

DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）

～東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会は地方誘客への絶好のチャンス～

【調査概要】

- （株）日本政策投資銀行及び（公財）日本交通公社は、共同で「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」を実施した。本調査は2012年より毎年実施され、今年で8回目を数える。アジア・欧米豪12地域※の海外旅行経験者約6,000人を対象に、インターネットアンケートを通じて、訪日旅行に関する意向をまとめている。本レポートは、その調査結果から「北海道」及び道内の観光地に関して、分析し取りまとめたものである。

※調査対象地域は韓国、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、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス。

【要旨】

- 「北海道」への「訪問実績、認知度及び訪問意欲」は、アジアでは引き続きゴールデンルートに次ぐトップクラスである一方、欧米豪においては依然としてアジアと比較し低位にある。
- 日本旅行をする際の地震に対する不安は前回調査より低下しており、過去水準に戻っている。
- 北海道は雪、桜、紅葉といった自然や、温泉旅館の満足度が全国他地域と比較して高い。一方で、歴史的な建築物の見物や繁華街の街歩きといった項目の満足度は低くなっている。
- 北海道の温泉旅館について、宿泊希望に対して実際の宿泊率が低くなっている。また、希望の宿泊価格帯より実際の宿泊価格帯が高い傾向が見られる。
- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の訪日観戦を望む回答者のうち9割以上が、開催地以外の地方への小旅行も望んでおり、そのうち北海道への希望が最も高い。
- 北海道訪問希望者は食事への期待感が日本訪問希望者平均より高い。アジアでは桜の観賞や温泉への入浴の体験、欧米豪は繁華街の街歩きや自然・風景の見物に関心が高い。
- 現地発着型の体験ツアーの内容として、日本文化体験・見学ツアーがアジア・欧米豪共通で最も関心が高い。アジアでは自然ガイドツアーが人気だが、欧米豪では自然ツアーへの関心はあまり高くなく、調理体験が人気である。
- ツアーを選ぶ際に各地域共通で安全性・効率性が重視されているほか、欧米豪では個人ではできない体験ができることを重視している。
- 現地発着型の体験ツアーに支払っても良い金額は、アジアは低価格帯を希望する層と高価格帯でも許容できる層で二極化している。欧米豪は許容できる価格帯がアジアより高く、100米ドル以上払っても良いと回答した割合は過半を占めている。
- 日本旅行の際に半数以上の外国人旅行者がオーバーツーリズム等を見聞きしている。北海道においては、自然の景観を楽しむ中で私有地（農地等）への進入といったトラブルが多く発生している可能性も考えられる。
- 日本のサービスを「自国で提供されたとしたら試したい」と答えた割合は8割以上であり、日本旅行での体験の満足度の高さや、日本の食事とそれに付随するサービスの海外ニーズが伺える。

【結び】

- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会は、マラソン・競歩の札幌開催が決定したことから、同大会が訪問未経験者を北海道に呼び込む契機となることが期待される。この機会を逃すことなく、札幌のみならず各地域にも需要を取り込むためには、各地域のきめ細かいPRや、受入体制の強化といった様々な取り組みが課題となる。
- 北海道の温泉旅館は、外国人旅行者が希望している価格帯より実際の価格帯が高い傾向が見られ、それが低価格帯を求める顧客層の宿泊率を下けている可能性はある一方で、約5万円以上の高価格帯を希望する声もあり、今後多様化する外国人旅行者を受入れるに当たっては、宿泊施設毎にターゲットを絞った価格設定が重要となる。
- 体験型ツアーについて、アジアに対しては効率よく安全に楽しめるツアーの価格帯を複数用意することが求められており、欧米豪ではツアーに参加したことでしか得られない特別な体験を提供すれば高単価なツアーでも需要がある等、各国の選好にあわせたより多様なツアーづくりが求められる。

I 調査概要

- 調査方法：インターネットによる調査
- 実施時期：2019年6月25日～2019年7月8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、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの12地域
 ※中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京50%、上海50%）
 ※アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの4地域は2016年度調査から加わった。
- 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、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州各国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6,276人
- 協力実査会社：楽天インサイト株式会社

◆有効回答者数

(人)

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
男性	3,195	2,084	267	252	249	245	262	270	265	274	1,111	269	269	274	299
女性	3,081	2,050	256	275	259	247	252	254	262	245	1,031	263	269	261	238
総計	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537

◆訪日経験別回答者数

(人)

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
訪日経験あり	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
訪日経験者(1回)	999	812	135	186	88	62	101	85	76	79	187	37	52	39	59
訪日経験者(2回以上)	1,572	1,431	228	171	299	348	121	151	57	56	141	46	50	16	29
訪日経験なし	3,705	1,891	160	170	121	82	292	288	394	384	1,814	449	436	480	449
総計	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537

◆訪日経験別回答者数(割合)

(%)

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
訪日経験あり	41	54	69	68	76	83	43	45	25	26	15	16	19	10	16
訪日経験者(1回)	16	20	26	35	17	13	20	16	14	15	9	7	10	7	11
訪日経験者(2回以上)	25	35	44	32	59	71	24	29	11	11	7	9	9	3	5
訪日経験なし	59	46	31	32	24	17	57	55	75	74	85	84	81	90	84

◆(参考)本調査における訪日経験者割合推移

(%)

調査時期	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
2019年	41	54	69	68	76	83	43	45	25	26	15	16	19	10	16
2018年	45	59	70	62	81	80	60	52	30	35	19	18	23	15	20
2017年	45	57	63	69	83	83	58	43	26	30	20	26	25	15	17
2016年	41	55	61	71	76	78	60	43	25	28	14	14	21	11	11
2015年	—	52	62	65	72	75	48	44	25	27	—	—	—	—	—
2014年	—	47	55	56	69	72	45	36	21	19	—	—	—	—	—
2013年	—	45	60	54	65	74	36	39	18	14	—	—	—	—	—
2012年	—	46	54	57	65	68	31	—	21	19	—	—	—	—	—

※割合は、小数点第一位を四捨五入し、整数とした。

◆調査対象エリア区分について

- 本文内の「各地域」については、下記のエリア区分にて分類している。
- 各地域「訪問希望者」は、エリア区分の中で「いずれか一カ所以上に訪問してみたい」と回答した者を、各地域の「訪問希望者」として換算している。
例)「北海道」「函館」「長崎」の三カ所に訪問したい回答者⇒「北海道」「九州」希望者としてそれぞれ1カウント
- 各地域「訪問経験者」は、訪日経験1回の回答者のうち、各エリア「いずれか一カ所以上に訪問したことがある」と回答した者を各地域の「訪問経験者」として換算している（訪日経験1回かつ各地域訪問経験者の回答は、それぞれの地域を訪問した外国人旅行者の意向を反映する度合いが高いと考えられるため）。

◆調査対象エリア区分

エリア区分	地名
首都圏	東京、川越、横浜、箱根
北関東甲信	富士山(北関東甲信・東海それぞれにカウント)、日光、松本／白馬、軽井沢
北海道	北海道、札幌、函館、帯広／十勝、ニセコ、知床／阿寒、旭川／富良野
東北	東北、青森、秋田／角館、山形／蔵王、岩手／平泉、仙台／松島、福島
新潟	新潟／佐渡、妙高／湯沢
北陸	北陸、金沢、立山／黒部、富山、福井
東海	飛騨／高山、名古屋、伊勢志摩／伊賀
関西	紀伊半島／高野山／熊野古道(関西・東海にそれぞれカウント)、関西、京都、奈良、大阪、神戸
中国	岡山、倉敷、広島、山口、鳥取、松江／出雲／石見
四国	四国、高松／香川、直島、松山／道後、愛媛、徳島、高知
九州	九州、福岡／博多／小倉、佐賀、長崎、大分／別府／由布院、熊本／阿蘇、宮崎、鹿児島、奄美
沖縄	沖縄

◆(参考)本調査における「北海道」訪問経験者割合推移

(%)

調査時期	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
2019年	23	26	12	25	34	30	24	28	26	24	8	13	8	2	6
2018年	25	28	11	31	36	33	35	26	26	26	8	5	9	8	8
2017年	26	29	11	32	34	36	35	26	29	24	7	9	8	4	6
2016年	25	27	10	29	36	34	24	28	25	24	9	5	10	9	10
2015年	—	27	10	36	34	32	24	28	21	22	—	—	—	—	—
2014年	—	30	11	34	35	39	28	27	30	35	—	—	—	—	—
2013年	—	30	13	41	34	36	25	31	26	28	—	—	—	—	—
2012年	—	25	6	38	25	26	21	—	21	18	—	—	—	—	—

※訪日経験ありの旅行者のうち北海道に訪問したことのある回答者の割合を示している。

Ⅱ 意向調査結果

1. 「これまでの訪日旅行でどの地域を訪問しましたか？」

<訪日経験者>

◆北海道の訪問経験率は引き続きゴールデンルートに次いで高い

- 訪日経験者が「北海道」を訪問した比率は、12地域全体で23%（順位5位）、アジア全体で26%（順位5位）と多くの対象調査地域でゴールデンルート（東京～大阪間を周遊する観光ルート）に次ぐトップレベルにある。一方で、欧米豪全体では8%（順位11位）とアジア全体に比べて低い水準にとどまっている。
- 道内の各観光地の中では、アジア全体・欧米豪全体ともに、訪問経験率は「北海道」に次いで「札幌」が高く、3番手には「函館」が続いている。
- アジア各国では、「旭川/富良野」の訪問経験率が高く、2桁台の水準にある。
- 欧米豪各国では、アメリカで「北海道」が5%→13%、「札幌」が5%→8%に上昇している。また、フランスで「札幌」が5%→10%に上昇している。

（回答はあてはまるものすべて、%）

サンプル数→	12地域全体		アジア全体																	
					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	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
	2571		2243		363		357		387		410		222		236		133		135	
北海道	23	⑤	26	⑤	12	⑪	25	⑤	34	⑤	30	⑥	24	⑤	28	⑤	26	⑤	24	⑤
札幌	16	⑨	17	⑨	13	⑧	7	⑯	27	⑧	25	⑧	15	⑦	19	⑦	13	⑩	11	⑩
函館	8	⑰	8	⑯	3		1		22	⑩	13	⑱	3		8	⑬	4	⑮	4	⑰
帯広／十勝	2		2		0		1		5		3		1		2		0		0	
二セコ	1		1		1		1		1		0		1		4		1		1	
知床／阿寒	1		1		0		1		4		2		0		0		0		2	
旭川／富良野	4		5		1		1		12	⑰	10		1		3		2		0	
東京	55	①	54	①	42	②	57	①	52	③	60	①	54	①	63	①	46	③	59	①
大阪	45	②	47	②	46	①	34	④	52	①	60	②	36	③	42	③	52	①	44	②
京都	43	③	44	③	36	③	38	③	52	①	51	③	36	③	45	②	47	②	41	③
富士山	29	④	29	④	9	⑭	42	②	19	⑪	30	⑥	47	②	33	④	27	④	40	④
九州	12	⑭	13	⑬	13	⑦	11	⑪	18	⑬	23	⑪	7	⑯	7	⑮	3	⑯	2	
沖縄	16	⑪	17	⑩	14	⑥	14	⑧	28	⑦	23	⑪	12	⑪	10	⑩	9	⑪	8	⑭

サンプル数→	欧米豪全体									
			アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
	328		83		102		55		88	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
北海道	8	⑪	13	⑦	8	⑪	2	⑬	6	⑲
札幌	8	⑪	8	⑨	8	⑪	2	⑬	10	⑨
函館	2		1		4	⑳	0		1	
帯広／十勝	1		1		1		0		0	
二セコ	1		1		1		0		2	
知床／阿寒	1		1		1		0		2	
旭川／富良野	1		1		1		0		1	

東京	59	①	52	①	63	①	64	①	59	①
大阪	33	③	27	②	45	②	22	④	31	③
京都	35	②	18	⑤	41	③	35	②	44	②
富士山	26	④	19	③	27	④	29	③	30	④
九州	4	⑲	2		5	⑬	0		8	⑫
沖縄	8	⑩	11	⑧	5	⑬	5	⑨	10	⑨

※順位は20位まで表示

2. 「これらの観光地を知っていますか？」 ＜全員＞

◆アジアからの知名度は高く、欧米豪からの知名度は依然として低め

- 「北海道」の認知度は、12地域全体で46%（順位5位）、アジア全体で60%（順位4位）と、ゴールデンルートに次いでトップレベルにある。一方で、欧米豪全体では認知度は18%（順位11位）と、アジア全体に比べて低い水準になっている。
- 道内の各観光地の中では、アジア全体・欧米豪全体ともに、認知度は「北海道」に次いで「札幌」が高く、3番手は「函館」が続く。アジア全体では、「旭川/富良野」の認知度も高く、2桁の比率となっている。
- 台湾・香港では、道内の各観光地の認知度が全体的に他国より高い水準にあり、「ニセコ」を除く地域で2桁の比率となっている。また、中国で「北海道」の認知度は前回調査と比較し51%→59%、「札幌」は29%→36%に上昇している。

（回答はあてはまるものすべて、%）

サンプル数→	12地域全体	アジア全体									
			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	
	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	
北海道	46 ⑤	60 ④	61 ⑤	59 ④	75 ①	72 ④	55 ③	58 ④	59 ④	43 ⑤	
札幌	37 ⑨	47 ⑦	64 ④	36 ⑫	68 ⑦	65 ⑩	40 ⑥	42 ⑦	33 ⑨	32 ⑥	
函館	14	20	14	10	55 ⑭	42	9	17 ⑮	9	5	
帯広/十勝	5	6	3	3	15	21	3	2	2	2	
ニセコ	4	5	2	9	6	4	4	10	3	2	
知床/阿寒	4	5	3	4	12	13	2	2	3	2	
旭川/富良野	9	12	6	8	33	33	4	7	4	3	

東京	62 ①	66 ①	70 ①	64 ②	74 ④	75 ②	61 ②	63 ①	65 ①	59 ①	
大阪	54 ③	62 ③	68 ②	60 ③	75 ③	76 ①	53 ⑤	60 ③	59 ③	47 ③	
京都	51 ④	59 ⑤	66 ③	58 ⑤	75 ②	73 ③	53 ④	56 ⑤	48 ⑤	43 ④	
富士山	59 ②	64 ②	59 ⑥	65 ①	72 ⑤	70 ⑤	63 ①	63 ②	65 ②	55 ②	
九州	27 ⑭	37 ⑫	51 ⑦	39 ⑪	62 ⑫	63 ⑪	26 ⑭	28 ⑫	21 ⑯	12 ⑰	
沖縄	40 ⑥	48 ⑥	50 ⑨	47 ⑨	71 ⑥	68 ⑥	36 ⑦	45 ⑥	41 ⑦	28 ⑪	

サンプル数→	欧米豪全体							
		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス			
	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	比率 順位	
北海道	18 ⑪	14 ⑫	26 ⑨	13 ⑪	17 ⑪			
札幌	17 ⑫	15 ⑪	24 ⑪	13 ⑫	15 ⑫			
函館	4	3	6	3	3			
帯広/十勝	2	2	2	2	2			
ニセコ	3	2	5	2	3			
知床/阿寒	2	2	2	1	2			
旭川/富良野	2	3	2	2	2			

東京	54 ①	49 ①	64 ①	56 ①	48 ①			
大阪	38 ③	29 ④	50 ③	35 ④	37 ④			
京都	35 ⑤	27 ⑥	43 ⑤	31 ⑥	39 ③			
富士山	51 ②	48 ②	63 ②	52 ②	41 ②			
九州	7 ⑰	5	10 ⑰	4	9 ⑭			
沖縄	23 ⑧	28 ⑤	24 ⑫	22 ⑨	18 ⑨			

※順位は20位まで表示

3. 「日本のどこに行きたいですか？」 <全員>

◆台湾・香港では8年連続で北海道への訪問意欲が1位

- 「北海道」への訪問意欲は、12地域全体で30%（順位5位）、アジア全体で40%（順位3位）となっており、こちらもゴールデンルートに次いでトップレベルにある。特に、台湾・香港では2012年調査開始より8年連続で「北海道」への訪問意欲が1位となっている。一方、欧米豪全体では9%（順位9位）とアジアに比べて低い水準となっている。
- 道内の各観光地の中では、訪問意欲は認知度同様に、「北海道」に次いで「札幌」が高い。3番手はアジア全体で「函館」であるが、欧米豪全体では「北海道」「札幌」以外の地域は1%にとどまっている。
- アジア各国では、中国で「北海道」への訪問意欲が前回調査33%→41%に上昇している。

（回答はあてはまるものすべて、%）

サンプル数→	12地域 全体		アジア全体																	
					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	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
	5747		3951		494		524		496		488		498		481		493		477	
北海道	30	⑤	40	③	32	③	41	③	50	①	42	①	32	③	46	②	44	②	27	⑤
札幌	19	⑦	24	⑦	37	①	13	⑫	32	⑦	32	⑦	22	⑥	22	⑦	17	⑦	18	⑥
函館	7	⑮	9	⑮	6	⑮	4		27	⑩	17	⑮	3		8	⑮	4	⑮	3	
帯広／十勝	1		2		1		0		6		7		0		1		0		0	
ニセコ	2		2		1		3		2		0		1		5	⑮	1		1	
知床／阿寒	1		2		1		1		4		4		0		2		1		1	
旭川／富良野	4		5		2		2		14		12		2		4		1		2	
東京	44	①	41	①	37	①	41	②	39	⑥	39	③	39	②	40	③	44	②	50	①
大阪	33	③	37	④	32	④	35	⑤	40	③	41	②	32	③	39	④	39	④	37	③
京都	31	④	33	⑤	28	⑤	37	④	44	②	37	④	29	⑤	35	⑤	27	⑤	30	④
富士山	41	②	40	②	22	⑦	46	①	40	③	35	⑤	41	①	47	①	46	①	44	②
九州	10	⑭	13	⑫	13	⑩	12	⑬	23	⑭	23	⑫	12	⑨	11	⑫	6	⑮	3	⑮
沖縄	21	⑥	25	⑥	26	⑥	23	⑧	39	⑤	33	⑥	19	⑦	26	⑥	21	⑥	12	⑨

	欧米豪全体									
			アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
サンプル数→	1796		445		478		449		424	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
北海道	9	⑨	9	⑧	11	⑦	5	⑪	11	⑨
札幌	7	⑪	8	⑨	9	⑩	4	⑫	7	⑫
函館	1		2		1		1		2	
帯広／十勝	1		1		1		0		0	
ニセコ	1		1		1		1		1	
知床／阿寒	1		1		0		0		0	
旭川／富良野	1		1		0		2		2	

東京	50	①	46	①	56	①	52	①	47	①
大阪	24	④	18	④	32	③	19	④	25	④
京都	25	③	18	③	30	④	19	③	32	③
富士山	43	②	38	②	48	②	45	②	40	②
九州	2		2		3	⑰	2		3	⑰
沖縄	11	⑥	14	⑥	10	⑨	9	⑦	12	⑦

※p.5の質問において「知っている観光地」の中で「実際に
行ってみたい観光地」を尋ねたもの。

※順位は20位まで表示

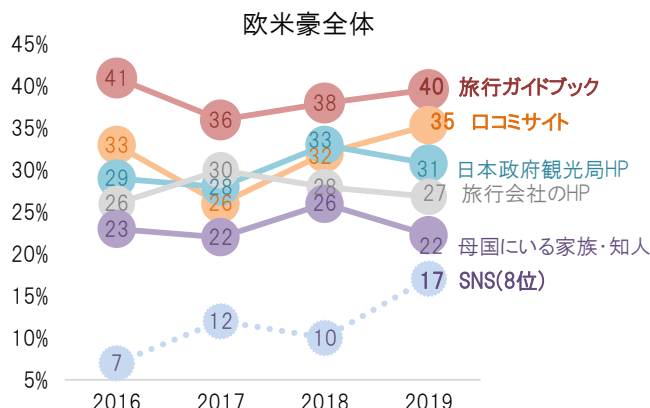
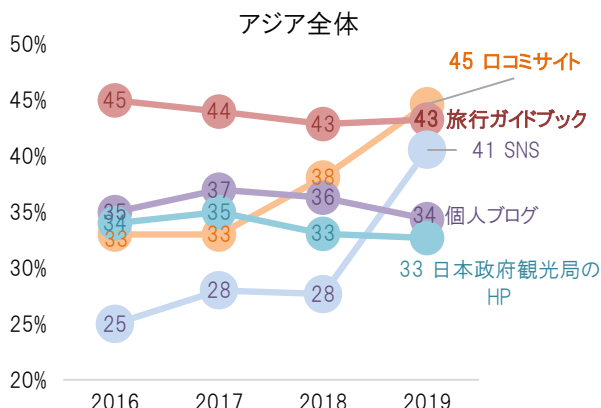
4. 訪日旅行前の情報収集

<訪日経験者>

◆旅行前の情報収集は口コミサイトとガイドブックが主要だが、各国で参考ツールに違いあり

- ・ 口コミサイト、旅行ガイドブック、日本政府観光局HPは各国共通して利用割合が高かった。
- ・ 口コミサイトを選択した割合は特に中国で高く、6割以上が情報収集ツールとして選択していた。
- ・ SNSに関しては国毎に利用傾向が別れる結果となり、台湾、タイ、インドネシアを中心としたアジア諸国では重要な情報収集ツールとなっているが、欧米豪各国では利用率が高くなかった。
- ・ 個人ブログについても国毎に利用率に差があり、韓国・台湾では2番目に回答率が高い主要な情報収集手段となっていた。

訪日旅行をする前に、どこで情報を収集したか（回答はあてはまるもの全て）
（アジア 訪日経験者/n=2,243、欧米豪n=328）



国・地域別での訪日旅行前の情報収集

	1位		2位		3位	
韓国	口コミサイト	45%	個人ブログ	44%	旅行ガイドブック ／ 旅行会社のHP	33%
中国	口コミサイト	66%	旅行ガイドブック	41%	母国にいる 家族・知人	35%
台湾	SNS	54%	個人ブログ	49%	旅行ガイドブック	43%
香港	旅行ガイドブック	54%	SNS	43%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	39%
タイ	SNS	62%	口コミサイト	50%	旅行ガイドブック	43%
シンガポール	口コミサイト	49%	旅行ガイドブック	40%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	39%
マレーシア	旅行ガイドブック	53%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	48%	口コミサイト	46%
インドネシア	SNS	63%	旅行会社のHP	48%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	44%
アメリカ	旅行ガイドブック	40%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	31%	口コミサイト	29%
オーストラリア	口コミサイト	46%	旅行ガイドブック	36%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	31%
イギリス	口コミサイト	36%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	27%	旅行ガイドブック	25%
フランス	旅行ガイドブック	52%	旅行会社のHP	35%	日本政府観光局 (又は観光庁)のHP	32%

（注）今年度のアンケートにおいて、「口コミサイト」「SNS」については各国で使用されている代表的なものをアンケート回答画面上で例示した

5. 日本旅行をする際の不安材料

<全員>

◆地震に対する不安は沈静化傾向

- 12地域全体で「言葉」「費用（滞在費・渡航費）」「地震」「放射能」が上位となっている。
- 「キャッシュレス決済の普及状況」は今年度調査より追加されたが、中国・インドネシアの割合が比較的高くなっている。
- 北海道胆振東部地震の被害の復興状況についての不安は、12地域全体では前回10月調査8.7%から今回8.8%とほぼ変化が見られないが、国毎では、韓国・台湾・香港などで改善している。
- 地震に対する不安について過去調査を比較すると、前回10月調査からアジア全体では8ポイント、欧米豪全体では3.7ポイント割合が低下し、2017年度調査の水準まで改善している。

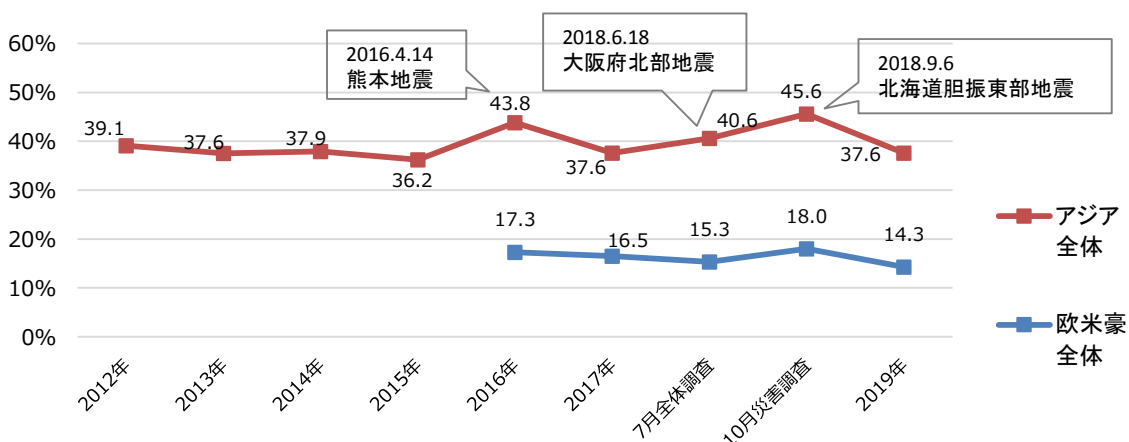
(回答はあてはまるものすべて、%)

順位	サンプル数→	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
			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		アメリカ	オース トラリア	イギリス	フランス	
		6276	4134	523	527	508	492	514	524	527	519	2142	532	538	535	537
1	言葉が通じかどうか不安	38	38	23	37	36	43	40	45	46	35	37	36	38	36	36
2	滞在費（現地での費用）が高い	35	37	29	18	31	25	42	50	52	49	32	32	37	28	30
3	渡航費用が高い	34	32	12	15	34	23	24	46	51	53	36	37	32	35	40
4	地震が起こるかどうか心配	30	38	51	37	21	49	39	34	39	31	14	10	18	11	17
5	放射能による健康被害が心配	22	28	62	30	22	27	19	23	23	16	11	9	11	8	17
6	放射能の安全性に関する情報が分からない	18	21	48	17	13	17	17	19	19	18	13	14	13	11	15
7	公共交通機関の利用方法やネットワークが分からない	18	19	13	11	25	22	20	18	22	22	15	16	16	13	14
8	携帯電話や通信機器が利用しづらい	13	14	10	19	15	12	14	12	14	19	11	16	14	6	10
9	出発日・コース・価格などで条件に合うツアーがない	11	13	5	15	15	12	15	11	19	14	8	9	9	7	6
10	キャッシュレス決済の普及状況	10	12	13	20	8	6	10	8	12	17	8	9	9	6	7
：																
13	北海道胆振東部地震による被害の復旧の状況が分からない	9	10	10	10	6	7	12	12	10	11	7	9	8	4	7

※35%以上を赤く塗りつぶしている。

※全20選択肢のうち、上位10項目について表示している。

地震に対する不安



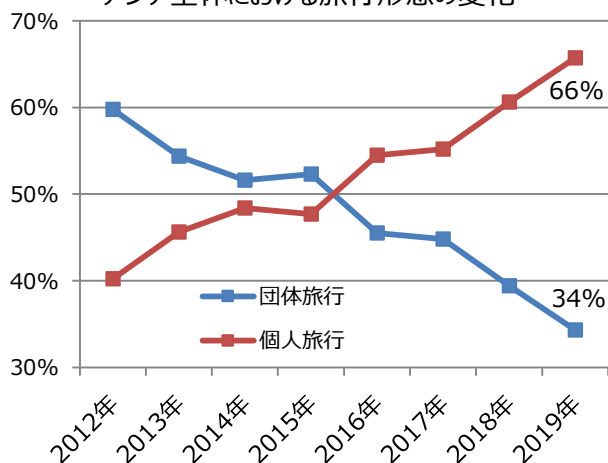
6. 旅行形態

<訪日経験者>

◆旅行形態は個人旅行化がさらに進展している

- 訪日経験者に直近の旅行の形態について尋ねた。旅行形態は、「ガイド付きパック旅行（航空券・宿泊施設セット）」を団体旅行、「ガイド付きオーダーメイドツアー」、「ガイドなしパック旅行」及び「個別手配」を個人旅行と区分する。
- アジア全体では、2016年調査以降、個人旅行の割合は団体旅行の割合を上回っており、2012年調査の40.2%から、今回調査では65.7%まで上昇している。
- 欧米豪全体では、過去4年間を通して個人旅行の割合が団体旅行の割合を上回っている。また、欧米豪全体の個人旅行の割合は、アジア全体の個人旅行の割合よりも高くなっている。

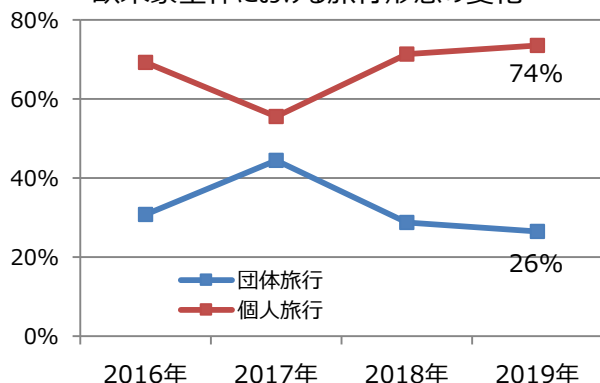
アジア全体における旅行形態の変化



アジア全体

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
団体旅行	60	54	52	52	45	45	39	34
個人旅行	40	46	48	48	55	55	61	66
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー	-	-	-	-	-	-	11	11
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行	19	18	17	15	17	15	9	11
航空券と宿泊施設を個別に手配	17	23	26	29	34	37	36	40
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	5	5	5	4	4	3	4	3

欧米豪全体における旅行形態の変化



欧米豪全体

	2016年	2017年	2018年	2019年
団体旅行	31	44	29	26
個人旅行	69	56	71	74
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー	-	-	12	15
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行	13	11	8	11
航空券と宿泊施設を個別に手配	49	38	44	42
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	8	6	7	6

※ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く。

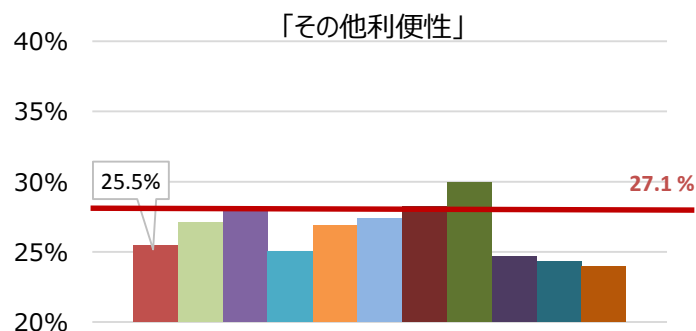
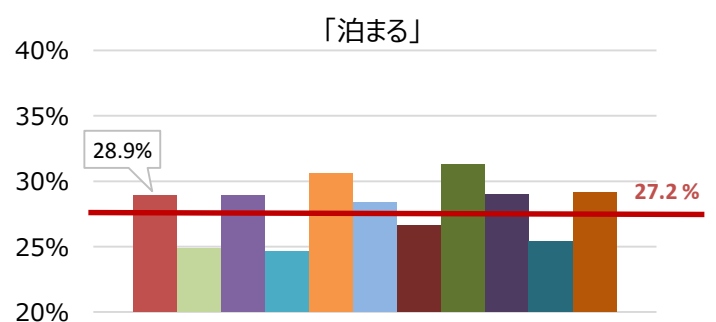
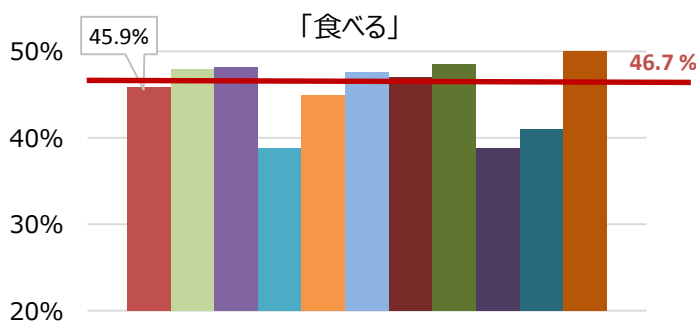
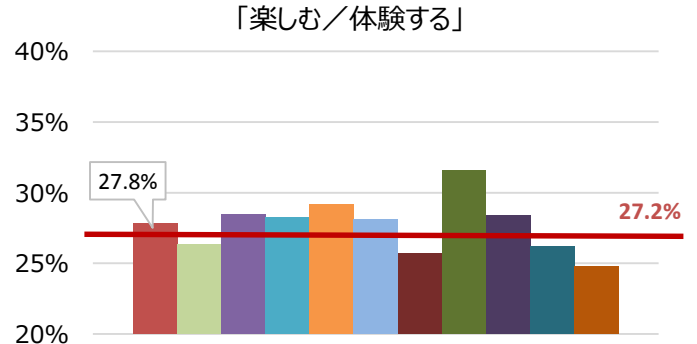
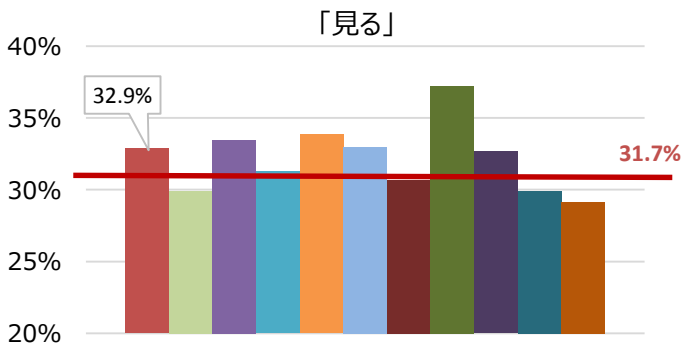
※選択肢のうち「自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー」は2018年調査より加わった。

7. 満足した点／各地域比較（項目区分ごと）

<北海道訪問経験者>

◆「見る」、「楽しむ／体験する」、「泊まる」の項目で各地域平均値を上回る

- ・ 日本旅行の際に満足した点について、項目区分ごとに北海道訪問経験者と各地域の訪問経験者の回答を比較した（各項目の詳細数値は次頁参照）。
- ・ 「見る」項目では、雪、桜、紅葉といった自然項目が高い一方で、歴史的な建築物やイベント・祭りの見物は低くなっており、説明の充実含め改善の余地がある。
- ・ 「楽しむ／体験する」項目では、温泉への入浴が各地域の中で最も高い一方で、繁華街の街歩きは低くなっている。
- ・ 「食べる」項目では、各地域全体的に満足度が高い中で、「現地の人が普段利用しているカジュアルな食事」「日本の酒」「スイーツ」が比較的低くなっている。
- ・ 「泊まる」項目では、「日本旅館での宿泊」が各地域の中で最も高い。前述のように「温泉への入浴」の満足度が高いことから、北海道の温泉旅館が全国的にも高い満足度を得られていることが示唆される。
- ・ 「その他利便性」の項目では、「バス・タクシーの利便性」「鉄道の利便性」といった交通面や、「多言語案内（看板や標識）」の満足度が低くなっている。



※グラフ内の凡例は以下の通り。



※赤線及び赤字の数値は各項目における各地域平均値を示す。

8. 満足した点／各項目の詳細数値（12地域全体）

＜北海道訪問経験者＞

(%)

	平均値	北海道	首都圏	北関東 甲信	東北	北陸	東海	関西	中国	四国	九州	沖縄
サンプル数→	—	159	499	260	65	49	318	465	101	49	144	72
「見る」項目												
自然や風景の見物	55.7	61.0	54.3	58.1	43.1	42.9	56.9	59.1	56.4	46.9	49.3	55.6
雪景色観賞	33.2	44.0	27.1	36.2	35.4	40.8	36.2	30.5	41.6	40.8	32.6	23.6
桜の観賞	45.3	47.2	45.7	47.7	40.0	53.1	47.8	44.1	43.6	34.7	40.3	44.4
紅葉の観賞	27.3	30.2	27.7	30.8	27.7	34.7	28.9	26.2	23.8	20.4	20.1	25.0
有名な史跡や歴史的な建築物の見物 （説明の充実度含む）	48.2	42.1	45.7	51.5	43.1	44.9	50.9	48.6	60.4	53.1	45.1	44.4
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	41.6	42.8	41.1	42.3	40.0	40.8	42.8	40.2	49.5	44.9	37.5	41.7
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	30.4	30.8	31.1	32.3	27.7	34.7	30.5	27.1	35.6	26.5	30.6	33.3
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	14.5	15.1	12.4	14.2	21.5	16.3	13.8	12.9	19.8	26.5	17.4	12.5
伝統工芸品の工房見学・体験	20.4	20.1	17.2	21.9	27.7	16.3	20.8	18.9	30.7	28.6	20.8	22.2
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	34.5	35.8	31.5	38.5	35.4	42.9	37.1	33.3	44.6	30.6	29.9	26.4
イベント・祭りの見物	21.2	18.9	19.0	21.2	23.1	30.6	21.7	21.5	26.7	28.6	21.5	16.7
スポーツ観戦	7.6	6.3	6.4	6.9	10.8	8.2	8.5	5.4	13.9	10.2	13.9	4.2
合 計	31.7	32.9	29.9	33.5	31.3	33.8	33.0	30.7	37.2	32.7	29.9	29.2
「楽しむ／体験する」項目												
美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	23.5	25.8	23.4	23.1	24.6	30.6	22.0	21.5	32.7	24.5	25.7	16.7
遊園地やテーマパーク	35.1	35.2	35.7	37.3	30.8	36.7	37.4	35.9	27.7	32.7	28.5	36.1
繁華街の街歩き	41.8	34.6	46.7	42.7	36.9	36.7	41.2	41.5	54.5	40.8	31.9	36.1
スキー、サイクリング、フィッシング等のアウト ドア・アクティビティを楽しむこと	13.9	18.2	11.8	15.4	18.5	16.3	13.8	11.4	17.8	18.4	16.7	11.1
伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	16.4	14.5	15.8	16.2	24.6	16.3	17.3	15.3	15.8	16.3	18.1	19.4
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等） 体験	22.3	22.0	21.4	23.1	32.3	32.7	23.3	19.4	26.7	34.7	20.1	13.9
温泉への入浴	45.6	54.1	42.5	50.0	40.0	40.8	50.3	42.6	40.6	40.8	46.5	47.2
フルーツ狩り	14.6	17.0	12.2	15.0	26.2	20.4	14.8	10.8	20.8	18.4	19.4	12.5
日本文化の体験（茶道、華道、着物試 着など）	32.8	33.3	30.1	35.8	30.8	22.4	35.5	31.4	42.6	34.7	31.9	33.3
伝統工芸品の制作や購入	19.9	18.2	18.0	21.9	15.4	26.5	20.8	19.1	27.7	18.4	18.8	20.8
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	32.7	32.7	31.9	32.3	30.8	40.8	32.7	33.5	40.6	32.7	30.6	25.0
合 計	27.2	27.8	26.3	28.4	28.3	29.1	28.1	25.7	31.6	28.4	26.2	24.7
「食べる」項目												
伝統的日本人料理	65.4	68.6	68.7	68.1	49.2	57.1	64.8	66.0	62.4	46.9	57.6	76.4
現地の人が普段利用しているカジュアルな 食事	53.6	51.6	56.5	56.2	43.1	44.9	56.0	53.8	55.4	44.9	42.4	58.3
日本の酒（日本酒・焼酎）	35.1	32.7	33.3	37.7	26.2	40.8	39.6	34.6	37.6	34.7	32.6	31.9
スイーツ	32.9	30.8	33.5	30.8	36.9	36.7	30.2	33.5	38.6	28.6	31.3	40.3
合 計	46.7	45.9	48.0	48.2	38.8	44.9	47.6	47.0	48.5	38.8	41.0	51.7
「泊まる」項目												
豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	26.5	25.8	26.3	26.9	20.0	20.4	25.2	24.3	33.7	30.6	31.3	36.1
安価で基本的な設備のみが備わっている 施設での宿泊	25.0	25.8	22.4	24.6	32.3	26.5	24.8	26.5	27.7	28.6	22.2	25.0
日本旅館での宿泊	41.1	45.9	38.9	45.8	27.7	44.9	44.3	39.6	40.6	38.8	36.1	45.8
現地の人から有料で借りる家・アパートで の宿泊	17.1	17.6	14.2	18.1	21.5	22.4	16.4	17.8	20.8	24.5	13.2	19.4
伝統的な住宅を利用した宿泊施設での 宿泊	26.5	29.6	22.6	29.2	21.5	38.8	31.1	24.7	33.7	22.4	24.3	19.4
合 計	27.2	28.9	24.9	28.9	24.6	30.6	28.4	26.6	31.3	29.0	25.4	29.2
「その他利便性」項目												
バス・タクシーの利便性	28.5	23.3	28.9	30.4	30.8	24.5	29.6	29.5	32.7	20.4	26.4	25.0
清潔さ／衛生面	57.6	56.0	58.7	61.5	47.7	44.9	59.7	60.6	61.4	38.8	45.8	59.7
治安	44.7	44.0	47.7	46.2	32.3	34.7	44.0	49.0	52.5	32.7	33.3	33.3
母国語の通用しやすさ	10.1	11.9	9.4	9.6	12.3	16.3	9.7	9.9	7.9	16.3	9.0	9.7
英語の通用しやすさ	23.7	20.8	24.8	24.2	27.7	18.4	22.3	21.1	31.7	34.7	22.9	25.0
キャッシュレス決済の普及状況（モバイル 決済やデビット、クレジットカードなど）	17.1	14.5	16.2	17.7	20.0	22.4	16.7	16.6	17.8	22.4	18.8	16.7
携帯電話や通信機器の利用しやすさ （Wi-Fi等の充実度）	23.5	21.4	21.4	24.6	23.1	26.5	23.9	26.5	24.8	22.4	22.2	16.7
信仰する宗教に対する理解や配慮	11.8	9.4	10.8	11.5	18.5	18.4	11.6	11.2	12.9	18.4	13.2	9.7
免税制度の使いやすさ	18.3	20.8	17.2	19.6	15.4	22.4	17.6	20.0	14.9	16.3	20.8	9.7
鉄道の利便性	41.2	37.7	42.7	41.2	26.2	42.9	40.9	44.7	44.6	34.7	36.1	40.3
空港での出入国管理手続き	25.3	25.8	24.2	24.6	27.7	28.6	25.5	25.6	31.7	24.5	23.6	20.8
交通機関や街中での多言語案内（看 板や標識）	23.5	20.1	23.0	25.4	18.5	22.4	27.0	24.5	26.7	14.3	19.4	20.8
合 計	27.1	25.5	27.1	28.0	25.0	26.9	27.4	28.3	30.0	24.7	24.3	24.0

※北海道の数値において、平均値より高い数値は赤字、各地域の中で最も高い数値は赤字に赤字で塗りつぶしている。
また、平均値を2ポイント以上下回る数値は青く塗りつぶしている。

◆「温泉のある日本旅館」は根強い人気

- 日本旅行の際に実際に泊まった宿泊施設について、全国・北海道・各地域を比較すると、ほとんどの地域において「温泉のある日本旅館」への宿泊率が最も高くなっており人気がうかがえる。特に、九州での宿泊率が最も高くなっている。また、「現地の人が有料で借りる家・アパート（いわゆる民泊）」は、北海道では「ユースホステル・ゲストハウス」と同程度の比率となっており、首都圏や北関東甲信では「民泊」の比率が上回っていることから、「民泊」が宿泊施設として一定程度浸透していることがうかがえる。
- 「温泉のある日本旅館」の宿泊価格帯について、全国・北海道及び九州の価格帯を比較したところ、199米ドル（約21,000円程度）以下の割合が北海道では約50%程度であるのに対し、九州では低価格帯が多い傾向がみられる。
- 北海道における「ユースホステル・ゲストハウス」と「民泊」については、宿泊価格帯はほぼ同程度となっている。

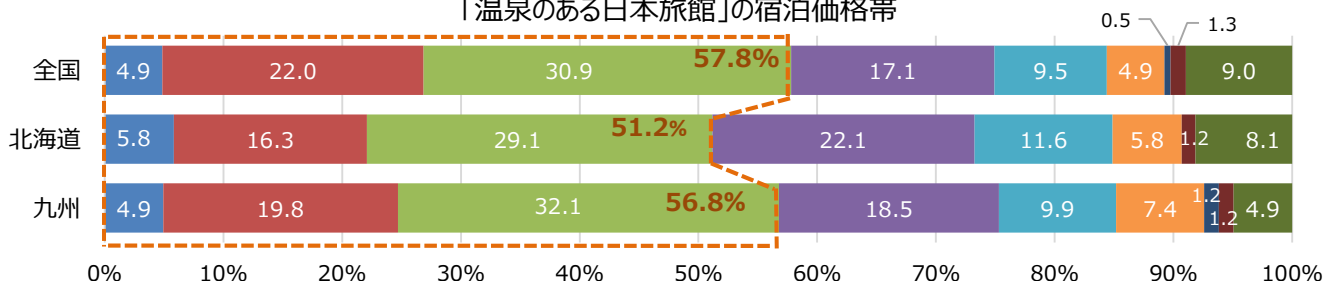
日本旅行の際に宿泊した施設

（回答はあてはまるものすべて、％）

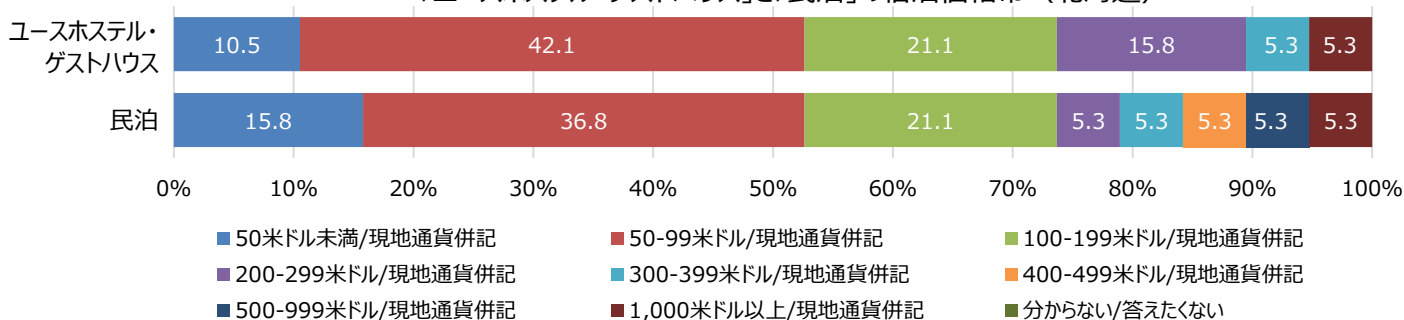
	全国	北海道	首都圏	北関東 甲信	東北	北陸	東海	関西	中国	四国	九州	沖縄
サンプル数→	999	159	499	260	65	49	318	465	101	49	144	72
温泉のある日本旅館	39	54	39	45	51	53	49	39	41	51	56	49
日本旅館（温泉なし）	20	24	21	25	26	35	23	23	25	39	20	22
豪華で快適な高級ホテル（西洋式）	33	34	35	35	49	37	35	31	50	55	44	39
安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）	29	31	30	28	31	33	26	32	29	27	22	18
ユースホステル・ゲストハウス	13	12	11	12	14	20	13	14	14	22	19	18
現地の人が有料で借りる家・アパート	13	12	13	15	11	16	13	14	12	10	8	13
親族・知人宅	3	2	3	4	2	0	4	2	1	2	1	0
その他	1	0	1	1	0	2	1	1	0	0	1	1

※40%以上の数値を赤塗り、50%以上の数値を赤塗りの赤字で示した。

「温泉のある日本旅館」の宿泊価格帯



「ユースホステル・ゲストハウス」と「民泊」の宿泊価格帯（北海道）

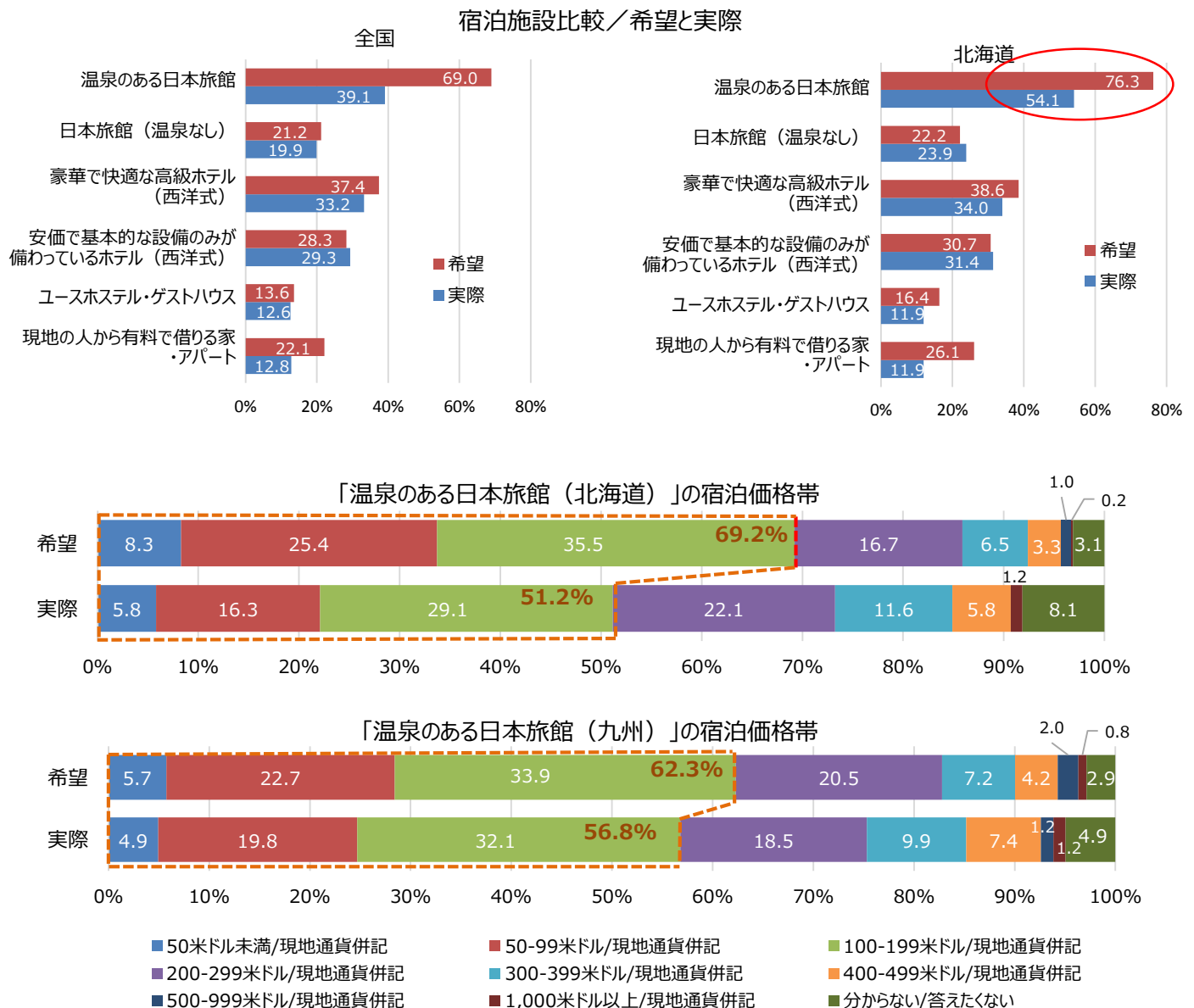


10. 宿泊施設関連／希望と実際比較

<北海道訪問経験者>

◆宿泊施設毎にターゲットを絞った価格設定が重要

- 希望する宿泊施設と実際に泊まった宿泊施設の比率を比較すると、全国・北海道ともに、「温泉のある日本旅館」、「現地の人から有料で借りる家・アパート」において希望と実際のギャップが大きい傾向がみられる。特に「温泉のある日本旅館」は、北海道において希望では8割近い人気がある一方、実際の宿泊では5割程度にとどまっている。
- 「温泉のある日本旅館」について、北海道における希望価格帯と実際価格帯を比較すると、希望では199米ドル（約21,000円程度）以下の比較的安い価格帯の割合が7割程度を占める一方、実際では5割程度となっており、希望価格帯より実際価格帯が高い傾向が見られる。
- 前述の通り、九州は「温泉のある日本旅館」への宿泊率が北海道より高いが、要因の可能性の一つとして、九州は「温泉のある日本旅館」の低価格帯が北海道よりも多く、希望と実際の宿泊価格帯に乖離がないことが挙げられる。
- 北海道における希望宿泊価格については、500米ドル（約53,000円程度）以上の高価格帯を求める声もあり、今後多様化する外国人旅行者を受入れるに当たっては、宿泊施設毎にターゲットを絞った価格設定が重要となる。



※宿泊価格帯については、各地域を訪問している外国人旅行者の国別割合の偏りによる影響の可能性がある。

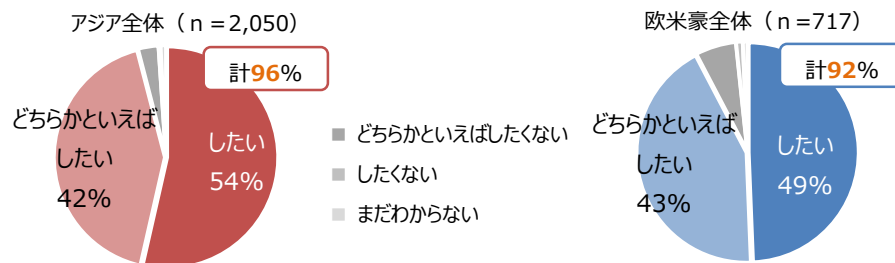
11. 東京2020大会の地方への観光エクスカーション意向

<全員>

◆東京2020大会は新たな顧客開拓のフック

- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京2020大会」という。）観戦のため訪日した場合、開催地以外の地方への小旅行（以下「観光エクスカーション」という。）意向について、「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した割合はアジア全体で96%、欧米豪全体で92%となっており、地方への訪問意欲は非常に高くなっている。
- 希望する地域は、北海道（例：札幌、函館、ニセコ）がアジア全体で50%（1位）となっており、欧米豪全体でも28%と東京近郊、関西に次ぐ人気となっている。
- 地方への観光エクスカーションでの北海道訪問希望者のうち、アジア全体では8割・欧米豪全体では9割の回答者が北海道訪問未経験者であり、東京2020大会がそうした層を北海道に呼び込む契機となることが期待される。

地方への観光エクスカーション意向



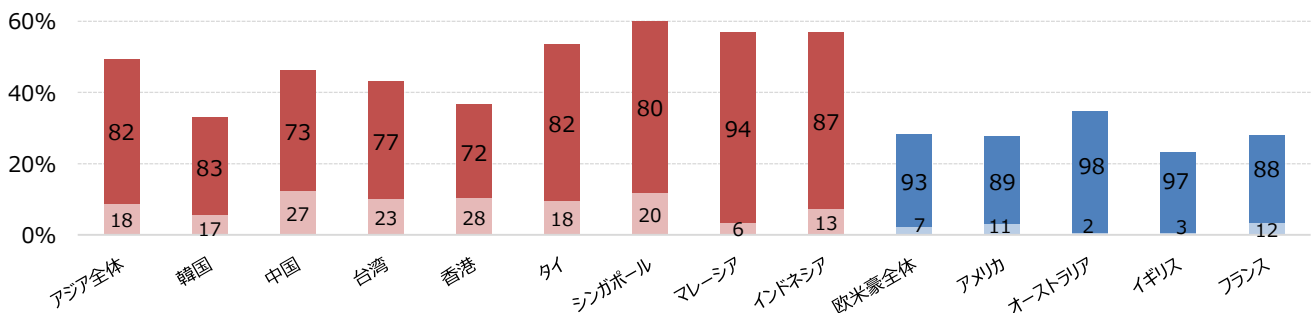
地方への観光エクスカーションで希望する地域

(回答はあてはまるもの全て、%)

サンプル数→	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オースト ラリア	イギリス	フランス	
	2629	1967	164	373	179	175	307	168	271	330	662	159	141	150	212
北海道（例：札幌、函館、ニセコ）	44	50	33	46	43	37	53	60	57	57	28	28	35	23	28
東京近郊	43	43	40	31	49	38	37	41	49	59	44	40	50	47	42
関西（例：京都、大阪、奈良、神戸）	41	43	32	47	37	44	44	45	48	41	33	30	33	29	37
九州（例：福岡、長崎、熊本、大分、鹿児島）	29	30	26	32	30	34	31	39	25	28	25	25	26	25	25
沖縄	27	28	19	17	25	21	33	46	34	30	25	28	25	23	25
中部（例：名古屋、飛騨/高山、伊勢志摩、新潟、金沢、富山、福井）	21	21	12	36	23	27	13	20	19	17	20	19	22	17	21
中国（例：広島、岡山、鳥取、松江）	19	17	7	20	13	16	17	20	17	19	26	28	31	29	20
四国（例：香川、愛媛、徳島、高知）	18	18	7	20	18	26	13	22	17	19	20	19	20	17	23
東北（例：仙台、秋田、山形、岩手、福島）	18	18	12	18	21	25	17	18	17	16	19	17	21	18	19
わからない	5	2	3	0	2	1	3	4	3	1	13	14	10	17	11

※ 40%以上を赤く塗りつぶしている。

地方への観光エクスカーションでの北海道訪問希望者における
北海道訪問「経験あり／未経験」割合



12. 日本旅行で体験したいこと

<北海道訪問希望者>

◆自然・食に加え、アジアは温泉、欧米豪は街歩きに関心あり

- 北海道訪問希望者に対し、「日本旅行で何を体験したいか」と尋ねたところ、アジア全体では「桜の観賞」「温泉への入浴」「伝統的日本料理」がほぼ同水準で上位となっている。
- 欧米豪全体では、「伝統的日本料理」が上位である点はアジア全体と共通しているが、「繁華街の街歩き」への関心が日本料理に次いで高い点が特徴的である。また、「自然風景の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」「日本庭園の見物」への期待もアジア全体と比較して高い。
- 全国平均との比較では、「雪景色の鑑賞」等の自然景観のほか、「食品や飲料のショッピング」「伝統的日本料理」「現地の人が普段利用しているカジュアルな食事」といった食事への期待が北海道訪問希望者のほうが高くなっている。

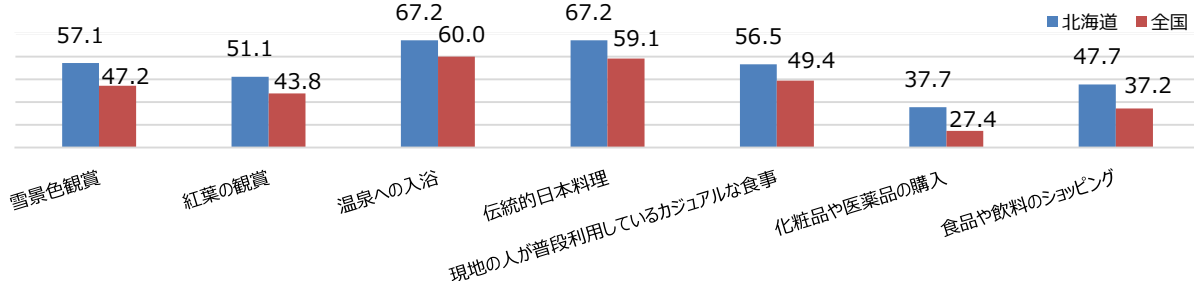
(回答はあてはまるものすべて、%)

サンプル数→	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オース トラリア	イギリス	フランス	
	1376	1196	95	140	209	196	112	175	166	103	180	47	53	32	48
桜の観賞	69	70	48	60	71	63	74	78	84	78	59	49	64	66	60
温泉への入浴	67	69	74	71	73	65	68	69	66	70	53	32	58	63	63
伝統的日本料理	67	66	71	56	66	64	67	74	63	72	73	77	77	72	67
自然や風景の見物	64	63	51	64	66	55	63	70	70	65	68	64	68	75	69
雪景色観賞	57	59	45	41	67	53	64	63	70	64	42	38	49	25	50
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	57	55	53	51	51	42	63	61	62	68	65	70	74	53	58
紅葉の観賞	51	53	23	36	56	51	63	61	66	53	41	38	38	41	48
繁華街の街歩き	51	48	37	30	51	37	44	64	55	58	72	60	77	81	71
食品や飲料のショッピング	48	48	29	32	49	51	51	58	51	60	44	53	49	41	31
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	47	45	37	42	49	38	45	47	45	52	63	64	58	66	65
日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	47	45	33	54	46	29	48	39	55	64	57	49	64	50	60
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	44	41	31	41	43	24	48	41	52	52	66	60	64	63	75
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	43	40	32	34	37	23	40	63	51	43	61	51	66	63	63
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	43	41	29	35	45	28	50	41	48	53	57	53	49	66	65
遊園地やテーマパーク	43	45	38	48	50	43	51	35	46	47	28	30	28	31	23
イベント・祭りの見物	39	37	33	29	44	21	39	39	42	58	47	47	51	41	46
化粧品や医薬品の購入	38	41	29	47	54	44	43	31	36	38	13	15	17	9	10
スイーツ	35	36	28	26	47	35	46	29	30	44	34	43	30	25	35
洋服やファッション雑貨のショッピング	33	34	29	31	23	34	46	37	34	45	30	32	38	31	19
日本の酒（日本酒・焼酎）	33	31	46	37	34	20	34	27	30	31	42	32	53	50	35
スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	28	28	9	24	36	19	34	31	35	31	26	13	34	16	35
美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	27	25	15	24	25	17	31	19	28	47	45	45	38	50	50
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	27	25	18	34	23	19	35	26	22	26	39	34	45	41	38
フルーツ狩り	26	27	3	9	25	35	30	43	27	33	19	17	23	6	25
伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	25	23	18	26	19	14	23	22	28	43	40	38	32	38	52
伝統工芸品の制作や購入	25	23	12	20	30	17	24	19	25	36	38	38	32	38	44
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	25	23	14	20	23	17	29	22	25	39	36	38	28	50	33
伝統工芸品の工房見学・体験	24	22	16	21	23	18	21	22	30	29	33	23	36	31	42
電化製品のショッピング	22	23	15	31	35	17	20	18	19	22	19	17	26	19	13
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	17	17	19	16	13	11	23	14	19	28	17	19	8	25	21
ブランド品や宝飾品のショッピング	15	15	11	19	5	20	27	16	14	14	17	23	13	28	8
スポーツ観戦	9	8	5	11	12	4	15	7	2	7	19	13	19	31	19
その他	1	1	1	0	0	0	2	1	1	2	3	2	6	0	2

※60%以上を赤く塗りつぶしている。

全国平均と北海道訪問希望者の比較（12地域全体、単位：%）

※差が大きい項目のみ抜粋



13. 日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー

<北海道訪問希望者>

◆「日本文化体験・見学ツアー」のほか「調理体験」もアジア・欧米豪で共通して人気

- 北海道訪問希望者が、「利用してみたい現地発着型の体験ツアー」を一つえらんで回答。
- アジア・欧米豪共通で「日本文化体験・見学ツアー」が最も人気であることは全国と同様の結果であったが、北海道訪問希望者の食への関心の高さが反映され「調理体験」も各国共通して人気があった。
- アジアでは東南アジア諸国を中心に「自然ガイドツアー」が人気であるほか、中国・インドネシアを中心に「調理体験」も人気であった。国によって関心度に差があったがタイ・インドネシアは「町並みガイドツアー」に強い関心を持っている。
- 欧米豪全体では、日本文化のほか「調理体験」への関心が高いことは「12.日本旅行で体験したいこと」の回答傾向と同様であった。しかし、同質問では自然への関心が高いことが示されていたが、本質問の回答結果では「自然ガイドツアー」を選択した割合はフランス以外の国で少なく、欧米豪はツアーに参加せず自然を楽しむ傾向が強いことが示唆された。

(回答は1つ、%)

	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
		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		アメリカ	オースト ラリア	イギリス	フランス	
サンプル数→	1376	1196	95	140	209	196	112	175	166	103	180	47	53	32	48
日本文化体験・見学（例：和太鼓・茶道・芸妓・相撲・折り紙・和装）	20	19	15	26	22	16	10	15	19	25	25	34	28	25	13
自然ガイドツアー（自然の中を専門ガイドが案内するツアー）	14	15	13	13	16	12	17	17	17	17	9	4	8	3	21
調理体験（例：寿司・そば・うどん・たこ焼き・弁当・菓子等の調理）	15	14	15	28	8	13	14	11	11	19	18	15	23	22	15
温泉体験ツアー	11	11	28	6	11	12	7	14	13	2	6	6	2	9	6
町並みガイドツアー（まちなかを専門ガイドが案内するツアー、社寺仏閣等のガイドも含まれる）	9	9	2	1	9	7	14	7	12	18	11	13	8	13	13
乗車・乗船体験（例：観光列車・観光船・クルーズ・川下り）	8	8	8	4	10	10	15	7	7	5	9	9	6	13	13
手工業体験・見学（例：地域に伝わる手工業・酒蔵見学）	5	5	6	6	6	5	4	5	4	4	2	2	4	3	0
野外活動・見学（例：サイクリング・ゴルフ・スキー・登山・サイクリング・気球・スポーツ観戦）	5	5	3	2	6	6	4	4	5	10	6	2	6	3	10
農業体験・見学（例：果物や野菜の収穫・田植え）	3	4	2	2	1	5	4	9	4	0	2	2	4	0	0
水上活動（例：ダイビング・ラフティング・カヌー・シュノーケル）	2	3	1	6	3	3	3	2	4	0	1	0	2	0	2
特に利用したい現地発着型ツアーはない	3	3	3	1	5	6	0	3	1	0	4	0	4	9	4
日用品・生活雑貨製作（例：ハーバリウム、キャンドル、吹きガラス）	3	3	2	4	3	4	4	2	1	0	3	6	0	0	4
漁業体験・見学（例：釣り・水産加工品・海女体験）	2	2	0	2	1	3	4	2	2	0	4	6	8	0	0
その他	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

※15%以上を赤く塗りつぶしている。

14. 現地発着型の体験ツアー選びで重視する点

<北海道訪問希望者>

◆現地発着型の体験ツアーでは安全性が全地域で重要視されている

- アジア全体では安全性が他の項目を引き離す形で最重要視されている。ほかにも効率性や自身で調べただけでは知ることができない楽しさを提供してくれるかといった点を重視している結果となった。
- 欧米豪全体では安全性・効率性といったアジアと共通の項目も重視している一方で、個人ではできないことができる、専門的な知識を持つガイド案内がある、個人では入ることができないエリアに入場できるなど、ツアーに参加することでしか体験できないことができるかどうかを求めていることがわかった。

(回答はあてはまるものすべて、%)

サンプル数→	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
			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		アメリカ	オースト リア	イギリス	フランス
		1337	1164	92	139	199	185	112	169	165	103	173	47	51	29
安心・安全に楽しむことができる	53	54	48	56	62	46	64	45	56	51	46	43	53	28	52
体験したい（見たい）ものを効率的に楽しめる	41	41	51	35	40	34	42	43	45	43	45	40	57	48	35
地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる （例：夕日鑑賞に最適なスポットと時間帯等）	40	39	22	41	42	28	46	43	43	49	45	38	41	41	57
ツアーのタイムスケジュールが適切である	38	38	15	33	34	31	53	43	48	50	36	36	41	38	30
専門的な知識を持つガイドの案内がある	37	37	30	32	39	30	35	40	43	43	42	40	49	45	33
食事の内容が魅力的である	37	38	27	38	37	28	55	38	33	54	31	38	25	21	35
個人ではできないことが体験できる （例：札幌雪まつりの雪像解体、バックヤードツアー）	35	34	27	26	45	29	22	47	37	26	43	43	45	52	37
母国語でサービスが提供される	34	34	24	29	37	33	29	46	33	29	36	36	37	38	33
希望する行程や内容にアレンジすることができる	33	34	29	22	36	31	38	36	35	49	28	32	22	28	33
希望の日時に利用することができる	32	33	28	16	37	29	41	35	36	44	28	32	27	34	22
個人では入場（入域）が難しいエリアに入場（入 域）できる（例：知床・小笠原の南島等）	31	29	20	19	30	25	26	43	33	31	47	43	49	48	50
観光施設等で待ち時間なく入場できる （例：美術館や博物館等の時間外営業の入場、 テーマパークや人気アトラクションの指定時間の入場）	29	30	20	27	30	19	43	28	30	48	27	30	27	34	20
観覧スペース、座席が確保できる （例：花火大会等での座席確保）	29	29	12	19	38	29	43	25	30	35	25	26	20	34	26
宿泊施設・または現地発着ツアーの送迎集合場所から 現地までの移動距離が短い	27	28	24	22	30	23	36	30	25	34	25	26	27	17	28
地元の人と交流できる	26	24	14	22	23	16	34	20	30	38	37	30	37	48	37
地域住民が利用する商店等での買い物ができる	25	25	12	19	25	17	35	27	33	39	25	26	27	24	24
自分の家族やグループのみで楽しむことができる	25	26	30	18	23	15	31	27	33	39	21	17	14	31	26
自分の家族やグループ以外のツアー参加者と交流でき る	16	16	13	12	14	8	23	17	18	26	19	17	10	31	24
特に重視している点はない	1	1	3	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

※40%以上を赤く塗りつぶしている。

15. 現地発着型の体験ツアーにいくら払ってもよいか

<北海道訪問希望者>

◆「文化体験」「自然ツアー」は高価格でも需要あり

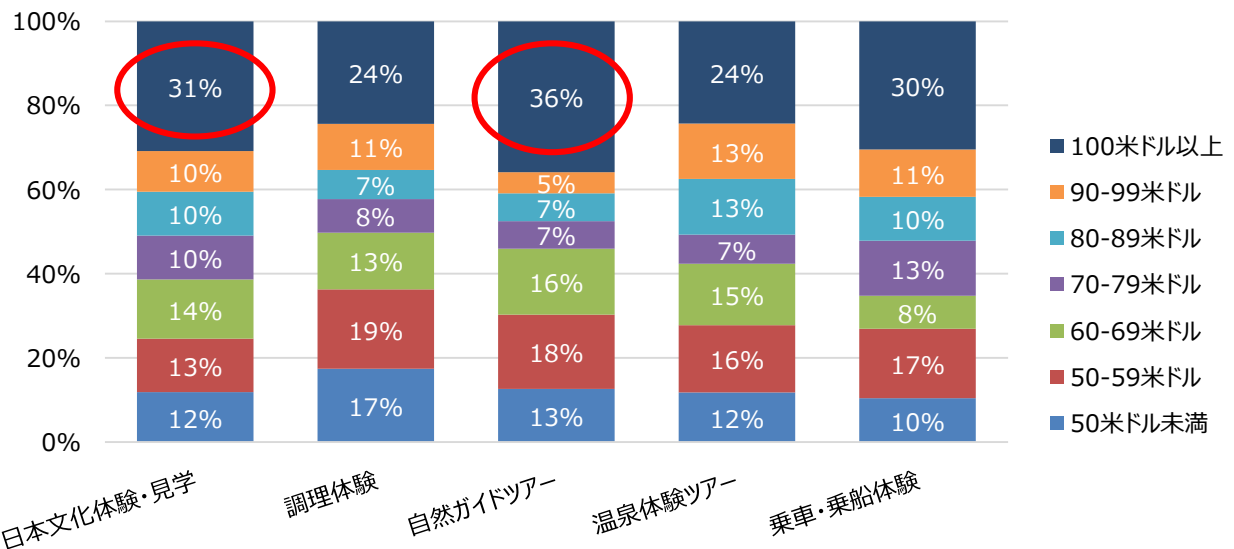
- 本設問では「現地発着型のツアーの所要時間は半日程度とし、利用している宿泊施設またはその付近からの往復の送迎、食事（1回）、ガイドやインストラクターが含まれるものを想定」という前提条件において、現地発着型ツアーに対して、いくら支払ってもよいか確認を行った。
- アジア全体では59米ドル以下を希望する割合は3割である一方で、100米ドル以上払ってもよいと答えている割合も3割であり、許容する価格帯に幅があることがわかる。
- 欧米豪全体では許容できる価格帯の水準がアジア圏に比べて高く、100米ドル以上払ってもよいと答えている割合は過半を占めており、特にアメリカでは6割以上が100米ドル以上を許容できると回答している。
- 「13.日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー」で回答数が多かった上位5種の現地発着型ツアーについて支払っても良い金額の割合を見ると「調理体験」は比較的低単価を希望する割合が高く、「日本文化体験・見学」「自然ガイドツアー」は高価格帯を選択している割合が高い。

(回答は1つ、%)

	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
			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		アメリカ	オース トラリア	イギリス	フランス
サンプル数→	2983	2183	147	286	337	329	252	283	286	263	800	175	220	200	205
50米ドル未満	13	15	24	6	19	12	12	16	23	14	6	2	9	4	9
50-59米ドル	17	19	18	8	22	14	26	17	22	22	11	7	14	12	12
60-69米ドル	11	13	12	7	15	19	12	10	11	11	8	5	9	9	8
70-79米ドル	10	10	8	8	9	14	9	12	12	8	10	12	8	12	7
80-89米ドル	8	8	7	9	7	9	9	8	8	6	9	5	8	13	9
90-99米ドル	9	9	15	13	8	9	4	8	6	14	9	6	12	8	10
100米ドル以上	32	26	16	48	19	23	29	29	19	24	47	63	41	43	45

※15%以上を赤く塗りつぶしている。

現地発着型ツアーにいくら払ってもよいか



16. オーバーツーリズム関連

<訪日経験者>

◆「観光地・観光施設の混雑」が最も見聞きされている

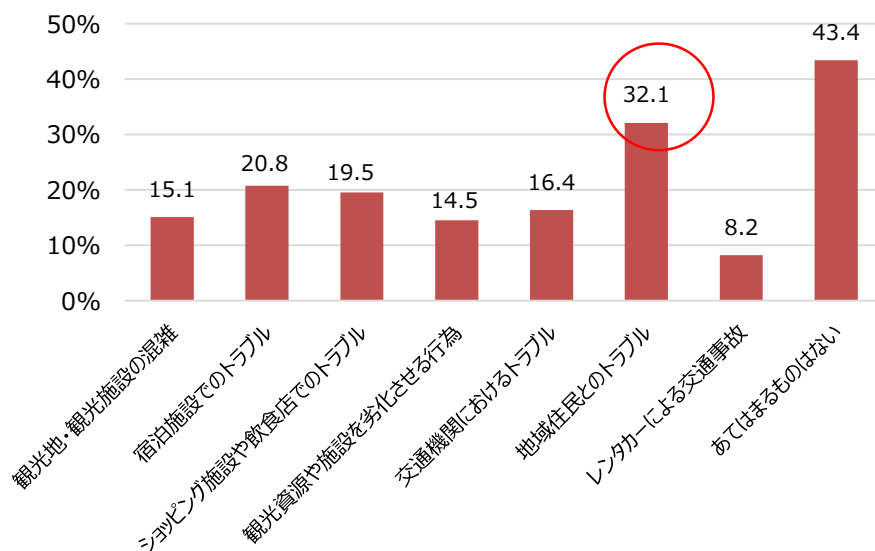
- 日本旅行の際の、主に外国人旅行者を中心としたトラブルや面倒（いわゆるオーバーツーリズム）について尋ねたところ、全体として外国人旅行者の半数以上がなんらかのオーバーツーリズムを見聞きしている結果となった。特に、「観光地・観光施設の混雑」は12地域全体で30%認識されている。
- 国毎では、中国における各回答比率が他の国と比べ高くなっている。
- 北海道訪問経験者では、「地域住民とのトラブル（居住地域への進入や口論など）」の比率が高くなっており、例えば、自然の景観を楽しむ中で、私有地（農地等）への進入といったトラブルが多く発生している可能性も考えられる。

（回答はあてはまるもの全て、%）

サンプル数→	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
			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		アメリカ	オース トラリア	イギリス	フランス
	2571	2243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
観光地・観光施設の混雑	30	31	22	34	32	28	35	34	41	34	23	25	32	22	13
宿泊施設でのトラブル（騒音、備品・施設の破損 や大浴場におけるマナー違反など）	14	15	6	24	12	14	18	10	11	25	8	10	8	5	9
観光資源や施設を劣化させる行為（ゴミの放置や、資 源の無断採取、立ち入り禁止地域への進入など）	12	13	6	21	11	12	19	11	8	19	7	11	3	4	9
ショッピング施設や飲食店でのトラブル（支払いや 商品の破損など）	12	12	12	21	6	8	14	8	12	19	13	27	5	4	14
空港や駅など、交通機関におけるトラブル（騒音、列へ の割り込みや、乗務員・他の乗客との口論など）	12	12	9	17	9	10	16	12	12	17	8	12	5	11	6
地域住民とのトラブル（居住地域への進入や口論な ど）	9	9	6	16	5	8	9	8	8	18	7	7	7	7	7
レンタカーによる交通事故	8	8	5	10	8	8	7	6	7	11	9	12	7	5	9
あてはまるものはない	47	46	58	37	51	48	37	49	42	34	52	36	52	56	63

※20%以上を赤く塗りつぶしている。

日本旅行の際に見聞きしたトラブル／北海道訪問経験者（12地域全体）



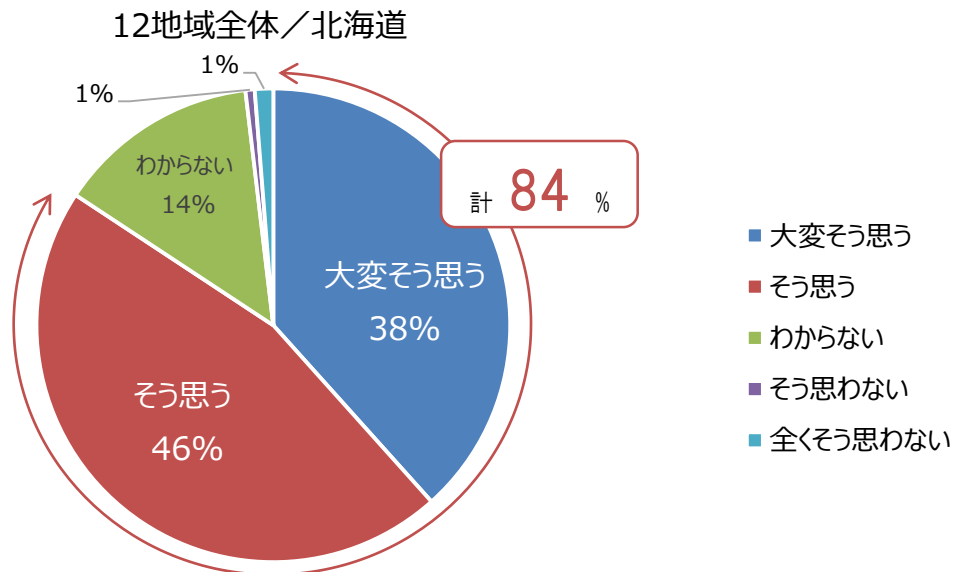
17. 日本での食・サービスを自国で提供されるなら試してみたいか

<北海道訪問経験者>

◆日本の食事と付随するサービスを自国でも試してみたいとの意見が多数

- 「訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、試してみたいか」という質問に対して「大変そう思う」「そう思う」と答えた割合は8割以上と非常に高い。
- 体験してみたいことの多くは食関連であり、特に「寿司」「日本料理」「ラーメン」の人気は高い。一方で、今回調査に回答している国・地域の多くでは、既にある程度日本食が展開されていることを踏まえると、訪日外国人旅行者には日本で体験した“本物”の日本の食事とそれに付随するサービスを自国でも試してみたいというニーズがあると考えられる。

訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、試してみたいか（回答は1つ）



具体的に自国で提供されるとしたら試してみたい食やサービス（自由回答）

頻出単語（有効回答数87）

回答例

順位	単語名	回答率
1	寿司	16%
2	日本料理	10%
3	ラーメン	9%
4	温泉	6%
4	菓子	6%

- 「さらに日本産の食材を提供してほしい。」（中国）
- 「生の料理は非常に新鮮で、料理はメニューに描かれた通り提供されること（多くのレストランは、メニューと異なる見た目のものを提供する）。また、梱包・パッキングの点において、商品をよく売ろうとする試みは、実に特筆すべきものである。」（シンガポール）
- 「日本のおもてなしの伝統料理。」（インドネシア）
- 「日本の伝統的なファストフードレストラン 寿司・巻き寿司。」（オーストラリア）



©Development Bank of Japan Inc.2019

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。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 北海道支店 企画調査課

〒060-0003

札幌市中央区北3条西4丁目1 日本生命札幌ビル4F

Tel：011-241-4117

E-mail：hkinfo@dbj.jp

HP： <http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/hokkaido/>