

第3回観光関係人材育成のための産学官連携検討会議

【分科会①】

地域における産学官連携のあり方—統計を中心として—

日時：平成20年3月14日（金）9：30～11：30

場所：三田共用会議所3階会議室

議 事 次 第

1. コメンテータからのプレゼンテーション

(1) マイコメンター 甲斐 賢一 YOKOSO! JAPAN 大使

ホテルHAMMOND代表取締役

「別府市における観光統計に関する観光関連事業者と大学との連携等について」

(20分)

(2) サブコメンター 清水 哲夫 東京大学大学院工学系研究科准教授

「訪日観光市場における地域連携効果に関する基礎研究について」(5分)

(3) サブコメンター 塩谷 英生 財団法人日本交通公社観光文化事業部主任研究員

「観光統計とマーケティング調査との融合へ向けて」(5分)

(コーディネーター 荒木 由季子 国土交通省総合政策局観光経済課長)

2. 自由討議

3. まとめ

# 訪別府外国人旅行者数(総数)

※単位(人)

	平成12年 (2000年)	平成13年 (2001年)	平成14年 (2002年)	平成15年 (2003年)	平成16年 (2004年)	平成17年 (2005年)	平成18年 (2006年)	平成19年 (2007年)	平成20年 (2008年)
1月	14,602	13,062	19,202	21,153	20,087	24,986	23,341	28,168	
2月	8,413	13,336	17,018	18,999	18,864	24,062	19,607		
3月	11,856	12,097	11,753	15,125	13,704	19,192	20,926		
4月	12,853	14,400	9,532	14,814	10,604	17,494	23,085		
5月	8,846	10,147	4,652	12,726	6,333	13,991	18,650		
6月	8,558	12,382	6,699	12,150	9,135	11,385	18,526		
7月	13,283	10,154	10,508	12,392	13,023	17,734	19,960		
8月	11,514	12,464	15,447	13,246	13,284	17,671	23,128		
9月	9,697	5,092	8,426	9,777	10,824	11,508	15,878		
10月	9,378	7,040	12,428	14,377	13,861	17,204	20,727		
11月	8,341	8,813	11,580	14,143	11,991	18,078	17,676	20,724	
12月	9,050	9,744	10,853	11,198	12,553	15,991	17,354	20,520	
合計	36,466	120,614	141,329	144,306	166,593	163,788	210,257	245,072	28,168

# 訪別府外国人旅行者数(国別ベスト3)

※単位(人)

	平成12(2000)年			平成13(2001)年			平成14(2002)年			平成15(2003)年			平成16(2004)年			平成17(2005)年			平成18(2006)年		
	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位
1月				韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	米国	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国	韓国	台湾	米国	韓国	台湾	中国
				6,504	5,442	2,389	10,928	1,788	178	17,235	1,214	330	17,706	2,411	321	18,781	868	166	22,027	1,969	352
2月				韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)
				5,234	2,258	474	7,896	4,167	883	13,771	2,222	538	17,082	1,500	135	14,982	2,378	793	20,674	2,490	307
3月				韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	米国	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	米国
				5,346	4,238	1,677	8,079	2,144	1,051	8,600	1,911	458	11,618	2,145	441	10,031	1,703	473	15,772	1,858	452
4月				韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	米国	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	他アジア	韓国	台湾	アジア以外
				6,158	3,498	1,534	10,445	1,618	1,136	6,891	1,070	287	10,832	1,499	749	6,697	1,596	532	13,249	1,857	677
5月				韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	米国	韓国	台湾	中国	韓国	台湾	アジア以外	韓国	台湾	中国
				4,813	2,192	1,005	7,495	1,638	472	3,799	301	117	9,676	1,472	370	3,939	1,251	322	10,972	1,707	302
6月				韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	イギリス	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	アジア以外
				3,913	2,963	1,193	5,835	1,647	539	6,250	177	26	9,419	1,549	617	6,810	1,675	225	9,347	1,190	201
7月				台湾	韓国	中国(香港)	台湾	韓国	中国(香港)	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	米国	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国
				5,488	5,162	1,942	5,006	3,041	1,152	9,107	628	248	8,540	2,166	912	8,107	3,328	634	13,088	3,128	381
8月				韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	アジア以外
				5,512	2,764	2,505	9,358	1,494	1,043	13,527	1,324	208	10,018	1,626	732	9,575	2,588	505	15,416	1,289	367
9月	台湾	韓国	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	アジア以外
	4,491	2,863	1,759	2,329	1,768	433	5,756	1,292	605	6,548	2,454	179	6,596	1,429	460	8,084	1,534	329	9,543	1,119	205
10月	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国	韓国	台湾	中国	韓国	台湾	中国
	3,902	2,757	1,429	3,918	1,913	456	8,455	2,212	683	10,161	2,966	311	8,955	1,267	458	10,859	1,481	336	14,188	1,266	424
11月	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	他アジア	韓国	台湾	中国	韓国	台湾	他アジア	韓国	台湾	中国
	4,318	2,510	749	5,654	1,789	493	9,053	1,130	468	10,674	2,288	367	9,145	1,459	484	14,479	2,210	390	14,848	1,045	429
12月	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	米国	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	米国	韓国	台湾	他アジア
	4,821	2,402	1,163	6,261	2,179	487	8,325	1,140	582	8,897	1,337	201	10,515	900	335	13,301	1,643	275	15,306	899	293
総数	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国
	15,904	12,160	5,100	60,804	36,492	14,540	96,631	23,311	8,648	115,460	17,725	2,574	130,102	19,423	5,366	125,645	22,255	3,953	174,430	19,817	2,871

# 訪別府外国人旅行者数(国別ベスト3)

※単位(人)

	平成19(2007)年			平成20(2008)年			平成21(2009)年			平成22(2010)年			平成23(2011)年			平成24(2012)年			平成25(2013)年		
	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位			
1月	韓国	台湾	中国	韓国	台湾	中国(香港)															
	22,121	708	206	26,441	1,050	215															
2月	韓国	台湾	中国(香港)																		
	16,677	1,969	343																		
3月	韓国	台湾	他アジア																		
	18,184	1,208	390																		
4月	韓国	台湾	他アジア																		
	18,720	1,447	709																		
5月	韓国	台湾	他アジア																		
	15,728	1,132	514																		
6月	韓国	台湾	中国																		
	15,193	1,240	817																		
7月	韓国	台湾	中国(香港)																		
	15,184	2,723	850																		
8月	韓国	台湾	中国(香港)																		
	19,312	1,528	901																		
9月	韓国	台湾	他アジア																		
	13,285	864	697																		
10月	韓国	台湾	他アジア																		
	16,918	1,446	620																		
11月	韓国	台湾	中国(香港)																		
	18,021	1,116	390																		
12月	韓国	台湾	シンガポール																		
	17,819	873	572																		
総数	韓国	台湾	中国(香港)	韓国	台湾	中国(香港)															
	207,162	16,254	4,144	26,441	1,050	215															

◎資料提供 別府市外国人旅行者受入協議会統計資料  
 ◎作成協力 立命館アジア太平洋大学 小方研究室

## 平成20(2008)年1月訪別府外国人旅行者の動向

### 1. 旅行者総数及び地域別旅行者数

- ◎ 2008年1月に別府を訪れた外国人旅行者数は計28,168人(対前年同月比20.7%の増加)であり、月間3万人台も夢ではない動きを見せている。また、増加傾向は本年に入っても衰えず、昨年3月以降対前年同月比が11ヵ月連続で増加を見せており、訪日外客の増加幅を上回る勢いである。
- ◎ これを1月の訪日外国人客総数(暫定値)と比較すると、訪日外客総数の対前年同月比15.2%増に対して、訪別府外国人旅行者数は同20.7%増であり、5.5ポイント上回っている。
- ◎ 1月の増加要因としては、「アジア地域」の対前年同月比20.4%の増加(『中国』がマイナスである以外は、全て国が大きく増加)が大きく貢献している。

一方、「欧州・米州他」も256人(同66.2%増)と好調であった。国別では、「米国」(142.59%増)と「イギリス」(80.0%増)が好調、「ドイツ」(80.0%減)が不振という構図であった。

- ✦ なお、2008年1月の訪日外国人客の動きについては、独立行政法人・国際観光振興機構(JNTO)が、以下のとおり分析している。(2月28日発表)

- 訪日外客数全般については、多くの国の好景気、チャーター便の運行、スキー旅行の人気上昇、「ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)」の宣伝効果等などが影響し、訪日旅行が盛況となり、1月は初の70万人を突破している。
- 主要市場の動きは以下の通り。

韓国：VJCの広告効果などにより、過去最高を記録。1月の為替相場は、昨年比べて若干円高基調で推移したが、依然訪日旅行の地上経費に割安感が働いている。なお、1月には韓国から日本へのチャーター便も多く運行された。

台湾：訪日家族旅行の需要増(学校の冬休み期間中に訪日家族旅行の需要が高まる傾向あり)及び訪日ツアー料金の値下がりなどを背景として、訪日

## 5. 外国人旅行者による1月分支出の推計

現在のところ、訪別府外国人旅行者の一人日当たり支出額が不明であるので、国際観光振興機構（JNTO）の『訪日外国人旅行の経済的波及効果に関する基礎調査報告書』＜平成12年（2002）年3月発行＞を参考にすると、訪日外国人旅行者の一人日当たり支出額（同報告書5頁）は、1999年ベースでは18,347円であり、1月の訪別府外国人旅行者数を仮にこれに当てはめてみると、データの時期と連続宿泊の不明確さという部分が残るが、最低限5億1,679万円（28,168人×18,347円）の支出があったものと推計される。これを対前年同月比で見ると、20.7%の増加であった。

なお、訪別府外国人旅行者の“一人日当たり支出額”について、そろそろ協議会内部で、概算でよいから、検討・決定することにより、より正確な外国人旅行者による支出の推計に取り組むことが望まれる。

[参考]

資料1 参加宿泊施設名

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1) 亀の井ホテル     | 15) ホテル望海      |
| 2) 民宿こかげ      | 16) 神和苑        |
| 3) ホテル白菊      | 17) 竹の井ホテル     |
| 4) 杉の井ホテル     | 18) ホテルニュー松実   |
| 5) 城島後楽園ホテル   | 19) ホテル好楽      |
| 6) ホテル山水館     | 20) ホテル清風      |
| 7) おにやまホテル    | 21) 花菱ホテル      |
| 8) 別府観海荘      | 22) 入舟荘        |
| 9) ホテル大石      | 23) ホテルニューツルタ  |
| 10) ホテル風月ハモンド | 24) 野上本館       |
| 11) 別府富士観ホテル  | 25) 別府湾ロイヤルホテル |
| 12) ホテルサンバリー  | 26) ホテルアーサー    |
| 13) ホテルエール    | 27) ビジネスホテル松美  |
| 14) ホテル三泉閣    |                |

- 註 1) 平成14(2002)年6月より、「鶴見園グランドホテル」と「ホテルかくすい苑」に代わって「ホテルアーサー」と「ビジネスホテル松美」が参加。
- 2) 平成15(2003)年3月より、「サンシーサイドホテル」に代わって「入舟荘」が参加。
- 3) 平成15(2003)年7月より、「シーサイドホテル松美」に代わって「神和苑」が参加。
- 4) 平成17(2005)年3月より、「別府富士観ホテル」に代わって「ホテルエール」が参加。
- 5) 平成17(2005)年12月より、「アートホテル石松」に代わって「別府観海荘」が参加。
- 6) 平成18(2006)年7月より、「やすらぎの宿由布」に代わって「別府富士観ホテル」が再参加。
- 7) 平成19(2007)年4月より、「別府ユースホステル」に代わって「城島後楽園ホテル」が参加。

W杯期間中、別府外国人観光客案内所で宿泊先や観光地について尋ねる外国人旅行者



# 35カ国から「コンニチハ」

## 別府宿泊外国人、6月に急増

W杯があった六月に別府市に宿泊した外国人旅行者は、普段の国数の三倍を超える三十五カ国・地域に上ることが七日、市外国人旅行者受入協議会の調査結果で分かった。欧州や中南米など、アジア以外の国から訪れたのが急増の理由。一万二千三百八十二人の宿泊客の中では、大分市のビッグアイで、サッカーワールドカップ(W杯)の試合があったイタリア、メキシコ両国の客が上位に食い込んだ。関係者は「W杯効果。別府の宿泊拠点としての重要性が証明された」と話して

W杯があった六月に別府市に宿泊した外国人旅行者は、普段の国数の三倍を超える三十五カ国・地域に上ることが七日、市外国人旅行者受入協議会の調査結果で分かった。欧州や中南米など、アジア以外の国から訪れたのが急増の理由。一万二千三百八十二人の宿泊客の中では、大分市のビッグアイで、サッカーワールドカップ(W杯)の試合があったイタリア、メキシコ両国の客が上位に食い込んだ。関係者は「W杯効果。別府の宿泊拠点としての重要性が証明された」と話して

## W杯効果くっきり

十人とメキシコ(七百六十六人)が三位、四位に入った。このほか、同じく大分で試合をしたセネガル、ベルギー、スウェーデンも百人を超えた。アジア以外の客は四千二百二十九人に上り、月別では過去最高。イタリア代表チームが宿泊したホテルサンパリの工藤昌史支配人は「受け入れのノウハウや社員の士気を高める効果があった」とした上で、「ノウハウを一般市民にも提供し、市全体で旅行者をもてなすきっかけにすべき」。甲斐会長も「国際都市としてW杯というチャンスを生かすため、各国との縁を大切につなげていくことが重要」と話している。



2003年(平成15年)6月3日 火曜日

# 遠のく外国人客 泉都に打撃

## 4月 過去2番目の落ち込み

アジアを中心に猛威を振るう新型肺炎(SARS)の影響で、四月に別府市に宿泊した外国人旅行者数は九千五百三十二人と、前年同月に比べ四千八百六十八人(33・8%)減少した。米中枢同時アロが発生した一昨年九月に次ぐ過去二番目の落ち込みで、特に韓国などアジア諸国からの激減。同協議会は「SARSの影響は今後しばらく続くだろう」とみている。市内の加盟二十七施設

を対象に毎月、宿泊調査を実施している別府市外国人旅行者受入協議会(甲斐賢一会長)が明らかにした。

それによると、アジア地域からが八千六百五十一人と、前年同月比四十九百十二人(36・2%)の減。海外旅行が沈滞ムードにある韓国が六千八百九十一人と三千五百五十四人(34%)減り、台湾、香港など他のアジア各国も軒並み34〜84%の大幅減を記録した。

一方、欧米など他地域からは八百八十一人と5・3%増加し、米国が全体の三位、ドイツが五位に食い込んだ。

同協議会はSARSに関する留意事項として、①諸外国への積極的情報提供と緊密な連絡②日本側の受け入れ条件や対応について誤解のないよう説明する一などを挙げ、甲斐会長は「SARSが一日も早く終えんし、元の状態に戻ることを願っている」と話している。

2003年(平成15年)8月1日 金曜日

外国人旅行者受入協

## 連携強化で組織を拡充

### 市と市観光協が新加入

日、同市の亀の井ホテルであり、情報の共有と連携強化を目的に市と市観光協会が加入して組織を拡充した。

会員ら約二十人が出席。甲斐賢一会長が「プランをどんどん実行に移していきたい」とあいさ

つ。本年度の事業計画として、①行政や研究機関との共同研究②留学生の別府コレスポナント(通信員、特派員)認定③宿泊施設の予約・受け入れ担当者会議開催

などを決めた。役員改選で、吉本博行市観光課長と斎藤治郎同協会事務局長を理事に選任。穴井弘文県観光振興課長が「県の外国人観光客受け入れ戦略について」と題して記念講演した。

共同研究は受け入れのレベルアップを図るため、別府とゆかりのある外国や外国人の発掘、外国人宿泊客への聞き取り調査、国内在住外国人への観光情報発信などを計画している。

別府市外国人旅行者受入協議会の総会が三十一

2003年(平成15年)9月5日 金曜日

三月のイラク戦争や四月からの新型肺炎(SARS)の影響で、大きな打撃を受けていた別府市への外国人旅行者が七月は一万五百八人と一万人台を超え、ほぼ以前の状態に回復した。前年同月を3・5%上回り、前月に比べると56・9%の大幅増。宿泊調査をした市外国人旅行者受入協議会は「アジアのSARS被害国を敬遠した韓国からの来客増が回復を後押しした」と分析している。

総数は四月に二万人台を割り、五月が約四千七百人、六月は約六千七百人と大きく落ち込んでいた。

七月は韓国からが九千七百人とトップで、前年同月

## 外国人旅行者数が回復

SARS被害国敬遠の来客増

比81・9%の増。一方、台湾(六百二十八人)、香港(百四十九人)、中国(八十九人)は依然、回復には程遠い数字。いずれも十人台だった六月より増加しているものの、前年同月比では三方国とも70%以上の減少となっている。

欧米など他地域からは、米国が全体の三位に食い込む二百四十八人(前年同月比42・5%増)と好調。調査をしたすべての国が前月比でプラスとなった。

同協議会は「SARSの影響はひとまず去ったが、冬季の再発が懸念されており、楽観は許されない」としている。

# 3月・別府市

## 韓国からの宿泊者減少

### 反日機運の高まりで前年比13・7%も高まりで

反日機運の高まりを受け、三月の別府市への韓国からの宿泊者が昨年三月に比べ、13・7%減ったことが別府市外国人旅行者受入協議会(甲斐賢一会長、二十七施設)の外国人宿泊者数調査で分かった。外国人宿泊者全体でも9・4%減った。

### 外国人全体でも9・4%減

韓国からの宿泊者は一比千五百八十七人減った。国の旅行代理店からは「島根県沖の竹島(韓国)の話が出ている」という話が出ているという。

キャンセルは企業や学校などの団体客が中心。三月の外国人宿泊者数全体も昨年同月に比べ、約千四百人少ない一万三千七百四人。今年に入って三月月連続で昨年同月比で下回った。訪日外国人全体は昨年同月比10・5%増えており、別府の落ち込みが顕著になってきた。

中国本土からの宿泊者は百三十一人(二〇〇四年三月・百六十九人)で減ったが、香港からは四百七十三人(同・二百十三人)で増えた。甲斐会長は「韓国では別府としても韓国として必要」と話している。

別府としてみても韓国として必要と話している。四月の

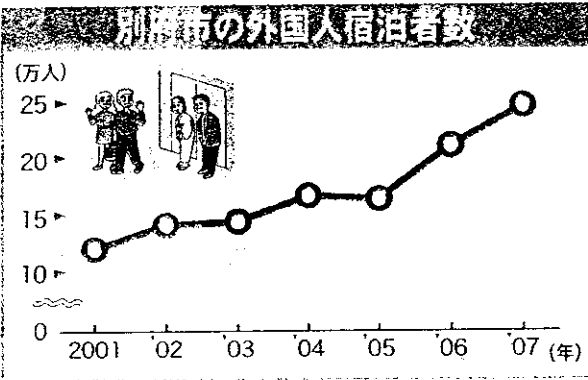
# 外国人旅行者

## 統計作成 APUが協力

### 別府市 組織的取り組みへ 受入協

立命館アジア太平洋大学(APU)と別府市外国人旅行者受入協議会は十四日、別府市に宿泊した外国人旅行者統計の作成で協力協定を締結した。この統計は小方昌勝APU客員教授がボランティアで作成してきたが、今後は大学として組織的に取り組む。「月別の傾向が同一シーズンに分かる調査は他地域にはない」(小方客員教授)ため、観光振興、学術研究の両面での発展が期待される。

# 過去最高24万人



## 前年比17%増

別府市外国人旅行者からの旅行者数は日本受入協議会によると、二〇〇七年の同市への外国人旅行者(宿泊者)数は二十四万五千七十七人で、調査開始以来過去最高を記録した。前年に比べ17%の伸び。全体の97%がアジア地域からの旅行者だった。

地域別では、韓国が二十万七千六百六十二人と全体の85%を占めてトップ。前年より約三万三千人増えた。韓国一・二倍▽シンガポール一・九倍▽そのほかのアジア二・三倍、18%の減少だった台湾を除き、いずれも増えた。

アジア以外の地域は▽アメリカ・二千二百一十六人(20%減)▽ドイツ・千四百三十九人(11%増)▽イギリス・五百五十六人(3%減)▽ブラジル・四百九十八人(36%増)▽そのほか・三千三十人(6%増)一となった。

統計は二〇〇〇年九月から。学生の分析力やネットにスライド、二十七の宿泊施設を対象に、外国人旅行者の宿泊者数や国籍、団体・個人の別などを調査。月単位の速報を翌月末までに作成している。数値は〇六年から、別府市が作成する公式統計にも使われている。

三月調査分から、APUの韓志昊助教(観光学)が主な統計作成者になる。



協力協定を締結したモンテ・カセムAPU学長(左)と、甲斐賢一別府市外国人旅行者受入協議会長

別府に至るルート▽詳細な観光地▽消費額などについて、宿泊者へのアンケート調査を導入することや、発表媒体の電子化などを検討。蓄積したデータは、さまざまな研究の基礎資料にする。

同協議会の甲斐賢一学長は「この観光統計は日本でも最も進んでいる。大学の支援を受けて今後も継続し、全国に発信したい」。モンテ・カセムAPU学長は「協定は目的ではなく出発点。お互いのいいところを活用できる基盤になれば」と話した。



2002年(平成14年)10月30日

水曜日

# 両替「第二弾」は中国元、台湾ドル

県別府の旅館、ホテル有志による別府市外国人旅行者受入協議会(甲斐貴一会長)は、中国と台湾から訪れた観光客が、自国の通貨を宿泊施設のフロントにて両替できるサービスを一足先開始する。とりわけ、中国通貨「元」への対応は、他の観光地に先駆けた取り組みで、関係者は「観光市場としての中国の将来性に向けた」と意気込んでいる。

## 「成長市場」をターゲットに

別府の宿泊施設

同協議会には二十七の宿泊施設が加盟。とりわけ、中国と台湾からの観光客が、自国の通貨を宿泊施設のフロントにて両替できるサービスを一足先開始する。とりわけ、中国通貨「元」への対応は、他の観光地に先駆けた取り組みで、関係者は「観光市場としての中国の将来性に向けた」と意気込んでいる。

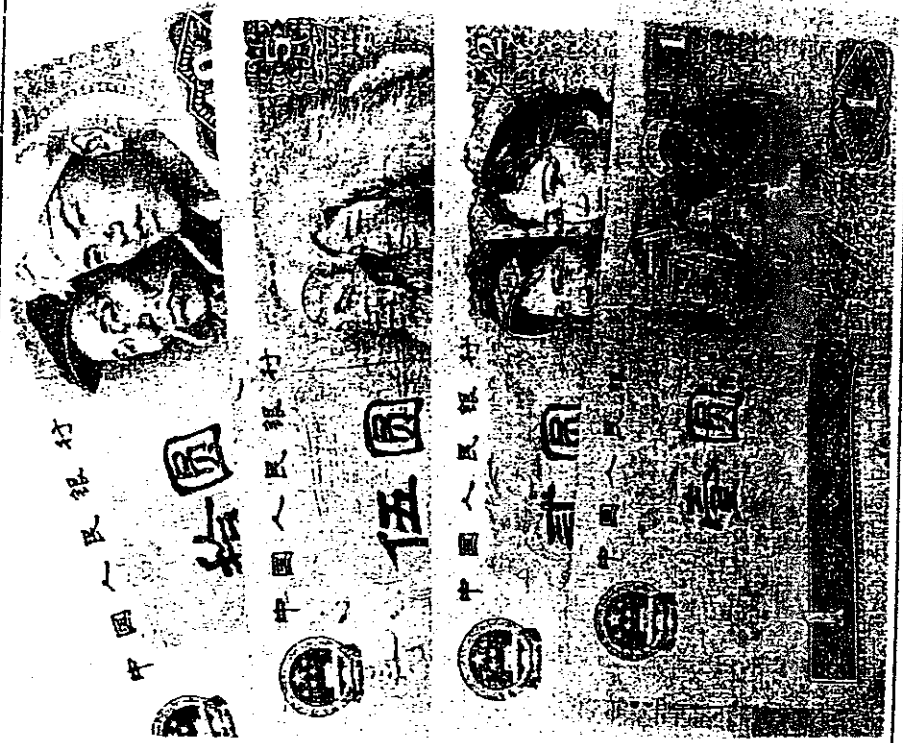
サービススタート。大きな成果もなかったため、第二弾で中国元と台湾ドルに目を向けることになった。

外貨両替のノウハウについては、即座に引き続き、大分銀行が全面協力。十一月十二日に研修を兼ねた説明会を開き、各旅館・ホテルが態勢づくりを進める。

同協議会の統計によると、一月から八月まで別府を訪れた中国

からの宿泊者は千五百九十一人、台湾からの宿泊者は一万七千五百三十七人。昨年と比べて中国は増加、台湾は減少傾向にあるという。

甲斐会長は「業界を挙げて受け入れ態勢を整えたい」。別府市の観光振興部長も「市長を先頭に中国をターゲットに観光を誘致や交流促進を進めている。民間の取り組みはありがたい」と歓迎している。



別府市外国人旅行者受入協議会が両替サービスに乗り出す。中国元の紙幣

2003年(平成15年)2月14日(金曜日)

### 韓国総領事が外旅協を表彰

別府市の観光業者でつくる外国人旅行者受入協議会(外旅協)の甲斐賢一会長(46)が12日、駐福岡韓国総領事館の趙誠勇総領事から日本人として初めて表彰された。

韓国通貨ウォンの両替が評価された。

外旅協は、昨年のサッカー・ワールドカップ

プ(W杯)をきっかけに外国通貨の両替

を始め、今では約15の旅館・ホテルがフロントでウォンなどの両替をしている。

総領事の表彰は3年に1回、「韓日交流に寄与した」というのが表彰の理由。甲斐会長はこれを機に

九州中で受け入れ態勢ができてほしい」と話す。  
【市村一夫】

## 別府



韓国総領事から表彰された甲斐会長

る〜かる広場





来月下旬から宿泊者以外の外国人へも外貨の両替サービスを始めることを決めた別府市外国人旅行者受入協議会の役員会

## 外貨の両替サービス

# 一般外国人にも拡大

## 別府で来月下旬から

### 全国初「宿泊者限定」を転換

別府市外国人旅行者受入協議会(甲斐賢一会長)は十九日、役員会を開催。二月下旬から、これまで加盟する旅館やホテルへの宿泊者を対象に実施していた外貨の両替サービスを、宿泊者以外の外国人観光客らにも広げることを決めた。全国でも初めての取り組み。

一般の外国人観光客へ替えるのは外国籍のパスポートを所持する人だ。レートは金融機関の台湾ドル、香港ドル、中国元(元)の六種類。両替は各宿泊施設のプロントなどで、毎日午前十一時～午後七時まで実施(年中無休)。両替金額は一回一人につき二万円以内。両

らうほか、両替業務に当たる従業員教育も実施する。当面は宿泊施設が集中する地域ごとに施設設が実施する見込み。順次、拡大させる方針。協議会の宿泊施設では以前から両替をしてきた米ドルに加え、二〇〇二年五月から十四施設で宿泊者を対象に韓国ウォン、香港ドル、ユーロの両替を開始。同年十一月からは中国元、台湾ドルの両替ができるようになった。協議会の調べでは、別府を訪れる外国人観光客のうち、〇四年の宿泊者数は約十五万人で過去最高を記録。日帰り旅行者数は把握していないが、「個人旅行者も増えており、かなりの人数が訪れているのではないかと見ている。三月二十五日に始まる愛知万博開催期間中は中国の団体観光客への査証(ビザ)発給が中国全土に拡大するなど、韓国や台湾なども含め、アジア地域を中心に訪日外国人旅行者の増加傾向が拡大すると見られている。一方、東アジアの通貨でも中国元や台湾ドルなどは、金融機関でも両替が難しいという。甲斐会長は「個人旅行者が増える中、両替サービスの拡大は国際観光都市としての受け入れレベル向上、外国人旅行者が市内を回遊するためにも必要なシステムだと思う」と話している。

鉄輪湯けむり散歩

初めての外国人  
ボランティアガイド

別府八湯・鉄輪温泉で定期的に開いている街歩き「鉄輪湯けむり散歩」に初めての外国人ボランティアガイドが誕生した。二十七日には、英語で案内する街歩きも行う。



初の外国人ボランティアガイドになったジョエル・デカントさん

APU勤務の米国人デカントさん

ガイドになったのは、どで日本語を学び、二〇施設を回ってスタンプを常の散策に参加し、ガイド  
米国のベンシルベニア州 〇一年から鹿児島県牧園 集める「別府八湯温泉道」  
出身で、現在は立命館ア 町で国際交流員として勤 にも挑戦中という別府好  
シア太平洋大学(APU) 務後、昨年からAPUで き。「別府のために何か  
アカデミック・オフィス 通訳や翻訳の仕事をして したい」という思いから、  
に勤めるジョエル・デカ いる。 ボランティアガイドに手  
ントさん(三〇)上人西町 デカントさんは二歳の の を上げた。  
II. ビッツバーク大学な 長男と一緒に市内の入浴 ガイドとなるため、通

大の別府八湯ファン

「何かお手伝いをしたくて」

「鉄輪湯けむり散歩」を主催するNPO法人(特定非営利活動法人)鉄輪湯けむり倶楽部の甲斐賢一代表は「英語での散策を聞きたい人は外国人旅行者だけでなく、日本人にも多いのでは。英語の勉強にもなるので学生にも参加してもらいたい」と話している。

英語による散策は二十七日午前十時に別府市鉄輪の大谷公園集合。二時間半ほどかけて鉄輪を回(料金は一人七百円(おて覚えたという。散策のやつ付き)。

27日には英語でも案内します



### 雑記帳



◇大分県別府市

に初の韓国人町歩きガイドが誕生した。3月12日午前

10時、同市鉄輪の大谷公園でデビューする。2時間半、700円で韓国語の路地裏散策が楽しめる。

◇韓国・釜山生まれの金恩敬さん(28)の写真。日豪で各1年、日本語と英語を習得。昨年6月から鉄輪のホテルでフロント係をしている。

◇米国人男性による初の英語ガイドに刺激され、名乗り出た。年間13万人の韓国人観光客が訪れる同市。「地獄に仏ならぬ、観音様の登場です」と、主催の鉄輪湯けむり倶楽部。

【渡部正隆】

2007年(平成19年)6月9日 土曜日

## タイの留学生 6人仲間入り

「鉄輪の魅力が伝えられるよう頑張ります」とメンバー



### あす 民族衣装でデビュー

#### 鉄輪温泉ボランティアガイド

別府八湯・鉄輪温泉  
で街歩きに取り組むN  
PO法人鉄輪湯けむり  
倶楽部(甲斐賢一代表  
理事)のボランティア

ガイドは米国(二人)、韓国(二人)に続き三方国目。六人は立命館アジア太平洋大学の一、二年生。これまでの外国人ガイドの活動を知り、興味を持ったという。

国際観光都市・別府として、世界各地から訪れる観光客をおもてなししようと、倶楽部は外国人ガイドの養成に力を入れており、六人も実地練習などを重ねてきた。

「温泉や湯煙の景観はもちろん、歴史やおいしい地獄蒸しなど、鉄輪には魅力がいっぱい」と六人。当日は民族衣装姿で、二時間ほどかけてタイ語と日本語で案内。「日本人参加者にタイの文化を紹介するなど交流も深めたい。多くの人に参加してほしい」と話している。

午前十時に大谷公園をスタートする。当日参加OK。参加費は七百円(おやつ代込み)。

# 大分合同新聞

朝刊

2008年(平成20年)1月15日 火曜日

中国語で鉄輪のご案内

APU留学生が

ガイドデビュー

別府市の鉄輪温泉を中国語で紹介する「中国語・臨時町歩き」が十三日、同地区であり、中国出身の留学生、王晶晶(ワン・ジンジン)さん、立命館アジア太平洋大学三回生、ボランティア・ガイドを務めた。国際観光のまちづくり

鉄輪について説明する王さん



を目指し、外国人のボランティア・ガイドを養成しているNPO法人鉄輪(湯けむり倶楽部(甲斐賢一代表理事)が開いた。これまで英語、韓国語、

タイ語での町歩きはあるが、中国語は初めて。

この日がデビューとなった王さんは、緊張気味に「シェイ・シェイ」とあいさつ。時折、日本語を交えながら、鉄輪にある地獄や温泉について観光客に説明した。

王さんは「鉄輪に住む人、訪れる人と触れ合い、中国と日本の異文化交流ができるよう、つなぎ役になりたい」と話した。

## 「別府市外国人旅行者統計」作成の意義とその貢献に関して

立命館アジア太平洋大学

前教授/客員教授 小方昌勝

(Email: mot08070@apu.ac.jp)

■今、観光(=ツーリズム)は、“生活に密着した不可欠な活動”として注目され、地球規模で振興されている。と同時に、経済的効果を含む広範な効果を生み出す「世界最大の産業活動としても、大きな期待が寄せられている。

■とりわけ、観光(=ツーリズム)が「地域社会」や「環境問題」(含む地球温暖化)との関係が深まりつつあるなか、世界観光機関(UNWTO)をはじめとする、国内外の観光関係機関などによって「エコツーリズム」(=持続可能な観光)および「貧困の緩和」(すなわち、経済格差や所得・生活格差の是正)が各国・地域の協力のもとに世界的に展開されている。

I. 観光(=ツーリズム)に関する基本的理解	1頁
II. 観光統計の背景と現状	6頁

### I. 観光(=ツーリズム)に関する基本的理解

#### 1. 「観光」から「ツーリズム」への発想の転換

##### 1) 日本国内では、地方のみならず、政府および経済界に至るまで「観光」に注目

###### ○ 日本政府の取り組み

- ・「グローバル観光戦略」と「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC)の展開
- ・2007年に「観光基本法」(1963年施行)を「観光立国推進基本法」に改訂
- ・日本初の「観光庁」の発足近し(08年11月予定)

###### ○ 経団連の取り組み

- ・「21世紀のわが国観光のあり方に関する提言」(2000年)
- ・「国際観光立国に関する報告書」(2005年)
- ・「観光立国基本法の制定に向けて」(提案)(2006年)

○ 地方の取り組み（例）

- ・大分観光協会の「ツーリズムおおいた」への改組
- ・別府市に「ONSENツーリズム局」が誕生
- ・日本各地における「観光を利用した地域づくり」と「人づくり」の促進

2) 「観光」に対する新旧二つの見方

(1) 個人的な娯楽・楽しみに偏った「物見遊山的」な位置づけ (sightseeing)

⇒ 時として「無用」の烙印 → 政府、経済界も興味を示さず。

(2) 「産業」としての位置づけ (tourist industry = tourism)

⇒ 「社会生活に密着」した重要なもの、「社会生活に不可欠」なもの

- 大学、公的機関等が学問的対象として研究するのは、(2)の「観光産業」(tourism, tourist industry)である。

3) 「観光産業」の基本的概念とその背景が、近年大きく変化

(1) 旧来の「観光」という言葉では十分に対応することが難しくなってきた。

- ・「産業としての観光」の視点から、欧米をはじめとする各国で、すでに日常的に使われている「ツーリズム」が、今後の「観光」を表現するものとして適当
- ・しかし、新しく望ましい概念とは言え、「ツーリズム」(tourism)という用語を一般化することには大きな反発が考えるため、実務的には「観光＝ツーリズム」とする発想の転換が必要
- ・また、「産業の振興」という視点からは、工場誘致や企業誘致による産業振興と同様に、その地に“観光(＝ツーリズム)を活用して産業を興す”(すなわち、観光振興)という考え方が成り立つ。

(2) 観光(＝ツーリズム)は「総合産業」であるという認識が必要

- ・観光(＝ツーリズム)は、以下の諸産業を包含する「総合産業」である。
- ・それ故、観光(＝ツーリズム)は「世界最大の産業」と言われている。
  - －交通産業：陸・海・空の交通、レンタカー等
  - －宿泊産業：ホテル、旅館、ユースホステル、民宿等
  - －旅行業：ホールセラー、ツアー・オペレーター、旅行エージェント等
  - －飲食産業：レストラン、料亭、ビアホール、食事処等
  - －ホスピタリティ・サービス産業：テーマパーク等の娯楽施設、バー等
  - －関連サポート産業：観劇、土産品店、ホテル内のショップや美容室等

(3) 観光(ツーリズム)は「人の行動や社会生活等の各分野に関わる活動」である。

- ・人が「一点から一点へ移動」=旅。「観光」は、この現象を対象とする学問であり、産業である。
- ・したがって、観光(=ツーリズム)の対象分野は無尽蔵である。

**例:** 自然→自然観光、文化→文化観光、遺跡→遺跡観光、スポーツ→スポーツ観光、産業→産業観光、農業→農業観光、温泉→温泉観光、食→グルメ観光、宗教→宗教観光、中高齢者→シニア観光、介護/福祉→福祉観光、健康→健康観光、等々

(4) 観光(ツーリズム)という総合産業からは、以下の広範かつ重要な効果が期待される。

- 社会的効果：他の社会および社会習慣との出会い、相互学習と相互理解等
- 文化的効果：自己の伝統や文化の価値の再認識、誇り、活用、後継者育成等
- 環境的効果：自然資源、文化資源、地域社会の伝統や生活様式等の持続的保護
- 教育的効果：地元の各種資源や伝統的行事の見直しと参画、他言語・他への認識と克服、他地域や他文化との交流経験等

↓

以上の諸効果が満足されれば、来訪者や交流人口が増える。

↓

その結果、経済的効果（国際収支、外貨獲得、公的歳入、雇用機会と所得、地域産品の購入等）が必然的に付いてくる、と考えるべきである。

↓

そして、さらに「貧困の緩和」、「経済・所得格差の是正」等につながる。

## 2. 観光(=ツーリズム)が持つ特徴

- 1) 観光(=ツーリズム)の流通は、「人→物」に動く
- 2) 観光(=ツーリズム)に関わるツアー商品は、「在庫」が効かない
- 3) 観光(=ツーリズム)は、「旅行行動」が始まって、初めてその価値がわかる
- 4) 観光(ツーリズム)は、投資が少なくて済み、貿易のように他国・地域との摩擦の心配がなく、  
空気汚染も少なく、かつ短期に経済的効果を含む多様な効果が期待できる産業である



- ・新興国が国を工業化するには莫大な投資と優秀な技術者の養成が必要であり、国を発展させるのに時間がかかりすぎて間に合わない。そこで自国の自然、文化・文化財、伝統・生活様式等が即座に「観光商品」として活用できる「観光(=ツーリズム)」に注目
- ・反面、あまりにも経済的利益を追求する無計画で急激な観光開発が進行
- ・多くの国で自然、文化、地域社会の伝統や生活様式等を損なう環境問題が発生
- ・こうした状況に対処するため、各国で観光と環境の問題解決を模索
- ・その結果、「エコツーリズム」(=持続可能な観光)の概念を導入

(別添資料-1:「エコツーリズムのメカニズム」参照)

### 3. 観光(=ツーリズム)の振興に不可欠な基本ポイント

#### 1) 観光地づくりの3原則に留意

- ① **再訪**: 名を知られた観光地でも、一度訪れた旅行者が再訪を考えない観光地は、遅かれ早かれ衰退する。
- ② **分散化**: 知名度が上がり来訪者が増えてくると、観光ポイントに訪問者が集中し、交通渋滞、ゴミ問題、資源破壊、商業中心主義等のマイナス要因が発生し、観光地の魅力減退につながる。
- ③ **自慢**: 評判が高く、満足された観光地への訪問は、訪れた人の誇りと自慢の対象となり、他の人の羨望の的となる。

#### 2) 観光客が感じる3つの障壁の段階的な除去は、来訪者対応の基本

- ① **第一段階** - 「不安」の除去
  - ② **第二段階** - 「不便」の除去
  - ③ **第三段階** - 「不自由」の除去
- 各観光地は、観光振興に当たって、その地域がどの段階にあるかを知る必要がある。

### 4. 観光(=ツーリズム)における新しい動き

#### 1) 「城外観光」→「城内観光」へ

アジア太平洋市場域内の継続的な拡大。(約79%)

#### 2) 「ニッチ・ツーリズム」(Niche Tourism)の台頭

今までは、大手旅行会社のマスツーリズム商品の対象にならなかった「隙間市場」(niche market)を相手に、企画と専門的手配で勝負

(別添資料-2:新しい観光ジャンル「ニッチ観光」参照)

3) LCC (Low Cost Carrier=低価格航空会社)の航空便が増加

可能な限り経費を削減して、低価格運賃を実現。安全と最低限のサービスの提供、人件費の合理化、チケットレス・システム等による対応

4) 「オンライン・トラベル(On-Line Travel)の一般化

インターネットの活用(旅行情報の提供、予約、手配、企画、広報宣伝、アンケート調査等)、各種ナビの活用、仮想旅行など

5) 「Tourism for All」概念の普及

「全ての人が観光旅行を楽しむ権利がある」という考えのもとに、身障者や高齢者、低所得者層、外国人等が楽しめるように受入体制づくりを推進。ノーマライゼーション、バリア・フリー(“心のバリア・フリー”への認識も重要)

6) 「ヘルス・ツーリズム」(Health Tourism=健康観光)の拡がり

医療・治療(高度な医療、特殊治療)、安い医療代、保険の充実(各種移植手術、出産、整形外科(含む性転換手術等))

7) 多様な「産業観光」の展開

一般産業、先進技術、産業遺産、地場産業等

## 5. 観光戦略に必要なこと

観光戦略を推進する場合、以下の通りの準備と検討が必要である。

1) 地域の観光産業活性化の方向づけを確定すること(地域の差別化、ブランド化等)

2) そのためには、次の事項に早急に取り組むこと

① 統計、調査等を中心とした「データ」の作成および収集

② 官民業の「連携」の強化

③ 各種資源の「見直し」と「発掘」

④ 地域を熟知し、その発展に協力を惜しまない「人材」(=人財)の育成

3) 地域の特徴と魅力を分析・再構築して、「基本戦略の柱」を作成

4) 観光戦略に沿った「基本計画」(マスタープラン)の作成

5) マスタープランを受けた短・中・長期の実行計画(アクション・プラン)の作成

6) 観光戦略の効果的な推進を行なうための「実施体制」の早期確立

↓

- 以上に述べた観光の基本およびその背景から、全ての分野にわたる市場の把握や分析には、客観的で正確な根拠となる「データ」としての「統計」が不可欠であることが十分に理解されよう。

## II. 観光統計の背景と現状

### 1. 背景

- 1) 観光統計自体、一般の物流や生産物の動きと異なり、多様な要素が絡まっており、正確な集計が難しい現状にある。例えば、旅行者の「旅行目的」によって、観光統計に入れるべきかどうかの判断が複雑になる。
- 2) 現在は、この「旅行目的」については、世界観光機関(UNWTO)が国連統計委員会(1993年3月)の承認を受けた「観光統計に関する勧告」(1993年)に盛り込まれた定義に沿っているものが大勢である。これは、「国際ビジター」として分類されているが、「観光統計に含まれるもの」として「自国民でない者」の「乗務員/非居住者」と「外国に居住する自国民」を含んでいる。
- 3) また、UNWTO が世界統計として発表する「国際旅行者到着数」は加盟国の正会員(主に各国の中央・地方政府)の統計分類による受け入れ数であるので、報告する各国で分類されていない出発国は不明のままになっている。その上、従来は報告国の国内法に沿って集計されたものが、UNWTO の様式に無理に合わせて整理されるため、集計方法によっては、相互比較が正しくできないものが存在する。  
例えば、宿泊施設への到着数、宿泊日数、外国人ツーリスト数、年次サンプル調査の結果による推定、観光宿泊施設の到着数、国境で記録した外国人観光客到着数、等々
- 4) また、「出国者統計」(アウトバウンド統計)については、日本、韓国、台湾、中国等が独自に公表している例はあるが、ほとんどの国は受入外国人旅行者(インバウンド統計)が中心である。その中で、UNWTO が各国から入手したインバウンド統計をコンピューターで逆算して作成した「世界観光統計資料集—海外主要国目的別アウトバウンド旅行者数」(財・アジア太平洋観光交流センターで毎年発行)は貴重である。
- 5) さらに、経済的効果を「国家会計」(National Account)の計数を活用して算出する「ツーリズム・サテライト・アカウント」(Tourism Satellite Account=TSA)が、UNWTO や OECD などの協力で開発されている。しかし、これは高度の数式を駆使するため、国家機関か専門機関による対応が不可欠である。

### 2. 国内外の主要な「観光統計」の現状

#### 1) 世界の統計

現在、以下のような観光統計が毎年発行されているが、概ね一年遅れの発行であるため、過去の傾向と動向だけを頼りに、市場分析と市場力の把握を行なうことになる。

- ・ **世界規模**: UNWTO、OECD → 加盟国からの年次報告が基本
- ・ **アジア太平洋**: 太平洋アジア観光協会(PATA)が発行する「Annual Statistical Report」 → 加盟国・地域からの年次報告が基本
- 国際観光振興機構(JNTO)が毎年発行する「**JNTO 国際観光白書**」には、UNWTOをはじめ、世界各国・地域の動向が把握できる主要統計類が網羅されている。

## 2) 日本の統計

- ・ 日本の外国人観光客統計については、2004年に公表された「**外国人観光客に係る統計情報のあり方に関する研究**」(国土交通省・国土交通政策研究所)に詳しい。
- ・ 実務的に活用できる主なものとしては、以下を挙げることができる。

① 法務省「**出入国管理統計**」

② 国際観光振興機構(JNTO)「**日本の国際観光統計**」— 年次発行およびインターネットによる月例推定値・暫定値速報「**訪日外客数・出国日本人数**」(1ヵ月遅れ)

JNTOが公表する「**訪日外客数**」は、出入国管理統計にもとづき、正規入国外国人から日本に永住的に居住する外国人を除き、特例上陸者のうち一時上陸者(寄港地上陸者および周辺上陸の乗客)並びに通過観光客(観光通過上陸客)を加えて集計している。

③ 国土交通省航空局「**国際航空旅客動態調査**」

④ 財務省・日本銀行「**国際収支統計(旅行収支)～「訪日外国人旅行者消費額等の動向調査」(2002年)**

- ・ 2007年に、国土交通省が全国を網羅する「**観光統計**」用の調査実施し、本格的に統計整備に取り組み始めているが、まだ内容的に観光産業に直接役立つデータとしては、不安が残る。サンプル数や調査対象、発表時期にもやや偏りと不明確さが感じられる。
- この他、日本の各種統計を補完するために、JNTOは「**訪日外国人旅行者調査—訪問地等について**」「**訪日外客消費動向調査**」「**訪日外客訪問地調査**」「**訪日外客実態調査**」等を実施しており、市場分析に役立っている。

## 3) 大分の統計

- ・ 従来は、各市町村から報告を受けた数字をまとめた「**観光動態調査**」が中心であったが、速報性および作成方法に正確さに欠ける点があり、日本人旅行者の動向把握に不便であったことから、2006年に「**大分県の観光統計の方向性調査検討委員会**」を立ち上げ、「**大分県の新しい観光統計の構築に向けて(報告書)**」を作成し、県内の宿泊施設およびホテル・旅館組合の協力のもとに、月例観光統計を作成し、毎月1ヵ月遅れでウェブサイト等に発表している。

- ・現在は、上述の国土交通省の「観光統計」との重複と調整を検討中であるが、委員会内の観光産業代表者からは、現在のものは実務に役立てることが可能なデータであるので、継続実施が強く要望されており、その方向で進められている。
- ・また、統計を補完するために、別途アンケートによりルート、消費額、出発地、利用交通期間、滞在期間、同伴者、性別、年齢等の市場分析に役立つ情報の収集を図る予定である。

#### 4) 別府「外国人旅行者統計」

##### (1) 経緯

- ・別府の「外国人旅行者統計」は、2000年9月から作成されている。
- ・その発端は、立命館アジア太平洋大学が2000年4月に開学した時に遡る。開学の直後に別府市外国人旅行者受入協議会における講演会の席上、別府への来訪客の分析と促進策を話し合っていた時に、別府には正確な「外国人旅行者統計」が存在せず、いわゆる「勘」と「現状判断」を頼りに事業を進めてきていたことが判明した。何故なら、協議会自体が業界の集まりであるため、各企業の企業秘密である顧客情報が漏れる心配から、必要であってもなかなか実現させることができなかった。そこで、中立な立場にあり、かつ秘密保持に最適な研究機関であるAPUの研究室を活用し、公表される時には別府全体の動向としてまとめられており、個々の企業の実績詳細が分からない「別府外国人旅行者統計」を作成することになった。
- ・幸いなことに、担当した小方教授は、かつてJNTOの企画調査部長の時に日本の観光統計の作成に従事していた経験があり、スムーズに協力体制が進み、現在に至るまでの8年間強にわたり「ボランティア事業」として統計作成が続いた。

##### (2) 特徴

- ・「外国人旅行者統計」の作成に当っては、以下の点を特に留意した。
  - ① 「**アジア地域**」と「**欧州・米州他**」の主要国およびその他の臨時的来訪者の国籍が分かること
  - ② 来訪者の「**団体客数**」（10名以上）、「**個人客数**」および「**連泊者数**」が分かること
  - ③ 市場分析や促進策の検討には、「**速報性**」と「**正確さ**」が不可欠であることから、毎月の月末に前月の統計を発表することとした。なお、発表資料は、統計の分析表（表1～表9、25頁）、統計に関わるコメント（9～10頁）および参考資料（統計報告企業一覧、訪日外客との比較等、3頁）で構成されており、平均すると毎月26頁～27頁の量となる。

### 「別府市外国人旅行者統計」作成の流れ

1. 「別府市外国人旅行者受入協議会調査表」を協議会が、会員の中から選んで指定した27宿泊施設に送付する。
2. 指定された宿泊施設から、前月分の実績数字が翌月10日までに、ファックスにより小方研究室に直接送信される。(2月に締結されたAPUとの協定により、3月分からはAPUが担当機関として作成を担当する。)
3. 小方研究室は、27施設から届いた調査表の内容を「別府市外国人旅行者協議会会員の外客受入状況一覧表」に転記し、「集計表」を作成する。
4. 集計表の数字を作成済みのコンピューター・プログラムに入力し、アウトプットする。(APUの亀田氏が担当)
5. アウトプットされた集計表は即刻小方研究室に送られる。
6. 小方研究室は、入手した集計表に従って、毎月「平成〇〇年△月訪別府外国人旅行者」報告書をその月の月末頃までに作成する。
7. 作成された「月例統計報告書」は、月末までに協議会の会長に送付される。
8. 会長より、国土交通省、大分県庁、別府市役所、旅行関連企業・団体・機関・個人、メディア等に送付する。

■ なお、本統計は2007年より別府市の正式統計として採用されている。

### (3) 各種事業への反映と貢献

- ・継続して集計された「外国人旅行者統計」は、送り出し国、団体客、個人客、連泊の情報が時系列的に明白であり、国籍別増減、季節性、旅行形態などが一月遅れ(即ち、同一シーズン中に)で分かるため、各種の受け入れ事業にその結果を即刻反映させることができる。
- ・例えば、訪別外国人旅行者向けの外貨両替サービス(含むアジア通貨)、韓国人観光客向けの空港リムジン・サービス、従業員の言語研修、言語別スタッフの準備(含む臨時職員)、食事・メニューの検討、等々についての対応の根拠ともなっている。
- ・この別府における統計作成システムは、国土交通省や財団・日本交通公社によって市町村レベルの取組の好例として注目されており、前述の国土交通省の統計情報の研究結果にも紹介されている。

また、市町村レベルでの先進的な取組として、別府市内の旅館・ホテル等27事業者で構成する「別府市外国人旅行者受入協議会」が立命館アジア太平洋大学小方研究室の協力を得て、国別、団体・個人別の宿泊外国人観光客統計を毎月集計し、翌月に発表している事例がある。(同報告書11頁)

#### (4) 今後の課題と取り組み

・現状では、別府にとって有望市場であると考えられている「アジア地域」の5カ国（韓国、台湾、中国[香港]、中国、シンガポール）と「欧州・米州他」の4カ国（米国、イギリス、ドイツ、ブラジル）が中心であるが、近年「その他アジア」や「その他（アジア以外）」からの来訪者が増加しており、毎月国籍別では25～29カ国に及んでいる。そのため、集計表にある国籍の追加修正の必要が生じている。（現在は、便宜上集計表の第9表にまとめて表記している。）

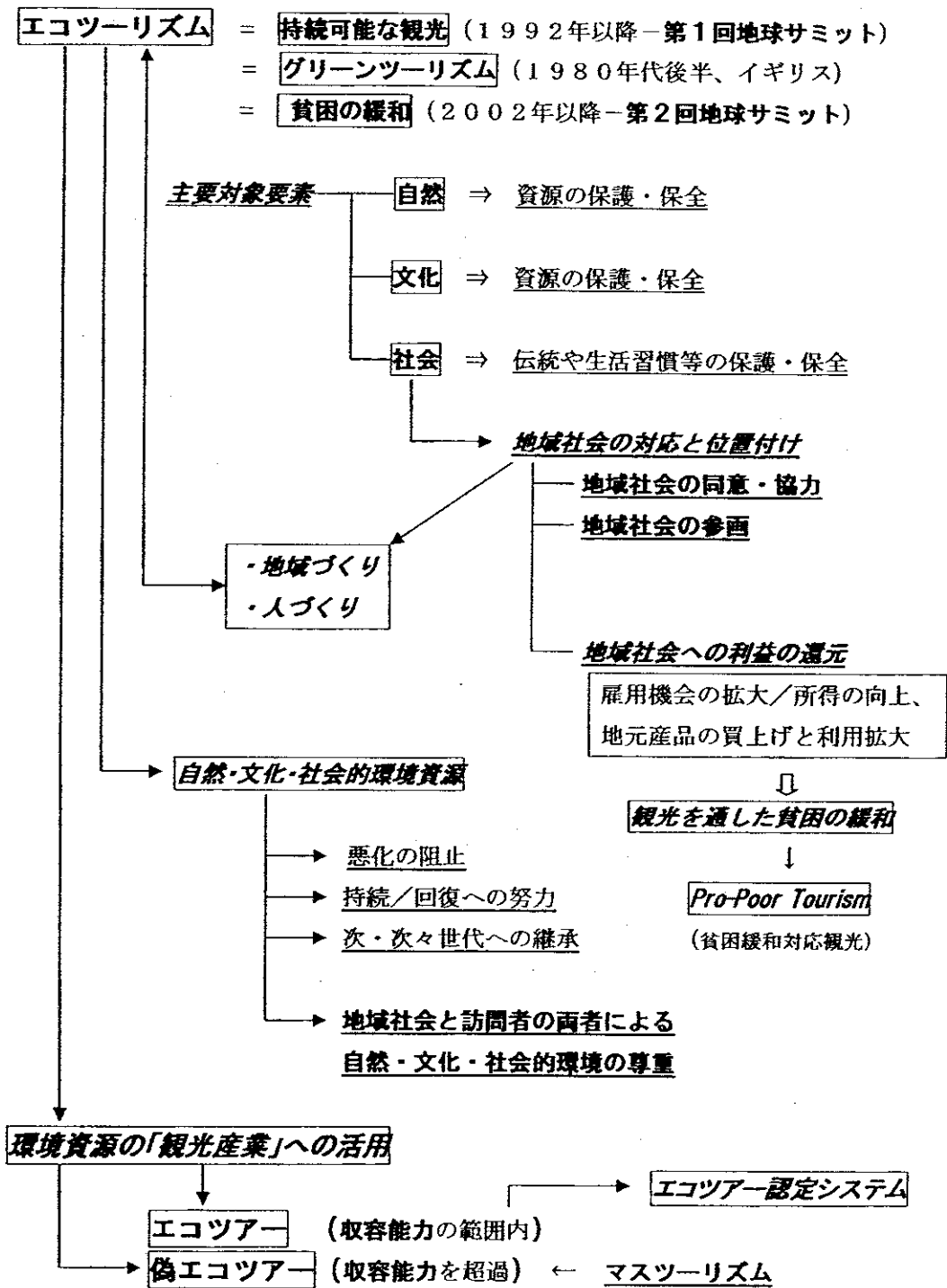
しかしながら、第9表でも**国籍不明者**が毎月かなりの数に上っており、国籍別統計上やや正確さに欠ける点がある。正確な数字の集計は、各市場の動向把握に不可欠なものであり、統計の集計結果は直接・間接的にマーケティング戦略や販売促進活動等につながるものであるため、引き続き正確な記載に努めることを期待したい。

・現在の統計で、かなり正確な動向が1ヶ月遅れで把握できる体制にあるが、このままでは来訪者の実態をさらに詳しく知ることができない。したがって、年間に数回（季節別にでも）指定会員の宿泊施設において**アンケート調査**（最低一回200サンプル）を行い、統計の背後の情報の確保に努めることが望ましい。

**調査項目**としては、別府への入り込みルート、旅行コース、日程、性別、職業、同行者・同行者数、滞在日数、消費額、訪問箇所、別府訪問の理由、良かった点・改善点、滞在印象、再訪の意思等を上げることができる。

・本別府方式は、業界とボランティアの協力があれば、容易に実現できるシステムであり、他の市町村においても、APUと別府市外国人旅行者受入協議会のように、地元の大学などの研究機関との間で協定を結び、同様の観光統計の作成を進めることを望みたい。

**別添資料-1] エコツーリズムのメカニズム**



(2007/7/25 改訂-小方作成)



## [別添資料-2]

### 新しい観光ジャンル「ニッチ観光」(Niche Tourism)

観光の新しいジャンルとしては、一昔前に「マスツーリズム VS オルターナティブ・ツーリズム (もう一つの観光)」という対立概念が謳われ、社会・文化的観光活動やエコツーリズム (もしくは“持続可能な観光”) 等に関わる観光ジャンルの推進に役立ってきた。そして、最近になって、再び「マスツーリズム」に対立する観光の新しいジャンルとして、ニッチ・マーケット (niche market、隙間市場) を対象とする観光形態である「ニッチ・ツーリズム」(Niche Tourism) が観光業界で注目されるようになってきた。

一般産業では、大企業が事業の効率性から手を付けずにいた小さな市場ではあっても、確固とした市場性と将来性を持つ「ニッチ市場」を対象としたベンチャー事業がかつて大ブレイクしたように、遅ればせながら、観光業界にもその動きが始まってきたようだ。ベンチャー事業の場合は、「専門性が高く、革新力に富んだ知識集団が中心となって、バブル崩壊後の高コスト低収益構造の定着で経営合理化を迫られている大企業にとって代わる原動力」として中小の専門企業が活躍したが、観光産業においても、似たような背景が感じられる。

もちろん、観光産業界には、以前より一部の特殊な旅行目的を持つ市場を相手にする「SIT」(Special Interest Tour) というジャンルがあったものの、これはあくまでも手配上の区別という面が強く、一つの大きな旅行形態としての流れを作るには至らなかった。

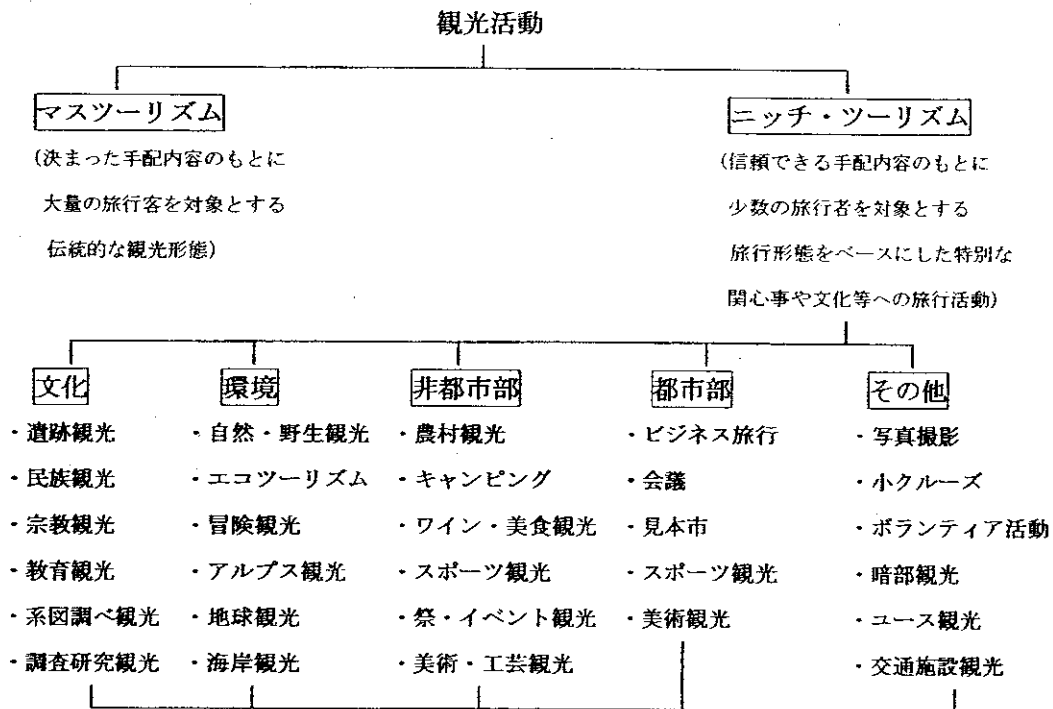
「ニッチ・ツーリズム」は、上述したように、ここ数年間にマスツーリズムの対立概念として認識されるようになったもので、ニッチ観光旅行者と一般旅行者とを区別し、差別化するために検討された実践的な旅行ジャンルであると考えられる。

地球規模で観光魅力や旅行地の“同一性”が進みつつある今、「ニッチ・ツーリズム」はそのマーケティング戦略において、マーケットの規模や潜在力、販売促進、広報宣伝、受け入れ体制の整備等が、マスツーリズムとは全く異なる手法のもとに展開されており、マスツーリズム (パッケージ旅行等) が引き起こす環境悪化や社会的・文化的悪影響の拡大を最低限に抑える役割をも担っている。

また、観光振興による一層の経済的効果を望む受け入れ地側にとって、この「ニッチ・ツーリズム」の促進は大きなチャンスを与えてくれるものであり、その特性から「持続可能性」、「資源悪化の抑制」および「高消費型旅行者の確保」というプラス面を期待することができる。と同時に、旅行者側にとっても、「ニッチ・ツーリズム」は、参加・体験することによって、旅行者のニーズと希望を満足させる内容を提供してくれるのである。

参考までに、現在旅行業界が取り組んでいる「ニッチ・ツーリズム」の考え方に属する各種の関連旅行形態を次ページに図示しておく。

## ニッチ・ツーリズムの構成要素



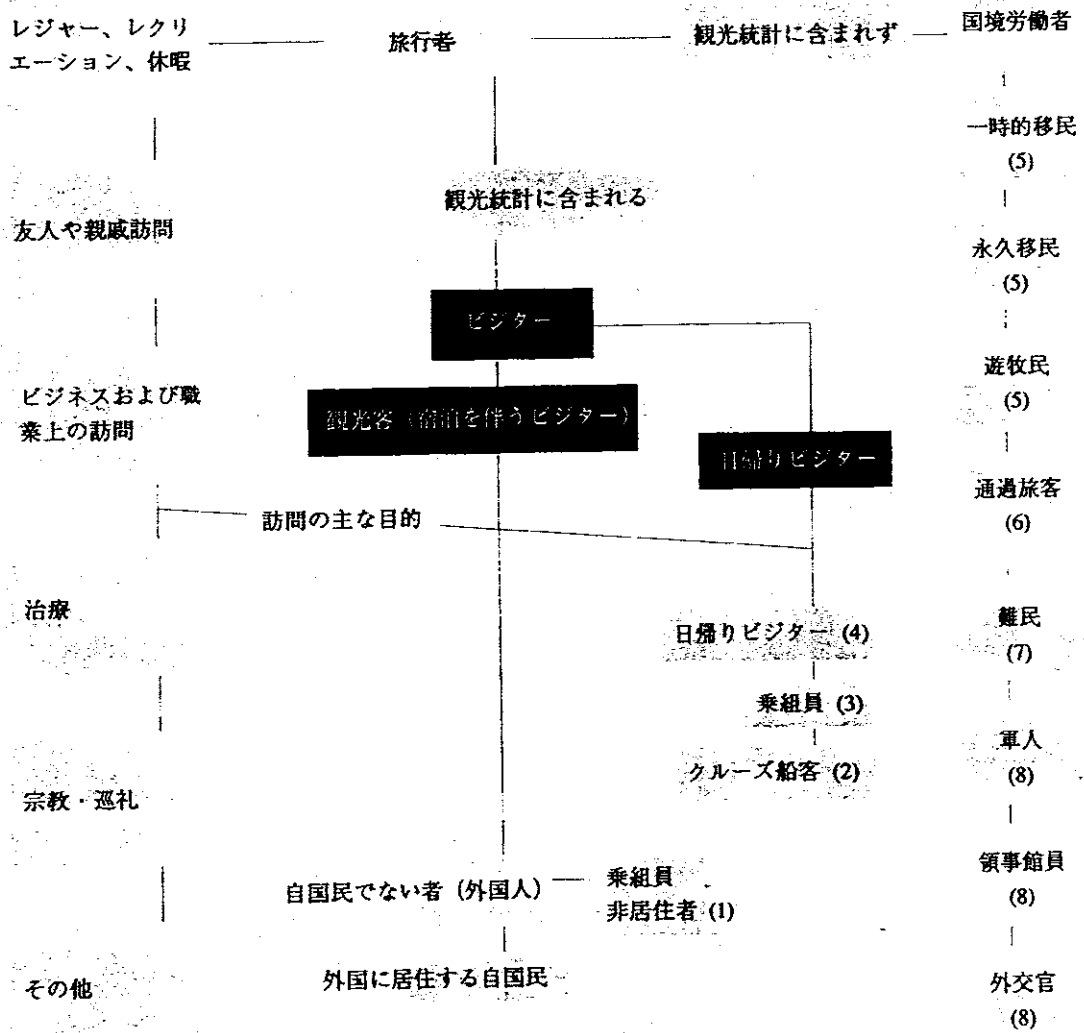
さて、こうした枠内で、現在世界各地で鋭意進行中の、いくつかのケースを以下に紹介しておきたい。

- 1) フード・ツーリズム (オーストラリア) : 地元および有名レストランを活用
- 2) ミュージック・ツーリズム (米国・テキサス) : テキサス音楽を楽しむ観光形態
- 3) 文化遺産観光 (米国・ジョージア) : 海岸歴史博物館を活用
- 4) ダイビング・ツーリズム (オーストラリア) : クイーンズランドの海洋地域を活用
- 5) ボランティア・ツーリズム (世界各地) : 開発途上国の国家プロジェクトや支援プロジェクトへの参加と観光活動
- 6) 系図調べ観光 (英国・スコットランド) : 祖先の出身地や家族の系図探し旅行 (特に米国人のヨーロッパ訪問が流行)

生活習慣や活動の多様化が進み、旅行経験の成熟によるリピーター層 (旅行経験者等) の増大を背景に、「自分が望む旅」を実現し、旅行動機を満足させてくれる「ニッチ・ツーリズム」の動向を、今後とも注視していきたい。

**[参考資料]**

**国際ビジターの分類**



1. 港に停泊または時間待ちする外国の航空機または船の乗組員で、訪問国の宿泊施設を利用する者
2. クルーズ船で外国に到着する者（国際海事機関 (IMO) の定義による、1965年）で、一日以上の訪問のために上陸する場合でも夜は船で宿泊する者
3. 訪問国の居住者ではない乗組員で、その国にその日だけ滞在する者
4. レジャー、レクリエーション、休暇、友人や親戚訪問、ビジネスおよび職業上の訪問、治療、宗教・巡礼、その他の観光目的で到着し、その日のうちに出発するビジターで、これには目的国に行く途中または目的国から帰る途中の通過日帰りビジターが含まれる。
5. 1980年の「国際移民の統計に関する勧告」で国連により定義されている通り
6. 空港間および港間の移動を含む、空港または港の通過エリアから出ない者
7. 1967年に国連難民高等弁務官事務所により定義されている通り
8. 居住国から任地に赴任する場合、および任地から居住国に帰任する場合（本人に同行あるいは台流する家内使用人や扶養家族を含む）

**8 観光統計に関する勧告**

# 観光統計を活用した研究事例

—訪日観光市場における地域連携への示唆—

東京大学大学院工学系研究科

清水 哲夫

sim@civil.t.u-tokyo.ac.jp

2

---

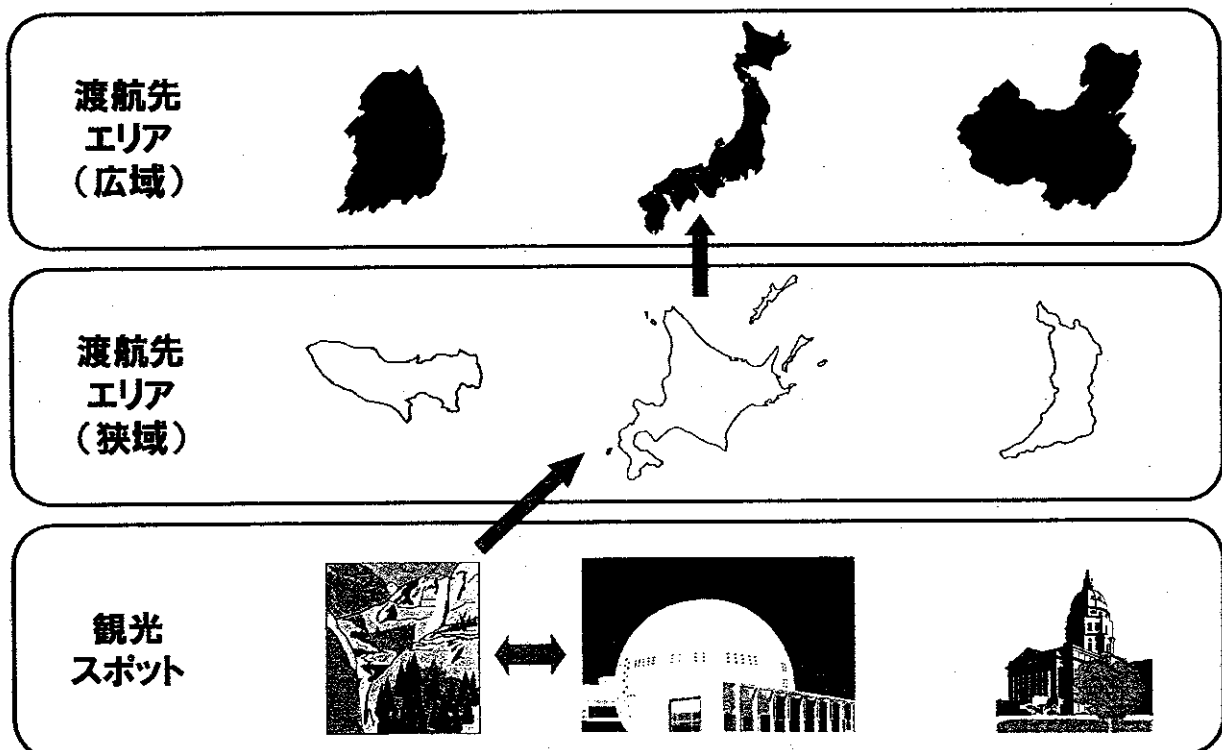
## 韓国旅行代理店でのヒアリング調査 (H17 秋実施) からの気になるコメント

- ・「多くの韓国人観光客は、一度札幌に行ってしまうと、それだけで北海道全体を旅したように感じてしまうのです。これでは、いくら北海道内の別の都市がプロモーションにやってきて我々が商品として魅力的であると感じても商売になりません。」
- ・「秋田は紅葉が美しいので商品価値はあるのですが、単独では厳しいので青森と組み合わせます。韓国からの日本旅行は3泊4日が主力(台湾は5～6泊が主力)なので、このくらいの範囲が限界です。マイナーな県が単独でプロモーションに来てはどうしようもありません。」
- ・「日本の観光商品は都市型の方が人気があります。」

## 研究の問題意識と目的

- ・ 訪日観光市場促進における都道府県ベースの各種活動の限界
- ・ 近未来に登場する広域地方計画（国土形成計画）・道州制等の広域行政圏が訪日観光振興の母体となるべき
- ・ ビジット・ジャパン・キャンペーンに効果的な地域連携パターンの提案

## ある観光スポットが選択されるプロセス



# 渡航先エリアの想起領域



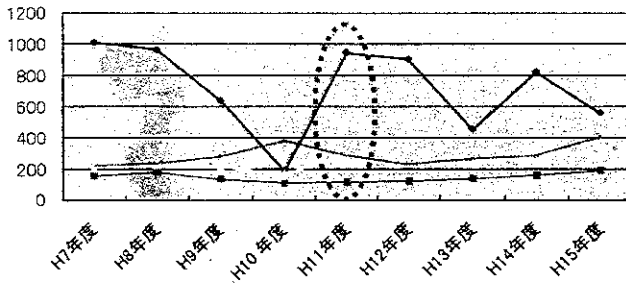
# 我が国の観光統計について

単発調査 定期調査

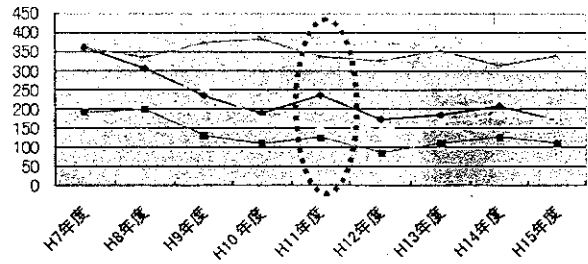
	非旅行時調査	旅行時調査		
		流動・行動調査	消費額調査	
日本人	自由時間と観光に関する世論調査 (内閣府H15) レジャー白書「余暇活動に関する調査」((財)社会経済生産性本部) JTBFレポート「海外旅行志向調査」(JTBF)	全国旅行動態調査(国土交通省) 観光の実態と志向((社)日本観光協会) JTBF旅行者動向調査((財)日本交通公社) ホテル協会等宿泊データ 全国観光交通実態調査(建設省H4)	全国観光動向((社)日本観光協会) 幹線鉄道旅客流動実態調査(国土交通省) 航空旅客動態調査(国土交通省) JTBFレポート「海外旅行実態調査」(JTBF) 全国道路交通情勢調査(自動車起終点調査)(国土交通省)	旅行・観光消費動向調査(国土交通省)
	ビジット・ジャパン・キャンペーン事業に向けた事前調査(国土交通省H15)	宿泊旅行統計調査(国土交通省) 国際航空旅客動態調査(国土交通省) 訪日外国人旅行者調査(JNTO)	訪日外国人旅行の経済波及効果に関する基礎調査(JNTOH12)	国際収支統計(財務省・日本銀行) 訪日外国人旅行者消費額等の動向調査(財務省・みずほ総研H14)

# 東海村JCO臨界事故(平成11年9月)が 周辺観光地の入り込み客数に与えた影響

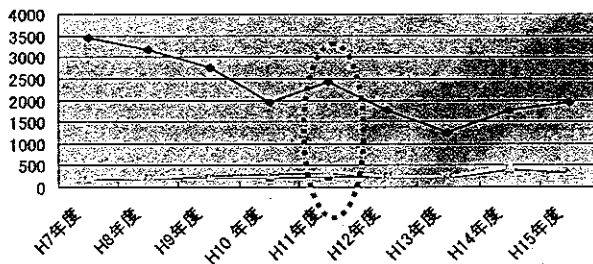
北茨城・日立周辺地域



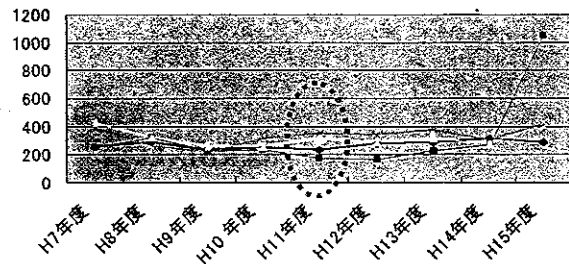
奥久慈周辺地域



大洗・那珂湊・銚田海岸周辺地域



筑波山周辺地域



茨城県統計年鑑 12年～16年版

8月 9月 10月 11月

単位:千人

## 宿泊旅行統計調査

- ・ 宿泊施設に対する総宿泊数の悉皆調査
- ・ 居住地別・月別の総宿泊数を都道府県別に表章
- ・ 平成19年1月開始
- ・ 従前の統計よりも高精度の入り込み観光客数データを提供

## 研究内容

1. 訪日外国人の都道府県別宿泊数予測モデルの構築
2. 宿泊旅行統計調査データを用いたモデルのパラメータ推定
3. 連携パターンが各都道府県の宿泊数に与える影響の分析

## 研究内容

1. 訪日外国人の都道府県別宿泊数予測モデルの構築
2. 宿泊旅行統計調査データを用いたモデルのパラメータ推定
3. 連携パターンが各都道府県の宿泊数に与える影響の分析



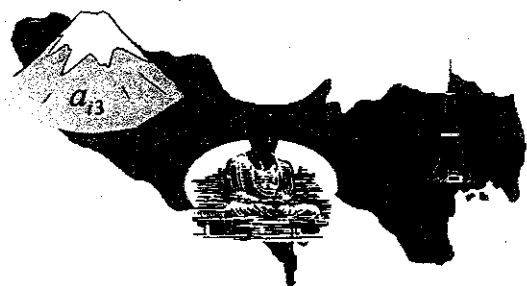
# モデルの基本構造



居住国 $s$ から訪問県 $i$ への宿泊数 (Gravity Model)

$$T_{si} = k_s \frac{G_s A_i}{d_{si}^{\alpha_s^d}}$$

$G_s$ : 居住国 $s$ のGDP  
 $A_i$ : 訪問県 $i$ の魅力度  
 $k_s, \alpha_s^d$ : パラメータ



訪問県 $i$ の魅力度の基本モデル

$$a_i = \ln \sum_{n=1}^N \exp(a_{in})$$

## 魅力度モデルと4つの効果 (1)

魅力度モデル  $A_i = a_{si}^c a_{si}^b a_{si}^g a_{si}^d$

(1) 地域内連携効果

$$a_{si}^c = \left[ \sum_{n=1}^N w_n^s \ln \left\{ \exp(a_{in}) + k_s^c \sum_{j=1}^N \exp \left( \frac{a_{jn}}{l_{ij}^c} \right) \right\} \right]$$

魅力要素パラメータ

地域内連携効果パラメータ

$ij$ 県間の一般化費用 (県間平均との比)

県間一般化費用パラメータ

地域内他県の観光資源の魅力度も、そこまでの一般化費用を加味して自県の魅力度に計上

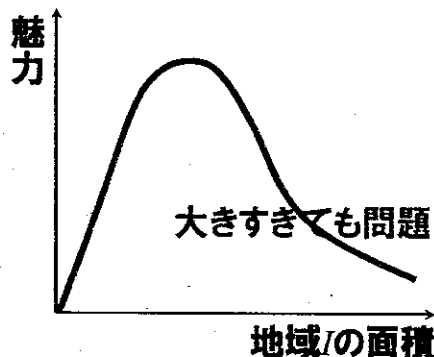
## 魅力度モデルと4つの効果 (2)

魅力度モデル  $A_i = a_{si}^c a_{si}^b a_{si}^g a_{si}^d$

(2) 面積効果

$$a_{si}^b = \frac{1}{D_I^{\alpha_s^D} + D_I^{-\beta_s^D}}$$

面積効果パラメータ  
 地域*I*の面積 (都道府県平均面積との比)



連携すべき地域の面積に最適値が存在する

## 魅力度モデルと4つの効果 (3)

魅力度モデル  $A_i = a_{si}^c a_{si}^b a_{si}^g a_{si}^d$

(3) 情報効果

$$a_{si}^g = k_s^X \ln(X_{si} + 1) + 1$$

居住国*s*で最も売れているガイドブック (全日本版) における県*i*の掲載頁数

情報効果パラメータ

(4) 特定要素効果 (富士山, 首都, 拠点空港, ...)

$$a_{si}^d = \prod_m \exp(k_s^{\delta} \delta_{im})$$

特殊効果パラメータ

県*i*に特定要素があれば1, なければ0のダミー変数

## 研究内容

1. 訪日外国人の都道府県別宿泊数予測モデルの構築
2. 宿泊旅行統計調査データを用いたモデルのパラメータ推定
3. 連携パターンが各都道府県の宿泊数に与える影響の分析

## 推定の使用データ

### 被説明変数

- 居住国別都道府県別宿泊数～宿泊旅行統計調査第二次予備調査 (H18.6～8の3ヶ月間)  
韓国, 中国, 台湾, 香港, 東南アジア, 北アメリカ, ヨーロッパ, オーストラリア

### 説明変数

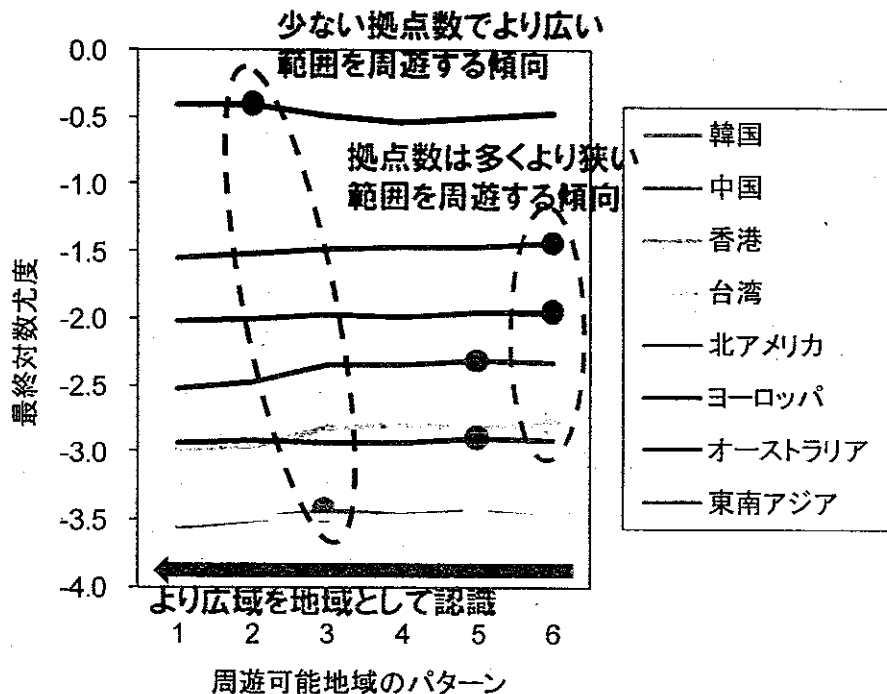
- 自然資源, 人文資源～JTBF作成データの特AおよびAランクの資源数
- 風土 (居住国と訪問県の平均気温差)
- 宿泊容量 (訪問県の宿泊施設数)
- 一般化費用～運賃, 所要時間, 時間価値から算出
- 都道府県面積
- 居住国の日本ガイドブック (全日本版) の都道府県別掲載頁数

# 推定方法

- ・ 最尤法
- ・ 各居住国の旅行者が日本を地域分割する際の認識パターンを以下の6つと想定（“周遊可能地域”=地域）
- ・ 各居住国で6パターンによるモデル推定を実施し、最も高い尤度を与えたパターンを採択

パターン	拠点都市
1	東京
2	東京, 名古屋, 大阪
3	札幌, 東京, 名古屋, 大阪, 福岡, 那覇
4	札幌, 仙台, 東京, 名古屋, 大阪, 広島, 福岡, 那覇
5	4に金沢, 松山を追加
6	5に青森, 新潟, 松江, 熊本を追加

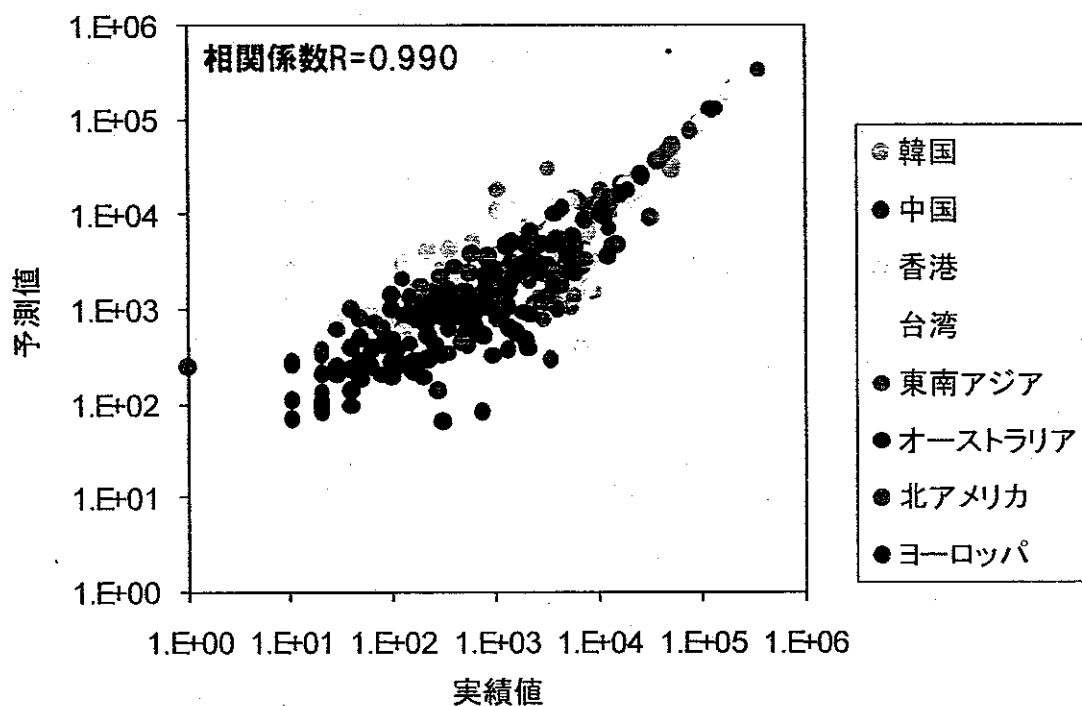
## 推定結果 (1) : 周遊可能地域



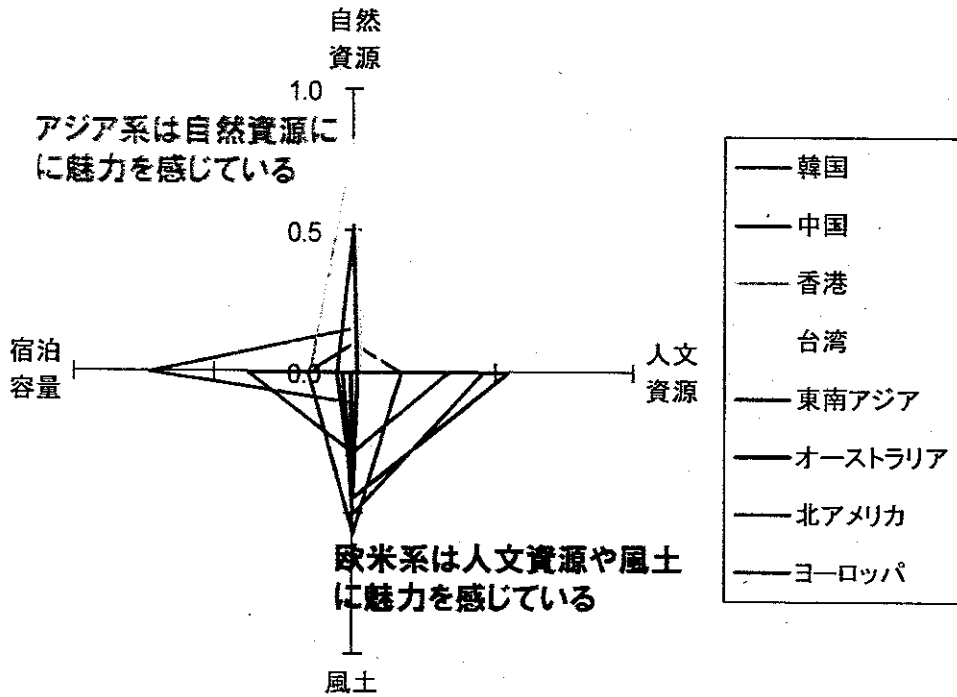
## 推定結果(2):モデルの推定結果(最良)

パラメータ	韓国	中国	香港	台湾	東南ア	豪州	北米	欧州
分散	7.4930	2.4312	3.9464	7.4765	0.9788	0.3567	4.4106	1.7159
居住国ポテンシャル	1.0534	0.0494	0.2279	0.0863	0.0065	0.7616	1.4763	1.6193
アクセス一般化費用	0.8925	0.0001	0.2619	0.0007	0.0196	1.7105	1.7289	1.2574
自然資源	0.1543	0.1013	0.8198	0.7917	0.5168	0.0005	0.0004	0.0004
人文資源	0.0000	0.1686	0.0288	0.0981	0.0132	0.5482	0.4589	0.3337
風土	0.1125	0.5716	0.0007	0.1106	0.4130	0.4470	0.5050	0.2885
宿泊容量	0.7332	0.1585	0.1521	0.0004	0.0570	0.0052	0.0364	0.3783
地域内連携効果	0.0002	0.0012	0.1607	0.2315	0.3693	0.0009	0.0058	0.0006
県間一般化費用	0.5406	0.1653	0.0505	0.0244	0.8602	0.0912	0.0022	0.0030
面積効果(1)	0.6735	0.2502	0.0001	0.0008	0.0002	0.0014	0.5222	0.0001
面積効果(2)	2.6464	0.7723	0.9097	0.3533	0.8812	0.9083	0.8434	1.0866
情報効果	7.8552	0.6746	3.0927	9.3243	4.0594	3.0776	4.1613	4.8935
富士山効果	0.0013	1.2511	1.3940	0.2788	0.0482	0.1815	0.0007	0.0347
東京効果	2.3820	2.5475	2.8458	1.4631	2.7746	2.6409	2.1320	2.1354
成田空港効果	2.3473	2.9312	3.8587	3.2753	4.5965	4.8176	3.5241	2.9288
中部空港効果	0.7708	2.1502	2.5166	3.1201	2.5282	2.2196	2.3503	1.7898
関西空港効果	1.2233	2.4494	3.3273	1.6838	2.1058	1.9266	1.4341	1.4193
福岡空港効果	0.0010	1.0510	0.0000	2.0918	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

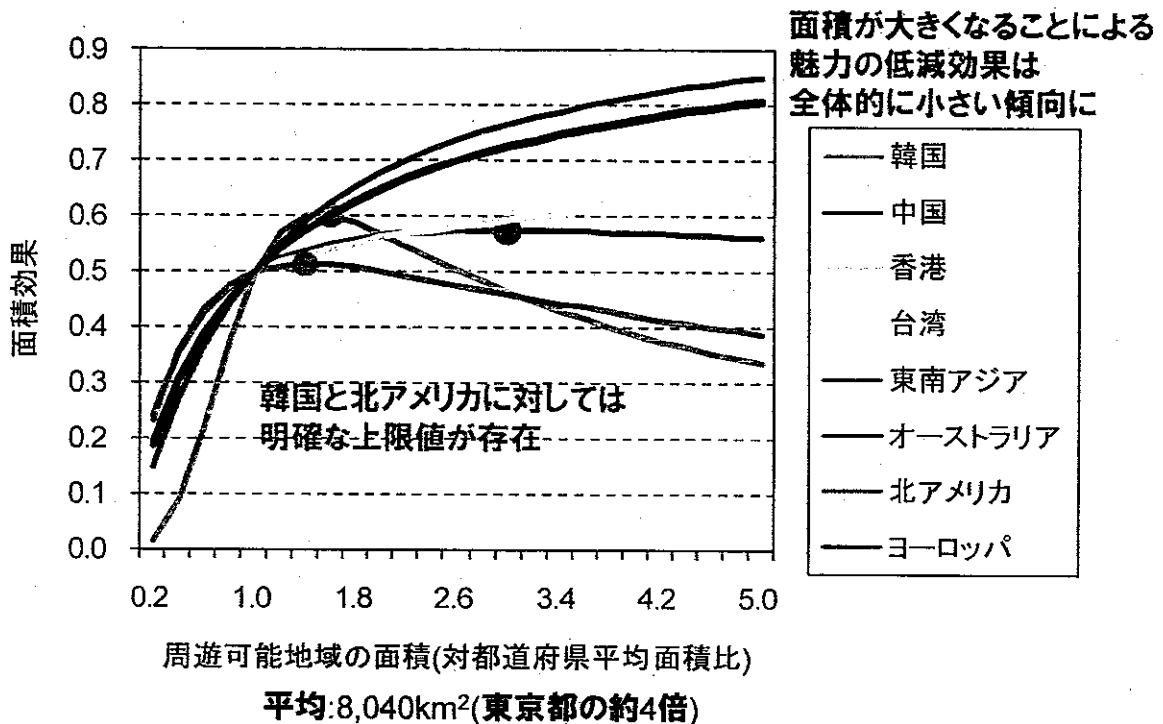
## 推定結果(3):モデルの精度



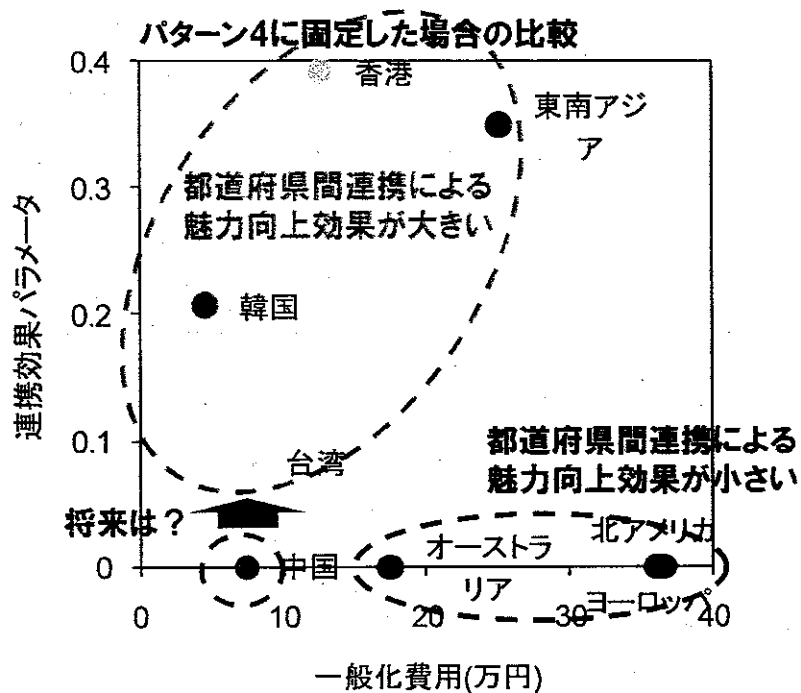
# 推定結果 (4) : 魅力要素パラメータ



# 推定結果 (5) : 面積パラメータ



## 推定結果(6): 連携効果パラメータ



## 研究内容

1. 訪日外国人の都道府県別宿泊数予測モデルの構築
2. 宿泊旅行統計調査データを用いたモデルのパラメータ推定
3. 連携パターンが各都道府県の宿泊数に与える影響の分析

# 分析(1):台湾人対象に香川県が瀬戸内海連携を目指す場合

パターン5(初期)

4県連合

6県連合

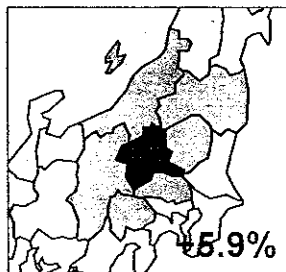
8県連合

香川県宿泊数増加率	3.0%	8.5%	13.8%
地域宿泊数増加率	-2.2%	3.3%	-15.2%
宿泊数が減少する県	岡山・広島	なし	兵庫・大分

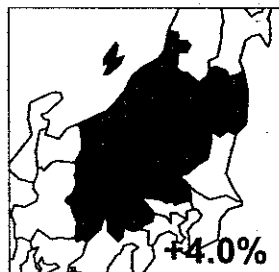
- ・中国地方は四国地方と連携すると損失が大きい傾向にある
- ・兵庫県や大分県はそれぞれ近畿と九州の連携効果の方が大きい
- ・6県連合なら可能性はある?

# 分析(2):群馬県が一般的な行政圏を超えて連携を目指す場合

台湾人



群馬県増加率  
最大パターン

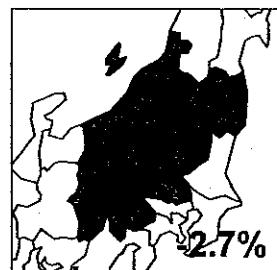
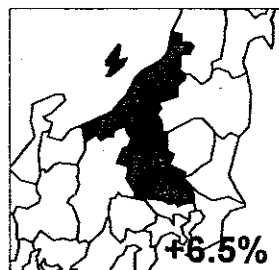
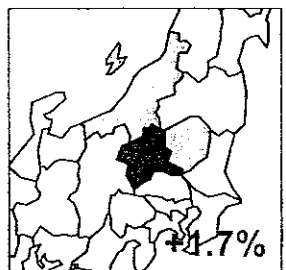


地域増加率  
最大パターン

国籍別に取りべき  
連携範囲は異なる?

最大連携地域  
パターン

中国人





## 分析(3): 京都府が他の都道府県一つとだけ連携を目指す場合

1. 北海道: 京都府は0.22%増加, 北海道はほぼ不変
2. 長野県: 京都府は0.08%増加, 長野県はほぼ不変
3. 新潟県: 京都府は0.06%増加, 新潟県は0.01%増加

いずれも京都府に少ない自然資源を豊富に有する相手と組めば有利な結果に

## まとめ

- ・ 都道府県の組み合わせによる連携が宿泊数に与える影響を評価できる訪日外国人の都道府県別宿泊数予測モデルの構築
- ・ 宿泊数を増加させるような連携パターンの模索
- ・ 実態と本研究結果の摺り合わせ
- ・ 将来的には季節別の分析, 時系列変化の分析が可能

資料① 誘客直結を急ぐ自治体の観光政策 ～JTBF「観光政策の推進に関わる意識調査」より  
 (『JTBF観光経済レポートVOL17』を基に作成)

各地域の取組み状況や現在抱えている課題を知るために、07年10月に「観光政策の推進に関わる意識調査」を実施、現在最も注力している観光施策、懸念となっている施策、他地域で参考にしたい事例、及び目標・お手本となる観光地について全国558の市区町村から回答を得た。

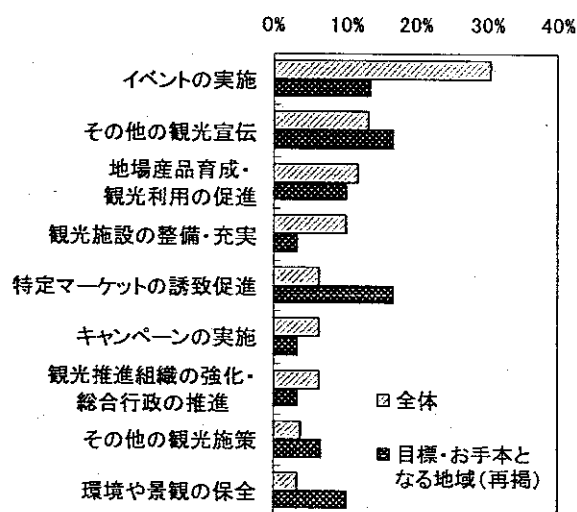
1. 半数以上の市区町村が最も力を入れている観光施策は“イベント・観光宣伝”

まず最も力を入れている観光施策については、約3割が「イベントの実施」(30.7%)と回答、ついで「その他の観光宣伝」(13.3%)、「地場産品育成・観光利用の促進」(11.7%)の順となっている(表1)。「イベントの実施」が突出して多くなっており、「その他の観光宣伝」「キャンペーンの実施」「ホームページの充実」と合わせると観光宣伝に関する施策が過半数を占めた。

一方、他の自治体が目標となる・お手本となる地域として名前を挙げた観光地グループの回答のみを集計した結果、「その他の観光宣伝」「特定マーケットの誘致促進」(いずれも16.7%)が最も多く、「イベントの実施」は13.3%に留まっている。また「環境や景観の保全」も10.0%と高い。

表1 最も力を入れている観光施策(単一回答)

観光施策	全体	目標・お手本となる地域(再掲)
イベントの実施	30.7%	13.3%
その他の観光宣伝	13.3%	16.7%
地場産品育成・観光利用の促進	11.7%	10.0%
観光施設の整備・充実	10.0%	3.3%
特定マーケットの誘致促進	6.4%	16.7%
キャンペーンの実施	6.3%	3.3%
観光推進組織の強化・総合行政の推進	6.3%	3.3%
その他の観光施策	3.8%	6.7%
環境や景観の保全	3.2%	10.0%
人材育成	2.8%	3.3%
インバウンドへの取り組み	2.3%	6.7%
ホームページの充実	1.1%	0.0%
情報施設の整備・充実	0.9%	3.3%
交通拠点・路線の整備・充実	0.9%	0.0%
統計データの整備活用	0.2%	3.3%
有効回答数	528	30



2. 老朽化に伴う観光施設の整備・改善が最大の懸念事項

表2 最も懸念となっている観光施策(単一回答)

観光施策	全体	目標・お手本となる地域(再掲)
観光施設の整備・充実	18.0%	6.9%
地場産品育成・観光利用の促進	15.6%	6.9%
観光推進組織の強化・総合行政の推進	14.8%	13.8%
人材育成	10.8%	10.3%
交通拠点・路線の整備・充実	8.4%	17.2%
その他の観光宣伝	8.4%	10.3%
その他の観光施策	5.0%	10.3%
イベントの実施	4.8%	0.0%
特定マーケットの誘致促進	3.4%	3.4%
環境や景観の保全	3.0%	6.9%
情報施設の整備・充実	2.4%	0.0%
インバウンドへの取り組み	2.0%	6.9%
キャンペーンの実施	1.4%	3.4%
ホームページの充実	1.4%	3.4%
統計データの整備活用	0.4%	0.0%
有効回答数	499	29

次に、懸念となっている観光施策については、「観光施設の設備・充実」(18.0%)が最も多い(表2)。特に観光施設の老朽化が進み、整備・改善が各地域で大きな課題として挙げられており、財政状況の厳しさが窺える結果となった。「地場産品育成・観光利用の促進」(15.6%)については、地元商店街の活性化策として、また既存の観光資源に代わる誘客策として挙げる地域が多くみられる。既に特産品がある地域では、販路拡大やPRを課題として挙げる意見が目立つ。一方、目標となる観光地として挙げられた地域では「交通拠点・路線の整備・充実」(17.2%)が最も高く、その多くが二次交通の整備を課題に挙げている。

## 資料②「宿泊施設での滞在時間を重視」増える

(『JTBF 観光経済レポート VOL17』「オピニオンリーダーに聞く旅行者モニター調査」から)

市場の低迷の中で、旅行を「する人」と「しない人」への2極化進む。

→市場の中核を占めるオピニオンリーダー層に絞り込んだ調査が有効(複雑な設問にも回答可能)。

### オピニオンリーダーに聞く旅行者モニター調査

#### オピニオンリーダー層の抽出条件

・旅行が好き  
・旅行頻度が高い

という条件に、

・能動的で情報量が多く、  
・先行性を持ち、  
・周囲へ影響力が大きい

を加え、

得点方式でオピニオンリーダー層を選抜。

※但し、インターネット調査では、オピニオンリーダーに「なりすます」人も多いことから、不自然な回答パターン、自由回答の内容などのチェックが重要。

#### 3万人からオピニオンリーダー層892人を抽出

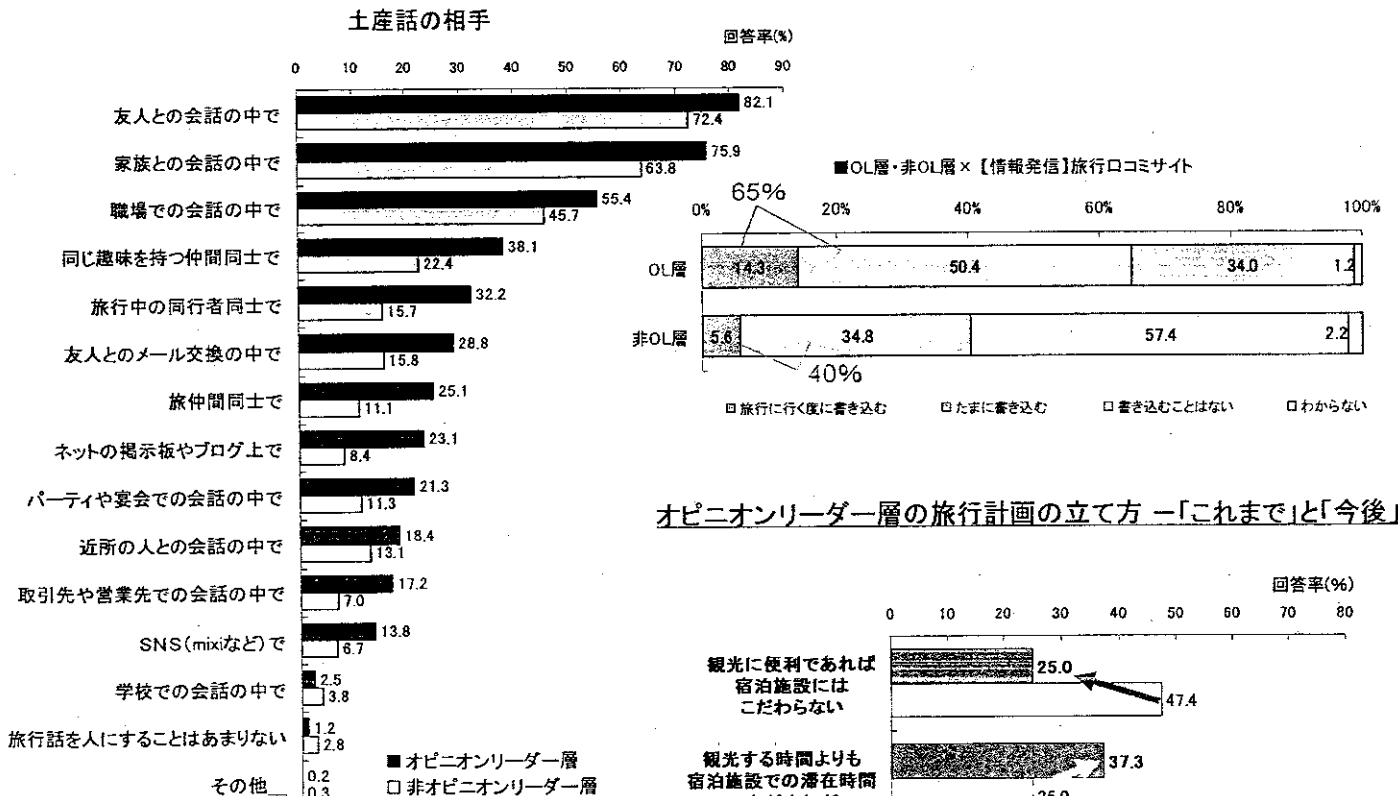
年間宿泊観光旅行回数は平均7.4回。年間の宿泊観光旅行消費額は平均で49.1万円

国民の平均年間旅行消費額の約6倍(「旅行年報」より国民平均8.1万円と試算したケース)  
子供を考慮して修正した場合、市場シェアの2割程度をカバーしていると推量できる。  
加えて周囲への影響力と市場先行性を持つ層であり、市場トレンドの中核を担う。

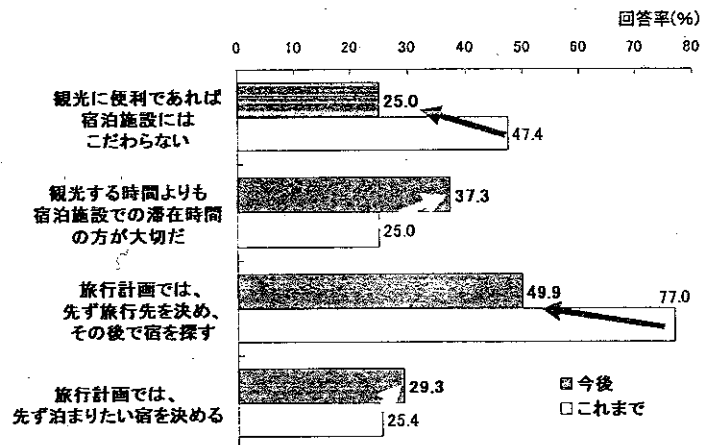
継続的に調査を実施し、オピニオンリーダー層の動きや意識を調査(年2回を予定)

4

#### 抽出された Opinion-Leader 層の特徴 (影響力の例示)



#### オピニオンリーダー層の旅行計画の立て方 - 「これまで」と「今後」



オピニオンリーダー層では、非オピニオンリーダー層に比べ、幅広い場面で旅行の土産話をしている。また、この層は、「自分の旅行話が参考にされる」「自分の旅行話で会話が盛り上がる」「自分から家族や友人を誘って旅行に行く」ことが多い層でもあり、高い影響力を持つ。

# 旅行先・宿泊先の魅力には個性

～ オススメ旅行先と理由、世界観のある観光地、  
今までで一番印象の良い宿に当てはまること

■オピニオンリーダー層のオススメ旅行先(都道府県別)

no.	都道府県	OL層(票)	回答率	都道府県名以外に回答に繋がった主な観光地(複数回答、OL層)
1	沖縄県	142	15.9%	石垣、宮古、西表など
2	北海道	116	13.0%	旭山動物園、知床、函館など
3	鹿児島県	44	4.9%	屋久島、奄美、霧島など
4	長野県	40	4.5%	上高地、軽井沢、別所、屋神
5	京都府	39	4.4%	
6	岐阜県	37	4.1%	高山、白川郷、奥飛騨温泉
7	大分県	31	3.5%	湯布院、別府
7	青森県	31	3.5%	白神山、奥入瀬
9	福島県	27	3.0%	会津若松、磐梯山
10	兵庫県	21	2.4%	淡路、姫路、城崎、宝塚、神戸
11	静岡県	20	2.2%	伊豆
12	三重県	18	2.0%	伊勢神宮、志摩、なばなの里など
13	神奈川県	17	1.9%	箱根、横浜、鎌倉
14	熊本県	16	1.8%	黒川、阿蘇
14	鳥取県	16	1.8%	石見銀山、出雲、足立美術館など
16	栃木県	14	1.6%	那須、奥日光
17	群馬県	13	1.5%	草津、万座
17	千葉県	13	1.5%	TDR、館山
17	長崎県	13	1.5%	五島、HTB、雲仙、島原など
17	秋田県	13	1.5%	八幡平、角館

Q11. 独自の世界観やライフスタイルがある観光地

観光地	回答数	回答率
1 沖縄(全般)	171	20.6%
2 京都(全般)	70	8.4%
3 沖縄の離島	55	6.6%
4 白川郷・五箇山	41	4.9%
5 高山(飛騨高山)	38	4.6%
6 北海道(全般)	35	4.2%
7 湯布院・湯平	21	2.5%
8 屋久島	18	2.2%
9 大阪	14	1.7%
9 知床	14	1.7%
11 伊勢	13	1.6%
12 会津	12	1.4%
13 金沢	10	1.2%
13 道東(除知床)	10	1.2%
15 上高地	8	1.0%
16 奈良	7	0.8%
16 旭山動物園	7	0.8%
16 函館	7	0.8%
19 黒川温泉	6	0.7%
19 萩・津和野	6	0.7%
19 木曾	6	0.7%
19 日光	6	0.7%

注:「沖縄」といった回答は沖縄(全般)として括弧している。  
その他、適宜類似回答の統合を行った。

自由回答の傾向

沖縄 ~ 「時間がゆっくり流れている」と「異文化性」  
北海道 ~ 「広大な自然との共存」  
京都 ~ 「歴史との共存」  
...地域の人々が彼らの歴史文化やライフスタイルを守ろうとする「思い」に共感・共鳴

オピニオンリーダー層のオススメ旅行先をオススメする理由(上位6位)

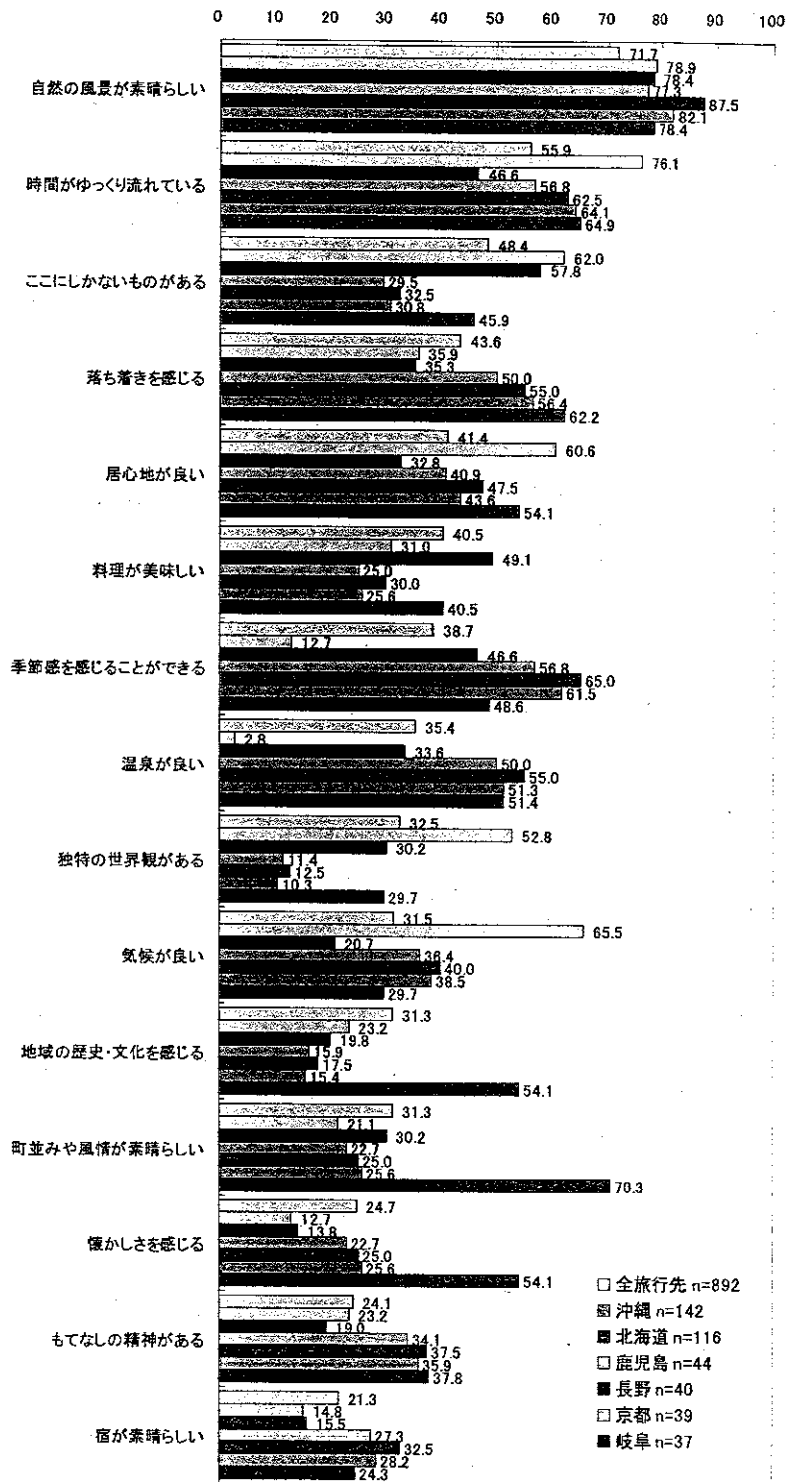


表. 回答上位8施設に当てはまる特徴(オピニオンリーダー層全体の回答率順)

施設の特徴	加賀屋	帝国ホテル	ホテルミラコスタ	ペサナテラス	あかん遊久の里 鶴雅	リッツカールトン大阪	ザ・ウィンザーホテル洞爺	富士屋ホテル	8施設の単純平均	OL層平均
過剰でないタイミングの良いサービスである	36.8	66.7	36.4	90.0	66.7	75.0	66.7	33.3	58.9	53.4
賢い気分を味わえる	78.9	50.0	81.8	70.0	77.8	50.0	100.0	83.3	74.0	51.2
心身がとてもしられる	36.8	16.7	54.5	50.0	77.8	37.5	50.0	33.3	44.6	50.9
従業員がいきいきと働いている	47.4	25.0	90.9	70.0	66.7	25.0	50.0	33.3	51.0	45.6
料理人の心づくしを感じる	47.4	25.0	18.2	20.0	77.8	12.5	66.7	50.0	39.7	42.9
特に何もなくても快適な時間が過ごせる	36.8	58.3	45.5	90.0	55.6	37.5	66.7	33.3	53.0	41.1
朝食や宿を完結する印象が良い	36.8	33.3	36.4	50.0	44.4	37.5	50.0	33.3	40.2	39.6
ひとり一人を尊重してもてなしてくれる	31.6	50.0	36.4	40.0	55.6	75.0	83.3	50.0	52.7	36.4
宿の周辺を散策しても楽しめる	15.8	16.7	18.2	30.0	44.4	0.0	16.7	66.7	26.1	32.8
その宿ならではの設備やサービスがある	52.6	41.7	63.6	40.0	22.2	12.5	50.0	0.0	35.3	32.5
自然との一体感が感じられる	0.0	0.0	0.0	40.0	33.3	12.5	50.0	16.7	19.1	32.1
宿の持つ歴史や伝統を感じさせる	63.2	41.7	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	66.7	22.8	25.2
深い眠りにつとくことができる	21.1	33.3	27.3	20.0	22.2	25.0	50.0	16.7	26.9	24.7
経営者や従業員にまた会いたいと感じる	21.1	16.7	36.4	20.0	11.1	37.5	16.7	33.3	24.1	24.0
隠れた魅力がある	5.3	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	2.0	22.4
伝統とモダンとが調和している	47.4	25.0	0.0	20.0	33.3	0.0	0.0	83.3	26.1	19.6
独自の世界観やライフスタイルを感じさせる	26.3	8.3	45.5	10.0	22.2	12.5	33.3	50.0	26.0	18.0
地域の文化をうまく取り入れている	15.8	0.0	0.0	40.0	11.1	12.5	0.0	0.0	9.9	17.9
生活や仕事について新しい発想が浮かぶ気がする	10.5	8.3	0.0	10.0	22.2	12.5	0.0	0.0	7.9	5.7
その他	0.0	8.3	18.2	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	7.5	7.0
MT	631.6	525.0	609.1	710.0	766.7	475.0	766.7	700.0	648.0	623.2

### 資料③ 沖縄県における観光統計とマーケティング調査の融合

(県資料、JTBF「沖縄リピーター研究」より)

#### 沖縄県の最近の調査例

観光統計から

「リピーターの増加」と「新規来訪客の減少」を確認。

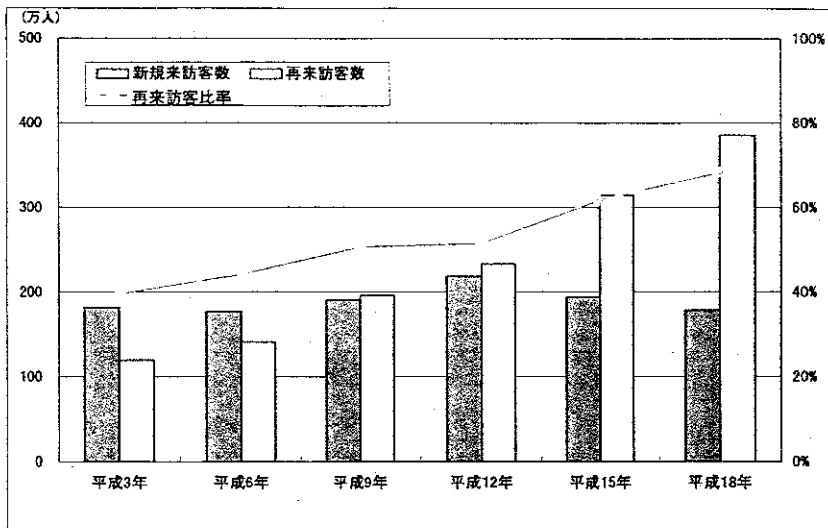


マーケティング調査として  
06年度に「リピーター調査」  
07年度に「非来訪客調査」  
を実施。なお、非来訪者で沖縄旅行計画を立てたことがある人は全国調査で13%。

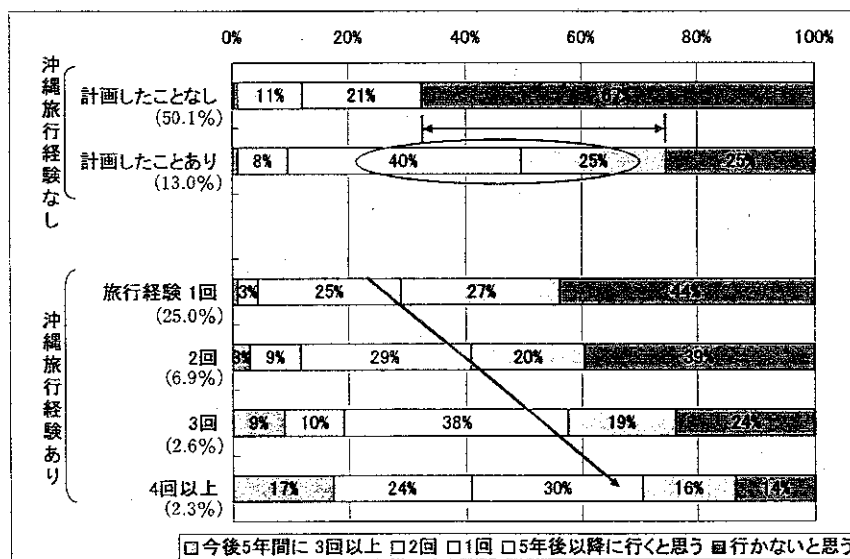


ホームページ、プレスリリースや県主催の会議等で調査結果を報告。ビジット沖縄計画等の基礎資料として利用。

今後は、より民間事業者のニーズに合った統計を模索。民間とともに施策を推進。



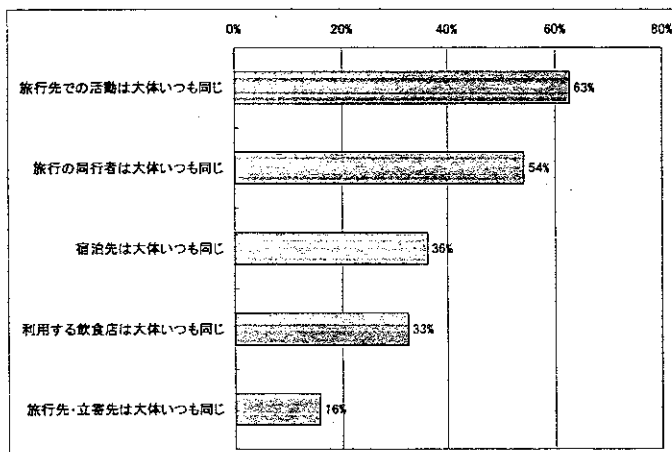
資料：H18年度空港アンケート調査（沖縄県）  
H17年度観光要覧（沖縄県）



資料：H17年度観光統計実態調査（沖縄県）

#### 沖縄県が2000年以降に実施してきた統計調査・マーケティング調査（主なもの）

- ・空港調査（2001年以降、那覇空港中心。毎四半期。属性、旅行内容、消費額）
- ・経済波及効果調査（2000年、2004年に実施。空港で消費の詳細を聞く）
- ・県民旅行量調査（数年に一度。経済効果調査に利用）
- ・観光客満足度調査（3年に一度実施）
- ・リピーター調査（06年度）、非来訪客調査（07年度）
- ・外国人客調査（那覇空港国際線、台湾からのクルーズ客など）
- ・観光産業実態調査（数年に一度の事業者調査。域内調達率、人材育成等）等



資料：H17年度空港アンケート調査（8,11月分。来訪5回以上のみ）よりJTBF作成