

観光品質基準の基本的考え方とその評価方法、 雪国観光圏での実践例

～観光品質の向上により、さらなるインバウンド拡大を～

当財団は、我が国の観光分野における品質向上と訪日外国人旅行者の宿泊施設選択の一助としていただけるよう、2008年度から継続して「観光品質基準」と「観光品質認証の仕組み」について調査研究を進めてきました。

昨年、新潟・群馬・長野の三県にまたがる広域観光圏「雪国観光圏」でインバウンド向けプロモーションの一環として、当財団の観光品質基準を活用して50軒の宿泊施設を対象にした品質評価を実施し、その評価結果を英文パンフレットやホームページに掲載しています。

その他の地域でも関心が高まりつつある状況を踏まえ、観光品質基準の基本的考え方とその評価方法の詳細、雪国観光圏での実践例をご紹介しますための報告会を開催しました。

【日 時】 2012年10月11日（木） 15：00～17：00

【場 所】 愛知県産業労働センター「ウインクあいち」11階 1102会議室

【プログラム】

1 研究報告Ⅰ 「観光品質基準の基本的考え方とその評価方法」

講 師：公益財団法人中部圏社会経済研究所代表理事 小林 宏之 氏

2 研究報告Ⅱ 「雪国観光圏での実践例」

講 師：雪国観光圏事務局プランナー／株式会社いせん代表取締役 井口 智裕 氏

■研究報告Ⅰ 「観光品質基準の基本的考え方とその評価方法」

〈講師〉公益財団法人中部圏社会経済研究所代表理事 小林 宏之 氏

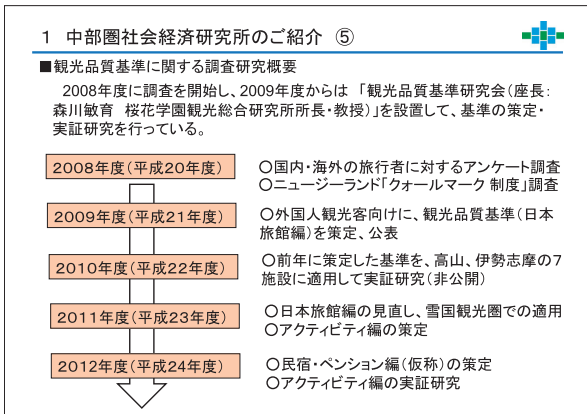


当財団は観光の研究を行う専門団体ではありませんので、観光に関してはいわば素人の立場で研究をしています。

そんな素人ではありませんが、私が2007年に着任してすぐに観光については今後ぜひ研究すべきであると考え、2008年から研究に着手いたしました。2009年からは、観

光品質基準研究会を設置しまして、桜花学園大学の森川先生に座長をお務めいただき、研究を続けています（資料1）。

2008年には海外在住者に対するアンケート調査を実施し、参考にするためニュージーランドまで森川先生に行っていただいて調査を行いました。それらをあわせて、2年かかってようやく2009年度に観光品質基準の第1段階のものができました。2010年度には、その基準が実際にワークするかどうかを検証するため、それをベースに高山、伊勢

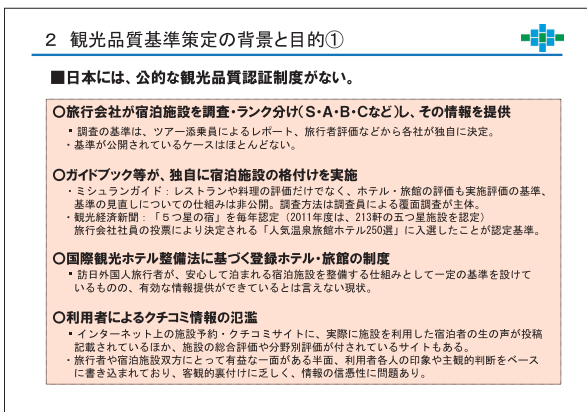


資料1：観光品質基準に関する調査研究概要

志摩の地区を対象に非公開段階評価については非公開とすることを条件に、旅館と民宿の方にご協力いただき実施いたしました。

観光業界に一石を投じるつもりで続けてまいりましたが、何の反応もありませんでしたので3年で研究をやめようかと思っておりましたところ、後半にお話をいただく「雪国観光圏」から「実は私どももニュージーランドへ行って研究して日本に帰ってきたら、こんな研究をやっている団体があることを発見しました。ぜひこの基準を使わせてください」という大変うれしいお声がけをいただきまして、4年目、5年目の研究を続けようという気になって継続をしております。

ご存じのとおり、日本には公的な観光品質認証制度がございません。よく似たようなものは、資料2の丸印の一番上に書いてありますように、旅行会社の方がランク付けをして、その情報を提供しておられますが、有名なものは2つ目の丸の



資料2：観光品質基準策定の背景と目的

「ミシュランガイド」です。観光経済新聞の「5つ星の宿」も人気投票のような形で5つ星の施設を紹介しています。そもそも日本には訪日外国人旅行者のため国際観光ホテルという制度がありますが、なかなか有効な形では機能をしていませんでした。一方、旅館経営者の方々にお伺いしますと、最近ではクチコミが盛んで、これに振り回されることも多いとのこと。

私どものようなところが指摘するまでもないことですが、近年旅行のスタイルは随分変化してきています。目的を持った団体旅行、例えばMICE*1とか、修学旅行とか、インセンティブツアーとか、団体旅行は確かに今でもちゃんとありますが、旅行スタイルが相当変わってきました。旅行スタイルの変化とともに、お客様を送り出す送客システムも随分変わってきていて、昔と同じようなビジネスモデルがうまく機能しなくなってきたという現実があると思います。

これからは、どんどん個人旅行(FIT)が増えていくのではないかと思います。最近の国際情勢を見ますと、つくづく観光産業は平和産業だと感じます。観光産業は波あり谷ありですが、そうした中でも個人客は比較的底堅いニーズがあるのではないかと思います。

(※1) 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。(観光庁HPより)

情報入手や予約方法も変化しており、インターネットを使って行うのは当たり前になってきました。パッケージツアーを利用しても、クチコミサイトの「トリップアドバイザー」などをちゃんと見てから旅行するといったことは、ごく普通のスタイルになってきています。

これまで日本には、品質基準あるいはランク付けのシステムがありませんでした。そこには、なかっただけの理由があります。それが、今回研究してみてもある程度分かりました。お話を伺っていると、観光産業は個人事業主の方が経営されてい

るところが非常に多く、他者からの評価は、ご自分の家の中をのぞかれるような気持ちだったり、自分のやり方に対してとやかく言われたりするのはしっくりこないという風潮があったのではないかと思います。

しかしながら、一方でいつまでもこのような評価システムがないままでは駄目だとも感じているのではないかと思います。

観光品質基準の策定を通じてつくづく感じましたのは、地域によっては、旅館経営が困難になったり、昭和の時代にあれだけたくさんあった民宿やペンションも廃業に追い込まれている観光地がたくさんあるということです。

観光は地域にとって非常に重要な産業であり、活性化の切り札ではないかと思います。名古屋のような都市に関しても、都市の交流力を上げていこうとすると、やはり、観光が非常に重要なキーワードになると思います。これからは、地域の資源を発掘して光を当て、磨き上げ、発信し、向上していくシステムがどうしても必要だと思えます。

経営者の皆さんのお話をお伺いしますと、個々には頭が下がるほどの努力をしておられるのですが、その努力を従業員の皆さんや他の皆さんに伝えていく「見える化」のシステムがないのではないかと思います。製造業からしますと、品質管理システムがあるのはごく当然のことですが、観光産業にはまだこれが整っておりません。今回の観光品質基準の策定は、観光産業に品質向上の仕組みを導入するという意味もあります。

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み①

■世界90か国以上で宿泊施設格付け・品質認証の仕組みが導入されている。

地域	導入国数	未導入国数	導入率
ヨーロッパ	35	7	83.3%
アジア	24	7	77.4%
北アメリカ	6	3	66.7%
南アメリカ	6	2	75.0%
アフリカ	22	7	75.9%

出典：観光庁「訪日外国人旅行者のさらなる拡大に対応した宿泊施設のあり方に関する検討会(2009年) 第4回配布資料

資料3：海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み②

主要5カ国の宿泊施設品質認証制度の実施状況

国	韓国	中国	英国	フランス	ニュージーランド
格付け表示	5段階	5段階	5段階	5段階	5段階(9段階)
認定機関	文化体育観光部	国家観光局省・市観光局	英国政府観光庁、スコットランド、ウェールズ観光局	交通住宅省観光局	「クォールマーク・グリーン」・「クォールマーク・ブルー」
基準の位置づけ	準公的基準 (※政府による指導)	公的基準	公的基準	公的基準 (※法律あり)	公的基準
制度への参加	義務	任意	任意	義務 (認定費用は無料)	任意
審査機関	観光ホテル業協会 観光協会中央会	観光庁(Korea Travel Quality Index)	英国政府観光庁	フランス観光開発機構	「クォールマーク・ニュージーランド」・「クォールマーク」
判定方法	・調査員派遣 ・基準項目点検化による評価	・審査者を招待し回答を郵送、分析 ・基準項目点検化による評価	・調査員派遣 ・基準項目点検化による評価	・調査員派遣 ・基準項目点検化による評価	・参加施設の自主評価 ・調査員派遣し、基準項目点検化による評価
ロゴマーク	むくげの花	星印	バラの花	大文字のH	大シダの葉
制度導入時期	1999年	1993年	2006年	1986年	2002年

出典：観光庁「訪日外国人旅行者のさらなる拡大に対応した宿泊施設のあり方に関する検討会(2009年)」の第4回配布資料に、当財団観光品質基準研究会独自の調査を踏まえ作成

資料4：主要5カ国の宿泊施設品質認証制度の実施状況

海外では、観光品質認証制度は資料3のように、あるのが普通という状況です。

その中でも、主要5カ国の実施状況を表にしたのが資料4であり、大事なのはお隣の韓国や中国にもちゃんと前からあることです。

私どもが参考にしたのはニュージーランドのクォールマークシステムです。

よく「どうしてニュージーランドなんですか?」と聞かれますが、6年前に観光品質基準について調べていたときに、一番ピンときたのがニュージーランドだったということです。

資料5にありますように、ニュージーランドは、南半球にあり欧米から距離も離れていますので、これまでは観光については取り組みが遅れていましたが、大陸諸国に比べてしがらみがない分、相当思い切った制度、システムがつくれたのではないかと思います。

また、民間ベースから始まって後から国が後押

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み③

■NZにおける「クォールマーク制度」(1)



・ニュージーランド観光局(TNZ)は、2001年に策定した「ニュージーランド観光戦略2010」に基づき、観光産業におけるブランド力の強化を図り、観光振興を行うため、観光産業全般をカバーする品質認証制度の導入を検討。

・TNZは、2001年にクォールマーク・ニュージーランド・リミテッド(出資比率: 国60%、ニュージーランド自動車協会40%)を設立し、1993年からニュージーランド自動車協会(NZAA)が、独自の基準により実施してきた品質認証制度「クォールマーク(Qualmark)※」を継承した。

現在の登録事業者数3241件

※クォールマーク(Qualmark)

「品質」の意味のQualityと、「印、記号、評価、格付け、特徴」などの意味のmarkとの造語で、大シダの葉をデザインしたシンボルマークを使用。

資料5：ニュージーランドにおける「クォールマーク制度」(1)

しするシステムとして成り立ってきたことが日本の状況とも親和性が高いのではないかと思います。クォールマークはもともとニュージーランド自動車協会から始まったわけですが、その後、国との合弁企業が制度を運営しています。

事業者の参加を募るというスタイルであり、現在は3,241件の登録者数があります。私が6年前に見たときにはこれほどたくさんではありませんでしたから、今なお発展途上のシステムといえると思います。


マークはニュージーランドのシンボルでもあるシダがデザインされておりまして、銀色のほうがクォールマークです。マークは同じですが、「Enviro」と書いてある方は、環境への対応を評価する別のシステムです。今日は銀色のクォールマークの話をしていただきます。

クォールマークには、宿泊施設と宿泊施設以外と大きく分けて2つの区分があります。

宿泊施設は、資料6のように、全部で9分類あり、大変細かく区分されております。バックパッカーからホストがもてなす宿泊施設、いわゆるB&B（ベッド&ブレックファースト）、日本例えば民宿に近いものだと思いますが、ほかには貸別荘、ホリデーパーク、いわゆるホテル、車社会ですからモーテル。非常に特徴的なのは、学生専用の宿泊施設とイベント会場まで対象にしていることです。私の推測ですが、大きな学会やスポーツ大会となると大変たくさんの方々泊まります

ので、それもちろんと想定した上でこの基準が設定してあるのではないかと思います。

資料7が宿泊施設以外の分類です。ランク付けシステムというとすぐにホテル、旅館が頭に浮かびますが、ニュージーランドのシステムの大変優れたところは、観光に対して泊まるだけではない他の楽しみ、他の仕組みに対しても品質保証の制度があることです。交通機関、アクティビティ、ビジター・サービス、ビジター・インフォメーション・センター、ツアー・オペレーターに至るまですべて網羅しています。特にビジター・インフォメーション・センターについては、「i-SITE」という形でワンストップサービスを提供しています。これも日本とは相当違います。

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み③ 


■NZIにおける「クォールマーク制度」(3)

【宿泊施設以外の分類】

分類	説明
交通機関 (Visitor Transport)	レンタカー、リムジン、タクシー、フェリー、空港シャトル、バスなど、移動に利用できる交通機関。
アクティビティ (Visitor Activity)	ニュージーランドの素晴らしい自然体験、アドベンチャー、マイペースな観光など。ボートのチャーター、シーカヤック、乗馬トレッキング、遊覧飛行、有名アドラクション、博物館、文化体験、ワイナリー巡り…幅広いアクティビティが揃っています。
ビジター・サービス (Visitor Service)	クォールマークは信頼できるプロの証です。お客様の滞在が素晴らしいものになるよう、全国各地のサポートショップもお手伝いします。真正なニュージーランド製品についてもご相談ください。
ビジター・インフォメーション・センター (Visitor Information Center)	クォールマークを掲示している案内所は厳しい審査に合格しています。お客様の希望と予算に合わせて、情報提供や予約代行などのサービスを行っています。
ツアー・オペレーター (Inbound Tour Operator)	ニュージーランドの観光業界が定めた公的基準に合致したオペレーターは、クォールマークのロゴを表示しています。

資料7：ニュージーランドにおける「クォールマーク制度」(3) 宿泊施設以外の分類

今話をまとめたのが資料8です。宿泊施設の中で、説明を省略しましたが、ホストがもてなす

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み② 

■NZIにおける「クォールマーク制度」(2)

【宿泊施設の分類】

分類	説明
バックパッカー (Backpacker)	安価な共同部屋の用意があるホステルやロッジ、ホテルなど。
ホストがもてなす宿泊施設 (Guest and Hosted)	宿泊のための朝食と朝食が提供される。宿を提供するために自宅を開いている施設。包括、ファームステイ、ホームステイ、ゲストハウス、ロッジ、ブティックホテルなど、アウトホームなサービスを提供する。
貸別荘「ホリデーホーム」 (Holiday Home)	一軒貸切できる個人所有の別荘やサービス付きコテージ、高級ロッジなど。
ホリデーパーク (Holiday Park)	キャンプ場、オートキャンプ場など。共同のキッチンやトイレ、シャワー、ランドリーがある。
ホテル (Hotel)	高級ホテルとは区別される中規模の一般ホテル。
キッチン付き及びサービス付き (Self Contained and Serviced)	モーテル、モーテルロッジ、サービス付きアパートメント、サービス付き貸別荘など。ベッドルーム、リビング、バスルーム、調理用具付きのキッチン設備があり、ルームサービス、朝食、レストランの利用も可能。
学生専用の宿泊施設 (Student Accommodation)	大学と専門学校が提供する学生専用の寮など。その他高等教育機関が提供する宿泊施設もカテゴリーに含む。
イベント会場 (Venue)	コンベンション・センターやイベント・センター、スタジアム、劇場、ホール、屋内アリーナなど。会場・宴会・イベント用の施設。
最高級の宿泊施設 (Exclusive)	サービス、設備ともに最高級の滞在経験ができる高級宿泊施設。

資料6：ニュージーランドにおける「クォールマーク制度」(2) 宿泊施設の分類

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み③ 

■NZIにおける「クォールマーク制度」(4)

【格付け・品質認証の概要】

宿泊施設：一般宿泊施設については、星の数により、1つ星から5つ星までに格付け。「ホストがもてなす宿泊施設」「ホテル」「キッチン付き及びサービス付き宿泊施設」のうち、5つ星の条件を満たした上で、さらに厳しい基準を満たした施設については、「最高級の宿泊施設(Exclusive)」の評価が与えられる。星による格付けは無い。

宿泊施設以外：星の数による格付けはされず、基準を満たした事業者に対して「Endorsed」という品質認証を行う。



Backpacker
★★★



Exclusive



Visitor Activity



Hotel
★★★★★

(変更前の品質認証マーク)

資料8：ニュージーランドにおける「クォールマーク制度」(4) 格付け・品質認証の概要

宿泊施設とホテルとモーテルのうち、5つ星の基準を満たした上で、さらに厳しい基準を満たすと「最高級の宿泊施設 (Exclusive)」が与えられます。これを入れまして宿泊施設の区分は9つになります。宿泊施設以外は、星の数を競うのではなく、Endorsed、要するに品質保証されるだけで星の数による区別はありません。

資料9が宿泊施設の格付けのランクです。5つ星までですが、その間にplusというのがありますので、全部で9段階になります。

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み③

■NZにおける「クオールマーク制度」(5)

【宿泊施設の格付け方法】
すべての評価項目(小項目単位)にポイントを付し、それぞれにウエイトを乗じて、合計点を算出。その合計点が満点(1,000点)に対して何パーセントを占めるかによって、格付けのランクが決定される。

スコア	ランク	施設の特徴
20~27%	★	普通 (Acceptable) 必要最低条件を満たしている
28~35%	★plus	
36~43%	★★	良い (Good) 必要最低条件を満たし、かつそれ以上の品質を保持している
44~51%	★★plus	
52~59%	★★★	非常に良い (Very Good) 高い品質を保持し、様々な設備やサービスを提供している。
60~67%	★★★plus	
68~75%	★★★★	優秀 (Excellent) 常に高い品質基準を満たしている
76~83%	★★★★plus	
84~100%	★★★★★	最優秀 (Exceptional) カテゴリー別の施設の中で、最も高い品質基準を満たしている

資料9：ニュージーランドにおける「クオールマーク制度」(5) 宿泊施設の格付け方法

宿泊施設あるいは観光サービスの提供者の方々にお声がけする際、認証にはコストもかかるので、参加するメリットがないとなかなか広がっていきません。クオールマーク認証のメリットは資料10にあるとおりですが、パンフレットやホームページで紹介されるなど国が実施する海外向けのキャ

3 海外における宿泊施設格付け・品質認証の仕組み③

■NZにおける「クオールマーク制度」(6)

【クオールマーク認証取得のメリット】

- ① ニュージーランド観光局が実施するグローバルキャンペーンに参加する資格が与えられる。
- ② ニュージーランド観光局の消費者向け公式ウェブサイトに掲載される。
- ③ 潜在的なビジターを自社サイトへリンクさせることができる。
- ④ 企業のブランドイメージを高める効果がある。
- ⑤ 施設のチラシやパンフレットに、クオールマークを印刷することができる。
- ⑥ 従業員のモラル向上に役立つ。
- ⑦ 企業経営上のコンサルティングを受けることができる。

資料10：ニュージーランドにおける「クオールマーク制度」(6) クオールマーク認証取得のメリット

ンペーンに参加する資格があることが一番大きなメリットではないかと思います。その他、モラル向上やコンサルティングまで含めた品質向上のシステムとしての効果もあるということが書いてあります。

ちなみに、認証費用は一体どれぐらいのレベルかということ、後ほどの説明の中で、雪国観光圏での今の水準をお示しいただけるとと思いますが、ニュージーランドでは大きなホテルレベルですと年間1万ニュージーランドドルぐらい、70万円ぐらいでしょうか。更新頻度が年1回ですから、相当高額なシステムだと思います。

具体的にニュージーランド観光局のホームページなどでどんな形で日本に紹介されているかは、資料11をご覧ください。赤い矢印のところに左側に5つ星、右側に緑のEnviro、環境にも配慮されていますよということが示されています。この宿泊施設は、日本の民宿に相当するところで、いわゆるB&Bですが、価格のレベルが210ドルから400ドル。1万5,000円から2万円。これは1泊朝食付の価格ですので、相当高級なところです。部屋数も3つしかありません。日本では高級旅館に属しますが、向こうの分類ではB&Bに入り、5つ星というレベルです。



資料11：ニュージーランド政府観光局の日本語版HPにおける掲載例(1)「Guest and Hosted」

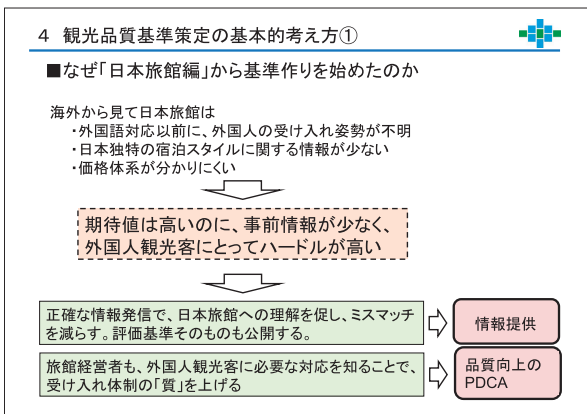
資料12がアクティビティで、認証は矢印のところにしています。これは星の数で表示されておらず、安心して楽しめるアクティビティですよとい

う保証のマークが入っています。こんな形で海外のお客様にも分かりやすい仕組みがつくられています。



資料12：ニュージーランド政府観光局の日本語版HPにおける掲載例 (2)「Visitor Activity」

次になぜ日本旅館編から作り始めたかということをご説明します (資料13)。



資料13：観光品質基準策定の基本的考え方

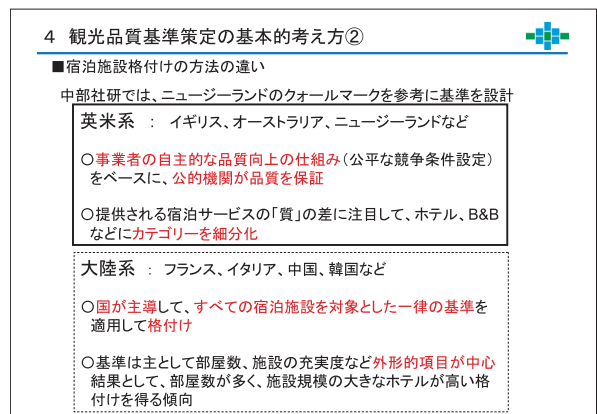
最初の年に行ったアンケートからもよく分かったのですが、海外から見て、日本に旅行したらホテルもいいけれど、日本旅館に泊ってみたい、民宿に泊ってみたいというニーズは大変高いものがあります。しかしながら、そもそも外国人受け入れ可能であるということが外国人の方から見えない。まずそこが一番大きいのですが、仮にそれが分かったとしても、日本独特の宿泊スタイルに関する情報、例えばどう振る舞ったらいいのか、異文化を経験してみたいけれども、どれぐらいの不便さがあるのかがなかなか分からない。サービ

ス内容が分からないと、宿泊料金が安いのか高いのかも分からない。日本旅館への期待値は高いのに事前情報が少なく、外国人観光客に対して非常に大きなハードルになっていることがよく分かりました。

このため、正確に日本旅館の魅力を発信し、ミスマッチを何とか減らしていきたいと考えました。評価基準そのものも公開し、評価結果を含めて情報提供することが大変重要です。また、旅館経営にとっても、外国人観光客を受け入れようと思うとこんなことが必要だということが分かることで、受け入れ体制の質が上がる。つまり、品質向上のPDCAが回るひとつの手段がご提供できるのではないかと考えました。

まずは観光については素人だということに始めてしまおう、作りながら、実施しながら、品質基準そのものも品質向上させていけばいいのではないかとこの気持ちで開始しました。

ニュージーランドのシステムを参考にしましたが、これも調べてみて後から分かったことですが、世界にはさまざまな格付けのシステムがあり、大別すると2つに分かれます (資料14)。



資料14：宿泊施設格付けの方法の違い

ひとつは、私どもが参考にしたイギリスやオーストラリア、ニュージーランドのように、事業者の自主的な品質向上の仕組みがあって、提供されるサービス内の公平な競争条件が整備され、それを公的機関あるいは国が品質を保証するシステムです。宿泊サービスの質の差に注目して、ホテ

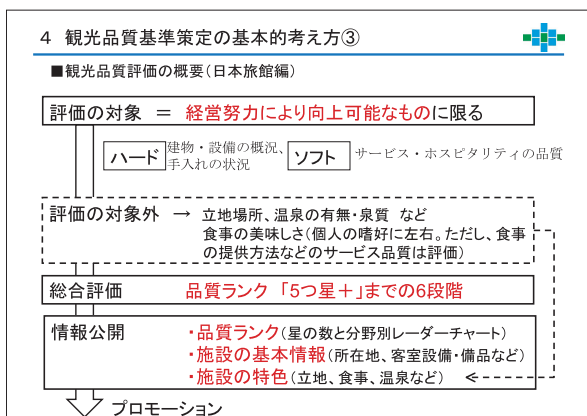
ルやB&Bなど、カテゴリーが幾つかに細分化されています。

もうひとつは、大陸系と書きましたが、どちらかという国が主導して、すべての宿泊施設、民宿レベルから非常に高級なホテルまで、単一基準ですべてを格付けする仕組みです。B&Bだと星は1か2にしかならない。なぜかという部屋数が少ない、コンシェルジュサービスがない、あれがない、これがないということになって、設備の立派さ、価格と星の数がほぼリンクします。逆に、4つ星、5つ星にもかかわらず、行ってみたらサービスがあまりよくなかったということもあります。

どちらの基準がいいということではありませんが、私どもとしてはオーストラリア、ニュージーランドのスタイルをとっていいこうと考えました。

資料15が日本旅館編をつくったときの基本的な考え方です。

品質向上の仕組みですので、評価の対象はあくまでも経営努力によって向上可能なものに限りました。ハードである建物や設備の状況、手入れの状況だけではなく、記述するのは非常に難しいのですが、日本独特のおもてなしも何とか記述しようとしてきました。



資料15：観光品質評価の概要（日本旅館編）

逆に評価の対象外にしたのは、びっくりされるかもしれませんが、まず立地場所です。温泉街にあるとか、美しい湖畔にあるとか、天然温泉があるとか、ないとか、これもとても大事なことですが、評価の対象外にしました。旅館を選ぶ際の料

理のおいしさも対象外にしました。味は非常に個人の嗜好に左右されるところであるので、大変重要な要素ですが、外してあります。その代わりに、食事が温かいものは温かいように、冷たいものは冷たいようにきちんと出されるとか、地元の食材が使っていると、サービスの提供方法の品質は評価します。

総合評価は、ニュージーランドに倣って、基本的には5つ星としました。

情報公開は、品質のランク、星の数と、評価結果のうち、お客様が気になるようなところを分野別にレーダーチャートにしてお示しします。これに加えて、歯ブラシやタオルなどの客室設備の状況、評価の対象外にはしていましたが、お客様が旅館やホテルを選ぶときに非常に気になる、立地場所、食事のこと、温泉の有無についてもきちんと情報公開する際には工夫したいと思います。

こうした情報をもとにプロモーションにつながるような仕組みを回していけたらと思います。

資料16が策定した評価基準19分野312項目の一部のご紹介です。当初はもう少し項目数が多かったのですが、少し整理してこの様になっております。312でも非常に多いと思われるかもしれませんが、お手本にしましたニュージーランドは471ですから、これでも相当絞り込んだ結果です。

評価分野	対象	評価項目
I 建物・設備の概況 手入れの状況 ハード面	(1)全体的な様子 および外観	①建物、敷地 ②駐車場・アクセシビリティ
	(2)清潔性	①公共エリア全般、トイレ、浴室、食事室等 ②客室、その他
	(3)公共エリア	①フロント、ロビー、廊下、階段等 ②トイレ、浴室、食事室
	(4)客室	①スペース、居住性 ②内装、調度品 ③寝具、用品
II サービス・ホスピタリティの品質 ソフト面	(1)お客さまへの サービス	①ホームページ、予約 ②フロント（受付）、サービス ③接遇、スタッフ ④食事 ⑤喫煙対策 ⑥バリアフリー ⑦外国語対応
	(2)事業運営の 状況	①安全管理 ②法令遵守、環境対策 ③品質管理、地域社会対応

資料16：評価項目（日本旅館編） 19分野312項目

資料17が評価項目の具体的な記述内容です。宿泊施設として満たさなければいけない必須項目から、1、2、3と3段階でレベルが上がっていき

ます。

これがどういふふうにならに結び付いて、最終的にいくつの星になるのかというあたりを説明しますと、大変複雑ですし、時間がかかりますので省略いたします。

5 観光品質基準による評価方法の概要②

■評価項目の具体例(日本旅館編「客室」)

【標準条件】 宿泊施設として満たすべき必須項目	標準条件	建物・設備の概況、手入れの状況 (4)客室①スペース・居住性
	標準条件	□不快なおいがしない
【レベル1~3】 レベルが上がるに従い高度な要求項目	標準条件	□通路・隣室・室内の配管等からの雑音が聞こえることがあるが、気になるようなレベルではない
	1	□客室内で茶・水等を飲むための、茶器・水差し・ポットなどが備え付けられている
	1	□利用者が使用する必要な家具(革質・棚・椅子等)・TVが、使いやすいよう設置されている
	2	□布団で寝ることを希望しない利用者のために、ベッドのある部屋が用意されており、利用者の要望に応えることができる
	2	□自由な動きと快適性を保つための十分なスペースがある(2名で1室を使用する客室の面積が、30㎡以上;バルコニー・濡れ縁等を含む)
	2	□すべての客室について、十分な自然光による採光が可能である
	2	□客室相互は、堅固な壁で仕切られており、隣室や通路からの音漏れはほとんどない
	3	□客室内に侵入する雑音は全くない
3	□ゆったりとくつろげるだけの十分な部屋の広さがある(2名で1室を使用する客室の面積が、45㎡以上;バルコニー・濡れ縁等を含む)	

資料17：評価項目の具体例（日本旅館編「客室」）

資料18が日本旅館編の星の1から5 plusまでの記述です。超高級旅館までイメージしまして、5 plusまで設定しています。後ほど雪国観光圏のところでご説明があるかと思いますが、実際に評価してみますと、どうしても3前後に集中しただけでなく、3や4に評価されたものの中でも相当レベル差があることもありまして、2 plus、3 plus、4 plusという段階を入れないと納得性に欠けるのではないかということも分かりました。この辺りも現在、改善中です。

5 観光品質基準による評価方法の概要③

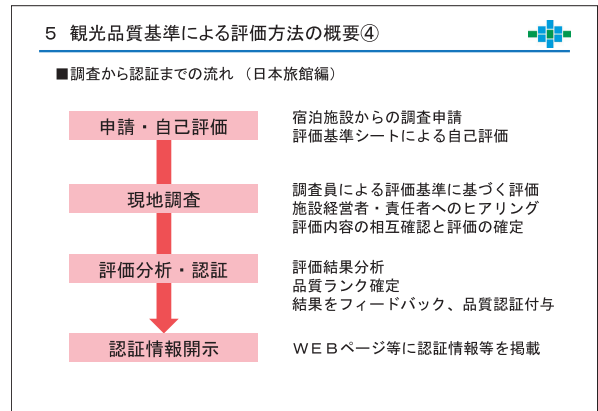
■総合評価 品質ランク(日本旅館編)

20%以上 35%未満	★	外国人旅行者にとっても快適に過ごせ、くつろぐことのできる日本的な宿
35%以上 50%未満	★★	日本の伝統的な生活様式や文化を楽しみながら、総じて居心地がよく、安心して泊まれる宿
50%以上 65%未満	★★★	この日本旅館に泊まることを旅行の目的にしたとしても、その期待感には十分達せられる宿
65%以上 85%未満	★★★★	日本旅館に泊まることの期待を大きく上回り、高いレベルのサービスやくつろぎを得ることができる宿
85%以上	★★★★★	洗練された質の高いサービスが受けられ、日本文化をより深く体験することができ、日本旅館の素晴らしさを満喫できる
全ての分野で5点以上	★★★★★ ★plus	日本の伝統美を心行くまで堪能できる芸術的な建物や庭園を備え、日本旅館でしか味わえない最上級のもてなしを受けることができる

資料18：総合評価 品質ランク（日本旅館編）

それでは、観光品質基準を使ってどんな手順で

評価から認証までが行われるのかということをご説明いたします（資料19）。



資料19：調査から認証までの流れ（日本旅館編）

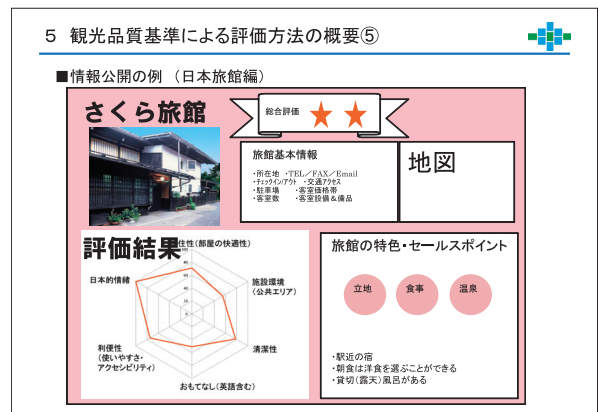
この手順の中に品質基準の特徴が出ているかと思ひます。まず、覆面調査ではありません。品質認証を実施してほしいという申請をいただくと、評価シートを経営者に送り、自己評価をしていただきます。

その後、調査員がお伺ひして現地調査をします。経営者の方にお伺ひしないと分からないものは、その場でヒアリングし、調査員と経営者の方で評価内容についてお互いに確認していただきます。判断が分かれた場合は、最終的に調査員の判断を優先します。

評価結果を持ち帰って、点数換算して星付けを行います。

大事なものは、情報公開の方法です。

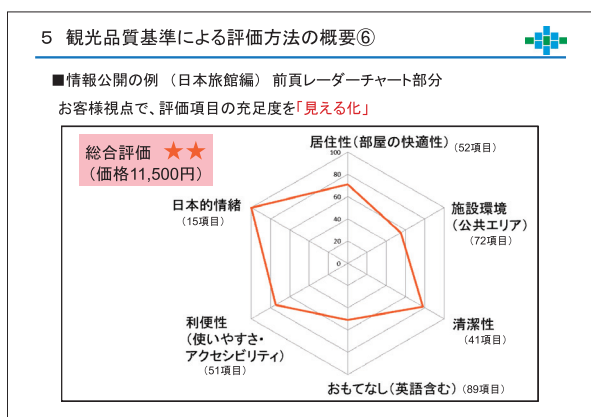
まだ稚拙な状態ですが、資料20が情報公開の例



資料20：情報公開の例（日本旅館編）

です。この旅館は星2つですが、星2つの中でも
 どのような2なのかということが分かりにくいので、
 レーダーチャートにしてみました。旅行者として
 大変気になる立地や食事や温泉の有無はここで表
 示します。

レーダーチャートの部分を拡大したのが資料21
 です。真ん中から外に向かってパーセント、百分
 位で表してあります。例えば居住性ですと52項目
 のうちどれぐらい満たしたのかをパーセント表示
 したものです。お客様から見て気になる内容ごと
 に評価結果を取りまとめ、その旅館の特色が分か
 りやすく把握できるように工夫しています。



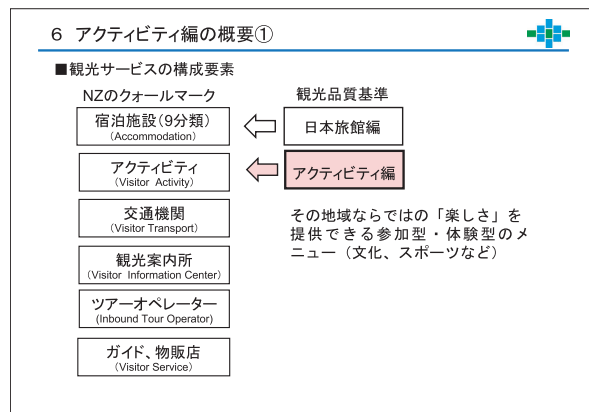
資料21：情報公開の例（日本旅館編）レーダーチャート部分

今までの話が宿泊施設編ですが、昨年からアク
 ティビティ編に取り組んでおります。冒頭でお話
 しましたように、旅行の楽しみは泊まるだけで
 はなく、そこへ行って何をするかということが非
 常に大事だと思います。研究会の議論の中で日本
 旅館編だけでなく、ニュージーランドと同じよう
 に宿泊施設のカテゴリーをどんどん充実させてい
 くべきではないかということもありましたが、旅
 行の楽しみのひとつであるアクティビティを先に
 策定していくことにしました（資料22）。

資料23が対象とするアクティビティです。まず、
 外国人観光客の方が体験可能、つまり、受け入れ
 可能なものであること。それと、参加者と事業者
 との間にコミュニケーションがあるもの。

対象外にしたのは、例えばガイドを伴わずに
 「ここから先はどうぞお一人でご自由に楽しんで

ください。」と送り出すだけのもの。お寺で拝観
 料を取るだけのものや、地図を渡すだけの町歩き
 も対象にしません。



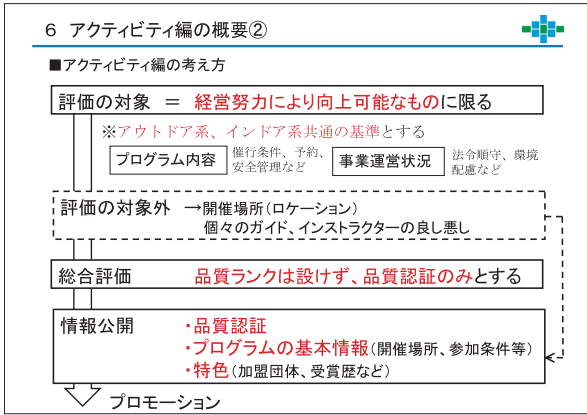
資料22：観光サービスの構成要素

資料23：対象とするアクティビティ（定義）と例

対象とするアクティビティは、具体例にありま
 すように、アウトドア系のものからインドア系
 のものまでたくさん考えられるかと思えます。

アクティビティ編のつくり方も日本旅館編と基
 本的には同じで（資料24）、経営努力によって向
 上可能なものに限るということです。アウトドア
 とインドアはそもそも相当内容が異なるのではな
 いかと大変悩みましたが、一本の基準でつくって
 あります。評価項目はプログラム内容と事業の運
 営状況、2つの大きなカテゴリーに分けてありま
 す。

評価の対象外としたのは、例えば日本アルプス
 のこんな素晴らしい景色が楽しめますといった開
 催場所のロケーションの良しあし。大変大事な要
 素ですが、個々のガイドがどれぐらい優秀かも対



資料24: アクティビティ編の考え方

象外です。ただ、ガイドやインストラクターのサービスレベルを上げるためにどこまで努力をしているかとか、質の高いガイドを確保するためにどんな努力をしているかとか、などについてはお聞きします。

総合評価では、ランク付けは行いません。ニュージージーランドと同じように、安心して外国人観光客の方がお楽しみいただけますという認証だけです。

情報公開については、これも宿泊編と同じように、プログラムの基本情報と特色を表示します。宿泊編と大きく違うのは、特にアウトドア系は安全に関する対応が非常に重要ですので、加盟団体のこんな安全基準に適合していますとか、ガイドはこういう資格を持っていますといった特色をここで明らかにしていただき、プロモーションにつなげていくことになります。

資料25が項目評価の中身です。全部で91項目ですから、旅館に比べると相当少なく、3分の1以

6 アクティビティ編の概要③

■評価項目

評価対象	評価対象(左欄: 中項目・小項目)
A 提供されるプログラムの状況	①情報提供の方法・内容 ②問合せ対応
(1)事前の情報提供	①予約条件 ②料金・参加条件等の説明 ③予約後の対応
(2)予約・料金	
(3)プログラムの運営	①アクティビティ実施者の必要配置 ②アクティビティ実施者の資格確保 ③アクティビティ実施者の案内・指導
(4)安全管理・緊急時対応	④旅行保証 ⑤参加者への対応 ①安全の確保および安全管理 ②緊急事態への対応 ③保険
(5)外国人参加者への対応	①案内・案内・検閲 ②国籍別対応
(6)プログラム会場	①アクセス ②設備 ③清潔性
(7)装備・器具等の貸出し	
B 運営する側の状況	①情報管理
(1)運営者	②サービス向上への取組み
(2)適切な事業運営	
(3)職場環境への配慮	
(4)環境への配慮	
(5)地域社会への配慮	

全91項目のうち、
必須項目: 64項目
推奨項目: 27項目

<必須項目>
認証のためには、
すべてを満たす必要

<推奨項目>
認証のためには、
80%以上(暫定)を
満たす必要

資料25: 評価項目

下です。星を付けない代わりに、必須項目と推奨項目とがあり、必須項目は、64のうち1個でも欠けていたら、品質が保証できない、ということになります。推奨項目はすべてを満たしていただく必要はありませんが、今のところ、仮に80%以上を満たす必要があるということにしています。

資料26が評価基準の例です。先ほどふれました、安全への取り組みがどうなっているのかです。真ん中の5項目が品質基準の必須項目で、右側が推奨項目。◎、○で区別がしてあります。

記述の中にマニュアルという言葉が何回も出てきて、少し気になるかもしれません。マニュアルがあれば何でもいいというわけではありませんが、ちゃんとしたシステムかどうかを外形的にエビデンスとして示せるかどうかは、製造業の品質管理システムではごく普通の要求ですので、マニュアルの分厚さは全く要求しませんが、何らかの書いたものがあって、それに基づいて実施されていることが大変重要です。

6 アクティビティ編の概要④

■評価項目の具体例 (安全管理・緊急時対応)

評価対象(中項目)	適用	品質基準(必須項目)	適用	品質基準(推奨項目)
(4)安全管理・緊急時対応				
14101			*	当該アクティビティの上部団体(国内または海外)が存在している場合、そのいずれかの団体に加盟している
14102		◎		
14103	*			
14104	◎			
14105	◎			
14106	◎			
14107				事業者またはプログラム実行責任者は、安全管理に関する事項(プログラム運営時の特記事項、施設・設備・設備等のチェック実施状況)についてアクティビティ実施者から報告を受けるとともに、檔案に文書に残している

資料26: 評価項目の具体例 (安全管理・緊急時対応)

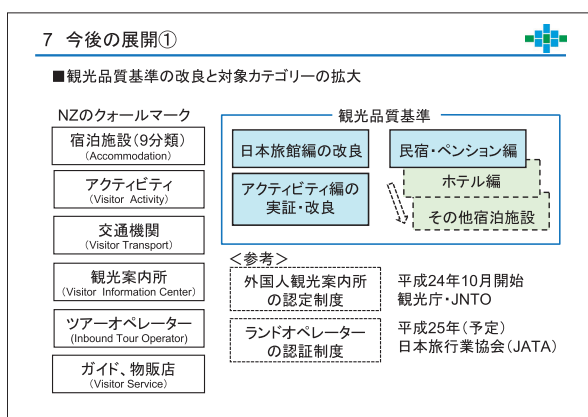
今後の展開につきましては、日本旅館編はまだまだ粗削りのものですので、どんどん中身を改善していく必要があると思います。

昨年作成したアクティビティ編は、雪国観光圏での実践を経て、また中身を見直していきたいと思います。

今年度は民宿・ペンション編を策定中です。日本では旅館と民宿が区別しにくい状態で混在しておりますので、どのように定義して策定するのか

現在研究会で議論しているところです。

ニュージーランドの9区分まではできませんが、地域の中には、日本旅館と民宿だけではなく、ホテルもあります。地域全体で観光品質基準を適用していこうとしますと、やはりホテル編も必要です。今日ご出席の中にはシティーホテルの関係の皆さんもいらっしゃると思いますので、ホテル編をなるべく早い段階でつくっていかねばいけないと思っています。これも手がけていきたいと思っています（資料27）。



資料27：観光品質基準の改良と対象カテゴリーの拡大

また、観光庁ではこの10月から外国人向け観光案内所の認定制度を始められました。日本旅行業協会（JATA）はランドオペレーターの認定制度を準備しておられるようです。いずれも、品質認証システムが今後、インバウンドを推進していくために必要だという認識が徐々に日本の中にも広がってきつつある状況です。

私どもとしては、やはりニュージーランドのオールマークのように、認証を取ったことを何か形にしないといけないと思い、新たに「SAKURA QUALITY」という名前とマークを定めました（資料28）。現在商標登録の準備中です（2012年11月取得）。

さらに、中部圏社会経済研究所のホームページとは別に、観光品質基準のホームページを準備中です。

品質認証の仕組みが広がっていくためにはプロモーションがとても大事です。それには、観光庁

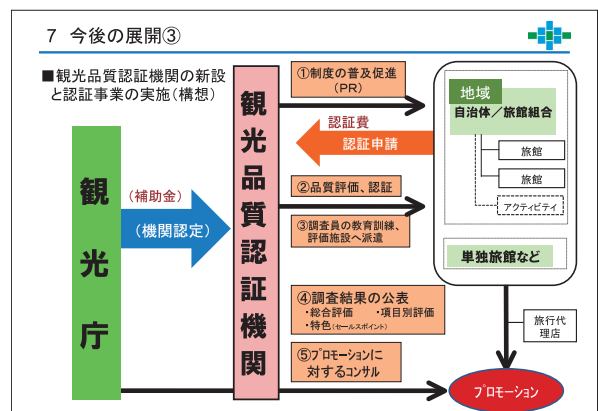


資料28：観光品質基準のシンボルマークの制定とHPの作成（予定）

の後押し、あるいはお墨付きのようなものがぜひとも必要です。私どもは「中部圏」社会経済研究所であり、日本全国に品質認証というシステムを広げていこうとしますと、中部というテリトリーとは合わなくなってきます。やはり日本全体を対象とする「観光品質協会」のような組織が必要であり、それに国の後押しをいただければと思います。

そして、ニュージーランドでもそうですが、運営していこうと思うと費用がかかります。調査員がうかがって評価し、集計して、品質認証を出していくのですが、1回取ってそれきりではなく、評価を更新していくところまでを考えると、一定のご負担をお願いしながら、自立的に運営できるような仕組みを持っていなければいけません。

そんなことまで考えますと課題は大変多いですが、今後日本には業界からある程度独立した中立的な立場で品質保証を行う観光品質認証機関が



資料29：観光品質認証機関の新設と認証事業の実施（構想）

ひとも必要ではないかと思えます（資料29）。

実施にあたりましては、雪国観光圏のように地域でまとまって取り組んでいただく姿が理想ですが、地域全体としてはまとまらないけれども、私はやってみたいという方々のための何らかの仕組みも必要ではないかと思えます。

最後に申し上げたいのは、今回、日本の中で抵抗感の強かった観光品質の認証システムをとにかく始めるために、インバウンド、外国人観光客に

向けた形でスタートさせましたが、観光業の売上の大半は国内観光です。外国人観光客だけではなく、国内のお客様にも広く観光品質認証の仕組みを使っていただけるような、そんな仕組みが早くできてほしいと思っています。そこまでいくには相当長い道のりかと思えますが、観光品質協会のような組織を立ち上げることにより、日本にも観光品質システムを広げていけたらと思えます。

■研究報告Ⅱ 「雪国観光圏での実践例」

〈講師〉 雪国観光圏事務局プランナー／株式会社いせん代表取締役 井口 智裕 氏



雪国観光圏が昨年度まず始めに、中部圏社会経済研究所（以下、中部社研）が策定された観光品質基準を使って、50軒の旅館を評価したこと

についてお話をさせていただきます。

小林代表からお話いただいたように、観光品質認証システム自体がまだきちんと確立されていない状況です。そんな中で、旅館の方々に説明し、協力いただいて運用してみて、完璧ではないシステムではあって、やはり動かしてみることが非常に大きなポイントだったのかなと思えます。ある意味テストマーケットで、こういったものがどう

いう地域で普及するのかということを少しご説明できればと思えます。

まず、雪国観光圏とは何か。初めて聞かれる方もおられるかと思えますので、少し雪国観光圏のご説明をさせていただきます。


観光庁は、2008年に発足したときに観光圏整備事業を立ち上げました。現在、日本の中に49の観光圏がありますが、私どもは其中で一番最初に認定を受けた観光圏です。

観光圏の概念は、単一市町村で何かをするのではなく、周辺の広域の市町村と連携して、お客様が2泊3泊しても十分満足し得るコンテンツを提供するための広域連携と定義されております。

雪国観光圏は、資料30の図にありますように、新潟県、長野県、群馬県の3県にまたがった観光圏で、7市町村が参加しています。一番中心になる場所は、上越新幹線で東京からわずか80分の距離の越後湯沢です。私も越後湯沢温泉で旅館をやっておりますが、特に湯沢が中心となって雪国観光圏を引っ張っていくという流れで今までできております。

導入の経緯をお話しさせていただきます。なぜ雪国観光圏が、中部社研の圏域からするとちょっと外れた、新潟と群馬、長野も少し入っていますが、中部社研とコンタクトをとってやっているかをお話しします。

1. 雪国観光圏とは



新潟、長野、群馬県にまたがる雪国観光圏は、世界有数の豪雪地帯であり、そこで育まれた自然や文化は世界に誇れるものです。

そのような独自の魅力を世界に向けて積極的に発信していくと同時に、外国人旅行者に満足していただけるような受け入れ体制整備をすすめています。

資料30：雪国観光圏とは

雪国観光圏は、地元の若手旅館経営者を中心に事業を組み立てておりまして、ここ5年ぐらい毎年、海外研修に行っております。フランス、スペイン、ドイツ、ニュージーランド、オーストリアへ行って、世界の観光地がどういうマネジメントをしているのかということヒアリングしてまいりました。

2年前、日本貿易振興機構（JETRO）の関係の事業とも連携した、新潟県とニュージーランドの交流事業がありまして、JETROの調査員と一緒にニュージーランドに行っていました（資料31）。



資料31：導入経緯

ニュージーランドは、観光システムにおいては世界トップクラスです。ニュージーランドの主要産業は観光ですが、ヨーロッパからわざわざお客さんと呼ぶのは並大抵のことではありません。ニュージーランドは歴史が浅い国ですが、観光で食べていくという意味で非常にシステムが洗練されています。

JETROの調査員と一緒にニュージーランドを北から南まで、毎日色々な観光協会を訪問し、観光案内所の運営、クォールマークの導入経緯、それから、ホテルにヒアリングに行ってクォールマークがどういうふうに使われているのかということ調査しました。

かなり良い調査ができて、これだなと見えてきたんですが、JETROの事業ですから、レポートが必要になるわけです。感じたものがたくさんあ

り、いろいろ言いたいこともあるのですが、レポートとなると旅館のおやじでは限界があるので、まずインターネットで検索したら、たまたま中部社研が実施している評価制度の報告書があったのです。

これを見た瞬間、ニュージーランドにいちいち行かなくても、既にわれわれのやりたいことを全部されているところがあるんだと電気が走るぐらいびっくりしました。

そこで、中部社研にコンタクトをとって名古屋に行き、中部社研の方から、「こういうことを調査研究したのですが、なかなか旅館の人はついてきてくれない。」という話を聞いたとき、「もったいないじゃないですか。ぜひ私たちと一緒にやりましょう。」と申し上げたのが始まりです。

雪国観光圏として事業を行う中で、観光圏の役割とは何かということをよく議論します。7市町村の観光協会や自治体が入り、1つの大きな雪国観光圏で何ができるのかということなんです。そうした中でわれわれは常々、各自治体や観光協会に「雪国観光圏は選抜チームです。」という話をしています。

観光業者の方はお分かりだと思いますが、観光協会は基本的に事業者のための団体です。会員は旅館やホテルで、事業者が会費を負担して納めている。ですから、お客様本意ではなく、事業者本意の組織です。お客様というより、地域の事業者や企業のためのものなので、お客様のニーズに合わせた事業を観光協会で行うのは非常に難しい。

雪国観光圏としては、世界に雪国、スノーカントリーというブランドを発信して、世界からお客様を誘致するためのブランディングをしていく必要があると考えています。その場合、ある一定の基準を満たしたものを雪国観光圏として推奨する、それ以外のものはパンフレットに載せないということになります。

よく自治体は「我々の地域も外国からお客様を呼ぶんだ。」と全部の事業者さんの施設名と電話番号をパンフレットにずらっと列記して、「これを持ってキャラバンに行くぞ。」と意気込みます。

でも、そんなことをしても、外国から来るお客さんは、本当にごく一部。逆に、「外国のお客さんなんか要らないけど、市がせっかく名前を出してくれるから協力しただけ。」というような旅館や民宿も入っている。受け入れ体制も整っていない、やる気もないところが無料だからと名前を載せ、たまたまそこにお客さんが来て、「本当は私たちは外国のお客さんなんて要らない。」となってしまうたら、元も子もない。

そういった意味で、雪国観光圏というブランドでやる以上、外国のお客様にしっかり満足していただけるクオリティの宿泊施設を選別して出していくことが事業の中でどうしても必要でした。雪国観光圏独自で宿泊施設の評価制度をやるかという議論もあったのですが、それを導入したからといって、外国のお客様はわざわざ雪国に来るわけではない。日本という大きなプラットフォームの中に雪国もあったり、京都もあったり、北海道もあったり、それがしっかり評価基準という形でお客さんに分かりやすく提供されないと、意味がないのではないかと。我々独自でつくるのもいいけれども、中部社研がこうやってすでに取り組みをされているので、上手に連携し、同志である旅館関係者の皆さんも募って一緒にやることで形になるのではないかとこの思いで導入しました。

観光品質基準導入による効果としては（資料32）、事業者の意識の向上があります。基準には外国のお客様を受け入れるにはどうすればいいのかということが具体的に明記されています。サイン、案

内看板は整備されているのか、フロントの人はきちんと対応できるのか、そういった部分で、旅館が外国のお客様を受け入れる下地、準備、基準があり、それが結果的に事業者の意識の向上につながっていくということです。

また、意識が向上することによって地域経済も活性化していきます。

それから、これは旅館業界でもよく話題になりますが、「じゃらん」とか、「楽天」とか、そういうサイトのクチコミ問題があります。好きなように書かれて、結果的にその宿泊施設の評価が落とされてしまっている。お客さんのクチコミなので、好きなように書くんですが、その対抗策として、ある程度公の基準による評価を示す必要があるのではないかと思います。

そして、雪国観光圏だけで考えれば、全国に先駆けた取り組みをすること自体がメリットではないかということで導入を進めました。

ここからは観光品質認証の実務、どんなふうやってきたかということをお話しさせていただきます。

まず、参加事業者の募集です。

会費設定は、民宿が年間2万5,200円、中規模旅館（客室数40室未満）が3万6,000円で、大型旅館が4万9,800円としました。

この金額では調査員の人件費は全く賄えません。幸運だったのは、この調査研究をするとき、たまたま観光庁の地方整備拠点整備事業に採択され、湯沢町を整備拠点にしようという事業の中で、今回は宿泊施設の品質認証を実証実験として実施をしました。これで事業者さんの負担なしで調査ができました。

ただ、今後のことを考えたとき、全部0円で始めてしまって、「うちも」「うちも」と希望者が手を上げてきたら……。50どころか80、100ぐらい宿泊施設が集まるかもしれない、しかし、「来年から有料ですよ。」と言った途端、スーッといなくなってしまうたら、どうしようもありません。ここが一番大事なところですが、ある一定のハードル、お金を負担していただくことが、ある意味

3. 品質基準導入に期待する効果

1. 観光品質基準導入による事業者の意識向上。
2. また意識の向上による地域観光の品質向上。
3. 結果的に、地域経済が活性化すること。
4. 氾濫する口コミサイトからの被害抑制。
5. 全国に先駆けた取り組みとしての注目。

資料32：品質基準導入に期待する効果

事業者のやる気を見る尺度でもあるということで、少しお金を取りました。調査事業そのものは国の費用で行い、事業者から集めた会費はプロモーションの原資にしました。

もうひとつ幸運だったのは、雪国観光圏の中に「町ベルエージェント」という外国人専門の旅行会社があったことです。調査の集計業務は雪国観光圏事務局で行うのではなく、「町ベルエージェント」に委託してまとめてもらいました。旅館のおやじである私が他の旅館に行って調査しなければいけない状況だったんですが、そうではなく、われわれの中でも第三者、公平な見方ができる会社をお願いして事業を実施できました。

今回雪国観光圏で行った品質認証の流れをご説明します。

まず、調査の事前準備として、雪国観光圏域内の旅館、宿泊施設や民宿に事前説明会出席の依頼文を出しました。説明会では認証にかかる費用や調査内容について説明し、費用はこれぐらいです、どんなことをやりますよという事前説明をします。その中で参加意思のあるところには事前に調査シートをお送りしました。調査シートには300項目の評価項目が書かれています。この調査事業の一番の特徴は、ただ調査員が行って、○×を付けて「おたくは何点です。」という乱暴な話ではなく、事前に「こういう形で評価しますから、ご自分で記入してください。」という方法です。

その後、2名の調査員が現地調査を行います。オーナーが○印を付けたのが本当にそうなのかということを実際に調査員が見るのですが、調査員が見たものと、オーナーが評価したものをつき合わせると、合っているところもあれば、違っているところも出てきます。その場合は双方で話し合いをしながら決める。最終的には調査員の意見をとることになるのですが、きちんとオーナーさんに説明しながらヒアリングをして、結果を決めるというやり方をしております。

調査員は2名で、1日2施設のペースで宿泊施設を回りました。外国人からの視点を確保するために調査員のうち1名は欧米のスタッフを入れ、



日本人スタッフ1名と外国人スタッフ1名という形です。

先ほどお話したように、評価は事前に行われた自己評価を調査員が精査し、最終的に評価結果を確定することになります。

評価認証を専門に行う第三者機関があれば、そこが認証すればいいのですが、今回は暫定的に、雪国観光圏事務局が格付けを認証するという形をとっております。

格付けというと旅館の人、ホテルの人は日本人特有のアレルギーを非常に強く持ちます。日本人特有の。うちの旅館はランクが低いのか高いのか、隣の旅館と比べて何点違うととても気にしてしまいますが、本来の目的は情報公開です。われわれ日本人は値段とサービスを聞いて旅館のクラスが何となく想像が付きませんが、外国のお客様には旅館のランクがなかなか分かりづらい、ここは安心して旅先として選んでくださいということを発信していくことがメインですよということを旅館さんには申し上げております。評価をする、点数を付けることが目的ではなく、ここは大事なポイントですが、情報を開示するというスタンスで旅館さんにご協力いただく。1つでも星があるということは、外国のお客様に対してちゃんとホスピタリティを持って対応する施設だとPRしていけます。

今回、国の事業の一環で行いましたが、調査員2名で1日2施設ですから、規模にもよりますが、1施設、2時間から3時間ぐらいかかりますので、その分の人件費だけでも相当の金額になってしまいます。

「SAKURA QUALITY」が世の中に知れ渡っていて、これを認証していれば確実にお客様の送客をしてもらえとか、お客様が集まるといぐらいブランド力を持っていけば、極端な話、ニュージーランドのように70万円ぐらいのお金を取っても、それ以上に、例えば1,000万人ぐらいお客さんが来るんだったら、安いものかもしれませんが、まだまだ品質認証が知られていない。そんな海のものとも山のものとも分からないものに10万円20万円出せと言ってもなかなか旅館さんは参加しない。そこがすごく難しいところで、逆に、これからつくっていかねばいけなところだ。

最終的には、ニュージーランドのようにある一定の高い金額を取ってでも、完成度の高い評価制度にして、きちんと外国に対してもPRをしていくのが理想ではありますが、そこに行くまでにちょっとずつ認証の基準のレベルも上げつつ、これはコストとパフォーマンスのバランスですが、同時にプロモーションのレベルも上げていく。こういうことをやっていかないとなかなか難しいと思います。

今回の事業に関しては、「会費2万5,000円でも高い。」と言う旅館はたくさんありましたが、雪国観光圏プロモーションとして旅館、宿泊施設を海外に紹介していく事業に関しては、認証を取っていないと載せません、ウェブサイトにも載せませんと決めてしまったわけです。ですから、認証評価はちょっとどうかと思っても、雪国観光圏のプロモーションには加わりたいということで払っていただいているのではないかと思います。

旅館から頂戴したお金は、全部雪国観光圏のプロモーション事業にあてています。これに対して国の補助金が入りますから、4万円の負担をしても10万円の効果があるわけです。単純にお金だけでいいますと、参加者が負担したお金がきちんとプラスになるように、雪国観光圏としては何とか参加者を集めてプロモーションを一緒にやっていくということで運営しています。

そのひとつが認証評価の情報開示です。雪国観光圏オフィシャル・外国人用旅行予約サイト

「HOP STEP JAPAN.com」で2012年1月からすべて認証結果を出しています。今回参加した宿泊施設、旅館から民宿までいろいろ入っております。

この会費を使って、外国人向けの雪国観光圏の総合パンフレットということで、外国人向けの「Snow Country Region」を作成しました（資料33）。今回参加した宿泊施設の認証結果も表示されていますので、海外の旅行博覧会や主要エージェントさんにお越しになるときに配布しております。



資料33：認証情報開示-2～雪国観光圏総合パンフレット～

他に、大手旅行会社ジェイティービー（JTB）が運営する「JAPANiCAN」というサイトでも認証評価を出していただきました。今回参加した50の施設の中からJTBが選んだ施設を載せているので、すべての施設が載っているわけではありませんが、認証評価があるというお話があったときにスムーズに対応できるということでやっております。このサイトでは20名の外国人モニターを募集して、今回の評価制度のモニタリング調査も行っています。

今後はアクティビティの認証も雪国観光圏でやっていこうと思っております（資料34）。私どもが最終的に目指しているのは、ニュージーランド型のモデルです。小林代表からもありましたように、宿泊施設だけではなく、交通機関やアクティビティ、さまざまな分野であり、宿泊施設も9つのカテゴリーがあるわけです。

11. アクティビティ認証



- 雪国観光圏は日本屈指の体験型・観光アクティビティが集まる地域です。本年度は、(公財)中部圏社会経済研究所が策定した「観光品質基準(アクティビティ編)」使用し、外国人観光客にとって安全の指標となる品質評価認証導入を推進しております。

資料34：アクティビティ認証

12. その他の認証と展開



- 本年度は昨年に引き続き、新規20社の宿泊施設に対して星付けを含む品質評価認証を行ってまいります。
- また当該認証を受けた宿泊施設や体験型観光サービス事業者に対して、サクラオリティのサインプレートを配布。店舗などに掲示することで、本品質評価制度の認知度向上を推進いたします。

資料35：その他の認証と展開

最終的にはトータルパッケージで観光品質基準を進めていかないと本当の意味での誘客につながっていきません。

雪国観光圏内のみなかみ町は、ラフティングが全国的に有名な地域で、町内に50ぐらいのアウトドア事業者がおられます。みなかみ町はニュージーランドとの交流事業も非常に多く、マイク・ハリスさんというニュージーランドの方がみなかみ町に来て、キャニオニングというアクティビティも始められたというつながりもあります。われわれがニュージーランドに行った後、みなかみ町の町長以下も同じような行程でニュージーランドのクイーンズタウンというところに行って研修を受けてまいりました。評価制度に関してみなかみ町は非常に積極的ですので、認証事業のモデル地域としても雪国観光圏が引き続きお手伝いできるのではないかと思います。

先ほど申しましたように、われわれの一番のテーマは、「SAKURA QUALITY」を雪国観光圏内でPRしていくことをできるだけ積極的にやっていくことです(資料35)。星を付けただけでは意味がなくて、これを皆さんと一緒に支えていくことが本当に必要ではないかということです。

そもそも日本に観光品質認証制度がなく、中部社研での基準の策定と雪国観光圏での取り組みもまだまだこれからですが、一步を踏み出さないと何も始まらないのも確かです。莫大な費用と莫大な予算と莫大な組織体制があって、みんなでやろうよと言ったら、一度にできるかもしれませんが、

そういうわけではない。これは本当に民間で始まった事業ですので、少しずつ仲間を募って、みんなで声を合わせていくことでどんどん価値を増していくことが必要です。せっかくここまでつくっていただいたので、われわれも全面的に協力しながら、これが日本中に広がるような努力をしていきたいと思っています。

今日ご参加の皆さんもわれわれの同志という思いでやっておりますが、これに参加したら、自分の旅館にすぐにお客さんが来るかといったら、それは正直まだないと思います。ただ、こういうものを活用して、みんなでPRしていくことで、どんどん価値が価値を生んでいくという点で、非常に意味のある事業ではないかと考えております。中部社研が投じたひとつの石ですが、それをわれわれのエリアとしては全面的にお手伝いをしていきたい。私は実は全国の旅館の青年部で活動をしておりまして、そういうつながりもあるので、できれば全国で意識の高い旅館さんに、今日も何名かの旅館の仲間に参加していただいています。その地域で広げてもらいたいと思います。

こういうことに対して、動くのが一番遅いのが実は観光庁です。世界的には観光品質基準には国や、国の機関が何らか後押しをしています。日本の観光庁は、私もずっと話をしていますが、こういうことに関して非常に慎重です。リーダーシップをとって実施していくことはまずあり得ません。ですが、われわれ民間が動くことに関してはとても関心を寄せていただいております。この動きを

止めないためにも、なるべく多くの方がこれを使って、一緒に声を挙げて、一緒にPRしていく。そういう動きが大きくなれば、ある一定の沸点を越えた時点で国は応援してくれると思うんです。沸点を迎えるのは1年後か、もしかしたら2年後ぐらいかもしれませんが、早いタイミングでそれをしていかなければいけないと思っております。

こういう動きをしていると、私のほうに「群馬県もこういった評価基準が必要なので県として導入したい。」という話がもちかけられます。そういうお話があったときには「なるべく『SAKURA QUALITY』の動きに合わせてください。」と言います。

行政の方は自分たちのルールで自分たちでやりたがりです。「群馬県のインバウンド政策で、群馬県ではこんなやり方で」、「長野県ではこういうやり方で」とみんな自分たちのルールをつくりたがりですが、そうやってしまったら、元も子もありません。こういう観光品質基準は国でひとつでないと全く意味がない。しかし、自治体はそういうことを言いたがるし、地元の観光協会も人がつくったものをなかなか受け入れません。

こういう話を皆さんが地元で話すと、「じゃ、富山県でやろう。」とか、「これは飯山エリアでやろうよ。」と、いろんな話が出てくると思いますが、なるべくひとつの動きでやっていく、皆さんと一緒に大きな流れをつくっていくことが必要です。

「SAKURA QUALITY」自身にまだ不具合がたくさんあるのは確かです。それは単純に言ってコストの問題です。われわれが評価基準の中に料理の分野を入れなかったり、サービスを入れなかったのは、実はそういうところもあるんです。そこまで細かくやろうとしていたら、どういう調査員をつけて、どういうふうに把握して、モニターも1カ月に1度ぐらい行かなければいけない。そんなことを考えたら、莫大な費用になってしまうわけです。そこまで品質の高いプロモーションができるのであれば、やってもいいとは思いますが、予算の関係でそこまで細かくきちんとできないの

であれば、できる限りのところでまず動く。その中で皆さんで意見を出して、アイデアを出して、研究会もつくっていただいていますので、その中に意見を反映して、ひとつの強い流れを共通でつくっていく。ロゴマークも日本を代表するようなきれいなマークを作っていますので、こういうことを皆さんと一緒に進めていきたいと思っています。

これは単純に宿泊事業者と旅行会社だけのビジネスではありません。ニュージーランドにはコールマークを推奨するためのコンサルタントもいます。こういった評価基準を導入するためにどういうアプローチをしたらいいのかをコンサルティングしています。コールマークをベースとした人材教育をしている会社もあります。今後の派生分野として人材教育をする会社、プロモーションする会社、ビジネスの仕組みはいろいろ広がってくると思います。これも当事者であるわれわれが関わって一緒に育てていく。これは5年、10年先を見通して一緒に関わっていくことで価値が出てくるのかなと思います。

この事業は未発展の部分があるので、まずは導入事例を作って、地域の中で出た声をフィードバックし、それを形にしていく。実績をつくらないと事業者はついてこないと思いますので、実績づくりのお手伝いに関してできる範囲で結構ですので、例えば旅行会社だったら、このマークを使って特集を書いてみようとか、雑誌の方だったら、こういう特集してみようとか、ぜひ皆さんで盛り上げて、価値が出るような動きにしていただければと思っています。

最後に、簡単に私たちのご紹介をさせていただきます。

私は雪国観光圏の事務局プランナーということで、雪国観光圏の事業の統括をしております。本業は越後湯沢HATAGO井仙という旅館をやっております。

そして、雪国観光圏国際観光受入基盤整備事業全般の受託事業者として、この事業を地元側の事務局として手伝っているのが「町ベルエージェン

ト」の星野です。ここは外国人向けの旅行会社を
経営してまして、雪国観光圏の外国向けのプロ
モーション、宿泊施設の評価とか、そういう諸々
のサポートをしてもらっております。

こういった体制でやっておりますので、ぜひ地
域に持ち帰っていただいて、地域で議論をしてい
ただきたいと思っていますし、旅館仲間、何軒か
でもいいので、「ぜひこういった動きでやってみ
ようよ。」と声をかけていただければと思います。
中部社研、そしてわれわれもできる範囲で喜んで
お手伝いをさせていただきますので、ご連絡いた
だければと思っております。

早口でご説明させていただきましたが、以上と
させていただきます。どうもありがとうございます
した。