

動態・消費・満足度から考えるインバウンド 戦略 —石川県金沢市を対象として—

鈴木 大智¹・藤生 慎²・高山 純一³・中山 晶一朗⁴

¹学生会員 金沢大学大学院 自然科学研究科 (〒920-1161 石川県金沢市鈴見台)

E-mail: dsds0912@gmail.com

²正会員 金沢大学助教 理工研究域環境デザイン学系 (〒921-1192 石川県金沢市角間町)

E-mail: fujiu@se.kanazawa-u.ac.jp

³フェロー 金沢大学教授 理工研究域環境デザイン学系 (〒921-1192 石川県金沢市角間町)

E-mail: takayama@staff.kanazawa-u.ac.jp

⁴正会員 金沢大学教授 理工研究域環境デザイン学系 (〒921-1192 石川県金沢市角間町)

E-mail: nakayama@staff.kanazawa-u.ac.jp

近年、急速なグローバル化とともにわが国日本においても、文化・政治・経済などあらゆる分野において国際化が進み、外国から受ける影響が大きくなっている。中でも、2020年の東京オリンピックを控えた日本にとって、観光分野における外国人観光客の誘致及び周辺環境の整備は急ぐべき必須項目である。そこで、本研究では、日本有数の観光名所を数多くもち、今年観光庁から観光立国ショーケースの代表都市としても選出された石川県における外国人観光客を対象にアンケート調査を実施し、その動態・消費・満足度の傾向分析を行う。調査を通して把握したことにより、石川県を中心に、その他の国際観光戦略を実施している観光地域における外客受入整備の手がかりを得、その隠れた魅力を発掘することを狙いとする。

Key Words : *sightseeing, foreign, consumption, satisfaction, action, questionnaire*

1. はじめに

近年、世界各国間でのネットワークの強化および多様化が図られ、わが国においても政府や地方自治体を主体として、様々な施策が講じられている。中でも、政府が 2013 年に打ち出した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」は、訪日外国人旅行者を 2020 年までに 2000 万人にすることを目標に、国策として取り組むべき 4 つの重点分野をまとめたもので、日本ブランドの作り上げと発信、国際会議等、MICE の誘致や投資の促進などがある。日本の観光分野への積極的な取り組みは、日本を訪れる観光客数の増加にもその成果が表れている。(独)国際観光振興機構(JNTO)の「訪日外国人旅行者調査」¹⁾によると、1998 年には約 410 万人だった訪日観光客は 2014 年には約 1974 万人に増加した。また、観光庁の「訪日外国人消費動向調査」²⁾によると、2015 年の訪日外国人観光客の旅行消費額は過去最高を記録し(約 18 万人)、その総額は前年比 71.5%増しの約 3 兆 4771 億円と推計

されている。高齢社会に突入し、今後人口の減少が謳われている日本において、外国人観光客に対する制度改善や観光地、またその周辺環境の整備による誘客は不可欠である。

在住外国人の受入や地域との共生、生活環境改善に関する研究は幅広い分野で蓄積されつつあるが、日本に一時滞在し、異国の文化や風土、人々と触れ合う外国人観光客に対する研究は始められたばかりである。外国人観光客の動態や意識・満足度調査を積み重ねることによって、何を見て、いつ、どこで、どんな感情を感じ、その結果どんな行動をとったかを傾向分析することが可能となる。これにより、観光地、観光企業、行政、交通機関などが、それぞれの問題点の改善、プラン計画や施策計画等についてより数値的、効率的に思考することが可能となり、外国人観光客にとってさらにハイレベルな居心地の良いおもてなしを提供することが可能となる。

本研究では、石川県を訪れた外国人観光客を対象に 2 パターンのアンケートを実施し、動態、消費・満足度調査

を行い、その行動傾向について分析を行う。アンケート調査は1年を通じて実施し、回収数 1000 件を目標に行った。

2. 既往研究

本研究を進めるに当たり以下のような既往研究を参考にし、調査項目の推敲やアンケート実施場所の選定、またその結果の集計を行った。

2-1. 奈良市における訪日外国人旅行者の旅行背景・意識・行動の実態³⁾

この研究では、日本における外国人旅行者の誘致や受入環境の整備が重点分野に挙げられているにも関わらず、その動態・傾向調査が実施されていないことに着目している。そこで、この研究により、今後の外国人旅行者に対する、個別調査や重点分野の改善点を検討していくための、基礎的データの作成を目的としている。調査方法は、奈良市を訪問した日帰りおよび宿泊外国人旅行者へのアンケート調査である。まとめでは、個人旅行者が大半を占めること、情報媒体としてはガイドブックが最も有力であること、利用交通機関は電車が9割を占めていることなどがあった。また、評価の高かった景観分野項目と評価の低かった買い物・魅力の多様性の項目や、関心は高いが利用率の低い観光地ガイドなどについて考察を行っていた。

2-2. 金沢市観光戦略プラン⁴⁾

これは、都市ブランド向上と国内外からの誘客を促進し、地域経済の活性化とまちづくりの推進を図るために、金沢市が策定した都市観光計画である。金沢市の外国人観光客の動向として、兼六園を訪れた外国人観光客数は、アジア発地が全体の約7割を占めていること、またその数は平成16年から急増していることなどが記してあった。また、外国人宿泊者数について、台湾からの宿泊者が最も多く全体の約5割を占めていること記されていた。しかし、これらの中にはサンプル数が数十しかないものがあり、また、観光客数も兼六園を訪れたものに限っている。本研究では、外国人観光客を対象に、一年間で1000のアンケートを実施し、多くの設問により得られた結果を、詳細に分析することで、更にその動態・知覚感性の傾向を明らかにしていく。

2-3. 訪日外国人の消費動向²⁾

これは、観光庁が行っている外国人旅行者の動態調査で、毎年実施されており、四半期別にそれぞれ約7000のアンケート回答データがある。調査場所は全国の空港、使用言語も10言語に対応しており、外国人旅行者を対象にした動態調査としては国内最大規模のものである。報告書

では、始めに全体の大まかな分析結果を示し、その後国籍別に詳細分析を行っている。平成26年度の年次報告書には、国籍別旅行消費額に関して中国が最も大きく、平成25年度の調査データと比較すると、約2倍に急増していることや、全体の9割超の外国人旅行者が再訪願望があること、旅行手法は過半数が個人手配であることなど、他にも非常に有用なデータが数多くあった。本研究を進めるにあたり、その分析手法やデータ整理方法、結果の着眼点など、多くを参考にした資料である。

3. アンケートの調査概要

本研究では、外国人観光客1304人を対象にアンケート調査を実施した。以下にアンケートの概要を示す。

3-1. 調査期間

H27年度内に①4～6月、②7～9月、③10～12月、④1～2月の4つの時期に分けて調査を実施。尚、アンケートはその場記入式であり、毎週平日1回、休日1回のアンケート調査を1セットとして毎月実施する。また、各時期におけるアンケート回収数は約250部を目標とする。

3-2. 調査場所・目標回収数

アンケート実施場所および回収結果を表-1に示す。ただし、2015年10月からアンケートの内容を縮小して実施している。これは、アンケートの量が多く、途中で記入を止めてしまう外国人観光客があまりに多くいたためである。

表-1 アンケート回収結果

調査場所	動態調査	消費・満足度調査	
	兼六園(件)	金沢駅(件)	小松空港(件)
2015年5月	130	109	14
6月	63	60	49
7月	39	24	17
8月	40	36	6
9月	53	25	33
10月	70	46	5
11月	55	33	19
12月	38	32	27
2016年1月	38	22	6
2月	48	25	14
3月	60	35	33
合計	634	447	223

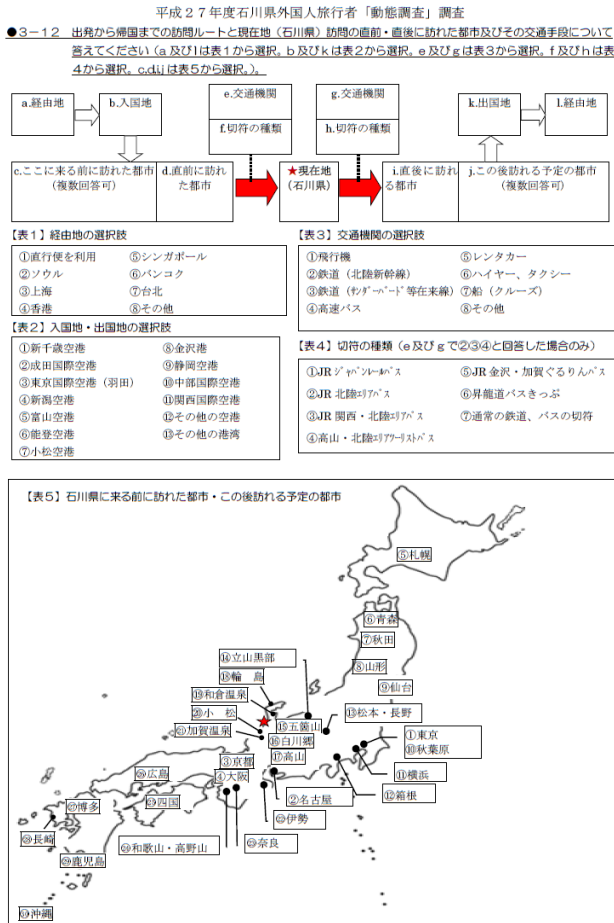


図-1 動態調査アンケートの一部

平成 27 年度石川県外人旅行者「消費動向・満足度」調査

③ 化粧品、香水	<input type="checkbox"/>	①~4,999円 ③10,000~19,999円 ⑤30,000~49,999円 ⑦100,000~149,999円	②5,000~9,999円 ④20,000~29,999円 ⑥50,000~99,999円 ⑧150,000円~
④ 医薬品、健康食品	<input type="checkbox"/>	①~4,999円 ③10,000~19,999円 ⑤30,000~49,999円	②5,000~9,999円 ④20,000~29,999円 ⑥50,000円~
⑤ 衣類、靴、鞆	<input type="checkbox"/>	①~4,999円 ③10,000~19,999円 ⑤30,000~49,999円 ⑦100,000~149,999円	②5,000~9,999円 ④20,000~29,999円 ⑥50,000~99,999円 ⑧150,000~199,999円
⑥ 民芸品・工芸品	<input type="checkbox"/>	①~4,999円 ③10,000~19,999円 ⑤30,000~49,999円 ⑦100,000~149,999円 ⑨200,000~299,999円 ⑪500,000~999,999円	②5,000~9,999円 ④20,000~29,999円 ⑥50,000~99,999円 ⑧150,000~199,999円 ⑩300,000~499,999円 ⑫1,000,000円~
⑦ その他	<input type="checkbox"/>	①~4,999円 ③10,000~19,999円 ⑤30,000~49,999円 ⑦100,000~149,999円 ⑨200,000~299,999円 ⑪500,000~999,999円	②5,000~9,999円 ④20,000~29,999円 ⑥50,000~99,999円 ⑧150,000~199,999円 ⑩300,000~499,999円 ⑫1,000,000円~
⑧ 買い物支出総額		①~4,999円 ③10,000~19,999円 ⑤30,000~49,999円 ⑦100,000~149,999円 ⑨200,000~299,999円 ⑪500,000~999,999円 ⑬1,000,000円~1,999,999円 ⑭2,000,000円~	②5,000~9,999円 ④20,000~29,999円 ⑥50,000~99,999円 ⑧150,000~199,999円 ⑩300,000~499,999円 ⑫1,000,000円~

●4-3 石川県滞在中に一番満足した購入商品と、満足した理由をお書きください。
 商品名 _____ 単価 _____ 円/個数 _____ 個
 満足した理由 ①日本製だから ②有名だから ③デザインが良いから ④かわいみから ⑤美味しいから
 (複数回答可) ⑥機能性だから ⑦日本しか売っていないから ⑧日本らしいから ⑨石川県にしか売っていないから
 ⑩石川県らしいから(特産品) ⑪値段が安いから

図-2 消費・満足度調査アンケート

3-3. アンケート調査の基礎分析

アンケート調査の基礎分析を図-3から図-8に示す動態調査および消費・満足度調査に関し、出身エリア、性別、年齢の3項目の単純集計を行った。図-3、図-6から出身エリア

に関し、アジア出身者が全体の半分を占め、次いでヨーロッパ、北アメリカとオセアニアが約10%ずつを占めていることが分かる。図-4、図-7から性別に関し、おおよそ男女比1:1になっているといえる。また、図-5、図-8から、アンケート回答者の内その割合が高いのは、20代~40代の年齢層であることが分かる。しかし、他の年齢層もある程度以上の回答者数を確保しており、分析するに十分なサンプル数と判断した。

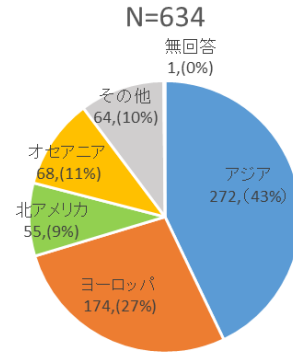


図-3 回答者の出身エリア (動態調査)

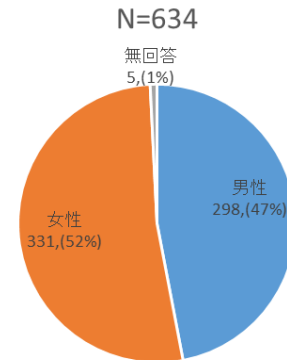


図-4 回答者の性別 (動態調査)

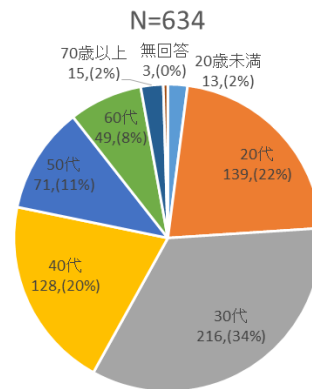


図-5 回答者の年齢 (動態調査)

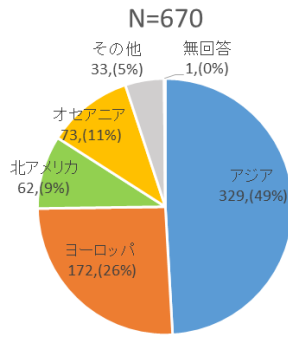


図-6 回答者の出身エリア (消費・満足度調査)

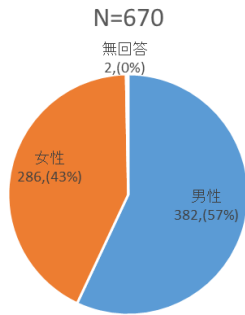


図-7 回答者の性別 (消費・満足度調査)

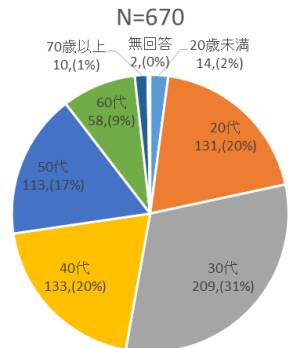


図-8 回答者の年齢 (消費・満足度調査)

4. 分析結果

以下に分析結果の一部を示す。今回、標本数は各設問ごとで集計しておらず、動態調査および消費・満足度調査に回答した回答者のそれぞれでの回答者総数を標本数としている。

4.1. 経由地の分析 (動態調査)

本来、「出身エリア」と「経由地」の項目でクロスを行う予定であったが、図-9に示したように「直行便を利用」した人の割合が圧倒的で、他の選択肢を選んだ人が

予想以上に少なかったため、分析を中止した。

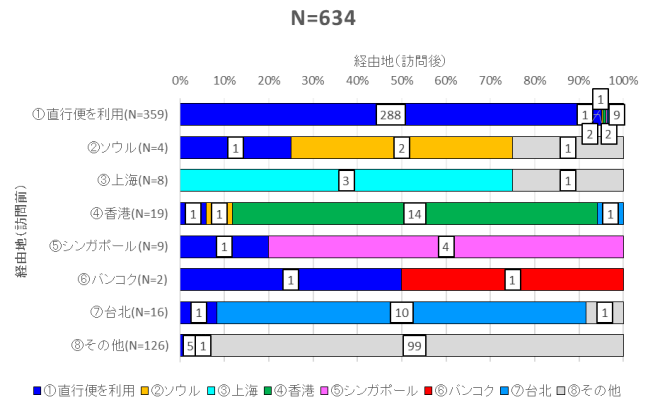


図-9 石川訪問前後での経由地のクロス集計

4.2. 利用空港および港の分析 (動態調査)

図-10より、「成田国際空港」の利用者が最も多く、全体の約40%を占めており、次いで「東京国際(羽田)空港」、「中部国際空港」そして「関西国際空港」の3空港でそれぞれ全体の約10%を占めている。「成田国際空港」から入国し、「関西国際空港」から帰国する人、あるいはその逆のパターンの人がそれぞれ全体の約20%~30%を占めており、他の空港利用者の中にもこの2つの空港を入出国のどちらかで利用している人がいるため、この空港間に主要観光ルートが存在していると考えられる。また、入国時に利用した空港や港を帰国時にも利用する傾向があることが分かった。

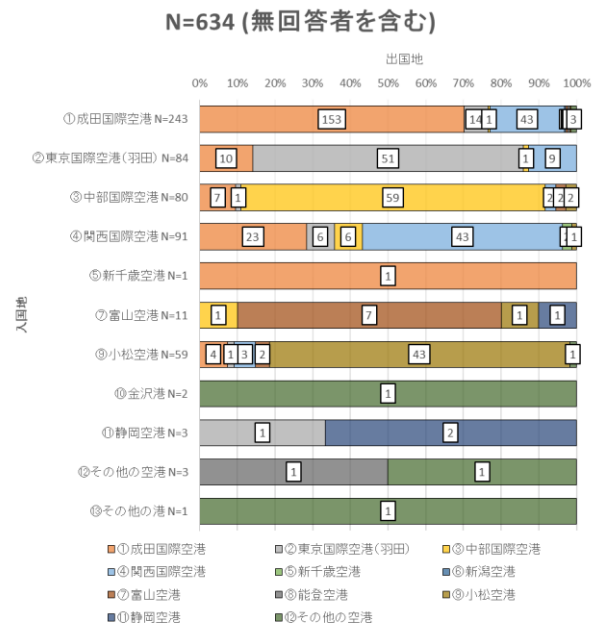


図-10 入出国時の利用空港および港のクロス集計

4-3. 来訪目的と訪問観光地の分析 (動態調査)

「来訪目的」と「訪問観光地」の2設問に関し、回答者の「年齢層」「旅行形態」「同行者」を軸に分析を行った。結果を以下に示す。

4-3-1. 年齢層による意思行動の変化

図-11より、来訪目的に関し、どの年齢層も「兼六園」を挙げている人の割合が最も高く、全体の約80~90%を占めている。また、「若者」と「中年」はその目的に同じ傾向が見られるが、「高齢者」は「茶屋街」や「日本食」など食を目的とする人の割合が他に比べ低く、逆に「伝統工芸」や「武家屋敷」などの伝統文化を目的とする人の割合が高くなっていることが分かる。

図-12より、訪問観光地に関し、年齢に関係なく石川訪問前に「東京」や「京都」、「大阪」を訪問している人の割合が高く、「東京」を訪問した人の割合はそれぞれで全体の30%を上回っている。また、石川訪問前は「白川郷」や「高山」を訪問している人が多く、石川訪問後は「広島」を訪問している人が多い。「小松」や「奈良」にも全体の約5%前後の人が訪問している。

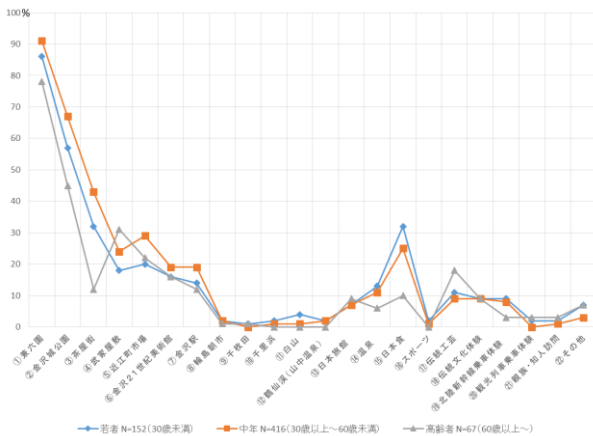


図-11 年齢層ごとの来訪目的

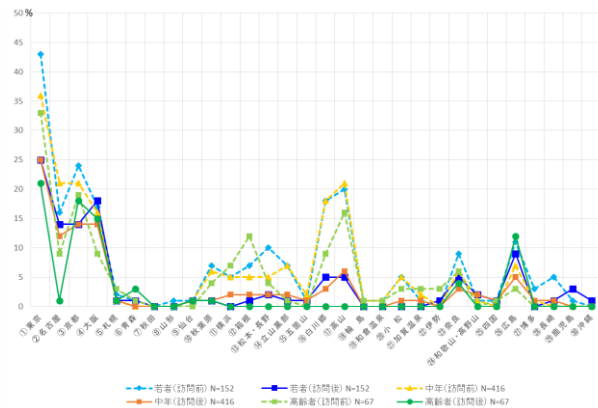


図-12 年齢層ごとの訪問観光地

4-3-2. 旅行形態による意思行動の変化

図-13より、来訪目的に関し、どの旅行形態においても「兼六園」が最上位である。団体旅行では、「日本旅館」「温泉」を回答する人の割合が高く、個人旅行では「武家屋敷」「近江町市場」「21世紀美術館」や「日本食」を回答する人の割合が高い。団体旅行客の宿泊先として旅館が主であることが推測でき、個人旅行客は小回りの利く観光地を訪れる傾向があることが分かった。

図-14より、訪問観光地に関し、団体旅行客は、石川訪問前後ともに「東京」を訪れる人の割合が低い一方で、個人旅行客は石川訪問前で約45%、訪問後で約30%とその割合が高い。また、団体旅行客に関して、石川訪問前に「名古屋」「立山黒部」「白川郷」「立山」を訪れている人の割合が際立って高い。これらの観光地を巡る団体ツアーが多いことが考えられる。

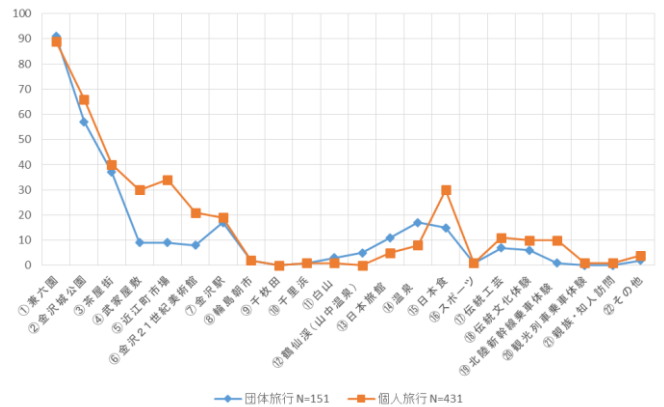


図-13 旅行形態ごとの来訪目的

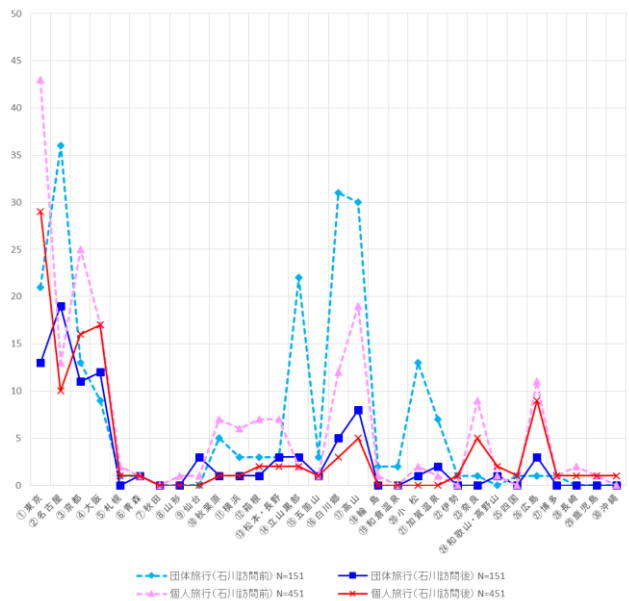


図-14 旅行形態ごとの訪問観光地

4-3-3. 同行者による意思行動の変化

図-15より,来訪目的に関し,同行者に関係なく「兼六園」が最上位である。また,同行者が「友人・知人」と回答した人と「家族・親族」を回答した人の来訪目的は同じ傾向である。同行者が「夫婦・恋人」と回答した人は,他と比べ「武家屋敷」や「近江町市場」,「日本食」を回答している人の割合が高く,近江町市場で日本食を食べ,武家屋敷を観光する人が多いことが分かる。

図-16より,訪問観光地に関し,同行者に関係なく石川訪問前に「東京」や「京都」,「大阪」を訪問している人の割合が高く,「東京」を訪問した人の割合はそれぞれで全体の30%を上回っている。また,石川訪問前は「白川郷」や「高山」を訪問している人が多く,石川訪問後は「広島」を訪問している人が多い。「小松」や「奈良」にも全体の約5%前後の人が訪問している。同行者が「夫婦・恋人」を回答した人に関し,他と比べ「京都」や「広島」を訪れている人の割合が高く,カップルに人気の観光地であることが分かった。

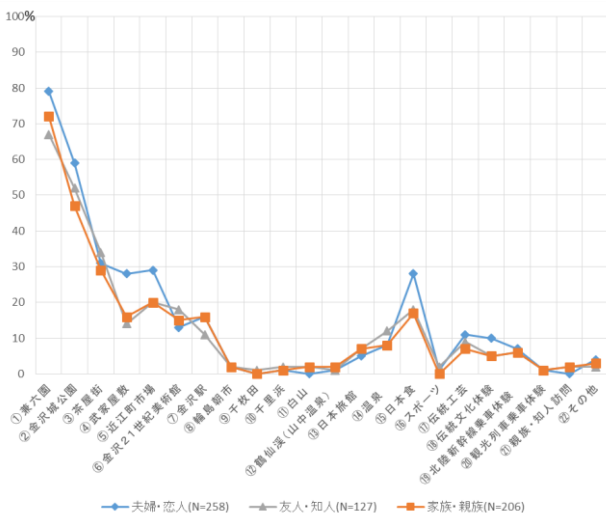


図-15 同行者ごとの来訪目的

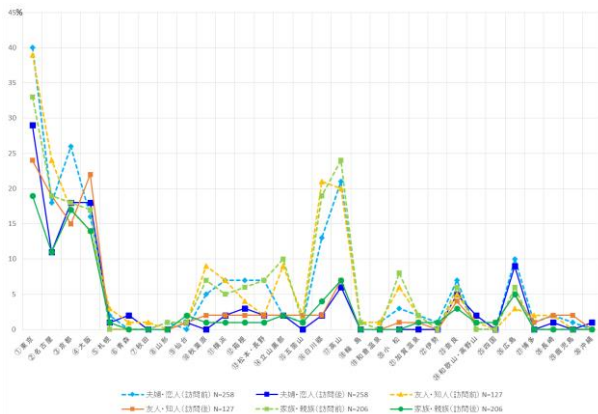


図-16 同行者ごとの訪問観光地

4-4. 満足品の分析 (消費・満足度調査)

消費・満足度調査の中で,「最も満足した購入品」について問う設問があり,この設問の分析結果を以下に示す。

図-17より,出身地域に関係なく,「食料品・飲料・酒・タバコ・日本食体験」と「和服(着物)・民芸品・伝統文化体験」の2つを選択している人の割合が高く,この2項目で全体の約50%を占めている。前述の「来訪目的」において,「日本食を食べること」を解答している人の割合も高いことから,「食」は日本の大きな観光資源であることが分かる。また,爆買いを示唆するほどではないが,アジア地域出身者は「化粧品・香水」や「電気製品」を選択している人の割合が高く,他地域出身者と比べ様々なモノに満足を示すことが分かった。

図-18は,最も満足した購入品の金額についてのクロスであるが,半数以上の人々が1万円未満の品物を選んでおり,1万円以上の購入品を選んでいる人の割合は,オセアニア出身者が最も高く,全体の約30%を占めている。また,最も満足した購入品に関し,金箔や陶器など伝統工芸品を選択している人が多かった中で,100均での購入商品に対し,最も満足した購入品と回答している人も複数いた。

図-19は「購入品」と「出身エリア」のクロス分析の結果である。

出身エリアに関係なく「食料品・飲料・酒・タバコ・日本食体験」と「和服(着物)・民芸品・伝統文化体験」の2項目が満足度の高い購入品となっていることが分かる。地域ごとに見ると,アジア地域出身者は「菓子」や「化粧品・香水」等様々な品物に満足感を感じており,ヨーロッパ地域出身者と北アメリカ地域出身者は高い満足を感じる購入品について同じ傾向があることが分かった。

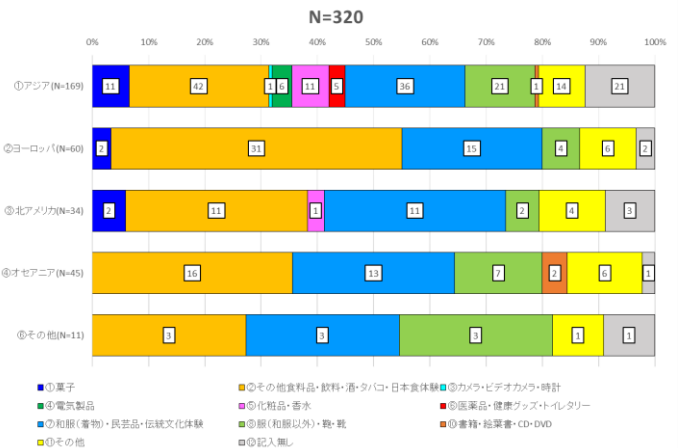


図-17 出身エリアと満足品のクロス集計

4) 金沢市観光戦略プラン

http://www4.city.kanazawa.lg.jp/data/open/cnt/3/2289/1/kanko_plan.pdf

(2016. ? 受付)

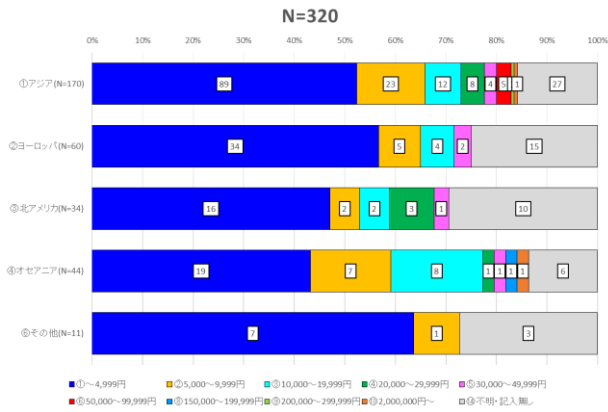


図-18 出身エリアと満足品（金額）のクロス集計

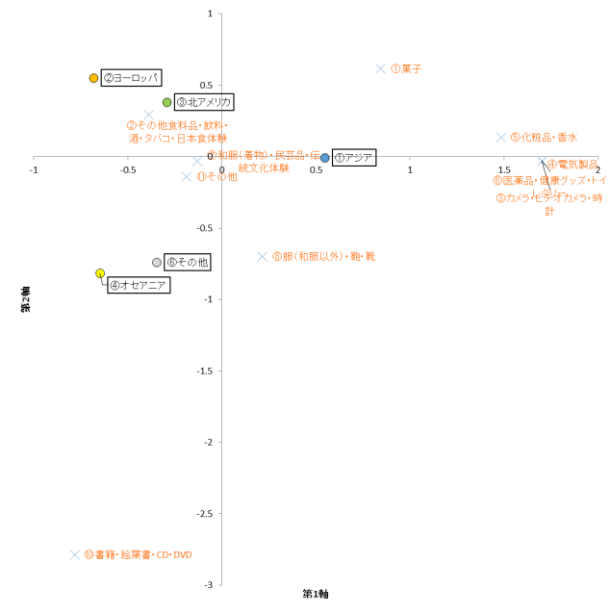


図-19 出身エリアと満足品のコレスポンデンス図

5. まとめと今後の課題

本研究では、およそ1年を通じて、外国人観光客約1000人を対象に動態調査と消費・満足度調査の2種類のアンケートを行った。今回のアンケートの分析結果より、石川へ訪れる外国人観光客は、直行便を利用し、成田国際空港の利用者が多いことや、その目的や訪問観光地は、年齢や旅行形態等により傾向が変化することが分かった。また、満足品に関しても出身エリアによって、その傾向が異なることが分かった。今後は、季節を軸とした分析や、出身エリアごとのカテゴリー別消費額の傾向の分析を行っていききたい。

参考文献

- 1) 訪日外国人旅行者調査
http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingsdata_tourists_after_vj.pdf
- 2) 訪日外国人消費動向調査
<http://www.mlit.go.jp/common/001126531.pdf>
- 3) 小松牧, 中山徹：日本学政学会誌, Vol.58 No.6 p343-355, 2007