

News Release

2019 年 8 月 7 日
株式会社日本政策投資銀行

「東アジア 3 地域の瀬戸内国際芸術祭に関する意向調査 ～来訪者の関心を「瀬戸芸」から「四国」へ広げ、地域経済効果を高める～」を発行

株式会社日本政策投資銀行（以下「DBJ」という。）は、「東アジア 3 地域の瀬戸内国際芸術祭に関する意向調査～来訪者の関心を「瀬戸芸」から「四国」へ広げ、地域経済効果を高める～」と題した調査レポートを発行しました。

現在、4 回目となる瀬戸内国際芸術祭（以下、「瀬戸芸」という。）2019 が開催されています。DBJ 四国支店は、2019 年 5 月から 6 月にかけて、東アジア 3 地域（台湾、香港、韓国）の日本好き消費者 3,533 名を対象に、オンラインアンケート調査を実施しました。当レポートは、その中から瀬戸芸に関する回答の分析を行ったものです。

分析結果は以下の通りとなります。

- (1) 東アジア 3 地域において瀬戸芸の認知度、瀬戸芸 2019 への往訪意欲は高い。
- (2) 会場について、台湾、香港では「小豆島」「直島」、韓国では「直島」の人气が高い。
- (3) 瀬戸芸 2019 を訪れる日本旅行における宿泊希望エリアは、「高松／香川」が一番であるが、台湾、香港では「徳島／愛媛／高知」を挙げる回答者も多い。
- (4) 瀬戸芸 2019 を訪れる日本旅行における希望泊数は、日本旅行の平均泊数より短い。
- (5) 瀬戸芸往訪経験者は、繰り返し瀬戸芸を訪れる「瀬戸芸リピーター」が多い。反面、瀬戸芸以外の四国地域への旅行の広がりはいまだ認められない。

以上を踏まえ、瀬戸芸をきっかけとして東アジア 3 地域のインバウンド客が四国に及ぼす地域経済効果を高めるために、以下の 3 点が重要であると考えます。

- (1) 来訪者の関心や足を「四国」へ広げ、往訪機会・滞在日数を増やす

来訪者に瀬戸芸以外の四国の観光地を体感してもらい、瀬戸芸に限らない「四国」のリピーターになってもらう。また、来訪者目線に立った効果的な四国のプロモーションにより、瀬戸芸往訪時に広く四国の観光地に周遊してもらい、滞在日数を伸ばす。

- (2) 来訪者目線を大切にして、「四国」への広がりを意識したマーケティングを行う

地域や属性により趣向の異なる来訪者の目線に立って、四国の観光資源を広くかつきめ細やかに旅行者に提示し、瀬戸芸リピーター以外の多様な観光客に訪四してもらう。

- (3) 2025 年大阪・関西万博など周辺エリアで開催される国際イベントの活用

特に大阪・関西万博と次々回瀬戸芸 (2025) は、開催期間が重なることが予想される。より広域なエリアマーケティングにより、大阪・関西万博を訪れる外国人旅行客を瀬戸芸に、そして「四国」に呼び込むことを考える必要がある。

当レポートをご希望の方は、DBJ ウェブサイト「拠点レポート（四国）」(<https://www.dbj.jp/investigate/area/shikoku/index.html>) に掲載していますのでご参照ください。

DBJ は、企業理念「金融力で未来をデザインします～金融フロンティアの弛まぬ開拓を通じて、お客様及び社会の課題を解決し、日本と世界の持続的発展を実現します～」に基づき、今後とも地域に役立つ情報発信を積極的に行ってまいります。

【お問い合わせ先】

四国支店 企画調査課 電話番号 087-861-6676