

LCC 利用外国人観光客の関西観光の傾向と課題

—関西国際空港におけるアンケート調査単純集計からの考察—

Tourism trends and issues of foreign tourists using LCC in the Kansai area

Study from simple summary of a questionnaire survey conducted at Kansai International Airport

稲本 恵子*

INAMOTO Keiko

要約 1994年に24時間稼働である関西国際空港が開港して23年余りが経過し、2007年LCCが関空に初就航してからこれまでの10年間にアジア各国からのLCCの就航が相次ぎ、関西を訪問する外国人旅行者は飛躍的に増大した。関空の国際線LCC便増加とともに、近年では、海外から団体旅行ではなくLCCの利便性を活用しながらの個人旅行が増えている。そこでLCC利用外国人観光客に特化した行動や旅の特徴を把握し、リピーターとして誘客するための様々なニューツーリズムの在り方や環境整備への課題を探るために実態調査を行った。LCCを利用するにあたっての制限と利便性の双方が、体験・交流型の着地型観光を中心とするニューツーリズムと結びつき、日本人が、国内旅行感覚で海外へ出かけるのと同様にアジアからの外国人観光客も民泊等を楽しみながら、短期滞在の旅行を重ねていることが分かった。

キーワード：LCC（低価格航空会社）、関西国際空港（Kansai International Airport）、外国人観光客（foreign tourist）、ニューツーリズム（new tourism）

1. はじめに

(1) 研究の動機と背景

航空運送事業は、第2次世界大戦後の20世紀において航空機の技術革新とともに発展、成長を遂げた。その間、世界各国で国家による保護政策のもとで設立された航空会社は事業拡大したが、1970年代のアメリカにおける規制緩和ならびに航空自由化によって新規航空会社の設立など競争が激化した。そのようななか世界初のLCC（Low Cost Carrier）であるサウスウエスト航空が誕生して以来、1990年代のEU経済圏の誕生とともにヨーロッパ各地でもライアンエアやイーゲージェットを代表とするLCCが台頭し、かつては国を代表するナショナルフラッグキャリアとして君臨した数多くのFSC（Full Service Carrier）が、苦戦を強いられるようになった。21世紀に入り、アジア・オセアニア地域においてもLCCの設立が相次ぎ、航空会社の勢力圏は、大きく変貌している。

関西国際空港（以下関空と記す）が開港した1994年当時は、すでにアメリカやヨーロッパ域内においては、LCCの設立や就航が相次いでいたが、日本では、その存在を知られることは殆どなかった。

2007年3月にジェットスター航空（オーストラリア）がLCCとして日本（関空）に初就航して5年後の2012年3月に日本初のLCCとして関空を拠点にするピーチアビエーションが国内線の運航を開始、同年5月より国際線運航を開始したのを続いてジェットスター・ジャパン、エアアジア・ジャパン（現在のバンライエア）が日本のLCCとして運航を開始し約5年が経過した。さらにアジア各国で誕生したLCCが次々に日本各地に乗り入れ、日本のLCC元年といわれる2012年当時から2016年11月末までの間にLCCの就航地域・地域は8か国→11か国、就航航空会社は13社→19社、路線数は29路線→102路線と3倍以上に拡大した¹⁾。

日本にLCCが初就航した2007年度の訪日外客数は、8,346,969人であったが、その後10年間は、増加の一途を辿り、2016年は、24,039,700人と2007年当時と比較してほぼ3倍の増加となり、さらに更新を続け2017

*大阪観光大学観光学部

年10月末時点で2,595,200人²⁾となった。この増加は、観光立国を目指した官民をあげての様々な施策の成果でもあるが、LCCの就航拡大が貢献しているといわれている。日本を発着するLCCとアジア域内におけるLCCの路線が拡大し、日本から片道3時間程度の距離にある国々からの訪日旅行は、国内旅行の感覚に近づきつつあり、短期滞在、複数回訪問する外国人も増えているはずである。「初めての日本」から「何度も訪問する日本」となり、既存の観光地訪問から新たな観光地へと観光行動も変容していく。そこで、日本有数の観光地である京都を有する関西へのゲートウェイでもある関西国際空港発着のLCCを利用している外国人観光客の現在の旅の様子を概観し、その特徴を見出そうと考えた。

(2) 研究の目的

ここ数年の訪日外国人観光客の急増、特にアジアからの観光客が増えていることについて、アジアからのLCCの就航増が影響していることは様々な先行調査によって明らかである。しかし、LCC利用者かつ外国人観光客に限定した先行調査データがあまりみられない。そこで、本調査では、24時間稼働する拠点空港である関空に発着する国際線LCC利用外国人観光客の観光行動の特徴を見出すことを目的とする。

具体的には、関空を利用する旅行者のうち、LCCを利用する外国人観光客に焦点を絞りアンケート調査を実施し、得られたデータを先行調査の結果と比較検証することで、LCC利用外国人観光客の関西における観光行動の特徴を浮き彫りにする。特に、FSC利用の訪日外国人観光客の観光行動や関心との差を見出し、LCC利用外国人観光客をリピーターとして誘客するための様々なニューツーリズムの在り方や環境整備への基本的な視座を養う。

今回の調査の基本的な視点は、(1) 近距離のアジアからLCCを利用して日本を訪問する外国人観光客の旅行の実態把握、(2) LCC利用者の旅行形態特に、民泊への関心度や利用実態はどうか、(3) LCC利用者が関西観光に何を求め、どのような満足(不満足)を得ているか、(4) LCCの特性と利用する旅行者の滞在日数と旅行頻度、訪問地の特性と関空周辺の泉州地域への関心度からどのようなニューツーリズムによる泉州への誘客の可能性があるか、である。こうした視点のうち、本稿では、得られたデータに関する比較的単純な集計によって明らかになった結果を提示し考察する⁽¹⁾⁽³⁾。

2. 調査方法

(1) 調査フィールド

2017年7月9日(日)6:30から22:30の間に関西国際空港第1ターミナル4階国際線出発ロビー及び第2ターミナルLCC国際線出発ロビー チェックインカウンター付近。これまで大阪観光局が定期的実施している「関西国際空港外国人観光客動向調査」は、第1ターミナル4階出発ロビーのみであるため、LCC利用者を抽出しやすいように、第2ターミナルでの調査を実施することとした。中国語(簡体文字)・韓国語・英語に翻訳された質問紙を回答者に提示し本人に記述してもらう自記式調査法を基本としたが、一部調査員による面接調査を併用した。1件あたりの所要時間は10分程度である。

(2) 調査対象者

国際線LCC便への搭乗手続きを済ませた外国人旅行者のうち、調査協力依頼に対して同意を得た者。

(3) 調査内容

質問内容については、A~Dに関して26項目の設問への回答を求めた。選択肢による回答(一部複数回答可)に加えて一部自由記述式の回答を得た。本調査の考察にあたっては、選択肢による回答のみではなく、自由記述の内容を併用している。

- A. 回答者の属性として、性別・年齢層・国籍・使用言語
- B. 観光行動を概観するために、同行者人数、旅行日数、旅行目的、手配方法、宿泊施設、訪問地
- C. 旅の目的や方法についての情報の収集ならびに発信方法
- D. 旅の印象や、泉州の認知度、泉州域内における観光行動の内容

(4) 分析対象

当日回収された標本は298件であった。FSC利用者ならびに、便名未記入の調査票が含まれており、LCC利用であると確認できたのは222件であったため。今回はその222件を分析対象とする。当日のLCC国際線搭乗旅客数及びそのうちの外国人旅客の実数を確認することができなかつたため、当日の欠航便を除き、出発したLCC国際線63便の使用機材の収容座席数から、LCCの採算ラインとされるロードファクター70～80%を鑑み、80%の搭乗があったと仮定して搭乗者数を算出し、旅客数を推測した。その結果が表1である。

表1 2017年7月9日関空LCC国際線出発便数と仮想搭乗者数

航空会社	出発便数	機材	標準座席数	収容可能旅客数(概算)	L/F 80%の搭乗者数(推測)
エアブサン	5	A 321	191	955	764
ピーチ	12	A 320	180	2160	1728
セブパシフィック航空	1	A 320	180	180	144
春秋航空	4	A 320	180	720	576
イースター航空	4	B 737	189	756	604
香港エクスプレス航空	4	A 321	174	696	556
チェジュ航空	9	B 737	189	1701	1360
ジェットスター・ジャパン	1	A 320	177	177	141
ジンエアー	4	B 737/B 777	189/390	1158	926
ジェットスター・アジア航空	3	A 320	177	531	424
スクート	1	B 787	335/375	335	268
タイ・エアアジア X	1	A 333	370	370	296
タイガーエア台湾	3	A 320	180	540	432
ティーウェイ航空	8	B 737	189	1512	1209
バニラエア	1	A 320	180	180	144
エアアジア X	2	A 333	370	740	592
LCC 合計	63			12711	10164

出典：各社HPデータと関西エアポートへの聞き取りから筆者作成

回答を得た222名については、同行者数を尋ねており、それによれば同行者なしと答えたものが30名、以下同行者数についての回答者数(カッコ内は回答数×同行者数の合計)は、二人89名(178名)、三人30名(90名)、四人34名(136名)、五人11名(55名)、六人以上19名(114名)、同行者数無回答16名であり、回答者と同行者を含む分析対象者数は、推定値で605名となり、標本として当日の推定搭乗者数10164名に占める割合は、約5.9%である。仮に全便が満席であったとすれば、約4.7%である。しかし、あくまでも推測による算出であることから数値の妥当性についての言及は読者に委ねることとする。

3. 調査結果と考察

(1) 回答者の属性

ここからは、集計結果の概要を述べる。

1) 性別と年代

まず、性別による属性は表2の通りである。グループの場合は、代表者の回答であるため、同行者の性別は不明である。さらに、年代別に男女の分布を示したものが表3である。調査対象者の選別は無作為であり、調査協力依頼に同意を得た回答者のみであるが、概観としてLCCの利用者には女性が多いと見受けられた。本調査では、職業等に関する設問を設けなかつたため、学生か有職者か、また独身か既婚者かについては不明である。男女ともに30歳未満の若い世代の割合が約40%と高い。男女を年齢層で比較すると、男性が30代よりも40代が少ないのに対し、女性については、30代の女子よりも40歳以上の女性が多い。

表2 回答者の性別 (SA) n 222

	標本数	男性	女性	無回答
上段：度数	222	86	124	12
下段：%	100.0	38.7	55.9	5.4

表3 回答者の性・年代 (SA) n 222

	標本数	男性30歳未満	男性 30代	男性40歳以上	女性30歳未満	女性 30代	女性40歳以上	無回答
上段：度数	222	39	30	17	52	34	37	13
下段：%	100.0	17.6	13.5	7.7	23.4	15.3	16.7	5.9

観光庁による「訪日外国人消費動向調査」(観光庁 2017)⁴⁾の回答者属性の性年代別構成では「女性 20代」(17.5%)、「男性 20代」(14.5%)、「男性 30代」(13.1%)の順となっており、それと比較すると男女ともに若い年代が多く、特に30～40歳代の女性利用客が多いことは、LCCの特徴と言えるのではないだろうか²⁾。さらに、FSC利用旅客も含めて実施された「関西国際空港外国人動向調査第2期」(大阪観光局 2017)⁵⁾による回答者属性の性別(男性54%、女性47%)、年代別(20代50%、30代27%、40代10%)と比較しても、本調査の回答者(LCC利用外国人観光客)は女性が多く、その女性のなかで40歳以上が多い点は注目値する。

2) 国籍と使用言語

次に、回答者の国籍は表4に示すとおりである。7月当時関空に就航していたLCC 19社のうち6社が韓国のLCCであったことから理解にたやすい。その他のアジア23の内訳は、インドネシアとタイが各6、マレーシアが5、フィリピンが4、シンガポールとインドが各1である。欧米については、アメリカとカナダが合わせて3、オセアニアが3、ヨーロッパが2であった。回答者の利用言語については表5の通りである。

表4 回答者の国籍 (SA) n 222

	標本数	中国	韓国	台湾	その他アジア	北米・欧州・オセアニア	無回答
上段：度数	222	43	83	45	23	8	20
下段：%	100.0	19.4	37.4	20.3	10.4	3.6	9.0

表5 回答者の利用言語 (MA)

	標本数	中国語	韓国語	ヒンディー語	インドネシア語	タイ語	ベトナム語	英語	フランス語	スペイン語	日本語	それ以外	無回答
上段：度数	222	99	83	2	10	5	—	105	4	4	20	7	10
下段：%	100.0	44.6	37.4	0.9	4.5	2.3	—	47.3	1.8	1.8	9.0	3.2	4.5

今回の調査では、まず調査員が英語で話しかけ、調査協力依頼をし、英語、中国語、韓国語に翻訳された質問紙を見せて回答者にどの言語によるものに回答するかを選択してもらった。利用者のほとんどが、片言の英語でのやり取りが可能であった。

(2) 旅行の概要

1) 訪日回数と滞在期間

今回の調査対象者の旅行を概観すると、まず訪日回数は表6に示すとおりリピーターが6割以上である。

表6 訪日回数 (SA) n 222

	標本数	今回が初めて	2回目	3回目	4～9回目	10回以上	以前住んでいたことがある	無回答
上段：度数	222	81	47	23	33	13	8	17
下段：%	100.0	36.5	21.2	10.4	14.9	5.9	3.6	7.7

本調査実施前に行われた FSC 利用者も含む「関西国際空港外国人動向調査第1期」(大阪観光局 2017)⁶⁾、本調査後に行われた「第2期」のデータでは、それぞれ「初めて」77% (第1期)、74% (第2期) である。この二つの調査は「訪日」ではなく「大阪への訪問回数」を質問しており、単純に「日本訪問が初めて」とは言い難く、前回の訪日では、大阪以外の都市を訪問し今回初めて大阪を訪問したりピーターも含まれているとも考えられる。しかしながら、本調査前の第1期から本調査後の第2期にかけて、「初めて」が減少し(77%→74%)、「2回目」8%→9%、「3回以上」16%→26% とリピーターの数は増加しており、この増加は、LCC を利用して関西への訪問を重ねている旅行者の存在を示唆しているのではないだろうか。

日本での滞在期間は表7に示すとおり、3日以内が59件(26.6%)であり、そのうち10件が週末を利用した一泊二日旅行、2件が日曜日単日の日帰りであった。この12件は、韓国と台湾からの訪問者である。

表7 日本での滞在期間 (SA) n 222

	標本数	3日以内	4・5日	6・7日	8～10日	11日以上	無回答
上段：度数	222	59	73	36	31	20	3
下段：%	100.0	26.6	32.9	16.2	14.0	9.0	1.4

前節で挙げた FSC 利用旅客ならびに船客を含めた「訪日外国人消費動向調査」には4-6月期の先行調査結果がある。滞在日数について本調査の結果とこれら二つの消費動向調査の結果を比較したものが図1である。

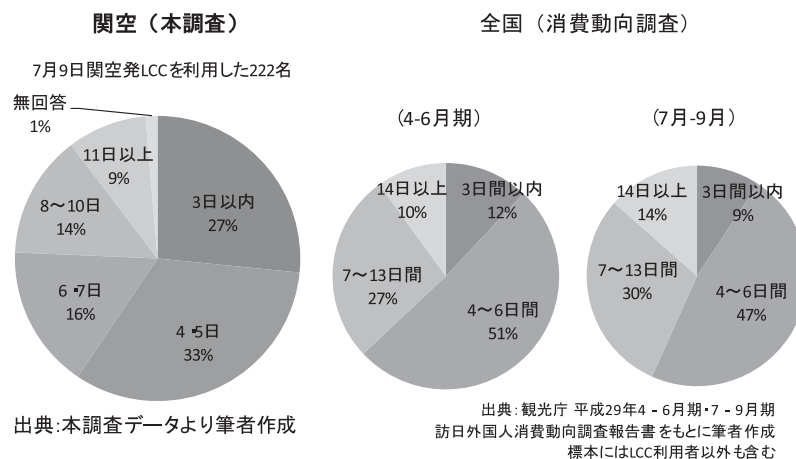


図1 訪日外国人観光客の滞在日数

4日以上の選択肢の滞在日数の設問が異なるため単純に比較はできないが、3日以内の滞在に注目すると12% (4-6月期)、9.0% (7-9月期) に比較して、本調査で回答を得た LCC 利用者については、3日以内の短期滞在者の占める割合が高いことがわかる。また、「関西国際空港外国人動向調査第1期・第2期」のデータでは、関空を利用した外国人観光客の平均宿泊数が7.1日(第1期)、6.8日(第2期)である。これは、関西圏以外ならびに大阪以外の関西エリア(京都、奈良、兵庫など)への宿泊も含んだの数値であり、これらと比べても LCC 利用者の滞在は短めであることがうかがえる。しかし、この動向調査では「大阪」に限定して宿泊についての設問もあり、それに対する回答では、大阪での宿泊が平均3.7泊(第1期・第2期とも)と、本結果に接近している。この数字は、第3章第2節3項(図2)で後述する関西への観光客が利用する宿泊施設についての考察でも関連付けてみたい。

本調査の回答者の滞在日数が短いのは、LCC の殆どが、預託手荷物に別料金を課し、機内持ち込み手荷物の重量制限をしていることなどから全体的に手荷物の量が少なく、身軽に無料で持ち込める荷物だけの旅行となると3日以内程度が適正規模であるからではないだろうか。LCC のビジネスモデルについては後述する。

さらに、日本での滞在期間と性別・年代別数値をクロス集計したものが表8である。女性の世代別の滞在期間を見ると、40歳以上の滞在日数が比較的長いのがわかる。30歳未満や30代が学生あるいは有職の社会人で

週末を利用した短期滞在が多く、40歳以上は学校や仕事など拘束されるものが少ない子育て期を終えた主婦層などを含んでいるということを示唆しているのではないだろうか。

表8 日本での滞在期間+ 性・年代 (SA) n 222

上段：度数 下段：%		日本での滞在期間						
		標本数	3日以内	4・5日	6・7日	8～10日	11日以上	無回答
性・年代	全体	222 100.0	59 26.6	73 32.9	36 16.2	31 14.0	20 9.0	3 1.4
	男性 30歳未満	39 100.0	10 25.6	18 46.2	2 5.1	3 7.7	6 15.4	— —
	男性 30代	30 100.0	11 36.7	10 33.3	5 16.7	4 13.3	— —	— —
	男性 40歳以上	17 100.0	4 23.5	4 23.5	5 29.4	3 17.6	— —	1 5.9
	女性 30歳未満	52 100.0	16 30.8	16 30.8	11 21.2	5 9.6	4 7.7	— —
	女性 30代	34 100.0	10 29.4	10 29.4	5 14.7	6 17.6	2 5.9	1 2.9
	女性 40歳以上	37 100.0	5 13.5	9 24.3	7 18.9	10 27.0	5 13.5	1 2.7

2) 旅行目的

旅行目的はレジャー・観光が最も多く 86.5% を占め、仕事・商用は 4.1% と少なかった。FSC 利用者や船舶利用者も回答者に含む「訪日外国人消費動向調査」では、「観光・レジャー」が全体の 75.6%、「業務（展示会・見本市／国際会議／企業ミーティング／研修／その他ビジネス）」が 14.2% と、ビジネスのために日本を訪問する外国人の割合が本調査の結果よりも多い。これは、航空機を利用するビジネス旅客が、旅程の変更等が可能で航空券の汎用性が高い FSC を選択し、LCC を避ける傾向があることとも関連づけられるであろう⁽³⁾。

表9 旅行目的 (SA) n 222

	標本数	仕事・商用	レジャー・観光	家族や知人に 会うため	その他	無回答
上段：度数	222	9	192	13	6	2
下段：%	100.0	4.1	86.5	5.9	2.7	0.9

3) 旅行手配と宿泊

ここでいう旅行手配とは、旅行自体をどのように手配したかである。表 10 のとおり個別手配が 82% である（消費動向調査では 70.8%）。LCC の場合、自社の WEB ページで航空券の販売を行っており、自分で IT 機器を操作できれば旅行代理店を介さずに予約が可能であり、スマートフォン等の端末使用に慣れた 20～30 歳代が LCC 利用者に多いことからもうなずける数字である。

表10 旅行手配方法 (SA) n 222

	標本数	旅行会社の ツアー	個人向け パッケージ	個別	その他	無回答
上段：度数	222	14	18	184	4	2
下段：%	100.0	6.3	8.1	82.9	1.8	0.9

さらに、個別手配をしたと回答した 184 名に補足質問で、宿泊予約使用したサイトについて尋ねた。著名な

宿泊予約サイトを選択肢として提示し選択させた。その結果が表11である。関空に就航しているLCCの殆どがアジア地域からであること、LCC利用者層が旅行支出で高額な出費を控え、宿泊料金の高いホテルよりもゲストハウスや民泊等の利用傾向が高いであろうと予測されることから宿泊予約サイトやOTA（Online Travel Agency）のうちアジア地域でよく使われるものを選択肢とした。

表11 宿泊先を個別手配した際の利用サイト（SA）n 184

	標本数	Expedia	Booking.Com	Agoda	Ctrip	Airbnb	VRBO	途家	その他のサイト	ネット以外	無回答
上段：度数	184	8	31	25	10	46	-	-	40	9	15
下段：%	100.0	4.3	16.8	13.6	5.4	25.0	-	-	21.7	4.9	8.2

さまざま予約サイトのなかでもAirbnbの利用度が最も高い。これは、LCC利用観光客が安価な宿泊施設を好み、民泊やゲストハウスへの宿泊傾向が高いことを示すであろうとの予測と合致した。日本国内での主な宿泊施設についての回答が表12である。

表12 日本国内での主な宿泊施設（SA）n 222

	標本数	ホテル	日本旅館	ユースホステル	民泊・ゲストハウス	親族・友人・知人宅	その他	無回答
上段：度数	222	93	24	8	74	11	10	2
下段：%	100.0	41.9	10.8	3.6	33.3	5.0	4.5	0.9

ホテルが41%で民泊・ゲストハウスが33.3%である。これを、訪日外国人消費動向調査トピックス分析（観光庁2017）⁷⁾と比較すると、消費動向調査（標本にはFSCや船舶利用者を含む）では、訪日外国人観光客の宿泊先が「ホテル」（75.1%）、「旅館」（18.2%）、「有償での住宅宿泊」（民泊）が12.4%となっており、本調査の回答者であるLCC利用訪日外国人観光客がホテルや旅館よりも比較的安価な民泊やゲストハウスを利用している割合が高いことがわかる。

このトピックス分析では、「民泊利用者のうちLCC利用者が39.3%、FSC利用者が59.3%であり、平均泊数は7.6泊、滞在日数は3日以内が4.5%、4～6日間が37.0%、7～13日間が47.1%、2週間以上1年未満が11.3%であり、民泊を利用する旅行者には長期滞在者が多い」としている。このトピックス分析の標本はFSC利用者が約6割であり長期滞在に必要な荷物を十分に携行可能であるため長期滞在が可能で民泊等の施設を活用した滞在期間の長い旅行者が多いという分析に至っているのであろう。そのうえで「『有償での住宅宿泊』利用者の往復交通手段はLCCが多い」と述べている。

本調査を実施した関空の2017年国際線夏期スケジュールでは、過去最高の週1260便が運航され、そのうち国際線のLCC便数は週378便で、国際線の3分の1を占める⁸⁾。これらのLCCの殆どが近距離アジアから就航しており、それらを利用して関西（大阪）を訪ねる短期滞在旅行者が多い（本章第2節）。宿泊施設についてLCCを利用する外国人観光客だけでなくFSC利用者も含め関空を利用する外国人観光客全体にも特徴はあるのかどうか、本調査の回答者データと「関西国際空港外国人動向調査」のデータを比較してみた（図2）。

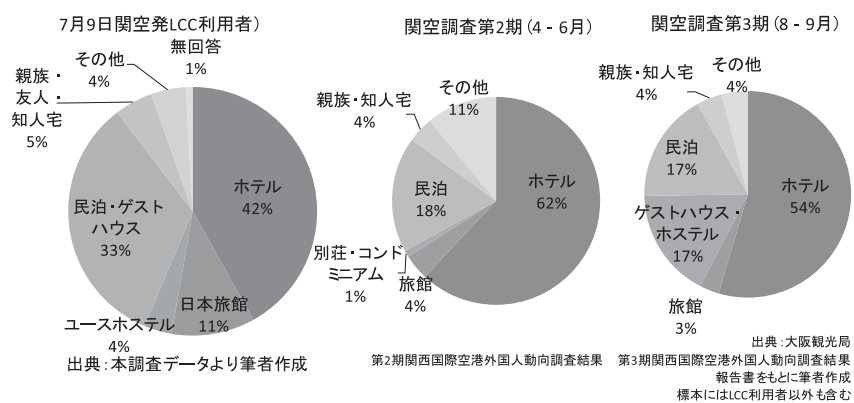


図2 関西訪問者の宿泊先

関西国際空港動向調査第2期と第3期では、宿泊種別の分類が異なるが、消費動向調査の結果と比較するとホテルや旅館の利用者の割合は低い。また、民泊やゲストハウスの割合は訪日外国人消費動向調査の結果よりも高く、本調査の回答で得られた民泊、ゲストハウス、ユースホステル等の利用者37%と接近している。明確な理由や根拠はないが、LCC便が多い関西においては、民泊等の施設を好み、人とのふれあいを期待している外国人観光客が多く訪れているのではないだろうか。

4) 国内での移動

これまで述べてきたように、LCC利用者は、個別手配の個人旅行が殆どであり、移動には公共交通機関を使用していることが表13からもわかる。

表13 日本国内の主な移動手段 (SA) n 222

	標本数	団体貸切バス	旅行会社手配の観光バス	鉄道・路線バス	飛行機	レンタカー	その他	無回答
上段：度数	222	12	10	183	3	6	8	-
下段：%	100.0	5.4	4.5	82.4	1.4	2.7	3.6	-

5) 情報収集と発信

次に日本への旅行前と滞在中の情報収集ならびに発信方法について、その接触メディアについての結果が表14～表17である。これらの数値は、LCC利用者がITツールの扱いに慣れているという大前提から考えれば当然予測された数字であり、他の調査結果とは大差は見られなかった。LCC利用者の世代が比較的若い(40歳未満が多い)ことから、FacebookやインスタグラムといったSNSへの発信度が高い傾向があるのではないかと考えていたが、60%とさほど高くはなかった。この点は40歳以上の女性割合が少々高かったことなども関係しているのではないだろうか。また、「関西国際空港外国人動向調査」で、無料Wi-Fiの利用について調査しているが、快適に利用したという回答は3割程度でWi-Fiの繋がり具合の不便さも影響しているのではないか。

表14 事前接触メディア (SA) n 176

	インターネット	SNS	友人・知人・家族の話	旅行会社からの情報	ガイドブック・リーフレット	テレビ・ラジオ・雑誌	その他	無回答
上段：度数	176	24	41	9	26	9	4	6
下段：%	79.3	10.8	18.5	4.1	11.7	4.1	1.8	2.7

表15 滞在中の接触メディア (SA) n 222

	標本数	インターネット	SNS	友人・知人・家族の話	旅行会社からの情報	ガイドブック・リーフレット	テレビ・ラジオ・雑誌	宿泊先での話	旅行中で知り合った人の話	その他	無回答
上段：度数	222	180	40	41	11	38	6	5	6	1	9
下段：%	100.0	81.1	18.0	18.5	5.0	17.1	2.7	2.3	2.7	0.5	4.1

表16 旅行中のスマホ利用度 (SA) n 222

	標本数	利用していた	利用していない	無回答
上段：度数	222	207	10	5
下段：%	100.0	93.2	4.5	2.3

表17 旅行中のSNS発信度 (SA) n 222

	標本数	発信していた	発信していない	無回答
上段：度数	222	134	76	12
下段：%	100.0	60.4	34.2	5.4

6) 旅行の印象

今回の旅行の印象について選択肢を設け尋ね、複数回答可とした。その結果が表18である。

表18 旅行の印象・思い出 (MA)

	標本数	日本料理	B級グルメ	伝統工芸品	ファッションのショッピング	まち歩き	日本の文化・歴史を感じる建物
上段：度数	222	155	61	18	88	64	103
下段：%	100.0	69.8	27.5	8.1	39.6	28.8	46.4
	自然などの風景	温泉	テーマパーク	着物や茶道などの体験	まつり	その他	無回答
上段：度数	73	25	40	23	8	6	6
下段：%	32.9	11.3	18.0	10.4	3.6	2.7	2.7

日本料理やB級グルメという飲食行動、ショッピングや街歩きといった自らの触れた行動や体験について強く印象付けられている。さらに「日本の旅の印象」として自由記述欄を設けたところ、目立った内容は「人が親切」「マナーが良い」「街がきれい」「安全」「食べ物がおいしい」「交通が便利」「バスが複雑」「地下鉄がわかりやすい」などであった。個人旅行で、訪問地や移動手段の中継地や車内などでの日本人とのふれあい体験を思い出として挙げているものが多く、接客の丁寧さに対する評価も高かった。ハードウェアよりもソフトウェア、さらにはヒューマンウェアを、旅の印象としているところが興味深い。すでに初回旅行でハードウェアとしての有名観光地は訪問済みで思い出として記憶にとどめたのち、リピーターとして訪問した2回目以降の旅行では、それ以外の経験が旅の印象として残ったのではないだろうか。彼らが個人手配旅行で行先々でツアーガイドに頼ることなく、自ら観光案内所に向いたり、市民に道を尋ねたり、買い物を手伝ってもらったりしている場面が想像できる。訪問地としての自由記述では、USJ、道頓堀、大阪城、など大阪市内の施設や地名が目立った。

7) 泉州の認知度

関西国際空港は大阪府南西部の、堺市、岸和田市、泉大津市、貝塚市、泉佐野市、和泉市、高石市、泉南市、阪南市、忠岡町、熊取町、田尻町、岬町の13市町(9市4町)からなる泉州地域に立地している。泉州の認知度については、これまでも先行調査(公益財団法人堺都市政策研究所2016)で、「泉州を知っている」と回答したのは24.6%、「知らない」が75.4%⁹⁾との結果を得ている。外国人観光客の多くが泉州より北部である大阪都心や京都、奈良などの有名観光地、泉州よりも南部に位置する世界遺産の高野山や熊野古道を旅の目的地とする場合、関空周辺の泉州地域は通過地点であり、未だ観光地としての認知度は低い。地元への滞留してもらおうと自治体も観光によるまちづくり、DMOの設立などに向けて意欲的に取り組み、準備も進んでいる。今回の調査では、LCC利用客がリピーターとして有名観光地以外を開拓しているのではないかと、LCCの出発時間帯が早朝に多いため、大阪市内よりも関空に近い泉州地域に宿泊しているのではないかと予

測して、泉州に関する情報接触度と宿泊についての設問を設けたが、統計値として検討できる数字は得られなかった。参考までに、その一部を表 19～21 に記す。

表 19 旅行中の泉州に関する情報接触度 (SA) n 222

	標本数	見聞きした	見聞きしていない	わからない	無回答
上段：度数	222	11	112	40	59
下段：%	100.0	5.0	50.5	18.0	26.6

表 20 泉州での宿泊状況 (SA) n 222

	標本数	宿泊した	宿泊していない	わからない	無回答
上段：度数	222	19	108	57	38
下段：%	100.0	8.6	48.6	25.7	17.1

表 21 泉州で宿泊した施設 (SA) n 19

	標本数	ホテル	日本旅館	ユース ホステル	民泊・ ゲストハウス	親族・友人・ 知人宅	その他	無回答
上段：度数	19	6	2	1	6	2	2	－
下段：%	100.0	31.6	10.5	5.3	31.6	10.5	10.5	－

LCC を利用して関西を訪問する外国人観光客を泉州地域へ誘客するために、LCC 利用者たちの属性や旅のスタイルなど特性を知ることで、泉州地域における着地型観光の整備方法について、新しい視点を持つことはできないだろうか。

4. LCC 利用旅行の特性

1994 年の開港以来、一時期は、路線数が減り利用者数が伸び悩んでいた関空であるが、2007 年 3 月に LCC が日本初就航、8 月に B 滑走路運用開始、2012 年に LCC 専用の第 2 ターミナルがオープンし、日本初の LCC であるピーチアビエーションが関空を拠点に運航を開始など様々な契機を経て、関空利用者全体は増え続けている。LCC が就航した当時の年間航空旅客数は約 16,695,000 人（2007 年）であったが、約 10 年で約 25,721,000 人（2016 年）と 1.5 倍となった¹⁰⁾。LCC の就航拡大が、その利用者増を牽引した。では、LCC のビジネスモデルとはどのようなものであり、その利用者に特徴は見られるのだろうか。

(1) LCC のビジネスモデルと利用者の特徴

LCC は、米国のサウスウェスト航空が 1970 年代に確立したビジネスモデルを手本としている場合が殆どである。特徴として単一機材の使用による運航乗務員および整備士の訓練など人員配置の効率化、補給部品の最小化等によるコスト削減が挙げられる。ボーイング社の 737 型機や、エアバス社 A 320 型機等の小型機（収容座席数 120～180）がその主流であり、座席はエコノミークラスのみ、座席ピッチを狭くして配置数を多くすることにより生産量を増やしている。また長距離運航よりも中短距離を高頻度で運航することによっても生産量を上げるため運航コストを抑える。そのため目的地までの飛行時間、燃料補給等の地上滞在時間ともに短縮できるように所要時間 1～3 時間程度の地点間を結んでいることが多い。しかし、最新鋭の機材は、燃費効率もよく航続距離も伸長しているので、今後は、欧米などへの長距離移動も可能となるだろう⁴⁾。自社 WEB サイトによる航空券の予約・販売システムやセルフチェックイン機の使用、機内清掃の一部を客室乗務員が担うなど人件費の削減も LCC の航空運賃の低価格化に貢献している。LCC は運航コストを抑えサービスを簡素化し、座席指定、飲食物や預託手荷物などの FSC における無料サービスを廃止して基本となる運賃の低価格化を実現し、基本運賃に含まれないサービスの有料化したのち、様々な付帯サービスを積極的に売り込んで収入増をはかっているのである（丹治 2017）¹¹⁾。LCC 利用者は、予約からチェックイン手続きなどの各場面さまざまな情報端末（IT 機器）の操作をしなければならない。その操作方法などが苦手な高齢者等にとって LCC は使いづらく、若い世代は、バスや電車などの公共交通機関、各種施設、イベント等の予約とチケット購入などの IT を利用する日常生活シーンと変わらないため特に不便さを覚えず低価格な運賃に魅力を感じる。LCC は機内持ち込み手荷物、預託手荷物ともにその無料サービスの制限重量が FSC に比べて少ない。利用者は、運賃が安くても荷物が多くなれば追加料金を徴収されてしまう。機内サービスがすべて有料となるため、国内

線や短距離の国際線であれば、食事やエンターテインメント設備の必要性をあまり感じない。したがって、手荷物が少ない短期間の旅行や、目的地で食べることを楽しむなど、着地型・体験型の観光を楽しもうと思っている観光客にとって、航空運賃の安い LCC は便利であり魅力的である。

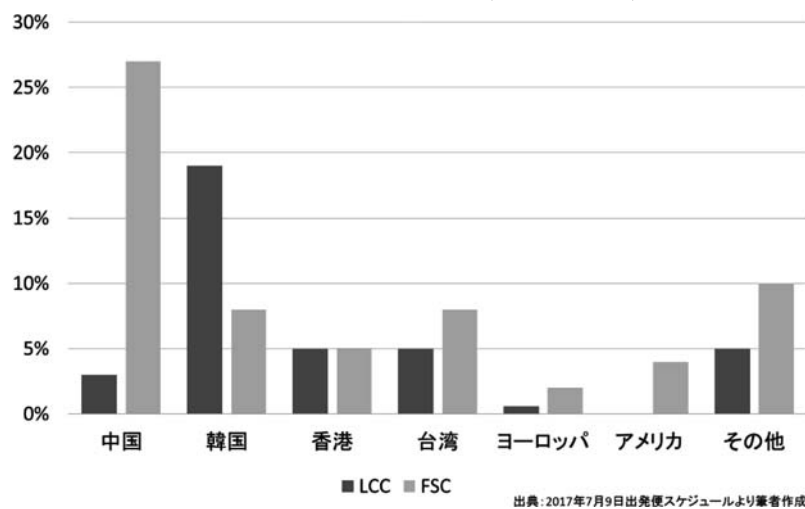
また、LCC の航空券は、予約変更、他社便へ振替ができないことが多いため、利用者は遅延や欠航などで予定された便に搭乗できないといった場面に遭遇するというリスクも理解しておかねばならず、FSC を利用する際と比べて各種サービスとに対する要求度は高くない。

(2) 安近短

関空を発着する LCC の大多数の路線が、所要時間 4 時間以内の近距離アジア線である。関空に就航している国際線の LCC と FSC の路線数を目的地別に比較すると表 22 のようになる。

中国については、現在のところ FSC の路線数のほうが多いので、今後の中国における LCC の展開も注視していきたい。

表 22 関空就航路線の割合 (LCC と FSC)



関空への LCC 路線が最も多い韓国を結ぶ路線のなかでも特に、関空－釜山間は所要時間が約 1 時間半と短く、気軽に訪れる街として日韓双方の若年層に人気があるのではないだろうか。所要時間が 2 時間未満と日本国内旅行並みに近い感覚が持たれる両地点間の移動は、日帰りも可能な距離である。滞在 2 日以内と回答した若者への対面の聞き取りでは、「アニメグッズを買いに来た」「食べ歩きを楽しんだ」という声が聞かれた。前掲 3-(2)-3 で挙げた「訪日外国人消費動向調査トピックス分析」では、民泊利用者の特徴として LCC 利用者が多いこと、行動は「繁華街の街歩き」「テーマパーク」「日本のポップカルチャーを楽しむ」が多いという分析をしており本調査の分析と重なる。今回の調査対象の LCC 利用外国人観光客の訪問先は、先に述べたように、大阪市内がほとんどであり、関空から 1 時間程度の繁華街が中心であったようだ。1～2 泊であれば、その滞在期間を有効に使えるよう、公共交通機関によるアクセスが、1～2 時間以内の場所が行動の中心となっているといえる。泉州地域は、関空から入国する外国人観光客にとって最も近い日本の都市(まち)であり、日帰りを含む短期旅行の訪問先となり得る。航空運賃が安く、距離も近く、短い旅程で繰り返し旅を楽しむ、といった旅行が関空を発着する LCC の利用者には多いのではないだろうか。

(3) ニューツーリズム

近年、耳にすることが多くなったニューツーリズムとは、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、産業観光、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、ヘルスツーリズム・フードツーリズム・コンテンツツーリズムなどのテーマに沿って提供される着地型観光の総称である。その観光行動は、体験型・交流型の要素が強い(中村 2017)。

近距離国際線で移動にかかる時間が短ければ、一度の訪問で滞在期間中にたとえ旅の目的が果たせなかったとしても、運賃が格安な LCC を利用して、気軽に再訪を計画、実行することができる。国内移動並みの時間

で国境を越えて来訪する人々に、自分の住む町での休日のような過ごし方として、食のみを楽しむ食べ歩き、買い物や街歩き、観劇や体験といった楽しみを旅の目的とするニューツーリズムは、LCC を利用する外国人だけでなく日本人にとっても新しい旅の形である。国内の LCC 各社が我々日本人に LCC を利用して韓国、中国、台湾等へ大きな荷物を持たずに気軽な食べ歩きやエステなどの体験型の日帰りや、週末旅行を提案しているように、最も就航数が多い韓国からも同様の旅行を楽しむ若者が増えていることは間違いないであろう。

5. まとめ

本調査を実施した 2017 年 7 月以降、関西国際空港の利用者数は過去最高値更新を重ねた。これまでのさまざまな先行調査の結果からも、訪日外国人観光客の大多数がアジアからの旅行者であり、その増加には LCC の就航増が関連していることは推測できていたが、実際に LCC 国際線を利用する外国人観光客に焦点を絞ってその観光行動や消費行動について、調査事例が見られなかったため本調査でその特徴を確認した。

関空は 24 時間運用可能であり、羽田や成田といった首都圏の拠点空港よりも西に位置し、大陸との間の飛行時間が 1 時間ほど短く、アジアで発展を続ける LCC 各社にとって燃料の節約など利便性が高い。24 時間運用であるため、たとえ遅延しても空港の運用時間を気にすることなく運航することができる。また北東アジアのハブ空港としての機能がソウルの仁川国際空港－関空間の所要時間は 2 時間足らずであり、欧米などから長距離を FSC を利用して韓国を訪問した観光客が、オプションツアー先として日本を訪問することも可能であり、空港から鉄道による有名観光地への移動が可能な関空は、そういった客にとっても利便性が高いといえる。

今後も、日本の観光地として絶大な人気を誇る京都や奈良といった歴史的観光資源の豊富である関西への観光客は増加していくことは間違いない。LCC で気軽な旅を楽しむ海外からの週末旅行者が、民泊等を利用して普段の自分の生活と異なる日本人の日常生活に触れる旅の可能性も見込まれる。2017 年 11 月 6 日、民泊サイト大手の Airbnb と全日本空輸（ANA）、ピーチアビエーションは、パートナーシップを締結し「日本の旅を変える、新しいスタイルを提案」をキャッチフレーズに、新しい旅行スタイルの普及と拡大におけるマーケティングを開始した。ピーチは「人から検索する新しい旅のスタイル」として個人個人が旅行を予約できるようなサイトを開設した。それらの旅を実現するためには、民泊等の利用に際して鉄道駅等から施設までの交通手段、公共交通機関を使って訪問できる空港に近い観光施設や観光資源の整備も進めるべきであろう。

今回の調査では、LCC 利用者層に女性が多いことを再確認した。そのなかで、40 歳以上の女性客を多く確認できたことは、日本やアジアにおける「女子旅」の旅行者層が、独身女性のみならず、出産や子育て期を終えたとみられる主婦などの年代層にも及んでいるということを示唆しているのではないだろうか。自らの手で旅の手配をする LCC 利用訪日外国人観光客は、訪問先での人々との交流を楽しみにしている。我々日本人にとって見慣れた景色や生活が、海外からの観光客にとっては「体験型観光」そのものとして価値があるものであることを再認識していくことも必要である。今後は短期間滞在（3 日以内）、高いリピート率、民泊やゲストハウスといった安価な宿泊施設を好み、手荷物が少ないため買い物といった消費行動よりも、体験型、交流型の着地型観光を求める LCC を利用する外国人観光客に対して、関西におけるニューツーリズムの資源を、いかに見出し造成していくかが課題となるであろう。

謝辞：本論文の執筆にあたり、調査の準備段階より、関西エアポート株式会社様、泉州観光推進プロモーション協議会様よりご助言、ご協力をいただきました。この場を借りて御礼申し上げます。

【補注】

- (1) 本稿にて使用している調査結果データは、稲本（2017）「LCC 利用訪日外国人観光客の旅行行動について－関西国際空港利用者に着目して－」日本観光研究学会第 32 回研究大会投稿論文にて既に公開したものと一部重複している。
- (2) 「訪日外国人消費動向調査」の回答者の性別の構成比は「男性」が 50.1%、「女性」が 49.9% であり、年代別の構成

比は、「20代以下」(41.4%)、「30代」(25.5%)が多いが、この調査は新千歳空港、函館空港、仙台空港、新潟空港、東京国際空港(羽田空港)、成田国際空港、小松空港、富士山静岡空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、高松空港、福岡空港、鹿児島空港、那覇空港、関門(下関)港、博多港、厳原港の18空海港で実施されており、首都圏他、全国主要都市へのビジネス需要等も見込まれるため、本調査のデータとの単純な比較は難しい。

- (3) 航空機を利用するビジネス旅客は、旅程を定めて飛行機を予約する観光目的の旅客と異なり、出発直前までスケジュールが決まらないことも多く目的地での滞在時間に変更があるなど、利用者が予約変更の柔軟性を望む傾向があり、汎用性のある正規運賃の航空券を企業が負担することがほとんどである。
- (4) 関空に就航しているLCCのなかでもエアアジア・エックス(タイ)や、スクート(シンガポール)、ジェットスター(オーストラリア)などは、A333、B777などの中型機を運航しており、長距離の運航が可能である。2017年度には、エアアジア・エックスとスクートがそれぞれ関空-ホノルル便(所要時間約7~8時間)を就航させている。

【参考文献】

- 1) 国土交通省(2017) LCCの事業展開の促進(平成28年度 政策レビュー結果評価書)
<http://www.mlit.go.jp/common/001179271.pdf> (2017年11月30日最終閲覧)
- 2) 日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数(2017年10月推計値)」
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/pdf/171115_monthly.pdf (2017年11月30日最終閲覧)
- 3) 稲本恵子(2017)「LCC利用訪日外国人観光客の旅行行動について-関西国際空港利用者に着目して-」日本観光研究学会第32回研究大会投稿論文 pp.157-160
- 4) 観光庁(2017)「訪日外国人の消費動向 訪日外国人消費動向調査結果及び分析 平成29年7-9月期報告書」
<http://www.mlit.go.jp/common/001206329.pdf> (2017年11月30日最終閲覧)
- 5) 大阪観光局(2017)「平成29年度 第2期関西国際空港 外国人動向調査結果」
<http://www.osaka-info.jp/jp/press/release.php> (2017年11月30日最終閲覧)
- 6) 大阪観光局(2017)「平成29年度 第1期関西国際空港 外国人動向調査結果」
<http://www.osaka-info.jp/jp/press/release.php> (2017年11月30日最終閲覧)
- 7) 観光庁(2017)「訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】「有償での住宅宿泊」利用観光客の詳細分析」
<http://www.mlit.go.jp/common/001215494.pdf> (2017年11月30日最終閲覧)
- 8) 関西エアポート株式会社コーポレートコミュニケーション部 広報グループ(2017年)「関西国際空港におけるLCCの概況及び方面別便数」3月23日発表プレスリリース
http://www.kansai-airports.co.jp/news/2016/2482/2017_summer.PDF.pdf
- 9) 公益財団法人堺都市政策研究所 泉州地域政策課題研究会(2016)「泉州地域におけるインバウンド推進施策に関する調査研究(その1)実態調査編 報告書」(2017年11月30日最終閲覧)
- 10) 関西エアポート HP「会社概要」より
<http://www.kansai-airports.co.jp/company-profile/about-airports/kix.html> (2017年11月30日最終閲覧)
- 11) 丹治隆(2017)「LCCの世界的躍進」(稲本恵子編エアライン・ビジネス入門)晃洋書房 pp.145-157
- 12) 中村忠司(2017)「ニューツーリズム論」(中尾清・浦達夫編『第3版観光学入門』晃洋書房 pp.93-103