

## 第1章

---

### 調査研究の背景・目的

## 第1章 調査研究の背景・目的

### 1 調査研究の背景・目的

2016年に東京都を訪れた外国人旅行者数は約1,310万人（対前年比10.2%増）となっており、全国で最も外国人旅行者が訪れる地域となっている。国は、2020年に2,000万人としていた訪日外国人旅行者数の目標を4,000万人に、訪日外国人旅行消費額の目標も4兆円から8兆円に上方修正した。東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下、「東京2020大会」）もあることから、東京都を訪れる外国人旅行者数はさらに増えることが予想される。

しかし、東京都産業労働局観光部企画課の「平成28年度国別外国人旅行者行動特性調査」によると、12,959人の回答者のうち、東京島しょ地域を訪れた外国人旅行者はわずか0.8%であり、これは2015年度と同調査から0.1ポイントダウンしている。

東京島しょ地域への移動は陸路と異なり、荒天時には欠航となりやすいため、旅行計画をたてにくいリスクがある。しかしながら、都心から飛行機で最短1時間以内の場所にある東京島しょ地域は、日本最大のインバウンドマーケットに隣接し、ポテンシャルを有している。東京都も東京島しょ地域観光に対しては新しい支援を打ち出しており、2017年度はプレミアム付きの電子通貨「しまぼ通貨」の販売やガストロノミー（美食）ツーリズム事業など積極的に取り組んでいる。

近年のインバウンド観光のトレンドは、「爆買い」<sup>1</sup>に代表される「モノ消費」<sup>2</sup>が一段落し、体験を重視した「コト消費」<sup>3</sup>へニーズが変化するとともに、日本の原風景を売りにする動きも活発になっている。SNSや動画等を契機に、日本人が観光名所とっていなかった場所や日本国内の知名度が決して高くない場所に、外国人旅行客が増えている例もある。

さらに、北海道ニセコ地域のようにウィンタースポーツが主軸の地で、シーズンオフとなる夏のアクティビティを充実させた結果、外国人旅行者が増え、日本人にも再評価されて移住者が増えた例もある。外国人旅行者が過ごしやすい環境というのは日本人旅行者にとっても同様であり、旅行者が増えることで新たなビジネスが生まれたり、雇用が創出されたりするなどの効果も期待できる。つまり、インバウンド拡大策は外国人・日本人旅行者の増加のみならず、外国人・日本人問わず移住者の増加に繋がる可能性を有している。

本調査研究では、東京島しょ地域特有の状況を踏まえてインバウンド拡大の課題を整理するとともに、ターゲット層を明確にし、これらの層が関心を寄せる事業・取組やアプローチ方法等を検討する。東京2020大会を好機ととらえ、東京島しょ地域のインバウンド拡大策の方向性や具体的な内容を提示し、地域が一体となって取り組めるように促すことを目的とする。

1 大量にまとめ買いをすること。来日した中国人による猛烈な購買行動を意味する俗語として使われ始めた。

2 商品の所有に価値を見いだす消費行動。

3 所有では得られない体験や思い出、人間関係に価値を見いだしてお金を使うこと。

## 2 調査研究の方向性

### (1) 外国人旅行者のニーズを把握

実際に来日している外国人及び東京島しょ地域に来訪している外国人の意向を調査する。

来日外国人旅行者の観光動向や東京観光に対する期待度・満足度、東京島しょ地域の認知度などを把握する。また、来日後の訪問先の選択方法や現地での着地型観光プログラム<sup>4</sup>の活用有無や意向、関心のある観光分野についても明らかにし、ターゲット層の東京島しょ地域観光との親和性を検証する。

### (2) 東京島しょ地域側のインバウンド対策への取組ハードルを把握

自治体、住民、観光関連事業者に対する3つの調査において共通する問を設けることにより、インバウンド対策に対するハードルの違いを比較する。

さらに通訳などの人材不足や外国人向けのコンテンツ不足、宿の設備や意識、交通利便性、住民の意識など、ハードルの要因を把握する。

### (3) 地域が一体となった取組とするための成功ポイントの探索

島内の観光振興のキーマンにインタビューを行い、東京島しょ地域における取組規模等のレベルや展開のステップを整理する。

また、インバウンドの拡大を通じて得られるメリット等を事例などから把握し、今後のインバウンド対策への意欲の醸成を図る。

## 3 調査研究の方法

### (1) 日本国内における外国人旅行者の現状・方向性

主に文献調査から全体的なトレンドを定量的に整理するほか、有識者からの情報や先進事例から定性的に把握する。

### (2) 東京島しょ地域における背景・現状・課題

文献調査のほかにアンケート・インタビュー調査などから把握する。

### (3) 他地域の現状

文献調査とインタビュー調査、及び先進事例調査から把握する。

### (4) 東京島しょ地域におけるインバウンド拡大策に関する提言

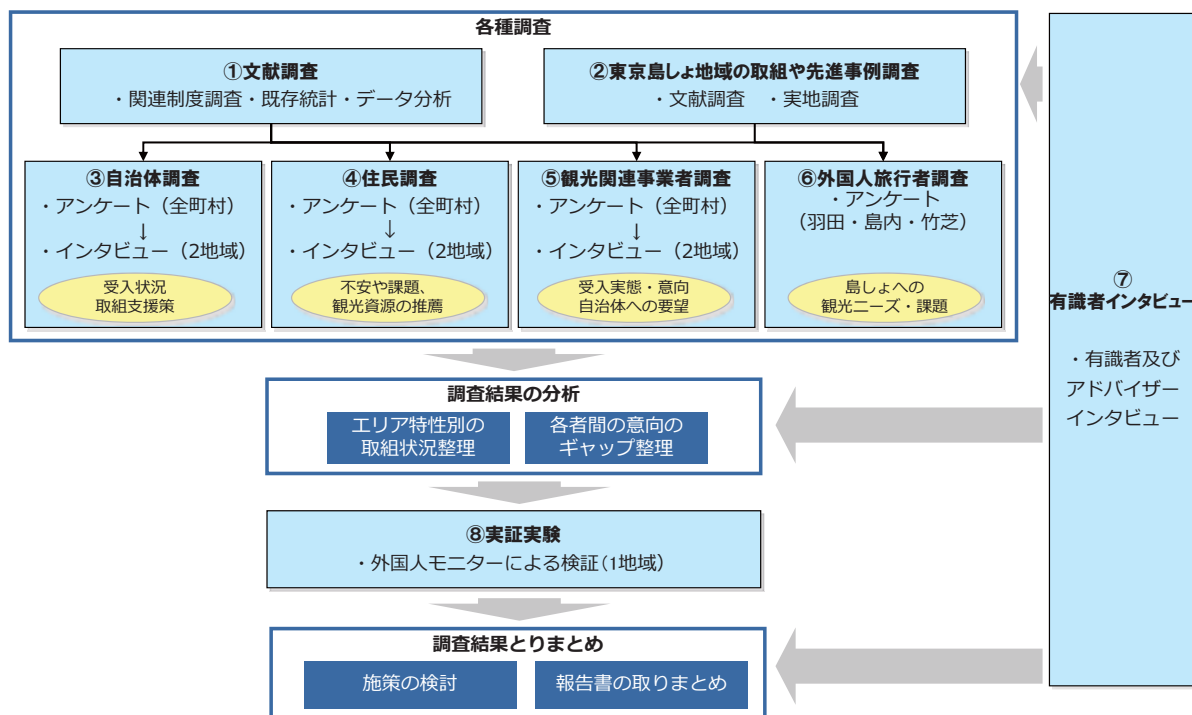
有識者や先進地の情報などをインプットしながら、課題に対応した方策を抽出・整理する。

4 観光客の受入先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光の形態。

図表1 調査研究項目と方法

調査研究項目 調査研究方法	(1) 日本国内における 外国人旅行者の 現状・方向性	(2) 東京島しょ地域 における背景・ 現状・課題	(3) 他地域の現状	(4) 東京島しょ地域における インバウンド拡大策に 関する提言など
①文献調査	○	○	○	
②東京島しょ地域の 取組や先進事例調査	○	○	○	○
③自治体調査		○		
④住民調査		○		
⑤観光関連事業者調査		○		
⑥外国人旅行者調査	○ (空港)	○ (島内・竹芝)		
⑦有識者インタビュー	○		○	○
⑧実証実験		○		

図表2 調査フロー



図表3 調査の概略

調査区分	内容
①文献調査	○インバウンド関連制度の動向整理 ○観光及びインバウンド関連の既存統計資料の整理
②東京島しょ地域の取組や先進事例調査	○ニセコ地域（北海道） 2018年6月21日～22日 ○田辺市熊野ツーリズムビューロー（和歌山県） 2018年10月15日 ○野沢温泉村（長野県） 2018年11月14日
③自治体調査	○東京島しょ地域9町村及び観光協会にアンケートを実施 2018年7月6日～20日 ○回答町村のうち新島村、三宅村にインタビューを実施 新島村：2018年10月1日～2日、三宅村：10月10日～11日
④住民調査	○東京島しょ地域の住民に郵送アンケートを実施（郵便局の地域指定郵便を使い、世帯単位に無作為配布） 2018年8月13日～28日
⑤観光関連事業者調査	○観光協会会員企業（観光協会がない地域は商工会）に協力を依頼し会員企業にアンケートを実施 2018年8月28日～9月10日（一部地域は9月30日） ○インバウンドに取り組む事業者にインタビューを実施 新島村：2018年10月1日～2日、三宅村：10月10日～11日
⑥外国人旅行者調査	○外国人旅行者向けアンケート（羽田空港）を実施 2018年7月30日～31日 ○東京島しょ地域を訪れる外国人旅行者向けアンケート（竹芝客船ターミナル、その他協力可能な島）を実施 2018年8月16日～17日
⑦有識者インタビュー	○観光未来プランナー 丁野朗氏 2018年5月30日、12月21日 ○株式会社北海道宝島旅行社 代表取締役副社長 大和寛氏 2018年6月20日 ○イデアパートナーズ株式会社 代表取締役社長 井手修身氏 2018年11月16日
⑧実証実験	○新島にて外国人モニターによる現地体験と、意見交換会開催 2018年11月25日～27日