

箱根・宮ノ下における外国人観光客の受け入れ態勢の現状

Current Situations of Preparedness for Foreign Travellers in Miyanoshita Region, Hakone

伊藤 修平*・青野 由季*・佐藤 由佳*・横手 麻衣子*
Shuhei Ito Yuki Aono Yuka Sato Maiko Yokote
・有馬 貴之*・菊地 俊夫*
Takayuki Arima Toshio Kikuchi

摘 要

箱根・宮ノ下は古くは幕末から外国人観光客を迎え入れてきた観光地である。本報告はその宮ノ下を対象として、外国人観光客の受け入れ態勢を把握することを目的とした。調査は観光客の現状を把握するためのアンケート調査、案内板の種類と内容を把握するための案内板調査、施設の外国人観光客への接客状況を把握するための聞き取り調査の3つを行った。調査の結果、日本人観光客と比べると外国人観光客は多くないものの、現在でも宮ノ下は欧米系の外国人観光客に継続的に利用されており、地域内の案内板の種類や分布にも欧米系外国人への配慮がみられた。また、接客やコミュニケーションも、宮ノ下の全ての施設で外国人観光客への支援の準備ができていた。日本の他の観光地ではみられないこの外国人観光客の受け入れ態勢は、富士屋ホテルを中心に宮ノ下が古くから外国人観光客を受け入れてきた歴史によるところが大きいと推察された。

I. 箱根・宮ノ下の概要と目的

箱根の歴史は日本の温泉の歴史でもある。以下では、内田 (2009)、野瀬・古屋 (2008)、山村 (1970) 等を参考に、箱根の観光の歴史について概説する。箱根の開湯は奈良時代にさかのぼり、江戸時代より湯本、塔之澤、堂ヶ島、宮ノ下、底倉、木賀、芦之湯の7つが箱根七湯として知られてきた。明治時代に入ると、箱根の温泉は新しい広がりを見せ始め、大正時代には七湯に小涌谷、湯の花沢、姥子、強羅、仙石原の5つを加えて、箱根十二湯となった。また、交通の利便性も向上してきた。温泉に訪れた福沢諭吉は、箱根における交通の不便さを実感し、道路の開削の手助けをしたといわれている。また、富士屋ホテルを開業した山口仙之助は私費で道路を作った。さらに、政治家の利光鶴松は現在の小田急電鉄を設立し、東京と箱根を鉄道で結んだ。以上のように、交通の利便性が向上し、箱根は庶民にとっても身近なものになったといわれている (野瀬 2008)。

箱根には多くの観光対象が存在している。火山の火

口跡である大涌谷や、庭園の中に多数の彫刻が展示されている彫刻の森美術館などがその代表格である。また、箱根内での移動手段であるケーブルカー、ロープウェイ、遊覧船 (海賊船) も観光の対象として利用されている。なかでも箱根山中腹の標高約 420mにある宮ノ下は古くから観光地として知られてきた地域であり (図 1)、宮ノ下からの景色は箱根でも有数と称されている (斉藤 1994)。

幕末以降、宮ノ下は多くの外国人に訪れられるようになった。なかでも、富士屋ホテルは外国人観光客の訪れる中心的な場所であった。富士屋ホテルは 1878 年 (明治 11 年) に、山口仙之助により建てられたホテルである。山口氏は外国人の興味が富士山にあることや、箱根が東京と横浜から近距離にあること、また温泉が湧き出ていることを考慮し、宮ノ下に本ホテルを建設したという。そして、ホテルの内部と外部に洋風の手法を取り入れ、外国人の集客を目指した。結果、宮ノ下は多くの外国人観光客に避暑地、療養地として利用される地域となった。途中、江戸時代から宮ノ下に存在した奈良屋旅館との間で外国人観光客の争奪が生じたが、両施設間での協定を経て、現在でも多くの外国

*首都大学東京 都市環境学部 自然・文化ツーリズムコース
〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1
e-mail arima@tmu.ac.jp

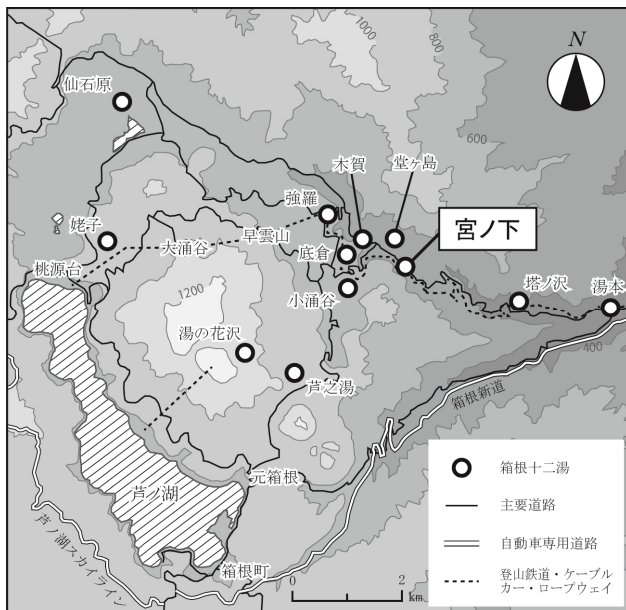


図1 宮ノ下の地理的位置

人宿泊客を受入れている。そして、その歴史を背景に、富士屋ホテルは日本を代表するリゾートホテルとして、宿泊客ではない観光客も迎え入れるほど、宮ノ下のシンボリックな観光対象となっている。

本報告では、外国人観光客を受け入れてきた歴史を持つ宮ノ下において、外国人観光客の受け入れ態勢を把握することを目的とした。その材料としては、2012年7月に実施した観光客に対するアンケート調査、案内板調査、各観光施設への聞き取り調査の結果を用いた。

II. 宮ノ下における観光客

宮ノ下において、観光客の訪問目的や、受けた印象等を調査するため、観光客に対するアンケート調査を行った。主な質問項目は各々の属性情報に加え、訪問回数、宿泊数、同伴者についてである。調査は箱根登山鉄道の宮ノ下駅前と富士屋ホテル前を拠点とし、2012年7月11日の9時から16時の間に行った。なお、調査対象者となる観光客は無作為に抽出され、アンケート方法は対面自記式を用いた。有効回答数は95となった。

アンケート調査の結果から宮ノ下を訪れる観光客の国籍をみると、その92%は日本人であり、外国人は8%となった。外国籍ではオランダ、ベルギー、アメリカ、台湾などが並び、アジア諸国よりも欧米諸国からの観光客が多い結果となった。男女の比率は男性が約30%、女性が約70%であった。年代としては20代が最も多く、50代、30代がそれに続いた(図2)。年代と性別をあわ

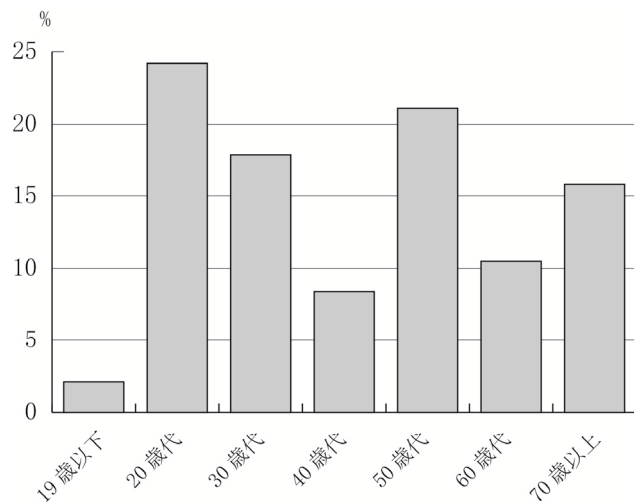


図2 宮ノ下における年代別観光客の割合
(N=95, アンケート調査より作成)

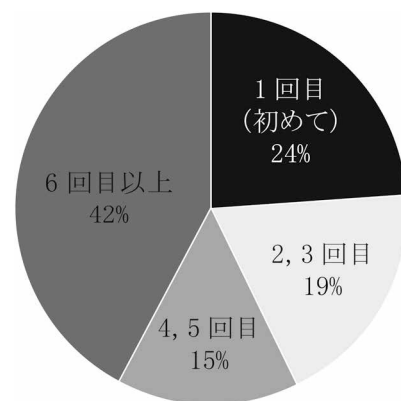


図3 宮ノ下における観光客の訪問回数
(N=95, アンケート調査より作成)

せてみると、20代の女性(全体の約20%)が最も多かった。また、今回初めて箱根を訪れる回答者は全体の24%となり、宮ノ下に訪れた観光客のおよそ4分の3が箱根のリピーターであったことがわかる(図3)。

箱根への訪問目的については、全体の94%が「観光」と答えた。なお、訪問先として箱根を選んだ理由については、「近いから」という回答が42%と最も多く、続いて「あじさい」が13%となった。あじさいは毎年6月から7月の間に花をつける。そのため、今回の調査では、「あじさい」を見学に、「近くから」やってきた観光客が普段より多くなったと考えられる。

回答者の箱根での滞在日数をみると、日帰りが26%と全体の約4分の1となり、残りの約4分の3は宿泊旅行であった(図4)。宿泊数の中では1泊2日が58%と最も多かった。近年の箱根町の観光客の約75%が日帰り客であるということと比較すると(箱根町2012),

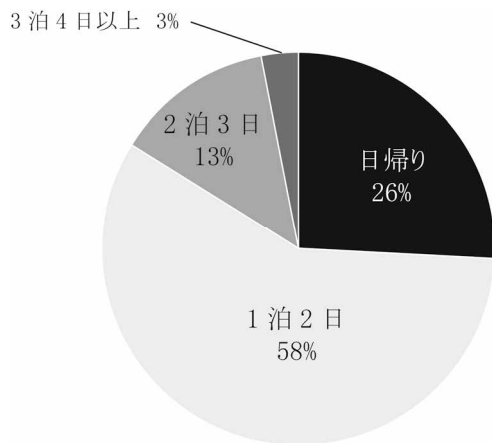


図4 宮ノ下における観光客の宿泊数
(N=95, アンケート調査より作成)

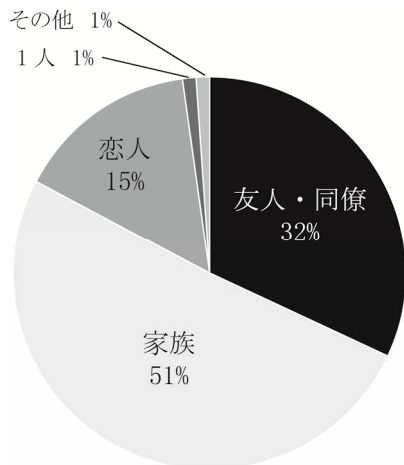


図5 宮ノ下における観光客の同伴者
(N=95, アンケート調査より作成)

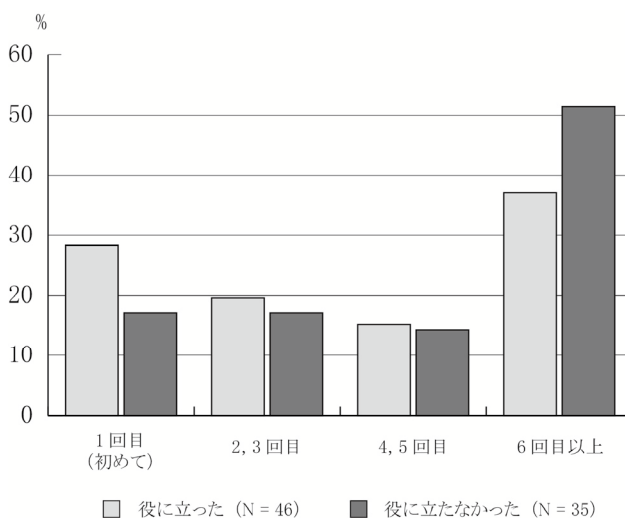


図6 宮ノ下における訪問回数別の案内板への評価
(N=81, χ^2 検定 $p=0.5549$, アンケート調査より作成)

今回の調査では日帰り客と宿泊客の構成が逆転していることがわかる。これはアンケートを実施した場所の影響も考えられるが、宮ノ下の観光地としての性格も反映しているとみられる。日帰り客がよく訪れる温浴施設、飲食施設、物販施設等が宮ノ下にはあまり多くない。それは宮ノ下が富士屋ホテルを中心とした滞在型の観光地として発展してきたことによるものと考えられる。言い換えれば、宮ノ下には日帰り客の訪問目的となるような観光対象が、他の地域と比較すると乏しい状況にあるのであろう。

回答者の同伴者では、家族が51%と最も多かった。次に友達・同僚が31%、恋人が15%であった(図5)。ただし、20代に限ると友人・同僚、もしくは恋人と回答する割合が家族よりも多く、50代では友人・同僚と回答する割合が家族よりも多かった。

箱根で楽しみにしている事という質問に対しては、「あじさい」のような季節限定のもの、「温泉」「大涌谷」「芦ノ湖」などの箱根固有のもの、「美術館・博物館」「ホテル」などの施設利用を答える人が目立った。この質問に対する日本人と外国人の回答を比較すると、日本人は自然や施設、食べ物など多様であるのに対し、ほぼすべての外国人が「富士山・芦ノ湖」と回答した。

宮ノ下に設置された案内板が役に立ったか否かという質問に対しては、「役に立った」と答えた人が57%、「役に立たなかった」と答えた人が43%であった。ただし、外国人回答者の全員は「役に立った」と答えている。また、箱根への訪問回数別に案内板の印象をまとめたところ、 χ^2 検定では有意ではないが、訪問回数が多くなればなるほど「案内板が役に立った」と答える割合が減少した(図6)。これは、何度も足を運ぶことによって、観光客自身が道路や施設の位置関係を把握し、案内板に注意を向けなくなるためと考えられる。

以上の結果から、宮ノ下における観光客の現状を考察すると、特筆するほど外国人観光客が多いという訳ではないことがわかる。そのため、宮ノ下における外国人観光客の動向や意識を正確に捉える事は難しいが、宮ノ下を訪れる外国人観光客には欧米系の外国人が多く、かつ彼らが共通して持つ箱根のイメージとして富士山や芦ノ湖があることが推測される。また、宮ノ下の案内板の状況について全ての外国人回答者から役に立ったという回答を得たことから、宮ノ下における街頭の整備に大きな問題はないと考えられる。

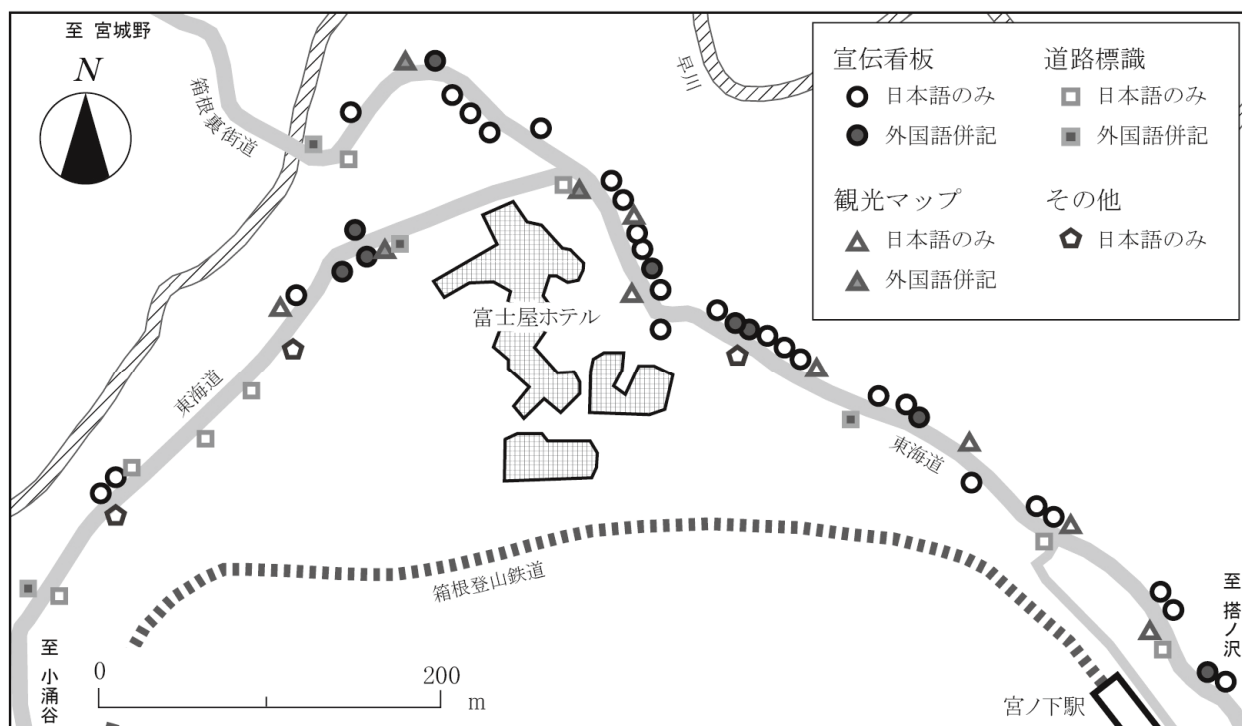


図7 宮ノ下における案内板の分布
(案内板調査により作成)

Ⅲ. 宮ノ下における案内板の整備状況

外国人観光客の役に立っている宮ノ下の案内板が実際にどのように設置されているのかを調べるため、現地での案内板調査を行った。調査日は2012年7月10日である。調査は宮ノ下における観光客の徒歩圏を想定し、徒歩圏内に設置されている案内板の種類とそれぞれの位置を調査した(図7)。なお、案内板の種類は宿泊施設や店舗などの場所を示す宣伝看板(宣伝)、観光マップ(マップ)、道路標識(標識)およびその他の4つに分類した。また、それぞれの案内板に外国語(主には英語)の記載がされているか否かについても調査した。

調査の結果、宮ノ下には宣伝の看板が最も多く分布していた(図7)。特に富士屋ホテル周辺の宮ノ下中心部に分布していた。これはこの一帯が交差点に近く、自動車や観光客の量も多いためと考えられる。また、宣伝の看板は東海道の北側に多く分布している。これは南側に富士屋ホテルがあるため、南側には多くの看板を設置できないことが影響しているとみられる。その他のマップや標識は等間隔で分布していた。これはこれらの設置主体が箱根町や神奈川県等の自治体であるためと考えられる。

外国語を含む看板は全体の約40%を占めていた。特に、マップや、その他のなかでも、バス停などの公共

交通機関、避難場所といった緊急時に利用されるものへの案内板に外国語による案内が多く施されていた。また、外国語が含まれる看板に関しては、歩道沿いで多くみられた。外国人観光客の多くは宮ノ下駅から徒歩で来訪する人々が多く、そのことを考慮してこのような分布になったと考えられる。また、日本食の飲食店の看板ではメニューの写真に英語で説明がされていたり、それぞれの写真に番号がふられていたりするなど、外国人観光客の注文に対処した工夫がみられた。

総じて、宮ノ下における案内板の分布はその種類によって特徴がみられた。特に宣伝の看板は観光客の集中する場所や曲がり角等に集中していた。一方で、他の看板にはそのような傾向はみられなかった。また、宮ノ下の案内板の多くは英語で併記されており、それらは徒歩利用の外国人に配慮したものであることが分布からも読み取れた。

Ⅳ. 箱根・宮ノ下の施設における外国人観光客への接客

宮ノ下の施設における外国人観光客への接客の現状を把握するため、5つの施設に対する聞き取り調査を行った。調査対象は宿泊施設F、飲食施設W、物販施設Y、観光施設Y、観光案内所の計5ヶ所である。調査日は2012年7月12日および13日である。主な聞き取

り調査の内容は、各施設における外国人観光客の割合、接客・コミュニケーションの現状と問題点、そして外国人観光客誘致に向けた今後の展開である。

表 1 は聞き取り調査より各施設の外国人観光客の割合をまとめたものである。最も外国人観光客の割合が高いのが物販施設 Y の 30%で、次いで観光案内所の 20%、宿泊施設 F の 10%、観光施設 Y の 3%、飲食施設 W の 0%となった。かつて外国人の保養所であった宿泊施設 F の外国人観光客の割合が 10%にとどまっているのに対し、寄木細工や彫刻を扱う物販施設 Y で外国人観光客の割合が高かった。日本の伝統文化を表した商品は、外国人観光客にとっては自国にはない珍しいものであり、このことが外国人観光客の割合を高めた要因と考えられる。

それぞれの施設における国籍の内訳をみると、物販施設 Y・観光案内所・宿泊施設 F は欧米系外国人の割合が高かったのに対し、観光施設 Y や飲食施設 W はアジア系外国人の割合が高かった。聞き取り調査の結果からその理由を考察すると、施設の規模や価格の面が大きいと考えられる。例えば、観光施設 Y は大規模な団体の受け入れを可能とし、かつ価格も高価ではないことから、中国や台湾などの団体の観光客に人気とのことであった。また、物販施設 Y や観光案内所は個人客を対象にしている施設であることも、個人旅行を好む欧米系外国人の観光客を増加させた要因と考えられる。

接客やコミュニケーションについては、宿泊施設 F ではスタッフ全員が英語を話せ、中国語や韓国語のネイティブが各 1 人ずつ、英語圏の帰国子女が 3 人常勤しているとのことであった（表 2）。そのほかの施設ではパンフレットに英語版や中国語版、韓国語版を用意し、会話は簡単な英語で接客するという施設が大半であった。このように英語でのコミュニケーションを主体としながらも、全施設が万全に取り組める状況ではなかった。

接客やコミュニケーションでの問題点としては、宿泊施設 F では病人に対する保険の説明があげられた。また、温浴施設である観光施設 Y では、中国語や韓国語での接客に加え、温浴マナーの伝達などが問題点としてあげられた。総じて、宿泊施設 F のような歴史的に外国人観光客を想定した施設に比べ、その他の施設では外国人観光客との意思疎通に若干の不安を抱えていると考えられる。

誘致に対する今後の展開では、多くの施設に共通し

表 1 宮ノ下の施設における外国人観光客の割合

聞き取り施設	割合	主要な国籍
宿泊施設 F	10%	欧米系（50%）、アジア系（30%）が多い
観光施設 Y	3%	中国、台湾が多い
飲食施設 W	0%	韓国、台湾、タイ、欧米系が多い
物販施設 Y	30%	過去はアラブ系やアフリカ系、現在では欧米系が多い
観光案内所	20%	欧米系が多い

（聞き取り調査により作成）

表 2 宮ノ下の施設における外国人観光客への接客・コミュニケーションの現状

聞き取り施設	接客・コミュニケーションの現状
宿泊施設 F	スタッフは全員英会話可能 英語・中国語・韓国語のネイティブを常駐
観光施設 Y	スタッフは簡単な英会話可能 英語・中国語・韓国語のパンフレットを常備
飲食施設 W	スタッフは簡単な英会話可能 英語・中国語の説明書きを常備
物販施設 Y	スタッフは簡単な英会話可能 英語の説明書きを常備
観光案内所	スタッフは簡単な英会話可能 英語の説明書きを常備

（聞き取り調査により作成）

て中国や韓国などのアジア系外国人の観光客への販路を拡大させるという姿勢がみられた。宿泊施設 F では中国や韓国に向けた営業を行っているとのことであった。また、観光施設 Y では中国に事務所を設置し、アジアに向けたセールスの展開と中国人スタッフの採用、および全スタッフの育成に力を入れていくとのことであった。

総じて、宮ノ下における各施設では外国人観光客への接客やコミュニケーションに力を入れている傾向にあった。特に、歴史的に外国人を受け入れてきた宿泊施設 F は英語での一般的なコミュニケーションが可能となっていた。しかし、この英語による接客やコミュニケーションが宮ノ下全体に共通して行き渡っている状況にはなかった。また、今後増加が見込まれるアジア圏の観光客に対して、宮ノ下の各施設においては、英語以外の外国語での接客やコミュニケーションが実施されていく可能性が高い。

V. 外国人観光客と宮ノ下

本報告では外国人観光客受け入れの歴史がある箱根の宮ノ下を事例に、その取り組み状況の把握を行うべく、3 つの調査を行った。現在の宮ノ下では、日本人観

光客と比べると外国人観光客は多くないものの、欧米系外国人の観光客を中心に、宮ノ下の利用は継続的になされているといえる。

欧米系外国人観光客へのサポート状況は宮ノ下の案内板にみてとれた。宮ノ下には外国語表記の案内板が多く分布しており、それらは外国人観光客がよく利用する徒歩空間において設置されていた。また、外国人観光客への接客やコミュニケーションにおいても、地域の観光施設はできる範囲で対応していた。特に、全ての施設で英語表記による独自の資料を用意している宮ノ下のような地域は日本では多くない。取り組みの程度に差こそあれ、全施設に外国人を迎え入れる準備ができている理由のひとつには、古くから外国人観光客を受け入れてきた宮ノ下の歴史があると推察される。

今後はその歴史にも配慮したより詳細な考察を行い、歴史の影響を明かにする事を課題としたい。また、宮ノ下以外の観光地においても調査を行うことで、宮ノ下の特徴がより明確になる。そのため、箱根の他地域についても調査を続けていく事としたい。

謝辞

本報告は首都大学東京自然・文化ツーリズムコースの2012年度地域環境学野外実習に基づくものである。地域環境学野外実習は、論文・資料の購読、調査項目の検討、現地調査、調査のまとめ、論文執筆という一連の作業を、年度初めの4月から年末の12月にかけて、学部3年生と本コース担当教員（菊地・有馬）で行う実習授業である。本報告はその成果物としての最終的な成果物の一つである。

現地調査に際しては、聞き取り調査先のご担当者様に貴重な時間をご提供いただき、大変お世話になりました。また、箱根町役場の畑貴季氏、青山朋史氏には調査事前の打ち合わせ等にご協力いただきました。紙面上ながら厚く御礼申し上げます。

文献

内田 彩 2008. 近世の箱根七湯における観光化と観光者の行動についての一考察. 立教観光学研究紀要 11: 23-30.
斉藤 功 1994. わが国最初の高原避暑地宮ノ下と箱根—明治期を中心に. 筑波大学人文地理学研究 18: 133-161.
野瀬元子・古屋秀樹 2008. 日光、箱根における外国人観光者と日本人観光者の評価特性分析. 都市計画論文集 43: 595-600.

野瀬元子 2008. 日光、箱根を対象とした観光地形成過程についての考察—観光資源、交通環境と初期段階の外国人利用の差異に着目して. 東洋大学大学院紀要 45: 31-56.

箱根町; http://www.town.hakone.kanagawa.jp/hakone_j/ka/kankou/chousatoukei.html. (アクセス日 2012. 12. 1)

山村順次 1970. 箱根における温泉観光地域の形成—中央観光資本の展開過程を中心として. 大東文化大学紀要（経済学部）8: 1-34.