

< 本 編 >

基礎調査

1. 世界の観光動向

(1) 国際観光の国・地域別構成の現状

世界観光機構(WTO)によると、世界における観光動向は、平成15年に各国が受け入れた旅行者総数は6億9,073万人(対前年比1.7%減)、旅行収入総額は5,232億ドル(対前年比8.9%増)となり、旅行者総数の伸びに比べ、旅行収入の伸びが高くなっている。

平成14年の外国人観光旅行者の受入数と旅行収入の地域別の推移を見ると、ヨーロッパは受入数で20.3%、旅行収入は6.5%、東アジア・太平洋は受入数で13.7%、旅行収入で18.9%、アメリカは受入数で4.4%、旅行収入で6.5%となっている。東アジア・太平洋地域のインバウンド市場は、大きな成長を見せ、受入観光客数ではアメリカを上回り、受入数・旅行収入の増加率ともに大きな伸びを示す。

図表 1-1 世界の国際観光旅行者総数と国際旅行収入

	2000(平成12)	2001(平成13)	2002(平成14)	2003(平成15)
国際観光旅行者数(千人)	687,292 (5.4)	684,105 (0.5)	702,854 (2.7)	690,732 (1.7)
旅行収入(百万ドル)	473,328 (3.5)	459,399 (2.9)	480,340 (4.6)	523,185 (8.9)

注) ()内は対前年比(%)を示す。

資料: 世界観光機関(WTO)

図表 1-2 地域別外国人観光客受入数及び国際旅行収入の推移

年 地域 区分	2001(平成13年)			2002(平成14年)		
	観光客数 旅行収入	前年比	構成比	観光客数 旅行収入	前年比	構成比
ヨーロッパ	390,829	-0.5%	57.1%	397,304	20.3%	56.1%
	225,780	-1.7%	49.1%	243,215	6.5%	50.1%
アメリカ	120,141	-6.1%	17.6%	116,637	-4.4%	16.5%
	122,198	-8.4%	26.6%	113,773	-6.5%	23.4%
東アジア・太平洋	115,331	5.7%	16.9%	131,131	13.7%	18.5%
	82,975	0.9%	18.1%	98,691	18.9%	20.3%
アフリカ	28,342	3.2%	4.1%	29,903	5.5%	4.2%
	11,668	7.8%	2.5%	11,803	1.2%	2.4%
中東	23,646	-1.3%	3.5%	27,829	17.7%	3.9%
	11,785	-5.3%	2.6%	12,858	9.1%	2.6%
南アジア	5,816	-4.5%	0.9%	5,869	0.9%	0.8%
	4,993	5.7%	1.1%	5,078	1.7%	1.0%
計	684,105	-0.5%	100.0%	708,673	3.6%	100.0%
	459,399	-2.9%	100.0%	485,418	5.7%	100.0%

資料: 世界観光機関(WTO)

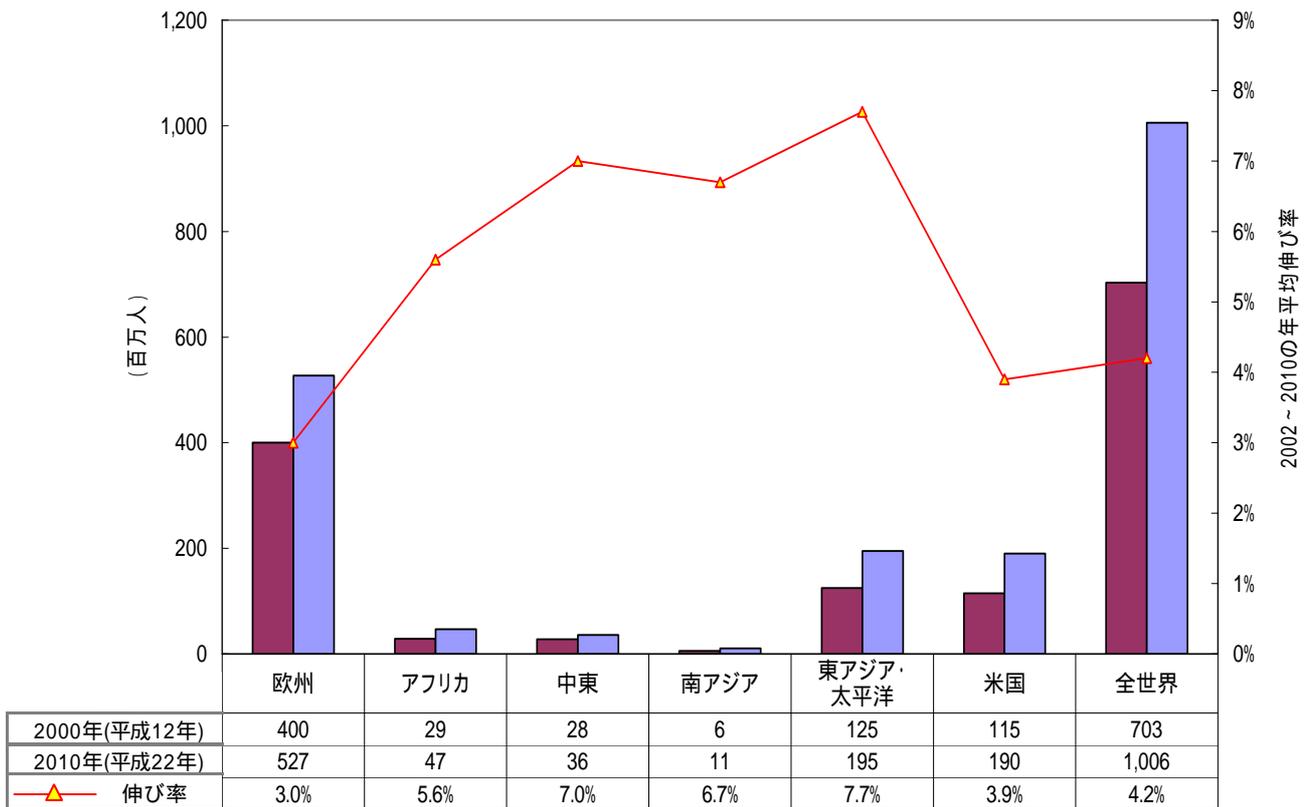
- 注) 1. 国により、統計数字の基礎が入国統計の場合と宿泊統計の場合があり、両者は完全には合致しないため、上記の数値は概数である(上記の数値は、全国の数値の地域毎の合計)。
 2. 端数処理の関係で、構成比の合計が100にならない箇所がある。
 3. 2002年は推計値。

(2) 国際観光の成長予測

世界観光機構（WTO）によると、東アジア・太平洋地域の国際観光客受入数は平成12年から平成22年の間に年平均7.7%の成長が見込まれ、平成22年には1億9,500万人に達するとの推計を発表した。平成22年には、欧州で5億2,700万人（年平均の伸びは3.0%）、米国は1億9,000万人（年平均の伸びは3.9%）。

東アジア・太平洋地域の国際観光客受入数の成長は欧州・米国の約2倍と予測されており、国際観光においての集客を推進していく上で重要な市場として注目される。

図表 1-3 拡大する東アジア・太平洋地域の国際観光市場



資料：世界観光機関（WTO）

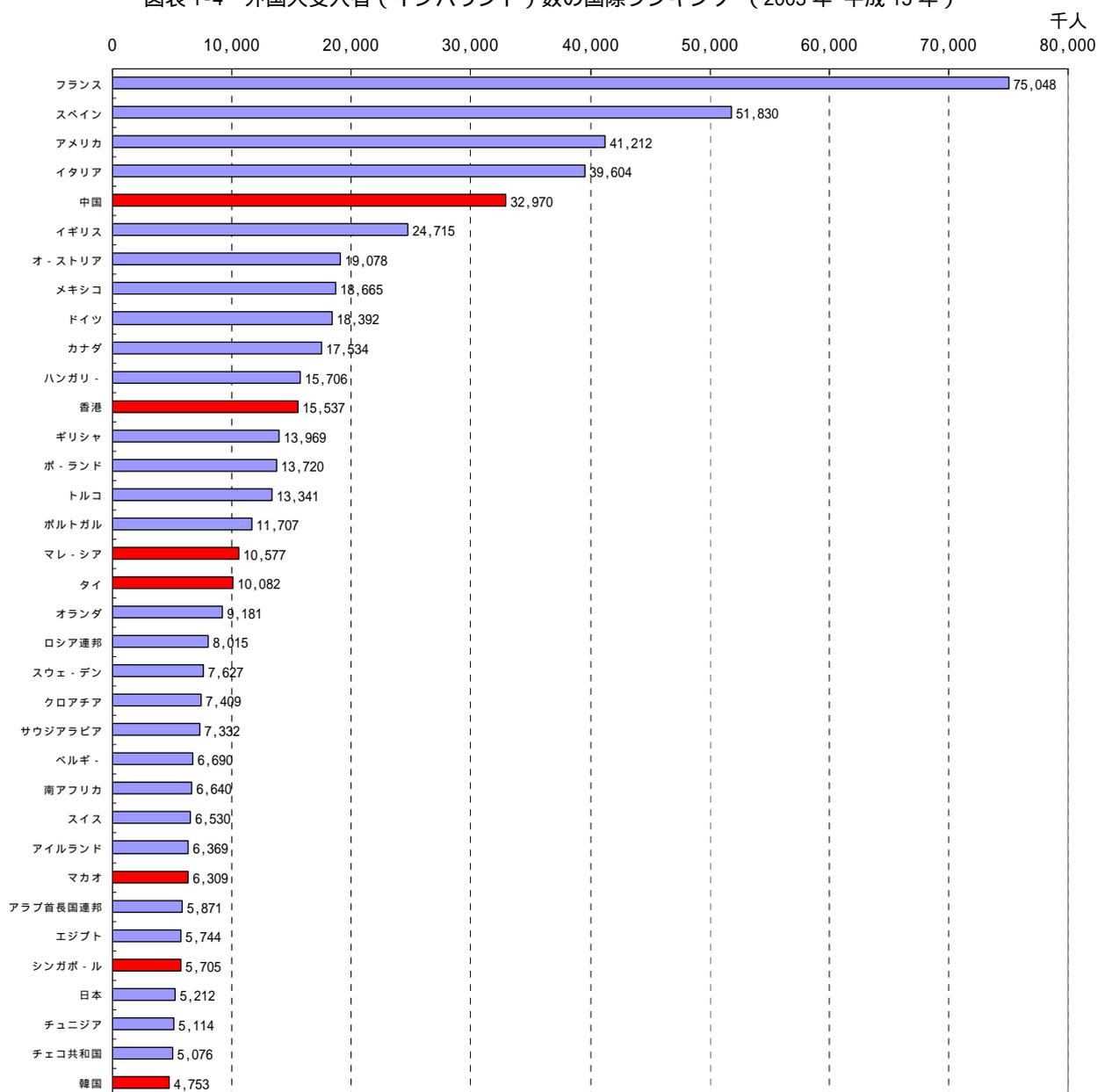
2. 我が国の国際観光をめぐる状況

(1) 訪日旅行者数の動向

日本人海外旅行者（アウトバウンド）数は、円高の進行や、交通手段の発達、海外旅行の大衆化により、昭和61年に500万人、平成2年は1100万人、平成7年には1530万人となった。その後、景気の低迷やイラク戦争、SARS禍により、一時的に低迷も見られたが、平成16年には1683万人を数え、依然として高い水準で推移している。

一方、同時期の訪日外国人旅行者（インバウンド）数を見ると、円高の影響等から伸び悩み、昭和60年に232万人、平成2年は323万人、平成7年には335万人、平成16年には614万人と増加しているが、依然1,000万人以上の開きがある。この格差をできる限り早期に是正するため、インバウンドの拡大をさらに推進させて行く事が大きな課題となってくる。

図表 1-4 外国人受入者（インバウンド）数の国際ランキング（2003年 平成15年）



資料：世界観光機関（WTO）

(2) 訪日旅行者の現状

平成 16 年の外国人訪日旅行者は、対前年比 17.8%、92 万 6 千人増の 614 万人だった。東アジア・太平洋地域からの訪日旅行者の占める割合が最も多く 68.6% (420 万 8 千人) で、わが国にとっての重要な市場となっている。

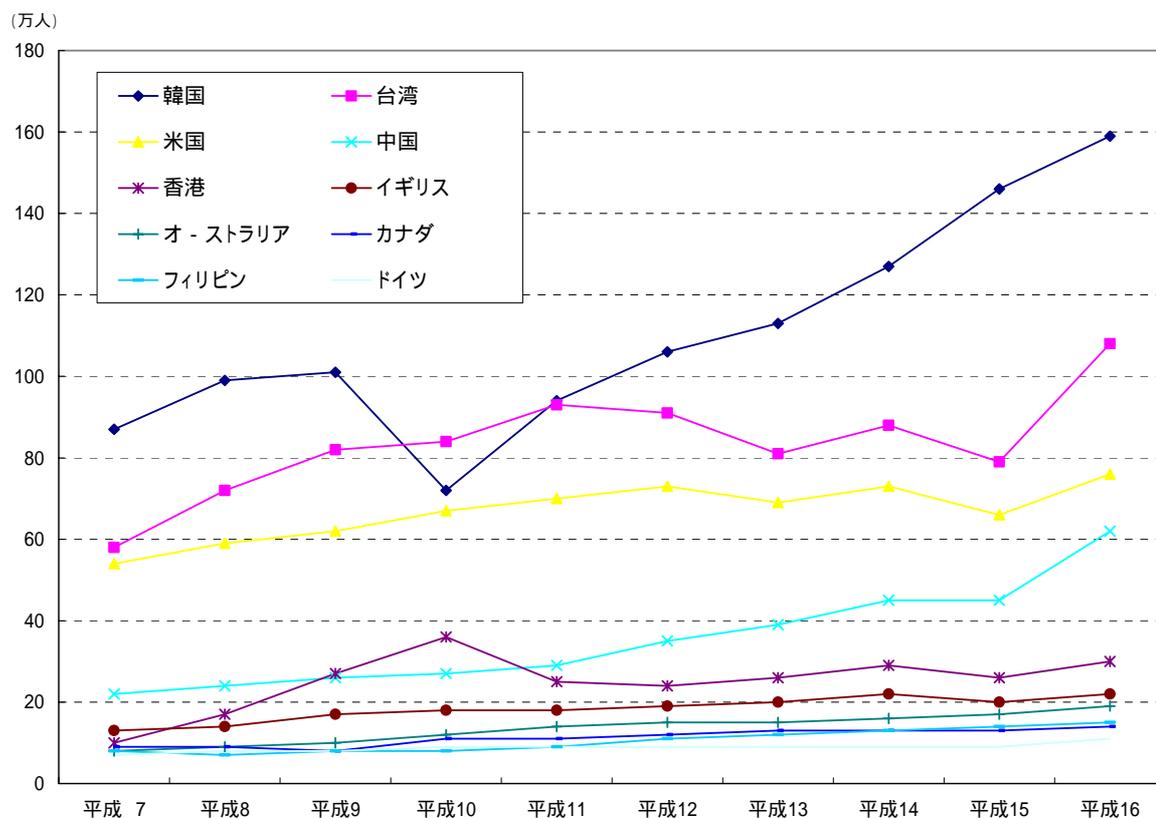
平成 16 年の訪日外国人の割合で見ると下記の通りとなる。

韓国 全体構成比の 26% (159 万) でわが国への訪日旅行者が最も多い。伸び率も前年と比べ緩やかになったものの 8.8% と高い水準で推移している。平成 14 年での主要渡航先としても中国 (212 万人) について 2 位 (日本 127 万人) となっており、韓国からの訪日需要の高さがうかがえる。

台湾 全体構成比の 18% (108 万) で韓国に次ぐ、対前年からの伸び率も全体平均の 17.8% に対し、37.6% と高い伸びを示している。平成 14 年での主要渡航先としても中国 (366 万人)・香港 (242 万人) について 3 位 (日本 877 万人) ではあるが、上位 2 国とは大きく差がついている。

中国 全体構成比の 10% (62 万) であるが、対前年からの伸び率は台湾と同様に対前年 37.3% と高い伸びを示している。平成 14 年での主要渡航先は 9 位 (日本 45 万人)、1 位の香港 (682 万人) 2 位マカオ (145 万人) に集中している、3 位のタイ (76 万人) と比較しても実数ではかなりの差がついている。

図表 1-5 上位 10 カ国地域からの訪日外国人旅行者の推移



資料：国際観光振興機構

図表 1-6 東アジア各国の主要渡航先と旅行者数（2002年 平成14年）

単位：人

	中国		韓国		台湾		香港	
	渡航先	旅行者数	渡航先	旅行者数	渡航先	旅行者数	渡航先	旅行者数
1位	香港	6,825,199	中国	2,124,310	中国（大陸）	3,660,565	タイ	526,138
2位	マカオ	1,451,250	日本	1,271,835	香港	2,428,776	日本	290,624
3位	タイ	763,139	タイ	716,778	日本	877,709	シンガポール	265,970
4位	ロシア	725,825	米国	638,697	タイ	673,652	台湾	244,103
5位	ベトナム	724,385	香港	457,438	インドネシア	400,334	韓国	179,299
6位	シンガポール	670,093	シンガポール	371,050	米国	288,032	英国	158,000
7位	マレーシア	557,647	フィリピン	288,468	ベトナム	211,072	フィリピン	155,964
8位	韓国	539,466	インドネシア	210,581	マレーシア	209,706	オーストラリア	150,943
9位	日本	452,420	オーストラリア	189,729	シンガポール	209,317	米国	135,409
10位	ドイツ	270,459	カナダ	151,476	マカオ	166,332	カナダ	119,449
出国者総数		16,602,300		7,123,407		7,319,466		56,359,000

注）香港の出国者数には、中国（大陸）とマカオへ行った人は含まれていない。

資料：国際観光振興機構「訪日外国人旅行者調査 2003～2004」

(3) 旅行目的

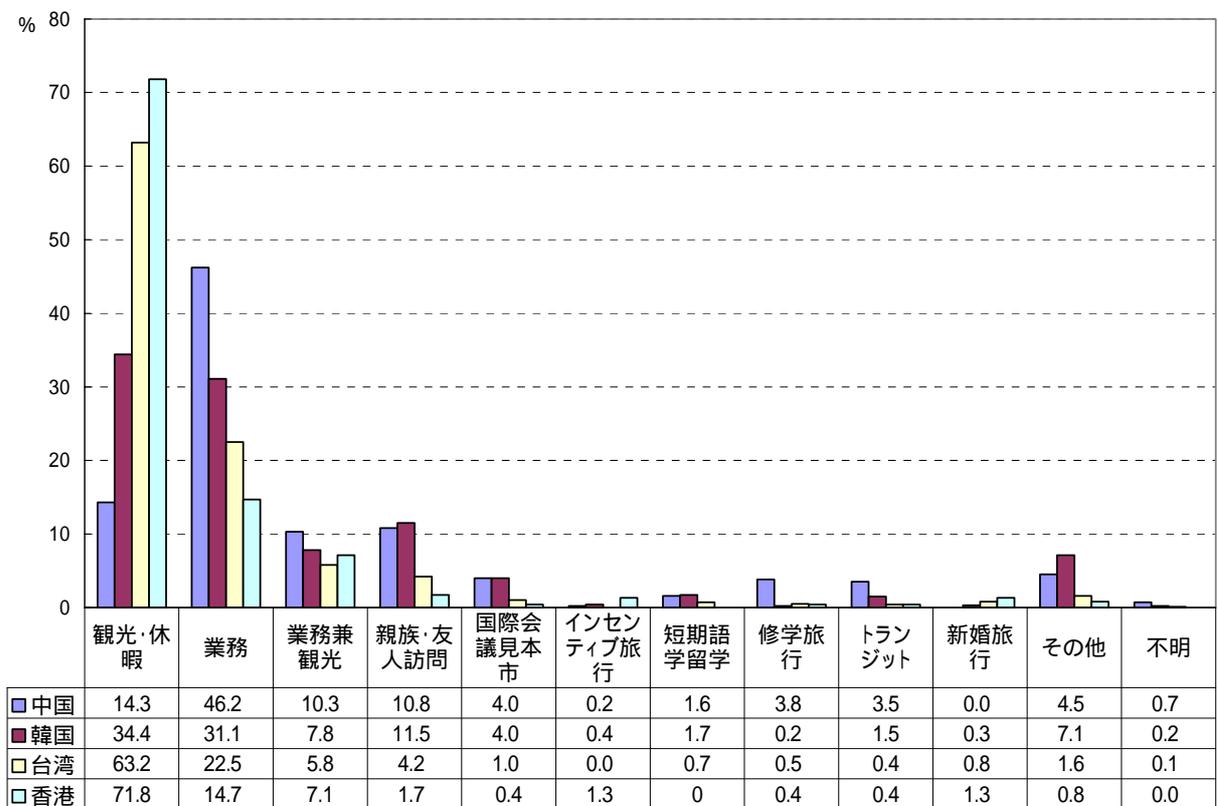
中国はビジネス、韓国は観光と業務目的が多い。台湾、香港は観光が中心。

東アジアからの訪日旅行者の目的は、国際観光振興機構の調査によると、中国からは業務目的が最も多く46.2%、となっている。(図表1-16)、

韓国においては、観光/休暇(34.4%)・業務(31.1%)がいずれも30%目的を越え訪日目的の中心となっている。

台湾、香港は観光・休暇が(台湾63.2%、香港71.8%)圧倒的に多い。

図表 1-7 東アジア各国からの旅行者の訪日目的(SA・%)



資料：国際観光振興機構（訪日外国人旅行者調査 2003～2004）

(4) 訪日動機

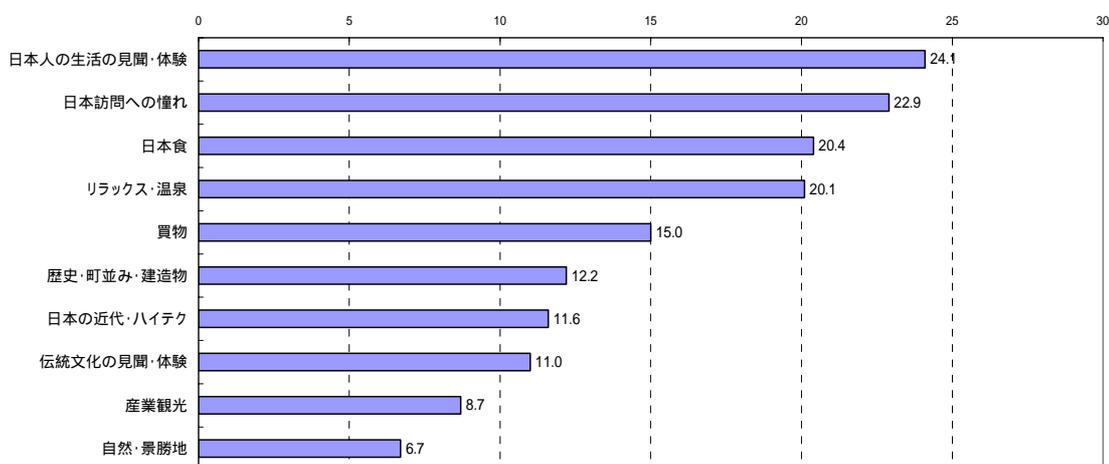
中国ではハイテク・近代化と異文化体験。台湾、香港は買物、温泉中心。

東アジアからの旅行者の訪日動機は国によって異なる。全体的な傾向として「買物」「日本食」「日本人の生活の見聞・体験」「自然・景勝地」「リラックス・温泉」が高く、ショッピングと日本らしさ・情緒に対する魅力が訪問動機を中心となっている。

国別に傾向を見ると、

韓国 「日本人の生活の見聞・体験」(24.1%)、「日本訪問への憧れ」(22.9%)、「日本食」(20.4%)、「リラックス・温泉」(20.1%)が上位となっており、日本そのもの及び日本文化への憧憬が感じられる。

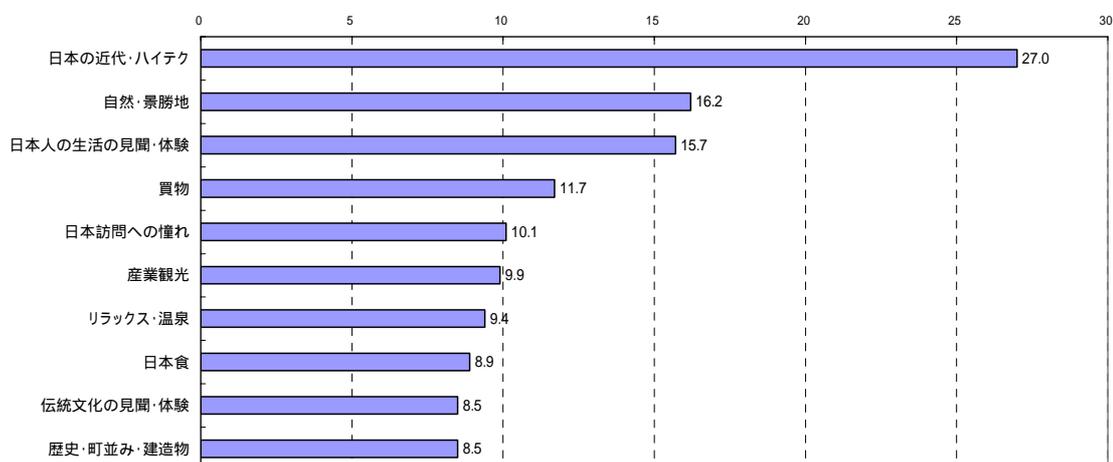
図表 1-8 韓国からの旅行者の訪日動機



資料: 国際観光振興機構(訪日外国人旅行者調査 2003~2004)以下同様

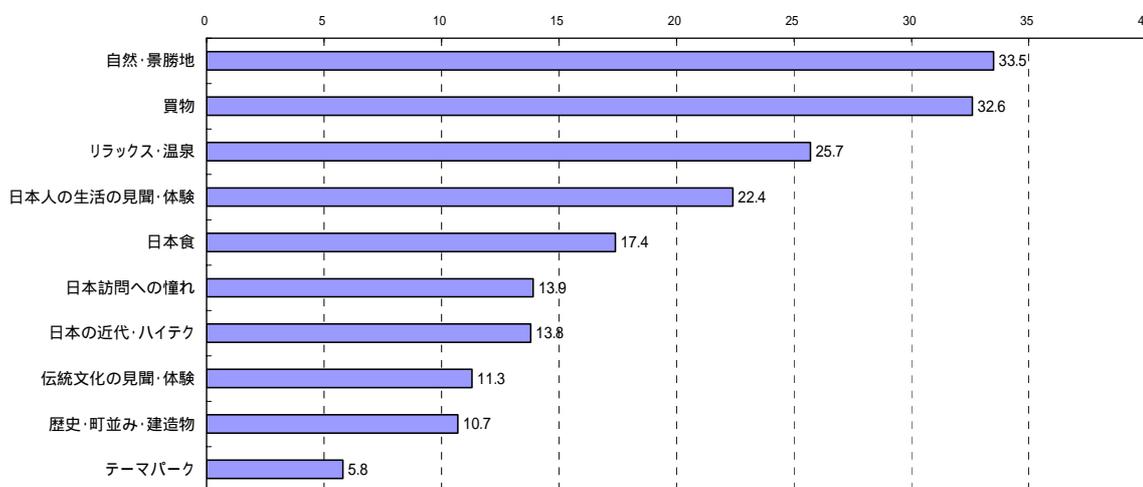
中国 「日本の近代化・ハイテク」(27.0%)が首位にきている点が他国との大きなちがいとなっている。訪日目的として「業務」のシェアの高い中国は、訪日動機も「日本の近代化・ハイテク」と業務に関連したものとなっている。

図表 1-9 中国からの旅行者の訪日動機



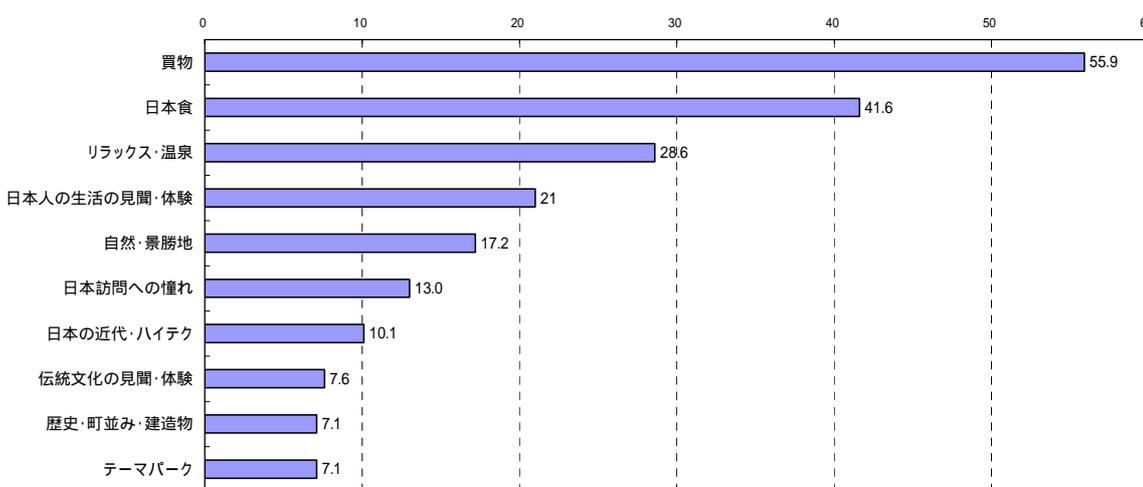
台湾 「自然・景勝地」(33.5%)、「買物」(32.6%)、「リラックス・温泉」(25.7%)がベスト3であり、観光動機が主流となっている。

図表 1-10 台湾からの旅行者の訪日動機



香港 「買物」(55.9%)が圧倒的に高いのが特徴的である。「日本食」(41.6%)も大きな動機となっている。

図表 1-11 香港からの旅行者の訪日動機



図表 1-12 訪日動機ベスト10

単位：%

順位	韓国		中国		台湾		香港	
	動機	割合 (%)						
1位	日本人の生活の見聞・体験	24.1	日本の近代・ハイテク	27.0	自然・景勝地	33.5	買物	55.9
2位	日本訪問への憧れ	22.9	自然・景勝地	16.2	買物	32.6	日本食	41.6
3位	日本食	20.4	日本人の生活の見聞・体験	15.7	リラックス・温泉	25.7	リラックス・温泉	28.6
4位	リラックス・温泉	20.1	買物	11.7	日本人の生活の見聞・体験	22.4	日本人の生活の見聞・体験	21
5位	買物	15.0	日本訪問への憧れ	10.1	日本食	17.4	自然・景勝地	17.2
6位	歴史・町並み・建造物	12.2	産業観光	9.9	日本訪問への憧れ	13.9	日本訪問への憧れ	13.0
7位	日本の近代・ハイテク	11.6	リラックス・温泉	9.4	日本の近代・ハイテク	13.8	日本の近代・ハイテク	10.1
8位	伝統文化の見聞・体験	11.0	日本食	8.9	伝統文化の見聞・体験	11.3	伝統文化の見聞・体験	7.6
9位	産業観光	8.7	伝統文化の見聞・体験	8.5	歴史・町並み・建造物	10.7	歴史・町並み・建造物	7.1
10位	自然・景勝地	6.7	歴史・町並み・建造物	8.5	テーマパーク	5.8	テーマパーク	7.1

(5) 外国人旅行者倍増に向けての取り組みグローバル観光戦略

インバウンドとアウトバウンドの格差の是正への取り組み

平成14年、国土交通省では、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」に基づき、外国人旅行者の訪日を促進する「グローバル観光戦略」を関係府省と協力して策定した。

この戦略は、日本のアウトバウンド(約1600万人)とインバウンド(500万人)の格差を、できる限り早期に是正する事を目的としたもので、以下の4戦略からなる。

戦略1「外国人旅行者訪日促進戦略」

ビジット・ジャパン・キャンペーン、海外重点市場のニーズに応じた旅行商品の開発、販売等

戦略2「外国人旅行者受け入れ戦略」

他国に遜色ない国際空港・港湾、アクセスの向上、複数国で使える多機能ICカード、外国人にとっても魅力ある観光交流空間づくり等

戦略3「観光産業高度化戦略」

旅行業における外国人旅行者向けツアーの企画・開発、宿泊業における泊食分離、企業間連携の強化等

戦略4「推進戦略」

政府においては関係府省が一丸となって推進。国及び自治体、民間企業等が官民一体となって推進する母体「戦略推進委員会」の設置等

本戦略は、国土交通大臣をヘッドとし、関係府省、地方公共団体、民間企業・団体等をメンバーとする「グローバル観光戦略推進委員会」により、官民一体となって推進されている。

ビジット・ジャパン・キャンペーンの成果

「平成22年までに訪日外国人旅行者数1000万人の達成」を目標に、国土交通省が主体となって実施している「ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)」は、平成15年度に韓国、台湾、米国、中国、香港の5ヶ国に対するキャンペーンとして開始され、平成16年度には、英、仏、独の欧州3ヶ国を加え8ヶ国となった。

小泉総理大臣が訪日旅行を呼びかけるメッセージビデオの作成、宿泊情報提供予約サイトの構築、旅行会社の招請・商談会の開催など、積極的なPR・キャンペーンを実施し、平成16年には訪日外国人旅行者数が600万人を越え、アウトバウンド・インバウンドの格差是正の成果が現れ始めている。

3 . 福岡市の観光の状況

(1) 福岡市の産業の現状

福岡市の市内総生産の産業別構成比は、第3次産業が全体の85%以上であり、その内、サービス業、卸売・小売業が約65%以上を占めている。福岡市が「商都」と呼ばれる所以である。

対前年度増加率をみると、産業全体では緩やかな減少傾向にある。特に基幹産業となっているサービス業は、平成12年以降、対前年 1.3%、 1.8%と2年連続して減少が続いている。

卸売・小売業については、平成12年度(対前年 4.0)、13年度(対前年 7.5)の大幅な減少に比べると、平成14年度(対前年 1.2)は下げ幅を縮小したが、減少傾向は続いている。

図表 1-13 経済活動別市内総生産額の構成比及び、対前年増加率

項 目	対前年度増加率			構成比
	平成12年度	13年度	14年度	14年度
1 産 業	0.8	3.0	0.3	96.8
(1) 農 林 水 産 業	8.0	4.1	0.0	0.1
(2) 鉱 業	32.7	36.6	66.1	0.1
(3) 製 造 業	1.7	0.9	1.5	5.5
(4) 建 設 業	5.4	15.7	2.1	5.2
(5) 電 気 ・ ガ ス ・ 水 道 業	3.4	3.0	0.4	2.7
(6) 卸 売 ・ 小 売 業	4.0	7.5	1.2	26.3
(7) 金 融 ・ 保 険 業	4.2	5.2	0.6	7.4
(8) 不 動 産 業	2.5	3.4	4.7	13.9
(9) 運 輸 ・ 通 信 業	2.0	2.0	3.9	8.6
(10) サ ー ビ ス 業	3.3	1.3	1.8	27.0
2 政 府 サ ー ビ ス 生 産 者	1.9	2.1	0.4	7.2
3 対家計民間非営利サービス生産者	5.2	3.6	4.3	2.3
4 小 計	0.5	2.5	0.2	106.4
5 輸 入 品 に 課 さ れ る 税 ・ 関 税	7.4	0.7	1.2	0.7
6 (控除)総資本形成にかかる消費税	8.6	0.0	11.3	0.6
7 (控 除) 帰 属 利 子	1.1	5.0	4.3	6.4
市内総生産(市場価格表示)	0.5	2.9	0.4	100.0

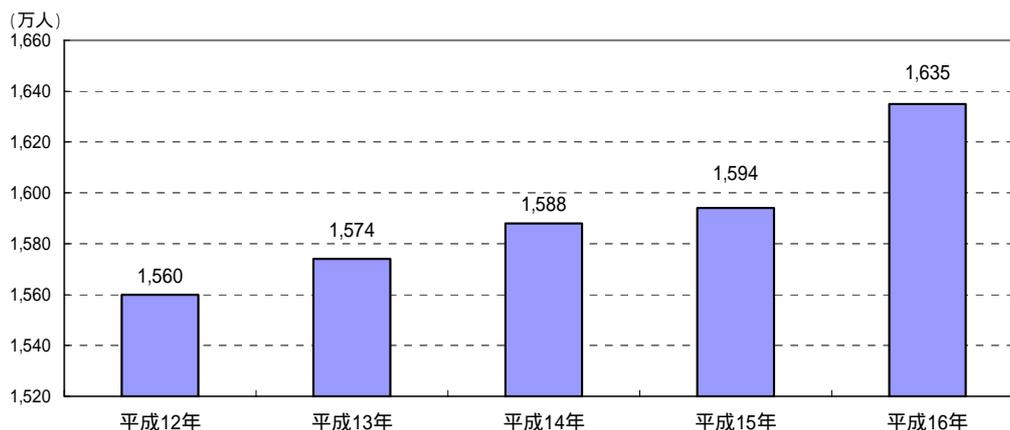
資料：総務企画局企画調整部統計調査課

(2) 入込観光客数

福岡市への入込観光客は、過去最高の1,635万人。(平成16年)
 テロ・SARS等観光行動に対する影響も沈静化

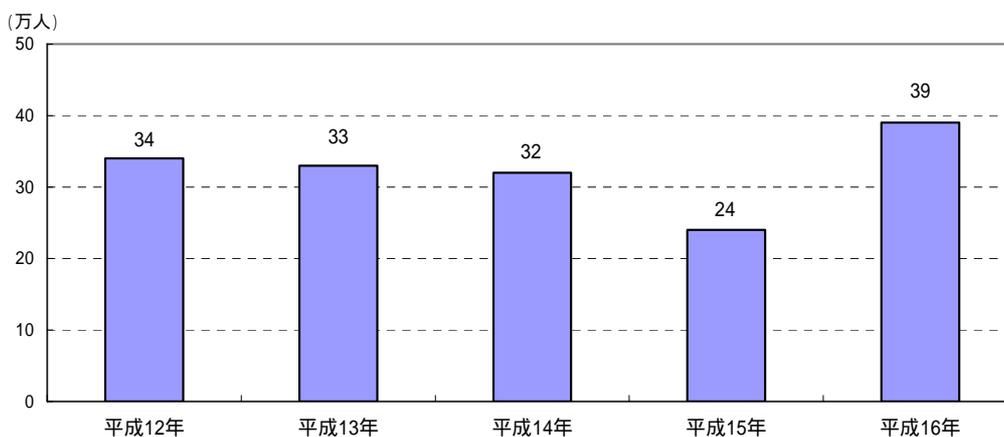
平成16年の福岡市への入込観光客数は約1,635万人で対前年2.6%の伸びとなっている。また、外国人延宿泊者数も、テロ・SARS等の影響も沈静化をみせ、約39万人で対前年62%と高い伸びを示している。

図表 1-14 入込観光客数の推移



資料：平成16福岡市年観光統計

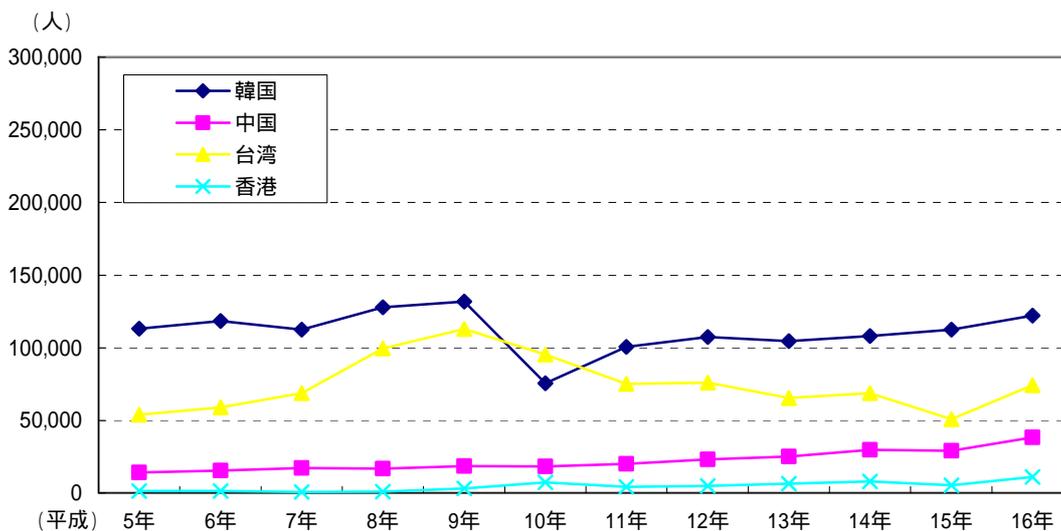
図表 1-15 外国人延宿泊数の推移



資料：平成16福岡市年観光統計

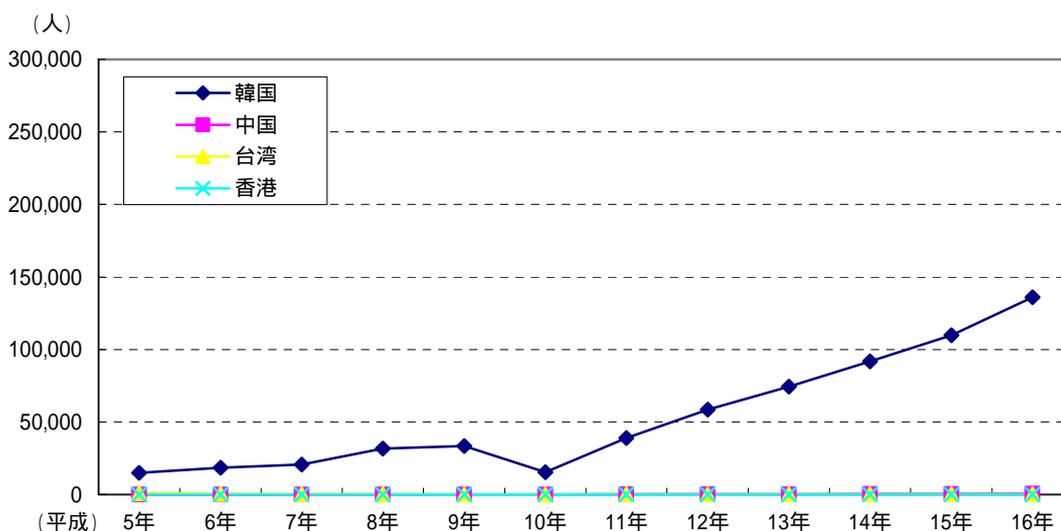
平成 16 年の福岡市への外国人入国客数も訪日旅行者の傾向と近く、1 位韓国（258,255 人 構成比 56.9%）、2 位台湾（74,480 人 構成比 16.4%）3 位中国（39,006 人 構成比 8.6%）で、全体の約 6 割が韓国からの入国客となっている。対前年の伸び率は、韓国で対前年 16.2%、同様に台湾 46.2%、中国 32% といずれも上昇している。特に台湾・中国の伸びはめざましく、増加を続ける東アジアの旅客数の好影響が福岡市の入国客数の伸びにも現れている。

図表 1-16 東アジアからの国籍別入国客数の推移（福岡空港）



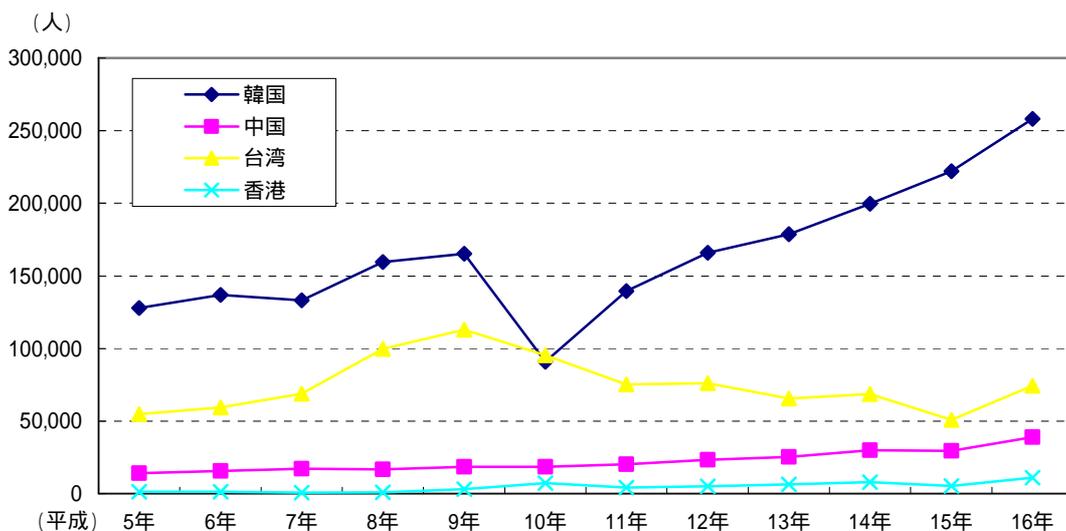
資料：第 32～44 出入国管理統計年報

図表 1-17 東アジアからの国籍別入国客数の推移（博多港）



資料：第 32～44 出入国管理統計年報

図表 1-18 東アジアからの国籍別入国客数の推移（福岡空港・博多港合計）



資料：第 32～44 出入国管理統計年報

図表 1-19 東アジアからの国籍別入国客数の推移

国籍	空港 / 港	人数 / 前年比	平成 5 年	6 年	7 年	8 年	9 年	10 年	11 年	12 年	13 年	14 年	15 年	16 年
中国	福岡空港	入国者数(人)	14,057	15,497	17,165	16,682	18,455	18,353	20,060	23,084	24,988	29,606	29,066	38,381
		前年比(%)	100	110	111	97	111	99	109	115	108	118	98	132
	博多港	入国者数(人)	11	22	38	52	103	108	136	271	220	399	493	625
		前年比(%)	100	200	173	137	198	105	126	199	81	181	124	127
	合計	入国者数(人)	14,068	15,519	17,203	16,734	18,558	18,461	20,196	23,355	25,208	30,005	29,559	39,006
		前年比(%)	100	110	111	97	111	99	109	116	108	119	99	132
台湾	福岡空港	入国者数(人)	54,019	59,064	68,594	99,484	112,808	95,217	75,139	76,038	65,442	68,599	50,762	74,205
		前年比(%)	100	109	116	145	113	84	79	101	86	105	74	146
	博多港	入国者数(人)	848	449	219	198	91	75	163	62	173	147	184	275
		前年比(%)	100	53	49	90	46	82	217	38	279	85	125	149
	合計	入国者数(人)	54,867	59,513	68,813	99,682	112,899	95,292	75,302	76,100	65,615	68,746	50,946	74,480
		前年比(%)	100	108	116	145	113	84	79	101	86	105	74	146
香港	福岡空港	入国者数(人)	1,239	1,308	651	987	3,082	7,358	4,275	4,904	6,371	7,824	5,347	10,965
		前年比(%)	100	106	50	152	312	239	58	115	130	123	68	205
	博多港	入国者数(人)	2	1	2	1	0	0	2	62	32	6	9	9
		前年比(%)	100	50	200	50	0			3,100	52	19	150	100
	合計	入国者数(人)	1,241	1,309	653	988	3,082	7,358	4,277	4,966	6,403	7,830	5,356	10,974
		前年比(%)	100	105	50	151	312	239	58	116	129	122	68	205
韓国	福岡空港	入国者数(人)	113,047	118,456	112,509	127,923	131,866	75,430	100,628	107,492	104,444	107,964	112,423	122,223
		前年比(%)	100	105	95	114	103	57	133	107	97	103	104	109
	博多港	入国者数(人)	14,918	18,404	20,601	31,644	33,518	15,456	38,938	58,527	74,287	91,724	109,762	136,032
		前年比(%)	100	123	112	154	106	46	252	150	127	123	120	124
	合計	入国者数(人)	127,965	136,860	133,110	159,567	165,384	90,886	139,566	166,019	178,731	199,688	222,185	258,255
		前年比(%)	100	107	97	120	104	55	154	119	108	112	111	116

資料：第 32～44 出入国管理統計年報

(3) 訪日旅行者における福岡市の位置づけ

関東・関西の大都市への訪問率が高く、福岡は9位の位置づけ。

国際観光振興機構の「訪日外国人旅行者調査(2003~2004)」では、東アジア各国からの訪日旅行者の日本の訪問先について、福岡は韓国で7位、アジア全体及び、中国・台湾・香港で9位となっている。

都道府県別にみると、中国、韓国、台湾、香港とも東京、大阪及び、関東・関西・東海への訪問率が高い。(但し香港からは北海道が2番目に多い。)

図表 1-20 アジア、東アジア各国訪問者の都道府県訪問率(上位10都道府県・複数回答)

単位: %

順位	アジア (N=2,972)		中国 (N=426)		韓国 (N=1,087)		台湾 (N=826)		香港 (N=238)	
	訪問先	訪問率	訪問先	訪問率	訪問先	訪問率	訪問先	訪問率	訪問先	訪問率
1	東京	51.0	東京	66.2	東京	44.9	東京	44.9	東京	54.6
2	大阪	31.8	大阪	43.7	大阪	34.4	大阪	28.1	北海道	32.4
3	京都	16.3	京都	26.3	京都	16.7	京都	14.4	大阪	17.2
4	神奈川	15.2	神奈川	20.2	神奈川	13.5	千葉	13.8	神奈川	10.9
5	千葉	13.4	愛知	18.8	千葉	11.3	神奈川	13.0	千葉	9.2
6	愛知	9.8	千葉	16.7	兵庫	10.5	北海道	8.8	山梨	4.6
7	兵庫	8.4	兵庫	12.4	福岡	7.9	愛知	8.5	京都	4.2
8	北海道	7.0	山梨	8.2	奈良	7.5	兵庫	6.7	和歌山	3.8
9	福岡	6.8	福岡	8.0	愛知	7.2	福岡	6.3	福岡	3.4
10	奈良	5.7	奈良	6.8	大分	5.0	奈良	5.4	長崎	2.5

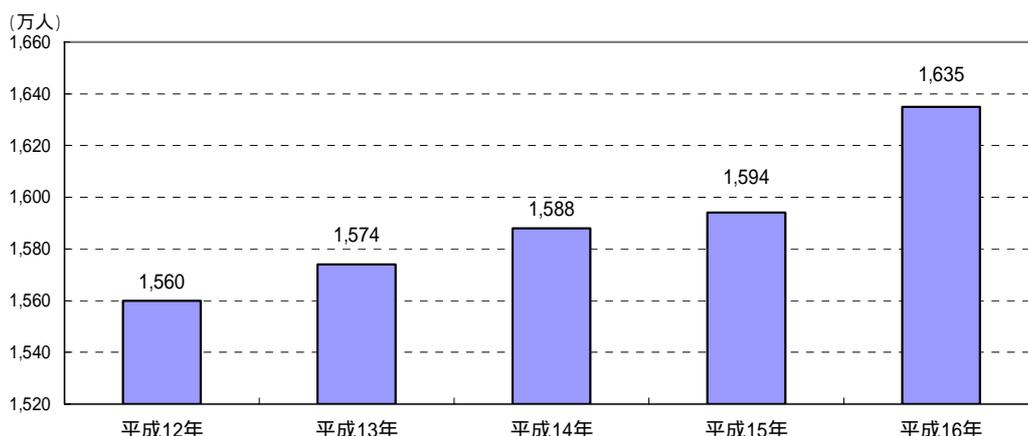
資料: 国際観光振興機構(訪日外国人旅行者調査2003~2004)

(4) 観光推進による経済効果

福岡市の入込観光客の直接消費額は3,000億円。

平成16年の福岡市における入込観光全体の直接消費額は、宿泊で1,488億円、日帰りで1,476億円、合計で約3,000億円と試算されている。これは、福岡市の平成14年度の電気・ガス・水道業を越え、建設業・製造業の総生産額に迫っている。福岡市の今後の経済振興を図る上で、観光産業の振興は重要な課題であるといえることができる。

図表 1-21 入込観光客年次推移 (再掲)



資料：平成16福岡市年観光統計

図表 1-22 観光消費額試算表

宿泊客	@	30,721 円 ×	4,843,620 人 =	1,488 億円
日帰り客	@	12,829 円 ×	11,505,401 人 =	1,476 億円
合計		2,964 億円 (前年2,500億円 対前年比118.6%)		

出典：平成16年度福岡市観光統計

(5) 東アジアに対する地理的優位性

1,000km圏内に韓国(ソウル・釜山)、中国(上海)があり、
2,000km圏には中国(北京)、台湾がある。

福岡市と東アジア主要都市の位置関係は、1,000km圏にソウル・釜山・上海、2000km圏に北京・台北がある。所要時間も55分～2時間55分であり、移動距離・所要時間から見ると、福岡市の東アジア主要都市に対する地理的優位性は高い。

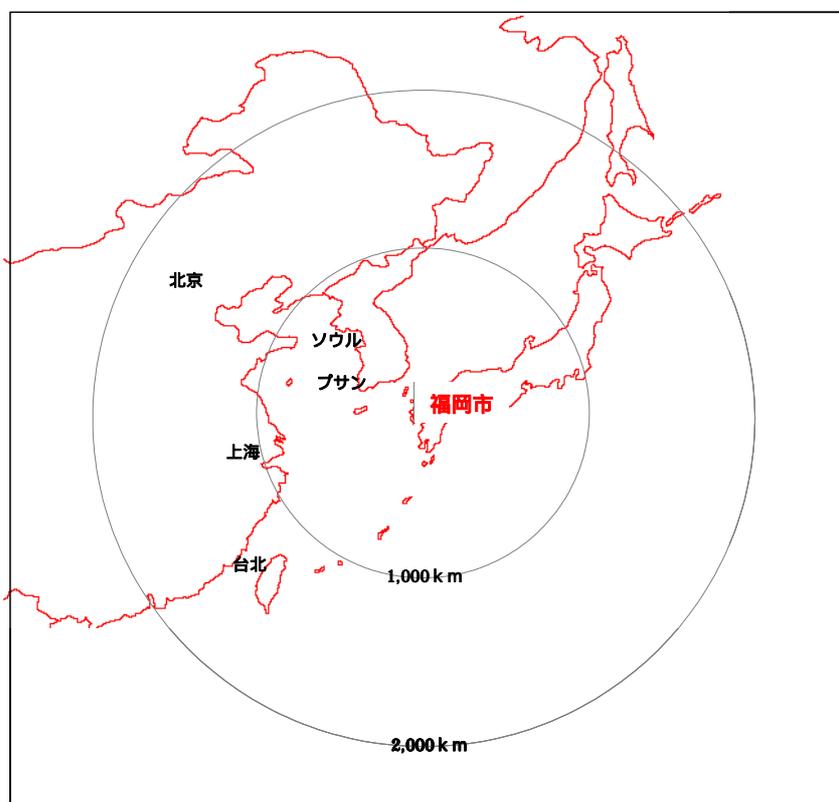
また、福岡空港、博多港を都心近辺に有する高いアクセス利便性は地理的優位性をさらに高めている。

図表 1-22 福岡と東アジア主要都市への距離と所要時間

移動距離	都市名	空路/海路	所要時間	国内移動時間との比較
1,000km圏	釜山	空路	55分	福岡～大阪間 空路 1時間05分
		海路	2時間55分	博多～大阪間 新幹線 3時間00分
	ソウル	空路	1時間25分	福岡～東京間 空路 1時間30分
	上海	空路	1時間35分	〃
2,000km圏	台北	空路	2時間15分	福岡～千歳間 空路 2時間15分
	北京	空路	2時間25分	〃

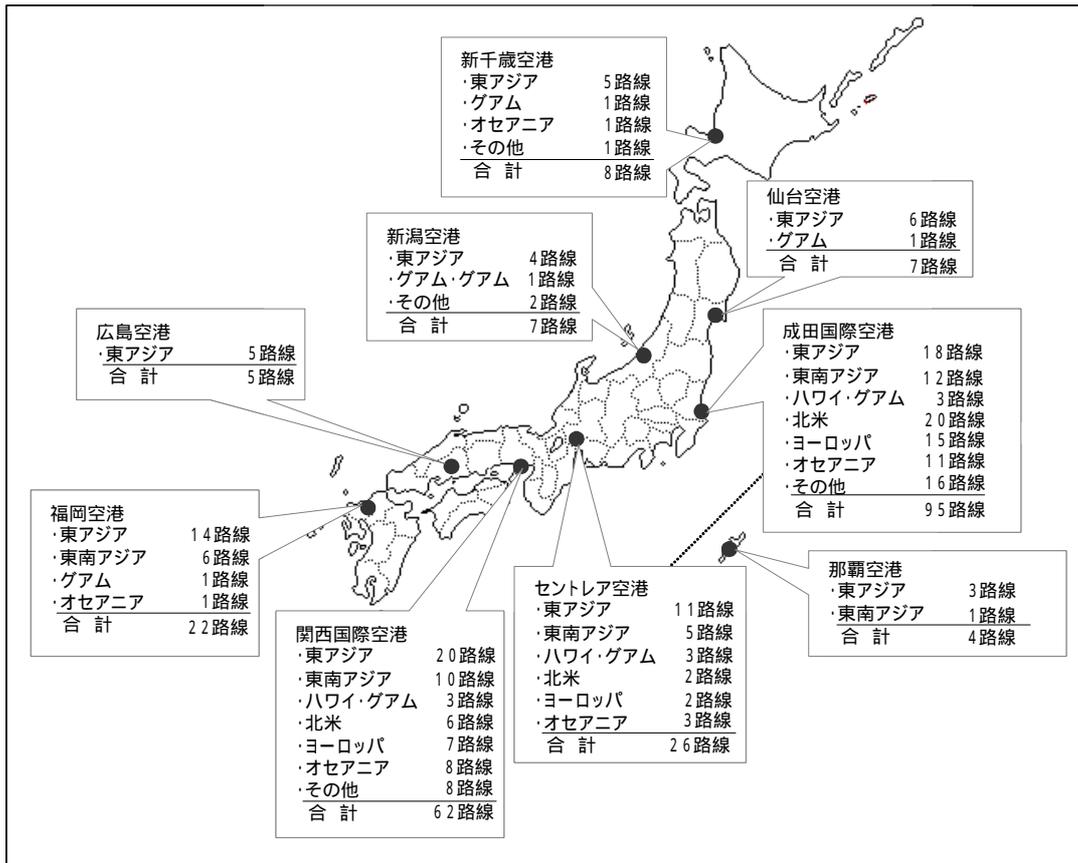
資料：西日本新聞社「九州データブック 2005」

図表 1-23 福岡を中心とした東アジア地図



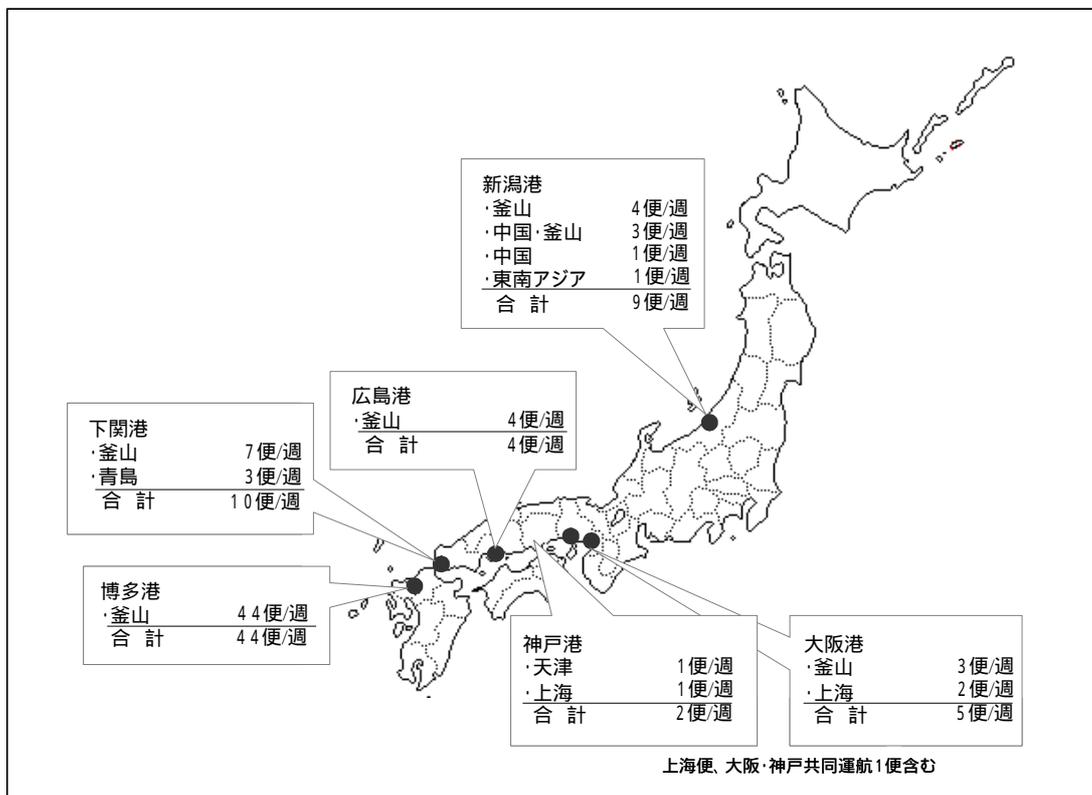
資料：西日本新聞社「九州データブック 2005」

図表 1-24 主要空港のネットワーク比較



資料：平成 18 年 3 月現在運行時刻表より

図表 1-25 主要海港のネットワーク比較



資料：平成 18 年 3 月現在運行時刻表より

4 . 福岡市の取組み

(1) 二千年にわたる大陸との交流

国宝の金印「漢委奴国王」の発見や、日本の迎賓館であった「筑紫鴻臚館」の発掘により示されるように、福岡は古代から大陸との交流の重要な拠点であった。

そして、この長い大陸との交流の歴史の中で新たな文化や、多様なものの共存を許容する土地柄が形成された。

福岡には2000年に及ぶ大陸との交流の歴史がある

- ・ 紀元前1世紀：金印「漢委奴国王」
- ・ 6～12世紀：我が国の迎賓館 筑紫官家～筑紫館～鴻臚館
- ・ 12世紀：清盛「袖の湊」築港、日宋貿易、大唐街
- ・ 16世紀：自治都市博多、博多商人
- ・ 20世紀：アジア太平洋博覧会、アジアの交流拠点づくり

土地と人間に残る交流の遺産がある

- ・ 歴史的文物：文化財、食文化、屋台、祭り
- ・ 博多っ子気質：開けっぴろげ、来るものは拒まず、新しいもの好き、芸能好き
- ・ 土地柄：多様なもの、異質なものの共存を許容

(2) アジアの交流拠点都市を目指して

福岡市が国際交流やアジアとの関係を強める契機となったイベントが、1989年に開催された「アジア太平洋博覧会」である。

この博覧会を契機にアジアの都市間交流が進み、その精神と交流の歴史を引き継ぐイベントとして、その後アジア太平洋フェスティバル、アジア文化賞、アジアフォーカス映画祭、アジア太平洋子ども会議などが始められた。

一方で、港湾、空港機能が強化され、都市型観光資源も充実し、イベント、コンベンションが増加し、海外からの旅行客をはじめ姉妹都市交流や留学生も増加してきている。

アジアの交流拠点都市を目指し築きあげたもの

- ・ 港湾、空港、陸上高速交通網の充実
- ・ 都市型観光資源の充実（ホークスタウン、キャナルシティ、博多座、ショッピングエリアなど）
- ・ イベント、コンベンションの増加
- ・ 姉妹都市交流、留学生の増加、人的ネットワークの拡大
- ・ アジアへの親しみの醸成（アジアマンス、福岡アジア文化賞、アジア・フォーカス福岡映画祭、福岡アジア美術館、アジア太平洋子ども会議など）

(3) ビジターズ・インダストリーの振興

経済構造が変化し、将来の人口減少が見込まれる中、交流人口の増加を図り、福岡・九州に新たな活気、多様な雇用を生み出すことの必要性を背景に、平成15年3月に策定された「福岡市 新・基本計画」において、「おもてなしの心に満ちた国際集客文化都市となる～ビジターズ・インダストリー（集客産業）の振興～」を政策目標の1つに掲げている。

福岡市 新・基本計画

政策目標 14 おもてなしの心に満ちた国際集客文化都市となる

～ビジターズ・インダストリー（集客産業）の振興～

【2015年（平成27年）の望ましい姿】

ショッピングなどの都市型観光に加え、様々なエンターテインメント、界隈性を大切にした庶民的なまち、遺跡、祭り、豊かな自然、多くのビジネスチャンスといった都市の持つ様々な魅力によって、九州・西日本はもちろん、国内、国外から多くの訪問客が福岡に集まっています。

さらに、温泉・火山などの自然、独自の文化や親切なおもてなしに惹かれ、福岡・九州ルート観光が、東アジアでも人気になっています。

市内各所では、年間を通じて大小各種のコンベンションが開催されており、福岡市は、我が国有数のコンベンションシティとして、多くの訪問客を集めています。

集客産業の関係者だけでなく、市民一人ひとりが、温かいおもてなしによって訪問者を迎え入れることや、犯罪の少ない都市という評価が、何よりも大きな福岡の魅力となっています。

5 . 基礎調査のまとめ

(1) アジアにおける観光交流の拡大

東アジア・太平洋地域の国際観光客受入数は平成 12 年から平成 22 年の間に年平均 7.7%の成長が見込まれ、平成 22 年には 1 億 9,500 万人に達するとの見通しである。

また、東アジア・太平洋地域の国際観光客受入数の成長は欧州・米国の約 2 倍と予測されており、国際観光においての集客を推進していく上で重要な市場として注目される。

(2) わが国における訪日外国人拡大に向けた取組の強化

平成 14 年、国土交通省では、日本のアウトバウンド（約 1600 万人）とインバウンド（500 人）の格差を、できる限り早期に是正する事を目的とした、「外国人旅行者訪日促進戦略」「外国人旅行者受け入れ戦略」「観光産業高度化戦略」「推進戦略」の 4 戦略を策定し、国及び自治体、民間企業等が官民一体となって推進している。また、この 4 戦略のうちの一つ「外国人旅行者訪日促進戦略」の中のビジット・ジャパン・キャンペーンの成果もあり、平成 16 年には訪日外国人旅行者数が 600 万人を越えている。

(3) 福岡市としてビジターズ・インダストリーの振興に取組む意義、重要性

移動距離・所要時間から見ると、福岡市の東アジア主要都市に対する地理的優位性は高く、福岡空港、博多港を都心近辺に有するアクセスの利便性は福岡市の優位性をさらに高めている。

また、二千年にわたる大陸交流の歴史、アジアとの交流拠点都市を目指し、「アジア太平洋フェスティバル、アジア文化賞、アジアフォーカス映画祭、アジア太平洋こども会議」等へのイベントへの取り組みの成果もあり、東アジアからの入国客数も高い伸びを示している。

観光による経済効果から見ると、平成 16 年の福岡市における入込観光全体の直接消費額は、宿泊で 1,488 億円、日帰りで 1,476 億円、合計で約 3,000 億円と試算され、これは、福岡市の平成 14 年度の電気・ガス・水道業を越え建設業・製造業の総生産額に迫るもので、福岡市の経済にもたらす波及効果は大きい。

経済構造が変化し、将来の人口減少が見込まれる中、交流人口の増加を図り、福岡・九州に新たな活気、多様な雇用を生み出すためにも、ビジターズ・インダストリー（集客産業）の振興を図ることは重要と言える。

(4) 調査に向けて

海外からのビジターの現状は、従来の観光型にとどまらず、その目的はビジネスを含め多岐に渡り、もたらされる経済効果は大きいと考える。

第 章からは、福岡市におけるビジターズ・インダストリー（集客産業）の振興に向け、観光の枠を超えた、「コンベンション客」「ビジネス客」「テクニカル・ビジット客」「市民レベルの交流客」のビジターの実態とニーズを見ていく。

・コンベンション客調査

1 . 調査計画

(1) 調査目的

福岡市に滞在するコンベンション客が福岡市滞在中にコンベンション及びコンベンション以外にどのようなニーズを持っているか等、行動パターンの把握・分析を行うために実施した。

(2) 調査対象

「国際宇宙会議福岡大会」に参加した外国人

(3) 調査方法

調査員による面接アンケート

(4) サンプル抽出方法および数

無作為抽出、354 サンプル (有効回収数)

(5) 調査時期

2005年10月17日(月)～10月21日(金)

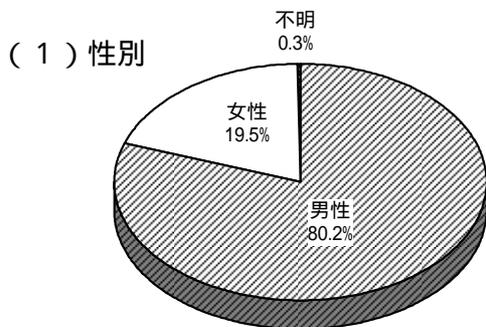
(6) 調査場所

福岡国際会議場

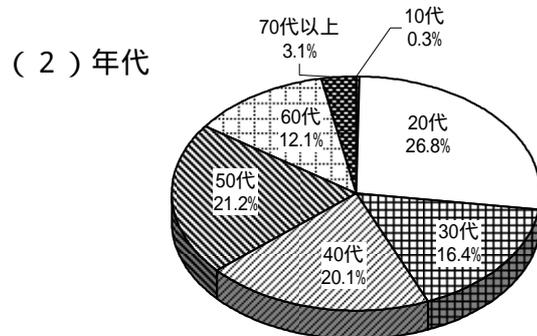
(7) 調査主体

財団法人 福岡コンベンションセンター

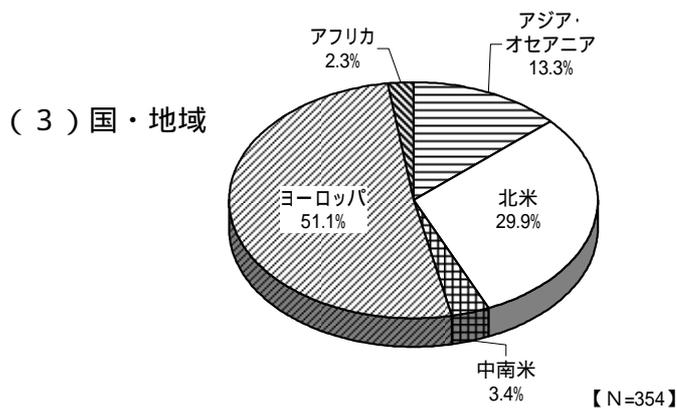
2 . 対象者属性



【N=354】



【N=354】



【N=354】

3. 福岡市の認知状況

(1) 福岡市の認知

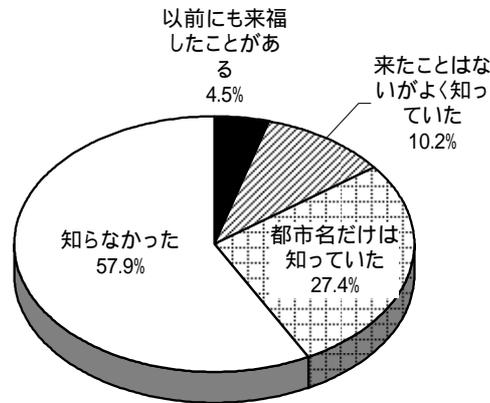
[設問]「今回の来福以前に、福岡市について知っていましたか。」

[全体] 以前にも来福したことがある(4.5%)、「来たことはないが知っている」(10.2%)、「都市名だけは知っている」(27.4%)を加え、福岡市の認知率は42.1%となっている。

[性別]「知らなかった」とする者は、女性(60.9%)が男性(57.4%)をやや上まわっている。

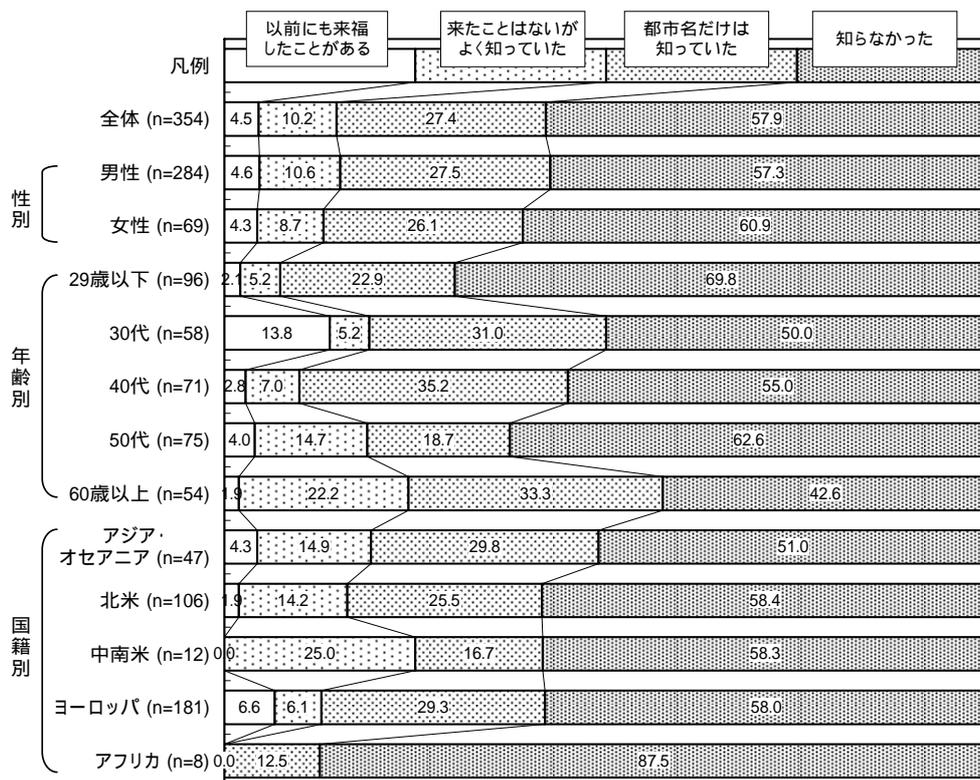
[国籍別] アジア・オセアニアでは、ほぼ半数が福岡市を認知しているのに対し、北米、中南米、ヨーロッパでは約4割に止まる。

図表 2-1 福岡市の認知状況 全体 (単一選択・%)



【N=354】

図表 2-2 福岡市の認知状況 全体 (単一選択・%)



(2)福岡に関する情報の入手方法

[設問]「福岡の情報をどのようにして入手しましたか。」

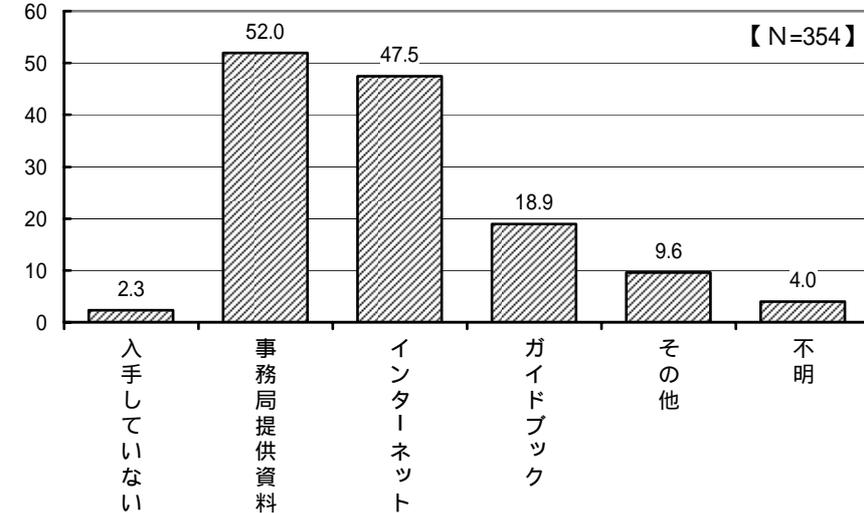
[全体]「事務局提供資料」(事前に参加者に配布)が52.0%と最も多く、次いで「インターネット」(47.5%)、3位「ガイドブック」(18.9%)となっている。

[性別]男性は「事務局資料」(52.5%)が最も多いが、女性は「インターネット」(56.5%)が最も多い。「ガイドブック」は男性よりも女性が多い(男性17.6%:女性24.6%)。

[年代別]「事務局資料」は50代で64%と最も多く、「インターネット」は29才以下が59.4%で最も多い。年代が高くなると「事務局資料」、若年層は「インターネット」の利用が多くなる傾向にある。若年層は「ガイドブック」の利用も多く、「事務局資料」に頼らない自発的情報収集態度が見て取れる。

[国籍別]「インターネット」が最も多いのは北米(53.8%)である。

図表 2-3 福岡に関する情報の入手方法 全体(複数選択・%)



図表 2-4 福岡に関する情報の入手方法(複数選択・%)

		サンプル数	入手していない	事務局提供情報	インターネット	ガイドブック	その他	不明
全体		354	2.3	52.0	47.5	18.9	9.6	4
性別	男性	284	2.1	52.5	45.1	17.6	10.6	4.6
	女性	69	2.9	50.7	56.5	24.6	5.8	1.4
年代別	29歳以下	96	3.1	38.5	59.4	24.0	7.3	4.2
	30代	58	5.2	46.6	44.8	24.1	17.2	1.7
	40代	71	1.4	56.3	42.3	15.5	5.6	2.8
	50代	75	0	64.0	46.7	14.7	9.3	5.3
	60歳以上	54	1.9	59.3	37.0	14.8	11.1	5.6
国籍別	アジア・オセアニア	47	0	48.9	40.4	10.6	14.9	8.5
	北米	106	0.9	57.5	53.8	21.7	7.5	0.9
	中南米	12	0	50.0	50.0	25.0	8.3	0
	ヨーロッパ	181	3.9	49.2	47.0	19.3	9.9	3.9
	アフリカ	8	0	62.5	12.5	12.5	0.0	25

(3)福岡に関する情報の入手時期

[設問]「福岡の情報の入手時期は？」

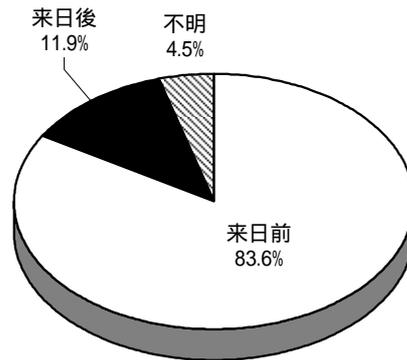
[全体]「来日前」が83.6%と圧倒的に多い。

[性別]男性、女性共に82~83%が「来日前」となっている。

[年代別]すべての年代で80%前後が「来日前」となっており、大きな差はない。

[国籍別]中南米、ヨーロッパ、アフリカでは「来日後」とする人が12~16%程度みられる。アジア・オセアニア、北米に比べると、これらの地域では福岡市に関する情報を入手しにくい状況が想像される。

図表 2-5 福岡市に関する情報の入手時期 全体(単一選択・%)



【N=354】

図表 2-6 福岡に関する情報の入手時期 (単一選択・%)

凡例		来日前	来日後	不明
性別	全体 (n=354)	83.6	11.9	4.5
	男性 (n=284)	83.8	12.0	4.2
	女性 (n=69)	82.6	11.6	5.8
年齢別	29歳以下 (n=96)	83.3	11.5	5.2
	30代 (n=58)	79.3	12.1	8.6
	40代 (n=71)	83.1	14.1	2.8
	50代 (n=75)	86.7	10.7	2.6
	60歳以上 (n=54)	85.2	11.1	3.7
国籍別	アジア・オセアニア (n=47)	89.4	6.4	4.2
	北米 (n=106)	87.7	9.4	2.9
	中南米 (n=12)	83.3	16.7	0.0
	ヨーロッパ (n=181)	80.1	14.4	5.5
	アフリカ (n=8)	75.0	12.5	12.5

4 . 福岡来訪・滞在状況

(1) 家族同伴状況

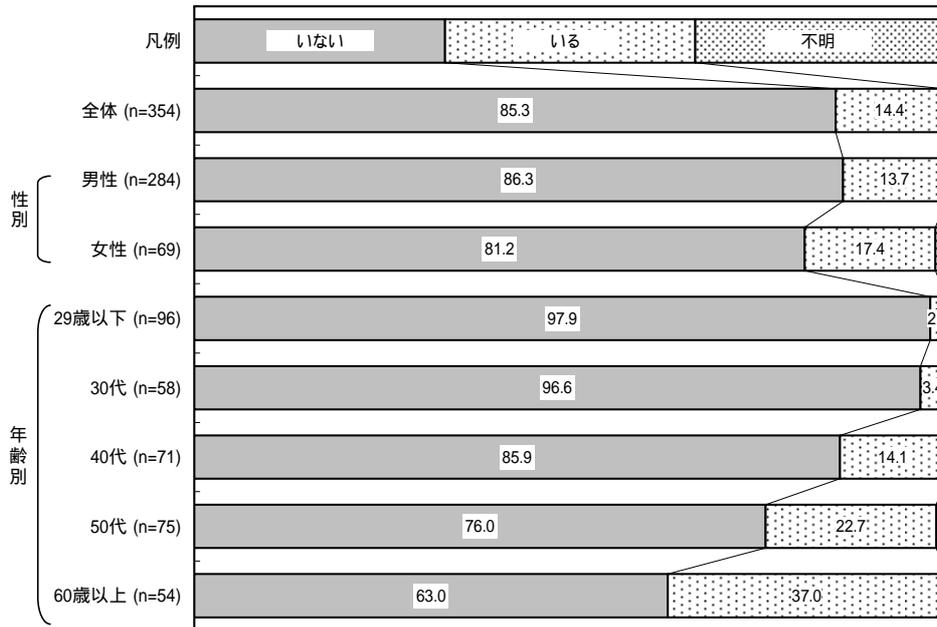
[設問]「今回の来福に家族の同伴者はいますか。」

[全体] 同伴者が「いない」(85.3%) が圧倒的に多い。同伴者が「いる」場合の同伴者数は「1人」(76.5%) もしくは「2人」(19.6%) がほとんどである。

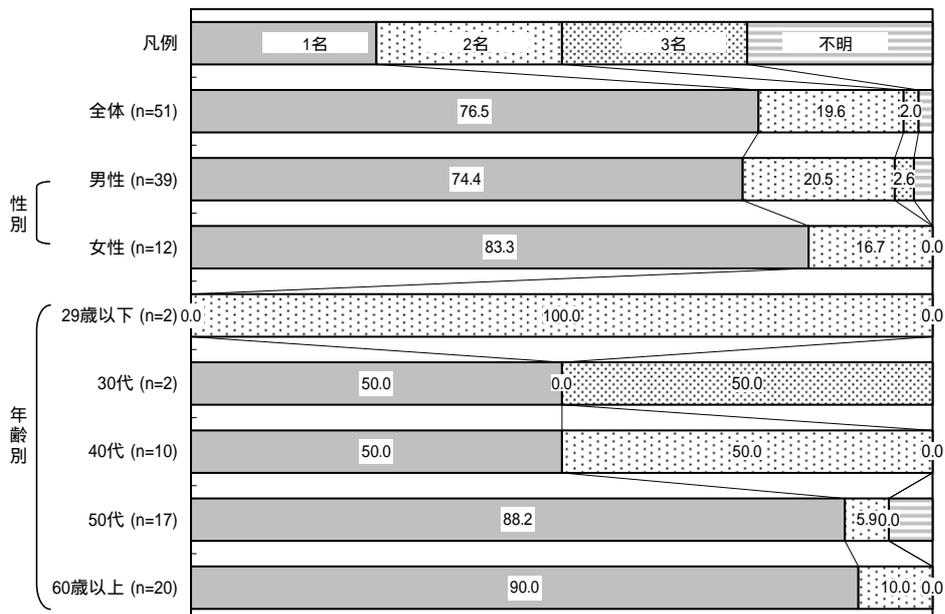
[性別] 同伴者が「いる」人は、女性(17.4%) が男性(13.7%) よりもやや多い。

[年代別] 同伴者が「いる」人は、年代が高くなるほど多くなり、60才以上(37.0%) では4割近くみられる。

図表 2-7 家族同伴の有無(単一選択・%)



図表 2-8 同伴者数(単一選択・%)



(2) 来福時期

[設問]「福岡に入ったのは何時ですか。」

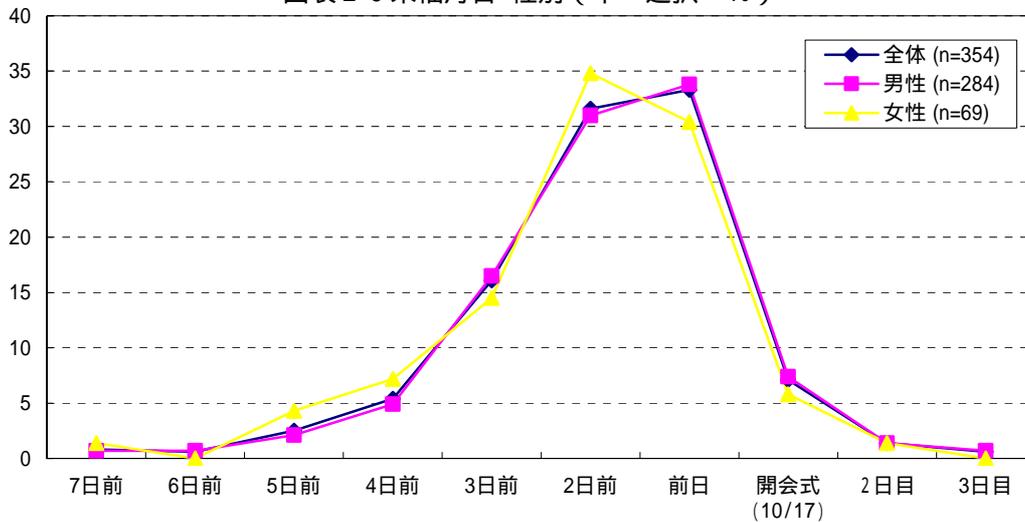
[全体]「前日」が(33.3%)と最も多く、次いで「2日前」の31.6%、「3日前」の16.1%と続き、全体の81%を占めている。

[性別]性別に大きな差はなく、男性は「前日」が33.8%と最も多く、女性は「2日前」が34.8%と最も多い。

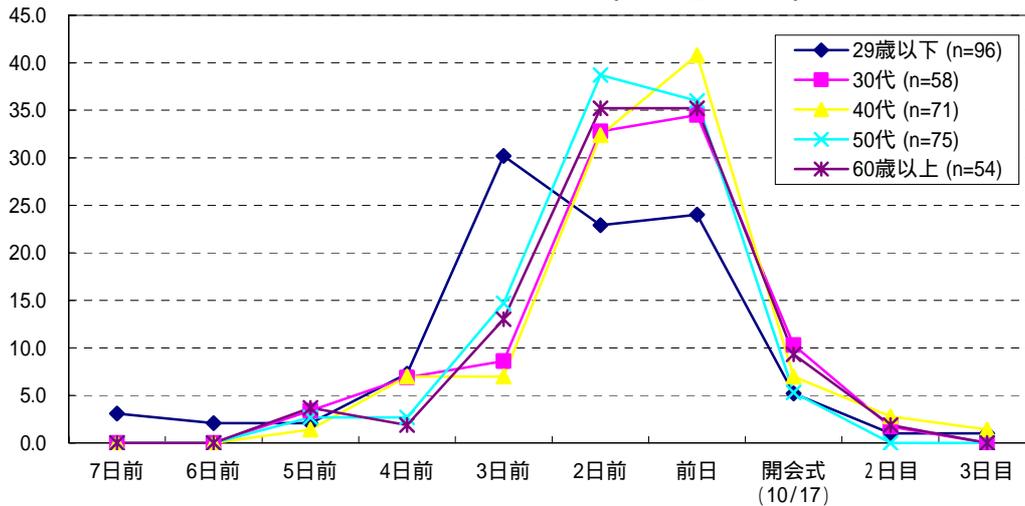
[年代別]各年代共「2日前」と「前日」に集中しているが、29才以下で「3日前」が30.2%とやや目立つ。

[国籍別]国籍別にも大きな特徴はないが、アジア・オセアニアで「前日」が40.4%、中南米で41.7%、「2日前」はアフリカの37.5%が目立つ。

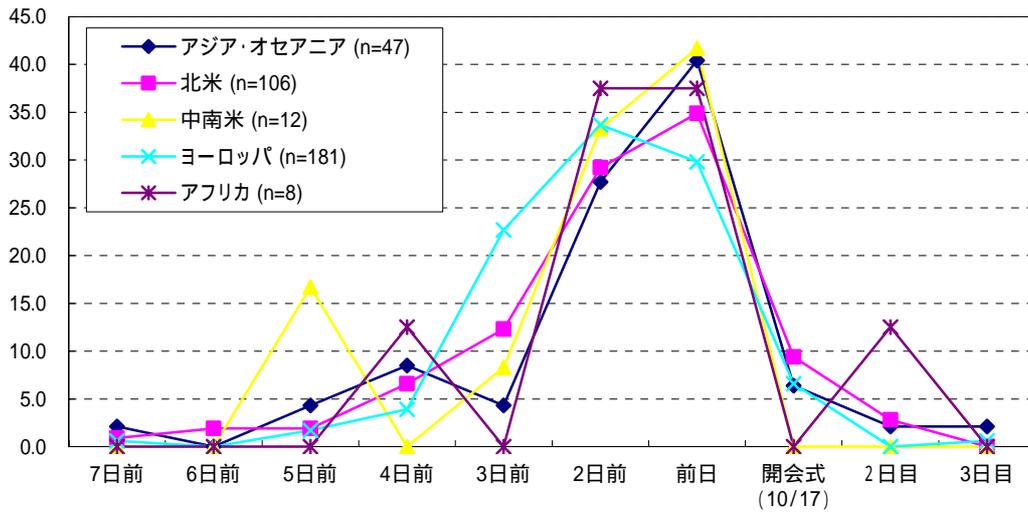
図表 2-9 来福月日 性別 (単一選択・%)



図表 2-10 来福月日 年代別 (単一選択・%)



図表 2-11 来福月日 国籍別 (単一選択・%)



大会スケジュール

	2005年 (平成17年)	午前 (08:30~12:30)	午後 (14:00~18:00)	夜	同伴者プログラム案 (有償)
プレ	10/15 (土)	技術委員会	技術委員会 IAF理事会 (1)		
	10/16 (日)	IAAアカデミーデイ 技術委員会	IAAアカデミーデイ 技術委員会	IAAディナー	
本会議	10/17 (月)	開会式 プレナリーセッション (1)	学術セッション プレナリーセッション (2) IAF連盟総会、宇宙展示	IACレセプション	
	10/18 (火)	学術セッション プレナリーセッション (3) 宇宙展示	学術セッション プレナリーセッション (4) 宇宙展示	歌舞伎鑑賞	観光バスツアー (1)
	10/19 (水)	学術セッション プレナリーセッション (5) 宇宙展示	学術セッション プレナリーセッション (6) 宇宙展示	ディナークルーズ	観光バスツアー (2) テクニカルツアー
	10/20 (木)	学術セッション プレナリーセッション (7) 宇宙展示	学術セッション プレナリーセッション (8) IAF理事会 (2)、宇宙展示	ポスターセッション IISLディナー	観光バスツアー (3)
	10/21 (金)	学術セッション プレナリーセッション (9) IAF連盟総会、宇宙展示	プレナリーセッション (10) 宇宙展示	IACディナー	観光バスツアー (4)

(3)滞在予定日数(宿泊数)

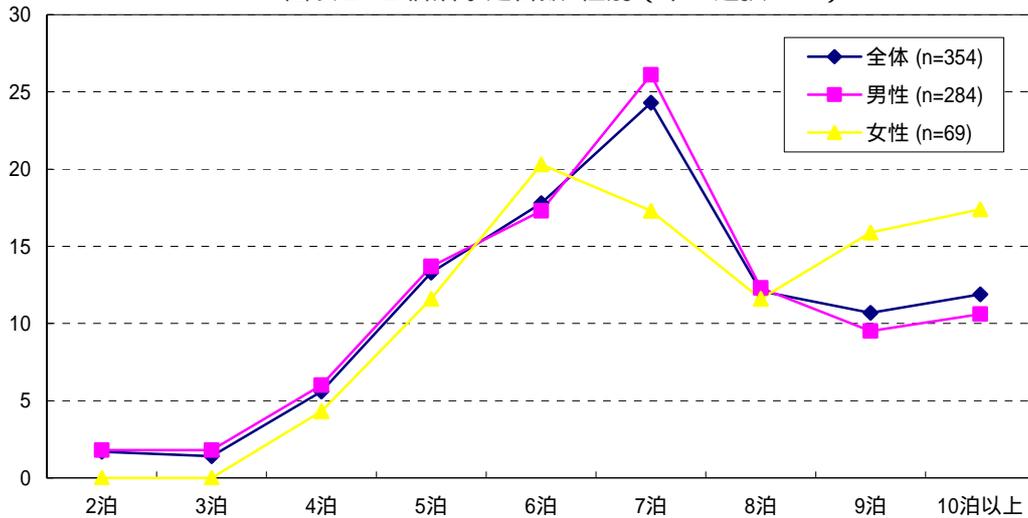
[設問]「福岡には何泊される予定ですか。」

[全体]「7泊」の24.3%を筆頭に「6泊」(17.8%)、「5泊」(13.3%)、「8泊」(12.1%)と広くバラついている(平均7泊)。「10泊」以上も11.9%ある。

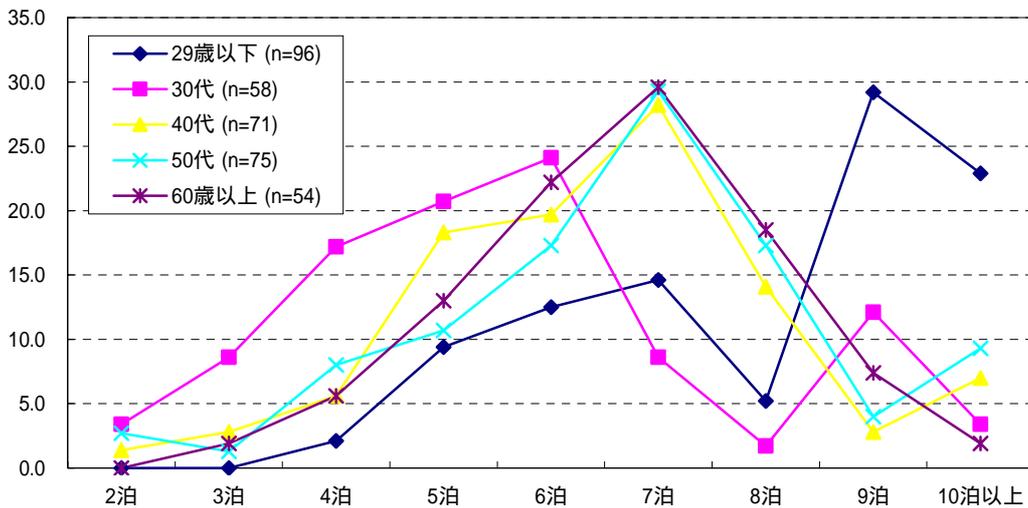
[性別]男性は「7泊」が26.1%で最も多く、女性は「6泊」が20.3%で最も多い。女性で「10泊以上」が17.4%と多いことも目立っている。

[年代別]年代別に大きな特徴はないが、40代以上で「7泊」が28~29%とやや多い。

図表 2-12 宿泊予定日数 性別(単一選択・%)



図表 2-13 宿泊予定日数 年代別(単一選択・%)



(4) 宿泊先施設の種類

[設問] 「差し支えなければ宿泊先についてお聞かせください。」

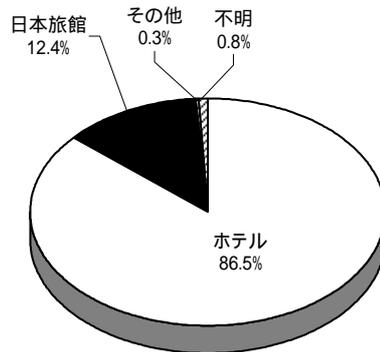
[全体] ホテル(86.5%)が圧倒的に多く、日本旅館(12.4%)が1割強みられる。なお、事務局手配より低料金のホテルを個人で手配しようとした方からは、「ホテルが満室だったので日本旅館に宿泊した」旨の発言もヒアリングで聞かれた。

[性別] 日本旅館は、女性(15.9%)が男性(11.6%)よりもやや多い。

[年代別] 日本旅館は29才以下(41.7%)が突出して多くなっている。

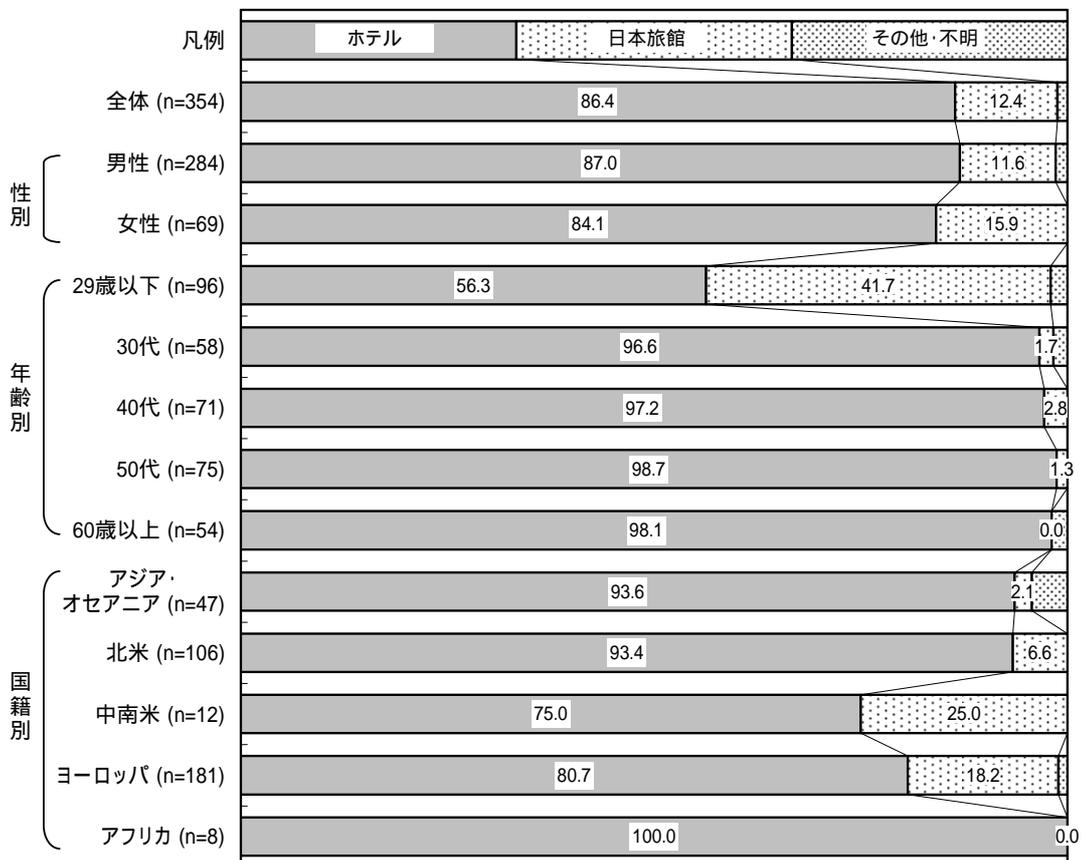
[国籍別] 日本旅館が中南米(25.0%)とヨーロッパ(18.2%)で目立っている。

図表 2-14 宿泊先施設の種類 全体(単一選択・%)



【N=354】

図表 2-15 宿泊先施設の種類(単一選択・%)



(5) 宿泊先の評価

[設問]「ホテルなどの設備やサービスについてお聞かせ下さい。」

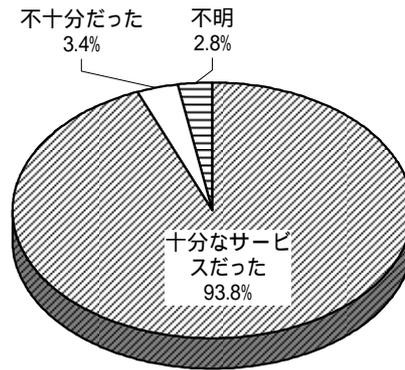
[全体]「十分なサービスだった」が93.8%と圧倒的に多く、「不十分だった」はわずか3.4%に過ぎない。宿泊先の評価は非常に高いといえる。

[性別] 差はほとんどない。男性の評価が女性に比べやや高い。

[年代別] 30代～50代で「不十分だった」とする人が4～5%台とやや高い。

[国籍別] アフリカや中南米で「不十分だった」が8～12%台とやや目立っている。

図表 2-16 宿泊先の評価 全体（単一選択・%）



【N=354】

図表 2-17 宿泊先の評価（単一選択・%）

		充分なサービスだった	不十分だった	不明
凡例				
全体 (n=354)		93.8	3.4	2.8
性別	男性 (n=284)	94.4	3.2	2.8
	女性 (n=69)	92.8	2.9	2.9
年齢別	29歳以下 (n=96)	94.8	1.0	1.0
	30代 (n=58)	91.4	5.2	5.2
	40代 (n=71)	91.5	4.2	4.2
	50代 (n=75)	93.3	5.3	5.3
	60歳以上 (n=54)	98.1	1.9	1.9
国籍別	アジア・オセアニア (n=47)	91.5	4.3	4.3
	北米 (n=106)	97.2	2.8	2.8
	中南米 (n=12)	91.7	8.3	8.3
	ヨーロッパ (n=181)	92.8	2.8	2.8
	アフリカ (n=8)	87.5	12.5	12.5

(6)滞在中の出費額

[設問]「滞在中、個人的に使用された費用についてお聞かせ下さい。(予定も含む)」
(大会参加費は除くものとする。)

[全体] 総額は 140,574 円で、その半分以上 (52.8%) が宿泊費である。

[性別] 総額では、男性が女性を約 2 万円上回っている。

但し、観光費についてみると女性 (16,732 円) 男性 (9,698 円) と女性の消費額が上回っている。

[年代別] 29 歳以下は、総額は全年代の中で最も少ない。他の年代と比較すると、宿泊費、交通費 (市内移動費) 土産・買物費の比率は相対的に低いが、反対に娯楽費は高い。

30 代は、他の年代と比較すると、飲食費、土産・買物費は低いが、娯楽費は高い。

40 代は、他の年代と比較すると、土産・買物費が高いが、観光費は低い。

50 代は、他の年代と比較すると、飲食費、土産・買物費、観光費は、高いが、娯楽費は低い。

60 代は、他の年代と比較すると、土産・買物、娯楽費は低いが、宿泊費、飲食費、交通費、観光費は高い。

[国籍別] アジア・オセアニアは、総額ではアフリカに次いで低い (102575 円)。横比をみると、宿泊の構成比が他の国に比べ高い (61.3%)。縦比をみると、飲食費、土産・買物費、娯楽費、観光費が他の国々に比べ、低い。

北米は、総額では最も高い (175563 円)。縦比をみると、宿泊費、飲食費、娯楽費、観光費が他の国々よりも高い。

中南米は、縦比をみると、飲食費は高いが、観光比は低い。

図表 2-18 滞在中の出費額（平均）

			(総額 各項目合計)	宿泊費	飲食費	(交通費 市内移動費)	土産・買物費	(娯楽費 市内観光含む)	(観光費 市外)
全 体		金額 (円)	140,574	74,223	21,131	7,284	18,483	8,719	10,734
		横比	100.0%	52.8%	15.0%	5.2%	13.1%	6.2%	7.6%
		縦比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
性 別	男 性	金額 (円)	144,183	77,287	20,770	7,992	19,089	9,348	9,698
		横比	100.0%	53.6%	14.4%	5.5%	13.2%	6.5%	6.7%
		縦比	102.6%	104.1%	98.3%	109.7%	103.3%	107.2%	90.3%
	女 性	金額 (円)	124,174	60,160	23,596	4,170	15,621	3,896	16,732
横比		100.0%	48.4%	19.0%	3.4%	12.6%	3.1%	13.5%	
縦比		88.3%	81.1%	111.7%	57.3%	84.5%	44.7%	155.9%	
年 代 別	29才以下	金額 (円)	107,435	57,983	18,109	4,226	11,041	11,707	4,370
		横比	100.0%	54.0%	16.9%	3.9%	10.3%	10.9%	4.1%
		縦比	76.4%	78.1%	85.7%	58.0%	59.7%	134.3%	40.7%
	30 代	金額 (円)	130,119	72,404	16,415	6,884	12,792	10,973	10,652
		横比	100.0%	55.6%	12.6%	5.3%	9.8%	8.4%	8.2%
		縦比	92.6%	97.5%	77.7%	94.5%	69.2%	125.9%	99.2%
	40 代	金額 (円)	137,955	70,209	20,552	5,888	27,386	8,053	5,867
		横比	100.0%	50.9%	14.9%	4.3%	19.9%	5.8%	4.3%
		縦比	98.1%	94.6%	97.3%	80.8%	148.2%	92.4%	54.7%
	50 代	金額 (円)	167,532	81,663	27,204	7,843	27,888	4,196	18,739
横比		100.0%	48.7%	16.2%	4.7%	16.6%	2.5%	11.2%	
縦比		119.2%	110.0%	128.7%	107.7%	150.9%	48.1%	174.6%	
60才以上	金額 (円)	181,870	101,200	26,072	15,780	12,596	6,659	19,563	
	横比	100.0%	55.6%	14.3%	8.7%	6.9%	3.7%	10.8%	
	縦比	129.4%	136.3%	123.4%	216.7%	68.1%	76.4%	182.2%	
国 籍 別	アジア・ オセアニア	金額 (円)	107,525	65,905	12,253	7,637	13,313	4,846	3,571
		横比	100.0%	61.3%	11.4%	7.1%	12.4%	4.5%	3.3%
		縦比	76.5%	88.8%	58.0%	104.9%	72.0%	55.6%	33.3%
	北 米	金額 (円)	175,563	90,723	28,014	8,257	16,381	14,231	17,957
		横比	100.0%	51.7%	16.0%	4.7%	9.3%	8.1%	10.2%
		縦比	124.9%	122.2%	132.6%	113.4%	88.6%	163.2%	167.3%
	中南米	金額 (円)	146,025	76,250	26,125	7,113	21,038	10,000	5,500
		横比	100.0%	52.2%	17.9%	4.9%	14.4%	6.8%	3.8%
		縦比	103.9%	102.7%	123.6%	97.7%	113.8%	114.7%	51.2%
	ヨーロッパ	金額 (円)	130,147	68,707	19,676	6,797	19,216	6,469	9,283
横比		100.0%	52.8%	15.1%	5.2%	14.8%	5.0%	7.1%	
縦比		92.6%	92.6%	93.1%	93.3%	104.0%	74.2%	86.5%	
アフリカ	金額 (円)	93,035	34,080	10,300	4,155	42,000	2,500	0	
	横比	100.0%	36.6%	11.1%	4.5%	45.1%	2.7%	0.0%	
	縦比	66.2%	45.9%	48.7%	57.0%	227.2%	28.7%	0.0%	

横比：総額に対する構成比

は全体との差が5%以上あるもの

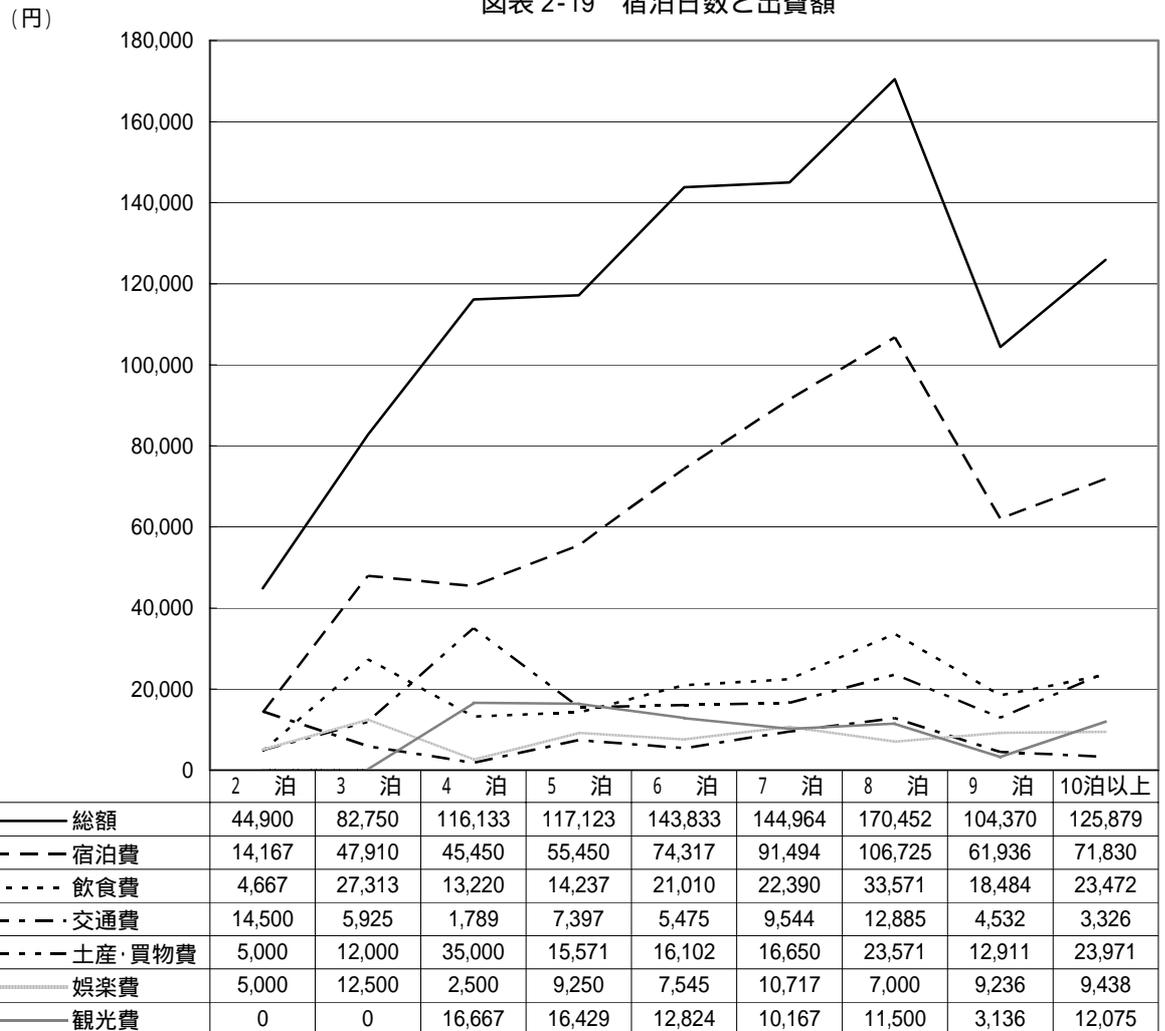
縦比：全体に対する比率

は全体との差が20%以上あるもの

宿泊日数と出費額

- ・ 宿泊費は日数にほぼ比例している。ただし、9泊以上の人になると低廉な宿泊施設への宿泊がうかがわれる。
- ・ 飲食費についても、宿泊費と同じ傾向が見られる。
- ・ 土産・買物費、娯楽費、観光費については、日数との有意な関係は特に見られない。

図表 2-19 宿泊日数と出費額



5 . 福岡市での行動

(1) 宿泊施設から会場までの交通手段

[設 問]「市内宿泊先から会場までの交通機関をお聞かせ下さい。」

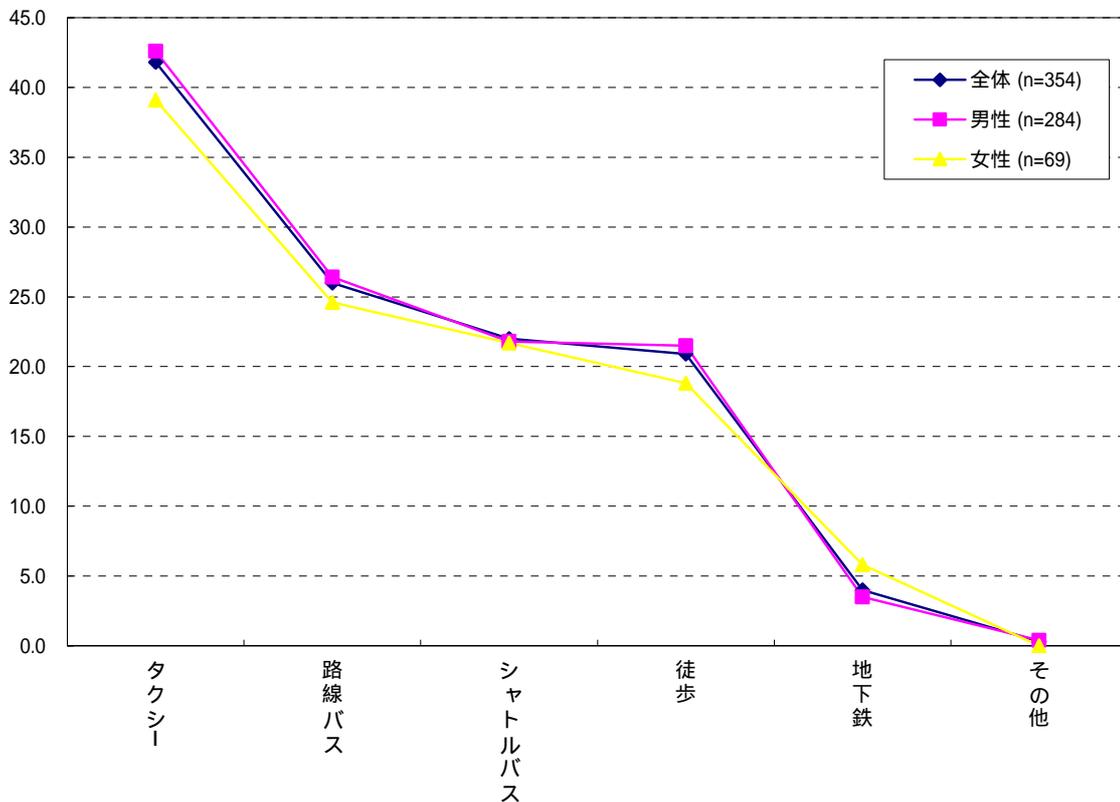
[全 体]「タクシー」が41.8%を占め最も多く、次いで「路線バス」(26.0%)、「シャトルバス」(22.0%)、「徒歩」(20.9%)の順となっている。「地下鉄」利用は4%と少ない。

[性 別]「タクシー」は、男性(42.6%)の方が女性(39.1%)よりやや多い。

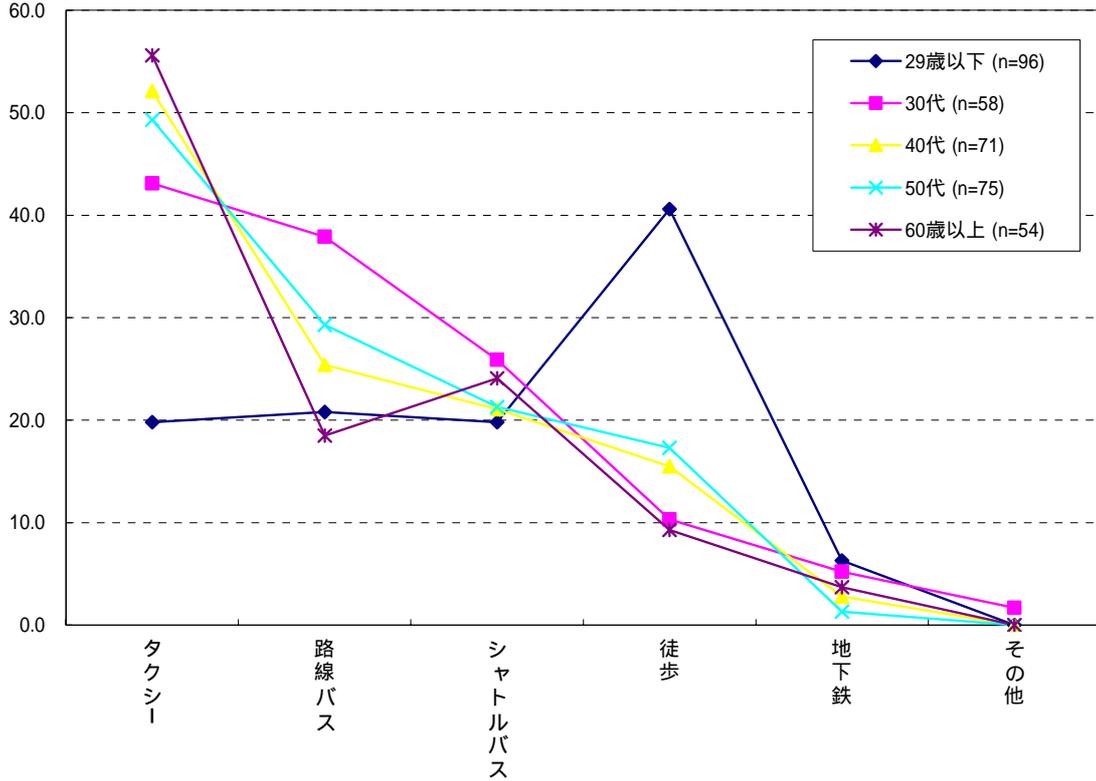
[年代別]「タクシー」利用は年代が高くなると増加している傾向にある。29才以下では「徒歩」が40.6%と多くなっている。

[国籍別]アフリカ、北米・ヨーロッパは、アジア・オセアニアに比べ「徒歩」の割合が高い。「タクシー」利用は北米が61.3%と多いことが目立つ。

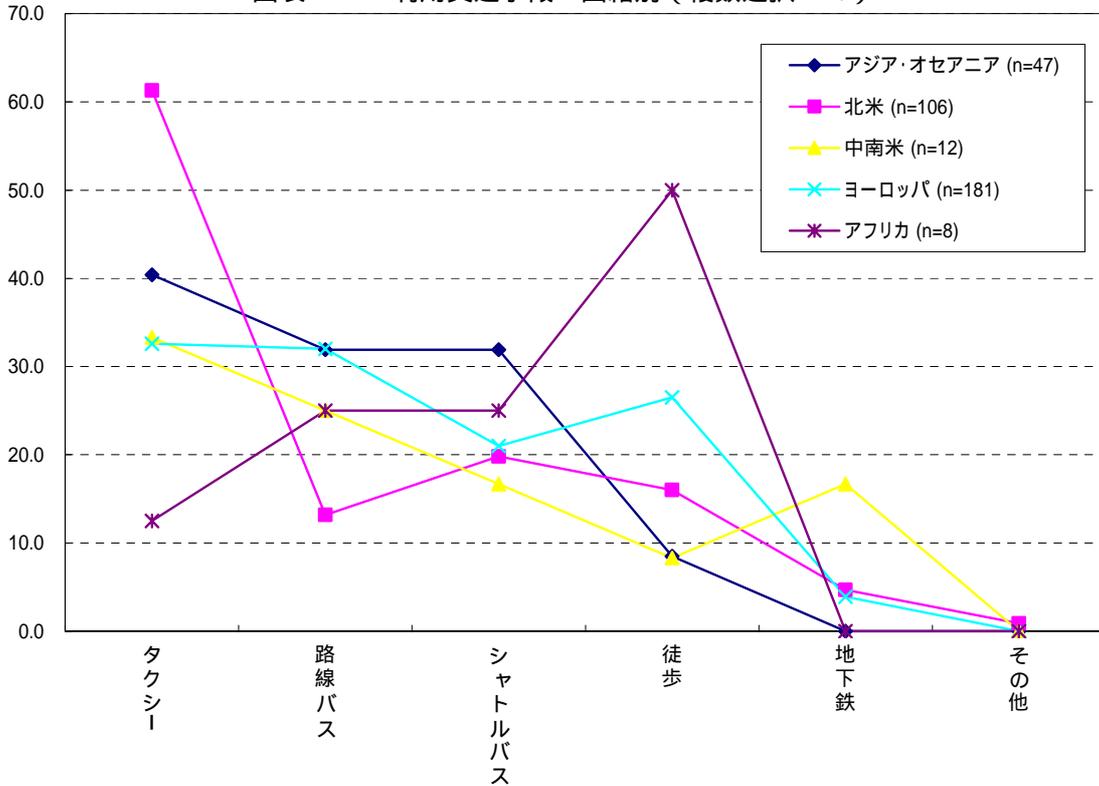
図表 2-20 利用交通手段 全体(複数選択・%)



図表 2-21 利用交通手段 年代別（複数選択・％）



図表 2-22 利用交通手段 国籍別（複数選択・％）



(2)日中にとれる自由時間

[設問]「日中にまとめて自由に動ける時間はどのくらいですか。」

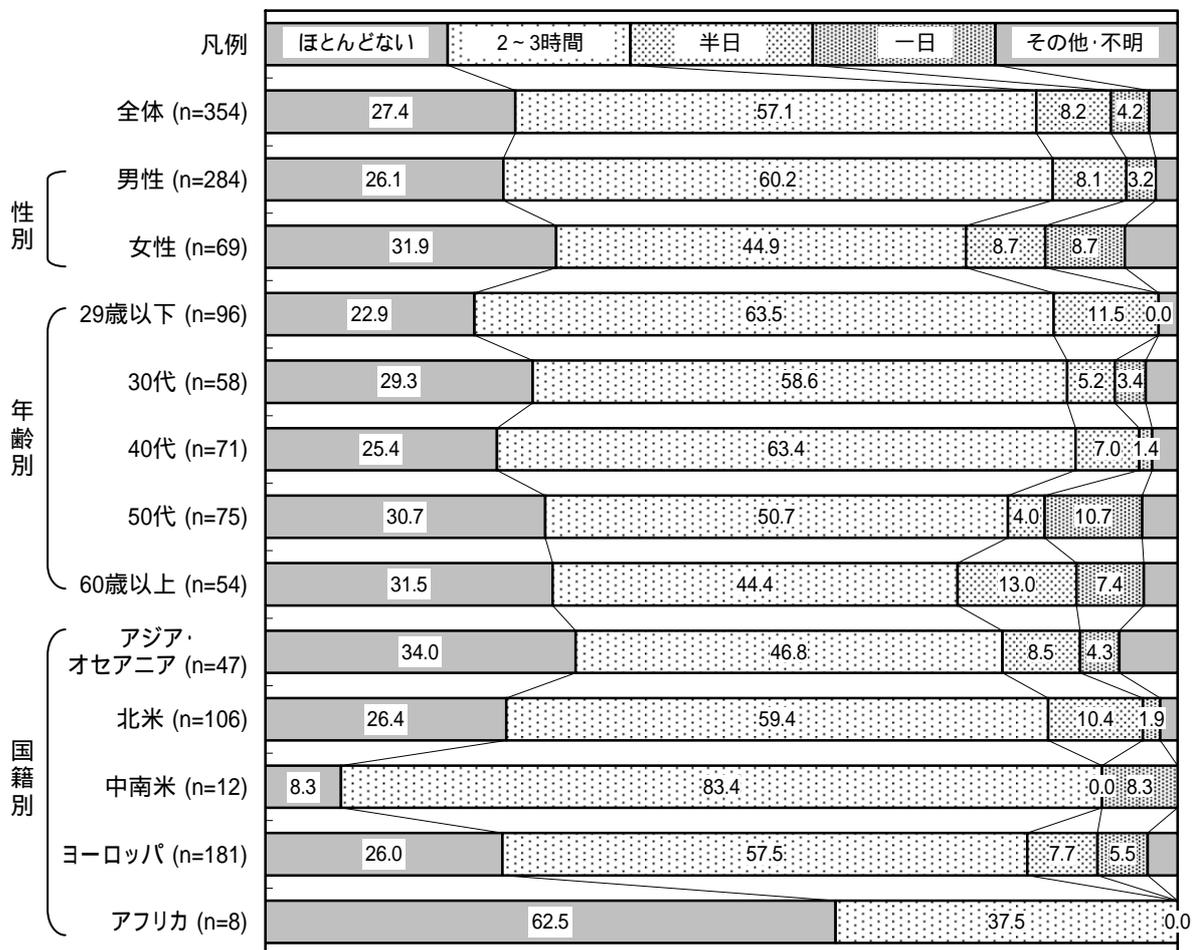
[全体]「2～3時間」が57.1%と過半数を占め、「ほとんどない」も27.4%ある。総じて時間的余裕は少ないことがうかがわれる。

[性別]男女共に「2～3時間」が多いが、「ほとんどない」は女性(31.9%)が男性(26.1%)を上まわり、女性の方に余裕時間が少ないことを示している。

[年代別]29歳以下、50代、60歳以上は、半日～1日と比較的まとまった自由時間を取れる人が他の年代に比べ高い。

[国籍別]アジア・オセアニア、北米・ヨーロッパは、半日程度のまとまった自由時間が取れる人が他の地域に比べ高い。

図表 2-23 日中にとれる自由時間（単一選択・％）



(3)自由時間にしたいこと

[設問]「自由時間があれば何をしますか。」

[全体]「何もしない」という人は少なく積極的な行動意向が伺われる。男女別には大きな差はない。因みに「観光」が61.6%、次いで「飲食」(38.7%)、「ショッピング」(37.9%)となっている。

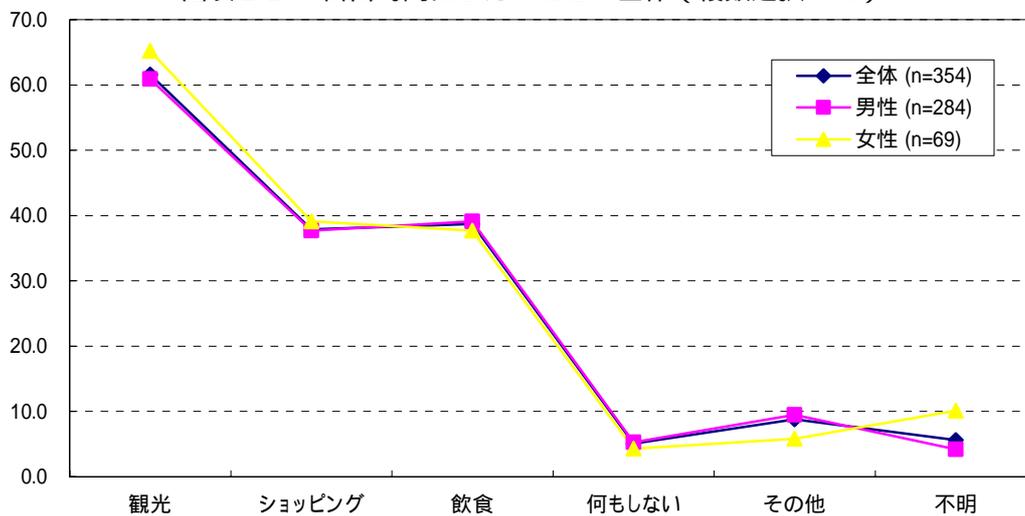
[年代別]「飲食」については、年代が若いほど要望が高い。特に29歳以下は「観光」の希望も全年代中、最も高い。

[国籍別]「飲食」に対する希望は、北米とヨーロッパは高いが、アジア・オセアニアは低い。

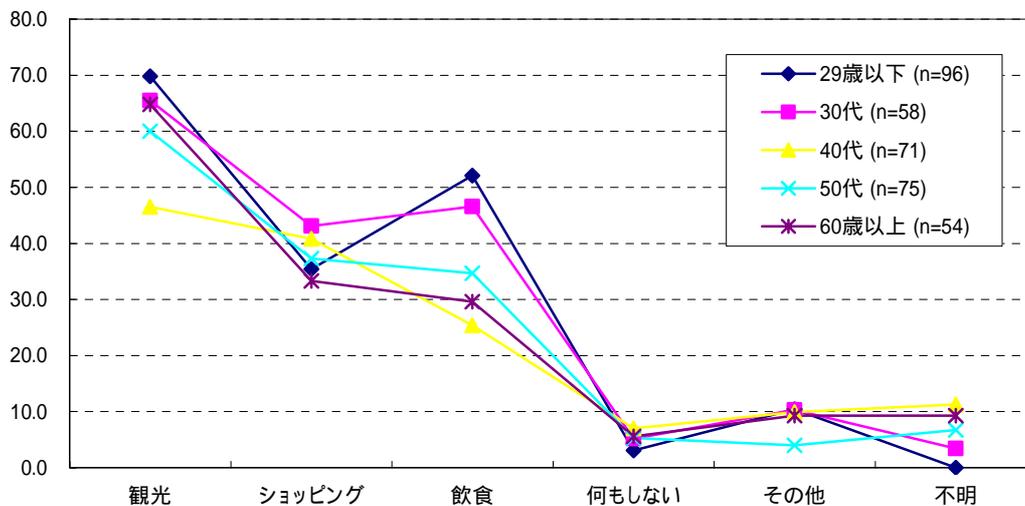
[日中の自由時間別]

1日の自由時間が少ない層では、「飲食」が相対的に多い。(「ほとんどない」で39.2%、「2～3時間」で44.1%)。また、1日の自由時間が比較的長い層では、「観光」が多い。特に、「半日」の層では96.6%と多く、『半日観光』のニーズがあるといえる。

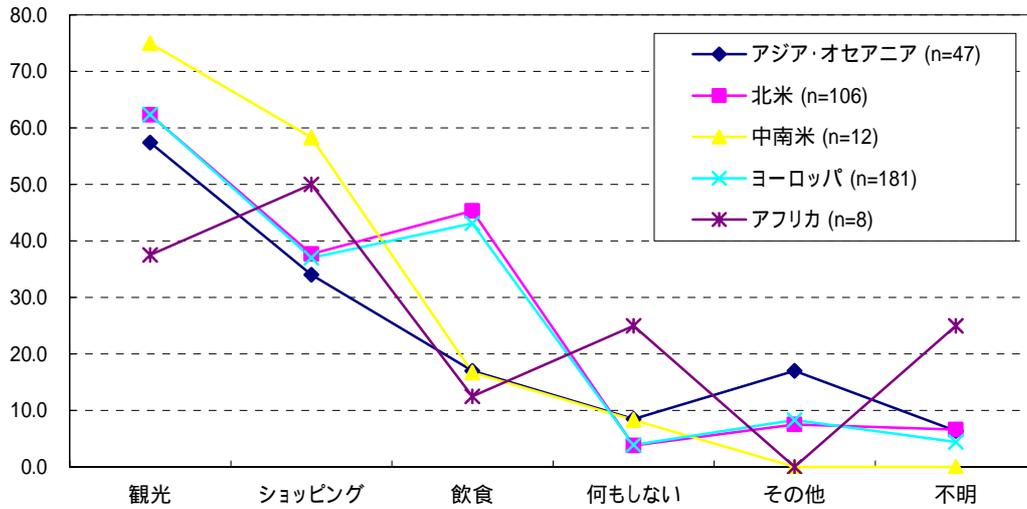
図表 2-24 自由時間にしたいこと 全体 (複数選択・%)



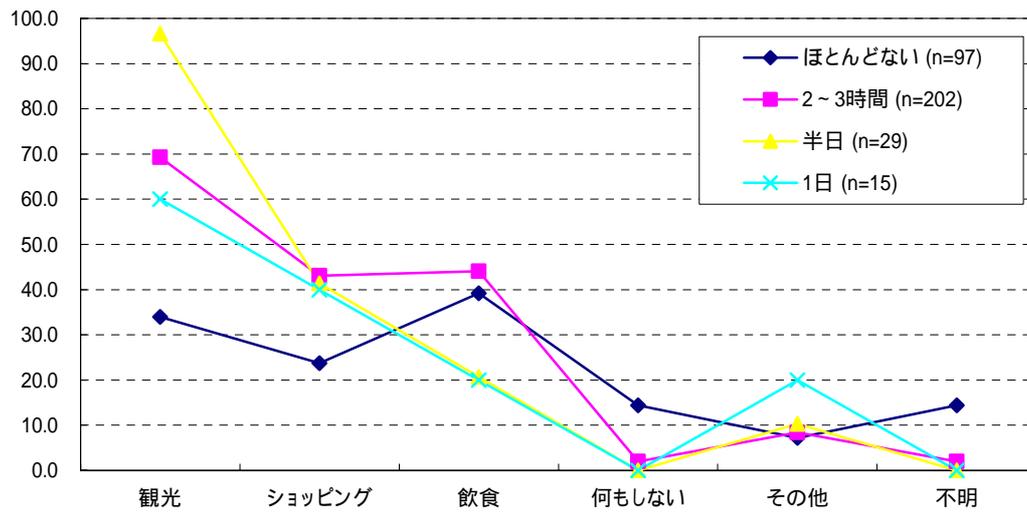
図表 2-25 自由時間にしたいこと 年代別 (複数選択・%)



図表 2-26 自由時間にしたいこと 国籍別 (複数選択・%)



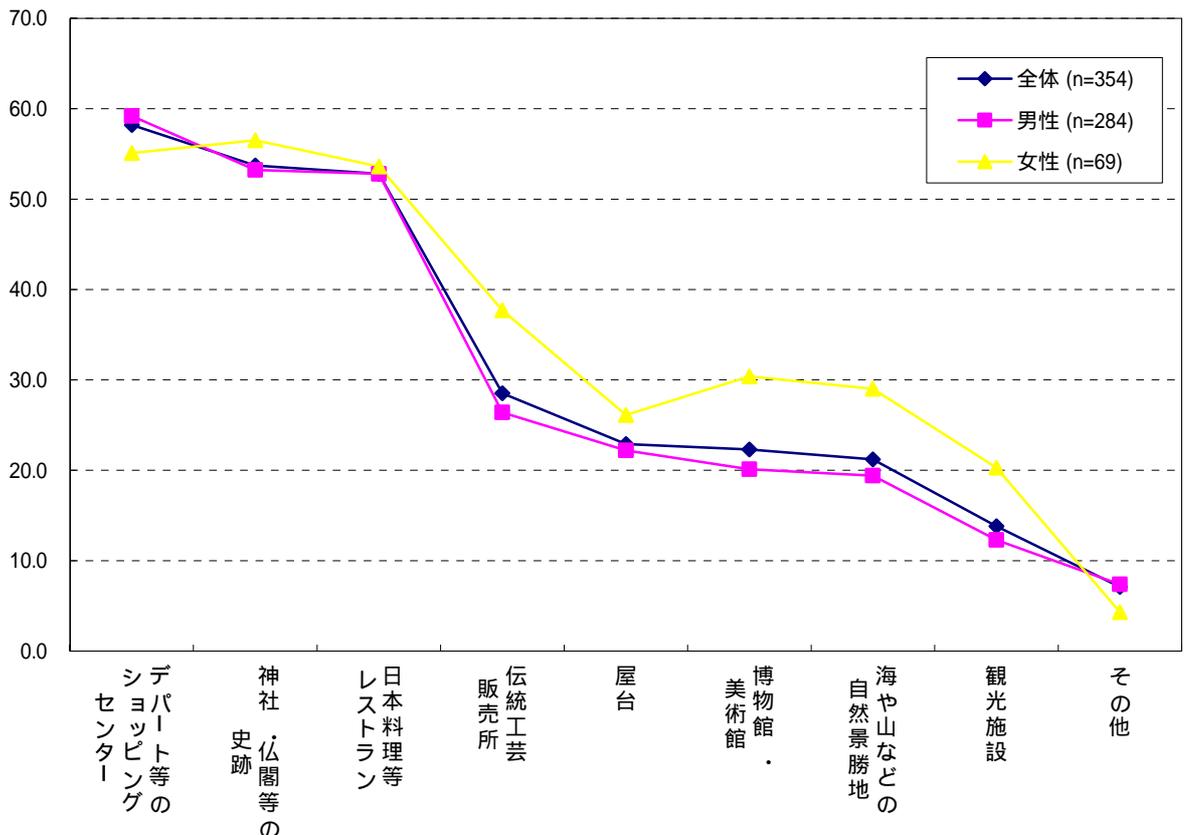
図表 2-27 自由時間にしたいこと 保有自由時間別 (複数選択・%)



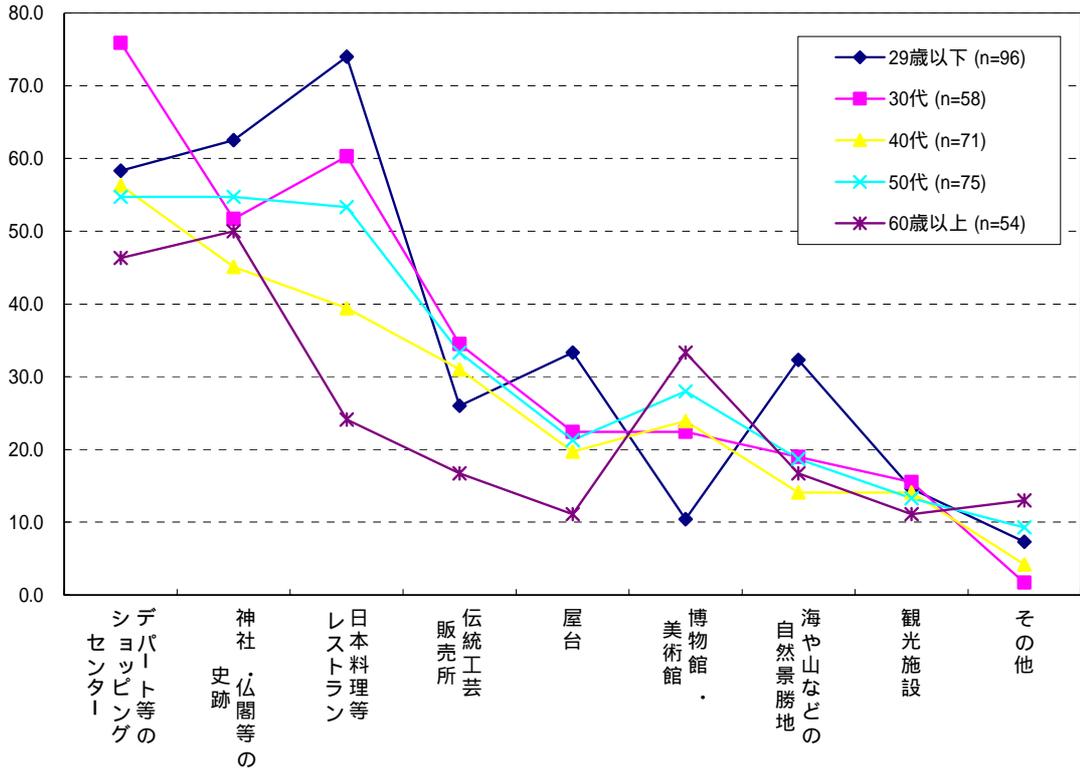
(4)福岡での訪問場所

- [設問]「福岡で行かれたところ、または行きたいところをお聞かせ下さい。」
- [全体]「デパート等のショッピングセンター」(58.2%)、「神社・仏閣等の史跡」(53.7%)
「日本料理店等レストラン」(52.8%)が上位3位となっている。
「博物館・美術館」、「自然景勝地」、「観光施設」については、女性が男性を10%程度上まわっている。
- [年代別]29才以下では「レストラン」(74.0%)、「神社・仏閣等の史跡」(62.5%)、「屋台」(33.3%)等の飲食体験と、「自然景勝地」(32.3%)への訪問及び、訪問意向が他の年代と比べ高い。
50代、60歳以上では「美術館・博物館」(50代28.0%、60代33.3%)への訪問が他の年代よりも高い。
- [国籍別]北米とヨーロッパは、「ショッピング」、「神社仏閣などの史跡」、「日本料理等レストラン」の3項目がいずれも60%程度と高くなっている。
アジア・オセアニアは「ショッピング」については比較的高い割合を示しているが、「屋台」、「博物館・美術館」等にはさほど大きな関心は持っていない。
「伝統工芸販売所」は比較的高い。

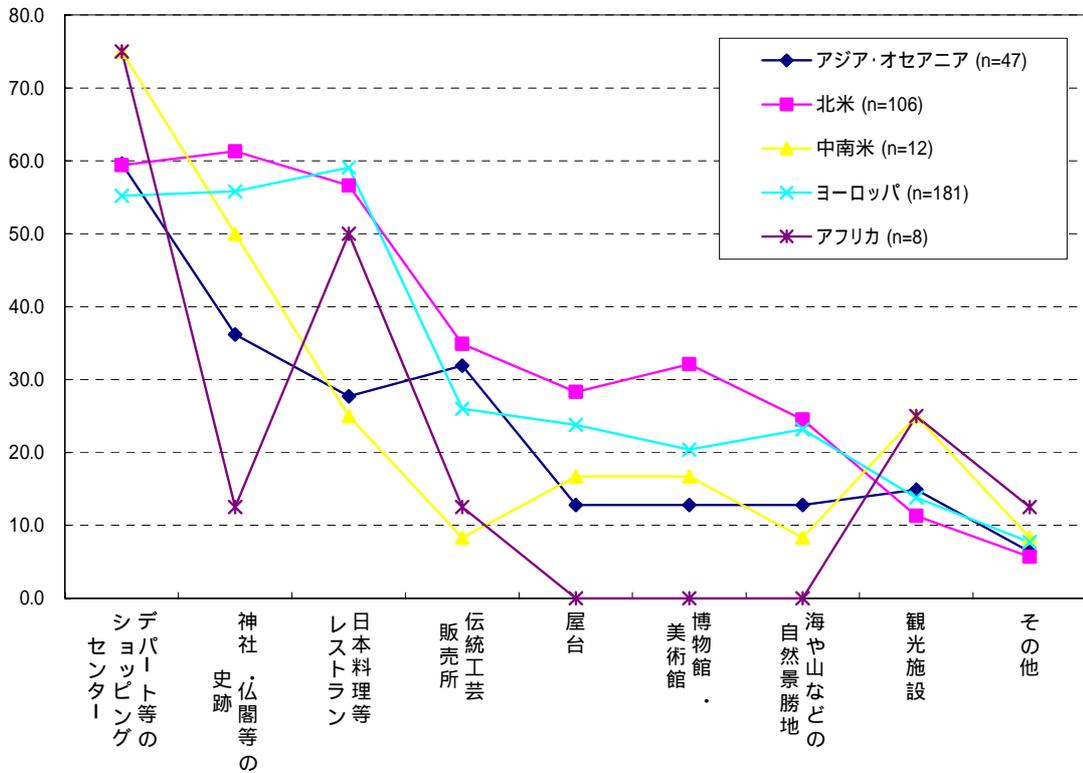
図表 2-28 福岡での訪問場所 性別（複数選択・%）



図表 2-29 福岡での訪問場所 年代別（複数選択・％）



図表 2-30 福岡での訪問場所 国籍別（複数選択・％）



6 . 福岡に対する評価

(1)開催地としての福岡の魅力

[設問]「開催地としての福岡の魅力をお聞かせ下さい。」

[全体]「施設整備等都市のインフラ」(48.6%)、「特産物や食べ物の魅力」(42.9%)、「来訪のための交通アクセス」(40.4%)がベストスリーであり、「自然や海」(37.0%)、「神社・仏閣の歴史」(34.5%)が続いている。

[性別]女性の「特産物や食べ物の魅力」55.1%、「海や自然」47.8%の評価が高い。

[年代別]「特産物や食べ物の魅力」は30代以下の評価が高く(29歳以下49% 30代51.7%)、50代以上の評価が低い(50代37.3% 60代27.8%)。

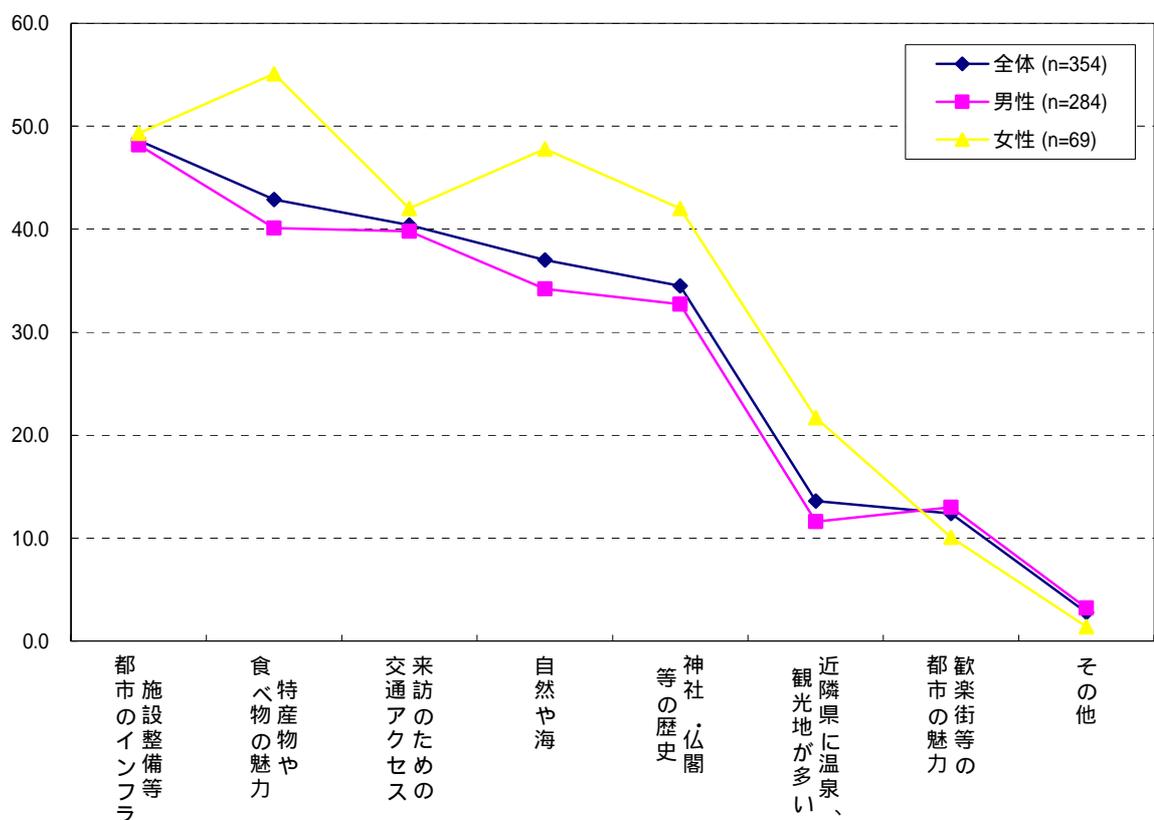
「神社・仏閣の歴史」は29歳以下(42.7%)と50代(41.3%)の評価が高く、30代の評価が低い(20.7%)。

「近隣県の観光・温泉の魅力」は30代以下の評価が高く(29歳以下15.6% 30代24.1%)、60代以上の評価が低い(60代3.7%)

「歓楽街等の魅力」は29歳以下(24.0%)の評価が高く、50代以上の評価が低い(50代5.3% 60代7.4%)。

[国籍別]アジア・オセアニアは「来訪のための交通アクセス」についての評価は高い。

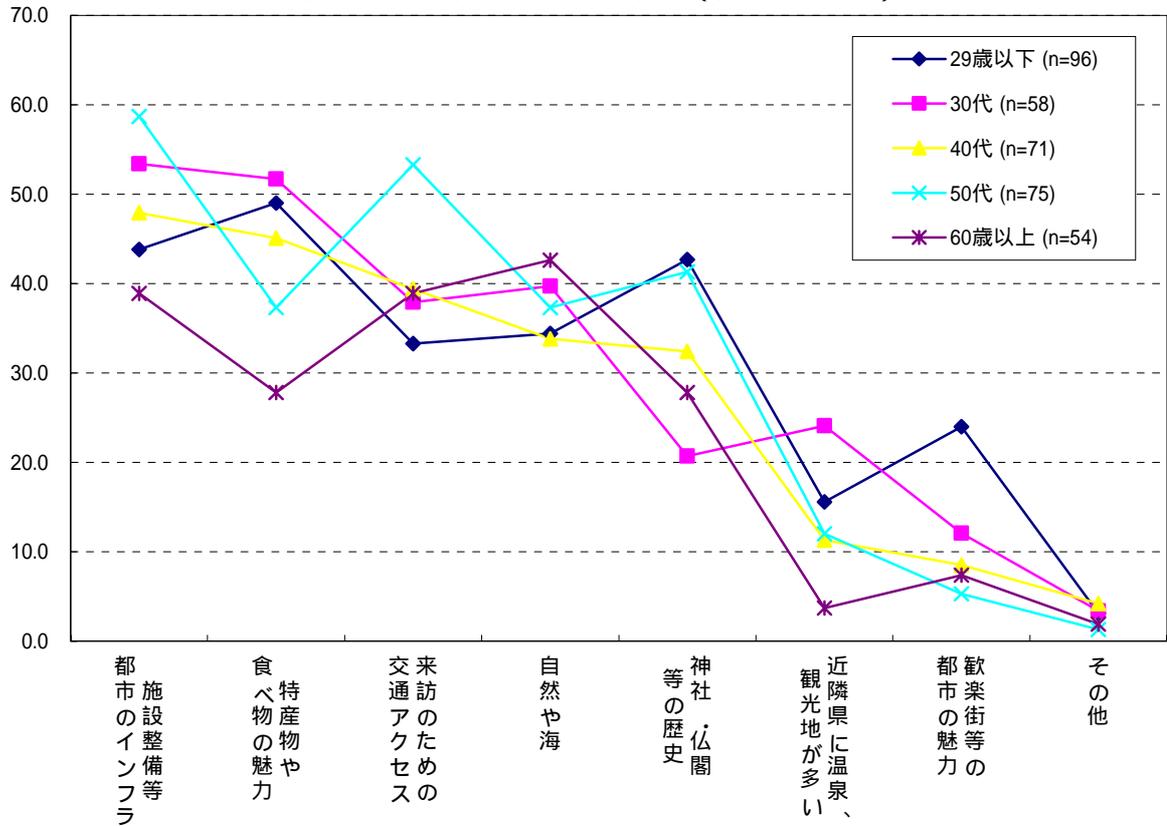
図表 2-31 福岡の魅力 全体（複数選択・%）



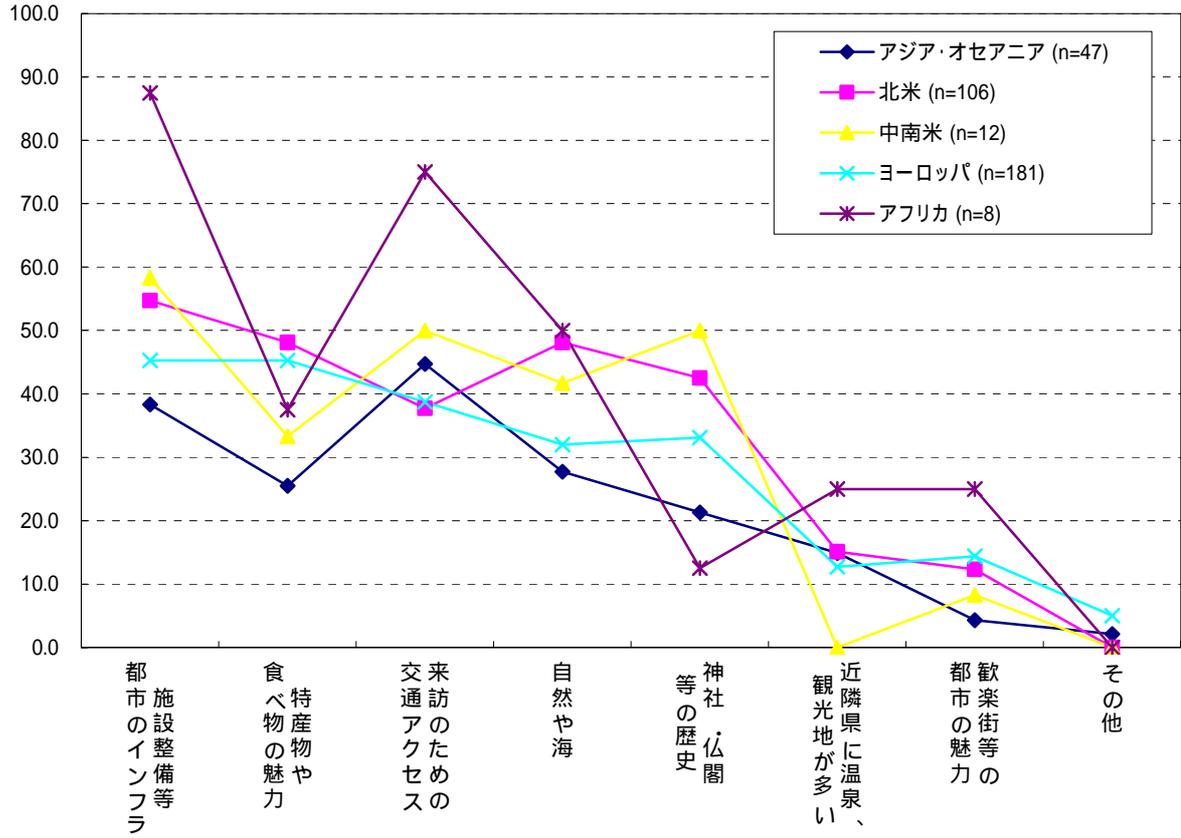
その他の内訳

開催地としての福岡の魅力	件数
気候がいい	2
親切	2
礼儀正しい	1
フレンドリーな人が多い	1
設備がいい	1
九州国立博物館	1
柳川、太宰府	1
日本の文化	1

図表 2-32 福岡の魅力 年代別（複数選択・%）



図表 2-33 福岡の魅力 国籍別（複数選択・％）



(2)福岡に対する満足度及び理由

[設問]「今回、福岡にお越しになって感じた印象をお聞かせください。」

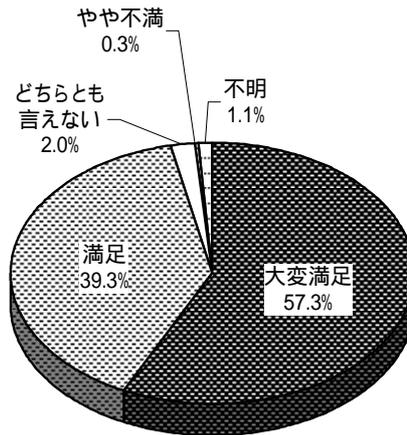
[全体]「大変満足」(57.3%)、「満足」(39.3%)で全体の96.6%を占め、満足度は高い。

[性別]「大変満足」は女性で62.3%を占め、女性の満足度が特に高い。

[年代別]「大変満足」は40代以上で多くなっている。

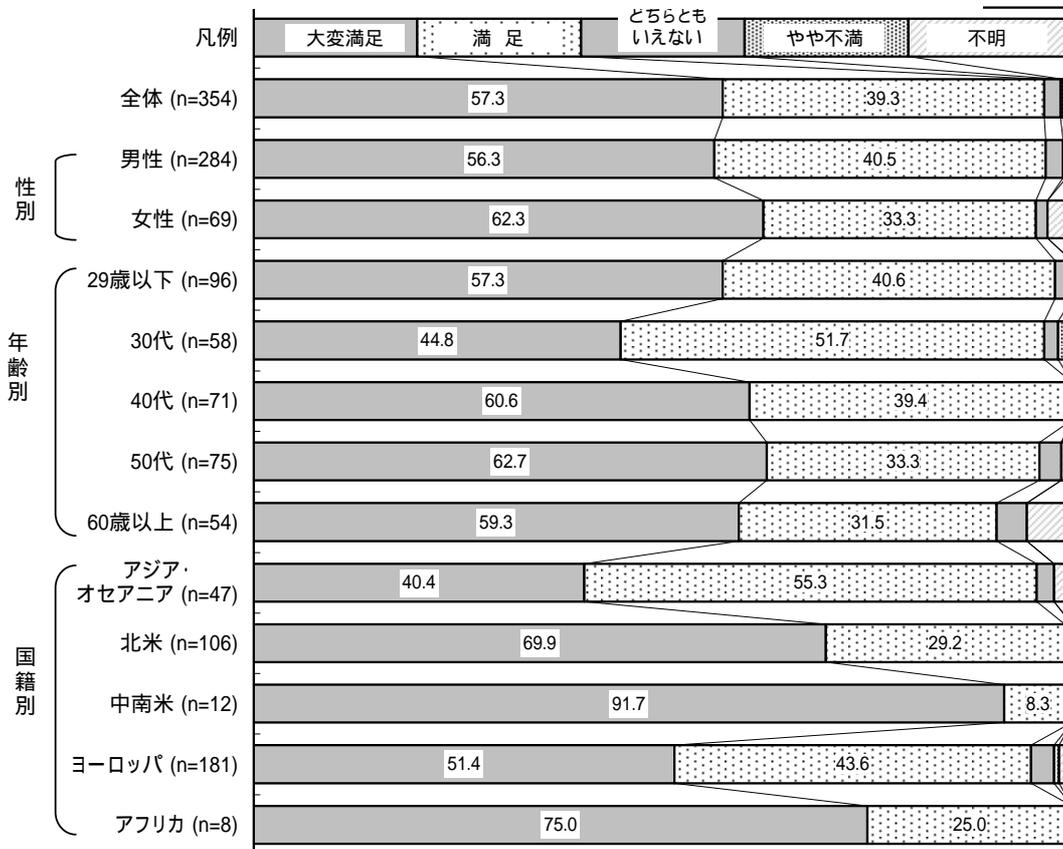
[国籍別]「大変満足」は中南米で91.7%と特に多く、逆にアジア・オセアニアは40.4%とやや少なくなっている。

図表 2-34 福岡に対する満足度 全体 (単一選択・%)



【N=354】

図表 2-35 福岡に対する満足度 (単一選択・%)



図表 2-36 満足の理由

「たいへん満足」、「満足」の理由	件数
人々が親切	45
美しい、きれいな街	45
交通アクセスが良い	24
フレンドリーな人が多い	20
気候がよい、快適	17
食事がおいしい	8
現代的	7
インフラが整っている	6
人が礼儀正しい	5
安全	5
海が美しい	3
便利	3
眺めが良い	3

7. 総括

(1) 認知および情報について

- ・全体での認知率は42.1%、アジア・オセアニアでも49.0%にとどまっている。
- ・情報入手は、事務局提供資料が最も高く、次いでインターネットとなっており、事務局提供資料とインターネットの充実は、重要である。

(2) 滞在時の動向

- ・滞在日数は、会期（開会式～閉会式）5日間に対し、7泊（24.3%）、6泊（17.8%）が多くなっている。
- ・日中にとれる自由時間はそれほど多くない（「ほとんどない」27.4%、「2～3時間」57.1%）日中に、半日～1日と比較的まとまった自由時間を29歳以下（11.5%）、50代（14.7%）、60歳以上（20.4%）の人が取れており、他の年代に比べ高くなっている。
- ・自由時間での行動意向は、全体では、「観光」（61.6%）、「飲食」（38.7%）、「ショッピング」（37.9%）が高くなっている。「ほとんど時間がない」人は「飲食」（39.2%）の意向が高く、「2～3時間」以上の自由時間のある人は「観光」意向が60%以上と、他の意向を大きく上回っている。
- ・全体的なショッピング・観光ニーズは高く、福岡市で行ったところ、又は、行きたいところでは、「デパート等のショッピングセンター」（58.2%）、「神社・仏閣等の史跡」（53.7%）、「日本料理店等レストラン」（52.8%）が上位3位となっている。
- ・しかし、年代により趣向が分かれており、「レストラン」、「屋台」など飲食体験と、「自然景勝地」、「神社・仏閣等の史跡」への訪問は、29才以下が最も高く、年代を追うごとに低くなっている。
- ・「デパート等のショッピングセンター」は30代が最も高い（75.9%）。
- ・「美術館・博物館」は50～60歳以上が最も高くなっている（50代54.7%、60歳以上50.0%）
- ・滞在期間が長いと、消費総額は大きく、経済効果は大きいと思われる（平均総額140,574円 大会参加費用を除く）
- ・同伴者はあまり期待できない（同伴者なし85.3%）。しかし、年代が高くなるにつれ可能性が高くなる。

(3) コンベンション開催地としての福岡の魅力

- ・開催地としての福岡の魅力は、全体では「施設整備等都市のインフラ」（48.6%）、「特産物や食べ物の魅力」（42.9%）、「来訪のための交通アクセス」（40.4%）が上位3位であり、「近隣の温泉」（13.6%）、「歓楽街の魅力」（12.4%）の評価は低い。
また、「特産物や食べ物の魅力」（55.1%）や「自然や海」（47.8%）への評価をはじめ、全体的に女性からの評価が高くなっている。
- ・年代別でみると、「特産品や食べ物の魅力」は、30代以下（29歳以下49.0%、30代51.7%）からの評価が高く年代を追うごとに低くなっている。
- ・「神社仏閣等の歴史」は29歳以下（42.7%）と50歳以上（41.3%）からの評価が高く、他の年代の評価は低い。

- ・「近隣の温泉」「歓楽街の魅力」は、全体と比較しての評価は低いが、30代以下が他の年代よりも高くなっている。
- ・国籍別では、アジア・オセアニアは「来訪のための交通アクセス」への評価が44.7%と最も高く、北米は「特産品や食べ物の魅力」「自然や海」が48.1%、「神社仏閣等の歴史」が42.5%と評価されている。

(4)自由時間と消費額の関係

日中にとれる自由時間と主要な費用の平均出費額の間をみると、次のような傾向が指摘できる。

「飲食費」は日中の自由時間が長い層ほど多額である。

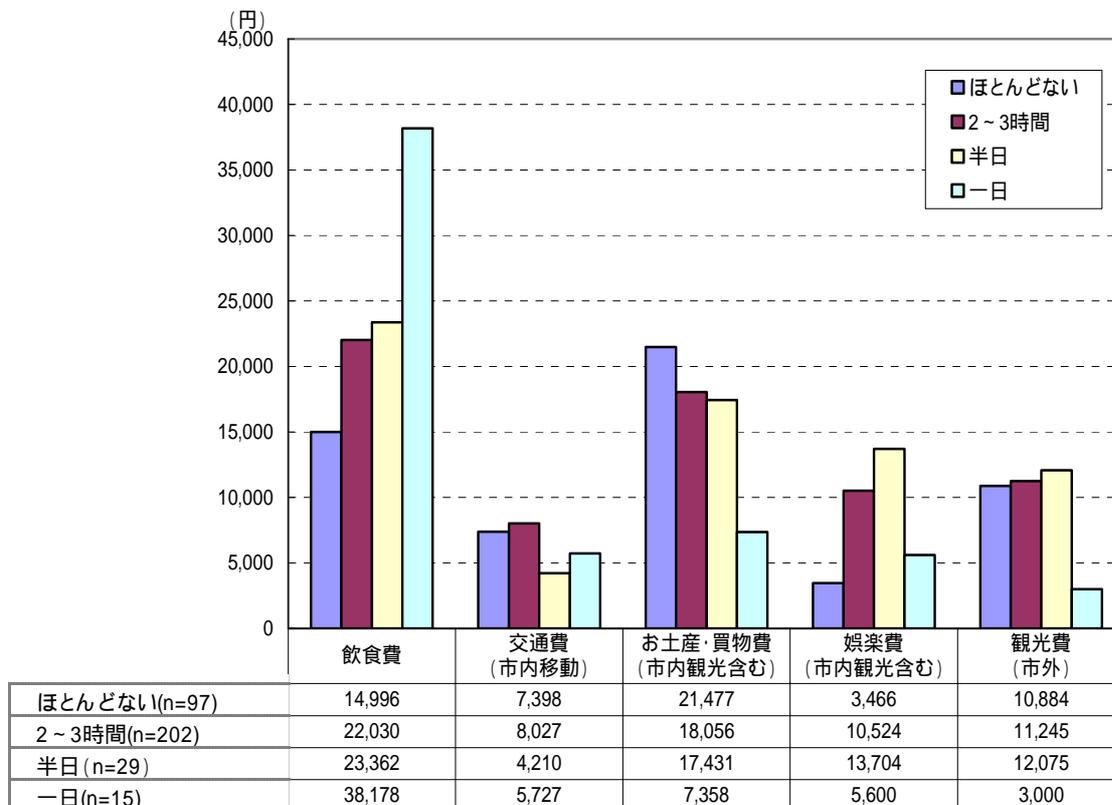
「交通費」(市内移動費)は、時間のない層の方がやや高くなっている。時間がないため、タクシー等の利用が多くなる状況が想像される。

「お土産・買物費」は、日中の自由時間が少ない層ほど多額である。

「娯楽費」(市内観光含む)は、自由時間が増えるに従って増加しており、「半日」の層で最も高い。しかし、「一日」の層では逆に減少している。

「観光費」も、自由時間が増えるに従って微増しており、「半日」の層で最も高い。しかし、「娯楽費」と同様に「一日」の層では逆に減少している。これは「一日」の層のサンプル数が少ないことによる特異性であると想像される。

図表 2-37 自由時間と出費額の関係



(5)その他

調査実施時、調査員に対し、会場近隣の飲食店情報・温泉施設情報・会場内の案内等の、問合せが頻繁にあった。

【まとめ】

- ・コンベンション客は、滞在期間が1週間程度と長く消費金額も大きいですが、1日の中で自由に使える時間2~3時間と短い。年代によりニーズは異なるが、観光・ショッピング・グルメのニーズも高く、福岡市内での消費活動の活発化も期待できる。短時間で可能な観光等の情報提供が重要となる。
- ・情報提供のあり方も、事前での情報提供を行うことで、早期の来福による滞在期間の増大とそれに伴う観光・消費行動等の活発化が期待できる。また、来福後も年代ごとのニーズに即した細やかな情報提供により、観光・消費行動等へと誘導することが可能と考える。
来福前・来福後においての的確な情報提供が重要となる。

ビジネス客調査

1. 調査計画

(1) 調査目的

福岡市を訪れた外国人ビジネス客が、滞在中にどのようなニーズを持っているか等、行動パターンの把握・分析を行うために実施した。

(2) 調査対象および調査方法

帰国直前の外国人旅行者を無作為に抽出し、調査員による面接アンケートを行った。さらに、その中から、ビジネス目的の人だけを抽出して集計した。

(3) サンプル数

377 サンプル(有効回収数ビジネス目的のみ)福岡空港 372 サンプル・博多港 5 サンプル

参考：総サンプル数 1324 サンプル(ビジネス以外の目的含む)福岡空港 792 サンプル・博多港 532 サンプル

(4) 調査時期

2006年1月21日(土)～1月27日(金)

(5) 調査場所

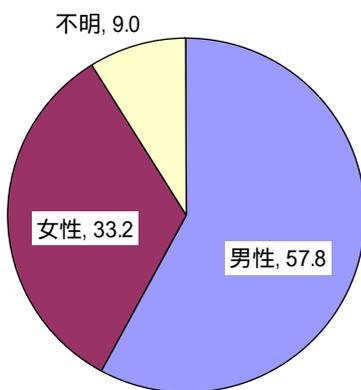
福岡空港国際ターミナル(出国待合室)、博多港国際ターミナル(ロビー)

(6) 調査主体

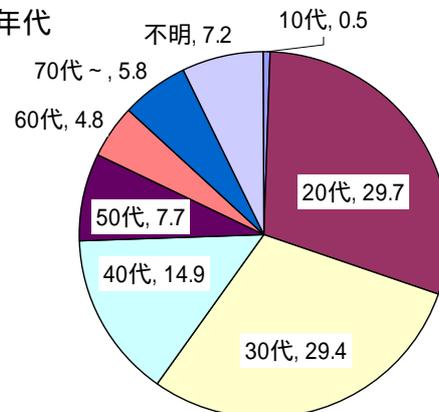
福岡市経済振興局

2. 対象者属性

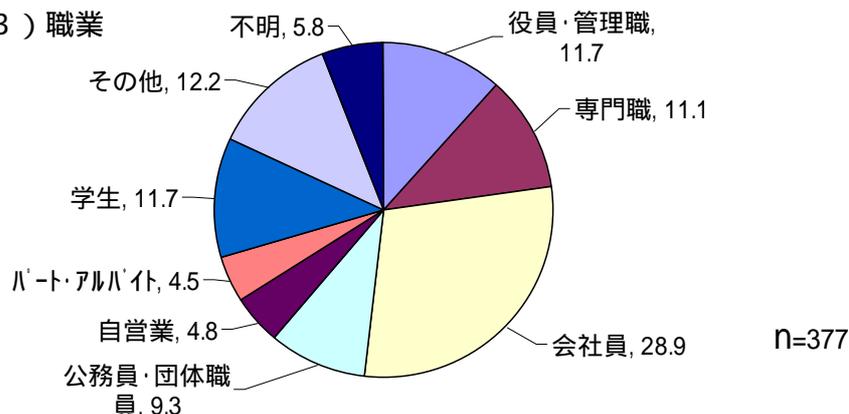
(1) 性別



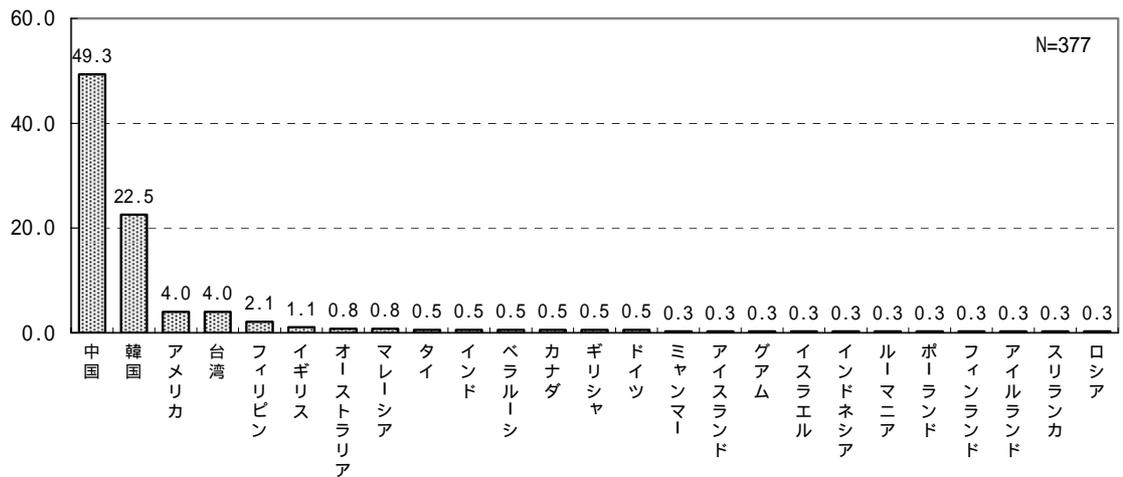
(2) 年代



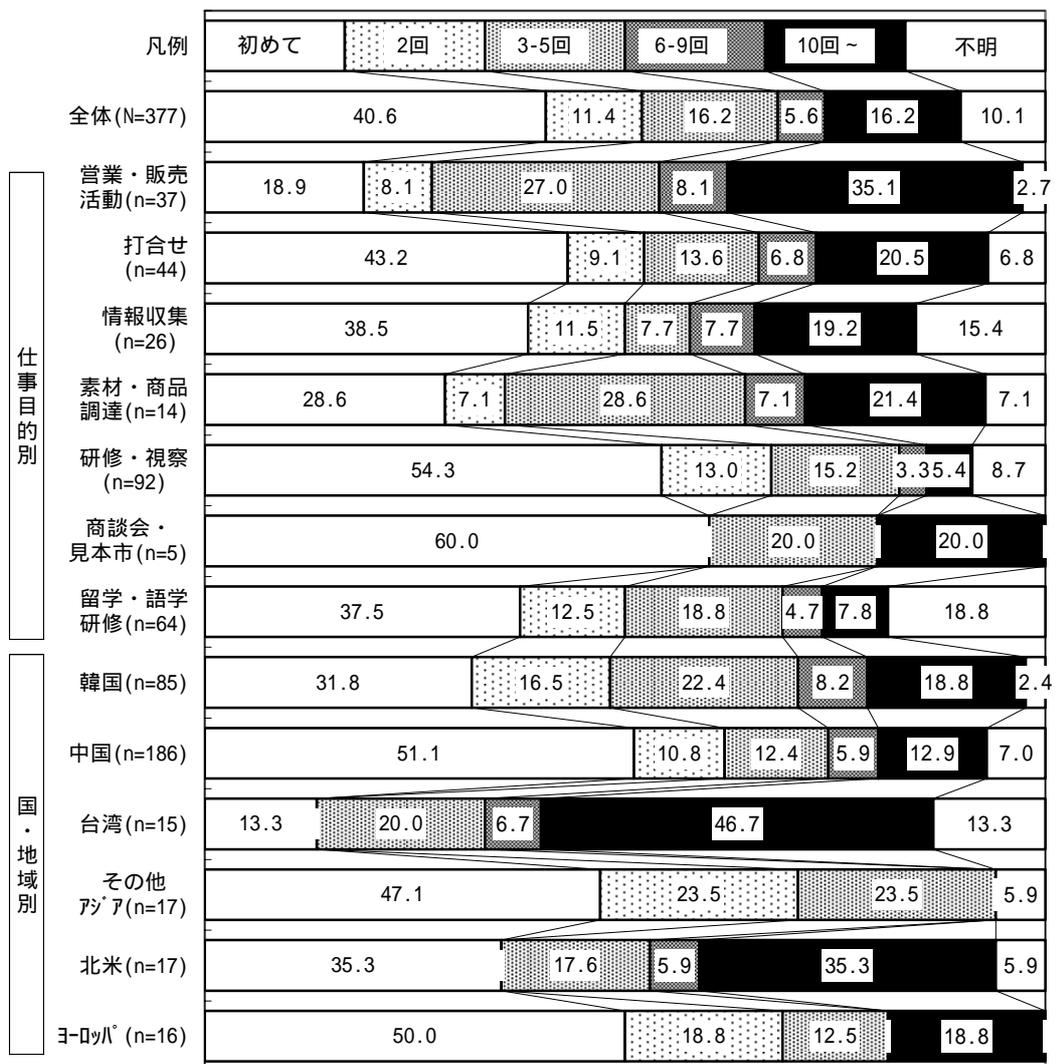
(3) 職業



(4) 国・地域



(5) 九州への来訪経験



3. 訪日の目的および訪問先

(1) 仕事の目的

[設問] 「今回の仕事の目的は何ですか。」

[全体] 「研修・視察」が最も多く、「留学・語学研修」、「打ち合わせ」と続く。

[国別] 韓国からは「研修・視察」が最も多いが、「営業・販売活動」、「情報収集」も他国に比べ活発である。

中国からは「留学・語学研修」が最も多く、次いで「研修・視察」となっている。
台湾からは「打ち合わせ」が多くなっている。

[職業別] 公務員・団体職員は「研修・視察」が多い。

図表 3-1 仕事の目的 (複数選択・%)

		件数	営業・販売活動	打ち合わせ	情報収集	素材や商品の調達	研修・視察	見本市・商談会・出展	留学・語学研修	人材獲得	その他
全体		377	9.8	11.7	6.9	3.7	24.4	1.3	17.0	0.3	27.3
国・地域別	韓国	85	20.0	5.9	17.6	7.1	36.5	3.5	4.7	1.2	15.3
	中国	186	4.3	14.5	2.2	0.5	22.6	1.1	26.3	-	25.8
	台湾	15	13.3	40.0	-	6.7	20.0	-	-	-	13.3
	その他アジア	17	5.9	-	-	5.9	-	-	5.9	-	82.4
	北米	17	11.8	-	5.9	5.9	23.5	-	5.9	-	52.9
	ヨーロッパ	16	18.8	6.3	18.8	18.8	12.5	-	12.5	-	37.5
職業別	役員・管理職	44	31.8	29.5	13.6	11.4	18.2	-	2.3	-	11.4
	専門職	42	9.5	4.8	11.9	7.1	16.7	7.1	7.1	-	40.5
	会社員	109	10.1	21.1	3.7	3.7	25.7	0.9	4.6	0.9	29.4
	公務員・団体職員	35	-	2.9	8.6	-	45.7	-	14.3	-	37.1
	自営業	18	33.3	16.7	16.7	5.6	27.8	5.6	5.6	-	-
	パート・アルバイト	17	-	-	-	-	29.4	-	35.3	-	29.4
学生	44	-	-	-	-	4.5	-	86.4	-	4.5	

(2)訪問企業の業種

- [設 問]「今回訪問した企業等の業種はどれですか。」
- [全 体]「製造業」が28.6%と最も多く、次いで「大学等の研究機関」(17.0%)「サービス業」(16.4%)となっている。
- [目的別]留学・語学研修を除く仕事目的別いずれも、対象として製造業が最も高くなっている。「情報収集」では「大学等の研究機関」(30.8%)
- [国 別]国別でも対象として製造業が高くなっている。韓国は「製造業」(32.9%)次いで、「大学等の研究機関」(20.0%)。中国では「製造業」(25.8%)次いで、「サービス業」(18.8%)「大学等の研究機関」(17.7%)と他国と比べると目的が分散している。

図表 3-2 訪問企業の業種（複数選択・%）

		件数	製造業	流通業	情報通信業	サービス業	行政機関	研究機関等の	その他
全体		377	28.6	7.7	6.4	16.4	2.1	17.0	16.2
仕事目的別	営業・販売活動	37	54.1	16.2	13.5	18.9	0.0	0.0	5.4
	打ち合わせ	44	45.5	11.4	13.6	27.3	2.3	2.3	2.3
	情報収集	26	38.5	3.8	7.7	15.4	11.5	30.8	3.8
	素材や商品の調達	14	92.9	-	-	7.1	-	-	-
	研修・視察	92	37.0	5.4	5.4	7.6	3.3	14.1	21.7
	商談会・見本市出展	5	60.0	20.0	-	-	-	-	20.0
	留学・語学研修	64	4.7	1.6	4.7	9.4	-	65.6	4.7
国・地域別	韓国	85	32.9	7.1	4.7	9.4	2.4	20.0	15.3
	中国	186	25.8	9.1	9.1	18.8	2.2	17.7	10.8
	台湾	15	46.7	-	-	26.7	-	-	26.7
	その他アジア	17	23.5	5.9	-	35.3	-	11.8	17.6
	北米	17	11.8	11.8	0.0	11.8	-	11.8	47.1
	ヨーロッパ	16	43.8	-	6.3	-	-	12.5	37.5

(3)訪問地

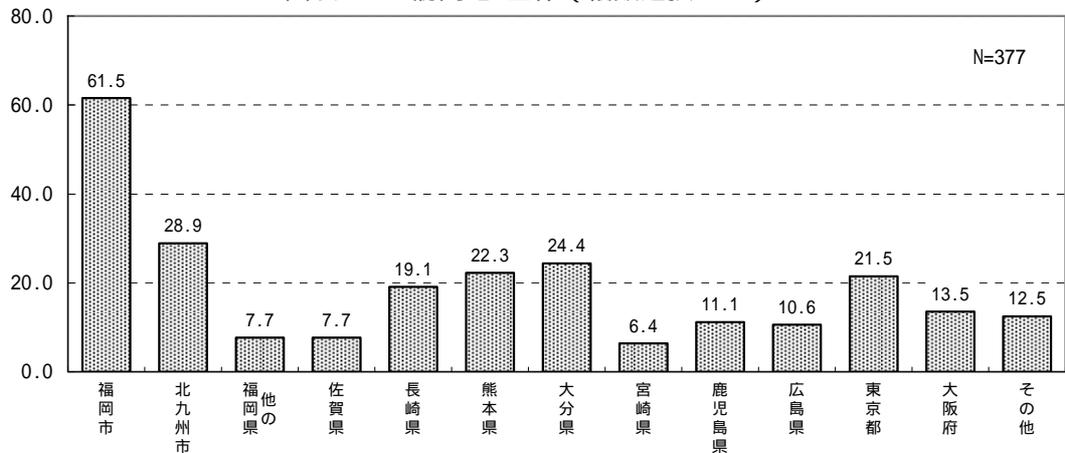
[設問]「今回の仕事での訪問地はどこですか。」(MA)

[全体]「福岡市」が61.5%と最も多く、2位の「北九州市」(28.9%)の倍以上ある。九州他県では「大分県」に次いで「熊本県」が多い。「東京都」は21.5%、「大阪府」も13.5%と比較的高い。

[目的別]「打ち合わせ目的」の人は、他の目的の人と比べ福岡市への訪問率が高い。「素材や商品の調達」や「留学・言語研修」目的の人は北九州市を訪問する率が高くなっている。

[訪問先業種別]福岡市の情報通信業、サービス業への訪問率が高い。

図表 3-3 訪問地 全体 (複数選択・%)



図表 3-4 訪問地 (複数選択・%)

		件数	福岡市	北九州市	他の福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	広島県	東京都	大阪府	その他
全体		377	61.5	28.9	7.7	7.7	19.1	22.3	24.4	6.4	11.1	10.6	21.5	13.5	12.5
仕事目的別	営業・販売活動	37	64.9	27.0	8.1	13.5	29.7	24.3	29.7	10.8	13.5	16.2	40.5	21.6	10.8
	打ち合わせ	44	68.2	29.5	6.8	-	20.5	22.7	13.6	-	9.1	9.1	29.5	15.9	9.1
	情報収集	26	57.7	26.9	11.5	7.7	11.5	30.8	23.1	3.8	11.5	7.7	19.2	3.8	7.7
	素材や商品の調達	14	64.3	42.9	21.4	7.1	7.1	21.4	7.1	-	-	21.4	-	-	-
	研修・視察	92	64.1	25.0	5.4	6.5	15.2	21.7	18.5	2.2	13.0	6.5	12.0	7.6	15.2
	商談会・見本市出展	5	40.0	40.0	-	-	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0	-	20.0	-	-
	留学・語学研修	64	64.1	45.3	6.3	10.9	25.0	29.7	34.4	10.9	12.5	12.5	28.1	12.5	14.1
訪問先業種別	製造業	108	56.5	32.4	5.6	5.6	9.3	14.8	13.9	-	7.4	10.2	20.4	12.0	7.4
	流通業	29	51.7	34.5	6.9	3.4	17.2	6.9	17.2	10.3	6.9	13.8	20.7	10.3	10.3
	情報通信業	24	70.8	16.7	-	8.3	16.7	25.0	12.5	8.3	8.3	8.3	25.0	20.8	8.3
	サービス業	62	71.0	35.5	9.7	11.3	22.6	27.4	40.3	8.1	22.6	16.1	22.6	19.4	11.3
	行政機関	8	50.0	12.5	12.5	12.5	25.0	37.5	50.0	-	12.5	-	25.0	25.0	12.5
大学等の研究機関	64	62.5	35.9	6.3	7.8	26.6	32.8	25.0	7.8	6.3	6.3	26.6	7.8	14.1	

4. 交通機関について

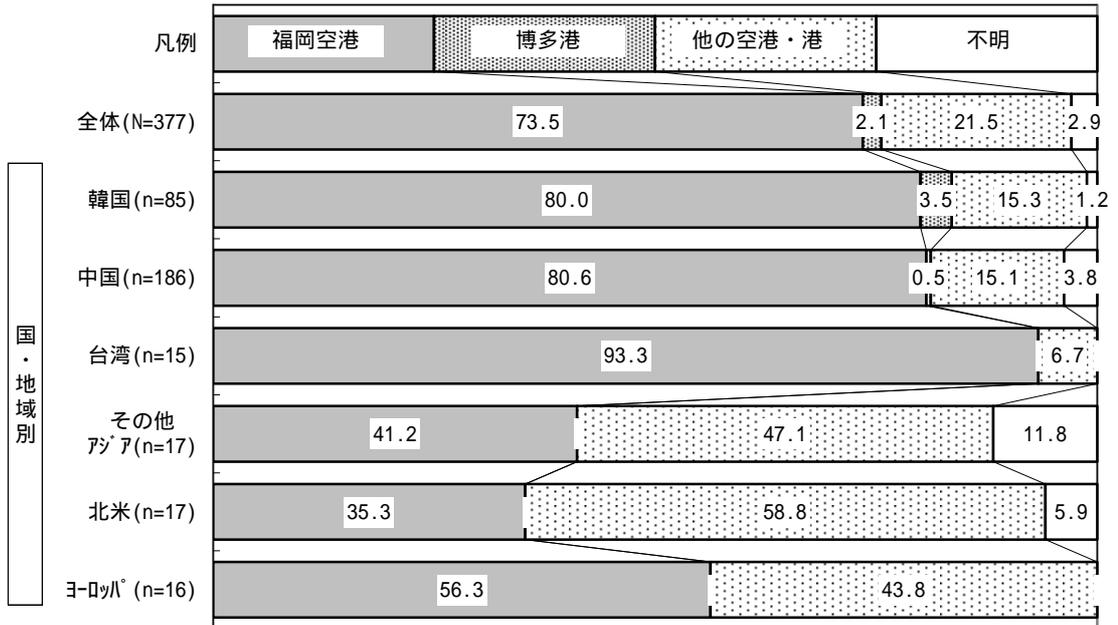
(1) 入国の経路

[設問] 「今回の来日ではどこから入国しましたか。」

[全体] 「福岡空港」が73.5%を占めている。

[国別] 韓国は「福岡空港」が80%を占め、その他の空港も15.3%ある。「博多港」は3.5%である。中国は「福岡空港」が80.6%を占め、その他の空港も15.1%ある。

図表 3-5 入国経路 (単一選択・%)



(2)よく利用した交通機関

[設問]「入国後よく利用した交通機関は何ですか。」

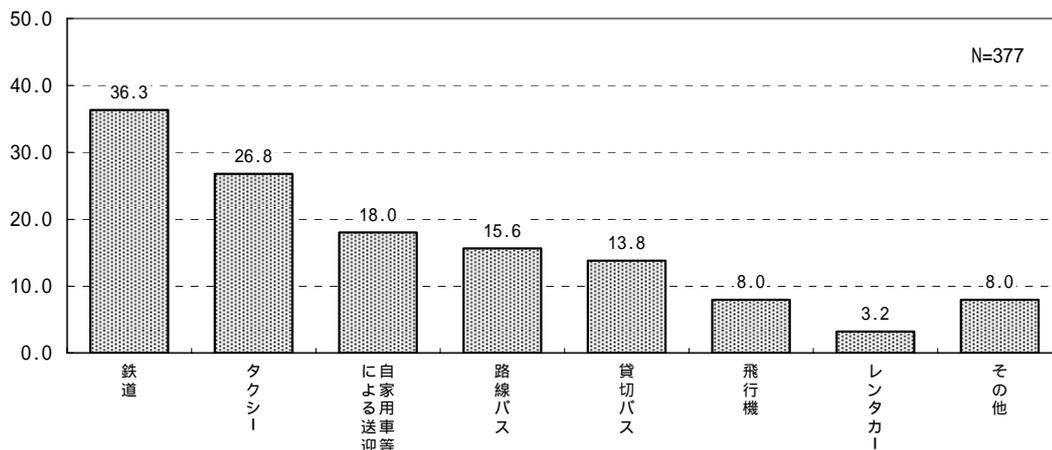
[全体]「鉄道」が最も多く、「タクシー」、「自家用車等による送迎」と続く。

[仕事での訪問地別]

九州他県を訪ねる人は、「鉄道に」加え「路線バス」が比較的多い。

南九州および九州域外を訪ねる人は、「鉄道」、「飛行機」の利用が多い。

図表 3-6 よく利用した交通機関 全体（複数選択・％）



図表 3-7 よく利用した交通機関（複数選択・％）

		件数	鉄道	路線バス	貸切バス	タクシー	レンタカー	に自家用車等による送迎等	飛行機	その他
全体		377	36.3	15.6	13.8	26.8	3.2	18.0	8.0	8.0
仕事での訪問地別	福岡市	232	33.2	15.5	16.4	26.3	3.0	16.8	9.1	6.5
	北九州市 (n=109)	109	42.2	13.8	10.1	19.3	0.9	22.0	5.5	9.2
	他の福岡県 (n=29)	29	31.0	10.3	17.2	27.6	-	13.8	6.9	17.2
	佐賀県 (n=29)	29	37.9	24.1	13.8	17.2	6.9	20.7	6.9	6.9
	長崎県 (n=72)	72	30.6	23.6	12.5	26.4	6.9	12.5	6.9	12.5
	熊本県	84	28.6	21.4	15.5	16.7	2.4	21.4	9.5	6.0
	大分県	92	34.8	18.5	15.2	21.7	2.2	20.7	9.8	5.4
	宮崎県	24	29.2	20.8	8.3	12.5	8.3	20.8	-	20.8
	鹿児島県 (n=42)	42	21.4	19.0	4.8	11.9	2.4	31.0	2.4	16.7
	広島県	40	55.0	12.5	5.0	32.5	-	12.5	12.5	12.5
東京都	81	51.9	19.8	7.4	24.7	4.9	13.6	11.1	7.4	
大阪府	51	52.9	21.6	5.9	9.8	2.0	15.7	13.7	9.8	

(3)九州～アジアを移動する際の利便性評価

[設問]「九州～アジアを移動する際の利便性についてどのように評価されますか。」

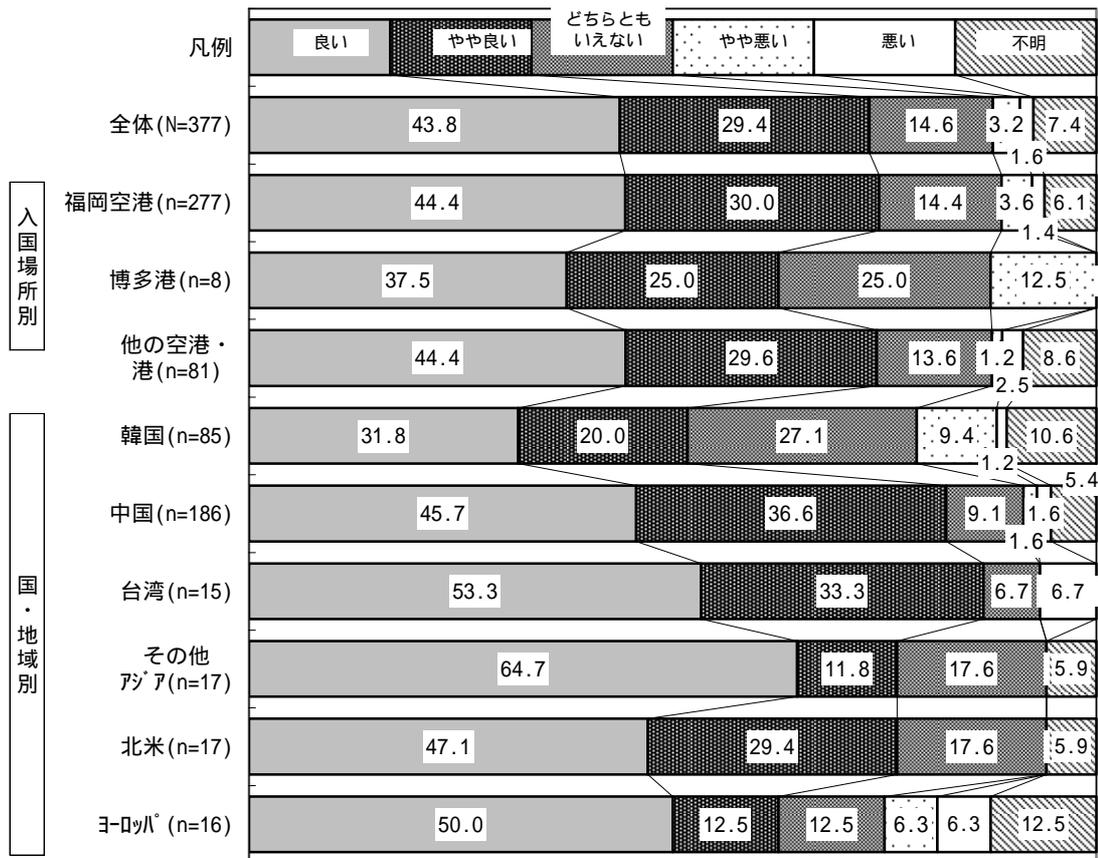
[全体]「よい」(43.8%)と「やや良い」(29.4%)の合計は73.2%である。

[入国場所別]

博多港利用者において、他と比較すると「良い」が少なく(37.5%)「悪い」とする人が多い(25.0%)

[国別]韓国は他と比較すると、移動の利便性に対し満足度が低い。アクセスについてより高いニーズを持っているものと思われる。

図表 3-8 九州～アジア利便性評価(単一選択・%)



(4)九州～アジアを移動するのに要すコスト評価

[設問]「九州～アジアの移動にかかるコストについてどのように評価されますか。」

[全体]「良い」と「やや良い」の合計は43.2%であるのに対し、「悪い」と「やや悪い」の合計は11.4%と低い。

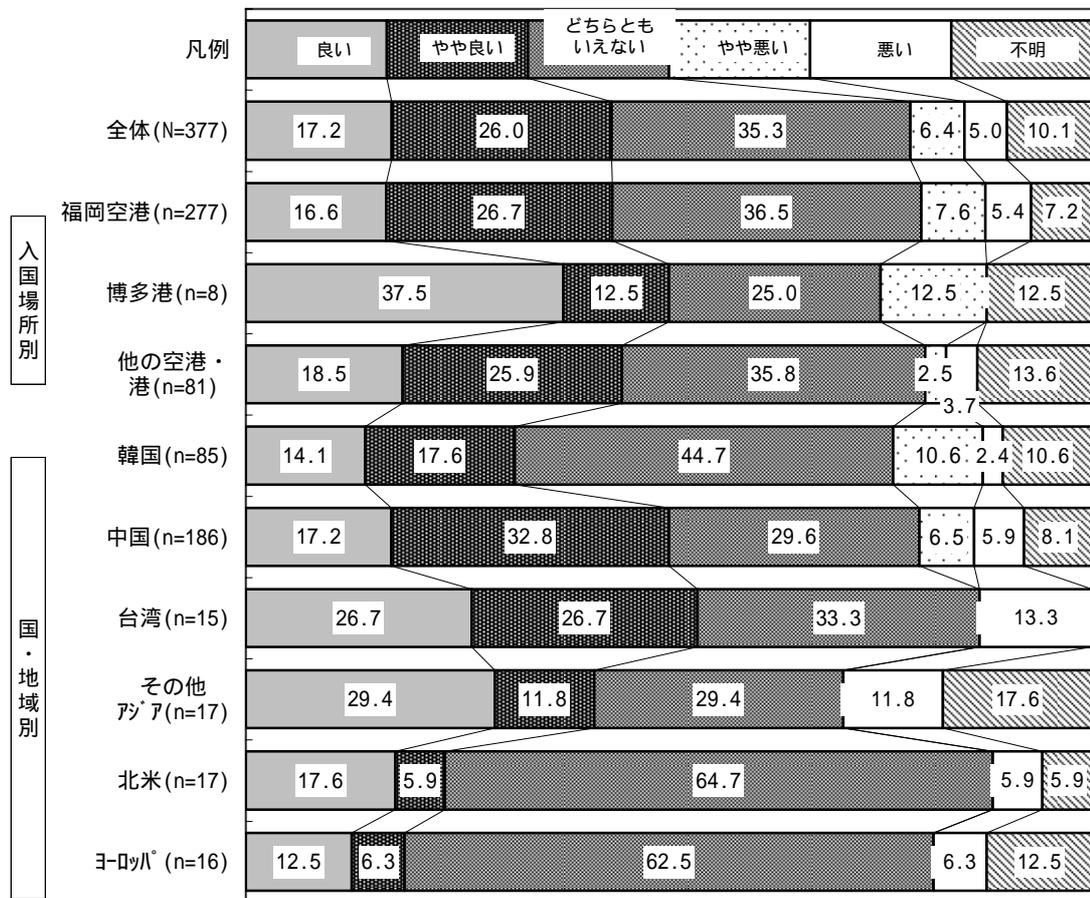
[入国場所別]

博多港から入国した人においてコストの評価が高い。すなわち、船の運賃の安さが評価されているものと思われる。

[国別]中国、台湾のビジネス客からの評価が高い。

北米、ヨーロッパからの人は、「どちらともいえない」がともに6割を超える。

図表 3-9 九州～アジア移動コスト評価（単一選択・%）



(5)九州内の公共交通機関の利便性評価

[設問]「九州内の公共交通機関の利便性についてどのように評価されますか。」

[全体]「良い」と「やや良い」の合計がほぼ7割(69.7%)になっている。

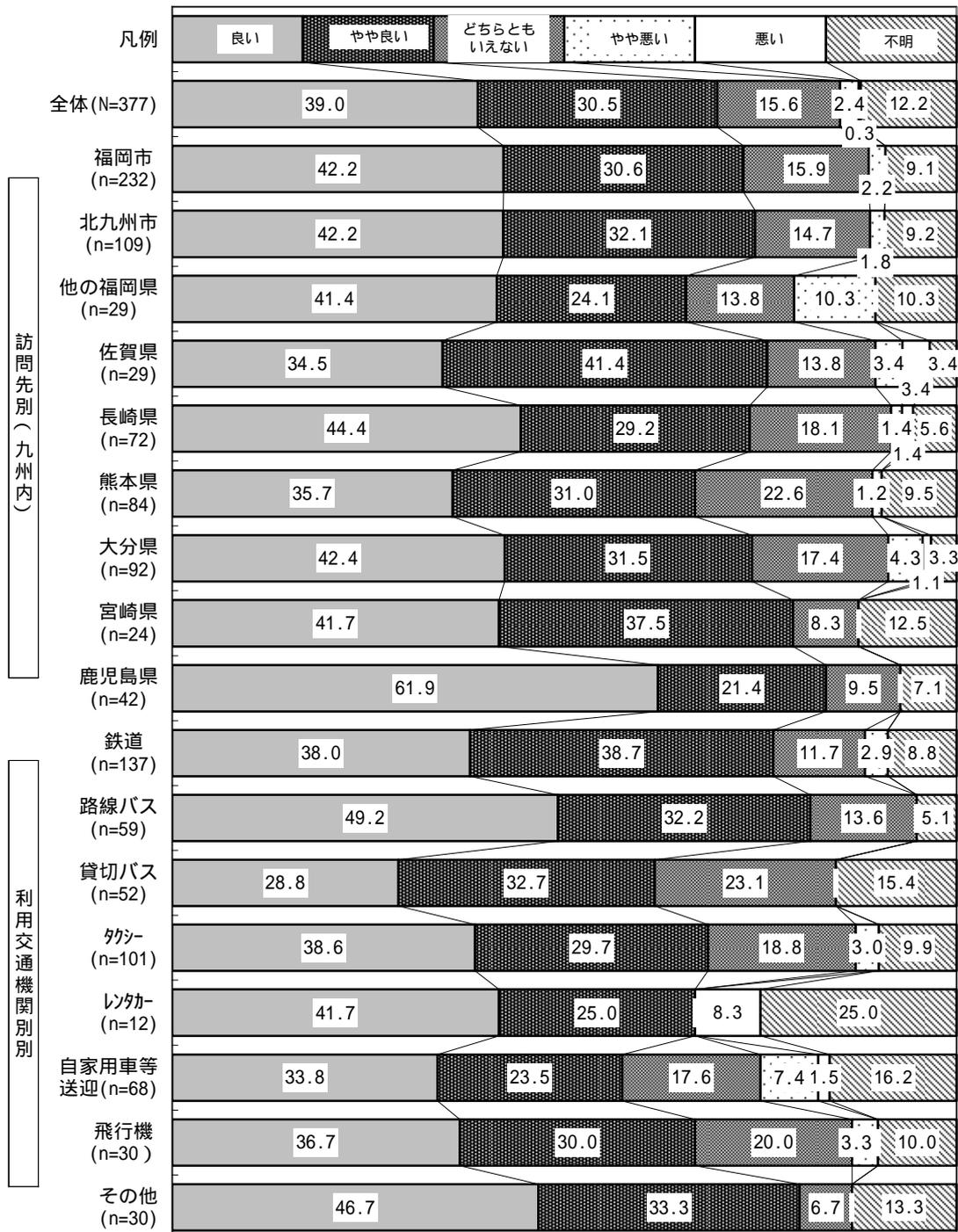
[訪問先別]

鹿児島へのアクセス評価が高い。

[利用交通機関別]

鉄道・路線バス利用者の評価は全体平均よりも高いが、貸切バス・タクシー利用者の評価は全体平均を下回っている。

図表 3-10 九州内公共交通機関利便性評価(単一選択・%)



(6)九州内の移動にかかるコストの評価

[設問]「九州内の移動にかかるコストについてどのように評価されますか。」

[全体]「良い」「やや良い」の合計が41.4%、「悪い」「やや悪い」の合計が14.8%

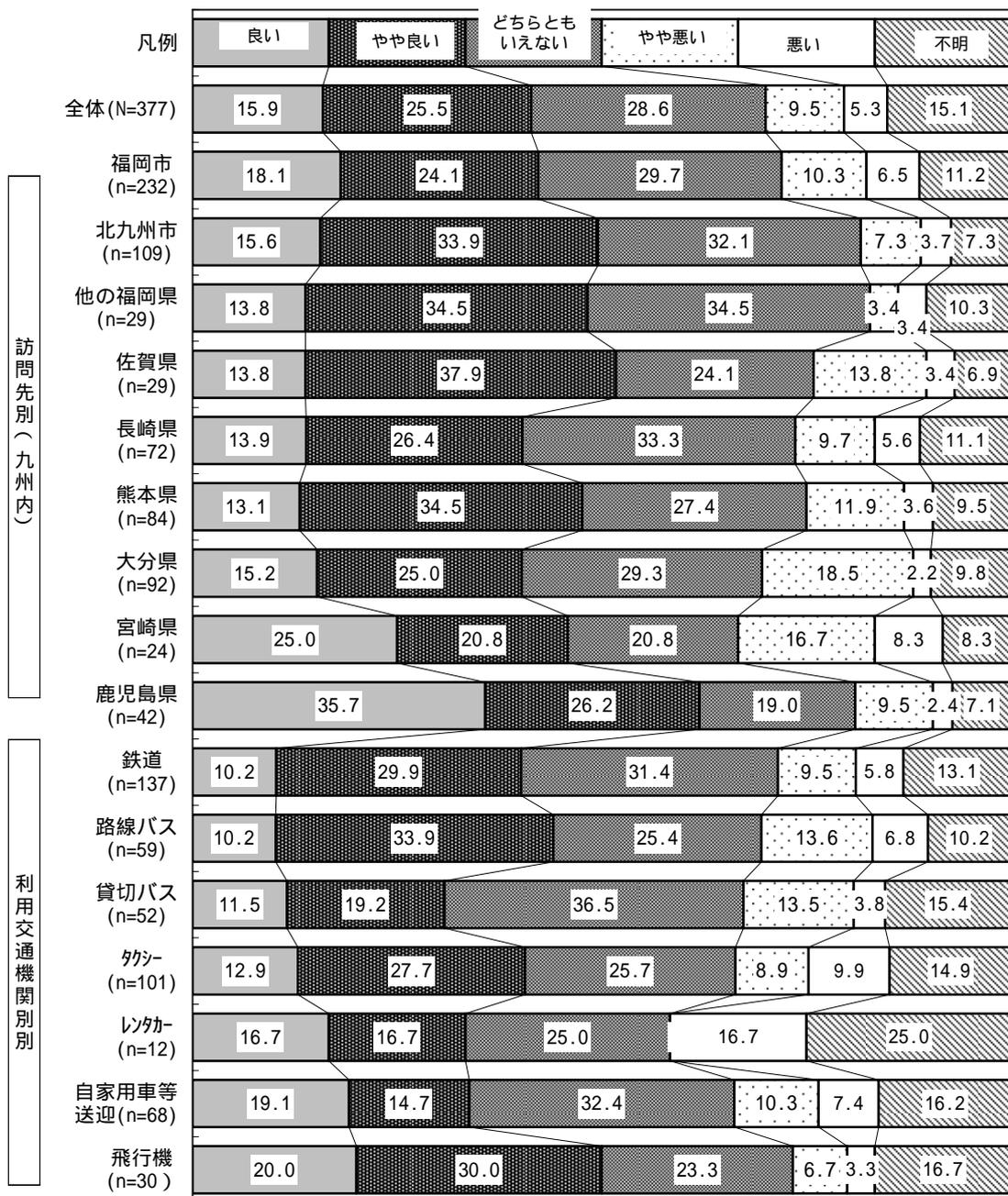
[訪問先別(九州内)]

宮崎県、鹿児島県の訪問者は、比較的高い評価をしている。

[利用交通機関別(九州内)]

路線バスが鉄道よりもやや評価が高い。飛行機はさらに評価が高い。

図表 3-11 九州内移動コスト評価(単一選択・%)



(7)九州内の道路網整備状況の評価

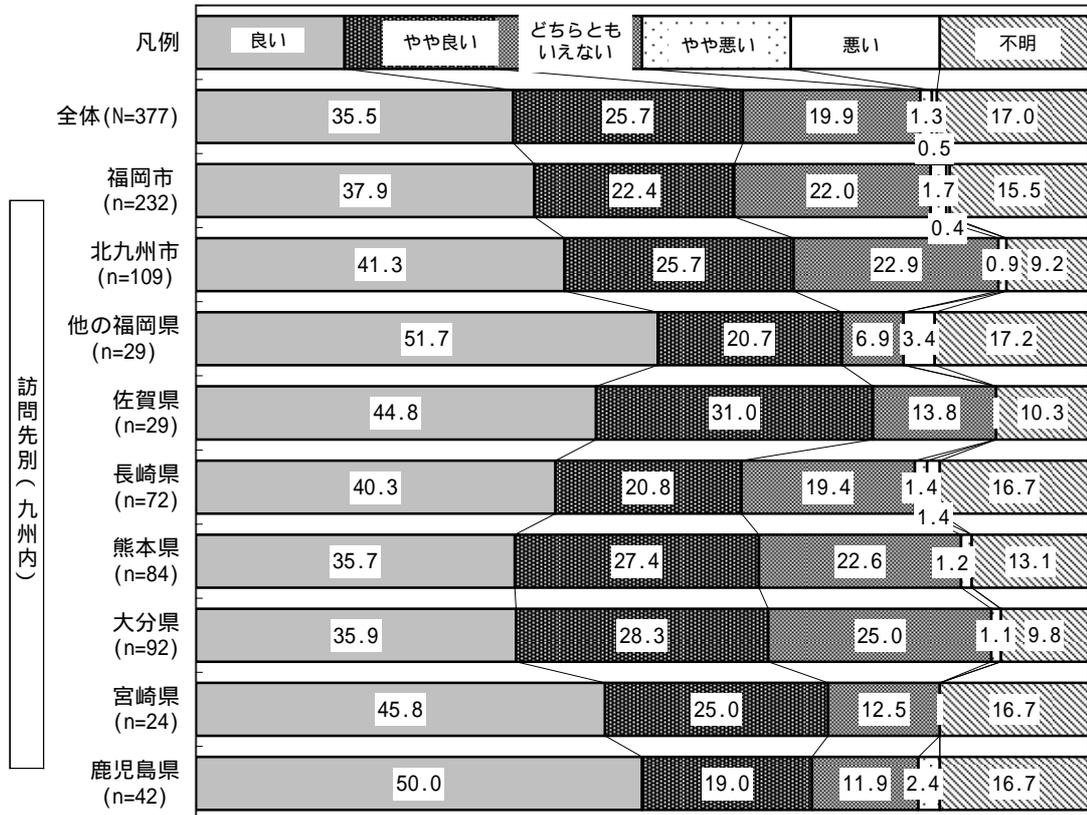
[設問]「九州内の道路網の整備状況についてどのように評価されますか。」

[全体]「良い」と「やや良い」の合計が6割に達している(61.2%)

[訪問先別(九州内)]

他の福岡県、宮崎、鹿児島県の訪問者は、「良い」とする人が比較的多い。

図表 3-12 九州内道路整備状況評価(単一選択・%)



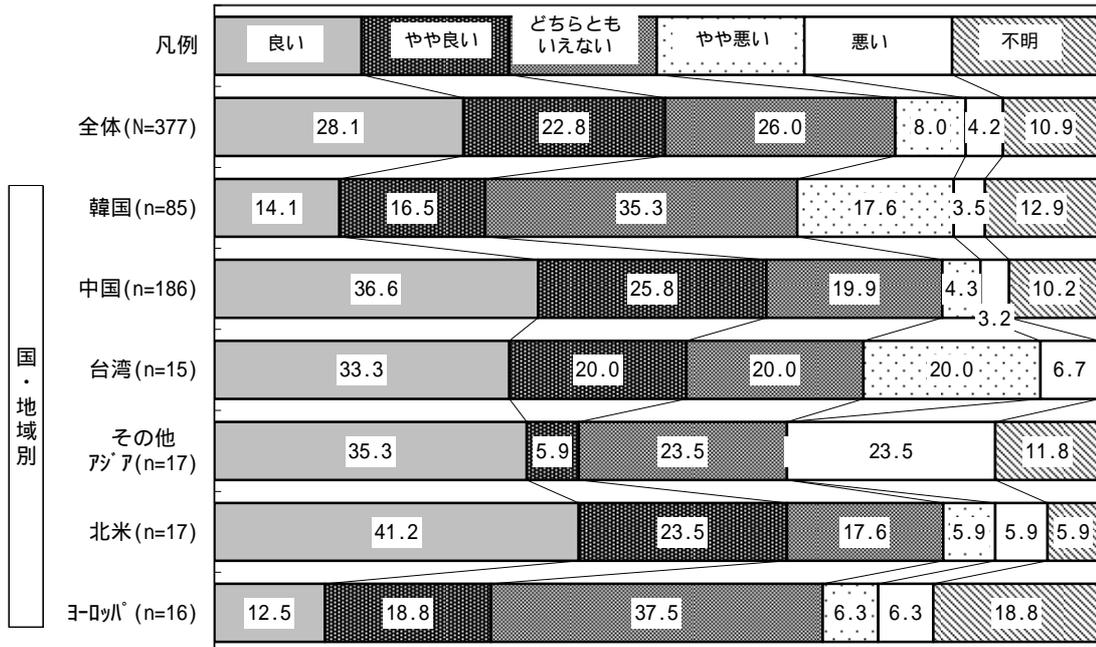
(8)交通情報の多言語対応に対する評価

[設 問]「交通情報（公共交通機関や道路標識等）の多言語対応についてどのように評価されますか。」

[全 体]「良い」「やや良い」の合計が50.9%。「悪い」「やや悪い」の合計が12.2%。

[国 別]「良い」と「やや良い」の合計をみると、アジアの中では中国（62.4%）の評価が最も高く、2位台湾（53.3%）、韓国は30.6%と低くなっている。

図表 3-13 交通情報の多言語対応評価（単一選択・%）



(9)福岡市内の公共交通機関の利便性評価

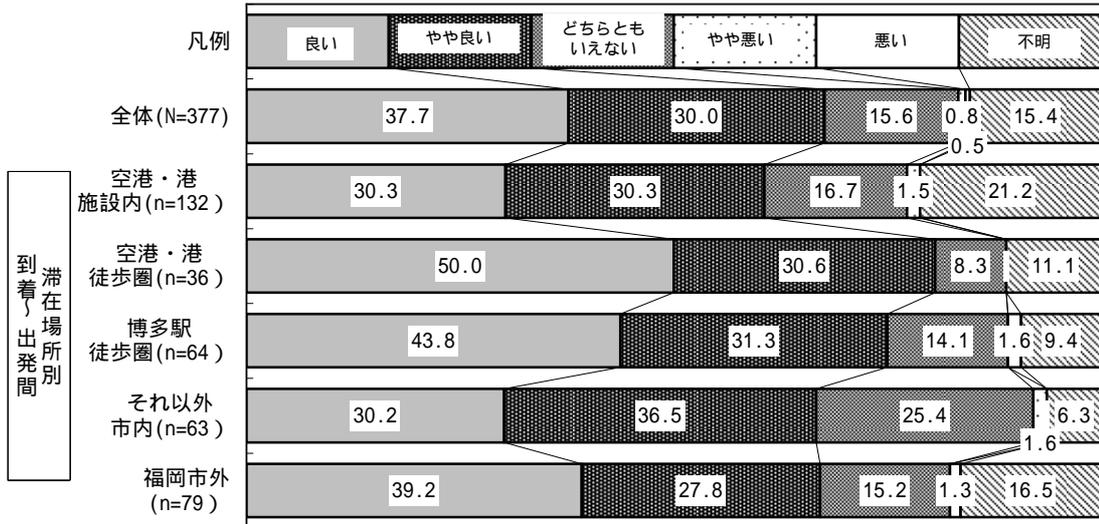
[設問]「福岡市内の公共交通機関の利便性（運行頻度や所要時間）についてどのように評価されますか」

[全体]「良い」と「やや良い」の合計がほぼ7割（67.7%）になっている。

[福岡に到着してから出発までの滞在場所別]

空港・港から徒歩圏内に滞在した人は、利便性を高く評価している。

図表 3-14 福岡市内の公共交通機関の利便性評価（複数選択・%）



(10)異なる交通機関の相互連携に対する評価

[設問]「異なる交通機関相互の連携（乗換えの利便性、共通切符等）」についてどのように評価されますか。

[全体]「良い」と「やや良い」の合計が5割を超えている（56.2%）

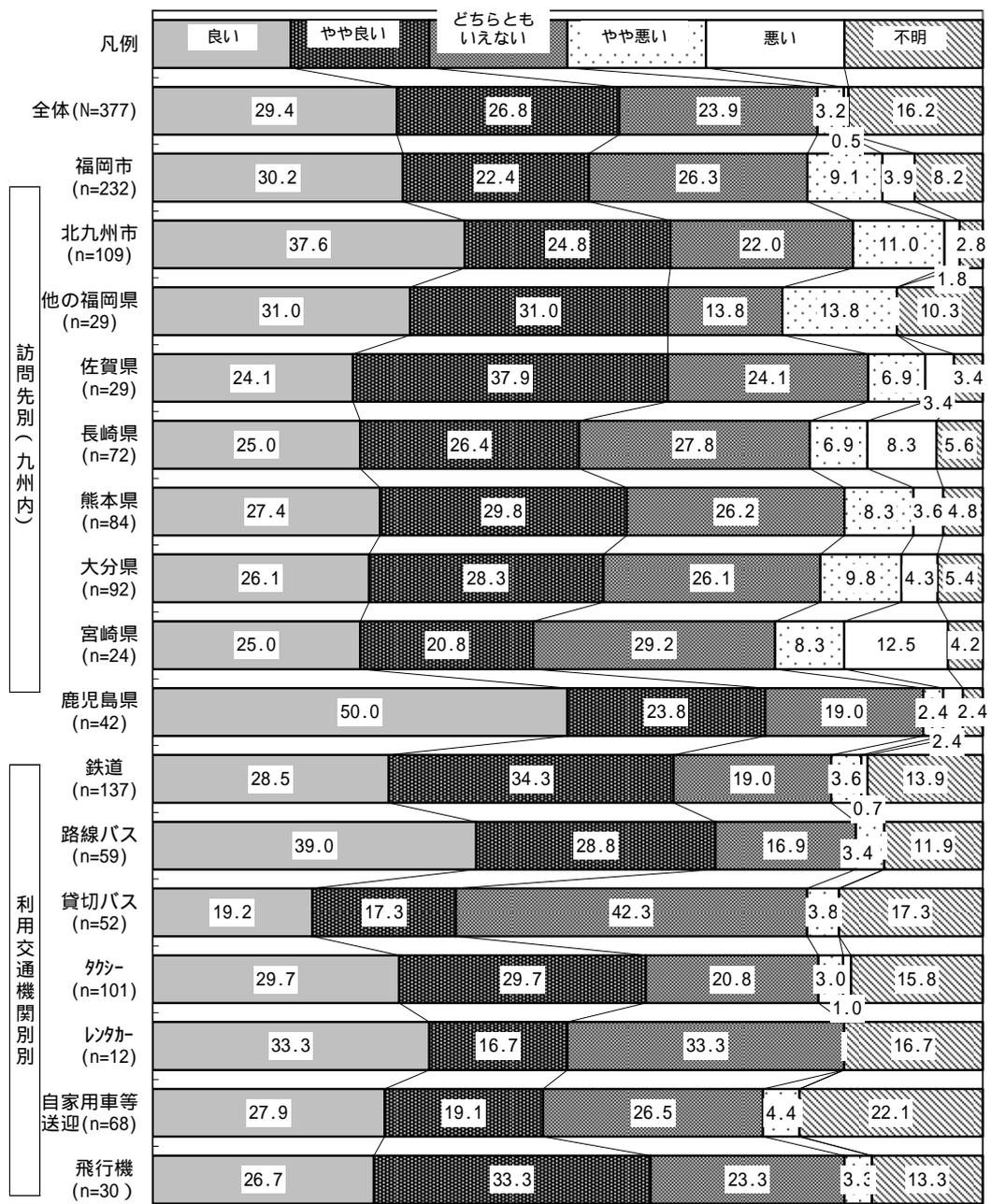
[訪問先別（九州内）]

宮崎訪問者でやや評価が低い、反対に鹿児島訪問者では突出して高い。JRの「リレーつばめ」が評価されているものと想像される。

[利用交通機関別（九州内）]

「良い」と「やや良い」の合計をみると、路線バス利用者の評価が最も高く、次いで、鉄道利用者、飛行機利用者となつづく。

図表 3-15 交通機関の相互連携評価（単一選択・%）



5. ビジネス環境について

(1) ビジネスの場としての九州の強み

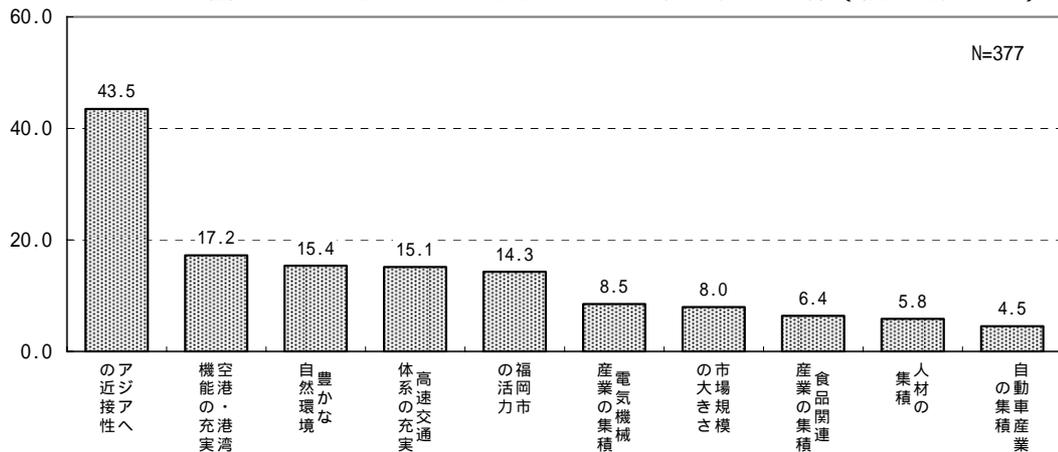
[設問] 「ビジネスの場としての九州の強みはどのように感じられますか。」

[全体] 「アジアへの近接性」に対する評価が高い(43.5%)

[国別] 「アジアへの近接性」に対する評価について韓国は80.0%と他国に比べ圧倒的に高い。

[目的別] 研修・視察について見ると、産業全体への評価が低い。

図表 3-16 ビジネスの場としての九州の強み 全体(複数選択・%)



図表 3-17 ビジネスの場としての九州の強み(複数選択・%)

		件数	アジアへの近接性	高速交通体系の充実	空港・港湾機能の充実	福岡市の活力	市場規模の大きさ	電気機械産業の集積	自動車産業の集積	食品関連産業の集積	大学・研究機関の集積	人材の集積	豊かな自然環境	その他	
全体		377	43.5	15.1	17.2	14.3	8.0	8.5	4.5	6.4	9.3	5.8	15.4	8.2	
国・地域別	韓国	85	80.0	10.6	30.6	7.1	2.4	3.5	3.5	-	8.2	3.5	12.9	5.9	
	中国	186	31.7	13.4	11.3	13.4	9.7	11.3	3.8	8.1	8.6	6.5	22.0	10.2	
	台湾	15	26.7	20.0	13.3	20.0	20.0	6.7	-	13.3	13.3	6.7	6.7	6.7	
	その他アジア	17	11.8	29.4	5.9	11.8	11.8	11.8	11.8	-	-	-	-	5.9	
	北米	17	35.3	35.3	35.3	35.3	-	5.9	5.9	5.9	17.6	11.8	5.9	11.8	
ヨーロッパ	16	31.3	18.8	25.0	6.3	6.3	12.5	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	-		
仕事目的別	営業・販売活動	37	43.2	13.5	29.7	21.6	13.5	8.1	8.1	5.4	5.4	13.5	18.9	10.8	
	打ち合わせ	44	50.0	9.1	15.9	13.6	18.2	13.6	-	9.1	6.8	4.5	11.4	4.5	
	情報収集	26	57.7	19.2	34.6	23.1	3.8	7.7	7.7	-	15.4	7.7	19.2	3.8	
	素材や商品の調達	14	64.3	7.1	28.6	14.3	-	14.3	14.3	7.1	-	-	7.1	7.1	
	研修・視察	92	39.1	10.9	9.8	7.6	3.3	9.8	3.3	4.3	12.0	5.4	15.2	8.7	
	商談会・見本市出展	5	60.0	20.0	-	-	20.0	20.0	-	-	-	-	20.0	20.0	
	留学・語学研修	64	37.5	20.3	14.1	15.6	3.1	6.3	4.7	12.5	23.4	10.9	23.4	1.6	
訪問先業種別	製造業	108	39.8	15.7	18.5	9.3	6.5	16.7	7.4	6.5	2.8	6.5	12.0	11.1	
	流通業	29	44.8	6.9	24.1	13.8	13.8	10.3	6.9	6.9	6.9	3.4	6.9	13.8	
	情報通信業	24	54.2	8.3	0.0	20.8	12.5	8.3	4.2	-	8.3	8.3	8.3	8.3	
	サービス業	62	45.2	16.1	19.4	21.0	9.7	1.6	3.2	11.3	4.8	4.8	25.8	9.7	
	行政機関	8	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.5	12.5
	大学等の研究機関	64	51.6	15.6	15.6	17.2	3.1	7.8	3.1	6.3	26.6	10.9	23.4	4.7	

(2)通訳の利用状況

[設問]「仕事の際に通訳を使いましたか。」

[全体]「通訳は使っていない(英語以外でやりとり)」が半数近い(45.9%)

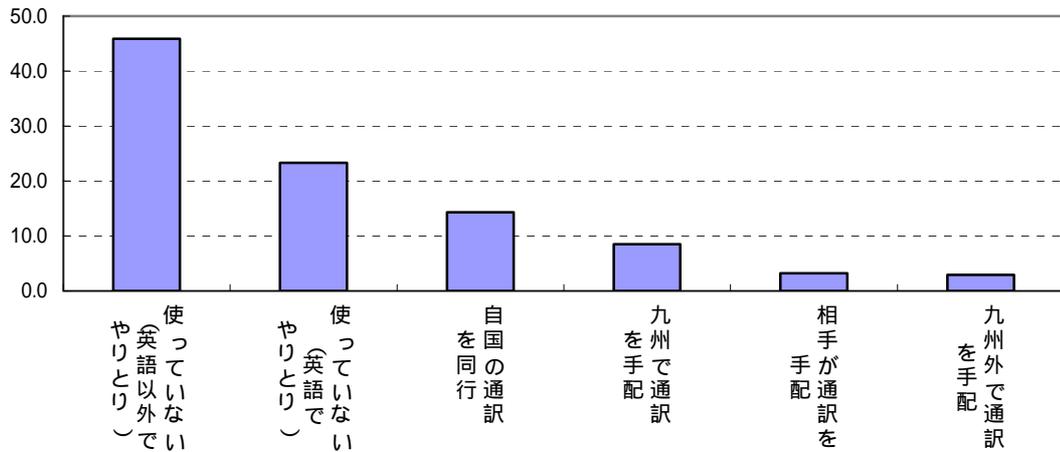
「九州で通訳を手配」するケースは1割に満たず(8.5%)、「自国の通訳を同行」(14.3%)が上回る。

[目的別]営業・販売活動では通訳を使わないことが多いが、研修・視察の場合は通訳を使用することが多くなっている。

[九州来訪経験別]

はじめて来訪する人においては、「自国の通訳を同行」が高く(19.6%)、訪問回数が増すごとに、通訳の利用率は下がる。

図表 3-18 通訳使用状況 全体(単一選択・%)



図表 3-19 通訳使用状況(単一選択・%)

		件数	自国の通訳を同行	九州で通訳を手配	九州外で通訳を手配	相手が通訳を手配	使っていない(英語でやりとり)	使っていない(英語以外でやりとり)	不明
全体		377	14.3	8.5	2.9	3.2	23.3	45.9	5.8
国・地域別	韓国	85	23.5	15.3	1.2	5.9	17.6	41.2	2.4
	中国	186	14.5	6.5	3.2	0.5	19.4	51.1	7.5
	台湾	15	13.3	13.3	-	6.7	6.7	60.0	-
	その他アジア	17	11.8	-	11.8	-	52.9	23.5	-
	北米	17	-	5.9	-	-	64.7	23.5	5.9
	ヨーロッパ	16	-	6.3	-	12.5	56.3	25.0	-
事業目的別	営業・販売活動	37	10.8	8.1	2.7	5.4	16.2	64.9	-
	打ち合わせ	44	27.3	11.4	6.8	2.3	15.9	43.2	2.3
	情報収集	26	11.5	7.7	-	11.5	38.5	46.2	-
	素材や商品の調達	14	28.6	0.0	7.1	-	35.7	28.6	-
	研修・視察	92	21.7	25.0	4.3	6.5	12.0	32.6	3.3
	商談会・見本市出展	5	-	-	-	-	80.0	20.0	-
	留学・語学研修	64	1.6	1.6	1.6	1.6	17.2	70.3	7.8
九州来訪経験別	はじめて	153	19.6	11.1	3.3	3.3	30.7	31.4	3.9
	2~5回	104	13.5	8.7	3.8	4.8	25.0	44.2	2.9
	6回以上	82	9.8	4.9	1.2	1.2	14.6	65.9	6.1

(3)言葉の不自由の有無

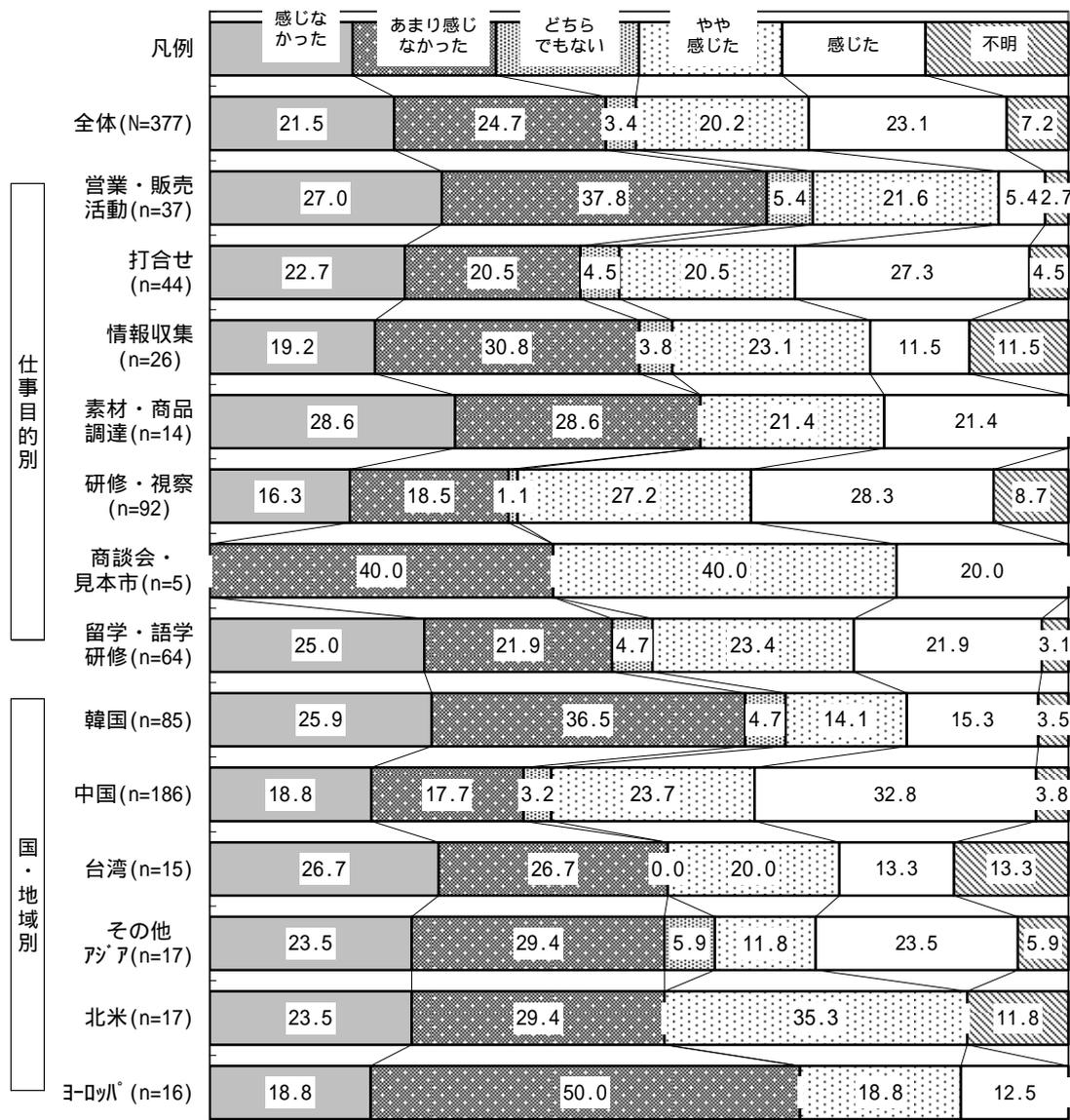
[設問]「仕事以外の場面で言葉の不自由は感じましたか。」

[全体]「感じなかった」「あまり感じなかった」(46.2%)、「やや感じた」「感じた」(43.3%)と、言葉の不自由については半々である。

[目的別]営業・販売活動は、「感じた」「やや感じた」が26.8%と不自由さは低く、研修・視察の場合は「感じた」「やや感じた」が55.5%と不自由さが高くなっている。

[国体]韓国は「感じた」「やや感じた」が19.4%と不自由さは低く、中国は「感じた」「やや感じた」(56.5%)と不自由さが高い。

図表 3-20 言葉の不自由の有無(単一選択・%)



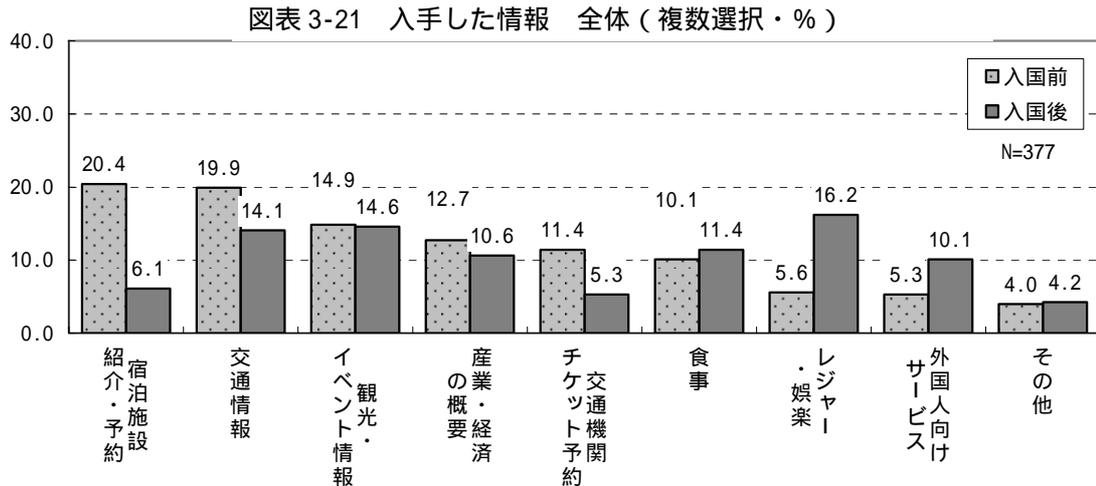
6. 九州に関する情報について

(1) 入手した情報

[設問]「九州を訪れるにあたってどのような情報を入手されましたか。」

[入国前]「宿泊施設紹介・予約」(20.4%)と「交通情報」(19.9%)がほぼ同列に並ぶ。次いで「観光・イベント情報」(14.9%)、「産業・経済の概要」(12.7%)と続く。

[入国後]「レジャー・娯楽情報」(16.2%)が最も多く、以下、「観光・イベント情報」(14.6%)、「交通情報」(14.1%)の順。



図表 3-22 入手した情報 入国前 (複数選択・%)

(入国前)

		件数	宿泊施設紹介・予約	交通情報	交通機関連関チケット予約	産業・経済の概要	観光・イベント情報	食事	レジャー・娯楽	外国人向けサービス	その他
全体		377	20.4	19.9	11.4	12.7	14.9	10.1	5.6	5.3	4.0
訪日目的別	仕事	261	21.1	19.2	11.9	13.0	14.2	9.6	5.0	3.8	5.0
	仕事兼観光	48	31.3	18.8	12.5	6.3	18.8	12.5	6.3	6.3	-
	留学	48	12.5	29.2	12.5	18.8	16.7	6.3	8.3	12.5	2.1
	市民交流	13	15.4	15.4	-	15.4	15.4	23.1	7.7	7.7	7.7
国・地域別	韓国	85	32.9	23.5	21.2	12.9	18.8	14.1	2.4	2.4	2.4
	中国	186	16.7	19.4	7.5	15.1	12.9	10.2	6.5	6.5	3.8
	台湾	15	6.7	6.7	6.7	13.3	26.7	-	6.7	6.7	6.7
	その他アジア	17	11.8	17.6	5.9	11.8	11.8	5.9	-	5.9	5.9
	北米	17	29.4	29.4	29.4	-	35.3	11.8	23.5	11.8	-
ヨーロッパ	16	12.5	18.8	18.8	12.5	18.8	6.3	-	6.3	12.5	

図表 3-23 入手した情報 入国後（複数選択・％）

		件数	宿泊施設 紹介・予約	交通 情報	交通機 関 チケット 予約	産 業 概 要 ・ 経 済	観 光 ベ ン ト 情 報	食 事	レ ジ ャ ー ・ 娯 楽	外 国 人 向 け サ ー ビ ス	そ の 他
全体		377	6.1	14.1	5.3	10.6	14.6	11.4	16.2	10.1	4.2
訪日目的別	仕事	261	6.5	14.2	3.4	7.7	13.4	10.7	14.9	8.8	4.6
	仕事兼観光	48	2.1	6.3	4.2	16.7	12.5	6.3	10.4	8.3	2.1
	留学	48	6.3	22.9	16.7	20.8	22.9	20.8	27.1	16.7	2.1
	市民交流	13	15.4	15.4	7.7	15.4	23.1	15.4	30.8	23.1	15.4
国・地域別	韓国	85	8.2	12.9	7.1	4.7	12.9	11.8	10.6	8.2	3.5
	中国	186	7.0	14.5	4.8	17.2	17.2	14.5	21.0	14.0	4.3
	台湾	15	0.0	20.0	-	6.7	6.7	-	13.3	13.3	6.7
	その他アジア	17	5.9	11.8	5.9	-	5.9	5.9	11.8	5.9	11.8
	北米	17	5.9	11.8	11.8	-	17.6	11.8	23.5	5.9	5.9
	ヨーロッパ	16	-	25.0	6.3	-	12.5	-	-	-	6.3

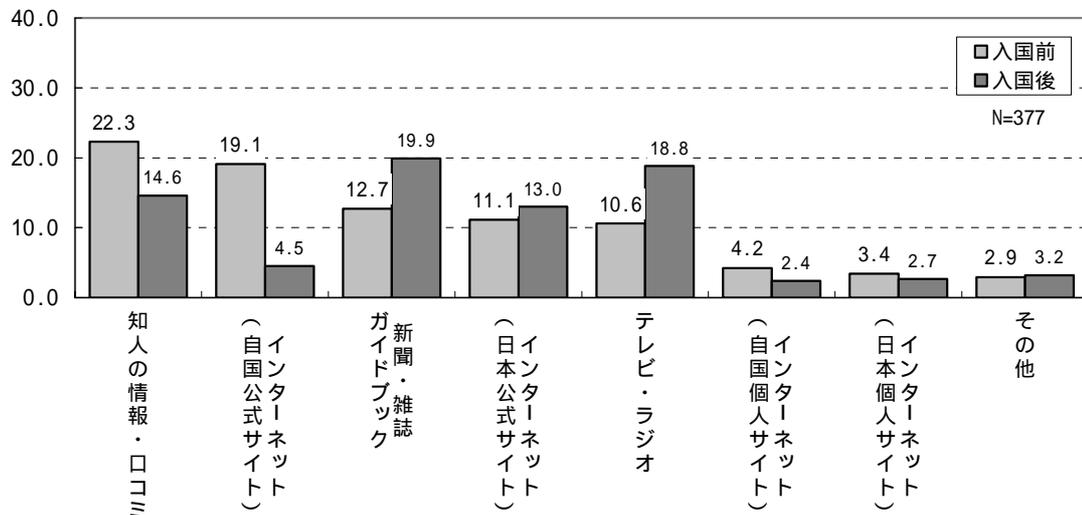
(2)情報の入手方法

[設問]「九州の情報はどのような方法で収集しましたか。」

[入国前]「知人の情報・口コミ」(22.3%)が最も多く、次いで「インターネット(自国の公式サイト)」(19.1%)、「新聞・雑誌、ガイドブック」(12.7%)と続く。

[入国後]「新聞・雑誌、ガイドブック」(19.9%)が最も多く、以下「テレビ・ラジオ」(18.8%)、「知人の情報・口コミ」(14.6%)の順。

図表 3-24 情報の入手方法 全体（複数選択・％）



図表 3-25 情報の入手方法 入国前（複数選択・％）

（入国前）

		件数	インターネット （日本公式サイト）	インターネット （自国公式サイト）	インターネット （日本個人サイト）	インターネット （自国個人サイト）	新聞・雑誌 ガイドブック	・知人の情報 口コミ	テレビ・ ラジオ	その他
全体		377	11.1	19.1	3.4	4.2	12.7	22.3	10.6	2.9
訪日目的別	仕事	261	11.5	16.9	3.4	4.6	11.9	21.8	10.3	4.2
	仕事兼観光	48	8.3	20.8	6.3	6.3	12.5	16.7	12.5	-
	留学	48	14.6	31.3	2.1	2.1	14.6	29.2	10.4	-
	市民交流	13	7.7	15.4	-	-	23.1	30.8	15.4	-
国・地域別	韓国	85	23.5	17.6	-	11.8	23.5	11.8	0.0	-
	中国	186	25.0	12.5	6.3	12.5	18.8	18.8	12.5	6.3
	台湾	15	10.6	30.6	3.5	5.9	9.4	18.8	3.5	2.4
	その他アジア	17	9.1	16.1	2.7	1.6	13.4	29.0	17.7	2.2
	北米	17	13.3	13.3	13.3	6.7	13.3	6.7	-	-
	ヨーロッパ	16	5.9	11.8	5.9	5.9	5.9	11.8	5.9	17.6
年代別	20代以下	114	12.3	19.3	1.8	3.5	10.5	25.4	12.3	4.4
	30代	111	11.7	19.8	6.3	3.6	13.5	20.7	14.4	1.8
	40代	56	12.5	21.4	1.8	7.1	21.4	21.4	7.1	3.6
	50代	29	17.2	20.7	3.4	6.9	17.2	6.9	13.8	3.4
	60代以上	40	5.0	17.5	5.0	5.0	-	32.5	5.0	-

図表 3-26 情報の入手方法 入国後（複数選択・％）

（入国後）

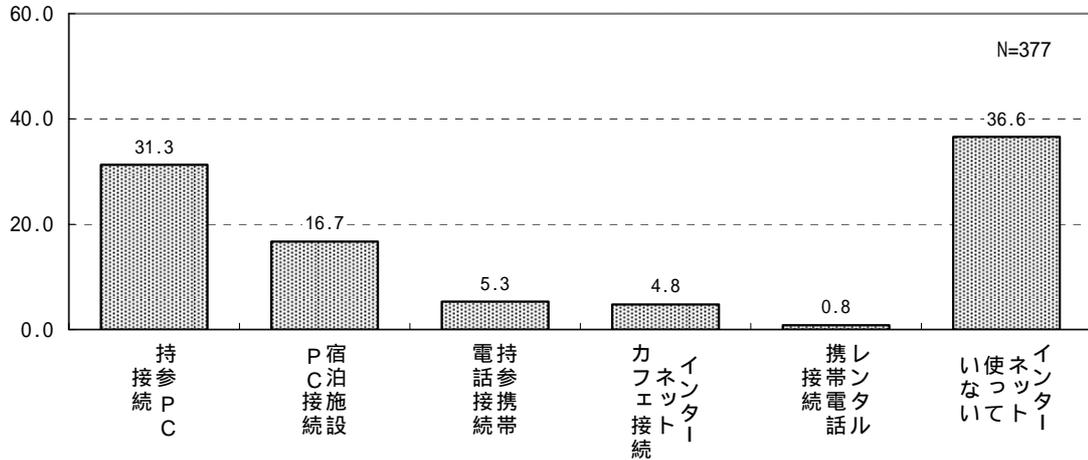
		件数	インターネット （日本公式サイト）	インターネット （自国公式サイト）	インターネット （日本個人サイト）	インターネット （自国個人サイト）	新聞・雑誌 ガイドブック	・知人の情報 口コミ	テレビ・ ラジオ	その他
全体		377	13.0	4.5	2.7	2.4	19.9	14.6	18.8	3.2
訪日目的別	仕事	261	10.0	2.7	2.3	1.9	17.2	14.9	18.4	3.4
	仕事兼観光	48	4.2	4.2	4.2	2.1	22.9	10.4	14.6	2.1
	留学	48	41.7	14.6	4.2	6.3	29.2	10.4	25.0	4.2
	市民交流	13	-	-	-	-	30.8	38.5	30.8	-
国・地域別	韓国	85	5.9	-	-	-	23.5	11.8	11.8	-
	中国	186	18.8	-	6.3	-	12.5	12.5	6.3	-
	台湾	15	3.5	2.4	1.2	3.5	21.2	15.3	10.6	-
	その他アジア	17	19.9	5.9	2.2	2.7	22.6	15.1	28.5	4.3
	北米	17	0.0	6.7	6.7	-	13.3	20.0	6.7	-
	ヨーロッパ	16	5.9	5.9	5.9	0.0	-	23.5	-	17.6
年代別	20代以下	114	19.3	5.3	0.9	3.5	25.4	12.3	31.6	3.5
	30代	111	11.7	5.4	3.6	1.8	17.1	17.1	15.3	3.6
	40代	56	5.4	5.4	-	3.6	19.6	14.3	10.7	1.8
	50代	29	17.2	3.4	6.9	-	20.7	6.9	17.2	6.9
	60代以上	40	12.5	-	5.0	-	15.0	25.0	10.0	-

(3)日本国内で使用したインターネット

[設問]「入国後に使用したインターネットは何ですか。」

[全体]「持参のパソコンから接続」が(31.3%)と最も多く、次いで「宿泊施設備え付けのパソコンから接続」の16.7%、「持参した携帯電話から接続」の5.3%と続く。

図表 3-26 入国後使用したインターネット 全体(複数選択・%)



図表 3-27 入国後使用したインターネット(複数選択・%)

		件数	持参PC接続	P宿C泊接続施設	インターネット接続	電話持参接続携帯	携帯レンタル接続	使っていないインターネット
全体		377	31.3	16.7	4.8	5.3	0.8	36.6
仕事目的別	営業・販売活動	37	51.4	16.2	5.4	5.4	-	29.7
	打ち合わせ	44	40.9	18.2	4.5	-	-	31.8
	情報収集	26	23.1	30.8	7.7	15.4	3.8	15.4
	素材や商品の調達	14	42.9	42.9	-	-	-	14.3
	研修・視察	92	15.2	9.8	1.1	2.2	-	56.5
	商談会・見本市出展	5	60.0	20.0	-	-	-	20.0
	留学・語学研修	64	53.1	15.6	6.3	17.2	-	12.5
年代別	20代以下	114	39.5	11.4	9.6	7.9	1.8	32.5
	30代	111	33.3	20.7	-	7.2	-	30.6
	40代	56	25.0	17.9	5.4	3.6	-	42.9
	50代	29	13.8	13.8	10.3	-	3.4	44.8
	60代以上	40	27.5	17.5	-	-	-	55.0

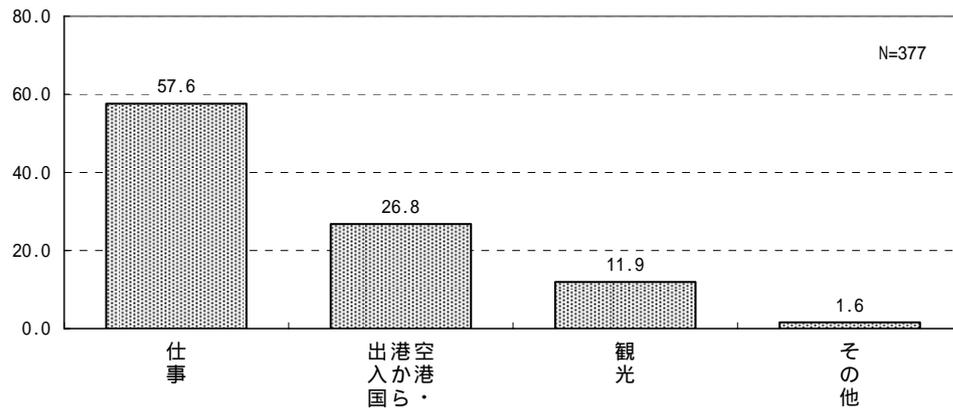
7. 福岡市での滞在について

(1) 福岡市への訪問目的

[設問]「福岡市への訪問目的は何ですか。」

[全体] ビジネス客を対象としたアンケートであるから「仕事」目的が最も多くなるのは当然であるが、空港・港から出入国するため(それだけのため)も約4分の1(26.8%)見られる。「観光」も11.9%と高い。

図表 3-28 福岡市への訪問目的 全体(単一選択・%)



図表 3-29 福岡市への訪問目的(単一選択・%)

		件数	出空 入港 国・ 港 から	仕事	観光	そ 他
全体		377	26.8	57.6	11.9	1.6
国・ 地域 別	韓 国	85	18.8	58.8	31.8	1.2
	中 国	186	25.3	58.6	5.4	2.2
	台 湾	15	-	93.3	13.3	-
	そ の 他 ア ジ ア	17	35.3	58.8	5.9	-
	北 米	17	58.8	47.1	11.8	-
	ヨ ー ロ ッ パ	16	62.5	31.3	-	6.3
年 代 別	20 代 以 下	114	26.3	50.9	5.3	4.4
	30 代	111	27.9	64.0	8.1	0.9
	40 代	56	30.4	55.4	21.4	-
	50 代	29	27.6	65.5	10.3	-
	60 代 以 上	40	22.5	55.0	30.0	-

(2)到着してから飛行機や船の出発までの間の滞在場所

[設問]「福岡に到着してから飛行機や船の出発までの間、主にどこで過ごされましたか。」

[全体]「空港・港の施設内」が最も多い(35.0%)

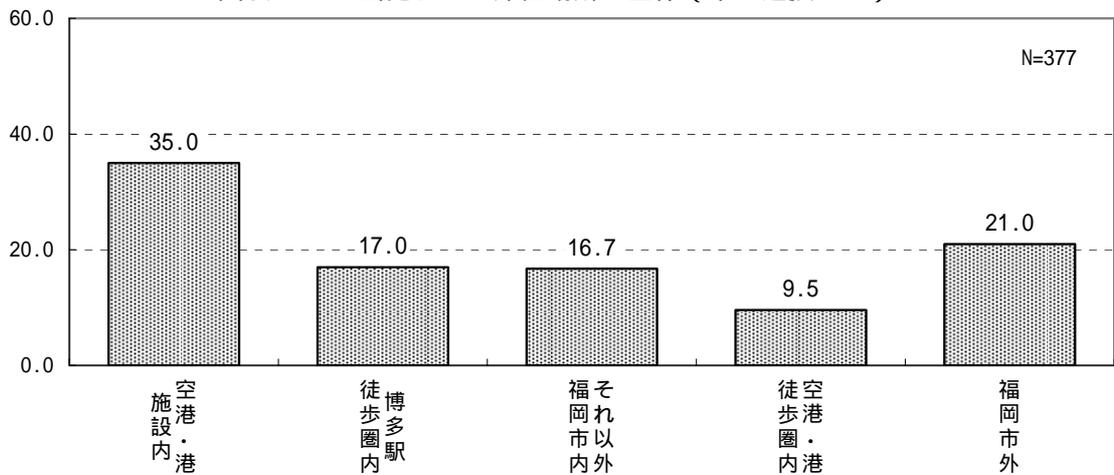
[福岡市訪問目的別]

空港・港から出入国するための人は、当然ながら「空港・港の施設内」で過ごすことが最も多い(47.5%)

[仕事目的別]

営業・販売活動、打ち合わせ、情報収集を目的とする人は「博多駅徒歩圏内」も高くなっている

図表 3-30 出発までの滞在場所 全体(単一選択・%)



図表 3-31 出発までの滞在場所(単一選択・%)

		件数	空港・港の施設内・港	空港・港内	博多駅徒歩圏内	福岡市内外	福岡市外
全体		377	35.0	9.5	17.0	16.7	21.0
福岡市の別	空港・港出入国	101	47.5	9.9	11.9	8.9	24.8
	仕事	217	29.0	11.1	21.2	19.4	21.7
	観光	45	46.7	6.7	15.6	37.8	13.3
仕事目的別	営業・販売活動	37	24.3	13.5	32.4	21.6	13.5
	打ち合わせ	44	22.7	11.4	27.3	6.8	34.1
	情報収集	26	23.1	7.7	26.9	30.8	11.5
	素材や商品の調達	14	64.3	-	-	14.3	28.6
	研修・視察	92	42.4	9.8	9.8	20.7	21.7
	商談会・見本市出展	5	40.0	-	40.0	20.0	20.0
	留学・語学研修	64	34.4	7.8	15.6	18.8	12.5

(3)福岡市での滞在期間

[設問]「福岡市へはどの程度滞在されましたか。」

[全体]「2~3日」が(17.5%)と最も多く、次いで「2~3時間」の13.5%、「8日以上」の12.2%と続いている。

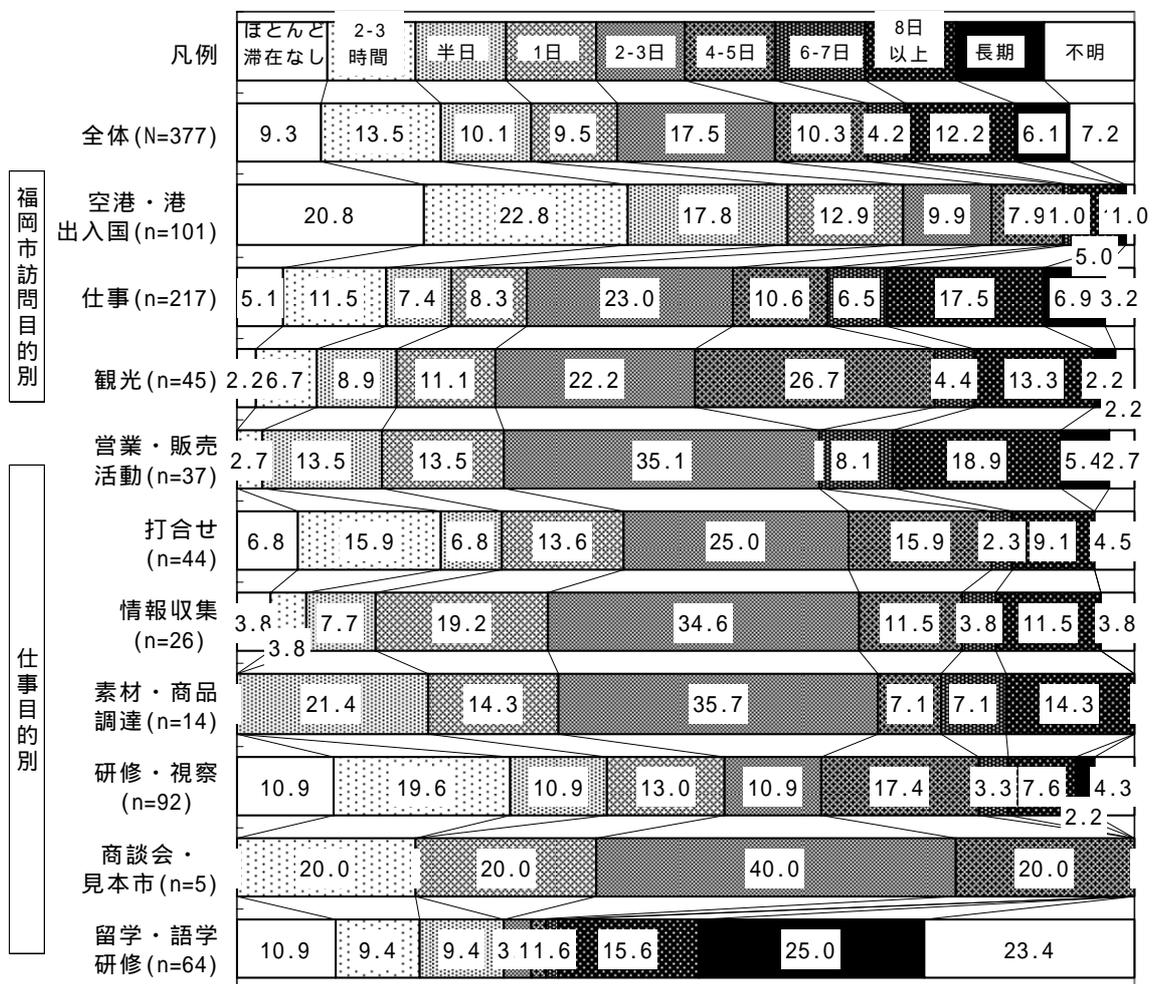
[福岡市訪問別]

空港・港から出入国するため(それだけのため)の人は、「ほとんど滞在なし」(20.8%)か「2~3時間」(22.8%)が多く、仕事・観光では、2日以上滞在が6割を越え高くなっている。

[仕事目的別]

留学・語学研修は「長期」が多く(25.0%)、研修・視察も「6~7日」が最多(17.4%)となっているが、それ以外の目的では「2~3日」が多くなっている。

図表 3-32 福岡市での滞在期間(単一選択・%)



(4)福岡市での自由行動時間

[設問]「福岡市で自由に行動できる時間はどの程度ありましたか。」

[全体]「ほとんどない」が(20.2%)と最も多く、次いで「2~3時間」と「半日」が同率17.5%で並ぶ。

[福岡市訪問別]

空港・港から出入国するため(それだけのため)の人は、「ほとんど滞在なし」(33.7%)と「2~3時間」(25.7%)「半日」(19.8%)が多く全体の79.2%を占める。

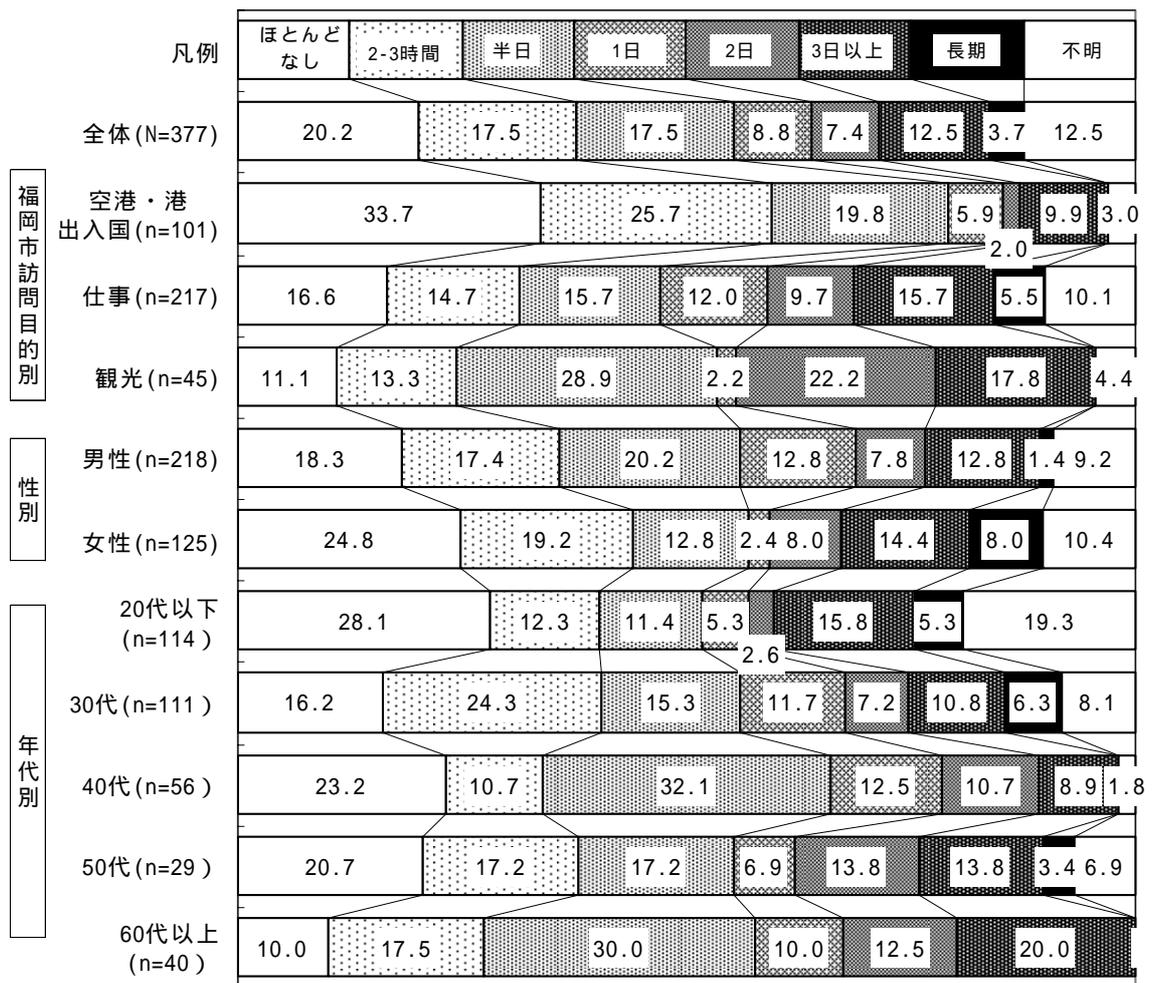
仕事目的の人は、「ほとんどなし」(16.6%)「2~3時間」(14.7%)「半日」(15.7%)と「半日以下」の合計が約半分(47.0%)に留まっており、「3日以上」の人も15.7%となっている。

観光目的の人においては、「半日」が28.9%と最も多いが「半日以下」の合計が約半分(53.3%)となっており、「2日」(22.2%)「3日以上」(17.8%)も高くなっている。

[性別]「ほとんどない」とする人は女性の方が多(24.5%)

[年代別]年代が上がるにしたがって自由時間は増える傾向が見られる。

図表 3-33 福岡市での自由行動時間(単一選択・%)



(5)福岡市での消費額

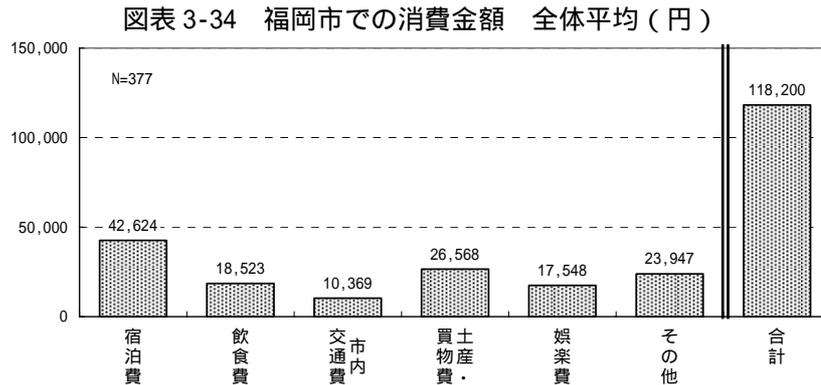
[設問]「福岡市での滞在で個人的に使った費用はいくらですか。金額を記入して下さい。」

[全体]合計額は118,200円。「宿泊費」(42,624円)が最も高い。次いで「土産・買物費」(26,568円)

[期間別]「滞在期間」が長くなるほど消費額は大きくなる。

「お土産・買い物費」は滞在期間が長くなるほど消費額は大きくなる。

「1日あたりの消費額」を見ると、滞在1日以下の人が宿泊費を除き、最も積極的な消費活動を行っている。



図表 3-35 福岡市での消費金額(円)

	件数	宿泊費	飲食費	交市内通費	土産物産費	娯楽費	その他	合計	
全体	377	42,624	18,523	10,369	26,568	17,548	23,947	118,200	
福岡市の別	空港・港出入国	101	21,043	7,703	6,668	14,707	18,500	24,143	60,537
	仕事	217	47,878	18,762	11,994	29,471	10,577	17,014	135,840
	観光	45	30,460	23,667	6,838	32,000	7,667	20,000	65,800
仕事目的別	営業・販売活動	37	56,639	20,281	20,750	15,867	23,667	36,000	157,857
	打ち合わせ	44	61,571	16,370	5,594	23,267	9,111	4,630	120,396
	情報収集	26	35,867	9,083	6,550	56,500	8,333	1,000	167,838
	素材や商品の調達	14	10,975	9,000	4,333	11,000	5,500	3,500	43,642
	研修・視察	92	33,153	9,705	2,993	18,139	5,556	11,800	57,950
	商談会・見本市出展	5	19,000	17,667	12,500	23,333	6,500	5,000	123,667
滞在场所別	留学・語学研修	64	44,733	27,044	17,515	30,469	45,889	50,143	178,054
	空港・港の施設内	132	60,533	21,568	8,797	23,029	45,333	49,875	104,564
	空港・港の徒歩圏内	36	30,000	10,857	3,600	27,520	1,167	8,333	55,700
	博多駅の徒歩圏内	64	18,846	11,168	8,336	23,250	11,300	21,413	103,150
滞り発別	それ以外の福岡市内	63	36,642	18,789	22,067	44,778	13,889	5,000	134,878
	福岡市外	79	40,713	13,272	6,263	22,225	6,400	6,100	110,873
	ほとんど滞在なし	35	1,429	4,401	7,237	2,000	-	-	25,451
福岡市滞別	1日以下	125	166	7,800	4,964	12,962	25,000	9,000	49,822
	2~3日	66	16,598	9,403	5,329	17,327	4,500	13,429	51,749
	4~7日	101	74,290	28,468	18,282	44,054	9,278	19,100	199,897
	8日以上	23	89,200	76,000	42,500	45,000	63,750	80,000	435,000
	国・地域別	韓国	85	39,361	16,661	7,767	16,727	33,125	60,750
中国	186	46,935	22,136	8,976	37,740	14,696	21,062	147,175	
台湾	15	16,700	19,600	5,500	18,250	9,667	30,000	64,833	
その他アジア	17	31,667	16,000	38,000	7,400	20,000	-	48,667	
北米	17	81,320	21,412	27,200	11,000	26,000	2,000	198,800	
ヨーロッパ	16	35,750	5,314	5,442	7,400	5,000	3,500	104,978	

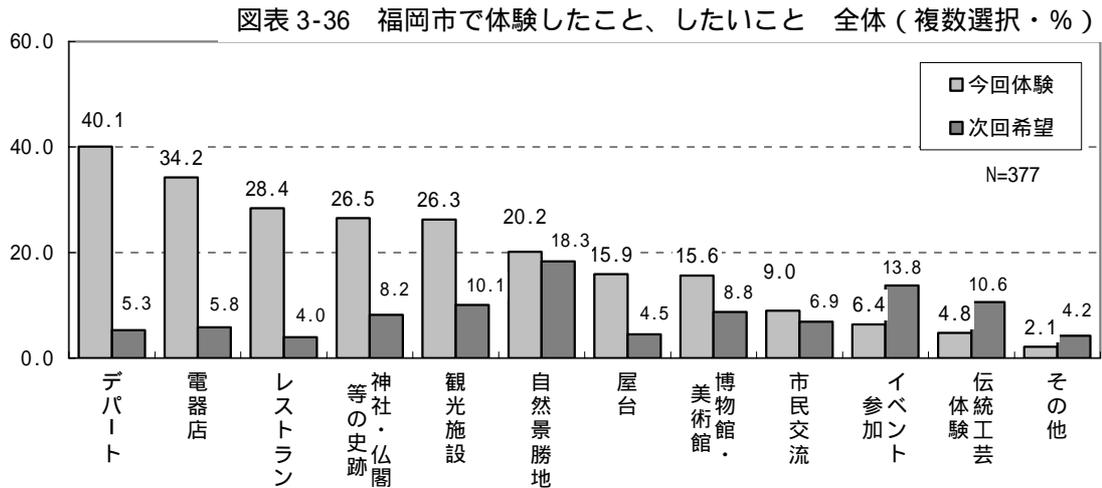
金額は各項目に対する記入金額の平均値で、横軸の合計は合計値と等しくならない

(6)福岡で行ったところ、体験したこと

[設問]「福岡市で行ったところ、体験したことと、次回訪れたときに行きたい、体験したいことを選択肢から選んでください。」

[全体]今回行ったところ体験したことは、「デパート」、「電器店」、「レストラン」が1位、2位、3位となっており、ショッピングが活発であったことが伺われる。「神社・仏閣等の史跡」、「観光・施設」も共に26%と比較的高い。

次回行きたい体験したいことは、「自然景勝地」の訪問が最も高く、次いで「イベント参加」(13.8%)、「伝統工芸体験」(10.6%)となっており、「デパート」、「電器店」、「レストラン」は低くなっている。



図表 3-37 福岡市で行ったところ、体験したこと(複数選択・%)

		件数	デパート	電器店	観光施設	の神社・仏閣等	美術館・博物館	レストラン	屋台	自然景勝地	海や山等の自然景勝地	制作体験	伝統工芸	のイベントへ	市民との交流	その他
全体		377	40.1	34.2	26.3	26.5	15.6	28.4	15.9	20.2	4.8	6.4	9.0	2.1		
行動時間別	ほとんどない	76	38.2	30.3	21.1	26.3	9.2	27.6	9.2	22.4	1.3	9.2	10.5	2.6		
	2～3時間	66	31.8	31.8	12.1	12.1	7.6	18.2	9.1	10.6	-	-	3.0	-		
	半日～1日	99	40.4	29.3	22.2	21.2	14.1	25.3	17.2	16.2	6.1	5.1	4.0	4.0		
	2日以上	75	46.7	37.3	44.0	34.7	18.7	34.7	22.7	22.7	6.7	6.7	10.7	2.7		
長期	14	71.4	78.6	42.9	64.3	42.9	64.3	35.7	64.3	7.1	7.1	21.4	-			
国・地域別	韓国	85	34.1	9.4	30.6	21.2	17.6	17.6	11.8	8.2	3.5	2.4	3.5	4.7		
	中国	186	53.2	56.5	32.8	35.5	19.4	37.6	21.5	34.4	7.0	9.7	15.1	1.1		
	台湾	15	20.0	26.7	13.3	26.7	20.0	20.0	13.3	6.7	-	-	-	-		
	その他アジア	17	23.5	17.6	5.9	17.6	17.6	29.4	5.9	-	-	-	-	-	5.9	
	北米	17	23.5	11.8	11.8	17.6	-	29.4	11.8	-	-	-	-	-	-	
ヨーロッパ	16	31.3	18.8	6.3	12.5	-	18.8	6.3	-	-	-	6.3	-	6.3		
性別	男性	218	37.6	33.0	22.9	22.5	14.7	29.8	13.3	16.1	3.2	4.6	6.9	3.2		
	女性	125	50.4	41.6	34.4	37.6	20.8	29.6	22.4	29.6	7.2	9.6	13.6	0.8		
年代別	20代以下	114	52.6	46.5	36.0	40.4	18.4	33.3	21.1	30.7	7.9	13.2	15.8	0.9		
	30代	111	36.9	34.2	21.6	24.3	16.2	35.1	18.0	17.1	3.6	2.7	6.3	1.8		
	40代	56	26.8	14.3	21.4	12.5	7.1	16.1	12.5	16.1	1.8	7.1	3.6	5.4		
	50代	29	34.5	34.5	24.1	13.8	31.0	20.7	6.9	13.8	-	-	10.3	6.9		
	60代以上	40	45.0	40.0	27.5	30.0	10.0	27.5	12.5	15.0	7.5	-	5.0	-		
九州来訪経験別	はじめて	153	46.4	41.2	30.1	30.1	15.0	30.1	13.1	20.9	3.9	3.9	10.5	2.6		
	2～5回	104	38.5	32.7	19.2	24.0	14.4	27.9	15.4	19.2	2.9	4.8	6.7	1.9		
	6回以上	82	35.4	29.3	30.5	26.8	19.5	31.7	22.0	20.7	7.3	11.0	8.5	1.2		

(7)再体験意向

[今回体験別]

今回デパートに行った人の中で、次回もデパートに行きたいとする人の割合は 7.3% となっている。これを再体験意向とする。

「イベントの参加」(20.8%)、「市民との交流」(17.6%)などの体験型行事や「海や山等の自然景勝地」(18.4%)は再体験意向が比較的高い。

図表 3-38 再体験意向 (複数選択・%)

	件数	デパート	電器店	観光施設	の神社跡・仏閣等	美術館・博物館	レストラン	屋台	海や山等の自然景勝地	伝統工芸制作体験	イベントへの参加	市民との交流	
全体	377	5.3	5.8	10.1	8.2	8.8	4.0	4.5	18.3	10.6	13.8	6.9	
(再体験意向別)	デパート	151	7.3	8.6	13.2	13.9	13.9	7.9	9.3	29.8	21.9	27.8	13.9
	電器店	129	7.8	11.6	14.7	14.7	11.6	7.0	10.1	37.2	24.8	25.6	17.1
	観光施設	99	10.1	7.1	14.1	16.2	12.1	8.1	12.1	29.3	23.2	31.3	19.2
	神社・仏閣等の史跡	100	8.0	6.0	14.0	11.0	15.0	9.0	12.0	31.0	27.0	39.0	24.0
	博物館・美術館	59	6.8	6.8	11.9	15.3	5.1	6.8	11.9	18.6	22.0	37.3	16.9
	レストラン	107	8.4	10.3	15.0	15.0	13.1	9.3	10.3	32.7	24.3	31.8	16.8
	屋台	60	8.3	11.7	8.3	11.7	13.3	5.0	6.7	21.7	28.3	35.0	11.7
	海や山等の自然景勝地	76	6.6	9.2	18.4	17.1	15.8	6.6	7.9	18.4	23.7	27.6	18.4
	伝統工芸制作体験	18	5.6	5.6	11.1	16.7	11.1	16.7	16.7	11.1	5.6	33.3	22.2
	イベントへの参加	24	8.3	8.3	16.7	33.3	12.5	12.5	8.3	25.0	12.5	20.8	16.7
	市民との交流	34	5.9	5.9	11.8	11.8	14.7	8.8	11.8	29.4	29.4	29.4	17.6

□ は体験者の再体験意向

■ は再体験意向が全体意向を5ポイント以上上回るもの

< 参考 >

JTB九州へのヒアリングより。

東アジアを含む海外からのビジターは、都市型観光であってもその中に日本の情緒の見聞・体験のできる観光要素を求める傾向が強い。福岡においても福岡市でのショッピングと太宰府天満宮での観光の組み合わせ等のニーズは高い。福岡市内での日本の情緒の見聞・体験できる施設としては、「博多町家ふるさと館」や「マリノアシティ福岡 九州のムラ市場」等の施設が人気が高い。

施設の事例 1 : 「博多町家ふるさと館」

【概要】

博多町家ふるさと館明治・大正・昭和の古きよき博多の様々な「生活・文化・工芸」を体験できる展示館として観光客からの人気が高い。

【展示内容】

- ・ 博多松囃子の人形展示
- ・ 博多祇園山笠の映像ルーム
- ・ のぞきからくり(大正時代のカフェと、筥崎八幡宮の大祭・放生会の視覚体験)

- ・ 伝承工房（博多の伝統工芸を日替わりで実演）
- ・ 博多の伝統産業である博多織の手織りの実演見学。 等

施設の事例2：「マリノアシティ福岡 九州のムラ市場」

【概要】

複合商業施設「マリノアシティ福岡」内の生活提案店舗として、「九州のムラ市場」を展開。

“九州の地産地消”の視点から九州一円食材を集めた市場で、生産者と触れ合いながらショッピングができる活気ある市場として人気が高い。

【展開内容】

朝市形式の店舗展開に併せ、九州各地区の郷土イベント情報の発信や交流イベント等も実施。

8. 福岡市の飲食事情に対する評価

(1) 料金

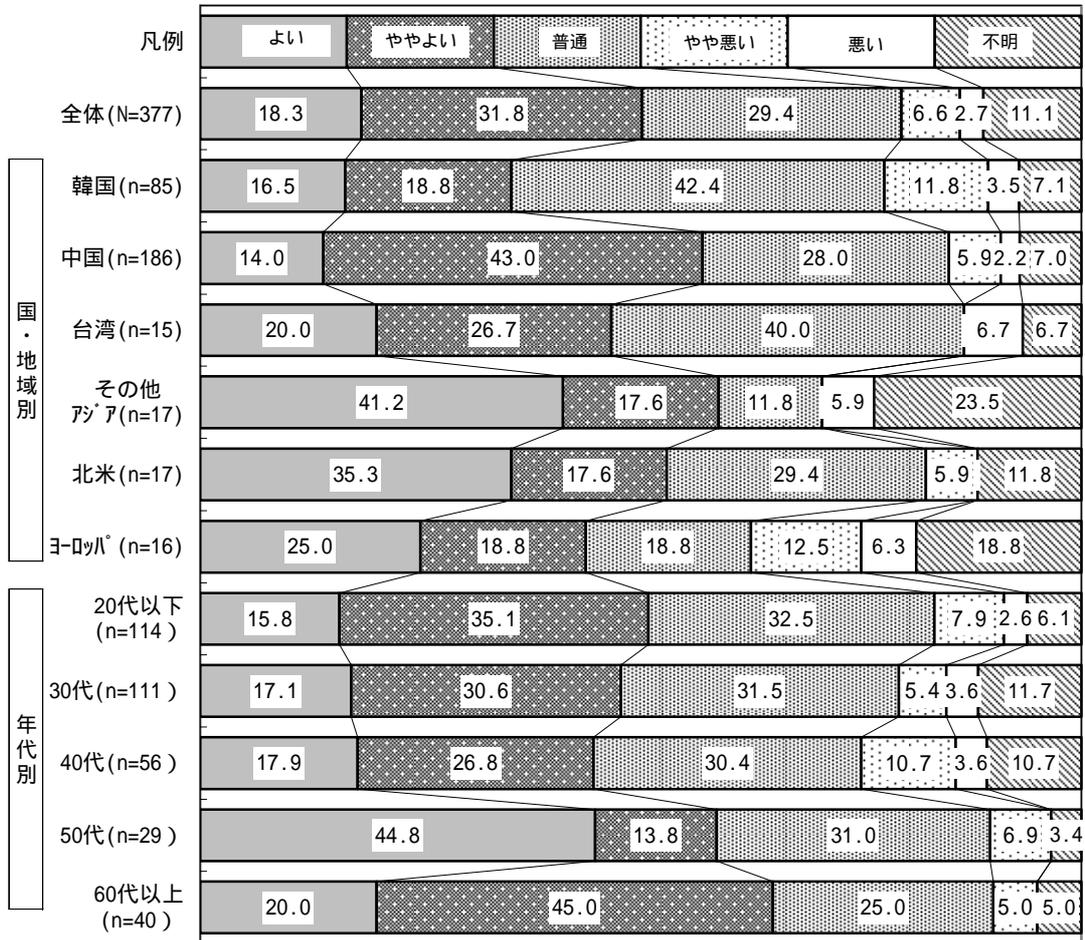
[設問]「福岡市での飲食の料金についてどのように評価されますか。」

[全体]「よい」と「ややよい」の合計が5割に達しており(50.1%)、「悪い」「やや悪い」は1割未満である

[国別]その他のアジアでは「よい」とする人が4割を超え(41.2%)、「ややよい」を加えると6割に迫る(58.8%)。韓国の人々の評価は中国、台湾の人に比べると低い。

[年代別]50代、60歳以上の評価が高い。それ以下の年代は大差はないが、20代以下がやや高い。

図表 3-39 飲食料金の評価(単一選択・%)



(2)接客

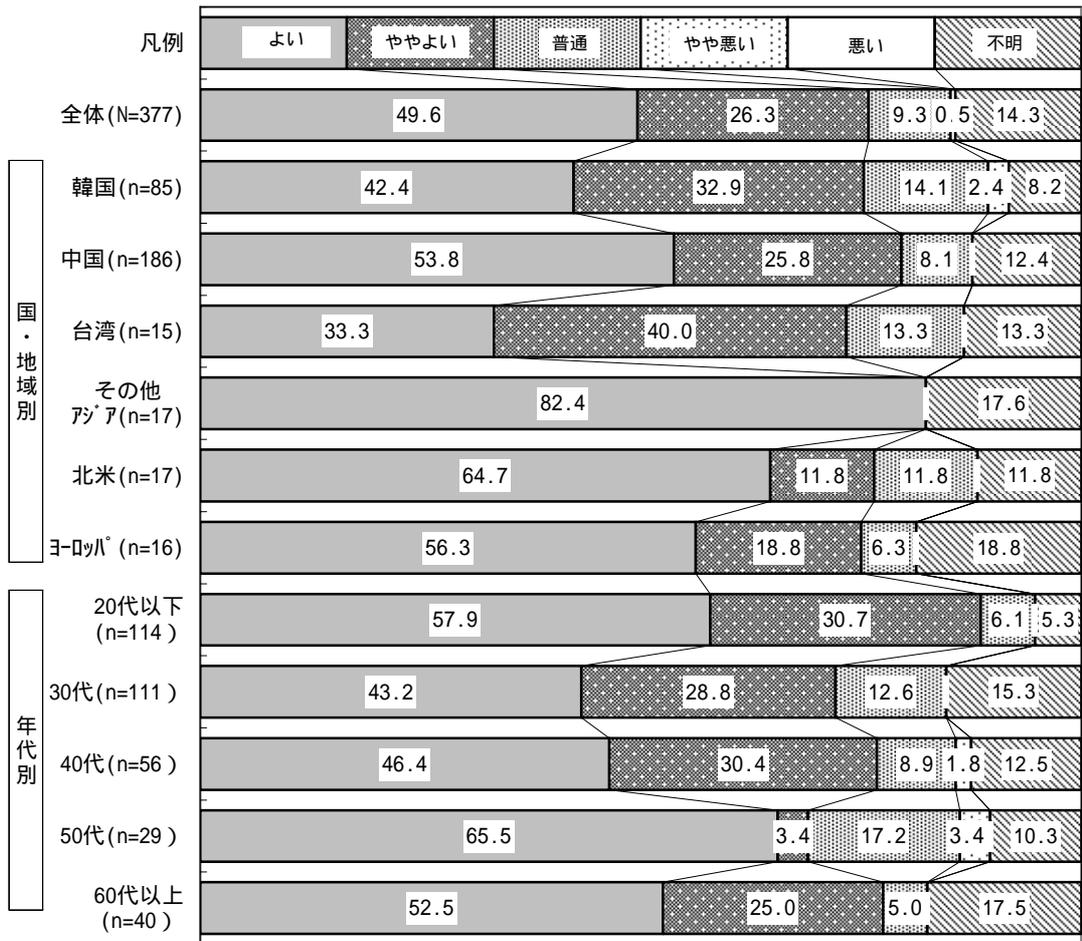
[設問]「福岡市での飲食の接客についてどのように評価されますか。」

[全体]「よい」と「ややよい」の合計が75.9%となっており、接客は総じて高く評価されている。

[国別]「よい」と「ややよい」の合計を見ると国別に大きな差はないが、「よい」だけを見ると、台湾(33.3%)と韓国(42.4%)の数値がやや低くなっている。

[年代別]20代以下と60代以上の評価が高い。

図表3-40 飲食の接客の評価(単一選択・%)



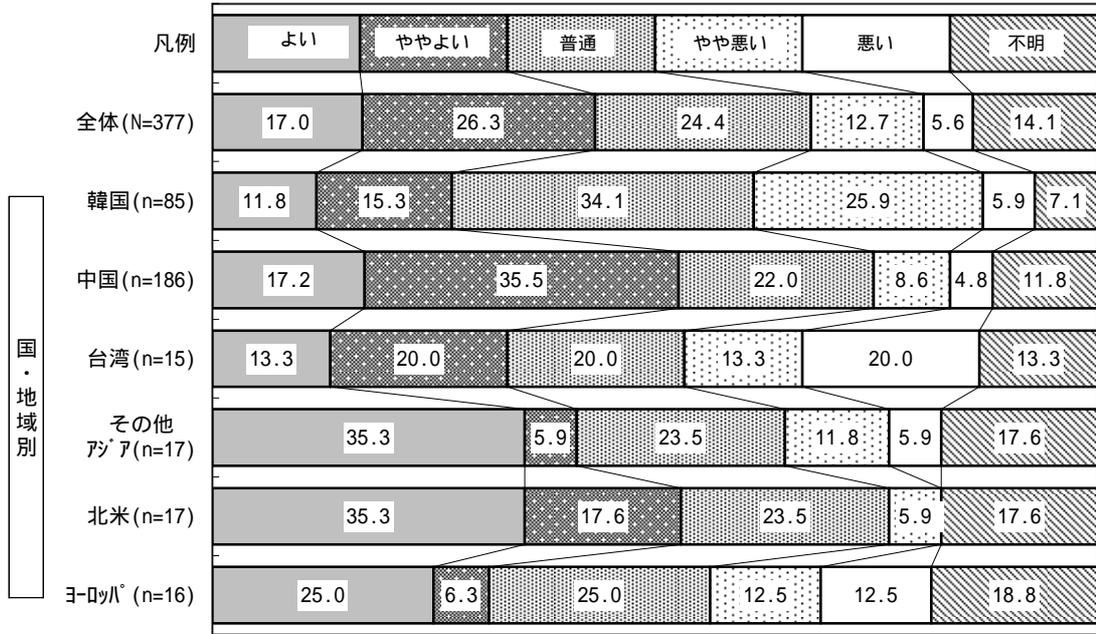
(3)言語対応

[設問]「福岡市での飲食の言語対応についてどのように評価されますか。」

[全体]「よい」と「ややよい」の合計は43.3%に止まっており、評価は高いとは言えない。

[国別]中国に比べ、韓国は評価が低い。

図表 3-41 飲食の言語対応の評価（単一選択・%）



(4)味

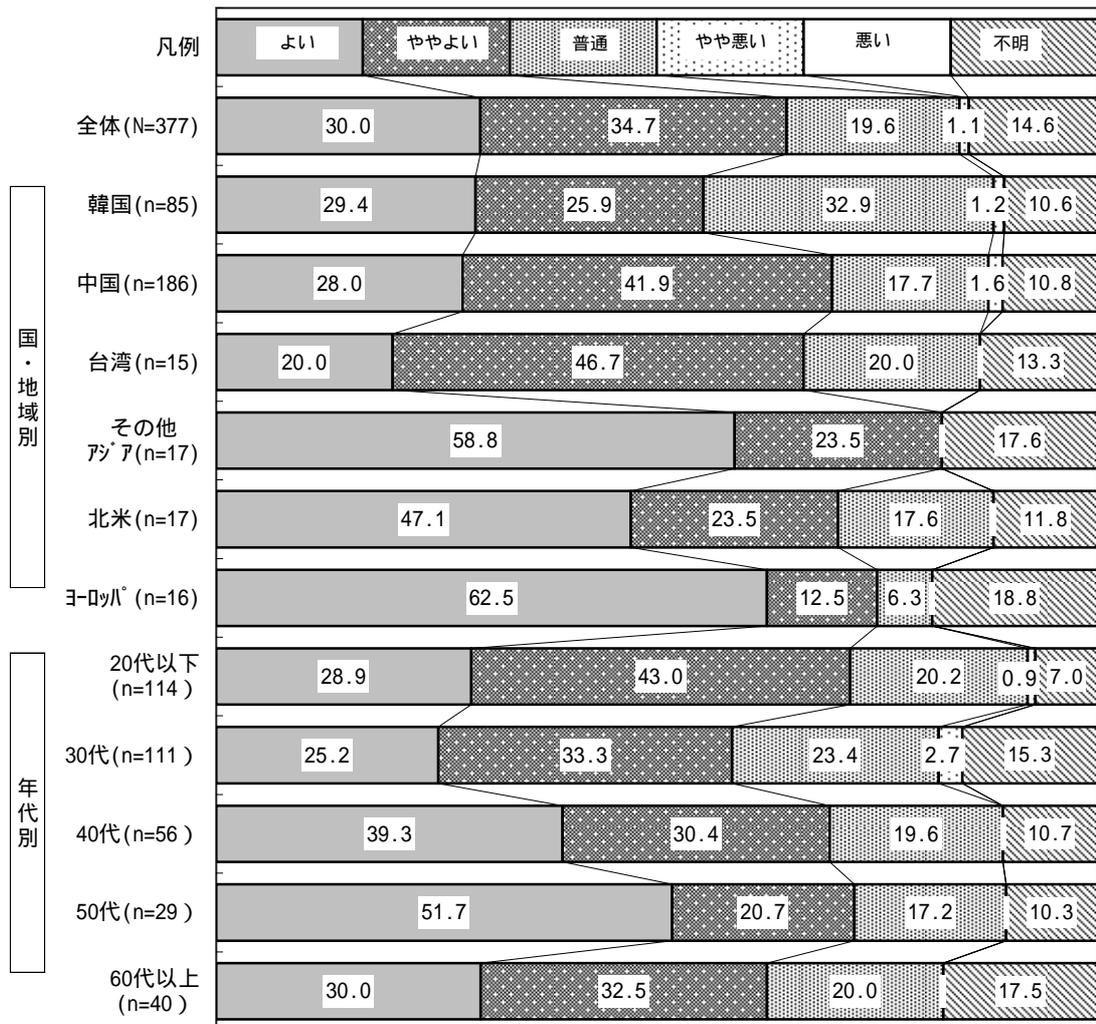
[設問]「福岡市での飲食の味についてどのように評価されますか。」

[全体]「よい」と「ややよい」の合計は64.5%となっている。

[国別]韓国は中国、台湾に比べ、「よい」「ややよい」が少ない。

[年代別]「よい」と「ややよい」の合計は20代以下が最も高い(71.9%)

図表 3-42 飲食の味の評価 (単一選択・%)



9 . 福岡市の宿泊事情に対する評価

(1)料金

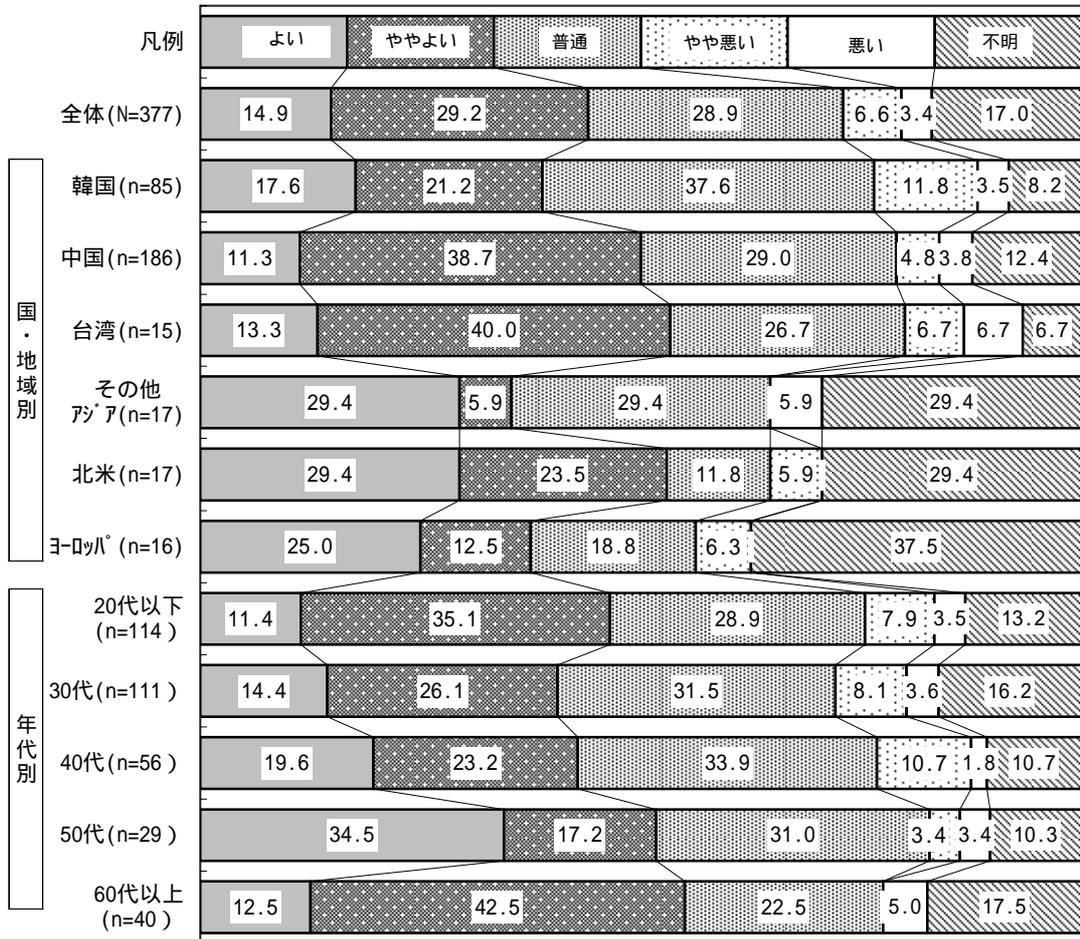
[設 問]「福岡市での宿泊の料金についてどのように評価されますか。」

[全 体]「よい」と「ややよい」の合計は44.1%となっており、「悪い」「やや悪い」の合計は10.0%である。

[国 別]「よい」と「ややよい」の合計で見ると、その他のアジアとヨーロッパの評価がやや低い。

[年代別]大きな差はない。50代において「よい」が「ややよい」を大きく上回っているのが特徴的である。

図表 3-43 宿泊料金の評価（単一選択・%）



(2)接客

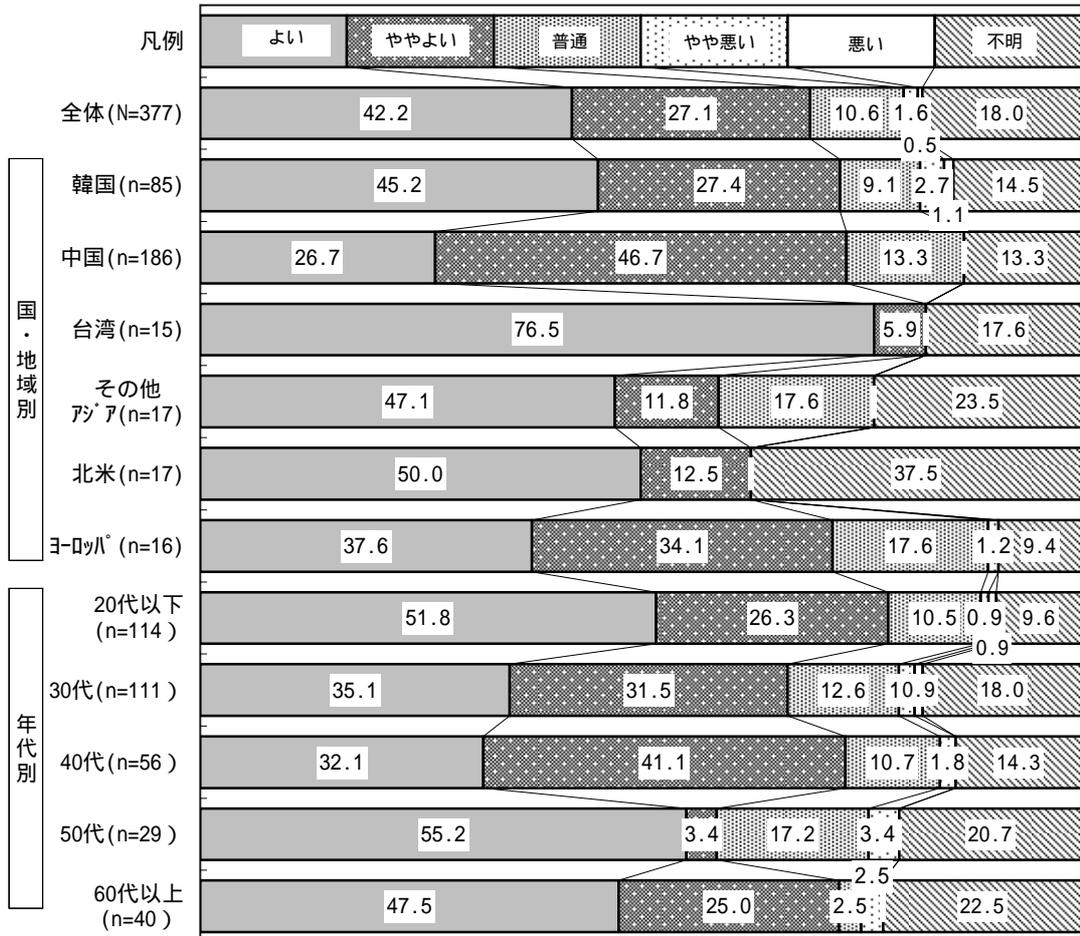
[設問]「福岡市での宿泊の接客についてどのように評価されますか。」

[全体]「よい」と「ややよい」の合計は69.3%となっている。「悪い」「やや悪い」は12.2%。

[国別]台湾の評価が非常に高い。

[年代別]20代以下が最も高く評価している。

図表 3-44 宿泊の接客の評価（単一選択・％）



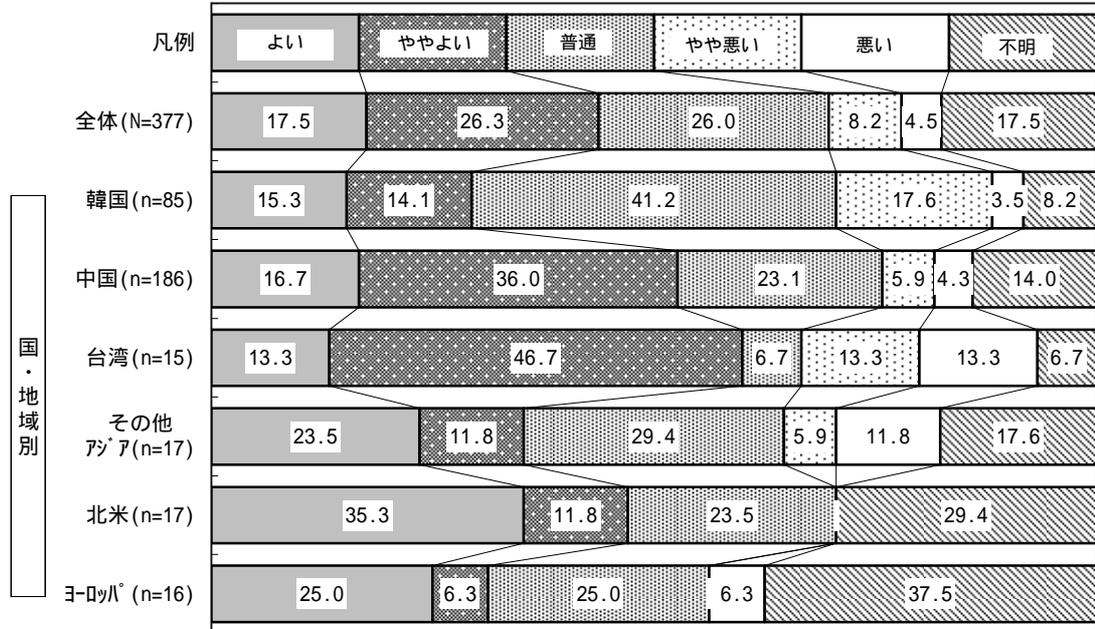
(3)言語対応

[設 問]「福岡市での宿泊の言語対応ついてどのように評価されますか。」

[全 体]「よい」と「ややよい」の合計は43.8%となっており、「悪い」「やや悪い」の合計は12.7%である。

[国 別]中国、台湾に比べ、韓国の評価が低い。

図表 3-45 宿泊の言語対応の評価（単一選択・%）



(4)アメニティー

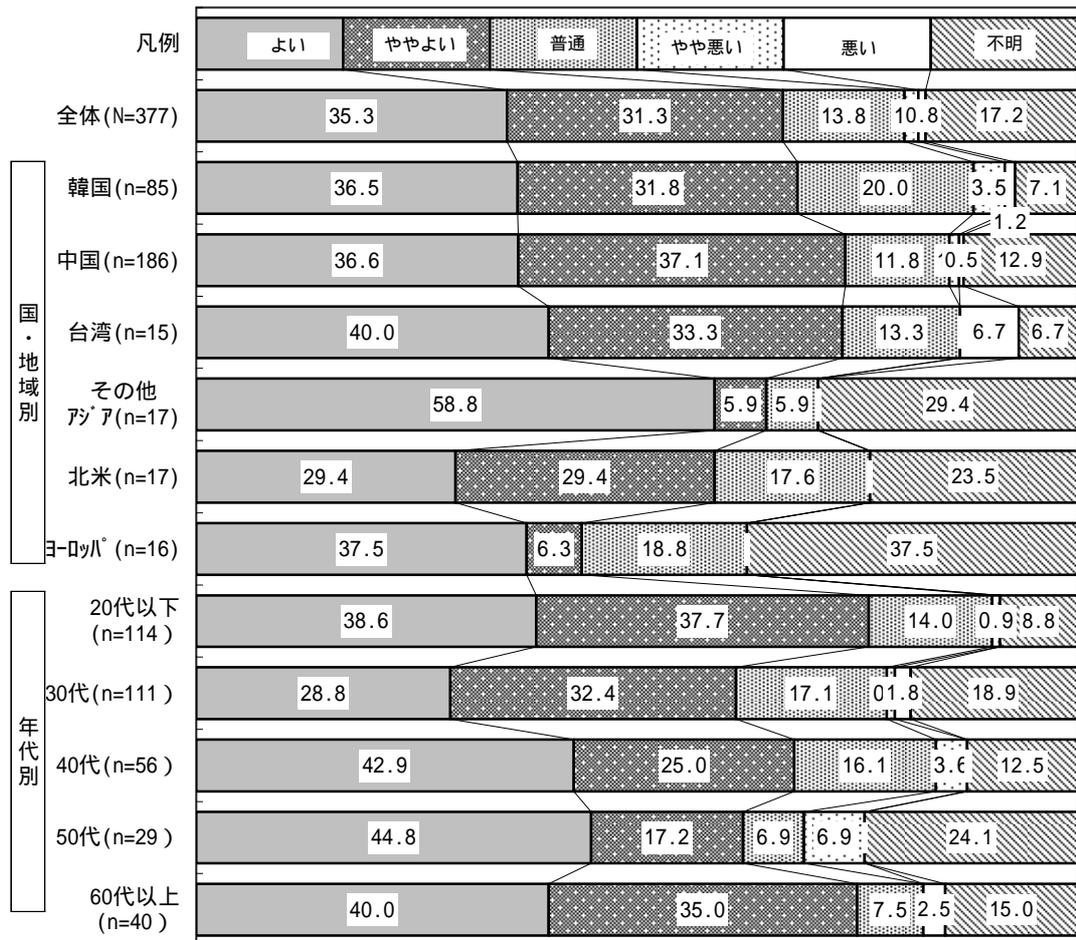
[設問]「福岡市での宿泊のアメニティーについてどのように評価されますか。」

[全体]「よい」と「ややよい」の合計は66.6%となっている。

[国別]アジア各国は、北米、ヨーロッパに比べ評価が高い。

[年代別]大きな差はないが、20代以下と60代以上の評価がやや高い。

図表 3-46 宿泊のアメニティーの評価（単一選択・％）



10. 福岡市の総合的評価

(1) 魅力を感じる場所

[設問]「福岡の魅力を感じる場所はどこですか。」

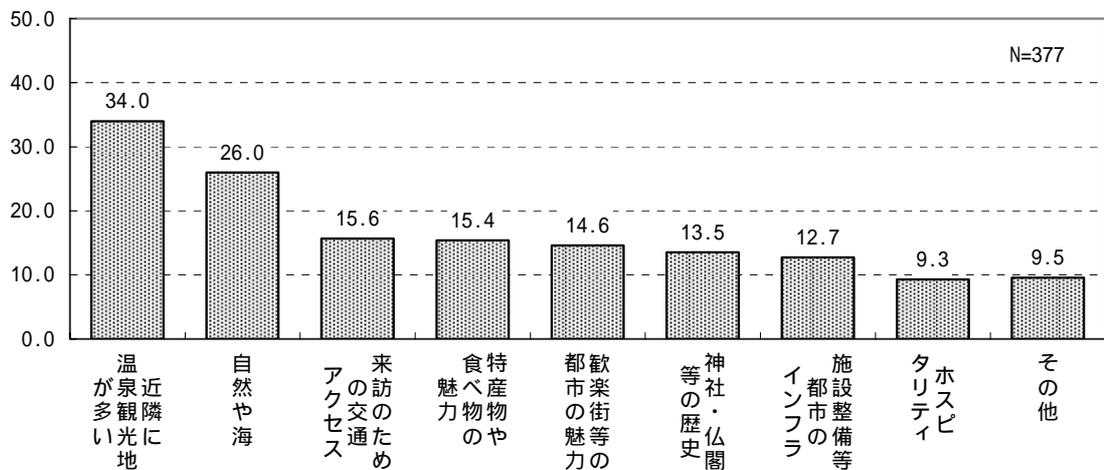
[全体]「近隣に温泉観光地が多い」が最も多い(34.0%)、「自然や海」の評価も高い(26.0%)。3位の「来訪のための交通アクセス」以下は、ほぼ同列に並んでいる。

[国別]韓国、台湾は「近隣に温泉、観光地が多い」が高い。中国は、「自然や海」が高い。

[性別]「近隣に温泉、観光地が多い」ことが女性に高く評価されている。

[年代別]20代以下で「神社・仏閣等の歴史」、「自然や海」を魅力として上げる割合が高い。40代では「近隣に温泉、観光地が多い」が高い。

図表 3-47 福岡の魅力 全体(複数選択・%)



図表 3-48 福岡の魅力(複数選択・%)

		件数	歓楽街等の都市の魅力	神社・仏閣等の歴史	特産物や食の魅力	近隣に温泉、観光地が多い	自然や海	施設整備等都市インフラ	来訪のための交通アクセス	ホスピタリティ	その他
全体		377	14.6	13.5	15.4	34.0	26.0	12.7	15.6	9.3	9.5
滞在場所別	空港・港の施設内	132	11.4	9.8	14.4	34.8	23.5	12.9	13.6	6.1	12.1
	空港・港の徒歩圏内	36	11.1	19.4	11.1	38.9	30.6	16.7	19.4	13.9	5.6
	博多駅の徒歩圏内	64	25.0	12.5	26.6	31.3	29.7	10.9	23.4	4.7	14.1
	それ以外の福岡市内	63	20.6	12.7	17.5	44.4	27.0	15.9	12.7	12.7	11.1
	福岡市外	79	12.7	16.5	15.2	26.6	22.8	15.2	13.9	8.9	7.6
国・地域別	韓国	85	9.4	5.9	11.8	56.5	14.1	11.8	17.6	2.4	12.9
	中国	186	14.5	17.7	14.5	31.2	34.4	14.5	14.5	9.7	9.7
	台湾	15	13.3	13.3	20.0	40.0	20.0	13.3	20.0	6.7	6.7
	その他アジア	17	23.5	29.4	23.5	17.6	23.5	5.9	23.5	23.5	17.6
	北米	17	35.3	11.8	41.2	29.4	17.6	23.5	29.4	17.6	5.9
	ヨーロッパ	16	12.5	12.5	12.5	6.3	-	-	6.3	18.8	6.3
性別	男性	218	14.7	14.7	17.9	30.7	23.9	14.7	16.1	7.8	10.6
	女性	125	16.8	13.6	12.8	44.0	30.4	10.4	18.4	13.6	8.8
年代別	20代以下	114	17.5	20.2	14.9	34.2	31.6	17.5	20.2	11.4	10.5
	30代	111	14.4	11.7	14.4	36.9	25.2	10.8	13.5	9.0	5.4
	40代	56	16.1	10.7	19.6	39.3	23.2	12.5	17.9	7.1	14.3
	50代	29	17.2	13.8	13.8	34.5	27.6	3.4	13.8	13.8	10.3
	60代以上	40	10.0	7.5	17.5	35.0	27.5	12.5	12.5	7.5	7.5

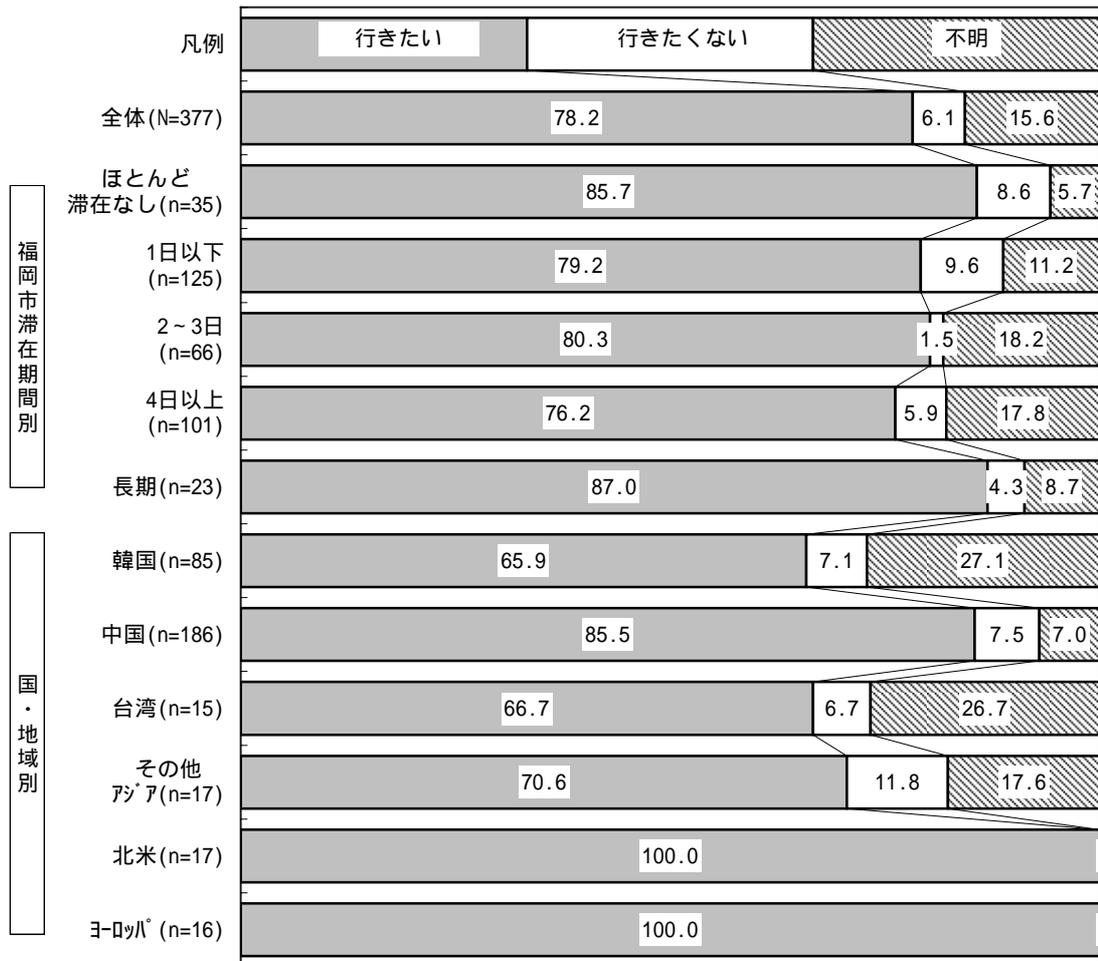
(2)再訪意向

[設問]「仕事は抜きにして、観光等で福岡市に再び行きたいと思いませんか。」

[全体]「行きたい」が8割に近い(78.2%)

[国別]韓国、中国、台湾では「行きたくない」は7%前後でさほど変わらないが、韓国と台湾では「不明」が多いため、結果的に「行きたい」の割合が中国に比べ低くなっている。その他のアジアは「行きたくない」がやや多い(11.8%)

図表 3-49 再訪意向(単一選択・%)



11. 総括 (ビジネス客)

(1) 仕事の目的および訪問先

目的と訪問地

- ・ 「研修・視察」(24.4%) が最も多く、「留学・語学研修」(17.0%)、「打ち合わせ」(11.7%) と続く
- ・ 韓国からは「研修・視察」(36.5%) が最も多く、「営業・販売活動」(20.0%)、「情報収集」(17.6%) も他国に比べ活発である
- ・ 中国からは「留学・語学研修」(26.3%) が最も多く、次いで「研修・視察」(22.6%) となっている
- ・ 台湾からは「打ち合わせ」(40.0%) が多くなっている。
- ・ 訪問地は「福岡市」が61.5%と最も多く、2位「北九州市」(28.9%)、3位「大分」(24.4%)、4位「熊本」(22.3%)、5位「東京」(21.5%) と続いている。

(2) 交通機関について

入国の経路と入国後利用した交通機関

- ・ 入国は「福岡空港」が73.5%を占めている。韓国は「福岡空港」が80%を占め、その他の空港も15.3%ある「博多港」は3.5%に留まる。
- ・ 入国後利用した交通機関は「鉄道」(36.3%) が最も多く、「タクシー」(26.8%)、「自家用車等による送迎」(18.0%) と続く。九州他県を訪ねる人は、「鉄道に」加え「路線バス」が比較的多く、南九州および九州域外を訪ねる人は、「鉄道」、「飛行機」の利用が多い。

九州～アジアを移動する際の利便性・コストの評価

- ・ 利便性の評価は全体で、「よい」「やや良い」の合計が73.2%、「悪い」「やや悪い」の合計が4.8%であるのに対し、コストの評価では、「よい」「やや良い」の合計が43.2%、「悪い」「やや悪い」の合計が11.4%と利便性に比べコストへの評価が下がっている。
- ・ 国別に見ると韓国は利便性の評価は全体で、「よい」「やや良い」の合計が51.8%、「悪い」「やや悪い」の合計が10.6%、コストの評価では、「よい」「やや良い」の合計が31.7%、「悪い」「やや悪い」の合計が13.0%と、全体と比較して評価が低く、これはアクセスについて、より高いニーズを持っているものと思われる。

- ・ 中国は利便性の評価は全体で、「よい」「やや良い」の合計が82.3%、「悪い」「やや悪い」の合計が3.2%と、全体と比較して評価が高い、コストの評価では、「よい」「やや良い」の合計が50.0%、「悪い」「やや悪い」の合計が12.4%。利便性・コストとも評価は高い。

九州内を移動する際の利便性・コストの評価

- ・ 利便性は、「良い」「やや良い」の合計が約7割(69.7%)となっている。コストでは、「良い」「やや良い」の合計が41.4%、「悪い」「やや悪い」の合計が14.8%。鹿児島県への評価が、利便性(「良い」「やや良い」83.3%)・コスト(「良い」「やや良い」61.9%)とも高くなっている。

交通情報の多言語対応に対する評価

- ・ 「良い」「やや良い」の合計が50.9%。「悪い」「やや悪い」の合計が34.0%。「良い」と「やや

良い」の合計をみると、アジアの中では中国(62.4%)の 評 価が最も高く、2 位台湾(53.3%)、韓国は 30.6%と低くなっている。

福岡市内の公共交通機関の利便性評価

- ・ 「良い」「やや良い」の合計が 67.7%となっている。

(3)ビジネス環境について

ビジネスの場としての九州の強み

- ・ 「アジアへの近接性」(43.5%)に対する評価が高く次いで、「空港・港湾機能の充実」(17.2%)「豊かな自然」(15.4%)「高速交通体系の充実」(15.1%)となっている。
- ・ 研修・視察を目的とする人にとっては、「アジアへの近接性」(39.1%)「豊かな自然」(15.2%)「大学・研究機関の集積」(12.0%)が強みと評価されている。産業の集積や市場の大きさにはとられないようである。
- ・ 韓国は「アジアへの近接性」に対する評価が 80.0%と他国に比べ圧倒的に高い。

言葉の不自由の有無

- ・ 「感じなかった」「あまり感じなかった」(46.2%)「やや感じた」「感じた」(43.3%)と、言葉の不自由については半々である。営業・販売活動は、「感じた」「やや感じた」が 26.8%と不自由さは低く、研修・視察の場合は「感じた」「やや感じた」が 55.5%と不自由さが高くなっている。
- ・ 韓国は「感じた」「やや感じた」が 19.4%と不自由さは低く、中国は「感じた」「やや感じた」(56.5%)と不自由さが高い。

(4)九州に関する情報について

九州に関して入手した情報

- ・ 入国前は、「宿泊施設紹介・予約」(20.4%)と「交通情報」(19.9%)がほぼ同列に並ぶ。次いで「観光・イベント情報」(14.9%)「産業・経済の概要」(12.7%)と続く。
- ・ 入国後は、「レジャー・娯楽情報」(16.2%)が最も多く、以下、「観光・イベント情報」(14.6%)「交通情報」(14.1%)の順であり、観光情報の需要が高まっている。

情報の入手方法

- ・ 入国前は、「知人の情報・口コミ」(22.3%)が最も多く、次いで「インターネット(自国の公式サイト)」(19.1%)「新聞・雑誌、ガイドブック」(12.7%)と続く。
- ・ 入国後は、「新聞・雑誌、ガイドブック」(19.9%)が最も多く、以下、「テレビ・ラジオ」(18.8%)「知人の情報・口コミ」(14.6%)の順であり、「新聞・雑誌、ガイドブック」「テレビ・ラジオ」の需要が高まっている。

日本国内で使用したインターネット

- ・ 「持参のパソコンから接続」が (31.3%)と最も多く、次いで「宿泊施設備え付けのパソコンから接続」の 16.7%、「持参した携帯電話から接続」の 5.3%と続く。

(5)福岡での滞在について

福岡市への訪問目的

- ・ ビジネス客を対象としたアンケートであるから「仕事」目的が最も多くなるのは当然であるが、空港・港から出入国するため」も 26.8%ある。「観光」も 11.9%と高い。

福岡市での滞在期間と自由行動時間

- ・ 滞在期間は「2～3日」が（17.5%）と最も多く、次いで「2～3時間」の13.5%、「8日以上」の12.2%と続いている。
- ・ 留学・語学研修は「長期」が多く（25.0%）、研修・視察も「6～7日」が最多（17.4%）となっているが、それ以外の目的では「2～3日」が多くなっている。
- ・ 自由時間は「ほとんどない」（20.2%）が最も多く、次いで「2～3時間」「半日」が同率17.5%で並ぶ。
- ・ 福岡市での滞在目的が観光目的の人においては、自由時間は「半日」が28.9%と最も多いが「半日以下」の合計が約半分（53.3%）となっている。「2日」（22.2%）「3日以上」（17.8%）も高くなっている。
- ・ 「ほとんどない」とする人は女性の方が多い（24.5%）
- ・ 年代が上がるにしたがって自由時間は増える傾向が見られる。

福岡市での消費額

- ・ 一人当たりの平均消費合計額は118,200円。「宿泊費」（42,624円）が最も高い。次いで「土産・買物費」（26,568円）

福岡で行ったところ、体験したこと

- ・ 今回行ったところ体験したことは、「デパート」（40.1%）、「電器店」（34.2%）、「レストラン」（28.4%）が1位、2位、3位となっており、ショッピングが活発であったことが伺われる。「神社・仏閣等の史跡」（26.5%）、「観光施設」（26.3%）も共に比較的高い。
- ・ 次回行きたい体験したいことは、「自然景勝地」（18.3%）の訪問が最も高く、次いで「イベント参加」（13.8%）、「伝統工芸体験」（10.6%）となっており、「デパート」（5.3%）、「電器店」（5.8%）、「レストラン」（4.0%）は低くなっている。

再体験意向

- ・ 「イベントの参加」（20.8%）、「市民との交流」（17.6%）などの体験型行事と、「海や山等の自然景勝地」（18.4%）他の再体験意向と比べ比較的高く、次いで、「観光施設」（14.1%）である。

(6)福岡に対する評価

福岡の「飲食・宿泊」については「接客」に対する評価は高い。「料金」「言語」に対する評価は「接客」と比較すると低くなっている。特に、韓国のビジネスマンからの評価が低い。

福岡市の飲食事情に対する評価

<料 金>

- ・ 全体では、「よい」「ややよい」の合計が50.1%。
- ・ 韓国の人の評価は「よい」「ややよい」の合計が35.3%となっており、全体、中国（57.0%）、台湾（46.7%）と比べ低い。

<接 客>

- ・ 全体としては、「よい」「ややよい」の合計が75.9%となっており、接客は総じて評価は高い。

<言語対応>

- ・ 全体の評価も「よい」「ややよい」の評価が43.3%に止まっており、中でも韓国の人の評価は、「よい」「ややよい」の合計は27.1%と、北米（52.9%）、中国（52.7%）と比べ低い。

<味>

- ・ 全体では、「よい」「ややよい」の合計が 64.7%。

福岡市の宿泊事情に対する評価

< 料語金 >

- ・ 全体では、「よい」「ややよい」の合計は 44.1%、「悪い」「やや悪い」の合計は 10.0%である。

< 接語客 >

- ・ 全体では、「よい」「ややよい」の合計は 69.3%、「悪い」「やや悪い」の合計は 12.2%である。

< 言語対応 >

- ・ 全体では、「よい」「ややよい」の合計は 43.8%、「悪い」「やや悪い」の合計は 12.7%であるが、韓国の人からの「よい」「ややよい」の合計は 29.4%で他と比べ評価は低い。

福岡市の魅力

- ・ 「近隣に温泉観光地が多い」が最も多い(34.0%)。「自然や海」の評価も高い(26.0%)。
- ・ 特に女性からの「近隣に温泉、観光地が多い」への評価が高い(44.0%)。
- ・ 韓国、台湾は「近隣に温泉、観光地が多い」が圧倒的に高い(韓国 56.5%、台湾 40.0%)。
- ・ 中国は、「自然や海」(34.4%)と「近隣に温泉、観光地が多い」(31.2%)が高い。
- ・ 各年代とも、「近隣に温泉、観光地が多い」と「自然や海」の評価が他の項目と比較して高い。
- ・ 20 代以下で、「神社・仏閣等の歴史」(20.2%)を魅力として上げる割合が他の年代と比較して高くなっている(39.3%)。

再訪意向

- ・ 「行きたい」が 8 割に近い(78.2%)

【まとめ】

- ・ ビジネス客は、滞在期間が 2~3 日、1 日の中で自由に使える時間 2~3 時間といずれも短い。コンベンション客と同様に、年代によりニーズは異なるが、観光・ショッピング・グルメのニーズも高く、福岡市内での消費活動の活発化も期待できる。短時間で可能な観光等の情報提供が重要となる。
- ・ 情報提供のあり方も、ニーズに沿った情報内容を、在福中のビジネス客に的確に届ける仕組み作りが重要となる。
- ・ 韓国からのビジターを中心に言語の不自由さを感じている。消費行動の活発化に向けてた言語対応の方策も重要である

・テクニカル・ビジット客調査

1 . 調査計画

(1) 調査目的

福岡市へのテクニカル・ビジット自体の促進と、アフターテクニカル・ビジットでの消費行動の活性化に向け、福岡市を訪れた外国人テクニカル・ビジット客がどのような行動をし、またどのようなニーズを持っているのかを把握するために実施した。

本調査では、企業・団体の技術・ノウハウ等の視察及び、研修を目的に実施される業務をテクニカル・ビジットとする。

(2) 調査対象および数

中国・韓国のテクニカルビジット実施企業・学校関係者を対象に行った。

合計 14 サンプル (中国 8 サンプル・韓国 3 サンプル・日本 3 サンプル)

< 中国 > 北京匯人科技發展有限公司、上海市観光コンベンションセンター、北京新幹線学校、
中国国際青年中心 国際青年研修大学、吉林大学、大連日商外企服務有限公司、
大連市物資回収総公司、埃慕計算機技術(上海)有限公司

< 韓国 > BANDO、ゴルフメイト、株式会社 三神ソフト

< 日本 > 志賀設計、近畿経済産業局、西日本旅客鉄道

(3) 調査方法

調査員によるヒアリング調査

(4) 調査時期

2006年2月13日(月)~2月25日(金)

(5) 調査場所

中国(北京・大連・上海) 韓国(釜山・ソウル) 日本(大阪市・福岡市)

(6) 調査主体

福岡市経済振興局

2. テクニカル・ビジット調査結果

(1) テクニカル・ビジットのきっかけ・動機

テクニカル・ビジットの訪問先として福岡を選んだきっかけ・動機としては、「他者からの推薦・紹介」「本人の経験による福岡への好印象」「招聘・招待等」の3点に大別される。

他者からの推薦・紹介

福岡におけるテクニカル・ビジットの実施において、他者からの推薦・紹介が多かった全国的に見ても総合的なコーディネート機能は少なく、また、存在の認知も低いため実施に向けては、身近な知人等への依存が高くなっているものと考えられる。

- ・「研修先是北京外国語大学院の教授の推薦により福岡市の専門学校で視察を行った。」
- ・「福岡については友人がいるので、コーディネートを含め安心してできるので訪問頻度が高くなって」(北京新幹線学校)
- ・「福岡の知人からの企業紹介で、業務提携を目的に、打合せ、企業状況の把握のため、テクニカルビジットの実施を決めた」(大連日商外企服务有限公司)
- ・「最初は、通訳を使い直接連絡・アポイントを取ったが受け入れてもらえなかった。次に、数は少なかったが、福岡市でこれまでお会いした企業関係者の方を頼り、了承と調整をとっていただき、結果的に実施に至った」(BANND O)
- ・「福岡市でこれまでお会いした企業関係者の方を頼り、了承と調整をとっていただき、結果的に実施に至った」(BANND O)
- ・「平成17年から福岡嘉興倶楽部と嘉興市との市民交流の一環として、嘉興市農業団体の福岡市での農業視察をのコーディネートをを行った」(志賀設計)

本人の経験による福岡への好印象

福岡での留学等の滞在経験は、土地勘・人脈を含め、テクニカル・ビジット実施に向けてのきっかけとなっている。

- ・「1996年～1998年間の1年3ヶ月福岡に留学経験があり、福岡市に対する印象が良かったことも選択理由としては大きい。」(北京新幹線学校)

招聘・招待等

招聘・招待によるテクニカル・ビジットの実施も見受けられ実施ケースとして有望である。

- ・「福岡の学校関係者に招聘され、4名で視察とセミナーに参加した。」
(中国国際青年中心 国際青年研修大学)
- ・「テクニカルビジットは窓口となる大連投資促進センターが全て手配してくれた。」
(大連市物資回収総公司)

(2)アプローチ方法・情報収集方法

アプローチ方法・情報収集方法は、「友人・知人に依頼」「団体・公的機関を活用」「招聘・招待」の3点に大別される。

<アプローチ方法・情報収集方法>

友人・知人に依頼

コーディネート窓口の不足と、友人・知人という親近感と安心感から、テクニカル・ビジット実施の相談窓口機能となっていることが想像できる。

- ・「個人での直接連絡も行ったが、交渉・スケジュール調整が上手くいかず、最終的には福岡の知人に、情報収集・コーディネートを依頼し実施に至った。相手先の詳細情報についてはインターネットで調べた。」(北京新幹線学校)
- ・「福岡については友人がいるのでコーディネートを含め安心してできるので頻度が高くなっている。」(北京新幹線学校)
- ・「最初は、通訳を使い直接連絡・アポイントを取ったが受け入れてもらえなかった。次に、数は少なかったが、福岡市でこれまでお会いした企業関係者の方を頼り、了承と調整をとっていただき、結果的に実施に至った」(BANND O)
- ・「情報は(福岡市の調整)協力会社の方から「銭湯のリスト・パンフレット・地図・雑誌」等をこちらで翻訳しながらデータ化した、一部インターネットも使用したが翻訳機能は正確な情報は分からなかった。」(BANND O)

団体・公的機関を活用

コーディネート窓口として団体・公的機関を利用しているケースも少なくはない、調整・実施に向けて手間が少なくなることと、情報量が最大のメリットと考える。

- ・「テクニカルビジット情報に限らず、幅広い情報交換の場として和華会(日本人女性を妻に持つ中国人の会)での会合が日本の情報収集に役立っている。」(北京新幹線学校)
- ・「本国でのテクニカルビジットの情報は、大連日本商工クラブ(大連の日本人商工会議所)、JETRO大連事務所、日本企業に関するシンポジウム、各都道府県が行っている民間交流会などから収集した。」(大連日商外企服務有限公司)
- ・「当初JETROは知らなかったが現在は活用している」(北京匯人科技發展有限公司)
- ・「日本にある中国政府旅遊局大阪事務所がすべてスケジュールリングを行った」(上海観光コンベンションセンター)

招聘・招待

招聘・招待でのテクニカル・ビジットは、実施者側の負担が少なくスムーズに進行されている。

- ・「招聘されての視察だったため、こちらからはアプローチは行っておらず、日程表及びテクニカル・ビジットにあたっての必要書類・情報は招聘側から送付された。」(中国国際青年中心 国際青年研修大学)
- ・「テクニカルビジットは窓口となる大連投資促進センターが全て手配してくれた。」(大連市物資回収総公司)

- ・「福岡行きは、日本からの関係企業や、大連市からの情報を聞き、視察先に組み込んでもらった。訪問前はあまり福岡市のことは知らなかった。テクニカルビジットの情報については、大連市対外経済貿易合作局・大連投資促進センター（大連市対外経済貿易合作局の下部組織）・取引先の会社を通じ、容易に質の高い情報が入ってくる。」（大連市物資回収総公司）
- ・「申し入れは嘉興市より、先方に対する情報は上海事務所（上海志賀設計咨询有限公司）を通じ提供をおこなった。求められた情報は、福岡市及び近郊の低農薬農法を実践している農家の情報」（志賀設計）

<アプローチ方法・情報収集における評価>

アプローチ・情報収集における評価

・事例1：「関西テクニカル・ビジット」

近畿経済産業局が主体となっている、テクニカル・ビジット情報のホームページ「関西テクニカルビジット」は情報量・利便性とも評価が高い。

テクニカル・ビジットの情報提供方法として、近畿経済産業局が主体となって運営する「関西テクニカル・ビジット」の利便性を評価する声があった。コーディネート機能はないが、ホームページにより近畿及び、一部四国のテクニカルビジット受け入れ可能な企業名と企業情報を発信している。

【受け手側からみると】近畿経済産業局が事務局となり、国際ビジターに対するテクニカル・ビジットの実施の仲介・支援を行う中心的なネットワーク組織である、「国際テクニカルビジット推進連絡会議」の集客交流事業への取組み方針は、テクニカル・ビジットは産業観光の一分野と位置づけられ「産業ツーリズムの振興」へと軌道修正された。それに伴い、「国際テクニカルビジット推進連絡会議」は「産業ツーリズム振興会議」へと発展的に解消された。

これは、テクニカル・ビジットの推進において「1.受け入れ側のメリットが見えない。2.コーディネートは最終的には人脈だのみにならざるをえない。3.より高次元なテクニカル・ビジットにおいては、民間企業同士のプライベートでシークレットなものとなるので、第3者が介在する余地がない」等々という状況が多く見られたため、今後これ以上テクニカル・ビジットに特化しても、その効果に限界があり、メリットは少ないと判断されたためである。

「関西テクニカルビジット」

関西地域の見学可能な産業施設（工場、工房、研究所、企業博物館、研究所等）を紹介。

対象地域は、福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、徳島県。

約260の企業・団体を紹介し、リンクにより各企業・団体のホームページに誘導する。

コーディネート機能は無く、直接の問合せとなる。

・事例2：「日中ビジネス相互交流研修プログラム」

テクニカル・ビジットのコーディネート方法として、福岡市経済振興局投資・交流推進部国際経済課が推進する「日中ビジネス相互交流研修プログラム」への関心が高かった。

中国の企業を対象とし、福岡市・中国相互の企業の人的ネットワーク作り、ビジネスチャンスの拡充を目的としたプログラムとして運営されている。

アプローチ・情報収集における不満の声

情報・コーディネート機能の不足が指摘されている。

- ・「調整は、会社の者にさせたが、インターネットを含め日本からの情報は中国語での情報提供が少ないので、日本語が分からないものにとっては事前の情報収集は容易ではなかった（福岡市に限らず）」（大連日商外企服務有限公司）
- ・「会社のサポート情報よりも具体的な地場の企業情報を教えてほしい。提携先等を探す際に参考にしたいが、充実していない上に情報量も不足している。」（北京匯人科技發展有限公司）
- ・「実施に当たっては、（企業の）紹介者がいないと実施が困難で、これまでの知り合いの紹介により、こまめに訪問先にアプローチしていくしかないのが現状である。最終調整は、こちらで行こなうことができるが、まとまった情報の入手は福岡に限らず困難だ」（埃慕計算機技術（上海）有限公司）
- ・「ビジネスを行おうとした際、幅広く相談に応じてくれる機関があれば良いと思う」（ゴルフメイト）
- ・「インターネットで相手先を探し、メール・電話でアプローチを行った。情報収集には困らなかったが受け入れてくれる相手先がなかなか見つからず苦労した」（ゴルフメイト）

(3) 福岡市訪問時の行動

テクニカルビジットの実施期間は 2～12 日と幅がある。福岡市内・市外を含め観光を行うケースは多いが、福岡市における消費活動は、飲食・お土産が中心となっている。

観光等に関して

団体行動が中心であり、自由時間はほとんど無い。観光・ショッピングのニーズは高く、観光での行動範囲も広域である。

- ・「自由時間は 2～3 日の間で半日程度しかないためあらかじめ予定を組み込みテクニカルビジットを実施したこともある。九州では阿蘇や長崎、その他では札幌への観光、東京・大阪でのショッピングをおこなった。福岡については、どちらかと言えば、観光よりもショッピングのイメージが強く、「観光」となると他県を選んでしまう。」（埃慕計算機技術（上海）有限公司）
- ・「毎回スケジュールがタイトで観光を行う時間はほとんどない、福岡で行けたのは、飲食と福岡タワーだけだった」（上海観光コンベンションセンター）
- ・「当初は観光もできればと思っていたが、視察を行い夜は情報の整理に追われていたが、夕食は、地元の入行くようなお店を選んで入り楽しんだ（通訳と一緒にだったので気軽だった）。帰国日は半日程度時間ができ街中（天神）で過ごした」（BANND0）
- ・「（短時間での観光情報の提供について）やはり、せっかく海外への出張だからという気持ちはあり、自分では組めないルート情報だと思うので、あると役立つと思う」（BANND0）
- ・「4 日間は移動と視察の繰り返しで日中の自由時間はほとんど無かったため、視察コースの途中に太宰府等の観光コースも交えた。移動はチャーターバスで行った。」（志賀設計）
- ・「夜は福岡嘉興倶楽部との懇親交流会を含め友好を深めた。また、自由時間も個人行動はあまり無く基本的に団体で行動されていた。ショッピングについてはお土産が中心で、デジタルカメラ・化粧品（日本製の化粧品は中国で人気が高い）等を購入されていた」（志賀建設）
- ・「観光については、4 日間の視察が終了した後、阿蘇、大分 2 泊 3 日で行かれたと聞く」（志賀設計）

費用等に関して

福岡市における消費行動は、「飲食・お土産」が中心となっている。中には20万円を越える高額の消費も見受けられる。

- ・「全ての費用・旅行・宿泊等の手配は招聘側が負担したので、福岡での出費は個人的な飲食とお土産代のみで一人当たり総額で3~4万円程度しか使っていないと思う。」
(中国国際青年中心 国際青年研修大学)
- ・「全旅行行程での一人当たりの費用は、宿泊・飲食・移動等で1日3~4万円程度。但し、電気製品を買ったりしたのでプラス20万円位は使っている。」(大連市物資回収総公司)
- ・「消費額は、1日あたり宿泊・飲食・移動(新幹線除く)費で2万円以内だったと思う。」
(大連日商外企服務有限公司)
- ・「お金を使うのは飲食が中心となる。交通費を除いて一人1日1万円程度は使っていると思う」
(埃慕計算機技術(上海)有限公司)
- ・「最近では、ゴルフ観光に費用を費やすことが多くなり、交通費・宿泊費を除き合計で4~5万円は使い、ゴルフ代と懇親の飲食費が多く占めている」(ゴルフメイト)
- ・「4日間で(宿泊・交通費・移動費除く)一人あたり2万円程度」(BANND O)
- ・「一人あたりは凡そ1~2万円人によっては20万円以上の買い物をされた方もおられる」
(志賀建設)

スケジュール・その他

テクニカル・ビジット実施期間は2~12日と幅があるが、福岡市での滞在は2~3日程度が多い。

- ・「参加者は2名、全体スケジュールは11泊12日、その内福岡は3泊4日。福岡市~大阪~京都~東京(入国は福岡空港、出国は成田。国内移動は全て新幹線)の順で移動し、テクニカルビジットは、福岡・大阪・東京。京都市は観光のみで1泊。」(大連日商外企服務有限公司)
- ・「2名+通訳1名で、全体日程は5泊6日、うち福岡には2泊3日。自由時間はあったが、受け入れ側が手配した観光スケジュールがタイトだったため、個人での自由行動はほとんど出来なかった。」(大連市物資回収総公司)
- ・「総勢30名程度で毎年実施し、全体スケジュールは11泊12日、内福岡は1泊2日程度。移動・宿泊等の手配については全て旅行会社が手配している」(上海観光コンベンションセンター)
- ・「当初は1人で福岡・九州に来ていたが、今は、同業種の店主グループで懇親の意味も含め5人程度行っている。人数はその時々仕事の都合で増減はある。日程は2泊3日が多く、視察(ビジネス含む)2日、ゴルフ1日のパターンが多い。福岡は視察、ゴルフ・観光は阿蘇など温泉と組み合わせるている。費用は、最近では、ゴルフ観光に費用を費やすことが多くなった。」
(ゴルフメイト)
- ・「滞在は、福岡市のみで3泊4日だった」(BANND O)
- ・「視察の実施の4日間+観光については、4日間の視察が終了した後、阿蘇、大分2泊3日で行かれたと聞く(7日間)」(志賀設計)

(4)福岡市のテクニカル・ビジット受入れに対する評価・要望

東京・大阪の評価が高くなっているが、福岡市も「都市機能、情報量、東京・大阪に比べ物価が安いこと」等への評価が高い。一方では、言語の不自由さ・テクニカルビジットのコーディネート情報発信機能の不足が指摘されている。

福岡市の都市機能に関する評価

街がコンパクトで移動時間も短く、東京・大阪に負けない集積力があると評価されている。

- ・「福岡は東京・大阪に比べると都市模は小さいが、都市機能（ほどよい都市の大きさ）が充実しており好印象だった。また、物価も東京・大阪より安く住みやすい街だった。」（北京新幹線学校）
- ・「都市規模が大きいのに街がコンパクトで移動時間も短く、スケジュールの履行がスムーズで、ビジネスに適した街だった。」（中国国際青年中心 国際青年研修大学）
- ・「福岡市は、ハード・ソフトとも重視されていて、東京・大阪に負けない集積力があると思う。特に、大学の図書館の書籍が充実しており、情報誌（経済誌など）から充分最新の情報を入手する事が出来る。」（北京新幹線学校）

テクニカル・ビジットの受け入れ態勢に対する評価

団体・企業評価は高いが、ビザ手続きの煩雑さに対する不満の声も聞かれた。

- ・「団体・企業の対応もよく（対応がスピーディーで・正確・欲しい情報以上のものを事前に準備してしてくれた）、サービス業（観光で行ったところ）も成熟しており非常に好印象を持った（中国国際青年中心 国際青年研修大学）
- ・「一番不便なのはビザの問題、観光でも商務でもビザの手続きがあまりにも煩雑で、それだけで疲れる。簡素化して・スピーディーに行ってほしい」（上海観光コンベンションセンター）
- ・「釜山への航空便が後2時間位遅いと滞在時間が延びるのでは、半日（6時間位）自由時間があっても、移動と空港の待ち時間を合わせると実質4時間位になる。また、出国手続きをするまでの行列はストレス、仕事で疲れて立って並んで疲れて、何で登場口が2つあるのに1つしか使わないのかわからない（韓国ではありえない）」（BANDO）
- ・「受け入れ側として一番困ることは、事前に十分な視察目的・相手先の情報が取れない場合や、準備期間のほとんど無い中での調整を望まれるとである」（志賀設計）

言語対応に関する要望

ビジネス情報及び、公共交通機関の案内・情報表示の多言語対応への要望が多くあった。

- ・「必要な情報はインターネットを使うが、日本語のみのサイトが多く、日本語の分からない中国人は使えないと思うので、ビジネス関連の情報の中国語サービスを充実させてほしい。」（北京新幹線学校）
- ・「福岡市は良い街だと思うが、知人に推奨する場合は「知人の言語レベル経済レベル」等によりわってくる。道路標識・お店のメニュー・ショッピングセンター・インターネットサービスなど、外国人が日常生活をする上での言語を中心とした不自由を解消と、テクニカルビジット等の外国人向けの仲介機能・情報発信をもっと積極的に行ってほしい。」（北京新幹線学校）
- ・「案内標示は、漢字表記なので分かりやすい。ただ、バスの利用は行き先、案内含めて分かりづらい」（埃慕計算機技術（上海）有限公司）

- ・「市内表示板が英語表記が多く分かりづらく、バス・地下鉄等の公共交通機関においても行き先・案内表示を含めて分かりづらい」(上海観光コンベンションセンター)
- ・「福岡に限らず、韓国語の案内表示と韓国語又は、英語で対応可能な施設がまだまだ少ない」(ゴルフメイト)
- ・「受け入れ側はの話せることと、話せないことは予め聞いていたので問題は無かったが、通訳に関しては釜山で手配し想定問答を行った上で実施したが、やはり分からない「専門用語」があり多少苦労した」(BANDO)
- ・「外国人に対する受入は、企業・飲食関係のサービスは成熟していると思う。但し、日本語がわかる外国人であれば。」(北京新幹線学校)

情報提供に関して

テクニカル・ビジット実施に向けての相談窓口・コーディネート機能を望む声が多くあった。しかしながら、受けて側から見ると、「低いメリット性」「人脈だのみとなるコーディネート」「企業プライバシーの問題」等多くの課題が存在する。

- ・「ビジネスに関する相談をした際に、それぞれの機関が具体的な解決策をもっていない。他の機関を紹介してくれるよりも、その場で解決策を明示してくれると助かる。様々な面でノウハウを蓄積している所があると良い。」(北京匯人科技發展有限公司)
- ・「日本の、テクニカルビジットの紹介ホームページでは近畿経済産業局の「関西テクニカルビジット」は良いと思う。テクニカルビジットの情報収集の容易さ満足度、実施の際の満足度は、企業規模が大きく最新情報が集まっている分、東京・大阪のほうが高い。」(北京新幹線学校)
- ・「インターネットで等を通じてもっと情報発信をするべき。テクニカルビジットの相手先を探している企業も多く、大掛かりな告知をしなくても、これらの企業は必ず情報に反応すると思う(埃慕計算機技術(上海)有限公司)
- ・「(短時間での観光情報の提供について)やはり、せっかく海外への出張だからという気持ちはあり、自分では組めないルート情報だと思うので、あると役立つと思う」(BANND0)
- ・「国際テクニカルビジット推進連絡会議」の集客交流事業への取組み方針は、テクニカル・ビジットは産業観光の一分野と位置づけられ「産業ツーリズムの振興」へと軌道修正された。それに伴い、「国際テクニカルビジット推進連絡会議」は『産業ツーリズム振興会議』へと発展的に解消された。これは、テクニカル・ビジットの推進において「1.受け入れ側のメリットが見えない。2.コーディネートは最終的には人脈だのみにならざるをえない。3.より高次元なテクニカル・ビジットにおいては、民間企業同士のプライベートでシークレットなものとなるので、第3者が介在する余地がない」等々という状況が多く見られたためであり、今後これ以上テクニカル・ビジットに特化しても、その効果に限界があり、メリットは少ないと判断されたためである。」(近畿経済産業局)

3 . 総括

(1)テクニカル・ビジットのきっかけ・動機

テクニカル・ビジットの訪問先として福岡を選んだきっかけ・動機としては、「他者からの推薦・紹介」「本人の経験による福岡への好印象」「招聘・招待等」の3点に大別される。

他者からの推薦・紹介

福岡におけるテクニカル・ビジットの実施において、他者からの推薦・紹介が多かった全国的に見ても総合的なコーディネート機能は少なく、また、存在の認知も低いため実施に向けては、身近な知人等への依存が高くなっているものと考えられる。

本人の経験による福岡への好印象

福岡での留学等の滞在経験は、土地勘・人脈を含め、テクニカル・ビジット実施に向けてのきっかけとなっている。

招聘・招待等

招聘・招待でのテクニカル・ビジットは、実施者側の負担が少なくスムーズに進行されている。

(2)アプローチ方法・情報収集方法

アプローチ方法・情報収集方法は、「友人・知人に依頼」「団体・公的機関を活用」「招聘・招待」の3点に大別される。

<アプローチ方法・情報収集方法>

友人・知人に依頼

コーディネート窓口の不足と、友人・知人という親近感と安心感から、テクニカル・ビジット実施の窓口としての相談窓口機能となっていることが想像できる。

団体・公的機関を活用

コーディネート窓口として団体・公的機関を利用しているケースも少なくはない、調整・実施に向けて手間が少なくなることと、情報量が最大のメリットと考える。

招聘・招待

招聘・招待でのテクニカル・ビジットは、実施者側の負担が少なくスムーズに進行されている。

(3)福岡市訪問時の行動

テクニカルビジットの実施期間は2~12日と幅がある。福岡市内・市外を含め観光を行うケースは多いが、福岡市における消費活動は、飲食・お土産が中心となっている。

観光等に関して

団体行動が中心であり、自由時間はほとんど無い。観光・ショッピングのニーズは高く、観光での行動範囲も広域である。

費用等に関して

福岡市における消費行動は、「飲食・お土産」が中心となっている。中には20万円を越える高額の消費も見受けられる。

スケジュール・その他

テクニカル・ビジット実施期間は2~12日と幅があるが、福岡市での滞在は2~3日程度が多い。

(4)福岡市のテクニカル・ビジット受入れに対する評価・要望

東京・大阪の評価が高くなっているが、福岡市も「都市機能、情報量、東京・大阪に比べ物価が安いこと」等への評価が高い。一方では、言語の不自由さ・テクニカルビジットのコーディネート情報発信機能の不足が指摘されている。

福岡市のテクニカル・ビジット受入れに対する評価

街がコンパクトで移動時間も短く、東京・大阪に負けない集積力があると評価されている。

受け入れ態勢に対する評価

団体・企業評価は高いが、ビザ手続きの煩雑さに対する不満の声も聞かれた。

言語対応に関する要望

ビジネス情報及び、公共交通機関の案内・情報表示の多言語対応への要望が多くあった。

情報提供に関して

テクニカル・ビジット実施に向けての相談窓口・コーディネート機能を望む声が多くあった。

しかしながら、受けて側から見ると「低いメリット性」「人脈だのみとなるコーディネート」「企業プライバシーの問題」等多くの課題が存在する。

【まとめ】

- ・ テクニカル・ビジットの実施に向けての現状は、招聘・招待の場合を除き、企業単位・個人で知人、人脈を頼り調整を行い実施に至るケースが多く見受けられた。そのため、一覧性の高い情報提供、コーディネート機能、相談窓口等へのニーズが高い。
- ・ しかしながら、「関西テクニカルビジット」の取組例からも分かるとおり、コーディネート機能の開設に向けては課題も多く、ニーズ全てに対し、早期・早急に施策を講じ対応を行うことは現状難しいため、部分的・段階的な対応によりサービスを向上させることが必要と考える
- ・ テクニカル・ビジット客は、実施期間中に観光を含むケースも多く、実施期間は2～12日の幅があり福岡市の滞在は2～3日程度である。観光・ショッピングのニーズも高く、経済効果の期待できるビジターである。福岡市での消費行動の活発化に向けては、実施検討段階での情報提供と来福後の情報提供が重要となる。
- ・ 情報収集及び、来福後の飲食・移動等の行動において、言葉の不自由を感じるケースも多く多言語対応も必要となってくる。

・市民交流に関する調査

1 . 調査計画

(1) 調査目的

福岡・釜山両市の市民団体による市民団体レベルの交流客と、個人レベルでの来福客の往来と福岡市での観光等の消費活動の活発化に向けて、釜山から福岡市を訪れた団体・個人が、どのような行動をし、またどのようなニーズを持っているのかを把握するために実施した。

(2) 調査対象および数

釜山の市民団体レベルの交流を行っている団体及び、個人レベルでの来福経験者、併せて、福岡市で市民レベルの交流の受け入れ・コーディネートを行っている方を対象に行った。

合計 10 サンプル (釜山 6 サンプル・福岡 4 サンプル)

<釜山 個人レベルでの来福>

・東釜山大学学生、福岡市留学経験者、ビジネスで来福経験者、釜山市と福岡市近隣性での来福者

<釜山 市民団体レベルでの来福>

・釜山女子大学 (韓国茶道協会) ベアー・ベースボール・クラブ

<福岡市 市民交流受け入れ>

・田中 啓子さん、インターユースふくおか (I Y F) アジア女性センター、福岡市総務企画局国際部

(3) 調査方法

調査員によるヒアリング調査

(4) 調査時期

2006 年 2 月 20 日 (月) ~ 2 月 25 日 (金)

(5) 調査場所

韓国 (釜山) 福岡市

(6) 調査主体

福岡市経済振興局

2. 市民交流調査結果（個人レベルでの来福）

(1) きっかけ・動機

福岡市を個人レベルでの来訪先として選んだきっかけ・動機としては「来福・来日経験」が挙げられる。

日本での留学経験

留学をきっかけに福岡市を訪問した際の好印象がリピートへと繋がっている。

- ・「留学していたことが大きい」(パク ヘジョンさん)
- ・「(ヘジョンさんの) 留学中何度か福岡に遊びに行ったことがあり福岡市は印象が良い」(パク ソンミさん、ソン イムさん)
- ・「日本にあこがれていたが、留学をきっかけに身近な国になった。また、日本語が話せるようになると日本人と会話したいという思いが強くなった。」(キム ウンミさん)

福岡市にビジネスで訪問した経験から

ビジネスで福岡市に訪問した際の福岡市の好印象がリピートへのきっかけとなっている。

- ・「仕事で福岡に来た際、カフェに立ち寄ったのがきっかけです。日本語はしゃべれないが、ある程度英語で対応できるし、福岡の若い人は国籍とか言葉とか関係なく、友好的で、とても楽しい時間を過ごす事ができた。」(パン エンジュンさん、イ タイゲンさん) 等

釜山市と福岡市の近接性

釜山市と福岡市の近接性が来訪のきっかけとなっている。

- ・「立命館大学に1年間の留学経験が有る。留学前、留学中も福岡に行ったことはなかったが、帰国後(約2年前) コンサートに行くにあたり、近くて旅費の安い福岡市に行き始めた。もともと日本の文化(特に音楽・ファッション)に興味があり、日本にあこがれていたが、留学をきっかけに身近な国になった。また、日本語が話せるようになると日本人と会話したいという思いが強くなった。」(キム ウンミさん)

他県に行く経路として福岡市を訪問した経験から

他県への移動の経路地として福岡市を訪れた経験がリピートのきっかけとなっている。

- ・「観光で阿蘇に行く際、乗り継ぎ時間があったので、天神に立ち寄ったことがきっかけ」(シン ソンウさん、キム ソンジュンさん、ゼン ドンスンさん) 等

(2) アプローチ方法・情報収集方法

友人・知人

インターネットのメールを活用し福岡市の友人から情報を獲得している。

- ・「コンサート会場で親しくなった福岡の友人とのメールの交換で福岡の情報は入ってくる。」(キム ウンミさん) 等

自分で収集

インターネットの情報サイトを活用し必要な情報を獲得している。

- ・「コンサートの情報はインターネットで入手する」(キム ウンミさん)
- ・「ショッピング・バーゲンの情報はインターネットで得ているインターネット上の翻訳ソフト

を使えば大まかな情報は獲得できる」(シン ソンウ)

(3) 福岡市訪問時の行動

観光・ショッピング等に関して

ショッピングへのニーズが高くなっている。

- ・「ショッピング(洋服・CD等)を中心に3万円位使うパターンが多い。」
(キム ウンミさん)
- ・「シショッピングが中心でバーゲン時期での来福が多い」(シン ソンウさん)
- ・「中古レコード店が多く品揃えが充実しているのに驚いた、今は、レコードの購入と、日本の友だちに会うことが、来福の目的となっている」(バン エンジュンさん)
- ・「目的はコンサートと飲食、東京・大阪の方が開催頻度が高いことは知っているが、費用の問題で福岡に行っている」(イ タイゲン)

費用等に関して

福岡市での滞在期間中、ショッピング等に費やす費用は2~3万円程度が中心となっている。

- ・「3万円位使うパターンが多い。」(キム ウンミさん)
- ・「消費額は2~3万円(交通費除く)」(バン エンジュンさん)
- ・「交通費を除き4~5万円」(バン エンジュンさん)
- ・「1~2万円(交通費除く)」(シン ソンウさん)

スケジュール

年3~4回程度の来福で、1泊2日のパターンが多く見受けられ週末を利用して行動している事が想定できる。

- ・「年3~4回行き、1泊2日が多い」(キム ウンミさん)
- ・「年4~5回来福し1泊2日が多い」(パク ヘジュンさん)
- ・「年4~5回来福し1泊2日が多い」(バン エンジュンさん)
- ・「年2~3回来福し1泊2日が多い」(シン ソンウさん)

宿泊・移動

宿泊費・交通費は低く抑える傾向がある、そのため、飛行機と比べ低額のジェットフォイルの利用意向が高い。

- ・「宿泊費は抑えている」(キム ウンミさん)
- ・「往復はビートル・コピー、やはり価格、年数回しか行けないので、宿泊もショッピング旅行気分を満喫したいので比較的使っている。」(パク ヘジュンさん)
- ・「往復は、コピーを利用している。宿泊は安いのでカプセルホテル・平和台ホテルが多く、手配は当日している」(バン エンジュンさん)
- ・「往復は、ビートル・コピーを利用している、宿泊は安いビジネスホテルをインターネットで予約する」(シン ソンウさん)

(4) 福岡市に対する評価・要望

ショッピング等の主目的以外(移動・飲食等)の費用を抑えるための割引制度や、インターネットでの情報検索が可能な場所の増加及び、案内の充実を求める声があった。また、公共交通機

関の利用時や飲食の際に言葉の不自由を感じている。

- ・「福岡での交流の現状には全く不満はないが、できるだけ目的以外の費用を抑えたいので、韓国の学生でも福岡市内で学割サービスが受けられたり、市内移動の際の外国人割引があったりすると嬉しい。やはり、韓国と比べ物価は高い。」(キム ウンミさん)
- ・「市内で行きたい場所・店の情報検索がしたくてもインターネットが使える環境がとても少ない、パソコン設置の場所があれば是非、インターネットやガイドブックで紹介して欲しい」(シン ソンウさん)
- ・「日本語が分かれば、市内移動に不便は無いが、分からない人には歩くにしても、バス・地下鉄に乗るしても表示・案内が理解できず行動しにくいと思う、飲食店での注文も、まず無理」
- ・「市民レベルの交流を広げたいなら、福岡の人と、釜山の人が出会える「きっかけ」をもっと多くしたらいいと思う。」(パク ヘジュンさん)
- ・「市内で行きたい場所・店の情報検索がしたくてもインターネットが使える環境がとても少ない、パソコン設置の場所があれば是非、インターネットやガイドブックで紹介して欲しい」(シン ソンウさん)
- ・「目的はコンサートと飲食、東京・大阪の方が(コンサートの)開催頻度が高いことは知っているが、費用の問題で福岡に行っている」(イ タイゲン)

(5)九州地方整備局観光客アンケートから

韓国、中国、台湾からのビジターが中心で、20～30代が約半数を占める。全体の4割強がリピーターであり観光を目的に4～5日の滞在パターンが多い。観光に対する情報ニーズが高く、入国前はインターネット、入国後は、知人・ガイドブックを中心に情報を入手している。

訪問地は、福岡市が圧倒的に多く、九州での観光中に言語の不自由を感じている人の割合が5割強ある。

- ・韓国、中国、台湾からのビジターが全体の87.6%を占める、中でも韓国からのビジターが42.7%と最も多い。
- ・性別は、ほぼ半々で、年代は20～30代が半数以上の51.2%を占め、40代、50代が27.7%と続いている。20代以降、年代を追うごとに来訪の割合は低くなる。
- ・九州への来訪回数は、初めてが64.2%と圧倒的に多いが、2～5回も28.7%あり、2回～10回以上の経験者を併せると45.8%となり、リピーターも決して少なくはない。
- ・滞在期間は4～5日が最も多く36.1%。1日、2日はそれぞれ10%前後しかなく、中長期での観光が多くなっている。来日の目的は、観光が圧倒的で64.0%。市民交流を目的とする人も9.8%あった。
- ・入国前に入手した情報は、観光(48.6%)、宿泊(47.5%)、交通(32.8%)の各情報を入手しており、入国後は、観光(44.8%)、食事(35.7%)、レジャー(32.6%)と、入国前・後ともに観光情報のニーズは高い。また、食事・レジャーの情報は入国後に必要としている傾向が見受けられる。
- ・情報の入手方法は、入国前はインターネット(自国のサイトと日本の公式サイトを合わせ)70.5%と最も多く、知人からの情報(34.0%)、新聞・雑誌・ガイドブックの28.5%と続く、事前情報の入手に際しインターネットの利用率は高い。一方入国後は、知人からの情報(35.8%)、新聞・

雑誌・ガイドブックの32.7%の利用が高い。テレビ・ラジオについては入国後の利用が25.2%と入国前の2倍以上となっており入国後の情報ツールとしての有効性がうかがえる。

- ・ 観光での訪問地は福岡市が72.8%と圧倒的に高く、次いで、熊本県（35.8%）、大分県（28.2%）と北部九州への観光ニーズが高くなっている
- ・ 観光中の言葉の不自由さは、感じた（24.9%）、やや感じた（29.5%）が54.4%と全体の50%以上となっており、感じなかった人の割合（42.6%）を若干ではあるが上回っている。

3 . 市民交流調査結果（市民団体レベルでの市民交流）

(1)きっかけ・動機

知人・公的機関からの紹介

市民団体レベルでの交流においても、知人・友人を通じてのケースが見受けられた。また、行政（福岡県）からのボランティア依頼からも開始されている。また、交流の中心人物が不在となることで、交流が停止するケースも見られた。

- ・「友人から主催者であり茶道家の芦刈氏を紹介された。業務で福岡を訪問した際に芦刈氏に会い、釜山で開いているお茶会に招待した。釜山女子大学は韓国茶道を教育に取り入れており、茶道を通し日本の市民団体との交流を深めている。」(ソウ ジナン先生)
- ・「きっかけはアジア太平洋博の時にホームステイの受入れを依頼されてから。その後、イベントなど何かことがある度に、県の国際交流課からホームステイの依頼がある」(田中 啓子さん)
- ・「林社長が業務で釜山にこられた際野球の話となり「福岡での野球大会に参加をしてみないか」との誘いを受けたのがきっかけだった。野球大会への参加継続ができなくなった理由は、林社長が忙しくなったからだ」(カン スヨンさん)
- ・「I Y F の会長と親交のある釜山の企業の社長との関係から、釜山企業の社員 5~6 名が年 1 回来福（来福者は毎年異なる）また、福岡からも 5~6 名が訪韓していた。現在は、釜山の企業の社長が忙しくなり十分な調整ができなくなったため、釜山からの来福 は止まっている」（I Y F）
- ・「釜山女性団体連合の方が以前「アミカス（福岡市にある男女共同参画推進センター）」に講演でこられた際に、当団体の活動について興味をもたれた」（アジア女性センター）

(2)アプローチ方法・情報収集方法

知人・公的機関から

交流の当事者同士のアプローチによる情報交換と、行政（福岡市）へのアプローチにより情報を収集しているケースがあった。

- ・「釜山の国際協力課からの依頼・問い合わせが多く、希望に即した交流先の紹介を行い、その後の調整は当事者同士が行う。また、1 回実施されると以降の調整での相談は減り団体間でのやり取りとなっていくようだ」(福岡市総務企画局国際部)
- ・「芦刈氏と直接連絡を取り合い、福岡での調整は芦刈氏、釜山での調整は私が行う。それまで行っていた茶会への相互参加なのでとりたてて大変なことはなかった。」(ソウ ジナン先生)
- ・「参加に関する案内・スケジュールは全て林社長が行った（林社長は韓国語が話せる）」(カン スヨンさん)
- ・「情報はガイドブックと事前にインターネットで調べたもので対応した」(カン スヨンさん)
- ・「情報提供は事前にスケジュールと合わせ行うが、来福後の行動は団体行動が多く、ガイドブック程度（「指差しメニュー」「まちあるきカンタン会話集」も活用し好評を得ている）」(I Y F)
- ・「アミカスを通じ交流依頼が来た」(アジア女性センター)

(3) 福岡市訪問時の行動

観光等に関して

飲食・ショッピングについては福岡市で行われているが、観光は他県で行われるケースも見受けられる。

- ・ 「日程は、茶会・意見交換会・セミナーなどのスケジュールで構成されており、昼は自由時間がほとんどない。但し、初参加・参加回数の少ない人は時間を作って、天神でのショッピングを楽しんでいる。」(ソウ ジナン先生)
- ・ 「多くが何度も福岡に行っているため、今ではほとんど観光はしない」(ソウ ジナン先生)
- ・ 「好評だったのが、佐賀の名護屋城およびその博物館である。夜の食事会(宴会)に際しては送迎付きの店を選ぶようにしている」(田中 啓子さん)
- ・ 「視察依頼などのため、韓国の旅行社から連絡があるが、福岡～別府、福岡～ハウステンボス等の観光地へ行くパターンをよく耳にする。あまり福岡市には留まっていないように思われる」(福岡市総務企画局国際部)
- ・ 「帰国日に2～3時間天神・博多駅界隈で過ごす程度」(田中 啓子さん)
- ・ 「観光場所の傾向については、最回～2回目位までが福岡市、それ以降は市外県外遠出するケースが多くなる」(田中 啓子さん)
- ・ 「日曜日は朝からお昼まで、福岡市内で自由時間を過ごした。1回目の案内は社長にして頂き、2回目からは自分たちで行動した。市街地(天神)で過ごすことが多かったため、ショッピングセンターぐらいしか行っていない」(カン スヨンさん)
- ・ 「観光は、野球が雨で中止になった時1回のみで、太宰府と福岡の温泉に行った(温泉の名前は分からない)」(カン スヨンさん)
- ・ 「来福時の自由時間は少ない、施設に到着してから、施設内での自由時間がほとんどで(2～3時間)団体で行動しているパターンが多いと思う」(I Y F)
- ・ 「先方の交流目的により変わる(施設見学、学校交流、観光など)、観光はバスハイク等により、以前は福岡市内が多かったが、最近は阿蘇など県外が増えた」(I Y F)
- ・ 「来福時の自由時間は少なく、交流が終了しての夕刻2～3時間程度だった」(アジア女性センター)
- ・ 「博多港にて出迎え～太宰府観光」(アジア女性センター)
- ・ 「昼は自由時間がほとんどない。但し、初参加・参加回数の少ない人は時間を作って天神でのショッピングを楽しんでいる」(ソウ ジナン先生)
- ・ 「個人の自由時間はほとんどない。帰国日に2～3時間天神・博多駅界隈で過ごす程度あまり買い物をするというイメージは無い」(田中 啓子さん)
- ・ 「ショッピングは、天神のデパート・ファッションビル・電気店を予定していた」(アジア女性センター)

費用等に関して

自由時間の少なさや、物価の影響等により、消費額は抑えられる傾向が見受けられた。

- ・ 「1日当たり1人宿泊費を含み15,000円位」(ソウ ジナン先生)
- ・ 「大人で一人1日4千円以内。お土産は100円ショップ、1000円ショップが好評。子供はお

小遣いで3~5千円だと思う」(田中 啓子さん)

- ・「渡航費と宿泊費の一部を負担してもらっているので、費用には余裕があったが、帰国日の
- ・「時間があまり無いのと、やはり物価が高いのであまり使っていない、お土産程度で一人3日間で自由に使ったお金は1万円程度だと思う。計3回の渡航費・宿泊費の一部は林社長に一部負担して頂いた」(カン スヨンさん)
- ・「中国の人の方が活発だ、詳しくは分からないが、韓国の人消費額は、個人的なショッピングもあるが、お土産等で3日通して1万円前後。100円ショップが喜ばれる」(IYF)
- ・「消費は、観光ショッピングの予定がなくなったためあまり使っておられないと思う」
(アジア女性センター)

スケジュール・その他

福岡市での滞在は2~3日が多く、団体行動のため個人で使える1日の自由時間は少ない。また、スポーツでの交流では、実施にあたっての参加人数集めで、受け入れ側では、大人数の場合のホテル・移動手配での苦勞が聞かれた。

- ・「1泊2日程度で訪問する事が多い」(ソウ ジナン先生)
- ・「本市への視察などのため来訪する人については、全体行程として2泊3日~3泊4日で、福岡市には1泊するかしないかの人が多いと思われる」(福岡市総務企画局国際部)
- ・「ホームステイは2~3泊。福岡市での滞在中の多くの時間は私たちと一緒に過ごし、個人の自由時間はほとんどない」(田中 啓子さん)
- ・「参加人数は学内の茶道会のメンバーが20名程度なので、人数が増減することはない。1泊2日程度で訪問する事が多い」(ソウ ジナン先生)
- ・「来福人数はその時によって異なる、5~10名といったところ」(田中 啓子さん)
- ・「2泊3日(金曜日の夜福岡入り、土曜に試合、日曜日帰国)で金曜の夜は宿泊のみ。一番大変だったのは、情報でも費用でもなく人集めだった、休日を使つての趣味(業務ではない)での参加なので(野球をするため)9人以上の人数をまとめるのは難しかった」
(カン スヨンさん)
- ・「スケジュールは、金~日を利用した2泊3日で1日目：午後福岡入り(博多港にて出迎え)~市内見学~歓迎会。2日目：先方の交流目的により変わる(施設見学、学校交流、観光など)観光はバスハイク等により、以前は福岡市内が多かったが、最近は阿蘇など県外が増えた。3日目：午前自由時間~帰国」(IYF)
- ・「宿泊に関しては、ホームステイを行ったこともあり好評だった」(IYF)
- ・「スケジュールは2泊3日の予定だったが、台風接近に伴い1泊2日となった」
(アジア女性センター)
- ・「1日目：博多港にて出迎え~太宰府観光~アジア女性センターとの意見交換
2日目：アミカス見学と交流会(帰国)。3日目：福岡市観光、ショッピングの予定だったが台風のため中止」(アジア女性センター)
- ・「海外の修学旅行特徴としては、日本の修学旅行と異なり、学校行事ではなく参加者を集い実施する形式となっている。長期休暇を利用し、1団体20~30名程度の少人数での実施がほ

とんどである。但し、韓国の修学旅行は日本の修学旅行と同様、学年単位の大人数で学期の途中実施されるケースも多い」(J T B九州)

宿泊・移動

団体での市民交流客は、宿泊でホームステイを利用するケースもあった。また移動手段は、個人レベルでの交流客と同様に、博多港(ジェットfoil)が利用されている。

- ・「宿泊は、小学生はホームステイ、他はホテルに宿泊する傾向が多く見受けられる」
(福岡市総務企画局国際部)
- ・「ホームステイは2~3泊。」(田中 啓子さん)
- ・「宿泊に関しては、ホームステイを行ったこともあり好評だった」(I Y F)
- ・「いつも博多港に迎えに行く」(田中 啓子さん)
- ・「博多港での出迎えからホテルに移動」(カン スヨンさん)
- ・「午後福岡入り(博多港)」(I Y F)
- ・「当方スタッフの自家用車を中心に、地下鉄・西鉄電車も利用した」(アジア女性センター)
- ・「来福されたのが20名と大人数だったので、宿泊・車の手配が大変だった」
(アジア女性センター)

(4)福岡市での市民レベルの交流に対する評価・要望

交流自体の満足度は高い。しかしながら、受け入れ側からは、博多港の案内施設や来訪者ニーズに添ったガイドブックの作成を求める声があった。また、福岡市での滞在を延ばすため、夕方便の釜山行きジェットfoilを求める声もあった。

- ・「交流自体は非常に満足している。参加メンバーも茶会だけでなく、お互いの国を頻繁に行き来して交流に広がりが出てきておりとても良いことだと思う」(ソウ ジナン先生)
- ・「安価で移動できる船便(ビートル・コピー・かめりあ)の充実も、交流の促進に大きく寄与していると思う。もっと便数を増やしてもよいのでは」(ソウ ジナン先生)
- ・「いつも博多港まで出迎えにいくが、案内の不備をいつも感じる。港は福岡の第一印象を決める場所なので、インフォメーションカウンターを充実させるべきだし、もっと言えば人間を常駐させるくらいのことはやるべきだ」(田中 啓子さん)
- ・「パンフレット類にしても、もう少し実用的見地が欲しい。高級レストランよりも気軽に食べられる食堂、弁当を持ち込める場所や外国人も利用できる割引サービスなどの情報の充実が望まれる」(田中 啓子さん)
- ・「釜山での乗船時に福岡のパンフレットを配らないのかという点である。乗船時に配れば、船内でじっくり読むことができ、到着後の計画も立てやすくなると思う」(田中 啓子さん)
- ・「コーディネートを行う際、文化や習慣の違いがあり、お互いにピッタリくるような最良の相手先を見つけ出すことが難しい。また、受け入れ先は、事前に交流目的を明確に知りたがるが、実施者側の目的が明確でないケースも多い」(福岡市総務企画局国際部)
- ・「福岡市での滞在時間の延長を狙うのなら、夕方便の釜山行きビートルがあれば滞在時間は延びると思う」(I Y F)
- ・「希望としては、日曜日の釜山行きの船の時間が夕方ぐらいならもう少しゆっくりできる」
(カン スヨンさん)

- ・「こちらのコミュニケーションにおいて通訳サービスの必要性を感じた」
(アジア女性センター)
- ・「交流に際しての希望としては、交通・チャーターバスの割引サービス、通訳のボランティアサービスがあると助かる」(アジア女性センター)

(5) 訪日教育旅行客について

訪日教育旅行の相手国は韓国からが最も多く(238校 10,376人)、受入が最も多いのは福岡県である。これは、福岡と韓国の近隣性・地理的優位性によるものと想像できる。

韓国からの教育旅行客は、他国と比べ学年単位での実施となっているケースが多く、参加人数も多い。移動ルートとしては、福岡経由で他県に移動するケースが多く見受けられる。

- ・「訪日教育旅行の現状は下記の通りである。
訪日実績：年間34,500名(平成16年) 日本の海外教育旅行参加者数の約5分の1
国・地域：韓国・米国・オーストラリア・中国・台湾が上位5位
学校受入：全国の中学・高校17,000校のうち年間1,200校が受入14,000校は「申し入れがなかった」ため受入れず(平成16年)」(国土交通省)
- ・「訪日教育旅行の特徴は下記の通りである。
規模：1団体平均20名(日本の海外教育旅行参加者数の約5分の1)
形態：希望参加型が中心で、必ずしも学校行事とはされていない
目的：学校交流やホームステイなど、日本での交流を重視
期間：夏休み・冬休みの実施希望が多い
決定：実施決定時期が直前であることが多い」(国土交通省)

訪日教育旅行相手国別受入実績(平成16年)

順位	国	学校数	受入者数
1	韓国	238	10,376
2	米国	495	6,385
3	オーストラリア	360	4,639
4	中国	167	3,995
5	台湾	55	2,709
その他(38カ国)		433	6,402
計		1,748	34,506

出展・文部科学省資料

訪日教育旅行都道府県別受入実績(平成16年)

順位	都道府県名	学校数	受入者数
1	福岡県	100	3,648
2	大分県	34	2,370
3	東京都	96	1,982
4	兵庫県	135	1,912
5	千葉県	98	1,476
その他(42県)		1,285	23,118
計		1,748	34,506

出展・文部科学省資料

- ・「JTB九州の外国人修学旅行の九州への受け入れ件数は、2002年の2件(208名)が2005年には12件(867名)、2006年度の目標としては1300名と増加拡大傾向にある」(JTB九州)
- ・「修学旅行の全体的なニーズとしては東京への訪問意向が高い。また、中国における修学旅行については学校交流・文化交流の実施が強く求められる。韓国の修学旅行においても東京の訪問意向が強いが、近隣性から九州が選ばれるケースも多く、歴史・文化の体験・視察を目的とし観光要素も含まれる。旅行行程として福岡に入り、チャーターバスで大分(別府等)・熊本(阿蘇等)・長崎(ハウステンボス等)が人気が高い」(JTB九州)
- ・「韓国の修学旅行は韓国の旅行エージェントが旅行日程全ての調整を行うため日本の旅行エージェントの介在する余地がないこのことであった」(JTB九州)

- ・ 「福岡・九州での修学旅行の実施にあてっての一番の課題は、各国における九州の認知にある。韓国においても、釜山での九州の認知は高いが、他のエリアでは認知の向上に努める必要があると聞いた。これに対しては、現在九州観光推進機構が中心となり、東アジアに対する PR 活動を行い認知は向上しつつある」(J T B九州)

4 . 総括（個人レベルでの来福）

(1) きっかけ・動機

福岡市を個人・グループでの来訪先として選んだきっかけ・動機としては「来福・日経験」が挙げられる。

日本での留学経験

留学をきっかけに福岡市を訪問した際の好印象がリピートへと繋がっている。

福岡市にビジネスで訪問した経験から

ビジネスで福岡市に訪問した際の福岡市の好印象がリピートへのきっかけとなっている。

釜山市と福岡市の近接性

釜山市と福岡市の近接性が来訪のきっかけとなっている。

他県に行く経路として福岡市を訪問した経験から

他県への移動の経路地として福岡市を訪れた経験がリピートのきっかけとなっている

(2) アプローチ方法・情報収集方法

友人・知人

インターネットのメールを活用し福岡市の友人から情報を獲得している。

自分で収集

インターネットの情報サイトを活用し必要な情報を獲得している。

(3) 福岡市訪問時の行動

観光等に関して

ショッピングへのニーズが高くなっている。

費用等に関して

福岡市での滞在中、ショッピング等に費やす費用は2~3万円程度が中心となっている。

スケジュール・その他

年3~4回程度の来福で、1泊2日のパターンが多く見受けられ週末を利用して行動している事が想定できる。

宿泊・移動

宿泊費・交通費は低く抑える傾向がある、そのため、飛行機と比べ低額のジェットフォイルの利用意向が高い。

(4) 福岡市に対する評価・要望

ショッピング等の主目的以外（移動・飲食等）の費用を抑えるための割引制度や、インターネットでの情報検索が可能な場所の増加及び、案内の充実を求める声があった。また、公共交通機関の利用時や飲食の際に言葉の不自由を感じている。

5 . 総括（市民団体レベルでの来福）

(1) きっかけ・動機

- ・団体での市民交流においても、知人・友人を通じてのケースが見受けられた。また、行政（福岡県）からのボランティア依頼からも開始されている。また、交流の中心人物が不在となることで、交流が停止するケースも見られた。

(2) アプローチ方法・情報収集方法

- ・交流の当事者同士のアプローチによる情報交換と、行政（福岡市）へのアプローチにより情報を収集しているケースがあった。

(3) 福岡市訪問時の行動

観光等に関して

飲食・ショッピングについては福岡市で行われているが、観光は他県で行われるケースも見受けられる。

費用等に関して

自由時間の少なさや、物価の影響等により、消費額は抑えられる傾向が見受けられた。

スケジュール・その他

福岡市での滞在は2~3日が多く、団体行動のため個人で使える1日の自由時間は少ない。

また、スポーツでの交流では、実施にあたっての参加人数集めで、受け入れ側では、大人数の場合のホテル・移動手配での苦勞が聞かれた。

宿泊・移動

市民団体レベルでの交流客は、宿泊でホームステイを利用するケースもあった。また移動手段は、個人グループでの交流客と同様に、博多港（ジェットfoil）が利用されている

(4) 福岡市での市民レベルの交流に対する評価・要望

- ・交流自体の満足度は高い。しかしながら、受け入れ側からは、博多港の案内施設や来訪者ニーズに添ったガイドブックの作成を求める声があった。また、福岡市での滞在を延ばすため、夕方便の釜山行きジェットfoilを求める声もあった。

(5) 訪日教育旅行客について

- ・訪日教育旅行の相手国は韓国からが最も多く（238校 10,376人）受入が最も多いのは福岡県である。これは、福岡と韓国の近隣性・地理的優位性によるものと想像できる。

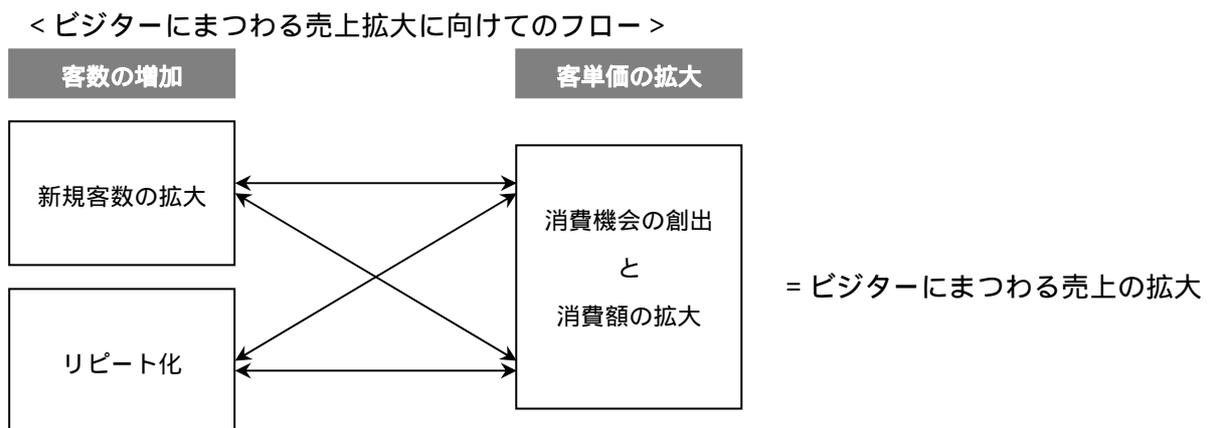
韓国からの教育旅行客は、他国と比べ学年単位での実施となっているケースが多く、参加人数も多い。移動ルートとしては、福岡経由で他県に移動するケースが多く見受けられる。

・ 課題の抽出・施策の提言

1 . 基本的考え方

「ビジターズ・インダストリーの振興」とは、言い換えれば「ビジターにまつわる売上の拡大」である。

売上は「客数×客単価」で成り立つものであるから、これを拡大しようとするれば、客数の「増加（新規客数・リピート客数）」と「客単価」の拡大（消費機会の創出・消費額の拡大）という2つの視点が必要となる。



【客数の増加について】

新規需要の開拓と既存需要のリピート化という2つの方向性がある。

- ・ 新規需要の開拓に際しては、顕在需要の具現化を図りつつ、同時に潜在需要の掘起こしも行わなければならない。
- ・ 既存需要のリピート化に関しては、ひとたび福岡市を訪れた誰もが、ふたたび福岡市を訪れたいと思うような状況を作り出すことが重要である。そのためには、それぞれの訪問目的が十分に満たされることが最も重要であることは言うまでもないが、さらに福岡市で過ごす訪問目的以外の時間（アフターコンベンション、アフタービジネス等）の充実も、福岡市を再び訪れたいという強い動機に結びつくものと思われる。

【客単価の拡大について】

消費機会の創出が消費額の拡大に繋がる。

- ・ 消費機会の創出については、各ビジターの特性に合わせての、観光・ショッピング・グルメ等の情報提供を行い、自由時間において、より多くの消費機会を創出することが重要となる。
- ・ 客単価の拡大は、「消費機会の創出」により促される。
- ・ 各ビジターを対象に、課題の抽出と提言を行う。

2 . コンベンション客に関して

(1)課題の抽出

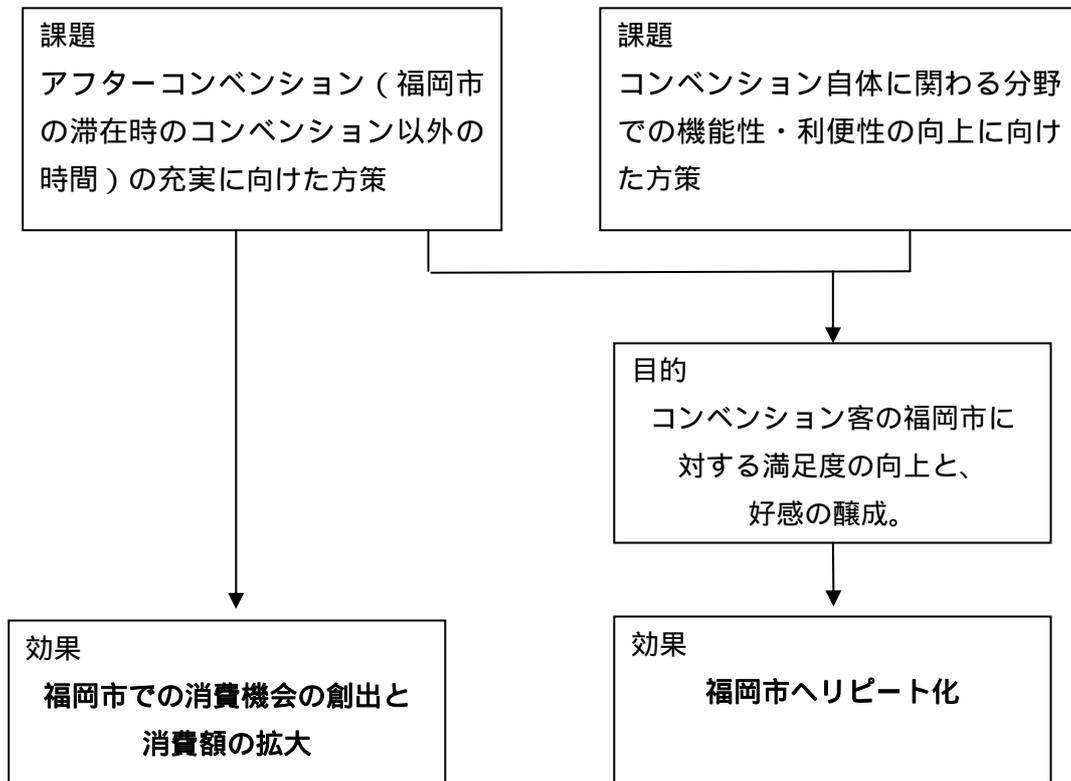
「アフターコンベンションの充実」が及ぼす経済効果は小さくない。限られた福岡市滞在時間内に効率的な観光やショッピング、飲食が体験できる仕組み作り(移動手段・モデルコースの整備、他) に取り組むべきであり、それは結果として、福岡市での消費の拡大に直結する。

また、コンベンション客の福岡市に対する評価・好感度を向上させることにより、将来的にプライベートやビジネスでの再訪も期待でき、リピーター獲得にも繋がると考える。

コンベンション客の福岡市での消費拡大や、福岡市へのリピート化を促進させるためには、アフターコンベンション(福岡市の滞在に時のコンベンション以外の時間) の充実。

コンベンション自体に関わる分野での機能性・利便性の向上。

上記の2点が課題となる。



(2) 施策の提言

「課題 アフターコンベンション（福岡市の滞在時のコンベンション以外の時間）の充実に」に向けて

【提言. 1】

事前資料配布ルートを活用した情報提供

コンベンション客は自由時間での行動として「観光」（61.6%）に対する意向が最も高く、次いで「飲食」（38.7%）、「ショッピング」（37.9%）となっている。この意向を行動へとスムーズに結びつけることが、福岡市滞在時での消費の拡大へと繋がるものと考えられる。

意向を行動へと向かわせる方策の一つとして、福岡市に関する事前の情報提供が重要となる。そこでコンベンション参加者向けに、福岡市での「観光・飲食・ショッピング等」の情報を紹介するガイドブックを作成し届けることで、これら消費行動への動機付けが可能となる。

このガイドブックを的確に参加者へ届ける方法としては、コンベンション参加者が最も多く利用している「事務局提供資料」（全体の52.0%が利用）への同封が有効と考える。

また、2日～3日前に来福する人も多いことから、事前に配布することにより、予定より早く来福することも期待でき、さらにアクティブな行動に繋がるものと考えられる。

これらの施策を実現することでコンベンション客の福岡市に関する情報入手はより綿密なものとなり、その結果、コンベンション客の福岡市での滞在時の観光・消費行動の活発化が期待される。

【提言. 2】

短時間型の観光機会、消費機会の創出

コンベンション客は、観光・飲食・ショッピング等に対して強い意向を持っているが、日中での自由時間は「2～3時間」という人が過半数（57.1%）を占めており、さらに「ほとんどない」という人も3割近く（27.4%）あり、そうした意向を実行しにくい状況が見られる。

このような潜在した需要を掘り起こすためには、短時間で対応可能な観光機会・消費機会を提供することが有効であると思われる。具体的には、旅行会社、交通機関（バス会社・タクシー会社等）、流通業者（百貨店・ショッピングモール・専門店等）に働きかけて、コンベンション客向けの短時間型観光ツアー、ショッピングツアーをパッケージ商品等が考えられる。

その際、コンベンション参加客の観光・行動意向は性・年代により異なるので、それぞれのターゲットのニーズに合致する多様なバリエーションを揃えることが重要である。

< 具体的商品イメージ例 >

「新旧博多名所めぐり～新しいものと古いものの調和を体験するツアー」

ターゲット：ショッピングや神社・仏閣等に関心の高い20代・30代

概要：川端商店街散策～櫛田神社参拝～博多町屋ふるさと館見学～キャナルシティ博多でショッピングという約3時間のミニツアー。コンベンション会場を基点にタクシー（またはマイクロバス）で回る。ガイド1名同伴（運転手兼務が理想）。ツアー料金は3千円程度に設定。

「アジアと日本を結ぶ福岡の歴史・文化探訪」

ターゲット：学術的なものに関心の高い40代以降

概要：福岡アジア美術館や九州国立博物館などをめぐり、アジアと交流を深めてきた福岡の歴史や文化などに触れていただく。また伝統工芸などの職人とふれあうような機会も提供したい。また、母国語を話せ、そのような歴史や文化にも精通したガイドを付ける事ができると、満足度はさらに高まるはずである。

短時間で行動・体験できる様々な観光機会・消費機会を創出したならば、次のステップとしては、その情報をコンベンション客に確実に伝えることが重要である。前述の、事務局配布資料に同封するガイドブックにこれら情報を網羅するほか、コンベンション会場においても参加者の特性に合わせたダイジェスト版を配布することも有効だろう。

さらに、福岡市ホームページの中では、コンベンション客向けに、これらの観光ツアー・ショッピングツアーを案内するページを充実させ、さらにコンベンション主催事務局のオフィシャルサイトや関連団体のホームページ、各ツアーの企画社、訪問先等のサイトへのバナーを貼ることで、情報到達の可能性が飛躍的に向上し、利用者の利便性は向上するものと思われる。

「課題 コンベンション自体に関わる分野での機能性・利便性の向」に向けて

【提言. 3】

徒歩移動者のための道案内の充実

調査では宿泊先からコンベンション会場まで「徒歩」で移動する人が約20%みられた。これらの人の利便性を向上させるため、多言語による会場周辺の案内表示を充実させることが必要である。

【提言. 4】

市民ボランティアガイドの会場常駐

調査実施時、調査員に対し、会場近隣の飲食店情報、温泉施設情報、会場内の案内等の問合せが多数あった。これはコンベンション客の「人的なガイド機能」に対するニーズの存在を示すものである。このニーズへの対応として、コンベンション会場に、市民ボランティアに常駐してもらうことが考えられる。

【提言. 5】

インターネット接続環境の整備

コンベンション客の多くがモバイルコンピュータを持参しており、インターネットへのアクセスニーズは高い。今回の調査対象会場でもインターネットへのアクセスニーズが見られたが、その接続環境は充分ではなかった。また、アフターコンベンションに関する情報の提供に際しても、インターネットは有効性が高いと思われるが、宿泊先のインターネット接続環境は必ずしも良好ではない。コンベンション客が多く利用する場所（具体的には、コンベンション会場、宿泊先、駅等）でのインターネット接続環境の整備が必要である。

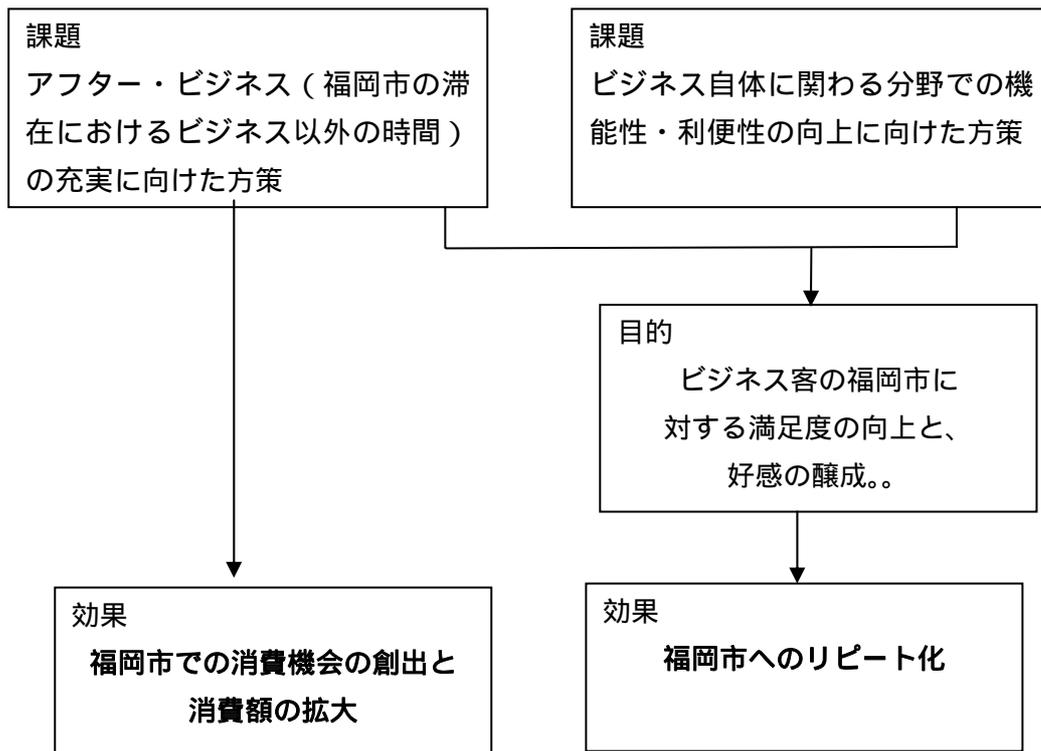
3. ビジネス客に関して

(1) 課題の抽出

外国人ビジネス客のアフター・ビジネスに関して、「どこに行ってもいいのかわからない」「どこに行けば何が見れるのかもわからない」という現状であれば、結局はホテル内やその周辺しか行動範囲は広がらず、十分な消費機会（観光・ショッピング・飲食等）も提供できないため、限られた福岡市滞在時間内に効率的な観光やショッピング、飲食が体験できる仕組み作り（移動手段・モデルコースの整備、他）が急務の課題と考える。

また、ビジネス客の福岡市に対する評価を上げ、好感を抱いてもらえれば、将来的にプライベートやビジネス等での再訪も期待でき、リピーター獲得にもつなげることができる。

ビジネス客の福岡市での消費拡大を促進させるためには、コンベンション客同様
アフター・ビジネス（福岡市の滞在におけるビジネス以外の時間）の充実。
ビジネス自体に関わる分野での機能性・利便性の向上。
の2点が課題となる。



(2) 施策の提言

「課題 アフター・ビジネス（福岡市の滞在におけるビジネス以外の時間）の充実」に向けて

【提言. 1】

ビジネスマン向けガイドブック作成と配布

ビジネス客が福岡市で自由に行動できる時間については、「ほとんどない」が約 20%で最も多いものの、「2~3 時間」「半日」は共に 17.5%で並び、さらに「1~3 日」以上を加えると、その合計は 6 割を超える（63.7%）。アフタービジネスの消費需要を掘起こすには、こうした自由時間に合わせて、彼らのニーズに合致した情報を提供することが重要である。

因みに、ビジネス客の訪問実績を見ると、1 位「デパート」（40.1%）、2 位「電器店」（34.2%）となっており、ショッピングが活発に行われたことがうかがわれるが、次回訪問したいところを見ると、1 位「自然景勝地」（18.3%）、2 位「イベント参加」（13.8%）、3 位「伝統工芸体験」（10.6%）となっており、実はビジネス客のアフタービジネスに対する本質的ニーズは、この分野にあるのではないかと想像される。

このような潜在した消費需要を喚起するためには、情報提供を的確に行うことが重要であるが現状では、入国後のビジネス客の情報入手行動は、「レジャー・娯楽情報」（16.2%）や「観光・イベント情報」（14.6%）を「新聞・雑誌・ガイドブック」（19.9%）や「テレビ・ラジオ」（18.8%）を通じて入手するというものが主流となっている。

今後は、幅広いニーズに合致した、より詳細な情報を網羅したガイドブックをビジネス客用に作成し、効果的な情報投下を図ることが肝要である。

配布方法としては、飛行機利用者が多い傾向から、福岡空港到着ロビーのインフォメーションカウンターで配布するほか、ホテルのチェックイン時にフロント係がビジネス客に直接手渡すという方法も確実性が高いと思われる。

【提言. 2】

多言語化の推進

来福ビジネスマンから、アフタービジネスの様々な場面（飲食・交通・宿泊、他）において言語の不自由さを感じるとの声が聞かれた。この対応策としては、福岡市観光課で制作している「指差しメニュー」や九州観光推進機構の「まちあるきカンタン会話集」のようなコミュニケーションツールの利用を促すことが有効である。これは飲食店用や交通機関等を利用する際の簡易な通訳・翻訳ツールであり、例えば「指差しメニュー」では、予め店内で使う主な用語（「お薦めはどれですか」「お勘定をお願いします」「料金は〇〇円です」など）が日本語・英語・ハングル・中国語で書かれてあり、モデル会話を、指差すこと・語句を当てはめることでコミュニケーションが可能となる。このようなツールを、飲食店・商業施設・宿泊施・交通機関等に配置するだけでもビジターの利便性は向上する。

また、福岡市が作成している、「よかナビ」の翻訳メニューページも同様に有効である。

これら既存のツールの認知を浸透させることや内容の充実を図ることが肝要である。

【提言. 3】

体験型行事への参加促進

「イベントの参加」や「市民との交流」などの体験型行事は、再体験の意向の中では、高くなっている（イベント参加 20.8%、市民との交流 17.6%）。再体験意向は、再訪意向に直結するものであるから、再訪を促進するためには、再体験意向が強く出るこれら体験型行事への参加を促進することも有効であると考えられる。本格的なイベント参加・市民交流は短時間では難いため、ガイドブックの中で、日本的な情緒で賑わいのある、マリノアの「九州のムラ市場」や「博多町家ふると館」等の「イベントの参加」や「市民との交流」の疑似体験のできる施設を観光ショッピング情報として紹介することが効果的と考える。

【提言. 4】

出入国手続のスピードアップ（簡素化）

現状、空港においては、搭乗・出国手続きに際し窓口で長蛇の列が見られる。確かに利用者にとって大きなマイナスイメージには違いないのだが、このようなケースに慣れてしまっているビジネスマンにとっては、それほど大きな問題ではないと思われる。しかしながら、そのビジターが、観光等により多くの時間が費やせる状況を提供するためには、出入国手続のスピードアップは重要である。

「課題 ビジネス自体に関わる分野での機能性・利便性の向上」に向けて

【提言. 5】

国際航空路線の拡充

アンケートでは、ビジネスの場としての九州の強みは、「アジアへの近接性」であるとする人が最も多い（43.5%）。また、交通事情についても、海外からの利便性、国内のネットワークとも一定の評価を得ている。（九州～アジアを移動する際の利便性評価：「良い」73.2%、九州内の公共交通機関の利便性評価：「良い」69.7%、九州内の道路整備状況評価：「良い」61.2%、福岡市内の公共交通機関の利便性評価：「良い」67.7%）

国際航空路線の拡充に関して言えば、現状、ビジネスマンの利用頻度の高い福岡～ソウル便は、定期・不定期便を合わせ 1 日 5 便しかない（株式会社 JTB 九州へのヒアリング）。ビジネスマンは海路より空路を選択するケースが多いため、釜山便（定期・不定期便合計 1 日 2 便）と併せても供給座席数は不足しており、増便を望むビジネスマンの声に応えるためにも便数の拡充は早期の課題だ。

国内ネットワークについては、すでにそれなりの充実をみており評価が高いが、利便性への評価に比べ、コストへの評価が低くなっている。航空会社と JR・西日本鉄道との連携による外交人向けの割引サービス等コスト面の対策も必要と考える。

4 . テクニカル・ ビジット客に関して

(1)課題の抽出

テクニカル・ ビジットについては、「計画段階での利便性の向上」がポイントとなる。

都市のインフラ、都市機能、物価の安さ等々、テクニカル・ ビジットの対象地としての福岡市の評価は十分に高い。しかし、計画段階、実施段階における利便性の低さ（主として、交渉・手配等に関する煩雑さ）が大きな課題となっている。まずは、福岡でのテクニカルビジットを計画しやすい状況をつくることが重要である。同時に、実施段階での利便性の向上にも努めなければならない。

また、「アフターテクニカルビジット」の充実に向けては、福岡市での観光・ショッピング・グルメ等の情報の早期（テクニカルビジットの実施検討段階）での提供方法及び、来福後の適時での提供方法が促進に向けての課題となる。

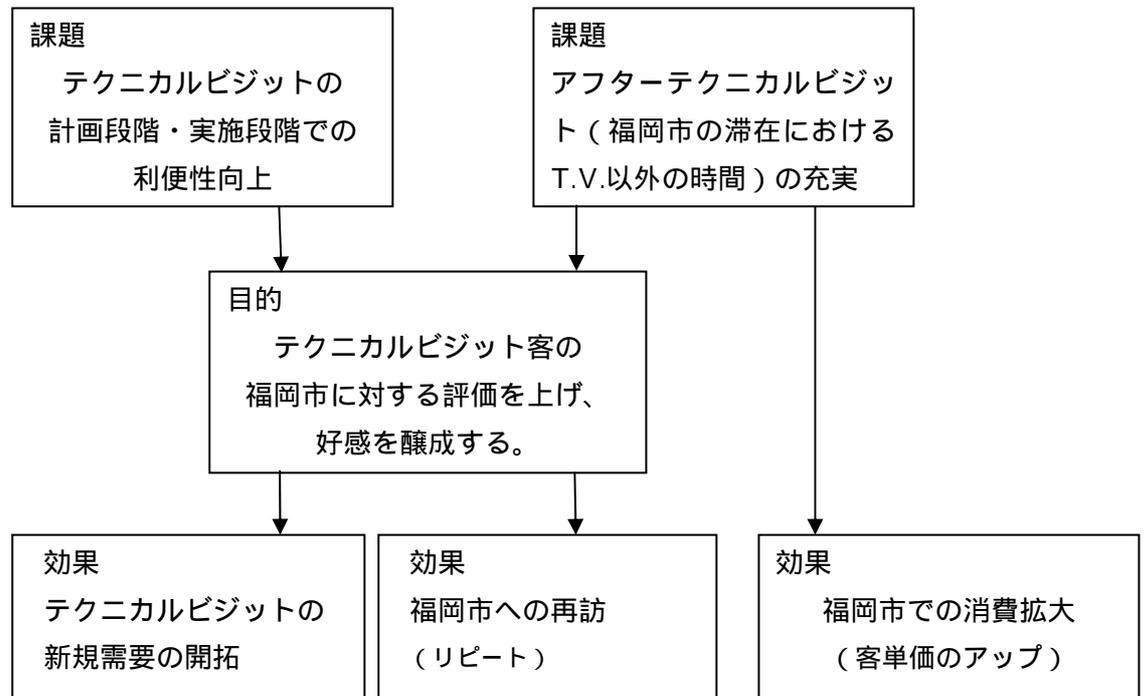
さらに、テクニカルビジット客のアフターテクニカルビジット（福岡市の滞在におけるテクニカルビジット以外の時間）を充実させることは、福岡市に対する好感のアップにつながり、結果として、福岡市へのリピートの大きな動機となることが期待される。なお、

以上みたとおり、テクニカルビジットの振興のためには、

テクニカルビジットの計画段階・実施段階での利便性向上。

アフターテクニカルビジット（福岡市の滞在におけるテクニカルビジット以外の時間）の充実。

の2点が課題となる。



(2) 施策の提言

「課題 テクニカルビジットのテクニカルビジットの計画段階・実施段階での
利便性向上」に向けて

【提言. 1】

テクニカル・ビジット関連情報の集約と情報発信

福岡市へのテクニカルビジットの計画や実施に向けてのアプローチの段階において、個人・企業単位では実施交渉に不自由を感じるケースが見られた。そのため、福岡市でのテクニカル・ビジット実施に関して一貫したサービスを提供する必要性を求める声が多々聞かれた。一貫したサービスとは、

- 1) 希望目的に合う訪問先候補リストの提示
- 2) リストにもとづき決定した訪問先との実施に向けての各種調整
- 3) テクニカル・ビジット全行程における、交通機関、宿泊先、食事等の手配
- 4) 付随するオプション観光等の手配
- 5) さまざまな疑問・問題点についての助言および解決
- 6) その他

が想定される。テクニカル・ビジットに関する一貫したサービスを提供するには、行政と企業・経済団体が連携した機関の設置が有効であるが、「受け入れ側のメリットの問題」「コーディネーターも最終的には人脈だのみ」「高度なテクニカルビジットは、機密性が高く第三者の介在が困難」など、早急にコーディネーター機関の設置を行うには課題も多く、段階的な取組が必要である。

現段階では、福岡市での、テクニカル・ビジット受け入れ可能な「ジャンル別の企業情報」の集約や、福岡市でテクニカル・ビジットを行う具体的メリット（福岡市は東アジアと近く移動の利便性が高いこと、物価が比較的安いこと、大学が集積していること、都市機能・観光資源が充実していること等々）やテクニカル・ビジットのPR情報の提供を、東アジアの主要都市の行政・業界・団体・テクニカル・ビジットコーディネーター窓口（旅行社も含む）に向け、パンフレットやインターネットを通し行うことが有効と考える。

【提言. 2】

日中ビジネス相互交流研修プログラムの認知拡大及び、対象都市の拡大

福岡市が推進している「日中ビジネス相互交流研修プログラム」は、それを利用することでテクニカル・ビジットの計画容易性が飛躍的に高まる。実際、認知者からは内容的に高く評価され実施意向も高い。今後は、「日中ビジネス相互交流研修プログラム」に対する認知の向上が課題である。さらに、対象を東アジアの主要都市にまで拡大したプログラム作りも検討されるべきである。

「課題 アフター・テクニカル・ビジット（福岡市の滞在におけるテクニカル・ビジット
外の時間）の充実」に向けて

【提言. 3】

「消費機会の創出と消費額の拡大」に向け、観光・ショッピング等の情報の提供

テクニカル・ビジット客は、滞在期間も長く、潜在的消費需要は大きいと考えられる。テクニカル・ビジット客の観光・消費行動を促進するために、的確に観光・ショッピング等の情報提供を

行うことが必要である（特に伝統工芸等の参加・体験型のメニューについては、多くの需要が期待される。）。福岡市においての観光・ショッピング等の促進に向けての情報提供の時期としては、実施前の計画段階に、テクニカル・ビジットのPR情報と併せて、パンフレットやインターネットにより、福岡市の観光・グルメ・ショッピング等の情報を届けることが有効である。このことにより、事前での観光等スケジュール化が可能となり、消費の促進に繋がると考える。

来福後の対応については、受け入れ先でのガイドブックの配布が有効と考える。また、受け入れ先の企業においても、福岡市観光促進の広報マンとして、受け入れ時に口コミ的な観光・ショッピング・グルメ等の情報提供を草の根的に行ってもらうことも効果性は高いと考える。

【提言. 4】

言語にまつわる不自由の解消

テクニカル・ビジット客からも福岡市滞在時での言語にまつわる不自由については改善を求める意見があった。このため、ビジネス客での【提言.2 (P122)】と同様、「指差しメニュー」や「まちあるきカンタン会話集」等の既存のツールの活用や、充実を図ることが必要である。

5. 市民交流に関して

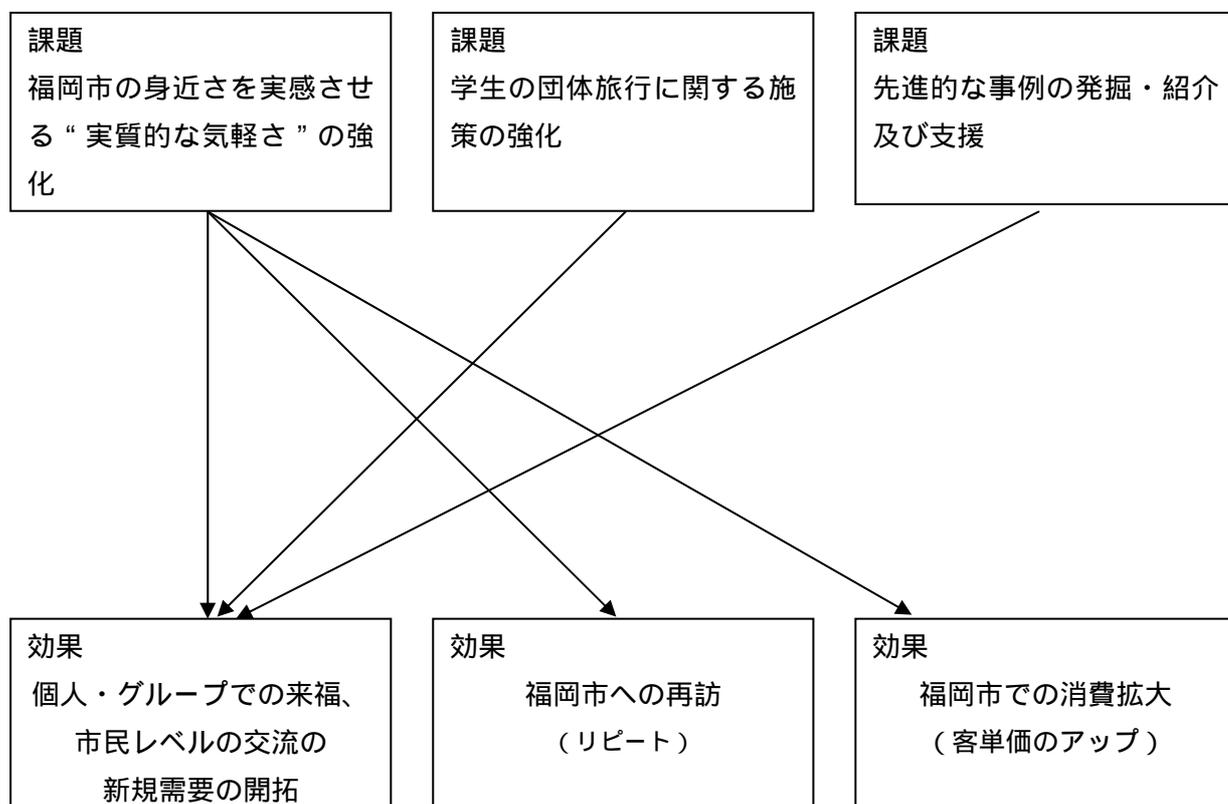
(1) 課題の抽出

韓国との市民レベルの交流の活性化を考えるに際しては、従来型の観光戦略の範疇を超えた「新規需要の開拓」がメインテーマとなる。

これまでの“観光戦略”を超えて、韓国との間に、互いがショッピングやレジャーといった生活の中で日常的に気軽に行き交うような関係を築くことが求められているのである。韓国の国民から福岡市をより身近に感じてもらうためには、福岡市に関する情報発信を強化すると共に、身近さを実感させる“実質的な気軽さ”(主として経済性に関する部分)を強化する必要もある。

また、2005年11月に行われた日韓観光推進協議会においては、「地方自治体間交流の再活性化を図るため、市民同士の交流を軸とした取組みを促進する」ために、「特に学生の団体旅行に関する施策の強化や、先進的な事例の発掘・紹介及び支援の検討を行う」とされており、福岡市においてもこれらに対する取組みは、高い効果が期待されるものと思われる。

したがって、韓国との市民レベルの交流の振興のためには、
 福岡市の身近さを実感させる“実質的な気軽さ”の強化
 学生の団体旅行に関する施策の強化
 先進的な事例の発掘・紹介及び支援
 上記3点を課題とする。



(2) 施策の提言

「課題 福岡市の身近さを実感させる“実質的な気軽さ”の強化」に関して

【提言. 1】

「福岡 Welcome Card」の機能拡充・利用促進

個人レベルでの来福者、市民団体レベルでの交流ともに、交流に際しての費用は全て自己負担となっている場合が多い。このため、特に必須費用（宿泊、交通費、飲食費）の軽減が求められている。ビジターの多くは、この部分で節約できた費用を買物やレジャー等の“楽しみ”で消費したいと考えている。

“必須費用”の軽減に寄与するものとして、すでに「福岡 Welcome Card」という仕組みがある。これは、パスポートとともにこのカード（リーフレット形式）を提示することで各種の割引サービスが受けられるというものである。今後さらに、利用を促進するためには、利用可能機会および加盟店を拡充させると共に、この仕組み自体の認知を拡大することが必要である。

また、利用しやすさを向上させるためには、現在、4言語が併記されている状態のパンフレットを、1言語ずつに分離させることが有効である。特に利用者数が最も多い韓国語版については、その対応が急がれる。

なお、このパンフレットには、外国人ビジターも利用可能な各種割引サービス制度（例えば、西鉄「バス 1 日フリーパス」、「HOT PEPPER」等のクーポン雑誌等）についても紹介するページを設けることや、インターネット上でも紹介しダウンロードにより利用を可能とする方法も有効であり、その価値がさらに高まると考える。

【提言. 2】

イベント・体験型観光への参加促進

福岡滞在に際して「市民交流・イベント参加等」を体験した人は、その再体験意向が高くなっており、リピート化に結びつく可能性が高い。したがって、福岡市を訪れた東アジアからの全てのビジターに対して、「市民交流・イベント参加等」の体験型観光に誘導することが、市民交流客増大に繋がると考える。情報提供方法としては、福岡市における大小のイベントの集約を行い、ガイドブック、インターネットを通じ提供を行うことが有効と考える。

また、個人レベルでの来福客の目的の中で、ショッピング、コンサート等へのニーズも見受けられた。ショッピング・コンサートを目的とした来福客はリピートの可能性も高く、福岡市におけるビジターズ・インダストリーの振興を図る上で有望なビジターと考えられる。

これらのビジターに対しては、福岡市のホームページ内において、福岡市内の流通施設（岩田屋、キャナルシティ、イムズ等）やコンサート情報（BEA、ぴあ等）サイトへのリンクページを作成し、一括した情報提供を行うことで、ショッピング、エンターテイメント等の情報獲得の利便性は高まり、福岡市への訪問意向の向上や福岡市における消費活動の促進に繋がると考える。

また、翻訳サイトのリンクも同ページに掲出することにより、簡易ではあるが多言語化への対応も可能となる。

【提言. 3】

博多港国際航路線の拡充

交流客のヒアリングに際し、福岡発釜山行きジェットフォイルの出発時刻に関し 17:00 以降の便の増便を求める声があった。特に、団体での交流客の自由時間は（交流の最終日）日曜日の朝から昼までと短時間である、福岡市での消費の拡大の視点からも、増便による福岡市での滞在時間の延長は有効な施策と考える。

「課題 学生の団体旅行に関する施策の強化」に関して

【提言. 4】

教育旅行誘致の促進

韓国からの修学旅行生については 2004 年 3 月から査証（ビザ）が免除されたため、福岡市を訪れる修学旅行生は増加傾向にある。修学旅行で福岡を経験した学生は、福岡の身近さ、おもしろさ、魅力等を実感し、その後、個人的に福岡を再訪することが期待できる。さらに、修学旅行は家族等へのクチコミ効果も大きい。

韓国からの教育旅行は、日本の教育旅行同様に参加人数が多く、福岡県への来訪件数も多いことが推測される。また、日韓両政府の施策もあり今後の増加も期待できるビジターである。

福岡市への、教育旅行の推進に向けては、韓国の旅行エージェントに対する情報提供・働きかけが必要である。情報提供の方法としては、福岡市の文化・歴史体験が可能な観光情報や、交流の可能な学校情報を集約しパンフレットやインターネットを通じ提供することが有効と考える。

「課題 先進的な事例の発掘・紹介及び支援」に関して

【提言. 5】

市民交流の成功事例の紹介と新規交流機会の創出。

市民レベルの交流については、成功事例を紹介することが交流拡大の大きなきっかけとなるものと思われる。その際、その事例が多くの人々が共通して関心を持つものであるならば、事例としての効果はいっそう大きくなる。

市民団体の交流内容を把握し、その中での成功事例を PR する事に併せ、さらに、新たな成功事例を作り出す事も有効である。

< 具体的取組イメージ例 >

【「アジアマンス」での市民交流団体 PR】

市民交流団体の活動をアジアマンス事業として登録することにより、アジアマンスのガイドブックやホームページで交流活動を広く PR することが可能であり、広く市民の興味・関心を喚起し、既存の交流活動への市民参加の促進や新たな市民団体レベルの交流の創出につながるものとする。

また、釜山においても同様の主旨の PR 活動を行うことで、釜山の市民交流団体の福岡市への誘導を図ることも可能と考える。

< 參考資料 >

1. コンベンション客調査 アンケート票

福岡国際会議場来場者アンケート

(国際宇宙会議)

このアンケートは福岡コンベンションセンターの今後の運営の参考にさせていただくためのものです。該当する項目に をつけてご意見をお聞かせ下さい。

【あなた自身や交通手段、宿泊、観光などについてお伺いします。】

国籍 () 性別 1. 男性 2. 女性

年代 1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代以上

今回の来福に家族の同伴者はいますか? 1. いない 2. いる (名)

今回の来福以前に、福岡市について知っていましたか。

1. 以前にも来福したことがある。(目的:)
2. 来た事はないがよく知っていた。(理由:)
3. 都市名だけは知っていた。
4. 知らなかった。

1~3とお答えいただいた方にお伺いします。

今回来福するまでの福岡の印象を教えてください。

()

福岡の情報をどのようにして入手しましたか。

1. 入手していない
2. 事務局提供資料
3. インターネット
4. ガイドブック
5. その他 ()

情報の入手時期は。

1. 来日前
2. 来日後

福岡に入ったのは何時ですか、また、何泊される予定ですか。

月 日 (泊)

差し支えなければ宿泊先についてお聞かせ下さい。

1. ホテル
 2. 日本旅館
 3. 公の宿
 4. その他 ()
- (宿泊施設名)

ホテルなどの設備やサービスについてお聞かせ下さい。

1. 十分なサービスだった
2. 不十分だった [理由

]

市内宿泊先から会場までの交通機関をお聞かせ下さい。

1. タクシー
2. 地下鉄
3. 路線バス
4. シャトルバス
5. 徒歩
6. その他 ()

日中にまとめて自由に動ける時間はどのくらいですか。

1. ほとんどない
2. 2~3時間
3. 半日
4. 1日
5. その他 ()

自由時間があれば何をしますか。

1. 観光
2. ショッピング
3. 飲食
4. 何もしない
5. その他 ()

福岡で行かれたところ、または行きたいところをお聞かせ下さい。(複数回答可)

1. デパート等のショッピングセンター 2. 伝統工芸品販売所 3. 観光施設
4. 神社・仏閣等史跡 5. 博物館・美術館 6. 日本料理店等レストラン
7. 屋台 8. 海や山等の自然景勝地 9. その他 ()

開催地としての福岡の魅力をお聞かせ下さい。(複数回答可)

1. 歓楽街等の都市の魅力 2. 神社・仏閣等の歴史 3. 特産物や食べ物の魅力
4. 近隣県に温泉、観光地が多い 5. 自然や海 6. 施設整備等都市のインフラ
7. 来訪のための交通アクセス 8. その他 ()

滞在中、個人的に使用された費用についてお聞かせ下さい。(予定も含む)

- * 福岡市内に到着してから福岡市内を離れるまでの費用。
* 主催者側等の負担分は0円として記入して下さい。

総計 ()円

- 内訳
- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. 宿泊費 ()円 | 2. 飲食費 ()円 |
| 3. 交通費(市内移動費)()円 | 4. お土産・買物費()円 |
| 5. 娯楽(市内観光含む)()円 | 6. 観光費(市外) ()円 |
| 7. その他 ()円 | |

今回、福岡市にお越しになって感じた印象をお聞かせ下さい。

1. 大変満足 2. 満足 3. どちらとも言えない 4. やや不満 5. 大変不満
〔理由〕

これまでも国際宇宙会議に出席したことがありますか

1. ある 2. ない
「ある」とお答えいただいた方にお伺いします。

これまでに参加した国際宇宙会議の開催場所をすべてお答え下さい。

〔)

これまでに参加した国際宇宙会議の開催場所で、一番印象に残っているのはどこですか

(開催地都市名:)

〔理由〕

【コンベンションゾーンについてお伺いいたします。】

コンベンションゾーンの全体的印象・評価をお聞かせ下さい。

1. 大変よい 2. よい 3. 普通 4. あまりよくない 5. 悪い
〔理由〕

福岡国際会議場のホール・会議室等の印象はどうでしたか。

1. 大変よい 2. よい 3. 普通 4. あまりよくない 5. 悪い
〔理由〕

マリンメッセ福岡の印象はどうでしたか。

1. 大変よい 2. よい 3. 普通 4. あまりよくない 5. 悪い
〔理由〕

今日の昼食について伺います。(予定も含む)

1. 弁当
2. 会議場レストラン
3. マリンメッセレストラン
4. サンパレスレストラン
5. ベイサイドレストラン
6. その他周辺飲食店

会議で提供される夕食(レセプション)以外の夕食は、どこで食べますか。

1. 会場レストラン
2. 会場周辺レストラン
3. ホテル
4. ホテル周辺レストラン
5. その他()

* ご協力ありがとうございました。

福岡コンベンションセンター

九州内の道路網の整備状況					
九州内の移動にかかるコスト					
交通情報（公共交通機関や道路標識等）の多言語対応					
異なる交通機関相互の連携（乗換えの利便性、共通切符等）					

問6：仕事の際に通訳を使いましたか。

- 1．自国の通訳を同行させた
- 2．九州で通訳を手配した
- 3．九州外の日本で通訳を手配した
- 4．相手が通訳を手配していた
- 5．通訳は使っていない（英語でやり取り）
- 6．通訳は使っていない（英語以外でやり取り）

問7：ビジネスの場としての九州の強みはどのように感じられますか。当てはまるもの全てに をつけてください。

- 1．アジアへの近接性
- 2．高速交通体系の充実
- 3．空港・港湾機能の充実
- 4．福岡市の活力
- 5．市場規模の大きさ
- 6．電気機械産業の集積
- 7．自動車産業の集積
- 8．食品関連産業の集積
- 9．大学・研究機関の集積
- 10．人材の集積
- 11．豊かな自然環境
- 12．その他（ ）

問8：九州を訪れるにあたってどのような情報を入手されましたか。入国前と入国後別に当てはまる番号すべてを下の欄に記入してください。

- 1．宿泊施設の紹介・予約
- 2．交通情報
- 3．交通機関のチケット予約
- 4．産業・経済の概要
- 5．観光・イベント情報
- 6．食事
- 7．レジャー・娯楽
- 8．外国人向けサービス
- 9．その他（ ）

入国前に収集した情報	入国後に収集した情報

問9：九州の情報はどのような方法で収集しましたか。入国前と入国後別に当てはまる番号すべてを下の欄にご記入ください。

- 1．インターネット（日本の公式サイト）
- 2．インターネット（自国の公式サイト）
- 3．インターネット（日本の個人サイト）
- 4．インターネット（自国の個人サイト）
- 5．新聞・雑誌、ガイドブック
- 6．知人からの情報・口コミ
- 7．テレビ・ラジオ
- 8．その他（ ）

入国前に情報収集した方法	入国後に情報収集した方法

問10：入国後に使用したインターネットに をつけてください（はいくつでも可）。

- 1．持参したパソコンから接続
- 2．宿泊施設備え付けのパソコンから接続
- 3．インターネットカフェから接続
- 4．持参した携帯電話から接続

問 18：福岡の魅力を感じる場所はどこですか。当てはまるものすべてに をつけてください。

- 1．歓楽街等の都市の魅力 2．神社・仏閣等の歴史 3．特産物や食べ物の魅力
 4．近隣に温泉、観光地が多い 5．自然や海 6．施設整備等都市のインフラ
 7．来訪のための交通アクセス 8．ホスピタリティ 9．その他()

最後にあなた自身のことについておたずねします

国 籍		性 別	男	女
年 代	1．10代 2．20代 3．30代 4．40代 5．50代 6．60代 7．70代～			
九州への来訪	1．はじめて 2．2回 3．3～5回 4．6～9回 5．10回～			
九州滞在期間	1．1日 2．2日 3．3日 4．4～5日 5．6～7日 6．8～14日 7．15～30日 8．1か月～半年 9．半年～			
職 業	1．役員・管理職 2．専門職 3．会社員 4．公務員・団体職員 5．自営業 6．パート・アルバイト 7．学生 8．その他			

【以下の質問については、調査員が直接おたずねして記入します。お手数でなければ、記入していただいても結構です】

問 19：今回の仕事での訪問地はどこですか。当てはまる場所全てに をつけてください。

- 1．福岡市 2．北九州市 3．他の福岡県 4．佐賀県 5．長崎県
 6．熊本県 7．大分県 8．宮崎県 9．鹿児島県 10．広島県
 11．東京都 12．大阪府 13．その他()

問 20：仕事以外の場面で言葉の不自由は感じましたか(4、5 と答えた方はどのような場面で不自由を感じましたか。具体的内容を教えてください)

- 1．感じなかった 2．あまり感じなかった 3．どちらでもない
 4．やや感じた 5．感じた

(不自由を感じた具体的な内容)

問 21：九州におけるビジネス活動を円滑に行うために、どのようなインフラやサービスがあったら便利ですか。具体的に教えてください。

問 22：乗り継ぎの合間など自由に行動できる時間がある場合、どこにどのような情報があれば便利ですか。

--

問 23：仕事は抜きにして、観光等で福岡市に再び行きたいと思いませんか。

1. 思う 2. 思わない

そう思う理由	
--------	--

問 24：今回の来訪で最もおいしかった食べ物は何ですか。また、あなたの国で売れそうな日本の農林水産物・食品は何ですか。いくつでも結構です。

おいしかった食べ物	売れそうな農林水産物・食品

ご協力ありがとうございました

3 . テクニカル・ ビジットヒアリング個表

(1) 北京匯人科技發展有限公司

プロフィール	1993 年、設立。 政府と連携して医療等のソフト開発業務を行なうハイテク企業。 2003 年 12 月に福岡事務所設立。
主な業務	ソフトウェア開発、ソフトウェア販売代理 日中間 IT 人材交流及び各種コンサルティング業務
規 模	従業員数:北京/20 数人 日本/11 人(技術者含む)
備 考	http://www.hwayren.com/Japanese/Default.aspx (日本語)
ヒアリング対象者	林 社長代理

き っ か け ・ 動 機	<p>2 年前(平成 16 年)の福岡市の会議に 20 社の中国企業が招待されて、福岡市の説明やインフラ等の視察に参加した。</p> <p>来福以前は福岡についてはほぼ知らなかった。東京、大阪に比べて中国での福岡の認知度は低く、情報量も少ないように感じる。</p>
ア プ ロ ー チ 方 法 ・ 情 報 収 集 方 法	<p>福岡市からのアプローチに対し社長自身が福岡行きを決定し、福岡市が調整を行ってくれた。</p> <p>その後、提携先を探す際には、福岡市(経済振興局) 商工会議所から情報を収集した。現在もこの二つを主に活用している。</p> <p>当初 JETRO は知らなかったが、現在は活用している。</p> <p>情報内容に関しては、会社のサポート情報よりも、具体的な地場の企業情報を教えてほしい。提携先等を探す際に参考にしたいが、充実していない上に情報量も不足している。</p> <p>「日中ビジネス相互交流研修プログラム」は知らなかった。内容を聞いて非常に興味がある。こうしたプログラムの情報を欲しがっている中国企業は多いと思う。吉林省、黒龍江省あたりに知っている企業があるが、そこは興味を持つと思う。その他では、北京中関村(中国のシリコンバレー)にも興味を持つ企業は多いだろう。</p> <p>人材に関して言えば、現在中国人技術者しかいないが、業務上日本人技術者を採用する必要を感じている。将来的に採用するつもりだが、人材に関する情報提供機関があると良い。</p> <p>福岡にいる中国人同士のネットワークがあるにはあるが、あまり活発な活動などはない。また、活発に情報交換するほどの情報もない。そうしたネットワークが一番欲しい。今は有効な情報源が官公庁以外にほとんどなく、情報提供者の必要性を強く感じる。</p>

<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">福岡市訪問時の行動</p>	<p>11名で2~3泊の滞在だった。経路は福岡空港 ホテル 会社 視察（百道・アイランドシティなど） 太宰府など観光。</p> <p>人数が少ないため団車で移動（車で移動）した。福岡市の交通インフラはよく整備されている。</p> <p>福岡への視察は不定期に行っており、人数は1~3名の間。特に理由がある訳ではなく、その時の都合により決定する。</p> <p>自由時間については半日程度あり、福岡での観光は太宰府や天神、県外ではもともとの予定として温泉（大分）に行った。</p> <p>具体的な費用は言えないが、宿泊等の出費は最低限に押さえている。福岡は東京に比べると、比較的物価は安いと思う。</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">受入れに対する評価・要望 テクニカル・ビジット</p>	<p>福岡を視察先として選ぶ最大の理由は、現在福岡に会社があるため。福岡は東京に比べてサービスは良いと思う。</p> <p>中国から視察に訪れる技術者には、日本のサービスや異文化に対する理解や自国と異なる考え方を知って欲しい。視察の期間は短いため、技術面での向上というよりも、そうした良質のサービスや日本の考え方等にふれて、日本の企業と提携する際にその経験を活かして欲しい。</p> <p>福岡市の大学は機能・情報の集積度が高く、将来日本人の技術者を採用する事を検討している。しかし、人材に関する情報が不足しており情報が欲しい。</p> <p>ビジネスに関する相談をした際に、それぞれの機関が具体的な解決策をもっていない。他の機関を紹介してくれるよりも、その場で解決策を明示してくれると助かる。様々な面でノウハウを蓄積している所があると良い。</p> <p>福岡市はテクニカルビジットの訪問先として魅力的とは思いますが、さらに福岡の企業情報の発信と充実を望む。そうした情報を発信する機関、もしくは企業仲介機能を持つ所をもっと紹介して欲しい。</p>

(2) 上海市観光コンベンションセンター

プロフィール	
主な業務	
規模	従業員数/ 人以上 年間売り上げ/ 億円
備考	
ヒアリング対象者	蔣 順主管

きっかけ 動機	政府観光局の仕事で、上海のPRを目的とした観光展への出展とに併せ、各都市の観光PR方法の視察を行っている。
アプローチ方法 情報収集方法	日本にある中国政府旅遊局大阪事務所がすべてスケジュールリングを行ったので、詳細についてはわからないが、日本に事務所があることで調整がスムーズに進んでいることは事実だと思う。団体・個人で必要な情報の多くはインターネットで入手している
福岡市訪問時の行動	<p>総勢 30 名程度で毎年実施し、全体スケジュールは 11 泊 12 日、内福岡は 1 泊 2 日程度。移動・宿泊等の手配については全て旅行会社が手配している。毎回スケジュールがタイトで観光を行う時間はほとんどない、福岡で行けたのは、飲食と福岡タワーだけだった。</p> <p>経費・費用は個人負担ではないのでどの程度か分からない、個人の消費額は 1 日 2~3,000 円程度。</p>
受入れに対する評価・要望 テクニカル・ビジット	<p>市内表示板が英語表記が多く分かりづらく、バス・地下鉄等の公共交通機関においても行き先・案内表示を含めて分かりづらい。</p> <p>一番不便なのはビザの問題、観光でも商務でもビザの手続きがあまりにも煩雑で、それだけで疲れる。簡素化して・スピーデーに行ってほしい。</p>

(3) BANDO

プロフィール	釜山市の住宅建設メーカー勤務。 企画部に所属する女性（30代）
主な業務	マンション建設デベロッパー
規模	従業員数/約 400 程度
備考	http://www.bando.co.kr/
ヒアリング対象者	イ クォンスクさん

きっかけ 動機	<p>マンションの付加価値として、今韓国で流行っているチムチルバン（日本のスーパー銭湯）の併設を検討した。その際、特色を出すために世界各国の同様の施設を調べたとき、日本のスーパー銭湯の事を知り選択肢の一つとした。最終的に、日本のスーパー銭湯選んだ、理由は様々あるが詳しく調査を行うにあたって、時間的にも・費用的にもメリットが多いことも挙げられる、福岡を視察場所としたのもその理由の一つだ。視察目的はシステム・運営方法・維持管理費等を知ることだった。実施は平成 17 年の 4 月。</p>
アプローチ方法 情報収集方法	<p>最初は、通訳を使い直接連絡・アポイントを取ったが受け入れてもらえなかった。次に、数は少なかったが、福岡市でこれまでお会いした企業関係者の方を頼り、了承と調整をとっていただき、結果的に実施に至った。情報は協力会社の方から「銭湯のリスト・パンフレット・地図・雑誌」等をこちらで翻訳しながらデータ化した、一部インターネットも使用したが翻訳機能は正確な情報は分からなかった。</p> <p>コーディネートに対しては、ビジネスとして費用をお支払いした（数万円程度）。</p>
福岡市訪問時の行動	<p>実施は 6 名（視察者 4 名 + 通訳 2 名）で、滞在は、福岡市のみで 3 泊 4 日だった。当初は観光もできればと思っていたが、視察を行い夜は情報の整理に追われていたが、夕食は、地元の人行くようなお店を選んで入り楽しんだ（通訳と一緒にだったので気軽だった）。帰国日は半日程度時間ができ街中（天神）で過ごした。使ったお金は、4 日間で（宿泊・交通費・移動費除く）一人あたり 2 万円程度。</p> <p>（短時間での観光情報の提供について）やはり、せっかく海外への出張だからという気持ちはあり、自分では組めないルート情報だと思うので、あると役立つと思う。</p>
受け入れに対する評価・要望 テクニカル・ビジット	<p>受け入れ側はの話せることと、話せないことは予め聞いていたので問題はなかったが、通訳に関しては釜山で手配し想定問答を行った上で実施したが、やはり分からない「専門用語」があり多少苦労した。</p> <p>（観光等の消費促進を行うのであれば）今回の視察スケジュールから見ると、釜山への航空便が後 2 時間位遅いと滞在時間が延びるのでは、半日（6 時間位）自由時間があっても、移動と空港の待ち時間を合わせると実質 4 時間位になる。また、出国手続きをするまでの行列はストレス、仕事で疲れて立って並んで疲れて、何で登場口が 2 つあるのに 1 つしか使わないのか分からない（韓国ではありえない）</p>

(4) ゴルフメイト

プロフィール	釜山に2店舗、ゴルフクラブの販売店。
主な業務	ゴルフクラブの販売
規模	従業員10名規模
備考	
ヒアリング対象者	パク インチェ

<p>きっかけ ・ 動機</p>	<p>ここ数年、韓国では大変なゴルフブームとなっており、中古のゴルフクラブ市場へのニーズも高まってきている。日本の中古ゴルフクラブの販売・仕入れ方法の視察を行うことが有効と考え開始した。また、韓国国内のゴルフ場は高く、日本・九州でプレーをする人が増えてきているため、九州のゴルフ場とのコネクション作りもビジネスに有効と考え実施している。</p>
<p>アプローチ方法 ・ 情報収集方法</p>	<p>福岡での留学経験があり、ある程度日本語が話せるので、インターネットで相手先を探し、メール・電話でアプローチを行った。アプローチ・情報収集には困らなかったが受け入れてくれる相手先がなかなか見つからず苦労した。福岡に限らず、ビジネスを行おうとした際、幅広く相談に応じてくれる機関があれば良いと思う。</p>
<p>福岡市訪問時の行動</p>	<p>当初は1人で福岡・九州に来ていたが、今は、同業種の店主グループで懇親の意味も含め5人程度行っている。人数はその時々仕事の都合で増減はある。</p> <p>日程は2泊3日が多く、視察(ビジネス含む)2日、ゴルフ1日のパターンが多い</p> <p>福岡は視察、ゴルフ・観光は阿蘇など温泉と組み合わせるパターンが多い。</p> <p>費用は、最近では、ゴルフ観光に費用を費やすことが多くなり、交通費・宿泊費を除き4~5万円は使い、ゴルフ代と懇親の飲食費が多く占めている。九州での移動はほとんどレンタカーを使用している。自分は福岡を知っているので特には思わないが、他の人は阿蘇・別府・長崎等他県に行きたがる傾向がある。ソウルと同じ都市形状の福岡よりも観光地・温泉地に魅力を感じているようだ。</p>
<p>受入れに対する評価・要望 テクニカル・ビジット</p>	<p>やはり、ビジネスに関する情報と、相談できる窓口が欲しい。福岡にも友だちがいるが、この業種に携わっていないと、ルートが無かったり希望とズレたりすることが多い。多くの方が、ビジネスチャンスと思っても、大企業ではないので限界が多く個人で苦労しているのでは？</p> <p>また、福岡に限らず、韓国語の案内表示と韓国語又は、英語で対応可能な施設がまだまだ少ない。</p>

(5)志賀設計

プロフィール	福岡市の民間企業有志団体「福岡嘉興倶楽部」の一員。 福岡市と嘉興市の市民交流にも貢献。
主な業務	医療施設 公共施設 マンション施設等の建設
規模	従業員数/25 人程度
備考	嘉興市農業団体の福岡市での農業視察をコーディネート
ヒアリング対象者	安田一郎氏

デジタル きっかけ・ 動機	平成 17 年から福岡嘉興倶楽部と嘉興市との市民交流の一環として、嘉興市農業団体の福岡市での農業視察をのコーディネートを行った。
情報 収集 方法	申し入れは嘉興市より、先方に対する情報は上海事務所（上海志賀設計咨询有限公司）を通じ提供をおこなった。求められた情報は、福岡市及び近郊の低農薬農法を実践している農家の情報で、旅行・宿泊手配は中国の旅行会社、観光・飲食・ショッピング等の設定はこちらが行った。 農業地区の町づくりについても視察を求められたが、事前の希望情報に無かったので実施にはいたらなかった。
福岡市 訪問時 の行動	来福者は、人民政府の官僚及び秀州区の農村部の村長を含め 17 名の視察団だった。通訳は先方手配 1 名・当社上海駐在員 1 名の 2 名体制で対応した。視察の実施の 4 日間は移動と視察の繰り返しで日中の自由時間はほとんど無かったため、視察コースの途中に太宰府等の観光コースも交えた。移動はチャーターバスで行った。夜は福岡嘉興倶楽部との懇親交流会を含め友好を深めた。また、自由時間も個人行動はあまり無く基本的に団体で行動されていた。ショッピングについてはお土産が中心で、デジタルカメラ・化粧品（日本製の化粧品は中国で人気が高い）等を購入されていた。一人あたりは凡そ 1~2 万円人によっては 20 万円以上の買い物をされた方もおられる。観光については、4 日間の視察が終了した後、阿蘇、大分 2 泊 3 日で行かれたと聞く。
デジタル 受入れに 対する 評価・ 要望	事前の準備により、充実した視察ができたと好評を頂いた。 言語は 2 名の通訳が対応し、基本的に同行なので不自由は無かったと思う。 受け入れ側として一番困ることは、事前に十分な視察目的・相手先の情報が取れない場合や、準備期間のほとんど無い中での調整を望まれるとである。

(6) 北京新幹線学校

プロフィール	中高生を対象にした予備校。その他に日本語学校も経営。 国内6校、海外1校(福岡)
主な業務	中高生を対象とした授業、進路指導、日本語教室、中国語教室(福岡)
規模	学生数/約5,000人 従業員数/90人程度(教師兼職含む)
備考	http://www.xgxschool.com (中国語)
ヒアリング対象者	馮 建校長

テクニカルビジットの きっかけ・動機	<p>日本で教育ビジネスを立ち上げるため。研修先は北京外国語大学院の教授の推薦により福岡市の専門学校で視察を行った。(1996年~1998年間の1年3ヶ月福岡に留学経験があり、福岡市に対する印象が良かったことも選択理由としては大きい。)</p> <p>福岡は東京・大阪に比べると都市規模は小さいが、都市機能(ほどよい都市の大きさ)が充実しており好印象だった。また、物価も東京・大阪より安く住みやすい街だった。</p>
アプローチ方法・ 情報収集方法	<p>実施調整は本人(馮 建校長)が行った。当初はアクロスの国際交流センターに問合せ(知人の情報により)を行ったが、コーディネートまでは行ってもらえなかったと記憶している。</p> <p>個人での直接連絡も行ったが交渉・スケジュール調整が上手くいかず、最終的には福岡の友人に情報収集・コーディネートを依頼し実施に至った。相手先の詳細情報についてはインターネットで調べた。</p> <p>日本のテクニカルビジットの紹介ホームページでは、近畿経済産業局の「関西テクニカルビジット」は、いつでも検索でき情報量も多く利便性は高い。</p> <p>テクニカルビジットに関する情報収集の容易さ、満足度、実施の際の満足度は、企業規模が大きく最新情報が集まっている分、東京・大阪のほうが高い。</p> <p>福岡については、友人がいるのでコーディネートを含め安心してできるので頻度が高くなっている。</p> <p>やはり、国を越えてのテクニカルビジットの調整はコネクションがないと難しい。企業の情報提供と企業調整を一貫してコーディネートする機能があればいい。</p> <p>備考：日中ビジネス相互交流研修プログラムについては知らなかった。</p> <p>テクニカルビジット情報に限らず、幅広い情報交換の場として和華会(日本人女性を妻に持つ中国人の会)での会合が、日本の情報収集に役立っている。</p>

<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">福岡市訪問時の行動</p>	<p>実施はいつも 1 人なので規模の制限・変化はない。消費額も 1 日あたり宿泊・交通費を含み 2 万円位で変化はない。</p> <p>主目的は企業訪問であり、観光については一概に言えない。日程が取れば行すが、忙しければ行かない。</p> <p>1 人での行動なので自由時間の調整は容易に行える。観光では福岡については詳しいので、行く場合は県外が多い。</p> <p>観光情報は日本の友人などから聞く程度。交通は分からなければタクシーに乗る（明確に行き方が分かればバス等）</p> <p>その他必要な情報はインターネットを使うが、日本語のみのサイトが多く、日本語の分からない中国人は使えないと思う。ビジネス関連の情報の中国語サービスを充実させてほしい。</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">受入れに対する評価・要望 テクニカル・ビジット</p>	<p>福岡市は交通が便利で、市民が優しく、物価は他の大都市と比べ安く、都市整備も進んでいる。ハード・ソフトとも重視されていて、東京・大阪に負けない集積力があると思う。特に、大学の図書館の書籍が充実しており、情報誌（経済誌など）から充分最新の情報を入手する事が出来る。</p> <p>外国人に対する受入は、企業・飲食関係のサービスは成熟していると思う（但し、日本語が分かる外国人であれば）</p> <p>中国語表示の標識の増加と、通訳の案内・手配機能を充実して欲しい（知り合いに聞かれた際、紹介しにくかった）</p> <p>また、事務所や家を借りることが容易でない。日本人が借りるより金額が高く、手続きなどの労力が多すぎる。何らかの対策が必要である。</p> <p>福岡市は良い街だと思うが、知人に推奨する場合は「知人の言語レベル経済レベル」等により変わってくる。道路標識・お店のメニュー・ショッピングセンター・インターネットサービスなど、外国人が日常生活をする上での言語を中心とした不自由を解消と、テクニカルビジット等の外国人向けの仲介機能・情報発信をもっと積極的に行ってほしい。</p>

(7) 中国国際青年中心 国際青年研修大学

(テクニカルビジット実施1回目)

プロフィール	共産党青年団の直属機関。 海外との友好事業のみならず経済発展への貢献も目的としている。
主な業務	青少年交流、文化交流など幅広い国際交流活動。 国際青年研修大学は、20カ国以上の学生、研究者、経済界との交流を行っている。1996年より外国留学生の受け入れを開始。
規模	学生数/400 - 500人 教員/約60人 従業員数/約30人
備考	http://www.ccyi.org.cn/organs/direct_organs/jlzx.htm (中国語)
ヒアリング対象者	楊副主任

きっかけ・動機 の テクニカルビジット	福岡の学校関係者に招聘され、4名で視察とセミナーに参加した。日程は5泊6日で、福岡には4泊5名。ビジネス提携と人材交流情報の収集を目的に訪れた。 福岡での目的が終了して「愛・地球博」に行き名古屋に1泊した。
情報収集方法 アプローチ方法	招聘されての視察だったため、こちらからはアプローチは行っておらず、日程表及び必要書類・情報は招聘側から送付された。
福岡市訪問時の行動	全ての費用・旅行・宿泊等の手配は招聘側が負担したので、福岡での出費は、個人的な飲食とお土産代のみで一人当たり3~4万円程度しか使っていないと思う。 福岡については国際交流事業を行っているので都市名くらいは知っていたが、詳しくは知らなかった。また、事前に福岡市について詳しく調べることもしなかった。 福岡での交流は4日間通してあったが、比較的自由時間は多く、夜の会合の時は太宰府や福岡の温泉に、3~4時間しかない時は市内(天神・キャナル等)に行った。 行動は全員福岡の事を知らないなので基本的にはタクシーで一緒に動いた。太宰府等は受け入れ側が移動を含め手配してくれた。

<p>受入れに対する評価・要望 テクニカル・ビジット</p>	<p>視察ではあったが、業務の提携が主目的だったので十分な結果が得られ満足している。 福岡市は都市規模が大きいのに街がコンパクトで、移動時間も短く、スケジュールの履行がスムーズでビジネスに適した街だった。 団体・企業の対応もよく（対応がスピーディーで・正確・欲しい情報以上のものを事前に準備してしてくれた）、サービス業（観光で行ったところ）も成熟しており、非常に好印象を持った。道路標識も非常に充実しており、漢字表記なので概ね理解できた。 福岡市でのテクニカルビジットの推進に向けての要望は特にはないが、中国との相互交流事業をもっと進めて欲しい。例えば、文化・経済に留まらず市民レベルでの交流を盛んにできる状況ができれば良いと思う。多くの中国人は福岡市を体験すると好印象を持ち、再度来たくなると思う。</p>
------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

（テクニカルビジット実施2回目）

<p>動機 きっかけ</p>	<p>東京・大阪の関係団体への表敬訪問・情報交換のため実施した。前回の訪問実績があったので福岡にも訪れた。</p>
<p>情報収集方法 アプローチ方法</p>	<p>アプローチは日中青年研修協会を通して行った。ここは情報・調整機能が充実している。日中青年研修協会については、これまでの日本の団体・企業との交流の中で築いたネットワークを通じて紹介された。 東京・大阪の府関係者、行政関係者とはつながりがあるので、テクニカルビジットの実施は容易である。「博多21の会」との交流もあり福岡情報は充実しているが、個人的には東京・大阪のほうが実施にあたっての利便性は高いと思う。</p>
<p>福岡市訪問時の行動</p>	<p>費用は全体の移動宿泊で30万円くらい、個人でも10万円くらいは使った。ほとんど飲食とお土産の費用だったが、大分では観光にも使った。 2回目の実施では業務が中心となり、個人・団体での自由時間は夕方から夜の数時間しかかったため、東京・大阪・福岡での観光は難しく、市内での街並みの散策くらいだった。大分の温泉が唯一観光らしい観光だった。</p>
	<p>テクニカルビジットの実施・受入に対する評価は1回目と同様</p>

(8) 吉林大学

プロフィール	<p>旧吉林大学は 1946 年創立。</p> <p>旧吉林大学、吉林工業大学、白求恩医科大学、張春科技大学と長春郵電学院の 5 大学が合併して 2000 年に設立。</p> <p>中国教育部直属の国家重点大学。</p> <p>合併後は 11 の専門分野を有する総合大学としてハイレベルな教育を行なっている。</p>
主な業務	<p>通常の大学教育の他に、対外交流も幅広く、学校間の協力も世界 40 カ国 120 余の大学に広がっている。</p> <p>福岡では西南学院大学との交流事業を行なっている。</p>
規模	<p>学生数/約 63,000 人（その内博士・修士課程学生約 19,000 人）</p> <p>留学生/約 800 人 教員数/約 5,900 人</p>
備考	<p>5 つの大学が合併してできたため、5 つのキャンパスが市内に分布している。</p> <p>http://www.jlu.edu.cn/newjlu/（中国語）</p>
ヒアリング対象者	李教授

きっかけ 動機	<p>西南学院大学と提携しており、大学間交流の一環として 1 名で 7、8 回来福している。滞在期間は 1 回 1 ヶ月～1 ヶ月半で、講義や会議が主な業務となっている。</p>
アプローチ方法 情報収集方法	<p>アプローチ・調整作業は全て大学の事務局が行っており、個人では何も行っていない。西南学院についての情報については、大学の対外部門・中国教育部（日本の文部科学省に相当）を通じて必要とする情報は全て容易に入手できる。</p> <p>その他のテクニカルビジットの情報収集（実施成果等）は、中国国内の大学間交流、研究所の交流で行っている。</p>
福岡市訪問時の行動	<p>長期の滞在なので、日本人の大学関係者の日常生活行動と大きな差はない。日常の生活・娯楽の情報も知り合いを通じ入ってくるので、情報面の不自由は全くなかった。</p> <p>但し、生活の費用は宿泊費以外が自己負担のため、特に飲食代が中国の物価よりかなり高く困った。</p> <p>観光は業務が忙しく頻繁にはいけていないが、「阿蘇、太宰府」が印象に残っている。</p>

受入れに対する評価・要望 テクニカル・ビジット	<p>世界各国で提携大学・団体と頻繁に交流を行っているが、福岡の情報力・情報収集の容易さ及び実施の満足度は高いと思う。</p> <p>都市のインフラ、都市計画、交通の利便性が良く、外国人の受入体制についても、学校レベルで言えば、海外の学校との交流が活発で体制が整っている。</p> <p>サービス業も（私は日本語が話せないが）周到で、態度が良く不自由は感じない。標識も漢字なので理解ができる。</p> <p>友人知人にも福岡市を推奨しているし、個人的にも福岡に来るのは楽しみだ。</p> <p>福岡の行政は、交流の拡大に向け、他の地域・国と比較しても良くやっていると思う。但し、長期滞在するものにとって、飲食と居住の物価の高さについては、何らかの調整を行って欲しい。</p>
----------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(9)大連日商外企服務有限公司

プロフィール	大連に 2004 年設立（もともとは政府機関である沙河口区対外貿易局の部門から独立） 大連の外資法人設立認可機関と提携関係を持つ、日系中小企業専門の総合経営コンサルタント会社。
主な業務	会社設立、決算、法務コンサルティング
規模	払込資本金 100 万元 従業員数 12 人
備考	行政書士、税理士、会計士、弁護士と提携し、大連進出日系企業の抱える問題に幅広く対処。 http://www.nisho.com.cn/ （日本語・中国語）
ヒアリング対象者	朱 麗 最高執行責任者

動機 きっかけ	福岡の知人からの企業紹介で、業務提携を目的に、打合せ、企業状況の把握のため、テクニカルビジットの実施を決めた。
情報収集方法 アプローチ方法	日本と中国をひんぱんに行き来する知り合いや、繋がりのある日系企業を通じて、他県での業務提携を目的としたテクニカルビジットの実施を調整した。 調整は会社の者にさせたが、インターネットを含め日本からの情報は中国語での情報提供が少ないので、日本語が分からないものにとっては事前の情報収集は容易ではなかった（福岡市に限らず） 本国でのテクニカルビジットの情報は、大連日本商工クラブ（大連の日本人商工会議所）、JETRO大連事務所、日本企業に関するシンポジウム、各都道府県が行っている民間交流会などから収集した。
福岡市訪問時の行動	参加者は2名、全体スケジュールは11泊12日で、その内福岡は3泊4日。 福岡市～大阪～京都～東京（入国は福岡空港、出国は成田。国内移動は全て新幹線）の順で移動し、テクニカルビジットは、福岡・大阪・東京。京都是観光のみで1泊。 消費額は、1日あたり宿泊・飲食・移動（新幹線除く）費で2万円以内だったと思う。物価については、安いとは思わないが、特別高くて不自由とは思わなかった。 日本語は話せないが、各都市とも市内の移動はタクシーが多く、仕事上も日本企業の対応が良いので、特別不自由は感じなかった。
テクニカル・ビジット受入れに対する評価・要望	福岡の経済・物産などの特色を、中国語でもっとアピールして欲しい。 自分のまわり（中国の知人）も福岡でのビジネスに興味をもっているが、福岡市の知人に頼ることが調整の中心では、情報の広がりや調整に限界がある。

(10)大連市物資回収総公司

プロフィール	元軍人から転職を図った王総経理により、大連に1994年設立。
主な業務	リサイクル物資の回収、販売
規模	従業員数/500人以上 年間売り上げ/20億元以上 固定資産/1.5億元
備考	総経理は軍人から転職して活躍している人に送られる「全国模範軍隊転業幹部」の称号を受けている
ヒアリング対象者	朱麗 最高執行責任者

<p>きっかけ</p> <p>動機</p>	<p>もともとの目的は東京で開かれた環境保全に関する会議と、愛知で開かれた万国博覧会であった。福岡は都市視察対象の一つであったが、主目的は観光だった。</p>
<p>アプローチ方法</p> <p>情報収集方法</p>	<p>テクニカルビジットは窓口となる大連投資促進センターが全て手配してくれた。</p> <p>福岡行きは、日本からの関係企業や、大連市のからの情報を聞き、視察先に組み込んでもらった。訪問前はあまり福岡市のことは知らなかった。</p> <p>テクニカルビジットの情報については、大連市対外経済貿易合作局・大連投資促進センター（大連市対外経済貿易合作局の下部組織）・取引先の会社を通じ、容易に質の高い情報が入ってくる。</p> <p>「日中ビジネス相互交流研修プログラム」については知らなかったが、このようなプログラムがあるならぜひ参加したい。</p>
<p>福岡市訪問時の行動</p>	<p>2名+通訳1名で、全体日程は5泊6日、うち福岡には2泊3日。</p> <p>自由時間はあったが、受け入れ側が手配した観光スケジュールがタイトだったため、個人での自由行動はほとんど出来なかった。</p> <p>全旅行行程での一人当りの費用は、宿泊・飲食・市内移動で1日3~4万円程度。但し、電気製品を買ったりしたので、プラス20万円位は使っている。</p> <p>福岡市・日本での行動は大連から同行した通訳がいたので全く不自由はなかった。</p> <p>現在は不定期ではあるが、今後、ビジネス・業務提携に向けての視察目的で福岡に行く頻度は増えるので、交通・飲食・買物・観光・宿泊の情報についてはもっと知りたいと思っている。</p>
<p>テクニカル・ビジット</p> <p>受入れに対する評価・要望</p>	<p>福岡市での視察の成果はまだビジネスとして現れていないので何とも言えない。現状では、東京・名古屋と比べるとビジネスチャンスは少ないように感じるが、これからも機会があれば福岡市に行き、福岡に対する理解を深めビジネスチャンスを拡大していきたい。</p> <p>自分の業種はビジネス面での仲介を要する会社であるため、大連市対外経済貿易合作局・大連投資促進センター等の、仲介機関を活用して日本とのビジネス上の提携関係をつくりたい。</p> <p>日本・福岡市に関する情報については特に要望はない。</p>

(11) 埃慕計算機技術(上海)有限公司

プロフィール	中国の上海、広州、湖州を拠点とし、日本向けソフトウェアの開発
主な業務	コンピュータソフトの開発・設計、コンピュータ関連技術のコンサルティング、コンピュータ・ネットワーク関連機器の販売
規模	従業員数/500人以上 年間売り上げ/5億円
備考	http://www.m-net.com.cn
ヒアリング対象者	李世偉社長

きっかけ	日本向けのソフトウェア開発の業務を行っている関係で、福岡のクライアントを通じ福岡市の同業種の会社と、ビジネスチャンスの拡大を目的に、技術・意見交換や交流を開始した。
アプローチ方法	当初は、企業の紹介を内諾はとってもらえたが、最終的な調整は全て当事者で電話・メールを利用し行ったため実施にいたるには時間がかかった。相手先の情報はインターネットで事前に入手した。 実施に当たっては、(企業の)紹介者がいないと実施が困難で、これまでの知り合いの紹介により、こまめに訪問先にアプローチしていくしかないのが現状である。最終調整は、こちらで行うことができるが、まとまった情報の入手は福岡に限らず困難だ。 (関西テクニカルビジットの情報をヒアリング者から提供されての意見)そのレベルの情報で十分である。テクニカルビジットを受け入れる意思のある企業を一覧できることが、自分たちにとって最も重要である。
福岡市訪問時の行動	福岡には2~3名+通訳1名で、2泊3日程度で実施することが多く、宿泊・移動含め全て自分たちで調整を行う。自由時間は2~3日の間で半日程度しかないため、お金を使うのは飲食が中心となる。交通費を除いて一人1日1万円程度は使っていると思う。 但し、あらかじめ予定を組み込みテクニカルビジットを実施したこともある。九州では阿蘇や長崎、その他では札幌への観光、東京・大阪でのショッピングをおこなった。福岡については、どちらかと言えば、観光よりもショッピングのイメージが強く、「観光」となると他県を選んでしまう。
テクニカル・ビジット受入れに対する評価・要望	案内標示は、漢字表記なので分かりやすい。ただ、バスの利用は行き先、案内含めて分かりづらい。 福岡市において、テクニカルビジットを推進したいのであれば、インターネットで等を通じてもっと情報発信をするべき。テクニカルビジットの相手先を探している企業も多く、大掛かりな告知をしなくても、これらの企業は必ず情報に反応すると思う。

(12) 株式会社 三神ソフト

プロフィール	東京のソフトウェア開発会社、釜山のマックシステムをグループに持つ。 平成 17 年に本社機能を福岡に移した。
主な業務	ソフトウェア開発
規模	平成 18 年 12 月には開発要員 200 名規模の会社となる。
備考	
ヒアリング対象者	ムン チヒョン

きっかけ・ 動機	福岡への本社移転（外国企業への税制優遇措置があったので）に伴い、福岡での研修を開始した。釜山のグループ会社マックシステムが釜山での求人募集を行い、福岡で日本語の学習・研修を行い本採用となり日本・韓国での勤務となる。 研修生には住宅の提供と生活費（規定）を支給。
アプローチ方法 情報収集方法	グループ会社との連絡業務となる。
福岡市訪問時の行動	毎月 10 名が研修生として来福し 4 ヶ月間滞在する（現在 4 期生）。 研修は平日 9:00～18:00 迄となっており時間的な余裕はない。休日は天神・太宰府及び福岡市内に出かける事が多い。滞在が長くなり日本語・福岡市になじんでくると行動範囲が広くなり、他県への観光も増えてくる。

(1 3) 近畿経済産業局

ヒアリング対象者	近畿経済産業局 通商部 投資交流促進課 統括係長 東野 慶子氏
----------	---------------------------------

<p>取組の経緯 1 (受入施設との仲介機能の確立)</p>	<p>「ビジター産業研究会」の設置 (平成 10 年度)</p> <p>「国際ビジターズ研究会」の設置 (平成 11 年度～12 年度)</p> <p>「関西テクニカルビジット・リスト」の作成 (平成 11 年度)</p> <p>「関西テクニカルビジット・リスト (産業博物館編)」の作成 (平成 12 年度)</p> <p>「関西テクニカルビジット・リスト」の当局 HP への掲載作成 (平成 12 年度)</p> <p>「セミナー・シンポジウム」の開催 (平成 13 年 2 月、平成 14 年 5 月)</p> <p>「関西テクニカルビジット受入れ実態調査報告書」(平成 14 年 5 月)</p> <p>「関西テクニカルビジット・マップ」の作成 (平成 14 年度)</p> <p>「テクニカルビジット・ツアー」の実施 (平成 13 年度、平成 14 年度)</p> <p>「IT 導入によるビジター誘致戦略・方策の検討調査」の実施 (平成 14 年度)</p> <p style="padding-left: 40px;">「IT 導入によるビジター誘致戦略・方策の検討調査」の実施から、テクニカルビジットのより積極的な振興を図るための、国際ビジターとテクニカルビジット受入施設との仲介機能の確立が提言された。</p>
<p>取組の経緯 2 (国際テクニカルビジット推進連絡会議内容)</p>	<p>近畿経済産業局が事務局となり、国際ビジター (観光・ビジネス・留学等の目的で訪日する海外からの訪問者) に対するテクニカルビジットの実施の仲介・支援を行う中心的なネットワーク組織として、「国際テクニカルビジット推進連絡会議」を設置。(学識者、産業団体、経済団体、研究機関、自治体、運輸局、観光機関、国際化支援機関、ビジター業界、国際ビジター、NPO、オブザーバー等、約 60 名)</p> <p>< 第 1 回推進会議 (平成 15 年 7 月) の概要 ></p> <p>コーディネーターの任命</p> <p>モデルビジットの実施</p> <p>モデルコースの作成</p> <p>課題・政策の検討</p> <p>テクニカルビジット実施実態・国際ビジターの潜在ニーズの調査 等</p> <p>の取組み内容が合意された。</p>

<p>取組の経緯2 (国際テクニカルビジット推進連絡会議会議内容)</p>	<p>< 第2回推進会議(平成16年3月)の概要 > その中で、主な課題・問題点として以下の点が指摘された。 訪問者の視察ニーズと受入れ施設の公開範囲のミスマッチ 受入れ施設のメリットが不明瞭 訪問者の視察ニーズが曖昧、不明確 受入れ施設情報の不足 受入れ施設の負担(パンフレット・パネル作成費等)</p> <p>会議・調査結果を踏まえて、以下の取組みを実施することが決定された。 旅行会社、国際観光推進センター等の国際観光機関、コーディネーターとの連携による仲介、斡旋の仕組みづくり 国際テクニカルビジットの推進機運醸成のためのセミナーの開催 モデル事業(モデルビジット)の実施 コーディネーター等との連携による受入れ可能施設の新規発掘 受入れ可能施設データベースの一元化に向けた関係機関の協力体制の構築 テクニカルビジット・モデルコースのHPからの情報発信 受入れ施設の負担軽減のための支援策の創設(予算要求及び関係自治体等への働きかけ) 旅行会社等とのタイアップによるテクニカルビジット・ツアーの企画、販売</p>
<p>現状の取組</p>	<p>しかしながら、「国際テクニカルビジット推進連絡会議」集客交流事業への取組み方針は「産業ツーリズムの振興」へと軌道修正された。(シンクタンクからの提言を受けて) そこでは、テクニカルビジットは産業観光の一分野と位置づけられており、それに伴って、「国際テクニカルビジット推進連絡会議」は「産業ツーリズム振興会議」へと発展的に解消された。</p> <p>< テクニカルビジット推進の課題 > 1. 受け入れ側のメリットが見えない。 2. コーディネートは最終的には人脈だのみにならざるをえない。 3. より高次元なテクニカルビジットにおいては、民間企業同士のプライベートでシークレットなものとなるので、第3者が介在する余地がない。</p> <p>等々という状況が見られるため、今後これ以上テクニカルビジットに特化しても、その効果に限界があり、メリットは少ないと判断されたためである。</p> <p>とはいえ、テクニカルビジット自体の重要性が低下したわけではなく、今後とも産業ツーリズムの一分野として積極的に推進していく必要がある。</p>

(14) 西日本旅客鉄道

ヒアリング対象者	西日本旅客鉄道株式会社 総合企画本部部長 森本 昌弘氏 (日中往来促進プロジェクトチーム サブリーダー)
----------	------------------------------------------------------------

<p>きっかけ 動機</p>	<p>当社は、中国からのビジターを拡大への取組みは、ビジットジャパンキャンペーンに即したものであり、また、関西経済連合会の動きとも連動したものである。</p> <p>中国を対象としたのは、その発展可能性の大きさをゆえである。将来性を考え、先行者利益、開業者利益につながるものと期待している。</p>
<p>テクニカル・ビジット客拡大に向けての取組</p>	<p>中国からのビジター拡大に向け、平成 15 年春に上海事務所を開設する予定だったが、SARS 騒動で同年 9 月にずれ込んだ。さらに、中国の富裕層を狙った商品企画開発を行ったが、グレードが高すぎたこともあり、その年の観光客を中心とした集客実績は 100 名ほどしかなかった(中国でいう「富裕層」の年収は日本円では 150 万円ほどしかないという見込みの違いもあった)</p> <p>翌平成 16 年は、商品グレードを見直し、さらに数をかせぐために人気の高い東京をコースに組み込むこともした。その結果、3000 人ほどを集客実績があった。</p> <p>平成 17 年には 5982 人と前年のほぼ 2 倍の実績があったが、客単価が低いのが悩みである。個人の費用とする「観光旅行」については、所得水準から見て客単価アップの可能性は低い。しかし、「商務旅行」については、その費用は会社から出するため、比較的容易に高い客単価を設定することができる。</p> <p>そこで、平成 18 年は、「商務旅行」とその年少者版とでもいうべき「修学旅行」に力を注ぐこととした。(中国の修学旅行は、希望者だけを募って実施するため、その参加者は富裕層の子弟に限定される。さらに、教育的側面が強いため親は金を出し惜しまない。)</p>
<p>テクニカル・ビジット客拡大に向けての取組</p>	<p>「商務旅行」の実情は、現段階では、施設見学的なものが中心であり、特殊な技術を持った工場の見学や、ましてや具体的な商談というレベルは少数にとどまっている。旅行商品の立案という観点から見れば、こうした状況は比較的容易に対応可能である。すなわち、見学希望テーマに沿ったモデルコースを作って、現地の旅行会社に売り込みを行っている。(モデルコースの作成に際しては、関西テクニカルビジットの資料は非常に役に立った。)</p> <p>同時に中国各都市で行われる展示会等にも出展し、PR に努めている。</p> <p>このような施設見学的な旅行については、現地関係者と相談の上、「産業考察訪日交流」と呼ぶこととなった。日本でいう「産業観光」だと、物見遊山の要素が強すぎて、「商務旅行」のビザが発給されにくいようだ。</p> <p>「産業考察訪日交流」のテーマとして関心の高いのは、「環境」関連分野である。環境汚染対策と同時に、エネルギー不足が深刻化しているため資源のリサイクルに対する関心も非常に高くなっているようだ。九州まで足を伸ばすモデルコースでは、「北九州エコタウン」「九州エネルギー館」「福岡市海水淡水化施設」等をメニューとして用意している。</p>

	<p>新幹線の利用促進という意味では九州との連携は非常に効果が高いので、積極的に推進していきたい。</p>
<p>今後の取組</p>	<p>今後、中国からの旅行者は一層増加していくものと見ている。しかし、そのような自然増は大半がローコスト旅行者であり、その種の旅行については、華僑系の旅行会社が圧倒的強さを持っている。(そうした旅行においては、貸切バス移動が主流であり、JR 利用はほとんど期待できない。)</p> <p>一方、「スーパー富裕層」と呼ばれる人たちも多くおり、有望ターゲットと目されるが、彼らの目はむしろ欧米を向いてしまっている。</p> <p>こうした状況を考えると、日中の交流をビジネスソースとするには、現在我々がやっているような「商務旅行」「や修学旅行」への取組みは不可欠であると考え。今のところ全く利益にはなっていないが、そうした観点で今後ともかんばっていきたい。</p>

4. 日中相互ビジネス研修プログラム実施計画書

【所見】

- ・平成 18 年 9 月福岡市で実施予定の「大連市 A 協会」の全行程は 11 日間となっており、福岡での滞在は視察・講義を中心に 6 日間。後の 5 日は他県での観光で、福岡においての観光は 1 日のみとなっている。
- ・福岡市滞在中のは、視察・講義のスケジュールがタイトとなっており、日中での自由時間はほとんどなく、1 日のスケジュールが終了した夜からのみが個人の自由時間となっている。
- ・テクニカル・ビジットにおいて受け手側に期待する情報としては、リスクマネジメント等企業運営や、都市整備等行政の施策に関する情報を求める声があった。

(1) 事例：大連市 A 協会実施計画書

スケジュール	<p>1 日目：14:00 福岡市到着（庁用バス） 15:30 ホテル 18:00 歓迎会。</p> <p>2 日目：10:00 オリエンテーション～開校式～福岡市経済状況講義 12:00 昼食 13:00（庁用バス） 13:30 ベイサイドプレイス視察 15:00（庁用バス） 15:30 アイランドシティ 17:00（庁用バス） ホテル 自由行動</p> <p>3 日目：10:00 福岡市投資環境講義 12:00 昼食 13:30 日本の金融制度講義 自由行動</p> <p>4 日目：10:00 福岡市中小企業支援講義 12:00 昼食 13:30 福岡市信用保証協会講義 自由行動</p> <p>5 日目：ホテル（庁用バス） 11:00 トヨタ自動車視察 12:30 昼食 14:30 博物館 15:30（庁用バス） 18:00 送別会</p> <p>6 日目：08:30 観光（太宰府天満宮、キャナルシティ、海ノ中道海浜公園他）</p> <p>7 日目：観光 旅行社手配（大阪）</p> <p>8 日目：観光 旅行社手配（名古屋）</p> <p>9 日目：観光 旅行社手配（横浜・東京）</p> <p>10 日目：観光 旅行社手配（東京）</p> <p>11 日目：帰国</p>
期待する情報	<p>A 氏 企業戦略 リスクマネジメント 都市整備 水問題 医療介護ビジネス</p> <p>B 氏 低所得者への住宅供給制度 建築設計 建築資材 デベロッパー</p> <p>C 氏 大企業社長の講義 人事制度</p> <p>D 氏 地方政府の中小企業支援 銀行などの業務内容 中小企業の資金調達方法</p>

【中日ビジネスサポート株式会社へのヒアリングより】

<過去の実施例から>

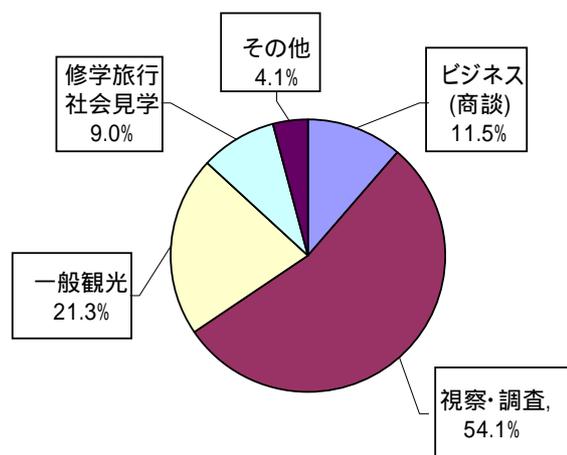
- ・福岡市滞在中の自由時間は夜が中心となっている。また、行動もホテル周辺及び、ホテル内で過ごすことが多く活発な市内観光はあまり行われていなかった。
- ・ショッピングについてはお土産の購入を中心に活発で、家電製品（デジタルカメラ）、化粧品の人気が高かった。デジタルカメラも高級なものを一人で 2～3 個購入する人も見られた。

5 . 関西テクニカルビジット受け入れ実態調査報告書

(1)外国人見学者の目的

視察調査が54.1%と最も多い。観光も21.3%あり目的の2位となっている。
3位のビジネス(商談)11.5%。と観光の約半分の位置づけである。

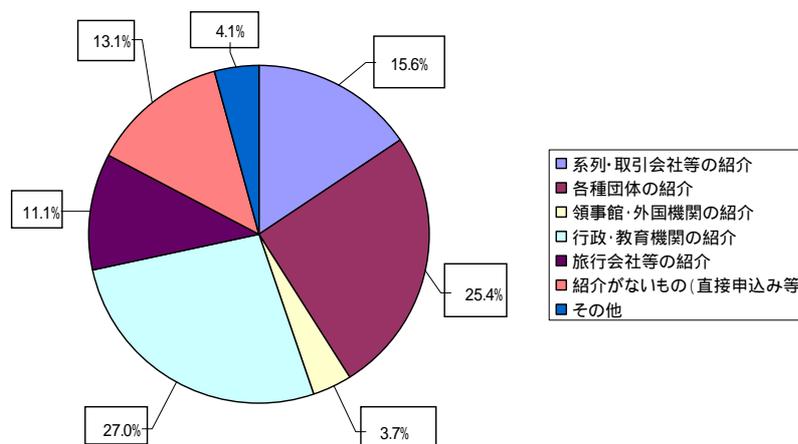
・外国人見学者の目的



(2)外国人見学者の受け入れ経緯

行政・教育機関の紹介(27.0%)をはじめ、何らかの紹介による受け入れ経緯が82.8%圧倒的に多い。

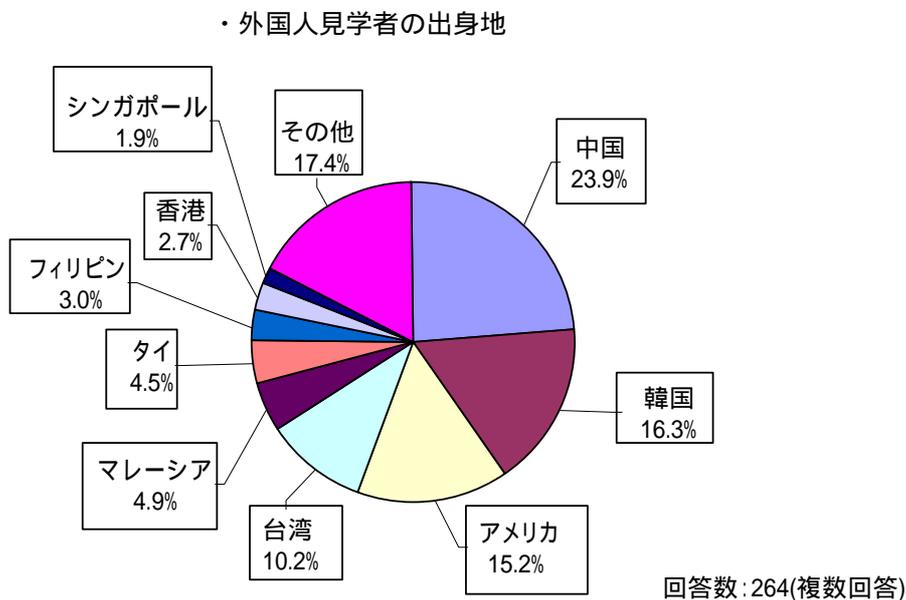
・外国人見学者の受け入れ経緯



回答数:244(複数回答)

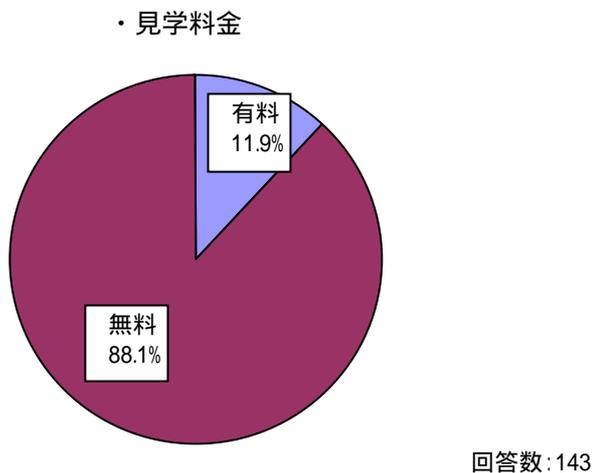
(3)外国人見学者の出身地

中国が最も多く 23.9%、次いで韓国の 16.3%となっている。中国・韓国・台湾の東アジアで、50.4%を半数を占める。



(4)見学料金

無料での見学が 88.1%と圧倒的に多い。

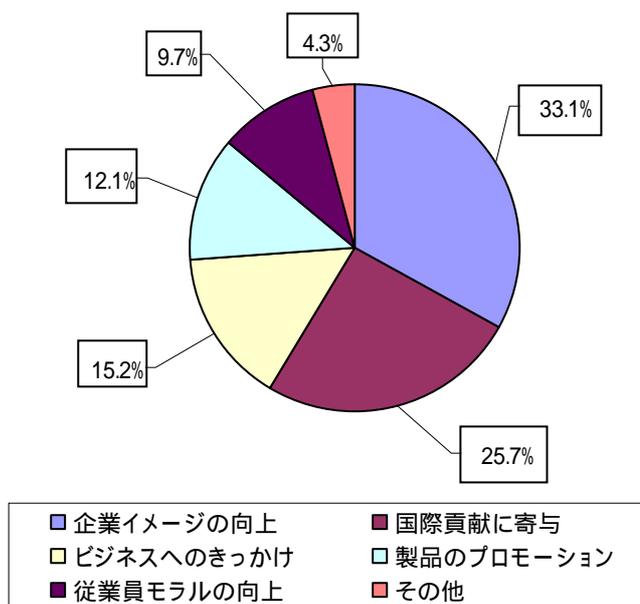


(5)外国人見学者受け入れのメリット・デメリット

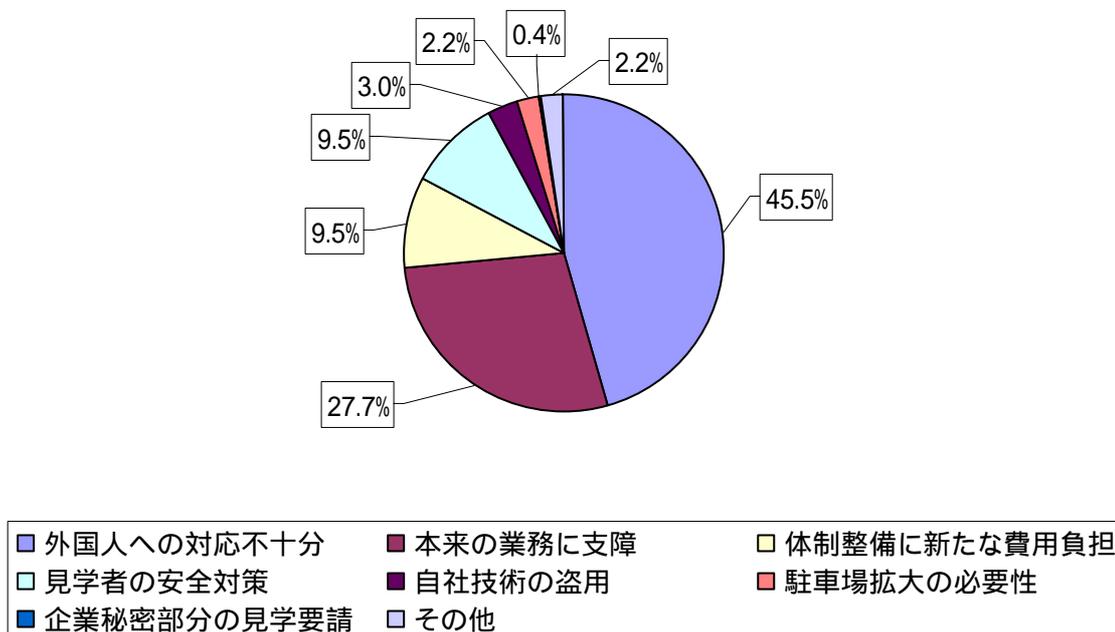
[メリット]企業イメージの向上が最も多く 33.1%、国際貢献に寄与 25.7%と、企業利益よりもメセナ的な取組として受け入れを行っているケースが目立つ。

[デメリット]外国人への対応不十分が圧倒的に多く 45.5%。次いで、本来の業務に支障が 27.7%となっており、受け入れ態勢を完備させることの困難さがうかがえる。

・外国人見学者の受け入れメリット



・外国人見学者の受け入れデメリット



6. 個人レベルでの来福ビジター個表

(1) 東釜山大学学生

キム ウンミさん

<p>きっ かけ ・ 動機</p>	<p>立命館大学に1年間の留学経験が有る。留学前、留学中も福岡に行ったことはなかったが、帰国後(約2年前)コンサートに行くにあたり、近くて旅費の安い福岡市に行き始めた。</p> <p>もともと日本の文化(特に音楽・ファッション)に興味があり、日本にあこがれていたが、留学をきっかけに身近な国になった。</p> <p>また、日本語が話せるようになると、日本人と会話したいという思いが強くなった。</p>
<p>情報 収集 方法</p> <p>ア プ ロ ー チ 方 法</p>	<p>コンサートの情報はインターネットで入手する。好きなアーティストについてはファンクラブに入会しているので定期会報で入手している。</p> <p>また、コンサート会場で親しくなった福岡の友人とのメールの交換で福岡の情報は入ってくる。</p>
<p>福岡 市 訪 問 時 の 行 動</p>	<p>福岡に行き始めたころは二人(姉妹)で行っていたが、最近は(釜山の)友人も誘い5人くらいで来ている。</p> <p>もともとは、コンサートとショッピングが目的だったが、福岡の友達との交流の中で、昨年は「博多どんたくのパレード(よさこい)」にも参加した。一緒に練習する事が少なくて大変だったが、とても楽しく次回も参加したい。将来的には釜山の友人とチームを作り参加したい。</p> <p>福岡へは年間3~4回行き、滞在は1泊2日。宿泊費を抑えてショッピング(洋服・CD等)を中心に3万円位使うパターンが多い。</p> <p>何度か屋台に行ったが、お客同士がフレンドリーで親切にしてもらいとても楽しかった。京都・大阪では経験したことのないスタイルでとてもいいと思う。</p> <p>もう少し時間と費用にゆとりができれば、温泉(近県)やハウステンボスなどにも行ってみたいが、今は友人と会う事を含め福岡が楽しい。</p>
<p>対 する 評 価 ・ 要 望</p> <p>福岡 市 の 市 民 交 流 に</p>	<p>福岡での交流の現状には全く不満はないが、できるだけ目的以外の費用を抑えたいので、韓国の学生でも福岡市内で学割サービスが受けられたり、市内移動の際に外国人割引があったりすると嬉しい。やはり、韓国と比べ物価は高い。</p>

(2)福岡市留学経験者

グループインタビュー（パク ヘジョンさん、パク ソンミさん、ソン イムさん）

<p>プロフィール</p>	<p>パク ヘジョンさんが、福岡(福岡大学)へ1年の留学経験がある。帰国後(1年前から)友人二人と福岡に遊びに来るようになった。ショッピングが主目的であり、年間4~5回、1泊2日での来福が多い</p> <p>ヘジョンさん、ソンミさんは姉妹、イムさんはヘジョンさんの友人。</p> <p>いずれも20代女性の社会人。</p>
<p>きっかけ・動機</p>	<p>ヘジョンさん：留学していたことが大きい、本当は東京がいいけど、ショッピングで日本に行くなら福岡でも東京にあるブランドは手に入るの。</p> <p>ソンミさん、イムさん：(ヘジョンさんの)留学中何度か福岡に遊びに行ったことがあり、福岡市は印象が良い。</p>
<p>福岡市訪問時の行動</p>	<p>ヘジョンさん</p> <p>往復は、ビートル・コピー理由はやはり価格。年に数回しかいけないので、宿泊もショッピング旅行気分を満喫したいので比較的使っている、交通費除き一人4~5万円。</p> <p>市内移動は天神・大名・キャナルに行くことが多いので徒歩が多い、マリノアはバス。</p> <p>今まで、全日程福岡市で過ごしており、そろそろ、ショッピング+阿蘇等の温泉にも行って見たい。</p> <p>ソン イムさん</p> <p>(行動パターンは、ヘジョンさんと一緒)英語が通じれば何とかなので、日本にも慣たので一人で旅行するのも面白いと思う。行くなら、やはり東京になると思う「日本=東京」という憧れが強い。福岡については、ショッピングで来ることがほとんどなので、その他の福岡についてはあまり知らない。(山笠・どんたく等の祭りの紹介を行う)どんたくのパレードは見たい。</p>
<p>福岡市の市民交流に対する評価・要望</p>	<p>パク ソンミさん</p> <p>日本語が分かれば、市内移動に不便は無いが、分からない人には歩くにしても、バス・地下鉄に乗るしても表示・案内が理解できず行動しにくいと思う、飲食店での注文も、まず無理。</p> <p>市民交流と大掛かりなイメージがあるが、英語でも、韓国語でも言葉が通じれば日本人ともっと友だちになりたいし、今は姉の友人を通して、少しずつ友だちが増えてきたので私は、友だちに会うのが楽しみで福岡に来ている。市民レベルの交流を広げたいなら、福岡の人と、釜山の人が出会える「きっかけ」をもっと多くしたらいいと思う。例えば、私たちのように、(姉からの)口コミが一番効果的と思う。今、日本にいる釜山(海外の人)が福岡を好きになれば必ず、友だちをつれて日本(福岡)に行くと思うし、そこから友だちのネットワークが広がると思う。</p> <p>ヘジョンさん、ソンミさん、イムさん</p> <p>今後は、福岡市だけでなく、いろいろ日本を見たい、交通の基点として、福岡に来る回数はそれほど変わらないと思うが、滞在は減るかもしれない。</p>

(3) ビジネスで来福経験者

グループインタビュー（バン エンジュンさん、イ タイゲンさん）

<p>プロフィール</p>	<p>バン エンジュンさん、イ タイゲンさんは、業務で福岡に訪れたのがきっかけで、現在年間4~5回程度来福。仕事で来るまでは福岡の場所も良く知らなかった。 両名とも釜山の会社員 30代男性。</p>
<p>きっかけ・動機</p>	<p>バンさん：仕事で福岡に来た際、カフェに立ち寄ったのがきっかけです。カフェ等のセンスが良く、来ているお客さんも良かった。日本語はしゃべれないが、ある程度英語で対応できるし、福岡の若い人は国籍とか言葉とか関係なく、友好的で、とても楽しい時間を過ごす事ができた。 また、中古レコード店が多く品揃えが充実しているのに驚いた、今は、レコードの購入と、日本の友だちに会うことが、来福の目的となっている。</p>
<p>福岡市訪問時の行動</p>	<p>バンさん 往復は、コピーを利用している、1泊2日で消費額は2~3万円（交通費除く）、ほとんどが、レコード購入と、カフェに費やしている。宿泊は、安いので、カプセルホテルや平和台ホテルが多く、手配は当日直接している。観光と言えるかは分からないが、福岡は都会なのに、街中に急に古い建物があったり、お寺があったりギャップがあって楽しい、今ではそういった場所を探して歩いている。</p> <p>イさん 福岡にはバン氏と行くことが多いが、自分が誘って他の5~6人の友だちと行くこともある。目的はコンサートと飲食、東京・大阪の方が（コンサートの）開催頻度が高いことは知っているが、費用の問題で福岡に行っている。情報はインターネットで探している。 福岡について観光というイメージはあまりない、取材の時も、ドームとかキャナルが対象だったのであまり福岡らしさ（日本らしさ）を感じなかった。確かにバン氏の言うギャップの部分は面白いが、一般的にはあまり受け入れられないと思う。 やはり、ショッピングで釜山の若い女性にアピールするのが良いのでは？品揃えは釜山と同じでも日本で買うという魅力は大きいと思う。</p>
<p>福岡市の市民交流に対する評価・要望</p>	<p>イさん 自分の感覚だけかもしれないが、まだ、釜山で福岡市のことを知らない人が多いと思う。自分や、自分の下の年代をターゲットとするなら、観光=施設・伝統だけでなく、音楽やファッション・アニメ等、韓国の若い人が興味を持つ日本の文化を福岡で体験できることをアピールしたほうが良いと思う。韓国ではインターネット使ったプロモーションが有効だと思う。</p> <p>イさん・バンさん 今後、福岡に来る回数は変わらないと思う、福岡の友達も釜山に遊びに来てくれるしお互いの行き来は、時間と費用が許す限り続けて生きたい。 福岡は、都市・人とも魅力的な街だと思う</p>

(4) 釜山市と福岡市近隣性での来福者

グループインタビュー(シン ソンウさん、キム ソンジュンさん、ゼン ドンスンさん)

<p>プロフィール</p>	<p>シンさん、キムさんは、観光で阿蘇に行く際に福岡を経由したことがきっかけで、ここ2年間で年2~3回来福するようになった。 ゼンさんの来福経験は、シンさん、キムさんと1回のみ。 3名とも会社員30代女性。</p>
<p>きっかけ・動機</p>	<p>シンさん：観光で阿蘇に行く際、乗り継ぎ時間があったので、天神に立ち寄ったことがきっかけで、福岡についての情報はあまり持っていなかったが、街がきれいで、お洒落なビルが多く都会的なイメージがとてもよかった。 キムさん：街がコンパクトで、その中に、いろいろなショップが密集していて、短時間で見て回れるところが良かった。東京にも行ったことがあるが街が広すぎて移動が大変だった。日本は行きたい国なので、近くて・安く行ける福岡は魅力的だった。</p>
<p>福岡市訪問時の行動</p>	<p>シンさん 往復は、コピー・ビートルを利用している、1泊2日が多く、消費額は1~2万円(交通費除く)、ショッピングが中心でバーゲン時期での来福が多い。情報はインターネットで得ている、日本語は3人とも分からないが、インターネット上の翻訳ソフトを使えば大まかな情報は獲得できる。宿泊は安いビジネスホテルをインターネットで予約する。市内の行動は徒歩が多い、大宰府等に行く際は電車を使った。 ゼンさん 地下街から出るときに、どこに出るのが分かりにくく迷ったことがある。 できれば韓国語での表示をして欲しい。また、日本人が割引券を使っているの見たことがあるが、外国人向けの割引サービスも充実させて欲しい。店員に福岡のクーポンブックを紹介してもらったが、日本語のみなので目的の店を見つける前にあきらめてしまった。</p>
<p>福岡市の市民交流に対する評価・要望</p>	<p>シンさん 言語については、翻訳の電子辞書を使うので、店員とのやり取りも多少時間はかかるが不自由はない。但し、市内で行きたい場所・店の情報検索がしたくてもインターネットが使える環境がとても少ない、パソコン設置の場所があれば是非、インターネットやガイドブックで紹介して欲しい。 ゼンさん 地下街から出るときに、どこに出るのが分かりにくく迷ったことがある。 できれば韓国語での表示をして欲しい。また、日本人が割引券を使っているの見たことがあるが、外国人向けの割引サービスも充実させて欲しい。店員に福岡のクーポンブックを紹介してもらったが、日本語のみなので目的の店を見つける前にあきらめてしまった。 今後も、福岡には行きたいし、回数もできれば増やしたい。</p>

7. 市民団体レベルでの来福ビジター個表

(1) 釜山女子大学（韓国茶道協会）

ソウ ジナン先生

<p>き つ か け ・ 動 機</p> <p>団 体 交 流 の</p>	<p>交流は平成 14 年から開始。福岡市に「チングの会」という日本人と韓国人の交流サークルがあり、その会に参加している友人から主催者であり茶道家の芦刈氏を紹介された。業務で福岡を訪問した際に芦刈氏に会い、釜山で開いているお茶会に招待した。</p> <p>釜山女子大学は韓国茶道を教育に取り入れており、茶道を通し日本の市民団体との交流を深めている。</p>
<p>情 報 収 集 方 法</p> <p>ア プ ロ ー チ 方 法</p>	<p>芦刈氏と直接連絡を取り合い、福岡での調整は芦刈氏、釜山での調整は私が行う。それまで行っていた茶会への相互参加なのでとりたてて大変なことはなかった。</p>
<p>福 岡 市 訪 問 時 の 行 動</p>	<p>福岡へは毎年 11 月に大濠公園で行われる茶会に 20 名位で参加。学内の茶道会のメンバーが 20 名程度なので、人数が増減することはない。</p> <p>1 泊 2 日程度で訪問する事が多く、費用は全額自己負担 1 日当り 1 人宿泊費を含み 15,000 円位。交流が主目的となっており、また、多くが何度も福岡に行っているため、今ではほとんど観光はしない。</p> <p>日程は、茶会・意見交換会・セミナーなどのスケジュールで構成されており、昼は自由時間がほとんどない。但し、初参加・参加回数の少ない人は時間を作って天神でのショッピングを楽しんでいる。</p> <p>言語の問題も、互いの参加者の中に通訳の役割をはたす人がおり問題はない。</p>
<p>受 入 れ に 対 す る 評 価 ・ 要 望</p> <p>福 岡 市 の 市 民 交 流</p>	<p>交流自体は非常に満足している。参加メンバーも茶会だけでなく、お互いの国を頻繁に行き来して交流に広がりが出てきておりとても良いことだと思う。</p> <p>安価で移動できる船便（ビートル・コビー・かめりあ）の充実も、交流の促進に大きく寄与していると思う。もっと便数を増やしてもよいのでは。</p> <p>ただ、様々なかたちで市民レベルの交流が促進されているのだから、お互いの国家レベルでも発言・行動には十分な配慮が必要ではなからうか。</p> <p>さらに、外国人旅行者の増加を促進するのなら、移動・宿泊等の費用面・交流促進の助成制度などを充実させてはどうか。</p>

(2)ベアー・ベースボール・クラブ

カン スヨンさん

<p>きっかけ・動機 団体交流の</p>	<p>現在受入をいっている方とは、福岡市での業務がきっかけで知り合った。平成 14 年に先方が業務で釜山にこられた際野球の話となり、「福岡での野球大会に参加をしてみないか」との誘いを受け業界の野球大会に参加し、平成 16 年の 9 月まで続けた。</p>
<p>情報収集方法 アプローチ方法</p>	<p>参加に関する案内・スケジュールは全て先方が行った（先方は韓国語が話せる）計 3 回の渡航費・宿泊費の一部は先方に一部負担して頂いた。 年 1 回 9 月に 2 泊 3 日（金曜日の夜福岡入り、土曜に試合、日曜日帰国） 一番大変だったのは、情報でも費用でもなく人集めだった、休日を使つての趣味（業務ではない）での参加なので 9 人以上の人数をまとめるのは難しかった、最終的には野球ができない人まで入れて何とか調整したが、費用負担していただいている手前申し訳なかった。 野球大会への参加継続ができなくなった理由は、先方が忙しくなったこともあるが、このことが一番大きい。 成果としては、日本の多くの同業者（合計 8 チーム）の方と知り合えたこと、定期的には難しいが今後も福岡には行きたいと思う。</p>
<p>福岡市訪問時の行動</p>	<p>スケジュールは、2 泊 3 日（金曜日の夜福岡入り、土曜に試合、日曜日帰国）で金曜の夜は宿泊のみ、博多港での迎えからホテルへの移動の手配は全て先方にして頂いた。土曜は朝から野球、夕方から懇親会、日曜日は朝からお昼まで、福岡市内で自由時間を過ごした。1 回目の案内は先方にして頂き、2 回目からは自分たちで行動した。市街地（天神）で過ごすことが多かったので、ショッピングセンターぐらいしか行っていない。情報はガイドブックと事前にインターネットで調べたもので対応した。 観光は、野球が雨で中止になった時 1 回のみで、太宰府と福岡の温泉に行った（温泉の名前は分からない）。 渡航費と宿泊費の一部を負担してもらっているので、費用には余裕があったが、帰国日の時間があまり無いのと、やはり物価が高いのであまり使っていない、お土産程度で一人 3 日間で自由に使ったお金は 1 万円程度だと思う。</p>
<p>評価・要望 福岡市の市民交流 受入れに対する</p>	<p>正直、様々な支援をして頂かなかつたら実施できていなかったと思う。昨年も他から招待があったが、言い方は悪いかもしれないが、移動宿泊費全て自己負担で参加者は集まらなかった（自分を含め 3 名で 1 泊 2 日で福岡には行った）。希望としては、日曜日の釜山行き船の時間が夕方ぐらいならもう少しゆっくりできる。 これからは、個人的に福岡には行こうと思う</p>

8 . 市民団体レベルでの交流（受け入れ側）個表

(1) 田中 啓子さん

<p>プロフィール</p>	<p>福岡市内で、釜山からの市民レベルの交流客の受け入れ窓口として活動。</p> <p>これまでの具体的交流の事例としては、「あいれふ四重奏団」(今は解散した)と馬山の子供オーケストラの交流コンサートがある。福岡に2泊して合同コンサートを行った。</p> <p>また、幼稚園教育の視察のアレンジもした。イタリアのモンテッソーリメソッドを実践している事例は韓国にはなく、福岡で実践している幼稚園を紹介した。</p>
<p>きっかけ</p>	<p>韓国の人たちとの交流活動を続けている。きっかけはアジア太平洋博の時にホームステイの受け入れを依頼されてから。その後、イベントなど何かことがあるたびに、県の国際交流課からホームステイの依頼がある。</p>
<p>福岡市訪問時の観光・宿泊</p>	<p>観光については、福岡の人には意外かもしれないが、好評だったのが、佐賀の名護屋城およびその博物館である。夜の食事会(宴会)に際しては、送迎付きの店を選ぶようにしている。消費額は、大人で一人1日4千円以内。お土産は100円ショップ、1000円ショップが好評。子供はお小遣いで3~5千円だと思う。来福人数はその時によって異なる、5~10名といったところ</p> <p>韓国の方と交流を行っている知人の話でも同様、団体で交流を目的に来福する方たちの多くは友人との再会が楽しみの中で、福岡市での滞在中の多くの時間は私たちと一緒に過ごし、個人の自由時間はほとんどない。帰国日に2~3時間天神・博多駅界隈で過ごす程度あまり買い物をするというイメージは無い。観光場所の傾向については、最回~2回目位までが福岡市、それ以降は市外県外遠出するケースが多くなる。</p> <p>宿泊費の負担はやはり大きい。そのためホームステイを希望されることが多くなるが、受け入れ先がなかなか見つからない。ホームステイは2~3泊で、すべて無償であるから、好きじゃないとやれないのは事実だろう。また、ホームステイを受け入れたものの、韓国人は直前の変更やキャンセルが多く、いもう二度とお断りという人もいる。</p>
<p>福岡市の市民交流に対する評価・要望</p>	<p>いつも博多港まで出迎えに行くが、案内の不備をいつも感じる。港は福岡の第一印象を決める場所なので、インフォメーションカウンターを充実させるべきだし、もっと言えば人間を常駐させるくらいのことはやるべきだ。私は博多港に行くたびに、外国人が天神や博多駅行くのに同行することになる。</p> <p>パンフレット類にしても、もう少し実用的見地が欲しい。高級レストランよりも気軽に食べられる食堂、弁当を持ち込める場所や外国人も利用できる割引サービスなどの情報の充実が望まれる。</p> <p>さらに、常々疑問に思っているのは、なぜ釜山での乗船時に福岡のパンフレットを配らないのかという点である。乗船時に配れば、船内でじっくり読むことができ、到着後の計画も立てやすくなると思う。釜山港に福岡市の案内事務所を置くべきだ。</p> <p>市民交流の促進については、文化のちがいがあからこそ交流の意味があると思う。韓国人は日本人とはちがう文化を持った外国人であるということを前提に付き合うことが重要である。それは偏見でも差別でもなく、互いの立場を認め合う基本的姿勢である。</p>

(2) インターユースふくおか (I Y F)

<p>プロフィール</p>	<p>青年交流の促進と、青年相互の交友のきっかけ作りや、他の青年団体との連携を深め、社会に貢献できる青年の育成を目的とした活動を行っている</p>
<p>きっかけ ・動機</p>	<p>I Y F の会長と親交のある釜山の企業の社長との関係から、釜山企業の社員 5~6 名が年 1 回来福 (来福者は毎年異なる) また、福岡からも 5~6 名が訪韓していた。 現在は、釜山の企業の社長が忙しくなり十分な調整ができなくなったため、釜山からの来福は止まっている。</p>
<p>福岡市訪問時の 観光・宿泊</p>	<p>スケジュールは、金~日を利用した 2泊3日 1日目：午後福岡入り (博多港にて出迎え) ~市内見学~歓迎会 2日目：先方の交流目的により変わる (施設見学、学校交流、観光など) 観光はバスハイク等により、以前は福岡市内が多かったが、最近では阿蘇など県外が増えた。 3日目：午前自由時間~帰国 来福時の自由時間は少ない、施設に到着してから、施設内での自由時間がほとんどで (2~3時間) 団体で行動しているパターンが多いと思う。費用は、宿泊費を受け入れ側が負担している。情報提供は事前にスケジュールと合わせ行うが、来福後の行動は団体行動が多く、ガイドブック程度 (「指差しメニュー」「まちあるきカンタン会話集」も活用し好評を得ている) ショッピング等については、韓国の人より、中国の人の方が活発だ、詳しくは分からないが、韓国の人の方が消費額は、個人的なショッピングもあるが、お土産等で 3日通して 1万円前後。100円ショップが喜ばれる。 宿泊に関しては、ホームステイを行ったこともあり好評だった。</p>
<p>評価・要望 する 福岡市の市民交流に対</p>	<p>交流を行うことで視野が広がるのが一番のメリットだ。また、来福者が個人的にリピーターとして来福するケースも多く見られる。 福岡市での滞在時間の延長を狙うのなら、夕方便の釜山行きビートルがあれば滞在時間は延びると思う。</p>

(3) アジア女性センター

<p>プロフィール</p>	<p>1997年設立。国籍を問わず女性からの電話相談を受けたり、日常支援なども行う。また、国内・外のNGOとの交流や提言活動を行っている。</p>
<p>きっかけ</p>	<p>釜山女性団体連合の方が以前「アミカス（福岡市にある男女共同参画推進センター）」に講演でこられた際に、当団体の活動について興味をもたれ、アミカスを通じ交流依頼が来た。 決定までの調整には4～5日かかった。先方の日本語通訳を通じての調整でしたが、同時通訳ではなく、通訳の方と話した内容を再度先方に伝えていただく形だったので調整に時間がかかった。また、来福されたのが20名と大人数だったので、宿泊・車の手配が大変だった。</p>
<p>福岡市訪問時の観光・宿泊</p>	<p>スケジュールは2泊3日の予定だったが、台風接近に伴い1泊2日となった。 1日目：博多港にて出迎え～太宰府観光～アジア女性センターとの意見交換 2日目：アミカス見学と交流会（帰国） 3日目：福岡市観光、ショッピングの予定だったが台風のため中止 来福時の自由時間は少なく、交流が終了しての夕刻2～3時間程度だった。福岡市内の移動は、当方スタッフの自家用車を中心に、地下鉄・西鉄電車も利用した。移動は、当方帯同だったので、言語等の不自由は感じておられないと思う。逆に、こちらのコミュニケーションにおいて通訳サービスの必要性を感じた。 消費は、観光ショッピングの予定がなくなったためあまり使っておられないと思う。ショッピングは、天神のデパート・ファッションビル・電気店を予定していた。</p>
<p>福岡市の市民交流に対する評価・要望</p>	<p>交流により海外での女性問題への取り組みについて知ることができ、活動の参考となった。釜山女性団体連合との団体としての交流はこの1回となっているが、今後も何らかの活動・交流を行って行きたいと考えている。 交流に際しての希望としては、交通・チャーターバスの割引サービス、通訳のボランティアサービスがあると助かる。</p>

(4) 福岡市総務企画局国際部

<p>市民レベルの 交流の現状</p>	<p>福岡市と釜山広域市の、距離・時間・費用面でのメリットから、学校・団体を中心とした民間交流が中心となっている。</p> <p>交流件数の増減については、年により異なり明確な傾向があるわけではない。最も大きく影響するのは、交流の中心的人物の行動に左右されているケースが多く見受けられる、中心的人物が交流の現場から離れてしまうと終了してしまう状況もある。</p> <p>交流の増加に向けての好条件としては、ノービザで入国が可能となった点が挙げられる。</p>
<p>交流の アプローチ</p>	<p>アプローチについては、釜山の国際協力課からの依頼・問い合わせが多く、希望に即した交流先の紹介を行い、その後の調整は当事者同士が行う。また、1回実施されると以降の調整での相談は減り団体間でのやり取りとなっていくようだ。</p> <p>交流の相談内容は、交流先の紹介をはじめ、通訳の紹介依頼も多い。また、相談内容の中には交流ではなく、観光が主目的となっているケースも多く、グルメ情報・お土産情報を求められたこともある。</p>
<p>福岡市訪問時の 観光・宿泊</p>	<p>交流のための来訪パターンとしては、船（ビートル・コピー等）での来福が多く、宿泊は2泊3日から3泊4日で、福岡で交流事業を行った後に、別府やハウステンボス等の観光地へ行くパターンが目立ち、あまり福岡市には留まっていないようにみられる。リピート状況については、2回目以降の交流についての問い合わせ・相談が少なくなるため何とも言えない。</p> <p>交流の場合の宿泊は、小学生はホームステイ、他はホテルに宿泊する傾向が多く見受けられる。</p>
<p>現状の 問題点</p>	<p>交流のためのコーディネートを行う際、学校や団体等カウンターパートになりうるところに交流の話を持ち込んでも、なかなか前に進むことがなく、言葉の問題や予算がないといった理由で断られる。このため、人脈等に頼っているところであるが、時間・人脈にも限りがあり、最良の相手先を見つけ出すことが難しい。また、交流をするかどうかについて判断するために、受入れ先は、事前に交流目的を明確に知りたがるが、実施者側の目的が明確でないケースも多く困惑することも少なくない。</p>

9 . ホームステイ・ビジターについて

(1) ホームステイ・ビジター・ヒアリング (H・Sさん、 K・Cさん)

<p>き つ か け ・ 動 機</p>	<p>< H・Sさん > 福岡市での留学中に、大変お世話になった方との再会を目的に K・Cさんと福岡に行く際、その方から韓国の若者との交流を希望されている人がいるので、短期 (3日間) のホームステイをしてみないかと紹介された。知らない人の家で一緒に過ごす事への抵抗感と、ホテルでの宿泊に比べ自由さが無いイメージもありいやだったが、強く勧められ、しぶしぶ受け入れたのが正直なところだった。 (K・Cさんも同様の感想を持たれていた)</p>
<p>行 つ て の 感 想 ホ ー ム ス テ イ を</p>	<p>< H・Sさん > 自分たちは、ある程度日本語が話せるが、受け入れ先の方は韓国語が全く話せなかった。しかし、単語のみでも一生懸命会話をしようとする姿勢がとてもうれしかった。 4年間福岡市に住んでいたため、食事を含め日本のことはある程度知っているつもりだったが、日本の家庭料理は初めてで、食べ物だけでなく、器や箸などそれぞれの歴史や、いわれを教えて頂いて4年間で感じ取った日本より、はるかに勉強になった3日間だった。特にお茶 (茶道) のシンプルで行き届いた「もてなしの心」の考え方については、とても感銘を受け改めて日本人が好きになった。 ホーム・ステイのメリットは宿泊費・食費が抑えられることではない、その考え方は、相手先に失礼だと思う。自分たちの受け入れ先は、普通の日本の家庭をありのままに見せて、自分たちにも普通の韓国での生活をそのまましていいと言われた。本当に、自分たち (韓国人) と仲良くなりたいんだと感じ、本当に良い経験をしたと思う。 しかし一方では、気を使うことも多くあり (一人で行きたいところがあっても、善意でスケジュールを組まれていたら同行せざるを得ない等) その後2回福岡に来ているが事前にホテルを取り、お世話になったお宅に遊びに行くという形にしている。 ホーム・ステイとしては1回だけだが、交流は深まったと思う。今後のホーム・ステイの意向は、里帰りの感じで1泊程度を基本に、相手との調整が出来ればしていきたい。</p>
<p>訪 問 時 の 観 光 福 岡 市</p>	<p>来福は、ジェット・foilで、宿泊は2泊3日。観光は佐賀 (武雄辺り)、福岡では能古島に行った。お金はお土産程度でほとんど使っていない。 リピートでも、人と会うのが目的なので宿泊費と移動費くらいでほとんど使わない。観光は相手次第。</p>

(2) 財団法人福岡国際交流協会（レインボープラザ）ヒアリング

レインボープラザでは、国際交流促進の一環としてホームステイのコーディネート窓口としての役割もはたしている。

財団法人福岡国際交流協会（レインボープラザ）ホームステイ推進の目的

日本の家庭に滞在し生活を共にすることを通して交流を深め、日本理解を深めたいと考える外国人に対してホームステイ先を紹介。ホストファミリーは、全てボランティアで受入を行い、宿泊、食事などは無料で提供される。

本事業は、あくまで国際交流、異文化理解を目的としており、単なる宿代わりの利用は出来ないものとしている

【受け入れ可能世帯数】

- ・福岡市におけるホームステイ受け入れ可能世帯数は、対前年比約 10%の伸び率で推移している。
平成 17 年（102 件） 平成 16 年（ 94 件） 平成 15 年（ 84 件）

【受け入れ件数】

- ・福岡市における、韓国からのビジターのホームステイ受入件数は。
平成 17 年（2 件 4 名） 平成 16 年（4 件 16 名） 平成 15 年（3 件 13 名）

【滞在日数】

- ・福岡市でのホームステイは、平均すれば 2 日間程度となっている。

【韓国からのビジターのホームステイ実施時のニーズ】

- ・「日本文化・生活の体験と学習」「日本人の友人を作る」「語学の上達」がホームステイの主な理由となっている。

【受け入れ側のニーズ】

- ・受け入れ側のニーズとして「ゲストの国の文化や習慣等を知りたい」「自身が身につけた語学を使いたい」等の希望がある。

【ホームステイ推進にあたっての課題】

- ・ホストファミリーの登録の増加と、体制の充実が必要である。

10. 修学旅行（教育旅行）実施状況

（1）国土交通省「訪日教育旅行推進のための検討会報告書」より

【訪日教育旅行促進の4つの意義】

- ・ 若年層の交流拡大による国際相互理解の増進（「パブリック・ディプロマシー」の一助）
- ・ 訪日外国人旅行者の増加（訪日リピーターの育成）
- ・ 国際理解教育の推進（バランスのとれた実践的な国際理解教育）
- ・ 国際交流を通じた地域振興（地域における国際交流の多様化・活性化）

【訪日教育旅行の現状】

- ・ 訪日実績：年間 34,500 名（平成 16 年） 日本の海外教育旅行参加者数の約 5 分の 1
- ・ 国・地域：韓国・米国・オーストラリア・中国・台湾が上位 5 位
- ・ 学校受入：全国の中学・高校 17,000 校のうち年間 1,200 校が受入 14,000 校は「申し入れがなかった」ため受入れず（平成 16 年）

【訪日教育旅行の特徴】

- ・ 規模：1 団体平均 20 名（日本の海外教育旅行参加者数の約 5 分の 1）
- ・ 形態：希望参加型が中心で、必ずしも学校行事とはされていない
- ・ 目的：学校交流やホームステイなど、日本での交流を重視
- ・ 期間：夏休み・冬休みの実施希望が多い
- ・ 決定：実施決定時期が直前であることが多い

訪日教育旅行相手国別受入実績（平成 16 年）

順位	国	学校数	受入者数
1	韓国	238	10,376
2	米国	495	6,385
3	オーストラリア	360	4,639
4	中国	167	3,995
5	台湾	55	2,709
その他(38カ国)		433	6,402
計		1,748	34,506

出展・文部科学省資料

訪日教育旅行都道府県別受入実績（平成 16 年）

順位	都道府県名	学校数	受入者数
1	福岡県	100	3,648
2	大分県	34	2,370
3	東京都	96	1,982
4	兵庫県	135	1,912
5	千葉県	98	1,476
その他(42県)		1,285	23,118
計		1,748	34,506

出展・文部科学省資料

(2) JTB九州国際旅行九州営業部ヒアリング

・JTB九州の外国人修学旅行の九州への受け入れ件数は、2002年の2件(208名)が2005年には12件(867名)、2006年度の目標としては1300名と増加拡大傾向にある。

修学旅行の全体的なニーズとしては東京への訪問意向が高い。また、中国における修学旅行については学校交流・文化交流の実施が強く求められる。

JTB九州の東アジアにおける、修学旅行取り扱い国は中国のみである、理由としては、韓国の修学旅行は韓国の旅行エージェントが旅行日程全ての調整を行うため日本の旅行エージェントの介在する余地がないこのことであった。

海外の修学旅行特徴としては、日本の修学旅行と異なり、学校行事ではなく参加者を集い実施する形式となっている。長期休暇を利用し、1団体20~30名程度の少人数での実施がほとんどである。

但し、韓国の修学旅行は日本の修学旅行と同様、学年単位の大人数で学期の途中実施されるケースも多く歴史・文化の体験・視察を目的とし観光要素も含まれる。学校交流については、日本に姉妹校があれば交流はスムーズに行えるが、それ以外の場合、調整が煩雑で交流にいたれないケースも多いと聞いた。韓国の修学旅行においても東京の訪問意向が強いが、近隣性から九州が選ばれるケースも多い。旅行行程として福岡に入り、チャーターバスで大分(別府等)・熊本(阿蘇等)・長崎(ハウステンボス等)が人気が高い。

福岡・九州での修学旅行の実施にあてっての一番の課題は、各国における九州の認知にある。韓国においても、釜山での九州の認知は高いが、他のエリアでは認知の向上に努める必要があると聞いた。これに対しては、現在九州観光推進機構が中心となり、東アジアに対するPR活動を行い認知は向上しつつあり、この成果は、JTB九州としての修学旅行受入件数の増加にも反映されてきている。

・JTB九州修学旅行取扱実績推移表

年度	取扱件数(単位:団体)	実施延べ人数
平成14年度(2002年度)	2	208
平成15年度(2003年度)	5	384
平成16年度(2004年度)	10	417
平成17年度(2005年度)	12	867

11．九州地方整備局「観光客」アンケート

1．調査概要

(1) 調査目的

福岡市を訪れた外国人ビジネス客が、滞在中にどのようなニーズを持っているか等、行動パターンの把握・分析を行うために実施した。

(2) 調査対象および調査方法

帰国直前の外国人旅行者を無作為に抽出し、調査員による面接アンケートを行った。さらに、その中から、ビジネス目的の人だけを抽出して集計した。

(3) サンプル数

947 サンプル(有効回収数《観光目的のみ》)

(福岡空港 420 サンプル 博多港 527 サンプル)

1324 サンプル(総サンプル数《観光以外の目的も含む》)

(福岡空港 792 サンプル 博多港 532 サンプル)

(4) 調査時期

2006年1月21日(土)～1月27日(金)

(5) 調査場所

福岡空港国際ターミナル(出国待合室)、博多港国際ターミナル(ロビー)

(6) 調査主体

九州地方整備局

九州内の移動にかかるコスト					
交通情報（公共交通機関や道路標識等）の多言語対応					
異なる交通機関相互の連携（乗換えの利便性、共通切符等）					

問 6：観光の際に通訳を使いましたか。

- 1．自国の通訳を同行させた
- 2．九州で通訳を手配した
- 3．九州外の日本で通訳を手配した
- 4．旅行社が通訳を代行していた
- 5．通訳は使っていない（英語でやり取り）
- 6．通訳は使っていない（英語以外でやり取り）

問 7：九州を訪れるにあたってどのような情報を入手されましたか。入国前と入国後別に当てはまる番号すべてを下の欄に記入してください。

- 1．宿泊施設の紹介・予約
- 2．交通情報
- 3．交通機関のチケット予約
- 4．市民団体の情報
- 5．観光・イベント情報
- 6．食事
- 7．レジャー・娯楽
- 8．外国人向けサービス
- 9．その他（ ）

入国前に収集した情報	入国後に収集した情報

**問 8：九州の情報はどのような方法で収集しましたか。入国前と入国後別に当てはまる番号すべてを下
の欄にご記入ください。**

- 1．インターネット（日本の公式サイト）
- 2．インターネット（自国の公式サイト）
- 3．インターネット（日本の個人サイト）
- 4．インターネット（自国の個人サイト）
- 5．新聞・雑誌、ガイドブック
- 6．知人からの情報・口コミ
- 7．テレビ・ラジオ
- 8．その他（ ）

入国前に情報収集した方法	入国後に情報収集した方法

問 9：入国後に使用したインターネットに をつけてください（はいくつでも可）

- 1．持参したパソコンから接続
- 2．宿泊施設備え付けのパソコンから接続
- 3．インターネットカフェから接続
- 4．持参した携帯電話から接続
- 5．レンタルした携帯電話から接続
- 6．インターネットは使っていない

【ここから先は、福岡市での滞在についておたずねします】

問 10：

問 11：福岡市への訪問目的は何ですか。

- 1．空港・港から出入国するため（そのためだけ）
- 2．観光
- 3．その他（ ）

問 12：観光・交流等を終えてから、又は、福岡に到着してから飛行機や船の出発までの間、主にどこで過ごされましたか。

- 1．空港・港の施設内
- 2．空港・港の徒歩圏内
- 3．博多駅の徒歩圏内
- 4．1～3以外の福岡市内（ ）
- 5．福岡市外（ ）

九州への来訪	1. はじめて	2. 2回	3. 3～5回	4. 6～9回	5. 10回～
九州滞在期間	1. 1日	2. 2日	3. 3日	4. 4～5日	5. 6～7日
	6. 8～14日	7. 15～30日	8. 1か月～半年	9. 半年～	
職業	1. 役員・管理職	2. 専門職	3. 会社員	4. 公務員・団体職員	
	5. 自営業	6. パート・アルバイト	7. 学生	8. その他	

【以下の質問については、調査員が直接おたずねして記入します。お手数でなければ、記入していただいても結構です】

問 19：今回の仕事での訪問地はどこですか。当てはまる場所全てに をつけてください。

1. 福岡市 2. 北九州市 3. 他の福岡県 4. 佐賀県 5. 長崎県
 6. 熊本県 7. 大分県 8. 宮崎県 9. 鹿児島県 10. 広島県
 11. 東京都 12. 大阪府 13. その他 ()

問 20：観光・市民交流の場面で言葉の不自由は感じましたか

(4、5 と答えた方はどのような場面で不自由を感じましたか。具体的内容を教えてください)

1. 感じなかった 2. あまり感じなかった 3. どちらでもない
 4. やや感じた 5. 感じた

(不自由を感じた具体的な内容)

問 21：九州における観光活動を円滑に行うために、どのようなインフラやサービスがあったら便利ですか。具体的に教えてください。

問 22：乗り継ぎの合間など自由に行動できる時間がある場合、どこにどのような情報があれば便利ですか。

問 23：観光等で福岡市に再び行きたいと思いませんか。

1. 思う 2. 思わない

そう思う理由	
--------	--

問 24：今回の来訪で最もおいしかった食べ物は何ですか。また、あなたの国で売れそうな日本の農林水産物・食品は何ですか。いくつでも結構です。

おいしかった食べ物	売れそうな農林水産物・食品

ご協力ありがとうございました

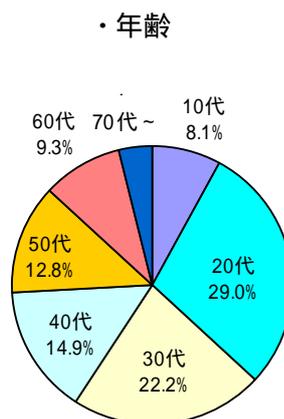
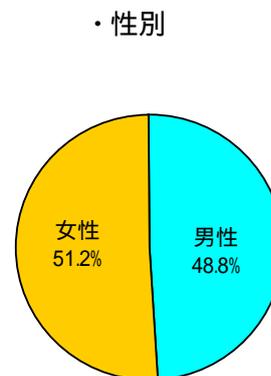
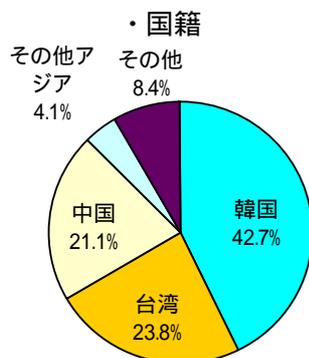
9.九州地方整備局「観光客アンケート」調査結果

(1)プロフィール

[国籍] 韓国からが最も多く 42.7%、次いで、台湾 23.8%、中国 21.1%となっている。

[性別] 男性 48.8%、女性 51.2%と、ほぼ半々である。

[年齢] 20代が最も多く 29.0%、次いで 30代 (22.2%)、40代 (14.9%)、50代 (12.8%) となっている。10代及び、60代、70代~の割合は 10%以内となっている。



資料：国土交通省 九州地方整備局「外国人アンケート・ヒアリング」

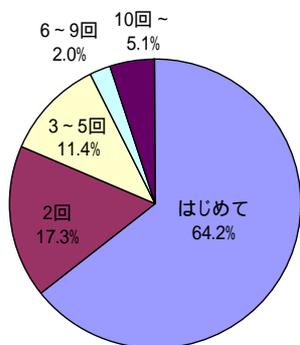
(2) 来訪頻度・滞在期間

[九州への来訪頻度] はじめてが最も多く64.2%、2~5回が28.7%、10回以上も5.1%ある。

[滞在期間] 4~5日が最も多く36.1%、次いで3日の19.7%、10回以上も5.1%ある。

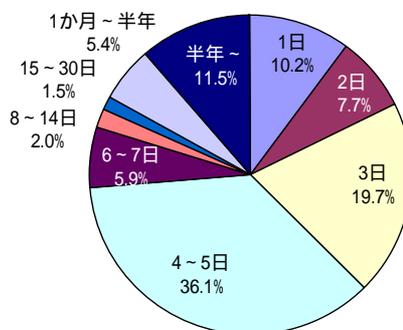
[来日目的] 観光が64.0%と圧倒的に多い。市民交流は9.8%となっている。

・九州への来訪頻



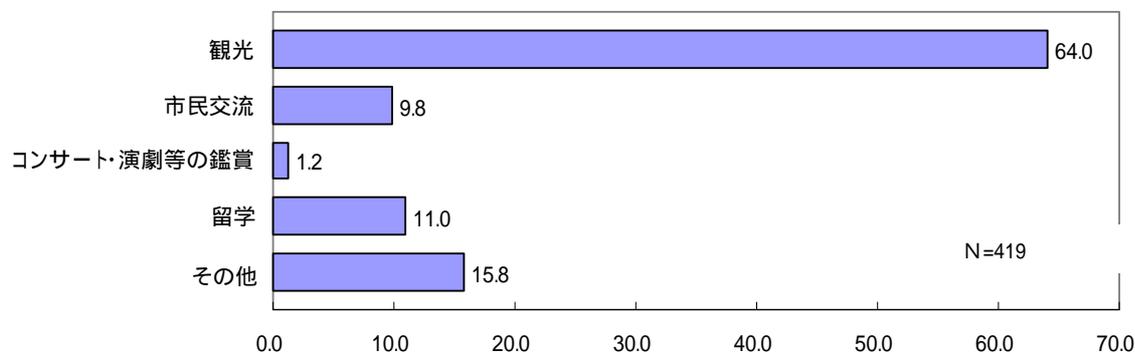
N=394

・滞在期間



N=391

・来日目的



N=419

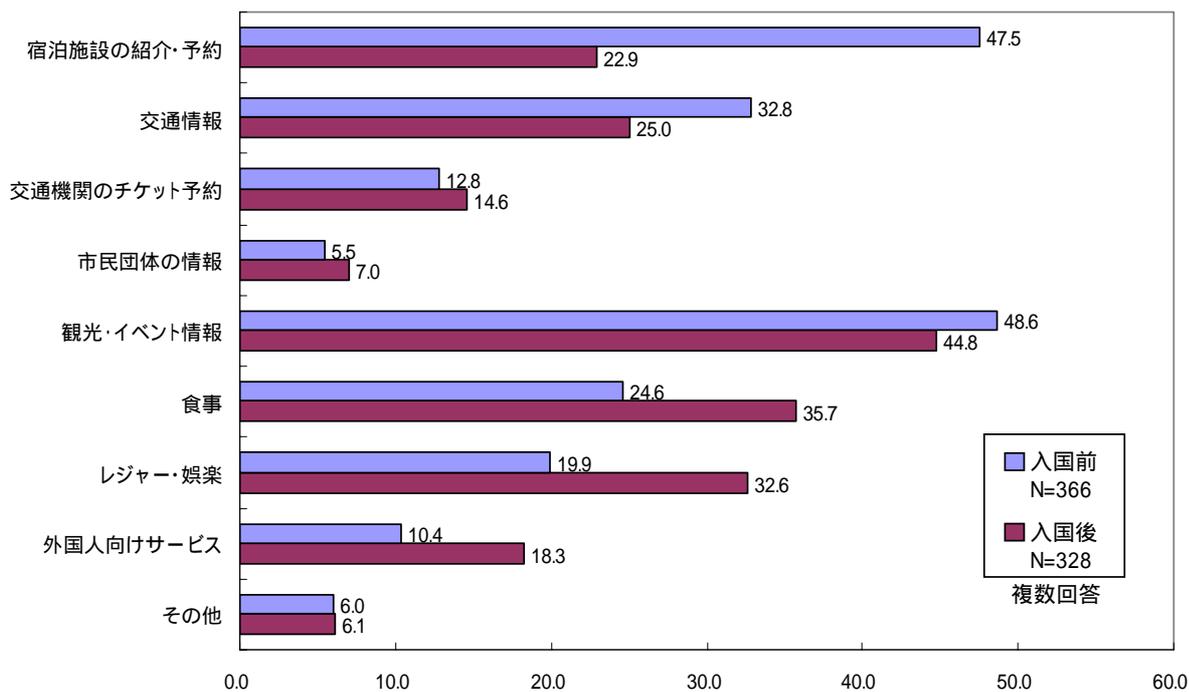
資料：国土交通省 九州地方整備局「外国人アンケート・ヒアリング」

(3) 入国前・入国後に入手した情報の内容

入国前に入手した情報に関しては、観光・イベント情報が最も多く 48.6%。次いで、宿泊施設の紹介・予約 47.5%、交通情報 32.8%となっている。

入国後に入手した情報に関しては、観光・イベント情報が最も多く 44.8%。食事 35.7% レジャー・娯楽 32.6%と続く。

・入国前・入国後に入手した情報の内容

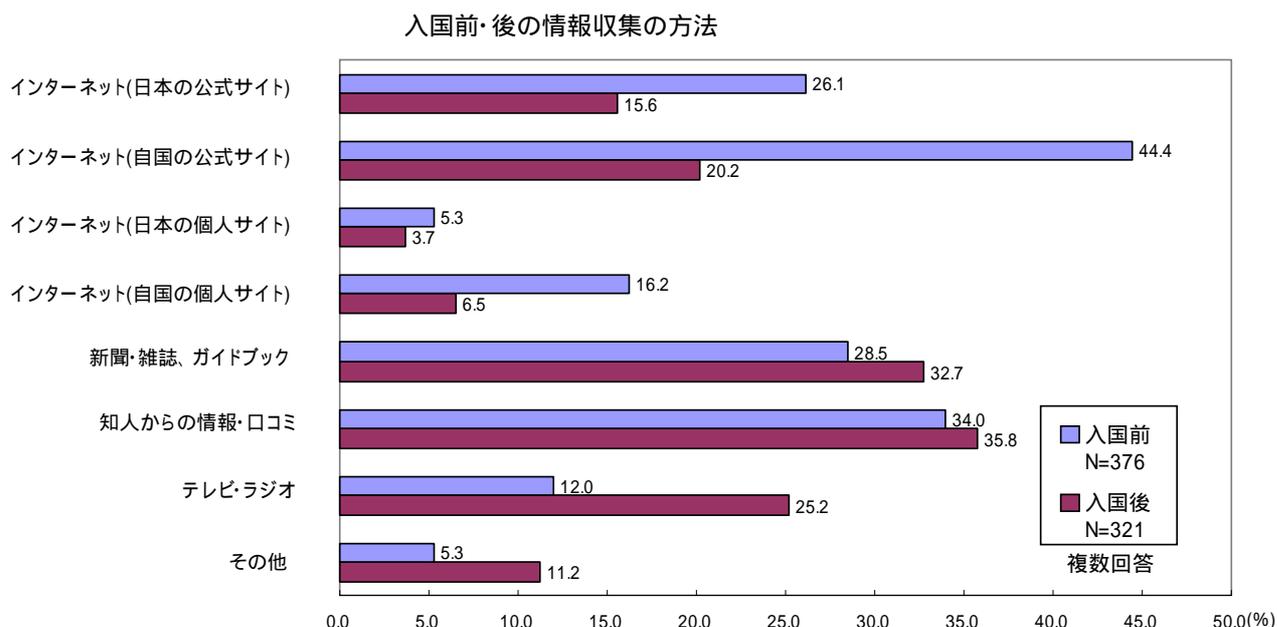


資料：国土交通省 九州地方整備局「外国人アンケート・ヒアリング」

(4) 入国前・入国後の情報入手方法

入国前の情報入手方法に関しては、インターネット（自国のサイト）が最も多く44.4%。次いで、知人からの情報・口コミ34.0%、新聞・雑誌・ガイドブック28.5%と続く。インターネット（日本の公式サイト）も26.1%と情報源として活用される割合は比較的高い。

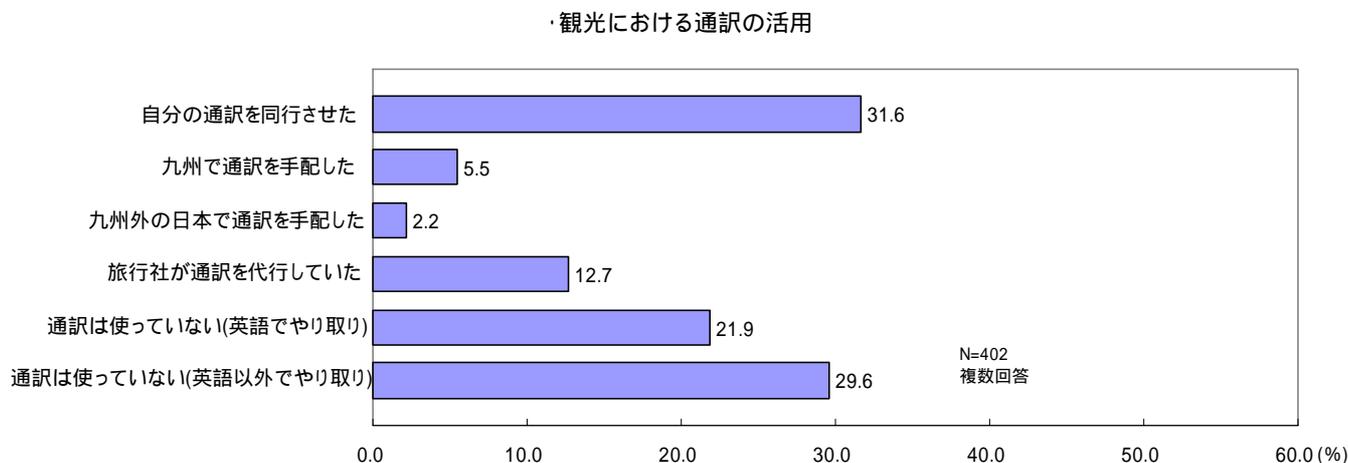
入国後の情報入手方法に関しては、知人からの情報・口コミが最も多35.8%、また、新聞・雑誌・ガイドブックも32.7%とよく活用されており、テレビ・ラジオ（25.2%）も情報源となっている。インターネットの利用率は、入国前と比べ低下している。



資料：国土交通省 九州地方整備局「外国人アンケート・ヒアリング」

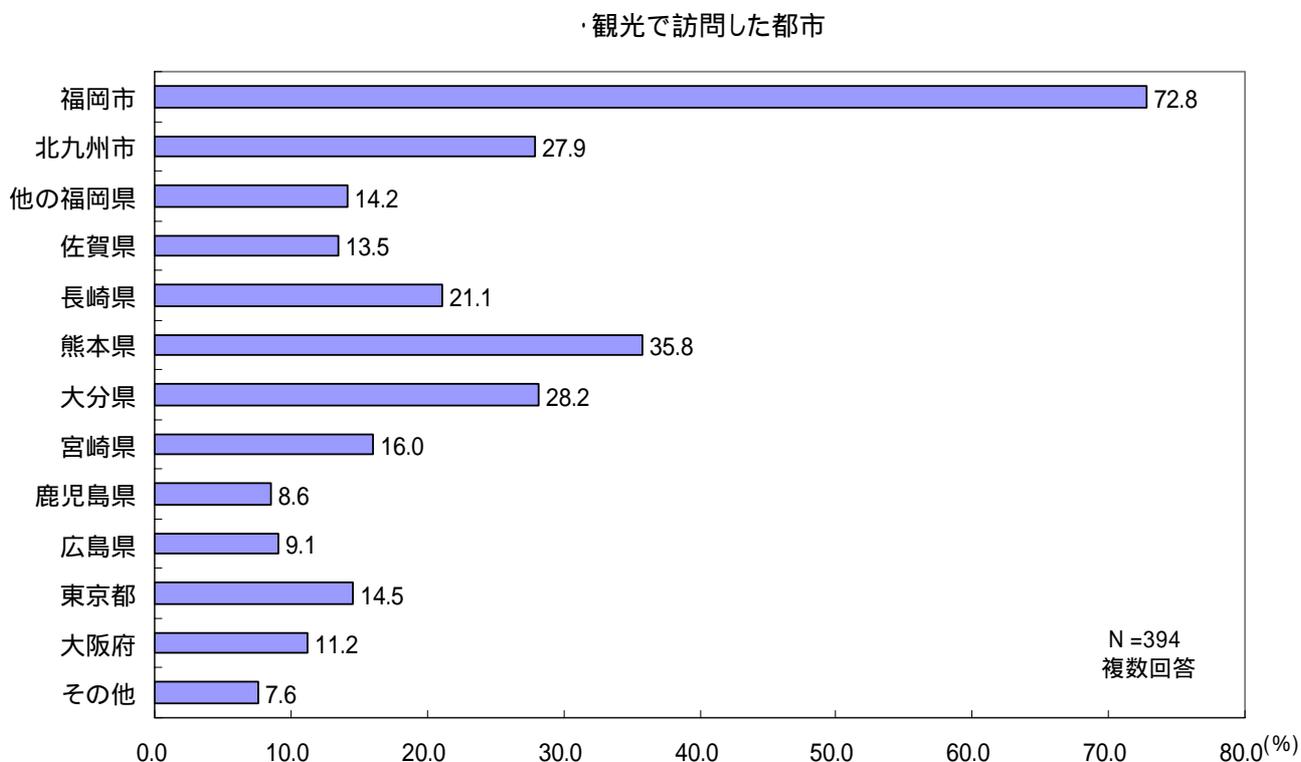
(5) 観光における通訳の活用

通訳を利用した合計は52.0%、通訳を利用しない合計が51.5%と、ほぼ同じ割合である。



(6) 観光で訪問した都市

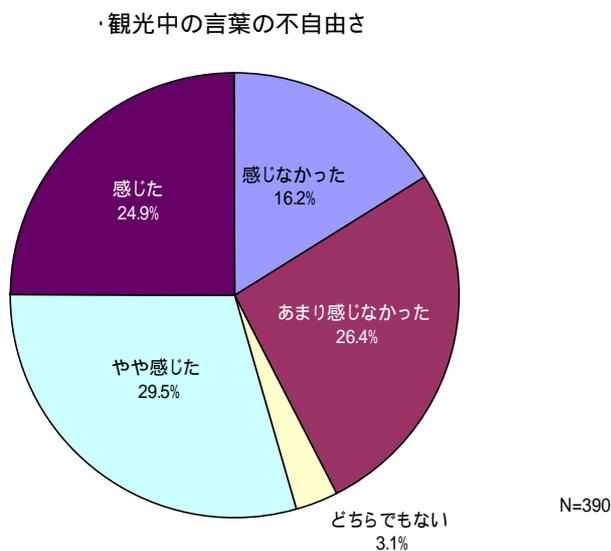
福岡市が圧倒的に多く72.8%。次いで熊本県35.8%、大分県28.2%、北九州市27.9%の順となっている。また、東京都(14.5%)、大阪府(11.2%)への訪問も見受けられる。



資料：国土交通省 九州地方整備局「外国人アンケート・ヒアリング

(6) 観光中の言葉の不自由さ

感じなかった(16.2%)、あまり感じなかった(26.4%)の合計42.6%に対し、感じた(24.9%)、やや感じた(29.5%)の合計は54.4%であり、言葉について不自由を感じている人の割合が高い



平成 17 年度国土施策創発調査

ビジターズ・インダストリー振興に向けた
ビジター拡大方策に関する調査報告書

平成 18 年 3 月

福岡市 経済振興局 集客交流部 ビジターズインダストリー推進室
〒810-8620 福岡県福岡市中央区天神 1 丁目 8 番 1 号