

増加する外国人観光客

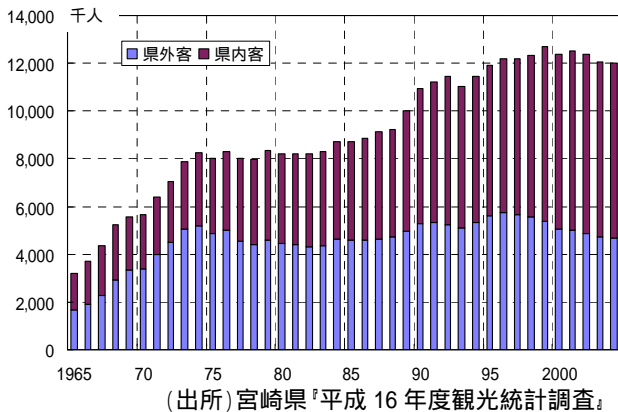
～ 更なる情報発信で FIT への波及を ～

2006年2月

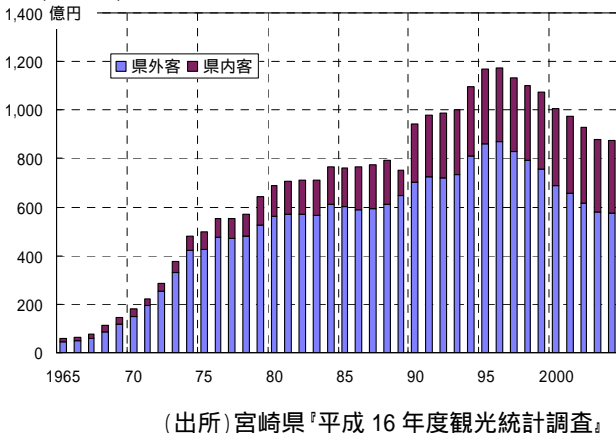
宮崎県の観光動向

昨年12月に宮崎県より発表された、「平成16年観光動向調査結果」によると、2004年の宮崎県における観光客数は、前年度比0.2%減の1,202万人となった。宮崎県における近年の観光客数は減少傾向にあり、特に、県外からの観光客が減少している(図表1)。また、それに伴い、観光消費額も減少してきており(図表2)、ピーク時の1996年には、1,174億円を記録したものの、2004年には、875億円となっている。このような中で、近年、増加しているのが、宮崎空港への海外からの入国者数である。近年、ビジット・ジャパン・キャンペーン等で注目されている訪日外国人観光客であるが、宮崎においても、外国人観光客が増加しているものと考えられる。

(図表1) 宮崎県観光客数の推移



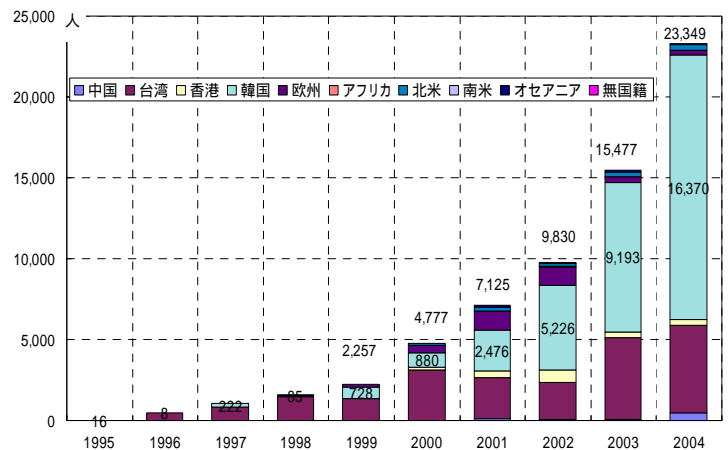
(図表2) 宮崎県観光消費額の推移



本レポートでは、宮崎県の中心的産業である観光において、近年ひととき重要性が増している外国人観光客の動向の変化・要因、今後の方向性について考えてみたい。

宮崎県の外国人観光客の動向

(図表3) 宮崎空港への入国外国人の推移



図表3は、宮崎空港への外国人入国者数の推移を示している。このように、近年、宮崎空港からの外国人の入国は著しく増加している。

国土交通省は、2003年度からビジット・ジャパン・キャンペーンとして、我が国を訪れる外国人観光客を、2010年までに1,000万人に増加させようという目標を掲げているが、2004年の訪日外国人旅行者数は前年比17.8%増の614万人となった。しかし、それ以上に宮崎の伸びは顕著であり、2004年には、前年比50.9%増の23,349人が宮崎空港から入国した。

特に、韓国からの入国者が増加している。2004年の1年間の韓国からの入国者は16,370人で宮崎空港から入国する外国人の70.1%と最も大きな割合を占め、かつ、前期と比べ7,872人増(78.1%増)と急増している。この増加の背景には、韓国企業のインセンティブツアー誘致に成功していることがあげられる。2004年に宮崎では、2,000人延べ

10,000泊や、6,000人延べ30,000泊などの大型のインセンティブツアー誘致に成功している。

このインセンティブツアーとは、企業が販売促進等を目的として、営業成績の良かった従業員を対象として行う報奨旅行であり、パーティやレセプションなどを伴い、宿泊、飲食など、一人当たり消費単価が高いと言われている。また、ツアーは比較的閑散期に行われ、稼働率の観点で見ても大きな効果をもたらす。インセンティブツアーは、家族単位で来日するパターンが多く、前述の宮崎の誘致事例のように、一社で数千人規模のものもあり、外国人観光客の増加、観光消費額の増加に大きく寄与し、大きな経済的効果があるものと考えられる。ただ一方で、インセンティブツアーを実施する会社は旅行先を毎年変える傾向があるなど、誘致する側にとっては、固定客となりにくいなど、問題点もある

インセンティブツアー誘致成功の要因

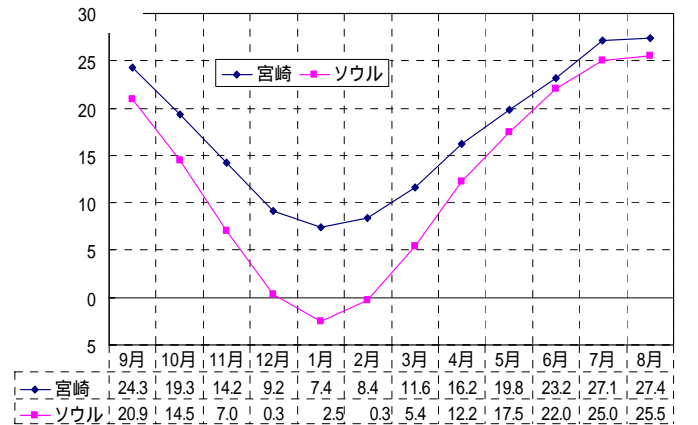
それでは、なぜインセンティブツアー誘致に宮崎が成功したのだろうか？

まずあげられるのが、宮崎県をはじめとする行政側の積極的な誘致活動である。県は韓国に事務所を設置し、インセンティブツアーを考えている韓国企業に対してトップセールスをかけるといった、積極的なセールス活動を行っている。現在韓国に事務所を設置している都道府県は北東北3県などいくつか存在するものの限られており、旅行エージェント以外に直接現地企業にトップセールスかけるケースはまだ珍しく、このような宮崎県の取り組みは全国でも先進的なものと評価されている。また、既存の県のコンベンション支援制度等を活用して、来宮しコンベンションを開催する団体に対し最大で375万円の支援も行っている。

2つ目として、宮崎県は、ゴルフ場が多く、また、ダンロップフェニックストーナメントなど世界的に有名な大会も行われるなど、知名度も高いという特徴があげられる。これは、近年の韓国からのインセンティブツアー誘致の強みとなっている。現在、韓国ではゴルフブームとなっており、ゴルフ人口は約300万人にのぼると言われている。しかし、このゴルフ人口に対し、ゴルフ場の数は限られており、約190ヶ所のうち、会員制132ヶ所、パブリック58ヶ所であり、2003年には12万人が海外にゴルフクラブを持ち出しているといわれている¹。また、韓国では冬場寒いため(図表4)、ゴルフ場はクローズされてしまうようだ。これに対し、宮崎は、全国でも有数のゴルフ場を有する県であり、かつ、フェニックスカントリークラブ

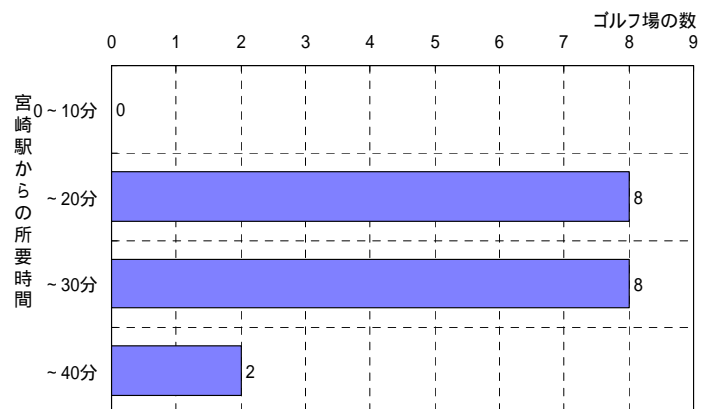
など世界大会に利用される有名なコースも有する。また、空港とゴルフ場、宮崎市中心部が近く(図表5)、入国した当日からゴルフコースを回ることが可能である。宮崎は、冬場も温暖で、旅行期間中ゴルフを十分楽しめる環境が整っているのである。

(図表4) 宮崎市とソウルの平均気温



(出所) 気象庁ホームページ

(図表5) 宮崎市中心部からの所要時間とゴルフ場の分布



(注) 下記資料の宮崎駅からの所要時間記載ゴルフ場より作成
(出所) 『宮崎県観光要覧 2005』

3つ目の要因として、交通面への積極的支援があげられる。県は2001年からはソウル-宮崎間で定期便も就航させ、CIQ²体制も整備したが、このこともインセンティブツアーをより誘致しやすくした。また、宮崎空港から入国(帰国)し、九州の他の空港から帰国(入国)する2ウェイチャーター³などの手法も先進的に導入している。

韓国国内の要因として、1989年の海外旅行完全自由化以降、距離的にも近い、九州地域への旅行が増加したということもあげられる。

宮崎のインバウンド-今後の方向性

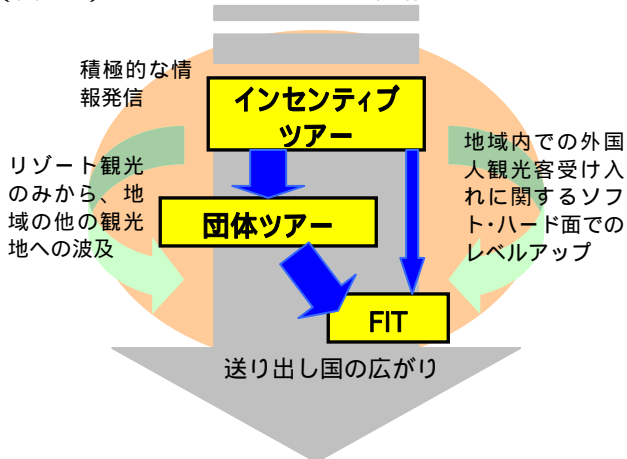
このように外国人観光客誘致に先駆的に取り組み、成功を収めている宮崎であるが、今後どのような方向が考えられるだろうか。

これまで、企業のインセンティブツアーの誘致等に積極的に取り組み、その成果として、韓国等からの外国人観光客が増加してきた。これらは大きな経済的効果が期待できると考えられ、今後の継続的誘致努力に期待したい。ただし、今後は、インセンティブツアーだけでなく、団体パックスツアーへの波及、そして、その次のステップとして個人で行く海外旅行（FIT：Foreign Individual Travel）への波及が望まれる。韓国などでは、ちょうど我が国の海外旅行の形態が、インセンティブツアーを含む団体旅行から FIT に重心が移っていったように、今後 FIT が増えるものと考えられ、これらの取り込みが重要になってくるのではないかと。

また、韓国だけではなく、近年増加している台湾や香港、中国など、宮崎への旅行客の送り出し国を広げることも求められる。なお、中国に関しては、ビザが団体旅行に制限されているため当面は団体旅行が中心になると考えられるものの、台湾などでは海外旅行の形態が団体旅行から FIT に移行しつつあることは留意する必要があるだろう。

そして、そのためには、以下にあげる情報発信、ソフト・ハードにおける受け入れインフラ整備、他地域との柔軟な連携が必要となる。

（図表 6）これからのインバウンド戦略イメージ



（出所）筆者作成

まず、「情報発信」についてであるが、宮崎県による広報活動に加え、みやざき観光コンベンション協会のウェブサイトも韓国語など 6 言語に対応しており、外国人観光客誘致を睨んだ積極的な情

報発信がなされていると言える。また、最近、韓国ドラマ「ウエディング」のロケを官民挙げて宮崎に誘致したが、こういったロケ誘致も韓国における宮崎の効率的な PR につながっている。

こういった情報発信活動を、今後団体ツアー、FIT に波及させていくためには、このような宮崎の魅力がガイドブックなど旅行関連のメディアにおいて紹介されることが次のステップへの第一歩となると考えられる。ガイドブックは、外国人観光客の言葉の障壁を大きく緩和し、かつ、魅力的な地域を紹介できる。これらのメディアに様々な宮崎の魅力が紹介されることで、団体ツアー、FIT への波及と共に、県全体への外国人観光客の地域的波及も促進されるのではないかと。

一方、今後の課題として上げられるのが、外国人観光客の受け入れに関するソフト・ハード両面におけるインフラ整備ではないだろうか。今後、インバウンドに関して地域間競争が更に激化してくると考えられる中、ホテル、観光施設や住民の方など全てを含んで、外国人観光客を迎え入れる技術とてなしの心の双方を持てるかが重要となる。現在の外国人観光客の増加をチャンスとして、宮崎県の観光関係者や住民が外国人観光客とコミュニケーションを持ち、そのニーズを把握していくことが、宮崎の観光の更なるステップアップにつながって行くであろう。

ただ、現状の外国人観光客の受け入れ体制はまだ十分な状況とはいえないであろう。たとえば、通訳案内業者の少なさも課題である（図表 7）。外国人観光客に対して、宮崎の魅力を説明し、アピールしていくためには、旅行関係者の語学学習支援や留学生の活用などが必要ではないかと。

（図表 7）県別通訳案内業者数

	福岡	佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島
英語	125	7	32	22	29	22	19
ドイツ語	12	2	-	-	1	1	-
中国語	32	1	1	5	3	-	6
朝鮮語	20	1	1	2	1	-	-

（出所）九州運輸局ホームページ

ハード面においても、公共施設や観光地など、外国語での表示整備や外国語での案内等が求められる。

最後に、地域間の柔軟な連携について触れたい。現在、南九州商工会議所交流会議や九州観光推進機構などが設立されている。これらは、各県で見ても、確かに魅力的な観光地は存在するものの、

他地域との競争を考えた場合、県単体で売り込むよりも、より広域の魅力と共にアピールする方が訴求力が強いのである。

今後ともこのような連携を生かし、かつ旅行者ニーズに応じた柔軟な連携が求められる。北海道では、「北海道レールパス」という個人旅行を行う外国人観光客向けの商品を2002年から発売している。この商品は、1万4千円でJR北海道全線3日間乗り放題という商品であるが、2004年からは5日間乗り放題の商品を発売し、売上が更に好調のようである。好調の要因は外国人観光客の滞在日数と合致したからとの分析がある⁴。このような交通機関等の動きは、九州全体や南九州などの枠組みで考えることも十分可能ではないだろうか。JRや九州内の公共交通機関も含めた外国人向けのフリーパスなどは大きなニーズがあるのではないが。

この他にも、公民連携や民間企業同士の連携、自治体の連携などニーズに合わせた様々な連携が考えられよう。既存の枠にとらわれない需要側の立場に立った柔軟な連携に期待したい。

おわりに

宮崎県の重要産業の一つである観光が低迷する中、宮崎県の積極的な活動により、韓国からのインセンティブツアーなどの誘致に成功している。その結果、近年、外国人観光客が増加しているが、今後については、この誘致成功をチャンスと捉え、FIT化を睨んだ持続的発展とその誘致ノウハウの国内観光への波及などが望まれる。宮崎の魅力を再度見直し、継続的な情報発信が求められよう。これからの宮崎県の観光の発展に期待したい。

【参考文献】

- 国際観光振興機構(2003)『世界と日本の国際観光交流の動向』
- 国際観光振興機構(2004)『世界と日本の国際観光交流の動向』
- 日本観光協会(2005)『観光11月号』

〒892-0842 鹿児島県鹿児島市東千石町1-38
日本政策投資銀行南九州支店(支店長: 澁澤 洋)
お問い合わせ先: 企画調査課 杉本 英之
Tel: 099-226-8208 E-mail: hisugim@dbj.go.jp

¹ 日本観光協会(2005)

² 税関・出入国管理・検疫

³ 入国港と出国港を組み合わせることで飛行機の搭乗率を高めかつ、一度の旅行でより多くの地域を回るメリットがある。

⁴ 国際観光振興機構(2004)