

2017年12月21日

「信州の観光・インバウンド」

報告書

(2017年11月7日～12月5日調査)

| | | |
|----|-------|---|
| I | 調査の設計 | 1 |
| II | 調査の概要 | 4 |



一般社団法人 長野県世論調査協会

Tel 026-233-3616 Fax 026-233-3610

<http://www.nagano-yoron.or.jp>

I 調査の設計

◆ 調査の目的

海外から日本を訪れる外国人旅行者（インバウンド）が、2016年に2403万人と初めて2000万人を超えた。政府は2020年に4000万人の目標を掲げている。長野県内の外国人延べ宿泊者数も前年比19.8%増の113万人で過去最多となり、都道府県別で12位となった（観光庁公表）。

長野県の交流人口拡大、活性化には外国人旅行者の増加がカギとなる。一方外国人旅行者急増により、マナーなどの問題点も指摘されるようになった。観光立県信州の発展のため外国人受け入れに必要なことは何か、県民は実情をどう捉えているのか。18歳以上の県民840人を対象に、インバウンドへの意識を探った。

◆ 調査の設計

| | |
|-----------|--|
| ▽調査対象 | 長野県内に住む18～79歳以下の男女840人 |
| ▽抽出方法 | 層化三段無作為抽出法。対象の各市町村の選挙人名簿から無作為抽出 |
| ▽調査方法 | 郵送（一部ファクス・インターネット回収） |
| ▽調査時期 | 2017年11月7日調査票発送～12月5日回収締め切り |
| ▽調査地点 | 19市5町9村の計33市町村 |
| ▽有効回収数（率） | 511人（回収率60.8%＝男性247人 女性264人） |
| ▽回収内訳 | 郵送 434（84.9%） ファクス 33（6.5%） インターネット 44（8.6%） |

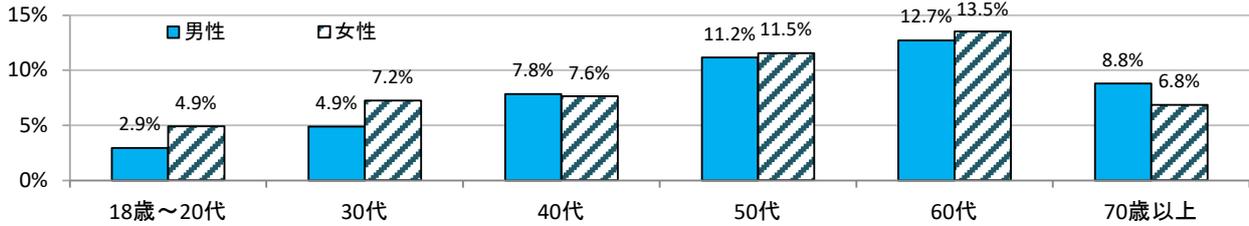
<注>報告書のパーセント数字は小数点第2位を四捨五入。合計が100にならない場合がある。

本文中の数字は原則小数点以下第1位を四捨五入して表記した。詳細数字や合算で必要な場合は、小数点以下第1位まで示した。

回収サンプルの内訳

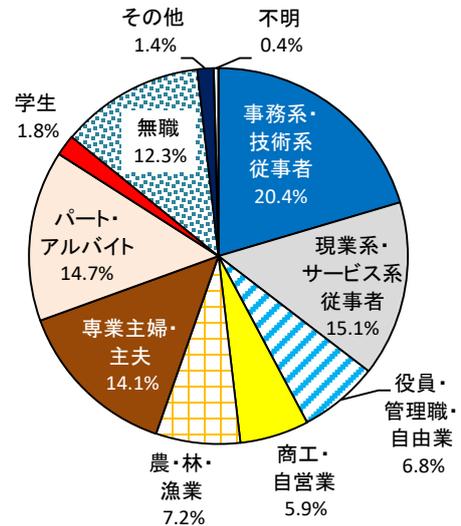
【性別×年代】

| | 合計 | 18歳～20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70歳以上 |
|----|--------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 全体 | 511 | 40 | 62 | 79 | 116 | 134 | 80 |
| | 100.0% | 7.8% | 12.1% | 15.5% | 22.7% | 26.2% | 15.7% |
| 男性 | 247 | 15 | 25 | 40 | 57 | 65 | 45 |
| | 48.3% | 2.9% | 4.9% | 7.8% | 11.2% | 12.7% | 8.8% |
| 女性 | 264 | 25 | 37 | 39 | 59 | 69 | 35 |
| | 51.7% | 4.9% | 7.2% | 7.6% | 11.5% | 13.5% | 6.8% |



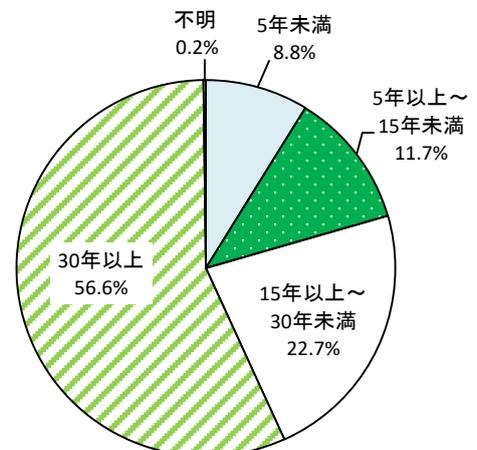
【職業】

| | | |
|--------------|-----|-------|
| 事務系・技術系従事者 | 104 | 20.4% |
| 現業系・サービス系従事者 | 77 | 15.1% |
| 役員・管理職・自由業 | 35 | 6.8% |
| 商工・自営業 | 30 | 5.9% |
| 農・林・漁業 | 37 | 7.2% |
| 専業主婦・主夫 | 72 | 14.1% |
| パート・アルバイト | 75 | 14.7% |
| 学生 | 9 | 1.8% |
| 無職 | 63 | 12.3% |
| その他 | 7 | 1.4% |
| 不明 | 2 | 0.4% |



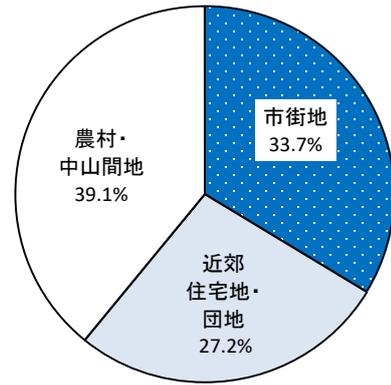
【居住年数】

| | | |
|-------------|-----|-------|
| 5年未満 | 45 | 8.8% |
| 5年以上～15年未満 | 60 | 11.7% |
| 15年以上～30年未満 | 116 | 22.7% |
| 30年以上 | 289 | 56.6% |
| 不明 | 1 | 0.2% |



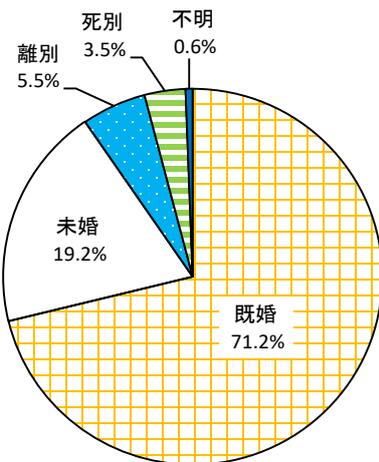
【地域性】

| | | |
|----------|-----|-------|
| 市街地 | 172 | 33.7% |
| 近郊住宅地・団地 | 139 | 27.2% |
| 農村・中山間地 | 200 | 39.1% |



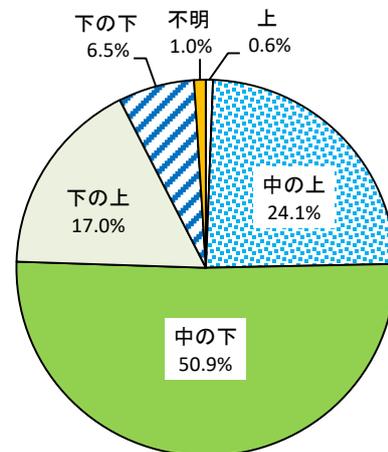
【結婚】

| | | |
|----|-----|-------|
| 既婚 | 364 | 71.2% |
| 未婚 | 98 | 19.2% |
| 離別 | 28 | 5.5% |
| 死別 | 18 | 3.5% |
| 不明 | 3 | 0.6% |



【暮らし向き】

| | | |
|-----|-----|-------|
| 上 | 3 | 0.6% |
| 中の上 | 123 | 24.1% |
| 中の下 | 260 | 50.9% |
| 下の上 | 87 | 17.0% |
| 下の下 | 33 | 6.5% |
| 不明 | 5 | 1.0% |



II 調査の概要

信州デスティネーションキャンペーン

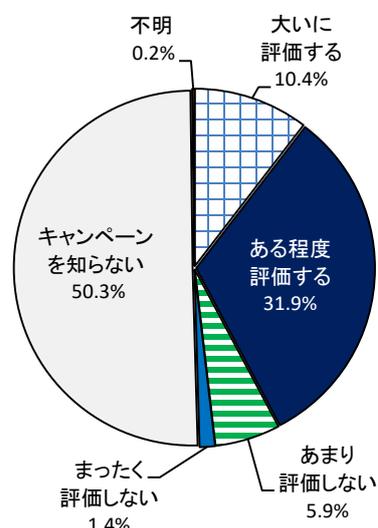
(問1～2)

◆「知らない」が半数

この夏、7月～9月にJRグループと長野県などが展開した大型観光誘客企画「信州デスティネーションキャンペーン」(信州DC)が終わってから1ヵ月後に、その評価を聞いた。

「大いに評価する」10%と「ある程度評価する」32%を合わせ42%、「あまり評価しない」6%と「まったく評価しない」1%を合わせ7%で、キャンペーンを知っている人の評価はまずまず。しかし「キャンペーンを知らない」が半数の50%、信州DCを3ヵ月にわたり展開、マスコミなどへの露出も多かったにもかかわらず周知されなかった。「知らない」は東信(58%)、南信(57%)が北信(48%)、中信(42%)より多く、地域により認知度に隔たりがあった。

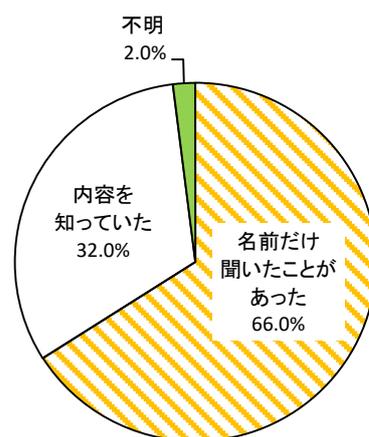
このキャンペーン期間中、長野県が目標とした延べ宿泊者数667万人に届かず605万人余で、前年同期を0.1%下回った(観光庁の宿泊旅行統計調査)。県は「悪天候」が最大の原因としている。



◆「内容を知っていた」は少数

信州デスティネーションキャンペーンを知っていた253人に内容まで知っていたか聞いたところ、「名前だけ聞いたことがあった」が大半の66%。「内容を知っていた」は32%にとどまるなかで、40代、農・林・漁業と事務系・技術系従事者、地域では中信が4割程度で高めだった。

回答者全体の中では、信州DCの「内容まで知っていた」のは16%(511人中81人)だったことになる。

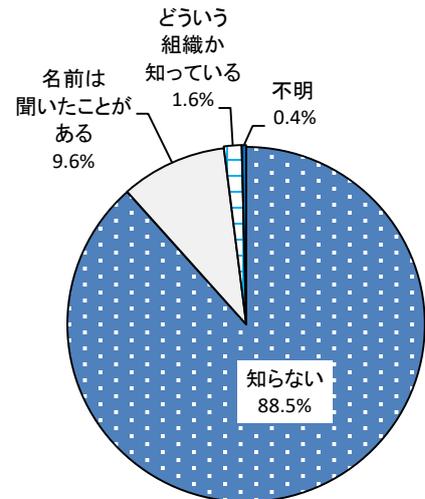


◆「知らない」が9割近く

観光地域づくりのかじ取り役とされる官民一体の組織「DMO」について「知らない」が88.5%、「名前は聞いたことがある」9.6%で「どういう組織か知っている」は1.6%に過ぎない。「名前は聞いたことがある」が高年齢層はやや高いものの2割に達しない。

観光庁は11月、日本版DMOに県関係の「県観光機構」「阿智☆昼神観光局」「八ヶ岳ツーリズムマネジメント」「雪国観光圏」の4法人を含む全国41法人を第一弾として登録した。

今後の観光戦略展開のためにも、まず知名度を上げることが求められる。



長野県を訪れる外国人旅行者数

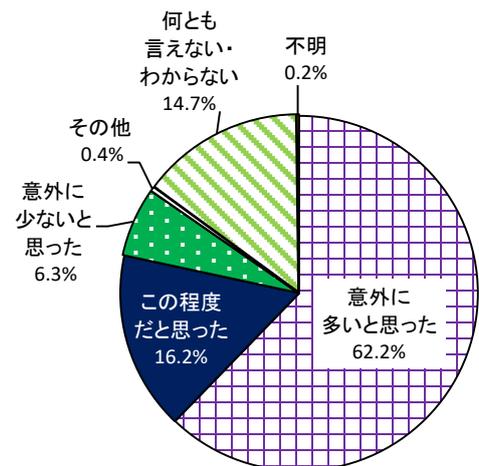
(問4～5)

◆「意外に多いと思った」6割超

海外から長野県を訪れる外国人旅行者の延べ宿泊者数が、2016年は前年比19.8%増の113万人で、初めて100万人を超えた。この数字を示した上で、この数についてどう思うか尋ねた。

「意外に多いと思った」62%、「この程度だと思った」16%、「意外に少ないと思った」が6%で、県民は外国人旅行者が思っていたより多いとの印象を持っている。

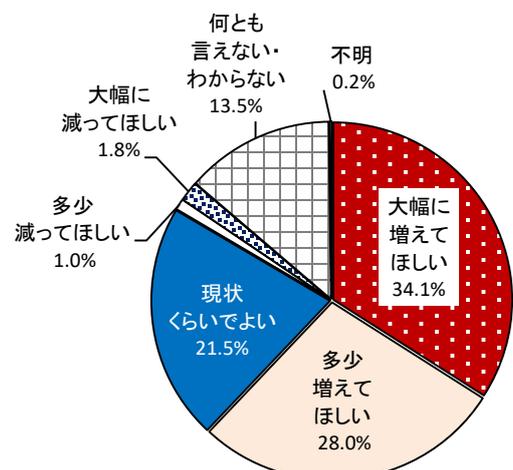
大半の属性を通して大きな差異はないが、「この程度だと思った」が役員・管理職・自由業26%、地域では中信が20%で他に比べてやや高く、観光客の入りがある程度実感しているようだ。



◆今後「増えてほしい」が62%

外国人旅行者の今後の動向は、「大幅に増えてほしい」34%と「多少増えてほしい」28%を合わせ62%が更なる増加を期待している。特に役員・管理職・自由業(71%)、北信(72%)が7割超と高い。地域では東信と南信が57%とやや消極姿勢だ。

「現状くらいでよい」は22%、「減ってほしい」は全体で3%と少数。



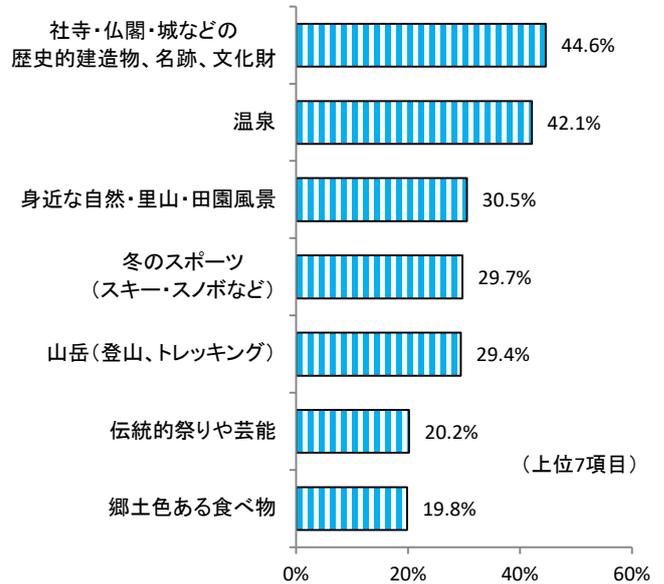
外国人に知ってもらいたい長野県の魅力

(問6)

◆「社寺・仏閣・城などの歴史的建造物」がトップ

外国人旅行者に知ってもらいたい長野県の魅力(3つ以内)は「社寺・仏閣・城などの歴史的建造物、名所、文化財」が45%でトップ。その中で特に勧めるものを書いてもらったところ「松本城」が41人、「善光寺」が31人で断然多かった。

2番目は「温泉」の42%で「野沢温泉」「渋温泉」「昼神温泉」などが挙げられている。以下「身近な自然・里山・田園風景」31%で「上高地」を10人が推薦、「冬のスポーツ」30%、「山岳」29%、「伝統的祭りや芸能」20%(諏訪大社の御柱祭13人)、「郷土色ある食べ物」20%(そば14人)が上位項目だった。(具体的な場所・イベント等は36~37ページ参照)



外国人誘客に重要な施策

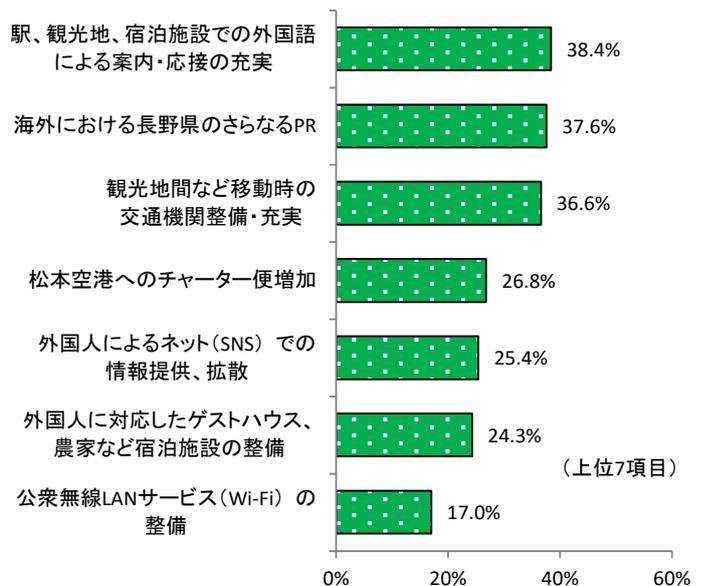
(問7)

◆「外国語での案内」「海外でさらなるPR」「交通機関整備」

県内を訪れる外国人旅行者を増加させるために重要だと思う施策(3つ以内)は、「駅、観光地、宿泊施設での外国語による案内・応接の充実」「海外における長野県のさらなるPR」「観光地間など移動時の交通機関整備・充実」の3項目が37%前後で並んだ。「外国語による案内」は北信が48%で他の3地域より高い。

4~6番目は「松本空港へのチャーター便増加」「外国人によるネット(SNS)での情報提供、拡散」「外国人に対応したゲストハウス、農家など宿泊施設の整備」が25%前後。旅行者がよく使っていると言われる「公衆無線LANサービス

(Wi-Fi)の整備」は17%で7番目だったが、40代以下の若い年代は4人に1人が挙げている。



外国人旅行者増加の影響

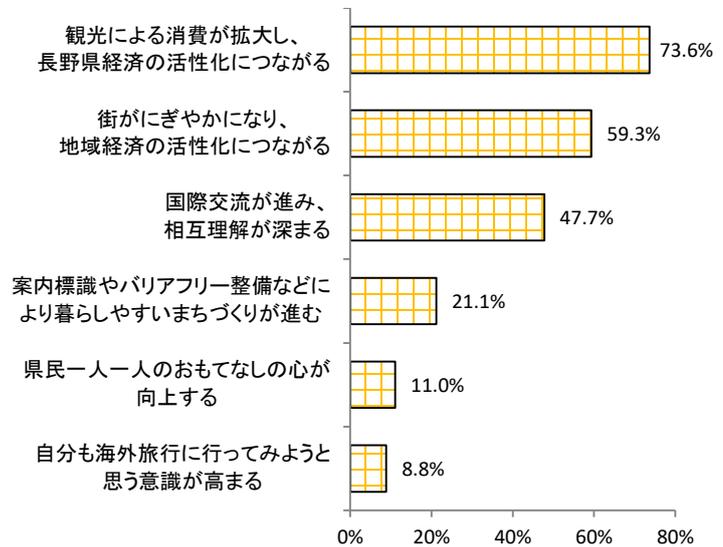
(問8～9)

外国人旅行者の増加による影響(3つ以内)をプラス、マイナス面に分けて聞いてみた。

◆「長野県経済の活性化」74%

プラス面については「観光による消費が拡大し、長野県経済の活性化につながる」74%、「街がにぎやかになり、地域経済の活性化につながる」59%という経済効果が上位を占めた。あえて県全体と地域のにぎわいとに分けて尋ねたが、地域経済より県全体への波及効果が大きいと思っている。

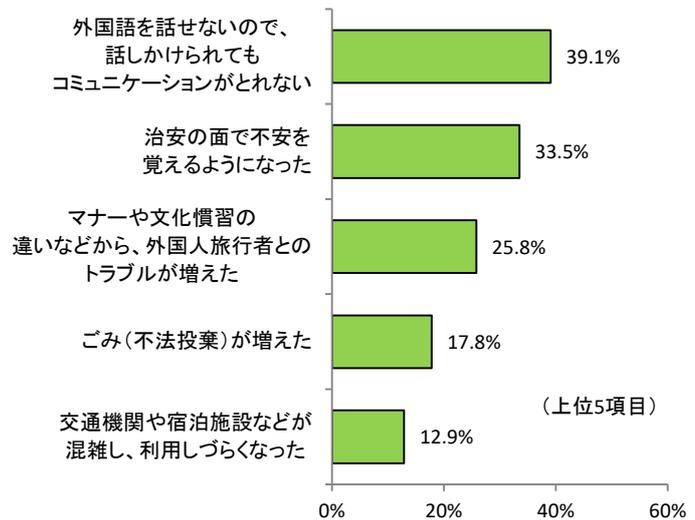
次いで「国際交流が進み、相互理解が深まる」48%、「案内標識やバリアフリー整備などにより暮らしやすいまちづくりが進む」21%、「県民一人一人のおもてなしの心が向上する」の11%で、どちらかといえばソフト面が下位に置かれた。



◆「外国語を話せずコミュニケーションがとれない」4割

困っていることは「外国語を話せないで、話しかけられてもコミュニケーションがとれない」が39%、「治安の面で不安を覚えるようになった」34%、「マナーや文化慣習の違いなどから、外国人旅行者とのトラブルが増えた」26%が上位3項目。「治安の面で不安」は役員・管理職・自由業(46%)や東信(47%)が4割超で多い。

「特にない」は20%だが、18歳～20代は35%で困っていることが少ないようだ。



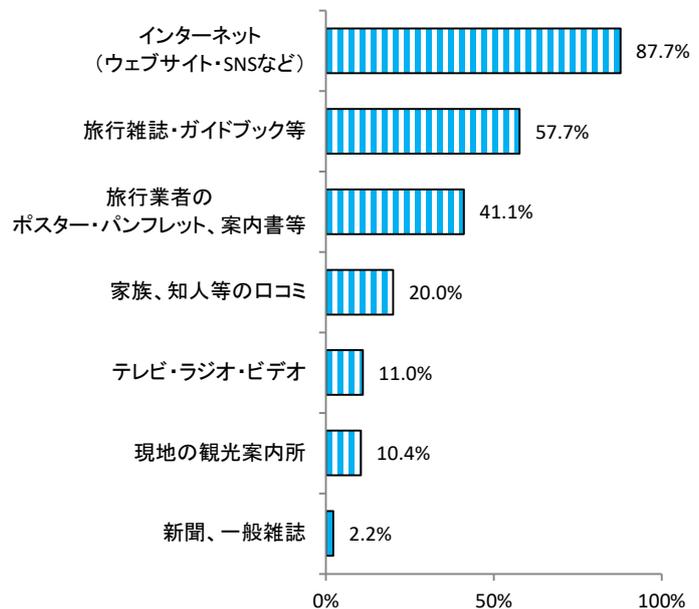
県内の情報を何から取得？

(問 10)

◆「インターネット（ウェブサイト・SNSなど）」88%

外国人旅行者が県内の情報を何から得ていると思うか（3つ以内）、聞いたところ「インターネット（ウェブサイト・SNSなど）」が圧倒的に多い88%で、各属性を通じて共通だ。「旅行雑誌・ガイドブック等」58%や「旅行業者のポスター・パンフレット、案内書等」41%の紙媒体を抑える。

一方、問7で聞いた外国人旅行者を増加させるための施策として「公衆無線LANサービス（Wi-Fi）の整備」は17%と低く、インターネット環境整備の必要性と実際に得ていると思う情報源には意識上のギャップがありそうだ。



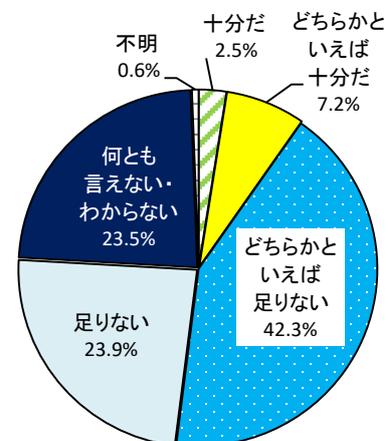
外国人向けの標識

(問 11)

◆3人に2人が「足りない」

県内の外国人向けの標識（場所や道路、駅の表示）については「十分だ」3%と「どちらかといえば十分だ」7%を合わせ10%に過ぎず、「どちらかといえば足りない」42%と「足りない」24%を合わせ66%で、3人に2人が不十分だと思っている。

「足りない」はとりわけ北信（75%）と中信（72%）が、東信（62%）・南信（54%）より10ポイント以上多い。

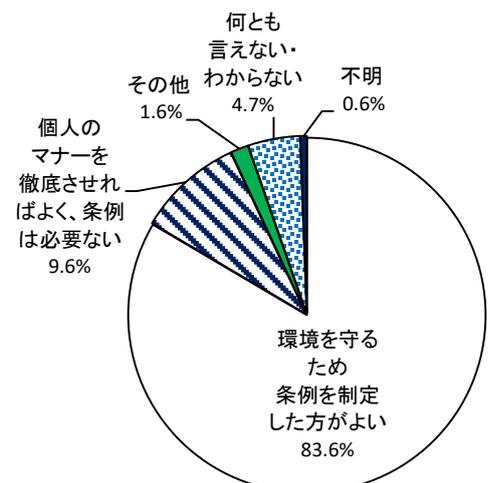


生活環境を守る条例の制定

(問 12)

◆「制定した方がよい」8割超

外国人旅行者が増え、住民からマナー違反の指摘があった白馬村が2015年12月に「美しい村と快適な生活環境を守る条例を」制定した。こうした条例制定の是非を聞いた。



「環境を守るために条例を制定した方がよい」84%で、「個人のマナーを徹底させればよく、条例は必要ない」の10%を大きく上回った。条例制定に賛成は全年代とも8割以上だ。質問で条例の中身である「空き缶等の投棄、深夜の花火、歩きたばこや路上スキー禁止」を紹介したので、賛成に傾いた可能性はある。ただ白馬村の条例には罰則規定はない。また白馬村は観光地振興、環境整備の財源として宿泊税の導入も検討するという。

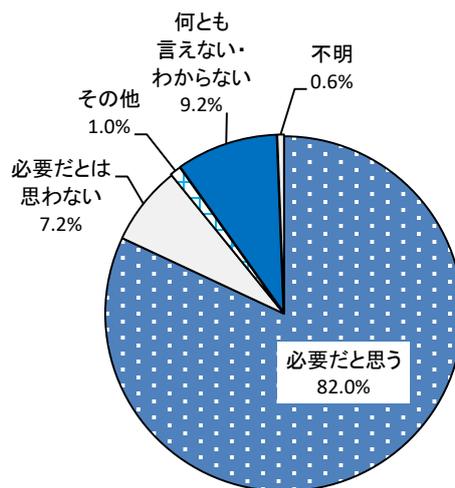
自然、景観保護へ条例による規制

(問 13)

◆「必要だ」が82%

前問に続いて、景観を守るために建築物や野外広告を規制する条例の必要性を尋ねた。「必要だと思う」が82%で、「必要だとは思わない」は7%と少ない。これも多くの層、地域で「必要」が8割を超える。

安易な規制は避けなければならないが、信州の自然景観保護のためには条例を容認していると言えそうだ。



県内への民泊導入

(問 14)

◆賛否が割れる

今年6月に住宅宿泊事業法（民泊新法）が成立、来年6月からホテルや旅館以外の民家での宿泊も可能となる。長野県内の客室稼働率が16年は35.1%で全国最低だったことを示した上で、民泊導入の賛否を聞いた。

「導入した方がよい」29%、「導入しない方がよい」26%で賛否が割れ、「何とも言えない・わからない」が45%で最多だった。「何とも言えない・わからない」は女性、30代以下など若年層で半数を超え、民泊そのものへの理解がまだ進んでいるとは言えない。

長野県は、規制を求める市町村や宿泊事業者の意見を受けて、営業日数を制限する条例案を来年の2月県会に提案する方針だ。

