

3 - 4 市場開発とマーケティング

ここでは、まず主要市場である英国・ドイツを中心としたヨーロッパ及び北アメリカの市場開発に関する課題としてS A T O U Rの報告書等であげられている主要項目を整理する。次に、今回の本格調査対象となっている東アジア地域に関する市場開発とマーケティングに関する課題について、現地調査及び収集資料を基にまとめる。

(1) 主要市場の課題

英国・ドイツ・その他ヨーロッパ

- ・古くからのマーケットであるヨーロッパの旅行者に対する新しい旅行商品開発の実施(特にアフリカ文化をテーマとした旅行商品、S I T客をターゲットとした旅行商品の開発)
- ・オフシーズン対策に主眼をおいた7～9月(冬期)の旅行者の誘致活動の実施
- ・国際的なサービス・スタンダードに慣れているヨーロッパ客を満足させられるサービス・ホスピタリティの提供への努力
- ・旅行業者・マスコミに対する積極的なプロモーション活動の実施(セミナー・ワークショップの開催など)
- ・市場開発を推進するマンパワー・資金の確保

北アメリカ

- ・Incentive & Conference 市場をターゲットとした商品開発・P Rの実施
- ・ビジネス客市場をターゲットとした商品開発・P Rの実施
- ・年間を通じて旅行をしている熟年層の開拓をターゲットとした商品開発・P Rの実施
- ・南アフリカの生活文化・人に興味をもっている旅行者層の開拓
- ・旅行業者・マスコミに対する積極的なプロモーション活動の実施(セミナー・ワークショップの開催など)
- ・市場開発を推進するマンパワー・資金の確保

(2) 東アジア市場の市場開発の課題

東アジア市場開発のための推進拠点の設置

現在、東アジアを含むアジア地域には、東京とシドニーにS A T O U Rの支部が置かれているものの、ヨーロッパにあるような地域全体のマーケティングを推進する中核組織が置かれていない。東京オフィスは日本及び韓国を担当エリアとしており、シドニーオフィスについては、ニュージーランドとオーストラリアを主な担当エリアとしている。したがって、その他の国々については、S A T O U R本部のアジア・セクションが担当している。このように、南ア

フリカにとって比較的新しい市場であり、ヨーロッパや北アメリカの旅行者とは異なる観光行動や志向をもつアジア人旅行者の市場開拓を推進するには、かなり難しい状況となっている。したがって、東アジアを含むアジア地域の市場開拓を推進するハブ拠点若しくは人材の設置が今後の大きな課題のひとつとなると思われる。また、現在、東京にあるS A T O U R事務所の日本を中心とした東アジア市場開発への積極的な参加も望まれる。

南アフリカ共和国のマイナスイメージの払拭と魅力的な資源・イメージのP Rの実施

一般的に日本を中心とする東アジアでは、遠距離にあるということもあり、南アフリカ共和国についての情報があまり流れていない。また、今までは、提供される情報の多くは、マスコミのニュースなどを中心としたマイナスのイメージを受けやすい偏ったものであることが多かった。したがって、まずは東アジアにおける南アフリカの認知度をあげるための積極的なP R活動が不可欠である。

資金の確保

資金不足に関しては現在S A T O U R全体の課題であるともいわれている。そのなかでも特に現在は、主力マーケットであるヨーロッパや北アメリカに比重をおいた予算配分が行われており、アジア地域の市場開発を行うための資金が十分ではないという問題がある。

ただし、近年は南アフリカ政府のなかに観光を重視する動きが出てきており、2000年度はヨーロッパを中心にP Rキャンペーンを行うための予算が新しく配分されたという実績もある。したがって、今後は東アジア市場の可能性について十分な調査・分析を行い、その重要性をS A T O U R内及び南アフリカ政府にP Rし、予算の獲得に努めることが肝要と思われる。

マンパワーの確保（人員・人材の補充＋育成）

近年、南アフリカ政府は職員の削減を行っており、S A T O U Rでもこの2～3年の間にコンピューターの導入を契機に職員の削減を行った。また、新しい政策の下に、新たに黒人スタッフを増やしたこともあり、現在は新しいスタッフの教育に時間と労力をさかれている面もある。その一方で、近年の観光に対する国民の期待が大きくなっているという背景もあり、業務内容は増加する傾向にある。また、国際マーケットの中で競争するためには、質の高い仕事が一層求められるようになっている。したがって、現在の課題のひとつとして、市場開発を担う人員・人材の不足があげられる。

特に、東アジアという異なる言語を話し、独自の社会経済文化を有する国で構成される東アジアのマーケティングを推進するためには、それなりの人員・人材の確保又は養成が必要とされる。

東アジアに主眼をおいたマーケティングの実施

現在、S A T O U R では外国人旅行者の動向や志向を把握するためのかなり詳細な調査を実施しているが、その分析内容をみると、ヨーロッパを中心としたものとなっている。現状の調査では、ヨーロッパや北アメリカの旅行者と異なる旅行パターンや志向を有する東アジア旅行者を把握する調査としては、まだ十分とはいえない。

したがって、東アジアの旅行者をターゲットとした市場調査の実施と、それに基づいたマーケティング戦略の検討（新しいツアールート・旅行商品・販売戦略など）が望まれる。

南部アフリカを意識したマーケティング戦略づくり

東アジアから南アフリカまでの移動時間が 20 時間前後かかることを考えると、一般的な旅行志向として、1 か所にゆっくり滞在するという旅行スタイルよりも、できるだけ資源性の高いもの、美しいもの、珍しいものを多く見る・体験するという旅行スタイルが好まれる。また、アフリカ自体が頻繁に訪れることが難しい遠隔地であるため、1 度の旅行でできるだけ広範囲の国を見ておきたいという欲求をもつ人も多い。したがって、東アジアからの旅行者をターゲットとする場合は、“南アフリカ共和国”という枠を越え、“南部アフリカ”というエリアで、東アジアの旅行者の興味を引くようなルート、旅行商品、P R 戦略づくりがまずは重要であると思われる。

第4章 本格調査への提言

4 - 1 調査目的と基本方針

(1) 調査目的

本件調査では、観光部門の既存データをレビューし、南アフリカへの新規市場国からの観光客を増大させるための振興策の提言を行う。また、観光部門のレビューを通して選定された観光開発のポテンシャルのある地域における観光開発マスタープランの策定及びフィージビリティ・スタディ（F / S）の実施を行う。

さらに、現地調査等をとおして観光開発計画策定のための技術移転を行う。

(2) 調査基本方針

- 1) 既存調査報告書、特にG E A R（Growth, Employment and Redistribution）、R D P（Reconstruction and Development Programme）、S D I 's（Spetial Development Initiatives）及びその他D E A T（環境観光省）並びにS A T O U R（South African Tourism）が作成した報告書との整合性を図りつつ調査を実施する。
- 2) 適切な自然環境管理技術を適用し、地域の自然環境特性、生物多様性及び固有文化等に配慮しつつ調査を実施する。
- 3) 本計画により地域社会（特に貧困層）が、雇用面、企業活動面及び人材育成面において適正に裨益できるよう、地域住民との対話を十分に行う。
- 4) 観光振興／宣伝等プロモーションに係る事項や、人材育成等ソフト部門の開発を重点的に調査し、提案されるアウトプットはできる限り定量的かつ具体的な、実施可能性の高いものとする。

4 - 2 調査対象地域

現況レビュー、市場調査及びアクションプランについては、南アフリカ全土を対象とするが、観光開発計画の策定は、現況レビュー等により選定された優先地域について行う。

4 - 3 調査内容と実施方法

(1) 関係者間の統一意見の形成：

本格調査団、カウンターパート（C / P）機関、ステアリングコミティ、及びその他関係機関との間で、本件調査実施体制、方針及び内容等に係る合意形成を行う。特に次の項目については、関係各機関と十分な協議を行い、調査開始に先立ち互いの理解に齟齬がないよう確認する。

- 1) 優先観光開発地域の選定基準
- 2) 観光部門の現状レビューに係るフレームワーク
- 3) 日本及び東アジアからの観光客誘致戦略の論理的な分析
- 4) 調査を実施するうえでの原則、方法及び管理体制（含ステアリングコミティ）

(2) 現状分析：

- 1) 社会経済及び自然条件の現状把握及び分析；

各種経済指標、人口動態／分布及び地域別産業構造等社会経済条件、並びに気象、地質及び地形等自然条件のレビューを行う。

- 2) 観光産業の現状把握及び分析；

南アフリカ観光部門の現状について、次の項目をレビューし、南アフリカ観光の長所及び短所を分析する。また、今後の南アフリカ政府の観光開発の方向性及びその戦略にかんがみ、既存調査報告書の不十分な点を把握し、更に詳細に調査すべき事項を明確にする。

a) 観光関連資料

b) 既存観光開発計画(特に2 - 2 - 2にある調査報告書は慎重かつ詳細にレビューする)

c) 行政組織制度、政策及び法規

d) 観光振興、マーケティング及び宣伝

e) 観光資源／施設／その他観光産業（旅行業、ホテル業、土産物産業等）の現状及びこれらに係るサービス

なお、観光資源については、南アフリカを訪れる観光客の多くが訪れる近隣諸国の著名な観光資源（ジンバブエ：ヴィクトリアの滝、ボツワナ：チョベ国立公園等）についても調査を行う。これら近隣諸国における現地調査については必要に応じて行うものとする。

f) 観光投資及び投資環境

g) 社会／経済状況及び観光産業が社会／経済に与えているインパクト分析

周辺産業及び地域社会への影響、雇用への影響等についてできる限り定量的に分析する。また、観光エリアごとの社会／経済状況（社会構造等）についても定量的に分析し、開発エリア選定のための基礎情報とする。

h) 観光インフラ（交通ネットワーク等）

i) 人材育成

j) 環境保全制度等

k) 利害関係者の分析 (Stakeholder Analysis)

南アフリカ観光部門には利害関係者 (Stakeholder) が広範かつ多階層にわたり存在していることから、これらの間の利害関係を明確化し調和を図ることが重要である。南アフリカ政府は観光開発を貧困層への雇用創出、社会的地位の向上及び技能開発の方策として強く期待しており、本開発計画が地域社会に最大限の利益を与えられるよう、意見を聴取する適切な対象 (地域住民) のグルーピング及び選定を行う。

(3) 補完的市場調査及び優先観光開発地域の選定

1) 観光市場調査：

既存データ / 文献調査、並びに観光客 / 旅行代理店 / ホテル業者に対するアンケート / ヒアリング調査を行う。S A T O U R 及び D E A T が既に十分な情報を有していると考えられるヨーロッパ諸国 (英国、ドイツ等) については、既存の調査データ等をレビューし、その旅行形態、嗜好等につき取りまとめる。

新規市場 (日本、中華人民共和国、大韓民国及び台湾) については、既存調査レポートを分析するとともに、それを補完するものとして新たに市場調査を実施する。調査項目は少なくとも次の項目を含むものとする。調査場所は、旅行代理店、ランドオペレーター、航空会社、各ランクのホテル及び主要空港等で、質問票の送付及び / 又は聞き込み調査によって実施する。なお、市場調査対象国における現地調査は行わない。

a) 旅行者についての調査項目：

認知媒体 / 動機、目的、興味 / 旅行形態 / 目的地、旅行ルート (南アフリカ国内及び国外)、滞在日数 / 支出動向 / 満足度 (ホテル、食事及びその他サービス等) / 再訪の意思 / 文化・民族観光についての需要 / その他 S A T O U R と協議し必要と判断される調査事項

b) 旅行代理店、ランドオペレーター及び航空会社についての調査項目：

主要なツアー商品及びマーケット特性、他国との比較、新たな観光ルートの必要性と条件、南アフリカ政府の観光振興等に対する要望、直行便の可能性及び必要条件、その他必要事項について情報を収集し取りまとめる。

2) 優先観光開発地域の選定：

得られたデータを分析し、最大 4 か所の優先観光開発地域を選定する。選定にあたっては、D E A T から示される選定基準を参照し、利害関係者との協議を十分に行うこと。

3) 開発基本方針の策定：

優先地域における観光開発方針・戦略、開発目標、重点開発項目 / 課題及び調査のアウトプット等を明確に設定する。南アフリカの観光資源及び観光インフラ等は、地域によって大

きく異なることから、各地域の自然条件及び社会 / 経済条件に十分配慮し、地域の特性を最大限に活かす戦略を策定すること。また、i) 社会的弱者層に対する人材育成及び雇用対策、ii) S A D C (Southern African Development Committee) 諸国への協力 / 連携、iii) 東アジア諸国での観光促進、iv) 地域住民参加の4点を考慮すること。

(4) 日本及び東アジア諸国からの観光客誘致のためのアクションプラン

1) 基本戦略の策定：

日本及び東アジアからの観光客の需要を満たすためのサービス及び商品を開発していくうえで、基礎となる目標及び戦略を策定する。

2) 観光振興、マーケティング戦略の策定：

向こう5年間で上記(4)1)を実現するための具体的な振興 / 宣伝 / マーケティング手法及びアクションプランを提案する。

(5) 優先地域における観光開発計画の策定

1) 開発基本計画の策定：

(3)3)で提案された方針に基づき、開発の骨格となる基本計画を策定する。各地方自治体では、独自の観光開発計画を有しているところ、これらとの整合性には十分配慮する必要がある。

2) 経済・社会フレーム策定及び需要予測：

主要市場国の過去のGDP、人口、可処分所得、交通費等を分析し、これまでの実績を考慮しつつ観光需要(入り込み客)を予測する。成長率予測は複数設定し、それらに基づいて需要予測を行う。この値を考慮して供給側の観光関連部門の経済・社会フレームを設定する。また、主要観光地別に入り込み客数を予測する。

3) 観光インフラ・観光施設整備計画：

観光資源へのアクセス交通、通信及び衛生設備の整備計画を調査する。また、宿泊施設、案内所、テーマパーク、国立公園内施設等の整備計画についても併せて策定する。今後の技術協力事業に繋がるもの、すなわち人材育成や組織強化に関連する事項にも十分配慮すること。Review of Infrastructure in Support of International & Domestic Tourism Development 及びSDI'sで提案されている概念との整合性を図ること。

4) 初期環境調査：

上記2)及び3)について自然・社会に与える影響をスクリーニング・スコーピングする。

5) 観光振興・宣伝計画：

国際・国内市場におけるマーケティング、イメージ戦略(パブリケーション等) 既存及

び新規市場開発手法に係る提言を行う。また、観光サーキットの設定も併せて提案する。

6) 人材育成計画及び組織制度調査：

政府観光部門及び官民観光施設における人材育成計画を提案する。

また、政府部門及び民間部門(含N G O s)の役割を明確化するとともに、関連法制度と現状との不整合点を分析し、改善策を提案する。なお、計画策定にあたっては、事業主体、ターゲットごとの目標やニーズを明確化し、組織制度及びカリキュラム等を具体的に提言すること。

7) 経済・社会影響評価：

宿泊施設等における直接雇用創出、農業・手工芸産業等における間接雇用創出の予測を行う。また、併せて本計画が地域経済・社会に与える影響(職業・ライフスタイル等)を分析する。観光収入/支出とG D Pとの関係、経済活動の活性化(投資動向)、周辺産業への波及効果等については定量的に行う。

8) 優先プロジェクトの評価及び選定：

(6) 優先プロジェクトのF / Sの実施

上記(5)8)で選定されたプロジェクトについて、フィージビリティ・スタディ(F / S)を実施する。また、上記(4)で提案されたアクションプラン及び(5)5)で提案された振興策に係るF / Sも実施する。

1) 概略設計・積算：

既存の地形図等を用いて概略設計/施工計画/概略工事数量及び概算工事費の算出を行う。ボーリング及び測量等自然条件調査は実施しない。物理的な施設整備以外に要するコスト(プロモーションや組織強化等)についても算出すること。

2) 施工計画・事業化・投資計画：

各施設の維持/運営に必要な経費、人員配置を検討し、事業化のための費用概算を行う。また、事業費調達のための投資シナリオを設定し、政府財政支出、外国からの借款及び民間投資等を考慮に入れ、計画を策定する。

3) 経済・財務分析：

観光開発による地域/他産業への波及効果を含めて分析/評価を行う。また、需要、事業費概算額等が増減した場合の感度分析も併せて行う。

4) 環境影響評価：

初期環境調査(I E E)で明らかとなった重要な環境影響項目について自然/社会環境影響評価を実施し、必要に応じて軽減策を提案する。

(7) 総合評価及び提言：

観光部門全般にわたり改善すべき事項、並びに将来への展望についての提言を行う。

4 - 4 調査実施スケジュール

付属資料 2 の Scope of Work (Agreement) に示すスケジュールにより調査を実施する。

4 - 5 調査団員の構成及び担当事項

(1) 総括 / 観光開発計画

- ・調査の実行、報告書の作成、説明及び協議に関する業務の総括を行う。
- ・観光資源及び地域特性を勘案しつつ、既存の観光開発計画との整合性を考慮したうえで、優先地域における観光開発方針 / 戦略、開発目標、重点開発項目 / 課題及び調査のアウトプットを策定する。

(2) 観光資源評価 / 商品開発

- ・観光資源の評価及び地域特性を考慮した観光地域のゾーニングを行う。
- ・観光資源 / 地域特性 / 市場調査結果等を踏まえて観光商品開発を行う。

(3) 観光行政 / 法制度

- ・観光部門の行政機構、法制度等の現状を分析し、人員 / 予算 / 権限 / その他事業実施能力等について現実と乖離がある場合にはその問題点の洗い出しを行い代替案を提案する。南アフリカ観光部門は、多くのステークホルダーが業務を分掌していることから、官民の役割を明確にするとともに各ステークホルダーの所掌業務を分析し効率面からの評価を行う。
- ・現地で活動する N G O s の性格及び活動内容をレビューし、N G O s の観光部門への協力方法等に係る提案を行う。

(4) 人材育成計画

- ・観光部門人材育成の実態をレビューし、人材育成方針を提案する。黒人貧困層への配慮及び S A D C 諸国との連携についても留意すること。また、学校機関における観光教育の現状を分析し、public awareness を喚起する方策等についての具体的な提案を行う。

(5) 観光振興 / 宣伝

- ・現行の観光振興組織 / 政策等をレビューし、その長所短所を分析する。また、S A T O U R が策定している振興計画との整合性を図りつつ、東アジア諸国からの観光客誘致のためのア

クシヨンプランの提案を行う。

- ・新規市場におけるマーケティング手法を提案する。

(6) 市場調査 / 需要予測 / 市場開発

- ・市場調査 / 分析及び将来入り込み観光客数の予測を行う。
- ・需要予測に応じた将来フレームを策定する。
- ・(5)と協力しつつ市場開発のための戦略 / アクシヨンプランを策定する。

(7) 経済影響評価 / 経済分析

- ・観光開発が地域社会に与える経済的なインパクトを分析 / 予測する。特に、雇用創出(宿泊施設等における直接雇用、農業 / 手工芸産業等における間接雇用)、産業構造の変化の観点から予測 / 分析すること。
- ・観光収入 / 支出、GDPとの関係、投資動向、周辺産業への波及効果等に関しては定量的に行うこと。
- ・プロジェクト事業化に係る経済分析(必要があれば財務分析も)及び投資計画を策定する。

(8) 観光施設 / 観光インフラ

- ・観光資源へのアクセス交通、通信及び環境 / 衛生施設等の整備状況を分析し問題点を把握する。南アフリカでは、一般的に観光インフラは十分整備されていることから、それらの管理 / 運営体制等に係る調査を重点的に行うこと。
- ・観光資源の整備状況、宿泊施設 / 案内所 / テーマパーク等の整備状況を調査し、観光開発計画及び市場調査の結果を踏まえて最適な施設提案を行う。

(9) 環境影響評価

- ・観光開発に伴う自然・社会環境影響評価を実施する。なお、実施にあたっては、開発計画策定段階から住民へのヒアリングを行うなど、「戦略的環境影響評価」の概念を取り入れること。

4 - 6 調査実施上の留意事項

4 - 6 - 1 観光行政 / 政策

本格調査の実施にあたっては、南アフリカ側の意向を最大限に尊重したうえで、南アフリカ側の自主的意欲を喚起させつつ進めることを大原則とする。その際考慮すべき点は以下のとおりである。

- (1) 南アフリカは一般的な開発途上国でないことを念頭に、今後の南アフリカ政府、特に D E A T の本件に対する考え方、捉え方を十分尊重して調査を実施すべきである。本格調査においても日本のコンサルタントが南アフリカ側のパートナーとしっかり連携し一緒にやっていく体制を整備することが重要である。常に D E A T の積極的 / 主体的参加を引き出すよう取り計らう。
- (2) 日本政府の協力は、あくまでも南アフリカ側の主体的な自助努力に対する協力であることを十分認識させることにより、南アフリカ側に本件調査は自己の調査であるとの認識と責任とをもたせる必要がある。
- (3) 南アフリカ側から再三本格調査のなかで南アフリカコンサルタントの採用可能性について質問されていたこと、及び南アフリカ政府はコンサルタントを使って白書を含めた相当の計画を策定していることから、本格調査をスムーズに行うためにも市場調査、経済影響評価等における現地調査では、現地コンサルタントの積極的な活用が必要であると考えられる。
- (4) 本件調査のアウトプットとして、ソフト面では政策提案、マスタープラン (M / P)、観光宣伝方策に関して南アフリカ側リソースの積極的な活用を意識させるとともに、ハード面については M / P 策定に D E A T の環境サイドからの参加を要請し、自然保全、文化財産保護対策に必要な施設整備計画を盛り込むことも考慮すべきである。
- (5) 観光資源としては圧倒的に自然が中心であるため、その保全と持続可能な観光との調和をいかに図っていくかが重要。その意味では D E A T の観光部門と環境部門間の更なる調整努力が望まれる。
- (6) 政策提言については、観光振興のための、治安対策、環境衛生対策、社会的弱者に対する人材育成方策、旅行者にとって便利な交通ルートの開発等具体的な政策提案を行う必要がある。
- (7) 日本を含めた東アジアへの観光宣伝戦略策定については、日本側調査員 (旅行業界からの参加が望ましい) とともに S A T O U R 職員と一緒に作業する必要がある。その意味では S A T O U R の既存調査との整合性に十分配慮する必要がある。
- (8) アウトプットについては D E A T 観光大臣の言葉にもあるとおり、南アフリカが何をしな

ければならないかについて具体的かつ建設的な提言を行うことが重要であるが、さらに、環境対策、人材育成等での国際協力銀行（ＪＢＩＣ）ローンの協力可能性、専門家派遣、研修生受入れ、人材育成分野の第三国研修基地等についてのＪＩＣＡ技術協力の可能性を意識しつつ調査を実施し、その後の具体的な技術協力等に結びつけるという視点も大切である。

（９）南アフリカではＪＩＣＡ開発調査の実績がほとんどなく、援助スキームに関する知識／情報が制限されていることから、本件調査と平行してマーケティングの専門家を派遣することにも検討に値する。

４－６－２ 観光資源／商品開発

南アフリカ国内の観光地を見た結論では、どこの地域を選んだとしても、ソフト主体に提言を行うところ、ハード・ソフト両面での提言を行うところのように、それぞれの対象地によって提言内容が異なると思われる。このため、実際の計画立案にあたっては、どの分野の計画に力点を注ぐかの見極めが重要となる。

今回は、全国を対象とした高い視点からの計画であり、州の枠にこだわらず、観光行動を基本として数泊を要する超広域的な観光ルート（ドイツにおけるロマンチックやメルヘン街道のような）を設定し、ルート成立のためのソフト・ハード両面の立案を行うのも一考である（候補としては、既存ガーデン・ルートを生かし、ポート・エリザベス→ガーデン・ルート→ワイン・ランド→ケープ・タウン→スプリングボック（ナマクアランド）を結ぶルートなどが考えられる。この他北部地区などテーマの異なるルートが考えられる）。

また、失業対策への貢献という点では、観光関連の職業訓練校を計画に組み込むことも考えられる。また、南アフリカは南部アフリカの中心的な国であることから、隣接国の中心校として位置づけることもあり得る。また、もし観光訓練校が国内で十分にある場合には、エコツーリズムへの対応を考慮した環境サイドに内容変更することも考えられる。

南アフリカ観光は、ケープ・タウンを中心として極めて高いレベルにある。このため、内容のある計画を立案していくには観光への深く広い知識と知恵をもったコンサルタントの起用が必要であり、その選定にあたっては慎重に行う必要がある。

４－６－３ 観光インフラ

実施にあたって中央政府、特に環境観光省は、観光政策のみを担当しており、実際には９州及び地方自治体が次に示す項目に関する実施機関となっている。このため、資料収集、優先地域選定及びマスタープラン策定にあたっては、ワークショップ等を通じ十分な地方政府及び地元関係者との協議が重要になる。

したがって、現地調査における必要資料収集、環境・社会開発配慮等には現地事情に明るいローカル・コンサルタントを雇用することが望ましい。

さらに、調査に先立って土地所有権、環境保全、人的資源開発、ジェンダー及び人種問題等複雑な問題もあり、支援団体であるＮＧＯの理解も望まれる。したがって、調査開始直後に、STAKEHOLDER ANALYSISを実施し、対象地域の１次 STAKEHOLDER である直接裨益者と２次３次 STAKEHOLDER の利害関係を明らかにする必要がある。

州及び地方自治体の行政範囲を以下の項目に示す、

- １）カジノ及び競馬等
- ２）環境保護
- ３）地域計画
- ４）観光開発
- ５）都市開発
- ６）州道路
- ７）公共交通
- ８）警 察
- ９）道路交通取り締まり
- 10）医療施設及びサービス
- 11）教 育
- 12）上下水道
- 13）文化保護等

４ - ６ - ４ 市場調査

（１）市場調査全体について

S A T O U R 及び今回訪問したケープ・タウン、ダーバンのスタッフ等はマーケティングに関してのエキスパートが多いこと、またデータを個人的に保有していたり、個人的なネットワークでデータが出てくる場合があるため、彼らと連携を密にとりながら作業を進めることが肝要である。

また、最終的なアウトプットを南アフリカサイドで有効に活用してもらうためには、調査方針を決める段階から、南アフリカサイド（特に S A T O U R、場合によっては各州や都市のマーケティングセクション）に加わってもらい、共働で調査やプログラムづくりを行い、最終アウトプットを自らの成果と感じてもらう仕掛けづくりが必要だと思われる。

(2) 日本・台湾・韓国・中国からの南アフリカへの観光客の動向調査について

現在、S A T O U R が実施している出口調査とできるだけ比較対照が可能な形の調査とする。ただし、S A T O U R が使用している調査票は非常に細かい質問が多く、パッケージツアーを利用している観光客に記入を依頼するには分量が多すぎるという問題があることから、できるだけ質問内容を限定して行うことを検討する必要があると思われる。

また、市場調査はS A T O U R と連携をとりながら共働で取り組む必要がある。具体例としては：

- 調査票を共働で作成する
- 調査票に記入する調査主体名はS A T O U R とする等

今回の調査対象国からの南アフリカへの観光客数が現在はまだ多くないため、調査方法は、通常行っている空港での出口調査手法ではなく、各国の旅行業者及び南アフリカのツアー・オペレーターの協力を得て、各ツアーグループごとに添乗員または調査員を通じて調査票の配布・回収を行うという形式がよいのではないかとと思われる。

(3) 日本国内及び南アフリカの旅行関連業者へのヒアリング調査について

南アフリカへのツアーを催行している日本国内の旅行業者に対して、ヒアリング調査を実施する。

また、南アフリカ国内で、日本・台湾・韓国・中国からの旅行者の受入れを行っているツアー・オペレーターに対して、ヒアリング調査を行う（ヒアリング先の候補としては下記のオペレーター・リストを参照）。

■ 参考：日本・中国・台湾人旅行者の受入れを行っているツアー・オペレーター - ・リスト JAPAN

Abercrombie & Kent Southern Africa

Amega Travel

Crown Travel

ERM(Pty)Ltd

Springbok Atlas

Wilson Colins(Pty)Ltd

African Outposts(Pty)Ltd

CHINA PR

Crown Travel

ERM(Pty)Ltd

Prosgrow

Springbok Atlas

SE ASIA (Sinaore, Malasia, Thailand, Indonesia)

Crown Travel

ERM(Pty)Ltd

Gatway Africa

Springbok At1as