

# KANSAI GAIDAI UNIVERSITY

2030年に訪日外国人旅行者数6000万人到達に向けて：  
地方への外国人旅行者誘客の必要性と有効性についての考察

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 関西外国語大学・関西外国語大学短期大学部 公開日: 2018-04-12 キーワード (Ja): 訪日外国人旅行, 地方への誘客, 地方の活性化, 滋賀県, 香港人 キーワード (En): 作成者: 西田, 透 メールアドレス: 所属: 関西外国語大学
URL	<a href="https://doi.org/10.18956/00007795">https://doi.org/10.18956/00007795</a>

# 2030年に訪日外国人旅行者数6000万人到達に向けて

— 地方への外国人旅行者誘客の必要性和有効性についての考察 —

西 田 透

## 要 旨

訪日外国人旅行者数の拡大が、我が国の経済振興、国際相互理解の促進、地域の活性化に寄与してきたことは、政府、地方自治体、観光関連企業が発刊した様々な公式文書で言及されており、業界関係者が認識するところである。

政府は、訪日外国人旅行者数の更なる持続的拡大に取組むべきとの考えに立ち、2016年来訪者数の約2.5倍の6000万人を2030年の目標として設定した。

そして、その目標到達に向けて取組むべき3つの主要な課題が存在するが、「外国人旅行者の地方への誘客」がその課題を解決する方策の一つであると考ええる。

前述の2030年の目標到達に向けて「外国人旅行者の地方への誘客」が、宿泊施設における収容能力不足の問題を解決し、且つ地方に点在している魅力ある旅行素材が、訪日経験のある旅行者の更なる繰り返しの訪日を誘引することに繋がると考える。

キーワード：訪日外国人旅行、地方への誘客、地方の活性化、滋賀県、香港人

## 1. はじめに

2003年に日本政府主導の下で「ビジット・ジャパン・キャンペーン (VJC)」に着手して以来、訪日外国人旅行促進への取組みは、政府・地方自治体・観光関連企業において活発化している。それら官民一体となった取組みが功を奏して、2016年の訪日外国人旅行者数は2404万人に到達し、2012年との比較で約3倍に増加した。

更に、日本政府は、東京オリンピックが開催される2020年に4000万人、2030年に6000万人との目標を設定し、更なる拡大に拍車をかけようとしている。

しかしながら、その目標に到達するためには、大別して3つの主な課題があると考ええる。

- ① 6000万人を我が国に運び、受容れるに十分な社会基盤（航空&海上交通、宿泊施設）を確保する必要がある。
- ② 訪日外国人旅行者が現在感じている、また直面している問題を解決して、高い利便性と快適性を感じるような旅行環境と社会基盤の整備が必要である。

③ 訪日未経験者に加えて、訪日経験者が繰り返し訪問することを誘引するような魅力ある旅行素材の開発と、それら素材について外国人の認知度を向上させる必要がある。

これら3つの課題の解決に向けて取り組むべき事項は多々あるが、課題①と③の解決方策の一つとして、「地方の県への外国人旅行者の誘客」が有効で且つ必要であると考える。

本稿においては次のようなフローで、この「地方の県への外国人旅行者の誘客」が上述の主要課題①と③の解決方策として如何に有効で且つ必要であるかを、滋賀県と香港人を題材にして論ずる。

先ずは、我が国の訪日外国人旅行市場全体の現状、並びに訪日旅行者数増加の意義を我が国にもたらした経済効果を踏まえて述べる。

次には、日本にたいして好印象を持ち、且つ海外旅行において訪日回数の多い香港人の旅行の現状とニーズについて、既存の各種データと現地での香港人へのアンケート調査結果にもとづいて述べる。

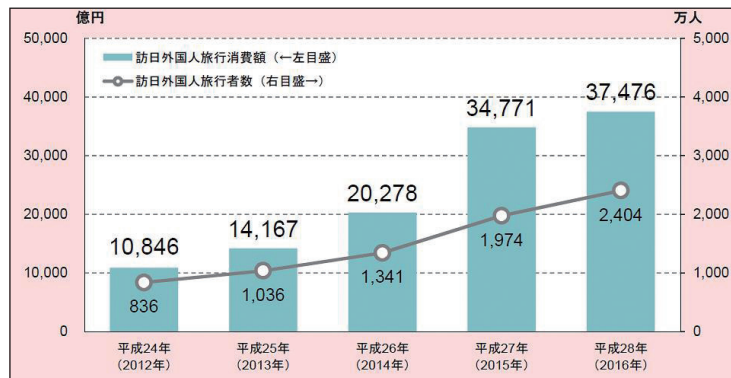
そして、近畿2府4県の内、奈良県に次いで外国人宿泊者数の少ない滋賀県を題材にして、更なる外国人旅行者の宿泊を受容れることが果たして可能であるのか？ 香港人を誘客する可能性のある旅行素材が存在するのか？ について、滋賀県での実地調査の結果と関連文献データで検証し、その考察を述べる。

## 2. 我が国の訪日外国人旅行市場の現状

### 2-1：訪日外国人旅行者数の推移

下記の図表1が示すように、直近5年間で旅行者数が約2.87倍、旅行消費額で3.45倍という大きな伸びを示しており、特に2014年から2015年への増加率は著しい。

図表1 訪日外国人旅行者数の推移



【出典 観光庁作成 訪日外国人消費動向2016年確報】

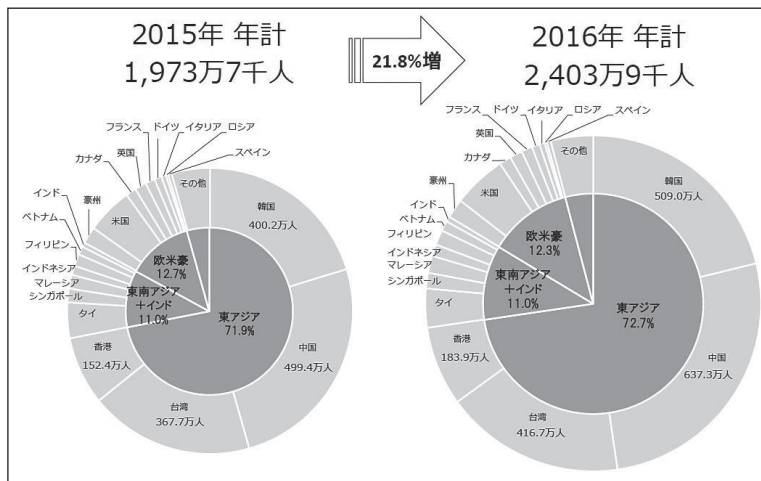
## 2-2：訪日外国人旅行者数の国別内訳

次頁の図表2が示す様に、2016年来訪者数の80%以上をアジア諸国からの旅行者で占めており、上位4ヶ国は中国、韓国、台湾、香港である。特に2015年実績との比較では中国、韓国、香港の増加が著しい。

このような顕著な増加の背景には、

- ① アジア諸国での急速な経済発展による経済的余裕の拡大。
  - ② アジア諸国での海外旅行の自由化。
  - ③ 日本と各国を結ぶ航空便数・就航地の増加と航空運賃の低下。
  - ④ 2012年との比較において、昨今の円安基調に起因する訪日旅行費用の割安感の醸成。
  - ⑤ アジア諸国への広報活動や様々な文化交流活動による、我が国の認知度向上と日本文化の浸透。
  - ⑥ 多発するテロ行為などで世界各地での治安が安定しない昨今、日本の安全性が再認識されたこと。
  - ⑦ アジア諸国との経済交流の活発化。
  - ⑧ 外国人の旅行利便性向上に向けて、我が国内の様々な社会基盤の整備が進んだこと。
- などが要因として考えられており、観光庁や観光関連機関の公式資料で言及されている。

図表2 訪日外国人旅行者数国別内訳



【出典：日本政府観光局2016年インバウンド統計報告】

## 2-3：訪日外国人旅行増加の意義（経済効果）

訪日外国人旅行者数の増加は、我が国に定量的な経済効果をもたらした。国を越えての旅行

は「見えざる貿易」とも言われており、訪日外国人旅行者の日本国内での消費行動は「モノの貿易」で言えば輸出に相当する。

訪日外国人旅行者数の拡大に伴い、日本国内での旅行消費額も比例して飛躍的に増加してきた。次の図表3が示すように、2016年では3兆7476億円の消費が我が国内で行われており、国家予算の約3.8%に相当し、旅行収支は1.3兆円の黒字である。

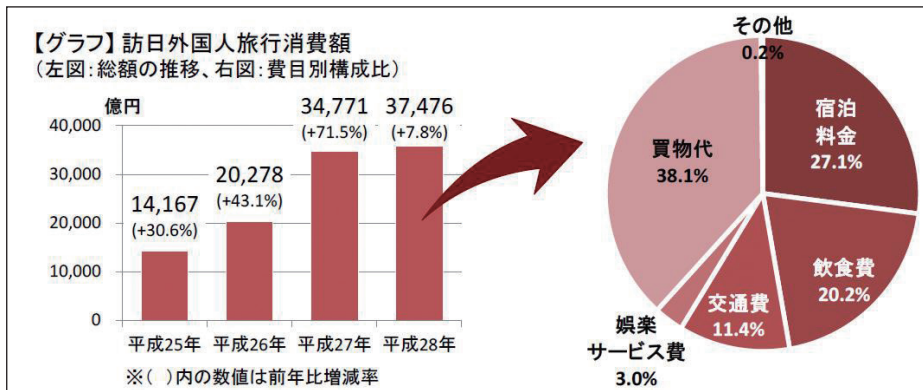
2016年の日本の国際収支額（貿易とサービス収支）が4.4兆円の黒字であることを踏まえると、訪日外国人旅行者の消費は我が国の経済に大きな貢献をしたと言える。

費用科目別の消費金額は、買物代、宿泊料金、飲食費、交通費、娯楽サービス費の順（図表3参照）になっており、費用科目のそれぞれに関わる企業や法人において旅行者による消費が行われ、関連企業や法人の事業収入に結びついている。

国別・地域別で見ると、図表4が示すように訪日旅行者数が最も多い中国が最大の経済効果をもたらしている。

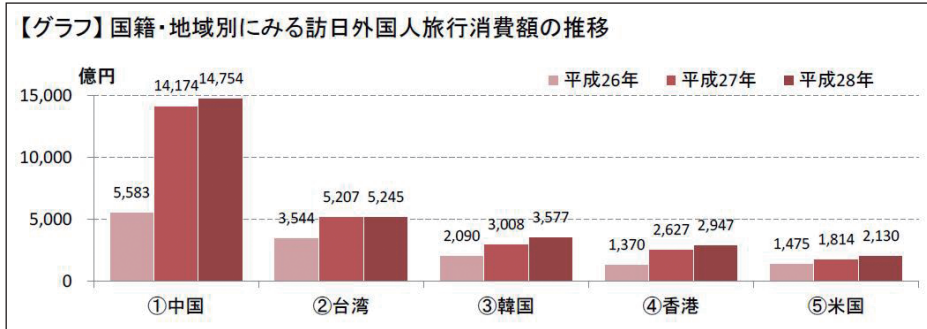
この旅行消費の増加に伴って雇用も拡大している。訪日外国人旅行だけに関わる雇用創出の規模を計ることは難しいが、2015年に我が国での旅行消費全体で創出した雇用の規模は、直接的に231万人、間接的に440万人（図表5参照）と算定されている。同年の平均就労人口6345万人の、それぞれ3.6%・6.9%に相当する。

図表3 訪日外国人旅行消費額



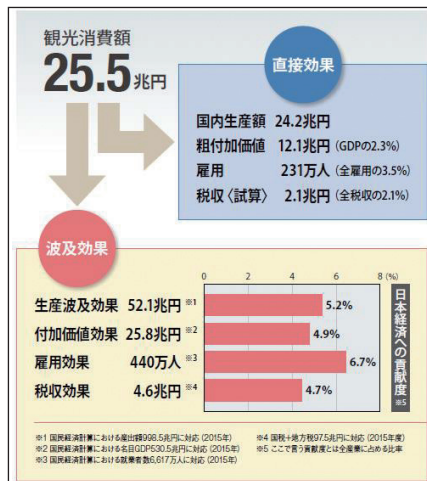
【出典 観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成28年 年次報告】

図表4 国別・地域別の訪日外国人旅行消費額の推移



【出典 観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成28年 年次報告】

図表5 観光消費が産出す経済効果



【出典 観光庁 「旅行観光産業の経済効果に関する調査研究2015」】

## 2-4：旅行者の訪問地と宿泊地

図表6が示すように、東京・京都・大阪の訪問率が高位にあり、且つ図表7が示すように東京・京都・大阪での訪日外国人の宿泊者数が地方の他県に比べて多い。それら3つの都市に訪問が偏っている状況である。

一方、その3つの都府での宿泊施設の稼働率は、図表8が示すように極めて高位にあり、特に都市部のビジネスホテルやシティホテルの稼働率は80%を超えている。この状況は予約発生時には常に満室状態で、宿泊施設の収容能力が限界に達していることを意味する。

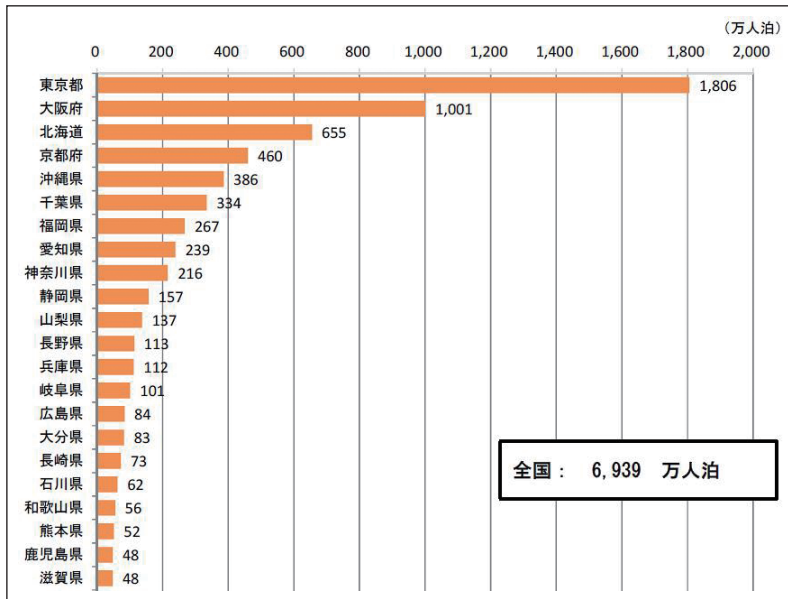
図表6 国別訪日外国人旅行者の県別訪問率

単位：%

	1位	2位	3位	4位	5位
韓 国	大阪 31.0	福岡 26.7	東京 23.0	京都 16.5	千葉 14.3
台 湾	東京 34.1	千葉 30.4	大阪 30.1	京都 19.5	北海道 12.0
中 国	東京 59.3	大阪 58.5	千葉 42.5	京都 40.6	愛知 19.5
香 港	大阪 34.1	東京 33.7	千葉 26.9	京都 20.5	沖縄 12.1
米 国	千葉 82.6	東京 69.8	京都 27.3	大阪 25.7	神奈川 16.5

【出典 観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成28年 年次報告】

図表7 都道府県別2016年訪日外国人延べ宿泊者数



【出典 観光庁作成 2016年宿泊旅行統計調査報告】

図表8 都道府県別宿泊施設タイプ別2016年客室稼働率

(単位：%)

	全体	旅館	リゾート・ホテル	ビジネス・ホテル	シティー・ホテル
全国	59.7	37.1	56.9	74.4	78.7
東京	78.8	59.8	75.7	83.3	80.8
京都	67.3	42.9	55.0	85.4	87.5
大阪	83.3	41.3	89.0	85.2	88.0

【出典 観光庁2016年宿泊旅行統計調査報告の統計数値を使って筆者が作成】

前述のように、政府は東京オリンピックの開催される2020年には訪日外国人旅行者数において4000万人を目指すとの指針を示したが、下記の図表9が示すように、今後のホテルの新規建設計画と照らし合わせると、ホテルの収容能力の不足が懸念される。

図表9 2020年までのホテルの新規オープン計画と不足数

	追加必要 客室数 (a)	ホテルオープン 計画(客室数) (b)	過不足 (b-a)
北海道	0	1548	1,548
東北	0	1360	1,360
関東	2,418	4519	2,101
東京	13,843	9549	▲ 4,294
甲信越北陸	18	1206	1,188
東海中部	40	2779	2,739
近畿	23,476	3765	▲ 19,711
中国	290	1072	782
四国	0	862	862
九州	860	1008	148
沖縄	374	3393	3,019
全国計	41,319	31,061	▲ 10,258

(注)追加必要客室数はみずほ総合研究所試算値、宿泊施設新・増設計画は「週刊ホテルレストラン」調べ。

(資料)オータパブリケーションズ「週刊ホテルレストラン」、みずほ総合研究所

【出典 みずほ総合研究所 2015年8月10日 みずほインサイト報告】

## 2-5：訪日経験回数と再訪意向

観光庁作成の「訪日外国人消費動向調査 平成28年 年次報告」によると、訪日経験が初めての旅行者割合は、調査回答者全体の約40%で、残りの60%は2回以上の訪日経験があり、4



回以上の訪日経験者は30%超の結果に至っている（図表10参照）。

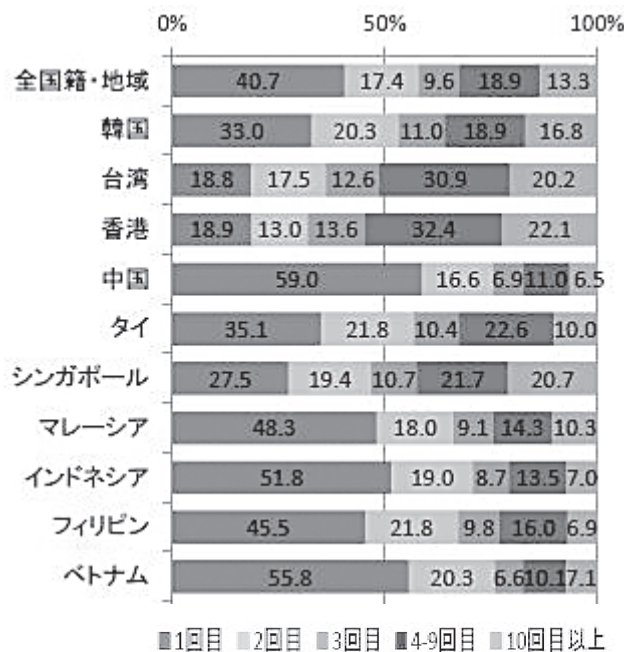
一方、再訪意向については、調査回答者全体の90%以上が再訪意向を示しており、60%近くの回答者が、「必ず来たい」との極めて強い再訪意向を示している（図表11参照）。

他国での同様な調査結果が存在しないので、諸外国と比較して語ることは出来ないが、訪日経験回数と再訪意向の調査回答を踏まえると、訪日旅行にたいする高い満足度が繰り返しの訪日を誘引していると考えられる。

訪日経験回数の結果については、国・地域別で差異が見られる。香港と台湾からは、80%以上の旅行者に2回以上の訪日経験が有り、且つ50%以上の旅行者は4回以上の訪日経験がある。

一方中国、インドネシア、ベトナム、マレーシア、フィリピンからは、50%前後の旅行者が、訪日初回の結果となっている。各国における国民所得やライフスタイルが異なる為、香港や台湾と単純な比較をすることは適切ではないが、それらの国々からの旅行者が極めて高い再訪意向を示している事を踏まえると、今後繰り返しの訪日が期待出来ると考えられる。

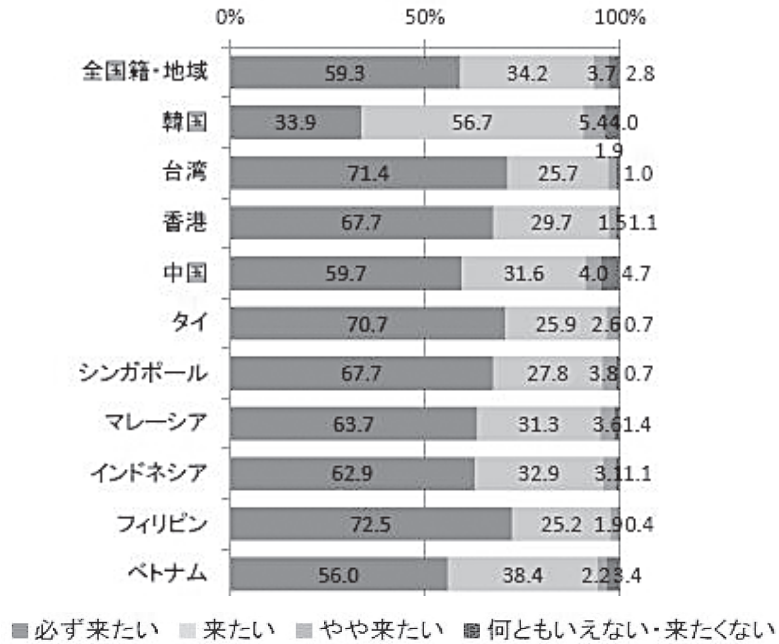
図表10 国・地域別訪日経験回数



【出典 観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成28年 年次報告】

2030年に訪日外国人旅行者数6000万人到達に向けて

図表11 国・地域別訪日再訪意向



【出典 観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成28年 年次報告】

### 3. 今後の定量目標と解決すべき課題

#### 3-1：今後の定量目標

我が国政府は、2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」にて、今後の訪日外国人旅行市場について、下記の定量目標を設定した。（図表12参照）

図表12 2030年までの訪日外国人市場における定量目標

新たな目標への挑戦！		
訪日外国人旅行者数	2020年： <b>4,000万人</b> (2015年の約2倍)	2030年： <b>6,000万人</b> (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年： <b>8兆円</b> (2015年の2倍超)	2030年： <b>15兆円</b> (2015年の4倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年： <b>7,000万人泊</b> (2015年の3倍弱)	2030年： <b>1億3,000万人泊</b> (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2020年： <b>2,400万人</b> (2015年の約2倍)	2030年： <b>3,600万人</b> (2015年の約3倍)

【出典 2016年「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」作成 観光ビジョン】

我が国の人口減少に伴い、今後日本人の国内旅行需要の停滞・減少が懸念されているなかで、前述の目標を達成して、訪日外国人旅行者数と旅行消費額を拡大させることは、我が国の経済に大きな好影響を及ぼすことが期待できる。

### 3-2：解決すべき課題

1章で前述したように、2030年に訪日旅行者数6000万人（2016年来訪者数の約2.5倍）という目標に到達するためには、大別して3つの大きな課題があると考ええる。

- ① 6000万人を我が国に運び、受容れるに十分な社会基盤（航空&海上交通、宿泊施設）を確保する必要がある。
- ② 訪日外国人旅行者が現在感じている、また直面している問題を解決して、高い利便性と快適性を感じるような旅行環境と社会基盤の整備が必要である。
- ③ 訪日未経験者に加えて、訪日経験者が繰り返し訪問することを誘引するような魅力ある旅行素材の開発と、それら素材について外国人の認知度を向上させる必要がある。

これら3つの課題の解決に向けて取り組むべき事項は多々あるが、課題①と③の解決方策の一つとして、「地方の県への外国人旅行者の誘客」が有効で、且つ必要であると考ええる。

1つ目の課題については、前述のように外国人の訪問地が東京・大阪・京都など一部の都市に偏っていて、そこでの宿泊施設の収容能力（特にシティーホテル、ビジネスホテル）が限界に達しており、また今後新規に開業を予定しているホテルの収容能力も十分でないと試算されている状況を踏まえると、収容能力にまだ余裕の有る地方の県や東京・大阪・京都の周辺市町村への誘客が必要な解決策であると考ええる。

3つ目の課題については、訪日経験の無い旅行者の新規誘客に加えて、訪日経験の有る旅行者に繰り返しの訪日を誘引する方策は色々と考えられる。その一つとして、訪日経験者にも未だ知られていない旅行素材が多数存在する地方の県や、東京・京都・大阪の中心部以外の周辺市町村での旅行素材を開発して誘客を図ることが効果的であると考ええる。

ここで言及した旅行素材とは図表13に記載した7種類の素材を指し、旅行者のニーズ次第で重点の置き方は様々ではあるが、これら7種類の素材が旅行を計画する上で検討の対象となるのが一般的である。

図表13 旅行行動と具体的な旅行素材

旅行行動の種類	具体的旅行素材
観る・学ぶ・体験する	自然観光資源、人文観光資源
飲食	飲食店で提供される地産地消の料理や食の素材と提供する施設
買う	買物施設
宿泊	ホテル、旅館、民宿、ペンションなどの宿泊施設
癒す	健康施設（温泉、スパなど）、美容施設
遊ぶ	テーマパーク、各種スポーツ施設
移動する	交通機関（陸上、海上、空）

## 4. 香港人の訪日旅行について

### 4-1：香港人の海外旅行の現状

図表14が示すように、香港人の海外旅行者総数は人口を上回り、比較的高い出国率を示している。図表15が示すように、最大の旅行先は中国本土ではあるが、その旅行者数を差し引いたとしても、出国率は2015年で約34%となり、我が国の出国率（12.8%）と比較しても高位にある。出国先では中国本土を除くと、海外の国々の中では日本が最大数であり、2016年の訪日旅行者数は2011年との比較で5倍を超える結果となった。また、図表15が示すように、香港人の海外旅行先のなかで、増加率も日本が最大となった。

一方、図表16が示すように、訪日数で主要な他の国々と比較すると、香港人による繰返しの訪日の実態が特徴的であり、50%以上が4回以上の訪日経験を有している結果は、他国との比較において特筆である。

これらのデータを踏まえると、香港人の余暇の過ごし方として海外旅行を嗜好し、日本が最も好まれている海外旅行先であると言える。

図表14 香港人の海外旅行データ（2016年実績）

データ項目	数値
人口	737万人（2015年は731万人）
海外旅行者数	1129万人（中国本土への空路出国者数を含む） （2015年は1044万人）
出国率	153%（海外旅行者数/人口）
訪日旅行者数	183.9万人
日本訪問率	16.3%（訪日旅行者数/海外旅行者数）

【出典 日本政府観光局発行 訪日旅行データハンドブック2017】

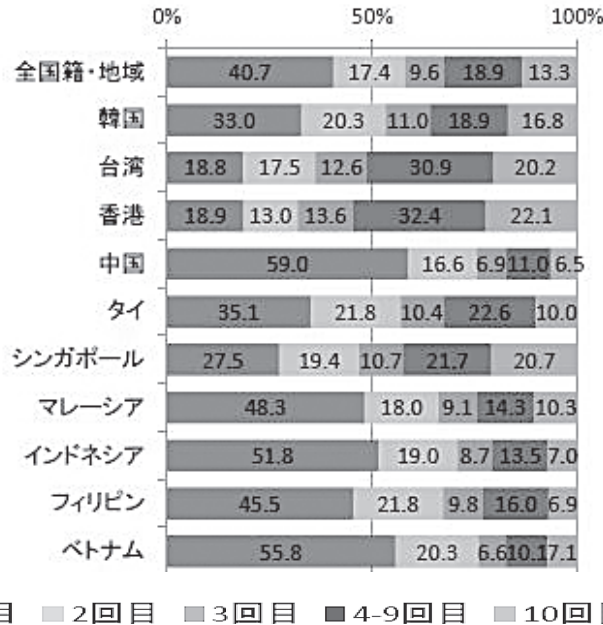
図表15 香港人の海外旅行先

(単位 人)

順位	訪問先	基準	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	過去5年間の 最大値
1位	中国	VFN	79,357,701	78,712,983	76,884,622	76,131,700	79,448,100	79,448,100
2位	日本	VFN	364,865	481,665	745,881	925,975	1,524,292	1,524,292
3位	マカオ	THSR	1,632,010	1,701,857	1,743,107	1,301,992	1,498,238	1,743,107
4位	台湾	VFR	764,033	949,654	1,105,223	1,276,039	1,389,529	1,389,529
5位	タイ	TFR	531,192	604,900	694,084	559,284	708,435	708,435
6位	シンガポール	VFR	464,375	472,167	539,810	631,029	609,888	631,029
7位	韓国	VFN	280,849	360,027	400,435	558,377	523,427	558,377
8位	豪州	VFR	153,850	162,460	183,460	201,770	219,630	219,630
9位	英国	VFR	149,000	135,200	163,000	159,000	204,000	204,000
10位	カナダ	TFR	123,060	120,022	129,068	137,852	148,747	148,747

【出典 日本政府観光局発行 訪日旅行データハンドブック2017】

図表16 訪日経験回



【出典 観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成28年 年次報告】

#### 4-2：香港人の訪日旅行に係る意識とニーズ

香港人の滋賀県についての認知度と訪日旅行に係る意識とニーズを調査すべく、航空会社の「全日本空輸(株) 香港支店」の協力の下、香港で2016年7月にアンケート調査を実施した。

##### 4-2-1：調査概要

調査の概要は以下のとおりである。

- \* 調査実施時期：2016年7月24日
- \* 回答者：香港で開催された日本夏祭りへの一般来場者、全日本空輸(株)香港支店職員香港の地元旅行会社職員
- \* 回答の方式：アンケート設問への筆記回答
- \* 有効回答数：373件（268件は訪日経験者の回答）
- \* 設定設問：回答者のプロフィール、滋賀県に関する認知度、訪日旅行でのニーズに関して11項目の質問を設定（詳しくは巻末付録参照のこと）。

#### 4-2-2：アンケート調査の結果

集計結果は以下のとおりである。

- \* 有効回答数373件の内、268件は訪日経験の有る香港人
- \* 訪日経験有りの268件の回答者の62%は滋賀県の存在そのものを知らない。
- \* 訪日経験有りの268件の回答者の92%は観光情報が掲載されている滋賀県のインターネットサイトの存在を知らない。
- \* 訪日旅行を計画する際の情報入手リソースは、回答者の55%が訪問地の観光関係機関運営のインターネットサイトやFacebook、Instagram、有名ブロガーのインターネットサイトである。
- \* 訪日経験のある268件の回答者の40%以上が選択した「日本でしたい事」は、①和菓子作り、②着物着用体験、③猫カフェ体験、④和式旅館宿泊と温泉入浴体験、⑤茶道体験、⑥忍者体験、⑦美術館・博物館・動物園・水族館見学、⑧工場見学、であった。総じて「癒しの素材」「体験観光」「学習観光」への興味が強く、我が国独特の風習である公衆大浴場での入浴にも深い関心を示している。
- \* 飲食については、回答者の72%が「近江牛」、51%が「伊吹そば」を食したいとの意向。
- \* 滋賀県内で訪れたい場所については、回答者の76%が「雪のメタセコイア並木」を、68%が琵琶湖に浮かぶ「白鬚神社」、55%が近江八幡水郷巡りを選択した。

#### 4-2-3：調査結果の分析

前述のアンケート調査結果から読取れることは以下のとおりである。

- \* 日本を海外旅行先として好み、訪日経験の有る香港人でさえも、日本の地方都市についての認知度が低位であり、滋賀県の観光情報が掲載されたインターネットサイトについても認知度が極めて低い。
- \* 従来の訪日旅行者の旅行行動である「見学観光」や「買物」から一歩踏み込んで、知的好奇心を満足させる「体験観光」「学習観光」を、訪日経験のある旅行者は嗜好している。

- \*日本の四季を感じて癒しを感じる自然風景の鑑賞についても、高い興味を示している。
- \*自然風景に加えて、「猫カフェ」「温泉入浴体験」など、癒しをコンセプトにした素材にも興味を示している。

## 5. 滋賀県の訪日旅行市場と受容れ環境の現状

### 5-1：滋賀県外国人旅行者の宿泊概況

滋賀県に宿泊した訪日外国人旅行者数は、図表17が示すように、近畿2府4県では奈良県に次いで少なく、またその外国人宿泊者数のなかでの香港人の割合は図表18が示すように6.7%であり、全国平均（7.7%）と比較すると少ない状況にある。

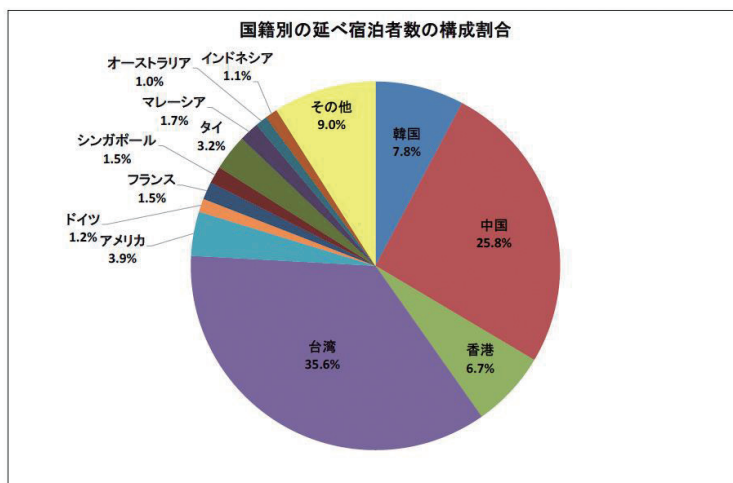
図表17 近畿地方府県別外国人旅行者延べ宿泊者数

(単位：人)

府県名	外国人宿泊者数	府県名	外国人宿泊者数
滋賀県	480,740	兵庫県	1,119,760
大阪府	10,008,830	和歌山県	557,350
京都府	4,602,810	奈良県	307,840

【出典 観光庁作成 2016年宿泊旅行統計調査報告】

図表18 滋賀県訪問外国人 国・地域別割合2015年実績



【出典 しがぎん経済文化センター KEIBUN調査研究レポート2016 「インバウンド」】

## 5-2：宿泊施設の稼働状況

図表19が示すように、大阪・京都との比較において稼働率は低く、旅館並びにリゾートホテルを中心として更なる旅行者を受容れる収容能力の余地が、残されていることが判明した。

図表19 大阪府、京都府、滋賀県 宿泊施設稼働率 2016年実績

(単位：%)

	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティーホテル
滋賀県	57.6	41.7	55.6	71.2	73.7
大阪府	83.8	41.3	89.0	85.2	88.0
京都府	67.3	42.9	55.0	85.4	87.5

【出典 観光庁作成 2016年宿泊旅行統計調査報告】

## 5-3：滋賀県の旅行素材

### 5-3-1：旅行素材の検証

香港からの訪日経験者を魅了して滋賀県への来訪を誘引するに足りる、旅行素材がどの程度存在するのかを検証すべく、2016年8月～9月に滋賀県を訪れて現地調査を実施した。前述の図表13で述べた7種類の旅行素材カテゴリについて、旅行案内の各種資料を参考に調査先を選定して、計65ヶ所を訪問した。香港人が魅力を感じる旅行素材がどの程度存在しているのかを見極めるべく、定性的ではあるが以下7つの基準に基づいて調査を行った。

#### 【判断基準】

- ① 看板標記、従業員、配布資料などのいずれかで言語対応（英語、中国語）がされている。
- ② 旅行素材管理運営主体が外国人の受容れに積極的である。
- ③ 旅行素材のコンテンツは、年齢・予備知識を問わず視覚のみで一程度理解できる平易なものであり、「観る・学ぶ・体験する」の素材は体験・学習・癒しをコンセプトとする内容である。
- ④ 料金設定は、香港人旅行者の受容可能な範囲である。
- ⑤ 旅行素材までのアクセス（二次交通）が容易である。
- ⑥ 支払方法についてクレジットカード・カードの利用が出来る（必須条件ではないが）。
- ⑦ 素材の施設においてWi-Fi環境が整備されている（必須条件ではないが）。
- ⑧ 観光施設については、特定日の休業日以外は常時開場・営業をしている。



## 5-3-2：検証の結果

前項の滋賀県での旅行素材の実地検証の結果、訪日経験のある香港人の訪問を誘引するに足りる旅行素材は、充分に存在するとの結果に至った。以下に香港人を誘引する可能性があると考えられる主な旅行素材を列記する。

図表20 香港人を誘引可能性の有る主な旅行素材

旅行素材の種類	具体的素材名
観る・学ぶ・体験する 計17素材	甲賀の里忍術村（忍術体験）、黒壁スクエア（キャンドル&ガラス細工）、比叡山延暦寺（仏教修行体験）、キリンビール工場見学、ヤンマー・ミュージアム（産業観光）、蔵元・藤居本家（酒蔵視察）、近江神宮（祈祷・袴着用体験）、ブルーメの丘（観光農園での農業体験、動物との触合い、BBQ）、ラコリーナ近江八幡（観光農園での農業体験）、水郷めぐり（小舟でのクルーズ観光）、彦根城での江戸歴史観光、竹生島クルーズ、長浜浪漫ビール工場見学、アグリパーク竜王（観光農園での農業体験）、白鬚神社（びわ湖に浮かぶ神社）、メタセコイア並木の散策、寿長生の郷（和菓子作り）、マキノピックランド（果物狩り）
泊まる 計8素材	琵琶湖ホテル、大津プリンスホテル、雄琴温泉・湯元館、北ビワコホテルグライツィエ、旅館・紅鮎、ロテル・デュラク、料亭旅館・やす井、彦根キャッスルリゾート&スパ
食べる 計5素材	ミシガン・ナイトクルーズ（船上での夕食）、近江牛を提供する各種飲食店、びわ湖テラス（びわ湖を一望しながらの飲食店）、料亭旅館・やす井、翼果楼（滋賀名物 鯖そうめん）
買う 計4素材	三井アウトレット・パーク、夢京橋キャッスル・ロード、浜大津アーカス、ラコリーナ近江八幡（クラブハリエの店舗で有名）
癒す 計4素材	猫カフェ・にゃんこっこ、雄琴温泉・湯元館での温泉体験、北ビワコホテルグライツィエSPA、彦根キャッスルリゾート&スパ
遊ぶ 計2素材	カーメル・ビーチクラブ（ビーチ・スポーツ体験）、びわ湖パレー（各種フィールド・アスレチック・スポーツ体験）
移動する（交通機関） 計2素材	ミシガン・ナイトクルーズ（湖上クルーズ） SL北びわこ号（蒸気機関車牽引の観光列車）

【現地での実地検証結果にもとづき筆者が作成】

前述の香港人の意識とニーズ調査で判明した訪日経験の有る香港人が求めている、①知的好奇心を満足させる「体験観光」「学習観光」の旅行素材、②癒しを感じさせる旅行素材が滋賀県にも多数存在することが判明した。

## 6. まとめ（香港人と滋賀県に関する調査・研究を踏まえた考察）と今後の課題

前述の4章、5章で述べたように、滋賀県にある宿泊施設の稼働率を踏まえると、外国人旅行者を更に受容れるだけの収容能力の余地は残されている。

一方、滋賀県には訪日経験の有る香港人を魅了する可能性のある旅行素材が多数有ることも判明した。しかしながら、滋賀県にたいする認知度が低位であることも一方で明らかになった。

これらのことを踏まえると、香港人の当該県にたいする認知度を向上させることができれば、当該地域からの旅行者を更に大きく増加させる潜在可能性を秘めており、政府が設定した2030年訪日旅行者数6000万人到達の一助になると考える。

次なる課題は、滋賀県の存在そのもの、そして魅力ある旅行素材の存在について認知度を、如何に向上させるかである。

現在までも、その課題にたいして県や市町村、並びに観光関連機関が様々な取組みを行ってはいるが、更にその効果性・効率性を高めた宣伝・広報活動が必要である。

地方自治体では、一般的に宣伝広報の予算や、関わることのできる職員の数に限られているため、香港人が日常生活で多用するサイトを中心として、インターネット媒体を通しての取組の精度向上、そしてリアル媒体においては、多額の費用を要するマスメディア媒体の直接的な多用ではなくて、関係機関との協業を模索していくべきではないだろうか？

具体的には、インターネット媒体とリアル媒体において下記のような取組が考えられるが、大切なことは個々の取組を有機的に連動させることであると考ええる。

### ① インターネット媒体での取組み

\* 香港での有力ブロガーの活用

\* 香港人に多用されている Facebook、Instagram の更なる活用

・ 県の Facebook 観光サイトと観光ホームページの連携強化

・ 県の Facebook 観光サイトと旅行素材提供企業のインターネットサイトとの連携強化

・ 県の Facebook、Instagram 観光サイトの掲載レイアウトとコンテンツの見直し

\* 県の観光ホームページと関係旅行会社のインターネットサイトとのリンケージ

\* YouTube の「True View」広告手法の活用

### ② リアル媒体での取組み

\* 香港で開催の旅行関連や日本に関する各種イベント参加や展示会への出展

\* 香港のマスメディア媒体（新聞、雑誌、TVなど）での滋賀県紹介記事の掲載

\* 滋賀県特産食材の香港への販売促進活動との連携（香港での物産展との協業など）

\* 香港と日本間を就航している航空企業との協業

- \* 香港での日系小売店や飲食店との協業（懸賞広告の手法を駆使）
- \* 香港での交通広告の活用（電車、バス、タクシーなどの地上交通機関）
- \* 音楽・映画の分野での文化交流活動

本稿では、香港人と滋賀県を題材にして「地方への訪日外国人旅行者の誘客」の有効性・必要性・可能性を論じたが、全国の多くの地方県においても同様な状況ではないかと推察される。

また多くの地方県において更なる外国人旅行者の誘客に取り組むことによって、地方の活性化が期待されると同時に、政府が設定した2030年訪日外国人旅行者数6000万人の目標に到達する道筋が見通せるのではないかと考える。

今回の調査研究を進めるにあたり、多大なる協力を頂いた航空会社の「全日本空輸(株) 香港支店」、「滋賀県商工観光労働部」「(公社)びわこビジターズビューロー」に、この紙面を借りて謝意を表したい。

#### 【参考文献】

- ・日本政府 観光庁（2016）「訪日外国人の消費動向 平成28年 年次報告」。
- ・日本政府 観光庁（2016）「宿泊旅行統計調査 平成28年 年間値報告」。
- ・日本政府 観光庁（2016）「旅行・観光消費動向調査 平成28年 年間値報告」。
- ・日本政府観光庁（2015）「旅行観光産業の経済効果に関する調査研究2015」
- ・日本政府 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議（2016）「明日の日本を支える観光ビジョン」。
- ・日本政府観光局（2017）「訪日旅行データハンドブック2017」。
- ・(株)日本政策投資銀行（2016）「2016年のインバウンド動向に係る調査報告」。
- ・みずほ総合研究所(株)（2015）「みずほインサイト インバウンド観光と宿泊施設」。
- ・(株)しがぎん経済文化センター（2015）「KEIBUN 調査研究レポート インバウンド」。
- ・一般社団法人 日本旅行業協会（2017）「数字が語る旅行業2017」
- ・滋賀県商工観光労働部観光交流局 しがの魅力企画室（2015）「滋賀県の国際観光振興」
- ・(公社)びわこビジターズビューロー（2016）「滋賀の国際観光振興」
- ・小堀守（2016）「訪日旅行市場の拡大と地方分散化の現状及びJNTOの取組み」運輸政策研究会 2016 Spring、53-58ページ。
- ・三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)（2016）「経済早わかり2016年度第1号 訪日外国人の増加と今後の課題」
- ・高坂晶子（2016）「地域特性を生かしたインバウンド戦略の在り方」、(株)日本総合研究所 JRIレビュー 2016 Vol7.No.37

【付録】

＜訪日旅行に関するアンケート＞

- (1) 性別を教えてください。 ①男性 ②女性
- (2) 年齢を教えてください。 ①20代 ②30代 ③40代 ④50代以上
- (3) 日本へ行ったことがありますか？ ①ない ②一回ある ③二回以上ある
- (4) 日本一大きい湖、“びわ湖”がある滋賀県を知っていますか？  
①知っているし、行ったこともある ②知っているが、行ったことはない ③知らない
- (5) 設問(4)において、①または②を回答された方に質問です。  
“びわ湖”について、どの様にご存じになりましたか。  
①TV ②旅行雑誌 ③滋賀のホームページ ④SNS ⑤家族・友人
- (6) 「SHIGA Tourism Official Website」という滋賀県の観光情報ウェブサイトを知っていますか？  
①知っている ②知らない
- (7) 日本へ旅行する際、主流の情報入手の媒体は何ですか？（複数選択可）  
①観光地のホームページ ②個人のブログ（特に： ） ③Instagram ④Facebook  
⑤Weibo ⑥旅行雑誌（特に： ） ⑦旅行会社 ⑧Trip Advisor ⑨TV ⑩家族・友人  
⑪LINE ⑫Whatsapp ⑬YouTube ⑭その他
- (8) 日本へ旅行する際、何に関する情報がほしいですか？（複数選択可）  
①飲食店 ②交通機関 ③買い物店・免税店 ④観光地 ⑤日本の気候 ⑥日本の歴史・文化  
⑦宿泊施設 ⑧口コミ ⑨イベント ⑩その他（ ）
- (9) 今度日本を旅行する際、何をしたい（体験したい）ですか？（複数選択可）  
1. 陶芸教室 2. 和菓子作り 3. 茶道体験 4. 着物体験 5. うどん・そば打ち体験  
6. 忍者体験 7. 武術体験 8. 農業体験 9. パワースポット巡り 10. 写経・座禅  
11. アニメ・映画のロケ地巡り 12. 工場見学（ビール工場など） 13. テーマパーク  
14. 猫カフェ 15. ネイル・ヘアサロン 16. レイクレジャー（ウインドサーフィンやカヤックなど）  
17. マウントレジャー 18. ハイキング 19. サイクリング 20. リゾートホテルのスパ  
21. アウトレットで買い物 22. クルージング 23. 果物狩り 24. 野菜を使った健康的なブッフェ  
25. 和菓子・抹茶スイーツ 26. 美術館・博物館 27. 動物園・水族館 28. 旅館宿泊と温泉入浴体験
- (10) 滋賀県には下記のような名物料理や地方の名産品がありますが、食べてみたいと思うのはどれですか？（複数回答可）  
① 近江牛（滋賀県で食べられる高級和牛。ステーキ、すき焼きなど）  
② 精進料理（野菜・豆類などの植物性のみの食材を使用で、僧侶が食べる料理）  
③ 湖魚（琵琶湖でとれる魚のこと。中でもピワマスはサケ科の中の最高峰と言われている）  
④ 伊吹そば（伊吹は日本のそばの発祥の地とされている）

⑤ 日本酒（滋賀は水に恵まれており、その水と米でできた日本酒はとても美味しい）

⑥ 朝宮茶（最上の産地で摘み取られ、伝統的な製法で作られた香高い日本茶）

(11) 次の写真は、いずれも滋賀の観光地です。写真をご覧になって、行ってみたいと思うところはどこですか？（複数回答可）

①雪のメタセコイア並木



②近江八幡 水郷巡り



③甲賀忍者



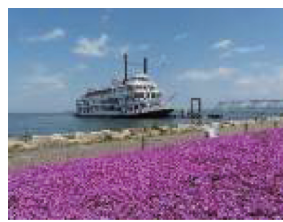
④彦根城



⑤白鬚神社



⑥琵琶湖クルーズ



ご協力ありがとうございました。

(にしだ・とおる 英語国際学部教授)