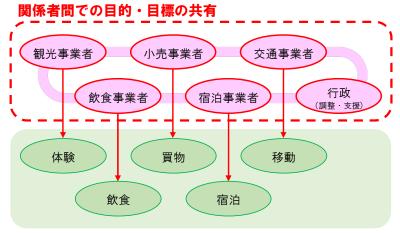
## || 訪日外国人旅行者の地方への誘客を支える交通施策の 検討

## 1 関係者間での目的・目標の共有

- ・訪日外国人旅行者の地方への誘客を支える交通を実現させるためには、多様な関係者の連携 が必要
- ・関係者が目的を共有することにより、各取組の整合が図られ、相乗効果が発揮されることが 重要
- ・観光は宿泊、飲食、移動、買物、体験など様々な活動が伴うことから、訪日外国人旅行者の誘客を支える交通を実現させるためには、行政、交通事業者、観光事業者など地域の幅広い関係者の連携が必要である。
- ·交通分野についても広域交通、地域内交通を網羅するなど、関係する交通事業者間の連携も 不可欠である。
- ・地域が一体となった観光地づくりを行うためには、関係者間での目的・目標の共有が不可欠である。
- ・目的・目標を共有することにより、各主体がそれぞれの果たす役割を認識し、それぞれの取組の整合が図られることで、相乗効果が最大限に発揮されることが期待される。
- ・隣接地域との連携など連携が必要な関係者の範囲は、検討の段階によって変化することが考えられる。必要に応じて連携する関係者を拡げるなど、臨機応変な対応が必要である。



訪日外国人旅行者の総合的な受入環境の整備

訪日外国人旅行者

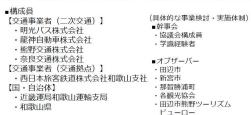
図 2 目的・目標の共有(イメージ)

## 事例)外国人旅行者の誘客に向けた交通施策の検討体制の例

- ・外国人旅行者の誘客に向けた交通施策を検討するためには、様々な検討体制が考えられる。
- ・協議会などの新たな組織を設立する他、観光と交通の関係者の定期的な打合せなども施策を検 討するきっかけになると考えられる。
- ・また、マドリード地域運輸連合のような組織も今後の地域交通を支える体制として参考になる。

#### 事例)熊野外国人観光客交通対策推進協議会(和歌山県熊野エリア)

- ・熊野古道などを訪れる外国人観光客の二次交通の利便性向上に取り組むため、「熊野外国人観光 客交通対策推進協議会」を設立。
- ・熊野エリアの広域アクセスを担う鉄道事業者や地域内の二次交通を担う4社のバス事業者などにより構成され、オブザーバーとして、自治体・観光協会なども参画。

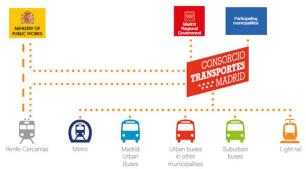


#### 事例)イギリス「Tourism Action Plan」の実施体制

- ・イギリスでは、ロンドンに集中する外国人旅行者を地方に誘客するため「Tourism Action Plan」を策定。
- ・同計画を策定したイギリス政府デジタル・文化・メディア・スポーツ省は交通分野を所管していないため、イギリス政府鉄道局、VisitBritain\*1、レールデリバリーグループ\*2の担当者が月1回定期的にミーティングを実施。
- ·これにより、ブリットレールパス·Mパス(P74)などを実現。
- ※1 英国政府観光庁が使用する名称で、2003 年 4 月に設立され、海外市場への英国のプロモーション事業の展開や英国各地域の観光情報を提供。
- ※2 イギリス国内の全ての鉄道事業者が加盟する組織で、鉄道事業者に対する様々な支援やチケットの予約・発券サービス などを実施。

#### 事例)マドリード地域運輸連合(スペイン・マドリード州)

- ・マドリード地域運輸連合は、マドリード州政府の独立機関として、自治州及び基礎自治体から権限を委譲される形で、州内の自治体の交通部門を統合して、1986年に設立。
- (行政機関のグループであり、交通事業者は交通連合に直接統合されていない)
- ・マドリード州内の全ての公共交通機関を一元的に管理し、運行計画や運賃制度などを調整
- ・州内の全ての交通機関共通の「ツーリスト チケット(P85)」など利用者の視点に立ったサービスを提供。



#### 事例)マドリード地域運輸連合(スペイン・マドリード州)の取組

- ・マドリード地域運輸連合は、州内の自治体や交通事業者がバラバラに運営していた公共交通 を管理、料金、交通モード、技術の4つの面から統合を図っている。
- ・統合により、運営の効率化が図られるとともに、サービスの高度化やモード間の連携向上に よりネットワーク全体の利便性の向上が図られている。

#### <マドリード州内の公共交通>



#### <公共交通機関統合の概念図>



#### 【主な取組】

#### ○管理の統合:

・州内の全ての公共交通の<u>インフラ計画の策定、料金体系の構築、運営方針・財務の枠組み</u> の策定、運行計画の策定、広報活動を実施している。

#### 〇料金の統合:

・マドリード州内の公共交通の運賃は、<u>ゾーン制の共通運賃</u>が導入され、<u>共通の定期券、回数券やツーリストチケットなどを販売</u>している。

#### 〇モードの統合:

・地下鉄、広域バス、市バスなどが乗り入れる<u>市内 6 箇所の交通結節点の整備や高速道路の</u>バス専用レーンの整備などを行っている。

#### ○技術の統合:

・中央指令室で公共交通機関の運行状況をモニタリングし、利用者に情報を提供している。

・こうした取組により、運輸連合の設立以降、マドリード州内の公共交通の乗車人員は 50%増加し、人口増加(36%)を上回っている。

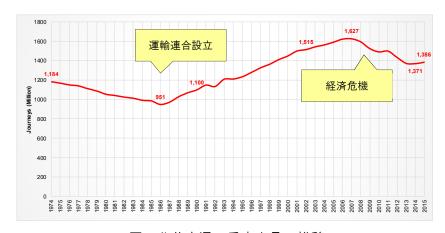


図 公共交通の乗車人員の推移

#### 1) 目的の設定

- ・国際観光需要の増加や 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックの開催決定を受けて、 国を挙げての訪日観光客誘致が行われており、地方部でも、訪日外国人旅行者を誘客する 好機である。
- ・訪日外国人旅行者の誘客といっても、地域活性化、国際交流などその目的は様々であり、 目的が異なれば取組も変わる。
- ・また、訪日外国人旅行者が地域を訪れたとしても地域にメリットがないような場合も考えられる。例えば、訪日外国人旅行者が多く訪れても、観光施設を見物するだけで、地域にほとんどお金が落ちないといったことも考えられる。
- ・そのため、交通施策を検討する前に、「訪日外国人旅行者を誘客し、地域を活性化させる」 など何のために訪日外国人旅行者を誘客するのかという目的を明確にする必要がある。

#### 訪日外国人旅行者の誘客の目的の例

- ●地域への経済効果:訪日外国人旅行者の地域における消費により、地域の経済・雇用を維持・拡大させる。
- ②地域コミュニティの強化: 訪日外国人旅行者の誘客に向けた取組を通じた関係者の協働、 創意工夫が地域の様々な課題解決やイノベーションの基盤となる。
- ❸国際交流:地域を訪問する訪日外国人旅行者と地域住民の交流により、国際間の相互理解や地域住民が世界に目を向けるきっかけになる。
- ◆地域交通ネットワークのサービス水準の向上:地域交通ネットワークを訪日外国人旅行者が使いやすい・分かりやすいものにすることにより、地域住民にとっての利便性も高まる。

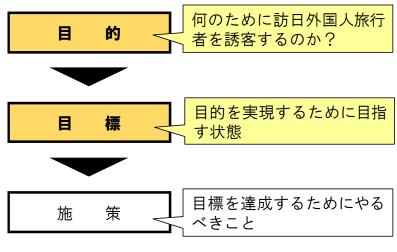


図 3 目的・目標・施策の関係

#### 2) 目標の設定

- ・目標とは、目的を実現するために目指す状態であり、目指す状態を具体的にするためには、 数値化することが望ましい。
- ・目指す状態は、地域全体や交通などの個別分野で設定することができる。
- ・目標設定に当たっては、データの入手の容易さなどにも留意して設定する必要がある。

#### 数値目標の例

●地域全体の視点:交通のみならず、波及的な効果も含めた地域全体における目標例)訪日外国人旅行者数・宿泊数、消費額 など

②交通の視点 :地域交通施策に実施による、交通分野における目標例)訪日外国人旅行者の公共交通利用者数、フリーパス販売数 など

・また、目標の水準の設定方法として、以下の2つの考え方がある。

#### 目標の水準の設定方法の例

- ●推計重視(フォアキャスト)
- ・現状から出発して、すう勢や施策実施の成果から将来の姿を想定し、目標値を設定する こと。
  - 例)現在の訪日外国人旅行者の公共交通利用者数に、今後の取組による効果を加味し、 目標値を設定
- 2目標設定重視 (バックキャスト)
- ・上位計画などで提示された将来の在るべき姿から目標値を先に決め、それに向けた道筋 を検討すること。
  - 例) 自治体の既存の総合計画や観光計画において、設定された訪日外国人旅行者数の目標を決めており、交通施策においても整合を図り、総合計画の目標値を踏襲
- ・訪日外国人旅行者の誘客は、様々な分野の取組の総体により実現するものであり、交通な ど個別分野では赤字でも、地域全体の黒字に貢献することもある。
- ・そのため、個別の施策の直接的な効果に加えて、地域全体の視点から費用対効果を評価する必要がある。

## 2 訪日外国人旅行者の地方への誘客戦略の検討

## 2.1 地域の観光資源・受入環境の現状把握

#### 1) 地域の観光資源の洗い出し

- ・訪日外国人旅行者の地域への来訪の動機となる観光資源を洗い出す
- ・メジャーな観光資源に加え、幅広い地域資源を洗い出すことで、訪日外国人旅行者の誘客 の可能性を広げることが可能
- ・交通は派生需要でありそれ自体が目的ではないため、交通施策を検討する前に訪日外国人 旅行者の地域への来訪の動機となる観光資源を洗い出すことが必要である。
- ・地域の観光資源の特徴(自然、文化、産業、スポーツなど)や空間的、時間的な分布を整理 することで、地域の特徴が明らかになる。
- ・従来から評価の高いメジャーな観光資源に加え、マイナーな観光資源なども幅広い視点で 洗い出すことで、訪日外国人旅行者の誘客の可能性を広げることが可能になる。
- ・以下のような視点から、地域資源を洗い出すことが考えられる。

#### <地域資源の洗い出しの視点の例>

- ①日本を特徴づける歴史・伝統や自然
- ・日本を特徴づける歴史・伝統や自然を感じることができる資源は、訪日外国人旅行者の関心 が高い。

#### 地域資源の例

- 〇参詣道:和歌山県田辺市では、古代から中世にかけ、熊野三山の信仰が高まり、多くの 参詣者が歩いた参詣道が「熊野参詣道」として世界遺産に登録され、多くの訪日外国人 旅行者が訪れている。
- 〇温泉街:兵庫県豊岡市の城崎温泉は、昔ながらの風情が残り、外湯巡りなどが楽しめる 温泉街として、訪日外国人旅行者に人気がある。

#### ②地域の生活・文化

・地域の生活・文化などその土地ならではの営みの体験や地域の人々との交流は、訪日外国人 旅行者にとって大きな魅力である。

#### <u>地域資源の例</u>

〇古民家:徳島県三好市では、秘境とも言われる山深い集落にある茅葺きの古民家に宿泊ができ訪日外国旅行者に人気がある。

〇精進料理: 山形県鶴岡市では、出羽三山の修験道によって育まれた精進料理や 50 種類の 在来作物など、山里海の豊かな食材を活かした食文化が世界に評価されている。

#### ③世界中に愛好者がいる趣味・スポーツ

・日本らしいコンテンツも重要であるが、世界中に愛好者がいる趣味・スポーツも訪日外国人 旅行者の誘客には有効である。

## 地域資源の例

- 〇アニメの舞台:岐阜県飛騨市や埼玉県久喜市など人気アニメの舞台やモデルとなった土地を訪問する「聖地巡礼」がアニメファンの外国人に人気。
- 〇サイクリングコース:広島県尾道市と愛媛県今治市を結ぶ瀬戸内しまなみ海道は、瀬戸 内海の6つの島々を9つの橋で結ぶ、国内で唯一、自転車道が併設されている高速道路 であり、サイクリングを好む外国人旅行者に人気。
- ・外国人の好みを踏まえた地域資源の洗い出しの考え方などについては、「外国人が楽しめるニューツーリズムを目指して(H24.3、観光庁)」、「インバウンド着地型観光の手引き(H27.3、国土交通省観光庁)」などの既存のガイドラインでもまとめられており、詳細はそちらも参考にしていただきたい。

## 2) 地域における訪日外国人旅行者の受入環境の現状把握

- ・交通アクセス、宿泊施設などの訪日外国人旅行者が観光資源を体験するための受入環境を 整理
- · 訪日外国人旅行者が地域資源を体験するためには、地域を訪れ、滞在できる環境が必要である。
- ・地域の交通アクセスや宿泊施設の整備状況は、地域の観光地としての強み・弱みの大きな要素である。
- ・また、訪日外国人旅行者の受入環境整備に係る既存の取組の状況や周辺の状況についても 整理する。
- ・以下の視点から、地域の訪日外国人旅行者の受入環境を把握する。

#### 受入環境の整理の視点の例

- ①交通アクセス
- ○広域アクセス
- ・周辺の空港の国際線就航路線、国際交通拠点から地域へのアクセスする交通手段の有無 など
- ○地域内の周遊
- ・地域資源にアクセスする交通手段の有無 など

#### ②宿泊施設

・地域内の宿泊施設の分布、宿泊容量 など

#### ③その他

- ・地域内における案内・誘導表示の多言語化
- ・訪日外国人旅行者に向けた情報発信
- ・観光案内所における外国語対応 など

## 参考) 受入環境整備水準の評価 評価実施のガイドライン (H23.3 観光庁)

·訪日外国人の受入環境の整備を進めていくにあたり、整備すべき対象として、下表の 10 項目を 掲げている。

表 環境整備対象とその内容

表 環境整備対象とその内容 								
環境整	備対象	環境整備対象の内容						
1. 地域内に	(1)施設の	・施設などがどちらの方向にあるかを表示する誘導サインの充実と						
おける案内・	方向を指示す	外国語対応						
誘導表示	る情報(誘導	・誘導する対象は、観光地、観光案内所・情報コーナー、主要駅・						
	サイン)	バスターミナル、公園、公衆トイレなどの公共施設						
	(2)施設の	・施設の間近で、その存在を告知する位置サインの充実と外国語対						
	存在を示す情	応						
	報(位置サイ	・位置を知らせる対象は、観光地、観光案内所・情報コーナー、主						
	ン)	要駅・バスターミナル、公園、公衆トイレなどの公共施設						
	(3)誘導標	・観光案内版など、地図、図表類の掲示により、当該施設に関する						
	識(案内サイ	情報を提供する案内サインの充実と外国語対応						
	ン)	・案内サインに記載されるべき対象は、観光地、観光案内所・情報						
		コーナー、主要駅・バスターミナル、公園、公衆トイレなどの公						
		共施設						
2. 地域に関	(1)パンフ	・外国人旅行者に配布する観光情報パンフレットの外国語への対応						
する観光情		と充実化						
報などの発	(2)ウェブ	・外国人旅行者向けに提供している観光情報ウェブサイトの外国語						
信	サイト	への対応と充実化						
3. 観光案内原	沂	・外国人旅行者に観光に関する情報の提供を対面式で行う観光案内						
		所の充実化						
		・提供する情報の外国語対応と充実化						
	ナる外国人旅行	・地方公共団体や観光協会、民間事業者の各主体による、地域にお						
者を受け入れる	る体制	ける訪日外国人旅行者を受け入れる上での取組みの充実化						
	テ者向け低廉旅	・訪日外国人旅行者が宿泊施設、料理・飲食店、博物館、美術館、						
│ 行情報提供		土産物店などの観光施設や交通機関を利用する際の割引などの優						
		遇措置に関する情報提供の充実化						
6. 公共交通株	幾関	・公共交通機関の旅客施設、車両、乗車券面やウェブサイトの外国						
		語対応						
		特に、「外国人観光旅客の旅行の容易化などの促進による国際観光						
		の振興に関する法律」(外客旅行容易化法)に基づき、情報提供促						
		進措置を講ずべき区間に指定された区間における外国語対応整備						
<b>—</b>		の促進 						
7. 宿泊施設		・宿泊施設における各種外国語対応						
0 + 31/4		・外国人旅行者からみた施設の利便性向上とサービス充実化の取組						
8. 商業施設		・商業施設における各種外国語対応						
0 60 10 16 16 10 16 16 16		・外国人旅行者からみた施設の利便性向上とサービス充実化の取組						
9. 観光施設	・娯楽施設	・観光施設・娯楽施設における各種外国語対応						
10 % 4+=	п.	・外国人旅行者からみた施設の利便性向上とサービス充実化の取組						
10. 飲食施記	Ϋ́	・飲食施設における各種外国語対応						
		・外国人旅行者からみた施設の利便性向上、サービス提供の取組						

資料:受入環境整備水準の評価 評価実施のガイドライン【本編】(H23.3 観光庁)

## 2.2 訪日外国人旅行者の観光・交通特性の現状把握

## 2.2.1 総論

#### 1) 分析の目的

- ・訪日外国人旅行者を効率的・効果的に地域に呼び込むためには、ターゲットを設定し、ター ゲットの特性に合わせた施策の展開が必要であり、訪日外国人旅行者の観光・交通特性を知 ることが重要
- ・訪日外国人旅行者を効率的・効果的に地域に呼び込むためには、ターゲットを設定し、ター ゲットの特性に合わせた施策を展開するなど、戦略的な取組が必要である。
- ・これまで、我が国の政策は政策立案者・決定者の勘、経験や思い込みや他地域の模倣により、 立案されているとの指摘もある。
- ・戦略的な取組を実施するためには、統計データなどの客観的な証拠(エビデンス)を基に、 訪日外国人旅行者の観光・交通特性を分析し、戦略を立てることが重要である。

#### 観光・交通特性分析の目的

#### 目的❶地域に呼び込むターゲットの設定

- ・一口に訪日外国人旅行者といっても、国籍などにより旅行スタイル・好み・ニーズなどは 多様である。
- ・厳しい財政制約の中、訪日外国人旅行者の誘客を図るためには、多様なニーズに対応した 全方位的な施策を実施するのではなく、ターゲット(例えば、欧米系外国人、アジア系外国 人など)に絞った効率的・効果的な取組が必要である。
- ・地域に呼び込むターゲットを設定するには、訪日外国人旅行者の観光・交通特性を把握し、 地域の観光資源などが強みとなるターゲット層を見つけることが重要である。

#### 目的②ターゲットの特性に合わせた施策の展開

- ・訪日外国人旅行者のうち、増加傾向にある個人旅行者いわゆる FIT\*は、行きたい国の情報を自ら収集し、旅行の計画を立て、宿泊先・移動手段を手配し、さらに国内では、様々な公共交通機関を利用して、観光地を周遊する。
- ・こうした個人旅行者を地域に呼び込むためには、プロモーションや地域内での移動手段を 確保といった総合的な取組が必要である。
- ・総合的な施策を立案するためには、訪日外国人旅行者の観光・交通特性を把握し、ターゲットの特性に合わせた施策を展開することが重要である。 ※FIT: Foreign Independent Travele

## 参考)エビデンスに基づく政策形成の動向

#### ■エビデンスに基づく政策形成とは

- ・エビデンスに基づく政策形成(以下、EBPM)は、日本では比較的新しい概念であるが、国際機関や欧米諸国において、既に一般的なものである。
- ・OECD 教育研究革新センターでは、2003 年からエビデンスに基づく教育政策の研究に取り組んでおり、2007 年に公表された報告書「Evidence in Education: Linking Research and Policy」では、EBPM を「政策オプションの中から政策を決定し・選択する際に、現在最も有益なエビデンスの誠意ある明確な活用を行うことである。」と定義している。

#### ■取組の背景と意義

- ・日本では、世界に類を見ない少子高齢化の進展や厳しい財政状況に直面しており、こうした現 状や政策課題を迅速かつ的確に把握し、有効な対応策を選択し、また、その効果を検証するこ との必要性はこれまで以上に高まっている。
- ・日本では、政府の政策立案において、統計や業務データなどが十分には活用されず、往々にしてエピソード・ベースでの政策立案が行われているとの指摘がされてきた。
- ・日本においても、EBPM を推進することにより、限られた資源を有効に活用し、効率的で効果的な政策展開が期待されている。

#### ■具体的な取組状況 など

·EBPM を推進するためには、推進体制及びその証拠となる統計などの整備·改善が必要とされており、中央省庁においては、「統計改革推進会議最終取りまとめ(平成 29 年 5 月 19 日統計改革推進会議決定)」に基づき、次のような取組が行われている。

#### ①EBPM 推進体制の構築

- · 各府省に EBPM 推進に係る取組を総括する EBPM 推進統括官の設置
- ·EBPM 推進統括官などから構成され、政府横断的な EBPM 推進機能を担う EBPM 推進委員会を官民データ活用推進戦略会の下部組織として設置
- ・経済・財政再生計画の点検・評価、政策評価、行政事業レビュー政策、施策、事務事業の各段 階において EBPM を推進

#### ②統計などの整備・改善

- ・GDP 統計を軸にした経済統計の改善
- ・ユーザーの視点に立った統計システムの再構築と利活用促進
- ・報告者負担の軽減と統計業務・統計行政体制の見直し・業務効率化、基盤強化 など

## 2) 分析の着眼点

- ・訪日外国人旅行者の観光・交通特性を分析する際には、訪日外国人旅行者の属性、訪日旅行 に係る一連のプロセス、ゲートウェイから地域内の観光資源にいたる周遊を把握することが 重要
- ・訪日外国人旅行者の観光・交通特性と言っても、様々な要素がある。
- ・そのため、分析の目的を明確にして、分析する対象を定めることが重要である。
- ・訪日外国人旅行者を地方に誘客するためには、以下の点に着目することが重要である。

#### 観光・交通特性分析の着眼点

#### 着眼点❶訪日外国人旅行者の属性

・訪日外国人旅行者の観光・交通特性は国籍や個人客/団体客、訪問回数によって異なる。

#### 着眼点❷訪日旅行に向けた計画

・計画段階での情報提供・交通手段の手配などへの支援も必要。

#### 着眼点❸訪日旅行中の行動

・訪日旅行中の訪問地や移動の状況など実際の行動を分析。

#### 着眼点4分訪日旅行に対する評価

・訪日旅行の満足度など評価を施策の検討に考慮することが重要。

#### ●訪日外国人旅行者の属性

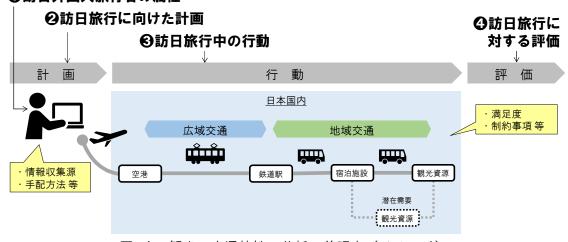


図 4 観光・交通特性の分析の着眼点(イメージ)

## 3) 分析の対象

- ・既存データから「訪日外国人旅行者の旅行スタイル・好み・ニーズ」や「訪日外国人旅行者の 国内における移動」について分析
- ・訪日外国人旅行者の観光・交通特性の分析対象は、以下の2つに大別される。
- ・これらの分析対象は、ターゲット設定の観点から、性別、年代、国籍、団体/個人、訪日回数 などの属性別に把握することが望ましい。

#### 観光・交通特性分析の対象

## 対象**①**訪日外国人旅行者の旅行スタイル・好み・ニーズ(観光特性) (⇒P22~)

- ・訪日旅行のプロセス全体における訪日外国人旅行者の意識や行動の特徴である。
- ・旅行前の計画・手配や訪日中の行動、さらに訪日旅行に対する評価がある。

#### 対象②訪日外国人旅行者の国内における移動(交通特性)(⇒P27~)

- ・訪日外国人旅行者の国内における移動の実態である。
- ・国際空港から地域までのアクセスなどの広域的な移動や観光施設までのアクセスといった 地域的な移動がある。
- ・上記までに示した観光・交通特性分析の1)目的、2)着眼点、3)対象の3つの関係と具体的な分析の内容を表 2に示す。

表 2 観光・交通特性の分析項目

	2)分析の着眼点							
3)分析の対象	着眼点 <b>①</b> 訪日外国 人旅行者の属性	着眼点②訪日旅行 に向けた計画	着眼点❷訪日旅行 中の行動	着眼点 <b>②</b> 訪日旅行 に対する評価				
対象❶訪日外国人 旅行者の旅行スタ イル・好み・ニー ズ	・国籍 ・個人/団体 ・訪日回数 など	・きっかけ ・情報収集源 ・手配方法 など	・旅行内容 ・訪問先 ・買物・飲食 など	・満足度 ・再訪意向 ・制約事項 など				
対象②訪日外国人 旅行者の国内にお ける移動	・国籍 ・個人/団体 ・訪日回数 など	_	・広域周遊 ・地域内周遊 ・交通手段 など	_				

1) <b>/</b> \#.a=th	込むターゲットの設定 D特性に合わせた施第		
1)分析の目的	・プロモーション や情報提供方法 の検討 など	・観光周遊ルートの設定など	・施策の優先度の 検討 ・施策の立案時の 留意事項 など

#### 4) 分析に用いるデータ

- ・効率的に調査するために、公的機関などによる各種調査結果などの既存のデータを活用した 上で、不足する場合には独自の調査を実施することが望ましい
- ・訪日外国人旅行者の観光・交通に関するデータをいちから調査・収集するのは費用・時間な どの制約から困難である。
- ・訪日外国人旅行者については、公的機関、民間企業などが様々な調査を実施している。
- ・効率的に訪日外国人旅行者の特性を把握するためには、極力既存のデータを活用し、全体像 を把握した上で、不足する場合には独自の調査を実施することが望ましい。

## 方法❶既存データの活用

- ・観光・交通を把握するための公的機関などが定期的に実施する統計調査のデータとして、 訪日外国人消費動向調査(観光庁)、宿泊旅行統計調査(観光庁)などがある。
- ・また、民間企業が特定のテーマに焦点を当てて実施している調査もある。これらは、定期 的に実施されているものではないが、公的機関などによる統計調査では把握できない内容 を調査しており、参考となるものも多い。
- ・これらの調査は、全国レベル、都道府県レベルで調査・集計が行われているものが多く、 必ずしも市町村レベルの詳細な状況を把握できるものではないが、訪日外国人旅行者の観 光・交通特性の全体像を掴む上で、有用な情報源となる。

#### 方法②独自調査の実施

- ・既存データでは把握できないものや、さらに細かく特性を把握したい場合には、独自の調査を実施することが考えられる。
- ・独自の調査は、費用などの制約から調査対象の地域、期間が限られることもあり、実施に あたっては、目的を明確化し、調査の対象や内容を精査する必要がある。
- ・近年、twitter、facebook などのソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下「SNS」) の普及により、市場調査において、顧客の意見を把握する方法として、SNS への投稿内容 の分析がある。
- ・例えば、SNS においては、訪日外国人旅行者が訪日旅行の感想などを訪日中・訪日後に数 多く投稿しており、この内容を分析することにより、訪日外国人の観光・旅行特性を把握 することも可能である。

## 参考) 独自調査の方法

- 1) 訪日外国人旅行者を対象としたアンケート調査
- ・姫路市では自地域に訪れる訪日外国人旅行者を対象に、アンケートにより、訪日旅行の内容などについて調査している。実際に自地域を訪問した外国人旅行者の実態を把握することができるが、観光中であることから、短時間で記入できるなど回答の負担を減らす工夫が必要である。

#### 事例-姫路市入込客数・観光動態調査

調査	観光客の動向や特性、現状などを把握するこ	とにより、観光施策を効果的に推進
目的		
調査	市内の主要な観光地である姫路城と書写山圓	教寺の2箇所で、英語及び中国語によるアンケ
方法	一ト調査を実施	
調査	(1)来訪者の居住地 (5)旅行の同行	f者 (9)訪問観光地·交通手段
項目	(2)性別: 年齢 (6)観光地への	訪問回数 (10)観光消費額
	(3)旅行形態: 宿泊施設 (7)姫路市への	訪問回数
	(4)旅行目的 (8)情報源	
調査票	Q9. 今回の旅行で訪れた国内の観光地と移動に用いた交通機関をご記入下さい。これから訪問する観光地についても予定をご記入下さい。※観光地は【表1】より、交通機関は【表2】より番号をお遊び下さい。	
	自宅	
	( ) 観光地 2 ( ) ( 都·道·府·景 市·町) 手段 2 ( ) ( ) 観光地 2 ( ) ( 都·道·府·景 市・町) 手段 3 ( )	
	( ) 観光地3 (	【表 1】 観光地
	( ) 観光地4 ( ) ( 都·道·府·県 市·町) ( ) 観光地5 ( ) ( 都·道·府·県 市・町)	総路城周辺(A 姫路城、B 動物圏、C 好古圏、D 県立歴史博物館、E 姫路文学館、F 市立美術館)   手柄山周辺(G 水族館、H 手柄山遊園)   桜山周辺(I こどもの館、J 姫路科学館、K 星の子館)
	( ) 観光地 6 ( ) ( 都·道·府·県 市·町) 手段 6 ( )	市内郊外 (L書写山圏数寺、M太陽公園、N姫路セントラルバーク) その他 ※その他の場合は具体的な観光地の名称を記入して下さい。
	( ) 観光絶7 ( ) ( 都·道·府·県 市·町) 手段7 ( ) 手段8 ( )	【表 2】 交通機関
	( ) 観光地8 (	<ul><li>①JR新幹線</li><li>②JR在来線</li><li>③急数</li><li>③金速パス</li><li>③市内パス</li><li>③地下鉄</li><li>③タクシー・ハイヤー</li></ul>
	( ) 観光地 9 ( ) ( 福·道·府·県 市·町) 手段 10 ( )	⑩レンタカー   ⑪自家用車、社用・公用車 ・⑫飛行機 - ⑬その他( )
	( ) 観光地10 (	資料:姫路市入込客数・観光動態調査報告書

#### 2) 在留外国人を対象としたインタビュー調査

・別府市では自地域に在住する留学生などの在留外国人を対象にインタビューにより、外国人の 視点から地域の魅力や問題点などを調査している。対象人数は限定されるものの、アンケート 調査よりも深い回答を得られる可能性がある。

#### 事例-別府市内在住の留学生へのグループインタビュー

調査	外国人の「市民」として、外国人の「観光客」として(2 つの目線で)市内をバス・タクシ
目的	一で移動する時に困っていること・不安なこと・「カイゼン」した方がよいことなどを把握
調査	調査対象である留学生(9 人)とバス事業者(2 人)、行政担当者(2 人)、コンサルタント
方法	(2 人)が参加し、次の流れで意見交換。STEP1:自己紹介⇒STEP2:外国人の「市民」とし
	て意見交換⇒STEP3:外国人の「観光客」として意見交換。
調査	・バスから降りる時に、お金を払う時が一番怖い。両替方法が分からず不安。言葉が通じな
結果	い事が不安
	・複数の硬貨を組み合わせて運賃を支払うのが訪日外国人は不慣れ
	・バス事業者が個々に実施している PR 方法には限界があり、訪日外国人が立ち寄る宿泊施
	設やコンビニなどで、施設案内などと一緒にバスの案内などを情報発信すべき
	・行政がうまく宿泊施設などの民間事業者と交通事業者の間を取りもち、一緒になって公共
	交通の利用促進を行うべき
	・公共交通を使うのは訪日外国人の中でも年の若い人が多く、バス利用やフリーパス利用な
	どを広める方法はインターネットや SNS が良い
	・バス停の空間を有効活用して、地域の様々な情報を発信できる工夫や仕掛けがあると良い
	・運転手と訪日外国人がもっと効率的にコミュニケーションをとれる方法として、観光客向
	けのフリー通訳コールセンターの設置などの検討が必要
	資料:別府市地域公共交通網形成計画

## 参考) SNS を活用した訪日外国人の観光・旅行特性の分析例

- · SNS を活用した訪日外国人の観光·旅行特性の分析例として、次のものがある。
  - ①訪日外国人旅行者受入環境に関連する SNS への投稿などの分析(観光庁、2017.4)
  - ・公開された SNS 投稿情報から、国内の公共交通や通信環境、多言語など受入環境に関する発言を抽出し、分析。
  - ②訪日外国人旅行者の国内訪問地域分布及び訪問地選択に関する調査研究(国土交通省 国土交通政策研究所、2017.3)
  - ・地方部の複数地域を対象として、県名・地名などの特定キーワードの件数を集計し、キーワードの出現傾向や、訪日外国人旅行者延べ宿泊者数との相関関係を分析。
  - ・SNS などデータから、対象地域がどのように認知されているかといったイメージを一定程度 推測できることや、投稿内容を受け皿整備、プロモーションに活用することの重要性を指摘。

#### <訪日外国人旅行者受入環境に関連する SNS への投稿などの分析の調査方法>

一切口外国人	版行有文八環境に渕建りの 3N3 への技情なとの分析の調査方法/
データ 収集期間	·夏:2016 年 7 月 1 日~8 月 31 日 ·冬:2017 年 1 月 1 日~2 月 28 日
対象国・地域及び対象言語	・中国(中国語簡体字)       ・台湾(中国語繁体字)       ・香港(中国語繁体字)         ・韓国(韓国語)       ・アメリカ(英語)
分析対象 データ	<ul> <li>・中国Sina Weibo、TencentWiebo、QA サイトの質問・返信(Qyer など)、ブログ(blog.sina など) など</li> <li>・台湾QA サイトの質問・返信(backpackers など)、ブログ (mobile 0 1 など) など</li> <li>・香港QA サイトの質問・返信(discuss など)、ブログ (unwire など) など</li> <li>・韓国Twitter、ブログ (Naver など)、QA サイトの質問・返信(clien など) など</li> </ul>
	・アメリカ…Twitter、Facebook <sup>※</sup> 、ブログ(blogger など)、QA サイトの質問・返信(expedia など)、動画サイト(YouTube など)など ※Facebook は「全員に公開」としている情報のみ対象
分析の流れ	・「日本に関する地名・場所キーワード」「受入環境キーワード」「ポジネガ抽出キーワード」を掛け合わせて、調査データを収集・分析
	満足に感じていること   振って拡散している情報   韓国語   繁体中国語   繁体中国語   繁体中国語   繁体中国語   繁体中国語   繁体中国語   大語   (字が)力)   各国語のネイティブスタッフが   読み込みを実施。
	※各国語のネイティブスタッフが読み込みを実施。

# 2.2.2 訪日外国人旅行者の旅行スタイル・好み・ニーズ(観光特性)の分析手法

- 1) 分析項目
- (1) 訪日旅行の計画・手配
  - ・訪日外国人旅行者の訪日旅行の計画・手配などに係る項目を分析
  - ・プロモーション方法を検討するために、ターゲットが実際の行動に至るまでの計画段階 の項目(意思決定に関わる項目など)を分析する。
  - ・計画に関する分析項目としては、きっかけ、情報収集源、旅行手配、到着後の決定項目 などが考えられる。

#### 訪日旅行の計画・手配に関する分析項目

- ・きっかけ~日本旅行をしたいと考えたきっかけ(自然・風景への関心など)
- ・情報収集源~観光地や移動手段の情報入手方法(旅行ガイドブックなど)
- ・旅行手配~宿泊先や移動手段の手配方法(ウェブサイトなど)
- ・到着後の決定項目~日本到着後に決めた移動先(食事場所など)

表 3 訪日旅行の計画・手配に関する分析項目と活用可能データ

	045 1746		活用可能データ						
分析項目		項目例	公的統計データ			アンケート調査			
分例項目	分析目的	· 埃日例	① 消	② 宿	③ 入	④ 意	⑤ 移	⑥ 若	⑦ 行
			費	泊	込	息向	動	年	動
きっかけ	・日本旅行をしたいと考えたきっかけを 分析し、国籍等による嗜好の違いなど を把握 ・ターゲットの興味・関心に応じたプロ モーションを展開	・自然や風景に関心がある ・日本食に関心がある ・文化・歴史に関心がある など				0			
情報収集源	・旅行前、旅行中の情報収集源やインターネットの利用状況などを分析し、国籍等による情報収集の仕方の違いなどを把握 ・ターゲットに応じた情報発信方法を検討	<旅行前> ・旅行ガイドブック ・ロコミサイト など 〈旅行中> ・観光案内所 ・スマートフォン など	0			0	0		0
旅行手配	・訪日外国人が、どのように旅行を手配 しているのか等を分析し、国籍等によ る旅行手配の方法の違いなどを把握 ・ターゲットに応じた販売戦略を立案	・旅行会社の店頭 ・ウェブサイト ・直接電話 など	0			0			0
到着後の 決定項目	・日本へ着いてから決めたものを分析 し、国籍等による来日後の決定事項の 違いなどを把握 ・ターゲットに応じた情報を提供	・食事場所・レストラン ・買い物スポット ・観光スポット など				0			

※活用可能データの略称は、以下の調査を指す(以降同様)

①消費:訪日外国人消費動向調査(観光庁)

②宿泊:宿泊旅行統計調査(観光庁)

③入込:観光入込客統計(都道府県が実施、観光庁がとりまとめ)

④意向:DBJ·JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査((株)日本政策投資銀行、公益財団法人日本交通公社)

⑤移動:訪日外国人旅行者移動実態調査(東日本旅客鉄道株式会社、株式会社 NTT データ)

⑥若年:~韓国、台湾、中国、タイ、アメリカの 20~30 代の訪日旅行者にきく~訪日旅行者に関する調査(株式会社マクロミル)

⑦行動: 訪日外国人旅行者の行動~家族や友人に自慢したい日本の街や文化~(株式会社 JTB 総合研究所、エクスポート・ジャパン株式会社)

#### (2) 訪日中の行動

- ・訪日外国人旅行者が国内において取った行動を分析
- ・観光周遊ルートを設定するために、ターゲットの実際の訪日中の行動を分析する
- ·行動に関する分析項目としては、以下のような旅行内容、訪問先、宿泊施設、買物·飲食などが考えられる。

## 訪日中の行動に関する分析項目

- ・旅行内容~日本旅行のスタイル (滞在日数、同行者など)
- ・訪問先~日本で訪れた地域
- ・宿泊施設~利用した宿泊施設の種類(日本旅館、高級ホテルなど)
- ・買物・飲食~買物や飲食などのお金を消費した行動の実態

表 4 訪日中の行動に関する分析項目と活用可能データ

				活用可能データ						
分析項目	分析目的	項目例	公的統計データ			アンケート調査			查	
刀抓模口	J) 101 E H)	·유디(7)	①消費	② 宿泊	③ 入 込	④ 意 向	⑤ 移 動	⑥ 若 年	⑦行動	
旅行内容	・訪日外国人が、日本でどのような旅行をしているのかを分析し、国籍等による滞在日数や同行者の傾向などを把握・ターゲットの旅行スタイルに応じた施策の検討に活用	・滞在日数 ・滞在箇所 ・同行者 ・旅行目的 など	0		0	0	0	0	0	
訪問先	・訪日外国人が、どのような場所を訪れるのかを分析し、国籍や訪日回数による訪問先の傾向などを把握・地方へ誘客するターゲットを設定	・これまで訪問した地域・地方観光地の訪問経験有無 など	0			0			0	
宿泊施設	・訪日外国人が、どのような宿泊施設を利用しているのかを分析し、国籍等による宿泊施設の好みの傾向などを把握・ターゲットの嗜好に応じた宿泊環境を整備	<宿泊施設の例> ・日本旅館 ・高級ホテル など 〈宿泊施設に求めることの例> ・Wi-Fiなど通信環境の整備 ・外国語での表示・案内 など	0	0		0				
買物·飲食	・訪日外国人が、どのような買物や飲食等を行っているのかを分析し、国籍等による消費行動の傾向などを把握・ターゲットの嗜好に応じた買物環境の整備や飲食の提供を行うことで、地域経済を活性化	<購入商品の例> ・菓子類 ・服・かばん・靴 など く買物場所の例> ・ショッピングモール ・スーパーマーケット など く食べ物・飲み物の例> ・寿司 ・ラーメン など	0		0	0		0	0	

#### (3) 訪日旅行に対する評価

- ・訪日旅行に対する満足度、再来訪意向といった評価を把握
- ・施策の優先度の検討、施策の立案時の留意事項を把握するために、訪日旅行に対する評価を分析する。
- ・評価に関する分析項目としては、以下のような満足度、再訪意向、訪日旅行の障害など が考えられる。

## 評価に関する分析項目

- ・満足度~日本旅行で満足した点、不満だった点
- ・再訪意向~再び日本を訪れることへの考え
- ・訪日旅行の障害〜日本旅行に対する不安や計画時の制約事項(言葉の通用度、交通・宿 泊施設の確保など)

## 表 5 訪日旅行に対する評価に関する分析項目と活用可能データ

			活用可能データ						
分析項目	/\_tc \D_+t_	百日例	公的統計データ			アンケート調査			
万机项目	百日		① 消 費	② 宿 泊	③ 入 込	④ 意 向	⑤ 移 動	⑥若年	⑦ 行 動
満足度	・日本旅行で満足した点、不満だった点などを分析し、国籍等による嗜好の違いなどを把握することで、各施策に反映	・自然や風景の見物	0			0			0
再訪意向	・日本で行ってみたいところのイメージ や体験したいことなどを分析し、国籍 等による嗜好の違いなどを把握 ・ターゲットの興味・関心に応じたプロ モーションを展開 ・日本への再訪意向を把握することで、 リピーターを創出するための取組を実 施	<行ってみたいところのイメージの例> ・温泉 ・日本的な街並み など 〈体験したいことの例> ・伝統的日本料理を食べる ・自然や風景の見物 など	0			0		0	
訪日旅行 の障害	・日本旅行の不安材料、制約に感じた事項を分析し、国籍等による障害の違いなどを把握 ・ターゲット誘客の際の課題として整理	<mbody> &lt;不安材料の例&gt; ·言葉が通じるかどうか不安 ·滞在費が高い など &lt;制約を感じた事項の例&gt; ·希望する日程で飛行機の予約が 取れなかった ·希望するタイプの宿泊施設が予 約できなかった など</mbody>				0			

## 2) 活用可能なデータ

- ・前項までに示した分析の視点に対応した項目を調査している公的統計データ、アンケート調査の概要を表 6に、詳細を(巻末資料2)の表 15(P100~)に示す。
- ・調査により、調査項目のほか、経年的な比較の可否など得られるデータが異なることから、 把握したい内容にあわせて、データを組み合わせるなどの工夫が必要である。

表 6 公的統計データ、アンケート調査の概要

NI	E./\	h TL		-m+	11± 704
No.	区分	名称	実施機関	調査年次	特徴
1	公的統計データ	訪日外国人消費動 向調査	観光庁	2010〜 四半期 ごと	・主な宿泊地、消費額などに加え、訪日旅行に対する満足度、再訪意向、滞在中の行動などを調査・訪日外国人の <u>消費行動</u> に関する詳細な把握が可能・旅行支出の費目別構成比などから <u>利用した交通手段など</u> の把握が可能・ <u>四半期ごと</u> に公表
2		宿泊旅行統計調査	観光庁	2007〜 毎月 (2015.3以 前は四半期 ごと)	・ <u>宿泊者数</u> に関する統計 ・都道府県別、宿泊目的別の延べ・実宿泊者数およ び外国人延べ・実宿泊者数の把握が可能 ・ <u>毎月</u> 公表
3		制光入込客統計	都道府県 (取りまと め、全国集 計 は 観 光 庁)	2010〜 四半期 ごと	・各都道府県が実施する <u>観光地点入込客数・観光消費額単価・観光消費額</u> に関する調査・大阪府を除く 46 都道府県で <u>共通基準</u> を導入・ <u>四半期ごと</u> に公表
4	アンケート調査	DBJ・JTBF アジア・ 欧米豪 訪日外国人 旅行者の意向調査	株式会社日 会社行 銀行 公社日 公社 公社(2015 年~)	2012~ 毎年	・海外旅行経験者を対象に、 <u>国籍による旅行嗜好や 訪日経験の有無によるニーズの変化</u> を把握することを目的としたインターネットアンケート調査・アジア 8 地域、欧米豪 4 地域の 12 地域を対象 (2015 年まではアジア 8 地域のみ)・2015 年、2017 年調査のみ、 <u>利用した交通手段</u> の 把握が可能・2012 年から毎年公表(最新の 2017 年で 6 回目)
5		訪日外国人旅行者 移動実態調査	東日本旅客 鉄道株式会 社 株 式 会 社 NTT データ	2017 のみ	・訪日外国人旅行者の <u>国内の移動需要</u> の把握を目的 としたインターネットアンケート調査 ・各交通手段の利用実態や、 <u>IC カード乗車券の利用</u> 実態の把握が可能 ・鉄道の利用に関する詳細な把握が可能
6		〜韓国、台湾、中国、 タイ、アメリカの 20〜30 代の訪日旅 行者にきく〜訪日 旅行者に関する調 査	株式会社マ クロミル	2014 のみ	・20〜30 代の若年層にターゲットを絞り、日本旅行に求めること、滞在中の経験などを聴取したインターネットアンケート調査・国籍別、再訪意向別の傾向の把握が可能
7		訪日外国人旅行者 の行動〜家族や友 人に自慢したい日 本の街や文化〜	株 式 総 JTB 総 究所 エクスポー ト・ジャパ ン株式会社	2014 のみ	・日本情報サイト「japan-guide.com」を訪れたユーザーを対象に、どのような体験が外国人旅行者の琴線に触れているのかの把握を目的とした、主に自由回答式のインターネットアンケート調査・地方部への観光ニーズの把握が可能

## 参考)訪日外国人消費動向調査(観光庁)のトピックス分析

- ・訪日外国人消費動向調査(観光庁)では、調査結果は、主に国籍・地域別などの集計値のほ か、以下のような特定のテーマを深堀りしたトピックス分析を行っている。
- ・公表された集計値では分析できない内容もあり、データのみならず、分析結果も参考になる。

#### <最近のトピックス分析の内容>

■2大都市圏のみ訪問 ■2大都市圏と地方訪問

■地方のみ訪問

- ○平成29年7月~9月期:訪日外国人の宿泊施設利用動向
- ○平成 28 年 10 月~12 月期:訪日韓国人観光客の詳細分析─20 代以下の若者に着目して─
- ○平成 28 年 7 月~9 月期: LCC 利用客の特徴及び満足した飲食とその理由
- ○平成27年7月~9月期:平成26年訪日外国人観光客の地方訪問状況

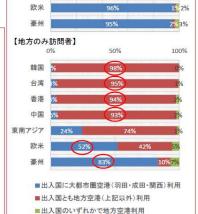
## 地方訪問率は中国や豪州で6割を超える



- 国籍・地域別に訪問地タイプの比率をみると、中国では「2大都市圏と地方訪問」および「地方のみ訪問」を足した比率(地方を訪問した比率)が7割弱と高く、豪州も6割超と高い。その 他の国籍・地域では5割程度となっている。
- 「地方のみ訪問」の比率は韓国で49%と高く、台湾や香港でも3割強と高い。
- 訪問地タイプ別に平均訪問都道府県数をみると、いずれの国籍・地域でも「地方のみ訪問」 の訪問都道府県数は2つ以下と少ない
- 訪問地タイプ別に出入国空港をみると、韓国や香港、中国では「2大都市圏と地方訪問」で「出入国のいずれかで地方空港利用」の比率が他の国籍・地域に比べてやや高い。また、韓 国や台湾、香港、中国の「地方のみ訪問」では、出入とも地方空港を利用する割合がいずれ も9割超と高い。







図表5 訪問地タイプと出入国空港

40% 60% 80% 100%

【2大都市圏と地方訪問者】

韓国

台湾

香港

東南アジア

注1)上記の数値は平成26年1-3月期、4-6月期、7-9月期、10-12月期調査で得られた「観光・レジャー」目的客の標本平均である。また、「東南アジア」にはタイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・ フィリピン・ベトナム、「欧米」には英国・ドイツ・フランス・米国・カナダが含まれる。

义 トピックス分析の例

■2大都市圏のみ訪問 ■2大都市圏と地方訪問

資料:平成 26 年訪日外国人観光客の地方訪問状況(訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】)(平成 27 年 10 月、観光庁)

・本書は検討の考え方などを提示し、具体的な検討は各地域において、独自に行っていただく ことを念頭に作成している。しかし、「訪日外国人消費動向調査(観光庁)」、「DBJ・JTBF ア ジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」は、訪日外国人旅行者の旅行スタイル・好み・ ニーズについて、全国で共通する特徴を把握できる。そのため、内容の一部を当方で整理し、 巻末資料3(P110~)にまとめているので、活用していただきたい。

## 2.2.3 訪日外国人旅行者の国内における移動(交通特性)の分析手法

#### 1) 分析項目

- (1) 広域周遊
  - ・都道府県の枠を越えた複数の観光地の周遊や、国際的な交通拠点から観光地へのアクセ スなど国内における広域的な移動の実態を把握
  - ・国際ゲートウェイから地域でまでのアクセスや都道府県をまたぐ観光周遊など国内にお ける広域的な移動を分析する。
  - ・広域周遊について、分析する項目として、地域への訪問状況、地域へのアクセスルート、 広域的な周遊ルートの形成状況、ゴールデンルートなどメジャーな周遊ルートと自地域 との位置関係などが考えられる。
  - ・このような広域的な周遊特性を把握することにより、適切なターゲットの設定や広域的 な観光周遊ルートの検討、周遊ルートに合わせた各種施策の検討が可能になる。

#### 広域周遊の分析項目

- ①各都道府県への訪問状況
- ・各都道府県を訪問する訪日外国人旅行者数やその属性
- ②広域的な周遊ルートの形成状況
- ・自都道府県を訪問する前後などの訪問地など広域的な観光周遊ルートの状況
- ③各都道府県へのアクセスルート
- ・入出空港など国際ゲートウェイから各都道府県へのアクセスの経路・手段など
- ④メジャーな周遊ルートと自都道府県との位置関係
- ・周辺の都道府県間同士など訪日外国人旅行者の移動が多くゴールデンルートなどメジャーな周遊ルートの状況 など

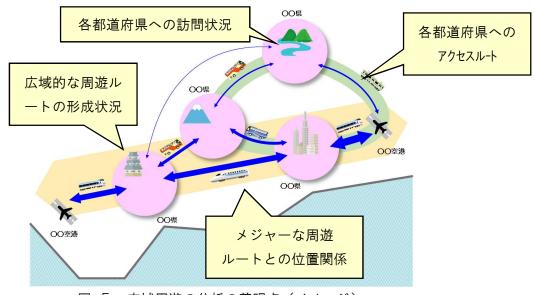


図 5 広域周遊の分析の着眼点(イメージ)

#### (2) 地域内周遊

- ・地域内の観光資源、宿泊施設などの立ち寄り場所や移動経路を把握
- ・地域内のゲートウェイから観光資源、宿泊施設への移動や地域内における観光周遊など 地域内における移動を分析する。
- ・地域内周遊について、分析する項目として、地域内での滞在地、滞在地へのアクセスルート、地域内の周遊ルート、周辺地域の訪問状況などが考えられる。
- ・地域内における、交通拠点、観光資源、宿泊施設などの立ち寄り場所や動線を把握する ことにより、適切なターゲットの設定や地域内の観光周遊ルートの検討、周遊ルートに 合わせた各種施策の検討が可能になる。

#### 地域内周遊の分析項目

- ①訪問する観光地・宿泊地
- ・地域内でよく訪問されている観光地や宿泊地などの滞在地
- ②観光地・宿泊地へのアクセスルート
- ・地域内の観光地・宿泊地へのアクセス経路・手段
- ③地域内の周遊ルートの形成状況
- ・地域内で訪問する観光地の組み合わせなど観光周遊ルートの形成状況 など

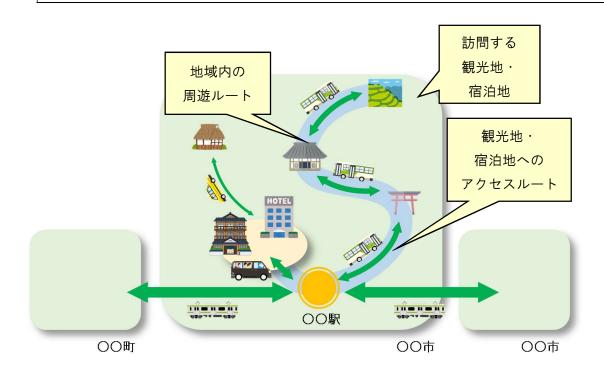


図 6 地域内周遊の分析の着眼点(イメージ)

## 2) 活用可能なデータ

- ・訪日外国人旅行者の国内における移動(流動)の実態が把握できる既存データの概要を表 7 に、詳細を(巻末資料2)の表 16 (P108)に示す。
- ・移動(流動)の実態が把握できる既存データには、都道府県、出入国空港の流動が分かる FF-Data と民間企業などが提供する GPS データに分けられる。特に、GPS データは、データ量が 膨大であり、集計・分析に技術を要する。
- ・データを得られる流動の範囲などが異なることから、分析に掛けられる費用・時間、技術的 な難易度なども考慮し、目的に応じて適切なデータを組み合わせることが重要である。

表 7 訪日外国人旅行者の国内における移動に係る活用可能なデータ(概要)

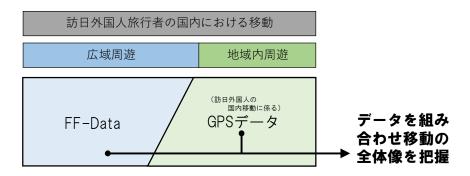
分析の視点	区分	名称	提供機関	データの特徴	トリップ属性
広域周遊	公的	FF-Data	国土交通	・主に、都道府県間、出	・国籍・地域
	データ	(訪日外	省	入空海港~県間の流	·旅行目的
		国人流動		動を捉えたもの	・交通機関
		データ)		・訪日外国人の全数に、	・滞在日数
				サンプル数が拡大	・出入国空港
					·四半期別
					·訪日回数
地域内周遊	民間企	インバウ	株式会社	·Japan Travel アプリよ	・国籍・地域
	業など	ンド GPS	ナビタイ	り取得した GPS デー	・性別
	が提供	データ	ムジャパ	タ(緯度、経度情報)	·訪日回数
	する		ン	・移動経路の把握も可	·訪日目的
	GPS デ			能	
	ータ			・基本的に個人旅行客	
				のデータ	
		モバイル	株式会社	・携帯電話の運用デー	・国籍
		空間統計	ドコモ・	タを基にした最小	・前後滞在場所
			インサイ	1km メッシュの人口	·訪日後経過日数
			トマーケ	統計データ	・出入国空港
			ティング	・訪日外国人の全数に、	・時間帯別
				サンプル数が拡大	・旅行日数
		TRAVEL	株式会社	· TRAVEL JAPAN Wi-Fi	・国籍
		JAPAN	ワイヤ・	アプリから取得した	
		Wi-Fi	アンド・	GPS データ	
			ワイヤレ	・移動経路の把握も可	
			ス	能	

#### 3) 分析の仕方

・前項で示した「広域周遊」、「地域内周遊」について、具体的な分析の仕方を事例を交えて 解説する。

#### (1) 分析に当たっての留意事項

- ① 目的に応じたデータの活用
- ・訪日外国人旅行者の国内における交通流動に係るデータは十分に整備されておらず、広域 周遊、地域内周遊を網羅的に把握できるデータはない。
- ・そのため、訪日外国人旅行者の入国から出国までの一連の交通流動を把握するためには、 複数のデータを組み合わせて分析する必要がある。
- ・訪日外国人旅行者の交通流動に係るデータは、広域的な流動が把握できる「FF-Data(国土 交通省)」、訪日外国人旅行者の移動を緯度・経度レベルのミクロの視点で把握できる「GPS データ」の2つに大別される。
- ・それぞれのデータにより把握できること・できないことなどの特性を踏まえ、目的に応じたデータを組み合わせ、移動の全体像を把握する必要がある。



#### ② データの集約化・可視化

- ・上記で示した交通流動に係るデータは、訪日外国人旅行者の個人の国内における行動を収録したもの(サンプルベースのデータ)であり、データ量が膨大である。
- ・そのため、訪日外国人旅行者の交通の特性を把握するためには、必要に応じてデータの集 約化などの分析を行う必要がある。
- ・また、特性を把握しやすくするためには、結果の図化などにより、視覚的に分かりやすく 表現する工夫も必要である。

#### (2) FF-Data を活用した広域周遊の分析手法

- ・FF-Data には都道府県間流動表、公表用データベース、貸出用データベースの3種類がある。
- ・ここでは、周遊ルートの分析などを行うため、入国から出国までのトリップチェーンが把 握可能な貸出用データベースを用いる。

## ① 各都道府県への訪問状況

・各都道府県を訪れる年間の訪日外国人旅行者の訪問者数、訪問者の属性、国内における滞在日数・宿泊日数を把握する。

#### ア 訪問者数

・各都道府県を訪問した訪日外国人旅行者数を把握する。

#### 集計手順)

・目的地の都道府県別に、サンプル D が重複しないよう訪日外国人流動量<sup>※</sup>を合計する。 ※FF-Data の貸出用データベースでは、トリップごとに交通手段別の訪日外国人流動量が示されており、目的地別に 流動量を合計すれば、訪問者数が把握できる。

#### 集計結果の見える化)

- ・集計結果を降順などで並べ替え、グラフ化することにより、自都道府県の状況が把握で きる。
- ・さらに地図化することで、隣接都道府県との関係や偏在状況などが把握できる。

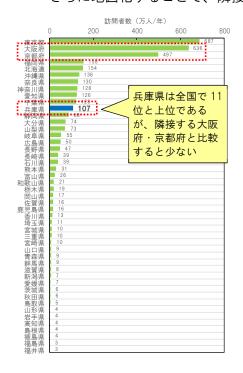


図 7 都道府県別訪日外国人訪問者数

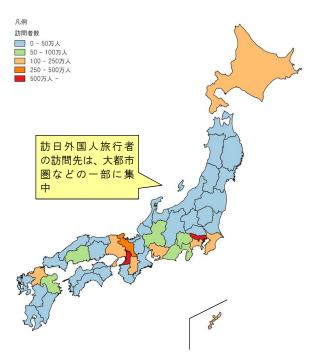


図 8 都道府県別訪日外国人訪問者数

資料:FF-Data

## 参考) FF-data のデータ形式

- ·FF-data には公表用データベースと周遊ルートなどを分析可能な貸出用データベースがある。
- ・2014年以降のものが作成されているが、2015年以降の貸出用データベースでは、旅行手配手法(団体/個人)、日本への来訪回数が追加されている。

表 FF-Data が保持する属性

2.1								
項目	内容	公表用	貸出用	ヺデータ/	ベース			
<b>以</b> 日	四台	テ゛-タヘ゛-ス	2014	2015	2016			
空海港	主要 30~32 空海港およびその他	0	0	0	0			
国籍・地域	26 ヵ国・地域ならびに無国籍	0	0	0	0			
旅行目的	8 区分(観光・レジャー、家族・知人の訪問、業務、 研修・学会など、留学、乗継、その他、不明)	0	0	0	0			
旅行手配方法	団体旅行・個人旅行	-	-	0	0			
日本への 来訪回数	1 回目、2 回目、3 回目、4 回目、5 回目、6~9 回目、10 ~19 回、20 回以上	-	-	0	0			
出発地· 目的地	都道府県、出入国空港	0	0	0	0			
宿泊数	-	-	0	0	0			
滞在日数	-	_	0	0	0			
四半期	01-03月、04-06月、07-09月、10-12月	0	0	0	0			
利用 交通手段	8 区分(バス、鉄道、タクシー・ハイヤー、レンタカー、その他乗 用車、国内線飛行機、その他、不明)	0	0	0	0			

- ・貸出用データベースには、公表用データには含まれていない以下の情報が含まれている。
  - ーサンプルのトリップチェーンの情報(⇒周遊ルートの分析が可能)
  - ーサンプルの滞在日数・宿泊数
- ・貸出用データベースは、下記のデータ形式となっている。
- ※トリップチェーン:サンプル毎の入国空海港から国内訪問地、出国空海港までの一連のトリップ情報

表 貸出用データベースの形式

サンプ ルD	tripl	No	トリッ プ数	出国港名	26国籍	旅行目的名	旅行形態名		出発地 種別	出発地名	目的地種別	目的地名	目的地 の宿泊 数	滞在日数	総宿泊数	四半期	01バス Y		03タク シー・ ハイ ヤーY	04レン タカーY	05その 他の乗 用車Y	06国内 線飛行 機Y	07その 他Y	99不明 Y
134		1	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	02入国港	成田空港	01訪問地	千葉県	0	13	12	07-09月期	0	264	0	0	0	0	0	0
入国		2	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	01訪問地	千葉県	01訪問地	神奈川県	1	13	12	07-09月期	0	264	0	0	0	0	0	0
134	Π	3	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	01訪問地	神奈川県	01訪問地	東京都	3	13	12	07-09月期	0	264	0	0	0	0	0	0
134		4	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	01訪問地	東京都	01訪問地	岐阜県	2	13	12	07-09月期	0	264	0	0	0	0	0	0
134		5	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	01訪問地	岐阜県	01訪問地	京都府	3	13	12	07-09月期	0	264	0	0	0	0	0	0
134		6	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	01訪問地	京都府	01訪問地	和歌山県	2	13	12	07-09月期	264	0	0	0	0	0	0	0
134		7	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	01訪問地	和歌山県	01訪問地	大阪府	1	13	12	07-09月期	0	264	0	0	0	0	0	0
134	1	8	8	成田空港	オーストラリア	観光・レジャー	団体旅行	0	01訪問地	大阪府	03出国港	成田空港	0	13	12	07-09月期	0	264	0	0	0	0	0	0
出国		1	6	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	02入国港	羽田空港	01訪問地	東京都	4	15	14	07-09月期	0	121	0	0	0	0	0	0
137	ī	2	6	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	東京都	01訪問地	栃木県	1	15	14	07-09月期	0	121	0	0	0	0	0	0
137		3	6	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	栃木県	01訪問地	和歌山県	3	15	14	07-09月期	0	0	0	0	121	0	0	0
137		4	6	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	和歌山県	01訪問地	京都府	5	15	14	07-09月期	0	121	0	0	0	0	0	0
137		5	6	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	京都府	01訪問地	東京都	1	15	14	07-09月期	0	121	0	0	0	0	0	0
137	1	6	6	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	東京都	03出国港	成田空港	0	15	14	07-09月期	0	121	0	0	0	0	0	0
159	•	1	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	02入国港	関西空港	01訪問地	大阪府	2	18	17	07-09月期	0	121	0	0	0	0	0	0
159		2	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	大阪府	01訪問地	奈良県	2	18	17	07-09月期	0	1206826347	0	0	0	0	0	0
159		3	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	奈良県	01訪問地	和歌山県	2	18	17	07-09月期	120.6826347	0	0	0	0	0	0	0
159		4	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	和歌山県	01訪問地	京都府	2	18	17	07-09月期	120.6826347	0	0	0	0	0	0	0
159		5	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	京都府	01訪問地	兵庫県	2	18	17	07-09月期	0	1206826347	0	0	0	0	0	0
159		6	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	兵庫県	01訪問地	広島県	2	18	17	07-09月期	0	1206826347	0	0	0	0	0	0
159		7	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	広島県	01訪問地	愛知県	2	18	17	07-09月期	0	1206826347	0	0	0	0	0	0
159		8	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	愛知県	01訪問地	東京都	3	18	17	07-09月期	0	1206826347	0	0	0	0	0	0
159	Γ,	9	9	成田空港	イタリア	観光・レジャー	個人旅行	0	01訪問地	東京都	03出国港	成田空港	0	18	17	07-09月期	0	1206826347	0	0	0	0	0	0
342	•	1	9	成田空港	フランス	観光・レジャー	個人旅行	0	02入国港	成田空港	01訪問地	東京都	1	12	11	07-09月期	0	232.1382114	0	0	0	0	0	0
3/10	ı	2	٥	出口が半	コニ・・フ	Mar	ABIL±sk∻	n	U1 8FMM4P	南古椒	O 1 SERRE	古銀件	3	19	11	07_00 E #8	n	0001000111	Λ	n	n	n	n	Λ

## イ 訪問者の属性

・自都道府県を訪問した訪日外国人旅行者の国籍などの属性を把握する。

#### 集計方法)

- ・自都道府県(目的地)の訪問者のサンプル D を抽出する。
- ・各サンプルの国籍、旅行手配方法、来訪回数などの属性を集計する。

#### 集計結果の見える化)

- ・集計結果を属性別に円グラフなどで表現すると訪問者の特性を把握できる。
- ・全国などと比較することで、自都道府県への訪問者の特性が把握できる。

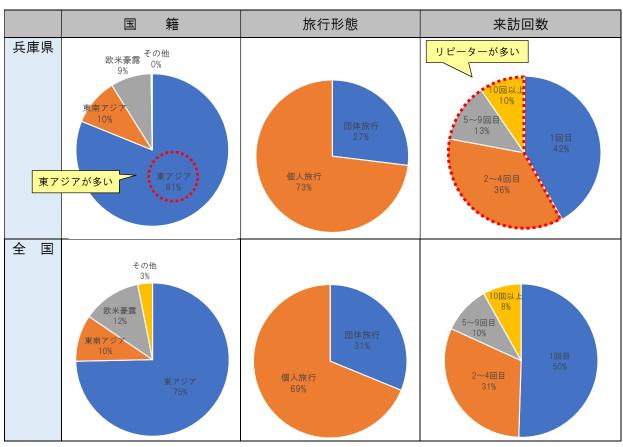


図 9 訪問者の属性

資料:FF-Data

#### ウ 滞在日数・宿泊日数

・自都道府県を訪問した訪日外国人旅行者の国内における滞在日数や自都道府県における 宿泊日数を把握する。

#### 集計方法)

- ・ 自都道府県(目的地)の訪問者のサンプルを抽出する。
- ・各サンプルの国内における滞在日数、目的地(自都道府県)における宿泊日数を集計する。

#### 集計結果の見える化)

- ・滞在日数や宿泊日数別にランク分けし、帯グラフなどで表現することによって属性別の 特徴を把握できる。
- ・属性別(国籍など)の平均滞在日数・宿泊日数を棒グラフなどで表現すると属性別の特徴を把握できる。

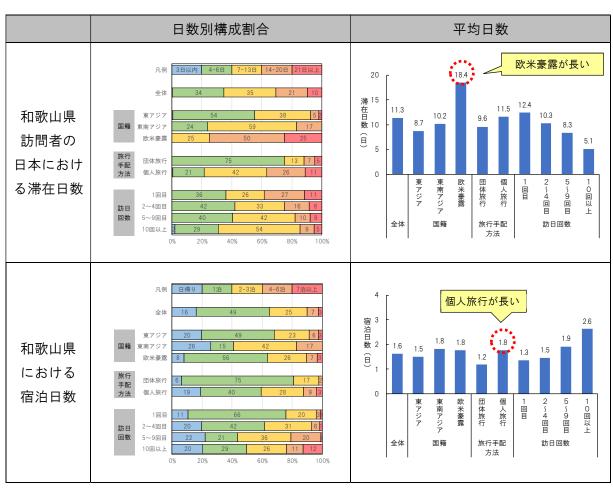
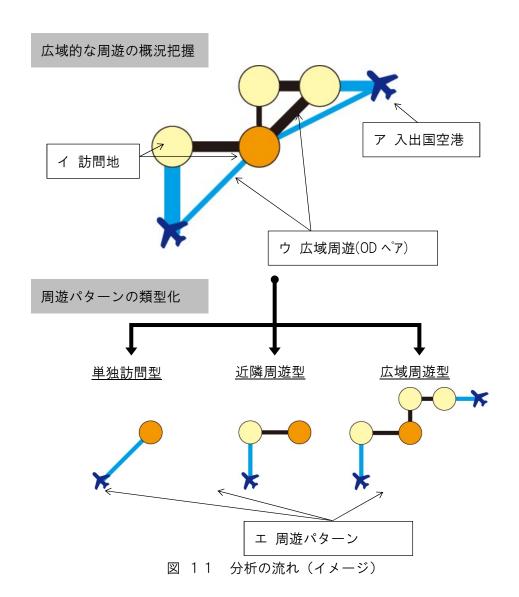


図 10 和歌山県訪問者の日本における滞在日数、和歌山県における宿泊日数

資料:FF-Data

#### ② 広域的な周遊ルートの形成状況

- ・自都道府県の訪問者が他に訪問した都道府県から広域的な周遊ルートの形成状況を把握する。
- ・訪日外国人旅行者は、様々なルートで国内を周遊しているが、いくつかのパターンに分けることができる。
- ・国内における周遊ルートのパターンは、出入国空港や訪問地の順番までを考慮すると膨大 な組み合わせが存在する。
- ・そこで、ここでは、"訪問地の組み合わせ"を類型化することにより、訪問者の特徴的な広域周遊ルートのパターンを抽出する。
- ・サンプルベースのデータ量が膨大なため、類型化に当たっては、自都道府県の来訪者の他 の訪問地や入出国空港などの広域的な周遊の概況を把握しておくと、パターン化しやすい。



3 5

#### ア 入出国空港

・自都道府県の訪問者が入出国に利用した空港を把握する。

#### 集計手順)

- ・自都道府県の訪問者のサンプルを抽出する。
- ・各サンプルの出発地種別-02 入国港の出発地(入国空港) と目的地種別-03 出国港の目的地(出国空港) を集計する。
- ・あわせて、入国空港と出国空港の組み合わせも集計する。

#### 集計結果の見える化)

・入国空港と出国空港の組み合わせを図化すると利用空港の状況を把握できる。



図 12 兵庫県訪問者の入出国空港

資料:FF-Data

表 8 兵庫県訪問者の属性別入出国空港の組み合わせ

								(単位:%)	
		入国·出	国とも同じ空	港を利用	入国·出	国で異なる空	港を利用		
		関西	成田.羽田.	中部	関西-成 田・羽田	関西- その他	成田・羽 田-その他	その他	
合	計	79	7	1	8	3	1	2	
	東アジア	86	1	1	6	3	1	2	
国籍	東南アジア	69	15	0	14	1	0	0	欧米豪露は成
<b>四</b> 精	欧米豪露	22	47	1	24	2	4	Q	田・羽田空港の
	その他	0	100	0	0	0	0	0	利用が多い
旅行手配方法	団体旅行	72	3	4	14	4	2	1	
派1] 于配力法	個人旅行	81	8	0	6	2	1	2	
	1回目	73	9	2	13	2	1	0	
	2~4回目	85	4	0	5	3	1	1	
訪日回数	5~9回目	90	90 4	0	4	2	0	0	
	10回以上	90	2	0	2	5	0	2	
	不明	67	9	3	10	3	1	7	
凡例 80%以上 60%以上 40%以上								20%以上	

資料:FF-Data

## イ 訪問地

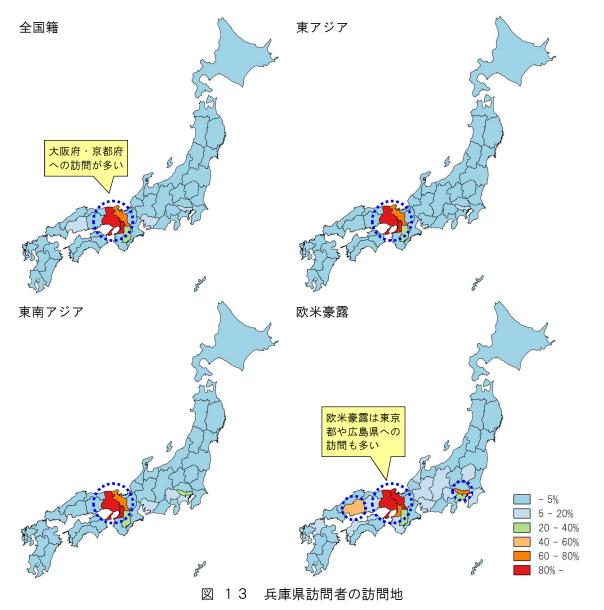
・自都道府県の訪問者が他に訪問した都道府県を把握する。

#### 集計手順)

- ・自都道府県(目的地)の訪問者のサンプルを抽出する。
- ・各サンプルの目的地(他に訪問した都道府県)を集計する。

## 集計結果の見える化)

- ・地図化により、訪問地の分布が把握できる。
- ・属性別に図化すると、属性別の訪問地の違いや空間的な広がりが把握できる。



資料:FF-Data

#### ウ 広域移動

・自都道府県の訪問者の国内における都道府県間及び入出国空港間の移動を把握する。

#### 集計手順)

- ・自都道府県(目的地)の訪問者のサンプルを抽出する。
- · 各サンプルの出発地と目的地の組み合わせを集計する。

#### 集計結果の見える化)

・地図化により、自都道府県の前後を訪問する都道府県などの訪問地間の移動の分布や出 入国空港からの移動が把握できる。

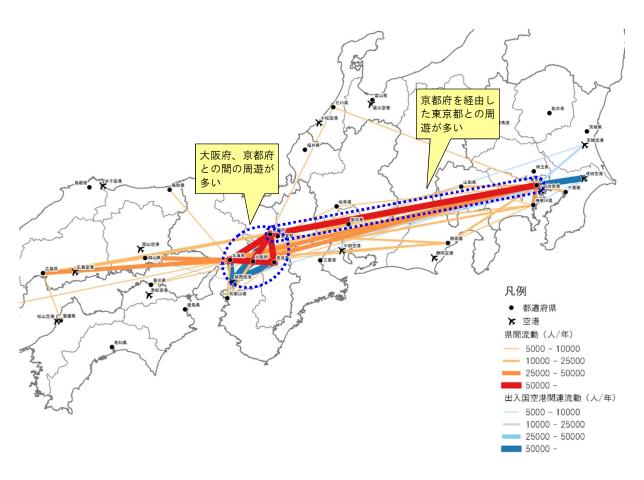


図 14 兵庫県訪問者の広域移動

資料:FF-Data

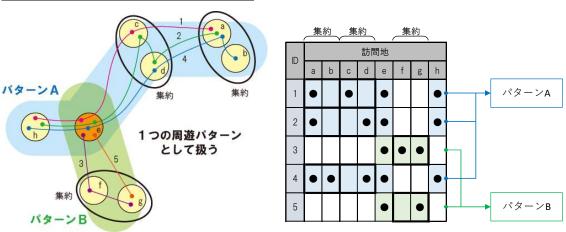
#### エ 周遊パターン

- ・自都道府県の訪問者の国内における訪問地の組み合わせを類型化し、自都道府県を含む 周遊ルートの特徴を把握する。
- ・前述の通り、訪問した順序を考慮すると組み合わせが膨大になり、周遊パターンの類型 化が困難になる。
- ・そのため、類型化に当たっては、訪問した順序は考慮しない。
- ・入出国空港については、類型化後にパターンごとに入出国空港を集計し、周遊パターンに考慮する。

#### 集計手順)

- ・自都道府県(目的地)の訪問者のサンプルを抽出する。
- ・サンプルの目的地の組み合わせを集計する。
- ・目的地の組み合わせから必要に応じて、近接する都道府県をエリアなどで集約して、訪問地の組み合わせを統合し、代表的な周遊パターンを抽出する。
- ・代表的な周遊パターンについて、入出国空港を集計する。

#### <u>訪問地の組み合わせの抽出(イメージ)</u>



#### 集計結果の見える化)

- ・地図化により、訪問地の繋がりや空間的な広がりが把握できる。
- ・各訪問パターンの属性別の構成比などを図化すると各パターンの特徴が把握できる。

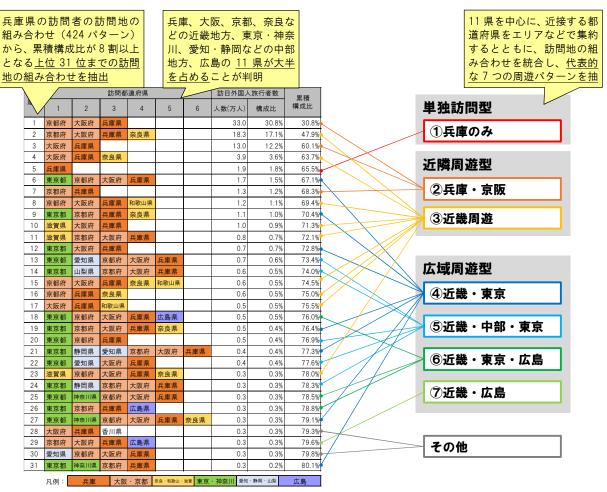


図 15 兵庫県訪問者の訪問地の組み合わせと訪問パターン集約のイメージ

資料:FF-Data

表 9 各周遊パターンの入出国空港

(単位:%)

	入出国空港の組合せ										
	入国·出	国とも同じ空	巻を利用	入国·出							
	関西	成田· 羽田	関西-成 田・羽田	関西- その他	成田・羽田 -その他	中部	その他				
合計	79	7	8	3	1	1	2				
1 兵庫のみ	99	0	0	0	0	0	1				
2 兵庫・京阪	99	0	0	0	0	0	0				
3 近畿周遊	98	0	1	1	0	0	0				
4 近畿・東京	8	32	42	1	5	0	10				
5 近畿・中部・東京	9	15	46	11	2	16	1				
6 近畿・東京・広島	17	56	24	0	0	0	3				
7 近畿・広島・岡山	90	1	0	4	0	1	4				
8 その他	41	15	11	18	4	3	8				

資料:FF-Data

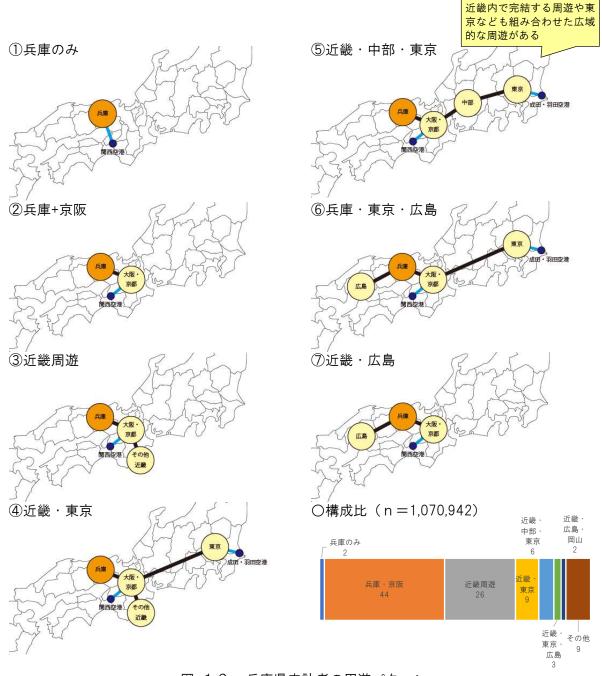


図 16 兵庫県来訪者の周遊パターン

資料:FF-Data

表 10 各周遊パターンの訪問者の属性

表 1 6 日间题: 17 7 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6											
			兵庫のみ	兵庫·京 阪	近畿周遊	近畿・ 東京	近畿・中 部・東京	近畿・東 京・広島	近畿·広島・岡山	その他	
	<del>8+</del>	2	44	26	9	6	3	2	9		
	1	東アジア	2	49	29	5	5	0	2	7	欧米豪露は東京
= #	2	東南アジア	2	35	24	21	7	1	3	7	も含めた周遊パ
国籍	3	欧米豪露	1	7	4	25	7	26	3	28	ターンが多い
	4	その他	0	0	0	15	0	85	0	0	
旅行手配方法	1	団体旅行	1	34	30	8	15	2	0	9	
旅1]于配力法	2	個人旅行	2	48	25	9	2	3	3	9	
	1 1 [	1回目	1	46	21	12	8	4	1	7	
	2	2~4回目	2	50	31	5	3	2	1	7	
訪日回数	3	5~9回目	2	47	31	3	0	0	6	10	
	4	10回以上	3	48	26	2	1	1	4	16	
	5	不明	3	29	25	14	11	3	3	12	

資料:FF-Data

### 参考)潜在クラス分析による訪問パターンの分析

- ・膨大なデータの特性を分析する一手法として、潜在クラス分析がある。潜在クラス分析はデータの類似性からサンプルをいくつかのグループに集約する手法である。
- ・FF-Data を用いて、潜在クラス分析による訪問パターンの分析例として、東洋大学古屋教授の研究成果\*がある。
- ・ここでは、古屋教授の研究成果を基にした分析手法を解説する。

※訪日外国人旅行者の訪問パターンと利用交通手段との関連性に関する基礎的研究、土木計画学研究・講演集,55

### ■潜在クラス分析の特徴

・サンプルの特徴の違いから、統計情報に基づき類型化を決定する手法であり、従来の手法と比べ、分析に用いる変数の自由度が高く、より煩雑で膨大なデータを統計的に分類することが可能である。

### ■分析方法

・潜在クラス分析を用いた、FF-Data の訪問パターン 分析は、大きく以下の 4 つのステップに分けて行 う。

### ①分析用データ作成

- ·FF-Data(貸出用データ)は観光・レジャー以外の目的のサンプルが含まれている。また、目的地が「不明」のサンプルもある。
- ・そのため、目的に合わせてサンプルを抽出するな ど分析用のデータを作成する。

### <分析の流れ>

①分析用データの作成

③訪問パターン別の属件集計

④分析・集計結果の見える化・分析

### ②潜在クラス分析

- ・分析用データを、統計分析用ソフトなどを用いて潜在クラス分析を行う。
- ・潜在クラス分析は、直接的に類型化を行う変数(目的地)に加え、目的地に影響を与えると考えられる要素を共変量として、クラス数の決定に考慮することができる。
- ・分析目的に応じて、共変量とする変数(属性データ)を設定する。
- ・潜在クラス分析を実施し、AIC (赤池情報量基準)、BIC (ベイズ情報量規準) などの統計的基準 により、最適なクラス数を決定する。

### ③訪問パターン別の属性集計

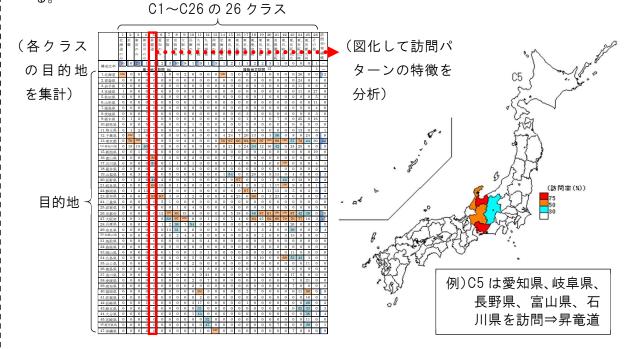
・②潜在クラス分析において決定された訪問パターン別に属性データを集計する。

### ④分析・集計結果の見える化

· ③の結果を視覚的に把握できるよう、訪問パターンやその属性を図表などで整理する。

### ■分析例

- ○周遊パターンの分析(旅行者の目的地の組み合わせ類型化し、訪問パターンを把握)
- ・訪問した都道府県の組み合わせの類似性から訪日外国人旅行者の行動を C1~C26 の 26 クラス に分類し、訪問率の高い都道府県から各クラスの訪問パターンの特徴を分析したものである。
- ・訪問地の状況から広域的な観光周遊ルートの形成状況を整理している。
- ・例えば、C5 は愛知県、岐阜県、長野県、富山県、石川県を多く訪問しており、「昇竜道」パターン、C11 は福岡県、大分県、熊本県を多く訪問しており、「九州北部」パターンが形成されている。



- ○訪問パターンの特性分析(訪問パターンの国籍・訪問時期を分析し、特性を把握)
- ・各訪問パターンの出国港、国籍、訪問時期などの属性を集計したものである。
- ・各訪問パターンの特性からターゲットとなる国籍・時期を把握している。
- ・例えば、C5の「昇竜道」パターンは 台湾人が多く、C11の「九州北部」 パターンは韓国人が多いなどの特性 が把握できる。

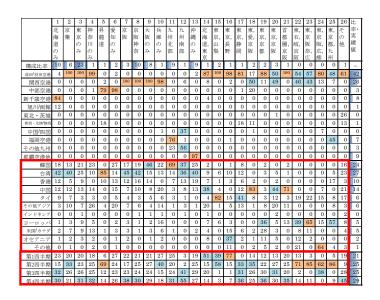
### 国籍

訪問パターンと国籍との関連性 ⇒ターゲットを絞ったプロモーション, 商品造成

### 訪問時期

訪問パターンと訪問時期などとの 関連性

⇒季節に合わせた旅行商品造成



(第 38 回総合的交通基盤整備連絡会議講演資料「訪日外国人旅行者の旅行行動特性ならびに諸外国における DMO の特徴」(東洋大学国際観光学部 古屋秀樹)を元に整理)

### ③ 各都道府県へのアクセスルート

・自都道府県の前後の訪問地から各都道府県へのアクセスルートを把握する。

### 集計手順)

- ・自都道府県(目的地)の訪問者のサンプルを抽出する。
- ・自都道府県が出発地・目的地となっているトリップについて、出発地・目的地の組み合わせを集計する。
- ・各出発地・目的地の組み合わせについて、交通手段を集計する。

### 集計結果の見える化)

・地図化により、自都道府県の前後訪問地とアクセス手段の特性が把握できる。

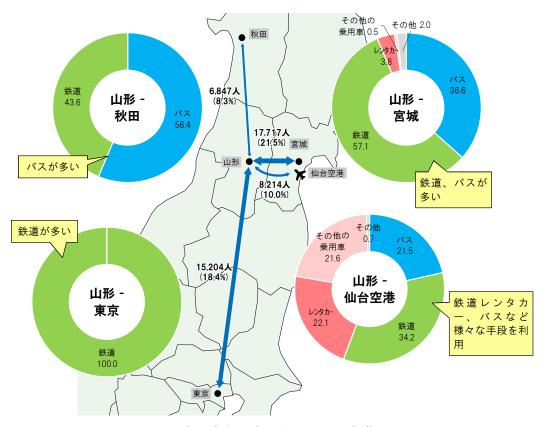


図 17 山形県訪問前後の訪問地・入出国空港

資料:FF-Data

### ④ メジャーな周遊ルートとの位置関係

- ・自都道府県周辺の都道府県における周遊ルートの形成状況を把握する。
- ・手順は、②のウ広域移動(P38)と同様の手順であるが、周辺の都道府県に訪問する訪 日外国人旅行者を自都道府県に呼び込むなどのターゲット設定の観点から周辺の都道府県 の周遊を把握することを目的とするものである。

### 集計手順)

- ・自都道府県や周辺の都道府県が目的地となっているサンプルを抽出する。
- ・自都道府県や周辺の都道府県それぞれについて、サンプルの出発地と目的地の組み合わ せを集計する。
  - 注) ②のウ広域周遊 (P38) と同様の手順であるが、集計対象の目的地を周辺地域まで拡大している点が異なる

### 集計結果の見える化)

- ・自都道府県と周辺の都道府県を訪れる訪日外国人旅行者の移動を重ね合わせることで、 訪問状況を比較できる。
- ・周辺の都道府県を含む周遊ルートが形成されていれば、そこから自都道府県に誘客を図るなどの戦略を検討することができる。

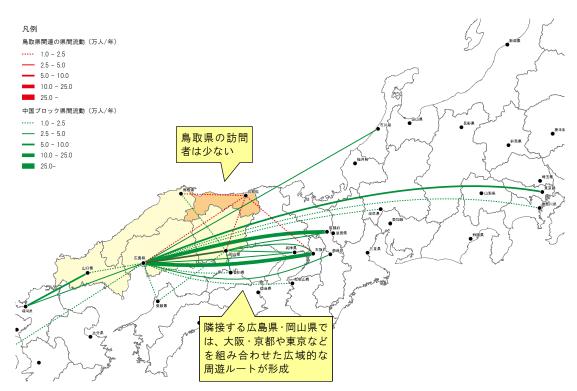


図 18 鳥取県と中国ブロックにおける訪日外国人旅行者の広域移動

資料:FF-Data

### (3) GPS データを活用した地域内周遊の分析手法

- · GPS データを活用した地域内周遊の分析手法を解説する。
- ・訪日外国人旅行者の GPS データについては、いくつか民間企業が提供しているが、ここでは、インバウンド GPS データ (株式会社ナビタイムジャパン)を用いる。

### 参考) インバウンド GPS データ (株式会社ナビタイムジャパン) のデータ形式

- ・インバウンド GPS データ(点列データ)は、以下のデータ形式となっている。
- ・同一人物の国内における時系列の測位データであり、年月日の省略や測位時刻の 1 時間単位での表記などプライバシー保護の観点からデータの内容に制限がある。
- ・ユーザ D が一日単位で変わるため、入国〜出国までの一連の流動は把握できないといったこと や地域によって、サンプルが少ない場合や属性に偏りがあるため統計的な精度が担保されてい ないことにも留意する必要がある。

表 データの内容

表 データ形式

項目	内容	ユーザD	相対日	測位時刻	状態	緯度	経度	国/地域 コード	性別
	~ * 0 pt + t * * -   T   1 tt   7	001d3a148a011e	7	5:00 🧎	在 _	35.0352	135.776		m
ユーザD	午前3時を基準に切り替わる	001d3a148a011e	7	8:00.00	stay	35.0351	135.776		m
ユーリル	   日別ユーザ ID。	001d3a148a011e	7	8:00:00		35.0351	135.776		m
		001d3a148a011e	7			35.035	135.776		m
	日付の切り替わりを午前3時	001d3a148a011e	7			35.035			m
相対日		001d3a148a011e	7			35.0349			m
	とした入国からの相対日。	001d3a148a011e	7	10:00:00		35.0266			lm I
測位時刻	年月日及び分秒は省略。	001d3a148a011e		10:00:00		35.0266	135.798		m
测证时刻	4万日及び万物は省略。	001d3a148a011e	7	10:00:00	_	35.0276			m
	stay=滞在(同一1kmメッシ	001d3a148a011e	7	10:00:00		35.0267	135.797		m
	( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( )	001d3a148a011e	7		athor	35.0244	135.798	FRA	m
	ュに 30 分以上連続した測位	001d3a148a011e	7	10:00.5	動。	35.0227	135.797	FRA	m
	データが存在)、break=長期	001d3a148a011e	7	10:00:00	other	35.0239	135.797	FRA	m
状態		001d3a148a011e	7	11:00:00	other	35.0235	135.797	FRA	m
1人忠	│ 滞在(同一 1 kmメッシュに 7	001d3a148a011e	7	11:00:00	other	35.024	135.798	FRA	m
		001d3a148a011e	7	11:00:00	other	35.0236	135.798	FRA	m
	日以上連続した測位データが	001d3a148a011e	7	11.00.00	other	35 0235	135 797	FRA	m
	<b>た</b> な) athor= スの(h	UU1d3a148aU11e	/	11:00:00	other	35.0202			m
	存在)、other=その他	001d3a148a011e	7	11:00:00	other	35.0181	135.795	FRA	m
緯度	数字 8 桁, WGS84	001d3a148a011e	7	11:00:00	other	35.0186	135.794		m
<b>伸及</b>	数于 0 1111,W 000年	001d3a148a011e	7	11:00:00	other	35.0182	135.796	FRA	m
経度	数字 6 桁, WGS84	001d3a148a011e	7	11:00:00		35.0184	135.796		m
11/2		001d3a148a011e	7	12:00:00		35.0181	135.795		m
	回答したユーザの情報のみ。	001d3a148a011e	7	12:00:00		35.0163			m
国/地域		001d3a148a011e	7	12:00:00	other	35.0167	135.796		m
- I	少ない国は地域に丸めて出	001d3a148a011e	7	12:00 🧎	在 _	35.0156	135.796		m
コード	   力。英字 3 桁, ISO 3166-1	001d3a148a011e	7	12:00:00		35.0154	135.794		m
	ハ。 <del>火</del> 子 3 和J, ISO 3 100-1	001d3a148a011e		12:00:00		35.0131	135.794		m
性別	   回答したユーザの情報のみ。	001d3a148a011e		12:00:00			135.794		m
		001d3a148a011e	/	12:00:00	stay	35.0147	135.794	FKA	m

### ① 訪問する観光地・宿泊地

・自地域を訪れた訪日外国人旅行者が訪問した訪問地(観光地や宿泊地)を把握する。

### 集計手順)

- ・状態が stay となっているデータを、ユーザ D が重複しないよう、メッシュ単位などで集計する。
- ・その際、地域の特性を踏まえ、観光地に滞在している時間帯、宿泊地に滞在している時間帯を想定し、それらの時間帯別に集計することにより、訪問されている観光地や宿泊 地を推定する。

### 集計結果の見える化)

- ・地図化により、訪問地・宿泊地の集中・分散状況が把握できる。
- ・メッシュ単位で傾向が把握しにくい場合は、観光地としての一体性などからエリア別に 集約することで、訪問する観光地・宿泊地の特徴が把握しやすくなる場合もある。

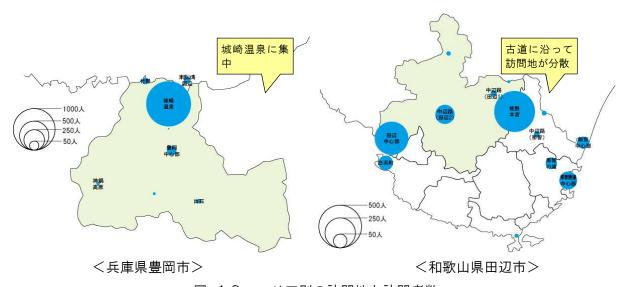


図 19 エリア別の訪問地と訪問者数



図 20 昼間・夜間の訪問地

資料:インバウンド GPS データ

### (豊岡市のエリア分け(メッシュの集約)の例)

・兵庫県豊岡市については、観光地の広がりや訪問地のメッシュの連担状況などから、 下図の青点線枠でメッシュを集約。

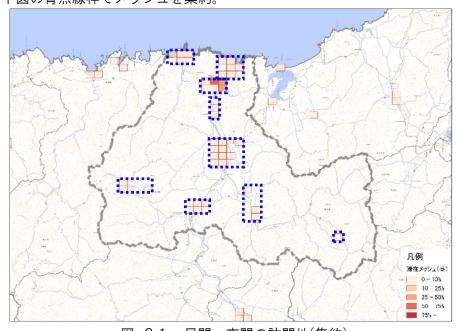


図 21 昼間・夜間の訪問地(集約)

### ② 観光地・宿泊地へのアクセスルート

・地域内外の観光地・宿泊地間の訪日外国人旅行者の動きや移動した経路からアクセスルートを把握する。

### ア 観光地・宿泊エリア間の移動

・地域内の観光地・宿泊エリアや周辺地域との間の移動を把握する。

### 集計手順)

- ・状態が stay (起点) → other 及び other → stay (終点) となっている区間について、起点と 終点のメッシュの組み合わせを集計する。
- ・メッシュ単位での集計では、組み合わせが多く特徴が把握しにくいことから、地域内の 観光エリアや周辺地域をゾーン分けして集計することが望ましい。

### 集計結果の見える化)

- ・地図化により、観光地・宿泊地の間の人の動きを把握することができる。
- ・地域内々と地域内外の移動を分けて表示することで、地域内のゲートウェイの状況などが把握できる。

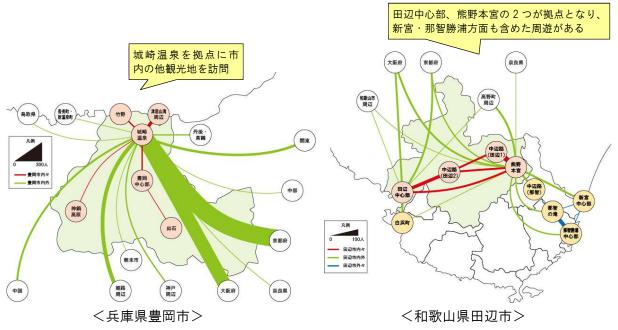


図 22 地域内と周辺地域における訪問地間の移動

### イ アクセスルート

- ・地域内の観光地・宿泊エリアへのアクセスルートを把握する。
- ・アクセスルートを把握する手法として大きく分けて以下の2つの手法がある。

### <アクセスルートの把握手法>

	aメッシュ単位での把握	b ネットワーク単位での把握
概要	・点列データをメッシュ単位で集計し、概	・点列データを交通ネットワークの区間
	ねの経路を把握する	単位でマップマッチング※し、具体の経
		路を把握する
		※マップマッチング: 緯度経度などの位置情報から利用した道路・鉄道などの交通ネットワークを特定すること
長所	・集計が容易	・アクセスルートを路線単位で特定がで
		きる
短所	・アクセスルートを路線単位で特定でき	・集計の難易度が高い
	ない	
イメ <b>-</b> ジ	○集計方法 点列データをメッシュ単位で集計	○集計方法 点列データをネットワーク単位で集計 (マップマッチング)
	●: 点列データ(色はユーザD別)	●:点列データ(色はユーザD別) ○集計結果の見える化 割付られたユーザD数をネットワーク (線)の色・太さ等で表現

aメッシュ単位でのアクセスルートの把握

### 集計手順)

・状態が other となっているデータを、ユーザ ID が重複しないよう、メッシュ単位などで 集計する。

### 集計結果の見える化)

・地図化と交通ネットワークとの重ね合わせにより、大まかな交通機関(道路又は鉄道) を類推することができる。

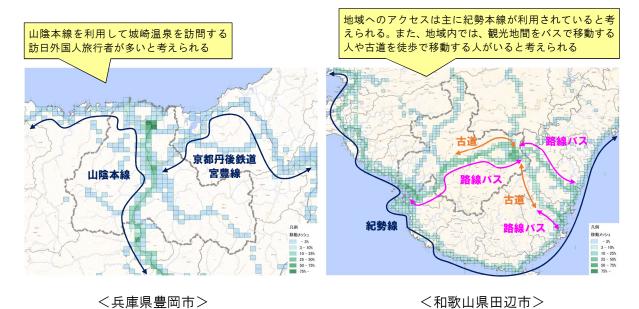


図 23 地域内の訪問地とアクセスルート

b ネットワーク単位でのアクセスルートの把握

### 集計手順)

- ・状態が other となっているデータをマップマッチング\*\* し、ネットワーク単位などで集計する。
- ※GPS による観測データにはずれ・欠測などがあり、マップマッチングを行うには、様々な条件設定をした上で、データを処理する必要がある。例えば、高速道路と一般道が上下に隣接し、どちらを利用したのかを判別する場合には、測位点と時間間隔などから想定される"移動速度"と道路の"規制速度"を比較して、妥当な経路に割り振る処理を行う。

### 集計結果の見える化)

- ・地図化により、地域への流入ルートを把握することができる。
- ・また、ある地点(断面)を通過するトリップを集計することで、交通機関別の OD 内訳を 把握することができる。

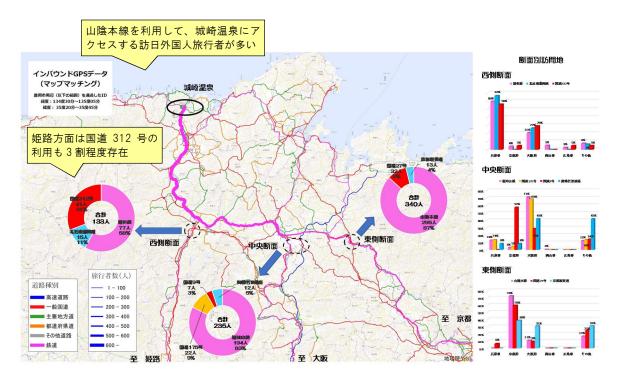


図 24 地域へのアクセスルートと交通機関分担率(豊岡市)

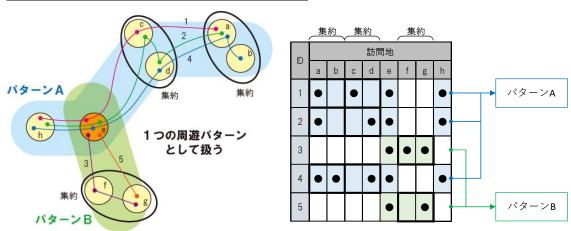
### ③ 地域内の周遊ルートの形成状況

- ・地域内における周遊ルートを把握する。
- ・類型化の方法は、広域周遊の周遊パターン(P39)と同様である。
- ・ここでは、地域内における訪問地の組み合わせからパターン化を行う。

### 集計の手順)

- ・サンプルの訪問地(エリア単位)の組み合わせを集計する。
- ・訪問地の組み合わせから必要に応じて、近接するエリアなどで集約し、代表的な周遊パターンを抽出する。

### <u>訪問地の組み合わせの抽出(イメージ)【再掲】</u>



### 集計結果の見える化)

- ・地図化により、訪問地の繋がりや空間的な広がりが把握できる。
- ・属性別に図化すると、属性別の訪問地の空間的な広がりが把握できる。

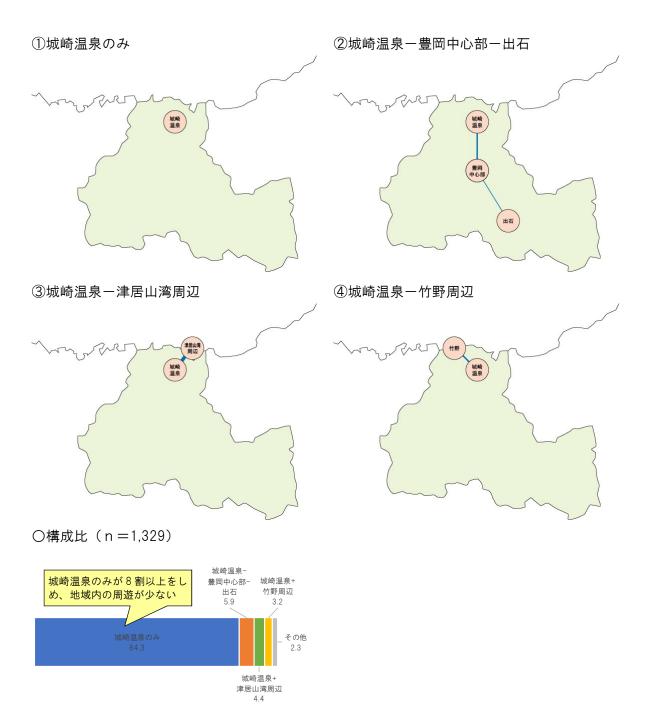


図 25 地域内の周遊パターン(兵庫県豊岡市)

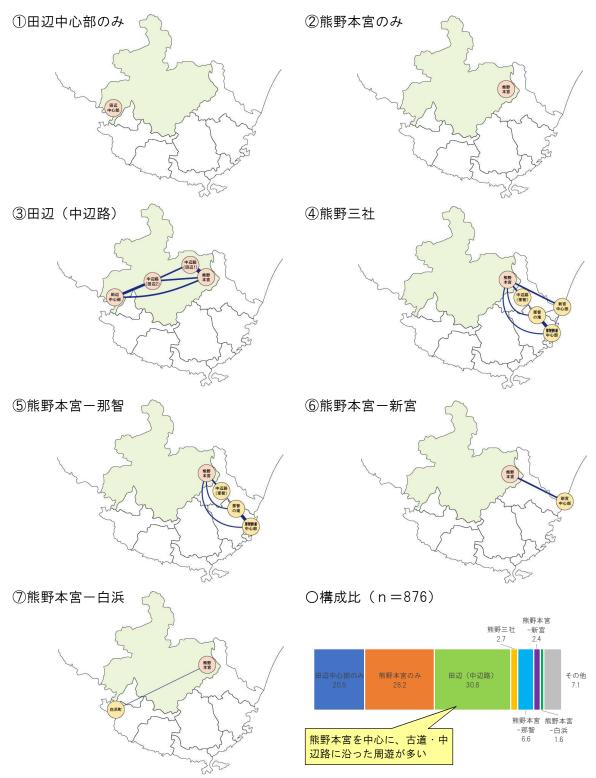


図 26 地域内の周遊パターン(和歌山県田辺市)

### 2.3 地域の強み・弱みの分析(SWOT分析)

- ・訪日外国人旅行者を地方へ誘客するためには、観光資源・受入環境及び観光・交通特性の現 状を把握した上で、訪日外国人旅行者の視点を考慮して地域の強み・弱みを分析し、施策の 方向性(ターゲットやモデルルート)を定めることが重要
- ・訪日外国人旅行者を地方へ誘客する施策の方向性(ターゲットやモデルルート)を設定する ためには、訪日外国人旅行者が訪れる観光地として、地域が置かれている環境(状況)を把 握し、地域の強み・弱みを分析する必要がある。
- ・ここでは、企業の経営戦略を検討する際に用いられるSWOT分析による分析方法を解説する。

### 1) SWOT 分析とは

- ・SWOT 分析とは、企業の内外、企業にとっての有利・不利に着目して企業を取り巻く環境を分析するためのフレームワークである。
- ・自治体における観光計画の立案などにおいても広く使われており、訪日外国人旅行者を地域に誘客する上で、地域内の状況だけでなく、広域的な交通ネットワークや周辺観光地といった地域の外部の状況も重要な要素であることから、本手法が有用であると考えられる。
- ・SWOT 分析は、地域の置かれている環境(状況)を、地域の内か外か、組織にとって有利か不利かという2つの軸で、以下の4つに分類して整理する。
- ・SWOT の各要素をマトリクスに整理することによって、施策の方向性を見い出し、関係者 との共有が容易になる。

### 地域が置かれている環境の 4 類型

①強み:Strengths-地域内でプラスの項目

②弱み:Weaknesses-地域内でマイナスの項目

③機会: Opportunities - 地域外でプラスの項目

④脅威: Threats 一地域外でマイナスの項目

表 11 SWOT 分析のイメージ

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	①強み: Strengths	②弱み: Weaknesses
外部環境	③機会: Opportunities	④脅威: Threats

- 2) 訪日外国人旅行者の地方誘客における SWOT 分析方法
- (1) 内部環境・外部環境の分類
  - ・2.1、2.2で整理した観光資源・受入環境及び観光・交通特性を自地域の内外で分類する。
  - ・内部環境・外部環境については、それぞれ以下のような項目が考えられる。

### 内部環境・外部環境の視点

- ●内部環境の視点
- ・自地域の観光資源
- ・自地域の訪日外国人旅行者の受入環境
- ・自地域の訪日外国人旅行者の入込状況

### 2外部環境の視点

- ・周辺地域の観光資源
- ・周辺の国際的な交通拠点の状況
- ・周辺地域の訪日外国人旅行者の入込状況
- など ・訪日外国人旅行者の嗜好・動向 など

### (2) 有利・不利の分類

- ・次に、自地域への訪日外国人旅行者の誘客に、有利もしくは不利に働くという視点から各項 目を分類する。
- ・有利・不利の分類に当たっては、それぞれの項目がどのような属性の外国人にとって、有利 あるいは不利に働くのかに留意することが重要である。
- ・例えば、地域に「古くからの温泉地」があるという内部環境は、温泉を好む東アジアからの 誘客には有利となるが、欧米ではそれほど有利とはならない可能性がある。
- ・この他にも、「周辺の空港に台湾便が就航している」という外部環境は、台湾から誘客には有 利となるが、それ以外の国・地域からの誘客には有利に働かないといったことが挙げられる。
- ・また、有利・不利の分類が容易できるものと、困難ものがある。
- ・例えば、自地域の観光資源が世界遺産に登録されるといったことは有利になると容易に判断 できる。一方で、周辺地域に国際的に集客力のある観光地がある場合、次のように捉えるこ とができる。
  - 一周辺地域に訪れる訪日外国人旅行者を自地域への誘客のチャンスと捉える→有利
  - ー自地域に訪れる訪日外国人旅行者が奪われる→不利
- ・こうした判断が困難なものも施策の方向性の大きな影響を与えるものであり、関係者と議論 し、認識を共有することが重要である。

### 有利・不利の分類の留意事項

- ●訪日外国人の視点に立って検討する
- ・同じ事柄によっても、国籍などによって有利・不利が変わることもあるため、訪日外 国人旅行者の視点に立って検討することが重要である。

### 2多面的に検討する

・同じ事項についても、見方によって有利・不利が変わることもあるため、異なる視点 から検討することが重要である。

# ✓訪日外国人旅行者目線✓多面的な評価 が重要

### 内部・外部 で区分

### 自地域への誘客に 有利・不利で区分

		プラス要因	マイナス要因
2.1 地域の観光資源・ 受入環境の現状把握	内部	①強み ・伝統的な食文化を有す る	②弱み ・地域内を周遊する二次 交通の不足
観光資源	環境	・中心部にホテル・旅館 が立地	
訪日外国人旅行者の受入環境		W 4.5	
2.2 訪日外国人旅行者の 観光・交通特性の現状把握 旅行スタイル・好み・ニーズ 移動の実態	外部環境	③機会 ・欧米人を中心に高い日本食への関心 ・周辺の地方空港への国際線(台湾便)の就航・隣接市町村にも多様な観光資源が分布	<ul><li>●脅威</li><li>・空港から直行できる交通手段がない</li><li>・隣接も含めて地域に訪日外国人旅行者が来訪していない</li></ul>

図 27 SWOT 分析方法のイメージ

### 事例)観光計画における SWOT 分析

○和歌山県田辺市

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	①強み:Strengths ・世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」 ・日本の原風景 ・「海」「山」「川」の自然、歴史、温泉、人、 「梅」や「みかん」の特産品 ・案内看板など外国人受入体制の整備 ・宿泊、体験、お弁当などワンストップで手配 ・インターネットによる旅行予約・決済 ・日本語、英語による予約受付 ・高野熊野特区ガイド	②弱み:Weaknesses ・交通網の整備不足 路線バスなど二次交通 ・観光関連事業者(宿泊施設・語り部など)の 高齢化(長期的課題)
外部環境	③機会:Opportunities ・世界遺産登録(追加登録) ・吉野・熊野国立公園の拡張(海岸沿い) ・世界農業遺産登録(梅産業) ・国体後の施設活用 ・南紀白浜空港の活用	④脅威:Threats ・自然環境(台風) ・事業進出及び観光客増加に伴う、ブランド (受け入れ体制やおもてなし意識など)の低下

資料:日本版 DMO 形成·確立計画、一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー

### ○兵庫県豊岡市

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	①強み: Strengths  ・日本らしい温泉街(木造3階建旅館・柳並木・外湯・高いビルのない古い町並み) ・浴衣を着て、そぞろ歩きが楽しめる ・JR の駅と温泉街が直結 ・ナイトライフを楽しめる温泉街 ・豊富な食(懐石料理・但馬牛・松葉がに・新鮮な海の幸・出石皿そば) ・宿泊施設の豊富さ(城崎温泉の旅館数:約70軒) ・四季の風景を全て鑑賞できる気候性(桜、海・花火、紅葉、雪) ・アクティビティが豊富(ジオカヌ・、トレッキング、雪遊び、ソリ、スキ・スノ・ボ・ドなど) ・世界でも例のないコウノトリ野生復帰に取り組んでいる	<ul> <li>②弱み: Weaknesses</li> <li>・都市部からのアクセスが悪い</li> <li>・二次交通が不足している</li> <li>・ショッピングできる場所が少ない</li> <li>・有名な神社仏閣がない</li> <li>・外国語表記が少ない</li> <li>・世界遺産がない</li> </ul>
外部環境	<ul> <li>③機会: Opportunities</li> <li>・北近畿豊岡自動車道の延伸</li> <li>・京都縦貫自動車道の全線開通</li> <li>・円安市場による訪日ブーム</li> <li>・USJ 内アトラクション"ハリーポッター"オープンによる大阪への訪日観光客の増加</li> <li>・関西空港の LCC 増便や新規空路による関西への訪日観光客の増加</li> </ul>	<ul><li>・京都市内の外資系ホテル新規オープンによる京都市内の宿泊収容力向上に付随する周辺地区への宿泊傾向低下</li><li>・都市部の民泊(ex.Airbnb など)</li><li>・関西地域に世界遺産を保有した広域観光ルートの存在</li></ul>

資料:日本版 DMO 形成·確立計画、一般社団法人豊岡観光イノベーション

### ○ニセコ観光圏(北海道蘭越町・ニセコ町・倶知安町)

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	①強み: Strengths	②弱み: Weaknesses ・連携した地域資源の管理、連携したガバナンス(共治)が弱い ・マーケティング(誘致受入)の展開が脆弱 ・これまでは組織体制がバラバラ ・圏域内の交通体系が貧弱 ・高速交通網の未整備 ・圏域全体では通年集客があるが区域によっては季節によって偏りがある ・宿泊情報のワンストップサービス ・外国での知名度は高いが国内での知名度はさほど高くない
外部環境	③機会: Opportunities ・世界市場がニセコに関心を寄せている ・スローライフ、エコ、LOHAS など健康への関心の高まり ・個人旅行の増加による旅行の多様化とニーズの多様化 ・高速交通網(高速道路・北海道新幹線)の着工決定 ・タイ・マレーシアからのビザ発給緩和・避暑のためにロングステイする国内富裕層シニアが増加している・マラソン・自転車など外国人のライフスタイル(趣味)が日本人に定着しつつある・80 年代でスキーを経験したヤングファミリー層でスキーブームが復活しつつある	<ul> <li>・他地域との競争の激化</li> <li>・国内の人口減少の到来</li> <li>・国内全体のスキー人口の減少</li> <li>・北海道への国内観光客数の鈍化</li> <li>・I Tの発達による風評被害などの拡大(誤った情報の拡大)</li> </ul>

### 2.4 ターゲットの設定

- ・効率的・効果的な施策展開を図るため、地域への来訪を重点的に促進する訪日外国人旅行者 の国・地域(ターゲット)を、地域資源、ニーズ、訪日外国人旅行者の訪問状況などを考慮し て設定
- ・訪日外国人旅行者を地方へ誘客するためには、訪日外国人旅行者のニーズに合致した様々な 取組が必要である。
- ・訪日外国人旅行者のニーズは多様であり、効率的・効果的に地方への誘客を促進するために は、ターゲットを絞り、ターゲットの特性に合った施策を展開する必要がある。
- ・ターゲットの設定に当たっては、地域資源と訪日外国人旅行者のニーズを対応させつつ、現在における自地域や周辺地域への訪日外国人旅行者の訪問状況など、地域の強み・弱みを踏まえることが望ましい。

### ①既存顧客層の拡大

⇒ターゲット自地域に来訪している訪日外国人旅行者の国・地域

・既に自地域に訪日外国人旅行者に人気の観光資源(強み)があり、一定程度の入込(強み)があるといった場合には、既存顧客層を拡大するという考えから、その国・地域などをターゲットとして、誘客を図ることが考えられる。

<自地域に来訪している訪日外国人旅行者の国・地域とターゲットとした例>

・京都丹後鉄道沿線地域では、交通パス利用者の国籍を調査した結果、台湾・中国から の訪問者が多いことが分かり、台湾・中国をターゲットに積極的にプロモーションを 実施した。

### ②周辺地域の顧客層の取り込み

⇒ターゲット自地域の周辺地域に来訪している訪日外国人旅行者の国・地域

・周辺地域に一定の訪日外国人旅行者の入込(機会)があり、自地域に訪日外国人旅行者が好む観光資源(強み)があるといった場合には、周辺地域の顧客層を取り込むという考えから、周辺地域に来訪している訪日外国人旅行者をターゲットにして、誘客を図ることが考えられる。

<周辺地域に来訪している訪日外国人旅行者の国・地域とターゲットとした例>

・兵庫県豊岡市では、近接する大阪・京都と競合するのではなく、自地域を大阪・京都 の次に訪れる場所として位置づけ、これらの都市を訪問する外国人旅行者をターゲットとして、自地域に誘客する戦略を取っている。

### ③新たな顧客層の開拓

⇒ターゲット自地域の観光資源とニーズが合致している訪日外国人旅行者の国・地域

・自地域に価値の高い観光資源(強み)があり、海外にその観光資源に対して関心が高い層が存在(機会)するといった場合には、新たな顧客層を開拓するという考えから自地域の観光資源の特徴とニーズが合致している訪日外国人旅行者をターゲットにして、新たな需要を掘り起こすことが考えられる。

<周辺地域に来訪している訪日外国人旅行者の国・地域とターゲットとした例>

・山形県鶴岡市の主要観光地である出羽三山は、日本への精神文化への関心が高く、知 的探究心が旺盛である欧米豪の旅行客から人気があることなど踏まえ、フランス、イ タリア、ドイツ、アメリカ、オーストラリアの5か国をターゲットとしている。

### <ターゲット設定の考え方>

地域の強み(例)		ターゲット設定 の考え方		ターゲット
・自地域に訪日外国人旅 行者に <u>人気の観光資源(強み)</u> があり、 <u>一</u> 定程度の入込(強み) がある	⇒	既存顧客層の拡大	⇒	自地域に来訪している 訪日外国人旅行者の国・ 地域
・ <u>周辺地域に一定の訪日</u> 外国人旅行者の入込 (機会)があり、自地域に <u>訪日外国人旅行者が好む観光資源(強み)</u> がある	⇒	周辺地域の顧客層の取り込み	⇒	自地域の周辺地域に来 訪している訪日外国人 旅行者の国・地域
・自地域に <u>価値の高い観</u> 光資源(強み)があり、 海外にその観光資源 に対して <u>関心が高い</u> 層が存在(機会)する	⇒	新たな顧客層の開拓	⇒	自地域の観光資源とニ ーズが合致している訪 日外国人旅行者の国・地 域

### 2.5 マーケットインによるモデルルートの設定

- ・ターゲットのニーズに沿って、ゲートウェイや国内における観光の全体を想定したモデルル ートを設定
- ※マーケットインとは:市場や購買者という買い手の立場に立って、買い手が必要とするものを提供していこうとすること。 一方、技術や製造設備といった供給側からの発想で商品開発・生産・販売といった活動を行うことは「プロダクトアウト」 と呼ばれる。
- ・ターゲットを設定した上で、ターゲットの観光・旅行特性(二一ズ)を踏まえ、かつ、入国から出国までの広域的な動きも意識しながら、自地域内のモデルルートを検討する。加えてモデルルートのテーマ、旅程なども検討する。
- ・なお、検討にあたっては、ターゲットとなる訪日外国人旅行者が、どの順序で、何を、どのように楽しんでもらうかという「演出」が重要であり、訪日外国人旅行者の体験や時間の過ごし方を具体的にイメージしながら検討することが重要である。
- ・モデルルートの設定方法として、主要な観光資源とつなぐ、特定のテーマに合致する観光資源をつなぐといった考え方が挙げられるが、移動時に自然の眺望や沿道の街並みが楽しめるといった視点も必要である。

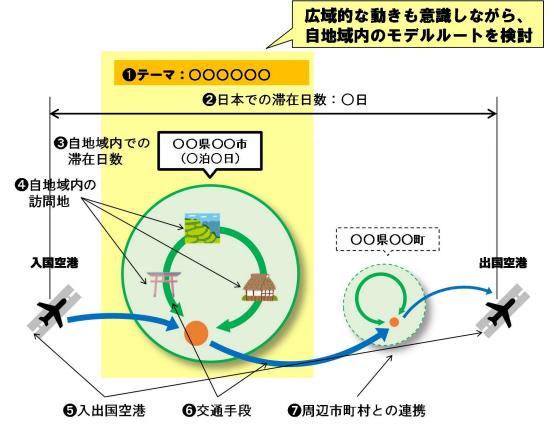


図 28 モデルルートの設定 (イメージ)

### <モデルルートとして設定すべき要素と留意事項>

### ① テーマ

・自地域の観光資源やターゲットの国・地域の訪日旅行者の訪日のきっかけ、実際の訪問地 や訪日旅行の満足度などを踏まえ、観光のテーマを設定する。

### ② 国内での滞在日数

・ターゲットの国・地域の日本での滞在実績から国内全体での滞在日数を設定する。

### ③ 自地域内での滞在日数

- ・ターゲットの国・地域の日本での滞在実績や宿泊施設の整備状況から自地域内での滞在日 数を設定する。
- ・実績として、日帰りが多い場合でも、宿泊施設があれば、宿泊旅行も考えられる。

### ④ 自地域内での訪問地

·SWOT 分析の結果を踏まえ、自地域内での訪問地を設定する。

### ⑤ 入出国空港

・ターゲットの国・地域の入出国空港や国際線の就航状況などから入出国空港を設定する。

### ⑥ 交通手段

- ○地域へのアクセス
- ・ターゲットの国・地域の入出国空港や国際線の就航状況などから入出国空港を設定する。
- ○地域内の周遊
- ・地域内の公共交通網の整備状況を踏まえ、既存の公共交通を活用できるか、再編などが必要となるかの見込みを立てる。

### ⑦ 周辺市町村との連携

・自地域の集客力を高めるため、周辺市町村の観光地と一体となったモデルル―トを検討する場合には、周辺市町村と連携した取組も検討する必要がある。

### 事例) Kumano Kodo Trek - 5 days | Nakahechi, Takijiri to Hongu, Shingu & Nachi

- ・訪日外国人旅行者が多く訪れる京都又は大阪を起点にして、熊野エリアの代表的な観光資源である熊野三山(熊野本宮大社、熊野速玉大社、熊野那智大社)を回る4泊5日の観光モデルコース
- ・大阪・京都からのアクセスは鉄道、地域内の周遊は路線バス、徒歩、川舟

### ■モデルコース

### ○広域

# LEGEND Train Bus Walk Boat Overnight

### ○地域内



資料:田辺市熊野ツーリズムビューローウェブサイト

### ■旅程

Day1	Train from Kyoto/Osaka to Kii-Tanabe (3 hrs)
	Bus from Kii-Tanabe to Takijiri (~40 min)
	Walk Takijiri-oji to Takahara (3.7 km, ~2.5 hrs)
	Sleep in Takahara
Day2	Walk Takahara to Chikatsuyu-oji (9 km, 5~6 hrs)
, _	Sleep in Chikatsuyu
Day3	Bus from Chikatsuyu to Hongu (~30 min)
	Bus from Hongu to Hosshinmon-oji (~15 min)
	Walk Hosshinmon-oji to Kumano Hongu Taisha (~7 km, ~3 hrs)
	Bus from Hongu to Yunomine Onsen (~20 min) or walk (~3.5 km ~1.5 hrs)
	Sleep in Yunomine Onsen
Day4	Bus from Hongu to Hitari (~30 min)
	Boat tour to Shingu (~1 hr 30 min)
	Bus/train from Shingu to Katsuura (~40 min or less)
	Sleep in Katsuura
Day5	Bus from Kii-Katsuura Station to Daimon-zaka (~10 min)
	Walk Daimon-zaka to Kumano Nachi Taisha (total ~2.5 km, ~2 hrs)
	Bus from Nachisan to Kii-Katsuura (~20 min)
	Train from Kii-Katsuura to Shin-Osaka (~3 hr, 50 min)
	<u> </u>

### 3 訪日外国人旅行者の地方への誘客を支える交通施策の検討

### 3.1 モデルルートを実現する上での課題分析

- ・訪日外国人旅行者の視点からモデルルートを実現する上での現状の交通ネットワークの課題 を分析
- · 訪日外国人旅行者の地方への誘客を支える交通施策に検討する前に、モデルルートを実現する上での現状の交通ネットワークの課題を分析する。
- ・モデルルートと現況交通ネットワークを比較しながら、訪日外国人旅行者の視点から課題を 抽出することが重要である。

### 課題分析の視点

### ●事前に交通情報が得られるか?

- ・訪日外国人旅行者は、目的地に不案内であることや言語の違いに加え、乗車方法、きっぷ の購入といった交通システムの違いなどから交通機関の利用に不安を感じている。
- ・"訪日旅行の計画が立てられる"、"日本国内での行動がイメージできる"情報提供が必要である。

### **②**現地で交通サービスをスムーズに利用できるか?

- ・訪日外国人旅行者は、複数の交通機関を組み合わせて国内を移動する。
- ・交通結節点や鉄道駅・バス停などで必要な情報が得られ、迷うことなく交通サービスを利用できる案内・誘導が必要である。

### ❸交通特性に合った交通サービスが提供されているか?

- ・多くの訪日外国人旅行者にとって、日本国内でのレンタカー運転のハードルが高く、大型 の荷物を持って国内を移動するなどの特性を有する。
- ・国際的なゲートウェイから観光地まで、訪日外国人旅行者の利用に配慮した公共交通を主体とした交通サービスが必要である。

### 課題分析の対象

・分析の対象は、ネットワークの有無だけでなく、訪日旅行の計画段階から行動段階(旅行) までの全体の分析が必要である。

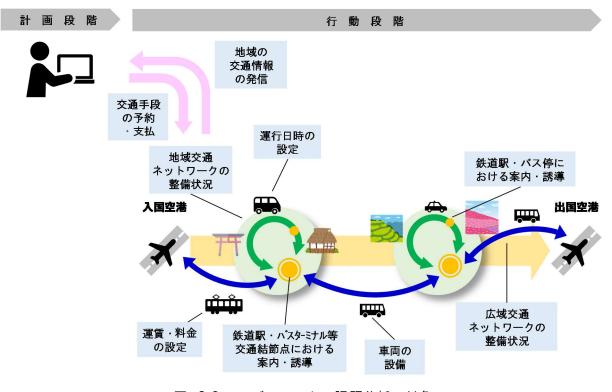


図 29 モデルルートの課題分析の対象

### <モデルルートを実現する上での課題分析の視点>

表 12 モデルルートの課題分析の視点

			訪日外国人旅行者の	分析の視点
段階	評価	対象	観光・交通特性など	(チェックリスト)
計画 段階 (主に	地域の交通 情報の発信	ウェブ サイト	・主な訪問先などは訪 日前に決定 ・日本の交通システム に不慣れ ・日本語が分からない	□目的の観光地の行き方に関する情報が入手できるか? ・交通手段 ・距離・所要時間 ・運賃・料金 ・乗り場・乗り方 など
海外)	交通手段の 予約・支払	ウェブサイトなど	・主な訪問先などは訪 日前に決定 ・日本の運賃支払シス テムに不慣れ	□交通手段の予約·支払が事前に できるか?
	地域内にお ける案内・ 誘導	交通 結節点	<ul><li>・日本の交通システムに不慣れ</li><li>・日本語が分からない</li><li>・予定を決めずに訪れる外国人も存在</li></ul>	□広域交通と地域内交通の乗り 換えが円滑に行えるか? ・二次交通の乗り場への案内・誘 導の多言語化 ・外国語で対応可能な職員の配 置 など
		鉄道駅・ バス停留所	<ul><li>・日本の交通システム に不慣れ</li><li>・日本語が分からない</li></ul>	□鉄道駅・バス停において観光周 遊に必要な情報が提供されて いるか? ・ルート・時刻表の掲示、多言語 化の状況 など
		紙媒体 · 電子媒体	・予定を決めずに訪れ る外国人も存在	□移動中でも交通情報が入手可能な手段はあるか?
行動	交通サービ スの内容	広域ネット ワーク	・日本での自動車の運 転に不慣れ(海外の多 くは左ハンドル・右側	□広域交通拠点から地域への公 共交通機関が整備されている か?
段階(国内)		地域内ネットワーク	通行)	□地域内の交通拠点から観光地 などへの公共交通機関が整備 されているか?
		運行日時	・宿泊施設のチェック イン・チェックアウ トなどとの調整が必 要 ・平日・休日の区別な く需要がある	□観光周遊が可能な日時に公共 交通機関などが運行されてい るか?
		運賃· 料金	・観光周遊により多頻 度の運賃支払いが発 生 ・日本の運賃支払シス テムに不慣れ	□運賃·料金の支払いが容易であるか? □移動費用が高額にならないか?
		車両設備	・大型の荷物を持って 国内を移動 ・移動中の情報収集の ニーズが高い	<ul><li>□列車・バスに大型の荷物の置場はあるか?</li><li>□列車・バスの車内でインターネット接続ができるか?</li></ul>

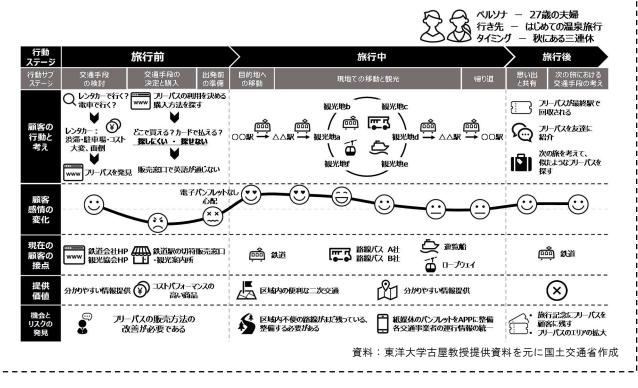
### 参考)「カスタマージャーニー」による顧客の行動分析

- ・訪日外国人旅行者の誘客において、訪日旅行の計画段階から実施の旅行までの一連の行動について、訪日外国人旅行者の視点に立って分析することや関係者間での認識の共有が重要である。
- ・訪日外国人旅行者の視点の理解や関係者間での認識共有を図る上で、「カスタマージャーニー」 の考え方や「カスタマージャーニーマップ」のような整理方法は参考になると考えられる。

### ○カスタマージャニーとカスタマージャーニーマップ

- ・「カスタマージャーニー」とは顧客の行動を時系列で把握する考え方であり、「カスタマージャーニーマップ」とはそれを視覚化したものである。
- ・例えば、商品を購入するという行為は、商品を認知してから、購入し、さらに購入後の評価まで一連の行動によって構成されている。
- ・顧客の一連の行動を把握することで、変化する顧客の行動の各段階における課題を洗い出し、 対策を立てることができる。
- ・カスタマージャーニーを整理するメリットとして、顧客の視点の理解、関係者間の認識共有が 挙げられる。

### <カスターマージャーニーマップの例>



### 3.2 交通施策の検討

### ・訪日外国人旅行客がモデルルートを円滑に周遊できる交通施策を検討

- ・前項で抽出したモデルルートを実現する上での課題解決に資する交通施策を検討する。
- ・検討に当たっては、既存の交通ネットワークを活用するなど施策の効率性には配慮すること が重要である。
- ・同時に、訪日外国人旅行者の来訪により、地域住民の生活に悪影響を与えないよう配慮する ことも重要である。

表 13 課題例と施策例

段階	評価	 対象	課題例	取組例
計画段階	地域の交通 情報の発信	ウェブ サイト	・観光地の情報は発信して いるものの、観光地に行 くための交通手段が紹介 されていない	・観光情報と交通情報の一 体的な提供(観光に必要 な交通情報を提供)
(主に 海外)	交通手段の 予約・支払	ウェブ サイトなど	・地域交通のチケットは現 地でしか購入することが できない	・ウェブサイトなどにおけ る交通手段の予約・決済 システムの導入
	地域内にお ける案内・ 誘導	交通 結節点	・広域交通から地域交通へ の乗換が分かりにくい	・鉄道駅などにおける交通 結節点における乗換案 内・観光情報の提供
		鉄道駅・バス停留所	・バス停名称・行先などが 日本語のみで訪日外国人 旅行者には分かりづらい	・多言語化などバス停にお ける情報提供の充実
		紙媒体· 電子媒体	・交通情報が入手可能な手 段がない	・紙媒体・電子媒体による交 通情報の提供
	交通サービ スの内容	広域ネット ワーク	・広域交通拠点から地域に アクセスする公共交通機 関が整備されていない	・交通サービスの導入
行動段階		地域内ネットワーク	・地域内の交通拠点から観 光地などへの公共交通機 関が整備されていない	・交通サービスの導入
(国内)		運行日時	・観光施設などでの滞在時間に対応した頻度でバスが運行されてない ・広域交通と地域交通の乗継に待ち時間が発生	・観光・交通特性に合わせ た増便・ダイヤ調整
		   運賃・   料金	・交通機関ごとの料金の支 払いが手間、移動に要す る費用が高額	・フリーパス、セット乗車 券などの導入
		車両設備	・列車・バスの車内に大型 の荷物置場がない ・列車・バスの車内でインター ネットに接続できない	・大型荷物置場の設置 ・無料 Wi-Fi サービスの提供

※「本書の位置づけ」で述べた通り、新たな交通基盤整備は対象としていない。

### 1) 計画段階

### (1) 交通情報の発信

- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・訪問地など多くの行程を訪日前に決めている。
- ・計画段階では、ウェブサイトで情報を入手している。

### b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題

- ・観光地を紹介するウェブサイトに交通手段に関する情報がない。
- ・交通手段が分かっても所要時間、ダイヤ、運賃など旅行の計画を立てるために必要な情報が得られない。

### c 交通施策の考え方

- ・訪日前に観光周遊の計画を立てるためには、ウェブサイトにおいて観光地の情報と交通 情報をセットにして提供する必要がある。
- ・交通情報については、広域アクセス、地域内の周遊について、交通手段、ダイヤ、ルート、距離・所要時間、運賃・料金など旅行の計画を立てるために必要な情報を一元的に 提供する必要がある。
- ・交通事業者のウェブサイトへのリンクを掲載するだけでなく、観光に必要な情報を抜粋 する、複数のモードや交通事業者の情報を統合するなど訪日外国人旅行者が必要とする 情報をわかりやすく提供することが重要である。
- ・また、海外と日本では交通機関の利用方法などが異なることから、日本国内における移動を円滑にするためには、乗り方などの情報も併せて提供することが重要である。

# 事例)訪日外国人旅行者向け観光サイト「Visit Wakayama」 ・和歌山県の公式観光サイトは、10 言語で観光情報を提供 ・同ホームページでは、各種体験・イベントなどの観光情報のほか、大阪・京都など外国人が多く訪れる近隣から和歌山県へのアクセス方法、バスやタクシーの乗り方など地域交通に関する情報を提供 ⇒巻末資料4)事例カルテ参照(P132) 大阪・京都を起点とした広域アクセス図 路線バスの乗り方紹介 乗り方紹介 乗り方紹介 を対しています。 「スページーン・ファットを対しています。」 「スページーン・ファットを対していまする。」 「スページーン・ファットを対していまりまする。」 「スページーン・ファットを対していまする。」 「スページーン・ファットを対していまする。」 「スページーン・ファットを対していまする。」 「スページーン・ファットを対していまする。」 「スページーン・ファットを対していまする。」 「スページー

### 事例)一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューローのウェブサイト

- ・熊野エリアの観光施設、宿泊施設や交通など観光情報を6カ国語で提供
- ・外国人スタッフが現地を確認して、<u>外国人の視点から必要な情報を洗い出し</u>提供
- ・交通情報は、観光情報と併せて提供するとともに、ルート図、時刻表、運賃表、バス停 の位置図など詳細な情報、バスの乗り方の紹介など必要な情報を網羅的に提供

⇒巻末資料4)事例カルテ参照(P134)

■観光施設の紹介

○熊野本宮大社の紹介ページ



○交通手段の紹介ページ



■交通情報の紹介

交通パスを紹介

○交通情報の紹介ページ

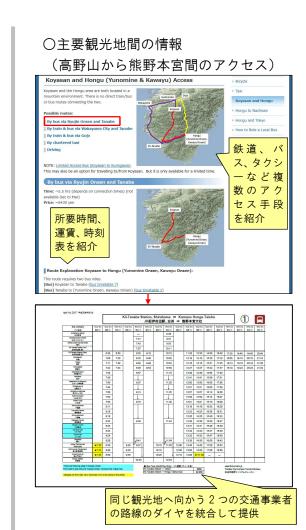


○路線バス・高速バスの紹介



○バス乗り場の紹介











資料:田辺市熊野ツーリズムビューローウェブサイト

### 事例)動画によるバスを利用した観光の紹介

・イギリスのニューフォレスト国立公園では、 来訪者の公共交通利用を促進するため、公園 内を走る<u>路線バス・定期観光バスを利用して</u> できる体験などを動画で分かりやすく紹介

> 動画サイトに公式チャンネルを開設し、公 園内の周遊バスサービスなどを動画で紹介

> > 資料: YouTube ウェブサイト



### (2) 交通手段の予約・支払

- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・訪問地など多くの行程を訪日前に決めている。
- b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題
- ・日本国内における交通手段の予約・支払いが現地でしかできない。
- ・タクシー・レンタカーなど個別に手配が必要な交通手段を事前に手配できない。(事前に 確保できないと不安)

### c 交通施策の考え方

- ・国内の交通手段についても訪日前にウェブサイトなどで予約・支払ができると現地での 手間を省くことができる。
- ・座席数が限定される交通手段やタクシー・レンタカーなど個別に手配が必要な交通手段 は特に事前の予約の必要性が高い。
- ・また、交通手段のみならず、宿泊施設、オプショナルツアーなど地域内の観光において、 必要なものをワンストップで予約・支払いができるとさらに利便性が高まる。

### 事例)ウェブサイトにおける交通手段の予約・支払い

- ・田辺市熊野ツーリズムビューローは旅行業登録を行い、着地型旅行業を展開
- ・同法人ウェブサイト内に旅行予約サイト「KUMANO TRAVEL」を設置
- 宿泊施設、オプショナルツ アーや交通手段(タクシー、 レンタカー、レンタサイク ル)などサービスを一元的 に予約・支払いが可能なウェブサイトを構築

⇒巻末資料4)事例カルテ参

照(P134)





資料:田辺市熊野ツーリズムビューローウェブサイト

### 事例) ブリットレール・M パス (イギリス・Rail Delivery Group)

- ・イギリスの鉄道事業者が加盟する Rail Delivery Group が発行するオンライン上で予約・ 発券ができる在外向けの交通パス
- ・通常のブリットレールパスは、事前に予約 し、チケット売場で購入する必要があるが、 本パスはスマートホンなどにダウンロード するか、印刷して持参することで利用可能







出典:英国政府観光庁ウェブサイト

### 2) 行動段階

- (1) 地域内における案内・誘導
  - ① 交通結節点
    - a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
    - ・十分な計画を立てずに、地域を訪問する人もいる。
    - b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題
    - ・鉄道駅などにおいて、次に乗る路線バスの乗り場が分からない。
    - ・各交通事業者が個別のルールで案内をしている。
    - ・観光地の情報、交通情報が得られない。

### c 交通施策の考え方

- ・日本に到着してから、観光地・宿泊地などの目的地に迷わずに到着できることが望ましい。
- ・国際空港と地域を結ぶ鉄道や高速バスが発着するバスターミナルについては、事前の情報提供に加え、現地においても広域交通と地域交通の乗継の案内などが必要である。
- ・複数の交通事業者が乗り入れる交通拠点では、案内表示の統一を図ることも重要である。
- ・また、訪日外国人旅行者の中には、詳細な計画を立てたてずに訪れる旅行者も多いため、 交通結節点においては、観光や交通の情報を総合的に提供できる機能が備わっているこ とが望ましい。

### 事例)紀伊田辺駅前広場(和歌山県田辺市)

・バスの乗り場の案内やダイヤ などが<u>英語併記</u>で掲示され、 整理券を取る、バス停近くで 停車ボタンを押す、運賃の支 払い方法といった<u>バスの乗り</u>

方も掲示





資料:国土交通省

・隣接する観光案内所「田辺市観光センター」は、<u>外国語を話せるスタッフが常駐</u>し、 観光情報や交通情報を提供するとともに、券売機により路線バスの乗車券も販売

### 事例)城崎温泉ツーリストインフォメーション「SOZORO」(兵庫県豊岡市)

- ・城崎駅前に整備された観光案内所
- ・<u>外国語を話せるスタッフが常駐</u>し、<u>観光</u> 情報や交通情報を提供するとともに、<u>訪</u> 日外国人向けのワンデイパスなどを販売
- ・周辺の観光地に向かう鉄道とバスのダイヤを組み合わせた<u>英語版の時刻表を独自</u>に作成・提供



鉄道とバスのダイヤを組み 合わせた英語版の時刻表



資料:国土交通省、SOZORO

### ② 鉄道駅・バス停留所

- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・目的地までのアクセスに不案内。
- ・日本の交通システムに不慣れ。

### b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題

- ・観光地の最寄りの鉄道駅・バス停留所において、交通情報が多言語で提供されていない。
- ・鉄道駅・バス停留所から観光地までの行き方が分からない。

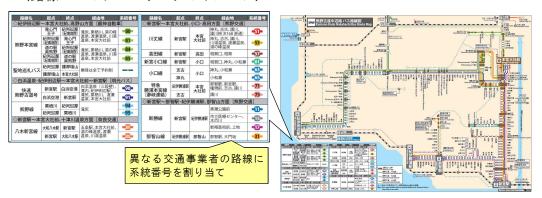
### c 交通施策の考え方

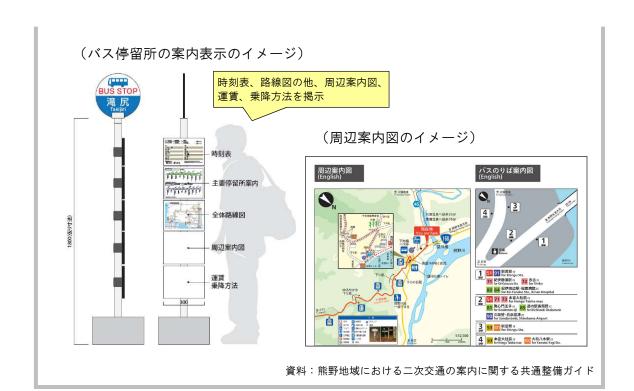
- ・観光地の最寄りの鉄道駅・バス停留所は、訪日外国人旅行者に対して情報提供ができる 地点にもなる。
- ・鉄道駅・バス停留所においては、時刻表・路線図などの情報の他、降車後に目的に迷わず行けるような方向案内や地図などの情報があることが望ましい。
- ・複数の交通事業者がサービスを提供している地域においては、案内表示やバス停留所の 統合などを図ることも重要である。
- ・また、遅延・運休などの運行情報についても、訪日外国人旅行者にも伝わるような配慮 が必要である。
- ・鉄道駅・バスターミナルなどでは、多言語による案内などが考えられるが、通常のバス 停留所においては、QR コードなど表示し、当該バス停留所に停車するバスの運行状況を 提供するウエブサイトにアクセスできるようにするといった方法が考えられる。

## 事例)熊野地域における二次交通の案内に関する共通整備ガイド(熊野外国人観光客交通対策推進協議会)

- ・熊野地域の主な移動手段である<u>鉄道事業者及び複数の路線バス事業者の多言語対応や</u> <u>案内情報の統一した整備方針</u>となる「熊野地域における二次交通の案内に関する共通 整備ガイド」を策定
- ・「共通整備ガイド」に基づき、<u>路線バスのナンバリング</u>を導入する他、<u>バス停留所にお</u> ける案内表示の改善に取り組んでいる

(路線バスのナンバリングのイメージ)





### 事例)バス停留所表示板の多言語化(四国交通)

- ・四国交通では、訪日外国人旅行者が多く利用する大歩危・祖谷路線の12ヵ所のバス停留所の<u>表</u>示板を多言語化(英語、中国語、韓国語)
- ・かずら橋の表示板には QR コードを読み込むと、 目的地までの所要時間と運賃を多言語で表示するサービスを実施
- ·ICTの活用により、より多くの情報の提供が可能



資料:徳島新聞ウェブサイト

### ③ 紙媒体·電子媒体

- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・目的地までのアクセスに不案内。
- ・十分な計画を立てずに、地域を訪問する人もいる。
- b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題
- ・現地で交通情報が得られる手段がない。

### c 交通施策の考え方

(紙媒体による情報提供)

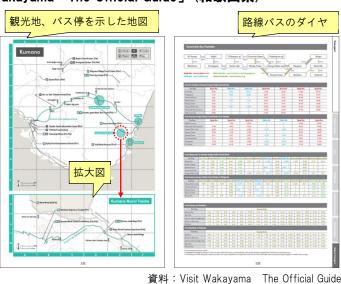
- ・現地での移動をサポートする手段として、パンフレット・マップといった紙媒体による 情報提供も有効である。紙媒体には、大判の図や冊子での提供により、情報の一覧性の 高さや通信環境に依存しないなどのメリットがある。
- ・交通結節点などでの配布の他にも、電子データをウェブサイト上で提供すれば、訪日前 の提供も可能である。

### (電子媒体による情報提供)

- ・個々人の移動に合わせた交通情報の提供、位置情報を踏まえた精度の高い情報を提供するという観点からは、スマートホンアプリなどによる経路検索といった方法も有効である。
- ・スマートホンアプリの開発には、費用・時間を要することから、交通情報を自ら提供するだけでなく、情報を積極的に公開することで、グーグルマップなど既存システムの活用や第三者によるスマートホンアプリ開発などを促進することも考えられる。

### 事例)観光パンフレット「Visit Wakayama The Official Guide」(和歌山県)

- ・和歌山県が作成した訪日外 国人旅行者向けの観光パン フレット
- ・<u>県内各地の観光地とアクセ</u> ス方法(交通手段・地図)を 紹介
- ・交通情報として、<u>広域アクセス(空路・高速バス・鉄道)</u>や<u>熊野エリアの路線バスの</u>時刻表を掲載



### 事例)訪日外国人旅行者向け観光マップ「Tokyo Sightseeing Map」

- ・首都圏の鉄道事業者6社が共同で作成した訪日外国人旅行者向けの鉄道マップ
- ・訪日外国人旅行者が多く訪れる<u>地域の主要観光スポット</u>と、それぞれの観光スポット めぐりに便利な鉄道路線図を駅ナンバリング付きで掲載
- ・裏面には、<u>指さし会話集や IC カード乗車券の使い方</u>、<u>駅や電車を利用する際のマナー</u> といった、東京の鉄道を利用するにあたって必要性の高い情報を紹介





資料: JR 東日本ウェブサイト

### 事例)地域の交通情報を網羅的に提供するスマホアプリ「信州ナビ」

- ·「県内のバス・鉄道などの交通案内」や「観光情報(観光施設、イベント、モデルコース)」を提供するスマートホンアプリ
- ・日・英・中・韓・タイの6か国語で情報提供
- ・<u>鉄道からコミュニティバス・タクシーまで、県</u> 内交通機関の情報を網羅
- ・経路は、駅名や停留所名だけでなく、観光地名、 電話番号などからも検索が可能であり、複数の ルートや所要時間、料金を提供

資料:長野県ウェブサイト



### 事例)公共交通分野のオープンデータ化

- ・イギリスでは、<u>オープンデータ化</u>が積極的に進められており、<u>公共交通分野</u>において も路線図・時刻表などのデータを公開
- ・日本国内でも、自治体が独自にコミュニティバスなどのデータを公開・提供する動き
- ・オープンデータ化により、Google マップなどで、路線バスも含めた経路検索が可能



### (2) 交通サービスの内容

- ① 広域ネットワーク
  - a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
  - ・個人旅行客は、主に公共交通機関を利用して、複数の都道府県を跨いで広域的に周遊し ている。
  - b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題
  - ・空港・新幹線駅などの広域的な交通拠点や国際的な観光都市から地域へのアクセスに複 数の交通機関の乗り継ぎを要する。

### c交通施策の考え方

- ・訪日外国人旅行者を地域に呼び込むためには、空港・新幹線駅の広域的な交通拠点や国 際的な観光都市から地域に直接アクセスできることが望ましい。
- ・広域的な交通拠点や国際的な観光都市などから地域を直接結ぶバスなどの交通手段を運 行することなどが考えられる。
- ・自地域を訪問する訪日外国人旅行者のみでは、十分な需要が見込めない場合には、周辺 地域との連携や地域住民の利用を考慮するなど、需要を確保することが望ましい。

### 事例)国際空港から観光地に直行するバスの運行(和歌山県)

- ・関西国際空港から世界遺産・高野山を直接結ぶ「リムジンバ ス関西国際空港~高野山線」を1日1往復で季節運行
- ・国際線の到着時間や羽田便の出発時間にも合わせたダイヤを 設定し、高野山の住民利用もあり
- ・需要量を考慮し、24席の小型車両(トランクルーム付き)を使用
- ・乗車券は、ウェブサイトも予約・購入できる他、現地で当 日購入も可能

⇒巻末資料4)事例カルテ参照(P136)



資料:和歌山県

### 事例)空港と複数の観光地を結ぶバスの運行(岩手県平泉町、宮城県東松島市、松島町)

- ・国際線が就航する仙台空港から周辺の観光地までのアクセスの利便性を高めるため、 「仙台空港・松島・平泉線」、仙台空港と「仙台空港・松島/奥松島観光周遊バス」の 2路線を開設
- ・岩手県平泉町、宮城県東松島市、松島町の県境を越え た1市2町が連携して、H29.1から実証運行を行い、 H29.4 からは交通事業者の自主運行に移行
- ・国際線の発着時間を意識して運行ダイヤを設定すると ともに、無料 Wi-Fi、多言語ガイドシステムを導入

資料:宮城県ウェブサイト



### ② 地域内ネットワーク

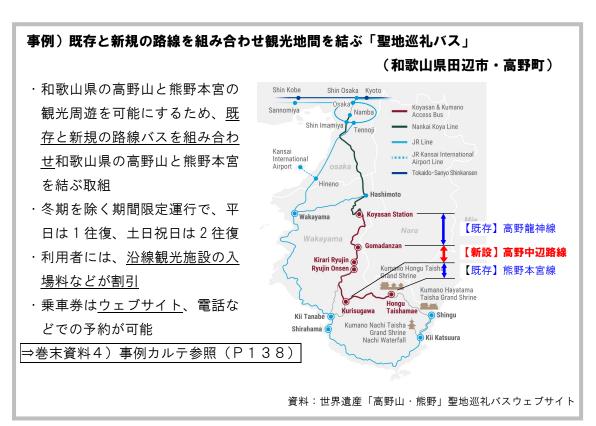
- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・個人旅行客は主に公共交通機関を利用して、地域内を周遊している。

### b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題

・地域内の交通拠点などから観光地にアクセスできる公共交通機関が整備されていない。

### c 交通施策の考え方

- ・訪日外国人旅行者の地域内における周遊を可能にするためには、地域のゲートウェイと なる交通拠点などと観光地を結ぶ交通手段が必要になる。
- ・既存の公共交通ネットワークが不十分で新たなサービスを提供する場合にも、可能な限 り既存の公共交通ネットワークの活用や地域住民の利用への配慮など運行の効率性に留 意する必要がある。
- ・訪日外国人旅行者が気軽に利用できるようにするためには、事前予約や会員登録が必要 ない運行形態が望ましいが、需要が少ない場合にはデマンド型交通なども考えられる。
- ・デマンド型交通などを導入する場合には、ICTの活用などにより、訪日外国人旅行者にも利用しやすいシステムが求められる。
- ・観光地が狭いエリアに分布する場合などには、機動性・随意性の高いレンタサイクルな どパーソナルな交通手段の提供も考えられる。



### 事例)訪日外国人旅行者の利用にも配慮した公共交通空白地域有償運送(静岡県浜松市)

- ・静岡県浜松市佐久間地区で NPO 法人が運行する公共交通空白地域有償運送
- ・<u>地域住民などの会員以外の利用</u>が可能(運行 エリアは<u>鉄道駅から地区内観光地</u>などに限定)
- ・<u>英語・中国語・韓国語にも対応したスマート</u> ホンアプリによる予約が可能であり、訪日外 国人旅行者も利用が可能





資料: 浜松市

### 事例)訪日外国人旅行者の利用にも配慮したレンタサイクル(高知県四万十市)

- ・四万十市では、四万十川に沿ってサイクリングロードを整備するなどサイクリング環 境を整備
- ・<u>鉄道駅の近くにある四万十市観光協会</u>では、欧米人向けにマウンテンバイク、台湾人向けにシティーサイクル・電動アシスト自転車という想定で <u>3 種類のレンタサイクル</u>を提供
- ・目的地を設定し、所定の場所に差し掛かると、ヘッドセットから道案内、観光名所の説明や狭い道の注意喚起の音声が流れる<u>自転車向け多言語音声ガイド「ナビチャリ」</u>(日・中・英・韓の4か国語)も貸出



資料:四万十市、四万十市観光協会

### ③ 運行日時

- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・土日休日に増加する日本人の観光交通需要とは異なり、平日・土日による需要の変動が ない。
- ・宿泊施設のチェックイン・アウトの時間帯などに合わせて、移動が発生する。

### b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題

- ・観光利用に配慮した公共交通機関が運行しているものの、日本人の利用を想定している ため、土日祝日のみの運行となっている。
- ・公共交通機関があるものの、通勤・通学などの利用を念頭にしたダイヤとなっており、 訪日外国人旅行者の行動に適したダイヤになっていない

### c 交通施策の考え方

- ・目的地に向かう交通機関があっても、訪日外国人旅行者の行動に適した日時に運行して いなければならない。
- ・訪日外国人旅行者が多く利用する路線については、訪日外国人旅行者が利用する日時を 想定して、運行日時を設定する必要がある。
- ・運行日時を設定する際に考慮すべき要素として、訪日外国人旅行者の交通需要には平日 や土日祝日の違いがないことに留意する必要がある。さらに、運行の時間帯については、 観光施設の営業時間・滞在時間、宿泊施設のチェックイン・チェックアウト時間、接続 する交通機関の発着時間などにも配慮することが必要である。

### 事例)観光地を結ぶ路線バスの平日への運行日の拡大(和歌山県田辺市・高野町)【再掲】

・和歌山県の高野山と熊野本宮を結ぶ「聖地巡礼バス」は、土・休日のみの運行を<u>平日</u> <u>にも運行</u>することで、利用者総数のみならず、<u>1 便当たりの利用者数を増加</u>させた <「世界遺産『高野山・熊野』聖地巡礼バス」の乗客数>

	H28	H29	H29/H28
乗客数	2,290 人	3,212 人	140.3%
一便当りの乗客数	4.7 人/便	5.0 人/便	107.8%

|⇒巻末資料4)事例カルテ参照(P138)

### 事例)訪日外国人旅行者の行動に合わせた高速バスのダイヤを見直し(全但バス)

- ・ビッグデータによる訪日外国人旅行者の行動分析の結果、豊岡市を訪れる外国人旅行 者は、大阪・京都のみならず、姫路方面からも入込があることが判明
- ・しかし、姫路と城崎温泉を結ぶ<u>高速バス「姫路温泉-姫路線」のダイヤ</u>と<u>観光客の行動</u> の時間帯が不一致
- ・<u>午前便の城崎温泉の発車時間を宿泊施設のチェックアウト時間に合わせる</u>ため、7:30 から 9:30 に変更

### 4 運賃·料金

- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・個人旅行客は主に公共交通機関を利用して、国内を周遊している。
- ・複数の公共交通機関の乗り継ぎや複数の観光地への立ち寄りなどで多頻度の運賃・料金の支払いが発生する。
- b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題
- ・不慣れな運賃・料金の支払いが多頻度となり、手間がかかるほか、運賃・料金の総額が 高額になる。

### c 交通施策の考え方

- ・観光周遊を妨げる要因となる運賃・料金の支払い手間や費用負担の軽減に取り組む必要 がある。
- ・例えば、交通機関を自由に乗降できるフリーパスの販売などが考えられる。地域内に複数の交通機関・交通事業者が存在する場合には、複数の交通機関・交通事業者が横断的に利用できることが望ましい。
- ・また、地域にアクセスするための広域交通の乗車券や観光施設の入場券とセットになった企画乗車券なども地域への誘客や観光周遊の誘発にもなると考えられる。
- ・海外ではクレジットカードによる支払いが浸透しており、バスの車内においても、クレ ジットカードで運賃・料金の支払いができると利便性はさらに高まる。

### 事例)空港直行バスと地域公共交通が利用できるフリー乗車券(天竜浜名湖鉄道他)

- ・遠州鉄道、天竜浜名湖鉄道、浜名湖遊覧船の<u>3 社</u>が連携し、浜名湖周辺を訪れる観光客向けに「浜名湖レールパス(2DAYS、3DAYS)」を販売
- ・「浜名湖 3DAYS レールパス」は、中部国際<u>空港直行バス</u>(片道)と<u>地域公共交通</u>(遠州鉄道・遠鉄バス、天竜浜名湖鉄道、浜名湖遊覧船)の3日間乗り放題がセット



資料:天竜浜名湖鉄道株式会社

### 事例)訪日外国人旅行者向け路線バスフリー乗車券(全但バス)

- ・訪日外国人旅行者を対象とした<u>豊岡市内路線バス</u> 全線が何度でも利用できる「ZENTAN GREEN PASS」
- ・1 日 500 円と安価な価格設定
- ・城崎温泉ツーリストインフォメーション「SOZORO」 にて販売され、購入には、短期滞在を証明する書 類の提示が必要

|⇒巻末資料4)事例カルテ参照(P140)|





資料:全但バスウェブサイト

### 事例)観光客向けフリー乗車券「ツーリストチケット」(マドリード地域運輸連合)

- ・マドリード州内の<u>全ての公共交通機関</u>を有効期間内 であれば何度でも乗車できる交通パス
- ・有効期間(1~7日)、利用範囲(マドリード市内のみ(右図 A)、マドリード州内全域とのその周辺(右図 A と T))による種類あり
- ・期間内は<u>回数・交通機関を気にせず公共交通機関を</u> 利用可能
- ・国鉄(Renfe)、地下鉄の券売機などで、スペイン在住・ 在外を問わず購入可能

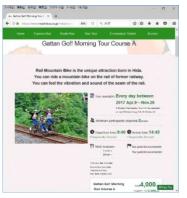


資料:マドリード州地域運輸連合

### 事例)人気観光施設と移動手段をセットにした企画乗車券(濃飛バス)

- ・外国人旅行者にも人気のアトラクション「レールマウンテンバイク Gattan Go!!」の<u>施</u>設利用と施設までの移動手段(バス+タクシー)をセットにした企画乗車券
- ・英語のパンフレット・ウェブサイトがあり、<u>ウェブサイトで予約・支払いが可能</u>





資料:濃飛バスウェブサイト

### 事例)クレジットカードなどによる運賃支払の導入(イギリス・ブルースター社など)

・イギリスのバス事業者・ブル ースター社などでは、<u>路線バスの車内</u>において、<u>クレジットカード、電子マネーなどで</u> の支払いが可能





資料:国土交通省

### ⑤ 車両設備

- a 訪日外国人旅行者の観光・交通特性
- ・日本における滞在日数が長く、大型のキャリーバッグなどを持って、国内を移動する。
- ・移動中においても様々な情報を必要しており、インターネット接続環境へのニーズが高い。
- b 訪日外国人旅行者の地方誘客を図る上での交通課題
- ・列車やバスに大型の荷物の収納スペースがない・少ない。
- ・列車やバスでの移動中にインターネットに接続できない。(日本国内の回線契約をしていないため、Wi-Fi が必要)

### c 交通施策の考え方

- ・大型の荷物を持った訪日外国人旅行者が、公共交通機関の利用しやすさを向上させると ともに、訪日外国人旅行者の大型の荷物によって列車・バスの車内が混雑することがな いようにすることが求められる。
- ・訪日外国人旅行者の多い列車・バスの車両には大型の荷物スペースを設置することが求められる。車両への大型の荷物スペースの設置の他にも、手荷物輸送サービスといった施策も考えられる。
- ・また、訪日外国人旅行者からニーズの高い無料 Wi-Fi サービスが列車・バスの車内でも 提供されることが望ましい。

### 事例)大型荷物スペースを設けたバス車両の導入(箱根登山バス株式会社)

・箱根登山バスでは、<u>大型キャリーバックを所持した訪日外国人旅行者が多く利用</u>する「アウトレット・時之栖線」に、<u>大型荷物スペース</u>(キャリーバック約 10 個収納可)を設けたバス車両を導入





資料:箱根登山バス株式会社

### 事例)手荷物宅配サービスの提供(登別市)

- ・登別市では、観光客の鉄道 駅構内の移動やバス利用時 のストレス軽減・満足度向 上を図るため、手ぶら観光 を推進
- ・登別駅・洞爺湖駅で宿泊施 設への<u>手荷物宅配サービス</u> を実施

○手荷物宅配サービスの仕組み



### 事例)バス車内で無料 Wi-Fi サービスの提供(イギリス・ブルースター社など)

- ・イギリス国内では、路線バスなどの地域の<u>公共交通</u> 機関の車内において無料 Wi-Fi が普及
- ・乗客であれば誰でも自由に使え、<u>様々な登録などを</u> 必要としない場合が多く、利便性が高い
- ・ハンプシャー州で路線バスを運行する BlueStar Busでは、多くの車両に無料 Wi-Fi に加え、USB ポートが設置され携帯端末の充電も可能



資料:BlueStarBus ウェブサイト