

高知県を訪れるクルーズ船旅行客は一体何を求めているのか

1180443 竹内 亮

高知工科大学 マネジメント学部

1. 概要

本論文は、クルーズ客船で高知県を訪れる旅行客が、何を考えて、何を楽しみに旅行しているのかを分析することが目的である。

何故クルーズ客船に乗って高知県を訪れる方々を対象に選んだのか、その大きな理由の一つは、高知県に来る手段としては、高速道路を利用して乗用車やバスで陸から来る方法、航空機を利用して空から来る方法もあるのに、どうして客船という時間の掛かる方法で高知県を訪れるか気になったからである。もう一つの理由は、旅行客が高知をどう楽しんでいるかを考えることで、今の高知県が行っている県の「高知家」（高知県 2018）宣伝活動などがしっかりと効果を発揮しているかを考えるよい機会であると考えられたからである。

研究方法として、実際に高知県にクルーズ客船で訪れた旅行客に対し、自作したアンケート用紙を配布して回答してもらった。その結果を集計して得られたデータを元に、旅行客の考え方や求めていること、旅先で行いたいことを明らかにする。得られたデータから、回答されたデータをグラフにして表示し、分布から見てどのような人が、何を考えて行動しているかを考える。

結果から、選択肢の選び方に日本人と外国人に違いが見られた。日本人は主に客船クルーズが参加理由であり、外国人は主に日本へ来ることを目的としている傾向があることがわかった。クルーズ船旅行目的で参加した人は、観光地を中心に回るという人が多く、あまりその都市の雰囲気や特徴には興味を示さなかった。逆に日本各地を回りたいという人々は観光地だけではなく、その土地や地域独特の文

化・特徴にも興味を示していた。また、食文化に対して興味が強い人々は、旅先での購買行動が他に比べて多いことがわかった。

2. 序論

高知県は現在ポートセールス事業に力を入れており、その成果は年々確実に現れている。入港する客船の数が毎年順調に増加しており、数年前からの努力が実を結びつつある（高知県港湾管理局、2017）。高知県は「高知家」を旅行客にも宣伝し、「高知に来た人は全員家族」という人々のつながりを印象付けるキャンペーンを推進している。これからも順調に客船による旅行客が増え続けると考えたときに、今のままのキャンペーンで旅行客に対して有効なアピールができていないのか、筆者の知る限り十分に明らかにされていない。

そこで、高知県にクルーズ客船で訪れる旅行客に対し、彼らが何を考え、何をしたいかをアンケートにより調査する。そして調査結果をもとに、高知県が行っているキャンペーンが、高知県を訪れる旅行客を増やす効果があるか考える。

3. 分析方法

高知新港に訪れたクルーズ客船旅行客の中から無作為に選び、回答に協力してもらった旅行客の方にアンケート調査を実施する。

回答者にはまず全員に年代と性別を回答しても

らった。次に主要な質問として以下の五つの設問に回答してもらった。

2017年11月25日 飛鳥II乗船客に対しアンケート調査を実施 午後1時から午後3時15分まで

2017年12月24日 セブンシーズボイジャー乗船客に対しアンケート調査を実施 午前10時30分から午後1時30分まで

(内訳：日本人42名、外国人11名 計53名)

Q1：どうして客船クルーズに参加したのか(以下の選択肢から一つ選択)

選択肢1.単純に客船クルーズに興味があったから

2. 日本の諸都市を客船で巡って見たかったから
3. その他

Q2：旅の中で寄港した都市のどこに興味があるのか(以下の選択肢から一つ選択)

選択肢1. 観光地

2. ご当地の食文化
3. その都市独特の雰囲気・特徴
4. 地元の人々との交流
5. その他

この項目のみ複数回答が発見されたが、全てに1が選択されていたので、回答を1とみなす。

Q3：これからの行動計画について(以下の選択肢から一つ選択)

選択肢1. 観光地での観光

2. 地元店舗での買い物(お土産物・それ以外)
3. 特になし
4. その他

Q4：高知に対する印象(自由記述)

Q5：高知で訪ねてみた(訪ねる予定の)場所(自由記述)

これらの質問に対して回答してもらった結果を、グラフにまとめ、そこからどのような傾向が読み取ることができるかを見ていく。

4. 分析結果

4-1. なぜ客船クルーズに参加したのか

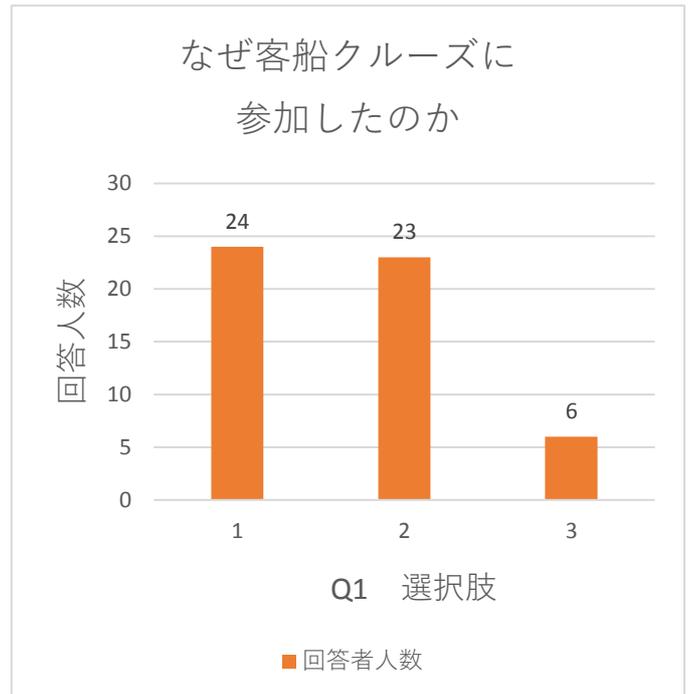


図1 (アンケートデータより筆者作成)

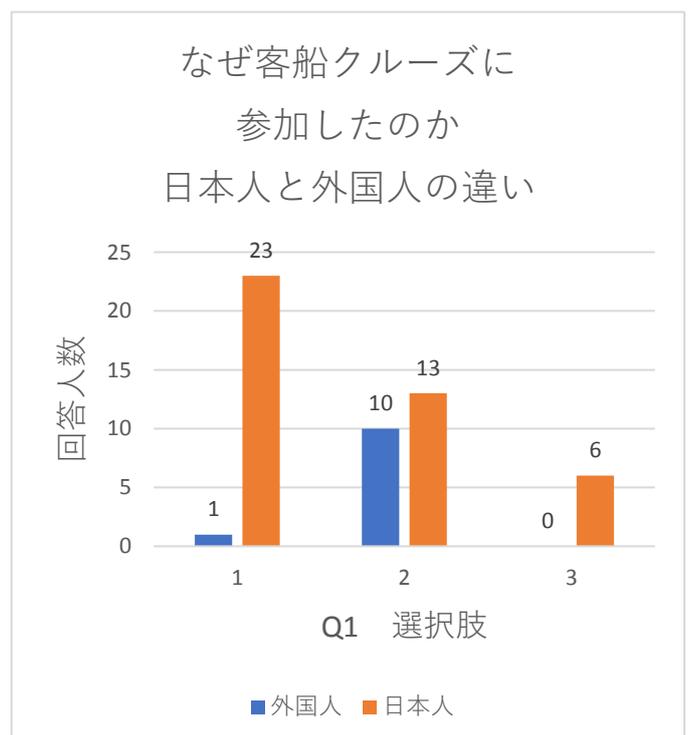


図2 (アンケートデータより筆者作成)

図1より、参加理由の回答数だけで見ると選択肢1と2がほぼ同じである。しかし図2より、日本人と外国人で見た場合、日本人は船旅目的の人が多く、逆に外国人は日本に行きたいからという理由が多かった。その他の回答3つとして日本人では、家族旅行のためという回答が2件、接待という回答が1件あった。それ以外は自由解答欄に記述が無かった。

4-2. 寄港した都市で一番興味があることは何か

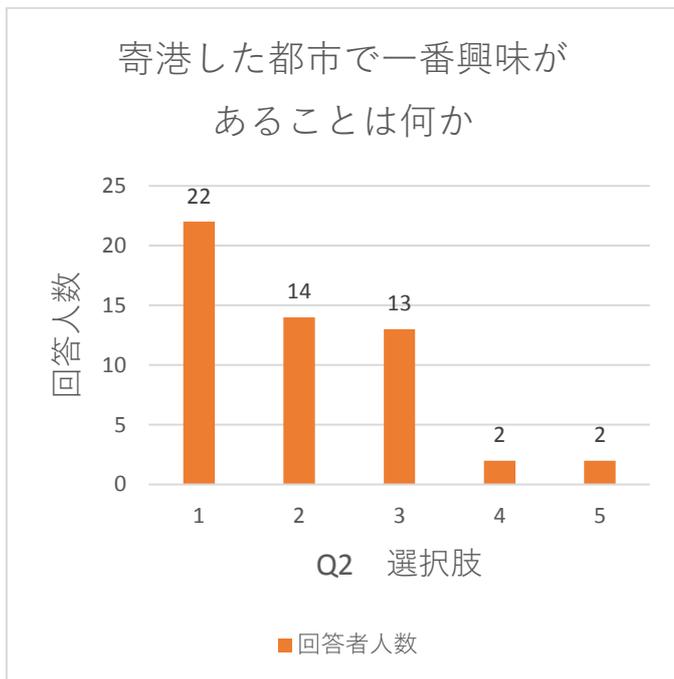


図3 (アンケートデータより筆者作成)

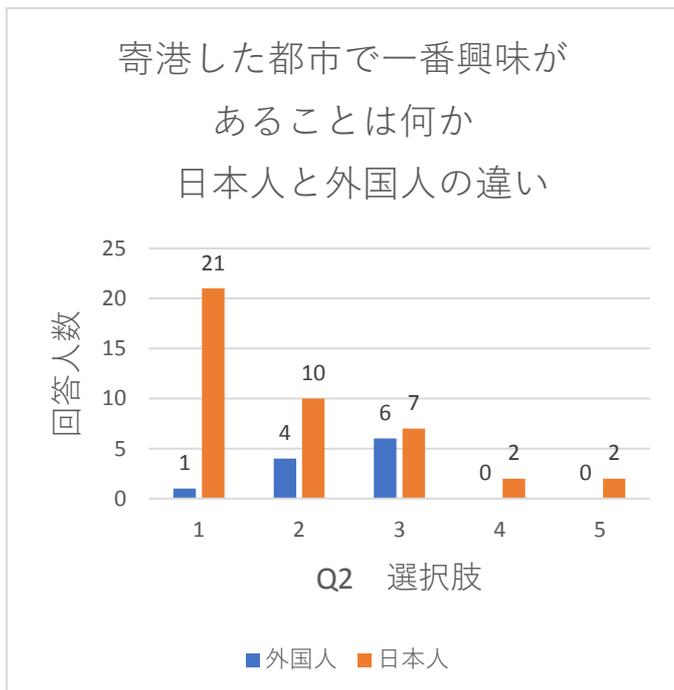


図4 (アンケートデータより筆者作成)

図3の回答全体で見た場合、やはり旅行客の興味を引くのは観光地の存在である。食文化と地域の特徴の回答はほぼ同数である。あまり地元の人との交流を重視している人はいない。しかし図4を見ると日本人は旅行中の興味を観光地に向けており、逆に外国人旅行客は観光地よりも、日本の食や文化を重視しているようである。その他2件だが選択肢の全てを合わせて高知(旅先)を楽しみたいという回答が1件、趣味で旅先の都市の移り変わりを見ているという回答が1件あった。

4-3. これからの行動計画について

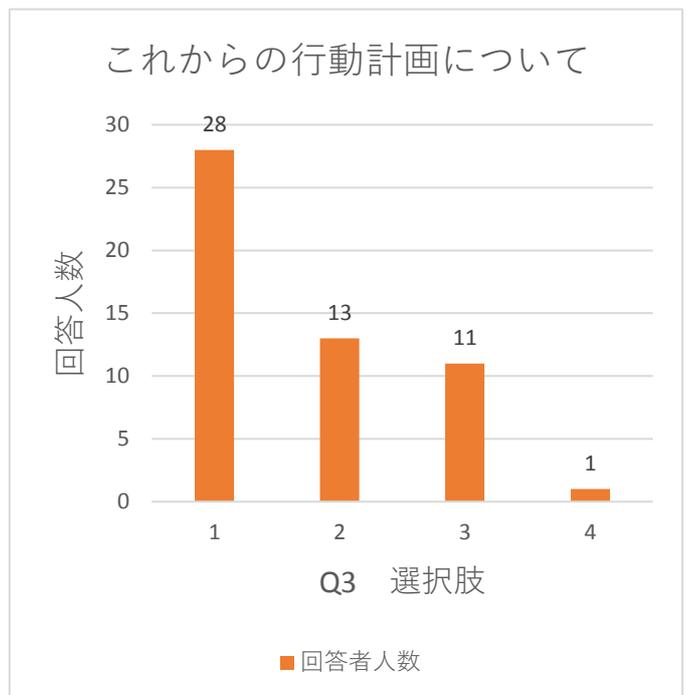


図5 (アンケートデータより筆者作成)

これからの行動計画の質問で、図5より回答全体のおよそ半分が観光地へ行くと答えた。地元での買い物と答えた人は、特になしと回答した人よりも多かったが、差が二人分しかない。

これからの行動計画について 日本人と外国人の違い

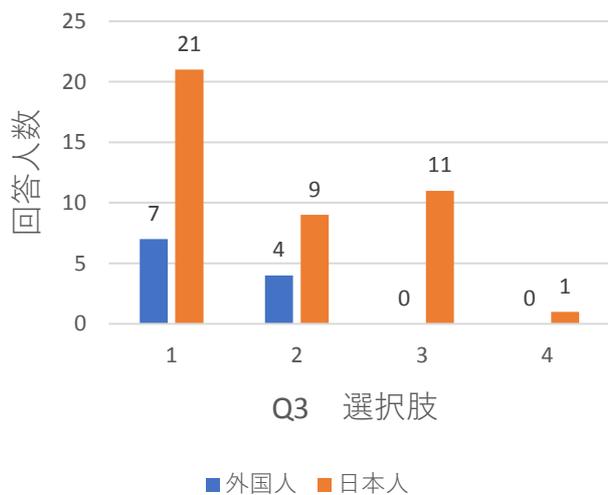


図6 (アンケートデータより筆者作成)

図6よりこれは日本人も外国人も同じような傾向を示しているが、日本人は、寄港地で買い物するよりも特に無いと答えた人が多かった。その他の回答がされていたが自由記述欄には何も書き込まれていなかった。

4-4. Q1 で回答した後、Q2 でどの選択肢を選んで いるか

クルーズ参加理由と 興味の方 向 外国人旅行客の場合

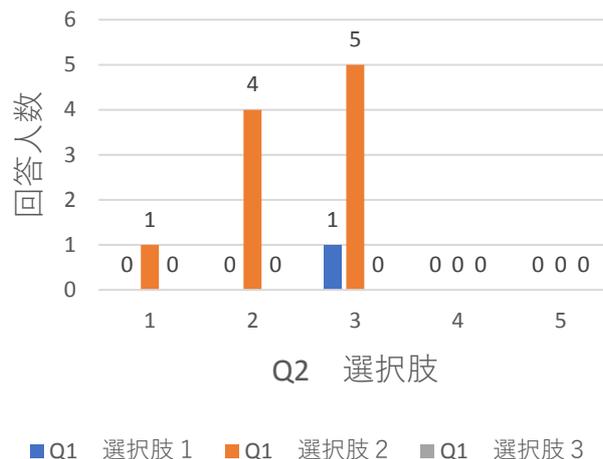


図8 (アンケートデータより筆者作成)

図8では、外国人旅行客は日本の各地を巡りたいという理由が多く、観光地よりも地域の食文化や、その都市独特の雰囲気・特徴に興味を持っていると回答した人が多かった。

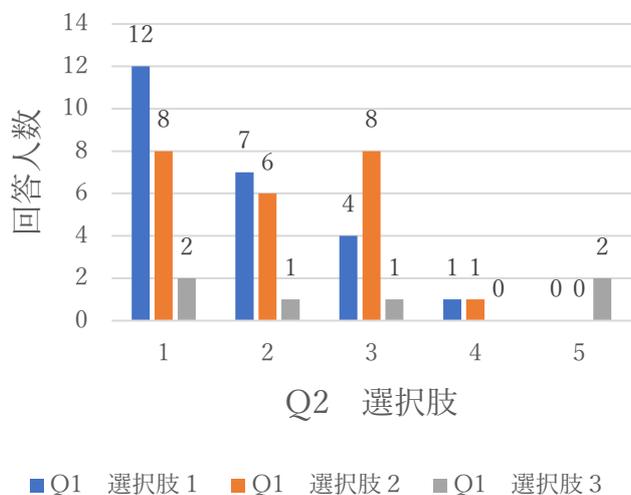


図7 (アンケートデータより筆者作成)

Q1 の選択肢から続いて Q2 でどの選択肢をえら

クルーズ参加理由と興味の方 向 日本人旅行客の場合

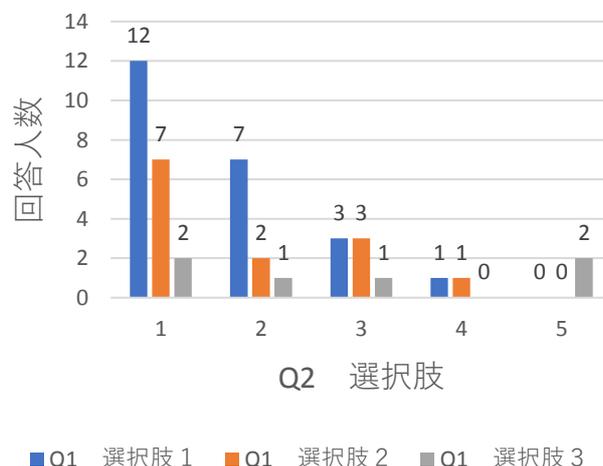


図9 (アンケートデータより筆者作成)

対して図9で、日本人旅行者の中の、客船で船旅がしたいと思っている人も、日本各地を船で巡りたいと思っている人も、興味を持っているのは観光地であるという回答が多かった。

4-5. Q1で回答した後、Q3でどの選択肢を選んでいるか

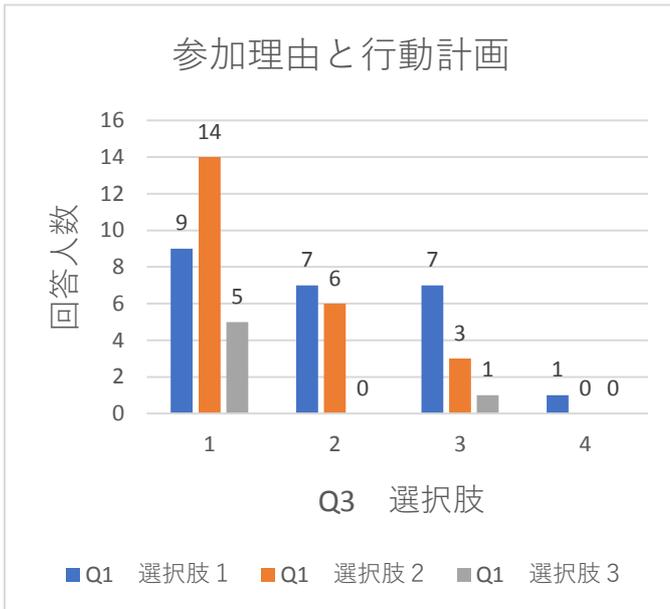


図10 (アンケートデータより筆者作成)

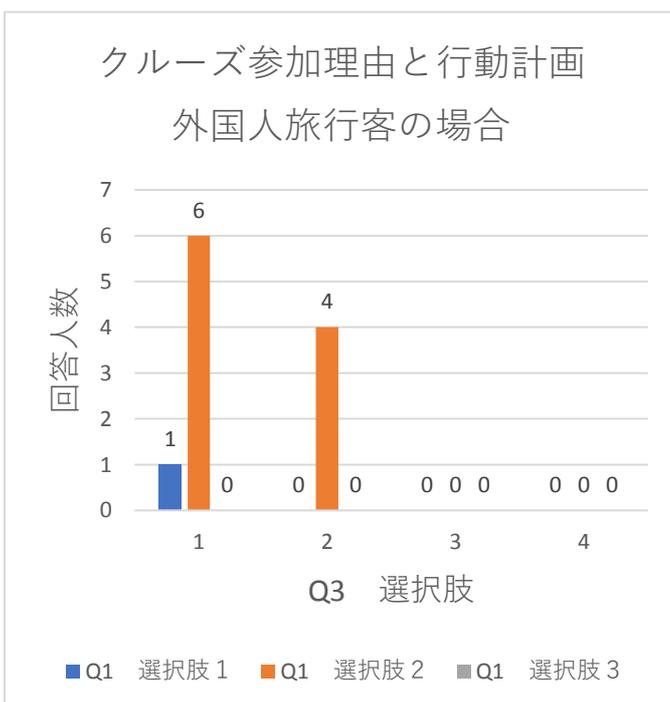


図11 (アンケートデータより筆者作成)

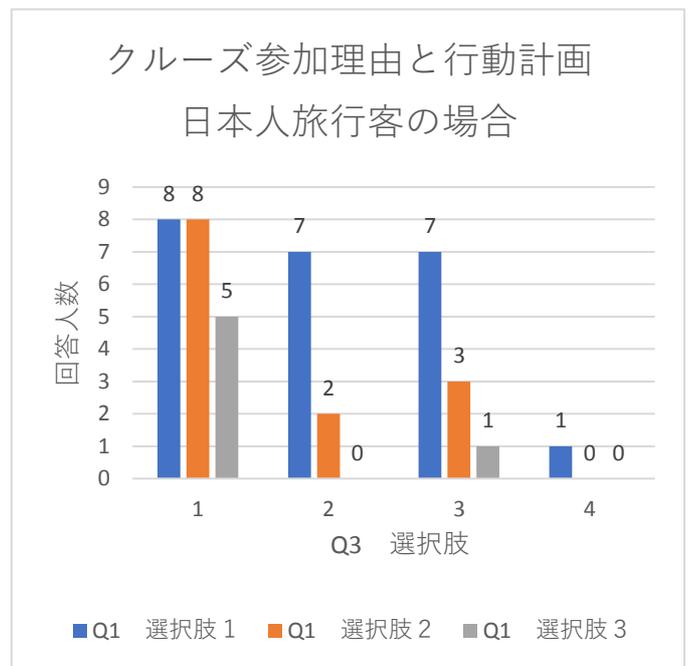


図12 (アンケートデータより筆者作成)

図10はQ1の参加理由とこれからの行動計画についての選択肢の選び方を算出したグラフ。図7のグラフとは違い、今度は船旅を目的とする人の方が若干なだらかになっている。日本に興味のある人は観光地に足を運ぶ、お土産物を買う計画に回答しているが、逆に船旅目的の人の三分の一は特に寄港地での目的が無いと回答している。

図11では外国人旅行者の場合を示している。回答してもらったほとんどの人が何かしらの行動計画を持っていた。観光地へ行くという人と同じぐらい、地元での買い物を楽しみたいという人がいた。

図12は日本人旅行者の場合を表している。どのような理由でクルーズに参加していても、観光地へ行くという計画を立てるようである。地元で買い物を楽しむという人もいるが、それと同じ数だけ「特になし」と答えた人がいた。

4-6. Q2で回答した後、Q3でどの選択肢を選んでいるか

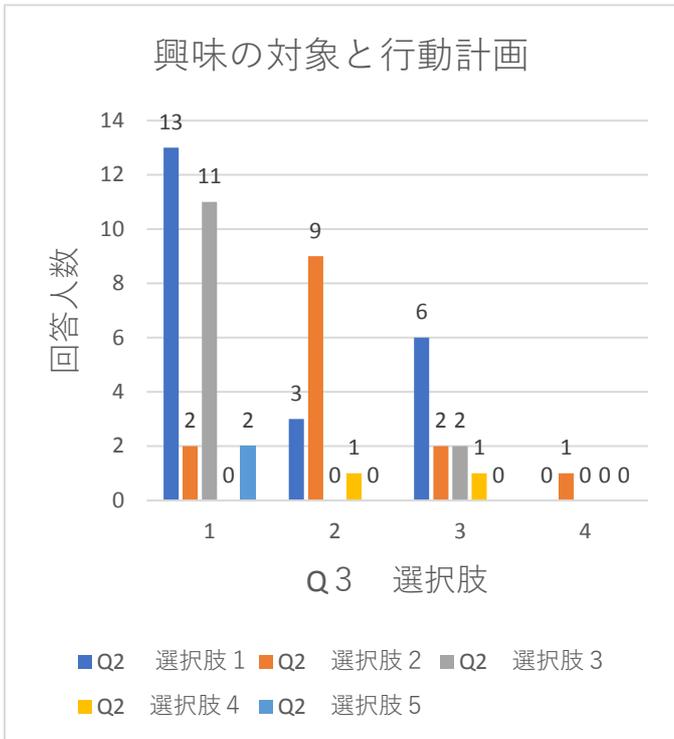


図 1 3 (アンケートデータより筆者作成)

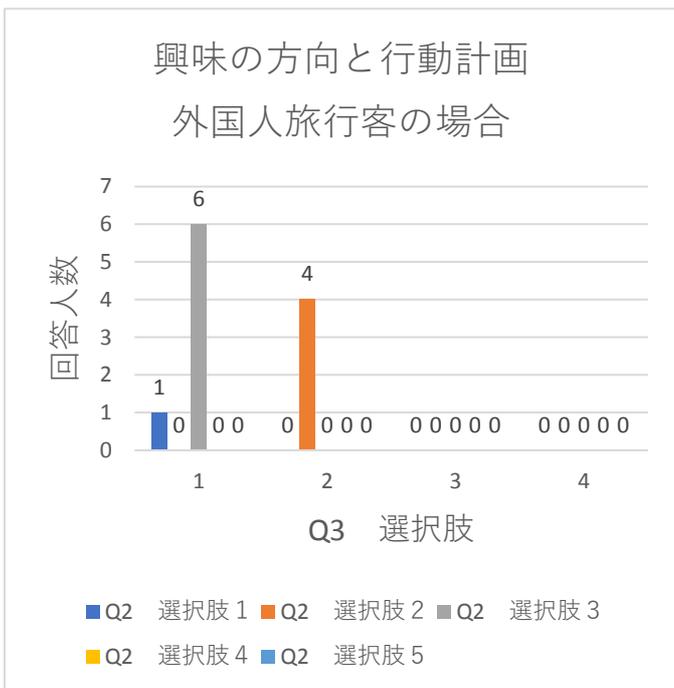


図 1 4 (アンケートデータより筆者作成)

図 1 3 は、何に興味を持っているかと、これからの行動計画での選択肢の選び方を算出したグラフ。Q2 でご当地の食文化に対して興味を持っていると回答した人は、観光地よりもお土産物など買い物と回答した人が多い。それ以外の選択肢では観光地へ行く選択肢が多い。

図 1 4 では、外国人旅行客の回答を示す。外国人旅行客は、興味の行き先によって、明確に行動計画

の差が現れる形となった。その都市の雰囲気や特徴に興味がある人は観光地へと向かい、食文化に対し関心がある人は、買い物を楽しむという分かれ方になった。

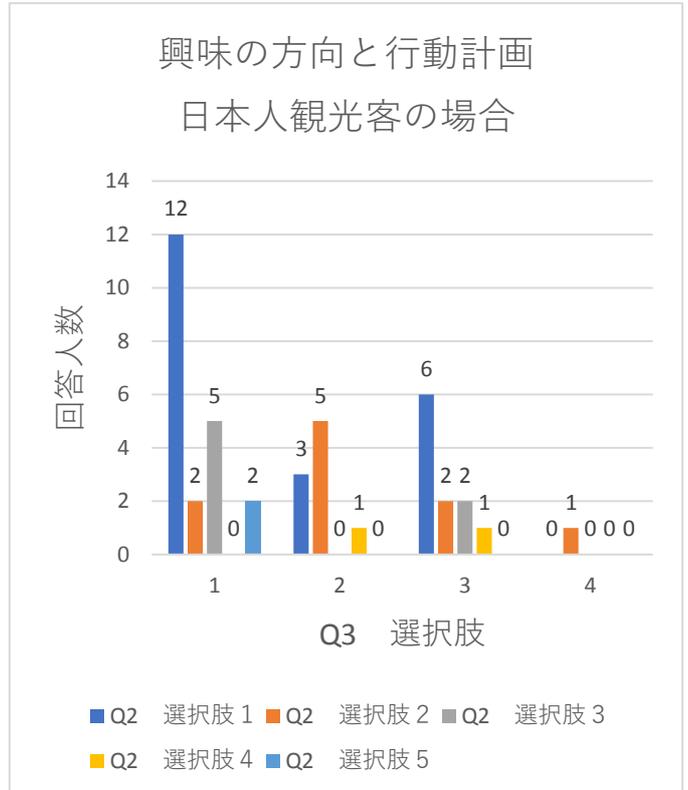


図 1 5 (アンケートデータより筆者作成)

図 1 5 は日本人旅行者の回答を表す。観光地やその地域が気になるから観光地に向かうという行動計画がしめされた。食文化について関心を持っている人も観光地に向かうという回答がされていたり、観光地は気になるけれども、特に行動計画は考えていないという回答も得ることができた。

4-7 自由記述欄について

Q4 高知県についての印象などについて書いてもらう欄では、主に人が優しい、食べ物がおいしいという記述が多く、次に多かったのは、高知は（良い意味と悪い意味の両方で）田舎な印象という記述であった。

Q5 高知県で訪ねてみた（みたい）場所について書いてもらう欄では、桂浜、高知城、はりまや橋が多かった。中には仁淀川町やアンパンマンミュージアムという記述もあった。

5. 議論

図1から、全体で見た場合になぜクルーズ客船に乗っているのかの理由は、単純に船旅がしたかったからと日本各地を回りたいかったからという理由がほぼ同じ数である。しかし、図2から日本人旅行者に限った場合では単純に船旅を楽しみたいという理由の方が多く、逆に外国人旅行者は日本各地を巡ってみたいという理由の方が多かった。ここから、日本人旅行者は「船旅のついでに観光する」という人が多く、外国人旅行者は「船で日本を旅行したい」という日本人旅行者との考え方の違いが存在することがわかる。

次に、旅行者の興味についてである。図3から全体で見た場合は、興味の大きさは観光地、食文化、その都市独特の雰囲気や特徴という順番である。あまりその土地の人々との交流というものは考えられていないように見られる。次に図4を見た場合だが、日本人旅行者は図3のように、興味の対象が存在しているが、外国人旅行者は、日本人旅行者とはまったく逆向きに興味を示しているという設問の回答を得ることができた。日本人旅行者は観光地そのものに興味を示すことが多いが、外国人旅行者は「日本的なもの、特徴」に対して興味を持っていると考えられ、観光地だけではなく、私たちが観光資源として見ることができていないものに対しても興味の目を向けているのかもしれない。

続いて、旅行者に今後何をしたいのかについての設問を回答してもらった。図5から全体の半分ほどを「観光地に行く」選択肢が占めている。そして寄港地での買い物を考えている旅行者よりも、特に何かを考えているわけではない旅行者のほうが多いことに驚いた。この傾向は図6を見ることで察することができる。図5の「特になし」の項目は、図6から全て日本人旅行者の回答であるとわかる。高知

にやってきた日本人旅行者の中で行動計画が特に無いという人たちは、開拓可能な大きな客層であるかもしれない。

図8, 図11, 図14より、外国人旅行者たちは、自分の興味の赴くままに様々な観光地を訪れる、または高知市内などで買い物を楽しもうと行動すると考えられた。彼らは、日本の地方都市を回るほど日本が好きであると考えられ、観光地を訪ねるだけではなく、お土産物に限らず、日本的な様々なものの消費拡大にも一役買ってくれると考えられた。

対して日本人旅行者は、図9, 図15から、寄港した都市の文化などよりも、まず観光地に注目するようである。そして実際に観光地は訪れてくれているようだが、それ以外の高知の文化や食、色々な物産や特色を知ろうとしてくれているのか、有名な観光地だけ訪ねて終わりになっていないか、とても疑問に考えられた。

ここまで分析を進め考えてきた結果、旅先への観光地以外の興味の大きさは、日本人旅行者よりも、外国人旅行者の方が高いと考えられた。家族を前面に押し出している「高知家」の活動は、日本人にはあまり興味をそそられないものかもしれないが、外国人旅行者に対しては、意外と受け入れられるかもしれないという考え方が浮上した。

結論として、高知県が発表している通りクルーズ客船の入港数は増加している（高知県土木部港湾振興課、2017）。それに応じて高知県に訪れるクルーズ船旅行者数と、県内観光地への訪問数も増えていると考えられる。それに対し、高知県は「高知家」を旅行者にも宣伝し、「高知に来た人は全員家族」という人々のつながりを印象付けるキャンペーンを推進している。しかし、本論文の分析によると、それはクルーズ船旅行者が「観光地を訪れるだけ」と「街中まで来て観光しつつ買い物も楽しむ」二つのタイプに分かれ、それぞれ目的や意識の高さが違うとわかった。

そこで日本人旅行者に対しては、有名な観光地や

商品だけではなく、穴場スポットやご当地商品に力を入れて宣伝することで、より高知に深入りしてもらうように働きかけるべきである。そうすることで、高知での記憶に観光地だけではなく、文化の面で楽しんでもらうことができ、「またいつか必ず来たい」と思わせることができる。また外国人旅行客に対しては「高知家」キャンペーンを大々的に宣伝し、「国籍も人種も違うけど、一度高知に来たならみんな家族」という、日本人の家族の雰囲気を味わうことができるようなイベントや働きかけに重点を置くことで、よりよく外国人旅行客の人たちに、高知でのよい思い出と印象を残すことができると考えられた。

6. 結論

本論文では、高知県にクルーズ客船で来る旅行客に対して、なぜクルーズに参加したのか、寄港した都市のどんな要素に興味を持っているのか、寄港地でこれからしたいことについての計画などを調査し、高知県が行っている「高知家」などのアピールキャンペーンが本当に効果を発揮しているか考えてきた。

調査方法は、高知県にクルーズ客船でやってきた旅行客に対して、アンケート調査の協力を依頼し、集まったデータを元にグラフを作り考えていく。2017年11月25日高知着 飛鳥II乗船客、2017年12月24日高知着 セブンシーズボイジャー乗船客に対してアンケート調査を行った。

調査の結果、日本人旅行客は主に、客船の船旅を一番の理由として乗船している人が多い、観光地により興味を示す、大方の旅行客は寄港地で行きたいところ、やりたいこと、欲しいものを買うなどの計画を立てて行動しようとするが、中には特にこれといった計画を定めずに行動する人もいたことがわかった。外国人旅行客は、日本に来るために客船に

乗船している、日本の地方都市に対しても、食や文化、特徴に対して興味を抱いている、実際に観光地に行く、高知でしか買うことができないものを買いにいくなど、はっきりした行動計画を練っている人が多いことがわかった。

今回高知県を訪れた日本人旅行客は、観光地への関心が強く、その一方でご当地食文化や都市の雰囲気や特徴についてそれほど高い関心を持っているようでは無かった。食文化や街の特徴についてはまだ関心を持っている人も多かったが、「高知家」を考える上で重要となる高知に暮らす人々に対する興味や関心の回答がとても少なかった。(自由記述欄に書いてくれる人が数人いた。)これでは「高知家」のアピールを続けても、旅行客の心を動かすことはできないと考えられる。そこでまずは、メジャーな観光地ではない穴場スポットなどを紹介し、観光地以外にも興味を持ってもらうように宣伝を増やすことで、「高知家」自体にも興味を持ってもらえるように誘導することを提案したい。

外国人旅行客は、わざわざ客船で高知に来るほど、日本に対して良い印象と高い興味を持っている。こちらの旅行客たちには、「高知家」を大々的に宣伝することで、「日本らしさ」をもっと体験してもらうべきである。

今回の調査では、高知を訪れるクルーズ客船旅行客は、「観光地に訪れるだけ」と「観光も買い物も地域文化も全て楽しもうとする」二つの種類に分けることができた。「観光地を訪れるだけ」の旅行客には、食や文化などに興味を引かせるように働きかけつつ「高知家」キャンペーンを勧めていく。対して「すべて楽しもうとする」旅行客には、「高知家」キャンペーンを前面に押し出し、また来たいと思わせ、リピーターとなってもらうようにすべきであるという結論に至った。

本研究を進めるにあたって、新居理有先生に丁寧な指導をしていただいたことに感謝致します。またアンケート調査にご協力していただいた高知県を

訪れた旅行者の皆様と、アンケート調査の実施に協力していただいた高知県港湾振興課の皆様と飛鳥II、セブンシーズボイジャーの船長以下乗組員の方々にも感謝し、お礼申し上げます。

参考文献

高知県土木部港湾振興課（2017） 「過去三年

間の高知新港寄港実績」（2018年2月15日）

http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/175201/files/2014021000565/file_201642621576_1.pdf

高知県土木部港湾振興課（2017） 「過去三年

間の高知新港寄港実績」（2018年2月15日）

http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/175201/files/2014021000565/file_H28kikoujisseki.pdf

高知県土木部港湾振興課（2017） 「過去三年

間の高知新港寄港実績」（2018年2月15日）

http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/175201/files/2014021000565/file_2018284131755_1.pdf

高知県（2018）「高知家」（2018年2月15日）

<http://www.kochike.pref.kochi.lg.jp/~top/>

付録

学術研究用アンケート

私は高知工科大学で「客船クルーズで高知を訪れる方々が高知県に及ぼす経済効果」について研究しています。そこで、大変お手数ですが、アンケートのご協力をお願いします。

なお、今回得られたアンケートの内容については、研究以外の用途で使用いたしません。

● あなたの年齢を教えてください。

1. 10代以下
2. 20代
3. 30代
4. 40代
5. 50代
6. 60代
7. 70代
8. 80代以上

● あなたの性別を教えてください。

1. 男性
2. 女性

● あなたの在籍地を教えてください。

() 市区町村までで結構です

● なぜこのクルーズに参加したのか、一番の理由を1つ選択してください。

1. 単純に客船クルーズに興味があったから
2. 日本の諸都市を船で巡ってみたいから
3. その他 ()

● 旅の中で寄港した都市のどこに興味があるのか、1つ選択してください。

1. 観光地
2. ご当地の食文化
3. その都市独特の特徴・雰囲気
4. 地元の人々との交流
5. その他 ()

● これからの行動計画について、1つ選択してください。

1. 観光地での観光
2. 地元店舗での買い物（土産物・それ以外 どちらかに丸を付けてください）
3. 特に計画なし
4. その他 ()

● 高知県に到着した第一印象を教えてください。

● 高知県で尋ねてみた具体的な行き先を教えてください。

アンケート責任者 高知工科大学 マネジメント学部 4年 新居研究室 竹内 亮
連絡先 msn-042.ms-15kg@ezweb.ne.jp

Questionnaire for academic research

I'm a university student from KUT. I'm studying " Economic Effects on Kochi Prefecture by people visiting Kochi by cruise ship ". Thank you for your cooperation in the questionnaire .

The contents of the questionnaire obtained this time will not be used for other purposes.

●Please tell me your age.

- ①. Teenagers or less, ②.20s, ③.30 s, ④.40s, ⑤.50s, ⑥.60s, ⑦.70s, ⑧.80s or more

●Please tell me your gender.

- ①. Male ②. Female

●Please choose one of the best reasons why you participated in this cruise.

①. I was simply interested in cruise ship, ②. I would like to visit various cities in Japan by boat,

- ③. Other ()

●Please choose one why you are interested in the cities you visited in the trip .

①. Tourist spots, ②. Local food culture, ③. Characteristic and atmosphere unique to that city, ④. communicate with locals,

- ⑤. Other ()

●Please select next plan below one action plan from now.

①. Sightseeing tourism, ②. Shopping at local stores (souvenirs or anything else) , ③. No particular plan

- ④. Other ()

Questionnaire manager: Faculty of Management, Kochi University of Technology, Takeuchi Ryo (4th grade Arai Laboratory)

Contact: msn-042.ms-15kg@ezweb.ne.jp