

2013 年上半期、日本を訪れた外国人の数は過去最高!!

世界遺産に登録されたばかりの「富士山」を、訪日数 TOP3 の韓国・台湾・中国の旅行者はどう見る!?

「富士山に関する訪日外国人と日本人の意識比較調査」を発表

世界遺産登録の認知率は日本 97.5%、韓国 66.0%、台湾 59.5%、中国 86.0%

“富士山エリアを完全ガイドするウェブサイト”「フジヤマ NAVI」〔運営：富士急行株式会社（本社：山梨県富士吉田市、社長：堀内光一郎）〕は、富士山が世界遺産登録されたことを受けて、「富士山に関する訪日外国人と日本人の意識比較調査」を行いました。

2013 年上期（1～6 月）の訪日外国人数は、円安で日本旅行への割安感が強まったこと等を背景に、前年同期比 23%増の 495 万 5 千人と過去最高を記録しました。今後も、今年 6 月に日本の象徴である富士山が世界遺産に登録されたことで、海外からの旅行者増加が期待できます。その中で気になるのは、外国人から見た富士山の存在価値です。

そこで「フジヤマ NAVI」は、夏の富士山の山じまいのお祭りとなる 8 月 26 日、27 日の「吉田の火祭り」の前に、旅行ガイドブックの「地球の歩き方」を発行する株式会社ダイヤモンド・ビック社の協力のもと訪日外客数トップ 3*である韓国・台湾・中国の旅行者各 200 名、および日本人 200 名を対象に世界遺産登録された富士山についての興味や印象を調査しました。*出典：日本政府観光局（JNTO）

— 調査結果トピックス —

- 富士山の世界遺産登録についての日本での認知度は 97.5%。訪日外国人別では、中国が 86.0%と高い認知度となった一方で、韓国は 66.0%、台湾は 59.5%に留まる。
- 富士山の「美しい」というイメージは各国共通。台湾では、特に形状の美しさに対するイメージが日本より強い。
- 富士登山のイメージは、日本、韓国、台湾で「険しい登山に挑戦する」がトップとなったが、中国だけが極端に低い数値に。エベレストの前では富士登山なんて楽勝!?
- 訪日外国人は、日本人よりも富士登山に積極的。なんと、回答者全員が“登りたい”意向を示す!
- 富士山周辺の旅行に対して独特のニーズを示す韓国。
- 入山料の用途として適切と思うものは日本が「ゴミ問題の解決」と「登山道のトイレの整備」。韓国と台湾は「登山道の安全対策」。

調査概要

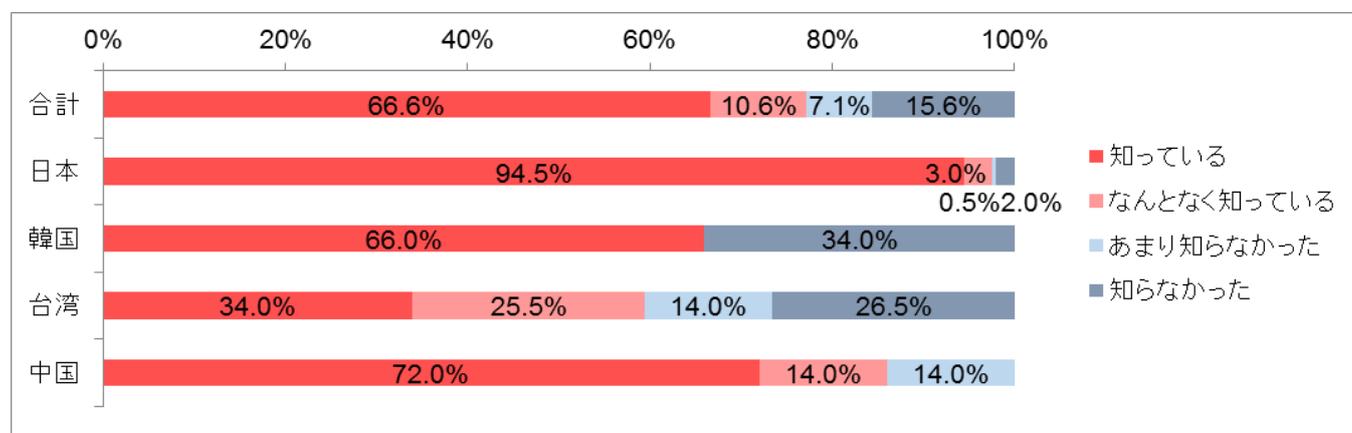
- ◆ 調査名： 富士山に関する訪日外国人と日本人の意識比較調査
- ◆ 調査対象者： ◇ 訪日外国人（日本へ訪れた中国人、台湾人、韓国人）の男・女、各 200 人
○ 日本人（全国、20～50 代）の男・女、200 人
- ◆ 調査方法： ◇ 訪日外国人調査⇒TIC TOKYO（東京都千代田区）、関西国際空港内外国人観光案内所での対面記述式アンケート調査
○ 日本人調査⇒インターネットでの調査
- ◆ 調査機関： ◇ 訪日外国人調査⇒株式会社ダイヤモンド・ビック社
○ 日本人調査⇒オリコン・モニターリサーチ
- ◆ 調査期間： ◇ 訪日外国人調査⇒2013年7月22日（月）～ 8月16日（金）
○ 日本人調査⇒2013年8月6日（火）～ 8月8日（木）

■ 富士山の世界遺産登録についての日本での認知度は97.5%。訪日外国人別では、中国が86.0%と高い認知度となった一方で、韓国は66.0%、台湾は59.5%に留まる。

初めに、富士山の世界遺産登録についての認知度を調べたところ、日本は、「知っている」との答えが94.5%で、「なんとなく知っている」の3.0%を合わせると、認知度は97.5%に達しました。また、中国も「知っている」と「なんとなく知っている」を合わせて86.0%と高い認知度を示しています。一方、韓国の認知度は66.0%、台湾は59.5%と、日本や中国と比較して低い数値になりました。日本を訪れた方に対して行った調査ということを含めると、韓国と台湾においては、富士山が世界遺産登録されたことについての認知が、まだ十分に広がっていないことが伺えます。

Q1: 今年6月、富士山が世界遺産に登録されたことを知っていますか？

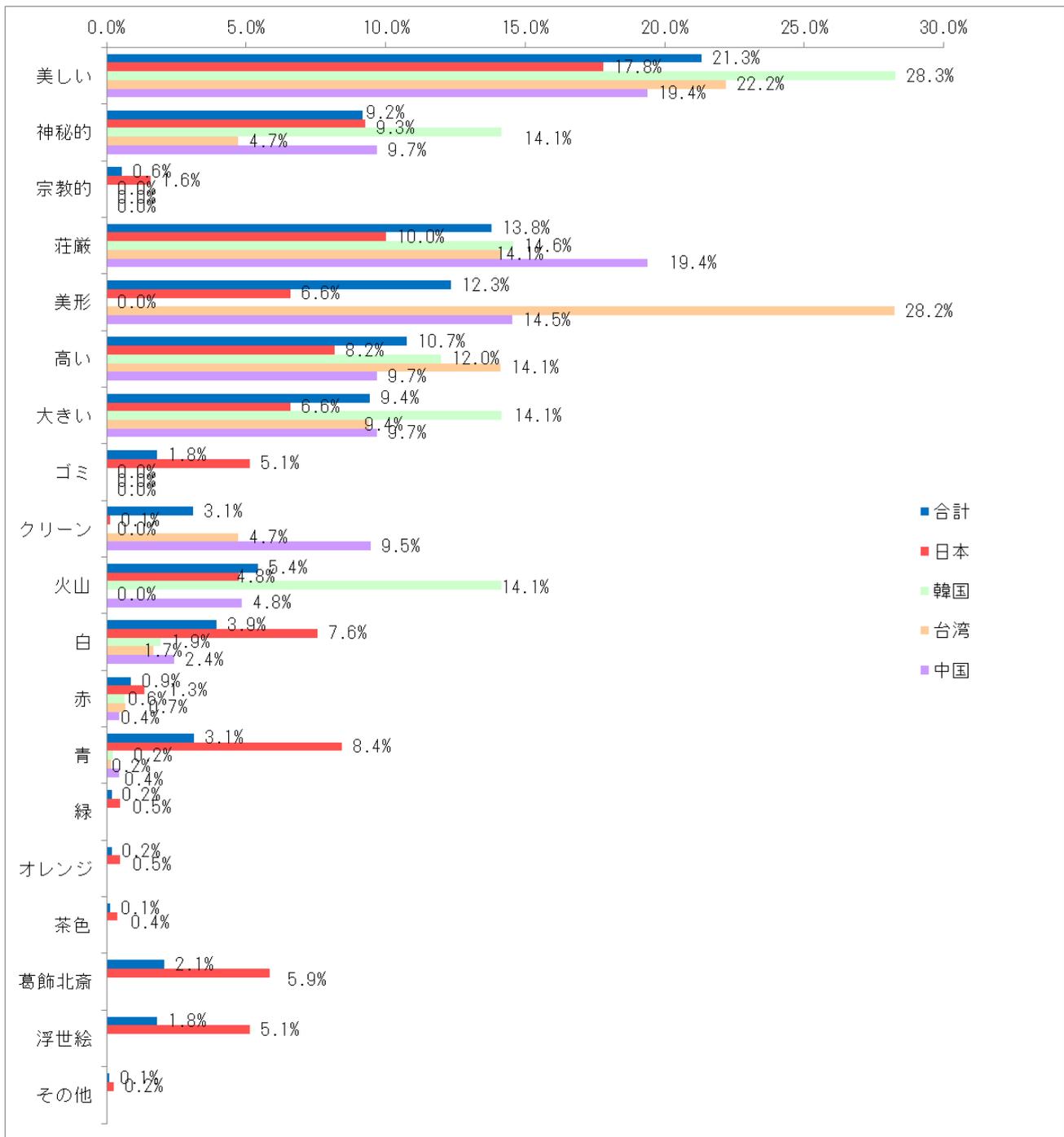
(単一回答/n=各200/単位:%)



■ 富士山の「美しい」というイメージは各国共通。台湾では、特に造形的美しさに対するイメージが日本より強い。

また、富士山のイメージについても聞いています。全体的に多かったのは「美しい」という回答で、日本 17.8%、韓国 28.3%、台湾 22.2%、中国 19.4%となりました。台湾を除く3国でトップになっており、日本だけでなく海外でも富士山は「美しい」イメージがあるようです。特徴的だったのは、台湾で「美形」が28.2%とトップになっており、日本の6.6%や韓国の0.0%とは対照的な数値を示しています。台湾では、形の良さが印象として強いようです。4国平均で2番目に多かったのは、「荘厳」という回答で、中国では「美しい」とともに1位になったほか、日本と韓国で2位、台湾で3位に入りました。「荘厳」というイメージもまた各国共通したものであることが伺えます。

Q2:富士山についてのイメージを教えてください。(複数回答/n:各200/単位:%)



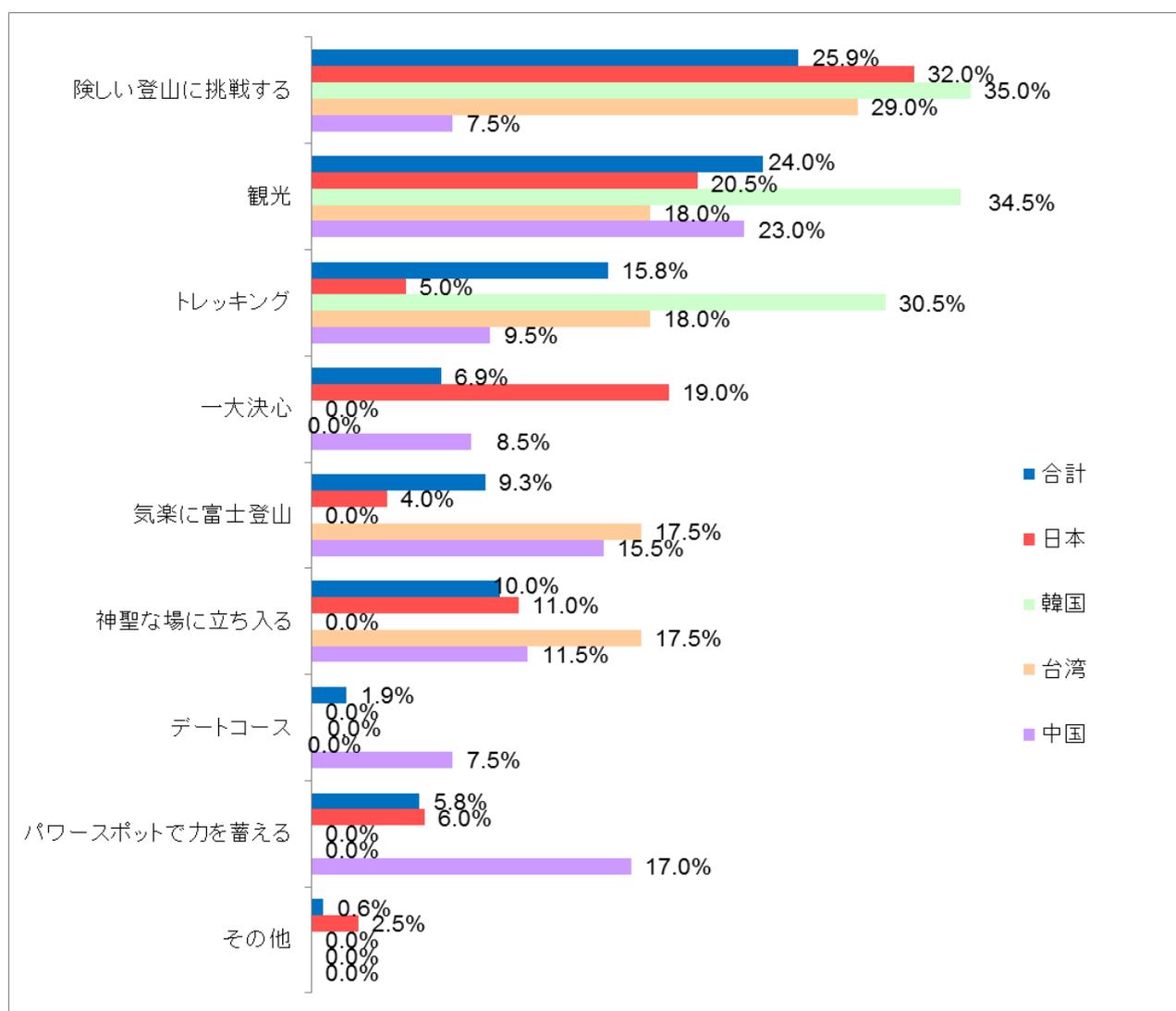
■ 富士登山のイメージは、日本、韓国、台湾で「険しい登山に挑戦する」がトップとなったが、中国だけが極端に低い数値に。エベレストの前では富士登山なんて楽勝!?

次に、「富士山に登る」と聞いてイメージする項目を選択してもらったところ、日本及び韓国と台湾では「険しい登山に挑戦する」が最も多く、日本 32.0%、韓国 35.0%、台湾 29.0%となりました。一方、中国は 7.5%と極端に低い数値となりました。これは、中国がエベレスト山(8,848m)、K2(8,611m)、チョ・オユー山(8,201m)などの富士山よりも険しい山を有していることが影響しているのかもしれませんが。

また、韓国は「トレッキング」をイメージした人が 30.5%を占め、他の国に比べて高い数値を示しています。韓国は、国土の 70%が山岳地域に該当するほど山が多く、トレッキングを楽しむ人が非常に多いことで知られていますが、富士登山にもそのイメージが反映された形です。

Q3:「富士山に登る」と聞いて、もっともイメージに近い項目を教えてください。

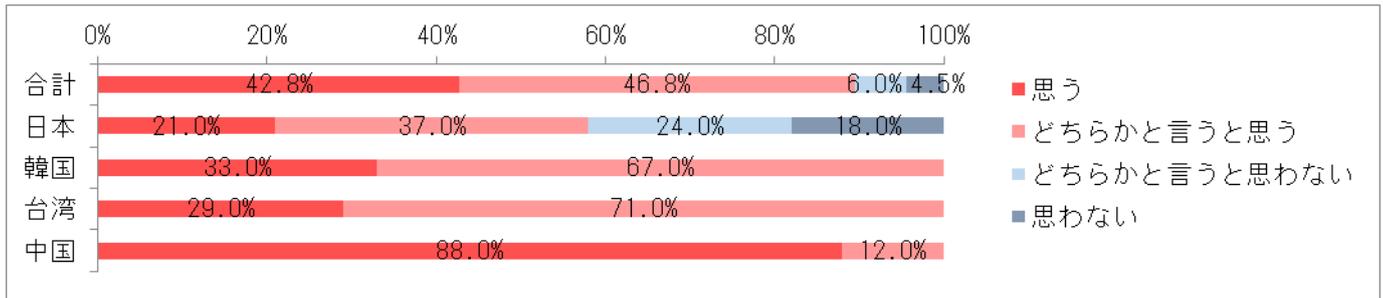
(単一回答/n=各 200/単位:%)



■ 訪日外国人は、日本人よりも富士登山に積極的。なんと、回答者全員が“登りたい”意向を示す！

では、富士登山の意向はどうでしょうか。今回の調査ではこれまでに富士登山の経験がある人がほとんどいませんでしたが（参考：富士登山経験「あり」と回答した割合⇒日本 19.0%、韓国 0.0%、台湾 1.0%、中国 0.0%）、今後、富士山に登りたいかを尋ねると、訪日外国人全てが「思う」もしくは「どちらかという思う」と答えました。特に中国は「思う」とより積極的な意向を示した人が 88.0%と他と比べて非常に高い数値になっています。富士山に登ることについて「険しい登山に挑戦する」というイメージが少ないことが、登山への意向にも繋がっているようです。一方、日本は、「思う」と「どちらからという思う」を合わせて 58.0%と訪日外国人に比べて低い数値を示す結果となりました。

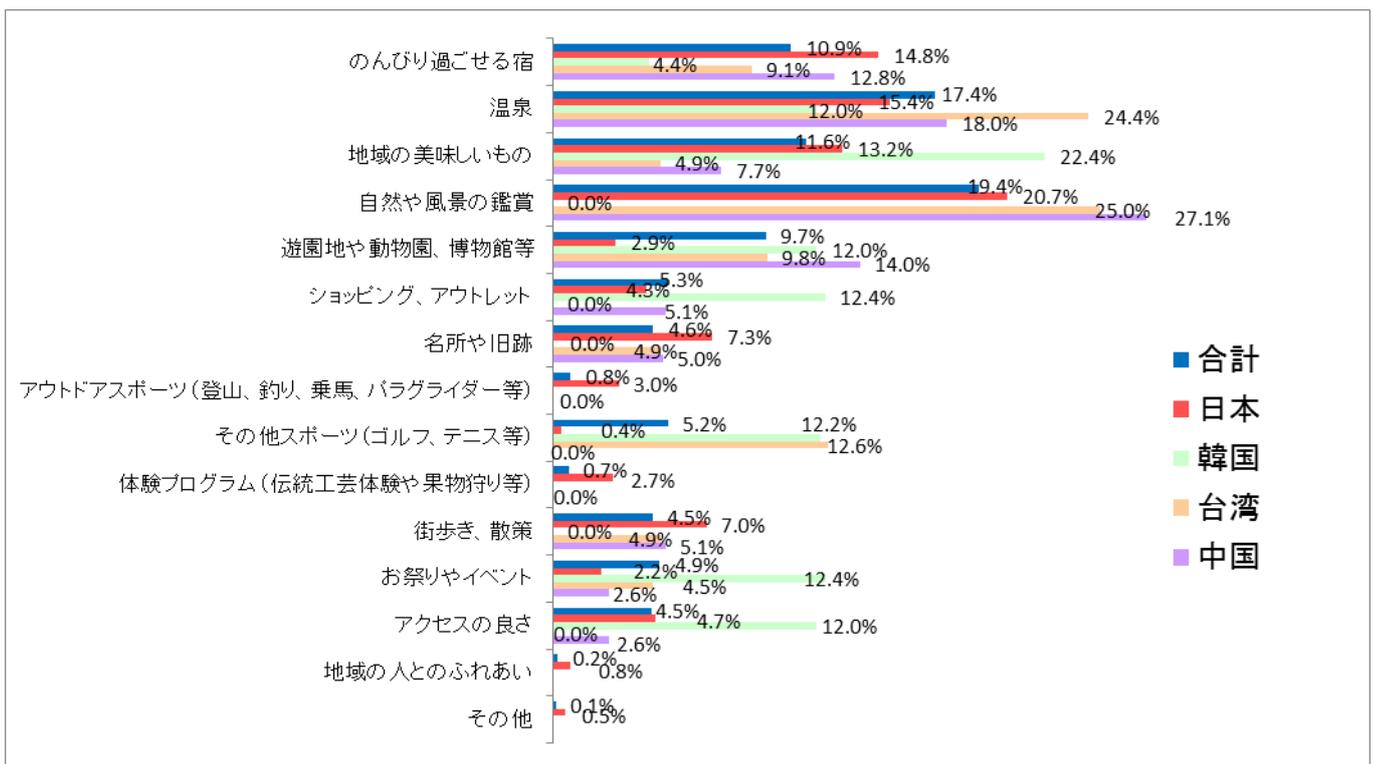
Q4: 今後(また)富士山に登りたいと思いますか？(単一回答／n=各 200 人／単位:%)



■ 富士山周辺の旅行に対して独特のニーズを示す韓国。

富士山またはその周辺への旅行に期待することについての質問で特徴的だったのは韓国です。例えば「自然や風景の鑑賞」に期待する人が日本で 20.7%、台湾で 25.0%、中国で 27.1% いますが、韓国は 0.0% となっています。一方、韓国で何に期待する声が多かったかをみると、「地域の美味しいもの」が 22.4% で 1 位でした。日本は 13.2%、台湾は 4.9%、中国は 7.7% ですから、韓国の数字が際立っていることが分かります。他にも、「ショッピング、アウトレット」が日本 4.3%、台湾 0.0%、中国 5.1% に対して、韓国 12.4%、「お祭りやイベント」が日本 2.2%、台湾 4.5%、中国 2.6% に対して、韓国 12.4% と独特なニーズが明らかになりました。

Q5: 富士山、またはその周辺への旅行に関して何を期待しますか？(複数回答／n=各 200 / 単位:%)



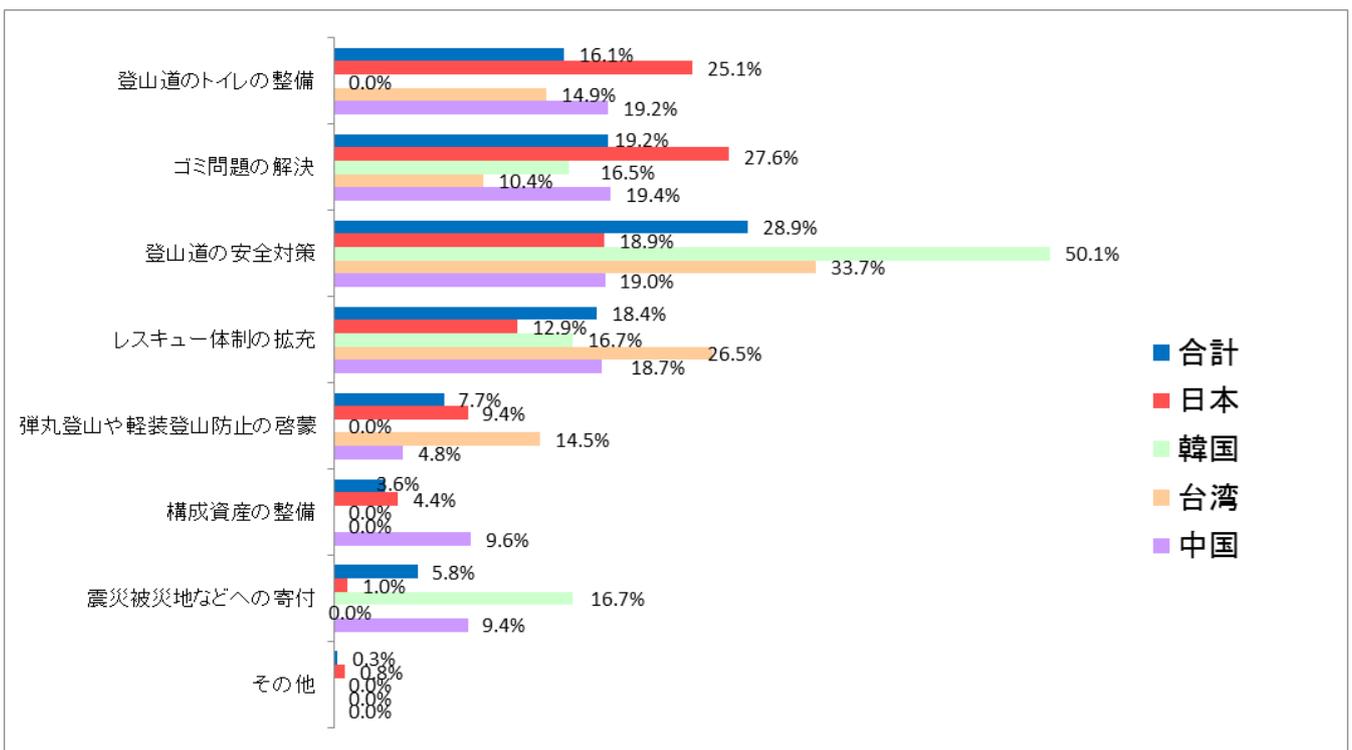
■ 入山料の使途として適切と思うものは日本が「ゴミ問題の解決」と「登山道のトイレの整備」。
韓国と台湾は「登山道の安全対策」。

富士山では、今年、7月から8月にかけて、登山者への1,000円の入山料を試験導入しましたが、この入山料の使途として何が適切かについても聞いてみたところ、日本では「ゴミ問題の解決」が27.6%と最も多く、次いで「登山道のトイレの整備」が25.1%となっています。中国も「ゴミ問題の解決」が19.4%と1位でしたが、「登山道のトイレの整備」の19.2%、「登山道の安全対策」の19.0%、「レスキュー体制の拡充」の18.7%とほぼ横並びです。一方、韓国と台湾では「登山道の安全対策」が1位で、韓国では50.1%、台湾でも33.7%となっています。「レスキュー体制の拡充」との答えも多く、この両国では、安全対策へのニーズが高い結果になりました。

Q6:

本説明文を読んだ後、設問にご回答ください。
『今年初めて、富士登山者に「1,000円の入山料」を試験導入します。
徴収した入山料は、環境保全や登山者の安全対策のために役立てられます。』

入山料の使途として適切だと思うのを選んでください。(複数回答/n=各200/単位:%)

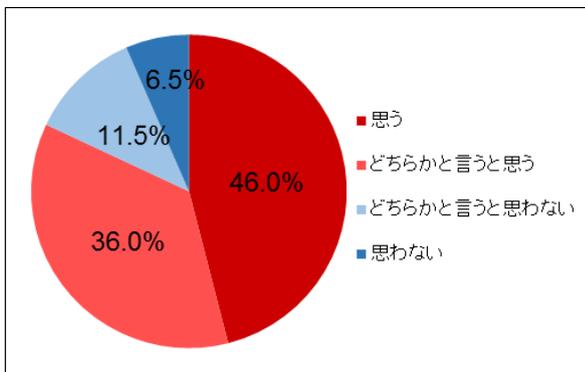


最後に、日本人だけを対象にした質問として、富士山が世界遺産になったことを外国の方にも知ってほしいと思うかを尋ねました。その結果、「思う」46.0%、「どちらかというと思う」36.0%を合わせて82.0%と、多くの日本人が外国人にも世界遺産登録を知って欲しいと考えていることが明らかになりました。

さらに日本へ旅行に来た外国人の方に富士山を訪れて欲しいと思う人も「思う」27.5%、「どちらかというと思う」41.0%と合わせて68.5%と、3人に2人以上いることが分かりました。併せて理由も尋ねると、「日本が誇る山を見てほしい」（女性/20代/北海道）、「富士山は日本の風景になくてはならない存在だから、直にそれを味わってもらいたい。」（女性/20代/東京都）、「日本の良さを知ってもらいたいから。」（男性/40代/愛知県）など日本を代表するものとして見て、感じてもらいたいとの声が多くを占めました。

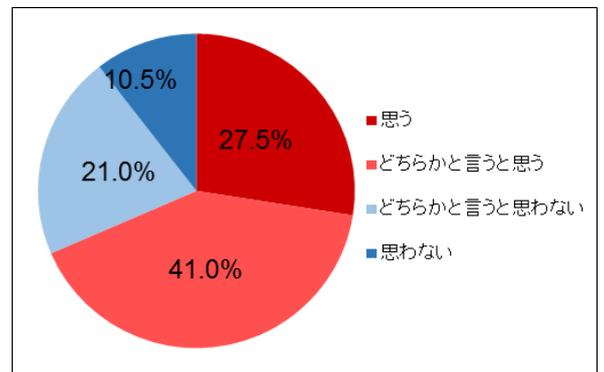
Q7:富士山が世界遺産になったことを外国の方にも知ってほしいと思いますか？

(単一回答/n=日本人 200/単位:%)



Q8:日本へ旅行に来た外国人の方に、富士山を訪れてほしいと思いますか？

(単一回答/n=日本人 200/単位:%)



<ご参考>

フジヤマ NAVI では、今回の調査結果をウェブ上でも公開しています。

URL : <http://www.fujiyama-navi.jp/report/heritage130822/>

<調査結果を受けて>

「フジヤマNAVI」編集長 南 貴弘

今回の調査から、富士山の世界遺産登録について、海外での認知向上に向けたより一層の努力が必要であることが課題として浮かび上がってきました。

6月には富士山の世界遺産登録が達成され、また、今年は政府目標である訪日外国人客数1,000万人も視野に入ってきております。しかし、ひと口に訪日外国人といっても、国ごとの習慣や環境によって求めるニーズが違うこともあらためて明らかになりました。例えば、中国の方は富士登山に対する意向が強いことから、富士登山に関する情報を手厚くしたり、韓国の方に対しては、周辺の食やショッピング、遊びのスポットなどの情報を増やしていくなども有効になってくるでしょう。

フジヤマ NAVI では、日本、そして富士山に繰り返し来ていただき、少しでも長く滞在してもらうため、今後も「おもてなし」の伝統を大切にしつつ、質の高い情報や使い勝手のいいサービスを提供してまいります。