

第63回 九州運輸コロキウム

国際観光シンポジウム第二弾！

九州の今後の観光を探る！

欧米豪から見た観光地「九州」と
「女性」の視点で観光を考察！

2018年**11月30日**

13:30~16:00

ハイアットリージェンシー福岡

2F 「リージェンシーボールルーム」

主催：（公財）九州運輸振興センター
共催：国土交通省九州運輸局
（一社）九州観光推進機構

次 第

13:30-13:35 開会 主催者あいさつ (公財) 九州運輸振興センター

13:35-13:40 共催者あいさつ 国土交通省九州運輸局

13:40-14:30 「第一部 欧米豪から見た九州の関心度」

●調査概要

国土交通省九州運輸局観光部

●調査内容

(公財)九州経済調査協会 調査研究部 島田研究主査

※情報提供:(一社)九州観光推進機構

九州観光に関する旅行者インサイト調査 (速報)

14:30-14:35 ～ 休憩 ～

14:35-15:45 「第二部 女性の視点で観光を考察！」

《 パネルディスカッション 》

●コーディネーター

西日本鉄道(株) 取締役 大黒伊勢夫 氏

●パネリスト

稲積京子 氏 (一社) 別府インターナショナルプラザ 代表理事

柿田紀子 氏 (同) D.M.P LABO 代表取締役

重留美穂 氏 TOTO(株)九州支社プレゼンテーショングループ

綱川明美 氏 (株)ピースポーク 代表取締役

外山由恵 氏 (株)くまもとDMC 常務取締役

(氏名：五十音順)

15:45 閉会 あいさつ (一社) 九州観光推進機構

名刺交換会 (～16:00)

※名刺交換会後、情報交換、個別相談等を行う際には、

福岡合同庁舎新館 7F 九州運輸局海技試験場

をご利用できますので、ご活用下さい。当局職員も対応致します。
また、登壇者の皆様も、ご参集頂く予定です。

パネルディスカッション 登壇者の紹介

コーディネーター

西日本鉄道(株) 取締役 大黒伊勢夫 氏



東京大学を卒業、1978年運輸省入省。国土交通省時代は九州運輸局長、観光庁観光地域振興部長、海事局次長などを歴任し、運輸、観光政策において豊富な経験を有する。九州運輸局時代には、九州運輸局監修の書籍「九州遺産」を通じ、また「九州物語委員会」の開催により九州の観光振興に努めた。現在は、西日本鉄道(株)取締役常任監査等委員として勤務するかたわら、ものがたり観光行動学会理事や出身の広島県観光大使として活躍している。

パネリスト (氏名：五十音順)



稲積 京子 氏
(一社)別府インター
ナショナルプラザ 代表理事

中学校英語教員退職後、子育てがひと段落ついた2004年日韓共同開催サッカーワールドカップの年に別府駅にある外国人観光客案内所でボランティア活動を始めた。その後別府を訪れる外国人観光客が年々増加して行く中、2014年それまでのボランティア団体を一般社団法人とし、その2年後に代表理事となる。日々の案内所での経験を生かし2016年外国人向けの温泉本を多言語で制作した。来年度には第3弾を発行予定。外国人温泉本ビーベップのために情報収集したことをSNSで発信し、別府の魅力を世界に向けてPRすべく日夜別府を走り回っている。



柿田 紀子 氏
(同)D.M.P LABO
代表取締役

アパレル・アクセサリー販売のEC サイトで事業を開始。自ら海外にOEM 生産拠点を開拓し売上を拡大するなどWEB マーケティングを実践で学ぶ。その後SNS社員研修、ビジネス構築支援を行い、地元老舗百貨店などを顧客に持つ。2018年デジタルマーケティング、SNSの可能性を感じ合同会社D.M.P LABOを設立。これからのソーシャル・キャピタルをはじめとする新たな資本とを繋ぐ活動を行っている。



重留 美穂 氏
TOTO(株)九州支社
プレゼンテーショングループ

2012年よりパブリックトイレの提案部門に在籍。商業施設、オフィス等におけるトイレ空間の提案や水まわりのセミナー講師を担当。2016年より社内の「おもてなトイレPJ」メンバーとして、最近のインバウンド需要増に伴う観光地トイレ、宿泊施設等における、外国人観光客が抱える問題等に目し、PJで各地のトイレ調査を企画。利用者、管理者双方の視点から更なる快適トイレを提案すべく活動中。主な提案物件、太宰府天満宮、ミッドタウン日比谷他。



網川 明美 氏
(株)ピースポーク
代表取締役

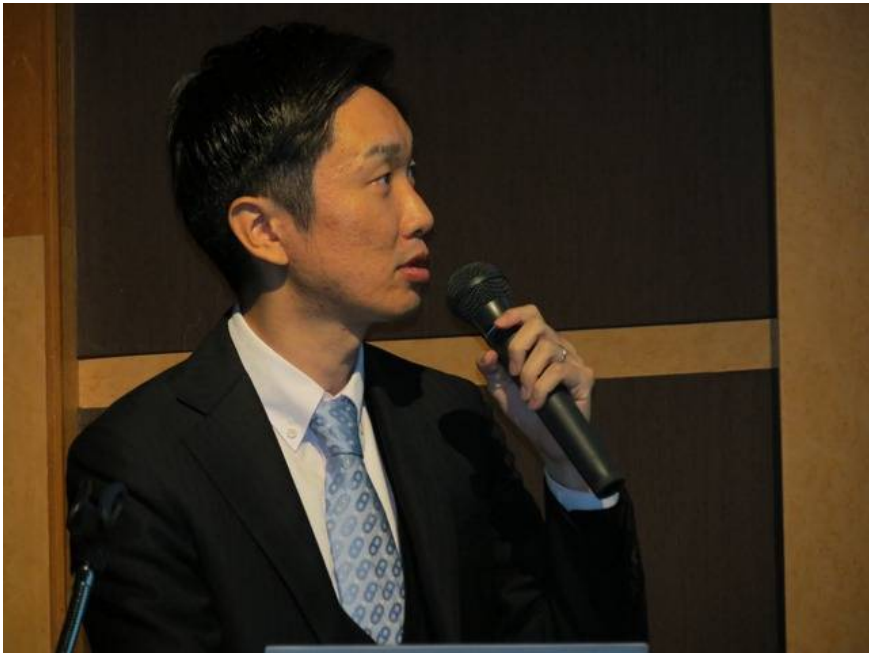
UCLA卒業後、豪系投資銀行、米系マネジメントコンサルティング会社、米系資産運用会社での機関投資家向け金融商品の開発を経て、2015年に株式会社ピースポークを設立。世界8カ国からトップレベルの開発者を採用し、「ガイドブックを超える体験」をコンセプトに、国内外でAIを活用したチャットボット「Bebot」を展開中。現在、成田国際空港、JR東京駅、ホテルニューオータニ等で導入中。海外カンファレンスにも多数登壇。

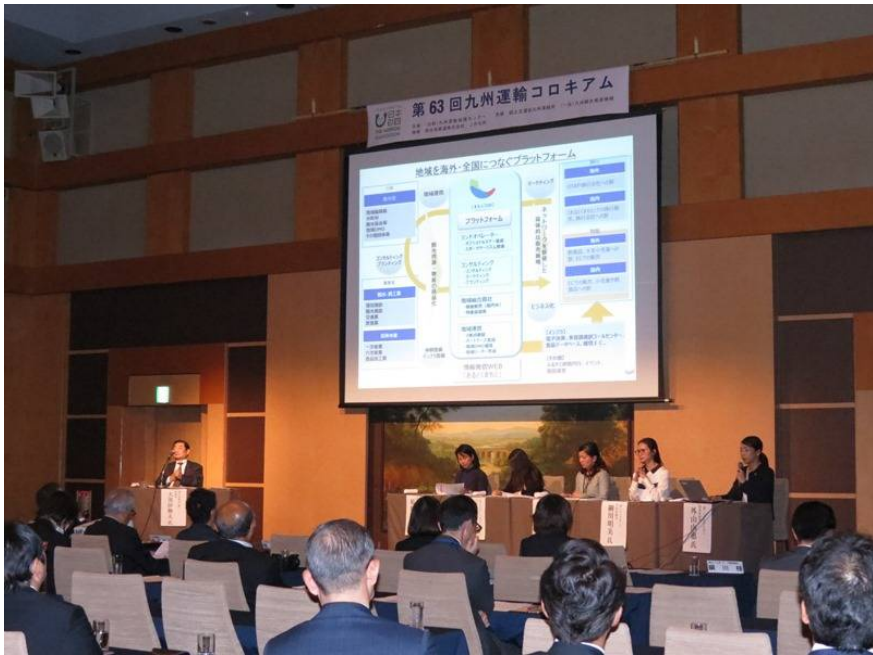


外山 由恵 氏
(株)くまもとDMC
常務取締役

・1985年4月 (株)クレディセゾン 入社
新規事業企画や拠点の立ち上げに従事
・1996年4月 (株)リクルート入社。旅の情報誌「九州じゃらん」創刊に関わり九州内を巡る。九州各地の宿泊施設や観光施設へのアドバイスおよび広報に係る。
・じゃらんリサーチセンターに移動。マーケティング調査や九州地域の活性事業に携わる。
2017年 (株)リクルート退社・(株)くまもとDMC 常務取締役就任、2018年 7月ツアープラザ KAMITORI 総支配人兼務

第 63 回
九州運輸コロキウム
(2018 年 11 月 30 日開催)





欧米豪から見た九州の関心度



公益財団法人九州経済調査協会
調査研究部 研究主査
島田 龍

日時 平成30年11月30日(金)
場所 ハイアットリージェンシー福岡

主催 後援
後援 (公財)九州運輸振興センター
日本財団
国土交通省九州運輸局
(一社)九州観光推進機構
西日本鉄道株式会社 JR九州

皆様こんにちは、公益財団法人九州経済調査協会の調査研究部の島田と申します。

本日は、九州運輸局さんの調査事業として委託されました「欧米豪をターゲットとした九州観光関心度等」の基礎調査について報告致します。

インバウンドの入国者数が近年、九州でも非常に増えています。しかし、出入国管理統計のデータを見る限り、97・3%がアジアからで、欧米豪を中心とする観光客はほとんど九州に来ていないというのが現状です。

ただし宿泊旅行統計、九州に実際に泊まった外国人人数で見るとまた少し違ってきます。2015年以降、九州内の空港や海港で実際に入国した人数より、九州に泊まっている人数がより多く伸びています。つまり九州で入国しないで、例えば東京、大阪の大きな空港で入国した後九州にも足を伸ばしているという、広域観光スタイルが浸透してきているということなのです。

UNWTOが公開している国、地域別にみた国民一人あたりの国際観光支出額をみると、1位オーストラリア、2位カナダ、3位イギリス、台湾を挟んで5位がフランスというように、欧米豪に集中しているということがわかります。

さらに、欧米豪インバウンドの訪日滞在日数では、約2週間位ということで、アジアの国々と比べると非常に長いということもわかります。もちろん、観光客全てが九州に来るわけではありませんが、欧米豪のインバウンドは長い訪日旅行をしているということなのです。

これまで九州には欧米豪からの直行便がほとんどなかったのですが、広域観光スタイルが浸透したことで、これらの地域からのインバウンドが増加する可能性が高まっているということが言えます。

アジアの国と比べて欧米豪各国は、旅行消費単価が高く、且つ、滞在日数も長いということなので、アジアだけではなくて、欧米豪のインバウンド誘客にも力を入れる、そういった素地が整ってきたということ

が言えるのではないのでしょうか。

さらに、ラグビーワールドカップ、その後のオリパラということでも、世界的なスポーツイベントが立て続けに日本で開催されます。これまで以上に九州にも世界中からインバウンドが訪れる可能性があるという事です。

本日の要点として大きく3点、まとめておきます。

欧米豪5ヶ国(イギリス・フランス・ドイツ・アメリカ・オーストラリア)において、旅行口コミサイトからの分析、それからFFデータという、国土交通省が公開している交通経路の分析、最後にネットアンケートの結果ということでまとめておきます。

1点目、旅行口コミサイトトリックアドバイザーの結果をまとめたものです。それ以外にも、JNTOの外国人観光案内所に認定されている案内所でも話を聞いています。

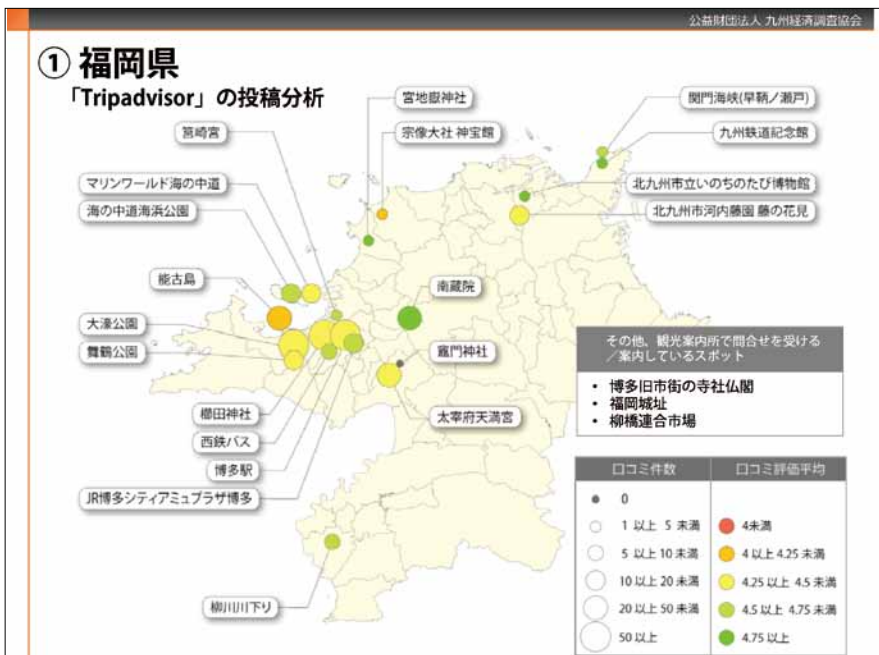
まず、福岡県ですが、南蔵院と能古島の事例です。(資料1・2)

南蔵院を見ると評価が高いことがわかります。仏像が大きいという事も高い評価につながりましたが、それだけではなく静かで美しい、リラックスできる、そういうこともこの南蔵院の評価を高めている要因となっています。

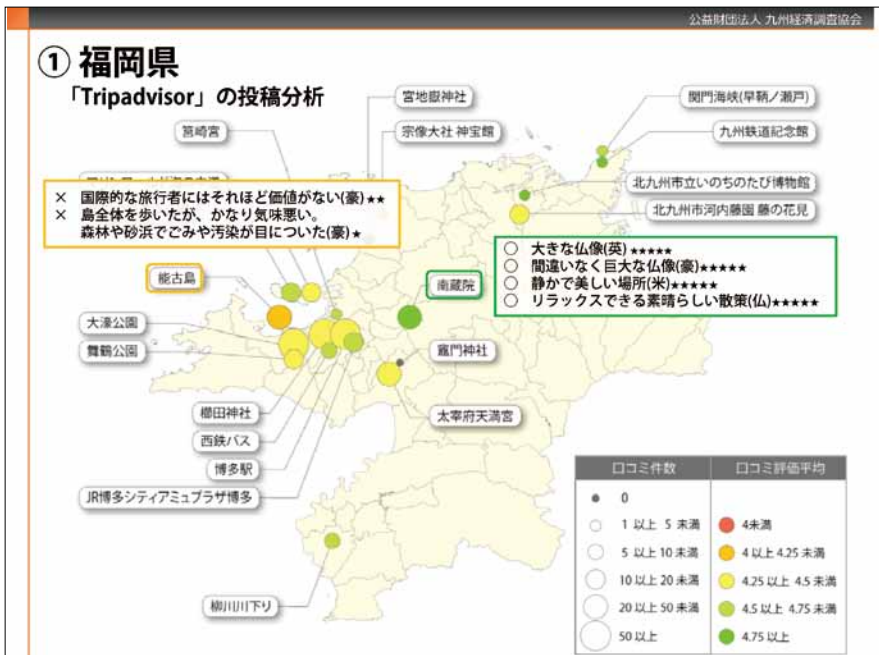
一方で能古島ですが、アジアの調査では中国人などには整った花畑が評価されましたが、欧米豪人には評価されませんでした。口コミを見るに遠い所から来て見るような価値はあまりない、島全体を歩いたが気味悪い、住人もいるのでゴミが目につ

いたとか、そういうようなこともありました。佐賀県ですが、やはり欧米豪の観光客は佐賀まではあまり足を伸ばしていないようです。佐賀城本丸歴史館では城が面白いということもありますが、イヤホン

を使って英語の解説を聞くことができた。それから、ボランティアガイドさんが英語で説明してくれたというところが欧米豪人に評価されました。唐津城は評価が低かったのですが、改装していた時にお客さんが何人も行ったみたいで、がっかりしたということでした。これは、今、唐津城に行っても入れないという情報がきちんと伝われば、こういう評価にはならないわけで、改善の余地は十分あると考えています。



資料 1



資料 2

長崎県は長崎市周辺において非常に人気の観光地となっています。まず、長崎バイオパークの評価が非常に高くなっています。多くの動物に間近で触れることができたオーストラリアの方がおっしゃっていました。数時間の中で過ごし、さらに全ての動物にエサをあげたようです。オーストラリア国内でも同じように動物に触れることができるのではと思いますが、豪人は長崎バイオパークで動物に触合えるということを非常に評価していました。また、欧米豪観光客に一番知名度

の高い長崎原爆資料館ですが、極めて高評価な投稿が多くありました。しっかりと戦争の歴史について様々なことを知ることができたということとで高い評価となっています。

一方で、あまり評価が高くなかったのは稲佐山の展望台です。街の景色は素晴らしいと評価しています。が、夜9時以降、周辺を観光しようにもどこも閉まっている、また、展望所への行き方の説明がなかった、あまりにも人が多い等で評価が下がりました。人気な観光スポット故、中国や韓国などのアジアからのインバウンドでこった返しているということ、欧米豪の個人の観光客にとっては評価を下げるポイントになっっているようです。

熊本ですが、熊本市内と阿蘇の2ヶ所に分散しているということがわかります。

熊本城では地震の被害があるにもかかわらず見る価値がある、地震の被害地も訪問するに値する価値があるとなっています。一方で、修復中の建設現場では瓦礫で覆われていて訪問する価値はないという口コミも

ありました。先ほどの唐津城と同様に、ここを訪問する前に、ここはこういう状況なんだということが伝われば、地震の被害の様子が見たい、復興の様子が見たい人達は、こうして高い評価をつけてくれるでしょうし、そういうものに興味がない人達は、そもそも来なくなるので低い評価も無くなると思います。

阿蘇山はあまり評価が高くありません。景色は非常に良いのだけれど退屈だった。天候の関係で行ってみたいけれど登れなかった、入れなかった。また、行ったけれど、観光スタンプが言語の壁に立たなかったというようなこともありました。外国人案内所の方々にヒアリングする中でお話を伺いましたが、欧米豪の個人の旅行者というのはある程度、行き当たりばったり、細かい予定を組まずに旅行する人が多いんだということでした。行ったら見られなくて、それで終わってしまうとダメという評価になってしまったり。行って見られなくても、例えば案内所のスタッフの人が、代わりにこんなものがありますよ、代わりにこんな

なところに行ったらいいんじゃないですか？という形でしっかりと案内ができれば評価も変わってくると思います。

大分は別府の周辺が人気となっています。

まず評価の高い杵築の城下町ですが、街並みが素晴らしいだけではなくて、友好的でいろいろな人が手助けしてくれた。旅先で出会った人がみんな親切で、フレンドリーで良かったというようなどころも高評価につながっています。他にもごみがなかったということ、欧米豪の、特に個人の観光客にとつて、先ほどの稲佐山のように人が多いところはあまり評価が高くないようなようです。

一方で別府の地獄めぐりの評価が高くありません。口コミをみると結構辛辣で、お金の無駄、それぞれの地獄で5分も費やすことができない等がありました。また、この欧米豪をまとめる時に印象的だったのが、動物についての話です。ワニがいたり、動物園みたいになっている地獄があります。欧米豪の人達にとつ

ては飼育環境がよくない、温泉はよかったです。動物を見た時に印象が悪くなったと言っています。アジアの投稿を分析するとういうのは出てこないのではと思います。たまにたまそういう人達がここに書いているのか、この辺はもっと詳しく調べて見てみないとわかりませんが、現状、別府の地獄の評価が低い1つの要因として、動物愛護という面があったことがわかりました。他にも日田の商店街ではいかにも作られた観光地ということ、評価が低くなっています。

宮崎は高千穂、それから宮崎市から日南にかけての海沿い辺りに観光客が分散しています。

高千穂の中でも一番評価の高かったのは、天安河原という小石が積まれた所です。口コミでは非常に美しい、神秘的であるなどが評価されています。この中で1つ、フランス人の方ですが、そこに着くための美しい散歩とあります。実は南蔵院のところでもフランスの方は散歩と上げていて、散歩できる、散歩できると



いうことに非常に関心を持っていて
のではないのでしょうか。

それから、日南海岸の評価も高く
て、内容を見ると、ドライブするの
に景色のいいところだったというよ
うな口コミがありました。

鶴戸神宮も断崖絶壁に神社があつ
て景色が美しい、海の岩の小さな穴
に石を投げ入れるという珍しい体験
ができるということが高い評価につ
ながっています。神社は他にもいく
つか太宰府天満宮や宇佐神宮なども
あるのですが、評価が高かったのは

鶴戸神宮でした。神社そのものとい
うよりも景観が美しい、珍しい体
験ができる、そういったことが評
価に貢献しているのではないで
しょうか。

鹿児島県は桜島も含め鹿児島市
内、それから屋久島が人気となつ
ています。

まず桜島ですが、ドライブやサイ
クリングができる、無料の足湯が付
いている、無料でいろいろできると
いうことも評価が高い。安全な火山
を観光できる、噴火の機会が見られ
る、こういうことも評価につながつ
ているということがわかりました。

屋久島も評価が高く、その中でも
白谷雲水峡が人気で、美しい、神秘
的なハイキングができると評価が高
くなっています。また特徴的な
は、雨が降ると阿蘇山などは評価が
下がりますが、屋久島は雨の中のハ
イキングでも評価は高くなっていま
す。天気はコントロールできません
が、雨が降っても屋久島のように満
足して貰える仕組みを考えていくこ
とが必要だと思っています。

評価が低くなっているのが、知覧

の特攻平和会館です。特攻の歴史に
興味がある、博物館を楽しむに
いたというイギリス、アメリカの人
達がいきましたが、英語表記がなく、
全くわからないということでした。

一方で、オーストラリアの人は博物
館の全てが見たということを書い
ています。この方は日本人の友人が
内容を翻訳して十分に説明してくれ
たからこそ評価が高くなった、つま
り、内容がわかれば高評価を貰える
ものになっています。長崎の原爆資
料館や佐賀城の歴史資料館などは英
語の解説がきちんとされて評価が高
かったわけで、知覧についてもこう
いう形でインバウンド向けにも解説
があれば評価が高まる可能性は十分
にあると考えています。

2点目のFFデータの行動経路
分析ですが、九州訪問前後でどこ
に行ったのか、九州内をどのよう
に周遊したのかというものです。

(資料3・4)

欧米豪5ヶ国、どの国の観光客も
九州ゴールデンルートというのは、
関東で入国し九州に来て、九州を観

光後、再び関東に戻り、そこから帰
国するというものです。

国別に九州外で見た平均トリップ
数で、純粹に九州以外の国内を移動
した数の平均をとったものです。そ
れを見ると、アメリカは平均トリッ
プ数が低く、他の4ヶ国と比べて地
方間の周遊が少ない結果となってい
ます。他のところはどちらかとい
うと、東京から入国した後に関西も
寄って九州に来るとか、関西から入
国した後に中国地方に寄って九州に
来るとか、アメリカ人に比べて移動
率も高くなっています。

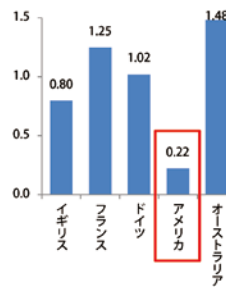
では、九州に訪れた最初の県がど
こなのかというと福岡県が半分以上
を占めています。特徴的だったのは
オーストラリアで、他の国に比べる
と長崎に最初に入ってくる観光客が
1/4以上を占めていました。

それから九州への直接入国率です
が、アメリカだけが30%を占めてい
るということで突出して高いことが
わかります。ハワイ路線から直接来
ているということではなく、韓国あ
たり、中国、香港を経由してくる人
達が他の4ヶ国に比べて高くなって

九州訪問前後の行動経路 (国別比較①)

- ▶ 九州外での平均トリップ数は、アメリカだけが際立って少ない
→ アメリカは他4カ国と比べて地方間の周遊が少ない
- ▶ オーストラリアは4分の1以上が長崎県を九州の玄関口として利用

国別にみた九州外での平均トリップ数



国別にみた九州の玄関口

	(単位：%)				
	イギリス	フランス	ドイツ	アメリカ	オーストラリア
福岡県	50.0	53.7	53.6	54.6	51.7
長崎県	17.0	14.2	14.9	17.7	26.0
鹿児島県	11.4	12.8	12.9	10.0	9.1
熊本県	9.5	10.6	11.3	6.8	4.5

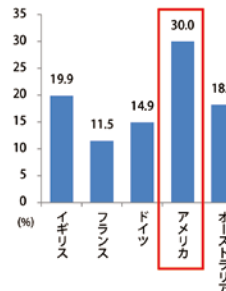
注) 「九州外」とは、「国外-出入国地域」と「九州外-九州」のトリップを除いた「(国内)九州外-(国内)九州外」のトリップを指す

資料 3

九州訪問前後の行動経路 (国別比較②)

- ▶ 九州での直接入国率はアメリカだけが突出して高い
- ▶ 北海道・東北+九州、沖縄+九州で訪問するケースはごくわずか
ただし、オーストラリア人の北海道+九州は少ない

国別にみた九州での直接入国率



国別にみた他地域への訪問率

	(単位：%)				
	イギリス	フランス	ドイツ	アメリカ	オーストラリア
北海道・東北	3.9	2.3	2.3	3.2	8.3
関東	72.9	77.1	71.2	61.0	74.8
中部	12.7	14.7	17.2	8.2	23.1
近畿	28.1	43.6	35.4	21.4	40.9
中国・四国	16.0	21.1	21.5	10.6	21.5
沖縄	2.6	2.8	2.0	2.8	1.2

資料 4

いると思われる。
他地域への訪問率で、九州訪問の前後、九州以外の地域にどのくらい立ち寄っているのかというものをみたものです。大きな空港がある関東・近畿に加え、九州に近い中国、四国が多くなっています。オースト

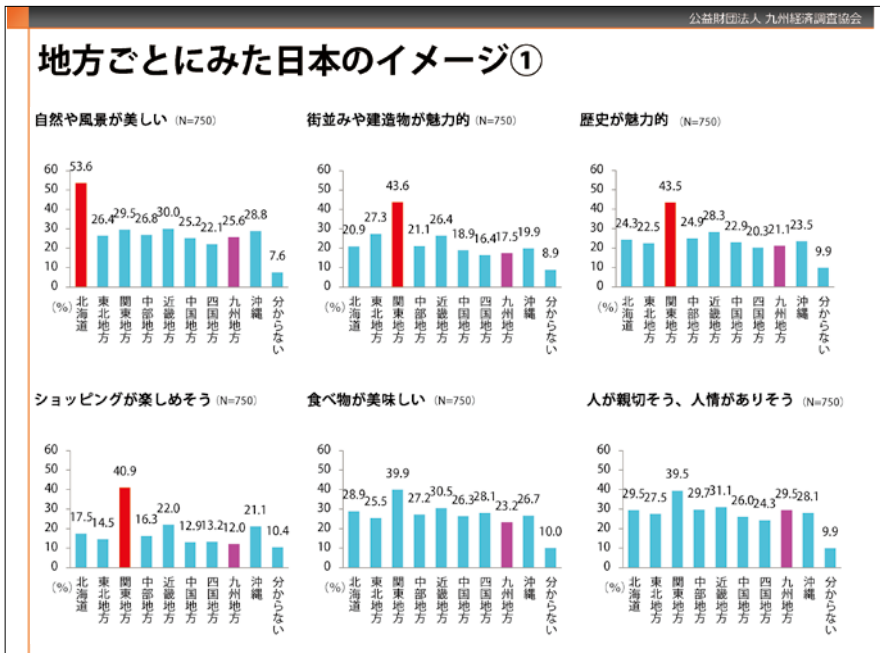
リアに人気があるのは北海道ですが、その北海道から九州にも足を延ばす観光客がいるということがわかりました。
では、観光客が九州内ではどう行動したのかというと、九州滞在中の立ち寄り県数はほぼ1県だけ、他県に

は行かず、九州から帰ってしまう。どんなに立ち寄っても大部分が延べ3県までの訪問ということでした。それから九州内の延べ訪問県数ですが、いずれの国でも2県行くという人が50%以下となっています。その中で特徴的だったのはフランスで

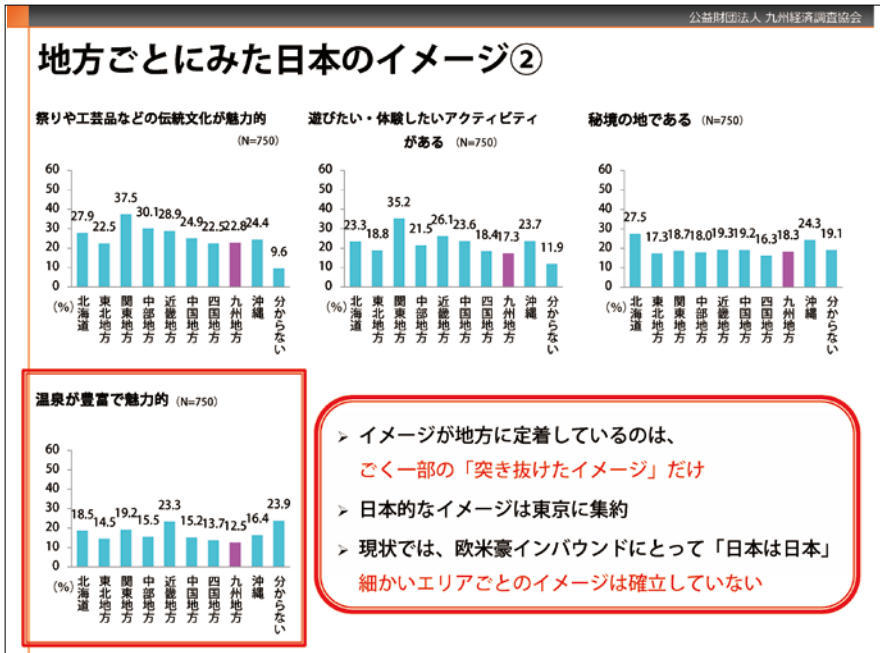
4人に1人以上が3県で、27・5%残っています。基本的に欧米豪の人達は九州内をほとんど周遊しませんが、その中ではフランスが一番周遊するということがわかりました。
最後にネットアンケートですが、九州を訪問したことがある人、それから九州以外の日本を訪問したことがある人、各々50サンプル、合計100サンプルずつ5ヶ国でとりました。

内容としては大きく3点、①日本における地方ごとのイメージ、②九州と聞いて思い浮かべるもの・こと、③九州の主な観光資源を知っているか・行ってみたいかを聞いたものです。この中から①と③の内容をご紹介します。

まず地方ごとにみた日本のイメージです。おそらくこのような調査をしたことが今までなかったと思います。それぞれの地方で、うちの地方のイメージはどうですかと聞いたイメージはどうですかという形で聞いたことはあつたと思うのですが、こういった形で



資料 5



資料 6

地方ごとに、どこの地方にそのイメージがついているのかという比較をした調査は多分なかったのではと思います。かなり衝撃的なデータが出てきて分析する方としては非常に興味深いものとなりました。

まず、自然や風景が美しいについては北海道を半数以上の人が挙げていて、北海道の一人勝ちというところでは、次に、街並みや建造物が魅力的、東となりました。これは京都という

答えが出ると思っていたのですが、意外なことに関東ということですが、それから、ショッピングでも関東。残りの6項目については、どこか一つが飛びぬけて出ているというよりは、なんとなくイメージが混沌としているような感

じでしょうか。人が親切そう人情がありそうというところで、九州はやや高くなっています。残念なことに祭りや工芸品などの伝統文化が魅力的や遊びたい・体験したいアクティビティがある、秘境の地であるという項目では九州ではあまりイメージがない。「温泉アイランド九州」ということで温泉を売りにして世界に発信していますが、欧米豪の人達に聞いてみると、意外や意外、一番、イメージがない。まさか沖縄以上にならないという結果にびっくりしてしまったのですが、スパリゾートみたいなものが温泉というふうに捉えられるからでしょうか。訪日経験がある人達にとっても、温泉が豊富で魅力的という項目では、わからないという回答が一番多く、九州という回答が一番少なくなっています。結果として、イメージが地方に定着しているものはごく一部の、北海道の自然やショッピングの関東などとなっています。それから、日本的なイメージは、

何となく多くの人が行く関東となっ
ていて、とりあえず関東に行こうと
いうことでしょうか。現状では、欧
米豪のインバウンドにとって日本
は日本であって、九州や中国、近
畿などの細かいエリアごとのイ
メージが確立していないというこ
とがわかりました。

ご参考まで、同じような調査を
東アジアや東南アジアでもしてい
ます。温泉が豊富で魅力的の項目
で九州は東アジアだけ高くなって
います。東南アジアは、先ほどの
欧米豪以上に九州のイメージとい
うのが希薄であるということがわ
かりました。

九州以外の訪日経験者と、九州に
来たことがある人でどの位イメージ
に違いがあるのかというものを見た
ものです。訪問経験がある人は全て
の項目で訪問していない人よりもイ
メージが高くなっていることがわか
ります。特に来たことでイメージが
高まったこととしては、人、人情、
それからショッピングと温泉です。
ここについては、来ることで大き
くイメージがついてくることがわ

かりました。
それから、九州の代表的な観光資
源を50ほどピックアップし、その写
真を見せて、ここを知っているかと
いうことと、そこに行ってみたくか
ということを聞きました。
まず、関心度の高い資源、とても

旅行してみたいと半数以上の人が答
えた資源というのをピックアップし
たところ、8ヶ所がありました。
(資料7) 杵築の城下町以外は河内
藤園、鶴戸神社、阿蘇山、沖ノ島、
由布温泉、久住高原、雲仙地獄と自
然景観の資源が並びました。特に、

山を背景にした雄大な景観への関心
が高く、湯布院や雲仙、阿蘇山あた
りです。ここには惜しくも入らな
かった桜島も49・1%、それから、
桜島がバックにある仙巖園も49・
2%と関心が高くなっています。山
を含めた景観というものに関心が高



資料 7



資料 8

いということは何となく見えてきたところでは。

これをアジアと比較したらどうなるのか。東南アジアはどんな資源も非常に関心が高い。50資源の平均が52・2%ということでは非常に高くなっています。また、東アジア、東南アジア、欧米豪3地域全てで50%を超えたのが湯布院と阿蘇山です。なお、東南アジアの1位の関心度は59・4%で久住高原、東アジアでは阿蘇山で50・4%となっています。

一方で関心度が低いものでは1位と2位がそれぞれ椎葉村と五家荘で、他にも高千穂が低くなっています。(資料8) 秘境感のあるものが低くなっていますが、アンケート前は、むしろこういう秘境に魅かれるのではと考えていました。出す写真を間違えたのかと思いましたが、椎葉村といえはこんな感じ、五家荘や高千穂でもこういう感じだと思えますので、何の要因で関心度が低くなったのか、この辺は詳しく調べてみる必要があると考えています。

しかし、実際に来てみると、先ほどのトリップアドバイザーのところ

にもありませんでしたが非常に評価が高くなっています。最初に来て貰うための情報発信の仕方としてこの辺りは何か考えないといけないのではと思います。

また、食とか買物については、地域における違いが顕著に出ています。カキ小屋、果物狩りは東南アジアの関心が高くなっています。天神の写真と、ショッピングが出来ますという解説を入れていますが、欧米豪はあまり関心が高くなかった一方で、東南アジアの人達は非常に関心が高く、天神が2位となっ

ています。このようにインバウンドと一言で言っても地域によって様々な違いがある。さらに細かく言えば国によっても違いが出てくるということでは。欧米豪5ヶ国を見てみると、5ヶ



資料 9



資料 10

国全てで上位にあがってきたのは、河内藤園だけです。ただそれ以外のところというのは国ごとに違っています。また、アメリカは全ての資源に対する関心が相対的に高いという傾向がありました。1位の河内藤園で62%、それ以外、5位でも60%で他の国では1位でも60%に到達していません。(資料9・10)

まとめとして、欧米豪とアジアでは関心のアンテナが全く違うことがいろいろなデータからわかりました。滞在型のインバウンドはフランスで、相対的に県をまたぎ周遊が多いということもFFデータの調査からわかりました。ネットアンケートの結果では、自然景観への関心が欧米豪いずれの国でも高いということがわかり、その中でも「山」というのがフックになっているようです。ただし、欧米豪では九州だけではなく日本の地方に対するイメージがほとんどないということが現状で、ここは大きな課題として挙がってきました。

では、今後、どうすべきか。

九州全体として、北海道の自然のように絶対的なイメージをしっかりと作っていく。それが温泉アイランドの温泉かもしれませんし、もっと違う何かかもしれません。強烈なイメージを作って世界に発信していかねばなりません。

その一方、ミクロなところで各受入れの観光地でも受け入れ態勢の充実を図っていくことが必要となってきます。トリップアドバイザーの口コミの杵築の城下町のよいうな地元民とのふれあい。佐賀城の歴史資料館や知覧特攻平和会館等、歴史資源の英語などによる解説の充実。

このように大きな視点、小さな視点でそれぞれ展開していくことが求められていると思います。

これで、今回の調査のご説明を終わらせていただきますが、この調査結果については九州運輸局さんのホームページで公開されますので、詳しく知りたい方やご関心のある方はぜひそちらをご覧ください。ばと思います。

ご清聴ありがとうございました。

最後にご案内です。いま九州観光推進機構さんでアジア11ヶ国地域、それと国内を対象に九州観光の実態調査を行っております。これを、今回の運輸局さんの調査と同じく私も九経調の方で受託させて頂いております。スケジュール的には2019年の1月末頃まで調査を行い、その結果につきましては推進機構さんのホームページで公開する予定だと伺っております。韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、さらに東南アジアのマレーシア、インドネシア、ベトナム、このあたりまで調査を行います。

内容は今回の運輸局さんの調査と同じようなものを考えております。欧米豪5ヶ国とアジア11ヶ国地域での比較ができるようになると思います。皆様にマーケティングの戦略を考える上での、基礎資料としてご利用いただける内容になるのではないかと考えております。

