

外国人来訪者の東京都区内周遊行動の実態分析*

Analysis of Foreign Visitors Behavior in Tokyo Metropolitan Area*

古屋秀樹**・野瀬元子***・堀雅通**・太田勝敏****

By Hideki FURUYA**・Motoko NO-SE***・Masamichi HORI**・Katsutoshi OOTA****

1. はじめに

外国人来訪者にとって、非日常空間・異国の地における交通・移動におけるバリアの軽減は、サービスの向上に加え、満足感の向上、来訪動機の増大につながると考えられる。諸外国のいくつかの都市では都市への来訪者・観光客を対象として販売する交通パスの導入事例がみられ、観光施設への入場券等が割安になる特典を付帯させながら利用者への便宜がはかられている。

そこで、本研究では日本における交通パスの導入実態を把握するとともに、東京都区部を対象に外国人来訪者の立ち寄り地点の組み合わせを主とした周遊行動の把握を目的とする。最終的な研究目標である、入場料割引提携施設や交通費用の割引率の仮想設定下における交通パスの需要や購入者のメリットの導出に対して、本論文は実態把握、基礎的情報取得と位置づけされる。

2. 日本における「観光交通パス」の導入事例

(1) 導入事例調査

本研究では、「観光交通パス」を「都市内の鉄道・バス・路面電車などが1日など一定期間、定額で利用できる乗車券と観光施設への入場券等が割安になる特典を併せ持ったもの」と定義する。

現在、主に路面電車を利用できる観光交通パスの導入状況について、各交通事業者のHPを中心に調べたところ、表-1に示すように8導入事例がわかった。その多くは、観光施設等における入場料・飲食費の割引が多いが、プレゼントの提供も一部である。松山城下めぐりきっぷのみ5施設の拝観料が含まれているが、他チケットと比較して価格が高く設定されている。来訪者にとっては、パスを見せるだけで乗降が自由にでき、観光施設等での割引を受けられることから、交通機関、提携施設への入場がある一定回数以上で購入者はメリットを享受できると考えられる。

*キーワード：都市観光，立ち寄り地点，周遊行動

**正会員,博(工),東洋大学国際地域学部国際観光学科
(東京都文京区白山 2-36-5,TEL+Fax.03-5844-2202)

***正会員,修士(国際観光),東洋大学大学院国際地域学専攻

****正会員,Ph.D,東洋大学国際地域学部国際地域学科

(2) 供給者の導入意向

これら観光交通パスを販売する供給者の考えはどのようなものであろうか。地下鉄を運営する交通事業者1社を対象に、観光交通パスの導入経緯についてヒアリングを行った。この事業者では、地下鉄が終日乗降可能なチケットに、各種施設での割引特典を加えた観光交通パスを販売している。パスは地下鉄初乗り距離を5回乗れば割安になる料金を設定しているが、他の交通事業者とのタイアップした観光交通パスでは、それよりも高い割引率を設定している。

企画したきっかけ、理由

民営化の際、積極的な増収努力の1つとして行った。地域をカバーする路線ネットワーク、私鉄との相互直通運転の実施など自社の強みを活かしながら、地域資源を活用した経営努力の一環である。また、「迷いそう、乗換えが面倒」と言ったお客様のバリア解消の目的もあった。

想定する購入者層、販売数予測と価格設定について

地下鉄利用者によって利用頻度や料金、距離、目的地などそれぞれ違っており、観光交通パスの需要・販売数の予測は困難である。したがって、企画の段階から地下鉄を利用する機会の少ない私事・旅行者をターゲットにした。旅行者用チケット・他交通事業者とのタイアップ乗車券もあり、その価格設定では「きりが良い」という定性的な理由も大きく影響している。

年間・月別販売実績

全企画乗車券をあわせて年間約200万枚の販売数である(月別販売枚数は不明だが、季節変動は小さい)。購入者の提携施設の平均訪問数

実績は把握していない。ある施設の場合、年間約2000件の観光交通パス提示があったという。

提携施設との収入配分の考え方

収入の配分行われぬ。特典冊子に施設を掲載するのに対して、割引入場料金設定を提携施設から提示頂くようにしている。「お客様が当該地域に来て施設を利用したときに魅力のある割引となるように…」と頼んでいる。提携事業者は、料金を低く設定することとなるが、企画乗車券によって交通事業者各駅に宣伝されるメリットを享受できる。広告費を

表-1 路面電車に関連した観光交通パス

発行元	名称	交通機関の利用	特典	発券額
1 函館市交通局	市電1日乗車券	市電が1日乗降可能	店頭にマークが掲示されている飲食店、みやげ品店、見学施設などで、当日有効の1日乗車券を提示すると各種割引サービス	大人 600円 小児 300円
2 東京都交通局都電荒川	都電一日乗車券/ 都電IC一日乗車券	都電荒川線が1日乗降可能	沿線の協賛店で「都電一日乗車券」を提示すると割引	大人 400円 小児 200円
3 江ノ島電鉄株式会社	のりおりくん	江ノ電が1日乗降可能	レストラン・博物館などで割引	大人 580円 こども 290円
4 京阪電気鉄道大津線	湖都古都・おおつ1dayきっぷ	石山坂本線・京津線が1日乗降可能	沿線の施設で割引・プレゼントなどの各種特典	大人 500円 学生 400円 小人 250円
5 京福電鉄	嵐電1日フリーきっぷ	嵐電の嵐山本線・北野線が1日乗降可	「足湯」の割引利用のほか、沿線の神社や観光施設など26施設の入場料割引	大人 500円 子供 250円
6 伊予鉄道	松山城下めぐりきっぷ	市内電車全線（坊っちゃん列車除く）、およびバス5線が1日乗降	道後温泉本館、又新殿他5施設の拝観料込	大人 2200円 小児 1100円
7 熊本市交通局	市電・市バス1日乗車券	市電・市バスの全路線	熊本城 他11施設の入場・入館が2割引（施設利用割引券6枚付き）	大人 700円 小児 350円
8 鹿児島市交通局	カゴシマシティビュー1日乗車券	市電、市バス及びカゴシマシティビューに1日乗降可	かごしま近代文学館などが割引料金で利用可能	大人 600円 小児 300円

（多少なりとも）削減できる他、それによる需要増加 単位の行動を把握できない。

表-2 居住地別サンプル数ならびに居住地別年齢階層別構成割合(30%～：赤,20%～：橙,10%～：黄)

居住国	総計 サンプル数	男性									女性								
		割合	10代	20代	30代	40代	50代	60～	不明	小計	10代	20代	30代	40代	50代	60～	不明	小計	
アメリカ	95	7%	3%	18%	18%	6%	6%	1%		53%	5%	9%	6%	4%	12%	7%		44%	
フランス	73	5%	15%	25%	11%	4%	4%	3%		62%	8%	11%	5%	7%	3%	1%		36%	
イギリス	83	6%		27%	19%	7%	5%	5%	2%	65%	1%	20%	7%	1%	2%	1%		34%	
ドイツ	134	10%	1%	19%	10%	10%	11%	4%	2%	57%	1%	20%	9%	3%	2%	3%	1%	39%	
その他欧州	56	4%		14%	29%	4%	2%	2%		50%	2%	18%	23%	2%	2%			46%	
韓国	247	18%	1%	19%	13%	6%	4%	1%		44%	2%	30%	13%	8%	2%	1%		55%	
中国	240	17%		10%	17%	14%	5%	3%	2%	50%	0%	13%	15%	7%	4%	1%	0%	41%	
台湾	91	6%		7%	11%	2%	4%	2%	1%	27%		35%	11%	13%	10%			69%	
その他アジア	44	3%		5%	14%	14%				32%	5%	30%	11%	11%	7%	2%	2%	68%	
オーストラリア	78	6%	1%	17%	21%	9%	3%	8%		58%		14%	13%	9%	4%	1%		41%	
ニュージーランド	5	0%		40%	20%					60%		20%	20%					40%	
その他	190	14%		23%	15%	8%	7%	3%	1%	57%	2%	14%	9%	4%	8%	1%	2%	41%	
不明	69	5%		14%	10%	7%	4%	9%	1%	46%	4%	16%	7%	6%	4%	4%	1%	43%	
総計	1405	100%	1%	17%	15%	8%	5%	3%	1%	51%	2%	19%	11%	6%	5%	2%	1%	46%	

によるメリットを享受できると考えられる。

以上のように、ヒアリングを通じて観光施設とのリンクによって潜在的な需要の誘発を手段と考えること、業者間で収入を分配する手続きを省きながら魅力ある観光交通パスを販売していることがわかった。

3. 外国人来訪者の東京都区内周遊の実態

(1) 使用データ、サンプルの概要

供給者サイドから観光交通パスの導入実態やその理由をみてきたが、需要サイドである外国人来訪者は都区部でどのような地点に立ち寄っているのだろうか。

周遊パターンの実態把握を行うため、私事（観光）トリップの実態を把握する必要があるが、東京都市圏PTは平日のみの調査であること、大都市交通センサスは外国人の調査サンプルが少ない・目的地が不明などの問題がある。外国人を調査したデータとして、「JNTO訪日外客実態調査2006-2007(訪問地調査編)」などがあるが、個票

そこで本研究では、東京都が実施した外国人旅行者行動特性調査データを用いて分析を行う。この調査は、2008年2-3月、東京観光情報センター（都庁）付近の外国人通行者を対象として、面接ヒアリングによって聞き取った行動データである。主な調査項目は以下の通りである。

- 個人属性：年齢，性別，居住国，年収
- 来日行動：訪日目的，訪問回数，宿泊先，滞在日数，予算総額
- 訪問した地域に関する調査項目

・訪問地，目的，情報入手方法，移動手段，立寄場所
 ・食事の有無，消費金額，決済手段，購入した土産
 これらの調査項目について，調査言語 9 言語（日，英，ハンガリー，中(2)，独，伊，スペイン，露）により聞き取りし，サンプル総数は1405であった。

表-2にサンプル概要を示すが，居住地分布で韓国，中国，台湾など東アジアが大きな割合を占め，欧州，北米も比較的多い。また年齢階層では，いずれの居住国でも20，30代の割合が高い。都庁展望階や外国人向けのパ

ンフレットが入手できる東京観光情報センターがあるため、バックパッカーなどが集まったことによると考えられる。なお、これらの約8割が観光目的で来訪しており、性年齢階層別に大きな差違はみられなかった。

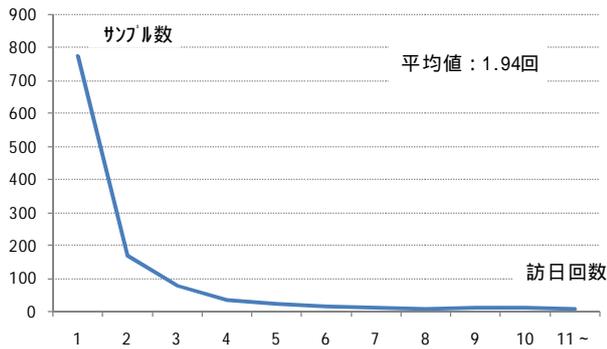


図-1 訪日回数分布



図-2 滞在日数分布

サンプルの訪日回数分布(図-1)をみると、初回来訪者:68%, 2回目:15%となっており、平均滞在日数は9.39日(中央値:6日)であった(図-2)。これらを居住地別に集計したものが表-3である。韓国、台湾では、訪日回数が多いのに対して、平均滞在日数が小さい傾向を示し、アクセス費用を補うために長期の観光行動を行っていると考えられる。

表-3 居住地別平均訪日回数・滞在日数

	平均訪日回数	平均滞在日数
アメリカ	1.68	9.67
フランス	1.72	11.07
イギリス	1.41	10.78
ドイツ	1.55	12.78
その他欧州	1.49	12.80
韓国	1.88	5.65
中国	1.36	6.66
台湾	2.49	5.93
その他アジア	2.37	8.59
オーストラリア	1.38	13.46
ニュージーランド	1.60	8.40
その他	1.47	10.94
不明	1.36	9.94
総計	1.65	9.39

また、繁華街の情報の入手媒体であるが、ガイド

ブック(利用率58%), インターネット(48%), 知人(35%)という順位であったが、中国のみ 旅行会社(43%), 知人(42%), インターネット(30%)となっており、国外旅行環境の差違と考えられる。東京における主な利用交通機関についても地下鉄(67%), 電車(50%), バス(35%)という順位になっているが、中国居住者のみバスの利用率が高い(37%)。

(2) サンプルの立ち寄り特性

表-4は、外国人観光客の地域別訪問者数を示しているが、銀座、浅草、上野、皇居周辺などの伝統的な観光地域に加え、新宿をはじめとして渋谷、原宿などの繁華街の立ち寄り割合も高い。また、立寄割合と「最も満足した街」指摘割合との関係は正の相関(R=0.81)を示す。

さらにサンプル全体の選択肢となった繁華街の訪問地域数では、1地域のみ:9%となっているが、8地域まで概ね10%前後の構成比率となり、ばらつきがみられる。

表-4 立寄別訪問者数及び立寄地域数分布

地域	立寄サンプル数	立寄割合	指摘割合*1	立寄地域数	サンプル数	割合
新宿	1133	81%	29%	0	25	2%
銀座	863	61%	15%	1	127	9%
浅草	670	48%	6%	2	119	8%
渋谷	626	45%	11%	3	173	12%
上野	559	40%	4%	4	175	12%
皇居周辺	541	39%	7%	5	184	13%
原宿	532	38%	7%	6	128	9%
六本木	496	35%	3%	7	150	11%
秋葉原	462	33%	5%	8	107	8%
お台場	405	29%	9%	9	86	6%
赤坂	293	21%	1%	10	48	3%
池袋	255	18%	1%	11	32	2%
品川	183	13%	0%	12	14	1%
その他	119	8%	1%	13	11	1%
日本橋	109	8%	0%	14	6	0%
汐留	105	7%	0%	15	9	1%
青山	79	6%	1%	16	4	0%
両国	68	5%	0%	17	6	0%
				18	1	0%

*1:「最も満足した街」との指摘

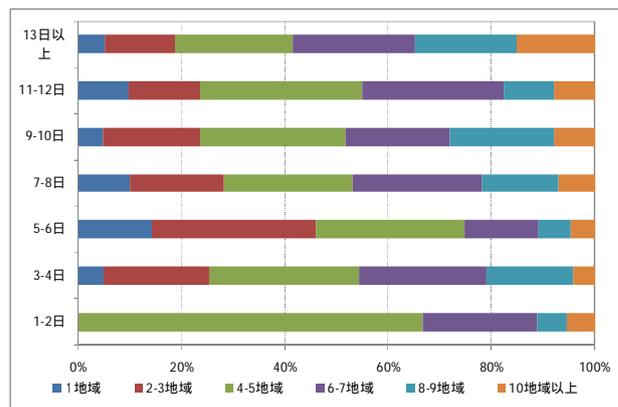


図-3 滞在日数別立寄地域数構成割合

図-3は、滞在日数別立寄地域数を示したものであるが、長期滞在になるほど、若干立ち寄り数が増加するものの、明確な傾向は見出せない。したがって、日程による時間制約以外の要因が訪問地域数を規定していることが考えられる。それでは、どのような要因が立ち寄り先を決定しているのだろうか。個人個人の嗜好、観光欲求によって訪問地やその組み合わせを規定すると仮定すると、訪問先の組み合わせから、東京への来訪動機が考察できると考えられる。

そこで、表-4に示す地域への訪問の有無を1,0としたデータを用いて主成分分析を行った。表-4は主成分分析結果である。累積寄与率が概ね50%となる5主成分までを取り上げるものとする。第1～5主成分それぞれをみた場合、絶対値1に近い負荷量となる数値の地域は、類似した訪問パターン（A地域に訪問した場合、B地域にも訪問する傾向が強い）と考えられる。

まず、第1主成分では、渋谷、原宿、六本木、新宿など山手線西側沿線の地域が抽出されており、比較的若者が集まる活気あふれた街への来訪と考えられる。

さらに、東京における伝統的な繁華街、下町への訪問と考えられる第2主成分（浅草、上野、池袋）、銀座、皇居といった主要観光資源が隣接する第4主成分、臨海部の新スポットである第5主成分（お台場、汐留）などと解釈することができ、比較的近接した地域が現れるケースがみとめられる。これは、アクセスの容易性に加え、比較的類似した都市のイメージが形成されているためと考えられる。

表-4 主成分分析における主成分負荷量

主成分	第1主成分	第2主成分	第3主成分	第4主成分	第5主成分
グループ名	副都心+六本木	上野・浅草+池袋	両国近辺+青山	銀座・皇居	臨海新スポット
銀座	-0.14	0.01	0.04	0.72	-0.14
皇居周辺	0.01	-0.18	-0.17	0.58	-0.03
日本橋	0.16	0.00	-0.59	0.12	-0.26
赤坂	-0.02	-0.33	-0.25	0.45	0.14
六本木	-0.53	0.02	-0.18	0.47	0.02
新宿	-0.47	-0.25	0.10	0.13	0.04
原宿	-0.65	-0.18	-0.10	-0.10	-0.30
青山	-0.32	0.19	-0.61	0.03	0.01
渋谷	-0.75	-0.15	-0.06	0.06	-0.10
上野	-0.29	-0.59	0.03	0.13	-0.12
浅草	-0.06	-0.68	0.02	0.23	-0.16
お台場	-0.21	-0.23	-0.07	-0.16	-0.74
汐留	-0.04	0.02	-0.17	0.28	-0.69
品川	-0.04	-0.14	-0.41	0.20	-0.21
秋葉原	-0.30	-0.38	-0.19	0.04	0.01
両国	-0.03	-0.22	-0.64	0.07	0.02
池袋	-0.17	-0.56	-0.40	-0.12	-0.02
固有値	1.90	1.67	1.67	1.56	1.31
寄与率	11.2	9.8	9.8	9.2	7.7
累積寄与率	11.2	21.0	30.8	40.0	47.7

第1～5主成分で示された訪問パターンは、来訪者の嗜好に密接に関わる居住地と関連すると予想されることから、居住地別訪問パターン構成比率を導出した(図-4)。図中凡例の数値が、表-4に示す立ち寄り地点と対応している。図より、欧米と韓国、中国、台湾とのパターンの差異が見られ、これらは滞在日程や訪問者の嗜好が影響していると考えられる。

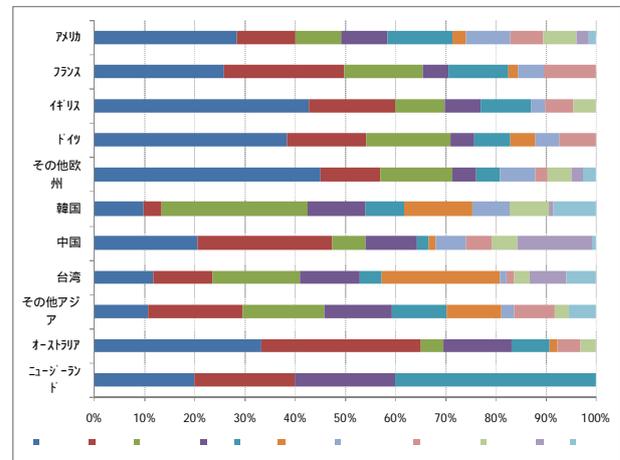


図-4 居住地別訪問パターン構成比率

4. おわりに

本論文では、交通パスの導入実態を把握した後、東京都区部を対象に外国人来訪者の立ち寄り地点の組み合わせを主とした周遊行動の把握を目的として、来訪者へのアンケート調査をもとに分析を行った。

その結果、ドイツをはじめ欧米からの来訪者も多いものの、中国、韓国、台湾からの来訪者が多いこと、居住地と滞在日数・訪日回数との関連性がみられ、訪問パターンにも差違があることを明らかにした。また、主成分分析より訪問地域がいくつかグループ化できることが示唆された。

今後の課題として、個人属性をより詳細に考慮した周遊行動分析、ならびに交通パス導入による効果推計が上げられる。

謝辞

本研究遂行にあたり、東京都産業労働局観光部より外国人旅行者行動特性調査データの提供を頂いた。ここに深謝の意を表します。また、本研究は科研費(20560494)の助成を受けたものである。