



# 「金沢を訪れるアジア・欧米旅行客の意向調査」

- "爆買い"の先にあるもの -



2016年3月

金沢大学 地域創造学類 香坂研究室 株式会社日本政策投資銀行 北陸支店





このほど金沢大学地域創造学類 香坂研究室と株式会社日本政策投資銀行北陸支店では、金沢を 訪れるアジア・欧米旅行客の意向に関するアンケート調査を共同で実施した。

# <要旨>

2015年に日本を訪れた外国人旅行客は1,974万人に達し、2013年から3年連続で過去最多を更新した。特に、中国をはじめとするアジア地域の経済成長などにより、同地域からの伸びが大きい。石川県でも、2015年3月の北陸新幹線開通の効果もあり、外国人旅行客の増加が著しいが、近年の特徴として、欧米・オセアニアからの客数の伸びが大きいことが挙げられる。

当レポートは、アジア地域へのインターネットリサーチ形式でのアンケート調査(訪日希望者 2,251 名、訪日経験者 2,153 名)、及び欧米を中心とする外国人旅行客への対面形式でのアンケート調査(116 名)に基づき、金沢を訪問したことのあるアジア客(設問によっては、金沢を訪問したいアジア客)と金沢を訪問中の欧米客の訪日旅行に対する意識や買い物・体験活動への関心などについて検討を行うとともに、アジア客と欧米客の相違点について考察を加えたものである。

#### <アジア客>

金沢を訪問したことのあるアジア客には、宿泊と航空券を別々に手配する個人旅行、比較的高収入層で日本旅行のリピーター、日本での滞在期間は比較的長め、といった特徴があった。

日本旅行で体験したいこと、満足したことを聞いたところ、「伝統的日本料理」「現地の人が普段利用している安価な食事」といった『食べる』に関する項目や、「桜」「紅葉」「雪景色」などの四季の景観や「有名な史跡や歴史的な建築物」といった『見る』に関する項目が上位に挙がった。

『食べる』に関する項目の満足度が全体的に高いなか、「日本酒」については不満項目の上位となった。「日本の酒を飲む」ことを体験したいとの回答は決して少なくない。北陸の地酒の美味しさを如何に伝えるかも一つの課題だろう。

食品や化粧品などの日用品を中心に『買う』に関する項目への期待も高いが、それ以上に「温泉への入浴」「日本文化の体験」「伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊」といった日本文化や慣習の体験に関心を示している姿が浮かんできた。

#### <欧米客>

金沢を訪問中の欧米客は、日本での滞在日数は2~3週間程度、そのうち金沢には1~3日程度滞在、というケースが多かった。金沢訪問の前後で、「東京」「京都」のほかに、「高山」「箱根」「長野・松本」といった地方都市を回る客も多かった。

旅行先として日本を選んだ理由を聞いたところ、「日本の文化・歴史に関心があったから」との回答が9割近くに上った。また、行ってみたい日本の観光地イメージでは「日本庭園」「城」「神社仏閣」、日本旅行で体験したいことでは「伝統的な日本料理」「美術品や文化財、博物館の鑑賞」「有名な史跡や歴史的な建築物の見学」が上位に挙がった。日本の文化・歴史や芸術に対する欧米客の強い関心がうかがえる。

金沢旅行で満足度が高い項目を聞いたところ、やはり「伝統的な日本料理」「有名な史跡や歴史的な建築物の見学」「美術品や文化財、博物館の鑑賞」が上位となった。一方で、それらの項目は不満足に感じた項目の上位にも挙がった。日本の文化・歴史や芸術に対する欧米客の高い期待に応えていく工夫も求められている。





#### <アジア客と欧米客の相違点>

日本旅行で体験したいことの『見る』に関する項目では、アジア客は欧米客に較べ、「桜」「雪景色」「紅葉」といった四季の景観を回答する割合が高かった。『楽しむ/体験する』では、欧米客はアジア客に較べ、「美術品や文化財、博物館の鑑賞」への関心が強かった。「温泉への入浴」「農作物や果実の採取」「サイクリング」などへの関心には差がみられたが、これはアジア・欧米間の文化や慣習の違いも一因とみられる。「繁華街の街歩き」「日本文化の体験」や『食べる』に関する項目は、アジア客・欧米客ともに高い関心が示された。

宿泊施設に対しては、「通信環境の整備」「観光施設へのアクセス」への期待がアジア客・欧米客に 共通していた。一方、欧米客は宿泊施設に対して「日本文化の体験」を期待するが、アジア客は「日 本食・地酒などの充実」や「部屋からの眺望」を期待するといった違いもみられた。

旅行前の情報収集源では、アジア客は欧米客に較べ、「旅行ガイドブック」以外にも様々なテレビ・ 紙媒体を利用しており、旅行会社から情報収集するケースも多いといった特徴があった。旅行中では、 アジア客・欧米客ともに、紙媒体やネット媒体以外にも、日本人とのコミュニケーションを通じた情報収集を行っていた。

以上のように、ひと口に外国人旅行客といっても、アジア客と欧米客では日本旅行に関する嗜好に一定の違いが存在する。外国人旅行客を金沢へ誘客するにあたっては、まずは顧客を明確にターゲットすることが重要だろうし、そのうえで上記のような嗜好性の違いを把握し効率的なマーケティングを行うことが求められよう。

経済成長とグローバル化の進展に伴い、世界の観光市場が引き続き大きく拡大すると見込まれるなか、「観光立国ショーケース」にも指定される金沢には、日本の観光のトップランナーとして世界に通用する観光地づくりが期待される。





# 目次

は	じめ	に	• •	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	2
		国人																																				
	1.	全国	:外[	国丿	しが	稅	<b>丁</b> 名	\$(	か:	状	況		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	3
	2.	石川	県:ク	外国	国人	(方	行	亍?	客	の	状	況		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	4
Π.	ア	゚゙ジア	8 地	域・	• 言	方E	ョ <i>ゟ</i>	<b>*</b>	玉	人	旅	行	者	意	向	調	杳																					
		調査																																				5
		属性																																				
		旅行																																				
		日本																																				
		宿泊																																				
		情報																																				
		まと																																				
	٠.	6 C	<i>~</i> )																																			11
Ш.	欧	<b>米・</b>	訪日タ	外国	国人	し方	行	<b>丁</b> =	者	意	向	調	查	:																								
	1.	調査	の概	要				•	•	•	•	•		•	•	•		•		•		•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•			•	•	18
	2.	属性	•					•	•	•	•	•		•	•	•		•		•		•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•		•	•	18
		旅行																																				
		金沢																																				
		宿泊																																				
		情報																																				
		来訪																																				
		まと																																				
		J																																				
IV.	ア	ジア	客と図	<b></b> 次爿	长客	<b>学</b> 0	) t	北丰	詨		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	30

(表紙写真提供:金沢市)





# はじめに

これまで金沢大学香坂研究室と日本政策投資銀行北陸支店は、2013 年 3 月に、金沢に訪れる外国人旅行者の増加に着目し、インバウンド観光に関する共同調査とその成果を「食に関する外国人客と飲食店とのギャップ調査ー金沢のインバウンド観光のアンケート結果にみる実態と課題ー」として公表した。また 2014 年 3 月には、金沢の伝統野菜である加賀野菜に焦点を当てて、日本人観光客・加賀野菜料理提供店への共同調査とその成果を「加賀野菜の認知度等に関するアンケート調査ー『加賀野菜』ブランドの発信・普及に向けてー」として公表した。同様に 2015 年 3 月には貴重な里山里海を有する能登地域における観光振興に焦点を当て調査を実施し、その成果を「能登の観光振興に向けたアンケート調査ー地域住民と首都圏住民のまなざしの比較から」として発行した。

2015年3月に開通した北陸新幹線と、兼六園、21世紀美術館などの伝統と近代の双方の観光資源を有する金沢市は国内外から注目をされ、多くの旅行客が訪れた。2015年は日本全体でも外国人旅行客が1,974万人に達し、47%増加と過去最高水準の伸びを示した。2016年1月に金沢市は、長崎市らと並んでインバウンド観光のモデル都市として、「観光立国ショーケース」に観光庁から指定されるなど国レベルでの政策面においても注目されている。

2013 年に金沢を題材として「食」に特化したレポートを発行したが、アジアからの旅行客の「爆買」に象徴されるショッピング、あるいは「体験」に関連する伝統文化、景観、施設等を含めて観光面から訪日外国人がどのような印象を抱いているのか、より包括的に調査をする必要性が高まっている。具体的には題材の広がり(見学、娯楽、体験、買物、宿泊等)、と対象者(アジア、欧米)を広げた調査の重要性が増している。

以上を踏まえ、当レポートでは、アジア地域へのインターネットリサーチ形式でのアンケート調査 (訪日希望者 2,251 名、訪日経験者 2,153 名)、及び欧米を中心とする外国人旅行客への対面形式でのアンケート調査 (116 名)に基づき、アジア系と欧米系に括られる旅行客グループ間での意識の把握、買物や体験活動への関心、またそれを踏まえた観光振興の方策について検討を行ったものである。特に近年では、アジアの旅行客は「爆買よりも体験活動に関心」といった関心事の変遷が報道されているなかで、本レポートのように現場で実態を把握したデータは貴重であり、今後の具体的施策の参考となることを意図している。金沢市をはじめ、地方自治体の観光面での取り組みの一助となれば望外の喜びである。

尚、香坂研究室のゼミ所属学生では、主に、上野知花、植松恒治、織田佑規、田中優至、梶間周一郎が参加し、外国人旅行客のアンケートや分析を実施した。



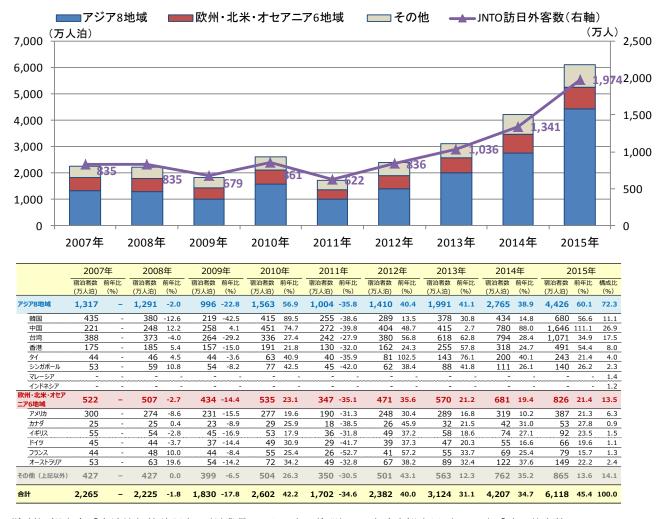


# I. 外国人旅行客の現状(全国、石川県)

# 1. 全国:外国人旅行客の状況

日本を訪れる外国人旅行客は、2013 年に年間 1,000 万人を突破した後も増加を続けており、2015 年は 1,973 万 7,400 人(日本政府観光局(JNTO)発表)と 3 年連続で過去最多を更新し、2,000 万人に迫る勢いとなった。

また、観光庁が発表している 2015 年の外国人延べ宿泊者数は 6,118 万人泊となった。アジア地域の経済成長に加え、ビザの大幅緩和や免税制度の拡充、円安に伴う訪日旅行の割安感の浸透などを背景に、中国をはじめとするアジアからの宿泊者数が大きく伸びており、全体の約 7 割を占めるに至っている。



(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」(従業員 10 人以上の施設)、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」 (注) 国籍不詳は「その他」に含む。

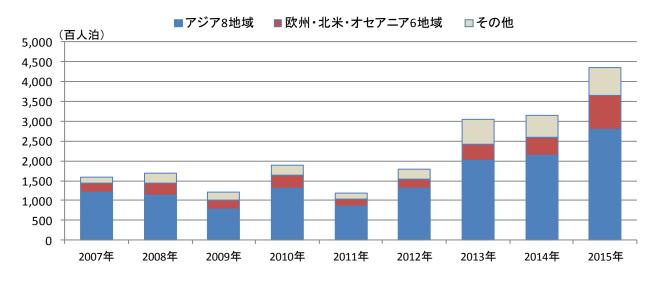




# 2. 石川県:外国人旅行客の状況

石川県においても外国人旅行客の増加は著しく、外国人延べ宿泊者数は 2013 年に 30 万人泊を超え、北陸新幹線金沢開業の 2015 年には 40 万人泊を突破した。

国・地域別にみると、台湾からの宿泊客が最も多く、アジアからの宿泊者は全体の約6割を占めている。近年は欧米・オセアニアからの宿泊者の伸びが大きく、全国の状況と較べ特徴的な動きとなっている。



	2007	7年	2008	3年	2009	9年	2010	)年	201	1年	2012	2年	201	3年	2014	1年	2	015年	
	宿泊者数	前年比 (%)	宿泊者数	前年比		前年比	宿泊者数	前年比	宿泊者数	前年比		前年比	宿泊者数	前年比	宿泊者数	前年比	宿泊者数	前年比(%)	構成比
	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(百人泊)	(%)	(%)
アジア8地域	1,205	-	1,131	-6.1	787	-30.4	1,318	67.4	847	-35.7	1,310	54.6	2,022	54.3	2,149	6.3	2,793	30.0	64.1
韓国	242	-	151	-37.6	77	-48.9	201	160.3	93	-53.9	104	12.2	194	87.1	137	-29.6	183	34.0	4.2
中国	42	-	58	36.8	74	28.0	131	77.5	89	-32.1	136	53.0	194	42.7	168	-13.3	363	115.6	8.3
台湾	834	-	791	-5.2	504	-36.3	740	47.0	537	-27.4	876	63.1	1,159	32.2	1,329	14.7	1,444	8.7	33.1
香港	35	-	66	87.5	85	28.0	164	94.6	82	-50.1	121	47.5	244	101.1	263	7.8	444	69.2	10.2
タイ	13	-	27	112.0	22	-16.2	29	32.4	24	-17.7	33	37.6	76	127.3	80	5.7	114	42.8	2.6
シンガポール	39	-	39	0.5	26	-33.2	48	82.7	16	-65.9	28	72.2	66	136.9	76	14.8	133	75.8	3.1
マレーシア	-	-	-	-	-	-	5	-	6	24	12	93	25	114	30	20	41	37	0.9
インドネシア	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65	-	67	3	70	5	1.6
欧州・北米・オセア ニア6地域	234	-	298	27.4	220	-26.1	319	45.1	186	-41.6	234	25.6	405	72.7	451	11.4	857	90.3	19.7
アメリカ	147	-	176	19.7	122	-30.7	161	31.7	86	-46.4	117	35.9	201	71.5	193	-3.8	376	94.9	8.6
カナダ	11	-	11	2.9	9	-15.7	14	53.8	9	-33.6	13	39.8	35	172.3	32	-10.7	47	49.7	1.1
イギリス	15	-	17	15.9	15	-12.5	22	46.3	15	-30.7	25	65.1	36	45.1	50	41.2	113	123.8	2.6
ドイツ	15	-	19	26.3	27	41.1	33	20.3	25	-23.9	20	-20.2	33	64.6	34	5.2	62	80.2	1.4
フランス	26	-	37	45.5	24	-35.6	48	102.5	19	-60.3	25	30.7	46	81.3	55	20.0	127	133.0	2.9
オーストラリア	21	-	38	79.7	23	-38.6	42	81.2	32	-24.1	35	8.1	55	57.5	87	58.4	133	52.8	3.0
その他(上記以外)	146	-	257	76.4	213	-17.2	246	15.8	141	-42.8	257	82.8	613	138.2	551	-10.1	707	28.4	16.2
合計	1,584	-	1,686	6.4	1,220	-27.6	1,883	54.4	1,175	-37.6	1,802	53.4	3,040	68.7	3,151	3.6	4,358	38.3	100.0

(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」(従業員 10 人以上の施設)

(注) 国籍不詳は「その他」に含む。





# Ⅱ. アジア8地域・訪日外国人旅行者意向調査 ~金沢に訪問経験のあるアジア客の特色~

日本政策投資銀行(DBJ)および日本交通公社(JTBF)では、2015 年 7 月にアジア 8 地域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た $^1$ 。

ここでは、アジア旅行客のうち、特に「金沢」を訪問したことのあるアジア旅行客(設問内容によっては、「金沢」を訪問したいと答えたアジア旅行客)を抽出し、金沢を訪れるアジア旅行客の意向と特色を探った。

(注) 当レポートでは、金沢経験者/金沢希望者を以下のとおり定義する。

「これまで訪問した地域(複数回答)」を答える設問で、「金沢」を選択したアジア旅行客=<u>金沢経験者</u>「今後訪問したい地域(複数回答)」を答える設問で、「金沢」を選択したアジア旅行客=金沢希望者

### 1. 調査の概要

・ 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) 中国は北京および上海在住者のみ

・ 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、マレーシアーシンガポール間、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

・ 有効回答者数:上記各地域に居住する住民計4,111人

(注) 中国は北京および上海在住者のみ (割合は北京 50%:上海 50%)

#### ◆有効回答者数

(単位:人)

									<u>(平位:八)</u>
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)

									<u> </u>
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

・ 協力実査会社:株式会社エー・アイ・ピー

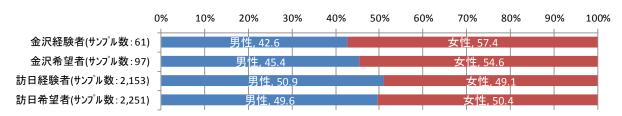
 $<sup>^1</sup>$ 全体の調査結果は、2015 年 10 月 5 日発表 「 $DBJ \cdot JTBF$  アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査 (平成 27 年版)」 参照。





# 2. 「金沢」に訪問経験のある(金沢経験者)/「金沢」に訪問希望のある(金沢希望者)アジア客の属性

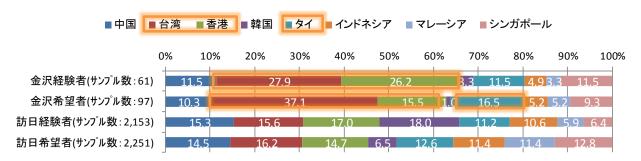
◆性別:金沢経験者、金沢希望者ともに、女性の割合が高い。



◆年齢:金沢経験者は40代後半~50代前半、金沢希望者は40代が、全体の4割弱を占める。



◆出身:金沢経験者は、台湾、香港が多い。金沢希望者は、台湾に次いで、タイ、香港となっている。



◆世帯年収:金沢経験者、金沢希望者ともに、比較的高い収入層となっている。



(注)回答者の収入を、各国ごとにレベル別で17段階に分割して算出。

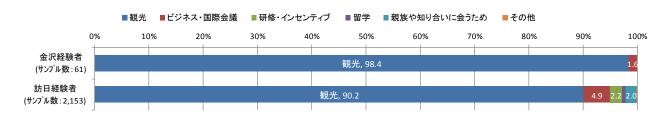




# 3. 旅行形態 ~高収入層のリピーターが、比較的長い旅行での滞在先の一つとして訪問~

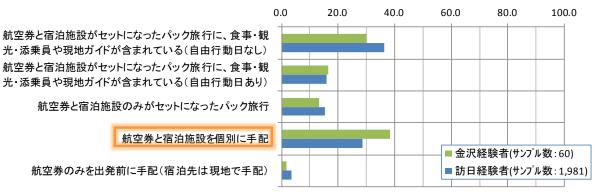
### <訪問目的>

・ 金沢経験者の訪日目的は、ほとんどが「観光」だった。



# <旅行の形態>(ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く,回答は1つ)

- ・・金沢経験者の直近の日本旅行の形態は、「航空券と宿泊施設を個別に手配」が最も多かった。
- ・ 一方、訪日経験者全体では、「自由行動日のないパック旅行」が最も多かった。



#### <滞在日数>

・ 金沢経験者は、訪日経験者全体と比べ長く日本に滞在しており、10 日以上滞在する旅行客も 3 割を超えた。

	金沢経験者	訪日経験者
サンプル数	61	2,153
平均滞在日数(日)	10.0	7.2
1-3 日	3.3%	9.3%
4-5 日	24.6%	38.3%
6-7 日	29.5%	29.4%
8-9 日	9.8%	7.3%
10 日以上	32.8%	15.6%

平均宿泊箇所(ヶ所)	4.2	3.1
------------	-----	-----

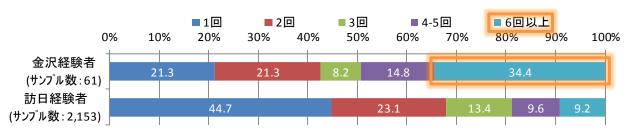
(注)本ページの設問は、「直近の」日本旅行のスタイルについて質問したもの。金沢経験者の直近の日本旅行の訪問 先が必ずしも金沢とは限らないので注意。





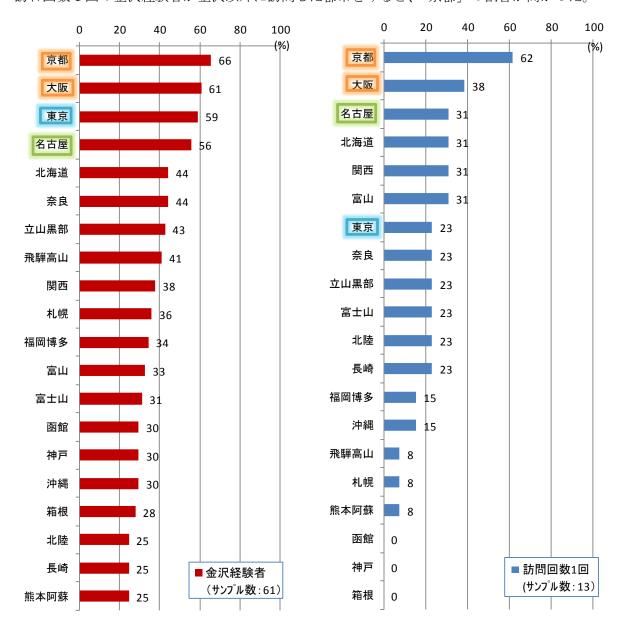
#### <訪問回数>

・ 金沢経験者は、訪日回数2回以上のリピーターの割合が高く、訪日回数6回以上のリピーターが 3割超を占めた。



#### <金沢以外の訪問都市(複数回答)>

- ・ 金沢経験者がこれまでの訪日旅行でどの都市を訪問したかをみたところ、「京都」「大阪」「東京」 「名古屋」と続いた。
- ・ 訪日回数1回の金沢経験者が金沢以外に訪問した都市をみると、「京都」の割合が高かった。



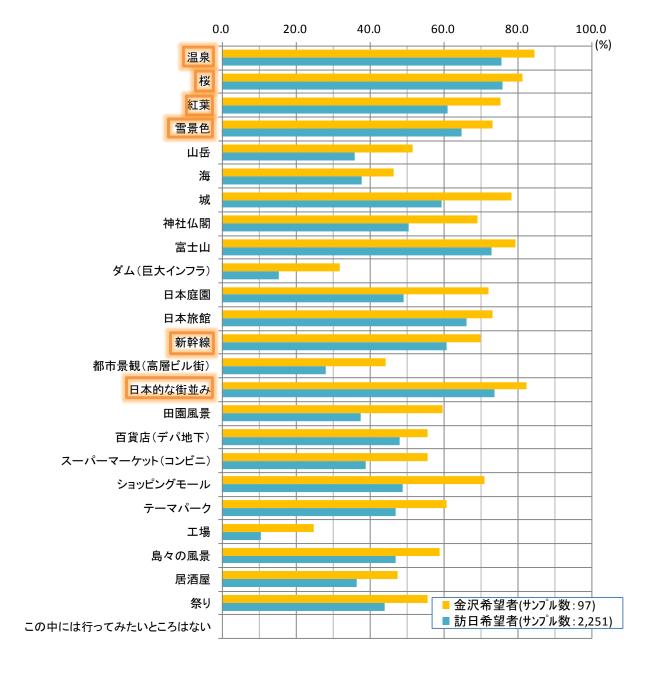




- 4. 日本に対するアジア客(金沢経験者・金沢希望者)の興味・関心
  - ~食・四季の体感を期待~
  - ~買い物以上に日本文化や慣習の体験を期待~

# <行ってみたい日本の観光地イメージ(複数回答)>

- ・ 金沢希望者の多くが、行ってみたい日本の観光地イメージとして「温泉」「日本的な街並み」などを挙げた。「桜」「紅葉」「雪景色」といった四季の景観の割合も高かった。
- · 新幹線を挙げるアジア旅行客も多かった。

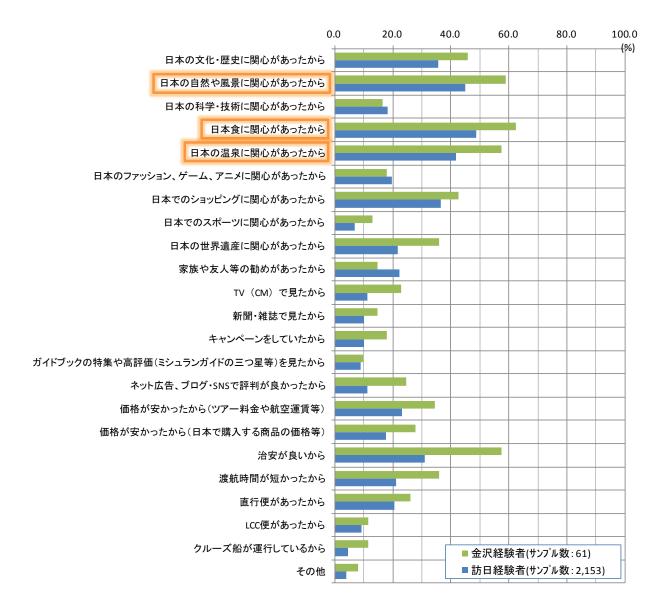






# <直近の日本旅行において、旅行先として日本を選んだ理由(複数回答)>

- ・ 金沢経験者は、ほとんどの項目で訪日経験者よりも回答割合が高かった。
- ・ 特に、訪日経験者でも順位の高い「日本食」「日本の自然や風景」「温泉」への回答が、金沢経験 者では半数を超えた。
- ・ 一方、「ショッピング」への関心は4割程度と、「日本の文化・歴史」を下回った。

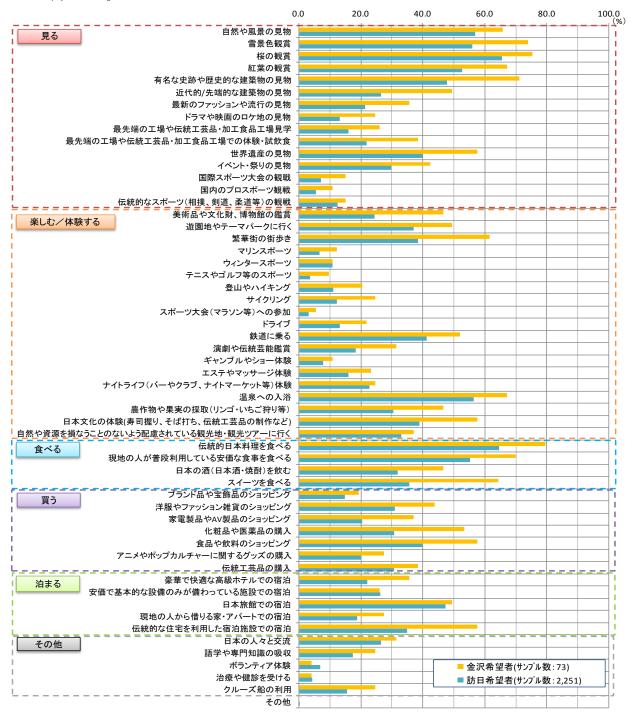






### <日本旅行で体験したいこと(複数回答)>

- ・ 金沢希望者は、ほとんどの項目で訪日希望者よりも回答割合が高かった。
- ・ 金沢希望者、訪日希望者ともに、「伝統的な日本料理」「現地の人が普段利用している安価な食事」 などの『食べる』に関する項目や、「桜」「雪景色」「有名な史跡や歴史的な建築物の見学」「紅葉」 といった『見る』に関する項目の希望が強かった。
- ・ 「食品や飲料のショッピング」「化粧品や医薬品の購入」などの『買う』に関する項目も比較的 回答割合が高いが、それ以上に『楽しむ/体験する』に関する項目のうち「温泉への入浴」「日本文化の体験」や、『泊まる』に関する項目のうち「伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊」 が高かった。

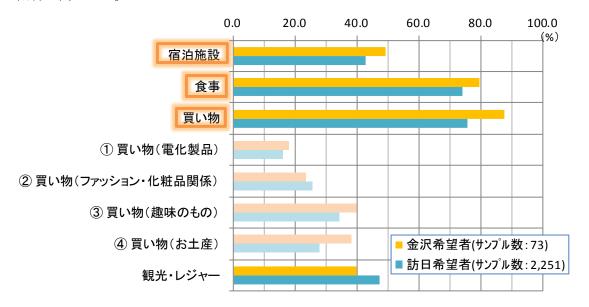






# <今後日本旅行をするとしてお金をかけたいもの(回答は3つまで)>

- ・ 金沢希望者は訪日希望者と較べて、「買い物」「食事」「宿泊設備」への消費意欲が高く、「観光・ レジャー」は低かった。
- ・ 「買い物」の内訳を見ると、電化製品やファッション・化粧品関係よりも趣味のものやお土産の 割合が高かった。



- (注)「買い物」: ①電化製品、②ファッション・化粧品関係、③趣味のもの、④お土産のいずれか 1 つ以上を選択した割合
- (注)「観光・レジャー」: 遊園地やテーマパーク、景勝地、ゴルフ・スキーなど





# <日本旅行での満足/不満足(複数回答)>【見る、楽しむ/体験する、食べる】

- ・ 金沢経験者は、「伝統的日本料理」「現地の人が普段利用している安価な食事」「スイーツ」といった食、「自然や風景」に加えて「桜」「紅葉」「雪景色」といった四季の景観、「有名な史跡や歴史的な建築物」、「温泉への入浴」などへの満足度が高かった。
- ・ 不満足だった点については、金沢経験者、訪日経験者ともに「あてはまるものはない」が最も多いものの、一部の金沢経験者に「日本の酒」への不満がみられた。

	満足				不満足				
	(金沢経験者/サンプル数:61)	(%)	訪日経験者		(金沢経験者/サンプル数:61)	(%)	訪日経験者		
1位	伝統的日本料理	77.0	70.6(1位)	1位	あてはまるものはない	45.9	52.5(1位)		
2位	現地の人が普段利用している安 価な食事	70.5	58.3(2位)	2位	ギャンブルやショー体験	14.8	5.6(8位)		
3位	自然や風景の見物	67.2	54.7(3位)	"	日本の酒(日本酒・焼酎)	14.8	7.9(2位)		
"	有名な史跡や歴史的な建築物の 見物	67.2	47.0(5位)	4位	伝統的なスポーツ(相撲、剣道、 柔道等)の観戦	13.1	5.9(5位)		
5位	温泉への入浴	62.3	50.3(4位)	5位	ドラマや映画のロケ地の見学	11.5	5.4(10位)		
6位	桜の観賞	59.0	43.8(6位)	"	国際スポーツ大会の観戦	11.5	6.7(4位)		
7位	紅葉の鑑賞	57.4	34.0(12位)	7位	最先端の工場や伝統工芸品・加工食品工場見学	9.8	5.2(12位)		
"	スイーツ	57.4	39.4(7位)	"	最先端の工場や伝統工芸品・加工食品工場での体験・試飲食	9.8	4.8(18位)		
9位	世界遺産の見物	54.1	33.8(13位)	"	テニスやゴルフ等のスポーツ	9.8	4.0(29位)		
10位	雪景色鑑賞	50.8	37.2(8位)	"	ナイトライフ(バーやクラブ、ナイト マーケット等)体験	9.8	5.9(7位)		
				"	温泉への入浴	9.8	4.8(18位)		
				"	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	9.8	3.9(32位)		

(注) 39 の選択肢のうち、上位を表示。





# <日本旅行での満足/不満足(複数回答)>【買う、泊まる、その他】

- ・ 金沢経験者は、「治安」「清潔さ/衛生面」といった旅行のしやすさに加え、「食品や飲料のショッピング」「化粧品や医薬品の購入」といった日用品の買い物に関する項目を満足した点として 回答していた。
- ・ 「日本旅館での宿泊」「伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊」などの宿泊施設に関する満足度も高かった。
- ・ 一方、金沢経験者は、「英語」「母国語」の通用しやすさのほか、宿泊に関しては「豪華で快適な 高級ホテルでの宿泊」などを不満の項目として挙げていた。

	満足				不満足		
	(金沢経験者/サンプル数:61)	(%)	訪日経験者		(金沢経験者/サンプル数:61)	(%)	訪日経験者
1位	治安	68.9	47.0(3位)	1位	英語の通用しやすさ	27.9	25.3(1位)
2位	清潔さ/衛生面	67.2	56.7(1位)	2位	母国語の通用しやすさ	23.0	19.7(2位)
3位	食品や飲料のショッピング	60.7	50.5(2位)	3位	豪華で快適な高級ホテルでの宿 泊	19.7	8.9(6位)
4位	化粧品や医薬品の購入	54.1	39.9(5位)	4位	アニメやポップカルチャーに関するグッズの購入	18.0	7.0(14位)
5位	日本旅館での宿泊	49.2	40.5(4位)	"	携帯電話や通信機器の利用しや すさ(Wi-Fi等の充実度)	18.0	9.4(5位)
6位	伝統的な住宅を利用した宿泊施 設での宿泊	44.3	29.4(13位)	6位	伝統的な住宅を利用した宿泊施 設での宿泊	13.1	6.1(21位)
7位	街中の交通機関の利便性	42.6	33.1(8位)	"	日本の人々と交流	13.1	8.2(9位)
"	現地の人々の親切さ	42.6	38.6(6位)	"	ボランティア体験	13.1	4.9(27位)
9位	安価で基本的な設備のみが備 わっている施設での宿泊	41.0	30.1(10位)	9位	家電製品やAV製品のショッピング	11.5	7.7(11位)
"	鉄道の利便性(鉄道の案内表示、切符購入システム、列車内の荷物置き場等)	41.0	30.8(9位)	"	安価で基本的な設備のみが備 わっている施設での宿泊	11.5	9.6(4位)
				"	語学や専門知識の吸収	11.5	7.2(12位)
				"	旅行代金	11.5	12.9(3位)
				"	外貨両替のしやすさ	11.5	8.2(10位)

(注) 32 の選択肢のうち、上位を表示。

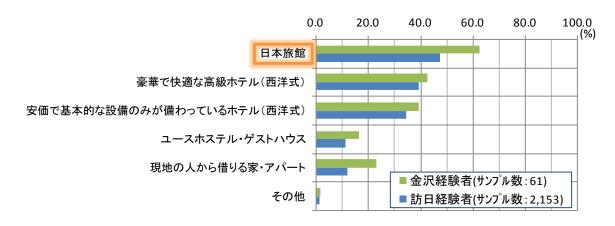




# 5. 宿泊施設 ~通信環境の整備と、日本食・地酒の充実を求める~

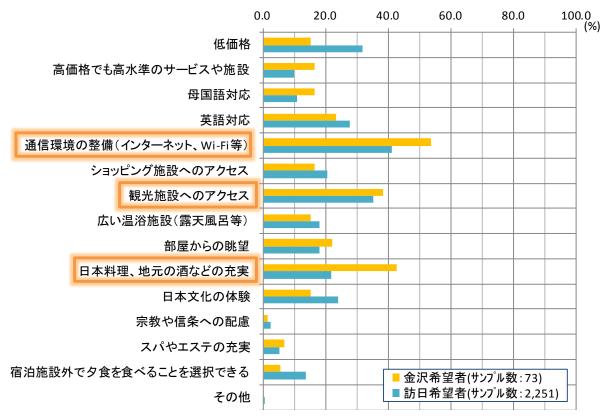
#### <直近の日本旅行で泊まった宿泊施設(複数回答)>

・ 金沢経験者は、「日本旅館」の割合が最も高く、訪日経験者と較べてもその傾向が顕著であった。



### <今後日本旅行をするとして、宿泊施設に求めること(回答は3つまで)>

- ・ 金沢希望者は、「通信環境の整備」「日本料理、地酒などの充実」「観光施設へのアクセス」への 期待が高かった。
- ・ 一方、「低価格」への期待は、訪日希望者と較べ低かった。



(注)「日本文化の体験」: 浴衣・着物着用、餅つき、伝統的な遊び体験等

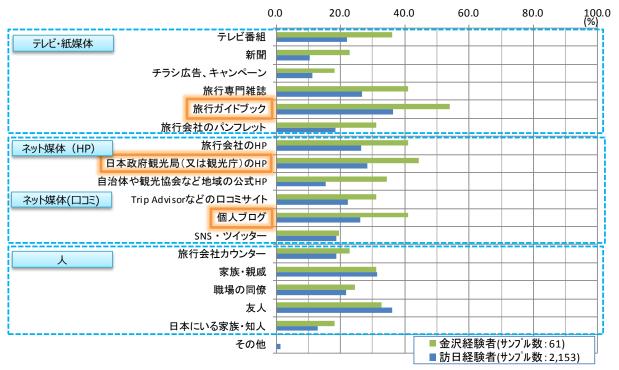




# 6. 情報収集源 ~旅行前はテレビ・紙媒体やネットから情報収集し、旅行中は旅先の日本人からも~

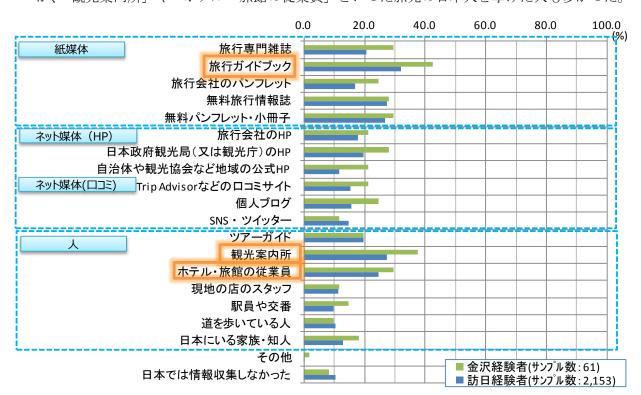
#### ◆旅行前(複数回答)

・ 金沢経験者は訪日経験者と較べ、旅行前の情報収集源として「旅行ガイドブック」などのテレビ・ 紙媒体や「日本政府観光局の HP」「個人ブログ」などのネット媒体を活用する割合が高かった。



#### ◆旅行中(複数回答)

・ 金沢経験者は、旅行中の情報収集源として「旅行ガイドブック」などの紙媒体やネット媒体のほか、「観光案内所」や「ホテル・旅館の従業員」といった旅先の日本人を挙げた人も多かった。







# 7. まとめ ~金沢を訪問するアジア客の特色~

- ▶ 日本旅行で金沢を訪問したことのあるアジア客は、宿泊と航空券を別々に手配する個人旅行、比較的高収入層で日本旅行リピーター、日本での滞在期間は比較的長め、といった特徴があった。
- ▶ 日本旅行で体験したいこと、満足したことを聞いたところ、『食べる』や『見る』に関する項目が上位に挙がった。

# 『食べる』

「伝統的な日本料理」から「現地の人が普段利用している安価な食事」「スイーツ」まで、幅広い食体験を希望していた。

『食べる』に関する項目の満足度が全体的に高いなか、「日本酒」については不満項目の上位となった。「日本の酒を飲む」ことを体験したいとの回答は決して少なくなかった。北陸の地酒の美味しさを如何に伝えるかも一つの課題だろう。

### 『見る』

「桜」「紅葉」「雪景色」といった四季の景観や「有名な史跡や歴史的な建築物」への関心が高かった。

四季の景観は、一年を通してアジア客を惹きつける重要な観光資源となっている。

- ▶ 食品や化粧品などの日用品を中心に『買う』に関する項目への期待も高いが、それ以上に「温泉への入浴」「日本文化の体験」「伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊」といった日本文化や慣習の体験に関心が高かった。
- ▶ 宿泊施設に対しては、「通信環境の整備」「日本料理、地酒などの充実」「観光施設へのアクセス」 への期待が高かった。
  - 一方、「低価格」への期待は、訪日希望者と較べ低かった。
- ▶ 旅行中は、「旅行ガイドブック」などの紙媒体やネット媒体の他、「観光案内所」や「ホテル・旅館の従業員」といった旅先の日本人からも情報を得ていた。個人旅行客が増加するなか、通信環境の整備に加え、接客時のおもてなし対応も重要度を増している。





# Ⅲ. 欧米・訪日外国人旅行者意向調査 ~金沢に訪問中の欧米客の特色~

本章では、金沢大学香坂研究室が実施した金沢を訪問中の欧米旅行客を対象とした対面アンケート調査から、近年石川県において増加が著しい欧米客の日本旅行に対する意向をみる。

# 1. 調査の概要

・ 調査方法:対面アンケートによる調査

· 調査時期: 2015 年 8~9 月

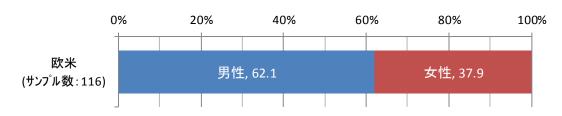
· 調査場所:金沢市内

・ 調査対象者:金沢市内を訪問中の欧州・北米・オセアニア地区の旅行客(以下、「欧米客」とする。)

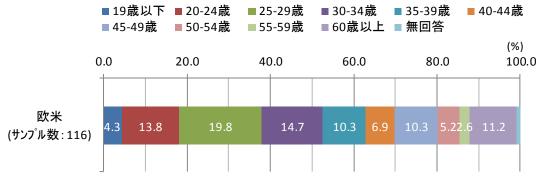
· 回答者数:116人

### 2. 回答者の属性

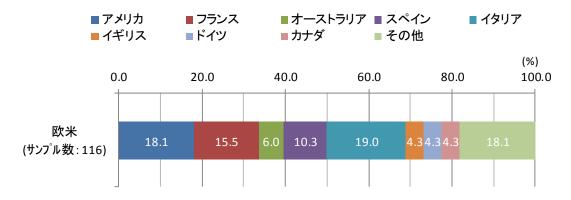
#### ◆性別



#### ◆年齢



#### ◆出身



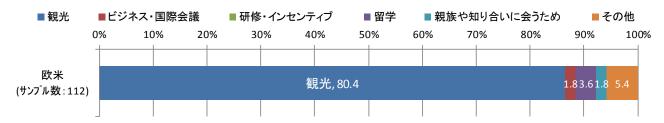




# 3. 旅行形態

#### <訪問目的>

・ 欧米客の訪日目的は、「観光」が約8割を占めた。



# <今回の日本旅行の形態>(ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く,回答は1つ)

- ・ 「航空券と宿泊施設を個別に手配」する客が約6割と最も多く、次いで「航空券のみ出発前に手配し、宿泊先は現地で手配」が約2割となった。
- ・ パック旅行を回答した客は1割に満たない。



#### <滞在日数>(訪日目的「観光」のみ)

- ・ 日本での滞在日数は2~3週間程度で、そのうち金沢には1~3日程度滞在する欧米客が多かった。
- ・ 一回の訪日旅行で訪問する目的地の数は4~7箇所程度が多かった。

	日本での	金沢での	目的地の数
	滞在日数(日)	滞在日数(日)	(箇所)
サンプル数	77	77	72
1-3	1.3%	88.3%	13.9%
4-5	0.0%	10.4%	23.6%
6-7	1.3%	1.3%	25.0%
8-9	2.6%	0.0%	15.3%
10-14	24.7%	0.0%	9.7%
15-19	28.6%	0.0%	5.6%
20-24	23.4%	0.0%	5.6%
25-29	5.2%	0.0%	0.0%
30-	13.0%	0.0%	1.4%





# <金沢の前後に訪問した土地(複数回答)>

- ・ 金沢の前後で「東京」「京都」を訪問する欧米客が多かった。
- ・ 地方圏では「高山」「広島」「箱根」「長野・松本」などを訪問する客が多かった。



(注) 金沢の訪問前後に立ち寄った観光地を答える設問に対する回答のうち、2 人以上回答のあった地名を記載。

(参考) 1 人のみ回答した地名:会津、秋田、上高地、河口湖、立山、能登、博多、富士山、山口、横浜、屋久島、松 江 等

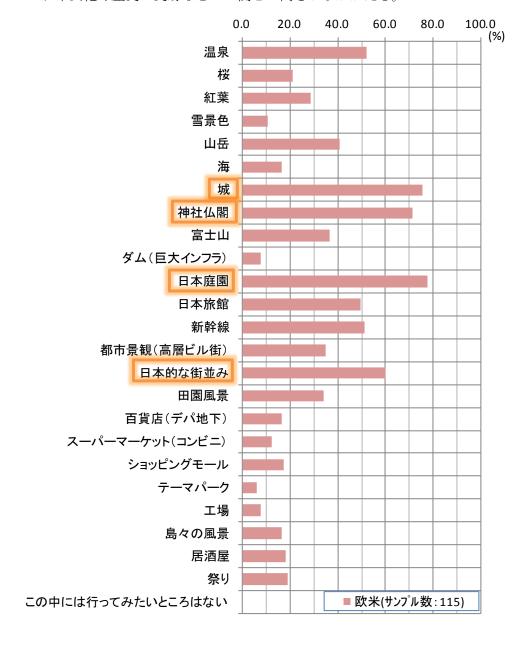




# 4. 金沢を訪問中の欧米客の興味・関心

#### <行ってみたい日本の観光地イメージ(複数回答)>

- ・ 行ってみたい日本の観光地イメージとして、欧米客の7割超が「日本庭園」「城」「神社仏閣」と 回答し、約6割が「日本的な街並み」を挙げていた。
- ・ 日本文化や歴史・史跡などへの関心の高さがうかがえる。

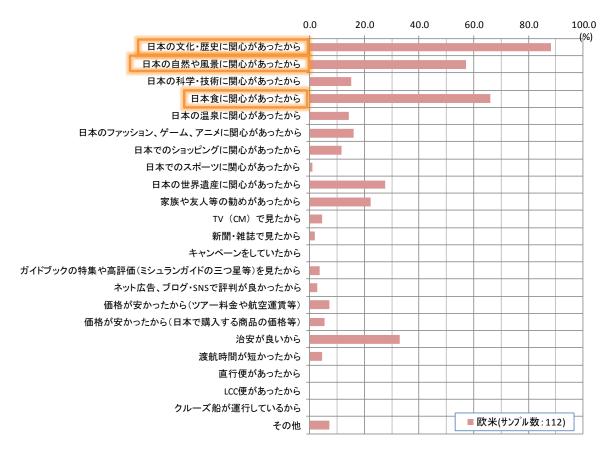






# <旅行先として日本を選んだ理由(複数回答)>

・ 旅行先として日本を選んだ理由としては、「日本の文化・歴史」との回答が 9 割近くに上り、次いで「日本食」「日本の自然や風景」への関心を挙げていた。

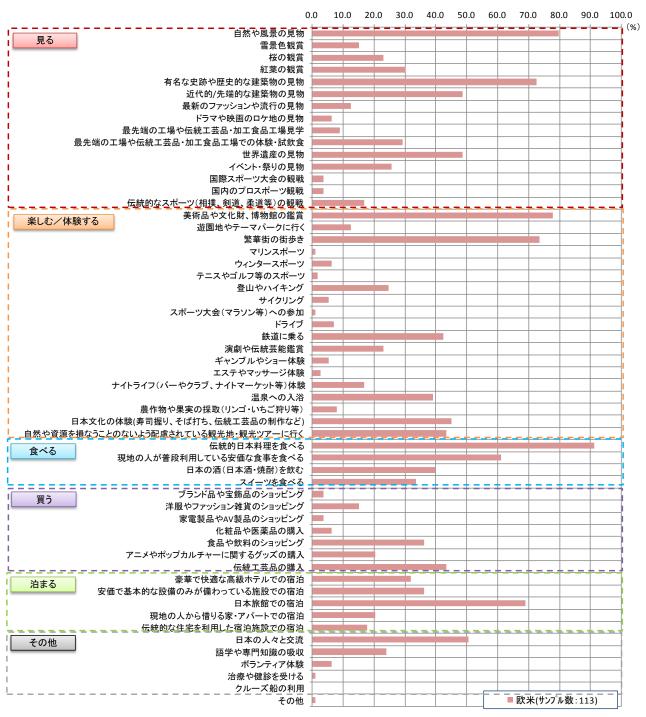






#### <日本旅行で体験したいこと(複数回答)>

- ・ 欧米客は、「伝統的日本料理」などの『食べる』に関する項目や、「自然や風景」などの『見る』 に関する項目を中心に、多くの項目を回答していた。
- ・ 「有名な史跡や歴史的建築物」や「美術品や文化財、博物館の鑑賞」といった歴史や芸術・文化 への関心も高かった。
- ・「紅葉」「桜」「雪景色」といった四季の景観については、比較的回答割合が低かった。

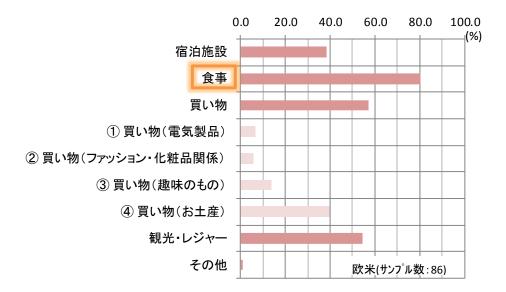






# <日本旅行でお金をかけたいもの(回答は3つまで)>

- ・ 「食費」にお金をかけたいとする回答割合が約8割と最も高かった。
- ・ 「買い物」のなかでは、「電気製品」「ファッション・化粧品」の回答割合は低く、「お土産」が 高かった。



- (注)「買い物」: ①電化製品、②ファッション・化粧品関係、③趣味のもの、④お土産のいずれか 1 つ以上を選択した 割合
- (注)「観光・レジャー」: 遊園地やテーマパーク、景勝地、ゴルフ・スキーなど





# <金沢旅行での満足/不満足(複数回答)> 【見る、楽しむ/体験する、食べる】

- ・ 満足度が高い項目として、「伝統的な日本料理」や「現地の人が普段利用している安価な食事」 といった食に関する項目のほか、「有名な史跡や歴史的建築物」「美術品や文化財、博物館」とい った、日本の歴史や芸術・文化に関する項目が挙がった。
- ・ 「伝統的日本料理」や「美術品や文化財、博物館」など、満足した項目の上位に挙がっている項目は、不満足に感じた項目としても挙げられていた。

	満足(サンプル数:103)						
	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	(%)		1 111/2 (777 11 22 11 19 1	(%)		
1位	伝統的日本料理	78.6	1位	あてはまるものはない	45.7		
2位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	76.7	2位	伝統的日本料理	34.3		
"	美術品や文化財、博物館の鑑賞	76.7	3位	美術品や文化財、博物館の鑑賞	28.6		
4位	自然や風景の見物	66.0	4位	現地の人が普段利用している安価な食事	25.7		
5位	繁華街の街歩き	62.1	5位	自然や風景の見物	21.4		
6位	世界遺産の見物	49.5	"	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	21.4		
7位	現地の人が普段利用している安価な食事	48.5	"	繁華街の街歩き	21.4		
8位	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	31.1	8位	スイーツ	15.7		
9位	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)	30.1	9位	近代的/先端的な建築物の見物	11.4		
10位	鉄道	29.1	"	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)	11.4		

(注)39の選択肢のうち、上位を表示。

### <金沢旅行での満足/不満足(複数回答)> 【買う、泊まる、その他】

- ・ 「清潔さ/衛生面」「治安」といった旅行のしやすさに加え、「現地の人々の親切さ」「日本の人々 との交流」といった日本人とのコミュニケーションに関する項目の満足度が高かった。
- ・「観光情報の充実度」や「鉄道の利便性」についても、満足度で比較的上位に挙がった。
- ・ 全体として不満足との回答は少なかったが、「英語の通用しやすさ」「クレジットカードの利用し やすさ」が上位となった。

	満足(サンプル数:98)					
	/MJ /C ( 7 2 7 7 7 9 X . 0 0 )	(%)		1 /M/2C (727 /732:007	(%)	
1位	清潔さ/衛生面	58.2	1位	英語の通用しやすさ	21.2	
2位	治安	53.1	"	クレジットカードの利用しやすさ	21.2	
3位	現地の人々の親切さ	50.0	3位	洋服やファッション雑貨のショッピング	18.2	
4位	伝統工芸品の購入	38.8	"	母国語の通用しやすさ	18.2	
5位	観光情報の充実度	34.7	5位	豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	15.2	
6位	日本の人々と交流	33.7	"	安価で基本的な設備のみが備わっている 施設での宿泊	15.2	
"	鉄道の利便性(鉄道の案内表示、切符購入システム、列車内の荷物置き場等)	33.7	"	日本旅館での宿泊	15.2	
8位	日本旅館での宿泊	32.7	"	旅行代金	15.2	
9位	食品や飲料のショッピング	31.6	"	自国金融機関のキャッシュカードの利用し やすさ	15.2	
10位	安価で基本的な設備のみが備わっている 施設での宿泊	29.6	10位	語学や専門知識の吸収	12.1	
			"	清潔さ/衛生面	12.1	
			"	外貨両替のしやすさ	12.1	

(注) 32 の選択肢のうち、上位を表示。

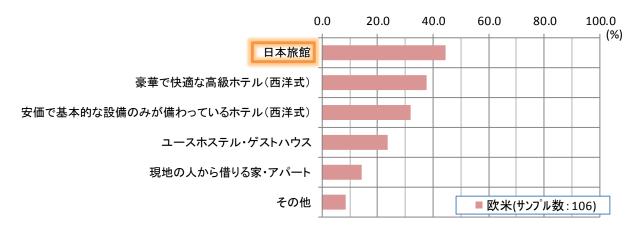




### 5. 宿泊施設

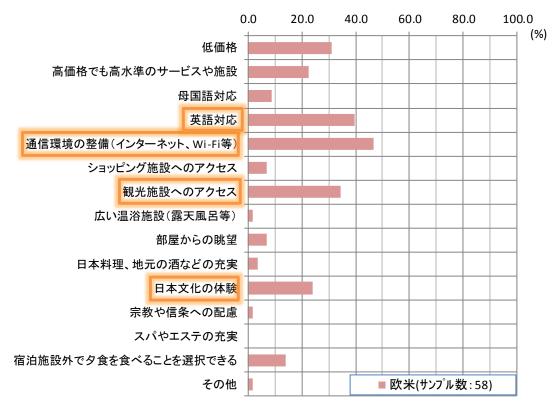
#### <直近の日本旅行で泊まった宿泊施設(複数回答)>

- ・ 直近の日本旅行で利用した宿泊施設では、「日本旅館」との回答割合が最も高かった。
- ・「ユースホステル・ゲストハウス」に宿泊した欧米客も一定割合いた。
- ・「その他」には、キャンプ・テントといった記述回答が多かった。



#### <今後日本旅行をするとして、宿泊施設に求めるもの(回答は3つまで)>

- ・ 宿泊施設には、「通信環境の整備」「英語対応」「観光施設へのアクセス」を求める客が多かった。
- ・ 価格やサービスのほか、ソフト面で「日本文化の体験」を求めるとの声も一定割合あった。
- 「日本料理、地元の酒などの充実」よりも「宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる」ことを望む傾向があった。



(注) 日本文化の体験:浴衣・着物着用、餅つき、伝統的な遊び体験等

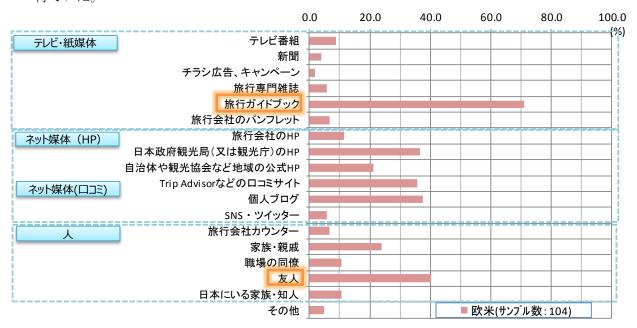




# 6. 情報収集源

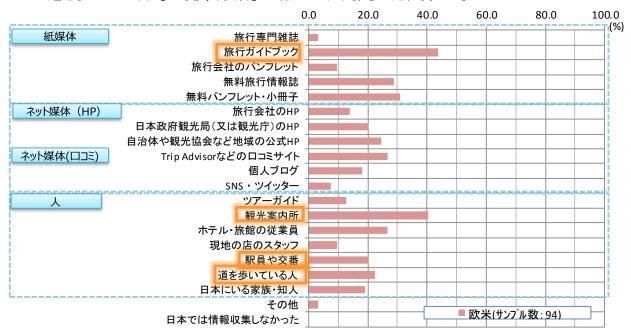
#### ◆旅行前(複数回答)

- 旅行前の情報収集源としては「旅行ガイドブック」が最も多く、二番目は「友人」であった。
- ・ 「個人ブログ」「口コミサイト」「日本政府観光局のHP」といったネット媒体からも広く情報を 得ていた。



#### ◆旅行中(複数回答)

- 旅行中は、「旅行ガイドブック」や「観光案内所」などが情報源として利用されていた。
- 「道を歩いている人」「駅員や交番」に話しかける客も一定程度いた。



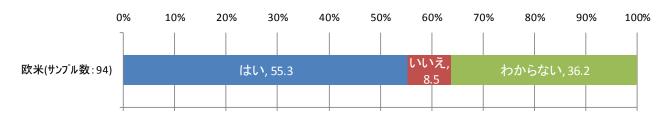




# 7. 来訪意欲

#### <再び金沢を訪れたいか>

- ・ 約55%の欧米客が金沢への再訪意欲を示した。
- ・ 自由意見として出た主な理由として、美しい歴史的な街並み、美味しい食べ物のほか、現地の人々に対する良い印象などが挙がった。また、今回は時間が足りず見たいスポットを回りきれなかった、季節を変えて来訪したい、という意見もあった。



(「はい」と答えた人の主な理由)

美しいから、歴史的な街だから、雪景色と桜を見たいから、見るべき場所がたくさんあるから、いろいろ見て回りたいから、時間が足りなかったから、美しい街・美味しい食べ物・愛すべき人々 等





# 8. まとめ ~金沢を訪問中の欧米客の特色~

▶ 金沢を訪問中の欧米客は、日本での滞在日数は2~3週間程度、そのうち金沢には1~3日程度滞在というケースが多かった。また、パック旅行は利用せず、航空券と宿泊施設を個別に手配する旅行スタイルを取る若い層が多かった。

金沢訪問の前後で、「東京」「京都」のほかに、「高山」「箱根」「長野・松本」などの地方都市を回っていた。

▶ 旅行先として日本を選んだ理由を聞いたところ、「日本の文化・歴史に関心があったから」との 回答が9割近くに上った。

また、行ってみたい日本の観光地イメージでは「日本庭園」「城」「神社仏閣」、日本旅行で体験 したいことでは「伝統的な日本料理」「美術品や文化財、博物館の鑑賞」「有名な史跡や歴史的な 建築物の見学」が上位に挙がった。

日本の文化・歴史や芸術に対する欧米客の強い関心がうかがえる。

▶ 金沢旅行で満足度が高い項目を聞いたところ、やはり「伝統的な日本料理」「有名な史跡や歴史的な建築物の見学」「美術品や文化財、博物館の鑑賞」が上位となった。一方で、それらの項目は不満足に感じた項目の上位にも挙がった。

日本の文化・歴史や芸術に対する欧米客の高い期待に応えていく工夫も求められている。

▶ 宿泊施設には、「通信環境の整備」「英語対応」「観光施設へのアクセス」を求める客が多いが、 ソフト面で「日本文化の体験」を求めるとの声も一定割合あった。

「日本料理、地元の酒などの充実」よりも「宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる」こと を望む傾向がある。

▶ 今回の調査では、半数以上の欧米客が金沢への再訪意欲を示した。その理由として、美しい歴史的な街並み、美味しい食べ物のほか、現地の人々に対する良い印象などが挙がった。





# IV. アジア客と欧米客の比較

前章まで、アジア客、欧米客の訪日(金沢)旅行に対する意向や特色をそれぞれみてきたが、本章では、「興味・関心事項(「見る」「楽しむ/体験する」「食べる」)」と「情報収集源」について、両者を比較する。

**<日本旅行で体験したいこと(複数回答)>**(注)質問に対する全選択肢と結果は、P11、P23を参照。

# ◆見る

- ・ アジア客は欧米客に較べ、「桜」「雪景色」「紅葉」といった四季の景観への関心が強かった。
- ・ 欧米客は、「自然や風景」「有名な史跡や歴史的建築物」に際だった関心があった。

	アジア 金沢希望 (サンプル数:	者	欧米 (サンプル数:	113)
	(%)	順位	(%)	順位
自然や風景の見物	65.8	(5)	79. 6	(1)
雪景色観賞	74. 0	(2)	15. 0	
桜の観賞	75. 3	(1)	23. 0	
紅葉の観賞	67. 1	(4)	30. 1	(5)
有名な史跡や歴史的な建築物の見物	71. 2	(3)	72. 6	(2)
近代的/先端的な建築物の見物	49. 3		48. 7	(3)
最新のファッションや流行の見物	35. 6		12. 4	
ドラマや映画のロケ地の見物	24. 7		6. 2	
最先端の工場や伝統工芸品・加工食品工場見学	26. 0		8.8	
最先端の工場や伝統工芸品・加工食品工場での体験・試飲食	38. 4		29. 2	
世界遺産の見物	57. 5		48. 7	(3)
イベント・祭りの見物	42. 5		25. 7	
国際スポーツ大会の観戦	15. 1		3. 5	
国内のプロスポーツ観戦	11.0		3. 5	
伝統的なスポーツ(相撲、剣道、柔道等)の観戦	15. 1		16.8	





### ◆楽しむ/体験する

- ・ 欧米客はアジア客に較べ、「美術品や文化財、博物館の鑑賞」への関心が高かった。
- ・ 両者ともに、「繁華街の街歩き」や「日本文化の体験」へのニーズが強かった。
- ・ 一方、「温泉への入浴」や「農作物や果実の採取」「サイクリング」などへの関心には差がみられた。アジア・欧米間の文化や慣習の違いも一因とみられる。

	アジア 金沢希望者 (サンプル数:73)		欧米 (サンプル数:113)	
	(%)	順位	(%)	順位
美術品や文化財、博物館の鑑賞	46. 6		77. 9	(1)
遊園地やテーマパークに行く	49. 3	(5)	12. 4	
繁華街の街歩き	61.6	(2)	73. 5	(2)
マリンスポーツ	12. 3		0. 9	
ウィンタースポーツ	11.0		6. 2	
テニスやゴルフ等のスポーツ	9. 6		1.8	
登山やハイキング	20. 5		24. 8	
サイクリング	24. 7		5. 3	
スポーツ大会(マラソン等)への参加	5. 5		0. 9	
ドライブ	21. 9		7. 1	
鉄道に乗る	52. 1	(4)	42. 5	(5)
演劇や伝統芸能鑑賞	31.5		23. 0	
ギャンブルやショー体験	11.0		5. 3	
エステやマッサージ体験	23. 3		2. 7	
ナイトライフ(バーやクラブ、ナイトマーケット等)体験	24. 7		16.8	
温泉への入浴	67. 1	(1)	38. 9	
農作物や果実の採取 (リンゴ・いちご狩り等)	46. 6		8. 0	
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)	57. 5	(3)	45. 1	(3)
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	37. 0		43. 4	(4)

#### ◆食べる

- ・「食」に関する関心は、アジア客・欧米客ともに高かった。
- ・ 特に欧米客は、「伝統的日本料理」への期待が高かった。
- 一方で、アジア客は欧米客に較べ、「スイーツ」への関心が高い点に特徴があった。
- ・ 「日本酒」への関心は、アジア客・欧米客ともに比較的低かった。(アジア客・欧米客の「日本酒」に関する自由意見については、P34 参照)

	アジア 金沢希望者 (サンプル数:73)		欧米 (サンプル数:113)	
	(%)	順位	(%)	順位
伝統的日本料理を食べる	79. 5	(1)	91.2	(1)
現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	69. 9	(2)	61.1	(2)
日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	46. 6		39.8	
スイーツを食べる	64. 4		33. 6	





# <宿泊施設に期待すること(複数回答)>

- ・ 「通信環境」や、「観光施設へのアクセスの良さ」への期待の高さは、アジア客・欧米客ともに 共通していた。
- ・ 欧米客は、宿泊施設に対しても「日本文化の体験」を期待していた。アジア客は、「日本食・地酒などの充実」や「部屋からの眺望」に対する期待が高かった。

	アジア 金沢希望者 (サンプル数:73)		欧米 (サンプル数:58)	
	(%)	順位	(%)	順位
低価格	15. 1		31.0	(4)
高価格でも高水準のサービスや施設	16. 4		22. 4	
母国語対応	16. 4		8. 6	
英語対応	23. 3	(4)	39. 7	(2)
通信環境の整備(インターネット、Wi-Fi等)	53. 4	(1)	46. 6	(1)
ショッピング施設へのアクセス	16. 4		6. 9	
観光施設へのアクセス	38. 4	(3)	34. 5	(3)
広い温浴施設(露天風呂等)	15. 1		1.7	
部屋からの眺望	21. 9	(5)	6. 9	
日本料理、地元の酒などの充実	42. 5	(2)	3. 4	
日本文化の体験	15. 1		24. 1	(5)
宗教や信条への配慮	1.4		1.7	
スパやエステの充実	6.8		0.0	
宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる	5. 5		13. 8	
その他	0.0		1. 7	

(注)「日本文化の体験」: 浴衣・着物着用、餅つき、伝統的な遊び体験等

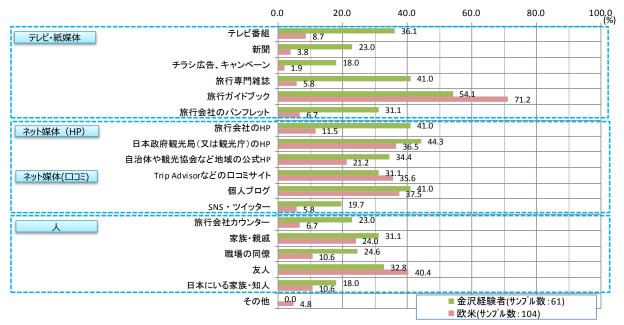




#### <情報収集源(複数回答)>

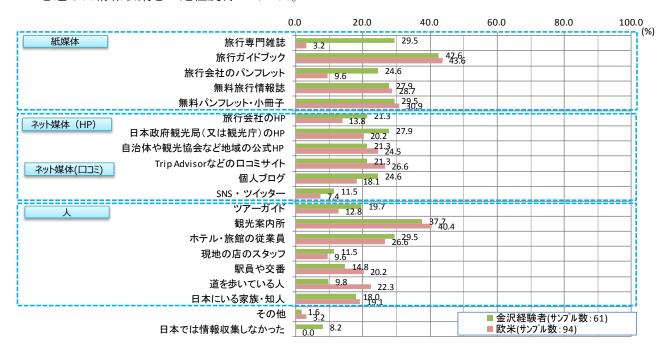
#### ◆旅行前

- 旅行前は、アジア客・欧米客ともに、「旅行ガイドブック」の利用が最も多かった。
- ・ アジア客は欧米客に較べ、「旅行ガイドブック」以外にも「テレビ・紙媒体」を利用しており、 旅行会社(「パンフレット」「HP」「カウンター」)から情報収集するケースも多かった。



#### ◆旅行中

- 旅行中の情報収集については、アジア客・欧米客ともに、「旅行ガイドブック」と「観光案内所」 の利用が多かった。
- ・ アジア客・欧米客ともに、『紙媒体』や『ネット媒体』以外に、日本人とのコミュニケーション を通じた情報収集を一定程度行っていた。







<参考:日本酒に関する追加聴きとり調査>

アジア客、欧米客ともに、日本の食に対する関心は高い一方、日本酒への関心は低いことを受け、 実態を探るため別途ヒアリング調査を実施し、以下の自由意見を得た。

✓ 調查場所:金沢市内

✓ 調査人数:24名(欧米:17名、アジア:7名)。

#### (自由意見)

自由記述でのコメントを列挙する。

- ✓ 日本酒をお酒としてどう位置付けしたらいいかがわからない。食前酒なのか、食事中に飲むのか、 デザートと一緒なのか、わからない。フランス産のウォッカのように新ジャンルとして確立させ ていくには広報などが欠かせない。(イギリス人 60代 男性)
- ✓ 喉が焼けるような感じがして好きではない。(オーストラリア 20代 女性)
- ✓ 会社の研修で飲んだ日本酒が美味しくなかったから、日本酒はあまり好きではない。日本酒は思ったより甘かった。(インドネシア人 30代 男性)
- ✓ 酒蔵に訪れた時に飲んだ日本酒はとても美味しかった。残念なのは日本語の説明だけで英語のメニューや説明が欲しい。(オーストラリア人 50代 女性)
- ✓ 鳥取県で飲んだ日本酒はよくなかったが秋田県で飲んだ日本酒は良かった。予想よりも美味しかった。(アメリカ人 60代 男性)





- ・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。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所:金沢大学香坂研究室・日本政策投資銀行と明記して下さい。
- ・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、以下の連絡先まで ご連絡下さい。

# <お問い合わせ先>

金沢大学 地域創造学類 香坂研究室 (香坂 玲)

〒920-1192 石川県金沢市角間町 人間社会棟 3号館 1212号室

 $\label{eq:Tel:o76-264-5475} Tel: 076-264-5475 \qquad \hbox{E-mail: kohsaka@staff.kanazawa-u.ac.jp}$ 

株式会社日本政策投資銀行北陸支店 企画調査課

〒920-0031 石川県金沢市広岡三丁目1番1号