

四国のインバウンド観光動向

-DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（平成28年度版）結果等から-

<要旨>

日本を訪れる外国人観光客がアジア地域からの入込を中心に増加する中、四国を訪れる外国人観光客については、訪問率は1%前後と低位にはあるものの、台湾等アジア諸国からの国際便就航や「瀬戸内国際芸術祭」開催など、四国を訪れる目的や手段の多様化を背景に訪問者数は増加傾向にある。将来、国内で最も人口減少が進むと予想される四国では、観光を通じて交流人口を増加させ、それを地域の成長の活力に取り込んでいくことが必要になると考えられる。

当行と（公財）日本交通公社は、アジア／欧米豪の12地域に居住する海外旅行経験者を対象とするインターネットアンケート調査を2016年6～7月に実施した。その結果から、①有効回答者中の訪日経験者の中で、四国を訪問したことがあると回答した人（四国訪問経験者）及び②有効回答者の中で、四国への訪問を希望すると回答した人（四国訪問希望者）の、各々の回答内容を抽出して特徴をみたところ、次のような動向等を窺い知ることができた。

- ・有効回答者全体における四国の認知度は13.7%と、国内他地域との比較では低い。一方、国籍別の認知度をみると、台湾、香港、中国の有効回答者における認知度は30%台～40%台と比較的高い水準にある。
- ・四国訪問経験者の国籍は中国、台湾、香港等のアジア諸国が多くみられ、訪日経験回数をみると、2回以上のリピーターが8割超となっている。
- ・四国訪問希望者の国籍は香港、台湾、中国、タイ、オーストラリア、フランス、アメリカ等であり、訪日経験回数は香港、台湾、中国、タイ等のアジア諸国では1回以上の割合が高い一方、オーストラリア、フランス、アメリカでは0回の割合が50%超となっている。
- ・四国訪問希望者が四国に期待することについては、「自然や風景」「伝統的日本料理」「現地の人が普段利用している安価な食事」「日本旅館」「有名な史跡や歴史的な建築物」などのように、四国にある地域資源で十分に対応可能と思われる項目に回答が多く集まった。なお「世界遺産の見物」も上位にあり、将来、四国内の史跡等が世界遺産に登録された場合には、外国人観光客が四国を訪れる有効な動機付けになるものと考えられる。また、四国訪問希望者の国籍別でみると、最上位の項目や多く集まる項目の種類について、各国で特徴が顕著となっている。
- ・四国訪問希望者の訪日旅行に際しての不安材料は、言葉、地震、放射能、滞在費用、渡航費用に関する点に回答が多く集まった。またアジア／欧米豪の別では、渡航費用、クレジットカード利用、日本までの所要時間の項目について、欧米豪の方が高い割合となっている。

上記のアンケート結果等を踏まえると、四国におけるインバウンド観光の方向性としては、四国が持つ今の地域資源を活かしていくことで間違いが無いと思われる。今後については、まずは外国人観光客の訪問率を四国の人口や域内総生産の全国比に相当する3%程度に引き上げることを目標に、四国を訪れる可能性の高い国や人にターゲットを合わせ、適切・的確に四国の魅力や情報を発信し続けていくことが大事である。また、何度も四国を訪れてもらえるよう、外国人観光客の中に「四国ファン」をどれだけつくっていきけるかが鍵を握ると思われる。そのためには外国人観光客の受入体制面では一層の対応が求められるとともに、四国の地域資源の価値の理解や保護の促進、及びそれらの魅力向上についても継続して行うことが重要である。

【お問い合わせ先】 株式会社日本政策投資銀行 四国支店 企画調査課(担当:佐賀、石丸)

TEL:087-861-6676 E-Mail:shinfo@dbj.jp

1. はじめに	2
2. 全国・四国の動向	
(1) 全国の動向	3
(2) 四国の動向（県別の入込、国別の訪問動向）	4
(3) 四国の動向（四国内空港・港湾からの外国人出入国動向）	5
(4) 四国の動向（観光関連事業者等に対するヒアリング①）	6
(5) 四国の動向（観光関連事業者等に対するヒアリング②）	7
3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向	
(1) 調査の概要	8
(2) 回答者の属性	9
(3) 四国の認知度について（有効回答者全体）	10
(4) 四国訪問経験者の特徴（訪日回数、日本の観光地のイメージ）	11
(5) 四国訪問希望者の特徴（訪日回数）	12
(6) 四国訪問希望者が四国へ期待すること （四国訪問希望者全体・アジア／欧米豪別）	13
(7) 四国訪問希望者が四国へ期待すること（アジア諸国）	15
(8) 四国訪問希望者が四国へ期待すること（欧米豪）	16
(9) 訪日旅行に対する不安について	17
(10) アンケート結果のまとめ	18
4. まとめ～四国におけるインバウンド観光の方向性～	19

1. はじめに

我が国の「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」（2013年6月）において、観光は「日本の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野」と位置づけられ、将来、人口減少や少子高齢化が進む地域にとっては、国内観光需要に加えて「急速に成長するアジアを始めとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域経済の活性化、雇用機会の増大などに繋げていくことが重要である」とされているところである。四国地域は、2014年時点の人口を100とした場合、国立社会保障・人口問題研究所の予測では2035年時点では80の水準、2040年時点では75の水準に減少する見通しである。四国地域は国内の中では将来最も人口減少が進むことが予想されている。今後、四国においては観光を通じて交流人口を増加させ、それを地域の成長の活力に取り込んでいくことが求められるのではないだろうか。

日本を訪れる外国人は、著しいアジア地域の経済成長等を背景にこれら地域からの入込を中心に増加傾向にあり、2016年は7月時点で約1,400万人に達している。他方、四国地域を訪れる外国人も、訪問率としては全体の1%程に過ぎないものの、台湾からの高松空港への国際便就航等を背景に増加傾向にある。

外国人観光客の中での四国の知名度は残念ながら高いとは言えないものの、2015年1月、ニューヨークタイムズ紙のHPにて「2015年に行くべき世界の52カ所」（52 places to go in 2015）の一つに日本で唯一四国が紹介された（注1）ほか、2015年6月にフランスで販売された「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン改訂第4版」では、前年の2014年10月に公開された「ミシュラン・グリーンガイド四国WEB版」の掲載内容が数多く追加されるとともに、「瀬戸内海の島々」の項目が新たに設けられた。こうした著名な媒体での紹介を通じて、外国人観光客が四国について知る機会は多くなっていると思われる。また今年2016年は、3年に1度開催される「瀬戸内国際芸術祭」の開催年に当たることに加え、国際便についても高松－香港線や高松-仁川線の就航、高松－台北線や高松-ソウル便の増便など、外国人観光客が四国を訪れる目的や手段は増えてきている。

四国を訪れる外国人観光客の動向や、彼らが四国に期待するものはどのようなものだろうか？本レポートでは観光庁等の公表データに加え、2016年6～7月に、当行が（公財）日本交通公社と実施した海外在住の外国人を対象とするインターネットアンケート調査（注2）の結果から、四国を訪れる外国人観光客の動向や意向等を浮き彫りにするとともに、外国人観光客の訪問が増えつつある四国におけるインバウンド観光の方向性について考察した。

本レポートを纏めるに当たっては、観光関連事業者・団体及び行政に対して、四国を訪れる外国人客の動向についてヒアリング調査を行った。個別の社名や団体名をあげることは控えさせていただくが、データだけでは分からない活きた情報をご提供いただいたこと、本レポート取り纏めへのご示唆をいただいたことに関し、改めて御礼申し上げます。

（注1） <http://www.nytimes.com/interactive/2015/01/11/travel/52-places-to-go-in-2015.html>

四国は35番目に紹介されている。

（注2） 2016年10月「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（平成28年度版）」

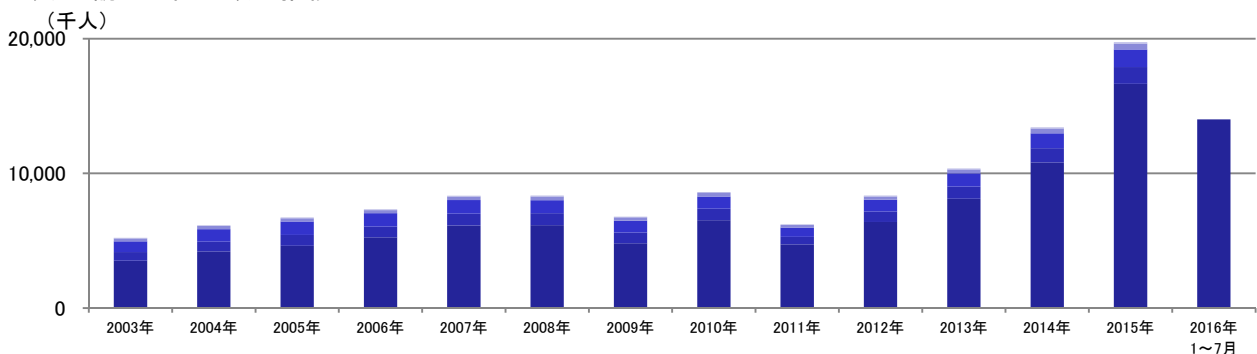
2. 全国・四国の動向

(1) 全国の動向

・日本政府観光局の統計から訪日外国人客の動向を概観すると、リーマンショックや東日本大震災の影響による減少がみられるものの、2012年以降はアジアからの外国人客を中心に増加傾向にあり、2015年には19,737千人（対前年比47.1%増）となっている。2016年は1月～7月で14,010千人（同26.7%増。含む推計値）と、7ヶ月間で2015年の約7割に達している（図表1）。

・また、観光庁「訪日外国人消費動向調査」結果を基に地域別の外国人客数をみると、ゴールデンルートである東京や大阪等を有する関東や近畿が多く、その他、北海道、中部、九州、沖縄にも多くの外国人客が訪れている。一方、四国の外国人客数は10地域中で最も少なく、訪問率も概ね1%前後と低位にはあるものの、数は増加傾向にある（図表2）。

図表1 訪日外国人数の推移



(単位:千人)

	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年 1～7月
全体	5,212	6,138	6,728	7,334	8,347	8,351	6,790	8,611	6,219	8,358	10,364	13,413	19,737	14,010
アジア	3,512	4,208	4,627	5,247	6,130	6,154	4,814	6,528	4,724	6,388	8,116	10,819	16,646	
ヨーロッパ	648	727	799	798	878	887	800	853	569	776	904	1,049	1,245	
北アメリカ	798	924	998	1,002	1,017	967	875	906	685	876	982	1,112	1,311	
オセアニア	207	232	245	231	261	279	246	261	189	242	285	347	429	
その他	46	48	59	57	61	64	55	63	52	76	77	86	107	

注1) アジア…韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア等。

ヨーロッパ…英国、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア、スペイン、スウェーデン等。

北アメリカ…米国、カナダ、メキシコ等。

オセアニア…オーストラリア、ニュージーランド等。

注2) 2003～2015年は実績値。2016年は1～5月は暫定値、6～7月は推計値。地域別の内訳は不詳。

出典) 日本政府観光局(JNTO)訪日外客数データより作成。

図表2 地域別訪日外国人数

(単位:千人、%)

	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率
北海道	1,346	6.9	2,273	7.8	2,200	7.8	2,084	7.8	2,778	8.1
東北	474	2.2	785	2.6	646	2.2	587	2.1	662	1.7
関東	12,541	59.0	17,666	59.2	16,394	53.7	16,554	57.3	21,962	57.7
北陸信越	895	4.1	1,420	4.7	1,485	5.0	1,317	5.2	1,928	5.7
中部	2,633	12.8	3,856	13.9	3,294	12.1	4,286	14.7	4,861	14.9
近畿	7,007	33.8	8,968	32.6	9,357	33.3	10,088	35.7	14,619	40.0
中国	956	4.3	1,123	4.0	1,192	4.0	1,148	4.5	1,956	4.4
四国	225	1.0	224	0.8	251	1.0	310	1.2	388	1.1
九州	2,318	12.0	2,866	11.0	3,496	12.8	2,803	10.3	6,039	11.1
沖縄	646	3.1	901	3.1	1,102	3.9	1,178	4.7	2,158	6.1

注1) 上記地域は運輸局管轄ベース。なお、長野県は北陸信越に、福井県及び三重県は中部に含まれる。

注2) 「訪問者数」は、当該地域の都道府県を訪問地と回答した数(複数回答)であり、「訪問率」は、回答数全体に対する割合。

出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」各年次報告書より作成。

2. 全国・四国の動向

(2) 四国の動向(県別の入込、国別の訪問動向)

- ・観光庁の「訪日外国人消費動向調査」結果を基に四国への外国人客訪問状況を概観すると、各県の中では香川県と愛媛県への訪問者が多くみられる(図表3)。
- ・また国別では、2015年は韓国、台湾、中国の3カ国で訪問者の約5割を占めるなど、アジア諸国からの訪問者が多くみられる。特に台湾については、自国からの訪日旅行者における四国への訪問率がアジア諸国の中では最も高くなっている。
- ・他方欧米諸国については、訪問者数は韓国、台湾、中国より少ないものの、自国からの訪日旅行者における四国への訪問率は、多くの国で韓国、台湾、中国等アジア諸国よりも高い(以上、図表4)。

図表3 四国各県別訪日外国人数

(単位:千人、%)

	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率
四国	225	1.0	224	0.8	251	1.0	310	1.2	388	1.1
徳島県	42	0.2	67	0.2	60	0.2	56	0.2	66	0.3
香川県	104	0.5	82	0.3	118	0.4	179	0.7	244	0.7
愛媛県	69	0.3	88	0.3	83	0.3	117	0.5	108	0.3
高知県	26	0.1	28	0.1	56	0.2	50	0.2	56	0.2

注1)「訪問者数」は、当該地域の都道府県を訪問地と回答した数(複数回答)であり、「訪問率」は、回答数全体に対する割合。

注2)複数回答のため、四国各県の合計と四国地域の値は一致しない。

出典)観光庁「訪日外国人消費動向調査」各年次報告書より作成。

図表4 国別四国地域訪日外国人数

(単位:千人、%)

	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率	訪問者数	訪問率
韓国	27	0.7	15	0.3	20	0.3	47	0.8	93	0.6
台湾	39	1.0	47	0.9	52	1.0	52	1.2	52	1.2
香港	3	0.2	6	0.3	14	0.7	11	0.8	13	1.2
中国	21	0.6	24	0.5	23	0.5	64	1.0	50	0.8
タイ	4	0.6	10	1.0	9	0.8	3	0.3	5	0.7
シンガポール	1	0.6	3	0.5	4	0.8	3	0.7	3	0.6
マレーシア	1	0.2	6	1.1	2	0.4	6	0.9	7	0.7
インドネシア							15	1.8	7	1.0
フィリピン							7	2.6	6	0.8
ベトナム							2	0.8	2	0.9
インド	4	1.1	4	0.7	8	1.2	2	0.7	2	0.3
英国	9	1.5	13	1.5	15	1.8	11	1.5	15	2.3
ドイツ	14	2.6	8	1.2	6	1.0	7	0.9	10	2.2
フランス	10	2.4	12	1.9	10	1.7	12	2.4	12	2.3
イタリア									23	3.2
スペイン									5	1.5
ロシア	5	2.7	5	0.9	1	0.1	4	1.3	4	0.8
米国	35	1.4	22	0.8	43	1.5	21	1.4	42	1.4
カナダ	12	2.7	10	1.5	14	2.3	22	2.5	11	1.7
オーストラリア	7	1.6	7	1.1	7	0.8	15	2.4	16	2.2
その他	33	1.8	32	2.2	23	2.6	6	2.5	10	2.4
四国	225	1.0	224	0.8	251	1.0	310	1.2	388	1.1

注1)「訪問者数」は、当該県を訪問地と回答した数(複数回答)。

注2)「訪問率」は、四国については回答数全体に対する割合、国別については各国毎の総回答数に対する割合。

注3)インドネシア、フィリピン、ベトナムは2014年、イタリア、スペインは2015年に調査対象に追加。

出典)観光庁「訪日外国人消費動向調査」各年次報告書より作成。

2. 全国・四国の動向

(3) 四国の動向(四国内空港・港湾からの外国人出入国動向)

・空港や港湾からの外国人出入国より四国地域の状況を概観すると、外国人出入国者数は増加傾向にあり、2015年はほぼ高松空港・松山空港経由の出入国となっている。一方、クルーズ客船の寄港増加を背景に、高知港等を経由した出入国も顕著になっている(図表5)。

・このうち、四国の中で外国人出入国者数が最も多い高松空港における国際線利用者の状況をみると、2011年の高松-上海線就航や2013年度の高松-台北便就航以降、利用者数は増加してきており、2015年度は154千人超に達している(図表6)。

・2016年においては、7月の香港エクスプレスの高松-香港線就航に加え、高松-台北線の瀬戸内国際芸術祭期間中の増便(週4往復→週6往復。3月~11月の間)、10月の高松-仁川便の就航や高松-ソウル線の増便(週3往復→週5往復)など、四国における高松空港の「海外との玄関口」としての役割は、年々大きくなってきている(図表7)。

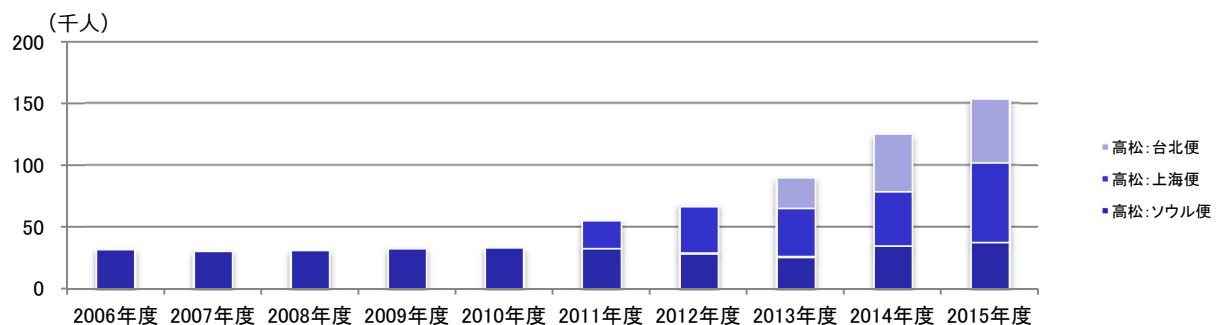
図表5 四国地域空港・港湾からの外国人出入国者数

(単位:人)

	2010年		2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	入国者	出国者	入国者	出国者	入国者	出国者	入国者	出国者	入国者	出国者	入国者	出国者
四国	14,563	14,073	14,657	14,607	22,718	23,925	32,481	31,680	44,452	45,105	67,830	69,292
うち徳島空港	335	334	256	158	1,209	1,231	1,623	1,526	-	97	-	-
うち高松空港	6,139	4,725	6,799	6,809	13,974	15,256	21,329	21,366	33,923	36,068	53,732	55,577
うち松山空港	7,532	8,165	7,008	6,957	6,381	6,244	6,526	7,106	8,228	8,299	13,103	13,208
うち高知空港	532	653	589	555	1,115	1,112	1,323	992	358	542	79	80
うち松山港	-	13	-	16	2	1	1	636	-	-	1	-
うち高知港	-	-	-	-	27	-	1,674	-	1,932	-	898	259

出典) 法務省「出入国管理統計統計表」各年報より作成。

図表6 高松空港における国際線利用状況



(単位:千人)

	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
合計	32	31	31	33	33	56	68	90	125	154
ソウル便	32	31	31	33	33	33	29	26	35	37
上海便	-	-	-	-	-	23	38	39	44	65
台北便	-	-	-	-	-	-	1	25	47	52

出典) 香川県HP「高松空港利用状況について」より作成。

図表7 高松空港の国際線就航状況

路線	航空会社	就航年月	便数
高松-ソウル線	アジア航空 →エアソウル(2016年10月~)	1992年4月	週3往復 →週5往復(2016年10月~)
高松-上海線	春秋航空	2011年7月	週4往復
高松-台北線	チャイナエアライン	2013年3月	週2往復 →週4往復(2014年3月~) →週6往復(2016年3月~11月) →週4往復(2016年12月~)
高松-香港線	香港エクスプレス	2016年7月	週3往復 →週4往復(2016年9月~)
高松-仁川線	エアソウル	2016年10月	週3往復

出典) 国土交通省HP、香川県HP、高松空港HP、新聞報道等より作成。

2. 全国・四国の動向

(4) 四国の動向(観光関連事業者等に対するヒアリング①)

・2016年5月～7月にかけて、観光関連事業者・団体及び行政(8社・団体)に対しヒアリング調査を行った。ヒアリング内容から四国を訪れる外国人観光客の動向等を纏めると次の通りである。

○四国の認知度について

四国の認知度は、高松空港への直行便就航の影響により台湾において高くなったとする意見が聞かれた。また、大河ドラマの人気等から台湾における高知の知名度が高いという意見も聞かれた。

- ・台湾は国民の9人に1人の割合で訪日経験があるといわれている。(航空会社)
- ・台湾における四国の認知度は、高松空港に直行便が就航して以降高くなったように感じる。加えて、旅行会社やメディアを招致したツアーの開催等、様々なプロモーションを通じて認知度向上に取り組んだ成果と考えている。(行政、業界団体)
- ・大河ドラマの人気等から台湾における高知の知名度は高い。海や山といった自然環境、特に足摺岬は台湾人に人気のある観光地。(航空会社)

○旅行形態・動向について

四国を訪れる外国人観光客のうち、台湾人客の特徴としては団体客が多く、時間やお金に余裕のある客層であり、宿泊等のサービスに対し高水準を求め支出を惜しまないとの意見が聞かれた。また、高松空港を起点とする周遊ツアーでの四国訪問や、台湾人客や韓国人客の中にはゴルフを目的とするものが目立つという意見もあった。この他、香港人客は個人客が多いとする意見、韓国人客は値段を重視することが多いという意見が聞かれた。

- ・台湾からの観光客は、大手旅行代理店の四国周遊ツアーで訪れることが多い。台湾や中国のLCCがエージェントと組んで四国周遊ツアーを企画・販売している。(行政、航空会社)
- ・台湾人客の四国周遊ツアー定番コースは、高松空港到着後、初日は香川で宿泊し、高知や松山(道後温泉)をめぐる、高松空港から帰るといったもの。(航空会社)
- ・香港からの観光客は、海外旅行に慣れていることもあり個人旅行者(FIT)の割合が高い。(行政、航空会社)
- ・台湾からの団体客は、時間とお金に余裕のある高齢層が多い。特に30～80人のゴルフツアー客が顕著。3泊4日の行程でゴルフのみプレーしている。他の地域よりプレー料金が安い点が魅力のようだ。(ホテル事業者)
- ・ゴルフについては台湾からだけでなく、韓国からも高松空港近くのゴルフ場にプレーをしに来る団体客が増えている。(航空会社)
- ・台湾人客は5～6日間、韓国人客は3～5日間の滞在が多い。(業界団体)
- ・徳島は、高松空港利用の台湾観光客ツアーの行程には入っておらず、関空利用者が関西周遊の一部として訪れることが多いと聞いている。(航空会社)
- ・四国を訪れる外国人観光客は、高松空港を発着地として四国を周遊するという旅行よりも、羽田や関空、広島空港から入ってきた旅行者が、様々な土地を訪問する際の選択肢の一つとして訪問する客の方が多い。(業界団体)
- ・団体客は関空利用が最も多く、他には広島空港の利用もある。(ホテル事業者)
- ・台湾からの観光客は、日本の宿泊施設に信頼感のある高水準のサービスを求めている。高い宿泊価格に対し抵抗感はなく、値段の高いツアープランから予約が埋まっていく傾向にある。一方、韓国からの観光客は、質より値段を重視するため、安くて基本的な設備のビジネスホテルを好む傾向が強い。(航空会社)
- ・距離の近さから台湾、香港等からの観光客はリピーターが多く、四国は訪日回数3回目以降の目的地として選択されることが多い(1回目はゴールデンルート、2回目は北海道など)。一方、欧米からの観光客は、初訪日でも四国を目的地として来ることがある。(行政)

2. 全国・四国の動向

(5) 四国の動向(観光関連事業者等に対するヒアリング②)

○四国を訪問する目的等について

外国人観光客が四国を訪問する目的や求めるものについては、栗林公園（高松市）のような観光地、現代アート、お遍路、食事、祭りというような、四国が持つ独自の観光資源に魅力を感じるからという意見が聞かれた。台湾人客においては、自国の風景に似た四国の風景を重ねて、四国に親しみを覚えているといった意見も聞かれた。

なお、四国を訪れる外国人客は、初めての訪日旅行で訪れるというより、訪日旅行を複数経験した人が訪れているケースが多いとの意見が聞かれた。

- ・ 四国を訪れる外国人観光客は、何度も日本にきているお客が多い。（航空会社）
- ・ 四国を訪れるアジア諸国からの観光客は、訪日回数が3、4回目というお客が多い。初の訪日でゴールデンルートに行き、2回目で北海道や九州などのメジャーな地域を訪れたお客が、まだ見ぬ日本の風景を求めて四国を訪れているようである。（業界団体）
- ・ 四国を訪れる外国人観光客は、買い物目的ではなく、その土地独自の食事や体験を目的にしていることが多い。例えば、香川でのうどん打ち体験、徳島での阿波踊りやラフティング、高知でのカヌーやカツオのたたき、愛媛でのサイクリングや道後温泉などに魅力を感じているようだ。（業界団体）
- ・ 四国を訪れるアジアからの観光客にとって、栗林公園は定番観光スポットとなっている。（行政）
- ・ 瀬戸内国際芸術祭や直島の影響で、欧米やアジア諸国からは「四国は現代アート」という認知度が高い。（行政）
- ・ 四国におけるアクティビティのひとつとして、お遍路に対する需要も増えつつある。そのため、寺の中には宿坊などでの外国人対応を充実させているところがある。（業界団体）
- ・ 外国人観光客が四国を訪れる目的は、四国特有の風景を求めるといえるものである。（航空会社）
- ・ 台湾には昔の日本とよく似た風景の地域が残っていると聞く。四国の中には昔から変わらない風景が多く、台湾人客はこうした点に親しみやすさを感じているのではないだろうか。（行政）
- ・ 香港からの個人旅行者がレンタカーを利用して、交通アクセスのあまり良くない地域（高知）の旅館などへ宿泊することもある。（行政）

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(1) 調査の概要

・当行地域企画部は、（公財）日本交通公社との共同により、2016年6～7月にアジア（韓国、中国（北京・上海）、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア）、及び欧米豪（アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス）に居住する海外旅行経験者を対象に、インターネットによるアンケート調査（注）を実施した。同調査は2012年度からアジアを対象に毎年実施しており、今回からアジアに欧米豪4地域を加えた計12地域の海外旅行経験者を対象としている。

・本章では、今回の調査において①日本を訪れたことがあると回答した訪日経験者のうち四国を訪問したことがあると回答した人（四国訪問経験者）、及び②全ての有効回答者の中で四国への訪問を希望すると回答した人（四国訪問希望者）という、「四国に行ったことがある」または「四国に行ってみたい」外国人旅行者の回答内容を抽出し、その特徴などをみた。

（注）2016年10月に「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（平成28年度版）」として公表。

【調査方法】

インターネットによるアンケート調査

【実施時期】

2016年6月23日～2016年7月8日

【調査対象地域】

台湾、香港、中国、韓国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス

※中国は北京及び上海在住者のみ。

※今回調査からアメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの欧米豪4地域を対象に追加している。

【調査対象者】

20～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者

※海外旅行経験に関しては、次の地域間の旅行を除く。

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

アメリカ・カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間

オーストラリア－ニュージーランド間

イギリス・フランス－欧州各国間

【有効回答者数 6,198人】

有効回答者のうち訪日経験者数は2,545人であり、うち四国訪問経験者数は73人である。

また、四国訪問希望者数は538人である。

【共同調査主体】

公益財団法人日本交通公社

【実査協力会社】

楽天リサーチ株式会社

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(2) 回答者の属性

・本アンケート調査の回答者の属性については以下の通りである。

- ▶ 国籍：四国訪問経験者（73人）については多い順に、中国22人、台湾13人、香港8人、韓国8人、タイ・インドネシア・オーストラリア各5人、シンガポール4人、フランス2人、マレーシア1人となっており、イギリスとアメリカは0人である。四国訪問希望者（538人）については多い順に、香港85人、台湾・中国各82人、タイ60人、オーストラリア39人、フランス34人、アメリカ31人、韓国28人、インドネシア・イギリス各27人、シンガポール・マレーシア各19人となっている（図表8）。
- ▶ 性別：訪日経験者、四国訪問経験者、四国訪問希望者の男女比はいずれも概ね半々の割合である（図表9）。
- ▶ 年代：訪日経験者、四国訪問経験者、四国訪問希望者とも各世代の割合は概ね均等であるが、四国訪問希望者では、20歳代と30歳代の合計が50%以上を占めるなど比較的若い世代が多い（図表10）。

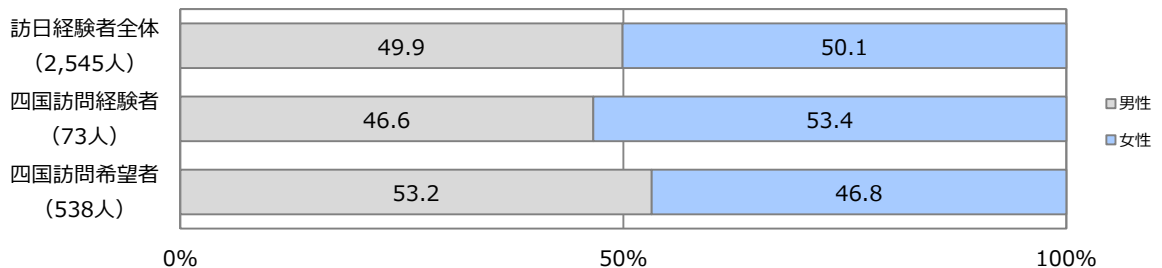
図表8 国籍別有効回答者数

	台湾	香港	中国	韓国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
有効回答者数(人)	501	497	507	512	516	509	519	516
うち訪日経験者(人)	380	388	358	311	310	221	131	142
うち四国訪問経験者(人)	13	8	22	8	5	4	1	5
うち四国訪問希望者(人)	82	85	82	28	60	19	19	27

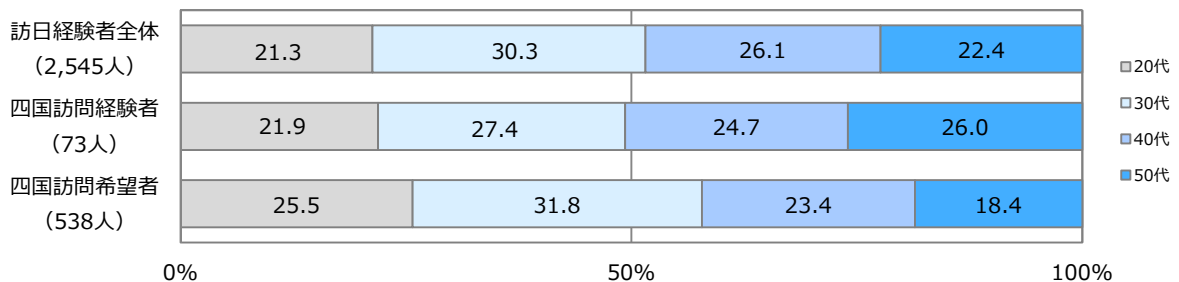
欧州豪

	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
有効回答者数(人)	527	528	536	530
うち訪日経験者(人)	76	111	57	60
うち四国訪問経験者(人)	0	5	0	2
うち四国訪問希望者(人)	31	39	27	34

図表9 性別(訪日経験者全体、四国訪問経験者、四国訪問希望者)



図表10 年代(訪日経験者全体、四国訪問経験者、四国訪問希望者)



3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(3) 四国の認知度について(有効回答者全体)

- ・有効回答者全体においては、四国の認知度は13.7%であり、国内の他の観光地の認知度との比較では低位となっている。なお四国内の観光地との比較では、「高松」(6.7%)や「徳島」(7.4%)など個別の場所名よりも、エリア全体を指す「四国」の名称の方が認知度が高い(図表11)。
 - ・各国別の有効回答者における「四国」の認知度をみると、台湾、香港、中国といったアジア諸国においては、比較的高い水準を確保している。
 - ・「四国」の認知度の高い台湾、香港、中国について、四国内の観光地の認知度をみると次の通り(以上、図表12)。
- 台湾：「高知」(21.6%)、「高松」(15.0%)、「徳島」(14.6%)等の認知度が高い。
 - 香港：「高松」(13.1%)、「しまなみ/せとうち」「徳島」(各12.7%)、「高知」(12.3%)等の認知度が高い。
 - 中国：「松山/道後」(15.0%)、「高松」「しまなみ/せとうち」(各12.8%)、「高知」(10.5%)等の認知度が高い。

図表11 有効回答者における国内観光地の認知度

(単位:%)

有効回答者(人)	四国	高松	直島	松山/道後	しまなみ/せとうち	徳島	高知
全体 (6,198)	13.7	6.7	4.3	6.3	4.7	7.4	7.0
アジア全体 (4,077)	18.0	8.0	4.8	8.1	6.2	8.9	8.4
欧州豪全体 (2,121)	5.4	4.2	3.3	2.7	1.9	4.5	4.2

有効回答者(人)	東京	富士山	大阪	京都	北海道	沖縄	広島	神戸
全体 (6,198)	70.5	68.4	58.1	54.5	49.6	47.1	45.5	41.6
アジア全体 (4,077)	73.6	71.5	67.0	60.8	65.1	54.8	44.6	49.4
欧州豪全体 (2,121)	64.6	62.4	41.2	42.4	19.7	32.3	47.2	26.5

有効回答者(人)	札幌	名古屋	長崎	福島	九州	福岡/博多	関西	奈良
全体 (6,198)	39.9	39.1	37.4	32.5	30.6	27.7	26.2	25.2
アジア全体 (4,077)	49.8	51.1	39.0	33.5	42.0	37.7	36.3	35.0
欧州豪全体 (2,121)	21.0	16.0	34.3	30.6	8.8	8.4	6.9	7.4

注) 回答はあてはまるもの全て。

図表12 四国の認知度(国籍別)

(単位:%)

有効回答者(人)	四国	高松	直島	松山/道後	しまなみ/せとうち	徳島	高知
台湾 (501)	42.9	15.0	5.6	12.4	13.6	14.6	21.6
香港 (497)	36.0	13.1	5.4	11.5	12.7	12.7	12.3
中国 (507)	30.4	12.8	8.7	15.0	12.8	9.9	10.5
韓国 (512)	8.2	5.9	4.5	7.4	2.3	13.5	4.1
タイ (516)	9.1	6.6	6.8	7.2	3.9	6.2	5.8
マレーシア (519)	5.4	4.0	3.5	4.8	1.3	5.4	4.2
インドネシア (516)	6.8	3.9	2.1	4.3	2.5	6.2	3.7
シンガポール (509)	6.5	3.3	2.0	2.6	1.2	3.3	5.7
イギリス (536)	4.3	4.1	3.0	2.8	1.3	4.9	4.7
フランス (530)	7.9	2.8	2.5	0.9	1.3	3.8	2.8
アメリカ (527)	3.8	4.0	4.0	3.8	2.5	4.7	4.4
オーストラリア (528)	5.7	5.9	4.0	3.4	2.5	4.7	4.9

注) 回答はあてはまるもの全て。

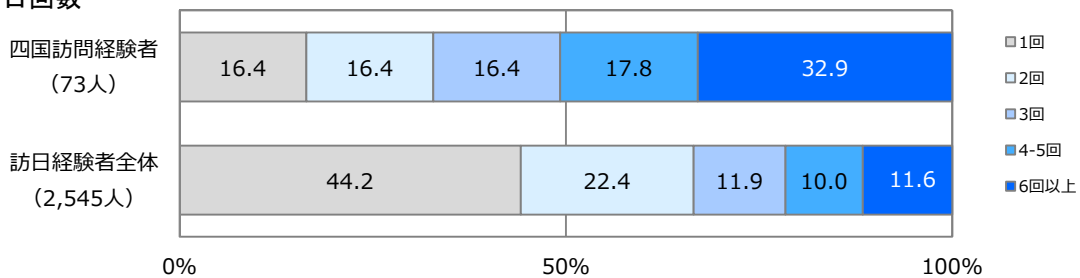
3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(4) 四国訪問経験者の特徴(訪日回数、日本の観光地のイメージ)

・ 四国訪問経験者の訪日回数をみると、「6回以上」(32.9%)が最も多く、以降「4-5回」(17.8%)、「3回」「2回」「1回」(各16.4%)と続いている。訪日回数の多いリピーターが四国を訪れている傾向がうかがえる。他方、訪日経験者全体をみると「1回」(44.2%)が最も多い(図表14)。

・ 四国訪問経験者もつ日本の観光地のイメージについては、「桜」(80.8%)、「富士山」(76.7%)、「日本的な街並み」(76.7%)などに回答が多く集まっており、訪日経験者全体の動向とほぼ同様となっている。なお、四国にある名所や風景と関連がありそうな「日本庭園」(67.1%)、「島々の風景」(58.9%)、「田園風景」(47.9%)等の選択肢は、訪日経験者全体よりも15ポイント以上高くなっている(図表15)。

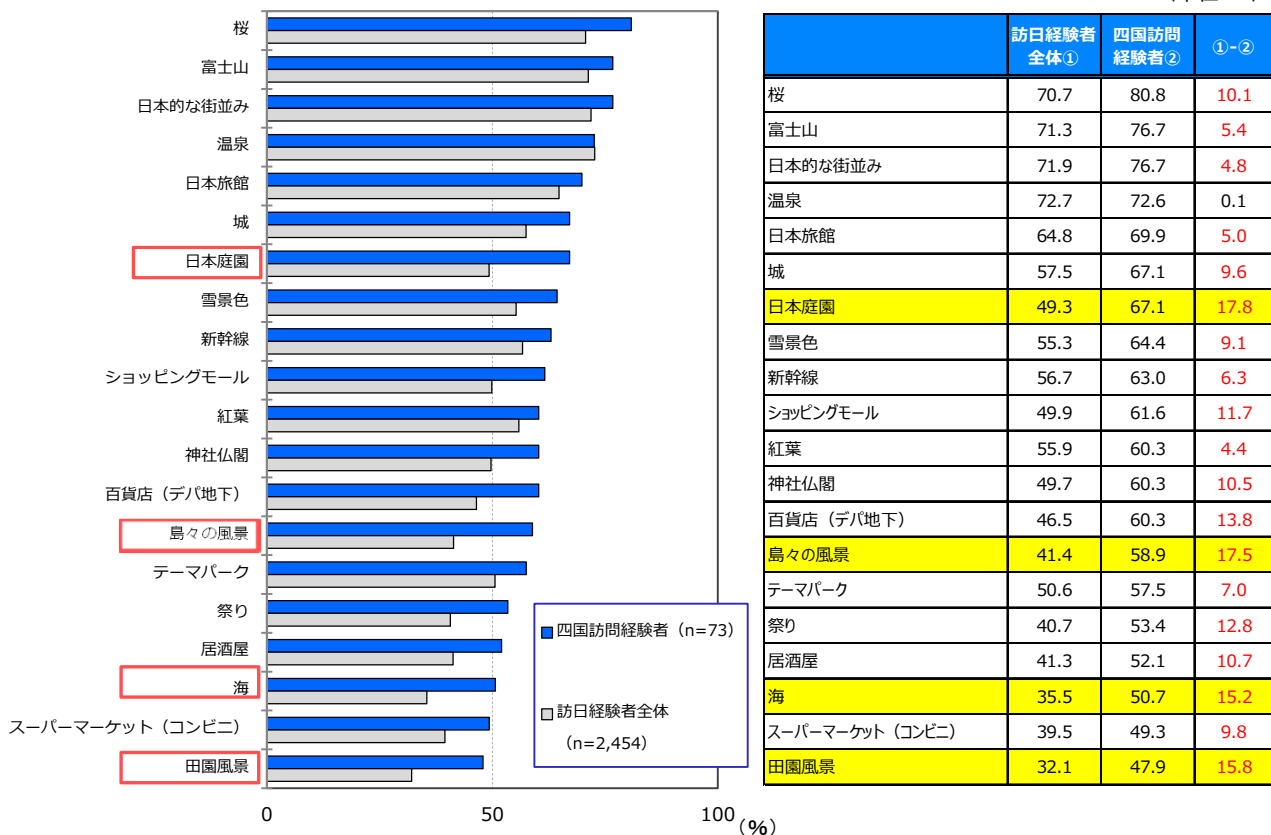
図表14 訪日回数



注) 回答はあてはまるものひとつ。

図表15 日本の観光地のイメージ

(単位: %)



注1) 選択肢25のうち、四国訪問経験者の回答の上位20項目を抽出。

注2) 回答はあてはまるもの全て。

注3) 「訪日経験者全体-四国訪問希望者」につき、黒字は訪日経験者全体の方が四国訪問希望者を上回る項目。

赤字は訪日経験者全体の方が四国訪問希望者を下回る項目。

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(5) 四国訪問希望者の特徴(訪日回数)

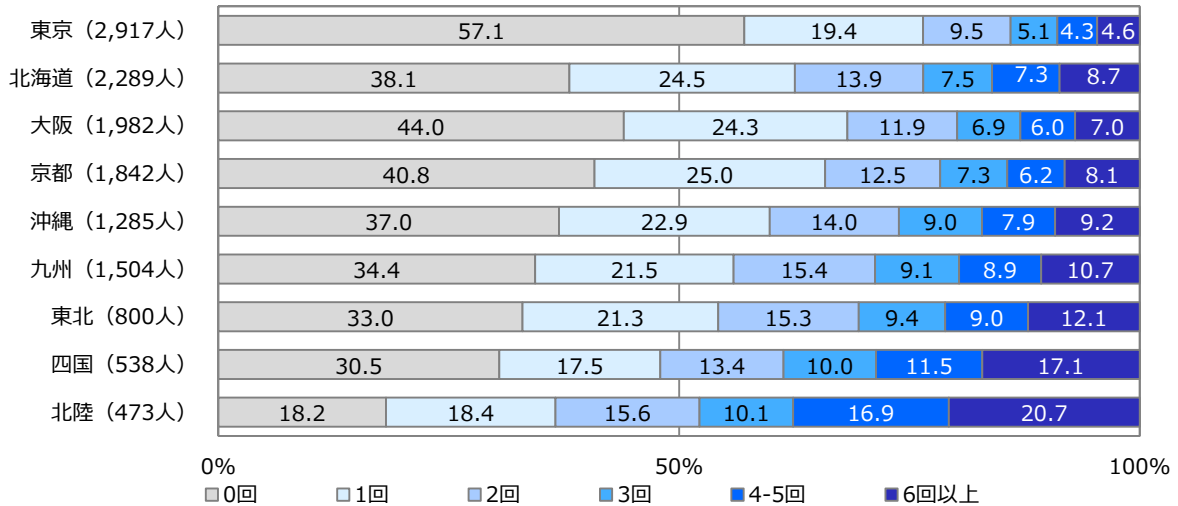
- ・有効回答者全体のうち、四国訪問希望者は538人である。各地域の訪問希望者数と比較すると、四国は北陸の次に少ない数である(図表16)。
- ・各地域の訪問希望者の訪日回数をみると、四国は訪日回数が2回以上というリピーターの占める割合が北陸(81.7%)に次いで高い割合(52.0%)である。一方、訪日経験が0回の割合も30%を超えている(図表17)。
- ・四国訪問希望者を国籍別にみた場合、訪問希望者が30人以上の国の訪日回数の状況を見ると、アジアの国々では訪問経験2回以上の割合が高くリピーターが多くを占める一方、欧米豪では訪日経験0回の割合が高い(図表18)。

図表16 地域別訪問希望者

地域名	北海道	東北	東京	北陸	京都	大阪	四国	九州	沖縄
訪問希望者(人)	2,289	800	2,917	473	1,842	1,982	538	1,504	1,285

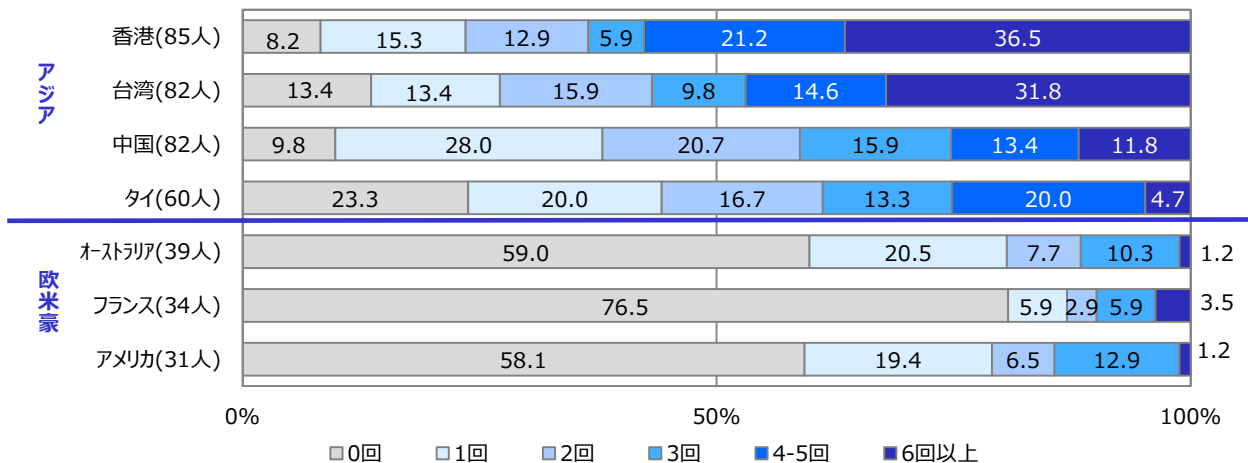
注) 回答はあてはまるもの全て。

図表17 各地域別訪問希望者の訪日回数



注1) 回答はあてはまるものひとつ。
注2) 地域の順序は訪問希望者数の多い順。

図表18 四国訪問希望者の国別訪日回数



注) 回答はあてはまるものひとつ。

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(6) 四国訪問希望者が四国へ期待すること(四国訪問希望者全体、アジア／欧米豪別)

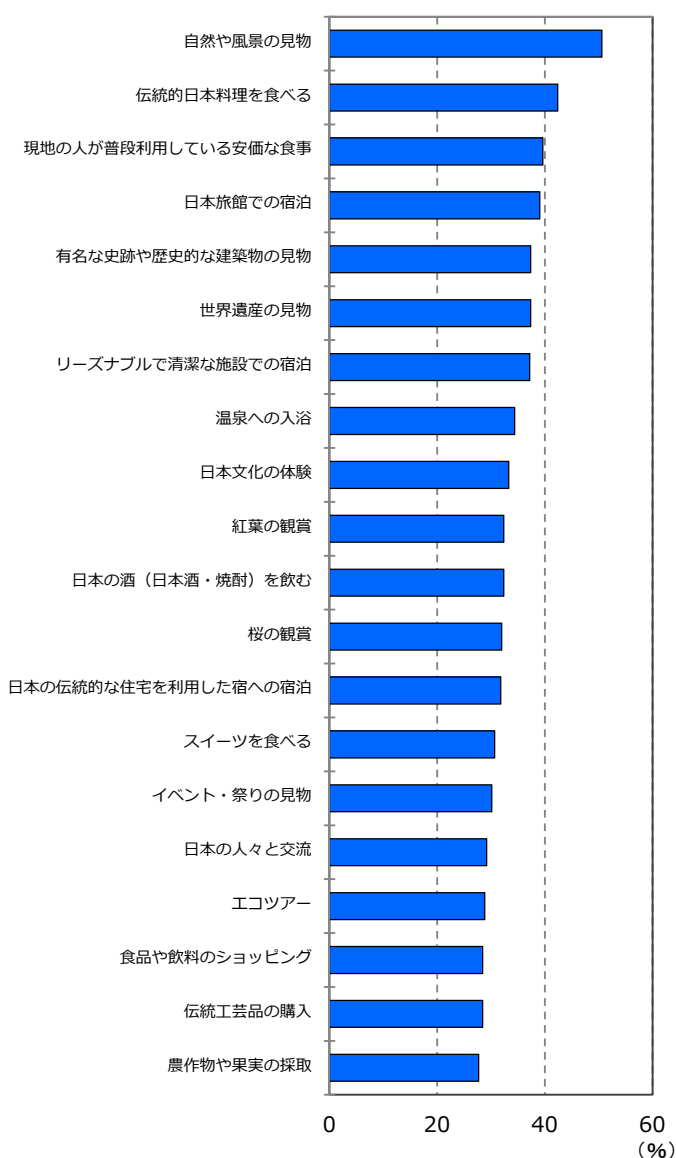
・四国訪問希望者が四国へ期待することについては、「自然や風景の見物」(50.6%)、「伝統的日本人料理を食べる」(42.4%)、「現地の人々が普段利用する安価な食事」(39.6%)、「日本旅館での宿泊」(39.0%)、「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」(39.0%)など、四国にある地域資源で対応可能と思われる項目への回答が多く集まった。

・また「世界遺産の見物」(39.0%)が第6位にあがっており、今後、四国内の史跡等が登録された場合には、外国人観光客が四国を訪問する有効な動機付けになることも考えられる(以上、図表19)。

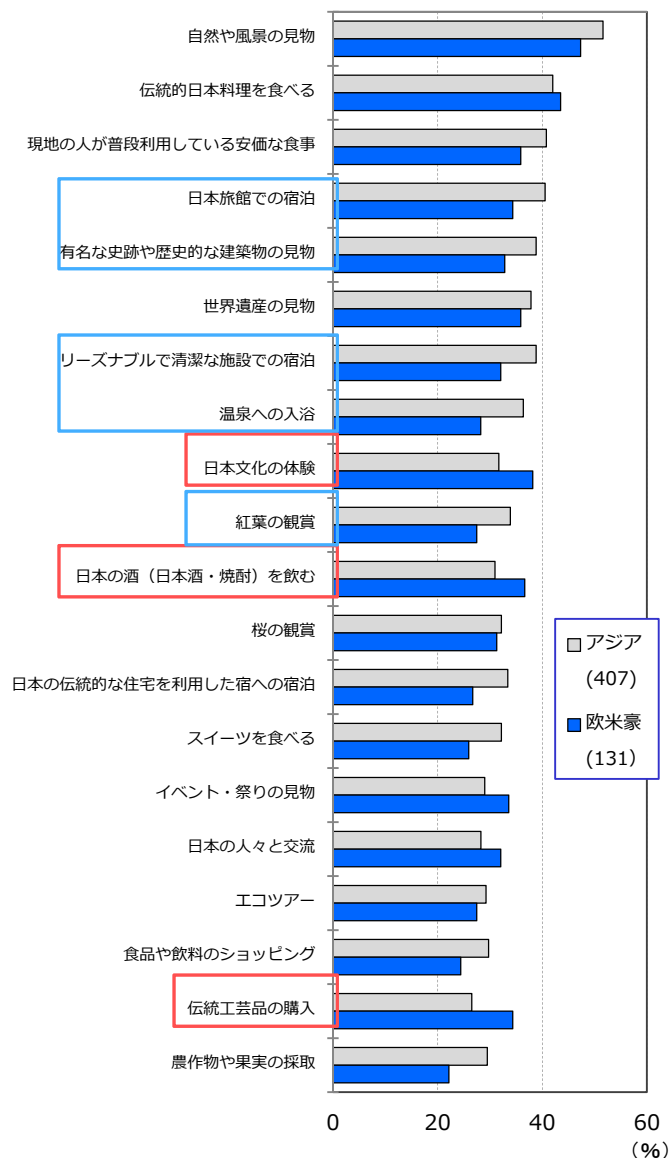
・四国訪問希望者につき、アジア／欧米豪別に四国へ期待することをみると、アジアでは「日本旅館での宿泊」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」「リーズナブルで清潔な施設での宿泊」「温泉への入浴」「紅葉の鑑賞」「日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊」「スイーツを食べる」等の項目が欧米豪より5ポイント以上高い。

・一方欧米豪では「日本文化の体験(寿司握り、そば打ち、伝統工芸品制作)」「日本の酒(日本酒、焼酎)を飲む」「伝統工芸品の購入」等の項目がアジアより5ポイント以上高くなっている(図表20,21)。

図表19 四国訪問希望者が四国へ期待すること(全体)



図表20 四国訪問希望者が四国へ期待すること(エリア別)



注1) 選択肢54項目のうち、回答の多い上位20位を抽出。
注2) 回答はあてはまるもの全て。

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

図表21 四国訪問希望者が四国へ期待すること(全ての項目)

(単位:%)

	全体 (538人)	アジア (407人)	欧米豪 (131人)	欧米豪-アジア
自然や風景の見物	50.6	51.6	47.3	4.3
伝統的の日本料理を食べる	42.4	42.0	43.5	1.5
現地の人が普段利用している安価な食事	39.6	40.8	35.9	4.9
日本旅館での宿泊	39.0	40.5	34.4	6.2
有名な史跡や歴史的な建築物の見物	37.4	38.8	32.8	6.0
世界遺産の見物	37.4	37.8	35.9	2.0
リーズナブルで清潔な施設での宿泊	37.2	38.8	32.1	6.8
温泉への入浴	34.4	36.4	28.2	8.1
日本文化の体験(寿司握り,そば打ち,伝統工芸品制作)	33.3	31.7	38.2	6.5
紅葉の観賞	32.3	33.9	27.5	6.4
日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	32.3	31.0	36.6	5.7
桜の観賞	32.0	32.2	31.3	0.9
日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	31.8	33.4	26.7	6.7
スイーツを食べる	30.7	32.2	26.0	6.2
イベント・祭りの見物	30.1	29.0	33.6	4.6
日本人々と交流	29.2	28.3	32.1	3.8
エコツアー	28.8	29.2	27.5	1.8
食品や飲料のショッピング	28.4	29.7	24.4	5.3
伝統工芸品の購入	28.4	26.5	34.4	7.8
農作物や果実の採取(リンゴ・いちご狩り等)	27.7	29.5	22.1	7.3
鉄道に乗る	26.4	27.8	22.1	5.6
現地の人から借りる家・アパートでの宿泊	25.8	27.5	20.6	6.9
繁華街の街歩き	25.8	25.1	28.2	3.2
美術品や文化財、博物館の鑑賞	25.7	25.3	26.7	1.4
雪景色観賞	24.5	25.3	22.1	3.2
新幹線に乗る	23.2	24.8	18.3	6.5
最先端の工場や伝統工芸品・加工食品工場見学・体験	23.0	24.8	17.6	7.3
語学や専門知識の吸収	22.3	21.9	23.7	1.8
豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	22.1	24.6	14.5	10.1
伝統的なスポーツ(相撲、剣道、柔道等)の観戦	21.9	21.6	22.9	1.3
サイクリング	21.7	23.3	16.8	6.5
ボランティア体験	20.3	21.6	16.0	5.6
登山やハイキング	19.9	21.1	16.0	5.1
近代的/先進的な建築物の見物	19.5	19.4	19.8	0.4
ドラマや映画のロケ地の見物	19.5	22.4	10.7	11.7
ナイトライフ(バーやクラブ、ナイトマーケット等)体験	19.5	19.2	20.6	1.4
最新のファッションや流行の見物	19.0	18.7	19.8	1.2
化粧品や医薬品の購入	18.4	19.7	14.5	5.2
演劇や伝統芸能鑑賞	18.2	18.2	18.3	0.1
家電製品やAV製品のショッピング	17.8	19.2	13.7	5.4
洋服やファッション雑貨のショッピング	17.7	17.9	16.8	1.1
スポーツ大会(マラソン等)への参加	17.5	18.7	13.7	4.9
ブランド品や宝飾品のショッピング	17.5	17.2	18.3	1.1
アニメやポップカルチャーに関するグッズの購入	17.1	17.0	17.6	0.6
テニスやゴルフ等のスポーツ	16.9	17.7	14.5	3.2
国内のプロスポーツ観戦	16.4	17.7	12.2	5.5
治療や健診を受ける	16.2	17.0	13.7	3.2
遊園地やテーマパークに行く	16.0	17.2	12.2	5.0
国際スポーツ大会の観戦	15.6	17.2	10.7	6.5
美容・理容体験(美容院、ネイル、メイク等)	15.4	16.0	13.7	2.2
マリンスポーツ	14.9	14.5	16.0	1.5
ギャンブルやショー体験	13.9	15.5	9.2	6.3
ウィンタースポーツ	13.8	14.5	11.5	3.0

注1) 回答はあてはまるものは全て。

注2) 「欧米豪-アジア」の欄の黒字はアジアの方がポイントが高い項目、赤字は欧米豪の方がポイントが高い項目。各々5ポイント以上の差がある項目について着色セルにて表示(アジア>欧米豪:オレンジ、アジア<欧米豪:イエロー)。

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(7) 四国訪問希望者が四国へ期待すること(アジア(訪問希望者30人以上))

- ・四国訪問希望者が30人以上の国について、国別に四国へ期待することをみると、全ての国で「現地の人が普段利用している食事」が上位10位の中に入っている。
- ・アジア諸国の主な内容を見ると、以下の通りである(図表22)。
- ▶ 香港：最も多いのは「自然や風景の見物」であり、内容は同項目に加え、「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」「世界遺産の見物」「桜の観賞」「紅葉の鑑賞」という、『見る』ことに関連する回答が多い。
- ▶ 中国：最も多いのは「日本文化の体験」であり、内容は同項目のような『楽しむ/体験する』こと、「自然や風景の見物」のような『見る』ことに関連する回答が多い。
- ▶ 台湾：最も多いのは「自然や風景の見物」であり、内容は「伝統的な日本料理を食べる」「日本の酒」「現地の人が普段利用する安価な食事」「スイーツを食べる」という、『食べる』ことに関連する回答が多い。
- ▶ タイ：最も多いのは「自然や風景の見物」であり、内容は同項目に加え、「世界遺産の見物」「近代的/先進的な建築物の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」「紅葉の鑑賞」「ドラマや映画のロケ地の見物」という、『見る』ことに関連する回答が多い。

図表22 アジア諸国(訪問希望者30人以上)の四国訪問希望者が四国へ期待すること(上位10位)

		見る	楽しむ/体験する	食べる	買う	泊まる	その他				
								(単位:%)			
香港 (85人)								中国 (82人)			
1位	自然や風景の見物	67.1							1位	日本文化の体験(寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作など)	29.3
2位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	55.3							2位	温泉への入浴	26.8
3位	現地の人が普段利用している安価な食事	54.1								日本旅館での宿泊	26.8
4位	伝統的な日本料理を食べる	50.6							4位	自然や風景の見物	25.6
5位	世界遺産の見物	48.2								国内のプロスポーツ観戦	25.6
6位	温泉への入浴	48.2								伝統的な日本料理を食べる	25.6
7位	リーズナブルで清潔な施設での宿泊	48.2								現地の人が普段利用している安価な食事	25.6
8位	桜の観賞	43.5								リーズナブルで清潔な施設での宿泊	25.6
9位	日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	42.4							9位	紅葉の観賞	24.4
10位	紅葉の観賞	41.2								イベント・祭りの見物	24.4
台湾 (82人)								タイ (60人)			
1位	自然や風景の見物	63.4							1位	自然や風景の見物	53.3
2位	伝統的な日本料理を食べる	52.4							2位	日本旅館での宿泊	48.3
3位	現地の人が普段利用している安価な食事	47.6							3位	世界遺産の見物	45.0
4位	リーズナブルで清潔な施設での宿泊	41.5							4位	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	43.3
5位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	39.0							5位	近代的/先進的な建築物の見物	41.7
6位	温泉への入浴	37.8							6位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	40.0
7位	日本旅館での宿泊	37.8								農作物や果実の採取(リンゴ・いちご狩り等)	40.0
8位	日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	37.8								スイーツを食べる	40.0
9位	スイーツを食べる	34.1							9位	紅葉の観賞	38.3
10位	世界遺産の見物	32.9								ドラマや映画のロケ地の見物	38.3
	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	32.9								現地の人が普段利用している安価な食事	38.3
										リーズナブルで清潔な施設での宿泊	38.3

注1) 選択肢54項目のうち、各国別に回答の多い順に上位10位を抽出。

注2) 回答はあてはまるもの全て。

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(8) 四国訪問希望者が四国へ期待すること(欧米豪(訪問希望者30人以上))

・また、欧米豪における四国訪問希望者が30人以上の国について、国別に主な内容を見ると、以下の通りである(図表23)。

- ▶ オーストラリア：最も多いのは「自然や風景の見物」であり、内容は同項目のような『見る』こと、「伝統的な日本料理を食べる」のような『食べる』こと、「日本旅館での宿泊」のような『泊まる』ことに関連する回答が多い。
- ▶ フランス：最も多いのは「現地の人々が普段利用している安価な食事」であり、内容は、「世界遺産の見物」「自然や景観の見物」「桜の見物」「紅葉の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」という、『見る』ことに関する回答が多い。
- ▶ アメリカ：最も多いのは「現地の人々が普段利用している安価な食事」であり、内容は同項目に加え、「伝統的な日本料理を食べる」「日本の酒を飲む」という、『食べる』ことに関する回答が多い。

・なお、『買う』ことに関連する回答については、フランスとアメリカの「伝統工芸品の購入」のみであり、それ以外の国では上位10位以内に入っていない。また、『その他』に関しては、オーストラリアで「語学や専門知識の吸収」、アメリカで「日本の人々と交流」という項目が上位10位以内に入っている。

図表23 欧米豪の四国訪問希望者が四国へ期待すること 上位10位

	見る	楽しむ/体験する	食べる	買う	泊まる	その他	
							(単位:%)
オーストラリア (39人)							
1位	自然や風景の見物		41.0				
2位	伝統的な日本料理を食べる		35.9				
	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む		35.9				
4位	語学や専門知識の吸収		33.3				
5位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物		30.8				
	日本文化の体験(寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作など)		30.8				
	現地の人々が普段利用している安価な食事		30.8				
	スイーツを食べる		30.8				
	日本旅館での宿泊		30.8				
10位	桜の観賞		28.2				
	イベント・祭りの見物		28.2				
	美術品や文化財、博物館の鑑賞		28.2				
	温泉への入浴		28.2				
	リーズナブルで清潔な施設での宿泊		28.2				
	現地の人から借りる家・アパートでの宿泊		28.2				
	日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊		28.2				
フランス (34人)							
1位	現地の人々が普段利用している安価な食事		51.6				
2位	伝統工芸品の購入		45.2				
3位	伝統的な日本料理を食べる		41.9				
4位	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む		38.7				
	日本旅館での宿泊		38.7				
6位	世界遺産の見物		35.5				
	リーズナブルで清潔な施設での宿泊		35.5				
8位	自然や風景の見物		32.3				
	桜の観賞		32.3				
	紅葉の観賞		32.3				
	有名な史跡や歴史的な建築物の見物		32.3				
アメリカ (31人)							
1位	現地の人々が普段利用している安価な食事		51.6				
2位	日本文化の体験(寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作など)		45.2				
3位	伝統工芸品の購入		45.2				
4位	イベント・祭りの見物		41.9				
	伝統的な日本料理を食べる		41.9				
6位	伝統的なスポーツ(相撲、剣道、柔道等)の観戦		38.7				
	温泉への入浴		38.7				
	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む		38.7				
	日本旅館での宿泊		38.7				
	日本の人々と交流		38.7				

注1) 選択肢54項目のうち、各国別に回答の多い順に上位10位を抽出。

注2) 回答はあてはまるもの全て。

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(9) 訪日旅行に対する不安について

- ・ 四国訪問希望者が訪日旅行に際して不安を感じる点は、「言葉が通じるかどうか不安」(38.3%)が最も高く、以下「地震が起こるかどうか心配」(36.6%)、「放射能による健康被害が心配」(33.5%)、「滞在費が高い」(30.7%)、「渡航費用が高い」(25.8%)が上位にあがっている。
- ・ 有効回答者全体と比較すると、「言葉が通じるかどうか不安」「滞在費が高い」「渡航費用が高い」等の6項目では、四国訪問希望者の方が有効回答者全体より割合が低いが、「クレジットカードを利用できる場所が少ない」「申込み手続きが面倒」「自国金融機関のキャッシュカードを利用できる場所が少ない」等の16項目では、四国訪問希望者の方が有効回答者全体より割合が高い(以上、図表24)。
- ・ また、四国訪問希望者についてアジア/欧米豪別の状況を見ると、多くの項目でアジアの方が割合は高くなっているが、「渡航費用が高い」「クレジットカードを利用できる場所が少ない」「日本に行くまでの時間がかかりすぎる」の項目については、欧米豪の方が高い割合である(図表25)。

図表24 訪日旅行の不安材料 (有効回答者全体、四国訪問希望者)

(単位:%)

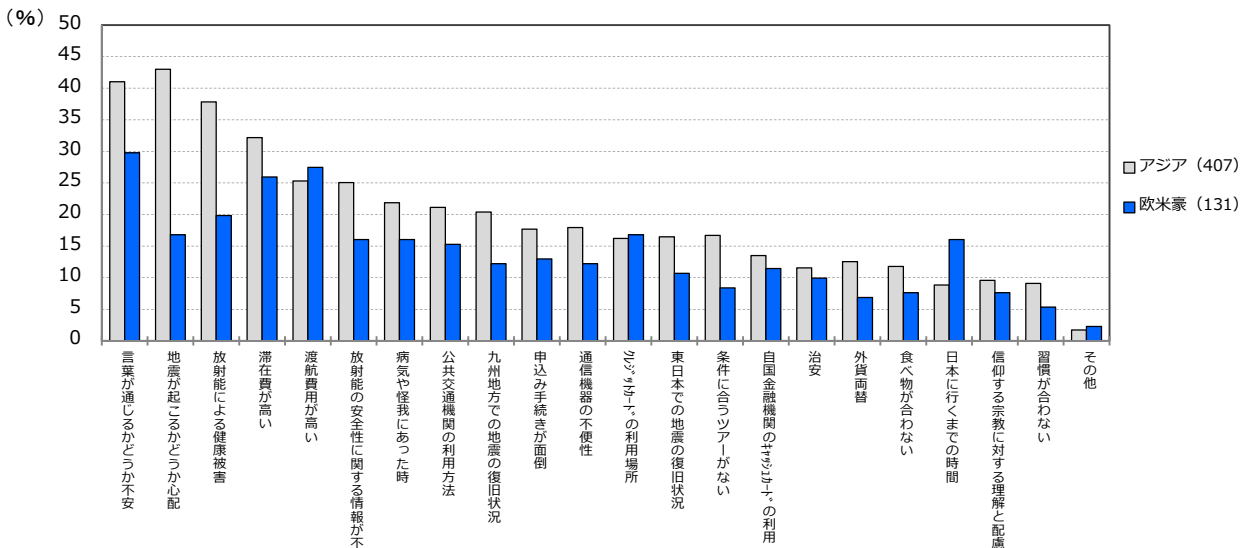
	有効回答者全体			四国訪問希望者			有効回答者全体 - 四国訪問希望者		
	6,198人	アジア 4,077人	欧米豪 2,121人	538人	アジア 407人	欧米豪 131人		アジア	欧米豪
言葉が通じるかどうか不安	44.7	44.2	45.6	38.3	41.0	29.8	6.4	3.2	15.9
地震が起こるかどうか心配	34.7	43.8	17.3	36.6	43.0	16.8	1.9	0.8	0.5
放射能による健康被害が心配	29.8	37.3	15.2	33.5	37.8	19.8	3.7	0.5	4.7
滞在費(現地での費用)が高い	37.0	36.9	37.2	30.7	32.2	26.0	6.3	4.7	11.2
渡航費用が高い	34.8	31.6	41.1	25.8	25.3	27.5	9.0	6.3	13.6
放射能の安全性に関する情報が分からない	23.5	27.0	16.8	22.9	25.1	16.0	0.7	2.0	0.8
病気や怪我にあった時が心配	16.8	18.1	14.2	20.4	21.9	16.0	3.7	3.7	1.8
公共交通機関の利用方法やネットワークが分からない	18.5	19.5	16.5	19.7	21.1	15.3	1.2	1.7	1.3
2016年におきた九州地方における地震による被害の復旧の状況が分からない	13.6	15.5	10.1	18.4	20.4	12.2	4.8	4.9	2.1
申込み手続きが面倒	9.5	11.6	5.6	16.5	17.7	13.0	7.0	6.1	7.4
携帯電話や通信機器が利用しづらい(Wi-Fi等が利用しづらい)	14.0	16.9	8.4	16.5	17.9	12.2	2.5	1.0	3.8
クレジットカードを利用できる場所が少ない	7.9	8.9	5.9	16.4	16.2	16.8	8.5	7.3	10.9
2011年におきた東日本における地震による被害の復旧の状況が分からない	12.3	13.7	9.7	15.1	16.5	10.7	2.7	2.8	1.0
出発日・コース・価格などで条件に合うツアーがない	10.6	12.3	7.4	14.7	16.7	8.4	4.1	4.4	1.0
自国金融機関のキャッシュカードを利用できる場所が少ない	7.1	8.5	4.4	13.0	13.5	11.5	5.9	5.1	7.1
治安が心配	9.5	8.8	10.9	11.2	11.5	9.9	1.6	2.8	1.0
外貨両替を利用できる場所が少ない	7.9	10.1	3.8	11.2	12.5	6.9	3.2	2.5	3.1
食べ物が合わない	10.9	10.5	11.7	10.8	11.8	7.6	0.1	1.3	4.1
日本に行くまでの時間がかかりすぎる	9.7	5.6	17.6	10.6	8.8	16.0	0.9	3.2	1.6
信仰する宗教に対する理解と配慮が乏しい	6.3	7.4	4.2	9.1	9.6	7.6	2.8	2.2	3.4
習慣が合わない	6.8	7.4	5.5	8.2	9.1	5.3	1.4	1.7	0.2
その他	2.3	1.2	4.5	1.9	1.7	2.3	0.5	0.5	2.2

注1) 選択肢の項目は、四国訪問希望者における上位順。

注2) 回答はあてはまるもの全て。

注3) 「有効回答者全体 - 四国訪問希望者」につき、黒字は有効回答者全体が四国訪問希望者を上回る項目。赤字は有効回答者全体が四国訪問希望者を下回る項目。

図表25 訪日旅行の不安材料 (四国訪問希望者(アジア/欧米豪別))



注) 回答はあてはまるもの全て。

3. 四国訪問経験者・訪問希望者の動向

(10) アンケート結果のまとめ

・今回のアンケート調査結果から、四国訪問経験者や四国訪問希望者の特徴等をまとめると、次の通りである。

- ▶ 有効回答者全体における四国の認知度は13.7%と、国内他地域との比較では低いものの、国籍別の認知度をみると、台湾、香港、中国の有効回答者における認知度は30%台～40%台と比較的高い水準にある。
- ▶ 四国訪問経験者の国籍は中国、台湾、香港等のアジア諸国が多い。また、四国訪問経験者の訪日回数をみると、2回以上のリピーターが8割超となっている。
- ▶ 四国訪問経験者がもつ日本の観光地のイメージについては、桜、富士山、日本的な街並み等の項目に回答が多い一方、日本庭園、島々の風景、海、田園風景というような、四国に存在する観光資源を想起させる項目に多くの回答が集まっている。
- ▶ 四国訪問希望者の国籍は、訪問希望者が多い順に香港、台湾、中国、タイ、オーストラリア、フランス、アメリカ等となっている。訪日回数については、香港、台湾、中国、タイ等のアジア諸国は訪日回数1回以上の割合が高い一方、オーストラリア、フランス、アメリカでは訪日回数0回の割合が50%超となっている。
- ▶ 四国訪問希望者が四国に期待することは、「自然や風景の見物」「伝統的日本料理を食べる」「現地の人々が普段利用している安価な食事」「日本旅館での宿泊」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」等、四国にある地域資源で十分に対応可能と思われる項目に回答が多く集まった。なお「世界遺産の見物」も第6位となっており、将来四国内の史跡等が世界遺産に登録された場合には、外国人観光客が四国を訪れる有効な動機付けになるものと思われる。
- ▶ 四国訪問希望者が四国に期待することにつき、国別で上位10位までをみたところ、以下の特徴があった。
 - ✓ 香港：最も多いのが「自然や風景の見物」であり、内容は『見る』ことに関する項目の回答が多い。
 - ✓ 台湾：最も多いのが「自然や風景の見物」であり、内容は『食べる』ことに関する項目の回答が多い。
 - ✓ 中国：最も多いのが「日本文化の体験」であり、内容は『楽しむ／体験する』『見る』ことに関する項目の回答が多い。
 - ✓ タイ：最も多いのが「自然や風景の見物」であり、内容は『見る』ことに関する項目の回答が多い。
 - ✓ オーストラリア：最も多いのが「自然や風景の見物」であり、内容は『見る』『食べる』『泊まる』ことに関する項目の回答が多い。
 - ✓ フランス：最も多いのが「現地の人々が普段利用している安価な食事」であり、内容は『見る』ことに関する項目の回答が多い。
 - ✓ アメリカ：最も多いのが「現地の人々が普段利用している安価な食事」であり、内容は『食べる』ことに関する項目の回答が多い。
- ▶ 四国訪問希望者の訪日旅行に際しての不安は、言葉、地震、放射能、滞在費用、渡航費用に関する点に回答が多く集まった。またアジア／欧米豪の別では、渡航費用、クレジットカード利用、日本までの所要時間の項目について、欧米豪の方が高い割合となっている。

4. まとめ～四国におけるインバウンド観光の方向性～

・観光関連事業者・団体及び行政へのヒアリング調査からは、外国人観光客が四国を訪問する目的は観光地、アート、お遍路、食事、祭り、アクティビティというような、四国が持つ独自の観光資源や四国でしか体験できないことに魅力を感じるからという意見が聞かれた。また、今回当行が実施した海外に居住する外国人海外旅行経験者を対象としたアンケート調査からは、四国訪問を希望する人が四国に対し期待することは、今の四国に存在する地域資源で十分に対応可能と思われるものが多くみられ、ヒアリングで聞かれた意見を裏付ける結果であった。以上から、四国におけるインバウンド観光の方向性としては、四国が持つ今の地域資源を活かしていくことで間違いが無いと思われる。

・先に示した通り、四国を訪問する外国人観光客数は増加傾向にあるが、訪問率を現状の1%程度から少なくとも四国の人口や域内総生産の全国比に相当する3%程度に引き上げることを目指し、今後も四国を目的地として訪れる外国人観光客を確保していくことが必要である。そのためには、以前から官民あげて取り組みが進められていることではあるが、四国を訪れる可能性の高い国や人にターゲットを合わせて「四国にきたい人」「四国に興味がある人」が多く四国を訪れるよう、適切・的確に四国の魅力や情報を発信し続けていくことが肝要と考えられる。また、「四国に来てくれた人」を大切に、何度も四国を訪れてもらえるように、外国人観光客の中に四国のリピーター、言い換えれば「四国ファン」をどれだけつくっていきけるかが鍵を握ると思われる。そのためには、四国を訪れる外国人観光客の満足に可能な限り資するよう、外国語対応や二次交通などの受入体制の面では一層の対応が求められよう。

・また、官民連携にて「四国八十八箇所霊場と遍路道」の世界遺産登録に向けての活動が行われているところであるが、今回のアンケート結果において、四国訪問希望者が四国に期待することとして「世界遺産の見物」が上位にあがっている。世界遺産登録に向けての活動継続は、四国の魅力や認知度の向上に繋がるものになると思われるとともに、将来、世界遺産登録が実現した際には、外国人客が四国を訪問する有力な動機付けになることが期待される。この他、四国の地域資源の価値の理解や保護の促進、及びそれらの魅力向上についても継続して行うことが重要である。

©Development Bank of Japan Inc.2016

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。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。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。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

【お問い合わせ先】

株式会社日本政策投資銀行 四国支店 企画調査課
〒760-0050 香川県高松市亀井町5-1 百十四ビル14階
TEL: 087-861-6676 E-Mail: shinfo@dbj.jp