

中国人留学生へのアンケートからみた山形の観光資源 —震災後の山形における中国人観光客誘致のために—

日本政策投資銀行東北支店×山形大学大学院理工学研究科MOT専攻

1. 山形県における外国人観光客の動向

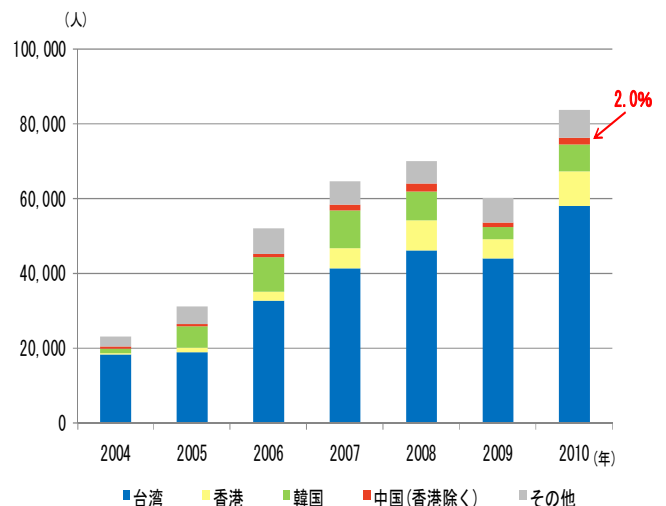
- ・2010年の都道府県別外国人宿泊者数をみると、山形県は47都道府県中37位と下位に位置しており、東北各県の中では最も外国人宿泊者数の少ない県となっている。国内観光需要が今後大きく伸びないとされる中、外国人観光客の取り込みは観光産業にとって検討すべき重要なテーマの一つである（図表1）。
- ・山形県における外国人観光客数を国別にみると、台湾が最も多く、次いで韓国、香港が続いており、この3カ国・地域で全体の約9割を占めている。近年、急速に経済成長している中国からの観光客は、全体の2.0%に留まっており、今後の中国人観光客拡大が期待されることである（図表2）。
- ・統計データからみる外国人観光客の山形県訪問の特徴としては次の2点が挙げられる。①受入観光客の52.2%が立寄客であり、宿泊客のウエイトが低い点（図表3）、②宿泊客数を月別にみると、冬季の宿泊者数が多く、春から秋までのグリーンシーズンの宿泊が少ない点、である（図表4）。山形を訪問する外国人は、冬季のスキー客などを除けば、仙台などで宿泊し山形へは日帰り訪問するケースが多いものと考えられる。経済効果の大きい宿泊客を冬季以外に獲得するためには、外国人からみた観光資源の魅力を高め、山形県内における滞在時間の増加を図ることが求められる。

図表1 都道府県別外国人延べ宿泊者数(2010年)

順位	都道府県	延べ宿泊者数(人)	順位	都道府県	延べ宿泊者数(人)
1	東京都	8,901,220	25	三重県	101,960
2	大阪府	3,219,490	26	新潟県	101,890
3	千葉県	2,115,470	27	和歌山県	94,330
4	北海道	2,112,400	28	茨城県	91,230
5	京都府	1,306,230	29	富山県	88,500
6	愛知県	1,038,050	30	岩手県	85,820
7	神奈川県	842,840	31	岡山県	85,050
8	静岡県	599,390	32	福島県	83,180
9	福岡県	589,990	33	群馬県	71,950
10	山梨県	529,970	34	秋田県	65,180
11	沖縄県	450,390	35	埼玉県	62,680
12	兵庫県	376,010	36	青森県	58,870
13	長崎県	351,480	37	山形県	52,730
14	大分県	321,560	38	宮崎県	47,940
15	熊本県	316,300	39	愛媛県	47,300
16	長野県	314,370	40	香川県	43,010
17	広島県	290,760	41	山口県	37,500
18	岐阜県	239,930	42	佐賀県	36,740
19	宮城県	189,220	43	鳥取県	28,060
20	石川県	167,990	44	徳島県	22,590
21	栃木県	139,560	45	福井県	21,160
22	滋賀県	135,630	46	高知県	15,530
23	奈良県	122,000	47	島根県	12,900
24	鹿児島県	117,360			

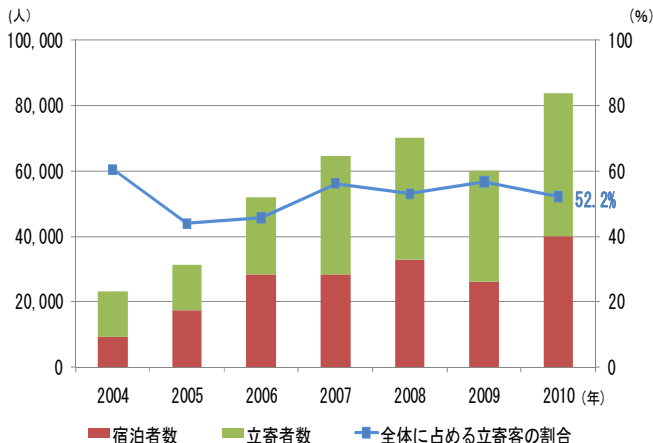
（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成

図表2 山形県における国別外国人旅行者受入者数推移



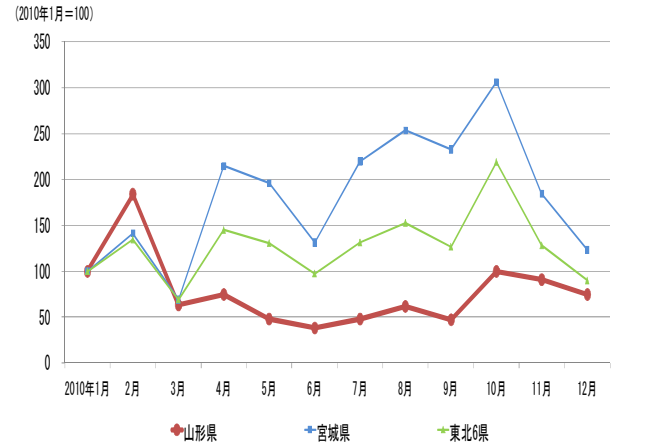
（出所）山形県「外国人旅行者県内受入実績調査」より作成

図表3 宿泊・立寄別外国人旅行者受入者数推移(2010年)



（出所）山形県「外国人旅行者県内受入実績調査」より作成

図表4 月別外国人延べ宿泊者数推移(2010年)



（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成

2. 中国人留学生へのアンケート調査結果（1）

- ・日本政策投資銀行東北支店は、山形大学大学院理工学部MOT専攻と共同で、山形大学に在籍する中国人留学生・教員向けに以下のアンケート調査を実施した（図表5）。

実施者：株式会社日本政策投資銀行東北支店

対象：山形大学在籍の中国人留学生・教員（主として米沢キャンパス）

時期：2011年9月

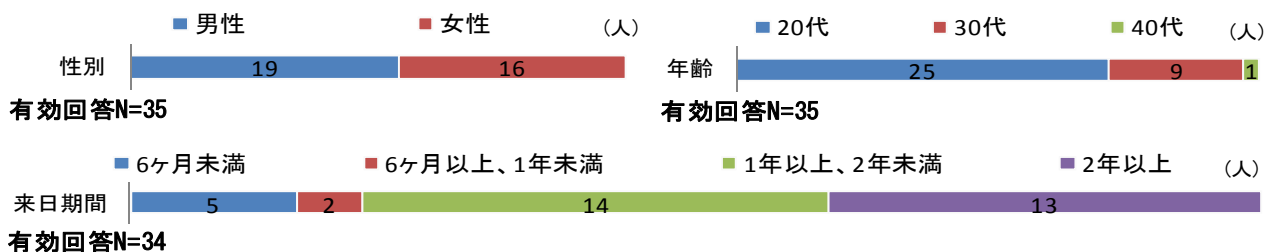
方式：アンケート調査票（中国語、日本語）に対する記入方式

内容：山形県での観光、日本での観光、日本に対するイメージについて等

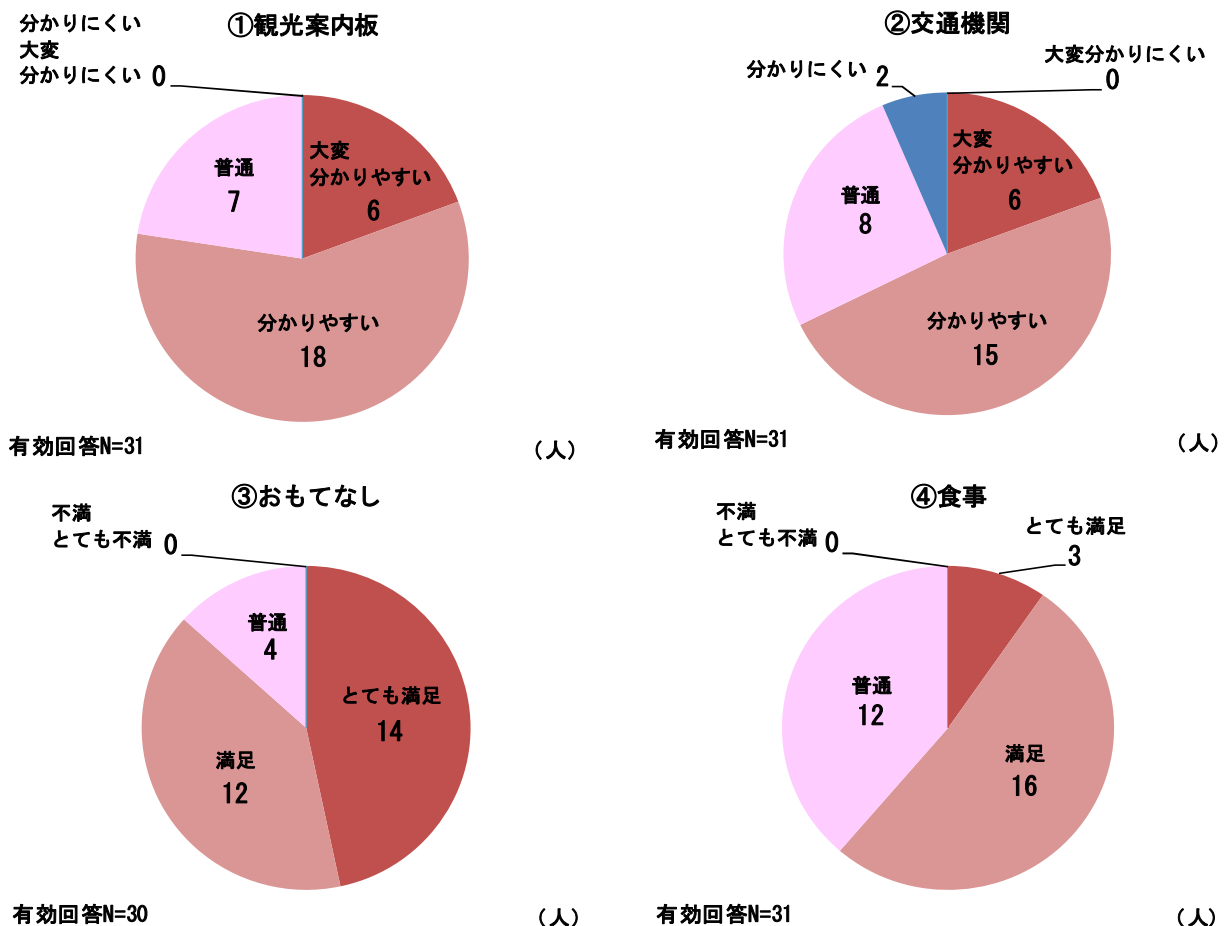
回答者数：35人（調査票配布数35）

- ・調査結果によると、山形県内の観光地の受入体制については、概ね高い評価であった。観光地における観光案内板の地図・表示については、「大変分かりやすい」「分かりやすい」が全体の4分の3以上を占めたほか、観光地での“おもてなし”については、全体の8割以上が「とても満足」「満足」と回答した。食事については、「とても満足」「満足」が全体の6割に留まったが、食事に対するコメントとしては、美味しいが値段が高いという回答が多かった。

図表5 回答者プロフィール



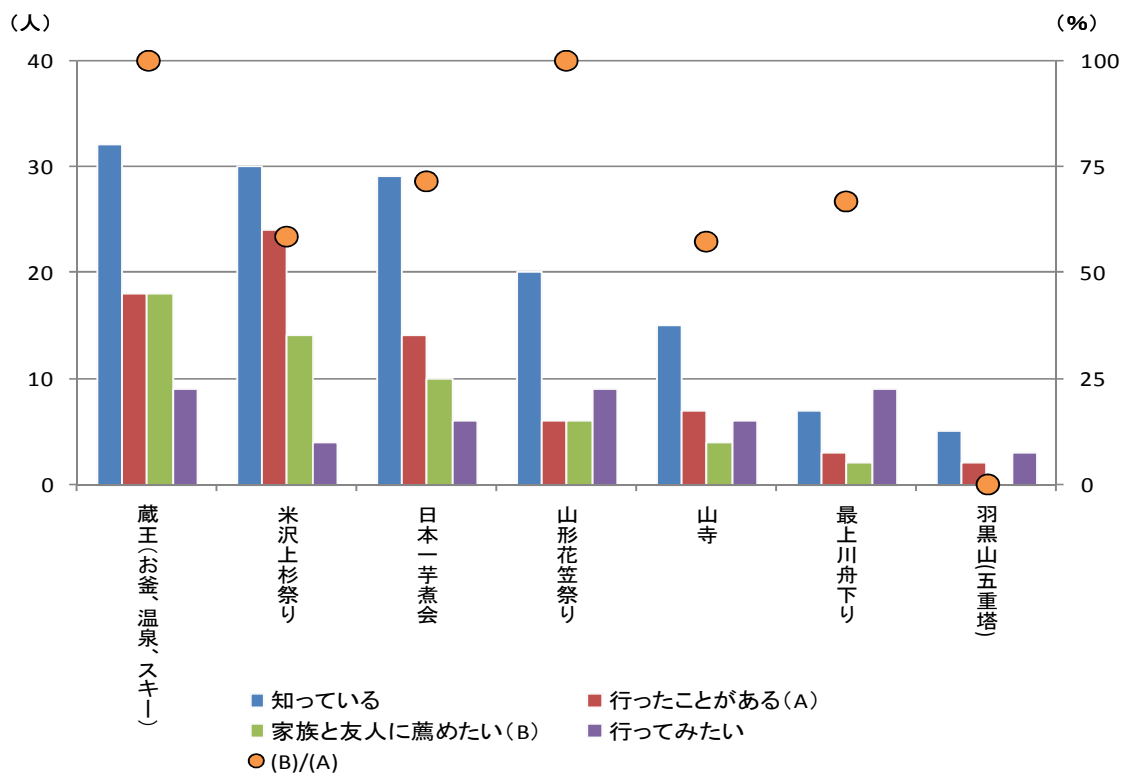
図表6 観光地の受入体制



3. 中国人留学生へのアンケート調査結果 (2)

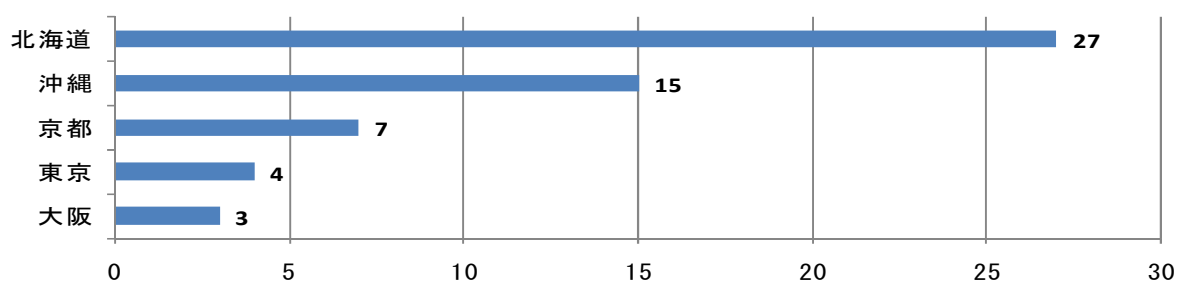
- ・県内の個別の観光資源について聞いたところ、知名度は蔵王(お釜、温泉、スキー)が最も高く、次いで米沢上杉まつり、日本一芋煮会の順となった。米沢上杉祭りについて、知名度が高く、行ったことがある経験が多いのは米沢キャンパスの留学生が多いためである。他方、山寺、最上川舟下り、羽黒山は、中国人留学生の間ではあまり知られていないという結果となった(図表7)。
- ・行ったことがある観光地の中で、家族や友人等に薦めたい観光地を挙げてもらったところ、評価が高かったのは蔵王(お釜、温泉、スキー)、山形花笠祭り、日本一芋煮会であり、蔵王(お釜、温泉、スキー)と山形花笠祭りについては、行ったことのある人全員が家族や友人等に薦めたいと回答した。
- ・日本国内で旅行したい観光地(山形県内を除く)は、北海道が圧倒的に人気が高く、次いで沖縄が続いている。東京、京都が少ないのは、留学生の場合、既に旅行している人が多いためと思われる。北海道については、最近中国でヒットし、北海道観光ブームを巻き起こした映画「非誠勿擾(邦題:狙った恋の落とし方)」のロケ地となったことなどが影響しているものと考えられる(図表8)。

図表7 山形観光資源に対する評価



有効回答N=35(複数回答可)

図表8 日本国内で旅行したい場所

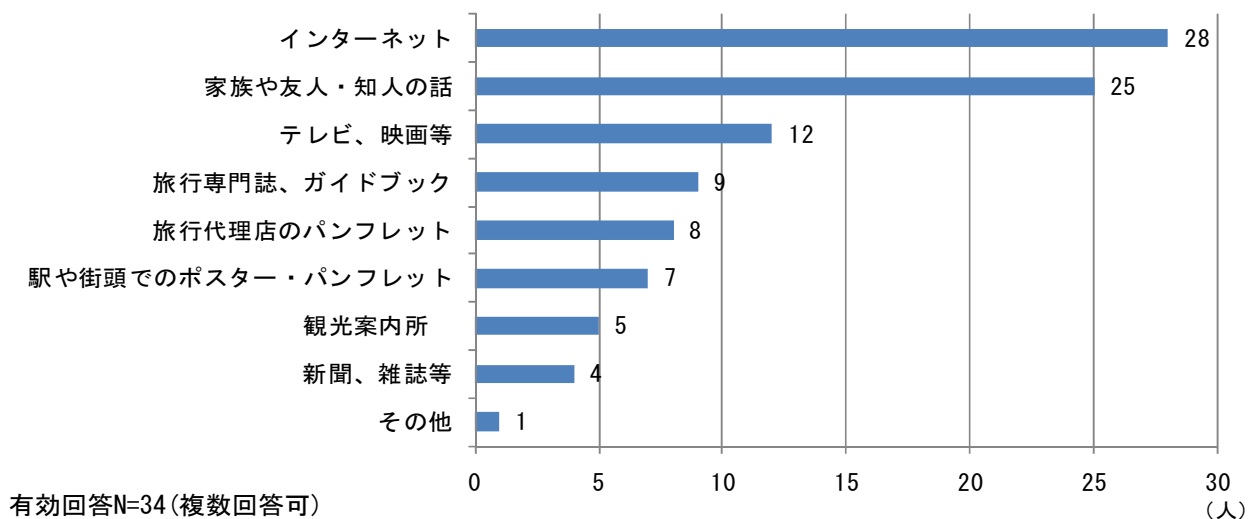


有効回答 N=33 (複数回答可)

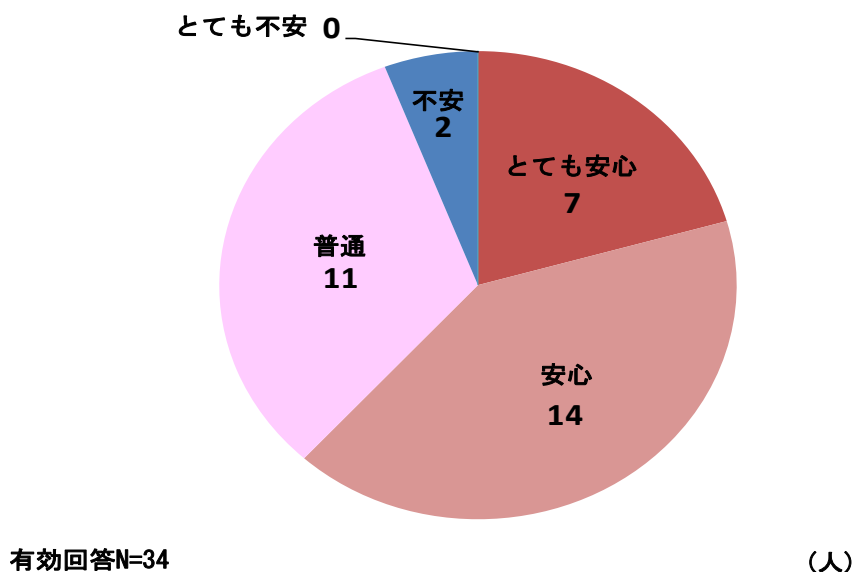
4. 中国人留学生へのアンケート調査結果（3）

- ・日本国内を旅行するにあたっての情報の入手方法を聞いたところ、インターネットが最も多く、次いで家族や友人・知人の口コミが多かった。回答者の7割以上がこれら2つの手段を活用している（図表9）。
- ・中国人の間ではインターネットの活用が浸透しているため、集客側ではインターネットをうまく利用し、観光情報の発信を行うことが効果的と考えられる。また口コミ情報は短期間に伝播するうえ、中国人の間では重視されるので、訪問客が少ない段階から中国人観光客の山形観光地に対するよい印象が定着するよう努める必要がある。
- ・最後に、震災後の山形における生活や観光の安全性については、9割以上が「とても安心」「安心」「普通」と回答しており、不安と回答したのは1割未満であった。海外からの観光入込みににおいては、足元、風評被害の影響が懸念されているが、山形在住の外国人の見方として、この調査結果を広く海外に発信していくべきである（図表10）。

図表9 情報入手方法



図表10 山形県の安全性



5. 中国人観光客誘致のためのアイデア

- ・山形への中国人観光客誘致の方策に関して、自由意見形式で聞いたところ、「中国国内における山形の知名度は低い。まずは認知度を高める広告・宣伝が必要」との指摘が大半を占めた。
- ・また個別の観光資源に対する自由意見の中では、山形の秋の風物詩である「芋煮会」について、「美味しい」「活気があって楽しい」など好反応の回答が非常に多く聞かれた。インバウンド（訪日観光客）集客においては、食の観光資源の魅力を高めることが重要であるが、芋煮会は中国人向け観光資源としてアピールできる可能性があり、毎年9月に開かれる「日本一芋煮会」イベントなどを通じてPRすべきである。芋煮会は冬季以外の集客資源としてだけでなく、山形の地域農産品の海外販売イメージづくりにも寄与する効果が期待できる（図表11）。
- ・山形の知名度を高めるアイデアとして、映画やアニメなど中国国内で知名度のあるコンテンツを活用すべきとの意見も寄せられた。中国国内で放映された有名な漫画・アニメの一つに、山形出身の漫画家富樫義博氏「HUNTER×HUNTER」があるが、この作品は中国の30歳代以下の世代に広く知られており、こうしたキャラクターを観光PRに活用することなども検討に値しよう（図表12）。
- ・この他、現在、中国の若者の間で、「三国殺」というカードゲームが流行している。参加者は三国志の登場人物に扮し、敵を倒していくロールプレイングゲームであるが、大学や職場で大会が開催されるほどの人気がある。中国全国で600万人が楽しんでいるといわれているが、このカードゲームの全国大会が中国全土各地で開催されている。例えば山形でこうした大会を開催することで中国国内の話題性を高め知名度を高めることができるという意見もあった。
- ・アンケート調査を通じて、中国人からみた山形の観光資源については、潜在的な魅力が多く存在することが分かった。今後、さらなるマーケティングを進めていく必要があると思われる（了）。

図表11 芋煮会に関する評価



（出所）日本一の芋煮会事務局より提供

中国人留学生の意見
①秋の味覚を楽しむことができる。
②賑やか、雰囲気がいい。
③秋の山形の名物である。
④楽しい会、面白い会である。
⑤秋の味、美食である。
⑥新鮮、山の味、里芋がいい。
⑦作り方が独特である。
⑧美味しい。
⑨日本一の芋煮会は、山形県の秋の最大のイベント。 （6mの大鍋は見どころである。）
⑩日本一の芋煮会は、山形県独自のイベントである。
⑪日本一の芋煮会は、美味しい。

図表12 中国人観光客誘致のためのアイデア

中国人留学生の意見
①山形県にはいい所がたくさんあるにもかかわらず、山形に来るまでは知らなかった。もっと宣伝すべき。
②中国旅行会社と連携して有名なタレントを起用し宣伝する
③インターネットによる宣伝、中国語ガイドの設置。
④無料の旅行ツアーを企画し、宣伝してもらう。
⑤山形県独自の観光資源を宣伝し、差別化を図る
⑥山形県だけでなく、東北6県が連携して宣伝をする。
⑦仙台空港から山形への直行観光バスを運行する。
⑧北海道がロケ地となり北海道観光ブームを巻き起こした「狙った恋の落とし方」のような映画を撮る。
⑨中国全土の若者の間で流行しているカードゲーム「三国殺」の大会を山形で開催する。

図表13 中国で人気のゲーム「三国殺」



（出所）山形大学留学生余飛城氏より提供