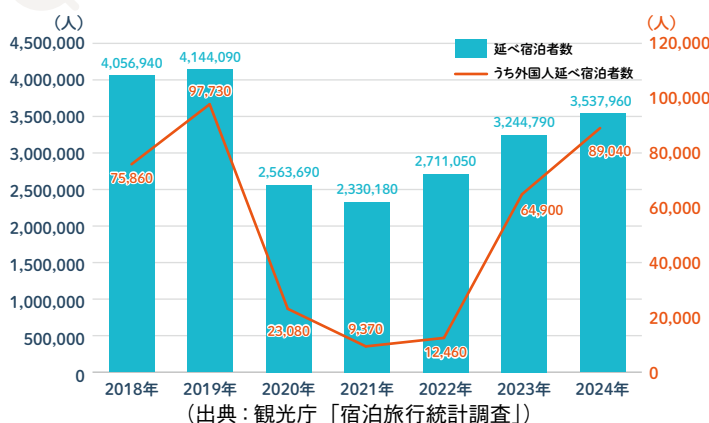


# インバウンド推進

「おもてなしで海外客の心をつかむ」

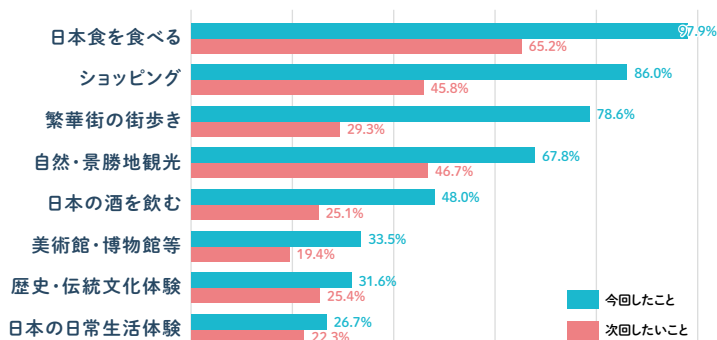


図1 福井県の年間宿泊者数の推移



北陸新幹線の福井開業に伴い、県内で宿泊する国内観光客は増加傾向にあり、昨年、県内に宿泊した人は353万人で前年より約29万人、率にして9%増加した。一方で、外国人観光客はやや伸び悩んでおり、宿泊者数は8万9千人と、2年連続で全国2番目に少なく、誘客の課題となっている。(図1)

図2 今回の滞在中にしたこと・次回来日時にしたいこと



(出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」2024年年度報告)

勝地観光や「歴史・伝統文化体験」「日常生活体験」も一定の割合を占めた。(図2) コロナ禍前の「爆買い」に象徴された消費行動から、「見る・味わう・体験する」という「コト」消費へと海外客の嗜好に変化が表れている。

海外客の興味や関心が多様化する中、ニーズに合わせた満足の提供や、福井の特性を分かりやすく発信する工夫も重要になると見込まれる。そこで今回は、海外客誘致に向けて、福井の魅力を取り込んだおもてなしの提供に取り組む企業の事例を紹介する。

## 福井の玄関口として

## さらなるおもてなし向上を目指す

(株)大津屋 (福井市観光物産館「福福館」<sup>ふくふくかん</sup>「福福茶屋」<sup>ふくふくちや</sup>)

店長 小澤 光信 氏

多言語対応で安心・快適に  
買い物・食事ができる環境を

JR福井駅西口の複合施設「ハピリン」2階で、福井市観光物産館「福福館」と飲食ゾーンの「福福茶屋」を運営する(株)大津屋の小澤光信店長から、海外観光客の消費傾向やおもてなしの取り組みについてうかがった。

福福館は福井市の観光物産館としての位置付けながら、同社のバイヤーが県内各地を巡って発掘した名産品を販売。併設する福福茶屋では、おろしそばなどの定番メニューに加え、福井の郷土料理を味わってもらおうと、京都の家庭料理「おばんざい」にヒントを



得て「おばんざいバイキング」として、里芋の煮っころがしや油揚げなどの郷土料理も提供している。

北陸新幹線の福井開業以降、目に見えて海外客が増えたと話す小澤氏。エリア別ではアジア圏が6割、欧米からの来訪が4割程度を占めるという。

海外客の受け入れでネックとなる言葉の壁に対しては、平成26年のオープン当初から翻訳機や翻訳アプリを使って海外客の利便性を向上し、ニーズを的確につかめるように努めている。

また、店内の商品には同館のスタッフが英訳した表記が記載されている他、同茶屋では、スマートフォンでQRコードを読み取ると、メニューが写真とともに英・中・韓・日本語の4か国語で表示され、注文できるシステムを導入。さらに、英語が話せるスタッフを常駐させて、微妙なニュアンスも汲み取り、安心して買い物や食事ができる環境を整備している。

海外客のニーズを取り込む

福井を訪れる海外客の特徴として「値が張っても名物を味わいたい」と、比較的高価なメニューを注文する客が多いという。特に人気が高いのは、冬の味覚の王者「越前ガニ」「セイコガニ」を贅沢に使った丼で、漁期に水揚げしたカニを特殊な冷凍技術で保存するこ

とで、カニ本来の風味を損なうことなく提供している。

また、新鮮な海の幸を手巻き寿司で味わうことができる体験メニューも提供。手軽に本格的な海鮮寿司が味わえると好評を博している。

土産品では日本らしい和柄の漆器や越前和紙などへの関心が高い。隣接するお土産・ギフト店の「福人喜」<sup>ふくにんき</sup>では、日本の春をイメージした工芸品と地酒を組み合わせて商品を展示し、海外客の購買意欲を喚起している。

小澤店長は「福井の玄関口として、福井の魅力を知るきっかけや、福井での思い出作りになるよう、おもてなしをブラッシュアップしていきたい」と抱負を語ってくれた。



海外客に好評な「越前ずわいがにに井」(左)と春をイメージした商品を組み合わせた展示(右)

## 文化の壁を越え

## 嗜好に合わせたおもてなし

かわじん  
河甚旅館 代表 河上 裕之 氏 (左)  
(福井市旅館業協同組合 理事長)



福井市の足羽山の麓で親子3代、60年余りにわたり旅館業を営み、福井市旅館業協同組合の理事長も務める河上裕之氏に、海外客へのおもてなしや、今後の受け入れに向けた展望などについて話をうかがった。

### 試行錯誤のおもてなしで心をつかむ

同館では宿泊利用者の幅を広げようと平成25年頃に海外の宿泊予約サイトに掲載。これをきっかけに東南アジアを中心に海外客の受け入れがスタートした。畳と布団の日本文化に魅力を感じて同館を選ぶ客も多く、現在では欧米からの来福も含めて海外客を受け入れている。

受け入れ当初は文化の壁にぶつかり、克服のために夫婦二人三脚で試行錯誤を繰り返した。土足のまま入館しようとする客がいたり、浴衣の着用方法が分からず部屋に向いて説明をしたり、大浴場での入浴マナーを巡っても苦慮することも多かったという。

そこで、キャリーケースを持参する客には、入館時にケースの車輪を丁寧に拭いてあげること、靴を脱いでもらうことへのストレスの軽減に努めてきた。また、浴衣の着用方法や入浴マナーについてはイラストを交えて日本語と英語を記載したマニュアルボードを作成。フロントでチェックインの際に指し示しながら、説明すること、スムーズに案内できるようになった。

また、湯舟よりシャワーを好む海外の入浴事情を重視して、3部屋の小型浴室をシャワールームに改装。さらに海外客が大浴場での入浴を希望する場合には、プライバシーや距離感を重んじる海外文化に合わせて、貸切りで提供する配慮も行っている。加えて、ストレスなくつながるWi-Fi環境の整備も行い、スマホアプリの翻訳機能も活用している。

### 福井市の観光ハブ機能を活かす

福井を訪れる海外客はコストよりも精神的な満足感を重視する傾向が強い

と話す河上氏。世界的に「禅」がブームになっているように、日本のカルチャーやスピリチュアルな文化が関心を集めており、目的を絞り込んで来訪する海外客も増えていると分析する。また、河上氏は福井市を嶺北エリアの著名な観光エリアを1時間程度でつなぐことができる「ハブ」的な存在と捉えている。今後は関係機関と連携を密にして、県内の魅力的な観光拠点・文化施設・自然を「線」で結び、海外客が満足できるコンテンツを的確に紹介・提供して、県内での滞在時間・滞在日数を増やす工夫に取り組んでいきたいと将来を見据えている。



海外の入浴事情に合わせ改装したシャワールーム (左)  
イラストを交えて入館マナーを紹介したマニュアルボード (右)

# 専門家に聞く

## 高付加価値・長期滞在型観光に向けて

県内産品の海外市場への販売活動や、モニターツアーの開催などを通じて海外客の誘客事業を展開している(株)クラフトパートナーズの吉川健彦氏に、福井県におけるインバウンド誘客のポイントについて話をうかがった。

(株)クラフトパートナーズ

代表取締役 吉川 健彦氏

### 「コト」消費で福井の価値を伝える

福井を訪れる海外客の多くは、「ゴールデンルート」と呼ばれる東京から大阪にかけての著名な観光エリアを既に訪れた経験を持つ来日リピーター客であると考えられる。

国内では食や自然を売りにする地域も多いが、海外客から見れば、どこも日本食は美味で自然豊かであり、福井だけの特徴ではない。そこで、海外客を呼び込むためには、「禅」のような精神的な安らぎや、伝統工芸のようなものづくりの魅力など、福井ならではの価値をどう打ち出すがカギとなる。弊社でも、海外客に日本の文化に触れてもらおうと、福井市の養浩館庭園を貸し切り、工芸職人とともに日本舞踊と和食・地酒を体験してもらうプレミアム感を高めたモニターツアーを企画した。

福井には長い歴史を持ち、高品質な伝統工芸が数多く存在する。その一方で、職人の気質として、工房の見学や体験など、形の無いものや原価が明確でない「コト」に価格を付けることを遠慮しがちだ。以前は「モノ」消費を求める海外客が多かったが、近年ではリピーターの海外客を中心に、「コト」消費を求める傾向が強くなっている。見せる・体験させる・満足させるこ

とに価値を求めることが近年の観光産業の流れであり、そこから収益を上げるビジネスモデルの構築が求められている。

丹精込めてモノづくりに励む職人の姿も見えてもらい、時には体験してもらうことで、福井の職人の技や出来上がった工芸品の価値を広く世界に知ってもらいたい。このためには、福井の歴史的な旧所名跡や伝統工芸に関するストーリーを、分かりやすく海外客に伝える工夫も必要になる。

### 地域や業界の連携を通じて

観光は仕立ててから、ビジネスとして成り立つ(利益が出る)まで時間がかかることが多く、事業者単独でインバウンド誘致の旗振り役を担うのは厳しい。そこで、地域や業界をあげて、どのように対応していくべきかを戦略的なビジョンで連携すべきだ。

連携のためには、福井が誇る日本酒(酒蔵)や伝統工芸の工房、寺社仏閣(禅)、食・グルメなど、それぞれの分野をつなぎ合わせるコーディネート(キーパーソン)の存在も不可欠になる。地域や分野ごとのコーディネーターが連携して、福井を訪れてみたくなる魅力あるストーリーを作り上げ、高付加価値・長期滞在型観光に仕立てていくべきだろう。

### 他県に無い福井の魅力を「体験」「コト消費」で提供

福井県が今年3月に策定した「ネクスト福井観光ビジョン」では、今年度からの5年間で、県内の外国人宿泊者数を40万人とする目標が掲げられるなど、海外客誘致の動きが加速している。

今回紹介した事業所では、多様化する海外客のニーズに対応するため、福井の魅力を全面に押し出したグルメや商品構成、言葉・文化の壁を越えた接遇や心遣いで海外客の心をしっかりとつかんでいる。

当所でも国内外の旅行客の「コト」消費のニーズに対応するため福井市やJR西日本とも連携し、県内の体験型観光プログラムを「ふくのね」として取りまとめ、大手旅行サイトを通じて提供している。グルメ・産業・文化など、他県には無い福井の魅力を発信し、海外客の誘致や新たな経済波及効果へとつなげていきたい。

県内の体験型観光を紹介する「ふくのね」はこちら

