

# 訪日外国人旅行者の 観光活動と訪問地に着目した観光行動分析

松井 祐樹<sup>1</sup>・日比野 直彦<sup>2</sup>・森地 茂<sup>3</sup>・家田 仁<sup>4</sup>

<sup>1</sup>学生会員 政策研究大学院大学 大学院政策研究科 (〒106-8677 東京都港区六本木7-22-1)  
E-mail:mjd14209@grips.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 政策研究大学院大学准教授 大学院政策研究科 (〒106-8677 東京都港区六本木7-22-1)  
E-mail:hibino@grips.ac.jp

<sup>3</sup>名誉会員 政策研究大学院大学教授 大学院政策研究科 (〒106-8677 東京都港区六本木 7-22-1)  
E-mail:smorichi.pl@grips.ac.jp

<sup>4</sup>フェロー会員 政策研究大学院大学教授 大学院政策研究科 (〒106-8677 東京都港区六本木7-22-1)  
E-mail:ieda@grips.ac.jp

インバウンド観光は、交流人口の拡大による経済の活性化などの観点から今後の日本にとって重要な役割を担うものである。これまでの台湾、韓国、中国からの訪日外国人旅行者に加え、近年では急速な経済成長やビザの大幅規制緩和措置などを背景に東南アジア諸国からの旅行者も大きく増えている。観光行動の多様化が進む中で、ニーズを十分に捉えた観光政策が求められている。しかしながら、彼らがどのような観光活動を好み、どのような地域を訪問する傾向にあるかを観光統計データに基づき定量的に分析された研究はこれまでにない。本研究は、訪日外国人消費動向調査（2010年～2013年）の個票データを用いて、観光活動と訪問地を組合せて分析し、個人属性による観光活動の差や時系列変化を定量的に示したものである。

**Key Words:** *tourism policy, inbound tourism, tourism activities, destinations trend*

## 1. はじめに

### (1) 本研究の背景と目的

インバウンド観光は、交流人口の拡大による経済の活性化、さらには自国へのアイデンティティ醸成などの観点から今後の日本にとって重要な役割を担うものである。国として積極的な取組みが展開され、2013年には1,000万人を達成し、2014年には1,341万人と過去最高値を達した。しかしながら、国内における旅行消費額22.5兆円の内、訪日外国人旅行者等が占める割合は5.7%とわずかであり、まだまだ伸び代があるマーケットである。

現在、訪日旅行が多い国としては、韓国、台湾、中国、香港などが挙げられる。また、経済成長著しい東南アジア諸国からの旅行者数も近年大きく増えており、訪日旅行者数の増加と共に観光行動の多様化が進んでいる。一方、現在の訪日外国人旅行者数の伸びを長期的に維持することが困難であるとの指摘もあり、アジアからの海外旅行者が、今後、日本以外の国を選択する可能性も否定できない。さらなる訪日外国人旅行者の増加に向けては、統計データより現状を分析し、個人属性（国別、初訪日・リピーター、団体・個人）や時系列変化などの特徴やその構造変化を捉えた観光政策が求められる。

そこで、本研究では、訪日外国人旅行者の観光活動（何をしたのか）と訪問地傾向（どこへ行ったのか）に着目し、彼らの行動パターンを観光統計データに基づいて定量的に分析し、今後の観光政策における基礎的資料とすることを目的とする。また、分析を通じ戦略的な観光政策立案に向けた考察を行う。

### (2) 既往研究の整理と本研究の位置付け

インバウンド観光に関する研究は、観光行動<sup>1)</sup>、政策影響<sup>2)</sup>、将来予測<sup>3)</sup>等、これまで様々な視点から研究が行われてきた。しかしながら、訪日外国人旅行者の観光行動について、定量的な分析による研究が十分行われていないのが現状である。

外国人旅行者の観光活動については、田中<sup>1)</sup>や金<sup>2)</sup>が実際に販売されている「日本旅行商品」に着目し、旅行者の観光行動を把握している。旅行商品が顧客のニーズを十分反映しているという前提での分析であり、多様化する個人旅行者の行動変化までを捉えることはできていない。訪問地傾向については、菱田ら<sup>3)</sup>が観光統計データを使用し、訪日中国人旅行者の日本における観光行動の違いを居住地地域別、訪日経験別に時系列で分析している。訪問地傾向の変化という結果は明らかにされている。

ものの、なぜその地を選択したかの原因までは考察できていない。

以上のとおり、訪日外国人旅行者の活動内容と訪問地傾向を組み合わせ、彼らの観光行動を観光統計データに基づき定量的に分析した研究はこれまでにない。本研究は、訪日外国人旅行者の活動内容と訪問地のパターンを観光統計データに基づいて定量的に分析することにより、訪日旅行者増加に向けた有益な情報を示すものと位置付けている。

## 2. 訪日外国人旅行者の動向

### (1) 近年の訪日外国人旅行者数の伸び

#### a) 増加量と伸び

2003年以降の訪日外国人旅行者数（上位10カ国）の推移を図-1に示す。2009年の世界金融危機、新型インフルエンザ流行や2011年の東日本大震災においては、各国マイナス成長を記録しているが、2012年以降は各国とも大幅に増加しており、特に近年はタイの伸びが著しい。2014年には台湾がこれまで最も訪日旅行者数が多かった韓国を抜いて1位になっている。図-2は、訪日外国人旅行者の増加数と増加率を示しており、増加数10万人以上かつ増加率50%以上を基準として着目すべき市場8カ国（台湾、韓国、中国、香港、タイ、オーストラリア、マレーシア、シンガポール）を選定した。本研究においては、この8カ国に対して詳細に分析する。

#### b) ビザ規制緩和状況

ビザ（査証）とは日本への入国許可の要件の一つとなっているものであるが、近年、政府は治安への十分な配慮を前提としつつ、訪日旅行者増加に大きな効果の見込まれる国に対しビザ免除や、ビザの発給要件の緩和といったビザ緩和と政策を積極的に進めている（表-1）。

ビザ規制緩和の効果は極めて分かりやすく出るものであり、2013年7月にビザ免除とする規制緩和策を導入したタイとマレーシアにおいては、2014年の訪日旅行者数は2012年比でそれぞれ152%、92%の増加となっている。また、2014年9月にはフィリピン、ベトナム、においてこれまでの一次ビザから数次ビザへ大幅規制緩和がなされ2014年10月は前年同月比でそれぞれ79%、35%の増加となった。中国においても2015年1月の数次ビザの大幅規制緩和がなされた。これに加えて、消費税免税制度や円安進行による訪日旅行の割安感の浸透などにより今後さらなる増加が見込まれている。

### (2) 分析対象国の基本データ

表-2に分析対象8カ国の基本データとして人口、GDP、宗教、言語に関するデータを示す。人口13.6億人で1人

当たりGDPも急激に伸ばしている中国は最も重要なマーケットの一つと言える。人口1,000人あたりの訪日客数を計算した結果、香港が最も多く128人であったのに対し、中国は最も少なく2人であり今後さらなるプロモーションが必要であると言える。分析対象国の公用語については、英語以外に韓国語、中国語、タイ語、マレー語があり多言語化への対応も求められる。また、マレーシアはイスラム教徒が約60%を占め、宗教上の理由から食事や礼拝への配慮が必要になる。イスラム教徒は、原則としてイスラム法で禁止されている豚やイスラム法にのっとって処理されていない動物を口にしない。基準に沿って処理された食品・日用品をハラールと呼ばれ認証制度もあるが、日本ではなかなかハラール対応が進んでいないのが現状である。

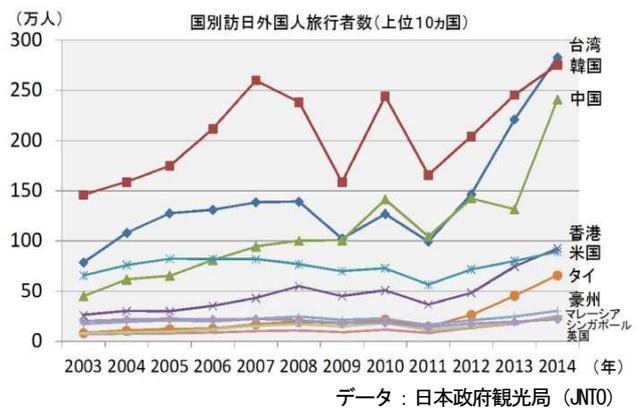


図-1 国別訪日外国人旅行者数（上位10カ国）

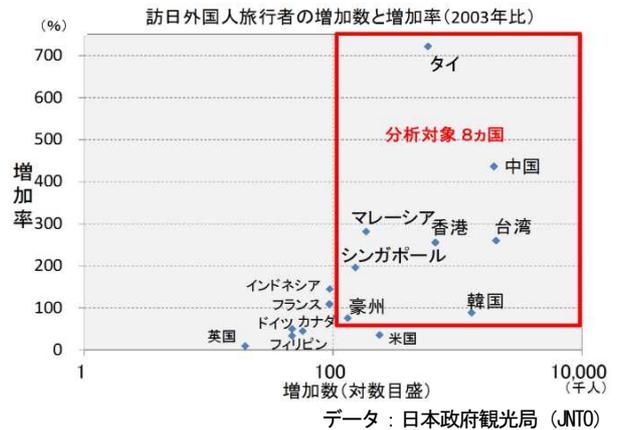


図-2 訪日外国人旅行者の増加数と増加率（2003年比）

表-1 ビザ規制緩和状況

国名	以前の措置	緩和措置（補足）	※2015.1現在	開始日
タイ	数次ビザ	ビザ免除	(ICAO標準のIC旅券)	2013.7
マレーシア	数次ビザ	ビザ免除	(ICAO標準のIC旅券)	2013.7
インドネシア	数次ビザ	ビザ免除	(IC旅券事前登録制)	2014.6
インド	一次ビザ	数次ビザ	(ICAO標準のIC旅券)	2014.7
フィリピン	一次ビザ	数次ビザ	(指定旅行会社経由で実質免除並の一次観光ビザ)	2014.9
ベトナム	一次ビザ	数次ビザ	(指定旅行会社経由で実質免除並の一次観光ビザ)	2014.9
中国	数次ビザ		(1) 商用目的の者や文化人・知識人に対する数次ビザ 日本への渡航要件の廃止等 (2) 個人観光客の沖縄・東北三県数次ビザ 経済要件の緩和、家族のみの渡航を許可 (3) 相当の高所得者に対する個人観光数次ビザ 訪問地要件の廃止	2015.1

(3) 入港別訪日客数

図-3 は、2013 年の入港別訪日客数を示している。主要 8 港からの入港が約 90%を占め、さらに訪日旅行者数の約 60%が成田、羽田、関西の 3 港からの入港となっていることが見て取れる。特にオーストラリア、シンガポールはその傾向が顕著である。一方、韓国は博多港からの入国者が約 12%を占め他の国の 2 倍以上となっている。これは、韓国からの高速船やクルーズ船による入港が多いことが大きな要因となっている。

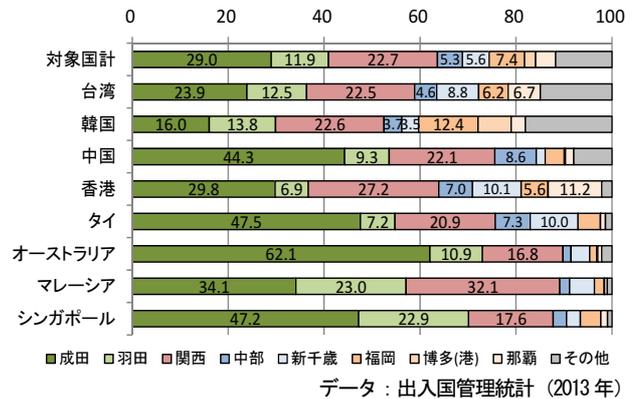


図-3 入港別訪日客数

(4) 都道府県別の宿泊者数

表-3 は、2013 年の都道府県別の外国人旅行者の延べ宿泊者数を示しており、上位 10 都道府県を着色している。ほとんどの国が、東京、大阪、北海道だけで日本全体の 50%以上を占め、宿泊地の偏りが大きいことが見て取れる。また、訪日外国人の宿泊者数が各都道府県にどの程度分散しているかを示す指標としてジニ係数を算出した。ジニ係数は 0 から 1 の間の値で示され、完全に平等なとき最小値 0 をとり、偏りが大きいほど 1 に近づく。シンガポール、オーストラリアは 0.9 以上であり特に偏りが大きく、台湾は 0.803 と他国と比べて偏りが小さいことことから、比較的確々な地方へ訪問する傾向にあると言える。

表-3 訪日外国人の都道府県別宿泊者数

	上位10都道府県 (%)									
	韓国	中国	香港	台湾	シンガポール	タイ	マレーシア	オーストラリア		
ジニ係数	0.837	0.856	0.843	0.803	0.904	0.862	0.879	0.903		
1 東京都	22.1	27.6	24.6	19.0	37.9	30.9	30.5	40.0		
2 大阪府	19.0	16.9	17.2	12.5	11.5	12.5	20.3	10.1		
3 北海道	7.5	7.9	16.0	16.3	21.0	14.4	16.2	5.6		
4 沖縄県	5.7	3.5	11.4	7.4	1.2	1.3	0.7	0.6		
5 京都府	2.3	5.0	3.9	7.0	5.6	3.3	5.9	17.4		
6 千葉県	1.6	9.2	3.5	5.1	7.0	6.3	7.9	6.7		
7 愛知県	1.9	6.9	2.1	2.5	1.9	6.1	2.1	1.2		
8 福岡県	8.7	1.5	2.4	3.0	1.2	1.8	0.7	0.7		
9 神奈川県	1.8	4.4	1.5	1.6	2.0	2.7	2.6	2.4		
10 山梨県	0.2	2.9	1.4	1.9	1.2	6.0	3.9	0.3		
11 静岡県	1.1	3.6	0.4	1.9	0.4	2.9	2.2	0.2		
12 熊本県	5.9	0.6	1.2	1.3	0.8	0.6	0.2	0.2		
13 兵庫県	2.0	1.2	2.4	2.3	0.7	0.6	0.8	0.7		
14 長野県	0.6	0.6	1.1	2.5	1.1	1.1	0.5	4.8		
15 大分県	4.6	0.3	0.9	0.8	0.6	0.7	0.2	0.1		
16 岐阜県	0.5	0.7	1.4	1.7	1.2	2.7	1.1	1.5		
17 長崎県	2.8	0.4	0.8	1.6	0.5	0.5	0.2	0.4		
18 石川県	0.5	0.5	1.0	1.9	0.8	0.5	0.5	0.6		
19 鹿児島県	1.2	0.3	0.5	1.2	0.5	0.1	0.2	0.2		
20 和歌山県	0.2	0.3	2.3	0.7	0.3	0.2	0.1	0.2		
21 宮崎県	2.0	0.1	0.3	0.5	0.2	0.0	0.0	0.0		
22 広島県	0.6	0.6	0.2	0.3	0.4	0.5	0.5	3.2		
23 富山県	0.4	0.3	0.4	1.0	0.2	0.6	0.2	0.0		
24 滋賀県	0.3	0.4	0.5	0.9	0.1	0.2	0.3	0.1		
25 三重県	0.6	0.4	0.3	0.5	0.1	0.3	0.1	0.1		
：										

データ：宿泊旅行統計調査 (2013年)

3. 対象8カ国の訪日外国人旅行者の現状分析

(1) 分析統計データ

観光庁の協力を得て、「訪日外国人消費動向調査」の 2010 年~2013 年の個票データを利用し、対象 8 カ国の訪日外国人観光旅行者について分析を行う。分析に用いる統計データの概要を表-4 に示す。本調査は、訪日外国人客の消費実態等の把握を目的に、2010 年から観光庁が四半期ごとに行っているものである。訪日外国人旅行者にはビジネス客や親類等の訪問客も含まれるが、本研究では訪日の主目的を「観光・レジャー」と回答しているサンプルのみを分析対象とする。また、短期滞在の定義に従い滞在日数 90 日以内、観光活動および訪問地に対する有効回答、滞在日数に対する観光活動数が極端に少ないまたは多いサンプルを外れ値として除外し分析対象サンプルを抽出した (表-5)。

表-4 データ概要

項目	内容
調査名称	訪日外国人消費動向調査 (2010 年~2013 年)
調査時期等	四半期 (1~3 月, 4~6 月, 7~9 月, 10~12 月) ※2010 年 4 月~6 月調査から実施
調査対象	1 年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人客
調査方法	調査員による聞き取り調査 調査実施場所：新千歳、仙台、東京国際 (羽田)、成田国際、中部国際、関西国際、広島、高松、福岡、那覇及び博多港の 11 空港
調査項目	回答者の属性 (国籍、性別、年齢等)、訪日目的、主な宿泊地、消費額など

表-5 対象サンプル数

表-2 分析対象国の基本データ

項目	単位	台湾	韓国	中国	香港	タイ	オーストラリア	マレーシア	シンガポール	
人口	百万人 (2013年比)	23 (3%)	50 (5%)	1,361 (5%)	7 (7%)	68 (7%)	23 (18%)	30 (18%)	5 (31%)	
GDP per capita	dollar (2013年比)	41,539 (75%)	33,791 (71%)	11,868 (20%)	52,984 (79%)	14,136 (68%)	43,345 (69%)	23,160 (69%)	78,762 (73%)	
宗教	%	道教: 52 キリスト教: 37 仏教: 11	キリスト教: 29 仏教: 23 無宗教: 47	仏教、道教、儒教が 三大宗教	道教: 33 キリスト教: 27 中国語(公) 広東語(公) 上海語 広東語(他)	道教: 33 仏教: 33 キリスト教: 1	仏教: 94 キリスト教: 5 英語(公)	キリスト教: 61 仏教: 3 イスラム教: 2	イスラム教: 60 キリスト教: 19 キリスト教: 9 マレー語(公) 英語(準公) 中国語(公)	仏教: 33 キリスト教: 18 無宗教: 17
言語	-	中国語(公) 台湾語	韓国語(公)	中国語(公) 上海語 中国語(公) 英語(公)	中国語(公) 中国語 中国語 マレー語	英語(公)	英語(準公)	マレー語(公) 英語(準公) 中国語(公) マレー語	中国語(公) 中国語(公) 中国語(公) 中国語(公)	

データ：国際通貨基金(IMF)2013年JNTO書籍

	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	総計
台湾	1,109	1,592	2,339	2,853	7,893
韓国	992	1,425	1,422	2,590	6,429
中国	583	682	1,262	1,134	3,661
香港	372	550	655	1,060	2,637
タイ	107	153	187	428	875
オーストラリア	155	140	110	246	651
マレーシア	30	33	89	120	272
シンガポール	72	82	141	272	567
総計	3,420	4,657	6,205	8,703	22,985

## (2) 訪日経験

図-4 は国別の訪日経験の状況を示している。中国は初訪日が約 72%と最も多く発展途上の市場であることが見て取れる。一方、台湾、香港はリピーターが70%以上を占め訪日旅行に対して熟成した市場となっている。さらに、香港は訪日3回旅行以上のリピーター約60%と特に高い割合となっている。近年急増しているタイにおいてもリピーターが約60%近くを占め、初訪日と併せてリピーターも増加していると言える。

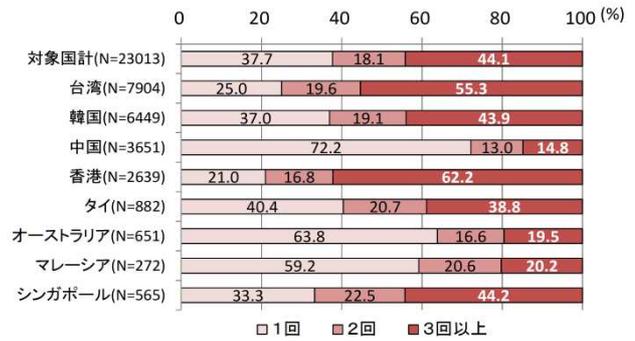


図-4 訪日経験

## (3) 旅行形態

図-5 は国別、訪日経験別の旅行形態の状況を示している。いずれの国においても初訪日よりもリピーターの方が個人旅行比率が高くなる傾向にある。特に顕著であるのが中国であり、中国の個人旅行者は初訪日では約19%と他国よりもかなり低くなっているが、リピーターでは約57%と個人旅行者が大幅に増加している。また、2015年1月の数次ビザの大幅規制緩和を受けて、今後は個人旅行者の増加がさらに加速すると予想される。

オーストラリア、シンガポールはリピーターの個人旅行者比率がそれぞれ約91%、約76%であり、ほとんどが団体ツアーを利用しない個人での旅行となっている。また、近年訪日旅行者が急増しているタイの個人旅行者は初訪日で約53%、リピーターで約73%と訪日旅行に対する成熟市場である台湾、香港よりも高い値を示している。今後、リピーター客の増加とともに個人旅行者はさらに増加していくと考えられ、個人旅行者に対するプロモーションと併せて国内の体制も整えていく必要がある。

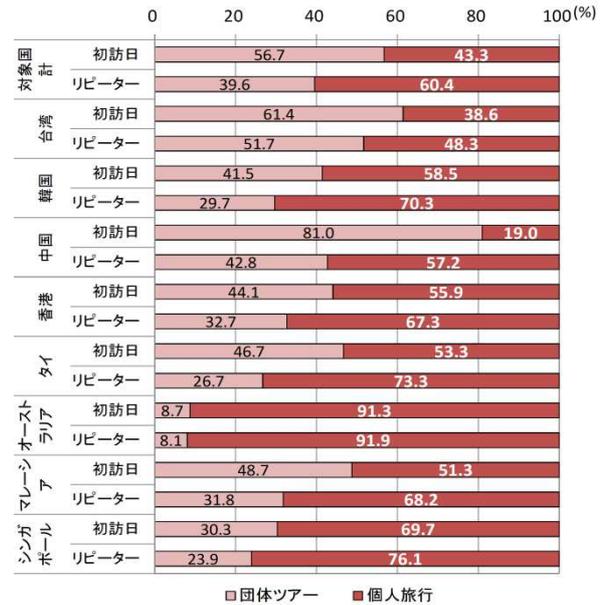


図-5 旅行形態

## (4) 観光活動

### a) 滞在日数と観光活動数

図-6 は日本での国別平均滞在日数の状況を示している。対象国全体では、4日～6日間滞在が約66%を占め最も多い。国別では、韓国の平均滞在日数が4.1日と最も短く3日以内の滞在が約37%と他の国に比べ特に高い値を示している。3日以内の滞在者の多くが高速船やクルーズ船による九州への訪日客である。一方、オーストラリアの平均滞在日数は12.0日と最も長くなっている。図-7は、滞在期間中の観光活動数を滞在日数で割った値、すなわち1日当たりの観光活動数を示している。韓国が1.4と最も高い値を示していることから、短い期間に多くの観光活動を実施していることが見て取れる。一方、オーストラリアは0.7と最も少ないことから、時間をかけてのんびり観光していることが見て取れる。1日当たりの観光活動数は訪日経験が増えるにつれて減る傾向にあり、よりのんびり観光するようになっていくことが見て取れる。

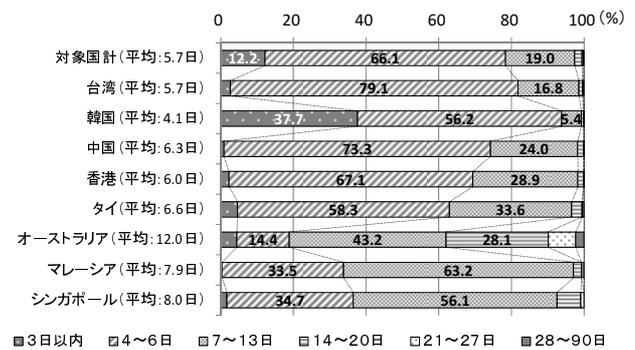


図-6 滞在日数

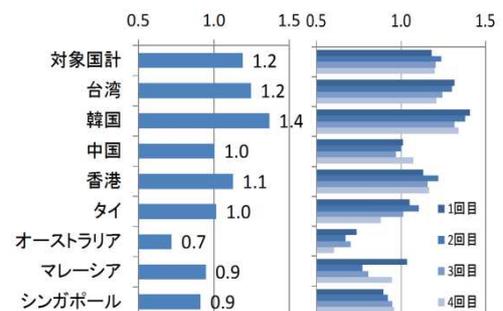


図-7 1日当たりの観光活動数

b) 項目別実施比率

図-8 は日本滞在中でどのような観光活動を実施したかについて 22 項目の選択肢の中から複数回答で得られた結果を対象国すべてについて単純集計したものである。訪日外国人旅行者の約 97%が 1 度は日本食を食べ、約 84%がショッピングを実施していることが見て取れる。国別で集計してもこの傾向はほとんど同じであり、この結果だけを見て国ごとの特徴を捉えることは難しい。そこで、一人の持ち点を 1 点として回答数に対する重みをつけて国別に集計した結果を表-6 に示す。項目別に見て、高い値をとる上位 3カ国まで着色をしている。韓国、中国は「自然・景勝地観光」や「温泉入浴」など日本における古くからの魅力に対する観光活動を好み、オーストラリア、マレーシアは「映画・アニメの地を訪問」「日本の生活文化体験」といった日本における新しい魅力に対する観光を好む傾向にあることが見て取れる。さらに、項目別に国ごとのバラツキを見るために変動係数を計算した。結果から実施比率の高い上位 4 項目の変動係数は、すべて約 0.1 程度であり国ごとの実施比率にほとんど差がないことが見て取れる。

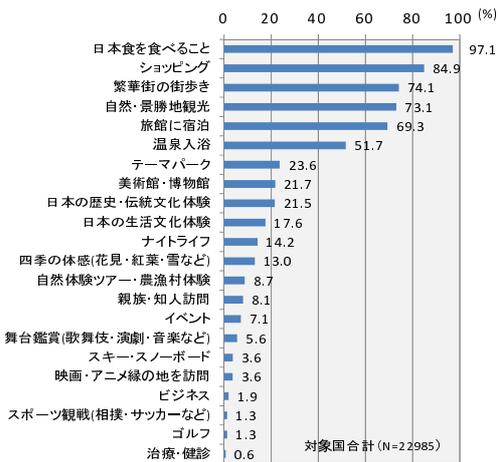


図-8 項目別の観光活動比率

表-6 項目別の観光活動比率

	台湾	韓国	中国	香港	タイ	オーストラリア	マレーシア	シンガポール	平均	変動係数
日本食を食べること	17.2	23.0	18.1	18.2	19.9	16.3	16.4	17.8	18.4	0.1
ショッピング	14.9	15.4	15.7	15.8	16.9	12.0	14.7	14.8	15.0	0.1
繁華街の街歩き	11.7	13.9	11.9	12.6	12.2	11.1	12.5	13.1	12.4	0.1
自然・景勝地観光	11.9	12.4	12.5	11.7	11.2	10.3	11.3	11.2	11.6	0.1
旅館に宿泊	13.6	9.3	14.4	13.9	4.5	5.4	6.6	8.8	9.6	0.4
温泉入浴	7.4	10.7	11.3	7.3	5.6	4.5	6.2	6.6	7.4	0.3
テーマパーク	4.3	2.1	3.8	4.3	2.8	2.9	3.8	5.0	3.6	0.3
美術館・博物館	3.2	2.6	1.9	3.1	3.9	5.7	4.4	3.5	3.5	0.3
日本の歴史・伝統文化体験	3.0	2.2	2.2	2.5	3.8	6.6	5.5	4.1	3.7	0.4
日本の生活文化体験	2.7	1.2	1.6	1.9	3.6	5.9	5.7	3.6	3.3	0.5
ナイトライフ	2.0	1.3	1.1	1.8	3.6	4.7	2.5	2.2	2.4	0.5
四季の体感(花見・紅葉・雪など)	2.4	0.7	1.0	2.0	2.3	2.6	2.7	2.7	2.1	0.4
自然体験ツアー・農漁村体験	1.3	0.4	0.7	1.3	3.0	1.3	2.0	1.9	1.5	0.5
親族・知人訪問	1.1	1.5	1.0	0.6	2.4	3.0	1.7	1.3	1.6	0.5
イベント	1.1	0.4	0.6	1.0	1.0	1.6	1.5	1.1	1.0	0.4
舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽など)	0.7	0.8	0.7	0.5	0.4	0.9	0.9	0.6	0.7	0.2
スキー・スノーボード	0.5	0.2	0.5	0.7	0.4	2.7	0.9	0.5	0.8	1.0
映画・アニメ縁の地を訪問	0.43	0.35	0.34	0.40	0.52	0.82	0.39	0.48	0.5	0.3
ビジネス	0.26	0.46	0.33	0.24	1.40	0.37	0.04	0.55	0.5	0.9
スポーツ観戦(相撲・サッカーなど)	0.13	0.16	0.07	0.06	0.13	0.98	0.29	0.20	0.3	1.2
ゴルフ	0.12	0.50	0.08	0.07	0.14	0.12	0.07	0.00	0.1	1.1
治療・健診	0.07	0.08	0.08	0.06	0.08	0.22	0.04	0.08	0.1	0.6

※各項目の 1位 2位 3位

c) 観光活動の組合せ(上位 4 項目)

図-9 は観光活動の上位 4 項目の組合せパターンを表している。その組合せを見てみると対象国全体で約 50%以上が 4 項目すべての観光活動を組合せていることが見て取れる。また、日本食とショッピングの組合せは全体の 80%以上に上る。そのため、属性別の観光活動に対する特徴を明らかにするためには、ほとんどの訪日外国人旅行者が実施する「日本食を食べること」や「ショッピング」以外の観光活動に着目する必要があると言える。

(5) 訪問地傾向

a) 訪問地数の違い

図-10 に国別の訪問地数の違いを示す。地域区分は北海道、東北、関東、北陸、中部、関西、中国四国、九州沖縄の 8 地域に分けて分析を行っている。韓国の約 94%が 1 訪問地での訪日旅行となっており、滞在日数が少ないことに起因していると考えられる。3 地域以上への訪問は、中国初訪日の約 41%が最も多く団体ツアーによる旅行商品の内容に起因していると考えられる。しかし、個人旅行が多くなるリピーターでは、約 19%と 2 分の 1 以下まで減少していることが見て取れる。



図-9 観光活動の上位 4 項目組合せパターン

国別	訪問地数	訪問地数 (%)		
		1地域	2地域	3地域以上
日本	初訪日	64.2	19.9	15.9
	リピーター	81.5		14.4
韓国	初訪日	86.1		12.8
	リピーター	81.4		16.2
中国	初訪日	94.2		
	リピーター	94.1		
中国	初訪日	24.9	33.8	41.3
	リピーター	57.1	23.9	19.0
香港	初訪日	84.4		12.7
	リピーター	84.0		13.8
タイ	初訪日	46.5	38.2	15.3
	リピーター	55.8	31.3	12.7
オーストラリア	初訪日	30.6	37.3	31.8
	リピーター	47.7	26.0	26.4
マレーシア	初訪日	53.4		27.3
	リピーター	47.7	36.0	16.2
シンガポール	初訪日	61.7	26.1	12.2
	リピーター	65.8	24.7	9.5

図-10 訪問地域数

b) 訪問地傾向の違い

訪問地傾向の違いについて1地域でのみの訪問をしているサンプルについて集計した結果を図-11に示す。特徴的な国として韓国とタイについて示している。いずれの国においても中部のみの訪問が極端に少ないことが見て取れる。韓国は九州沖縄への訪問が初訪日、リピーターともに約45%であり、他の国に比べて極端に多い傾向にある。タイの初訪日は、関東への訪問が約60%を占めているが、リピーターは大きく減少し約46%となっている。また、関東が減った分リピーターでは北海道、関西への訪問が増加する傾向にある。

次に、2地域訪問しているサンプルについて図-12に示す。特徴的な国として台湾とタイについて示している。台湾の中部・北陸への訪問はリピーターで約30%を占めており、他の国よりも極端に多くなっていることが見て取れる。タイは初訪日で関東・中部への訪問が約60%を占めているが、リピーターでは2/3の約40%まで減少している。また、関東・北海道への訪問はリピーターで急増することが見て取れる。

方向を「古くからの魅力」、2軸の正の方向を「都市への魅力」負の方向を「自然への魅力」と位置付ける。

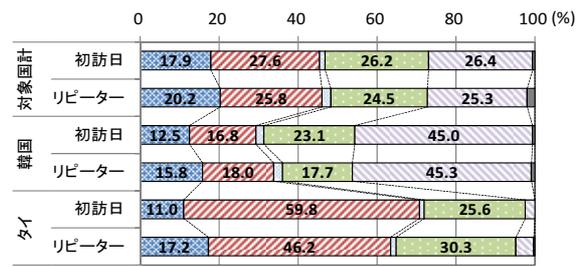


図-11 訪日回数別訪問地割合 (1地域)

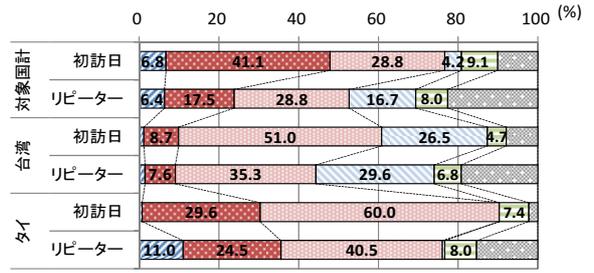


図-12 訪日回数別訪問地割合 (2地域)

4. 観光活動と訪問地傾向の関連分析

(1) 分析目的と分析方法

日本での観光活動について、サンプル相互の指向性の違いや類似性を明らかにするために、数量化Ⅲ類を適用し分析を行う。数量化Ⅲ類とは、回答カテゴリー（質的データ）とサンプル間の相関を最大にし、サンプル相互の関連性を明らかにするものである。カテゴリー間の関係を表すカテゴリースコアは複数の軸により構成され、寄与率が高い二つの軸を用いて平面上にカテゴリーとサンプルの関係を表すことができる。また、訪問地傾向を属性データとして入れ込むことで、観光活動と訪問地傾向を組合せて分析が可能となる。

本分析においては、サンプル数と国ごと回答のバラツキを考慮し、22項目の観光活動から図-13に示す枠の項目に着目して分析を行っている。具体的には、「日本食を食べること」や「ショッピング」など上位4項目は多くの旅行者が実施しており、国ごとにバラツキがほとんどないことから分析対象から除いている。また、実施が2%以下となっている項目と観光目的以外の「親族・知人訪問」も分析対象から外している。

(2) 寄与率と観光活動のカテゴリースコア

固有値および寄与率を表-7に示す。各軸とも寄与率はそれほど高くないが、特色あるファクターが確認できた。横軸に1軸、縦軸に2軸とした観光活動の散布図を図-14に示す。1軸の正の方向を「新しい魅力」、負の方向を「古くからの魅力」、2軸の正の方向を「都市への魅力」、負の方向を「自然への魅力」と位置付ける。

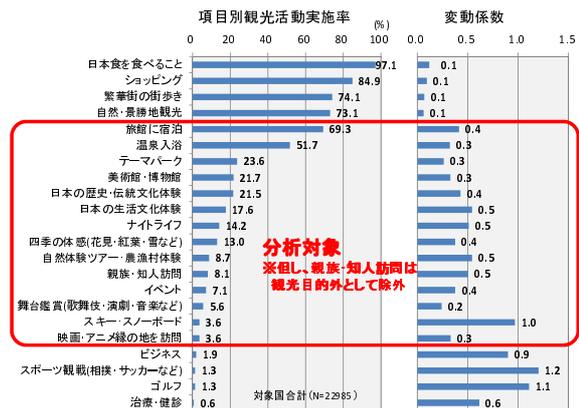


図-13 観光活動の分析対象項目

表-7 固有値と寄与率

軸No.	固有値	寄与率 (%)	累積 (%)	相関係数
1	0.3676	15.0%	15.0%	0.6063
2	0.3042	12.4%	27.5%	0.5515
3	0.2684	11.0%	38.5%	0.5181

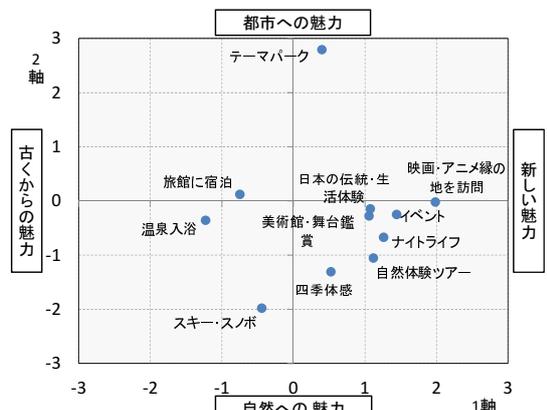


図-14 カテゴリースコア

### (3) 属性別の傾向分析

#### a) 国別の傾向

国ごとのサンプルスコアの重心点を図-15に示す。オーストラリアは「新しい魅力・自然への魅力」側に、シンガポールは「都市への魅力」側に、中国は「古くからの魅力」側に位置されており、各国の特徴は表現できていると判断する。香港と台湾、マレーシアとタイがそれぞれ非常に似た観光活動を行っていることが明らかになった。また、オーストラリアと中国が最も観光活動に違いがあることが明らかになった。

#### b) 訪問地別の傾向

北海道のみ、関東のみ、関西のみを訪問しているサンプルスコアの国別の重心点を図-16に示す。北海道では「古くからの魅力・自然への魅力」に対する観光活動が中心であるのに対し、関東、関西では「新しい魅力・自然への魅力」に対する観光活動が中心となっていることが明らかになった。関西は関東と同じく大都市圏であるが、関西のみを訪問する国はいずれも関東のみの訪問より「自然への魅力・古くからの魅力」に対する観光を行う傾向にあることが見て取れ、京都での観光活動が影響していると考えられる。国別で見るとオーストラリアは、関東、関西では「新しい魅力」に対する観光を実施しているが、北海道では「古くからの魅力・自然への魅力」に対する観光を実施する傾向にあることが見て取れ、他の国に比べて「スキー・スノーボード」の実施率が高さの影響していると考えられる。香港は、関東と関西で観光活動にほとんど差がないが、タイは大きな差があり関東に比べ関西では「新しい魅力」に対する観光が中心となっていることが見て取れる。

#### c) 時系列の傾向

北海道のみ、関東のみ、関西のみを訪問している台湾のサンプルスコアの重心点を図-17に示す。北海道のみ、関西のみを訪問する台湾は2010年から2013年まで観光活動に大きな変化がないことが見て取れる。差は小さいが、2011年に一度観光活動に変化が生じ、その後2010年の観光活動に戻っているように見て取れる。一方、関東のみを訪問する台湾は、2010年から2013年にかけて「都市への魅力」に対する観光活動へ大きくシフトしており、関東での観光活動が年々変化してきていることが明らかになった。したがって、観光活動の変化の大きさは訪問地による影響が大きい場合があると言える。

#### d) 訪日回数別の傾向

中部を訪問した台湾、タイ、オーストラリアの訪日回数別の重心点を図-18に示す。タイは、初訪日とリピーターで観光活動に大きな差はないが、台湾とオーストラリアは初訪日に比べリピーターはより「自然への魅力」に対する観光活動を行うようになり、オーストラリアがよりその傾向が強いことが見て取れる。一方、タイのリ

ピーターは初訪日に比べ若干ではあるが「都市への魅力」に対する観光を行うようになってきていることが見て取れる。したがって、リピーターがその地域に対して求めるものは国によって異なると言える。

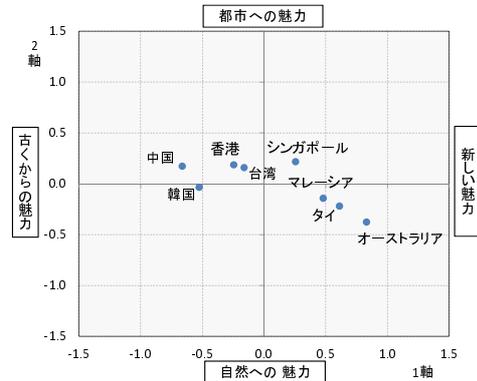


図-15 国別の重心点

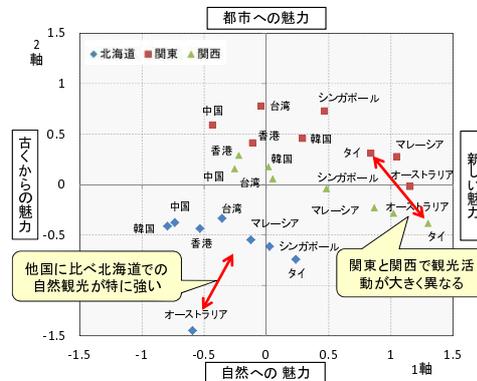


図-16 訪問地別の重心点

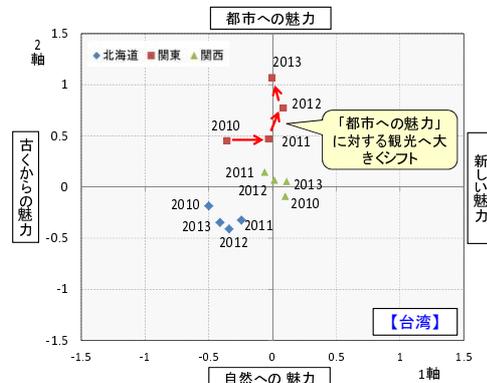


図-17 時系列変化の重心点 (台湾)

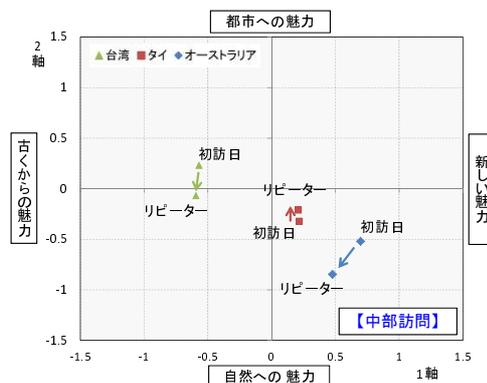


図-18 訪日回数別の重心点 (台湾、タイ、オーストラリア)

## 5. おわりに

### (1) 結論

観光統計データに活動内容と訪問地傾向を組合せて分析し、個人属性による差や時系列変化を定量的に示した。

具体的には、香港と台湾、マレーシアとタイがそれぞれ非常に似た観光活動を行っていることやオーストラリアと中国が観光活動に大きな違いがあることなど属性間の指向性の違いを定量的に明らかにした。また、台湾の観光活動の時系列変化は北海道のみ、関西のみの訪問では大きな変化が見られないが、関東のみの訪問においては近年「都市への魅力」に対する観光活動へ大きくシフトしており、関東での観光活動が年々変化してきていることが明らかになった。したがって、観光活動の変化の大きさは個人属性だけでなく訪問地による影響も大きい場合があると言える。

### (2) 今後の課題

本研究で行った分析手法により、観光活動の属性別の指向性について相対的な違いを定量的に分析することが可能となった。今後は、属性別（滞在日数別、旅行形態別、季節変動、中国地域別）の傾向分析について深めていくとともに、「満足度」や「次回実施したいこと」に対する回答結果も踏まえて分析を行っていく。また、各サンプルグループ内でのサンプルの個人差を表すため、各々のサンプルスコアから計算される確率楕円を用いてグループ内での訪問地選択の個人差の大小を示す。これにより、日本における観光活動の傾向の違いを、属性別の重心点と個人差の分散の大小によって分析する。さらに、分析を通じて戦略的な観光政策立案に向けた考察を行っていく予定である。

謝辞：本研究を進めるにあたって、国土交通省観光庁には、個票データを提供いただいた。ここに感謝の意を表す。

### 参考文献

- 1) 田中賢二：訪日外国人観光客の観光行動の把握手法の試行及びその結果の分析について、交通学研究 (49), pp.11-20, 2005.
- 2) 金玉実：日本における中国人旅行者行動の空間的特徴、地理学評論, Vol.2882(4), pp.332-345, 2009.
- 3) 菱田のぞみ, 日比野直彦, 森地 茂：訪問地選択の多様性に着目した訪日中国人旅行者の居住地別観光行動の時系列分析, 土木計画学研究・論文集 Vol.68, pp.667-677, 2012.
- 4) 日比野直彦, 森地 茂, 島田貴子：居住地域別訪日中国人旅行者の日本国内における観光行動--インバウンド戦略検討のため基礎的分析 交通学研究 Vol.54, pp.55-64, 2010.
- 5) 栗原 剛, 岡本直久：インバウンド需要に影響を与える政策および外的要因の考察, 土木計画学研究・論文集, Vol.27, pp.147-155, 2010.
- 6) 岡本直久, 栗原 剛：アジア諸国における将来の国際旅行に関する研究, 運輸政策研, Vol.10, pp.2-10, 2007.
- 7) 栗原 剛, 荒谷太郎, 岡本直久：地方ブロック別にみた日本人と外国人の観光消費特性に関する基礎的研究 交通学研究 (57), pp.137-144, 2014.
- 8) 岡本卓也：観光動機の違いが観光情報収集と訪問地選択に与える影響, 長野県松本市・安曇野市における観光者動向からの検討 地域ブランド研究 (9), pp.31-42, 2014.
- 9) World Tourism Organization(UNWTO)：ホームページ <http://www2.unwto.org/>
- 10) World Tourism Organization(UNWTO)：Statistical Data in Excel Format – Complete Series from 1995 onwards
- 11) 外務省：ビザ・日本滞在, 2014. <http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/visa/>

(2015. 4. 24 受付)

## BEHAVIOR ANALYSIS ON INBOUND TOURISTS TO JAPAN FOCUS ON THEIR ACTIVITIES AND DESTINATIONS

Yuki MATSUI, Naohiko HIBINO, shigeru MORICHI and Hitoshi IEDA

Inbound tourism takes an important role for Japan in the future, from the viewpoint of activation of the economy by the expansion of the interchange population. In recent years, the number of inbound tourists to Japan has been greatly increasing from not only conventional markets such as Taiwan, Korea, China but also South-east Asian countries, backed by rapid economic growth and the large deregulation measures of the visa. As the diversification of the tourism behavior advances, the tourism policy that captures the needs enough is necessary. However, there is no study that analyzed quantitatively based on tourism statistics, concerning they prefer what tourism activities and what kind of destinations. This study shows the difference due to personal attributes and time-series change quantitatively, by analyzing in combination of tourism activities and destinations based on tourism statistics data. In addition, this study shows the consideration for policymaking of the strategic tourism through the analysis.