

クルーズ船台湾人観光客

アンケート調査ユーグレナモール編

(石垣市実施)

石垣市企画部観光交流推進課

クルーズ船台湾人観光客アンケート調査（ユーグレナモール）報告書 （石垣市観光交流推進課実施）

調査趣旨

現在、台湾より多くの観光客が来島しており、台湾人観光客に対する情報提供などの環境整備が必要となってきた。

今回は、ユーグレナモールとその周辺市街地を訪れる観光客に的を絞って、アンケート調査や聞き込み調査を行った。バスツアーに参加しないフリーの観光客の動向やニーズを探った。

今後の課題

調査の結果、ユーグレナモールやその周辺の市街地における台湾人観光客誘客には以下のような課題が浮かんできた。

ユーグレナモール又は市街地での環境整備

雰囲気作り 市街地、特にユーグレナモールを訪れる台湾人観光客は（特に中高年齢層において）、石垣島特有の雰囲気を求めて訪れている。日本人観光客向けにも言えるが、島らしさを感じられる市街地と、郊外の大型ショッピングセンターなどとの差別化を図る必要がある。

施設整備 設備として、休憩所や飲食のできる共用スペースや案内標識の多言語化などを求めている。満足度を高め、市街地に長く滞在し、歩き回れる環境づくりが必要である。

外国語対策 欲しい物があってもパッケージやメニュー表が読めなければ購入には至らない。実際、お店を見つけられなかったり、商品を探せないという声も聞かれた。台湾人観光客の嗜好をくみ取ったパッケージ、商品の説明書きなども考慮していかなければならない。

ただし、これら環境整備は慎重さが必要で、多言語化の進んだ他の観光地で多言語看板などにより街の雰囲気が壊れたとして、再び元に戻したという例もある。日本人観光客の求める雰囲気と台湾人観光客の求める雰囲気のバランスをどのようにとっていくかが課題である。

情報提供の手段の考察

現在台湾人の情報入手の方法としては、40代くらいまでの多くがSNSなどインターネットを積極的に活用しており、これからますますITの重要度が増していくと考えられる。デジタルサイネージやwi-fiを利用したモバイル機器の連携、HPの集約化、ポスターやチラシなど紙媒体とのリンクなど、ITを使った宣伝手段を強化していくことが有効となると思われる。まだまだ台湾人観光客への情報提供が不足している傾向が見られ、結果的に満足度につながっていない。

特にクルーズ船観光客については移動中の船内での情報提供が効率的な提供手段となると思われる。

石垣観光に関するアンケート調査

この旅は石垣島にお越しいただきありがとうございます。このアンケートは、今後の石垣観光を便利に行っていただくのに役に立てていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

I. あなた自身についてお尋ねします。

- Q1** 性別 ①男性 ②女性
Q2 年齢 ①20歳以下 ②20歳代 ③30歳代 ④40歳代 ⑤50歳代 ⑥60歳代 ⑦70歳以上
Q3 石垣への訪問回数を教えてください。()回

II. このユグレナモールについてお聞きします。

- Q1** ここまでどうやってこられましたか？
①徒歩 ②バス ③タクシー ④レンタカー ⑤自転車 ⑥その他 ()

- Q2** このモールにこられた理由を教えてください。
①石垣の雰囲気を味わえるから ②石垣の特産品が揃うから ③近いから
④その他 ()

- Q3** このモールの情報をどこで知り(聞き)ましたか？
①インターネット・雑誌等(HP・雑誌名等:)
②船内・港のアナウンス ③友人・同行者のすすめ ④その他 ()

- Q4** モール近辺で購入された(食べた)ものを教えてください。
①石垣牛 ②塩 ③黒糖 ④味噌 ⑤刺身 ⑥昆布 ⑦もずく ⑧海ぶどう ⑨天ぷら
⑩かまぼこ ⑪置物 ⑫アクセサリ ⑬ストラップ・キーホルダー ⑭薬品
⑮タコライス ⑯八重山そば ⑰ハンバーガー ⑱ステーキ
その他何でも ()

- Q5** Q4で購入された物の使い道についてお尋ねします。
①自分用に持って帰る ②旅行中に使う(食べる)ため ③おみやげとして

- Q6** その商品を選ばれた理由について教えてください。
例)『美容によいから』『~でよく聞いた(見た)から』『パッケージの文字がかわいいから』など

[]

- Q7** その他、ここにはなかったが欲しかったものなどがあれば教えてください。

[]

- Q8** このモールで不便だったこと、ご要望、感想などあればお聞かせください。
例)『食事できる休憩所がほしい』『商品の説明が欲しい』『案内表示がない』など

[]

★ご協力ありがとうございました。

石垣島觀光的問卷調查表

歡迎來到石垣島旅遊. 為了國外旅客方便觀光石垣島,我們進行問卷調查.
煩請填寫問卷調查表. 誠摯感謝您的協助!

1. 請填寫您的基本資料

Q1. 性別 ① 男性 ② 女性

Q2. 年齡 ① 20 歲以下 ② 20 多歲 ③ 30 多歲 ④ 40 多歲 ⑤ 50 多歲
⑥ 60 多歲 ⑦ 70 歲以上

Q3. 您的石垣島旅遊數次. 來過 ()次

2. 關於公設市場(Eugurena Mall)

Q1. 到這裡用甚麼交通方式.

① 步行 ② 巴士 ③ 計程車 ④ 租車 ⑤ 自行車 ⑥ 其他 ()

Q2. 這次來公設市場的目的為 :

① 享受石垣島的氣氛

② 購買石垣島的特產品

③ 從港口近

④ 其他 ()

Q3. 您怎麼知道(或從哪裡聽過)公設市場(Eugurena Mall).

① 網站或雜誌上看到過 (網站名·雜誌名)

② 船上或港口的詢問處 ③ 朋友或其他旅客推薦 ④ 其他 ()

Q4. 您在公設市場(或在這附近)購買或者吃甚麼東西? 可複選

① 石垣牛 ② 鹽 ③ 黑糖 ④ 味噌醬 ⑤ 生魚片 ⑥ 海帶 ⑦ 海蘊

⑧ 海葡萄 ⑨ 天麩羅 ⑩ 魚糕 ⑪ 裝飾品 ⑫ 首飾品 ⑬ 手機掛件/鑰匙圈

⑭ 藥品 ⑮ 墨西哥飯 ⑯ 八重山面 ⑰ 漢堡包 ⑱ 牛排 ⑳ 其他()

Q5. 為甚麼您購買上述的東西.

① 帶回家自己用 ② 旅遊中途使用(飲食) ③ 贈送

Q6. 請填寫您選擇上述東西的理由

比如) 為了美容, 從誰聽(看)過, 包裝很可愛 等

Q7. 請填寫 您原有計畫購買但是在這裡沒找到或沒買到的東西.

Q8. 請填寫公設市場的感想與要求.

比如) 需要邊吃飯邊休息的地方, 需要產品的說明, 沒有向導表示 等

非常感謝您的配合!

台湾人観光客アンケート調査

調査日時 2011年10月24日（月）

配布・回収方法 石垣市観光交流推進課によりユーグレナモール内に特設ブースを設け、クルーズ船にて来島した台湾人観光客に向けてその場で直接配布し、記入してもらい回収。

回収枚数 男性55人 女性55人 合計110人

I 基本情報

今回の集計はクルーズ船にて石垣島を訪れる台湾人観光客のうち、ユーグレナモールに来る観光客に的を絞りニーズ調査を行った。

年齢分布としては20代が34%と一番多く、30代、40代、50代がそれぞれ18%、14%、18%となっている。若年齢層が多かった、高年齢層ほどバスツアーに参加する傾向にあるためと思われる。訪問回数については7割の方が初めての訪問と答え、2-5回目という方が2割、それ以上の方も1割を占め平均2.49回とリピート率が高く見えるが、こちらのアンケートの尋ね方の不備で、本土もしくは沖縄本島への旅行も回数に数えている部分も見受けられる為、あくまでも大まかな傾向としての分析となる。

II Q1 ユーグレナモールまでの交通手段

モールにくるまでの交通手段としては徒歩が46%と約半分を占め、次いでタクシーが28%、レンタカーが13%と続く。路線バスを利用するのは20代以下の若年層、レンタカーも30代以下にほぼ限定される。これに対し、40代以上は徒歩かタクシーを利用している。案内表示等の多言語化や、外国人（台湾人）への情報量が充実すればバスなどを使って自由行動をする人も多くなり、行動範囲も広がってくると思われる。

実際モールでの調査中も、港⇄モール⇄サンエー、マックスバリュー等の交通手段を求めとまどう姿が良く見受けられた。

II Q2 ユーグレナモールに来た理由

若い年齢層（20-30代）は特産品などのショッピング目当て、高い年齢層になればなるほど石垣らしい雰囲気を味わえるであろうという期待からモールを訪れる傾向が高いようだ。近いからという理由も1割を占める。

若い年齢層は特産品以外にも、衣類やアクセサリ類、ストラップなどの小物も購入するなどニーズの多様化が進んでおり、高年齢層に答えるには、モールもしくはその近辺を含めた雰囲気作りが課題となってくる。

II Q3 モールの情報収集方法

モールの情報を得た手段としては友人からの口コミが51%と半数を占め、ネット・雑誌などが32%、船内で知ったというのが25%であった。

自主的に事前に石垣島の情報を調べたという方は3割程しかなく、まだまだ石垣島自体への興味や情報量が少ないことを物語っている。

口コミが多い事から、今後につながる様、訪問者への的確な情報提供が大事になってくると思われる。また、比較的高年齢層でもネット環境を利用する方が多いということでHPなど、ITを活用したアピール、情報発信も強化していく必要がある。

II Q 4 モール近辺にて購入した（食べた）もの

石垣牛、塩、黒糖、刺身は4～5割の方が購入され（食べられ）ており、認知度の高さがうかがえる。それ以外では昆布、もずく、海ぶどうなどの海産物も1～2割の方が購入しており、若い方を中心にアクセサリ、ストラップなども（1割程度）求められている。

II Q 5-7 購入動機とニーズ

商品を選んだ理由としては、美味しくて新鮮、TVやブログ・ネット等で有名という理由で石垣牛、塩、黒糖、刺身が購入されている。

その中でも、塩、黒糖、海ぶどうなどは健康や美容に良いという理由から好まれている。

モールでの客層で若者の比率が高かったのもあり、「パッケージがよい」「かわいい」という理由で、ケータイストラップやキャラクターものの小物なども人気があった。

また欲しかった物として、さしみ、石垣牛、塩（梅塩）、薬、Tシャツ、という声が聞かれ、お店が探せなかったのか、商品の場所がわからなかったのか、案内表示や商品の説明（パッケージデザイン）、積極的なお店側の接客対応などが必要とされていることがわかる。

その他としては、化粧品、ポストカード、靴、衣類、クッキーなどが欲しかったという声や黒糖の手作り実演が見たかったという意見も見られた。

II Q 8 モールでの感想（要望）

要望で一番多かったのは、「飲食しながら休憩できるところが欲しい」という意見だった。ショッピングしながら、休憩し、気軽に飲食するという台湾人好みの行動パターンにどう合わせられるかが課題である。

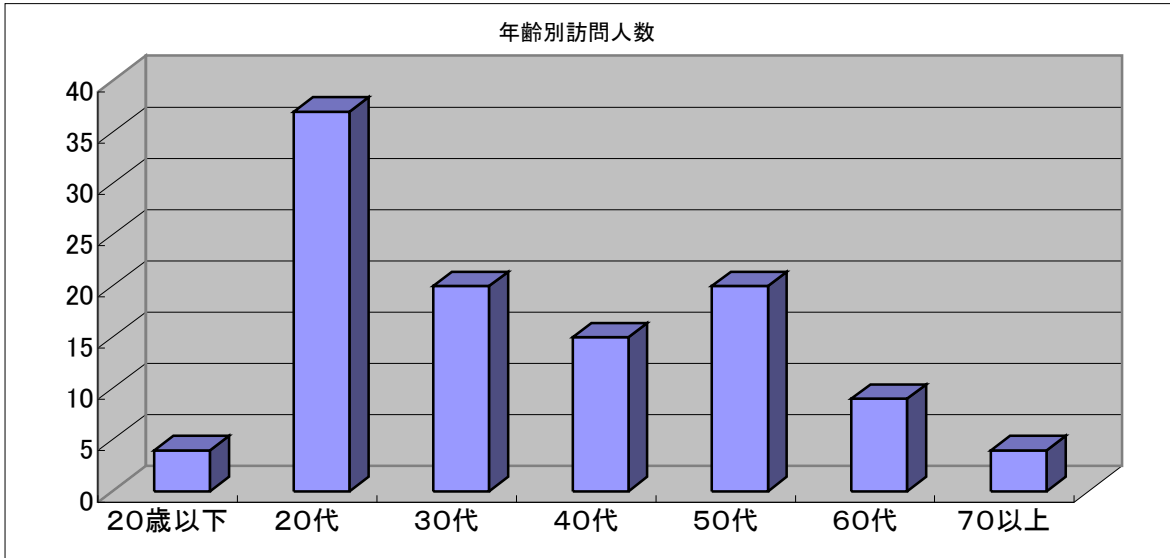
モール内の雰囲気としては、とても清潔だという意見が多く聞かれたが、伝統的な雰囲気がもっと欲しいという意見もあった。

次にやはり案内、説明が少ない、言葉を話せる人がいない（接客がない）、会計が難しい、観光名所の案内が欲しいという意見が多く聞かれた。

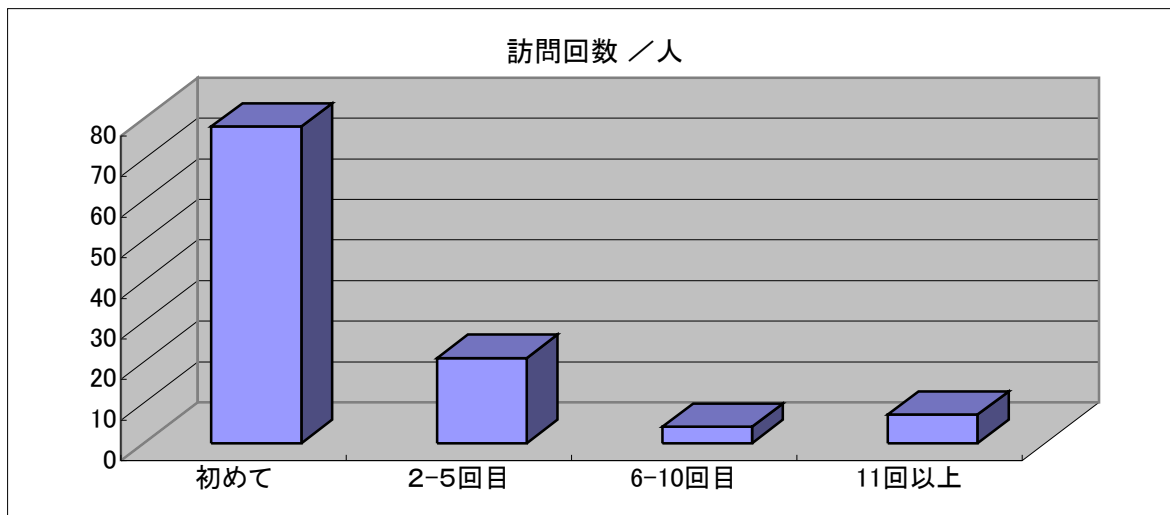
多言語に対応した環境づくり、外国人観光客が求める雰囲気づくりというのは当然必要となってくるものであるが、日本人観光客が求める雰囲気づくりとのバランスも重要になってくる。

それ以外では、調理してくれるサービスが欲しい、ゴミ箱が少ない、お店が少ない、クーラーを強くして欲しい、公衆電話が欲しいなどの意見も聞かれた。

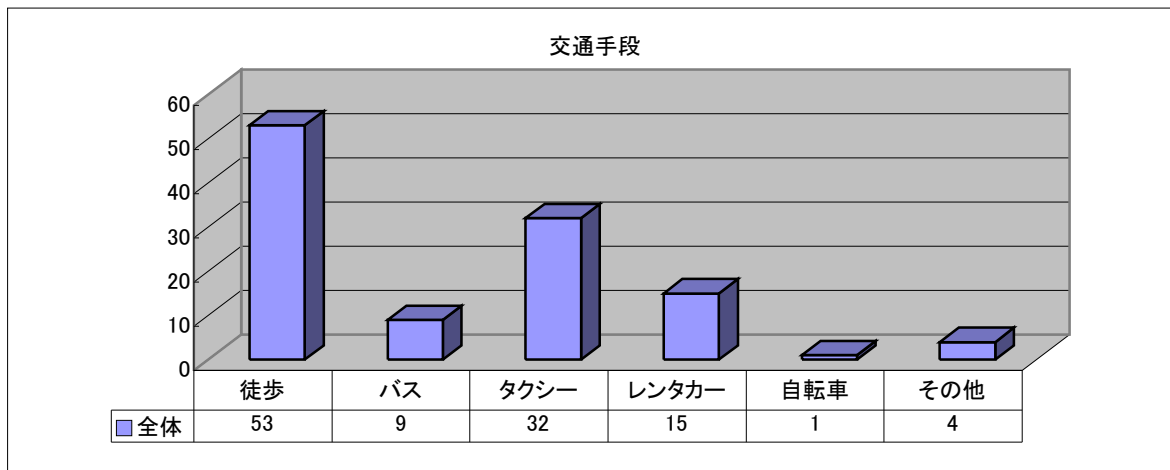
【I Q2資料】 年齢別訪問人数

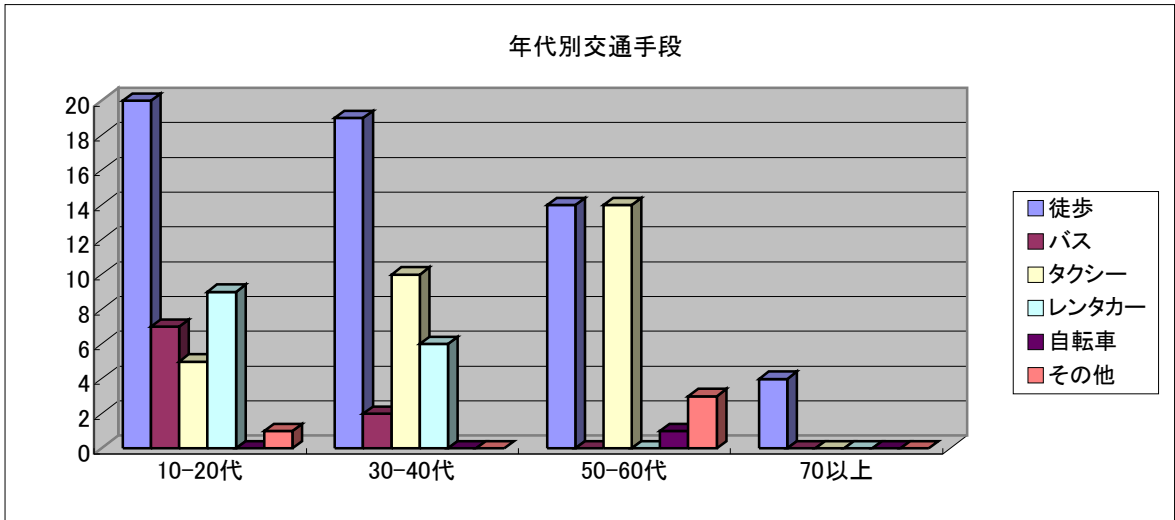


【I Q3資料】 石垣島への訪問回数

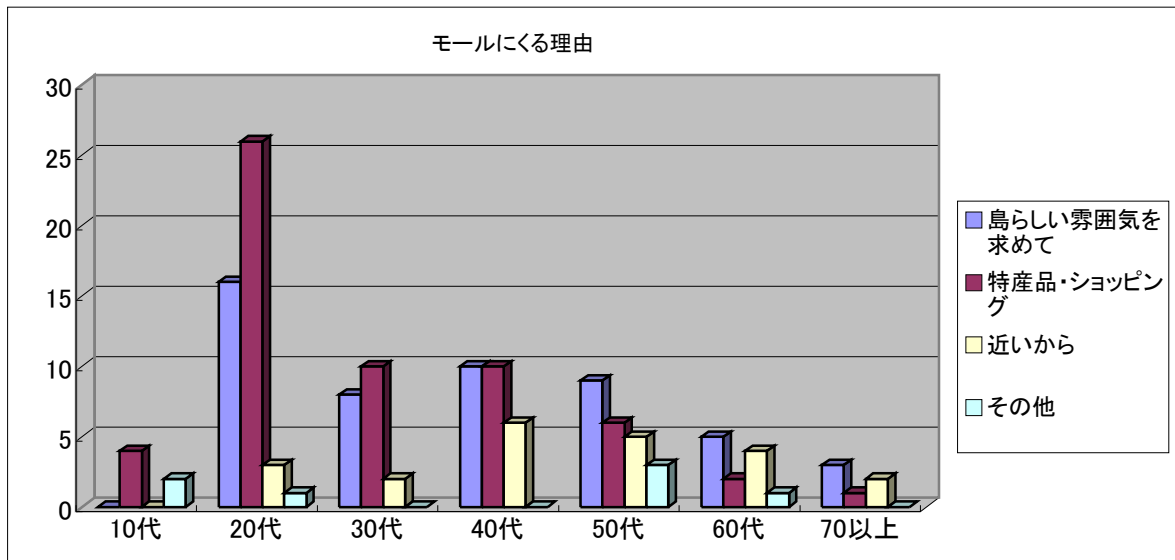


【II Q1資料】 モールへの交通手段

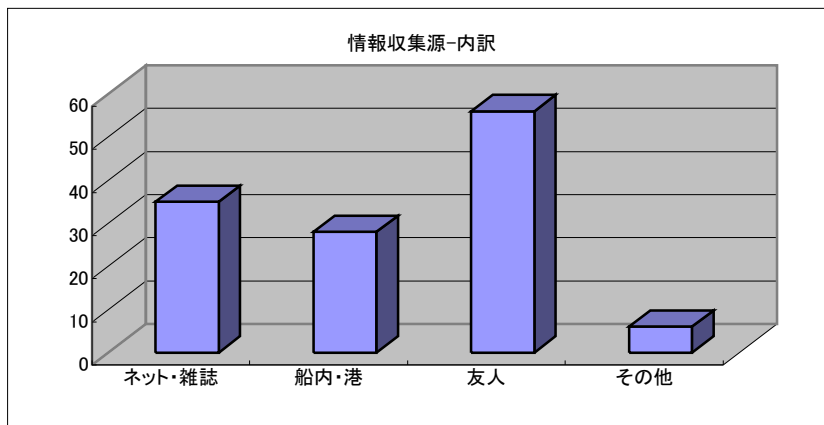




【Ⅱ Q2資料】 モールに来る理由



【Ⅱ Q3資料】 事前の情報収集方法



【ⅡQ6-8資料】記述式回答

①商品を選んだ理由
美味しくて新鮮で有名だから
パッケージがかわいい
小物がかわいい
お土産として
ブログ・ネットで有名
TV・雑誌で紹介されていた
品質が良いから
食べたことがなかったから
美容のため
健康に良いと有名
友人・知人からのすすめ

②モール近辺にて欲しかった(見つけられなかった)もの	
さしみ	靴
ポストカード	手作りの黒糖
石垣牛	薬
(梅)塩	衣類
おみやげ	化粧品
Tシャツ	クッキー

③不便だったこと	
座って飲食しながら休憩できる場所	中国語の説明が少ない
規模が小さい	中国語の看板がない
クーラーを強くして欲しい	中国語を話せる人が少ない
もう少し親切に接客して欲しい	案内表示がない
水のみ場が欲しい	会計の際、レートがわからない
お店が少ない	とても清潔
調理してくれるサービスが欲しい	公衆電話が欲しい
伝統的なものが欲しい	観光案内所が欲しい

参考資料 台湾人の食に関する資料

- 「医食同源」の思想が強いので、「健康」がキーワードになる。
- 外食文化の為「健康食」への関心が強い。
- 温かい食事を好む。
- テーブルにいろんな種類のおかず(皿)が並ぶのを好み、安っぽいのは好まない
- 料理の見栄えよりも、食事の量と品数に意味がある。特にツアーではバイキングが好まれる。
- 基本的に生ものは食べる習慣ない。刺身は日本のTVで有名な為試してみたい。寿司は最近人気に。
- もともと牛肉を食べる習慣がないので未だに食べられない人もいるが、今では日本の牛肉(特に焼肉)は有名。
- 『素食家』と呼ばれる菜食主義者がいる。(1割ほど)…肉・魚・卵・乳製品・ネギ・ニンニク・油・出汁など禁止
- 精進料理…湯葉、豆腐、こんにゃく、グルテン、シイタケなど
- 寿司、トンカツ、カレー、日本の海苔、卵焼き、天ぷら、うどん大好き(日本そばはあんまり)、アイスクリーム好き
- 夏も冬も鍋が好き、すき焼きよりしゃぶしゃぶ
- しょっぱい(濃厚な)ラーメン、日本の焼き餃子、から揚げ、そば、納豆はあまり好まない
- ポン酢が苦手、生卵は嫌う(すき焼きや牛丼の生卵など)
- ご飯、ラーメン(麺類)、餃子はどれも主食、これらを合わせた定食は好まない。
- 薄い味付けの方が好きだけど、会席料理の様なタイプは薄すぎると感じる。
- 日本の中華料理はあまり好まない。
- 食事にはスープ類がつきもの、お箸とレンゲを使う。
- 食材、食材の産地、調理方法、味付け、食材の効能、店内の装飾などの説明があると喜ぶ。