

松山に訪れるアジア観光客の特徴を探る

～「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成26年度版)」より～

ー主なポイントー

- ◆既に訪日経験のあるリピーターが中心。旅行形態は「パック旅行」が主体。
- ◆大きな関心は「食」と「温泉」。
- ◆情報収集手段として自治体や観光協会などのホームページなどが大きな役割の一つを果たす。

1. はじめに

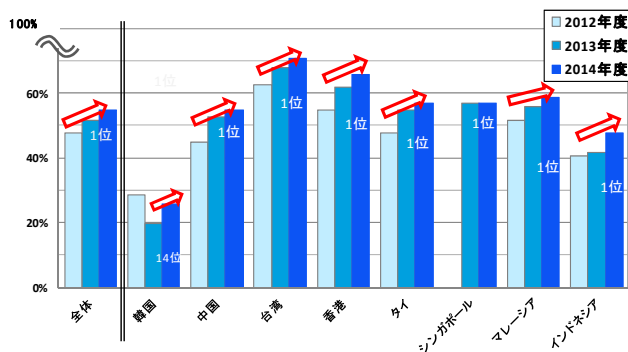
当地域企画部では、2014年9月にアジア8地域(韓国、中国(北京及び上海)、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア)の海外旅行経験者4,000人を対象としたインターネットによるアンケート調査(以下「今回調査」という)を実施した。同調査は、2012年度から毎年実施しており、今回調査は3回目となる。本稿では、今回調査の概要を紹介するとともに、アジア8地域からの訪日外国人旅行者(以下「訪日経験者」という)のうち「松山/道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者を抽出し、道後を含めた松山に訪れるアジア観光客の特徴を探った。

※各図表の主な数値の詳細は本文後の付表に記載。

2. 日本への旅行の人気度と訪問先

今回調査では、前回調査に続きアジア8地域において日本への旅行人気が拡大していることがうかがわれた。

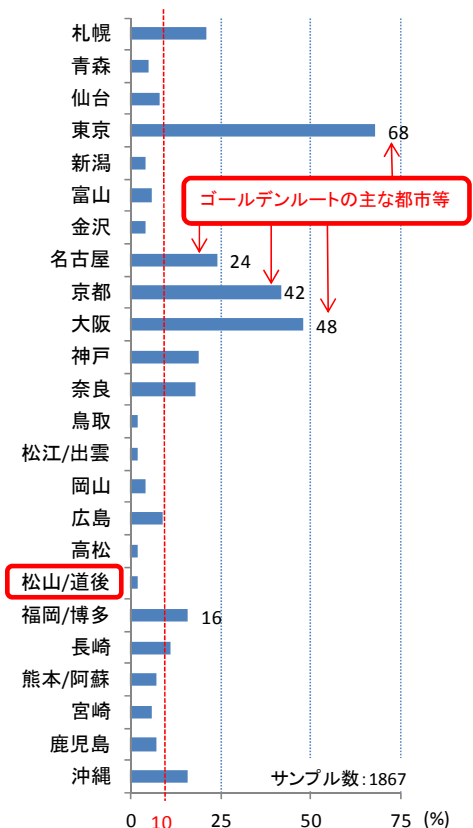
図表1 「海外旅行ならどこへ行きたいですか？」との問いに「日本」を選択した割合



(注1) 旅行したい「国や地域」に関し、32の選択肢を用意(自国を除く)し、「日本」と回答した割合を示している(複数回答可)。グラフ内順位は2014年度の日本の順位。
 (注2) シンガポールは前回調査より追加。

アンケート対象4,000人のうち、実際に訪日経験を有していたのは、1,867人(47%)であった。具体的な訪問先をみると、「ゴールデンルート」に位置する東京や大阪などの割合が高く、ゴールデンルートから外れる都市は、「札幌」や「福岡/博多」などを除き、殆どが10%未満となっている。

図表2 これまでの訪日旅行での訪問先



(注) 選択肢として50を用意し、道府県庁所在都市及び東京などを表示。

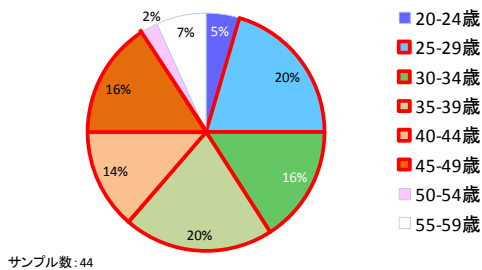
3. 「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者の特徴

今回調査において、「松山／道後」を訪問した経験があると回答したのは44名であった。この44名の属性や、今回調査における訪日経験者全体との比較を通じてみられる特徴を以下の通り整理した。

(1)属性

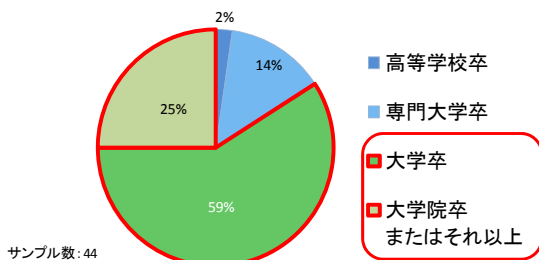
「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者の属性をみると、男女比の割合はほぼ同等(男性48%、女性52%)、年齢別では特定の層に偏ることなく、25歳から49歳までの各年代に分散している。

図表3 年齢



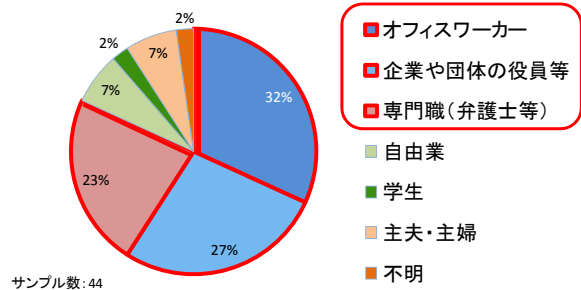
学歴別では「大学卒」・「大学院卒またはそれ以上」、職業別では「オフィスワーカー」、「企業や団体の役員等」、「専門職」で8割を越えている。一方で「中学卒またはそれ以下」や「技術・職業学校卒」の回答は無かった。

図表4 学歴



(注)「中学校卒またはそれ以下」「技術・職業学校卒」は回答なし。

図表5 職業



(2)滞在日数と訪日経験数等

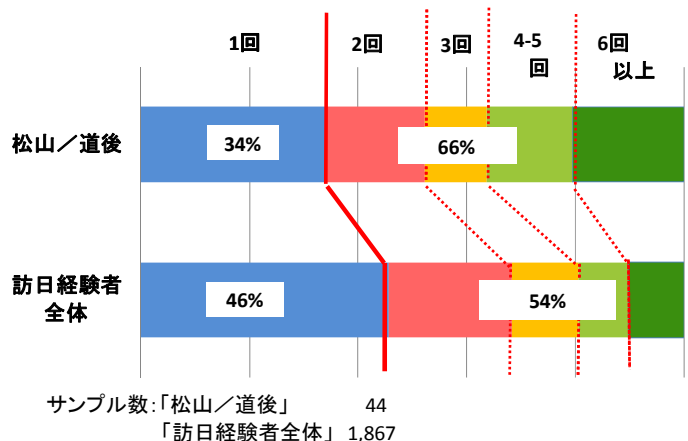
訪日経験者全体における日本を旅行する際の滞在日数をみると、平均7日であった。これに対し、「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者は平均8日と1日長くなっている。

図表6 訪日旅行の平均滞在日数

	松山／道後	訪日経験者全体
平均滞在日数	8日	7日

訪日経験数をみると、訪日経験者全体では1回目の割合が高いが、「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者は2回目以降の割合が高い。特に「4-5回」と「6回以上」の割合は、全体が2割に対し、4割弱となった。

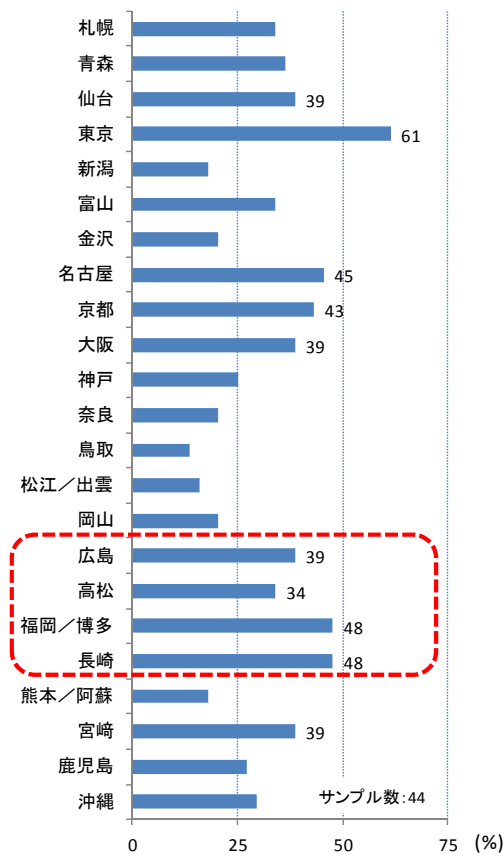
図表7 訪日経験数



「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者は、国内では他にどこを訪問した経験を持つのか整理したところ図表8の通り、「東京」が特に高い割合を示した。ついで「福岡／博多」や「長崎」、「名古屋」、「京都」が続く。

今回調査の訪日経験者全体における訪問先(図表2)と同様にゴールデンルートに位置する都市等の割合が高いが、異なる点としては「福岡／博多」や「長崎」の割合が高いことが挙げられる。近隣では「広島」の割合が高い。

図表8 他都市等の訪問経験

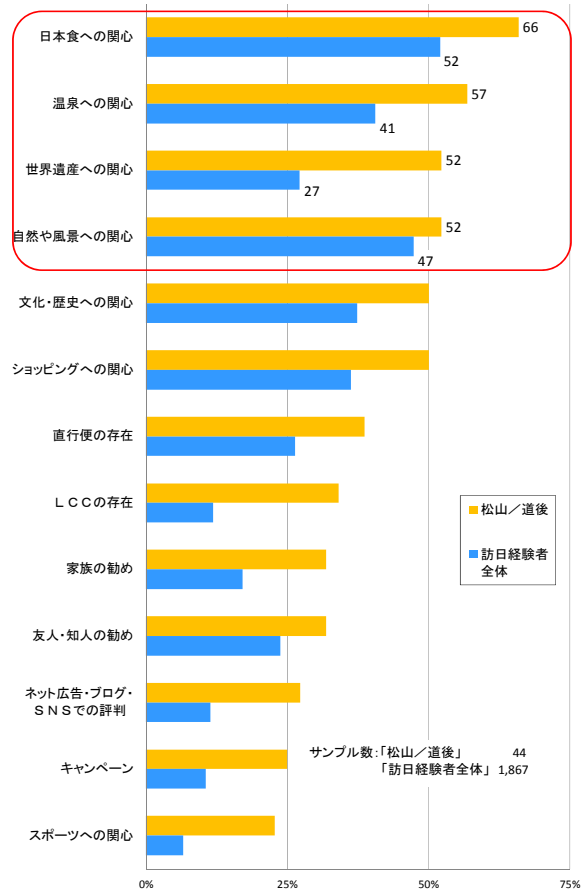


(注)選択肢として50を用意し、道府県庁所在都市及び東京などを表示。

(3)日本の選択理由

「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者が旅行先として日本を選んだ主な理由をみると、「日本食」、「温泉」の割合が全体と同様に高い。ついで「世界遺産」、「自然や風景」が続く。

図表9 日本の選択理由



(注)選択肢として22項目用意し、主な13項目を表示。

(4)同行者と旅行形態

「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者の同行者をみると、訪日経験者全体と同様に「配偶者・恋人」、「友人」の割合が高い。

旅行形態は訪日経験者全体と同様に「ガイド付きパック旅行(自由行動日なし)」が中心。

図表10 同行者

		松山／道後 (44)	訪日経験者 全体 (1867)
1人で		2	9
同行者	友人	32	32
	配偶者・恋人	59	52
	自分の子供	23	18
	自分の親	23	12
	自分の子供・親以外の家族・親戚	11	11
	その他	9	3

(注)()内はサンプル数

図表 11 旅行形態

	松山／道後 (44)	訪日経験者 全体 (1678)
ガイド付きパック旅行 (自由行動なし)	39	35
ガイド付きパック旅行 (自由行動あり)	11	17
航空券とホテルのみがセットになった パック旅行	16	17
航空券とホテルを個別に手配	18	26
航空券のみを出発前に手配 (宿泊先は現地で手配)	2	5
不明	14	0

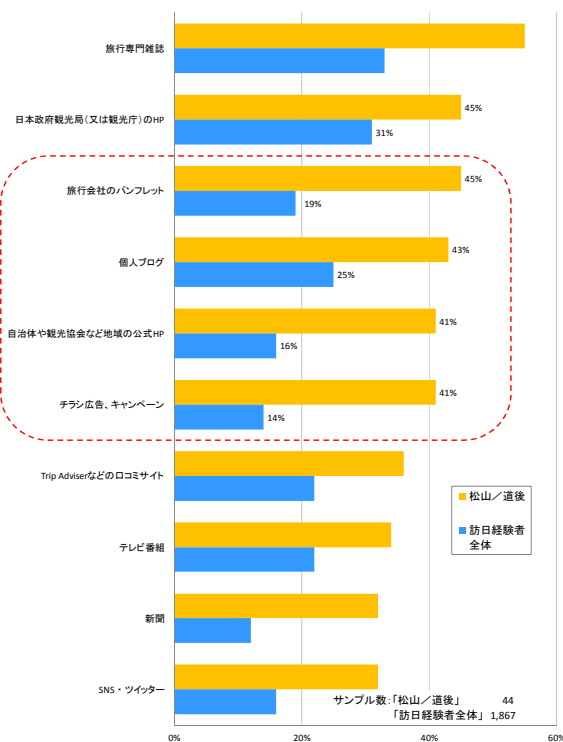
(注1) ()内はサンプル数
(注2) ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く。

(5) 情報収集手段

「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者は、旅行前・旅行中のどちらにおいても、特定の手段に偏ること無く多岐にわたる媒体から情報を収集している。

旅行前の情報収集手段として「旅行会社のパンフレット」や「自治体や観光協会など地域の公式 HP」、「チラシ広告・キャンペーン」等を利用している割合が訪日経験者全体に対して高い。

図表 12 情報収集手段(旅行前)

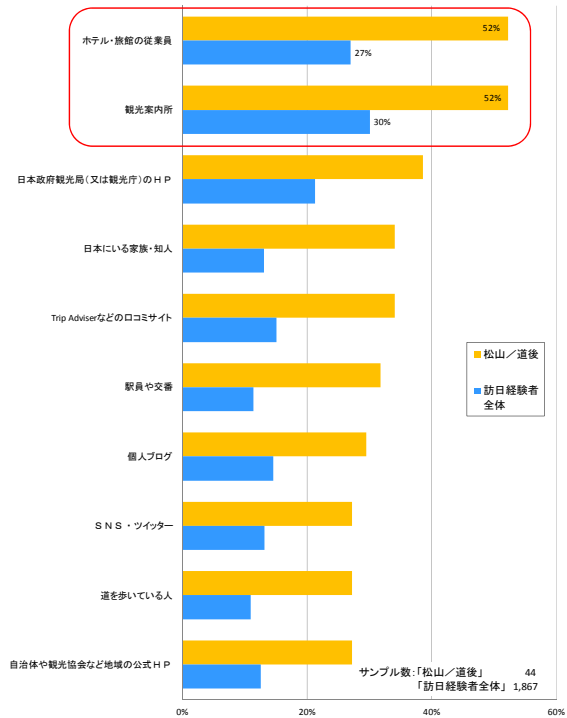


(注) 選択肢として18項目用意し、主な10項目を表示。

また「個人ブログ」や「SNS・ツイッター」などの情報を利用している割合も訪日経験者全体に対して高い。

旅行中においては「観光案内所」や「ホテル・旅館の従業員」などから情報を収集している割合が訪日経験者全体に対して高い。

図表 13 情報収集手段(旅行中)



(注) 選択肢として20項目用意し、主な10項目を表示。

4. 今後に向けて

訪日外国人旅行者数はビザの緩和や円安などを背景に近年著しく増加している。道後温泉においても道後温泉旅館協同組合に加盟するホテル・旅館に宿泊した外国人旅行者数は2010年度から5年連続で増加し、2014年度は12月末時点で14,607人と過去最高を更新した。

政府は昨年、訪日外国人旅行者数を更に増加させる目標を掲げ、2020年までに2,000万人と2014年の実績(1,341万人)に対し1.5倍の増加を目指している。ビザ緩和の浸透や各施策等により、訪日外国人旅行者は更なる増加が見込まれる。

より多くの外国人観光客が日本を訪れることは、インバウンド観光の振興を目指す地方にお

いては大きなチャンスとなるだろう。アジアからの観光客は訪日回数を重ねるほどゴールデンルート以外の地方を観光地として広く認知する傾向が当行調査でも確認されている。実際、今回調査でも「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者は、訪日経験が2回以上のリピーターの割合が高い形となった。

今回調査では、「松山／道後」を訪問した経験があると回答した訪日経験者は「パック旅行」が主流で、関心は主に「食」と「温泉」にあり、情報収集手段として自治体や観光協会などのHPが大きな役割の一つを果たしていることがうかがえた。

調査対象数の制約もあり、今回調査の結果が「松山／道後」を訪れるアジア観光客の全体像と完全に一致するか否かは更なる検証を要するが、今後の観光振興を考える上で増大するアジア観光客の現状把握と将来予測は一層重要となる。

例えば、アジア観光客の旅行形態の主流が「パック旅行」から自分の嗜好に合わせて自由に行動できる「個人旅行」にシフトすると仮定すれば、アジア観光客が不安なく過ごせる環境を整えることが求められる。既に行われているところだが、Wi-Fi環境を一層拡充させることや、現地で情報を得られるコンテンツの充実を図ること、さらには外国語が通じるレストランや観光施設などを増加させることなど「観光客の流れ」を改めて生み出す取り組みが将来に向け重要な意味を持つ。

同時に、今回調査では、「食」と「温泉」の期待の大きさも確認されたが、この2つを売りとする観光地は多いことから、訪日経験の豊富なアジア観光客を惹きつけ満足させることを意識した差別化戦略の展開も課題と言える。

道後を含む松山が日本の観光地の一つとして埋もれることなく、唯一の存在として輝く魅力づくりや工夫が一層求められる。

以 上

付 表 等

※「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成26年度版）より抜粋若しくは加工。

◆付表 1:「海外旅行ならどこへ行きたいですか(前年調査との比較)」

(回答は当てはまるもの全て)

回答者→ サンプル数	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	
	4000		500		500		500		500		500		500		500		500	
	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望	2013 希望	2014 希望
↑旅行したい国・地域																		
日本	52%	55%	20%	26%	53%	55%	68%	71%	62%	66%	55%	57%	57%	57%	56%	59%	42%	48%
韓国	41%	43%	-	-	46%	52%	30%	30%	50%	52%	27%	33%	47%	47%	51%	48%	32%	37%
オーストラリア	42%	42%	46%	43%	54%	54%	32%	35%	51%	49%	20%	20%	46%	46%	52%	56%	33%	32%
ニュージーランド	37%	39%	44%	38%	44%	49%	38%	40%	36%	40%	18%	23%	52%	49%	43%	50%	17%	23%
スイス	37%	38%	49%	46%	42%	40%	37%	38%	37%	39%	20%	27%	47%	45%	39%	46%	23%	23%
フランス	36%	37%	45%	43%	45%	46%	39%	36%	39%	41%	16%	20%	37%	38%	38%	41%	31%	29%
アメリカ	37%	37%	33%	32%	51%	50%	41%	41%	30%	33%	19%	19%	49%	50%	36%	38%	33%	29%
イギリス	35%	35%	38%	33%	39%	41%	35%	33%	39%	41%	19%	23%	40%	38%	38%	39%	35%	29%
イタリア	32%	33%	36%	36%	39%	38%	35%	35%	36%	37%	15%	15%	34%	36%	33%	42%	27%	27%
香港	33%	32%	28%	28%	51%	52%	35%	34%	-	-	23%	19%	33%	33%	37%	32%	24%	25%
台湾	31%	31%	16%	16%	44%	44%	-	-	55%	52%	8%	12%	40%	40%	41%	41%	10%	11%
ドイツ	29%	30%	35%	32%	37%	39%	35%	32%	34%	36%	10%	13%	31%	35%	27%	34%	23%	21%
ハワイ	30%	29%	45%	41%	44%	46%	35%	32%	30%	27%	8%	10%	30%	31%	30%	31%	15%	16%
カナダ	28%	29%	36%	34%	39%	39%	34%	36%	28%	28%	10%	11%	35%	40%	28%	29%	16%	18%
スペイン	26%	29%	36%	39%	33%	31%	27%	30%	33%	34%	8%	10%	31%	33%	26%	34%	16%	19%
シンガポール	28%	27%	24%	20%	36%	35%	30%	31%	39%	37%	21%	26%	-	-	26%	21%	21%	17%
中国本土	26%	25%	16%	18%	-	-	38%	37%	32%	34%	21%	22%	26%	21%	30%	30%	16%	14%
タイ	26%	25%	16%	15%	30%	31%	25%	23%	37%	34%	-	-	29%	26%	25%	26%	20%	19%
オーストリア	22%	23%	29%	28%	28%	29%	27%	28%	24%	25%	10%	12%	24%	22%	21%	23%	11%	14%
マカオ	22%	22%	14%	15%	38%	38%	22%	28%	36%	33%	9%	8%	22%	19%	29%	24%	9%	9%
その他欧州諸国	21%	22%	26%	22%	17%	21%	23%	24%	24%	23%	10%	14%	27%	26%	22%	25%	16%	17%
マレーシア	18%	17%	11%	7%	26%	21%	19%	20%	30%	27%	9%	10%	20%	19%	-	-	9%	12%
ベトナム	17%	15%	17%	15%	11%	11%	12%	13%	23%	17%	14%	16%	23%	20%	25%	22%	10%	8%
グアム	14%	14%	30%	22%	15%	17%	27%	28%	24%	26%	2%	1%	8%	8%	8%	10%	2%	2%
中東諸国(ドバイなど)	13%	13%	9%	8%	14%	15%	14%	12%	17%	15%	4%	4%	16%	15%	17%	17%	15%	15%
インドネシア	12%	12%	12%	9%	16%	16%	10%	14%	14%	11%	6%	5%	14%	13%	16%	18%	-	0%
中南米諸国	12%	12%	17%	16%	13%	13%	10%	11%	14%	15%	5%	3%	18%	17%	10%	14%	6%	6%
フィリピン	10%	10%	15%	13%	10%	10%	11%	11%	7%	6%	3%	3%	15%	14%	12%	17%	7%	7%
インド	9%	9%	10%	11%	12%	13%	9%	8%	11%	10%	5%	6%	10%	8%	9%	11%	6%	7%
アフリカ諸国	8%	7%	9%	6%	9%	12%	7%	5%	12%	9%	4%	3%	12%	11%	10%	6%	5%	4%
その他	2%	2%	1%	1%	0%	0%	1%	2%	1%	0%	3%	4%	2%	2%	2%	1%	3%	4%
海外旅行はしたくない	1%	1%	1%	1%	0%	0%	3%	1%	0%	0%	4%	3%	1%	1%	0%	0%	3%	1%

(注) 上位5項目については赤または緑色で塗りつぶしを行った。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」が重複している場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

◆付表 2:「これまでの訪日旅行での訪問先」

(回答はあてはまるもの全て)

回答者→ サンプル数	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
	1867	277	280	344	358	225	182	107	94
東京	68%	54%	68%	62%	75%	70%	83%	62%	70%
富士山	38%	14%	53%	23%	45%	49%	45%	42%	57%
箱根	18%	10%	15%	23%	27%	17%	18%	12%	9%
日光	6%	3%	6%	8%	6%	10%	6%	6%	6%
松本	2%	1%	5%	1%	1%	3%	1%	5%	7%
軽井沢	5%	1%	3%	11%	9%	2%	1%	2%	4%
北海道	30%	11%	34%	35%	39%	28%	27%	30%	35%
札幌	21%	12%	16%	26%	31%	18%	23%	12%	19%
函館	11%	5%	3%	22%	20%	5%	9%	6%	5%
帯広／十勝	3%	0%	3%	5%	2%	2%	2%	3%	3%
ニセコ	1%	1%	3%	1%	1%	3%	1%	3%	1%
知床	2%	0%	1%	2%	4%	2%	1%	5%	4%
釧路／阿寒	3%	0%	3%	4%	4%	3%	3%	1%	2%
東北	3%	1%	2%	4%	4%	4%	3%	5%	4%
青森	5%	4%	4%	8%	8%	4%	2%	7%	5%
仙台	8%	3%	10%	7%	12%	13%	4%	7%	12%
松島	4%	0%	8%	3%	8%	3%	0%	3%	4%
平泉	2%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	5%	4%
新潟	4%	1%	3%	3%	5%	4%	3%	9%	6%
佐渡	1%	0%	2%	1%	1%	2%	1%	3%	3%
北陸	3%	0%	4%	6%	2%	2%	2%	4%	2%
金沢	4%	0%	1%	6%	6%	5%	2%	6%	5%
立山／黒部	5%	1%	1%	13%	8%	4%	1%	4%	1%
富山	6%	0%	13%	6%	10%	5%	5%	3%	4%
名古屋	24%	14%	32%	24%	30%	18%	16%	20%	44%
伊勢／志摩	3%	1%	3%	3%	3%	4%	2%	3%	4%
飛騨／高山	5%	1%	2%	10%	6%	4%	3%	7%	2%
関西	15%	9%	9%	24%	23%	15%	3%	18%	17%
京都	42%	33%	45%	43%	48%	40%	34%	44%	45%
奈良	18%	16%	15%	24%	27%	17%	12%	15%	7%
大阪	48%	45%	44%	47%	62%	39%	40%	46%	54%
神戸	19%	11%	20%	25%	28%	11%	12%	18%	28%
岡山	4%	2%	3%	6%	4%	5%	2%	6%	4%
広島	9%	3%	10%	8%	8%	12%	9%	13%	20%
山陰	1%	0%	2%	1%	0%	2%	1%	2%	3%
鳥取	2%	3%	1%	1%	1%	0%	2%	1%	4%
松江／出雲	2%	1%	3%	1%	1%	3%	2%	2%	2%
四国	5%	1%	6%	5%	6%	7%	2%	8%	9%
しまなみ海道	2%	1%	3%	1%	0%	3%	2%	1%	5%
高松	2%	0%	3%	2%	2%	4%	1%	4%	4%
松山／道後	2%	1%	4%	1%	2%	4%	2%	3%	2%
九州	17%	16%	12%	22%	30%	8%	9%	7%	11%
福岡／博多	16%	23%	10%	20%	20%	13%	11%	9%	14%
長崎	11%	6%	10%	12%	14%	12%	4%	14%	30%
別府／湯布院	7%	11%	2%	6%	13%	4%	4%	2%	3%
熊本／阿蘇	7%	8%	3%	8%	16%	3%	1%	3%	3%
宮崎	6%	1%	8%	6%	11%	6%	2%	1%	12%
鹿児島	7%	3%	9%	7%	16%	4%	1%	5%	11%
沖縄	16%	10%	13%	23%	24%	11%	8%	10%	22%
覚えていない/ 当てはまらない	2%	3%	0%	1%	1%	1%	3%	3%	4%

(注1)本ページの設問は訪日経験者を対象に、「これまでの」日本旅行でどこを訪問したかを尋ねたものである。

(注2)上位5項目を濃い赤、上位6～10項目を薄い赤で塗りつぶした。

◆付表 3:「訪日経験数」

(%)

	松山／道後 (44)	全体 (1867)
1回	34	46
2回	18	23
3回	11	12
4－5回	16	9
6回以上	20	10

(注) ()内はサンプル数

◆付表 4:「『松山／道後』を訪問した経験のあるアジア観光客の他都市等訪問経験」

(%)

	松山／道後 (44)		松山／道後 (44)
東京	61	伊勢／志摩	18
富士山	55	飛騨／高山	23
箱根	23	関西	25
日光	23	京都	43
松本	25	奈良	20
軽井沢	14	大阪	39
北海道	39	神戸	25
札幌	34	岡山	20
函館	14	広島	39
帯広／十勝	18	山陰	18
二セコ	16	鳥取	14
知床	9	松江／出雲	16
釧路／阿寒	5	四国	39
東北	27	しまなみ海道	25
青森	36	高松	34
仙台	39	松山／道後	100
松島	30	九州	45
平泉	16	福岡／博多	48
新潟	18	長崎	48
佐渡	14	別府／湯布院	25
北陸	23	熊本／阿蘇	18
金沢	20	宮崎	39
立山／黒部	18	鹿児島	27
富山	34	沖縄	30
名古屋	45	その他	0

(注1) ()内はサンプル数

(注2) 回答はあてはまるもの全て

◆付表 5:「日本の選択理由」

(%)

	松山／道後 (44)	全体 (1867)
日本食に関心があったから	66	52
日本の自然や風景に関心があったから	52	47
日本の温泉に関心があったから	57	41
治安が良いから	41	39
日本の文化・歴史に関心があったから	50	37
日本でのショッピングに関心があったから	50	36
日本の世界遺産に関心があったから	52	27
直行便があったから	39	26
友人・知人の勧めがあったから	32	24
渡航時間が短かったから	32	23
日本のファッション、ゲーム、アニメに関心があったから	36	21
日本の科学・技術に関心があったから	36	19
日本の鉄道に関心があったから	34	19
価格が安かったから	30	18
家族の勧めがあったから	32	17
新聞・雑誌で見たから	30	13
LCC便があったから	34	12
ネット広告、ブログ、SNSで評判がよかったから	27	11
キャンペーンをしていたから	25	11
TV(CM)で見たから	34	10
日本でのスポーツに関心があったから	23	7
その他	0	4

(注1) ()内はサンプル数

(注2) 回答はあてはまるもの全て

◆付表 6:「日本を旅行する前にどこで情報収集したか」

(%)

	松山／道後 (44)	全体 (1867)
旅行ガイドブック	43	39
友人	41	38
旅行専門雑誌	55	33
家族・親戚	32	32
日本政府観光局(又は観光庁)のHP	45	31
旅行会社のHP	32	27
個人ブログ	43	25
Trip Adviserなどの口コミサイト	36	22
テレビ番組	34	22
職場の同僚	30	21
旅行会社カウンター	41	21
旅行会社のパンフレット	45	19
自治体や観光協会など地域の公式HP	41	16
SNS・ツイッター	32	16
チラシ広告、キャンペーン	41	14
日本にいる家族・知人	30	14
新聞	32	12
その他	0	1

(注1) ()内はサンプル数

(注2) 回答はあてはまるもの全て

◆付表 7:「日本に来た際にどこで情報収集したか」

(%)

	松山／道後 (44)	全体 (1867)
旅行ガイドブック	34	34
観光案内所	52	30
無料旅行情報誌	55	30
無料パンフレット・小冊子	36	27
ホテル・旅館の従業員	52	27
旅行専門雑誌	45	22
ツアーガイド	20	22
日本政府観光局(又は観光庁のHP)	39	21
旅行会社パンフレット	41	19
旅行会社のHP	36	19
Trip Adviserなどの口コミサイト	34	15
個人ブログ	30	15
SNS・ツイッター	27	13
日本にいる家族・知人	34	13
現地の店のスタッフ	32	13
自治体や観光協会など地域の公式HP	27	13
駅員や交番	32	11
道を歩いている人	27	11
その他	2	12

(注1) ()内はサンプル数

(注2) 回答はあてはまるもの全て

※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。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ください。
- 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、当行までご連絡ください。

(お問い合わせ先)

(株)日本政策投資銀行 松山事務所 (担当：千葉、高田) Tel:089-921-8211