

「日韓国際観光カンファレンス2015」 開催概要報告

公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部 主任研究員 牧野 博明

当財団と韓国の政府系研究機関である韓国文化観光研究院 (Korea Culture & Tourism Institute、以下、KCTI) は、2015年11月27日、ソウルのKCTIにて「日韓国際観光カンファレンス2015」を開催しました。2014年の「日韓国際観光カンファレンス2014」(2014年11月28日、東京で開催)以来となる両者の交流事業の一つである本カンファレンスでは、両国における観光政策や旅行動向に関する調査・研究結果、両組織における研究成果などの情報発信のあり方について発表を行うとともに、意見交換を積極的に行うなど、両組織の一層の交流促進を図りました。当財団から、志賀典人会長、発表した3人の研究員の他に守屋邦彦主任研究員が参加しました。

本欄では、当日の発表内容の中から、KCTIの発表内容(韓国の観光政策の現状と課題、韓国人の旅行形態の変化、KCTIにおける主な情報サービスの運営状況の3つの題目)について、ご紹介いたします。

*ここで使用している図表は、KCTIの発表資料(日本語訳)によるものです。また、文章につきましては、KCTI発表内容をもとに、一部JTBFにて加筆・修正を加えています。

発表プログラム(数字は発表の順番)

KCTI (韓国文化観光研究院)	
1	韓国の観光政策の現状と課題 先任研究委員 柳匡勳 氏
3	韓国人の旅行形態の変化 先任研究委員 金德基 氏
5	KCTIにおける主な情報サービスの運営状況 副研究委員 權泰一 氏
JTBF (公益財団法人日本交通公社)	
2	日本の観光政策の現状と課題 観光政策研究部 主任研究員 牧野博明
4	日本人の韓国旅行インサイト 観光文化研究部 研究員 柿島あかね
6	JTBFにおける研究活動成果の情報発信について 観光研究情報室長・主席研究員 久保田美穂子

1 韓国の観光政策の 現状と課題

先任研究委員 柳匡勳 氏

1 韓国の国際観光の動向

韓国の国際観光は、この50年間で飛躍的な成長を続けています(図1)。その背景には、4つの大きな出来事(1965年の日韓国交正常化、1988年のソウルオリンピック、1997年のアジア通貨危機、2000年以降の中国市場の台頭)が強く作用していると考えられます。訪韓外来観光客(インバウンド)数は、2008年以降毎年100万人

規模の増加となっており、2014年は1420万人に上りました(表1)。2015年はMERS(中東呼吸器症候群)の影響により、対前年比約4%の減少が見込まれていますが、10月は7.8%増と回復傾向を見せています。

これを国・地域別に見ると、近年は中国人観光客の伸びが著しく、2013年にはそれまで最多だった日本を抜いてトップになりました(表2)。2014年は613万人で、全体の43%を占めています。その他台湾や香港、フィリピン・タイ・インドネシアなどの東南アジア地域からの観光客数も増えています。一方、日本人観光客については、日韓関係や円安などの影響を受けて2012年をピークに減少を続けており、2014年は228万人、2015年は200万人を割る可能性があります。

韓国人の海外旅行(アウトバウンド)については、アジア通貨危機以降増加傾向にあり、2014年は1608万人、2015年は約1800万人になると予想されています。

表1 訪韓外来観光客
(インバウンド) 数の推移

(単位:人、%)

区分	訪韓外来観光客	増減率
2009	7,817,533	13.5
2010	8,797,658	12.5
2011	9,794,796	11.3
2012	11,140,028	13.7
2013	12,175,550	9.3
2014	14,201,516	16.6
2015.9 累計	9,581,423	-10.3

注:増減率は前年同時期との比較
資料:「出入国観光統計」(法務部)

表3 韓国人海外観光客
(アウトバウンド) 数の推移

(単位:人、%)

区分	韓国人海外観光客	増減率
2009	9,494,111	-20.9
2010	12,488,364	31.5
2011	12,693,733	1.6
2012	13,736,976	8.2
2013	14,846,485	8.1
2014	16,080,684	8.3
2015.9 累計	14,167,344	18.8

注:増減率は前年同時期との比較
資料:「出入国観光統計」(法務部)

図1 韓国の国際観光の推移



表2 国・地域別訪韓外来観光客(インバウンド) 数の推移 (単位:千人、%)

区分	日本	中国	米国	台湾	香港	フィリピン	ロシア
2009	3,053(28.4)	1,342(14.9)	611(0.2)	381(18.9)	218(34.6)	272(-1.7)	137(0.5)
2010	3,023(-1.0)	1,875(39.7)	653(6.8)	406(6.8)	229(5.9)	297(9.4)	151(10.0)
2011	3,289(8.8)	2,220(18.4)	662(1.3)	428(5.4)	281(22.9)	337(13.4)	155(2.7)
2012	3,519(7.0)	2,837(27.8)	698(5.5)	548(28.0)	360(28.2)	331(-1.8)	167(7.7)
2013	2,748(-21.9)	4,327(52.5)	722(3.5)	545(-0.7)	400(11.2)	401(20.9)	175(5.2)
2014	2,280(-17.0)	6,127(41.6)	770(6.6)	644(18.2)	558(39.4)	435(8.6)	214(22.2)
2015.9 累計	1,333(-23.4)	4,361(-6.9)	570(-1.5)	372(-23.4)	368(-9.2)	293(-10.8)	138(-16.3)

注:括弧内は対前年伸び率

り、初めて日本を上回るものになります(表3)。

なお、当院では、MERSが観光に及ぼした影響について研究を進めています。次回のカンファレンスでは、その結果を報告できると思います。

② 韓国人の国内旅行の動向

国内旅行の移動総量(全体)は、2009年の3.75億人日から2014年には3.98億人日に増加しています。これは、国民観光振興施策が拡大したことによるものです。国内旅行の費用総額についても、2009年の16.4兆ウォンから2014年には24.8兆ウォンにまで拡大しています。

この他、国内旅行経験率(全体)は75.1%(2009年)から86.3%(2014年)に増加、1人当たり国内旅行参加日数は9.04日(2009年)から9.03日(2014年)と横ばい、1人当たり国内旅行参加回数(全体)は、4.93回(2012年)から5.15回(2014年)に増加、1人当たりの平均支出額は55.1万ウォン(2012年)から56.4万ウォン(2014年)に増加しています。

③ 観光政策における主な課題

① 訪韓外来観光客(インバウンド)の誘致

訪韓外来観光客(インバウンド)については、中国人観光客に対する良質な観光の提供を目指し、旅行会社とガイドの間の慣習の改善、観光通訳案内士資格証管理システムの改善、優秀ガイドへのインセンティブの付与などが必要です。日本人観光客に対しては、市場の回復を目指し、交流の拡大(相互訪問、日韓交流イベントの開催、政府間協力の強化など)を行う必要があります。また、新たな市場への対応として、ムスリム対応や医療観光客の誘致、ロシアとの交流拡大、MICE誘致などを積極的に行うことが求められます。

② 韓国人の観光の推進

国内旅行については、国内旅行市場の活性化を目指し、休日制度の見直しや「観光週間」の実施、文化マウル(村)や文化遺産を活用したストーリー観光の活性化、老朽化した観光施設の再生、家族が参加する学習観光の推進、地域密着型の観光推進(地域観光協議会の設立や住民参

加型の「観光ドゥレ」事業の施行などが必要で。

海外旅行(アウトバウンド)については、安全性の向上を目指し、優秀旅行商品認証の拡大、旅行商品表示ガイドラインの制定などが求められます。

③ 高付加価値型観光産業およびコンテンツの育成

MICEについては、大規模MICEの誘致支援やMICE複合地区制度の導入など、医療観光については、中国の専門旅行会社を誘致する業者の拡大や病院内における観光客用宿泊施設の設置許可など、クルーズ観光については、総合案内センターの設置や入国手続きの簡素化、クルーズ観光プログラムの多様化など、複合リゾートについては、公告方式のカジノ許可制度の改善が求められます。このうち、カジノについては、既存の3カ所(仁川2カ所、済州1カ所)に加え、新たに2カ所を許可する方向で進められており、2015年内に事業者が選定される予定となっています。

また、特色あるテーマ観光のコン

テンツ育成も必要で、韓流観光、飲食観光、歴史・伝統文化体験観光(レジャー・スポーツ観光、生態観光(エコツーリズム))にもそれぞれ取り組んでいく必要があります。

④ 観光受入態勢の強化

受入サービスおよび受入態勢の改善を目指し、観光従業員のサービス水準の強化、観光案内サービスの強化、飲食サービスの改善(ハラール対応、外国語メニューなど)、WiFiサービスの拡大、付加価値税の事後還付制度の改善などが課題となっています。また、大韓民国親切キャンペーン(K-smile)の展開(親切マニュアルの作成、プロモーションの実施など)も求められています。

⑤ 創造観光と規制緩和による観光産業の競争力強化

創造観光(観光産業におけるベンチャー企業の育成)のための支援制度やファンドの設立、ホテル建設規制の緩和、観光ホテル財産税の減免延長や駐車場要件の緩和、投資拡大のための税制支援などを行うことにより、競争力強化を図る必要があります。

2 韓国人の旅行形態の変化―国内旅行について―

先任研究委員 金德基氏

① 国内旅行市場の推移

(「国民旅行実態調査」より)

国内旅行経験率(全体)は、2014年に86.3%となっており、2013年(86.5%)よりは低いものの、全体的に増加傾向にあります(表4)。また、1人当たり国内旅行参加回数(全体)は、2014年に5.15回となっており、いったん減少しましたが、その後回復しています。

国内旅行参加者数(全体)は、2014年に3803万人となっており、徐々に増加する傾向が見られます(表5)。また、移動総量(全体)は、2014年に3.98億人日となっており、いったん減少しましたが、その後回復しています。

② 国内旅行における主な活動の変化

① 国内観光地での主な活動

(2014年)

主な活動内容は、多い順に、「自然

および風景観賞(29.7%)、「飲食観光」(18.8%)、「休息/休養」(16.2%)、「野外娯楽/スポーツ活動」(9.7%)となっています(表6)。傾向としては、「休息/休養」「野外娯楽/スポーツ活動」などが増加傾向にあり、「ドラマ撮影地訪問」「家族/友人/知人訪問」などが減少傾向にあります。

② レジャー施設の類型別利用率の推移(1996~2013年)

2013年において利用率が最も高いのは「観光名所」で、この年に初めて50%を超えました。次に高いのは「海水浴場」で、安定的に推移しています。次いで「遊園地」ですが、こちらは減少傾向にあります。次いで「温泉」となっており、こちらは安定傾向が見られます。その他、「森林浴場」は2000年以降大幅に伸びており、「スキー場」「ゴルフ場」も利用率は高いものの、着実に増加しています。

③ 世代別/レジャー施設タイプ別利用回数の推移(2004、

2013年のコーホート)

「観光名所」については、20代<

表4 国内旅行経験率および1人当たり参加回数の推移

区分		2009	2010	2011	2012	2013	2014
経験率 (%)	全体	75.1	72.8	81.6	85.2	86.5	86.3
	宿泊	63.6	61.3	64.4	69.8	71.1	73.1
	日帰り	54.8	47.1	61.1	66.1	68.7	69.5
一人当たり参加回数 (回)	全体	5.29	3.96	3.65	4.93	5.29	5.15
	宿泊	2.72	2.17	1.67	2.13	2.28	2.24
	日帰り	2.57	1.79	1.98	2.80	3.01	2.92

資料：「国民旅行実態調査」(KCTI)

表5 国内旅行参加者数および移動総量の推移

区分		2009	2010	2011	2012	2013	2014
旅行参加者数 (千人)	全体	31,201	30,917	35,213	36,914	37,800	38,027
	宿泊	26,409	26,048	27,651	30,277	31,058	32,213
	日帰り	22,740	20,012	26,234	28,649	30,012	30,651
移動総量 (千人/1日)	全体	375,341	339,608	286,948	365,282	389,220	397,847
	宿泊	268,648	263,633	201,976	244,102	257,852	269,268
	日帰り	106,693	75,974	84,972	121,180	131,368	128,579

資料：「国民旅行実態調査」(KCTI)

表6 国内観光地での主な活動の推移

主な活動	2011	2012	2013	2014
自然および風景観賞	31.0	30.6	31.3	29.7
飲食観光	18.2	17.2	18.2	18.8
野外娯楽/スポーツ活動	8.2	9.4	9.8	9.7
歴史遺跡地訪問	4.6	4.4	4.2	4.8
テーマパーク/遊戯施設・動物園訪問	5.6	4.8	4.5	4.9
休息/休養	15.5	16.3	16.9	16.2
温泉/スパ	2.3	1.7	1.7	1.5
ショッピング	1.7	2.1	2.5	2.1
地域の文化芸術/公演/展示施設観覧	2.5	3.2	2.3	2.2
スポーツ競技観覧	0.3	0.2	0.1	0.5
地域の祝祭典/イベント参加	1.5	2.8	2.2	1.7
教育/体験プログラム参加	1.6	1.6	1.6	1.7
宗教/聖地巡礼	1.6	1.5	1.4	1.3
ギャンブル(カジノ/競馬/競輪など)	0.0	0.0	0.0	0.0
シティーツアー	0.3	0.2	0.3	0.3
ドラマ撮影地訪問	0.8	0.5	0.4	0.4
家族/友人/知人訪問	2.0	1.6	1.3	1.6
会議参加/視察	0.1	0.1	0.1	0.1
教育・訓練/研修	0.5	0.4	0.3	0.2
遊興/娯楽	1.1	0.9	0.6	0.8
その他	0.5	0.4	0.2	1.3

資料：「国民旅行実態調査」(KCTI)

情報統計R&Dセンターは、「創造経済を先導する文化観光政策情報プラットフォーム」をビジョンに掲げ、3つの政策目標（カスタマイズ型情報統計サービス、先導型文化観光R&Dサービス、公開／双方向／協力型政策情報サービス）の実現を目指しています。観光に関する基礎的な情報を収集し、それらをデータベースなどで管理し、政府

① 情報統計R&Dセンターのビジョンおよび役割

副研究委員 権泰一氏

センターについて

③ KCTIにおける主な情報サービスの運営状況—情報統計R&Dセンターについて—

道（10・5%）、「慶尚南道」（8・5%）の順となっています。2009年と比較すると、当時は「京畿道」が23・3%と他を大きく引き離していましたが、その後比率は下がっていったのは「ソウル」で、二極化の様相を呈しています。

50代において利用回数が増加しており、特に20代～30代の増加が著しいことから、今後もこれらの層の積極的な利用が見込まれます。「温泉」については、40代を除く全ての層で減少しており、今後の見通しは明るくない状況です。一方、「海水浴場」については、40代を除く全ての層で増加しており、今後も積極的な利用が見込まれます。「森林浴場」につ

ては、60代までの全ての層で急激に増加しており、今後も若年層を中心とする積極的な利用が期待されます。

③ 国内旅行における地域別分布状況

① 宿泊旅行
2014年に最も多くの国民が訪れたのは「江原道」（14・4%）で、次いで「京畿道」（12・0%）、「忠清南

道」（10・2%）、「慶尚南道」（10・0%）の順となっています。2009年と比較すると、当時は「江原道」が22・7%と他を大きく引き離していましたが、次第に分散化されていく様子が見えます。

② 日帰り旅行
2014年に最も多くの国民が訪れたのは「京畿道」（18・6%）で、次いで「ソウル」（15・0%）、「忠清南

図2 情報統計R&Dセンターの役割



資料：KCTI

や自治体、関連機関、学界、民間企業などに提供し活用してもらいます。すなわち、情報の「生産」と「消費」をつなぐ中間媒介体 (Middleware) としての役割を担っています (図2)。

【2】主なサービス

① 観光知識情報システム

国内外の観光に関わる統計データや報告書、観光関連施設などの情報を提供しています。

(例) データ類：世界

観光指標 (UNWTO)、

出入国観光統計 (法務

部)、韓国観光収支 (韓

国観光公社)、国民旅行

実態調査 (KCTI)、

外来観光客実態調査 (K

CTI)、観光宿泊業運

営実績 (韓国観光ホテ

ル協議会)、国際会議業

現況 (韓国観光公社)、

観光動向分析 (KCTI

I) など

観光地や観光関連施

設：観光地 (文化体育

観光部)、文化施設 (文

化体育観光部)、温泉 (行

政自治部)、スキー場 (ス

キー場経営協会) など

② 文化芸術知識情報

システム

文化や芸術に関する

統計データや記事などの情報を提供しています。

(例) データ類：国民余暇活動

調査 (KCTI)、文化芸術人実

態調査 (KCTI)、国民読書実

態調査 (韓国出版研究所) など

記事など：国内外週間文化イ

シュー (KCTI)、KCTI文化

カレンダー (KCTI) など

【3】取り組みにおける成果

これらのシステムには、ホームペ

ージ、SNS、モバイルからアクセス

することが可能です。2014年の

会員数は1万4833人、訪問者数

は約16万人、閲覧件数は約92万ペ

ージでした。中でも、SNSやマイ

ルなどからの来訪者数は対前年35%

増、閲覧件数は同28・7増となっ

ています。

また、これらの活動に対し、2010

年にはデータ品質管理大賞優秀賞を、

2014年には文化データ公開優秀

機関 (文化体育観光部奨励賞) を受

賞するなど、社会的に高く評価され

ています。

(まさの ひろあき)



カンファレンスの参加者
(中段左から3人目が柳匡勳氏、同4人目が權泰一氏、5人目が金德基氏)



カンファレンスの様子