

2 - 5 国際観光市場の動向とその特性

2 - 5 - 1 国際観光客の動向

(1) 外国人旅行者数の推移

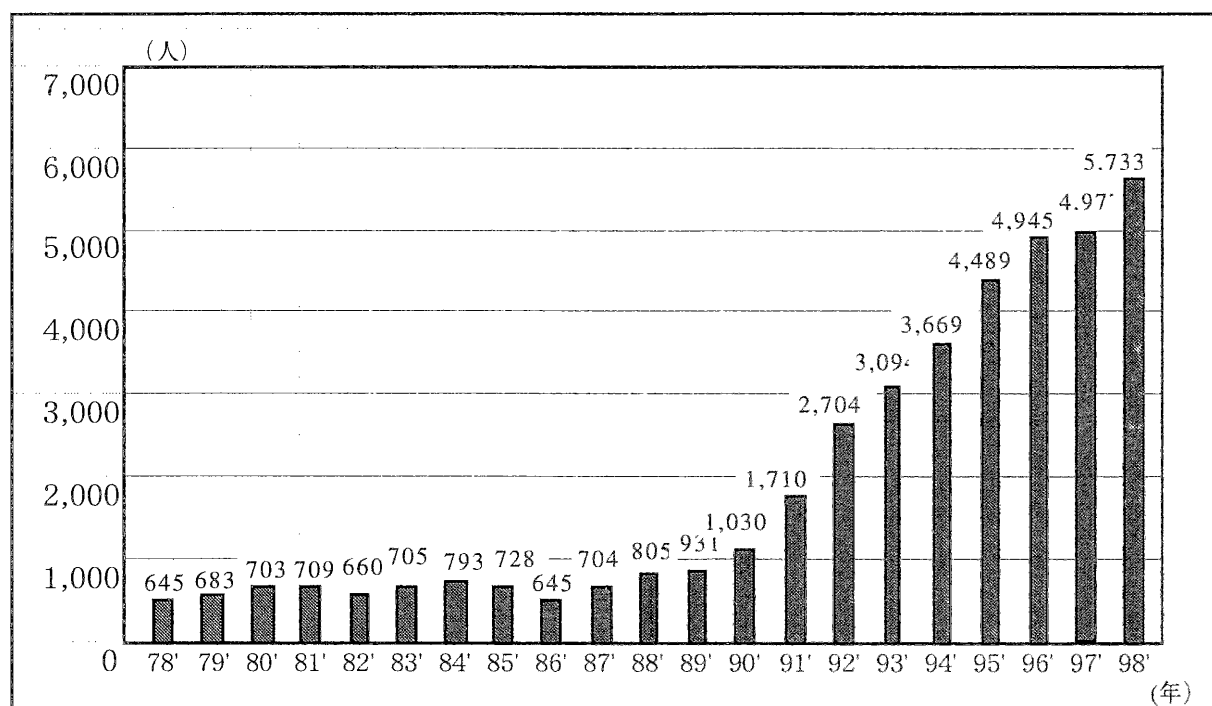
外国人旅行者数

1998年に南アフリカ共和国を訪れた外国人旅行者数は573万2,039人であり、これは前年の498万人と比べ、15.2%の伸びとなっている。

過去20年間の外国人旅行者数の推移をみると、1990年までは100万人前後であった外国人旅行者数が、1991年を境に増加傾向にある。特に1991年と1992年については、1991年が前年比66.1%増の171万人、1992年が前年比58.1%増の270万人と大きく伸びている。その後も伸び率に差はあるものの順調に増加しており、特に政治体制が変わった翌年にあたる1995年は前年比22.3%増という2度目の大きな伸びを記録している。

図2 - 5 - 1 外国人旅行者数とその伸び率の推移

〔外国人旅行者数〕



〔伸び率〕

(単位：%)

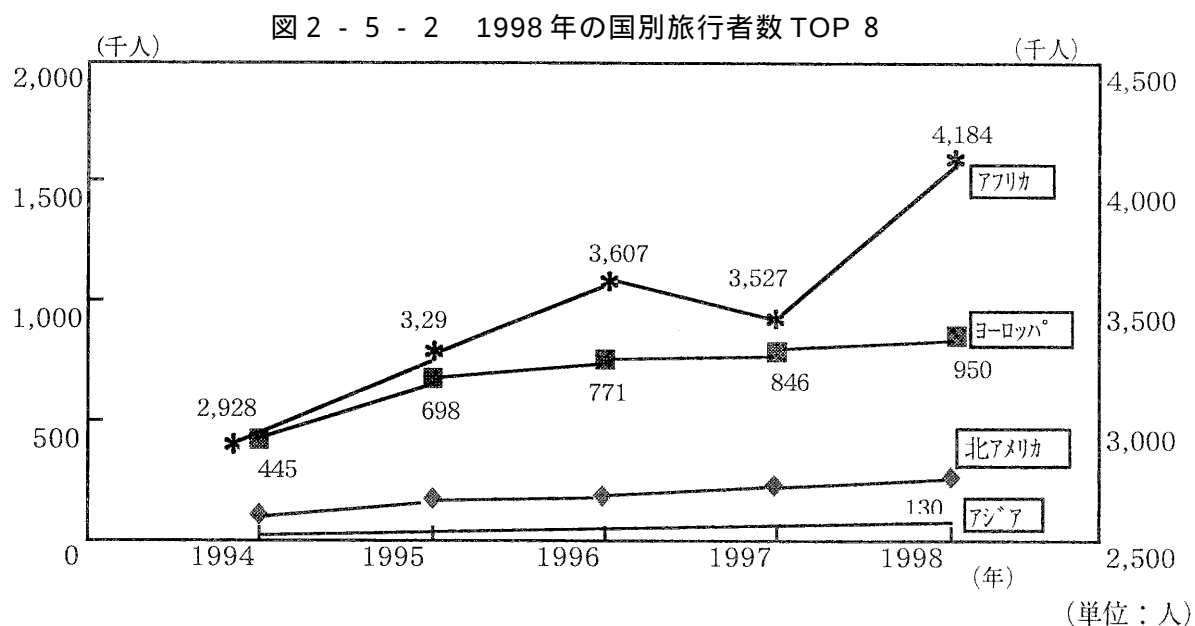
79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98
5.9	3.0	0.8	-6.9	6.7	12.5	-8.2	-11.4	9.1	14.4	15.6	10.6	66.1	58.1	14.4	18.6	22.3	10.2	0.6	15.2

source : SATOUR

地域・国別外国人旅行者数

1998年に南アフリカ共和国を訪れた外国人旅行者数を地域別にみると、アフリカ地域からが418万人（73.0%）と大半を占め、次いでヨーロッパが95万人（16.6%）、北アメリカが19万人（3.4%）、アジアが13万人（2.3%）の順となっている。

近年の特徴として、アフリカ地域からの外国人旅行者数が急激に増えている。これは、1994年の政権交代に伴い、近隣諸国から観光を目的とした旅行者が増えているとともに、特にビジネスを目的とした旅行者が急増しているためだといわれている。また、南アフリカ共和国にとっての実質的な意味で最も重要な観光市場であるヨーロッパからの旅行者数も、毎年順調に増加している。北アメリカについては、1995年までは第4位であった旅行者数が、1996年以降はアジアを抜いて第3位となっている。一方、アジアからの旅行者数は、他の地域の旅行者数が伸び率に違いはあるもののすべて増加しているのに比べて、長引くアジア地域の景気低迷の影響を受け、1997年・1998年と2年連続で減少している。



	1994	1995	1996	1997	1998
EUROPE	444,767	697,539	771,166	845,670	950,265
NORTH AMERICA	89,793	124,354	137,217	157,972	193,615
CENTRAL & SOUTH AMERICA	19,585	29,037	32,362	41,395	45,397
AUSTRALASIA	35,749	59,951	62,261	62,621	68,485
ASIA	91,900	129,400	134,190	130,679	130,198
MIDDLE EAST	14,525	20,485	23,779	24,071	27,385
INDIAN OCEAN ISLAND	8,311	11,073	11,419	11,528	13,056
AFRICA	2,927,982	3,290,931	3,606,757	3,527,180	4,183,880
UNSPECIFIED	36,344	125,502	165,279	175,233	119,758
TOTAL	3,668,956	4,488,272	4,944,430	4,976,349	5,732,039

(単位：人)

	1994	1995	1996	1997	1998
EUROPE	444,767	697,539	771,166	845,670	950,265
NORTH AMERICA	89,793	124,354	137,217	157,972	193,615
CENTRAL & SOUTH AMERICA	19,585	29,037	32,362	41,395	45,397
AUSTRALASIA	35,749	59,951	62,261	62,621	68,485
ASIA	91,900	129,400	134,190	130,679	130,198
MIDDLE EAST	14,525	20,485	23,779	24,071	27,385
INDIAN OCEAN ISLAND	8,311	11,073	11,419	11,528	13,056
AFRICA	2,927,982	3,290,931	3,606,757	3,527,180	4,183,880
UNSPECIFIED	36,344	125,502	165,279	175,233	119,758
TOTAL	3,668,956	4,488,272	4,944,430	4,976,349	5,732,039

source : SATOUR

1998年の南アフリカ共和国への国別の旅行者数については、上位5か国は南アフリカ共和国の近隣国であるレソト(163万人)・スワジランド(75万人)・ジンバブエ(52万人)・ボツワナ(49万人)・モザンビーク(34万人)が占めている。ヨーロッパからは、第6位に英国(32万人)、8位にドイツ(20万人)が入っている。

アフリカ地域を除いた場合の上位8か国については、8か国中の6か国をヨーロッパの国々が占めている。そのなかで、米国が英国・ドイツに続く第3位(約17万人)となっており、主要マーケットのひとつとなっている。また、オーストラリアは第6位(約6万人)となっている。

アジアについては、マーケット全体のなかでみるとまだ規模が小さく、上位にランクされる国は現状ではない。アジア地域からの旅行者数としては、日本が最も多く、次いでインド、台湾の順となっている。

表2 - 5 - 1 1998年の国別外国人旅行者数TOP8

〔全 体〕		〔アフリカ地域を除く〕	
順位 / 国名	旅行者数(人)	順位 / 国名	旅行者数(人)
1. レソト	1,634,690	1. 英国	321,281
2. スワジランド	754,999	2. ドイツ	195,878
3. ジンバブエ	523,301	3. U S A	166,071
4. ボツワナ	490,275	4. オランダ	83,022
5. モザンビーク	341,051	5. フランス	72,994
6. 英国	321,281	6. オーストラリア	55,559
7. ナミビア	199,854	7. イタリア	37,204
8. ドイツ	195,878	8. スイス	36,754

source : SATOUR

表 2 - 5 - 2 1998 年のアジア地域の旅行者数

順位 / 国名	旅行者数 (人)
1 . 日本	22,178
2 . インド	20,904
3 . 台湾	18,531
4 . 香港	14,351
5 . フィリピン	7,186
6 . マレーシア	7,014
7 . シンガポール	6,466
8 . 韓国・北朝鮮	5,734
9 . タイ	3,221
その他	24,613
TOTAL	130,198

source: SATOUR

月別外国人旅行者数

月別の外国人旅行者数をみると、1997 年・1998 年共に初夏から盛夏にあたる 10 月～12 月が外国人旅行者のピークシーズンとなっている。特に 12 月はクリスマス休暇の時期であり、避寒を兼ねて南アフリカ共和国を訪れる旅行者も多く、1 年のなかで最も旅行者が多い月である。1998 年の特徴としては、1997 年に比べて 3 月～5 月の旅行者数が急激に増加している。この増加した旅行者の大半は、アフリカからの旅行者である。

1998 年の月別旅行者数を地域別にみると、アフリカからの旅行者は 7 月～12 月、4 月がピークシーズンとなっている。一方、オフシーズンは 1 月～2 月である。ヨーロッパからの旅行者は、夏期の 10 月～12 月が最も多く、1 月～3 月も比較的多くの人が訪れている。オフシーズンは、5 月～7 月の冬期である。北アメリカからの旅行者は、それほど季節変動が大きいのが、3 月と 7 月・8 月に旅行者の数が増えている。アジアからの旅行者も季節変動が比較的少ないが、4 月と 7 月～12 月にかけて旅行者の数が増えている。

図 2 - 5 - 3 月別外国人旅行者数

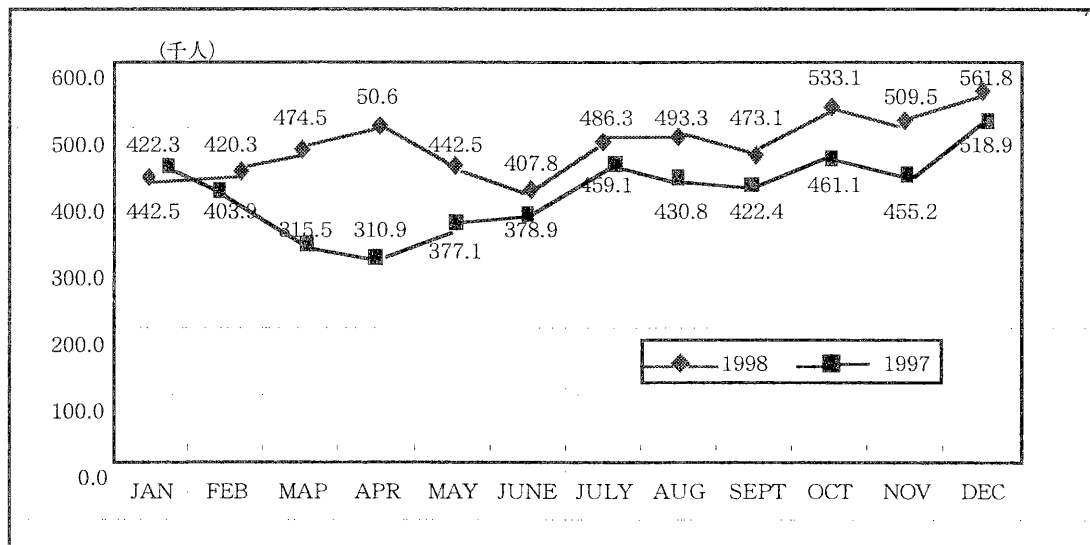


表 2 - 5 - 3 1998 年の月別外国人旅行者数 (地域別) (単位：千人)

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
EUROP	81.0	91.8	88.6	73.1	51.9	38.7	58.8	76.1	72.1	108.2	110.1	100.0
NORTH AMERICA	12.9	15.4	18.5	14.3	14.7	15.6	19.3	18.0	15.7	16.7	15.9	16.5
CENTRAL & SOUTHAMERICA	5.4	4.5	3.5	3.2	3.4	2.4	3.9	3.3	3.7	4.1	3.7	4.4
AUSTRALASIA	5.6	4.7	5.5	6.3	5.3	4.8	5.7	6.1	6.5	5.8	5.3	7.0
ASIA	10.2	8.9	9.9	11.2	9.9	8.7	11.0	12.7	11.2	13.6	10.6	12.4
MIDDLE EAST	2.0	2.3	2.3	3.0	1.7	1.5	2.5	2.8	2.4	2.5	2.0	2.5
INDIAN OCEAN ISLAND	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1	0.9	1.0	1.2	1.0	1.0	1.1	1.1
AFRICA	289.9	287.1	335.9	385.3	346.9	325.0	371.0	363.9	351.8	370.5	350.1	406.5
UNSPECIFIED	14.2	4.3	9.3	10.0	7.7	10.3	13.2	9.2	8.7	10.7	10.7	11.5
TOTAL	422.3	420.3	474.5	507.6	442.5	407.8	486.3	493.3	473.1	533.1	509.5	561.8

source : SATOUR

入国手段別外国人来訪者数

南アフリカ共和国への外国人来訪者数 * の入国手段については、“陸路”によるものが7割強を占めており、次いで“空路”によるものが2.5割前後となっている。ただし、アフリカを除く地域からはその8割～9割が空路利用となっている。

外国人来訪者数 * : 本データは、“Work”及び“Contract Work”を目的に入国した来訪者数が含まれているため、前述の“外国人旅行者数”よりも数値が大きくなっている。

表 2 - 5 - 4 1998 年の入国手段別外国人来訪者数

	AIR	ROAD	RAIL	SEA	UNSPECIFIED MODE	TOTAL
EUROPE	794,201 (80.9%)	175,749 (17.9%)	125 (0.0%)	10,955 (1.1%)	650 (0.1%)	981,680 (100.0%)
NORTH AMERICA	176,106 (86.7%)	24,291 (12.0%)	242 (0.1%)	2,225 (1.1%)	201 (0.1%)	203,065 (100.0%)
CENTRAL & SOUTH AMERICA	40,311 (86.0%)	6,022 (12.8%)	5 (0.0%)	484 (1.0%)	48 (0.1%)	46,870 (100.0%)
AUSTRALASIA	59,077 (84.0%)	10,857 (15.4%)	6 (0.0%)	344 (0.5%)	49 (0.1%)	70,333 (100.0%)
ASIA	110,915 (80.1%)	19,867 (14.3%)	31 (0.0%)	7,144 (5.2%)	521 (0.1%)	138,478 (100.0%)
MIDDLE EAST	25,668 (89.8%)	2,642 (9.2%)	4 (0.0%)	179 (0.6%)	77 (0.3%)	28,570 (100.0%)
INDIAN OCEAN ISLANDS	12,249 (91.9%)	1,012 (7.6%)	2 (0.0%)	67 (0.5%)	1 (0.0%)	13,331 (100.0%)
AFRICA	239,356 (5.6%)	4,032,652 (94.0%)	565 (0.0%)	16,086 (0.4%)	2,888 (0.1%)	4,291,547 (100.0%)
UNSPECIFIED	4,952 (4.0%)	8,252 (6.6%)	4 (0.0%)	428 (0.3%)	110,726 (89.0%)	124,362 (100.0%)
TOTAL	1,462,841 (24.8%)	4,281,346 (72.6%)	984 (0.0%)	37,912 (0.6%)	115,161 (2.0%)	5,898,244 (100.0%)

source : SATOUR

空港別外国人旅行者数

南アフリカ共和国の空の表玄関となっている 3 つの国際空港の外国人旅行者数をみると、JOHANNESBURG INTERNATIONAL AIRPORT を空路利用の外国人旅行者数の 76.9% にあたる 107 万人が利用している。次いで、CAPE TOWN INTERNATIONAL AIRPORT を 20.6% にあたる 28 万人が利用しており、DURBAN INTERNATIONAL AIRPORT は直行便の便数も少ないこともあり 2.5% にあたる 4 万人のみの利用となっている。

表 2 - 5 - 5 1998 年の空港別外国人旅行者数

	Johannesburg International Airport	Cape Town International Airport	Durban International Airport	total
total	1,065,501 (76.9%)	284,861 (20.6%)	35,305 (2.5%)	1,385,667

source : SATOUR

(2) 外国人旅行者の志向

S A T O U R では、1998 年より年 2 回、夏（1 月ごろ）及び冬（7 月ごろ）の時期に、3 か所の主要国際空港で外国人旅行者の志向把握を目的とした出口調査を実施している。1999 年 1 月の調査結果及び現地踏査時のヒアリングを基に、南アフリカを訪れる外国人旅行者の志向を以下にまとめる。

旅行の第 1 目的

南アフリカ共和国を訪れる旅行者の 1 番の目的は、夏・冬ともに Holiday が 4 割強と最も多く、次いで business が 3 割弱、V F R（Visiting Friends and Relatives）が 2 割前後となっている。

旅行の目的を季節別にみると、Holiday 目的の旅行者は季節に左右されず、年間を通じて南アフリカを訪れる主要目的となっている。Business 目的の旅行者は、夏期である 1 月は南アフリカの観光シーズンであるとともに、官庁及び企業の夏期休暇のシーズンでもあることから、冬期である 8 月の方が多くなる傾向がみられる。一方、V F R 目的の旅行者は冬期よりも夏期の方が多くなる傾向がある。

表 2 - 5 - 6 季節別の旅行の第 1 目的 (単位：%)

MAIN PURPOSE OF VISIT	1996	1997		1998		1999
	Aug	Jan	Aug	Jan	Aug	Jan
HOLIDAY	40	44	45	43	40	41
BUSINESS	31	27	29	28	32	27
VFR *	19	23	17	22	1723	
OTHER PURPOSE **	10	6	9	7	11	9
Total	100	100	100	100	100	100

source : “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999 ”

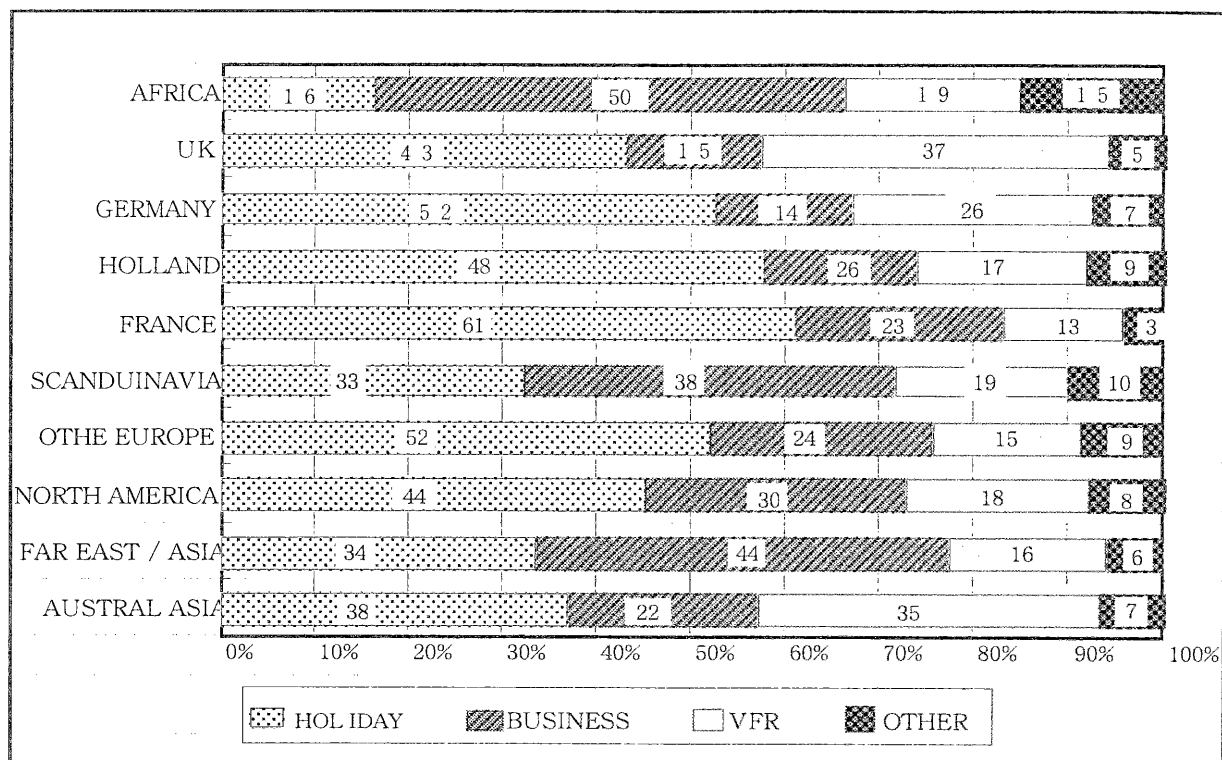
SATOUR

VFR * : Visiting Friends and Relatives

OTHR PURPOSE ** : Sport, Education, Transit, Healthtratment, Others

“ 1999/Jan ” の旅行の第 1 目的を地域別にみると、アフリカからの旅行者の半数は Business を主要目的としている。ヨーロッパ及び北アメリカ地域については、その多くは Holiday が主要目的となっているが、英国については、V F R 目的の来訪が 4 割弱を占めるという特徴がみられる。この特徴は、オーストラリアからの旅行者のなかにもみられる。アジアについては、1998 年以降の景気低迷の影響を受け、Holiday 目的の旅行者が減少傾向にあり、現在は Business 目的の旅行者の割合が多くなってきている。

図 2 - 5 - 4 地域別の旅行の第 1 目的



source : “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999 ”
SATOUR

滞在日数

外国人旅行者の平均滞在日数は、1999/JAN の調査では 17.4 泊となっている。過去 5 年間の平均滞在日数をみると、わずかではあるが滞在日数が短期化している傾向がみられる。

季節別では、夏期の方が冬期に比べて約 1 日程度、滞在日数が長くなっている。

旅行目的別では、平均滞在日数が最も長いのが V F R 目的の旅行者で 20 ～ 22 泊前後となっている。次いで Holiday 目的が 15 ～ 16 泊前後、Business 目的が 10 ～ 11 泊前後とされている。

近年の調査で、南アフリカ共和国での滞在日数が平均滞在日数(約 17 泊)よりも長いのは、英国・オランダ・ドイツ・オーストラリア・スキャンディナヴィア・北アメリカからの旅行者となっている。一方、滞在日数が短い旅行者は、アフリカ及びアジアからの旅行者である。

表 2 - 5 - 7 平均滞在日数 (単位:泊)

Seasons	1995	1996	1997	1998	1999
SUMMER (JAM)	19.5	19.0	17.7	17.0	17.4
WINTER (AUG)	18.5	17.4	15.5	16.7	-

source : “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999 ”
SATOUR

主要訪問地

1) 主要目的地 / 州別

“ 1999/JAN (夏期)” に外国人旅行者が最も多く訪れている都市 / 州は、Cape Townであり、旅行者の半数以上が訪れている。次いで多いのは Johannesburg で約 4 割、Garden Route が 2 割強、Cape Town 以外の W. Cape 州が約 2 割、Darban が 2 割弱、Kruger Park が約 1.5 割の順になっている。各都市 / 州での平均滞在日数については、Cape Town が 8.4 泊と最も長い (* Free State の 1999/JAN の集計結果は 9.5 泊であるが、これは例年の傾向から判断して、もともと回答者数が少ない地域であること + 今回の回答者の中に特に長期に滞在した人が存在したためこのような特殊な結果となっただけで、一般的な傾向とはいえないという分析がされている)。逆に garden route は、訪問客は多いが、滞在日数は 1.9 日と少ない。また、旅行者が多く訪れている都市 / 州のなかでは、Cape Town 以外は全体的に滞在日数が短縮している傾向がみられる。

冬期 (“ 1998/AUG ”) については、外国人旅行者が多く訪れている都市 / 州は、Johannesburg であり、約半数の旅行者が訪れている。次いで多いのは Cape Town で約 4 割強、Durban が 2.5 割、Durban 以外の Kwazulu-Natal 州と首都のプロテリアが約 2 割、Kuruger Park が約 2 割弱となっている。滞在日数については、冬期は近年長期化の傾向がみられる。

表 2 - 5 - 8 訪問都市 / 州と滞在日数

(夏期)

	1998/JAN		1999/JAN	
	%	nights	%	nights
1 . Gape Town	54	8.2	53	8.4
2 . Johannesburg	44	6.2	41	5.4
3 . Garden Route	23	2.1	22	1.9
4 . Rest of W. Cape	20	2.7	19	2.3
5 . Durban	17	5.2	18	4.2
6 . Rest of KZ/Natal	14	5.5	15	4.7
6 . Pretoria	13	1.2	15	1.6
8 . Kruger Park	16	2.3	14	2.1
8 . E.Cape	16	5.4	14	5.8
10. RestofMpumalanga	11	1.8	13	3.6
11. Rest of Gauteng	12	1.3	10	1.6
12. N Province	5	6.0	6	5.1
13. North West	5	3.2	5	3.7
14. Free State*	5	3.8	4	9.5
15. N Cape	5	4.3	3	5.7

(冬期)

	1997/AUG		1998/AUG	
	%	nights	%	nights
1 . Johannesburg	50	5.2	48	5.8
2 . Cape Town	47	5.9	44	7.9
3 . Durban	25	4.9	24	5.5
4 . Rest of KZ/Natal	19	4.0	19	9.3
4 . Pretoria	17	15	19	2.1
6 . Kruger Park	20	2.5	18	2.3
6 . Garden Route	20	1.4	17	1.4
8 . RestofMpumalanga	14	2.1	14	2.3
9 . Rest of W.Cape	13	1.6	13	1.3
10. E.Cape	16	7.8	12	11.1
11. Rest of Gauteng	10	2.1	10	1.2
12. N Province	8	6.6	8	12.6
13. North West	7	3.8	6	5.5
14. Free State	6	4.6	5	5.5
15. N Cape	6	4.4	4	6.8

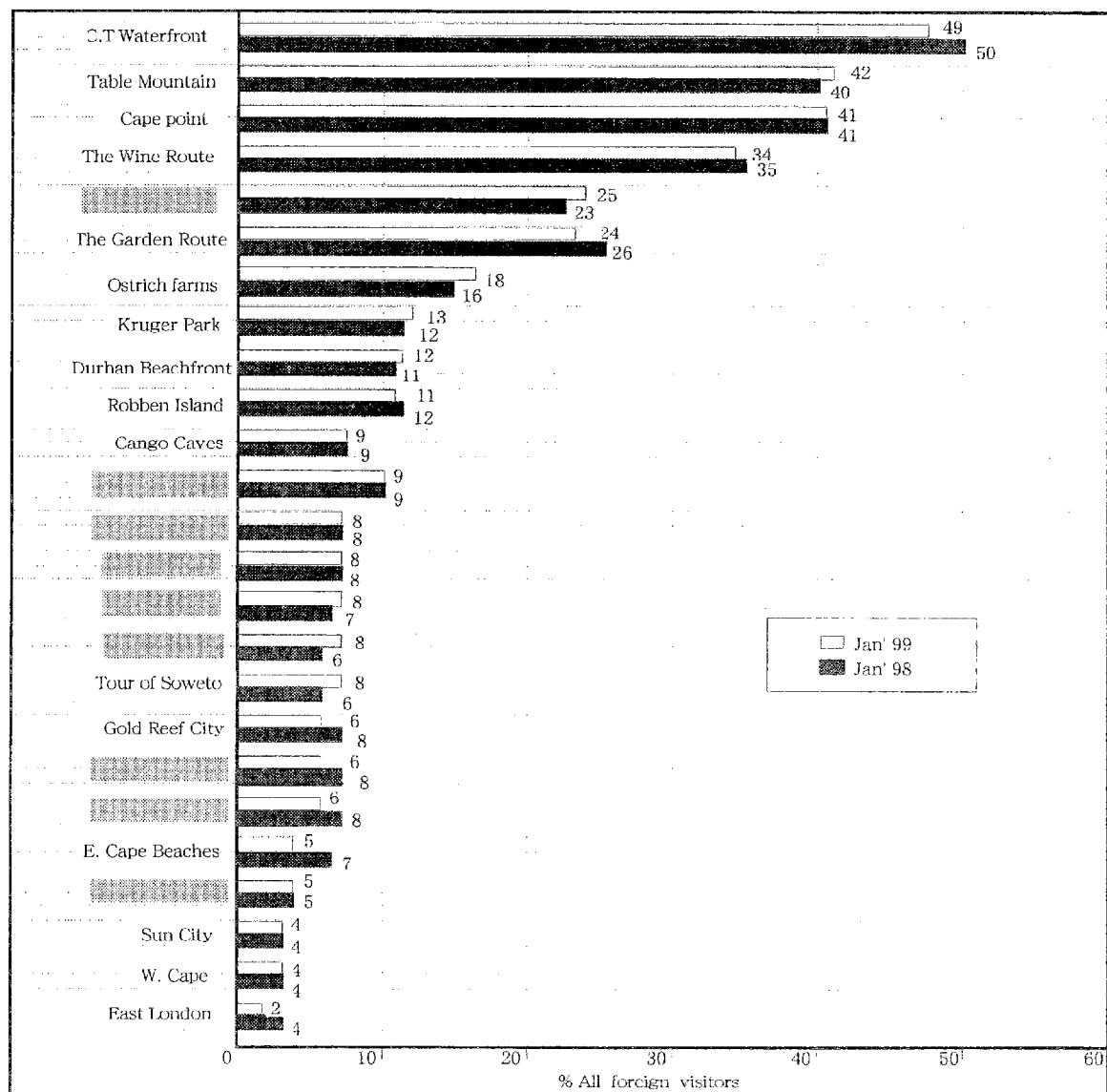
source : “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999 ”
SATOUR

2) 主要観光資源

主要観光資源への訪問の有無についての回答結果をみると、上位 7 位にランクされている観光資源はすべて Western Cape 州内のものである。これらのなかで The Cape Town Waterfront、Cape Point、Table Mountain については以前から外国人旅行者に人気が高い観光資源である。Kirstenbosch Gardens と Garden Route は、比較的新しく開発された観光資源であるが、近年人気が高まっている。第 8 位の Kruger Park は、1998 年に比べると 3 % ほど旅行者数が減少しているが、ドイツを中心としたヨーロッパからの旅行者に人気の高い観光資源のひとつとされている。そのほかに近年、Durban Beachfront、Drakensberg resots、Kwazulu-Natal game parks、Shakaland/Zulu villages 等の観光資源を有する Kwazulu-Natal 州を訪れる旅行者が少しずつ増加傾向にある。

冬期については、上位 4 つの観光資源は夏期と同じ結果であるが、5 位に Kruger park、6 位に Durban Beachfront が入っている。Kruger Park については、冬期は植物が枯れるため動物を探しやすくなる等の理由から、サファリを目的とした旅行者に人気がある。

図 2-5-5 主要観光資源 (1998・1999/JAN)



source : "A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999"
 "A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET WINTER 1998"
 SATOUR

南アフリカ共和国の魅力

南アフリカ共和国を訪れる旅行者が期待する内容として、冬・夏期ともに“ Wildlife ”と“ Scenic beauty ”が上位となっている。新しい傾向としては“ Political change ”をあげる旅行者が出てきたことがある。ただし“ Political change ”をあげる割合は徐々に減少傾向にある。季節別では、夏期は“ Climate ”に対する期待が冬期に比べて高くなっている。

魅力について旅行前の期待と旅行後の評価を比較してみると、“ Scenic beauty ”については、もともとこれを期待して訪れる人が冬期・夏期ともに約3割強存在するが、旅行後の評価では更に1割強増えて4割～5割弱の人が魅力として認めるという結果になっている。また“ Value for money ”についても、訪問後の評価が冬期・夏期ともに訪問前の期待よりも8%増となっているという結果が出ている。

表2 - 5 - 9 南アフリカ共和国の魅力（旅行前の期待 / 旅行後の評価）

〔冬期：1998/ AUG〕

ATTRACTION	BEFORE VISIT	AFTER VISIT	
1 Wildlife	34	35	+1
2 Scenic beauty	31	42	+11
3 Political change	22	20	-2
4 African clutures	20	20	-
5 Seeing friends/relatives	20	15	-5
6 Business	19	13	-6
7 Curiosity	13	5	-8
8 Diversity of attractions	9	13	+4
9 Climate	8	11	+3
10 Value for money	5	13	+8
11 Other attractions	3	2	-1
12 Medical facilities	2	2	-

〔夏期：1999/ JAN〕

ATTRACTION	BEFORE VISIT	AFTER VISIT	
1 Scenic beauty	36	47	+11
2 Wildlife	30	29	-1
3 Climate	24	23	-1
4 Seeing friends/relatives	22	16	-6
5 African clutures	21	21	-
6 Political change	18	17	-1
7 Business	17	10	-7
8 Curiosity	14	4	-10
9 Value for mony	10	18	+8
10 Diversity of attractions	9	16	+7
11 Other attractions	3	3	-
12 Medical facilities	2	2	-

source : “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999 ”
 “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET WINTER 1998 ”
 SATOUR

旅行費用

南アフリカ共和国を訪れた旅行者 1 人 1 回当たりの旅行総費用は、“ 1998/AUG ” については R24,906、“ 1999/JAN ” では R25,180 であった。旅行総費用のここ 3 年間の傾向としては、冬期・夏期ともに増加傾向となっている。旅行費用の内訳は、航空運賃が総費用の 4 割前後を占めている。

旅行の目的別に旅行総費用の傾向をみると、“ Holiday ” 目的の旅行者が平均 R26,300 と旅行費用総額が最も高く、次いで“ Business ” 目的が R24,100、“ VFR ” 目的が R19,200 となっている。

表 2 - 5 - 10 旅行費用の推移

[冬期 : 1998/ AUG]		[夏期 : 1999/ JAN]	
Year	Expenditure	Year	Expenditure
1996 / AUG	R18,600	1997 / JAN	R18,300
1997 / AUG	R17,500	1998 / JAN	R20,072
1998 / AUG	R24,906	1999 / JAN	R25,180

source : “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999 ”
 “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET WINTER 1998 ”
 SATOUR

表 2 - 5 - 11 旅行費用の内訳 (1998/AUG ・ 1999/JAN)

	1998/AUG		1999/JAN	
	R	(%)	R	(%)
Airfare	10,180	(41%)	9,296	(37%)
Prepaid in expenses	5,318	(21%)	5,840	(23%)
Paid in South Africa Accomodation	2,846	(11%)	2,988	(12%)
Food and drink	1,823	(8%)	2,009	(8%)
Shopping,souvenirs,gifts	1,848	(7%)	2,233	(9%)
Local transport	788	(4%)	835	(3%)
Recreation, culture, sport	854	(3%)	629	(3%)
Other expenses	1,249	(3%)	1,350	(5%)
Total expenditure	R24,906	(100%)	R25,180	(100%)

source : “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999 ”
 “ A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET WINTER 1998 ”
 SATOUR

(3) 主要市場及び東アジア市場の動向とその特性

南アフリカ共和国にとって最も大きなマーケットである英国・ドイツ及びヨーロッパ、北アメリカと本格調査の対象となっている東アジアのなかの日本・台湾・韓国・中国について、それぞれの旅行動向及び特性の概要を整理する。

1) 主要市場の動向とその特徴

英国

英国は南アフリカ共和国にとって最も重要なマーケットであり、1998年には年間約32万人(アフリカ地域を除くと旅行者総数第1位)の旅行者が南アフリカ共和国を訪れている。

英国人旅行者の特徴は、“Holiday”と“VFR”を目的とする旅行者が7～8割前後を占めることであり、“Business”目的の旅行者は2割前後と少ない。滞在日数は平均よりも長く、近年の結果では冬期で21.9泊、夏期で19.3泊となっている。南アフリカ訪問の魅力として12月(南アフリカの夏期・英国の冬期)は“Climate”が第1位になっていること、1年を通じて“VFR”が上位にランクされているという特徴がある。

ドイツ

ドイツは、1998年現在、年間約20万人(アフリカ地域を除くと旅行者総数第2位)の旅行者が南アフリカ共和国を訪れており、英国に次ぐ重要なマーケットである。

ドイツ人旅行者の目的は、その半数以上が“Holiday”利用となっている。滞在日数は平均よりも長く、近年の結果では冬期で20.0泊、夏期で18.5泊となっている。南アフリカ訪問の魅力としては、“Wildlife”と“Scenic beauty”が最も上位にきている。また、ドイツ人旅行者の特徴として、訪問地が主要都市だけでなくクルーガー国立公園やクワズールー・ナタール等にも多く訪れるなど、行動範囲が広がっていることと、比較的低廉かつ簡易な宿泊施設の利用率が高いことがあげられる。

ヨーロッパ

ヨーロッパは、全体で年間95万人の南アフリカ共和国への旅行者を抱える大きなマーケットであり、S A T O U Rの支部が集中している地域である。

英国及びドイツを除いたヨーロッパ地域の旅行者の特徴は、その半数以上が“Holiday”を目的とする旅行者市場である。また、旅行者の7割弱が初めて南アフリカを訪れる層であるという特徴がある。滞在日数は冬期で15.1泊、夏期で16.8泊と平均よりも短い。南アフリカ共和国訪問の魅力については、“Wildlife”と“Scenic

beauty ” が最も上位にあげられている。

北アメリカ

北アメリカは、1998 年現在、年間約 19 万人の南アフリカへの旅行者を抱えるマーケットである。特に、U S A は、1998 年現在、年間約 17 万人（アフリカ地域を除くと旅行者総数第 3 位）の旅行者が訪れる英国・ドイツに次いで大きなマーケットである。

北アメリカ地域の旅行者の特徴は、他の地域に比べて“ Business ” 目的の旅行者の割合が多いことにある。また、旅行のピークが南アフリカの冬期にあたる 7、8 月であるという特徴がある。また、旅行者の年齢がヨーロッパなどに比べて若干高くなっている。滞在日数は、冬期で 19.8 泊、夏期で 20.4 泊と平均よりも長い。また、南アフリカの魅力として、“ Wildlife ” や “ Scenic beauty ” が上位にきていると同時に、“ Political change ” や “ African culture ” といった生活文化・人に対する興味も高い。

表 2-5-12 主要市場の動向とその特性

		英 国	ドイツ	ヨーロッパ	北アメリカ
旅行者数 (人)		1995 : 243,621 1996 : 244,401 1997 : 283,735 1998 : 321,281	1995 : 168,186 1996 : 195,473 1997 : 193,446 1998 : 195,878	1995 : 697,539 1996 : 771,166 1997 : 845,670 1998 : 950,265	1995 : 124,354 1996 : 137,217 1997 : 157,972 1998 : 193,615
年齢 (%) 1999/ JAN		18-24: 4% 25-34: 20% 35-44: 16% 45-54: 18% 55-64: 24% 65+ : 18%	18-24: 9% 25-34: 32% 35-44: 21% 45-54: 16% 55-64: 17% 65+ : 5%	18-24: 9% 25-34: 28% 35-44: 20% 45-54: 20% 55-64: 16% 65+ : 7%	18-24: 9% 25-34: 18% 35-44: 17% 45-54: 21% 55-64: 22% 65+ : 13%
初めての 訪問	冬	54%	64%	68%	61%
	夏	45%	64%	65%	64%
宿泊数 (nights)	冬	21.9	20.0	15.1	19.8
	夏	19.3	18.5	16.8	20.4
旅行 費用	冬	Total: R249 m P/day: R588	Total: R137m P/day: R657	Total: R256m P/day: R1,118	Total: R410m P/day: R1,303
	夏	Total: R432m P/day: R767	Total: R235m P/day: R874	Total: R245m P/day: R986	Total: R272m P/day: R1,051
旅行 目的	冬	Holiday : 40% Business : 22% VFR : 24% Other : 14%	Holiday : 54% Business : 24% VFR : 19% Other : 3%	Holiday : 66% Business : 23% VFR : 9% Other : 2%	Holiday : 35% Business : 36% VFR : 16% Other : 13%
	夏	Holiday : 43% Business : 15% VFR : 37% Other : 5%	Holiday : 53% Business : 14% VFR : 26% Other : 7%	Holiday : 52% Business : 24% VFR : 15% Other : 9%	Holiday : 44% Business : 30% VFR : 18% Other : 8%
観光 の 魅力	冬	1.Wild life 1.VFR 3.Scenic beauty 4.African cultures 4.Business/prof reasons	1.Wild life 1.Scenic beauty 3.African culture 4.Political change 5.Curiosity	1.Wild life 2.Scenic beauty 3.African culture 4.Political change 5.Curiosity	1.Wild life 2.Political change 3.Scenic beauty 4.African cultures 5.Business/prof reasons
	夏	1.Climate 2.Scenic beauty 2.VFR 4.Value for money 5.Wild life	1.Scenic beauty 2.Wildlife 3.Climate 4.VFR 5.Political change	1.Scenic beauty 2.Wild life 3.African cultures 4.Climate 5.Political change	1.Wild life 2.African cultures 3.Scenic beauty 4.VFR 4.Business/prof reason

source : "A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET SUMMER 1999"
"A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET WINTER 1998"
SATOUR

2) 東アジア市場の動向とその特徴

日 本

南アフリカを訪れている日本人旅行者数は、1997年・1998年共に約2万2,000人であった。

ここ5年間の旅行者数の前年比率をみると、1995年が前年比24.9%、1996年が10.3%、1997年が25.7%と増加傾向にあったが、1998年度は前年比0.1%とほぼ横ばい状態となっている。

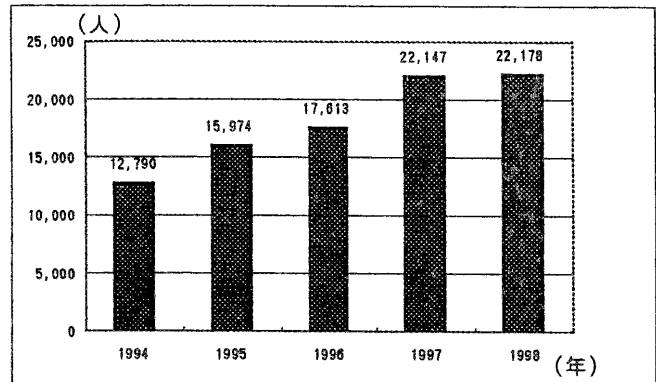


図2 - 5 - 6 日本人旅行者数の推移

その理由としては、日本国内の長引く景気の低迷が大きな要因とされている。ただし、1998年は、南アフリカを訪れたアジアからの旅行者数が減少しているほか、日本の海外旅行者総数も減少しているという状況からすると、日本からの旅行者数が前年とほぼ同じ数字となったのは、1998年は関西空港から南アフリカ航空の直行便が就航したことが多少影響しているのではないかと考えられる(南アフリカ航空は1999年2月に関西空港からの就航を中止)。

月別の日本人旅行者数は、8月・10月・12月に2,500～3,000人の旅行者が訪れている。8月及び12月に旅行者が多いのは休暇シーズンであるためだが、10月については、南アフリカの花のシーズンであり、プレトリアのジャカラランダをはじめとする“花”を売り物にした旅行商品が近年増えているためではないかと推測されている。

表2 - 5 - 13 月別日本人旅行者数

	JUN	FEB	MAR	APR	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEPT	OCT	NOV	DEC	TOTAL
HOLIDAY	905	995	1,036	1,192	871	619	844	2,040	1,309	2,005	910	2,081	14,807
BUSINESS	336	447	492	424	447	411	346	349	402	408	425	226	4,713
STUDY	29	9	9	19	8	3	14	36	4	10	5	5	151
TRANSIT	167	224	369	167	133	99	156	405	258	225	126	156	2,505
BORDER COM.	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
TOTAL	1,438	1,695	1,906	1,802	1,459	1,132	1,361	2,830	1,973	2,648	1,466	2,468	22,178

source : SATOUR

日本からの旅行者の目的は、近年の調査では“Holiday”目的が56%、“Business”が34%、“VFR”が0.4%、その他の目的が9.6%となっている。“Holiday”目的の旅

行者については、海外旅行経験が豊富な中高年層が主流となっている。その理由としては、現在南アフリカ共和国を訪れている旅行者の大半はパッケージツアー利用であり、そのツアー料金の平均が50～60万円と非常に高価であること、また日本からの直行便がなく、シンガポールや香港を経由していくため旅行日数が最低でも8日、平均だと10～12日間程度となり、時間的余裕がないと訪問しにくい旅行先であるためである。また、“Holiday”目的の日本人旅行者の9割近くが、ケープ・タウン及びザンビア（Zambia）のビクトリア滝（Victoria Falls）を訪れている。

下記に、近年の典型的なツアーコースを紹介する。

日本→ヨハネスブルグ（1泊／乗り継ぎ）→ケープ・タウン（2～3泊）→ヨハネスブルグ（1泊）→Victoria Falls（1泊）→Chobe National Park（1～2泊）→ヨハネスブルグ→日本

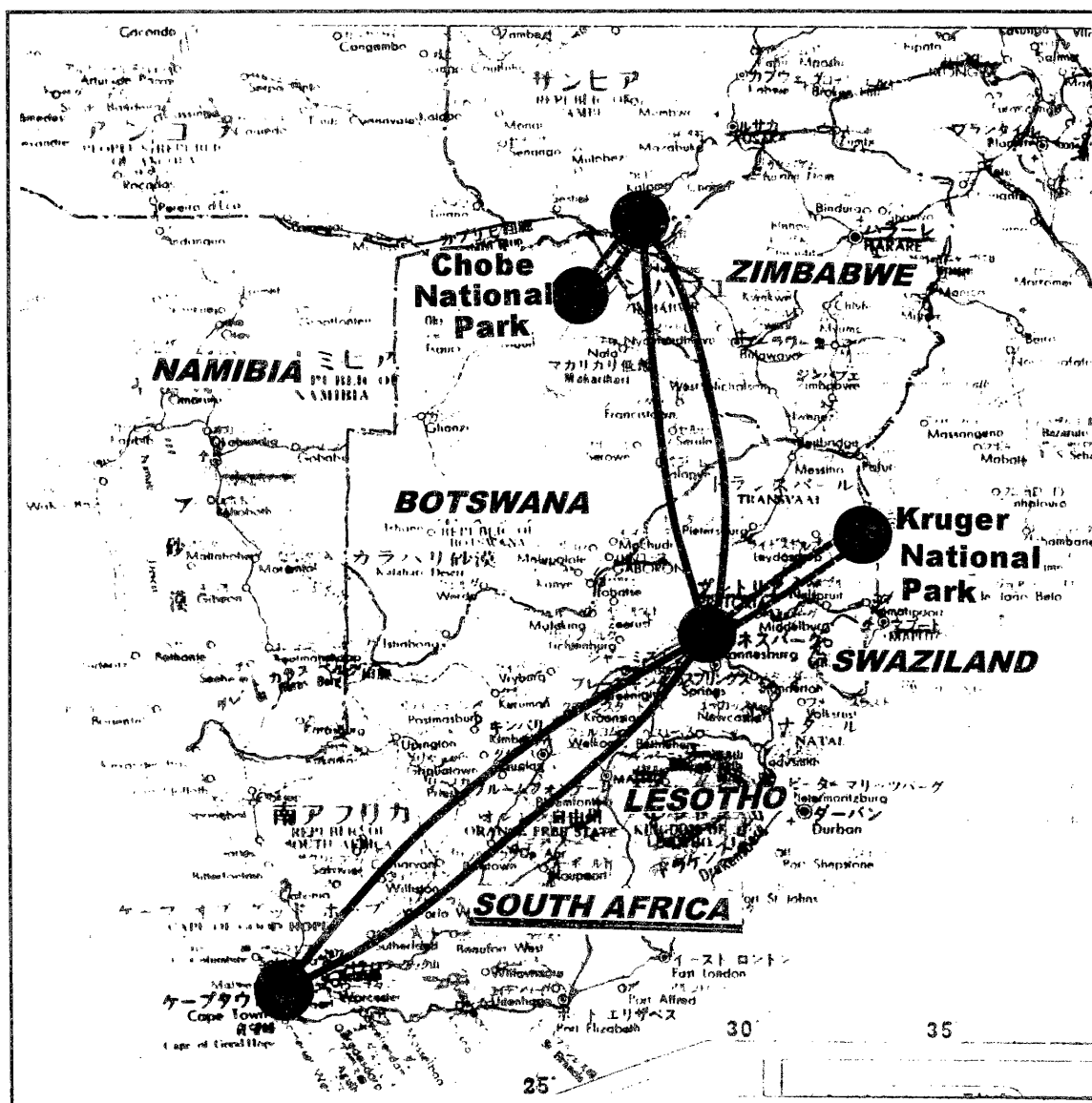


図2 - 5 - 7 日本人旅行者の一般的なツアーコース

台 湾

南アフリカを訪れている台湾人旅行者数は、1995年の約3万4,000人をピークに、1996年は16.7%減の約2万8,400人、1997年は35.1%減の約1万8,400人と2年連続で大きく減少している。1998年はわずかで

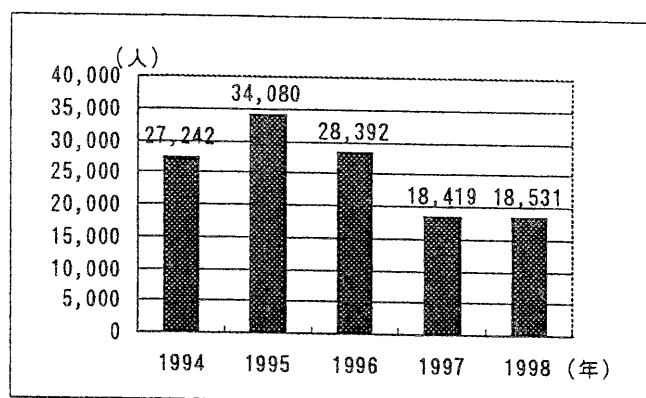


図 2 - 5 - 8 台湾人旅行者数の推移

月別の台湾人旅行者数をみると、7月～10月にかけてと旧正月の時期(1月又は2月)がピークシーズンとなっている。

旅行目的については、近年の調査では“Holiday”目的が86%(そのうちの30%は“VFR”目的でもある)、“Business”目的が11%、“Study”目的が4%となっている。

南アフリカまでのアクセスについては、香港又はシンガポール経由が一般的なルートとなっている。“Holiday”目的の旅行者の旅行形態は、その多くがパッケージツアー利用となっている。

表 2 - 5 - 14 月別台湾人旅行者数

	JUN	FEB	MAR	APR	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEPT	OCT	NOV	DEC	TOTAL
HOLIDAY	1,572	1,195	949	823	738	841	1,517	1,449	1,344	1,434	971	1,006	13,839
BUSINESS	126	162	208	202	269	115	174	145	153	213	140	126	2,033
STUDY	128	61	24	30	19	13	73	32	36	14	14	31	475
TRANSIT	148	48	99	205	213	122	187	91	142	408	259	120	2,042
BORDER COM.	11	1	5	0	24	29	18	2	15	18	8	11	142
TOTAL	1,985	1,467	1,285	1,260	1,263	1,120	1,969	1,719	1,690	2,087	1,392	1,294	18,531

source : SATOUR

韓 国

韓国からの旅行者数については、収集した統計資料のなかでは Korea (North&South) で扱われているため、詳細なデータは分らない。

ただし、北朝鮮から南アフリカ共和国を訪れている旅行者数はそれほど多くないと予測されるため、参考として右のデータを掲載する。

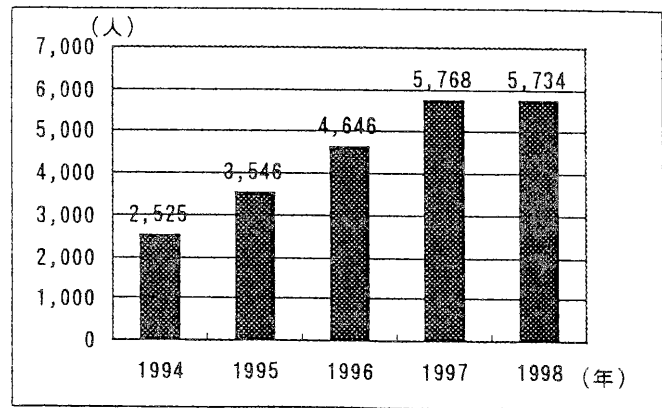


図 2 - 5 - 9 韓国・北朝鮮からの旅行者数（参考）

また、南アフリカを訪れる韓国人旅行者数はまだ少ないため、市場分析の参考となるデータは未整備の状況にある。

中 国

中国からの旅行者数については、本調査で収集した統計資料のなかでアジア地域のなかの“その他”で扱われているため、現段階では詳細なデータは分らない。

また、南アフリカを訪れる中国人旅行者数はまだ少ないため、市場分析の参考となるデータは未整備の状況にある。

2 - 6 国際観光マーケティング

(1) マーケティングプラン

南アフリカ共和国の国際観光マーケティングは、S A T O U R が中心となり推進している。

S A T O U R では、数年ごとにマーケティング活動の指針となる国際観光マーケティング戦略計画を作成している。また、各地域ごとのマーケティング戦略計画も作成しているほか、英国やドイツ、日本等の主要国については国別の活動指針を作成している。

最近のものとしては、1994～1996年を対象としたマーケティング戦略計画と1996年に出された観光白書を基に作成した「SATOUR'S INTERNATIONAL FOCUS & BROAD MARKETING STRATEGY 1997-1999」(1997年1月発行)がある。なお、2000年以降のマーケティング戦略に関しては、まず世界各地に配置されたS A T O U R の支部の計画を作成し(一部の地域や主要マーケット国については既に完成しているものもある)、そのアウトプットを受けて現在S A T O U R 本部で計画を検討中である。

1997～1999年を対象としたS A T O U Rのマーケティング戦略の概要を表2 - 6 - 1に整理する。

このなかでS A T O U Rの役割としては、各州及び観光関連業者が国際観光事業に積極的に取り組み、効果をあげることができるような環境づくり(マーケティング)を行うこととされている。また、観光活動を推進するうえでは、南アフリカ社会・経済の持続的な利益追求、自然及び社会文化環境の保全、外国人観光客への質の高い観光サービスの提供、観光関連業者に対する協力や調整の実施等を基本的なねらいとしている。

マーケティング戦略については、その全体像として“STRATEGIC APPROACH”を提示している。具体的には環境及び文化PR、会議や見本市等の推進、国際観光事業の推進、州や観光関連業者との協力・提携、消費者へのアプローチ、セグメンテーション・ターゲティング、市場調査の実施等としている。1999年度の目標値としては、外国人旅行者数が638万5,000人、外貨獲得額が約R26bn、平均滞在日数が約19泊、南アフリカの魅力として旅行者が“文化”をあげるパーセンテージが22%となること、等を設定している。

観光市場については、“HIGH / MEDIUM / LOW-YIELD MARKET”という3タイプに分けて考えている。南アフリカの観光市場で最も規模が大きなマーケットとして英国・ドイツ・米国・ジンバブエ・ナミビアの5か国があげられている。アジアについては、日本も含め、そのほとんどがMEDIUM YIELD MARKETに位置づけられている。実際に、S A T O U Rがターゲットとして重視しているのはヨーロッパ、そのなかでも特に英国・ドイツである。英国に設置しているS A T O U Rの支部は、他の支部と比べ、大きな権限と資金を有しており、今後もその傾向は続くと思われる。

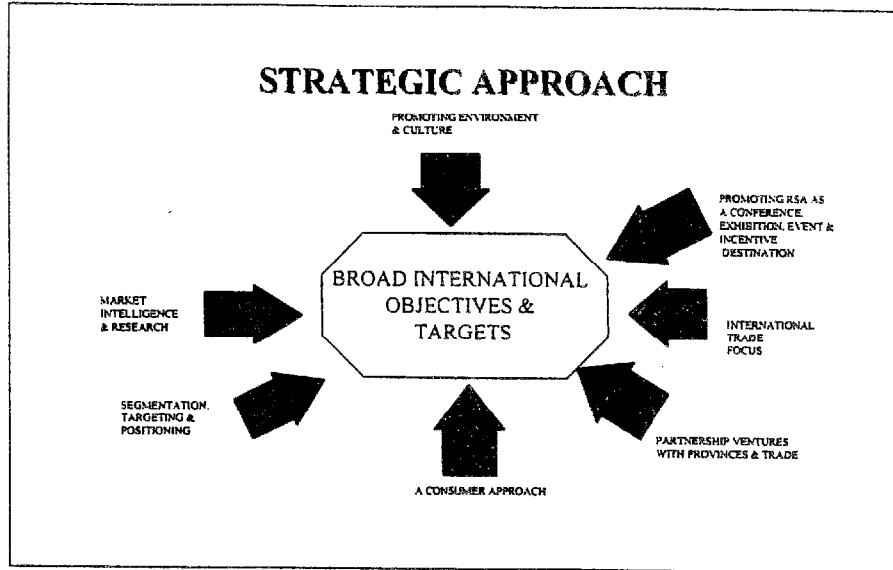
表 2 - 6 - 1 「SATOUR'S INTERNATIONAL FOCUS & BROAD
MARKETING STRATEGY 1997-1999」の概要

MISSION	<THE MISSION OF THE SOUTH AF RICAN TOURIMS BOARD> To be a world leader in responsible tourism development through the marketing of South Africa as a unique and quality destination and the promotion of standards <SATOUR'S INTERNATIONAL FOCUS WITHIN THIS MISSION> To market South Africa generically in terms of its key tourism features and to create a positive marketing environment in which the provinces and the trade can market their products effectively. * Realising optimum, sustainable social and economic benefits for all South Africans. * Preserving South Africa's unique natural and socio-cultural environment. * Ensuring a special, quality experience for all visitors * Striving towards close co-operation and co-ordination with all stakeholders in tourism.																				
BROAD OBJECTIVES	• To increase the number of foreign tourists who visit this country • To increase South Africa's foreign exchange earnings from foreign tourism • To maintain and extend share in primary source markets • To upgrade medium yield markets to high yield status • To service the following emerging markets more effectively by attempting to establish offices in these areas: → Scandinavia (Stockholm, Sweden) → South America (Sao Paulo, Brazil) → South East Asia (Malaysia or Singapore) → South Asia (India) • To maintain the current average length of stay (1.9 nights) of foreign visitors and possibly extend it • To work towards the elimination of the current seasonal patterns in terms of visit or arrivals especially from South Africa's overseas (excluding Africa) markets • To increase the proportion of tourists who are attracted to this country as a result of its cultural product																				
TARGETS	<table><tr><td></td><td>1997</td><td>1998</td><td>1999</td></tr><tr><td>Arrival</td><td>5,103,000</td><td>5,734,000</td><td>6,385,000</td></tr><tr><td>FOREIGN Exchange</td><td>R15 bn</td><td>R19 bn</td><td>R26 bn</td></tr><tr><td>Length of stay</td><td colspan="3">1.9 plus nights</td></tr><tr><td>% of</td><td>18.50%</td><td>20.0%</td><td>22.0%</td></tr></table> * : % of visitorss who mentioned culture as an attraction		1997	1998	1999	Arrival	5,103,000	5,734,000	6,385,000	FOREIGN Exchange	R15 bn	R19 bn	R26 bn	Length of stay	1.9 plus nights			% of	18.50%	20.0%	22.0%
	1997	1998	1999																		
Arrival	5,103,000	5,734,000	6,385,000																		
FOREIGN Exchange	R15 bn	R19 bn	R26 bn																		
Length of stay	1.9 plus nights																				
% of	18.50%	20.0%	22.0%																		

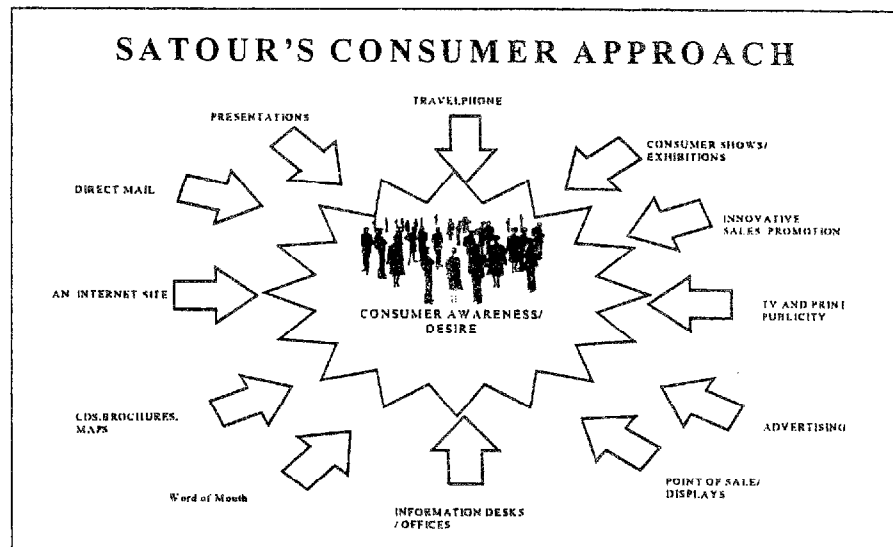
Source: "SATOUR'S INTERNATIONAL FOCUS & BROAD MARKETING STRATEGY 1997- 1999 "SATOUR)

STRATEGIC APPROACH

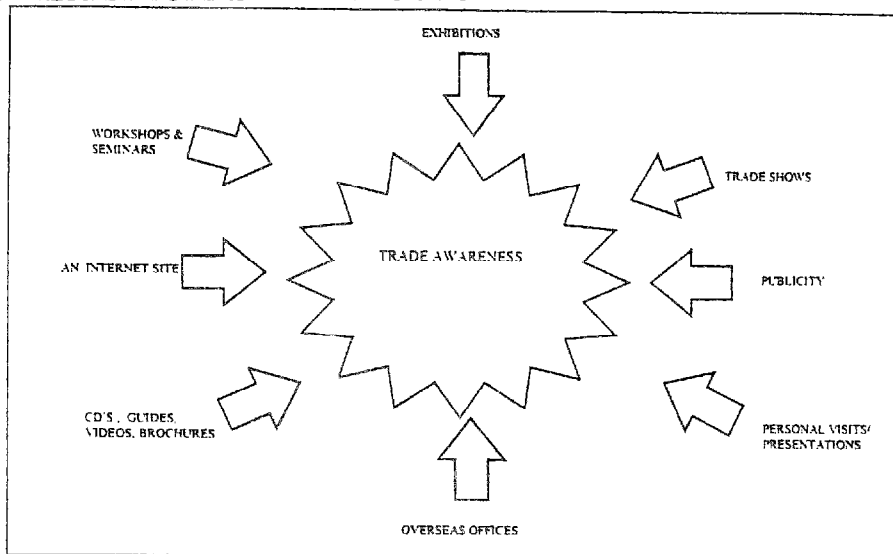
<STRATEGIC APPROACH>



<SATOUR'S CONSUMER APPROACH>



<INTERNATIONAL TRADE FOCUS>



MARKET PRIORITY	REGION	HIGH YIELD	MIDIUM YIELD	LOW UIELS
	EUROPE	UK GERMANY	BENELUX FRANCE SWITZERLAND ITALY AUSTRIA SCANDINAVIA	PORTUGAL SPAIN GREECE EASTERN EUROPE
	AMERICAS	USA	CANADA BRAZIL ARGENTINA	CHILE OTHER LATION AMERICA
	ASIA & AUSTRALIA		AUSTRALIA TAIWAN HONG KONG JAPAN INDIA SOUTH EAST ASIA (SINGAPORE, MALASIA erc .) NEW ZEALAND	KOREA PAKISTAN
	MIDDLE EAST		ISRAEL	UNITED ARAB ENIRATES TURKEY REST OF MIDDLE EAST AS FLIGHTS DEVELOP
	AFRICA	ZIMBABWE* NAMIBIA*	ZAMBIA MOZAMBIQUE BOTSWANA MALAWI KENYA ANGOLA SWAZILAND LESOTHO WEST AFRICA	INDIAN OCEAN ISLANDS REST OF AFRICA AS FLIGHTS DEVELOP

Source : "SATOUR'S INTERNATIONAL FOCUS & BROAD MARKETING STRATEGY 1997- 1999 "
SATOUR

(2) 主要市場及び東アジアのマーケティング

英国・ドイツ・その他ヨーロッパ

ヨーロッパには、英国・ドイツ・イタリア・スイス・オーストリア・フランス・オランダの7か所にS A T O U Rのオフィスを構えている。そのなかでも特に、英国及びドイツのオフィスはヨーロッパの重要なマーケティング拠点として位置づけられている。

北アメリカ

北アメリカについては、アメリカのニューヨークにS A T O U Rのオフィスを構えており、U S A及びカナダを対象エリアとしたマーケティングを行っている。

東アジア

現在、アジア地域のマーケティングを担当しているのは、S A T O U R本部のなかに設けられているアジア・セクションである。アジア・セクションには現在、Mr. Oppermanと Ms. Poeeの2名が配属されている。アジア地区内には、東京とシドニーの2か所にS A T O U Rの支部が設置されている。S A T O U R本部としては、3年以内にアジア地区のHUBとなる支部を新たに設置することを検討中である（当初は、香港を予定していたが、事務所の維持費・人件費等が高いことから、再度検討に入っている）。

現在、東アジア地域単独のマーケティングプランは作成されていない。アジア地域については、「ASIA AND AUSTRALASIA 1999-2004」が作成されている。また、東京オフィスでは“Japan : BUSINESS & MARKETING PLAN 1999-2004 ”を、シドニーオフィスでは“ AUSTRALIA & NEW ZEALAND : BUSINESS PLAN 2000-20005 ”というマーケティングプランが作成されている。

(3) マーケティング調査

S A T O U Rでは、本部にマーケティング調査専門のセクションを設けており、これまでに観光に関する次のようなテーマでのマーケティング調査やデータ収集を行っている。

- ・ 外国人旅行者数統計
- ・ 外国人旅行者の旅行動向・志向調査（全体・州別）
- ・ 観光プロモーション&イベント関連調査
- ・ 観光関連施設統計（宿泊施設数・稼働率等）
- ・ 観光関連業者リスト
- ・ 国内観光旅行動向調査

これらの調査のうち、外国人旅行者統計と外国人旅行者の旅行動向・志向調査については、

定期的に調査を実施している。特に外国人旅行者の旅行動向・志向調査は「A SURVEY OF SOUTH AFRICA'S INTERNATIONAL TOURISM MARKET」という調査名で1988年より夏と冬の年2回、かなり詳細な調査を実施している。ただし、その分析内容は、英国・ドイツをはじめとするヨーロッパに比重をおいた内容となっている(この調査の概要については、次ページの“参考”を参照)。

国内観光に関する調査は、現在はまず各州で調査を行い、それらのデータをS A T O U Rの本部に集めるというスタイルをとっているが、各州からのデータがなかなか集まらず、1996年以降新しい報告書は出ていない。これらの調査結果については、S A T O U Rの役割が地方政府や民間の観光関連業者のサポートをすることにあるため、それらの多くを販売している。現在、購入が可能な調査報告書のリストを参考資料として添付する。

マーケティング調査については、各州単位でも行っている。特に今回の現地踏査で訪れたクワズールー・ナタール州では、近年までS A T O U R本部でマーケティング調査を担当していた人材がKwazulu-Natal Tourism Authorityのマーケティング担当として移籍したため、様々な調査が実施されている。Kwazulu-Natal Tourism Authorityが出している報告書リストは参考資料として添付する。また、南アフリカ共和国最大の観光地であるケープ・タウンを含むウエスタン・ケープ州でも、外国人旅行者に関するマーケティング調査を実施している。それらの調査結果の一部は、Websiteでも公開している。下記に、今回の現地調査でコンタクトをとった主なマーケティング調査を行っている団体の連絡先及びWebsiteを紹介する。

団体名	連絡先 & Website	
South African Tourism (Satour)	TEL (+27 12)482 6280	FAX (+27 12)347 6199 Website:www.satour.co.za
Tourism Kwazulu-Natal	TEL (+27 31)304 7144 E-mail:kznta@iafrica.com	FAX (+27 31)304 7144 Website:www.tourism-kzn.org
CAPE METROPOLITAN TOURISM	TEL (+27 21) 487 2718 E-mail:cmt@cmc.gov.za	FAX (+27 21) 487 2977 Website: www.gocapetown.co.za
WESTERN CAPE TOURISM BOARD	TEL (+27 21)914 4613 E-mail:wctbcape@iafrica.com	FAX (+27 21)914 461 Website: www.wcapetourism.co.za
Wesgro (Western Cape)	TEL (+27 21)418 6464 E-mail:info@wesgro.co.za	FAX (+27 21)418 2323 Website: www.wesgro.org.za

参考資料 4 外国人旅行者動向・志向調査の概要

A Survey of South Africa's International Tourism Market

調査の概要

- 背景：S A T O U R では1988年よりヨハネスブルグ国際空港にて南アフリカ共和国を訪れる外国人旅行者の動向を把握するためにアンケート調査を実施。
1994 年より、ケープタウン及びダーバン国際空港での調査も開始。
- 目的：外国人旅行者の南アフリカ共和国の観光インフラストラクチャー及び施設に関する意見の把握
南アフリカ共和国を訪れる外国人旅行者の旅行動向や志向の把握
- 調査対象：南アフリカ旅行を終え、出国しようとしている 18 歳以上の外国人
- 調査地：ヨハネスブルグ、ケープタウン・ダーバン国際空港の出国待合室
- 調査時期：年 2 回 - 夏期（8 月）
- 冬期（1 月、場合によって 3 月）
- 調査方法：原則として調査員による面接調査
- 標本数：約 2,500 票
- 使用言語：英語、オランダ語、イタリア語、フランス語、ポルトガル語、日本語、ドイツ語、中国語、スペイン語
- 調査項目：旅行目的・選択動機・南アフリカ観光の魅力・旅行形態・旅行スタイル・旅行費用・訪問先の施設及びサービスに対する評価等
調査対象者の属性
- 調査担当：調査は、S A T O U R 内では Research & Library Services セクションが担当している（参考：1999 年 12 月現在の担当者：AGM Dr, Felicite Fairer-Wessels）。また 1995 年より、D S I（Decision Surveys International）というリサーチハウスに年 2 回の調査を委託している。

（参考：1999 年度夏の調査費用見積り by D S I）

2500 Self-completion questionnaires at Johannesburg,
Cape Town and Durban airports in Feb/March 1999. Reports and Presentation.

Cost(Feb/March)	R134,000
-----------------	----------

VAT	R18,760
-----	---------

TOTAL	R152,760
-------	----------

注）D S I は一般の調査会社に比べて調査費用が安いといわれている。特に、本調査費用は、長期にわたっているためディスカウントが入っているとのことである。

- 備考：回答者には、粗品（ブローチ「Zulu love letter」等）を配布している。

SATOUR MARKETING INTELLIGENCE REPORTS

NO.	TITLE.	DATE	PRICE
1.	Survey of Motivation for International Tourism to the RSA and Evaluation of Tourism Facilities by Foreign Tourists - Vol. 1 and Vol. 2 - JANUARY 1992	May 1992	R50/set
2.	The South African Domestic Tourism Market - NOVEMBER 1992 COMPLETE SET : Vol. I (Tabular Results) Vol. II (Tabular Results) Vol. III (Research Report) For VOLUME III (Research Report only)	Nov. 1992	R120/set R100
3.	Survey of Motivation for Visitors from African countries to the RSA and Evaluation of Tourism facilities by Foreign Tourists - Vol. 1 and Vol. 2 : AUGUST/SEPTEMBER 1992	Dec. 1992	R100/set
4.	Survey of Motivation for International Tourism to the RSA and Evaluation of Tourism Facilities by Foreign Tourists - Vol. 1 and Vol. 2 : AUGUST 1992	Jan 1993	R100/set
5.	Survey of Motivation for International Tourism in the RSA and Evaluation of Tourism Facilities by Foreign Tourists - Vol. 1 and Vol. 2 : JANUARY 1993	May 1993	R100/set
6.	The South African Domestic Tourism Market - JULY 1993 COMPLETE SET Vol. 1 (Research Report) Vol. 2 (Tabular Results) Vol. 3 (Tabular Results)	July 1993	R120/set
7.	International Visitors to S.A. - Exit Survey Winter 1993 Vol. 1 - Facts & Figures Vol. 2 - Visitors Comments	Dec. 1993	R100/set
8.	International Visitors to S.A. Market Survey - Summer 1994 Vol. 1 Facts and Figures Vol. 2 Comments made by Tourists	May 1994	R100/set

Reports 1 - 29 undertaken during the period of 1989 - 1992 also available on request.

NOTE: Price includes VAT (Value Added Tax)

Enquiries and/or orders :

Information and Research

S.A. Tourism Board

Private Bag X164 PRETORIA 0001 TEL: 347-0600

NO.	TITLE	DATE	PRICE
9.	A Situational Analysis of the South African Conference Industry.	July 1994	R100
10.	A Summary of the potential impact that the hosting of the 2004 Olympic Games could have on the environment of the South African tourism industry.	July 1994	R50
11.	German Travel to South Africa - Summary Findings Primarily based on International Arrival Statistics Jan 1973 - Dec. 1993. International Market Surveys, Summer & Winter 1992 and 1993 and Summer 1994.	July 1994	R10
12.	An Introduction to the potential of establishing medium size conference facilities in conjunction with Casinos.	Oct. 1994	R50
13.	Tourism Training Needs and Resources in South Africa.	Nov. 1994	R50
14.	International Visitors to S.A. Market Survey - Winter 1994 Vol. 1 Facts and Figures Vol. 2 Comments made by Tourists	Dec. 1994	R100/set
15.	The South African Domestic Holiday Market - 1994 Vol. 1 - Full Report Vol. 2 - Tabular Results Vol. 3 - Tabular Results	Dec. 1994	R150/set
16.	The Potential Impact that the Hosting of the 1995 World Rugby Cup could have on the Environment of the South African Tourism Industry	March 1995	R50
17.	Investigation of Potential Tourist Flow during the Rugby World Cup 1995 Tournament in South Africa.	April 1995	R50
18.	International Travel to S.A. Summary Findings - 1994. Based on International Arrival Statistics Jan - Dec. 1994. International Market Surveys Summer and Winter 1994	May 1995	R10
19.	The African Tourism Market - Summary Findings. Based on Tourism Market Trends - Africa 1994.	May 1995	R10
20.	International Visitors to S.A. Market Survey - Summer 1995 Full Report Vol. 1 - Profile of sample Q. 1 - Q. 17 Vol. 2 - Profile of sample Q. 18a - Q. 30b Vol. 3 - Profile of sample Q. 14 - Q. 22	Aug. 1995	R150/set
21.	Summary of Survey Results - The Image of Indaba 1995	Aug. 1995	R50
22.	Ecotourism Report : Nature Tourism in S.A. links with the Reconstruction and Development Programme.	Aug. 1995	R50
23.	The South African Foreign Tourism Market - Some Useful Statistics - 1994 (Keystats)	Sept 1995	R10

<u>NO.</u>	<u>TITLE</u>	<u>DATE</u>	<u>PRICE</u>
24.	The Africa Soccer Cup Projected Tourism Arrivals and Other Useful Information - 1996	Oct. 1995	R10
25.	South Africa's Domestic Holiday Market - 1995 Vol. - I (Report) Vol. - II (Tabular Results) Vol - III (LSM Tables)	May 1995	R 150/set
26.	Calendar of Events - 1996	Nov. 1995	R10
27.	Lessons from and the Impact of Rugby World Cup 1995 - Primarily based on RWC Service Study - Strategic Process Consultants; World Cup 1995: A Situational Analysis - Ilse Otto, RAU.	Sept. 1995	R10
28.	A Survey of South Africa's International Tourism Market - Winter 1995 (Executive Summary)	Dec. 1995	R20
29.	International Travel to South Africa 1993 - Summary Findings	March 1994	R10
30.	Gauteng's Tourism Market - A Brief Introduction (based on Satour's Domestic Market survey 1994 & Int. Market Surveys, Summer & Winter 1995.	Feb. 1996	R10
31.	International Airlines Servicing the S.A. Market (Scheduled and Non-Scheduled)	Updated quarterly	Free of Charge
32.	A Survey of S.A.'s International Tourism Market - Winter 1995 (Full Report)	Feb. 1996	R50
33.	International Travel to South Africa - Summary Findings (Based on International Arr. Statistics, Jan-Dec 1995 and Int. Market Surveys, Summer and Winter 1995	Mar. 1996	R10
34.	KwaZulu-Natal's Tourism Market - Brief Introduction (based on Satour's Domestic Market Survey 1994 & Int. Market Surveys Summer & Winter 1995)	Mar. 1996	R10

NO.	TITLE	DATE	PRICE
35.	Mpurnalanga's Tourism Market - Brief Introduction (based on Satour's Domestic Market Survey 1994 & Int. Market Surveys Summer & Winter 1995) Satour's Domestic Market Survey 1994 & Int. Market Summer and Winter 1995.	Feb. 1996	R10
36	The Western Cape Tourism Market - Brief Introduction (based on Satour's Domestic Market Survey 1994 & Int. Market Surveys Summer & Winter 1995)	Feb. 1996	R10
37	The South African Foreign Tourism Market (Some useful Facts and Figures) : Keystats - 1995	April 1996	R10
38	Foreign Bednights Sold - by Region : 1995	April 1996	R20
39	Registered Hotel Occupancy Figures - 1995	April 1996	R10
40	South African's Disabled and Aged Tourism Market	March 1996	R10
41	A Survey of South Africa's International Market - <u>Summer 1996</u> (Executive Summary)	May 1996	R20
42	The Eastern Cape's Tourism Market - A Brief Introduction (based on Satour's Domestic Market Survey 1994 & International Market Surveys Summer & Winter 1995	May 1996	R10
43	The Free State's Tourism Market - A Brief Introduction (Based on Satour's Domestic Market Survey 1994 & International Market Surveys Summer & Winter 1995)	May 1996	R10
44	The Northern Province Tourism Market - A Brief Introduction (based on Satour's Domestic Market Survey 1994 & International Market Surveys Summer & Winter 1995)	June 1996	R10
45	South Africa's Disabled Tourism Market - Second Phase of a study to investigate the nature and extent of this market	June 1996	R10
46	The African Tourism Market - Summary Findings : Primarily based on Tourism Market Trends - Africa 1995, published by the WTO and International Tourism in Africa 1970 - 1990, published by the WTO	July 1996	R10
47	The North West's Tourism Market - A Brief Introduction : Primarily based on - Satour's Domestic Market Survey 1994 and International Market Survey's Summer and Winter 1995	July 1996	R10

NO.	TITLE	DATE	PRICE
48	A Survey of South Africa's International Tourism Market - Summer 1996 (Full Report)	July 1996	R50
49	Important tourism related Associations/Organisations	Monthly	R10
50	Explore South Africa : Culture - A CULTURAL COLLAGE - A Marketing Campaign by SATOUR which reflects the many facets and faces of the cultures of South Africa, lived and expressed by the Rainbow People - S.A.'s best kept secret.	Aug 1996	R50
51	The Northern Cape's Tourism Market - A Brief Introduction : primarily based on Satour's Domestic Market Survey 1994 & International Market Surveys, Summer & Winter 1995		
52	German Travel to S.A. 1995 - Summary Findings : primarily based on International Visitor Statistics, Jan 1973-Dec 1995 and Satour's International Market Surveys.	Sept. 1996	R20
53	North American Travel to South Africa 1995 - Summary Findings : Primarily based on International Visitor Statistics, Jan 1973-Dec 1995 Satour's International Market Surveys.	Oct. 1996	R20
54	U.K. Travel to South Africa 1995 - Summary Findings : Primarily based on International Visitor Statistics, Jan 1973-Dec 1995 Satour's International Market Surveys.	Oct. 1996	R20
55	Calendar of Events - 1997	Nov. 1996	R15
56	Important Tourism related Associations/Organisations - <i>Second Edition</i>	Nov. 1996	R15
57	A Survey of South Africa's International Tourism Market - <i>Winter 1996 - Executive Summary.</i>	Nov. 1996	R20
58	Satour's International Focus & Broad Marketing Strategy 1997 - 1999	Jan. 1997	R50
59	The Wilderness Tourism Initiative	Nov. 1996	R20
60	A Survey of South Africa's International Tourism Market - Winter 1996 Full Report	Jan 1997	R60
61	Summary of Survey Results - The Image of Indaba 1996	Jun 1996	R50
62	ITB 1996: Summary of Survey Results		R50
63	World Travel Market 1996: Summary of Survey Results		R50
64	Foreign Bednights sold - By Region for 1996		R20
65	Registered Hotel Occupancy Figures 1996		R10
66	The South African Domestic Tourism Market Vol I Vol II (Tabular Results) For Volume I (Research Report only)	March 1997	R120/set R60
67	A Survey of South Africa's International Tourism Market Summer 1997 Executive Summary	May 1997	R50
68	ITB 1997 Summary of Survey Results	July 1997	R50
69	The Image of Indaba 1997 - Summary of Survey Results	July 1997	R50
70	The North West's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30

NO.	TITLE	DATE	PRICE
71	Gauteng's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
72	KwaZulu-Natal's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
73	The Western Cape's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
74	The Northern Cape's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
75	Mpumalanga's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
76	The Northern Province Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
77	The Eastern Cape's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
78	The Free State's Tourism Market - A Brief Introduction	August 1997	R30
79	North America Travel to South Africa 1997 - Summary Findings	August 1997	R30
80	United Kingdom Travel to South Africa 1997	August 1997	R30
81	German Travel to South Africa 1997	August 1997	R30
82	A Survey of South Africa's International Tourism Market - <i>Summer '97</i> Full Report	Sept 1997	R60
83	Foreign Arrivals and South African Departures by Airlines: January to December 1996	Sept 1997	R80
84	A Survey of South Africa's International Tourism Market - Winter 1997 Executive Summary	Nov 1997	R30
85	Foreign Visitor Statistics	Monthly	R10 each
86	Calendar of Events 1998		R20
87	Important Tourism Related Associations/Organisations	Nov 1998	R15
88	Image of WTM 1998 - Survey of Summary Results	Jan 1998	R50
89	Actual and Planned Tourism Related Developments and Investments - 1996 and beyond	Dec 1998	R10
90	A Survey of South Africa's International Tourism Market - <i>Winter 1997</i> Full Report	Jan 1998	R60
91	Gauteng's Tourism Market - A Brief Introduction	Feb 1998	R30
92	Western Cape's Tourism Market - A Brief Introduction	Feb 1998	R30
93	The North West's Tourism Market - A Brief Introduction	Mar 1998	R30
94	KwaZulu-Natal's Tourism Market - A Brief Introduction	Mar 1998	R30
95	The Northern Cape's Tourism Market - A Brief Introduction	Mar 1998	R30
96	Mpumalanga's Tourism Market - A Brief Introduction	Mar 1998	R30
97	The Northern Province Tourism Market - A Brief Introduction	Mar 1998	R30
98	The Eastern Cape's Tourism Market - A Brief Introduction	Mar 1998	R30
99	The Free State's Tourism Market - A Brief Introduction	Mar 1998	R30
100	A Survey of South Africa's International Tourism Market - <i>Summer '98</i> Full Report	Oct 1998	R100
101	A Survey of South Africa's International Tourism Market - <i>Summer '98</i> Executive Summary	Sept 1998	R60

KwaZulu-Natal Tourism Authority Catalogue of Reports

PUBLISHED RESEARCH REPORTS: JULY '97 - May '99			
REPORT NO	REPORT NAME	DATE	PRICE
1.	International Tourism Market Trends with Specific Reference to KwaZulu-Natal.	July 1997	R 50.00
2.	The Economic Contribution of Tourism to the Province of KwaZulu-Natal	February 1997	R 50.00
3.	Proceedings of a Workshop on Research on Community Involvement in Tourism	Sept 1997	R 50.00
4.	KwaZulu-Natal Lubombo Spatial Development Initiative-Framework Planning for Tourism Development; Executive Summary	February 1998	R 20.00
5.	KwaZulu-Natal Southern Spatial Development Initiative-Framework Planning for Tourism Development; Executive Summary	February 1998	R 20.00
6.	Development of a Tourism Asset Database for KwaZulu-Natal ; Executive Summary	February 1998	R 20.00
7.	Analysis of Tourism Development Delays in KwaZulu-Natal; Executive Summary	February 1998	R 20.00
8.	KwaZulu-Natal Lubombo Spatial Development Initiative-Framework Planning for Tourism Development	February 1998	R 50.00
9.	KwaZulu-Natal Southern Spatial Development Initiative-Framework Planning for Tourism Development	February 1998	R 50.00
10.	Development of a Tourism Asset Database for KwaZulu-Natal	February 1998	R 50.00
11.	A Developers Guide to Investing in Tourism Projects in KwaZulu-Natal	February 1998	R 50.00
12.	Analysis of Tourism Development Delays in KwaZulu-Natal	February 1998	R 50.00
13.	KwaZulu-Natal's Domestic Tourism Market	February 98-May 98	R50.00
14.	Tourism Analysis Report for the Creation of a Tourism Facility at Emanguzi in KZN	May 1998	R200.00
15.	KwaZulu-Natal's Domestic Tourism Market October '97 to January '98	May 1998	R 35.00
16.	A proposed Framework to Create a Successful Tourism Investment Climate in KwaZulu-Natal	July 1998	R 50.00
17.	A Tourism Feasibility Study for the Mweni Valley, KZN Drakensberg	August 1998	R 100.00
18.	Lubombo Spatial Development Initiative: Rapid Scan for Secondary Investment Projects	April 1998	R 50.00
19.	The Port Shepstone Harbour Development Pre-Feasibility Report	December 1997	R 100.00
20.	Tourism Analysis Report for the Creation of a Tourism Facility at Emanguzi in KZN. South Africa	May 1998	R 100.00

NO	REPORT NAME	DATE	PRICE
21.	Tourism KwaZulu-Natal's Broad Marketing Strategy 1998-2000	August 1998	R 50.00
22.	Kwashushu: Feasibility study of a proposed Tourism Development	September 1998	R200.00
23.	Tourism Business Plan for the Mpembeni Lodge in the Emakhosini Valley in KZN	June 1998	R200.00
24.	Lilani: Feasibility Study of a Proposed Tourism Development	June 1998	R200.00
25.	KwaZulu-Natal's Domestic Tourism Market June 1998 - September 1998	December 1998	R50.00
26.	KwaZulu-Natal's International Tourism Market January 1998	December 1998	R50.00
27.	KwaZulu-Natal's International Tourism Market September 1998	March 1999	R50.00
28.	Preparation of a Series of "How To" Tourism Brochures: Research Methodology	February 1999	R50.00
29.	Tourism KwaZulu-Natal's Domestic Consumer Survey 1998	June 1999	R200.00
30.	KwaZulu-Natal's Proposed Heritage and Eco- Tourism Route for Lubombo SDI	May 1999	R100.00
31.	KwaZulu-Natal's Mtunzini Junction Development A Composite Business Plan (A Generic Model)	April 1999	R200.00