

第4章

東京島しょ地域のインバウンド対応の状況

第4章 東京島しょ地域のインバウンド対応の状況

1 アンケート概要

アンケート概要は以下のとおりである。

図表29 アンケート概要

外国人旅行者アンケート	東京島しょ地域旅行者 ※以下、竹芝外国人調査	調査対象	竹芝桟橋に戻る船に乗っていた外国人旅行者 神津島内観光中の外国人旅行者
		調査方法	聞き取り調査（協力者に粗品）
		調査期間	2018年8月16日～17日
		回収数	26票（うち神津島観光協会2票）
	羽田空港の外国人旅行者 ※以下、羽田出国外国人調査	調査対象	羽田空港国際線ターミナルで出国を待つ外国人旅行者 （目的国に行く途中の立ち寄り客を除く。）
		調査方法	聞き取り調査（協力者に粗品）
		調査期間	2018年7月30日～31日
		回収数	111票
自治体アンケート ※以下、自治体調査	調査方法	Eメールによる配布回収	
	調査期間	2018年7月6日～20日	
	回収数	9票（大島町、利島村、新島村、神津島村、三宅村、御蔵島村、八丈町、青ヶ島村、小笠原村）	
観光協会アンケート ※以下、観光協会調査	調査対象	観光協会	
	調査方法	Eメールによる配布回収	
	調査期間	2018年7月6日～20日	
	回収数	9票（大島町、新島、式根島、神津島村、三宅村、御蔵島村、八丈町、小笠原村、小笠原母島）	
観光関連事業者アンケート ※以下、観光関連事業者調査	調査対象	観光協会加盟事業者。観光協会のない自治体は電話帳から宿泊業、レジャー産業事業者を抽出。	
	調査方法	観光協会を通じてEメール配布回収、FAX配布回収、手渡し配布郵送回収又は専用HP画面から回答。観光協会のない自治体は宿泊事業者等に郵送配布回収。	
	調査期間	2018年8月28日～9月10日（一部地域9月30日締切）	
	回収数	71票	
住民アンケート ※以下、住民調査	調査対象	11島を対象とし、配達区域が全戸の島は全世帯配布。配達地域が複数ある島は人口を勘案し区域を選定。	
	調査方法	配達地域指定郵便による配布回収（協力者に抽選で景品）	
	調査期間	2018年8月13日～28日（当日消印有効）	
	回収数	208票	

2 外国人旅行者の動向

(1) 回答者の概要

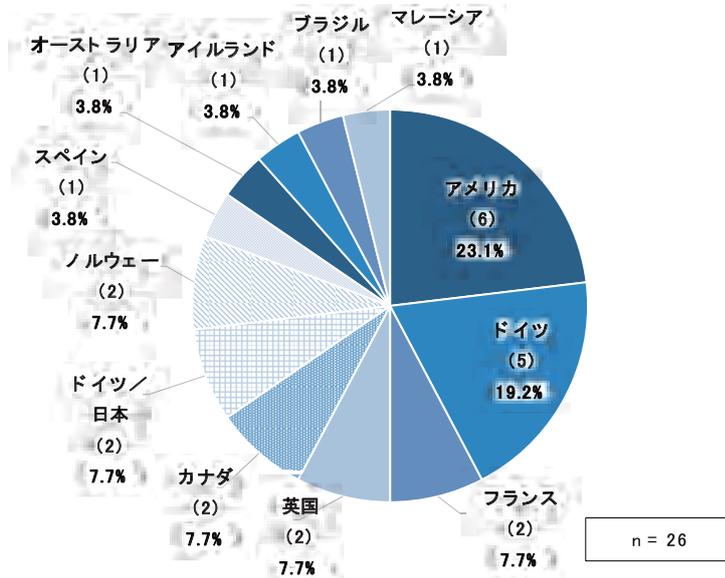
<国籍>

東京島しょ地域を訪れた外国人旅行者(以下、来島外国人旅行者)の国籍は、「アメリカ」が23.1%で最も多く、次いで「ドイツ」が19.2%、「フランス」、「英国」、「カナダ」、「ドイツ/日本」、「ノルウェー」が7.7%などの順となっている。

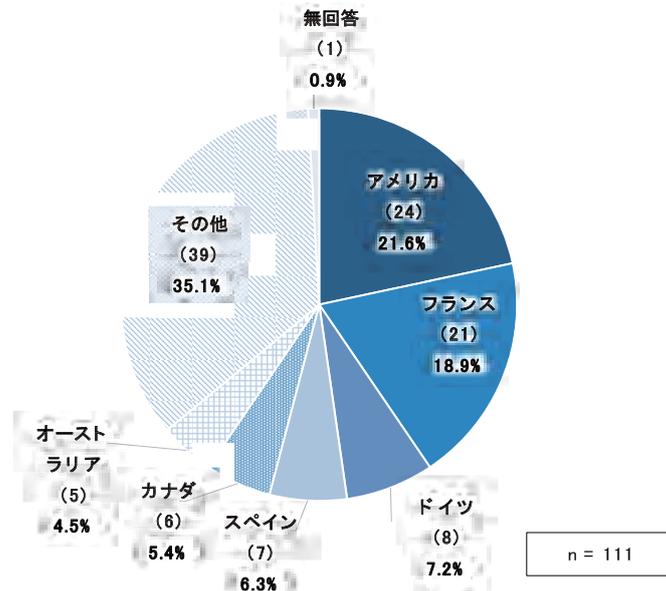
羽田空港から出国する外国人旅行者(以下、来日外国人旅行者)に対して調査した際の国籍は、「アメリカ」が21.6%で最も多く、次いで「フランス」が18.9%、「ドイツ」が7.2%などの順となっている。

※竹芝外国人調査、羽田出国外国人調査ともに、支出額が高い、延べ宿泊数が多い、訪日中「自然を感じる」行動が多いとされる欧米系にターゲットを絞って調査を実施した。

図表30 国籍 [竹芝外国人調査/単一回答]



図表31 国籍 [羽田出国外国人調査/単一回答]

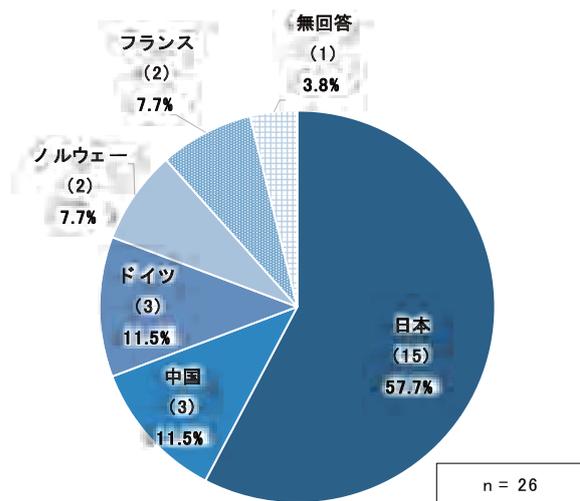


<居住地>

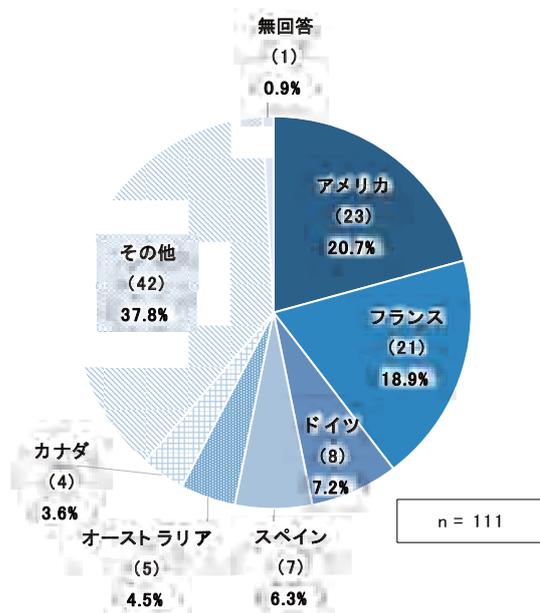
来島外国人旅行者の居住地は、「日本」が57.7%で、半数以上を日本在住者が占めている。ほかには「中国」、「ドイツ」がともに11.5%、「ノルウェー」、「フランス」が7.7%となっている。

来日外国人旅行者の居住地は「アメリカ」が20.7%で最も多く、次いで「フランス」が18.9%、「ドイツ」が7.2%などの順となっている。

図表32 居住地 [竹芝外国人調査/単一回答]



図表33 居住地 [羽田出国外国人調査/単一回答]

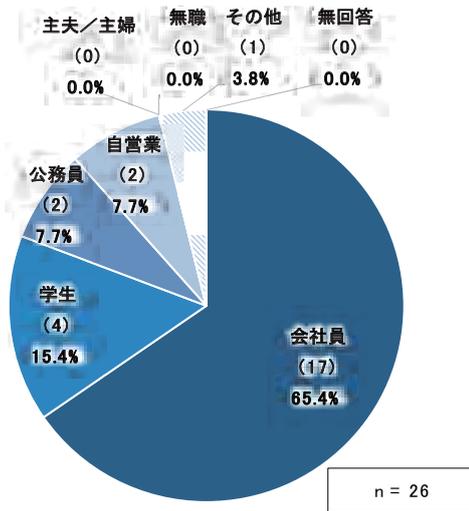


<職業>

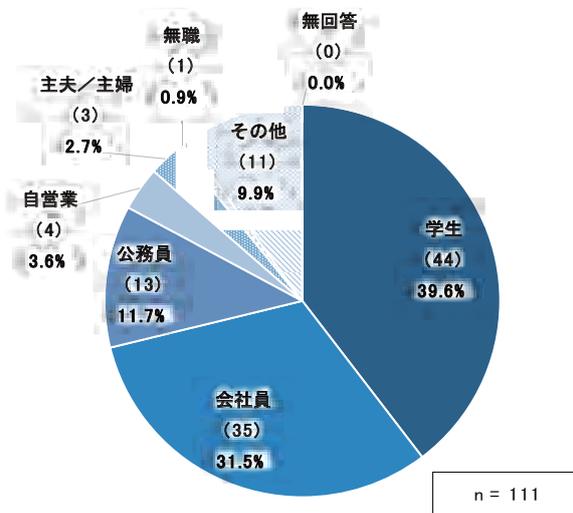
来島外国人旅行者の職業は、「会社員」が65.4%で最も多く、次いで「学生」が15.4%、「公務員」、「自営業」がともに7.7%などの順となっている。

来日外国人旅行者の職業は、「学生」が39.6%で最も多く、「会社員」が31.5%、「公務員」が11.7%などの順となっている。

図表34 職業 [竹芝外国人調査/単一回答]



図表35 職業 [羽田出国外国人調査/単一回答]

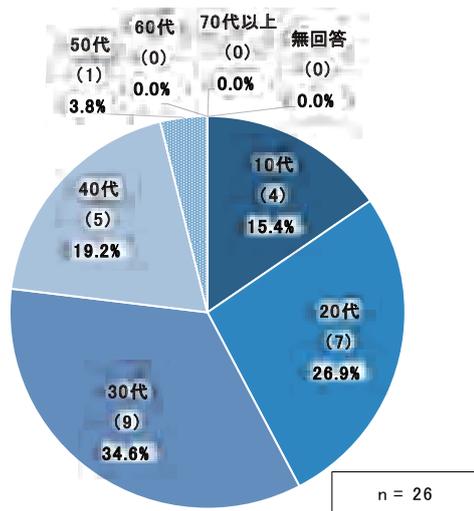


<年齢>

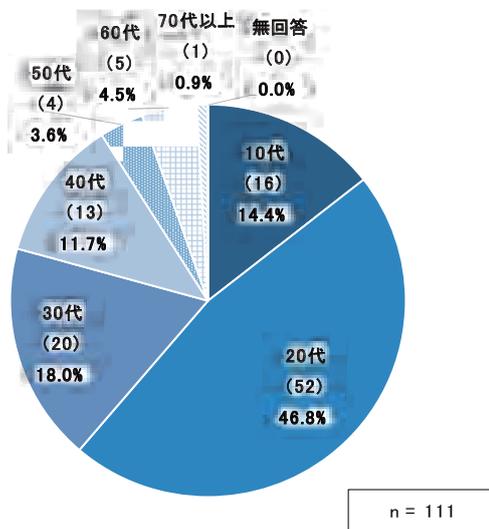
来島外国人旅行者の年齢は、「30代」が34.6%で最も多く、次いで「20代」が26.9%、「40代」が19.2%などの順となっている。

来日外国人旅行者の年齢は、「20代」が46.8%で最も多く、次いで「30代」が18.0%、「10代」が14.4%などの順となっている。

図表36 年齢 [竹芝外国人調査/単一回答]



図表37 年齢 [羽田出国外国人調査/単一回答]

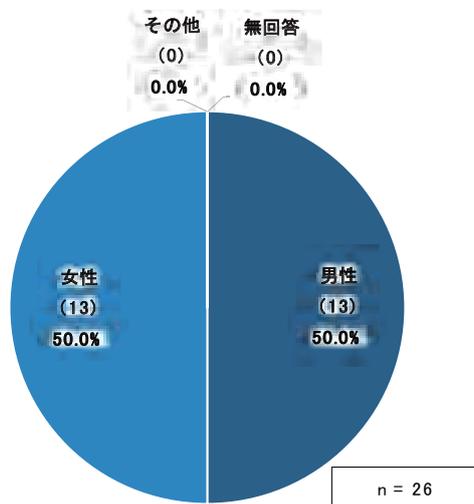


<性別>

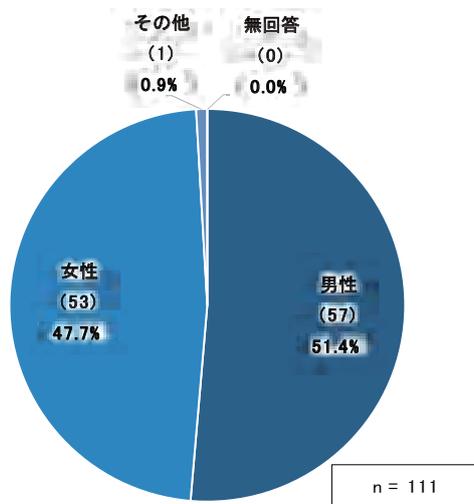
来島外国人旅行者の性別は、「男性」と「女性」が50.0%ずつとなっている。

来日外国人旅行者の性別は、「男性」が51.4%、「女性」が47.7%となっている。

図表38 性別 [竹芝外国人調査/単一回答]



図表39 性別 [羽田出国外国人調査/単一回答]

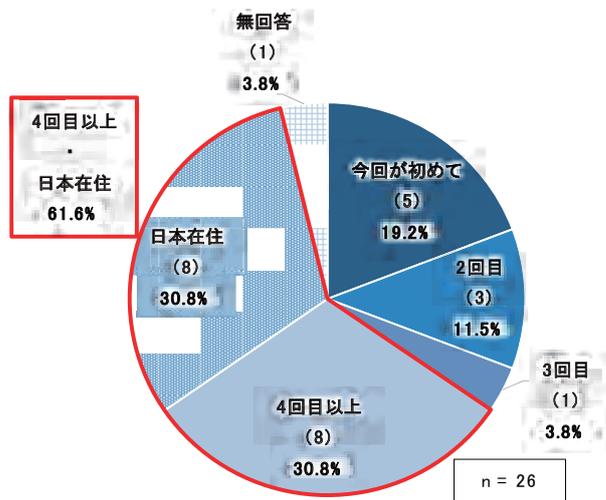


<日本への訪問回数>

来島外国人旅行者の日本への訪問回数は、「4回目以上」と「日本在住」がともに30.8%で、合計で61.6%となり全体の6割以上を占めている。次いで「今回が初めて」が19.2%、「2回目」が11.5%などの順となっている。

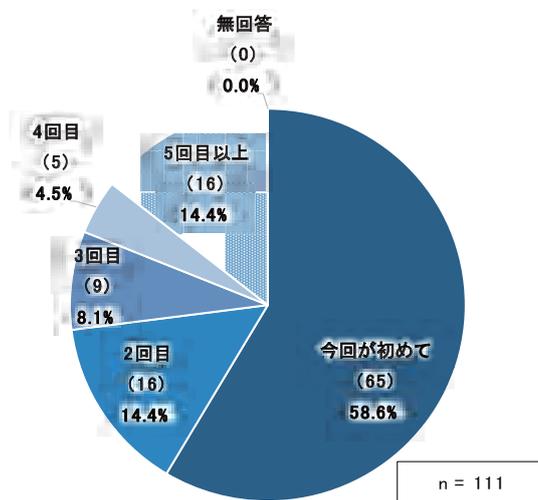
来日外国人旅行者の日本への訪問回数は、「今回が初めて」が58.6%で最も多く、次いで「2回目」と「5回目以上」がともに14.4%などの順となっている。

図表40 日本への訪問回数 [竹芝外国人調査/単一回答]



※以降の調査結果では、「2回目」「3回目」「4回目以上」をまとめて「複数回訪問」とまとめている。

図表41 日本への訪問回数 [羽田出国外国人調査/単一回答]



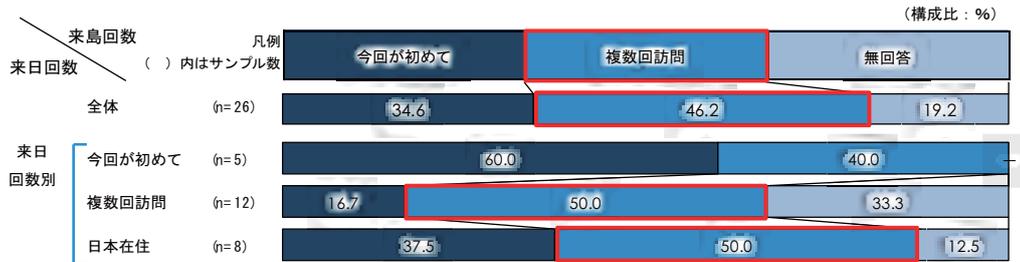
※以降の調査結果では、「2回目」「3回目」「4回目」「5回目以上」をまとめて「複数回訪問」とまとめている。

<東京島しょ地域への訪問回数>

来島外国人旅行者の東京島しょ地域への訪問回数は「複数回訪問」が46.2%となっており半数近くを占めている。今回が初めての方は34.6%であった。

来日回数別にみると、来日回数が複数回及び日本在住の方は、今回が初めての来日の方に比べて、来島回数が多い。

図表42 東京島しょ地域の旅行者の訪問回数 [竹芝外国人調査/単一回答]

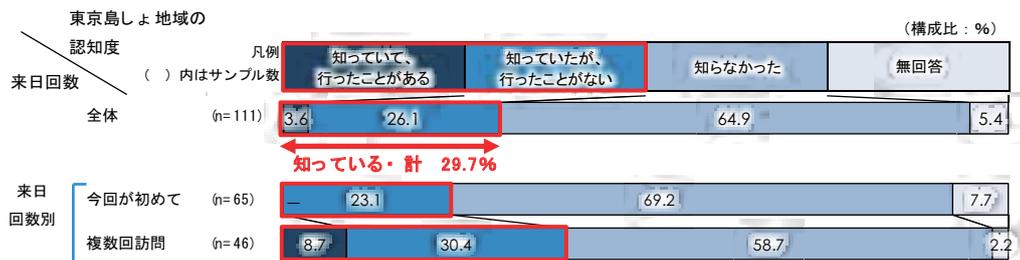


(2) 外国人旅行者における東京島しょ地域の認知度 (羽田空港の外国人旅行者)

来日外国人旅行者において、東京島しょ地域の認知度は、「知らなかった」が64.9%で最も多く、「知っていて、行ったことがある」は3.6%、「知っていたが、行ったことがない」が26.1%となっている。

来日回数別にみると、来日回数が複数回の方は、今回が初めての来日の方に比べて、東京島しょ地域の認知度が高い。

図表43 東京島しょ地域の認知度 [羽田出国外国人調査/単一回答]

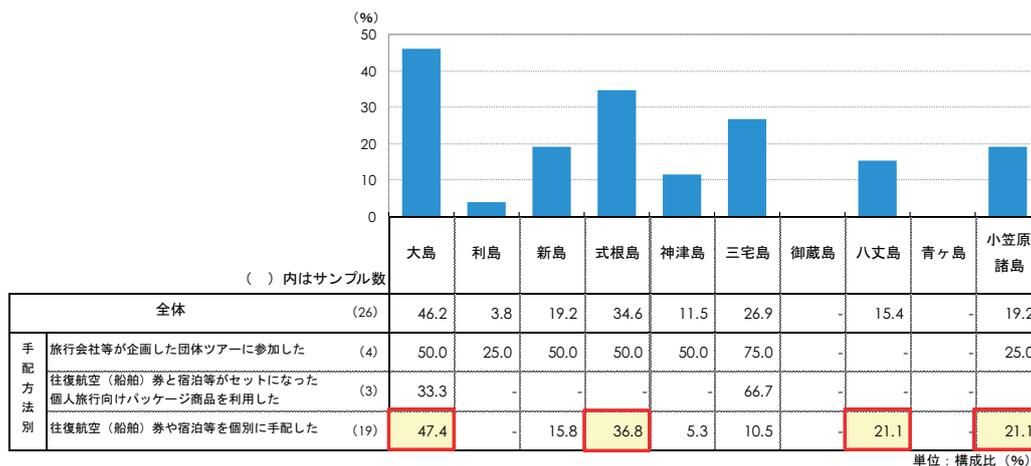


(3) 訪れた島

来島外国人旅行者が今回訪問した島は、「大島」が46.2%で最も多く、次いで「式根島」が34.6%、「三宅島」が26.9%などの順となっている。

手配方法別にみたとき、最も多い個別手配の内訳をみると、「大島」が47.4%で最も高く、次いで「式根島」が36.8%、「八丈島」と「小笠原諸島」がともに21.1%で続く。

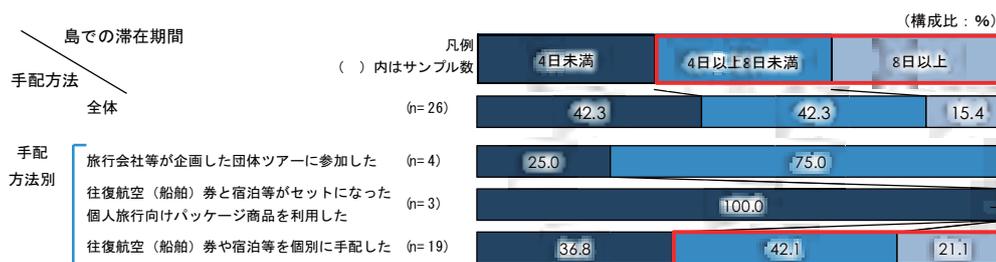
図表44 今回訪問した島 [竹芝外国人調査/複数回答]



来島外国人旅行者の島での滞在期間は「4日未満」と「4日以上8日未満」がともに42.3%、「8日以上」が15.4%となっている。

手配方法別にみたとき、最も多い個別手配の内訳をみると、「4日以上8日未満」が42.1%、「8日以上」が21.1%となっており、4日以上の滞在が6割以上を占めている。

図表45 島での滞在期間 [竹芝外国人調査/単一回答]

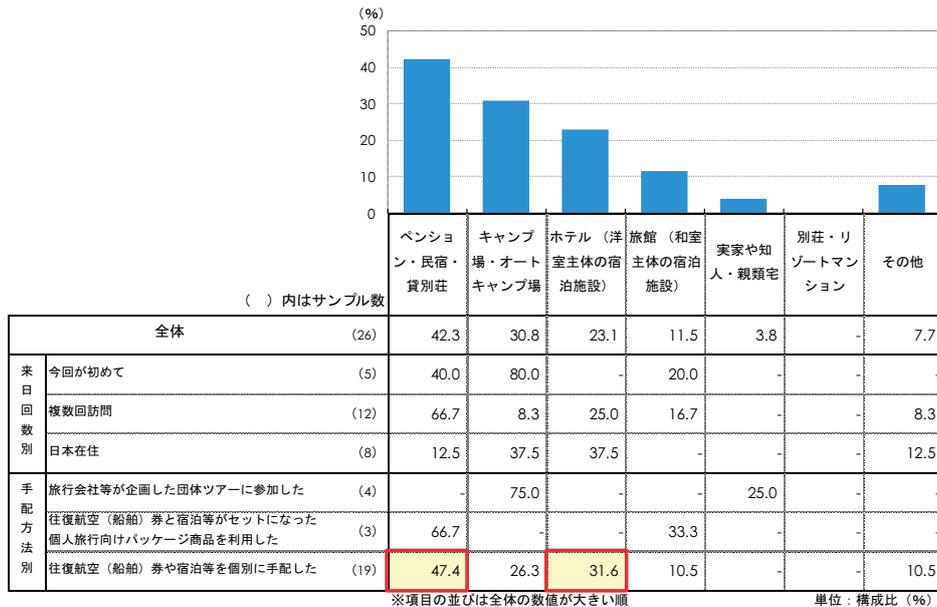


(4) 宿泊施設と同行者

来島外国人旅行者の宿泊施設は「ペンション・民宿・貸し別荘」が42.3%で最も多く、次いで「キャンプ場・オートキャンプ場」が30.8%、「ホテル（洋室主体の宿泊施設）」が23.1%などの順となっている。

手配方法別にみたとき、最も多い個別手配の内訳をみると、「ペンション・民宿・貸し別荘」が47.4%で最も多く、次いで「ホテル（洋室主体の宿泊施設）」が31.6%の順となっている。

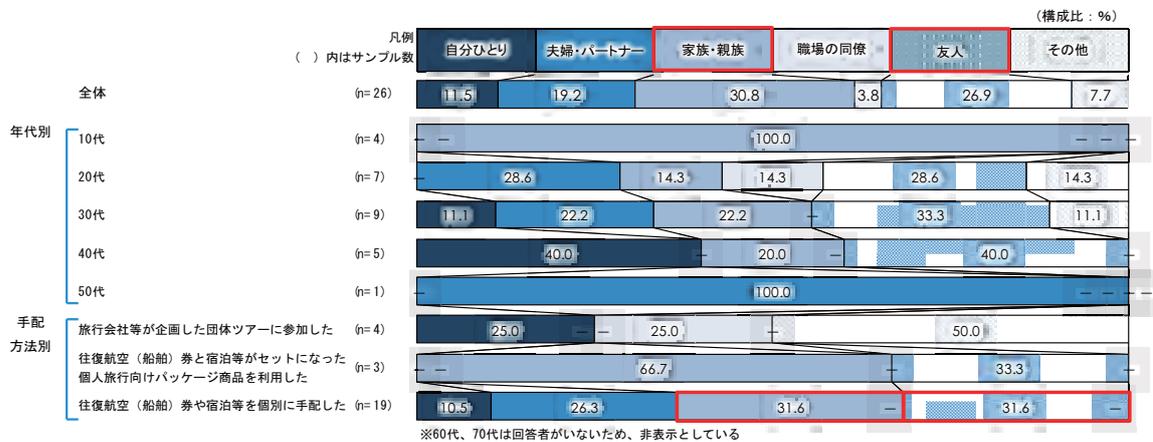
図表46 宿泊施設 [竹芝外国人調査／複数回答]



来島外国人旅行者の同行者は「家族・親族」が30.8%で最も多く、次いで「友人」が26.9%、「夫婦・パートナー」が19.2%などの順となっている。

手配方法別にみたとき、最も多い個別手配の内訳をみると、「家族・親族」「友人」がともに31.6%で最も多い。

図表47 同行者 [竹芝外国人調査／単一回答]



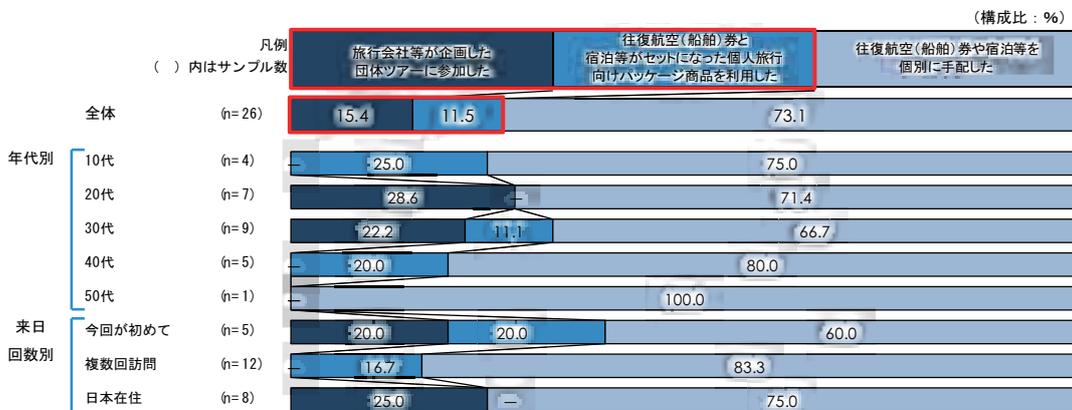
(5) 旅行の手配方法

来島外国人旅行者が、東京島しょ地域を旅行する際の手配方法は、「往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した」が73.1%で最も多く、次いで「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した」が15.4%、「往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した」が11.5%などの順となっている。

来日外国人旅行者が、日本を訪れる際の手配方法は、「往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に手配した」が67.6%で最も多く、次いで「往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した」が16.2%、「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した」が13.5%の順となっている。

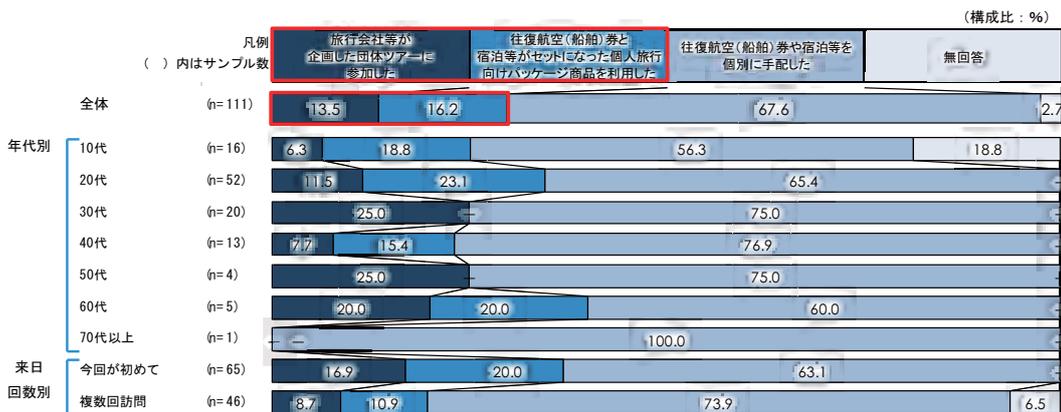
東京島しょ地域の旅行は、ほかの国内旅行に比べ、個人旅行向けパッケージ商品の利用者がやや少なく、個別手配の旅行が多い。

図表48 旅行の手配方法 [竹芝外国人調査/単一回答]



※60代、70代は回答者がいないため、非表示としている

図表49 旅行の手配方法 [羽田出国外国人調査/単一回答]



(6) 印象的だったこと

来島外国人旅行者において、今回の東京島しょ地域への旅行で印象的だったことは、「自然・景勝地観光」と「マリンスポーツ（海水浴含む）」がともに65.4%で最も多く、次いで「温泉入浴」が46.2%、「日本食を食べる・酒を飲むこと」、「自然体験ツアー・農山漁村体験」が42.3%などの順となっている。

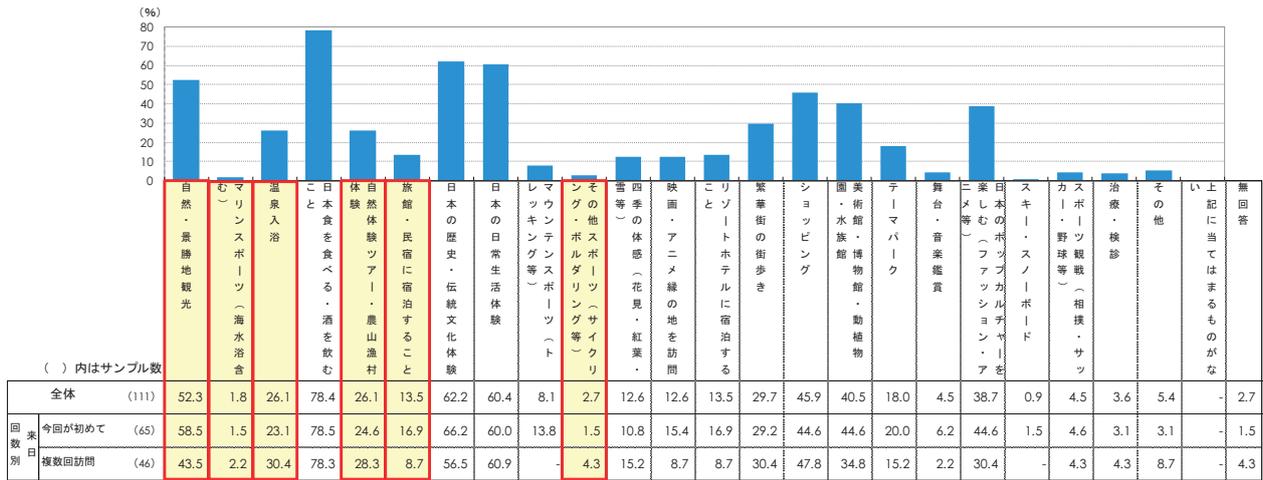
来日外国人旅行者の結果と比較して特に違いが大きい項目をみると、来島外国人旅行者では「マリンスポーツ（海水浴含む）」が65.4%、「温泉入浴」が46.2%であるのに対し、来日外国人旅行者ではそれぞれ1.8%（来島外国人旅行者と63.6ポイント差）、26.1%（同20.1ポイント差）となっている。

図表50 今回の東京島しょ地域への旅行で印象的だったこと [竹芝外国人調査/複数回答]



※項目の並びは全体の数値が大きい順
 ※色付き項目：東京島しょ地域の旅行と、ほかの国内旅行において印象的だったことの全体の数値を比較したとき、東京島しょ地域の旅行のほうが10ポイント以上高い項目

図表51 日本旅行で印象的だったこと [羽田出国外国人調査/複数回答]



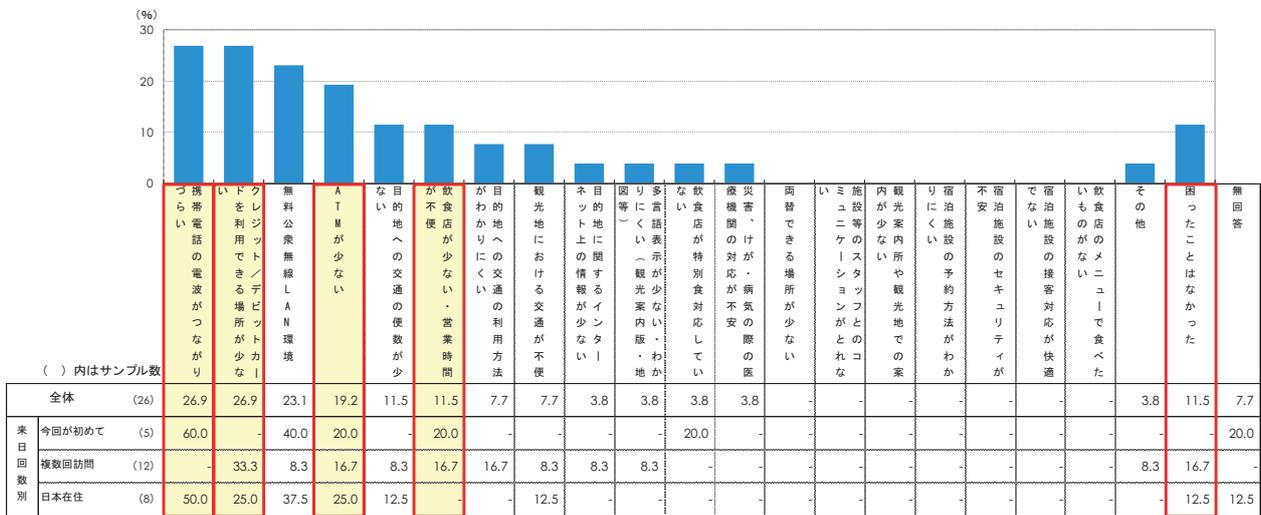
※項目の並びは「竹芝外国人調査」と同じ順
 ※色付き項目：東京島しょ地域の旅行と、ほかの国内旅行において印象的だったことの全体の数値を比較したとき、東京島しょ地域の旅行のほうが10ポイント以上高い項目

(7) 困ったこと

来島外国人旅行者が、島にいる間に困ったことは、「携帯電話の電波がつながりづらい」と「クレジット／デビットカードを利用できる場所が少ない」がともに26.9%、「無料公衆無線LAN環境」が23.1%、「ATMが少ない」が19.2%などの順となっている。一方、「困ったことはなかった」は11.5%となっている。

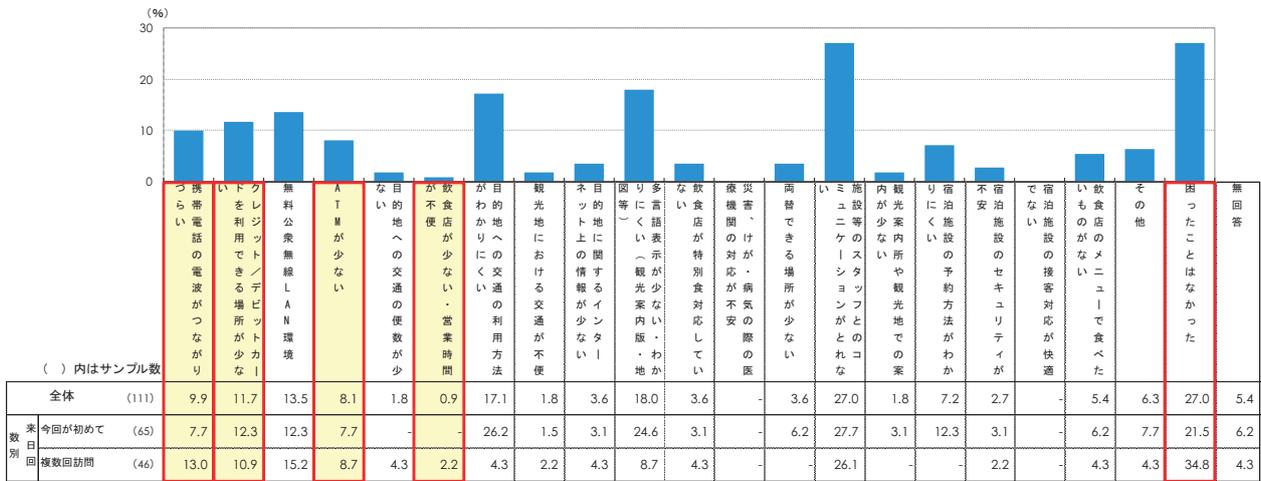
来日外国人旅行者が、日本滞在中に困ったことは、来島外国人旅行者と傾向が異なり「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」が27.0%で最も多く、次いで「多言語表示が少ない・わかりにくい（観光案内板・地図等）」が18.0%、「目的地への交通の利用方法がわかりにくい」が17.1%などの順となっている。一方、「困ったことはなかった」は27.0%となっている。

図表52 島にいる間に困ったこと [竹芝外国人調査／複数回答]



※項目の並びは全体の数値が大きい順
 ※色付き項目：東京島しょ地域の旅行と、ほかの国内旅行において困ったことの全体の数値を比較したとき、東京島しょ地域の旅行のほうが10ポイント以上高い項目

図表53 日本滞在中に困ったこと [羽田出国外国人調査／複数回答]



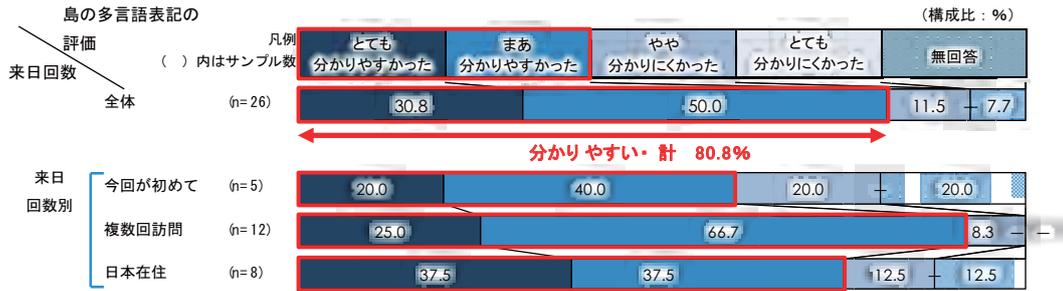
※項目の並びは「竹芝外国人調査」と同じ順
 ※色付き項目：東京島しょ地域の旅行と、ほかの国内旅行において困ったことの全体の数値を比較したとき、東京島しょ地域の旅行のほうが10ポイント以上高い項目

(8) 多言語表記の評価

島の多言語表記の評価は、「まあ分かりやすかった」が50.0%で最も多く、次いで「とても分かりやすかった」が30.8%、「やや分かりにくかった」が11.5%の順となっており、分かりやすいという評価が上回っている。

来日回数別にみると、初めて来日した人に比べて、複数回来日している人のほうが、分かりやすいという評価をしている。

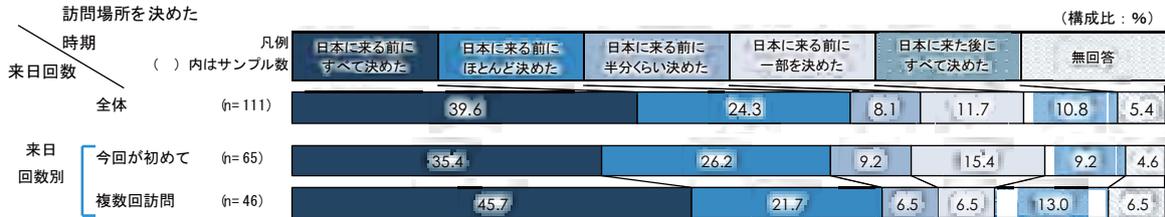
図表54 島の多言語表記の評価 [竹芝外国人調査／単一回答]



(9) 訪問先を決めた時期と情報収集

来日外国人旅行者が、日本旅行の訪問先を決めた時期は、「日本に来る前にすべて決めた」が39.6%、次いで「日本に来る前にほとんど決めた」が24.3%、「日本に来る前に半分くらい決めた」が8.1%、「日本に来る前に一部を決めた」が11.7%、「日本に来た後にすべて決めた」が10.8%、「無回答」が5.4%などの順となっている。

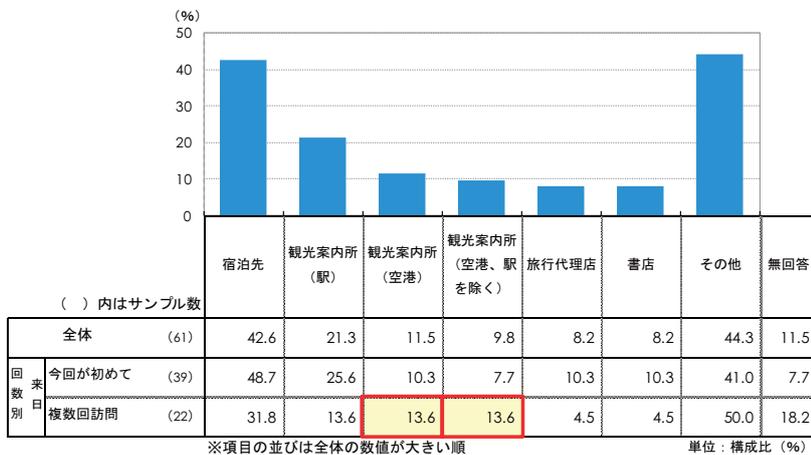
図表55 訪問場所を決めた時期 [羽田出国外国人調査／単一回答]



来日外国人旅行者において、旅行情報の収集場所は、「宿泊先」が最も多く42.6%、次いで「観光案内所（駅）」が21.3%、「観光案内所（空港）」が11.5%などの順となっている。なお、「その他」の多くはインターネット検索と記載されている。

来日回数別にみると、複数回訪問の人は、初めて来日した人に比べて、観光案内所を活用している。

図表56 情報収集 [羽田出国外国人調査（来日後訪問場所を決めた人）／複数回答]



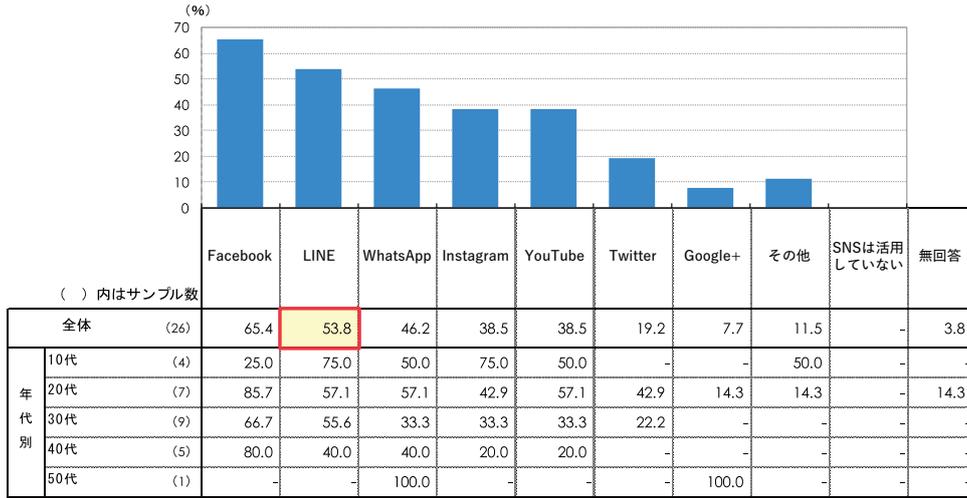
(10) SNSの利用状況

来島外国人旅行者のSNS利用状況は、「Facebook」が最も多く65.4%、次いで「LINE」が53.8%、「WhatsApp」が46.2%などの順となっている。

来日外国人旅行者のSNS利用状況は、「Facebook」が62.2%、「WhatsApp」が48.6%、「Instagram」が46.8%などの順となっている。

来島外国人旅行者は、来日外国人旅行者に比べて、「LINE」の利用が多いことが分かる。

図表57 SNSの利用状況 [竹芝外国人調査／複数回答]

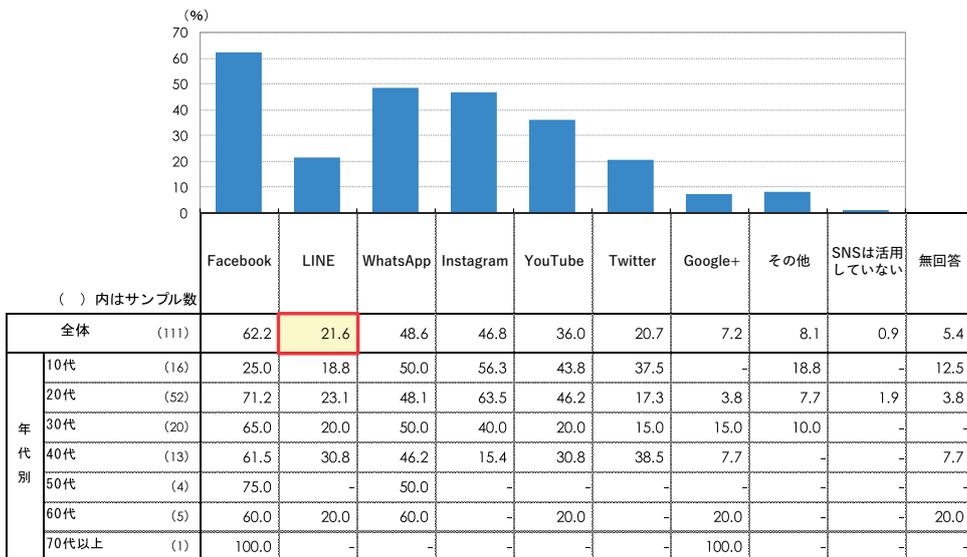


※項目の並びは全体の数値が大きい順

※60代、70代は回答者がいないため、非表示としている

単位：構成比 (%)

図表58 SNSの利用状況 [羽田出国外国人調査／複数回答]



※項目の並びは「竹芝外国人調査」と同じ順

単位：構成比 (%)

図表59 SNSへの投稿情報 [竹芝外国人調査／自由記入]

	SNSに投稿した内容	投稿した際のハッシュタグ
1	Diving	#Kaizin #ogasawara
2	diving/under water photos	don'tude hashtag, but maybe will try #Ogasawalove
3	Diving pictures	ogasawaradiving
4	Instagram stones of beaches	
5	fireworks	
6	Beaches & under water footage	
7	holiday shikinejima	
8	scenic Island views	
9	Snorkeling	
10	views from the ship	#island,ship,titanic
11	ocean	
12	Nature/Natural landscapes(mountains)	
13		ocean
14	Dolphin	tokyogaijins
15	Trails	trailogasawara
16	bon odiri	cute matsuri
17	Beach pictures	
18	feeding●	
19	views on the island	#vacation,island,tokyo
20	mountains	
21	Culture/Building(school●/temple)	
22	Beach	
23	Beaches	nature lover ogasawara
24	beach	paradise
25	Statues	
26	dinner at minshuku	
27	lava flow (stones)	
28	Sports(scubadiving)	
29	WW II remains	WW II remains ogasawara

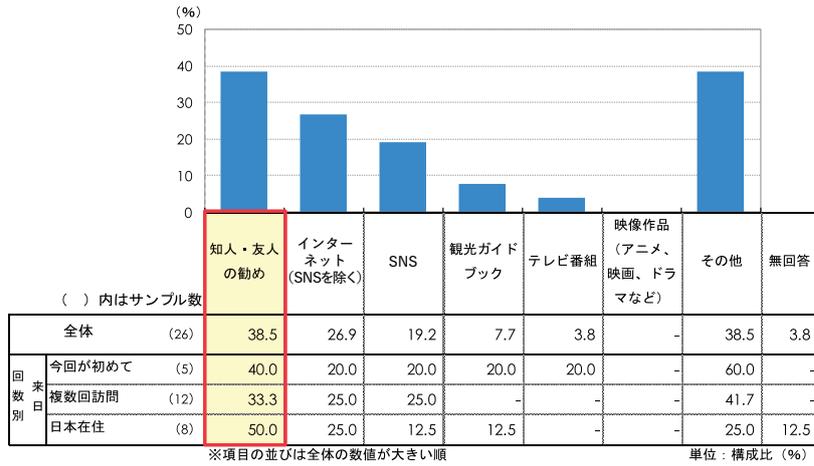
(注) 表中の●は解読不能文字。

(11) きっかけとなった情報源

来島外国人旅行者が、東京島しょ地域を訪れるきっかけとなった情報源は、「知人・友人の勧め」が38.5%で最も多く、次いで「インターネット（SNSを除く）」が26.9%、「SNS」が19.2%などの順となっている。

来日回数別にみると、来日回数にかかわらず、東京島しょ地域を訪問しているきっかけは、「知人・友人の勧め」が最も多いことが分かる。

図表60 東京の島を訪れるきっかけとなった情報源 [竹芝外国人調査／複数回答]

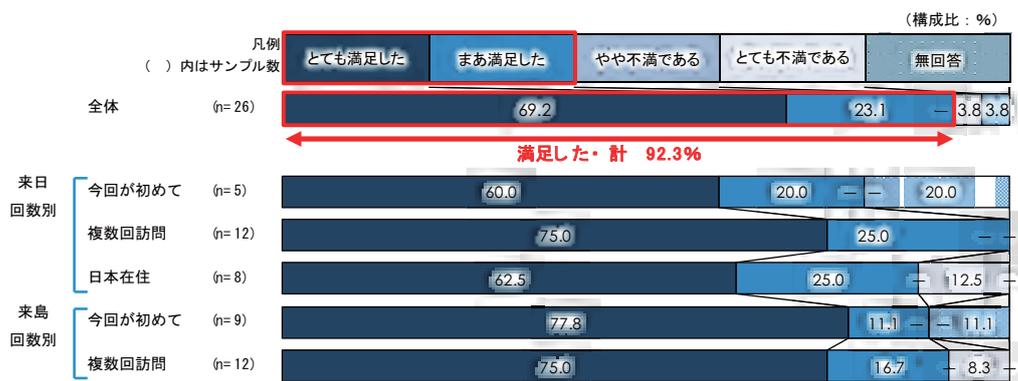


(12) 島の満足度と再訪意向

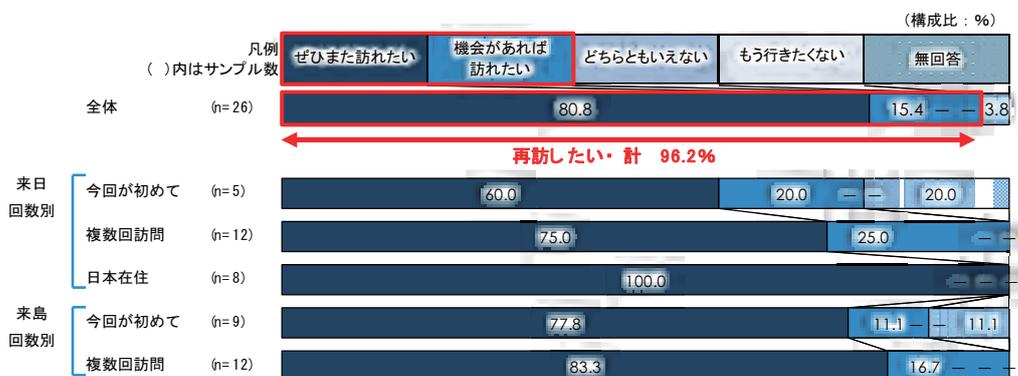
来島外国人旅行者の島の満足度は「とても満足した」が69.2%で最も多く、次いで「まあ満足した」が23.1%、「とても不満である」が3.8%などの順となっている。「とても満足した」と「まあ満足した」を合わせた「満足した・計」は92.3%と高い満足度となっている。

来島外国人旅行者の島への再訪意向については、「ぜひまた訪れたい」が80.8%で最も多く、次いで「機会があれば訪れたい」が15.4%となっている。「ぜひまた訪れたい」と「機会があれば訪れたい」を合わせた「再訪したい・計」は96.2%と再訪意欲も高い。

図表61 島の満足度 [竹芝外国人調査/単一回答]



図表62 再訪意向 [竹芝外国人調査/単一回答]



(13) 島の訪問意向

来日外国人旅行者に対し、東京島しょ地域の紹介文と写真を提示し、訪問意向を尋ねた結果、「とても行ってみたい」が46.8%で最も多く、次いで「行ってみたい」が42.3%、「あまり行ってみたいと思わない」が6.3%の順となっている。

来日回数別にみると、複数回来日している人の過半数が「とても行ってみたい」(54.3%)と回答している。

図表63 「東京都の島の紹介」をみて訪問意向 [羽田出国外国人調査／単一回答]



3 外国人旅行者数の調査

東京島しょ地域を訪れる外国人旅行者数は、青ヶ島村と小笠原村が調査している。青ヶ島村と小笠原村は、ともに3年前時点に比べて外国人旅行者数は増加していると回答しているが、青ヶ島村を訪れる外国人はアジア地域が多いのに対し、小笠原村は欧米からの来訪も多く、傾向が異なっている。

図表64 東京島しょ地域を訪れる外国人旅行者数の把握状況 [自治体調査／自由記入]

No.	町村名	外国人観光客数の調査実施有無	全観光客数に占める外国人観光客の割合	3年前(2014年)と比べた外国人観光客数の増減	外国人観光客の属性	
					最も多い国・地域(主なもの5つ以内)	最も多い旅行目的(主なもの1つ)
1	大島町	調査していない				
2	利島村	調査していない				
3	新島村	調査していない				
4	神津島村	調査していない				
5	三宅村	調査していない				
6	御蔵島村	調査していない				
7	八丈島	無回答				
8	青ヶ島村	109人	8.1%	増加した	香港、中国	観光・レジャー
9	小笠原村	253人	1.0%	増加した	韓国、英国、ドイツ、米国	観光・レジャー

4 取組状況

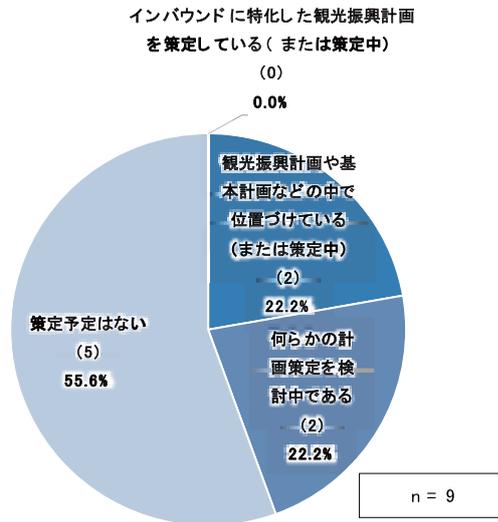
観光振興計画等におけるインバウンド施策の位置づけは、「インバウンドに特化した観光振興計画を策定している（又は策定中）」が0自治体、「観光振興計画や基本計画などの中で位置づけている（又は策定中）」が2自治体、「何らかの計画策定を検討中である」が2自治体、「策定予定はない」が5自治体となっている。

観光情報発信は「自治体HPとは別に観光関連HPを作成している」が3自治体、「自治体HP内に産業観光課、観光課等がコンテンツを作成している」が4自治体となっている。

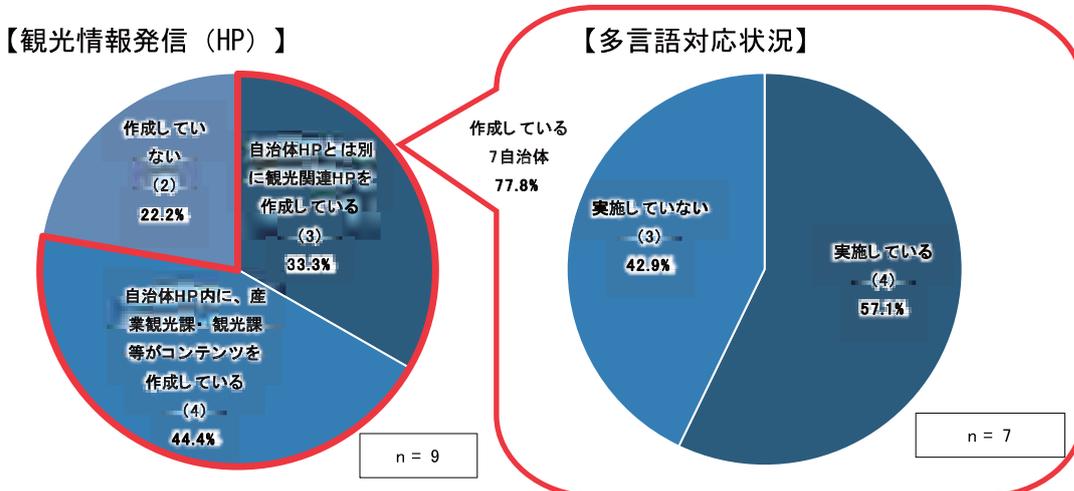
この7自治体のうち、「多言語対応をしている」は4自治体で、「多言語対応をしていない」が3自治体となっている。

一方、観光協会は全て「自治体HPとは別に観光関連HPを作成」しており、多言語対応も行っている。採用言語については異なるが、Google自動翻訳機能を採用している観光協会が多い。

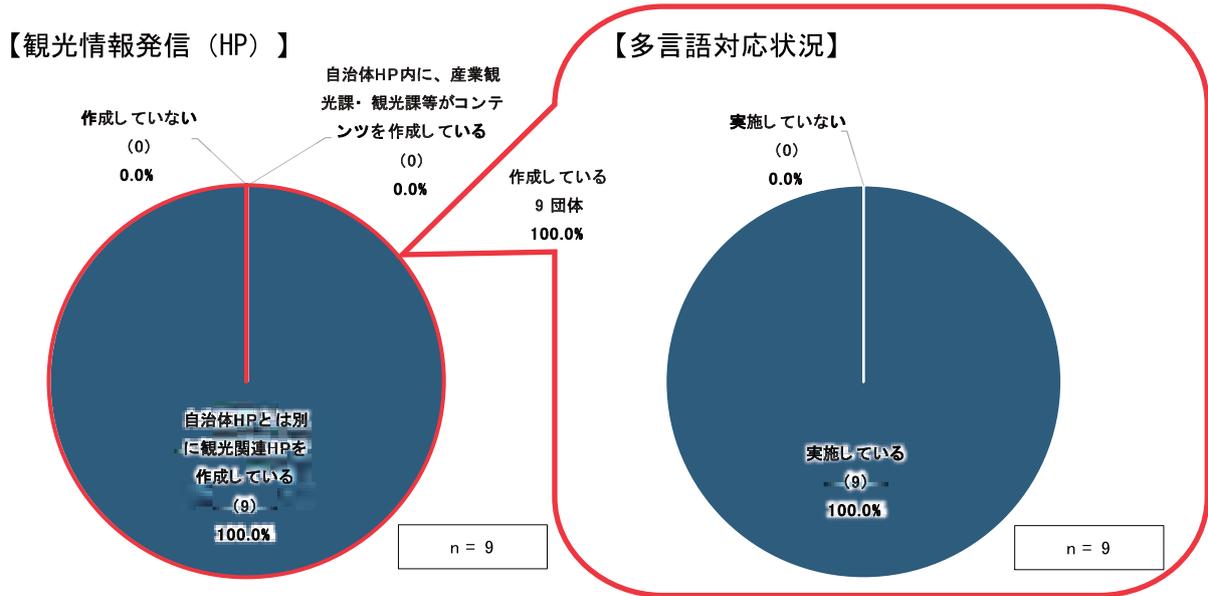
図表65 観光振興計画等におけるインバウンドの位置づけ [自治体調査／単一回答]



図表66 観光情報発信（HP）と多言語対応状況（自治体） [自治体調査／単一回答]



図表67 観光情報発信（HP）と多言語対応状況（観光協会）[観光協会調査／単一回答]



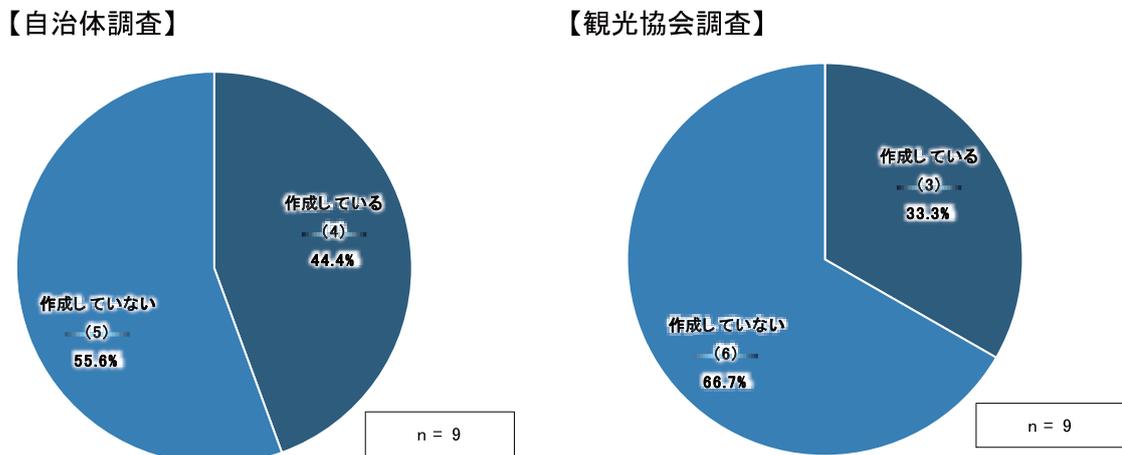
図表68 観光関連HPの多言語対応の具体的な内容（観光協会）[観光協会調査／自由記入]

町村名	言語等
大島町	英語 韓国語 簡体字 繁体字
新島	Google翻訳機能（英語、フランス語など7カ国語のタブ設置）
式根島	Google翻訳機能（英語、フランス語など7カ国語のタブ設置）
神津島村	Google翻訳機能（英語、フランス語など16カ国語のタブ設置）
三宅村	Google翻訳機能（英語、韓国語など4カ国語のタブ設置）
御蔵島村	英語
八丈町	Google翻訳機能（英語、韓国語など4カ国語のタブ設置）
小笠原父島	英語
小笠原母島	英語

※自由記入の結果を修正・加筆している

多言語による観光情報パンフレットを作成している自治体は4自治体、観光協会は3団体となっている。

図表69 観光情報に関する多言語パンフレットの作成 [それぞれ単一回答]



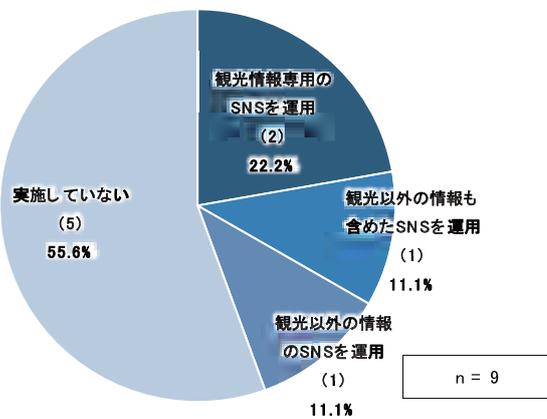
自治体のSNSの運用状況は、「観光情報専用のSNSを運用」が2自治体、「観光以外の情報も含めたSNSを運用」が1自治体、「観光以外の情報のSNSを運用」が1自治体となっている。

観光協会のSNSの運用状況は、「観光情報専用のSNSを運用」が6団体、「観光以外の情報も含めたSNSを運用」が3団体となっており、合わせると全団体が何らかの形でSNSの運用に取り組んでいる。

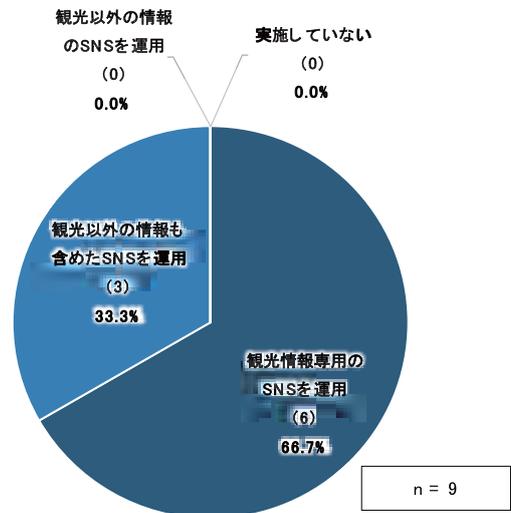
自治体のうち、観光情報のSNSを運用している3自治体について多言語化の状況を尋ねると、いずれも「多言語化していない」と回答している。同様に観光協会では2団体が「観光情報のみ多言語化している」と回答している。

図表70 SNS運用 [それぞれ単一回答]

【自治体調査】

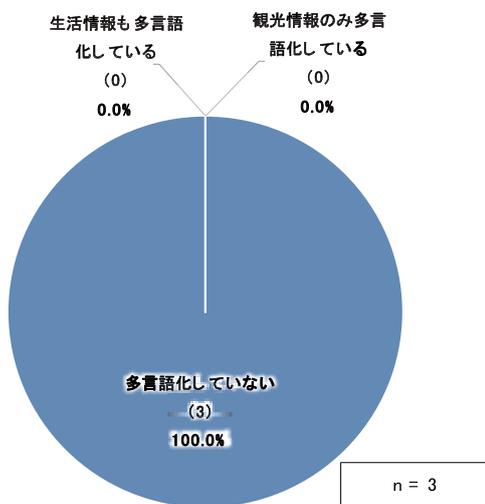


【観光協会調査】

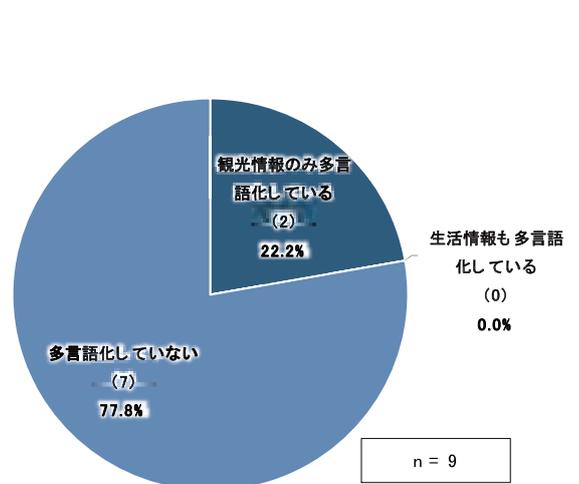


図表71 SNS多言語運用（観光情報のSNSを運用していると回答した団体） [それぞれ単一回答]

【自治体調査】

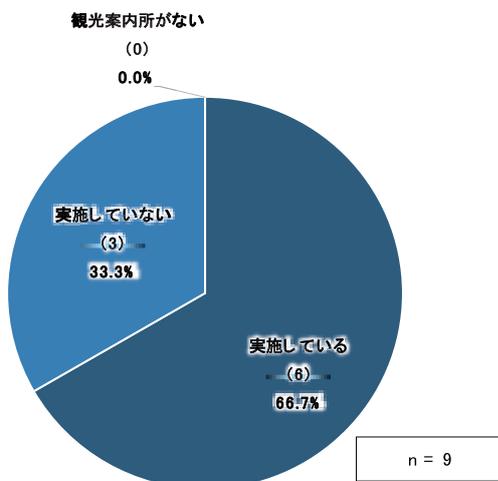


【観光協会調査】



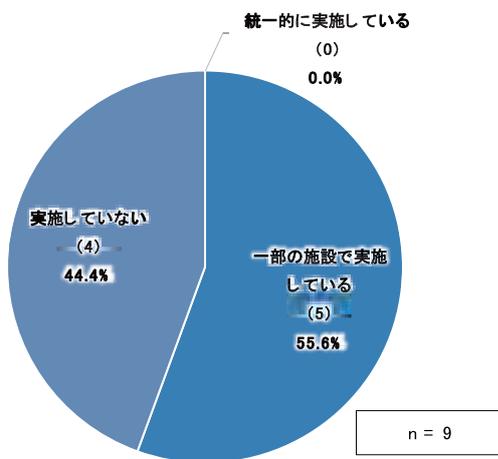
観光案内所での多言語対応は、「実施している」が6団体となっている。

図表72 観光案内所での多言語対応（観光協会）[観光協会調査／単一回答]



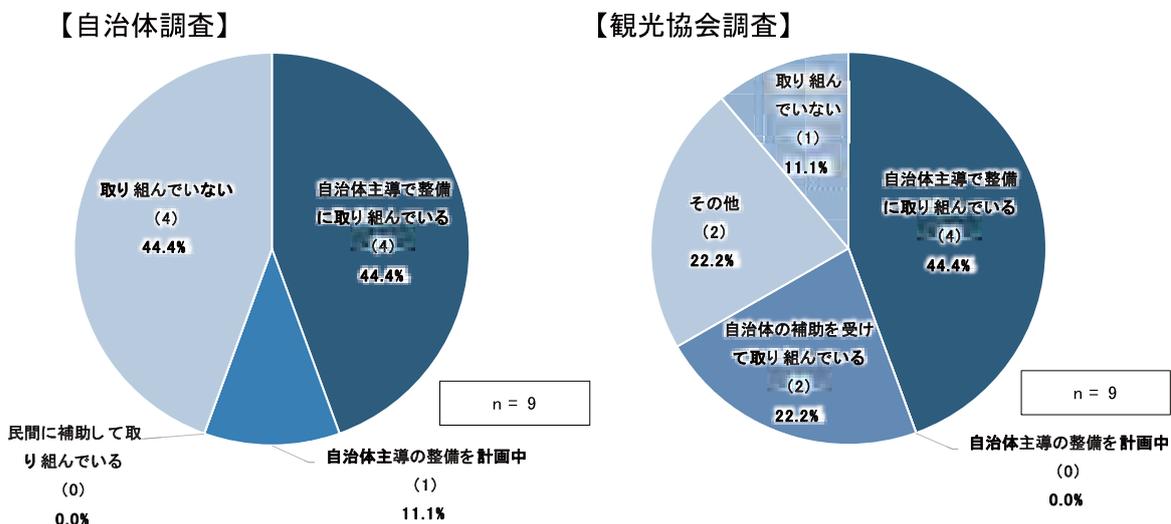
観光施設の案内や看板等の多言語化に取り組む自治体は、「統一的に実施している」は0自治体、「一部の施設で実施している」は5自治体となっている。

図表73 観光施設の案内や看板等の多言語化（自治体）[自治体調査／単一回答]



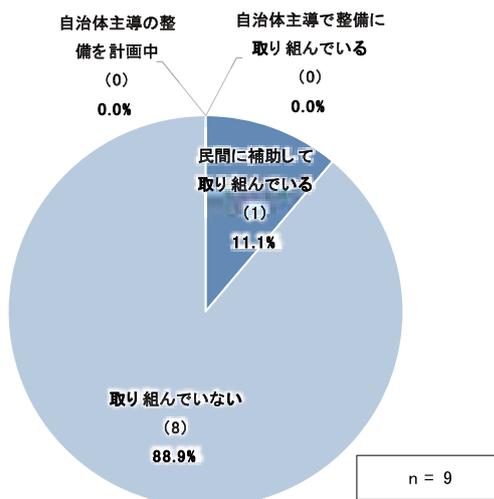
自治体による無料Wi-Fiの整備は、「自治体主導で整備に取り組んでいる」が4自治体、「自治体主導の整備を計画中」が1自治体、「民間に補助して取り組んでいる」が0自治体となっている。なお「取り組んでいない」は4自治体となっている。
観光協会では「自治体の補助を受けて取り組んでいる」が2団体となっている。

図表74 無料Wi-Fiの整備 [それぞれ単一回答]



現金以外の決済の導入は、「民間に補助して取り組んでいる」が1自治体、「自治体主導で整備に取り組んでいる」、「自治体主導の整備を計画中」がともに0自治体となっている。また「取り組んでいない」が8自治体となっている。

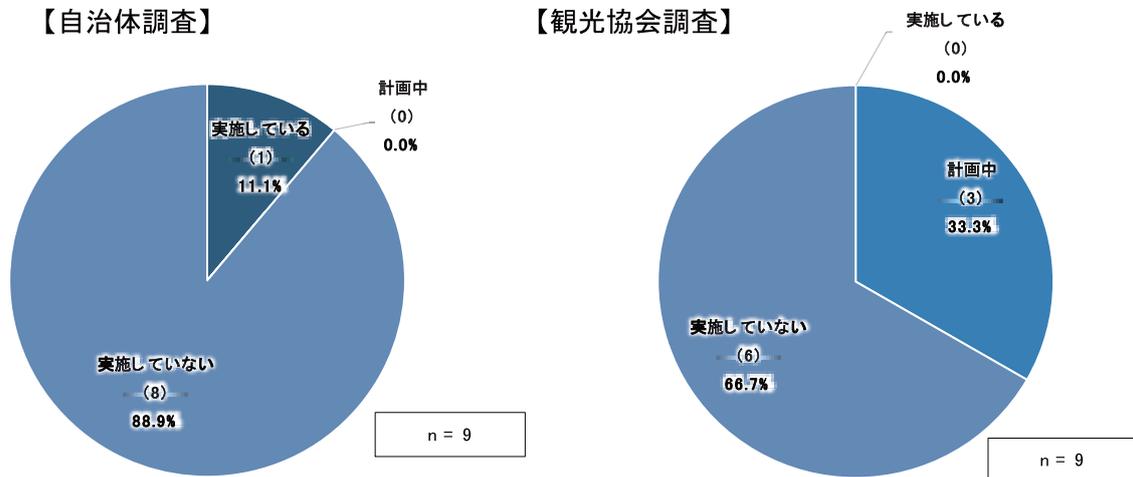
図表75 現金以外の決済の導入 [自治体調査/単一回答]



外国人旅行者のニーズ把握に関する取組について、「実施している」が1自治体、「実施していない」が8自治体となっている。

同様に観光協会では「実施している」は0団体、「計画中」が3団体、「実施していない」が6団体となっている。

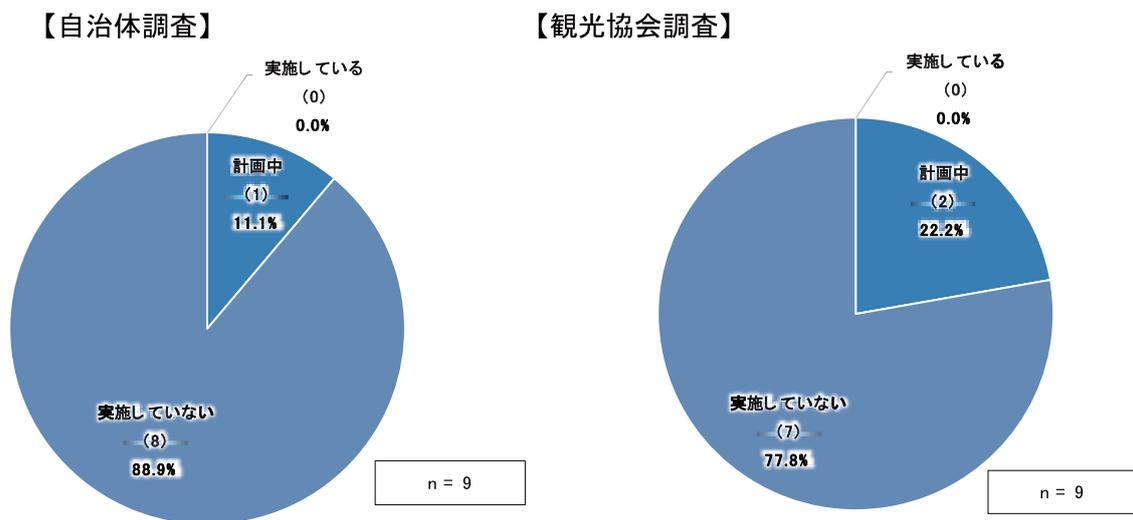
図表76 外国人旅行者のニーズの把握 [それぞれ単一回答]



外国人旅行者向けの観光商品の開発は、「計画中」が1自治体、「実施していない」が8自治体となっている。

同様に観光協会は、「計画中」が2団体、「実施していない」が7団体となっている。

図表77 外国人旅行者向けの観光商品開発 [それぞれ単一回答]



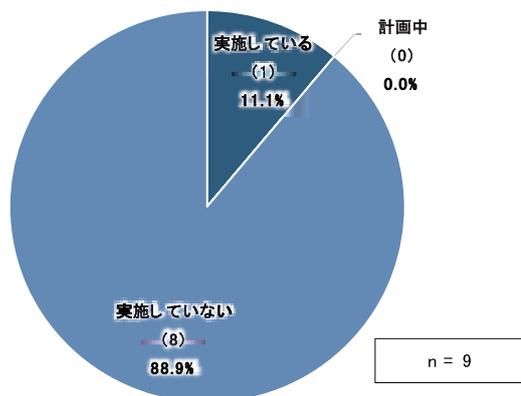
5 受入環境整備

地元事業者へのインバウンドセミナーや普及啓発を「実施している」自治体が1自治体、「計画中」が0自治体、「実施していない」が8自治体となっている。

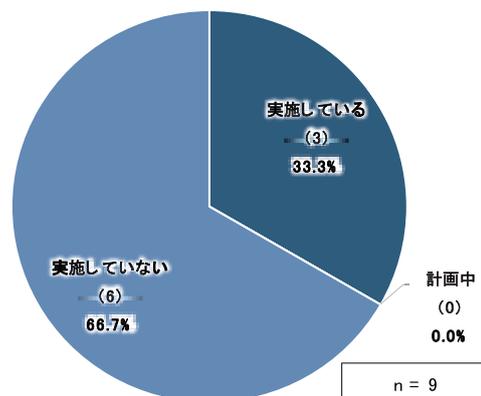
同様に観光協会は、「実施している」が3団体、「計画中」が0団体、「実施していない」が6団体となっている。

図表78 地元事業者へのインバウンドセミナーや普及啓発 [それぞれ単一回答]

【自治体調査】



【観光協会調査】

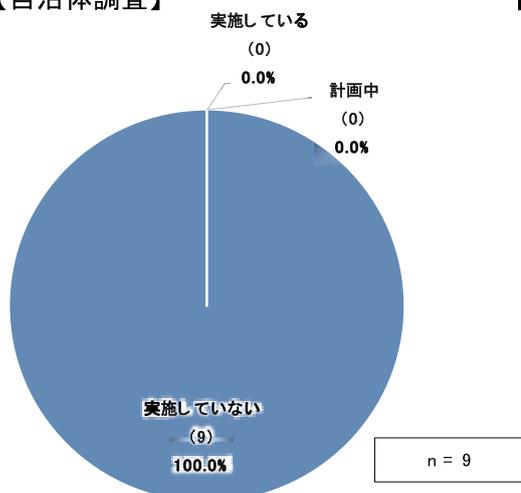


自組織職員向けのインバウンド関連の研修を「実施している」自治体と「計画中」の自治体がともに0自治体、「実施していない」が9自治体となっている。

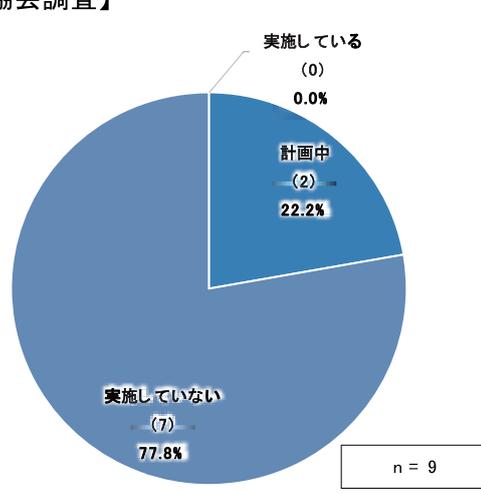
同様に観光協会は、「実施している」が0団体、「計画中」が2団体、「実施していない」が7団体となっている。

図表79 自組織職員向けのインバウンド関連の研修実施 [それぞれ単一回答]

【自治体調査】



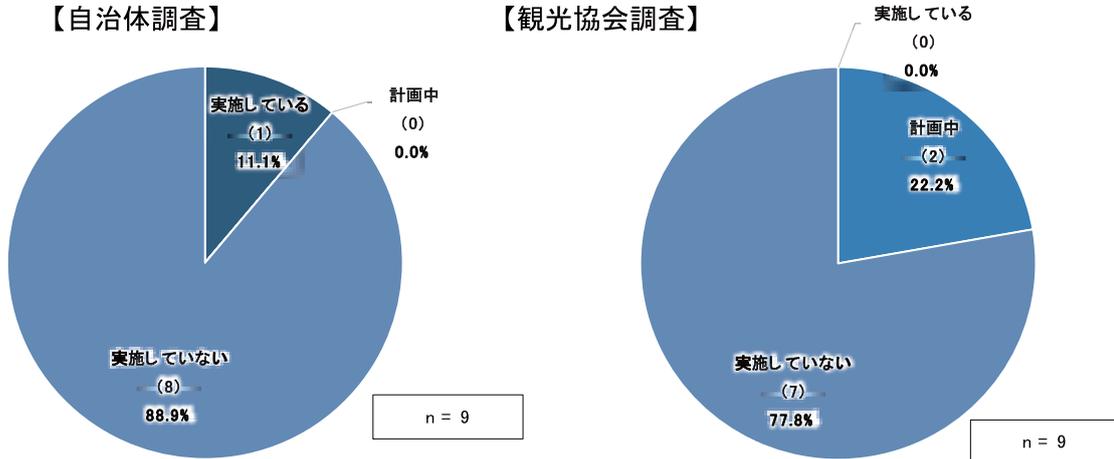
【観光協会調査】



インバウンドに関する取組を行う事業者への支援や補助を「実施している」自治体が1自治体、「計画中」が0自治体、「実施していない」が8自治体となっている。

同様に観光協会は、「実施している」が0団体、「計画中」が2団体、「実施していない」が7団体となっている。

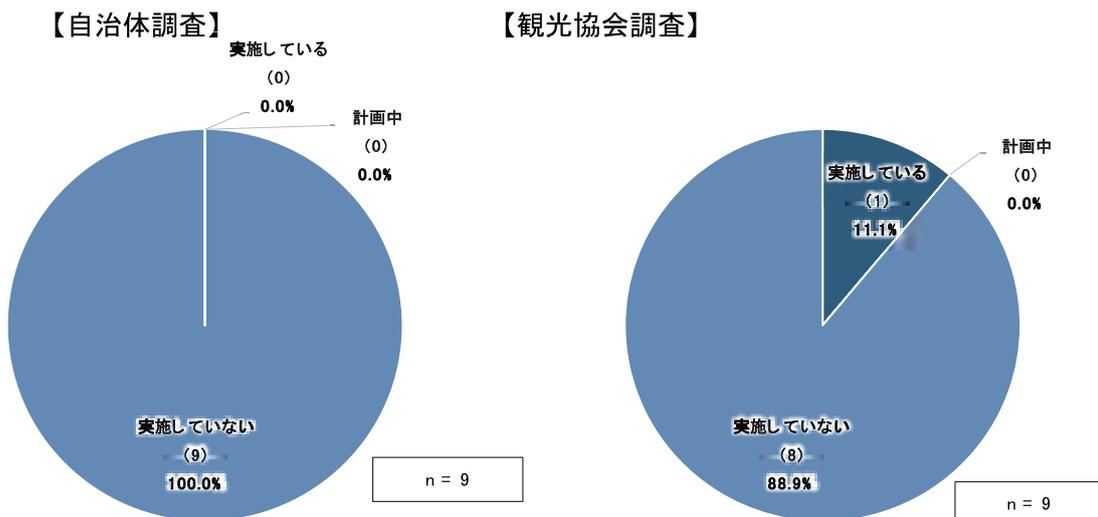
図表80 インバウンドに関する取組を行う事業者への支援や補助 [それぞれ単一回答]



海外向けプロモーションを「実施している」、「計画中」がともに0自治体、「実施していない」が9自治体となっている。

同様に観光協会は、「実施している」が1団体、「計画中」が0団体、「実施していない」が8団体となっている。

図表81 海外向けプロモーション [それぞれ単一回答]



自治体の今後の取組意向のうち「積極的に取り組みたい」と「どちらかと言えば取り組みたい」を合わせた数は観光関連ホームページ（6自治体）、観光関連ホームページの多言語化（5自治体）などが多くなっている。

同様に観光協会の取組意向は、観光情報に関する多言語パンフレットの作成（7団体）などが多くなっている。一方で海外向けプロモーションについては消極的となっている。

図表82 インバウンドの拡大に向けた今後の取組意向 [それぞれ単一回答]

【自治体調査】 (n = 9)

凡例	積極的に取り組みたい	どちらかと言えば取り組みたい	現状維持	どちらかと言えば取り組む意向はない	取り組む意向はない	無回答
観光関連ホームページ	2件	4件		2件	1件	
観光関連ホームページの多言語化		5件		3件		1件
観光情報に関する多言語パンフレットの作成	2件	5件		1件	1件	
SNS運用	2件	3件		1件	3件	
SNSの多言語運用	3件	2件		1件	3件	
その他の外国人観光客向けの情報発信	4件			3件	1件	1件
観光案内所での多言語対応	4件		2件	2件		1件
観光施設の案内や看板等の多言語化	1件	3件		3件	1件	1件
無料Wi-Fiの整備	2件	2件		4件		1件
現金以外の決済の導入	1件	3件		2件	1件	2件
外国人観光客向けの観光商品の開発	1件	3件		3件	1件	1件
地元事業者へのインバウンドセミナーや普及啓発等の実施	1件	2件		4件		2件
自治体職員向けのインバウンド関連の研修の実施	2件	3件		2件		2件
インバウンドに関する取組を行う事業者への支援や補助	2件	4件		1件		2件
海外向けプロモーション活動	2件	2件	1件		4件	

【観光協会調査】 (n = 9)

凡例	積極的に取り組みたい	どちらかと言えば取り組みたい	現状維持	どちらかと言えば取り組む意向はない	取り組む意向はない	無回答
観光関連ホームページ	4件		2件	2件		1件
観光関連ホームページの多言語化	3件	3件		2件		1件
観光情報に関する多言語パンフレットの作成		5件		2件	1件	1件
SNS運用	2件	3件		3件		1件
SNSの多言語運用	1件	4件		3件		1件
その他の外国人観光客向けの情報発信	1件	4件		3件		1件
観光案内所での多言語対応	3件		2件	3件		1件
観光施設の案内や看板等の多言語化	3件	3件		2件		1件
無料Wi-Fiの整備	5件			3件		1件
現金以外の決済の導入	3件	3件		2件		1件
外国人観光客向けの観光商品の開発		6件		2件		1件
地元事業者へのインバウンドセミナーや普及啓発等の実施	3件	3件		2件		1件
自治体職員向けのインバウンド関連の研修の実施	2件	4件		2件		1件
インバウンドに関する取組を行う事業者への支援や補助	3件	3件		2件		1件
海外向けプロモーション活動		7件			1件	1件

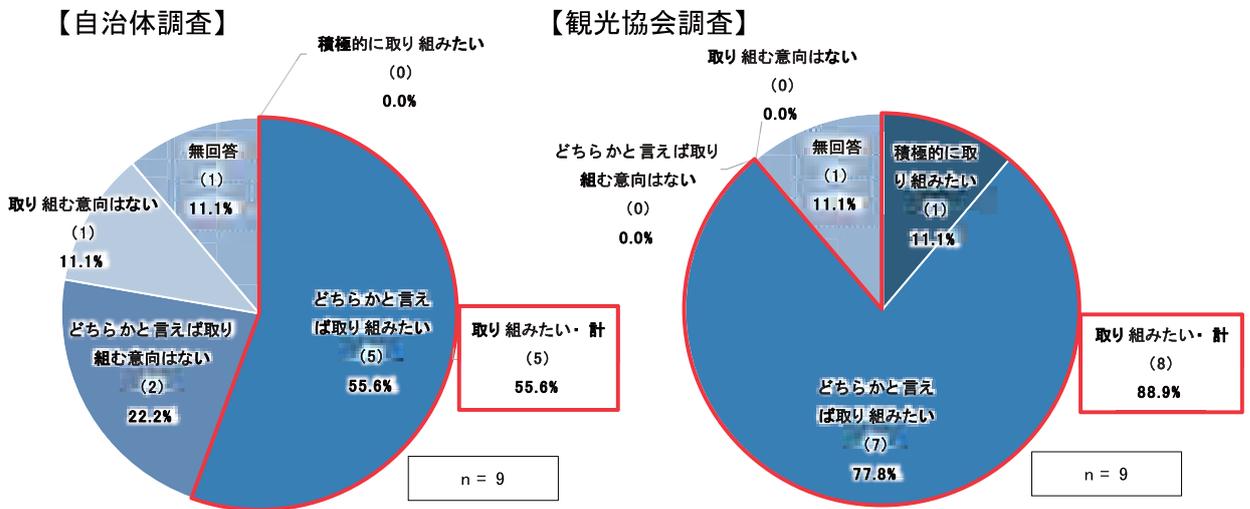
自治体の今後、インバウンドの拡大に向けた取組の考えは、「積極的に取り組みたい」が0自治体、「どちらかと言えば取り組みたい」が5自治体、「どちらかと言えば取り組み意向はない」が2自治体、「取り組み意向はない」が1自治体となっている。

同様に観光協会は「積極的に取り組みたい」が1団体、「どちらかと言えば取り組みたい」が7団体となっており、自治体よりも観光協会の取組意向が高くなっている。

集客ターゲットは欧米からの旅行者を挙げる自治体・団体が比較的多いが、アジア圏もターゲットとしている自治体・団体もある。また天候不順などにより旅行の計画に一定の融通が求められることなどを理由に、国籍・地域ではなく長期滞在の旅行者をターゲットに挙げる自治体・団体もみられる。

取り組む意向がない理由は、「現時点で観光協会がない」、「宿泊施設が足りない」、「ほかに優先することがある」となっている。

図表83 今後、インバウンドの拡大に向けた取組の考え [それぞれ単一回答]



図表84 現時点で想定するインバウンドのターゲット層

[自治体調査・観光協会調査（取り組みたいと回答した団体のみ）／自由記入]

選択肢	現時点で想定しているターゲット層
積極的に取り組みたい	・ヨーロッパ系、火山マニア、30-40代。
どちらかと言えば取り組みたい	・以前よりヨーロッパ系の観光客、関東近郊に在住の外国人観光客が多く、また日本ジオパークにも認定されていることもあり、自然を楽しみたいと考えている客層をターゲットとしたい。
	・来島する外国人に多い、フランス人・ブラジル人。
	・特になし。現時点で来島している外国人観光客の、国籍や目的といったデータが欲しい。
	・ヨーロッパを軸として、長期観光客に対して来島していただきたいと考えている。
	・国内在住外国人。
	・英語圏の欧米諸国、近隣アジア諸国（香港台湾など）。
	・欧米圏、個人および家族連れ、20～40代。
	・現在来島している外国人の多くは欧米系の方であり、今後もそこをターゲットとしていきたい。中国人に関しては、船で片道24時間かかるという立地のため現在は殆ど来島しておらず、プロモーションをかけても、他の国内の離島観光地（沖縄や九州、伊豆諸島）に比べて効果が薄いと考えるため、今後しばらくはターゲットにする予定はない。
・個人、ロングステイが期待できる欧米人。	

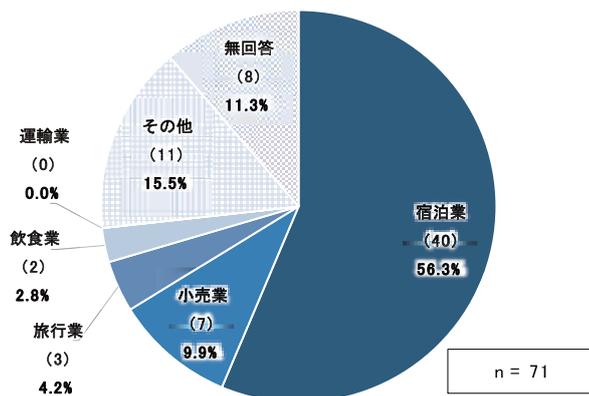
※自由記入の結果を修正・加筆している

6 観光関連事業者調査

(1) 回答事業者の概要

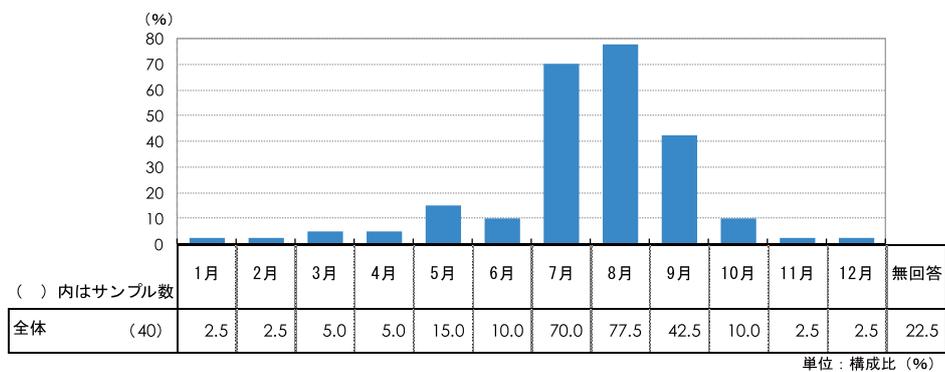
回答事業者の業種は「宿泊業」が56.3%で最も多く、次いで「小売業」が9.9%、「旅行業」が4.2%などの順となっている。

図表85 業種 [観光関連事業者調査/単一回答]



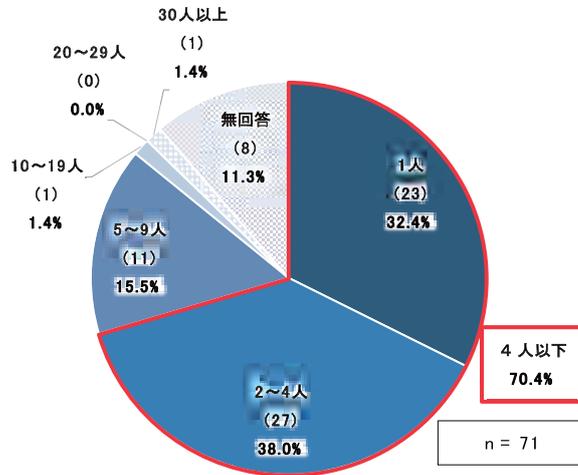
繁忙期は「8月」が77.5%、「7月」が70.0%、「9月」が42.5%となっており、7～8月に集中している。

図表86 繁忙期 [観光関連事業者調査/複数回答]



従業員数は「1人」が32.4%、「2～4人」が38.0%、「5～9人」が15.5%などの順となっている。「1人」と「2～4人」を合わせると、4人以下の事業者が70.4%と7割以上を占めていることが分かる。

図表87 従業員数 [観光関連事業者調査/単一回答]

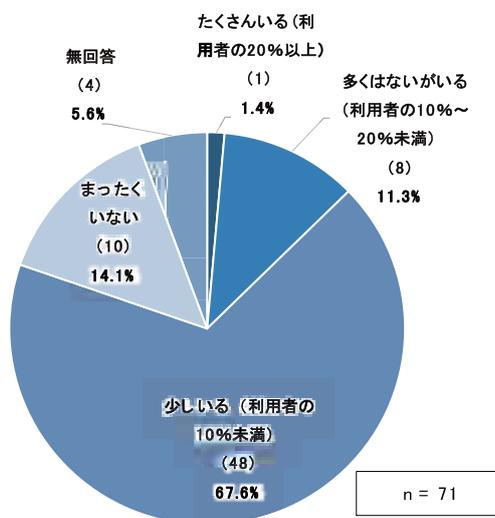


(2) 外国人旅行者の受入実態

利用客に占める外国人旅行者の割合は、「少しいる（利用者の10%未満）」が67.6%で最も多く、次いで「まったくいない」が14.1%、「多くはないがいる（利用者の10%～20%未満）」が11.3%、「たくさんいる（利用者の20%以上）」は1.4%となっている。

3年前と比較すると、「横ばい（±5%以内）」が39.4%で最も多く、次いで「やや増加した（5～10%未満増加）」が23.9%、「増加した（10%以上増加）」が12.7%などの順となっており、概ね増加傾向がみられる。「増加した」と「やや増加した」を合わせた「増加した・計」は36.6%となっている。

図表88 利用客に占める外国人旅行者の割合 [観光関連事業者調査/単一回答]

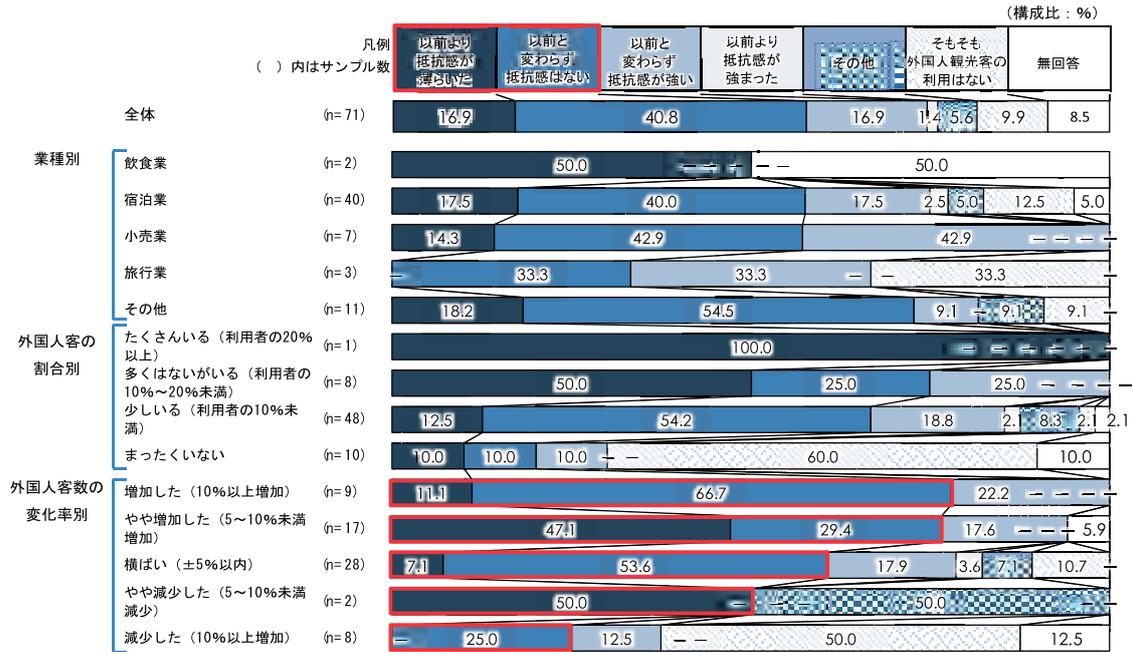


従業員の意識の変化は「以前と変わらず抵抗感はない」が40.8%で最も多く、次いで「以前と変わらず抵抗感が強い」と「以前より抵抗感が薄らいだ」がともに16.9%などの順となっている。

外国人旅行者の変化率別にみると、3年前と比較して、増加したと感じている事業者ほど、「抵抗感がない・計」が多くなっていることが分かる。

※抵抗感がない・計：「以前より抵抗感が薄らいだ」と「以前と変わらず抵抗感はない」の合計

図表91 従業員の意識の変化 [観光関連事業者調査/単一回答]



(3) 外国人旅行者の受入れに対する考え方

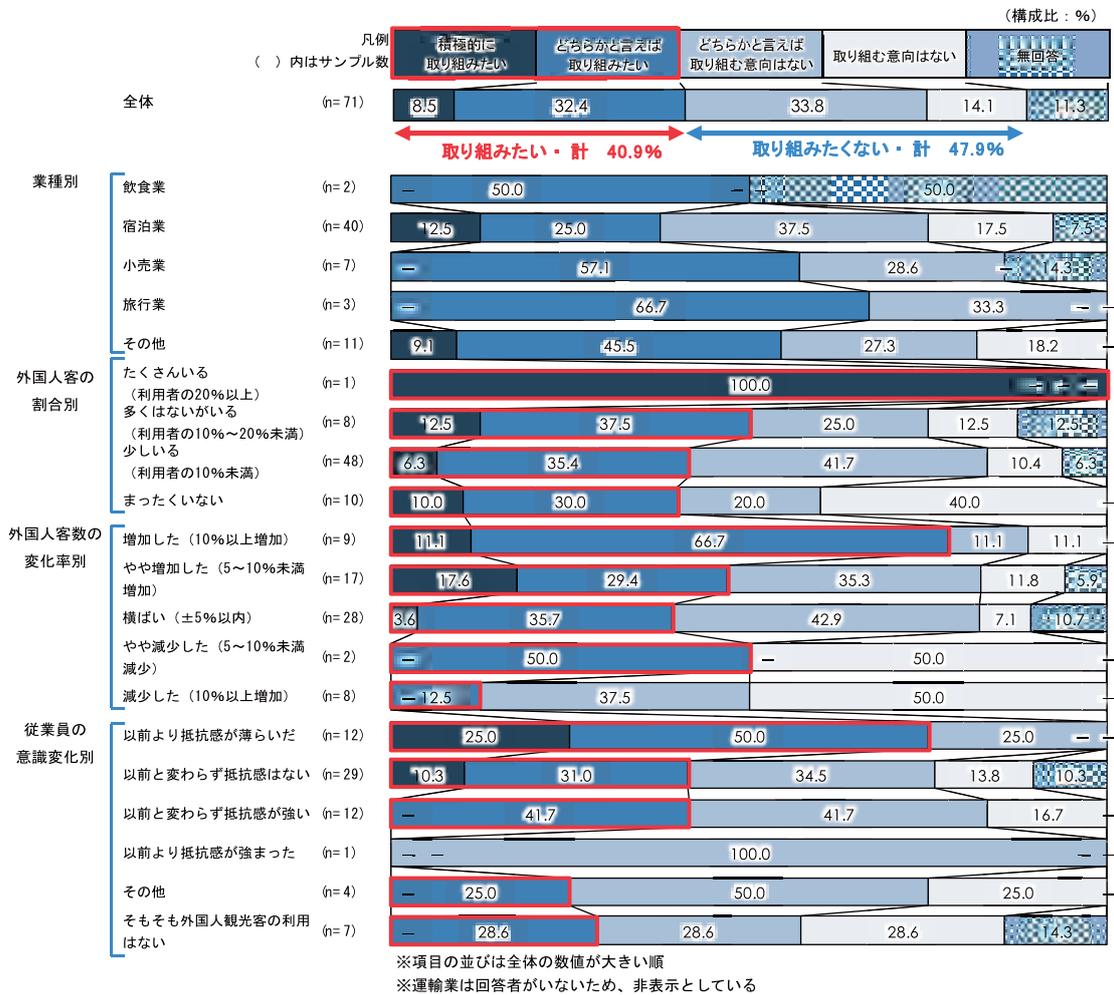
外国人旅行者の受入れの考えは、「どちらかと言えば取り組む意向はない」が33.8%で最も多く、次いで「どちらかと言えば取り組みたい」が32.4%、「取り組む意向はない」が14.1%、「積極的に取り組みたい」が8.5%となっている。「積極的に取り組みたい」と「どちらかと言えば取り組みたい」を合わせた「取り組みたい・計」(40.9%)と「どちらかと言えば取り組む意向はない」と「取り組む意向はない」を合わせた「取り組みたくない・計」(47.9%)を比較すると、「取り組みたくない・計」が上回る。

外国人旅行者の割合別にみると、割合が高いほど、受入意向が高い。

外国人旅行者の変化率別にみると、外国人旅行者が増えていると感じている事業者ほど、受入意向が高い。

従業員の意識変化別にみると、以前より抵抗感が薄らいだ事業者ほど、受入意向が高い。

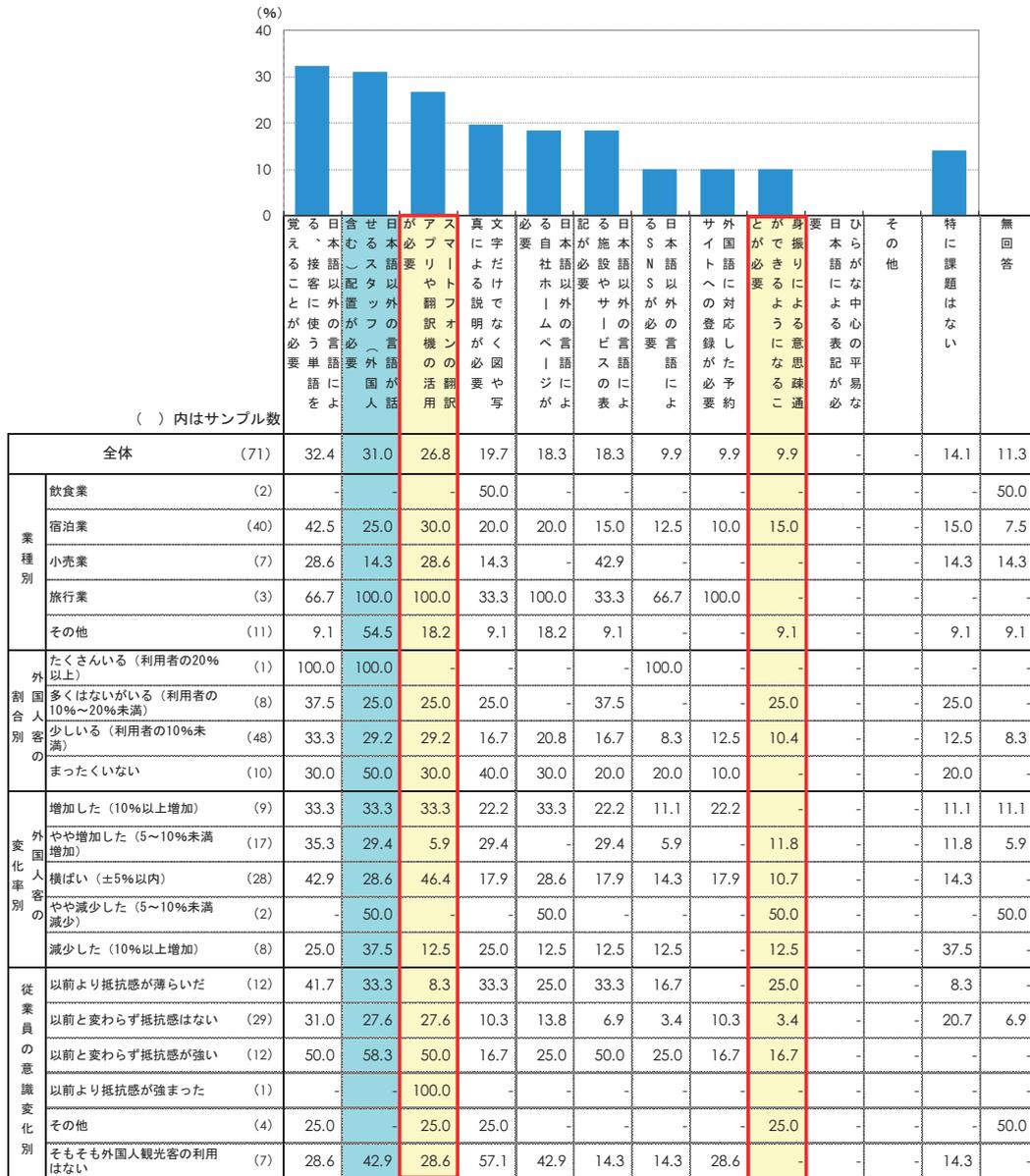
図表92 外国人旅行者の受入れの考え [観光関連事業者調査/単一回答]



(4) 外国人旅行者の受入れの課題

外国人旅行者の受入れの課題は、「日本語以外の言語による、接客に使う単語を覚える事が必要」が32.4%で最も多く、次いで「日本語以外の言語が話せるスタッフ（外国人含む）配置が必要」が31.0%、「スマートフォンの翻訳アプリや翻訳機の活用が必要」が26.8%、「文字だけでなく図や写真による説明が必要」が19.7%などの順となっている。

図表93 外国人旅行者の受入れの課題 [観光関連事業者調査/複数回答]



※項目の並びは全体の数値が大きい順 単位：構成比（%）

※運輸業は回答者がいないため、非表示としている

※セルは図表94の全体の数値と比較して8ポイント以上低い項目、セルは8ポイント以上高い項目

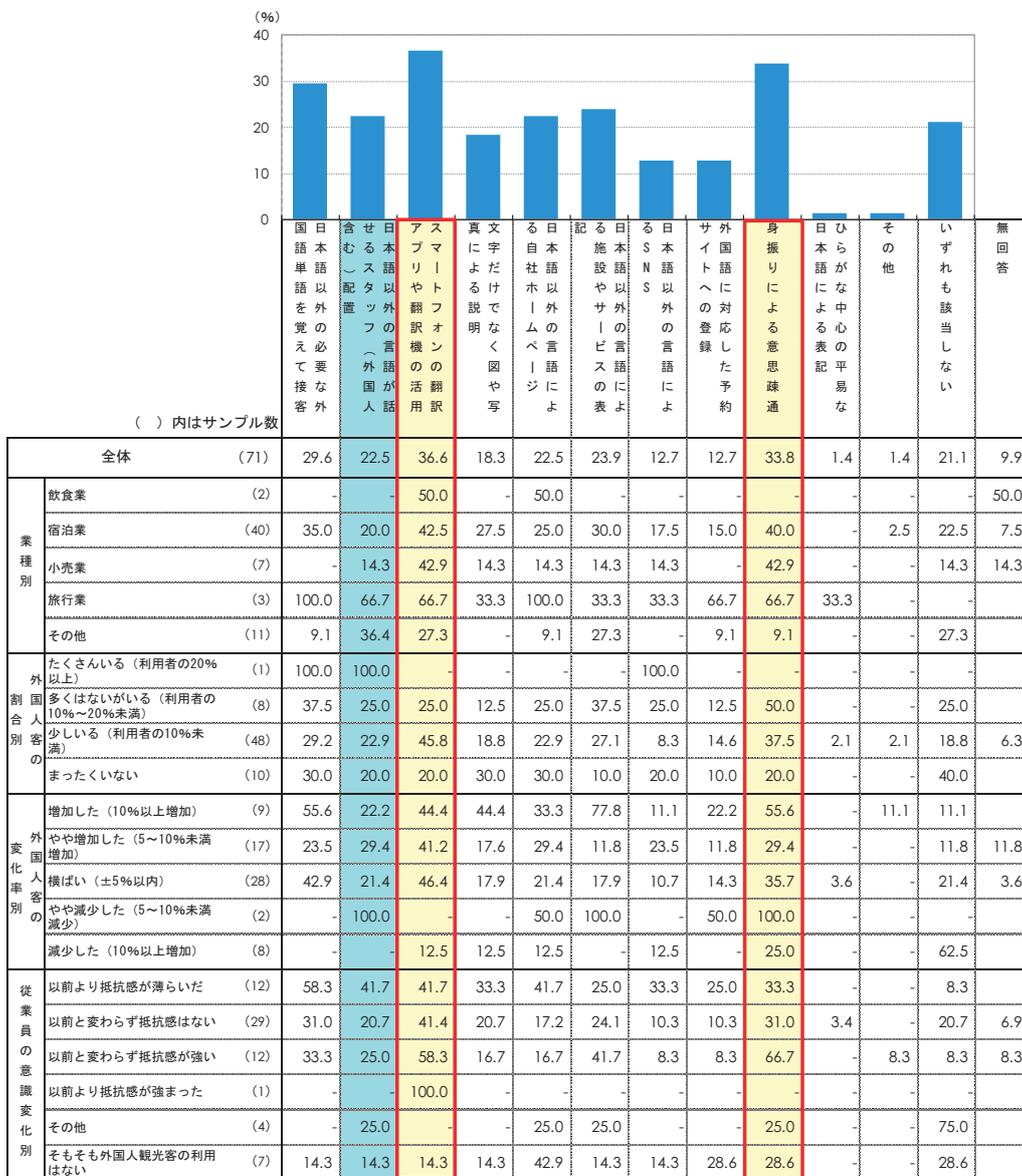
(5) 今後取り組みたいこと

取り組みたいことは、「スマートフォンの翻訳アプリや翻訳機の活用」が36.6%で最も多く、次いで「身振りによる意思疎通」が33.8%、「日本語以外の必要な外国語単語を覚えて接客」が29.6%などの順となっている。

課題と取り組みたいことを比較してみると、「日本語以外の言語が話せるスタッフ（外国人含む）配置」は、課題では31.0%と高い割合であるが、取り組みたいことでは22.5%となっていることから、理想と現実のギャップがうかがえる。

「スマートフォンの翻訳アプリや翻訳機の活用」と「身振りによる意思疎通」は、取り組みたいことではそれぞれ36.6%、33.8%と高い割合であるが、課題と比較するとそれぞれ26.8%、9.9%となっている。IT技術の進歩に対する期待や、費用があまりかからず、すぐに取り組めることへの意向がうかがえる。

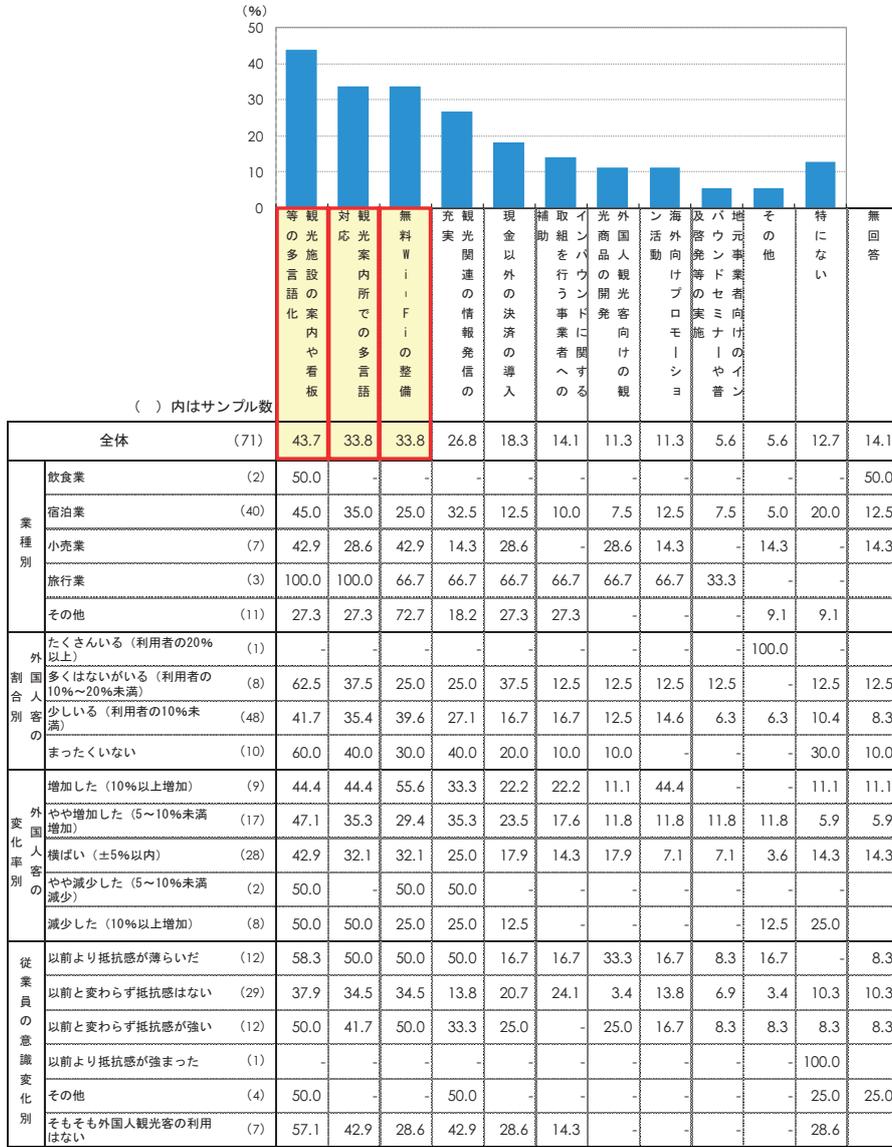
図表94 取り組みたいこと [観光関連事業者調査／複数回答]



※項目の並びは「外国人旅行者の受入れの課題」と同じ順
 ※運輸業は回答者がいないため、非表示としている
 ※セルは図表93の全体の数値と比較して8ポイント以上高い項目、セルは8ポイント以上低い項目
 単位：構成比 (%)

観光関連事業者が行政に求めることは、「観光施設の案内や看板等の多言語化」が43.7%で最も多く、次いで「観光案内所での多言語対応」と「無料Wi-Fiの整備」がともに33.8%などの順となっており、インフラに関するニーズが高くなっている。

図表95 行政に求めること [観光関連事業者調査／複数回答]



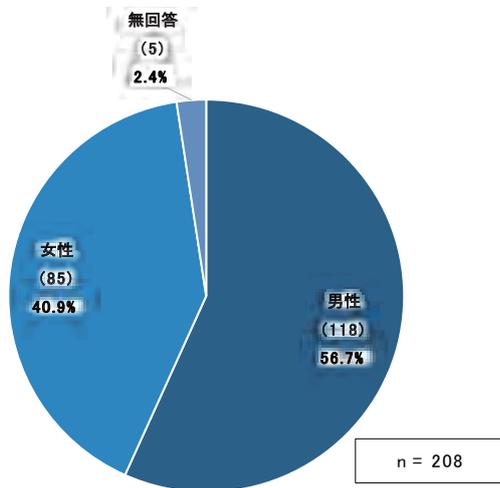
※項目の並びは全体の数値が大きい順
 ※運輸業は回答者がいないため、非表示としている
 単位：構成比 (%)

7 東京島しょ地域住民の意識

(1) 回答者の属性

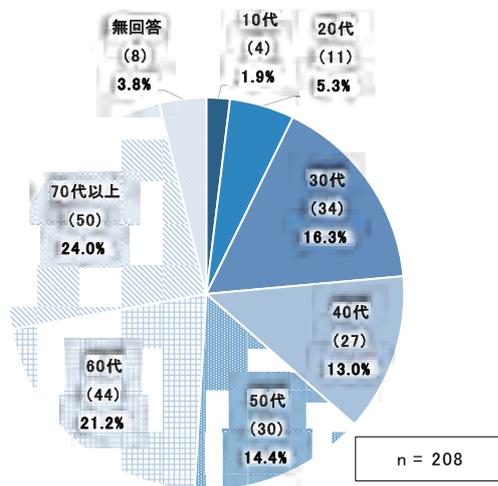
住民調査における男女比率は、「男性」が56.7%、「女性」が40.9%であった。

図表96 性別 [住民調査/単一回答]



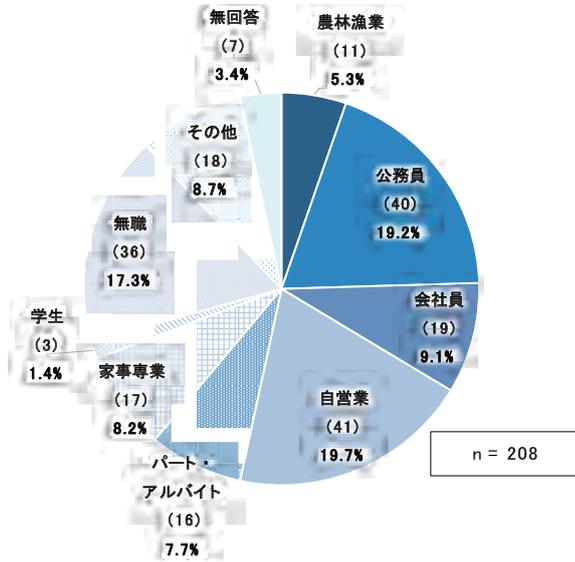
住民調査における各年代の比率は、「70代以上」が24.0%で最も多く、次いで「60代」が21.2%、「30代」が16.3%、「50代」が14.4%、「40代」が13.0%などの順となっている。

図表97 年齢 [住民調査/単一回答]



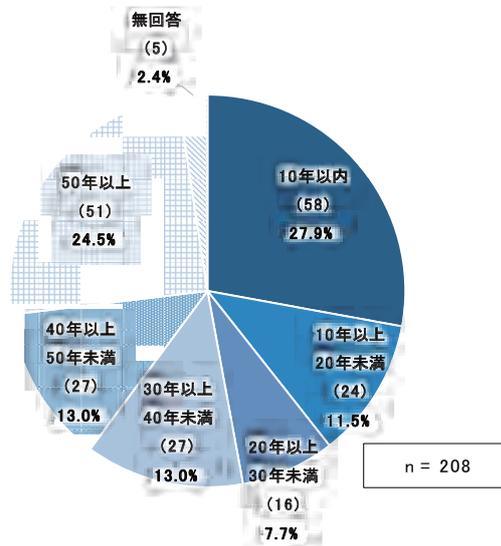
住民調査における職業は、「自営業」が19.7%で最も多く、次いで「公務員」が19.2%、「無職」が17.3%などの順となっている。

図表98 職業 [住民調査/単一回答]



住民調査における住民の居住歴は、「10年以内」が27.9%で最も多く、次いで「50年以上」が24.5%、「30年以上40年未満」と「40年以上50年未満」がともに13.0%などの順となっている。

図表99 居住歴 [住民調査/単一回答]



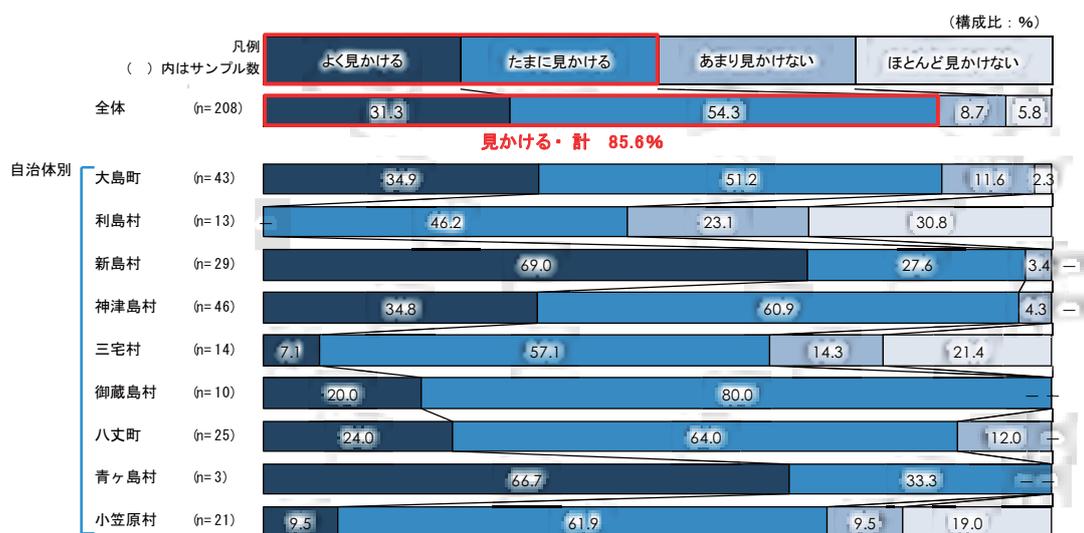
(2) 外国人旅行者に対する考え方

外国人旅行者を見かける機会を尋ねたところ、「たまに見かける」が54.3%で最も多く、次いで「よく見かける」が31.3%などの順となっており、合わせて85.6%となっている。

自治体別にみると、「よく見かける」は新島村が69.0%で最も多く、次いで「大島町」が34.9%、「神津島村」が34.8%で続く。

※青ヶ島村はサンプル数が3であるため、参考とする。

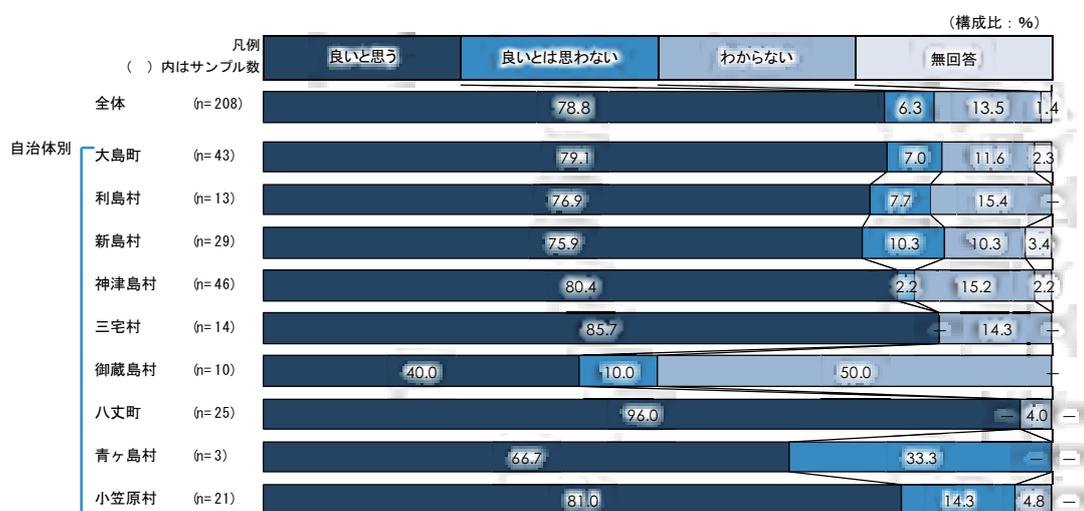
図表100 外国人旅行者を見かける機会 [住民調査／単一回答]



外国人旅行者が増えることについての考えは、「良いと思う」が78.8%、「良いとは思わない」が6.3%であった。

自治体別にみると、多数の自治体は概ね外国人旅行者が増えることについて肯定的であるが、御蔵島村の住民は「わからない」が50.0%となっており、良し悪しを決めかねている住民の考えがうかがえる。

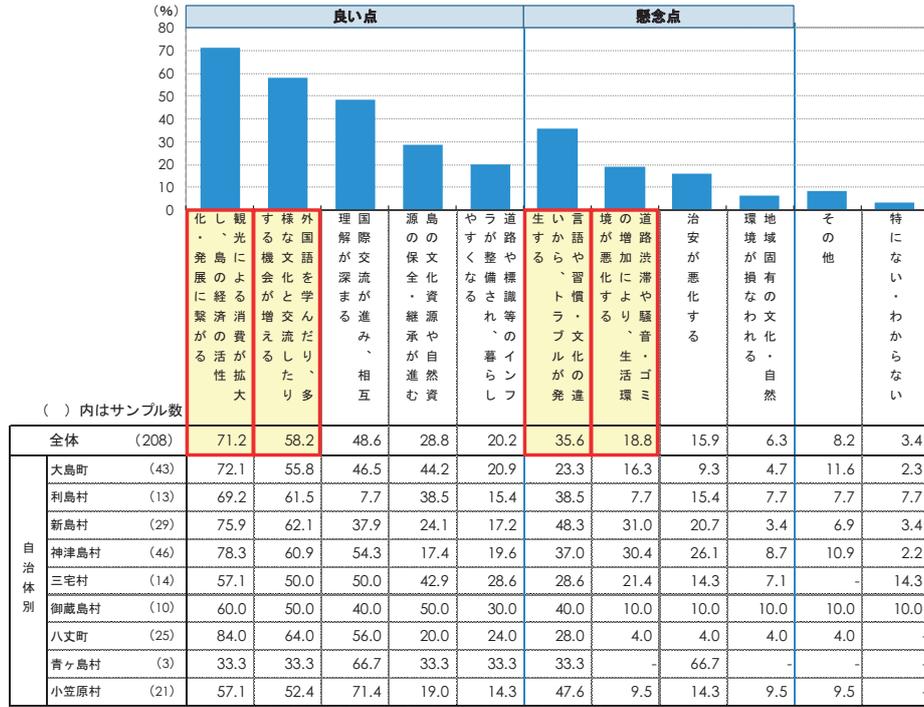
図表101 外国人旅行者が増えることについて [住民調査／単一回答]



外国人旅行者が増えることでの影響のうち、良い点は「観光による消費が拡大し、島の経済の活性化・発展に繋がる」が71.2%で最も多く、次いで「外国語を学んだり、多様な文化と交流したりする機会が増える」が58.2%で続く。

一方、懸念点は「言語や習慣・文化の違いからトラブルが発生する」が35.6%で最も多く、次いで「道路渋滞や騒音・ゴミの増加により生活環境が悪化する」が18.8%で続く。

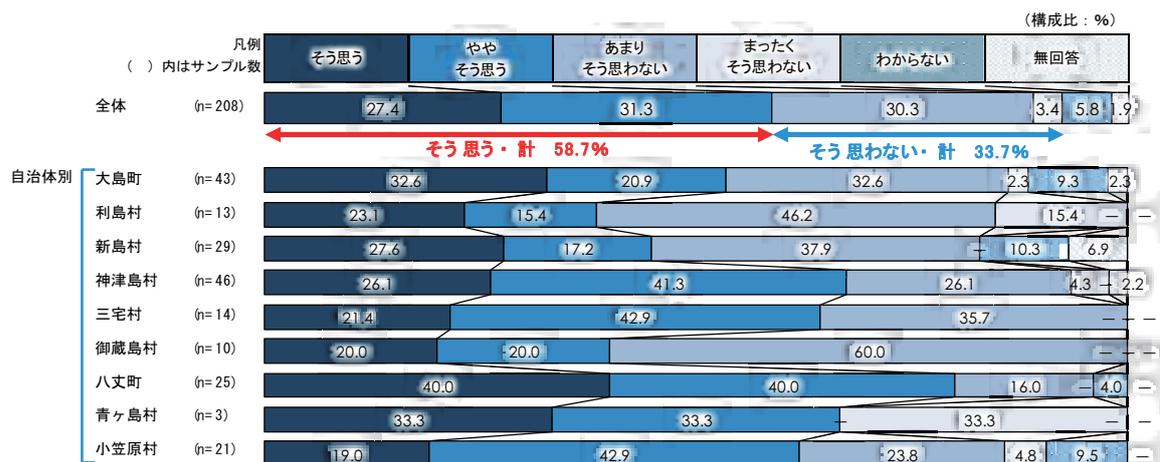
図表102 外国人旅行者が増えることでの影響 [住民調査／複数回答]



外国人旅行者との交流・関わりを持ちたいかについての考えは、「ややそう思う」が31.3%で最も多く、次いで「あまりそう思わない」が30.3%、「そう思う」が27.4%などの順となっている。

「そう思う」と「ややそう思う」を合わせた「そう思う・計」(58.7%)と「あまりそう思わない」と「まったくそう思わない」を合わせた「そう思わない・計」(33.7%)を比較すると、「そう思う・計」が上回り、交流・関わりを持ちたい意向がうかがえる。

図表103 外国人旅行者との交流・関わりを持ちたいか [住民調査/単一回答]



外国人旅行者との交流・関わりについての考えを尋ねたところ、「文化交流や日常での交流」、「島の良さを伝えたい」「外国語を学びたい」「島の発展につながる」など前向きな意見が多くみられた。

図表104 外国人旅行者との交流・関わりについての考え [住民調査／自由記入 (抜粋)]

<文化交流や日常での交流>	<島の良さを伝えたい>
・島の伝統文化を経験してもらうこと	・島の良さを伝えたい。
・子供たち同士の交流 (文化・遊び)	・外国人旅行者に島の自然や文化の良いところをしてもらう
・子供が小さいので日本以外の国の人をみせてあげたい (言葉)	・島の事を色々知ってもらいたい
・島の案内をしてあげられると良いかなと思います。	・この島の暮らしに興味を持ち好きになってくれるよう
・いろいろな国の文化等を聞きたい	・お祭りなどに参加して欲しい
・お互いを知ること。楽しさ。	・島の伝統文化を経験してもらうこと一緒に交流したい
・その国独自の文化を知りたい。	・異文化、大島のことを話したい
・日本の文化や関わりかたなど色んな意味での交流を望みます	・島の生活、食文化等を知ってもらいたい
・島のことについて旅行者の母国について話をする	<外国語を学びたい>
・まだまだあまり来ていませんが、その国の事等聞いてみたい	・外国語を学ぶ
・いろいろな国の方々の風習、考え方を学びたい	・英語で会話
・音楽の交流会、文化・生活の情報を交換したい	・友達になって言葉を覚えられる。
・人との繋がりを作る	・英語の勉強がてら、会話してみたい。
・離島文化を教えたり、相手の文化にも関わる興味でくるはずだからと思う。	・お互いの言葉の練習になります。
・世界遺産や文化交流に関心のある人達との交流会や、日常での触れ合い。	・外国語を習得し、会話が出来たらと思う
・地図を見ている人がいたら声かけをしたり、場合によってはくるまにのせてあげたり	・言語の学習、シンプルな異文化交流
・コミュニケーションをとるだけでも価値があると思う (知識向上)	・カタコトの日本語とカタコトの外国語で普通の会話をする。不十分でもヨシとする。
・友達をつくる	・語学学習、異文化交流
・言語の交流が行われて良い環境になると思います。	・世界中の国の人たちが来島しています。いろいろな国の言語を知りたい
・ホームステイ、観光案内、子供たちとのコミュニケーション	・英語で話をしてみたい。他文化を知りたい
・外国人とのコミュニケーションがとれたらいいと思う	・英語がうまくなりそうだから
・色々の希望を聞いて観光案内や相談にのれれば良いと思う	<島の発展につながる>
・あいさつや旅行の話などお話ししたい	・観光業なので
・英語が話せるので、直接交流、旅の手助け	・島の発展に
・外国の人と1対1で話をしてみたい	・来島者増
・島にきた動機、どこに魅力を感じているのかディスカッションしたい	・文化交流、経済の活性化
・挨拶や、微笑み返し等やんわりとした心のおもてなしを心がけています。	・ゲストハウス等をつくりもっと島に集客したり接したりする機会を増やす
・声かけ。おすすめの観光スポットや郷土料理を案内できたら…と思う。後は、観光するにあたり 路線バスの本数が少ない事や、宿から歩いて買い物や食事をする事が大変な事(不可能な場合も)etc… 必ず教えています。	・島にとって観光客が増えることは良い事である
・島内の案内など。 実際に外国人に呼び止められ、案内したが喜んでくれた。	・人材育成のため機会とできると良い
・個人的に仲良くなれるのなら仲良くしたい。	
・人としてのふれ合いを自分の知らない事も学べる	
・自分のわかる語学力で交流出来ればと。高齢者も簡単な外国語を使えるよう。	