アジア 8 地域・訪日外国人旅行者 の意向及び国内先進地事例調査 (大分版)

~7つのキーワードで読み解く 大分のインバウンド観光戦略~

2015年5月



目 次

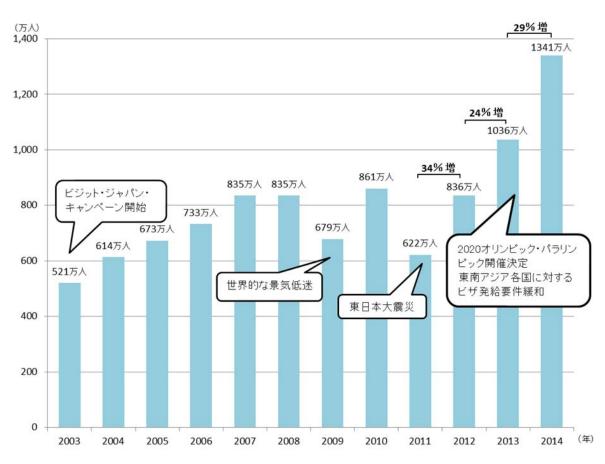
| 1. 5 | 大分におけるインバウンド観光の動向 ・・・・・・・・ | • | • | | • | 2 |
|---------------------|-----------------------------|-----|---|---|-----|----|
| (1) | 訪日外国人旅行者数の推移 | | | | | |
| (2) | 九州の外国人入国者数の推移 | | | | | |
| (3) | 大分のインバウンド観光の特徴 | | | | | |
| (4) | 大分のインバウンド観光の推移 | | | | | |
| | | | | | | |
| 2. 7 | アジア8地域外国人旅行者の意向調査・・・・・・・・ | | • | • | • | 8 |
| (1) | 日本旅行の人気度 | | | | | |
| (2) | 大分(別府/湯布院)の認知度と訪問意欲 | | | | | |
| (3) | 日本への旅行形態 | | | | | |
| (4) | 日本旅行を選んだ理由 | | | | | |
| (5) | 日本旅行で満足した点/不満だった点 | | | | | |
| (6) | 日本の情報の収集方法 | | | | | |
| (7) | 日本旅行でのショッピング | | | | | |
| | | | | | | |
| 3. | 国内先進地事例調査・・・・・・・・・・・・・・・ | | | | • 1 | 16 |
| (1) | 事例調查1【京都府京都市】 | | | | | |
| (2) | 事例調查2【岐阜県高山市】 | | | | | |
| (3) | 事例調查3【和歌山県田辺市】 | | | | | |
| | | | | | | |
| 4. · | 7 つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略 | | | • | • | 19 |
| (1) | 大分のインバウンド観光の現状と今後の方向性 | | | | | |
| , , | 7つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略 | | | | | |
| , , | | | | | | |
| / / 25 - | * | | | | | |
| (参え | 考)DBJアンケート調査の概要・回答者属性・・・・・ | • • | • | • | • 2 | 22 |

1. 大分におけるインバウンド観光の動向

(1) 訪日外国人旅行者数の推移 ~3年連続で高い伸び~

- ・ 日本政府観光局 (JNTO) によると、訪日外国人旅行者数は、2013 年に 1,036 万人(前年 比 24%増)と初めて 1,000 万人の大台を突破し、翌 2014 年も続伸し 1,341 万人(前年 比 29%増)と過去最高を更新した。東日本大震災のあった翌年の 2012 年以降、3 年連 続で高い伸びとなっている【図表 1】。
- ・ 最近の訪日外国人旅行者数の約8割はアジアからの訪日客であり、中でも、東南アジア 諸国からの訪日客の伸びが顕著となっている。①東南アジア向け訪日ビザ発給要件の緩 和(2013/7)、②東京オリンピック・パラリンピック開催決定(2013/9)、③最近の円安 の動き、④国内各地の空港へのLCC¹就航などが増加要因として指摘されることが多い。

【図表1】訪日外国人旅行者数の推移



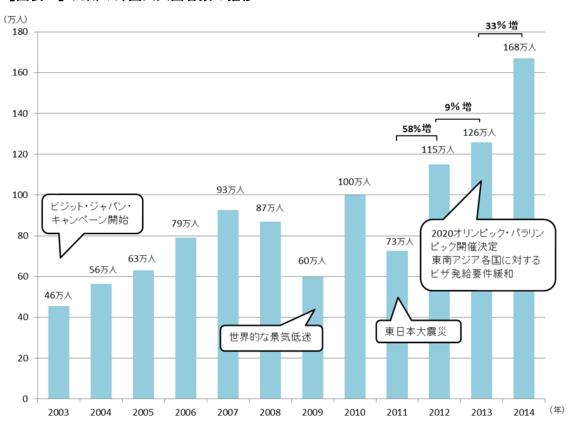
(出所) 日本政府観光局 (JNTO) 統計をもとに筆者作成

¹ ローコストキャリア(Low Cost Carrier)の略称で、コストを抑えて低価格の運賃で運行する航空会社のことを指し、格安航空会社とも呼ぶ。

(2) 九州の外国人入国者数の推移 ~3 年連続で高い伸び~

・ 国土交通省九州運輸局によると、九州の外国人入国者数は、2012年に115万人(前年比58%増)、2013年に126万人(前年比9%増)、2014年も続伸し168万人(前年比33%増)と過去最高の更新を続けている。全国の訪日外国人旅行者数と同様、東日本大震災のあった翌年の2012年以降、3年連続で高い伸びとなっている【図表2】。

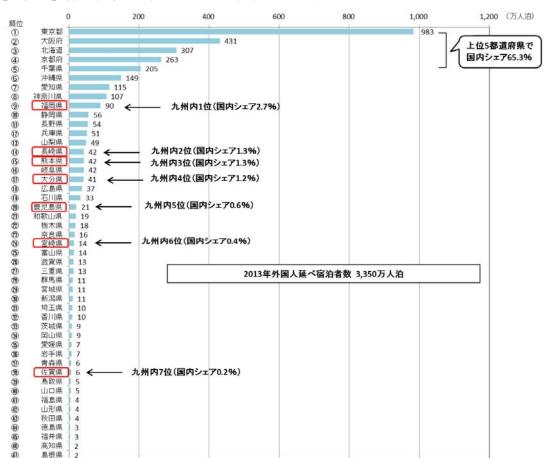
【図表2】九州の外国人入国者数の推移



(出所) 法務省出入国管理統計及び九州運輸局資料をもとに筆者作成

(3) 大分のインバウンド観光の特徴 ~韓国客が主力~

- ・ 観光庁宿泊旅行統計調査によると、大分県の外国人延べ宿泊者数は 41 万人 (2013 年) で、47 都道府県中17 位、九州内では4 位となっている2【図表3】。
- ・ 九州7県について、人口1,000人あたりの外国人延べ宿泊者数を見てみると、大分県は 九州内第1位で、インバウンド観光は大分の重要産業の一つとなっている【図表4】。
- ・ 大分県の外国人延べ宿泊者数(2013 年)を国籍別に見ると、韓国 58%、台湾 16%、香 港 8%、中国(大陸)4%、タイ 4%、その他 11%。外国人延べ宿泊者数のうち韓国客の 比率が突出している点が大分県の特徴といえる(全国第1位)【図表5】。



【図表3】都道府県別外国人延べ宿泊者数(2013 年)

【図表4】九州7県の人口1,000人あたり外国人延べ宿泊者数(2013年)

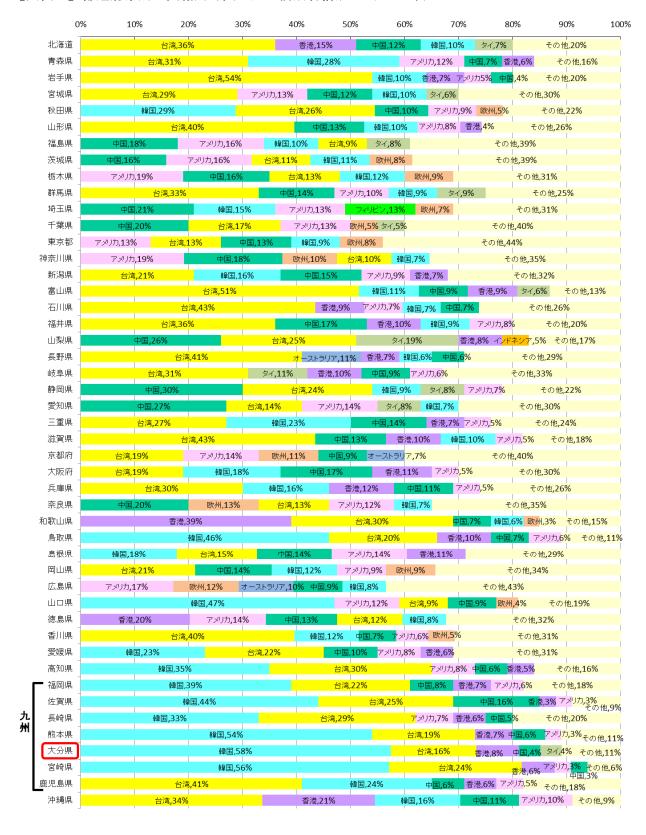
福井県 島根県

| 順位 | 県名 | 延べ宿泊者数 (万人) | 人口(2010年国勢調査) (万人) | 人口1,000人あたり 延べ宿泊者数(人) |
|----|------|----------------|-----------------------|--------------------------|
| 1位 | 大分県 | 41 | 120 | 342 |
| 2位 | 長崎県 | 42 | 143 | 298 |
| 3位 | 熊本県 | 42 | 182 | 232 |
| 4位 | 福岡県 | 90 | 507 | 177 |
| 5位 | 鹿児島県 | 21 | 171 | 126 |
| 6位 | 宮崎県 | 14 | 114 | 121 |
| 7位 | 佐賀県 | 6 | 85 | 65 |

(出所) 図表3、図表4:観光庁宿泊旅行統計調査及び国勢調査をもとに筆者作成

² 外国人延べ宿泊者数は上位5都道府県で国内シェアの約65%を占める。ゴールデンルート(東京-大阪 間を周遊する定番ルート)と北海道に集中している。

【図表5】都道府県別・国籍別外国人延べ宿泊者構成比(2013年)

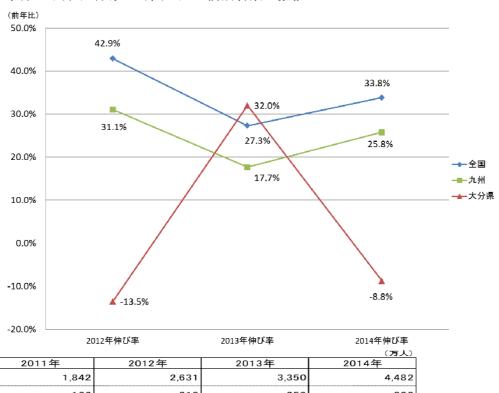


(出所) 観光庁宿泊旅行統計調査

(4) 大分のインバウンド観光の推移 ~今後の伸び代あり~

- ・ 観光庁宿泊旅行統計調査によると、大分県の外国人延べ宿泊者数は、2013年に41万人 (前年比32%増)と大きく伸長したものの、2014年(速報値)は37万人(前年比9% 減)となった。一方で、2014年の全国、九州を見てみると、訪日外国人旅行者数や外国 人入国者数と同様に、全国、九州とも20~30%台の高い伸びを示している【図表6】。 2014年の大分県については、韓国旅客船沈没事件(2014/4)以降の韓国客の落ち込みの 影響等を受けた結果、外国人延べ宿泊者数が一時的に減少したと見られる。
- ・ 国籍別に大分県の外国人延べ宿泊者数の推移を見ると、主力の韓国客は約8割を占めた 2010 年から低下傾向にあり、徐々に国・地域の多様化が進みつつある(2010 年:79% →2014 年:48%)。この韓国客の比率低下については、①韓国旅客船沈没事件以降の一 時的な韓国客の落ち込み、②台湾、香港、中国、東南アジア等からの宿泊客の高い伸び、 といった2つの要因が影響しているものと推察される【図表7】、【図表8】。
- 2014年秋以降については、大分の観光事業者を中心に韓国客回復の声も多く聞かれてお り、旅客船沈没事件という特殊要因で一時的に伸び悩んだものの、大分県のインバウン ド観光の今後の伸び代はあり、インバウンド観光に積極的に取り組む意義は高い。

【図表6】全国、九州、大分県の外国人延べ宿泊者数の推移



全国 九州 166 218 256 322 大分県 31 41 37 36

(出所) 観光庁宿泊旅行統計調査をもとに筆者作成(上図は伸び率、下図は実数)

³ 大分県の外国人延べ宿泊者数については、大分県も独自に「大分県観光統計調査」を公表している。同 調査によると、2013 年:326 千人→2014 年:325 千人のほぼ横ばい。韓国客は 13%減少。

【図表7】大分県の国籍別外国人延べ宿泊者構成比の推移(最近5年間)



【図表8】大分県の国籍別外国人延べ宿泊者構成比の推移(2014年、四半期別)



(出所) 図表7、図表8:観光庁宿泊旅行統計調査をもとに筆者作成、2014年は速報値ベース

2. アジア 8 地域外国人旅行者の意向調査

- ・ 当行では、2012 年、2013 年に続き、2014 年 9 月にアジア 8 地域(韓国、中国、台湾、 香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア)の海外旅行経験者を対象と したインターネットによるアンケート調査(有効回答数 4,000 人)を実施し、主に国・ 地域別の旅行嗜好や訪日経験の有無によるニーズの変化について調査を行った⁴。
- ・ ここでは、大分のインバウンド観光戦略を検討する上で参考になる情報を中心に抜粋 し、分析を行うこととする。

(1) 日本旅行の人気度 ~日本が全体で人気トップ~

- ・ 調査結果によると、アジア 8 地域全体では、過半数 (55%) の回答者が日本旅行を希望している。韓国を除く 7 地域において、日本を旅行したい国として希望する割合が最も高くなっている【図表 9】。
- ・ 具体的に検討している旅行先では、8地域全てにおいて、日本はトップとなっている。
- ・ 地域別にみると、台湾、香港では約7割、マレーシア、タイ、シンガポールでも約6 割が訪日旅行を希望している。
- ・ 東南アジア地域は、台湾、香港と比較すれば日本旅行を希望する割合は低いが、前回 調査⁵と比較すると人気が高まっている(具体的には、前回調査よりタイは2ポイント、 マレーシアは3ポイント、インドネシアは6ポイント上昇している)。
- ・ 訪日旅行者数が最も多い国の一つである韓国では、日本旅行を希望する割合は低いも のの、具体的に旅行を検討している国としては、日本がトップとなっている。

【図表9】日本旅行への希望と具体的検討状況

(対象は全員、複数回答)

| 回答者→ | 全 | :体 | 韓 | 国 | 中 | 国 | 台 | 湾 | 香 | 港 | タ | 1 | シンガ | ポール | マレー | ーシア | インド | ネシア |
|--------------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|
| サンプル数 | 40 | 00 | 50 | 00 | 50 | 00 | 50 | 00 | 50 | 00 | 50 | 00 | 50 | 00 | 50 | 00 | 50 | 00 |
| _ 旅行 .たい国・地域 | 希望 | 具体的 検討 |
| 日本 | 55% | 35% | 26% | 15% | 55% | 39% | 71% | 35% | 66% | 50% | 57% | 46% | 57% | 37% | 59% | 33% | 48% | 24% |
| 韓国 | 43% | 25% | - | - | 52% | 31% | 30% | 8% | 52% | 35% | 33% | 20% | 47% | 30% | 48% | 32% | 37% | 16% |
| オーストラリア | 42% | 17% | 43% | 14% | 54% | 24% | 35% | 2% | 49% | 27% | 20% | 7% | 46% | 25% | 56% | 25% | 32% | 11% |
| ニュージーランド | 39% | 13% | 38% | 9% | 49% | 17% | 40% | 2% | 40% | 19% | 23% | 7% | 49% | 21% | 50% | 20% | 23% | 9% |
| スイス | 38% | 11% | 46% | 11% | 40% | 9% | 38% | 2% | 39% | 18% | 27% | 12% | 45% | 18% | 46% | 17% | 23% | 3% |
| フランス | 37% | 12% | 43% | 13% | 46% | 14% | 36% | 4% | 41% | 20% | 20% | 6% | 38% | 14% | 41% | 17% | 29% | 9% |
| アメリカ | 37% | 13% | 32% | 9% | 50% | 20% | 41% | 7% | 33% | 15% | 19% | 8% | 50% | 22% | 38% | 16% | 29% | 8% |
| イギリス | 35% | 12% | 33% | 6% | 41% | 12% | 33% | 2% | 41% | 22% | 23% | 8% | 38% | 17% | 39% | 18% | 29% | 7% |
| イタリア | 33% | 10% | 36% | 10% | 38% | 12% | 35% | 2% | 37% | 17% | 15% | 5% | 36% | 14% | 42% | 14% | 27% | 7% |
| 香港 | 32% | 14% | 28% | 8% | 52% | 29% | 34% | 9% | - | _ | 19% | 8% | 33% | 16% | 32% | 18% | 25% | 12% |

(注)上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。また、全体の割合において、「旅行したい国・地域」 と「回答者の国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプルから除いている。

⁴ 全国版の今回調査は、「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成26年版)」参照。

⁵ 全国版の前回調査は、「平成25年 アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」参照。

(2) 大分(別府/湯布院)の認知度と訪問意欲 ~訪日リピーターに注目~

- ・ 当調査では、日本の代表的な観光地に関する認知度、訪問意欲、訪問経験などを調査 している。なお、大分の観光地は「大分」ではなく、観光面での知名度が国内外とも に高い「別府/湯布院」で代表させた。
- ・ まず、<u>別府/湯布院の認知度</u>をみると、全体では15%で、特に、香港(34%)、韓国(32%)、 台湾(21%)で高い結果となった。その一方で、東南アジアの国々での別府/湯布院の 認知度は、福岡、そして戦争の記憶にまつわるテーマ性を有する観光地である長崎、 広島より低い【**図表10**】。
- ・ 訪日経験別にみると、いずれの国・地域においても、訪日経験が増すと観光地の認知 度は上昇する。訪日リピーターからの別府/湯布院の認知度は、韓国、香港では5割前 後に達し、アジア8地域全体でも35%まで上昇する。東南アジアのうち、タイ、シン ガポールについては、訪日経験が増すと別府/湯布院の認知度は急上昇する【図表11】。

【図表 10】大分(別府/湯布院)の認知度

(対象は全員、複数回答)

| | | 全体 | 韓国 | 中国 | 台湾 | 香港 | タイ | シンガポール | マレーシア | インドネシア |
|--------------|---------------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-------|--------|
| | サンプル数 | 4000 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| 7 | 冨岡/博多 | 37% | 52% | 43% | 57% | 51% | 33% | 19% | 22% | 18% |
| للح | 長崎 | 43% | 44% | 53% | 61% | 48% | 41% | 25% | 32% | |
| 5 | 引府/湯布院 | 15% | 32% | 13% | 21% | 34% | 7% | 6% | 1% | |
| | 熊本/阿蘇 | 15% | 12% | 21% | 38% | 39% | 4% | 4% | 3% | 1% |
| | 宮崎 | 24% | 18% | 40% | 47% | 44% | 16% | 8% | 10% | 7% |
| F | 鹿児島 | 30% | 25% | 48% | 66% | 61% | 9% | 10% | 9% | 9% |
| - | 東京 | 78% | 75% | 80% | 83% | 85% | 76% | 77% | 76% | 71% |
| | 富士山 | 75% | 64% | 80% | 80% | 80% | 77% | 75% | 74% | 67% |
| | 北海道 | 65% | 54% | 74% | 81% | 75% | 65% | 63% | 63% | 46% |
| | · · · · · · · · · · · · · · · · · · · | 49% | 62% | 52% | 70% | 65% | 48% | 41% | 25% | 28% |
| | 名古屋 | 54% | 51% | 69% | 75% | 67% | 44% | 35% | 48% | 46% |
| | 尹勢/志摩 | 11% | 3% | 17% | 29% | 21% | 8% | 4% | 4% | 3% |
| and the same | 飛騨/高山 | 9% | 4% | 9% | 30% | 15% | 5% | 4% | 5% | 3% |
| | 関西 | 34% | 34% | 38% | 64% | 48% | 35% | 16% | 22% | 14% |
| | 京都 | 63% | 63% | 74% | 78% | 69% | 67% | 51% | 51% | 49% |
| 37 | 奈良 | 33% | 36% | 54% | 61% | 54% | 26% | 13% | 12% | 7% |
| 5 | 大阪 | 69% | 66% | 75% | 80% | 79% | 67% | 61% | 65% | 59% |
| 1 | 伸戸 | 50% | 46% | 67% | 69% | 60% | 43% | 38% | 41% | 38% |
| J. | 広島 | 45% | 38% | 54% | 56% | 41% | 46% | 38% | 42% | 45% |
| ; | 中縄 | 53% | 50% | 64% | 75% | 71% | 44% | 44% | 41% | 34% |

(注) カラースケールを用いて色分けを実施している。(最小値)← (最大値)

【図表 11】訪日経験別にみた大分(別府/湯布院)の認知度

(対象は全員、複数回答)

| 回答者→ | | 全体 | | | 韓国 | | | 中国 | | | 台湾 | | | 香港 | | | タイ | | シン | ガポ- | ール | マリ | レーシ | ア | イン | ドネシ | ノア |
|--------|------|-----|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|
| 訪日経験→ | なし | 1回 | 2回 以上 | なし | 1回 | 2回 以上 | なし | 1回 | 2回 以上 | なし | 1回 | 2回 以上 | なし | 1回 | 2回 以上 | なし | 1回 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 1回 | 2回 以上 |
| サンプル数 | 2133 | 851 | 1016 | 223 | 112 | 165 | 220 | 170 | 110 | 156 | 114 | 230 | 142 | 105 | 253 | 275 | 125 | 100 | 318 | 96 | 86 | 393 | 70 | 37 | 406 | 59 | 35 |
| 福岡/博多 | 27% | 40% | 55% | 48% | 47% | 62% | 35% | 46% | 52% | 49% | 50% | 65% | 43% | 47% | 58% | 28% | 33% | 48% | 14% | 19% | 42% | 20% | 29% | 35% | 14% | 37% | 31% |
| 長崎 | 37% | 45% | 54% | 40% | 38% | 53% | 46% | 63% | 50% | 56% | 59% | 66% | 44% | 45% | 51% | 39% | 33% | 57% | 21% | 27% | 36% | 31% | 33% | 41% | 38% | 53% | 54% |
| 別府/湯布院 | 6% | 12% | 35% | 21% | 29% | 51% | 4% | 15% | 30% | 11% | 13% | 33% | 26% | 15% | 45% | 3% | 4% | 25% | 3% | 4% | 19% | 1% | 3% | 5% | 1% | 10% | 9% |
| 熊本/阿蘇 | 7% | 14% | 34% | 5% | 7% | 25% | 12% | 24% | 34% | 29% | 28% | 48% | 30% | 25% | 50% | 3% | 2% | 12% | 2% | 2% | 10% | 3% | 6% | 8% | 0% | 3% | 11% |
| 宮崎 | 16% | 26% | 39% | 13% | 18% | 25% | 34% | 44% | 47% | 43% | 42% | 51% | 40% | 37% | 48% | 13% | 13% | 29% | 5% | 8% | 19% | 9% | 7% | 22% | 4% | 17% | 31% |
| 鹿児島 | 19% | 30% | 50% | 25% | 18% | 31% | 40% | 49% | 63% | 63% | 55% | 73% | 56% | 53% | 68% | 5% | 8% | 21% | 9% | 6% | 19% | 8% | 11% | 14% | 5% | 20% | 29% |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 東京 | 70% | 84% | 90% | 66% | 76% | 87% | 72% | 88% | 83% | 73% | 87% | 89% | 75% | 83% | 92% | 67% | 86% | 91% | 67% | 93% | 94% | 74% | 77% | 92% | 67% | 78% | 94% |
| 富士山 | 69% | 78% | 83% | 59% | 63% | 72% | 73% | 85% | 86% | 76% | 78% | 83% | 75% | 74% | 86% | 70% | 82% | 88% | 69% | 81% | 88% | 72% | 81% | 81% | 63% | 81% | 91% |
| 北海道 | 58% | 69% | 78% | 50% | 50% | 62% | 69% | 77% | 78% | 75% | 79% | 87% | 65% | 70% | 83% | 60% | 67% | 79% | 56% | 73% | 77% | 61% | 66% | 73% | 42% | 61% | 71% |
| 札幌 | 38% | 52% | 70% | 55% | 59% | 73% | 48% | 50% | 63% | 66% | 58% | 80% | 58% | 57% | 72% | 41% | 53% | 61% | 31% | 53% | 65% | 21% | 31% | 57% | 23% | 44% | 49% |
| 名古屋 | 46% | 58% | 69% | 46% | 43% | 64% | 61% | 79% | 70% | 71% | 68% | 82% | 60% | 62% | 73% | 40% | 42% | 56% | 28% | 40% | 55% | 47% | 49% | 57% | 41% | 68% | 66% |
| 伊勢/志摩 | 6% | 10% | 21% | 1% | 1% | 6% | 11% | 20% | 23% | 26% | 18% | 36% | 15% | 12% | 27% | 7% | 6% | 14% | 3% | 4% | 10% | 3% | 4% | 11% | 2% | 5% | 9% |
| 飛騨/高山 | 4% | 8% | 22% | 3% | 1% | 7% | 3% | 12% | 15% | 15% | 18% | 45% | 6% | 6% | 24% | 3% | 4% | 12% | 2% | 6% | 13% | 3% | 10% | 16% | 2% | 5% | 14% |
| 関西 | 24% | 38% | 51% | 26% | 35% | 43% | 28% | 48% | 45% | 58% | 62% | | | 34% | 56% | 32% | 30% | 51% | 12% | 15% | 31% | 18% | 39% | 35% | 10% | 31% | 23% |
| 京都 | 53% | 71% | 77% | 54% | | 73% | 67% | 82% | 73% | 70% | 73% | 86% | 56% | 64% | 77% | 62% | 70% | 78% | 41% | 71% | 69% | 47% | 61% | 76% | 45% | | 66% |
| 奈良 | 19% | 39% | 56% | | 40% | | 46% | | 54% | | | 72% | | | 65% | 19% | | 43% | 5% | 20% | 37% | 8% | 20% | 41% | 4% | 20% | 26% |
| 大阪 | 59% | 76% | 82% | 52% | 71% | | 68% | 82% | 76% | 73% | 75% | 87% | 72% | 74% | 86% | 63% | 69% | 75% | 50% | 80% | 80% | 61% | 74% | 89% | 53% | | 77% |
| 神戸 | 41% | 56% | 64% | | | | | 77% | | 67% | | 73% | | | 65% | | | - | 30% | 49% | 53% | | - | | | | 57% |
| | | | | | 36% | | 59% | | | | | | | | | | 44% | 56% | | | | 36% | 56% | 62% | 33% | | |
| 広島 | 43% | 42% | 52% | | 28% | - | 53% | 55% | | 54% | 49% | 61% | | 30% | 45% | 47% | 37% | 53% | 32% | 44% | 51% | 41% | 37% | 51% | 42% | | 74% |
| 沖縄 | 45% | 57% | 68% | 48% | 44% | 57% | 60% | 66% | /1% | /1% | 72% | 80% | 68% | 68% | 74% | 37% | 48% | 59% | 40% | 51% | 51% | 39% | 46% | 62% | 31% | 46% | 60% |

(注)上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

- ・ 次に、<u>別府/湯布院への訪問意欲</u>をみると、韓国、台湾では10%を超え相応の水準にある。その一方で、東南アジアの国々では一桁台前半と低い状況にある**【図表12】**。
- ・ 訪日経験別にみると、認知度と同様に、訪日経験が増すと訪問意欲が高まる。訪日リピーターは日本各地の観光地をよく知っており、実際に訪問する意欲もある。訪日リピーターの別府/湯布院への訪問意欲は、韓国(22%)、台湾(15%)、タイ(12%)、香港(11%)で二桁に達する。ゴールデンルート周辺に次ぐ訪問先として、訪日リピーターに選ばれる観光地となるかどうかがカギとなる【図表 13】。

【図表 12】大分(別府/湯布院)への訪問意欲

(対象は全員、複数回答)

| | 全体 | 韓国 | 中国 | 台湾 | 香港 | タイ | シンガポール | マレーシア | インドネシア |
|--------|------|-----|-----|-----|-----|-----|------------|-------|--------|
| サンプル数 | 3809 | 473 | 495 | 489 | 492 | 482 | 457 | 468 | 453 |
| 福岡/博多 | 10% | 15% | 9% | 18% | 11% | 12% | 7% | 5% | 6% |
| 長崎 | 12% | 11% | 14% | 21% | 10% | 13% | 9% | 7% | 12% |
| 別府/湯布院 | 5% | 14% | 4% | 10% | 7% | 3% | 3% | 0% | 0% |
| 熊本/阿蘇 | 4% | 3% | 5% | 11% | 11% | 1% | 2% | 1% | 0% |
| 宮崎 | 6% | 5% | 10% | 13% | 8% | 3% | 2% | 3% | 2% |
| 鹿児島 | 10% | 5% | 17% | 29% | 20% | 4% | 3% | 3% | 2% |
| 市士 | 47% | 35% | 53% | 47% | 36% | 50% | 52% | 54% | 51% |
| 東京 | | | | | | 56% | 52% 50% | | |
| 富士山 | 47% | 30% | 61% | 47% | 27% | | | 52% | 52% |
| 北海道 | 43% | 25% | 51% | 60% | 45% | 43% | 52% | 43% | 21% |
| 札幌 | 22% | 32% | 21% | 30% | 24% | 24% | 18% | 11% | 11% |
| 名古屋 | 21% | 12% | 38% | 35% | 22% | 13% | 11% | 20% | 16% |
| 伊勢/志摩 | 3% | 1% | 3% | 8% | 5% | 2% | 2% | 1% | 0% |
| 飛騨/高山 | 3% | 1% | 1% | 12% | 5% | 1% | 2% | 1% | 0% |
| 関西 | 10% | 6% | 11% | 25% | 12% | 12% | 4% | 5% | 4% |
| 京都 | 32% | 23% | 49% | 43% | 26% | 37% | 24% | 27% | 25% |
| 奈良 | 12% | 9% | 25% | 24% | 15% | 10% | 5% | 3% | 2% |
| 大阪 | 35% | 24% | 40% | 42% | 32% | 39% | 32% | 36% | 34% |
| 神戸 | 16% | 12% | 28% | 26% | 15% | 12% | 11% | 12% | 11% |
| 広島 | 12% | 5% | 16% | 16% | 7% | 14% | 12% | 10% | 16% |
| 沖縄 | 24% | 23% | 31% | 39% | 34% | 19% | 19% | 16% | 12% |

(注) カラースケールを用いて色分けを実施している。(最小値)← (最大値)

【図表 13】訪日経験別にみた大分 (別府/湯布院) への訪問意欲 (対象は全員、複数回答)

| | | | A // | | | | | | | | | 7. hale | | | - | | | | | | 19 10 | | | | _ | | | _ |
|---|--------|------|------|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|-----|---------|----------|-----|----------|----------|-----|-----|----------|-----|-------|----------|-----|-----|----------|-----|-----|----------|
| | 回答者→ | | 全体 | | | 韓国 | | | 中国 | | | 台湾 | | | 香港 | | | タイ | | シン | ガポ- | _ | マ | レーシ | • | イン | ドネシ | |
| | 訪日経験→ | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 1回 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | 10 | 2回 以上 | なし | | 2回 以上 |
| | サンプル数 | 1943 | 850 | 1016 | 197 | 111 | 165 | 215 | 170 | 110 | 145 | 114 | 230 | 134 | 105 | 253 | 257 | 125 | 100 | 275 | 96 | 86 | 361 | 70 | 37 | 359 | 59 | 35 |
| | 福岡/博多 | 7% | 11% | 17% | 14% | 14% | 16% | 7% | 10% | 12% | 13% | 14% | 24% | 9% | 7% | 13% | 7% | 12% | 23% | 5% | 5% | 15% | 4% | 9% | 14% | 4% | 15% | 14% |
| | 長崎 | 9% | 11% | 18% | 9% | 8% | 15% | 13% | 12% | 19% | 14% | 17% | 27% | 5% | 9% | 13% | 12% | 9% | 23% | 8% | 9% | 13% | 6% | 10% | 11% | 10% | 20% | 23% |
| О | 別府/湯布院 | 2% | 5% | 13% | 9% | 12% | 22% | 0% | 4% | 9% | 4% | 5% | 15% | 2% | 3% | 11% | 0% | 3% | 12% | 1% | 3% | 7% | 0% | 3% | 0% | 0% | 2% | 0% |
| | 熊本/阿蘇 | 1% | 3% | 11% | 2% | 1% | 5% | 2% | 5% | 10% | 4% | 6% | 17% | 4% | 7% | 15% | 0% | 2% | 4% | 1% | 1% | 8% | 1% | 3% | 0% | 0% | 0% | 6% |
| | 宮崎 | 3% | 4% | 12% | 4% | 5% | 7% | 8% | 7% | 19% | 9% | 9% | 17% | 3% | 5% | 11% | 2% | 0% | 10% | 0% | 2% | 7% | 2% | 3% | 8% | 1% | 3% | 3% |
| | 鹿児島 | 5% | 10% | 20% | 3% | 4% | 7% | 10% | 18% | 29% | 22% | 26% | 34% | 20% | 10% | 24% | 2% | 3% | 8% | 1% | 3% | 8% | 2% | 6% | 8% | 0% | 3% | 11% |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 東京 | 50% | 43% | 44% | 35% | 37% | 33% | 52% | 52% | 55% | 46% | 46% | 48% | 38% | 30% | 37% | 50% | 41% | 62% | 56% | 48% | 45% | 56% | 49% | 43% | 53% | 42% | 46% |
| | 富士山 | 50% | 45% | 42% | 27% | 26% | 35% | 64% | 59% | 57% | 54% | 39% | 46% | 26% | 27% | 27% | 58% | 53% | 53% | 50% | 50% | 51% | 53% | 53% | 41% | 51% | 51% | 66% |
| | 北海道 | 40% | 44% | 47% | 21% | 25% | 28% | 52% | 55% | 45% | 63% | 53% | 62% | 43% | 40% | 49% | 43% | 40% | 48% | 51% | 54% | 55% | 42% | 43% | 43% | 20% | 25% | 23% |
| | 札幌 | 15% | 22% | 35% | 25% | 30% | 40% | 13% | 24% | 32% | 23% | 18% | 41% | 19% | 19% | 30% | 20% | 24% | 35% | 12% | 27% | 29% | 9% | 14% | 30% | 9% | 14% | 29% |
| | 名古屋 | 18% | 22% | 26% | 11% | 8% | 16% | 31% | 44% | 40% | 34% | 27% | 39% | 24% | 18% | 22% | 9% | 12% | 22% | 8% | 11% | 20% | 21% | 20% | 16% | 14% | 20% | 26% |
| | 伊勢/志摩 | 1% | 2% | 7% | 0% | 0% | 2% | 1% | 5% | 5% | 3% | 4% | 12% | 0% | 3% | 8% | 2% | 0% | 5% | 1% | 2% | 6% | 0% | 1% | 3% | 0% | 0% | 3% |
| | 飛騨/高山 | 1% | 2% | 8% | 1% | 0% | 2% | 0% | 2% | 3% | 3% | 7% | 20% | 1% | 0% | 9% | 1% | 1% | 2% | 0% | 2% | 5% | 0% | 3% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| | 関西 | 6% | 12% | 17% | 2% | 6% | 10% | 7% | 16% | 9% | 22% | 22% | 29% | 5% | 10% | 17% | 8% | 14% | 22% | 3% | 4% | 9% | 4% | 10% | 14% | 2% | 10% | 9% |
| | 京都 | 28% | 37% | 36% | 20% | 23% | 28% | 41% | 58% | 52% | 43% | 36% | 47% | 26% | 24% | 26% | 36% | 38% | 41% | 18% | 29% | 35% | 25% | 37% | 24% | 22% | 41% | 31% |
| | 奈良 | 6% | 14% | 23% | 5% | 5% | 18% | 18% | 31% | 29% | 14% | 18% | 33% | 10% | 10% | 20% | 7% | 9% | 20% | 1% | 6% | 17% | 1% | 7% | 16% | 1% | 7% | 6% |
| | 大阪 | 33% | 38% | 38% | 20% | 29% | 27% | 35% | 44% | 42% | 43% | 36% | 45% | 29% | 29% | 36% | 36% | 38% | 46% | 28% | 43% | 34% | 36% | 39% | 30% | 32% | 44% | 34% |
| | 神戸 | 11% | 16% | 25% | 6% | 7% | 21% | 23% | 27% | 37% | 18% | 21% | 33% | 13% | 6% | 20% | 9% | 11% | 23% | 7% | 15% | 22% | 10% | 21% | 16% | 9% | 20% | 14% |
| | 広島 | 11% | 10% | 16% | 4% | 3% | 8% | 13% | 13% | 27% | 11% | 14% | 20% | 6% | 4% | 9% | 13% | 10% | 21% | 8% | 15% | 20% | 10% | 14% | 11% | 16% | 12% | 26% |
| | 沖縄 | 20% | 26% | 32% | 22% | 19% | 26% | 27% | 32% | 37% | 41% | 34% | 40% | 32% | 31% | 35% | 16% | 19% | 27% | 16% | 28% | 20% | 15% | 14% | 27% | 10% | 17% | 20% |

(注) この質問は「認知度」の質問において「知っている観光地」の中で「実際に行ってみたい所」を 尋ねたものである。上位5項目を赤、橙または黄色で塗りつぶした。

(3) 日本への旅行形態 ~団体か個人旅行かは国・地域で傾向が分かれる~

・ 日本への旅行形態については、全体では、ガイド付きパック旅行(計 52%)とそれ以外(計 48%)がほぼ半々だが、それぞれの国・地域により傾向は分かれている。台湾、タイ、中国では、ガイド付きパック旅行が根強いが、シンガポール、香港、マレーシアでは個人手配の割合が最も高く、個人旅行(FIT⁶)化の傾向が顕著である【図表 14】。

【図表 14】日本への旅行形態 (ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く)

| 回答者→ | 全体 | 韓国 | 中国 | 台湾 | 香港 | タイ | シンガポール | マレーシア | インドネシア |
|----------------------------|------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-------|--------|
| サンプル数 | 1678 | 240 | 256 | 319 | 344 | 208 | 162 | 83 | 66 |
| ガイド付きパック旅行 (自由行動日なし) | 35% | 32% | 40% | 45% | 23% | 42% | 27% | 27% | 38% |
| ガイド付きパック旅行 (自由行動日あり) | 17% | 8% | 21% | 20% | 17% | 19% | 14% | 19% | 17% |
| 航空券とホテルのみが セットになったパック旅行 | 17% | 23% | 17% | 12% | 24% | 11% | 12% | 18% | 20% |
| 航空券とホテルを個別に 手配 | 26% | 26% | 18% | 19% | 32% | 24% | 45% | 31% | 18% |
| 航空券のみを出発前に手配(宿泊先は現地で手配) | 5% | 12% | 4% | 3% | 3% | 4% | 2% | 5% | 8% |

(注) この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行のスタイルを尋ねたものである。

カラースケールを用いて色分けを実施している。(最小値) (最大値)

⁶ Foreign Independent Tour の略称で、海外個人旅行をいう。

(4) 日本旅行を選んだ理由 ~上位5項目全てが大分の魅力~

・ 日本旅行を選んだ理由については、「日本食」、「景観」、「温泉」、「治安」、「文化・歴史」の5項目が主な理由となっており、大分でシェアの高い韓国は「渡航時間の短さ」を 挙げる割合が高い【図表15】。

【図表 15】日本旅行を選んだ理由

(対象は訪日経験者、複数回答)

| 回答者→ | 全 | 体 | 韓 | 国 | 中 | 国 | 台 | 湾 | 香 | 港 | タ | 1 | シンガ | ポール | マレー | -シア | インド | ネシア |
|--------------------------------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|
| 理由\訪日経験 | 10 | 2回 以上 |
| サンプル数 | 851 | 1016 | 112 | 165 | 170 | 110 | 114 | 230 | 105 | 253 | 125 | 100 | 96 | 86 | 70 | 37 | 59 | 35 |
| 日本食に関心があったから | 50% | 54% | 28% | 34% | 45% | 51% | 41% | 53% | 56% | 63% | 66% | 69% | 53% | 55% | 56% | 51% | 61% | 63% |
| 日本の自然や風景に関心があったから | 47% | 48% | 27% | 31% | 58% | 60% | 45% | 50% | 27% | 46% | 60% | 58% | 45% | 40% | 56% | 54% | 63% | 66% |
| 日本の温泉に関心があったから | 39% | 42% | 29% | 34% | 55% | 54% | 36% | 39% | 30% | 47% | 48% | 45% | 29% | 34% | 40% | 35% | 32% | 46% |
| 治安が良いから | 34% | 43% | 21% | 22% | 33% | 37% | 40% | 56% | 32% | 44% | 42% | 58% | 28% | 37% | 46% | 38% | 31% | 46% |
| 日本の文化・歴史に関心があったから | 37% | 37% | 21% | 19% | 39% | 45% | 40% | 41% | 24% | 29% | 46% | 55% | 34% | 35% | 40% | 51% | 66% | 71% |
| 日本でのショッピングに関心があった から | 33% | 39% | 9% | 18% | 42% | 49% | 31% | 36% | 40% | 51% | 42% | 44% | 26% | 41% | 30% | 35% | 37% | 37% |
| 日本の世界遺産に関心があったから | 27% | 27% | 8% | 11% | 29% | 34% | 22% | 30% | 19% | 23% | 43% | 48% | 24% | 17% | 27% | 35% | 53% | 57% |
| 直行便があったから | 22% | 30% | 13% | 20% | 29% | 34% | 22% | 34% | 11% | 31% | 34% | 36% | 16% | 22% | 27% | 30% | 19% | 40% |
| 友人・知人の勧めがあったから | 25% | 22% | 25% | 22% | 25% | 35% | 36% | 23% | 21% | 16% | 25% | 25% | 20% | 20% | 24% | 19% | 27% | 26% |
| 渡航時間が短かったから | 21% | 26% | 34% | 38% | 28% | 29% | 21% | 28% | 14% | 20% | 18% | 31% | 14% | 12% | 11% | 14% | 14% | 20% |
| 日本のファッション、ゲーム、アニメに 関心があったから | 19% | 22% | 8% | 9% | 24% | 37% | 17% | 16% | 13% | 30% | 17% | 25% | 20% | 10% | 27% | 27% | 27% | 40% |
| 日本の科学・技術に関心があったから | 21% | 18% | 5% | 8% | 25% | 35% | 13% | 12% | 10% | 15% | 29% | 27% | 16% | 12% | 33% | 30% | 49% | 54% |
| 日本の鉄道に関心があったから | 17% | 21% | 1% | 4% | 16% | 20% | 14% | 20% | 13% | 22% | 27% | 36% | 7% | 19% | 23% | 27% | 44% | 43% |
| 価格が安かったから | 18% | 19% | 17% | 18% | 9% | 13% | 14% | 14% | 15% | 24% | 23% | 18% | 30% | 26% | 23% | 24% | 19% | 9% |
| 家族の勧めがあったから | 18% | 17% | 12% | 10% | 12% | 19% | 24% | 20% | 17% | 15% | 18% | 18% | 24% | 19% | 17% | 8% | 25% | 26% |
| 新聞・雑誌で見たから | 12% | 14% | 3% | 5% | 13% | 26% | 10% | 11% | 10% | 13% | 14% | 18% | 11% | 10% | 21% | 22% | 15% | 29% |
| LCC便があったから | 12% | 12% | 4% | 5% | 8% | 19% | 5% | 9% | 7% | 9% | 20% | 25% | 7% | 5% | 26% | 16% | 41% | 29% |
| ネット広告、ブログ・SNSで評判が良 かったから | 11% | 12% | 5% | 13% | 16% | 27% | 11% | 10% | 7% | 4% | 14% | 19% | 1% | 5% | 14% | 8% | 24% | 20% |
| キャンペーンをしていたから | 10% | 11% | 2% | 3% | 5% | 12% | 4% | 5% | 10% | 14% | 17% | 14% | 9% | 12% | 24% | 24% | 27% | 29% |
| TV(CM)で見たから | 11% | 9% | 2% | 8% | 18% | 23% | 3% | 5% | 5% | 5% | 19% | 15% | 11% | 10% | 14% | 8% | 20% | 20% |
| 日本でのスポーツに関心があったから | 6% | 7% | 2% | 4% | 9% | 12% | 6% | 7% | 3% | 6% | 6% | 7% | 3% | 5% | 6% | 8% | 10% | 29% |

⁽注) この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行の際に、旅行先として日本を選んだ理由を尋ねたものである。上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

(5) 日本旅行で満足した点/不満だった点 ~言語、Wi-Fi 等が課題~

- ・ 日本旅行で満足した点については、日本旅行を選んだ理由とほぼ同様で、「日本料理」、 「自然や風景」、「温泉」がトップ3で、「自分の好物」、「リーズナブルで清潔な施設で の宿泊」が続く【図表 16】。
- 日本旅行で不満だった点については、「英語の通用度」、「母国語の通用度」、「旅行代金」 に加え、「携帯電話や通信機器の利便性(Wi-Fi 等の通信環境)」、「外貨両替」や「免税 制度」といった「旅行する環境」に対する不満も多い【図表 17】。

【図表 16】日本旅行で満足したこと (対象は訪日経験者、各自5項目まで選択)

| 回答者→ | 全 | 体 | 韓 | 国 | 中 | 国 | 台 | 湾 | 香 | 港 | 5 | ' | シンガ | ポール | マレ- | ーシア | インド | ネシア |
|------------------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|
| 満足した点へ訪日経験 | 10 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 1回 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 1回 | 2回 以上 |
| サンプル数 | 851 | 1016 | 112 | 165 | 170 | 110 | 114 | 230 | 105 | 253 | 125 | 100 | 96 | 86 | 70 | 37 | 59 | 35 |
| 日本料理 | 47% | 46% | 55% | 54% | 44% | 38% | 45% | 40% | 53% | 50% | 26% | 24% | 60% | 65% | 50% | 59% | 53% | 40% |
| 自然や風景の見物 | 36% | 32% | 36% | 38% | 41% | 31% | 37% | 33% | 28% | 32% | 38% | 29% | 40% | 35% | 31% | 22% | 29% | 26% |
| 温泉への入浴 | 28% | 33% | 35% | 37% | 38% | 33% | 21% | 34% | 35% | 36% | 29% | 29% | 24% | 31% | 14% | 22% | 8% | 17% |
| 自分の好物 | 21% | 25% | 13% | 15% | 25% | 26% | 25% | 33% | 33% | 36% | 28% | 23% | 14% | 13% | 11% | 11% | 3% | 6% |
| リーズナブルで清潔な施設での宿泊 | 24% | 20% | 33% | 30% | 11% | 11% | 17% | 17% | 17% | 19% | 33% | 18% | 28% | 12% | 33% | 30% | 31% | 31% |
| 治安の良さ | 19% | 21% | 19% | 16% | 15% | 12% | 24% | 27% | 15% | 26% | 15% | 12% | 24% | 20% | 27% | 32% | 14% | 11% |
| 清潔さ | 18% | 20% | 22% | 22% | 14% | 9% | 27% | 24% | 24% | 29% | 7% | 11% | 22% | 10% | 16% | 14% | 12% | 3% |
| 有名な史跡や歴史的な建築物の見物 | 20% | 16% | 34% | 21% | 20% | 15% | 27% | 20% | 16% | 12% | 10% | 16% | 17% | 9% | 13% | 11% | 15% | 9% |
| 安くておいしい料理 | 17% | 18% | 20% | 22% | 8% | 7% | 12% | 20% | 15% | 10% | 29% | 30% | 14% | 28% | 20% | 16% | 22% | 14% |
| 桜の観賞 | 15% | 18% | 3% | 5% | 22% | 26% | 10% | 15% | 10% | 17% | 20% | 30% | 13% | 22% | 19% | 24% | 27% | 29% |

(注) この質問は訪日経験者を対象に、日本旅行で最も満足したことを尋ねたものであり、68の選択肢の うち、回答の多い上位10項目を並べたものである。上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

【図表 17】日本旅行で最も不満だった点 (対象は訪日経験者、各自 5 項目まで選択)

| 回答者→ | 全 | :体 | 韓 | 国 | 中 | 国 | 台 | 湾 | 香 | 港 | 9 | <u>ا</u> | シンガ | ポール | マレ- | ーシア | インド | ネシア |
|--------------------------------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|
| 不満だった点〜訪日経験 | 10 | 2回 以上 | 1回 | 2回 以上 | 1回 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 1回 | 2回 以上 | 1回 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 10 | 2回 以上 | 1回 | 2回 以上 |
| サンプル数 | 846 | 1014 | 112 | 165 | 169 | 110 | 114 | 230 | 105 | 253 | 124 | 99 | 96 | 85 | 69 | 37 | 57 | 35 |
| 英語の通用度 | 24% | 28% | 26% | 24% | 18% | 15% | 24% | 33% | 33% | 38% | 14% | 16% | 39% | 34% | 20% | 32% | 18% | 0% |
| 母国語の通用度 | 24% | 25% | 21% | 24% | 30% | 19% | 25% | 26% | 32% | 31% | 16% | 16% | 27% | 27% | 25% | 30% | 11% | 3% |
| 旅行代金 | 22% | 25% | 31% | 28% | 28% | 15% | 24% | 30% | 17% | 28% | 15% | 11% | 28% | 29% | 16% | 24% | 9% | 9% |
| ギャンブルやショー体験 | 14% | 16% | 7% | 9% | 14% | 15% | 13% | 16% | 10% | 14% | 19% | 35% | 17% | 15% | 14% | 11% | 18% | 26% |
| ナイトライフ(バーやクラブ、ナイトマー ケット等)体験 | 15% | 14% | 13% | 11% | 8% | 8% | 19% | 19% | 13% | 13% | 23% | 21% | 15% | 9% | 17% | 8% | 18% | 23% |
| 携帯電話や通信機器の利便性(Wi-Fi 等の通信環境) | 12% | 14% | 10% | 13% | 14% | 12% | 20% | 19% | 11% | 15% | 5% | 6% | 16% | 14% | 9% | 8% | 4% | 9% |
| ブランド品や宝飾品のショッピング | 13% | 13% | 14% | 13% | 7% | 4% | 22% | 16% | 7% | 11% | 19% | 14% | 11% | 16% | 12% | 8% | 12% | 17% |
| 外貨両替 | 11% | 13% | 7% | 10% | 17% | 10% | 18% | 16% | 10% | 17% | 6% | 7% | 10% | 13% | 7% | 14% | 9% | 3% |
| 免税制度 | 10% | 14% | 5% | 8% | 16% | 11% | 17% | 19% | 11% | 21% | 6% | 8% | 7% | 4% | 6% | 11% | 7% | 3% |
| 日本の人々と交流 | 13% | 9% | 19% | 14% | 24% | 13% | 14% | 7% | 12% | 10% | 6% | 7% | 7% | 6% | 9% | 5% | 2% | 9% |

(注) この質問は訪日経験者を対象に、日本旅行で不満だったことを尋ねたものであり、68の選択肢のう ち、回答の多い上位10項目を並べたものである。上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

(6)日本の情報の収集方法 ~口コミ情報を重視~

・ 日本の情報の収集方法については、いずれの国・地域においても、幅広い媒体から情報を収集している。ガイドブックや旅行専門雑誌といった紙媒体に加え、友人、家族・親戚から情報を収集している。「個人ブログ」、「Trip Advisor などの口コミサイト」を挙げる割合も高い【図表 18】。

【図表 18】日本旅行前の情報収集方法

(対象は訪日経験者、複数回答)

| 回答者→ | 全 | 体 | 韓 | 国 | 中 | 国 | 台 | 湾 | 香 | 港 | タ | イ | シンガ | ポール | マレー | -シア | インド | ネシア |
|-----------------------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|
| 情報収集方法\訪日経験 | 10 | 2回 以上 |
| サンプル数 | 851 | 1016 | 112 | 165 | 170 | 110 | 114 | 230 | 105 | 253 | 125 | 100 | 96 | 86 | 70 | 37 | 59 | 35 |
| 旅行ガイドブック | 37% | 41% | 31% | 30% | 32% | 38% | 42% | 38% | 41% | 51% | 42% | 45% | 24% | 36% | 47% | 30% | 44% | 49% |
| 友人 | 39% | 37% | 34% | 28% | 40% | 47% | 37% | 38% | 46% | 38% | 38% | 32% | 35% | 35% | 39% | 41% | 49% | 46% |
| 旅行専門雑誌 | 31% | 35% | 16% | 17% | 39% | 48% | 32% | 32% | 36% | 48% | 32% | 43% | 11% | 13% | 31% | 32% | 46% | 43% |
| 家族·親戚 | 32% | 32% | 18% | 24% | 34% | 44% | 40% | 37% | 27% | 31% | 26% | 31% | 33% | 26% | 43% | 24% | 44% | 26% |
| 日本政府観光局(又は観 光庁)のHP | 26% | 35% | 13% | 13% | 26% | 41% | 24% | 33% | 16% | 44% | 26% | 39% | 35% | 35% | 41% | 54% | 42% | 51% |
| 旅行会社のHP | 26% | 28% | 25% | 34% | 29% | 38% | 19% | 16% | 19% | 31% | 30% | 34% | 23% | 23% | 29% | 19% | 36% | 31% |
| 個人ブログ | 22% | 26% | 29% | 30% | 17% | 21% | 31% | 30% | 19% | 25% | 30% | 33% | 5% | 12% | 23% | 22% | 27% | 26% |
| Trip Adviserなどのロコミサイト | 23% | 22% | 7% | 12% | 39% | 41% | 10% | 14% | 16% | 18% | 29% | 29% | 21% | 30% | 21% | 32% | 32% | 43% |
| テレビ番組 | 21% | 23% | 4% | 16% | 20% | 33% | 26% | 24% | 21% | 21% | 27% | 23% | 18% | 23% | 23% | 24% | 32% | 23% |
| 職場の同僚 | 22% | 20% | 14% | 12% | 27% | 28% | 14% | 22% | 20% | 17% | 26% | 23% | 17% | 24% | 29% | 30% | 32% | 26% |
| 旅行会社カウンター | 21% | 21% | 13% | 15% | 30% | 32% | 23% | 16% | 21% | 19% | 23% | 32% | 13% | 19% | 17% | 24% | 19% | 29% |
| 旅行会社のパンフレット | 19% | 19% | 8% | 15% | 24% | 27% | 30% | 21% | 19% | 19% | 10% | 8% | 16% | 22% | 23% | 16% | 20% | 20% |
| 自治体や観光協会など地 域の公式HP | 14% | 18% | 2% | 3% | 15% | 21% | 5% | 11% | 16% | 27% | 16% | 19% | 18% | 21% | 26% | 38% | 19% | 37% |
| SNS・ツイッター | 13% | 19% | 6% | 13% | 29% | 38% | 1% | 3% | 18% | 33% | 5% | 8% | 3% | 3% | 6% | 11% | 36% | 60% |
| チラシ広告、キャンペーン | 15% | 14% | 4% | 6% | 15% | 18% | 8% | 15% | 9% | 12% | 16% | 17% | 17% | 16% | 34% | 27% | 27% | 29% |
| 日本にいる家族・知人 | 13% | 14% | 11% | 15% | 12% | 20% | 6% | 10% | 5% | 9% | 14% | 22% | 20% | 13% | 13% | 22% | 31% | 37% |
| 新聞 | 11% | 13% | 1% | 4% | 14% | 21% | 9% | 10% | 11% | 18% | 9% | 14% | 11% | 16% | 17% | 14% | 19% | 17% |
| その他 | 1% | 2% | 4% | 3% | 1% | 0% | 1% | 1% | 0% | 1% | 1% | 1% | 1% | 3% | 1% | 5% | 2% | 0% |

⁽注) この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行の際に、どのように日本の情報を収集したかを 尋ねたものである。上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

(7) 日本旅行でのショッピング ~買い物で多様な店舗を利用~

・ 日本旅行で買い物をする場所については、「ショッピングモール」や「観光地の土産物屋」、 「百貨店」の人気が高い。「スーパーマーケット」、「コンビニエンスストア」、「空港」、「100 円ショップ」、「大型のディスカウントストア」、「ドラッグストア」といった店舗も訪日外 国人旅行者が買い物で訪れる割合が高い【図表 19】。

【図表 19】日本で買い物をした場所

(対象は訪日経験者、複数回答)

| 回答者→ | 全 | 体 | 韓 | 国 | 中 | 国 | 台 | 湾 | 香 | 港 | タ | 1 | シンガ | ポール | マレー | ーシア | インド | ネシア |
|-------------------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|-----|----------|
| 訪日経験→ | 10 | 2回 以上 |
| サンプル数 | 851 | 1016 | 112 | 165 | 170 | 110 | 114 | 230 | 105 | 253 | 125 | 100 | 96 | 86 | 70 | 37 | 59 | 35 |
| ショッピングモール | 53% | 56% | 30% | 37% | 62% | 70% | 37% | 45% | 65% | 72% | 48% | 38% | 74% | 70% | 60% | 65% | 51% | 60% |
| 観光地の土産物屋 | 53% | 56% | 51% | 45% | 46% | 50% | 49% | 58% | 47% | 61% | 63% | 65% | 46% | 38% | 51% | 62% | 85% | 83% |
| 百貨店 | 45% | 55% | 22% | 33% | 44% | 42% | 31% | 48% | 65% | 77% | 52% | 58% | 56% | 69% | 50% | 65% | 41% | 29% |
| スーパーマーケット | 43% | 56% | 21% | 31% | 36% | 35% | 37% | 58% | 63% | 80% | 39% | 48% | 64% | 60% | 49% | 59% | 47% | 54% |
| コンビニエンスストア | 42% | 53% | 41% | 42% | 28% | 28% | 49% | 56% | 53% | 76% | 42% | 50% | 46% | 43% | 51% | 54% | 41% | 40% |
| 空港 | 42% | 54% | 40% | 56% | 46% | 49% | 42% | 55% | 34% | 57% | 49% | 48% | 45% | 59% | 39% | 54% | 29% | 29% |
| 100円ショップ | 35% | 45% | 30% | 44% | 14% | 21% | 22% | 28% | 36% | 66% | 54% | 56% | 44% | 43% | 44% | 57% | 54% | 43% |
| 大型のディスカウント ストア | 34% | 38% | 19% | 36% | 41% | 44% | 21% | 30% | 30% | 42% | 46% | 38% | 26% | 34% | 44% | 46% | 44% | 49% |
| ドラッグストア | 24% | 44% | 18% | 25% | 28% | 31% | 45% | 68% | 41% | 68% | 14% | 15% | 11% | 23% | 13% | 16% | 10% | 11% |

(注)本ページの設問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行の際のショッピングについて尋ねたものである。カラースケールを用いて色分けを実施している。(最小値)**★★★**(最大値)

3. 国内先進地事例調査

・ 本章では、大分のインバウンド観光戦略への示唆を得るべく、個人旅行(FIT)を含め 外国人旅行者で賑わう国内3地域(京都府京都市、岐阜県高山市、和歌山県田辺市) について事例紹介したい。

(1) 事例調査1【京都府京都市】~「ワールドベストシティ」ランキンング世界第1位~

| | た 【泉都府泉都巾】~ 「ワールト ^ ストシエイ】 フクキンンク 世界第 位~ |
|--------|--|
| | 京都市(人口 147 万人) |
| | ▶ 観光客数 5, 162 万人(2013 年) |
| インバウンド | ▶ 外国人宿泊客数 113 万人(2013 年) |
| 観光の現状 | ▶ 出発地別外国人旅行者(2013年) |
| | アジア 46%、ヨーロッパ 22%、北米 16%、オセアニア 7% |
| | > 「トラベル・アンド・レジャー」誌「ワールドベストアワード2014」 |
| | 「ワールドベストシティ」ランキングで世界第1位に(2014年7月) |
| | ▶ 「京都観光振興計画 2020」(2014 年 10 月策定) |
| | ○ 目指す姿:「世界があこがれる観光都市」 |
| 取組の概要 | ○ 計画目標: |
| | ①京都を再び訪れたいという「再来訪意向」、親しい友人に京都観 |
| | 光を勧めたいと思う「紹介意向」について、毎年着実に評価を向 |
| | 上させ、より 100%に近づける。とりわけ、「大変そう思う」の回 |
| | 答割合について、日本人、外国人とも80%以上を目指す。 |
| | ②「京都のおもてなし度」について、新たに日本人・外国人にお聞 |
| | きし、毎年着実に評価を向上させ、より 100%に近づける。とり |
| | わけ、「大変そう思う」の回答割合について、日本人、外国人と |
| | も 80%以上を目指す。 |
| | ③外国人宿泊客数年間 300 万人を目指す。 |
| | ④観光に関連する京都の観光消費額年間1兆円を目指す。 |
| | ○ 計画の4つの柱と施策(191 事業) |
| | ① 人づくり、まちづくり ~おもてなし・やすらぎ・しつらい~ |
| | ② 魅力の向上、誘致手法 ~きらめき・いざない~ |
| | ③ 魅力の発信、コミュニケーション ~ひびき・ひろがり~ |
| | ④ MICE ⁷ 戦略 ~つどい~ |
| | ○ 世界的なスポーツイベントの集中開催で、世界から日本への関心が高まる |
| | 機会を捉え策定。併せて「京都市 MICE 戦略 2020」も策定。 |
| | 多様な国・地域から外国人旅行者が来訪。 |
| 大分への示唆 | ▶ 最近の具体的取組として、京都 Wi-Fi の新たな展開(簡単な認証方法 |
| | へ)、外国人旅行者向け京都観光ウェブサイト全面リニューアル、緊急時の一次対 |
| | 応を行う多言語コールセンターの充実等。その他多数の取組を実施中。 |
| | |

⁷ M (Meeting)、I (Incentive tour)、C (Convention)、E (Event・Exhibition) の4つの頭文字をとった 造語。

(2) 事例調査2【岐阜県高山市】~人口の2倍以上の外国人旅行者が来訪~

| | 高山市(人口9万人) |
|--------|---|
| | ➤ 観光客数 395 万人 (2013 年) |
| インバウンド | ▶ 外国人宿泊客数 22.5 万人(2013 年)→26 万人(2014 年) |
| 観光の現状 | 人口の 2 倍以上の外国人旅行者が来訪 |
| | ▶ 出発地別外国人旅行者(2013年) |
| | アジア 70%、ヨーロッパ 16%、北米 6%、オセアニア 6% |
| | ▶ 震災前はヨーロッパ、北米、オセアニアのシェア(4 割超)が高かっ |
| | たが、震災後の欧米の落ち込みをアジアの急伸で補完 |
| | ▶ 「ミシュラン・ボワイヤジェ・プラティック・ジャポン」で三つ星に(2007年) |
| | ▶ 「高山市海外戦略ビジョン」(2012年2月策定) |
| | ○ 海外とのつながりによる活気と誇りに満ちた国際都市「飛騨高山」 |
| 取組の概要 | ▶ 高山市海外戦略室の取組 |
| | ○ 国際観光都市飛騨高山 ゆくたび感動! |
| | ~住みよいまちは 行きよいまち~ |
| | ○ 周辺9町村と合併(2005年2月)、日本一広い市(2,177㎢) |
| | 〇 具体的な取組 |
| | ①多彩な観光資源を活用した観光のまちづくり |
| | ✔ 四季ごとの資源を活用(春・夏・秋・冬の自然) |
| | ✔ 地域資源等の活用(古い町並、温泉、祭、食、工芸) |
| | ✔ 近隣観光地との連携(北陸、長野、下呂等) |
| | ②外国人が安心して一人歩きできるまちづくり |
| | ✔ ビジット・ジャパン案内所(JR 高山駅前) |
| | ✔ 町中に溢れる多言語併記の誘導案内板(支柱型・埋込型) |
| | ✔ 「おもてなしの匠 心得帳」の市内事業者への配布 |
| | ✓ 外国語パンフレット(6言語)、散策マップ(11言語) |
| | ✓ 観光ホームページの多言語化(11 言語) |
| | ✓ Free Wi-Fi Takayamaの整備 |
| | ③バリアフリーのまちづくり |
| | ✔ 高齢者等に加え、外国人にとってもバリアフリーのまち |
| | ▶ 多様な国・地域から外国人旅行者が来訪。 |
| | ▶ 外国人が安心して一人歩きできるまちづくりを目指す。 |
| 大分への示唆 | > 多言語併記の案内表示等の徹底した取組、古い町並の保存、市民レベ |
| | ルでの外国人のおもてなしなど、地域一体での取組の歴史あり。 |
| | ▶ 情報発信・受入体制では、①Free Wi-Fi Takayama の整備、②観光ホーム |
| | ページの多言語化(11 言語)等を実施。 |

(3) 事例調査3【和歌山県田辺市】~遠くてもFIT客を惹きつける熊野古道~

| | 田辺市(人口8万人) | |
|---------------|---|----------|
| | ▶ 観光客数 362 万人 (2013 年) | |
| インバウンド | ▶ 外国人宿泊客数 5, 480 名 (2013 年) →11, 852 名 (2014 年) | |
| 観光の現状 | 民宿を中心に外国人の個人旅行者(FIT 客)が宿泊 | |
| Buy a v Sun (| 日帰り、近隣の白浜温泉宿泊等を含めると多数来訪 | |
| | ➤ 田辺市熊野ツーリズムビューロー インターネット予約システム海外利用者 | |
| | 1 オーストラリア、2 アメリカ、3 付きリス、4 スペーイン、5 フランス 合計 48 ヶ国 | |
| | ▶ 世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)「明日へのツーリズム賞」ファイナリスト選定 | |
| | ► 「世界遺産の賞味期限=3年説」を覆す事例として注目を集める | |
| | ► 経緯 | \dashv |
| | ○ 2005 年 市町村合併により、新田辺市誕生 | |
| 取組の概要 | 田辺市観光協会連絡協議会設立(5観光協会で構成) | |
| 以此少八成安 | ○ 2006 田辺市熊野ツーリズムビューロー設立 | |
| | ○ 2010 法人格(一般社団法人)取得 | |
| | が行業法に基づく第2種旅行業取得 | |
| | インターネット予約システム開始 | |
| | ○ 2011 「シシュラン・グリーン・ジャポン」で熊野古道と熊野本宮大社が | |
| | 三つ星に選定 | |
| | ─ つ生に感だ○ 2012 世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)「明日へのツーリズム賞」 | |
| | 7ァイナリスト選定 | |
| | ○ 2014 田辺市とサンティアゴ・デ・コンポステーラ市(スペイン)が | |
| | 観光交流協定を締結 | |
| | ► 「田辺市観光アクションプラン」 (2013/3) | |
| | ① 熊野古道を田辺市の観光の地域ブランドとして強化 | |
| | ② 温泉とウォークと食をキーワードとした誘客促進 | |
| | ③ 着地型観光8を軸とした情報発信と受入地のレベルアップ | |
| | ▶ 田辺市熊野ツーリズムビューローの理念 | |
| | ① 「ブーム」より「ルーツ」 | |
| | ② 「乱開発」より「保全・保存」 | |
| | ③ 「マス」より「個人」 | |
| | ④ 「世界に開かれた観光地」を目指す | |
| | ▶ 多様な国・地域、特に欧米・オーストラリアから外国人旅行者が来訪。 | \dashv |
| | ▶ FIT 客向け着地型観光に取組み、持続可能で質の高い観光地を目指す | |
| 大分への示唆 | ► 情報発信・受入体制では、カナダ出身のプラッド氏を中心に、看板等のあ | - |
| | 語表記不備の見直し、多言語ホームページ・観光パンフ、メディア取材等に対応 | ` |
| | ▶ 現地のレベルアップとして、外国人受入セミナー、指差しツール作成等の民宿等 | - |
| | ポート、語り部・ガイド研修、共通エリアマップ作成等を実施。 | |
| | · () #日 / #P / 11 //IP/ 八型: //: //: I // T // | |

8 旅行先の地域が主体となって地域の良さをアピールし旅行プランなどを組み立て集客を図る観光形態。

4. 7つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略

- ・ 本章では、最後のまとめとして、大分のインバウンド観光統計及び2つの調査結果を もとに、今後の大分のインバウンド観光戦略について分析・検討することとしたい。
- ・ 分析に際し、アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(以下、DBJアンケート 調査という)のポイントを一覧表で再整理するとともに【図表20】、国内先進地3事例 (京都市、高山市、田辺市)の共通点について整理した【図表21】。

(1) 大分のインバウンド観光の現状と今後の方向性

- ・ 日本のインバウンド観光は、全国、九州とも3年連続で高い伸びとなっている。また、 DBJアンケート調査によると、日本旅行はアジア8地域全体で人気トップの評価を 得ている【図表20】。今後減少が見込まれる国内観光需要の補完に加えて、外貨の獲得 や地域の雇用創出にも寄与し得ることから、国内各地域にとってインバウンド観光に 積極的に取組む意義は高い。
- ・ 大分の外国人延べ宿泊客数は、人口 1,000 人あたりで見ると九州一の実績(2013 年)を挙げており、インバウンド観光は既に大分の重要産業の一つとなっている。
- ・ 大分の外国人延べ宿泊客数を国籍別に見ると、主力の韓国客の動向によって左右される特徴があるものの、最近では、台湾、香港、中国、タイ等からの旅行者が増加し、国・地域の多様化が進みつつある。大分が韓国客から人気を得ているのは、韓国との地道な関係づくりや留学生の活用等によるものであり、韓国人の中には大分のリピーターも多い。この韓国客をベースに、訪日観光ビザが免除された東南アジアを含むアジア各国、現在はあまり多くはない欧米、豪州等も含め、国・地域の多様化をさらに進め、インバウンド観光の需要を積極的に取り込んでいくことが肝要だろう。
- ・ また、訪日外国人旅行者の国・地域の多様化は、突発的な事件や事故といった特殊要 因に左右されにくい安定的なインバウンド観光需要の確保にもつながる【図表 21】。
- ・ DBJアンケート調査で見た大分 (別府/湯布院) の認知度と訪問意欲の点については、 ゴールデンルート周辺に次ぐ訪問先として、訪日リピーターに選ばれる観光地になり うるかどうかがカギとなる。日本旅行を選んだ理由の上位 5 項目全てが大分の魅力と 重なるというアドバンテージを活かし、情報発信、受入体制整備に引き続き注力して いくことが求められる【図表 20】。
- ・ 観光産業は、旅行業、宿泊業に加えて、運輸業、飲食業、農業、小売業など裾野の広い産業と言われる。小売業の中でも、外国人の高額消費で話題の百貨店、家電量販店だけでなく、最近では、まちなかや郊外の中小店舗にまで対象が広がってきている。 観光産業を明確にビジネスとして捉える意識については、地域の中でも温度差があると思われるが、今後は、幅広く住民も含めた地域一体で、地域をマネジメントする意識を持って観光振興に取り組むことが重要になってこよう【図表 20】、【図表 21】。
- ・ 大分では、2015 年、東九州自動車道の県内全線開通、大分駅ビルの開業、大分県立美

⁹ 国別のプロモーションについては、それぞれターゲットを絞って戦略的に取り組む必要があり、国、九州観光推進機構、大分県、県内自治体、民間事業者など様々な主体が活発に取り組んでいる。

術館開館など観光に関連したインフラや施設整備が進み、2015 年 7~9 月には、「おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン」¹⁰も予定されている。大分では、観光振興の機運が地域全体で高まっており、地域一体でインバウンド観光への取組を強化する絶好のタイミングといえる。

【図表 20】アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査 (まとめ)

| 調査項目 | ポイント |
|------------|-------------------------------------|
| 日本旅行の人気度 | ・日本旅行がアジア8地域全体で人気トップ。 |
| 大分(別府/湯布院) | ・ゴールデンルート周辺に次ぐ訪問先として、訪日リピ |
| の認知度と訪問意欲 | ーターに選ばれる観光地になりうるか。 |
| 日本への旅行形態 | ・団体か個人旅行かは国・地域で傾向が分かれる。 |
| | ・シンガポール、香港、マレーシアでは個人旅行(FIT) |
| | 化の傾向が顕著。 |
| 日本旅行を選んだ理由 | ・上位5項目全てが大分の魅力と重なる。 |
| | 「日本食」、「景観」、「温泉、」「治安」、「文化・歴史」 |
| 日本旅行で満足した点 | ・満足:「日本料理」、「自然や景観」、「温泉」 |
| /不満だった点 | ・不満:「英語の通用度」、「母国語の通用度」、「旅行代金」、 |
| | 「携帯電話や通信機器の利便性(Wi-Fi 等の通信環境)」 |
| 日本の情報の収集方法 | ・「ガイドブック」、「個人ブログ」、「Trip Advisor などの |
| | ロコミサイト」 |
| 日本旅行でのショッピ | ・「ショッピングモール」、「観光地の土産物屋」、「百貨店」、「スーパ |
| ング | ーマーケット」「コンビニエンスストア」など多様な店舗で買い物。 |

【図表 21】国内先進地3事例の共通点(まとめ)

| 共通点 | 概要 |
|-------------|----------------------------------|
| 1. 質へのこだわり | (京都)「世界があこがれる観光都市」 |
| | (高山)「住みよいまちは 行きよいまち」 |
| | (田辺)「持続可能で質の高い観光地」 |
| 2. 国・地域の多様性 | (共通) 欧米も含めた多様な国・地域からの旅行者 (FIT も) |
| 3. 外国人目線 | (共通) プロモーション、情報発信、受入体制整備の面で外国人目 |
| | 線を徹底 |
| 4. 安心·安全 | (共通) 救急、災害時への対応も整備 |
| 5. 「歩く」を重視 | (京都)「歩いて楽しいまちづくりの推進」等 |
| | (高山)「外国人が安心して一人歩きできるまちづくり」 |
| | (田辺)「温泉とウォークと食をキーワードとした誘客促進」 |
| 6. 地域一体 | (共通) 住民の参加意識を高める取り組みを重視 |
| 7. 広域連携 | (共通) 県境を越えた連携の取り組みも |

 $^{^{10}}$ 地方自治体及び地域の観光事業者等が $\int R \int u dx = 0$ 6 社と連携し全国からの誘客を図ることを目的とする国内最大規模の観光キャンペーン。

(2) 7つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略

・ 国内先進地3事例の共通点を「7つのキーワード」として、大分のインバウンド観光 戦略について具体的に検討すると以下の通り【図表22】。

【図表 22】7つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略

| 7つのキーワード | 大分のインバウンド観光戦略のポイント |
|-------------|--------------------------------------|
| 1. 質へのこだわり | ・大分の質の高い観光資源を「日本の必見ポイント」に。 |
| | ・「旅行者の自国にないもの」を再発見、磨き上げ。 |
| | 例)別府の湯けむりの景観、城下町と桜、宇佐神宮など |
| 2. 国・地域の多様性 | ・韓国に加え、東南アジアを含めたアジア各地から。 |
| | ・2019年ラグビーW杯大分開催等に向け欧米、オーストラリア等も。 |
| | ・成熟した訪日外国人旅行者(リピーター、FIT)の開拓。 |
| | ・特殊要因に左右されない安定的な需要の確保。 |
| 3. 外国人目線 | ・プロモーション、情報発信・受入体制面で外国人目線を徹底。 |
| | ・インターネット、スマートフォン等を活用した口コミ情報の重要性。 |
| | ・留学生、大分来訪者等の自国向け情報発信の戦略的活用。 |
| 4. 安心・安全 | ・わかりやすい正確な情報提供、「親切さ」、「自然なサービス」 |
| | で外国人旅行客に安心感を、安心感が好印象へ。 |
| | ・外国人旅行者の急病時や災害時も想定した対応の強化も。 |
| 5. 「歩く」を重視 | ・県内城下町の魅力を活かし世界標準の観光地に。 |
| | ・大分、別府、湯布院の中心部を歩くまちの視点で整備。 |
| | 例) わかりやすい案内表示等の徹底、景観も含めたまちなみ整備、 |
| | 公共交通(二次交通)の利便性向上など |
| | ・歩くことで滞在時間を増やし域内の観光消費増へ。 |
| 6. 地域一体 | ・インバウンド観光振興に伴う恩恵を幅広く地元企業や住民に。 |
| | ・外国人旅行者を楽しく迎える住民文化の醸成、人材育成。 |
| 7. 広域連携 | ・九州内の質の高い観光地間の連携、九州周遊観光の新たな |
| | 魅力を開拓・深耕。 |
| | ・国内人気観光地(ゴールデンルート等)との win-win の広域連携。 |

・ 今回挙げた7つのキーワードについては、国内各地、大分県内の観光振興策の中で、 既に取り組みがはじまっているところも多いと思われる。他地域の先進的な取組¹¹から 刺激を受けつつ、多様な国・地域の旅行者から「必見の観光地」として選ばれ続ける よう、常に「質の向上」に努め、進化を続けていくことが重要といえよう。

¹¹ 観光庁「VISIT JAPAN 大使」でジャパンガイド(株)社長のステファン・シャウエッカー氏は、観光地が外国人旅行者の受入で直面する「課題のステージ」として、①外国人に来てほしいという段階、②衝突の段階、③衝突を克服した段階の3段階に整理している(『外国人だけが知っている美しい日本』、2014年7月発行、大和書房)。なお、多くの外国人旅行者がアクセスする日本観光サイト「japan-guide.com」で、別府は"Japan's capital city of hot springs."と紹介されている。

(参考)DBJアンケート調査の概要・回答者属性

・調査方法:インターネットによる調査

· 実施時期: 2014年9月9日~2014年9月16日

・調査地域:韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシ

アの8地域 (中国は北京及び上海在住者のみ)

・調査対象者:20歳~59歳の男女、かつ、海外旅行経験者 (中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間の旅行については、海外旅行経験から除く)

・有効回答数:上記各地域に居住する住民各 500 人、計 4,000 人 (中国は北京及び上海各 250 人ずつ)

・協力実査会社:株式会社エー・アイ・ピー

◆有効回答数

| | 韓国 | 中国 | 台湾 | 香港 | タイ | シンガポール | マレーシア | インドネシア |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-------|--------|
| 男性 | 251 | 234 | 275 | 229 | 256 | 251 | 248 | 258 |
| 女性 | 249 | 266 | 225 | 271 | 244 | 249 | 252 | 242 |
| 回答者数 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |

◆訪日経験

| | 韓国 | 中国 | 台湾 | 香港 | タイ | シンガポール | マレーシア | インドネシア |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-------|--------|
| 訪日経験なし | 223 | 220 | 156 | 142 | 275 | 318 | 393 | 406 |
| 訪日経験者(1回) | 112 | 170 | 114 | 105 | 125 | 96 | 70 | 59 |
| 訪日経験者(2回以上) | 165 | 110 | 230 | 253 | 100 | 86 | 37 | 35 |
| 総計 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |

※ 当レポートの分析内容・意見に関わる箇所は、筆者個人に帰するものであり、㈱日本政 策投資銀行の公式見解ではありません。

- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の 定めに従い、引用する際は、必ず出所:日本政策投資銀行と明記して下さい。
- ◆ 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。

(お問い合わせ先)

(株)日本政策投資銀行 大分事務所(担当:武田 浩、佐野 真紀子) 〒870-0021 大分市府内町3丁目4番20号(大分恒和ビル) Tel. 097-535-1411