

Туризм

УДК 910.4:379.85 (520)

ТУРИЗМ В ЯПОНИИ: РЕСУРСЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Л.П. Богданова, С.С. Дьяконов

Тверской государственной университет, Тверь

Рассматриваются туристские ресурсы Японии и основные виды туризма. Проанализирована туристская привлекательность страны и сложности, ограничивающие въездной туризм в Японию.

Ключевые слова: туристские ресурсы, мотивы, путешествия, виды туризма, японская анимация.

«Америку открыли однажды и навсегда, Японию открывают до сих пор, пытаясь понять, что же она такое. Ореол загадочности окутывает страну давно»
К.О. Саркисов, предисловие к книге «Что такое Япония?»

Интерес к Японии обусловлен не только экзотической природой и уникальным культурным наследием этой островной страны, но и двумя новыми моментами: во-первых, за последние годы среди крупных стран мира именно Япония демонстрирует самые высокие показатели увеличения туристских прибытий – в среднем ежегодно более чем на 29% за 2011-2014 гг. [12]. Второе событие в японском туризме отмечено в 2014 г., когда доходы от международного туризма впервые с 1960-х гг. превысили расходы японцев на зарубежные поездки. Япония, принявшая в 2014 г. 13,4 млн туристов, поставила перед собой амбициозную цель – достичь уровня иностранного туризма 20 млн чел. к 2020 г. Организация по туризму при правительстве Японии рассчитывает, что низкий курс иены, а также введение визовых послаблений для ряда азиатских стран будет способствовать дальнейшему росту туризма, который в 2015 г. может достичь 15 млн. международных туристских прибытий.

На туристском рынке России Япония занимает 12-ю позицию по прибытию туристов – в 2014 г. Россию посетили с туристскими целями 54,1 тыс. граждан Японии. По туристским поездкам россиян Япония не входит в топ-50, в 2014 г. туры по Японии совершили всего 37,3 тыс. граждан России [9]. Сдерживающими туристский поток факторами являются удаленность Японии от многих регионов России и высокая стоимость туров.

Туристская привлекательность Японии обусловлена как природными, так и культурно-историческими особенностями страны. Климат Японских островов, протянувшихся с севера на юг почти на 3 тыс. км, разнообразен – от умеренных широт, где температура зимой может опуститься до -40°C , до Окинавы, где даже зимой температура редко опускается ниже $+15^{\circ}\text{C}$. В условиях муссонного климата резко выражены сезоны [3].

Весна – начинается рано, с конца февраля и начала марта, примечательна цветением плодовых деревьев. Весенняя природа оживает «по расписанию»: сначала зацветает слива, затем персик, потом сакура и т.д. Больше всего японцы ждут цветения сакуры.

Лето – длится с мая до сентября. Начало лета – самое красивое время, когда страна похожа на солнечный парк. Потом начинается сезон дождей («цую») – и все лето жаркая и влажная погода, от которой японцы стремятся отдохнуть на Хоккайдо.

Осень – приходит в сентябре, длится до конца ноября, становится суше и прохладнее, хотя иногда идут холодные дожди. Осень в Японии – время кленов.

Зима – с конца ноября до февраля, с холодными ветрами. Жители теплых островов очень не любят зиму, хотя, например, в Токио температура ниже 0°C опускается редко.

С природой и климатом Японии связаны особые сезоны, почитаемые в японской культуре и представляющие большой интерес для туристов. Весной у японцев есть особый обычай, это Ханами – любование цветами сакуры, шоу мирового значения, посмотреть которое приезжают тысячи туристов. Осень для японцев – это Момидзи-гари, созерцание разноцветных осенних кленов, летом в период с середины мая и до начала июля в Японии цветут Гортензия и Ирис.

Лето является не рекомендуемым временем для путешествий по Японии, уже с июня начинается сезон дождей, который длится до конца июля. Лето очень жаркое и влажное, температура поднимается до 30°C и влажность составляет больше 90%. Но именно летом едут в Японию многие туристы, так как летом можно подняться на гору Фудзи – официальный сезон открыт с 1 июля по 27 августа, также летом в Японии проходит очень много фестивалей с не менее эффектными фейерверками.

Паломничество на Фудзияму имеет давние традиции. Колоссальные размеры горы и ее правильные формы потрясают воображение. В Японии считается обязательным хотя бы раз в жизни подняться на Фудзияму. Июньский парад в Токио возвещает приближение сезона восхождений на священную гору. В июле и августе на вершине в ожидании восхода солнца каждую ночь собираются тысячи паломников-туристов.

На культуру и менталитет японцев значительное влияние оказало обособленное территориальное положение страны, ландшафтно-климатические особенности, а также особые природные явления (частые землетрясения и тайфуны), что выразилось в своеобразном отношении японцев к природе как к живому созданию. Такая особенность национального характера японцев, как умение восхищаться мимолетной красотой природы, нашла выражение во многих видах искусства Японии.

Культурно-историческое наследие Японии активно продвигается на рынок туристских услуг. Знакомство с культурно-историческими объектами – сильный побудительный туристский мотив для путешествий в Японию. В списке объектов всемирного наследия Юнеско в Японии значатся 18 наименований (2014 г.): 14 объектов включены в список по культурным критериям, 4 объекта — по природным. Буддистские памятники в местности Хорюдзи, замок Химедзи, синтоистское святилище Ицукусима, святилища и храмы Никко признаны шедеврами человеческого созидательного гения. Остров Якусима признан природным феноменом, или пространством исключительной природной красоты и эстетической важности. Кроме этого, 11 объектов на территории Японии находятся в предварительном списке на включение в перечень объектов всемирного наследия, причем все по культурным критериям [4].

Религия. В современной Японии доля населения, одновременно исповедующего две религии – буддизм и синтоизм, составляет 84%, около 0,7% населения страны исповедует христианство. На раннем этапе развития японского общества был распространён тотемизм. Из древних японских религиозных верований образовались представления синто – основная религия Японии. Синтоизм (или синто) буквально можно перевести как «путь множества богов». Основу синто составляет поклонение силам природы. Согласно представлениям синто солнце, горы, деревья, камни и природные явления являются ками (или микото) и наделены душой, им поклоняются в специально сооруженных храмах [5]. Важной особенностью синтоизма является культ предков. Древние японцы полагали, что японские острова и люди, населявшие их, были созданы ками (богами). С этими представлениями связан также культ императора – считалось, что императорская семья происходила от богов – создателей японского архипелага.

Позже из Индии через Корею и Китай в страну проникает буддизм, 552 год считается официальной датой признания новой религии. Буддизм оказал значительное влияние на литературу, образование и искусство Японии, хотя сам значительно изменился и сильно отличается

от китайского или индийского буддизма. При императоре Сёму (правил в 724-749 гг.) буддизм был признан государственной религией.

В середине XVI в. в Японию пришло христианство, поддержанное Ода Нобунагой и запрещённое впоследствии сёгунатом Токугава. Запрет на христианство был снят после реставрации Мэйдзи.

Язык, живопись и каллиграфия. Японский язык всегда был важной составляющей японской культуры. Японский является агглютинативным языком и характеризуется тяжелой системой написания, состоящей из трёх различных типов знаков – китайские символы кандзи, слоговые азбуки хирагана и катакана [1]. Особенности японского языка нашли отражение в искусстве, но создают значительные препятствия для туристов, особенно для самостоятельных путешествий по стране.

Японская живопись – один из наиболее древних и изысканных видов японского искусства, характеризуется широким разнообразием жанров и стилей. Для японской живописи, как и для литературы, характерно отведение ведущего места природе и изображение её в качестве носительницы божественного начала. Японская каллиграфия считается одним из видов искусств, наравне с рисованием каллиграфия преподаётся в школах. Искусство каллиграфии было завезено в Японию вместе с китайской письменностью. В старину в Японии признаком культурного человека считалось владение искусством каллиграфии.

Архитектура. Японская архитектура имеет столь же длинную историю, как любая другая составная часть японской культуры. В качестве примеров традиционной японской архитектуры можно назвать храмы, синтоистские святилища и замки в Киото и Наре. В целом для японской архитектуры характерно стремление к простоте.

Традиционные деревянные жилые дома простых японцев, называемые минка, максимально приспособлены к климату страны. В настоящее время такие дома сохранились только в сельской местности. Некоторые современные японские архитекторы, например, Йосио Танигучи и Тадао Андо, известны тем, что широко используют объединение традиционных японских и западных архитектурных стилей.

Японская кухня. Что касается японской кухни, то она известна своим упором на сезонность питания, качество ингредиентов и художественную подачу блюд. Основой японской кухни является рис. Помимо своего основного предназначения в качестве продукта питания рис также служил своеобразной денежной единицей, в старину рисом выплачивались налоги и жалование. Японцы используют рис для приготовления самых разнообразных блюд, соусов и даже напитков. Вторым по значимости продуктом питания японцев является рыба. Япония занимает 4-е место в мире по употреблению рыбы и морепродуктов на душу

населения. Часто рыба употребляется в сыром или полусыром виде, например, суши. Также очень популярен в Японии соевый творог.

Сегодня Страна восходящего солнца располагает первоклассными туристскими ресурсами: 29 национальных парков, занимающих около 20,5 тыс. кв. км, или 5,4% территории страны, заповедники и исторические памятники, зоопарки и ботанические сады, музеи и развлекательные комплексы. На благоустроенных дорогах расположены автомобильные и велосипедные кемпинги, различные туристские компании предлагают более 3000 автобусных, автомобильных, велосипедных, пешеходных и прочих экскурсий для ознакомления с жизнью Страны восходящего солнца. 10 трасс в Японии имеют статус «международных туристских» и связывают все известные центры туризма и курорты страны.

В Японии 3,5 тыс. гостиниц европейского типа, а также большое количество национальных гостиниц Рёкан. Привлечению иностранных туристов в страну способствует беспроцентная продажа традиционных японских товаров: фото-, аудио-, видеоаппаратуры, изделий из дерева, керамики, жемчуга, традиционных кукол.

Организацией туризма в Японии занимаются специализированные туристские агентства и фирмы, которых насчитывается более 5-ти тысяч. Наиболее влиятельными туристскими организациями в Японии являются «Японская ассоциация туристских агентств» и «Японская национальная туристская организация». Всего же в Японии существует более 500 турфирм, имеющих лицензию Министерства транспорта, и более 2000 организаций, ведающих внутренним туризмом.

Туризм в Японии – это массовый вид развлечений и активного отдыха. Поскольку в разных частях Японии климат заметно отличается, туристские возможности на севере и на юге весьма разнообразны. Если на Хоккайдо и в Японских Альпах развита инфраструктура для занятий зимними видами спорта, то на юго-востоке Хонсю, на Кюсю и на Окинаве располагаются известные японские морские курорты.

Основу курортно-лечебного туризма в Японии составляют бальнеологические курорты на термальных источниках. В настоящее время существует более 15 тыс. гостиниц на горячих источниках. Курорты очень разнообразны, их можно разделить на 3 основных категории: лечебные, развлекательные и смешанные. На горячих источниках существуют курорты, где купание проходит в вагончиках канатной дороги, под водопадом, фонтаном, в пещерах, есть грязевые и песчаные курорты. Ежегодно около 100 миллионов японцев проводят свободное время в гостиницах с натуральными минеральными ваннами.

Наиболее развитые виды спортивно-оздоровительного туризма – это горный и водный. Своеобразие горного туризма в Японии состоит в

том, что изначально он был тесно связан с паломничеством. До революции Мейдзи 1867 г. горные восхождения совершали только в религиозных целях. Поход в горы считался небезопасным для обычных людей без благословения священника. Буддистские святые, такие как Кукай и Сайтё, освящали горные вершины, делая их безопасными для паломников. В Японии три главных вершины для паломничества буддистов – Фудзияма, Татэяма, Хакусан. Первые спортивные горные походы были начаты английским миссионером Вальтером Вестоном в Японских Альпах. Сегодня в Японии популярны походы выходного дня, особенно в горах вблизи городских агломераций и в национальных парках.

Горнолыжный туризм развит во всех районах, где есть снеговой покров. Сезон катания длится дольше всего на Хоккайдо: с начала декабря по конец марта. Здесь расположены самые известные зимние курорты страны – города Акакура и Овани, и один из самых известных лыжных курортов страны – Фурано. Горнолыжные курорты Хонсю находятся в основном в Японских Альпах, в префектуре Нагано. Нагано – Мекка для любителей зимних видов спорта. Здесь 100 лыжных баз и 40 катков, за год их посещает более 20 млн чел. К северо-западу от Нагано находится другой курорт – Хакуба, располагающий большим разнообразием горнолыжных баз, включая местечко "Хаппо-Он", на снежных трассах которого состязались мастера скоростного спуска в период проведения зимних Олимпийских игр 1998 г. Курорт рассчитан на любых горнолыжников, от начинающих до профессионалов. 13 различных трасс высотой от 760 м до 1831 м оборудованы 32-мя подъемниками. Период катания: с середины декабря до конца апреля.

Купально-пляжный туризм в Японии развит на тихоокеанском побережье Хонсю, побережье Внутреннего Японского моря и на побережье островов Рюкю. Лучшие места для отдыха на море сосредоточены в районе Миядзаки (пляж Сигаия), на Окинаве, Кераме, Рюкю и Ивадзуме (здесь также расположены лучшие дайв-площадки страны), а также на полуострове Ното-Ханто, в префектуре Гумма, и в районе Нара.

В Японии также развит религиозный туризм. Паломники совершают путешествия к синтоистским и буддийским храмам, а также к «священным» объектам: горам, рекам и т.д. Наиболее известный паломнический маршрут проходит по 88-м храмам Сикоку. Раньше его проходили пешком в течение нескольких недель, однако сейчас многие сокращают путь, проходя не все храмы и совершая путешествие на машине. Появился даже специальный укороченный маршрут. В год Сикоку посещает около 1 млн паломников.

Наиболее развитый вид туризма в Японии – это деловой туризм. Япония, наряду с США, является мировым лидером в этом секторе. Самый популярный город для проведения встреч – Токио. За ним следуют

Осака, Нагоя, Кобе и Киото. Активный рост делового туризма наблюдается в Цукубе.

Правительство Японии всеми способами поощряет привлечение туристов в страну на лечение. Медицинский туризм в Японии развивается стремительно, туристов привлекает высокий уровень обслуживания, культура обращения к пациенту. Врачи в Японии – это элита общества. Кроме того, Япония – мировой лидер по внедрению высокотехнологичного диагностического оборудования, такого как системы магнитно-резонансной визуализации (МРТ) и позитронно-эмиссионной томографии (ПЭТ). Стоимость лечения выше, чем в азиатских странах, но ниже, чем в США. Основным сегментом рынка – успешные иностранцы, преимущественно из Китая и России. Государственный Банк развития Японии ожидает в 2020 г. не менее 430 тысяч медицинских туристов.

Лидирующие позиции в секторе международного туризма в Японии, безусловно, занимает культурно-познавательный. Это объясняется стремлением туристов познакомиться с достопримечательностями страны, историческими и архитектурными памятниками, приобщиться к прекрасному, расширить горизонты своего внутреннего мира. В культурно-познавательный туризм активно вовлечены музеи. На вершину иерархии японских музеев, как правило, ставят национальные музеи, из которых можно выделить Токийский Национальный музей, расположенный в парке Уэно. Это самый первый музей, основанный еще в 1871 г. Его обширная коллекция представляет полный обзор истории традиционного японского искусства и включает множество экспонатов по истории и естествознанию.

В Национальном музее современного искусства в Токио в хронологическом порядке представлены шедевры японского современного изобразительного искусства.

Национальный музей Киото первоначально возник на основе коллекции картин, скульптур и других шедевров искусства, полученных из близлежащих храмов, а в настоящее время хранит коллекцию произведений японского искусства всех периодов истории страны.

Национальный музей г. Нара особенно примечателен своей коллекцией буддийских скульптур.

В Токио есть множество художественных музеев, как государственных, так и частных, в которых хранятся бесценные произведения японского изобразительного искусства. Вот лишь некоторые из них: Музей Гото гордится имеющимся в его коллекции шедевром «Сказание о Гэндзи» (Национальное сокровище); Институт изобразительных искусств Нэдзу представляет коллекцию предметов, относящихся к чайной церемонии и к буддизму; Мемориальный музей изобразительно-

го искусства Хатакэяма выставляет художественные предметы для чайной церемонии. В трех последних музеях разбиты традиционные японские сады, что позволяет посетителям оценить экспонаты в приятной и спокойной обстановке.

Представляет также интерес посещение Музея искусства Идэмицу, который известен коллекцией произведений каллиграфии, живописи и керамики Японии и Китая; Музея искусства Сантори, где представлены предметы античного искусства, относящиеся к традиционному жизненному укладу; Музея искусства Яматанэ, специализирующегося на японской современной живописи; Японского музея народных ремесел, в коллекции которого собраны предметы традиционных ремесел, применяемые в повседневной жизни (например, керамика и ткани); Мемориального музея искусства Ота, специализирующегося на жанровой живописи Укиё-э.

Однако Япония знаменита не только своими музеями традиционного изобразительного искусства. Музей Эдо-Токио рассказывает об истории Токио и быте местных жителей посредством крупномасштабных макетов. Токийский муниципальный музей Тэйэн, построенный в 1933 г., предлагает посетителям ознакомиться с подлинными декоративными композициями, а также организует временные выставки различной тематики.

В области современного изобразительного искусства Япония позиционирует себя как распространитель нетрадиционных видов творчества. Так, музеи современного искусства в Японии будут интересны всем, кто интересуется современным стилем жизни, мышлением, информационными носителями и т.д.

В Японии существует еще один вид туризма, которого нет ни в какой другой стране – *аниме туризм*, привлекающий тысячи поклонников аниме со всего мира. Аниме – японская анимация. Аниме отличается характерной манерой отрисовки персонажей и фонов. Издаётся в форме телевизионных сериалов, а также фильмов, распространяемых на видеоносителях или предназначенных для кинопоказа. В аниме часто показываются японская культура, обычаи и традиции. Из них можно узнать об образе жизни японцев, который в аниме довольно достоверно показан. Часто аниме – это экранизации японских комиксов манга, также пользующихся большой популярностью.

Фанатов аниме из Японии и из других стран принято называть «отаку». Они собирают изображения любимых героев, много и часто покупают продукцию, связанную с аниме, при этом очень часто приобретают то, что им совершенно не нужно. Насмотревшись японских сериалов и аниме, начитавшись японских комиксов «манга», наигравшись в компьютерные игры, они хотят любыми способами попасть на родину

своего увлечения и почувствовать тот дух, который так их привлекает. Множество отаку совершают в Японию своего рода «паломничество», считая эту страну «святой землей аниме». В Японии находится более двухсот аниме-студий и 23 музея, которые посвящены произведениям аниме и манга, а также их создателям.

Аниме выступает фактором мотивации приехать на родину своих любимых мультфильмов, посетить достопримечательности, которые прорисованы в аниме, прогуляться по улочкам Акихабары, зайти в кафе, где гостей обслуживают официантки в стиле аниме, купить аниме одежды и журналы. С каждым годом аниме-туризм развивается, в Японии открываются новые магазины с аниме товарами, проводится все большее количество тематических фестивалей, открываются музеи, связанные с искусством рисования комиксов манга, турфирмы разрабатывают новые туры. В Японии созданы тематические парки и музеи аниме.

Акихабара – квартал в Тиёда, специальном районе Токио. Он находится менее чем в пяти минутах езды от железнодорожной станции Токио, его название часто сокращают до Акиба, также он известен как «Святая земля отаку (отаку но сэйти)». В Акихабаре существует огромная сеть развлечений. Наиболее известные из них maid safe, т.е. манга кафе, магазины разнообразной коллекционной и сувенирной продукции, караоке-клубы и т.д. Maid Cafe (кафе служанок) являются одной из главных изюминок Акихабары. Главная их особенность — официантки, косплеящие французских служанок. Косплей – один из главных элементов отаку-культуры, так называемая костюмированная игра. Для maid safe характерны также особые меню и отношение к клиентам. Например, официантки за плату могут спеть песню, разыграть роль младшей/старшей сестры или просто сфотографироваться с клиентом. Подобные maid safe стали настолько популярны, что некоторые крупные кафе открыли свои отделения в таких странах, как Китай, Южная Корея, Тайвань, Чехия, Мексика, Канада и Соединённые Штаты Америки.

Международный музей манги в Киото. Единственный музей в мире, посвященный манге, расположен в японском городе Киото [8]. Музей открыт в 2006 г. совместными усилиями киотского Университета Сэйка и города Киото. Коллекция музея насчитывает 200 тыс. экземпляров манги, в число которых входят редчайшие книги послевоенного периода и журналы периода Мэйдзи. На первых трех этажах размещена «Стена манги», которая составляется из публикаций, увидевших мир после 1970-х годов, включая самые известные произведения, например, Nana, One Piece и «Наруто».

Музей включает центр исследований, галерею и непосредственно коллекцию, экспозиционный зал, манга-кафе и небольшой магазин. Музей очень популярен среди туристов, потому что он единственный в ми-

ре и представляет собой альтернативу киотским традиционным святыням и храмам.

Музей анимационной студии Гибли. Все любители аниме, да и не только они, знакомы с такими произведениями японской мультипликации, как «Ходячий замок» и «Унесённые призраками». Эти анимационные фильмы, удостоившиеся немалого количества наград, являются творчеством анимационной студии Гибли, расположенной в Токио. Её основатель – известный японский художник Хаяо Миядзаки [13]. Самые ярые поклонники рисованных героев, созданных этим милым дедушкой, могут увидеть своих любимых персонажей не только на экранах, но и «вживую», посетив музей студии Гибли в Митаке – на западе Большого Токио.

Страна с уникальными и разнообразными туристскими ресурсами, признанным во всем мире высоким уровнем обслуживания предпринимает большие усилия для привлечения туристов. В 2013 г. Советом министров Японии был одобрен проект JTA (Агентство по туризму Японии) под названием: «Программа действий по превращению Японии в туристско-ориентированную страну». В эту программу входит либерализация визового режима и увеличение туристского потока к 2020 г. до 20 млн чел. В 2015 г. Япония заняла самую высокую среди стран Азии (9-ю) позицию в мировом рейтинге стран по конкурентоспособности сектора туризма и путешествий, опередив Сингапур и Гонконг [7].

Япония – высокоразвитая страна, более 90% населения которой относит себя к среднему классу. При этом въездной туризм является слабой стороной Японии. Одна из основных причин этого – высокая стоимость путешествий. Япония находится далеко от основных центров формирования туристских потоков, и стоимость перелета для жителей стран Европы и регионов Центральной России неподъемна. В начале летнего туристского сезона 2015 г. минимальная стоимость туристской путевки для россиян в Японию составляла 78 тыс. руб. за 7-дневный тур с размещением в гостинице 3*, не считая перелета, который из Москвы обходился минимум в 33 тыс. руб. в обе стороны. Передвижение по самой Японии также достаточно дорого.

Еще одна проблема путешествий по Японии иностранных туристов – большая сложность самостоятельных передвижений. Очень часто указатели не дублируются на английском, все на японском, и найти человека, который смог бы объясниться на каком-либо языке, кроме японского, крайне сложно. Также снять жилье является проблемой, чтобы совершить такую сделку, нужно внести залог в сумме нескольких месячных оплат и найти поручителя гражданина Японии. Можно добавить сложности с оплатой мобильной связи и другие моменты, затрудняющие путешествия по Японии. Тем не менее, привлекательность Страны

Восходящего солнца остается на очень высоком уровне – на уровне мечты.

Список литературы

1. Алпатов В.М. Япония: Язык и культура – М., 2008 - 139 с.
2. Агентство путешествий «Nippon Travel Agency» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.ntainbound.com/about/index.htm>
3. Бок Зи Коу. Экономика Японии. Какая она? М.: Экономика, 2002. – 350 с.
4. Всемирное наследие ЮНЕСКО [Электронный ресурс]: сайт – 2015 – Режим доступа: <http://whc.unesco.org/>
5. Китигава Д.М. Религия в истории Японии – М.: Наука, 2005. – 596 с.
6. Музей Гибли [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.ghibli.jp/>
7. Мировой экономический форум [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>
8. Туроператор «Капитал Медика» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://capimedi.com/>
9. Федеральное агентство по туризму. Статистические показатели взаимных поездок граждан Российской Федерации и граждан иностранных государств [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/>
10. Япония сегодня [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.japantoday.ru/vse-o-yaponii/naselenie-yaponii.html>
11. Японская национальная туристская организация [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://visitjapan.ru/japan/museum/>
12. UNWTO Annual Report 2014 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www2.unwto.org/annualreport2014>

TOURISM IN JAPAN: RESOURCES AND OPPORTUNITIES

L.P. Bogdanova, S.S. Dyakonov

Tver State University, Tver

The article is devoted to the tourism resources and the main types of tourism in Japan. The authors analyze the tourist attraction of the country and the complexity, that are restricting inbound tourism to Japan.

Keywords: tourist resources, motivation, travel, types of tourism, Japanese animation.

Об авторах:

Богданова Лидия Петровна, д.г.н., доцент, зав. кафедрой туризма и природопользования ТвГУ

Lidia Bogdanova, Doctor of Geographical Sciences, Head of the Department of Tourism and Environmental Sciences, Tver State University

E-mail bogdanova.lid@yandex.ru

Дьяконов Станислав Святославович, специалист по туризму, выпускник факультета географии и геоэкологии ТвГУ

Diyakonov Stanislav Svyatoslavovych, Tourism Specialist, graduate of the Faculty of Geography and Geoecology TSU

E-mail: sr2012@rambler.ru