

YouTubeでの インバウンド客への インタビュで思うこと

コロナ禍が明けた2023年から、海外からのインバウンド客が急増している。

2024年には、過去最多だった2019年の約3188万人を上回り、3687万人を記録、さらに今年は、6月までの上半期だけで2151万人を超え、政府が目標としている年間4000万人を超える見込みだ。

そのお陰もあって、静岡市の清水港で株式会社静岡TaaSトラベルが手掛けるタクシーのチャーター手配でも順調に配車回数が増えている状況だ。

そうした中、クルーズ船が接岸する埠頭現場での受注活動に必要な英会話の学習のため、最近は、インタースト上の動画共有サービスであるYouTubeに公開されているインバウンド客へのインタビュー動画を見ることが多い。

その中で、インタビューからの定番の質問が、「何

故、日本を旅行先に選んだのか?」「そして「訪日してどのような印象を持ったのか?」ということである。

これに対して、多くの動画の中で語られるのが、子供の頃から日本のアニメなどに影響を受け、日本に来るのが夢だったこと、そして日本の印象としては、文化と人が素晴らしいこと、であった。

もちろん日本人のインタビューアに対するリップサービスもあるのだろうが、インタビューに答えている表情を見ても、意図的に「ヨイショ」しているという感じでもない。特に、日本人に関する印象として、polite(礼儀正しい)、ordered(秩序だった)、calm(穏やかな)、respectful(他人を尊重する)という言葉がほぼ一律に出て来る。また、日本社会については、clean(清潔)、safe(安全)という評価だ。

日本人として、そうした海外の人の良い評価を聞くのは嬉しいことだが、一方で、日本経済の「失われた30年」とか、GDP(国際総生産)ではドイツに続き、2025年

富士山が 世界「文化」遺産 である意味!

アメーバブログを始めました!
<http://ameblo.jp/ykiyono800>



清野吉光氏のコラム 第177回

団塊 耕 志 録

清野 吉光(きよの よしみつ) 略歴

1950年 長野県四賀村生まれ、印刷関係など様々な職業に従事。1976年 清水市の日の丸交通入社。1980年 静岡市内の事務機器センターに入社。1982年 システムオリジンを仲間と創業、専務取締役。1992年 代表取締役社長就任。2016年3月 システムオリジン社長退任。クリアフィールド取締役。2021年5月 一般社団法人静岡TaaS代表理事に就任。2025年1月(株)静岡TaaSトラベル設立

にはインドにも抜かれて世界5位に順位を下げるとか、さらに一人当たりのGDPでは38位とか、悪い評価もある。

そうしたバブル崩壊以降の経済的低迷にも関わらず、何故、インバウンド客が日本の社会、文化、人をそのように高く評してくれているのか?

また最近では、極端な例かも知れないが、「ジャパンロス」と言って、日本旅行から自国に戻った外国人旅行者が、一種の「喪失感」に襲われ、日本に「帰りたくなる」とのこと。さらにアメリカでは、「ウィーブ」なる「日本オタク」を表す言葉が流行しており、日本に住み、日本での生活を目指す層が増えているとのこと。一体何が起きているのか?私自身がクルーズ船をはじめとしてインバウンド客を迎える旅行者者として、評価の高い日本の社会と歴史、その根底に持つ価値観をしっかりと自覚し、その評価をさらに高めて行かねばならないと思う。

Mt. FUJI Port (SHIMIZU)

この小見出しは、清水港に

よく寄港するクルーズ船セレブリティ・ミレニアム号において、旅程に表示されている寄港する港の表記である。つまり清水港は、Mt. FUJI Port (SHIMIZU)と表記されており、如何に外国船にとって富士山が大きな存在であるか、という表れでもある。

実際、このクルーズ船に限らず外国籍の船の乗客は、船から降りてくると、まず富士山を見に行きたい、と言う。富士山の持つ世界的な知名度は、寄港する港の名前を変えてしまうほどのインパクトがあるようだ。また、富士山観光への起点になる清水港だからこそ、年間100隻以上のクルーズ船が寄港してくれている、とも言える。その点では、誠にありがたい限りだ。ただ、筆者として残念なのは、この日本の象徴でもある富士山の持つ意味を、十分にインバウンド客にアピールしきれていないと感ずることである。富士山は単独で聳え立つ独立峰で、その完璧な円錐形は全世界を魅了しており、その名前と姿を知らない人は世界的にも少ないかも知れな

い。従って、清水港に寄港するクルーズ船客も「とりあえず富士山」となる訳だが、実は富士山はその雄大な山容からくる「世界」自然「遺産」ではなく、「信仰の対象」と「芸術の源泉」の2点からなる「世界」文化「遺産」である。富士山はその雄大で荘厳な姿により古くから信仰の対象となっていたが、同時に活火山であり、過去に何回も大規模な噴火を繰り返し、民衆から恐れられてきた。従って、富士山は神が住む山であり、その神を慰撫し、祭るために平安時代から浅間神社が天皇の命で建立され浅間本宮大社となつ



た。さらに富士山は山岳信仰と仏教（密教）が融合した修験道の修行場となつて、江戸時代には富士講という庶民にまで広がった信仰の対象となつた。

多くのインバウンド客が評価する日本人の精神性の根底には、自然と一体となり、八百万の多様な神を持つ神道、自己修養を基本とする仏教による歴史的蓄積があり、富士山及び富士山を神体とする富士山本宮浅間大社（富士宮市）を日本の文化の象徴のひとつとして訪問するインバウンド客に、感じてもらい、評価してもらいたいと思いつつも、今のところ残念ながらそれが実現できているとは思えない。いやむしろ、自分自身がそのレベルの認識に達していない、と言った方が良いかも知れない。仮に知識のレベルでは説明できたとしても、想像力に富んだ深い追体験とそれによる自分自身の感情と実感がなければ、インバウンド客のそのレベルでの共感を得ることは困難だと感ずる。

京都伏見稲荷大社の体験

つい最近、関西出張の折に、多くのインバウンド客の間で京都において一番に印象に残った場所として名前がよく挙げられる、伏見稲荷大社に一人で行ってみた。

本当に海外の人が多く、しかも外国の女性に着物を来て、稲荷山の頂上を目指す姿も見かけた。頂上までは山道が片道4キロも続き、往復で8キロにもなる。私もこの際だからと頂上を目指したが、四ツ辻という中間地点に辿り着いたところで、情けないことに諦めた。その地点で足に震えが来てしまい、頂上まで行ったら帰れなくなるのでは、と心配になったからである。普段の運動不足が悔やまれる。頂上まで鳥居の総数は数万基あるとのことだが、こうした実体験が、いにしえの人の信仰の実態と歴史的蓄積を実感することになる。

京都は、富士山と同様に日本歴史の宝庫だ。オーバートリプルの弊害が指摘される京都だが、やはり、日本という国を知ってもらうためには京都は欠かせない。しかし、京都に限らず、それぞれの観光施設、とりわけ、歴史的な観

光施設は、語り部としてのガイドがどの程度その歴史に思いを寄せているのかによつて、観光客の理解と共感が違ってくる。そしてまた、ガイド自身の日本文化への深い理解と誇りが問われる。

タクシーの貸切手配から日本体験の深堀の創造へ

私が共同代表を務める静岡TaaSトラベルでは現在、タクシーの貸切利用による募集型企画旅行を実施し、またガイド養成にも力を入れているが、清水港・日の出埠頭で貸切チャーターを終えて返つて来たお客様を見ると、本当に良い経験をしたと喜び、ガイドと握手を交わし、中には抱擁している方たちもいる。やはりガイドの思いやおもてなしの質が顕著に出ているのだと思う。

可能ならば弊社でもYouTubeを養成することで利用客へのインタビュ動画を作成し、その中でインバウンド客の日本体験の質をさらに進化させることが出来る道を探りたい。

（2025年9月23日）