

韓国の歴史を辿る旅

(その4)

浅井 伸宏 (1983 卒)

第2日目： 慶州 - 昔脱解王陵

歴史を辿る旅2日目の夕刻、我々一行は慶州市街を少し北に離れた小高い山の麓にある昔脱解王陵を訪ねました。

脱解王は新羅の第4代の王で、新羅草創期の伝説によく登場します。脱解王を除いた新羅初代から5代までの王は五陵に並んで埋葬されているのに何故かこの王だけがこの



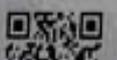
地にポツンと……。少し暗くなり、冷たい雨も降り出して、なんとなく物悲しさを感じさせる松林の中を進みながら、この日本とも交錯する王のミステリーを

慶州 脱解土陵

史跡 第174号

この陵は新羅の第4代脱解王^{在位57~80}の墓で、直径15.5、高さ4.5mの円形封墳である。脱解王については次のような伝説がある。

当時、多婆那国という国があったが、この国は倭国から東北側に1000km離れていた。この国の王妃が懐妊して7年過ぎて大きな卵を産んだ。このことは縁起の悪いことだとし、その卵は木箱櫃に入れられ、海に捨てられて、東海の阿珍浦に着いた。そのとき、ある老婆がそれを発見して開けてみると子どもが現れ、その老婆はその子を育てた。老婆は木箱櫃に鵲が鳴きながら一緒に飛んできたので、鵲の字の「昔」という字を取って名字にした。昔脱解は62歳に王になった。

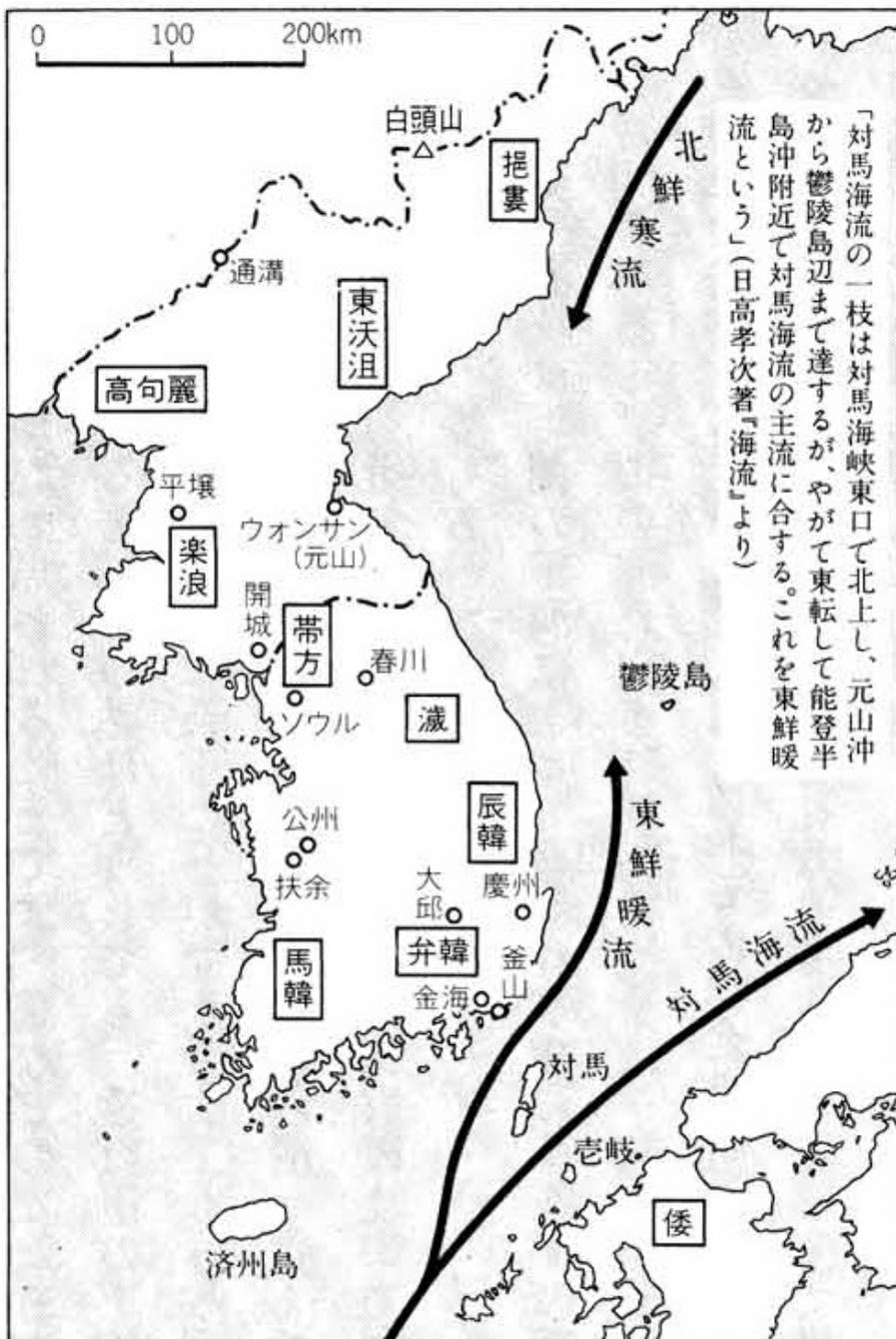


感じざるを得ませんでした。2000年も前なのに克明に誕生期からの逸話が残っている。治世からするとそんなに特別なことはないのに・・・、不思議な王様です。

この王様、誕生がこれまたいきなり...。「三国史記」新羅本紀によると前ページ下の図の説明の様に記されています（上記は王陵の説明版ですが、ほぼ同記に准じています。ただ一点誤植がありまして、1000kmでなく1000里です）。



この倭国東北一千里というのがなかなかやっかいです。まず基準の「倭国」。



脱解王の即位が57年でこの年に倭がもらった金印が博多沿岸で出土したから博多周辺？ それはそうかなと。もうひとつは「一千里」。短里（77m）？ 長里（434m）？ 現地の案内の英語版では240mileとありましたので、長里での解釈のようです。（韓国語・中国語版ではただ一千里）そうすると、博多から東北に434km...北陸地方になります。

「多婆那国」の音は「丹波」に似ている。ぴったりカンカン！しかし、待てよ、丹波から卵を海に流して金官に着く？ 対馬海流ま反対じゃない？ う～ん...。そんなじゃあ短里で考えてみると...たった77kmで関門海峡く

らいになります。関門海峡はあの巖流島の決闘のように、時間帯によって北上もある東鮮海流というのがあるそうで、論理的にはこっちのほうがありえそう？でも決め手はないようです。歴史は難しい。。。この昔脱解、飛びぬけた智略が王の耳に入り、娘婿になって、62歳にして王位に上り詰め、80年に死去するまで24年間在位、ちょうど三国時代で、北の高句麗・西の百済に比べ弱小であった新羅にあって戦争に明け暮れ国を守った波乱の人生だったようです。



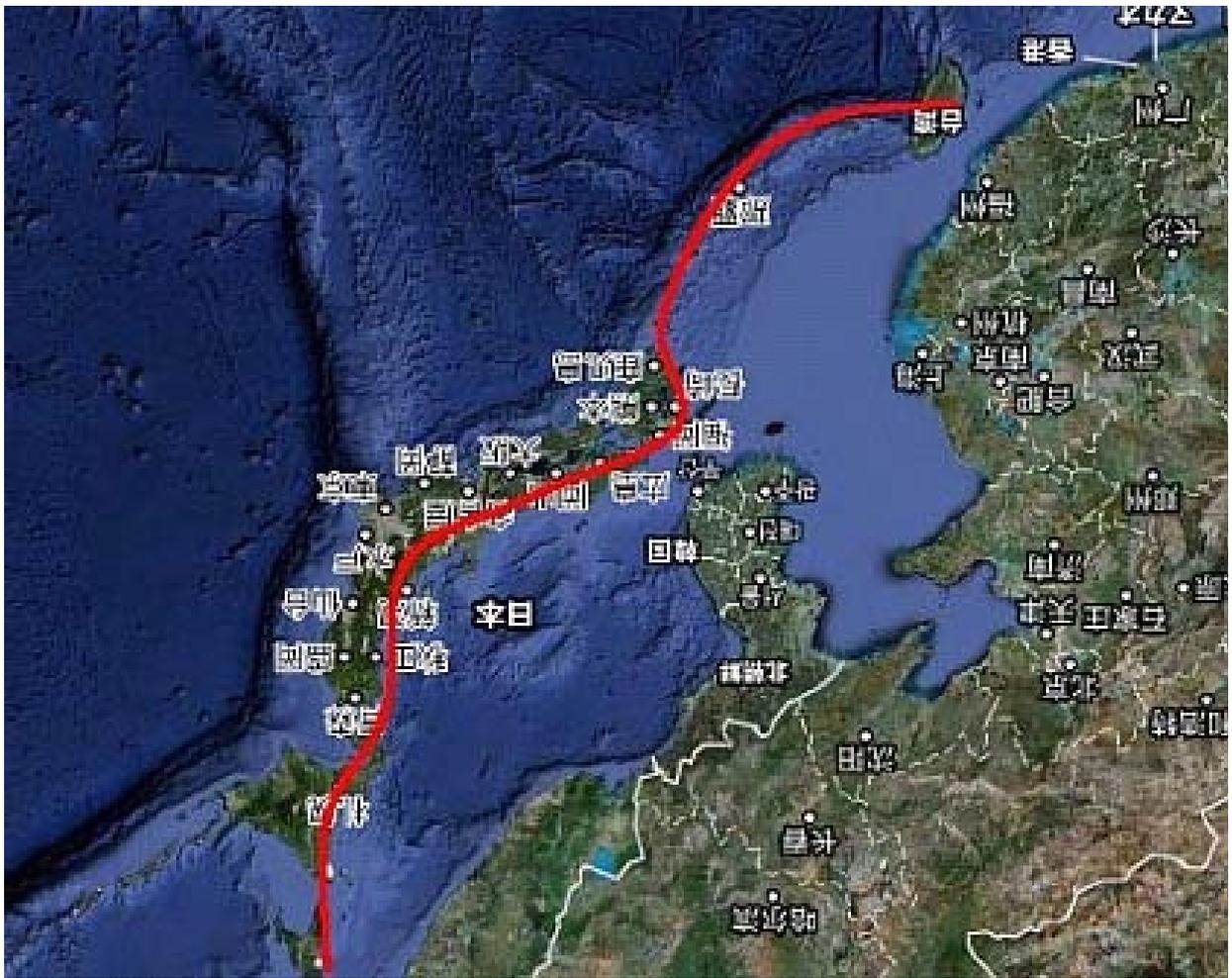
小生、仕事で日本と韓国を統括するようになって10年以上が過ぎ、両国の間をほ

ぼ毎月、行ったり来たりしています。ソウルは朝鮮王朝の王城の地であり、14世紀以前の歴史に触れることは余りありません。微妙な問題ですので、歴史の話はあまり出さないようにしているので、互いに交錯する日朝の歴史的つながりを議論する機会はあまりありません。

今回、この旅で、日本からの視点に加え、旅程を細部まで完璧にアレンジいただいた鄭先生から、韓国視点のお話をお聞かせいただき、新しい再発見をたくさんさせていただくことができました。例えば、新羅の「朝鮮統一」。小職は統一により、国が団結し、より強い発展へのスタートと理解していましたが、その実は、三国の弱小国であった新羅が、大国高句麗・文化国家百済を倒して「統一」できたのは、確かに伽耶の「鉄」はあったのですが、重要であったのは中国（唐）の援軍で、その為に唐に、高句麗の大部分と百済の一部を唐に占領されてしまいました。668年以降、朝鮮の人たちは力を合わせて唐と戦い、国境線を大同江以北まで押し戻しました。「統一」といっても、その背後は複雑なんですね…。ここまで頭が回りませんでした。

東アジアの歴史は現代に至るまで、その歴史の中心に位置する超大国中国の存在があります。そこで中国を中心に東アジアを見てみると次ページの図のように樺太から台湾まで、東の大洋への出口を日本が完全に蓋をした形になっています。

中国が常に日本に一目置くのも、海を隔てているとか、明治維新以来の強大化といったこともあります。この地政学的位置によることは大きいと思います。しかも、この海の先には、現代のもうひとつのとんでもない超大国USAがありま



す。欧州に住んでいると、USA との「特別な関係」を後ろ盾にし、欧州の中で自国の存在感を示す UK の国運営に時に感心させられますが、日本もこの地政学的位置と明治維新以来大戦の経験も経てアジアの中で唯一欧米の「中」で世界を動かしてきた経験をもとに、現代の2大超大国の間で、自国の存在感を示していければ、今後とも世界に注目されるパワーとして存在し続けていけると思うのですが・・・。

一方、朝鮮半島は、中国と日本のブリッジのような位置にあり、ヒトと文化が激しく行きかっている状況が簡単に想像できます。日本との間には海峡がありますが距離的にはわずかですし、中国とは地続き、国境の向こうにも同民族が住んでいます。歴史的には、先進地である中国からの南下が支配的だったでしょうが、日本の軍事力や貧しいが故のパワーといったものもあったかと思えます。3国の民とパワーは常に朝鮮半島を橋渡しに交錯していたものと思われれます。今回も紹介している神話の世界での「共通点」「交錯」、韓国語と日本語が瓜二つの言語であることからその深さを感じることができます。

非常に忙しい旅でありましたが、流れていく日常の中で、一時留まって考える機会を与えていただいた旅でもありました。この旅、まだまだ続きます。。

(つづく)

上戸と下戸

檜原 勇多賀 (37年卒)

酒が沢山飲める人を「上戸」(じょうご)、その逆に酒が全く飲めない人を「下戸」(げこ)と呼ぶ。これらの言葉は何に由来するのだろうか？



実は、「上戸」・「下戸」の語源は奈良時代の法律「大宝律令」にまで遡る。大宝令の中で、一戸の家に6人から8人の正丁(21歳~60歳までの男性)のいる家を「上戸」、3人以下の正丁しかいない家を「下戸」といい、租税の負担や日常生活にいたるまで両者の間に色々な規制が設けられていた。

さまざまな規制の中に婚礼のときに使われる酒量の規制があり、「庶民婚礼、上戸八瓶、下戸二瓶」と規制されている。そこから、酒が飲める人を「上戸」、飲めない人を「下戸」と言うようになったのである。

兼好法師の「徒然草」の中にも、「近づかまほしき人の上戸にて、ひしひしと馴れぬる、また嬉し。さはいへど、上戸はをかしく罪許さるゝものなり。」という一文がある。

(第3話 終わり)

天文趣味のすすめ (その3)

西田信一郎 (1980年修士卒)

望遠鏡で天体を観望して最も容易に感動が得られるのが、土星と月です。土星を取り巻く多重の輪、月の複雑なクレータの重なりを初めて望遠鏡で見ると、「こんな小さな望遠鏡で、こんなにリアルに天体の姿を見られるなんて!」と、驚く方が多いです。このため、科学に目覚める年代といわれる小学校高学年生~中学生に科学への興味を持たせるきっかけとしても有効な観望対象だと思われます。しかし、初回に申し上げたように望遠鏡の適切な選定は、なかなか難しいことですので、それは次回以降に送ります。

数十年間、天文マニアを続けている私にも、降るような満天の星空の下で、望遠鏡を使わずに肉眼や双眼鏡で広く星空を眺める時間は、自分が宇宙の住人であることを認識できて、幸福感、満足感が得られる時間です。このため、まずは、肉眼や双眼鏡で星空を眺め、宇宙に触れることをお奨め致します。そこで、今回は双眼鏡の選び方について記述します。

双眼鏡の選定も、実は奥が深い世界であり、天文ファンでも、数十台以上保有するマニアが沢山いらっしゃる。最近では、中国製の安価な(意外に高性能な)機種に押され気味ですが、日本には、高品質な双眼鏡を作る優秀なOEMメーカーが複数あり、多くの光学機器メーカーは、これらのメーカーから(僅かに体裁を変えた)製品のOEMを受けて販売しているようです。



写真1 6×30 WPの双眼鏡の例
(ビクセン製)

さて、双眼鏡の選び方ですが、品質において、超高級品、高級品、普及品、玩具レベル品の概ね4つの製品レベルがあります。まずは、玩具レベル品を選ばないことが大切です。一概には言えませんが、ホームセンターで売られているような双眼鏡です。決して安くない価格でありながら、光学的性能も機械的性能もお粗末なものが多いです。一方、先に述べたようにMade in Chinaである場合が多い普及品は、性能的に高級品に肉薄してきております。そして、超高級品は、その価格の高さに見合った満足感が得られるかどうか疑問を禁じ得ないところです。このため、エントリー機材は、高級品や普及品から選ぶのが無難でしょう。



写真2 さじアストロパークのドームと星空

高級品と普及品の差は、概ね、材質、レンズやプリズムの表面反射防止コーティング、内面反射防止塗装の差であり、視野のすっきり感に違いが出てきます。表面反射防止コーティングは、言うまでもなく、(学生時代に計測工学の授業で習った) $1/4$ 波長の厚みの表面反射防止膜のことであり、これを多層に組み合わせて広い波長に対する表面反射防止効果が得られるものが所謂マルチコートです。この処理の良し悪しによって、性能にかなりの差が出ます。また、レンズ式の天体望遠鏡の多くはケプラー式であり、像が倒立して見えますが、双眼鏡では正立像が必須ですので、正立プリズムが組込まれています。この正立プリズムの方式としてポロプリズムとダハプリズムがありますが、星見には、シンプルな構成で製造誤差の見え味への影響が少ないポロプリズムが適しております。

では、どのようなスペックの機種が星見に適するかと言うと、まずは、低倍率で、明るく、広角の機種をお奨めします。具体的には、 $10 \times 50 W$ 、 $8 \times 42 W$ 、 $6 \times 30 W$ 、というようなスペックの機種です。(写真1) この数値表記は、倍率 \times 口径(mm)の意味であり、Wは広視野角(見掛けの視野角が 60 度以上)を意味します。なお、 10 倍以上の倍率では、手持ち観望では手ブレのために落ち着いて星空を味わうことが難しいため、これ以下の倍率の機種を選ぶのが無難です。また、明るさは、ひとみ径(mm)(=口径(mm) \div 倍率)が指標ですが、星見には、ひとみ径 5 (mm)以上の機種が適しています。ちなみに、私は、寝転がって双眼鏡を眼窩に載せて星空を眺めるのが好きですが、そうやっても、大きな双眼鏡



写真3 夏の大三角（デネブ、ベガ、アルタイル）と天の川

は重く、支える腕が疲れます。

双眼鏡で星空を眺める好適地については、ともかく、街明り（光害）が少ないところが良く、京都から近いところでは、丹後、中国山地、紀伊山地の辺りです。紀伊山地では、大台ヶ原山、高野山の南、護摩の壇山が星見のメッカとなっております。鳥取市在住の私は、月の無い晴れた夜には、「さじアストロパーク」（写真2）に出かけて、一晩中、星を眺めたり、天体写真を撮ったりしております。

双眼鏡で、天の川に沿って星空をスラロームし、黒いビロードの上に撒いたダイヤモンドのような無数の微光星を味わい、星雲・星団を次々に訪ねると、意識が宇宙空間に飛び出すような浮遊感を味わえます。

自然の風光明媚な観光地は、総じて街明かりが少ないので、ご旅行の折には、双眼鏡を持参して、ぜひ星空をご覧になってください。とくに夏～秋は、沢山の星雲・星団が眺められ、星見の好機です。（写真3）

(つづく)

【お詫びと補足】

本年の1月5日発行の京機短信269号の「平成27年九州支部秋の行事のご報告：小倉高校出前講義・日本鑄鍛鋼合同見学会西日本工業倶楽部見学・支部総会・北九州筑豊近代化産業遺産見学」の記事の最終文章が、編修ミスにより途切れてしまっておりました。お詫び申し上げます。正しい文章は次の通りです。なお、京機会のウェブサイトの当該ファイルは修正致しましたので、全編を通してお読みになりたい方は、改めて、ダウンロード下さい。

石炭産業は日本史上最大のエネルギー資源産業です。この規模のエネルギー資源産業は日本にはしばらく出現しないでしょう。この巨大産業は、ほんの150年ほど前に現れ、筑豊というきわめて限られた地域で、かつてない壮大なスケールと凄まじいスピードで展開されました。しかも、それは世界の動向を見抜く広い見識と、仁義を重んずる日本人古来の価値観を併せ持つ強力なリーダーたちに導かれ、筑豊に巨万の富をもたらしたのみならず、豊かな文化を花開かせ、多くの人材を育てました。

その過程は中東など世界の他地域で展開された石油産業や天然ガス産業とは全く異なるものでした。たしかにいろいろ問題も抱えていたことは否めませんが、その足跡が今の日本の繁栄の礎になったことは紛れもない事実です。そんな先達の生き様を、現地に行って自らの目と心で確かめ、未来のエネルギーのあり方を設計する上での一助とすることの意義を実感したツアーでした。

1 . 訪日外国人数 - 1973 万 7400 人 -

H28.3.28 総務省統計局

<http://www.stat.go.jp/info/wadai/pdf/049.pdf>

日本を訪れる外国人旅行者の数は年々増加し、2015 年の訪日外国人数は、前年比 47.1%増の 1973 万 7400 人と過去最大の伸び率となり、日本万国博覧会（大阪万博）が開かれた 1970 年以來 45 年ぶりに出国日本人数を上回りました。

2 . 訪日外国人数はどこまで伸びるのか

三菱総合研

http://www.mri.co.jp/opinion/column/ecorev/ecorev_20160218.html | SHARE

近年の訪日外国人数の急増の背景には、アジアを中心とする「日本選択率」の上昇がある

世界の観光市場からみれば、日本の存在感は未だ小さく、「観光立国」には程遠い状況

観光地としての「引力」を高めることができれば、20 年に 5,000 万人越えの可能性も

<http://www.mri.co.jp/opinion/column/uploadfiles/mer20160218.pdf>

(1) はじめに

15 年の訪日外国人数は延べ 1,974 万人に

(2) 近年の訪日外国人数増加の背景

近隣アジア諸国からの観光客が急増、リピーターも順調に拡大

「日本選択率」の上昇が訪日外国人急増の背景に

(3) 国際観光市場のなかでの日本

世界の観光市場における日本の存在感は未だ小さい

(4) 訪日外国人数はどこまで伸びるか

訪日外国人数は 20 年に 3,800 万人に

観光地としての「引力」を欧米並みに引き上げれば、

20 年に 5,000 万人超えも可能

(5) 観光立国の実現に向けて

訪日外国人の「不便」解消がリピーターの増加に寄与

帰国後も需要をつなぎとめる仕掛けが必要

“未”来訪者に対する日本の「引力」を高めるために

3 . 今後の観光振興策に関する意見 ~ 『新たな観光ビジョン』策定への期待

H28.2.18 日本商工会議所

<http://www.jcci.or.jp/recommend/request/2016/0218160000.html>

日本商工会議所（三村明夫会頭）は 2 月 18 日、「今後の観光振興策に関する意

見～『新たな観光ビジョン』策定への期待～」を取りまとめ、内閣総理大臣をはじめ、関係閣僚などに提出する。今回の意見では、観光が地方創生、日本再生の切り札であるとの認識のもと、地域や民間が観光に積極的に取り組めるよう、政府が国内外の観光に関するより具体的な数値目標を設定することが必要であるとの基本的考え方を示した。具体的事項としては、インバウンドと国内観光とを車の両輪とし、インバウンド政策については、特定都市に集中する外国人旅行者を全国各地に分散・拡大するための方策などについて提案。また、国内観光では、季節的・時期的な需要格差への対応や体験型観光の促進に向け、国をあげて休暇取得キャンペーンを実施するなど、官民一体となった取り組みが必要としている。

今後の観光振興策に関する意見（骨子）【PDF】

http://www.jcci.or.jp/ryutsu/kankoiken160218_kosshi.pdf

今後の観光振興策に関する意見（本文）【PDF】

<http://www.jcci.or.jp/ryutsu/kankoiken160218.pdf>

今後の観光振興策に関する意見（参考資料）【PDF】

http://www.jcci.or.jp/ryutsu/kankoiken160218_sanko.pdf

1．基本的考え方

- ・観光は地方創生、デフレ脱却、成長戦略の切り札。アジアの経済成長やTPPにより生まれる巨大自由経済圏を活かして、インバウンドを日本の成長につなげていくことが重要
- ・国内観光は、長期的な低迷を食い止めることが必要
- ・政府は国内外の観光に関する数値目標を国別、日本の地域別など具体的に設定し、観光立国への強い意思を明確にすることが重要。それが自治体の取り組みや民間企業の積極投資を促す

2．現状認識

- ・高い伸びを続ける訪日外国人旅行者数と消費額は、今後も増加する見込み
- ・旅行者は特定地域に集中、施設等の供給が逼迫
- ・日本人国内旅行者数、旅行消費額は長期的には減少傾向

3．今後の重点的な観光施策の展開

(1) インバウンドの課題と対応

- ・特定都市・地域に集中する外国人旅行者を全国各地に分散・拡大させることが重要。日商が昨年5月に提言した「交流拠点都市」(地域への旅行者の分散の核となる都市)を、政府が進める広域観光周遊ルートや観光立国ショーケースで選定した都市の中から指定すべき
- ・東アジアのみならず、欧米など多様な国からの誘客を進め、安定的な訪日外国人旅行者数と旅行消費額の確保が必要

(2) 国内観光の課題と対応

- ・旅行者ニーズに対応した観光産業の経営革新（泊食分離、電子決済、IoTへの

対応など)

- ・官民連携による休暇取得キャンペーン等、観光需要の平準化に向けた取り組みの強化
- ・国による観光関連基礎データの一元的な整備と提供

(3) その他今後検討が必要な課題

- ・河川や港湾、歴史的建造物等の未利用資源の活用促進に向けた規制緩和や、民泊などの新たなニーズに対応した観光関連法制度の整備が必要
- ・地域における観光マネジメントの推進と二次交通・宿泊施設等観光インフラ整備の促進
- ・観光庁と関係府省庁の連携強化によるニューツーリズムの推進、KPI の設定等を通じた観光施策の進捗状況の見える化、ワンストップの相談・情報提供体制の構築

4. 北海道観光産業発展の好循環づくり

28.3.4 経済産業省北海道経済産業局

<http://www.hkd.meti.go.jp/hoksr/20160314/index.htm>

経済産業省北海道経済産業局では、平成27年度北海道国際観光競争力向上に向けた調査報告書を取りまとめました。本報告書では、観光産業発展の好環境づくりを目的として、北海道観光の国際競争力向上に必要な取組の分析と課題の整理を行いました。

平成27年度 北海道国際観光競争力向上に向けた調査報告書

<http://www.hkd.meti.go.jp/hoksr/20160314/report.pdf> 調査目的

国内外観光先進地の優良事例の研究やDMO組織の在り方の検証を通じて、北海道の観光の「稼ぐ力」を高め、北海道経済全体の底上げ・好循環づくりに資するための取組を整理する。

第1章 調査の目的

- (1) 日本における観光の現状と課題

第2章 北海道観光の現状と課題

- (1) 訪日外国人来道者数の推移と全国比較
- (2) 訪日外国人来道者の特徴
- (3) 宿泊施設の状況
- (4) まとめ

第3章 国内外観光地との比較分析

- (1) 観光地調査
- (2) 北海道との比較分析

第4章 海外におけるDMO組織の概要

- (1) ハワイ：ハワイ州観光局
- (2) ニュージーランド：ニュージーランド政府観光局

(3) スペイン：バロセロナ観光局

(4) スイス：ツェルマット観光局

第5章 北海道観光における国際競争力向上に向けての5つの取組

(1) 国内外の投資を呼び込む仕組みづくり（観光インフラの充実）

(2) 他産業との連携強化（伝統産業と連携した新たな商品開発）

(3) 新たな観光サービス事業者の育成（産業の担い手の育成）

(4) 観光マーケティング・観光ブランディングの高度化

（観光・集客ビジネスの確立）

(5) 観光地経営の視点の強化

第6章 観光産業発展の好循環づくり

5. 「日本版DMO」を核とする観光地域づくりに対する支援メニュー集

http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics04_000047.html 2016.2.16 観光庁

「日本版DMO」を核とする観光地域づくりの取組を支援するため、関係府省庁の支援施策を「日本版DMO」を核とする観光地域づくりに対する支援メニュー集」としてとりまとめました。「日本版DMO」を核とする観光地域づくりに対する関係省庁連携支援会議（事務局：観光庁観光地域振興課）において、関係省庁と連携し「日本版DMO」を核とする観光地域づくりに対する支援メニュー集」を制作し、「日本版DMO」を核とする観光地域づくりの取組を支援することとし、各省及び各省で所管している法人で実施を予定している施策（平成28年度）のうち、観光地域づくりに資するものを「日本版DMO」を核とする観光地域づくりに対する支援メニュー集」として別添のとおり作成しました。

「日本版DMO」を核とする観光地域づくりに対する支援メニュー集

<http://www.mlit.go.jp/common/001119381.pdf>

6. 訪日外国人旅行者とインバウンド消費の動向

日本政策投資銀行

http://www.dbj.jp/ja/topics/report/2015/files/0000021714_file3.pdf

7. インバウンド需要の決定要因

2016.2.19

～円高は中国よりもNIEs諸国で影響大～

みずほ総合研

<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/insight/jp160219.pdf>

8. 雇用を下支えするインバウンド

2016.2.17

～約27万人の雇用誘発効果が徐々に顕在化～

みずほ総合

<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/insight/jp160217.pdf>

9. ご当地インバウンドにチャンスあり

日経研月報 2016.1

～再発見！ Gaikokujin に学ぶ魅惑の日本～

http://www.jeri.or.jp/center/pdf/center_2016_01.pdf

本稿では、いわゆるゴールデンルートと呼ばれる人気観光地だけではなく、外国人旅行者の地方への興味・関心等にも目を向けながら、インバウンド観光消費の地域経済への寄与による「地方創生」の可能性について探っていくこととする。

10．中国人旅行者、「寿司」「刺身」「お好み焼き」に大満足

H28.3.2

～おみやげは「日本酒」が幅広い年齢層から高い支持～

日本政策金融公庫

https://www.jfc.go.jp/n/release/pdf/topics_160302a.pdf

< 中国人訪日旅行者実態調査 >

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業が平成28年1月に実施した「中国人訪日旅行者実態調査」で、中国人訪日旅行者が訪日中の食事で満足した料理は「寿司」「刺身」「お好み焼き」の順に人気が高く、選んだ理由としては「本場の日本で食べてみたかった」「味が良いから」が上位となりました。おみやげとして購入した日本の食品・飲料で満足したものについて聞いたところ、「日本酒」が幅広い年齢層で受け入れられていることがわかりました。また、入手する手段があれば自国で購入したい日本の農林水産物について聞いたところ、「魚介類」「牛肉」の人気が高いこともわかりました。本調査は、日本滞在時に「爆買い」「爆食」の形で消費額が著しく増加している「中国」に着目し、日本の食品などに対する志向・ニーズを探り、今後のインバウンド需要への対応に関する参考情報として提供するため、直近1年以内に訪日経験のある中国人旅行者に対し、アンケート調査を初めて実施したものです。

11．爆買い対応で中国人に振り回される日本企業が取るべき正しい戦略

徐向東・中国市場戦略研究所代表に聞く

2016.2.18 DIAMOND Online

<http://diamond.jp/articles/-/86499>

春節や夏休みだけでなく、もはや年中見られるようになった中国人観光客の爆買い。しかし、中国の消費者の動きは日本人以上に目まぐるしく変わる。中国人向けの情報発信や体験イベントなどを手掛けている徐向東・中国市場戦略研究所代表に、爆買いトレンドの現在について聞いた。

12．訪日インバウンド市場で存在感を高める、中国やアジア新興国のミレニアル世代

～“旅ライフセグメント5”で中国のミレニアル世代をタイプ分類してみると～

2016.02.16 JTB総合研究所

<http://www.tourism.jp/column-opinion/2016/02/millennials/>

今後訪日インバウンド市場の中心となり得るミレニアル世代の価値観やライフ

スタイルを、スペインの大手通信事業者 Telefonica のレポートおよび当社のマーケティングメソッド “ 旅ライフセグメント5 ” からひも解いてみます。

13 . インバウンドは「数」から「質」に

2016.2.16 日経ビジネスOnline

3000 万人時代へ、案内表示や Wi-Fi 環境より重要なこと

<http://business.nikkeibp.co.jp/atcl/interview/15/238739/021500133/>

今年も「春節」の時期に合わせ、多くの中国人観光客が日本を訪れた。「インバウンド 3000 万人時代」と、人数にばかり目が向かいがちだが、三菱総合研究所の宮崎俊哉主席研究員は「これからは『質』を求める施策も重要になる」と指摘する。今後、安定的にインバウンド市場を拡大するには固定客の獲得が欠かせない。外国語表記の案内表示やクレジットカードの利用拡大、Wi-Fi 環境の整備などの課題がよく指摘されるが、最も重要なのは、「観光業や観光地が外国人観光客を本当に受け入れるために意識を変えること」だという。

14 . ニッポンのインバウンド舞台裏 「爆買いの仕掛け人」に聞く

買いだめは華人の本能。一過性のものではない

2016.2.15 インバウンドBiz

<http://www.nikkeibp.co.jp/atcl/column/15/IB-BU/021200006/>

今年も大都市圏を中心に中国人観光客の購買力をあてこんだ「春節狂騒曲」が鳴り響いた。ただ恩恵にあずかる地域がある一方、一部では「思ったほどの勢いはなかった」という声も聞かれる。

15 . おもてなし規格認証（仮称）に関する検討会（第4回）配布資料 H28.3.11

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/omotenashi_kikaku/004_hai fu.html

資料1 議事次第

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/omotenashi_kikaku/pdf/004_01_00.pdf

資料2 委員名簿

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/omotenashi_kikaku/pdf/004_02_00.pdf

資料3 座席表

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/omotenashi_kikaku/pdf/004_03_00.pdf

資料4 事務局説明資料

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/omotenashi_kikaku/pdf/004_04_00.pdf

資料5 おもてなし規格 規格書

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/omotenashi_kikaku/pdf/004_05_00.pdf

資料6 おもてなし規格 エントリーシート

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/omotenashi_kikaku/pdf/004_06_00.pdf

関連リンク おもてなし規格認証（仮称）に関する検討会の開催状況

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/mono_info_service.html#omotenashi_kikaku

16. 「民泊サービス」のあり方に関する検討会（中間整理）

H28.3.15

<http://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-11121000-Iyakushokuhinkyoku-Soumuka/0000116628.pdf>

当検討会では、「民泊サービス」に関するルール整備に向け、平成27年11月から7回にわたり、事業者、関係団体、地方公共団体などの関係者からヒアリングを行いながら精力的に検討を重ねてきたが、これまでの検討結果について、「中間整理」として取りまとめ、公表する。

17. 民泊ルールの策定に求められる視点

2016.2.16 日本総研

<http://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/report/researchfocus/pdf/8666.pdf>

利用と普及が規制の先を行く「民泊」について、ルール化は急務であるものの、一般市民も当事者となりうる「民泊」ビジネスを既存の業法で規制することには限界があろう。民泊に関する新法を策定し、仲介事業者をはじめとする関係者の役割と責務、既存事業者との公平な競争条件のあり方等についてルールの大枠を定め、詳細な規制についてはきめ細かく利用実態を反映できる各地域に委ねることが最も実効性のある制度設計といえよう。これに対し各地域においては、望ましい観光のあり方と民泊の活用方法について幅広く住民を巻き込んだ議論が行われ、地域事情に即した合意を形成することが重要といえよう。

18. 走り出す国家戦略特区「民泊」

2016.2.17 大和総研

～地域限定の“もうひとつの民泊”にみる民泊の制度設計～

http://www.dir.co.jp/research/report/esg/esg-report/20160217_010631.html

“民泊”に対する世間の関心が高まる中、“新たな民泊制度”とともに国家戦略特別区域の制度を利用した“もうひとつの民泊”（特区民泊）が東京都大田区において実施段階に入っている。

国家戦略特区の目的は成長戦略にあり、特区民泊は、同制度の“旅館業法の特例”を活用した民泊である。経緯からして、訪日外国人を対象とした短期滞在施設の整備を通じて都市の経済成長を促す点に着目したものといえる。

大田区の例から特区民泊制度の具体的な姿をみることができる。滞在施設の使用期間が最低7日以上であり、実施区域は原則的に旅館業法と同様、一居室の床面積は25平米以上といった厳しい規定となっている。特区における国家の成長戦略であれば、参入のハードルが現時点では高いと考えられる。

特区民泊制度は、その経緯からすれば、“新たな民泊制度”と異なる理念の上に立つものかも知れない。厳しい条件を課される特区民泊の今後の姿として、引き続き成長戦略に位置づけられるのか、もしくはシェアリングエコノミーの一端を担う新たな民泊制度に歩みよるのか、今後の議論の動向を見守りたい。

19. 日本の旅館にはWiFi環境のさらなる進化が必要だ

2016.3.17 DIAMOND Online 莫邦富

<http://diamond.jp/articles/-/88056>

3月に入ってから、ほぼ1週間をかけて石川県、富山県、静岡県の伊豆半島を、日本に生活の基盤をもつ新華僑の友人たちと一緒に回った。インバウンドの誘客についていろいろと考えさせられた。

20．訪日外国人に対する無料公衆無線LANサービスの利用開始手続の簡素化・一元化の実現等に向けた取組方針

H28.2.19 総務省

http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban04_02000102.html

総務省は、このたび、訪日外国人がより円滑に無料公衆無線LANサービスを利用できる環境の実現に向けて、訪日外国人に対する無料公衆無線LANサービスの利用開始手続の簡素化・一元化に係る取組方針を策定しました。

1 経緯

訪日外国人に対する無料公衆無線LANサービスの利用開始手続の簡素化・一元化については、多くの地方公共団体や経済団体から国によるイニシアティブへの期待が寄せられており、政府としても、「日本再興戦略 改訂2015」において「事業者の垣根を越えた認証手続の簡素化により、全国20万規模のスポットに一度の登録でサインインできる仕組みの構築」を掲げています。総務省では、今後、以下の方針（詳細は別紙1のとおり）に基づいて、訪日外国人に対する無料公衆無線LANサービスの利用開始手続の簡素化・一元化に取り組みます。

http://www.soumu.go.jp/main_content/000399735.pdf

2 取組方針

(1) 共通の技術仕様の策定

共通の技術仕様を策定する等、電気通信事業者や地方公共団体、観光関係者等が利用開始手続の簡素化・一元化を希望する場合に採用が比較的容易な方式の普及を図ります。

(2) 実証実験の実施

技術仕様の技術的有用性等を検証する実証実験（概要は別紙2のとおり）を行います。また、本実験を通じて、公衆無線LAN利用にあたって収集されるデータの取扱いやセキュリティの確保についての社会合意の形成を促し、技術仕様に関する検証等を、民間団体とも協力しながら継続して進めます。

http://www.soumu.go.jp/main_content/000399736.pdf

(3) 全国各地への普及

周知・広報を全国的に行うなどして、各地の地域経済の活性化を努めます。あわせて、総合通信局等において、その管内の地方公共団体や地域経済界等との連携を強化します。

21．放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2014年度）

H28.3.2 総務省情報通信政策研究所

http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01iicp01_02000045.html

総務省情報通信政策研究所では、「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2014年度）」の調査結果を取りまとめましたので、その概要を公表します。

1 背景

総務省情報通信政策研究所では、日本の放送コンテンツの輸出額について、今回、平成26年度（2014年度）の調査結果を取りまとめましたので、その概要を公表します。

2 概要

平成26年度（2014年度）の日本の放送コンテンツ海外輸出額は、約182.5億円という調査結果になりました。具体的な調査結果の概要は、別紙のとおりです。

・別紙「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析（2014年度）」

http://www.soumu.go.jp/main_content/000401150.pdf

3 調査結果

調査結果については、以下の情報通信政策研究所のホームページにも掲載いたします。

<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/seika/houkoku-since2011.html>

2.2 . 通訳案内士制度をめぐる動向

国立国会図書館 調査と情報 ISSUE BRIEF NUMBER 890(2016. 1.28.)

http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_9633604_po_0890.pdf?contentNo=1

通訳案内士（ガイド）制度の在り方が議論されている。通訳案内士法には、報酬を受けて外国人に付き添い、外国語を用いて旅行に関する案内をする業を営もうとする者は、通訳案内士試験に合格し、都道府県知事の登録を受ける必要があると規定されている。

一方、外国人旅行者の旅行スタイルが多様化しており、現行制度では対応できないニーズが顕在化していると指摘されている。

主な課題や論点として、ガイドの地域的・言語的偏在、ガイドの就業条件の改善（活動機会の確保）、無資格ガイド問題への対応、試験制度の改善、資格の多様化（通訳案内士以外のガイド制度の確立）等が挙げられている

はじめに

制度の沿革

- 1 戦前の規制
- 2 通訳案内業法の制定
- 3 通訳案内業法の改正
- 4 通訳案内士法の見直し

主な論点

- 1 通訳案内士の地域的・言語的偏在

- 2 通訳案内士の就業条件
- 3 無資格ガイド（闇ガイド）
- 4 試験制度
- 5 ガイド資格の多様化

英米仏のガイド事例

- 1 英国
- 2 米国
- 3 フランス

おわりに