

News Release

平成 31 年 2 月 4 日
株式会社日本政策投資銀行

「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査（2018 年調査）」を発行

株式会社日本政策投資銀行（以下「DBJ」という。）は、「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査（2018 年調査）」と題した調査レポートを発行しました。

DBJ は、平成 24 年より継続して、アジア 8 地域（韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア）の海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート調査を実施しています。平成 27 年より公益財団法人日本交通公社（会長：末長安生、以下「JTBF」という。）との共同調査となり、平成 28 年からはアメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの 4 地域を加えた 12 地域を対象としています。平成 30 年は、7 月に 7 回目となる調査を実施するとともに、10 月には近時発生した自然災害に焦点を絞った特別調査を追加で実施しました。

当レポートは、平成 30 年の調査から DBJ 四国支店が四国に関するデータを抽出し、外国人旅行者の四国に関する意向、四国訪問経験者の特徴と動向に加え、平成 30 年 7 月に発生した西日本豪雨前後でのインバウンド客の意向の変化について分析を行ったものです。

今回の分析結果の特徴としては、主に以下の 5 点が挙げられます。

- (1) 西日本豪雨災害が「四国」および主要観光地のブランドに及ぼした影響は大きくなく、同災害を理由として訪日意欲が中長期的に減退する可能性は限定的である。
- (2) 訪日外国人旅行者が災害被災地を旅行する際、四国への訪問を希望する人ほど「交通」や「宿泊施設」「観光施設」の復旧や営業状況に関する情報ニーズが高い。誘客を進める上でこれらの情報を積極的に発信することが重要である。
- (3) アジアでは、エリア名の「四国」が個別観光地名（「徳島」「高松／香川」等）より認知され、往訪意欲も高い。アジアの四国訪問経験者は比較的高収入層が多く（50.4%）、何度も日本を訪れており（訪日 4 回以上：43.1%）、旅行前には口コミサイト、個人ブログ、SNS など個人が発信するインターネット情報を参考にする比率が高い。
- (4) 一方、欧米豪はアジアと比べると、個別の観光地名が「四国」より認知され、往訪意欲も相対的に高い。四国訪問経験者は訪日 2・3 回の旅行者が多く（42.4%）、旅行前にはガイドブック、自治体や観光協会等の HP など出所が明確な情報を参考にする割合が高い。
- (5) アジア、欧米豪を問わず、四国訪問経験者の全てが日本旅行に満足しているとの結果となったが、四国のリピーターになってもらうためには「満足」を「すごく満足」に高める必要がある。引き続きおもてなしの取り組みを一層進めていくことが重要であると考えます。

News Release

当レポートをご希望の方は、DBJ ウェブサイト「拠点レポート（四国）」
(<https://www.dbj.jp/investigate/area/shikoku/index.html>) に掲載していますのでご参照
ください。

DBJ は、企業理念「金融力で未来をデザインします～金融フロンティアの弛まぬ開拓を
通じて、お客様及び社会の課題を解決し、日本と世界の持続的発展を実現します～」に
基づき、今後とも地域に役立つ情報発信を積極的に行ってまいります。

【お問い合わせ先】

四国支店 企画調査課 電話番号 ０８７－８６１－６６７６