

北陸地域におけるインバウンド客の意向調査

～DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成 29 年版)より～

(株)日本政策投資銀行は、2012 年より継続的に「アジア 8 地域・訪日外国人旅行者の意向調査」を公表しており、2015 年からは(公財)日本交通公社と共同で調査を実施している。本年においては、昨年に引き続きアジア・欧米豪 12 地域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、日本への訪問経験、認知度、訪問意欲などを尋ねた。

アンケートから、「北陸地域」を訪問したことがある/したいインバウンド客の特色は以下の通り。

- ・ 「北陸地域」へ実際に訪問したことがある人は、訪日経験者の 9%であった。
- ・ 認知度については、21%となっており、他の観光地と比べて低い。しかしながら、地域別にみると台湾、香港については、認知度が半数を超えている。特に「立山/黒部」の認知度が高い。
- ・ 北陸新幹線について聞いてみると、「知っている」もしくは「聞いた気がする」と回答した人があわせて 56%と、昨年の 50%から 6 ポイントも上昇した。
- ・ 「北陸地域」への訪問意欲は回答者全体の 10%であり、他の観光地と比べて低い。
- ・ 前回調査と、これら訪問経験、認知度、訪問意欲について比べてみると、いずれもほぼ横ばいで推移しているが、わずかではあるが、訪問意欲については上昇している。
- ・ 「北陸地域」訪問経験者の国内移動については、新幹線利用が最も多く、66%となっている。北陸新幹線の認知度上昇と併せると、国内周遊手段として、新幹線が一定程度の役割を果たしていると言える。
- ・ 北陸地域へ訪問意欲のある人が期待するのは、「自然/風景」「ご当地グルメ」「日本料理」が上位に並ぶ。一方、実際に訪問経験があったインバウンド客に満足だった点を聞いたところ、1 位は期待項目上位にはなかった「温泉」であった。また、「桜鑑賞」「紅葉」「雪景色」といった四季折々の具体的な景観の満足度も高い。
- ・ 「日本料理」「ご当地グルメ」は、不満足な項目としても挙がっている。

北陸新幹線の開業に加え、全国的なインバウンド客の増加を背景に、北陸地域にも大勢の観光客が訪れている。今回のアンケートに回答した訪日経験者のうち、北陸地域への訪問経験者は 1 割程度にとどまっており、まだまだ当地に呼び込める伸びしろが大きいことが窺える。

北陸地域の「認知度」を「訪問意欲」に変え、実際の「訪問経験」に結びつけるためには、北陸地域特有の魅力や資源をわかりやすく伝え、他地域との差別化を図っていくことが重要であろう。

(北陸支店 齊藤成人・宮原吏英子・瀬戸真紀)

2018 年 2 月

株式会社日本政策投資銀行 北陸支店

目次

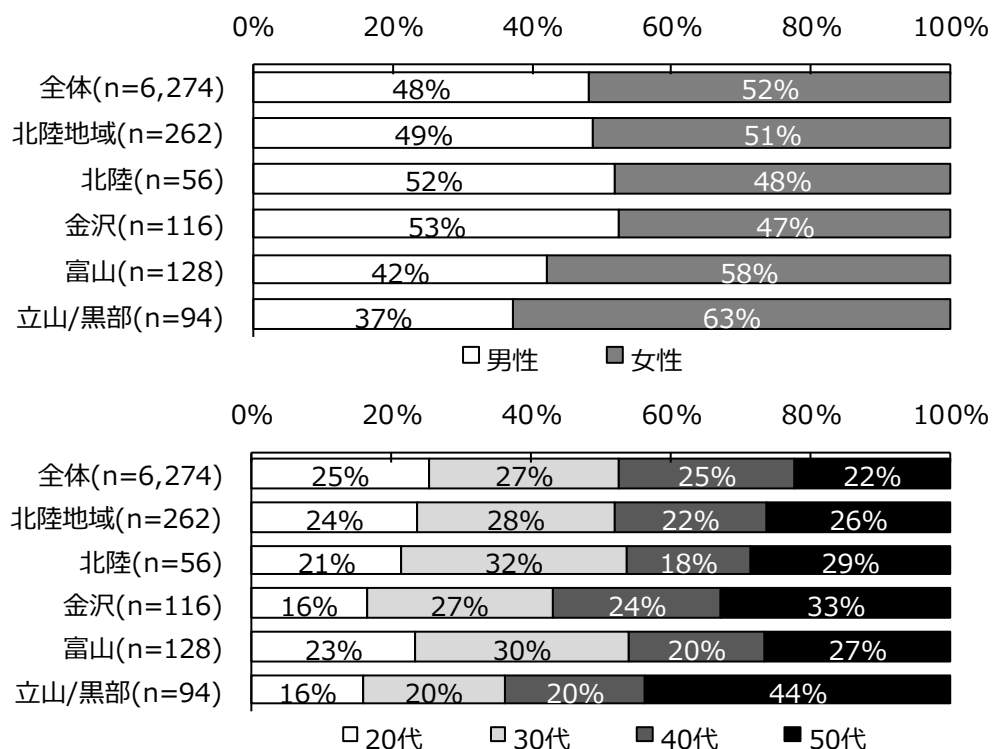
1. 調査の概要	1
2. 北陸地域への訪問経験	2
3. 北陸地域の認知度	3
4. 北陸地域への訪問意欲	4
5. 訪問経験・認知度・訪問意欲の推移	5
6. 訪日回数別の北陸地域の訪問経験・認知度・訪問意欲	6
7. 旅行形態・国内移動手段・滞在日数	7
8. 北陸地域観光への期待	8
9. 北陸地域観光の満足/不満足	9
10. さいごに	9

1. 調査の概要

調査概要	日本政策投資銀行(DBJ)と(公財)日本交通公社(JTBF)との共同により、海外 12 地域の住民のうち、海外旅行経験者を対象としたアンケート調査を実施。本件アンケート調査において、日本を訪れたことがあると回答した外国人のうち、「北陸」又は「金沢」「富山」「立山/黒部」を訪問したことがあると回答した人のデータを「北陸地域」のデータとして抜き出し、分析したもの。
調査方法	インターネットによるアンケート方式(協力実査会社：楽天リサーチ(株))
調査時期	2017 年 6 月 29 日～2017 年 7 月 12 日
調査地域	中国(北京/上海在住者のみ。割合は北京 50%/上海 50%)、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、イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア (以上 12 地域)
調査対象者	20～59 歳の男女、かつ、海外旅行経験者
有効回答数	6,274 人 (うち北陸地域への訪問経験者は 262 人)

(注)当調査の全国版は、2017 年 10 月に、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成 29 年版)」として、当行ホームページにおいて公表している。

(図表 1-1) 回答者属性

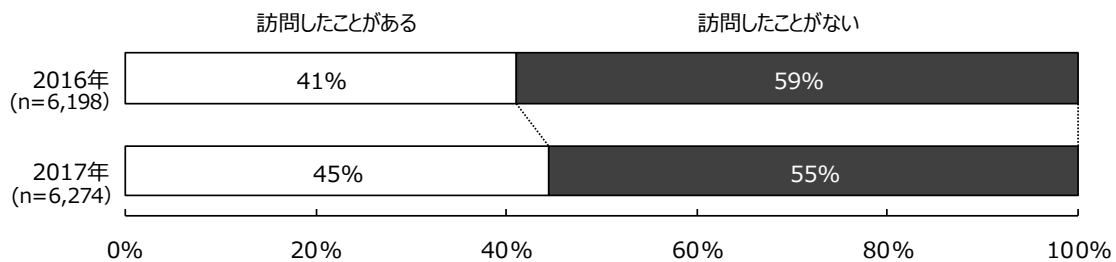


(注)本調査では、北陸地域に含まれる地域として、「北陸」「金沢」「富山」「立山/黒部」の 4 つの地域名称が設問の選択肢として使用されている。ここではこの 4 地域のうち 1 地域以上を訪問したことがあると回答した回答者を「北陸地域」訪問経験者として集計している。

2. 北陸地域への訪問経験

- アンケートの回答者のうち、実際に日本を訪れたことがある訪日外国人(以下、「インバウンド客」)は 45%であった。
- このうち、「北陸地域」を訪れた人は 9%である。これは回答者全体の 4%に相当する。地域別にそれぞれの訪問経験をみると、台湾が 16%、次いで香港 12%、アメリカ 12%となっている。他の観光地と比べると全般的に低くなっている。
- 参考までに、2017 年におけるインバウンド客は全国で 2,869 万人であり(日本政府観光局調べ)、その 9%に相当するのは 258 万人である。北陸三県(富山・石川・福井)の県発表観光統計によるインバウンド客は富山県 23 万人、石川県 53 万人である(福井県は未公表)。インバウンド客の実宿泊客数(2016 年)は 4,509 万人だが(観光庁宿泊旅行統計)、北陸 3 県の実宿泊客数は 1.5%に相当する 67 万人となっている。

(図表 2-1) 訪日経験の有無



(図表 2-2) 訪日経験有りと回答した人のうち、訪問したことのある国内観光地(複数回答)

n=2,792	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	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
北陸地域	9%	10%	16%	12%	2%	7%	6%	8%	7%	10%	12%	6%	8%
北陸	2%	2%	6%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	3%	2%	0%	1%
金沢	4%	1%	9%	6%	1%	4%	6%	3%	3%	3%	3%	1%	7%
富山	5%	7%	7%	6%	2%	4%	2%	4%	1%	5%	7%	3%	2%
立山/黒部	3%	1%	12%	7%	0%	1%	0%	2%	2%	1%	0%	1%	0%
東京	60%	62%	59%	70%	42%	59%	65%	53%	68%	54%	45%	63%	68%
北海道	26%	32%	34%	36%	11%	35%	24%	29%	26%	4%	9%	6%	8%
京都	38%	38%	44%	47%	32%	33%	44%	32%	36%	19%	22%	39%	42%
大阪	40%	31%	45%	59%	42%	36%	44%	41%	35%	20%	21%	24%	42%
沖縄	11%	8%	23%	17%	11%	6%	10%	5%	5%	5%	10%	2%	2%

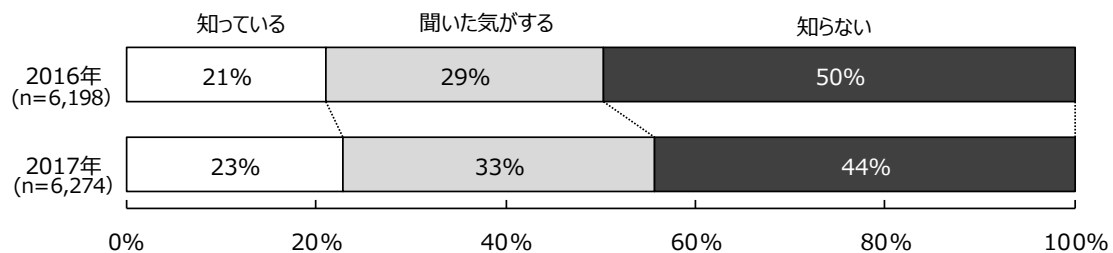
3. 北陸地域の認知度

- 認知度について聞いたところ、日本を訪問したことがある/なしにかかわらず「北陸地域」は 21% となっており、他の観光地と比べて相対的に低い。特に沖縄との比較であれば、訪問経験は北陸地域と沖縄はほぼ同じであるにもかかわらず、認知度では大きく差がついている。
- 地域別にみると、台湾、香港においては「北陸地域」の認知度が相対的に高く、特に、台湾における「立山/黒部」の認知度は 4 割を超えている。
- 北陸新幹線の認知度について聞いたところ、前回調査と比べ、「知っている」または「聞いた気がする」との回答が増えており、両者併せて 56%と、回答者の半数を超えた。

(図表 3-1) 国内観光地の認知度(複数回答)

n=6,274	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	イギリス	アメリカ	フランス	オース トラリア
北陸地域	21%	33%	55%	50%	12%	17%	11%	16%	12%	8%	16%	7%	13%
北陸	5%	10%	22%	9%	4%	3%	1%	3%	3%	2%	4%	1%	3%
金沢	10%	11%	29%	24%	6%	9%	7%	5%	5%	4%	7%	2%	6%
富山	11%	25%	23%	30%	5%	10%	5%	10%	4%	4%	7%	2%	5%
立山/黒部	9%	8%	46%	36%	3%	2%	2%	3%	5%	1%	4%	2%	2%
東京	65%	69%	77%	80%	72%	63%	61%	64%	71%	55%	53%	55%	66%
北海道	47%	64%	78%	78%	60%	60%	42%	57%	64%	12%	15%	17%	26%
京都	53%	58%	74%	74%	67%	59%	47%	46%	53%	30%	33%	46%	47%
大阪	55%	64%	77%	78%	70%	57%	51%	56%	58%	30%	31%	39%	52%
沖縄	42%	53%	71%	74%	55%	37%	34%	39%	44%	22%	33%	24%	27%

(図表 3-2) 北陸新幹線の認知度



4. 北陸地域への訪問意欲

- ・ 訪問意欲について聞いてみると、「北陸地域」への訪問を希望しているインバウンド客は 10% と、他の観光地と比べ低くなっている。
- ・ 地域別にみると、台湾 31%、香港 23%と、訪問意欲が高くなっている。欧米ではアメリカが 10%となっている。

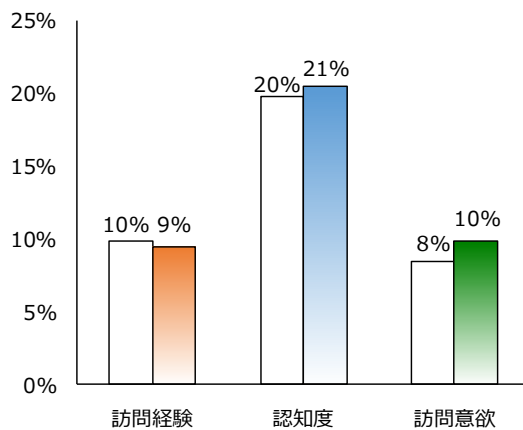
(図表 4-1) 国内観光地の訪問意欲(複数回答)

n=5,696	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	イギリス	アメリカ	フランス	オース トラリア
北陸地域	10%	12%	31%	23%	3%	6%	5%	6%	4%	5%	10%	5%	5%
北陸	2%	2%	8%	2%	1%	0%	0%	2%	1%	1%	2%	0%	1%
金沢	4%	2%	10%	8%	2%	3%	3%	2%	1%	2%	3%	2%	3%
富山	4%	8%	9%	7%	1%	4%	3%	3%	1%	2%	4%	2%	2%
立山/黒部	5%	2%	26%	16%	0%	0%	0%	1%	3%	1%	2%	2%	1%
東京	48%	47%	43%	40%	39%	43%	49%	47%	51%	51%	50%	54%	61%
北海道	33%	44%	52%	53%	30%	42%	25%	44%	55%	6%	8%	8%	13%
京都	32%	38%	47%	35%	30%	37%	29%	27%	31%	19%	25%	33%	33%
大阪	33%	34%	42%	42%	35%	36%	35%	37%	37%	15%	19%	23%	32%
沖縄	22%	24%	36%	42%	27%	15%	15%	19%	25%	10%	20%	13%	14%

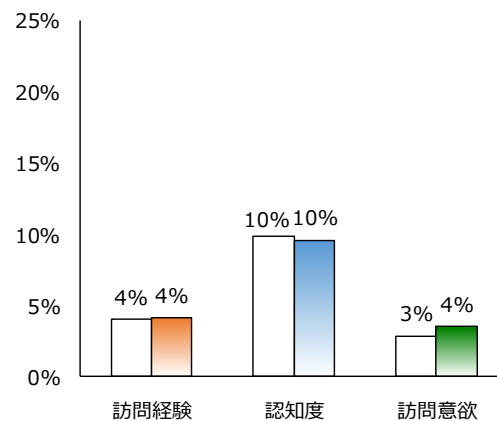
5. 訪問経験・認知度・訪問意欲の推移

- ・ 北陸地域各地における「訪問経験」「認知度」「訪問意欲」について、前回調査との比較をしてみると、いずれもほぼ横ばいで推移している。
- ・ そうした中、わずかではあるが、「訪問意欲」は各地とも前年調査より増えている。
- ・ いずれも、「訪問意欲」は「認知度」の半分程度である。

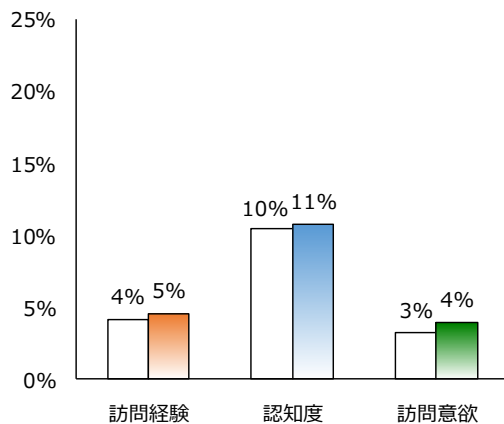
(図表 5-1) 「北陸地域」



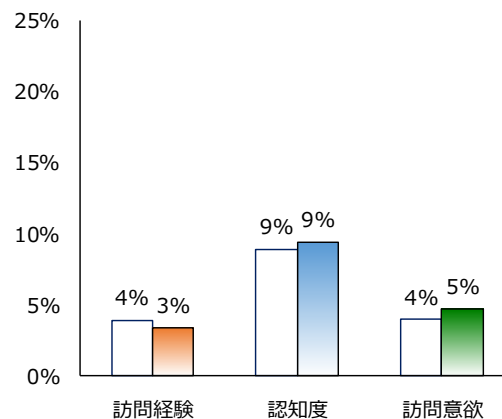
(図表 5-2) 「金沢」



(図表 5-3) 「富山」



(図表 5-4) 「立山/黒部」



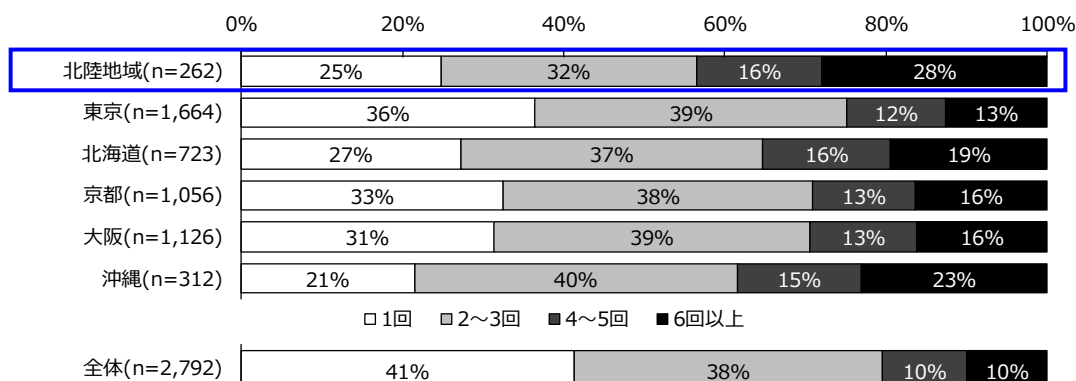
□ 2016年 (n=訪問経験2,545、認知度6,198、訪問意欲5,590)
 ■ 2017年 (n=訪問経験2,792、認知度6,274、訪問意欲5,696)

(注)当調査は2012年よりアジアを対象に実施しているが、2016年より対象地域を拡大し、欧米豪を含めた。そのため推移については2016年から比較した。

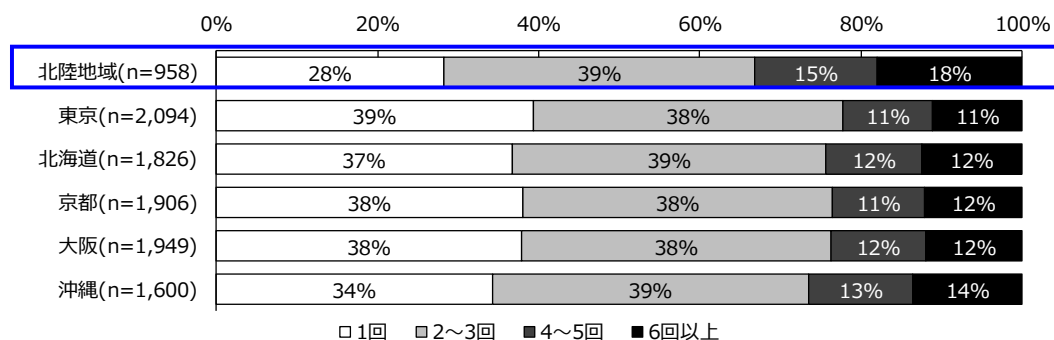
6. 訪日回数別の北陸地域の訪問経験・認知度・訪問意欲

- ・ 訪日回数別に、「訪問経験」「認知度」「訪問意欲」を見てみると、「訪問経験」については他の観光地と比べて、「北陸地域」は訪日経験 2 回以上のリピーターが多い。特に訪日経験 6 回以上というコアなリピーターの割合が 28%となっている。
- ・ これは、何度も日本に訪れないと、なかなか北陸地域まで足を伸ばしてもらえないことの裏返しであるとも推察できる。
- ・ 「認知度」「訪問意欲」においても同様であり、回数が増えなければ「北陸地域」を回答する人は増加しない。訪日リピーターを如何に「北陸地域」リピーターへとつなげていくかが求められる。

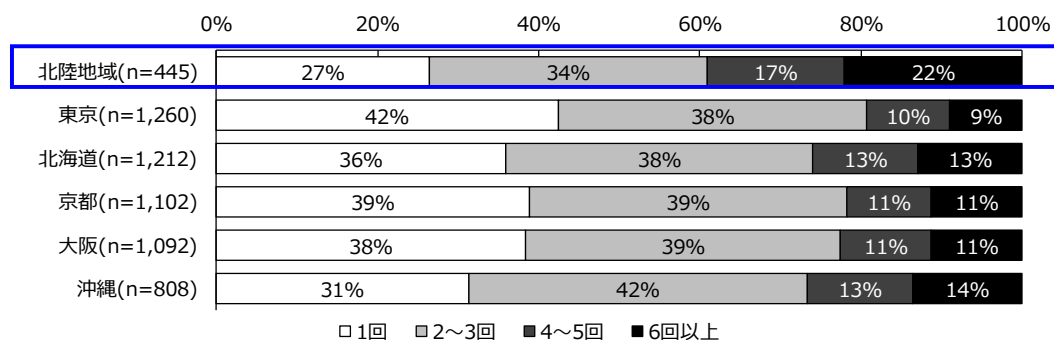
(図表 6-1) 訪日回数別の訪問経験



(図表 6-2) 訪日回数別の認知度



(図表 6-3) 訪日回数別の訪問意欲

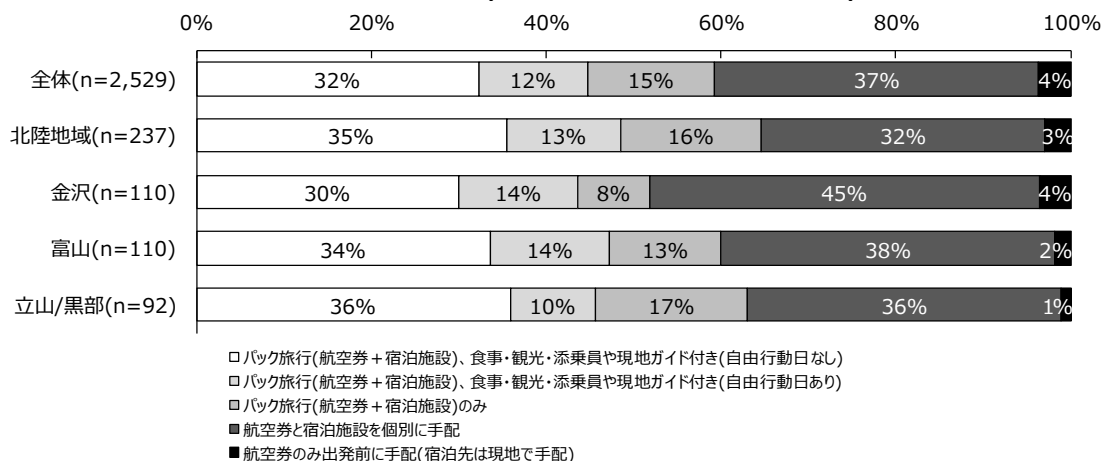


(注)上記はいずれも訪日経験者についてのデータであり、母数に「訪日経験なし」は含まない。

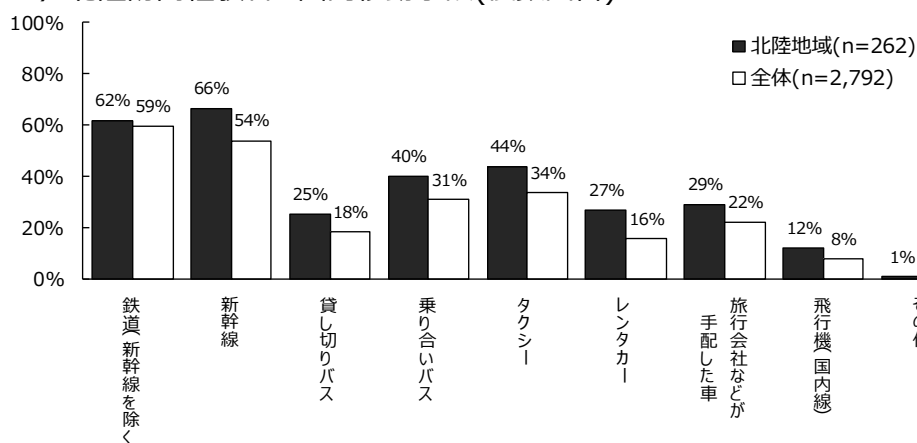
7. 旅行形態・国内移動手段・滞在日数

- 「北陸地域」訪問経験者の旅行形態を聞いてみると、「航空券と宿泊施設がパックになった旅行」と回答した人が、併せて 6 割を超えている。ただし、金沢については、逆に「航空券と宿泊施設を個別に手配」した客が 45%と割合が高く、旅慣れた人が訪れている、と推察できる。
- 国内移動に際して利用した交通手段は、「新幹線」の利用者が 66%と最も多くなっている。前述の知名度向上と併せて、北陸新幹線がインバウンド客に国内移動手段として浸透しつつあることが窺える。
- また、「北陸地域」訪問経験者の日本滞在日数は 10 日以上長期滞在者も 27%となっている。長い滞在日数でなければなかなか北陸に足を向けてくれないこともあるが、当地においては宿泊施設は滞在型ニーズも相応にあるのではないかと、推察される。

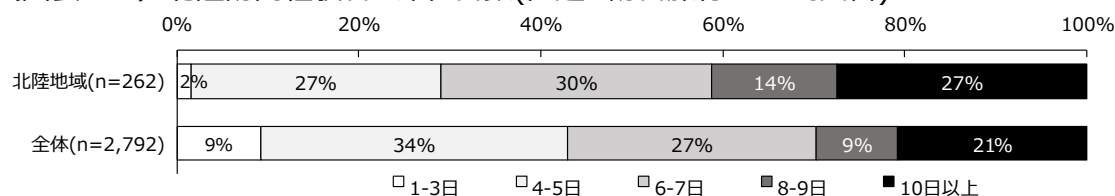
(図表 7-1) 北陸訪問経験者の旅行形態(直近の訪日旅行について回答)



(図表 7-2) 北陸訪問経験者の国内移動手段(複数回答)



(図表 7-3) 北陸訪問経験者の滞在日数(直近の訪日旅行について回答)



8. 北陸地域観光への期待

- それぞれの観光地について訪問意欲があると回答した人に、何を期待して訪日旅行をするのか聞いてみた。「北陸地域」へ訪問意欲がある人が期待していることは、「自然/風景」や「雪景色」といった景観や、「ご当地グルメ」「日本料理」といった食事が上位を占めた。いずれも北陸地域が得意とするコンテンツばかりである。
- 一方、期待する回答が少なかったものとして、下位 5 項目となったのは、「ギャンブル・ショー」「演劇・伝統芸能」などの鑑賞や、「プロスポーツ観戦」である。スポーツについては、他の観光地でも全般的に下位項目となっている。

(図表 8-1) 各地の旅行希望者が訪日旅行で期待すること上位 5 項目(複数回答)

訪問希望地	北陸地域 (n=559)	東京 (n=2,708)	北海道 (n=2,314)	京都 (n=1,835)	大阪 (n=1,870)	沖縄 (n=1,251)
1 位	自然/風景	繁華街歩き	自然/風景	名所旧跡	日本料理	自然/風景
2 位	ご当地グルメ	日本料理	雪景色	日本料理	ご当地グルメ	日本料理
3 位	日本料理	現代建築	日本料理	世界遺産	名所旧跡	ご当地グルメ
4 位	宿泊	最新流行	温泉	自然/風景	繁華街歩き	宿泊
5 位	雪景色	ご当地グルメ	ご当地グルメ	桜観賞	自然/風景	自然ツアー

(図表 8-2) 各地の旅行希望者が訪日旅行で期待すること下位 5 項目(複数回答)

訪問希望地	北陸地域 (n=559)	東京 (n=2,708)	北海道 (n=2,314)	京都 (n=1,835)	大阪 (n=1,870)	沖縄 (n=1,251)
下位 1 位	ギャンブル・ショー	ウィンタースポーツ	ギャンブル・ショー	マリンスポーツ	ウィンタースポーツ	ギャンブル・ショー
下位 2 位	ショッピング	マリンスポーツ	テニス・ゴルフ	ウィンタースポーツ	スポーツ大会	医療
下位 3 位	プロスポーツ観戦	登山	スポーツ大会	テニス・ゴルフ	マリンスポーツ	プロスポーツ観戦
下位 4 位	演劇・ 伝統芸能鑑賞	サイクリング	医療	スポーツ大会	ギャンブル・ショー	スポーツ大会
下位 5 位	マリンスポーツ	果実狩り	プロスポーツ観戦	国際スポーツ観戦	テニス・ゴルフ	テニス・ゴルフ

9. 北陸地域観光の満足/不満足

- ・ 実際に北陸地域を訪問したインバウンド客に、訪日旅行における満足なこと、不満足なことを聞いてみた。
- ・ 満足した項目は「温泉」「日本料理」「ご当地グルメ」といった北陸地域が得意とするコンテンツが並ぶほか、「自然/風景」「桜観賞」「紅葉」「雪景色」など四季折々の景観が並んだ。
- ・ 一方、不満足な項目として挙げたのは、英語や母国語の通用度といったコミュニケーションに関わることと、ギャンブル・ショー体験が上位に並ぶ。
- ・ なお、「日本料理」「ご当地グルメ」は、不満足な項目としても挙げられているが、これは当地を訪れるインバウンド客の大半が訪日経験回数が多い人であるため、具体的な内容について期待値が高くなる分、不満足として残ることが多いのでは、と推察される。

(図表 9-1) 北陸地域訪問経験者による訪日旅行における満足/不満足項目(複数回答)

満足した項目(n=262)		順位	不満足な項目(n=168)	
温泉	32%	1 位	英語の通用度	17%
日本料理	31%	2 位	母国語の通用度	14%
自然/風景	30%	3 位	ギャンブル・ショー体験	10%
桜観賞	24%	4 位	日本料理	10%
ご当地グルメ	20%	5 位	ご当地グルメ	10%
名所旧跡	19%	6 位	ロケ地巡り	9%
化粧品購入	18%	7 位	名所旧跡	8%
清潔	18%	8 位	化粧品購入	8%
紅葉	18%	9 位	日本旅館	8%
雪景色	16%	10 位	旅行代金	8%

10. さいごに

- ・ 北陸新幹線の開業に加え、全国的なインバウンド客の増加を背景に、北陸地域にも大勢の観光客が訪れている。今回のアンケートに回答した訪日経験者のうち、北陸地域への訪問経験者は 1 割程度にとどまっており、まだまだ当地に呼び込める伸びしろが大きいことが窺える。
- ・ 北陸地域の「認知度」を「訪問意欲」に変え、実際の「訪問経験」に結びつけるためには、北陸地域特有の魅力や資源をわかりやすく伝え、他地域との差別化を図っていくことが重要であろう。

©Development Bank of Japan Inc. 2018

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 北陸支店企画調査課

〒920-0031 石川県金沢市広岡 3-1-1 金沢パークビル

電話：076-221-3216 / E-mail：hrinfo@dbj.jp