

DBJ・JTBF アジア8地域・北海道観光に関する 訪日外国人の意向調査（平成27年版）

～引き続き北海道ブランドの価値は高く、国内トップクラス～

【概要】

- (株)日本政策投資銀行（DBJ）は、平成24年より継続的にアジア8地域（韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア）の海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート調査を実施しており、本年においては（公財）日本交通公社（JTBF）との共同で本調査を実施した。
- 本レポートは、その調査結果から「北海道」及び道内の観光地（「札幌」、「函館」、「帯広／十勝」、「ニセコ」、「知床／阿寒」）に関し、訪問経験、認知度、訪問意欲等を取りまとめたものである。

【要旨】

- 「北海道」訪問経験者は、ほとんどの調査対象地域でゴールデンルート（東京～大阪間を周遊する観光ルート）に次ぐ高い水準となっており、認知度及び訪問意欲も、ゴールデンルートと同等水準以上と日本でトップレベルである。道内の観光地別にみると、「札幌」は調査対象各地域で上位の認知度、訪問意欲を得ている。「函館」は特に台湾、香港では認知度、訪問意欲が高く、全体でも上位にある。
- 「北海道」に対する訪問意欲のある旅行者は、「自然・景観」、「食」、「雪」、「温泉」への期待が高いが、調査対象地域によって特徴もみられる。
- 訪日回数1回の回答者に対象を絞って、「北海道」訪問経験者の回答を日本全体と比較すると、北海道訪問経験者は、前回調査に引き続き「温泉」を理由に来日している比率が高い。また、北海道訪問希望者が北海道の温泉で特に関心のあるものでは、「風呂からの眺望」や「お湯の泉質」など、調査対象地域によって特徴もみられる。
- 北海道訪問経験者が旅行中に利用した通信手段は、「無料Wi-Fiスポット」が1位であり、「国際ローミング」や「プリペイドSIM」と比較すると割合は高くなっている。また、旅行中または旅行後にSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）に投稿した内容は、「自然・景観」や「食」が上位となっている。

【結び】

- 本調査からも、北海道は引き続き観光地としてアジア地域でトップレベルのブランド力を有することが確認できる。ただ、「北海道」あるいは「札幌」と道内の他の各観光地を比較すると、依然として認知度・訪問意欲に大きな差がみられる。本体調査の全国的傾向をみても、今後、訪日外国人旅行者はリピーターを中心に個人旅行（FIT）化してくることから、これまでの国内人気観光地以外の地域への認知度・訪問意欲が徐々に高まると見込まれる。北海道内においても、こうした観光客の嗜好の変化を捉まえて実際の訪問に繋げるよう、来年3月の北海道新幹線開業も契機として、誘客効果を道内各地へ分散させる新たな観光ルートの発掘、二次交通体系の整備など戦略的な取り組みが期待される。

調査の概要・回答者属性

- 調査方法：インターネットによる調査
- 実施時期：2015年7月9日～2015年7月21日
- 調査地域：韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシアの8地域
(注) 中国は北京及び上海在住者のみ
- 調査対象者：20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
(注) 中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間の旅行については、海外旅行経験から除く
- 有効回答数：上記各地域に居住する住民計4,111人
(注) 中国は北京及び上海在住者のみ (割合は北京50%：上海50%)
- 協力実査会社：株式会社エー・アイ・ピー

◆有効回答者数

(単位：人)

項目	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
男性	2,074	292	237	288	252	249	258	258	240
女性	2,037	238	277	222	265	253	257	257	268
総計	4,111	530	514	510	517	502	515	515	508

◆訪日経験別回答者数

(単位：人)

項目	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
訪日経験なし	1,958	201	179	144	129	260	287	388	370
訪日経験者 (1回)	963	142	197	127	91	135	106	80	85
訪日経験者 (2回以上)	1,190	187	138	239	297	107	122	47	53
総計	4,111	530	514	510	517	502	515	515	508

「1. これまでの日本旅行における訪問地域」、「2. 日本の観光地の認知度」、「3. 日本の観光地への訪問意欲」、における選択肢は以下のとおり。

※囲みの選択肢は北海道内の観光地を示す

2014年調査

東京 富士山 箱根 日光 松本 軽井沢 北海道 札幌 函館 帯広／十勝 ニセコ
知床 釧路／阿寒 東北 青森 仙台 松島 平泉 新潟 佐渡 北陸 金沢 立山／黒
部 富山 名古屋 伊勢／志摩 飛騨／高山 関西 京都 奈良 大阪 神戸 岡山 広
島 山陰 鳥取 松江／出雲 四国 しまなみ海道 高松 松山／道後 九州 福岡／博
多 長崎 別府／湯布院 熊本／阿蘇 宮崎 鹿児島 沖縄

計49箇所

2015年調査

東京 富士山 箱根 日光 白馬 軽井沢 北海道 札幌 函館 帯広／十勝 ニセコ
知床／阿寒 東北 青森 岩手／平泉 仙台／松島 福島 新潟 佐渡 北陸 金沢 立
山／黒部 富山 名古屋 伊勢／志摩 飛騨／高山 関西 京都 奈良 大阪 神戸 岡
山 広島 山口 鳥取 松江／出雲 四国 しまなみ海道／せとうち 高松 松山／道後
徳島 高知 九州 福岡／博多 長崎 別府／湯布院 熊本／阿蘇 宮崎 鹿児島 沖縄

計50箇所

1. <訪日経験者>

これまでの日本旅行における訪問地域

- 訪日経験者が「北海道」を訪問した比率は、回答者全体の27%を占めており、ほとんどの調査対象地域でゴールデンルート（東京～大阪間を周遊する観光ルート）に次ぐ高い水準となっている。
- ただし、韓国については、「北海道」よりも「九州」訪問者の比率が高く、道内の各観光地への訪問比率・順位も全体と比較すると低くなっている。
- 道内の各観光地の中では、「札幌」の訪問比率が回答者全体の16%と、高い水準にあり、全ての調査対象地域で上位20位までに入っている。「函館」は台湾、香港、マレーシア、シンガポールで上位20位までに入っており、回答者全体でも8%を占めている。
- 前回調査と比較すると、全体で見ると、「北海道」および道内の各観光地の順位に大きな変動はみられないが、調査対象地域ごとにみると、来道外国人旅行者数の上位3国である中国、台湾、韓国においては、順位が低下している観光地も見受けられる。

これまでの日本旅行における訪問地域（複数回答）

（単位：％）

	全体				中国				台湾				香港				韓国			
	2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015	
	比率	順位																		
北海道	30	⑤	27	⑤	34	⑤	36	④	35	④	34	④	39	⑤	32	④	11	⑩	10	⑬
札幌	21	⑦	16	⑦	16	⑧	7	⑮	26	⑤	23	⑥	31	⑥	24	⑦	12	⑨	11	⑩
函館	11	⑮	8	⑰	3		3		22	⑭	20	⑪	20	⑮	13	⑰	5	⑱	2	
帯広／十勝	3		2		3		3		5		4		2		2		0		0	
ニセコ	1		1		3		1		1		1		1		1		1		0	
知床／阿寒	-		2		-		3		-		4		-		2		-		0	

東京	68	①	58	①	68	①	51	①	62	①	55	①	75	①	63	①	54	①	48	①
大阪	48	②	41	②	44	④	33	⑤	47	②	45	②	62	②	54	②	45	②	34	②
京都	42	③	38	③	45	③	39	③	43	③	45	③	48	③	43	③	33	③	28	③
富士山	38	④	31	④	53	②	46	②	23	⑩	21	⑦	45	④	31	⑤	14	⑦	9	⑭
九州	17	⑪	13	⑪	12	⑬	7	⑰	22	⑬	18	⑬	30	⑧	25	⑥	16	⑤	12	⑦
沖縄	16	⑬	15	⑩	13	⑫	13	⑨	23	⑫	26	⑤	24	⑫	18	⑬	10	⑬	12	⑨

	タイ				インドネシア				マレーシア				シンガポール			
	2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
北海道	28	⑤	24	⑤	35	⑥	22	⑥	30	⑤	21	⑤	27	⑤	28	⑤
札幌	18	⑥	12	⑦	19	⑪	14	⑩	12	⑬	14	⑧	23	⑥	17	⑥
函館	5		2		5		1		6		3	⑳	9	⑫	8	⑨
帯広／十勝	2		1		3		2		3		1		2		1	
ニセコ	3		2		1		1		3		1		1		2	
知床／阿寒	-		1		-		2		-		1		-		2	

東京	70	①	62	①	70	①	65	①	62	①	63	①	83	①	68	①
大阪	39	④	40	③	54	③	50	②	46	②	40	②	40	③	33	③
京都	40	③	36	④	45	④	41	④	44	③	39	③	34	④	31	④
富士山	49	②	41	②	57	②	41	③	42	④	27	④	45	②	38	②
九州	8	⑱	10	⑬	11	⑱	2		7	⑲	5	⑭	9	⑭	5	⑱
沖縄	11	⑱	10	⑭	22	⑨	20	⑧	10	⑭	4	⑲	8	⑮	7	⑱

（注）順位は20位まで表示

2. <全員> 日本の観光地の認知度

- 「北海道」の認知度は63%と非常に高く、多くの調査対象地域でゴールデンルートと同等以上のトップレベルにある。特に、台湾、香港では、認知度が70%を超えている。
- 道内の各観光地の中では「札幌」の認知度が49%と高く、全ての調査対象地域で上位20位までに入っている。特に韓国における認知度は高く「北海道」を上回っている。
- 「函館」がそれに次ぐ認知度で20%である。「函館」は、台湾（52%）、香港（42%）における認知度が高い。シンガポールにおいても、順位は20位までに入っている。
- 道内の各観光地の認知度は「北海道」の認知度との差が大きい、「帯広／十勝」は台湾と香港で、「ニセコ」は中国で、「知床／阿寒」は中国、台湾、香港で、比較的認知度が高い。
- 前回調査と比較すると、香港では「札幌」の認知度が7ポイント上昇し、順位も上昇した。また、インドネシアでも「札幌」の認知度が5ポイント上昇している。

日本の観光地の認知度(複数回答)

(単位：%)

	全体				中国				台湾				香港				韓国			
	2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015	
	比率	順位																		
北海道	65	④	63	④	74	④	68	②	81	②	81	②	75	④	76	④	54	⑥	55	⑦
札幌	49	⑨	49	⑨	52	⑬	43	⑪	70	⑧	69	⑨	65	⑨	72	⑥	62	⑤	59	⑤
函館	20		20		18		15		51	⑳	52	⑱	41		42		13		12	
帯広／十勝	7		6		10		7		15		14		15		16		2		3	
ニセコ	5		4		14		12		4		2		5		3		2		2	
知床／阿寒	-		6		-		10		-		11		-		13		-		2	

	タイ				インドネシア				マレーシア				シンガポール			
	2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
北海道	65	⑤	57	④	46	⑤	46	⑤	63	④	57	④	63	③	62	③
札幌	48	⑥	42	⑦	28	⑪	33	⑪	25	⑪	26	⑪	41	⑦	43	⑥
函館	11		10		3		3		6		7		13	⑯	15	⑱
帯広／十勝	4		5		4		2		2		2		3		2	
ニセコ	4		5		2		1		5		1		4		3	
知床／阿寒	-		2		-		2		-		2		-		3	

(注) 順位は20位まで表示

3. <全員> 日本の観光地への訪問意欲

- 「北海道」への訪問意欲は44%と非常に高く、多くの調査対象地域でゴールデンルートと同等以上のトップレベルにある。特に、台湾と香港では、「北海道」が1位である。
- 道内の各観光地の中では「札幌」への訪問意欲が23%と高く、全ての地域で上位10位までに入っている。特に韓国における訪問意欲は31%（3位）と高く「北海道」を上回っている。「函館」がそれに次ぐ訪問意欲で8%である。「函館」は、台湾（23%）、香港（15%）における訪問意欲が高い。
- 道内の各観光地への訪問意欲は2%程度に留まっており、「北海道」への訪問意欲との差は大きい。が、「帯広／十勝」、「知床／阿寒」は香港と台湾、「ニセコ」は中国で比較的訪問意欲が高い。
- 前回調査と比較すると、香港では、「北海道」への訪問意欲が10ポイント上昇している。インドネシアでは、「札幌」への訪問意欲が7ポイント上昇し、順位も上昇した。

日本の観光地への訪問意欲（複数回答）

（単位：％）

	全体				中国				台湾				香港				韓国			
	2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015	
	比率	順位																		
北海道	43	③	44	③	51	③	51	②	60	①	62	①	45	①	55	①	25	④	27	⑦
札幌	22	⑦	23	⑦	21	⑩	16	⑩	30	⑧	33	⑦	24	⑦	28	⑦	32	②	31	③
函館	8	⑱	8	⑱	5		5		24	⑮	23	⑯	16	⑪	15	⑬	4		2	
帯広／十勝	2		2		2		1		6		5		5		4		1		1	
ニセコ	2		1		5		4		2		1		1		1		1		0	
知床／阿寒	-		2		-		2		-		4		-		4		-		1	

	タイ		インドネシア				マレーシア				シンガポール					
	2014		2015		2014		2015		2014		2015		2014		2015	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
北海道	43	③	39	③	21	⑤	23	⑤	43	③	41	③	52	①	53	②
札幌	24	⑥	22	⑥	11	⑩	18	⑥	11	⑨	14	⑨	18	⑦	21	⑦
函館	3		3		1		1		3	⑳	2	⑳	5	⑯	7	⑭
帯広／十勝	1		1		1		1		0		1		1		0	
ニセコ	1		1		1		0		2		1		1		2	
知床／阿寒	-		1		-		0		-		1		-		2	

（注）順位は20位まで表示

4. <全員> 北海道の観光地の認知度・訪問意欲（訪日回数別）

- 北海道内の観光地の認知度を訪日回数別（なし、1回、2回以上）にみても、ほとんどの調査対象地域において、認知度は訪日回数に応じて上昇する傾向があり、この傾向は「北海道」「札幌」だけでなく、他の道内観光地にも当てはまる。
- 訪問意欲についても、認知度同様、訪日回数に応じて上昇する傾向にあるものの、依然として「北海道」「札幌」と他の道内各観光地では水準に差がみられる。

北海道の観光地の認知度（訪日回数別／複数回答）

（単位：％）

訪日経験→	全体			中国			台湾			香港			韓国		
	なし	1回	2回以上												
北海道	54	67	73	64	74	66	76	78	85	71	65	82	42	58	66
札幌	36	54	65	36	50	43	60	63	78	70	63	76	46	63	70
函館	8	20	38	8	23	13	39	42	65	22	31	55	5	11	21
帯広／十勝	2	5	13	2	12	7	3	4	25	12	8	20	1	3	5
二セコ	2	5	7	6	17	14	0	2	4	2	2	4	2	1	2
知床／阿寒	1	5	13	4	13	12	3	3	20	2	9	20	1	1	4

訪日経験→	タイ			インドネシア			マレーシア			シンガポール		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
北海道	51	68	59	45	55	45	55	63	64	54	69	76
札幌	34	49	52	31	42	32	20	45	47	29	53	67
函館	6	11	18	1	7	8	3	13	26	6	19	34
帯広／十勝	2	6	9	1	1	8	2	1	6	1	1	5
二セコ	2	4	12	1	1	4	1	1	9	1	2	11
知床／阿寒	1	4	3	1	6	6	2	1	6	1	2	9

北海道の観光地の訪問意欲（訪日回数別／複数回答）

（単位：％）

訪日経験→	全体			中国			台湾			香港			韓国		
	なし	1回	2回以上												
北海道	38	47	51	43	54	57	64	61	62	51	47	60	20	27	33
札幌	15	25	33	8	20	21	29	30	37	19	22	34	23	27	41
函館	2	7	16	3	7	4	13	15	33	5	12	21	0	2	5
帯広／十勝	0	1	4	1	2	1	0	2	9	1	1	6	0	0	2
二セコ	1	1	2	2	6	3	0	0	2	0	0	1	1	0	0
知床／阿寒	0	1	5	1	3	2	0	0	9	0	1	6	1	0	2

訪日経験→	タイ			インドネシア			マレーシア			シンガポール		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
北海道	33	47	41	22	27	23	39	50	43	50	56	56
札幌	17	26	29	15	25	23	9	27	30	13	24	36
函館	1	4	7	0	2	2	1	5	11	2	8	17
帯広／十勝	1	3	1	0	0	4	1	0	4	0	0	2
二セコ	1	1	1	0	0	0	0	1	4	0	0	6
知床／阿寒	0	2	0	0	0	4	1	0	4	1	1	5

5. <北海道訪問希望者> 北海道観光への期待

- 北海道訪問希望者に対し、「何を期待して行ってみたいと思うか」と尋ねたところ、「自然や風景の見物」「雪景色観賞」「伝統的日本料理を食べる」がほぼ同水準となった。
- 前回調査との比較で、上位の項目に大きな変動はない。
- マレーシア、シンガポールでは、「現地の人々が普段利用している安価な食事」「リーズナブルで清潔な施設での宿泊」の回答割合が高く、価格面への関心の高さが伺える。
- マレーシア、シンガポールでは、「桜の観賞」「紅葉の観賞」への期待が大きい。一方で、台湾ではこれら2項目の回答割合は低いが、「雪景色観賞」は回答割合が高くなっている。
- 「日本文化の体験（寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作など）」は前回調査より順位が上がっており、特にインドネシア、マレーシア、シンガポールでの期待が大きい。

北海道観光に期待すること（複数回答）

（単位：％）

		全体	中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール
回答数→	順位	1714	259	311	283	132	187	106	192	244
自然や風景の見物	1(1)	72.6	64.9	74.3	74.6	65.2	69.5	62.3	85.9	77.0
雪景色観賞	2(3)	70.4	55.6	80.4	77.0	68.2	67.4	56.6	74.5	71.7
伝統的日本料理を食べる	3(-)	64.6	47.9	65.6	65.7	59.8	67.4	59.4	74.5	75.0
温泉への入浴	4(5)	59.3	44.0	64.3	60.8	50.0	59.4	54.7	70.8	65.6
現地の人々が普段利用している安価な食事	5(-)	56.7	33.6	63.0	59.0	41.7	56.1	55.7	66.7	71.7
日本旅館での宿泊	6(6)	49.3	36.3	41.5	43.8	45.5	52.4	54.7	64.6	64.8
リーズナブルで清潔な施設での宿泊	7(7)	46.9	27.4	44.1	43.8	40.9	56.7	47.2	61.5	59.0
日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	8(-)	45.1	38.2	46.0	50.2	32.6	45.5	47.2	57.3	41.4
桜の観賞	9(11)	42.9	33.2	29.9	40.6	15.2	51.3	49.1	66.1	60.2
紅葉の観賞	10(13)	42.4	26.6	32.5	40.6	16.7	50.3	46.2	63.5	63.5
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアーに行く	11(10)	41.9	23.2	35.4	39.2	32.6	46.5	46.2	60.9	57.8
日本文化の体験(寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作など)	12(19)	41.2	35.9	33.4	38.9	17.4	41.2	52.8	59.4	52.9
スイーツを食べる	13(-)	40.0	28.6	44.1	45.9	22.7	46.5	43.4	51.6	33.6
日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	14(-)	39.1	36.7	37.3	36.7	36.4	36.9	34.0	54.7	39.8
食品や飲料のショッピング	15(15)	38.5	21.2	37.9	43.1	21.2	42.8	37.7	45.8	52.9

（注）・順位欄の（ ）内は、前年調査時の順位

- 「伝統的日本料理を食べる」「現地の人々が普段利用している安価な食事」「日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊」「スイーツを食べる」「日本の酒（日本酒・焼酎）を飲む」は今年追加した選択肢
- 上位15位まで表示

6. <訪日経験1回> 旅行先として日本を選んだ理由

- 訪日経験1回の旅行者が、旅行先として日本を選んだ理由の比率を、北海道訪問経験者と、日本全体(北海道訪問経験者を含む)、九州訪問経験者で比較したもの。
- 日本全体、北海道、九州ともに「自然・景観」、「日本食」が上位となった。
- 「温泉」は、日本全体でも上位であるが、北海道訪問経験者では日本全体を17.3ポイント上回っており、「温泉」に関心のある旅行者が北海道を訪れている可能性がある。
- 「ツアーや航空券の価格の安さ」は、九州が日本全体を9.8ポイント、北海道を10.6ポイント上回っている。

旅行先として日本を選んだ理由(複数回答)

(単位：%)

	全体	北海道	九州
回答数→	963	186	57
日本の自然や風景に関心があったから	47.1	58.6	61.4
日本食に関心があったから	45.6	57.0	47.4
日本の温泉に関心があったから	40.2	57.5	49.1
日本の文化・歴史に関心があったから	37.5	47.3	43.9
日本でのショッピングに関心があったから	35.0	42.5	45.6
治安が良いから	28.3	28.5	38.6
家族や友人等の勧めがあったから	24.1	26.9	29.8
日本の世界遺産に関心があったから	23.4	25.8	26.3
価格が安かったから(ツアー料金や航空運賃等)	21.8	21.0	31.6
日本のファッション、ゲーム、アニメに関心があったから	21.2	29.0	26.3
日本の科学・技術に関心があったから	19.9	26.9	24.6
渡航時間が短かったから	19.9	15.6	17.5
直行便があったから	19.1	21.5	21.1
価格が安かったから(日本で購入する商品の価格等)	15.6	15.6	10.5
TV(CM)で見たから	13.4	21.0	22.8
ネット広告、ブログ・SNSで評判が良かったから	11.2	15.1	14.0
キャンペーンをしていたから	10.7	12.9	12.3
新聞・雑誌で見たから	10.5	17.7	21.1
ガイドブックの特集や高評価(ミシュランガイドの三つ星等)を見たから	8.3	12.4	10.5
LCC便があったから	8.1	8.1	8.8
日本でのスポーツに関心があったから	7.7	11.3	14.0
クルーズ船が運行しているから	4.2	7.5	10.5
その他	4.3	2.7	0.0

(注) 訪日経験1回であり、かつ、北海道訪問経験者の回答は、北海道を訪問する外国人の考えを反映する度合いが高いと考えられる。

7. <北海道訪問希望者> 北海道の温泉への関心

- 北海道訪問希望者が、北海道の温泉で特に関心のあるものでは、「雪見風呂」、「眺めのよい風呂」が上位を占めており、次いで「病気の症状に効く湯」、「お湯の泉質や成分」と続いている。
- 特に台湾では全体的な回答比率が高く、温泉への関心の高さがうかがえる。
- 韓国やインドネシアでは「眺めのよい風呂」や「露天風呂」など風呂からの眺望に関心が高い傾向がある一方で、マレーシアでは「お湯の泉質」や「入浴法」などに関心が高い傾向がある。

北海道の温泉への関心(複数回答)

(単位：%)

	全体	中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール
回答数→	1140	181	246	189	50	121	69	118	166
雪見風呂（雪を眺めながら温泉に浸かること）	51.8	54.1	65.0	42.3	52.0	42.1	36.2	54.2	52.4
眺めのよい風呂	49.9	32.0	60.6	38.1	64.0	53.7	62.3	47.5	56.6
神経痛、関節痛、慢性消化器病などの症状に効く湯	44.7	40.3	57.7	38.1	30.0	36.4	39.1	53.4	44.6
お湯の泉質や成分（温泉の種類のこと。単純泉、塩化物泉、硫黄泉など）	42.5	49.2	39.0	39.2	38.0	30.6	43.5	54.2	45.2
露天風呂（屋外に作られた自然を感じられる浴槽）	38.2	39.2	44.3	33.3	46.0	31.4	42.0	35.6	36.1
美人の湯（アルカリ性で重曹を含む温泉は、皮脂と反応して石鹸水のようなツルツル感覚が味わえ、このように呼ばれることがある）	37.6	39.2	45.5	26.5	20.0	19.0	42.0	57.6	39.8
客室露天風呂	35.7	34.3	47.2	37.0	54.0	31.4	30.4	26.3	25.3
温泉街の風情・雰囲気	33.9	37.6	43.5	24.9	30.0	33.1	40.6	32.2	25.9
源泉かけ流しであること（源泉の湯を加工しないで浴槽まで導く方法）	31.3	27.6	28.9	18.0	28.0	25.6	39.1	50.8	42.2
秘湯（山奥などにあつて人に知られていない温泉）	29.4	42.0	32.9	22.2	22.0	20.7	29.0	31.4	25.9
家族風呂（通常の大浴場に対して、少人数で貸切ることのできる風呂）	24.6	28.2	19.1	16.9	22.0	28.9	34.8	32.2	25.3
泥湯や砂湯などユニークな入浴法（泥湯：温泉熱で暖められた泥を体の表面に塗り付けてパックして体を保湿すること / 砂湯：温泉熱により温められた砂で体を被い、体を温める方法）	24.4	23.2	25.2	16.9	10.0	24.0	30.4	36.4	26.5
湯めぐり（温泉地内に点在する異なる浴場を巡ること）	19.7	23.8	16.7	17.5	16.0	15.7	33.3	25.4	16.9
日帰り入浴（宿泊せずに温泉施設を利用すること）	17.3	17.1	12.6	10.1	8.0	20.7	17.4	34.7	20.5
大浴場（大人数で同時に利用できる広い浴場）	13.4	13.3	18.7	11.6	12.0	17.4	14.5	10.2	7.2
特に関心のあるものはない	3.4	0.0	2.4	8.5	6.0	3.3	0.0	1.7	4.8
その他	0.1	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

8. <訪日経験1回> 日本旅行の際に最も満足した項目（5つまで選択）

- 訪日経験1回の旅行者が、日本旅行の際に最も満足した項目の比率を、北海道訪問経験者と、日本全体（北海道訪問経験者を含む）、九州訪問経験者で比較したもの。
- 日本全体、北海道、九州ともに「日本料理」「自然・景観」が上位となった。
- 北海道では日本全体と比較して「自然・景観」や「雪景色観賞」の満足度が高く、「温泉」は北海道が日本全体を12.1ポイント上回っている。また、「自然・景観」では北海道が九州を10.0ポイント上回っている。

日本旅行の際に最も満足したこと（5つまで選択）

（単位：％）

	全体	北海道	九州
回答数→	963	186	57
伝統的日本料理	42.6	47.3	43.9
自然や風景の見物	32.2	39.8	29.8
温泉への入浴	26.6	38.7	33.3
清潔さ／衛生面	22.9	17.7	12.3
現地の人々が普段利用している安価な食事	21.8	17.7	15.8
有名な史跡や歴史的な建築物の見物	18.9	16.7	21.1
桜の観賞	18.2	22.0	24.6
日本旅館での宿泊	16.5	19.4	15.8
治安	15.4	12.9	19.3
食品や飲料のショッピング	13.8	12.4	17.5
化粧品や医薬品の購入	13.6	12.9	12.3
遊園地やテーマパーク	12.4	9.7	12.3
雪景色観賞	11.9	20.4	15.8
洋服やファッション雑貨のショッピング	11.5	12.4	10.5
日本の酒（日本酒・焼酎）	9.8	13.4	8.8
安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	9.8	7.5	7.0
伝統工芸品の購入	9.7	8.6	3.5
伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊	9.4	13.4	12.3
世界遺産の見物	9.0	9.1	12.3
家電製品やAV製品のショッピング	8.7	8.6	5.3

（注）上位20位まで表示

9. <訪日経験1回> 日本旅行の際に最も不満であった項目（5つまで選択）

- 訪日経験1回の旅行者が、日本旅行の際に最も不満であった項目の比率を、北海道訪問経験者と、日本全体(北海道訪問経験者を含む)、九州訪問経験者と比較したもの。
- 日本全体、北海道、九州ともに「英語」「母国語」の通用度といった言語に対する不満が上位となった。
- 北海道では全体と比較して、「母国語の通用度」「日本の人々と交流」の不満度が特に高くなっている。

日本旅行の際に最も不満であったこと（5つまで選択）

（単位：％）

	全体	北海道	九州
回答数→	963	186	57
英語の通用しやすさ	21.8	17.7	15.8
母国語の通用しやすさ	16.6	21.5	14.0
旅行代金	12.1	10.2	14.0
豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	8.3	10.2	5.3
ブランド品や宝飾品のショッピング	7.8	9.1	3.5
安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	7.1	9.7	3.5
免税制度の使いやすさ	6.7	9.7	8.8
日本の人々と交流	6.5	11.8	8.8
家電製品やAV製品のショッピング	6.2	5.4	8.8
日本の酒(日本酒・焼酎)	6.1	4.8	8.8
現地の人々が普段利用している安価な食事	6.0	7.5	5.3
語学や専門知識の吸収	6.0	7.5	7.0
外貨両替のしやすさ	6.0	5.9	10.5
化粧品や医薬品の購入	5.9	5.4	5.3
携帯電話や通信機器の利用しやすさ(wi-fi等の充実度)	5.8	7.0	1.8
伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊	5.1	4.8	3.5
洋服やファッション雑貨のショッピング	4.7	4.8	3.5
現地の人から借りる家・アパートでの宿泊	4.7	5.4	3.5
スイーツ	4.6	4.8	1.8
伝統工芸品の購入	4.6	6.5	0.0

（注）上位20位まで表示

10. <北海道訪問経験者> 通信手段やSNSなどについて

- 北海道を訪れたことがある旅行者が、旅行中に利用した通信手段やアプリケーションは、「無料Wi-Fiスポット（宿泊施設・街なか）」が上位となった。特に中国やタイ、インドネシアでの比率が高い。韓国では「国際ローミング」、香港とインドネシアでは「プリペイドSIM」の比率が他国と比べると高くなっている。（注）
- 旅行中または旅行後に写真や動画を投稿したSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）投稿先は、「Facebook」が1位となった。
- SNSに投稿した内容は、「自然・景観」や「食」、「温泉」が上位となった。タイ、インドネシア、マレーシアでは、「桜」や「雪景色」、「紅葉」の比率が比較的高く、季節の風景を好んで投稿する傾向がみられる。

（注）「国際ローミング」とは、自国で契約している通信事業者のサービスを、国外でも受けられるように設定して利用すること。
 「プリペイドSIM」とは、旅行者がSIMカードを購入して携帯端末に差し込むことによって、定められたデータ量や期間内で通信サービスを利用すること。

利用した通信手段・アプリケーション（複数回答） （単位：％）

	全体	中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール
回答数→	584	122	126	125	32	59	30	27	63
無料Wi-Fiスポット(宿泊施設)	59.4	58.2	49.2	59.2	53.1	78.0	73.3	70.4	57.1
無料Wi-Fiスポット(街なか)	46.2	62.3	34.9	41.6	37.5	47.5	63.3	59.3	36.5
Google Maps	30.5	41.8	24.6	24.0	12.5	37.3	60.0	48.1	14.3
国際ローミング	24.8	41.8	20.6	9.6	46.9	27.1	36.7	25.9	11.1
レンタルWi-Fiルーター	20.2	20.5	23.0	27.2	6.3	23.7	20.0	22.2	3.2
プリペイドSIM	19.7	13.9	7.1	44.0	6.3	13.6	43.3	25.9	6.3

（注）上位6位まで表示

写真や動画を投稿したSNS（複数回答） （単位：％）

	全体	中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール
回答数→	584	126	125	122	63	59	32	30	27
Facebook	57.5	67.5	65.6	23.0	58.7	86.4	21.9	73.3	88.9
微信	24.5	0.8	8.8	77.9	4.8	10.2	6.3	36.7	51.9
LINE	24.1	43.7	8.0	4.9	11.1	69.5	9.4	30.0	37.0
WhatsApp	21.6	2.4	44.8	2.5	31.7	10.2	6.3	50.0	77.8
投稿しなかった	19.7	19.8	21.6	11.5	30.2	6.8	62.5	16.7	3.7

（注）上位5位まで表示

SNSに投稿した内容（複数回答） （単位：％）

	全体	中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール
回答数→	469	108	101	98	12	55	25	26	44
自然・風景	74.8	75.0	72.3	75.5	50.0	80.0	88.0	76.9	70.5
食事・食べ物	68.4	63.9	63.4	74.5	58.3	70.9	60.0	80.8	75.0
温泉	50.3	57.4	47.5	37.8	33.3	52.7	60.0	80.8	45.5
桜	49.9	60.2	45.5	38.8	25.0	63.6	76.0	61.5	27.3
歴史的な建築物・街並み	49.0	56.5	52.5	28.6	50.0	56.4	72.0	76.9	29.5
自分自身	48.4	44.4	52.5	41.8	25.0	67.3	48.0	50.0	45.5
宿泊施設	46.7	35.2	53.5	38.8	33.3	67.3	56.0	69.2	36.4
雪景色	45.8	43.5	44.6	39.8	25.0	58.2	64.0	57.7	40.9
テーマパーク・遊園地	43.9	52.8	45.5	42.9	25.0	40.0	52.0	53.8	20.5
同行者	41.2	26.9	44.6	36.7	16.7	54.5	52.0	50.0	56.8
近代的／先進的な建築物・街並み	36.5	50.0	29.7	19.4	33.3	52.7	64.0	46.2	15.9
紅葉	36.2	30.6	26.7	32.7	16.7	56.4	64.0	53.8	34.1
イベント・祭り	30.9	25.0	31.7	28.6	25.0	38.2	60.0	38.5	20.5
乗り物	29.9	33.3	32.7	17.3	16.7	23.6	52.0	50.0	29.5
動物	19.0	24.1	16.8	11.2	8.3	25.5	32.0	26.9	11.4
その他	0.6	0.0	1.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0



本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い、転載・複製する際は、必ず、出所:日本政策投資銀行と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

株式会社日本政策投資銀行 北海道支店 企画調査課

〒060-0003

札幌市中央区北3条西4丁目1 日本生命札幌ビル4F

Tel : 011-241-4117

E-mail : hkinfo@dbj.jp

HP : <http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/hokkaido/>