

前頁で述べた①～④は、活字にすると40文字程度にすぎませんが、これをきちんと実行し、お客様の「より大きな満足と感動」を実現することは容易なことではありません。本テキストを参考に、また本テキストの学習をきっかけとして、日々、工夫と努力を重ねていきましょう。

本テキストの取り上げている範囲について

1

「おもてなし」とは本来、「施設・設備」「お料理」「^{せつご}接遇」「周辺の環境」まで含めた、「総合的なサービス」として幅広くとらえる必要がありますが、本テキストでは「接遇」を中心に取り上げています。

2

「おもてなし」は、フロント係、客室係、調理場、各パブリック係から洗い場、清掃係ほか、外注先の方々も含めた旅館の業務にたずさわる者全員が、そのチームワークによって初めて完成するものですが、本テキストでは、接遇の中心である客室係とフロント係の業務を中心に取り上げています。

3

本テキストは、「日本の宿 おもてなし検定」初級コースの公式テキストです。

4

巻末の「資料編」は検定テストの出題範囲から除外します。



おもてなし検定の目的

日本旅館はこれまでも、時代や社会の変化に合わせて「おもてなし」の形を進化させ、多くのお客様に支持されてきました。昭和 30 年代の高度成長期に始まった団体旅行ブーム、それに続く小グループ旅行や温泉ブーム等、いずれの時代の変わり目も、旅館は持ち前の知恵と努力で乗り越えてきました。そして、21 世紀も既に 10 年以上が過ぎた現在、旅館は宿泊需要の「高度化」と「国際化」への対応という大きな課題に直面しています。

また日本旅館は、魅力ある観光地づくりの核として、しっかりと落ち着いた“和”の癒しの空間として、いっそうの「進化」が国内外から求められています。

<宿泊需要の「高度化」とは？>

旅館が提供する宿泊商品（施設・設備、料理、接客^{せっきゃく}など）に対してお客様の求める「質」のレベルが、着実に高くなっていくことです。

その背景には、高齢化社会の進行や海外旅行の拡大により、質の高い宿泊サービスを体験したお客様の増加といったことが要因として考えられます。

<宿泊需要の「国際化」とは？>

現在の旅館の「おもてなし」は、外国人宿泊客を抜きにして考えることができなくなっているということです。

日本を訪れる外国人旅行者数は、2007 年に 800 万人を突破しました。観光立国推進、ビジット・ジャパンの展開により、近い将来、年間 1,000 万人突破も現実味を帯びてきています。

こうした大きなうねりの中で誕生した業界資格「日本の宿 おもてなし検定」は、次の 3 項目を主な目的としています。

1. 接客によるおもてなし業務の全体の品質を一定レベル以上に保つことにより、旅館業界における「接客力」の向上に寄与する。
2. 「標準」を超えてさらにおもてなしのレベルを向上させようとする人材の育成・支援に寄与する。
3. 社会や生活全般（衣食住）の「グローバル化」「IT 化」が進行する中で、日本の伝統文化を受けつぐ数少ない空間として存在感を増す日本旅館に働くスタッフの成長に貢献する。

おもてなしは^{しんか}深化し、^{しんか}新化し、進化する

「おもてなし検定」では、「^{せつぐう}接遇によるおもてなし」のレベルを、スタッフの経験や「気づく力」等の差により次の4段階に分けました。

スタート！

旅館の仕事を始めたばかりの新人のレベル

全国でも数少ない「おもてなしのカリスマ」といわれる先輩たちも、最初はここからスタートしました。1日も早く1つ上の初級レベルに上げられるよう努力してください。

初級

基本中の基本ともいうべきレベル

^{ひょうじゆんか}標準化された業務に対応でき、お客様から「好感」を得られるレベル。ただし、まだ確実なプラス評価をコンスタントにいただくには至らないレベルです。このレベルに到達するには、まず心がまえ、身だしなみ、^{たちいふま}立居振る舞い、言葉づかい等の基本を^{しゅうとく}修得した上で業務の標準的な流れをしっかりとマスターすることが必要なことを^{ねんとう}念頭におき、日々努力を続けてください。

中級

お客様のご満足と確実なプラス評価をコンスタントにいただけるレベル

標準化された業務フローを超えて、場面場面でお客様の求めているものを察し、的確なサービスを提供することで、お客様のご満足と確実なプラス評価をコンスタントにいただけるレベルです。

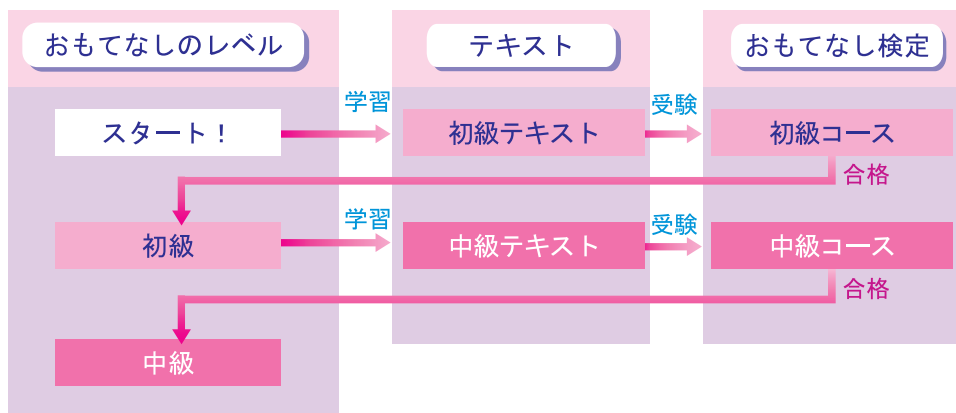
このレベルに必要な「気づき」や「^{きばたら}気働き」といった能力は、先輩に教えられたりマニュアルを読むだけで身につくものではありません。中級からは、自分で自分を^{みが}磨き、知識・技術・感性は自分で身につけるしかない領域に入っていくことを理解してください。

上級

お客様に「感動」していただける「カリスマ」レベル

上級とは、さまざまな仕組みづくりと個々のスタッフのレベルを向上させることでお客様の期待以上の、もしくはそれをはるかに上回るようなサービスをご提供し、お客様に「感動」を提供できるレベルのおもてなしを指します。これが毎日継続的にできている人は、「カリスマ」レベルにあるといえるでしょう。

「おもてなし」の4つのレベルは以上の通りですが、そのうちスタートから中級までの3つのレベルとテキストならびにおもてなし検定との関係は次のようになります。



スタッフ一人ひとり、また旅館1軒1軒ごとの取り組み方によって、おもてなしの「質」は深まり（深化）、日々新たになり（新化）、結果としてより高いレベルへと進化していきます。

今回のおもてなし検定をきっかけとして、1人でも多くの皆さんが「おもてなし」に真正面から真剣に向き合われることを心から期待します。

本テキストの使い方

本テキストは、おもてなし検定のうち、「初級コース」を受験される皆様向けに制作されました。

繰り返しになりますが、掲載内容は、あくまで「**接遇によるおもてなし**」を中心に、**標準的な業務内容を解説することに重点をおいています**。したがって、本書の使用にあたっては次の点に注意してください。

1. できるだけ全国的に通用する内容を記載するように努めましたが、**事柄**によっては皆様の旅館の業務内容や作法と合わないところがあると思います。

おもてなしの答えは決して1つではありませんので、そのような場合には両者を比較検討し、お客様の視点を忘れずに旅館内で話し合っ、より適切と思われる方を選択してください。

本テキストの記載内容が、唯一のおもてなし方法とは決して考えないでください。

2. 本テキストは「標準的な業務内容」を取り扱っていますが、お客様からより大きなご満足と常に確実なプラス評価をいただくには、この「標準」を超えて行動していかなければなりません。

それは、本格的には次の中級コースでの取り組みになりますが、いろいろな場面で「①お客様の立場に立って考え、②お客様の望むものを、③お客様の望む時と場所で、④心を込めて提供する」ことを今から毎日習慣づけるようにしてください。

3. 本テキストは、「おもてなし知識編」と「おもてなし実務編」の2部構成となっています。とくに「おもてなし実務編」では、メモ用の余白スペースを取って編集してありますので、日常業務の中で気づいた課題や思いついたアイデア等は、忘れないうちにメモを取ることを習慣づけ、日々、おもてなしのレベルアップにつなげるよう心がけてください。



図-3. 座礼の使い分け方

座礼にも3種類ありますので、場面により使い分けて下さい。

●会釈

背筋を伸ばしたまま上体を軽く30度ほど傾け、静止した後、正座の姿勢に戻す。

ももの上に置いた両手は、上体を傾けるにしたがって前にすべらせ、膝頭の前でそろえ、指先を畳につける。
お辞儀した時の目線はお客様の顔か襟元に向ける。



●礼

背筋を伸ばしたまま、鼻先が畳から40～50cm程度のところまで上体を傾け、静止した後、正座の姿勢に戻す。

ももの上に置いた両手は、上体を傾けるにしたがってすべらせ、手の第2関節から先を畳につける。

お辞儀した時の目線は指先より20cm程度先に落とす。



●最敬礼

背筋を伸ばしたまま、鼻先が畳から20～30cm程度のところまで上体を傾け、1・2・3と静止した後、正座の姿勢に戻す。

ももの上に置いた両手は、上体を傾けるにしたがってすべらせ、手のひら全体が畳につくようにする。

お辞儀した時の目線は指先に落とす。



2. 笑顔

笑顔は、おもてなしにおけるもっとも大切な要素の1つです。お客様に対してだけでなく、良好な人間関係をつくりあげる第一歩となるのが笑顔であるともいえます。

しかしながら、とくに意識せずにいるときは意外と愛想のない顔つきになっているものですので、**就業時間中は自分の表情を意識する**ように心がけてください。お客様と接している時だけ笑顔を見せようとしても無理がありますから、待機の時でもおだやかな表情で目元がほほえんでいる程度は常に意識しておく必要があります。

また、笑顔は一人ひとり異なるものですから、鏡を見ながら練習することで、「自分なりの笑顔をつくりあげる」ことも是非心がけてください。笑顔の作り方の一例は以下の通りです。

- 口角**（唇の両わきの部分）を上げる。
- 眉間**にしわを寄せない。やさしい目元を心がける。
- 上の歯はなるべく**犬歯**の後ろの歯まで見えるようにする（**口角**が上がる）。
- 下の歯はなるべく見せない。
- 歯ぐきは見せずぎないようにする。

- そのためには、始業時等に繰り返し^{しょうわ}唱和するなどして身体に^し染み込ませ、いつどんなときでもスムーズに出てくるようにしておく必要があります。

3. 呼称^{こしょう}

- 「呼称」は、やさしいようで、使いこなすことはなかなかむずかしいものです。とくに、立て込んでいる宴会場で複数のお客様から声をかけられたときなど、不

表-3. 呼称

《一般的な呼称》

対 象	呼 称
複数の相手	皆様
相手が不明な場合	お客様、そちらさま
顧客	お得意様、〇〇様 (例：田中様)
だれ	どなたさま
ご主人	ご主人様
奥さん	奥様
一緒の人	お連れ様、ご一緒のお客様
あの人	あちらにおいでのお客様
この人	こちらにいらっしゃるお客様
お客様の両親	お父様、お母様
勤務先	お勤め先
住所	ご住所、お住まい、おところ

《続柄に関する呼称》

対 象	呼 称
ご両親のお兄様	伯父様（おじさま）
ご両親のお姉様	伯母様（おばさま）
ご両親の弟様	叔父様（おじさま）
ご両親の妹様	叔母様（おばさま）

《会社関係の呼称》

対 象	呼 称	備 考
自分（複数）	わたくし（わたくしども）	
自分の旅館	わたくしども、当館	
自館の社員	<上司> 営業課長の〇〇	
	<同僚や先輩> 〇〇（呼び捨て）	
お客様の会社	〇〇建設様 御社、貴社	お客様に第三者の会社名をいう場合も「〇〇商事様」。

適切な受け答えをして、お客様にご不快な気分を与えてしまうようなこともありますので十分注意しましょう。ちょっとした言いまちがいが「旅館全体のマイナス評価」につながり、次回の宿泊が他館に逃げていく、さらには会社や友人知人の集まりの場で「とんでもない旅館」として話に尾ひれがついていくこともありますので、注意が必要です。

- 大人2世代を含めたご家族でみえた場合に、上の世代を「おじいさま」「おばあさま」とお呼びすると、「失礼な!」と受け取るお客様もおられるので、とくに注意が必要です。一例としては、「大奥様」といった呼称を使用している旅館もありますし、女性はお二人とも「奥様」とお呼びしているところもあります。年配のお客様がご夫婦だけでみえた場合は、「奥様」「ご主人様」で問題ありません。
- 数ある呼称の中から、場面場面でもっとも適切なものを選んでお呼びできるよう、ふだんから同僚同士などで練習しておくよう心がけてください。

4. 敬語（尊敬語・謙譲語・ていねい語）

- 敬語には次の3種類があり、それぞれの特徴は表-4（28頁）の通りです。
 - 「尊敬語」・・・相手の行為をていねいに言うことで敬意を表す
 - 「謙譲語」・・・自分や身内の行為をへりくだった（低く見せる）表現にすることで相手への敬意を示す
 - 「ていねい語」・・・言葉全体をていねいに言い表すことで相手への敬意を表す
- 表-5（29頁）は、接遇の場面で使われることが多い尊敬語・謙譲語をまとめたものです。最も使用頻度の高い「行く」「来る」「する」「食べる」の4語について、それぞれの尊敬語・謙譲語をまず覚えるよう心がけてください。
- 敬語の使い方によく見られるまちがいに「二重敬語」があります。二重敬語とは1つの言葉に同じ種類の敬語を2つ以上つけてしまうもので、「お読みになられる」「伺わせていただきます」などが代表的な例です。「お読みになられる」は、「読む」を「お読みになる」と尊敬語にした上で、さらに「……（ら）れる」という尊敬語を加えた二重敬語です。「伺わせていただきます」は「行く」を「伺う」という謙譲語にした上で、さらに「……（さ）せていただく」という謙譲語を加えた二重敬語になります。

電話対応の一例（続き）

- ◆ご連絡先のお電話番号をちょうどいただけますでしょうか。
携帯電話をお持ちでしたら、そちらの番号も伺えますでしょうか。
- ◆ご宿泊のお日にちが近くなりましたら、私どもから最終確認のご連絡をさせていただきますいておりますが、よろしいでしょうか。
- ◆それでは、○月○日、○○様のご来館を心よりお待ちしております。
係の△△が承りました。何か、事前にお支度することやご不明な点などございましたら、何なりとお申しつけくださいませ。ご予約ありがとうございました。

2 FAX やメールでの予約受注

FAX やメールでのやり取りのポイント

- ★お名前の漢字まちがいや入力ミスには十分注意する。
外国人のお客様のスペルや漢字の読み方にはとくに注意する。
- ★要件を簡潔にわかりやすく記載した上で、発信する前にお客様の立場になって必ず読み返す。
- ★FAX やメールのやり取りではどうしても冷たい印象を与えがちなので、ご予約に関するお礼の言葉と、「この度はありがとうございます」「ご来館をお待ち申し上げます」などの言葉を添える。
- ★くだけた文章表現は使用しない。

客室係の準備

客室係は、担当する客室の点検・整備はもちろんのこと、お客様に対するちょっとした気配り、心配りを添える工夫が望まれます。

1 身だしなみのチェック

身だしなみを整えることは、おもてなしの心を形で表すことに通じる。従業員の身だしなみには、客室係個人の印象だけでなく、旅館の品位までもが表れるともいわれている。客室係の毎日の業務のスタートは、身だしなみのチェックからなのである。

身だしなみのポイントは「清潔・上品・控え目」が基本になる。始業前に必ず鏡を見て、あるいは仲間同士でチェックしあい、自館にふさわしい身だしなみでその日の業務に取りかけられるよう心がけたい。

(ア) 頭髪

- 肩にかからない程度にカットするか、ひとつにまとめているか
- 髪飾り、カチューシャ、ヘアバンドなどは派手ではないか（旅館により規則は異なるが、あまり派手で目立つものよりは黒、茶系のものを使用する方が好まれる）
- 髪の毛は自然な色が、派手すぎないか
- 前髪はまゆにかからないようにしてあるか
- 乱れていないか
- フケがついていないか

(イ) 化粧

- 明るく健康的に見えるか
- 化粧は濃すぎないか
- 香りのきつい化粧品は使用していないか
- 紅はきれいに塗ってあるか
- 顔は洗顔を心がけ、脂ぎらないようにしているか

(ウ) 手・爪

- 手は清潔に洗ってあるか、手荒れはないか
- 爪は短めに切ってあるか、汚れはないか
- マニキュアの色はナチュラルにとどめてあるか

2 自動車の音がしたらただちに車寄せに出てお迎えする

3 歓迎のごあいさつをしてお出迎えする

ごあいさつと誘導のポイント

- ★お着きになったら、徒歩、車のいずれにしても玄関の外まで出向く。
- ★お客様が車から降りられたところで、明るく元気にまごころを込めてごあいさつする。
- ★ご予約の有無とお名前をお伺い^{うかが}する。
- ★なじみのお客様（リピーター）は、できるだけお名前でお呼びする。

お出迎え・ごあいさつの言葉づかいの一例

- ◆いらっしゃいませ、〇〇様、お待ち申し上げておりました。
- ◆〇〇様、いらっしゃいませ。いつもご利用ありがとうございます。
- ◆ご予約のお客様でいらっしゃいますか。
- ◆ご予約のお名前をお伺い^{うかが}できますか。お願いいたします。

また、お客様との会話を通じて得た情報は必ずフロントにも伝え、宿全体で共有するようにしましょう。

お部屋までのご案内のポイント

★廊下は左側通行が一般的。ただし、景観のよいところや^{かいが}絵画などが展示されている場所では、それらを見やすい側をお客様にお通りいただく。

★他のお客様とすれちがうときは歩みをややゆるめて^{もくれい}黙礼をする、あるいは「いらっしゃいませ」などの言葉をかけ軽く^{えしやく}会釈をする（無視はしないこと）。

★お客様がご高齢であったり、お子様連れであったりした時は、とくに意識してゆっくりとご案内する。

★お客様を追い越す時には、「失礼いたします」と必ずひと声おかけする。

★ロビーで待っているお連れ様がある場合は、必ずごいっしょにご案内する。

1 チェックインが終わるまでお客様のそばで待機する

チェックインの手続が終わり次第、お客様をお部屋へご案内することになるが、それまでの間はお連れのお客様の様子を見ながら積極的に話しかけることで情報を得たり、リラックスしていただいたりするとよい。ときには方言を使ったりすると、旅の^{あん}雰囲気^きを盛り上げ、かつリラックスしていただくのにも効果がある。

2 フロントから^{かぎ}鍵を受け取り、部屋番号をしっかりと確認する

言葉づかいの一例

- ◆はい、〇〇円お預かりいたします。
- ◆大変申しわけございません。規則によってお帰りの際、現金もしくはクレジットカードにてお支払いいただくことになっております。ご容赦くださいませ。

4. 領収書とつり銭のお返し

- 領収書とつり銭、あるいはクレジットカードの控えを受け皿に入れてお客様にお返しする。
- 常に復唱、確認をする習慣を身につける。
- あらかじめ予約金をいただいているお客様の精算には、そのことを忘れないようにする。

言葉づかいの一例

- ◆〇〇円のお返しでございます。どうぞお確かめくださいませ。

5. 貴重品のお返し

- 貴重品預かりがある場合は預かり証にサインをいただき、貴重品袋のサイン、番号と照合確認をしてからお渡りする。
- 貴重品の預かり証は所定の期間、保管しておく。

3. 温泉の泉質

温泉には温度や色、臭気、味、肌触りなど、様々な面でちがいがありますが、そのちがいのうち、温泉水に含まれている成分の違いが温泉の「泉質」です。

泉質	特 徴	適 応	主な温泉地
単純泉	<p>泉温が25℃以上で、温泉水1kg中に含有成分が1000mgに満たないもの。</p> <p>無色透明、無味無臭の、日本ではいちばんポピュラーな温泉。含有物が少なく、刺激が弱いので、高齢者でも安心して入浴できる他、病後回復期や外傷後の療養などによい。「名湯」といわれる温泉が多い。</p>	<p>疲労回復、神経痛、不眠症、動脈硬化、高血圧など</p>	<p>北海道・阿寒湖温泉 栃木県・日光温泉 静岡県・伊東温泉 岐阜県・下呂温泉 愛媛県・道後温泉</p>
二酸化炭素泉	<p>温泉水1kg中に遊離炭酸1000mg以上を含むもの。</p> <p>入湯すると全身に炭酸の泡が付着するのが特徴。冷鉱泉や低温泉が多いが、体温が放散され、湯上り後も身体はポカポカする。「心臓の湯」といわれ、毛細血管を広げて血圧を下げる効果がある。</p>	<p>運動麻痺、筋・関節痛、打撲、高血圧、動脈硬化、切り傷、冷え性、更年期障害、不妊症など</p>	<p>大分県・長湯温泉 青森県・みちのく温泉</p>
炭酸水素塩泉	<p>温泉水1kg中に含有成分が1000mg以上あり、陰イオンの主成分が炭酸水素イオンのもの。</p> <p>アルカリ性。皮膚の角質を柔らかくして脂肪分や分泌物を洗い流し、しっとりとした肌にするので、昔から「美人の湯」といわれている。</p>	<p>筋・関節痛、打撲、切り傷、慢性皮膚病</p>	<p>栃木県・塩原温泉郷 長野県・小谷温泉 和歌山県・白浜温泉 大分県・別府温泉 佐賀県・嬉野温泉</p>
塩化物泉	<p>温泉水1kg中に含有成分が1000mg以上あり、陰イオンの主成分が塩素イオンのもの。</p> <p>単純温泉と並んでもっとも数の多い温泉。保温効果が高く、「熱の湯」ともいわれる。温泉名に「塩」がつくところはほとんどがこの泉質である。その名の通り、なめると塩辛い。</p>	<p>筋・関節痛、打撲、捻挫、冷え性、慢性婦人病、不妊症など</p>	<p>北海道・湯の川温泉 新潟県・月岡温泉 静岡県・熱海温泉 石川県・片山津温泉 鳥取県・皆生温泉</p>
硫酸塩泉	<p>温泉水1kg中に含有成分が1000mg以上あり、陰イオンの主成分が硫酸イオンのもの。</p> <p>ナトリウムを多く含む芒硝泉、カルシウムを含む石膏泉、マグネシウムを含む正苦味泉の3種類がある。</p>	<p>芒硝泉は高血圧、動脈硬化、外傷。石膏泉はリウマチ、打ち身、切り傷、火傷。正苦味泉は芒硝泉、石膏泉に同じ</p>	<p>青森県・浅虫温泉 群馬県・伊香保温泉 山梨県・ 富士河口湖温泉郷 静岡県・ 天城湯ヶ島温泉</p>

4. 入浴法

入浴スタイル		特徴・効果
全身浴	温浴	39～41℃程度の中温の温泉に半座位（中腰）または座位で入浴する最もポピュラーな入浴方法で、ほとんどの旅館や公衆浴場などの温泉利用施設で採用されている。
	微温浴	比較的低温の温泉（36～38℃程度）に半座位（中腰）または座位で長時間入浴する方法。高血圧症や動脈硬化症などに効果がある。新潟県・栃尾又温泉など。
	寒冷浴	7～20℃の低温の温泉に半座位（中腰）または座位で入浴する方法。神経症などに効果があるが、循環器に疾患のある人は注意が必要。大分県・寒の地獄温泉など。
	高温浴	高温の温泉（43℃以上）に半座位（中腰）または座位で短時間入浴する方法。群馬県・草津温泉の「時間湯」が有名。高血圧症や心臓疾患の人は特に注意が必要。
	寝湯	37℃前後の比較的低温の浅い浴槽に横たわって長時間（20～30分）入浴する方法。リラックスすることができ、精神疲労や不眠症、高血圧症や動脈硬化症などに効果がある。
部分浴	打たせ湯	頭上から肩、首筋、腰、手足などにお湯を落下させ、刺激を与えることで筋肉をやわらげるもの。マッサージ効果が期待でき、肩こり、腰痛などに効き目がある。
	噴出浴	打たせ湯の逆で、下から上に向かってお湯を噴出させるもの。マッサージ効果あり。
	足湯	足のふくらはぎの中ぐらいまでを湯に浸ける方法で、血行促進に効果がある。近年、屋外に設置する温泉地が増えている。
	腰湯	腰から下を湯に浸ける方法で、足湯同様、血行促進に効果がある。
	かぶり湯	頭部や首すじに温泉をかける方法。
特殊な入浴法	歩行浴	膝下までの深さの温泉の中を素足で歩く方法。温泉部分浴と運動療法の併用で、自律神経失調症・冷え症などに効果がある。
	泥湯	特殊成分を含んだ泥を温泉に混ぜた中に浸かるスタイル。温泉の効能以外に泥に含まれた成分による効果があり、神経痛、リウマチなどに効き目がある。
	砂湯	首だけ出して砂に身体を埋める入浴スタイル。砂の温度にもよるが、指宿での入浴時間は実質10分程度。神経痛などに効き目がある。鹿児島県・指宿温泉の「砂蒸し」などが有名。
	箱蒸し	温泉の蒸気などが吹き出る箱に首だけ出して入り、全身を蒸す方法。筋肉痛、関節痛、疲労回復などに効果がある。
	温泉熱気浴	温泉の熱で地面が熱くなった場所に横たわる方法。秋田県・玉川温泉の「岩盤浴」、秋田県・後生掛温泉の「オンドル」が有名。
温泉運動浴	温泉プールのように温泉の中で運動を行う方法。温泉全身浴の効果と運動効果が同時に得られる。	

3

最近の旅行動向

1. 国内旅行

(財)日本交通公社が毎年実施している「旅行者動向 2010 (注)」の中から特徴的な点をピックアップすると、以下のようになります。

(注) 調査は 2008 年 10 月～2009 年 9 月の間の旅行を対象として 2009 年 10 月に実施。

◆出発日

「平日」(35.3%)、「土曜・日曜・祝祭日」(33.4%)、「夏休み」(17.9%)、「ゴールデンウィーク」(6.1%)、「年末年始」(4.2%) といった状況。

◆出発月

「8 月」(18.3%)、「9 月」(14.1%)、「5 月」(10.4%)、「3 月」(8.6%)、「10 月」(8.5%) といったところが上位。

◆同行者の人数

「2 人」(36.5%)、「4 人」(16.9%)、「3 人」(12.5%) で約 66% を占め、「6 人以上」は 20% をわずかに切っている。

◆旅行先

都道府県別では「長野」(8.5%)、「静岡」(7.2%)、「北海道」(6.1%)、「神奈川」(5.4%)、「東京」(4.5%)、「千葉」(3.9%) が上位 6 位。

◆旅行タイプ

「周遊観光」(26.9%)、「温泉」(17.4%) が他を離して圧倒的に多い。3 位以下の比率はかなり下がるが、「テーマパーク」(10.3%)、「わいわい過ごす」(6.9%)、「スポーツ」(6.8%) といったところが続く。

2. 訪日外国人旅行

1 訪日外国人旅行者数の推移

2010年の訪日外国人旅行者数は、これまで過去最高であった2008年の835万人を26万人上回り、前年比26.8%増の861万人となりました。前年比の伸び幅としては、この半世紀の間で、大阪万博が開催された1970年（同40.4%増）に次ぐ第2位を記録しました。主なプラス要因は以下の通りです。

- ① 世界各国の景気回復による外国旅行需要の拡大。
- ② 訪日旅行の宣伝効果。
- ③ 3月に実施された成田空港の発着枠拡大。
- ④ 10月末から開始された羽田空港の国際定期便就航。

(単位：万人)

暦年	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
訪日外国人旅行者数	477	524	521	614	673	733	835	835	679	861

出典：報道資料「訪日外客数・出国日本人数(2010年推計値)」日本政府観光局(JNTO)

2 国・地域別に見た訪日外国人旅行者数の順位(2006～2010年)

(単位：万人)

順位	2006年		2007年		2008年		2009年		2010年	
1	韓国	211.7	韓国	260.1	韓国	238.2	韓国	158.7	韓国	244.0
2	台湾	130.9	台湾	138.5	台湾	139.0	台湾	102.4	中国	141.3
3	米国	81.7	中国	94.2	中国	100.0	中国	100.6	台湾	126.8
4	中国	81.2	米国	81.6	米国	76.8	米国	70.0	米国	72.7
5	香港	35.2	香港	43.2	香港	55.0	香港	45.0	香港	50.9
6	英国	21.6	豪州	22.3	豪州	24.2	豪州	21.2	豪州	22.6
7	豪州	19.5	英国	22.2	英国	20.7	英国	18.1	タイ	21.5
8	カナダ	15.7	タイ	16.7	タイ	19.2	タイ	17.8	英国	18.4
9	タイ	12.6	カナダ	16.6	カナダ	16.8	カナダ	15.3	シンガポール	18.1
10	フランス	11.8	シンガポール	15.2	シンガポール	16.8	シンガポール	14.5	カナダ	15.3

出典：日本政府観光局(JNTO)

3 2010年の上位3ヵ国・地域に関する分析

韓国

2010年の訪日客は、円高、景気低迷、新型インフルエンザの流行などによる前年の大幅な落ち込みから急速な回復を見せ、244万人（前年比53.8%増）を記録しました。国・地域別順位では1999年以来、12年連続で首位を守っています。主なプラス要因は次のように考えられます。

- ①景気の回復に伴う消費意欲の活発化による外国旅行の需要拡大。
- ②人気テレビドラマ「アイリス」の放映による日本の観光名所に対する関心の高まり。
- ③3月以降、日韓間の航空便が急増。
- ④韓国ウォンの対円為替レートが、円高ながら年間を通して安定していたこと。
- ⑤2010年は曜日の配列が良かったこと。

中国

2010年の訪日客は、過去最高だった前年をさらに41万人上回り、141万人（40.5%増）と記録を更新しました。国・地域別順位でも、台湾を抜いて初めて第2位に浮上しています。主なプラス要因は次のように考えられます。

- ①好調に推移する国の経済を背景とした旺盛な消費意欲。
- ②中国から九州を訪れるクルーズ旅行の飛躍的な伸び。
- ③7月から実施された訪日個人観光査証の発給条件緩和。
- ④訪日教育旅行の需要の高まり。
- ⑤北海道の道東を舞台にした中国映画が大ヒットしたことによる北海道ブームの継続。

台湾

2010年の訪日客は、円高、景気低迷、新型インフルエンザの流行などによる前年の大幅な落ち込みから急速な回復を見せ、127万人（前年比23.8%増）を記録しました。ただし、国・地域別順位では、11年連続で占めていた第2位の座を中国に譲り、初めて第3位に下がっています。主なプラス要因は次のように考えられます。

- ①景気の回復が外国旅行の需要拡大に好影響。
- ②年間を通じた大小さまざまな訪日インセンティブツアー（報奨旅行）の催行。
- ③小中学校の冬期休暇が過去最長（32日間）となったことに伴う外国旅行需要の高まり。
- ④台湾と石垣島、那覇を結ぶクルーズ船の運航増。

4

食中毒・感染症の症状・潜伏期間

1. 食中毒

細菌名	原因食品	症状	潜伏期間
ノロウイルス	カキなどの貝類 (人→人、人→器具→人への感染もある)	嘔吐・下痢	24～48時間
腸炎ピブリオ	魚介類及びその加工品	下痢・腹痛・嘔吐・発熱	8～24時間
ブドウ球菌	穀類及びその加工品	吐き気・嘔吐・下痢・腹痛	30分～6時間
病原大腸菌	自然環境に存在するため原因食品は多岐にわたる	下痢・腹痛・嘔吐・発熱	8～24時間
サルモネラ	卵・鶏肉及びその加工品	下痢・腹痛・嘔吐・発熱	6～72時間

2. 感染症

感染症名	症状	潜伏期間
ボンティアック熱	発熱、せき、筋肉痛、頭痛、軽度の呼吸器症状	1～2日
レジオネラ症	発熱、せき、たん、呼吸困難、意識障害、精神神経系症状などの呼吸器以外の症状も見られる	2～10日
SARS コロナウイルス	発熱、せき、全身倦怠、筋肉痛などの前駆症状、呼吸困難、乾性せき、低酸素血症等の下気道症状	2～7日
高原病性 鳥インフルエンザ	発熱、せき、多臓器障害、結膜炎、呼吸器障害	3～10日