

大阪経済記者クラブ 各位

2019年5月29日
一般財団法人関西観光本部

2018年度 関西広域周遊促進に向けたマーケティング調査結果について ～大阪市・京都市への“二極集中”の緩和、2025年「大阪・関西万博」を見据えて～

関西観光本部(理事長=松本正義関西経済連合会会長、以下当本部)では、当本部の活動指針である「関西ツーリズムグランドデザイン」で掲げた、関西全体に係るインバウンドマーケティング基礎データの整備、さらに、大阪市・京都市への“二極集中”状態を緩和し広域周遊を拡大する取組を推進していくため、それらのベースとなる調査を実施しました。

I. 調査内容

(1) 主要観光地 11 カ所での対面聴き取り調査

目的：関西広域を周遊する外国人旅行客の動態把握

対象：1,048 サンプル

調査期間：2018年11月～2019年1月

調査場所：鳥取砂丘、姫路城、うずしお観潮船のりば、天橋立、彦根城、熊野古道、伊賀忍者博物館、奈良公園、羽田空港出国ロビー、関西空港出国ロビー、JR金沢駅

(2) 欧米豪6カ国に対するWEBアンケート調査

目的：関西広域周遊促進に向けた観光コンテンツ需要及び来訪意向の把握

対象：米、加、豪、英、仏、独の3,024 サンプル

調査期間：2018年12月～2019年3月

※ その他、観光庁による統計データ、まち・ひと・しごと創生本部事務局「RESAS」データ等も含めて総合的に分析。

II. 調査結果のポイント

1. 大阪市・京都市への“ベースキャンプ型”の周遊傾向が強い

○今回の調査にて、関西における外国人旅行客の周遊パターンを調べたところ、「ベースキャンプ型」(=大阪市・京都市に宿泊して日帰りして他エリアを訪問)が41%で最も多く、次いで、「大阪市・京都市のみへの訪問」が25%と続く。両者を合わせると、66%が宿泊先として大阪市・京都市を選んでいる状況が明らかになり、日帰り客と比較して消費額の大きい宿泊客が、両市に集中していることが鮮明になった。

2. 欧米豪に人気の観光コンテンツ1位は「日本庭園」

2025年「大阪・関西万博」も関西への訪問意向の向上に効果あり

○欧米豪6カ国の訪日旅行検討層に対し、約120の観光コンテンツの中から「興味があること・体験したいこと」を調査したところ、「日本庭園」が第1位。次いで「都市散策」「寿司」「山/富士山」となっており、これらのコンテンツが欧米豪からの訪問喚起に効果が高いことが分かった。

- また、2025年「大阪・関西万博」開催に対する認知率は65.5%、万博開催を理由とした訪関西意向率は50.4%となっており、「大阪・関西万博」が欧米豪からの訪日・訪関西を促す重要なコンテンツになり得ることが明らかになった。

3. 関西観光本部の観光動画によって関西広域への周遊意向が向上

- 現時点での欧米豪6カ国の訪日旅行検討層における地名の認知率を調査したところ、「大阪」が85.0%、「京都」が79.8%、「東京」が95.0%と高い数値を示した一方、「関西」は46.4%と低調。訪問意向率についても、「大阪」が64.7%、「京都」は59.2%、「東京」は84.0%であるのに対し、「関西」は25.7%にとどまっている。
- 「関西」への訪問意向および広域周遊意向の向上を目指して当本部が制作した8K動画「The Exciting Journey, KANSAI」をWEB調査対象者に視聴させたところ、動画視聴後の訪関西意向率は視聴前に比べて約60%（視聴前：25.7%→視聴後：84.6%）増加。関西広域への周遊意向（＝「絶対に京都・大阪以外へ周遊したい」と考える層）も視聴前に比べて約12%（視聴前：34.2%→視聴後：46.5%）増加。特に、「京都・伏見稻荷大社」「和歌山・熊野那智大社」「福井・東尋坊」「鳥取・大山」「和歌山・熊野古道」等の印象が強い傾向。

Ⅲ. 調査結果の総括

- 全国的には関東・関西以外の地域への訪日外国人旅行客の延べ宿泊者数割合が拡大するなど、地方部での訪日外国人旅行客の受け入れが拡大している中、関西域内においては、大阪市・京都市の二大都市への“二極集中”状態が続いていることから、この状態を緩和し、関西広域へ周遊させることが急務。
- 当本部では、「関西ツーリズムグランドデザイン」で掲げた、「関西」＝「大阪・京都だけではない“ワクワク、ドキドキするような周遊が楽しめるエリア”」というブランディングをさらに進め、旅マエにおける訪関西意向、旅ナカにおける関西広域への周遊意向を高めることで、政府が掲げる訪日外国人旅行客数および消費額の目標達成を関西から牽引していきたい。
- 具体的には、「大阪・関西万博」のさらなる周知や、今回の調査結果で明らかになった需要の高い観光コンテンツを反映した観光動画や特集記事等を当本部のポータルサイト「The KANSAI Guide」に掲載して関西への訪問意向および周遊意向を高めること、大阪市・京都市以外のエリアへの宿泊型周遊を促す「プラスワントリップ・キャンペーン」の実施等を重点的に推進する。2019年から世界的に関西が注目される動きが続く中、この好機を最大限活用していく。

(以上)

(本発表資料のお問い合わせ先)

関西観光本部

デジタルマーケティング部 部長 桑原

調査役 大野

戦略企画部 調査役(広報担当) 壺井

電話：06-6223-5400