平成２８年度
日南市におけるクルーズ船客等受入れに向けた
インバウンド受入環境整備調査検討事業
報告書

【全体版】

平成２９年３月

九州運輸局　観光部　観光地域振興課

目次

Ⅰ. 調査の概要 1
調査の目的、調査期間、調査のフロー 1

Ⅱ. 油津港のクルーズ船の状況 2
1. 日南市（油津港）におけるクルーズの現況 2
（1）寄港回数の推移 2
（2）クルーズ客数の推移 2
2. 油津港の港湾施設 3

Ⅲ. 日南クルーズ観光のインバウンド受入環境整備の方向 5
1. 観光客（クルーズ船客中心）の観光動向調査の結果 6
（1）アンケート調査結果 7
①油津港クルーズ船客等 7
②日南市を訪れた観光客への調査 19
③宮崎県（日南市を除く）を訪れた観光客 24
（2）ヒアリング調査の結果 30
①クルーズ船に関係する日南市・民間事業者等 30
②旅行エージェント 33
③宮崎県 36
宮崎県におけるクルーズ船誘致の取組について 41
2. インバウンド（クルーズ船客等）受入環境整備の調査 43
（1）案内サインモニター調査 43
（2）ワークショップの実施（3 回） 45
（3）先進地事例調査 50

Ⅳ. まとめ 61
提言Ⅰ:「外国人（特に中国人）にとっての利便性向上」に向けた対応 61
提言Ⅱ:「魅力ある日南観光の提供」に向けた対応 69
提言Ⅲ:「おもてなしによる消費拡大」に向けた対応 70

＜資料編＞ 73
＜アンケート調査＞
（1）クルーズ船客
（2）日南市を訪れた観光客
（3）宮崎県（日南市を除く）を訪れた観光客

＜ヒアリング調査＞
（1）クルーズ船に関係する日南市・民間事業者等
（2）クルーズ船に関係する旅行エージェント
（3）クルーズ船に関する宮崎県の取組

＜案内サインモニター調査＞

＜ワークショップの結果報告＞

＜先進地事例調査＞

Ⅰ．調査の概要

１．調査の目的

日南市油津港は、九州の東側に位置する。クルーズ船の太平洋側における主要コースの寄港ルートに組み入れやすいという利点から、平成27年3月に16万トン級の大型クルーズ船の受入整備を行った結果、クルーズ船寄港数が平成26年の5回から平成27年は9回、今年は22回と急激な伸びを見せている港湾である。また、県は、今年度22万トン級の受入の可能性についての調査し、ハード面の受入整備を進めており、日南市でもソフト面での受入れ環境整備を進めていく必要がある。急増したクルーズ船客、インバウンド観光客等を、日南らしいおもてなしで受け入れ、日南のよさを発信してもらうことで、新たな需要の掘り起こし、リピーターが多く訪れる観光地を目指しているところである。

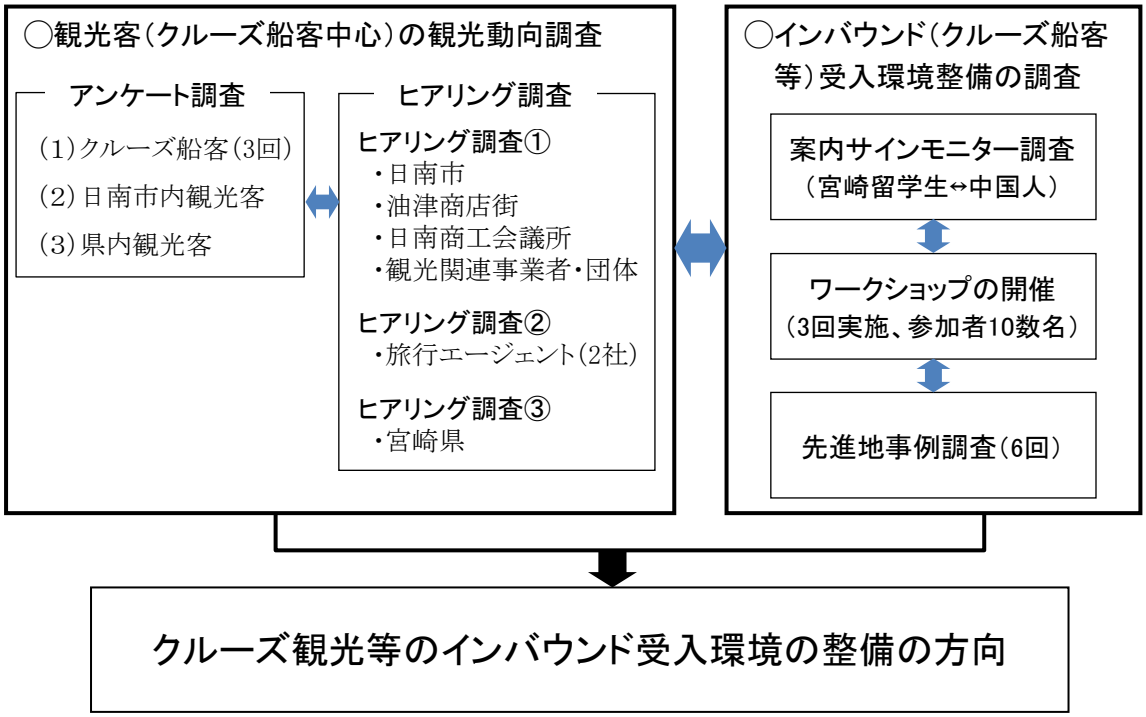
一方、市内の主要観光地における案内標識や諸設備の統一的な整備、宿泊を伴わないクルーズ船客の消費拡大等に向けた取組については、喫緊の課題となっている。

昨年度は、地域におけるクルーズ船寄港時の受入可能性調査等行い、交流人口の拡大に向けた取組を行った。今年度は、クルーズ船寄港数等の増加による拡大した交流人口から、クルーズ船客及びインバウンド需要のニーズを調査し、主要観光地における案内サイン整備計画案の策定や消費拡大策の検討を行うことで、地域活性化を図ることを目的とする。

２．調査期間

平成28年11月～平成29年3月

３．調査のフロー



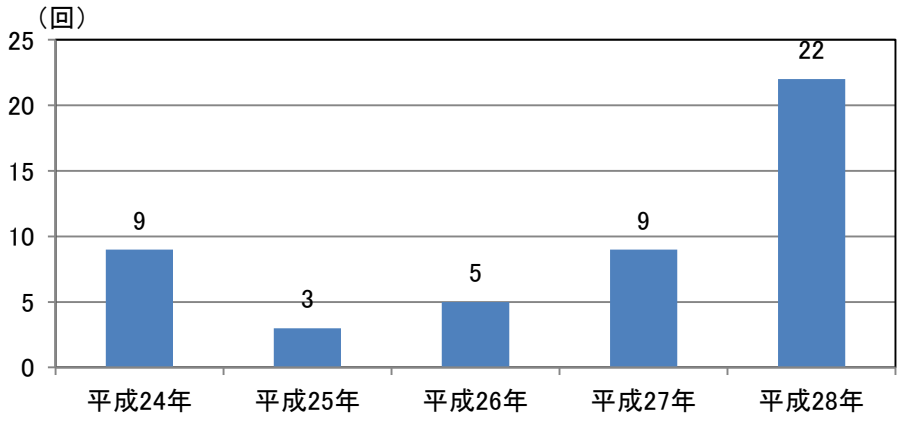
Ⅱ．油津港のクルーズ船の状況

１．日南市（油津港）におけるクルーズの現況

（１）寄港回数の推移

日南市（油津港）における過去5年間の寄港回数では、平成28年が最多となっている。

＜油津港におけるクルーズ船の寄港回数の推移＞

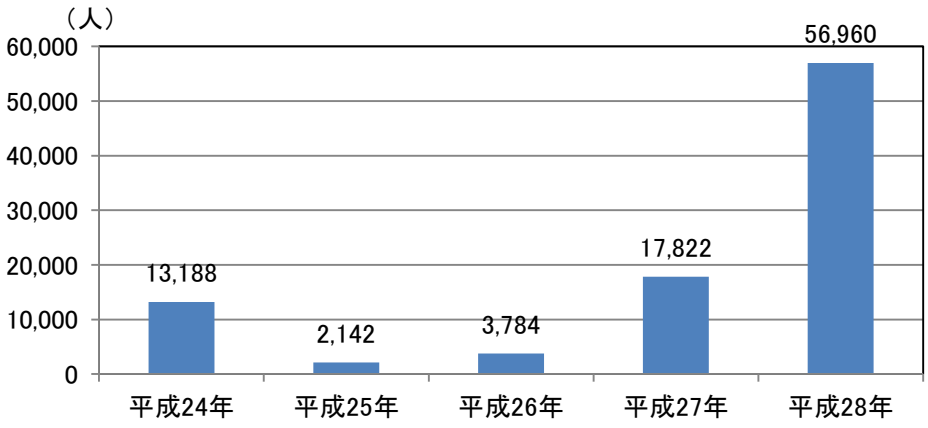


出典：宮崎県ポートセールス協議会

（２）クルーズ客数の推移

クルーズ客数は、平成28年に飛躍的に増加し、この5年間で約9万4千人の旅客を記録した。

＜油津港におけるクルーズ船客数の推移＞



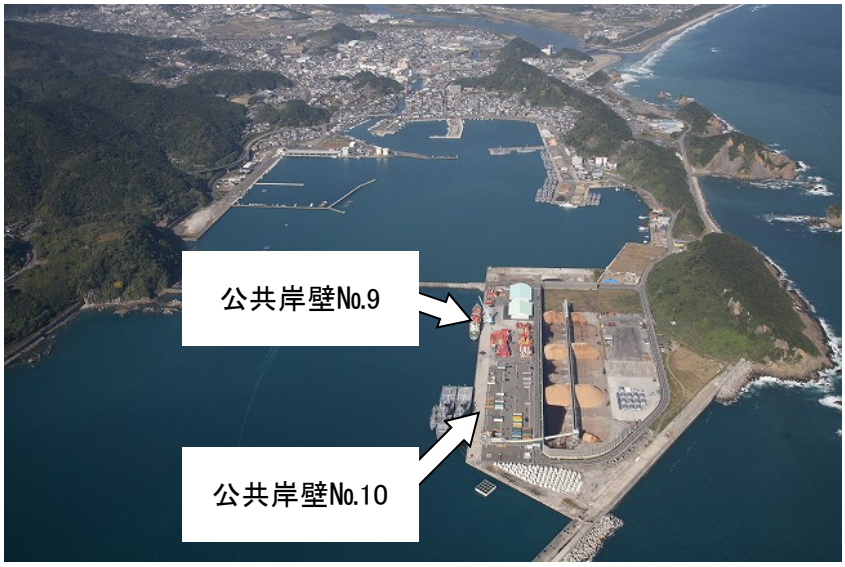
出典：宮崎県ポートセールス協議会

2. 油津港の港湾施設

油津港へのクルーズ船の寄港増加を図るためには、大型化にも対応できる港湾施設の整備が必要である。このため、平成26年度、宮崎県は16万トン級の大型客船の寄港が可能となるよう油津港を改修した。船の接岸時に船体を守るための防舷材、係船柱も設置したところである。

＜油津港の概要＞

公共岸壁№10：水深（－12m）、L=240m＋№9：水深（－10m）、L=185m＝425mで受入



油津港は風光明媚な宮崎県の日南海岸に位置する天然の良港であり、昭和27年に重要港湾に指定された。昭和30年に港湾計画を策定後、防波堤や係留施設等の整備が進められ、平成10年にはコンテナ船やRORO船が接岸可能な東埠頭を共有開始し、より多くの貨物を取り扱えるようになった。また、貨物船ばかりではなく、大型客船も多数寄港しており、国内客船では「飛鳥Ⅱ」や「ぱしふぃっくびいなす」、「にっぽん丸」等が、外国客船では「レジェンド・オブ・ザ・シーズ」が寄港し、多くの方が宮崎の県南地域を楽しまれている。

油津港は、宮崎県南地域と大首都圏・アジアを結ぶ海の玄関口として重要な役割を果たしている港である。

出典：国土交通省

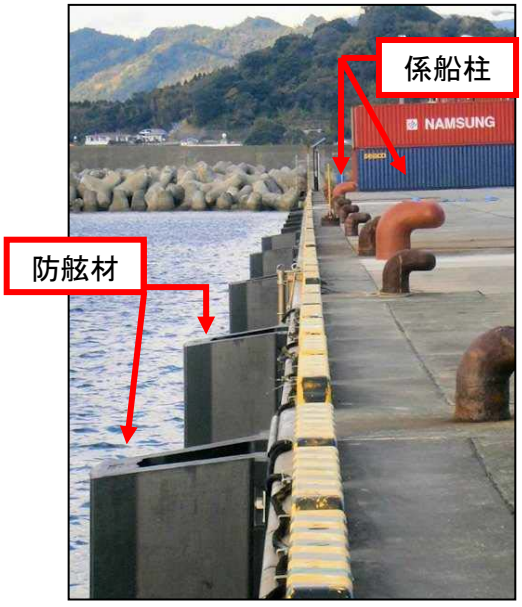
◯増加・大型化するクルーズ船の円滑な受入に向けて（出典：国土交通省）

○クルーズ船の大型化や寄港増にともない、橋梁をくぐれない、岸壁の延長が不足等の課題が生じている。
○貨物ふ頭の転用や一時使用等、既存施設を有効に活用しつつ、大型クルーズ船に対応した必要な機能の確保を図る。

＜油津港の事例＞

＜改良イメージ＞

外国の大型クルーズ船の寄港に備え、既存岸壁の係船柱や防舷材の改良を実施。



Ⅲ. 日南クルーズ観光のインバウンド受入環境整備の方向

東アジアを重視したクルーズが増加しているなか、日南市・宮崎県・九州は、中国・韓国・台湾の位置関係から日本における寄港地としてのポテンシャルを有している。

今後とも、日南市はクルーズ船寄港の増加に向け受入体制を整備し、宮崎県・九州における拠点形成に向けた取組を実施することが重要である。

このため、平成28年度は、インバウンド受入環境整備にかかる調査を実施したところである。

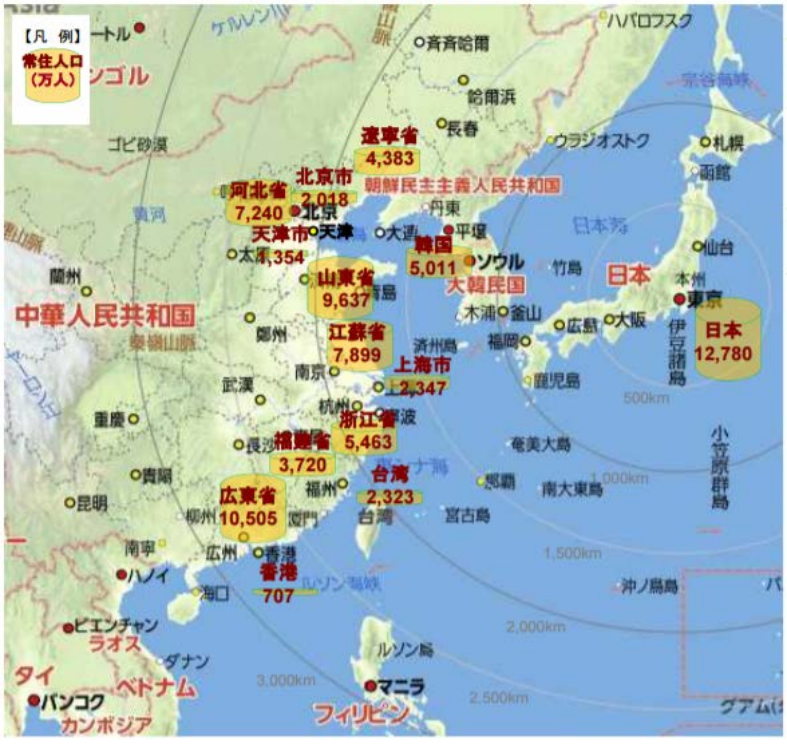
○成長著しい北東アジアに位置する日本　～地理的に優位性のある日本～

（出典：「クルーズ振興を通じた地方創生～クルーズ100万人時代に向けた取組～」国土交通省）

○我が国の周辺地域（韓国、中国主要沿海10省市、香港、台湾）の常住人口は約6億人であり、国・地域別の訪日外国人旅行者数は、台湾、韓国、中国の順に多く、アジアからの旅行者が8割程度を占める。

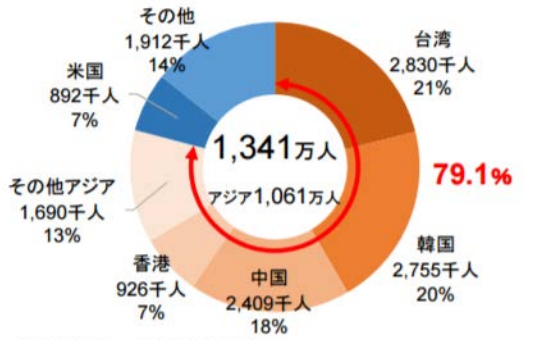
○中国をはじめとする近隣諸国・地域の経済成長とともに観光客の増加が期待される。

我が国周辺地域の人口



出典：日本貿易振興機構（JETRO） 国・地域別情報及び総務省統計局 世界の統計2013より港湾局作成

国・地域別訪日外国人旅行者の割合（2014年推計値）



出典：日本政府観光局（JNTO）資料より港湾局作成
※「その他アジア」にはタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インドを含み、「その他」には上記以外のアジアの国を含む。

1．観光客（クルーズ船客中心）の観光動向調査の結果

○観光動向調査の構成

＜観光動向調査＞

（1）アンケート調査

①クルーズ船客（3回）
②日南市を訪れた観光客
③宮崎県内（日南市を除く）の観光客

（2）ヒアリング調査

対象①：クルーズ船に関係する日南市・民間事業者等
- ・日南市（クルーズ振興室）
- ・日南商工会議所
- ・油津商店街振興会
- ・株式会社日南山形屋
- ・飫肥城下町保存会
- ・有限会社大清観光

対象②：旅行エージェント
- ・クルーズ船に関係するA、B…2社

対象③：宮崎県（観光推進課、総合交通課）

（1）アンケート調査結果

①油津港クルーズ船客等

調査概要

◯調査方法

油津港岸壁において、クルーズ船客に対して、聞き取りでアンケートを実施した。なお、調査を充実するために、船員に対してもアンケートを実施した。

◯調査日・調査票回収数

＜船客＞

調査日	クルーズ船名称	発地	乗客数	アンケート回収枚数
第1回調査 平成28年11月9日（水）	オベーション・オブ・ザ・シーズ	香港	4,103人	221人
第2回調査 平成28年11月11日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	4,789人	371人
第3回調査 平成29年1月6日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	4,206人	266人
			合計	858人

＜船員＞

調査日	クルーズ船名称	発地	アンケート回収枚数
第1回調査 平成28年11月9日（水）	オベーション・オブ・ザ・シーズ	香港	24人
第2回調査 平成28年11月11日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	15人
第3回調査 平成29年1月6日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	31人
		合計	70人

ア. 船客の属性（問1～5） ※無回答があるため100%にならない。

・性別…男性37.9%、女性60.8%

・年代…～30代（若者）34.5%

40、50代（壮年）36.3%

60代以上（老年）27.1%

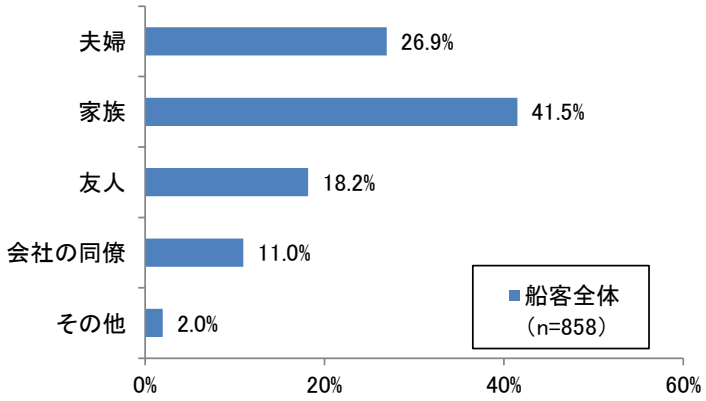
・国籍…中華人民共和国74.0%

香港16.0%

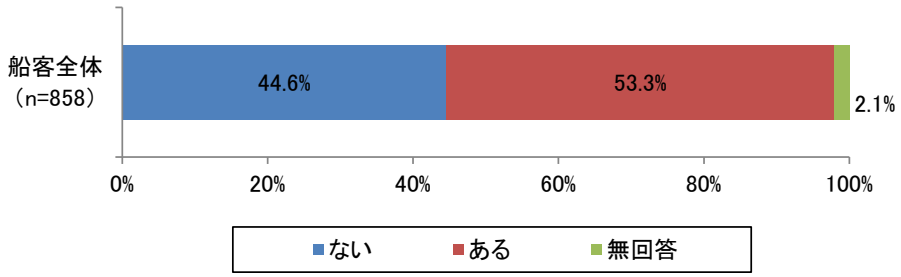
（注：1回目は香港発のクルーズ船のため、香港の割合が59.3%である。
その他はオーストラリア、フィリピン、シンガポールなどであり、各国とも10人以下。）

・同行者の関係…・「夫婦」「家族」が合わせて68.4%

・3回目は「友人」「会社の同僚」が合わせて43.6%で「夫婦」「家族」（同50.8%）に次いでいる。



・クルーズ参加経験の有無…経験は「ある」53.3%、「ない」44.6%

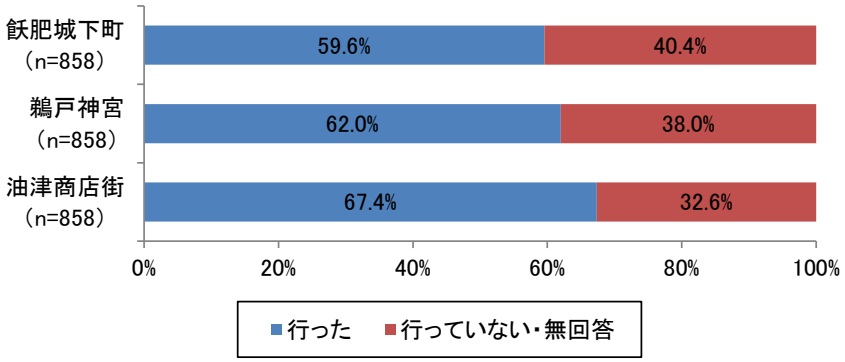


イ. エクスカーション先の満足度（問6）

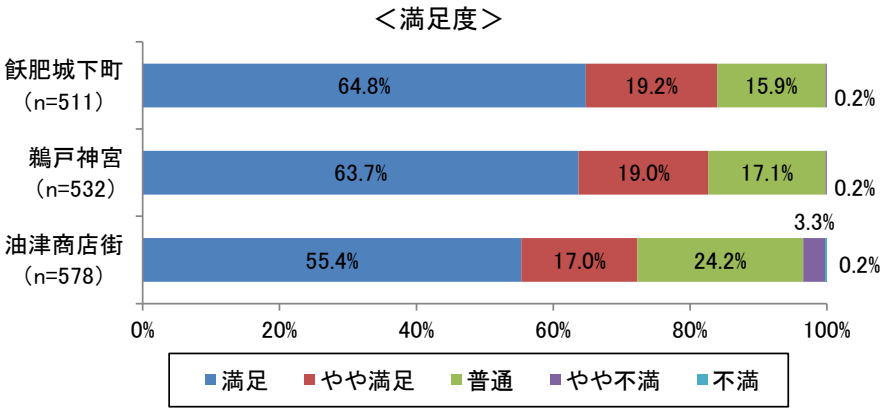
・2回目、3回目は「飫肥城下町」、「鵜戸神宮」はツアーに組み込まれているので「行った人」の割合が高く、満足度も良好と推察できる。

・1回目は下船後の行動は「フリー」の乗客が多かったため、港に近い「油津商店街」に行った人（84.6%）が多い。また「満足度」も良好（70.0%）と推察できる。

＜観光地への訪問＞



＜満足度＞



＜行った人と満足度＞

	行った人	満足度 （「満足」＋「やや満足」）
飫肥城下町	59.6% （1回目　34.4%）	84.0%
鵜戸神宮	62.0% （1回目　24.9%）	82.7%
油津商店街	67.4% （1回目　84.6%）	72.4%

ウ. 宮崎での上陸観光で消費した金額（問7）

・全体の平均金額は33,727円となっている。1回目（香港発）と比較して、2回目、3回目（ともに上海発）の使用金額の平均は高くなっている。

・1回目は、回答者の約6割が国籍を「香港」と回答。2回目、3回目は、上海発で回答者の9割以上が国籍を「中華人民共和国」（中国系）と回答している。

・このことから、「中華人民共和国」の方が購買力が高いことが推察される。

全体	1回目調査	2回目調査	3回目調査
33,727 円	18,226 円	41,518 円	35,298 円

a. 年代別

・1 回目（中国国籍を除く）

「30～60歳代」の平均金額は、2万円程度となっている。

20 歳以下	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	平均金額
8,024 円	21,176 円	18,125 円	20,114 円	20,737 円	4,200 円	18028 円

・2 回目+3 回目（中国人系）

「50歳代」の平均金額が最も高く、54,472円となっており、次いで「40歳代」が46,749円となっている。

20 歳以下	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	平均金額
25,124 円	35,809 円	46,749 円	54,472 円	38,538 円	30,875 円	38,947 円

b. 同行者別

・1回目（中国国籍を除く）

「会社の同僚」では、平均金額が35,667円となっており、平均金額が他よりも高い。「夫婦」は、14,109円となっており、他よりも低くなっている。

夫婦	家族	友人	会社の同僚
14,109 円	20,307 円	20,398 円	35,667 円

・2 回目＋3 回目（中国人系）

「会社の同僚」では、平均金額が30,536円となっており、他の同行者（「夫婦」「家族」「友人」）よりも平均が1万円以上低くなっている。

夫婦	家族	友人	会社の同僚
41,718 円	44,297 円	40,323 円	30,536 円

c. 買い物状況

・中国系、非中国系に分けて分析する。

・2回目、3回目は上海発であり、乗客の国籍は96.2%、92.5%が中華人民共和国であるが、1回目は香港発で中華人民共和国は14.5%とその割合が極めて低い。

・このようなことから、中国系(2回目、3回目)と非中国系(1回目)に分けて分析する。

＜中国系(2 回目＋3 回目)＞

「買い物をした場所別」「買い物をした男女別」「買い物をした年代別」「同行者別」で分析すると、次のとおりである。

・買い物場所として、「油津商店街」(43.0%)が他をかなり上回っている。(表1)

・買い物をした人を男女別にみると、「女性」は65.8%で、「男性」(34.2%)を大きく上回っている。(表2)

・買い物をした人を年代別にみると、「30歳代」(23.4%)と「60歳代」(23.5%)が他の年代を上回っている。(表3)

・同行者別でみると、「家族」(46.6%)が他を上回っている。「夫婦」を合わせると69.5%である。(表4)

表 1 ＜買い物をした場所別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
飫肥城下町	216	17.9%
油津商店街	518	43.0%
油津港	186	15.4%
その他	284	23.6%
全体	1,204	100.0%

表 2 ＜男女別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
男性	342	34.2%
女性	657	65.8%
全体	999	100.0%

表 3 ＜年代別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
20歳代以下	143	14.4%
30歳代	233	23.4%
40歳代	155	15.6%
50歳代	183	18.4%
60歳代	234	23.5%
70歳以上	46	4.6%
全体	994	100.0%

表 4 ＜同行者別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
夫婦	226	22.9%
家族	460	46.6%
友人	188	19.0%
会社の同僚	114	11.5%
全体	988	100.0%

○購入品目の分析

・購入品目を全体でみると、第1位が「食料品」(42.4%)、第2位「化粧品」(25.2%)、第3位「薬」(19.3%)となっている。(表5)

・なお、男女別でみると、男性は食料品の割合が女性を上回っているが、順位、割合は概ね全体と同じ傾向にある。(表6)

・年代別、同行者別の購入品目の順位は、全体と同じになっている。(表7、8)

表 5 ＜買い物をした場所別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
飫肥城下町	120	43	31	22	216
	55.6%	19.9%	14.4%	10.2%	100.0%
油津商店街	181	147	116	74	518
	34.9%	28.4%	22.4%	14.3%	100.0%
油津港	91	45	28	22	186
	48.9%	24.2%	15.1%	11.8%	100.0%
その他	118	68	57	41	284
	41.5%	23.9%	20.1%	14.4%	100.0%
全体	510	303	232	159	1,204
	42.4%	25.2%	19.3%	13.2%	100.0%

表 6 ＜男女別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
男性	138	90	70	44	342
	40.4%	26.3%	20.5%	12.9%	100.0%
女性	245	179	131	102	657
	37.3%	27.2%	19.9%	15.5%	100.0%
全体	383	269	201	146	999
	38.3%	26.9%	20.1%	14.6%	100.0%

表 7 ＜年代別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
20歳代以下	64	42	21	16	143
	44.8%	29.4%	14.7%	11.2%	100.0%
30歳代	91	68	49	25	233
	39.1%	29.2%	21.0%	10.7%	100.0%
40歳代	63	41	29	22	155
	40.6%	26.5%	18.7%	14.2%	100.0%
50歳代	65	43	39	36	183
	35.5%	23.5%	21.3%	19.7%	100.0%
60歳代	80	62	52	40	234
	34.2%	26.5%	22.2%	17.1%	100.0%
70歳以上	18	12	9	7	46
	39.1%	26.1%	19.6%	15.2%	100.0%
全体	381	268	199	146	994
	38.3%	27.0%	20.0%	14.7%	100.0%

表 8 ＜同行者別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
夫婦	81	60	48	37	226
	35.8%	26.5%	21.2%	16.4%	100.0%
家族	173	125	100	62	460
	37.6%	27.2%	21.7%	13.5%	100.0%
友人	73	49	35	31	188
	38.8%	26.1%	18.6%	16.5%	100.0%
会社の同僚	47	38	17	12	114
	41.2%	33.3%	14.9%	10.5%	100.0%
全体	374	272	200	142	988
	37.9%	27.5%	20.2%	14.4%	100.0%

＜非中国系（1回目）＞

1回目は、香港発であることから、乗客の国籍が中華人民共和国の割合は14.5%と2回、3回と比べてかなり低い。

・買い物場所として、「油津商店街」（52.2%）の割合が高く、次いで「油津港」（30.0%）となっている。（表1）
・買い物をした人を男女別にみると、「女性」は57.0%で、「男性」（43.0%）を大きく上回っている。（表2）
・買い物をした人を年代別にみると、「50歳代」（31.2%）と「60歳代」（27.2%）が他の年代を上回っている。（表3）
・同行者別でみると、「家族」（42.4%）、「夫婦」（36.3%）の割合（合わせて78.7%）が高い。（表4）

表 1 ＜買い物をした場所＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
飫肥城下町	37	9.1%
油津商店街	212	52.2%
油津港	122	30.0%
その他	35	8.6%
全体	406	100.0%

表 2 ＜男女別の買い物状況＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
男性	129	43.0%
女性	171	57.0%
全体	300	100.0%

表 3 ＜年代別の買い物状況＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
20歳代以下	33	11.1%
30歳代	35	11.7%
40歳代	47	15.8%
50歳代	93	31.2%
60歳代	81	27.2%
70歳以上	9	3.0%
全体	298	100.0%

表 4 ＜同行者別の買い物状況＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
夫婦	113	36.3%
家族	132	42.4%
友人	50	16.1%
会社の同僚	16	5.1%
全体	311	100.0%

・購入品目を全体でみると、「食料品」(49.8%)の割合が高い。(表5)
・なお、男女別でみると、男性は食料品の割合が女性を上回っているが、順位、割合は概ね全体と同じ傾向にある。(表6)
・年代別では、購入品目の順位は概ね同じであるが、「60歳代」では、薬が化粧品を上回っている。(表7)
・同行者別では、いずれも食料品の割合が高く、「夫婦」では薬の割合が高い。(表8)

表 5 ＜買い物をした場所別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
飫肥城下町	21	2	3	11	37
	56.8%	5.4%	8.1%	29.7%	100.0%
油津商店街	104	42	38	28	212
	49.1%	19.8%	17.9%	13.2%	100.0%
油津港	57	22	22	21	122
	46.7%	18.0%	18.0%	17.2%	100.0%
その他	20	5	6	4	35
	57.1%	14.3%	17.1%	11.4%	100.0%
全体	202	71	69	64	406
	49.8%	17.5%	17.0%	15.8%	100.0%

表 6 ＜男女別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
男性	67	18	23	21	129
	51.9%	14.0%	17.8%	16.3%	100.0%
女性	75	38	26	32	171
	43.9%	22.2%	15.2%	18.7%	100.0%
全体	142	56	49	53	300
	47.3%	18.7%	16.3%	17.7%	100.0%

表 7 ＜年代別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
20歳代以下	17	8	4	4	33
	51.5%	24.2%	12.1%	12.1%	100.0%
30歳代	14	7	6	8	35
	40.0%	20.0%	17.1%	22.9%	100.0%
40歳代	24	7	4	12	47
	51.1%	14.9%	8.5%	25.5%	100.0%
50歳代	45	19	16	13	93
	48.4%	20.4%	17.2%	14.0%	100.0%
60歳代	36	12	17	16	81
	44.4%	14.8%	21.0%	19.8%	100.0%
70歳以上	5	3	1	0	9
	55.6%	33.3%	11.1%	0.0%	100.0%
全体	141	56	48	53	298
	47.3%	18.8%	16.1%	17.8%	100.0%

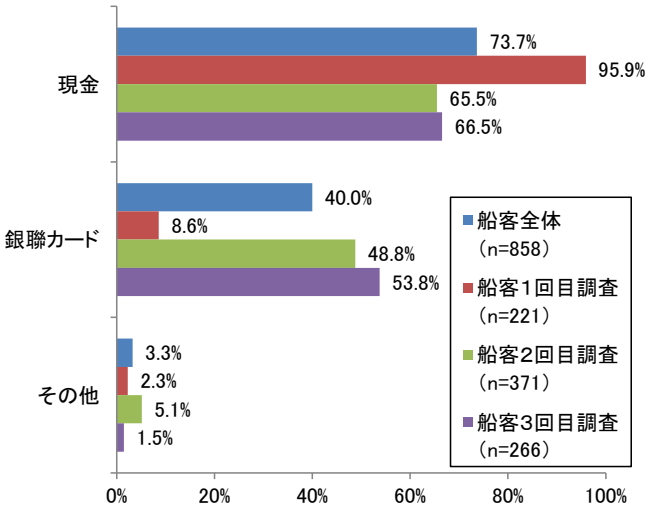
表 8 ＜同行者別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
夫婦	55	19	23	16	113
	48.7%	16.8%	20.4%	14.2%	100.0%
家族	59	31	18	24	132
	44.7%	23.5%	13.6%	18.2%	100.0%
友人	23	10	6	11	50
	46.0%	20.0%	12.0%	22.0%	100.0%
会社の同僚	8	1	3	4	16
	50.0%	6.3%	18.8%	25.0%	100.0%
全体	145	61	50	55	311
	46.6%	19.6%	16.1%	17.7%	100.0%

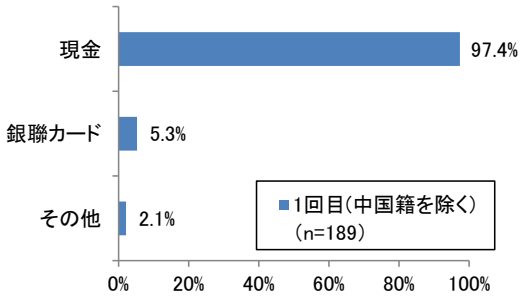
エ. 買い物の主な支払方法（問8 複数回答）

・「現金」の割合が73.7%となっており、「銀聯カード」の割合は、40.0%となっている。
・その中で、1回目（香港発）では、「現金」の割合が9割を超えている。
・「中華人民共和国」の国籍が多い2回目と3回目をみると、「現金」が65.9%、「銀聯カード」が50.9%となっている。これは、年代別でもほぼ同じ割合になっている。

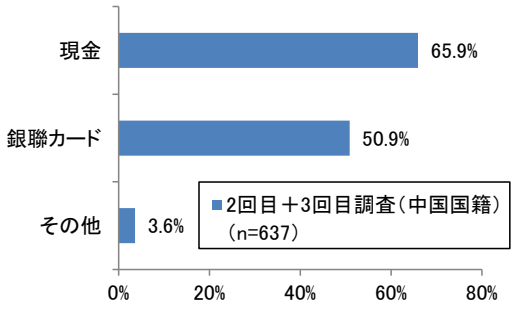
＜主な支払い方法＞



＜主な支払い方法（1 回目・非中国系）＞

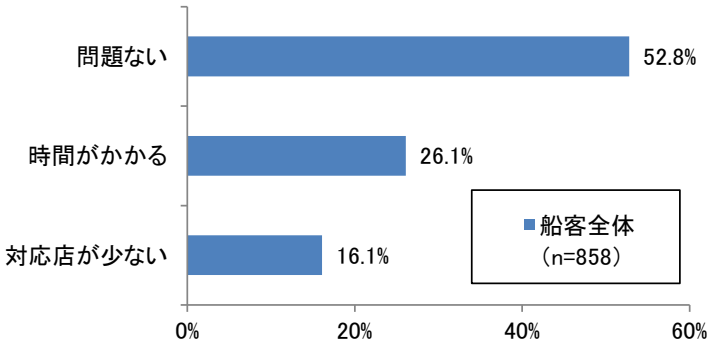


＜主な支払い方法（2 回目＋3 回目・中国系）＞



オ. 免税対応について（問9　複数回答）

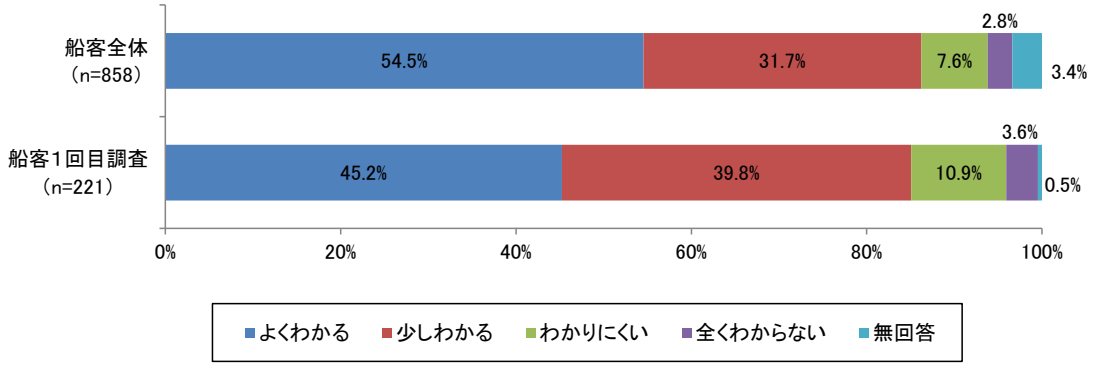
・「問題ない」が半数を超えているが、「時間がかかる」（26.1％）、「対応店が少ない」（16.1％）など、解決すべき課題は残っている。



カ. 外国語標識のわかりやすさについて（問10）

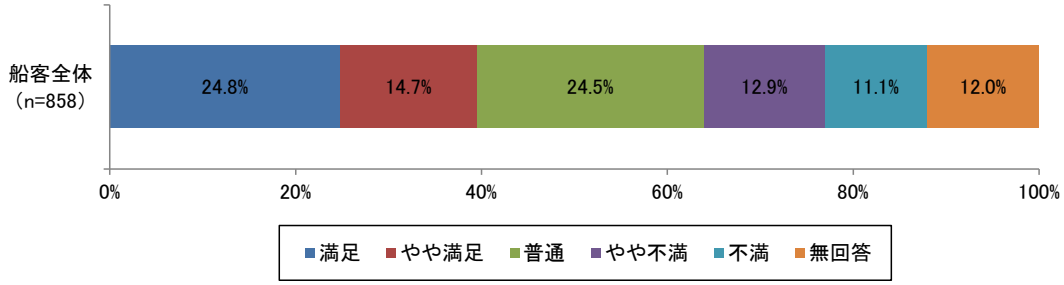
・全体でみると、「よくわかる」の割合が54.5％となっており、「少しわかる」の割合が31.7％となっている。「わかりにくい」「全くわからない」の割合が約1割となっている。

・1回目の乗客は下船後は「フリー行動」（添乗員が同行しない）が多かったと推察しているが、上記の割合は全体とほぼ同じとなっている。



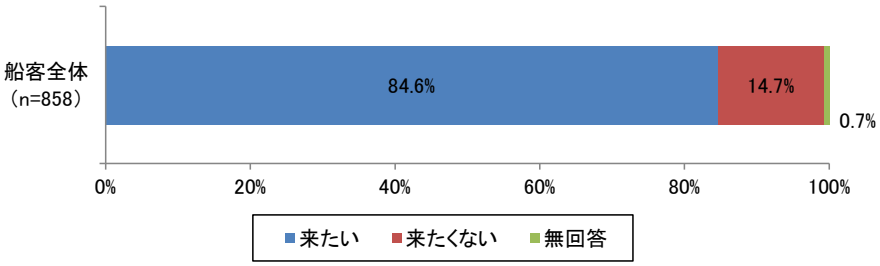
キ. 情報受発信（Wi-Fi環境）について（問11）

・全体でみると、「満足」「やや満足」の合計の割合が約4割となっているものの、「やや不満」「不満」の割合も少なくない（24.0%）。1回目、2回目、3回目で大きな差はみられない。



ク. もう一度日南市に来たいですか（問12）

・「来たくない」は14.7%であり、その理由として、「観光地が少ない」「ものが少ない」「レストラン、飲食店が少ない」「街が小さい」「他の国・場所に行きたい」「交通が不便」などが挙げられている。



結果のまとめ

（1）消費動向について

・日南市内におけるクルーズ船客1人当たりの平均観光消費金額は、中国系は約3万9千円、非中国系は1万8千円であり、前者が約2倍となっている。

・日南市内における買い物場所は、「油津商店街」が他所を大きく上回っている。

・中国系が購入した品目は、「食料品」（42.4％）、「化粧品」（25.2％）、「薬」（19.3％）の順になっている。

・支払方法は、非中国系は「現金」が97.4％となっている。（「銀聯カード」は5.3％）一方、中国系人は「現金」65.9％、「銀聯カード」50.9％である。このように、両者には支払方法に違いが見られる。

（2）情報提供について

・Wi-Fi環境、外国語標識については、概ね「良好」と感じていることが推察できるが、改善すべき点も残っている。

（3）観光地としての魅力について

・日南市の代表的な観光地である鵜戸神宮、飫肥城下町はツアーに組み込まれており、2回目、3回目は7割前後が訪れている。また、訪問の満足度も高い。

・こうした中で、「日南市にもう一度来たいか」については、84.6％が「はい」と回答している。「来たくない人」の理由として、「観光地が少ない」「レストラン、飲食店が少ない」「街が小さい」「交通が不便」などが挙げられている。

参考：「博多港寄港クルーズ船中国人乗降客観光動向調査（（公財）福岡アジア都市研究所2010年）」によると、「乗降客が、今後の訪日旅行で体験したいことでは、『買い物』よりも『自然景観や風景』『温泉』『日本料理』などの回答率が高い。」とある。

②日南市を訪れた観光客への調査

調査概要

◯調査の目的

今後の日南市の観光振興施策の参考とするため、日南市内観光地を訪れた観光客の動向を把握することを目的とする。

◯調査方法

日南市内観光地において、観光客に対して聞き取りでアンケートを実施した。

◯調査日

平成29年2月4日（土） 10:00～17:00

◯調査場所

調査地点	回収数
鵜戸神宮	100
飫肥城	100
道の駅（なんごう、酒谷）	184
その他（油津商店街、天福球場、サンメッセ日南）	172
合計	556

ア. 属性 ※無回答があるため 100%にならない。

・性別…男性 49.3%、女性 49.5%

・年代…～30 代(若者)39.6%

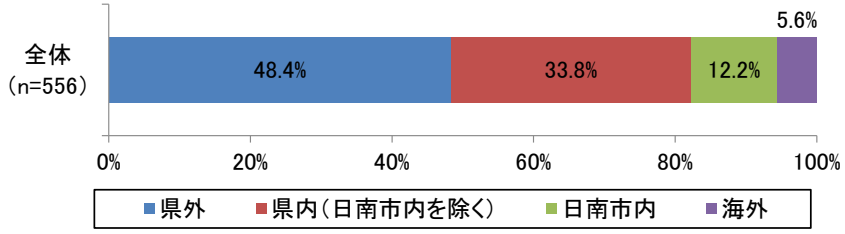
40～50 代(壮年)38.2%

60 代以上(老年)20.4%

イ. 現在の居住地(問3)

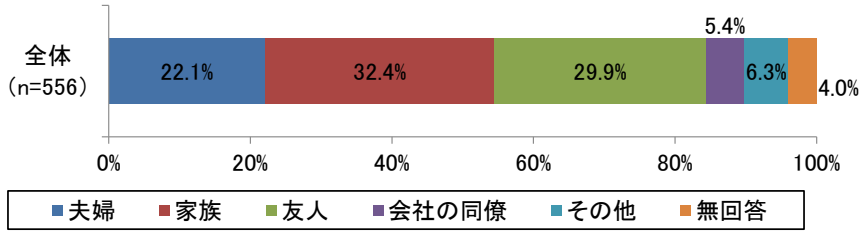
・県外(48.4%)が最も多く、次に県内(日南市を除く)33.8%となっている。

・海外は31人(5.6%)であり、そのうち中国は20人、台湾5人である。



ウ. 同行者(問4)

・「夫婦」と「家族」を合わせた割合(54.5%)が最も多い。



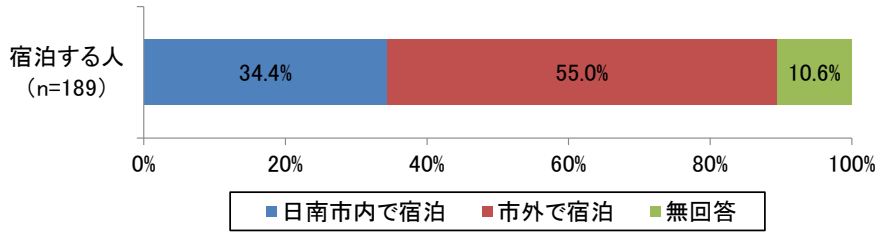
エ. 旅行形態(問5) ～日帰り・宿泊～

・「日帰り」(61.2%)で「宿泊」(34.0%)を大きく上回っている。

・県外の人は、56.9%が「宿泊」している。(このうち半数51.6%は日南市外で宿泊している。)

・宿泊者のうち、日南市内に宿泊する人は、34.4%となっており、市外(55.0%)を大きく下回っている。

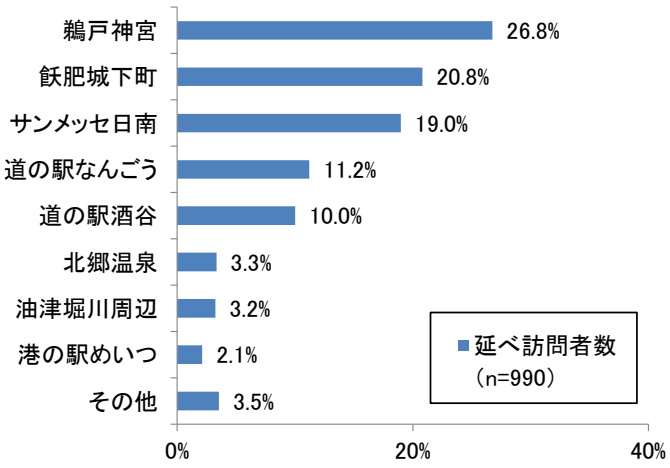
＜日南市内での宿泊＞



オ．今回の旅行で訪れた（予定を含む）場所（問6）

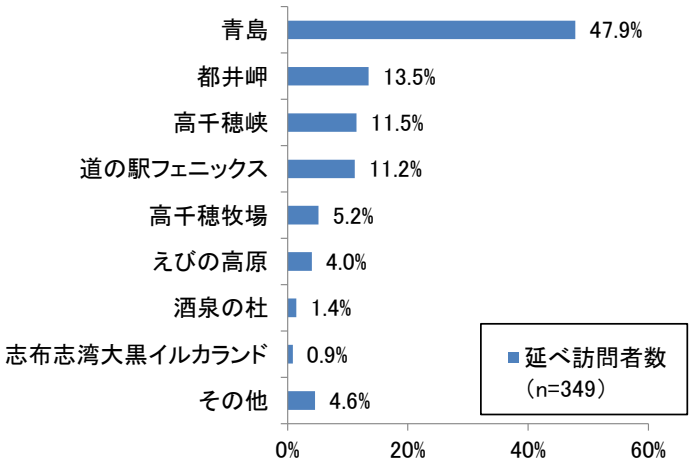
＜日南市内＞

・訪問場所の上位3位をみると、第1位「鵜戸神宮」（26.8%）、第2位「飫肥城下町」（20.8%）、第3位「サンメッセ日南」（19.0%）の順となっている。



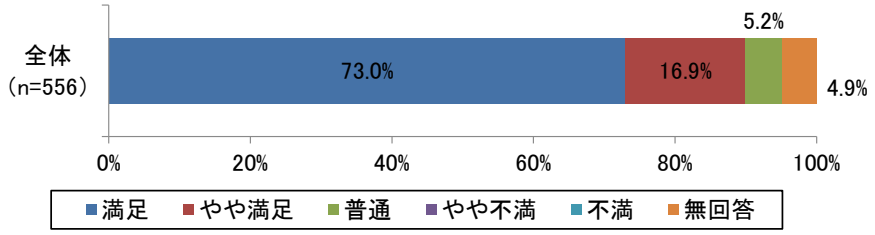
＜日南市外＞

・日南市外の訪問場所では、「青島」が47.9%と最も割合が高い。



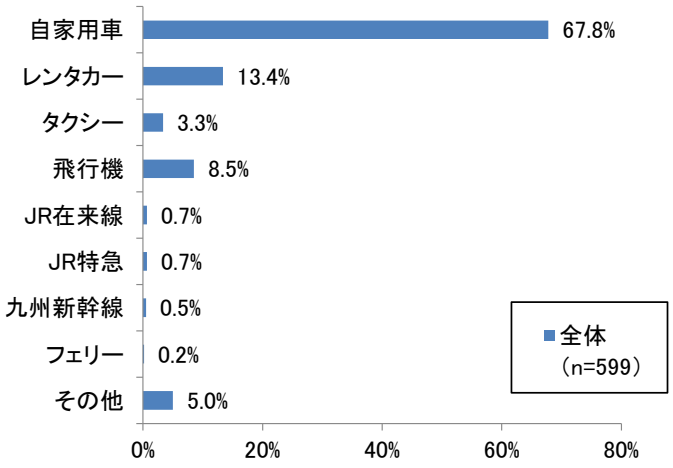
カ. 日南市観光の満足度（問7）

・満足度では、「満足」「やや満足」を合わせると89.9%となっている。



キ. 今回の旅行での利用交通機関（問8）

・「自家用車」が67.8%で割合が最も高く、次いで「レンタカー」（13.4%）で、車での移動が81.2%となっている。



ク. 今回の旅行予算（問9）

・旅行予算の平均は、全体で合計33,288円となっている。このうち「宿泊費」を除けば18,265円となる。

（単位：円）

	全体
交通費	6,054
宿泊費	15,023
お土産代	5,055
飲食代	4,157
その他	3,000
合計	33,288

注：予算の額は、それぞれの項目（交通費、宿泊費…など）に回答した人の金額を平均して算出している。
例：交通費＝各人の「交通費」を合計した額÷この項目に回答した人数

結果のまとめ

（1）日南市を訪れた旅行客の概要

・県外の人が48.4％で最も多くなっている。
・海外の人（31人）の中に中国・台湾の人（25人）が半数以上いる。
・家族型（「夫婦」を含める）が54.5％で半数以上いる。
・旅行者の約8割は自家用車・レンタカーで移動しており、他の交通機関の利用は少ない状況である。
・今回の旅行予算の平均は約33,000円であり、そのうち宿泊費が約半分を占めている。

（2）宿泊者

・「宿泊者」は旅行者の3分の1程度（34.0％）となっている。
このうち日南市内に宿泊する人は、34.4％である。
このようなことから、日南市に宿泊する人は、旅行者全体の1割程度と見込まれる。

（3）日南市で人気のある観光スポット

・第1位鵜戸神宮、第2位飫肥城下町、第3位サンメッセ日南となっている。

③宮崎県（日南市を除く）を訪れた観光客

調査概要

◯調査の目的

今後の日南市の観光振興施策の参考とするため、宮崎県内（日南市を除く）観光地を訪れた観光客の動向を把握することを目的とする。

◯調査方法

日南市内を除く宮崎県内観光地において、観光客に対して聞き取りでアンケートを実施した。

◯調査日

平成29年2月19日（日） 10:00～17:00

◯調査場所

調査地点	回収数
高千穂峡	101
道の駅北浦	100
道の駅つの	110
青島	120
酒泉の杜	120
このはな館	120
高千穂牧場	119
イルカランド	112
合計	902

ア. 属性 ※無回答があるため 100%にならない。

・性別…男性54.8%、女性44.8%

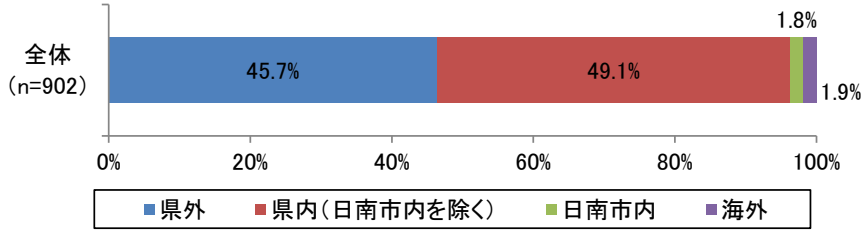
・年代…～30 代(若者)39.9%

40～50 代(壮年)36.6%

60 代以上(老年)22.6%

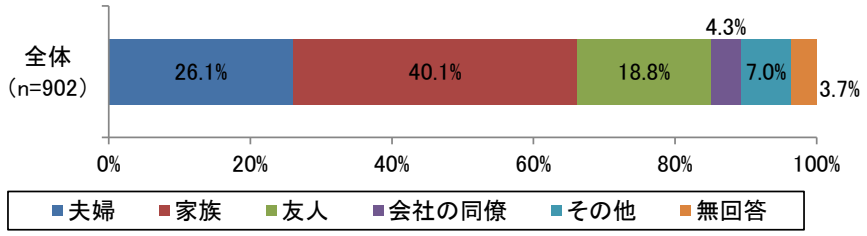
イ. 現在の居住地(問3)

・県内(日南市内を除く)49.1%、県外45.7%。



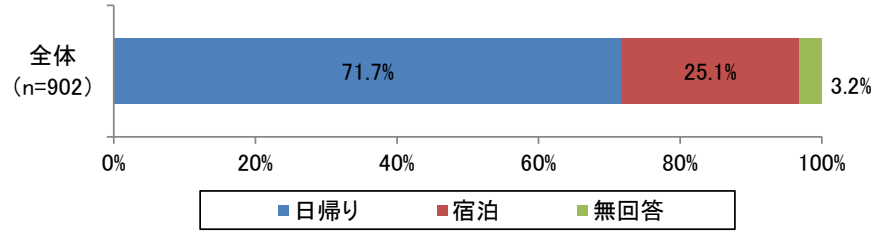
ウ. 同行者(問4)

・「家族」(「夫婦」を含める)が3分の2となっている。

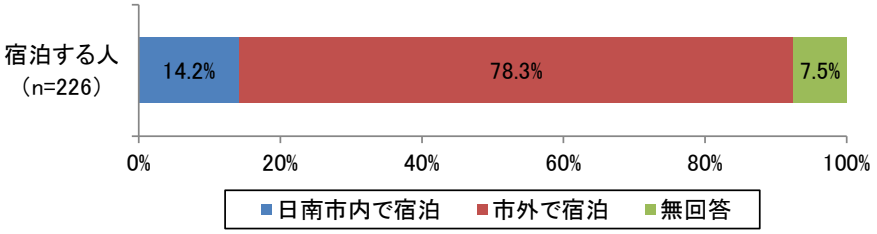


エ. 旅行形態（問5） ～日帰り・宿泊～

・「日帰り」（71.7%）が「宿泊」（25.1%）を大きく上回っている。



・宿泊者のうち、「日南市内」での宿泊は14.2%となっている。



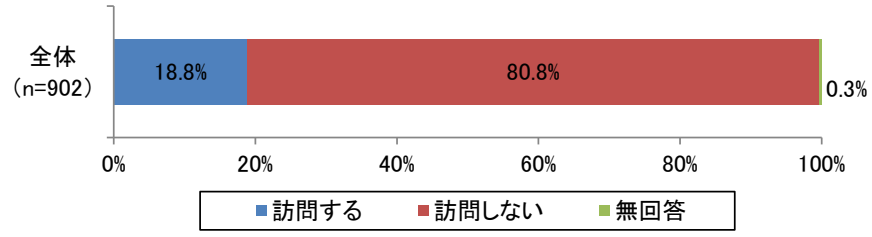
オ. 今回の旅行で日南市を訪問する人の割合（問6）

・今回の旅行中に「日南市」を訪問する人は、全体の18.8%となっている。

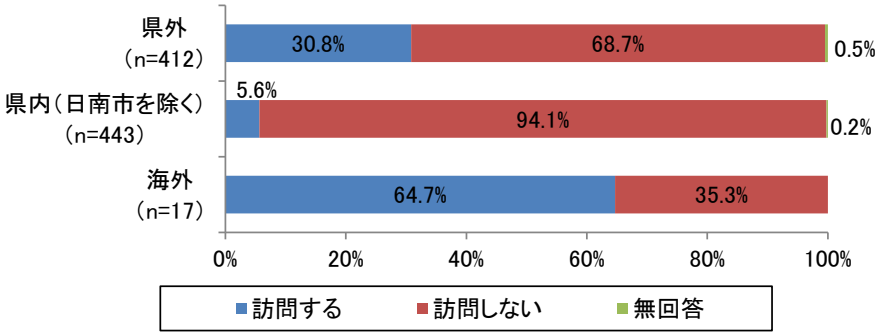
・居住地別では、県外の人（412人）のうち30.8%が日南市を訪れている。

※注:「外国人」は実数が少ない（17 人）ので、分析の対象としない。

＜日南市への訪問の有無＞

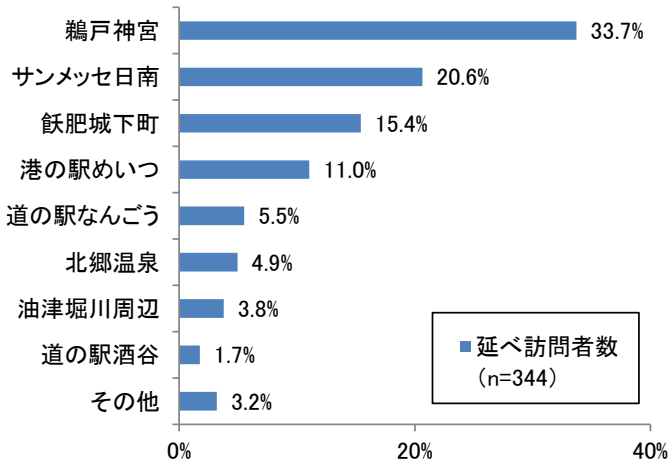


＜日南市への訪問の有無（居住地別）＞



◯日南市内での訪問場所

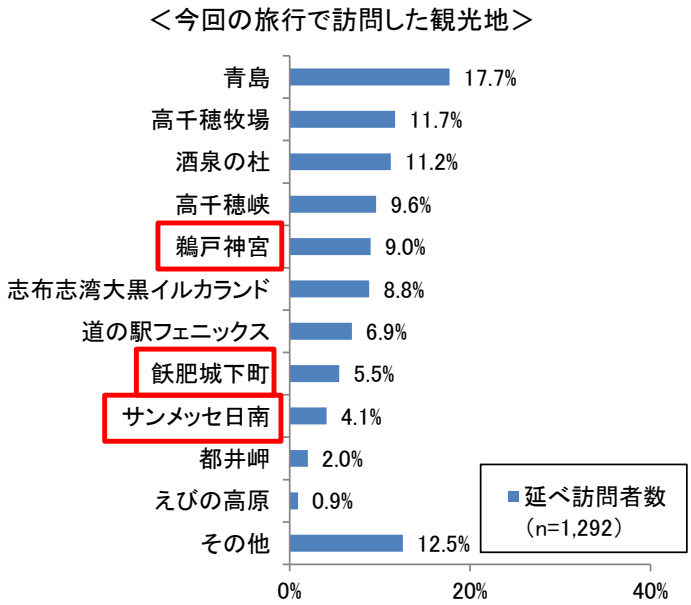
・訪問場所の上位3位をみると、第1位「鵜戸神宮」(33.7%)、第2位「サンメッセ日南」(20.6%)、第3位「飫肥城下町」(15.4%)の順となっている。



◯県内観光地における日南の「人気順位」

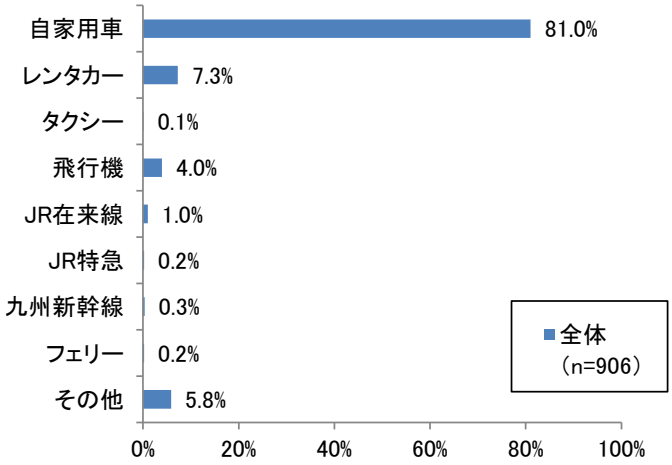
・今回の調査では、「青島」が人気第1位となっている。

・日南市では、「鵜戸神宮」が第5位に位置している。



カ. 今回の旅行での利用交通機関（問8）

・「自家用車」が81.0%で割合が最も高くなっている。



キ. 旅行予算（日南市内での観光）（問9）

・旅行予算の平均は、全体で合計32,051円となっている。このうち、「宿泊費」を除けば18,031円となる。

◯全体

単位：円

	全体
交通費	6,188
宿泊費	14,020
お土産代	5,014
飲食代	4,877
その他	1,952
合計	32,051

注：予算の額は、それぞれの項目（交通費、宿泊費…など）に回答した人の金額を平均して算出している。
例：交通費＝各人の「交通費」を合計した額÷この項目に回答した人数

結果のまとめ

（1）県内観光客の概要

・観光客を居住地別でみると、県外の人（45.7％）、県内の人（49.1％）でほぼ同じとなっている。

・同行者は「家族（「夫婦」を含める）」が 3 分の 2 となっている。

（2）日南市に宿泊した人の割合

・旅行客のうち宿泊した人は 25.1％であるが、そのうち「日南市」に宿泊した人は 14.2％（つまり旅行客全体の 3％）となっている。

※「日南市観光客アンケート」では、「日南市に宿泊した人」は全体の10％程度となっている。これは、この調査が油津商店街で行われた広島東洋カープ優勝パレード前日に実施したことが要因と推察する。

（3）日南市の人気スポット

・前記調査（P21）と同じで鵜戸神宮、サンメッセ日南、飫肥城下町の人気が高くなっている。

（2）ヒアリング調査の結果

①クルーズ船に関係する日南市・民間事業者等

ヒアリングの概要①

対象①：2/7日南商工会議所、2/9油津商店街振興会、2/9有限会社大清観光
2/14株式会社日南山形屋、2/20日南市（クルーズ振興室）
2/20飫肥城下町保存会

調査日：平成29年2月

◯結果概要

ア．入港に際してのこれまでの取組（問1）

・和太鼓演奏・郷土芸能披露で歓迎ムード創出
→中国船の場合、アトラクションは船内で観覧しており、セレモニーは中止してほしいとの要望あり。
・クルーズ船歓迎のぼり作成
・ATM・両替所の位置を示す地図作成・配布
・バス駐車場スペースの拡大
・岸壁への出店 →
  ・Wi-Fi環境の整備
  ・銀聯カード対応
  ・通訳配置
・飫肥城下町 → 着物や甲冑の試着サービス

イ．経済効果について（問2）

岸壁での出店	・地場産品の売上が大きい。 ・NIKE製品（シューズ、バッグなど）、おもちゃ（リカちゃん人形、ミニカーなど）、化粧品は今後も売れる可能性大。
油津商店街	・売上げは伸び悩んでいる（家電の不調が目立つ）。 …但し、ラーメン店、鮮魚店は人気。 ・来客数の見込みが不透明で、船客に特化した品揃えは困難。 ・ツアーに商店街が組み込まれた時は売上げが伸びる。
飫肥城下町	・観光施設への入場料効果は小さい。 ・おび天とカツオ炙り重は人気あり。 ・フリー客は時間に余裕があり、有料施設への入館増の可能性あり。 ・買い物の時間待ちでツアーバス（客）が駐車する場合が多い。

ウ. 案内標識の位置、デザインへの提案（飫肥地区）（問3）

・インバウンド観光客の多い場所に設置する。→シャトルバスの停留所、岸壁などを追加。
・紙の地図は分かりにくいようである。動画の視聴が可能なサービスを付与する。
・QRコードの活用　⇒・中国人は写真撮影が好きなので、撮影ポイントをサインに示す。
・飲食店、買い物店、観光Wi-Fiの位置、タクシーなど交通アクセスごとにカテゴライズ化する。
・商品（みやげ品、飲食物など）の説明書き（写真）を示す。
・Wi-Fiスポットをもっと整備する。

エ. 食事について（問4）

油津商店街	・ツアー客（バス1台分）を1店舗で受入可能な店はない。 ・ラーメン店、寿司店の人気が高い。 ・観光の目的が「買い物」から「食」にシフトしている。
飫肥城下町	・一番大きな店（元祖おび天本舗）は、すぐ満席になる。 →小さな店はツアー客に対応できていない。

オ. 通訳ボランティアについて

油津商店街	・要所にボランティアはいるが、通訳だけで道案内はできていない。 ・中国語ができないボランティアもいる。 →市が配置するボランティアの半分は英語のみ。 ・各店に通訳がいると売上げは伸びる可能性が高い。 →バス添乗員（通訳可能）が案内してきた時は売り上げが伸びる。
飫肥城下町	・観光ボランティアガイドは予約がないと動かない。 ・通訳ボランティアは、「何かお困りですか？」と積極的にコミュニケーションをとってほしい。できれば市民も。
・通訳ボランティアは行政に頼らず、商店街などの接客の工夫が必要。 （先進事例：油津商店街吉川ふとん店）	

カ. 新たな取組（提言）

・体験型観光の提案‥‥温泉ツアー（人数限定型）、みかん狩り

・飫肥城下町 →
- ・着物で城下町散策体験（但し、現況は着物が不足、着替えの場所がないなどの課題あり）
- ・四半的、人力車

・レンタサイクルの更なる活用（飫肥駅、油津など）

・フリーの富裕層向けコース（クルージングなど）の企画・提案

・宮崎県南部広域観光協議会（10市町）と連携して広域的なツアーを展開する。
（現在は、都井岬、イルカランド、綾、都城が多い）

②旅行エージェント

ヒアリングの概要②

対象②:旅行エージェントA社、B社

調査日:平成29年2月2日

○結果概要

	A社	B社
(1)主要コース	・欧米の乗客は旅行の途中で乗船のパターン多い。 ・海外の旅行スタイルは、片道飛行機、片道船(逆もあり)というパターン多い。	・青島、鵜戸神宮、飫肥、油津商店街、都井岬、マリンビューワーなんごうがメイン。
(2)コースを決める段階	・欧米のオフィシャルツアーは乗船前のオンライン予約、船内申込み(前日まで可)の2パターン、どちらが多いとも言えない。	・中華圏の乗客は9割以上乗船前に決める。 ・ツアー客は行先を知らない(目的意識が低い)。
(3)人気のコース・スポット		・鵜戸神宮は特に、ロケーションと運玉が人気。
(4)添乗員が抱く日南の印象		・好印象。悪い評判を聞かない。
(5)温泉を組み込むか	・コースの1ヶ所当たりの滞在時間は40分。時間内の入浴は困難では? ・温泉のコース自体、ニーズが低い。 ・温泉よりも青島神社、鵜戸神宮へ行きたがる人が多いと予想。	・少人数を案内するコース、可能性としてはあり。 ・温泉のニーズは今後高まると予想。 ・一般の日本人入浴客との共存問題をクリアする必要あり(マナーを教える)。
(6)Wi-Fi	・乗客からの要望はない。	・クレームはない。半分以上の乗客は重要視していない。 ・クルーのニーズはある。
(7)決済・支払	◎中国人の支払いは全てスマホで完結する。日本は不便との声。	◎若年層の増加に対応したweb決済(Alipayなど)の導入とクイックペイの整備。
(8)案内標識	◎シャトルバス乗り場に立て看板が必要。 ◎トイレの整備(和式→洋式化)が必要。	◎店舗内のサイン(レジはあちら、など)はコミュニケーションツールになる。 ・飫肥の基本的な整備(トイレ、案内標識)が必要。

	A 社	B 社
(9)食事	◎シャトルバスの最低乗車人数に対応可能な、40席以上確保できる店舗が対象。 ・台湾の乗客は和食の場合鍋物を付ける要望が多い。 ・カツオ炙り重の認知度は低い。	◎ツアーの昼食は飫肥が多い。9割5分は食事なし、各自でとる。 ・飫肥での新たな食の取り組みを提案したい(例、軒先でのイカ焼きや焼き鳥販売)。高知のひろめ市場では、商店街が各店舗趣向を凝らし集客につながっている。 ◎地元の小さな飲食店をまとめて、連携をとると面白い。あぶらつ食堂などの活用。 ・カツオ炙り重はPRと、プラスアルファの仕掛け(鶏をチョイスできるなど)。
(10)行政の改善点・課題	◎岸壁の取り組み(物産展、歓迎セレモニー)の印象が良い。他県と比較してホスピタリティ的に一番熱い。 ・岸壁の整備をしてほしい。コンテナの位置が変わるため、移動経路が中断し動線が切れる。シャトルバスの停車場所もわかりやすく。 ◎飲食店をリスト化してほしい。市、観光協会でワンストップ化した情報提供(35席以上受入の可否や料理の内容等)。	◎官・民、および横の連携がとれていて、助かっている。 ・飲食店、観光地の情報の掘り下げ(駐車可能なバスの台数、トイレ、受入可能人数など)。
(11)民間の改善点・課題	・路線バスの手配をお願いしたい。シャトルバスの到着地日南駅から、人気スポット(青島、鵜戸神宮など)への臨時便増便。 ・タクシーの絶対数が少ない。	
(12)油津商店街	◎イベント開催があると良い。購買意欲の向上、分散化につながる(岸壁の物産展への偏りあり)。	◎商店街あげての歓迎ムードがあると良い。店頭実演販売は効果的で、売上も見込まれるのでは。桂浜の売店ではイカ焼きの売れ行きが一番良い。宮崎牛を焼いて1,000円で提供してはどうか?日本で和牛を食べられて、1,000円は安価だと感じる可能性あり。

	A 社	B 社
(13)新たなコース・スポットの開拓	・焼酎会社めぐりなど、潜在的なスポットのPRが必要。 ・体験型観光のニーズ増加に対応し、猪八重渓谷の森林セラピーを提案する予定。	・農業体験のニーズあり。受入可能な人数を連れて行く。 ◎「モノからコトに」コト商品のバリエーションの拡大。精神的満足度を高める仕掛け。 ・増加する個人旅行に対応し、少人数の受入体制を充実させていく。 ・新たな交通インフラの活用。タクシーで巡るプラン、自転車の利用。小さく刻んで仕掛ける。
(14)レンタサイクル	・ニーズはある。良いサービス。	
(15)あゆみちゃんマップ※	・船会社の認知度はあり、コースに組み込まれたことがある。	・乗客は旅費のトータルコストを抑えるために食費を切り詰める傾向があるが、価格と価値のバランスは今後変化する。自転車と組み合わせるなど工夫を凝らし、更なるPRを。
(16)クルー	・プライベートツアーの要望に応じ、提案。低コストツアーが人気(所得が高くないため)。	
(17)ファーストポート	◎当社としては、確実に時間が確保できるセカンドポートが良い。	◎下船時間が長いセカンドポートが良い。
(18)その他	・人気が高いお土産は、欧米、台湾ともにお菓子。 ・ツアーに参加しない乗客対象にシャトルバスを手配している。	・全国的な傾向として「売れない店」と「儲かっている店」の差がついている。 ・業種業態にこだわらない販売方法。靴屋さんでオムツを売るなど、売れるものは何でも売る。

※あゆみちゃんマップ…飫肥城下町の『食べあるき・町あるき』をコンセプトに制作した、引換券付きの有料マップ。多言語対応は言語毎に「手引き」を作成。

③宮崎県

ヒアリングの概要③

対象③:宮崎県(3/9観光推進課、3/6総合交通課)

調査日:平成29年3月

○クルーズ船に関する宮崎県の取組の概要

問1　クルーズ船受入についての基本的な考え方(油津港を中心に)

観光推進課	【油津港】 ・16万トン級(4,000人)寄港。 ・基本的なスタンスは「物流港」。クルーズ船受入は＋αの定期船利用がメインで、クルーズ船は間借り状態。コンテナの移動など、日南市中心に調整を行い、共存が保たれている。 ・ターミナル新設→岸壁の用地確保については、相当の協議を要する。確実な需要の見込みなしでは困難。
総合交通課	・大都市圏から遠隔地にある本県にとって、人の流れ(観光客)を呼び込み、経済を活性化させることは重要な課題の一つ。クルーズ船で訪れる観光客は、大きな経済効果を生み(観光推進課が昨年度調査)、グローバル化にも寄与することから「できるだけ多くの観光客を呼び込有効な手段」として、ハードルがあればそれを積極的に解決しようとするスタンス。

問2　クルーズ船受入に向けての具体的な取組(油津港)

(1)市(寄港地)、団体、民間事業者等への支援

観光推進課	・「支援」ではなく、当課は「チーム油津」の一パート。受入は日南市、当課は外国船社問い合わせ窓口及びセールス・プロモーション、県港湾課はハード整備、岸壁の予約は県港湾事務所など、それぞれの立ち位置で、有機的に関与しながら、チームとして動いている。 ・油津港のCIQ整備は厚生労働省にて協議中。 ・中国は休暇が短く、4泊5日が主流であり、寄港可能なエリアが限定される。ファーストポートになると、油津港を基点として、横浜、神戸、広島など中国四国、近畿、関東方面へ流すことが可能。 ・16万トン級では広島、高知が前港(どちらもCIQあり)のパターンが多いため、密な関係にある。

総合交通課	・当課の役割として、CIQ体制の整備がある。より多くの入港を可能にするための一つの方策として、「ファーストポートが可能なCIQ体制を整備」することを目標に、これまで、知事を先頭に、国に働きかけてきた

（2）観光地案内・道路標識の整備に向けての取組（これまでの実績を含めて）

観光推進課	【案内標識】 ・道の駅やPAにある観光全体図、所要時間の表示図、県境の歓迎板、「愛称ロード」の道路標識などの種類がある。 ・主な取組は、修繕、新設、大きな看板のリニューアル、現状調査。 ・4か国語対応（日、英、中、韓）。 ・QRコードは県内14ヶ所の観光地PR動画を作成（約1分、多言語ナレーション付き）。

（3）寄港地・観光・ショッピング・交通インフラなどについての船主、旅行エージェント等へのセールス、情報提供の取組（これまでの企画提案を含めて）

観光推進課	・船社、各担当者毎にセールス内容を変える。技術系には岸壁の延長や、寄港地観光担当者にはコース設定の提案、食事箇所のキャパシティ情報など。 ・ツアーバスの台数や観光地を何回転周回できるかなど、ランド会社と観光地（及び事業者）がやりとりをしながらニーズに応じている。 ・船社対象のファムツアー（視察旅行）について、県コンベンション協会などと連携しながら受入を行っている。 ・当課から上海の船社へ出向くこともある。来日する船社キーパーソンとの商談会への参加（国交省主催）もある。

（4）その他（例：Wi-Fi、決済方法など）

観光推進課	【Wi-Fiの整備】 ・2種類の形態を提供している。自治体が提供するシステム障害が少ないタイプ、プライスダウンして電波が弱い民間向けのタイプ。後者は日南山形屋や新設された観光案内所で導入されている。 ・昨年度統一認証プラットフォーム（「MIYAZAKI FREE WI-FI」）を構築、県内10市町村、13ヶ所にて導入されている。油津港、飫肥（新設）、綾など。今後の端末拡大については、自治体や民間の自前での整備が求められる。国の交付金や県の補助金を活用。

観光推進課	【決済方法】 ・外国人観光客の比率は中国クルーズ客よりも空の直行便がある台湾、香港、韓国が高い。決済方法のチョイスと端末整備は各店舗判断が難しいと思われる。 ・県としては、統一した端末システムを作る予定はない。 ・広域にお金を落としてもらいたい。宮崎県南部広域連携協議会が奮闘している。 【路線バスの訪日客対策】 ・2年前、宮崎交通等に県内路線バスの整備を依頼した。外国人観光客が主に利用するバス停を対象としたナンバリングと車内アナウンス(4言語対応)。 【海外からみた油津】 ・海外商談会等においてここ1～2年で油津港の知名度の高まりを実感している。細島も含め、新規の船社が増加傾向にある。 【その他】 ・FIT化(海外個人旅行)が進むと予測。来年あたりからFITをターゲットにした施策が打ち出されると聞く。 ・リピート増につなげるアイデア→一般的な宮崎の知名度はまだまだであり、東京、大阪、京都を訪問済みの観光客が「3番目に訪れたい」候補地に挙がるのが現状。最近の傾向として、飛行機のプロモーションを見てクルーズ船で日南を訪れる人が多い。
総合交通課	・油津港の改良を行うことで、よりスムーズな入港はできないか、より大型船の入港はできないかといった調査(国土交通省の調査)を本年度実施中。

ヒアリング結果のまとめ

（1）交通アクセスの利便性

・シャトルバスの到着地から人気スポット（観光、食事など）へのタクシー、バス（臨時便）等の手配が必要。

・クルーズ船客に対応するタクシーの数が少ない。

（2）通訳ボランティアの量と質

・中国語対応の通訳ボランティアが少ない。

・通訳ボランティアがいる店は売上げが伸びている。

（3）消費の利便性

＜飲食＞

・ツアーバス1台（35人）が対応できる飲食店が少ない。

→小さな飲食店をまとめて、「複合的な食堂」（全体で35人以上のスペース）を構成するのも一つの案。

・寿司、ラーメンなどの「日本食」は人気が高い。

＜ショッピング＞

・各商店街がツアーに組み込まれているかどうかは、2～3日前に判明。

→品揃えの準備が間に合わない。（売れ残りを心配）

・商店街全体での歓迎ムードがない。

・レジ（会計）の場所を示す案内板（サイン）はコミュニケーションツールになる。

＜支払＞

・現金・カードおよび免税対応の面で、不満の声はない。

（4）観光の利便性

＜着地型観光＞

・温泉へのニーズ対応は、旅行エージェント2社で考え方が異なる。

・体験型観光（農業体験、森林セラピー、着物で散歩など）のニーズは高まる。

・ツアー客は行き先を知らないので、着地型観光を関係旅行エージェントに提案する。

・タクシーやレンタサイクルで巡る「少人数・個人」対応の企画の提案。

＜サイン・情報＞

・トイレ（和式→洋式）の整備と案内標識の明示。

・シャトルバスの乗り場に立て看板が必要。

・要所に大型の看板を新設する。このような看板はQRコード対応にする。その内容は目的別、例えば観光ルート・スポット。撮影ポイント、料理の内容・説明、トイレなどをカテゴリー化して示す。

・Wi-Fiは拡充する方向にあるが、現時点でも乗客から不満の声はない。（旅行エージェント）

・市観光協会でワンストップ化した情報提供を要望する（35席以上の飲食店、料理の内容、駐車場の台数、トイレなど）。

・商店街としては各クルーズ船のツアーコースに組み込まれているかの情報を一日でも早く知りたい。（→ビジネスチャンスにつながるため）

・他県と比べて、日南市（行政）は官・民の連携が良くとれており、ホスピタリティ的にも一番熱い印象を持っている。（添乗員からも悪い評判を聞かない）

宮崎県におけるクルーズ船誘致の取組について

宮崎県観光推進課長　福嶋　清美

1　クルーズ船を誘致する意義

本県では、かねてからクルーズ船の誘致を積極的に行っているが、その主たるねらいとしては以下の2点が挙げられる。

（1）交流人口を増やし、外貨を稼ぐ

国内人口が縮小傾向にある中、地域の経済を支えるためには、交流人口を増やし、外貨を稼ぐことが重要である。旅客の大量輸送が可能なクルーズ船では、1回あたりの寄港で得られる経済効果が大きい。平成27年8月に本県寄港した3回分について調査したところ、県内経済波及効果は約1億7千万円（3回の合計分）であった。

寄港地	細島港	油津港	油津港
ｸﾙｰｽﾞ船名	ｽｶｲｼｰ・ｺﾞﾙﾃﾞﾝ・ｴﾗ	ｸｧﾝﾀﾑ・ｵﾌﾞ・ｻﾞ・ｼｰｽﾞ	ﾎﾞｲｼﾞｬｰ・ｵﾌﾞ・ｻﾞ・ｼｰｽﾞ
乗客数(※1)	1,479 人	4,843 人	3,445 人
県内経済 波及効果(※2)	3,332 万円	5,739 万円	7,934 万円(※3)

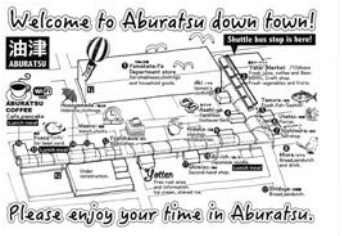
※1　港則法第 4 条に定める入港届上の人数であり、上陸数ではない。※2　宮崎県産業連関分析ツールにて、第2次間接効果までの推計を行った。※3　サンプル調査の有効回答数に満たなかったため、参考値。

（2）地域の活性化・国際化

海外からの乗客・乗員が地域を訪れることで、観光地や商店街等での消費行動に加え、地元住民との交流や街へのにぎわいをもたらすことから、クルーズ船の寄港は地域住民にとってもいい意味で刺激をもたらしている。

ひょっとこ踊りの披露（細島港）

賑わう岸壁の物産展（油津港）



油津商店街が学生と作成した英字マップ

2　本県の優位性・各港の特徴

クルーズ需要の伸びが著しい東アジアにおいては、欧米諸国等と比較して休暇が短期となる傾向にあり、中国、台湾等では4泊5日、5泊6日のクルーズ商品が販売の主力となっている。

そのため、クルーズ船の移動可能な距離を考えると、日本でも上海や基隆に近い九州は有力な寄港地候補となる。現在、九州では日本海側の博多・長崎といった港が急激に寄港回数を伸ばしているところであるが、コースの多様性を確保するため、太平洋側のルートをとるクルーズも一定程

度増えてきており、上海や台湾から約1．5日の時間距離にある本県は、日本における最初又は最後の寄港地として地理的優位性を有している。

また、本県にはクルーズ船が寄港可能な港を3つ有しており、それぞれに特徴がある。細島港は7万トン級までのクルーズ船受入可能であり、ファーストポートとしての対応が可能、背後に高千穂という外国人に人気のスポットを有している。宮崎港は2万8千トンクラスまでが限界であるが、客船専用の岸壁を備えており、県中央部であるため各観光地にアクセスしやすい。油津港は、現在アジアでは最大級となっている16万トン級のクルーズ船を受け入れることが可能である。これらの各港の特徴を最大限活かすべく、船社やクルーズブランドの客層等、相手方の特徴をつかみながら、誘致を実施しているところである。

ｻﾝ・ﾌﾟﾘﾝｾｽ(7.7 万ｔ 細島港)

にっぽん丸(2.2 万ｔ 宮崎港)

ｸｧﾝﾀﾑ・ｵﾌﾞ・ｻﾞ・ｼｰｽﾞ(16.7 万ｔ 油津港)

3 クルーズ船誘致の取組

クルーズ船の誘致・受入にはさまざまな機関が連携してあたっているが、当課では主に、外国船社・旅行会社へのセールスや中国や台湾といった海外クルーズ市場におけるプロモーションを担っている。

油津港の繋船施設整備で 16 万トン級のクルーズ船寄港が実現した平成 27 年を「クルーズ元年」と位置づけ、より積極的に誘致活動を行っており、船社等の訪問やクルーズコンベンションへの出展、旅行会社や一般消費者に向けた情報発信を実施している。

しかしながら、クルーズの寄港地として、宮崎はまだ新規参入者の立場であり、クルーズ業界、東アジアのマーケットにおける認知度はまだ十分とは言えない状況である。

今後とも、様々なチャンネルを使い、航空機利用でのインバウンド誘客とも融合を図りながら寄港地宮崎としての魅力を発信してまいりたい。

知事のトップセールス(上海)

展示会への出展(天津)

船社プロモーション映像のロケ

(平成29年3月13日寄稿)

2. インバウンド（クルーズ船客等）受入環境整備の調査

受入環境整備調査

（1）案内サインモニター調査	（2）ワークショップの開催	（3）先進事例調査
モニター：宮崎大学学生4名	開催：1回目　平成28年12月19日	①門司、下関　②博多
（中国人留学生）	2回目　平成29年1月26日	③那覇　④金沢
調査地：日南市内一円	3回目　平成29年2月27日	⑤白川郷　⑥高山

（1）案内サインモニター調査

調査概要

○目的：クルーズ船客等への案内サイン（看板、道路標識等）がわかりやすいか、位置が適切かどうかなどの視点から、その整備状況を調査する。
○調査者：宮崎での滞在期間が短い宮崎大学留学生（中国）4名
○調査日：平成29年1月22日（日）

○調査結果

＜飫肥城・城下町＞

・小村記念館には、中国語の説明が必要である。
・商家資料館の看板（サイン）が小さい上に飫肥城からの道順（サイン）がわかりにくく、改善の必要がある。

＜油津商店街＞

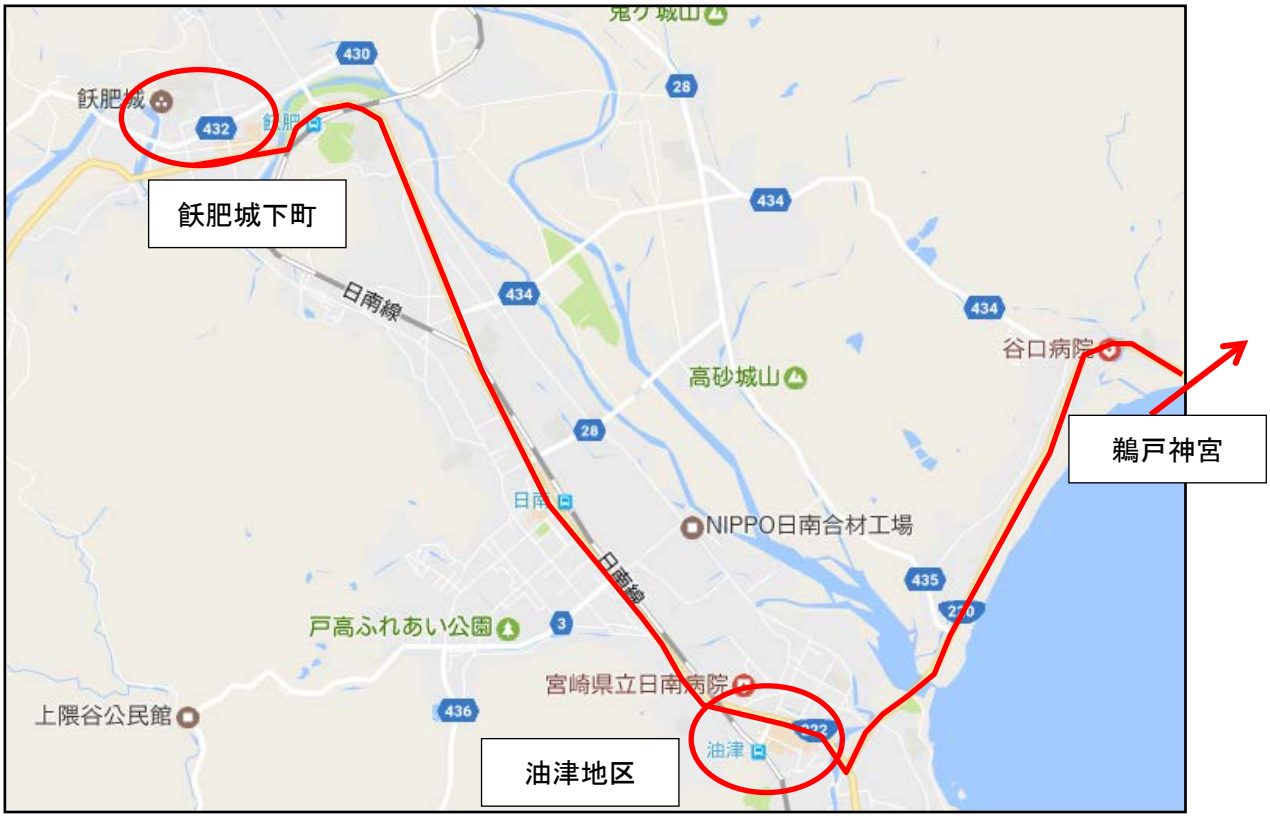
・油津駅から油津商店街への道案内（サイン・地図）が必要である。
・商店街には、免税店、銀聯カードが使用可などの表示が必要である。（表示が目につかなかった。）

＜堀川運河＞

・景観を活かした撮影スポットを示すサインが必要である。

＜その他＞

・店での支払いは、中国人向けにはAliPay、QUICPayの表示が必要である。（鵜戸神宮の売店が良い例）
・Wi-Fiのサイン（標識）は、もっと大きくする必要がある。
・天福球場への赤い道路は、非常にわかりやすい。


飫肥城下町
鵜戸神宮
油津地区
飫肥城
日南線
高砂城山
谷口病院
NIPPO日南合材工場
戸高ふれあい公園
宮崎県立日南病院
上隈谷公民館
油津
430
432
28
434
435
436
3

宮崎県観光案内図
TOURIST MAP OF MIYAZAKI

飫肥城址
Obijo Castle Ruins
最新観光情報を「旬ナ
携帯サイトでチエッ
スマートフォン用

LINE Pay
欢迎使用
支付宝
ALIPAY
QUICPay

（2）ワークショップの実施（3 回）

概要

○目的：クルーズ船客等の受入体制の現状分析を踏まえて、次の2点を提案する。

①看板（サイン等）の設置場所、サインのデザインなど

②乗客等のおもてなしの方策、消費拡大に向けての取組など

○開催日と出席者：

・1回目　平成28年12月19日

基調報告：日南市クルーズ振興室　特命主幹　山下　智慎

氏名	所属（会社名等）
増田　憲弘	飫肥地区自治会長
本田　清大	有限会社大清観光 常務取締役
岩下　英利	日南商工会議所 業務係長
山下　智慎	日南市役所 観光・スポーツ課 クルーズ振興室　特命主幹
野口　愛子	宮崎県 観光推進課 主査
後藤　廣史	一般財団法人飫肥城下町保存会 事務局次長
徳永　煌季	飫肥地区まちなみ再生コーディネーター
河野　良則	一般社団法人日南市観光協会 事務局長
山﨑　勝弘	日南市役所 観光・スポーツ課 主査
曳田　祐太	九州運輸局 観光部 観光地域振興課 企画調査員

・2回目　平成29年1月26日

基調報告：日南商工会議所　専務理事　落合　兼久

氏名	所属（会社名等）
本田　清大	有限会社大清観光 常務取締役
落合　兼久	日南商工会議所 専務理事
岩下　英利	日南商工会議所 業務係長
井上　雄太	日南市役所 観光・スポーツ課 副主任主事
丁　文	宮崎大学　留学生

・3 回目 平成 29 年 2 月 27 日

基調報告:オリエンタル株式会社 統括部長 蓑原 一隆

氏名	所属(会社名等)
増田 憲弘	飫肥地区自治会長
上山 智子	飫肥地区 まちづくり協議会 事務局
本田 清大	有限会社大清観光 常務取締役
河野 伸宏	株式会社日南山形屋 代表取締役専務
山下 智慎	日南市役所 観光・スポーツ課 クルーズ振興室 特命主幹
今村 有伽	宮崎県 観光推進課 主事
後藤 廣史	飫肥城下町保存会 事務局次長
河野 良則	日南市観光協会 事務局長
相良 俊彦	宮崎県日南市観光ガイドボランティアの会 会長
黒木 泰光	日南商工会議所 主事
蓑原 一隆	オリエンタル株式会社 統括部長
井上 雄太	日南市役所 観光・スポーツ課 副主任主事
野口 愛子	宮崎県 観光推進課 主査

○実施要領

1 回目、2 回目は現況分析→3 回目はまとめ(提案)

◯結果概要

ア. 案内看板・サインの設置場所、デザインの提案

＜設置場所＞

◯港、油津地区（6ヶ所）→うち新規は5ヶ所（既存は②油津駅のみ）

・シャトルバスの発着所→①油津港ふ頭～②油津駅

・国道222号沿線→③油津港入口、④春日町の分岐点、⑤日南山形屋、⑥日南市観光案内所（観光協会）

◯飫肥地区（5ヶ所）→うち新規は3ヶ所（既存は⑦飫肥駅、⑩飫肥城駐車場）

⑦飫肥駅、⑧ファミリーマート、⑨旧飯田医院、⑩飫肥城駐車場、⑪宮崎交通日南営業所

＜デザイン＞

・大きさは畳1畳（180cm×90cm）程度となる。

・QRコード付きにする。

アクセス先とカテゴリの例示…

a. 港から観光スポットまでのタクシー時間と料金

b. 日本食が食べられる店（商店街）と料理（説明付き）及び客席数、営業時間

c. 日南市が自慢する撮影スポット

d. 飫肥城の歴史

・観光情報を音声で提供する。

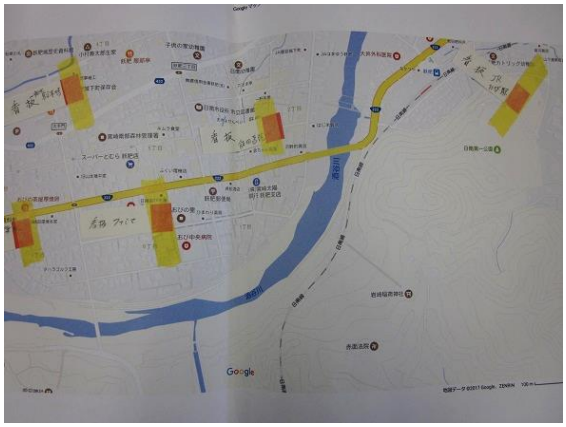
・無料Wi-Fiを付設する。（現状：油津港、飫肥城駐車場、鵜戸神宮、山形屋の4ヶ所）

・看板の素材として飫肥杉を使用する。

＜油津港入口＞

＜岸壁（シャトルバス発着場）＞

＜飫肥地区＞

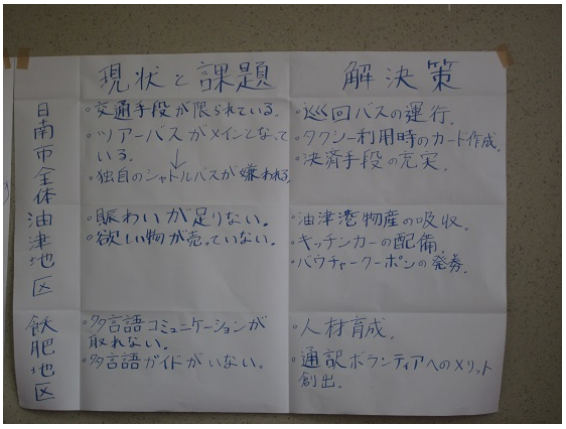


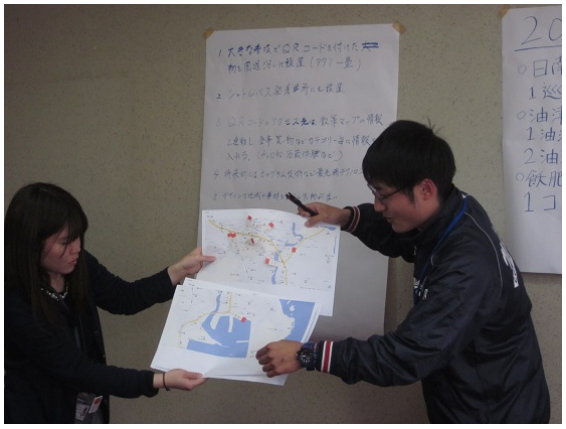
＜油津地区＞

イ. 消費拡大とおもてなし方策の提案

・港から油津商店街への魅力ある「動線」を提案する。
・出発地の港で日南市のすべての情報がキャッチできるハード、ソフトの仕組みづくりをする。
・フリーの客の利便を向上させるため、港と油津商店街を巡回するバスを運行する。
・中国人向けの決済手段（スマホ対応型）を導入する。
・通訳ボランティアのスキルを高めるために研修を実施する。また、中国語対応できる通訳を確保し、きめ細かく配置する。（→要所だけでは足りない。）
・体験型旅行を開発する。（例：VIP対応型マグロの解体など）

クルーズ船客等の消費拡大策等
現状と課題(良いところ)


現状と課題
解決策
日南市全体
油津地区
飫肥地区
・交通手段が限られている。
・ツアーバスがメインとなっている。
・独自のシャトルバスが嫌われる。
・賑わいが足りない。
・欲しい物が売っていない。
・多言語コミュニケーションが取れない。
・多言語が1Fがいない。
・巡回バスの運行。
・タクシー利用時のカード作成。
・決済手段の充実。
・油津港物産の吸収。
・キッチンカーの配備。
・バウチャークーポンの発券。
・人材育成。
・通訳ボランティアへのメリット創出。

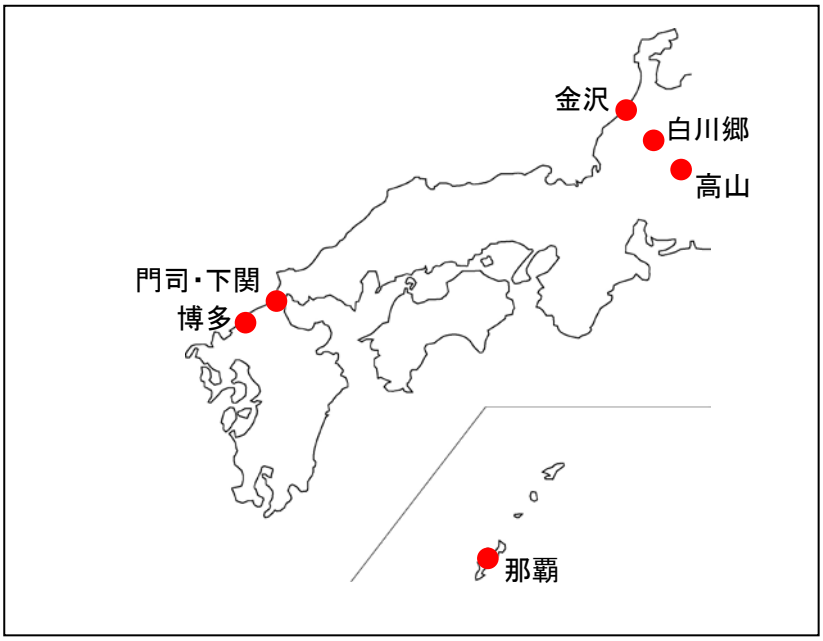


（3）先進地事例調査

調査概要

○目的：日南市を訪れた外国人旅行者がわかりやすく観光地を周遊できるよう、観光案内サインの取組や歴史文化施設等の活用において先進的な取組を調査する。

○調査地：博多（平成28年12月3日）、門司・下関（平成28年12月27日、28日）、
那覇（平成29年3月16日、17日）、金沢（平成29年3月18日）
白川郷（平成29年3月18日）、高山（平成29年3月19日）



①＜門司・下関＞平成28年12月27日、28日

○案内サインの特徴

・“レトロ”をキーワードとする門司港や下関では、施設の写真が表示された観光案内地図が整備されており、目的地の外観がわかりやすいように工夫がされている。また、門司港では施設営業時間も表記されている。

・案内サインには、地図と目的地までの距離が表記されている。

・撮影スポットではフリーWi-Fiが整備されており、SNSに写真をアップしやすくなっている。

KANMON
FreeWi-Fi
この周辺で無料 Wi-Fi をご利用いただけます
【SSID】KANMON FreeWi-Fi

関門海峡ミュージアム（海峡ドラマシップ）
Kanmon Strait Museum (Kaikyo Dramaship)
890m
ブルーウィングもじ（はね橋）
Blue Wing Moji (Drawbridge)
220m
展望室・観光物産館
Observatory.Town Souvenir Shop
210m
旧門司税関
Old Moji Customs Office Bldg.
120m
国際友好記念図書館
120m

関門海峡ミュージアム（海峡ドラマシップ）
Kanmon Strait Museum (Kaikyo Dramaship)
890m
ブルーウィングもじ（はね橋）
Blue Wing Moji (Drawbridge)
220m
展望室・観光物産館
Observatory.Town Souvenir Shop
210m
旧門司税関
Old Moji Customs Office Bldg.
120m

下関市観光案内
Shimonoseki City Sightseeing Guide

唐戸市場

◯調査結果

②＜博多＞平成28年12月3日

◯案内サインの特徴

・地図にピクトグラムを多用することで、ユニバーサルデザインに配慮している。凡例を多言語表示し、地図が見やすくなっている。

・QRコードを記載することで、インターネットを介した観光案内を行っている。

・施設までの距離を記載することで、誘導サインの効果を高めている。

③＜那覇＞平成29年3月16日、17日

◯案内サインの特徴

・首里城をはじめ観光地の距離や内容、周遊コースがわかりやすく多言語表記されている。

・イラストや色分けによって、わかりやすい誘導サインの工夫がされている。

・市街地の案内サインには、海抜が表示されており、避難場所や津波避難ビルの場所も掲載されている。また、一時避難場所の案内サインも多言語表記で設置されている。

出年金
受付中
国際通り
沖縄県庁
那覇市役所
沖縄県警察本部
那覇バスターミナル

旭町
ゆいレール
奥武山公園
奥武山町
郵便局
ホテル・宿泊施設
病院
市場
ショッピングモール
ビーチ
広域避難場所
津波避難ビル
2016年1月現在
沖縄都市モノレールガイドマップ
モノなび沖縄 WEBサイト
Mononavi Okinawa
津波 Tsunami
海抜表示
Sea Level
5m

一時避難場所
Temporary Evacuation Area
旭ヶ丘公園
Asahigaoka Park
270m

④＜金沢＞平成29年3月18日

○案内サインの特徴

・全体として、落ち着いた色（茶色）のサインが整備されており、歴史文化施設の雰囲気や街の景観を損なわないように配慮されている。

・ピクトグラムを多用したサインが整備されている。また、トイレの場所が目立つように配慮された誘導サインもみられた。

・文字や記号をシンプルで大胆に構成することで、観光客に情報が伝わりやすいよう工夫されている。

・金沢城・兼六園の案内サインでは、案内所やトイレ、交通機関の他に、多目的トイレ、オストメイト対応トイレ、車イス貸出サービスなど、バリアフリーに対応した表示がされている。

金沢城・兼六園
石川県

小立野口
Kodatsuno Entrance
案内所
Information Booth
お手洗
Restroom
多目的お手洗
Multipurpose Restroom
オストメイト対応
Ostomate
バス
Bus
定期観光バス
Sightseeing Bus
タクシー
Taxi
駐車場
Parking Area
身障者用駐車場
駐輪場
Bicycle Parking Area
神社
Shrine
交番
Police Box
公園
Park
博物館・美術館
Museum
コインロッカー
Coin-operated Lockers
自動体外式除細動器
AED
車椅子貸し出しサービス
Wheelchairs Available
重要文化財
入園者出入口
Entrance for Visitors

⑤＜白川郷＞平成29年3月18日

◯案内サインの特徴

・歴史文化施設の雰囲気を守るため、案内サインや誘導サインは主に茶色で製作されており、木材を利用したものもみられた。

・集落全体の案内図には、観光施設、案内所の表示の他に民宿や飲食店、土産品店の表示もされている。

・景観を保護するための注意書きや通行案内なども多言語で表記されている。

・四季ごとの見どころや撮影スポットなどが写真付きで表示されている。

・Wi-Fiが整備されており、Wi-Fiスポットの場所や接続方法の説明もされている。

⑱ 田に写る雪の明善寺庫裡（2月）
Residential section of Myozenji Temple covered with snow reflecting on the rice field (Feb.)
논에 비치는 설경의 묘젠지 고리（2월）
农田雪景映衬下的明善寺住持僧居室（2月）
農田雪景映襯下的明善寺住持僧居室（2月）

⑲ 合掌集落の新しい撮影ポイント（1月）
New photogenic site at the Gassho village(Jan.)
합장취락의 새 촬영 포인트（1월）
人字房村落的新摄影点儿（1月）
人字房村落的新攝影點兒（1月）

⑥＜高山＞平成29年3月19日

○案内サインの特徴

・歴史的建造物や町並みの雰囲気を守るため、サインは落ち着いた色（主に茶色）で統一されている。

・案内サインや誘導サインなど、いたるところにWi-Fiの表記がされており、Wi-Fiに接続できることが周知されている。

・バスの利用方法や路線等も多言語表記されており、外国人が利用しやすくなっている。

・QRコードでの観光案内やバス情報の提供をはじめ、スマホアプリを活用した観光ガイドの取組が行われている。

観光情報、バス情報、地図情報
が入手できます!!
高山市内循環バス
「さるぼぼバス」
ここは
片原町
KATAHARA-MACHI

Take a look at how the grand hall (ohiroma)
appeared during the Edo period
Give it a Try!
SHOW YOU
TABIDO

Ⅳ. まとめ

最後に、**「日南市におけるクルーズ船客等受入れに向けたインバウンド受入環境整備調査検討事業」の仕様書**に沿って実施した調査・分析（「観光客の観光動向調査」と「インバウンド受入環境調査」）に基づき、次の3つの視点から提言する。

提言Ⅰ：「外国人（特に中国人）にとっての利便性向上」に向けた対応

提言

乗船客が限られた時間の中で観光、買い物、食事等を楽しんでもらうために、乗船客の視点に立ったガイドマップの作成・案内サインの配置、言葉の不安を取り除く通訳ボランティアの育成・確保、移動手段の交通アクセスの利便性アップ等が必要である。

具体的な取組

1. クルーズ船客の視点に立ったガイドマップの作成

外国人観光客向けの観光ガイドマップは複数作成されているが、滞在時間が限られている中国人系クルーズ客に対象を絞ったガイドマップを作成する。

2. 通訳ボランティアの人数と技能のアップ（KPI：ボランティア確保計画）

クルーズ船客が安心して観光・食事・買い物を楽しんでもらうためには、受入側がコミュニケーション力を高める必要がある。このためには、不足している中国語通訳ボランティアの育成・確保と個人商店を含め、きめ細やかな有効配置に努めることが望ましい。

なお、通訳ボランティアの確保は、宮崎大学をはじめ県内大学の中国人留学生との連携が効果的と考える。

3. わかりやすい案内サインの配置

油津港と背後観光地（飫肥城下町など）、商店街は時間距離が短い好条件を活かしたクルーズ船客（特に中国人系）にわかりやすく、親切な案内サインを設置することが必要である。このため、大型案内看板（畳1畳程度：1.8m×0.9m）にもQRコードを記載し、より詳細な情報を提供することが望ましい。なお、看板の素材は特産の飫肥杉を使用する。

QR コード：内容はカテゴリ化する。

例：・商店街の各店一覧（通訳ガイドの有無等）
・日本食（寿司、ラーメン等）の店一覧（客席数・営業時間等）
・特産品一覧（物産の説明と販売店）
・現在地から目的地までの距離、タクシー料金

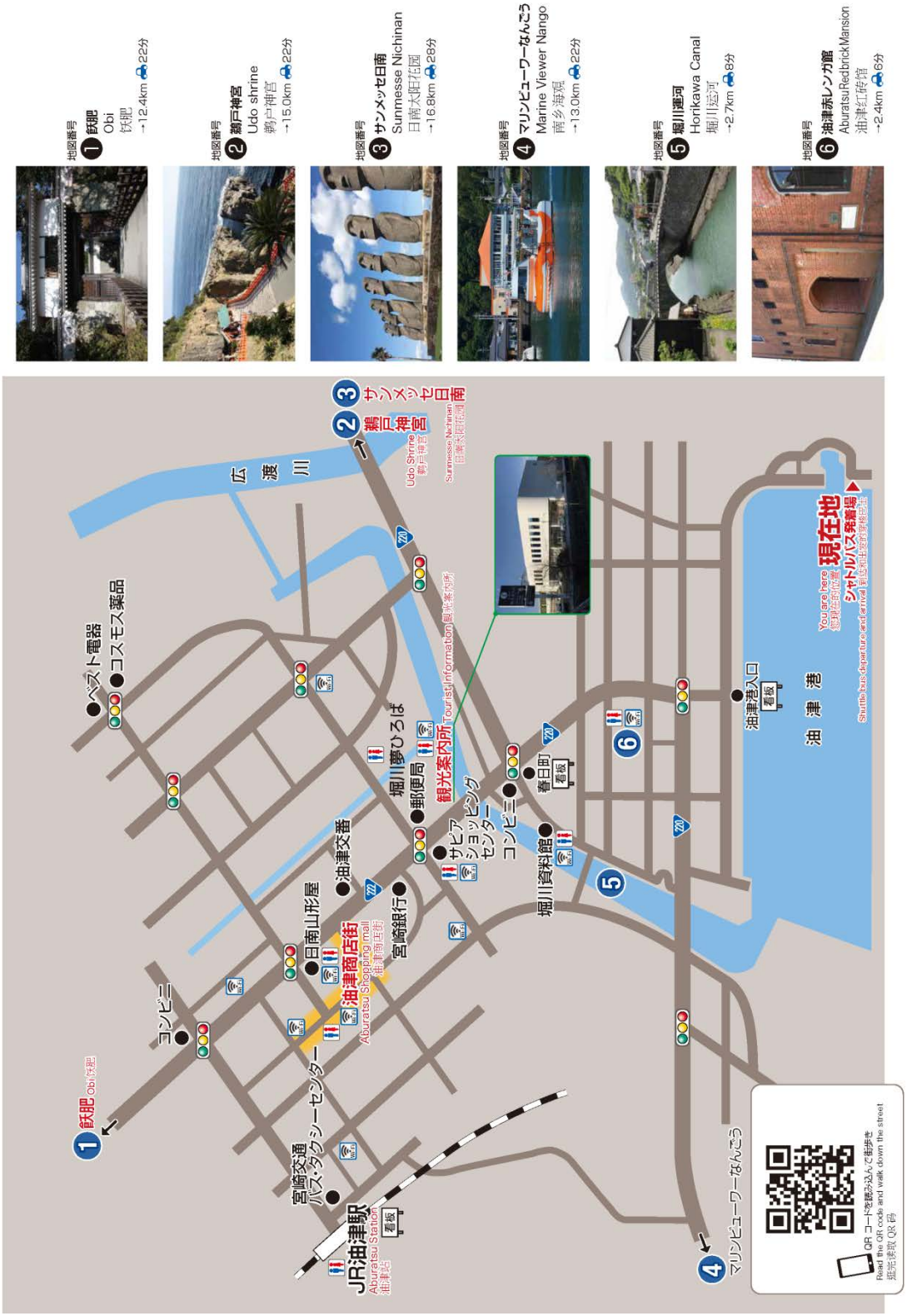
◯大型案内看板

場所		内容（イメージ）
シャトルバスの発着場	①油津港ふ頭	日南市の主な市内観光スポットを全部紹介する。
	②JR 油津駅	油津駅を基点に商店街（買い物・食事・みやげ）を中心に紹介する。
国道222号沿線	③油津港入口	油津駅を「北の入口」として、油津港は「南の入口」と位置づけた商店街を中心とする紹介にする。
	④春日町の分岐点	「油津港入口」に類似した型とする。
	⑤山形屋前	「油津駅」とほぼ同じ型とする。
	⑥日南市観光協会前	油津を基点に主な市内観光スポットを全部紹介する。
飫肥地区	⑦JR 飫肥駅	飫肥駅を基点に城下町の観光スポット・商店街への距離・時間を中心に紹介する。
	⑧ファミリーマート（日南飫肥本町店）	「飫肥城下町駐車場」とほぼ同じ型とする。
	⑨旧飯田医院前（飫肥 2 丁目）	飫肥の散策路（距離・時間等）を紹介する。
	⑩飫肥城駐車場	飫肥城周辺の観光スポット、散策路、飲食店等を紹介する。
	⑪宮崎交通日南営業所（飫肥 7 丁目）	「飫肥城駐車場」とほぼ同じ型とする。

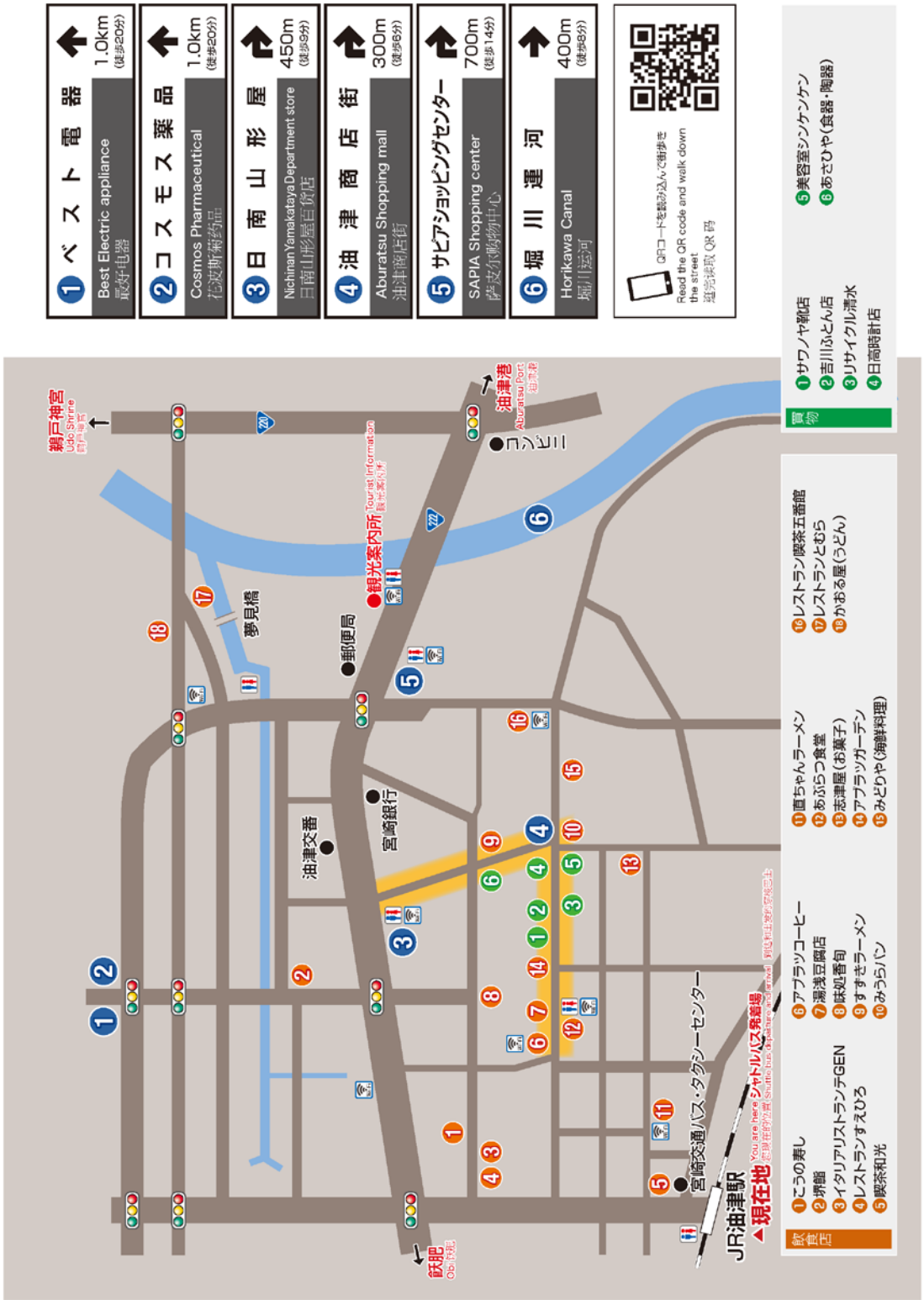
大型案内看板デザイン

＜シャトルバスの発着場＞

①油津港ふ頭

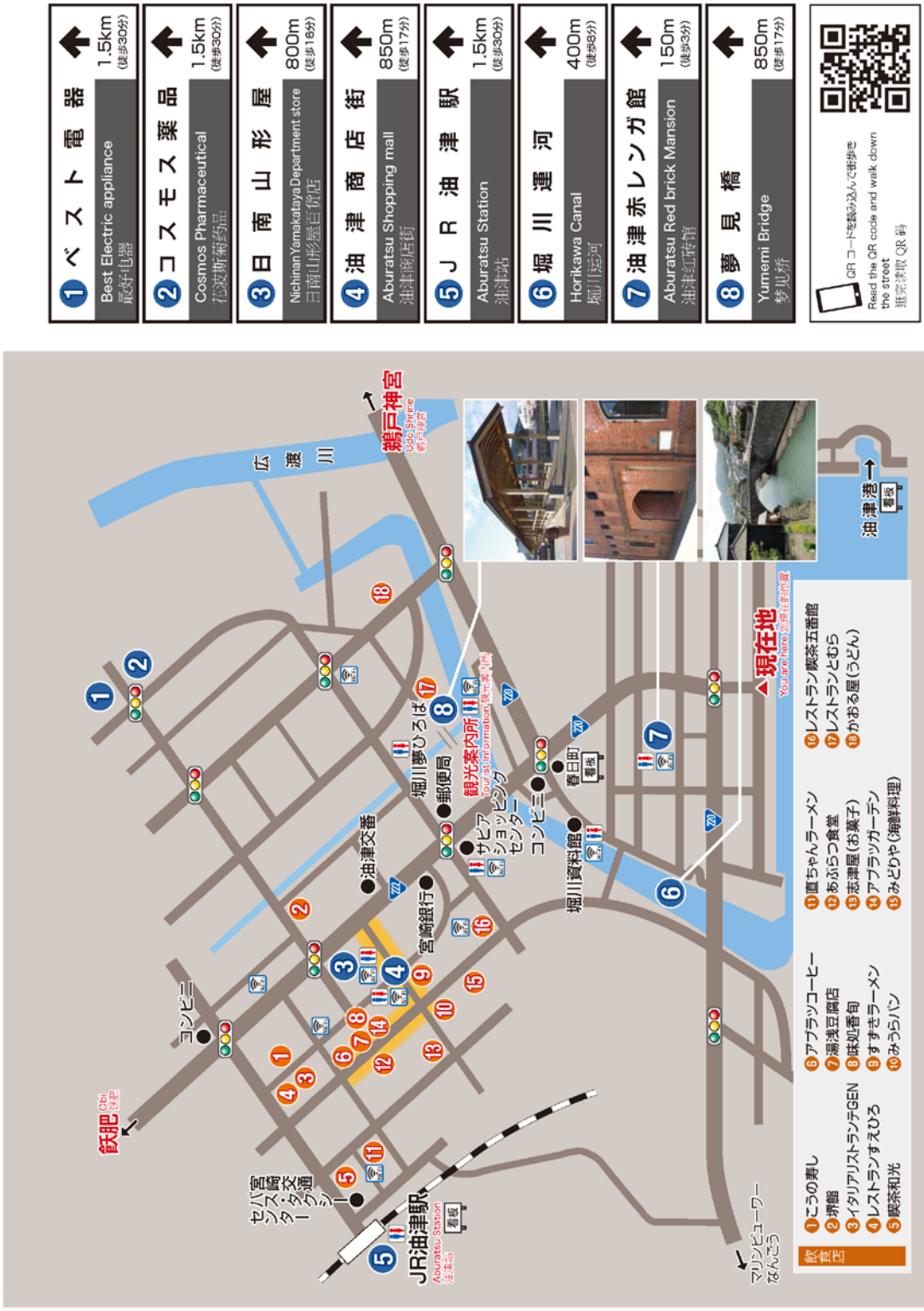


②JR油津駅


1 ベスト電器 Best Electric appliance 最好电器 1.0km (徒歩20分)
2 コスモス薬品 Cosmos Pharmaceutical 花波斯药品 1.0km (徒歩20分)
3 日南山形屋 Nichinan Yamakataya Department store 日南山形屋百货店 450m (徒歩9分)
4 油津商店街 Aburatsu Shopping mall 油津商店街 300m (徒歩6分)
5 サピアショッピングセンター SAPIA Shopping center 萨皮尔购物中心 700m (徒歩14分)
6 堀川運河 Horikawa Canal 堀川运河 400m (徒歩8分)
QRコードを読み込んで街歩き Read the QR code and walk down the street 道旁读取 QR 码
鵜戸神宮 Udo Shrine
夢見橋
郵便局
観光案内所 Tourist Information 旅游案内所
油津港 Aburatsu Port
油津交番
宮崎銀行
宮崎交通バス・タクシーセンター
JR油津駅
現在地 You are here
シャトルバス発着場
飫肥 Obi
飲食店
1こうの寿し
2堺館
3イタリアリストランテGEN
4レストランすえひろ
5喫茶和光
6アプラッコーヒー
7湯浅豆腐店
8味処番旬
9すずきラーメン
10みうらパン
11直ちゃんラーメン
12あぶらつ食堂
13志津屋(お菓子)
14アプラッカーデン
15みどりや(海鮮料理)
16レストラン喫茶五番館
17レストランとむら
18かおる屋(うどん)
買物
1サワノヤ靴店
2吉川ふとん店
3リサイクル清水
4日高時計店
5美容室シンケンケン
6あさひや(食器・陶器)

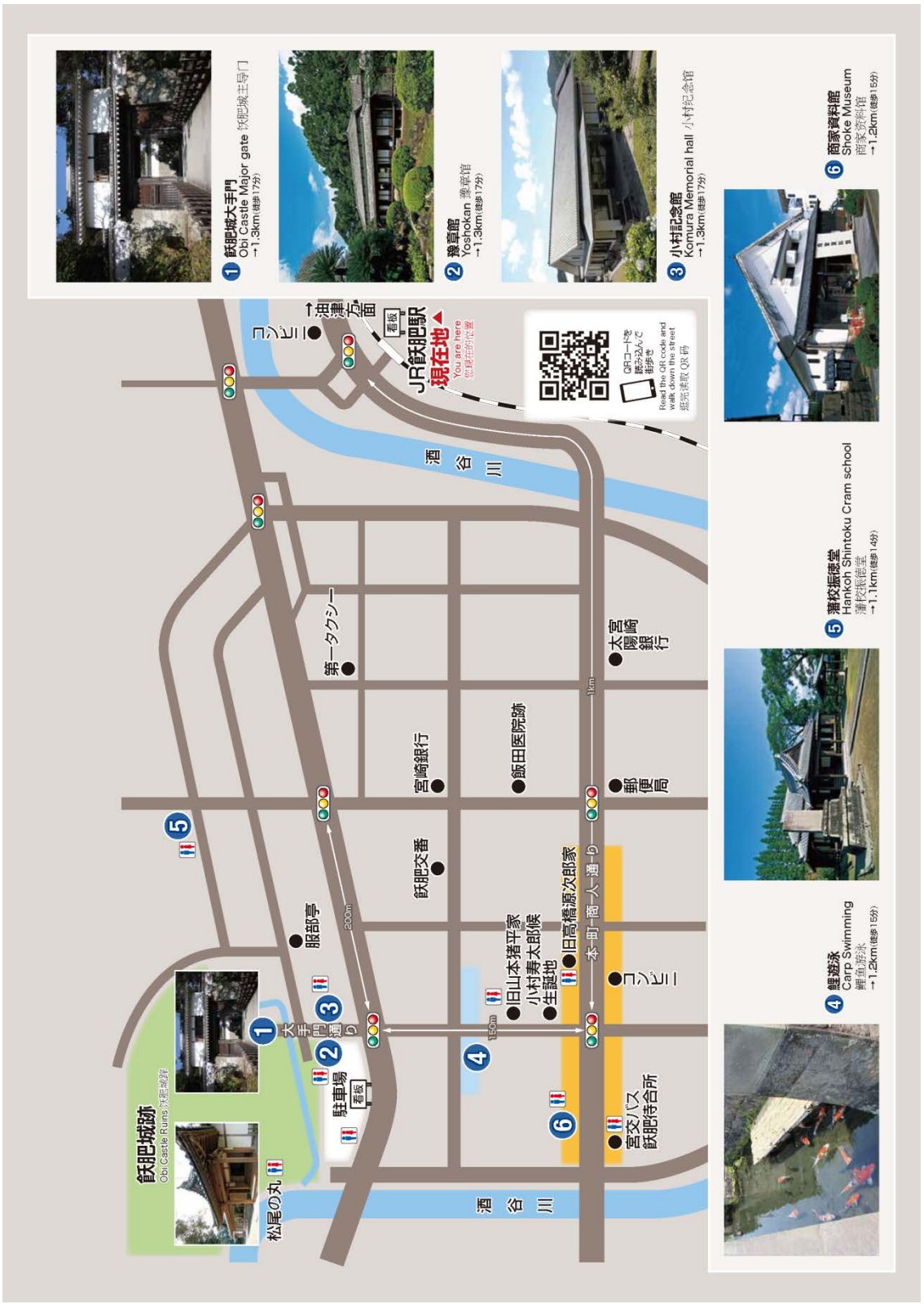
＜国道222号沿線＞

③油津港入口



＜飫肥地区＞

⑦JR飫肥駅


飫肥城跡
Obi Castle Ruins 飫肥城跡
松尾の丸
大手門通り
駐車場
看板
服部亭
飫肥交番
宮崎銀行
第一タクシー
コンビニ
↑油津方面
JR飫肥駅
現在地
You are here
您现在的位置
QRコードを読み込んで街歩き
Read the QR code and walk down the street
扫描条形码 QR 码
酒谷川
旧山本猪平家
小村寿太郎候
生誕地
旧高橋源次郎家
飯田医院跡
郵便局
太寿堂銀行
本一町一商一八一通り
コンビニ
宮交バス
飫肥待合所
200m
150m
1km
1 飫肥城大手門 Obi Castle Major gate 饫肥城主导门 →1.3km(徒歩17分)
2 幾亭館 Yoshokan 幾亭馆 →1.3km(徒歩17分)
3 小村記念館 Komura Memorial hall 小村纪念馆 →1.3km(徒歩17分)
4 鯉遊泳 Carp Swimming 鲤鱼游泳 →1.2km(徒歩15分)
5 藩校振徳堂 Hankoh Shintoku Cram school 藩校振德堂 →1.1km(徒歩14分)
6 商家資料館 Shoke Museum 商家资料馆 →1.2km(徒歩15分)

⑩飫肥城駐車場

飫肥城下町案内地図
地図番号1 飫肥城大手門 Obi Castle Major gate 飫肥城主导门
地図番号2 松尾の丸 Matsuo no maru 松尾之丸
地図番号3 旧本丸跡 Old Honmaru 旧本丸遗
地図番号4 しあわせ杉 Shawase Cedar 幸福杉
地図番号7 四半的射場 Bow Shooting range 弓甲巴
地図番号10 藩校振徳堂 HankoShintokuCramschool 藩校振德堂
地図番号11 鯉遊泳 Carp Swimming 鲤鱼游泳
QR コードを読み込んで街歩き
Read the QR code and walk down the street
延完读取 QR 码
↑油津方面
JR飫肥駅
看板
酒谷川
日南市立飫肥小学校
大手門通り
後町通り
飫肥交番
宮崎銀行
飯田病院跡
郵便局
大宮崎陽銀行
公営服部植物研究所
コンビニ
宮交バス飫肥待合所
現在地
You are here
您現在的位置
200m
150m
300m
800m
本町商店街
1 飫肥城大手門
2 松尾の丸
3 旧本丸跡(いやしの森)
4 しあわせ杉
5 飫肥城歴史資料館
6 臻亭館
7 四半的射場
8 小村記念館
9 小村寿太郎生家
10 藩校振徳堂
11 鯉遊泳
12 商家資料館
13 旧山本猪平家
14 旧高橋源次郎家
15 小村寿太郎候生誕地
飲食店
1 おび天 蔵
2 カフェしゃんぐりら
3 服部亭
4 おび天茶屋
5 元祖おび天本舗
6 スムージーカフェ菜菜
7 器食堂
8 日本料理喜庵一能
9 お食事処 平庵
10 卵の厚やき こだま
11 厚焼処 おびの茶屋
12 泰平せんべい本舗
13 kurumu.(くーキ)
14 ギャラリーこだま
15 菓子工房 わかば
16 厚焼たまご あらたけ
17 間瀬田厚焼本家
18 城下さくら茶屋
19 天ぷらのこだま屋

◯路面の案内サイン

地図（マップ）による案内表示を補完する観点から、より視覚的な「路面の案内サイン」を要所に設置することが望ましい。路面の案内サインは、わかりやすさと同等に観光スポットの景観を傷つけないメリットがある。

＜路面の案内サイン（イメージ）＞

4．交通アクセスの改善

下船後にフリーで行動する乗船客のためには、油津港ふ頭を基点とする公共交通機関（バス、タクシーなど）のネットワークをはじめ交通アクセスの利便性の向上が喫緊の課題である。今後は、ツアー客よりも自由に行動するフリー客の増加が見込まれることから、乗船客が多様な移動手段の選択が可能となるような交通システムの構築を検討する必要がある。

提言Ⅱ:「魅力ある日南観光の提供」に向けた対応

提言

クルーズ船客に人気の高い鵜戸神宮をはじめ、外国人(特に中国人)の趣味嗜好の分析を踏まえた観光スポット、食事、買い物等をパッケージ化した着地型観光を船社、旅行エージェント等へ提案する必要がある。

また、クルーズ船客には、いわゆる富裕層(VIP)も少なからず乗船していることから、ここを対象とする旅行企画も併せて提案する必要がある。

具体的な取組

1. 着地型観光の企画・提案

クルーズ船客の大多数(特に中国人)は、着地先の情報を有していない状況にある。

このようなことから、着地でしか知り得ない情報、つまり、日南市の観光資源(景観、食事、買い物、体験)を積極的に船社等に提案する必要がある。

特に、温泉、農業体験、料理など、いわゆる体験型観光「コト観光」への企画・提案に留意する必要がある。

2. 撮影スポット「日南百景(仮称)」の紹介

中国人は、観光地等で写真を撮ることに大きな関心を寄せている。この中国人気質を踏まえて、日南市の魅力、特色を「写真」でアピールする「日南百景(仮称)」を市民等への公募で構築することが望ましい。

3. 富裕層(VIP)向け観光の提案

観光バス1台(35人程度)で日南を周遊・体験する旅行パッケージ(太平洋のクルージング、露天風呂、懐石料理、マグロ解体体験、森林浴など)を企画・提案する。

このような企画・提案を通して、一般クルーズ船客への「人気」「関心」「嗜好」の広がりを探ることも必要である。

提言Ⅲ:「おもてなしによる消費拡大」に向けた対応

提言

今回のアンケート調査でも中国人系は、非中国人系よりも日南市での消費額が大きいことを示している。クルーズ船客が多い中国人の購買意欲を高めるためには、心からのおもてなしが必要である。

このようなことから、中国人を念頭において、油津港のふ頭はもとより、商店街などでの歓迎ムードを盛り上げたり、乗船客の視点に立ったショッピング、飲食などの利便性向上のための「**みえる化**」による情報提供、品揃えなどに努めることが望ましい。

具体的な取組

1. 歓迎ムードの盛り上げ（KPI:のぼりの本数）

中国人ツアー客にバスの中から見えるほどの歓迎ムードを示すために、油津港ふ頭だけでなく、油津商店街の各所に「のぼり」を立てるなどの「**見える取組**」が必要である。

また、前掲の「通訳ボランティア」の活用と配置に加えて、商店街の一人ひとりが中国人客と積極的にコミュニケーション（言葉を交わす）をとることがおもてなしに寄与すると思われる。

2. 食事・土産・商品の「みえる化」の取組（KPI:QRコードのメニュー数）

中国人クルーズ船客の大多数がスマートフォンを所有していることを踏まえて、食事・みやげ品・商品等をQRコード活用による「**みえる化**」を促進する必要がある。

例えば、食事メニュー、みやげ品の素材、主要商品の価格（「元」換算）などを表示することにより、消費拡大につなげる。

3. 飲食店のパッケージ化による客席数の拡大（KPI:35人以上に対応できる店数）

中国人にとっても、「食」は旅行の最大の楽しみであり、今回のアンケート調査でも消費のトップは「食料品」である。

旅行エージェントによると、日南市の商店街等はツアーバス1台（35人）でも収容できる飲食店は極めて少ない。このようなことから、商店街がツアー客、団体客を収容するため（売上アップ）には、各店の枠を超えて複数の店舗が連携して対応（パッケージ化）することで、客席数拡大の方策を検討する必要がある。

4．品揃え、決済カード、免税店などショッピングの利便性向上

今回のアンケート、ヒアリング調査によると、決済カード、免税店などに乗船客からの「不満」は、小さいものになっている。しかし、今後は若者を中心に拡大するウェブ決済（AliPayなど）への対応に留意する必要がある。

中国人の買い物（商品）の志向は、電化製品から食料品、化粧品、薬へとシフトしている。この傾向はいつまで続くか予想はできないか、人気商品、嗜好をキャッチして適切な品揃えに努める必要がある。（但し、クルーズ船入港の情報が市役所から商店街に届くのは、2～3日前であり、「品揃え」の対応には、難しい面があることを付言する。）

＜資料編＞

＜アンケート調査＞
（1）クルーズ船客
（2）日南市を訪れた観光客
（3）宮崎県（日南市を除く）を訪れた観光客

＜ヒアリング調査＞
（1）クルーズ船に関係する日南市・民間事業者等
（2）クルーズ船に関係する旅行エージェント
（3）クルーズ船に関する宮崎県の取組

＜案内サインモニター調査＞
＜ワークショップの結果報告＞
＜先進地事例調査＞

油津港クルーズ船客アンケート調査　結果

◯調査概要

・調査の目的

今後の観光振興施策の参考とするため、クルーズ船客の動向を把握することを目的とする。

・調査方法

油津港岸壁において、クルーズ船客に対して、聞き取りでアンケートを実施した。なお、調査を充実するために、船員に対してもアンケートを実施した。

・調査日・調査票回収数

（1）船客

調査日	クルーズ船名称	発地	乗客数	アンケート回収枚数
第1回調査 平成28年11月9日（水）	オベーション・オブ・ザ・シーズ	香港	4,103人	221人
第2回調査 平成28年11月11日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	4,789人	371人
第3回調査 平成29年1月6日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	4,206人	266人
			合計	858人

（2）船員

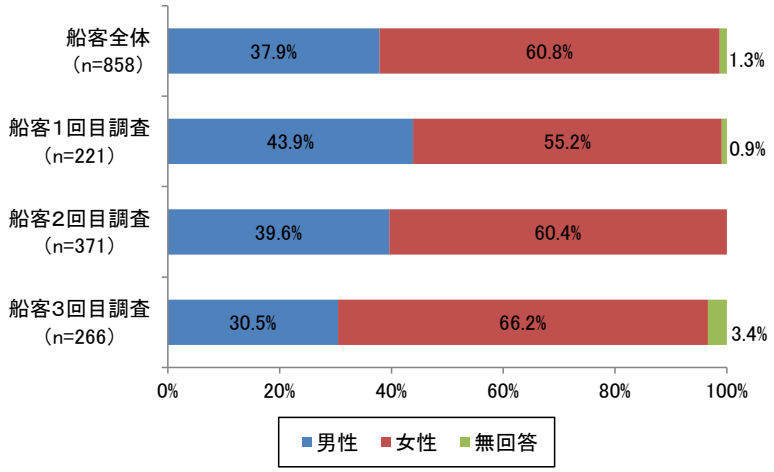
調査日	クルーズ船名称	発地	アンケート回収枚数
第1回調査 平成28年11月9日（水）	オベーション・オブ・ザ・シーズ	香港	24人
第2回調査 平成28年11月11日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	15人
第3回調査 平成29年1月6日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	31人
		合計	70人

第1編　クルーズ船客

問1　回答者の性別

回答者のうち、男性は37.9%、女性は60.8%となっている。

＜性別＞

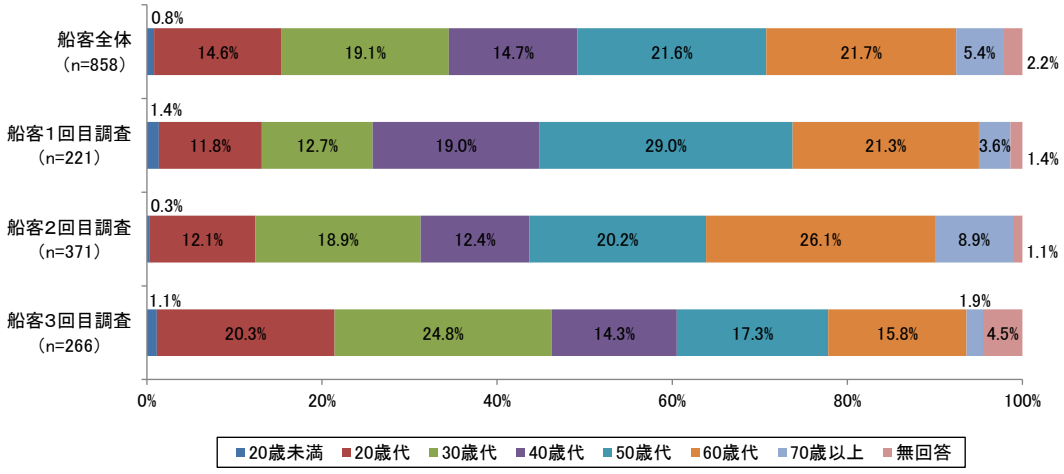


問2　回答者の年代

船客全体では、30代以下（若者）が34.5%、40・50代（壮年）が36.3%、60代以上（高齢者）が27.1%となっている。

その中で、回数別のトップは、1回目は壮年が48.0%、2回目は高齢者が35.0%、3回目は若者が45.9%となっており、調査ごとに年代構成の割合は異なっている。

＜年代＞



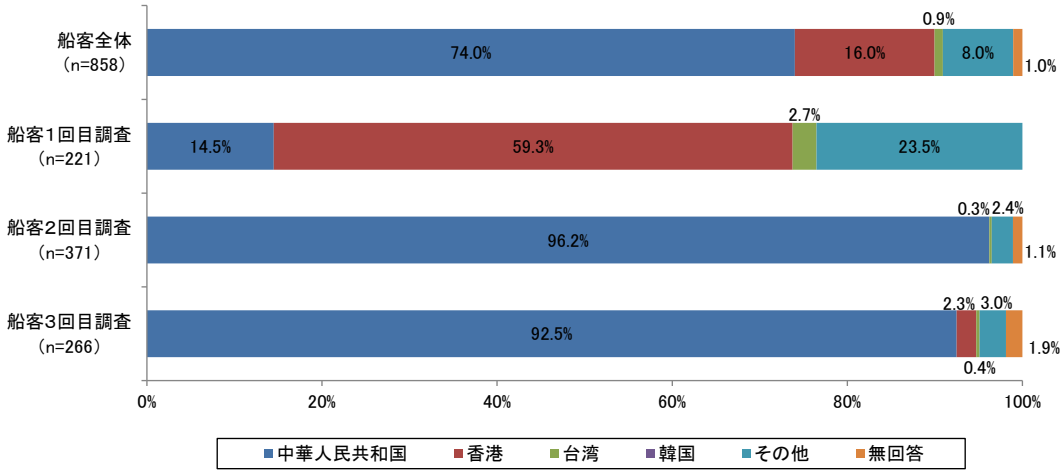
問3　回答者の国籍

回答者の国籍は、「中華人民共和国」の割合が高く、74.0%となっている。

その中で、1回目は香港発のクルーズ船であったため、「香港」の割合が59.3%となっている。

また、1 回目では、「その他」の割合が 23.5%となっている。内訳としては、「オーストラリア」「フィリピン」…各 9 人、「シンガポール」「カナダ」などである。（各国とも 9 人以下である。）

＜国籍＞

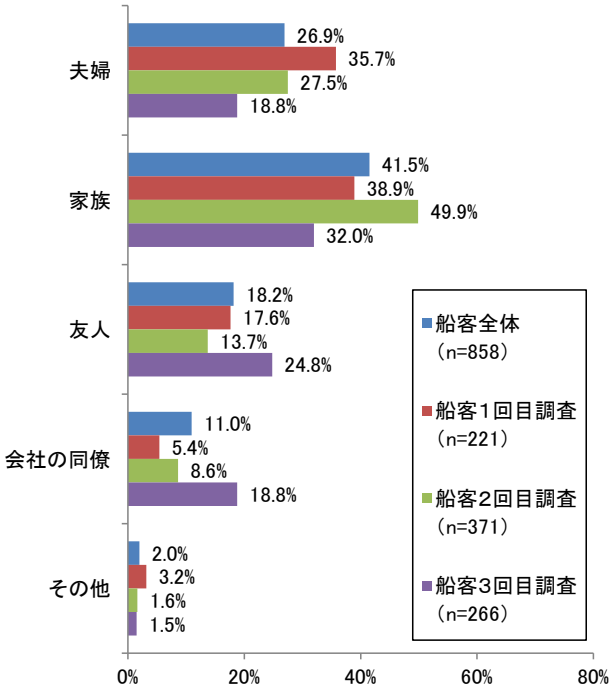


問4　同行者との関係（複数回答）

船客全体では、「夫婦」「家族」の割合が合わせて68.4%となっている。

その中で3回目は、「友人」「会社の同僚」の割合（合わせて43.6%）が1回目、2回目と比較してかなり高くなっている（「夫婦」「家族」は50.8%）。

＜同行者との関係＞



問5　クルーズ参加経験の有無

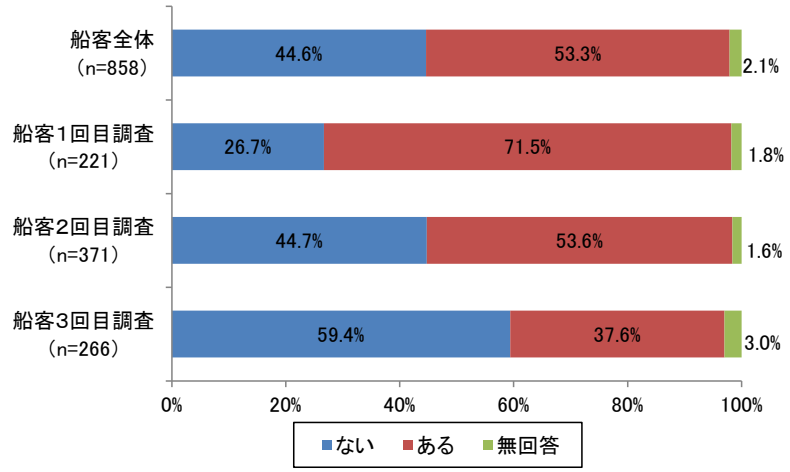
クルーズ参加経験は、「ある」が53.3%、「ない」が44.6%となっている。

なお、1回目「行った」(34.4%)が少ない理由としては、ツアーバスの台数が2・3回目の3分の1程度だったことによるものと推察できる。

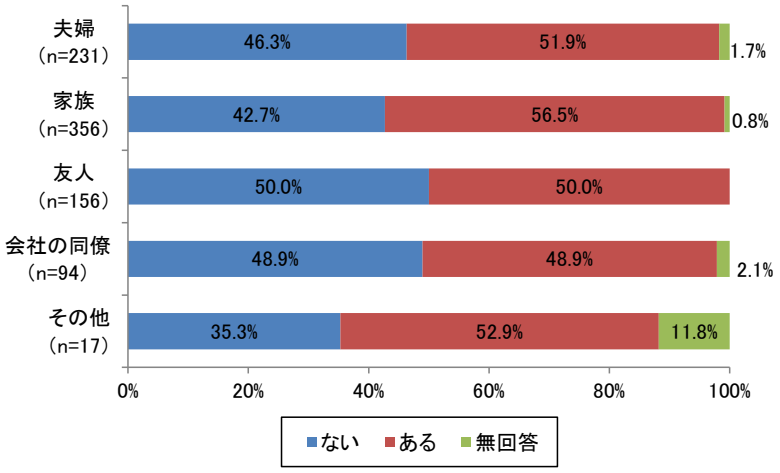
1回目(香港発)では、「ある」が71.5%となっており、2回目、3回目(ともに上海発)よりも割合が高い。

同行者別にクルーズ参加経験の有無をみると、参加経験が「ある人」と「ない人」の割合は、いずれも同程度となっている。

＜クルーズ参加経験の有無＞



＜クルーズ参加経験の有無(同行者別)＞



問6　エクスカーション先の満足度

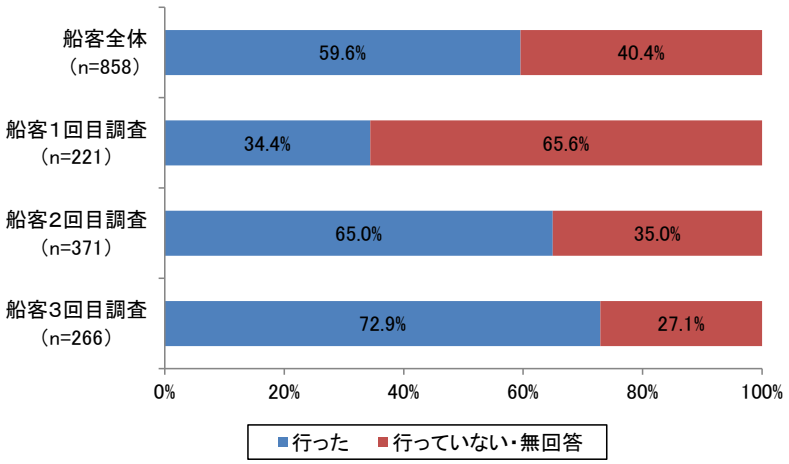
(1)飫肥城下町

船客全体でみると、「行った」が59.6%、「行っていない・無回答」が40.4%となっている。

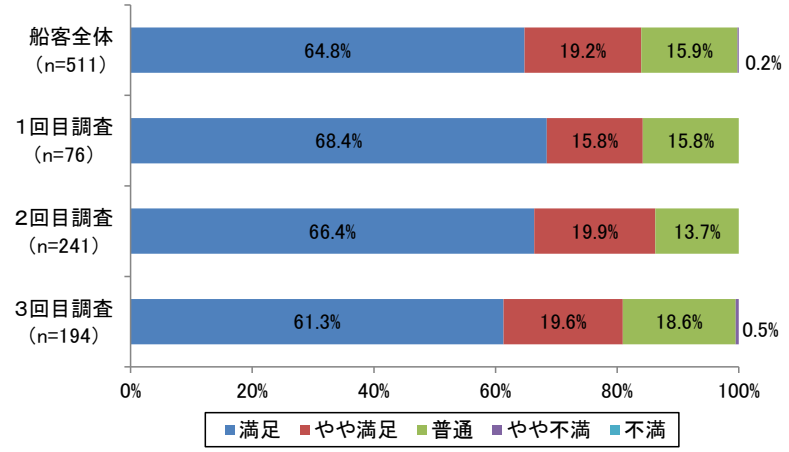
上海発の2回目、3回目は、3分の2以上の乗客が訪れている。

「行った人」の満足度は、「満足」「やや満足」を合わせると8割を超えている。

＜飫肥城下町への訪問＞



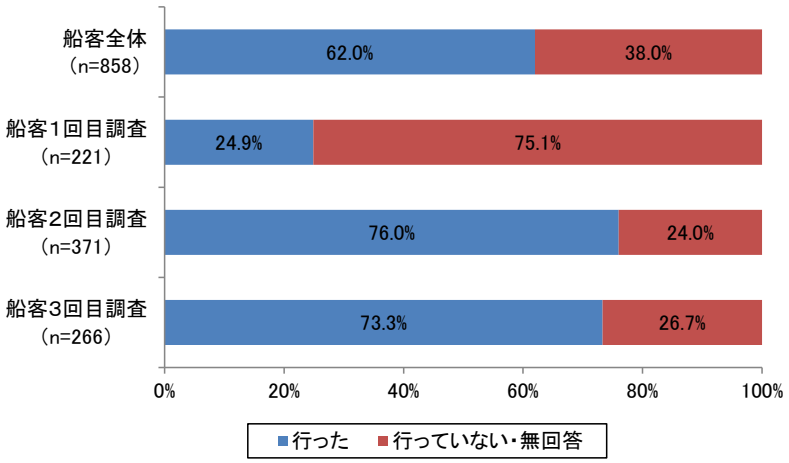
＜飫肥城下町の満足度＞



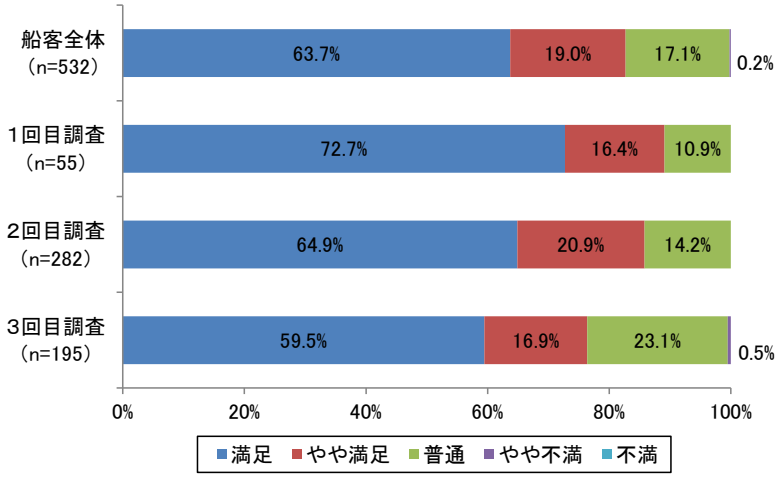
(2)鵜戸神宮

船客全体でみると、「行った」が62.0%、「行っていない・無回答」が38.0%となっている。
その中で香港発の1回目は、「行った」が24.9%にとどまっている。
なお、船客全体の満足度では、「満足」と「やや満足」の割合が8割を超えている。
以上のような傾向は、飫肥城下町と一致している。

＜鵜戸神宮への訪問＞



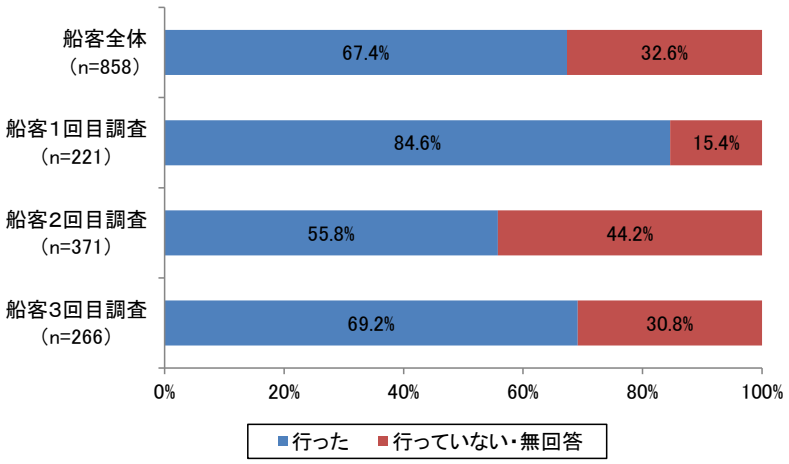
＜鵜戸神宮の満足度＞



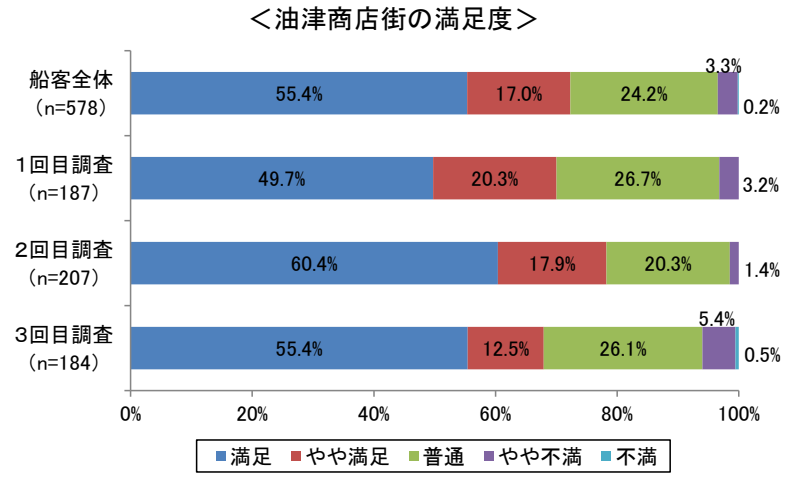
(3)油津商店街

船客全体でみると、「行った」が67.4%、「行っていない・無回答」が32.6%となっている。
1回目では、「行った」が84.6%となっており、2回目、3回目よりも割合が高くなっている。
また、満足度については、約7割が「満足」「やや満足」としている。

＜油津商店街への訪問＞



＜油津商店街の満足度＞



問7　宮崎での上陸観光で使用した金額

全体の平均金額は33,727円となっている。1回目（香港発）と比較して、2回目、3回目（ともに上海発）の使用金額の平均は高くなっている。

1回目は、回答者の約6割が国籍を「香港」と回答。2回目、3回目は、上海発で回答者の9割以上が国籍を「中華人民共和国」（中国系）と回答している。

このことから、「中華人民共和国」（中国人系）の方が購買力が高いことが推察される。

全体	1回目調査	2回目調査	3回目調査
33,727 円	18,226 円	41,518 円	35,298 円

（1）年代別

・1 回目（非中国人系）

「30～60歳代」の平均金額は、2万円程度となっている。

20 歳以下	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	平均金額
8,024 円	21,176 円	18,125 円	20,114 円	20,737 円	4,200 円	18028 円

・2 回目+3 回目（中国人系）

「50歳代」の平均金額が最も高く、54,472円となっており、次いで「40歳代」が46,749円となっている。

20 歳以下	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	平均金額
25,124 円	35,809 円	46,749 円	54,472 円	38,538 円	30,875 円	38,947 円

（2）同行者別

・1 回目（非中国人系）

「会社の同僚」では、平均金額が 35,667 円となっており、平均金額が他よりも高い。「夫婦」は、14,109 円となっており、他よりも低くなっている。

夫婦	家族	友人	会社の同僚
14,109 円	20,307 円	20,398 円	35,667 円

・2 回目＋3 回目（中国人系）

「会社の同僚」では、平均金額が 30,536 円となっており、他の同行者（「夫婦」「家族」「友人」）よりも平均が 1 万円以上低くなっている。

夫婦	家族	友人	会社の同僚
41,718 円	44,297 円	40,323 円	30,536 円

(3)買い物状況

買い物の動向については、中国人系の乗客が多い 2 回目・3 回目と非中国人系がの多い 1 回目の 2 つのパターンで分析する。

①2 回目＋3 回目(中国人系) [2 回目・3 回目は上海発であることから乗客の国籍が中華人民共和国が 96.2%(1 回目)、92.5%(2 回目)である。]

・買い物場所として、「油津商店街」(43.0%)が他をかなり上回っている。(表 1)

・買い物をした人を男女別にみると、「女性」は 65.8%で、「男性」(34.2%)を大きく上回っている。(表 2)

・買い物をした人を年代別にみると、「30 歳代」(23.4%)と「60 歳代」(23.5%)が他の年代を上回っている。(表 3)

・同行者別でみると、「家族」(46.6%)が他を上回っている。「夫婦」を合わせると 69.5%である。(表 4)

表 1 ＜買い物をした場所別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
飫肥城下町	216	17.9%
油津商店街	518	43.0%
油津港	186	15.4%
その他	284	23.6%
全体	1,204	100.0%

表 2 ＜男女別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
男性	342	34.2%
女性	657	65.8%
全体	999	100.0%

表 3 ＜年代別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
20歳代以下	143	14.4%
30歳代	233	23.4%
40歳代	155	15.6%
50歳代	183	18.4%
60歳代	234	23.5%
70歳以上	46	4.6%
全体	994	100.0%

表 4 ＜同行者別の買い物状況＞

	延べ買い物者数(人)	構成比
夫婦	226	22.9%
家族	460	46.6%
友人	188	19.0%
会社の同僚	114	11.5%
全体	988	100.0%

・購入品目を全体でみると、第1位が「食料品」(42.4%)、第2位「化粧品」(25.2%)、第3位「薬」(19.3%)となっている。(表5)
・なお、男女別でみると、男性は食料品の割合が女性を上回っているが、順位、割合は概ね全体と同じ傾向にある。(表6)
・年代別、同行者別の購入品目の順位は、全体と同じになっている。(表7、8)

表5 ＜買い物をした場所別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
飫肥城下町	120	43	31	22	216
	55.6%	19.9%	14.4%	10.2%	100.0%
油津商店街	181	147	116	74	518
	34.9%	28.4%	22.4%	14.3%	100.0%
油津港	91	45	28	22	186
	48.9%	24.2%	15.1%	11.8%	100.0%
その他	118	68	57	41	284
	41.5%	23.9%	20.1%	14.4%	100.0%
全体	510	303	232	159	1,204
	42.4%	25.2%	19.3%	13.2%	100.0%

表6 ＜男女別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
男性	138	90	70	44	342
	40.4%	26.3%	20.5%	12.9%	100.0%
女性	245	179	131	102	657
	37.3%	27.2%	19.9%	15.5%	100.0%
全体	383	269	201	146	999
	38.3%	26.9%	20.1%	14.6%	100.0%

表7 ＜年代別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
20歳代以下	64	42	21	16	143
	44.8%	29.4%	14.7%	11.2%	100.0%
30歳代	91	68	49	25	233
	39.1%	29.2%	21.0%	10.7%	100.0%
40歳代	63	41	29	22	155
	40.6%	26.5%	18.7%	14.2%	100.0%
50歳代	65	43	39	36	183
	35.5%	23.5%	21.3%	19.7%	100.0%
60歳代	80	62	52	40	234
	34.2%	26.5%	22.2%	17.1%	100.0%
70歳以上	18	12	9	7	46
	39.1%	26.1%	19.6%	15.2%	100.0%
全体	381	268	199	146	994
	38.3%	27.0%	20.0%	14.7%	100.0%

表8 ＜同行者別の購入品目＞

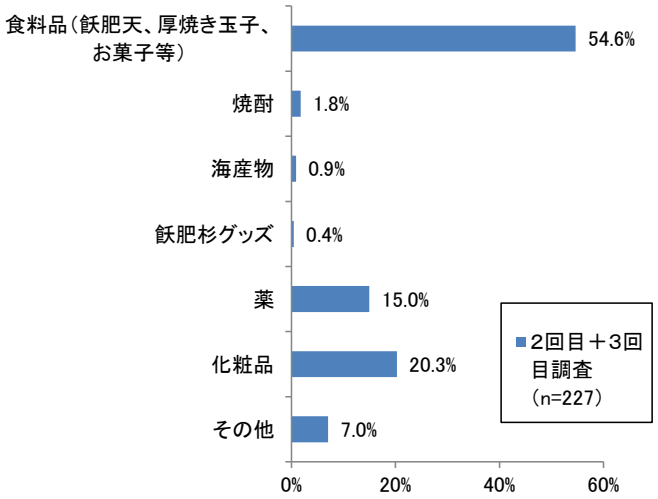
	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
夫婦	81	60	48	37	226
	35.8%	26.5%	21.2%	16.4%	100.0%
家族	173	125	100	62	460
	37.6%	27.2%	21.7%	13.5%	100.0%
友人	73	49	35	31	188
	38.8%	26.1%	18.6%	16.5%	100.0%
会社の同僚	47	38	17	12	114
	41.2%	33.3%	14.9%	10.5%	100.0%
全体	374	272	200	142	988
	37.9%	27.5%	20.2%	14.4%	100.0%

ア. 場所別（地点別）の買い物状況（2 回目＋3 回目＝中国人系）

a 飫肥城下町

「食料品」の割合が54.6%で最も高く、「化粧品」（20.3%）、「薬」（15.0%）が続いている。

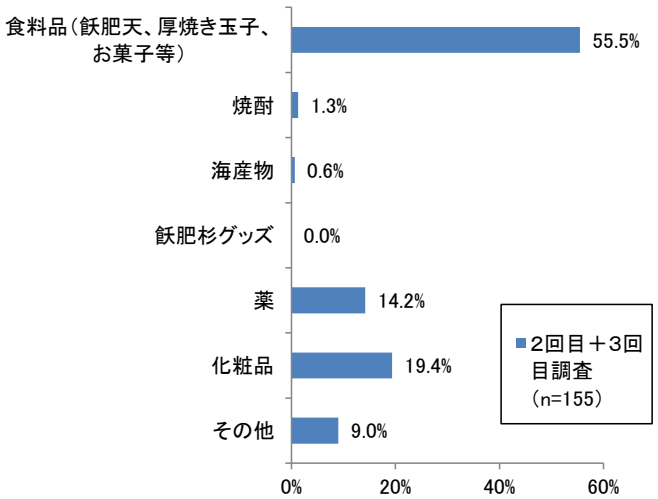
＜飫肥城下町で買ったもの＞



b 鵜戸神宮

「食料品」の割合が55.5%と最も高い。次いで「化粧品」（19.4%）、「薬」（14.2%）となっている。

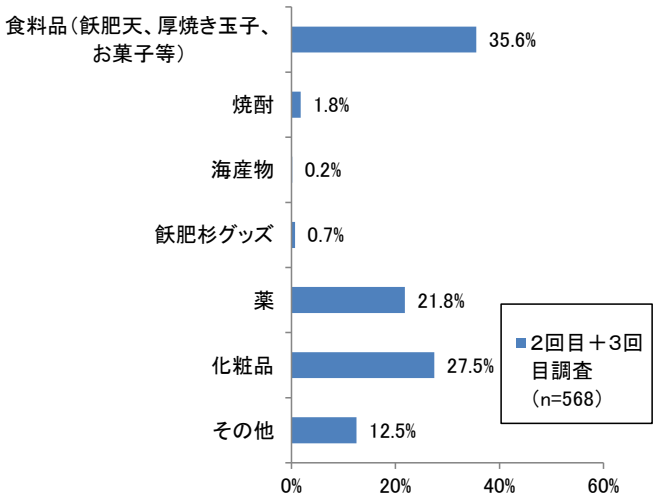
＜鵜戸神宮で買ったもの＞



c 油津商店街

「食料品」の割合が35.6%となっており、「化粧品」(27.5%)、「薬」(21.8%)の割合も高い。

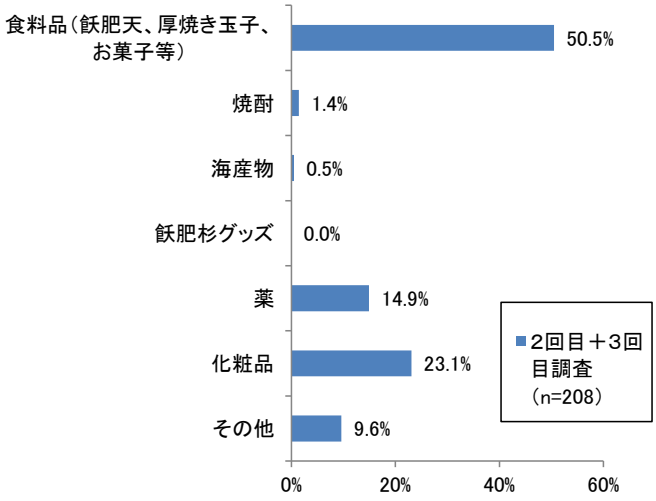
＜油津商店街で買ったもの＞



d 油津港

「食料品」の割合が50.5%となっている。次いで「化粧品」が23.1%となっている。

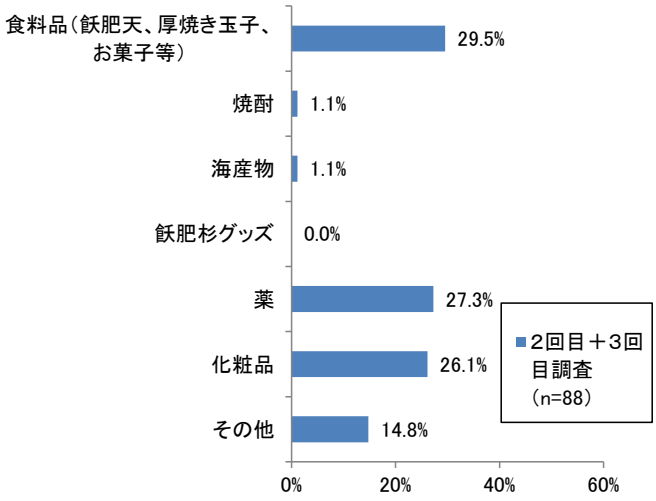
＜油津港で買ったもの＞



e イオン・ラオックス

「食料品」の割合が29.5%、「薬」(27.3%)、「化粧品」(26.1%)と続いている。

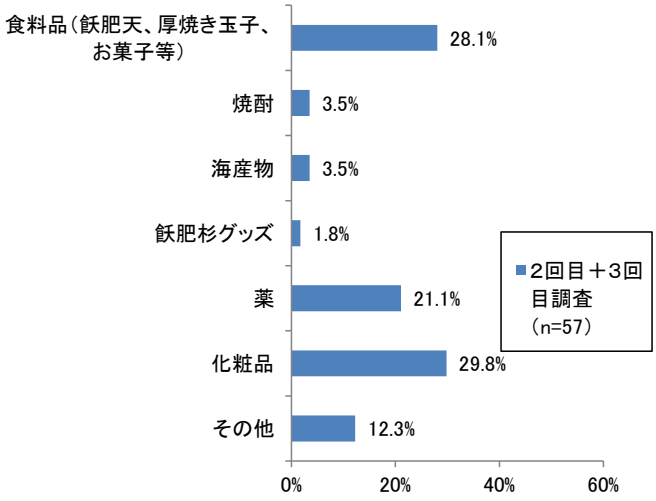
＜イオン・ラオックスで買ったもの＞



f その他日南市内

「化粧品」の割合が29.8%となっており、「食料品」(28.1%)、「薬」(21.1%)と続いている。

＜その他日南市内で買ったもの＞



②1回目（非中国人系）［1回目は、香港発であることから、乗客の国籍が中華人民共和国の割合は14.5%と2回、3回と比べてかなり低い。］

・買い物場所として、「油津商店街」(52.2%)の割合が高く、次いで「油津港」(30.0%)となっている。(表 1)

・買い物をした人を男女別にみると、「女性」は 57.0%で、「男性」(43.0%)を大きく上回っている。(表 2)

・買い物をした人を年代別にみると、「50 歳代」(31.2%)と「60 歳代」(27.2%)が他の年代を上回っている。(表 3)

・同行者別でみると、「家族」(42.4%)、「夫婦」(36.3%)の割合(合わせて 78.7%)が高い。(表 4)

表 1 ＜買い物をした場所＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
飫肥城下町	37	9.1%
油津商店街	212	52.2%
油津港	122	30.0%
その他	35	8.6%
全体	406	100.0%

表 2 ＜男女別の買い物状況＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
男性	129	43.0%
女性	171	57.0%
全体	300	100.0%

表 3 ＜年代別の買い物状況＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
20歳代以下	33	11.1%
30歳代	35	11.7%
40歳代	47	15.8%
50歳代	93	31.2%
60歳代	81	27.2%
70歳以上	9	3.0%
全体	298	100.0%

表 4 ＜同行者別の買い物状況＞

	延べ買い物者数（人）	構成比
夫婦	113	36.3%
家族	132	42.4%
友人	50	16.1%
会社の同僚	16	5.1%
全体	311	100.0%

・購入品目を全体でみると、「食料品」(49.8%)の割合が高い。(表 5)
・なお、男女別でみると、男性は食料品の割合が女性を上回っているが、順位、割合は概ね全体と同じ傾向にある。(表 6)
・年代別では、購入品目の順位は概ね同じであるが、「60 歳代」では、薬が化粧品を上回っている。(表 7)
・同行者別では、いずれも食料品の割合が高く、「夫婦」では薬の割合が高い。(表 8)

表 5 ＜買い物をした場所別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
飫肥城下町	21	2	3	11	37
	56.8%	5.4%	8.1%	29.7%	100.0%
油津商店街	104	42	38	28	212
	49.1%	19.8%	17.9%	13.2%	100.0%
油津港	57	22	22	21	122
	46.7%	18.0%	18.0%	17.2%	100.0%
その他	20	5	6	4	35
	57.1%	14.3%	17.1%	11.4%	100.0%
全体	202	71	69	64	406
	49.8%	17.5%	17.0%	15.8%	100.0%

表 6 ＜男女別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
男性	67	18	23	21	129
	51.9%	14.0%	17.8%	16.3%	100.0%
女性	75	38	26	32	171
	43.9%	22.2%	15.2%	18.7%	100.0%
全体	142	56	49	53	300
	47.3%	18.7%	16.3%	17.7%	100.0%

表 7 ＜年代別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
20歳代以下	17	8	4	4	33
	51.5%	24.2%	12.1%	12.1%	100.0%
30歳代	14	7	6	8	35
	40.0%	20.0%	17.1%	22.9%	100.0%
40歳代	24	7	4	12	47
	51.1%	14.9%	8.5%	25.5%	100.0%
50歳代	45	19	16	13	93
	48.4%	20.4%	17.2%	14.0%	100.0%
60歳代	36	12	17	16	81
	44.4%	14.8%	21.0%	19.8%	100.0%
70歳以上	5	3	1	0	9
	55.6%	33.3%	11.1%	0.0%	100.0%
全体	141	56	48	53	298
	47.3%	18.8%	16.1%	17.8%	100.0%

表 8 ＜同行者別の購入品目＞

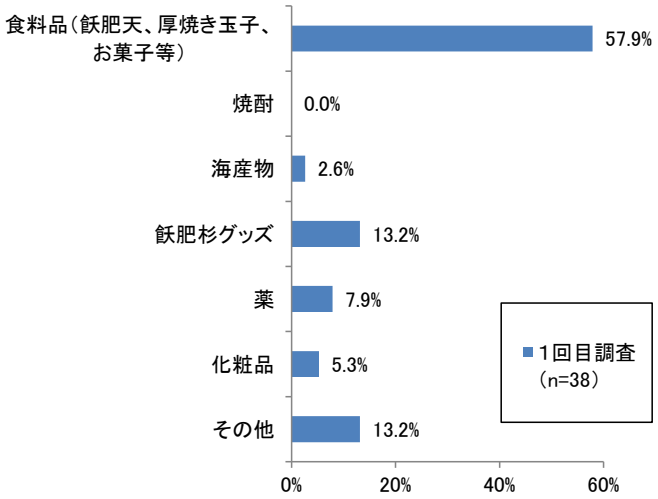
	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数(人)
夫婦	55	19	23	16	113
	48.7%	16.8%	20.4%	14.2%	100.0%
家族	59	31	18	24	132
	44.7%	23.5%	13.6%	18.2%	100.0%
友人	23	10	6	11	50
	46.0%	20.0%	12.0%	22.0%	100.0%
会社の同僚	8	1	3	4	16
	50.0%	6.3%	18.8%	25.0%	100.0%
全体	145	61	50	55	311
	46.6%	19.6%	16.1%	17.7%	100.0%

イ. 場所別（地点別）の買い物状況（非中国人系）

a 飫肥城下町

「食料品」の割合が57.9％で最も高い。

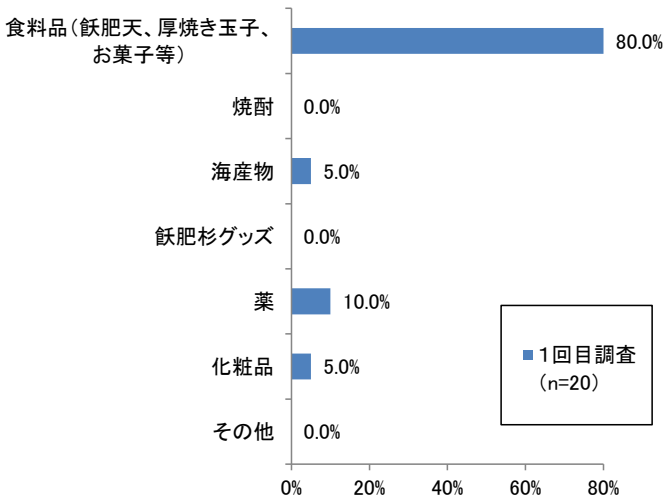
＜飫肥城下町で買ったもの＞



b 鵜戸神宮

「食料品」の割合が80.0％と最も高い。

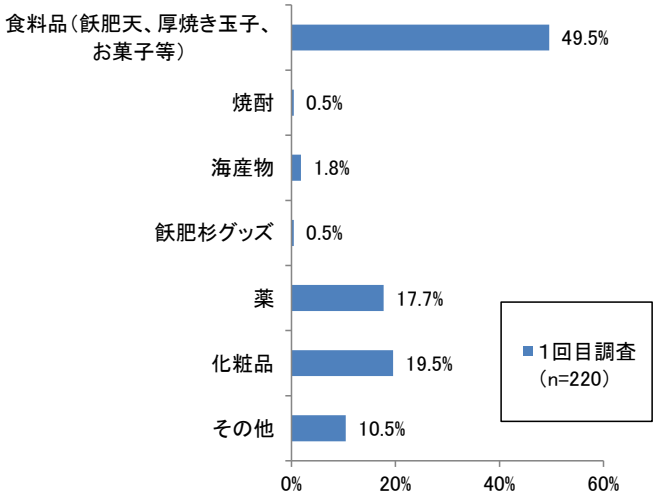
＜鵜戸神宮で買ったもの＞



c 油津商店街

「食料品」の割合が49.5%となっており、「化粧品」(19.5%)、「薬」(17.7%)が続いている。

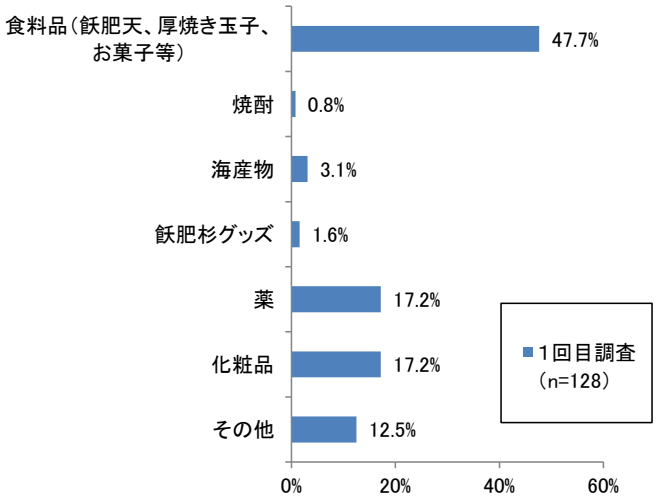
＜油津商店街で買ったもの＞



d 油津港

「食料品」の割合が47.7%となっている。

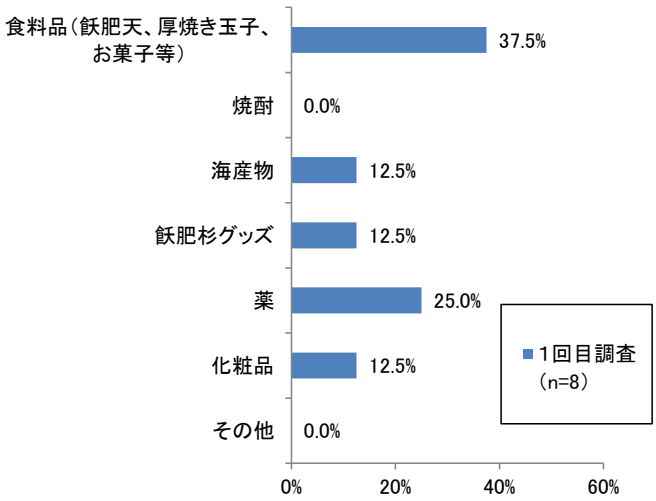
＜油津港で買ったもの＞



e イオン・ラオックス

「食料品」の割合が37.5%、次いで「薬」(25.0%)となっている。

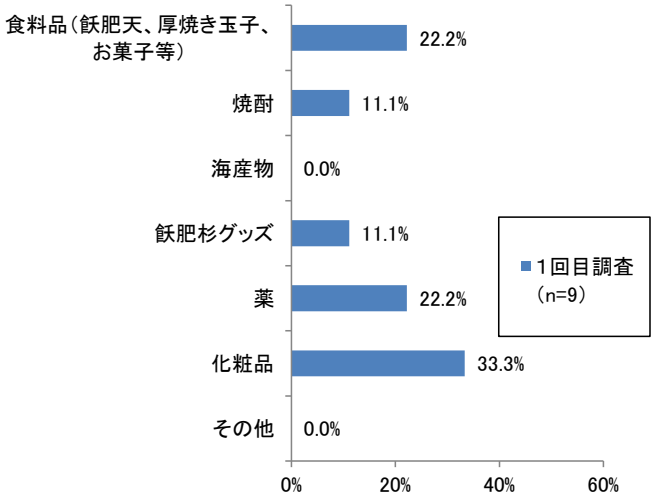
＜イオン・ラオックスで買ったもの＞



f その他日南市内

「化粧品」の割合が33.3%となっている。

＜その他日南市内で買ったもの＞



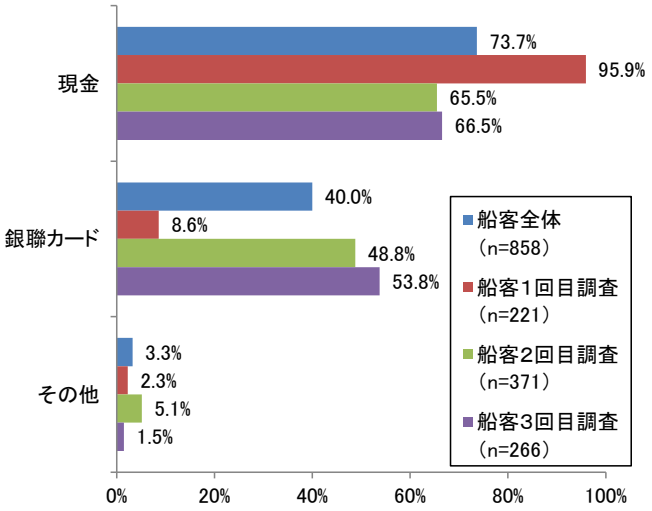
問 8 買い物の主な支払い方法（複数回答）

「現金」の割合が73.7%となっており、「銀聯カード」の割合は、40.0%となっている。

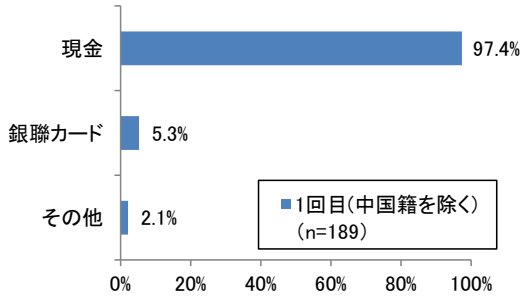
その中で、1回目（香港発）では、「現金」の割合が9割を超えている。

「中華人民共和国」の国籍が多い2回目と3回目をみると、「現金」が65.9%、「銀聯カード」が50.9%となっている。これは、年代別でもほぼ同じ割合になっている。

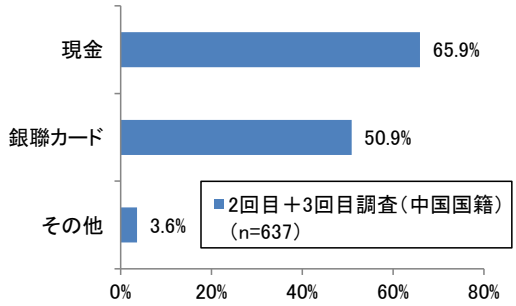
＜主な支払い方法＞



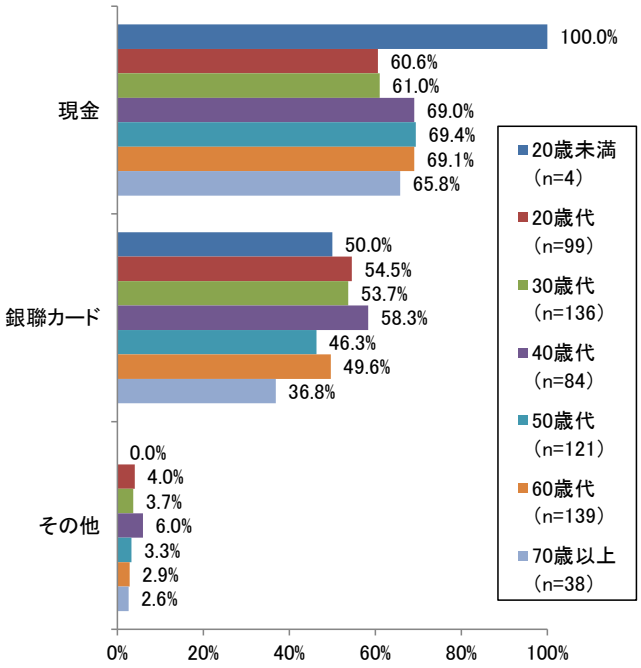
＜主な支払い方法（1 回目・非中国系）＞



＜主な支払い方法（2 回目＋3 回目・中国系）＞



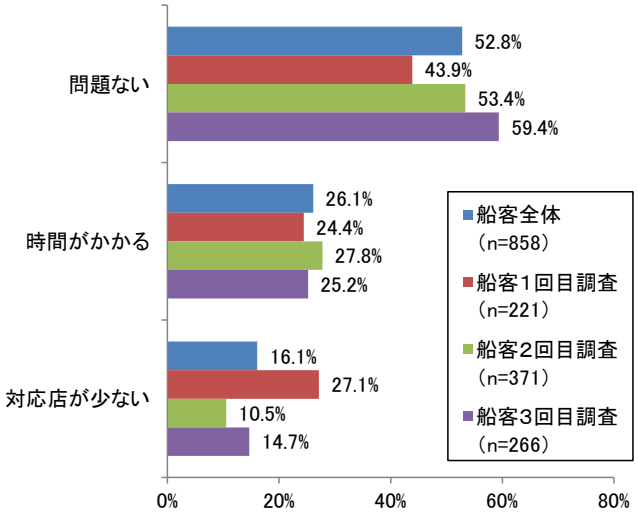
＜年代別の主な支払い方法（2 回目＋3 回目）＞



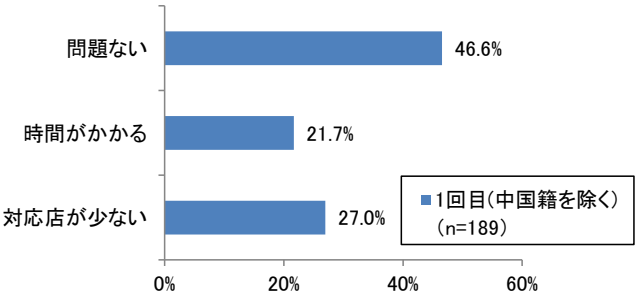
問9 免税対応について（複数回答）

「問題ない」が半数を超えているが、「時間がかかる」（26.1%）、「対応店が少ない」（16.1%）など、解決すべき課題は残っている。

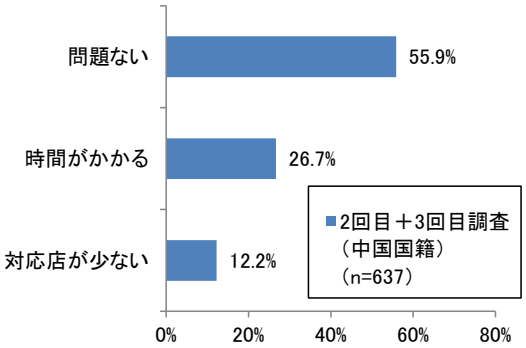
＜免税対応＞



＜免税対応（1 回目・非中国系）＞



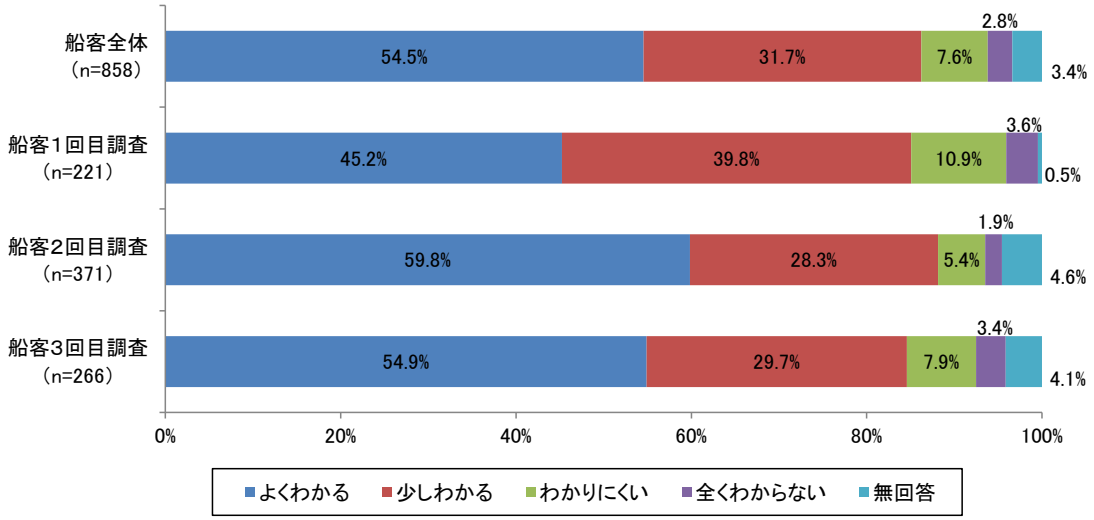
＜免税対応（2 回目＋3 回目・中国系）＞



問10 外国語標識のわかりやすさについて

全体でみると、「よくわかる」の割合が54.5%となっており、「少しわかる」の割合が31.7%となっている。「わかりにくい」「全くわからない」の割合が約1割となっている。

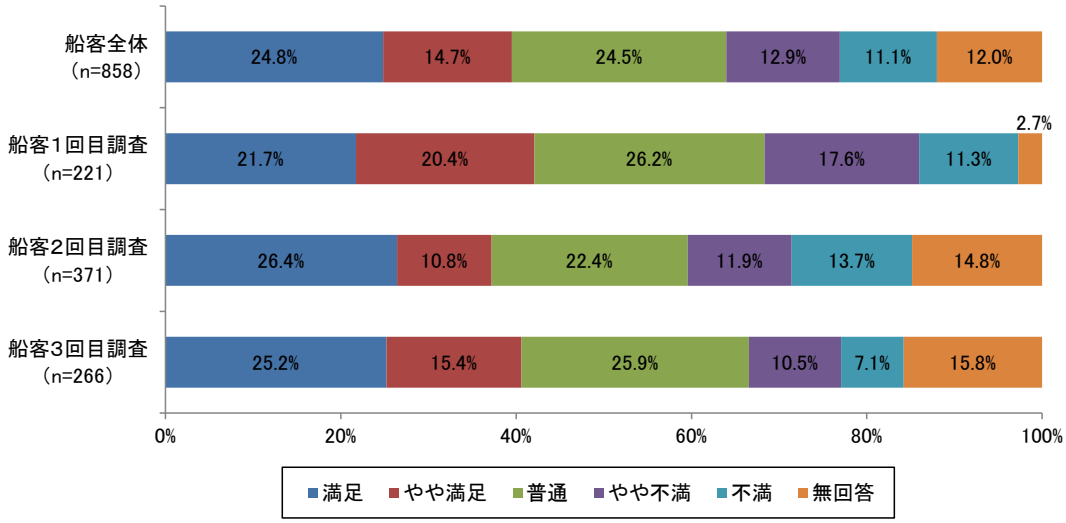
＜外国語標識のわかりやすさ＞



問11 Wi-Fi 環境について

全体でみると、「満足」「やや満足」の合計の割合が約4割となっているものの、「やや不満」「不満」の割合も少なくない（24.0%）。1回目、2回目、3回目で大きな差はみられない。

＜Wi-Fi 環境について＞

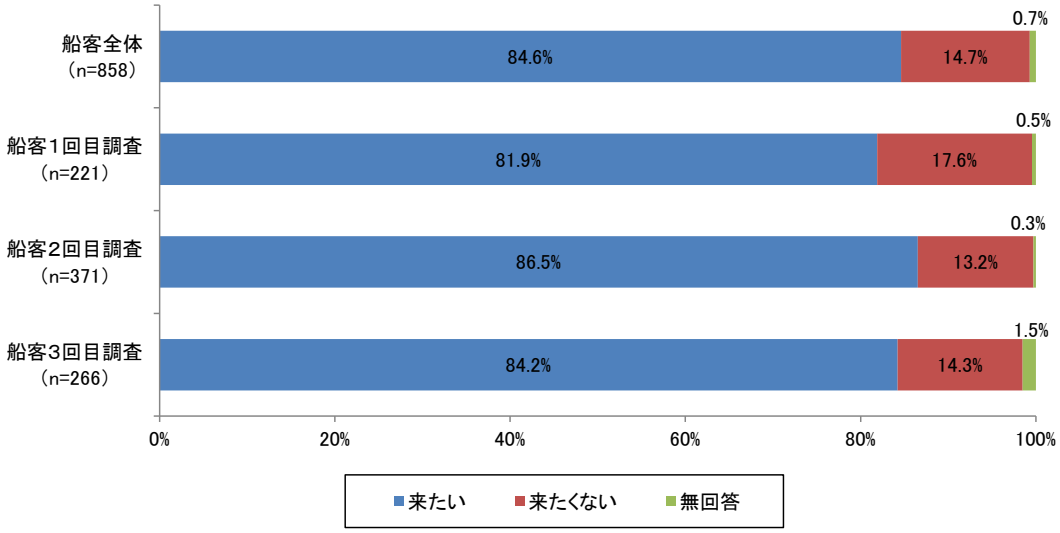


問12 もう一度日南市に来たいですか

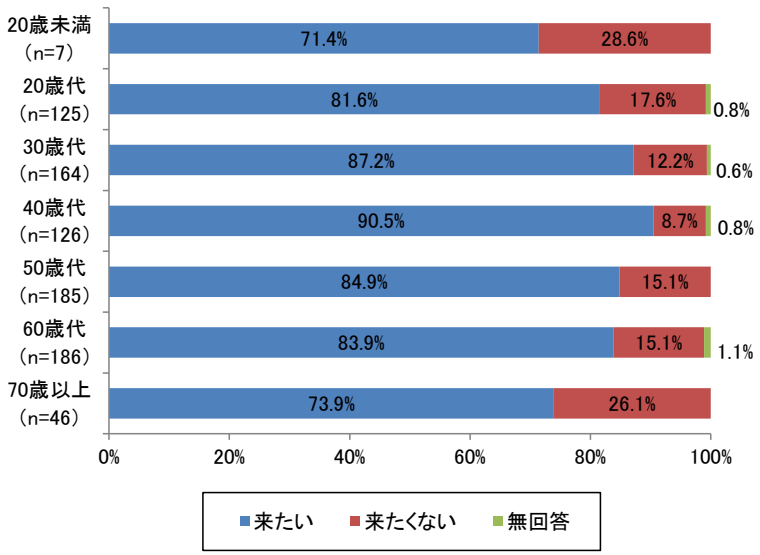
「来たくない」理由として、「観光地が少ない」「ものが少ない」「レストラン、飲食店が少ない」「街が小さい」「他の国・場所に行きたい」「交通が不便」などが挙げられている。

「来たくない」を年代別でみると、調査対象数の少ない20歳未満（7人）、70歳以上（46人）を除けば、10%台となっている。

＜日南市への再訪希望＞



＜日南市への再訪希望（年代別）＞



第2編　船員

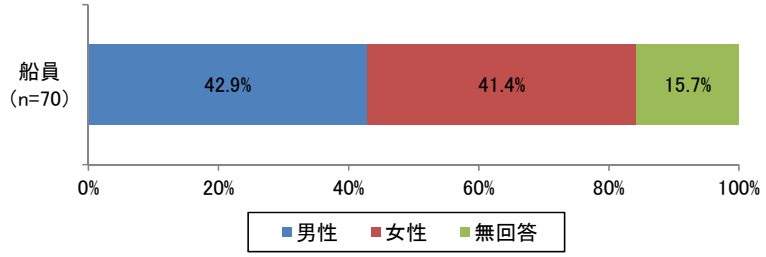
・調査日・調査票回収数（再掲）

調査日	クルーズ船名称	発地	アンケート回収枚数
第1回調査 平成28年11月9日（水）	オベーション・オブ・ザ・シーズ	香港	24枚
第2回調査 平成28年11月11日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	15枚
第3回調査 平成29年1月6日（金）	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	上海	31枚
		合計	70枚

問1　回答者の性別

回答者のうち、男性は42.9%、女性は41.4%となっている。

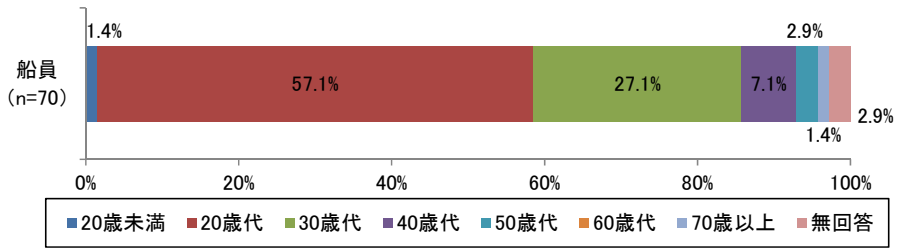
＜性別＞



問2　回答者の年代

30代までの若い船員が85.6%を占め、その中でも「20歳代」が大宗を占めている。

＜年代＞

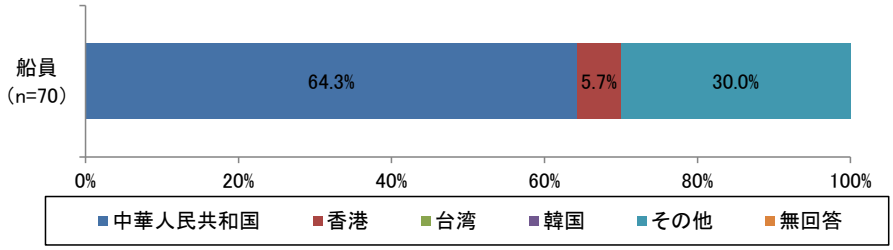


問3　回答者の国籍

「中華人民共和国」の割合が高く、64.3%となっている。

その他としては、「フィリピン」…11人、「インド」…5人などが挙げられる。

＜国籍＞



問6　エクスカーション先の満足度

船員の約7割は、「油津商店街」で時間を過ごしていることがうかがえる。（→油津商店街の魅力アップに努めることが必要。）

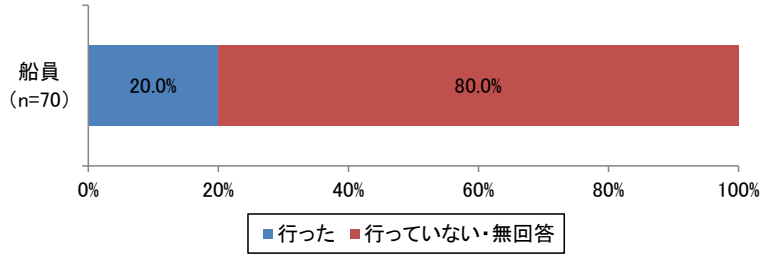
全体として、クルーズ船客と船員の間に「満足度」は、大きな差異はない。

（1）飫肥城下町

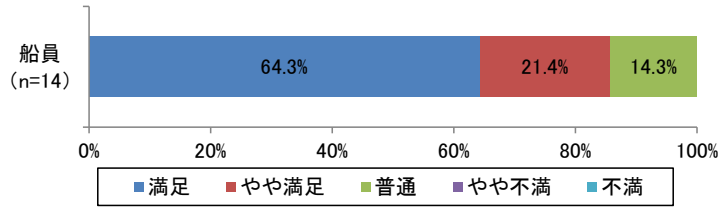
「行った」の割合は、20.0%となっている。

「行った人」の満足度は、「満足」と「やや満足」を足すと、8割を超えている。

＜飫肥城下町への訪問＞



＜飫肥城下町の満足度＞

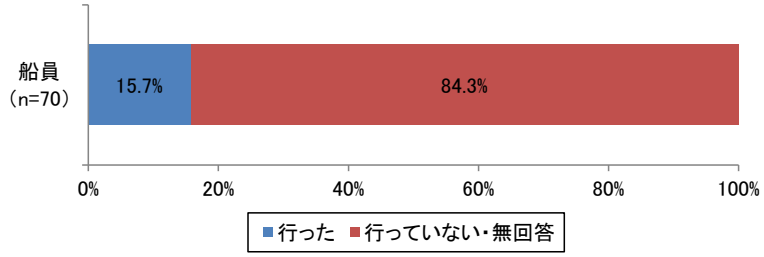


(2)鵜戸神宮

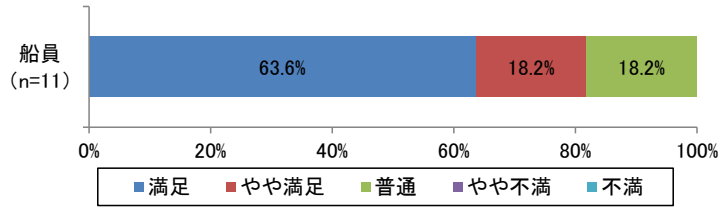
「行った」が15.7%となっている。

「満足」と「やや満足」の合計は、81.8%となっている。

＜鵜戸神宮への訪問＞



＜鵜戸神宮の満足度＞

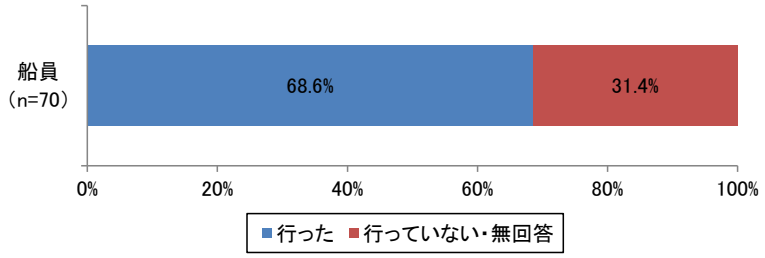


（3）油津商店街

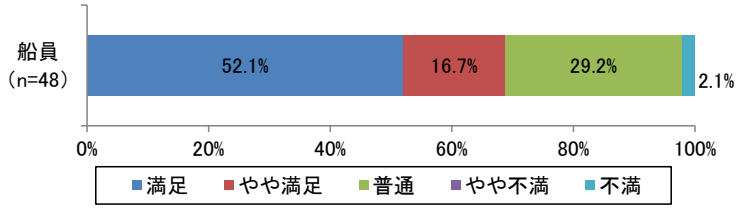
「行った」が68.8%となっている。

「満足」と「やや満足」の合計は68.8%であり、「普通」の割合は29.2%となっている。

＜油津商店街への訪問＞



＜油津商店街の満足度＞



問7　宮崎での上陸観光で使用した金額

平均金額は12,809円となっている。

男女別でみると、男性が女性を大きく上回っている。

船員
12,809 円

男性	女性
16,668 円	9,600 円

買い物をした場所をみると、「油津商店街」が半数以上、次いで「油津港」（26.6%）であり、ほとんどが油津地区となっている。（→油津地区は、船員をターゲットとする魅力アップも必要。平均12,000円余の消費への対応）

＜買い物の状況＞

	延べ買い物者数	構成比（n=109）
飫肥城下町	12	11.0%
油津商店街	59	54.1%
油津港	29	26.6%
その他	9	8.3%
全体	109	100.0%

◯買い物したもの

買い物の品目を全体でみると、「食料品」が半数以上であり、船客とほぼ同様の傾向となっている。

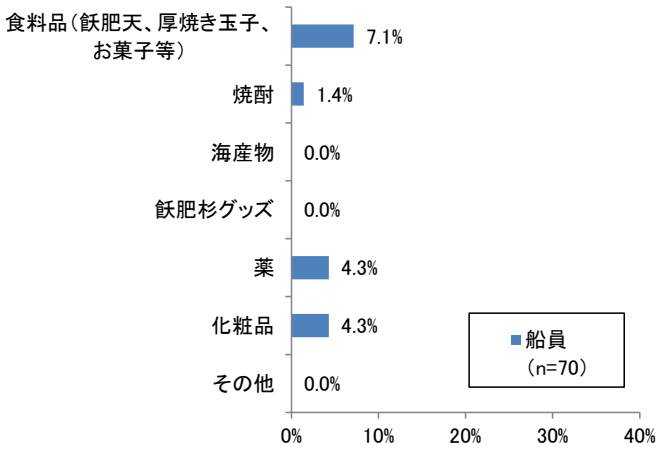
＜買物場所別の購入品目＞

	食料品	化粧品	薬	その他	延べ買い物客数
飫肥城下町	5	3	3	1	12
	41.7%	25.0%	25.0%	8.3%	
油津商店街	28	12	10	9	59
	47.5%	20.3%	16.9%	15.3%	
油津港	19	3	3	4	29
	65.5%	10.3%	10.3%	13.8%	
その他	7	1	0	1	9
	77.8%	11.1%	0.0%	11.1%	
全体	59	19	16	15	109
	54.1%	17.4%	14.7%	13.8%	

（1）飫肥城下町

「食料品」の割合が7.1%となっている。

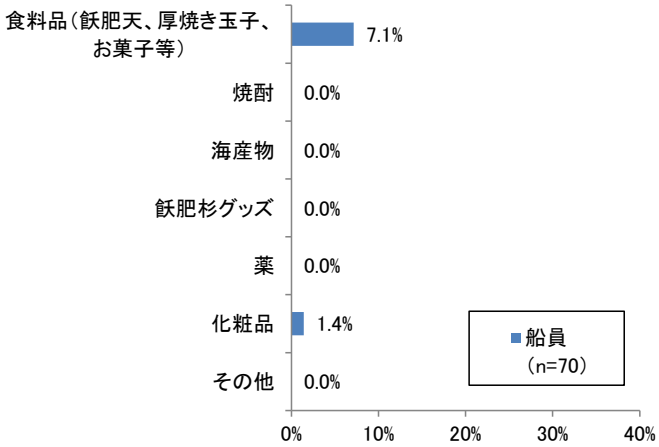
＜飫肥城下町で買ったもの＞



（2）鵜戸神宮

「食料品」の割合が7.1%となっている。

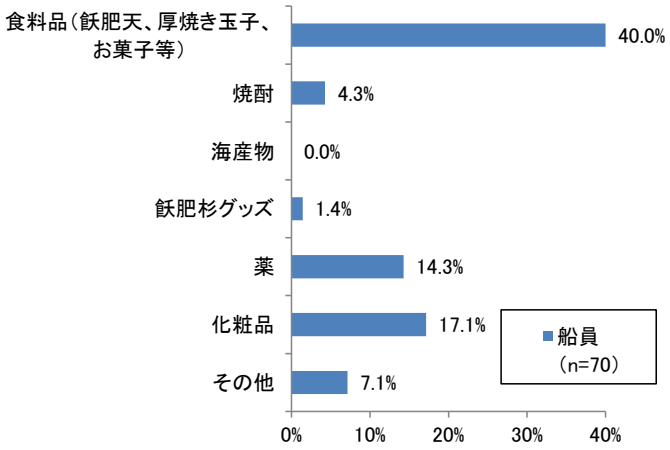
＜鵜戸神宮で買ったもの＞



（3）油津商店街

「食料品」の割合が40.0%となっている。また、「化粧品」（17.1%）、「薬」（14.3%）の割合も高い。

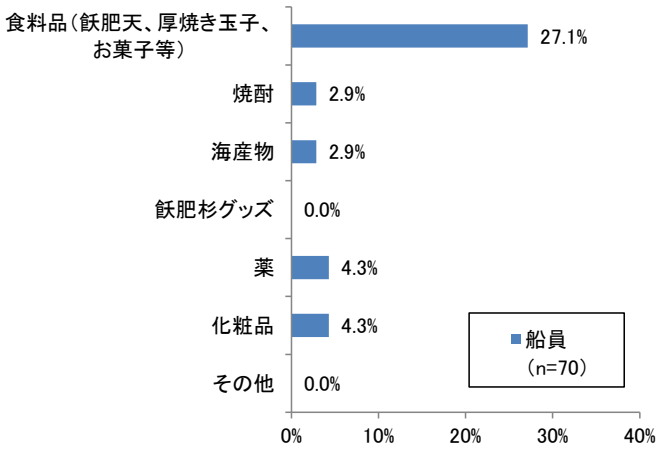
＜油津商店街で買ったもの＞



（4）油津港

「食料品」の割合が27.1%となっている。

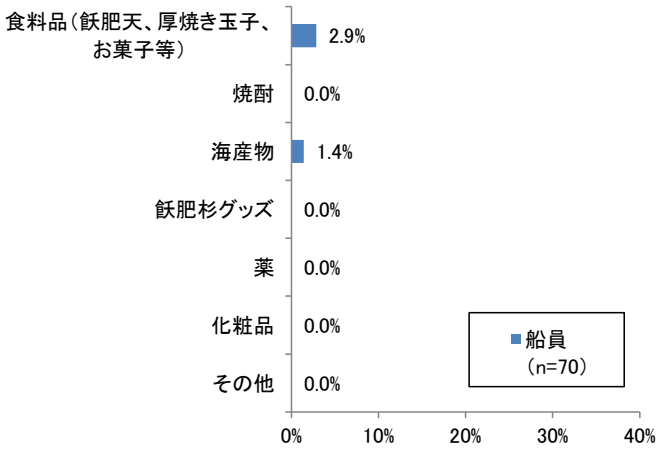
＜油津港で買ったもの＞



（5）イオン・ラオックス

「食料品」の割合が2.9%となっている。

＜イオン・ラオックスで買ったもの＞



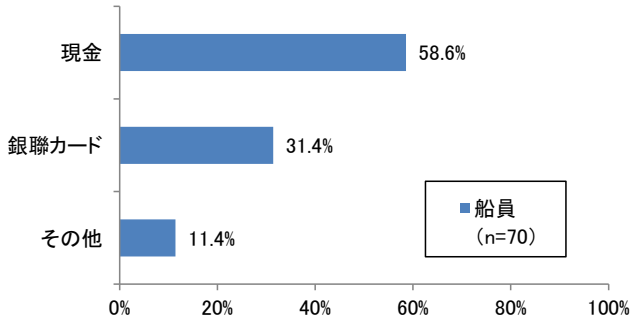
（6）その他日南市内

回答なし。

問８ 買い物の主な支払い方法（複数回答）

「現金」の割合が58.6%となっており、「銀聯カード」の割合は、31.4%となっている。

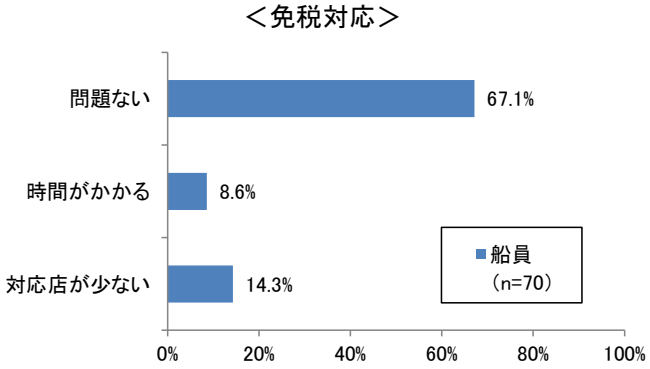
＜主な支払い方法＞



問9 免税対応について（複数回答）

「問題ない」の回答が67.1%となっている。

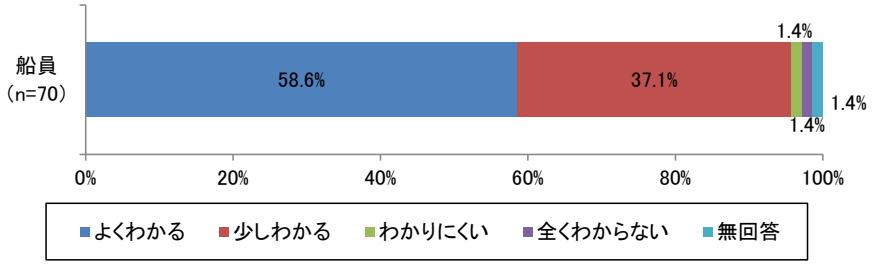
＜免税対応＞



問10 外国語標識のわかりやすさについて

「わかりにくい」「全くわからない」の割合が2.8%であり、船員には標識について大きな問題がないことがうかがえる。

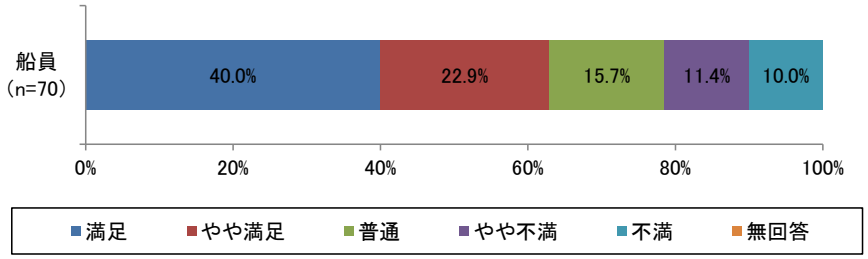
＜外国語標識のわかりやすさ＞



問11 Wi-Fi 環境について

全体でみると、「満足」「やや満足」の合計の割合が62.9%となっている。「やや不満」「不満」の割合が21.4%となっている。

＜Wi-Fi 環境について＞

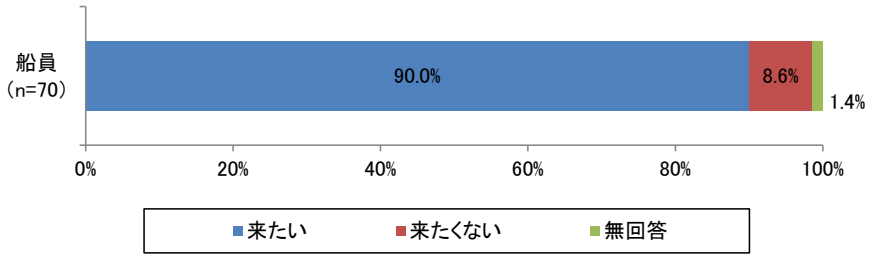


問12 もう一度日南市に来たいですか

「来たい」が9割となっている。

「来たくない」理由として、「買えるものが少ない」「交通が不便。食べ物が少ない。」「観光地が少ない。」が挙げられている。

＜日南市への再訪希望＞



油津港クルーズ船客アンケートについて

問1 性別	□男性　□女性　　（ □ 船員の方はチェックをお願いします。 ）
問2 年齢	□20 歳未満　□20 歳代　□30 歳代　□40 歳代　□50 歳代　□60 歳代　□70 歳以上
問3 国籍	□中華人民共和国（地域名：　　）□香港　□台湾　□韓国 □その他（　　）
問4 同行者との関係	□夫婦　□家族　□友人　□会社の同僚 □その他（　　）
問5 クルーズ参加経験の有無	□ない　□ある→（　　）回目
問6 エクスカーション先の満足度 5：満足 4：やや満足 3：普通 2：やや不満 1：不満	【飫肥城下町】 □行った（満足度：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□行っていない → 1又は2の理由：（例：Wi-Fi スポットが少ない 等　　）
	【鵜戸神宮】 □行った（満足度：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□行っていない → 1又は2の理由：（例：外国語標識が少ない 等　　）
	【油津商店街】 □行った（満足度：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□行っていない → 1又は2の理由：（例：外国語表示が少ない 等　　）
	【その他（　　）】 □行った（満足度：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□行っていない → 1又は2の理由：（具体的に：　　）
問7 宮崎での上陸観光で使用した金額	（　　）HK$ ◎「どこで」「何を」買いましたか。（当てはまる品目を下欄から選択し、番号をチェック） □飫肥城下町　1・2・3・4・5・6・7その他内容（　　） □鵜戸神宮　1・2・3・4・5・6・7その他内容（　　） □油津商店街　1・2・3・4・5・6・7その他内容（　　） □油津港　1・2・3・4・5・6・7その他内容（　　） □イオン、ラオックス 1・2・3・4・5・6・7その他内容（　　） □その他日南市内（　　） 1・2・3・4・5・6・7その他内容（　　） 品目：1. 食料品（飫肥天、厚焼き玉子、お菓子等）　2. 焼酎　3. 海産物 4. 飫肥杉グッズ　5. .薬　6. 化粧品　7. その他
問8 買い物の主な支払い方法	□現金　□銀聯カード　□その他（　　）
問9 免税対応について	□問題ない　□時間がかかる　□対応店が少ない
問10 外国語標識のわかりやすさについて	□よくわかる　□少しわかる　□わかりにくい　□全くわからない
問11 Wi-Fi 環境について	□満足　□やや満足　□普通　□やや不満　□不満
問12 もう一度日南市に来たいですか。	□来たい □来たくない（その理由：　　）

ご協力ありがとうございました

Cruise Passenger Questionnaire of Aburatsu Port

Q1 gender	☐Male ☐Female （ ☐Please check it if you are seafarers ）
Q2 Age	☐Less than 20 ☐20s ☐30s ☐40s ☐50s ☐60s ☐Elder than 70
Q3 Nationality	☐China（region： ） ☐Hong Kong ☐Taiwan ☐Korea ☐Others（ ）
Q4 Relationship with fellow traveler	☐Spouse ☐Family ☐Friends ☐Colleague ☐Others（ ）
Q5 Experience of the Cruise	☐No ☐Yes→For（ ）time(s)
Q6 Satisfaction of tourist spots 5：excellent 4：very good 3：good 2：poor 1：very poor	【Obi-jo Castle downtown area】 ☐Went （Satisfaction：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ） ☐Haven't → Reasons for chosen 1or 2: (Example：need more Wi-Fi area)
	【Udo-jingu Shrine】 ☐Went （Satisfaction：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ） ☐Haven't → Reasons for chosen 1or 2: (Example：need more English signs)
	【Aburatsu shopping street】 ☐Went （Satisfaction：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ） ☐Haven't → Reasons for chosen 1or 2: (Example：need more English signs)
	【Others（ ）】 ☐Went （Satisfaction：5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ） ☐Haven't → Reasons for chosen 1or 2: (Example：need more English signs)
Q7 Amount spent on sightseeing in Miyazaki	（ ）HK$ ◎「Where」and「What」did you buy。(Please confirm the numbers in the below, and check the goods number you bought) ☐Obi-jo Castle downtown area 1・2・3・4・5・6・7others（ ） ☐Udo-jingu Shrine 1・2・3・4・5・6・7others（ ） ☐Aburatsu shopping street 1・2・3・4・5・6・7others（ ） ☐Aburatsu Port 1・2・3・4・5・6・7others（ ） ☐Aeon、Laox 1・2・3・4・5・6・7others（ ） ☐other places in Nichinan city（ ） 1・2・3・4・5・6・7others（ ） Numbers：1. Food（Obi-ten,Atsuyaki Tamago, snack etc.） 2. Shochu 3. Seafood 4. Obi-Sugi Goods 5.Medicine 6. Cosmetic 7. Others
Q8 Primary payment	☐Cash ☐Unionpay Card ☐Others（ ）
Q9 Service for duty-free	☐No problem ☐Take time ☐Few quantity of duty-free shops
Q10 About the foreign languages signs	☐Well understood ☐Understood ☐Hard to understand ☐Can't understand
Q11 Satisfaction of the Wi-Fi spots	☐Excellent ☐Very good ☐Good ☐Poor ☐Very poor
Q12 Will you come back to Nichinan again?	☐Yes ☐No （Reason： ）

Thank you very much for your support and cooperation!

油津港游轮旅客调查问卷

问1 性别	□男性　□女性　　（ □ 船员请勾选此项。）
问2 年龄	□未满20岁　□20代　□30代　□40代　□50代　□60代　□70岁以上
问3 国籍•地区	□中华人民共和国(地区名:　　）□香港　□台湾　□韩国　□其他(　　)
问4 与同行者的关系	□夫妻　□家族　□朋友　□同事　□其他(　　)
问5 游轮经验的有无	□无　□有→第(　　)回
问6 游览地点的满意度 5:满意 4:基本满意 3:普通 2:不怎么满意 1:不满意	【饫肥城下町】 □去过（满意度:5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□没有去 → 1或者2的理由:（例:没有Wi-Fi 等　　）
	【鹈户神宫】 □去过（满意度:5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□没有去 → 1或者2的理由:(例:外国语标识过少 等　　）
	【油津商店街】 □去过（满意度:5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□没有去 → 1或者2的理由:(例:外国语标识过少 等　　）
	【其他(　　)】 □去过（满意度:5 ・ 4 ・ 3 ・ 2 ・ 1 ）　□没有去 → 1或者2的理由:(具体原因:　　）
问7 在宫崎陆地观光花费的金额	(　　)HK$ ◎在「哪里」购买了「什么」。(请您确认下方的数字一览后，勾选符合您购买商品的数字) □饫肥城下町　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □鹈户神宫　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □油津商店街　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □油津港　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □永旺、Laox 1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □其他地点位于日南市内(　　) 1・2・3・4・5・6・7其他(　　) **品目**:1. 食品(饫肥天、厚切鸡蛋烧、零食等)　2. 烧酒　3. 水产品 4. 饫肥杉制品　5. 药　6. 化妆品　7. 其他
问8 购物主要的支付手段	□现金　□银联卡　□其他(　　)
问9 对于免税的对应	□没有问题　□花很长时间　□能免税的店铺较少
问10 外语标识的准确度	□可以理解　□少部分可以理解　□很难理解　□根本理解不了
问11 对于Wi-Fi环境	□满意　□基本满意　□普通　□不怎么满意　□不满意
问12 还会再来日南玩吗。	□会 □不会（理由:　　）

衷心感谢您的协力

油津港游輪旅客調查問卷

問1 性別	□男性　□女性　（　□船員請勾選此項。　）
問2 年齡	□未滿20歲　□20代　□30代　□40代　□50代　□60代　□70歲以上
問3 國籍・地區	□中華人民共和國(地區名:　　) □香港　□臺灣　□韓國 □其他(　　)
問4 與同行者的關係	□夫妻　□家族　□朋友　□同事 □其他(　　)
問5 遊輪經驗的有無	□無　□有→第 (　　) 回
問6 遊覽地點的滿意度 5:滿意 4:基本滿意 3:普通 2:不怎麼滿意 1:不滿意	【飫肥城下町】 □去過（滿意度:5・4・3・2・1）□沒有去 → 1或者2的理由:(例:沒有Wi-Fi 等　　) 【鵜户神宮】 □去過（滿意度:5・4・3・2・1）□沒有去 → 1或者2的理由:(例:外國語標識過少 等　　) 【油津商店街】 □去過（滿意度:5・4・3・2・1）□沒有去 → 1或者2的理由:(例:外國語標識過少 等　　) 【其他(　　)】 □去過（滿意度:5・4・3・2・1）□沒有去 → 1或者2的理由:(具体原因:　　)
問7 在宮崎陸地觀光花費的金額	(　　)HK$ ◎在「哪裡」購買了「什麼」。(請您確認下方的數字一覽後，勾選符合您購買商品的數字) □飫肥城下町　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □鵜户神宮　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □油津商店街　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □油津港店街　1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □永旺、Laox 1・2・3・4・5・6・7其他(　　) □其他地點位於日南市內(　　) 1・2・3・4・5・6・7其他(　　) 品目:1.食品(飫肥天、厚切雞蛋燒、零食等)　2.燒酒　3.水產品 4.飫肥杉制品　5.药　6.化妆品　7.其他
問8 購物主要的支付手段	□現金　□銀聯卡　□其他 (　　)
問9 對於免稅的對應	□沒有問題　□花很長時間　□能免稅的店鋪較少
問10 外語標識的準確度	□可以理解　□少部分可以理解　□很難理解　□根本理解不了
问11 對於Wi-Fi環境	□滿意　□基本滿意　□普通　□不怎麼滿意　□不滿意
問12 還會再來日南玩嗎。	□會 □不會（理由:　　）

衷心感謝您的協力

日南市観光客アンケート調査　結果

◯調査概要

・調査の目的

今後の日南市の観光振興施策の参考とするため、日南市内観光地を訪れた観光客の動向を把握することを目的とする。

・調査方法

日南市内観光地において、観光客に対して聞き取りでアンケートを実施した。

・調査日

平成29年2月4日（土） 10:00～17:00

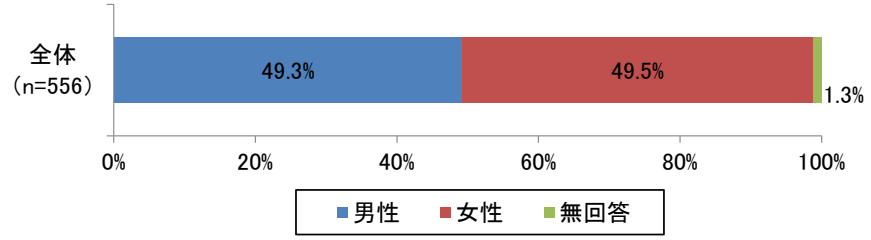
・調査場所

調査地点	回収数
鵜戸神宮	100
飫肥城	100
道の駅（なんごう、酒谷）	184
その他（油津商店街、天福球場、サンメッセ日南）	172
合計	556

問１　性別

回答者のうち、男性は49.3%、女性は49.5%となっている。

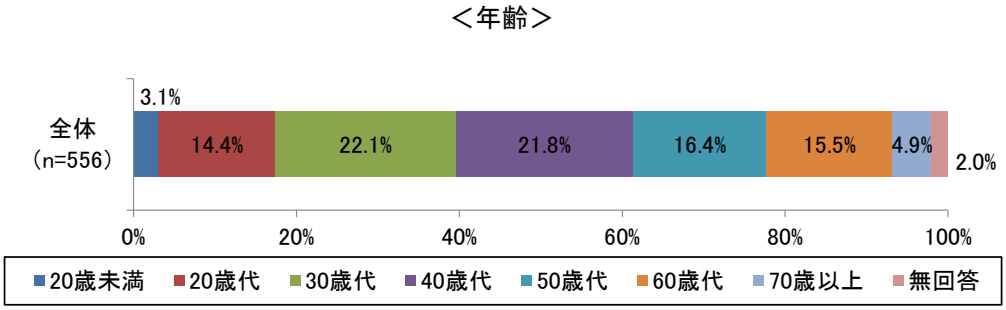
＜性別＞



問２　年齢

「30歳代」(22.1%)と「40歳代」(21.8%)の割合が高い。

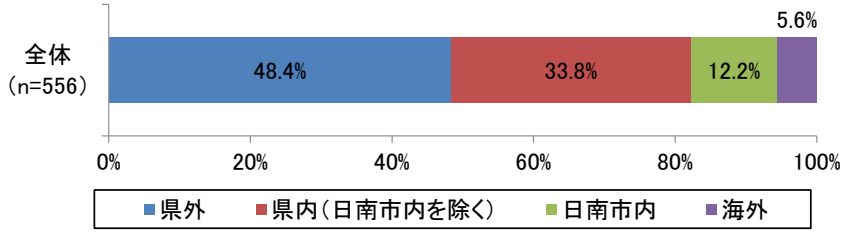
＜年齢＞



問3　現在の居住地

「県外」の割合が48.4%となっており、「宮崎県内（日南市内を除く）」の割合が33.8%となっている。
海外の5.6%（31人）の内訳は、「中国」20人、「台湾」5人である。

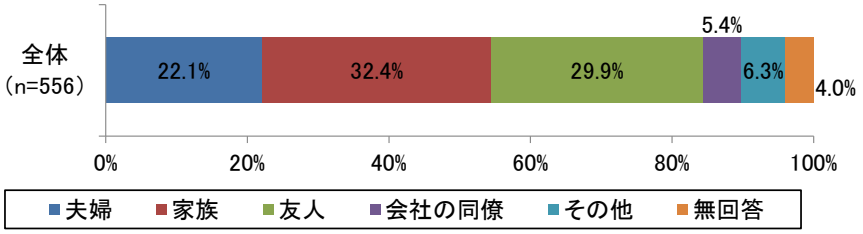
＜居住地＞



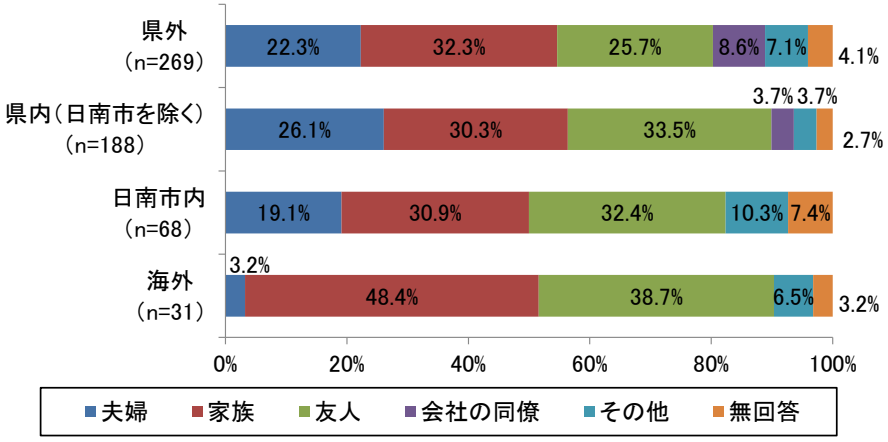
問4　同行者との関係

「夫婦」と「家族」を合わせて54.5%となっている。「友人」が29.9%となっている。

＜同行者＞



＜同行者（居住地別）＞



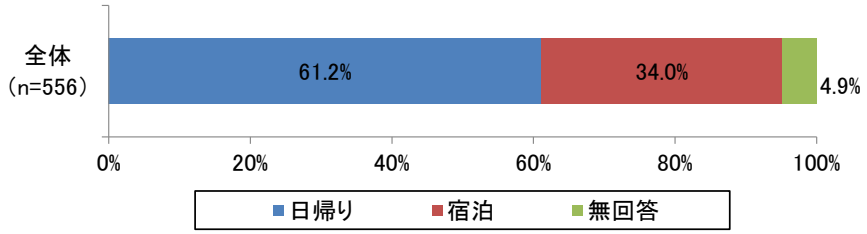
問5　旅行形態

◯日帰り・宿泊

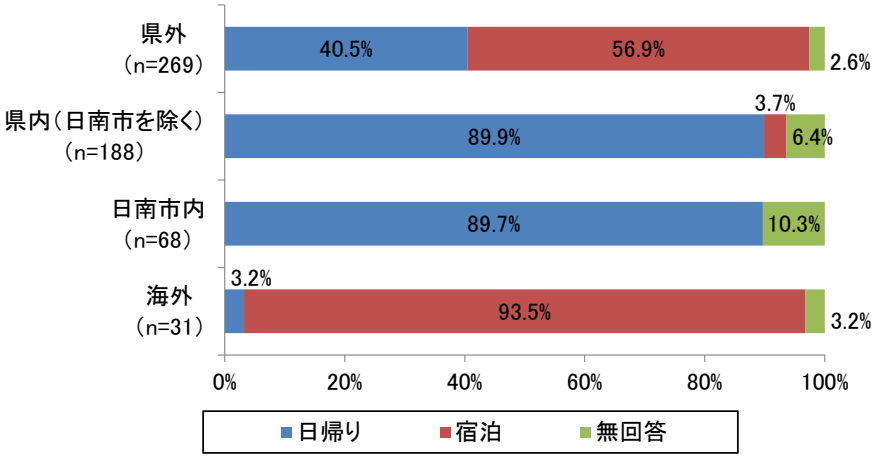
「日帰り」の割合が61.2%、「宿泊」が34.0%となっている。

居住地でみると、県外は56.9%が「宿泊」と回答している。

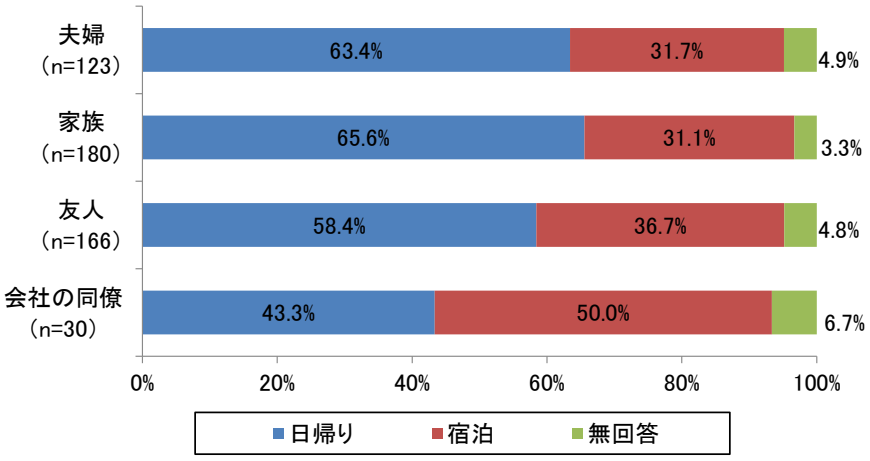
＜旅行形態＞



＜旅行形態（居住地別）＞



＜旅行形態（同行者別）＞

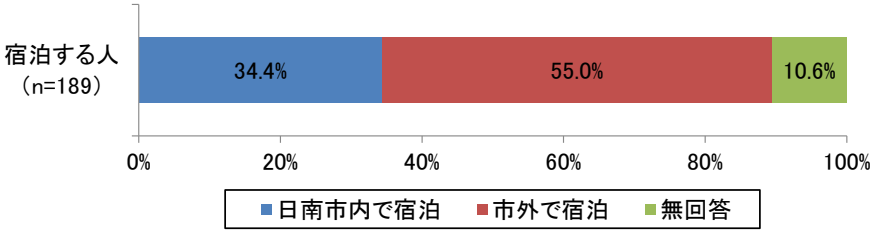


◯日南市内での宿泊

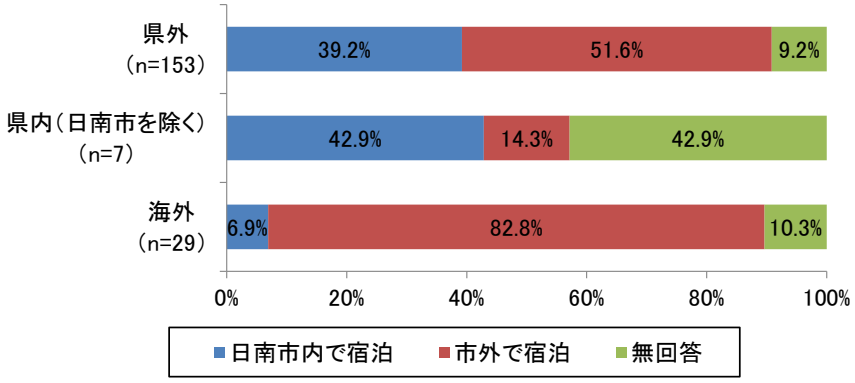
宿泊者のうち、「日南市内」で宿泊する人は、34.4%となっている。

居住地別でみると、県外は「市外で宿泊」が51.6%となっており、「日南市内で宿泊」は39.2%となっている。海外は、82.8%が「市外で宿泊」と回答している。

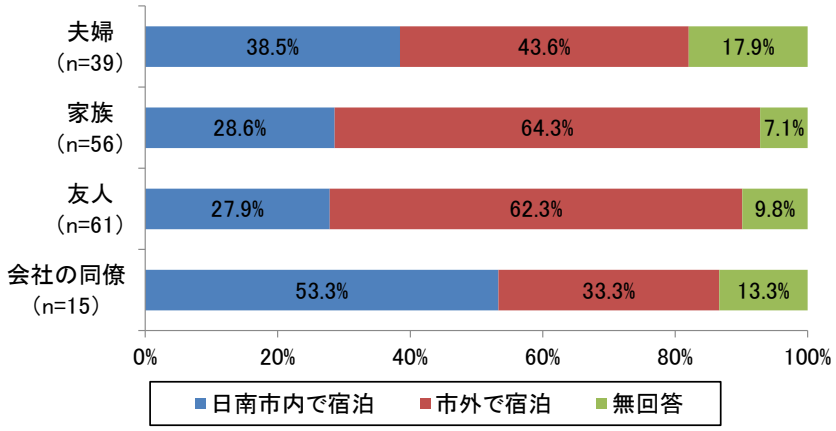
＜日南市内での宿泊＞



＜日南市内での宿泊（居住地別）＞



＜日南市内での宿泊（同行者別）＞



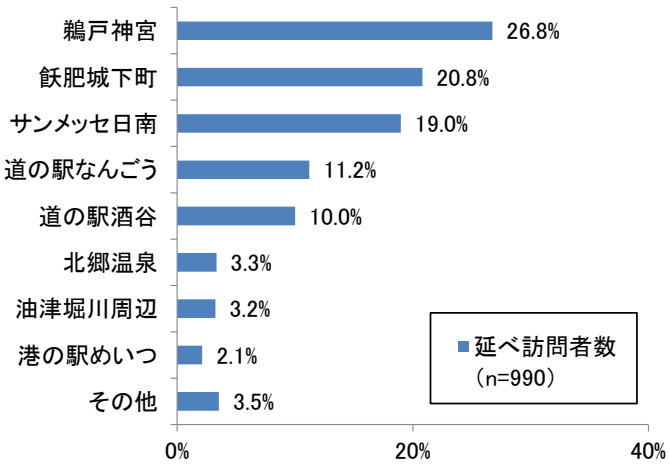
問6　今回の旅行で訪れた場所（予定を含む）

○日南市内

訪問場所の上位をみると、第1位「鵜戸神宮」（26.8%）、第2位「飫肥城下町」（20.8%）、第3位「サンメッセ日南」（19.0%）の順となっている。

居住地別では、日南市内在住者を除いて「鵜戸神宮」の割合が高く、海外では38.0%となっている。

＜日南市内での訪問場所＞

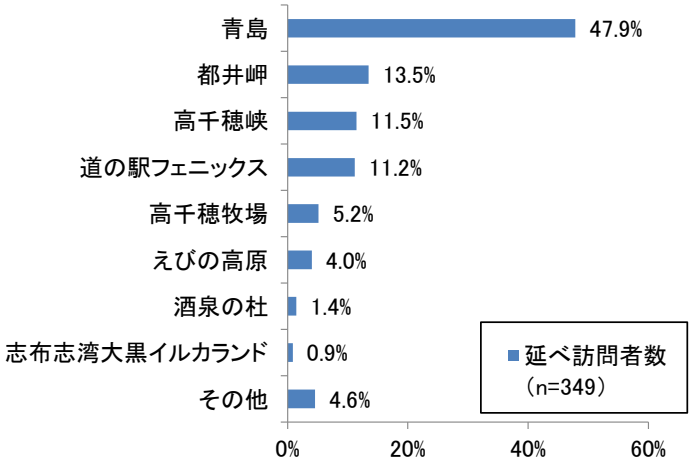


○日南市外

日南市外の訪問場所では、「青島」が47.9%と最も割合が高い。

居住地別では、いずれも「青島」の割合が高い。

＜日南市外での訪問場所＞



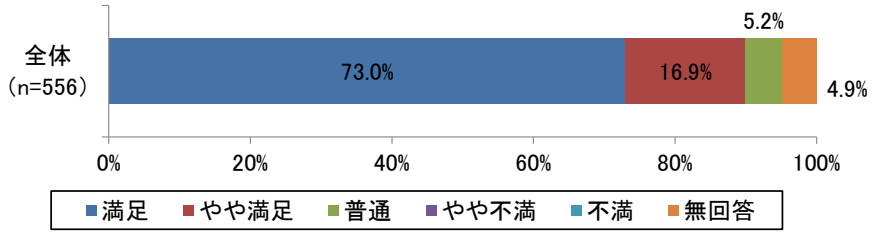
問7　日南市観光の満足度

満足度では、「満足」「やや満足」を合わせると89.9%となっている。また、「やや不満」「不満」の回答はみられない。

居住地別では、海外の「満足」の割合は83.9%となっており、「やや満足」と合わせると93.6%となっている。

「満足したもの」として、観光地の美しさや食べ物の美味しさなどが挙げられている。

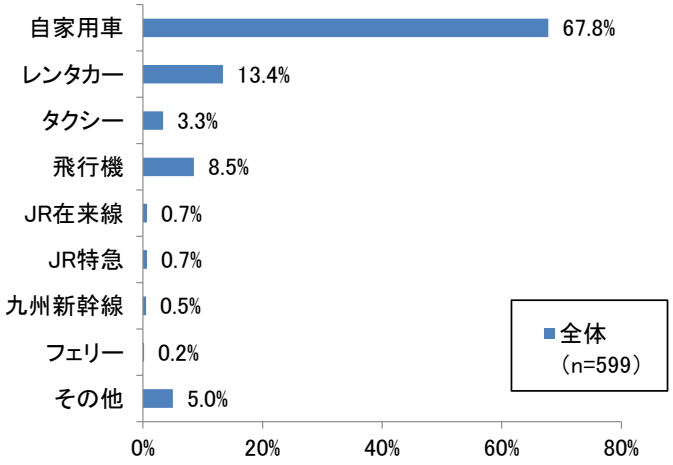
＜満足度＞



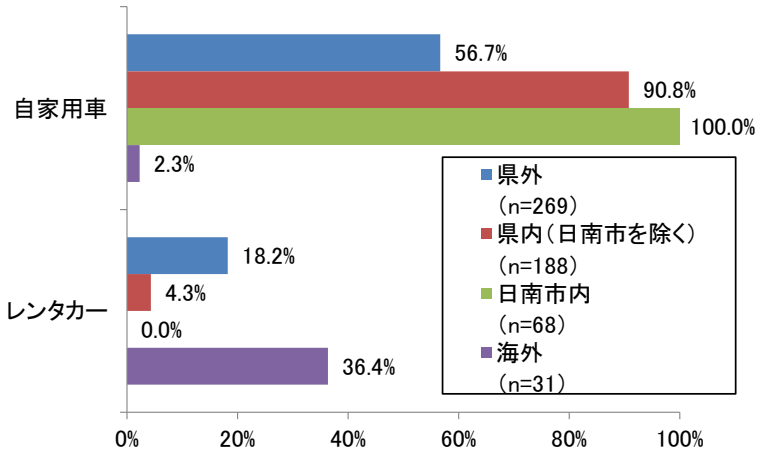
問8　今回の旅行での利用交通機関

「自家用車」が67.8%で割合が最も高く、次いで「レンタカー」(13.4%)、「飛行機」(8.5%)となっている。

＜利用交通機関＞



＜利用交通機関(居住地別)＞



問9　旅行予算（日南市内での観光）

旅行予算の平均は、全体で合計33,288円となっている。

男女別では、男性で33,365円。女性で30,520円となっている。

年齢別では、40歳代、50歳代、70歳以上では、約40,000円となっている。

同行者別では、夫婦で39,001円となっている。

○全体

	全体
交通費	6,054
宿泊費	15,023
お土産代	5,055
飲食代	4,157
その他	3,000
合計	33,288

注：予算の額は、それぞれの項目（交通費、宿泊費…など）に回答した人の金額を平均して算出している。
例：交通費＝各人の「交通費」を合計した額÷この項目に回答した人数

○男女別

	男性	女性
交通費	6,162	5,939
宿泊費	14,704	15,648
お土産代	5,470	4,685
飲食代	4,030	4,248
その他	3,000	0
合計	33,365	30,520

○年齢別

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
交通費	1,500	3,268	5,978	8,565	7,275	3,784	3,800
宿泊費	0	13,286	13,683	15,300	15,600	15,667	30,000
お土産代	0	3,500	4,028	7,263	5,714	3,984	4,286
飲食代	1,000	2,724	3,729	5,221	5,881	3,528	2,870
その他	0	0	0	3,000	3,000	0	0
合計	2,500	22,778	27,418	39,349	37,470	26,963	40,956

○同行者別

	夫婦	家族	友人	会社の同僚
交通費	4,865	5,997	5,670	12,742
宿泊費	21,000	17,733	11,706	14,000
お土産代	6,474	4,826	4,237	3,818
飲食代	3,662	5,282	3,687	2,893
その他	3,000	3,000	0	0
合計	39,001	36,838	25,300	33,453

日南市　観光客アンケート調査

この調査は、国土交通省九州運輸局が今後の日南市の観光振興施策の参考とするため、観光客の皆様の動向を把握するために実施するアンケート調査です。このアンケート結果については、調査目的以外には使用いたしませんので、是非とも御協力いただき、御回答をお願いいたします。

問1　性別	①男性　②女性
問2　年齢	①20 歳未満　②20 歳代　③30 歳代　④40 歳代　⑤50 歳代　⑥60 歳代　⑦70 歳以上
問3　住まい	県外在住:県名(　　)　宮崎県内在住:市町村名(　　)　海外:国名(　　)
問4　同行者との関係	①夫婦　②家族　③友人　④会社の同僚　⑤その他(　　)
問5　旅行形態	①日帰り　②宿泊 → **日南市内での宿泊の有無**(ア. 有　イ. 無)
問6　今回の旅行で訪れた場所(予定含む) **※あてはまる番号すべてに○**	**・日南市内** ①鵜戸神宮　②飫肥城下町　③道の駅なんごう　④道の駅酒谷 ⑤港の駅めいつ　⑥北郷温泉　⑦サンメッセ日南　⑧油津堀川周辺 ⑨その他(具体的に場所を記入:　　) **・日南市外** ①青島　②道の駅フェニックス　③酒泉の杜　④イルカランド ⑤都井岬　⑥高千穂牧場　⑦えびの高原　⑧高千穂峡 ⑨その他(具体的に場所を記入:　　)
問7　満足度	**・日南市観光の満足度** ①満足　②やや満足　③普通　④やや不満　⑤不満 **満足したもの**　(観光地・食事等:　　, 理由:　　) **不満だったもの**(観光地・食事等:　　, 理由:　　)
問8　今回の旅行での利用交通機関 **※あてはまる番号すべてに○**	①自家用車　②レンタカー　③タクシー　③飛行機　④JR 在来線 ⑤JR 特急　⑥九州新幹線　⑦フェリー　⑧その他(　　)
問9　今回の旅行予算(消費額) **※但し「日南市内」**	**日南市内** ・交通費(　　)円　・飲食代(　　)円 ・宿泊費(　　)円　・その他(内容:　　) ・お土産代(　　)円　(金額:　　)円

ご協力ありがとうございました

九州運輸局 観光部 観光地域振興課 (092-472-2920)
業務受託者：株式会社地域経済研究所 (0985-22-0087)

宮崎県内（日南市を除く）観光客アンケート調査　結果

◯調査概要

・調査の目的

今後の日南市の観光振興施策の参考とするため、宮崎県内（日南市を除く）観光地を訪れた観光客の動向を把握することを目的とする。

・調査方法

日南市内を除く宮崎県内観光地において、観光客に対して聞き取りでアンケートを実施した。

・調査日

平成29年2月19日（日）　10:00～17:00

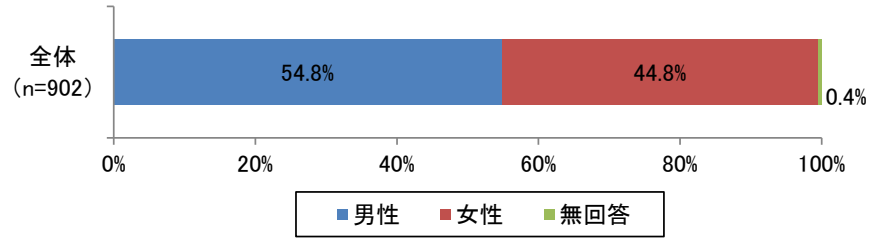
・調査場所

調査地点	回収数
高千穂峡	101
道の駅北浦	100
道の駅つの	110
青島	120
酒泉の杜	120
このはな館	120
高千穂牧場	119
イルカランド	112
合計	902

問1　性別

回答者のうち、男性は54．8%、女性は44.8%となっている。

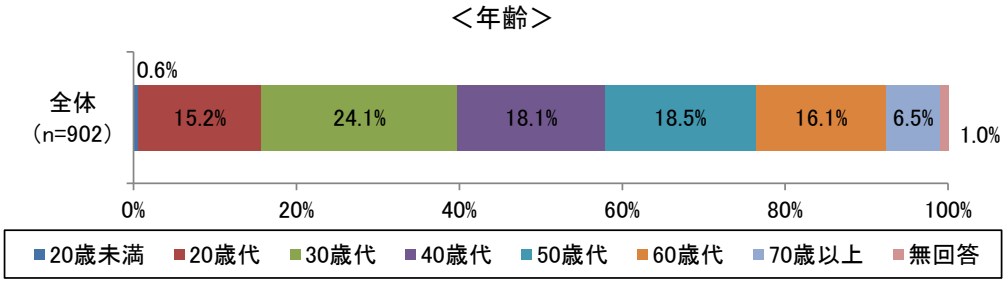
＜性別＞



問2　年齢

「30歳代」が24.1%となっており、「50歳代」（18.5%）、「40歳代」（18.1%）が続いている。

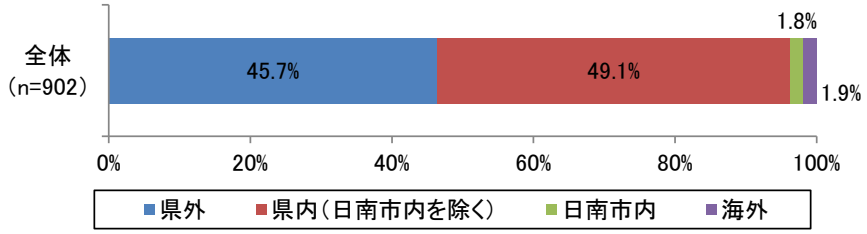
＜年齢＞



問3　現在の居住地

「宮崎県内（日南市内を除く）」の割合が49.1%となっており、「県外」の割合が45.7%となっている。
海外の1.9%（17人）の内訳は、「中国」8人、「香港」5人である。

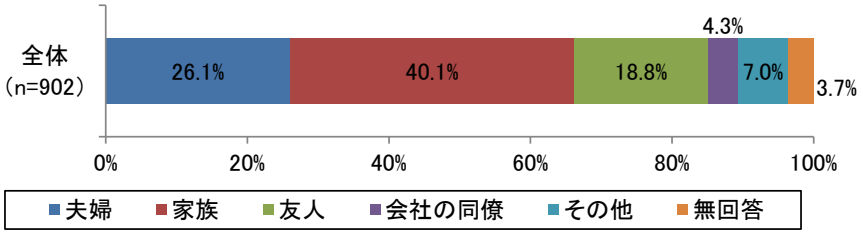
＜居住地＞



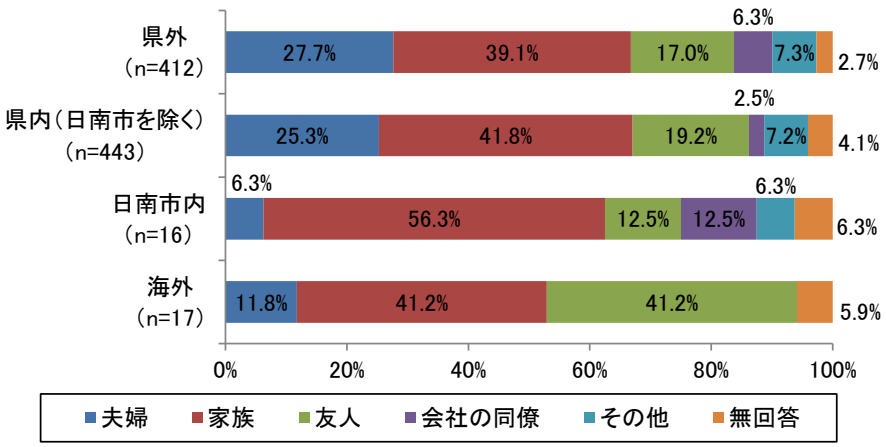
問4　同行者との関係

「夫婦」と「家族」を合わせて66.2%となっている。「友人」が18.8%となっている。

＜同行者＞



＜同行者（居住地別）＞



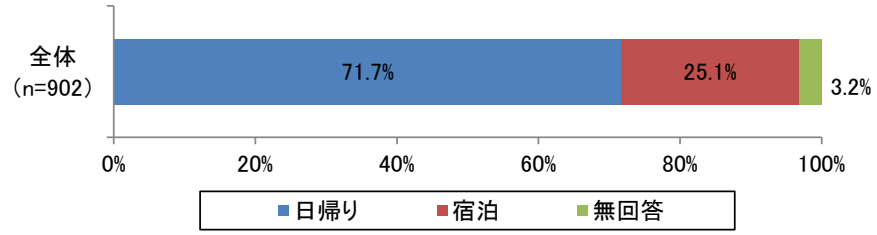
問5　旅行形態

○日帰り・宿泊

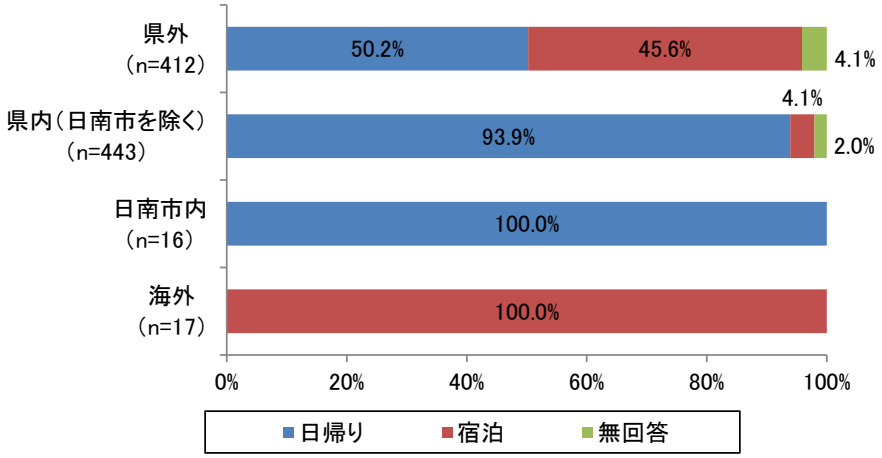
「日帰り」(71.7%)が「宿泊」(25.1%)を大きく上回っている。

居住地別でみると、県外は50.2%が「宿泊」と回答している。

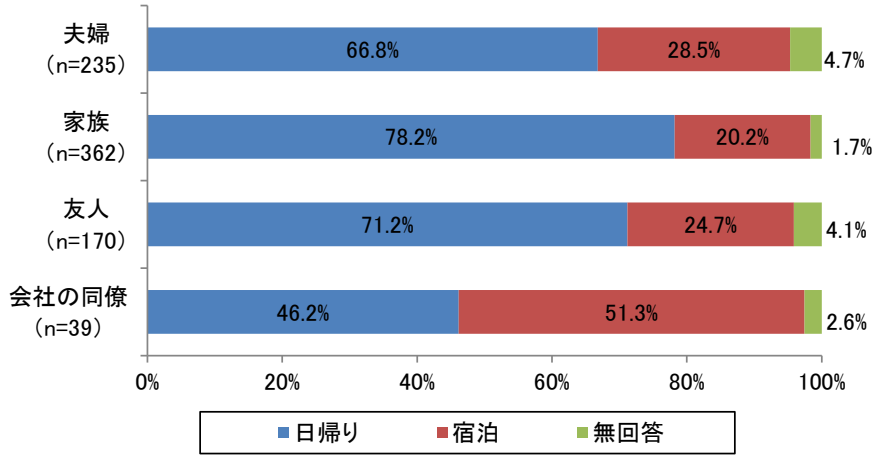
＜旅行形態＞



＜旅行形態(居住地別)＞



＜旅行形態(同行者別)＞

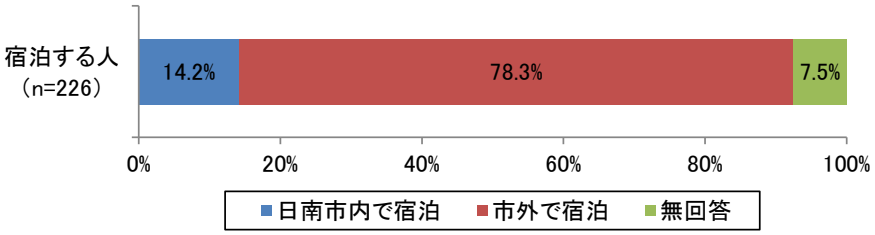


○日南市内での宿泊

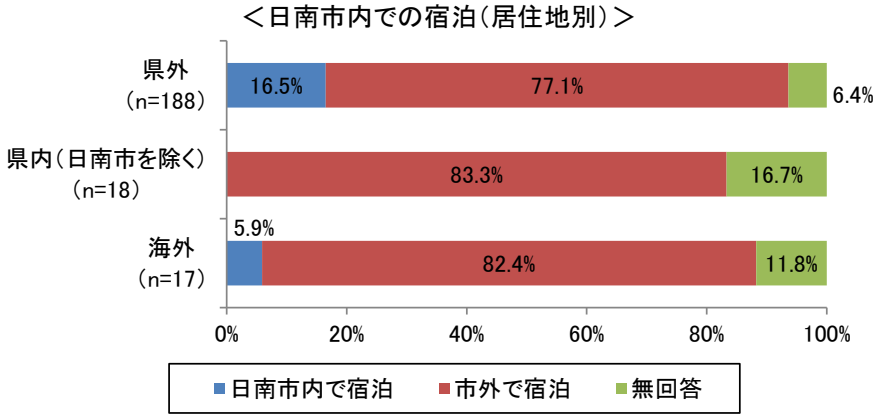
宿泊者のうち、「日南市内」での宿泊は、14.2%となっている。

居住地別でみると、県外は「市外で宿泊」が77.1%となっており、「日南市内で宿泊」は16.5%となっている。

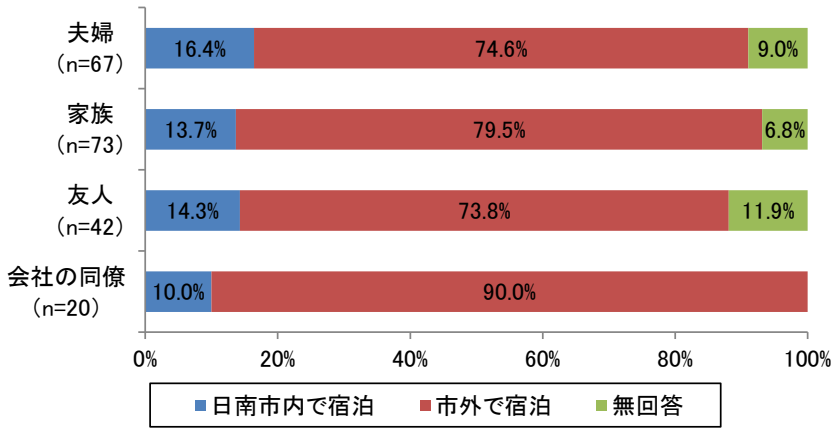
＜日南市内での宿泊＞



＜日南市内での宿泊（居住地別）＞



＜日南市内での宿泊（同行者別）＞



問6－1　今回の旅行で日南市に訪問するか

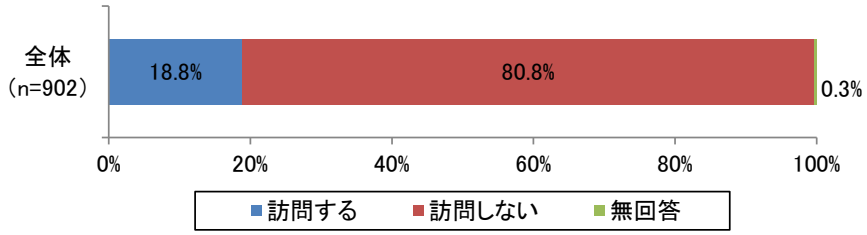
今回の旅行中に日南市へ訪問する人は全体の 18.8%となっている。

調査地点別では、「高千穂峡」「道の駅つの」「青島」で約 4 割が日南市へ訪問すると回答している。

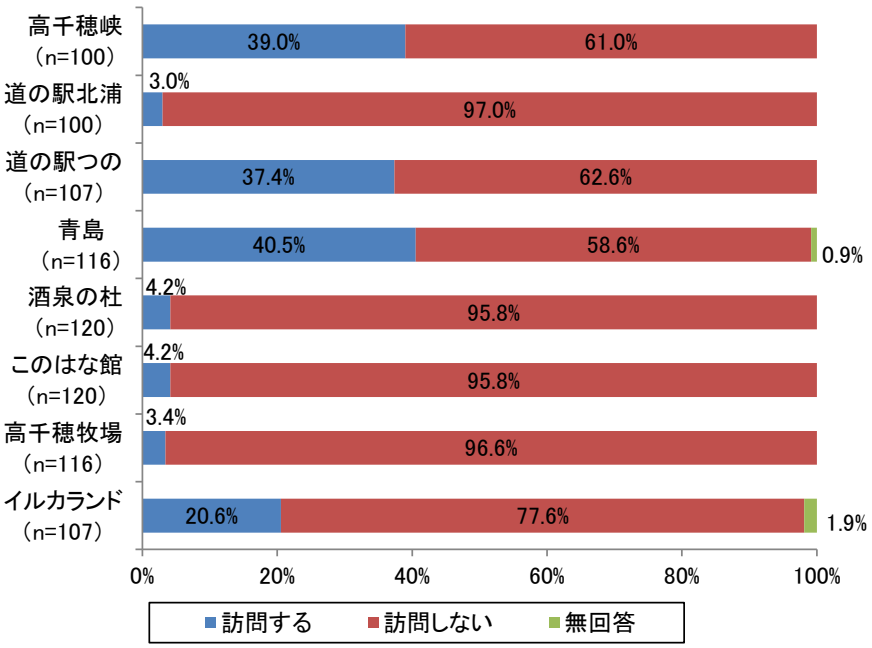
居住地別では、「県外の人」(412 人)のうち 30.8%が日南市を訪れている。

※注:「外国人」は実数が少ない(17 人)ので、分析の対象としない。

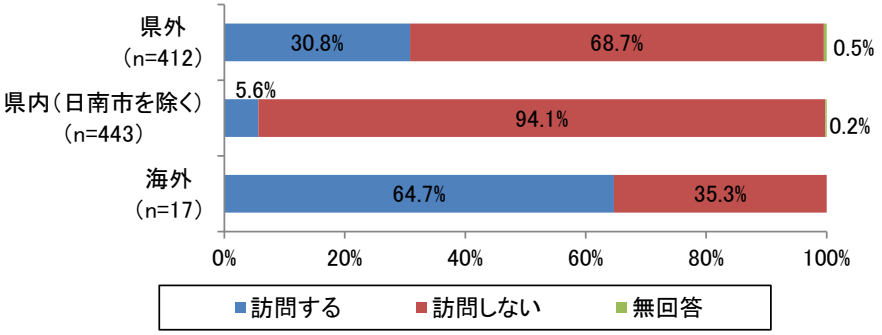
＜日南市への訪問の有無＞



＜調査地点別　日南市への訪問の有無＞



＜現在の居住地別　日南市への訪問の有無＞

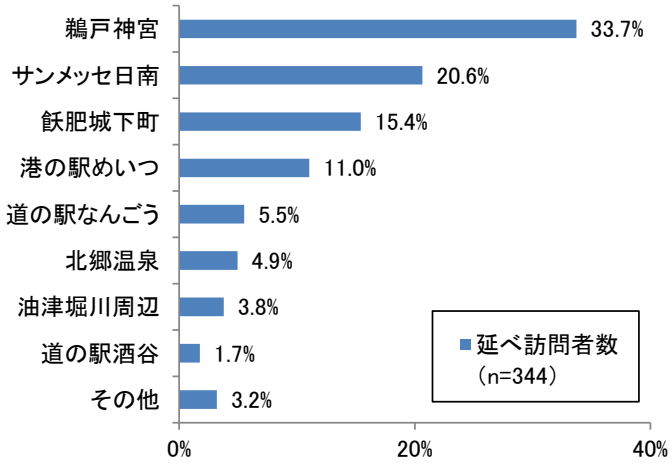


問6－2　今回の旅行で訪れた場所（予定を含む）

◯日南市内

訪問場所の上位をみると、第1位「鵜戸神宮」（33.7%）、第2位「サンメッセ日南」（20.6%）、第3位「飫肥城下町」（15.4%）の順となっている。

＜日南市内での訪問場所＞

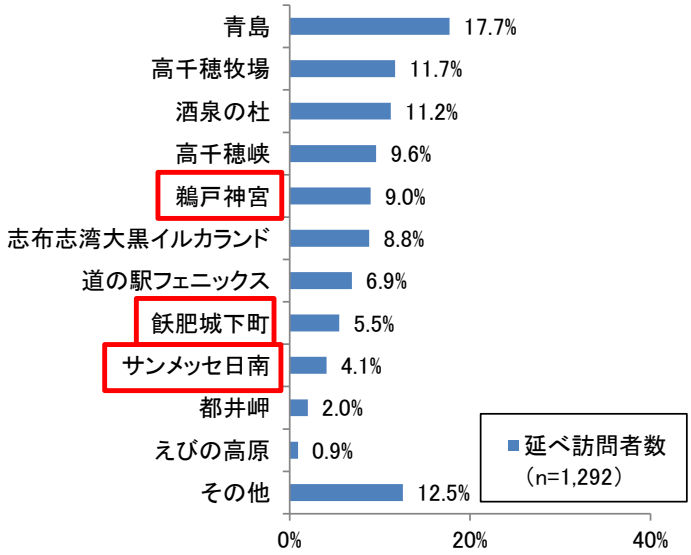


◯県内観光地における日南の「人気順位」

今回の調査では、「青島」が人気第1位となっている。

日南市では、「鵜戸神宮」が第5位に位置している。

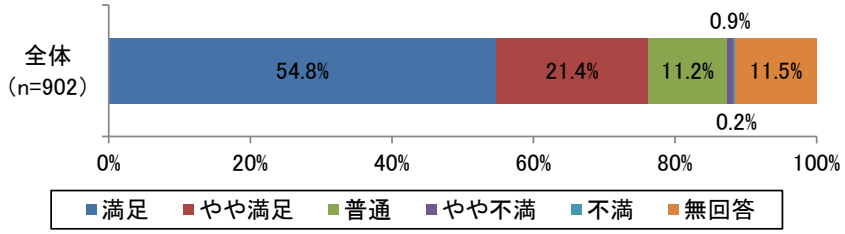
＜今回の旅行で訪問した観光地＞



問7　宮崎県観光の満足度

満足度では、「満足」「やや満足」を合わせると76.2%となっている。

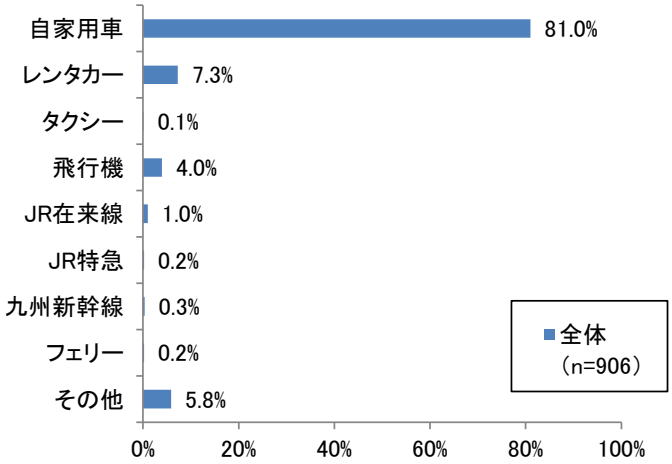
＜満足度＞



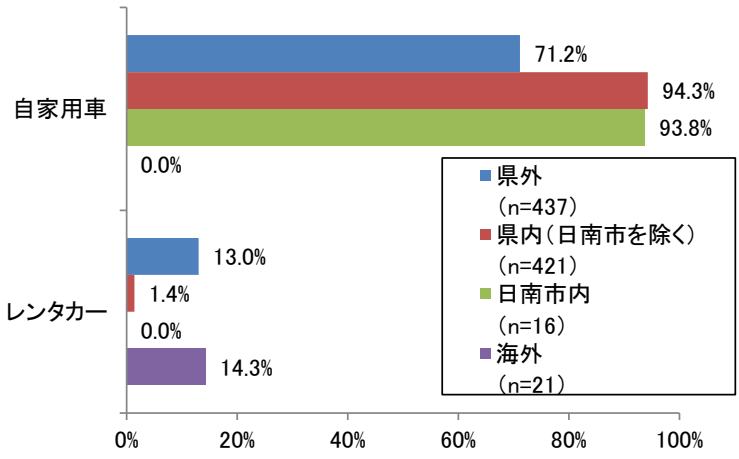
問8　今回の旅行での利用交通機関

「自家用車」が81.0%で割合が最も高くなっている。

＜利用交通機関＞



＜利用交通機関（居住地別）＞



問9　旅行予算（日南市内での観光）

旅行予算の平均は、全体で合計32,051円となっている。

このうち、「宿泊費」を除けば18,031円となる。

○全体

単位：円

	全体
交通費	6,188
宿泊費	14,020
お土産代	5,014
飲食代	4,877
その他	1,952
合計	32,051

○男女別

単位：円

	男性	女性
交通費	5,839	6,625
宿泊費	13,878	13,856
お土産代	5,455	4,365
飲食代	5,257	4,310
その他	1,267	2,773
合計	31,696	31,930

○年代別

単位：円

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
交通費	3,800	6,599	6,038	7,327	8,317	4,946	2,080
宿泊費	0	13,604	12,951	14,516	14,256	16,810	9,250
お土産代	2,000	6,833	4,691	4,265	5,516	4,246	5,192
飲食代	3,360	5,743	4,896	4,994	4,660	4,622	4,121
その他	0	0	900	1,075	1,842	4,200	840
合計	9,160	32,779	29,477	32,177	34,591	34,823	21,484

○同行者別

単位：円

	夫婦	家族	友人	会社の同僚
交通費	6,087	5,367	6,859	11,048
宿泊費	14,904	16,009	12,357	11,868
お土産代	4,918	4,871	5,589	5,556
飲食代	5,090	5,053	4,495	5,950
その他	1,108	3,233	2,417	2,000
合計	32,106	34,533	31,717	36,423

宮崎県内　観光客アンケート調査

この調査は、国土交通省九州運輸局が**日南市**の今後の観光振興施策の参考とするため、観光客の皆様の動向を把握するために実施するアンケート調査です。このアンケート結果については、調査目的以外には使用いたしませんので、是非とも御協力いただき、御回答をお願いいたします。

問1　性別	①男性　②女性
問2　年齢	①20 歳未満　②20 歳代　③30 歳代　④40 歳代　⑤50 歳代　⑥60 歳代　⑦70 歳以上
問3　住まい	県外在住:県名(　　)　宮崎県内在住:市町村名(　　)　海外:国名(　　)
問4　同行者との関係	①夫婦　②家族　③友人　④会社の同僚　⑤その他(　　)
問5　旅行形態	①日帰り　②宿泊 →**日南市内での宿泊の有無**（ア. 有　イ. 無）
問6　今回の旅行で訪れた場所(予定含む) ※あてはまる番号すべてに○	**今回の旅行で日南市への訪問の有無**（ア. 有　イ. 無） **・日南市内(日南市へ訪問「有」と回答した人)** ①鵜戸神宮　②飫肥城下町　③道の駅なんごう　④道の駅酒谷 ⑤港の駅めいつ　⑥北郷温泉　⑦サンメッセ日南　⑧油津堀川周辺 ⑨その他(具体的に場所を記入:　　) **・日南市外(全員回答)** ①青島　②道の駅フェニックス　③酒泉の杜　④イルカランド ⑤都井岬　⑥高千穂牧場　⑦えびの高原　⑧高千穂峡 ⑨その他(具体的に場所を記入:　　)
問7　満足度	**・宮崎県観光の満足度** ①満足　②やや満足　③普通　④やや不満　⑤不満 満足したもの　(観光地・食事等:　　, 理由:　　) 不満だったもの(観光地・食事等:　　, 理由:　　)
問8　今回の旅行での利用交通機関 ※あてはまる番号すべてに○	①自家用車　②レンタカー　③タクシー　③飛行機　④JR 在来線 ⑤JR 特急　⑥九州新幹線　⑦フェリー　⑧その他(　　)
問9　今回の旅行予算(消費額)	**宮崎県内** ・交通費(　　)円　・飲食代(　　)円 ・宿泊費(　　)円　・その他(内容:　　) ・お土産代(　　)円　(金額:　　)円

ご協力ありがとうございました

九州運輸局 観光部 観光地域振興課（092-472-2920）
業務受託者：株式会社地域経済研究所（0985-22-0087）

クルーズ船に関係する日南市・民間事業者等ヒアリング　結果

対象：2/7日南商工会議所、2/9油津商店街振興会、2/9有限会社大清観光、2/14株式会社日南山形屋
2/20日南市（クルーズ振興室）、2/20飫肥城下町保存会
調査時期：平成29年2月

1．日南市に対するヒアリング

（1）油津港における受入実績（過去5年）

・平成24年に岸壁を改修、大型客船の寄港開始。23年までは国内船のみ。
・国内船については、「飛鳥」は毎年寄港している。
・ポナン、シルバーシーは富裕層の小型客船。
・船によりツアー、フリーの内訳は様々だが、中国、台湾はほぼツアー客。欧米はフリーが半分で、各自で事前に情報収集し、公共交通機関を利用している。
・主要な観光地（鵜戸神宮など）への宮交バス増便については、日南市は把握していない。聞いていない。

【受入実績の概要】
2012年　◎大型客船寄港開始
・6/9隻が外国クルーズ船（すべて天津発、1,800人）
・ラストポート×0

2013年　・尖閣諸島問題の影響で外国クルーズ船寄港は0

2014年　・油津港工事のため、クルーズ船寄港は0

2015年　◎大型客船（クァンタム）初寄港
・5/9隻が外国クルーズ船（上海×2、台湾×2、欧米×1）
・3/5隻がラストポート
・4/5隻が平日寄港

2016年　◎ポナン社初寄港（仏、富裕層、香港発、260名の小型客船）
・上海発クァンタム6隻
・17/22隻が外国クルーズ船
・17隻の内訳は、中国10隻（上海×8、天津×1、厦門×1）、台湾2隻、香港3隻、国内2隻
・11/17隻がラストポート
・15/17隻が平日寄港

2017年（予定）◎シルバーシー社初寄港（伊、富裕層、中国深圳発、380名）
・上海発大型客船6隻（クァンタム×5、ノルウェージャン×1）
・11/13隻が外国クルーズ船
・11隻の内訳は、中国8隻（上海×7、深圳×1）、台湾2隻、国内1隻
・9/11隻がラストポート（内、上海7隻）
・7/11隻が平日寄港→日祝日4隻、ボランティア増加の可能性あり

（2）受入に伴う具体的な取組

（2）－1 市

【WI-FIの整備】
・クルーズ船が寄港する岸壁に、宮崎県が整備するMiyazaki-Free-Wi-Fi（宮崎県観光Wi-Fiサービス）と連携するように整備した。
・クルーズ船寄港時のみルーター等設置する限定利用。食事等の受入可能な一帯で、無料で利用できる。

【シャトルバスの手配】
・岸壁から油津市街地を結ぶルートで配車。ルート拡大については、ツアーの邪魔（旅行会社への営業妨害）になるため、実施せず。
・日南市がルートとバスの手配を行っている。バスの手配は船会社が行う場合もある（ダイヤモンド・プリンセス）。
・2年弱の取り組みの中で、継続した受入を考慮し、1/6～有料化に踏み切った。運賃は現金支払い。

【総合案内所の設置】
・「おもてなし」が目的。

【通訳ボランティアの配置】
・岸壁、油津商店街、飫肥に配置している。総数20～30名の内岸壁をメインに、商店街と飫肥はその都度人数を振り分ける。
・商店街からの通訳ボランティア増員の要望については、各店舗のスキルアップを望む。今後のインバウンド対応として、クルーズ船入港時以外の対策はとられているのか？通訳ボランティアが増えればおもてなしにつながることは理解できるが、人材は限られている。行政に依存せず、油津商店街の吉川ふとん店のように、スマホアプリを活用した接客などの工夫が必要ではないか？

【歓迎セレモニー】
・現在は出港時のみ。船会社側より、入港時は下船の妨げになると相談があり、外国船では実施せず。
・船によって異なるが、中国船の場合、入港時はアトラクションを船内で観覧しており、岸壁に人が集まらないため、セレモニーを中止してほしいと要望があった。

【岸壁の整備（コンテナ配置の調整）】
・不可能。コンテナヤードのスペースに限りがあり、シャーシー（コンテナを乗せて移動させる台車。トレーラーに取り付けて引っ張る）の移動が必要。寄港前にヤードの空きスペースがなく、ローロー船（フェリーのようにランプを備え、トレーラーなどの車両を収納する車両甲板を持つ貨物船）の運航スケジュールにより準備時間も限られている場合、深夜作業となり、相当な金額と労働基準法（トレーラー運転手）の問題が生じる。

【レンタサイクル】
・観光協会が貸出を行っている。計約5台で、普段は岸壁、飫肥から持ってきている。
・現行の寄港数では台数を増やす予定はない。

（2）－2 民間・団体

【歓迎ムードの創出】
・入港時の岸壁では、横断幕及び鎧武者や忍者、和太鼓演奏などの郷土芸能披露と、日南サンフレッシュレディ等による出迎えを実施（日南市観光協会が対応）。ほぼ毎回実施している。
・初寄港時は船内での歓迎セレモニーとお土産品贈呈、出港時の花火。

【港への出店】
・両替商を配置。
・岸壁では、広域物産展を実施しており、宮崎県南部広域観光協議会に加盟する10市町の店舗や免税店を含め、特産品等を販売している。また、キッチンカー等も出店し、乗船客や来場者などへの軽食等にも対応している。
・売上、人気が高いものについては、箱菓子が安定的に売れており、化粧品の売れ行きも良いと見受けられるが、船によって人気の品物は異なっている。
・接客にスマホは活用されていない。免税店は会話が可能なスタッフを連れて来たり、ボディーランゲージやカタコト接客で対応しており、乗客との交渉が必要な場合は市の通訳ボランティアが仲立ちする。免税対応は山形屋、ラオックスのみ。

3．寄港を契機にした消費拡大、地域活性化等の具体的な取組（現状）

・シャトルバスの運行。

【ツアーバスの取り回し】
・バスの詳細情報は寄港日2日前に入る。船会社、複数の旅行会社がそれぞれツアーを組み、横の連携がとれていないため、現場を知らない旅行会社は、例えば鵜戸神宮に一度に100台向かわせようとする。各観光地を交代で周回するスケジュールを組み、旅行会社間の調整をするなど、市が取り回しを行っている。

【堀川夢ひろばでの物産展】
・昨年一度だけ実施した。

4．寄港による具体的な効果

【寄港が増えることによる岸壁の整備計画】
・宮崎県で22万トン級に対応した港湾整備計画が上がっている。

【広域的なツアー等の受入連携】
・宮崎県南部広域観光協議会（※）に加盟している10市町へどんどんツアーを流し込む。現状としては串間（都井岬、イルカランド）、綾、都城へ向かう場合が多い。旅行会社のランドオペレーション企画担当者を対象としたファムツアーを実施し、協議会間で連携を取りながら誘致を図っている。
※宮崎県南部広域観光協議会…クルーズ船寄港の経済効果をより広域的に波及させることを目的として、平成27年に設立。国の出先機関や県、県南部の10市町及び民間事業者などで構成され、寄港岸壁で広域物産展の開催や広域的な観光ルートの提案などを行っている。
・地方の場合、観光地が豊富とは言えず、飽きられないようにバリエーションを増やす必要がある。

【高校生による地元観光地の英語での観光案内】
・「英語での観光案内を地元の高校生たちが買って出るなど、地域に活気が生まれている」と、首相が所信表明演説の中で言及した（H28.9月）。

【高校生と企業がコラボして開発したスイーツ等の日南市のお土産開発】
・日南学園とイーナプリンが共同開発。マーケティング・企画開発を手掛け、飫肥で完売した。
・経済効果よりも、市民参加に意味がある。地元への愛着の高まりを期待する。

5. 受入による地元（飫肥・日南市）の活性化、発展方策（今後の方向について）※課題含む

【高速道ストック効果】
・高速道と港湾整備により、相互のストック効果（整備された道路や河川などの社会資本が機能して、効率性や生産性などが向上する効果）が生まれる。

【港バース拡張】

【ツアーバスの取り回し】
・今後の課題。

【地元が潤う取り組み】

【CIQの整備】
・税関と出入国審査はクリアしているが、検疫の問題（※）が残っている。
※油津港は「無線検疫」港であるため。船舶の検疫方法には、検疫官が直接船舶に乗り込んで検疫を行う「臨船検疫」「着岸検疫」と、検疫官が乗船せずに無線電報やFAX による事前情報に基づき審査する「無線検疫」がある。

6. その他

【ファーストポートのメリット・デメリット】
・今は前港が決まらなければ油津も決まらない。ファーストポートになれば、寄港数の増加が見込まれ、次の港（関西方面）へ流し込むことが可能。九州管内で完結していた航路が拡大し、政府が謳う「クルーズ船500万人時代」への対応が可能となる。また、油津に来てください、と直接営業がかけられる。船会社からも早くファーストポートを取ってほしいと要望がある。

【ファーストポートの下船時間】
・船の規模、ターミナルの有無により異なるが、着岸から下船までは大体2～3時間（全員が降りるまで）。

【中国船の乗客がコースを決める段階】
・船内申込みがほとんどで、乗船前の予約はあまり聞かない。

【現地への売込について】
・旅行博などの海外商談会については、天津には昨年参加したが、あまり効果が実感できない。渡航費も負担がかかる。県の観光推進課がマイアミに行っているが、日南市としてはどちらかと言うと直接船会社へ営業をかけたい。寄港数は順調に増加しているため、過度なアプローチの必要があるかどうか。

【民間への情報提供について】
・客船の詳細情報をこれ以上早く提供することは、難しい。

【フリー客の移動方法について】
・鵜戸神宮への移動はバス、タクシーを利用している。JRは伊比井駅から距離があり、利用はない。
・フリー客や個人旅行客は路線バス、レンタカー（香港、欧米）などの利用がみられる。

【検疫の問題】
・果実、野菜など検疫をクリアできない品目がある。コメやみかんを中国へ持ち込むことは不可。ただし、船内は「国」ではないので、みかん等を購入して船内で食べることは可能。

【決済方法】
・購入品目、場所によって様々ではないか？岸壁では現金、購入金額が高額になれば銀聯カードの利用が多いのではないか？

【今後の日南市のあり方】
・クルーズ船の受入に限らず、インバウンドで訪日したすべての観光客への対応ができる地域づくり。来る「2020」（政府は訪日外国人観光客の目標人数を2020年に4,000人と設定）に向けて、日南市及び宮崎県南部広域観光協議会でイニシアチブをとれるような地域づくりをしていきたい。慌てず少しずつ足腰を固めていきたい。
・地元をあげた「おもてなし」については、子供たちも様々な活動をして頑張っている。また寄港時に地元住民が港へもっと足を運ぶと、歓迎ムードの高まりにつながる。平日の寄港が多く、見送りがしたくても夕方の出港時間に間に合わないのが難点。
・輸出港であったという歴史的背景、また海外からの漁業研修生の受入を行っていることから、港エリアである油津商店街は異文化になじみが深い地域である。

【当社への要望】
・港エリアの広場の活用（フリマなどのイベント開催）については、空スペースはあるが、普段は釣り客以外の一般利用は少ない。物流港であるため、あまり集客は希望しない。乗客の導線が途切れたり、イベント開催による渋滞が起きると困る。油津中心部に人を流すアイデアがほしい。商店街でフリマを開催した場合のツアーバス駐車地、配置への提案。
・港以外の商店街、飫肥地区の消費アップにつながる提案。
・油津商店街についての提案。クルーとのふれあいなど、もっと人を呼ぶアイデアや、バス回し、食事をとる仕組みづくり。

2. クルーズ船に関係する事業者等ヒアリング

（1）入港に際したこれまでの取り組み

日南商工会議所	【過去の取り組み】 ・スマホで翻訳セミナー（Google翻訳等のアプリ利用） ・観光施設・宿泊・飲食店を無料で海外に発信するためのマーケティングセミナー（トリップアドバイザーの利用） ・日南一本釣りカツオ炙り重の店舗内多言語メニューの作成 ・クルーズ船歓迎のぼり作成（油津商店街） ・日南市の外国人向けHPの作成（観光・食・宿泊情報） ・外国クルーズ船歓迎ポスターの作成（QRコードの活用） ・各種情報提供（消費税免税セミナーの開催、カード対応の決済端末の設置支援、ATM・両替所の地図作成・配布） ・Wi-Fiスポットの推進 ・以上をふまえ、次年度のインバウンド対応について、事務局を担当している県南観光ネットワーク推進協議会内で取り組んでいく。
油津商店街振興会	・昨年、寄港が増加すると聞き、年度初めに多言語で歓迎の張り紙をした。 ・寄港に合わせた商店街内の出店については、過去2回企画したが、効果に当たり外れがあった。理由としては、油津は観光ルートにほぼ入っていないこと。シャトルバスは停車するため、大型船入港開始当初はクルーも来ていたが、リピートするうちに慣れが生じて、飽きてきている様子。 ・クルーの利用形態はWi-Fiが使える所で空き時間をつぶすことが多い。 ・4,000人規模の客船でも、商店街には人は来ていない。ツアーのルートに入った時（2度ほど）は、波及効果が現れた。ルートに入らない時は来客があるか読めないため、商店街全体として大きな仕掛けへの取り組みは出来ていない。各店舗の取り組みは各々行われており、工夫を凝らしている店舗もある（鮮魚店など）。 ・上海は9割方ツアー客、台湾・香港はフリーが多く油津の滞在時間も多いと統計的にわかってきた。ある程度対応は出来ている。上海はクルーが多い。 【今後の取り組みについて】 ・事前に観光客の行動が把握できない→市からの情報は直前（1～2日前）。 ・歓迎ムードは出せるが、イベント開催など商店街全体としての新たな取組の予定はない。
日南山形屋	・地元の企業（支店経営ではなく、（株）日南山形屋）として、岸壁への出店、通常の店頭営業、二つの取り組みをしてきた。 ・スマホ応対増加に伴い、店頭は昨年4月にWi-Fi環境を整備した。 ・従業員教育については、「百貨店として」あいさつ、会釈を通したソフト面のおもてなしの徹底を心がけている。 ・あいさつ文（ご来店ありがとうございます、など）を翻訳し、専務自ら店内アナウンスを行った時は、聞いていた中国人観光客からイントネーションが間違っていると指摘とともにアドバイスを受けた。早速修正してアナウンスをやり直したところ、「OK！」。小さな店ならではの地域性あふれるコミュニケーションがとれ、楽しい経験だった。 ・岸壁では看板掲示、免税手続き、特に力を入れたのは銀聯カード対応の整備。通訳を1人雇用した。 ・店頭では市から商店街へ派遣される通訳ボランティアを活用するが、従業員はスマホで対応している（大型客船の初寄港から2年が経過し、慣れてきた）。

飫肥城下町保存会	・大型船寄港開始当初はラオックスで買い物、など他の目的があり、時間つぶしの来訪が多かった。 ・しっかり受入をして、経済効果を上げる仕組みをつくりたいという思いから、様々な取り組みを行ってきた。まちの散策、観光施設の入館度アップにつなげるためには、地域を上げた取り組みが不可欠であり、商店街を含めた地域住民を巻き込み、市からの入港情報を常時提供したり、「簡単な英会話」の講習会を開催したりと（高校生の協力も得られた）、徐々に迎え入れの体制が整ってきている。 ・飫肥城下で着物や甲冑を着用したり、預章館での呈茶（お茶のおもてなし）サービスを試みるなど、外国人観光客が喜ぶ仕掛けづくりを行っている。 ・試行錯誤を繰り返した結果、経済効果が最も現れたのは「あゆみちゃんマップ」の活用。いかにマップの販売枚数を増やしていくかがカギ。
大清観光	・日南市に本社がある唯一のバス会社として、バスの取り回しに関しては可能な限り協力したいと活動している。業務内容はバスに関すること（取り回し、観光地の駐車場や岸壁の調整）と食事のあっせん。 ・サンメッセ日南については、当初大型バス駐車スペースのキャパは10台で、それ以上受入はできないと言われていたが、現地に赴き駐車場を測定し最大30台の駐車可能な状態に調整した。鵜戸神宮も20台の駐車台数を30台の受入可能な状態にした。 ・岸壁ではバスの配置、配車の仕方など、トライ＆エラーを繰り返して資料を作成した。 ・バスの取り回しについては、旅行会社の窓口になることが多いため、情報をとりまとめて各観光地にバスの入れ替えについてお願いしている。旅行会社は一度に100台向かわせようとするため、鵜戸神宮は30台、飫肥城は60台など各地のマックスを伝え、市と連携をとりながら台数調整を行っている。20～30台のグループを作って順番に周回させれば、日南市内の各観光地の受入はカバーできる。工程が重複した時は飫肥城へ（駐車場が広い）。

（2）日南市の経済効果の高まりについて

日南商工会議所	・経済効果はある。
油津商店街振興会	・観光効果、経済効果含め、あり。
日南山形屋	・経済効果よりも、このチャンスを活かすための、ニーズに合った品揃えを重視している。 ・衣料品については、中国人はあくまで「メイドインジャパン」だが、台湾人は特に原産地にこだわりはないため、売り上げの多くを占めている。ファッションセンスが高く、気に入れば購入する。礼儀正しい。
飫肥城下町保存会	・経済効果はある。
大清観光	・バス会社的にはプラスの要素しかない。

（2）－1　経済効果が高い分野

日南商工会議所	・土産、飲食、タクシー・バス分野へお金が落ちている。 ・油津はサピア（ダイレックス）、山形屋、とむら、ベスト電器、コスモス薬品、コンビニなど。 ・飲食については、油津はラーメン屋（直ちゃんラーメン他）、鮮魚店。飫肥ではおび天が一番売れている。厚焼きたまごは不明。ギャラリーこだまではカツオ炙り重が人気で、すぐに満席になる。
油津商店街振興会	・岸壁での地場産品の売上は大きい。商店街からは山形屋、夢見が丘スイーツファクトリーの2店舗が出店しており、市から出店の案内が来る。出店料は初年度に比べ上昇。 ・商店街の経済効果においては、ほとんどが飲食（テイクアウト含む）。物販の売上は伸び悩み、特に医療品等が弱い。ダイレックスの出店後はコスモス薬品への流出が防げている。また、家電の不調が目立つ。その他、恩恵を受けた業種はない（業種の数も少ない）。
日南山形屋	・化粧品が最も多く、次いで家庭用品（炊飯器、ステンレスボトルの2つに集中）、食料品の売れ行きが良い。食料品は果物、肉、刺身が多く、試食して購入している。日本文化への興味から、盆提灯を購入した台湾人もみられた。 ・岸壁で昨年から売れ始めたものとして、NIKE製品（シューズ、キャリーバッグ）とおもちゃが挙げられる。食品は他店舗と競合するため、取扱っていない。山形屋だけが出せる商品を選別する。NIKE製品はブランド力と日本製という強みが理由。おもちゃについては、リカちゃん人形、サンリオや戦隊モノなど。ミニカーは2、3個入りにして単価を上げる工夫をしている。客層の変化に伴い、子ども向けの商品は今後売れる可能性が高い。ひとつの狙い目と予想される。
飫肥城下町保存会	・土産（食べ物）の売上が高い。昼食時間と重なる時は飲食の売上が伸びる。 ・大手門通りのおび天茶屋では、おび天などのお土産購入の他、飲物、ソフトクリームも売れている。 ・台湾船の場合は飲食の売上が高い。 ・観光施設入場料への経済効果はごく僅か。外国人観光客は入館していない。 ・飫肥方面の場合、訪問の目的はやはり買い物が多いのでは？ラオックスやドラッグストアへの入店が目立つ。
大清観光	・タクシー・バス分野は確実にコンスタントにお金が落ちている。 ・土産は売上額の変動があり、飲食と観光施設入場料は今後改善の余地あり。

（2）－2　経済効果を実感していない理由

油津商店街振興会	・土産、飲食の場合はコトバが通じなくても指さしで購入、販売が可能だが、物販の場合は商品の説明を要するため、コトバの問題に困っている。スマホの翻訳機能でもうまく変換できず対応が難しい。特に上海の乗客は中国語オンリー。 ・JTBのツアーが来た時は、各バスに通訳が可能な添乗員が同乗しており、コトバが通じるため、売り上げが上がった。 ・各店舗からは、お店一軒一軒に一人通訳がいれば売り上げが上がるのに、という声あり。観光客の常時来店が見込まれれば通訳アルバイトを雇用するが、見通しが不透明な状態ではそのような先行投資は難しい。 ・要所要所にボランティアが立っているが、通訳のみで、道案内はできていない。言語能力も通訳によってまちまちで、中国語に対応できないボランティアもいる。

大清観光	・入場料がかかるサンメッセ日南はツアーから外されやすい。基本的に中国発の客船のツアーは有料施設を組み込まない。香港・台湾の場合は1,000円未満であれば組み込んでくる。旅行会社の採算が合わないことが理由である。宮崎旅行は旅行会社、船会社にとって大赤字であるためコスト削減が第一。香港・台湾は採算がとれているため、旅行の内容を重視している。 【経済効果アップの対策】 ・観光客の消費先がないのが現状。欲しいものを揃え、消費者心理をケアして仕組みをつくるとお金が落ちる。家電の売り上げが落ちているなどの情勢と、ニーズを見極めながら、対策を練る必要がある。同時にニーズを作り出すことも大切で、京都に学びたい。

（3）案内標識（看板、道順等）の設置位置（場所）、看板のデザイン・内容等への具体的な提案

日南商工会議所	・あゆみちゃんマップは商品の説明が足りない。裏面の引換商品の写真にQRコードを付けるなどして、もっとわかりやすく。中国語版があるか、城下町保存会に確認を。JTBのツアーに組み込まれたケースは数回あるが、中国の旅行会社が入った時はマップは売れていない。 ・フリー客の足の確保、現行の路線バスでも対応は可能なのでは（青島、鵜戸神宮行き）？ ・油津ウォーキングコースも、地図がわかりにくい。吾平津神社、梅ヶ浜の祇園神社（地図未掲載）など、良い場所がある。散策の目的を満たすような内容へ改善が必要。スマホを活用した情報発信との組み合わせが必要。写真撮影ポイントの説明ももっとわかりやすく。 ・看板の設置場所は、油津yotten、山形屋前、サピア、油津商店街の入り口など、要所要所へ。インバウンド観光客が多い場所に出す。動画の視聴（音声込）も可能な状態に整備する。
油津商店街振興会	・地図があまり役に立っていない。方角がわからないと言われる。地図上の建物が目印の役目を果たしておらず、示されてもわからない。地図を見せながら人に尋ねるとわかるが、自力での理解、活用は困難。 ・ほぼスマホを所持しているため、Wi-Fiを整備し、アプリで見られるようにしては？ ・マップよりも、看板の効果が高いのでは？拠点拠点に『看板のマップ』（ここに来れば看板がありますよ）を設置してはどうか？ ・言葉が通じないため、道を聞かれた時は、説明するよりも直接目的地まで連れて行った方が早い。 ・使用の目的毎に情報をカテゴライズ化した地図を作成するとわかりやすい（web上など）。 ・看板の設置場所は、固定位置にこだわらず、寄港時に増やせるだけ増やしてはどうか。拠点としては、シャトルバスの停留所の設置は必須。 ・要所要所でエリア毎の看板、地図の配布があると良い。ラーメン屋、日本料理（寿司店）、パンケーキ（特に台湾客）を目指す観光客が多いので、目的地までのわかりやすいルートを示す。看板には写真やイラストを掲示し、料理・ジャンルを前面に、店舗名は小さく明記してはどうか。商店街全体の大きな地図の看板も必要。 ・商店街全体のマップはあるが、レイアウトが外国人観光客にはわかりにくい作りになっているかも知れない。記載情報の整理が必要。 ・QRコードを活用し、店舗への道順を示すというアイデアも良い。

日南山形屋	・油津マップを「観光地ゾーン」「食・ショッピングゾーン」に色分けすると良い。売り手サイドのマップという印象が強く、観光客の視点が必要。区分けが見づらい。 ・新設された観光案内所は、大きな看板もあり非常に良い位置に出来たと思う。シャトルバスを停車させて、ここを起点にまちなかへ人を流す手もあるのではないか？ ・日南山形屋は食堂の施設がないため、食事への対応は(株)油津応援団が作成したマップ（中国語対応）を売り場に配置し、目的地が見えるまで従業員が案内をしている。ラーメン屋、寿司店の人気が高い。 ・山形屋からベスト電器まで歩く人が多い。大きな荷物を抱えて歩く姿が目立ち、ベスト電器は岸壁受け渡しのサービスを開始したと聞く。
飫肥城下町保存会	【新たな看板の設置について】 ・郡司さんが手がけた看板（観光駐車場入り口とギャラリーこだま前の二ヶ所に設置）のような、手書きのイラストでわかりやすい、飫肥のイメージにあった看板マップがほしい。 【あゆみちゃんマップ】 ・多言語対応については、言語毎（英語、ハングル語、簡体字、繁体字）のマップはデータ作成のみ行い、手引きを作成、配布している。 ・言語毎のマップをあらかじめ印刷、配布する案もあるが、購入意欲がなければ廃棄されるだけ。 ・飫肥の観光客は日本人よりも外国人の方が多い。クルーズ船に限らず、外国人観光客の接遇への対策が求められている。飛行機の利用客も多く、食べ歩き目的で韓国バスツアー（鹿児島空港発）が飛び込みで訪れる事も時々ある。 ・GW頃をめどにマップのリニューアルを予定している。現行の5枚引換券から、2枚で1つの商品を引換というシステムに変更する。魅力度アップをはかるために、各店舗へ商品の見直しを依頼している。また、パンフレットにより、観光施設、各店舗の番号の付け方が違い、統一されていないため、リニューアル版では通し番号を付けて各種パンフレットと照合させる。 ・写真撮影スポットを掲載する。具体的な候補としては、鯉が泳ぐ通り（後町通り）、横馬場通り（八幡通りを挟んだ延長線含む）、本町商人通り。お城周辺では旧本丸跡、松尾の丸、しあわせ杉、大手門、田ノ上八幡神社。少し離れるが、五百祀（いおし）神社。竹香園をはじめとした飫肥駅裏のエリアは、古風な庭園が多く、風情がある。 ・路線バスは本数は少ないけれど、利用はある。情報をマップへ載せる。バス亭、飫肥駅からお城までの所要時間や距離の表記が必要。 ・レンタサイクルは、飫肥駅と観光駐車場で貸出が可能。飫肥駅をマップに追記する。 ・タクシーは待機場所にばらつきがあり、予約先に向かうケースが多い。タクシー会社の連絡先をマップに表記する。各社の負担を軽減するために、予約窓口を一本化するという案も良い（代表先はマップ販売所など）。 【コトバの問題】 ・飫肥の商店街も、油津と同様にコトバの悩みを抱えている。多言語に対応した案内表示、接遇への課題がある。商店街のオーナーは年配者が多く、全員に英語を勉強してくださいとお願いするのは無理がある。 ・再生コーディネーターの徳永さんがお店のメニューを作成した。指さし表示、多言語に対応しており、3月頃からいくつかの店舗で運用がスタートする。現状の問題がかなり改善されると期待する。 ・展示物の多言語対応についての仕組みづくりが必要。各種アプリの活用（スマホを使った多言語展示解説サービスや、施設内のタブレットで展示物の解説文を見ることができる案内システムの導入など）。

大清観光	【営業時間検索システム】 ・お店が営業しているかわからない。あゆみちゃんマップは販売時に情報提供していてミスマッチは少ないが、油津の場合は、せっかく食事に案内しても行ってみたら閉まっていた、というケースがみられる。マイペースに休憩をとるお店が少なくない。web上で定休日の情報を公開し、営業している店だけの情報を抽出できるシステムを提供すると親切なのでは？各店舗の情報を吸い上げるための仕組みづくり（ワンクリックで「openしましたよ！」など）も併せて必要。特にクルーについては、下船する14:00～15:00に営業している飲食店をキャッチアップできると、もっと案内がしやすくなる。 ・上記のシステムは、ゆくゆくは日本人観光客向けの夜の飲み屋情報検索へ応用させてみてはどうか？ 【看板の設置場所】 ・電柱にバンバン貼り付けるのが早い。目立つ所にどんどん貼る。量を増やす。岸壁はごちゃごちゃしていて埋もれる。要所要所としては、シャトルバスの停留所（サピアとベスト電器）、商店街のアーケードの柱。 QRコードだけ掲載すれば、さほどコストはかからない。

（4）飫肥（日南市）の地域活性化対策、消費拡大対策への具体的な取組の提案

日南商工会議所	・店頭での指さし会話シートの活用。「よだきい」と敬遠する店主もいるが、まず、コミュニケーションをとることが大事。片言、ワンワードからはじめてみる。 ・決済方法については、飲食店へ銀聯カードの端末が無料で設置できると紹介した。 【新たなコース・スポットの開拓】 ・温泉の受入（かんぽの宿など）は、人数を限定すればツアーへの売込は可能では？ ・開花シーズンは花のスポットもツアーも組み込まれる（桜、ジャカランダ）。道の駅なんごうは、ジャカランダ祭りの開催期間中に。 ・飫肥での着物体験はぜひ仕掛けてみたい。「飫肥を着物で歩く会」が存在すると聞く。着付けができる美容師との連携が課題。一度の受入人数は10名程度か？また、城下町保存会で野点体験を企画したこともある。 ・農業体験（みかん狩り）についても、少人数に限定し、添乗員がマナーを教えれば受入側もYESと言うのでは？ ・フリーの富裕層向けコース（クルージングなど）への取り組みもなされている。 ・体験型は、実際にやってみないとわからない。
油津商店街振興会	・商業者の立場では、商業エリアにボランティア通訳がいると助かる。他の観光地にも言えるが、団体客がぞろぞろ歩いていて、ひとりひとりがゆっくり回遊できていない印象。商業者もコミュニケーションをとりたい意欲はあるのだが、コトバがネックになっている。実際に購買につながらなくても、お店の人と話せる楽しみが生まれると、リピーターにつながる。現地の人と親しくなったことが、旅の思い出になる。 ・クルーは日本語可能な人もいる。商店街の利用目的は休憩、食事、プラス生活必需品の購入。人気のある店舗は特別和風へのこだわりはなく、食事をしながらゆっくり長居が可能であること。
日南山形屋	・中国・台湾の寄港時に市が配置する約35名の通訳ボランティアのうち、半分近くが英語オンリー。中国語可能なボランティアの手配が日南のおもてなしにつながると感じる。 ・寄港が平日の場合、ボランティアは仕事をもっているため、どうしても参加が限られてくる。致し方ないと通訳を雇用した。 ・Wi-Fi環境へのクレームはない。

飫肥城下町 保存会	・車いすの高齢者が増加している。岸壁や商店街での「出張着物体験、四半的体験」を仕掛けたい。経済効果へ繋げるために、有料で実施したい。車いす対応に限らず、四半的などは事前に情報収集する台湾客もみられるため、ニーズは必ずある。 ・着物体験については、着物が足りない、着替える場所がないという現状がある。寄付を活用し、着付けが可能な施設を現在整備している。事前に情報を入手できれば、10～20人の受入は可能。
大清観光	【油津商店街・飫肥】 ・「クルーズ船の商店街」にしていきたい。もっとにぎやかしができると、クルーの時間つぶしや、ツアーに参加しない乗客の満足度向上につながり、経済効果も見込まれる。うまく活用していきたい。飲食の出店、アトラクション（四半的コーナーの設置など）、活気を生み出す様々なアイデアを試してみてはどうか？ 【体験型観光について】 ・体験型観光としては、飫肥で着物を着て散策という企画も良いのでは？京都では着付け体験で着用した着物の持ち帰りができるサービスが開始されたと聞く（約5,000円）。飫肥でも可能ではないか？ ・全国的にツアーから自由行動へシフトしており、日南も5年後はその流れが来る。観光地がコンパクトに集まっている日南の特性を活かし、シャトルバスで結ぶ仕組みづくりに取り組んでいきたい。前回の寄港時には試験的に2団体をシャトルバス6台で回してみた。 ・ツアー客をメインに取り扱っているため、フリー客のニーズはキャッチアップできていない。観光案内所の窓口が情報を持っているのでは？ 【四半的の活用】 ・四半的は限られた乗客のみ利用しているのでは？四半的自体そもそも知られておらず、やり方もわからない。大きなパネルに弓を引いている写真を載せて、目立つ場所に設置してはどうか？場所も少し隠れていてわかりにくいような気がする。誰かがやっていたらやろうかな、という感じ。アトラクションとして面白いので、「いつでもできますよ」というアナウンスがあれば、利用は増えるのではないか？ ・弓の引き方は体の使い方が独特で、説明が難しいのか？多言語で対応できていないのでは？言葉が通じないから、指導員の呼び込みも積極的に行われていないのではないか？ 【飫肥エリア】 ・野点、着物を着て歩く、などの体験型観光のポテンシャルが高いため、クルーズ船に限らず、日常的な客商売として定着すると良い。 ・有料施設へ入館させる仕組みが必要。漠然と対応しているイメージがある。 ・駐車場の見直しについて。国道沿いのまちなかに新たな駐車場を作り、乗客を降ろす仕組みが必要。現在は観光駐車場のみであり、付近の飫肥城内だけで満足してしまって人が流れていない。絶対に人が通る導線を作ると、まちなかにお金も落ちる、その結果商売したい人も現れる、とうまく回っていく。今後の高齢化社会を考慮し、便利な現行の駐車場も残す。歩きたい、歩きたくないとニーズに合わせて観光客がチョイスできる仕組みが必要である（伊勢神宮は参宮前とおかげ横丁、二つの駐車場があり、参考にしたい）。投資と時間がかかるが、徐々に整備を進める必要がある。

大清観光	【Wi-Fi環境の整備】 ・Wi-Fi環境については、油津は比較的整備が進んでおり、今後は飫肥の整備が必要。 ・撮ったら即アップできるように、写真撮影スポットにWi-Fiは必要。省力Wi-Fiで構わないと思う。情報発信したくなる場所に絞って設置した方が費用対効果が高まる。「ここで写真を撮るときれいだよ」と現地に看板（案内）を設置する。プロが撮影した写真をパネルにしてその下に写真のマークをつけてみてはどうか？ ・具体的には飫肥では大手門、鯉が泳ぐ通り（後馬場通り）、しあわせ杉、旧本丸跡の苔の芝生、油津では吾平津神社、夢見橋に設置してはどうか？ 【飫肥の写真スポットや景色】 ・飫肥エリアの飫肥城以外の写真スポットは、田ノ上八幡神社の大クス、藩校振徳堂、服部亭が良い。特に服部亭は、もっと活用できるのでは？バスは入れないが、庭園が素晴らしく、高台から飫肥のまちを一望できる。食事も可能で、写真栄えがする場所。

（5）行政・民間が改善すべき点、取り組むべき課題及び要望・希望について

ア　行政の役割

日南商工会議所	・日南市からの情報提供が不十分（乗客がどこに行っているか、何を食べているか）。
油津商店街振興会	・商店街にとって、シャトルバスの運行継続は重要なこと。 ・通訳ボランティアの増員。 ・もっと早く情報がほしい。市からの情報はいつも直前（1～2日）。 ・クルーズ船寄港に特化した仕入、品揃えについては、来客数の見込みが不透明であり、売れ残りの懸念があるため、難しい。
日南山形屋	・客船の詳細な情報（ツアー、フリーの各人数など）が直前でなければ入らない。船会社の事情があり、致し方ないと理解はしているが、少しでも早い情報提供が可能であれば、民間は品揃えに対応できる。
飫肥城下町保存会	・エージェントからの情報（食べ歩き100人などの詳細情報）が直前にならないと入らない。少しでも早い情報提供があれば、受入体制が整う。 ・国別、年代別、観光の目的別などにカテゴライズ化されたデータがほしい。どんな人達が訪れるのか？何を好むのか？などの具体的なニーズ、トレンド情報がほしい。

イ　民間の役割

日南商工会議所	【地域に期待すること】 ・地域住民と外国人観光客がコミュニケーションをとれるまちになってほしい。交流を通して、子ども達のグローバルな視点が育まれると良い。 ・おせっかい通訳「何か困っていることはありませんか？」のような、住民と会話ができる地域になってほしい。
日南山形屋	・各地で大型店の受入拒否が相次いでいると聞くが、日南山形屋としては、受入は拒まない。小さな店なので、少ないお客様を笑顔でおもてなししようと呼びかけている。もっと来ていただいて、小さなまちでモノも少ないが、購入した時の喜び、記憶に残る接客・接待を心がけ、リピーターにつなげたい。インバウンド　は奥深いと聞く。小さなこのまちに沢山の観光客が訪れている。地元の企業として、このチャンスを活かしたい。

日南山形屋	・お買い物をしていただくことへの感謝ありき。百貨店は「ヒト」を携えた接客力が強み。 ・地元の人は歓迎か否か、意見にばらつきがある。せっかくのチャンスを活かさなければいけない、積極的に民間も参加すべきだと考える。意見を言うだけでなく、努力して誘致を行っている行政に応えて地元の企業も自分達ができるアクションを起こす必要があると感じている。NOの発想でなく、YESで何ができるのか？
飫肥城下町 保存会	【散策の課題】 ・ツアーの場合、添乗員が責任を持たされていることから、基本的に決められたコースを時間厳守で回るため、寄り道してこの施設に入りましょう、などの弾力的な対応ができていない。 ・まれに各自で散策できるプランも組まれているが、添乗員がいない状態でコトバが通じない、行動もバラバラの個人個人を一挙に受け入れることとなり、苦心する。事前に情報が入手できれば対策は練れるが、いきなり散策が始まった場合は対応が難しい。入館料などは案内表示に明記すれば良いが、このスポットはこんな風に楽しめますよ、こんなものが展示されていますよ、といった詳しい説明ができていないため、散策の趣旨がうまく伝わらない。今後の課題である。 ・添乗員は中心部（まちなか）にはほぼ引率していない。城内で完結することがほとんどだが、ツアーの内バス2～3台分のグループは周辺施設（歴史資料館、松尾の丸、預章館）も回りたいという希望があり、1～2ヶ所を回っている。 ・色々なエージェントが入っていることから、様々な目的の団体が飫肥に溢れるという状態になる。また、バス回しの急なスケジュール変更（前の観光地が早く終わったため飫肥入りが早まる、など）への対応も負担がかかっている。 ・ツアーと並行して、フリーのタクシー利用客の対応を要するため大変ではあるが、フリー客は時間に余裕があり、有料施設への入館増につながるため、軽視できない。 【観光ボランティアガイドの予約システムの見直しと意識改革】 ・予約システムの見直しが必要である。予約数が減少している。ボランティアは予約が入らなければ動かない、利用者側も予約制が浸透しておらずニーズがあっても利用方法がわからないのが現状。 ・待機場所はマップ販売所だけでなく、直接タクシーが乗り付ける大手門にも常駐してほしい。 ・時間の余裕があるボランティアはどんどん参加してほしい。「待ちの姿勢」を改善し、意識改革へつなげる仕組みが必要。予約外でもOK、何かお困りですか？などとこちらから一歩踏み出して呼び込んでほしい。当社に具体的な改善策を提案してほしい。 【地域をあげたおもてなし】 ・地域をあげたおもてなしの体制づくりが必要だというニーズを反映し、3年前に城下町飫肥まちづくり協議会という地域連携組織が発足した。以前は各団体、小中学校がバラバラに活動していた。協議会を中心に、城下町保存会がサポートするという体制づくりが必要。365日営業、拠点施設を持つ城下町保存会が音頭をとり、企画提案を行いながら、協議会の活動を軌道に乗せるためのバックアップをしたい。地元でうまく連携をとって、地域ぐるみで子どもから大人まで一緒になってお客さんを迎えたい。昨年企画した簡単英語塾の参加が少なかったなど、まだまだ取り組みは定着していないが、少しずつ広がっていくことを期待する。 ・飫肥は城下町として、風情あるまちなみの散策が可能な県内髄一のまち。「安心して散策できるまち」というイメージが定着すると良い。あゆみちゃんマップを作成した当初は、「あいさつが悪い」という各店舗へのクレームがあったが、外国人観光客への接遇の経験を積み重ね、徐々に改善されてきている。

ウ 行政と民間の連携について

日南商工会議所	・商工会議所、観光協会、市で連携して、情報を提供する必要がある。 ・現場データの蓄積と共有。現場でニーズを把握することが大切。紙ベースのアンケート調査も良いが、ボランティアが直接聞き取りをしてみてはどうか？岸壁で市の若手職員が土産物調査を実施していたが、そのような調査の結果を、関係者間で共有する必要がある。
油津商店街振興会	・日南市は行政が力を入れて連携体制を作っているので、助かっている。シャトルバスがなければ商店街に乗客は立ち寄らない。
日南山形屋	・受入体制の官・民間の情報共有については、現状に満足・不満足というよりも、民間側の積極的に情報収集を行う姿勢が欠けているように思える。不満をもっている人は情報を待っているだけで、聞いてこない。マナーへの苦情、行政と民間のそれぞれの立場からの言い分など、不満を言い出したらきりがない。いかに早く情報を入手し、どう解決していくか。まちが小さいから、連携は可能。行政からの情報発信をうまく取り込む努力が大切。商店街は毎週水曜日にミーティングを開催しており、重要な情報ツールとなっている。
飫肥城下町保存会	・受入体制の安定化につなげるために、飫肥をツアー商品として、旅行業者に入れてもらう努力をしてほしいが、行政頼みだけでなく飫肥サイドも積極的な売込の姿勢は不可欠。行政と民間が連携して、一緒に取り組むことが好ましい。 ・観光駐車場でトラブルが発生している。平日は30台までの受入は可能だが、週末の場合や、団体ツアーが重なった時に50～60台のバスが来るとパンクする。付近の道路に待機するバスをどのように誘導していくかなど、今後の解決策が必要。パンクした時の空き地の確保を行政にお願いしたい。また、運営システムが確立していないため、管理運営をしている城下町保存会の負担が大きい。無料かつ24時間体制であり、管理外の時間でもトイレの利用はある。人件費は委託料の中から捻出しているが、入館料収入は市に入る。クルーズ船限定でバスの駐車料金を有料化してはどうか？行政、民間で共に方策を講じる必要性を感じる。 ・受入サイドの多言語対応が十分と言えず、オプションで注文が来ても、その場で対応がとれない。サービス内容の説明がうまくできない。対策は市、城下町保存会、どちらが行うかがハッキリしておらず、市の通訳ボランティアについては、大型客船の場合は岸壁・商店街・飫肥で配置を配分するため、人数が十分だとは言えない。通訳ソフトの活用などの取り組みも必要。添乗員が自由に散策してくださいと言っても、観光客は何がどこにあるのか、どんな歴史があるのか理解できないまま、まちを後にしている印象が強い。
大清観光	・もっと民間と行政がケンカをしても良いと思う。どちらも遠慮してモノを言わない。民間は要望が高すぎる、行政は黙って話を持ち帰るが裏で苦言を吐く。腹を割ってホンネ話し合える環境を、意見交換の場を作るべき。日南は他の港に比べ、官・民が協力している。もっと密に連携をとると、より良い受入体制が整う。文句を言うだけでなく、ちゃんと行政に話をしよう、その上でお互いできることは何かを考えよう、民間は儲からない、負の部分をすべて行政に押し付けるだけでなく、ある程度のリスクを負うことも必要。 ・飫肥ではゴミ問題で一時期もめていたが、そもそもゴミ箱を置いていない。捨てる場所を作ってから話をしましょうよと言いたい。飫肥に落ちているゴミはほぼ、飫肥で購入した商品であり、販売したのは地元の人。経済の恩恵を受けている地元がゴミ箱を設置する義務があると考える。ゴミ問題に限らず、しっかり話し合える場づくりが必要。 ・腹に一物抱えている人が多い。一回吐き出して、みんなでハッピーになる方法を考えましょうよと言いたい。

（5）－1　旅行業者に紹介・売り込むための効果的な取組・方法について

日南商工会議所	・コースを決める段階での船中PRを工夫する。パンフレットやマップだけでなく、音声付動画の活用が必要。
油津商店街振興会	・旅行会社からツアーに組み込みたいという要望はあるが、積極的に売り込むことはない。商店街全体の体力低下が原因としてある。ニーズを満たし、魅力を引き出すことが今後の課題である。そのために、情報源がほしい。 ・世の中の流れは変わり、旅行のかたちも変容していく。体験型の人気が高まっていると聞く。常に情勢を察知しながら旅行会社のニーズをうまく聞き出し、意思疎通を図る必要がある。
日南山形屋	・日南山形屋としては、売込は考えていない。ツアーへの組み込みによる集客アップよりも、店舗の規模に応じた少ない人数へのおもてなしを重視する。台湾語、中国語版の店舗案内図を観光案内所に置いている。 ・全体的な売込方法はWi-Fi導入が最も効果的では？
飫肥城下町保存会	・各観光地の担当者が同行し、現地の具体的な魅力を直接PRする。以前は東京の旅行会社、エージェント、マスコミに売り込みに行っていたが、クルーズ船に関しての取り組みの実績はない。飫肥としては、旅費をかけても売り込みに行きたい意欲がある。エージェントのニーズや反応、ナマの情報を直接入手したい。
大清観光	・上海に出向き、現地の旅行博（上海世界旅行博覧会）に出店したり、直接旅行会社に営業をかけるのが一番話が早い。上海、日南、お互いに現場の声を寄せ合う。国内のランドオペレーターにはコースの決定権がない。国内ランド会社の頭を通り越してしまないように、関係を保ちながら直接現地とやりとりを行う工夫が必要。 ・ファムツアーについては、福岡のランドオペレーターを対象に市が呼びかけを行っているが、上海の旅行会社の招聘も可能ではないか。実際に見て、体験してもらうと分かってもらえる。実際にマリンビューワーなんごうで効果が表れており、台湾の旅行会社を何度か連れて行き、2日に1台大型バスが入るようになった。台湾では鷹は神聖な鳥であり、鷹の餌づけに着眼した旅行会社のアイデアが思いもよらないニーズにつながった。同様の効果が上海のファムツアーにも表れるのではないか？ ・あゆみちゃんマップも、台湾の旅行会社が取り入れ、定着している。上海に対しても売り込めば同様の効果が見込まれる。 ・現在、日南はトップセールスのみで、市長は現場の細かな話を知らない。 ・早い段階で上海、香港に商談を仕掛けるべきである。

6　その他

日南商工会議所	・九州運輸局の調査結果によると、宮崎は観光県を謳っているが、九州では後進県。宿泊数も最下位。周囲の大分、鹿児島、熊本に温泉客が流れることがネックであり、キャンプシーズン以外の集客が課題。 ・一気に2,000人の受入は苦情につながるだけ。100～200人程度の対応をすべての関係者で考える。訪日客をリピーターにするためのアイデアが必要。 【昼食会場】 ・飫肥では、ギャラリーこだま（40～50席）、服部亭。 ・宿泊施設ではホテルシーズン日南（40席）、かんぽの宿。 ・油津港及び商店街では、びびんや、あぶらつ食堂（バス1台分の受入は可能）。 ・アブラツコーヒーはWi-Fi利用可能でクルーに人気。

油津商店街 振興会	・今回のアンケート結果について、観光客の油津に対する印象がどのようなものだったか、日南市から情報がほしい（報告書が読みたい）。商店街は観光地ではなく、商業地であるため、鵜戸神宮や飫肥などに比べ観光客の反応がつかみにくい。 【昼食の受入と食について】 ・ツアー客への対応は現状としては難しい。一店舗で受け入れ可能な店は商店街にはない。各店舗でスペースをシェアして共同対応する案については、積極的かどうかは店舗次第。バス1台程度であれば可能かもしれないが、それ以上の大人数を一度に対応することは難しい。ツアーの場合、飲食は別エリアでとり、商店街の利用は買い物がメインとなっている。 ・観光の目的が「買い物」から「食」などへシフトしてきていると感じている。 ・鮮魚店はその場で食べられることが人気。中国人は刺身を食べないとも聞くが、商店街では食べている。 人が食べているのを見ると安心して、食べたくなる心理？ 【ラオックスへの印象】 ・地元の商業者は歓迎していない。観光よりも買い物目的の立ち寄りであり、飫肥にお金が落ちないと聞く。岸壁の物産展の方が安い。
日南山形屋	【決済方法】 ・店頭は現金が多い（ラストポートでお金を使い切ろうという思惑）。資生堂の場合はカード利用が多い。 ・スマホ決済（Alipay）などの新たな決済方法を取り入れる予定はない。会話を通した接客を重視しており、銀聯カードと現金が基本。 ・山形屋グループのシステム事業部にて、カード全般の取り扱いシステムは既に整備されており、銀聯カードの対応はスムーズに行えた。 ・岸壁には一昨年は5回、昨年は17回出店したが、寄港1年目は銀聯カードの利用が多く、高級品（本真珠）の購入、炊飯器の爆買いなどがみられた。ところが、昨年6月に客層が変わり、現金を持つ若い人が増え、1回当たりの買い上げ額が減少した。低コストで船旅を楽しむ若い人、子供連れ、グループ、親子三世代が増加し、車いすの高齢者も少なくない。 ・店頭のツアー客、フリー客の内訳については、30分おきに出発する市のシャトルバスを利用したフリー客が多い。ツアーに商店街が組み込まれた時は、売上が伸びた。ラオックスの進出後は、ツアーに組み込まれているため購買意欲が移行し、ラオックスで買い物という流れになっている。 ・シャトルバスの乗客はクルーが多い。寄港のリピートが多く商店街に飽きてきて、バスへの乗車頻度が低下している。 【マナーについて】 ・上海の気候は温暖であるため、寒い地方の産品が売れると予想してりんごを陳列したが、同時に売り出した桃の人気の方が高かった。その場で歩きながら食べて、ゴミを捨てていた。商店街の目立つ場所にゴミ箱を設置したが効果はなかった。他にも行列の順番を守らず、ケンカが始まるケースが見られた。文化の違いはあるだろうが、日本の文化やマナーを教える必要性を感じる。 ・ラオックス横のファミリーマートは、盗難の被害があると聞く。近隣への放尿や写真撮影などトラブルが発生している。旅の恥はかき捨てとばかりに、一部の人達の行動が中国人観光客全体のイメージをダウンさせている。

飫肥城下町 保存会	【食事について】 ・小さな店が多く、店舗数に限りがあるため、入店できない乗客はスーパーとむら、ファミリーマートで惣菜、カップラーメンなどを購入して外で食べている。一番大きなおび天本舗はすぐに満席になる。 【Wi-Fi環境の整備】 ・設置してほしい場所は、有料施設、宿泊施設、主要な店舗、服部植物研究所や五百祀神社、田ノ上八幡神社などの公共観光施設。飫肥城内。飫肥駅。 ・Wi-Fiスポットは多ければ多いほど良い。 【リピーター増に向けて】 ・リピーター増に向けて、飫肥はつまらない所だと思われないような、良い記憶が残るようなお客様満足度を上げる工夫が必要。クルーズ旅行は低予算であり、入館料に回せるような余裕も時間もない。次は個別に、ゆっくり家族と来たいと思える仕組みが必要。 ・飛行機（直行便）利用客は2、3度訪れている。東京、大阪、京都などの主要な観光地は訪問済みで、他に面白い所はないかと飫肥を選んでいる。クルーズ客も同様の効果を狙いたい。 ・乗客2,000人に対し、1割が飫肥を訪れるとかなりの効果が表れる。リピーターが増えれば更なる長期的な効果が期待できる。 ・四半的含め、更なる情報発信が必要。 ・クルーズ客は団体が大人数で訪れるため、全ての人に着物体験などを楽しんでもらうことはできない。クルーズ船をきっかけにまた来ました、というリピーターをターゲットに、着物、人力車などの体験型メニューを充実させていきたい。 【その他の取り組み】 ・宿泊施設の整備を進めている。勝目氏庭園（今春open）、旧飯田（はんだ）医院（予定）、旧山本猪平家前の小鹿倉（こがくら）邸。 ・取材に訪れた東京の新聞社から、宿泊施設数に限りがあり確保できない（特にキャンプシーズン）、JRの本数が少ないと指摘があった。小さな一地方都市としていかに魅力あるまちにしていくか、地域をあげて取り組んでいく必要がある。
大清観光	【富裕層（VIP）】 ・中国発の客船にはVIPがほぼ乗船している。昼食の予算に1万円かけたり、マリンビューワーなんごう（大人2,200円）、サンメッセ日南に立ち寄るなど、お金に糸目をつけない。他県ではヘリをチャーターしゴルフプレーした例もあると聞く。 ・クァンタム級の大型客船に100名未満、小型客船でも小型バス1台分の人数（約20名）。添乗員の指示に従ってほしいと要望があるVIP専用のバスが1～2台いる。1～2団体であれば、規模を問わずどの客船にも一定数のVIPは乗船している。 【食事】 ・中国のツアー客はラオックスと飫肥城で、各自昼食をとっている。ラオックスは隣のファミリーマートで弁当を購入するケースが多いが、真向いの小さな中華料理店（とも食事処）の利用もみられる。飫肥城はギャラリーこだま、ファミリーマート、おび天屋各店舗の利用や、スーパーとむらで惣菜を購入するケースがみられる。基本的にお金がかからないツアーを組んでいる。 ・VIPについては、日南市外の牧場直営の宮崎牛を手配したり、人数が多い時はホテル丸万、ホテルシーズン日南、ホテルジェイズ日南リゾートに案内した。40名ほどになると日南市内の場合は受入先が限られる。 夾竹園は大人数の受入が可能であるため、案内することが多い。宮崎牛が人気で、わざわざ探して食べに行く傾向がある。時期的には伊勢海老も。高級食材をチョイスすることが多い。

大清観光	【公共交通機関へのクレームや要望】 ・旅行会社とやりとりをしているので、シャトルバスが増えると営業妨害になる。 ・フリーが多い時は、市のシャトルバスで油津駅まで行き、宮交の路線バスで鵜戸神宮に向かう人が多い。バスは増便が出ている。目的地までの運賃が大きく表示してあり、また油津駅は始発であるため運賃は一律という2点の理由から、利用客の混乱はない様子。 ・サピアから路線バスで飫肥に向かうケースもたまにある。便がなければ帰りはタクシーを利用している。 【他県の取り組み】 ・沖縄・福岡よりも油津・高知はうまく回っている。行政が協力的。 ・沖縄は10万トン級以上が入港するとバスの駐車地が不足し、乗客を待たせてしまう。旅行会社が複数社一緒になるとライバル同士であり情報共有がされず、港はカオス状態となる。10万トン以上の客船の場合は一般人立ち入り禁止の離れた岸壁に着岸するため、乗客はバス利用以外の足がない。油津港も立ち入り禁止だが、宮崎の場合は県が柔軟な対応をとり、クルーズ船寄港時のみ制限区域を解除するため混乱は起きない。 ・福岡も問題を抱えている。着岸したら岸壁に何もない。ホーサー（ロープ）を岸壁のビット（係留柱）にかけないとバスを並べることができない。駐車料金の負担がかかる上、入港の登録もバスを並べるのもすべて民間であり、行政に対する不満がたまっている。 ・長崎については国際ターミナルを作ったことで、船の前にバスが3台しか停められない。 ・沖縄も視察に行ったが、進んでいると思えなかった。後手後手の印象。 【出港時間に遅れた乗客への対応について】 ・出港時間を遅らせた場合、ペナルティー料が発生するため、1～2名であれば出港する。バス単位の遅刻の場合は1時間程度であれば待つと聞く。ラストポートの場合は判断に困るが、ビザの関係で日本に置いて行かれると不法入国となるので、1～2名でも待つケースはあり。 【ファーストポートのメリットデメリット】 ・バス会社には業務的にはメリット、デメリットはない。 ・強いて言えば、ファーストポート。寄港回数が増える。どちらかと言うと賛成。整備に要する負担が少なければ、CIQはあった方が良い。 ・購買意欲はラストポートの方が高いので、個人的にはラストポート狙いで良いのではと感じているが、今後「選ばれる港」になるためにCIQの整備が一つの武器にはなると思う。どう経済に結び付けるかが課題であり、福岡のようにたくさん買い物先がある都市とは別の戦略が必要。田舎の場合は買い足し需要を狙っていきたい（おじいちゃんのお土産忘れてた、とか、あれが足りなかったから買って帰ろう、とか）。 ・沖縄の場合、石垣港がCIQを持っていないため、CIQのためだけに那覇港を経由する船もいる。 【その他飫肥について】 ・もっと飲食店が増えると良い。 ・あゆみちゃんマップの掲載店は、売れ行きが好調な店とそうでない店と二極化している。 ・あゆみちゃんマップは、英語、簡体字、韓国語のデータを作成している。印刷はしておらず、多言語対応の説明書で対応している。

大清観光	【これからの日南】 ◎油津港は今後、「選ばれる港」を目指したい。ある一定数の寄港（年間100回程度か）で良い。無謀な誘致は不要。寄港数のコントロールが必要。福岡ではキャパシティーオーバーでもとにかく寄港数を伸ばすことが目的で、トラブルは民間に押し付けて、官民がケンカになると聞く。油津はお正月の受入を行っていない。この時期の来日客は初詣目当てであり、鵜戸神宮が必ず混雑すると予想されるため。霧島神宮に3,000人が押し寄せ、日本人の初詣客が減ったと聞く。身の丈を知っている日南市を評価したい。 ・日本では知名度は高くなくても、海外で話題になり人気スポット化する観光地がある。日南がそのような世界に通用する観光地になると良い。 ・（有）大清は仕出し業からスタートし、うなぎ料理、観光業と地元に愛されながら事業を展開している。地元企業として、地域貢献への意識が高い。日南が素晴らしいまちだと言われるように、地元に貢献していきたい。

クルーズ船に関係する旅行エージェントヒアリング　結果

対象：旅行エージェントA社、B社

調査時期：平成29年2月2日

1　油津（日南）を案内する場合の主なコース

A社	・油津→鵜戸神宮→飫肥→油津 ・油津→青島神社→道の駅フェニックス→焼酎道場→油津 ・一番売れているコースで、固定化されている。 ・新しいコースのニーズあり、提案中（船会社へ、チャータークルーズの場合はエージェントへ）。 ・ロイヤル・カリビアン社の場合は船会社がオフィシャルツアーを販売（当社が企画提案）し、集客する。中国の乗客はエージェントが仲介している。チャータークルーズの場合は直接エージェントが集める。 ・欧米の乗客は旅行の途中で乗船のパターン多い。 ・海外の場合片道飛行機、片道船（逆もあり）というパターンの利用多い。
B社	・青島、鵜戸神宮、飫肥、油津商店街、都井岬、マリンビューワーなんごうがメイン。 ・一部のコースは宮崎市（イオン、宮崎神宮）やドラッグストアを入れる。主に日南市内を回り、都城、串間、鹿児島方面はほとんどない。

（1－1）　乗客がコースを決める段階（乗客に提示する段階含む）

A社	・オフィシャルツアーは乗船前にオンライン予約と船内申込みの2パターンあり、どちらが多いとも言えない。船内に販売センターがあり、前日までに申込み可。クレジットカード決済。 ・チャータークルーズの場合はコース付でエージェント販売しているので、人数が早めに確定する。
B社	・中華圏の乗客9割以上は乗船前に決めている（当社は船内販売あり）。 ・日南がどんなところか情報が行きわたっているか疑問。パンフレットも他の海外のメジャーなスポットに比べると末尾の扱いで、情報が少ない（入門編のクルーズ商品？） ・客船そのものを純粋に楽しみにしている人もいる（観光地は二の次）。 ・工程表を持っていない（欧米の人は持っている）。どこに連れて行かれるか知らないのでは？フリープランの人の方が目的意識あり。

（1－2）　乗客の人気が高いコース・スポット

A社	・鵜戸神宮、飫肥城、青島神社。台湾の場合はイオン。
B社	・鵜戸神宮、飫肥城、青島が人気。鵜戸神宮は特にロケーション、運玉が人気がある。

（1－3）　添乗員の寄港の感想・印象

A社	・中華圏の受入は今年からなので前例がない。また、台湾の場合も通訳ガイドを通しているので直接台湾のツアコンとの関わりはない（通訳ガイド手配は系列会社か外部委託）。
B社	・日南の人はやさしい。まちがきれい。 ・民と官が一体で受入していて、協力的で良い。悪い評判を聞かない。

（1－4） 温泉をコースに組み込む計画の有無

A社	・現状ではコースに組み込む計画はない。 ・移動時間、30分圏内なら良いが60分圏内は遠い。また、滞在時間についても、一ヶ所の滞在時間が40分ほどであり、時間内の入浴は難しい？ ・温泉のコース自体、ニーズ低い。有名温泉地である別府のコースでも、あまり売れていない。手配の手間もかかる（タオルの用意）。 ・温泉よりも青島神社、鵜戸神宮へ行きたがる人が多いと予想。湯布院などに比べると宮崎の温泉のイメージは弱い。
B社	・温泉を少人数で案内、可能性としてはある。温泉のニーズは今後増えると予想される。九州内でも久山（福岡）、指宿（鹿児島）、雲仙（長崎）の取り組みが始まっている。往復の時間がかかっても、行く理由づけができれば参加は見込まれる。温泉プラスαの観光、その組み合わせ次第で魅力が増す。 ・一般の入浴客との共存の問題をクリアする必要がある。入浴マナーについて教えていく必要があり、同時に受入側の理解も欠かせない。育ってきた環境の違いは変えられない（大声など）。

2 受入体制に関する感想・印象（乗客の要望・評価含む）

A社	・他県に比べ、福岡や長崎のようなターミナルはないが、岸壁の取り組み（物産展の開催、歓迎セレモニーでのバルーンリリース、太鼓演奏や忍者など）の印象が良く、ホスピタリティー的に受入が一番熱い港だと感じている。お客様の人気もあり、停泊時間の岸壁でのパフォーマンスを楽しんでいる。 【通信（Wi-Fi）】 ・乗客からの要望はない。レンタルWi-Fiの利用状況も不明。 ・あった方が良い（商店街、特に食事箇所に）。 ・Wi-Fi利用環境の情報、あれば船会社に提供する。 【決済・支払（銀聯カード、支付宝・Alipayなど）】 ・船内の他のアクティビティーの支払い方法はIDカード（乗船前に購入）。 ・欧米、台湾ともにクレジットカードがメインだが、欧米の乗客は両替利用もちらほらみられた。 ・中国人は支払は全てケータイで完結する。クレジットカード、現金を持たない。日本は不便との声。 【案内標識（施設・道順等）】 ・シャトルバスの乗り場が全然わからないというクレームあり。立て看板が欲しい。 ・基本的に日本語表記しかないが、クレームはあまりない（日本に来たのだから日本語しかないのは当たり前という認識か？）。 ・和式トイレへの不満あり（焼酎道場など）。積極的に予算つけて改善して欲しい。 【食事】 ・飲食店の情報が少ない。 ・バスの乗車人数は最低40名集めるため、40席以上確保可能な店舗が対象。 ・ホテルの利用が多い（ANAホリデイインリゾート、青島グランドホテル）。 ・料理は一席セットで、和食が多い。 ・台湾の乗客はビュッフェが不評（自国に比べ、少量のため）、また、和食は鍋物を付けてほしいという声が多い。 ・欧米の乗客は和食、ビュッフェどちらもOK（豆腐や漬物を好まない人多いが）。

A社	【日南市・宮崎県に関する情報提供（量・質）】 ・日南、宮崎の情報自体あまり知らない乗客が多い。 ・青島神社、鵜戸神宮は事前に調べて行く乗客が多い。 ・日南の温泉の情報を知らなかった。
B社	【通信（Wi-Fi）】 ・Wi-Fiのクレームはない。半分以上の乗客は重要視していない。 ・クルーのニーズはある。 ・食事スポットのニーズはあるが、観光地はない。 【決済・支払（銀聯カード、支付宝・Alipayなど）】 ・日本円は持っているが高額紙幣であり、お店の人がお釣りに困るのではないか。 ・若い人が増えているので、銀聯カードではなくAlipayなどのweb決済を導入してみては（手がかかるものではないので）？ ・ケータイ決済については確かにニーズはあるが、日南の規模で高額な投資をかけて整備する必要性を感じない（高額商品の購入頻度も低いので）。クイックペイなどの方が適している。 【案内標識（施設・道順等）】 ・今はそれほど実感がないが、今後は整備の必要性が高まるかも知れない。 ・FIT（海外個人旅行）が増えてくるとサインの必要性重視される。団体だと連れて行かれるだけなのでそこまで重視していない。 ・お店の中のサイン（レジはあちら、など）があると地元の人達との橋渡しの手段になる、乗客とのコミュニケーションがとれる。 【食事】 ・ツアーの昼食は飫肥が多い。 ・焼肉夾竹園や市内中心部の回転寿司を利用したり、地元の居酒屋6～7店舗に分かれて利用したケースもあり。 ・9割5分は食事なしのパターンが多く、観光地で各自とっている。ビジネスチャンス。 ・高知のひろめ広場では、フリーの昼食時間を活かし、商店街が各店舗趣向を凝らして集客に力を入れている。売れるものは売れているので、飫肥でも軒先でイカ焼きや焼き鳥を販売したり、もっと貪欲になってみてはどうか？ ・カツオ炙り重はやり方次第、PR次第。カツオ炙り重プラスα（鶏など）を入れるとうまくいくのではないか？ ・高知でカツオたたき体験を実施した時は、内陸の人は魚を食べないが、沿岸の人は抵抗なく食べていた。高知では、ツアー工程の中の体験メニューを作成中で、その実験段階としてカツオたたき体験が実施された。 【日南市・宮崎県に関する情報提供（量・質）】 ・食事、観光地の情報をもっと掘り下げてほしい（駐車可能なバスの台数、トイレ、受入可能人数など）。 ・官・民の連携できていて、横の連携もあるので助かっている。 ・仮設トイレ（汚れること想定）などのニーズに応じられるかどうかの情報もほしい。 ・飲食店については、日南は大きな店がないので小さなお店をまとめあげて連携をとると面白い。通訳はついている、と不安を払しょくして各店舗をまとめてはどうか？ホテルのバンケットではなく地元の商店を使う（油津商店街の「あぶらつ食堂」など）。 地元にお金が落ちる。乗客は個の集まりなので一堂に会する必要はなく、フロアや椅子の形式などが違ってもフレキシブルに対応できる。

3．行政・民間が改善すべき点、取り組むべき課題及び要望・希望

A社	◎岸壁の整備への要望 ・コンテナの位置が固定していないため、毎回困っている。移動経路が中断され、乗客の導線が途切れ不便な時あり（バスを見失うため、ガイドが迎えに行った）。また、シャトルバスの停車場所がわかりにくく、混乱した時あり。 ●飲食店のリスト化 ・昼食を含んだコースの場合、席の確保と内容、価格の調整が必要となる。かなりの席数が必要で、2,000人規模の客船の時は確保に苦労している。市、観光協会でワンストップ化して情報提供をしてほしい（40席以上受入の可否、インバウンドに積極的かどうかなど、棲み分けて）。 ●路線バスの手配 ・ツアーを利用しない乗客が多く（何百人単位）、シャトルバスで到着した日南駅からの移動が不便だとクレーム多い。路線バスは1時間1本で、駅から動けないため、タクシー利用や、自分でバスをチャーターするなど苦労している。日南駅から青島、鵜戸神宮などの人気スポットへの臨時便増便など何らかの措置をお願いしたい。 ・シャトルバスですべてまかなうと、通常のツアーが売れなくなり船会社がYESと言わない。 ●油津商店街 ・商店街が静かで、店がオープンしていない印象が強い。 ・岸壁の物産展だけに偏らず、乗客を広く分散させるために商店街でもイベントがあると良い。 ●タクシーの乗り合わせ（日南駅から青島まで） ・タクシーの絶対数が少ない。自分でバスをチャーターするケースもあり。
B社	・バスが少ない。 ・観光地の駐車スペースの確保や整備、今後大型船の受入には必要。 ・団体の食事に関する情報提供がほしい。 ・「モノからコトに」コト商品のバリエーションを広げていく、コンテンツ増やしていく。ロットは少なくていいから少しずつ始めていく。旅行会社を巻き込んで、5年後を見据えて。細分化して付加価値をつけて販売していく。 ・団体の対応と同時並行して少人数の受け入れ体制を充実させていく。有料体験（お茶のティーセレモニー、釣りなど）。 ・タクシーで回すプランも仕掛けていく。ツアーの内容もさらに細やかな内容に変わっていく。 ・例えば、登山体験はどうか？リピーターへ次の山をすすめ、次回来日への展開を仕掛けていく。都会の人はモノは持っている、余暇の充実を求めている。ショッピングよりも自分達の気持ちの満足度を求めている。 ●油津商店街への要望 ・商店街の受入の工夫が欲しい（商店街内の連携）。 ・店頭実演販売（イカ焼き、綿菓子）など、商店街あげての歓迎ムードがあると良い。桂浜の売店ではイカ焼きが一番売れている。 ・1枚1,000円の宮崎牛を焼いても売れるのでは？熊本の城彩苑では1本800円のあか牛の串焼きに行列ができた。日本で和牛を食べられて、800円は安いと感じているのかも知れない。価格よりも価値が重要。

4．その他

A社	【バスの手配】 ・2パターンの手配。ツアー用の大型バスと、ツアー不参加でも街に出たい人へのシャトルバス。チャータークルーズは乗客全員のツアー参加を見越して手配。 ・大型バスの手配台数はツアーの売れ行き、規模に応じて（平均1～2台、大きなオフィシャルツアーは30台、チャータークルーズは30～80台）。 ・大清観光と宮崎交通に依頼。 【買い物】 ・欧米のオフィシャルツアーは基本的に観光地を回る。決まった買い物スポットはないが、道の駅フェニックスが組み込まれている場合は買い物が可能。 ・台湾のチャータークルーズはイオンモール宮崎を組み込んでいる場合あり（滞在時間は2時間）。 【人気が高いお土産】 ・欧米→お菓子（お土産用と普通のお菓子どちらも）、食品。 ・台湾→お菓子、たまに家電。日本の雑貨も人気（日南では不明）。福岡ではドラッグストアや天神地下街を回ってほしいという希望があった。 【新たなコース・スポットの開拓】 ・カツオ炙り重、焼酎会社めぐりなどのスポットは知られていない。 ・欧米の乗客、最近は体験型の希望が増えている。 ・宮崎市と協議し、和太鼓の体験コースは実施済。日南では猪八重渓谷の森林セラピーを次回提案する。 ・サーフィンのコースは考えていない。需要が低い。中華圏ではサーフィンはマイナーであり、特にクルーズ船の旅でのサーフィン需要は見込みが低いと予想される。オフィシャルツアーは売れる商品を中心に提案する。 【レンタサイクルの利用】 ・ニーズはある。良いサービスだと思う。他の港になかなかないため、差別化につながる。 ・欧米の乗客はアクティブであり、個人の自転車を持参するケースもある。 ・自転車会社とジョイントして提案してみてはどうか？話題にもなりニュース性がある。 【飫肥城（あゆみちゃんマップ）】 ・欧米の乗客はタクシーの利用もあるが、歩く人が多い（港から飫肥へ歩く人も）。 ・お城に限らず、飫肥全体を楽しんでいる。まちあるき的な感覚で自由に散策している。 ・あゆみちゃんマップの存在については、船会社の認知度はある（ロイヤル・カリビアンでもマップを組み込んだコースの販売実績あり） 【クルー向けツアー】 ・クルー側からのプライベートツアー要望に応じ、提案する場合あり。低コストツアーが人気（所得が高くないため）。 ・クルーもシャトルバスに乗って駅まで行き、油津中心部や、ベスト電器まで歩く人も。 【先進地事例調査の候補について】 ・クルーズ船であれば圧倒的に沖縄。 ・海外だが釜山は素晴らしい。特にクルーズセンターは国際空港レベルに整備されており、港の規模が違う。 ・インバウンド的な候補地は飛騨高山（標識）、京都（外国人にやさしいまち）。

A社	【ファーストポートのメリット・デメリット】 ・セカンドポート以降の場合は入港から下船までにかかる時間は30分程度だが、ファーストポートは入国審査があり、1～1.5時間かかる。 ・当社としては無事に順調に確実に時間が確保できるセカンドポートの方が良い。 ・乗客はファーストポートの方が購買意欲ありか？（予想） 【QRコード】 ・情報源がありすぎて浸透してないのでは？利用の仕方に関しては、国際規格であるため浸透はしていると思う。 ・乗船前にネットで情報を調べてくるため、現地でQRコードを利用するニーズはあるのか？
B社	【その他日南市への要望】 ・ワークショップに旅行会社を入れた方がよいと提案している（オブザーバー的役割）。国を離れ日本で暮らす数名の留学生だけでは、今の中国の意見が反映されるかどうか？中国も北から南と広域である。今、お客様と接している現場の担当者の生の声を反映させる必要がある。 【先進地事例調査の候補について】 ・高知、沖縄よりも日南がはるかに進んでいる。 ・広島、境港、日南が一所懸命。現場で一緒にやっていて気持ちがいい。 ・長崎や福岡は寄港が日常茶飯事で割り切ってやっているため、特段に肩入れをしていない印象がある。福岡はむしろ受入過剰で問題が発生している（渋滞や免税店）。 【高知の現状】 ・受入の疲弊がみられる。クァンタムも昨年受入がはじまったばかりであり、大型客船の実績は少ない。 ・高知港の駐車場のバス回しについては参考になる。業者が仲立ちし駐車場との連絡体制が整備されており、15台程の駐車スペースで100台回している。投資をしているから実現している。 ・高知城は、クルーズ船の観光客を拒否しており、問題となっている。高知県と協議し公式文書作成を依頼中。 ・主要スポットは高知城ひろめ市場と大橋通商店街、牧野植物園、竹林寺、龍河洞（鍾乳洞）、桂浜、時期によっては巨峰園（ぶどう狩りとプール等）。9割8分がこれらのスポットである。 ・高知港の岸壁は油津港と同様にドラッグオン（ドラッグストア）、免税店が出店している。 ・過去には卸団地へ声掛けをした。地元コンビニや洋品店、美容院、パン屋等の商店を巻き込み、回遊するように工夫した結果、ジーンズやインテリア商品などが売れた相乗効果あり。 ・渋滞の問題はあるが、周りと連携しながら受入ができている。 ・バスの確保の問題があり、他県から9割調達している。 【沖縄の現状】 ・港の使い勝手が悪い。警備員、誘導案内などそれぞれ好き勝手やってくれという感じで連携がとれておらず、統率もとれていない。港は3箇所あり、どこも同様な状況。 ・トレーラー、コンテナと混在し、交通量が多く危険な状況の中で受入している。 ・インバウンド全体としては、看板などの案内の整備はできている（クルーズ船に限らず）。 【ファーストポートのメリットデメリット】 ・経済効果、下船時間的にはセカンドポートが良い。1日目より購買意欲高く、下船時間も長いため観光時間が多く確保できる。 ・ファーストポートのメリットとしては、バリエーションが増える。寄港船が増やせる、宮崎スタートのコースが増やせる。

B社	【下船時間について】 ・大型客船は入港から下船まで3時間かかる。 ・下船は並んで待つことはない、3時間単位で区切って降りてくる（集合時間決めて）。 【業務について】 ・全国展開。 ・昨年はクァンタム初寄船に伴い、室蘭港でバスの図面引きからルート確保まですべて行った。 ・港から受入実績がないのでどうしたらいいか等相談の依頼が来る（駐車場の問題他）。 【今後の戦略】 ・地元と連携し、フリープランのパッケージ販売を自治体向けに行っていく。5年先の展開見据え、仕掛けを行っている。 ・団体ツアーから、今後個人旅行（FIT）対象に推移していく。ジャンボタクシーや自転車の利用もありえる。小さく刻んで仕掛ける必要あり。 ・中華圏ビジネスが頭打ちになった時、その先を考える必要がある。 【国全体についての要望・希望】 ・2つの背景あり。観光客が飽きてきていること、リピーターが増加の一途をたどっていること。 ・受け入れ体制への検証の必要性を強く感じる（誘致と同時並行して）。来てほしい、と言うが、地元は4,800人を本当に受入できるのか？　寄船の都度地元からクレーム（渋滞、駐車場不足など）があり、改善されないケースがみられる。 ・観光庁で情報のとりまとめ（成功、失敗例含めた全国各地の情報交換・共有）をしてほしい。 ・港が各自治体の観光課と連携していない。観光地からの直前の受入拒否が各地で起こっている（桂浜、博多のヨットレースイベント、鹿児島の照国神社の節分など）。クルーズ船の入港予定は数か月前から決まっているのに、このような事態が起こるのは連携がとれていない証拠。 ・人が亡くなった時への対応（お骨、火葬、治療行為の支払い方法等）が未整備。運輸局が音頭をとってセーフティーマニュアルを作成してほしい。 ・「儲かっている店ほど、声をあげない（成功事例として、情報が欲しいのに）」英語表記や毎日品揃えを変えたり、銀聯カードのシステムを整備したり、売れるお店は努力している。売れない店は時が止まっている。売れない店と儲かっている店との差がある。 【新たなスポット（飲食店など）へのアプローチ】 ・ここに行ってみたい、という店へのアプローチは、ケースバイケース（日南市経由、直接旅行会社が手配、など）。 【飫肥城（あゆみちゃんマップ）】 ・あゆみちゃんマップのアイデアは面白いと思う。乗客は旅費のトータルコストを抑えるために食費を切り詰める傾向があり、価格ありきの現状だが、今後変わっていくと思う。自転車と組み合わせるなどして、もっとPRしてみてはどうか？ ・乗客はお城や神社、それぞれの違いのこだわりはない。歴史的背景を今、あわてて整備する必要はないのでは（5年後10年後はわからないが）。それよりも基礎的な整備（トイレや案内表示など）が必要。 【体験型観光への提案】 ・かんきつ類の農業体験はニーズがある。各地でも観光農園の取り組みあり（高知の巨峰、福岡のいちご）。一挙に2,000人の対応は難しいため、一部の希望者を連れて行ってはどうか？ ・200人など小分けにして、色んな仕掛けをし続けていけば、すぐに結果が出なくてもどこかで必ず「刺さる」。

B社	【食への仕掛け】 ・「100円プレート」というアイデアはどうか？トレーに好きな物を組み合わせてオリジナル定食をつくる。実際に沖縄で仕掛けている。旅行会社へ販売を提案してはどうか？買い食い好きなので椅子とテーブルだけ解放すれば好き好きに食べてお祭りムードになる。 【販売の仕方】 ・売れるものは何でも売る。靴屋さんでオムツを売るとか、福岡ではお土産屋でドラッグストアから仕入れた商品を売っている。貪欲になっていい。お金を持っているからどう引き出すか、使わせるか？ 【今後の中国】 ・今後、楽しみ方が多極化してくる。今は30年前の日本のような状態。モノが揃ってきて、子どもにお金をかけたり、健康食品や医療（歯の治療）への投資など、価値観の変化がみられる。 ・第二、第三ステージのリピーターをどう楽しませるかが課題である。 【日南市の目指す観光地のすがた】 ・観光地として、日南市はどこを目指していくのか？ラグジュアリーに特化していくのか、広く中華圏のお客様を狙っていくのか、ターゲットの設定がブレるとやり方が変わる。 ・2～3万トンの客船でかつ富裕層をターゲットにした場合、富裕層はお金を落とさないと思う。日南でお金を使うところがあるのか？すでにモノは持っている。精神的な満足度を高める仕掛けを行う必要がある。 【量販店へのアプローチ】 ・ラオックスへは、中国人受入ランドオペレーターが30社ほど登録している（福岡、東京、大阪）。 ・ラオックスのバス回しはうまくいっていると思う（必ず立ち寄るようにしている）。 ・ベスト電器は積極的でない。来るなら来ればというスタンスである。ロイヤル・カリビアン側はルートに入れたい意向があるが、当社としては今後は交渉する意志はない。

クルーズ船に関する宮崎県の取組　ヒアリング結果

対象：宮崎県（3/9観光推進課、3/6総合政策課）

調査時期：平成29年3月6日、9日

1　クルーズ船受入についての基本的な考え方（油津港を中心に）

観光推進課	・大型船、中型船（7万トン級）、小型ラグジュアリー船（1万トン級）、県内各3港ターゲットを定め、それぞれの港の良さを生かす打ち出し方が必要。 【細島港】 ・7万トン級（2,000人）寄港。CIQはそろっている（県内で細島のみ）。高千穂まで約1時間と、立地に恵まれており、港のポテンシャルは高い。 ・主要なルート…高千穂、馬ヶ背、クルスの海、美々津、日向サンパーク温泉、はまぐり碁石の里、イオンタウン日向（買い物）。日向市内の比重が高い。 ・上海発着がメインだが、今年に入り客層に変化あり。韓国船昨年初寄港、横浜発客船（欧米客多数）、台湾船初寄港。 【宮崎港】 ・2.8万トン級寄港、外国客船寄港実績なし。ハード面に課題あり（水深）、また、港の魅力をアップさせる必要もある（体験型観光への取組など）。現在は「受入の勉強中」だが、宮崎市企画政策課も外国客船の誘致に意欲あり。 【油津港】 ・16万トン級（4,000人）寄港。 ・基本的なスタンスは「物流港」。クルーズ船受入は＋α。定期船利用がメインで、クルーズ船は間借り状態。コンテナの移動など、日南市中心に調整を行い、共存が保たれている。 ・ターミナル新設→岸壁の用地確保については、相当の協議を要する。確実な需要の見込みなしでは困難。
総合交通課	・大都市圏から遠隔地にある本県にとって、人の流れ（観光客）を呼び込み、経済を活性化させることは重要な課題の一つ。クルーズ船で訪れる観光客は、大きな経済効果を生み（観光推進課が昨年度調査）、グローバル化にも寄与することから「できるだけ多くの観光客を呼び込有効な手段」として、ハードルがあればそれを積極的に解決しようとするスタンス。

2　クルーズ船受入に向けての具体的な取組（油津港、細島港、宮崎港）

（1）市（寄港地）、団体、民間事業者等への支援

観光推進課	・「支援」ではなく、当課は「チーム油津」の一パート。受入は日南市、当課は外国船社問い合わせ窓口及びセールス・プロモーション、県港湾課はハード整備、岸壁の予約は県港湾事務所など、それぞれの立ち位置で、有機的に関与しながら、チームとして動いている。 ・船社からの問い合わせ内容は様々あり、ニーズに応じ関係者を案内する場合がある。 ・行政各機関のほか、ランド社、視察の受入先の民間との連携がある。 ・油津港のCIQ整備は厚生労働省にて協議中。 ・中国は休暇が短く、4泊5日が主流であり、寄港可能なエリアが限定される。ファーストポートになると、油津港を基点として、横浜、神戸、広島など中国四国、近畿、関東方面へ流すことが可能。 ・16万トン級では広島、高知が前港（どちらもCIQあり）のパターンが多いため、密な関係にある。

総合交通課	・当課の役割として、CIQ体制の整備がある。より多くの入港を可能にするための一つの方策として、「ファーストポートが可能なCIQ体制を整備」することを目標に、これまで、知事を先頭に、国に働きかけてきた。一般的に、外国からの入船が100隻以上安定して実績としてなければ、国が管轄する「検疫港」としての体制構築は困難と言われており、本県はそれだけの実績が無いが、多くの経済効果が期待されるなど、地元の要望も強いことから、何とか入港が可能な方策等を検討してほしい旨、要請活動を行ってきた。現在は、「国に変わって検疫体制の一部を担えば検討する」との回答を受け、地方として何ができるかを検討し、国と協議している。高度な専門性等が必要となることなどもあり一つ一つ丁寧に検討、協議している。

（2）観光地案内・道路標識の整備に向けての取組（これまでの実績を含めて）

観光推進課	【案内標識】 ・道の駅やPAにある観光全体図、所要時間の表示図、県境の歓迎板、「愛称ロード」の道路標識などの種類がある。 ・主な取組は、修繕、新設、大きな看板のリニューアル、現状調査。 ・安全面の対応、道路の開通などが見直しのきっかけとなる（最近ではQRコードの取り入れなど）。 ・4か国語対応（日、英、中、韓）。 ・動線を作りたい箇所に新設。県全体の広域な周遊がねらい。 ・QRコードは県内14ヶ所の観光地PR動画を作成（約1分、多言語ナレーション付き）。 【道路標識】 ・各道路管理者と当課で、観光地の英語表記統一化を検討している（観光庁ガイドラインに基づく）。

（3）寄港地・観光・ショッピング・交通インフラなどについての船主、旅行エージェント等へのセールス、情報提供の取組

観光推進課	・船社、各担当者毎にセールス内容を変える。技術系には岸壁の延長や、寄港地観光担当者にはコース設定の提案、食事箇所のキャパシティ情報など。 ・畳は×、アレルギー対策、ツアーバスの台数や観光地を何回転周回できるかなど、ランド会社と観光地（及び事業者）がやりとりをしながらニーズに応じている。 ・船社対象のファムツアー（視察旅行）について、県コンベンション協会などと連携しながら受入を行っている。 ・当課から上海の船社へ出向くこともある。来日する船社キーパーソンとの商談会への参加（国交省主催）もある。 ・クルーズコンベンション（シンポジウムと展覧会がセットになったイベント）でのロビー活動。世界各地で年数回開催されており、クルーズ船のキーパーソンが集まる貴重な場。予算があればブースを設置し展示。

（4）その他（例：Wi-Fi、決済方法など）

観光推進課	【Wi-Fiの整備】 ・2種類の形態を提供している。自治体が提供するシステム障害が少ないタイプ、プライスダウンして電波が弱い民間向けのタイプ。後者は日南山形屋や新設された観光案内所で導入されている。 ・昨年度統一認証プラットフォーム（「MIYAZAKI FREE WI-FI」）を構築、県内10市町村、13ヶ所にて導入されている。油津港、飫肥（新設）、綾など。今後の端末拡大については、自治体や民間の自前での整備が求められる。国の交付金や県の補助金を活用。 ・Wi-Fiについては、「ユニバーサルサービス化」していくか否かが論点。行政がどこまでフォローするか、全国の自治体で同様の悩みがあるのでは？ 【決済方法】 ・中国は銀聯カード→アリペイへ移行しているが、県内でアリペイ対応可はローソンなど限られる。 ・外国人観光客の比率は中国クルーズ客よりも空の直行便がある台湾、香港、韓国が高い。決済方法のチョイスと端末整備は各店舗判断が難しいと思われる。 ・県としては、統一した端末システムを作る予定はない。 ・JCBと宮崎・大分両県の県庁・地銀が連携し、「台湾からのインバウンドプロジェクト」を実施している。現地在住のJCB会員300万人を対象。東九州道を利用した宮崎～大分ラインの動線構築がねらい。 ・広域にお金を落としてもらいたい。宮崎県南部広域連携協議会が奮闘している。 【路線バスの訪日客対策】 ・2年前、宮崎交通等に県内路線バスの整備を依頼した。外国人観光客が主に利用するバス停を対象としたナンバリングと車内アナウンス（4言語対応）。 ・県内1日乗り放題乗車券の多言語対応とパンフレット添付（観光情報）。非常に好評で売れ行きは右肩上がり。駅、空港、ホテル等で販売している。 ・クルーズ船のフリー客は滞在時間に限りがあるため、乗り放題乗車券よりも現金の利用が多いのではないか？ 【海外からみた油津】 ・海外商談会等においてここ1～2年で油津港の知名度の高まりを実感している。細島も含め、新規の船社が増加傾向にある。 【その他】 ・FIT化が進むと予測。来年あたりからFITをターゲットにした施策が打ち出されると聞く。 ・リピート増につなげるアイデア→一般的な宮崎の知名度はまだまだであり、東京、大阪、京都を訪問済みの観光客が「3番目に訪れたい」候補地に挙がるのが現状。最近の傾向として、飛行機のプロモーションを見てクルーズ船で日南を訪れる人が多い。また、片道が飛行機のツアー（台湾）も組まれている。
総合交通課	・ハード整備としては、例えば細島港で「港の静穏度を高め旅客船での宿泊や滞在に影響を与えないように港の整備を進めている（これは貨物船でも同じで、特別にクルーズのためだけではない）。 ・油津港の改良を行うことで、よりスムーズな入港はできないか、より大型船の入港はできないかといった調査（国土交通省の調査）を本年度実施中。

日南市内案内サインモニター調査　結果

1. 内容

日南市内の案内サインの多言語対応状況を把握するため、クルーズ船寄港時に船客が多く訪れる観光地を宮崎滞在期間の短い宮崎大学留学生4人に周遊してもらい、案内標識のわかりやすさや買い物のしやすさなどを調査した。

2. 調査員

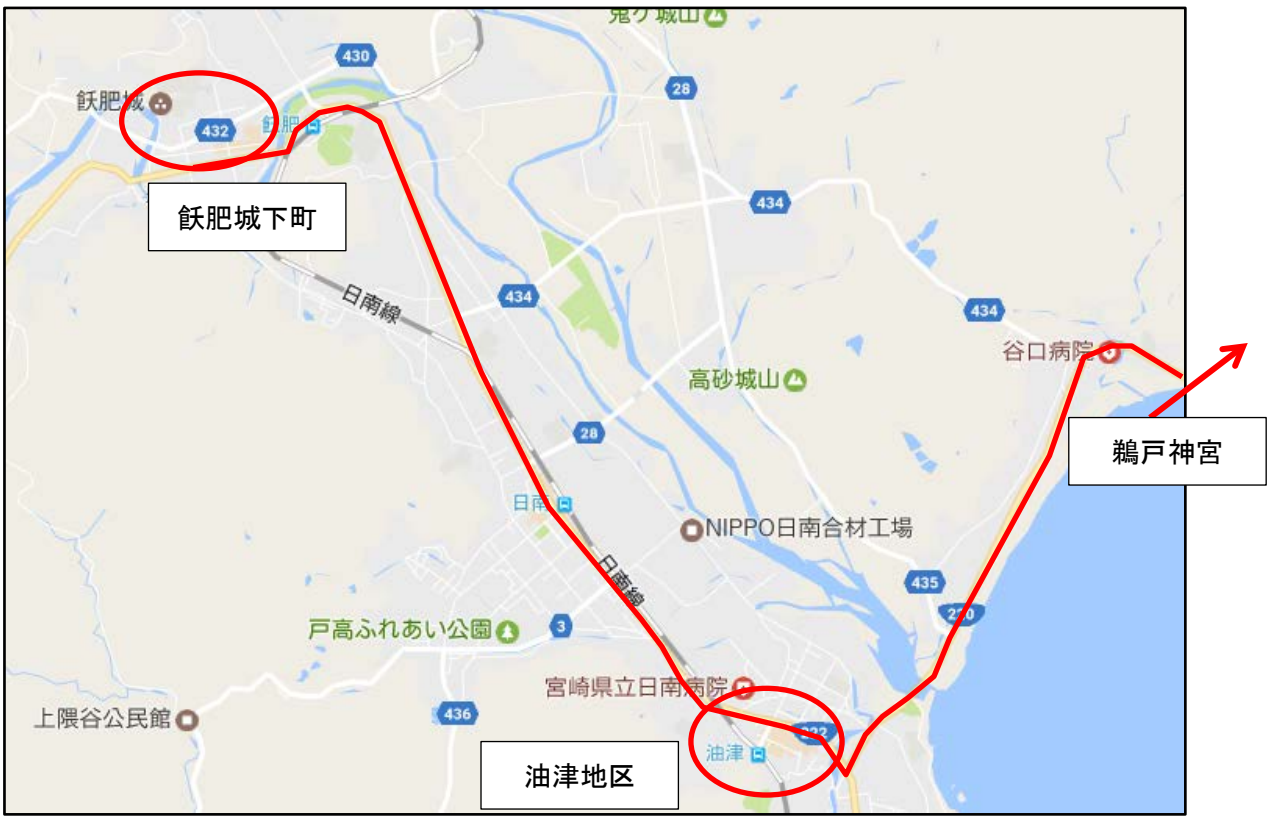
宋　维茹（修士1年）、朱　晓清（修士1年）、央毛吉（研究生）、丁文（博士3年）

3. 調査日

平成29年1月22日（日）　9:00～17:00

4. 調査場所

飫肥城下町、油津地区（商店街、堀川運河）、鵜戸神宮



5. 外国人モニターからの指摘事項

■飫肥城下町

	良い点	改善が必要な点
飫肥城	・飫肥の「オビダラリー」（雑貨店）の杉の記念品は、面白くて買いたいです。	・飫肥の松尾の丸は、「丸」の意味がわからない。また、飫肥では進入禁止やチケットの買い方について、中国語の翻訳の間違いがあった。 ・小村記念館には、中国語の説明がなかった。 ・飫肥は歴史が深いです。飫肥城にどのような人が住んでいたとか、松尾の丸の内部の説明（トイレやサウナなど）が充実すると良いです。 ・飫肥城の入り口では着物のレンタル店があればいいと思う。
城下町	・飫肥の街歩きマップは、わかりやすくて良かった。	・商家資料館の場所がわかりにくく、建物自体の看板が見にくかった。 ・食べ歩きはわかりにくかった。美味しい物の看板とか説明が少ない。

■油津地区（商店街・堀川運河）

	良い点	改善が必要な点
商店街	・カープキャンプ場と油津商店街間の赤色の案内道路は非常にわかりやすく、大変良いと思う。 ・油津コーヒーはとても美味しかった。店の雰囲気は小さなコーヒー屋よりスターバックスの様なチェーンストアに似ている。調べてみると、やはり経営者はタリーズコーヒーも運営しているようだ。	・油津商店街では、油津駅から商店街への行き方の地図がない。 ・油津商店街は特に特徴がないですが、例えばロマンティックか、和風か一つの方向で発展していいかも。 ・免税表示がない。銀聯カードの表示がない。
堀川運河・油津駅		・堀川運河では、きれいな写真を撮れるように花を植栽するなど、わかりやすい撮影スポットを作った方が良い。 ・油津駅は何もなくてちょっとつまらない。

■鵜戸神宮

良い点	改善が必要な点
・鵜戸神宮の売店では、支付宝（AliPay）が使えるので便利（宮崎でははじめてみた）。スマホアプリで、中国人はほとんどの人が持っている。また、QUICPayも中国でよく使うアプリで、暗証番号も不要。最近ローソンでも支付宝（AliPay）が使えるようだ。 ・鵜戸神宮は、景色がきれい。鳥居の赤と海の青が良い。 ・鵜戸神社のお土産ショップは試食があって良かった。	・鵜戸神宮の宮崎県の観光地の看板に、「都井岬」の中国語訳が抜けている。「人気スポット日南海岸」の中国語で、「海岸」が抜けているので、「人気スポット日南市」の意味になっている。 ・MiyazakiFreeWiFiの使い方の説明が書いてあると使いやすい。

■その他

良い点	改善が必要な点
	・全体的にWIFIの標識が小さい。もっと多く、大きくした方が良い。 ・他の留学生（タイ）から聞いたことですが、タイ語の標識（特にトイレの性別看板）が間違っているところが多い。（馬ヶ背）

「日南市におけるクルーズ船客等受入れに向けたインバウンド受入環境整備調査検討事業」ワークショップ　意見まとめ

■ワークショップ開催概要

1．目的

本ワークショップでは、外国人旅行者がわかりやすい「看板・標識の案内サインのデザイン、設置場所の提案」や「観光客の受入体制の充実に向けた方策の検討（Wi-Fi 整備、土産品の品揃えの充実）」等を目的とし、計 3 回実施する。

2．開催日と出席者

（1）日時

・1回目　平成28年12月19日

基調報告：日南市クルーズ振興室　特命主幹　山下　智慎

氏名	所属（会社名等）	班
増田　憲弘	飫肥地区自治会長	受入
本田　清大	有限会社大清観光 常務取締役	受入
岩下　英利	日南商工会議所 業務係長	受入
山下　智慎	日南市役所 観光・スポーツ課 クルーズ振興室　特命主幹	受入
野口　愛子	宮崎県 観光推進課 主査	受入
後藤　廣史	一般財団法人飫肥城下町保存会 事務局次長	サイン
徳永　煌季	飫肥地区まちなみ再生コーディネーター	サイン
河野　良則	一般社団法人日南市観光協会 事務局長	サイン
山﨑　勝弘	日南市役所 観光・スポーツ課 主査	サイン
曳田　祐太	九州運輸局 観光部 観光地域振興課 企画調査員	サイン
合計		10名

・2回目　平成29年1月26日

基調報告:日南商工会議所　専務理事　落合　兼久

氏名	所属(会社名等)
本田　清大	有限会社大清観光 常務取締役
落合　兼久	日南商工会議所 専務理事
岩下　英利	日南商工会議所 業務係長
井上　雄太	日南市役所 観光・スポーツ課 副主任主事
丁　文	宮崎大学　留学生
	合計　5名

・3 回目　平成 29 年 2 月 27 日

基調報告:オリエンタル株式会社　統括部長　蓑原　一隆

氏名	所属 (会社名等)	班分け
増田　憲弘	飫肥地区自治会長	受入
上山　智子	飫肥地区　まちづくり協議会　事務局	受入
本田　清大	有限会社大清観光 常務取締役	受入
河野　伸宏	株式会社日南山形屋　代表取締役専務	受入
山下　智慎	日南市役所 観光・スポーツ課 クルーズ振興室　特命主幹	受入
今村　有伽	宮崎県 観光推進課 主事	受入
後藤　廣史	飫肥城下町保存会　事務局次長	サイン
河野　良則	日南市観光協会　事務局長	サイン
相良　俊彦	宮崎県日南市観光ガイドボランティアの会 会長	サイン
黒木 泰光	日南商工会議所　主事	サイン
蓑原　一隆	オリエンタル株式会社　統括部長	サイン
井上　雄太	日南市役所 観光・スポーツ課 副主任主事	サイン
野口　愛子	宮崎県 観光推進課 主査	サイン
合計		13名

(2)実施場所

日南市役所　2階会議室

第１回ワークショップ
■グループごとの意見

１．クルーズ船客等の消費拡大策等（A 班）

○現状と課題

「良いところ」

岸壁の取り組み

・入港時の歓迎はよくできていると思う。
・港でのイベントは、ほかの港では実施していない。継続したものがよいと思う。
・クルーズ船寄港時の受け入れや見送りはよいと思う。物産展なども好評である。
・カラフルテントは開放的でよい。

地元の努力

・改善ができている。いろんな対応をしてくれている。
・宮大留学生による多言語版グルメレポート（you tube）
・一部の商店の人が工夫してきてる（中国語ボード、お休み処）
・バスの手配は業者さんの努力が伺える
・タブレットで翻訳アプリ対応

環境変化

・宮崎にとって良い変化が起きている。
・FIT化（海外個人旅行）、個人旅行への対応ができ始めている。
・船の発地の多様化。客層の多様化してきている。
・電気製品から日用品への変化がおきている。

「悪いところ」

コミュニケーション

・コミュニケーションの取り方に問題がある。
・外国語の案内が少ない。
・店主が外国語に対応できていない。
・伝えようとする意志が大事。
・対応する言語が多い。
・店主向け外国語講座、または翻訳アプリの使い方。
・外国語版メニューの作成ができていない。
・日本で見れる情報が中国では見れない。You tube は中国では見れない。

情報共有

・ニーズの共有（店舗向け）。情報不足。何を欲しがっているのか分からない。
・求めるものを提供できていない
・日南を代表するお土産品がない。
・外国人の方が望まれている商品が揃っているか？
・売り上げに波がある。当たる日と外れる日がある。
・商店主の温度感が違う。
・何のお店か伝わっている？
・中国ツアーがあゆみちゃんマップを買わない。売る努力、伝える努力をしているのか。
・何の店、何の資料館なのかが、良く分からない。
・識字率が低いことが理解できていない。

環境整備

・環境整備が間に合っていない。
・ゴミ箱を設置していない。やってみてだめなときに考え直す。
・港湾の延伸（王子）との調整が必要。
・免税店周辺の車が交通のジャマをしている。
・観光駐車場のみやげ店が少ない。

外部要因

・免税店への囲い込み（中国・香港発）がある。
・外国人向けにPRする内容不足（トリップアドバイザーなど）

○改善のアイデア

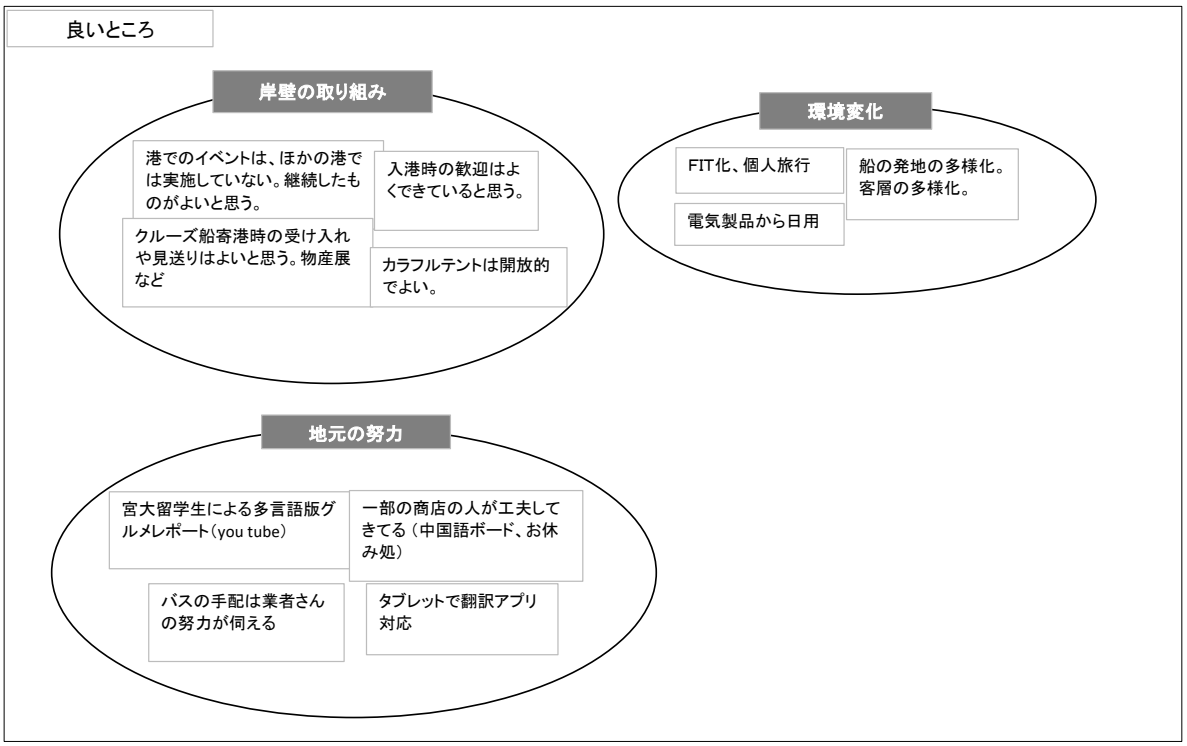
・「日本製」、「宮崎」と書いたシールを貼る
・YOUKUに掲載
・ゴミ箱設置
・クルー向けのサービス
・香港、上海事務所との連携

販売・宣伝方法

・発地ごとの行動パターン→品ぞろえを変える。
・イメージで伝える。
・情報の分析をする。
・あゆみちゃんはお得だってはっきり伝える。
・何のお店か絵で表示。
・船の中にないものを売る。パンより味噌汁。
・繁体字で宣伝する。

乗客向け情報発信

・QRコードの活用。
・翻訳技術の発達。



悪いところ
コミュニケーション
外国語の案内が少ない
店主が外国語に対応しない
店主向け外国語講座、または翻訳アプリの使い方
対応する言語が多い
コミュニケーションの取り方
外国語版メニューの作成
外部要因
免税店への囲い込み（中国・香港発）
外国人向けにPRする内容不足（トリップアドバイザーなど）
情報共有
求めるものを提供できていない
日南を代表するお土産品
何の店、何の資料館なのかが、分からない。
外国人の方が望まれている商品が揃っているか？
ニーズの共有（店舗向け）。情報不足
売り上げに波がある。当たる日と外れる日
商店主の温度感が違う
何のお店か伝わってい
中国ツアーがあゆみちゃんマップを買わない
環　境
港湾の延伸（王子）との調整）
環境整備が間に合っていない
ゴミ箱を設置していない
免税店周辺の車が交通のジャマをしている
観光駐車場のみやげ店が少ない
改善のアイデア
「日本製」、「宮崎」と書いたシールを貼る
YOUKUに掲載
ゴミ箱設置
クルー向けのサービス
香港、上海事務所との連携
販売・宣伝方法
発地ごとの行動パターン→品ぞろえを変える
イメージで伝える
あゆみちゃんはお得だってはっきり伝える
情報の分析
何のお店か絵で表示
船の中にないものを売る。パンより味噌汁
繁体字で宣伝
乗客向け情報発
QRコードの活用
翻訳技術の発達

2. 案内サインの整備計画等（B 班）

○現状と課題

「良いところ」

飫肥杉（地元産）
オビスギをところどころ使っている
日南らしさの材料、飫肥杉

景観維持等

・案内板が少ないことで景観を保っている
・交通量、人口が少ないから見えやすい

「悪いところ」

統一性の欠如

・日南市の統一的なサイン計画がない
・統一性が必要
・サインの整備の前にコンセプトが必要
・デザインが統一されていない
・目立つ看板ではなく、すぐわかるデザインが少ない
・他の事業との兼ね合い

設置場所の適切さ

・設置場所が適切でない（目的地の近くまで行かないと分からない）。
・市有地にしかサインを建てられない（私有地）。
・案内板を設置できるところが限られている
・そもそも案内サインがどこにあるのか？案内サインが関係者にも周知されていない
・案内サインが市民に周知されていない
・交通機関の表示が少ない
・案内したい場があるのに、サインが設置されていない

地域ごとの課題

・油津町中では港へ帰るルートも案内すべき（油津）。
・油津商店街の案内板がない（店の紹介など）。
・伝建地区に合ったサイン（色・デザイン）が出来ていない。
・各施設ごとのデザインがほしい（飫肥）。
・商店街に外国人が来た時のメニューサインがほしい。

サインの内容（観光客のニーズ）

・サインの中身が伝えたい内容で、知りたい内容ではない
・観光地の歴史など紹介する看板が少ない
・説明がほしいところにサインがない

テクノロジーの活用

・ARなどを活用した案内がない
・オーディオサインがないのはなぜ？
・GPSを利用した案内システム

多言語対応

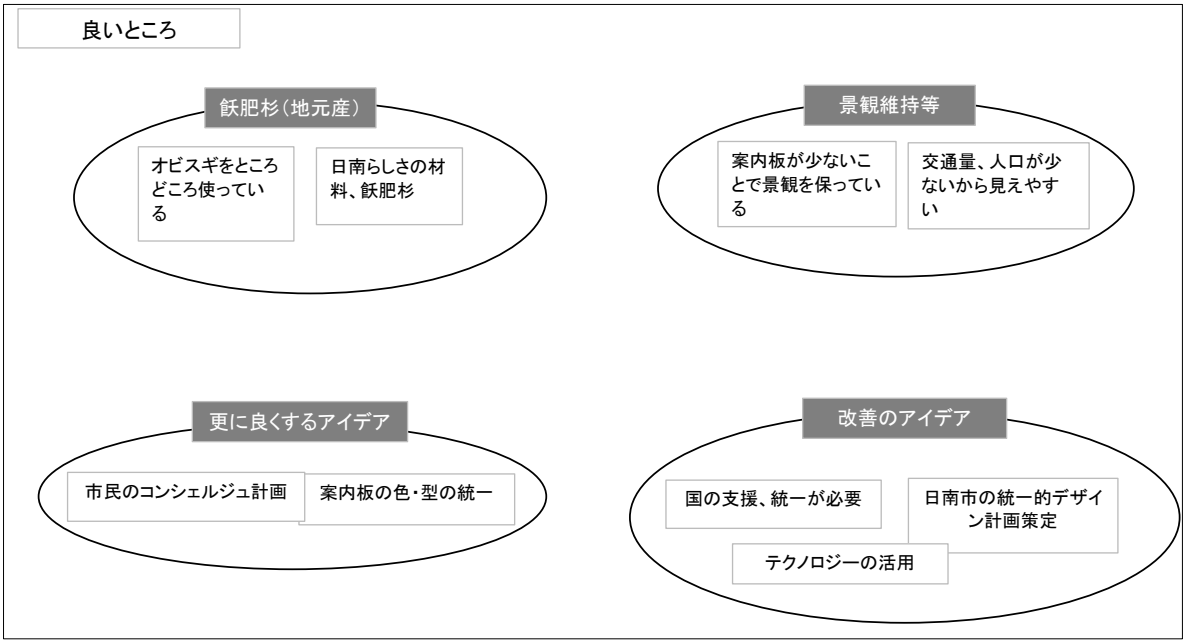
・多言語が統一されていない
・中国語（2）、韓国語、英語、日本語の同じ情報が1枚のサインに入っている
・国、県道の案内表示も多言語ST

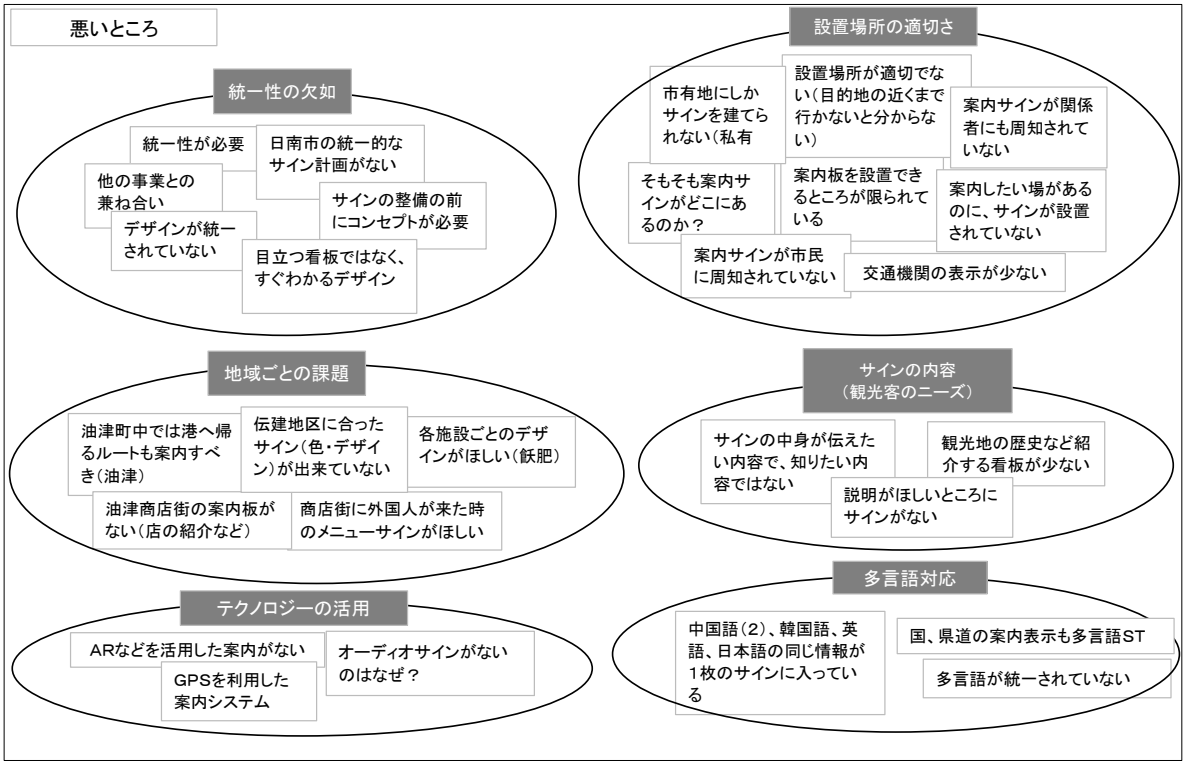
○改善のアイデア

・国の支援、統一が必要。
・日南市の統一的デザイン計画策定。
・テクノロジーを活用する。

○更に良くするアイデア

・案内板の色・型の統一。
・市民のコンシェルジュ計画。


良いところ
飫肥杉（地元産）
オビスギをところどころ使っている
日南らしさの材料、飫肥杉
景観維持等
案内板が少ないことで景観を保っている
交通量、人口が少ないから見えやすい
更に良くするアイデア
市民のコンシェルジュ計画
案内板の色・型の統一
改善のアイデア
国の支援、統一が必要
日南市の統一的デザイン計画策定
テクノロジーの活用


悪いところ
統一性の欠如
統一性が必要
日南市の統一的なサイン計画がない
他の事業との兼ね合い
サインの整備の前にコンセプトが必要
デザインが統一されていない
目立つ看板ではなく、すぐわかるデザイン
設置場所の適切さ
市有地にしかサインを建てられない（私有
設置場所が適切でない（目的地の近くまで行かないと分からない）
案内サインが関係者にも周知されていない
そもそも案内サインがどこにあるのか？
案内板を設置できるところが限られている
案内したい場があるのに、サインが設置されていない
案内サインが市民に周知されていない
交通機関の表示が少ない
地域ごとの課題
油津町中では港へ帰るルートも案内すべき（油津）
伝建地区に合ったサイン（色・デザイン）が出来ていない
各施設ごとのデザインがほしい（飫肥）
油津商店街の案内板がない（店の紹介など）
商店街に外国人が来た時のメニューサインがほしい
サインの内容（観光客のニーズ）
サインの中身が伝えたい内容で、知りたい内容ではない
観光地の歴史など紹介する看板が少ない
説明がほしいところにサインがない
テクノロジーの活用
ARなどを活用した案内がない
オーディオサインがないのはなぜ？
GPSを利用した案内システム
多言語対応
中国語（2）、韓国語、英語、日本語の同じ情報が1枚のサインに入っている
国、県道の案内表示も多言語ST
多言語が統一されていない

第2回ワークショップ
1．クルーズ船客等の消費拡大策等

【現状】

〇ツアーの現状

・車の利用はない（レンタカー　香港人のみ利用可）
・油津はファーストポートではない。（八代、長崎、福岡、沖縄）
・9割がバスツアー（観光地 2 ヵ所、買物 1 カ所）
・県内陸運局に 120 台登録がある。100 台弱が観光に使える。足りないと鹿児島大隅からかりている。
・農業体験はニーズは低い。
・きれいな海をもっとPRして欲しい。
・せっかく来たのだからきれいな所でおいしン物を食べたい。
・鵜戸神宮みたいな景色がきれいなところが好き。
・松尾の丸が気に言っている。（留学生）
・クルー向けのビーチバレーをやったことがある。朝日健太郎を呼んだ。

〇観光スポット

・神社は一つ見ればよい。鵜戸神宮が一番。（留学生）
・日南の海はきれい。海岸線が好き。（留学生）
・食べ歩きよりかつおと飫肥天（留学生）
・WiFi が使えるところが少ない（WiFi スポット）。
・目立ったところ、絵になるところに行きたがる。行った先の写真を必ずアップしている。

〇商店街

・油津商店街　人が少なすぎる。情報が少ない。（例：ブランド品を買うなら山形屋）
・人が並んでいないと、心理的に買いたくない、食べたくない。
・油津コーヒー、湯浅豆腐はコンスタントに人気がある。魚屋、ラーメン屋も。
・カツオ炙り重は、生かつおを使っている。
・クルーがキッチンカーや油津商店街で食事をしている。リピーターがつき始めている。
・色んなものをちょっとずつ食べたい（地鶏、チキン南蛮等）。
・屋台が好き。店頭でのパフォーマンスも。
・飫肥城、カツオ炙り重が良い。食べ歩きが好き。

〇支払い

・ATMが港に欲しい。銀聯カードは使えるが小さな店は使えない。
・支付宝（アリペイ）が使えるところが良い。ローソンが使えるようになった。今後普及する。

〇集客

・クルーズ船は三か月前に販売する。桜はタイミングがずれると怖い。
・旅行での体験は必要。
・歴史（飫肥）に音声や動画があると良い。またその時代の人形があると良い。
・動画を見せるには、WiFi が必要になる。

〇温泉について

・温泉の人気が無い。あんまり知られていない。ぜひPRしてほしい。
・温泉は今のところPRしていない。
・温泉。日南にあることを知らない。
・温泉施設が多人数の受け入れ可能か。
・温泉は、湯布院、別府、黒川に負ける。
・温泉のキャパとクルーズ客の人数のマッチングが難しい。

【改善のアイデア】

・一番大きな船にはクルーが 1,700 人。これをターゲットに。
・写真スポットを作る。写真スポットマークをつくりそこにWiFi も使えるようにする。
・港に屋台村をつくる。
・クルーズ船(乗船許可証)を目印に割引をする。
・飫肥にキッチンカーを持ってきては？
・イメージの統一。日南とは？⇒思い出に浮かぶ写真、映像。
・情報の提供の仕方をコントロールすることが大事。
・口コミ、リピーターを増やすような体験をしてもらうことが大事。
・VIPに特化した体験コースをつくる。
・割引サービス（クルーズ船のシールが貼っている店）があると良い。
・公共交通機関（路線バス、JR）の活用。
・タクシーの活用（乗り合せるとお得）。
・バスツアー⇒個人でプランを組めないか？
・VIPプラン　料金設定が高いプランの設定。
・銀聯カードや支付宝（アリペイ）が使えるようにする。
・季節に応じての観光の紹介（例：桜）

2. 案内サインの整備計画等

【現状】

・必要なところに地図があるか。設置場所の検証が必要。人は人が多いところに行く。
　また人が集まると危険なところがある。
・街中の案内版の工夫ができないか。
・案内板の設置の検証。
・設置場所が正しいのか。定点観測が必要。
・動画を見せるには、WiFi が必要。

【改善のアイデア】

・音声情報が大事。
・WiFi を使用出来る範囲を広くする（特に写真スポット）。
・飫肥城の歴史について音声案内をする。

第3回ワークショップ
1．クルーズ船受入に対する全国の取り組み状況など

【オリエンタル株式会社　蓑原氏】

中国のツアーは9割が募集のタイミングから観光が決まっている。欧米船社の場合は、船の中でツアーの募集をしている。

各社が部屋を200キャビンとかまとめて買う。会社が日本のランド会社にいくらでやってくれるか投げかける。

オリエンタルなどの37社の会社がランド会社1人当たり3,500円くださいというのが、実は1,500円逆に払う格付けになっている、免税店ビジネスにのっかっているので自由が利かない。

昨年から自由行動パッケージを実施している。事実を子供に伝えたいということで原爆資料館にいった。本物の歴史にふれさせたいというリピーターが増えている。ツアー旅行の楽しみ方が増えている。これから2、3年でアメリカも変わる。次にどのようなクルースがくるか。ヘッドオフィスがどんどんこのマーケットに入って来ている。

欧米系と同じような楽しみ方が出てくるとみている。ジャンボタクシーなどの利用も出ている。

クルーズ船ビジネスは、中国の旅行会社、日本の旅行会社、免税店、船社も入りこんでいてすごい状況になっている。ランドオペレーターに各社が営業している。各社の思惑が入り混じっている。これからお客さんも変わってくる。

【総括】

タクシーを100台動かすと、どう観光地を回すのか、迷子になったときにどう対応するのか。言葉の問題があったときにどうするのかを話をしている。弊社では、無線と緊急連絡先がのっているカードを配っている。自由行動の時に販売店舗から電話がかかって来る。今、何を言っているか分からない。色、サイズ、両替とか。商店街に配って、何かあったら連絡して下さいと伝えてある。

タクシーの場合は、既存の観光コースを作って、指差しで対応している。
無線を使ってグループの番号とタクシー番号を結びつけて、どこに行っているのか把握している。小グループ化が増えてくるとこのような対応が必要になる。

まだ中国はビザがないので、実は自由行動ができないことになっている。添乗員がいて一緒に行動することが前提で、仮上陸許可が下りている状況。基本は自由行動ができない。まれに所要ビザやマルチビザを持っている人がいる。今後は、どう自由行動をさせるかが課題になってくる。

自由行動なしと販売しているが、中身は自由行動ありということになっている。そこを船社や旅行会社にPRしていくことになる。

またボランティアではなく、有料ボランティを育てることが大事と考える。免税店のボランティ

アガイドは崩壊すると思う。商売としてできるガイドを育てることが必要。高知とか地元のガイドを雇っている。現場慣れていないとギャップが生じる。

また、ぜひまちのにぎわいを作っていただきたい。「コト消費」といわれているが、ツアーの質をあげて、中国のマーケットに販売していくことがなかなか厳しい現実がある。

博多も20名からスタートしたが今はバス6台までになっている。お客さんの口コミで増えている。個人のお客さんを取りこんでいく。船社や旅行会社へのPRもそうだが、個人のお客さんから個人からすそ野を広げていくことが大事。

中国のお客さんは、下船した時にパンフレットをもっている人や工程表を持っている人がほとんどいない。QRコードとか看板を駆使して個人へPRしていく。紙媒体はほとんど中身を見ないか捨てられている。自由行動プランをQRコードとかに結び付けていくかが課題となる。

2. ワークショップの結果

（1）案内看板・サインの設置場所、デザインの提案

①案内看板・サイン（誘導看板、案内看板）の具体的な設置場所について

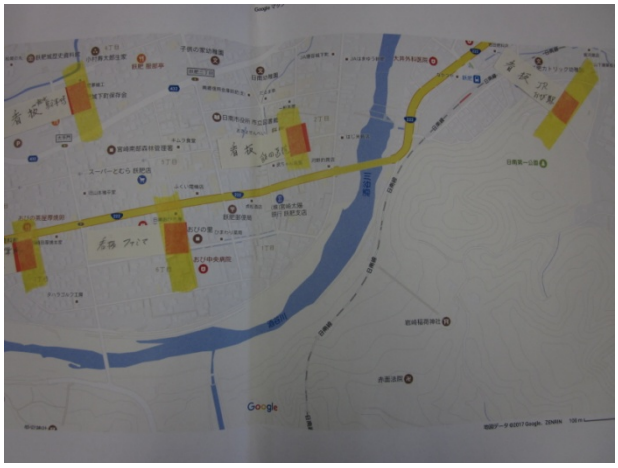
国道沿いに設置。港入口に看板を設置。春日町の分岐点に設置。山形屋と観光協会と駅の 5 カ所に設置。

商店街にも回ってもらえる。QRコード付きで畳一畳くらいの大きさ

飫肥地区においては、駅とファミリーマート、飯田医院、飫肥城駐車場、宮崎交通の５カ所。

シャトルバスの発着所。港と油津駅。山形屋にも発着所ができればそこにも設置。

【飫肥地区】



【油津地区】

【港】

【シャトルバス発着所】

②案内看板・サインの内容

きっちり日南の情報をのせる。QRコードを付けて観光情報に飛んでもらう。興味のあるところに飛んでもらう。

Wifi ができる場所を増やす。県の無料Wifi は、飫肥城駐車場と油津港、鵜戸神宮、山形屋の 4 カ所しかない。

実際の現場の導線調査をして情報を集めて実際に検討した方が良い。

1. 大きな看板でQRコードを付けた物を国道沿いに設置（畳 1 畳程度）
2. シャトル場所発着所にも設置
3. QRコードのアクセス先は、散策マップの情報と連動し。食事・買い物などカテゴリー毎に情報を入れる（チョロ船、酒蔵体験など）。
4. 将来的にはホログラム技術など最先端のテクノロジーを採用
5. デザインは地域の素材（オビスギ）を生かしたい
6. 看板には無料Wifi が使用できるようにする。
7. お店が空いているかどうかの情報（電子的な連動）

（2）消費拡大策等

・巡回バスの運行。有料・無料は検討していない。
・油津地区はスタート地点で、消費する場所。油津港で、賑わい創出しているが。港で滞留させるのではなく、油津商店街にお客さんを移動させる。油津商店街をにぎやかにさせるプロセスが必要。
・油津港で日南の情報を取れる仕組みをつくる。油津港で飫肥城や鵜戸神宮等の情報を取れるようにする。
・看板をばんばんたてると景観が損なわれる。飫肥地区は変わらないことも大事。
・中国人観光客とコミュニケーションをどうとるか。
・交通手段がタクシーや市が管理しているシャトルバスに限られている。ツアーバスがメインになっている。巡回バスを運行することでフリーのお客さんを捕まえる。
・タクシーを利用した時に日本語が分からない人がここにいきたいと地図やパンフレットを指す。その際に帰りが不安なので、油津港に帰りたいというカードをつくる。タクシーに乗る人にプレゼントする。
・決済手段の充実。多様な決済手段を用意することで中国人に優しい街になる。
・油津地区の商店街の賑わいが少ない。欲しいものを売っていない。物産の吸収。免税店を商店街に出してもらう。キッチンカーを商店街に持って来る。
・商店街で使えるバウチャークーポンを販売する。1 割をツアー会社にバックする。
・船社・ツアー会社が商店街に送りやすい仕組みをつくる。
・飫肥地区は多言語のコミュニケーションが取れていない。
・ボランティアガイドが配置されるが、その人は飫肥の事を知らない。飫肥の事を知っている人を探してきてその返答をしている。ボランティアの育成をして、飫肥の事を理解して、中国語で伝えるようにする。通訳ボランティアのしゃべることのメリットを与える。例えば、有料施設に年間無料で入れるようにする。自分がみたものを自分の言葉で伝えてもらう。
・通訳ボランティアの研修をしているが足りないこともある。
・タクシーの多言語化の指差しマップを渡しているが、利用されていない。買い物・タクシー両面使えるようになっているが、現実は使ってもらっていない。啓発が必要と感じた。
・体験型の開発をしていったほうが良いのではないか。マグロの切り身を自分の包丁で切って寿司を握って食べる。オビスギを使って加工品をつくるとか。

■めざす姿
◯日南市全体
・巡回バス（油津港⇒油津商店街⇒飫肥城⇒鵜戸神宮）
◯油津地区
・油津港物産展の吸収
・油津港での情報発信（きっかけ作り）
◯飫肥地区
・（観光客と）コミュニケーションがとれるようになる

	現状と課題	解決策
日南市全体	・交通手段が限られる ・ツアーバスがメインとなっている ↓ ・独自のシャトルバスが嫌われる	・巡回タクシーの運行 ・タクシー利用時の案内カードの作成 ・決済手段の充実
油津地区	・賑わいが足りない ・欲しいものが売っていない	・油津港物産の吸収 ・キッチンカーの配備 ・バウチャークーポンの発券
飫肥地区	・他言語コミュニケーションが取れない ・他言語ガイドがいない	・人材育成 ・通訳ボランティアのメリット創出 ・飫肥のボランティアガイドの育成に着手 ・タクシー利用、指差しマップの作成

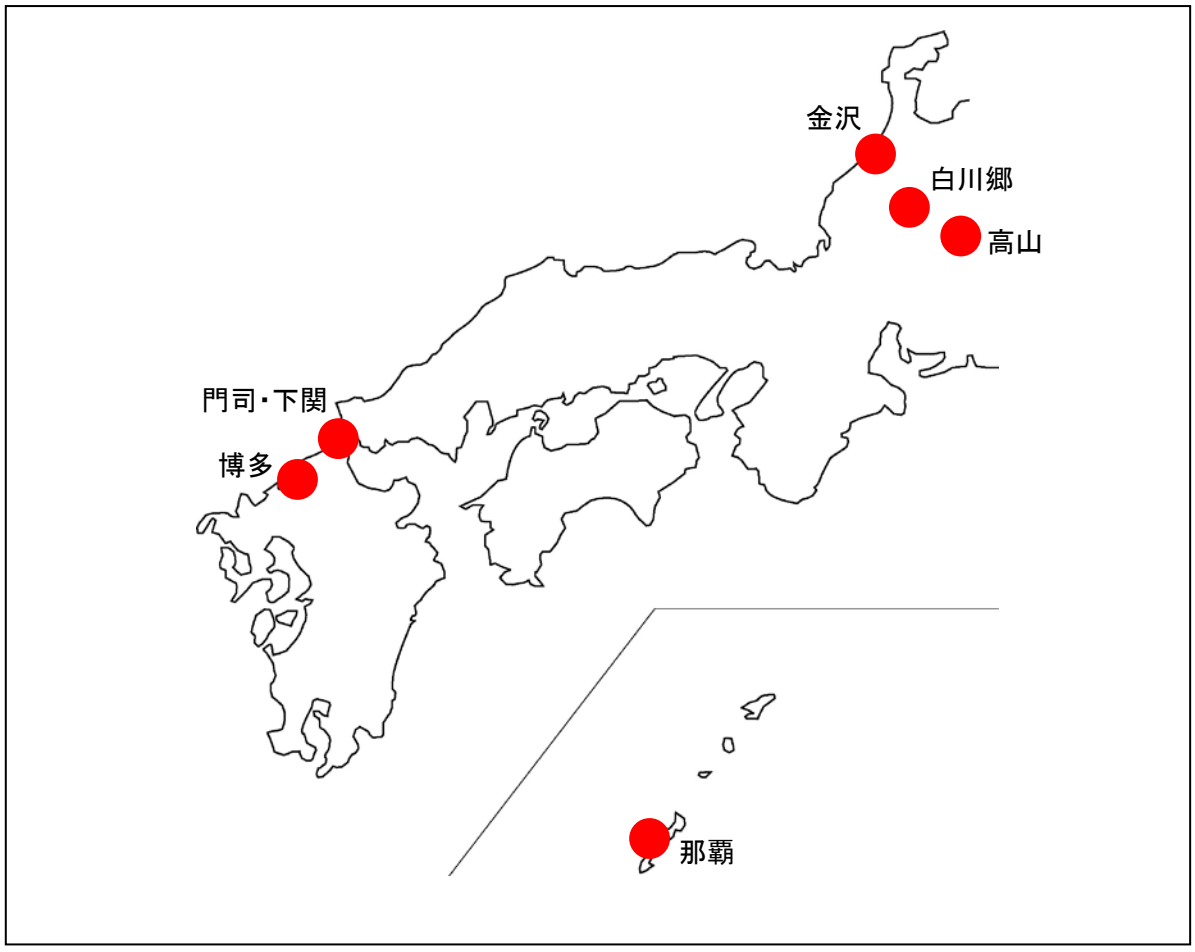
先進地事例調査　まとめ

1．目的

日南市を訪れた外国人旅行者がわかりやすく観光地を周遊できるよう、観光案内サインの取組や歴史文化施設等の活用において先進的な取組を調査するため、先進地事例調査を実施した。

2．調査対象地・調査日

(1)博多(平成28年12月3日)
(2)門司・下関(平成28年12月27日、28日)
(3)那覇(平成29年3月16日、17日)
(4)金沢(平成29年3月18日)
(5)白川郷(平成29年3月18日)
(6)高山(平成29年3月19日)



3. 調査結果

（1）博多（平成28年12月3日）

・駅やバス停に案内地図を配置することで、公共交通機関から次の目的地までの移動がわかりやすくなっている。（図1－1、図1－2、図1－3、図1－9）

・地図にピクトグラムを多用することで、ユニバーサルデザインに配慮している。凡例を多言語表示し、地図が見やすくなっている。（図1－2、図1－7、図1－8、図1－9）

・ランドマークの写真やイラストを掲載することで、移動の際の目印がわかりやすくなっている。（図1－1、図1－4、図1－9）

・QRコードを記載することで、インターネットを介した観光案内を行っている。（図1－1、図1－9）

・施設までの距離を記載することで、誘導サインの効果を高めている。（図1－4、図1－5、図1－8、図1－9）

＜図1－1＞

＜図1－2＞

＜図1－3＞

＜図1－4＞

80
m
であい船
FUKUOKA WATER-BUS
那珂川水上バス
福冈水上巴士
후쿠오카 수상 버스
FUKUOKA WATER-BU
天神中央公園のりば（福博であい
Tenjin Chuokoen Water-Bus Station (Fukuhakudeai-

＜図1－5＞

マリンメッセ福岡 370m
Marine Messe Fukuoka
马林美瑟福冈 마린멧세 후쿠오카
福岡国際会議場 630m
Fukuoka International Congress Center
福冈国际会议场 후쿠오카 국제회의장은
福岡サンパレス 680m
Fukuoka Sunpalace
福冈太阳宫 후쿠오카 선팔래스
福岡国際センター 780m
Fukuoka Kokusai Center
福冈国际中心 후쿠오카 국제 센터
ベイサイドプレイス博多 840m
Bayside Place Hakata
贝色之浦博多 베이사이드 플레이스 하카타

＜図1－6＞

ふくおか観光マップ Fukuoka tourist map

＜図1－7＞

南区

＜図1－8＞

ベイサイドプレイス博多埠頭
400m BAYSIDE PLACE HAKATA-FUTOH
베사이드 플레이스 하카타 부두
福岡サンパレス
250m FUKUOKA SUN PALACE
후쿠오카 선 팰레스
福岡国際会議場
200m FUKUOKA INTERNATIONAL CONGRESS CENTER
후쿠오카 국제회의장

＜図1－9＞

中央ふ頭
クルーズセンター
Chuo Wharf Cruise Center
マリンメッセ福岡
Marine Messe Fukuoka
福岡国際会議場
Fukuoka International Congress Center
福岡サンパレス
ホテル&ホール
Fukuoka Sunpalace Hotel & Hall
福岡国際センター
Fukuoka Kokusai Center
ベイサイドプレイス博多
Bayside Place Hakata

（2）門司・下関（平成28年12月27日、28日）

・“レトロ”をキーワードとする門司港や下関では、施設の写真が表示された観光案内地図が整備されており、目的地の外観がわかりやすいように工夫がされている。また、門司港では施設営業時間も表記されている。（図2－1、図2－2、図2－7、図2－8）

・案内サインには、地図と目的地までの距離が表記されている。（図2－3、図2－4、図2－5、図2－8、図2－8）

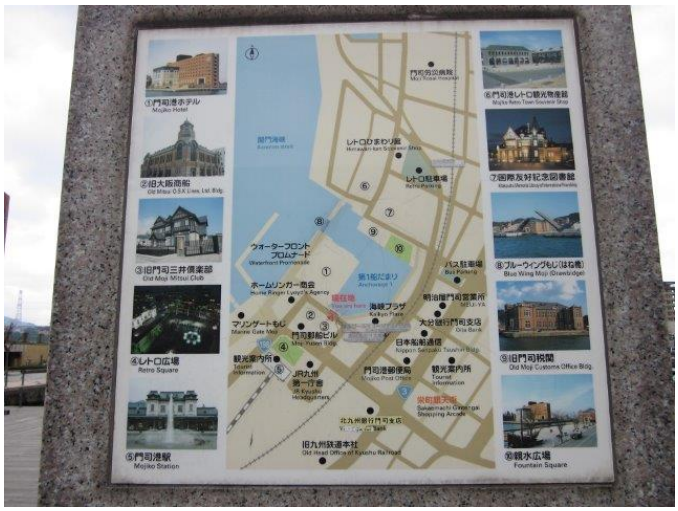
・撮影スポットではフリーWi-Fi が整備されており、SNS に写真をアップしやすくなっている。（図2－6）

・ピクトグラムを使用したサインにより、トンネル利用の注意や緊急時の対応等が外国人にもわかりやすいように配慮されている。（図2－10、図2－11）

◯門司

＜図2－1＞

＜図2－2＞



＜図2－3＞

関門海峡ミュージアム（海峡ドラマシップ）
Kanmon Strait Museum (Kaikyo Dramaship)
890m
ブルーウィングもじ（はね橋）
Blue Wing Moji (Drawbridge)
220m
展望室・観光物産館
Observatory.Town Souvenir Shop
210m
旧門司税関
Old Moji Customs Office Bldg.
120m
国際友好記念図書館
120m

＜図2－4＞

関門海峡ミュージアム（海峡ドラマシップ）
Kanmon Strait Museum (Kaikyo Dramaship)
890m
ブルーウィングもじ（はね橋）
Blue Wing Moji (Drawbridge)
220m
展望室・観光物産館
Observatory.Town Souvenir Shop
210m
旧門司税関
Old Moji Customs Office Bldg.
120m

＜図2－5＞

Sankiro (a historic Japanese restaurant)
350m

＜図2－6＞

○下関

＜図2－7＞

＜図2－8＞

＜図2－9＞

＜図2－10＞

＜図2－11＞

（3）那覇（平成29年3月16日、17日）

・首里城をはじめ観光地の距離や内容、周遊コースがわかりやすく多言語表記されている。（図3－1、図3－2、図3－3、図3－4、図3－9）

・市街地の案内サインには、海抜が表示されており、避難場所や津波避難ビルの場所も掲載されている。また、一時避難場所の案内サインも多言語表記で設置されている。（図3－5、図3－6、図3－7、図3－8、図3－12）

・イラストや色分けによって、わかりやすい誘導サインの工夫がされている。（図3－10、図3－11）

＜図3－1＞

＜図3－2＞

＜図3－3＞

＜図3－4＞

＜図3－5＞

＜図3－6＞

＜図3－7＞

＜図3－8＞

＜図3－9＞

※平成27年度沖縄県補助事業で整備（多言語観光案内サイン整備事業）

→「仕様書」は別添

＜図3－10＞

＜図3－11＞

＜図3－12＞

○首里城

・城内案内

・館内案内

・館内展示物

多言語観光案内サイン整備業務委託仕様書

1　**業 務 名**　　多言語観光案内サイン整備業務委託

2　**委託期間**　　契約の締結日から平成28年3月18日(金)まで

3　**業務概要**

本件業務は、本市の歴史と文化の中心であり、多くの来訪者が訪れる首里地区において、来訪者を目的地まで適切に誘導するとともに、地区内における回遊促進を図ることを目的に多言語観光案内サインを整備する。また、整備する案内サインの文字表記は多言語翻訳し、外国人観光客の利便性向上を図る。

なお、整備予定地、周辺案内板及び誘導案内板の設計図書は以下のとおりである。

(1)整備予定地　　(別紙1)　平成27年度多言語観光案内サイン整備予定箇所

(2)設計図書　　(別紙2)　設計図面(周辺案内板及び誘導案内板)」

4　**業務範囲**

本件業務の範囲は、次に掲げるとおりとする。

(1)　多言語観光案内サイン整備予定地の現況調査業務

(2)　多言語観光案内サイン製作及び整備業務

(3)　事務管理業務

(4)　業務完了報告

5　**業務要件等**

(1)　多言語観光案内サイン整備予定地の現況調査業務

①　首里地区へ多言語観光案内サインを整備するにあたり、整備予定地の各種条件(機能性、耐久性、景観、法的要件等)に関する現況調査を実施し、委託者へ報告すること。また、現況調査の結果に基づき、計画変更の必要性が生じた場合は、より適切な整備箇所を提案すること。

②　整備予定地に関係する団体(地域自治会等)に対して、必要に応じて、多言語観光案内サインの整備に関する事前説明、意見交換を実施し、円滑な合意形成を図ること。

(2)　多言語観光案内サイン製作及び整備業務

多言語観光案内サイン(周辺案内板3基、誘導案内板7基)を製作し、整備すること。

なお、多言語観光案内サインの製作及び整備にあたっては「那覇市公共サイン計画」に準拠すること。

ア　デザイン及び表記情報について

①　周辺案内板及び誘導案内板の基準となる設計図書は委託者から受託者へ提供し、受託者は設計図書を基に都市景観形成地区に相応しいデザインを提案すること。具体的なデザインは、道路管理者等の関係機関と協議のうえ、決定するものとする。

②　表記情報は、日本語、英語、中国語(簡体字、繁体字)、韓国語に翻訳し、多言語表記すること。また、表記する文字内容はネイティブチェックを実施すること。

③　地図情報には、委託者が指定する史跡、旧跡等の文化財情報を表記すること。

イ　材料について

表示面は、10年以上の耐用年数を有するもので、かつ、落書き、貼り紙、破損等のいたずら防止機能を備えた材料を使用することとし、品質証明書を提出すること。また、表示面以外の材料についても、沖縄の特殊な気候に配慮した塩害対策、台風対策等の適切な処理を施すこと。

ウ　整備業務について

①　整備業務は、業務責任者立会いのもと実施すること。

②　周辺環境に配慮し、安全対策、安全管理を徹底すること。

(3)　事務管理業務

ア　実施計画の策定

受託者は業務内容、業務責任体制及び工程表等を示した実施計画を策定することとし、業務責任体制には業務の実施に必要な資格要件等を明記すること。

イ　業務責任体制の明確化等

受託者は、本件業務の実施に必要な能力、資格、経験を有する業務責任者及び作業者を定めるとともに、業務責任体制を明らかにすること。契約期間中は、専任の担当者(委託者との連絡調整担当者)を配置すること。

なお、業務にあたる者に欠員が生じた場合は、速やかに同等又はそれ以上の経歴を有する代替者を充てられる体制を整えること。

ウ　会議の開催

受託者は、委託者への業務進捗状況の報告、協議を目的とした会議を定期的に開催すること。

エ　許認可手続き

本件業務の実施に必要な各種法令や条例に基づいた各許認可の手続きについては、委託者本人が行わなければならない場合を除き、受託者が代行して行うこと。

オ　ドキュメント等の整備と保存

本件業務で使用したドキュメント類を整理し保存すること。

(4)　業務完了報告

本件業務が完了したときは、次の成果物(印刷物はフルカラー)を速やかに甲へ提出すること。

ア　業務完了報告書

イ　実績報告

①　実施計画書

②　現況調査内容及び結果

③　製作及び整備過程の記録
④　使用材料、製作物の品質・耐用年数等を証明する書類(品質証明書、工場検査証等)
⑤　設計図書、構造計算書、その他製作及び整備に必要な図書類
⑥　許認可申請及び許可書等の書類の原本もしくはコピー

ウ　ア～イのドキュメントを印刷した資料一式(正２部、副１部)
エ　ア～イのドキュメントを保存した電子記憶媒体(正２部、副１部)

4　業務実施における留意事項

(1)　資料の提出及び説明等の協力について

本件業務は沖縄県の補助事業(多言語観光案内サイン整備事業)を活用するものであり、補助金の適正な執行を確認する為、本仕様書に定める成果物以外にも、必要に応じて資料の作成やエビデンスを求める場合がある。その際は求めに応じ、積極的に協力すること。

(2)　経費の対象

本件業務の実施に係る一切の経費(会議費、消耗品費、見本等の製作費、許認可手続きに係る手数料等)は契約金額に含む。

(3)　業務適用範囲の確認

本仕様書に記載のない事項であっても、社会一般に実施される業務項目は、本件業務の範囲とする。なお、当該項目について疑義があるとき、受託者は委託者と協議することができる。

(4)　業務成果の帰属等

ア　取得財産について

本件業務で取得した全ての財産は、委託者へ帰属するものとする。

イ　著作権の帰属

本件業務の実施により生じた著作物に関する全ての著作権(著作権法第 27 条及び第 28 条に規定する権利を含む。)は、委託者へ帰属するものとする。

ウ　著作権の処理

本件業務の実施による成果物は、映像、画像等の著作権上の権利関係を済ませたうえで納入すること。また、それらに関する紛争が生じた場合は、受託者の責任において対応するものとし、委託者は責任を負わない。

エ　後年度負担

本件業務の実施において後年度以降(平成 28 年度以降)経費が発生する場合、委託者は負担しないものとする。

（別紙1） 平成27年度 多言語観光案内サイン整備予定箇所

1. 首里城前交差点（周辺案内板①）

2. 首里高校前（安国寺側）（誘導案内板①）

3. 真珠道・金城町の石畳道（誘導案内板②）

4. 大アカギ（誘導案内板③）

5. 真珠道入口（誘導案内板④）

6. 崎山町石畳道・赤マルソウ通り（周辺案内板②）

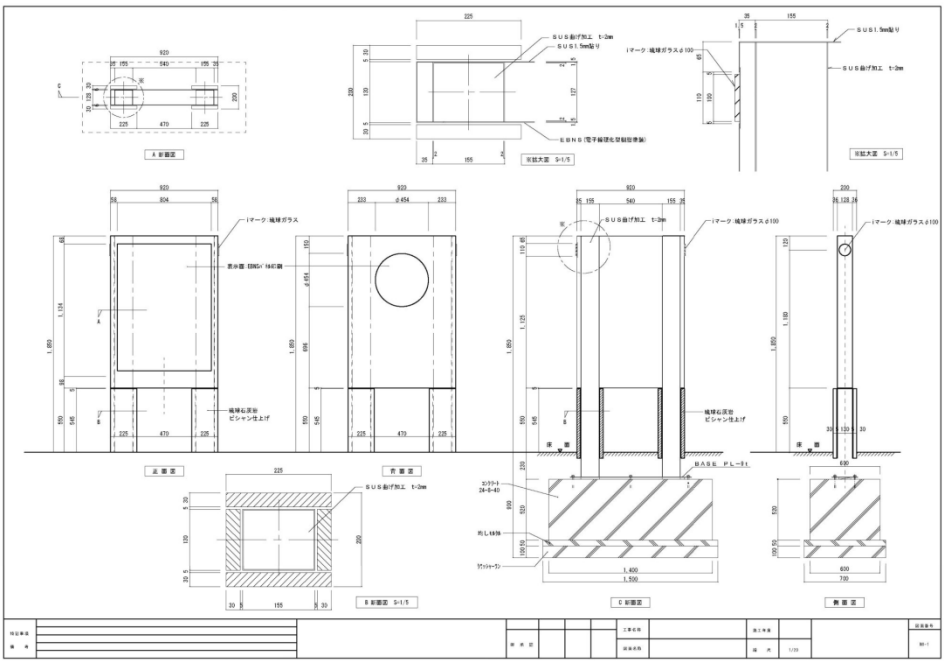
7. 赤田町・崎山町交差点（誘導案内板⑤）

8. 赤田町・崎山町交差点誘導案内板⑥）

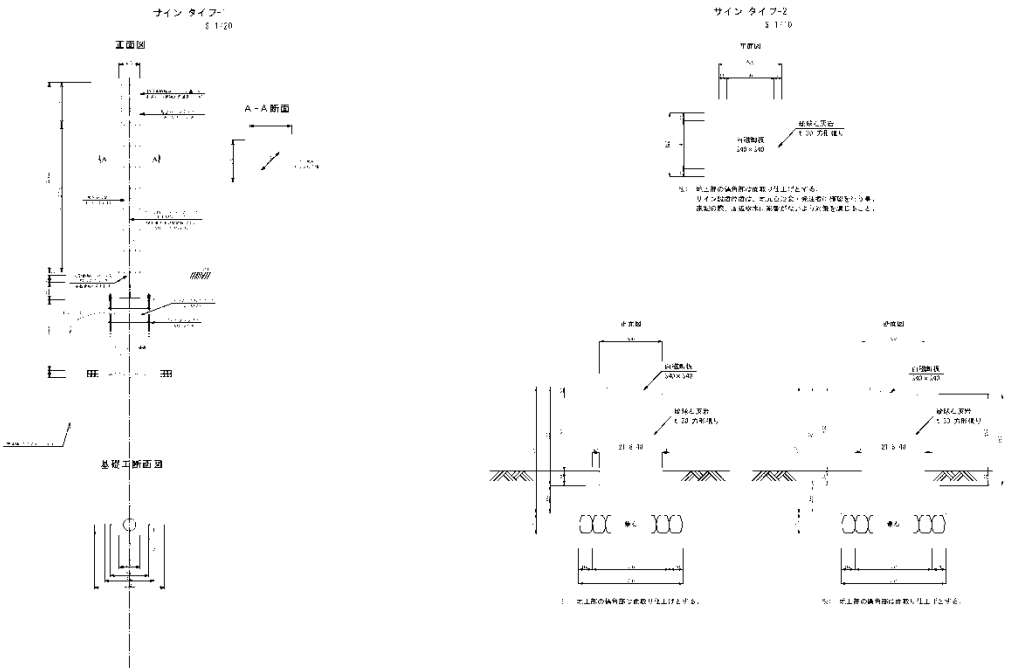
9. 上の毛公園・達磨寺（誘導案内板⑦）

10. 山川交差点（周辺案内板③）

(別紙 2)　設計図面（周辺案内板及び誘導案内板）



サ イ ン 詳 細 図



（4）金沢（平成29年3月18日）

・全体として、落ち着いた色（茶色）のサインが整備されており、歴史文化施設の雰囲気や街の景観を損なわないように配慮されている。

・ピクトグラムを多用したサインが整備されている。また、トイレの場所が目立つように配慮された誘導サインもみられた。（図4－1、図4－4、図4－5、図4－6）

・一ヶ所に複数のエリア（市内中心部、駅広場、駅周辺）の案内サインが配置されており、サインを見た人が目的地に向かうためのイメージを掴みやすいように配慮されている。（図4－2）

・文字や記号をシンプルで大胆に構成することで、観光客に情報が伝わりやすいよう工夫されている。（図4－3、図4－4、図4－7）

・金沢城・兼六園の案内サインでは、案内所やトイレ、交通機関の他に、多目的トイレ、オストメイト対応トイレ、車イス貸出サービスなど、バリアフリーに対応した表示がされている。（図4－5、図4－6）

・共通したデザインの案内サインを複数配置することで、街のイメージに統一感を出している。（図4－8、図4－9）

・ランドマーク一覧のボタンを押すと、地図上の該当地が点灯する案内サインもみられた。（図4－10、図4－11）

＜図4－1＞

＜図4－2＞

金沢市中心部案内図
Map of Central Kanazawa
金沢駅東広場案内

＜図4－3＞

観光案内所
Tourist Information

＜図4－4＞

JR 金沢駅
Information

＜図4－5＞

金沢城・兼六園
石川県

＜図4－6＞

小立野口
Kodatsuno Entrance
案内所
Information Booth
お手洗
Restroom
多目的お手洗
Multipurpose Restroom
オストメイト対応
Ostomate
バス
Bus
定期観光バス
Sightseeing Bus
タクシー
Taxi
駐車場
Parking Area
身障者用駐車場
駐輪場
Bicycle Parking Area
神社
Shrine
交番
Police Box
公園
Park
博物館・美術館
Museum
コインロッカー
Coin-operated Lockers
自動体外式除細動器
AED
車椅子貸し出しサービス
Wheelchairs Available
重要文化財
入園者出入口
Entrance for Visitors

＜図4－7＞

鶴丸倉庫·本丸園地
Tsurumarusoko Storehouse/Hommaruenchi Park
休憩施設を整備中につき、石川門方面への通り抜けはできません。
passage to the Ishikawamon area is blocked.

＜図4－8＞

兼六園
金沢21世紀美術館
尾山神社
石川四高記念文化交流館

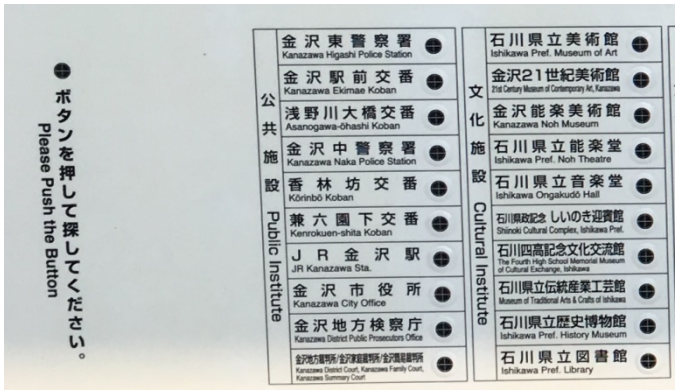
＜図4－9＞

金沢駅
750m Kanazawa Sta.
金沢城公園(黒門口)
830m Kanazawa Castle Park(Kuromon Gate Entrance)
近江町市場
150m Omicho Market
ひがし·主計町茶屋街
900m Higashi & Kazue-machi Chaya District

＜図4－10＞

武蔵ケ辻交番周辺案内図
この電光式地理案内板は 宝くじ の
社会貢献広報事業として助成を受け整備されたものです。

＜図4－11＞


● ボタンを押して探してください。
Please Push the Button
公共施設 Public Institute
金沢東警察署 Kanazawa Higashi Police Station
金沢駅前交番 Kanazawa Ekimae Koban
浅野川大橋交番 Asanogawa-ōhashi Koban
金沢中警察署 Kanazawa Naka Police Station
香林坊交番 Kōrinbō Koban
兼六園下交番 Kenrokuen-shita Koban
JR金沢駅 JR Kanazawa Sta.
金沢市役所 Kanazawa City Office
金沢地方検察庁 Kanazawa District Public Prosecutors Office
金沢地方裁判所/金沢家庭裁判所/金沢簡易裁判所 Kanazawa District Court, Kanazawa Family Court, Kanazawa Summary Court
文化施設 Cultural Institute
石川県立美術館 Ishikawa Pref. Museum of Art
金沢21世紀美術館 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa
金沢能楽美術館 Kanazawa Noh Museum
石川県立能楽堂 Ishikawa Pref. Noh Theatre
石川県立音楽堂 Ishikawa Ongakudō Hall
石川県政記念 しいのき迎賓館 Shinoki Cultural Complex, Ishikawa Pref.
石川四高記念文化交流館 The Fourth High School Memorial Museum of Cultural Exchange, Ishikawa
石川県立伝統産業工芸館 Museum of Traditional Arts & Crafts of Ishikawa
石川県立歴史博物館 Ishikawa Pref. History Museum
石川県立図書館 Ishikawa Pref. Library

（5）白川郷（平成29年3月18日）

・歴史文化施設の雰囲気を守るため、案内サインや誘導サインは主に茶色で製作されており、木材を利用したものもみられた。（図5－1、図5－2、図5－3など）

・集落全体の案内図には、観光施設、案内所の表示の他に民宿や飲食店、土産品店の表示もされている。（図5－4、図5－5）

・景観を保護するための注意書きや通行案内なども多言語で表記されている。（図5－6、図5－7、図5－8）

・四季ごとの見どころや撮影スポットなどが写真付きで表示されている。（図5－9、図5－10）

・Wi-Fi が整備されており、Wi-Fi スポットの場所や接続方法の説明もされている。（図5－11）

＜図5－1＞

＜図5－2＞

＜図5－3＞

国指定重要文化財
和田家
CULTURAL ASSETS WADA'S HOUSE
開館時間 午前9時～午後5時
入館料
大人 300円
小学生 150円

＜図5－4＞

世界文化遺産
荻町合掌造り集落案内図
国選定 重要伝統的建物群保存地区

＜図5－5＞

旅館
民宿
食事・喫茶等
土産品店
Souvenir shop list
焔仁美術館
元気な野菜館

＜図5－6＞

左側通行
Keep Left
请左侧通行
좌측통행

＜図5－7＞

美しい村づくりへのお願い
● 橋からゴミを投げ捨てないでください。
● 空缶や空ビン、カップやくし類などは販売店へお返し下さい。
● 集落内の水路へたばこの吸い殻を投げ捨てないでください。
Request to keep the village clean
● Please do not throw trash over the bridge.
● Please return empty bottles, cans, cups, etc. back to the shops where you bought them.
● Please do not toss cigarette butts into the waterways flowing inside the village.
为维护美丽乡村请各位游客注意
● 请勿向桥下投掷垃圾。
● 请将空罐、空瓶、杯碗及烟扦等垃圾交还购买店处理。
● 勿将烟头丢掷村落内的水渠里。
마을 만들기를 위한 부탁말씀

＜図5－8＞

この駐車場は　午後５時　に閉鎖となります。
時間までに退場くださるようお願いします。
此停車場將於 17:00 關閉。
請於此時間之前離開。
This parking area closes at 5:00 p.m.
Please leave the area before the closing time.
ที่จอดรถนี้ปิดเวลา 17:00
กรุณานำรถออกก่อนเวลาปิด

＜図5－9＞

＜図5－10＞

＜図5－11＞

（6）高山（平成29年3月19日）

・歴史的建造物や町並みの雰囲気を守るため、サインは落ち着いた色（主に茶色）で統一されている。（図6－1、図6－2、図6－3、図6－4、図6－5など）

・Wi-Fiの整備が進んでおり、アンケートに回答することで接続できる。案内サインや誘導サインなど、いたるところにWi-Fiの表記がされており、Wi-Fiに接続できることが周知されている。（図6－6、図6－7）

・バスの利用方法や路線等も多言語表記されており、外国人が利用しやすくなっている。（図6－8）

・高山駅前や古い町並には、観光案内所が設置されている。また、古い町並近くコンビニも観光案内所として対応している。（図6－9、図6－10、図6－11）

・QRコードでの観光案内やバス情報の提供をはじめ、スマホアプリを活用した観光ガイドの取組が行われている。（図6－12、図6－13、図6－14）

・外国語で案内している電柱広告もみられた。（図6－15、図6－16）

＜図6－1＞

＜図6－2＞

宮川朝市
Miyagawa Morning Market
4月～10月／午前6時頃～正午まで
11月～3月／午前7時頃～正午まで
April～October／6:00a.m～12:00
November～March／7:00a.m～12:00
公衆便所
Lavatory
ここは No smoking area
路上喫煙禁止区域

＜図6－3＞

高山祭屋台会館
Takayama Festival Floats Exhibition Hall
600m
日下部民藝館
Kusakabe Heritage House
340m
吉島家住宅
Yoshijima Heritage House
350m
宮川朝市
Miyagawa Morning Market
200m
高山駅
Takayama Station
950m
市営神明駐車場
Shinmei Car Park
460m
飛騨高山まちの博物館
Takayama Museum of History and Art
200m

＜図6－4＞

＜図6－5＞

岐阜県高山警察署
安川交番

＜図6－6＞

au 4G
10:23
29%
wifi.hidanow.jp
Free_Wi-Fi_Takayama
ログイン
キャンセル
Asia
Japan
来訪回数
（奥飛騨温泉郷を含む）
滞在期間
（奥飛騨温泉郷を含む）
旅行形態
メールアドレス

＜図6－7＞

飛騨高山
Free Wi-Fi
Takayama

＜図6－8＞

＜図6－9＞

＜図6－10＞

＜図6－11＞

＜図6－12＞

＜図6－13＞

＜図6－14＞

＜図6－15＞

4th
1th
The fourth signal
left turn
700m ahead
Le quatrième signal
tourner à gauche
700m devant
花川町

＜図6－16＞

食事処
飛騨牛・山菜料理
寿々や
SUZUYA
RESTAURANT
lonely planet
MENU IN
現在地
ここ
左折すぐ
6m back
花川町