの労に報いる。

マッチングシステムのイメージを Fig. 5 に示す。



Fig. 5 Image of the matching system

外国人旅行者がウェブサイト上のマッチングシステムに希望日時・エリア・言語・趣向などを入力し、条件にあう人物を表示する。選択された人物のプロフィールや得意分野を明示することによって満足度を高め、従来よりも幅広く、深く、かつ柔軟な魅力ある

観光ガイドを行うことが可能となる。

(2) 利用の流れ

マッチングシステムの利用の流れを Fig. 6 に示す。

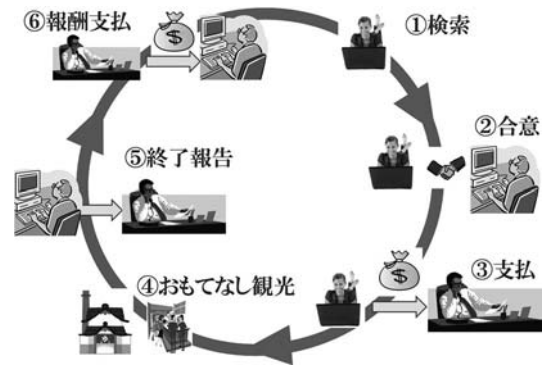


Fig. 6 Steps to use the matching system

以下のプロセスを経て利用を一巡する。

- ① 旅行者がマッチングシステム上に希望条件を入力し、条件の合うガイドを検索する
- ② ガイドが提案するプランを選択し、合意する
- ③ プランの実行に必要な金額を旅行者側が運営者側に支払う
- ④ 合意したプランをもとに、おもてなし観光を行う
- ⑤ ガイドが運営者に終了報告を行う
- ⑥ 運営者側からガイドに対して報酬を支払う

上記プロセスによって、ガイド側の料金受領に係る懸念が払しょくされ、また、旅行者側も支払料金が不明確になる不安も解消される。また、運営者側もシステム運営に係る手数料を回収できる。

今回提案した「おもてなしガイドマッチング」は、高齢者の社会参画意欲を資源としており、3者（旅行者、ガイド、運営者）の利益が確保できる、持続可能なビジネスモデルとなっている。

2.2 観光マッチングビジネスモデルの可能性

(1) 市場調査 (FS)

本ビジネスモデルの可能性を評価するため、市場調査 (FS) を実施した。Table 2 に訪日外国人旅行者の旅行前支出⁴⁾、Table 3 に同旅行者の日本訪問中の費目別支出⁴⁾を示す。

訪日外国人旅行者は2013年において1,036万人であり (Fig. 3)、外国人旅行者が現地ツアー・観光ガイドを利用している割合は4.0% (41万人)、購入者単価は12,852円である (Table 3)。これらから、訪日

Table 2 Expense before travel of foreign tourists visiting Japan

調査項目	購入率	購入者単価
パッケージツアー	30.4	120,814
往復航空（船舶）運賃	69.6	91,884

Table 3 Expense staying Japan of foreign tourists

調査項目	購入率	購入者単価
宿泊料金	61.0	60,839
飲食費	74.6	30,224
交通費	64.5	17,298
航空 (日本国内移動)	2.4	28,689
鉄道・モノレール・スキーリフト	54.1	13,849
バス・タクシー	33.4	7,215
その他交通費	3.7	15,233
娯楽サービス費	22.0	10,875
現地ツアー・観光ガイド	4.0	12,852
ゴルフ場・テーマパーク	5.7	9,744
芸術鑑賞・スポーツ観戦	1.7	11,003
美術館・博物館・動物園・水族館	12.0	4,141
レンタル料 (スポーツ用品・自転車など)	1.0	11,778
その他娯楽サービス費	3.6	14,786

調査項目	購入率	購入者単価
買物代	93.4	49,661
菓子類	62.1	9,583
その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.6	12,212
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.3	55,685
電気製品 (パソコン・音響機器など)	10.9	32,555
化粧品・医薬品・トイレタリー	42.7	20,675
和服 (着物)・民芸品	14.3	12,317
服 (和服以外)・かばん・靴	34.7	29,517
マンガ・DVD・アニメ関連商品	9.1	10,572
その他買物代	18.9	18,817
その他	1.6	25,585

外国人旅行者向けに日本国内で行われている「現地ツアー・観光ガイド」の市場規模は現在約 53 億円と試算できる。一方、往復航空 (船舶) 券のみで訪日した外国人旅行者は 69.6% (721 万人) であり、この旅行者全員に同単価で魅力的な現地ガイド・観光ツアーを提供した場合、潜在的市場規模は約 926 億円と試算できる。

そのため、従来の現地ガイド・観光ツアーとの差別化を図り、従来現地ガイド・観光ツアーを利用していなかった外国人旅行者に訴求するビジネスモデルは有効である。

(2) フィールドワークによるアンケート

本ビジネスモデルの有効性を検証するため、実際に訪日外国人に対してアンケートを行うフィールドワークを実施した。外国人観光客が多く集まる秋葉原及び浅草において実施し、12 か国 28 人の有効回答を得た。そのアンケートの集計結果を **Table 4** に示す。

日本への満足度は総じて高く、「また日本に来たいか」という問いに対して、「はい」と答えた割合が 90% 以上と非常に高い。

また、「アマチュアガイドを利用したいか」、「地元民とのふれあいを望むか」という問いに対してもそれぞれ 80%, 90% 程度と肯定的である。現状 4.0% しか現地ツアー・観光ガイドを利用していないこととのギャップを鑑みると、ビジネスの有効性は決して低いものではない。

3. ま と め

本稿では人が潜在的に抱いている様々な他者との関係性欲求を満足するための社会基盤整備、およびそれを実現するために必要な人的資源を重点的に議論してきた。それらを実現するためには各種施策があり、以下のプロセスを経て、国内展開を推進していく必要があると考える。

- ① 人生経験が豊かなプラチナ人財の意欲を存分に引き出せる新たな活躍の場の創出
- ② 拡大が期待される観光ビジネス業界において、プラチナ人財の有効活用を主眼に置いた、持続可能なビジネスモデルの提案
- ③ 定年退職年齢 (60~65 歳) という数字的な枠に捉われることなく、生涯現役の機運を国内全体で向上させ、各人の意識改革を促す環境の整備
- ④ 日本に対する外国人旅行者の細かなニーズと、「おもてなし」の心でオリジナリティあふれるサービスを提供したい観光ガイドとの引き合わせを容易に実現できるマッチングシステムの開

Table 4 Questionnaire results for the foreigners visiting Japan

設 問	回 答				
性別	男: 22		女: 6		
日本語を話せるか	上手く話せる: 0%	話せる: 0%	すこし話せる: 57%	全く話せない: 39%	無回答: 4%
来日回数	1 回目: 57%	2, 3 回目: 14%	4 回以上: 29%		
訪日目的	ビジネス: 32%	観光: 18%	食べ物: 4%	その他: 32%	
ツアー利用有無	利用している: 11%	利用していない: 86%	無回答: 4%		
滞在日数	数日間: 7%	1 週間程度: 36%	2 週間程度: 11%	2 週間以上: 46%	
日本の満足度	とても満足: 68%	満足: 32%	普通: 0%	不満: 0%	
また日本に来たいか	はい: 96%	いいえ: 0%	無回答: 4%		
アマチュアガイドを利用したいか	はい: 79%	いいえ: 21%			
地元民とのふれあいを望むか	はい: 89%	いいえ: 11%			

発と、必要に応じた旅行業法の規制緩和と法の整備

以上のプロセス，課題を解決していくことにより，生涯を通して活躍できる環境が日本には存在するという意識が醸成され，かつ生産年齢人口（15歳以上～65歳未満）の相対的な減少から懸念されている，将来の日本社会に対する漠然とした不安の解消につながり，元気な日本の再構築（ReJapan）が可能であると考えられる。

参考文献

- 1) 総務省：情報通信白書（平成24年度版）
- 2) 内閣府：高齢者の地域社会への参加に関する意識調査（2008）
- 3) 日本政府観光局：訪日外客数の動向（2014）
- 4) 観光庁：訪日外国人の動向調査（2014）