

F2-14

マイノリティの訪日外国人の不便さに関する基礎的研究

Basic Research about Inconvenience of the Visit to Japan Minority Foreigner

○武田優希¹, 田中賢²*Yuki Takeda¹, Yasushi Tanaka²

Abstract: An inn bound to Japan accounts for 90 % for 20 countries mainly. Information sending for minority's national people who account for inbound 10% is studied. Foundation investigation was performed in an embassy in each country in Japan. The information the foreign Japanese Embassy sends had an effective response. A questionnaire survey was performed to the Japanese Embassy in the countries in the lower rank of GDP. A response was had from an embassy of 13. As a result, the next was understood. Information using the internet is more effective than information by a book. There are few visits to Japan of the sightseeing purpose. The information the Japanese Embassy sends should be improved more practically.

1. はじめに

観光地に住んでいることもあり、外国人がとても増えたと感じることが多く、この研究テーマにした。日本へのインバウンドは、主要20か国でインバウンドの90%を占めており偏りがある^{*1}。これら主要20か国の人々には、公共施設での外国語によるアナウンスやサインなど様々な取り組みが行われている。しかし、インバウンドの10%を占めているその他の国の人々に対してはどうだろうか。この国の人々への取り組み状況はどうか。少数であることから疎かになっていないか。また、日本に来る際の事前情報はどこから入手しているのか。様々な疑問が湧いてきた。

2. 研究の目的

インバウンドを支える主要20か国以外の国々からの訪日外国人（訪日外国人というマイノリティの中でも、更にマイノリティと言える人々）が日本に来る際、日本の情報をどこから入手するのか。また、情報の発信源として有効と考えられる各国の大使館はどのような情報を発信しているのかを調査した。

3. 研究の方法

主要20か国以外の国々にある日本国大使館への調査

プレ調査として主要20か国以外の国の日本にある大使館と当該国にある日本国大使館に対しアンケート調査（19か国）及び訪問調査（1か国）を行い、当該国にある日本国大使館が有効な情報の発信源であることが分かった。そこで当該国にある日本大使館に調査協力を求めた。大使館の抽出方法は、国際連合加盟国193か国のうちGDP（国内総生産）ランキング下位の国々（インバウンドの90%を占める国々は総じてGDP

ランキング上位の国々のため）である^{*2}。問い合わせフォームなどで連絡をとりアンケート調査を依頼・実施した（調査期間2020年8月～9月）。回答は50か国中、13か国である。回答者は担当大使館職員である。アンケート送付先・回答国はTable1の通りである。

Table1. Questionnaire sending country

東ティモール	○	赤道ギニア	セルビア	○	
サモア	○	リベリア	コートジボワール	△	
ベリーズ	○	シエラレオネ	トーゴ共和国	△	
モンテネグロ	○	エリトリア	ニジェール	△	
レソト	○	ソマリア	フィジー		
ケニア		アンティグア・バーブーダ	キリバス		
トリニダードトバコ		セントビンセント	ナウル		
ソロモン諸島		セントルシア	ツバル		
ミクロネシア	○	ドミニカ国	バヌアツ		
パラオ	○	ガイアナ	ブルンジ		
トンガ		グレナダ	マラウイ	○	
ルワンダ		スリナム	キルギス		
ガーナ		セントクリストファー・ネイビス	ハイチ		
ジブチ		エスチワニ王国	○	モルドバ	○
南スーダン		南アフリカ共和国	△	ジャマイカ	○
ガボン		バルバドス	○	バハマ	
サント・メブリンシベ		モルディブ			

1：日大理工・学部・まち、2：日大理工・教員・まち

※○：有効な回答 13 か国

△：返信はあったが、他機関へのアンケートを進められたり、質問の意図にはそぐわないと判断した回答。

アンケート内容は、事前情報の入手経路や必要としている情報は何か等を知るために、Table2.の通りとした。

Table2. The questionnaire contents

- | |
|--|
| ①日本を訪れる目的と滞在期間の傾向
②日本に来る際の事前情報の収集方法
③大使館側の情報発信のツール |
|--|

4. 結果と考察

主要 20 か国以外の国々にある日本国大使館^{*3} へのアンケートの調査結果と考察は以下の通りである。

4. ①日本を訪れる目的と滞在期間の傾向

マイノリティの国々の人々の主な訪問目的は、団体からの招へい（会議や研修など）（13 か国中、5 か国）、留学（同 10 か国）、ビジネス（同 4 か国）、親族訪問（同 3 か国）である。そのほかには乗り継ぎを挙げている国もあった。

観光についての回答は次の通りである。観光目的で日本を訪れる人がほぼいないと答えた国（同 2 か国）少ないと答えた国（同 4 か国）パラオは訪日パラオ人の 4 分の 1 が観光目的で日本を訪れていて、富裕層の家族旅行に留まるとの回答であった。そのほかの国は日本を訪れる目的として観光を挙げない（観光モンテネグロのみ観光で日本を訪れる人の割合が多いとの回答だった）。

滞在期間については、観光目的は短期であるのに対して、留学は数年にわたる長期が多い。

ビジネスで日本を訪れる人は短期から長期まで多岐に亘っている。

4. ②日本に来る際の事前情報の収集方法

日本に関する情報はインターネットでの収集が中心であるとの回答がすべての国に共通した。各国の訪日外国人は日本に来る際、インターネットで事前情報の収集をすることが分かった。

4. ③大使館側の情報発信のツール

ホームページを挙げた大使館は 13 か国中 10 か国、フェイスブックを挙げた大使館は 13 か国中 9 か国と多く、その他にはツイッターなどを挙げる大使館もあった。これより、SNS は重要な情報の発信源だと考えられる。また、一部の大使館では訪日外国人に向けたサ

イトである『日本で暮らす外国人のための『生活・就労ガイドブック（法務省のリンク）』等を紹介していた。

各国とも紙ベースでの情報（ガイドブックや書籍など）はあまり流通しておらず、利用している人も少ない。そのため一部の大使館では、大使館内に広報室や広報スペースを設けて日本に関連する資料を一般公開しているところもあった。また、ミクロネシア大使館では日本の映画を無料で視聴できる「日本映画祭」や、浴衣の試着、習字、折り紙等の伝統文化を体験することができる「ジャパン・フェスティバル」を開催している。このように日本についての情報発信が盛んな大使館もあったが少数に留まる。

4. ①～③の結果より、観光目的で日本を訪れる訪日外国人（マジョリティの国々の人）たちとは訪日目的が違うため、また別の事前情報が必要になると考えられる。事前情報を収集するのに有効なサイトとして、当該国にある日本大使館側も情報の発信に力を入れている。各国大使館 HP やフェイスブックが挙げられるが、マイノリティの人々の情報ニーズに応えられる情報の発信はなされているのだろうか。各国大使館フェイスブックを見たところ外交イベントの様態等を発信するのに利用している大使館が多く、実用的な情報を発信している大使館は少ないと感じたので追加調査を行いたい。

5. まとめ

回答の中には、在日の各国大使館が日本を訪れている外国人のサポートをする機関であるため、そちらへの質問を進められるものもあった。しかしながら、これから日本に来る外国人の方々にはできるだけ事前に、沢山の情報を得られることを望んでいるのではないかと一部大使館ではサポートが行われているようだが、ホームページやフェイスブックの内容では実用的な情報はまだまだ不足していると考えられる。安心して日本を訪問してもらうためにも、情報という側面からのサポートがもっともっと充実していく事が望ましい。今後も引き続いてアンケート調査を行い、新たな傾向を発見したい。

6. 参考文献

※1：インバウンド NOW <https://inboundnow.jp/media/knowhow/7270/> （2020年10月現在）

※2：GLOBALNOTE 世界の名目 GDP 国別ランキング・推移 (IMF) <https://www.globalnote.jp/post-1409.html> （2020年10月現在）

※3：調査対象の13か国のHP