

2014年 6月 13日

コンサルティングレポート

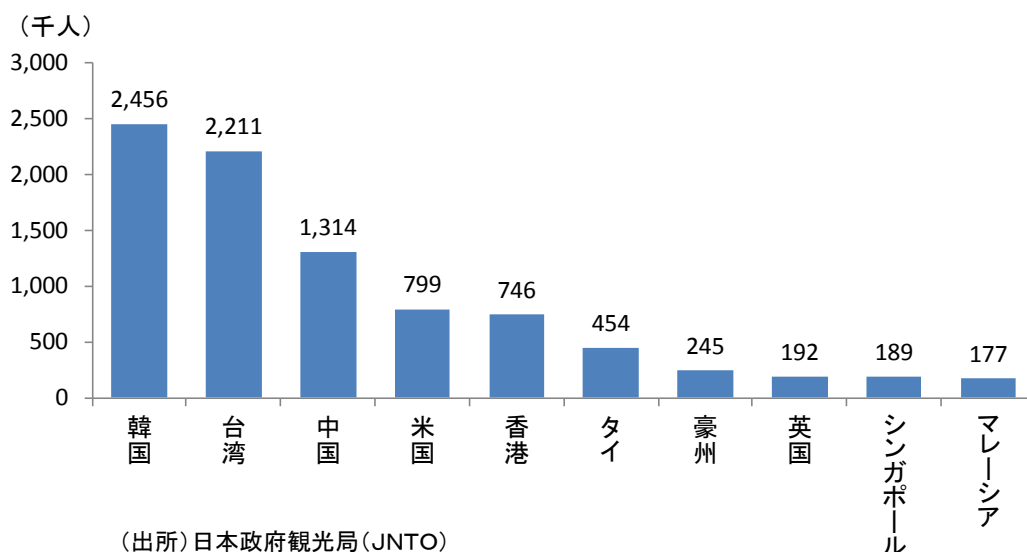
# 外国人観光客の首都圏交通インフラ利用調査結果のお知らせ ～観光客増大に向けた課題と改善ポイントが明らかに～

コンサルティング・国際事業本部 東京本部 マーケット調査室  
シニアコンサルタント 松田明子  
コンサルタント 砂子友基

## 1. アンケート調査の概要

2014年 1～2月に、訪日外国人観光客に対して「首都圏の公共交通利用に関するアンケート調査」を実施した。本調査では、直近1年以内に観光目的で訪日した人で、自由旅行での観光が多いと想定される「韓国」「台湾」「アメリカ」の3ヶ国を調査対象とした。

図表1 2013年・国別訪日外客数

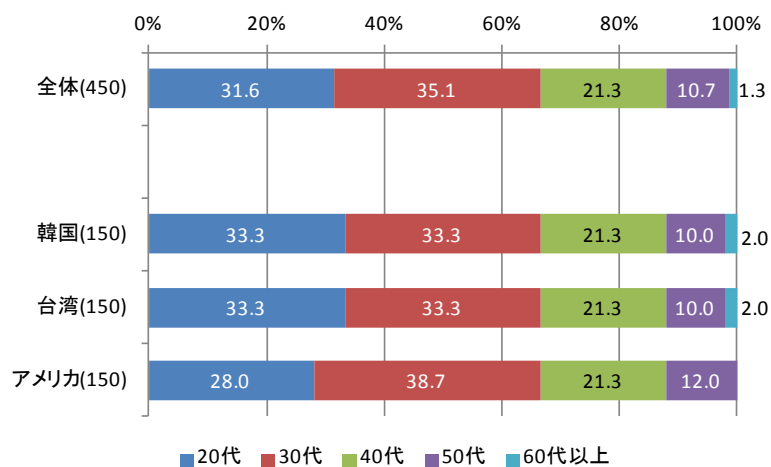


### (1) 調査概要

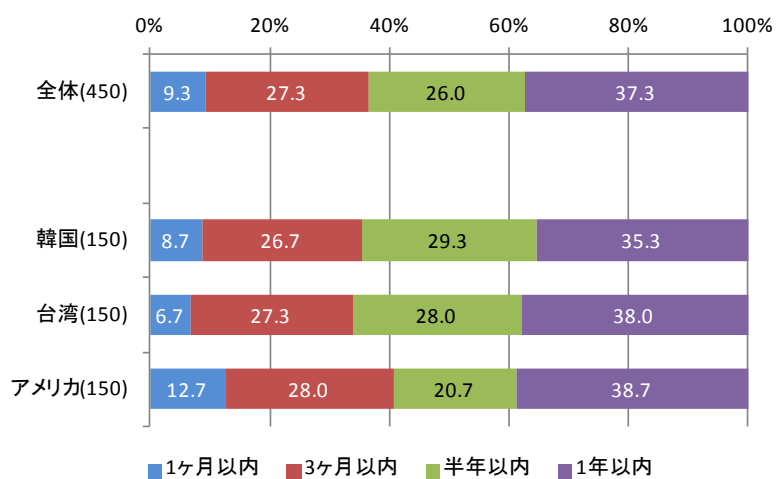
- |          |  |
|----------|--|
| 1. 調査対象  | : 1年以内に観光目的で訪日した外国人(対象国＝韓国、台湾、アメリカ)<br>※東京都内を自由旅行で観光した人に絞る |
| 2. 調査方法  | : インターネット調査  |
| 3. 有効回答数 | : 韓国(150)、台湾(150)、アメリカ(150) 計 450人                         |
| 4. 調査期間  | : 2014年 1月 20日～2月 15日                                      |
| 5. 調査項目  | : 訪日時の公共交通利用実態、利用満足度、情報収集手段                                |

(2) 調査対象者のプロフィール ※( )内はサンプル数、以後同様

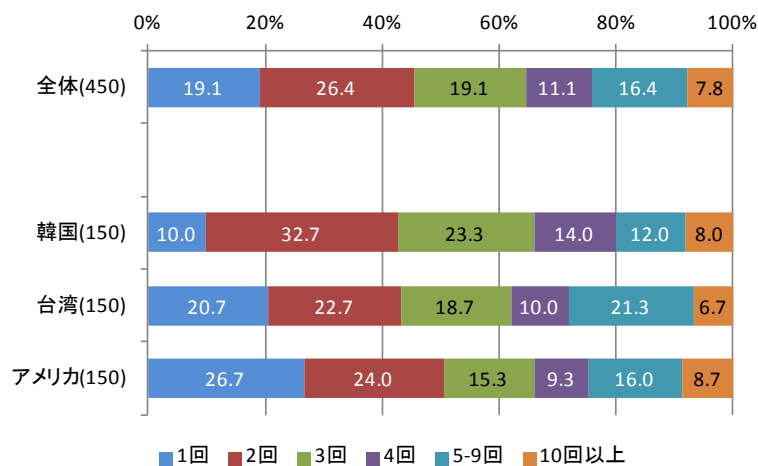
①年代



②直近で来日した時期



③過去の来日回数

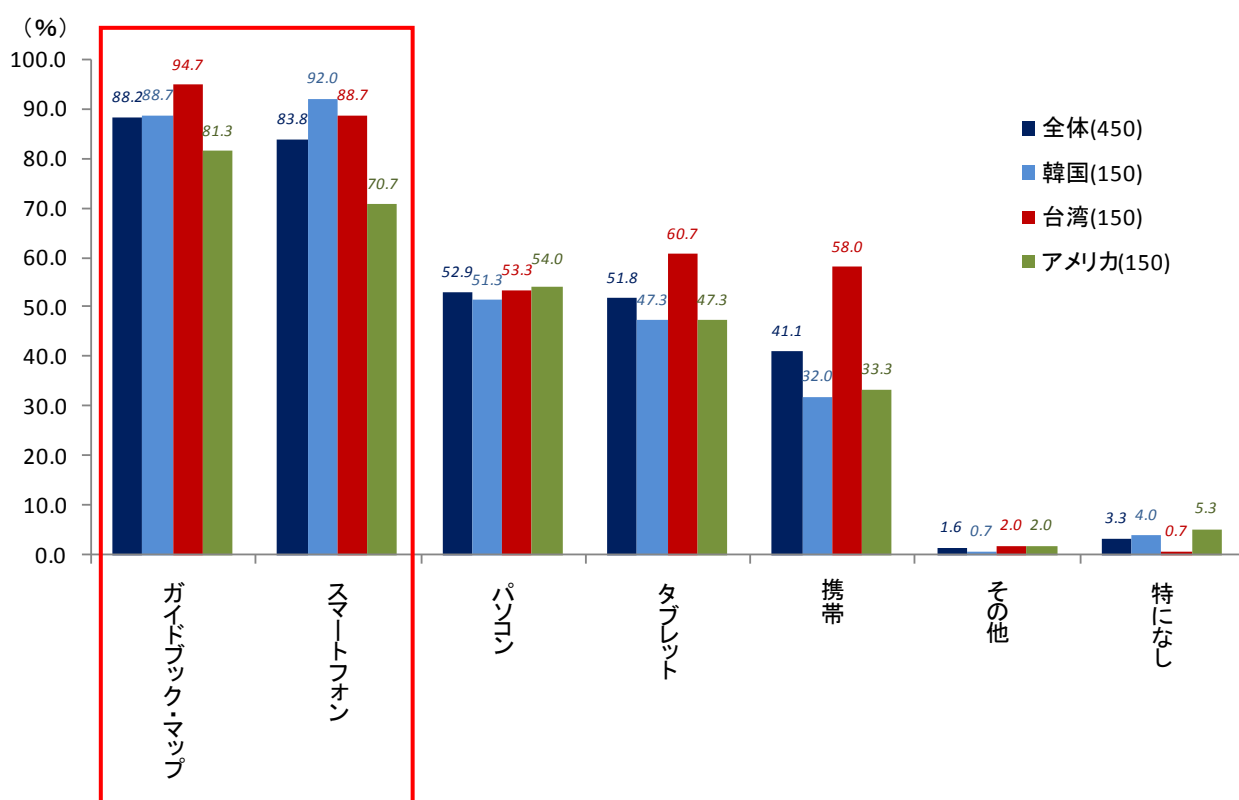


## 2. 調査結果

### (1) 訪日外国人の情報収集手段

自由旅行者を対象とした本調査において、観光時に情報収集のために利用したツールを尋ねたところ、全体の「ガイドブック・マップ」(88.2%)に続いて、「スマートフォン」(83.8%)があがっており、多くの外国人が街中でスマートフォンを利用してリアルタイムにインターネットで情報を入手していることが分かった(図表1)。ただし、本調査はインターネットを利用した調査であるため、インターネットに親和性の高い対象者が多いことには留意が必要である。

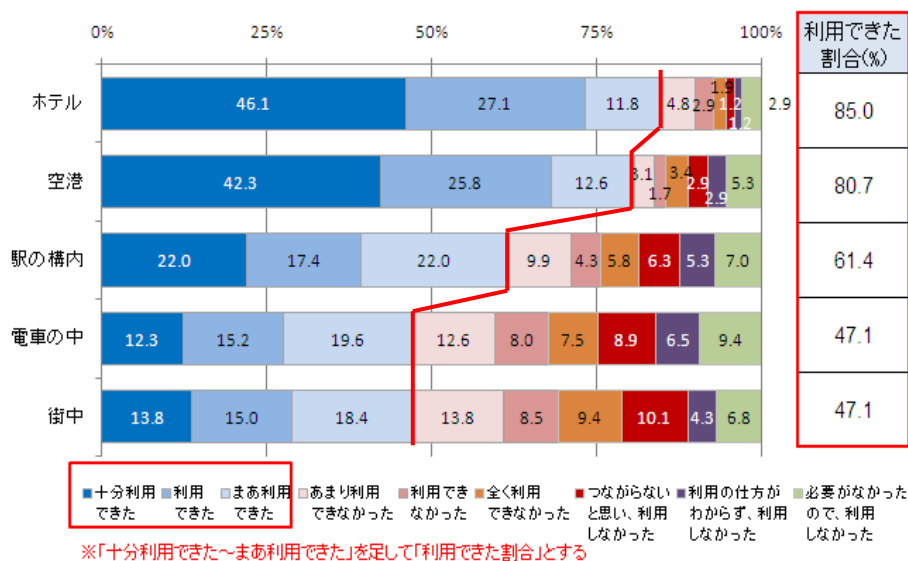
図表 1 訪日外国人が観光時に利用した情報収集ツール(複数回答)



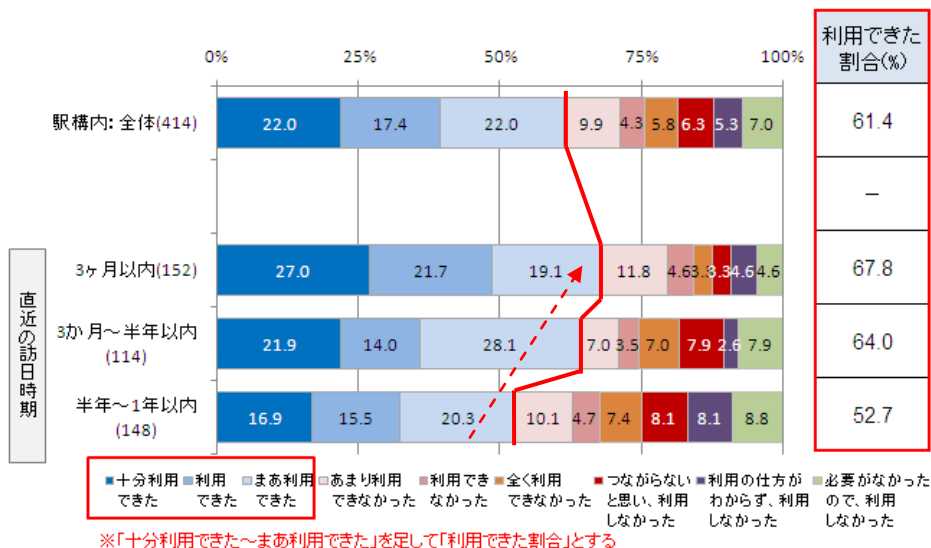
インターネット・デバイスを所持していた対象者に、場所別にインターネットがどの程度利用できたかを聴取した結果が図表2である。「十分利用できた」～「全く利用できなかった」の6段階に加え、利用しなかった理由を「つながらないと思った」「利用の仕方がわからなかった」「必要がなかった」の3区分で尋ねたところ、「ホテル」「空港」については8割以上が「利用できた(十分利用できた～まあ利用できた)」と回答したのに対し、「駅の構内」は利用できた人が61.4%、「電車の中」「街中」では47.1%という結果となった。

昨今、地下鉄事業者をはじめとする鉄道事業者で、駅や路線内でのWiFiの整備が進められている。「駅の構内」「電車の中」について訪日時期別に利用状況をみると(図表3・4)、「半年～1年以内」に来日した人で「利用できた」と回答した人は「駅の構内」で52.7%、「電車の中」で39.2%であったが、3か月以内に来日した人はそれぞれ67.8%と54.6%まで増加しており、WiFi環境が改善している状況が示された。今後は整備の拡大・継続に加えて、利用方法の周知によって「つながらないと思った」「利用の仕方がわからなかった」人の割合を減らし、WiFiの利便性を高めていくことが求められる。

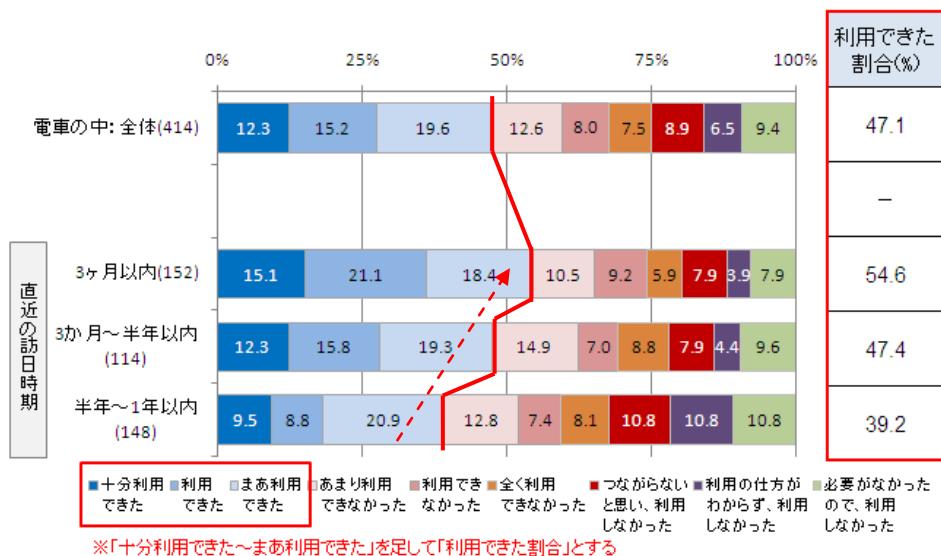
図表 2 インターネット・デバイス所有者の場所別インターネット利用状況



図表 3 【駅の構内】インターネット・デバイス所有者の訪日時期別インターネット利用状況

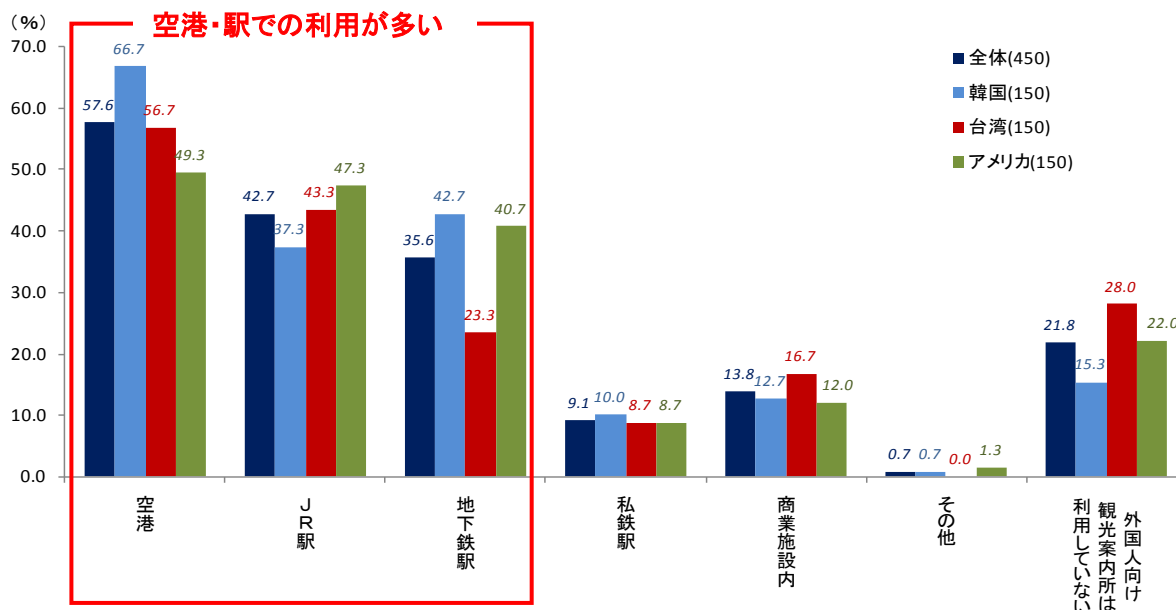


図表 4 【電車の中】インターネット・デバイス所有者の訪日時期別インターネット利用状況



続いて、外国人向け観光案内所(ツーリスト・インフォメーション)の利用状況を聴取した結果が図表5である。訪日中に観光案内所を利用しなかった人は全体で2割程度であり、残りの8割近くは何らかの観光案内所を利用していた。特に利用が多いのが「空港(全体で57.6%)」や「JR駅(同42.7%)」「地下鉄駅(同35.6%)」であった。スマートフォン等のインターネット・デバイスを所持しながらも、多くが空港や駅の観光案内所を利用しており、自由旅行の外国人旅行者にとって「リアル」な観光案内所の果たす役割は依然として大きいことがうかがえた。

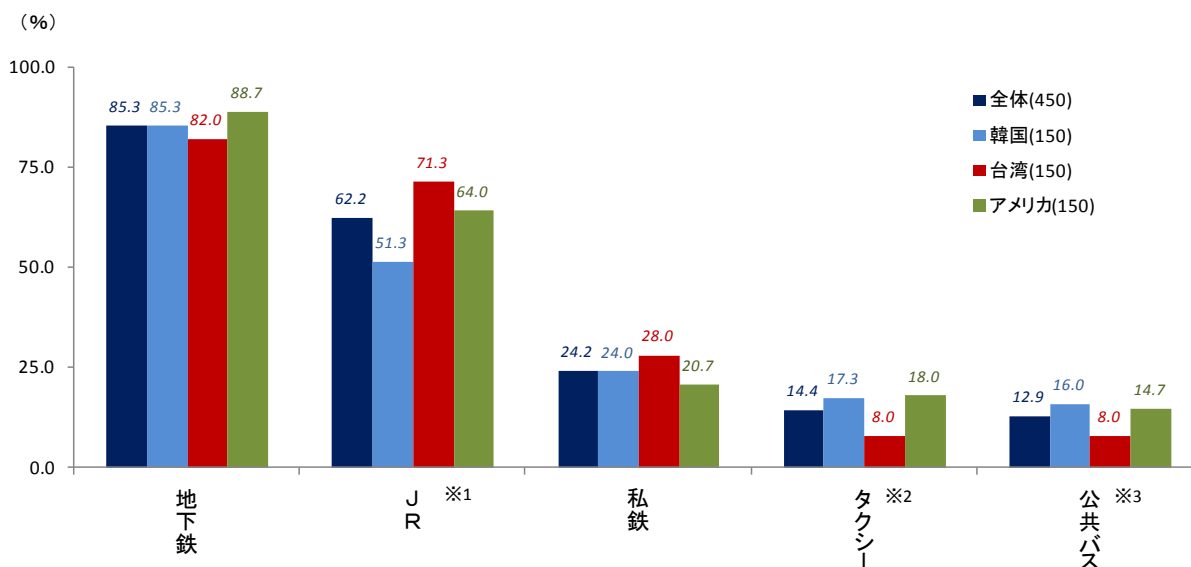
図表 5 外国人向け観光案内所の利用(複数回答)



## (2) 訪日外国人観光客が利用した公共交通機関

自由旅行の外国人観光客が、都内の観光で利用した公共交通機関の利用率を図表6に示す。最も利用が多いのが「地下鉄」であり、利用率は全体で85.3%であった。次いでJR(同62.2%)、私鉄(同24.2%)が続いた。利用が少ないのは、タクシー(同14.4%)と公共バス(同12.9%)であった。

図表 6 都内の観光で利用した公共交通機関(複数回答)

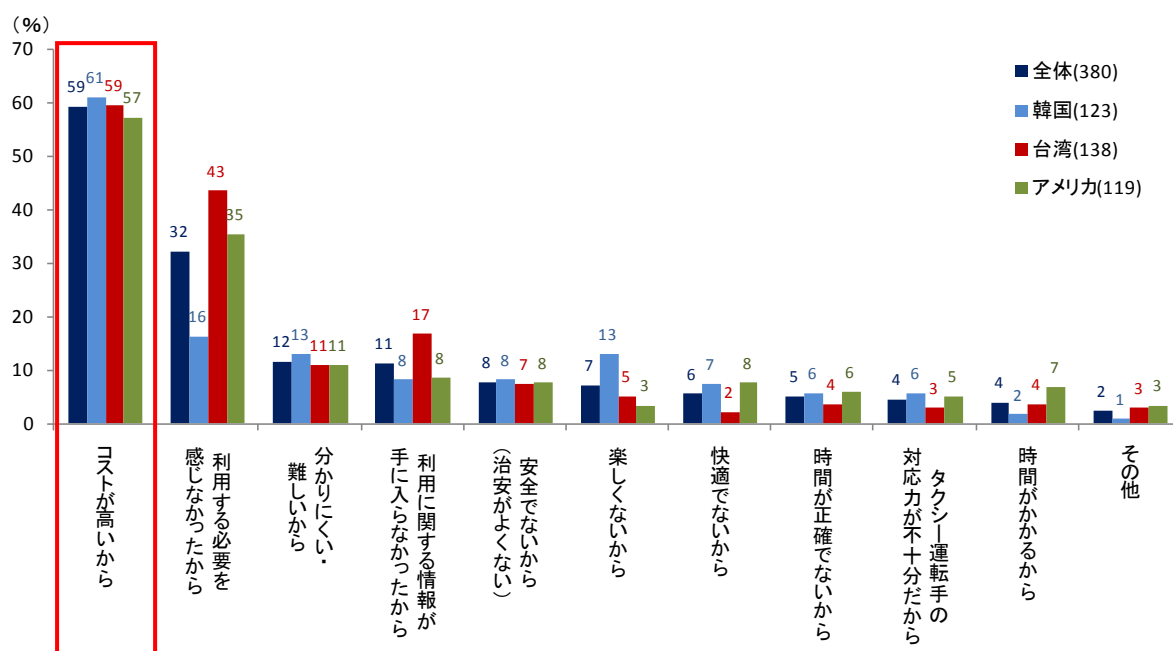


※1: JRは新幹線を含まない、※2: タクシーは貸切を含まない、※3: 公共バスは観光バスを含まない

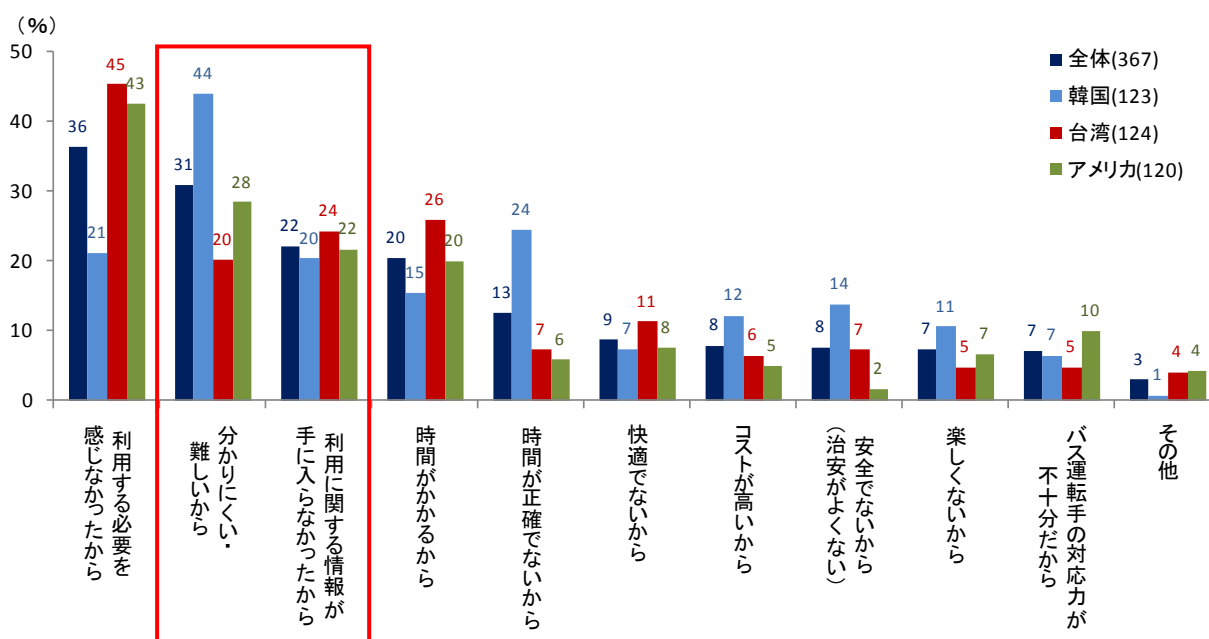
タクシーを利用しない理由(図表7)としては「コストが高いから」が6割程度あがり、他の理由よりも圧倒的に高くあげられる結果となった。空港から都内までの料金を一律にするサービス等が一部のタクシー会社で提供されているが、コスト面での利用しやすさを提供していくことも、今後は検討の余地があるだろう。

バスを利用しない理由(図表8)としては、「利用する必要を感じなかったから」が全体では最も高くあがったが、「分かりにくい・難しいから」「利用に関する情報が手に入らなかったから」といった理由も全体で2~3割程度あがっている。利用情報を分かりやすく伝えることで、外国人観光客の利用を増やす余地があると考えられる。

図表7 タクシーを利用しない理由(複数回答)



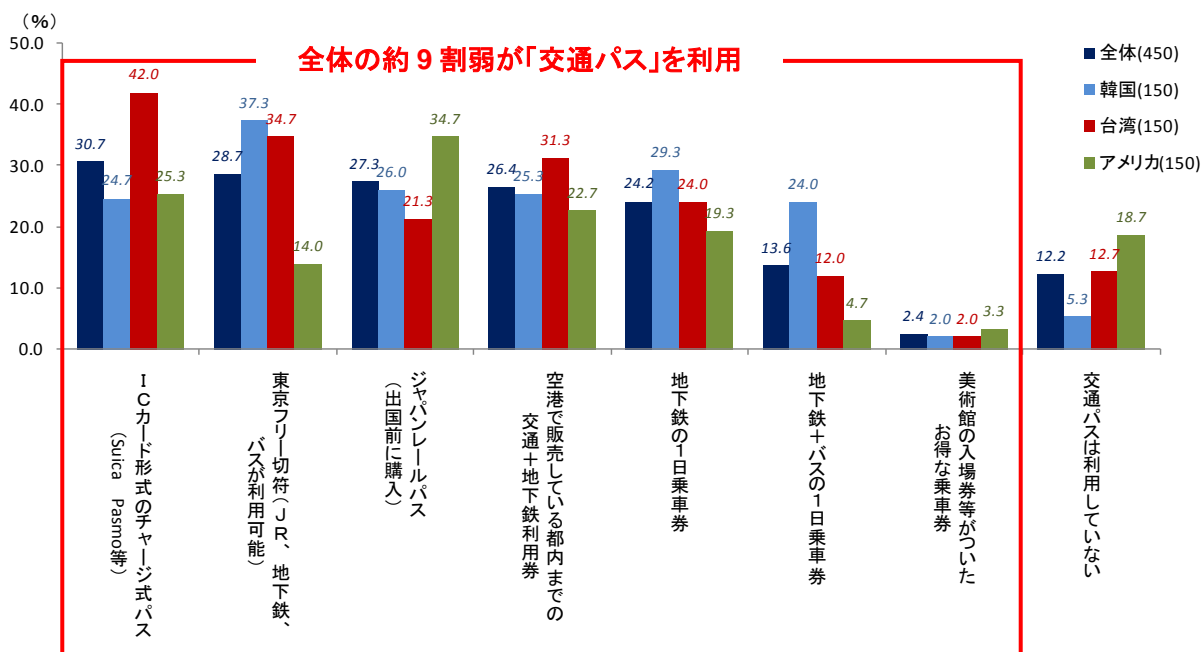
図表8 バスを利用しない理由(複数回答)



※図表7・8の「利用しない理由」は表示上の制約により、小数点以下を四捨五入して整数表記とする

外国人観光客は、公共交通機関を利用する際に「1日間乗り放題」等の交通パスをどの程度利用しているのだろうか。交通パスの利用状況を聴取した結果が図表9である。

図表9 交通パスの利用率(複数回答)

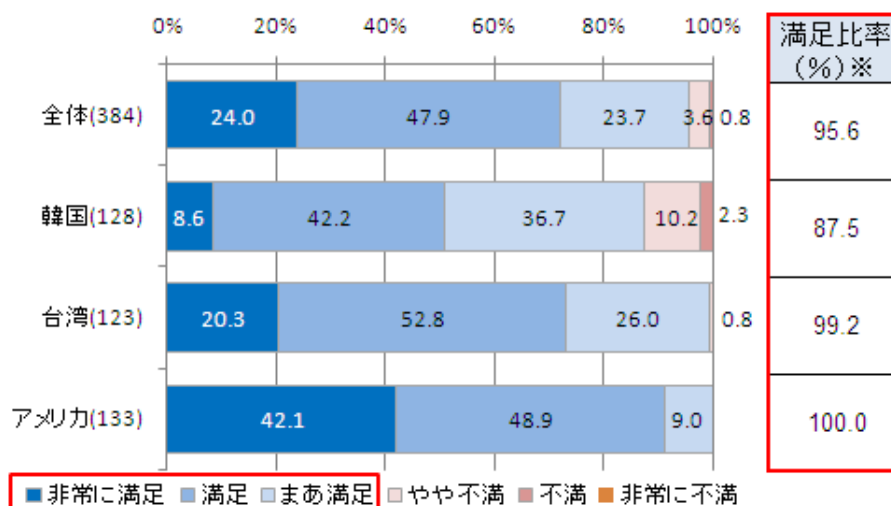


「交通パスは利用していない」と回答したのは全体の1割強であり、残る9割弱は何らかの交通パスを利用している。お得なサービスが付加されていたり、切符を買わなくて済む等の利便性があり交通パスのニーズは高いが、国によって利用種類に違いがみられ、現時点では選択肢が多すぎてやや買いにくい(何を买买いいのかわからない等)状況になっている可能性が示唆される。

### (3) 訪日外国人の「電車」利用満足度

都内の観光で利用の多かった地下鉄とJRについて、利用満足度を国別に示した結果が図表10・11である。「非常に満足～まあ満足」を足した満足比率がいずれの国でも9割近くになっており、満足度が高いことがうかがえた。

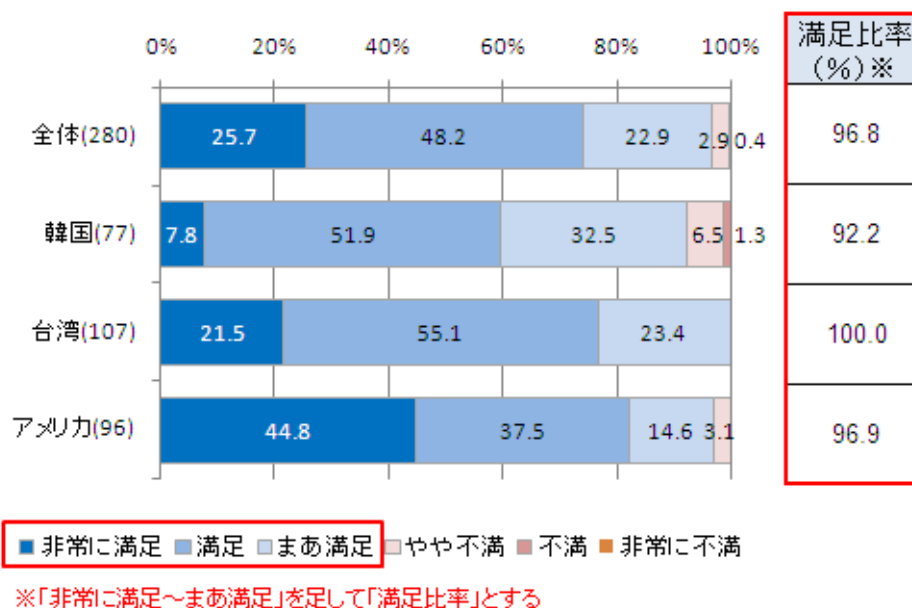
図表10 【地下鉄】の利用満足度(利用者ベース)



※「非常に満足～まあ満足」を足して「満足比率」とする

図表 11 【JR】の利用満足度(利用者ベース)

\*都内観光に絞るため JR は新幹線を含まない



#### (4) 訪日外国人の「地下鉄」「JR」利用満足度・詳細項目別

続いて地下鉄とJRの利用の満足度を、以下の7項目に分けて評価を聴取した。

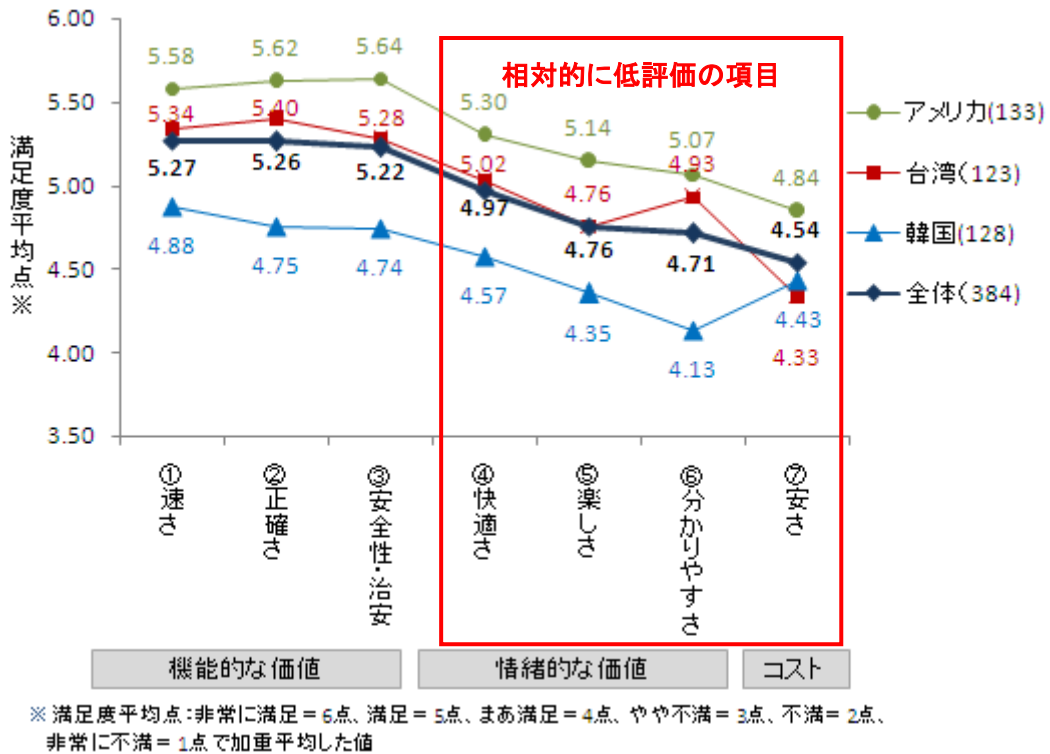
図表 12 【地下鉄】【JR】利用満足度項目

機能的価値	①速さ
	②正確さ
	③安全性・治安がよい
情緒的価値	④快適さ
	⑤楽しさ
	⑥分かりやすさ
コスト	⑦安さ

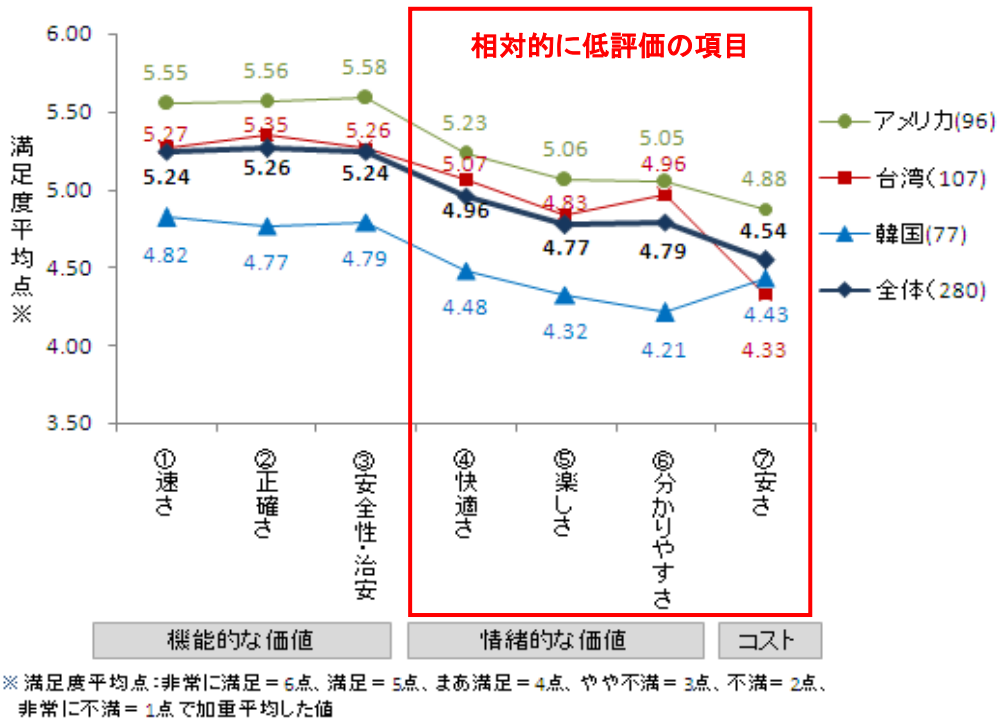
ここでは、①速さ ②正確さ ③安全性・治安がよい 等、公共交通機関の基本的な機能として求められる事項を「機能的価値」と称する一方、④快適さ ⑤楽しさ ⑥分かりやすさ 等、より心理的な満足度を表す事項を「情緒的価値」と称した。そして最後に⑦安さ(コスト)を加え、それぞれ「非常に満足」～「非常に不満」の6段階で評価を聴取した。「非常に満足(6点)」～「非常に不満(1点)」の加重平均により満足度平均値を算出し、地下鉄とJRについて、全体および国別に示したのが図表 13・14 である。



図表 13 【地下鉄】の項目別満足度(利用者ベース)



図表 14 【JR】の項目別満足度(利用者ベース)



これより、地下鉄および JR は、いずれも「①速さ」「②正確さ」「③安全性・治安」の機能的価値において評価が高い一方で、「④快適さ」「⑤楽しさ」「⑥分かりやすさ」の情緒的価値と、「⑦安さ」のコストについては、相対的に評価が低い傾向にあることが示された。特に「⑥分かりやすさ」は韓国人の旅行者で評価が低い傾向がみられた。

公共交通機関として本来の機能の水準が高いことは評価されることであるが、今後は更なる価値の向上を目指していくために、情緒的な面での価値提供にも目を向けていく段階にあるのではないだろうか。「電車」を単なる移動手段と捉えず、「電車に乗るという体験」をより良きものとするために、サービス水準の向上を図っていくという姿勢が不可欠だと考えられる。外国人観光客に限ったことではないが、利用者にストレスを感じさせない「分かりやすさ」の提供に向けては、今後も鉄道事業者の取組みが期待される。

続いて次項では、「分かりやすさ」の提供に焦点を当て、調査結果を示す。

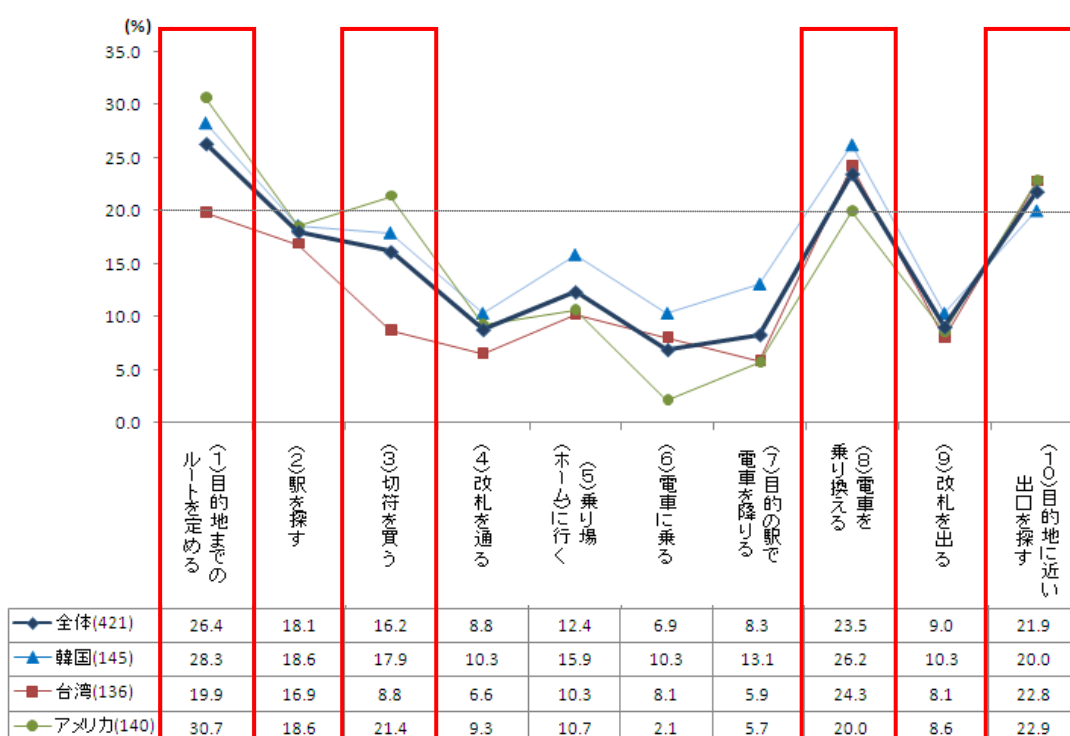
### (5) 「電車に乗る」という体験価値を阻害する「分かりにくさ」の解決に向けて ～地下鉄の場合～

東京の都心部は、地下鉄・JR・私鉄など複数の路線が交わる複雑な構造となっている。言葉の壁があることに加えて、地理に不案内な外国人にとって、公共交通機関を使いこなすことは容易ではなく、「分かりにくい」との印象につながっていると推察される。現時点では外国人に概ね高い評価を得ている都内の「電車」ではあるが、その高度な機能ゆえに「分かりにくい」と感じられることが、「電車に乗るという体験」のポジティブな価値を低減させてしまう懸念がある。

では、「分かりやすい」と感じてもらうためには、具体的には何を改善すべきなのだろうか。改善ポイントを洗い出すために、最も利用の多かった地下鉄について、利用の際に「分かりにくいと感じるプロセスはどこか」を確認した。(図表 15)

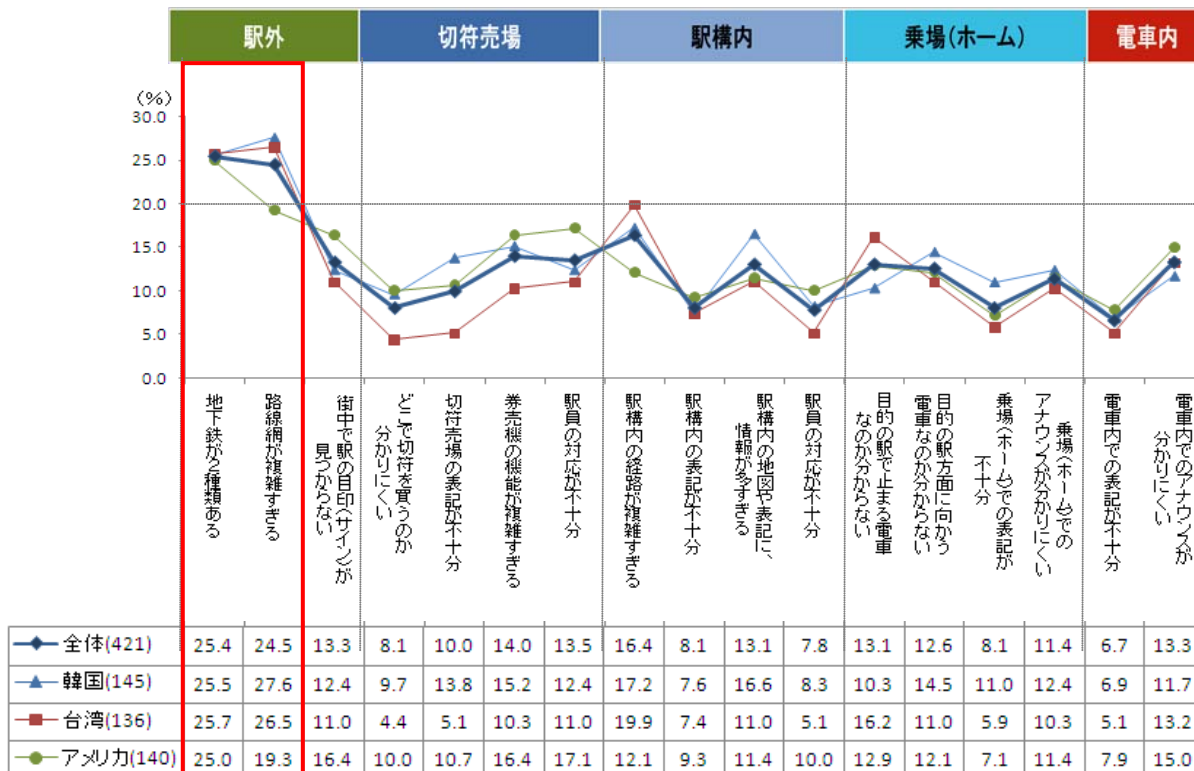
その結果、分かりにくいポイントは「目的地までのルートを決める」「電車を乗り換える」「目的地に近い出口を探す」の3点に集中していることが分かった。またアメリカ人観光客は「切符を買う」プロセスについても分かりにくい点としてあげていた。上記4点に重点的な施策を講じることで、「分かりにくい」との評価が改善できる可能性は高い。

図表 15 【地下鉄】利用の際に分かりにくいと感じるプロセス  
(利用を検討した人に絞る、複数回答)



また具体的に分かりにくいことは何かを場所別に聴取したところ(図表 16)、「地下鉄が2種類ある」「路線網が複雑すぎる」の2点が上位にあげられた。自由記述(図表 17)でも「複雑さ」については多く言及されている。複雑な路線情報を、分かりやすく整理して伝えることが期待されているといえる。

図表 16 【地下鉄】具体的に分かりにくいこと  
(利用を検討した人に絞る、複数回答)



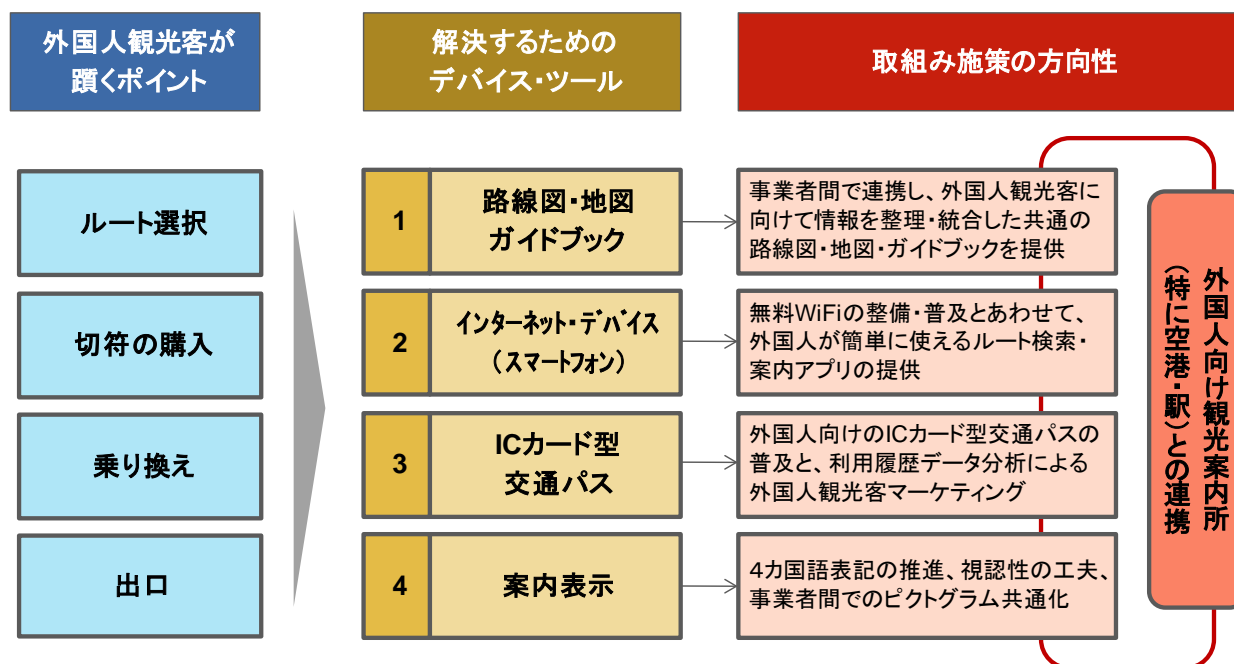
図表 17 「分かりにくいと感じたこと」に関する自由記述の抜粋

項目	自由回答(国名)
ルート選択	<ul style="list-style-type: none"> <li>地下鉄路線があまりにも多くてわかりづらかった。(韓国)</li> <li>路線が複雑で観光客はびびってしまうかも。(台湾)</li> <li>ルートが複雑で、目的駅まで行かない電車があり、違う電車に乗ってしまい、降りて正しい電車が来るまで待つことになった。(アメリカ)</li> </ul>
切符の購入	<ul style="list-style-type: none"> <li>切符売り場に人が多すぎる。駅の名前・路線が多すぎて、切符の値段がわかりにくい。(アメリカ)</li> <li>一つの路線の一日乗車パスを買った。別の路線で使えないことが分からなかった。(アメリカ)</li> <li>切符販売機の英訳がよくなくて、指示が不明だった。(アメリカ)</li> </ul>
乗り換え	<ul style="list-style-type: none"> <li>乗り換え時、分かりやすい表示板や案内が不備なため、何回も人に聞いて確認しなければならず、とても不便。(韓国)</li> <li>乗り換えの時に場所がわからず、改札を出そうになったこともあった。(台湾)</li> <li>違う会社が運営する電車・メトロの乗り換えで、同じ切符が使えるか分かりにくかった。(アメリカ)</li> </ul>
出口	<ul style="list-style-type: none"> <li>出口の情報が正確に案内されていない。(韓国)</li> <li>出口の表記がなく、間違えて地下鉄の改札についてしまい、余計にお金を取られた。(台湾)</li> <li>出口付近の観光地に行きたいが、観光スポットがあるかの表示が少ない。(台湾)</li> <li>駅から出るのが本当に大変だった。やっと駅から出られたときは混乱の極みにいた。(アメリカ)</li> </ul>

### 3. 調査結果から見てきた課題と、解決策の方向性

分かりにくいとされた4つのポイント(「ルート選択」「切符の購入」「乗り換え」「出口」)を改善するために、今後は外国人観光客の多くが利用している (1)路線図・地図・ガイドブック (2)インターネット・デバイス(主としてスマートフォン) (3)交通パス、そして駅構内や街中での道案内となる(4)案内表示 における情報提供機能を高度化させ、それらを観光案内所と連携のもと、普及・推進していくことが必要だと考えられる。以下、それぞれについての取組み方向性を示す。(図表 18)

図表 18 分かりにくさの解決に向けた取組み方向性の概要



#### (1) 路線図・地図・ガイドブック

都内の観光案内所に置かれている路線図は、主として「地下鉄用」「JR用」「私鉄用」といった事業者別になっていることが多い。そして、各々の路線図は網の目のように複雑に交差する各路線を詳細に表現しており、外国人観光客は「路線網が複雑すぎる」ために目的の路線や駅が簡単に探せないと感じているのが実態である。

今後の取組み施策としては、訪日回数の少ない外国人観光客が行きたい観光目的地はある程度限られているとの前提のもと、事業者の枠を取り払って、観光地情報および関係する駅情報を整理・統合した「外国人観光客向け路線図・地図・ガイドブック」を作成し、空港や駅の観光案内所で配布することが考えられる。「情報の豊富さ」と「見やすさ・分かりやすさ」を両立することは簡単ではないが、作成のプロセスで実際に外国人観光客の意見を取り入れていく等、利用者の目線に立った取組みが求められる。

#### (2) インターネット・デバイス(スマートフォン)

外国人観光客が電車の「ルート選択」や「乗り換え」をスムーズに行えるようにするためには、現在普及が進められている無料WiFi環境の整備とともに、今後も利用者が増えていくと考えられるスマートフォン等のインターネット・デバイスで、各自が自国語で容易に路線を検索できることが望ましい。現状でも、外国語で検索できる路線探索サイトやアプリケーション(以下アプリ)は存在するが、そもそもアプリをインストールできていなかったり、知らない駅名をアルファベット入力する際に間違えてしまった

りといった使い勝手の問題等があり、普及しているとは言い難い。

今後の取組み施策としては、無料 WiFi の利用方法の周知とともに、多言語対応した無料の路線探索アプリを、観光案内所で積極的にインストール推奨・サポートしていくことが考えられる。路線検索においては、地下鉄が各駅に駅ナンバリングを付けているように、「英字＋数字」でも入力できると検索しやすいだろう。また、GPS 機能により現在地の入力を簡易化し、駅構内のルートや、改札から観光目的地に近い出口までの道のりを案内する機能があれば、迷路のような駅構内で迷うことも少なくなるであろう。

### (3) IC カード型交通パス

「切符を買う」プロセスを省くためには、交通パスの利用が鍵である。実際、外国人観光客の多くが何らかの交通パスを利用している。しかしながら、発売されているパスの種類は多岐にわたっており、「どの交通パスがお得で便利なのか」が分かりにくい状況となっている。「私鉄＋地下鉄」の組み合わせが良いのか、もしくは「2種類の地下鉄」に乗れるパスが良いのか、私鉄や地下鉄に関する十分な情報を持っていない外国人観光客には、自らの観光プランに照らし合わせてそれらを合理的に選び取ることが難しいのではないだろうか。

外国人観光客が Suica や PASMO 等の IC カード型パスを利用することも可能だが、発行時にデポジットが求められ、帰国時に残額を全て使い切っていなければ返金手数料がかかる等の不便さがあり、現状ではあまり使い勝手が良いとはいえない。また他の交通パスと違って「乗り放題」ではないため、お得感に欠ける点が外国人観光客に魅力的に映らない可能性もある。

今後の取組み施策としては、外国人観光客だけが利用できる IC カード化した「乗り放題」もしくは「割引適応」の交通パスの発行が考えられる。発行拠点を空港や駅の観光案内所の窓口に設置し、パスポートの提示によりスムーズに発行できることが望ましい。既に国内では IC カードの電子マネーで少額決済ができる店舗も増えているため、クレジットカードによる入金拠点を観光案内所や都内のコンビニ等に置けば、買物の利便性も高まるであろう。加えて「乗り放題」や「割引適用」により、相対的に満足度が低い「安さ」についても評価の改善が期待できる。

また、IC カード化に伴う交通機関の利用や購買の履歴は、外国人観光客への取組み指針を与えてくれる貴重なマーケティング・データとなる。鉄道事業者各社は消費者の移動履歴をビッグデータとして活用する取組みを進めているが、事業者の枠を超えて履歴を活用できる枠組みを整備し、インバウンド観光客に向けたマーケティング施策につなげていくことが望ましい。

### (4) 案内表示

国土交通省のガイドラインをふまえ、4カ国語表記をはじめ、街中の案内表示を外国人観光客に分かりやすくするための取組みは、これまでも推進されてきた。今後は東京近郊に来た外国人観光客を地方へ誘導していくことも課題となるため、事業者間でサイン(ピクトグラム)の統一を全国的に進めていく等の取組みが求められる。複数言語での表記は、「記述の詳細さ」と「見やすさ・分かりやすさ」を両立させることが難しい面もあるが、本アンケートの自由記述では「案内の文法がおかしい」との指摘が複数みられた。日本人が海外旅行先で不思議な日本語の案内をみて苦笑する経験はよくあることだが、「道案内」「危険事項」等での曖昧な表現は、笑って済まされない場合もある。これらの表記の分かりやすさに向けては、「内容がわかるネイティブが最終チェックをする」ことで解決できることも多い。ガイドラインを守ることに加え、視認性の工夫と、最後にネイティブが確認するひと手間を惜しまないこ

とが、これらの表記を有用なものとしていくために欠かせないだろう。

#### 4. 最後に

本アンケートは、自由旅行での訪日客数が多い「韓国」「台湾」「アメリカ」からの観光客を対象に行っており、その他の国からの観光客の意見が含まれていない。今後は、自由旅行スタイルの観光客が増えていくと思われる中国をはじめ、ビザ緩和による訪日客数が増えている東南アジア諸国など、その他の国々からの旅行客の意向を総合的に捉えていくことが必要であろう。

2020年の東京オリンピック開催に向けて増えつつある交通インフラ投資を、オリンピック後も見据えながら費用対効果の面で有用なものとするためには、今後利用を促していきたい外国人観光客の視点にも目配りしていく必要がある。外国人観光客の日本の首都圏公共交通機関への評価は現時点で低いものではないが、今後その価値を「速さ」「正確さ」「安全性・治安」だけでなく「快適さ」「楽しさ」「分かりやすさ」といった情緒的な面においても高めていくことは、世界に類をみない高水準な交通インフラをもつ都市として、「東京」の価値を高める強力な要素となるだろう。

また「快適さ」「楽しさ」「分かりやすさ」は外国人観光客だけのものではない。外国人観光客にとって使いやすい交通インフラは、高齢者や子ども、障がい者などを含めた多くの日本人にとっても利便性の高いものとなる。国や自治体、そして鉄道事業者各社の今後の取組みに期待したい。

以上

#### － ご利用に際して－

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。