

図2 エリアルルート戦略試算フレーム「インバウンド都道府県ポジショニング研究」より

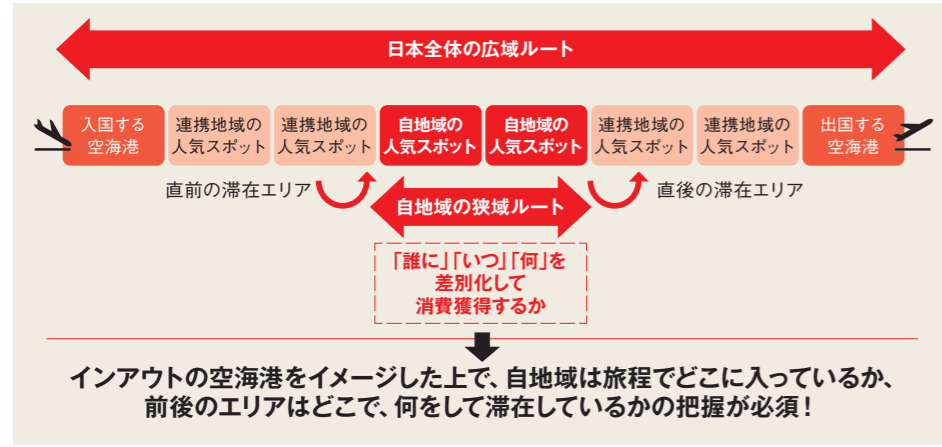
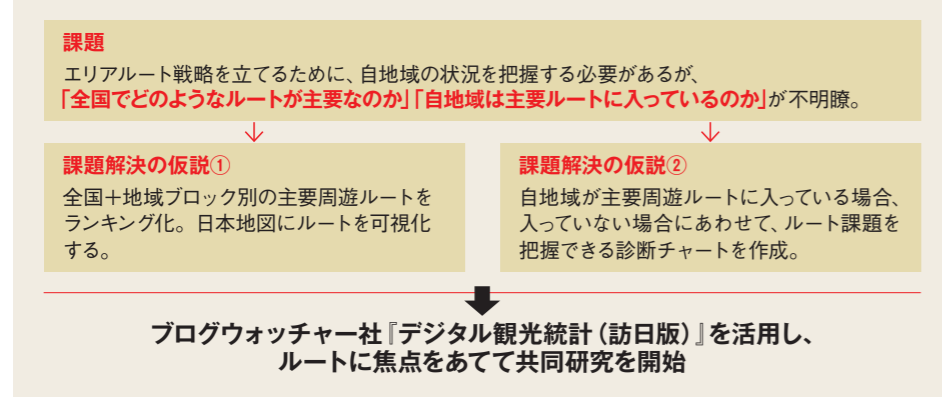


図3 エリアルルート戦略推進での課題/解決仮説



旅行者の動線を踏まえ、自地域の可能性を考える

前述の通り、現在の外国人旅行者は三大都市圏に集中する傾向が強く、今後は地方部にも分散した新たな周遊ルートの設計が必要となる。では、どのようにして分散化された新たなルートに自地域を組み込んでいくべきか。その際に役立てほしいのが、図2の「エリアルルート戦略試算フレーム」だ。詳細は、本誌2023年9月号第1特集『インバウンド都道府県ポジショニング研究』を参照いただきたいが、端的に言えば出入国ポイントや滞在エリア、滞在日数から外国人旅行者の旅程の全体像を把握。広域の周遊ルートのなかで自地域が採るべき戦略を計画していくためのフレームワークだ。

ただし、図3の通り、エリアル

ト戦略には課題もある。まず、多くの旅行者が訪れる「主要周遊ルート」を把握できていなければ、効率的な戦略は立てられない。もちろん、主要周遊ルートと自地域との距離感によって解決すべき課題も異なってくるはずだ。

そこで今回は、じゃらんリサーチセンター(以下JRC)×ブログウォッチャー社の共同研究として、①「主要周遊ルートの可視化」と②「地域ごとのルート課題を把握するための診断チャート」に取り組んだ。具体的には、ブログウォッチャー社の『デジタル観光統計(訪日版)』を活用し、都道府県ごとの訪問率の算出や宿泊ログをベースにした周遊ルートのランキング化を行った。さらに出入国在留管理庁『出入国管理統計統計表』から空港ごとの入出国者数を算出。これらのデータを地図上にプロットすることで①「主要ルートの可視化」を試みた(P16~18)。

また、主要周遊ルートと各地域の距離感・関係性を軸に考える②「地域ごとのルート課題を把握するための診断チャート」の設計と「新たな周遊モデルルートの検討ステップ案」を提案する。

次ページからは、それぞれの項目の詳細についてご紹介したい。

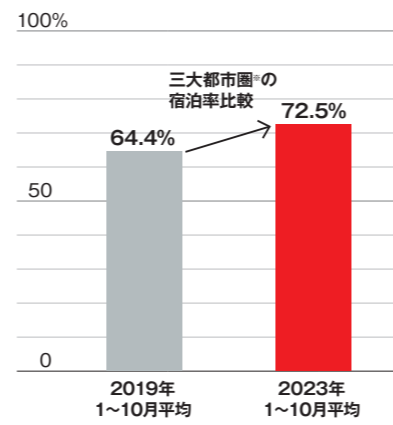
表1 旅客便数の戻り状況

| 空港 | 2023年 冬期旅客便数 (便/週) | 2019年 対比 |
|--------|--------------------------|-------------|
| 成田空港 | 1334.0 | -21% |
| 羽田空港 | 982.0 | 21% |
| 関西国際空港 | 992.5 | -25% |
| 中部国際空港 | 207.0 | -54% |
| 福岡空港 | 392.0 | 24% |
| 新千歳空港 | 123.0 | -20% |
| 那覇空港 | 123.0 | -34% |
| その他の空港 | 158.0 | -43% |
| 合計 | 4311.5 | -17% |

出典：国土交通省調査「2023年冬期スケジュール期間(2023年10月29日~2024年3月30日)の事業計画」
https://www.mlit.go.jp/koku/content/001707036.pdf?fbclid=IwAR1VkljT6FP_pvnk0xrRijHb5vH0t8s9PMd4T4a7-clwss6VcRi6-7cE7I

羽田空港と福岡空港だけが2019年の水準より高く、その他の便はまだ回復しきれていない。特に中部国際空港の-54%やその他空港の-43%にはまだまだ伸び代がありそうだ

図1 都市部への延べ宿泊者数の集中状況



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」
※三大都市圏とは、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

2019年度の64.4%に対して2023年度は72.5%と、都市部への集中は高まっている。観光庁の「観光立国推進基本計画」においても、訪日外国人旅行者1人当たり地方宿泊数の増加が目標となっている

「主要周遊ルートの可視化」と②「地域ごとのルート課題を把握するための診断チャート」に取り組んだ。具体的には、ブログウォッチャー社の『デジタル観光統計(訪日版)』を活用し、都道府県ごとの訪問率の算出や宿泊ログをベースにした周遊ルートのランキング化を行った。さらに出入国在留管理庁『出入国管理統計統計表』から空港ごとの入出国者数を算出。これらのデータを地図上にプロットすることで①「主要ルートの可視化」を試みた(P16~18)。

また、主要周遊ルートと各地域の距離感・関係性を軸に考える②「地域ごとのルート課題を把握するための診断チャート」の設計と「新たな周遊モデルルートの検討ステップ案」を提案する。

次ページからは、それぞれの項目の詳細についてご紹介したい。

インバウンドは順調に回復しかし、地方分散が課題

日本政府観光局が2024年1月17日に発表した訪日外客数の年間推計値によると、2023年の年間訪日外客数は2506万6100人と2019年比の8割程度まで回復。2023年10月と12月には単月でも2019年比100%を超えており、訪日外客数が過去最多だった201

9年の3188万2000人の水準も間近だ。また、2023年の訪日外国人旅行消費額(速報値)はすでに過去最高の5兆円2923億円となっており、インバウンド市場は順調に回復している。

一方で、現在のインバウンド市場が「都市部集中」という課題を抱えていることも確かだ。表1の通り、各空港の旅客便数の戻り状況には地域ごとに大きなばらつきがある。ま

た、図1のように都市部への宿泊の集中は、2019年と比べても顕著。そのため、オーバーツーリズムを避けて、旅行者と地域の双方にとって満足度の高い状況を醸成するためには、「地方分散」がカギとなる。

では、「地方分散」のために何が必要なのだろうか。島国である日本では、地方空港の回復やクルーズ船の復活など、外国人旅行者がイン・ア

ウトできるポイントをより幅広く整備することは欠かせないだろう。また、ひとたび日本を訪れた外国人旅行者の動線「周遊ルート」を、地方部を含むより広範なエリアに分散・拡大していくことも求められる。

本特集では、外国人旅行者の「周遊ルート」を可視化した地図を足がかりに、旅行者を地域に呼び込む「地方分散」の道筋を考察したい。

市場によって周遊ルートはどう違う?

じゃらんリサーチセンター×ブログウォッチャー共同研究

地図で読み解くインバウンド地方分散研究

日本政府観光局が今年1月に発表した訪日外客数の年間推計値によると、2023年の年間訪日外客数は2500万人を超え、3000万人超えも視野に入ってきた。ポストコロナの時代を迎え、インバウンド市場は順調に回復しているといえる。一方で、都市部への旅行者の集中などの課題も浮き彫りになっており、オーバーツーリズムを避けるためにも、「地方分散」は今後不可欠な要素になっている。本特集では、旅行者の「周遊ルート」を地図上に可視化することで見えてくる「地方分散」の可能性と、ターゲット市場ごとの戦略立案のポイントを考察する。



図5 台湾の全国主要周遊ルート詳細MAP (2023年1~9月分)

地域ブロックトップ3

| 地域 | 順位 |
|--------------|----|
| 北海道 | 20 |
| 北海道-千葉県-東京都 | 30 |
| 北海道-東京都-神奈川県 | 36 |
| 北海道-大阪府-東京都 | 36 |
| 東北 | 31 |
| 宮城県-岩手県-青森県 | 48 |
| 宮城県-岩手県-秋田県 | 50 |
| 宮城県-東京都-青森県 | 50 |
| 関東 | 1 |
| 千葉県-東京都-神奈川県 | 2 |
| 千葉県-山梨県-東京都 | 5 |
| 千葉県-埼玉県-東京都 | 5 |
| 中部 | 12 |
| 千葉県-東京都-静岡県 | 14 |
| 東京都-神奈川県-静岡県 | 17 |
| 岐阜県-愛知県-石川県 | 17 |
| 北陸信越 | 9 |
| 千葉県-東京都-長野県 | 17 |
| 岐阜県-愛知県-石川県 | 19 |
| 東京都-神奈川県-長野県 | 22 |

| 関西 | 順位 |
|-----------------|-----|
| 京都府-兵庫県-大阪府 | 3 |
| 京都府-大阪府-奈良県 | 6 |
| 京都府-大阪府-東京都 | 8 |
| 中国 | 43 |
| 京都府-大阪府-岡山県 | 43 |
| 京都府-兵庫県-大阪府-岡山県 | 73 |
| 兵庫県-大阪府-岡山県 | 84 |
| 四国 | 85 |
| 愛媛県-香川県-高知県 | 85 |
| 岡山県-愛媛県-香川県 | 92 |
| 岡山県-広島県-香川県 | 120 |

全国トップ20

| 周遊都道府県 | 順位 | 出現率 |
|------------------|----|-------|
| 千葉県-東京都-神奈川県 | 1 | 4.50% |
| 千葉県-山梨県-東京都 | 2 | 3.48% |
| 京都府-兵庫県-大阪府 | 3 | 3.43% |
| 大分県-熊本県-福岡県 | 4 | 1.99% |
| 千葉県-埼玉県-東京都 | 5 | 1.68% |
| 京都府-大阪府-奈良県 | 6 | 1.41% |
| 山梨県-東京都-神奈川県 | 7 | 1.34% |
| 京都府-大阪府-東京都 | 8 | 1.33% |
| 千葉県-東京都-長野県 | 9 | 1.15% |
| 千葉県-大阪府-東京都 | 10 | 1.13% |
| 埼玉県-東京都-神奈川県 | 11 | 0.99% |
| 千葉県-東京都-静岡県 | 12 | 0.85% |
| 京都府-大阪府-滋賀県 | 13 | 0.81% |
| 東京都-神奈川県-静岡県 | 14 | 0.76% |
| 千葉県-山梨県-東京都-神奈川県 | 15 | 0.72% |
| 大分県-熊本県-福岡県-長崎県 | 16 | 0.61% |
| 岐阜県-愛知県-石川県 | 17 | 0.61% |
| 熊本県-福岡県-長崎県 | 18 | 0.55% |
| 千葉県-東京都-群馬県 | 19 | 0.52% |
| 北海道-千葉県-東京都 | 20 | 0.52% |

脚注1
集計期間 2023年1-9月
出入国者数 出入国在留管理庁『出入国管理統計統計表』より空港ごとの出入国者数を算出し、1万人以上利用者がある空港をマッピング
訪問率 プログウォッチャー「デジタル観光統計(訪日版)」より都道府県ごとの訪問率を算出(N数=1,250,939)
周遊ルート 宿泊ログをベースに、日本旅程日数3日以上20日以内、都道府県ごとの組み合わせ数3以上でルート化。プロットした点は各都道府県庁所在地。順番はランダム表記(N数=47,074、周遊ルートパターン数=1,874)

地域ブロック 地方運輸局が管轄する単位で分類

from Taiwan

| 九州 | 順位 |
|-----------------|-----|
| 大分県-熊本県-福岡県 | 4 |
| 大分県-熊本県-福岡県-長崎県 | 16 |
| 熊本県-福岡県-長崎県 | 18 |
| 沖縄 <th>順位</th> | 順位 |
| 千葉県-東京都-沖縄県 | 94 |
| 東京都-沖縄県-神奈川県 | 121 |
| 京都府-大阪府-沖縄県 | 180 |

地域ブロック区分

| | |
|------|----------------------------------|
| 北海道 | 北海道 |
| 東北 | 青森県、岩手県、宮城県、福島県、秋田県、山形県 |
| 関東 | 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県 |
| 北陸信越 | 新潟県、長野県、富山県、石川県 |
| 中部 | 静岡県、愛知県、岐阜県、三重県、福井県 |
| 関西 | 滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、和歌山県、兵庫県 |
| 中国 | 鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県 |
| 四国 | 徳島県、香川県、愛媛県、高知県 |
| 九州 | 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県 |
| 沖縄 | 沖縄県 |

全国各地に分散し 狭域で周遊する台湾の人々

続いては、市場ごとの詳細を見ていきたい。図5は、台湾市場を対象とした全国主要周遊ルート詳細MAP。主要周遊ルートに加えて、都道府県ごとの滞在率や、主要空港ごとの出入国者数をビジュアライズしたものだ。地図の周囲に配された表では、周遊ルートの全国上位20ルートと、地域ブロックごとの主要周遊ルート上位3ルートを記載している。図5からはさまざまな情報が読み取れる。たとえば出入国者数グラフを見ると、成田空港、羽田空港、関西国際空港に次いで、福岡空港や那覇空港、千歳空港、中部国際空港の利用者が多い。また、周遊ルートの全国トップ20を見ると、東京都と大阪府をつなぐ王道のルートではなく、千葉県-東京都-神奈川県(全国1位)や、京都府-兵庫県-大阪府(全

国3位)、大分県-熊本県-福岡県(全国4位)など、各地域ブロック内で周遊する旅行者が多いことがわかる。また、北海道や沖縄県を含むルートがトップ20に入っていることも、台湾市場の特徴だ。

さらに、地域ブロックごとの周遊ルートを見ると、北海道や沖縄県は関西と関東を組み合わせて巡るルートが多いものの、それ以外の地域ブロックでは、宮城県-岩手県-青森県(東北ブロック内1位/全国31位)や、愛媛県-香川県-高知県(四国ブロック内1位/全国85位)、大分県-熊本県-福岡県(九州ブロック内1位/全国4位)など、地域ブロック内で完結する周遊ルートが上位に入る傾向が強い。

台湾の詳細MAPからは、いわゆる「ゴールデンルート」ではなく、エリアを絞って地域を巡る旅行者の存在を読み取れる。日本からの距離が近く、地方空港への直行便も豊富な台湾市場には、何度も日本を訪れているリピーターが多い。彼らに響くような明確な魅力を発信することができれば、地方分散の可能性もより一層高まっていくのではないだろうか。

図4 市場別の全国主要周遊ルート概要MAP (2023年1~9月分)

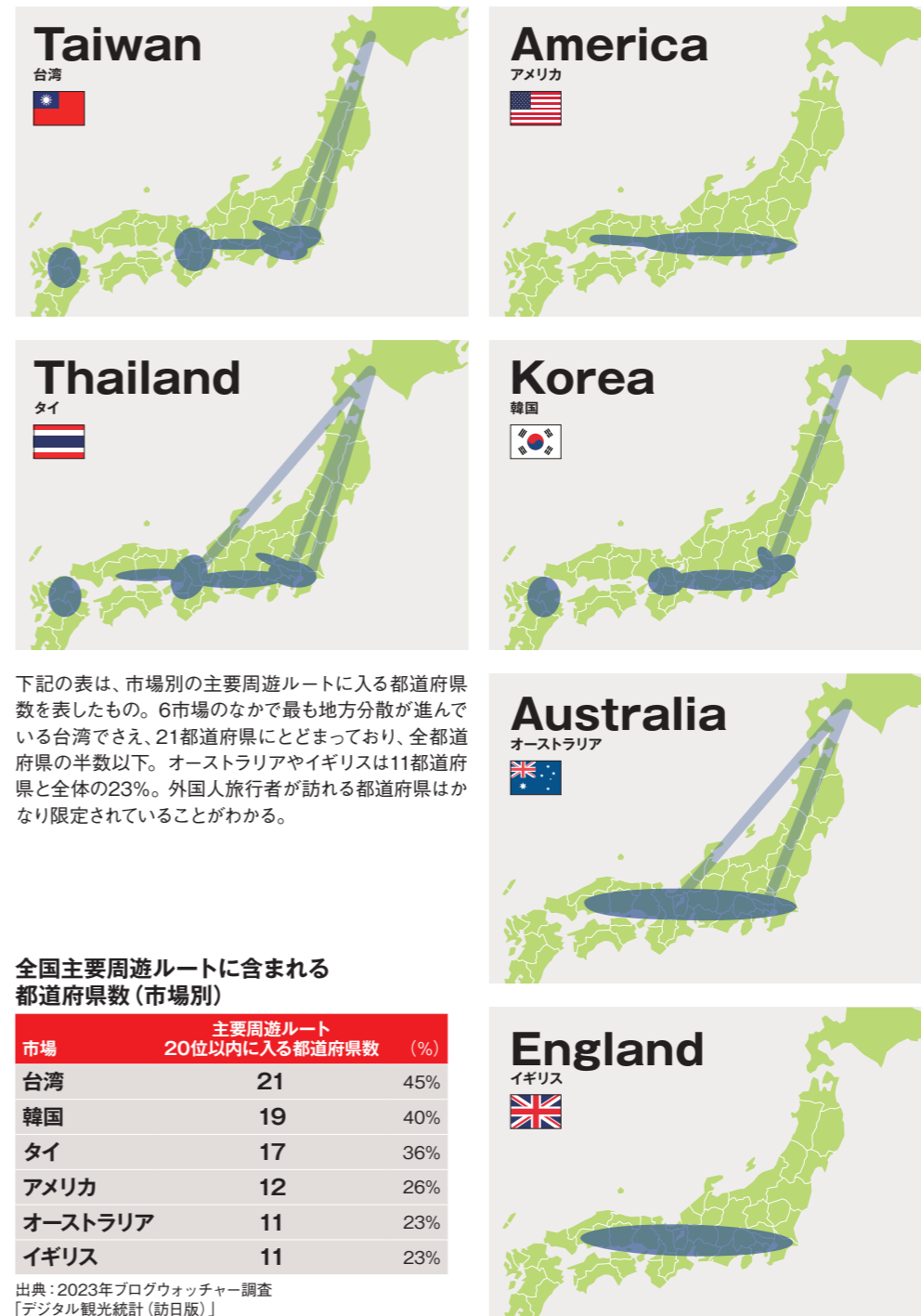


図4は、台湾、アメリカ、タイ、韓国、オーストラリア、イギリスの6市場の主要周遊ルートを大まかに表したものだ。

本稿における「周遊ルート」とは、宿泊ログデータをベースに、3つ以上の都道府県の組み合わせをルート化したもの(都道府県は順不同)。さらに、その周遊ルートをランキング化し、上位20に入ったものを「主要周遊ルート」と定義づけている。

図4の市場別の主要周遊ルート概要マップからは、国によって異なる周遊ルートの特性が見て取れる。たとえば台湾や韓国、タイというアジアの国々は、英米豪に比べて地方に分散する傾向が強い。また、九州ブロック内や関東ブロック内など、近距離での周遊の組み合わせが多いこともわかるだろう。一方で、英米豪は東京-大阪ルートに集中しているものの、イギリスは広島まで含むルートがやや多めだ。また、オーストラリアは北海道が主要周遊ルートに含まれている。このように国ごとの主要周遊ルートを可視化することは、ターゲット市場の絞り込みや各地域の戦略立案に役立つはずだ。

地図で読み解く
インバウンド
地方分散研究

日本地図を俯瞰して考えると
地域分散のカギが見えてくる!?

日本を訪れる外国人旅行者たちは、どのようなルートで旅をしているのか。都道府県ごとの滞在率や、宿泊ログをベースにした都道府県ごとの組み合わせ、空港ごとの出入国数などを日本地図にプロットしてみると、ターゲット市場ごとに異なる周遊ルートの特性が浮き彫りになってくる。

アジアは分散、欧米豪は集中!
市場ごとの主要周遊ルート

図4は、台湾、アメリカ、タイ、韓国、オーストラリア、イギリスの6市場の主要周遊ルートを大まかに表したものだ。

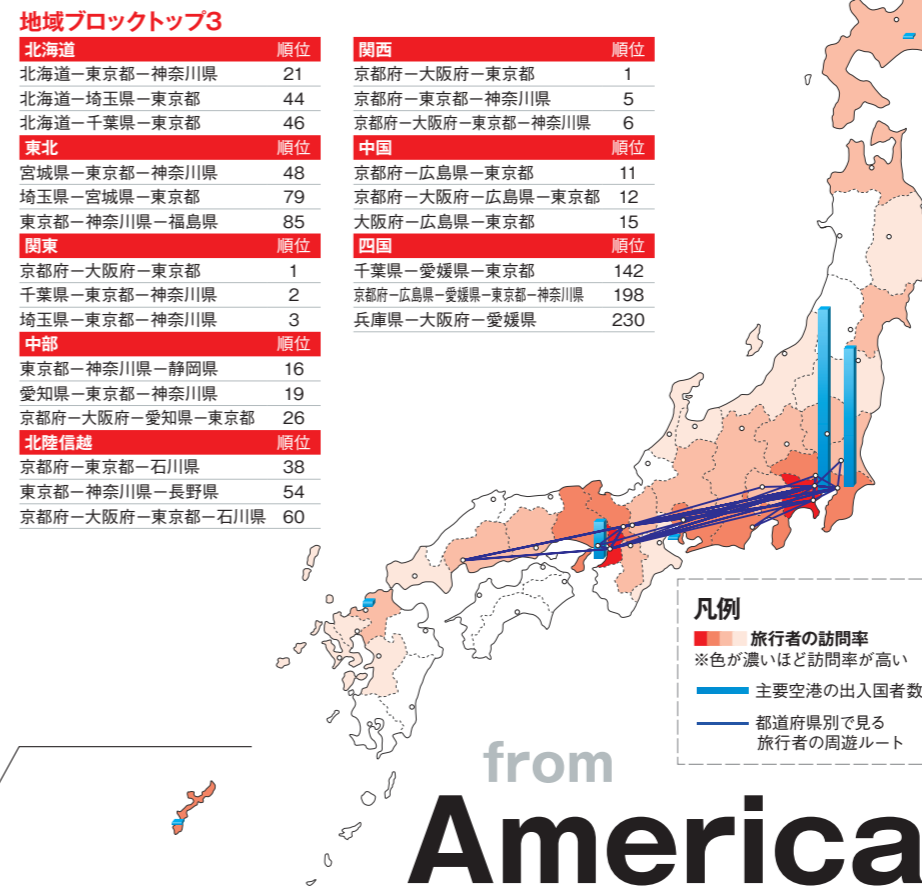


全国トップ20

| 周遊都道府県 | 順位 | 出現率 |
|------------------|----|-------|
| 京都府-大阪府-東京都 | 1 | 5.80% |
| 千葉県-東京都-神奈川県 | 2 | 2.73% |
| 埼玉県-東京都-神奈川県 | 3 | 2.58% |
| 千葉県-埼玉県-東京都 | 4 | 1.98% |
| 京都府-東京都-神奈川県 | 5 | 1.86% |
| 京都府-大阪府-東京都-神奈川県 | 6 | 1.35% |
| 大阪府-東京都-神奈川県 | 7 | 1.34% |
| 京都府-千葉県-大阪府-東京都 | 8 | 1.27% |
| 京都府-東京都-千葉県 | 9 | 1.25% |
| 千葉県-大阪府-東京都 | 10 | 1.15% |
| 京都府-広島県-東京都 | 11 | 0.81% |
| 京都府-大阪府-広島県-東京都 | 12 | 0.63% |
| 京都府-兵庫県-大阪府 | 13 | 0.55% |
| 兵庫県-大阪府-東京都 | 14 | 0.55% |
| 大阪府-広島県-東京都 | 15 | 0.55% |
| 東京都-神奈川県-静岡県 | 16 | 0.52% |
| 埼玉県-大阪府-東京都 | 17 | 0.51% |
| 千葉県-東京都-茨城県 | 18 | 0.50% |
| 愛知県-東京都-神奈川県 | 19 | 0.47% |
| 京都府-山梨県-東京都 | 20 | 0.47% |

脚注1
集計期間 2023年1-9月
出入国者数 出入国在留管理庁「出入国管理統計統計表」より空港ごとの出入国者数を算出し、1万人以上利用者がある空港をマッピング
訪問率 プログウォッチャー「デジタル観光統計(訪日版)」より都道府県ごとの訪問率を算出(N数=2,416,080)
周遊ルート 宿泊ログをベースに、日本旅程日数3日以上20日以内、都道府県ごとの組み合わせ数3以上でルート化。プロットした点は各都道府県庁所在地。順番はランダム表記(N数=103,450、周遊ルートパターン数=3,387)
地域ブロック 地方運輸局が管轄する単位で分類

図6 アメリカの全国主要周遊ルート詳細MAP (2023年1~9月分)



九州

| 順位 | ルート |
|----|-----------------|
| 42 | 東京都-神奈川県-福岡県 |
| 47 | 大阪府-東京都-福岡県 |
| 56 | 京都府-大阪府-東京都-福岡県 |

沖縄

| 順位 | ルート |
|----|--------------|
| 57 | 千葉県-東京都-沖縄県 |
| 70 | 東京都-沖縄県-神奈川県 |
| 84 | 大阪府-東京都-沖縄県 |

地域ブロック区分

| | |
|------|----------------------------------|
| 北海道 | 北海道 |
| 東北 | 青森県、岩手県、宮城県、福島県、秋田県、山形県 |
| 関東 | 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県 |
| 北陸信越 | 新潟県、長野県、富山県、石川県 |
| 中部 | 静岡県、愛知県、岐阜県、三重県、福井県 |
| 関西 | 滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、和歌山県、兵庫県 |
| 中国 | 鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県 |
| 四国 | 徳島県、香川県、愛媛県、高知県 |
| 九州 | 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県 |
| 沖縄 | 沖縄県 |

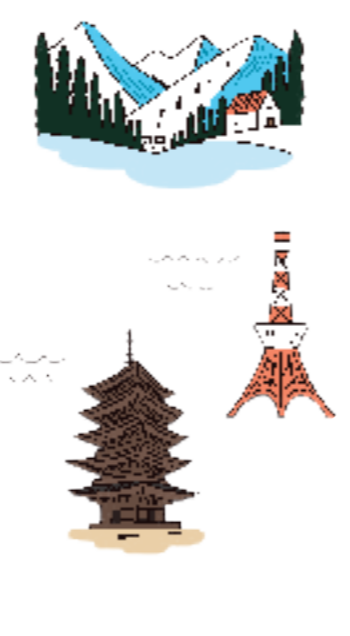
図6のアメリカの全国主要周遊ルート詳細MAPを見ていきたい。まず、出入国者数を表す棒グラフでは、成田空港、羽田空港、関西国際空港が高くなっている。次に全国主要周遊ルートトップ20を見ると、東京都-大阪府間のいわゆる「ゴールデンルート」と呼ばれるエリア内に周遊ルートが集中。トップ10に登場する都道府県のすべてを、関東と関西が占める結果となっている。一方で、唯一「ゴールデンルート」から足を延ばして訪れられている場所が広島県だ。都道府県ごとの訪問率においても、主要周遊ルート上の都道府県が多いが、その他では北海道や青森県、宮城県、福岡県が高めの数値だ。地域ブロックごとの主要ルートの上位3では、北海道-東京都-神奈川県

県(北海道ブロック1位/全国21位)や、宮城県-東京都-神奈川県(東北ブロック1位/全体48位)、東京都-神奈川県-福岡県(九州ブロック1位/全体42位)など、各地域ブロックともに東京都や千葉県、大阪府と組み合わせられたルートが多い。これは、大多数の旅行者が、羽田空港、成田空港、関西国際空港を利用する影響だろう。また、地域ブロックごとの人気都道府県を整理すると、東北は宮城県、北陸信越は石川県と長野県、中部は静岡県と愛知県、中国は広島県、四国は愛媛県、九州は福岡県が上位となっている。台湾市場とは対称的に、アメリカ市場は「ゴールデンルート」に集中している。それは裏返せば、地方分散化への可能性が残されているということでもある。まずは、「ゴールデンルート」から一歩先の destinations 「ネーション」としての地域の魅力を発信することから始めるべきかもしれない。

地図で読み解く
インバウンド
地方分散研究

周遊ルートを軸にして
インバウンド戦略の仮説を立てる

ターゲット市場ごとの主要周遊ルートを地図上で把握したら、次のステップでは、自地域に外国人旅行者を呼び込むための具体的な手法を考えたい。ここからは、市場別主要周遊ルートと自地域との関係性を判断するための診断チャートと新たなモデルルートを検討する際のステップ案をご紹介します。



周遊ルートとの距離感が
地域ごとの戦略立案のカギ

地方分散化が進み、地域ブロック内を周遊する旅行者の多い台湾や、王道の「ゴールデンルート」を旅する人が多いアメリカなど、国によって主要周遊ルートは大きく異なる。では、それぞれの市場に対してどのようにアプローチすべきか。

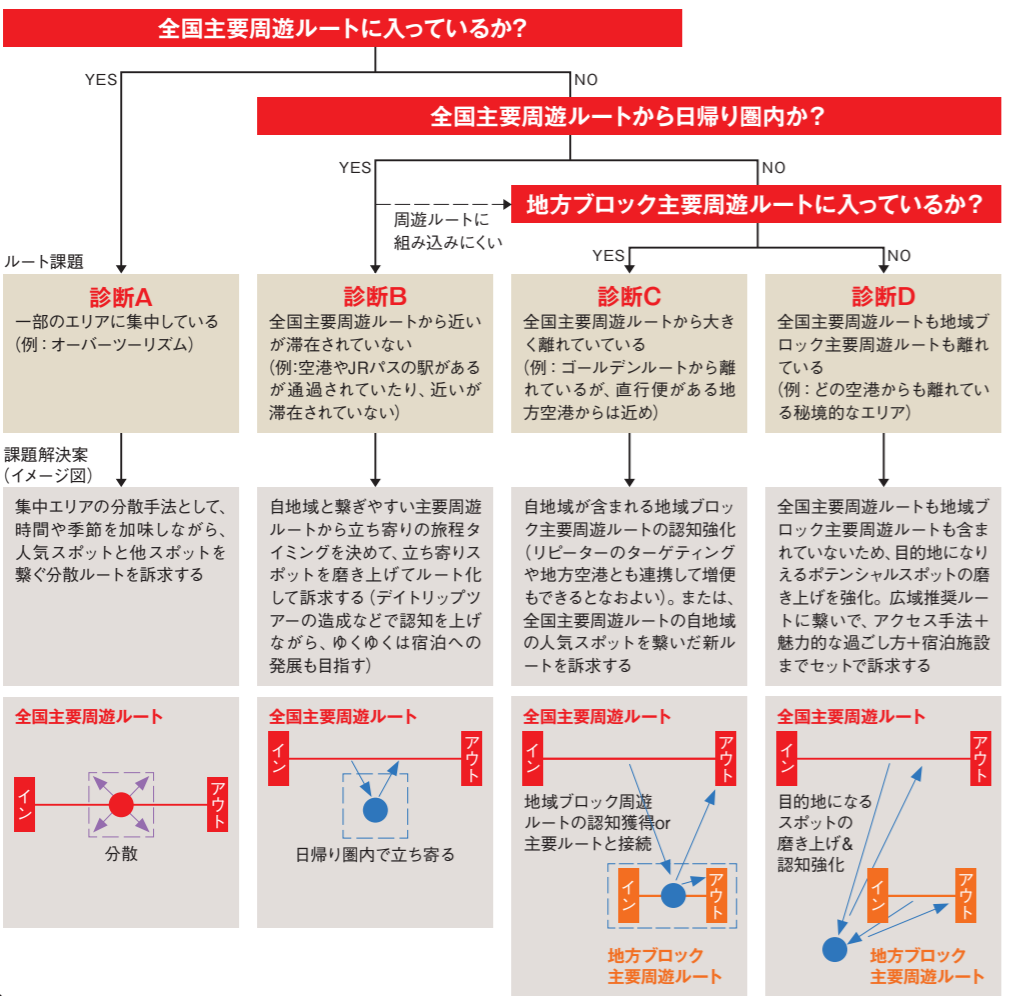
図7の診断チャートの通り、カギとなるのは、市場ごとの主要周遊ルートと自地域の距離感だ。

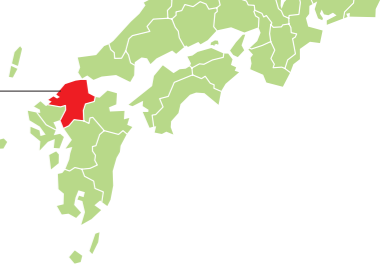
たとえば、自地域が主要周遊ルートの一部にあり、オーバーツーリズムのように一部のエリアへの集中が課題の場合は、人気スポットとその他のスポットをつないで、時間や季節も加味した分散ルートを造成することも、地域にとっても旅行者にとっても満足度の高い旅行体験を実現しやすくなるだろう。

一方、自地域が主要周遊ル路上

にはないものの日帰り圏内の場合、魅力的なデイトリップツアーを造成。まずは地域の認知度を上げながら、将来的に宿泊地に育てていけると良い。また、自地域が全国主要周遊ルートから日帰り圏内ではなく、地域ブロックで上位周遊ルートに入っている場合は、そのルートの認知を高め、リピーター中心に訴求したり、地方空港が近ければ全国主要周遊ルートとつなぐ新ルートを訴求することもできる。もし、自地域が全国主要周遊ルートにも地方ブロック内の主要周遊ルートにも入っていない場合は、「アクセスが悪くても訪れたい唯一無二の秘境」としてのブランディングに注力するという方法もある。このように、市場別の主要周遊ルートと地域との距離感によってさまざまなアクションをとることができ、市場別主要周遊ルートMAPと図7の診断チャートを活用し、地域の戦略の方向性を見定めたい。

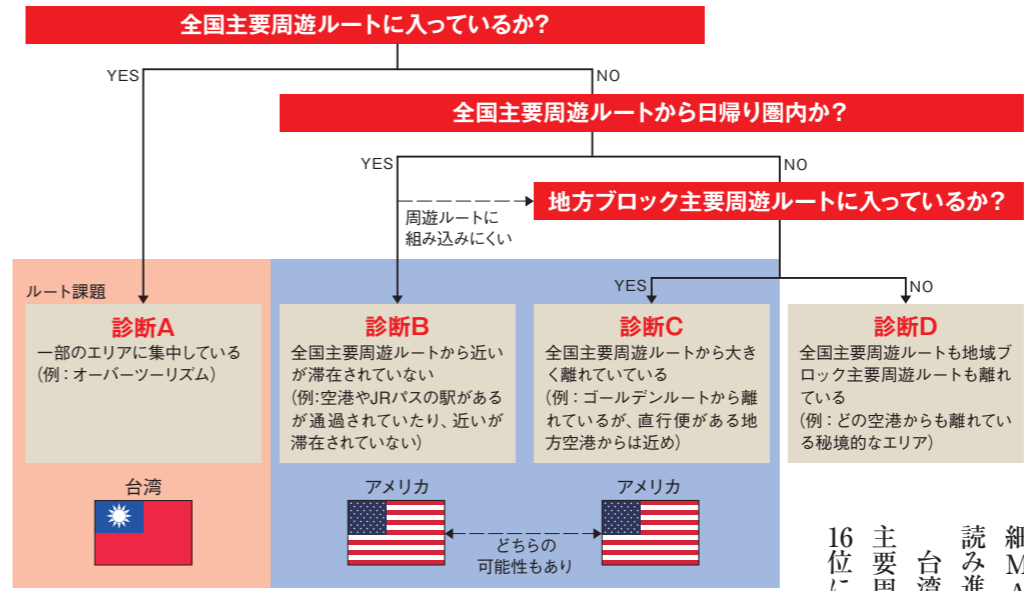
図7 市場別周遊ルート診断チャート





台湾市場では比較的メジャーな福岡県だが、アメリカ市場ではまだまだ訪問率は低め。このように、1つの地域でも市場によって立ち位置や課題は異なっている。

図8 福岡県の診断チャート例(台湾/アメリカ)



**周遊ルートMAPを読み解き
さまざまな選択肢を検討する**

ここからは、福岡県を例に主要周遊ルートMAPと診断チャートの活用方法をご紹介します。ぜひ台湾の全国主要周遊ルート詳細MAP(P17)とアメリカの全国主要周遊ルート詳細MAP(P18)を参照しながら、読み進めてほしい。

台湾市場における福岡県は、全国主要周遊ルートランキングの4位、16位に組み込まれているため、チャ

Column

福岡県×台湾で検討したい戦略は?

台湾市場の全国主要ルートトップ20にランクインしているため、福岡県の診断はA。福岡県内では、福岡市や北九州市周辺に旅行者が集中する傾向が強く、分散化が求められている。旅行者の分散を考える際にまず意識したいのが、主要周遊ルート内の人気スポットや主要駅などの詳細を把握することだ。たとえば、全国主要周遊ルート4位の大分県—熊本県—福岡県のルートでは、由布院温泉や別府温泉(大分県)や黒川温泉、阿蘇山、熊本城(熊本県)、中洲、太宰府天満宮(福岡県)などが人気。これらのスポットをつなぐルート上に新たな立ち寄りスポットを組み込むことで、分散化に寄与する新ルートを訴求することができるだろう。

Column

福岡県×アメリカで検討したい戦略は?

チャートによる診断はBかC。Bの場合は広島県からの日帰りルート訴求を検討すべきだが、広島県が宿泊拠点となっていないと難しい。そのため、診断Cと判断し、東京都や大阪府から福岡空港に飛ぶ広域ルートを造成したい。福岡県だけでルートの魅力が弱い場合は、近県と組み合わせるのも有効だ。たとえば、熊本の阿蘇で温泉や自然を楽しんだ後に、中洲のナイトライフを体験し、翌日は長崎の平和公園を訪れるなど、広い視野で旅程をデザインしていくことがポイントだ。また、アメリカのようなロングホール市場は、アジアの国を複数回るルートを検討するケースも。韓国のインチョン空港や釜山と福岡県を組み合わせるプランなども検討する価値がある。

効果的といえる。

一方、アメリカ市場における福岡県は、全国主要周遊ルート上位20に入っていないため、チャートによる診断はB、C、Dの可能性がある。ここでチェックしたいのが、上位20のなかに福岡県から日帰り圏内の都道府県があるか否かだ。ここでは唯一、福岡県から新幹線で1時間程度の広島県がランクインしているため、診断Bに該当。広島県からの日帰りルートを訴求できる可能性はある。

ただし、広島県の訪問率を表す色は、大阪府や東京都に比べて薄い。このことから広島県が宿泊拠点になっていない可能性も読み取れるため、広島県と福岡県をつなぐ日帰りルートが現実的ではないという判断も十分にありえるだろう。

診断Bと比較して検討したいのが、診断Cだ。福岡県は、九州の地域ブロック上位3ルートのすべてに入っている。いずれも東京都と組み合わせたルートなので、東京都と福岡県をつなぐルートの認知強化を行うことで、アメリカ人旅行者をさらに呼び込めるチャンスはある。

このように、地図とチャートからは多くの選択肢が読み取れる。上のコラムでは、診断に対して福岡県が検討できるアクションも紹介する。

**ターゲット市場を見定め
新たなルートを作るために**

本稿の最後にご紹介したいのが、自地域を含む新たなルートを訴求する際のステップ案だ。

詳細は図9の通りだが、まずは日本全体の主要ルートを俯瞰し、自地域の立ち位置を把握することが大きなポイントとなる。そのうえで、ターゲット市場の優先順位付けを行い、自地域と組み合わせやすい主要周遊ルートを選定していく。狙いたい主要周遊ルートが決まったら、イン・アウトの空港や主要周遊ルート内の人気スポットなどを精査し、ルートと相性の良いスポットやテーマを自地域から見つけていきたい。

新たなルートにある程度の目処があったら、自地域の強みを磨き上げ



る。この際、動態データだけでなく、自地域が持っている各種データやSNSの口コミなど、さまざまなリソースを組み合わせることで、より精度の高い磨き上げができるだろう。

また、実際に新たなモデルルートを作成する際には、入念なフィールドワークも必須となる。大きなスーツケースを持って移動する外国人旅行者にとって、不慣れた異国での移動は想像以上にハードルが高い。机上の空論とならぬよう、実際に現地

図9 新たな周遊モデルルートの検討ステップ案

| 検討ステップ | 詳細 |
|---|--|
| Step 1 ルート課題の把握 | MAPと診断チャート使って、市場別にルート課題を把握する。 |
| Step 2 狙いたい主要周遊ルートの候補決定 | 市場別に優先順位をつけて、自地域で狙いたい主要ルートの候補を、全国主要周遊ルートもしくは、地域ブロック主要周遊ルートから選定していく。 |
| Step 3 候補にしたルートの詳細を把握して自地域の入る余地を検討 | 候補にしたルートに対して、インアウトの空港、ルートで組み合わせになりやすい都道府県、人気スポットを確認し、自地域でつなげやすいエリアやスポットのあてをつける。 |
| Step 4 候補にしたルートと比較しながら自地域の強みを決めて磨き上げ | 候補にしたルートのスポットと比較して、自地域はどのタイミングで旅程に入る余地があるか、来訪してもらう理由の仮説を設定し、ポテンシャルがあるスポット中心に磨き上げる(HP掲載やSNS投稿で反応の良さ、公共交通機関の活用やJRバスの範囲内でアクセスの良さ、季節限定感など、他データも重ねながらポテンシャルの高い仮説を探していく) |
| Step 5 候補にしたルートとつないで新モデルルートを作成 | 自地域で磨き上げた強みをベースに候補にしたルートと繋いで、新モデルルート案をつくる。 ※新モデルルート案を必ず現場に行って確認し、アクセス上に課題がないか洗い出して磨き上げも行う(電車の本数や運行時間、スーツケースを持つための移動に無理がないかなどを確認する) |

に足を運んでブラッシュアップを繰り返していくことが大切なのだ。

市場ごとの周遊ルートを把握し、自地域の立ち位置を知ること。課題を明確にし、仮説を立てて解決策を模索すること。頭と足を使って、新

たなルートを訴求すること。これらのプロセスは一朝一夕にできるものではない。しかし、一歩ずつ着実にステップを踏んでいくことで、次第に旅行者を呼び込むための戦略立案が可能となるだろう。

担当研究員より

**百問は一見にしかず!
周遊データと現地視察を併用して
新たなルートを磨き続けよう**

先日このデータ分析結果を使って、新たなルートを検討するための現地視察に行った。データだけでは気づけない、磨き上げポイントがいろいろ見えてきた。たとえば、最寄り駅から次の訪問スポットと宿まで行くには徒歩だと想定より離れていたり、レンタサイクルの台数が少ない、車の交通量が多く自転車では走りにくいなど。逆に宿泊施設、タクシー運転手、レンタサイクルの方と話すとも良い発見もあった。レンタサイクルは別の箇所と連携して台数が足りないときはお互い紹介合っている、レンタサイクルマップで複数の道を紹介、旅行者の代わりにタクシーを呼んでいる、宿泊者へ希望の場所まで送迎サービスを提供など、まさに「百問は一見にしかず」だった。必ず検討したルートは移動込みで現地視察し、そこで仕入れた情報も取り入れていただきたい。モニターツアーでも移動を省略しすぎず、アクセスも含めた課題を見つけることがおすすめだ。そして新たなルートを磨き上げて認知を高めるには、情報発信～コンテンツ造成～受け入れ整備を連動して推進する必要がある。これはなかなか難易度が高い。なぜなら行政組織は誘客、コンテンツ造成、受け入れ整備とチームが分かれている場合も多く、各チームが連動して動けるよう持続可能な体制を構築する必要があるからだ。さらに、広域ルートを発信する場合はJNTOや広域連携DMOと、受け入れ整備をする場合は市区町村や観光事業者との連携もより大切になる。そのような数多い関係者と同じ方向性で会話するきっかけづくりに、本研究のデータを活用していただきたいと分析を進め、地図で視認性を高めることにも注力してみた。少しでも地方分散の新たな道筋につながると幸いだ。

じゃらんリサーチセンター
研究員
松本百加里
まつもとゆかり

「インバウンド都道府県ポジショニング研究」など、インバウンドに関する調査や研究を担当。2022年7月より観光庁専門家派遣事業に専門家として登録。