



日本政策投資銀行

2016年8月
株式会社日本政策投資銀行
関西支店

(アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査)

関西のインバウンド観光動向 (アンケート調査)

～リピーター需要の獲得に向けて～

【DBJ・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)調査要領】

- ・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
(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各半数ずつ
- ・協力実査会社:株式会社エー・アイ・ピー

有効回答数

項目(人)	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
男 性	2,074	237	288	252	292	249	240	258	258
女 性	2,037	277	222	265	238	253	268	257	257
総 計	4,111	514	510	517	530	502	508	515	515
訪日経験なし	1,958	179	144	129	201	260	370	388	287
訪日経験者 (1回)	963	197	127	91	142	135	85	80	106
訪日経験者 (2回以上)	1,190	138	239	297	187	107	53	47	122

(お問い合わせ先) 株式会社日本政策投資銀行 関西支店企画調査課 前嶋暁子

TEL : 06-4706-6455、E-mail : ksinfo@dbj.jp

1. 関西訪問経験者の属性

日本政策投資銀行では2012年より毎年「アジア8地域・訪日意向調査」を実施している（2015年は（公財）日本交通公社と共同実施）。本レポートでは2015年実施の「DBJ・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（以下、「当調査」という。）」において、主に「あなたが訪問したことのある観光地」の中から「関西・京都・奈良・大阪・神戸（以下「関西」という。）」のいずれか（複数回答）を訪問したことがあると回答したアジア8地域からの旅行者（以下、「関西訪問経験者」という。）1,184人の回答について、集計を行ったものである。訪日経験者における関西訪問経験者およびその属性は図表1-1および1-2のとおりである。

なお、訪日経験者にかかる全国結果については『DBJ・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）（2015年10月）』をご参照頂きたい。

（集計方法）

図表1-1 アジア8地域の男女 × 訪問した観光地（複数回答/うち関西選択者）

図表1-2 アジア8地域の男女 × 年齢別 × 訪問した観光地（複数回答/うち関西選択者）

（図表1-1）地域別関西訪問経験者

項目(人)	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
訪日経験者	2,153	335	366	388	329	242	138	127	228
うち関西訪問経験者(%)	1,184 (55.0)	190 (56.7)	208 (56.8)	236 (60.8)	159 (48.3)	138 (57.0)	85 (61.6)	67 (52.8)	101 (44.3)

（図表1-2）関西訪問経験者の属性

地域名	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(人)	1,184	190	208	236	159	138	85	67	101
回答割合(%)	1位 30代 16.5	30代 27.4	40代 19.2	40代 19.1	50代 22.6	20代 16.7	30代 22.4	30代 17.9	40代 18.8
	2位 40代 15.3	30代 21.1	50代 18.8	50代 15.3	40代 17.0	40代 16.7	20代 14.1	30代 17.9	30代 15.8
	3位 40代 13.1	40代 13.7	40代 14.4	30代 13.1	50代 13.2	30代 16.7	50代 14.1	20代 16.4	20代 13.9
	4位 50代 12.8	20代 10.0	50代 13.0	50代 13.1	40代 12.6	20代 15.9	30代 10.6	40代 16.4	50代 12.9
	5位 30代 12.4	40代 10.0	30代 11.5	40代 11.4	30代 11.3	30代 13.0	20代 10.6	50代 13.4	50代 10.9
	6位 50代 10.6	20代 7.4	30代 11.1	20代 10.2	20代 9.4	40代 12.3	40代 10.6	50代 6.0	40代 10.9
	7位 20代 9.6	50代 6.3	20代 6.3	30代 10.2	30代 7.5	50代 5.1	40代 9.4	20代 6.0	30代 8.9
	8位 20代 9.6	50代 4.2	20代 5.8	20代 7.6	20代 6.3	50代 3.6	50代 8.2	40代 6.0	20代 7.9

男性

女性

2. 関西訪問経験者における海外旅行訪問希望地

(集計方法)

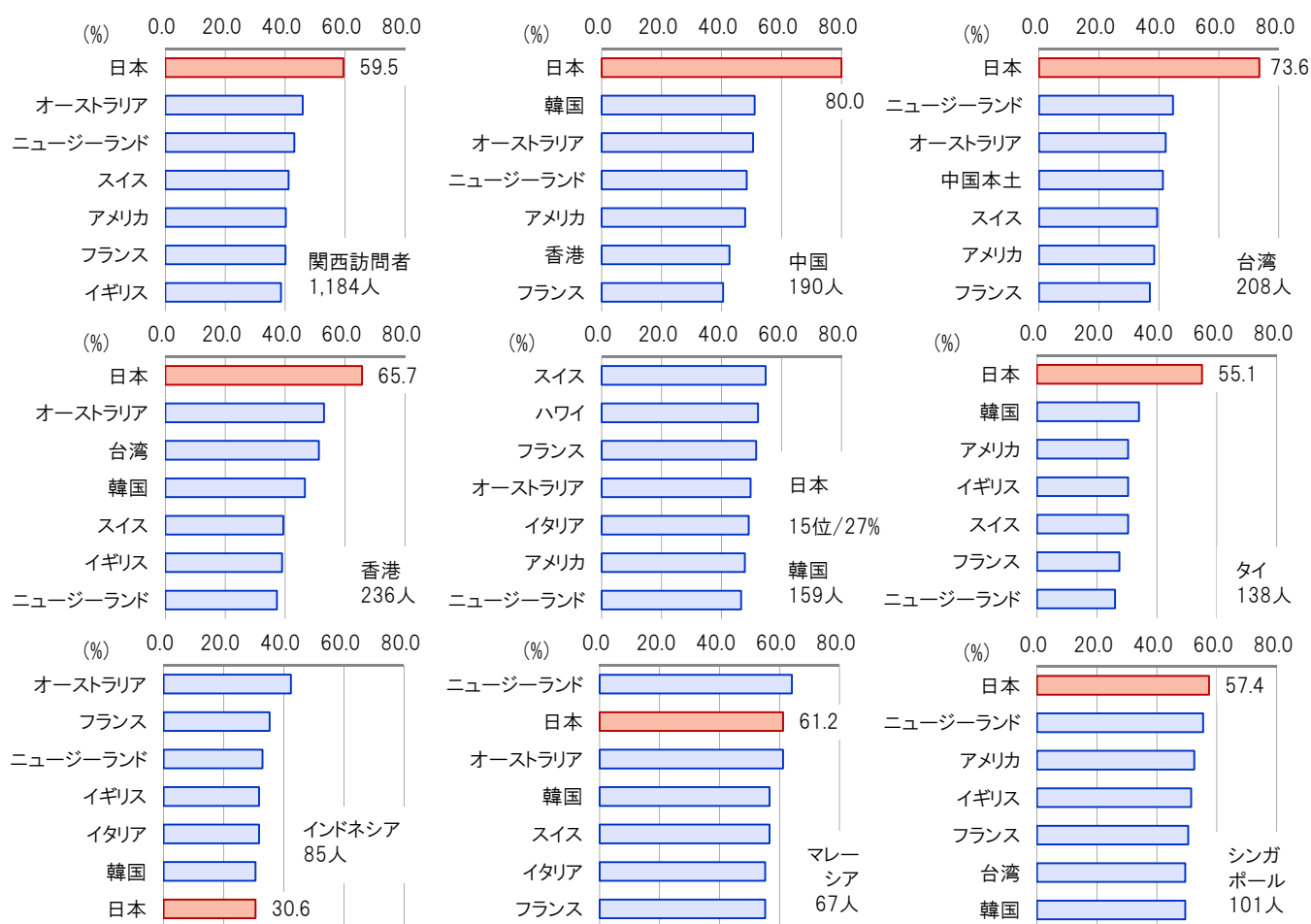
図表2-1 および 図表2-2

アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 今後旅行したい国・地域(複数回答)

(集計結果)

依然として、海外旅行希望先は日本が人気である。訪日経験者全体に比して、関西訪問経験者における訪日意向はやや高い(図表2-1)。また関西訪問経験者における訪日意向は年々上がっており、相応にリピーター需要を喚起できているものと思われる(図表2-2)。

(図表2-1) 関西訪問経験者における海外旅行の訪問希望地



(図表2-2) 関西訪問経験者における訪日意向推移

調査年	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
2013	53.6	65.4	68.9	61.7	19.1	52.5	10.6	52.1	58.3
2014	56.6	65.6	72.7	66.5	26.3	54.1	38.1	48.5	52.2
2015	59.5	80.0	73.6	65.7	27.0	55.1	30.6	61.2	57.4

3. 関西地域への訪問意欲および認知度

(集計方法)

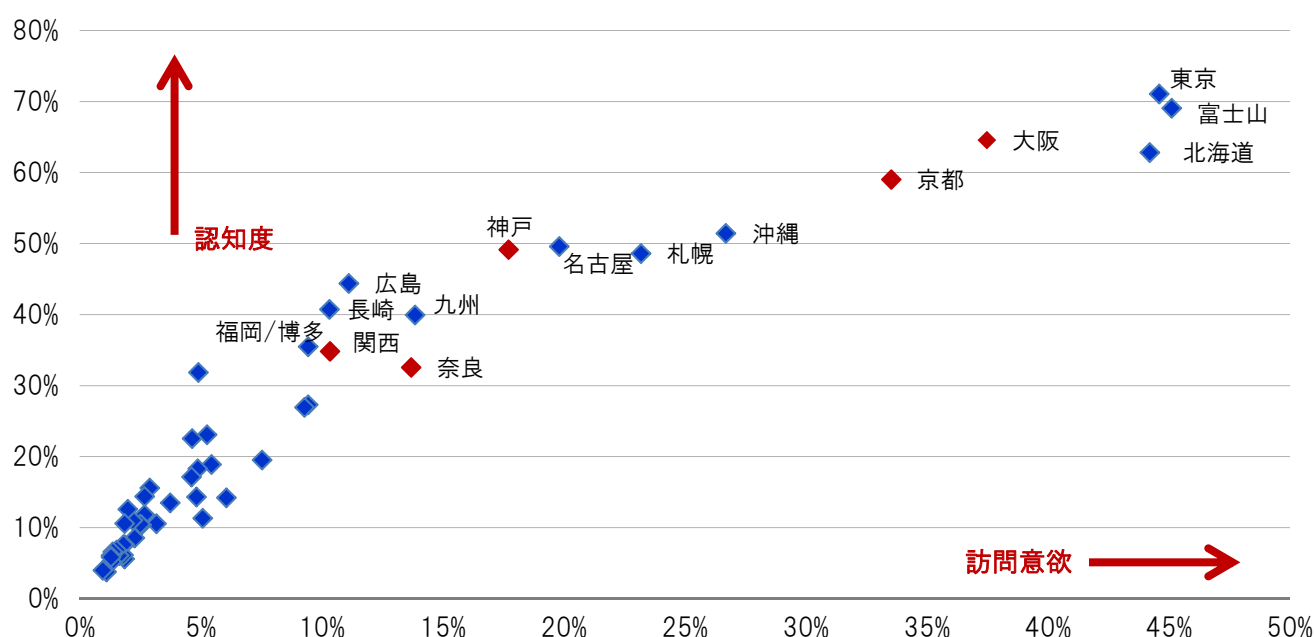
図表3-1、3-2 アジア8地域の男女 × 実際に行ってみたい観光地 (51ヶ所/複数回答)

× 知っている観光地 (51ヶ所/複数回答)

(集計結果)

大阪・京都は東京・富士山・北海道と並んで観光地として認知度が高く、訪問意欲も高い(図表3-1)。一方「関西」の認知度は、当調査開始から4年連続、35%前後で留まっており、関西周遊型の旅行者獲得に向け、関西エリアのエリアブランド周知が求められる。

(図表3-1) 各地の訪問意欲および認知度



(図表3-2) 各観光地の訪問意欲および認知度推移

調査年		関西	京都	奈良	大阪	神戸	(参考) 東京	(参考) 富士山	(参考) 北海道	(参考) 九州
認知度(%)	2012	35.7	64.0	36.1	68.7	56.0	75.8	74.9	65.8	43.7
	2013	35.5	62.6	34.5	69.4	53.6	76.8	73.9	65.7	42.0
	2014	33.8	62.8	32.8	68.9	50.2	77.9	74.6	65.2	41.5
	2015	34.8	59.0	32.6	64.6	49.2	71.1	69.1	62.8	40.0
訪問意欲(%)	2012	10.7	35.8	15.7	37.0	20.7	47.5	51.1	45.3	14.5
	2013	10.9	33.0	13.6	36.7	19.5	47.0	47.7	44.6	14.7
	2014	10.1	32.1	12.0	35.0	15.9	47.1	46.7	42.7	12.7
	2015	10.3	33.5	13.7	37.5	17.7	44.6	45.1	44.2	13.9

4. 関西訪問経験者の訪日リピート率

（集計方法）

図表4-1 アジア8地域の男女 × 訪日回数 × 訪問した観光地（複数回答）

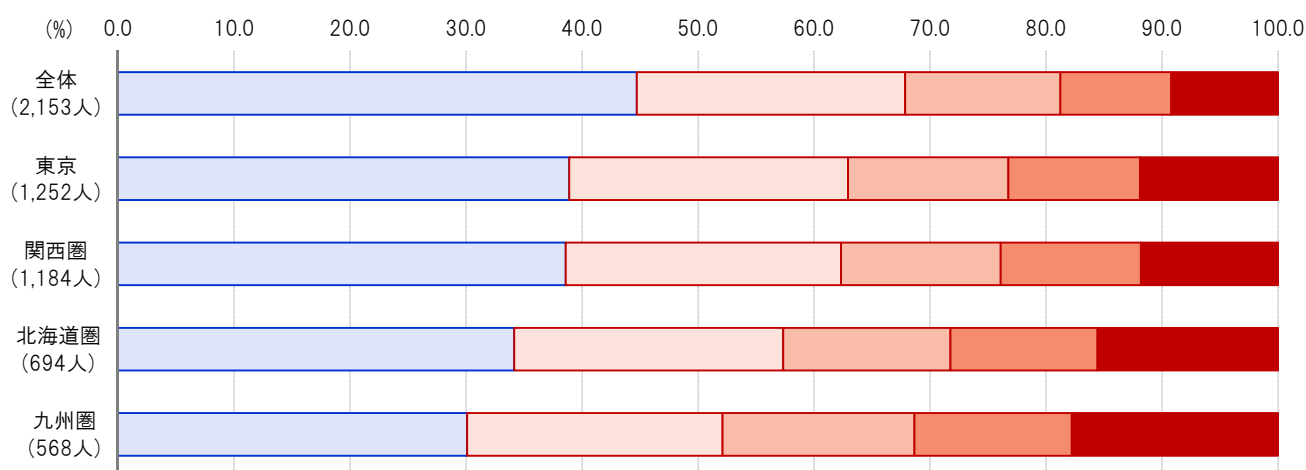
図表4-2 アジア8地域の男女 × 訪日回数 × 訪問した観光地（関西訪問経験者）

（集計結果）

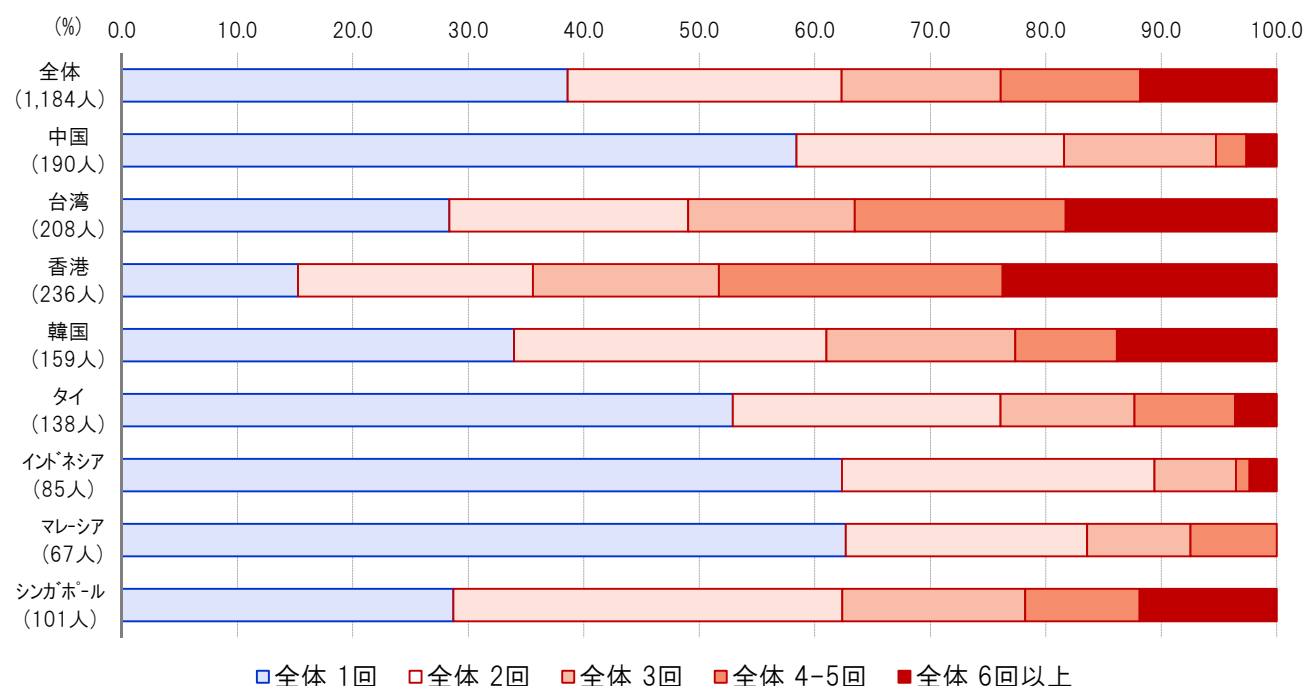
初訪日は、東京や関西といったいわゆるゴールデンルートを訪れる傾向にあり、北海道や九州など地方圏への訪問者は訪日リピーターが多い（図表4-1）。

一人あたりGDPの増加と出国率の上昇には相関があると言われている。アジア各地域の経済成長に伴い、日本を含めた海外へ旅行する人が増えることが予測され、ますますの訪日リピーター増加が期待される（図表4-2）。

（図表4-1）各都市圏における訪日リピート率



（図表4-2）関西訪問経験者における訪日リピート率



5-1. 関西訪問経験者における訪日動機

(集計方法)

図表5-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 日本旅行を選んだ理由(複数回答)

(集計結果)

2013年の和食の無形文化遺産登録以来、「日本食に関心があったから」を挙げる割合が最も高く、次いで景観・温泉など日本でしか体験できないコト消費が続いた(図表5-1)。また「日本の文化・歴史」「日本でのショッピング」への関心も全国より高い。その他、日本の科学・技術やファッション・ゲーム・アニメなど日本独自の文化体験を目的とする割合の高い地域もあった。一方で昨年の当調査に見られた「新聞雑誌でみた／キャンペーンをしていた／CMを見た」などの広告宣伝効果による訪日動機を挙げる割合は低下している。

(図表5-1) 関西訪問経験者における訪日動機

		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(人)		1,184		190		208		236		159		138		85		67		101	
回答割合(%)	1位	日本食に関心があったから	53.9	日本の自然や風景に関心があったから	65.8	日本の自然や風景に関心があったから	50.5	日本食に関心があったから	59.3	日本の温泉に関心があったから	39.6	日本食に関心があったから	74.6	日本の自然や風景に関心があったから	68.2	日本の自然や風景に関心があったから	59.7	日本食に関心があったから	59.4
	2位	日本の自然や風景に関心があったから	51.6	日本の温泉に関心があったから	58.4	治安が良いから	45.7	日本でのショッピングに関心があったから	48.7	日本食に関心があったから	39.0	日本の自然や風景に関心があったから	65.9	日本の文化・歴史に関心があったから	63.5	日本食に関心があったから	56.7	日本の自然や風景に関心があったから	46.5
	3位	日本の温泉に関心があったから	47.1	日本でのショッピングに関心があったから	53.2	日本の文化・歴史に関心があったから	45.2	日本の温泉に関心があったから	42.8	渡航時間が短かったから	33.3	日本の温泉に関心があったから	63.8	日本食に関心があったから	63.5	日本の文化・歴史に関心があったから	53.7	日本の文化・歴史に関心があったから	40.6
	4位	日本の文化・歴史に関心があったから	42.7	日本食に関心があったから	50.0	日本食に関心があったから	41.3	日本の自然や風景に関心があったから	39.4	日本の自然や風景に関心があったから	32.7	治安が良いから	55.8	日本の科学・技術に関心があったから	58.8	日本の世界遺産に関心があったから	43.3	日本の温泉に関心があったから	38.6
	5位	日本でのショッピングに関心があったから	42.6	日本の文化・歴史に関心があったから	47.9	日本の温泉に関心があったから	40.4	治安が良いから	31.8	日本の文化・歴史に関心があったから	25.8	日本の文化・歴史に関心があったから	54.3	日本の温泉に関心があったから	51.8	治安が良いから	43.3	日本でのショッピングに関心があったから	37.6
	6位	治安が良いから	35.7	日本の科学・技術に関心があったから	30.5	日本でのショッピングに関心があったから	40.4	日本の文化・歴史に関心があったから	31.4	家族や友人等の勧めがあったから	22.0	日本でのショッピングに関心があったから	52.2	日本でのショッピングに関心があったから	48.2	日本の温泉に関心があったから	41.8	治安が良いから	35.6
	7位	日本の世界遺産に関心があったから	26.0	治安が良いから	30.5	価格が安かったから(ツアー料金や航空運賃等)	32.7	価格が安かったから(ツアー料金や航空運賃等)	30.1	価格が安かったから(ツアー料金や航空運賃等)	20.1	日本の世界遺産に関心があったから	44.9	日本の世界遺産に関心があったから	48.2	家族や友人等の勧めがあったから	34.3	価格が安かったから(ツアー料金や航空運賃等)	27.7
	8位	価格が安かったから(ツアー料金や航空運賃等)	25.4	渡航時間が短かったから	29.5	直行便があったから	29.8	価格が安かったから(日本で購入する商品の価格等)	25.8	治安が良いから	20.1	日本の科学・技術に関心があったから	37.0	日本のファッション、ゲーム、アニメに関心があったから	45.9	日本でのショッピングに関心があったから	32.8	日本の世界遺産に関心があったから	19.8
	9位	直行便があったから	23.2	日本のファッション、ゲーム、アニメに関心があったから	27.4	価格が安かったから(日本で購入する商品の価格等)	28.4	直行便があったから	19.9	日本でのショッピングに関心があったから	19.5	直行便があったから	33.3	TV(CM)で見たから	38.8	直行便があったから	31.3	日本のファッション、ゲーム、アニメに関心があったから	17.8
	10位	渡航時間が短かったから	23.1	直行便があったから	26.8	渡航時間が短かったから	25.0	日本のファッション、ゲーム、アニメに関心があったから	18.6	価格が安かったから(日本で購入する商品の価格等)	14.5	日本のファッション、ゲーム、アニメに関心があったから	31.2	ネット広告、ブログ・SNSで評判が良かったから	34.1	価格が安かったから(ツアー料金や航空運賃等)	25.4	家族や友人等の勧めがあったから	17.8

5-2. 訪問希望理由（京都／大阪）

（集計方法）

図表5-2 アジア8地域の男女 × 京都に行ってみたいと回答した人の希望理由（複数回答）

図表5-3 アジア8地域の男女 × 大阪に行ってみたいと回答した人の希望理由（複数回答）

（集計結果）

京都を訪れたいとした旅行者は伝統的な日本を見たい・体験したいと回答した者が多く、大阪を訪れたいとした旅行者は見たい・体験したい事の幅が多様であり、近接する観光地で訪問希望理由が異なることから、各観光地の持つ魅力を旅行者がそれぞれに認識しているとみられる（図表5-2、5-3）。

（図表5-2）京都訪問希望者における訪問希望理由

地域名		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(人)		1,300	190	242	169	151	147	130	131	140
回答割合(%)	伝統的・日本料理を食べる	65.8	51.1	71.5	74.0	60.3	68.0	58.5	66.4	75.7
	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	64.9	54.2	73.6	68.6	60.3	64.6	60.8	70.2	64.3
	世界遺産の見物	58.6	44.7	62.8	71.6	44.4	57.1	65.4	65.6	58.6
	自然や風景の見物	56.1	47.9	48.3	56.8	47.0	60.5	61.5	62.6	73.6
	桜の観賞	55.8	48.9	61.6	63.9	35.8	51.7	56.2	66.4	61.4
	現地の人が普段利用している安価な食事	55.2	31.6	60.7	62.1	40.4	59.9	54.6	67.9	68.6
	紅葉の観賞	53.1	36.3	54.5	64.5	30.5	49.0	61.5	72.5	62.1
	日本旅館での宿泊	50.5	32.6	47.1	41.4	47.0	53.7	61.5	66.4	66.4
	日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	49.1	39.5	52.5	58.6	44.4	41.5	55.4	53.4	47.9
	温泉への入浴	47.3	39.5	40.9	45.6	49.7	48.3	50.0	55.0	57.9

（図表5-3）大阪訪問希望者における訪問希望理由

地域名		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(人)		1,453	189	253	189	160	170	159	173	160
回答割合(%)	伝統的・日本料理を食べる	60.5	48.7	63.6	65.1	54.4	57.6	59.1	62.4	72.5
	現地の人が普段利用している安価な食事	54.8	28.0	60.5	60.8	45.6	54.7	62.3	61.3	65.0
	自然や風景の見物	50.7	48.1	36.8	40.7	41.9	54.1	62.3	68.8	61.3
	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	50.1	37.6	54.9	51.9	42.5	48.2	56.0	60.7	47.5
	桜の観賞	47.7	35.4	39.9	45.5	40.0	48.8	58.5	64.2	55.0
	リーズナブルで清潔な施設での宿泊	46.1	28.6	41.5	46.6	40.0	54.1	52.2	57.2	53.1
	繁華街の街歩き	45.1	36.5	41.9	54.0	33.8	45.9	43.4	53.2	53.1
	日本旅館での宿泊	42.3	27.5	33.6	36.0	44.4	42.4	49.7	60.1	52.5
	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)	42.1	38.6	35.6	36.5	32.5	40.6	53.5	56.1	48.1
	温泉への入浴	42.0	32.3	28.5	39.7	41.9	47.6	44.7	58.4	51.3

6. 関西訪問経験者における訪日に際し体験したいこと

(集計方法)

図表6-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 日本旅行で体験したいこと(複数回答)

図表6-2 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 日本旅行でお金をかけたいこと(複数回答)

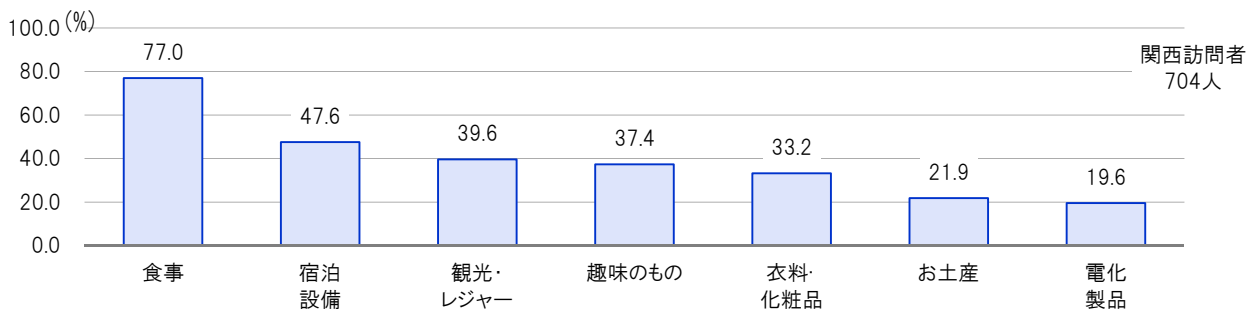
(集計結果)

全国の結果と同様、「桜・雪・紅葉」などの風物観賞を望む声が多いが、関西訪問経験者は「伝統的日本料理を食べる」を始めとした飲食に関する体験要望がやや多く、特にタイでは「スイーツを食べる」を挙げた割合が関西訪問経験者においては10%ほど高い(図表6-1)。また訪日に際する出費に関しても、食事には出費を惜しまないとする傾向が顕著である(図表6-2)。

(図表6-1) 関西訪問経験者における訪日に際し体験したいこと

		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(人)		704		152		153		155		43		76		26		41		58	
回答割合(%)	1位	伝統的日本料理を食べる	64.9	伝統的日本料理を食べる	60.5	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	68.6	伝統的日本料理を食べる	67.1	伝統的日本料理を食べる	74.4	伝統的日本料理を食べる	71.1	桜の観賞	73.1	雪景色観賞	61.0	伝統的日本料理を食べる	70.7
	2位	桜の観賞	60.7	桜の観賞	55.9	桜の観賞	68.0	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	61.9	安くておいしい料理を食べる	62.8	桜の観賞	68.4	日本旅館での宿泊	61.5	桜の観賞	56.1	桜の観賞	67.2
	3位	温泉への入浴	54.8	温泉への入浴	53.3	自然や風景の見物	67.3	桜の観賞	56.8	温泉への入浴	58.1	紅葉の観賞	61.8	温泉への入浴	57.7	安くておいしい料理を食べる	56.1	自然や風景の見物	63.8
	4位	自然や風景の見物	53.8	自然や風景の見物	50.0	伝統的日本料理を食べる	66.0	雪景色観賞	55.5	日本旅館での宿泊	53.5	安くておいしい料理を食べる	61.8	伝統的日本料理を食べる	57.7	自然や風景の見物	51.2	安くておいしい料理を食べる	63.8
	5位	雪景色観賞	53.6	雪景色観賞	47.4	安くておいしい料理を食べる	65.4	安くておいしい料理を食べる	52.3	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	51.2	温泉への入浴	59.2	紅葉の観賞	53.8	日本文化の体験(寿司作り、そば打ち、伝統工芸品の制作など)	48.8	紅葉の観賞	58.6
	6位	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	52.7	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	43.4	温泉への入浴	61.4	温泉への入浴	51.0	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	48.8	スイーツを食べる	57.9	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	50.0	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	48.8	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	58.6
	7位	安くておいしい料理を食べる	52.0	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	42.8	雪景色観賞	60.1	紅葉の観賞	50.3	雪景色観賞	44.2	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	55.3	自然や風景の見物	46.2	鉄道に乗る	43.9	日本旅館での宿泊	56.9
	8位	紅葉の観賞	50.1	紅葉の観賞	40.8	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	58.8	食品や飲料のショッピング	48.4	遊園地やテーマパークに行く	44.2	雪景色観賞	53.9	近代的/先端的な建築物の見物	46.2	伝統的日本料理を食べる	43.9	雪景色観賞	55.2
	9位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	46.4	豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	40.8	紅葉の観賞	57.5	自然や風景の見物	47.7	食品や飲料のショッピング	44.2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	51.3	繁華街の街歩き	46.2	紅葉の観賞	41.5	温泉への入浴	53.4
	10位	食品や飲料のショッピング	41.6	遊園地やテーマパークに行く	40.1	化粧品や医薬品の購入	54.2	化粧品や医薬品の購入	47.7	伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊	44.2	遊園地やテーマパークに行く	51.3	現地の人が普段利用している安価な食事を食べる	46.2	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	41.5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	44.8

(図表6-2) 関西訪問経験者における訪日に際し、お金をかけたいこと



7. 関西訪問経験者における旅行形態／訪日旅行に対する不安事項

(集計方法)

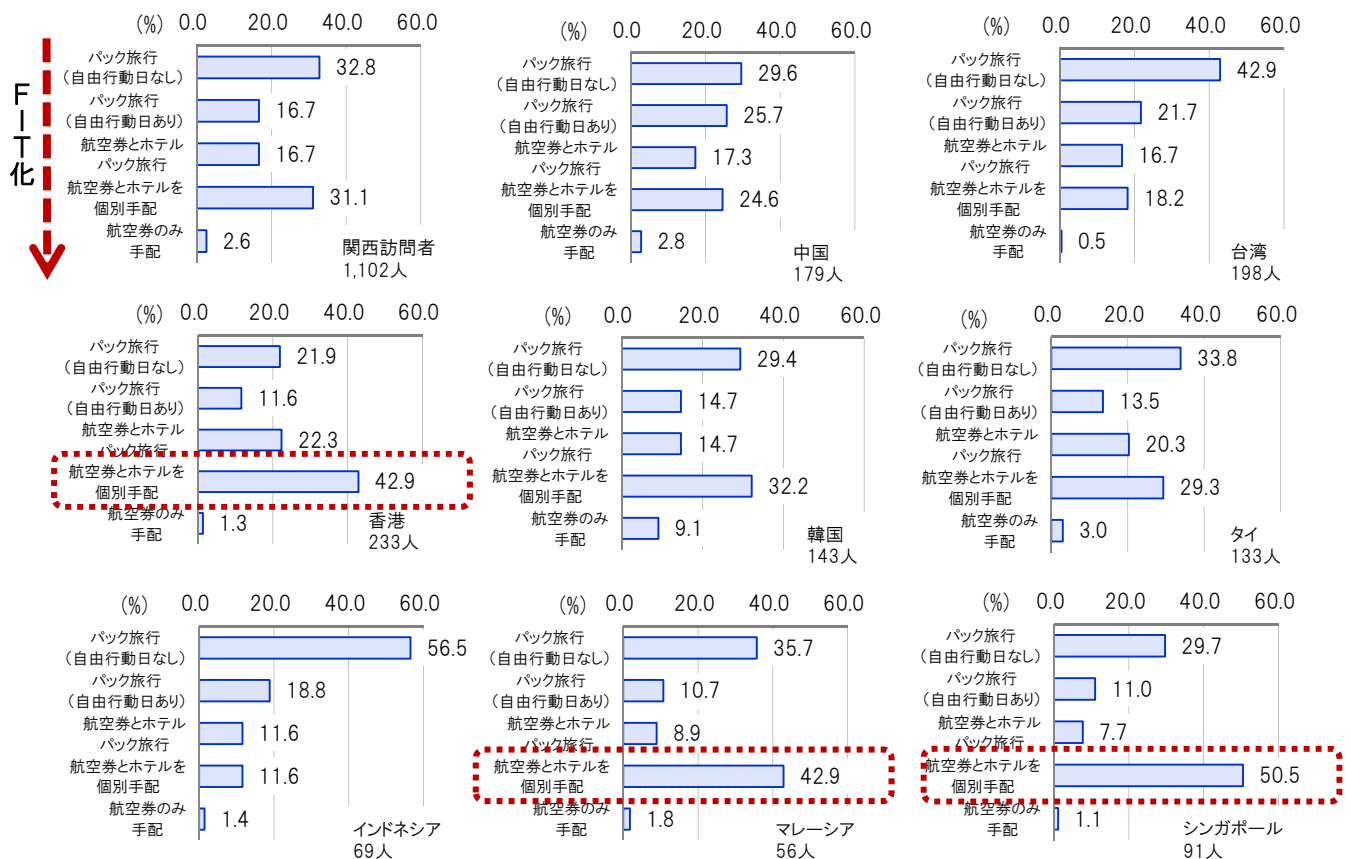
図表7-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 旅行形態

図表7-2 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 不安事項 (複数回答)

(集計結果)

香港・シンガポール・マレーシアなど英語をオフィシャルに使う地域からの旅行者は航空券と宿泊施設を個別手配するFIT (海外個人旅行) の割合が高い(図表7-1)。自由行動のないバック旅行を挙げる割合は年々減少しており、航空券と宿泊施設を個別手配する人の割合は2012年当調査対比でほぼ倍になっている。FIT旅行者の抱える訪日旅行に対する不安を軽減するために、更なる多言語対応等が求められる(図表7-2)。

(図表7-1) 関西訪問経験者における旅行形態



(図表7-2) 関西訪問経験者における訪日旅行に対する不安事項

	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(人)	1,184	190	208	236	159	138	85	67	101
順位									
1位	言葉が通じるかどうか不安	言葉が通じるかどうか不安	言葉が通じるかどうか不安	言葉が通じるかどうか不安	放射能による健康被害が心配	滞在費(現地で)の費用が高い	地震が起こるかどうか心配	滞在費(現地で)の費用が高い	言葉が通じるかどうか不安
2位	放射能による健康被害が心配	放射能による健康被害が心配	放射能による健康被害が心配	放射能による健康被害が心配	放射能の安全性に関する情報が分からない	地震が起こるかどうか心配	渡航費用が高い	言葉が通じるかどうか不安	渡航費用が高い
3位	地震が起こるかどうか心配	地震が起こるかどうか心配	渡航費用が高い	地震が起こるかどうか心配	地震が起こるかどうか心配	言葉が通じるかどうか不安	滞在費(現地で)の費用が高い	放射能による健康被害が心配	滞在費(現地で)の費用が高い
4位	放射能の安全性に関する情報が分からない	放射能の安全性に関する情報が分からない	放射能の安全性に関する情報が分からない	放射能の安全性に関する情報が分からない	滞在費(現地で)の費用が高い	病気や怪我にあった時が心配	言葉が通じるかどうか不安	地震が起こるかどうか心配	放射能による健康被害が心配
5位	滞在費(現地で)の費用が高い	申込み手続きが面倒	地震が起こるかどうか心配	地震による被害の復旧の状況が分からない	言葉が通じるかどうか不安	渡航費用が高い	放射能の安全性に関する情報が分からない	渡航費用が高い	地震が起こるかどうか心配

8. 関西訪問経験者における利用した宿泊施設と予約方法

(集計方法)

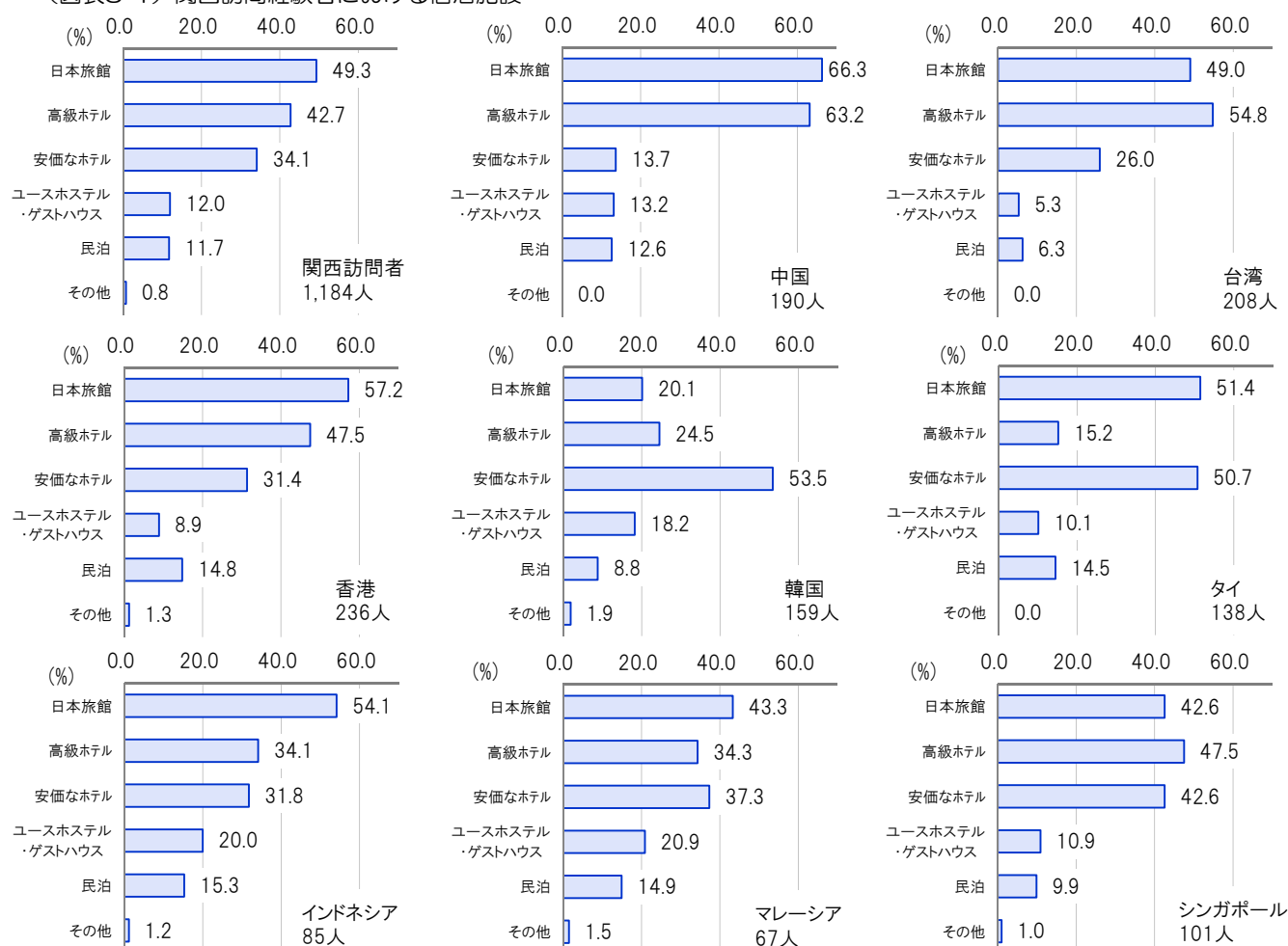
図表8-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 利用した宿泊施設（複数回答）

図表8-2 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 宿泊施設の予約方法

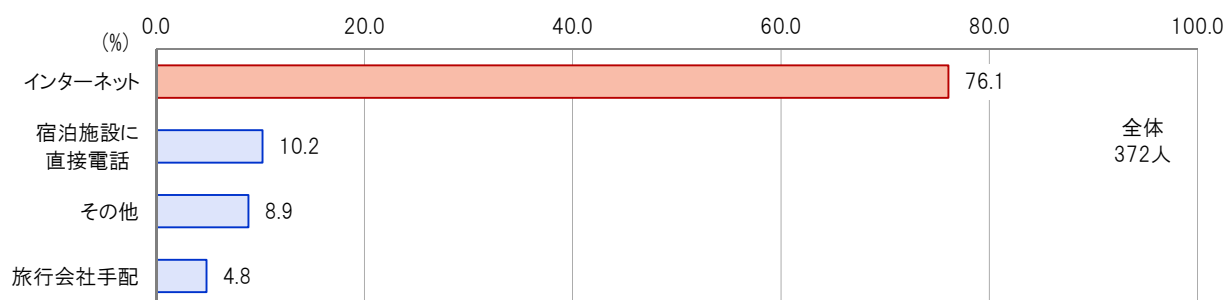
(集計結果)

関西訪問経験者の大半は洋式のホテルを利用しているが、日本旅館を利用した事があるとする割合も約半数に上る（図表8-1）。今回調査より「現地の人から借りる家・アパート（以下「民泊」とする。）」を項目追加したが、割合は少ないもののその利用者は一定数いる。また宿泊施設を個別手配した旅行者は圧倒的にインターネットを介して宿泊予約をしていた（図表8-2）。

(図表8-1) 関西訪問経験者における宿泊施設



(図表8-2) 関西訪問経験者における宿泊施設の予約方法（個別手配をした旅行者の回答）



10. 関西訪問経験者の満足事項

(集計方法)

図表10 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 訪日旅行で満足したこと

(最も満足した項目を5つ)

(集計結果)

訪日旅行の満足事項に関しては、訪日動機や訪日に際し体験したいこと（図表5-1参照）に対して満足度が低い傾向が見られた（図表10）。満足度の向上に向け、更なる訪日旅行体験の充足に向けた施策が求められる。

(図表10) 関西訪問経験者の満足事項

		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(人)		1,184	190	208	236	159	138	85	67	101
順位	1位	伝統的日本料理 42.2	伝統的日本料理 37.4	自然や風景の見物 37.5	伝統的日本料理 51.7	温泉への入浴 47.2	伝統的日本料理 42.0	伝統的日本料理 48.2	伝統的日本料理 40.3	伝統的日本料理 40.6
	2位	自然や風景の見物 32.0	自然や風景の見物 32.1	現地の人が普段利用している安価な食事 37.5	自然や風景の見物 36.0	伝統的日本料理 44.0	温泉への入浴 31.2	日本旅館での宿泊 35.3	自然や風景の見物 35.8	自然や風景の見物 31.7
	3位	温泉への入浴 31.3	温泉への入浴 28.4	清潔さ／衛生面 34.1	温泉への入浴 36.0	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 28.3	桜の観賞 30.4	桜の観賞 31.8	清潔さ／衛生面 32.8	現地の人が普段利用している安価な食事 27.7
	4位	清潔さ／衛生面 23.6	桜の観賞 25.3	伝統的日本料理 33.7	清潔さ／衛生面 28.0	自然や風景の見物 26.4	自然や風景の見物 26.1	自然や風景の見物 24.7	現地の人が普段利用している安価な食事 31.3	食品や飲料のショッピング 24.8
	5位	現地の人が普段利用している安価な食事 23.4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 21.1	温泉への入浴 32.7	化粧品や医薬品の購入 23.3	現地の人が普段利用している安価な食事 25.2	日本旅館での宿泊 26.1	現地の人が普段利用している安価な食事 21.2	治安 31.3	清潔さ／衛生面 24.8
	6位	桜の観賞 21.8	化粧品や医薬品の購入 20.5	化粧品や医薬品の購入 28.8	桜の観賞 22.5	清潔さ／衛生面 22.6	現地の人が普段利用している安価な食事 18.1	伝統工芸品の購入 20.0	桜の観賞 22.4	温泉への入浴 20.8
	7位	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 20.3	伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊 18.4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 26.4	現地の人が普段利用している安価な食事 22.5	安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊 21.4	雪景色観賞 17.4	伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊 18.8	食品や飲料のショッピング 19.4	日本旅館での宿泊 18.8
	8位	化粧品や医薬品の購入 17.7	豪華で快適な高級ホテルでの宿泊 15.8	遊園地やテーマパーク 22.6	食品や飲料のショッピング 21.2	化粧品や医薬品の購入 15.1	治安 15.9	温泉への入浴 15.3	温泉への入浴 17.9	桜の観賞 17.8
	9位	食品や飲料のショッピング 14.8	清潔さ／衛生面 15.8	桜の観賞 20.2	洋服やファッション雑貨のショッピング 20.8	日本旅館での宿泊 15.1	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 15.2	日本文化の体験(寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作等) 15.3	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 16.4	治安 17.8
	10位	日本旅館での宿泊 13.9	ブランド品や宝飾品のショッピング 14.2	雪景色観賞 12.5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 18.2	日本の酒(日本酒・焼酎) 14.5	スイーツ 15.2	アニメやポップカルチャーに関するグッズの購入 15.3	世界遺産の見物 14.9	世界遺産の見物 16.8

1 1. 関西訪問経験者の不満事項／ナイトライフへの不満

(集計方法)

図表11-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 訪日旅行で不満だったこと(複数回答)

図表11-2 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 訪日旅行で不満だったこと

(複数回答/うちナイトライフへの不満選択者)

(集計結果)

訪日に際する不安事項(図表7-2)と関連し、旅行中の不満事項には言語に関する不満が多く見られた(図表11-1)。一方で、ナイトライフへの不満については概ね5%未満に留まった(図表11-2)。

(図表11-1) 関西訪問経験者の不満事項

		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(人)		1,184		190		208		236		159		138		85		67		101	
順位	1位	英語の通 用しやすさ	24.6	母国語の通 用しやすさ	25.3	英語の通 用しやすさ	26.9	英語の通 用しやすさ	33.9	英語の通 用しやすさ	28.3	母国語の通 用しやすさ	17.4	豪華で快適 な高級ホテ ルでの宿泊	17.6	英語の通 用しやすさ	29.9	英語の通 用しやすさ	33.7
	2位	母国語の通 用しやすさ	19.8	日本人々 と交流	14.7	母国語の通 用しやすさ	19.2	母国語の通 用しやすさ	22.9	母国語の通 用しやすさ	16.4	英語の通 用しやすさ	16.7	母国語の通 用しやすさ	17.6	旅行代金	19.4	旅行代金	25.7
	3位	旅行代金	10.7	英語の通 用しやすさ	10.5	携帯電話や 通信機器の 利用しやすさ (wi-fi等の充 実度)	11.1	旅行代金	8.1	旅行代金	10.1	豪華で快適 な高級ホテ ルでの宿泊	14.5	日本の酒 (日本酒・焼 酎)	15.3	母国語の通 用しやすさ	17.9	母国語の通 用しやすさ	15.8
	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)	7.6	携帯電話や 通信機器の 利用しやすさ (wi-fi等の充 実度)	10.0	免税制度の 使いやすさ	11.1	免税制度の 使いやすさ	6.8	携帯電話や 通信機器の 利用しやすさ (wi-fi等の充 実度)	10.1	日本の酒 (日本酒・焼 酎)	12.3	家電製品や AV製品の ショッピング	15.3	ブランド品や 宝飾品の ショッピング	14.9	豪華で快適 な高級ホテ ルでの宿泊	9.9
	5位	豪華で快適 な高級ホテ ルでの宿泊	7.3	免税制度の 使いやすさ	9.5	旅行代金	10.6	安価で基本 的な設備の みが備わっ ている施設 での宿泊	6.4	安価で基本 的な設備の みが備わっ ている施設 での宿泊	8.8	ナイトライ フ(バーやク ラブ、ナイト マーケット 等)体験	10.9	安価で基本 的な設備の みが備わっ ている施設 での宿泊	15.3	家電製品や AV製品の ショッピング	10.4	ギャンブル やショー体 験	5.9
	6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	6.7	現地の人が 普段利用し ている安価 な食事	7.9	外貨両替の しやすさ	8.7	国際スポー ツ大会の観 戦	5.9	外貨両替の しやすさ	8.8	ブランド品や 宝飾品の ショッピング	10.9	英語の通 用しやすさ	15.3	豪華で快適 な高級ホテ ルでの宿泊	10.4	ブランド品や 宝飾品の ショッピング	5.9
	7位	免税制度の 使いやすさ	6.5	安価で基本 的な設備の みが備わっ ている施設 での宿泊	6.8	自国金融機 関のキャッ シュカードの 利用しやす さ	7.2	ブランド品や 宝飾品の ショッピング	5.5	洋服やファッ ション雑貨の ショッピング	6.9	語学や専門 知識の吸収	10.9	テニスやゴ ルフ等のス ポーツ	12.9	安価で基本 的な設備の みが備わっ ている施設 での宿泊	10.4	日本人々 と交流	5.9
	8位	日本人々と 交流	6.4	伝統的日 本料理	6.3	信仰する宗 教に対する 理解や配慮	6.7	携帯電話や 通信機器の 利用しやすさ (wi-fi等の充 実度)	5.5	家電製品や AV製品の ショッピング	6.9	ギャンブル やショー体 験	10.1	旅行代金	12.9	スイーツ	9.0	治療や健 診	5.9
	9位	ブランド品や 宝飾品の ショッピング	6.1	外貨両替の しやすさ	6.3	日本人々と 交流	6.3	伝統的なス ポーツ(相 撲、剣道、 柔道等)の 観戦	5.1	豪華で快適 な高級ホテ ルでの宿泊	6.9	アニメやポッ プカル チャーに関 するグッズの 購入	9.4	演劇や伝統 芸能鑑賞	10.6	最新のファッ ションや流行 の見物	7.5	演劇や伝統 芸能鑑賞	5.0
	10位	家電製品や AV製品の ショッピング	6.1	信仰する宗 教に対する 理解や配慮	6.3	クレジット カードの利 用しやすさ	5.8	鉄道の利便 性	5.1	自国金融機 関のキャッ シュカードの 利用しやす さ	6.9	家電製品や AV製品の ショッピング	8.7	化粧品や医 薬品の購入	9.4	遊園地や テーマパ ーク	7.5	ナイトライ フ(バーやク ラブ、ナイト マーケット 等)体験	5.0

(図表11-2) 関西訪問経験者における「ナイトライフ体験」への不満割合

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
4.6	4.2	2.9	3.8	3.8	10.9	3.5	4.5	5.0

12-1. 関西訪問経験者が利用したSNS

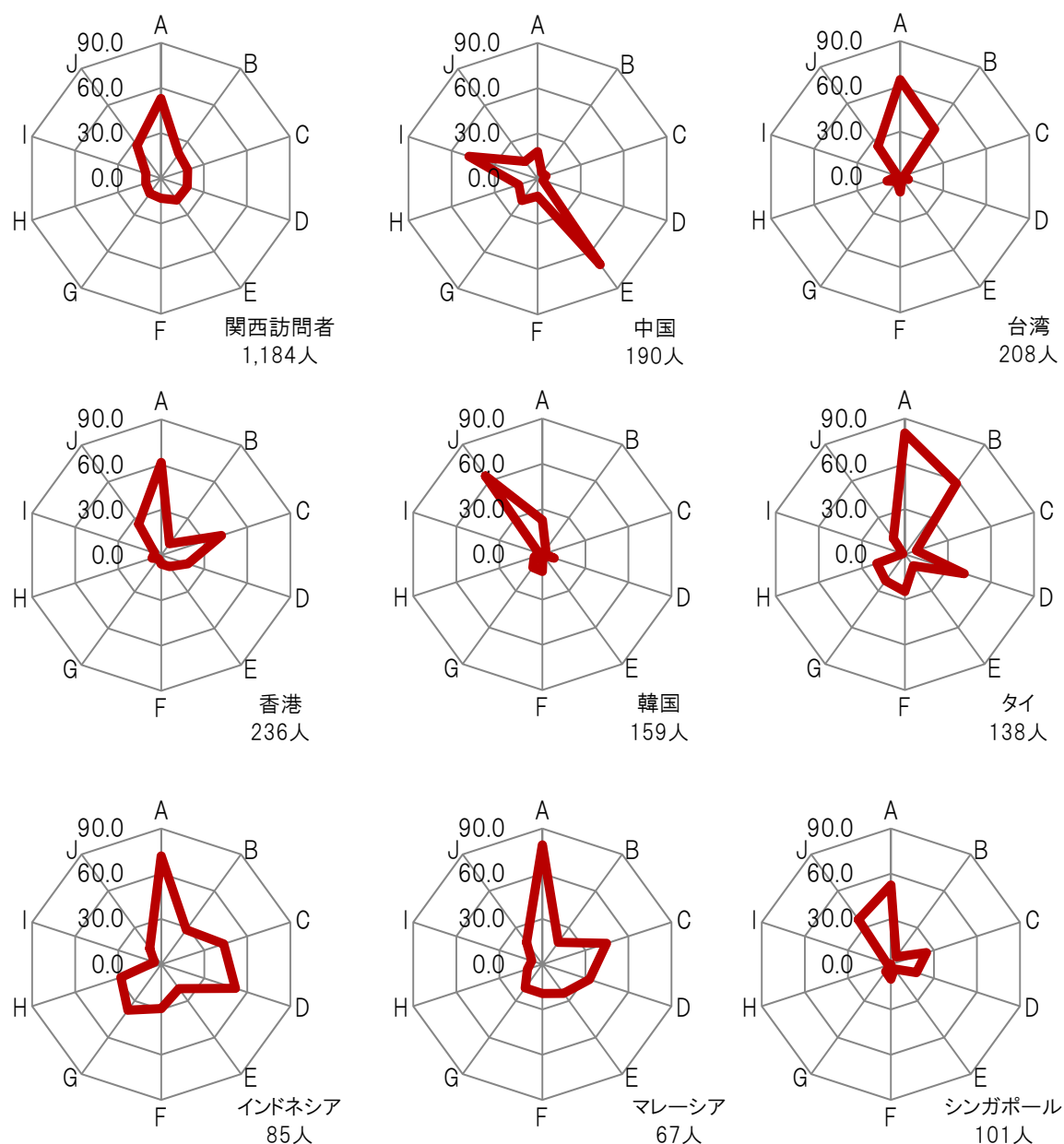
(集計方法)

図表12-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 訪日旅行の写真・動画の投稿先（複数回答）

(集計結果)

総じて「Facebook」の利用割合が多いが、地域によって利用するSNSが違ってくる事が顕著に表れている。なかでも韓国はSNSを利用していないとする回答が目立って多い（図表12-1）。

(図表12-1) 関西訪問経験者が利用したSNS



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Facebook	LINE	WhatsApp	Instagram	微信	YouTube	Twitter	Google+	微博	投稿しなかった

12-2. 関西訪問経験者がSNSに投稿したもの

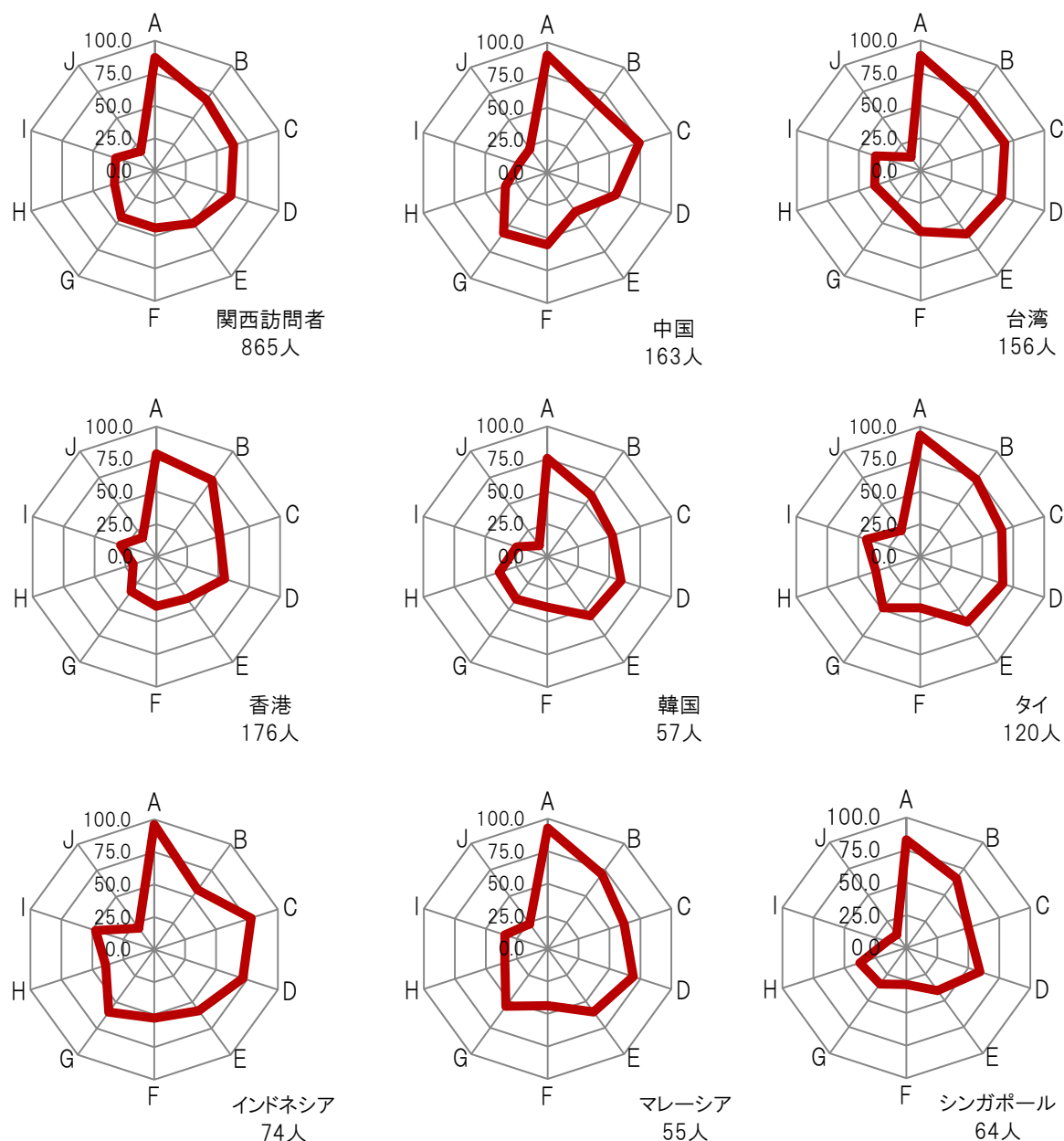
(集計方法)

図表12-2 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 投稿した写真・動画に含まれるもの(複数回答)

(集計結果)

旅行中に撮影した写真や動画に多いのは風景、食べ物、街並みである(図表12-2)。

(図表12-2) 関西訪問経験者がSNSに投稿したもの



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
風景	食事 食べ物	建築物 街並み	人物	宿泊施設	テーマパーク 遊園地	温泉	乗り物	イベント 祭り	動物

1 3. 関西訪問経験者のショッピング状況

(集計方法)

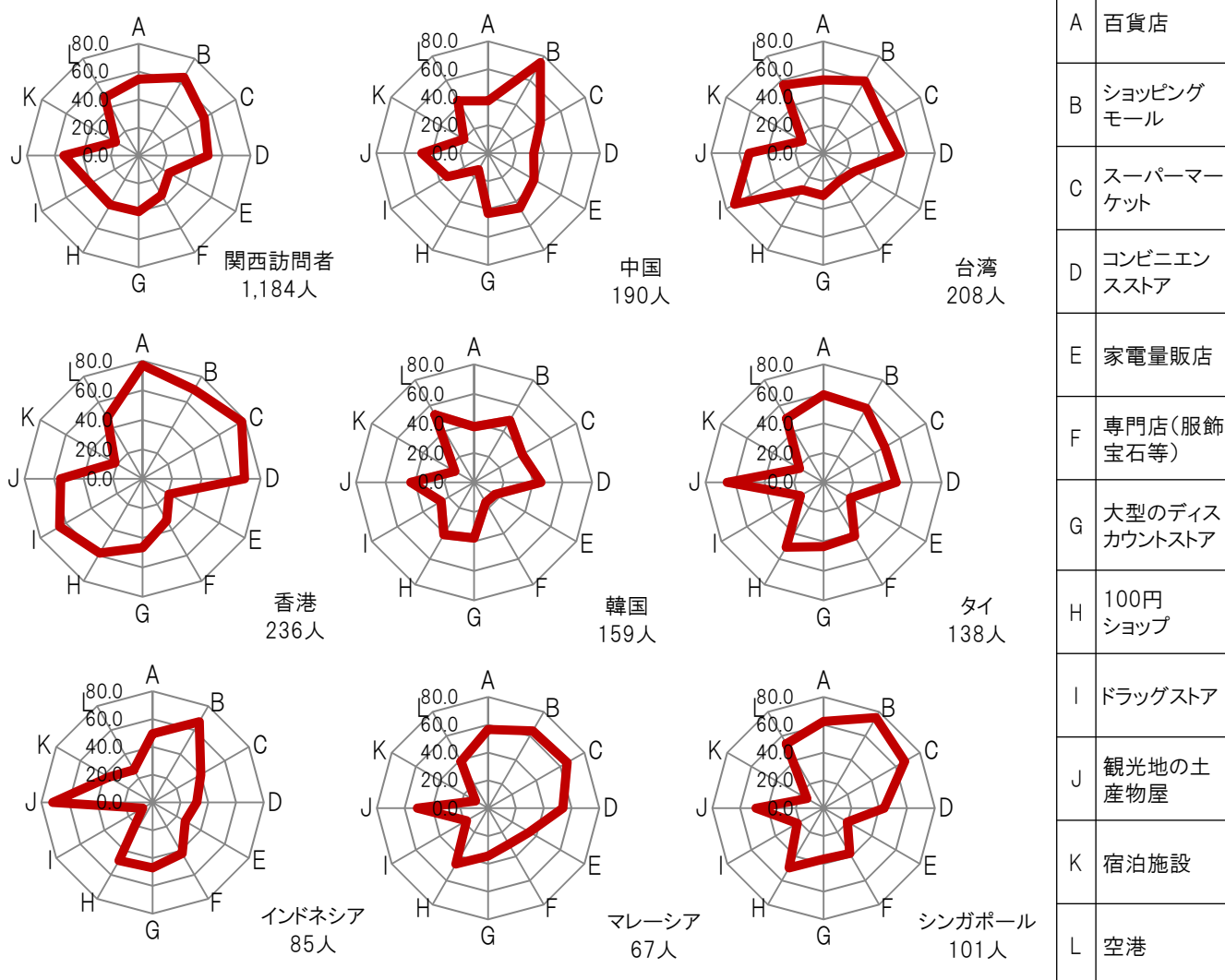
図表13-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 日本で買い物した場所 (複数回答)

図表13-2 アジア8地域の男女 × 日本で買いたい物 (自由回答/複数回答)

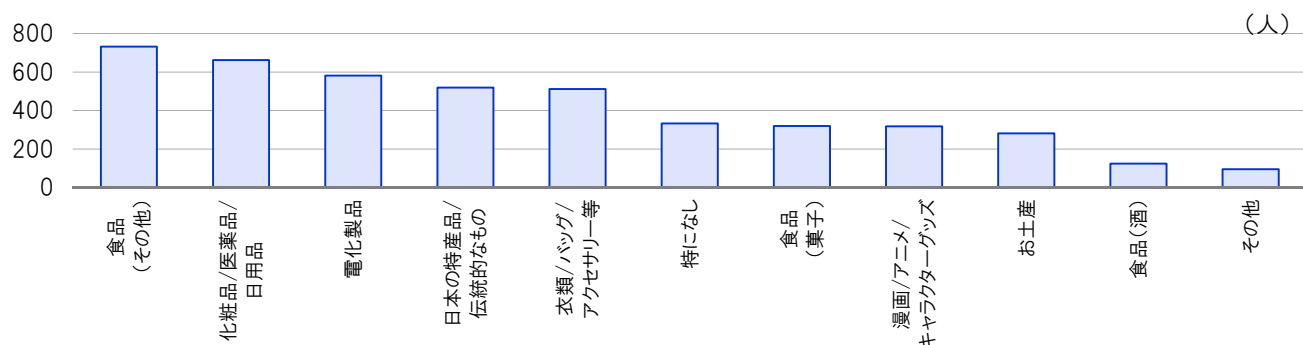
(集計結果)

旅行中の買い物は全国同様「ショッピングモール」が人気であるが、関西訪問経験者は全国に比べ全ての項目において買い物をした人の割合が高い(図表13-1)。また訪日に際し買物したいものについて自由回答を得たところ、食品や日用品を主とした消耗品を挙げる声が多い(図表13-2)。

(図表13-1) 関西訪問経験者における買い物施設



(図表13-2) 訪日希望者におけるショッピング需要



1 4. アジア人関西訪問経験者の地方訪問意欲および体験したいこと

(集計方法)

図表14-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 地方訪問意欲(*1)

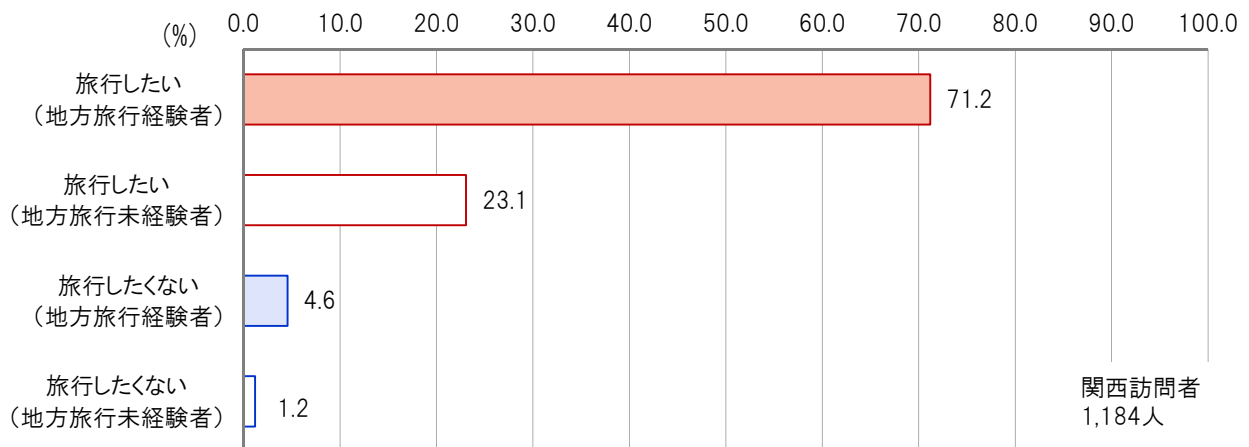
図表14-2 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 地方訪問時に体験したいこと

(集計結果)

全国結果と同様、関西訪問経験者の地方訪問意欲は旺盛である(図表14-1)。また地方訪問に際し体験したいことから、温泉などその土地独自の風物を楽しみたいとする意向が強い(図表14-2)。

(*1) アンケート上では、地方は「日本の地方にある(首都圏、都市部から離れた)観光地」と記載

(図表14-1) 関西訪問経験者における地方訪問意欲



(図表14-2) 関西訪問経験者における地方訪問に際し体験したいこと

		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(人)		1,116	187	201	222	142	134	80	57	93
順位	1	温泉を楽しむ	自然観光地を訪れる	自然観光地を訪れる	温泉を楽しむ	温泉を楽しむ	その土地の郷土料理を食べる	自然観光地を訪れる	その土地の郷土料理を食べる	その土地の郷土料理を食べる
	2	自然観光地を訪れる	温泉を楽しむ	歴史的な建造物(寺や神社、城など)や遺跡を訪れる	歴史的な街並みを楽しむ	その土地の郷土料理を食べる	自然観光地を訪れる	その土地の郷土料理を食べる	花や紅葉を楽しむ	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう
	3	その土地の郷土料理を食べる	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	温泉を楽しむ	花や紅葉を楽しむ	自然観光地を訪れる	花や紅葉を楽しむ	温泉を楽しむ	自然観光地を訪れる	自然観光地を訪れる
	4	歴史的な建造物(寺や神社、城など)や遺跡を訪れる	雪景色を楽しむ	その土地の郷土料理を食べる	その土地の郷土料理を食べる	歴史的な街並みを楽しむ	歴史的な街並みを楽しむ	花や紅葉を楽しむ	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ	温泉を楽しむ
	5	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	その土地の郷土料理を食べる	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	歴史的な建造物(寺や神社、城など)や遺跡を訪れる	歴史的な建造物(寺や神社、城など)や遺跡を訪れる	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	歴史的な建造物(寺や神社、城など)や遺跡を訪れる	花や紅葉を楽しむ

15. 関西訪問経験者の地方観光必要情報／移動手段

(集計方法)

図表15-1 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 地方訪問時にあると便利な情報（複数回答）

図表15-2 アジア8地域の男女 × 関西訪問経験者 × 日本での移動手段

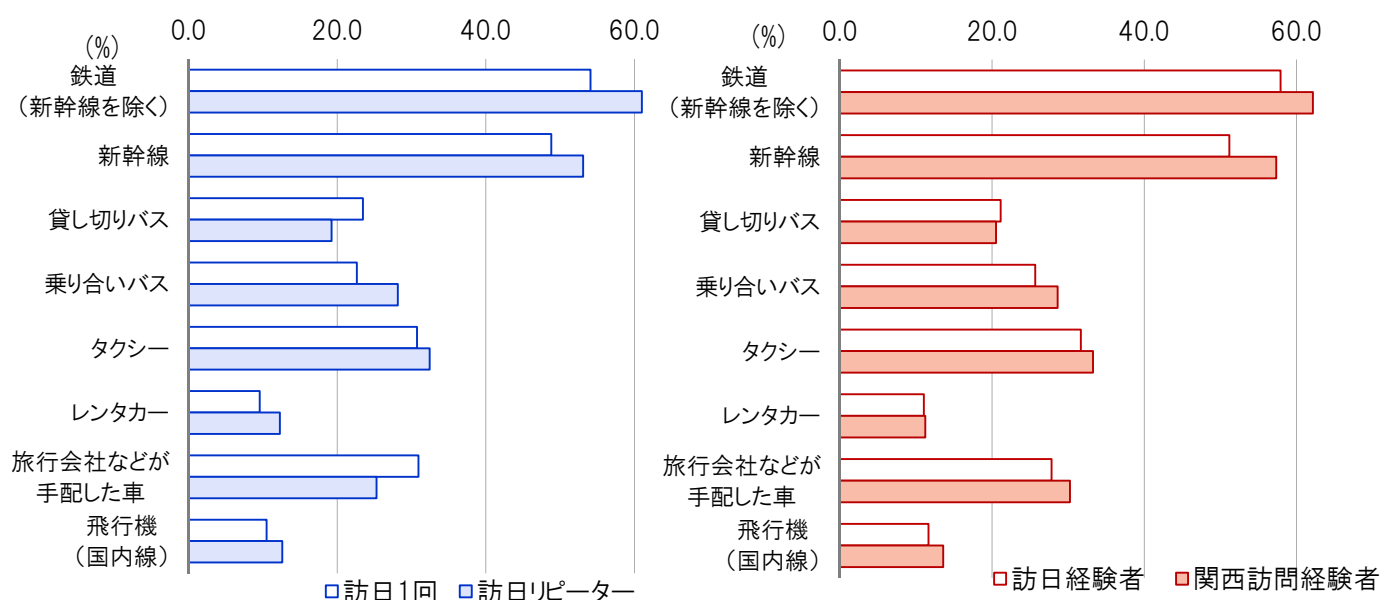
(集計結果)

地方旅行に際して、必要とする情報にはその土地の特産品の他に、地方やその周辺へのアクセス方法等が挙げられた（図表15-1）。また日本内での移動手段は鉄道・新幹線をあげる割合が多く、個人での移動や多少の距離の移動が可能であると考えられる。特に関西訪問経験者における鉄道利用率は高く、「KANSAI ONE PASS」等の更なる利便性の向上が期待される（図表15-2）。

(図表15-1) 関西訪問経験者における地方観光必要情報

		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(人)		1,116	187	201	222	142	134	80	57	93
順位	1位	ご当地グルメ	ご当地グルメ	ご当地グルメ	ご当地グルメ	温泉	ご当地グルメ	無料WiFiの有無、利用可能場所	無料WiFiの有無、利用可能場所	無料WiFiの有無、利用可能場所
	2位	無料WiFiの有無、利用可能場所	地方の特産品、名産品	地方の特産品、名産品	地方に着いてからの移動の方法	無料WiFiの有無、利用可能場所	無料WiFiの有無、利用可能場所	地方に着いてからの移動の方法	外国人が利用しやすい宿泊施設	ご当地グルメ
	3位	地方の特産品、名産品	無料WiFiの有無、利用可能場所	無料WiFiの有無、利用可能場所	地方の特産品、名産品	外国人が利用しやすい宿泊施設	おすすめの観光資源、観光スポット	地方への具体的な行き方	地方に着いてからの移動の方法	地方に着いてからの移動の方法
	4位	地方への具体的な行き方	温泉	地方への具体的な行き方	無料WiFiの有無、利用可能場所	地方への具体的な行き方	温泉	外国人が利用しやすい宿泊施設	地方へ行くための金額	地方の特産品、名産品
	5位	おすすめの観光資源、観光スポット	おすすめの観光資源、観光スポット	地方に着いてからの移動の方法	地方への具体的な行き方	ご当地グルメ	地方の人気お土産	ご当地グルメ	おすすめの観光資源、観光スポット	地方への具体的な行き方

(図表15-2) 日本での移動手段





©Development Bank of Japan Inc.2016

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。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引用・転載・複製する際には、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 関西支店 企画調査課

〒541-0042

大阪市中央区今橋4-1-1 淀屋橋三井ビルディング13F

Tel：06-4706-6455

E-mail：ksinfo@dbj.jp

HP： <http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/kansai/index.html>