

「アジア 8 地域インバウンド意向調査」 にみる 広域観光連携への期待

2016年5月27日



東北支店

◆調査要領

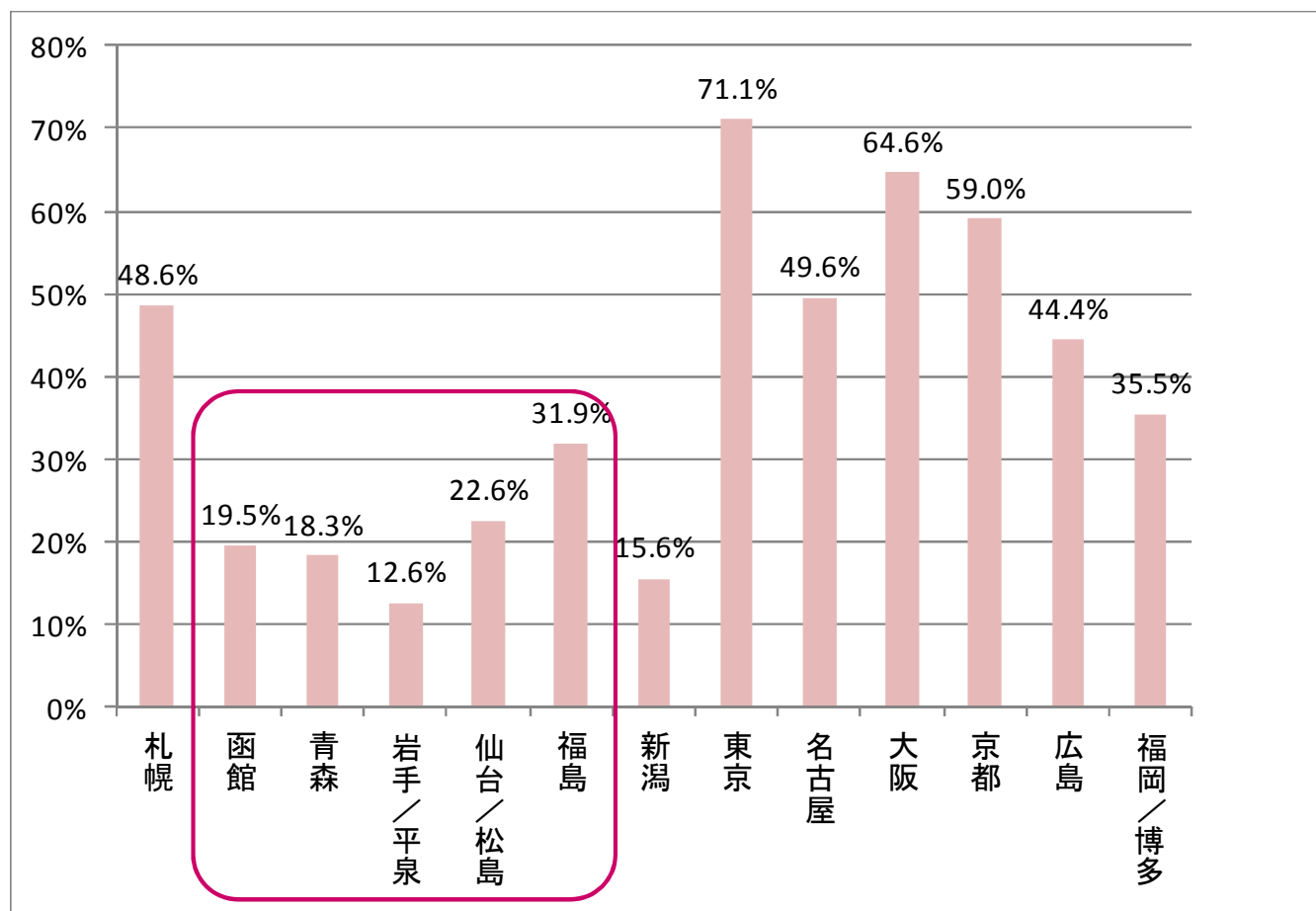
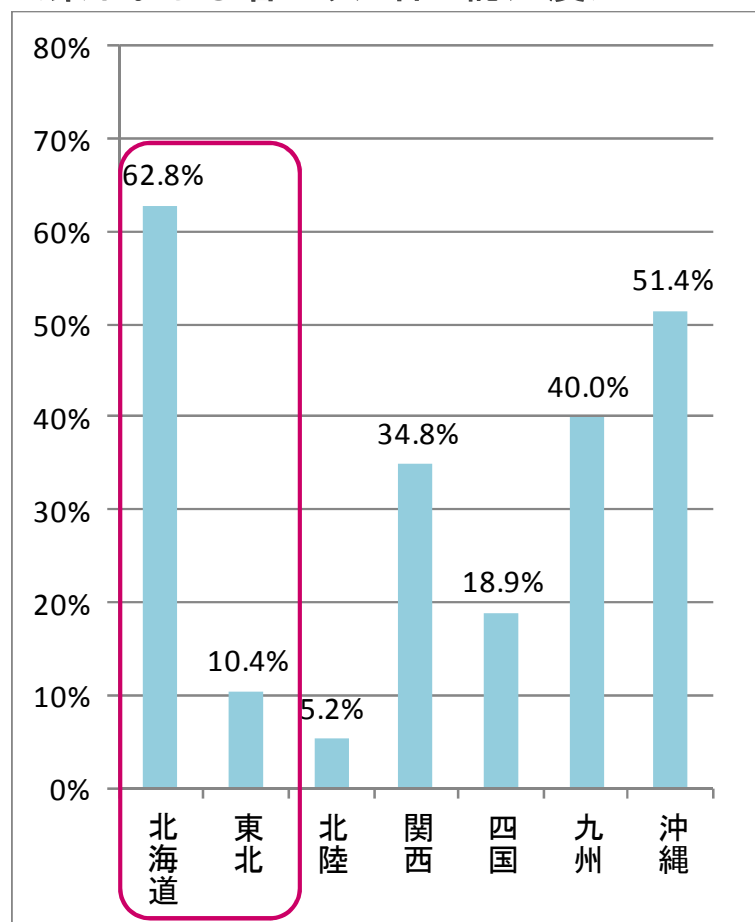
- ①実施時期：2015年7月9日～2015年7月21日
- ②調査方法：インターネットリサーチ（外部委託）
- ③対象地域：韓国、中国（北京・上海）、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア
- ④対象者：20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
（注）中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間の旅行については、海外旅行経験から除く
- ⑤調査対象回答数：上記各地域に居住する住民計4,111人
（韓国530、中国514、台湾510、香港517、タイ502、シンガポール515、マレーシア515、インドネシア508）
*中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京・上海各50%）

調査主体：(株)日本政策投資銀行および（公財）日本交通公社

調査結果のポイント1（認知度）

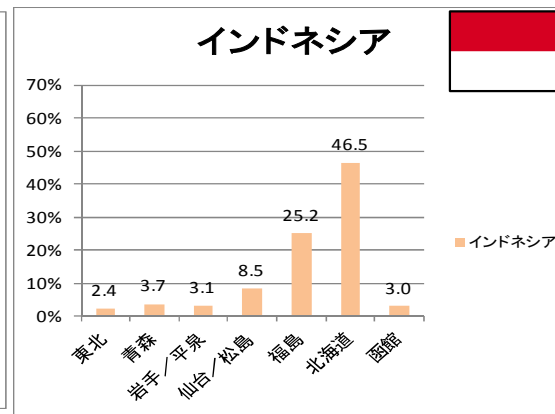
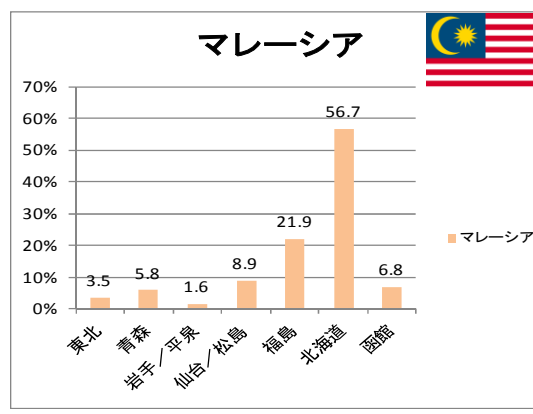
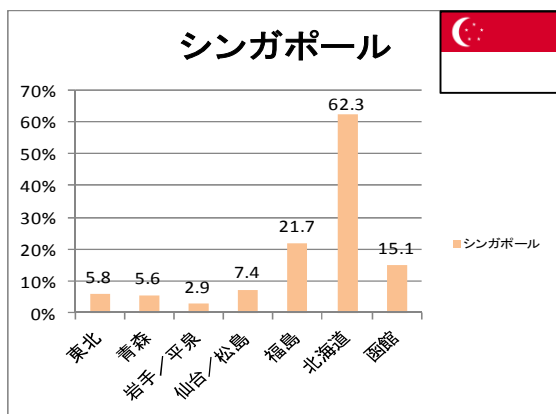
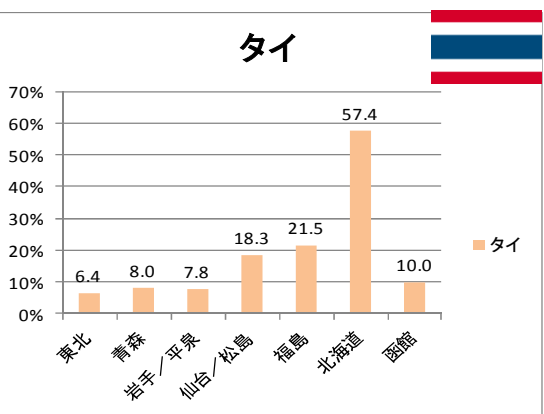
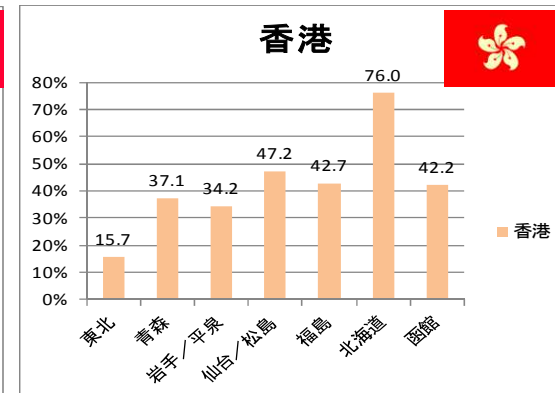
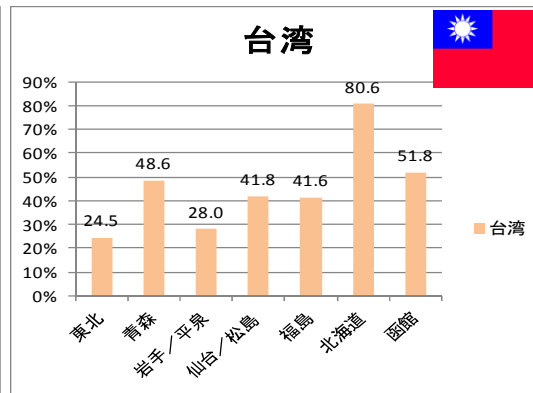
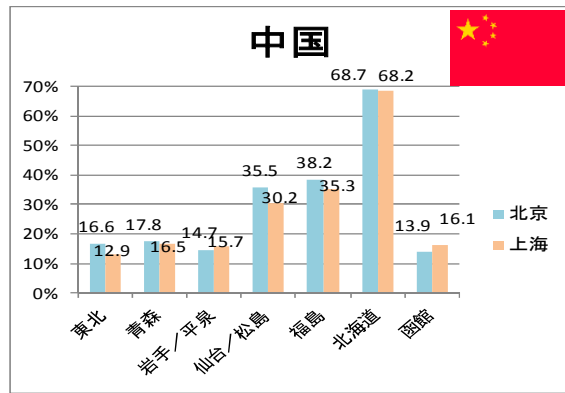
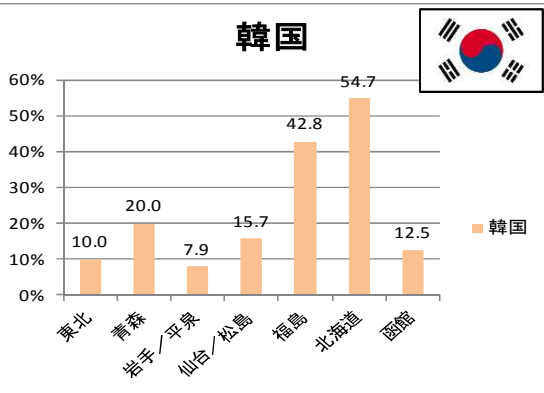
地方区分（ブロック名）の認知度を尋ねたところ、「東北」の認知度は10.4%と低かった。一方で、東北内の主要エリア名については、「福島」の31.9%を筆頭に、「青森」18.3%等いずれも「東北」の認知度を上回っている。（＝「東北」ブランドは弱いと言える）。「北海道」ブランドは極めて高い一方、「函館」の認知度は「青森」とほぼ同程度。

＜東北および各エリア名の認知度＞



調査結果のポイント2（国毎の認知度）

「東北」や東北各地の地名に対する認知度は、国によって区々である。中でも台湾の人の青森に対する認知度は高い。一方、いずれの国でも「北海道」の認知度が群を抜いて高い（「北海道」ブランドの強さは圧倒的と言える）。



調査結果のポイント3 (行ってみたい日本の観光地イメージ)

行ってみたい日本の観光地イメージを複数回答で尋ねたところ、全体的に「桜」、「雪景色」、「紅葉」など、「自然・景観」に関する観光資源への人気が前回調査と比較して高まった。これらの観光資源は東北にも数多く存在する。
(東北に豊富に存在するこれら観光資源を明確にかつ継続的に発信していく必要性があると言える)。

<行ってみたい日本の観光地イメージ>

1. 温泉



2. 桜



3. 富士山



4. 日本的な街並み



5. 雪景色



6. 日本旅館



前回調査との順位比

変化無し 上昇 下降



7. 新幹線



8. 紅葉

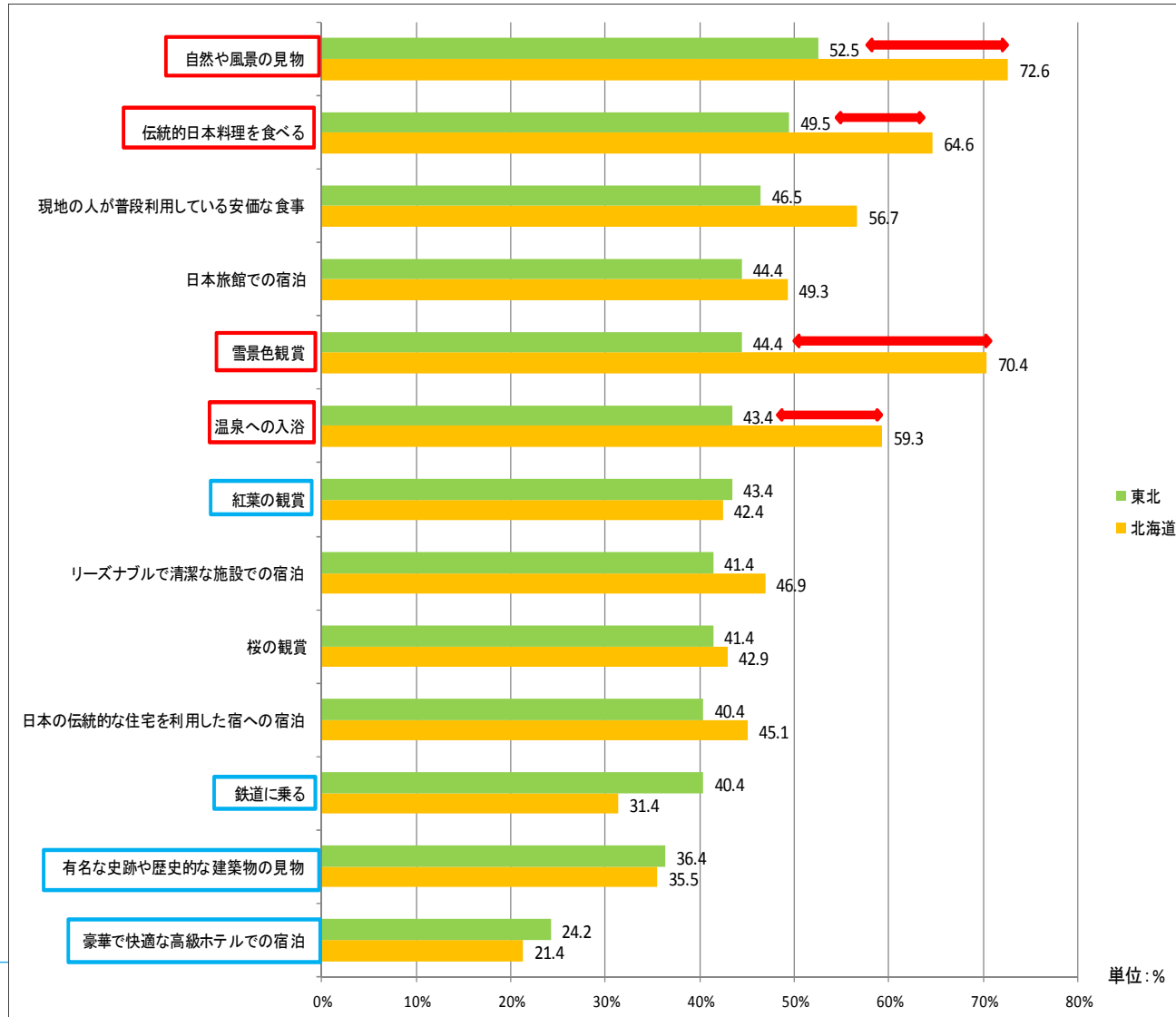


9. 城



調査結果のポイント4（東北or北海道に行ってみたいと回答した人に聞いた「その土地に期待すること」）

「東北」または「北海道」への訪問を希望した人に対して、各々の土地に期待することを尋ねたところ、「自然や風景」、「日本料理」、「雪景色」等多くの項目で、北海道訪問希望者が北海道に期待する割合が、東北訪問希望者のそれを大きく上回っている（＝北海道に対しては訪問前から大きな期待をしていると言える）。



まとめ

- 国別・地域別にみれば濃淡はあるものの、「東北」のブランド力は低く、インバウンド客からの期待感（≡わくわく感）も「北海道」へのそれに比べて低い。ただし「函館」のみをみれば、決して認知度は高くはない。
- 道南と青森では、「雪」や「海産物」などオーバーラップする領域はあるものの、内外の観光客に訴求できる魅力は数多く、うまく棲み分けを図りながら「道南～青森～南東北（仙台等）」を周遊してもらう観光戦略のポテンシャルは高いと言える。
- 広域観光に欠かせない交通インフラも、青森・天津／杭州便の就航や北海道新幹線開業により、格段に向上している。
- 東北観光推進機構や行政がブランディング、マーケティングを通じて「需要」を高める一方、サービスや商品の「供給」面では、事業者を金融機関がサポートしており、これらの関係者が官民かつ広域で連携する必要性は極めて高いと考える。

お問い合わせ先

ご質問、ご相談等がございましたら、下記連絡先までお問い合わせください。

<連絡先>

株式会社日本政策投資銀行 東北支店（次長兼青森事務所長 仲倉）

TEL：022-227-8202

E-mail: osnakak@dbj.jp（仲倉）

著作権（C）Development Bank of Japan Inc. 2016

当資料は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）により作成されたものです。

当資料に記載された内容は、現時点において一般に認識されている経済・社会等の情勢および当行が合理的と判断した一定の前提に基づき作成されておりますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。また、ここに記載されている内容は、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

当行の承諾なしに、本資料（添付資料を含む）の全部または一部を引用または複製することを禁じます。