アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査2015年 【大分版】

～ 大分のインバウンド観光戦略（続編） ～

2015年10月

DBJ 株式会社日本政策投資銀行

大分事務所

目　次

１．大分におけるインバウンド観光の動向.....2
（１）訪日外国人旅行者数の推移
（２）九州の外国人入国者数の推移
（３）大分のインバウンド観光の特徴
（４）大分のインバウンド観光の推移

２．アジア８地域・訪日外国人旅行者の意向調査【大分版】 8
（１）日本旅行の人気度
（２）大分(別府/湯布院)の認知度と訪問意欲
（３）日本旅行を選んだ理由
（４）日本の情報の収集方法
（５）日本への旅行形態
（６）日本での移動手段
（７）日本旅行でのショッピング
（８）日本旅行で満足した点/不満だった点

３．まとめ　～大分のインバウンド観光戦略（続編）～.....17
（１）本調査レポートの位置づけ（前回調査レポートの続編）
（２）本調査レポートにおける最新情報
（３）「訪日外国人旅行者の国・地域の多様化」に関する深掘り調査
（４）「７つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略」（2015/5 公表）

（参考）アンケート調査の概要・回答者属性.....22

【本調査レポートの位置づけ】

本調査レポートは、「アジア８地域・訪日外国人旅行者の意向及び国内先進地事例調査（大分版）～７つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略～」（2015 年 5 月公表）の続編として、その後、2015 年 7 月に新たに実施した「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）」について大分の視点から報告するとともに、大分のインバウンド観光に関する統計数値についても最新時点で再整理したものである。

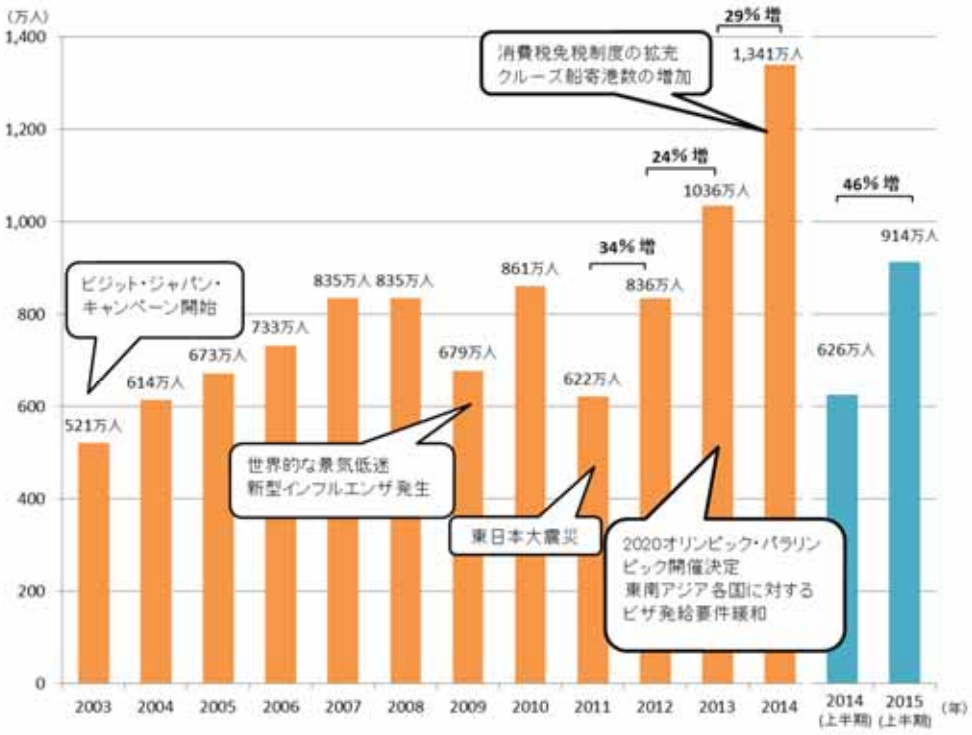
併せて、前回調査レポートの意見交換を行う中で、幅広くご関心をいただいた「訪日外国人旅行者の国・地域の多様化」の視点について深掘り調査を行った。

1．大分におけるインバウンド観光の動向

（1）訪日外国人旅行者数の推移　～３年連続の高い伸び、今上半期も継続～

- 日本政府観光局（JNTO）によると、訪日外国人旅行者数は、2013 年に 1,036 万人（前年比 24%増）と初めて 1,000 万人の大台を突破し、翌 2014 年も続伸し 1,341 万人（前年比 29%増）と過去最高を更新した。東日本大震災のあった翌年の 2012 年以降、3 年連続で高い伸びとなった**【図表１、橙色部分】**。
- 2015 年上半期（1～6 月）についても、訪日外国人旅行者数は 914 万人（前年比 46%増）と高い伸びを示し、上半期ベースで過去最高を更新した**【図表１、青色部分】**。
- 最近の訪日外国人旅行者数の約 8 割はアジアからの訪日客であり、東アジアや東南アジアに加え、欧米等からも訪日客が増加している。①東南アジア向け訪日ビザ発給要件の緩和（2013/7）、②東京オリンピック・パラリンピック開催決定（2013/9）、③最近の円安の動き、④国内各地の空港への LCC[1] 就航、⑤消費税免税制度の拡充（2014/10）、⑥クルーズ船の寄港増加などが増加要因として指摘されることが多い。

【図表１】訪日外国人旅行者数の推移



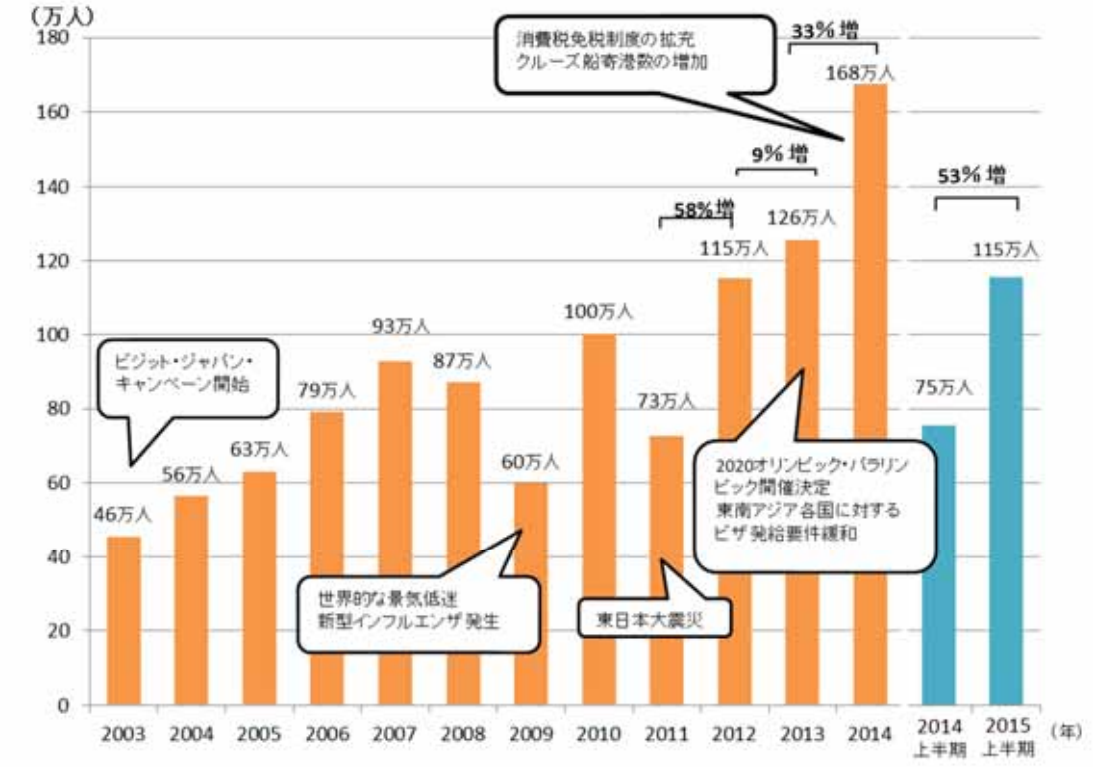
（出所）政府観光局（JNTO）統計をもとに DBJ 作成

[1] ローコストキャリア(Low Cost Carrier)の略称で、コストを抑えて低価格の運賃で運行する航空会社のことを指し、格安航空会社とも呼ぶ。

（２）九州の外国人入国者数の推移 ～３年連続の高い伸び、今上半期も継続～

- 国土交通省九州運輸局によると、九州の外国人入国者数は、2012 年に 115 万人（前年比 58%増）、2013 年に 126 万人（前年比 9%増）、2014 年も続伸し 168 万人（前年比 33%増）と過去最高の更新を続けている。全国の訪日外国人旅行者数と同様、東日本大震災のあった翌年の 2012 年以降、3 年連続で高い伸びとなっている**【図表２、橙色部分】**。
- 2015 年上半期（1～6 月）についても、九州の外国人入国者数は 115 万人（前年比 53%増）と高い伸びを示し、上半期ベースで過去最高を更新した**【図表２、青色部分】**。

【図表２】九州への外国人入国者数の推移

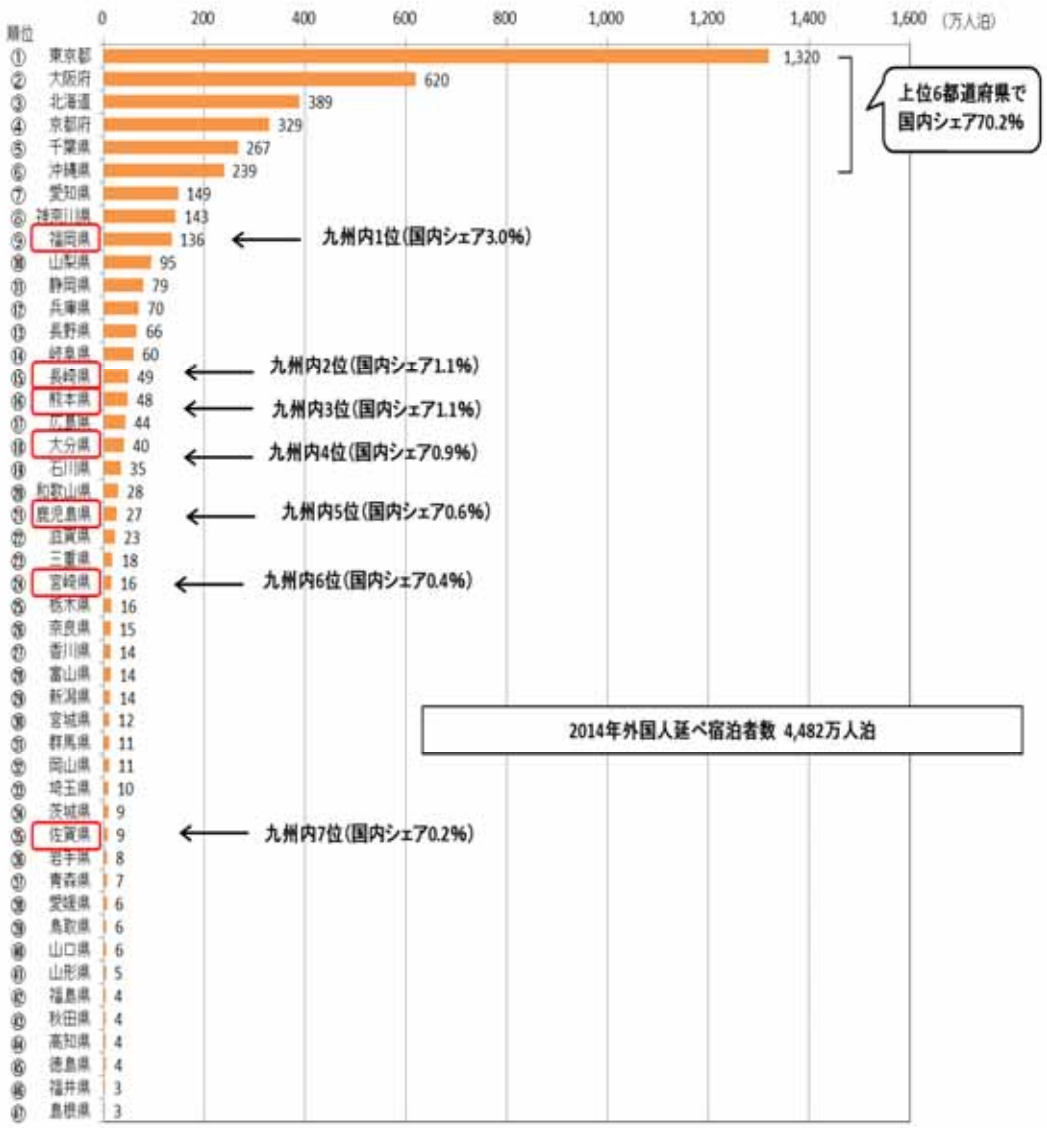


（出所）法務省出入国管理統計をもとに DBJ 作成

（３）大分のインバウンド観光の特徴　～韓国客が主力～

- 観光庁宿泊旅行統計調査によると、大分県の外国人延べ宿泊者数は 40 万人（2014 年、確定値）で、47 都道府県中 18 位、九州内では 4 位となっている[2]**【図表３】**。
- 大分県の外国人延べ宿泊者数（2014 年）を国籍別に見ると、韓国 48%、台湾 20%、香港 10%、中国（大陸）6%、タイ 5%、その他 11%。外国人延べ宿泊者数に占める韓国客の比率が最も高い点が大分県の特徴といえる**【図表４】**。

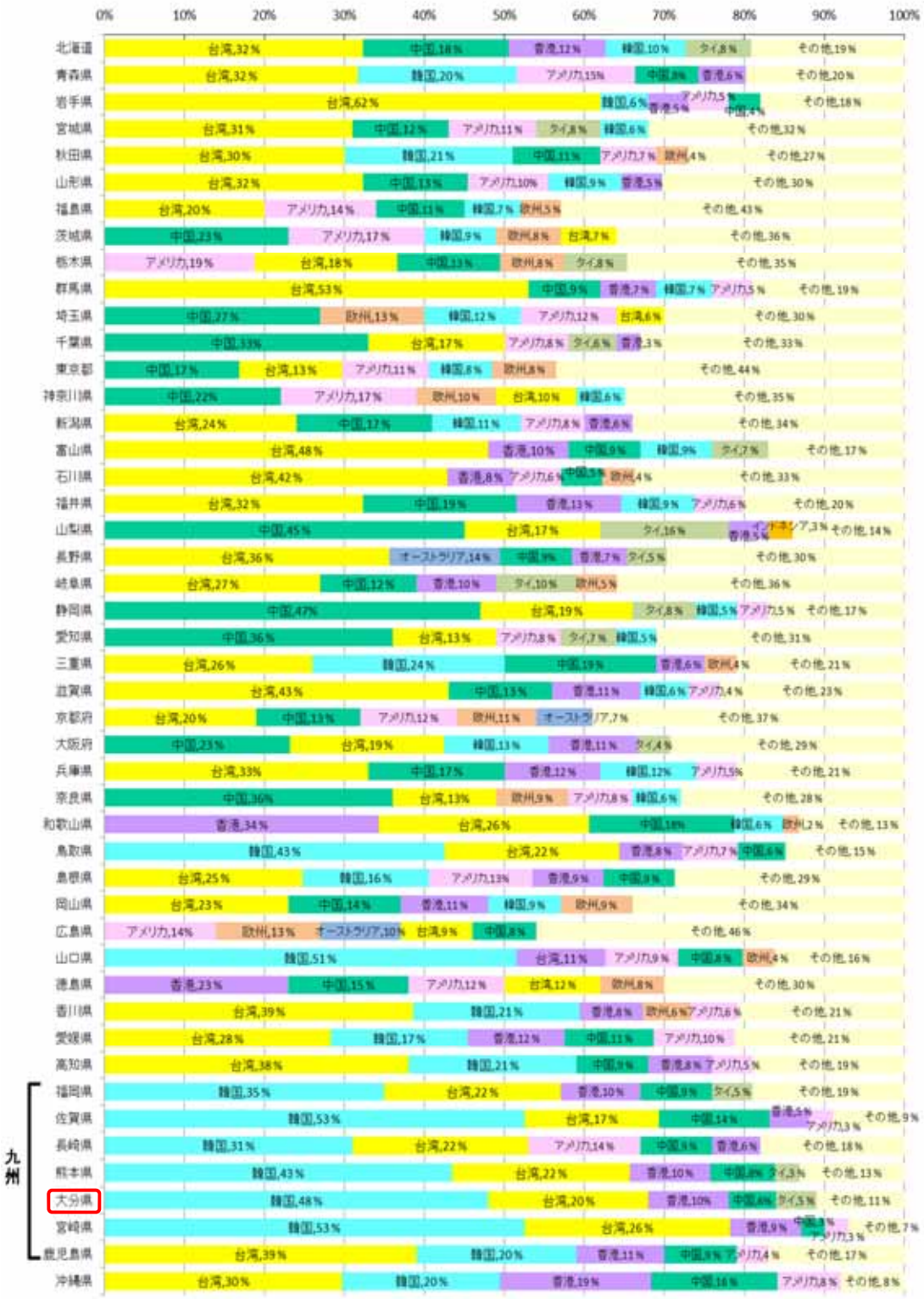
【図表３】都道府県別外国人延べ宿泊者数（2014 年）



（出所）観光庁宿泊旅行統計調査をもとに DBJ 作成

[2] 外国人延べ宿泊者数は上位６都道府県で国内シェアの約 70%を占める。ゴールデンルート（東京－大阪間を周遊する定番ルート）と北海道・沖縄に集中している。

【図表４】都道府県別・国籍別外国人延べ宿泊者構成比（2014 年）



（出所）観光庁宿泊旅行統計調査をもとに DBJ 作成

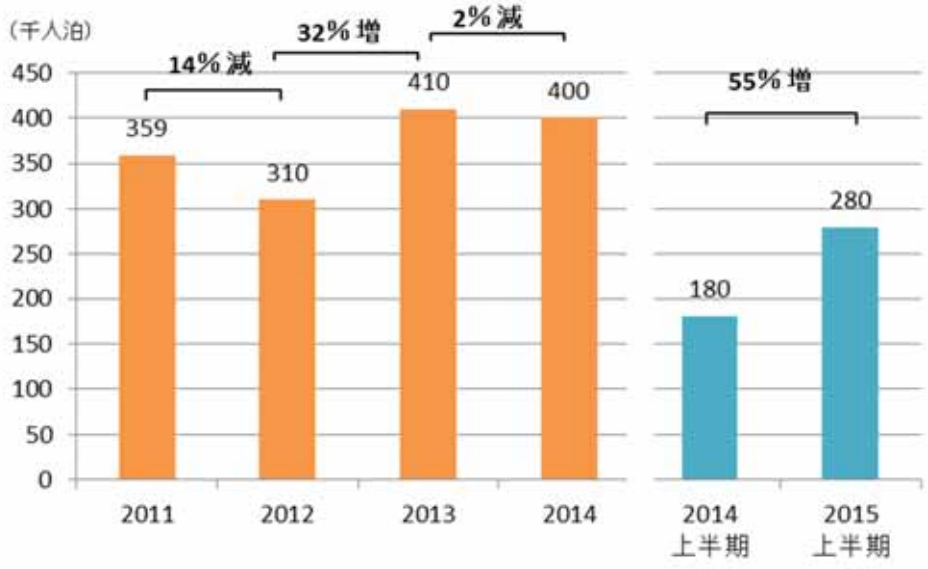
（４）大分のインバウンド観光の推移　～国・地域の多様化が徐々に進展～

・ 観光庁宿泊旅行統計調査によると、大分県の外国人延べ宿泊者数は、2013 年に 41 万人（前年比 32%増）と大きく伸長したものの、2014 年（確定値）は 40 万人（前年比 2%減）の微減となった。2014 年の大分県については、韓国旅客船沈没事件（2014/4）以降の韓国客の落ち込みの影響等を受けた結果、外国人延べ宿泊者数が一時的に減少したと見られる**【図表５、橙色部分】**。

・ 2015 年上半期については、大分県の外国人延べ宿泊者数は 28 万人（前年比 55%増）と大幅な増加に転じている。①主力の韓国客の回復、②台湾、香港、中国、東南アジア等からの宿泊客の高い伸びといった２つの要因が推察される**【図表５、青色部分】**。

・ 国籍別に大分県の外国人延べ宿泊者数の推移を見ると、主力の韓国客は約 8 割を占めた 2010 年から低下傾向にあり、国・地域の多様化が徐々に進みつつある（2010 年：79%→2014 年：48%）。2014 年（通年）の韓国客の比率については韓国旅客船沈没事件という特殊要因の影響で 48%となったものの、その後の韓国客の回復を受け、2014 年秋以降、直近の韓国客の比率は 50～60%台で推移している**【図表６】**、**【図表７】**。

【図表５】大分県の外国人延べ宿泊者数の推移



（出所）観光庁宿泊旅行統計調査をもとに DBJ 作成

【図表６】大分県の国籍別外国人延べ宿泊者構成比の推移（最近５年間）

【図表７】大分県の国籍別外国人延べ宿泊者構成比の推移（直近四半期別）

（出所）【図表６、７】：観光庁宿泊旅行統計調査をもとに DBJ 作成

2．アジア８地域･訪日外国人旅行者の意向調査 【大分版】

- 当行では、2012 年以降、4 年連続で、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、主に国・地域別の旅行趣向や訪日経験の有無によるニーズの変化について調査を行っている。
- ここでは、最新版の上記調査[3]（2015/7 実施）から、大分のインバウンド観光戦略を検討する上で参考になる情報を中心に抜粋し、分析を行うこととする。

（1）日本旅行の人気度 ～日本が全体で人気トップ～

- 調査結果によると、アジア 8 地域全体では、過半数（55%）の回答者が日本旅行を希望している。韓国、マレーシアを除く 6 地域において、日本を旅行したい国として希望する割合が最も高くなっている**【図表８】**。
- 具体的に検討している旅行先では、8 地域全てにおいて、日本はトップとなっている。
- 地域別にみると、台湾は約 7 割、香港、中国、タイ、シンガポールでも約 6 割が訪日旅行を希望している。
- 訪日旅行者数が最も多い国の一つである韓国では、日本旅行を希望する割合は低いものの、具体的に旅行を検討している国としては、日本がトップとなっている。

【図表８】日本旅行への希望と具体的検討状況　　（対象は全員、複数回答）

回答者→	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	
サンプル数→	4111	4053	530	521	514	512	510	498	517	513	502	487	515	508	515	512	508	502
↓旅行したい国･地域	希望	具体的検討	希望	具体的検討	希望	具体的検討	希望	具体的検討	希望	具体的検討	希望	具体的検討	希望	具体的検討	希望	具体的検討	希望	具体的検討
日本	55 %	38 %	28 %	15 %	63 %	53 %	71 %	38 %	64 %	53 %	56 %	46 %	56 %	39 %	50 %	30 %	50 %	27 %
オーストラリア	40 %	17 %	43 %	14 %	43 %	17 %	31 %	2 %	50 %	28 %	20 %	7 %	50 %	24 %	49 %	25 %	34 %	15 %
韓国	39 %	22 %	-	-	43 %	25 %	26 %	6 %	45 %	31 %	30 %	17 %	46 %	27 %	43 %	26 %	37 %	19 %
ニュージーランド	37 %	13 %	38 %	9 %	38 %	15 %	35 %	2 %	35 %	16 %	19 %	6 %	52 %	23 %	52 %	26 %	26 %	9 %
アメリカ	35 %	12 %	36 %	11 %	44 %	19 %	35 %	4 %	27 %	13 %	22 %	7 %	49 %	21 %	39 %	13 %	29 %	9 %
スイス	35 %	11 %	45 %	10 %	30 %	8 %	33 %	2 %	33 %	15 %	22 %	10 %	46 %	18 %	45 %	17 %	23 %	5 %
フランス	34 %	11 %	42 %	11 %	36 %	10 %	31 %	3 %	33 %	17 %	20 %	7 %	42 %	16 %	39 %	13 %	32 %	8 %
イギリス	33 %	11 %	35 %	8 %	30 %	7 %	28 %	2 %	32 %	17 %	22 %	8 %	46 %	20 %	41 %	20 %	30 %	5 %
イタリア	30 %	9 %	39 %	9 %	29 %	7 %	27 %	3 %	29 %	14 %	15 %	5 %	41 %	14 %	37 %	13 %	25 %	7 %
香港	29 %	12 %	27 %	8 %	34 %	16 %	32 %	8 %	-	-	21 %	11 %	34 %	19 %	29 %	15 %	24 %	9 %

（注）上位 5 項目を赤または橙色で塗りつぶした。また、全体の割合において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプルから除いている。

[3] 2015 年の調査は、公益財団法人日本交通公社（JTBF）と共同で実施した。

（2）大分(別府/湯布院)の認知度と訪問意欲　～リピーターほど関心が高い～

- 当調査では、日本の代表的な観光地に関する認知度、訪問意欲等を調査している。なお、大分の観光地は、観光面で知名度が国内外とも高い「別府/湯布院」で代表させた。
- まず、別府/湯布院の認知度をみると、全体では 14%で、特に、香港（40%）、韓国（32%）で高い結果となった。その一方で、東南アジアの国々での別府/湯布院の認知度は、5%未満の国もあり、東南アジアでの当地の認知度向上の余地は大きいといえる**【図表９】**。
- 訪日経験別にみると、いずれの国・地域においても、訪日経験が増すと観光地の認知度は上昇する。訪日リピーターからの別府/湯布院の認知度は、香港では 50%、韓国では 42%に達し、全体でも 30%まで上昇する **【図表 10】**。

【図表９】別府/湯布院の認知度　　**（対象は全員、複数回答）**

回答者→	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
サンプル数→	4111	530	514	510	517	502	515	515	508
九州	40 %	50 %	39 %	68 %	71 %	30 %	26 %	20 %	14 %
福岡／博多	35 %	50 %	37 %	52 %	57 %	28 %	21 %	19 %	19 %
長崎	41 %	40 %	43 %	58 %	55 %	32 %	24 %	33 %	40 %
別府／湯布院	14 %	32 %	10 %	18 %	40 %	6 %	4 %	2 %	3 %
熊本／阿蘇	17 %	15 %	20 %	41 %	46 %	5 %	3 %	3 %	3 %
宮崎	23 %	20 %	36 %	45 %	50 %	15 %	6 %	8 %	5 %
鹿児島	27 %	23 %	39 %	62 %	65 %	6 %	11 %	6 %	6 %
東京	71 %	70 %	68 %	81 %	79 %	68 %	70 %	68 %	65 %
富士山	69 %	62 %	73 %	76 %	77 %	69 %	69 %	68 %	59 %
北海道	63 %	55 %	68 %	81 %	76 %	57 %	62 %	57 %	46 %
札幌	49 %	59 %	43 %	69 %	72 %	42 %	43 %	26 %	33 %
名古屋	50 %	53 %	53 %	70 %	68 %	37 %	32 %	39 %	44 %
関西	35 %	39 %	29 %	61 %	56 %	36 %	20 %	23 %	15 %
京都	59 %	62 %	57 %	76 %	71 %	57 %	50 %	49 %	49 %
奈良	33 %	38 %	45 %	59 %	61 %	21 %	18 %	9 %	9 %
大阪	65 %	67 %	64 %	79 %	78 %	59 %	57 %	57 %	55 %
神戸	49 %	49 %	59 %	72 %	70 %	34 %	34 %	38 %	35 %
広島	44 %	39 %	51 %	54 %	52 %	43 %	33 %	39 %	45 %
沖縄	51 %	55 %	56 %	74 %	75 %	36 %	43 %	37 %	35 %

（注）カラースケールを用いて色分けを実施している。　（最小値）⟺（最大値）

【図表 10】訪日経験別にみた別府/湯布院の認知度　　**（対象は全員、複数回答）**

回答者→	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		
訪日回数→	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	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	なし	1回	2回以上
サンプル数	1958	963	1190	201	142	187	179	197	138	144	127	239	129	91	297	260	135	107	287	106	122	388	80	47	370	85	53
九州	27 %	42 %	59 %	37 %	56 %	60 %	36 %	39 %	45 %	63 %	57 %	76 %	65 %	64 %	76 %	23 %	33 %	41 %	15 %	31 %	48 %	16 %	31 %	36 %	13 %	20 %	13 %
福岡／博多	23 %	39 %	52 %	39 %	49 %	62 %	31 %	42 %	40 %	43 %	46 %	60 %	47 %	43 %	66 %	18 %	40 %	38 %	14 %	25 %	34 %	15 %	30 %	36 %	16 %	27 %	25 %
長崎	34 %	40 %	53 %	32 %	38 %	50 %	40 %	44 %	46 %	52 %	50 %	66 %	52 %	45 %	59 %	30 %	34 %	37 %	19 %	25 %	38 %	29 %	40 %	55 %	36 %	48 %	53 %
別府／湯布院	6 %	12 %	30 %	24 %	29 %	42 %	1 %	13 %	17 %	8 %	9 %	30 %	25 %	27 %	50 %	2 %	5 %	15 %	1 %	3 %	13 %	1 %	1 %	6 %	1 %	7 %	4 %
熊本／阿蘇	7 %	18 %	33 %	6 %	14 %	25 %	10 %	28 %	20 %	30 %	35 %	50 %	33 %	40 %	54 %	2 %	8 %	10 %	1 %	2 %	11 %	2 %	3 %	17 %	2 %	7 %	8 %
宮崎	15 %	25 %	36 %	16 %	17 %	27 %	31 %	43 %	33 %	42 %	43 %	48 %	47 %	37 %	54 %	12 %	16 %	21 %	3 %	5 %	14 %	6 %	9 %	17 %	3 %	8 %	11 %
鹿児島	17 %	26 %	45 %	17 %	18 %	34 %	37 %	42 %	37 %	60 %	52 %	69 %	61 %	56 %	69 %	3 %	7 %	11 %	8 %	5 %	23 %	5 %	3 %	19 %	5 %	8 %	8 %
東京	63 %	76 %	81 %	55 %	73 %	83 %	64 %	73 %	65 %	71 %	76 %	90 %	74 %	73 %	83 %	60 %	76 %	76 %	60 %	80 %	84 %	64 %	80 %	77 %	61 %	79 %	72 %
富士山	63 %	72 %	76 %	53 %	65 %	71 %	71 %	78 %	67 %	69 %	72 %	82 %	71 %	74 %	80 %	63 %	76 %	74 %	62 %	74 %	79 %	67 %	71 %	70 %	58 %	62 %	64 %
北海道	54 %	67 %	73 %	42 %	58 %	66 %	64 %	74 %	66 %	76 %	78 %	85 %	71 %	65 %	82 %	51 %	68 %	59 %	54 %	69 %	76 %	55 %	63 %	64 %	45 %	55 %	45 %
札幌	36 %	54 %	65 %	46 %	63 %	70 %	36 %	50 %	43 %	60 %	63 %	78 %	70 %	63 %	76 %	34 %	49 %	52 %	29 %	53 %	67 %	20 %	45 %	47 %	31 %	42 %	32 %
名古屋	39 %	53 %	64 %	38 %	55 %	68 %	47 %	58 %	52 %	64 %	67 %	75 %	62 %	60 %	73 %	34 %	39 %	42 %	23 %	33 %	53 %	34 %	59 %	51 %	39 %	56 %	51 %
関西	22 %	38 %	53 %	23 %	39 %	56 %	21 %	33 %	35 %	51 %	57 %	69 %	49 %	47 %	62 %	28 %	40 %	50 %	12 %	24 %	37 %	16 %	45 %	38 %	12 %	22 %	21 %
京都	47 %	66 %	73 %	44 %	68 %	76 %	48 %	65 %	59 %	69 %	77 %	80 %	62 %	62 %	78 %	48 %	66 %	67 %	37 %	58 %	75 %	41 %	71 %	74 %	46 %	61 %	57 %
奈良	17 %	37 %	55 %	21 %	39 %	55 %	35 %	51 %	49 %	45 %	57 %	68 %	53 %	46 %	69 %	13 %	26 %	34 %	7 %	17 %	46 %	3 %	18 %	38 %	6 %	21 %	11 %
大阪	54 %	71 %	77 %	52 %	73 %	79 %	57 %	69 %	66 %	73 %	80 %	83 %	71 %	70 %	84 %	51 %	67 %	68 %	46 %	60 %	79 %	52 %	76 %	70 %	49 %	74 %	62 %
神戸	38 %	53 %	64 %	38 %	52 %	59 %	54 %	65 %	57 %	69 %	63 %	79 %	67 %	65 %	73 %	27 %	39 %	48 %	26 %	33 %	54 %	34 %	53 %	53 %	32 %	41 %	47 %
広島	38 %	47 %	53 %	31 %	40 %	47 %	45 %	56 %	51 %	52 %	42 %	62 %	48 %	41 %	57 %	40 %	46 %	46 %	26 %	40 %	43 %	35 %	51 %	51 %	41 %	53 %	58 %
沖縄	41 %	54 %	67 %	44 %	58 %	65 %	56 %	56 %	56 %	64 %	68 %	84 %	70 %	67 %	79 %	30 %	40 %	45 %	36 %	48 %	55 %	33 %	49 %	49 %	31 %	47 %	45 %

（注）上位 5 項目を赤、橙または黄色で塗りつぶした。

- 次に、別府/湯布院への訪問意欲をみると、韓国 13%、香港 9%、台湾 7%と相応の水準にあるが、東南アジアの国々では 5%未満となっている**【図表 11】**。
- 訪日経験別にみると、認知度と同様に、訪日経験が増すと訪問意欲が高まる。訪日リピーターは日本各地の観光地をよく知っており、実際に訪問する意欲もある。訪日リピーターの別府/湯布院への訪問意欲は、韓国（18%）、台湾（13%）、香港（13%）で二桁に達する。ゴールデンルート周辺に次ぐ訪問先として、訪日リピーターに選ばれる観光地になれるかどうかがカギとなる**【図表 12】**。

【図表 11】別府/湯布院への訪問意欲　　**（対象は全員、複数回答）**

回答者→	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
サンプル数→	3877	496	509	500	512	480	462	463	455
九州	14 %	17 %	11 %	26 %	26 %	9 %	11 %	5 %	3 %
福岡／博多	9 %	16 %	6 %	16 %	10 %	11 %	6 %	5 %	5 %
長崎	10 %	8 %	10 %	17 %	10 %	11 %	5 %	10 %	12 %
別府／湯布院	5 %	13 %	4 %	7 %	9 %	2 %	2 %	0 %	1 %
熊本／阿蘇	5 %	3 %	4 %	13 %	12 %	1 %	2 %	1 %	0 %
宮崎	5 %	3 %	8 %	12 %	10 %	5 %	2 %	2 %	1 %
鹿児島	9 %	4 %	14 %	24 %	24 %	2 %	3 %	1 %	2 %
東京	45 %	34 %	46 %	45 %	38 %	45 %	50 %	50 %	50 %
富士山	45 %	28 %	56 %	40 %	33 %	51 %	53 %	52 %	49 %
北海道	44 %	27 %	51 %	62 %	55 %	39 %	53 %	41 %	23 %
札幌	23 %	31 %	16 %	33 %	28 %	22 %	21 %	14 %	18 %
名古屋	20 %	13 %	29 %	33 %	25 %	11 %	10 %	18 %	18 %
関西	10 %	7 %	8 %	24 %	13 %	11 %	6 %	7 %	4 %
京都	34 %	30 %	37 %	48 %	33 %	31 %	30 %	28 %	29 %
奈良	14 %	13 %	21 %	27 %	19 %	9 %	9 %	4 %	4 %
大阪	37 %	32 %	37 %	51 %	37 %	35 %	35 %	37 %	35 %
神戸	18 %	14 %	23 %	33 %	18 %	14 %	11 %	14 %	14 %
広島	11 %	5 %	14 %	13 %	6 %	14 %	9 %	13 %	15 %
沖縄	27 %	27 %	30 %	40 %	42 %	15 %	25 %	17 %	14 %

（注）カラースケールを用いて色分けを実施している。　（最小値）⟺（最大値）

【図表 12】訪日経験別にみた別府/湯布院への訪問意欲　　**（対象は全員、複数回答）**

回答者→	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		
訪日回数→	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	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	なし	1回	2回以上
サンプル数	1730	960	1187	167	142	187	174	197	138	135	127	238	124	91	297	238	135	107	235	106	121	339	78	46	318	84	53
九州	8 %	15 %	22 %	11 %	18 %	20 %	5 %	13 %	17 %	21 %	24 %	30 %	23 %	20 %	28 %	7 %	13 %	10 %	4 %	16 %	22 %	4 %	6 %	11 %	3 %	4 %	6 %
福岡／博多	5 %	9 %	17 %	12 %	13 %	20 %	1 %	7 %	10 %	7 %	10 %	25 %	2 %	4 %	15 %	5 %	18 %	15 %	3 %	7 %	13 %	4 %	6 %	9 %	5 %	6 %	9 %
長崎	8 %	10 %	15 %	5 %	5 %	12 %	6 %	10 %	17 %	12 %	13 %	23 %	9 %	8 %	10 %	9 %	13 %	13 %	3 %	6 %	7 %	8 %	13 %	20 %	10 %	13 %	21 %
別府／湯布院	2 %	4 %	10 %	12 %	9 %	18 %	1 %	5 %	7 %	1 %	2 %	13 %	2 %	4 %	13 %	2 %	3 %	3 %	0 %	1 %	5 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	2 %
熊本／阿蘇	1 %	3 %	11 %	2 %	1 %	6 %	2 %	4 %	9 %	4 %	7 %	20 %	6 %	8 %	15 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %	6 %	1 %	1 %	7 %	0 %	1 %	0 %
宮崎	2 %	5 %	9 %	2 %	1 %	5 %	3 %	10 %	10 %	4 %	12 %	16 %	7 %	4 %	13 %	4 %	5 %	5 %	1 %	1 %	4 %	2 %	1 %	0 %	0 %	1 %	2 %
鹿児島	6 %	8 %	16 %	2 %	4 %	7 %	11 %	14 %	17 %	21 %	21 %	26 %	25 %	16 %	26 %	1 %	3 %	2 %	1 %	1 %	7 %	1 %	0 %	2 %	3 %	0 %	4 %
東京	46 %	45 %	43 %	31 %	32 %	39 %	40 %	48 %	49 %	42 %	43 %	47 %	45 %	33 %	37 %	43 %	47 %	47 %	51 %	55 %	43 %	50 %	51 %	46 %	51 %	52 %	43 %
富士山	47 %	46 %	42 %	18 %	27 %	39 %	60 %	55 %	51 %	34 %	43 %	42 %	35 %	35 %	31 %	51 %	53 %	48 %	57 %	56 %	45 %	52 %	54 %	54 %	51 %	38 %	53 %
北海道	38 %	47 %	51 %	20 %	27 %	33 %	43 %	54 %	57 %	64 %	61 %	62 %	51 %	47 %	60 %	33 %	47 %	41 %	50 %	56 %	56 %	39 %	50 %	43 %	22 %	27 %	23 %
札幌	15 %	25 %	33 %	23 %	27 %	41 %	8 %	20 %	21 %	29 %	30 %	37 %	19 %	22 %	34 %	17 %	26 %	29 %	13 %	24 %	36 %	9 %	27 %	30 %	15 %	25 %	23 %
名古屋	16 %	23 %	23 %	7 %	11 %	19 %	27 %	32 %	28 %	33 %	36 %	32 %	27 %	21 %	26 %	9 %	13 %	12 %	7 %	15 %	12 %	17 %	26 %	15 %	14 %	25 %	25 %
関西	5 %	12 %	17 %	2 %	5 %	13 %	5 %	11 %	8 %	16 %	22 %	30 %	9 %	8 %	17 %	7 %	16 %	17 %	2 %	9 %	9 %	5 %	10 %	13 %	2 %	12 %	8 %
京都	26 %	37 %	41 %	19 %	30 %	41 %	30 %	41 %	41 %	42 %	46 %	53 %	36 %	26 %	34 %	23 %	39 %	36 %	23 %	31 %	44 %	23 %	45 %	41 %	25 %	37 %	34 %
奈良	6 %	16 %	23 %	4 %	11 %	23 %	13 %	27 %	25 %	19 %	23 %	34 %	15 %	13 %	22 %	5 %	13 %	14 %	3 %	9 %	21 %	1 %	9 %	17 %	3 %	12 %	4 %
大阪	34 %	39 %	42 %	26 %	32 %	38 %	32 %	37 %	45 %	49 %	46 %	54 %	43 %	31 %	36 %	30 %	43 %	37 %	32 %	35 %	39 %	33 %	49 %	50 %	32 %	43 %	38 %
神戸	13 %	18 %	24 %	7 %	11 %	22 %	18 %	22 %	30 %	33 %	27 %	36 %	14 %	15 %	20 %	9 %	17 %	21 %	9 %	13 %	16 %	13 %	15 %	24 %	12 %	15 %	21 %
広島	10 %	11 %	13 %	4 %	4 %	8 %	9 %	15 %	17 %	10 %	9 %	17 %	4 %	4 %	8 %	12 %	19 %	14 %	8 %	8 %	11 %	13 %	9 %	20 %	13 %	18 %	17 %
沖縄	21 %	27 %	35 %	24 %	25 %	32 %	28 %	30 %	33 %	32 %	39 %	46 %	39 %	40 %	44 %	13 %	19 %	17 %	25 %	22 %	27 %	16 %	18 %	28 %	11 %	18 %	23 %

（注）この質問は「認知度」の質問において「知っている観光地」の中で「実際にいってみたい所」を尋ねたものである。上位 5 項目を赤、橙または黄色で塗りつぶした。

（３）日本旅行を選んだ理由　～上位項目は大分の魅力と一致～

- 日本旅行を選んだ理由については、「日本食」、「自然・風景」、「温泉」、「ショッピング」、「文化・歴史」の５項目が主な理由となっている**【図表 13】**。
- 大分でシェアの高い韓国では「渡航時間の短さ」を挙げる割合が高い。

【図表 13】日本旅行を選んだ理由　　**（対象は訪日経験者、複数回答）**

回答者→	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→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	963	1,190	142	187	197	138	127	239	91	297	135	107	106	122	80	47	85	53
日本食に関心があったから	46%	52%	28%	36%	45%	46%	42%	42%	38%	59%	60%	72%	50%	55%	46%	64%	60%	60%
日本の自然や風景に関心があったから	47%	43%	29%	27%	56%	52%	49%	49%	29%	37%	58%	60%	41%	35%	49%	55%	64%	62%
日本の温泉に関心があったから	40%	43%	29%	42%	55%	49%	31%	41%	33%	42%	54%	52%	32%	33%	35%	43%	39%	53%
日本でのショッピングに関心があったから	35%	38%	12%	19%	47%	46%	34%	39%	27%	46%	41%	44%	39%	30%	30%	32%	46%	45%
日本の文化・歴史に関心があったから	37%	34%	14%	22%	41%	41%	35%	42%	29%	24%	49%	50%	33%	31%	43%	40%	66%	51%
治安が良いから	28%	33%	12%	17%	23%	27%	33%	46%	16%	31%	47%	52%	31%	29%	41%	38%	28%	30%
価格が安かったから（ツアー料金や航空運賃等）	22%	24%	20%	19%	16%	14%	20%	31%	24%	26%	27%	25%	29%	25%	28%	28%	15%	26%
家族や友人等の勧めがあったから	24%	21%	21%	25%	20%	21%	26%	22%	30%	17%	21%	24%	22%	16%	34%	32%	28%	15%
日本の世界遺産に関心があったから	23%	20%	6%	8%	23%	17%	17%	22%	16%	16%	37%	41%	18%	17%	38%	32%	42%	45%
渡航時間が短かったから	20%	22%	29%	30%	31%	30%	9%	25%	11%	15%	25%	29%	9%	11%	16%	17%	13%	19%
直行便があったから	19%	22%	8%	11%	22%	26%	22%	28%	15%	20%	28%	30%	20%	13%	23%	28%	11%	26%
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%	19%	11%	11%	30%	26%	14%	11%	10%	22%	27%	28%	19%	16%	16%	15%	40%	38%
日本の科学・技術に関心があったから	20%	17%	6%	6%	25%	27%	10%	12%	8%	13%	32%	33%	13%	9%	20%	21%	49%	55%
価格が安かったから（日本で購入する商品の価格等）	16%	19%	12%	12%	19%	18%	23%	28%	15%	25%	13%	14%	14%	11%	18%	21%	8%	11%
ネット広告、ブログ・SNSで評判が良かったから	11%	11%	4%	7%	13%	19%	6%	9%	2%	4%	21%	25%	5%	6%	15%	17%	24%	38%
TV（CM）で見たから	13%	9%	6%	8%	15%	17%	5%	5%	3%	2%	25%	26%	11%	3%	13%	15%	32%	32%
新聞・雑誌で見たから	10%	10%	2%	5%	14%	12%	6%	10%	10%	8%	12%	20%	6%	6%	13%	9%	26%	21%
キャンペーンをしていたから	11%	10%	2%	1%	6%	6%	4%	5%	13%	16%	14%	15%	12%	10%	19%	11%	28%	23%
LCC便があったから	8%	10%	1%	5%	2%	4%	2%	7%	5%	9%	21%	27%	3%	4%	18%	26%	25%	34%
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%	10%	2%	5%	12%	14%	6%	10%	3%	9%	10%	11%	7%	3%	3%	4%	24%	26%
日本でのスポーツに関心があったから	8%	6%	3%	2%	10%	12%	2%	4%	3%	3%	17%	16%	5%	7%	9%	2%	13%	13%
クルーズ船が運行しているから	4%	5%	4%	6%	6%	7%	4%	2%	4%	4%	4%	7%	3%	2%	1%	9%	5%	11%

（注）この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行の際に、旅行先として日本を選んだ理由を尋ねたものである。上位５項目を赤または橙色で塗りつぶした。

（4）日本の情報の収集方法　～口コミは重要な情報源～

- 日本の情報の収集方法については、いずれの国・地域においても、幅広い媒体から情報を収集している。ガイドブックや旅行専門雑誌といった紙媒体に加え、友人、家族・親戚から情報を収集している。「個人ブログ」、「Trip Advisor などの口コミサイト」を挙げる割合も高い**【図表 14】**。

【図表 14】日本旅行前の情報収集方法　　（対象は訪日経験者、複数回答）

回答者→	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	
訪日回数→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	963	1190	142	187	197	138	127	239	91	297	135	107	106	122	80	47	85	53
旅行ガイドブック	35%	37%	27%	35%	34%	33%	43%	40%	32%	38%	32%	47%	35%	31%	38%	40%	41%	40%
友人	37%	35%	27%	37%	33%	35%	40%	38%	41%	34%	39%	36%	38%	34%	45%	32%	44%	32%
家族・親戚	32%	31%	21%	30%	32%	37%	33%	37%	29%	27%	30%	34%	26%	26%	41%	28%	48%	26%
日本政府観光局（又は観光庁）のHP	25%	31%	9%	12%	32%	32%	21%	30%	16%	37%	21%	31%	34%	38%	34%	47%	39%	38%
旅行専門雑誌	23%	30%	11%	14%	30%	33%	20%	29%	34%	44%	28%	33%	7%	12%	21%	23%	34%	36%
旅行会社のHP	26%	27%	26%	33%	36%	30%	9%	13%	23%	29%	31%	35%	16%	20%	18%	30%	44%	42%
個人ブログ	24%	28%	31%	33%	13%	19%	31%	35%	25%	29%	32%	33%	10%	19%	25%	17%	26%	19%
Trip Advisorなどの口コミサイト	23%	22%	6%	10%	34%	36%	10%	13%	11%	22%	33%	28%	26%	29%	24%	36%	34%	32%
テレビ番組	23%	22%	11%	21%	28%	30%	22%	23%	22%	14%	30%	31%	16%	13%	21%	21%	33%	34%
職場の同僚	23%	20%	16%	16%	24%	28%	16%	21%	18%	16%	30%	34%	22%	17%	33%	23%	32%	19%
SNS・ツイッター	19%	19%	16%	13%	23%	30%	2%	4%	22%	23%	39%	40%	3%	2%	5%	15%	41%	43%
旅行会社カウンター	18%	19%	8%	10%	24%	27%	17%	20%	10%	14%	32%	39%	12%	11%	18%	28%	20%	28%
旅行会社のパンフレット	19%	17%	14%	12%	27%	25%	23%	22%	14%	16%	9%	15%	22%	16%	24%	13%	21%	19%
自治体や観光協会など地域の公式HP	13%	17%	6%	5%	14%	17%	2%	8%	10%	27%	21%	14%	17%	22%	16%	30%	24%	32%
日本にいる家族・知人	12%	14%	9%	16%	11%	21%	8%	13%	3%	4%	16%	18%	11%	18%	13%	11%	27%	30%
チラシ広告、キャンペーン	12%	11%	3%	5%	13%	11%	9%	12%	8%	7%	11%	17%	12%	11%	24%	19%	25%	19%
新聞	10%	10%	1%	7%	10%	9%	7%	8%	10%	11%	11%	18%	12%	8%	16%	17%	22%	19%
その他	1%	1%	1%	2%	0%	0%	2%	2%	2%	0%	1%	0%	1%	4%	4%	4%	1%	0%

（注）この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行の際に、どのように日本の情報を収集したかを尋ねたものである。上位 5 項目を赤または橙色で塗りつぶした。

（５）日本への旅行形態　～国・地域で傾向が分かれる～

- 日本への旅行形態については、全体では、ガイド付きパック旅行（計 52%）とそれ以外（計 48%）がほぼ半々だが、それぞれの国・地域により傾向は分かれている。シンガポール、香港、マレーシアでは個人手配の割合が最も高く、個人旅行（FIT）化の傾向が顕著である**【図表 15】**。

【図表 15】日本への旅行形態　　**（ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く）**

回答者→	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
サンプル数→	1981	300	312	352	374	230	201	102	110
ガイド付きパック旅行（自由行動日なし）	36 %	35 %	37 %	47 %	25 %	38 %	27 %	34 %	59 %
ガイド付きパック旅行（自由行動日あり）	16 %	13 %	21 %	20 %	14 %	12 %	13 %	13 %	15 %
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行	15 %	13 %	17 %	14 %	22 %	18 %	8 %	12 %	9 %
航空券と宿泊施設を個別に手配	29 %	29 %	21 %	16 %	39 %	28 %	50 %	37 %	12 %
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	4 %	9 %	4 %	2 %	1 %	4 %	1 %	4 %	5 %

（注）この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行のスタイルを尋ねたものである。

カラースケールを用いて色分けを実施している。　（最小値）⟺（最大値）

（6）日本での移動手段　～全体として鉄道の利用が多い～

- 日本に着いてからの移動手段は、「鉄道（新幹線を除く）」、「新幹線」の利用割合が高くなっているが、国・地域によっては「タクシー」、「乗り合いバス」、「貸し切りバス」などの利用割合も高い**【図表 16】**。
- 国・地域別にみると、中国は特に新幹線の利用が多く、タイ、シンガポール、マレーシアは鉄道（新幹線を除く）の利用が多い。また、韓国は乗り合いバス、台湾は貸し切りバスの利用も多い。
- 訪日経験別にみると、訪日経験が増すと、「鉄道（新幹線を除く）」、「新幹線」、「乗り合いバス」といった公共交通機関の利用割合が上昇する傾向が見られる。

【図表 16】日本での移動手段　　**（対象は訪日経験者、複数回答）**

回答者→	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→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	963	1,190	142	187	197	138	127	239	91	297	135	107	106	122	80	47	85	53
鉄道（新幹線を除く）	54%	61%	42%	51%	42%	47%	40%	55%	56%	70%	70%	71%	66%	66%	70%	81%	66%	57%
新幹線	49%	53%	23%	33%	70%	75%	39%	45%	46%	57%	44%	59%	47%	57%	59%	49%	61%	66%
タクシー	31%	32%	25%	40%	57%	62%	10%	18%	24%	22%	26%	42%	24%	20%	34%	43%	31%	53%
旅行会社などが手配した車	31%	25%	22%	15%	37%	33%	39%	31%	33%	26%	31%	32%	25%	8%	21%	23%	36%	38%
乗り合いバス	23%	28%	33%	34%	4%	5%	17%	20%	25%	34%	32%	36%	22%	35%	29%	34%	35%	30%
貸し切りバス	23%	19%	26%	23%	21%	20%	35%	31%	5%	5%	26%	24%	22%	22%	25%	17%	25%	19%
飛行機（国内線）	10%	13%	3%	8%	18%	15%	6%	10%	4%	13%	7%	10%	12%	11%	15%	26%	18%	28%
レンタカー	10%	12%	6%	8%	10%	13%	4%	11%	8%	14%	12%	17%	8%	5%	10%	15%	21%	26%
その他	2%	1%	3%	3%	2%	0%	2%	2%	1%	0%	1%	1%	6%	2%	1%	2%	1%	0%

（注）この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行の際に、日本での移動手段を尋ねたものである。
カラースケールを用いて色分けを実施している。　　（最小値）⟺（最大値）

（7）日本旅行でのショッピング　～買い物で訪れる先は多様～

- 日本旅行で買い物をする場所については、「ショッピングモール」、「スーパーマーケット」、「観光地の土産物屋」、「百貨店」、「コンビニエンスストア」の人気が高い。「空港」、「100 円ショップ」、「大型のディスカウントストア」、「ドラッグストア」といった店舗も、訪日外国人旅行者が買い物で訪れる割合が高い**【図表 17】**。

【図表 17】日本で買い物をした場所　　**（対象は訪日経験者、複数回答）**

回答者→	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	
訪日回数→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	963	1190	142	187	197	138	127	239	91	297	135	107	106	122	80	47	85	53
ショッピングモール	57 %	60 %	35 %	44 %	71 %	65 %	55 %	56 %	59 %	66 %	52 %	50 %	65 %	74 %	66 %	66 %	53 %	64 %
スーパーマーケット	45 %	54 %	27 %	36 %	40 %	38 %	43 %	53 %	64 %	76 %	41 %	47 %	59 %	65 %	61 %	53 %	35 %	40 %
観光地の土産物屋	49 %	50 %	37 %	42 %	45 %	43 %	42 %	54 %	40 %	51 %	62 %	61 %	52 %	44 %	60 %	49 %	71 %	66 %
百貨店	44 %	54 %	24 %	34 %	33 %	39 %	39 %	53 %	62 %	73 %	52 %	54 %	62 %	66 %	55 %	53 %	44 %	40 %
コンビニエンスストア	42 %	49 %	41 %	40 %	27 %	30 %	47 %	54 %	63 %	66 %	42 %	48 %	44 %	48 %	56 %	45 %	32 %	23 %
空港	39 %	49 %	40 %	52 %	34 %	41 %	48 %	56 %	29 %	49 %	39 %	51 %	52 %	50 %	43 %	49 %	28 %	26 %
100円ショップ	32 %	41 %	28 %	41 %	13 %	10 %	18 %	28 %	47 %	59 %	44 %	53 %	37 %	47 %	45 %	43 %	47 %	42 %
大型のディスカウントストア	34 %	38 %	29 %	35 %	43 %	35 %	23 %	31 %	24 %	47 %	42 %	45 %	34 %	30 %	23 %	38 %	45 %	43 %
ドラッグストア	28 %	43 %	18 %	25 %	33 %	30 %	61 %	70 %	43 %	62 %	14 %	26 %	19 %	20 %	15 %	19 %	11 %	13 %
専門店（服飾専門店、宝石専門店　等）	28 %	31 %	12 %	13 %	40 %	44 %	15 %	26 %	15 %	35 %	37 %	37 %	32 %	38 %	29 %	38 %	44 %	32 %
家電量販店	21 %	23 %	11 %	11 %	32 %	36 %	13 %	28 %	15 %	21 %	21 %	19 %	12 %	14 %	38 %	32 %	28 %	32 %
ホテル・旅館等の宿泊施設	15 %	21 %	11 %	18 %	13 %	25 %	19 %	17 %	16 %	24 %	19 %	22 %	10 %	12 %	14 %	15 %	25 %	38 %
その他	0 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	2 %	1 %	0 %	2 %	0 %	0 %

（注）この質問は訪日経験者を対象に、「直近の」日本旅行の際のショッピングについて尋ねたものである。
カラースケールを用いて色分けを実施している。　（最小値）⟺（最大値）

（8）日本旅行で満足した点/不満だった点　～課題は多言語対応と通信環境～

- 日本旅行で満足した点については、「日本料理」、「温泉」、「自然・風景」がトップ 3 となっており、日本旅行を選んだ理由と重なる。そのほか上位 5 項目には、「現地の人が普段利用している安価な食事」、「清潔さ/衛生面」が入る**【図表 18】**。
- 日本旅行で不満だった点については、「英語の通用度」、「母国語の通用度」、「旅行代金」のほか、Wi-Fi 等の通信環境に対する不満は、2014 年調査時よりも順位が上がっている[4]**【図表 19】**。

【図表 18】日本旅行で満足したこと　（対象は訪日経験者、各自 5 項目まで選択）

回答者→	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	
訪日回数→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	963	1,190	142	187	197	138	127	239	91	297	135	107	106	122	80	47	85	53
伝統的日本料理	43%	42%	39%	49%	40%	33%	46%	32%	34%	52%	45%	42%	48%	40%	44%	45%	48%	36%
温泉への入浴	27%	33%	39%	50%	27%	28%	31%	36%	25%	37%	27%	27%	13%	25%	28%	9%	14%	11%
自然や風景の見物	32%	29%	30%	22%	35%	26%	34%	35%	29%	31%	30%	27%	31%	32%	48%	26%	22%	21%
現地の人が普段利用している安価な食事	22%	23%	21%	24%	10%	8%	31%	34%	26%	23%	16%	16%	32%	30%	33%	23%	20%	15%
清潔さ／衛生面	23%	22%	20%	23%	15%	9%	38%	32%	29%	25%	13%	10%	25%	21%	40%	28%	14%	11%
桜の観賞	18%	20%	8%	10%	23%	27%	17%	15%	14%	21%	23%	32%	16%	22%	16%	26%	26%	28%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物	19%	17%	25%	25%	18%	16%	25%	21%	20%	15%	16%	11%	15%	12%	16%	9%	14%	11%
化粧品や医薬品の購入	14%	18%	11%	10%	24%	24%	24%	28%	14%	21%	8%	17%	8%	7%	5%	6%	0%	6%
食品や飲料のショッピング	14%	16%	13%	14%	13%	13%	13%	14%	23%	21%	11%	9%	17%	21%	14%	21%	9%	11%
日本旅館での宿泊	17%	14%	11%	18%	14%	9%	7%	9%	14%	7%	21%	22%	25%	21%	13%	19%	34%	28%

（注）この質問は訪日経験者を対象に、日本旅行で最も満足したことを尋ねたものであり、69 の選択肢のうち、回答の多い上位 10 項目を並べたものである。上位 5 項目を赤または橙色で塗りつぶした。

【図表 19】日本旅行で不満だった点　（対象は訪日経験者、各自 5 項目まで選択）

回答者→	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→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	963	1,190	142	187	197	138	127	239	91	297	135	107	106	122	80	47	85	53
英語の通用しやすさ	22%	25%	23%	25%	14%	8%	14%	28%	36%	33%	21%	18%	34%	30%	26%	28%	16%	8%
母国語の通用しやすさ	17%	18%	14%	15%	21%	20%	17%	16%	18%	21%	16%	17%	11%	16%	19%	11%	14%	19%
旅行代金	12%	10%	9%	11%	7%	2%	13%	10%	4%	8%	13%	7%	20%	22%	21%	17%	16%	8%
携帯電話や通信機器の利用しやすさ（wi-fi等の充実度）	6%	8%	4%	13%	10%	8%	9%	15%	3%	4%	4%	3%	4%	7%	1%	0%	7%	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	7%	7%	6%	6%	8%	7%	7%	5%	3%	7%	4%	4%	8%	6%	8%	13%	13%	21%
豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	8%	6%	7%	6%	9%	3%	3%	5%	4%	3%	15%	8%	5%	7%	13%	9%	12%	15%
ブランド品や宝飾品のショッピング	8%	6%	6%	2%	6%	7%	7%	4%	7%	7%	10%	7%	8%	5%	14%	11%	8%	11%
免税制度の使いやすさ	7%	6%	4%	4%	11%	8%	9%	12%	11%	6%	4%	3%	5%	4%	4%	0%	4%	4%
日本の人々と交流	7%	6%	7%	5%	16%	9%	4%	6%	2%	5%	7%	5%	3%	6%	1%	2%	2%	6%
外貨両替のしやすさ	6%	6%	6%	7%	8%	6%	7%	10%	8%	4%	4%	7%	3%	7%	10%	2%	1%	2%

（注）この質問は訪日経験者を対象に、日本旅行で不満だったことを尋ねたものであり、69 の選択肢のうち、回答の多い上位 10 項目を並べたものである。上位 5 項目を赤または橙色で塗りつぶした。

[4]「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成 26 年版）」では、「携帯電話や通信機器の利便性（Wi-Fi 等の通信環境）」の不満度の順位は 6 位であった。

3．まとめ　～大分のインバウンド観光戦略（続編）～

（1）本調査レポートの位置づけ（前回調査レポートの続編）

- 当行大分事務所では、2015 年 5 月、「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向及び国内先進地事例調査（大分版）～7 つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略～」（以下、「2015 年 5 月調査レポート（大分版）」という。）を公表し、大分を中心に、行政、経済界、大学等の各界の皆さんに説明し意見交換を行ってきた。
- 本調査レポートは、「2015 年 5 月調査レポート（大分版）」の続編として、その後、2015 年 7 月に新たに実施した「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）」について大分の視点から報告するとともに、大分のインバウンド観光に関する統計数値についても最新時点で再整理したものである。併せて、「2015 年 5 月調査レポート（大分版）」の意見交換を行う中で、幅広くご関心をいただいた「訪日外国人旅行者の国・地域の多様化」の視点について深掘り調査を行った。

（2）本調査レポートにおける最新情報

- 本調査レポートの内容について、「2015 年 5 月調査レポート（大分版）」と比較して、最新情報に絞って整理すると、ポイントは以下の通り**【図表 20】**。

【図表 20】本調査レポートにおける最新情報

1．大分におけるインバウンド観光の動向（P 2～P 7）
① 2015 年上半期（1～6 月）においても、訪日外国人旅行者数、九州の外国人入国者数とも高い伸びが続き、上半期ベースで過去最高を更新した。 ② 2014 年の大分の外国人延べ宿泊者数（確定値）は通年で微減となったが、韓国客の回復等を受け、2015 年上半期は大幅な増加（前年比 55%増）となった。 ③ 大分を訪れる外国人旅行者については、アジア、中でも、韓国の比率が高いという特徴があるが、最近は国・地域の多様化が徐々に進みつつある。
2．「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査」【大分版】（P 8～P16）
① 大分（別府/湯布院）の認知度と訪問意欲については前回調査から大きな変化はない。「訪日機会が増すと認知度と訪問意欲が上昇する」傾向についても同様。 ② 今回新たに調査した「日本での移動手段」については、全体として鉄道の利用が多く、「訪日経験が増すと、鉄道等の公共交通機関の利用割合が上昇する」傾向が見られる。 ③ 「日本旅行で不満だった点」において、「携帯電話や通信機器の利用しやすさ（Wi-Fi 等の充実度）」の順位が上昇（前回 6 位→今回 4 位）。

（３）「訪日外国人旅行者の国・地域の多様化」に関する深掘り調査

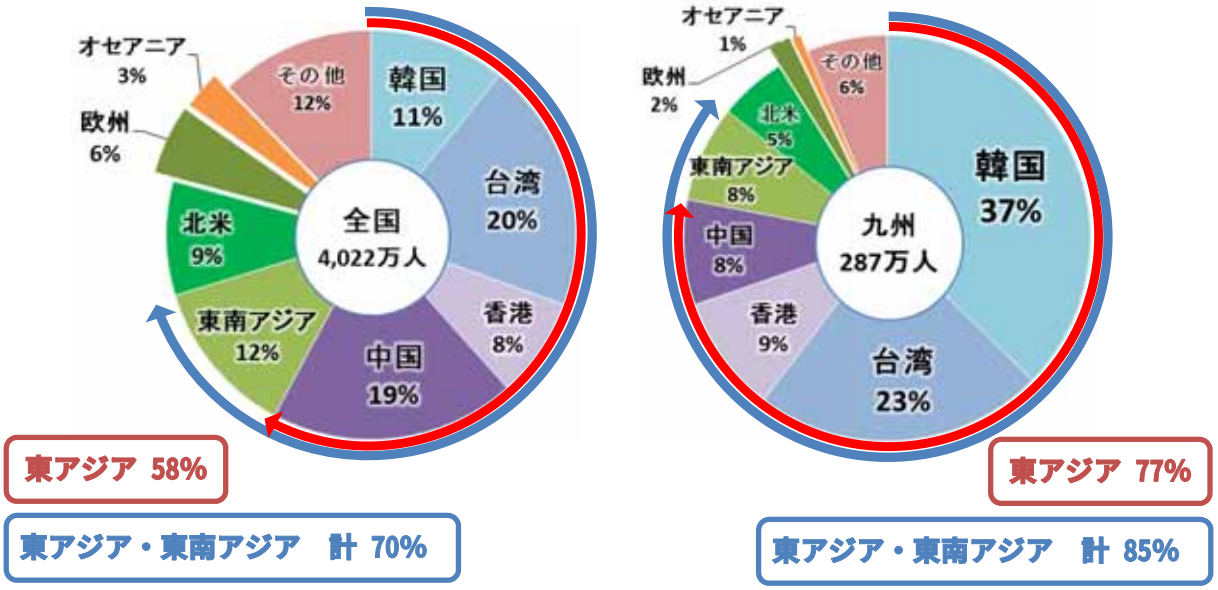
- 「2015 年 5 月調査レポート（大分版）」の意見交換を行う中で、大分の皆さんから「訪日外国人旅行者の国・地域の多様化」の視点について幅広くご関心をいただいた。この点について深掘りして調査・分析を行うこととしたい。
- ①「外国人延べ宿泊者数の国籍別シェア」を見てみると、全国では、東アジア、東南アジアからの訪日客が約 7 割、北米、欧州、オセアニアからの訪日客が約 2 割を占めている。これに対し、九州では、東アジア、東南アジアからの訪日客が 9 割近くを占め、北米、欧州、オセアニアからの訪日客が約 8%にとどまっている**【図表 21】**。
- ②「国籍別日本旅行１回あたりの平均泊数」を見てみると、韓国、台湾、香港、中国、タイといったアジア諸国については、1 週間以内の短期滞在の傾向が読み取れる。特に、韓国については、3 日間以内の比率が高い。これに対し、米国、英国、フランス、オーストラリアといった欧米、オセアニア諸国については、7 日間以上滞在がほとんどであり、長期滞在の傾向にある**【図表 22】**。
- ③「国籍別日本旅行１回あたりの消費単価」を見てみると、アジアの中では、「爆買い」で注目されている中国が高いものの、オーストラリア、英国、フランスも中国並みに高水準で、米国も相応の水準にある**【図表 23】**。
- ④「訪日前に最も期待していたこと」を見てみると、日本食を第 1 位に挙げる国がほとんどで、欧米、オセアニア諸国については、日本食に加え、歴史・文化体験への期待も強い。欧米、オセアニア諸国が期待する日本食、歴史・文化体験は、大分が持つ魅力とも一致する**【図表 24】**。
- 上記①～④の点を考慮すると、大分にとっては、現在の主力であるアジア諸国に引き続き軸足を置きつつ、欧米、オセアニア諸国も含め、訪日外国人旅行者の国・地域の多様化を図っていく中で、政治・経済情勢や突発的な事件に左右されない安定的なインバウンド需要を取り込んでいくことが肝要といえよう[5]。
- 大分では、2015 年、東九州自動車道の県内全線開通、大分駅ビルの開業、大分県立美術館開館、うみたまご新施設「あそびーち」オープンなど、観光に関連したインフラや施設整備が進み、2015 年 7～9 月には、「おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン」[6]も行われた。2019 年には、欧州、オセアニア諸国にファンが多く、開催期間が約 7 週間と長いラグビーワールドカップの大分開催も予定されている。地域一体でインバウンド観光への取組を強化する絶好のタイミングといえ、具体的な検討においては、アジアに加え、欧米、オセアニア諸国も含めた「訪日外国人旅行者の国・地域の多様化」の視点が重要なポイントの一つになるといえよう。

---

[5] 国別のプロモーションについては、それぞれターゲットを絞って戦略的に取り組む必要があり、国、九州観光推進機構、大分県、ツーリズムおおいた、県内自治体、民間事業者など様々な主体が活発に取り組んでいる。

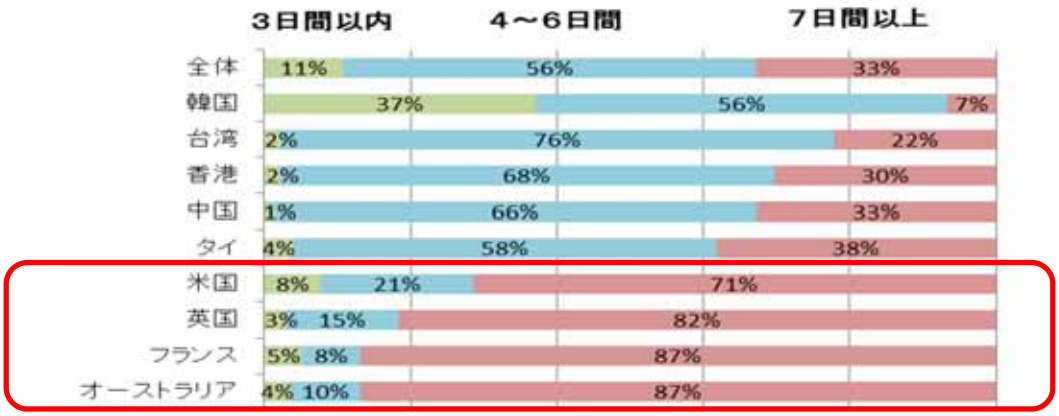
[6] 地方自治体及び地域の観光事業者等がＪＲｸﾞﾙｰﾌﾟ６社と携し全国からの誘客を図ることを目的とする国内最大規模の観光キャンペーン。

【図表 21】全国・九州における外国人延べ宿泊者数の国籍別シェア（2014 年）



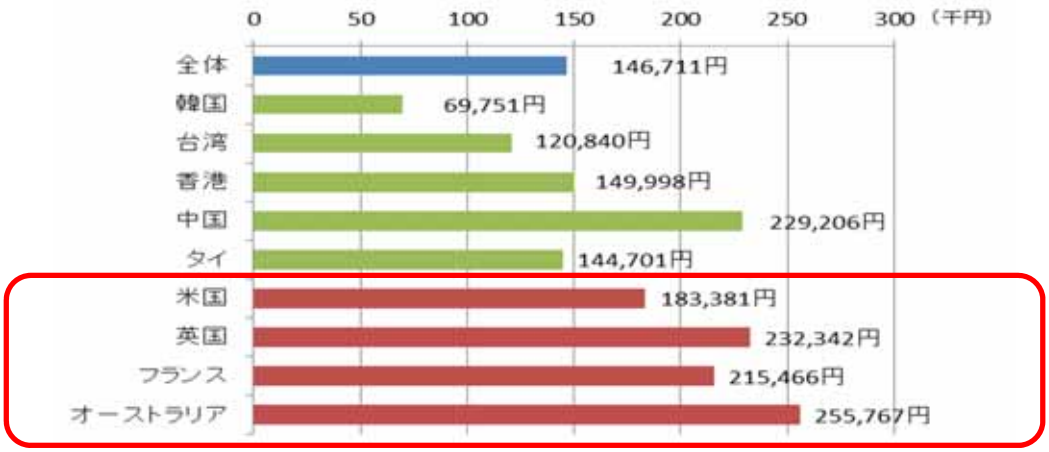
（出所）観光庁宿泊旅行統計調査をもとに DBJ 作成

【図表 22】国籍別日本旅行１回あたりの平均泊数（観光・レジャー目的、2014 年）



（出所）観光庁訪日外国人消費動向調査（2014）をもとに DBJ 作成

【図表 23】国籍別日本旅行１回あたりの消費単価（観光・レジャー目的、2014 年）



【図表 24】訪日前に最も期待していたこと（観光・レジャー目的、2014 年）

順位	韓国	台湾	香港	中国	タイ	米国	英国	フランス	オーストラリア
1位	日本食	日本食	日本食	ショッピング	日本食	日本食	日本食	日本食	日本食
2位	温泉入浴	自然・景勝地	ショッピング	自然・景勝地	ショッピング	歴史・文化体験	自然・景勝地	自然・景勝地	スキー・スノボ
3位	ショッピング	ショッピング	自然・景勝地	日本食	自然・景勝地	自然・景勝地	歴史・文化体験	歴史・文化体験	自然・景勝地
4位	自然・景勝地	テーマパーク	温泉入浴	温泉入浴	温泉入浴	ファッション・アニメ	ファッション・アニメ	ファッション・アニメ	歴史・文化体験
5位	繁華街歩き	温泉入浴	テーマパーク	テーマパーク	テーマパーク	美術館・博物館	スキー・スノボ	旅館宿泊	テーマパーク

（出所）【図表 23、24】観光庁訪日外国人消費動向調査（2014）をもとに DBJ 作成

（4）「7つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略」（2015/5 公表）

- 前回「2015 年 5 月調査レポート（大分版）」では、国内先進地 3 事例の共通点を「7 つのキーワード」とし、「大分のインバウンド観光戦略」について検討を行った**【図表 25】**。

【図表 25】 7つのキーワードで読み解く大分のインバウンド観光戦略（2015/5）

7つのキーワード	大分のインバウンド観光戦略のポイント
1．質へのこだわり	・大分の質の高い観光資源を「日本の必見ﾎﾟｲﾝﾄ」に。 ・「旅行者の自国にないもの」を再発見、磨き上げ。 例）別府の湯けむりの景観、城下町と桜、宇佐神宮など
2．国・地域の多様性	・韓国に加え、東南ｱｼﾞｱを含めたｱｼﾞｱ各地から。 ・2019 年ﾗｸﾞﾋﾞｰW 杯大分開催等に向け欧米、ｵｰｽﾄﾗﾘｱ等も。 ・成熟した訪日外国人旅行者（ﾘﾋﾟｰﾀｰ、FIT）の開拓。 ・特殊要因に左右されない安定的な需要の確保。
3．外国人目線	・ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ、情報発信・受入体制面で外国人目線を徹底。 ・ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ、ｽﾏｰﾄﾌｫﾝ等を活用した口ｺﾐ情報の重要性。 ・留学生、大分来訪者等の自国向け情報発信の戦略的活用。
4．安心・安全	・わかりやすい正確な情報提供、「親切さ」、「自然なｻｰﾋﾞｽ」で外国人旅行者に安心感を、安心感が好印象へ。 ・外国人旅行者の急病時や災害時も想定した対応の強化も。
5．「歩く」を重視	・県内城下町の魅力を活かし世界標準の観光地に。 ・大分、別府、湯布院の中心部を歩くまちの視点で整備。 例）わかりやすい案内表示等の徹底、景観も含めたまちなみ整備、公共交通（二次交通）の利便性向上など ・歩くことで滞在時間を増やし域内の観光消費増へ。
6．地域一体	・ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ観光振興に伴う恩恵を幅広く地元企業や住民に。 ・外国人旅行者を楽しく迎える住民文化の醸成、人材育成。
7．広域連携	・九州内の質の高い観光地間の連携、九州周遊観光の新たな魅力を開拓・深耕[7]。 ・国内人気観光地（ｺﾞｰﾙﾃﾞﾝﾙｰﾄ等）との win-win の広域連携。

- 「2015 年 5 月調査レポート（大分版）」の詳細については、下記 DBJ ウェブサイトに掲載されているので、ご参照いただきたい。

  DBJウェブサイト「地域・海外レポート（九州）」

  （http://www.dbj.jp/investigate/area/kyusyu/index.html）

[7] 2015 年 6 月、国土交通大臣から、九州広域の観光周遊ルートとして「温泉アイランド九州　広域観光周遊ルート（Relax & Rejoice）」の形成計画が認定された。

⟨参考⟩ アンケート調査の概要･回答者属性

・調査名称：DBJ・JTBF アジア 8 地域・訪日外国人の意向調査（平成 27 年版）
・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、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
（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
（中国は北京及び上海のみ（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

◆有効回答数

	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	292	237	288	252	249	258	258	240
女性	238	277	222	265	253	257	257	268
回答者数	530	514	510	517	502	515	515	508

◆訪日経験

	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	201	179	144	129	260	287	388	370
訪日経験者（1回）	142	197	127	91	135	106	80	85
訪日経験者（2回以上）	187	138	239	297	107	122	47	53
総計	530	514	510	517	502	515	515	508

※　当レポートの分析内容・意見に関わる箇所は、筆者個人に帰するものであり、㈱日本政策投資銀行の公式見解ではありません。

- **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：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、当行までご連絡下さい。**

（お問い合わせ先）

株式会社日本政策投資銀行　大分事務所（担当：武田 浩、佐野 真紀子）

〒870-0021　大分市府内町 3 丁目 4 番 20 号（大分恒和ビル）

Tel．097-535-1411