

報告

地域のアウトバウンド観光拡大のための取り組み — インターローカル人材育成を目指す地域貢献大学の試み —

林炫情・中原由衣・松本紗弥・吉田愛・熊田みのり

1. はじめに

この報告は、地域貢献型大学を目指す山口県立大学国際文化学部の韓国語教育におけるインターローカル人材育成のための取り組みの実践記録である。本学部の教育理念は、国際的視点を持ち、地域の諸課題に対応できる教養及び技能を備え、地域の国際化、個性豊かな地域文化の振興と創造に資する人材を育成することである。特に、国際文化学科では、グローバル化する国際社会において、文化の諸課題を解決するための知識、技術、能力を兼ね揃えたインターローカル人材の育成を目指している。グローバルにも、ローカルにも通用するインターローカル人材には、一定水準以上の語学力やコミュニケーション力はもちろんのこと、内外のローカルの特徴や課題を知ることが求められる。そのため、自分が暮らす地域はもちろん、日本や世界各地の地域社会がそれぞれにどのような特色を持ち、どのような課題を抱えているのかを、実際に見て、理解することが重要である。

そこで韓国語学研究室では、2014年度から学生のグローバル地域マインド形成のための海外フィールドワークを韓国にて実施してきた（林・森原・吉田, 2015; 林・森原・鄭, 2016）。本稿では韓国語学研究室の新しい試みとして、「地域のアウトバウンド（Outbound）観光拡大」の観点から実践的に地域が抱えている課題とその具体的な解決策を創り出すことを目指し、2017年6月から山口県観光連盟と共同で取り組んだ「山口県観光連盟と慶尚南道観光協会との相互交流事業における観光開発に関する調査研究」の活動報告を行う。

2. 日本のアウトバウンド観光の現状

地域活性化と関連し、近年よく耳にすることばにインバウンド（Inbound）観光がある。インバウンドとは外から入ってくる人の流れを意味し、外国人の訪日旅行の流れを指すことばである。インバウンド観光は定住人口の著しい減少に悩まされる地方自治体を救うための、つまり地域活性化の施策として大きな期待がかかっている。一方でその対義語がアウトバウンド（Outbound）観光であり、国外へ出かけて行く旅行、つまり海外旅行を指すことばである。佐藤（2009）では、国際観光と国際観光事業が隆盛することによって得られる主要なメリットとして、①相互交流・理解・協調・親善、②異文化理解と保存・伝達、③世界の平和と安定の維持・創造、④外貨獲得（見えざる貿易効果）、⑤交際競争力の推進、⑥ある分野での国際標準化、⑦世界環境および生態系の保全・保護、⑧世界遺産などの重要観光資源および観光地の保全・保護・保存の8つをあげている。

2.1 日本人海外旅行者のニーズの変化

日本政府観光局（JNTO）のデータによると、日本人の海外旅行者数は2012年の過去最高の1,850万人をピークに減少し続けていたが、2015年に底を打ち、2016年には前年比5.6%増の1,711万人と上昇に転じている。2017年1月から4月までの平均伸率も7.1%と順調に推移する一方で、旅行商品ブランドの取り扱い人数は2016年12月から2017年2月まで前年割れが続いている状況である。このような海外旅行者数の増加に相反して旅行商品ブランド取り扱い人数が減少しているという市場との乖離は、旅行商品が今の旅行者のニーズ

と異なっていることが原因である（JTB総合研究所, 2017）と推測される。

そこで、JTB総合研究所が実施した「海外観光旅行の現状2017」から日本人海外旅行者の動態を取り上げてみると、日本人の海外旅行先はアジアへのシフトが進んでおり、特に若い世代では海外旅行といえば学生時代から韓国や台湾など「近距離」の傾向が見られる。また、直近の旅行形態は個人手配旅行が55.1%で、自由行動型のスケルトンツアーも含めると約8割は旅行先で自由行動をしており、ライフスタイルの多様化から自分のスタイルを崩さない消費行動にシフトしている。さらに、同行者と現地集合・解散など別行動を取ったことがある経験割合は、海外旅行でも国内旅行と同程度の27.3%（国内旅行28.3%）に上り、行程のフレキシビリティが重要になっていることが明らかになった。この調査で注目すべき点は、経済や社会環境に応じて海外旅行者数は増減するなか、環境に左右されず安定的に海外旅行へ出かける「海外旅行コア層」が存在することである。海外旅行コア層には、イノベーターである「高アンテナ」と「体験重視」のタイプが多く、彼らの誘いが活発になることによってライト層が動き、海外旅行者数が増える可能性が示唆される。情報感度の高い海外旅行コア層が求めているものとしては、具体的に「その国ならではの文化が感じられる宿に泊まりたい」「知られていない場所や土産物を自分で探して見つけたい」「地域の日常生活に触れたい」「ホームステイなどで地域の人と触れ合いたい」など海外旅行先の文化や人々との積極的な触れ合いであることがわかった。以上のことから、日本のアウトバウンド旅行を拡大していくためには、旅行者のニーズを的確に把握し、またそれに幅広く応えられる旅行商品の開発が求められる。

2.2 日本人の訪韓者数の状況と山口から韓国への渡航手段

韓国は日本から最も近い国の一つであり、国内旅行と変わらない料金で海外旅行ができることや、現地を訪れても日本語が堪能な人が多いため、人気の海外旅行地の一つである。実際、日本政府観光局（www.jnto.go.jp）によると、韓国は各国・地域別の日本人訪問者数では2015年はアメリカ・中国に続き三番目に多い。一方で、その訪韓者数は2011年には3,289,051人であったのが、2015年の日本人訪韓者数は1,837,782人と年々減少の一途をたどっている。

現在、山口県から韓国へ行く手段としては、飛行機とフェリーの二通りがある。飛行機を利用する場合は、山口宇部空港から運航しているエアソウル便でソウル仁川国際空港から入国する方法がある。山口宇部空港から韓国までの航空便は、インバウンドの急増により2016年の冬季ダイヤより定期便が就航し、2017年10月30日から2018年3月24日までの間再開されることになり、月・水・土の週3便、一日1往復されている。一方、船便の場合は下関港と釜山港を結ぶ関釜フェリーがある。下関発・釜山発それぞれ一便運航しており、夕方に出港し、翌朝目的地へ到着するという運航ダイヤである。その利用率は日本人利用客数よりも韓国人利用客数が圧倒的に多い状況が続いている。

3. 「山口県観光連盟と慶尚南道観光協会との相互交流事業における観光開発に関する調査研究」概要

山口県は昭和62年（1987年）6月に韓国の慶尚南道と姉妹提携を締結しており、今年2017年はその30周年の節目となる。本プログラムは、その特別企画として、山口県と慶尚南道の双方が姉妹都市についての認知度を高め、観光旅行客増加や相互の更なる連携を強固するために、山口県観光連盟と山口県立大学、そして慶尚南道観光協会と慶南大学校が合同で企画・実施した交流事業である。現在グローバル化が進む中、青少年の国際交流の重要性が問われている一方で、山口県では少子高齢化が進み若年層の海外旅行離れ、パスポートの取得率も低下傾向にある。このような現状をふまえ、日韓双方の大学生交流により山口県及び慶尚南道の新たな観光素材を発掘し、テーマ性のある旅行商品を開発することで、交流人口の拡大を図る。

具体的な活動としては、(1) 交流視察、(2) 旅行商品の企画と造成、そして(3) 情報発信の三つが挙げられる。それぞれの活動内容を具体的にみると、(1) 交流視察では、各都市の大学であり姉妹校提携も結んでいる山口県立大学と慶南大学校の学生間での交流を深める。(2) 今回の交流視察では、本プロジェクトに賛同していただいた旅行会社（日本側からは株式会社読売旅行（以下、読売旅行）、株式会社ジェイティービー（以下、JTB）、韓国側からはイッツコリア）が同行し、学生とともに旅行商品を企画した後、

造成・販売の部分を担当。今回はアウトバウンドに関する企画ではあるが、旅行会社からすると相互が実際に訪問した場所をツアーの素材として活用することでインバウンド観光客の増加を図ることにつながると期待している。(3) 情報発信では、双方の都市での、姉妹都市としての認知度や実際に訪問をしたことのある観光客数が少ないという現状を打破すべく、インスタグラム等のSNSを利用しながら両地域についての情報を発信し、理解を深めてもらうと同時に、観光について興味を持ってもらうきっかけとする。

以下では、山口県立大学の大学生(以下、県大生)を対象に行った韓国旅行に関するニーズ調査、現地視察の概要、そして現地視察の成果をまとめたガイドブック作成や旅行会社と合同で企画した旅行プランなどについて述べる。



図1. 事前打ち合わせの様子と山口新聞による本プロジェクトの紹介記事(9月9日付け)

3.1 韓国旅行に対する県大生のニーズ調査

現地視察の日程を立てる前に、まず若い世代の旅行者のニーズを把握するため、山口県立大学の学生100名を対象にした韓国旅行に関するアンケート調査を7月27日から8月3日の8日間で実施をした。有効回答数は83名で、男女比率は男性が9名(10.8%)、女性が74名(89.2%)であった。質問項目としては、①春休み期間中や卒業旅行で韓国へ行く場合の予算、②日程、③韓国旅行でやってみたいこと、④韓国旅行で行きたいところ、⑤慶尚南道の認知度の5つを設定した。

その結果、①については、3万円以上4万円未満が29名と最も多く(34.9%)、その次に多かったのが4万円以上5万円未満の27名(32.5%)であった。韓国は日本から最も近い国であり、旅行ツアーでも国内旅行と変わらない料金設定がされている場合も多く、金額的には3万円以上から5万円未満の割合が全体の6割強を占めている。②の日程については、今回の旅行ツアーは関釜フェリーを利用することが必須条件であるため、船内泊を行うものとしてアンケートに回答してもらった。最も多かったのは4泊5日(現地宿泊2日)で29名(34.9%)、その次に3泊4日(現地宿泊1日)で25名(30.1%)という結果であった。2泊3日の現地宿泊なしは12名(14.5%)、5泊6日(現地宿泊3日)は8名(9.6%)、6泊以上(現地宿泊4日以上)は5名(6.0%)であった。

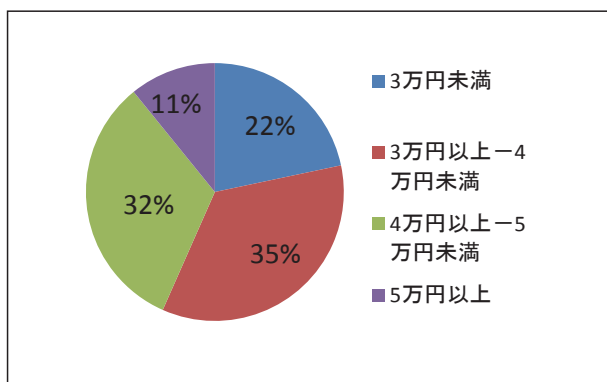


図2. 韓国旅行の予算

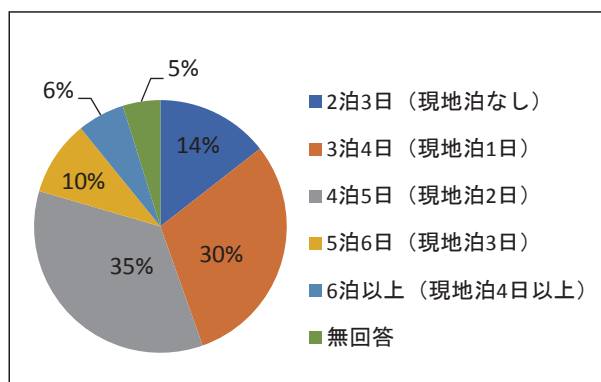


図3. 韓国旅行の日程

③韓国旅行でやってみたい内容については今回の視察に含まれる内容を中心に作成し、複数回答で答えてもらった。韓国料理を食べるが77名 (21.5%)、ショッピングが67名 (18.7%)、故宮巡りが11名 (3.1%)、現地での行事参加 (祭り等) が19名 (5.3%)、景勝地観光が13名 (3.6%)、繁華街の街歩きが35名 (9.8%)、カフェ巡りが37名 (10.3%)、伝統衣装体験が38名 (10.6%)、民泊体験が13名 (3.6%)、農漁村体験が3名 (0.8%)、美術館・博物館見学が11名 (3.1%)、韓屋体験が11名 (3.1%)、陶芸体験が20名 (5.6%)、その他が3名 (0.8%) という結果になった。その他、スパ、友達に会う、アイドルのコンサートがそれぞれ1名ずつであった。④韓国旅行で行ってみたいところは、日本でもよく知られているソウル (37.3%)、釜山 (29.5%)、済州島 (14.0%) の順に高く、慶尚南道については5.2%のみであった。慶尚南道について知っているかという質問について8割以上が知らないと答えていることを考慮すると、慶尚南道への訪問者を増やすためには、まずは慶尚南道についての認知度を上げることが重要であると伺える。

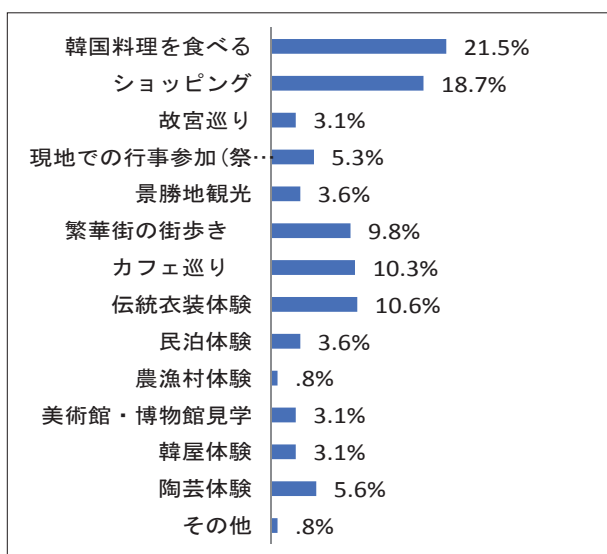


図4. 韓国旅行でやってみたいこと

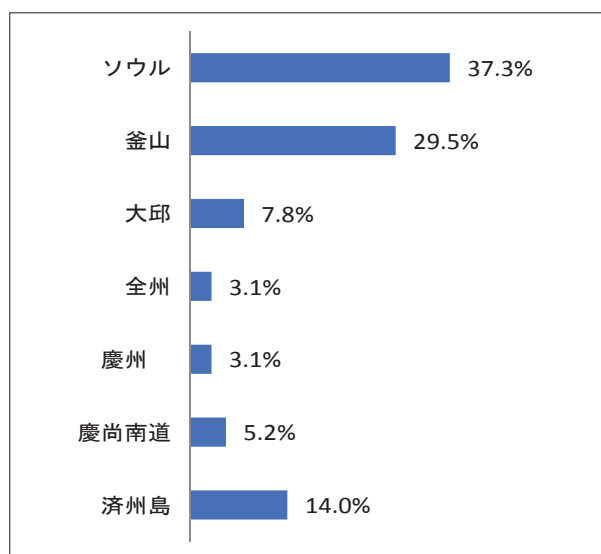


図5. 韓国旅行で行ってみたいところ

3.2 SNSを活用した情報発信

先述したように、慶尚南道の観光に興味を持ってもらうためには、慶尚南道について知ってもらうための宣伝活動が必要不可欠である。JTB総合研究所が行った「2016年の海外旅行についての緊急調査」(www.jtbcorp.jp)では、「海外観光旅行先を選んだ理由」として「SNSやブログの記事でのおすすめだった」ことがきっかけとする人もおり、15～29歳までの若い男女が他の年代に比べそのような回答をする割合が特に高かった。また、「友達に行ったことを自慢できる場所だった」「フォローしている有名人などのおすすめ」など、インスタ映えを意識して旅行先を決めており、SNSから影響を受けていることが示唆された。そこで、SNSによる宣伝活動として、インスタグ

ラムを利用して、「keinantravelersnote」というアカウントを開設し、本プロジェクトの活動の情報発信を行った。



図6. keinantravelersnoteインスタグラム

3.3 韓国での現地視察

現地視察は9月11日から9月15日までの間に、慶尚南道各地（梁山市、昌原市、晋州市、南海郡、巨濟市、統営市、金海市）にて実施された。日本側の参加者は、本学からは教員1名と学生4名（4年生3名、3年生1名）、山口県観光連盟から1名、読売旅行から2名の合計8名であった。今回の参加者のうち、現役大学校生の4名のうち、4年生の3名はそれぞれ韓国での1年間の留学経験を有しており（慶南大学校2名、釜山大学校1名）、読売旅行から参加した1名も本学の卒業生として、慶南大学校での1年間の留学経験を持つ。そのことから、現地での視察場所や特産品、そしてグルメなどの選定には彼女たちの留学経験が十分に活かされている。韓国での現地視察の場所と日程は図7と表1に示した通りである。

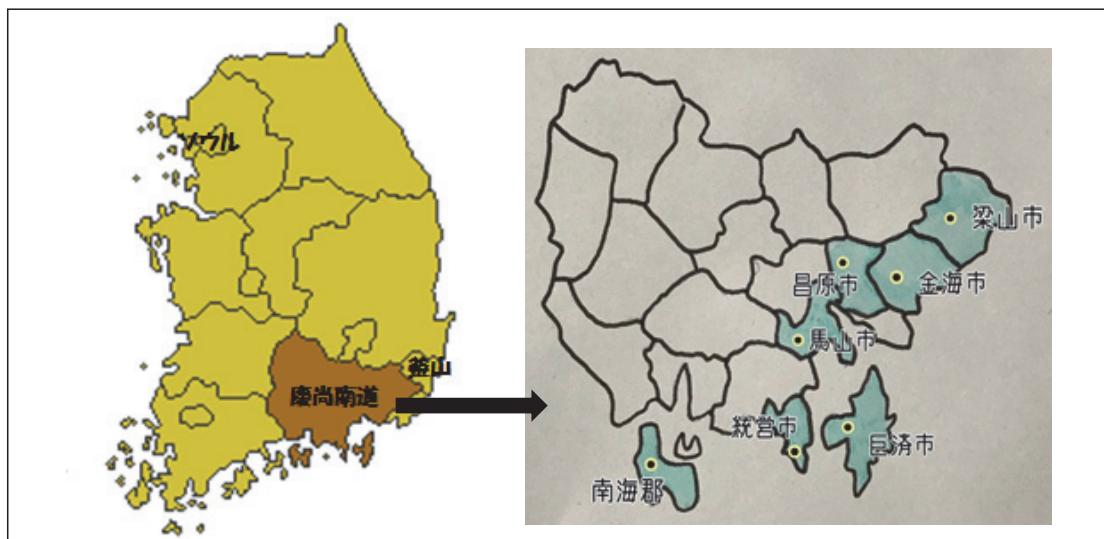


図7. 現地視察を行った場所

表1. 現地視察の日程

| | | |
|----------------|-----|---|
| 1日目 9/11(月) | 下関 | 下関出港（学生3名, 観光連盟1名） |
| 2日目 9/12(火) | | ・釜山港到着 移動（釜山広域市 → 梁山市） |
| | | ・金海空港着(教員1名、学生1名, 旅行会社 2名) ・移動（金海市→梁山市）、通度寺で合流 |
| | 梁山市 | ・通度寺（本堂、聖宝博物館、境内庵観覧） *昼食：通度寺の精進料理 移動（梁山市→昌原市） |
| | 昌原市 | ・慶南道庁、昌原市役所（車窓） ・慶南観光記念品店 ・慶南大学校（キャンパスツアー、学生交流） ・倉洞芸術村（韓服体験、鏡・エコバッグ作り） ・想像通り、馬山魚市場、富林市場視察 ・慶南大学学生と交流会 *夕食:サムゲタン *宿泊：馬山（マサン）観光ホテル *朝食：ふぐ料理ロードでふぐスープ |
| 3日目 9/13(水) | 晋州市 | 移動（ホテル→慶尚南道森林環境研究院） ・樹木園、森林博物館視察 |
| | | 移動（樹木園→南海ドイツ村） ・南海ドイツ村 *昼食：タコ料理 |
| | 南海郡 | 移動（食堂→ヘバリ村） ・漁師体験、キムチづくり体験 ・柚子パン作り体験、トピリアおよび森体験 ・伝統文化体験（伝統遊び体験、灯籠作成） *夕食：サムギョプサル *宿泊：ヘバリヒーリングセンター *朝食：韓国式の家ご飯 |
| 4日目 9/14(木) | 巨済市 | 移動（南海市→巨済市） ・外島ポタニア ・風の丘 *昼食：海鮮トゥッペギ |
| | 統営市 | 移動（巨済市→統営市） ・トンビラン村 ・中央市場 ・海底トンネル *夕食：刺身 *宿泊：アンチョビ観光ホテル *朝食：ホテルにて |
| 5日目 9/15(金) | 金海市 | 移動（統営市→金海市） ・金海クレイアーク美術館観覧 ・金海粉青陶磁器体験 ・首露王陵 ・民俗博物館 ・国立金海博物館 *昼食：韓屋体験館、トッカルビ 移動(金海→金海空港) 金海空港→福岡空港着 ※台風の接近を考慮し、帰国は9/15(金)釜山港発9/16(土)下関港着の関釜フェリーの予定から9/15(金)金海空港発福岡空港着の飛行機に変更となった。 |

韓国での視察の様子は現地のメディアでもたくさん取り上げられ、本プロジェクトの注目度の高さを実感した。このような現地での反響についてもインスタグラムを通して随時情報発信を行った。



図8. 視察の様子を伝えている現地のマスコミと慶尚南道観光協會のインスタグラム

3.4 現地視察を終えての取り組み

現地視察を終えての取り組みとして、現地視察の情報をまとめた慶尚南道の観光ガイドブック（図11）と旅のしおり（図10）を作成した。また、読売旅行及びJTBCと共同で観光商品化に向けての企画・提案を行った。まず、慶尚南道の観光ガイドブックの作成においては、事前に調査しておいた内容に加え、実際に訪れてわかった情報や食べ物、留意事項、アクセスなど、より詳しい内容を付け加えた。旅のしおりは、主に読売旅行のツアー参加者に配布するためのものであるが、それぞれの作成担当者にキャラクターを付け、学生目線でのコメントや基本情報を載せるなどの工夫を凝らした。

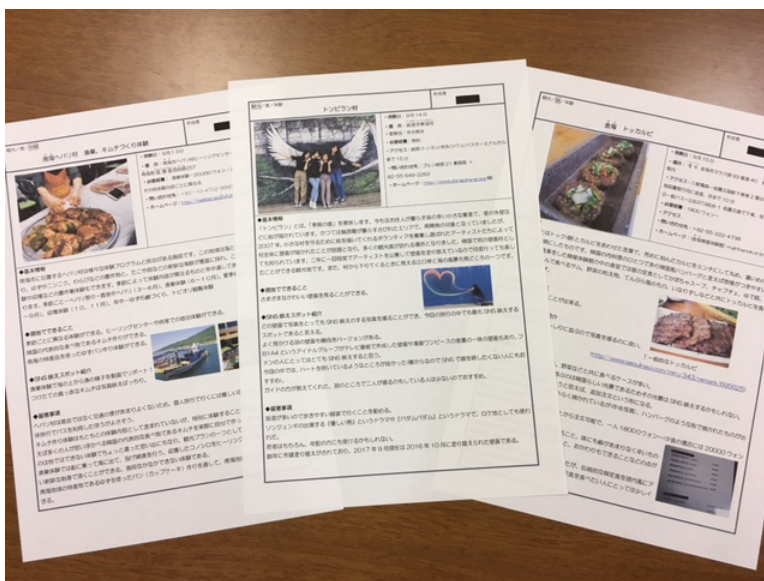


図9. ガイドブック

慶尚トラベラーズノート ガイドブック



私達山口県立大学の学生が直接行って見て体験してつくったガイドブックです！



参鶏湯 (삼계탕)



栄養満点のおつあつ参鶏湯！
まるまる1羽の雞にもち米をつめて、高麗人参や栗、ナツメなどと一緒に煮込んだおつあつの参鶏湯！辛くなくあっさりした味付けで、お子様や辛いものが苦手な人にもオススメ！白多体の芯からばっかばか〜(汗、#)

①お店全体が韓国の雰囲気を醸し出している。韓国ならではの参鶏湯も堪能！

②お店全体が韓国の雰囲気を醸し出している。韓国ならではの参鶏湯も堪能！

基本情報
〒750 (百濟館)
昌原市馬山合浦区チユンソク23-1
営業時間：11：30～21：30
定休日：なし（チユンソクの時間を除く）

倉洞芸術村 想像通り



韓服を着て思い出に残る1日を…
現代アート×韓服の融合！？
ここ倉洞芸術村にはたくさんの壁画や現代アートがありSNS映えも間違いなし！しかも無料で韓服体験も出来ちゃう！行ってみる価値あり！

①可愛いらしいバッグや手鏡も作れちゃう！

②壁には韓国の風情がたぎる！

③「まつるのおまのフォトスポット」無料で撮影できる韓服を着て壁画や現代アートの前で自分を撮ればSNS映え間違いなし！

基本情報
昌原市 馬山合浦区 オドンソク6道 24 (中城洞)
利用時間：10:00-18:00
定休日：毎週月曜日（芸術村内の全市場、アートショップ休館）

図10. 旅のしおり

観光商品化に向けての現状としては、読売旅行とはすでに来年3月と4月に実施する慶尚南道モニターツアーに向けての観光商品化が進んでおり、11月からは宣伝用の新聞折り込みチラシ（図11）も順次配布しているところである。一方、JTBによる慶尚南道地域オプションツアー企画は現在進行中であるが、学生が作成した観光ガイドブックが大いに活用される予定である。



山口県・慶尚南道 姉妹提携30周年特別企画
読売旅行山口営業所×大分営業所 合同企画 海外編
山口県立大学観光ボランティア学生による現地ガイド
ごあいさつ
この企画は山口県観光課と山口県立大学×慶尚南道観光協会と慶尚南道との交流プログラムの一環で実現しました！！
1993.9.700.41.5日
10月15日～19日
2019年 3月25日、28日、4月1日、4日 49,900円
お申し込みお待ちしております

図11. 読売旅行の折り込みチラシ

4. 終わりに

最後に、このプロジェクトに取り組みながら、教員や学生、そして地域の観光連盟、旅行会社のそれぞれの立場から学びあえたことを振り返り、本プロジェクトの成果と今後の課題としたい。

【教員コメント】 地域の課題を地域レベルにとどめることなく、同じ課題を抱えている地域が手を取りあって、その解決に向け共に取り組むことがますます不可欠になってきています。本プロジェクトは、「地域のアウトバウンド（Outbound）観光拡大」の観点から地域が抱えている課題とその具体的な解決策を創り出すことを目指した活動でした。姉妹都市としての認知度や実際に訪問をしたことのある観光客数が少ないという同じような課題を抱えた日本の山口県と韓国の慶尚南道を結び、そこで生活している両国の大学生や地域市民がグローバルな観点から地域の課題を共有し、地域の再生と成長に向けた諸活動を行うプロセスのなか、見方を変えると「課題」が「チャンス」になる可能性が大いにあることを私自身も改めて実感することができました。また、本プロジェクトにおいて、本学での4年間の学びを経て巣立った卒業生が、今度は地域で活躍する社会人として後輩たちと一緒にプロジェクトを行うことができたことは、本学の教員として大変嬉しいことでもありました。今後も学生に有意義な実地体験を通して内外のローカルをより深く知り、固有の問題を解決するためのツールとして韓国語コミュニケーション能力を活かしてもらうことができる教育プログラムを提供することで、地域に貢献していきたいと考えています。

【学生コメント1】 山口県と慶尚南道の姉妹提携30周年を記念し実施された今回のプロジェクトに参加させて頂くにあたり、まず心がけたことは私たち学生ならではの視点を持ち、実際に行ってみて感じた慶南の魅力を多くの人に発信していくということです。その手段としてインスタグラムのアカウントを開設し、視察中や帰国後に写真をアップロードしてきました。インスタグラムではリアルタイムでフォロワーの反応を見ることができ、どのような体験や内容が人々に好まれるのかということも知ることができました。しかし、私たちが感じたことを発信するとき、必ずしもポジティブな意見ではないこともあります。それが私たちのリアルな声でもあります。そのときに主観的な意見だけを全面的に伝えるのではなく、あくまでも個人の意見として伝えることが大事だということ学びました。また、慶南からの視察団と一緒に山口を観光した際には、普段気にとめていなかった景色が綺麗だと言われたり、行く先々にそれぞれのストーリーが詰まっていることを知り、こうして地域の魅力に気づくとそれが観光資源になり得ることを実感しました。慶南と山口のそれぞれの地域の魅力に気づき、地域を越えてその魅力を発信していくことがグローバルな観光促進の一步に繋がるのではないかと感じました。

【学生コメント2】 今回の活動は地域貢献大学としてのグローバルへの挑戦でした。姉妹都市である慶尚南道の良さや魅力を目で見て感じ、そこで見て感じたものを多くの方々に知って頂けるようにするにはどうすべきなのか、常に考えながら行動した5日間だったように思います。SNSで発信を行う際にも私たちの言葉で書くこと、また写真を撮る際にはSNS映えなど同世代に共感してもらえるように心がけました。また私は慶南大学で留学を経験したこともあり、慶尚南道は何ヶ所か旅行をした経験もあったため、今回のプロジェクトで力になれると意気込んでいましたが、大きなプロジェクトだったこともあり難しい部分も多くありました。やるべきことなどを上手く消化することが出来なかったため、もっと責任感を持たなければならないと痛感しました。まだまだ活動は続きますが、慶尚南道の魅力を多くの方々に知って頂けるように自分自身が出来ることを精一杯頑張ります。

【学生コメント3】 私が慶尚南道の観光資源発掘のために様々な観光スポットを回る中で多くの発見がありました。まず、慶尚南道には多くの観光資源があるということです。私は、大学1年の冬に慶南大学に語学研修に行きました。その時は期間も短く観光が目的ではなかったのですが、あまり知識はありませんでしたが、

この活動で慶尚南道の地形や産業、歴史やご当地の食べ物に至るまで様々なことを知ることができました。また、目的と責任感を持って慶尚南道を視察するということが多様な視点を持つということの重要性を体感することができました。観光スポットを調査するため、自分の主観的な感想だけでなく、学生に行った韓国旅行に関する事前アンケート結果を基にマーケティングをして、客観的に見ていくことを心がけました。さらに、地域貢献大学である山口県立大学であるからこそ、地域で生きていくことの重要性をこの活動を通して学ぶことができました。この活動でお世話になった山口県観光連盟の方や、慶尚南道観光協会の方々をはじめ、読売旅行やJTBの社員の方々、慶南大学の学生や教職員の方々と地域内外のコミュニティの輪の広がりを身を持って感じることができました。この活動を来年の1年間の大学での学びや大学外の活動、自分の就職活動などで積極的にアピールしていきたいです。

【学生コメント4】 私は昨年一年間慶尚南道にある慶南大学で留学をして、これまでも山口県と慶尚南道双方で姉妹都市としての認知度を高める活動をしていました。今回はそのような経験を生かすことのできる貴重な機会であり、山口県立大学の一員としてこの活動に参加したことで学ぶことも多く、とても光栄でした。今回の反省点としては、活動の一環として行っていたSNS（インスタグラム）での広報についてです。観光地各所での滞在時間が少なく、タイトなスケジュールであったため、良い写真を残すことができない時もありました。帰国後に調査を行う中で人々が旅行地を決定する際にSNSが与える影響力がとても大きいことを知ったので、見ている人がより行きたくくなるような写真を意識して撮ったり、実際このツアーに参加される人の視線を意識して視察を行う必要があったのではないかと思います。一方、良かった点としては、タイトなスケジュールの中でもインスタグラムのリアルタイムな更新を心がけたり、動画も上手く活用したことです。この結果、インスタグラムは100人以上の方にフォローしていただき、大きな関心を得ることができました。帰国後もインスタグラムの更新は継続していくことで、より多くの人に慶尚南道の魅力を知ってもらい、旅行客の増加に繋がれば良いと思います。

【山口県観光連盟Tさんのコメント】 まずは、このプログラムを実施するにあたって、自己満足では何も変わらないし次のステップにも進めないと思い悩み、大学側に自分の気持ちをお話したところ、担当教授から様々なアドバイスやヒントをいただき実施することができたことに感謝致します。相手側の慶尚南道観光協会には日本語を話す方がおらず、取り急ぎ企画概要をメールで伝えて直ぐに現地に飛びました。交流校の慶南大学校にも連絡をし、とりあえず会って話を聞いていただくことで何か前に進める、必ず気持ちが伝わりと信じて訪問したところ、どちらも同じ考えをお持ちで、「若者の人口も少子高齢化が進み減少していくのは韓国も同様。日本より遅れているだけで、あと5年すれば同じ状況になる。」「今のうちにより一層、国際交流を活発化し外に目を向ける人材を育てていくことが重要。」「観光ツーリズムに焦点を当て、学生目線でお互いの良いものを探す旅に出ることで新たな発見（素材）があり若い感性で情報発信ができる。」「そしてお互いに旅行商品化する事で、新たな交流人口が拡大できる。」「まず実行することが大切です」と言われました。今年度はお互いに実施するのに十分な予算もないため来年度に実施した方が良いでしょうと大学に相談したところ、「この企画に賛同してくれる方がいる中で、次年度に引き延ばし実施することの方が難しくなるのでは」「やるなら今でしょ！」と担当教授からアドバイスをいただき、再度こちらの熱意を相手に伝えお話ししたところ、相手もこのタイミングしかないと感じ取ったのか了承してくださいました。今回は多くの人を巻き込んだ以上、何とか乗り切って、次年度はさらに発展させることが出来ると信じ実施させていただきました。

このプログラムで山口県観光連盟、慶尚南道観光協会、山口県立大学、慶南大学校の学生たちや現地旅行会社の方々に、まずはお互いの地域について知って頂いた事が大きな収穫で、更にSNSを活用し新しいマーケット層に情報を拡散することができました。商品化についても企画するだけでなく、実際にお客様が参加しやすい価格設定で、魅力的なコース内容はどうするかなど・・・また慶尚南道はソウル、釜山と違い日本人には認知度が低く馴染みがないので、ターゲット層は絞るより多くの層に参加いただけるように、熟年層に

強い読売旅行さんや、幅広い層に強いJTBさんの力を借り、学生達と一緒に考え取り組みました。またインスタグラム等での情報発信も旅行商品の募集期間中も絶やさず続け、拡散できる情報媒体があれば活用し1名でも多くの参加者を増やすプロモーションも検討しております。慶尚南道の方も現在、山口県のツアーを企画しており、新しいお客様の拡大に協力いただいております。今後は、世界記憶遺産の朝鮮通信使や、サイクリング、ハイキング等の新しいツーリズム素材を活用し新たなルート作りに学生と共同で進めていきたいと思っております。

最後に、学生たちへのメッセージとして、ひとつの物事を最後まで完成形にして継続させて行くことが重要であり、それにより人との繋がりが強固なものとなり物事を成功させるものだと信じております。是非とも、最後まであきらめず、やりきる勇気で何事も取り組んでいただきたいと思います。

【読売旅行Mさんのコメント】 旅行業界として海外旅行、特に韓国という旅行先において大変厳しい状況が続いている中、弊社としてもこの度のプロジェクトは初の試みで、当初不安もありました。類似商品が溢れ、お客様の目も肥え、マンネリ商品は先が見えています。今回、山口県・慶尚南道姉妹提携30周年というとても素晴らしい機会に、差別化を図った他ツアーには無い特色ある商品に仕上げることができました。経験不足で自己満足商品になりそうだった際、アドバイス頂いた関係者皆様に感謝します。私自身も学生時代にゼミ活動で多くの学外の方と接する活動に携わりました。コミュニケーション能力や度胸はこの仕事に就いて当時の経験が活かされていると常に感じます。先輩として手本となる姿勢が示せたか不安ですが、彼女達にも同じ様に感じる社会人生活を送って欲しいです。顔の見えないお客様の「楽しみ」を作ることは容易ではありません。この旅行でしか味わえない、体験できない要素を含め差別化したシリーズ商品にできるよう学生も含め事前の企画提案が必要だと感じました。機会が頂けるのであれば今後の継続的商品化にも携わっていきたいです。

【読売旅行Gさんのコメント】 今回、旅行会社としてプロジェクトに参加しましたが、慶尚南道の魅力を味わえるいい企画になったと感じております。また、学生にとっても旅行を企画するといういい機会になったのではないのでしょうか。企画を作成するにあたって、事前に学生にアンケートを実施し、裏づけをもとに行程を考えていたので素晴らしいと思っております。少し残念と感じたことは、韓国留学した学生がほとんどであるにもかかわらず、現地の人との会話が少なかったように見受けられました。また、忙しい行程だったので難しいと思っておりますが、慶南大学に訪れた際にも同内容のアンケートを実施するとさらに興味深い研究が出来たのではないかと思います。

参考資料

佐藤俊雄（2009）『現代観光事業論－地域経営的観点からの考察』同友館

日本政府観光局（JNTO）「出国日本人数」観光庁『旅行商品ブランド（募集型企画旅行）の取り扱い状況』www.jnto.go.jp（2017.11.1取得）

JTB総合研究所（2016）『2016年の海外旅行についての緊急調査』<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2016/06/overseas-trip-2016>（2017.11.1取得）

JTB総合研究所（2017）『海外観光旅行の現状2017』<https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2017/06/overseas-trip-current-2017.pdf>（2017.11.1取得）

謝 辞

本プロジェクトの実施にあたって、たくさんの方のご協力とご支援をいただきました。まず、山口県観光連盟の高田義治氏をはじめ、読売旅行山口営業所の六車陽子氏、我有朱蘭氏、JTBワールドパケージズ九州販売部の大竹寛明氏に心より感謝申し上げます。また、日本側の現地視察を快く受け入れてくださった慶尚南道観光協会（GNTA）の金炯東事務局長と姜智娟氏、慶南大学の鄭恩姫教授と大学関係者のみなさま、そして本学の地域共生センターの佐々木雄士室長と重信菜保美さんにもこの場をかりて感謝申し上げます。

Initiatives toward Regional Outbound Tourism Expansion
－ Efforts by a Regional-contribution University with the Goal of Inter-local Human －

LIM Hyungjung, NAKAHARA Yui, MATSUMOTO Saya, YOSHIDA Ai &
KUMADA Minori

This report is an actual record of efforts with the goal of inter-local human resource development conducted within the Korean language curriculum in the Department of International Cultural Studies at Yamaguchi Prefectural University, which aims to be a Regional-contribution University. The educational philosophy of the university's Department of Intercultural Studies is focused on providing education and skills that are applicable to various regional issues from an international perspective and on cultivating personnel that will contribute to the creation and development of richly-unique regional cultures and regional internationalization. In particular, the Department of Intercultural Studies aims to cultivate inter-local human resources with the knowledge, skills and abilities to solve the various cultural issues that arise within our globalizing international society. For inter-local human resources to be able to function both internationally and locally, they require not only a certain level of language and communication ability but also knowledge of characteristics and issues both inside and outside of their local regions. It is important for them to actually see and understand the various features of and issues faced by not only the localities in which they live but also Japan as a whole and other local communities around the world.

The purpose of this report is to examine issues faced by localities and come up with concrete solutions from the point of view of "Regional Outbound Tourism Expansion" and to introduce the "Scientific Research Program relating to Tourism Development in Mutual Exchange Projects between the Yamaguchi Prefecture Tourist Association and Gyeongsangnam-do Province Tourist Association," conducted jointly since June 2017 by the Korean language study office and the Yamaguchi Prefecture Tourist Association.