

1 外国旅行の現状と展望

① 外国旅行の現状と展望

- ロシアからの外国旅行者数は、2013年に過去最多の5,406.9万人を記録した。
- 2014年にロシアがクリミア半島を占領した結果、ロシアは欧米諸国などによって経済制裁が科された。
- ロシア政府は国民に対して、クリミア半島の訪問を奨励するとともに、国内旅行の支援政策（国内のビーチリゾートへのチャーター便運航に対する支援、国内観光地の旅行博への出展拡大、国内ツアーの販売などへの支援拡充など）を打ち出した。その結果、外国旅行を自粛し、国内旅行（ソチやクリミア半島など）を選ぶ人が増えた。
- 経済制裁による不況と、ロシアルーブルの下落、ロシア政府による国内旅行の奨励、原油価格の下落などが重なり、2014年のロシアからの外国渡航者数は、4,588.9万人（前年比15.1%減）と大きく落ち込んだ。
- ロシアからの外国旅行者数は、2015年に3,455.0万人（前年比24.7%減）、2016年に3,165.9万人（同8.4%減）と減少傾向にあったが、2017年には3,962.9万人（同25.2%増）と反転し、2018年には4,196.4万人（同5.9%増）と回復基調を示している。
- ロシアルーブルの下落により、ロシア人の渡航先は、ヨーロッパが落ち込んだ反面、アジアなど物価が比較的安い国が浮上している。ロシア連邦観光局の出国統計によると、2018年の観光目的の渡航先の第1位はトルコであった。その理由として、距離が近いこと、温暖な気候と海、ツアー料金の安さ、入国審査が簡単であること、滞在可能日数の長さ（30日まで）が挙げられる。
- ロシアの極東地域では、韓国、中国、フィリピン、サイパン、グアムなどの人気が高まっている。極東の主要都市であるウラジオストクとハバロフスクでは、各国の政府観光局が屋外広告キャンペーンを実施している。
- 露韓両政府は、2014年1月に査証相互免除協定を締結した。60日以内の観光や商用などの目的で韓国へ入国するロシア人は査証が免除されており、相互往来が増えている。
- JNTOの平成29年度欧州FIT調査では、ロシア人が旅行情報を収集する際の手段として、インターネットでの検索、テレビの旅番組、口コミ、SNSが上位に挙げられている。
- SNSは、フェイスブックとともに、ロシア独自のSNSであるフコンタクテ（VKontakte）の利用率が高い。

- 旅慣れた消費者を中心に、ブッキングドットコムや、その他のオンライン旅行会社（OTA）の利用も増加傾向にある。
- ロシア人が選ぶ報奨旅行の行き先は、トルコ、エジプト、タイなど、比較的低予算で済むリゾート地が多い。また、研修旅行の行き先は、外資系企業の本社がある欧米が多い。日本が行き先となる場合、業種は建築、重機、機械、自動車、部品関連が多く、日程には工場、建築現場、モーターショーの見学などが含まれている。
- 近年、豪華ホテルでの宿泊やリムジン送迎を希望する富裕層の旅行需要が増加している。更に、医療観光や新婚旅行など、新しい旅行形態も生まれている。

② 訪日旅行の現状と展望

- 訪日ロシア人数は、近年、増加基調にあるが、2015年には、クリミア半島の占領を発端とした経済制裁により、外国旅行需要が縮小したことから、前年比15.2%減の5万4,365人とどまった。
- その後、訪日ロシア人数は、2016年に5万4,839人（前年比0.9%増）、2017年に7万7,251人（同40.9%増）、2018年に9万4,810人（同22.7%増）、2019年に12万人（同26.6%増）と、増加基調を示している。
- 2016年12月には、日露首脳会談を受けて、訪日ロシア人に対する査証発給条件が大幅に緩和された。
- 査証発給に関する主な緩和措置は以下のとおりである。
 - 1) 商用や文化人・知識人に対する短期滞在数次査証の発給対象者の範囲を拡大することに加え、最長の有効期間を現行の3年から5年に延長する。
 - 2) これまで1次査証のみであった、観光などを目的とする短期滞在査証について、新たに数次査証（有効期間：3年、滞在期間：最長30日）を導入する。
 - 3) 自己負担による渡航の場合、短期滞在査証の身元保証書などの書類提出を省略する。
- 訪日ロシア人にとって重要な点は、身元保証人が不要となったため、旅行会社を通さず自力で査証を申請できるようになったことである。観光目的の短期滞在数次査証の発給も可能となり、普段から日本を身近に感じている極東ロシア人を中心に、短期滞在数次査証の取得者が増えている。

2 旅行に対する一般消費者の考え方

- ロシアの労働法では、労働者に対して、1年に28日の有

給休暇を保証しており、うち14日は連続取得を義務付けている。また、企業に対して、年初に全従業員の休暇取得カレンダーを作成することを義務付けているため、1月～2月に長期休暇旅行の手配をする労働者が多い。

- ロシア人は欧州の他国民に比べて、旅行支出が多い傾向がある。経済制裁による国内経済の停滞と自国通貨ルーブルの下落により、外国旅行が以前よりしづらい状況にあるものの、旅行に対する志向は強い。
- 従来、外国旅行需要の多くは、エジプトやトルコなど、安価で近いビーチリゾートへのチャーター便を利用したオールインクルーシブツアー（宿泊、飲食、観光などの諸経費込みのツアー）である。家族旅行や格安旅行をする人々にとって、現在でも主流の旅行形態となっている。
- 一方で、旅慣れた中間所得者以上の人々を中心に、個人手配旅行や自由旅行型のパッケージ旅行（航空券と宿泊がセットになった自由旅行型のツアー）の需要も高まっている。

3 一般消費者の志向の変化

- ロシアの労働法では、労働時間は週40時間を超えてはいけないと決められている。ロシア人は9時頃から仕事を開始し、17時～19時には仕事を終える。民間企業間の競争の激化により、大都市を中心に残業をする人が増加しているものの、少数派である。大半のロシア人は、平日の就業後、家族と過ごすため、まっすぐ帰宅する。
- ロシア人は一般的に、人と集まってにぎやかに過ごすことを好む。週末は基本的に家族単位で行動し、家族や友人の家に集まったり、街のレストランで食事をしたりして過ごす。
- 冬は寒さが厳しいため、家の中や、レストラン、カフェ、映画館など、屋内で余暇を楽しむことが多い。春の到来と共に外出する機会が増え、川辺でのバーベキューや、公園での日光浴、ショッピングを楽しむのが一般的である。
- ロシアの都市在住者の多くは、郊外にダーチャと呼ばれる菜園付きの別荘を持っている。週末には郊外に出掛けて、畑仕事やスポーツを楽しむなど、家族でゆっくり過ごす。
- 若者の余暇の楽しみは、冬はスノーボード、アイスホッケーなどのウィンタースポーツ、春から秋にかけてはバーベキュー、キャンプ、釣り、キノコ狩り、ブルーベリー狩りなどの野外活動、通年では映画、ビリヤード、ボーリングなどが挙げられる。
- ロシア政府は、余暇時間にスポーツをすることで健康増進を図るよう、国民に呼び掛けている。ロシア人は世界的に飲酒率・喫煙率が高いが、近年、スポーツを通じて健康

管理をしようとする意識が高まっており、水泳、フィットネスジム、ダンスレッスンなどに通う人が増えている。

- 健康意識の高まりとともに、日本食にも関心が集まっている。モスクワをはじめとするロシアの大都市には、世界各国料理のレストランがそろっているが、中でも日本食レストランの数が多く。
- スポーツに関しては、昔からアイスホッケーが人気であったが、最近はサッカーにも注目が集まっている。
- マーシャルアーツ^{*1}も盛んで、ロシア人空手愛好家が多数存在し、合気道、柔道、剣道、拳法などが行われている。
- 中年以上の富裕層の間では、ゴルフの人气が少しずつ高まっている。
- 旅行先でのスポーツとして人気があるのは、スキー、スノーボード、ボード系ウォータースポーツ（サーフィン、ウェイクボード、スキューバダイビングなど）や水上スキーが挙げられる。これらのスポーツを楽しめるスキーリゾートやビーチリゾートが人気を博している。その他、ラフティング、登山、ロッククライミングなどのスポーツも好まれる。
- 健康だけでなく、美容・ウェルネス（健康観）の志向も強い。美容院、化粧品店が大都市の至る所にある。資生堂、カネボウなど、日本の化粧品ブランドの製品は、価格が高めではあるものの、品質に対する信頼が厚く、よく売れる。

*1：本来は格闘技全般を指すが、特に東洋の格闘技を意味することが多い。

4 気候・風土が外国旅行に与える影響

- ロシアの気候は寒冷であり、大陸性気候を帯びている。
- 寒暖の差が大きく、夏と冬の気温差は30度～75度に及ぶ。
- ロシア西部は大西洋の暖流の影響を受けて比較的温暖であるが、ロシア東部に行くほど夏と冬の気温差が激しい。国土の約4分の3を占めるシベリアでは、厳冬期（12月～2月）の平均気温がマイナス20度～マイナス35度まで下がる。特にシベリア東部の内陸部では、最低気温がマイナス50度に達することもある。
- このため、ロシア人は、気候が良い温暖な地域への旅行を好む傾向にある。2017年にJNTOが行った調査（1,000人対象）でも、長距離旅行で重視する項目は、「ビーチリゾート」と「自然鑑賞」となっている。
- 寒冷地として有名なロシアではあるが、冬期はセントラルヒーティング（全館集中暖房）が完備されており、室内は24度前後に保たれている。そのため、日本の宿泊施設における冬の室内温度の低さに適応できない旅行者も多い。

5 外国旅行の旅行形態別特色

①パッケージツアー

- ロシアでは、ヨーロッパ、中東、アジア、米国、中南米方面を中心に、様々なパッケージツアーが販売されている。人気の行き先は、文化遺産が豊富で、バスで移動しやすいイタリア、フランス、スペイン、フィンランド、チェコなどを中心としたヨーロッパ全域と、トルコやエジプト、中国、インド、米国などである。
- 外国旅行そのものが初めての旅行者や、その旅行先を訪れるのが初めての旅行者は、パッケージツアーを選択することが多い。ロシア人は旅行期間中により多くの体験をしたいという欲求が強く、短期間で多くの観光地や観光施設を訪れるタイプのツアーが主流となっている。また、パッケージツアーが選ばれる理由としては、個人旅行より価格が安く、査証の手配が含まれていることも挙げられる。
- ロシアの国土は広大であるため、出発地によって航空料金が異なる。
- パッケージツアーの多くは、目的地到着後の手配（宿泊、交通、査証手配、保険付き）のみで構成されており、航空券は別売りされている。旅行者は、パッケージツアーの購入者を対象とした特別価格の航空券を購入するか、自分で他の旅行会社の安い航空券を探して購入する。あるいは、エアフロート・ロシア航空のカード保有者などは、同社のウェブサイトなどを利用して航空券を購入する。
- ロシアでは旅行会社間の価格競争が激しいため、同じ内容のパッケージツアーである場合、価格が安いツアーが有利となる。
- トルコ、タイ、ヨーロッパ方面のパッケージツアーの中には、航空料金が含まれているものもある。この場合、パッケージツアーの価格のうち、航空料金がいくらなのかははっきりと明示されていることが多い。
- 訪日旅行商品は、航空券別売りのパッケージツアーが主流であったが、2017年の訪日査証の緩和措置の影響で、ブッキングドットコムなどのオンライン旅行会社（OTA）で自己手配をする人が増えている。一方、言葉の問題があるため、特に初めて日本を訪問する場合、パッケージツアーを希望する傾向が強い。
- 観光庁の「訪日外国人消費動向調査」（2018年）によると、観光目的の訪日ロシア人の旅行形態は、個別手配（88.4%）、個人旅行向けパッケージ商品を利用（5.9%）、団体ツアーに参加（5.7%）となっている。
- 訪日旅行のパッケージツアーは、ロシアでは、桜や紅葉のシーズンを除くと、人が集まらないことがある。訪日旅行の

需要は、小規模の団体ツアーか個人旅行者が大半となる。

- 訪日旅行の一般的なパッケージツアーは、東京とその周辺地域（箱根、鎌倉、横浜、日光）に京都・大阪を組み合わせた、6泊7日～7泊8日の行程となっている。団体パッケージツアーを選ぶロシア人旅行者は、有名な場所、食べ物、体験観光を重視する。
- パッケージツアーの日程が、査証の有効期限である15日間と長い場合、富裕層を対象としていることが多い。ゴールデンルートに加えて、他の地方へも足を延ばす行程が組まれている。

②個人旅行

- JNTO モスクワ事務所が行った、ロシアの旅行会社に対する聞き取り調査の結果によると、個人旅行の行き先は、イタリア、スペイン、フランス、英国、スカンジナビア、チェコ、ブルガリア、トルコ、エジプト、アラブ首長国連邦が多い。アジアでは、中国、タイ、インドネシアが人気である。シンガポール、韓国、日本も選ばれているが、まだ少ない。その他、秘境の魅力を味わえる旅行地として、チュニジア、モロッコ、ケニアと、南米のリゾート地も人気がある。
- 個人旅行者は、経済的に豊かで、かつ訪問地の文化に興味を持っている、知的好奇心が旺盛なインテリ層と、少額の経費で旅行をしようとする格安旅行者に分類される。
- 個人旅行をする旅行者は、一般的に旅行目的がはっきりしている。事前に時間をかけて、観光地や滞在ホテルに関する情報を収集することが多い。

③商用旅行

- ロシア経済は停滞気味ではあるものの、ロシア人の商用旅行の需要は回復しつつある。
- 商用旅行の主な渡航先は、中国、フィンランド、エストニア、リトアニア、ポーランド、ドイツ、フランス、英国、トルコなどである。
- 商用旅行の需要が多い渡航先別・業界別の内訳は、以下のとおりである。
 - ・中国：電化製品・電子部品、建設素材・装置、衣類・服飾雑貨、化粧品、医薬品、食品メーカーなど
 - ・ヨーロッパ：自動車・自動車部品、電化製品、工業装置・素材、建設装置・素材、食品、化粧品、医薬品、服飾雑貨メーカーなど
 - ・韓国、日本：電化製品、自動車・自動車部品、工業装置、重機関連など
- 商用目的での訪日旅行の日程は3日～5日間程度で、業務上の訪問先は、東京、大阪、名古屋となることが多い。

その足で、東京や京都などの有名な観光地に1日～2日立ち寄ることが多い。

- 初めて訪日する場合、査証、および日本の宿泊・交通などの手配をロシアの旅行会社に任せる人が大半であるが、日本の取引先の会社に手配をしてもらう人も少なくない。2回目以降は、自己手配をする人もいる。いずれの場合も、大半の旅行者が日露間の航空券を自分で購入している。

④クルーズ旅行

- サンクトペテルブルクから北欧、ドイツ、イタリア方面に向かうクルーズ船が、コスタクルーズ社やMSCクルーズ社などによって運航されている。価格が安く、また、シェンゲン協定*2によってヨーロッパの複数国を訪れることができるため、人気がある。
- 極東では、ウラジオストクを出発し、青島・北京(中国)、釜山(韓国)などのアジア方面に向かうプリンセスクルーズ社のクルーズ船が運航されている。
- クルーズ旅行は多くの場所を訪れることができ、かつ移動が快適で、比較的価格が安い。特に45歳～60歳の年齢層に人気がある。
- 訪日クルーズ旅行の人気が高まっている。ロシアでプリンセスクルーズの総合販売代理店をしているBreeze Line社は、訪日旅行商品を多数造成して販売を続けている*3。コスタクルーズの日本航路の開始も、更なるクルーズ旅行の人気に貢献するものと考えられる。

⑤医療観光

- 近年、ロシアの富裕層の間では、医療(診療・治療)目的で外国旅行をする人が増えている。医療目的の旅行を手配する旅行会社も存在している。
- 医療観光で需要が多いのは美容整形外科である。最先端の若返り施術などもよく行われているが、深刻な病気による手術目的の場合もある。
- ロシアでは概して、医療機関の設備・サービスの質が低く、最先端の設備を持つ医療機関は予約を取るのが難しい。深刻な合併症を起こす可能性のある施術を受ける場合、外国の医療機関を希望する富裕層が多い。
- ロシアの地方都市に住む富裕層にとっては、モスクワに移動するよりも、外国で治療を受けるほうが、医療費が安くなることもある。美容整形外科の施術の場合は、ロシアがこの分野で遅れをとっていることに加え、外国で他人に知られずに施術を受けられるメリットもある。
- 医療目的の旅行先に選ばれているのは、主にドイツ、フランス、英国、オーストリア、スイス、イスラエル、中国、韓

国などである。

⑥テーマ旅行(SIT:スペシャル・インタレスト・ツアー)

- スイス、フランス、中国などへのスキー旅行、ヨーロッパ方面への別荘購入のための不動産見学旅行をはじめ、テーマ旅行の需要は高まりつつある。
- 日本へのテーマ旅行は、スキー、武道ツアー、F1観戦、東京モーターショー、東京マラソン参加ツアーなどがある。取り扱い人数はまだ少ないものの、日本へのテーマ旅行の需要は高まりつつある。
- 近年、富裕層を中心に、訪日テーマ旅行が催行されている。人気があるテーマ旅行は以下のとおりである。

テーマ別ツアー

- ・日本の武道(合気道、空手、柔道の鍛錬や大会参加のために訪日する。流派により目的地が異なる。主に東京、大阪を訪れ、レジャー目的で沖縄を付け加えることもある。沖縄は空手発祥の地として、空手関係者の訪問も多い。30人～40人の大型団体が多い。)
- ・日本の華道、茶道(華道の行き先は、流派により、東京、札幌、京都、大阪などに分かれる。個人旅行が多いが、大型団体もある。茶道の行き先は、東京、京都が多く、5人～10人程度の小型団体となる。)
- ・ダイビング(沖縄を行き先とした個人旅行が多い。)
- ・建築専門ツアー(日本の免震・耐震技術なども含む最新の建築技術を見学する。行き先は、東京、大阪、神戸が多い。研修型の団体ツアーが多い。)

文化・カルチャー体験

- ・日本語講座(目的地は、東京、大阪などで、個人旅行が多い。)
- ・寿司職人講座(目的地は東京が多い。寿司店で習う。個人旅行または小型団体ツアーが多い。)

⑦新婚旅行

- ロシアではまだ新しい旅行形態の一つである。渡航先は、バリ(インドネシア)、アンティグア(グアテマラ)、バミューダ、キューバ、セーシェル、モーリシャス、モルディブなどのリゾート地のほか、フランスやチェコのプラハなど、ロマンチックで景色が美しい観光地が選ばれる。美しい景色の中で記念写真が撮れることや、気候が温暖であることが選択の理由となる。
- 新婚旅行商品は一年中需要があるが、春、夏、クリスマス

の時期が特に好まれる。

⑧インセンティブ旅行

- インセンティブ旅行は、自動車関連企業や電機メーカーなど、主に外資系企業が行っている。ロシア企業の中で実施しているのはごく一部である。
- 研修目的の渡航先は、主にそれら外資系企業の本社がある国で、ヨーロッパ、米国、中国、韓国、日本、タイ、インド、トルコなどである。
- 社員や販売店に対して報奨旅行を実施することもある。その場合、比較的手頃な料金で行けるトルコ、タイ、ベトナムなどのリゾート地が選ばれている。
- 日本へのインセンティブ旅行は、主に日系企業を含む自動車関連、電機メーカーなどの外資系企業が実施している。ロシアではIT関連や自動車関連の企業など、まだ一部でしか実施されていないが、2019年には健康食品の大型訪日インセンティブ旅行が実施された。

⑨教育旅行

- 日本の小学校、中学校、高校に当たる中等学校による外国への修学旅行はほとんど行われていない。
- 子供や学生が外国語を習得するための短期旅行（短期留学）がある。行き先は、英国、米国、ドイツ、イタリアなどが人気である。滞在先は学校の近くのホステルまたはホームステイから選択でき、自由時間には観光が組み込まれている。
- 現段階では、ロシアからの訪日教育旅行は個人単位で行われているが、修学旅行は一部の私学を除き行われていない。

*2：短期間の観光・出張を目的とする場合、シェンゲン圏に属する国の一つの大使館または総領事館から当該査証を取得すれば、シェンゲン圏内での自由な移動が認められる。

*3： <http://www.breeze.ru/cruises-japan/>

6 日本の競合旅行地

- アジアにおける日本の競合国は、地理的にロシアに近い中国、ロシアで観光誘致活動を積極的に展開しているタイ、交通のアクセスが良い韓国である。

①中国

概況

- ロシア連邦観光庁の統計によると、2018年の中国へのロシア人渡航者数は約202万人で、トルコ、フィンランドに次ぐ第3位を占めた。

主な観光魅力

- 旅行商品の価格および物価が安い。

■海南島（海、リゾート）

- 多種多様な地方都市（遺跡など歴史を感じる都市もあれば、近代都市もある。また、山、川、湖、島、海などの地形の変化が楽しめ、料理や文化も地域により大きく異なる。）

■中国独特の医療観光（漢方、温泉治療、鍼など）

- 北京（天安門広場、万里の長城、天壇、京劇など。特に万里の長城は目玉となっている。）

- 上海（巨大都市、超高層ビル、高速道路、最先端技術、ファッション、歴史的な名所、文化的なコントラスト。特に近代的な街並みやショッピングが目玉となっている。）

- 大連（リゾート、漢方療法ツアー、歴史的な名所。ロシア租借時代の歴史的建造物の数々）

観光インフラ

- ロシアの多くの都市から中国の主要都市へ、複数の航空会社が就航している。

- パッケージツアー（5人～50人の団体）を購入した旅行者は、15日間まで査証なしで旅行できる。（地域は制限されていないが、パッケージツアーに含まれている行程に限る。）

- 中国の旅行会社が催行する、2人以上の参加者がいる海南島へのツアーは、21日間の滞在まで査証が不要。

- ロシア人が多く訪れる大連、秦皇島、上海、海南島などの観光地には、売店やレストランにロシア語を話せるスタッフがいることが多い。

- 極東地域やシベリアから近距離であり、航空機を利用しなくても、列車やバスでの渡航が可能である。

マイナス要素

- 治安に不安がある。

- 主要な観光地を離れると、言葉が全く通じない場所も多い。

- 環境汚染が著しい。

政府観光局および旅行業界による外客誘致活動

- 中国文化旅游部は2005年から、モスクワに事務所を設置している。

- 中国文化旅游部は、中国各地に焦点を当てた観光説明会やロードショー（巡回観光説明会）をロシアの主要都市で行っている。

②タイ

概況

- ロシア連邦観光庁の統計によると、2018年のタイへのロシア人渡航者数は117万人であった。ロシア人にとって第6位の渡航先となっている。

主な観光魅力

- 美しい海や自然 (特にビーチは訴求力が高い。)
- ショッピング
- 様々な娯楽 (観光、ショー)
- エステ、マッサージ
- ウォータースポーツ
- おいしい料理
- 物価が安い。
- サービスが良い。(ホテル、スパ、マッサージ、エステなど)
- ロシアが冬の時期に暖かい気候である。
- バンコク (歴史的な名所、チャオプラヤー川のクルーズ、中華街、繁華街ドゥシット区やシーロム通り、ショッピング)
- プーケット
- サムイ島
- パタヤ (リゾート、海)
- サメット島、チャーン島 (島巡り、シュノーケリング、ダイビング)

観光インフラ

- チャーター便を含むと、ロシアとタイの複数の都市間で直行便が運航している。
- タイを旅行するロシア人は、査証免除プログラムにより、30日間の滞在まで査証が不要となる。
- タイ国内ではロシア人が経営する旅行会社が多く、ロシア語ガイドによる案内のサービスが充実している。ロシア人の好みに合わせた多種多様のオプションツアーが用意されている。
- ホテルのサービスは評価が高い。

マイナス要素

- 言葉が通じない。
- 食事が辛い。

政府観光局および旅行業界による外客誘致活動

- タイ国政府観光庁とタイ国際航空による様々なイベントや誘致活動が実施されている。
 - ー SNS におけるフォトコンテスト
 - ー モスクワ市内のタイ飲食店やマッサージ店との共同誘致活動として、抽選でタイ旅行が当たるキャンペーンを実施している。
 - ー ビーチ以外の魅力も宣伝しながら、富裕層を対象とした誘致活動を展開している。
- タイ国政府観光庁は、2008 年からモスクワに事務所を設置している。

③韓国**概況**

- ロシア連邦観光庁の統計によると、2018 年の韓国へのロシア人渡航者数は約 24 万人であった。2014 年に露韓両国が査証相互免除協定を結んでから、増加基調にある。

主な観光魅力

- ロシアの極東地域から見ると、韓国は近い国である。
- 安価なツアーがある。(飛行機だけではなく、ロシア極東発のクルーズ船でも行ける。)
- 大都市 (ソウル、釜山)
- 美容整形、人間ドック、温泉に付属する医療施設を訪れる医療観光 (東江と釜山が特に多い。)
- 美しい自然
- ショッピング (電化製品、洋服、化粧品など)
- リゾート地 (済州島)
- レジャーパーク、遊園地
- イベント、祭り
- スキー場
- 桜

観光インフラ

- 露韓間では、アエロフロート、ウラジオストク航空、オーロラ航空、大韓航空などが通年で運航している。また、ロシア極東地域と韓国の間では、格安航空会社 (LCC) も運航している。直行便の数が多い。

マイナス要素

- 唐辛子が苦手なロシア人にとって、料理が辛い。
- 言葉が通じない。
- ロシアでは、韓国の文化や歴史などの観光情報が少ない。

政府観光局および旅行業界による外客誘致活動

- 韓国観光公社 (KTO) と大韓航空による誘致活動 (広告やイベントなど) が行われている。
 - ー 韓国文化祭、映画祭
 - ー オンライン共同広告を数多く実施。
 - ー 韓国観光公社は 2001 年からモスクワに事務所を設置している。また、極東での誘致活動のため、2005 年 4 月 6 日にウラジオストクの事務所も設置した*4。

*4 : http://russian.visitkorea.or.kr/rus/ET/ET_RU_9_3_2.jsp/**7 訪日旅行の価格競争力**

- ロシアから日本へのパッケージ旅行商品の価格は、ホテルのランクやガイド付き観光がどの程度含まれるかなどの条件により大きく異なる。安くても 7 泊 8 日 (航空券別、東京滞在のみ) で 6 万 6,000 ロシアルーブル (約 11 万 3,000

円*5)である。

- モスクワの旅行会社で販売されている商品(東京、箱根、京都、奈良、7泊8日)では、航空券込みの場合、通常、16万ロシアルーブル(約27万2,000円)を超える。これは、訪中パッケージ旅行商品価格の約2倍~3倍、訪韓パッケージ旅行商品価格の約1.5倍~2倍である。
- ハバロフスクやウラジオストクから中国へは、バス・鉄道ツアーが出ており、安く渡航することが可能である。
- タイはリゾート地であるため、販売されている旅行商品の大半が航空券とホテルだけで、観光が付かないパッケージツアーである。ロシアからタイまでの航空券は安く、チャーター便もある。航空券とホテルのみのパッケージツアーで、3万6,000ロシアルーブル(約6万1,000円)から出回っている。
- 韓国への渡航は、国内線を利用してロシア極東地域に移動し、そこから韓国まで近距離の国際線を利用することで価格を抑えられる。また、クルーズツアーを利用すると、訪日旅行に比べてより低価格になる。
- 日本行きの航空券は、モスクワ発着が4万ロシアルーブル(約6万8,000円)から、ロシア極東発着が1万5,000ロシアルーブル(約2万6,000円)からと、極東地域発着の訪日旅行のほうが割安である。

*5: 1ロシアルーブル=1.7円で算出。

8 日本のイメージ

8-1 一般的な日本のイメージ

- 2016年、外務省がロシアで、ロシアの民間調査機関に委託して行った対日世論調査(3,600人対象)によると、ロシア人が親近感を持つ国のうち、中国(10%)に続いて、日本が2番目(9.9%)であった。
- 日本に対するイメージ(複数回答可)で最も多いのは、「先進技術をもった経済力の高い国(86%)」で、次いで「豊かな伝統、歴史と文化を持つ国(84%)」、「美しい自然の国(69%)」の順であった。
- 日本で最も関心があるものは、第1位が「文化(伝統文化、ポップカルチャー、和食を含む)(74%)」で、以下、「科学技術(72%)」、「歴史(71%)」、「観光情報(61%)」となっている。
- 文化・芸術面では、「和食(79%)」、「建築(78%)」、「生活様式・メンタリティー(77%)」、「茶道(72%)」、「武道(相撲、柔道、剣道など)(61%)」、「生け花(56%)」、「ファッション(53%)」、「盆栽(49%)」、「伝統的舞台芸術(歌舞伎、能、狂言、文楽など)(44%)」、「書道(44%)」、「文

学・俳句(42%)」、「映画・テレビドラマ(41%)」、「伝統音楽(40%)」、「アニメ(30%)」、「コンピュータゲーム(25%)」、「ポップ音楽(J-Popを含む)(23%)」、「漫画(21%)」が挙げられている。

- ロシア人の多くは、チェルノブイリ原子力発電所事故の影響で、放射能問題に対して敏感である。2011年3月11日の東日本大震災発生後は、日本に対して危険というイメージを持つ人が多くになっており、特に東北地方への警戒はまだ完全には解けていない。

8-2 旅行地としての日本のイメージ

- 極東地域在住のロシア人にとって、日本は地理的にも心理的にも近い国である。文化・習慣の面では違いを感じるが、日本の品物や日本車の普及などの影響があり、日本や日本の出来事については以前から関心が高いと言える。
- 極東では2回以上の訪日歴がある人が多く、日本は旅行地として珍しい所ではない。
- ヨーロッパ寄りのモスクワ、サンクトペテルブルクのロシア人の間で、日本は「歴史と文化」、「最新のテクノロジー」が共存する「エキゾチックで神秘的な国」と捉えられている。
- 2016年に日本の外務省がロシアで行った対日世論調査(3,600人対象)では、「訪日旅行を検討したことがない」と答えた人たちの理由として、「旅行代金が高い(71%)」、「日本語が分からない(38%)」、「地理的に遠い(30%)」、「ビザを取るの面倒(20%)」、「日本国内の宿泊・交通の手配が難しい(19%)」、「日本に興味がない(16%)」、「日本についての情報がない(14%)」という回答となっていた。
- 日本は、ロシア極東地域からは近距離にあるが、モスクワ、サンクトペテルブルクから見ると飛行距離も長く、旅行費用も高くなる。
- また、2014年後半から、クリミア半島占領に伴うロシアに対する経済制裁、原油価格の下落により、対ルーブルの為替レートが急激に円高に振れたため、日本は物価が高い国という印象を持たれている。
- 実際に訪日すると、東京の外出代がモスクワと比べて安いと感じるロシア人旅行者が多い。寿司や焼き鳥、しゃぶしゃぶといった日本料理のイメージから、おいしい食べ物が豊富な国というイメージを抱くロシア人も多い。
- ロシア人旅行者が多いエジプトやトルコでは、英語が通じるだけでなく、ロシア語を話す人も多い。観光業務従事者と英語でのコミュニケーションが可能なギリシャ、キプロス、キューバ、タイなどの旅行地と比べても、日本は言葉が通じないというイメージを持たれている。
- 日本の旅行地や都市に関するロシア語の情報が不足して

いる点も、ロシア人を誘致する上で障害になっている。

- 多くのロシア人は旅行先を決定する際、経験者の旅行記などをインターネットで検索する。ロシア語で書かれている日本の旅行情報は限られていたが、昨今は地方の旅行情報も含め、ロシア語で発信される旅行情報が多様になりつつあり、旅行会社に相談するだけでなく、個人で手配して訪日する人も増えてきた。

9 評価の高い日本の旅行地

- 訪日ロシア人に人気がある日本の旅行地は、東京、京都、およびこれら2都市の周辺地域である。その他、地方都市を訪れるパッケージツアーが多数用意されている。
- ビーチにゆっくり滞在したいロシア人観光客には、沖縄が人気である。
- 北海道、長野、新潟は、ウィンタースポーツのリゾート地として人気がある。
- 北海道は、特にさっぽろ雪まつりが知られている。
- 薬用効果のある温泉に興味があるロシア人も多いが、温泉だけが目的のツアーは現時点ではほとんどない。
- 伝統文化や歴史的な名所に興味を持つロシア人には、京都、奈良、鎌倉の評価が高い。
- 各訪問地の印象・評判は、下記のとおりである。

①東京・東京周辺

- 超高層ビル群が広がる大都市として強い印象がある。
- 最先端と伝統文化が混在した多様な日本文化体験ができる都市として評価が高い。
- バラエティに富んだ食事(日本料理や各国料理など)が楽しめる、電化製品のショッピングができることから人気がある。
- 東京都庁展望室、東京タワー、六本木ヒルズ、東京スカイツリーからの展望や、皇居、明治神宮、新宿御苑、浜離宮恩賜庭園など都会の喧騒の中で静寂を味わえる場所、銀座、表参道、渋谷、原宿、秋葉原などのショッピング街が人気である。渋谷や原宿の奇抜なファッションなど、独特な街の雰囲気を楽しむことを目的に訪れる人が多い。
- ロシア人は温泉を好むため、日帰り温泉施設の東京ドームシティ・ラクーア、大江戸温泉物語もよく利用されている。
- 水辺を好むロシア人には、レインボーブリッジ、日本科学未来館、お台場海浜公園、大観覧車などのお台場地区の人気も高い。
- ロシア人が好む桜の時期には、上野恩賜公園、隅田公園、千鳥ヶ淵、新宿御苑などもよく訪れる。
- 東京近郊の日帰り観光地は、東京ディズニーリゾート、横浜

(みなとみらい)、中華街、三溪園、八景島)、鎌倉(鶴岡八幡宮、鎌倉大仏殿高德院、長谷寺)なども人気がある。

②箱根・富士山

- 箱根は東京からのアクセスが良い温泉地として知られている。箱根の温泉での入浴を楽しみにしているロシア人も多い。
- 箱根は、自然の美しさや、特に富士山を間近に見ることができる点が高く評価されている。
- 箱根ロープウェイで行く大湧谷や彫刻の森、箱根神社、芦ノ湖の箱根海賊船などの人気が高い。
- 箱根は東京から京都方面に向かう途中にあり、アクセスも便利であるため、人気がある。
- 富士山はロシア人にもよく知られており、訪日旅行の際に体験したいことのひとつとして、近くで富士山を見ることを挙げる人も多い。

③京都

- 街並みそのものに日本文化が感じられるので、東京に次いで人気が高い。静寂で手入れが行き届いた庭園や寺院での散策を楽しむ観光客が多い。日本文化の知識に富んだ人の中には、龍安寺の石庭を眺めたいという人もいる。
- ロシア人がよく訪問している場所としては、清水寺、金閣寺、二条城、三十三間堂、銀閣寺、嵐山、南禅寺、東映太秦映画村、町家見学が挙げられる。
- ロシア人がよくショッピングをする場所としては、清水寺周辺(二寧坂、産寧坂など)、京都ハンディクラフトセンター、西陣織会館(着物ショーが好評)、四条河原町商店街、三条名店街、京都駅地下街などが挙げられる。
- 茶道体験や着付け体験(富田屋など)、富裕層には祇園での舞妓・芸妓遊びや料亭での食事も人気である。

④日光

- 日本の伝統文化と自然に触れられる場所として、日光東照宮、中禅寺湖、華嚴の滝が人気である。
- 日光を訪れた後、江戸ワンダーランド日光江戸村を訪れ、鬼怒川温泉に宿泊する人もいる。

⑤北海道

- 風景が美しく、スキーやスノーボード、温泉を楽しめる場所として人気がある。
- ロシアでは、寒すぎて屋外での活動に適さない時期が長い上、雪の質・量が良好なスキー場が少ない。一方、ロシアと比べると気温が高く、雪質が良いスキー場が多数ある北

海道を訪れる人が多い。特に人気があるスキー場は、ニセコ、札幌国際、サッポロテイネ、ルスツなどである。

⑥ 沖縄

- 独特な文化、美しいビーチや珊瑚礁が旅行者の心を惹きつけている。
- 空手発祥の地として、沖縄の空手指導者の下へ通うロシアの空手関係者も多い。

10 訪日旅行の不満点

- 子連れを制限しているホテル内の飲食店があり、不便である。
- 昼食・夕食の営業時間が短い飲食店がある。長い時間をかけて食べるロシア人の食事スタイルに合わない。
- 懐石料理は豆腐が多すぎ、女性にとっては量が多く感じられる。
- 一施設の景観が素晴らしくても、その町の景観が旅情を削ぐことが多い。(コンクリートの古い建物や、多すぎる看板など)
- 夜の娯楽がないリゾート地が多い。
- 連泊に対応していないビーチリゾートが多い。
- ロシア人は連泊する傾向が高いが、宿泊施設内の娯楽が少ない。また、宿泊施設で個別の様々なリクエストに応じられない。
- 富裕層向けのミニバンが少ない。
- ホテルで禁煙の部屋をリクエストしても、たばこの臭いが気になることが多い。
- 地方都市では夜、店が閉まるのが早い。
- クレジットカードの対応をしていない施設が多い。
- 鉄道会社が複数あり、乗り場や料金が異なっているため、交通システムが不統一である。
- 交通機関のオンライン予約対応が遅れていて、不便である。
- 旅行前に、旅行会社、ツアーオペレーター、コンシェルジュからの回答が遅い。また、旅行中に、コンシェルジュからの回答が遅い。

11 訪日旅行の買い物目録

- 訪日ロシア人は一般的に、外国旅行の経験が豊富である。
- 日本の土産としては、ロシアで販売されていない日本ならではの物、日本の技術の高さが感じられる物が好まれる。
- 主な買い物目録は以下のとおりである。
 - ・ 電化製品：デジタルカメラ、ウォシュレット、ノートパソコン、ヘッドホン、腕時計

- ・ 生活用品：包丁(特にセラミックナイフ)、スーツケース
- ・ 化粧品
- ・ 医薬部外品：栄養ドリンク、サプリメント
- ・ 着物、浴衣、筆、日本人形、書道作品、急須、だるま、のれん、和傘
- ・ 美術品：陶磁器、浮世絵
- ・ 食品：緑茶、冷凍いくらやマグロ、海苔、インスタントみそ汁、わさび
- ・ その他：盆栽、日本庭園や屋敷のミニチュア

12 日本の食に対する嗜好

- 近年、ロシアの都市部では、日本食を提供する店が多数ある。
- チェーン店などでは、安価なメニューの日本食を提供しているため、かつてのように高級食というイメージはない。
- ロシアの都市部では近年、日本食(特に、寿司、うどん、ラーメン)がおしゃれなファーストフードとみなされ、人気を集めている。
- 寿司の人気は絶大で、寿司バーが多数開業している。また、日本食レストランという看板を出していない一般のレストランやカフェなどでも、メニューに寿司を取り入れている店が多い。
- 人気があるメニューは、カリフォルニアロール(蟹風味のかまぼこか茹でた蟹の脚肉、アボカド、マヨネーズ、白ごまなどを、酢飯と海苔で巻いたもの。海苔を内側に巻いたものもある。)と握り寿司(うなぎ、さけ、まぐろなど)である。うなぎ、さけ、まぐろなどをネタにした巻き寿司も人気である。
- 都市部に在住する中間富裕層の女性たちにとって、日本食は健康的な食事として人気がある。

13 接遇に関する注意点

- 昼食の時間帯は14時前後、夕食は19時～20時が一般的である。
- 箸が使える人は増えたが、ロシアの地方居住者の中には、箸の使い方に慣れていない人もいるので、ナイフ・フォークが必要となることが多い。
- 旅館では、子供連れの場合、お子様用の洋食を用意しておくことと安心である。
- 体格が良い人が多いため、ホテルではダブルベッドの希望が多い。カップルであってもダブルベッドが基本であり、ツ

インベッドの需要は高くない。

- 室温が20度を切ると寒いという声が上がるので、秋冬の室温管理には配慮が必要である。冬のロシアの室温は通常24度前後またはそれ以上である。
- 刺青をしている人が多いため、温泉入浴の際、注意を要する。
- 新幹線を手配する場合は、前もって荷物の置き場がない（もしくは狭い）と説明する必要がある。併せて、新幹線のスーツケース持ち込みの予約や、荷物の宅配便についての案内があると親切である。
- ロシアでは、電車内での携帯電話の通話は一般的なことであるため、日本のマナーを事前に案内しておくが良い。
- ロシアの女性は大きな荷物を持つ習慣がないため、ポーターを手配するなどの配慮が必要である。

14 訪日旅行の有望な旅行者層

①最大ボリューム層

属性

- 中央ロシアの都市圏（モスクワ、サンクトペテルブルク）在住の20代～40代高所得者層

訴求テーマ

- 伝統（歴史建築、日本庭園、神社仏閣など）と現代の融合・コントラスト
- 自然や四季（桜、紅葉）
- 日本食

②準ボリューム層

属性

- 極東ロシアの都市圏在住の20代～40代中高所得者層
- シベリア地域の都市圏在住の20代～40代中高所得者層

訴求テーマ

- 伝統（歴史建築、日本庭園、神社仏閣など）と現代の融合・コントラスト
- ビーチ
- ショッピング
- テーマパーク