

## フランス人観光客の誘致に向けて 何が求められているのか（概要版※）

在仏の東京観光レップとして活躍している小泉範里子氏、アセット社「ブルーガイド日本」の執筆なども手掛けられたフリージャーナリストのリオネル・クローゾン氏（Lionel CROOSON）をお招きし、日本の地方都市がフランス人に対して観光PRするにあたって役立つ貴重な情報をいただきましたので、紹介します。



東京都観光レップ 小泉範里子氏と  
フリージャーナリスト リオネル・クローゾン氏

### ●小泉氏より「フランス人観光客誘致にあたっての提案」

#### サイトの外国語対応

多くのフランス人がインターネットで旅行情報を収集していること、その利用は今後も確実に伸びると思われること、外国語に対して苦手意識を持っていることなどから、インターネットサイトの外国語対応（せめて英語、できればフランス語）が強く求められる。また、インターネットから簡単に入手できる「ローマ字併記」の観光マップも必要である。

#### インターネットで取得可能な写真データ整備

フランスの旅行事業者やメディア関係者が、その観光地の魅力を消費者等に伝えるには、その魅力を視覚にアピールすることが有効である。このため、これらの旅行事業者等が著作権などの問題を気にすることなく、自由に高画質の画像をダウンロードできる素材や環境を整備する必要がある。

#### 年間イベント情報の提供

ツアーオペレーターが旅行商品をつくる際に、各観光地の年間行事スケジュールが参考材料の一つとなる。このため、年間スケジュール（1月～12月）を早めに作成し、「行きたいと思わせる」各種行事の簡潔な説明とともに情報提供する。

#### 選択された宿泊情報、レストラン情報提供

宿泊施設やレストランの情報を提供する際に、膨大な情報をただ単にリスト化しただけのものでは、選択が困難で逆に役に立たない。選りすぐられたもの、どういったところがお勧めなのかが一目で分かるリストづくりが求められる。

#### 脱、日本語一辺倒

中小の旅館においても外国語対応が必須。宿泊施設だけでなく、レストランのメニューや、インターネットを通じた情報発信についても同様。

※ 本稿は CLAIR メールマガジン用に編集した概要版です。全文については、クレアパリ・ウェブサイト (<http://www.clairparis.org/img/pdf/new/2010/20101109.pdf>) を是非ご覧ください。

## ●クローゾン氏より「フランス人から見た日本の魅力」

### 旅館や温泉の魅力をもっと発信すべき

日本観光の魅力の一つを「旅館」に見出している。フランス人が日本の旅館に対して持つイメージは、日本人がフランスのお城に対して持つイメージと同じ。ただ、フランスのお城が往々にして過去のものとなっているのに対し、日本の旅館は、宿泊することができ、おいしい料理をいただくこともでき、多くの場合は温泉もあって疲れをいやすこともでき、着物を着た女将などによる素晴らしいもてなしを受けることもできるという「夢のような」体験ができるところ。

日本の自治体は、旅館や温泉が持っている日本にしかない魅力についてもっと宣伝する必要がある。また、フランスでも健康志向が広がっている中、「フランス国内でスパに行くより、日本の温泉に行けば、健康面・美容面での効果だけでなく、異国情緒も体験できる」と積極的にアピールすべき。

### 田辺市の外国人観光客誘致の取り組み

日本人がフランスに来てフランスらしいカフェに行きたいと思うように、フランス人も日本を訪れた際は、日本らしい「居酒屋」に行きたいと思うとのこと。しかし、フランス人が居酒屋のメニューを見ても何も分からない。

和歌山県田辺市では、市内に点在する多くの居酒屋を紹介するマップ「Tanabe City Gourmet Map」（裏面には各居酒屋の名物料理の写真を掲載）をつくり、併せて、マップに掲載されている居酒屋では日・英併記メニューの整備を進め、海外からの訪問客に配布。併せて、道標・看板の英語標記や、パンフレット・観光情報サイトの多言語化を進めるほか、宿泊施設や交通機関などの地元業者に対して、外国人対応のためのワークショップを開催。

こうした取り組みにより、海外からの観光客が着実に増加。この多言語化の取り組みを進める上で大きな原動力になったのが、田辺市熊野ツーリズムビューローのカナダ人スタッフ（元JET・ALT）の活躍がある。

## ●まとめ

クローゾンさんによれば、フランス人にとって日本行きを断念する大きな理由は、「日本は物価が高い」という思い込みと言葉の面での心配であることでした。

日本ブームのフランスにおいて、「日本の方が安くておいしいものが食べられる」ということをもっと積極的に「フランス語」で宣伝する必要があります。また、JET プログラムのOB・OGなどを積極的に活用し、外国人から見た日本の魅力を、外国語でその国の人々に情報発信することも非常に効果的です。

当事務所においても、フランスの日本ブームの流れをいかし、日本の地方を積極的に、そしてニーズを把握した上で効果的に宣伝していきたいと思えます。