

# 南ぬ島石垣空港国際線施設における 外国人誘客基本計画策定委託業務

## 報告書

平成26年2月

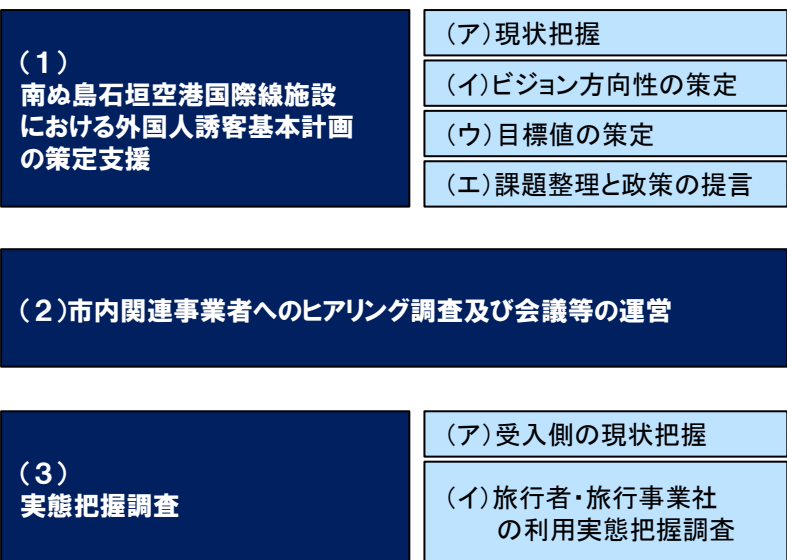
石垣市

## 前書

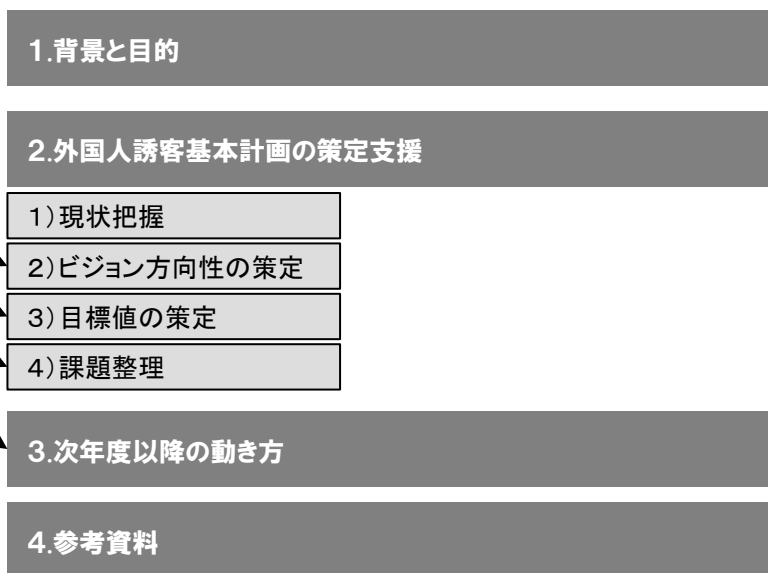
本報告書は、下記の通り仕様書に対応した目次により構成される。

仕様書内のヒアリングや実態把握に関する業務は、報告書内の現状把握に全て含めた。

### 仕様書における「業務の具体的な内容」



### 報告書における仕様書との対応関係



# 目次

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

- 1) 現状把握
- 公開情報調査
  - グループインタビュー
  - ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

### 4) 課題整理

## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料

# 中扉

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

- 1) 現状把握
- 公開情報調査
  - グループインタビュー
  - ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

### 4) 課題整理

## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料

# 事業背景と目的

## 台北路線の定期化と直行便・LCCの就航

- 南ぬ島石垣空港の開港に伴い、国際線ターミナルが整備され、悲願であった“台北路線の定期便化”が実現するなど国際定期便の誘致は一定の成果を挙げた。
- 国内線に目を向ければ、ピーチ・アビエーションやスカイマークの直行便就航により、石垣島へのアクセスが飛躍的に向上した。
- その結果、例年を上回る観光客が押し寄せており、平成25年7月～9月の入域観光客数は、いずれも10万人を超える状況であった。

## 浮き彫りになった問題点

- 7月～9月において、海外の旅行代理店が石垣島の宿泊施設を確保することが著しく困難であったとの報告があり、その真偽および真因を分析・把握し、対策を講じることが必要である。
- 仮に宿泊施設を確保できない状況が続けば、冬季だけではなく夏季までも運休する可能性がある。

## 中長期的な計画

- 国内の観光客で潤っている今日、民間の事業者達に外国人旅行客誘致の重要性を理解させることは難しい。
- そのため、石垣市が中長期的な視点に立ち、国内観光客のみならず、外国人旅行客を取り込み、石垣観光経済を下支えさせる重要性を啓蒙することが不可欠である。

**外国人旅行客が宿泊施設を確保できなかった真因を明らかにすると共に、外国人誘客に向けた中長期的な基本計画を策定することを本事業の目的とする。**

# 中扉

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

### 1) 現状把握

- 公開情報調査
- グループインタビュー
- ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

### 4) 課題整理

## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料

本事業では、インプットを得るために公開情報調査・グループインタビュー及びヒアリング調査を行う。それぞれ外国人誘客基本計画を立案するための基礎情報として活用する。

---

## インプット手法

### 公開情報調査

## 目的とゴール

### <目的>

- 台湾旅行マーケットを定量的に把握し、石垣が狙うべきセグメントがどの程度のボリュームがあるのか、実現性があるのかを把握すること

### <ゴール>

- 外国人誘客基本計画を立案する上での定量的な基礎情報が収集できている。

### グループインタビュー

### <目的>

- 実際に台湾からの石垣に観光目的で訪れた人々が、どのように認知し、旅行を手配し、何を期待していたのかを定性的に把握すること

### <ゴール>

- 前年度事業で定めた自然をアピールポイントとして売り出すという方向性の実現可能か判断ができている。

### ヒアリング

### <目的>

- 台湾の旅行代理店がどのように石垣のホテルを手配しているか現状を把握すること。

### <ゴール>

- ホテルが取れない問題の解決策が提示できている。

---

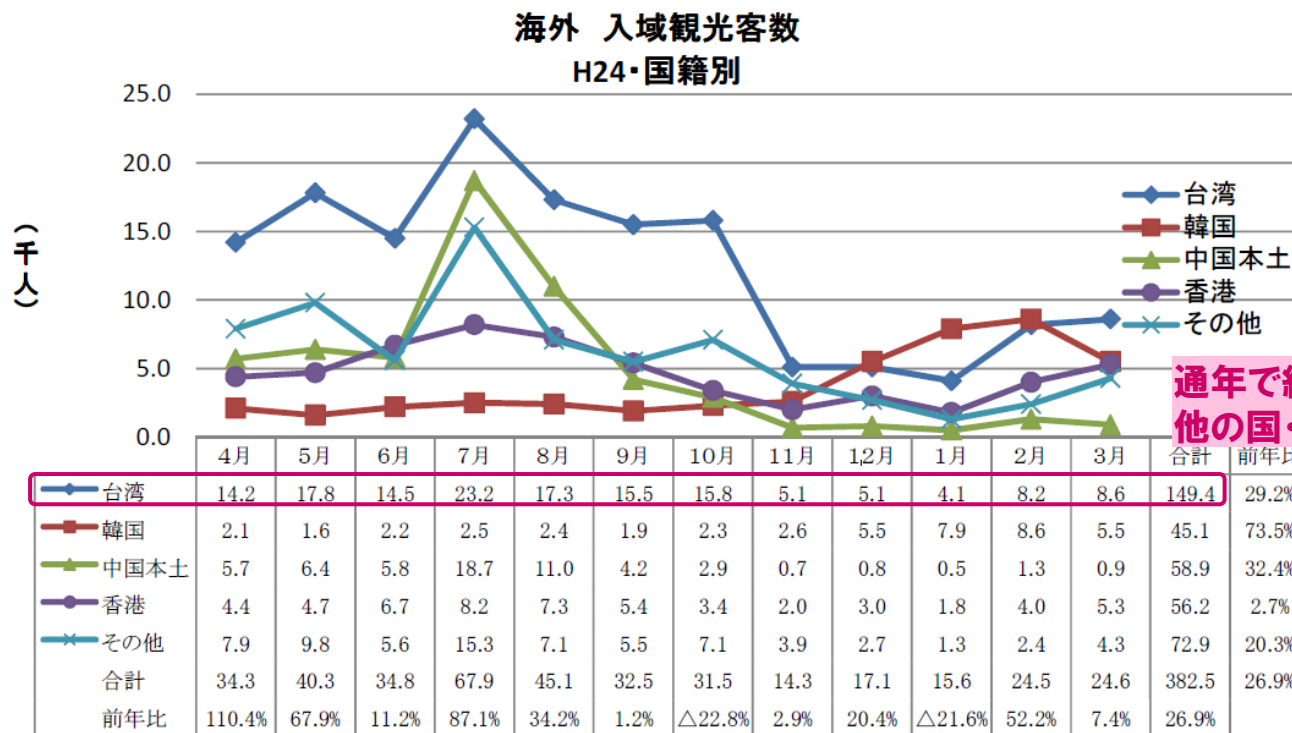
## 公開情報調査



## 本事業では、石垣市にとって最も重要な営業先である台湾マーケットにフォーカスする。

- 石垣市にとって悲願だった台北⇄石垣の国際定期便化が実現するなど、台北は石垣市にとって、もっとも重要なマーケットである。
- 沖縄県全体でみても、外国人旅行客のうち約4割が台湾人であり、その重要性は明らかである。
- しかし、冬季には石垣への国際定期便が運休するなど、早急に手を打つ必要がある。

### 沖縄県における国籍別外国人入域観光客数



## 前提の確認

本報告書においては、下記のとおり言葉を定義している。

### 旅行形態・手配方法の定義

団体旅行			個人旅行		
分類	定義	手配方法	分類	定義	手配方法
パッケージツアー	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 多人数参加。</li><li>・ 旅行会社があらかじめ旅行内容(目的地・旅行代金・日程など)を定めて旅行参加者を募集して実施する。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 「パッケージ利用」</li><li>・ 旅行会社が旅行手配を請け負う。</li></ul>	自由旅行	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 少人数の場合が多い。</li><li>・ 旅行内容は自分で決める。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 「個人手配」</li><li>・ 自分で手配し、旅行会社を通さない。</li></ul>
団隊旅行	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 多人数参加。</li><li>・ 消費者の希望に応じて、旅行会社が旅行を企画し、または旅行手配のみを提供する。</li><li>・ インセンティブ、出張、招聘などを含む。</li></ul>		フリープラン	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 少人数の場合が多い。</li><li>・ 旅行会社が提供するホテルとエアのパッケージ商品を指す。</li><li>・ 以外の旅行内容は自分で決める。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 「パッケージ利用」</li><li>・ 旅行会社が旅行手配を請け負う。</li></ul>

## 台湾アウトバンド旅行市場サマリ

**台湾のアウトバンド市場は、非常に成熟しており、特に日本への旅行が人気である。台湾訪日旅行市場では6割が個人旅行であり、石垣島との親和性が高い。**

項目		内容
台湾 アウトバンド 市場全体	市場 全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾における国内外の旅行市場は非常に成熟しており、2012年の旅行経験者が人口の9割を占め、海外旅行の延べ人数が1,000万人を超えた。アジアは、台湾人旅行者の主な目的地であり、市場の約9割を占めている。</li> <li>2008年、中国大陸への旅行が解禁され、香港・マカオへの旅行が減少したが、日本への影響は限定的。</li> </ul>
	旅行者 特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行市場の成熟につれ、旅行者の年齢層が拡大する傾向にあり、近年50代旅行者の成長率が比較に高い。</li> <li>海外旅行の交通手段は飛行機であるが、近年クルーズの利用率も高まっている。</li> </ul>
台湾訪日 旅行市場	市場 全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012年の訪日台湾人旅行者数は150万人を超え、その内、観光客は9割を占めている。</li> <li>観光に影響する不安定な要素(リーマンショック、東日本大震災等)が多いため、毎年の旅行者数の増減が激しいが、ここ20年間のロングタームで見れば旅行者数は2倍増加した。</li> </ul>
	旅行者 特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾人旅行者の訪日旅行者のうち、約6割の人は個人旅行を利用しており、手配方法も過半数が個人手配である。また、20代と30代の女性は、日本旅行を支持している。</li> <li>訪日台湾人旅行者にはリピーターが多く、全体の8割も占めている。</li> </ul>
訪沖・石垣島 旅行市場	市場 全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>訪沖台湾人は2012年に、15万人に達し、訪日台湾人の10%を占めている。訪沖外国人の40%を占めた。</li> <li>交通手段でみると、初めて訪沖する旅行者は飛行機で行く割合がやや高い。</li> </ul>
	旅行者 特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾人の女性は、とくに沖縄旅行が好きで、旅行者数の約6割を占めている。</li> <li>訪日旅行者はリピーターが多いが、台湾人の訪沖旅行者のうち、約8割は初めての沖縄訪問である。</li> </ul>

## 台湾人のアウトバンド旅行動向

## 7、8月が海外旅行のラッシュ時期であり、海外旅行者の収入は平均毎月13万円前後。

- 台湾人旅行者は80年代から海外旅行を経験しており、30年間の発展を経て、台湾のアウトバンド旅行市場は成熟している。
- 旅行の時期から見ると、夏休みは海外旅行のラッシュ時期であり、冬は国内旅行の時期である。

## 台湾人アウトバンド旅行市場の変動

	2012年	2011年	成長率
台湾人海外旅行経験比率	20.6%	19.1%	△1.5%
一人あたり年間平均出国回数	0.4回	0.4回	ほぼ変わらない
一回あたり平均宿泊数	9.1泊	9.3泊	▽0.3%
一人あたり一回平均支出	台湾元48,740 (約170,600円)	台湾元48,436 (約169,500円)	△0.6%

## 台湾人国内・海外旅行の比較

	国内旅行	海外旅行
旅行の時期	1月(9.7%)、2月(11.1%)、3月(9.4%)、6月(10.0%)及び9月(9.4%)が多い	7月(10.2%)及び8月(9.1%)が多い
旅行者性別	女性(51.9%)の比率が男性より高い	男性(54.2%)の比率が女性より高い
旅行者平均年齢	40歳	41歳
旅行者平均所得(月)	台湾元25,598 (約89,600円)	台湾元36,383 (約127,300円)

為替レート: 1TWD=3.5JPY

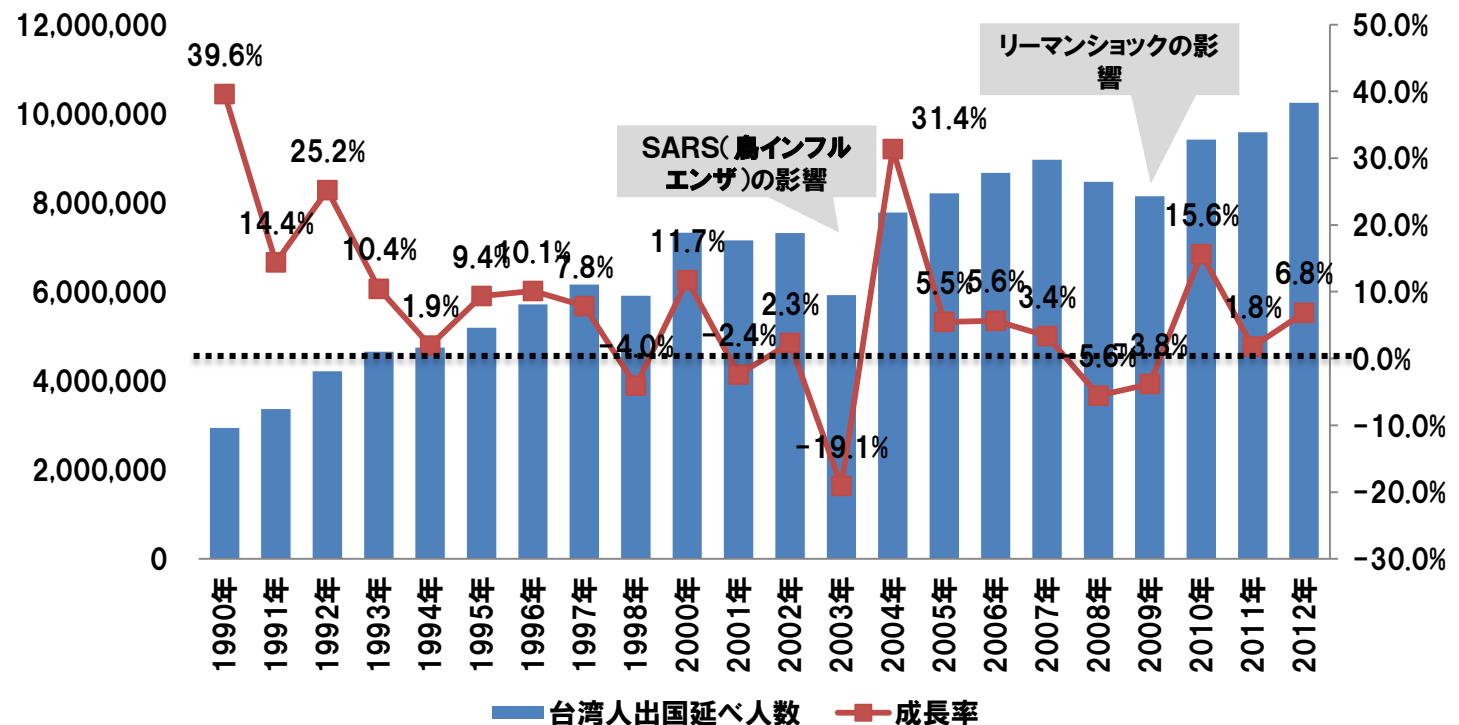
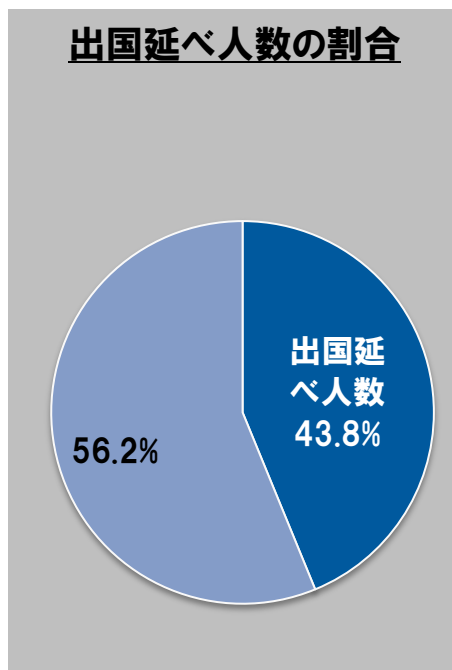
出所) 中華民国101年国人旅行状況調査

## 台湾アウトバンド旅行市場全体の成長

旅行は台湾人にとって既に生活の一部となり、2012年には9割以上の台湾人が国内旅行を経験し、出国人数は次第に増加し、ついに1,000万人を突破した。

- 出国社のべ人数の成長率は乱高下しているが、1990年からの20年間に、出国人数は約3.5倍増加した。
- 台湾の人口数は約2,300万人であり、2012年に出国延べ人数が1,000万人を超えたことから、人口数に占める割合は43.8%に達した。

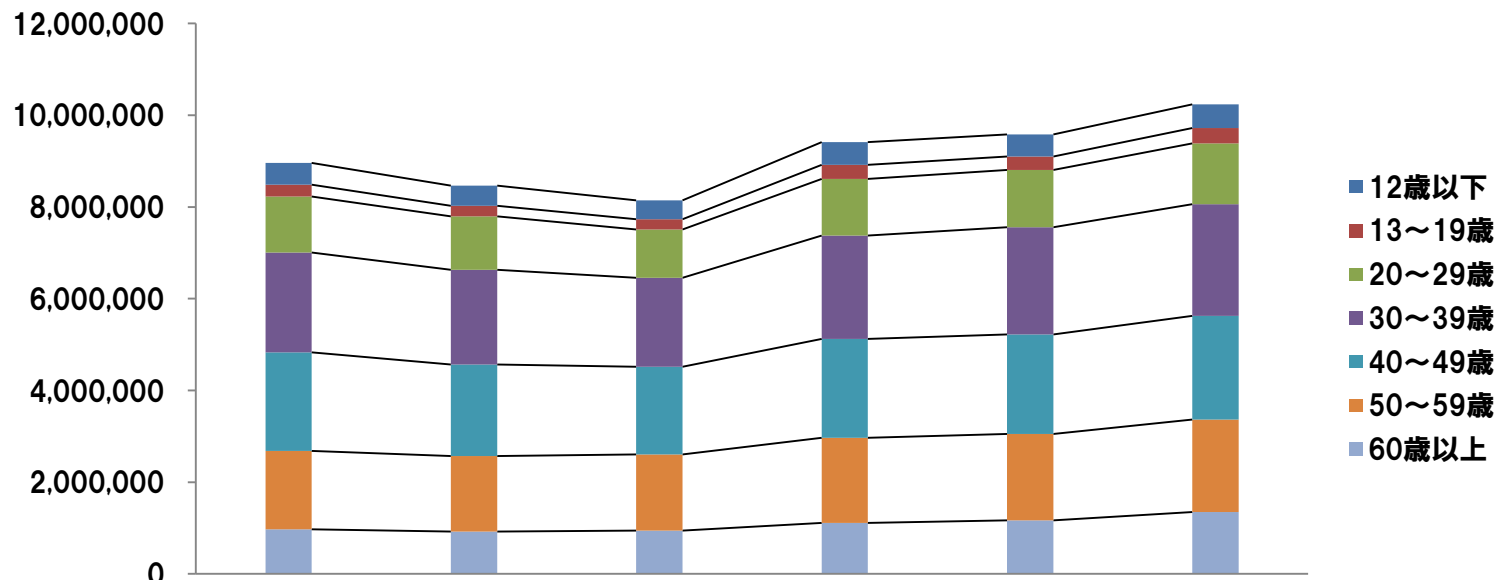
台湾における出国延べ人数の推移(単位:人)



## 年齢別アウトバンド旅行市場の成長

海外旅行市場において、30～50代の台湾人がボリューム層となり、近年50代旅行者の成長率が高く、2007年より18%増加した。

年齢別出国延べ人数の推移(単位:人)



	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
12歳以下	477,739	436,744	408,549	493,775	487,250	520,786
13～19歳	257,102	235,091	226,302	306,589	292,399	335,553
20～29歳	1,223,000	1,161,804	1,055,569	1,235,670	1,244,033	1,322,220
30～39歳	2,178,364	2,066,168	1,935,598	2,254,844	2,336,411	2,435,366
40～49歳	2,147,762	1,993,856	1,908,938	2,157,042	2,171,445	2,257,452
50～59歳	1,708,094	1,646,204	1,664,235	1,857,417	1,887,701	2,020,300
60歳以上	971,651	925,305	943,755	1,109,737	1,164,634	1,348,083
合計人数	8,963,712	8,465,172	8,142,946	9,415,074	9,583,873	10,239,760

2007年 1,708,094

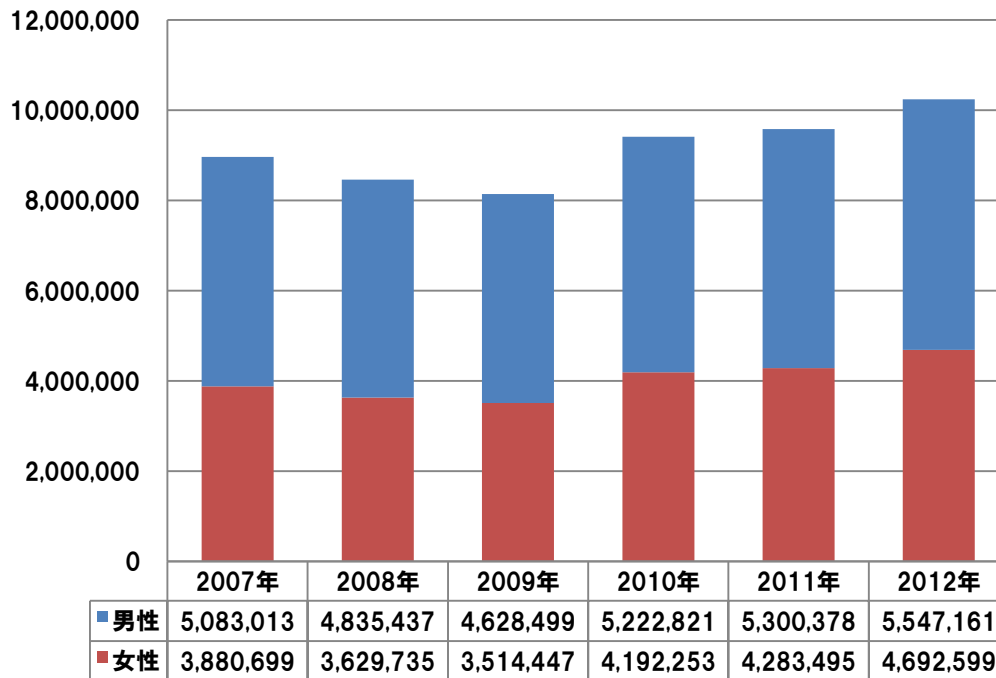
↓ 18.2%増

2012年 2,020,300

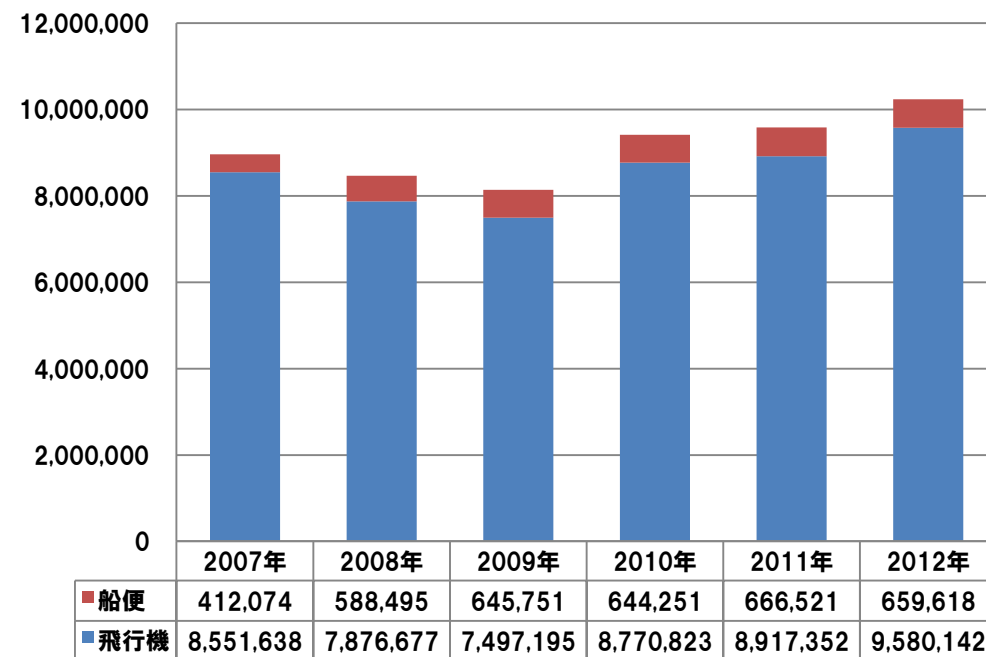
## 男女別・交通手段別の台湾アウトバンド旅行市場

海外旅行市場では、男女比率の差が縮小したものの、男性の割合が依然として高い。  
また、主な出国手段は飛行機であるが、船便のも徐々に数を伸ばしてきている。

男女別出国延べ人数の推移(単位:人)



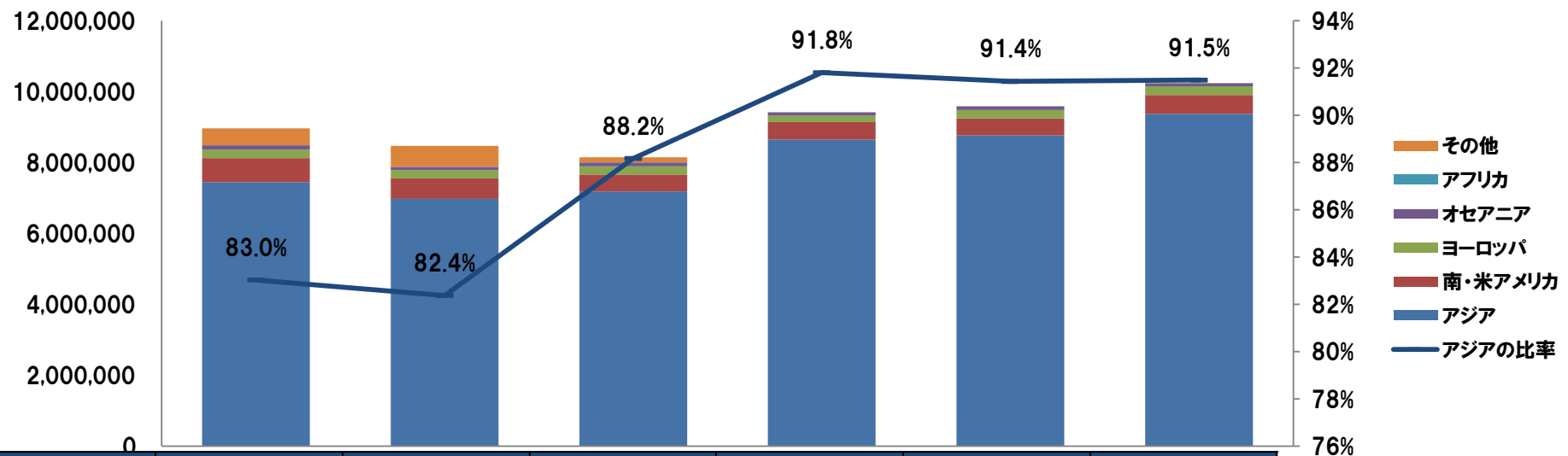
交通手段別出国延べ人数の推移(単位:人)



## 目的地別の台湾アウトバンド市場

アジアは、台湾人旅行者の中で最も人気の目的地であり、2010年にはその割合が90%まで上昇した。

目的地別出国延べ人数の推移(単位:人)



	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
その他	480,264	592,862	143,312	3,519	7,486	3,397
アフリカ	1	40	2,838	1,110	238	1,826
オセアニア	121,340	93,221	103,115	95,845	101,614	89,166
ヨーロッパ	244,497	225,023	236,782	172,405	239,062	240,760
南・米アメリカ	675,033	580,983	477,468	499,518	473,259	537,014
アジア	7,442,577	6,973,043	7,179,431	8,642,677	8,762,214	9,367,597
合計人数	8,963,712	8,465,172	8,142,946	9,415,074	9,583,873	10,239,760
アジアの比率	83.0%	82.4%	88.2%	91.8%	91.4%	91.5%

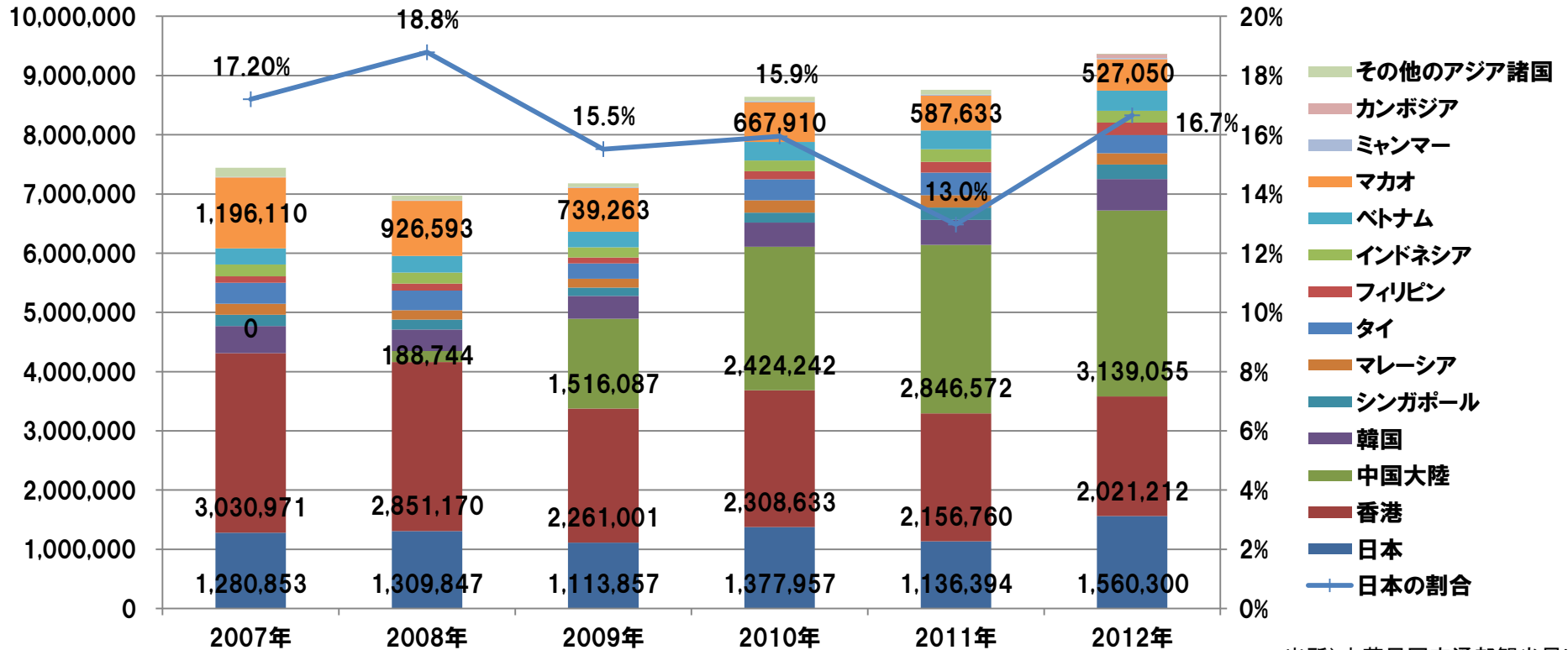


## アジアにおける国別訪問人数の推移①

2008年中国大陸への旅行が解禁された後、中国大陸への旅行者数が爆発的に増加しているが、日本への旅行者と食い合っているわけではない。

- 香港・マカオ旅行の代わりに大陸行く旅行者が増加し、香港・マカオ経由で中国大陸に行く旅行者が減少した。
- 日本、韓国、シンガポールなど非中華圏の旅行市場への影響は軽微。

アジアにおける国別出国延べ人数の推移(単位:人)



## アジアにおける国別訪問人数の推移②

中国大陸への旅行が解禁された後、大陸訪問者が毎年激増し、2010年に200万人を超え、アジア訪問者全体数も800万人を突破した。

## アジアにおける国別出国延べ人数の推移(単位:人)

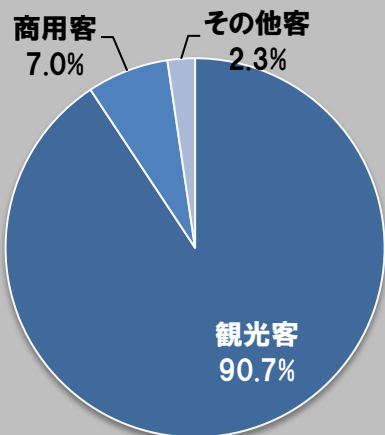
	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	CAGR
日本	1,280,853	1,309,847	1,113,857	1,377,957	1,136,394	1,560,300	4.0%
香港	3,030,971	2,851,170	2,261,001	2,308,633	2,156,760	2,021,212	-7.8%
中国大陸	-	188,744	1,516,087	2,424,242	2,846,572	3,139,055	101.9%
韓国	457,095	363,122	388,806	406,290	423,266	532,729	3.1%
シンガポール	189,835	167,479	137,348	166,126	207,808	241,893	5.0%
マレーシア	187,788	157,650	153,695	212,509	209,164	193,170	0.6%
タイ	353,439	332,997	258,449	350,074	382,635	306,746	-2.8%
フィリピン	107,824	114,155	97,372	139,762	178,876	211,385	14.4%
インドネシア	201,358	186,117	173,429	179,845	212,826	198,893	-0.2%
汶済 Brunei	670	1,233	216	714	1,628	1,100	10.4%
ベトナム	272,020	285,263	264,819	313,987	318,587	341,511	4.7%
マカオ	1,196,110	926,593	739,263	667,910	587,633	527,050	-15.1%
ミャンマー	13,336	10,608	11,570	14,097	16,263	18,380	6.6%
カンボジア	-	-	-	-	-	65,599	
その他のアジア諸国	151,278	78,065	63,519	80,531	83,802	8,574	-43.7%
アジア合計人数	7,442,577	6,973,043	7,179,431	8,642,677	8,762,214	9,367,597	4.7%
日本の割合	17.2%	18.8%	15.5%	15.9%	13.0%	16.7%	

## 訪日台湾人旅行者人数の推移

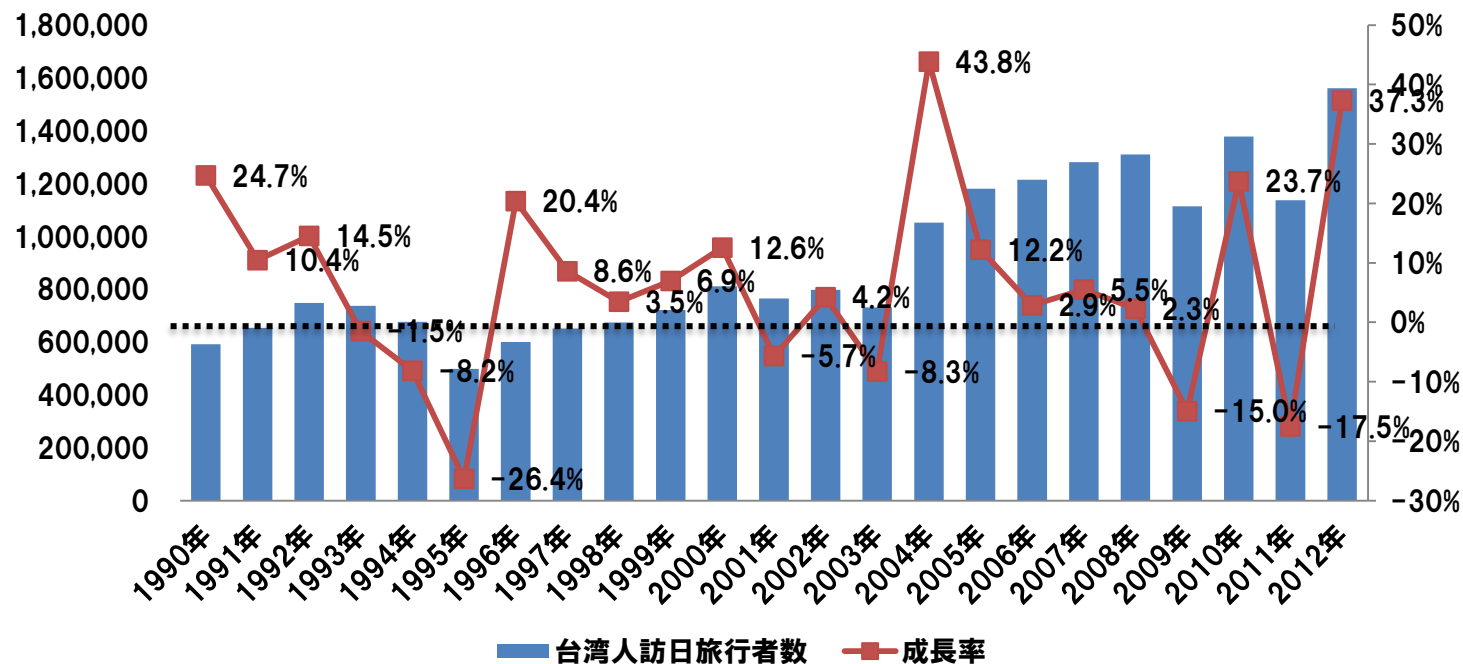
## 2012年の訪日台湾人は150万人を超え、うち観光客は140万人ある。

- 海外旅行市場は目的地と出発地両側から様々な影響要素があるため、1990年以来の20年間に、訪日台湾人延べ人数の成長率は激しく変動した。にもかかわらず、2012年に初めて150万人を超え、1990年より2.6倍増加した。
- 出国延べ人数には9割が観光客であり、2012年の観光客客数は約140万人ある。

## 2012年目的別の訪日台湾人観光客の割合



## 訪日台湾人延べ人数の推移(単位:人)

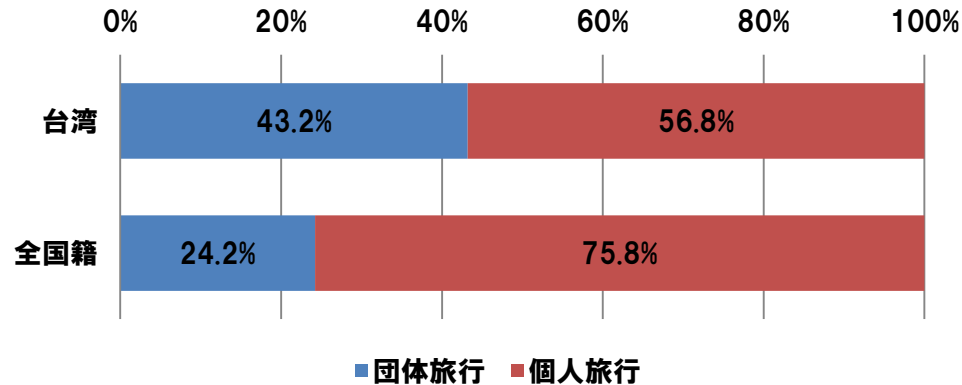


## 台湾人旅行者の旅行形態・手配方法

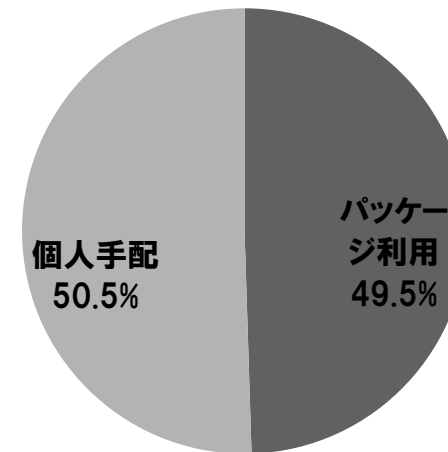
台湾人旅行者の訪日旅行者のうち、約6割の人は個人旅行を利用しており、手配方法も過半数が個人手配である。

## 2012年訪日台湾人旅行者の旅行形態

台湾籍のN=5,405  
全国籍のN=28,903



## 2012年訪日台湾人旅行者の手配方法

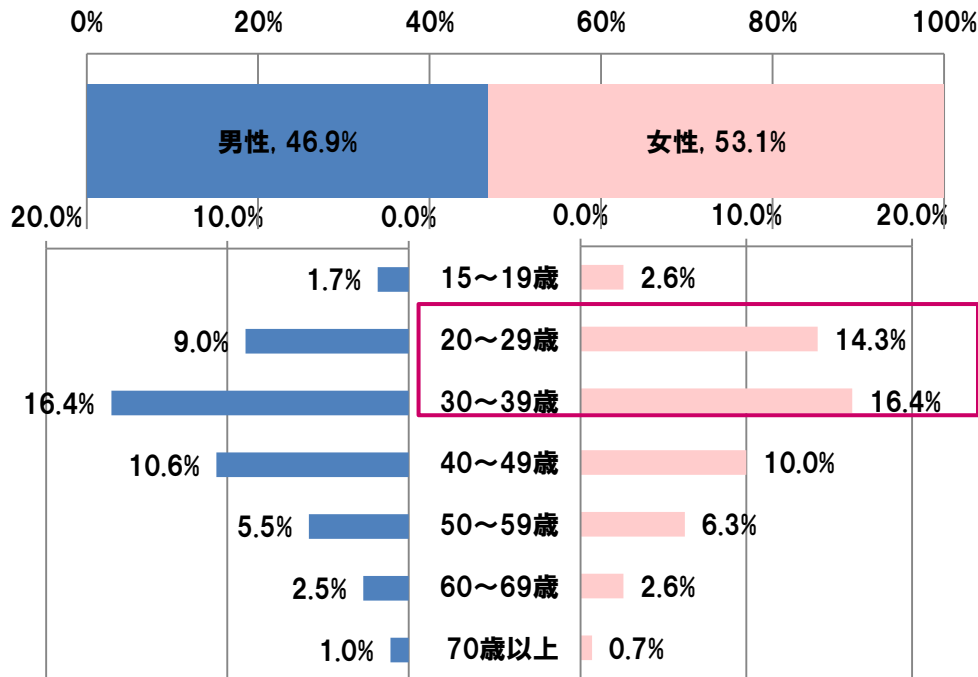


## 台湾人旅行者の性年代・訪日回数

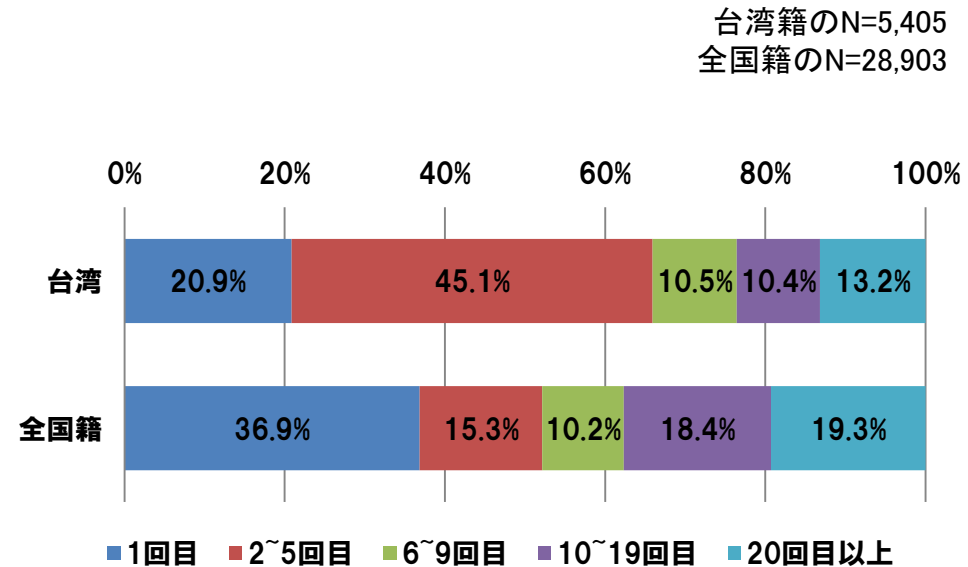
**訪日は、男女共に30代が、女性においては20代で人気。  
訪日回数からみると、リピーターが約8割にも達する。**

- 2~5回目の訪日台湾人旅行者が4割以上を占め、他国に比べるとリピーターが圧倒的に多いことが分かる。

### 2012年訪日台湾人旅行者の性年代



### 2012年訪日台湾人の訪日回数

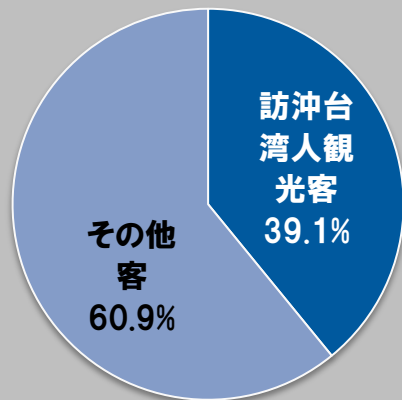


## 訪沖台湾人旅行者の推移

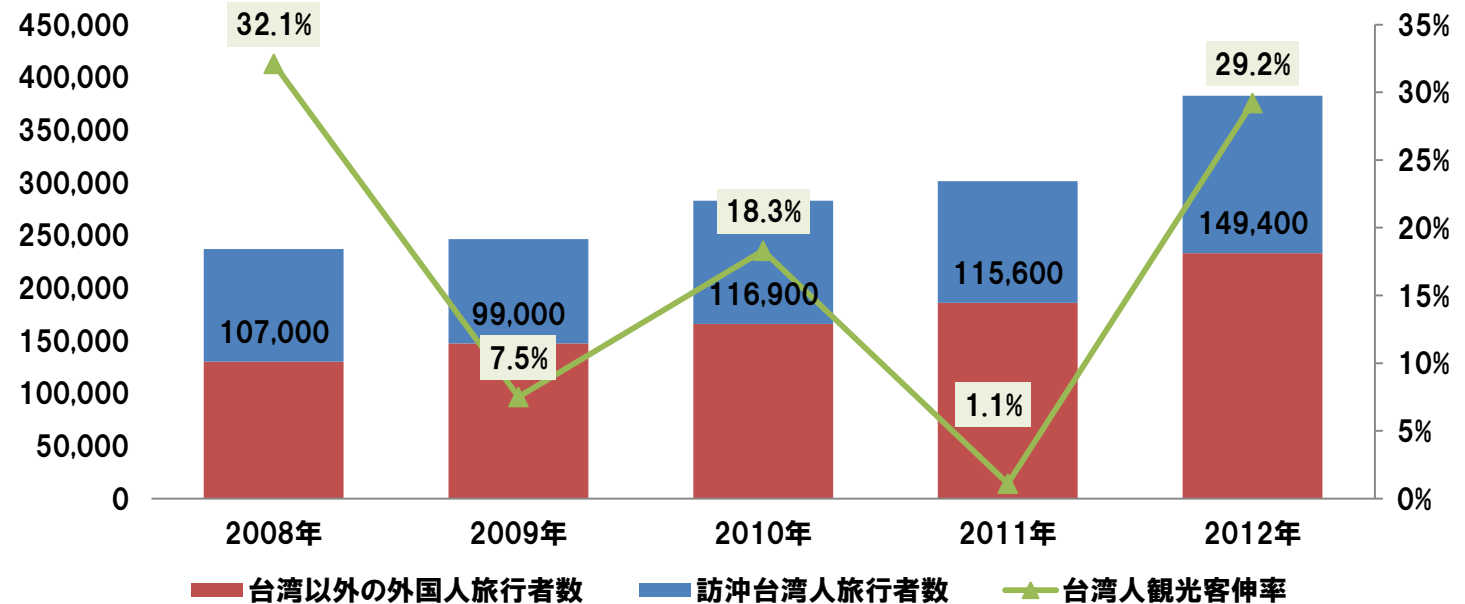
沖縄への外国人観光客のうち、約4割が台湾人。

2012年の訪沖台湾人観光客は15万人であり、成長率も30%近くに達する。

2012年訪沖台湾人  
旅行者の割合



訪沖台湾人旅行者数の推移(単位:人)



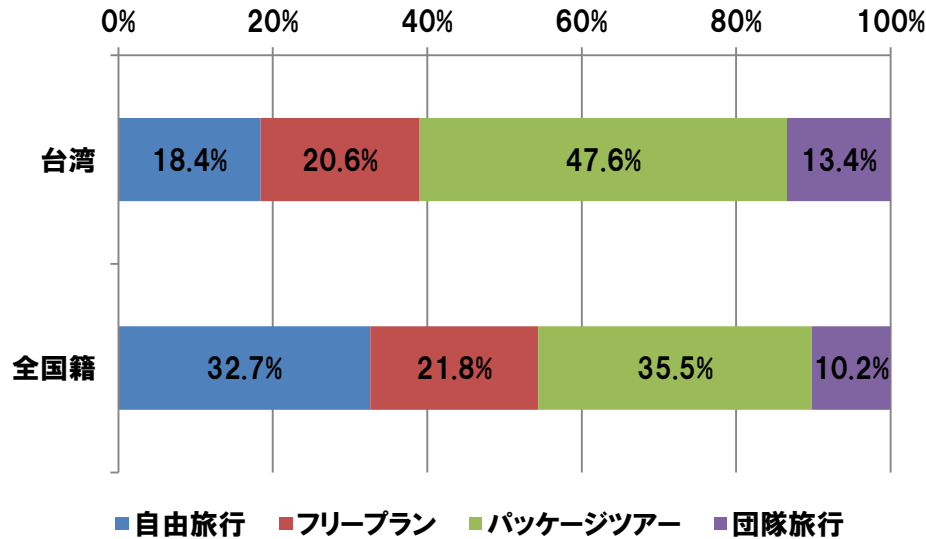
## 訪沖台湾人旅行者の旅行形態・訪問先

**半分以上の台湾人旅行者は旅行代理店のパッケージツアーや団体旅行を利用している。交通手段でみると、近年では空路の増加が著しい。**

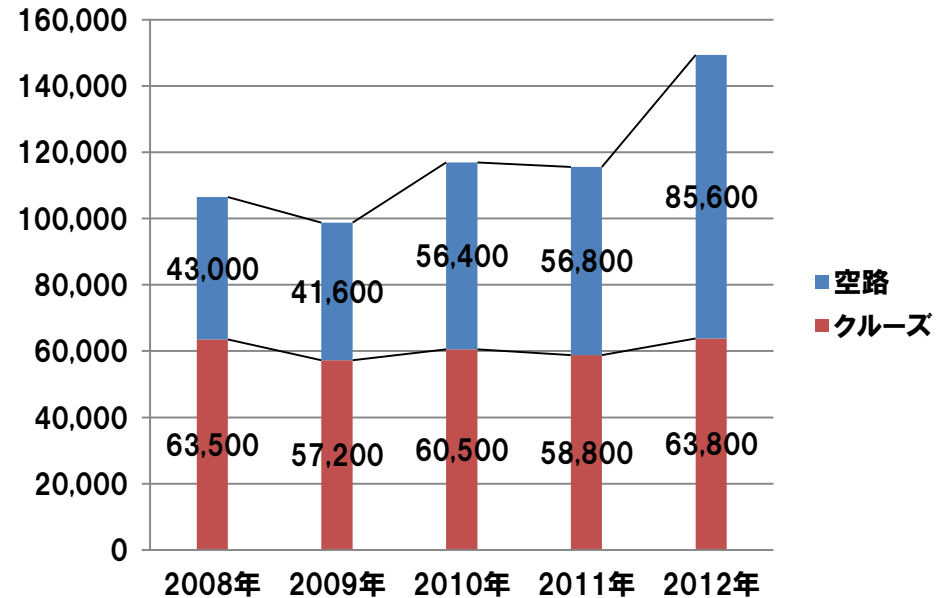
- 6割の観光客は空路を選び、それに近年、空路利用者の増加傾向が明らかに見える。

### 2012年訪沖台湾人旅行者数の旅行形態

台湾籍のN=656  
全国籍のN=2,322



### 交通手段別訪沖台湾人旅行者数の推移(単位:人)

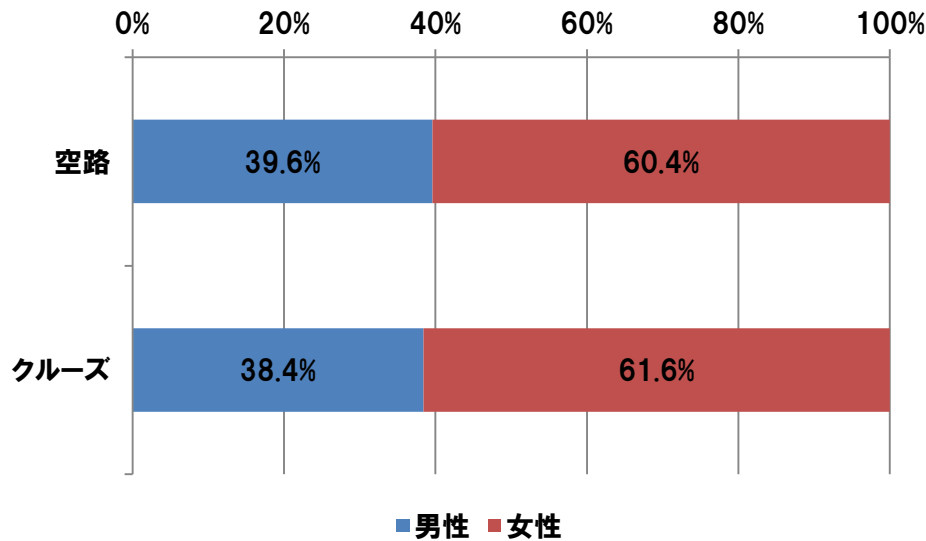


## 訪沖台湾人旅行者の性別・年齢

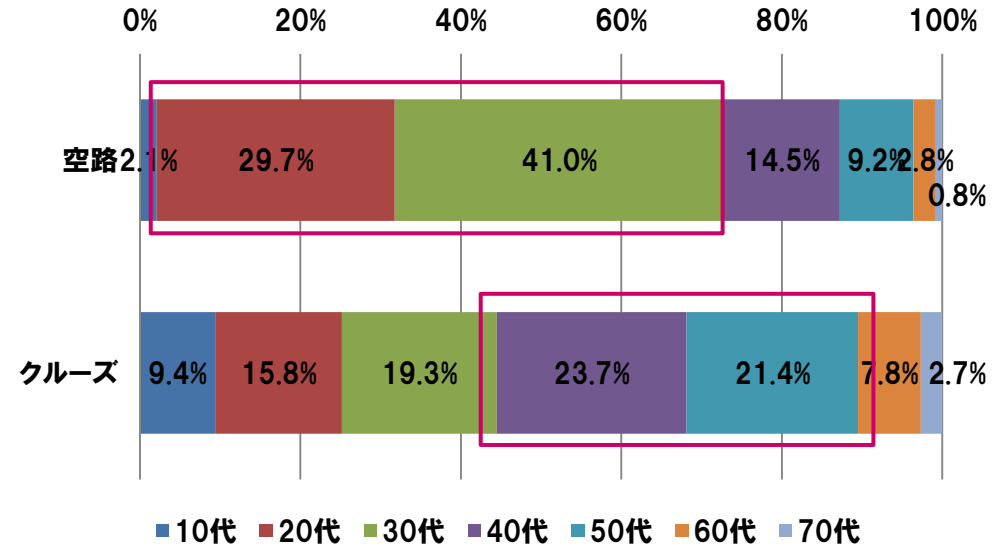
沖縄への訪問者は女性が6割を占める。空路は若者に、クルーズは熟年層に人気がある。

### 交通手段別訪沖台湾人旅行者の性別

空路のN=657  
クルーズのN=530



### 交通手段別訪沖台湾人旅行者の年齢



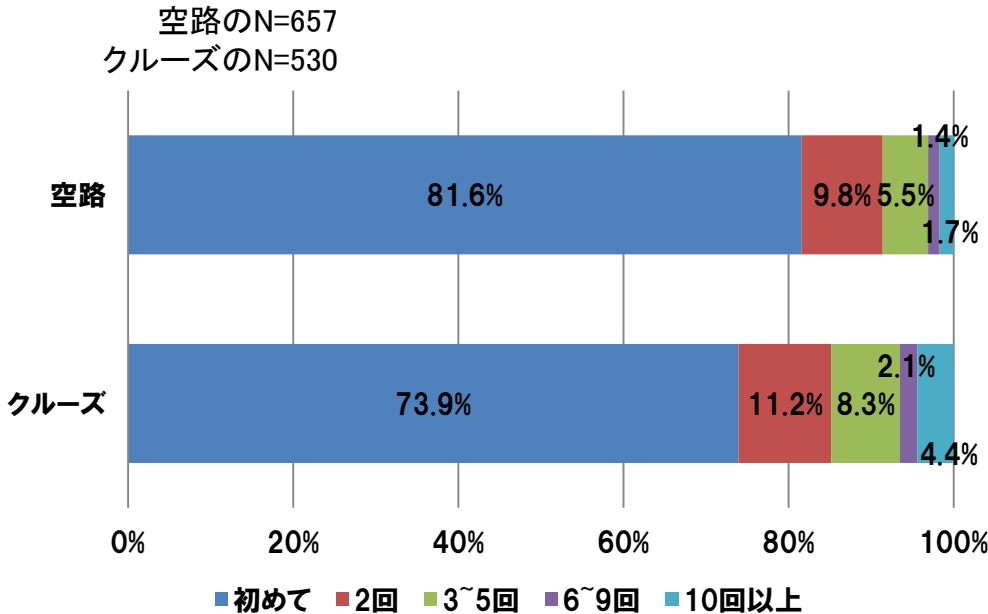


## 訪沖台湾人旅行者利用する交通手段

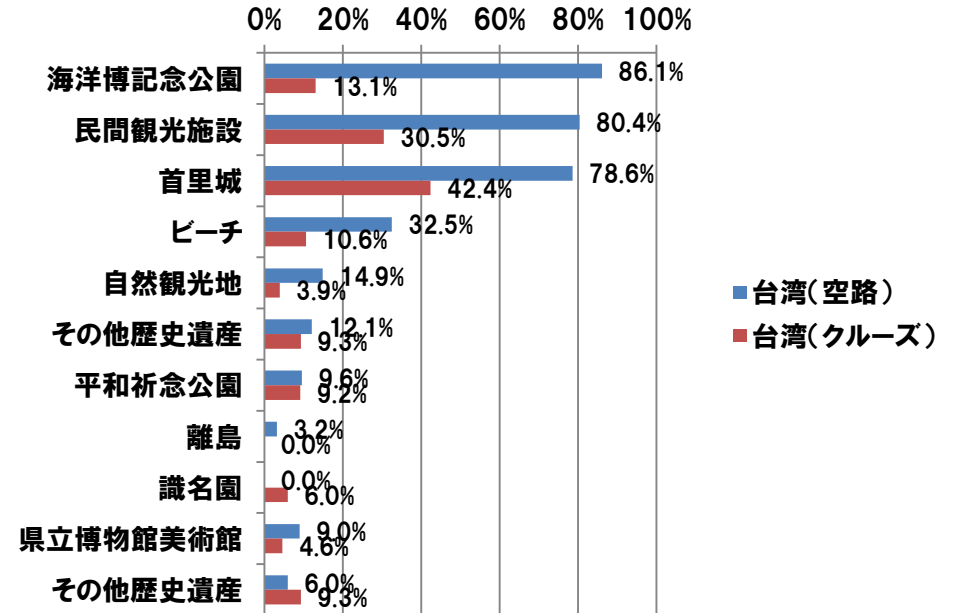
訪日台湾人旅行者のリピーターが多いものの、初めて沖縄旅行する人がほとんどで、離島に行く割合は3.2パーセントにとどまる。

■ パッケージ利用者が多いことや、初回訪問者がボリューム層であるため、離島経験割合が低いと思われる。

### 交通手段別台湾人旅行者の訪沖回数



### 2012年訪沖台湾人旅行者数の訪問先

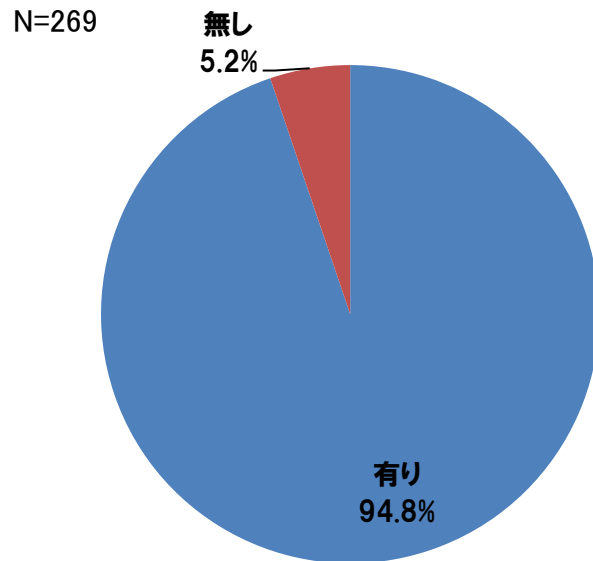


## 石垣島への外国人旅行者

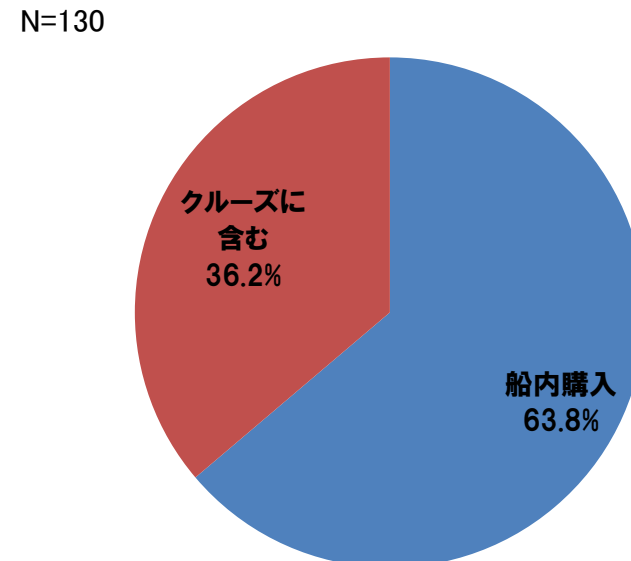
販売時の顧客接点をうまく活用すれば、クルーズ客の行動範囲を広められる可能性もある。

- クルーズ利用者において、那覇港の下船者がほとんど石垣島でも下船した。
- 船内で石垣島での観光オプションを購入する対象者が6割超を占める。

外国人観光客における石垣島下船の比率



外国人観光客における石垣島の下船形態

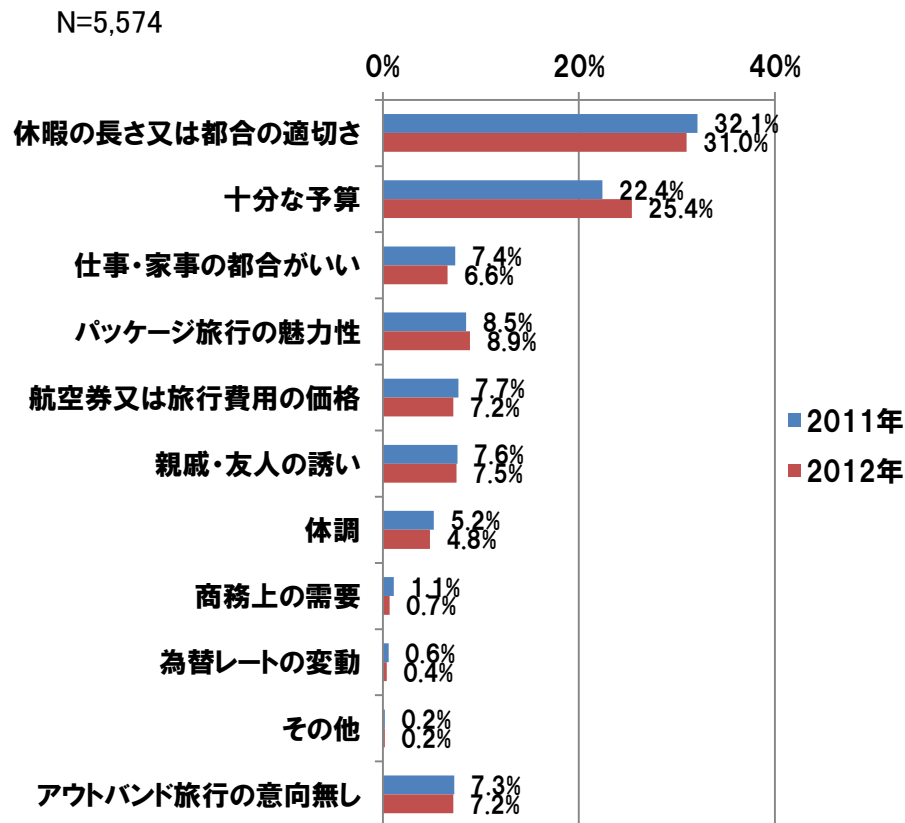


## アウトバンド旅行動向への影響要素

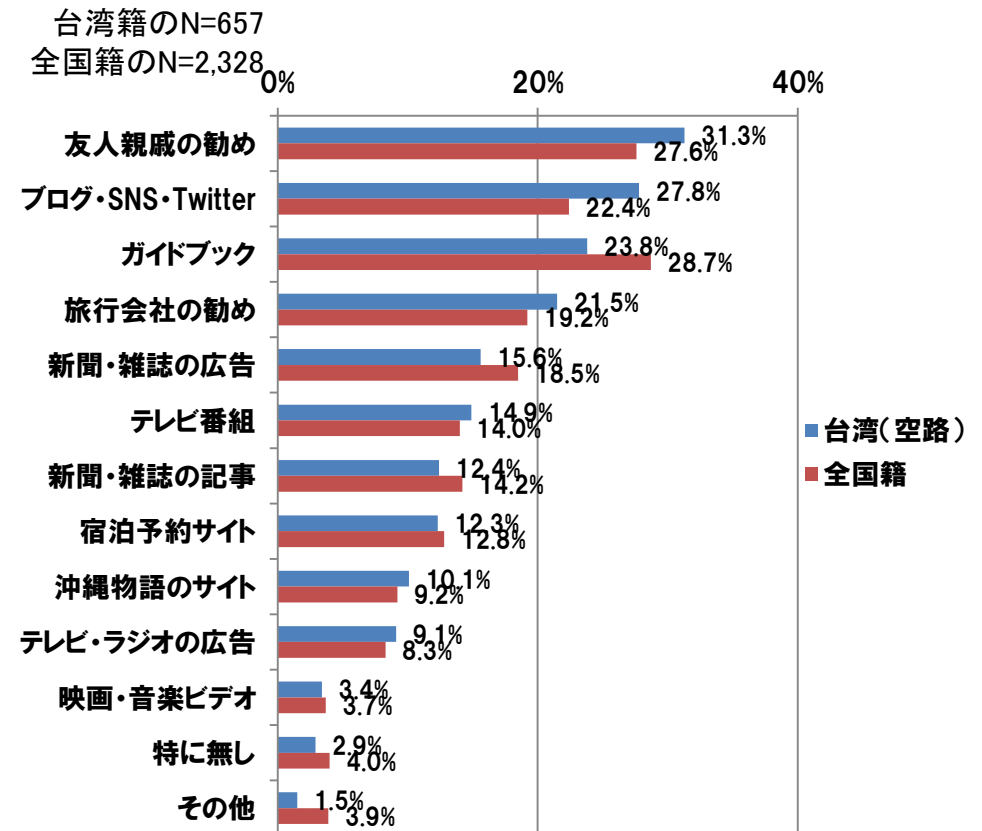
**価格と旅行期間が海外旅行における最大の要素である。観光地を選ぶ際、友人・親戚の勧め、次いでブログ・SNSなどネットからの情報が大きな決め手となる**

■ 後述のグループインタビューでも同様の結果であった。

## 台湾人に対するアウトバンド旅行の影響要素



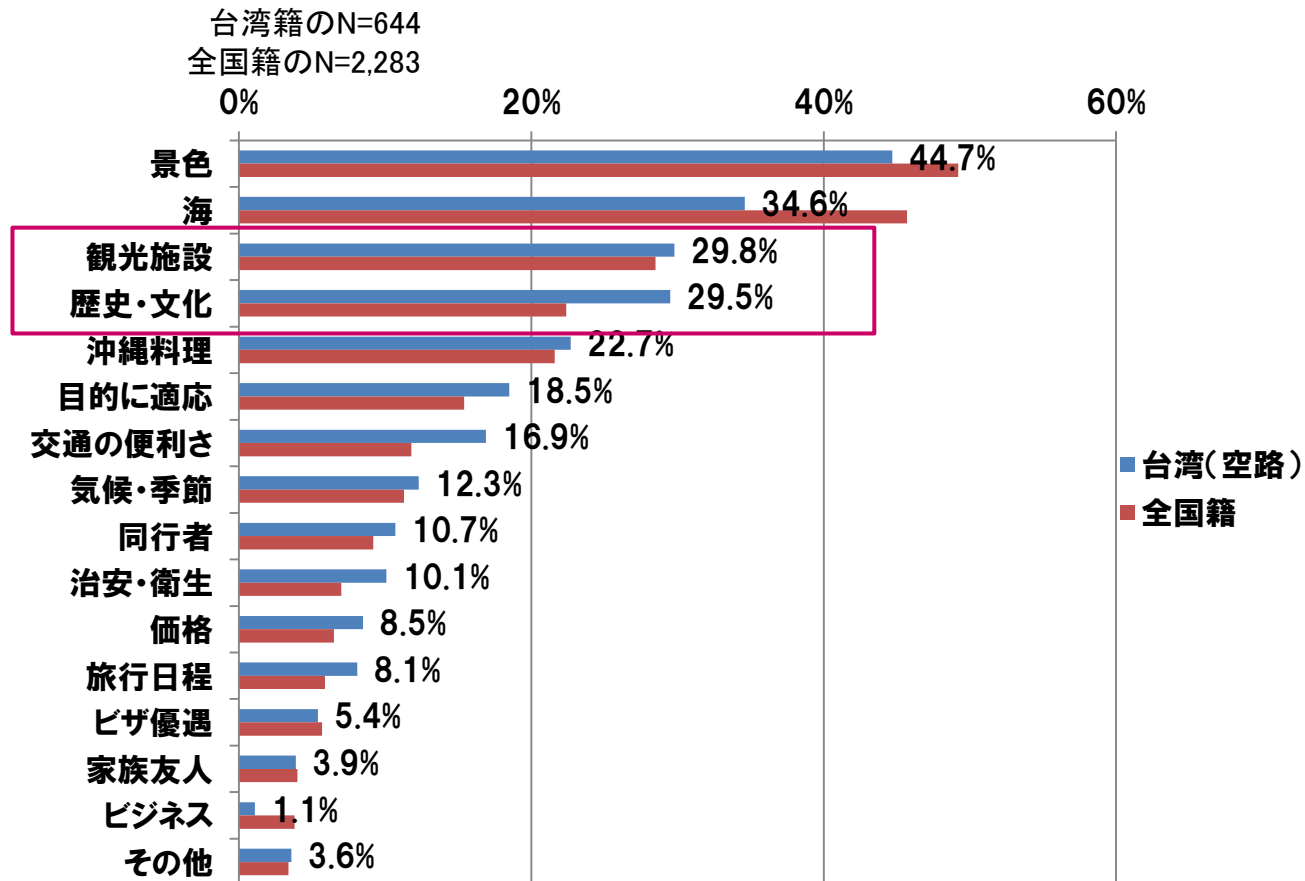
## 台湾人旅行者における観光の決め手となった情報源



## 沖縄旅行の理由

自然の景色や海を沖縄旅行の選択理由として回答している人が多い。また、観光施設と歴史・文化を体験したいと回答している台湾人の割合が、他国籍の旅行者より多い。

## 台湾人旅行者における沖縄旅行を選んだ理由

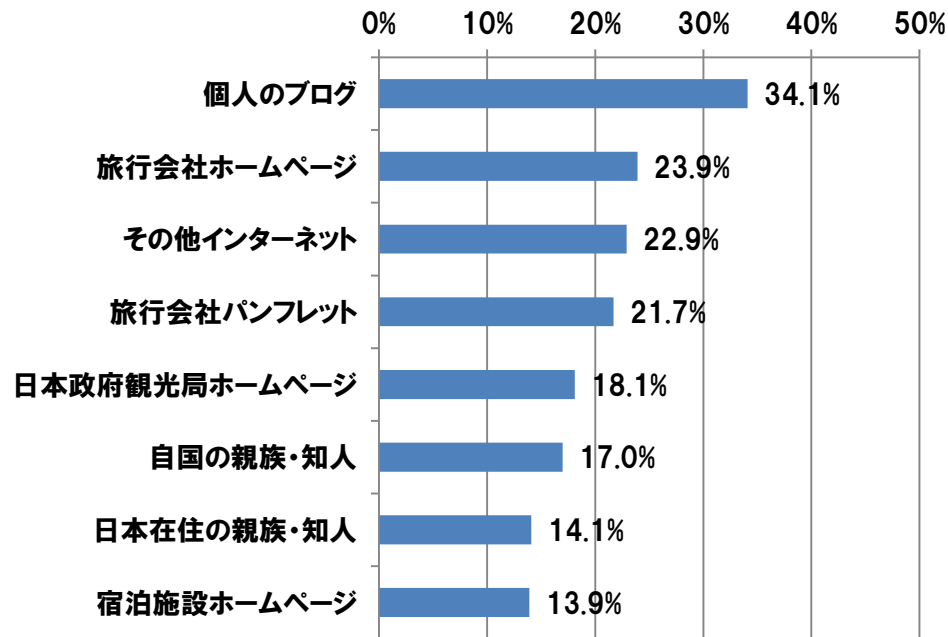


## 旅行情報の取得

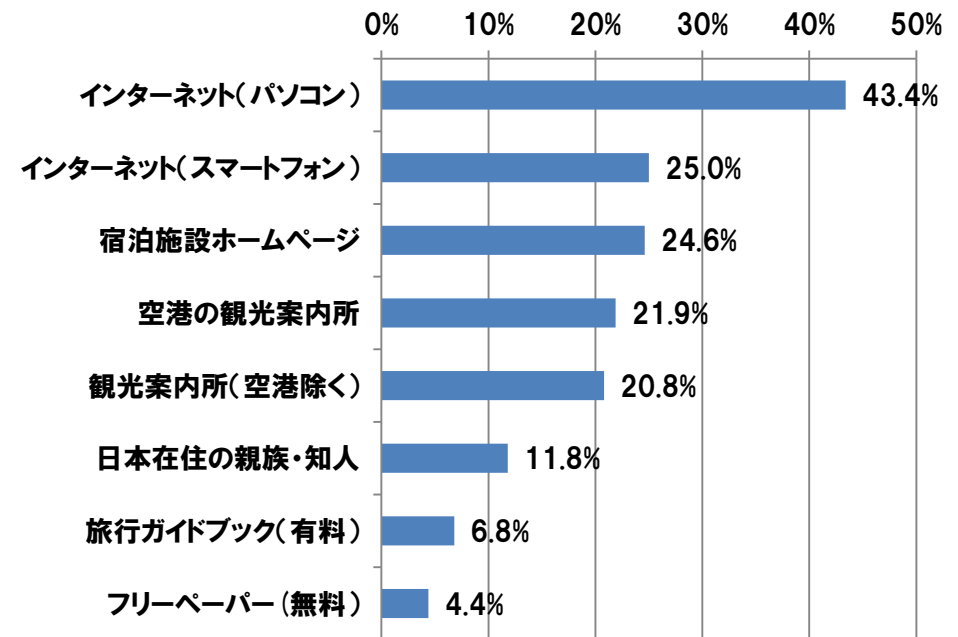
## 訪日前はブログが、訪日後はインターネットで情報を取得する人が最も多く、スマートフォンの利用率も高くなっている

## 訪日前の役に立った旅行情報源

台湾籍のN=5,405



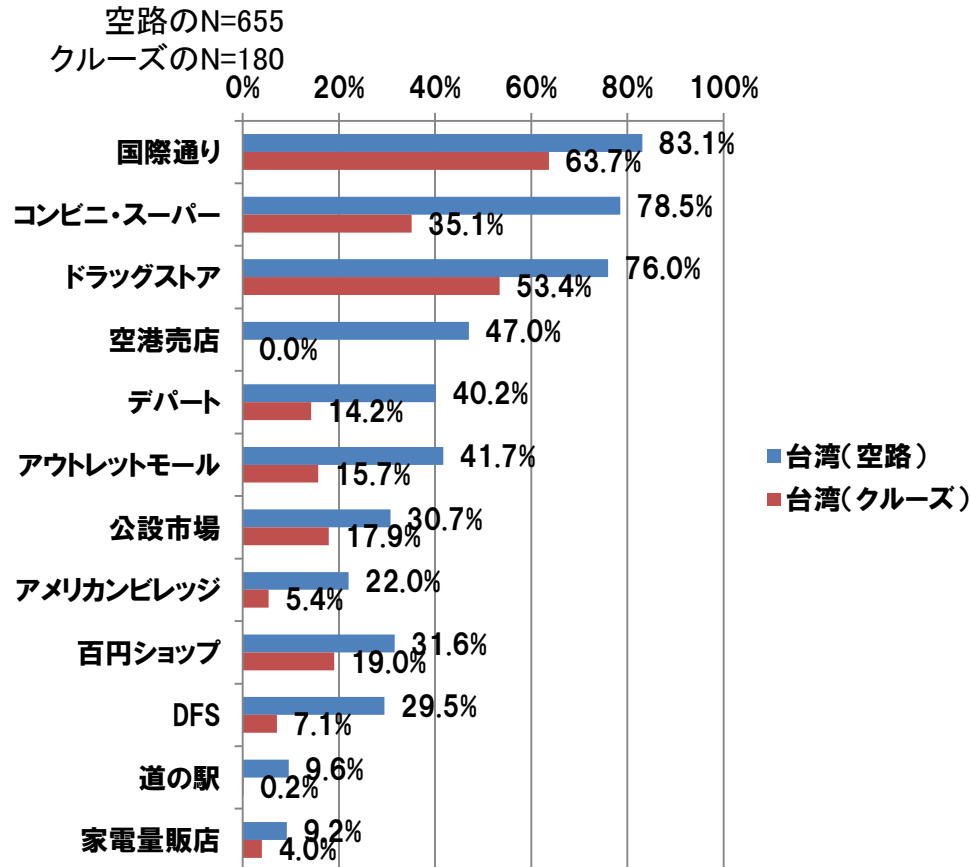
## 訪日後の役に立った旅行情報源



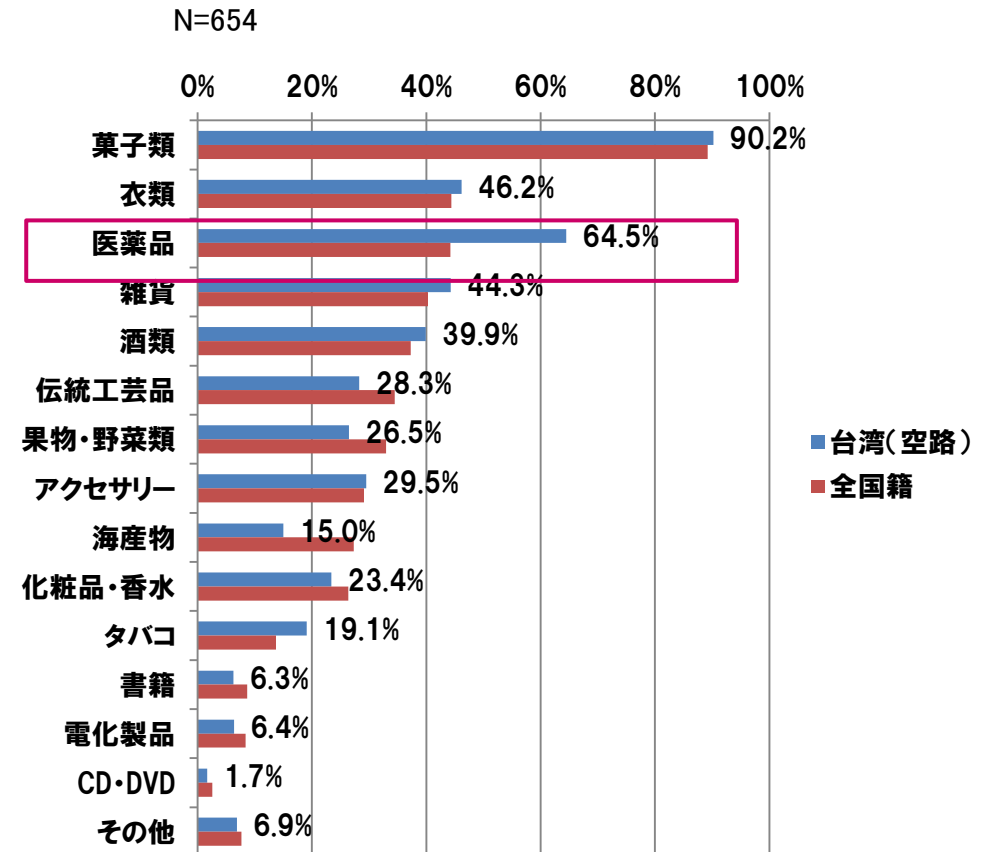
## 旅行時の買物

菓子類を購入する旅行者は9割にもものぼる。台湾人は医薬品の購入率が高い。

交通手段別訪沖台湾人旅行者の買物先



訪沖台湾人旅行者の買物

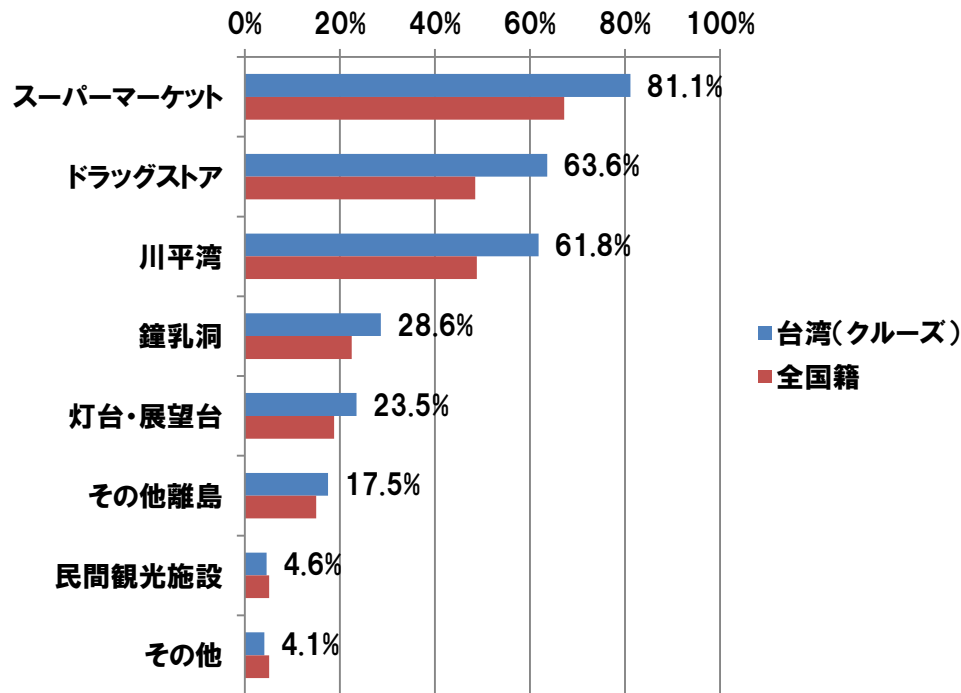


## 石垣島への旅行

石垣島では、川平湾、鍾乳洞への訪問者が多く、一方ショッピングも欠かせない旅行の一部分。満足・やや満足で7割弱に達する。

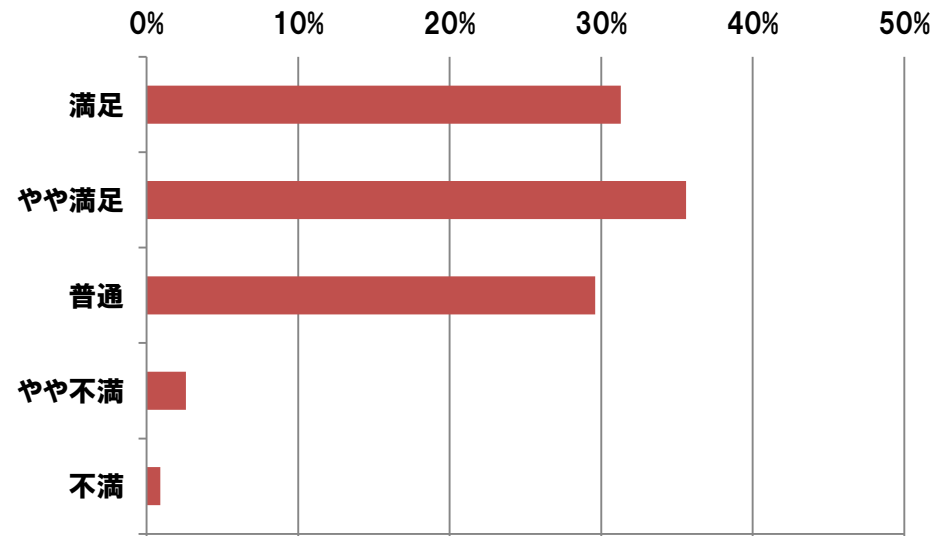
## 台湾人旅行者訪問した石垣島の観光地(クルーズ)

台湾 N=217  
全国籍 N=293



## 石垣島旅行に対する外国人の満足度(クルーズ・全国籍)

N=233



※クルーズで上陸した石垣島

---

## グループインタビュー



スケジュール

2013年11月27日より2日間で実施。

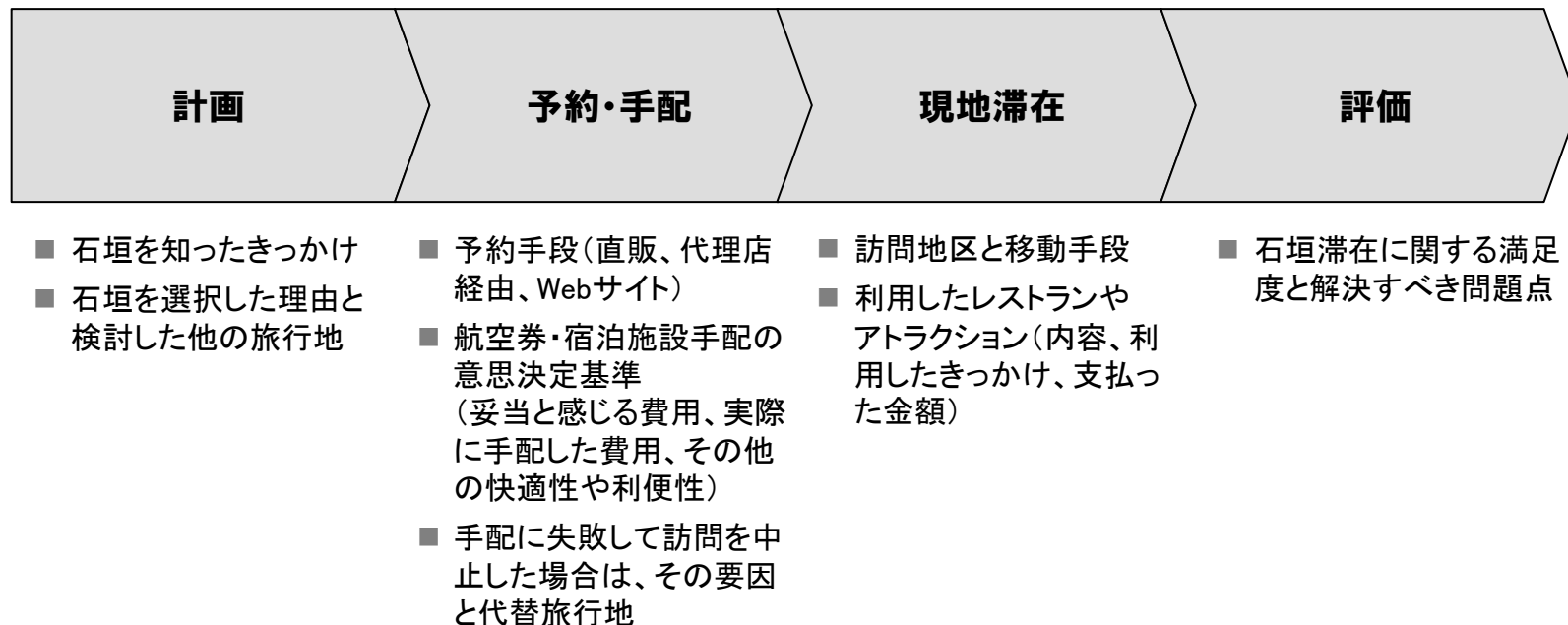
家族旅行(G1およびG2)と、友人との旅行(G3およびG4)にわけてグルインを実施した。

	11月27日(水)	11月28日(木)	11月29日(金)
12:25	NRI到着 ANA1185便 12:25松山着		
14:30			13:30
15:30	通訳者との 事前打ち合わせ	通訳者および司会者との 事前打ち合わせ (昨日の反省会合)	NRI帰国 ANA1186便 13:30発
16:00	参加者決定	参加者決定	
18:00	<b>G1</b> 家族旅行で石垣訪問 女性 5名	<b>G3</b> 友人と旅行で石垣訪問 女性 6名	17:30
19:00	休憩	休憩	
21:00	<b>G2</b> 家族旅行で石垣訪問 男性 5名	<b>G4</b> 友人と旅行で石垣訪問 男性 6名	

### グルインでは、参加者に対し計画から評価までを広く質問した。

- 日本のゴールデンルートでなく、那覇でもなく、石垣を選択する旅行者の特徴を把握するには、アンケートなど画一的な傾向把握に優れたアンケートよりも、直接インタビューを実施することが有効である。
- 参加者が石垣を訪問したタイミングは各々で、今夏に限らない。

#### 本件で分析する旅行客実態の項目



## 石垣島旅行の計画～きっかけ・決め手

**台湾には無い圧倒的な自然の風景美は台湾人旅行者にとって魅力的。近いかつ直行便があり、利便性が高いことも計画時に大きく影響を与えている。**

### 石垣島を知った きっかけ

#### ■ 友人・親戚からの経験談・写真 & 旅行会社の宣伝・旅行展示会

- ・ 上記のきっかけで軽く石垣島のことを知り、景色の写真に引き付けられるケースが多い。

- ・ 旅行会社が何箇所を紹介してくれ、親戚が撮影した石垣島の写真を見て決めた。(30代、女性、主婦)
- ・ 日本人の友達が推薦してくれ、観光情報も友達より取得した。(26歳、男性、貿易会社社員)
- ・ 友達が生物研究者で、石垣に採集に行った時撮った写真を送ってくれた。(30歳、女性、業務担当)
- ・ 観光局や旅行会社主催の旅行展示会で情報をもらい、帰ってネットで調べる。(33歳、女性、エンジニア)

### 石垣島旅行を決め た理由

#### ■ 距離近い・直行便あり・綺麗な景色が石垣島旅行を決めた大きな要素である

- ・ 石垣島旅行は大体3～5日間に集中し、1時間以内で到着でき、直行便もあり、移動の利便性が高い。
- ・ 台湾にも離島があるが、石垣島の自然美に劣る。透明度の高い海、柔らかい砂浜が支持されている。

- ・ 子供が小さいので、移動時間が短く安全なところがよい。なので、石垣にした(30代、女性、主婦)
- ・ 妊娠中で、遠い所にいけない。そして、川平湾の景色が綺麗。(30代前半、女性、主婦)
- ・ 沖縄に行ったこともなく、直行便もあるので、石垣を決めた。(23歳、南西、出版会社社員)
- ・ 学校の先輩から石垣旅行の写真を見せてくれて、綺麗な所だったのだ。(24歳、女性、学生)

## 石垣島旅行の予約・手配～情報収集・手配方法・価格許容度

**マスメディアより友達やネットから情報を収集するのが一般的。背包客棧が圧倒的人気。楽天トラベルなどを使い、民宿を予約する熟練者も。**

### 旅行情報の収集 及び手配方法

- 観光内容の収集～目的地を決めて出発の前に、インターネット上でブログ、BBS、石垣島のホームページで情報収集する人が多く、紙媒体、マスメディアの利用者が少ない
- エア・ホテルの予約～エアは旅行会社経由で予約する人が多く、ホテルに関して、民宿利用の人は日本のウェブサイトで予約し、一般のホテルは台湾のホテル予約サイト又は旅行会社経由で予約する。
  - ・日本のホテル予約サイトより、台湾で予約するほうが安心できる。中国語の確認書もらえるし、自分のリクエストをはっきり言える。しかし、民宿の場合、日本のサイトではないと予約できない。
  - ・部屋を取れないことは少ないが、部屋数の少ないホテルの場合、台湾人を拒否する時がある。

- ・インターネットのBBS(「背包客棧」という自由旅行サイト)から旅行コメントを見る。(42歳、女性)
- ・観光情報は石垣島観光局のHPより、日程は現地に着いた後決める。(36歳、男性、軍人)
- ・自らメールで日本の民宿に連絡。民宿の報はブログから取得した。(24歳、女性、学生)
- ・民宿のようなところは日本のサイトじゃないと予約できない。台湾旅行会社で予約すると、自分のリクエストを言えるし、問い合わせもできる。(女性)
- ・台湾旅行会社で予約する場合、中国語の予約明細をもらえるので安心。(33歳、女性、エンジニア)
- ・部屋数の少ないホテルは台湾人の予約を拒否する場合がある。旅行会社を通じて、予約失敗の連絡があった。創造旅行社利用した。(40歳、女性、会社社員)

### 旅行代金の価格 許容度

- エアとホテル代は大体2~3万台湾元、ほとんどの人は2万円が適切と思っている。現地での観光、食事、活動などはまた1~3万台湾元の予算が必要。エア料金は時々高くなるが、全体的には、石垣島旅行の価格は適切

- ・航空券とホテル、両方とも安い。(24歳、女性、学生)
- ・ちょっと高い(予算:2.5万)、日本国内での乗り換えが高い。ホテルが小さいけど、高い(42歳、女性)
- ・安い。予算3万台湾元ぐらい。(30歳、女性、業務担当)
- ・割引があるので、安いと思う。普通、4日3泊なら3.6万台湾元がかかる。(29歳、女性、販売会社社員)
- ・高い。予算が3万円だった。航空券が高いと思い、フライと時間が遅いけど高い。(53歳、社員)

## 石垣島での現地滞在状況～訪問地区・移動手段

**川平湾、展望台などの観光名所は必ず訪問している。レンタカーの利用、竹富が人気。石垣牛の値段が高すぎると文句を言うものの、ほとんどの旅行者が食べている。**

### 観光内容と移動手段

- **観光名所遊覧・アクティビティ・クラブメッド内の施設利用**などが主な活動となり、また、**竹富島**の訪問比率も高い。夜になると、軽くショッピングして、早めにホテルに戻って、**夜に向いているアクティビティが少ない**。
  - ・川平湾、御神崎灯台と玉取崎展望台に訪問した人が多い。水上アクティビティではスノーケリングを体験した人が多い。
- **島内の移動手段に関して、レンタカーの利用比率が最も高い。通常の道では、タクシー拾いにくくて、バスの路線も少ないため、レンタカーの利便性が示されている。**
  - ・カーナビ、携帯のgooglemapがあるので、ほとんどの人が運転上のトラブルがなかった。

- ・「リゾート内活動・水上のアクティビティ」リゾート敷地内の活動が多く、海辺にも行った。(30代、女性、主婦)
- ・「竹富島」に友達が行ったことがあり、自分も行ってみたい。石垣より更に素朴な感じする。自転車で観光した。(女性)
- ・石垣の夜がつまらない。ドラッグストアしかない。本当に、休みをしたいなら適な所ですが、遊びたいなら、ちょっとつまらない。(30歳、女性、業務担当)
- ・レンタカー。ハンドルが右側にあるが、ゆっくりして運転すれば大丈夫。(24歳、女性、学生)
- ・夜8時、9時ぐらいに外が真っ黒になって、夕食後に直接ホテルに戻って、出かけなかった。(42歳、女性)

### 食事と買物

- **石垣牛が高いと思うものの、ほとんどの旅行者が石垣牛を食べた。焼肉を食べるか市場で鮮肉を買ってホテルに料理してもらっていた。買物は主にスーパーや商店街でお土産を買った。**
  - ・石垣牛だけではなく、その他の料理も高いと旅行者が感じている。買物は主にお土産で、酒、海塩、黒糖など食べ物がメイン。
- ・海辺にあるレストランで石垣牛肉を食べた。ちょっと高いが、雰囲気がいい。(26歳、男性、貿易会社社員)
- ・焼肉、石垣牛肉が美しい。クラブメッドのオプションツアーで食べた。(41歳、男性、電子産業)
- ・「石垣牛肉」は想像より美しい。(男性、36歳、軍人)
- ・食べ物、お土産、黒糖、石垣牛、八重山麺、漬物を買った。(28歳、男性、個人経営者)
- ・石垣牛肉を食べたが、市場の新鮮な石垣牛肉を要求した。(24歳、女性、学生)

## 石垣島旅行に対する評価

# 台湾人旅行者は石垣の綺麗な景色とホテルの丁寧なサービスに大満足。 空港のサービス、コミュニケーションには不満が残る。

## 観光地・島内交通 に対する評価

- **澄んだ海水、長い海岸、柔らかい砂浜など**、台湾人観光客は海に対する評価が非常に高く、最も好きな場所でもある。
- **道標が漢字で表記したので、分かりやすい**。ただし、観光地ではないところでは、道標が分からない時もある。

- ・ 鐘乳洞がいい、また行く。川平湾の白沙も綺麗、そして人が少ないので、気持ちがいい。(女性)
- ・ 海辺(沖縄の海辺は汚い)、今まで見た最も綺麗な海、海水は非常に綺麗。(女性、主婦)
- ・ 海が澄んで綺麗、竹富島の砂浜も柔らかくて気持ちいい。台湾の澎湖よりずっといい(男性、会社社員)
- ・ 漢字があるので、分かりやすい(23歳、男性、出版会社社員)
- ・ 観光地の道標がはっきり表示しているが、普通の町がはっきりしていない。特に、町名だけでなく、何丁目もわからないと行けない。台湾と違っている。(30歳、女性、業務担当者)

## ホテル・空港・コ ミュニケーションに 対する評価

- **ほとんどの人はホテルのサービスに大満足でき、価格も適切だ**と思っている。
- **空港が狭いと感じているが、離島の空港はこんなものだ**と思っているので、それほど**不満に感じない**。ただし、**空港内でWifiが使えない**ことに気になった。
- **言葉が依然として大きな問題である**、レストラン、民宿、空港、買物のシーンで**英語が通じなくて困っている**。

- ・ 東横INNは全国範囲のチェーンホテルで、価格が適切。サービスもいい(26歳、男性、会社社員)
- ・ 到着き午後帰り、空港が小さい、台湾の離島空港と同じ、いい事も悪いこともない(41歳、男性、電子産業)
- ・ 空港が小さいが、あるべきものが全部あったし、雰囲気よかった(28歳、男性、個人経営者)
- ・ WIFIが使えないことに気になっている。(24歳、女性、学生)
- ・ 民宿のオーナーとの交流が難しい(ドライバーがほしいとき、フロントーに説明できない)(42歳、女性)
- ・ 大事なのが日本人が英語を喋る意欲もないみたい。(24歳、女性、学生)

## 石垣島のリピート観光意向

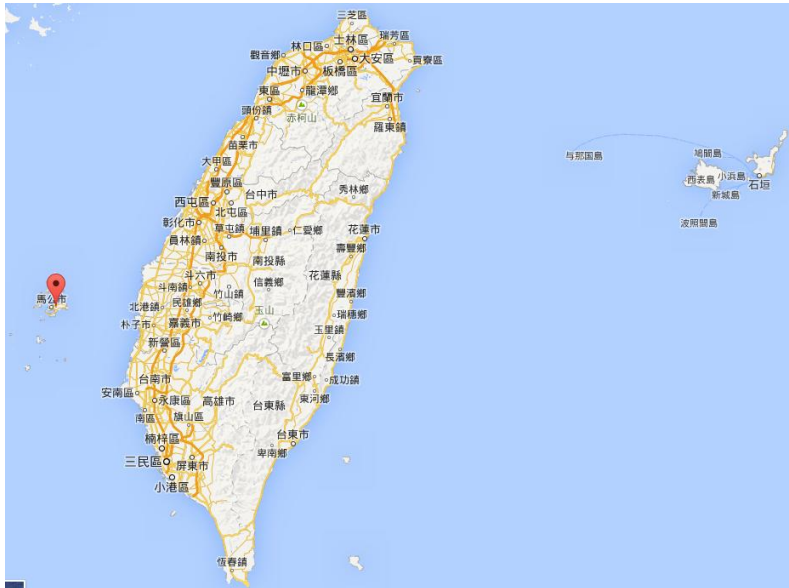
# 今回の対象者に7割の人がまた行きたいと思い、行きたくない人は今後行ったことのない島を体験したいと思っている

項目	FGI結果
今後また行きたい理由	■泊まりたいホテルがあり(4人)、違う同行者と一緒に行きたい(2人)、クルーズを体験したい(2人)、沖縄と一緒に行きたい(2人)、行けなかった観光地に行きたい(4)などの理由が挙げられる。
今後行きたくない理由	■行ったことのないところに行きたい(4人)
今後の旅行形態	■自由旅行で行きたい。自分でホテルとエアを手配する。
今後の泊まりたいホテル	■クラブメッド、海が見えるホテル、部屋が大きいホテル
石垣島に似ている離島及び石垣島との比較	■台湾の澎湖(5人)、緑島(2人)、タイランドのSamui(1人)、シンガポールのビンタン島(人)、フィリピンのボホール島(1人)、アメリカのグアム(2人)などが石垣島に似ている。 ■石垣島の優位性は人文的な雰囲気の違い、東南アジアの島よりサービスの品質が高く、安全性が高い。



# (ご参考)石垣島と似ているとグリンで指摘された澎湖

## 澎湖の所在地



出所) googlemap

## 澎湖の写真



出所) 大台湾旅行ネット



## (ご参考)澎湖県の現状

- 澎湖島ではSPG系列のホテルの開業が予定されるなど、外国資本の流入が起こっている。
- 澎湖県のHPによると、外国人誘客を標榜し、入域観光客が90万人程度と石垣と酷似している。
- 石垣市の外国人誘客基本計画を策定するにあたり、重要な示唆を得られる可能性があるが、グルインで指摘されたように競合地になっている可能性もある。

### 澎湖県政府HPに掲げられているビジョン



### 澎湖島で開業が予定されているSPG系列ホテル



(出所)澎湖県政府HP,Four Points HPより抜粋

## (ご参考)澎湖県へのヒアリング概要

### ■ 具体的な戦略は無く、中国本土からの旺盛な需要を目当てに民間の資本が流入している。

- 3万人のうち2万人が中国人観光客。「国際的なリゾートアイランド」という目標を掲げているが、具体的な戦略は中国人観光客を増やすぐらい。
- 特にターゲット層を決めて、取り組んでいるわけではない。
- ニーズがあれば必ずそれを答える業者や業種が出てくる。民宿(特色民宿)が盛んなのはその証。
- 民宿の増加は政府が戦略的に育てたよりは、ニーズがあったから業者が自主的に参入した。

### ■ 民宿の認証制度を導入し、受入体制を充実させている。

- 政府は清潔さ、安全さなどの基準を定めて、優良の民宿に「好客民宿」の認定を提供している。
- 審査費用は無料、受けたい民宿は自ら申請すれば政府が審査委員を派遣し、審査を行う。
- 認定をもらった民宿の一覧表は政府が設置した専用のHPで公開している。

### ■ 冬季は割り切り、海の休息期間と位置付けている。

- 冬の需要喚起よりハイシーズンを現状の4~9月を少し伸ばして、3~10月にするのが効率的なやり方。
- このやり方はここ1,2年に業者と行政の間で議論し、コンセンサスを得た結論。
- それ以外の期間は海を休ませる期間として割り切っている。

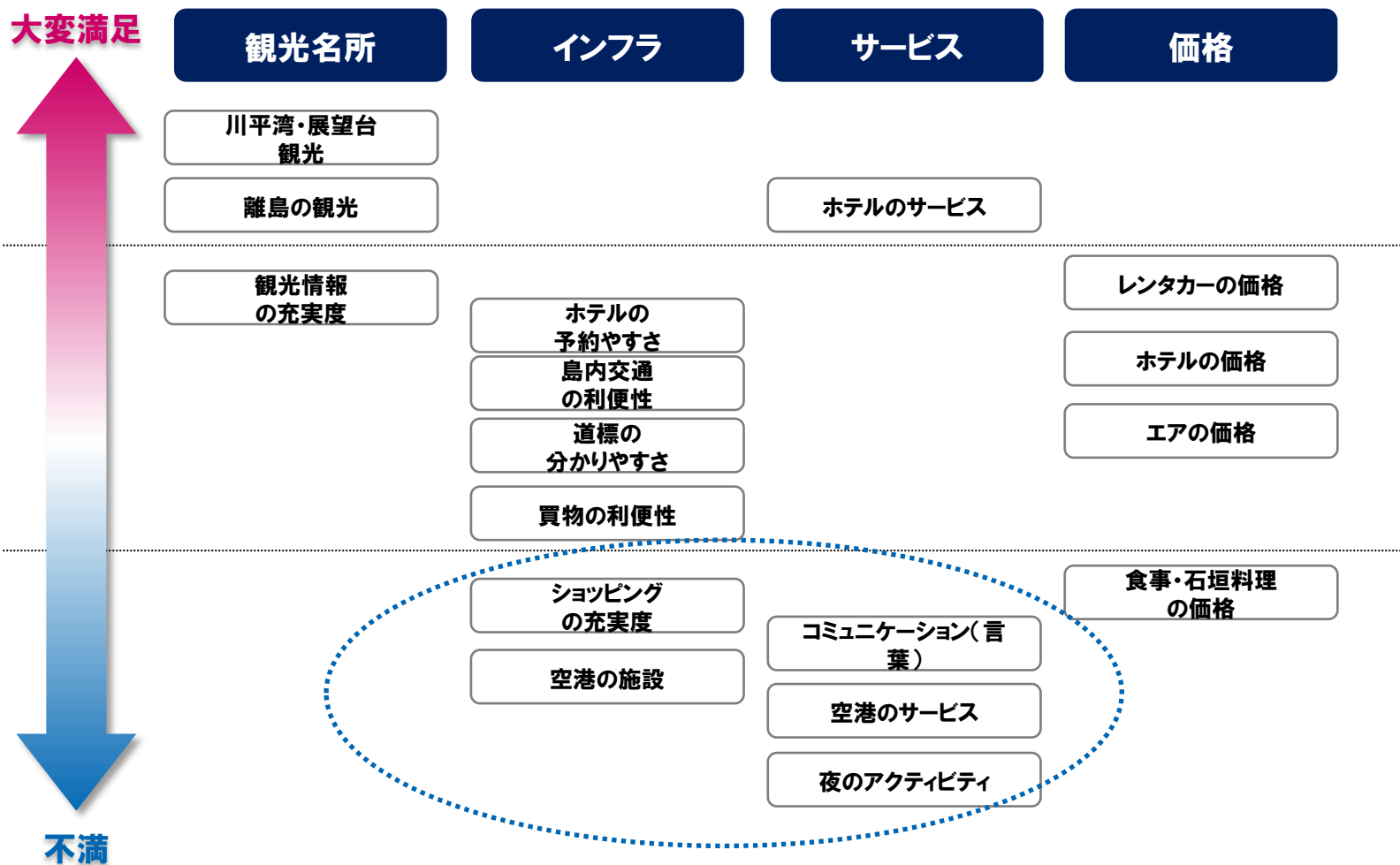
**民宿の認証制度の導入・冬季の割り切りなどは参考になるが、戦略を策定することなく、成行きで成長している。石垣の提供価値を明確にし、差別化することが重要である。**

# (ご参考)台湾人がよく利用する口コミサイト、背包客棧で紹介される“澎湖”

The screenshot shows the website backpackers.com.tw. At the top left is the logo "背包客棧" (Backpackers.com.tw). To its right is a search bar with a "Google 進階搜尋" button. Further right is a "國際訂房比價系統" (International Hotel Price Comparison System) with a search input field and a "搜尋" button. Below these is a navigation menu with links: 首頁, 論壇, 攻略, 機票比價, 訂房比價, 旅遊相簿, 會員相簿, 旅伴, 背包客, 地圖, 今日新文章, 搜尋, 註冊, 登入論壇. The main content area shows a breadcrumb trail: 背包客棧自助旅行論壇 > 旅遊相簿 > 台灣 > 台灣離島 > 澎湖-雙心石灘. Below this is a sub-header "台灣離島 - 澎湖-雙心石灘" with a "搜尋" button. The main image is a photograph of a heart-shaped stone beach in Penghu, Taiwan, with clear blue water and a rocky shore. The image has a "FATAMI" watermark in the bottom right corner. Below the image is the caption "澎湖-雙心石灘" and a small "心談" icon.

## 石垣島に対する全体の満足度

ほとんどの旅行者は観光名所に対する評価が高く、価格に関しても適切と感じている。大きな不満は空港(旧空港含)、コミュニケーションと夜アクティビティの不足に集中。





# 家族旅行で行った女性(G1)

- 家族旅行者には、家族で楽しめるイメージ、近くて高品質の旅行を植え付ける。
- 幼い子供や年寄り向けの施設、サービスが更に充実させ、負担のない、安心のレジャーディステーションであるイメージを伝える。



年齢・性別 30代、女性  
勤務先 主婦  
家族構成 子供一人、三人家族

旅行形態 クラブメッド  
同行者 旦那・子供・舅・姑5人  
滞在日数 4泊5日

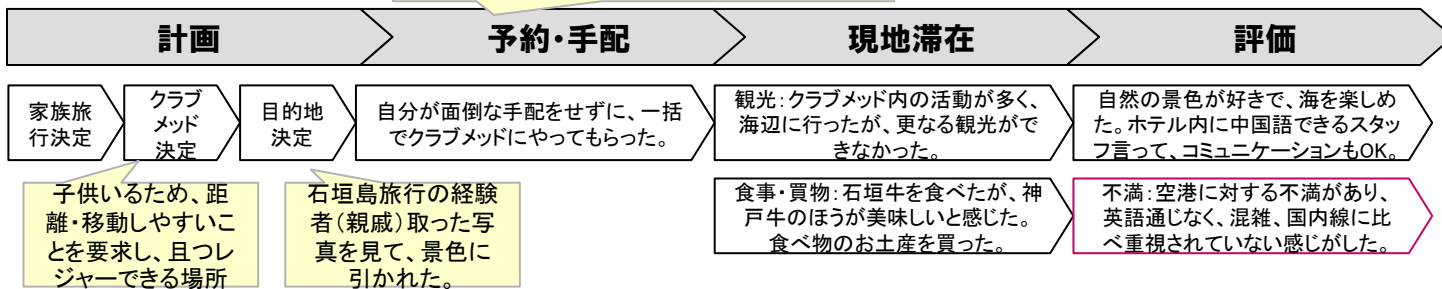
パッシブレジャー  
(優雅にお任せ  
近くて楽しんで満足)

## 対象者の特徴

- ・ 価格に対しては多少敏感し、価格比較をきちんとしてから予約する。今回行く人数が多いので、一括でクラブメッドに任せたが、価格が多少高くなった。次回やはり自由旅行にしたい。

## 石垣島旅行の体験プロセス

日本のホテル予約サイト楽天を使い慣れた。  
楽天とホテルHPの価格比較もする。



## 石垣島に対する全体の評価

- ・ 全体の観光に満足できて、特に自然の風景に大満足。残念なこともあり、子供が居るため、レンタカーができなかったし、川平湾にもいけなかった。
- ・ 空港に対する不満が多い。電気が消されて、混雑、言葉通じないなど、国際線が重視されていない、フレンドリーを感じていない。

## 今後の石垣島訪問意向

- ・ 石垣島観光に満足したので、また行きたい。ただし、別の旅行形態で体験したいので、次回はクルーズに乗ってみたい。
- ・ 空港国際線に対する不満があるので、次回は国内線を利用したい。まず沖縄に行って、観光してから日本の国内線より石垣島に行く。

## 検証ポイント

### 石垣島を選ぶ決定要因

- 幼い子供が居るため、距離・移動の利便性が重要。
- 景色が綺麗

### 手配の意思決定基準

- 通常、自由旅行が好きだが、今回は親・子供もいるので、一括でクラブメッドに任せた。

### 解決すべき問題点

- 空港が小さいことに改善できないが、サービスの行き届かないところがあるので、要改善

# 友人と一緒にいった男性(G4)

- レンタカーで島を巡る、離島に行く以外のレジャー開発が求められる。
- 美しい自然を体験できる取組を続けなければアクティブレジャー層のリピーターは期待できない。



年齢・性別 29歳、男性  
勤務先 学生(院生)  
家族構成 独身

旅行形態 自由旅行  
同行者 友達  
ホテル 民宿

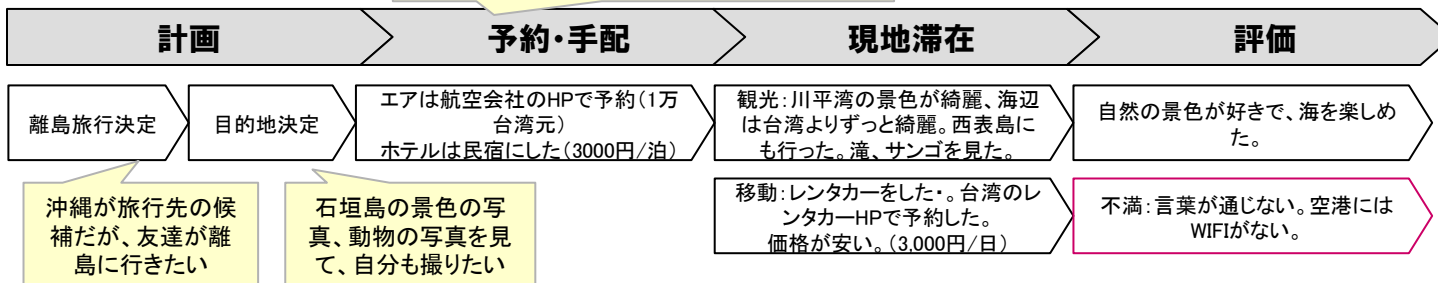
アクティブレジャー  
(自然大好き  
旅慣れ民宿タイプ)

## 対象者の特徴

- ・ まだ学生でお金そんなにないので、LCC利用し、航空券の価格に常に留意する。価格重視の人である。
- ・ 旅行と写真撮りが好きで、自然の景色を楽しみたい。石垣島に2回も行った。

## 石垣島旅行の体験プロセス

直行ではなく、華蓮経由する。1万円も高いと感じる。キャンペーンの時は半額。



## 石垣島に対する全体の評価

- ・ 自然の景色がかなり綺麗で、台湾ではこのような美しい島がない。観光には満足できた。
- ・ 道標も分かりやすいし、特に不満はなかったが、言葉が通じないのは困っている。

## 今後の石垣島訪問意向

- ・ まだいけなかった観光名所もあるので、次回はまた行きたい。旅行雑誌で紹介したレストランもまだ食べていなく、思い残りがいろいろあるので、また行く。
- ・ 次回も飛行機で行く。旅行の時間が大切なので、全部海上にいるのは無駄で、クルーズに乗りたくない。

## 検証ポイント

### 手配の意思決定基準

- 価格重視で、エア・ホテルにお金をかけたくない。価格を比較して、自分で手配する。
- いい景色を見るためなら、お金を出す。

### 訪問地区と移動手段

- 二回目訪問なので、通常の観光名所以外にそのた離島にも行った。
- レンタカーの価格は台湾より安いので、利用する。

### 解決すべき問題点

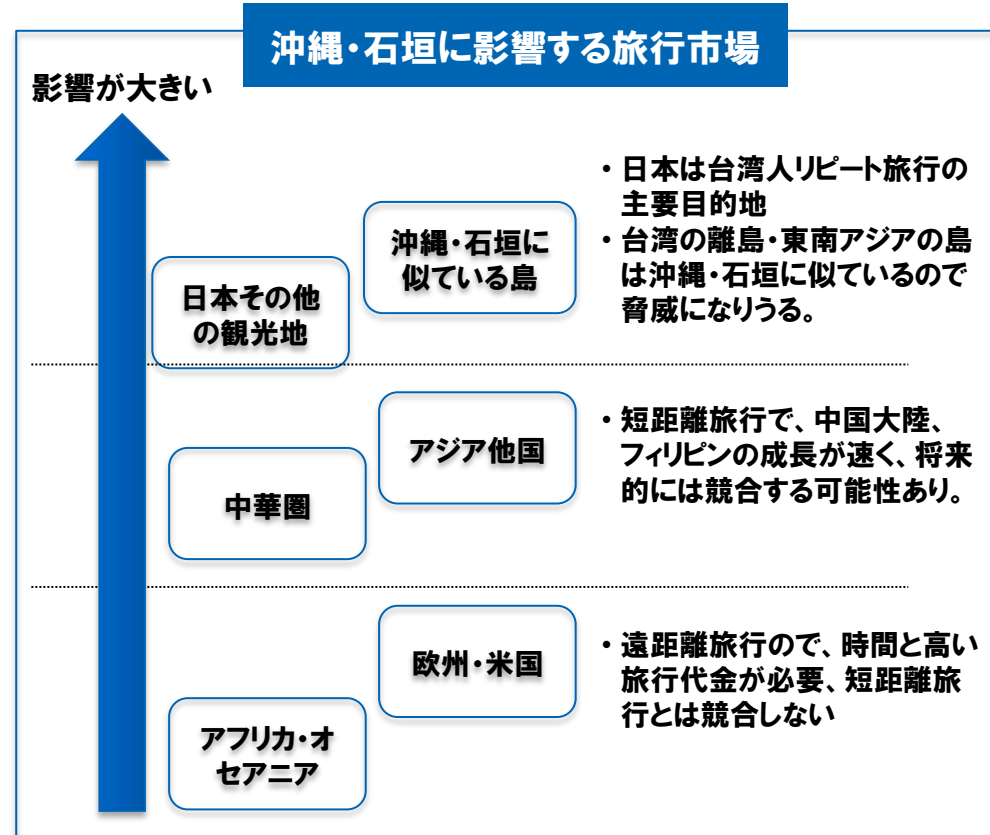
- 若いセグメントなので、Wifiに対するニーズが強い。

## 沖縄・石垣島旅行市場の競争マップ

石垣に類似した島、日本その他の都市が競合になっている。石垣が提供できる付加価値を明確化し、競合地との違いを明確化させるべき。

### 各海外旅行市場に対する認識

- 沖縄・石垣に似ている島
  - 台湾では、澎湖が石垣に似ているが、景色・海では石垣に軍配。海外では、タイランドのSamui、フィリピンのボホール島、アメリカのグアムも石垣島に似ていると認識されている。
- 日本その他の都市
  - 東京、大阪、京都のような日本の旅行都市は台湾人の主要観光地であり、リピーターが多い。個人旅行で行く比率も高い。
- その他のアジア諸国
  - 台湾人の海外旅行する比率が高いものの、短距離旅行がメインで、アジアは9割を占めた。
  - 中華圏、日本旅行以外に、その他の国への旅行者が分散し、30万人を超える目的地は韓国、タイ、ベトナムしかない。
- 中華圏(中国本土・香港・マカオ)
  - 中国本土観光が2008年解禁された後、訪問者は毎年激増し、12年は日本市場の2倍まで増加した。中華圏訪問者は550万人に達した。



## 石垣島訪問者に対する認識

**限られた休暇の中、景色・食事を楽しみたいという目的で訪問した台湾人が多い。国民平均収入に達した旅行者は十分な資金力があり、価格許容度が高い。**

### 台湾人旅行者に対する認識

#### ■ 旅行習慣(旅行頻度高い・日本旅行好き)

- ・ 旅行は台湾人生活の一部であり、約半分の人が年に一回海外旅行する。その内、日本はよく訪問される目的地で、リピーターが8割。個人旅行で行く人が多いものの、団体旅行者も4割。

#### ■ 旅行者の収入

- ・ 海外旅行者の平均収入は3.6万台湾元、国民全体の平均収入より低く、一回の平均海外旅行費用はNT\$4.8万で、台湾人の平均月給とほぼ同じ。

#### ■ 旅行形態・交通手段(個人旅行・若年層直行便利)

- ・ 約8割の台湾人旅行者が初めて沖縄・石垣に行くので、個人旅行より団体旅行を利用する比率が高い。
- ・ 若年層は休暇が少ないため、時間を節約できる直行便で行く比率が高く、熟年層やリピーターはクルーズを利用する人が多い。

#### ■ 訪沖・石垣のきっかけ・理由(景色・距離)

- ・ 友人・親戚からの経験談・写真&旅行会社の宣伝などで軽く情報入手
- ・ 澄んだ海、柔らかい砂浜、綺麗な景色と日本独特な文化が台湾人旅行者を引き付ける大きな要因。一方で、距離が近く、直行便あるのも便利。

#### ■ 旅行の予約・手配(ネットで情報収集、手配順調、価格適切)

- ・ マスメディアよりインターネット上でブログ、BBS、目的地のホームページで情報収集する人が多い。
- ・ 旅行会社経由か自分でホテルのHPで予約、民宿は日本のウェブサイトですべて予約する必要がある。価格は適切。

#### ■ 現地での旅行体験(観光名所・石垣牛・レンタカー利用・お土産購買)

- ・ 川平湾、展望台などの風景に感動し、食べ物も美味しくて、お土産を軽く買う。夜にできるアクティビティが少ない。
- ・ レンタカーで移動しやすいし、価格も台湾より安い。

#### ■ 旅行の満足度(観光に満足・食事高い・言葉の問題)

- ・ 観光名所やホテルのサービスに大満足できるが、食べ物が高くて、英語通じない、空港が狭くてサービスが行き届かないところがある。

### 台湾人の平均収入

- 2012年、台湾人の平均月給はNT\$45,888(161,000円)に達した。一方で、台湾人海外旅行者の平均月給はNT\$36,383(127,300円)である。
- 国民平均収入に達した旅行者は石垣旅行に対して、金銭の余裕を持ち、旅行代金に対する価格許容度も高く示されている。



台湾には無い圧倒的な自然の風景美は台湾人旅行者にとって魅力的。自然の写真をテコに、新規顧客の開拓と口コミの拡充を促進させる必要がある。

計画

新規顧客  
開拓

■ 旅行先のPR

- 石垣島旅行の経験者が少ないので、まず台湾人に引き付ける自然の景色と距離をキーワードで宣伝。
- 石垣の綺麗な自然の写真は効果絶大。オムニチャンネルで、アピールするべきだが、特にソーシャルメディアでの写真PRが重要。

手配・予約

リピート旅  
行を向上

■ ホテルの拡充

- 民宿は泊まりたくても予約に不便を感じる人が多く、石垣島のHPには、食事・宿泊の情報があるが、写真がないため、活用しにくい。HPの情報が更に充実させつ必要がある。
- パッシブレジャーの家族客を取り込むためには、自然を楽しめ、宿泊もできるトータルでサービスを提供できるリゾートホテルが必要になる。中期的には、ホテルの誘致を行うことが必要である。

現地体験

リピート旅  
行を向上

■ 夜のアクティビティ

- 昼間のアクティビティ以外に、夜を楽しめる施設またはアクティビティも必要。綺麗な景色以外に、十分にリラックスでき、「面白い」と旅行者に感じさせる工夫が必須。

■ 空港のサービス向上

- 離島の空港が狭いことに対して、台湾人旅行者が納得できるが、観光案内や送迎バスなどサービス面で課題が残る。

評価

新規顧客  
開拓

■ ソーシャルメディアの活用

- 旅行後、旅行者自分の体験、撮った写真の共有も宣伝には重要な手段なので、経験共有の促進施策も考えられる。

---

ヒアリング

## 旅行代理店ヒアリング

# ヒアリング スケジュール(旅行代理店・宿泊事業者)

### ヒアリングスケジュール(台北)

実施日時	種類	訪問先	
		会社名	ヒアリング対象者(敬称略)
2014.01.15 11:00 AM	旅行代理店	大栄旅遊	郭攸怡 (Assistant Manager) 沈佩伶 (Tour Division)
2014.01.15 14:00 PM	旅行代理店	EZFLY易飛網	林恭慶 (General Manager of Sales Division) 高哲偉 (Assitant Manager)
2014.01.15 16:00 PM	旅行代理店	EZTRAVEL易遊網	黄湘慧 (Product Manager) 鍾聲遠 (Manager) 張雅涵 (Product Specialist)

### ヒアリングスケジュール(国内)

実施日時	種類	訪問先	
		会社名	ヒアリング対象者(敬称略)
2014.02.06 09:30 AM	旅行代理店 レンタカー	A	省略
2014.02.06 15:00 PM	ホテル	B	省略
2014.02.20 14:00 PM	旅行代理店	C	省略
2014.02.26 14:00 PM	旅行代理店 レンタカー	D	省略

## 旅行代理店ヒアリングの目的

# 2013年夏の“ホテル不足により台湾からの送客が困難だった”という現象の真因および海外旅行代理店のホテル手配方法を明らかにし、石垣市としての打ち手を検討する。

- 石垣市内の宿泊キャパシティは1日1万人程度あり、国内旅行客を考慮しても、民宿等も含めれば、空室はあったと考えられる。
- 海外旅行代理店のホテル手配の方法を具体的に把握しなければ、行政としての打ち手検討も難しい。

### 発生した事象

石垣訪問を検討したが手配が出来なかった。

### 想定される背景

- 旅行者が確認できる範囲で、市内のすべてのホテルが満室だった
- 泊まりたいホテルが満室だった
- 泊まりたいホテルの価格が高すぎた
- 航空券が手配できなかった
- 現地旅行代理店に手配を依頼したが、断られた

## 旅行代理店ヒアリングの現状

**ヒアリング(台北)対象3社の復興航空取扱座席数を合算すると約80席に達する。  
いずれの旅行代理店も、2013年ハイシーズンにおけるホテル確保が厳しかったと回答。**

### 台北旅行代理店の現状

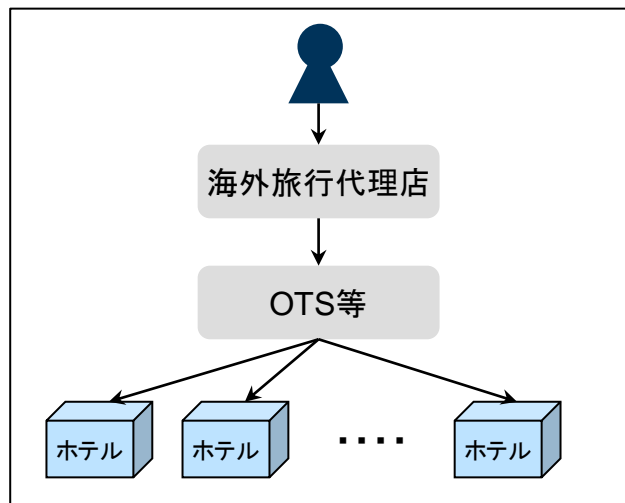
	復興航空の 取扱座整数/便	石垣のホテル 仕入方法(詳細後述)	石垣の取扱ホテル	2013年ハイシーズンの 予約状況について	冬季について
<b>大栄DTS</b>	•20席～30席	<b>パターンB</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>那覇支店がホテルごとに掛け合い、部屋を仕入れる。</li> <li>とくに代理店を経由しない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホテルグランビユー</li> <li>グランティア石垣</li> <li>南の美ら花 ミヤヒラ</li> <li>ピースランド</li> <li>ホテルベルハーモニー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ツアーの実施は実質不可能</li> <li>個人旅行客はかるうじて送客可能。</li> <li>4月～6月も確保し辛かった。</li> </ul>	• NA
<b>EZfly</b>	•40席～60席	<b>パターンA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>OTS経由</li> <li>直接ホテルに掛け合い部屋を仕入れる。(5割以上がOTS経由)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ANAインターコンチ</li> <li>ホテルグランビユー石垣</li> <li>ホテルイーストチャイナ</li> <li>南の美ら花 ミヤヒラ</li> <li>東横イン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>7月20日～9月上旬は確保できない状況。</li> <li>個人旅行送客もギリギリの状況。</li> </ul>	• とくに10月、旧正月の2月は販売可能。
<b>EZtravel</b>	•20席前後 (ただし、ハイシーズンは10席程度)	<b>パターンA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>原則OTS経由のみ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ANAインターコンチ</li> <li>ホテルグランビユー石垣</li> <li>ホテル日航八重山</li> <li>ベストイン石垣島</li> <li>ホテルイーストチャイナ</li> <li>グランティア石垣 etc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>予約困難な状況</li> <li>予約の2割程度は、会社の費用で星野リゾートなどにアップグレードして対応。</li> </ul>	• 販売できると考えているが、復興航空が10月で運休したため、販売できなかった。

## 旅行代理店のホテル手配パターン

現状、台湾人の宿泊予約方法は、3つのパターンに整理される。パターンAの場合、OTSの非取扱ホテルに空室があったとしても送客されない。

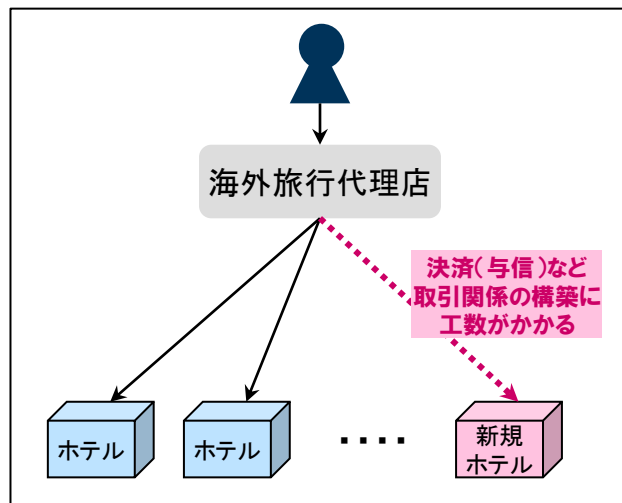
- Ezfly、EztravelともにOTSを代理店として活用しており、その利用割合も高い。
  - Ezflyで5割程度、Eztravelは原則OTS。
- OTSを経由しない場合（パターンB）、決済（与信）等の調整に手間がかかるため、送客するハードルが高くなる。
- なおパターンDとして、楽天トラベルやじゃらんなど日本の代理店を活用し、予約するケースが考えられる（海外代理店は使わない）。

パターンA



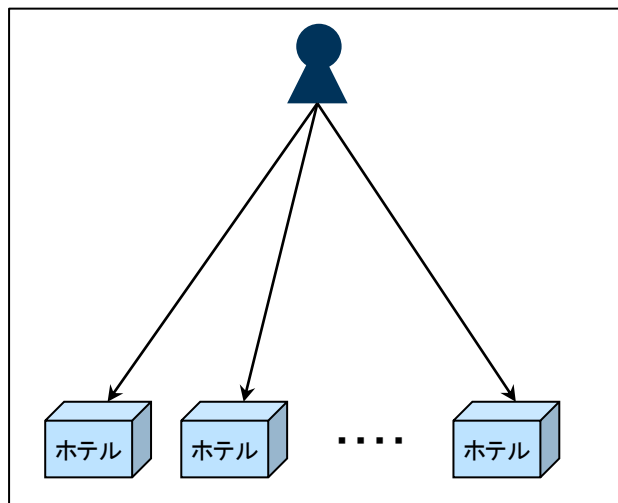
- OTSの取扱ホテルに依存し、本来なら空室があっても送客してもらえない。
- OTSの匙加減で、内際の割合が決まる。
- OTSに任せられるので、海外代理店は低負担。

パターンB



- 海外代理店が直接取扱いたいホテルを決定できる
- 新規の開拓には、決済関係の調整など労力を要する。
- 海外代理店⇄石垣ホテルのいずれかに言語対応可能な人材が必要になる。

パターンC



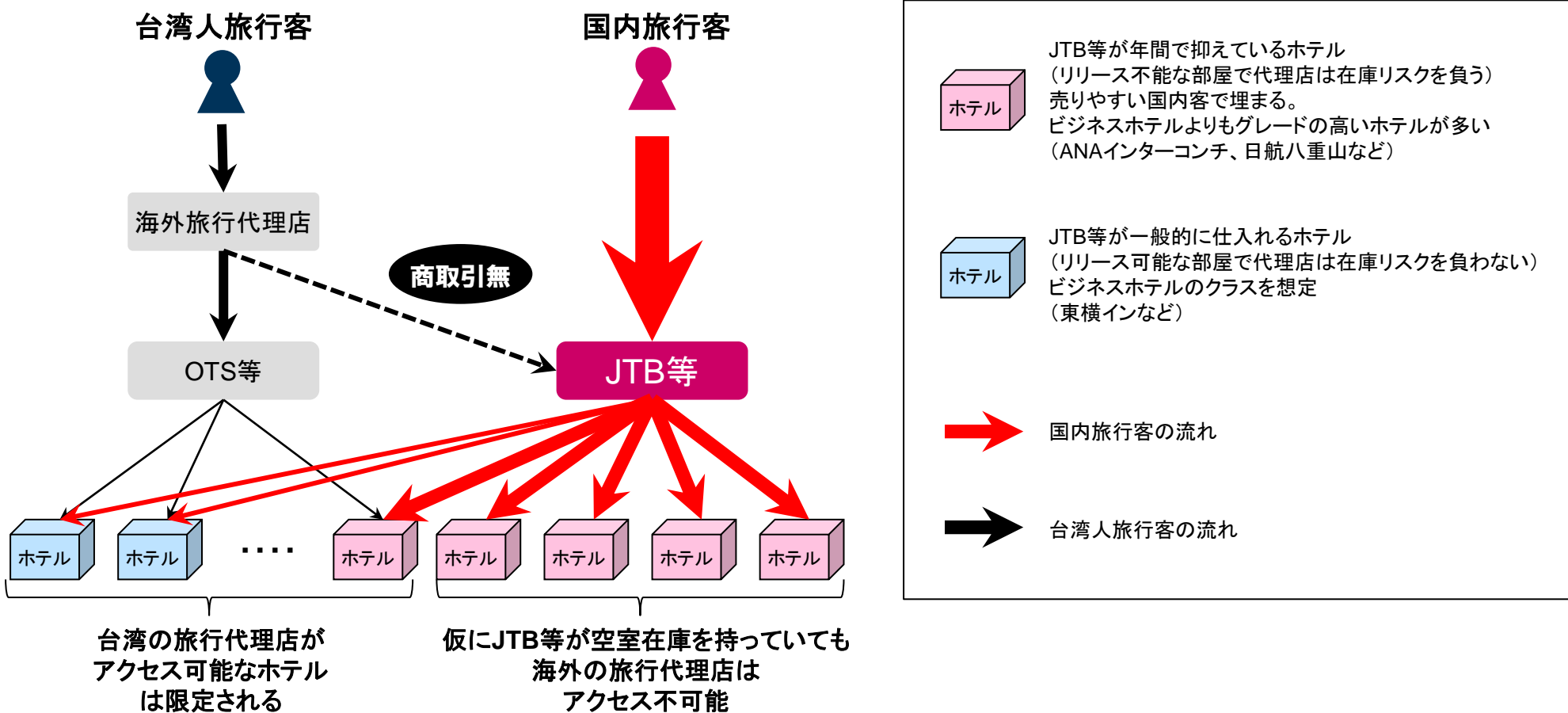
- 旅行者が直接ホテルを予約するため、Webサイトが中文対応していることが必要になる。

## ホテル手配の現状と問題①

復興航空関連の旅行代理店がアクセス可能なホテル(年間契約で押さえている部屋数)は限定的であり、日本人送客実績を背景に大量在庫を有するJTBなどとは商取引がない。

- 商取引があったとしても、国内旅行者と客室の争奪戦になるため、民宿の利活用など宿泊キャパシティの拡充は引き続き必要である。

### ホテル手配の現状

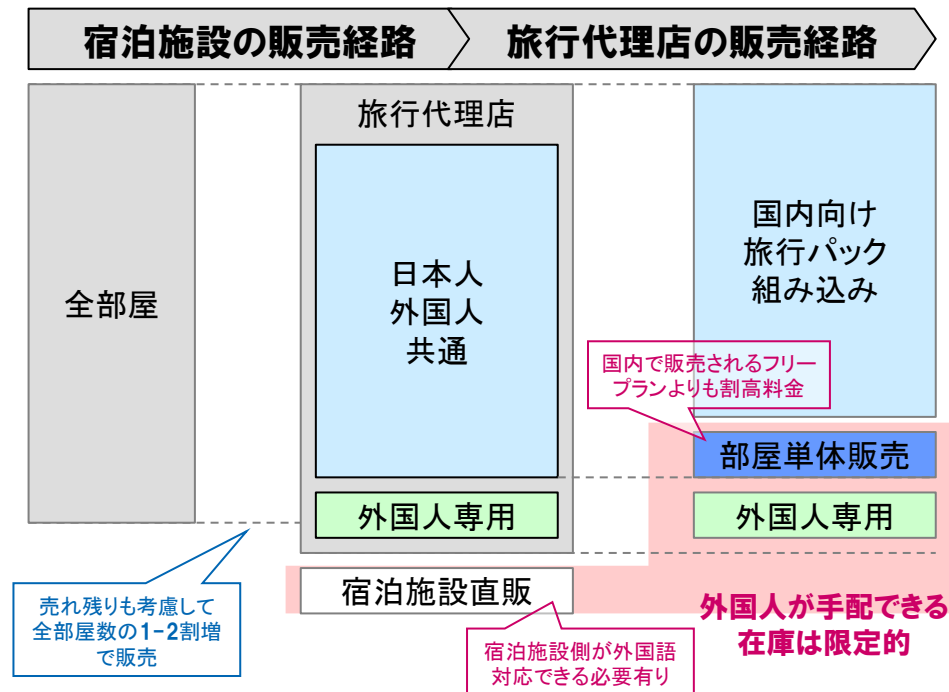


## ホテル手配の現状と問題②

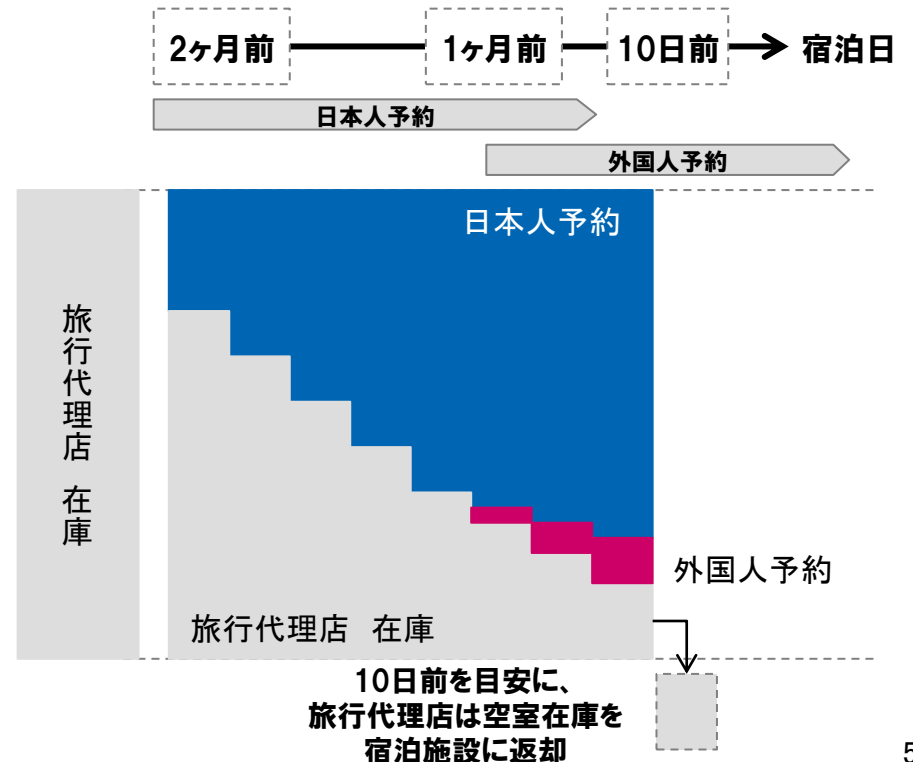
**宿泊施設は、インバウンド向けに提供する部屋を絞っている。さらに、台湾人が直前に予約しても、予約が早い日本人で売り切れているか、既に旅行代理店は在庫を返却している。**

- 市内に事業者は、オフシーズンを中心にインバウンド向けの安価な料金を提供しているが、ピークシーズンは数が少ない。また、新空港の開港で日本人需要が増えて、低料金を提示する必要性が少ない。
- 外国人旅行者も日本人向けに提供されている部屋を予約することはできるが、習慣の違いから予約タイミングが早い日本人が先に部屋を押さえるため、直前予約が多い台湾の旅行者が問い合わせたときには、在庫がない。

### 宿泊施設の販売経路



### 日本人と台湾人の予約タイミング





## 今後の課題

いずれのパターンにおいても旅行客がアクセス可能な客室数を拡大させることが必要。  
最終的には、代理店契約の制約を受けないパターンCの整備に重きをおくべき。

- パターンAでは、JTB等の客室を大量にキープし、ラインナップが豊富な代理店と海外の旅行代理店を接続させる(商取引をさせる)必要がある。

	課題	各パターンを促進させるための石垣市施策仮説	懸念点	NRI評価
<p><b>パターンA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• OTSの取扱ホテルに新しい民宿やヴィラタイプのものなどラインナップの拡充</li> <li>• JTBなどその他代理店と海外旅行代理店の接続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 台湾の旅行代理店がアクセス可能な客室数、島全体のキャパシティ管理を実施</li> <li>• JTBなど国内旅行代理店と海外旅行代理店を接続させるためのリスク低減策の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 稼働率が100%に達すると、キャパシティを広げない限り、国内客と外国人旅行客でホテルを奪い合うだけになる。</li> <li>• リスク低減策実施時に、公平性を担保できるか</li> </ul>	<p>短期的には重要なパターン。市場が立ち上がるまでに必要なパターン</p>
<p><b>パターンB</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ホテルと海外旅行代理店間の交渉標準化</li> <li>• 交渉担当者の言語問題解消</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 交渉での論点整理とテンプレート準備</li> <li>• 中文のサポーター設置</li> </ul>	<p>..</p>	<p>難易度が高く、最終ゴールでもないため、優先度低</p>
<p><b>パターンC</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Webの中文対応</li> <li>• 中文による情報発信強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Webの中文化対応支援</li> <li>• 観光協会のポータルへの掲載支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中文対応している楽天トラベルなど既存インフラに乗る方が費用対効果が良い可能性も</li> </ul>	<p>島経済の観点、自由度を勘案し、最終的に目指すべき姿</p>

## ヒアリング スケジュール(国内)

---

### ヒアリングスケジュール(国内)

実施日時	種類	訪問先	
		会社名	ヒアリング対象者(敬称略)
2013.11.20 10:30 AM	エアライン	E	省略

## 航空会社ヒアリングの結果

**エアラインによれば、石垣は夏シーズンは集客力があり、観光地からの補助金が無くとも十分に売り切れる。今後は、オフシーズンの魅力向上などに注力すべきであるとの意見。**

- 夏シーズンは、石垣＝台北路線の搭乗率も高めで推移しており、セールス面の不安を航空会社は抱えていない。ターミナル改装に伴う空港利用料の増加に関しても、大きな負担にはならない。
  - 例えば復興航空が運航している石垣＝台北路線は、飛行距離で見ると国内線と同じだが、運賃は国際線が高い傾向を示しており、石垣路線は収益性の観点でも魅力がある。台湾の旅行者からも、澎湖などの国内観光地と比較して石垣路線の運賃は高水準であることを指摘されている。
- 受入側も日本人旅行者で逼迫しているため、夏シーズンにこれ以上の送客は難しい。そんな中で、航空会社へ補助金を提示されても効果は疑問である。むしろオフシーズンの観光商品作りに注力してもらいたいと考えている。

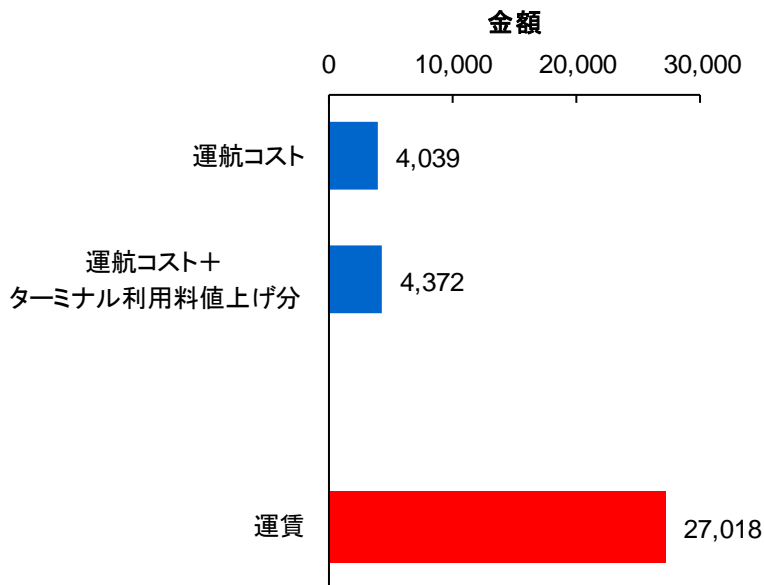
- 台北マーケットにおける石垣の認知はかなり進んでいる。
- 13年夏スケジュールで、搭乗率8割越える(ただし、分母は最大積載を勘案した自社規定により減少させた座席数に基づく)。
- 現状では受入側の容量に制約を受ける。石垣のハイシーズンは、国内旅行でもともと埋まっている。週末や海の日にはキャパシティオーバー。なので、宿泊施設が増えれば搭乗率は高まると考える。
- ただし、冬は売れないだろう。ターミナルの改装に伴い、利便性が高まるのであれば、値上げも仕方がない。その分、観光地の魅力を高めるために、冬場の観光開発などに予算を回してほしい。
- 石垣路線は収益的にもいい。日本発運賃よりも台湾発の方が高いので、夏は欠かせない路線である。

## 航空会社ヒアリングの結果

**石垣＝台北路線は近距離であり、運航コストが低い。さらに、沖縄県の補助金も出ていることから、ターミナル利用料の増額を吸収できるだけの余力がある。**

- 石垣＝台北路線は利益率が非常に高い路線である。仮に、ターミナルの拡張に伴い、利用料が1機あたり5万円上乘せされた場合も、そのコストを吸収できるだけの利潤が確保されている。
- さらに、沖縄県では、定期便・不定期便に対して多額の補助金を用意しており、すでに十分な支援が成されている。

### 石垣＝台北路線の運航コストと運賃(往復)



運航コストは、復興航空IR資料よりユニットコストを算出して、運航距離281kmより推計した。  
ターミナル利用料値上げ分は、増額幅を5万円と想定して、150人で割り戻した。  
運賃は、ヒアリングなどから往復1万円と想定した。

### 沖縄県の補助金制度(2013年)

	補助内容	補助金額(円)
定期便	1 新規就航支援	1,000万円(1社として算定)
	2 地上ハンドリング	30万円(便)
チャーター便	1 地上ハンドリング	30万円(便)
	2 チャーター便助成金	一人当たり5千円

# 中扉

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

- 1) 現状把握
- 公開情報調査
  - グループインタビュー
  - ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

### 4) 課題整理

## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料

## 基本計画の目的および位置付け

石垣市観光基本計画のうち、外国人誘客に特化した基本計画として当該基本計画を位置付ける。また、基本計画により、石垣市の目指すビジョン、ターゲット等が明確化する。

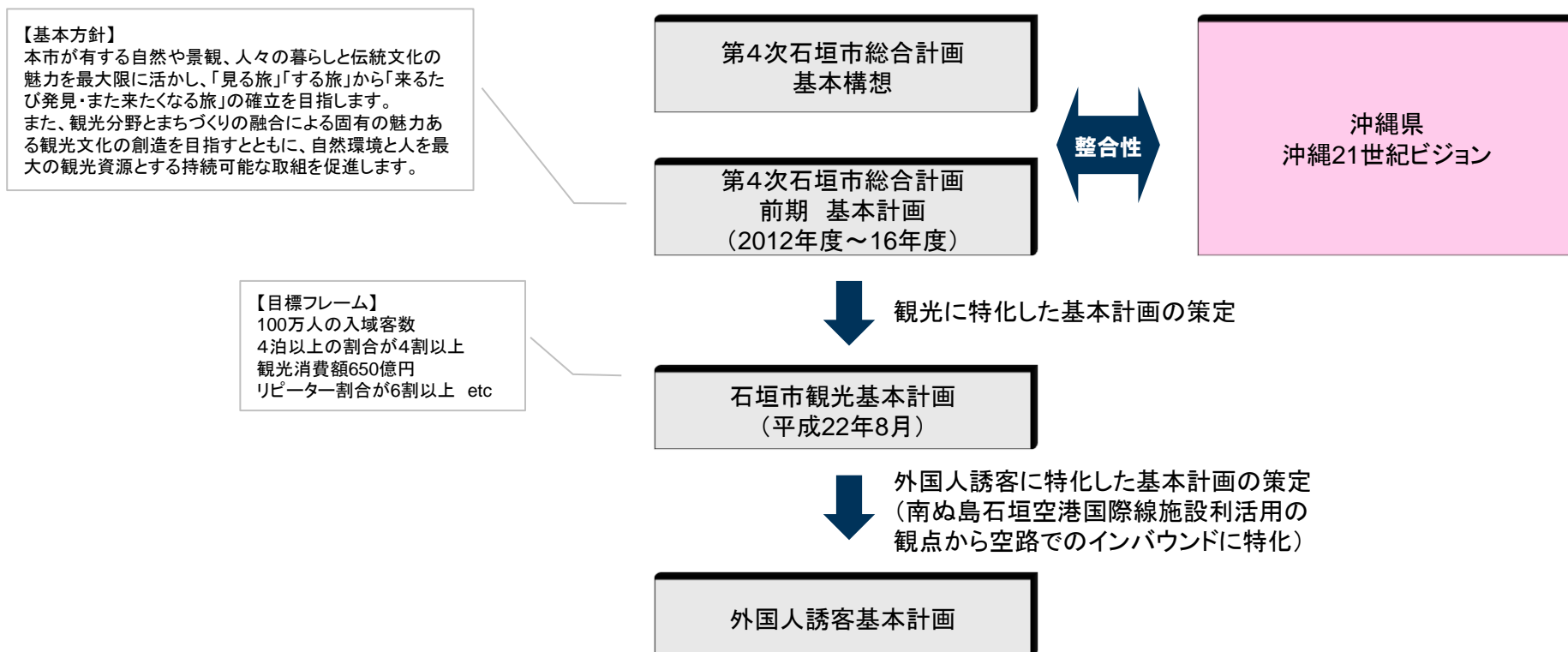
### 外国人誘客基本計画の目的

- 外国人誘客基本計画は、石垣市が外国人誘客におけるビジョン・ターゲット及び目標値を宣言することで、観光産業及び関連産業従事者が目指すべき石垣市の将来像を明確にし、もって観光立市の促進及び観光による豊かなまちづくりに資することを目的とする。

### 外国人誘客基本計画の計画期間

- 外国人誘客基本計画は、その計画期間を5年とする。
- 平成25年に国際線が定期便化するなど、石垣市のインバウンド市場はまだ黎明期であり、長期的な計画を立てるのは難しい。まずは5年後のビジョン、目標値等を定め毎年PDCAサイクルをまわすことが肝要となる。

### 外国人誘客基本計画の位置付け



## 石垣市の目指すビジョン、ターゲット

# 石垣市が目指す『八重山の自然をもとめてNature seeker/Experience seeker(自然、経験を好む人々)が来たくなる島』は、台湾マーケットと親和性の高いビジョンである。

- 平成24年度「国際定期便誘致事業 セールス&コンテンツ委員会」において、観光産業及び関連産業従事者から選定された委員達により、石垣市は、八重山の自然をもとめてNature seeker/Experience seeker(自然、経験を好む人々)が来たくなる島を目指すことで合意がなされた。
- 実際、石垣を訪れたNature seeker/Experience seekerの満足度は非常に高く、台湾マーケットの市場規模も石垣島の受入キャパシティを考えると十分な規模である。
- 団体客は、観光バスの台数等市内の受入負荷が大きいいため、当面のターゲットは、台湾のFIT Nature seeker/Experience seekerである。

### 昨年度事業(セールス&コンテンツ委員会)で定められたビジョン

八重山の自然をもとめてNature seeker/Experience seekerが来たくなる島を目指す

#### 公開情報調査

- 台湾の旅行市場は成熟しており、海外旅行の延べ人数は、2012年で1000万人を超えている。
- そのうち、訪沖観光客数は年間15万人に留まっており、まだまだ拡大の余地はある。
- 訪沖観光客数のうち、約35%の人は、沖縄の選択理由として「海」をあげており、Nature seeker/Experience seekerをターゲットとするのは合理的である。

#### グルイン結果

- 旅慣れたアクティブレジャー客、優雅なパッシブレジャー客のいずれも石垣島の自然を楽しめた人の満足度は高い。
- Nature seeker/Experience seekerは石垣の海の綺麗さに対する評価が抜群に高く、リピートも期待できる。

# 中扉

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

- 1) 現状把握
- 公開情報調査
  - グループインタビュー
  - ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

### 4) 課題整理

## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料



## 定めるべき目標値

### 石垣市民へ対外的に宣言する目標値は次の3つ。

#### ①外国人誘客数、②自然を好む人達の割合、③リピート率の目標、を掲げるべき。

- 目標値が多くなりすぎると、市民の理解と記憶が曖昧になりやすい。よって対外的に掲げる目標値としては3つ程度が妥当。
- 一方で、体內的な管理指標や目標値として、行動指標等を掲げることは有用である。

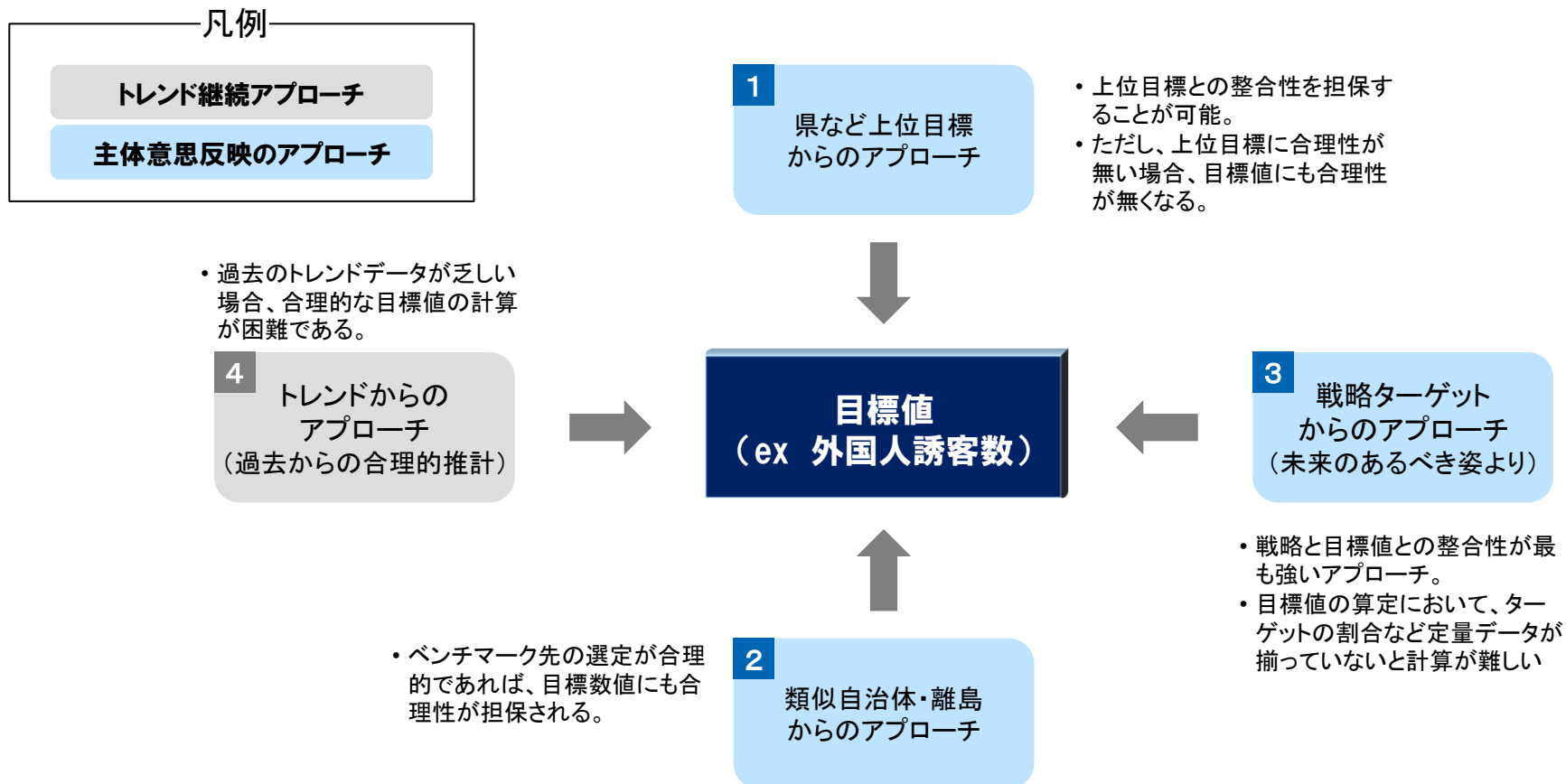
目標値候補	石垣市が目指すビジョンとの整合性評価	採用 / 不採用
外国人誘客数	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光産業及び関連産業従事者に受入体制の整備規模を示すために、規模感を把握する目標値は必須である。規模感を表すには、誘客数ベスト。</li> </ul>	採用
観光収入／消費単価	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光収入や消費単価を目標値に定めると、石垣市への経済効果が把握しやすい。一方で、観光収入等を目標に掲げると、DFSや大型ショッピングセンターの建設など、石垣市が目指すビジョンと異なる方向へミスリードする可能性があるため、今回は採用を見送った。</li> </ul>	不採用
平均滞在日数／人泊数	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾と石垣島の立地を考えると、ショートトリップとしてのニーズが必ずある。下手に平均滞在日数を追い求めると、消費単価同様、ミスリードする可能性があり、今回は採用を見送った。</li> </ul>	不採用
リピート率	<ul style="list-style-type: none"> <li>リピーターを増やすことが観光産業の安定化に繋がり、かつ経済的であるため、目指すべき目標値として定める。</li> </ul>	採用
満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲットとしていない観光客の満足度が低くても(ブランド品のショッピングなどを期待して訪れた観光客)本来的には問題ない。採用するなら、自然を好む人達の満足度を目標値として掲げることは有用である。他の直接的でわかりやすい目標値に比べると優先度が落ちるため、今回は不採用とするが、採用可否は継続検討するべきである。</li> </ul>	今後 継続検討
自然を好む人達の割合 (ビジョンとの整合性)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジョンに適合した観光客の誘致に成功しているかどうかを定量的に把握しなければ、PDCAをまわすことができない。よって、自然を好む人達の割合を目標値として掲げる。</li> <li>なお、北海道は、「体験型観光を目的として訪れた人の割合」を目標値に掲げ、ビジョンとの整合性を定量的に把握しようと試みている。</li> </ul>	採用

## 目標値(外国人誘客数)の考え方

目標値の策定方法には、下記のような4パターンが考えられる。

トレンドデータに乏しい本件の場合、1～3の主体意思反映のアプローチが望ましい。

- 本事業では、1～3の主体意思反映のアプローチによって、目標値を算定する。
- トレンド継続アプローチは、過去データが不十分であることから、本事業では不適當。



## 目標値(外国人誘客数)の考え方

**将来需要予測には、現状トレンドが継続する方向性と、石垣市の意思やコミットメントを表現する方向性に区別でき、本計画では後者のアプローチを用いる。**

	トレンド継続アプローチ	主体意思反映のアプローチ
概要	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 過去実績の動向を踏まえて、将来の成長度合いを見通す</li><li>■ 市場が成熟期の場合や、自身の活動が将来値に大きく影響しない場合に用いる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 実施主体が、自らの意思で目標水準を設定する</li><li>■ 市場が成長期してる場合や、自身の活動が将来値に大きく影響する場合に用いる</li></ul>
将来成長の予測手法	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 回帰分析により、GDPや人口などマクロ経済指標に連動して需要が増減すると考えることが一般的</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 現状リソース制約や投資スケジュール、競争条件等を踏まえて目標水準を設定</li></ul>
需要推移の仕方	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 直近実績を基準に、将来需要は連続的に推移する</li><li>■ よって将来値は、直近実績の水準と成長率により定まる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 将来目標値を基準に、年次目標を落とし込んでく</li><li>■ 直近実績の水準に将来目標値に影響しない</li></ul>

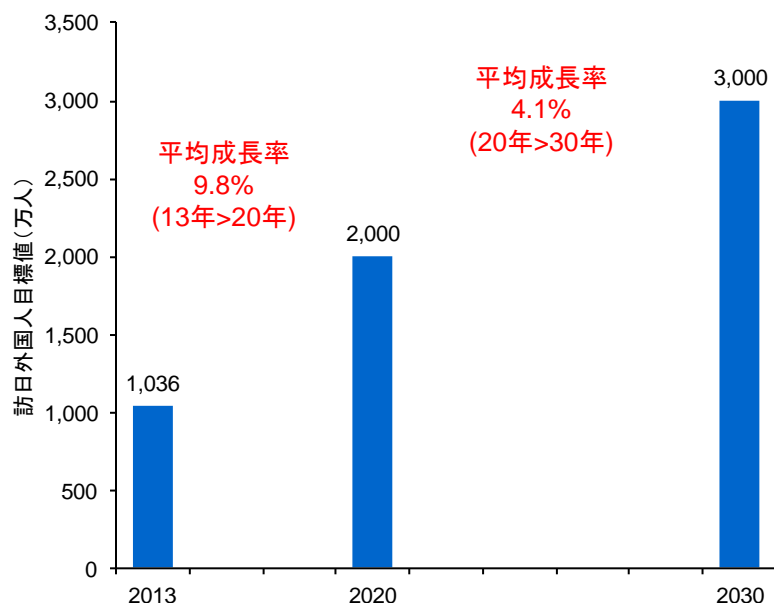
## 目標値(外国人誘客数)の考え方

## (4)トレンド継続アプローチの例

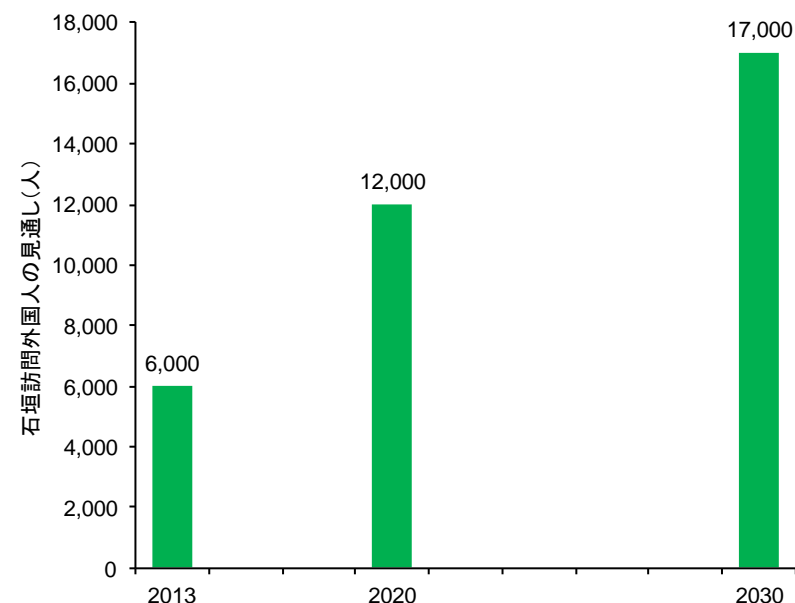
訪日外国人全体の将来成長率と直近の石垣訪問客数を基準に将来を見通すと、  
市場の黎明期から成長期で発現する急激な増加を再現することができない。

- 2013年の目標1千万に達成を受けて、安倍首相は2020年に2千万の目標を掲げている。また、内閣が掲げる日本再興戦略では2030年に3千万人を目標としており、訪日客全体の成長に合わせて石垣を訪問する外国人旅行者の増加が期待される。
- 日本全体と同率成長の場合、2030年の石垣訪問者数は1.7万となる。

## 訪日外国人の目標値



## 石垣訪問外国人の見通し



注) 2013年は実績、それ以降は目標  
出所) JNTO、内閣資料、各種報道より作成

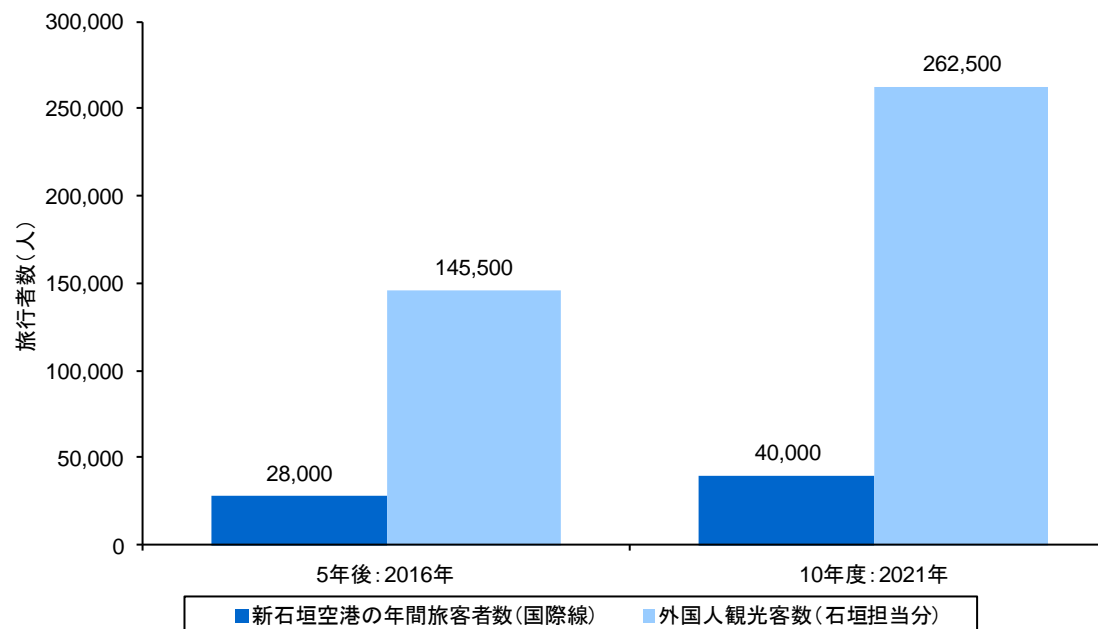
## 目標値(外国人誘客数)の考え方

## (1)県など上位目標からのアプローチ

沖縄県では、外国人誘客目標として175万人を掲げており、このうち石垣市の分担率を15%と想定すると、外国人誘客目標は**26万人が目安**となる。

- 沖縄県が策定した21世紀ビジョンでは、石垣市の外国人旅行者に関連する指標として、新石垣空港の国際線利用者数と県内入域外国人旅行者数の指標を掲げている。
- 新石垣空港国際線利用者数は10年後に4万人(降機客のみ)を目標値としてる。また、県内入域者数は空路での訪問客として175万人を掲げており、仮に石垣市の分担率を15%とすると26万人が目標準となる。
  - 海路(クルーズ)は、石垣訪問が主目的になりにくく、本誘致計画の趣旨と異なるセグメント客のため、考慮していない。

## 沖縄県が掲げる目標値(石垣担当分)



## 目標値(外国人誘客数)の考え方

## (2)類似自治体・離島からのアプローチ

外国人旅行者が多く訪れている類似のビーチリゾート型観光地と石垣を比較して、潜在需要を試算すると、将来的には**20万人弱までの成長が期待できる**。

- 近隣に当該国最大のビーチリゾート観光地がある、島であり航空路線によって観光客が訪れている、面積や住民数が石垣市と比較可能な水準であり、点を考慮して類似観光地を抽出し、将来潜在需要を試算した。
  - ハミルトン島・・・有名リゾート「ゴールドコースト」の近隣で、アクセスは国内線のみと石垣同様に国際線直行便が弱い
  - サムイ島・・・バンコクからの飛行時間がプーケットと同程度と競合しており、面積は石垣島と同程度
  - ランカウイ島・・・有名リゾート「ペナン」の近隣で、アクセスは近距離路線のみと石垣同様に国際線直行便が弱い
  - カウアイ島・・・オアフ島の近隣で、人口が6万人程度を石垣市と同程度

## 類似観光地と比較した場合の目標水準

		2012年					将来	
		ハミルトン島	サムイ島	ランカウイ島	カウアイ島	石垣島	石垣島	
面積	km2	5	252	380	1,431	229	229	
外国人旅行者数 (航空利用のみ)	人	8,134	310,087	160,379	192,703	5,653	195,000	
	人/km2	1,627	1,231	422	135	25	854	

②面積で割り戻す

①4都市の平均854人/km2

出所)各種公開情報およびMIDT(航空関連データベース)より作成

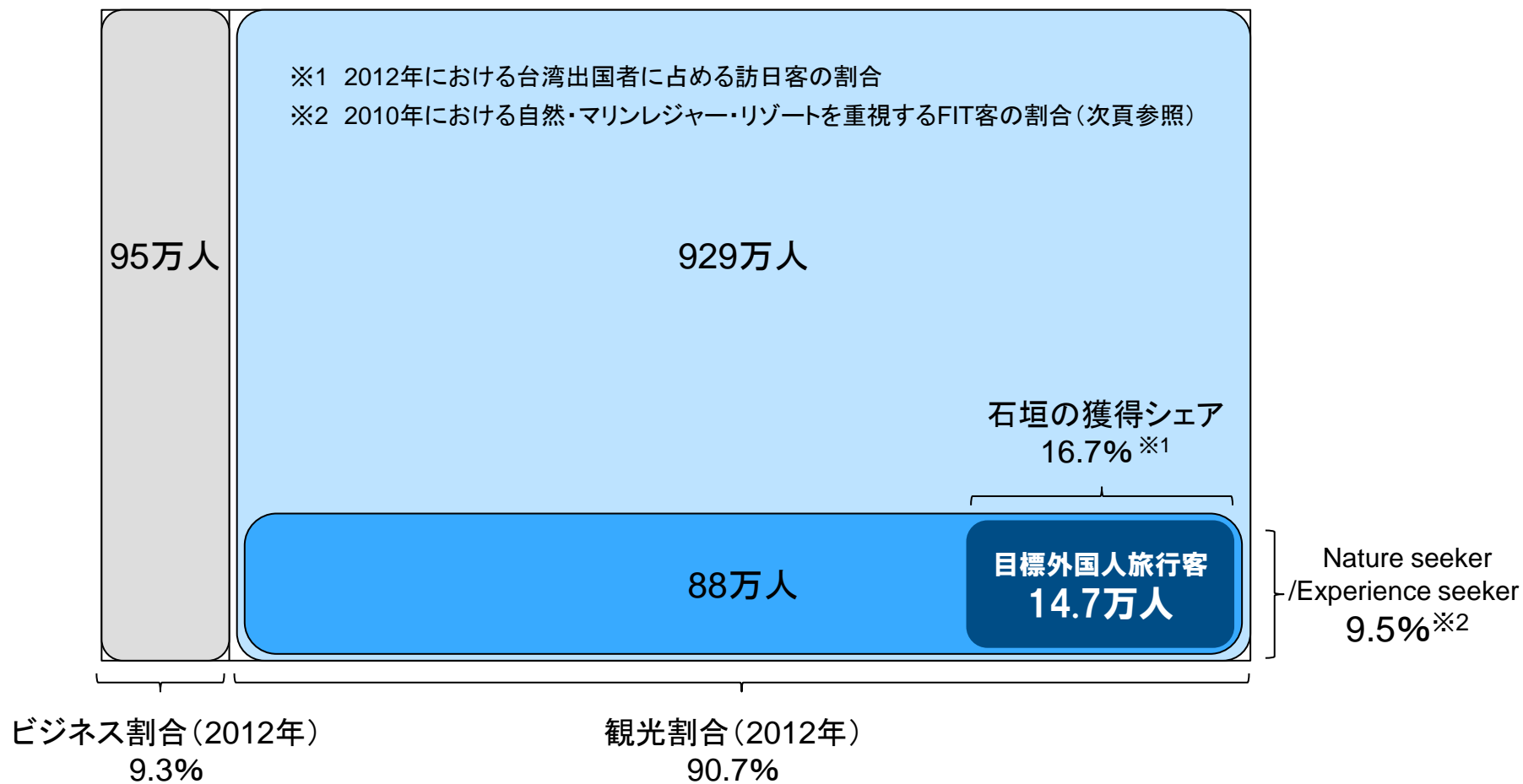
注)MIDTについては、当該の島を主目的に訪問したと想定される航空機利用者数を抽出した

目標値(外国人誘客数)の考え方

(3)戦略ターゲットからのアプローチ

“自然景観・マリンレジャー・リゾート”に価値を見出すFIT客をターゲットにした場合、  
 目標となる外国人旅行客数は、**約15万人弱と試算される。**

台湾における出国延べ人数  
 10,239,760人(2012年)



# 目標値(外国人誘客数)の考え方

## (3)戦略ターゲットからのアプローチ

### (ご参考)旅行形態×海外旅行で最も重要だったもの

		【Q.31】どちらに当てはまるか (A: 個人で自由な旅行をしたい⇔B: 団体ツアーで、便利で楽な旅行をしたい)											
		Aに当てはまる	どちらかというAに当てはまる	どちらともいえない	どちらかというBに当てはまる	Bに当てはまる	合計	Aに当てはまる	どちらかというAに当てはまる	どちらともいえない	どちらかというBに当てはまる	Bに当てはまる	合計
【Q.14】直近の海外で行った場所や体験したこと(最も重要だったもの)	歴史的建造物	9	8	9	15	7	48	1.6%	1.4%	1.6%	2.7%	1.3%	8.6%
	旅行先での食事を楽しむ	22	23	17	18	10	90	3.9%	4.1%	3.0%	3.2%	1.8%	16.1%
	伝統的な景観・旧跡	11	12	6	13	8	50	2.0%	2.1%	1.1%	2.3%	1.4%	8.9%
	ショッピング	9	17	7	12	3	48	1.6%	3.0%	1.3%	2.1%	0.5%	8.6%
	伝統文化・工芸の体験	2	1	4	1	2	10	0.4%	0.2%	0.7%	0.2%	0.4%	1.8%
	<b>自然景観を楽しむ</b>	6	13	13	15	9	56	1.1%	2.3%	2.3%	2.7%	1.6%	10.0%
	現地の生活の体験や現地の人との交流	11	10	4	13	10	48	2.0%	1.8%	0.7%	2.3%	1.8%	8.6%
	現地の流行・ファッションに触れる	2	7	1	0	0	10	0.4%	1.3%	0.2%	0.0%	0.0%	1.8%
	繁華街の見物・街歩き	6	9	1	5	3	24	1.1%	1.6%	0.2%	0.9%	0.5%	4.3%
	ゴルフ	4	0	0	0	2	6	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	1.1%
	スキー	0	3	2	0	1	6	0.0%	0.5%	0.4%	0.0%	0.2%	1.1%
	その他のスポーツ	2	0	3	0	1	6	0.4%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%	1.1%
	<b>マリレジャー</b>	3	3	0	5	0	11	0.5%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	2.0%
	テーマパーク・アミューズメントパーク	4	8	6	9	9	36	0.7%	1.4%	1.1%	1.6%	1.6%	6.4%
	温泉・リラクゼーション	6	6	5	8	6	31	1.1%	1.1%	0.9%	1.4%	1.1%	5.5%
	博物館	0	4	0	0	1	5	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.2%	0.9%
	美術館	2	0	1	0	0	3	0.4%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.5%
	産業観光(工場見学等)	4	2	1	2	2	11	0.7%	0.4%	0.2%	0.4%	0.4%	2.0%
	映画・ドラマ・小説等の舞台の訪問	1	1	1	1	0	4	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.7%
	芸術鑑賞(観劇、オーケストラ、オペラ等)	0	0	2	1	1	4	0.0%	0.0%	0.4%	0.2%	0.2%	0.7%
カジノ	3	1	1	1	1	7	0.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.3%	
<b>リゾートでのんびり</b>	8	4	3	7	6	28	1.4%	0.7%	0.5%	1.3%	1.1%	5.0%	
その他	3	6	4	4	0	17	0.5%	1.1%	0.7%	0.7%	0.0%	3.0%	
<b>合計</b>	<b>118</b>	<b>138</b>	<b>91</b>	<b>130</b>	<b>82</b>	<b>559</b>	<b>21.1%</b>	<b>24.7%</b>	<b>16.3%</b>	<b>23.3%</b>	<b>14.7%</b>	<b>100.0%</b>	

全体の9.48%  
を占める  
(=53/559)

(出所)NRI「アジア3都市における海外旅行調査結果(2010年実施)」

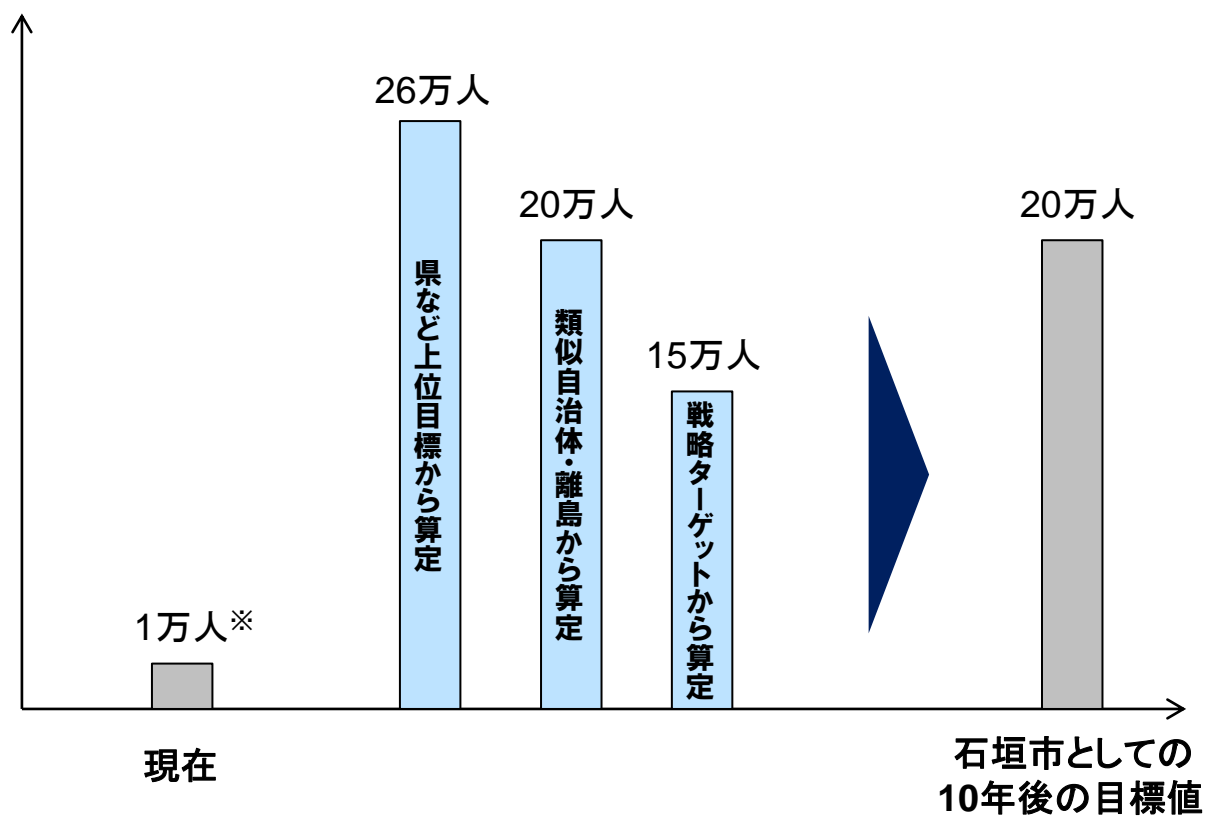


# 目標値(外国人誘客数)の考え方

## まとめ

3つのアプローチによれば、目標値は15万～26万人程度が妥当な範囲。  
中央値かつ平均値である20万人を外国人旅行客の長期的な誘客目標として定めるべき。

### 石垣市における外国人誘客の長期目標



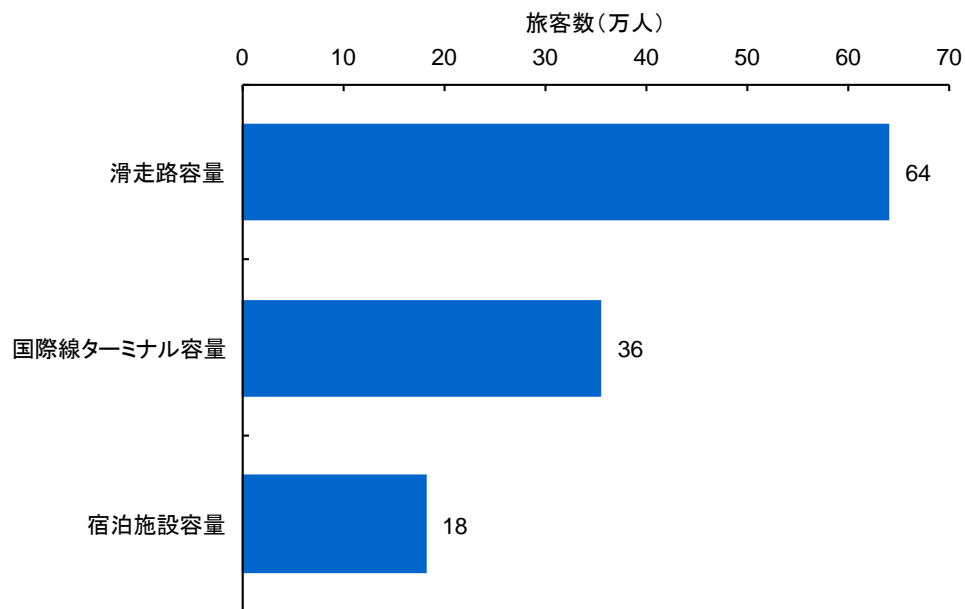
※石垣市「平成25年入域観光客推計表」チャーター便の9,450人より作成

## 目標値(外国人誘客数)と受入容量の整合性

# 空港や市内宿泊施設の容量を踏まえても、20万人の目標水準は十分に到達可能である。

- 石垣の受入容量を、国内客と海外客の分担比率を85:15と想定して、空港の滑走と及びターミナルと、宿泊施設の容量を推計した。
- 結果として、中期的に宿泊施設の容量不足は懸念されるが、大幅な乖離は見られないことから、20万人という水準は十分に目標達成が可能である。

### 石垣市内の受入容量(外国人のみ)



- 新石垣空港の滑走路容量は、着陸回数2.8万回/年\*のうち、15%を国際線が担うと想定し、150人/機で旅客数に変換した。
- 国際線ターミナル容量は、2時間に1機を処理できると想定し、営業時間13時間と365日に乗じて年間処理機数を算出し、150人/機で旅客数に変換した。
- 石垣市の宿泊施設受入可能数9,969人/日\*\*に365日を持ち、うち15%を外国人が担うと想定した。さらに、平均宿泊日数を3泊と想定して割り戻し実宿泊者数を試算した。

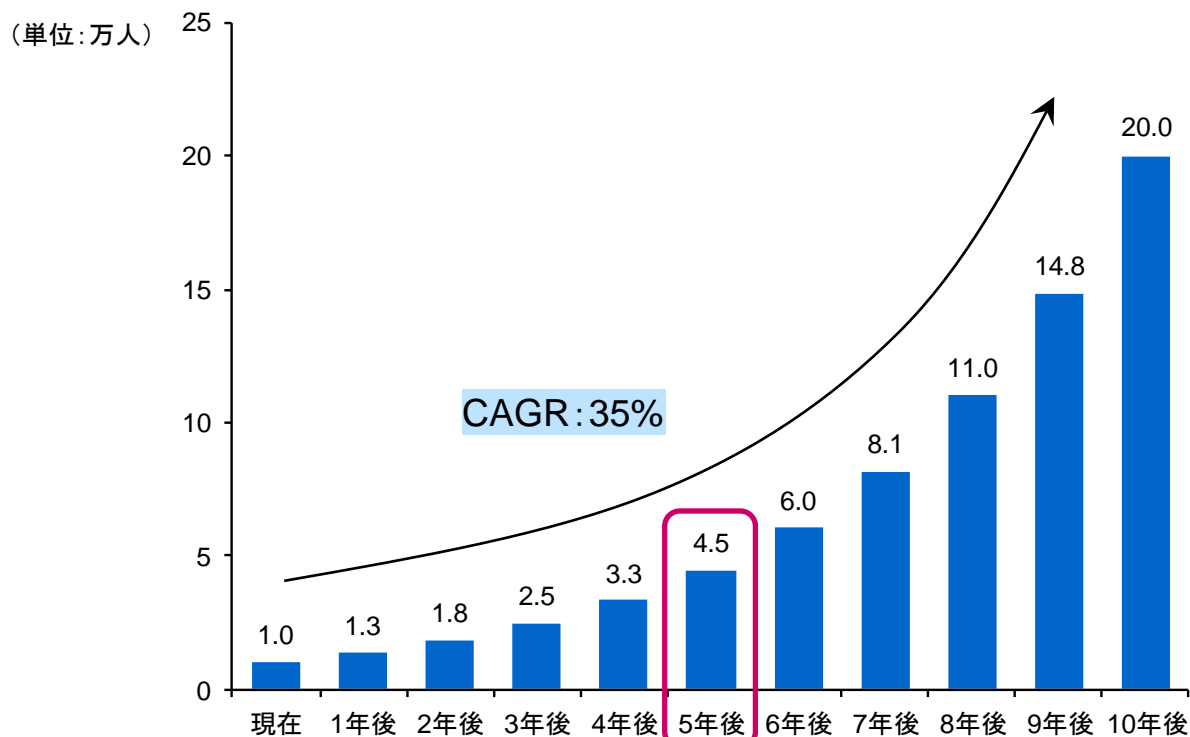
\*沖縄県資料より試算

\*\*沖縄県宿泊施設実態調査(2012年)より引用

## 外国人誘客基本計画においては、5年後の4.5万人目標値として定める。

- 4.5万人を52週で割ると、週に865人を誘客する必要がある。1便100人換算で、週に9便が必要。
- 通年平均稼働を前提とすると、4.5万人の誘客目標は、デイリー運航に加え、週2便の曜日が2日ある状態。

### 外国人誘客目標値(時系列)



5年後の目標値は4.5万人程度

「自然を好む人達の割合」の目標値として、最低限超えるべきは34.6%。  
 目標値としては、60%が妥当なライン。

- 沖縄を訪れる台湾人観光客のうち、沖縄を選んだ決め手として海を挙げた人が34.6%であり、石垣市が目標値とする「自然を好む人達の割合」として最低限クリアするべき値である。
- 沖縄を訪れる中国人観光客のうち、沖縄を選んだ決め手として海を挙げた人が60.8%程度であり、国籍別に見た中では最も高い値である。しかし、達成可能な値であることから、石垣市が目標として掲げるには最も適当である。

沖縄を選んだ決め手(複数回答可)

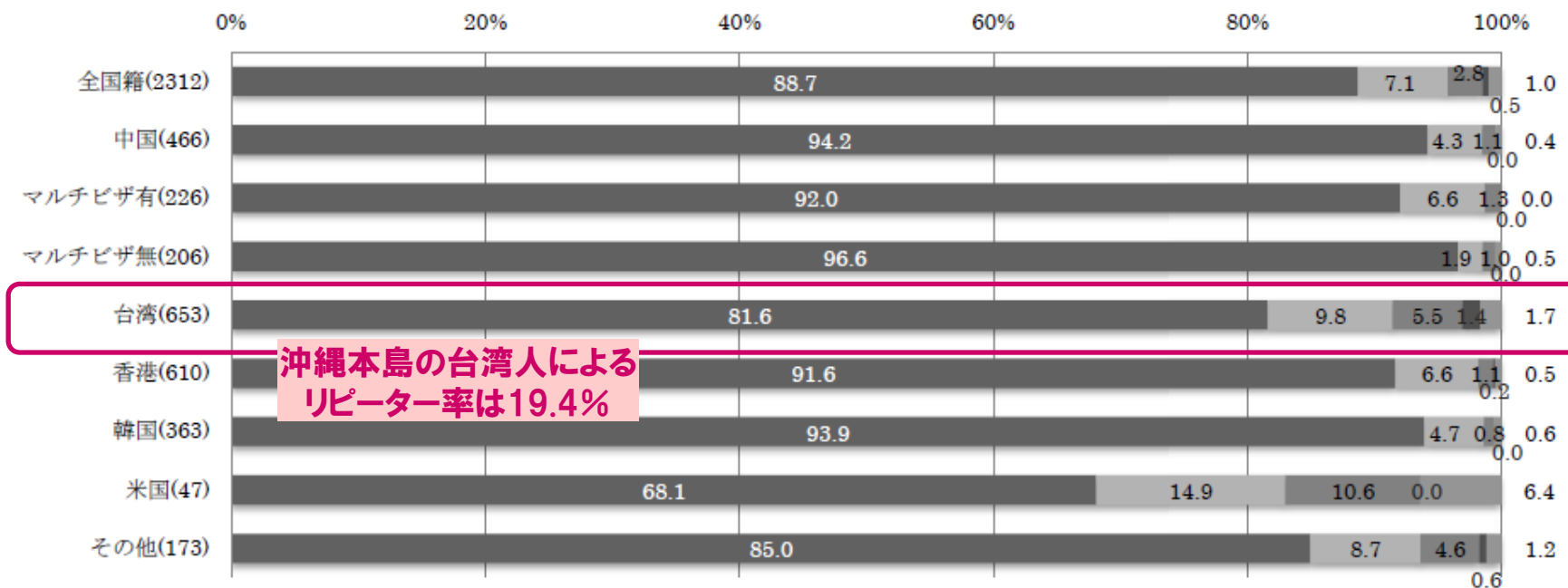
	(%)								
	全国籍 (2283)	中国 (459)	マルチビザ有 (223)	マルチビザ無 (206)	台湾 (644)	香港 (600)	韓国 (363)	米国 (47)	その他 (170)
景色	49.2	53.6	51.6	57.8	44.7	63.2	39.1	23.4	34.1
海	45.7	60.8	60.5	63.1	34.6	53.3	38.0	23.4	42.9
観光施設	28.5	12.6	11.7	13.6	29.8	39.5	30.3	10.6	28.8
沖縄料理	22.4	25.5	25.6	26.7	22.7	26.7	13.2	10.6	20.6
歴史・文化	21.6	25.3	23.3	28.2	29.5	16.3	11.3	14.9	24.7
気候・季節	15.4	12.4	13.5	11.7	12.3	15.7	25.9	10.6	13.5
交通の便利さ	11.8	3.3	4.0	2.9	16.9	10.2	20.9	2.1	4.7
目的に適合	11.3	4.4	3.1	4.4	18.5	9.2	15.4	2.1	4.1
治安・衛生	9.2	5.4	6.3	4.9	10.1	13.3	6.6	2.1	9.4
旅行日程	7.0	4.8	2.7	7.3	8.1	4.0	15.7	0.0	2.4
同行者	6.5	3.1	2.7	3.9	10.7	6.3	5.8	0.0	4.1
価格	5.9	4.4	4.9	3.4	8.5	7.0	2.2	2.1	4.7
ビザ優遇	5.7	18.7	30.0	5.8	5.4	0.8	0.0	0.0	1.8
家族友人	4.0	0.4	0.0	1.0	3.9	0.7	5.2	46.8	11.2
ビジネス	3.8	4.4	1.8	6.3	1.1	1.3	5.5	17.0	14.1
その他	3.4	2.2	1.3	2.4	3.6	2.3	3.0	6.4	9.4

※母集団は那覇空港国際線利用者

まずは本島のリピート率を上回ることを目指すことが現実的。  
石垣市が目指すべきリピート率として20%をご提案する。

- 那覇空港国際線で実施したアンケートによれば、台湾人の沖縄リピート率は19.4%であった。
  - アメリアは米軍基地関連の移動需要(家族、友人訪問含)があるため、目標値としては不適當。

### 国籍別沖縄旅行回数



※母集団是那覇空港国際線利用者  
台湾人(653)のうち、3.2%は離島訪問

■ 初め ■ 2回 ■ 3~5回 ■ 6~9回 ■ 10回以上

# 中扉

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

- 1) 現状把握
- 公開情報調査
  - グループインタビュー
  - ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

### 4) 課題整理

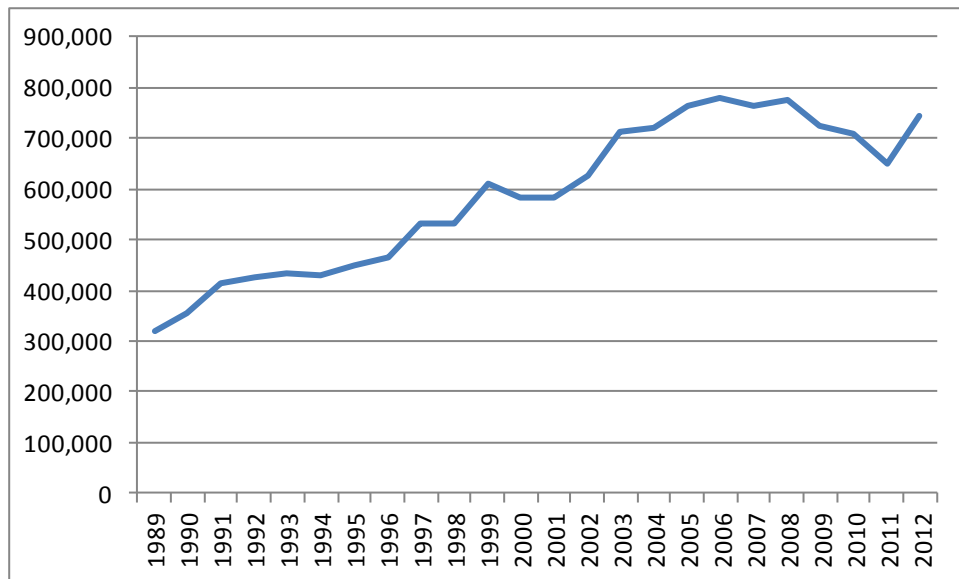
## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料

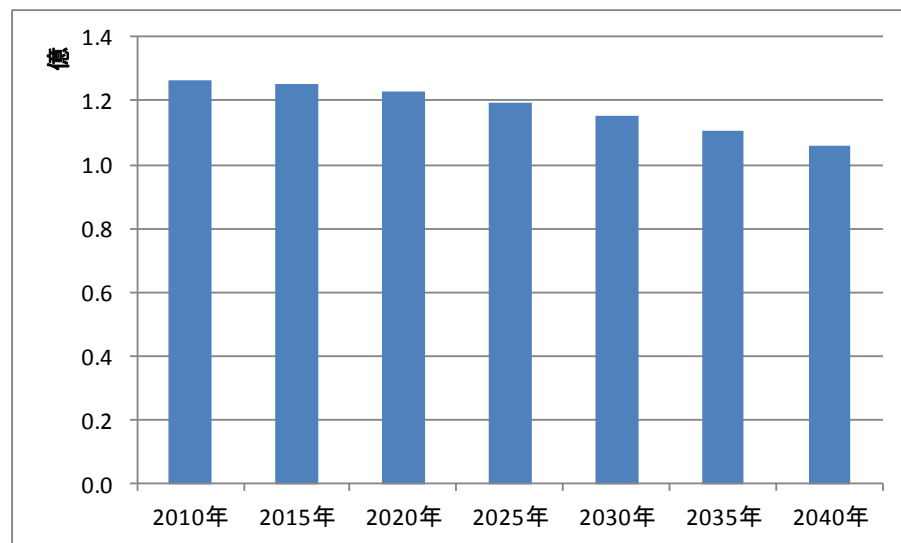
## 石垣市の観光産業は国内旅行者によって支えられているが、国内他地域の人口減少を考慮して中期的な展望を見据えると、外国人旅行者の誘客は必要不可欠となる。

- 石垣市の訪問者数は圧倒的に日本人が多い。さらに、新空港の開港により、直行便や大型便が開設され、2013年に石垣市を訪れる日本人観光客は増加した。
- しかしながら、市経済における観光産業の影響度を鑑みると、中期的に縮小する国内旅客市場に対応するため、将来を見据えた第2の柱として外国人市場の発掘に注力していく必要がある。

### 入域観光者数の推移



### 沖縄県以外の人口推移

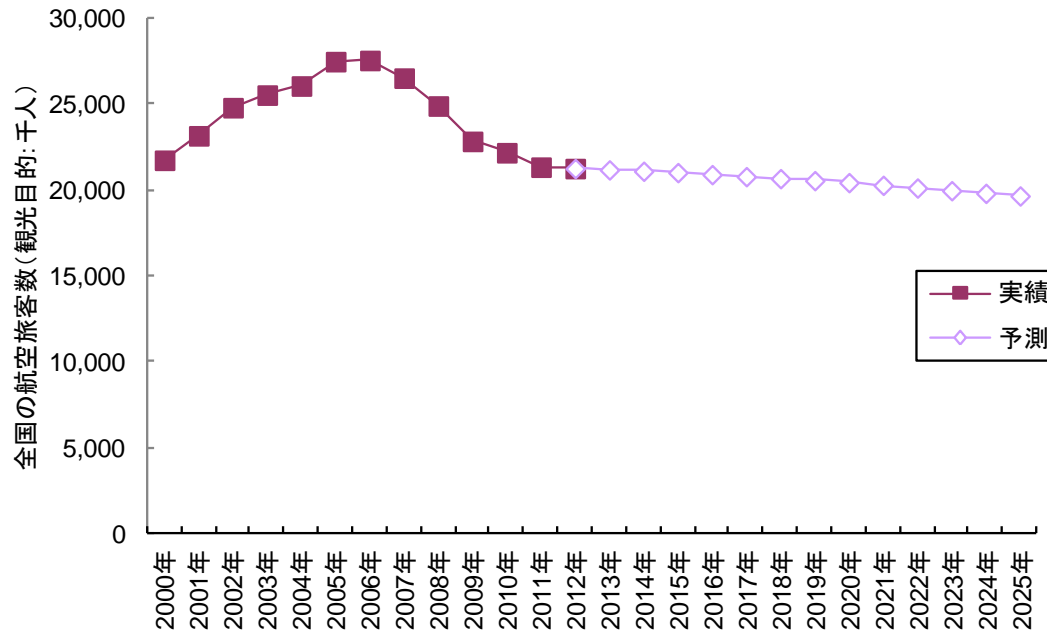


# 国内航空需要は、団塊世代の引退に伴う余暇時間の増加もあり、人口推移より減少幅は小さいものの、影響は一時的であり中期的には減少傾向で推移していく。

## ■ 将来予測の考え方

- 国立社会保障・人口問題研究所が試算した将来の年齢別人口予測を基準とする。
- 一人当たりの観光旅行回数を将来一定とした上で、人口動態を踏まえた成長率を試算する。

## 観光目的航空旅客の将来推計



0～19歳	2.92
20～39歳	2.89
40～59歳	3.23
60～79歳	3.50
80歳以上	1.00

出所) 旅行消費動向調査

注1) 観光目的航空旅客の統計は存在しないことから、旅客地域流動調査および幹線旅客流動調査より観光目的旅客数を試算

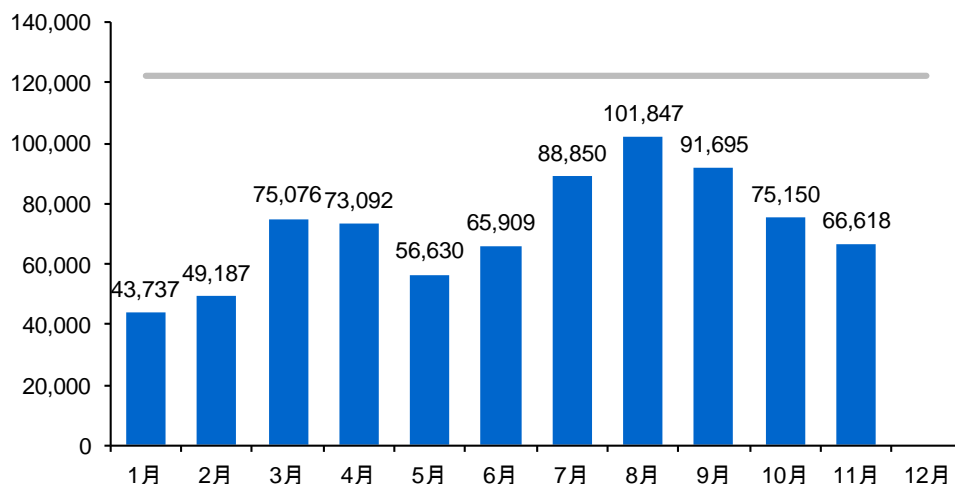
注2) 将来成長率は長距離移動客に主眼を置いた試算であり、県内客のような近距離移動客の成長は織り込まれていない



## 石垣市内の観光資源や宿泊施設は限られていることから、誘客人数を必要以上に追い求めるのではなく、石垣島の魅力に価値を見いだしてくれる旅行者の受入に注力する。

- 石垣島の宿泊施設は、夏季を中心に国内旅行者が多く訪れており、非常に高い稼働率となっている。また、観光施設の受入容量や道路・水道・ゴミ処理といった生活インフラの容量を考慮すると、石垣市という限られた地域に数多くの外国人を誘客することは困難である。
- そこで、本計画では訪日外国人の平均的ニーズ(ボリュームゾーン)を追い求めるのではなく、石垣市の「手つかずの自然」や「美しい風景」に興味・関心を抱いてくれる旅行者にターゲットを絞って活動する。
- また、海外旅行経験が乏しく、観光ガイドが同行してバスで移動する団体旅行者は、1催行あたりの訪問人数は多いものの、観光バスの台数や駐車場の確保等、市内の受入負荷が大きい。そこで本計画では、ある程度の海外旅行経験があり、自力で情報を収集し旅程を設計できる個人旅行者をターゲットにしていく。

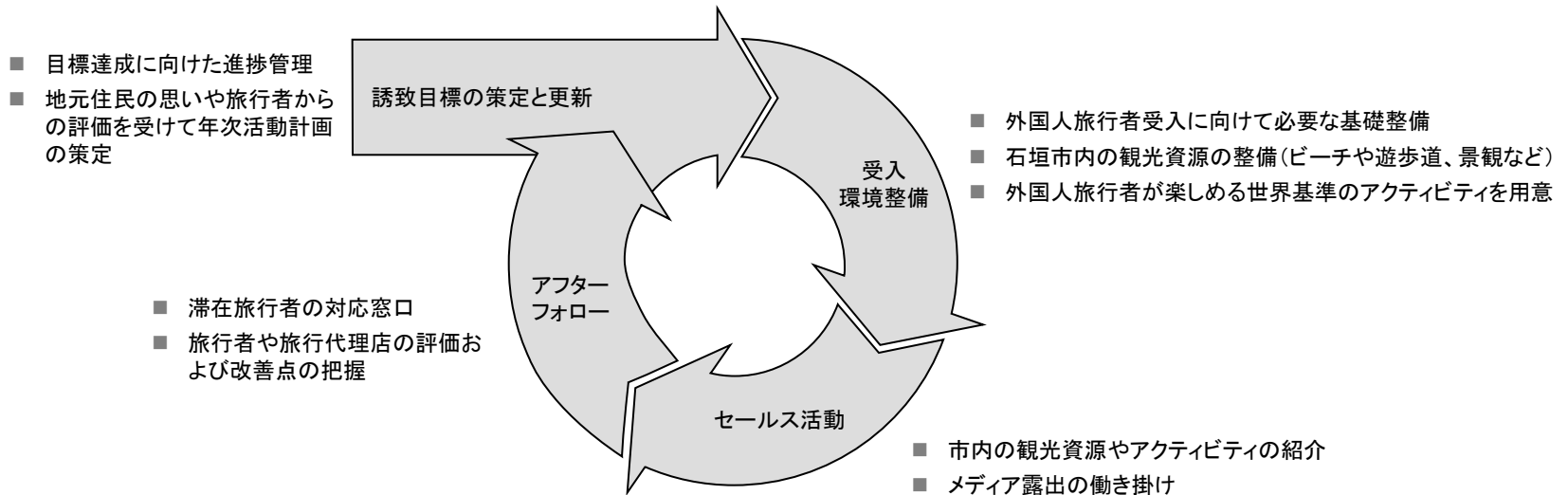
### 入域観光客数と宿泊施設容量



市内の宿泊施設容量9,874人/日に対して、平均宿泊日数2.5泊として実質人数の受入容量を試算

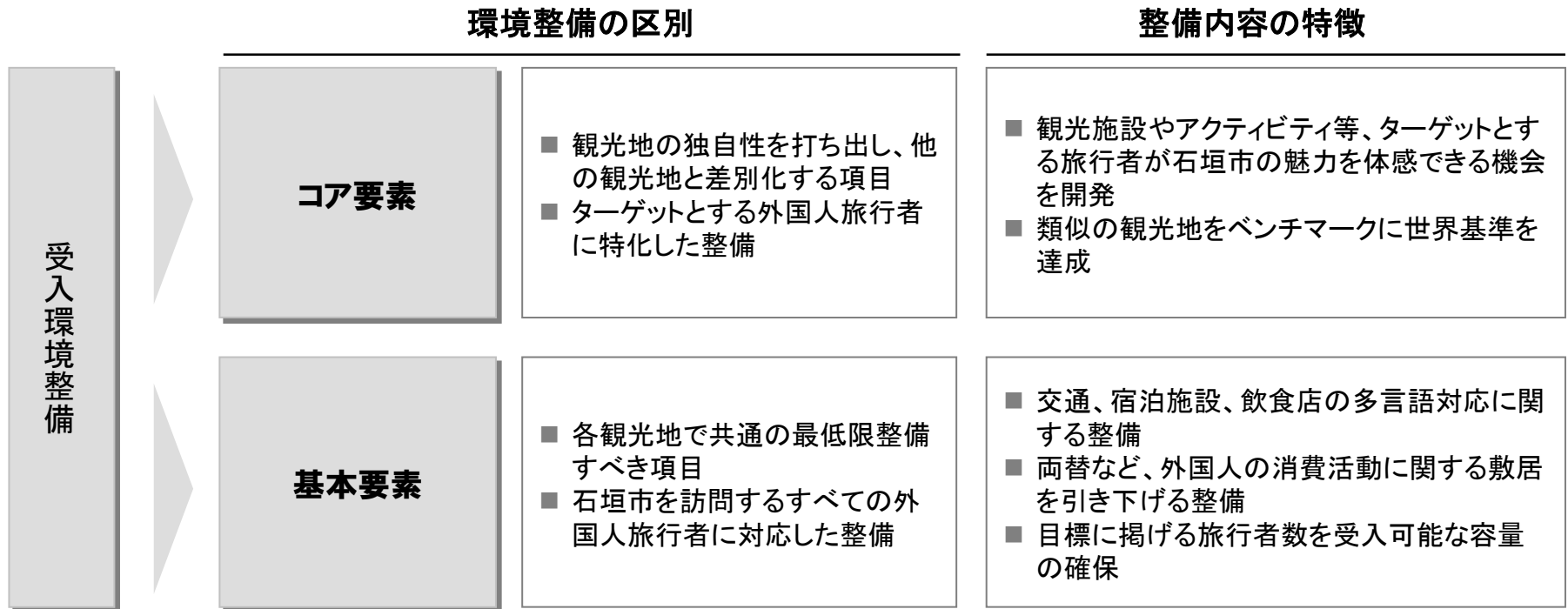
# 目標を達成するために、ターゲットとする旅行者の期待値を詳細に整理した上で、環境整備やセールス活動を一体的に展開していき、効率的な事業を今後展開していく。

- プロモーション等を展開して積極的な誘致活動を展開しても、石垣市を訪れた旅行者の満足度が低ければ、持続的な発展は困難である。そこで、外国人旅行者の受入を拡大していくためには、外国人や市内の観光資源を楽しめる環境を用意することが先決となる。
- 限られた予算を活用して効果的に環境整備を進めていくには、本計画でターゲットとしている旅行者の期待値を把握する必要があるが、その際に、外国人旅行者が認識している石垣市と同種の海外観光地との比較感を意識していく。旅行者は、年に1~2回の海外旅行先として、世界中の観光地を比較していることから、受入側も同じ目線に立って、整備を進めていく。



# 外国人旅行者が異国で感じる不安を解消すると共に、石垣の自然に関心を抱いてくれる旅行者が石垣の魅力により満喫できる環境や提供サービスを整備していく。

- 石垣市には魅力ある自然が豊富である。国内旅行者はこれらの魅力を自ら体感することが容易だが、外国人旅行者が独力で満喫することは困難である。体感機会の提供が不十分であれば、どんなに優れた観光資源も十分に活かされないため、関連開発の支援を進めていく。
- また、外国人旅行者が不安なく生活できる基礎的な環境整備にも取り組む。

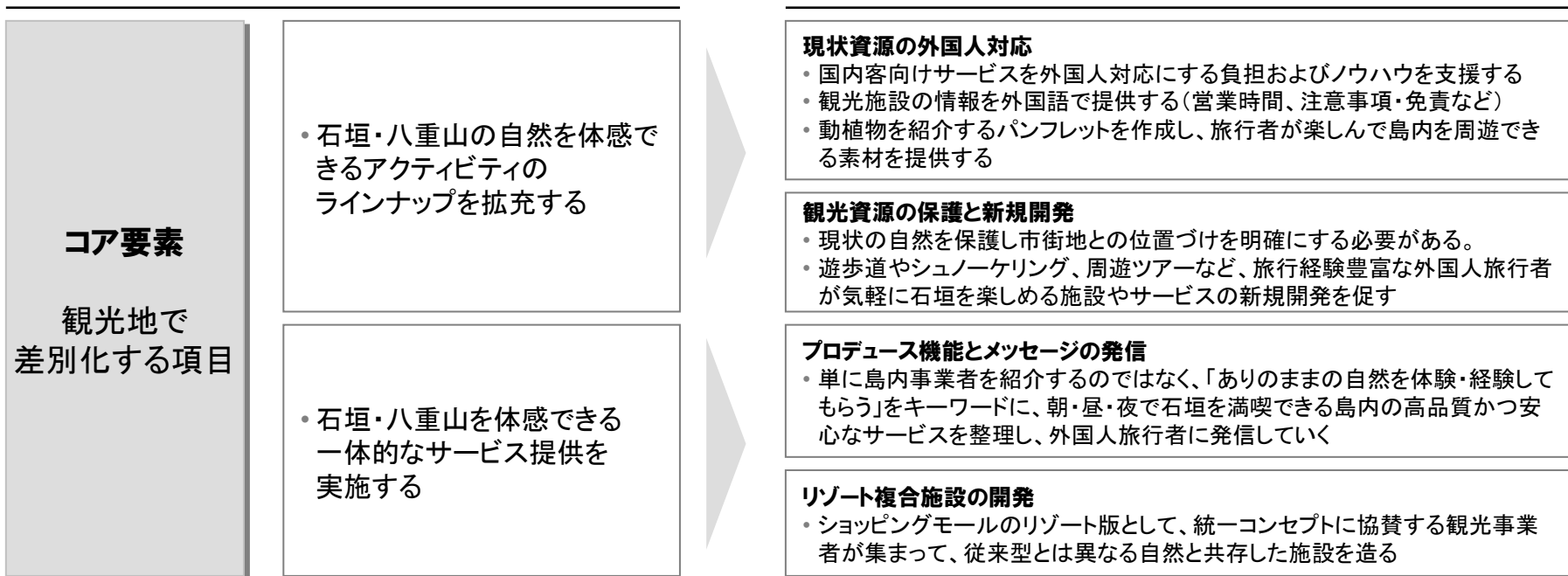


# コア要素に関しては、新石垣空港に到着して、最後に出国まで、 一貫して石垣らしさを体感できるサービスや仕掛けの開発を推進する。

- 石垣市では、海・山・食・星といった市内の観光資源を紹介するアクティビティが数多くサービス提供されている。これらを多言語対応して外国人旅行者にも門戸を広げていくことを推進していく。
- 一方で、平成25年3月に開催されたシンポジウムでは、各事業者が個別にサービスを提供するだけでは不十分であり、それらが連携しながら一体的かつシンプルなメッセージを発信していくことが重要であると提言されており、石垣市としても方策を検討する。

## 解決すべき課題

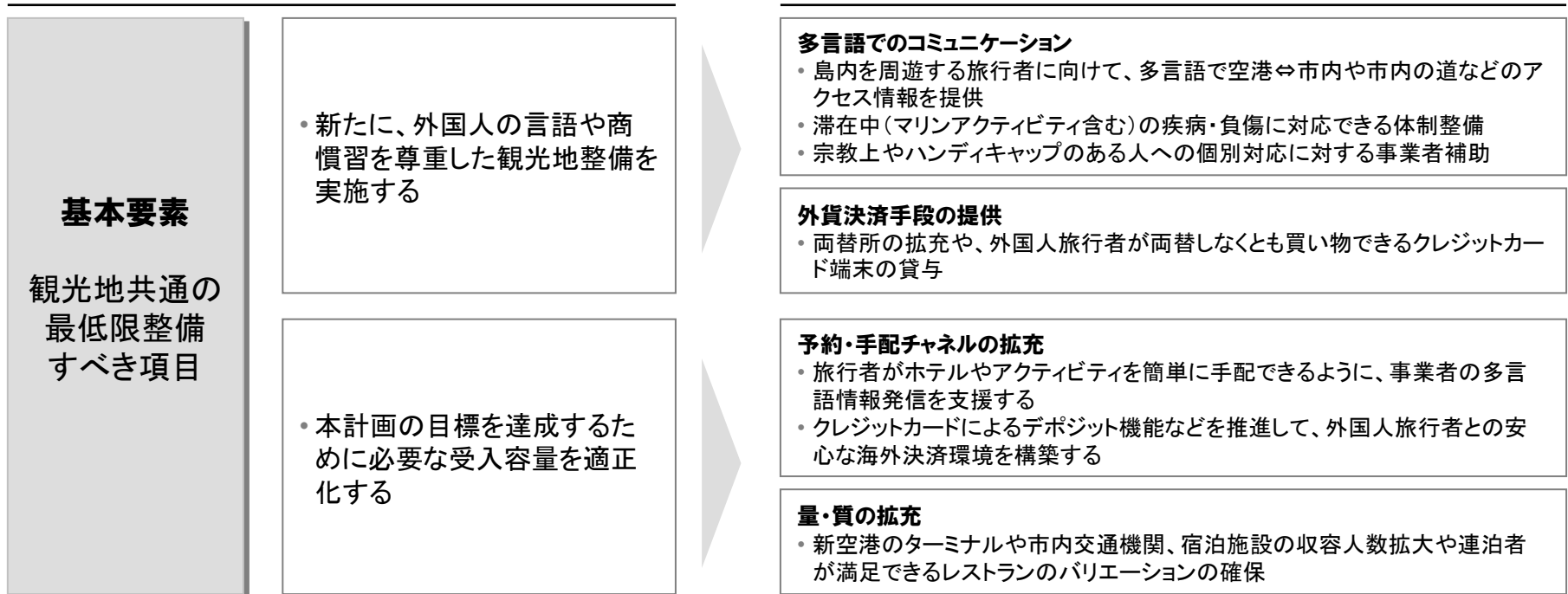
## 施策の方向性



# 基本要素に関しては、旅行経験豊富な外国人旅行者が、 出発前に旅程を組んで、旅行中は市内を周遊するために最低限必要な環境を整備する。

- 日本人が海外旅行で感じる不安を外国人も石垣を訪問する際に感じている。そこで、自身の立場を置き換えて、外国人旅行者が自由に石垣市を楽しめるための最低限の環境を整備していく。
- また、本計画で掲げている目標値を達成するために、空港や宿泊施設等の受入容量の適正化を図っていく。
- 個別事業者での対応が困難な場合は、観光協会などが主導して業界として取り組み、行政も必要に応じて支援していく。 **解決すべき課題**

## 施策の方向性



# 中扉

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

- 1) 現状把握
- 公開情報調査
  - グループインタビュー
  - ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

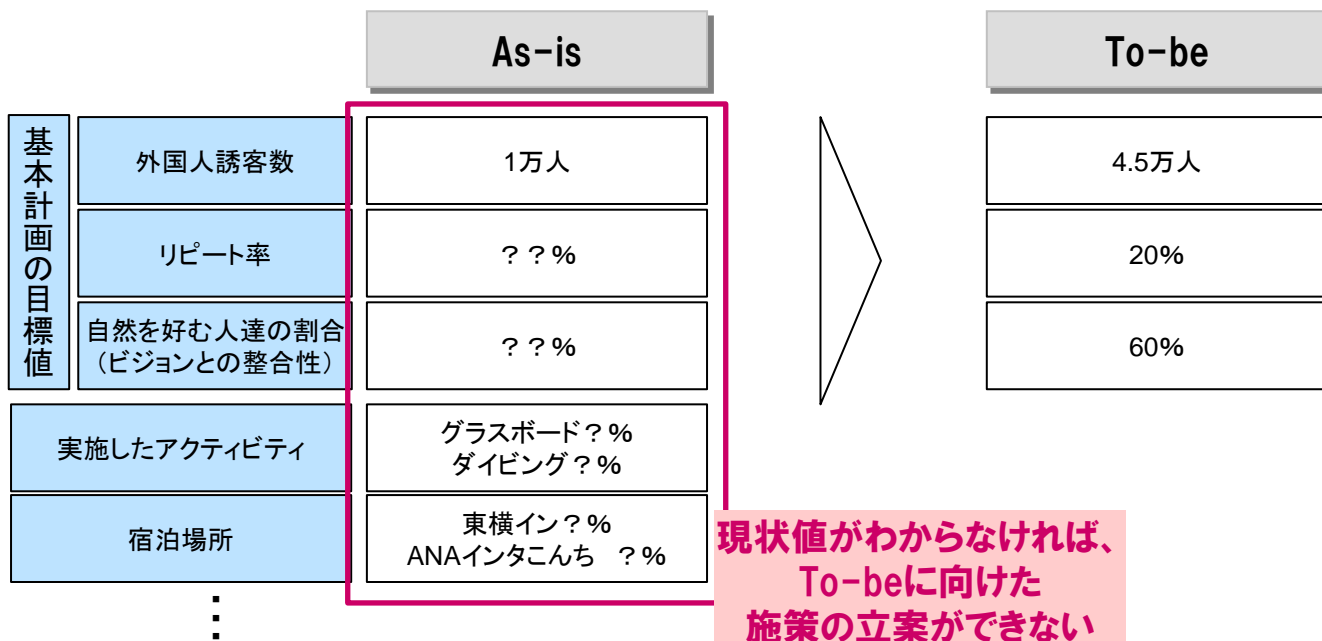
### 4) 課題整理

## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料

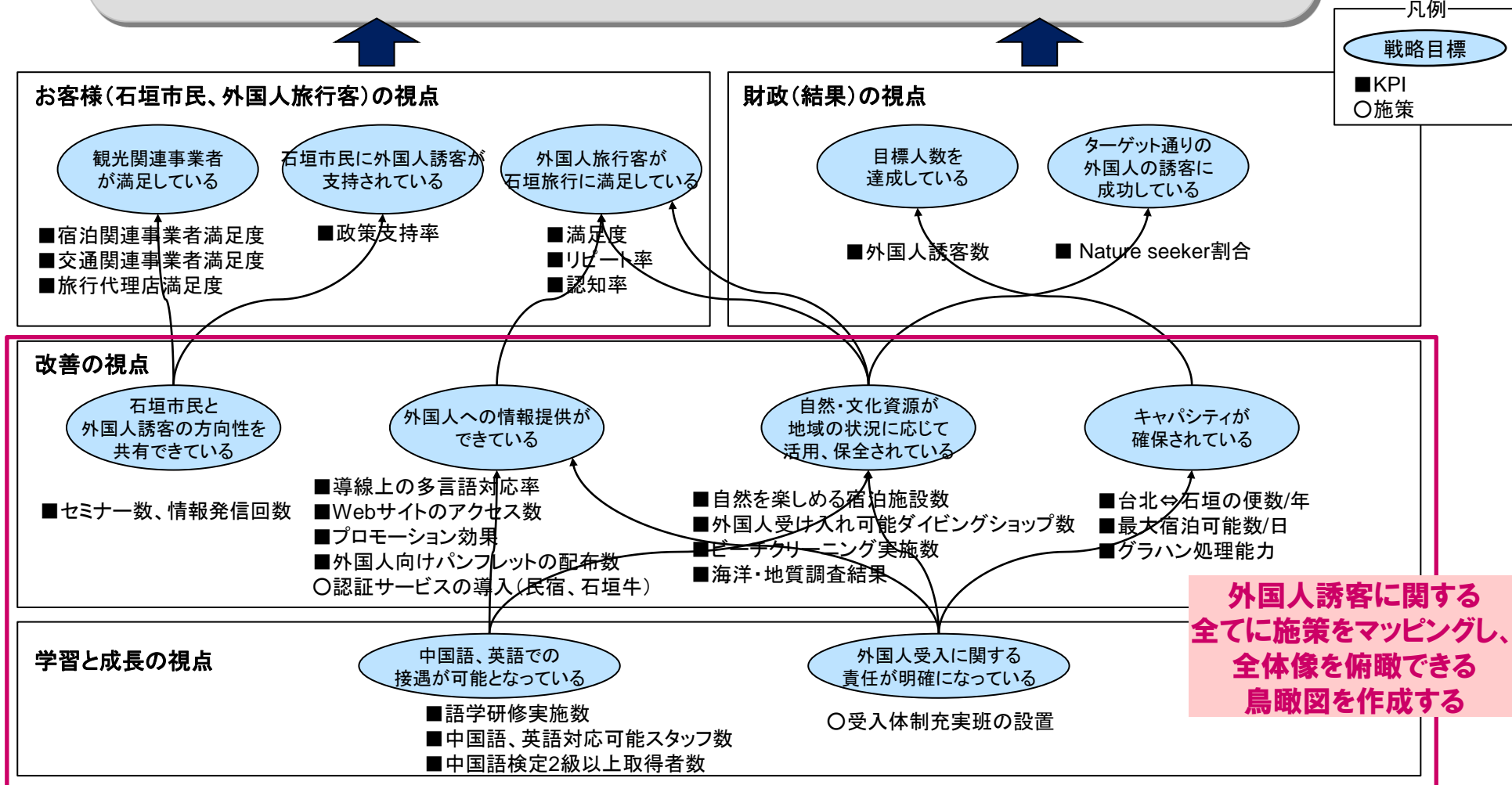
**次年度以降必ず実施すべきなのは、外国人旅行客に対するアンケート調査である。現状値(As-is)を把握し、目標値(To-be)とのGAPを認識することから全てがスタートする。**

- リポート率、自然を好む人達の割合を目標値に掲げたとしても、それを測定する仕組みがなければ、現状値を把握できず、達成度合いの検証ができない。
- 達成度を検証できないことは、効率的かつ効果的な施策を立案できないことと同義である。
- そのため、外国人アンケートは遅滞なく実施すべき施策であり、また定点アンケートとする必要があることから、早急に具体的な詰めを行う必要がある。具体的には、にどのような手法で、どの場所で、誰がアンケートを実施するかなど、実務的な落とし込みが必要である。



全体を俯瞰できる戦略マップ作成し、石垣市民および外国人旅行者の満足度を高い水準で維持しながら目標数値の管理を行うことで、バランスのとれたマネジメントが可能になる。

Nature seeker/Experience seeker(自然、経験を好む人々)が何度も来たくなる八重山を目指す



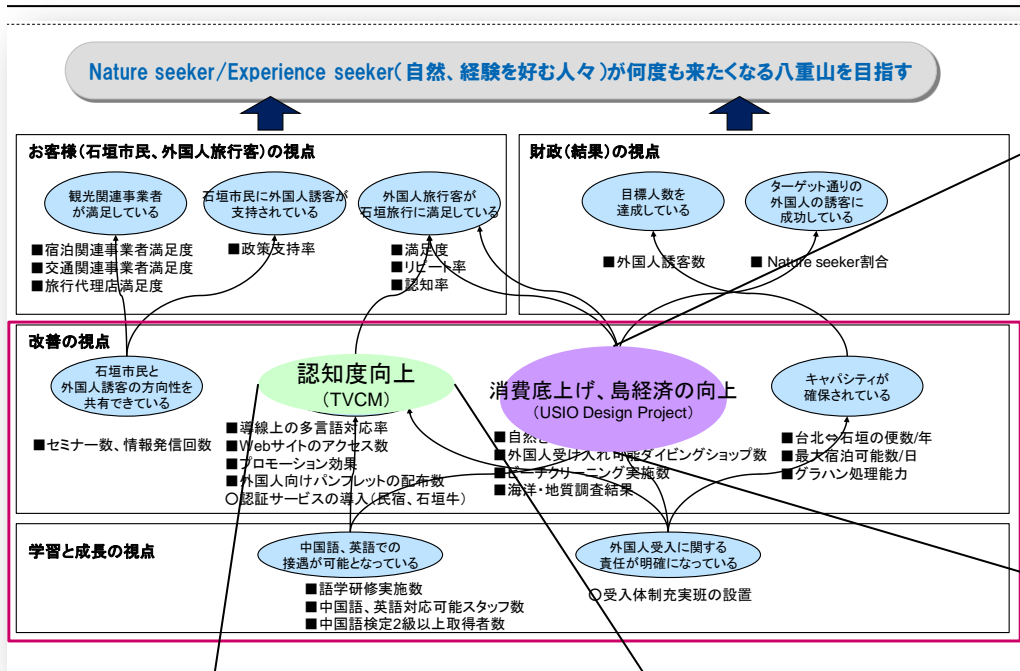


来年度実施すべき事業

②戦略マップの導入

戦略マップを導入すれば、“USIO Design Project”、“私とつながるところ”がどのような連携と役割を果たしているのかが可視化される。

石垣市 観光戦略マップ



戦略マップにプロモーションミックス(メディア、コミュニケーション、パブリシティ、セールス)をマッピングし、それぞれの効果を検証することで、全体を俯瞰しながらプロモーションミックスの最適化を検討することができる。

## 宿泊施設のキャパシティ底上げのため、民宿の活性化手法について具体的に検討し、夏のピークシーズンに外国人旅行客が宿泊可能な状態を目指す。

- 海外の旅行代理店が予約可能な宿泊施設の絶対数を増やすことが必要である。
  - 別途、日本側の旅行代理店を拡充するなどの施策は必要である。
- しかし、多数のホテルを新規で誘致することは非現実的であり、既存の資産を活性化させる方が現実的である。

### 現状の民宿活性化施策仮説

外国人旅行客向け 民宿認証支援制度	民宿ビジネス参入支援	民宿リノベーション事業
<ul style="list-style-type: none"><li>• 外国人対応として最低限備えているべき要件を石垣市で規定し、要件に合致した民宿を認証する。</li><li>• また、認証された民宿は、観光協会のホームページで詳細に紹介する、或いは石垣市のプロモーションで積極的に取り上げるなど、優遇する。</li><li>• 澎湖県では、類似の認証制度を導入し、民宿全体の活性化と品質向上を目指している。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 外国人誘客基本計画に整合するような民宿を新たにビジネスとして参入する個人または事業者を支援する。</li><li>• 具体的には、補助金などの金銭的な優遇のほか、観光協会のホームページで詳細に紹介する、或いは石垣市のプロモーションで積極的に取り上げるなど、優遇する。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 民宿をリノベーションし、外国人観光客を受け入れたいが、その方法がわからない個人、事業者に対し、リノベーションを支援する。</li><li>• 具体的な支援方法は、MUJIホームなどと民間とタイアップするなどの民活的な発想や、学生などデザイナーの卵などにリノベーションの企画および実行を任せるなど話題づくりも兼ねた宿泊施設のキャパシティ底上げが考えられる。</li></ul>

# 中扉

---

## 1. 事業背景と目的

## 2. 外国人誘客基本計画の策定

- 1) 現状把握
- 公開情報調査
  - グループインタビュー
  - ヒアリング

### 2) ビジョン方向性の策定

### 3) 目標値の策定

### 4) 課題整理

## 3. 次年度以降の動き方

## 4. 参考資料

## 参考資料

---

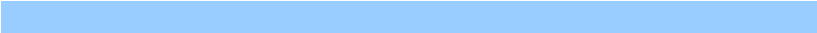
- 海外ヒアリング持参資料
  - 旅行代理店向け
  - 澎湖県向け
  
- 外国人誘客基本計画(案)

---

訪談資料

2014年1月

---



## 訪談背景與出席名單

---

### <背景>

- 2013年3月新石垣島機場正式啓用，隨著國際線航廈建設完成，吸引了包括台北來回在內的國際定期航線，對石垣島的觀光帶來了一定的助益。
- 但另一方面，新機場啓用後，日本國內觀光客人數大幅增加，這也可能造成利用國際航線來到石垣島的外國觀光客遭遇訂不到飯店客房的情形。
- 此外，台北來回的定期航線在冬天也停駛，該如何提昇冬天的Inbound與Outbound觀光需求，是石垣島推動觀光上仍須解決的一大課題。
- 因此，希望透過與在台北的旅行社之間的交流訪談，尋找解決上述課題的線索，對石垣島觀光的進一步發展有所貢獻。
- 本次訪談的出席人員有石垣市的職員、接受石垣市委託進行調查分析的野村總合研究所人員、翻譯人員共5名。

### <出席名單>

#### ■ 沖繩縣石垣市 職員

- 吉村 乘勝(Norikatsu Yoshihara) 企劃部部长
- 西銘 基恭 (Motoyasu Nishime) 觀光交流推進課

#### ■ 野村總合研究所

- 和泉 隆則(Takanori Izumi)
- 新谷 幸太郎 (Kotaro Shintani)

#### ■ 翻譯

- 黃 紘君

## ヒアリング実施の背景と参加者

---

### <背景>

- 2013年3月の南ぬ島石垣空港の開港に伴い、国際線ターミナルが整備され、台北路線の定期便化も実現するなど国際定期便の誘致は一定の成果を挙げた。
- 一方で、開港した効果として国内旅行者が急増したことにより、国際線を利用する外国人旅行者が宿泊予約を取れない状況が発生している可能性がある。
- また、定期便化した台北路線も、冬場は運休するなど、冬場のインバウンド及びアウトバウンドの需要喚起など大きな課題が残っている。
- そこで、台北の旅行代理店にヒアリングを行うことにより、上記課題解決の糸口をつかみ、石垣の観光の更なる発展に繋がたいと考えている。
- なお、ヒアリング参加者は、石垣市職員と、石垣市より分析を受託している野村総合研究所の社員、通訳者の5名を予定。

### <参加者>

- 沖縄県石垣市 職員
  - 吉村 乗勝(Norikatsu Yoshihara) 企画部部长
  - 西銘 基恭(Motoyasu Nishime) 観光交流推進課
- 野村総合研究所
  - 和泉 隆則(Takanori Izumi)
  - 新谷 幸太郎(Kotaro Shintani)
- 通訳者
  - 黄 紘君

## 訪談內容

---

### ■ 日本線的產品內容

- 尤其是針對石垣島，貴公司銷售的是哪些產品？機加酒的自由行、機加酒加觀光的套裝行程、亦或是只提供飯店預約服務？
- 石垣島產品配合的航空公司

### ■ 飯店的預約方式

- 貴公司一般所使用的是哪一種預約方式，使用GDS(Global Distribution System)、或是直接向飯店要房間？
- 那麼，預約石垣島的飯店所使用的是哪一種方式？

### ■ 貴公司可進行預約的石垣島境內飯店

- 請提供具體的飯店名稱
- 像民宿等較平價且由個人所經營的飯店，是否也能夠提供預約服務？

### ■ 有關2013年預約石垣島境內飯店的情況

- 旺季時是否能夠順利訂房？是否有碰到房間難以取得的情況？

### ■ 對石垣島的認識程度、滿意度等

- 就產品銷售上的經驗而言

### ■ 石垣島的課題

### ■ 對石垣市的期望、建言等



## ディスカッション内容

---

### ■ 訪日旅行の取扱商品

- とくに石垣について、ホテル＋航空券のみのツアー商品なのか、ホテル＋航空券＋観光のツアー商品なのか、ホテルだけの手配も可能なのかなど、どのような商品を取り扱っているか。
- 石垣商品の航空会社

### ■ ホテルの手配方法

- GDS(Global Distribution System)を利用している、個社で直接ホテルから仕入れているなど一般的なホテルの手配方法について
- 次に、石垣のホテル手配の方法について

### ■ 手配できる石垣のホテルについて

- 具体的にご教示頂きたい
- 民宿など経済的な個御陣経営のホテルの手配が可能かどうか

### ■ 2013年の石垣にあるホテル手配について

- ハイシーズンの手配が出来たかどうか。予約が取りづらかったかなど。

### ■ 石垣の認知度、満足度など

- 販売する上で

### ■ 石垣の課題

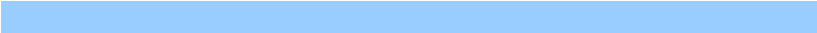
### ■ 石垣市への期待、要望など

---

訪談資料

2014年1月

---



## 訪談背景與出席名單

---

### <背景>

- 2013年3月新石垣島機場正式啓用，隨著國際線航廈建設完成，吸引了包括台北來回在內的國際定期航線，對石垣島的觀光帶來了一定的助益。
- 但另一方面，新機場啓用後，日本國內觀光客人數大幅增加，造成利用國際航線來到石垣島的外國觀光客遭遇訂不到飯店客房的情形，顯示在接納觀光客的配套措施上仍有課題尚待解決；此外，冬季因氣溫下降，遊客無法享受海上活動，導致缺乏足以刺激觀光需求的主題，也是課題之一。
- 因此，希望藉由與旅遊處的訪談交流，了解與石垣島擁有類似觀光資源的澎湖在推動觀光上的做法，藉以尋找解決上述課題的線索，對促進石垣島觀光推動有所幫助。
- 本次訪談的出席人員有石垣市的職員、接受石垣市委託進行調查分析的野村總合研究所人員、翻譯人員共5名。

### <出席名單>

- 沖繩縣石垣市 職員
  - 吉村 乘勝(Norikatsu Yoshihara)企劃部部長
  - 西銘 基恭 (Motoyasu Nishime) 觀光交流推進課
- 野村總合研究所
  - 和泉 隆則(Takanori Izumi)
  - 新谷 幸太郎 (Kotaro Shintani)
- 翻譯
  - 黃 紘君

## ヒアリング実施の背景と参加者

---

### <背景>

- 2013年3月の南ぬ島石垣空港の開港に伴い、国際線ターミナルが整備され、台北路線の定期便化も実現するなど国際定期便の誘致は一定の成果を挙げた。
- 一方で、開港した効果として国内旅行者が急増したことにより、国際線を利用する外国人旅行者が宿泊予約を取れない状況が発生するなど受け入れ態勢の整備が課題として挙げられている。また、冬場は気温が下がり海のアクティビティなどを楽しみづらいことから、冬場の需要喚起が課題となっている。
- そこで、石垣と似た観光資源を持つ澎湖を所管する澎湖縣政府文化局とのディスカッションを通じ、課題解決の糸口をつかみ、石垣の観光の更なる発展に繋げたいと考えている。
- なお、ヒアリング参加者は、石垣市職員と、石垣市より分析を受託している野村総合研究所の社員、通訳者の5名を予定。

### <参加者>

- 沖縄県石垣市 職員
  - 吉村 乗勝(Norikatsu Yoshihara) 企画部部长
  - 西銘 基恭(Motoyasu Nishime) 観光交流推進課
- 野村総合研究所
  - 和泉 隆則(Takanori Izumi)
  - 新谷 幸太郎(Kotaro Shintani)
- 通訳者
  - 黄 紘君

# 訪談內容

---

## ■ 觀光客人數的實績與目標

- 國內與國外觀光客的人數
- 現階段推動觀光的目標

## ■ 觀光推動體制

- 為達成目標，行政機關、航空公司與民間單位的分工體制
- 企劃、宣傳、拉業務、吸引航線、整體配套措施建構等分別由誰來負責？

## ■ 澎湖的目標客群與提供的價值

- 鎖定的旅遊型態為何？家庭、學生或情侶？
- 做為一個觀光地區，希望提供給遊客什麼樣的價值？

## ■ 有關整體配套措施

- SPG集團的福朋喜來登飯店（參照下一頁）的宣傳活動是否已經開始進行？
- 新旅館建設時，是否遭遇到環保派與開發派的對立？

## ■ 行政上的支援

- 具體而言，目前為止提供了什麼樣的支援內容、未來的計畫又是如何？是否針對航空公司提供補助等誘因？
- 針對外國人，是否有提供特別的支援或活動？

## ■ 冬季時刺激觀光需求的策略

- 冬天是否會面臨觀光需求減少的情況？有的話，是否採取因應的對策？

## ■ 其他課題

## ディスカッション項目

---

### ■ 入域観光客数など実績と目標

- 国内旅行者、外国人旅行者の内訳
- 現在の観光に関する目標

### ■ 誘客の体制について

- 目標を目指すにあたり、行政、空港会社、民間の役割分担
- 企画、プロモーション、営業活動、路線誘致、受入体制整備などはそれぞれ誰が行っているのか

### ■ 澎湖のターゲットや提供価値について

- 家族、学生、カップルの旅行など狙っているセグメント
- 何を提供する観光地を自在しているのか

### ■ 受入態勢体制の整備について

- SPG(次頁参照)の誘致活動を実施したのか
- その際に、環境保護派と開発推進派の対立などは無かったか

### ■ 行政の支援

- 具体的に今までどのような支援をしてきて、今後どのような支援を考えているか。航空会社向けに補助金などインセンティブを設定したことがあるか。
- 対外国人向けに、何か実施してきたことがあるか

### ■ 冬場の需要喚起策について

- 冬場に需要が低下することはあるか。ある場合は、何か対策を実施しているか。

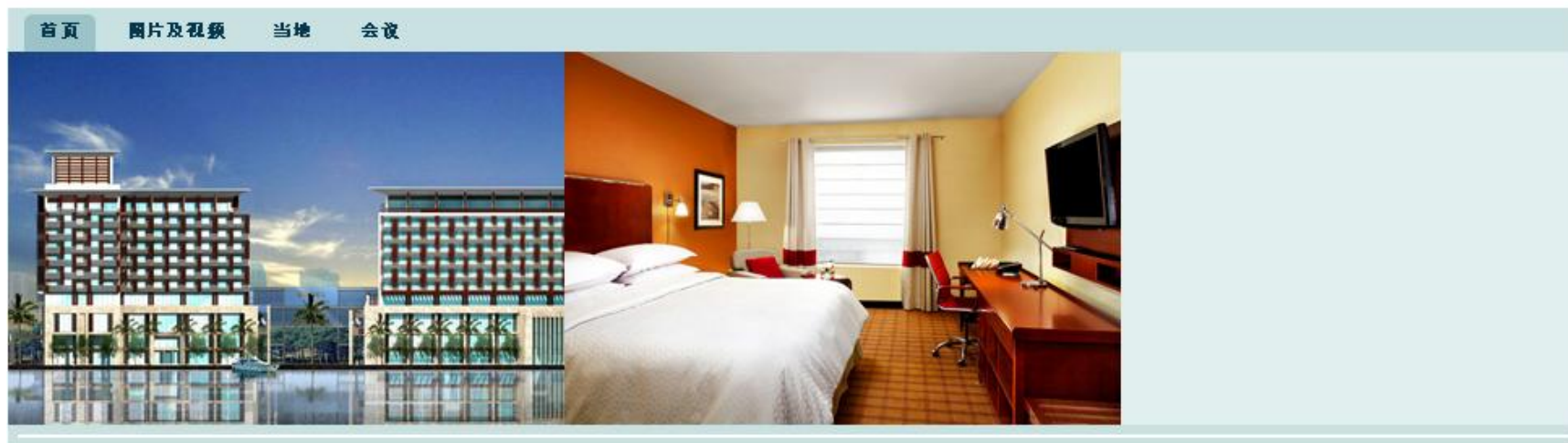
### ■ その他課題について

## (参考) SPG 澎湖福朋喜來登酒店 (フォーポイントバイシェラトン澎湖)



### 澎湖福朋喜來登酒店 - 即将开业 2015年1月1日

台湾 · 马公 · 新店路, 澎湖 · 地圖 · 电话: To be Announced · 联系我们 · 通告 · 22:29 hrs



### 首页

便利的港口地点。澎湖福朋酒店(喜來登集团管理)坐落于马公渔村区的港口旁,坐拥一切地利之便。仅需数分钟步行即可到达众多购物、餐厅和娱乐场所。无论您前来办公或是游玩,我们热情友好的员工都将竭尽所能帮助您获得轻松而愉悦的住宿体验。

丰富的休闲选择。您可在我们的标准客房中任选其一栖身其间,或尝试体验我们的行政或豪华套房,所有 269 间客房或套房内均配有舒适的特色福朋睡床。室内恒温泳池和健身俱乐部将是您放松休闲的理想去处。

诱人的美味餐饮。为何不尝试在我们的全天候餐厅或中餐厅中尽享美味,或是在大堂吧中静坐片刻,细细品尝美味的啤酒?您可尽情享受品种多样、美味难挡的各种当地或国际美食。我们还提供八间面积超过 1,500 平米的会议室和多功能厅以及一间设施齐全的商务中心,可满足您的一切商务和活动需求。



## (參考) 旅遊處政策目標



現在位置 > 首頁 > 單位簡介 > 施政目標

### 施政目標



施政目標

單位沿革

主管簡介

組織架構

業務職掌

聯絡資訊





## 南ぬ島石垣空港国際線施設における外国人誘客基本計画



# 南ぬ島石垣空港国際線施設における外国人誘客基本計画

## I 計画の基本的な考え方

### 目的

- 外国人誘客基本計画は、石垣市が外国人誘客におけるビジョン・ターゲット及び目標値を宣言することで、観光産業及び関連産業従事者が目指すべき石垣市の将来像を明確にし、もって観光立市の促進及び観光による豊かなまちづくりに資することを目的とする。

### 位置付け

- 石垣市観光基本計画(平成22年8月)と整合する形で、外国人誘客に特化した基本計画として当該基本計画を位置付ける。
- 第4次石垣市総合計画基本構想のみならず、沖縄県の沖縄21世紀ビジョンをふまえて当該計画を策定している。

### 計画期間

- 外国人誘客基本計画は、その計画期間を5年とする。
- 平成25年に国際線が定期便化するなど、石垣市のインバウンド市場はまだ黎明期であり、長期的な計画を立てるのは難しい。

## II 目指すべきビジョンおよびターゲット

### ターゲット

台湾の海外旅行市場におけるNature seeker/Experience seeker(自然、経験を好む人々)

### ビジョン

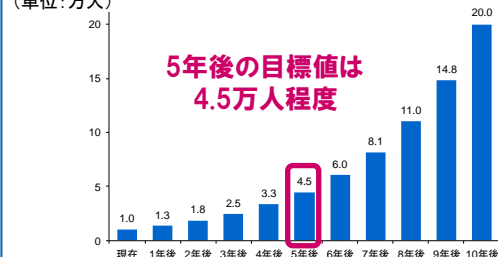
八重山の自然をもとめてNature seeker/Experience seeker(自然、経験を好む人々)が来たくなる島を目指す

## III 計画目標

### 外国人誘客数

4.5万人

(単位:万人)



5年後の目標値は  
4.5万人程度

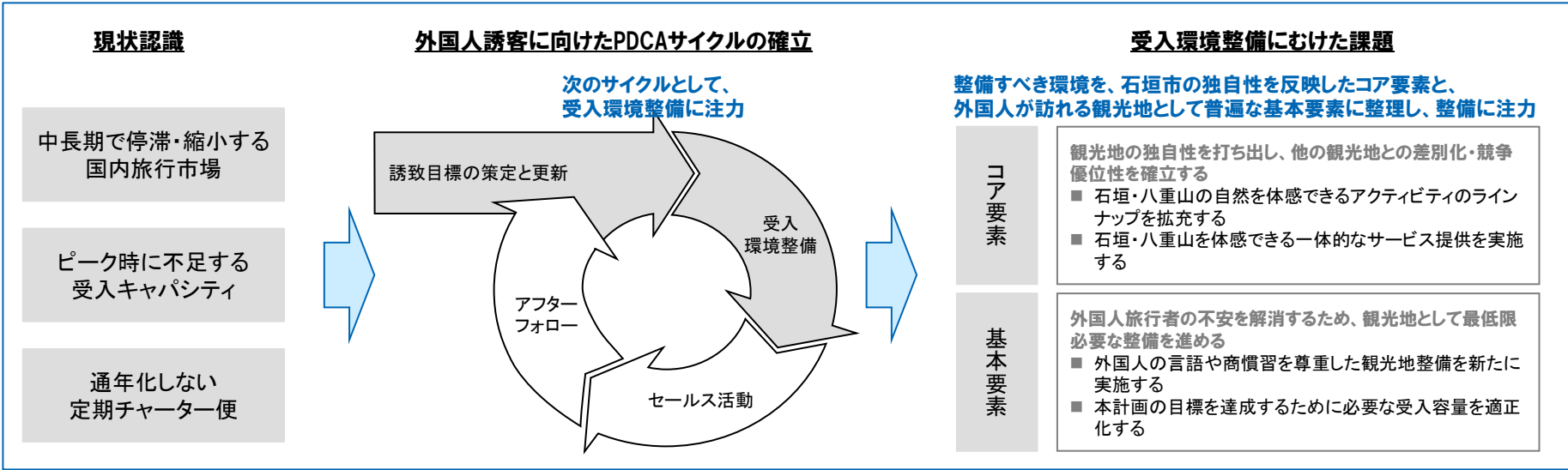
### Nature Seekerの割合 60%

石垣市が掲げるビジョンが達成されたのか、或いは現時点でどこまでビジョン達成に近づけたのか、過年度よりどの程度変化があったのかを定量的に把握するため、目標値として取り扱う。また、当該目標値を達成するための施策を講じ、PDCAサイクルを回すことが重要である。

### リピート率 20%

リピーターを増やすことが観光産業の安定化に繋がり、かつ経済的であるため、目指すべき目標値として定める。また、リピート率は満足度の運行指標でもあり、定量的に把握しておくことが望ましい。

# IV 現状の課題認識



# V 計画達成に向けた施策の方向性

コア要素	基本要素	戦略マネジメント強化
<p><b>現状資源の外国人対応</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国内客向けサービスを外国人対応にする負担およびノウハウを支援する</li> <li>観光施設の情報を外国語で提供する(営業時間、注意事項・免責など)</li> <li>動植物を紹介するパンフレットを作成し、旅行者が楽しんで島内を周遊できる素材を提供する</li> </ul>	<p><b>多言語でのコミュニケーション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>島内を周遊する旅行者に向けて、多言語で空港⇄市内や市内の道などのアクセス情報を提供</li> <li>滞在中(マリンアクティビティ含む)の疾病・負傷に対応できる体制整備</li> <li>宗教上やハンディキャップのある人への個別対応に対する事業者補助</li> </ul>	<p><b>外国人定点アンケート実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行目的、訪問回数、宿泊場所、ルート、利用したアクティビティ、困ったこと、など基本的な情報をアンケートによって入手し、PDCAの基礎となる情報を収集する。</li> </ul> <p><b>戦略マップの導入</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>外国人誘客に関する全ての施策を俯瞰可能かつそれぞれの繋がりが見れ取れる戦略マップを作成し、コミュニケーションの基礎として活用することで、部署や組織の垣根を超えた施策を効率化的に行う。</li> </ul>
<p><b>観光資源の保護と新規開発</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現状の自然を保護し市街地との位置づけを明確にする必要がある。</li> <li>遊歩道やシュノーケリング、周遊ツアーなど、旅行経験豊富な外国人旅行者が気軽に石垣を楽しむ施設やサービスの新規開発を促す</li> </ul>	<p><b>外貨決済手段の提供</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>両替所の拡充や、外国人旅行者が両替しなくとも買い物できるクレジットカード端末の貸与</li> </ul>	
<p><b>プロデュース機能とメッセージの発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>単に島内事業者を紹介するのではなく、「ありのままの自然を体験・経験してもらおう」をキーワードに、朝・昼・夜で石垣を満喫できる島内の高品質かつ安心なサービスを整理し、外国人旅行者に発信していく</li> </ul>	<p><b>予約・手配チャネルの拡充</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行者がホテルやアクティビティを簡単に手配できるように、事業者の多言語情報発信を支援する</li> <li>クレジットカードによるデポジット機能などを推進して、外国人旅行者との安心な海外決済環境を構築する</li> </ul>	
<p><b>リゾート複合施設の開発</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ショッピングモールのリゾート版として、統一コンセプトに協賛する観光事業者が集まって、従来型とは異なる自然と共存した施設を造る</li> </ul>	<p><b>量・質の拡充</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新空港のターミナルや市内交通機関、宿泊施設の収容人数拡大や連泊者が満足できるレストランのバリエーションの確保</li> </ul>	