

116. 台湾・韓国からの訪日パッケージツアープランにみる「国際集客都市」大阪の特性に関する研究

A Study on the Characteristics of Osaka as "an International Tourist City" seen in Package Tour Plans to Japan from Taiwan and South Korea

東原由季*・木下 光**・丸茂弘幸**

Yuki Higashihara, Hikaru Kinoshita, Hiroyuki Marumo

The purpose of this paper is to clarify the characteristics of Osaka as an international tourist city through the analysis of the package tour plans to Japan from Taiwan and South Korea. For Japanese, Osaka is not so popular city as Kyoto or Kobe as a place for urban tourism in Kansai district. In contrast with that case, Osaka has the second largest share in the total numbers of foreign visitors to Japan, next to Tokyo.

Three patterns of the tours are abstracted from 12 routes of package plan which contains Osaka as a place to visit, and comparison of the tours between Taiwan and South Korea are made, and the difference of the position of USJ in their package plans are referred.

Keywords : tourism tourist to Japan package tour plan Osaka Taiwan South Korea

観光 訪日旅行者 パッケージツアープラン 大阪 台湾 韓国

1. 序論

(1) 研究の背景と目的

商工業都市として栄えてきた大阪府において、近年、観光を産業の主軸にしようという動きが見られる⁽¹⁾。というのも商工業において企業の本社機能の東京流出と、中国などへの生産拠点の海外移転による二重の空洞化がおきており、その空洞を埋める新産業として、経済波及効果の高い観光業が現在注目されている。

大阪府は、自然や名所を観光し温泉を楽しむ旅行に人気の集まる国内旅行ではあまり人気がなく、訪問率第20位となっている⁽¹⁾。しかし海外からの訪日旅行者には人気が高く、訪問率が東京に次いで第2位⁽²⁾となっている。中でもアジアからの訪日旅行者が半数を占め、彼らの行動が訪日旅行市場に大きく影響を及ぼしている。訪日外国人旅客数は、2001年には過去最高を記録した(477万人)⁽²⁾が、日本からの海外旅行者数(1622万人)と比べてもその受入数は非常に少なく、世界的にも低水準(人口比4%第38位)である。それを踏まえ現在日本では、訪日旅行者に占める割合の高いアジアをターゲットにした外客誘致運動が活発化しており、それに伴い大阪府でも、東アジアを対象とした観光客誘致計画が行われようとしている。

そこで、本研究では海外からの特に訪日外国人旅行者の約半数を占めるアジアの中から、上位二つの韓国・台湾を対象として分析を行い、現在大阪府はどのような観光都市として認識されているのかを把握することにより大阪府の観光開発における新たな視座を設け、更には今後の全国的な観光開発事業における基礎

的な事象を明確化することを目的として考察を進める。

(2) 既往研究

「観光」に関わる分野は多岐に渡り、多方面から考察がなされている。しかし本研究は一次的な利益を追求するものではなく、都市の活性化についての知識を深めるものであるという点で他分野の研究とは異なる。また、都市計画においても、「観光周遊行動のモデル化」や「観光資源の分布」、「イメージに基づく観光地選択」といったものがなされているが、どれも対象が国内旅行に限った考察となっており、訪日旅行についての考察は見当たらない。また、大阪府及び大阪府で行われている観光動向調査⁽³⁾においても、訪日旅行者に関する詳しい調査はなされておらず、訪日旅行者の視点に立って大阪府を考察する本研究は「観光立都」「国際集客都市」両大阪の基礎的資料となり得る。

(3) 研究方法

研究資料として、国際観光振興会「マーケティングマニュアル」⁽⁴⁾に掲載されている各国の旅行会社⁽³⁾のホームページより、インターネット上に掲載されているパッケージツアープラン(8月・10月⁽⁴⁾の計二回全1209プラン)を参照し、考察を行うこととする。

台湾からの訪日観光客は近年個人旅行も増えてきてはいるが、観光目的の場合は団体旅行の割合が高く⁽⁴⁾、それらは旅行代理店の販売するパッケージツアーに参加し日本を観光している。パッケージツアーはその国の趣向・人気を反映した内容となっている。そのパッケージツアーでの大阪府の位置を見れば、各国の訪日旅行者が大阪にどのような特性を見て訪問するのかと

*正会員 株式会社シーズ・スリー (C's Three Co., Ltd)

**正会員 関西大学工学部建築学科 (Kansai University)

ということが明らかになると考える。

また、昨今日本でもめざましい普及を見せるインターネットであるが、台湾・韓国のインターネット普及率は非常に高く両国とも約40%⁷⁾となっており、インターネット上のパッケージツアー情報は、各国の観光動向を考察する資料として有効であると考えられる。

2. パッケージツアープランにおける大阪府の位置

台湾は、日本に対する関心が非常に高く、台湾からの行き先は観光客に限れば日本がトップとなっている。日本観光協会台湾事務所への質問件数の多い地域は、関東、関西、北海道、九州・沖縄、東北、中部、四国、中国の順となっており、これは旅行会社の売れ筋商品とはほぼ一致している。

これに対して韓国は、日本の大衆文化が段階的に開放され、日本に対するイメージも年々肯定的になってきている。渡航先として永年首位であった日本であるが、1999年に中国にその座を明け渡した。また、韓国との歴史的なゆかりの地にも関心が高く、歴史的に繋がりの深い大阪府は他国の訪日旅行における都道府県訪問率に比べて非常に高くなっている。⁸⁾

(1) ツアールートの類型化

集計した全パッケージツアープランの内、38%が大阪府に何らかのかたちで訪問している。大阪府への訪問率に関しては両国に差はほとんどないが、若干台湾が高くなっている。大阪府についての考察を進めるにあたり、大阪府を訪れる38%のツアープランを対象とする。

ツアー日数は、両国で3~7日が主流となっている。台湾からは5~7日、韓国からは3~5日と、台湾は韓国に比べ2日ほど長く日本に滞在している。

大阪府を訪れるツアーで訪問する他の都道府県の分

布を見ると(図1)、台湾から大阪府を訪れるツアーでは訪問地が全国的に広がっているのに対し、韓国から大阪府を訪れるツアーでは九州、大阪府から東京都の間、そして東北の地域に旅行範囲がある程度限定されている。

両国からの大阪府を訪れるツアーを訪問地域ごとに分けると12種のルートに分類される(表1・図2)。また、それらを、大阪府を中心とした分類に類型化すると以下の3パターンとなる。

【近畿周遊型】

ルートでは①大阪府のみ、②大阪府周辺にあたり、近畿圏で旅行が完結するものを指す。大阪府を訪れる旅行として一般的なのがこの類型であろう。詳しくルートを見る(図3)と日本に訪れた際、大阪府以



図1 大阪府内訪問地分布図

表1 ツアープランのルート内訳

	台湾 (/312)		韓国 (/131)		合計 (/443)	
	件数	%	件数	%	件数	%
①大阪府のみ	1	0.3	0	0.0	1	0.2
②大阪府周辺	65	20.8	42	32.1	107	24.2
③大阪~愛知	38	12.2	6	4.6	44	9.9
④大阪~東京	73	23.4	24	18.3	97	21.9
⑤大阪~東北	5	1.6	21	16.0	26	5.9
⑥大阪~北海道	85	27.2	0	0.0	85	19.2
⑦大阪~四国	18	5.8	0	0.0	18	4.1
⑧大阪~中国	0	0.0	1	0.8	1	0.2
⑨大阪・中国・四国	2	0.6	1	0.8	3	0.7
⑩九州~大阪	7	2.2	26	19.8	33	7.4
⑪九州~東京	18	5.8	1	0.8	19	4.3
⑫九州~東北	0	0.0	9	6.9	9	2.0
合計	312	100.0	131	100.0	443	100.0

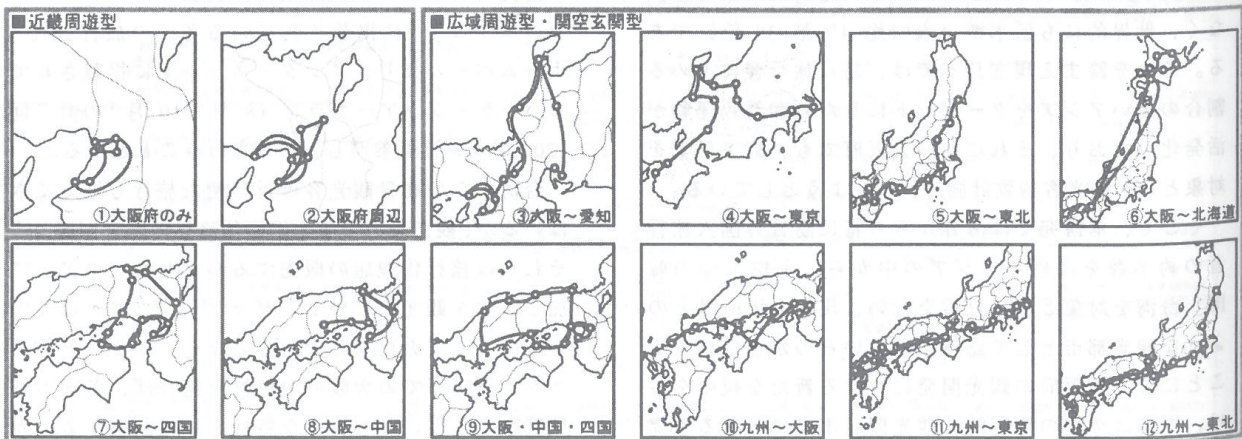


図2 ツアールートの類型化

外へは訪れないものと、他府県には宿泊せず大阪府のみで宿泊し、他県に訪問する際は大阪府からの日帰り旅行の形態をとるものと、各府県を観光しながら先々で宿泊し近畿圏一帯を満喫するパターンとなっている。台湾に関しては、大阪府・京都府・兵庫県を軸に他の近畿圏の県へ半日旅行するものが主流で、後者のルートが多い

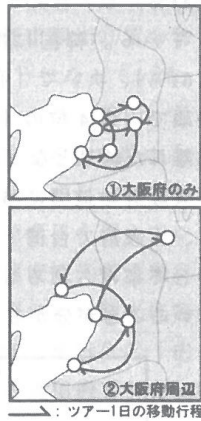


図3 近畿周遊型ルートパターン

のに対し、韓国は大阪府・京都府を軸として奈良県へ半日旅行するものが主流となっており、また、前者の方が多く、ツアー日数に占める大阪府での滞在期間の割合が多いことが分かる。

【広域周遊型】

ルートではく③～⑫にあたり、広範囲で旅行するプランを指す。「広域周遊型」に関しては、図4のように国際空港から国際空港の間に存在する都道府県を巡るパターンと、新幹線や飛行機など高速で移動できるものや、夜行フェリー・列車を利用して日本の2～3観光地域を広範囲からピックアップするパターンの2つの傾向が挙げられる。台湾に関しては前者が多く、後者は少ないものの、日本の代表都市として選ばれているという意味で、日本における大阪府の位置が高いことを示している。韓国に関しては、西日本を旅行する際は後者となっているが、大阪府より東を旅行する際は前者となっており、ルートによってパターンが決まっているようである。

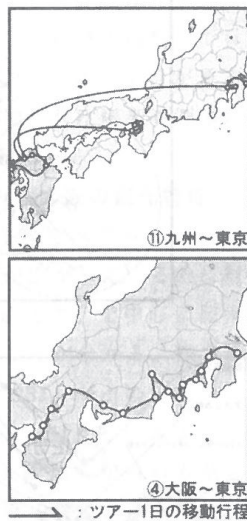


図4 広域周遊型ルートパターン

【関空玄関型】

これはルートく③～⑫のうち、大阪府内で観光を行わず、入出国のみを関西国際空港で行うかしくは

入出国する際に府内で宿泊をし、プランの足並みをそろえるものである。

全プランのうち、「広域周遊型」が最も多く、次いで「関空玄関型」、「近畿周遊型」であった。各国ともにその順位は変わらないが、「関空玄関型」の全ツアー数に占める割合が両国では大きく異なり、韓国からの旅行者は、出入口としてだけではあまり大阪府を訪れないことが分かる。

このように、両国では「近畿周遊型」といった狭域で行程が完結する大阪府のツアー日数に占める割合の多いものよりも、「広域周遊型」といった広域な行程範囲で旅行するものの方が、大阪府を訪れる割合が多い。台湾は大阪府を日本の「玄関」として利用し、広範囲を旅行する「日本の一部」としての大阪府、そして「近畿圏の一部」としての大阪府、という位置にあり、大阪府の旅行に占める割合が低いことに対し、韓国は「日本の一部」としての大阪府、そして「旅の主役」としての大阪府、そして「近畿圏の一部」としての大阪府といった位置にあり、台湾に比べ訪日旅行に占める大阪府での滞在期間の割合が高いことが分かる。

(2) ツアールートにおける大阪府

12種のルートを見ると、②大阪府周辺が最も多く(24%)、次いで④大阪～東京(21%)、⑥大阪～北海道(20%)と順に続いている。台湾からは⑥大阪～北海道が最も多く(28%)、④大阪～東京(23%)、②大阪府周辺(20%)の順となっている。韓国からは②大阪府周辺が最も多く(33%)、⑩九州～大阪(20%)、④大阪～東京⑤大阪～東北(17%)となっており、各国の趣向と大阪府を絡めた結果となっている。

(3) 観光行動による大阪府の位置

大阪府へ訪れる訪日旅行の中で行われる行動(観光行動)は「入出国」「観光」「宿泊」の3つの組み合わせと「通過」の計8通りある。それぞれに関するデータをみると(表2)、「入出国」「観光」「宿泊」の順となり、大阪府で最も多く行われている観光行動は「入

表2 観光行動の分布

	台湾 (/312)		韓国 (/131)		合計 (/443)	
	件数(重複)	%	件数(重複)	%	件数(重複)	%
入出国する	278	89.1	121	92.4	399	90.1
観光する	173	55.4	115	87.8	288	65.0
宿泊する	193	61.9	75	57.3	268	60.5
通過	0	0.0	5	3.8	5	1.1

表3 ルート類型における観光行動の分布

	台湾				韓国				合計			
	近畿周遊型	広域周遊型	関空玄関型	合計	近畿周遊型	広域周遊型	関空玄関型	合計	近畿周遊型	広域周遊型	関空玄関型	合計
入出国のみ	0	0	83	83	0	0	9	9	0	0	92	92
観光のみ	0	7	0	7	0	5	0	5	0	12	0	12
宿泊のみ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
入出国+観光	0	9	0	9	0	37	0	37	0	46	0	46
入出国+宿泊	0	0	36	36	0	0	0	0	0	0	36	36
観光+宿泊	0	7	0	7	0	0	0	0	0	7	0	7
入出国+観光+宿泊	66	104	0	170	42	33	0	75	108	137	0	245
通過	0	0	0	0	5	0	0	5	0	5	0	5
合計	66	127	119	312	42	80	9	131	108	207	128	443

られた。「滝見小路」は、「梅田スカイビル」の地下にある、大正から昭和初期の時代の浪花を模した街並みを再現した飲食店街なのだが、そこで食事をするプランは見られず、そこでは見物をして、その後回転寿司や焼肉のバイキングへと夕食に向かうようなプランである。昭和初期の浪花の風景、といえば欧米からの訪日旅行者に人気のある「法善寺横町」があるが、その名はどこにも見当たらず、今回の調査結果をもとにして推測すると、「法善寺横町」というリアルなものよりもむしろ「滝見小路」のようなテーマパーク的なものに関心が高いのではないだろうか。台湾ではテーマパークが非常に人気で、「USJ」が大阪府での観光行動を導いていたように、千葉県「東京ディズニーリゾート」や、長崎県「ハウステンボス」など、夏期には日本国内にある主要なテーマパークを巡る、というようなツアーも多くみられる。台湾からの訪日旅行者にとっては「日本＝テーマパーク」となっているのかもしれない。そうであれば、台湾からの訪日旅行者にとっては、テーマパーク的なものは非常に観光資源として有効であり、大阪府の観光特性を活かし、「大阪」をひとつの「テーマパーク」として表現していくことによって「近畿周遊型」という脇役が存在する旅行ではなく、新たなルート類型として「大阪周遊型」という大阪府観光のためだけに日本へ旅行にやってくる長期滞在型の観光地となり得る大きな可能性をもっている。

4. 結論

(1) まとめ

- ① 台湾・韓国から大阪府を訪れるパッケージツアープランは38%存在した。それらは、大阪府周辺で完結するものだけでなく旅行範囲は日本全国に広がり、ルートは12種存在した。
- ② 全ツアールート中大阪府内で観光するものは65%あり、それらは「近畿周遊型」「広域周遊型」「関空玄関型」に類型化される。うち、「広域周遊型」が最も多く、大阪府内での滞在時間の短いツアーの方が、「近畿周遊型」よりも訪問数が多いことがわかった。
- ③ 大阪府内において認知されている観光資源はほとんどが大阪市域に集中していた。
- ④ 台湾は大阪市域を「キタ・ミナミ・ヒガシ・ニシ」とし、エリアを代表する観光資源としてそれぞれの訪問先を認識しているようであるのに対し、韓国は大阪府を代表する観光資源として訪問先を選択しているようであった。

⑤ 台湾はUSJがベースとなり他の観光資源を付帯させルートが構成されているのに対し、韓国は大阪城や繁華街といった大阪の従来のイメージに沿った観光資源でルートが構成されていた。

(2) 考察

大阪府の観光事業としては、1990年代から様々な観光施設をつくり環境が整えられてきた。中でも関西国際空港やUSJは大きな成果を上げており、今回の結果でも台湾では今や大阪府を代表する観光資源となっていることが分かった。このように誘致した観光資源自体は大阪府固有の魅力として定着するものではないのかもしれない。しかし、現在それがあることによってより細かな大阪特有の観光資源が認知され、新たな大阪独特の観光資源を引き出している。日本の代表都市として大阪府は訪日外国人の訪問率歴代第2位であった。同順位ではあるが、大阪府の観光都市としての位置は、日本の代表都市という漠然としたものから、台湾にとっては大阪府というテーマパークから始まるテーマパークへ、韓国にとってはビジネス中心からゆかりのある観光地へと近年変わりつつあるのではないだろうか。

【謝辞】

本研究にご協力いただいた(財)国際観光振興会、大阪府観光連盟、大阪観光協会の皆様に感謝の意を表す。

【補注】

- (1) 現在、大阪府域では3つの観光団体(大阪府観光連盟、大阪観光協会、大阪コンベンションビューロー)が個々に観光政策を行っており、大阪府では2002年1月に「観光立都」大阪を、大阪市は「国際集客都市」大阪を宣言し、集客活動を行っている。
- (2) 大阪府は東京都(約50%)に次いで第2位(約30%)であり、これはこの調査が始まって以来変動したことがない。
- (3) 膨大な数の旅行会社の中から、日本の国際観光事業に取り組む(財)国際観光振興会の資料を用いて絞り込んだ。故に資料の絞り込みに際しての公平性は保たれていると考える。その「マーケティングマニュアル」に掲載されている台湾42社、韓国23社の計65社のうち、ホームページの存在した42社を対象とする。
- (4) ツアーデータは収集時期より1～2ヶ月分のデータとなっており今回のデータは9月～12月分となる。平均的なデータを知る為、季節によりプランの傾向の差が出難い秋を選び、考察を行った。
- (5) 観光資源の分類項目は各調査の対象によって異なり、今回は台湾韓国のパッケージツアープランからその傾向をみて12種に分類を行った。

【参考・引用文献】

- 1) 日本交通公社(2001)「観光動向2001」
- 2) 国土交通省(2002)「平成14年度版観光白書」
- 3) 大阪府商工労働部観光交流課(2002.3)「大阪府観光統計調査平成13年度版」
- 4) 大阪府経済局(1999)「大阪市の観光動向調査」
- 5) (財)国際観光振興会(2001.3)「マーケティングマニュアル」
- 6) (財)国際観光振興会(2001)「2000～2001訪日外国人旅行者調査」
- 7) インターネット協会「インターネット白書2001」
- 8) (財)国際観光振興会(2002)「アウトバウンド市場動向一覧」海外観光宣伝事務所長会議資料
- 9) 大阪府観光連盟「大阪風景」一般配付資料