

第2-1-8表 訪日外国人別 日本滞在中にあると便利な情報（複数回答）

（単位：％）

	全体※	韓国	台湾	香港	中国
宿泊施設	35.8	27.9	49.3	46.0	39.9
交通手段	55.8	37.1	59.9	75.9	57.5
飲食店	35.1	21.7	38.4	44.8	31.5
観光施設	28.8	16.8	47.8	43.7	34.1
現地ツアー	13.3	15.7	18.5	12.6	13.2
イベント	12.4	9.2	14.3	10.3	7.0
土産物	15.1	8.3	19.5	24.1	19.8
買物場所	30.0	11.3	37.2	50.6	42.1
トイレ	16.9	13.1	23.6	12.6	17.9
病院	3.7	3.5	3.2	2.3	2.2
警察・交番	2.5	1.8	3.2	2.3	4.0
その他	10.6	15.2	7.4	1.1	13.2

（備考） 1. 観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成22年度第1四半期結果」より。

2. 全体は日本を出国する訪日外国人全体を指す。ただし、1年以上の滞在者、日本に居住している者、日本に入国しないトランジット客、乗員は除く。

ずれも低いですが、これはそもそも過去の訪日客数や現在も日本に滞在している人が多く、他の3か国・地域に比べて、日本に関する情報が事前に行き渡っているということもその背景にあると考えられる。

実際に、駅構内等では日本語、英語、ハングル、中国語といった多言語表記がみられるようになってきたが、多くの場合には、外国語表記といっても英語のみのケースが依然として多い。アジアからの観光客を呼び込む前提として、少なくとも道路、鉄道、バス等の交通関係については、英語のみならずハングルや中国語も含めた多言語表記を徹底する必要がある。

ここでは、外国人観光客への情報発信に関する各地の取組例を紹介しよう。

- (1)九州運輸局と九州観光推進機構は、キャンペーンの一環として、2010年7月に、韓国の人気ブロガーを招待して、九州を旅してもらい、その体験をブログから韓国国内に情報発信してもらった。
- (2)福岡市タクシー協会では、タクシーによる観光を楽しんでもらうため、2010年5月より「指差し行き先マップ」によるサービスを開始した。これは福岡都市圏を走る約7,000台のタクシーに英語・中国語・韓国語の3か国語で表記された福岡市内のマップと指差し会話集を備えつけ、乗務員が外国語を話せなくても外国人客が目的地に到達できるように工夫されたものである。

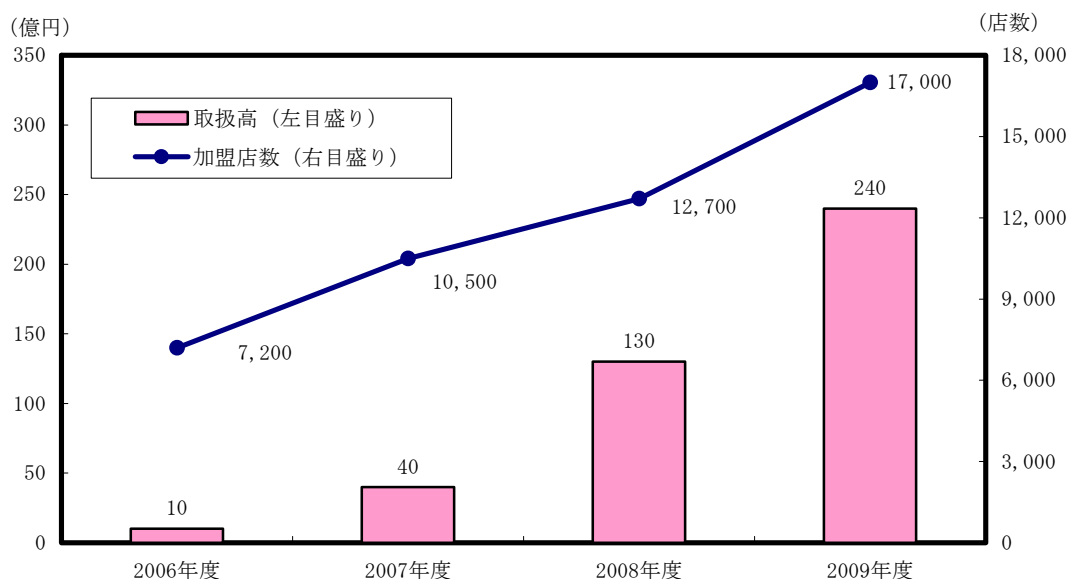
(3) 岐阜県高山市は、誘導案内板などの多言語表記化に取り組んでおり、特に市のホームページでは11言語で観光情報を発信している。これらの取り組みが「旅行者の受け入れ姿勢の質が高い」などと評価され、仏・ミシュラン社の旅行ガイドで最高の三つ星を獲得した。

以上、地域がアジアから観光客を呼ぶための共通の土台ともいえるべきインフラとして、地方空港の有無と、観光に関する情報発信のあり方を取り上げた。前者については予算面の問題があるとともに、観光地としての魅力そのものが問われている。他方、後者については、案内の多言語表記化を進めるという比較的着手しやすいことを行うだけでも、観光客誘致に向けた他地域との競争において有利になるとと思われる。

### 〈コラム〉 中国からの訪日観光の特徴

中国からの訪日客の日本国内における消費活動をみるために、銀聯カード<sup>15</sup>の日本国内での取扱額及び加盟店数の推移をみると、いずれも右肩上がり増加し続けている（第2-1-9図）。また、韓国、台湾、中国、香港の4か国・地域からの訪日客が買い物にか

第2-1-9図 日本国内での銀聯カードの取扱高と加盟店数の推移

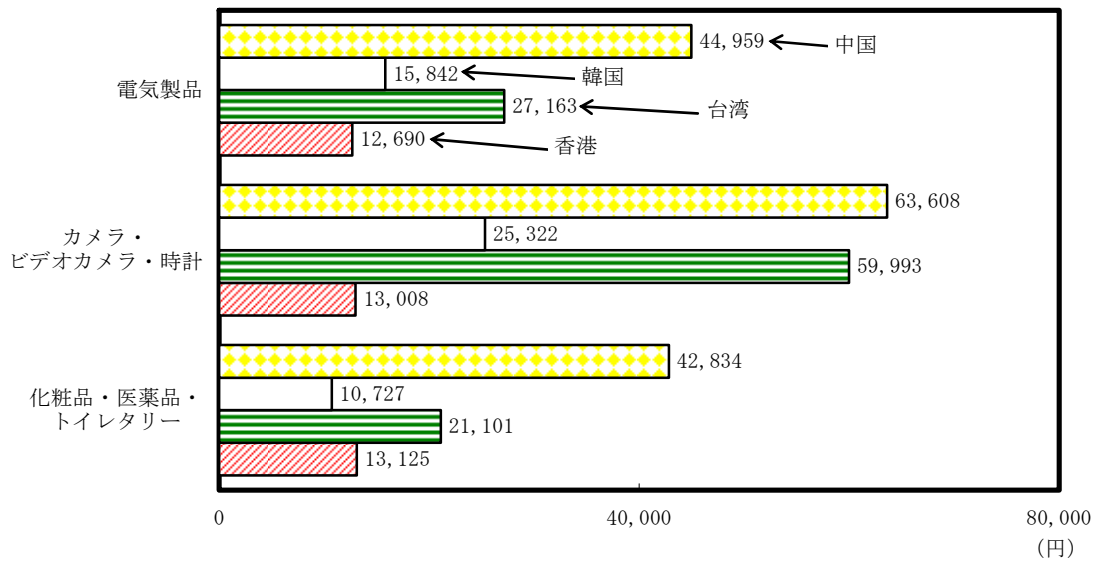


(備考) 三井住友カード株式会社より提供。加盟店数は各年の3月現在。

<sup>15</sup> 中国の大手銀行が共同出資して設立した中国銀聯が運営するカード。外貨持ち出し制限がある中国からの観光客にとって主要な決済手段で、自分の銀行預金残高から代金を引き落として決済する。

ける一人当たりの品目消費額をみても、中国からの訪日客の消費意欲が強いことがわかる（第2-1-10図）。このことは、本文中でも述べた中国からの訪日観光客の特徴である買い物ツアーといった性格の一端を表している。

第2-1-10図 国籍・地域別 買物における一人当たり品目別消費額（観光客）



（備考）観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成22年度第1四半期結果より作成。