

バリ島へのアウトバウンド促進の ための要因分析¹

—日本人の調査データを用いて—

関西学院大学
栗田匡相研究会
観光 ⑨

寺川楓 阿部優志 荒井友理 植村優菜 岡響生 岡弘敏 岡田稜
岡本千裕 金澤昂季 紙谷和明 亀井美里 神原明里 黒石健太郎
佐藤亜美 田仲悠介 中島宇将 樋渡太洋 政安梨紗 南雄太 村
上絢音 村上鈴佳

2018年 11月

¹ 本稿は、2018年12月8日、9日に開催されるISFJ日本政策学生会議「政策フォーラム2018」のために作成したものである。本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

要約

本稿はインドネシア・バリ島の持続可能な観光に着眼点を置き、経済的側面と環境的側面から観光業の促進を考える。

2017年、世界の国際観光客到着数は7%という目覚ましい成長により、全世界で13億2,200万人に達した。この強い勢いは2018年においても継続しており、4~5%の成長が見込まれており、観光業の促進が国の経済を活性化させる重要な役割を担うであろう。

バリ島は多様な観光資源のおかげで、世界中からの観光客を魅了しており、世界的に見ても有名な観光地の1つである。その一方で、ゴミの収集体制が未整備、ゴミに対する意識の低さからバリ島では深刻なゴミ問題が発生している。さらに、下水処理などが不十分であること、バリ島の水が枯渇していることから深刻な水問題も発生している。

日本からバリ島への観光客は、若者層のアウトバウンドの低迷により深刻化している。以上のことから、バリ島の持続可能な観光を目指すには、環境的側面、経済的側面が不足しているといえる。先行研究では、アウトバウンドの活性化が自国企業へ影響していることや満足度とリピーターの関係性を分析し検証しているものが多く見られた。

本研究では2018年に日本との国交60周年を迎えたインドネシアの観光地、バリ島の持続可能な観光業に着眼点を置き、バリ島におけるインバウンドの増加について考察するため、旅行客の満足度向上の要因についてクラスター分析を用いた満足度・WTPの要因分析を行った。本稿のデータは2018年9月から10月にかけて、インドネシア・バリ島に独自の調査票を用いて実施したものを使用している。調査地域は、バリ島の観光地やングラ・ライ国際空港内部のコマーシャルエリアにて実施した。サヌールやヌサドゥア、ウブド、チャンゲー、クロボカン、スミニャック、クタ、レギャン、ジンバランで調査を行い、サンプル数は計1,426人である。

分析の結果、渡航全体の満足度には観光客が渡航中に感じたレストランや観光地での満足度が大きく関わっていることが明らかになった。また、年齢が下がるにつれて満足度が上がる傾向にあり、中でも20代女性のリピート客の満足度が高い傾向にあることも明らかとなった。WTPを用いた分析結果からは、商品によって有意水準に多少の差はあるものの、どの商品の支払意志額に対しても20代リピート客が有意であることが明らかとなった。

政策提言としては、バリ島を訪れる日本人観光客を増やすため、日本人の視点から政策の方向性を述べる。本稿は4つの政策提言が挙げられている。

提言Ⅰでは日本人学生によるインターンシップの実施を示した。概要としては、バリ島で日本人大学生によるインターンシップを行い、バリ島に来た日本人が満足できるように、ニーズを日本人の視点から現地企業を通じてアプローチすることを提言するものである。

提言Ⅱはバリ島の環境問題を解決するため、現地民のゴミ分別の意識を向上させる授業と実践の場としてのビーチクリーンイベントの開催することである。分析により日本人がバリ島に対してリゾートやエキゾチックなイメージを強く持っていることが判明したが、一方でゴミ問題が深刻化している側面もある。

提言Ⅲは日本人のニーズに合った雑貨・小物商品を開発するため、BDI との連携プロジェクト、さらに空港での販売を実施することである。このプロジェクトは実際に進行中であり、ングラ・ライ国際空港の職員に本プロジェクトにおいて販売スペースを提供してもらう許可を既に得ている。

提言Ⅳは国内でもアウトバウンドを増やせるように、今年初めて開催されていた在大阪インドネシア共和国領事館が主催するイベントや、旅行ファンをターゲットとした旅博のイベントに、学生ブースを出展し訪問客の世代層を広げることである。また、学内で生協の旅行ブースともコラボし、若い世代へのアプローチを提案する。

以上これらの分析結果により、今後のバリ島観光業におけるインバウンドの促進、または日本のアウトバウンドの促進の一助となることを本稿の目的としている。

目次

要約.....	2
はじめに.....	6
第1章 現状分析・問題意識.....	7
第1節 現状分析.....	7
第1項 バリ島基本情報.....	7
第2項 持続可能な観光.....	7
第3項 バリ島の観光業.....	8
第4項 インドネシアの観光政策.....	10
第5項 バリ島の環境問題.....	11
第6項 JICAによるバリ島での事業例.....	11
第7項 アウトバウンドとインバウンド.....	12
第5節 問題意識.....	15
第2章 先行研究・本稿の位置付け.....	17
第1節 先行研究.....	17
第2節 本稿の位置付け.....	17
第3章 分析.....	19
第1節 調査概要・使用データ.....	19
第1項 調査概要.....	19
第2項 使用する変数説明.....	19
第2節 クラスタ分析とは.....	21
第3節 満足度の要因分析モデル式と変数選択.....	23
第4節 分析結果.....	24
第5節 WTPの要因分析モデル式と変数説明.....	25
第6節 分析結果.....	26

第4章 政策提言	28
第1節 政策提言の方向性.....	28
第2節 政策提言.....	29
第1項 日本人学生によるインターンシップの実施.....	29
第2項 ビーチクリーンイベントの開催.....	33
第3項 職業訓練校との連携プロジェクト.....	35
第4項 国内イベント活動の開催.....	37
おわりに	40
先行研究・参考文献	41

はじめに

本稿はインドネシア・バリ島の持続可能な観光に着眼点を置き、経済的側面と環境的側面から観光業の促進を考える。インバウンドの増加は観光客の満足度が高いことによって達成されたと考え、本研究ではバリ島におけるインバウンドの増加を達成する要因を満足度が高くなる要因に置き換えて、満足度向上の要因について分析している。その結果をもとに、日本人の視点から政策を提言し、日本人観光客を増やし、後のバリ島の観光促進に繋げたい。インドネシア政府が提言している「国際レベルで、競争力があり、持続的で、地域の発展と国民の福祉に資する旅行目的地とすること」とあるように、バリ島の観光業の促進は重要である。

まず第 1 章では、現状分析及び問題意識について述べる。現状分析から、バリ島の観光業が促進されている一方、環境問題が深刻であることが理解できる。よって、持続可能な観光を見据えた政策が必要である。

第 2 章では、先行研究及び本稿の位置付けについて述べる。アウトバウンドの活性化が自国企業へ影響していることを検証している研究や、満足度とリピーターの関係性を分析し、検証している先行研究を挙げ、それぞれ解説を行う。

第 3 章では、理論及び分析について述べる。本稿では、我々が 2018 年 9 月に実際にバリ島を訪れ、独自の調査票を用いて観光地やングラ・ライ国際空港で行った調査により得た分析を行う。分析方法はクラスター分析を用いて観光客データの分類を行い、クラスター分析から得られた観光客の分類カテゴリーごとの満足度に対する影響度を測るために重回帰分析を用いる。また、商品の WTP を被説明変数に置いた商品購入意思額に対する要因分析も行う。

最後に第 4 章では、政策提言について述べる。我々は政府や JICA が行っている政策、活動を応用、または改善策を考えた。そこで、我々は日本人観光客を増やすため、日本人の視点から政策を提言する。

第1章 現状分析・問題意識

第1節 現状分析

第1項 バリ島基本情報

バリ島はインドネシア共和国に属する島で、首都のジャカルタがあるジャワ島の東から621kmに位置する。人口は約390万人(2014年時点)、面積は5,532 km²で、東京都の約2.5倍の広さの島である。北部には東西に走る火山脈があり、アグン山やバトゥール山など多くの火山を有している。バリ島はサバナ気候に属し、季節は北西季節風が吹く雨季(10月～3月)と、南東季節風が吹く乾季(4月～9月)に分かれている。平均気温は約27度で、1年を通じてあまり寒暖の差はない。バリ島はインドネシア共和国にある1つの州(バリ州)で、その州都はデンパサールである。インドネシア共和国全体で見ると、国民の80%近くはイスラム教徒だが、バリ島は島民の90%をバリ・ヒンドゥー教徒が占め、残りはイスラム教徒、キリスト教徒、仏教徒などである。バリ・ヒンドゥー教とは、インドのヒンドゥー教に土着宗教が混ざり合った、バリ島独自の宗教のことである。このバリ・ヒンドゥー教の寺院などは、観光地としても人気を集めている。

第2項 持続可能な観光

国際観光機関によると、持続可能な観光とは「自然環境的側面、経済的側面、社会文化的側面に関与するものであり、長期的な持続可能性を保証するためには、これら3つの側面において持続可能性のバランスが保たれなければならない」と定義づけられている。1975年1月2日に発足した国際観光機構(UNWTO)は、観光を通じた豊かな社会の実現と各国の相互理解の促進を掲げ、責任ある持続可能な観光業の促進を目的としている。主な活動としては経済成長及び包括的開発、環境、社会の持続可能性のかじ取り役として、卓越した知識と観光政策を必要とする国や地域をサポートしている。また、世界観光倫理憲章(Global Code of Ethics for Tourism)の推進や持続可能な開発目標(SDGs)の達成のためのツールとして、持続可能な観光業の推進を行っている。

バリ島においても持続可能な観光業の促進は、バリ島の更なる発展のために重要視されている。しかし現在バリ島では環境問題が深刻であるため、持続可能な観光を見据えた政策が必要である。このことについて言及するために、次項ではバリ島の観光業について述べ、第5項ではバリ島の環境問題についてまとめる。

第3項 バリ島の観光業

バリ島は、「神々の住む島」「最後の楽園」などと称され、その多様な観光資源は世界中からやってくる観光客を魅了する。観光開発が進む中で環境問題などの問題を抱えながらも、バリ島の人々は観光業と伝統文化の発展に寄与し合っている。バリ島の観光業は1920年代のオランダによる植民地時代から始まった。Vickers(1989)によると、楽園バリというイメージは、オランダの植民地政府の観光地としての宣伝のために創出されたと述べられている。植民地化や観光開発は、伝統文化を破壊する場合もあるが、バリ島の観光開発は伝統文化を破壊することなく、むしろ伝統文化の再構築に貢献したと評価している。バリ島の伝統文化芸術は、西洋芸術に出会うことで創造され、ビジネスとして洗練されたものに変化し、新たに創造されながらより豊かなものになり、観光客を惹きつけてきた。バリ島の観光業について、これまで人類学的な観点から様々な研究がなされており、バリ島における観光業の発展は、バリ島の伝統芸能を保存するだけではなく、それを発展させまた新たな文化や芸術を作り出してきたということが明らかとなっている。バリ島は独立前に最初の観光ブームが起り、その後1970年代以降2度の大きな観光政策の転換を試みた。まず第1期の観光政策として、1969年から第1次5か年計画が制定され、バリ島の国際観光を優先的に中央政府主導で行われた。第2期では観光客急増期を過ぎ、バリ州政府に主導権が移り、生活観光や文化観光にまで観光政策を拡大した。その後、スハルト政権末期の政情不安、津波、2002年・2005年のバリ島爆弾事件などにより観光客停滞・縮小期が約10年間続いた。しかし2008年リーマンショックの後、観光客は回復し2013年にはAPECが開催されるなど現在拡大期に入っている。2015年初頭、インドネシア新政府は、インドネシアへの日本人訪問者数の増加に向け、日本・中国・韓国・ロシア・オーストラリアに対して観光訪問ビザ免除を計画するという現状打開策を発表した。しかし、近年インドネシアにおける自然災害が続いており、バリ島の観光産業に影響を及ぼしている。2017年にはバリ島のアグン山の噴火や2018年のロンボク島地震などによる経済面での被害と観光客に対する印象への風評被害が深刻である。

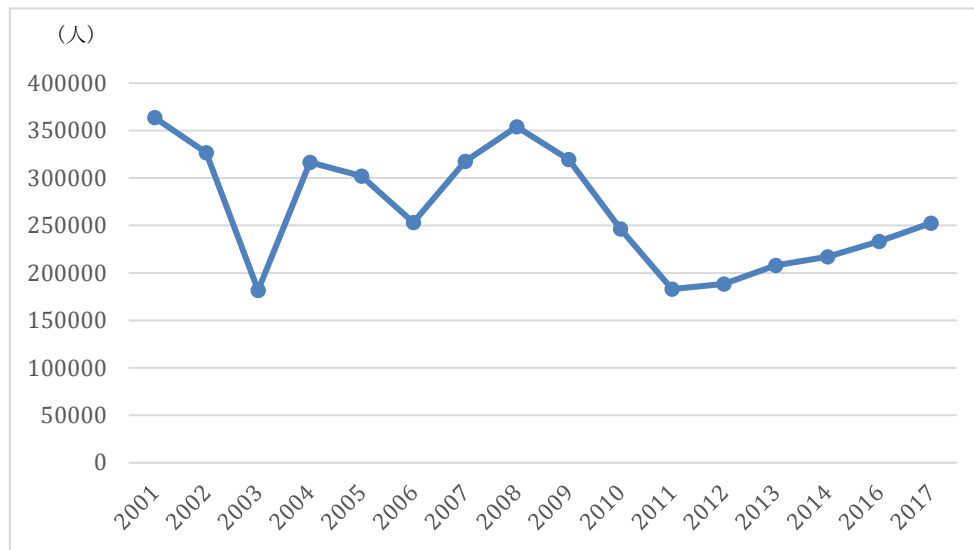
また、インドネシア共和国観光省公式ページにて公開されている「2017年度インドネシアへの外国人訪問者数」によると、2017年度の外国人訪問者数上位10カ国のうち7カ国は、外国人訪問者数においてバリ島が首都ジャカルタを抑えて最も多い(表1参照)。また、2017年度の合計を見てもやはりバリ島が最も外国人訪問者が多い都市である。このことから、バリ島がインドネシア全体の観光業の多くを担っているといえ、バリ島の外国人訪問者の増加はインドネシア全体の観光産業の数値に与える影響も大きいと言える。国別で見た外国人観光客数の動向は、中国人、オーストラリア人、日本人が上位3か国となっており、中国人マーケットの拡大が進んでいる。日本人シェアは低くなっているが、観光客数に減少は見られない(図1参照)。

表 1 2017年度インドネシアへの外国人訪問者数トップ10

年度	2017年度				2016年度	前年比 (%)
	ジャカルタ	バリ島	その他	訪問者数 合計	訪問者数 合計	
中国	338,833	1,366,032	267,540	1,972,405	1,452,971	135.75
シンガポール	202,527	121,873	1,188,413	1,512,813	1,472,767	102.72
マレーシア	301,151	165,541	771,684	1,238,376	1,225,458	101.05
オーストラリア	79,575	1,061,287	47,587	1,188,449	1,198,033	99.2
日本	228,717	252,497	57,120	538,334	513,297	104.88
インド	106,798	265,336	113,207	485,341	376,802	128.81
韓国	139,150	162,857	76,762	378,769	343,887	110.14
イギリス	68,821	240,007	52,369	361,197	328,882	109.83
アメリカ合衆国	98,763	190,307	42,062	331,132	296,183	111.8
フランス	55,532	179,086	34,371	268,989	250,921	107.2
2017年度合計	2,812,049	5,682,248	3,297,557	11,791,854	10,570,287	111.56
2016年度合計	2,663,517	4,885,062	3,021,708	—	—	—
前年比(%)	105.61	116.32	103.05	—	—	—
	その他訪問者数			2,247,945	948,988	—
	外国人訪問者数総合計			14,039,799	11,519,275	121.88

(出典：インドネシア共和国観光省ホームページ(2017)より筆者作成)

図 1 日本人観光客数の推移



(出典：バリ島ガイド/インドネシア「バリ島観光客数推移」より筆者作成)

第4項 インドネシアの観光政策

インドネシア政府は「国際レベルで、競争力があり、持続的で、地域の発展と国民の福祉に資する旅行目的地とすること」をビジョンに、以下の4つの取り組みを行なっている。1つ目は安全、快適、魅力的かつ、交通の便がよく、さらに環境に優しい国、地方・地域社会に経済効果をもたらす旅行目的地を開発・整備することだ。2つ目は相乗効果の高いマーケティングにより、国内旅行者と外国人旅行者を増やすことだ。3つ目はツーリズム産業の競争力であり、自然・社会・文化的環境に責任を持ち、企業間の連携が活発な成長産業を育成することである。そして4つ目は持続可能なツーリズムの発展のために中央政府や地方自治体、民間が協力し合い、人材育成や法整備、運営体制の整備を行うことだ。これらの政策の目的は観光地の質を向上させ、観光客を増やすこと、効果的で確実なマーケティングを通じて観光地を内外に知らせることである。また、経済を動かすことのできるツーリズム産業を育てること、観光地の開発、ツーリズムマーケティング、ツーリズム産業の活動が相乗効果を発揮できるような体制を作ることなどが挙げられる。またこれらの政策によって、バリ島を訪れる外国人旅行者を増やすこと、国内旅行者を増やすこと、そして観光産業が生み出すGDPを増やすことなどが目標になっている。

第5項 バリ島の環境問題

第2項でも述べたように、バリ島が更に発展していくためには持続可能な観光促進が重要である。バリ島は多くの外国人観光客が訪れるためリゾート地として発展しているが、それが故に、ゴミ処理問題や水不足などの環境問題が深刻化している。バリ島では昔からかごや包み紙などの天然物を使っていたため、捨ててもそのまま自然に還っていた。しかし今までバナナの葉を使っていたものがプラスチック製品に代わり、そのまま残るようになっていく。それを川や海にそのまま捨ててしまうことを続けたため、深刻な環境問題に侵されている。また、ゴミの管理がしっかりとされていない場所で観光客も分別せずに、ゴミをそのまま捨てることや、急な観光開発で施設からの排水や生活排水もそのまま川に流しているという問題もある。これは開発途上国の廃棄物処理の分野における、ゴミの収集体制の未整備によるものである。そのため、野積みや不法投棄などの不適切な最終処分とそれに伴う環境汚染が著しい。バリ州もその例外に漏れることなく不法投棄などの問題を常時抱えているのが現状である。インドネシア経済は著しい成長を続けており、バリ州南部において今後も経済発展と観光客増加が見込まれ、それに伴う廃棄物の量は増加し続けていくことが想定されるため、今よりも深刻になっていくだろう。

このような現状の要因として、バリ島での生活排水や産業排水の意識の低さも挙げられる。バリ島では生活排水がそのまま下水や川に流されている。クタなどでは観光開発が進み、観光客が多い場所ではすでに汚水などの悪臭が問題となっている。バリ島には日本企業も含む多くの海外企業が入っているが、その内のほとんどの企業が環境を考慮しているとは言い難い状況である。今後、これらの課題をどのように解決していくかが重要である。

第6項 JICAによるバリ島での事業例

独立行政法人国際協力機関(JICA)は、日本の政府開発援助(ODA)の実施機関であり、開発途上国への支援を行っている。JICAはインドネシアでも事業を行っており、その1つが「バリ国際空港整備事例」である。この第1期事業ではバリ国際空港の整備を支援し、第2期では想定を上回る輸送需要の増大による駐機スペースの不足などの問題に取り組むために、誘導路などの整備、旅客ターミナルビルの拡張などを支援した。これにより、急増する航空交通需要に対応しつつ、安全性の向上を図り、バリ州の経済成長に向けた基盤整備と地方開発に寄与した。

また、バリ海岸保全事業も行っている。インドネシアでは海岸侵食が国内各地で起こり、観光地バリ島でも珊瑚の乱獲、急速な都市化、観光産業の過熱化などに伴う海岸侵食が深刻化していたため、観光業や漁民を含む住民の生活環境への影響も懸念されていた。この事業ではバリ島南部エリア(サヌール、クタ、ヌサドゥア海岸およびタナロット寺院)において養浜、突堤、潜堤、離岸堤などの建設を支援した。

また、バリ州デンパサール市内における分別収集処理システムの構築と普及指導員育成

のための現地説明会が行われている。職員及び市民の意識改革を行う他、有機農業による農作物の差別化で農家の所得向上に寄与している。すでに述べたように、バリ島ではゴミ問題が社会問題となっている。その内 1 市 3 県の廃棄物はデンパサール市内の管理型最終処理場で埋め立て処理される。しかし、この施設は約 5 年で満杯になるとされているため早急に対処する必要があると支援されている。

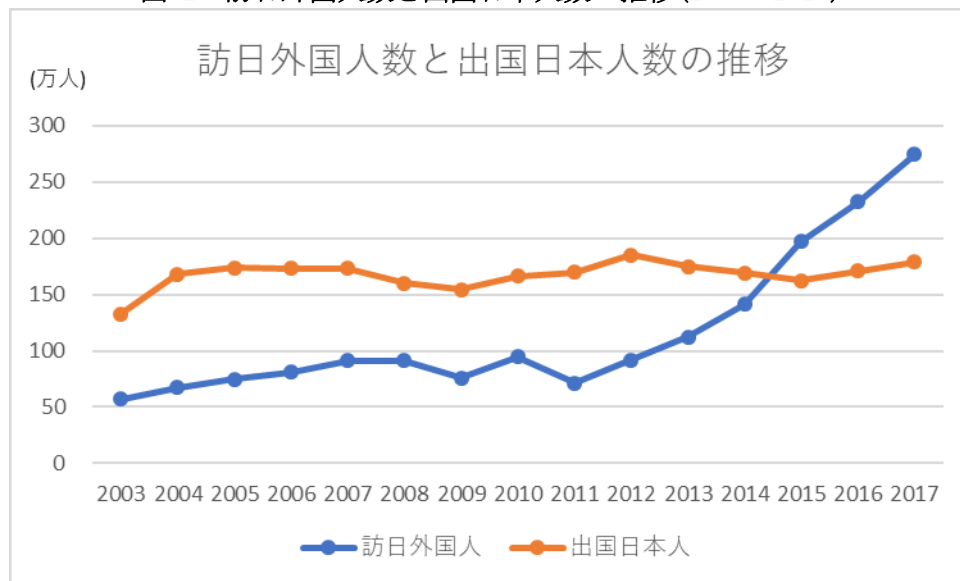
上記した事業以外にも JICA はインドネシアにおいて幅広い事業を行っており、観光業にまつわることもその一つである。このようなことから、日本とインドネシアとのつながりを見出すことができる。

第7項 アウトバウンドとインバウンド

アウトバウンドとは、自国から他国への旅行のことを指す。近年、インバウンドの研究は数多くされているにも関わらず、アウトバウンドに関する研究はインバウンドに関する研究ほど活発には行われていない。

近年では、外国人の日本への渡航者数は増えている一方、日本人の海外への渡航者数はほぼ横ばいという現状が続いている。2000 年時点では、訪日外国人数は約 500 万人で、出国日本人数約 1700 万人のおよそ 3 分の 1 であった。しかし 2016 年時点では、訪日外国人数は約 2400 万人で、出国日本人数約 1700 万人で、訪日外国人数が大幅に出国日本人数を上回った。2003 年から 2017 年までの十数年間を通して見ると、訪日外国人数は約 5 倍以上にまで増加してきている一方、出国日本人数は微増にとどまっている。(図 2)

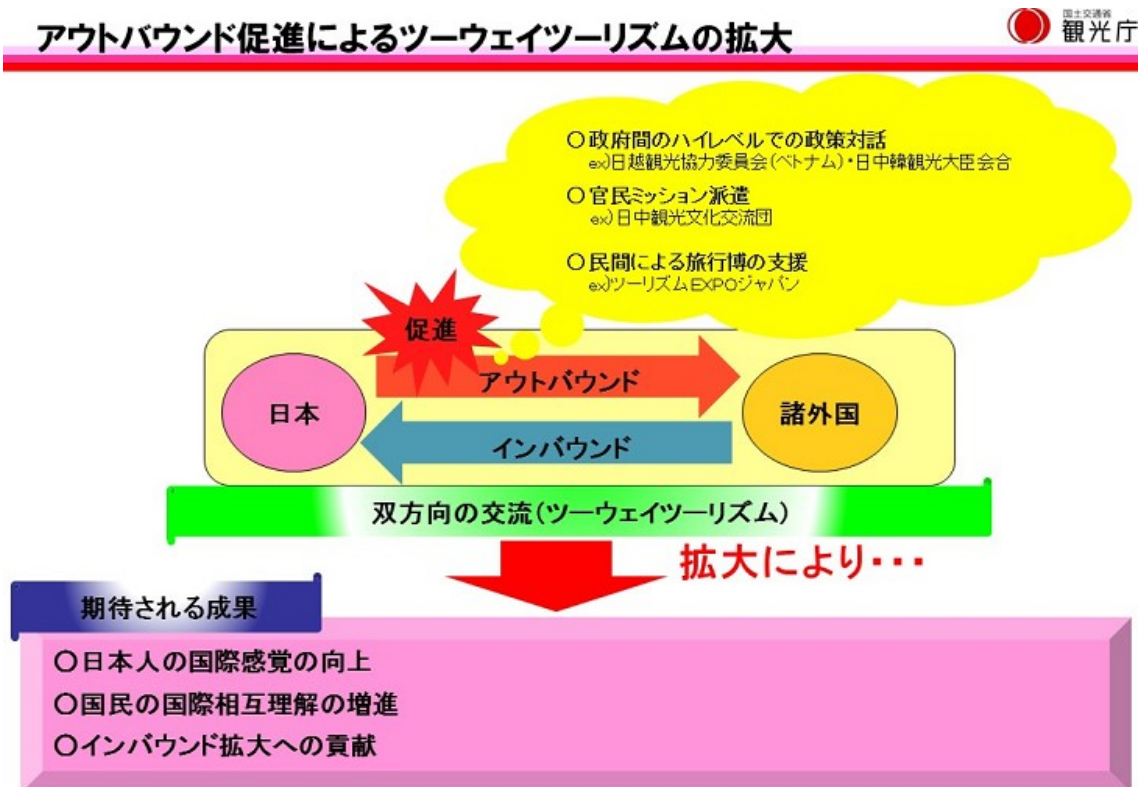
図 2 訪日外国人数と出国日本人数の推移(2003～2017)



(出典：法務省ホームページより筆者作成)

アウトバウンドについては、2012年に制定された観光立国推進基本計画にもその重要性が示されている。観光立国推進基本計画によると、国際観光の振興のためには、外国人観光客の来訪と国際相互交流の促進が必要である。相互交流の促進のためにも、日本人の海外旅行の促進が必要であると述べており、諸外国を訪れることは、国際感覚の向上のみならず、開発途上国の観光開発や、国際相互理解の増進による政府間外交の補完等、高い意義を有しているという。さらに、諸外国との双方向の交流拡大(ツーウェイツーリズムの推進)を通じて、インバウンドの拡大にも貢献し得るだろう。(図3参照)

図 3 アウトバウンド促進によるツーウェイツーリズムの拡大



(出典：観光庁 HP より引用)

しかしながら、上述したように日本人のアウトバウンドは低迷しており、特に若年層のアウトバウンドの低迷が問題となっている。政府が観光先進国への新たな国づくりに向けて平成 28 年に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」の施作概要の中の一つに、「若者のアウトバウンド活性化」が掲げられ、国は旅行業団体等と連携し、若年層の海外旅行をさらに促進することを掲げている。これを実現するため、観光庁では 2017 年 12 月より「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」を設置し、これまでに 4 回の検討会が開催された。この検討委員会では、若者に海外体験を勧めるための方法を検討している。詳細は、国土交通省観光庁 HP に委ねる。²

アウトバウンドに対する現状分析のまとめとして、日本人の中でも特に若者は国外に出る行動が弱まってきており、国際相互機会の減少の可能性など様々な危機がある。日本人のアウトバウンドに対する促進と、バリ島において今後持続的な観光開発の政策の必要性を考えた時、バリ島へのアウトバウンドの質を高めることが 1 つの手段として考えられ

² 国土交通省観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankocho/wakamono-kento.html>

る。その手段が国交の活性化だけではなく、バリ島での日本人のインバウンドの質的向上につながり、バリ島に携わる観光産業企業の発展にもつながるからである。

日本はアウトバウンドが低迷している一方、インバウンドは急激に成長している。インバウンドの増加により、宿泊施設や百貨店などは多大な恩恵を受けていると言える。2020年に開催される東京オリンピックに向け、インバウンド産業の整備は進み、近年訪日外国人の受け入れ態勢は、より強固なものになっている。観光庁は訪日外国人旅行者の受入環境整備を行うための緊急対策を促進することを目的として、「宿泊施設インバウンド対応支援事業」、「交通サービスインバウンド対応支援事業」、「地方での消費拡大に向けたインバウンド対応支援事業」を対象として補助金の交付を行っている。しかし一方でインバウンドの急増によって、打撃を受けている企業も少なくない。例えば旅行代理店が理解に易いだろう。旅行代理店が利益を増大させるためには、日本人の旅行を増やす必要がある。しかし近年のインバウンドの急増は、日本人が海外旅行をすることを困難にしているという面もある。つまり帰国する訪日外国人によって、日本人が海外旅行する際、飛行機の席の確保が難しくなっている。このようなことが1つの要因となり、日本のアウトバウンドの低迷は日本企業へ打撃を与えることにつながっている。

第5節 問題意識

1975年1月2日に発足した国際観光機構(UNWTO)は、観光を通じた豊かな社会の実現と各国の相互理解の促進を掲げ、責任ある持続可能な観光の促進を目的としている。主な活動としては経済成長及び包括的開発、環境、社会の持続可能性のかじ取り役として、卓越した知識と観光政策を必要とする国や地域をサポートしている。国際観光機関によると、持続可能な観光とは「自然環境的側面、経済的側面、社会文化的側面に関与するものであり、長期的な持続可能性を保証するためには、これら3つの側面において持続可能性のバランスが保たなければならない」と定義づける。

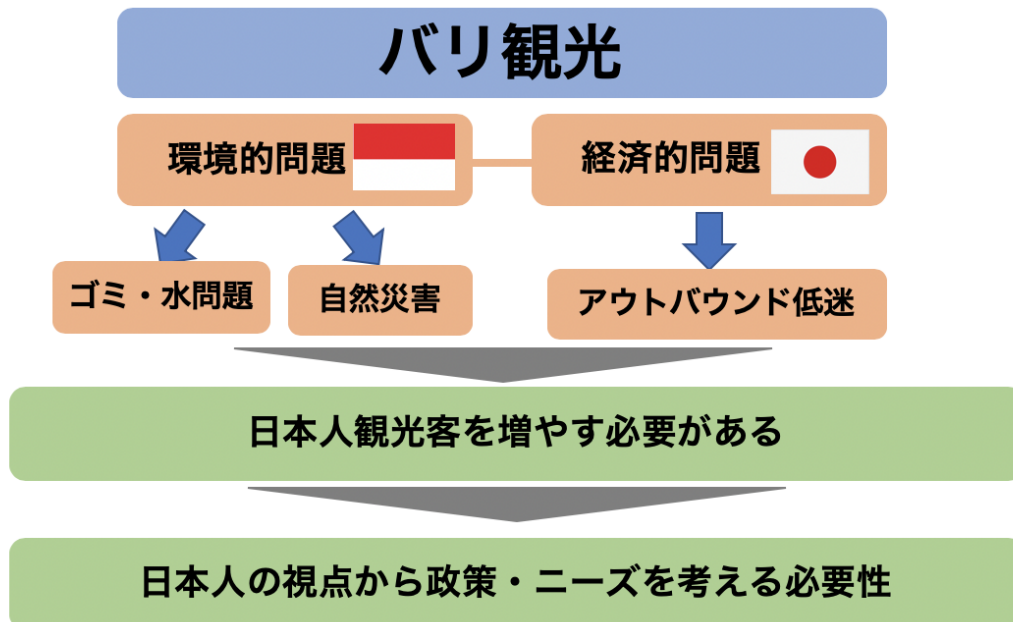
バリ島は、「神々の住む島」「最後の楽園」などと称され、その多様な観光資源は世界中からやってくる観光客を魅了する。バリ島は独立前に最初の観光ブームが起これ、その後1970年代以降2度の大きな観光政策の転換を試みた。さらに最近では、インドネシア新政府が、インドネシアへの日本人訪問者数の増加に向け、日本・中国・韓国・ロシア・オーストラリアに対して観光訪問ビザの免除を計画するという現状打開策を発表し、バリ島の観光はさらなるブームを呼んでいる。

その一方で、ゴミの収集体制が未整備なこと、ゴミ問題への認識が低いことから、バリ島では深刻なゴミ問題が発生していると言える。また、下水処理などが十分に発展していないこと、バリ島の水が枯渇していることから深刻な水問題も発生している。これらに追い討ちをかけるように、バリ島では地震、火山などの自然災害に見舞われている。これらの問題より、クタなどでは観光開発が進み、観光客が多い場所ではすでに汚水などの悪臭が問題となっている。バリ島には日本企業も含む多くの海外企業が入っているが、そのうちのほとんどの企業が環境を考慮しているとは言い難い状況である。故に今後、これらの

課題をどのように解決していくかが重要である。

日本の観光業において、訪日外国人は増加傾向にある。一方で、日本人の海外への渡航者数はほぼ横ばいになっている。特に、今後の日本経済を支える若者層のアウトバウンドの低迷により深刻化している。これをもって、観光庁は「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」を設置した。日本人のアウトバウンドに対する促進と、バリ島において今後持続的な観光開発政策の必要性を考えると、バリ島への渡航者数第4位を誇っているため、バリ島へのアウトバウンドの質を高めることは重要である。以上のことから、バリ島の持続可能な観光を目指すためには、環境的側面と経済的側面が不足していると言える。特に、経済的側面は日本からの観光客を増やすことであり、このことは日本の観光産業促進にも繋がる。バリ島観光の環境的側面や経済的側面を促進することは、インドネシア政府が提言している「国際レベルで、競争力があり、持続的で、地域の発展と国民の福祉に資する旅行目的地とすること」を達成するためにも重要なことだと言えよう。(図4参照)

図4 問題意識



(出典：筆者作成)

第 2 章 先行研究・本稿の位置付け

第 1 節 先行研究

アウトバウンド向上の必要性と要因については、現状分析で述べた通りである。膝鑑(2010)ではアウトバウンドの活性化による自国企業への影響の例を示している。今後アウトバウンドがますます増加すると言われているタイ国市場において、日本の大手旅行会社である HIS と JTB は共通して、競争力向上に貢献する新しい戦略を取っている。その戦略とは大型店舗展開で旅行受付や申し込みができるという、タイ国旅行産業において例を見ないスタイルである。そして、店舗で旅行代理サービスをする際に、料金表示を明確にすることで観光客が利用しやすいサービスの在り方を考慮している。この日本式ビジネスモデルは、タイ国市場において受け入れられつつあり、競争力向上にもつながっているという。

アウトバウンド向上のためには、自国と他国の協調行動が必要である。バリ政府がバリ島内への渡航者(インバウンド)に対してのアプローチとして、旅行者が満足でき、期待を超える渡航を提供することである。金岡(2004)では、満足度とリピーターの関係性について分析している。満足度の指標としては、五段階評価を用いている。満足度が高い(3.89)の地では、リピーターの割合が約 6 割で、満足度の高さがリピーターの誘引するものと推論している。満足度の向上がリピーターを増やすことは、他国のアウトバウンドの活性化とも捉えられる。インバウンドの拡大(渡航者の満足度の向上)のために、今インドネシア政府が迫られていることの 1 つがバリ島内の環境整備など、渡航者のハード面へのアプローチによる満足度の向上である。さらに金岡(2004)では、要因別満足度も捉えている。リピーターの多い調査地では、「風景、景観の鑑賞(4.19)」「宿泊施設と自然との近接性(4.19)」「各施設の従業員対応、もてなし(4.08)」「自然に対する親しみやすさ(4.07)」などの平均値が高いことが分かった。この結果からは、非日常の自然体験ができ、ホスピタリティーがある地がリピート率の高い要因だとわかる。

第 2 節 本稿の位置付け

バリ島は多様な観光資源のおかげで、世界中からの観光客を魅了しており、世界的に見ても有名な観光地の 1 つであり、年々外国人観光客が増加している。しかし、日本からバリ島への観光客は若者層のアウトバウンドの低迷により深刻化している。先行研究より、アウトバウンド向上の必要性や満足度とリピーターの関係性が分かった。インバウンドに

注目される中、我々は日本のアウトバウンドに着目し、この問題を解決することが本稿の新規性である。

そこで本稿では、観光客のカテゴリーごとに満足度向上のための要因は異なるものだと仮定し、2018年時に行った調査のデータを用いて、要因分析を行う。また、満足度に対する影響度を測るために重回帰分析を用いて、3つの商品の購入意思額に対する要因分析も行う。分析結果より、満足度の要因を発見することができれば、満足度を向上させる政策を提言し、将来的にバリ島の観光促進に貢献することが期待できる。

第3章 分析

第1節 調査概要・使用データ

第1項 調査概要

本稿の分析で用いるデータについて述べる。本研究での調査データ取得のため、関西学院大学経済学部栗田研究会が2018年9月から10月にかけてインドネシア・バリ島を訪れた。調査データ取得のため、我々は独自の調査票を用いてバリ島の観光地・ングラ・ライ国際空港内部のコマーシャルエリアにて日本人観光客に聞き取り調査を行った。調査エリアはサヌールやヌサドゥア、ウブド、チャングー、クロボカン、スミニャック、クタ、レギャン、ジンバランであり、サンプル数は計1426人である。(図5参照)

図5 バリ島南部調査地



(出典：google map より筆者作成)

第2項 使用する変数説明

本研究では、インバウンドの増加は観光客のその国における全体的な満足度が高いことによって達成されるということに着目して、バリ島におけるインバウンドの増加を達成する要因を満足度が高くなる要因に置き換えて、満足度向上の要因について分析していく。推計方法は、クラスター分析を用いて観光客データの分類を行い、クラスター分析から得

られた観光客の分類カテゴリーごとの満足度に対する影響度を測るために重回帰分析を用いる。また、3つの商品の購入意思額に対する要因分析も行う。使用する変数の説明および基本統計量は以下表2、3の通りである。

表2 変数説明

年齢	年代別に10代から80代までを「1」から「8」までで表す変数。
性別	男性なら「1」、女性なら「0」の男性ダミー変数。
使用金額	ホテルと飛行機の金額を除いたバリ島での1日当たりの使用金額。
お土産購入ダミー	お土産を一つでも購入していれば「1」、購入していなければ「0」のダミー変数。
全体満足度	最低が1から最高が10までの10段階評価で今回のバリ島旅行を評価してもらった変数。
ホテル満足ダミー	ホテルに対して満足であったが「1」、不満であったが「0」のダミー変数。
レストラン満足ダミー	レストランに対して満足であったが「1」、不満であったが「0」のダミー変数。
観光地満足ダミー	訪れた全ての観光地に対して満足であったら「1」、不満であったら「0」のダミー変数。
交通機関満足ダミー	交通インフラに対する不満や要望がなければ「1」、あれば「0」のダミー変数。
パッケージツアー参加ダミー	パッケージツアーに参加しているなら「1」、していないなら「0」のダミー変数。
リピーターダミー	バリ島に複数回渡航していれば「1」、初めての渡航であれば「0」のダミー変数。
クラスターダミー	20代女性のリピーター客で、使用金額が全サンプルの最頻値とおおよそ等しい、個人客を表すダミー変数。
WTPA	商品Aに対する支払意思額。(単位:円)
WTPB	商品Bに対する支払意思額。(単位:円)
WTPC	商品Cに対する支払意思額。(単位:円)

(出典:筆者作成)

表 3 基本統計量

	Obs	平均値	標準偏差	最小値	最大値	最頻値
年齢	1423	2.81	1.29	0	8	2
性別	1424	0.37	0.48	0	1	0
使用金額	1318	6284.47	5513.75	0	40000	5000
お土産購入ダミー	1426	0.17	0.37	0	1	0
全体満足度	1282	8.32	1.63	2	10	9
ホテル満足ダミー	1426	0.40	0.49	0	1	0
レストラン満足度ダミー	1426	0.65	0.48	0	1	1
観光地満足度ダミー	1426	0.82	0.39	0	1	1
交通機関満足度ダミー	1299	0.68	0.47	0	1	1
パッケージツアー参加ダミー	1412	0.63	0.48	0	1	1
リピーターダミー	1426	0.23	0.42	0	1	0
クラスターダミー	1310	0.06	0.23	0	1	0
WTPA	1306	445.21	872.43	0	10000	0
WTPB	1310	311.60	603.94	0	10000	0
WTPC	1306	424.37	812.36	0	6000	0

(出典:筆者作成)

第2節 クラスター分析とは

クラスター分析とは、得られたデータに基づいて対象者を分類し、データの構造を分かりやすくするものであり、階層クラスター分析と非階層クラスター分析に分けられる。階層クラスター分析では、あらかじめ階層数を決める必要がなく、より当てはまりのいい階層数で分類が行える利点というがある。そこで、本研究では階層クラスター分析を用いて分析を行っていくものとする。階層クラスター分析の中でも様々な分析手法があり、今回は分析に用いる変数に、ダミー変数と連続変数が混在しているためにウォード法で、類似度の指標を Gower の一般類似係数を用いる。

サンプルの分類には以下の変数を用いる。

- ・使用金額
- ・リピーターダミー
- ・パッケージツアー参加ダミー
- ・年齢
- ・性別

分析の結果、表 4 より、指標の値が一番大きい 11 個のクラスターに分類することが最適であったので、11 階層に分けることにした。その分類の結果が表 5 である。バリ島渡航客の約 37%が 20 代の女性に加え、リピーターに着目をするために、本稿ではクラスター6 を使用していくものとする。

表 4 クラスターの指標の比較

クラスター数	指標
2	0.42
3	6
4	4.34
5	4.14
6	5.62
7	4.69
8	4.33
9	5.07
10	21.25
11	35.97
12	32.69
13	30.29
14	28.06
15	26.78

(出典：筆者作成)

表 5 クラスター分析の結果

	使用金額	リピーター ダミー	パッケージツアー 参加ダミー	年齢	性別
クラスター1	9499.373	0	1	2.005848	0
クラスター2	3085.99	0	1	2.441315	0
クラスター3	8373.107	0	1	5.655172	0
クラスター4	10449.21	0	1	2.4	1
クラスター5	2591.896	0	1	3.266055	1
クラスター6	6093.106	1	0	2.891892	0
クラスター7	6301.966	1	1	3.307692	0
クラスター8	7660.028	1	0	3.46	1
クラスター9	9220.752	1	1	3.611111	1
クラスター10	5048.61	0	0	2.545918	0
クラスター11	6169.662	0	0	2.47973	1

(出典：筆者作成)

第3節 満足度の要因分析モデル式と変数選択

以上より、クラスター分析の結果を含めながら、満足度の要因を以下のように推計する。

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1(\text{年齢}) + \alpha_2(\text{ホテル満足ダミー}) + \alpha_3(\text{レストラン満足ダミー}) + \alpha_4(\text{観光地満足ダミー}) + \alpha_5(\text{交通機関満足ダミー}) + \alpha_6(\text{お土産購入ダミー}) + \alpha_7(\text{使用金額}) + \alpha_8(\text{クラスターダミー}) + \varepsilon_1$$

被説明変数としては観光客のバリ島旅行に全体に対する満足度を用いる。

・Y：満足度

説明変数としては以下を用いる。

- ・年齢
 - ・ホテルの満足度
 - ・レストラン満足度
 - ・観光地満足度
 - ・交通機関満足度
- バリ島では頻繁に重度の交通渋滞が起こるため、交通インフラに対する満足度も、全体の満足度に影響を与える重要な要素であると判断した。
- ・お土産購入ダミー
 - ・使用金額
 - ・クラスターダミー

第4節 分析結果

表 6 満足度要因分析の結果

	係数	標準誤差
年齢	-0.197	0.036***
ホテル満足度	0.035	0.095
レストラン満足ダミー	0.270	0.01***
観光地満足ダミー	0.296	0.125**
交通機関満足ダミー	0.314	0.098***
お土産購入ダミー	0.049	0.133
使用金額	3. e-05	9. e-06***
クラスターダミー	0.386	0.194**

サンプル数=1187 決定係数=0.0549

* : 10%有意 ** : 5%有意 *** : 1%有意

(出典：筆者作成)

分析の結果、「年齢」「レストラン満足ダミー」「観光地満足ダミー」「交通機関満足ダミー」「お土産購入ダミー」「使用金額」「クラスターダミー」が有意となった。

このことから全体的な満足度には、観光客が渡航中に感じたレストランや観光地での満足度が関わっていることが明らかになった。更にクラスターダミーや年齢が有意な結果となっていたことから、年齢が下がるにつれて満足度が上がる傾向にあり、その中でも20代女性のリピーターの満足度が高い傾向にあることが分かった。

第5節 WTPの要因分析モデル式と変数説明

WTPの要因分析を行うにあたり、Ruth, V. & John, H. & Neha, K (2013) と山下幸裕・領家美奈・中森義輝(2012)における天候インデックス保険に対するWTPの基本式と、現物の木製商品に対するWTPの推計式を参考にし、以下の式を用いて推計する。

$$Y_a = \beta_0 + \beta_1(\text{年齢}) + \beta_2(\text{性別}) + \beta_3(\text{パッケージツアー参加ダミー}) + \beta_4(\text{全体の満足度}) + \beta_5(\text{1日当たりの使用額}) + \varepsilon_2$$

$$Y_b = \gamma_0 + \gamma_1(\text{年齢}) + \gamma_2(\text{性別}) + \gamma_3(\text{パッケージツアー参加ダミー}) + \gamma_4(\text{全体の満足度}) + \gamma_5(\text{1日当たりの使用額}) + \varepsilon_3$$

$$Y_c = \delta_0 + \delta_1(\text{年齢}) + \delta_2(\text{性別}) + \delta_3(\text{パッケージツアー参加ダミー}) + \delta_4(\text{全体の満足度}) + \delta_5(\text{1日当たりの使用額}) + \varepsilon_4$$

被説明変数としては、3つの商品に対する支払意思額(WTP)を聞いたものを用いる。

- ・ Y_a : WTPA
- ・ Y_b : WTPB
- ・ Y_c : WTPC

説明変数としては、以下を用いる。

- ・ 年齢
- ・ 性別
- ・ パッケージツアー参加ダミー
- ・ 満足度
- ・ 使用金額
- ・ クラスターダミー

第6節 分析結果

表7 商品AのWTPの回帰分析結果

商品A	係数	標準誤差
年齢	330.044	156.644**
性別	313.709	419.749
パッケージツアー参加ダミー	-504.856	435.823
満足度	221.036	121.547*
使用金額	-0.7	0.036
クラスターダミー	1514.965	866.456*

サンプル数=1102 決定係数=0.0155

* : 10%有意 ** : 5%有意 *** : 1%有意

(出典：筆者作成)

表8 商品BのWTP回帰分析の結果

商品B	係数	標準誤差
年齢	40.699	53.264
性別	-86.339	142.333
パッケージツアー参加ダミー	-166.964	148.154
満足度	61.146	41.213
使用金額	-0.025	0.013*
クラスターダミー	627.676	298.257***

サンプル数=1110 決定係数=0.0151

* : 10%有意 ** : 5%有意 *** : 1%有意

(出典：筆者作成)

表 9 商品 C の WTP 回帰分析の結果

商品 C	係数	標準誤差
年齢	511.36	246.721**
性別	284.038	657.033
パッケージツアー参加ダミー	-495.788	685.898
満足度	336.605	189.901*
使用金額	-0.095	0.06
クラスターダミー	3983.954	1886.495***

サンプル数=1104 決定係数=0.0195

* : 10%有意 ** : 5%有意 *** : 1%有意

(出典：筆者作成)

この結果から、本分析で用いたクラスターに分類されている人は、商品によって有意水準に差はあるものの、どの商品の支払意思額に対しても有意であることが明らかとなった。また商品 B に対する支払意思額の結果としては、満足度は統計的にわずかに有意ではなかったものの、その他の商品に対する支払意思額において、満足度は有意に働いていることが明らかになった。

図 6 商品 A



図 7 商品 B



図 8 商品 C



(出典：BDI の学生の instagram より引用)

第4章 政策提言

第1節 政策提言の方向性

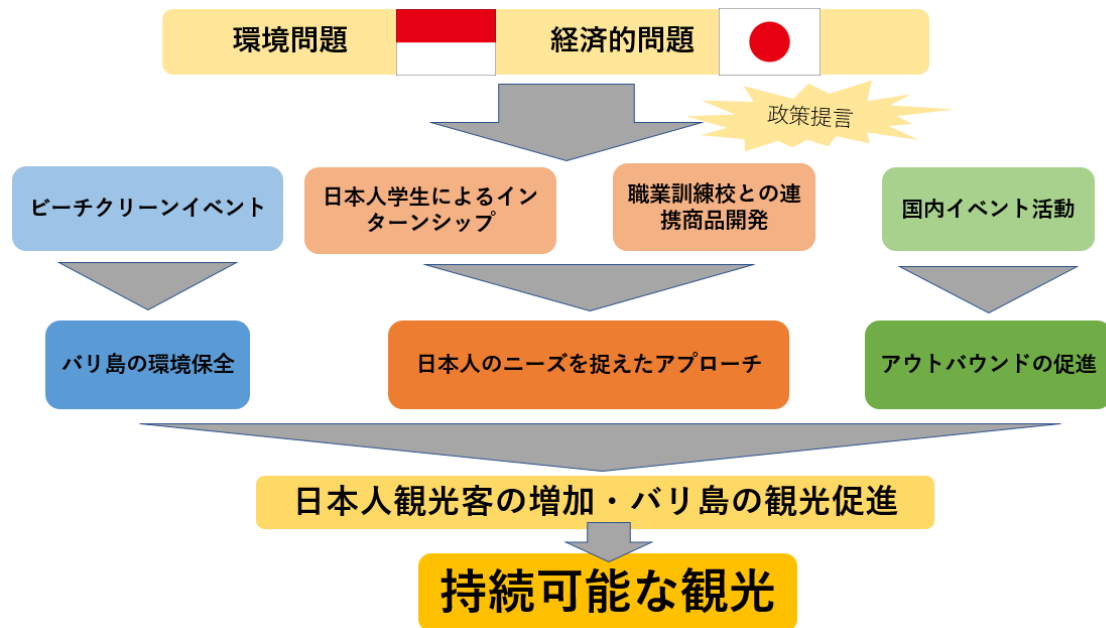
本稿では、バリ島に訪れる日本人観光客を増やすため、日本人の視点から政策の方向性を述べる。前章では、本研究会がバリ島の観光地やングラ・ライ国際空港で行なった観光客調査のデータからクラスター分析を行い、観光客分類ごとの満足度に対する影響を測定した。その結果、アウトバウンドの満足度向上のためには、「観光地における満足度」や「お土産購入」が有意に働いていることが明らかになった。若い世代の満足度やリピーター率も高いことから、事前に観光地の情報を得やすくすることや、お土産の改良を行うことが観光客を増やすために有効であると考えられる。

そこで本稿では、以下4つの政策提言を行う。

- I. 日本人学生によるインターンシップの実施
- II. ビーチクリーンイベントの開催
- III. 職業訓練校との連携プロジェクト
- IV. 国内イベント活動の開催

本稿では、これらの政策提言について効果や実現可能性に触れながら詳述する。

図 9 政策提言の方向性



(出典：筆者作成)

第2節 政策提言

第1項 日本人学生によるインターンシップの実施

<提言先>

バリ島の観光地(主に南部)、郊外の観光産業

<概要>

バリ島で日本人大学生によるインターンシップを行い、バリ島に来た日本人が満足できるように、ニーズを日本人の視点から現地企業通じてアプローチすることを提言する。

<政策を打ち出す理由と効果>

我々が提言するのは、バリ島における観光地や郊外でのインターンシップである。

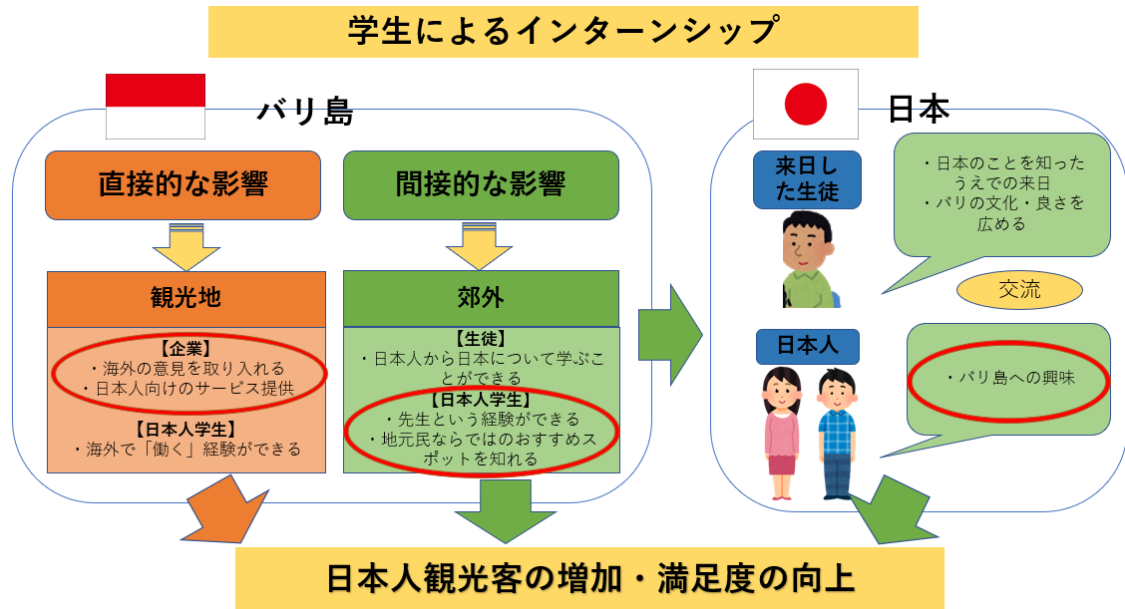
1 つ目は、観光地におけるインターンシップである。これは、実際に観光客と接しなが

ら働くことができるので、我々が企業に対して意見することで直接的な影響を与えることができる。観光客を相手にするような企業、例えば、ホテル、日本人向けの雑誌編集者、バス会社、日本人が経営するサーフィンの会社などである。このような直接的影響を与えることができるインターンシップに参加することには双方にとってメリットがある。我々学生のメリットとして、外国人と一緒に「働く」という経験ができ、日本とは異なった働き方の中で意見をどう相手に伝えるかを考えることができる。また、異文化を知り、その上で日本人ならではのアプローチができるという点がある。逆に企業側のメリットとしては、バリ島に訪れる観光客の多くが20~30代の若者が多いことを踏まえると、学生である若者の意見を直接聞くことができることは大きなメリットになるだろう。さらに新しい事業として日本人のインターンシップ生の視点を取り入れ、日本人向けのサービスを提案できることが挙げられる。実際、我々はインターン先であるホテルでホームページ、館内説明書、アンケートの日本語訳を行った。これにより、日本人観光客もアクセスすることが容易になり観光客の増加に繋がると考えられる。また、サーフィンの会社では若い観光客をターゲットに、旅行客に記念になるような写真を撮り、SNSに投稿してもらえるような写真映えのするスポットへと店内を改装した。(図11、12参照)さらに、日本語のInstagramアカウントを開設し、会社での日常の写真を投稿するなど、日本人に向けた効果的な情報発信に関する企画を行った。バス会社では、学生目線で、経営に関する問題点を見つけ、改善のための企画を行った。また、WEBやブログの日本語訳や、バス会社が提供するツアーを日本人向けにアレンジするなど、日本人向けのサービス提供のための企画も行った。これらは今後も、持続させていくとともにアンケートなどによって明らかとなった日本人のニーズを生かした企業への政策を続けていくべきだと考える。

2つ目は、主に日本語学校など、観光地から離れた郊外にあるインターンシップである。これは、観光客とは直接的に関わらないものの、地元のバリ人を通して日本人観光客を増加させる間接的な影響を与えることができる。日本語学校では、我々が講師として日本語や日本文化を教えることで、現地の生徒は日本のことを日本人から学ぶ貴重な体験になる。また、日本語学校で学ぶ生徒はその後、日本で3年間働く人がほとんどである。そのため、彼らは日本人との関わりを経験した後に来日することができ、その際日本人とも関わりやすくなるだろう。そこで彼らが日本人と深く関われるようになり、バリ島の文化や良い点を日本人にアピールできると、関わった日本人がバリ島に訪れることもあると考えられる。生徒の中には、3年後バリ島に戻り日本人観光客向けのガイドを志望する生徒も多い。また、我々は満足度と日本語が流暢なガイドを付けたこととの関係も分析した。この分析結果から、日本語が流暢なガイドをつけることは、有意に満足度を上げることが判明した。(表11参照)そのため、日本人側も3年間日本に留学した人が身近にいることは、普段海外に行かないという人でも、言語や観光地などを彼らから聞くことができ、バリ島に行ってみたいと思う人が増えると考えられる。さらに我々が帰国した後でも、SNSを用いて来日する生徒のサポートをすることができる。また、一般的に観光地として知られている場所だけでなく、地元民ならではののおすすめスポットを知ることができる。それらはSNSを用いて発信していき、リピーターが増えるようにモデルコースを作成し、観光地の企業にアプローチすることもできる。(図10参照)

これら 2 つのインターンシップにより、日本人の観光客を増加させることができ、日本人向けの政策により、満足度が上がると考えられる。

図 10 日本人学生のインターンシップが与える影響



(出典：筆者作成)

表 10 日本語が流暢なガイドと観光客の満足度分析

満足度	係数	標準偏差	t値	P値	信頼区間	
ホテル満足度	0.059682	0.009475	6.3	0.000	0.04109	0.078274
レストランでの不満有無	0.346047	0.102355	3.38	0.001	0.145204	0.546891
お土産購入ダミー	0.637568	1.087038	0.59	0.558	-1.49544	2.770581
日本人ガイドダミー	0.234174	0.097098	2.41	0.016	0.043646	0.424703
年齢	-0.17737	0.036709	-4.83	0.000	-0.2494	-0.10534
性別	-0.0901	0.098624	-0.91	0.361	-0.28362	0.103423
切片	7.561657	1.096607	6.9	0.000	5.409868	9.713446

(出典：筆者作成)

<実現可能性>

これらのインターンシップは我々が毎年バリを訪問する際に、アジアの観光地開発に関する授業の一環として行うことができる。本政策は現地企業や学校との関係を維持し続けることが重要であるが、この点においては毎年同じインターンシップ先を訪れるなど現在でも交流がある。このように既に大学とインターンシップ先が連携を取っていることから、この政策は実現可能性において容易であると考えられる。

図 11 サーフィン会社壁改善前



図 12 改善後



図 13 日本語学校での授業の様子



(出典：筆者撮影)

第2項 ビーチクリーンイベントの開催

<対象地域>

バリ島のビーチ

<概要>

バリ島の環境問題を解決するため、現地民のゴミ分別の意識を向上させる授業と実践の場としてのビーチクリーンイベントの開催を提言する。

<政策を打ち出す理由と効果>

本研究では、バリ島の良さを内部から発信することに焦点を当て、観光客のニーズを捉えて現地企業にアプローチすることを目的とした。分析結果より日本人観光客はバリ島に対してリゾートやエキゾチックなイメージを強く持っていることが明らかになったが、実際には環境問題が深刻化しているという側面もある。増加し続けるバリ島への観光客により、廃棄物処理対策は急務を要するものとなった。街にはゴミ箱が少なく、また集められたゴミも適切には分別されていないことが多い。ゴミを分別せずに処理するとダイオキシンの発生や資源ゴミの枯渇などの問題につながる。しかし住民のゴミ分別に対する意識は依然低く、定着していないのが現実である。

この廃棄物処理問題において、JICAは2015年7月から2017年3月にかけて、一般廃棄物の分別処理システムの構築と、普及指導員の育成による持続可能な資源循環型まちづくりモデルの確立を目指した。また2015年には、中小企業海外展開支援普及・実証事業にトマス研究所(沖縄県うるま市)が開発した小型焼却炉を採択し、漂着ゴミの処分や低コストで行えるダイオキシン類の適正処理に努めた。このように、JICAにおいても解決への取り組みが重視されている廃棄物処理問題について、我々は地元民に直接的にゴミ分別に対する意識を変えることが期待される政策提言を行う。

まず地元の小学生に対してゴミ分別の大切さを伝える。ここでは地元小学生を対象に、分別の効果やその方法についてのレクチャーを日本人が中心となって行う。親日家であるバリ島の子どもは日本の街が清潔に保たれていることを知っている場合が多い。そのため、日本人が講師を務め、日本人が実際に行っているゴミに対する習慣を伝えることできれいな街づくりに対する意識を上げることは1つの効果になると考えられる。また、小学生という幼い頃から分別に対する指導を受けることで、ゴミ問題に対する意識を根付かせることができる。

その後、実際にバリ島で人が多く集まるビーチにてビーチクリーンイベントを開催する。ビーチクリーンでは前述の授業に参加した小学生を含めた一般参加型を取る。また、周辺ホテルの従業員や、そのホテルに宿泊している観光客にも声をかける。ビーチで行う理由は、多くの観光客や地元インドネシア人が本活動を目にすることでバリ島のイメージアップにつながると考えたからである。集めたゴミはバリ島の収集方法に倣って分別する。授業を受けた小学生を中心として分別作業を行うことで、小学生の実践の場にもなる。バリ島には、ゴミの分別を行う“ecoBali”という団体がある。ビーチクリーンで集められた

ゴミを適切に処理するために、ビーチクリーンイベントに ecoBali からスタッフを派遣し、一般参加の人々に対してもゴミ分別の意義をレクチャーしてもらう。自分の手で拾ったゴミを自ら分別することで実生活でも応用することができるだろう。バリ島の景観を守るため、ゴミを減少させることはもちろん、適切に処理する方法を学ぶことは有効なことであると考えられる。

図 11 関西学院大学とウダヤナ大学の学生

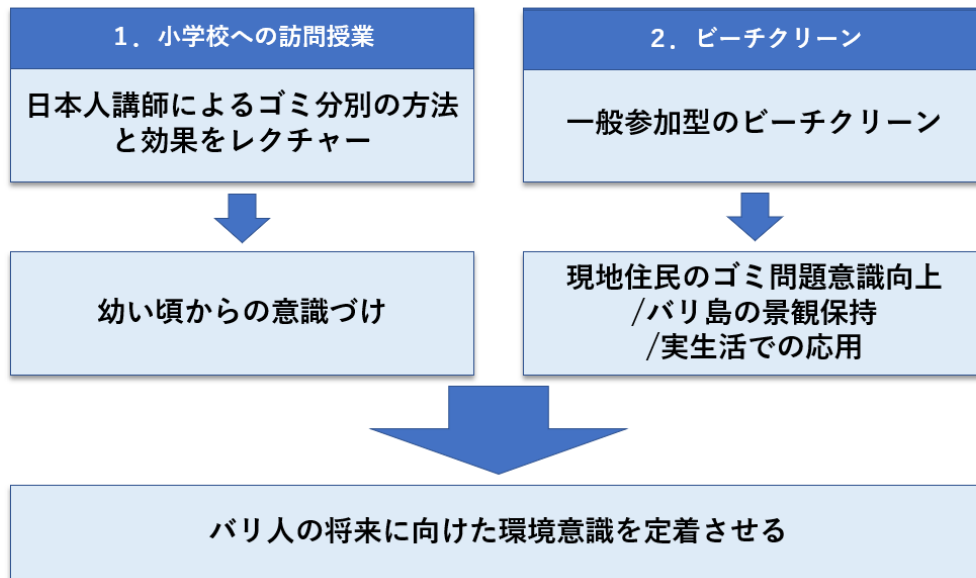


図 12 ゴミを拾う地元民



(出典：筆者撮影)

図 13 ビーチクリーン流れ



(出典：筆者作成)

第3項 職業訓練校との連携プロジェクト

<対象地域>

BDI Denpasar、空港

<概要>

本研究において我々が行った空港調査から、日本人には雑貨・小物を買う人がお菓子、コーヒーに次いで多いことが明らかになった。(表 8 参照)そこで日本人のニーズに合った雑貨・小物商品を開発するため、BDI との連携プロジェクト、さらに空港での販売を提言する。

表 11 観光客のお土産に対する選考

	ヘア オイル	コーヒー	コスメ	お菓子	アクセサ リー	雑貨 小物	衣服
買った人数	569	611	435	928	239	590	332
買わなかった 人数	809	767	943	450	1139	786	1046

(出典：筆者作成)

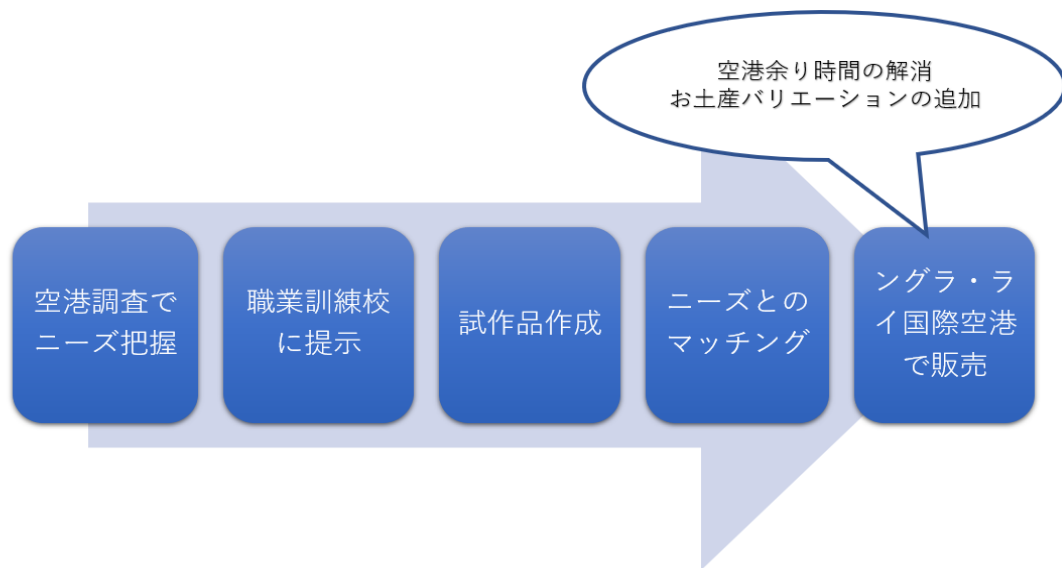
<政策を打ち出す理由と効果>

BDI(Balai Diklat Industri)とはインドネシアにある工業省傘下の職業訓練校で、インドネシア各地に様々な分野の職業訓練校がある。現在バリ島にある「BDI Denpasar」は工芸品及びアニメーションの作成を専門としている。我々はこの BDI の学生によるバリ島らしさを活かした商品開発に注目する。

バリ島のお土産として、人気を誇るのはコーヒーやヘアオイルなどである。しかし、お土産としてのバリエーションは限られており、バリ島の伝統を活かした商品が少ないと言える。他国のリゾート地とバリ島を差別化できる点として挙げられる、バリ島の伝統文化を工芸品という形でハンドメイドとして売り出すことで、観光客にも手に取りやすいものになると考えられる。

販売までの流れとして、まず今回の調査で明らかになった日本人観光客のニーズを BDI の学生に伝え、試作品を提示してもらおう。そして日本人である我々はその試作品と日本人のニーズとのマッチングを考慮して改良を加える。更に日本人の中でも、バリ島渡航者割合の約 37%を占める、20 代女性客へのニーズを考える。作成した工芸品の販売場所として、多くの観光客が利用するバリ島のングラ・ライ国際空港の免税店を提案する。帰国前の観光客は空港で約 1~2 時間余裕を持っていることが多い。そこで、BDI の学生の作品を販売すると同時に、空港内の販売店で観光客自身に工芸品に一手間を加えてもらう体験型のスペースの提供を行う。バリ島ならではの伝統的な商品にさらに自身の手を加えることで、オリジナリティのあるお土産を持ち帰ってもらうことが目的である。BDI のアニメーション作成を専門としている学生にもプロジェクトに参加してもらい、販売促進のためのアニメーション動画を作成してもらおうことも可能である。空港で販売することで観光客に空港での余剰時間を有効に活用してもらおうことが期待できる。また、普段は地元民向けにしか作品提供を行っていない BDI の学生に対し、新たな販路の拡大にも繋がる。

図 14 職業訓練校との連携プロジェクト



(出典：筆者作成)

<実現可能性>

実現可能性として、DFS 内部にて実験店舗を設置する方針で現在は協議が進められている。さらに、BDI に訪問して商品開発についての快諾を得ているためこの政策は実現可能性があると言える。

第4項 国内イベント活動の開催

<対象地域>

日本国内(現在考えているのは関西)

<概要>

国内でも、アウトバウンドを増やせるように、今年初めて開催されていたインドネシアの領事館イベントや、旅行ファンをターゲットとした関空旅博のイベントに、学生ブースを出展し訪問客の世代層を広げることを提言する。

また、学内で生協の旅行ブースともコラボし若い世代へのアプローチを提言する。

最後に TSUNAGARU Fes. への参加によって、バリ島への正確な情報を提供しつつ、若者へのアプローチを行う。

<政策を打ち出す理由と効果>

我々の調査結果より、インドネシア領事館のイベント「インドネシア 日本まつり」に訪れた年齢層は40～50代で全体の50%近くを占めていること、さらに20代は14%ほどと少ないことが明らかになった。そのため、若年層にもターゲットを当てたイベントを考える必要がある。

また調査結果より、このイベントを知った方法は「SNS」や「インターネット」よりも、「知人から」と「NHK 放送」が多く見られた。これは、40～50代が多く、20代の若年層が少ないことの理由の1つだと考えられる。そこで、このイベントに旅好きが集まる学生団体のブースを設けることで、若者がアクセスしやすいSNSや、口コミによって若年層の参加者数の増加が期待されるため、有効だと考える。さらに若者目線で旅行について自由に発信していくことで、若年層の目を惹きつけ、そしてそのことが若年層の海外旅行促進につながるだろう。

さらに、関西学院大学の生協祭において旅行会社のブースの設置を提言する。そこでは、生協に配置している海外旅行プランだけでなく、我々が発案したバリ島の観光地のモデルコースや自然、穴場スポットについて説明することができる。我々はインターンシップを行うと同時に、おすすめの観光地についての調査・視察も行った。そのため、より現地を体感できるツアーなどは、我々の調査・視察を参考にすることができる。さらに、インターンシップ先の企業のチラシを置き、宣伝や連携が取れたプランの提示も可能になる。また、大学という場でブースを設置するため、多くの若者の目に留まり、興味を引くきっかけになることが期待される。

また我々はJASID-JASNIDS(The Japan Society For International Development : JASID - Japan Student Network for International Development : JASNIDS)のTSUNAGARU Fes.への参加も予定している。このイベントは国際協力や世界を身近に感じてもらうために、世界の料理や雑貨、民族衣装などを集め、参加者が各国の文化を体験することができる。

よって我々は、バリ島のお土産の販売、そしてバリ島に関する正確な情報の提供をこのイベント内で行おうと考えている。現状分析でも述べたように、バリ島への自然災害への風評被害は深刻である。そのため、バリ島は危ない、というようなイメージを無くすためにも、この活動は必要である。このほかにも、バリ島の魅力を伝える。

このイベントは、学生を対象にしている。そのため、学生が多く集まるこのイベントに参加することは、若者へのアプローチに非常に有効である。

これら3点の政策提言により、私たち学生が関わることで若年層に向けたアプローチができ、まだバリ島を訪れたことがない人へも訪れるきっかけを作ることができると思う。

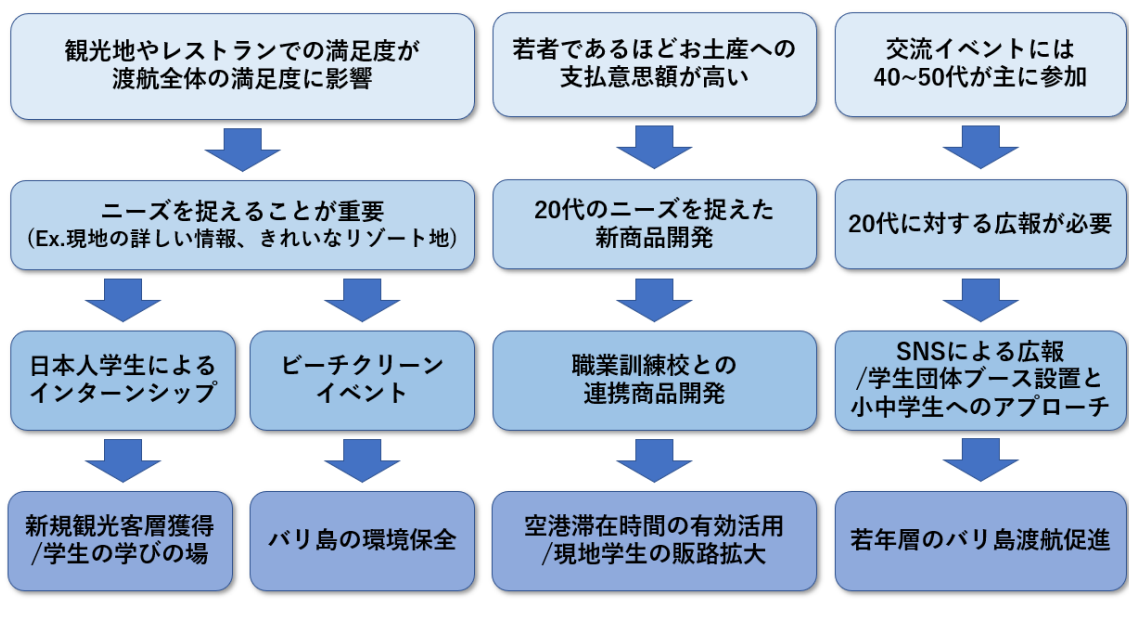
<実現可能性>

関空旅博や在日大阪インドネシア総領事館のイベントは、我々がイベントの一部を担っているため、学生団体と連絡を取り、了承を得ることさえできれば、この政策は実現可能性が高いと言える。さらに学生団体側も、学生だけで行うイベントより、様々な年齢層が来るイベントに参加できることは、彼らの出会いの場にもなることが期待される。

また、生協とのコラボレーションについても同様に了承を得ることができると、校内で行われる生協主催のお祭りに出展することもでき、実現可能性が高いと言える。我々は既に現地の人がおすすめる観光地などをまとめたものを作成しており、早急な対応も可能である。さらにインターンシップ先の企業と、我々が訪れた観光地を組み合わせることで、ツアープランの提案もしやすい。

また TSUNAGARU Fes. への参加は既に決まっていることであり、実現可能性は非常に高い。

図 15 政策提言流れ



(出典：筆者作成)

おわりに

本稿では、インドネシア・バリ島の日本人観光客を対象とし、観光地における観光客の満足度がどういった要因によって影響を受けるのかの分析と、満足度などの指標が、お土産となるような商品に対する支払意思額にどのような影響を与えるのかを分析した。まず、観光客調査のデータからクラスター分析を行い、観光客を11の階層に分類した。それらの階層から20代女性で且つ、個人のリピーターを表す階層を抽出した。この階層に属する観光客は満足度が高い傾向にあることや、年齢が低い観光客ほど、満足度が高い傾向にあることが明らかとなった。

次に、商品に対するWTPの分析において、先ほど抽出した階層が3つ全ての商品に対して有意に働いていることが明らかとなった。我々のサンプルの内訳として、20代女性が全体の約37%を占めていることから、20代女性、更には上記の階層に当てはまるような観光客に焦点を当てた政策提言を行った。政策提言は、日本人のニーズを捉えたアプローチのための日本人学生によるインターンシップバリ島の環境保全を目的としたビーチクリーンイベントの実施、職業訓練校との連携商品開発、そしてアウトバウンド促進のための国内イベント活動の4つを提言した。これらの政策提言はバリ島の観光産業の発展のみならず、現地の人々や、現地の日本企業、ひいては日本国内の企業においても有益なものであると言える。

インバウンドによる側面ばかりが取り上げられることの多い近年において、某旅行代理店のようにインバウンドの増加が激しいが故に、アウトバウンド事業を通して、企業の利益をあげられていないという側面もある。そのようなアウトバウンドの視点から、日本へのメリットに注目している点、更にはそれがバリ島における観光開発にも寄与する点において、我々の研究は意義があると言える。

最後に、本稿の作成にあたり有益かつ熱心なご指導を頂いた栗田匡相准教授、調査にご協力くださったングラ・ライ国際空港団、在大阪インドネシア総領事館、アピ・マガジン、ウダヤナ大学並びに、調査を快く引き受けてくださったバリ島を訪れていた日本人観光客のみなさま、その他大勢の方々に心から感謝の意を表す。本研究が、今後のバリ島観光業におけるインバウンドの促進、または日本のアウトバウンドの促進の一助となることを願い、本稿を締めさせていただきます。

先行研究・参考文献

- ・足立浩一(2015)「バリ島における観光開発が伝統社会におよぼす影響に関する考察」『福山大学経済学論集』第39巻第1・2号
- ・石黒格(2008)『Stataによる社会調査データの分析—入門から応用まで—』北大路書房
- ・岡太彬訓・守口剛(2010)『マーケティングのデータ分析—分析手法と適用事例—』朝倉書店
- ・岡村薫・福重元嗣(2007)「リピーター観光客育成に向けた観光プロモーション策」『KISER Discussion Paper』No. 10
- ・金岡 省吾・市村恒士・富田将義・黒澤和隆(2004)「自然体験型余暇活動におけるリピート意向と満足度に関する要因分析—北海道黒松内町の来訪者についての事例調査—」『環境情報論文集』第18号
- ・佐藤義治(2009)『多変量データの分類—判別分析・クラスター分析—』朝倉書店
- ・田中 一郎(2014)「インドネシア編 インドネシアのツーリズム政策」『ホスピタリティ・マネジメント』第5巻第1号
- ・藤鑑(2010)「中国の海外旅行需要とその拡大要因について—訪日旅行を関連して—」『岡山大学経済学雑』第42巻第3号
- ・張長平(2013)『観光分析 計量的アプローチと応用』古今書院
- ・林幸史・藤原武弘(2012)「観光地での経験評価が旅行満足に与える影響：観光動機と旅行経験の観点から」『社会学部紀要』第114号
- ・和知恵一・安田亘宏・川名幸夫・服部裕美子(2015)「インドネシアの観光政策とインバウンドの考察」『西武文理大学サービス経営学部研究紀要』第26号
- ・Kim, H. K., T. J. Lee(2018) “Brand Equity of a Tourist Destination” Sustainability2018, pp. 10-431.
- ・インドネシア共和国観光省公式ホームページ「見る・遊ぶ・体験する—バリ島」(<https://www.visitindonesia.jp/enjoy/information/02.html>)2018/10/29 データ取得
- ・観光庁ホームページ「訪日外国人旅行者の受け入れ環境整備」(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/ukeire.html>) 2018/11/3 データ取得
- ・国際連合広報センター「国連世界観光機関駐日事務所」(http://www.unic.or.jp/info/un_agencies_japan/unwto/)2018/10/28 データ取得
- ・日本政府観光局「月別・年別統計データ(訪日外国人・出国日本人)」(https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/)2018/11/3 データ取得
- ・法務省ホームページ「【平成29年】公開資料(確定値)」(<http://www.moj.go.jp/content/001260663.pdf>) 2018/11/2 データ取得
- ・AFP BB NEWS「バリ島で『ごみ緊急事態』観光客に人気のビーチも」(<http://www.afpbb.com/articles/-/3157014>)2018/10/29 データ取得
- ・JICA「バリ海岸保全事業」(<https://www.jica.go.jp/oda/project/IP-475/index.html>)

2018/11/3 データ取得

・ JICA 「バリ国際空港整備事業（第二期）」 (<https://www.jica.go.jp/oda/project/IP-428/index.html>) 2018/11/3 データ取得

・ 国連世界観光機関「世界観光指標」 (<http://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2018/01/press-release-final1.pdf>) 2018/11/6 データ取得

・ 独立行政法人 国際協力機構 JICA 「地域活性化特別枠」 (https://www.jica.go.jp/partner/kusanone/tokubetsu/ind_10.html) 2018/11/9 データ取得