

2018 東北インバウンド意向調査 (アジア 8 地域・欧米豪 4 地域)

東北を知っている外国人のうち、東北へ行きたい人は 3 割
「知っている×行きたい」を増やすことが、インバウンド増加への一歩に

平成 30 年 12 月



株式会社日本政策投資銀行 東北支店

【調査の概要】

・(株)日本政策投資銀行(DBJ)では、2012年よりアジア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「インバウンド意向調査」を公表している(2015年からは(公財)日本交通公社と共同で実施)。2016年からは欧米豪4地域(イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア)を加え、対象を全12地域に拡大して調査を行っている。

・本稿は、今回調査の結果に基づき、東北圏内の観光地や東北訪問経験者に関して取り纏めたものである。

【結論】 今回の調査結果の中で、主に以下の5点について特筆したい。

- ① 「東北」の認知度は、アジア8地域では10.5%、欧米豪4地域では2.9%と依然として低位である。一方、(認知度に対してどれだけ訪問意欲があるのかを計算すると)、東北を知っている人のうち、約3割が東北訪問を希望しており、地域別では、青森に対する訪問希望が高い(アジア28.5%、欧米豪48.0%)。
【p. 10, 11】
- ② 東北訪問経験者の東北再訪希望率は、アジア8地域で61.6%、欧米豪では64.7%であり、前回調査と比較するとアジアの再訪希望率が上がっているものの、他地域との比較では依然低位である。【p. 14】
- ③ 東北訪問経験者の「日本旅行の際に満足したもの」をみると、「伝統工芸品」に関する項目が他地域訪問経験者よりも満足と回答した割合が高い。一方、満足と回答する割合が低い項目としては、「バス・タクシーの利便性」や「交通機関や街中での案内表示」などのアクセス面に関するもの、「免税制度の使いやすさ」「電子決済の利用のしやすさ」「自国金融機関のキャッシュカードの利用しやすさ」といった決済に関するものが挙げられた。【p. 27, 28】
- ④ 東北訪問経験者は訪日経験者全体と比較すると、日本旅行の際、日本に来てから決めた行程がある人の比率が高く、特に日本に来てから「観光地」を決めた割合は東北訪問経験者の47%、「宿泊場所」については32.5%と、日本に到着してから旅行プランを選択するケースが多い。【p. 32】
- ⑤ 東日本大震災について、「地震による被害の復旧状況が分からない」という声に着実に減少している。「地震が起こるかどうかが心配」という回答については、アジア各地で起こった地震災害が影響してか、二年ぶりに上昇した。【p. 34】

【提言】 今回調査の結果を踏まえて、以下の4点を提言したい。

- ① **【「知っている×行きたい」を増やして『観光地』としての東北へ】**東北にインバウンドを呼び込む認知度向上のための取組継続が不可欠である。今回調査では地方を認知しているサンプルのうち訪問希望者の割合を示すことによりその地域の観光地としての「吸引力」を計ったが、東北の「吸引力」は長期的には着実に高まっているものの、アジアは吸引力向上の伸びしろがあることや、欧米豪については既に相応の吸引力がある地域も複数あることがわかった。今後、地名として認知されるだけでなく、訪問したい「観光地」として認知されるよう東北各地の魅力を伝えることで、東北の吸引力を高めていきたい。
- ② **【東北再訪を促すため、アクセス面・支払い面への対応強化を】**アジア8地域からの再訪希望率は上昇したものの、他地域と比較すると低位である。満足度の低い、「バス・タクシーの利便性」や「交通機関や街中での案内表示」などのアクセス面、「免税制度の使いやすさ」「電子決済の利用のしやすさ」「自国金融機関のキャッシュカードの利用しやすさ」支払い面における対応強化が求められる。東北においても、青森銀行が「origamipay」「ALIPAY」の普及に向けた取り組みを本格的に開始するなど、電子決済化の動きが徐々に見られている。
- ③ **【空港や駅における、観光情報の充実化に期待】**日本に到着してから旅行プランを選択するケースが多く見られるが、東北訪問経験者は訪日回数の多い旅慣れた人が多いことがその要因と思われる。これらの訪日リピーターにとっては空港や駅などで得られる観光情報や観光地での多言語対応した案内標識が旅の選択や満足度に大きな影響を及ぼすことが想定される。満足度の低かった「交通機関や街中での案内表示」への対応はもちろんだが、着地型観光などの観光コンテンツへの充実・情報発信が期待される。
- ④ **【災害発生時にインバウンドが求める対応の認知と対策を】**昨今、日本国内および世界的にも頻発している自然災害により、「地震が起こるかどうかが」と言う心配の声は高止まりしていると考えられる。過去の震災の経験を踏まえつつ、今後起こりうる自然災害を想定し、インバウンドが求めている措置である、「自国大使館や家族との連絡・連携手段の案内や提供」や「人による英語・多言語による避難誘導」等について、各所において対策していく必要がある。

2018 年インバウンド意向調査【本編】7 月調査

◆【本編】調査要領	4
1. 日本旅行の人気度と東北地方のインバウンドの現状	8
2. 各都市・観光地への認知度・訪問意欲(アジア 8 地域・欧米豪 4 地域)	10
3. 東北訪問経験者の傾向	15
4. 日本旅行における嗜好・体験したいこと(アジア 8 地域・欧米豪 4 地域)	16
5. 日本旅行での宿泊に関する質問(訪日希望者・東北訪問経験者)	20
6. 地方観光地の強みと地方訪問経験者・地方訪問希望者から見る課題	22
7. 訪日にあたる情報収集	31
8. 日本のイベント認知度	33
9. 日本旅行に対する不安材料	34
10. 震災後の日本旅行/被災地への旅行に対する考え方	37
11. 被災地での視察・ボランティアを目的としたツアーの認知度と参加意欲	39

2018 年インバウンド意向調査【災害に関する追加調査】10 月調査

◆調査要領	43
1. 日本旅行をする際の不安材料(震災項目抜粋)	44
2. 地方・地域名を知っている人の訪問意欲(10 月調査と 7 月調査の結果の差)	45
3. 自然災害に関する国別評価ランキング	46
4. 旅行を検討したことがあるものの、当面日本を候補から外している割合	47
5. 訪日旅行の検討を中止した理由	47
6. 訪日旅行中に被災した場合に求めたい対応	48

◆【本編】調査要領

① 実施時期：2018年6月25日～2018年7月6日

② 調査方法：インターネットによる調査

③ 対象地域：

【アジア8地域】韓国、中国（北京・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

【欧米豪4地域】イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア(*) 欧米豪は2016年調査より調査対象化

④ 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

⑤ 有効回答者数：上記各地域に居住する住民計6,283人（うち訪日経験者2,833人）

（韓国536人、中国544人、台湾502人、香港500人、タイ516人、シンガポール518人、マレーシア506人、インドネシア512人、イギリス538人、アメリカ532人、フランス544人、オーストラリア535人）

(*) 中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京50%、上海50%）

(*) 訪日経験者とは、訪日目的は問わずに訪日した際に旅行地で観光した者を指す。

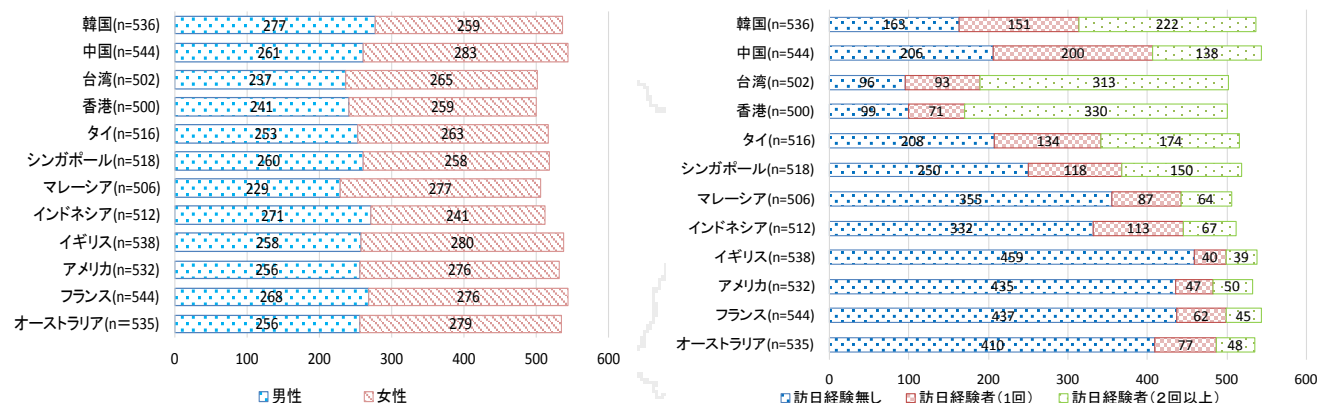
（来日した際に、ビジネスのみ行った場合は訪日経験者とならない）

⑥ 協力実査会社：楽天インサイト株式会社

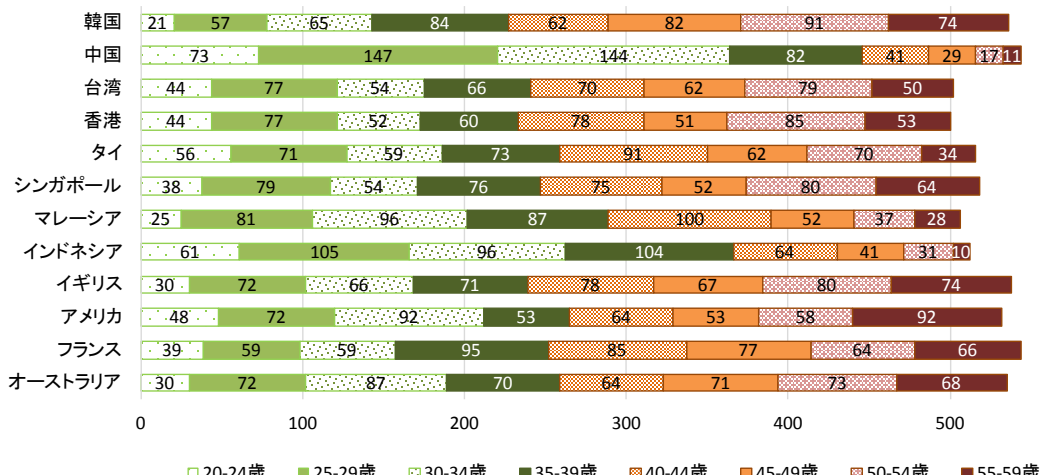
調査項目設計協力：株式会社日本経済研究所

(a) 男女別

(b) 訪日経験別



(c) 年齢別

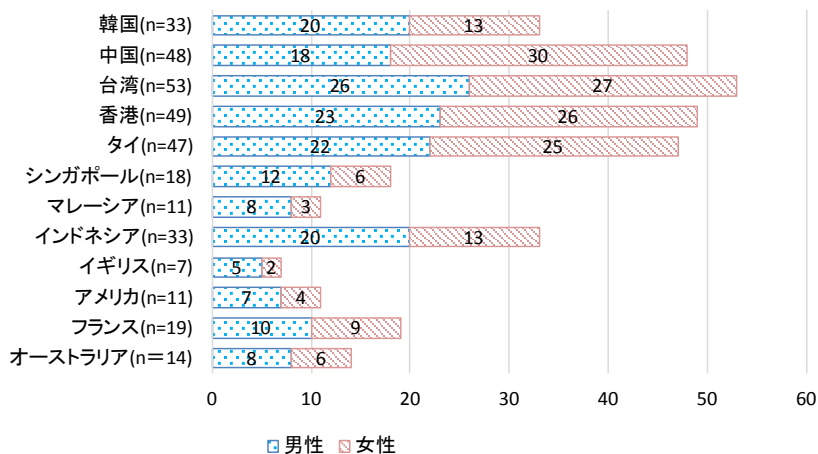


◆東北におけるインバウンドの状況（東北訪問経験者 n=343）

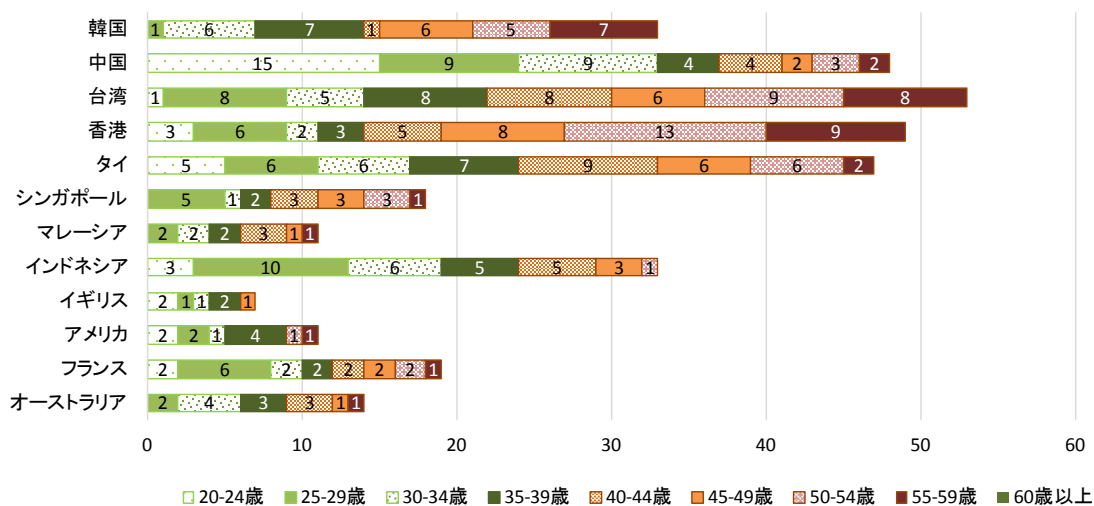
今回調査対象者計 6,283 人から「東北訪問経験者」^(注) を抽出

① アジア 8 地域東北訪問経験者（n=292） 欧米豪 4 地域東北訪問経験者（n=51）

(a) 男女別



(b) 年齢別



(*) 本レポートではアンケートにおいて「東北、青森、秋田/角館、山形/蔵王、岩手/平泉、仙台/松島、福島」のうち いずれか1カ所以上 を訪問したことがある」と回答した者を「東北訪問経験者」とみなす。

・本レポートではアジア 8 地域/欧米豪 4 地域をそれぞれ省略し「アジア」「欧米豪」と表記することがある。

◆本レポートにおける調査対象エリア区分

① 各地域訪問経験者

東北訪問経験者 北海道訪問経験者 北陸訪問経験者 九州訪問経験者

については、下記の区分で、各地域「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」として換算する。赤文字部分は2017年度区分から変更があった箇所。

例) A氏「青森と函館に訪問」⇒東北訪問経験者・北海道訪問経験者としてそれぞれ1回答としてカウント

B氏「北海道とニセコと知床/阿寒に訪問」⇒北海道訪問経験者として1回答としてカウント

エリア区分	地名	詳細
首都圏	東京	
北関東甲信・東海	富士山	北関東甲信・東海それぞれにダブルカウント。
北海道	北海道	* 北海道訪問経験者
	札幌	
	函館	
	帯広/十勝	
	ニセコ	
	知床/阿寒	
	旭川/富良野	
東北	東北	* 東北訪問経験者
	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	
北関東甲信	日光	
	松本/白馬	
	軽井沢	
首都圏	川越	
	横浜	
	箱根	
北陸	北陸	* 北陸訪問経験者
	金沢	
	立山/黒部	
	富山	
	福井	
東海	飛騨/高山	
	名古屋	
	伊勢/志摩	
関西・東海	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	関西	
	京都	
	奈良	
	大阪	
	神戸	
中国	岡山	
	倉敷	
	広島	
	山口	
	鳥取	
中国・四国	松江/出雲/石見	
	しまなみ海道/せとうち	中国・四国それぞれにカウント。
四国	四国	
	高松/香川	
	直島	
	松山/道後	
	徳島	
	高知	
九州	九州	* 九州訪問経験者
	福岡/博多	
	佐賀	
	長崎	
	大分/別府/湯布院	
	熊本/阿蘇	
九州・南九州	宮崎	
	鹿児島	南九州：宮崎、鹿児島、奄美
	奄美	
沖縄	沖縄	

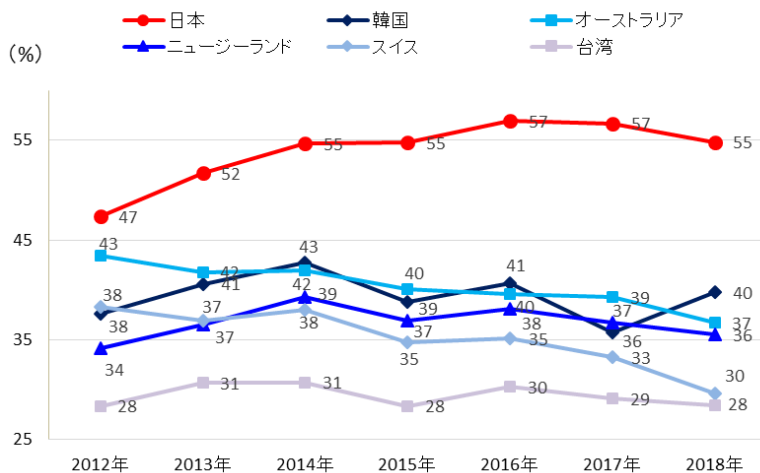


1. 日本旅行の人気度と東北地方のインバウンドの現状

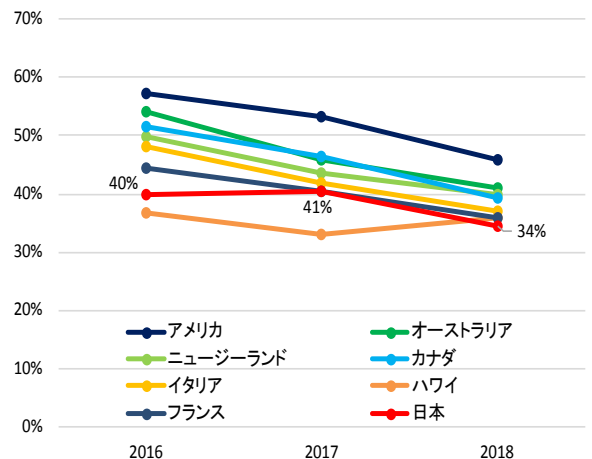
① あなたが今後旅行したい国・地域をお知らせ下さい（アジア 8 地域/欧米豪 4 地域）

- ・ 今後旅行したい国・地域として、日本はアジア 8 地域から 7 年連続で 1 位に選ばれており、全体の 55% が日本に旅行したいと回答しており、依然として高い日本人気を有している。
- ・ 欧米豪 4 地域の回答では英語圏や欧州の人気の高いが、日本はアジア圏内の中では最も人気が高い。

(a) アジア 8 地域



(b) 欧米豪 4 地域



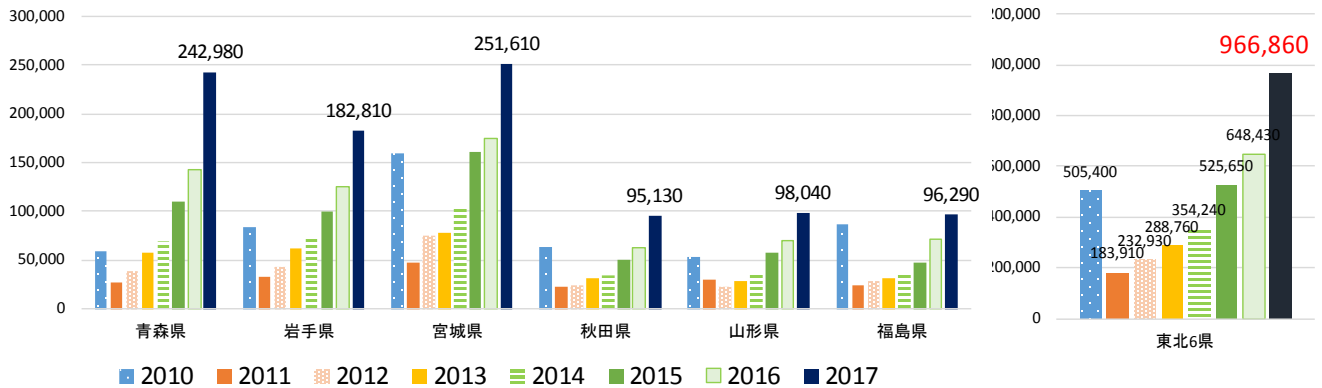
(参考) 国別「あなたが今後旅行したい国・地域をお知らせ

(回答はあてはまるもの全て、%)

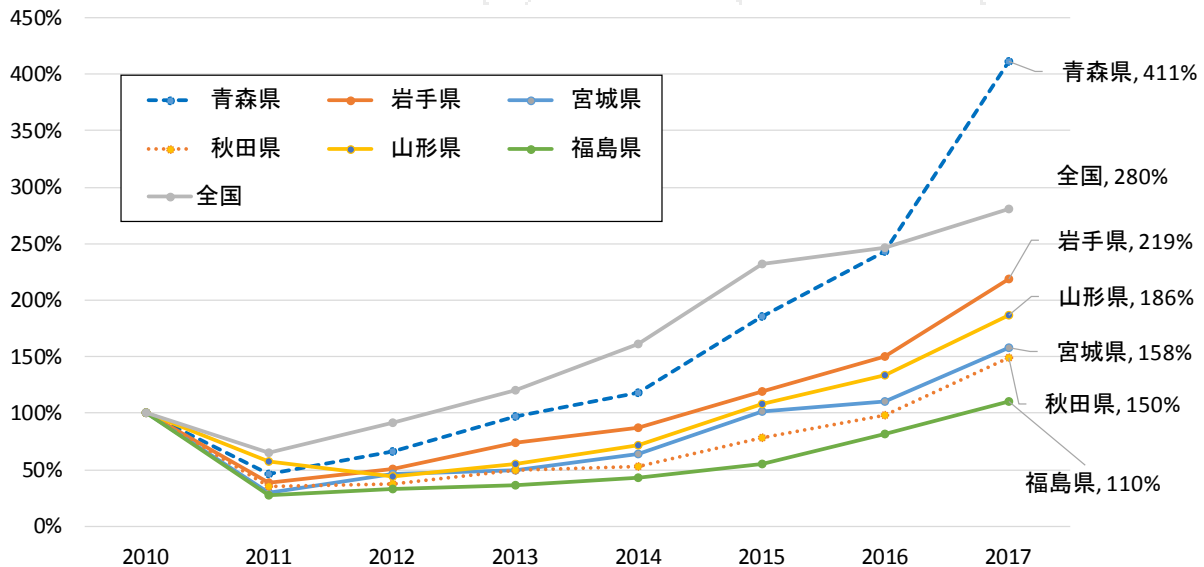
順位	回答者→	全体	アジア全体										欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
	サンプル数	6,283	4,134	536	544	502	500	516	518	506	512	2,149	532	535	538	544	
1	日本	48	55	31	48	73	75	54	56	52	53	34	29	43	36	31	
2	オーストラリア	38	37	41	32	31	50	18	45	44	33	41	41	-	42	40	
3	ニュージーランド	37	36	38	31	36	40	17	49	45	28	40	33	48	44	35	
4	アメリカ	32	27	30	31	29	26	14	40	26	19	46	-	52	49	38	
5	韓国	31	40	-	23	41	51	31	46	46	42	16	16	17	16	15	
6	フランス	29	26	32	29	26	29	12	34	28	21	36	35	43	30	-	
7	イタリア	29	25	29	31	22	27	9	34	25	19	37	38	45	41	25	
8	スイス	29	30	42	25	27	32	16	43	34	18	28	29	40	28	13	
9	イギリス	29	27	27	28	25	33	15	37	28	23	34	37	45	-	19	
10	カナダ	28	22	34	22	22	23	7	35	21	13	39	33	50	43	32	
11	ハワイ	28	24	41	30	24	27	8	26	22	14	36	-	44	39	25	
12	タイ	27	27	21	23	28	41	-	30	25	25	27	18	29	30	30	
13	香港	26	27	27	27	25	-	25	31	29	25	25	22	31	32	16	
14	シンガポール	25	27	29	24	29	36	24	-	20	26	21	16	33	23	12	
15	スペイン	25	21	34	17	20	27	4	32	21	15	31	32	39	33	19	
16	ドイツ	24	24	28	24	23	27	9	35	25	19	26	30	37	24	13	
17	中国本土	24	26	19	-	32	37	22	26	28	17	20	15	24	22	18	
18	台湾	22	28	24	18	-	56	19	40	29	14	11	12	12	11	8	
19	オーストラリア	19	17	24	14	17	22	8	25	15	11	22	22	30	23	13	
20	その他欧州諸国	18	15	21	9	18	17	6	25	18	11	24	20	33	29	15	

- ・観光庁の宿泊旅行統計調査によれば、東北6県における外国人延べ宿泊者数（従業員10人以上の施設）は、震災後は毎年増加しており、2015年には震災前の水準を超え2017年には約97万人に達している。
- ・インバウンドの増加は全国的な傾向であるため、外国人延べ宿泊者数の全国シェアに着目すると、東北のシェアは依然として1.3%と低い。

(c) 外国人延べ宿泊者数（従業員10人以上の施設）（単位：人泊）

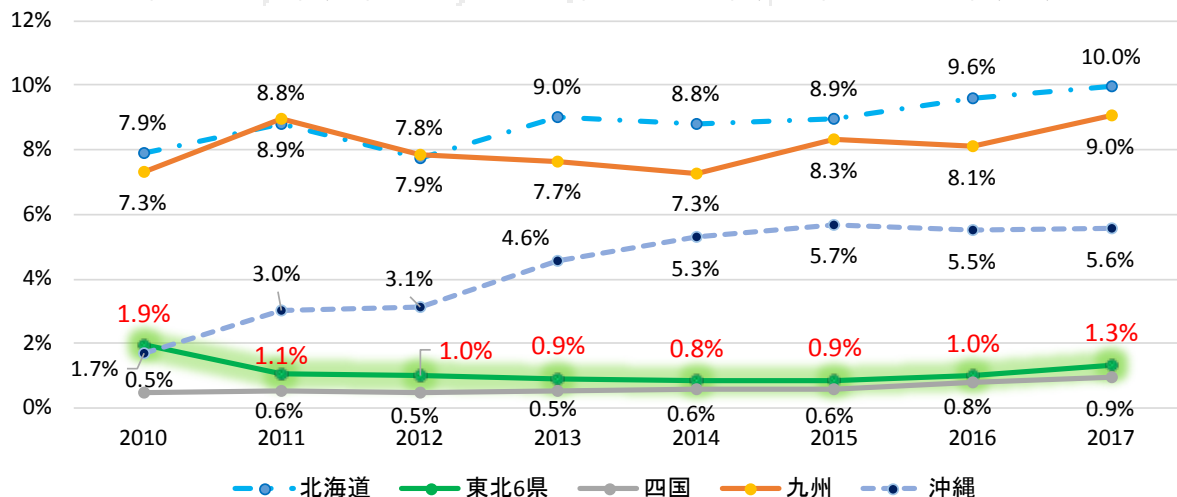


(d) 外国人延べ宿泊者数（従業員10人以上の施設）2010年を100とした場合の指標



(e) 外国人延べ宿泊者数全国シェア（従業員10人以上の施設）

外国人延べ宿泊者数全国シェア＝地方別外国人延べ宿泊者数÷外国人延べ宿泊者数総数



出所）観光庁 宿泊旅行統計調査

2. 各都市・観光地への認知度・訪問意欲(アジア8地域・欧米豪4地域)

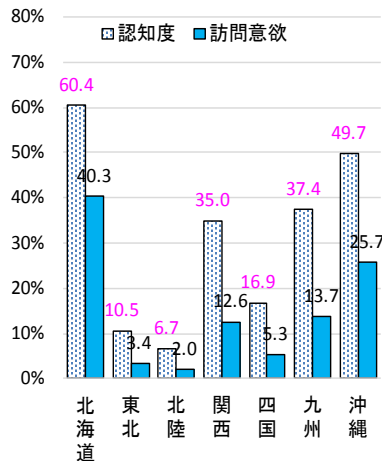
① 地方区分と主要都市区分

※複数回答可、() 内の数値は前回調査の数値

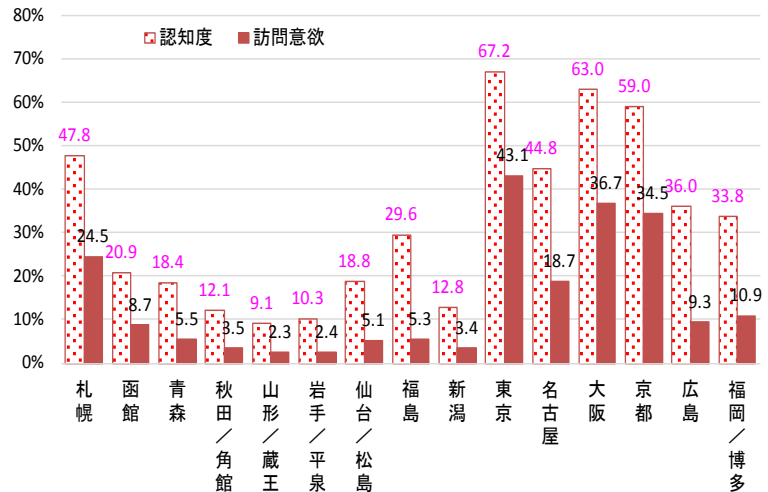
- ・ アジア8地域における、「東北」の認知度は10.5%（前回調査12.6%、前々回調査11.6%）と、相対的にみると低位であり、訪問意欲についても同様に「東北」3.4%（同3.5%）という結果となった。
- ・ 主要都市区分の認知度では、「福島」29.6%を筆頭に、「仙台/松島」18.8%、「青森」18.4%が高い。訪問意欲は「青森」が5.5%と東北圏内では最も高い数値となった。
- ・ 欧米豪4地域における認知度は、「東北」2.9%（同4.4%）であり、相対的に低く前回調査から1.5ポイント減少した。
- ・ 主要都市区分の認知度では、「福島」25.2%が高く、その他の東北地域は軒並み5%を下回る。

① -1 アジア8地域（認知度 n=4134 / 訪問意欲 n=3969）*認知度の数値はピンク色で表示

(a) 地方区分

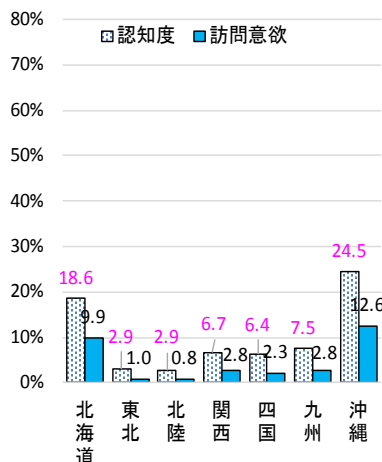


(b) 主要都市

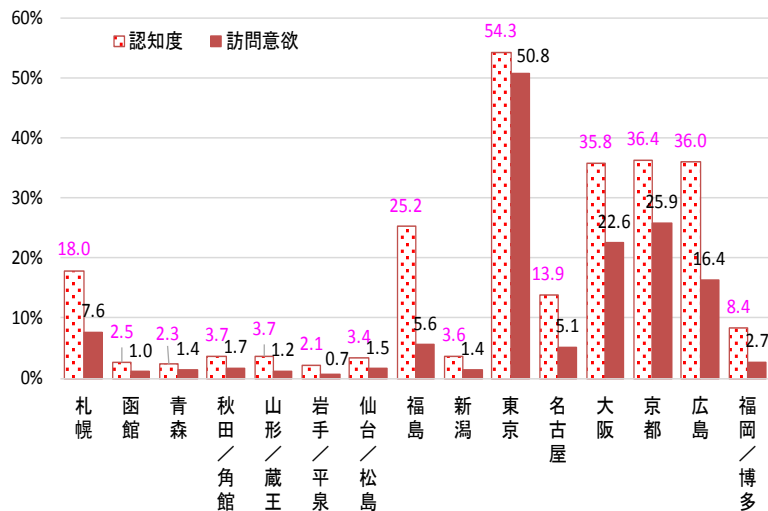


① -2 欧米豪4地域（認知度 n=2149/ 訪問意欲 n=1773）

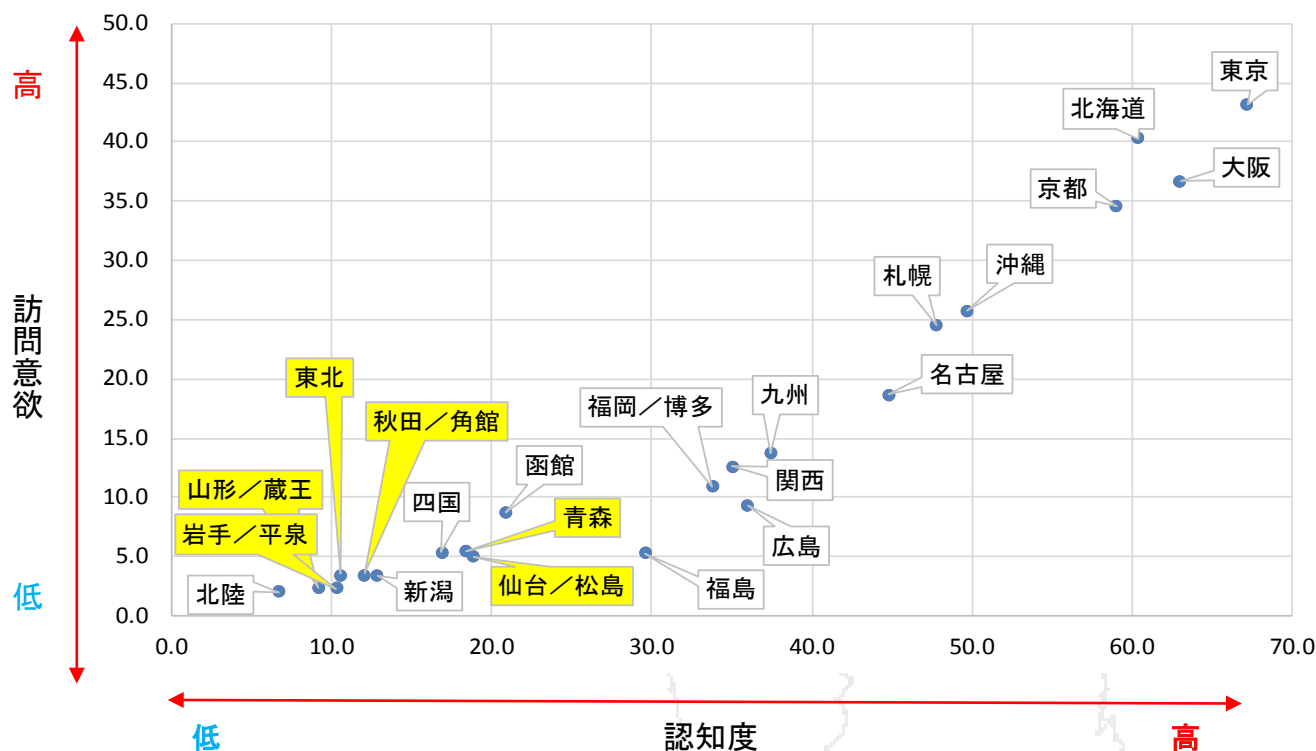
(a) 地方区分



(b) 主要都市



(参考)【アジア 8 地域】認知度と訪問意欲の相関関係 “知られていなければ、訪問意欲には繋がらない”

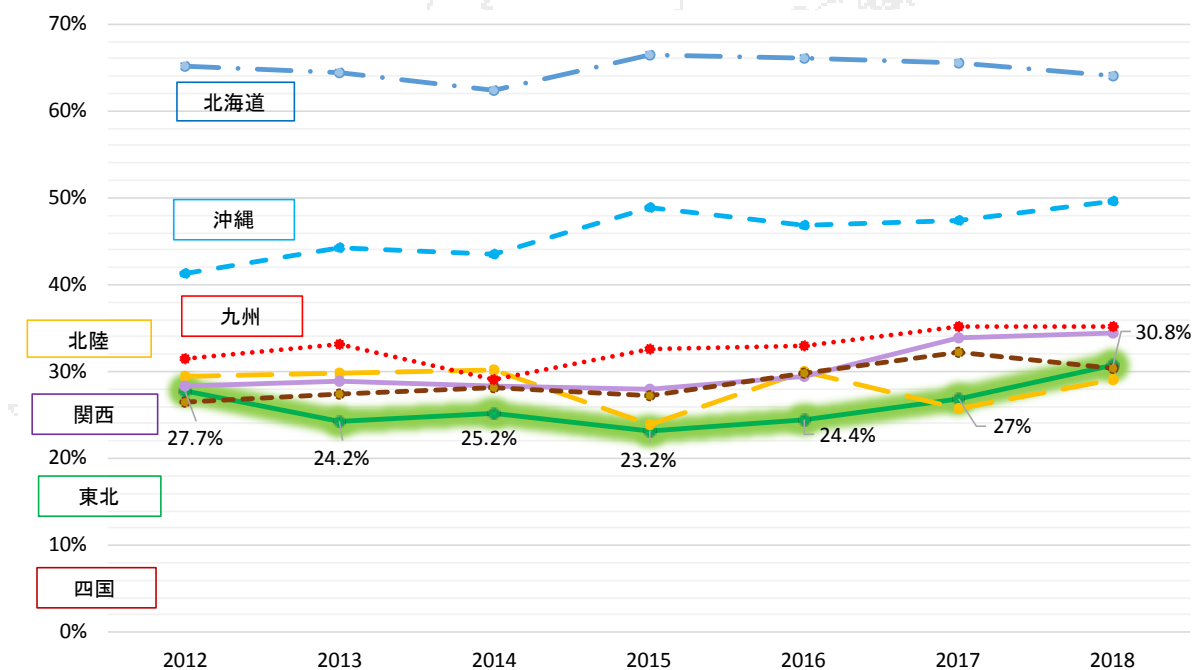


② 地方・地域名を知っている人の訪問意欲 “その地方・地域の吸引力を計る”

②-1 【アジア・長期推移】その地名を知っている人のうち、何%の人に訪問意欲があるのか

(計算式の例) 東北訪問意欲のあるサンプル数 ÷ 東北を認知しているサンプル数

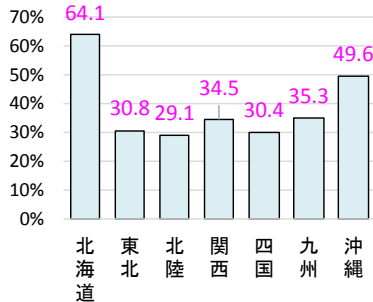
- 2012～2018 年の長期推移をみると、「東北」は緩やかながら上昇傾向にあり、2018 年は東北を知っている人の 30.8%に訪問意欲があることが分かる。
- 観光地としての認知が少しずつ高まる傾向が読み取れる一方で、全国的な水準としては低いため、観光地としての東北の魅力を伝えていくことで、「知っている×行きたい」観光地を目指したい。



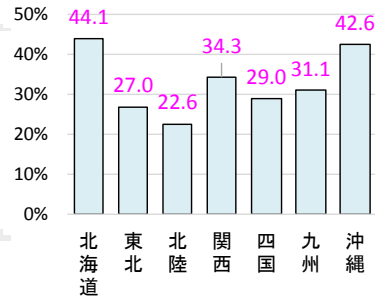
- ・ 地方区分別にみると、東北の訪問意欲の割合がアジアで 30.8%、欧米豪で 27.0%あり、東北を知っている人の 3 割近い人が東北訪問を希望していることが分かる。
- ・ アジアについては、東北圏内の主要都市区分では青森のランキングが高いが、全国的に見ると東北の各地域の訪問意欲は全体的に低水準にある。
- ・ 欧米豪は青森・秋田/角館・仙台/松島が全国の地域の中でも訪問意欲が高い。

② -2 知っている人の訪問意欲

(a) アジア 8 地域地方区分

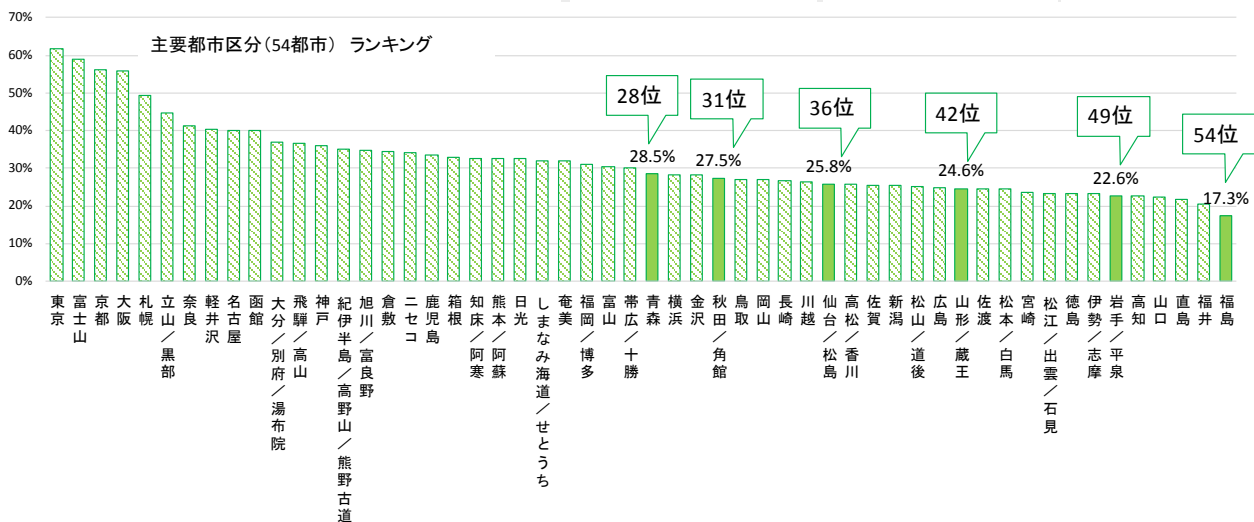


(b) 欧米豪 4 地域地方区分

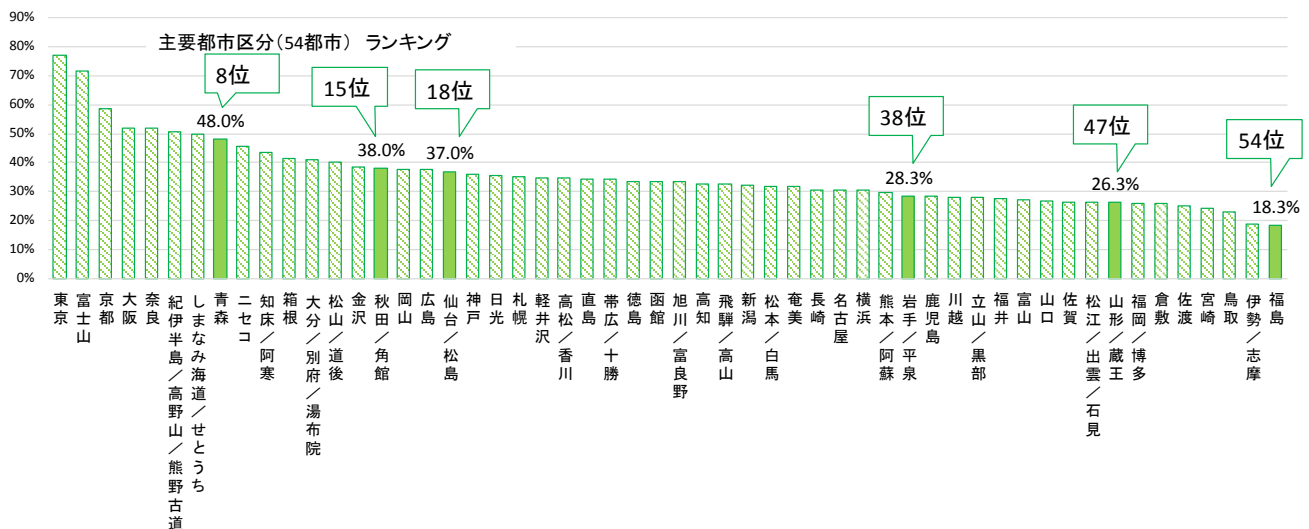


② -3 知っている人の訪問意欲 主要都市区分ランキング

(c) アジア 8 地域



(d) 欧米豪 4 地域



③ 国・地域別（アジア8地域・欧米豪4地域）にみた東北地域の認知度・訪問意欲

- ・ 国・地域別に東北各地の認知度を見ると、台湾・香港からの認知度が比較的高い。前回調査に引き続き、「青森」は台湾からの認知度が50.2%（前回調査52.6%）と高く、3年連続で半数以上の認知度を獲得している。
- ・ 欧米豪4地域からの認知度は前回調査と同様に、「福島」を除いて全体的に一桁台となった。
- ・ 訪問意欲に関しては、東北各地総じて台湾からの訪問意欲が比較的高い。
- ・ 認知度に対する訪問意欲を見ると、青森に対するオーストラリア・イギリスの数値、仙台/松島に対するアメリカの数値が高い。

(a) 国・地域別 認知度 （単位：％）

	n数	東北	青森	秋田/角館	山形/蔵王	岩手/平泉	仙台/松島	福島
韓国	536	9.5	26.7	7.8	3.2	5.6	19.0	43.1
中国	544	9.7	10.5	17.3	7.4	9.4	19.1	26.5
台湾	502	29.3	50.2	31.5	26.3	27.1	40.0	39.2
香港	500	16.4	37.6	25.8	17.4	25.2	39.6	40.8
タイ	516	5.4	8.9	3.3	4.8	7.0	15.9	18.6
シンガポール	518	5.6	6.8	3.1	5.4	3.7	5.2	21.4
マレーシア	506	4.3	4.0	4.9	4.3	2.2	7.7	20.9
インドネシア	512	4.5	4.1	3.5	5.3	3.1	5.1	26.2
アメリカ	532	2.8	3.0	4.9	3.2	3.2	2.6	16.2
オーストラリア	535	3.0	1.9	3.0	3.6	1.1	3.2	32.0
イギリス	538	3.2	2.0	3.9	4.6	1.3	3.3	26.8
フランス	544	2.8	2.4	2.9	3.5	2.9	4.4	25.9
アジア8地域	4134	10.5	18.4	12.1	9.1	10.3	18.8	29.6
欧米豪4地域	2149	2.9	2.3	3.7	3.7	2.1	3.4	25.2

(b) 国・地域別 訪問意欲 （単位：％）

	n数	東北	青森	秋田/角館	山形/蔵王	岩手/平泉	仙台/松島	福島
韓国	514	1.6	4.1	1.8	0.8	0.8	2.5	5.4
中国	542	2.6	2.6	4.8	2.0	2.0	5.4	3.9
台湾	492	11.2	18.3	9.6	6.9	6.5	12.4	6.1
香港	493	4.3	11.0	7.3	4.1	4.7	8.3	4.9
タイ	502	1.4	2.2	1.2	1.2	2.2	5.6	5.6
シンガポール	479	1.9	2.7	0.8	0.4	0.6	1.5	4.0
マレーシア	470	2.3	1.5	1.1	1.9	1.1	2.1	4.9
インドネシア	477	1.9	1.5	0.8	1.5	1.5	2.5	8.2
アメリカ	457	0.9	1.3	2.8	0.9	0.7	1.8	4.6
オーストラリア	467	0.9	1.3	1.3	1.1	0.4	1.5	5.1
イギリス	441	1.1	1.4	1.1	1.6	0.5	1.4	3.6
フランス	408	1.0	1.5	1.5	1.2	1.5	1.5	9.3
アジア8地域	3969	3.4	5.5	3.5	2.3	2.4	5.1	5.3
欧米豪4地域	1773	1.0	1.4	1.7	1.2	0.7	1.5	5.6

(c) 国・地域別 知っている人の訪問意欲 (b) ÷ (a) (単位：％) 50%以上 40%以上 50%未満 30%以上 40%未満

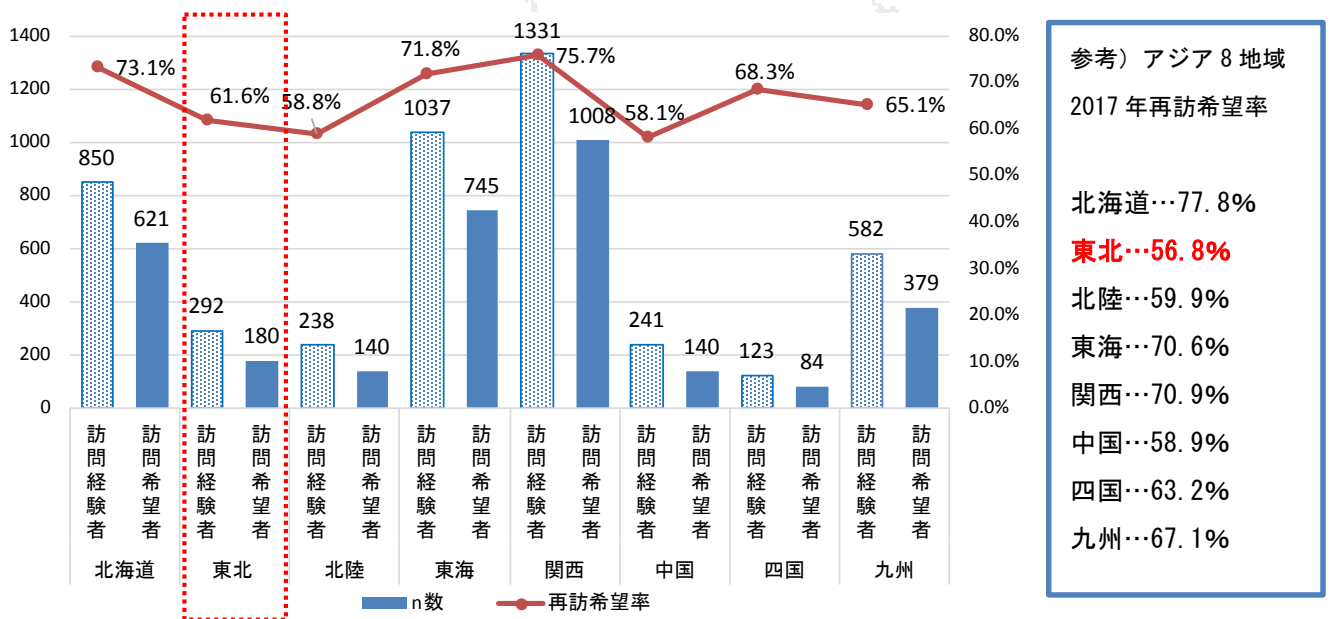
	n数	東北	青森	秋田/角館	山形/蔵王	岩手/平泉	仙台/松島	福島
韓国		15.7	14.7	21.4	23.5	13.3	12.7	12.1
中国		26.4	24.6	27.7	27.5	21.6	27.9	14.6
台湾		37.4	35.7	29.7	25.8	23.5	30.3	15.2
香港		25.6	28.7	27.9	23.0	18.3	20.7	11.8
タイ		25.0	23.9	35.3	24.0	30.6	34.1	29.2
シンガポール		31.0	37.1	25.0	7.1	15.8	25.9	17.1
マレーシア		50.0	35.0	20.0	40.9	45.5	25.6	21.7
インドネシア		39.1	33.3	22.2	25.9	43.8	46.2	29.1
アメリカ		26.7	37.5	50.0	23.5	17.6	57.1	24.4
オーストラリア		25.0	60.0	37.5	26.3	33.3	41.2	14.0
イギリス		29.4	54.5	23.8	28.0	28.6	33.3	11.1
フランス		26.7	46.2	37.5	26.3	37.5	25.0	27.0
アジア8地域		30.8	28.5	27.5	24.6	22.6	25.8	17.3
欧米豪4地域		27.0	48.0	38.0	26.3	28.3	37.0	18.3

④ 地方別 再訪希望率

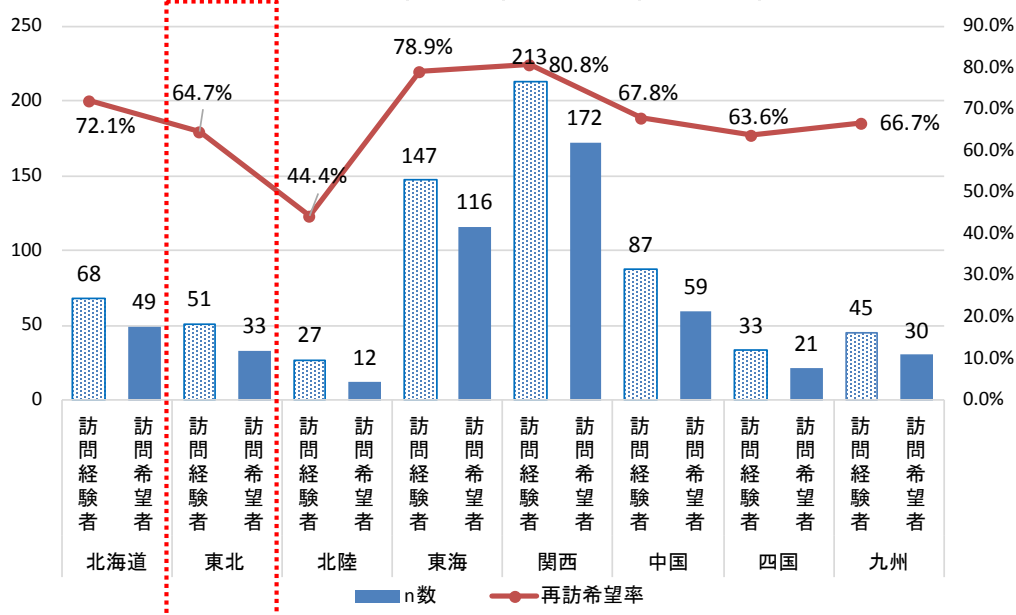
- ・ 地方毎の訪問経験者から、その土地への訪問希望者を割り出し、地方別の『再訪希望率*』として算出した。
(棒グラフが実数、線グラフが再訪希望率を表している)。
- ・ アジア 8 地域においては、「関西」の再訪希望率が 75.7%と高く、続いて「北海道」73.1%、「東海」71.8%と、上位を占める地方に 2017 年調査と変わりはない。「東北」は 61.6%と相対的にはやや低位にあるものの、2017 年調査と比べると再訪希望率は上がっている。
- ・ 欧米豪 4 地域においては、「関西」への再訪希望率が 80.8%と高く関西人気が見える。

(*)あくまでも、「東北訪問経験者」の内訳から「東北訪問希望者」を割り出した数値であり、「再訪したいですか」という質問項目ではない。

(a) アジア 8 地域



(b) 欧米豪 4 地域

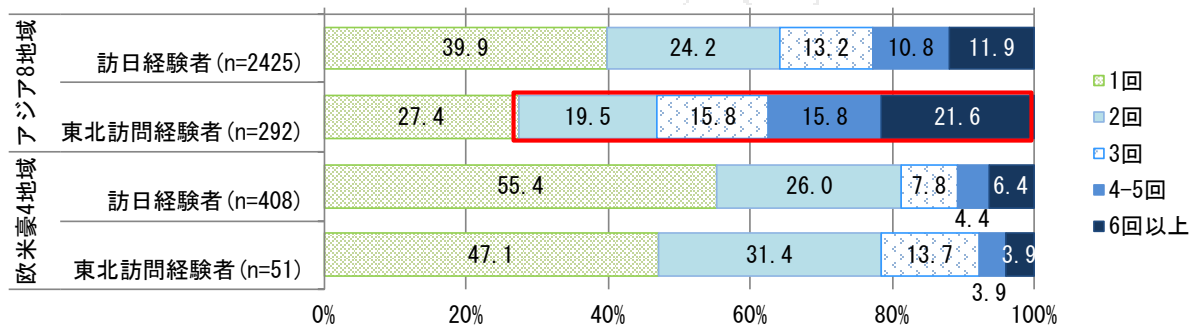


3. 東北訪問経験者の傾向

① アジア 8 地域・欧米豪 4 地域 訪日回数比較

(*) 訪日回数とは日本に訪問した回数であり、東北を訪問した回数ではない

- ・ アジア/欧米豪ともに、東北訪問経験者は訪日リピーター層が多い傾向にある。特に、アジアの東北訪問経験者においてはサンプルの 7 割以上に再訪経験があり、更に 21.6%は 6 回以上の訪日経験がある。

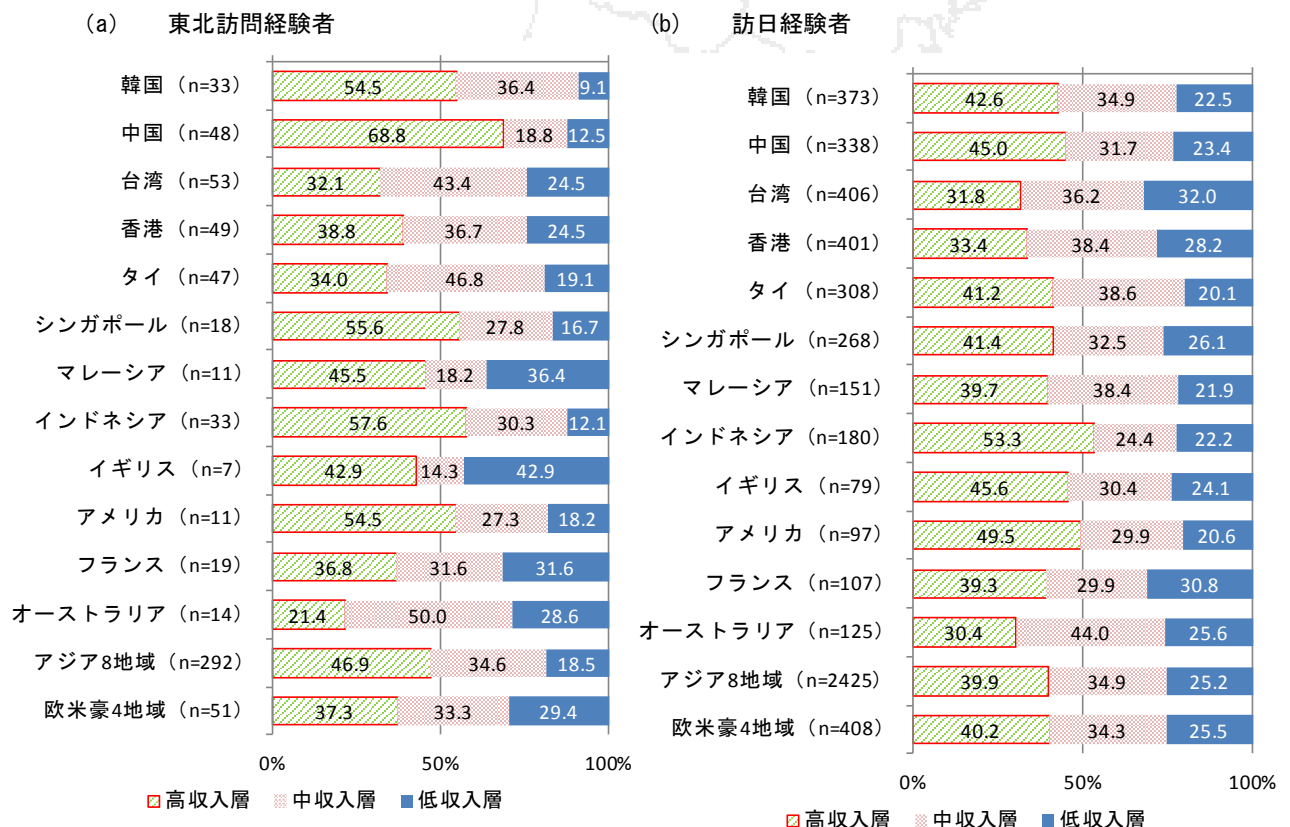


② 年収比較

(*) サンプル数 6,283 人の年収を地域別に 13~17 段階のレベルに区分して尋ね、そこから 低収入層・中収入層・高収入層 に分類した。国・地域毎の各分類の人数はおおよそ均等に割り付けている。

(*) あくまでも今回調査のサンプル数からの分類であり、各国の平均賃金を中収入層としている訳ではない。

- ・ 東北訪問経験者を低収入層・中収入層・高収入層の 3 分類に分けたところ、訪日経験者全体と比較しアジア 8 地域の高収入層が多い傾向にある。
- ・ 特に、「中国」「シンガポール」「韓国」および「インドネシア」に関しては高収入層が半数以上を占めている。
- ・ 一方で、「台湾」や「タイ」などは中収入層の割合が 4 割を超えており、ミドルクラスの割合も多い。



4. 日本旅行における嗜好・体験したいこと（アジア8地域・欧米豪4地域）

① 行ってみたい日本の観光地イメージ *写真より選択、複数回答可/13位以降は掲載省略

- ・ 2017年調査同様、アジアからは「自然・景観」に関する観光資源への人気があり、特に「桜」「雪景色」「紅葉」など、四季を感じさせる季節性のあるものへの関心が高い。
- ・ 上位7位までは2017年と変動がなく、ある程度安定した観光地イメージが定着していることが窺える。
- ・ 欧米豪では「日本庭園」の割合が最も高く、アジアと比較しても「城」「神社仏閣」への関心が高いなど、日本の伝統や文化・歴史に対する人気の高さが引き続き特徴的である。

(a) アジア8地域 () 内は2017年時の順位

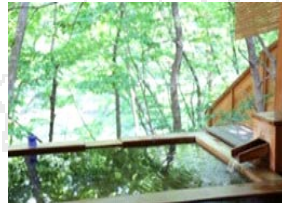
1. 桜 (1)



単位：%

全体	韓国	中国	台湾	香港
58	34	57	66	69
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
63	70	69	78	67
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
48	40	59	42	52

2. 温泉 (2)



全体	韓国	中国	台湾	香港
55	74	54	67	69
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
61	55	63	62	46
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
42	36	49	41	42

3. 富士山 (3)



全体	韓国	中国	台湾	香港
55	30	54	61	60
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
58	66	62	68	63
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
51	40	58	51	54

4. 日本の街並み (4)



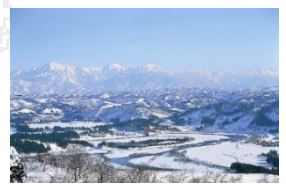
全体	韓国	中国	台湾	香港
54	52	43	69	65
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
58	53	62	61	57
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
48	39	53	45	54

5. 日本旅館 (5)



全体	韓国	中国	台湾	香港
46	47	39	57	53
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
50	46	55	56	47
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
40	33	45	39	41

6. 雪景色 (6)



全体	韓国	中国	台湾	香港
40	34	37	50	56
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
49	49	56	58	53
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
23	14	36	19	22

7. 新幹線 (7)



全体	韓国	中国	台湾	香港
44	25	27	52	43
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
46	45	54	60	61
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
41	38	57	45	23

8. 日本庭園 (10)



全体	韓国	中国	台湾	香港
48	38	37	46	35
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
44	42	42	57	55
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
55	45	57	56	62

9. ショッピングモール (8)



全体	韓国	中国	台湾	香港
38	33	44	53	58
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
43	41	48	40	33
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
29	24	35	27	28

10. 紅葉 (9)



全体	韓国	中国	台湾	香港
38	14	28	43	56
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
43	47	53	59	44
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
30	23	38	28	31

11. 城 (11)



全体	韓国	中国	台湾	香港
43	34	22	49	48
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
42	46	49	52	37
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
44	41	50	47	39

12. テーマパーク (12)



全体	韓国	中国	台湾	香港
34	29	37	49	54
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
41	43	37	42	35
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
21	18	29	18	20

前回調査との順位比

変化無し

上昇

下降

(b) 欧米豪 4 地域

1. 日本庭園 (1)



全体	韓国	中国	台湾	香港
48	38	37	46	35
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
44	42	42	57	55
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
55	45	57	56	62

2. 富士山 (2)



全体	韓国	中国	台湾	香港
55	30	54	61	60
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
58	66	62	68	63
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
51	40	58	51	54

3. 桜 (5)



全体	韓国	中国	台湾	香港
58	34	57	66	69
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
63	70	69	78	67
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
48	40	59	42	52

4. 日本の街並み (6)



全体	韓国	中国	台湾	香港
54	52	43	69	65
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
58	53	62	61	57
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
48	39	53	45	54

5. 神社仏閣 (4)



全体	韓国	中国	台湾	香港
40	15	23	63	44
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
38	46	42	38	34
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
45	38	45	43	54

6. 城 (3)



全体	韓国	中国	台湾	香港
43	34	22	49	48
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
42	46	49	52	37
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
44	41	50	47	39

7. 温泉 (7)



全体	韓国	中国	台湾	香港
55	74	54	67	69
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
61	55	63	62	46
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
42	36	49	41	42

8. 新幹線 (10)



全体	韓国	中国	台湾	香港
44	25	27	52	43
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
46	45	54	60	61
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
41	38	57	45	23

9. 日本旅館 (8)



全体	韓国	中国	台湾	香港
46	47	39	57	53
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
50	46	55	56	47
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
40	33	45	39	41

10. 島々の風景 (9)



全体	韓国	中国	台湾	香港
34	18	33	28	31
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
31	34	39	37	30
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
38	31	32	38	51

11. 海 (12)



全体	韓国	中国	台湾	香港
31	26	34	23	31
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
28	26	32	33	23
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
37	35	30	41	41

12. 祭り (11)



全体	韓国	中国	台湾	香港
34	29	18	38	38
アジア計	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
33	37	34	35	38
欧米豪計	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
35	31	39	30	40

<写真の出典>

桜、富士山、紅葉 : ©Yasufumi Nishi/©JNTO

城、雪景色、神社仏閣 : ©JNTO

ショッピングモール : ©Nagao Prefecture/©JNT

祭り : ©Y. Shimizu/©JNTO

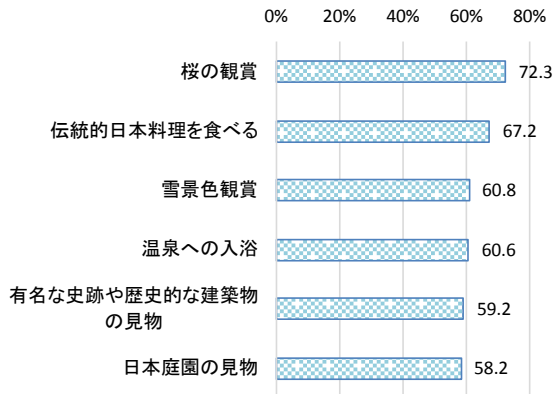
日本庭園 : ©Adachi Museum of Art/©JNTO

新幹線、温泉、日本の街並み、日本旅館、島々の風景、テーマパーク、海 : PIXTA

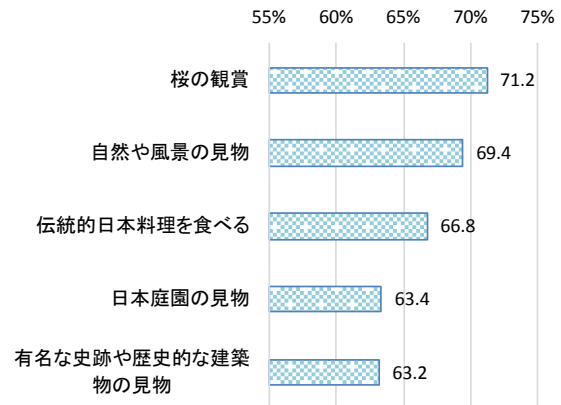
②「〇〇を体験したい人が、他に体験したいこと BEST5」(サンプル数 n=3007)

- ・「自然や風景の見物をしたい人」や「アウトドア・アクティビティを楽しみたい人」は「桜/雪景色の観賞」に同時に興味を持っており、「日本の酒を飲みたい人」は、「伝統的日本料理/現地の人が普段利用している安価な食事を食べる」ことに興味を示しており、これらの体験コンテンツの組み合わせが期待できる。

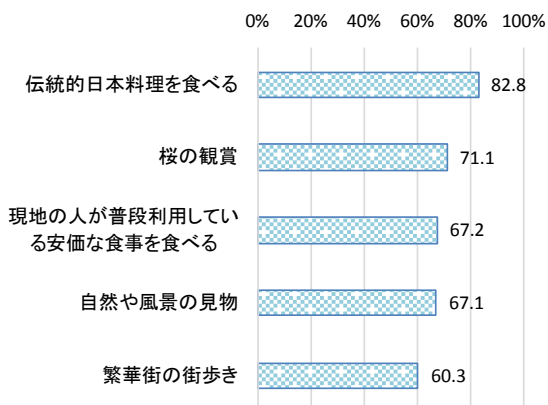
(a) 自然や風景の見物をしたい人 (n=1626 【54.1%】)



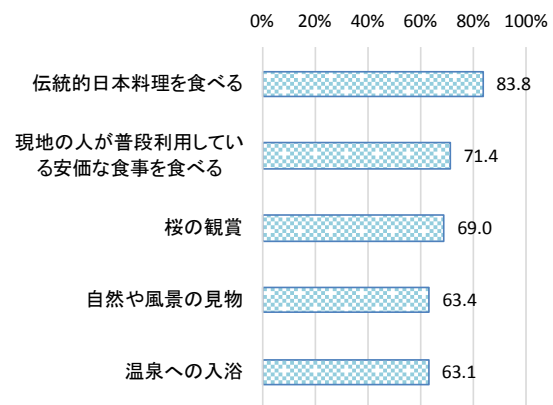
(b) 世界遺産の見物をしたい人 (n=1234 【41.0%】)



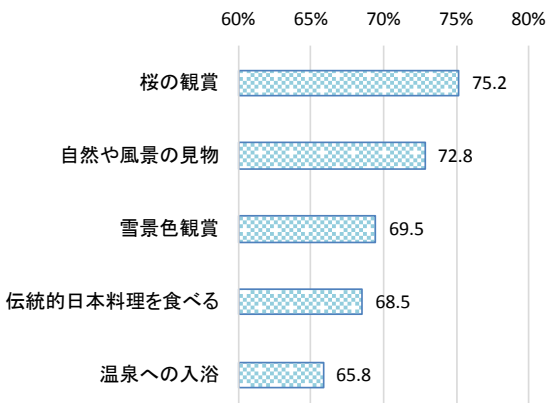
(c) 豪華で快適な高級ホテルでの宿泊をしたい人 (n=577 【19.2%】)



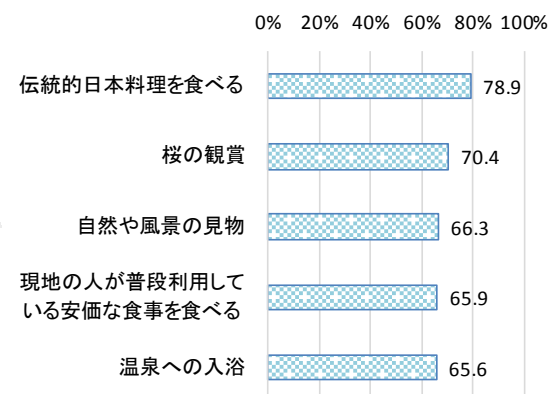
(d) 日本の酒(日本酒・焼酎)を飲みたい人 (n=865 【28.8%】)



(e) アウトドア・アクティビティを楽しみたい人 (n=629 【20.9%】)



(f) クルーズ船の利用をしたい人 (n=270 【9.0%】)

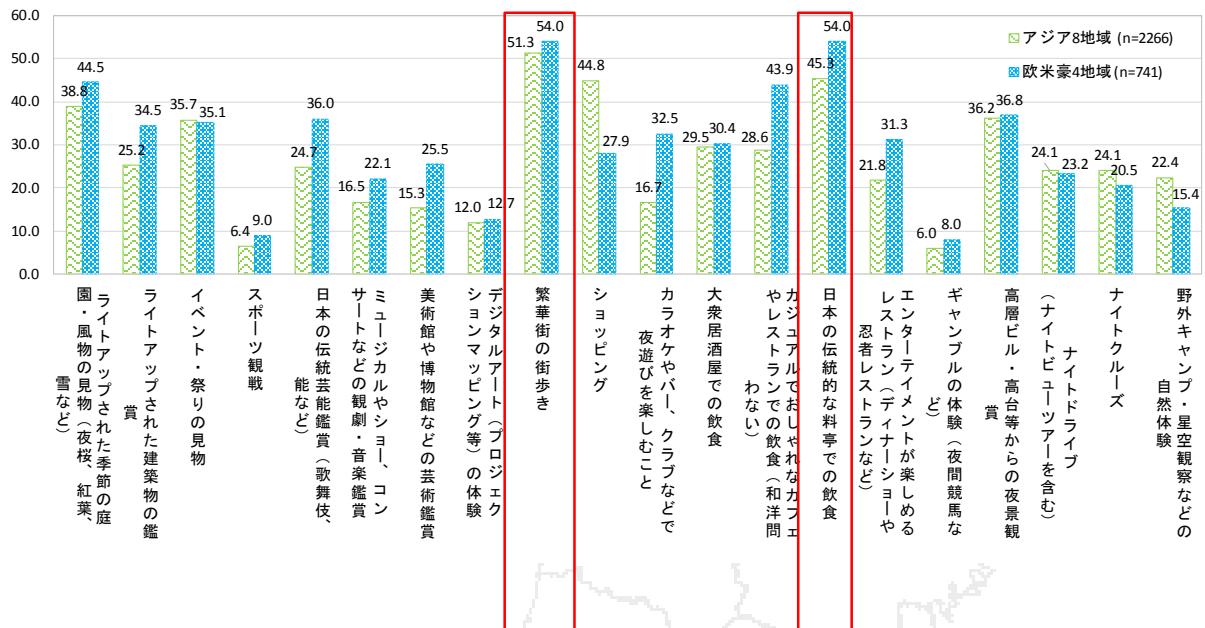


③ 日本旅行の際、特に夜あなたが体験したいことをお選びください。

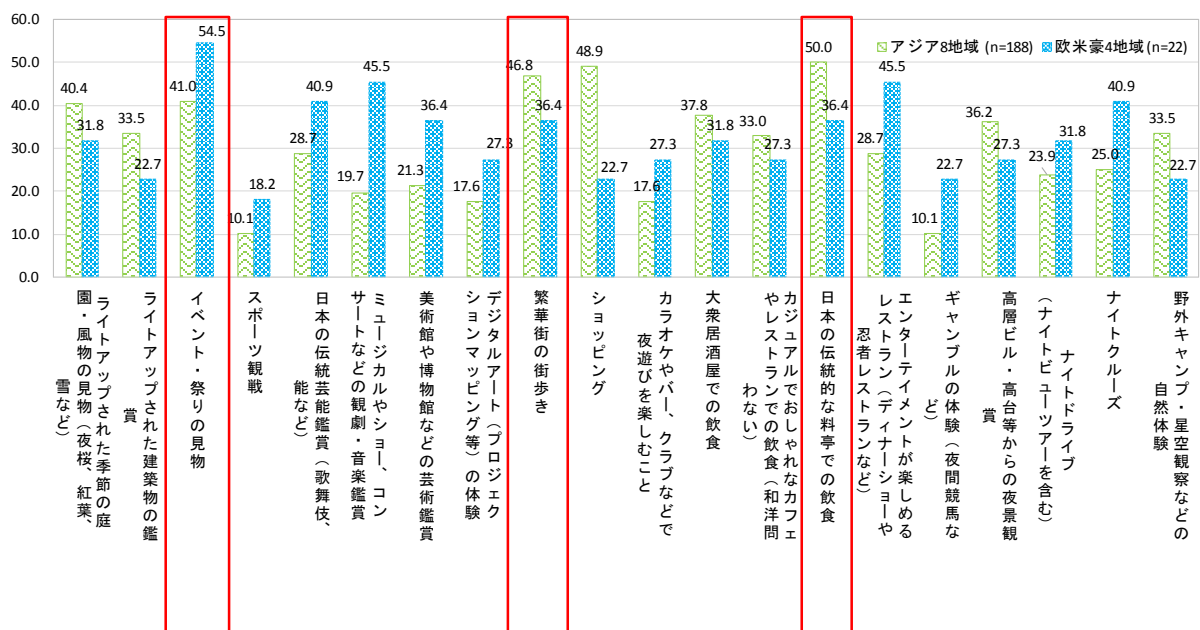
(回答はあてはまるものすべて) 【訪日希望者】と【東北訪問経験者】

- ・ 訪日希望者、東北訪問経験者ともに、「繁華街の街歩き」や「日本の伝統的な旅館での飲食」を体験したいという回答が多い。
- ・ 東北訪問経験者は「イベント・祭りの見物」を体験したいという回答も多く、東北における夜の祭り行事等にもポテンシャルが多いにあるといえよう。

(a) 訪日希望者



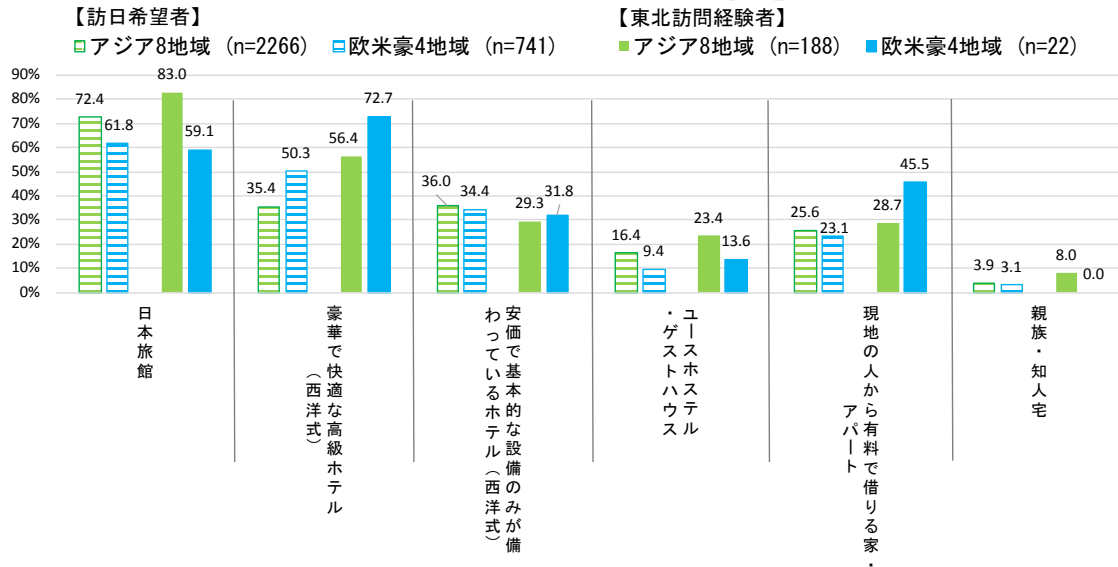
(b) 東北訪問経験者



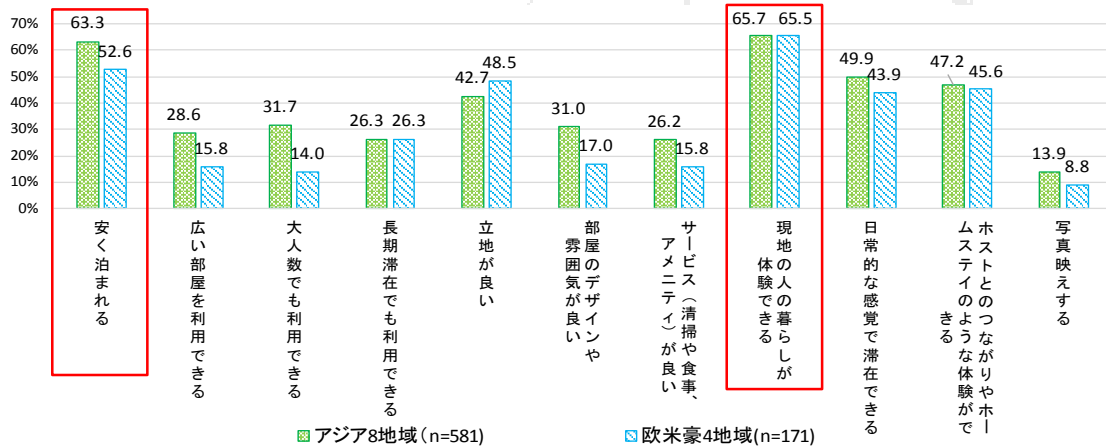
5. 日本旅行での宿泊に関する質問（訪日希望者・東北訪問経験者）

① 日本に旅行するとして、どのような宿泊施設に泊まりたいか（回答はあてはまるもの全て）

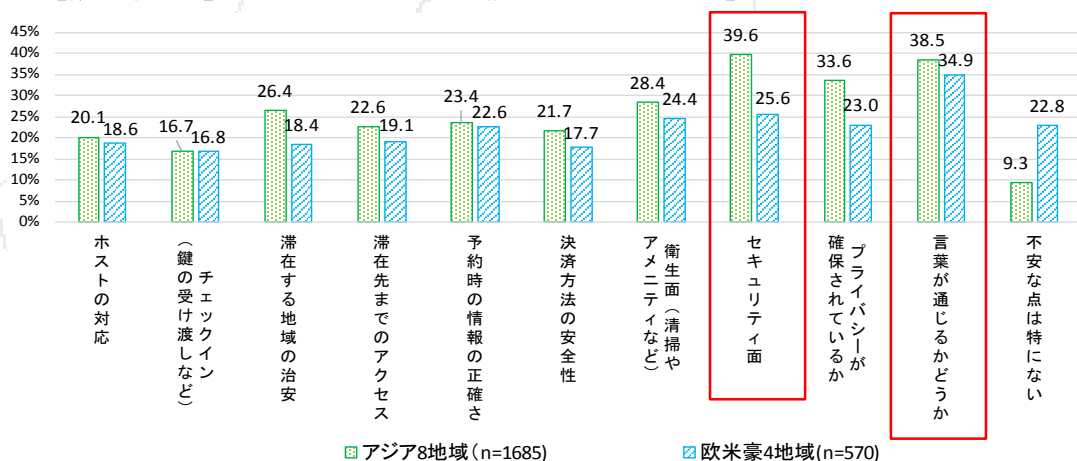
- 「日本旅館」はアジア・欧米豪ともに人気があり、「豪華で快適な高級ホテル」は欧米豪からの人気が高い。
- 東北訪問経験者は「ユースホステル・ゲストハウス」および「現地の人から有料で借りる家・アパート」を選択する割合が高く、旅慣れている印象が窺える。



② 【訪日希望者】「現地の人から有料で借りる家・アパート」を利用する上で感じる魅力



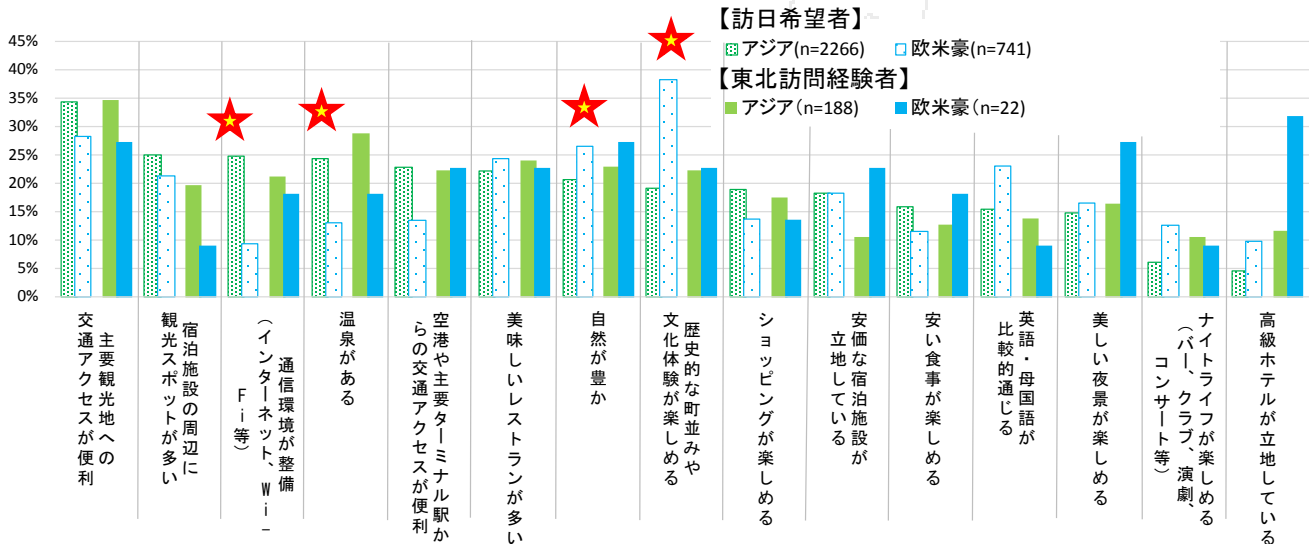
③ 【訪日希望者】「現地の人から有料で借りる家・アパート」を利用する上で不安に感じる点



④ 日本旅行時、宿泊地決定の際に重視する要素

- ・ アジア・欧米豪ともに、「主要観光地への交通アクセス」を選んでいる割合は3割程度と多い。
- ・ アジアと欧米豪を比較するとアジアでは「通信環境の整備」「温泉がある」を重視する割合が多く、欧米豪では「歴史的な町並みや文化体験が楽しめる」「英語・母国語が比較的通じる」「自然が豊か」という観点が重要視されている。

【訪日希望者】【東北訪問経験者】日本旅行時、宿泊地を決める際に重視する要素を3つまで選択



(参考) 【訪日希望者】国別 日本旅行時、宿泊地決定の際に重視する要素

40%以上 30%以上 40%未満 20%以上 30%未満

	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	ラオス	イギリス	フランス
n	165	260	366	375	277	291	263	269	154	230	191	166
空港や主要ターミナル駅からの交通アクセスが便利	20.6	16.2	33.1	26.1	21.3	17.9	16.3	25.7	10.4	15.7	14.7	12.0
主要観光地への交通アクセスが便利	32.7	24.2	45.6	38.4	31.4	29.6	35.0	32.0	23.4	30.0	31.4	27.1
宿泊施設の周辺に観光スポットが多い	27.3	24.6	27.0	21.9	25.6	21.6	28.1	24.9	13.6	23.0	18.8	28.9
高級ホテルが立地している	6.1	9.6	4.9	5.6	2.9	3.8	1.5	1.9	11.0	11.3	11.0	5.4
安価な宿泊施設が立地している	18.8	5.0	8.7	13.3	13.0	28.5	31.2	32.0	18.2	22.2	18.3	12.7
通信環境が整備 (インターネット、Wi-Fi等)	20.0	18.8	36.3	26.9	27.1	18.2	18.3	26.0	9.1	9.6	6.3	13.3
ショッピングが楽しめる	23.6	26.9	16.9	27.2	15.5	19.9	11.4	9.3	20.1	11.3	13.6	10.8
自然が豊か	22.4	28.5	13.1	13.1	24.5	22.7	25.9	20.8	22.1	18.7	26.2	41.6
美しい夜景が楽しめる	10.3	20.0	8.7	7.7	18.8	16.5	18.3	21.2	17.5	10.9	22.5	16.3
ナイトライフが楽しめる (バー、クラブ、演劇、コンサート等)	7.3	13.8	1.4	5.3	7.2	4.5	7.6	4.8	11.0	8.7	14.1	18.1
美味しいレストランが多い	15.2	23.1	24.9	28.5	23.5	22.7	17.5	15.6	27.9	31.7	20.9	14.5
安い食事が楽しめる	16.4	13.5	9.3	13.1	16.6	21.6	14.4	25.3	11.7	13.9	9.9	10.2
温泉がある	30.3	20.8	25.4	29.9	22.7	24.1	22.4	19.0	16.2	10.9	11.5	14.5
英語・母国語が比較的通じる	11.5	17.3	12.3	12.5	18.1	15.5	19.8	17.8	25.3	25.7	22.0	18.7
歴史的な町並みや文化体験が楽しめる	16.4	24.6	17.2	11.5	23.1	19.2	25.5	18.6	29.2	40.0	41.4	40.4

6. 地方観光地の強みと地方訪問経験者・地方訪問希望者から見る課題

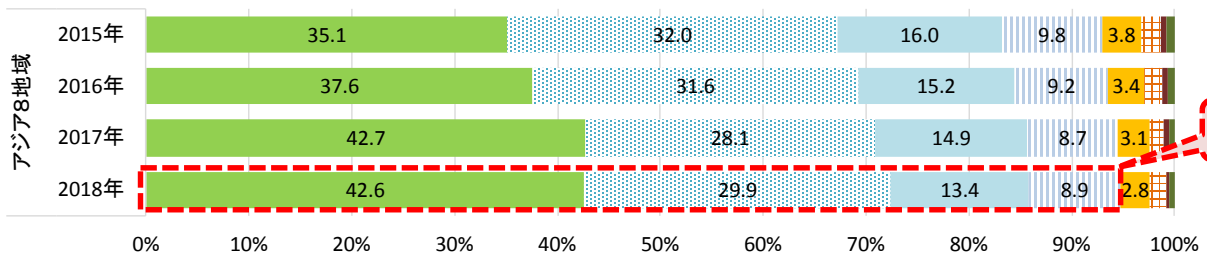
① 地方訪問意欲

- 訪日経験者に対して、日本の地方における観光地への訪問意欲を調査したところ、「ぜひ旅行したい」「機会があれば旅行したい」という回答を合わせた比率はアジア8地域で94.8%、欧米豪4地域では約85.3%であり、依然として地方への関心は高い。

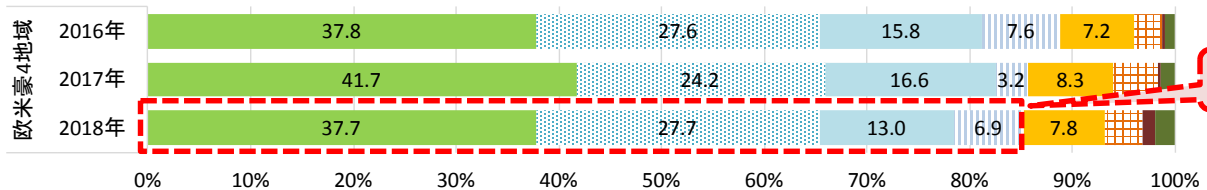
(*) 調査における「地方」とは「首都圏、都市部から離れた地」としている。

(a) ー1 地方訪問意欲 アジア8地域 (2015年 n=2153、2016年 n=2241、2017年 n=2358、2018年 n=2425)

- 以前旅行したことがあり、今後もぜひ旅行したい
- 以前旅行したことがあり、今後も機会があれば旅行したい
- 旅行したことはないが、今後はぜひ訪れてみたい
- 旅行したことはないが、今後は機会があれば訪れてみたい
- 以前旅行したことがあるが、今後はあまり旅行したいと思わない
- 以前旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う
- 旅行したことはなく、今後もあまり訪れたいと思わない
- 旅行したことはなく、今後も訪れれないと思う

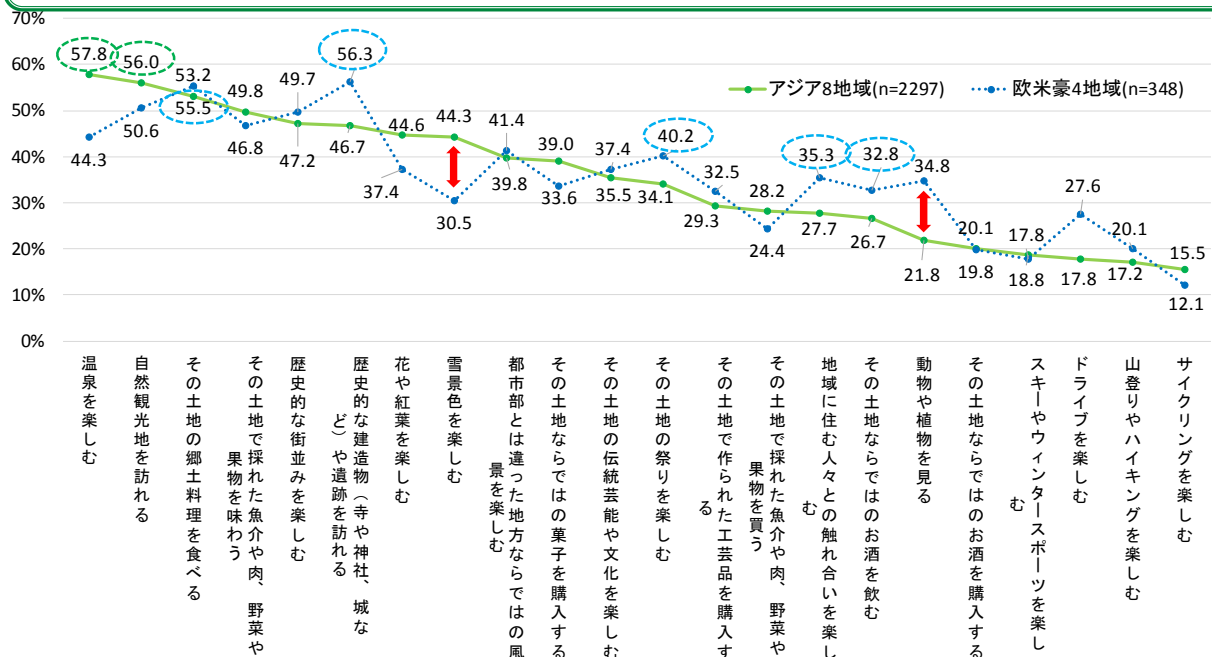


(a) ー2 地方訪問意欲 欧米豪4地域 (2016年 n=304、2017年 n=434、2018年 n=408)



② 地方にある観光地を訪れた際にしたいこと (複数回答可)

- 例年同様、アジア8地域からは「温泉」や「自然観光地」の項目が人気であり、欧米豪4地域からは「歴史的な建造物や遺跡」が人気。
- 「雪景色を楽しむ」や「動物や植物を見る」という項目ではアジア・欧米豪の嗜好の差が読み取れる。
- 欧米豪4地域では、「その土地ならではの…」という、その地方だからこそ出来る体験や触れあいを求める回答が多いことが分かる。



③ 地方再訪を希望する人・地方未経験者の傾向【アジア・欧米豪 12 地域】

※22 ページにおける地方への回答をふまえて、サンプルを以下の 3 分類に分けた。

以前旅行したことがあり、今後も是非旅行したい	▶ 地方再訪を希望する人
以前旅行したことがあり、今後も機会があれば旅行したい	
以前旅行したことがあるが、今後はあまり旅行したいとは思わない	▶ 地方再訪を希望しない人
以前旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う	
旅行したことはないが、今後は是非訪れてみたい	▶ 地方訪問を希望する地方未経験者
旅行したことはないが、今後は機会があれば旅行したい	

③-1 地方経験者の地方再訪希望率と、地方未経験者の地方訪問希望率（国別）

- ・ 地方への再訪希望率をみると、アジアでは台湾・タイ、欧米豪ではオーストラリアからの希望率が高い。
- ・ 地方訪問未経験者における地方訪問希望率では、アメリカにおける未経験者の往訪希望率が 80%を下回っている。

	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
地方再訪希望率	95%	98%	93%	93%	98%	93%	93%	87%	75%	86%	84%	91%
地方往訪希望率	98%	97%	99%	94%	98%	100%	94%	96%	83%	78%	84%	94%

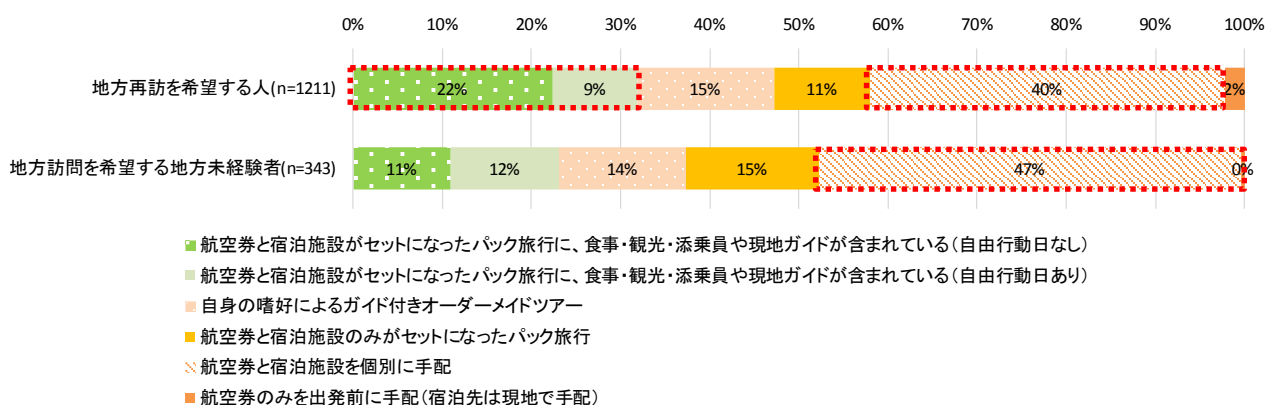
地方再訪希望率…地方に行ったことがある人のうち、また地方に行ってみたいと思う割合

地方往訪希望率…地方に行ったことがない人のうち、地方に行ってみたいと思う割合

③-2 日本に旅行するとしたらどのような形態で行くか

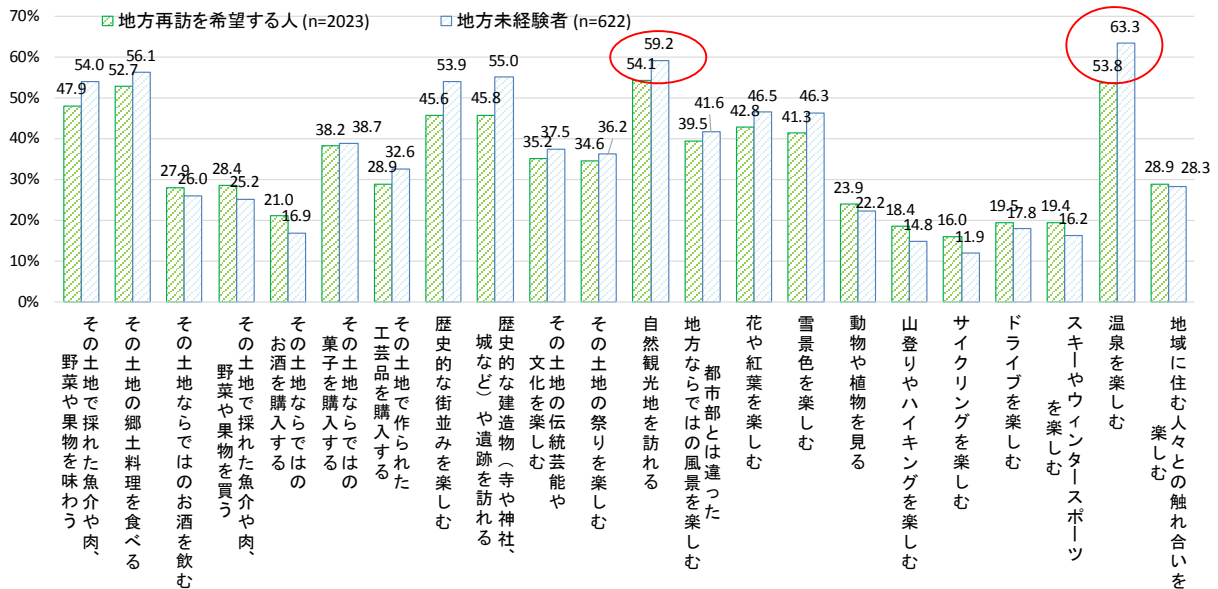
【地方再訪希望者 / 地方未経験者】

- ・ 地方再訪を希望する人の 40%は「航空券と宿泊施設を個別に手配」することを選択している。加えて、ガイド付きのパック旅行を選択する割合もおおよそ 30%存在する。
- ・ 地方未経験者の 47%は「航空券と宿泊施設を個別に手配」することを選択しており、個人旅行の形態で日本旅行を検討している割合が高い。



③-3 地方にある観光地を訪れた際にしたいこと

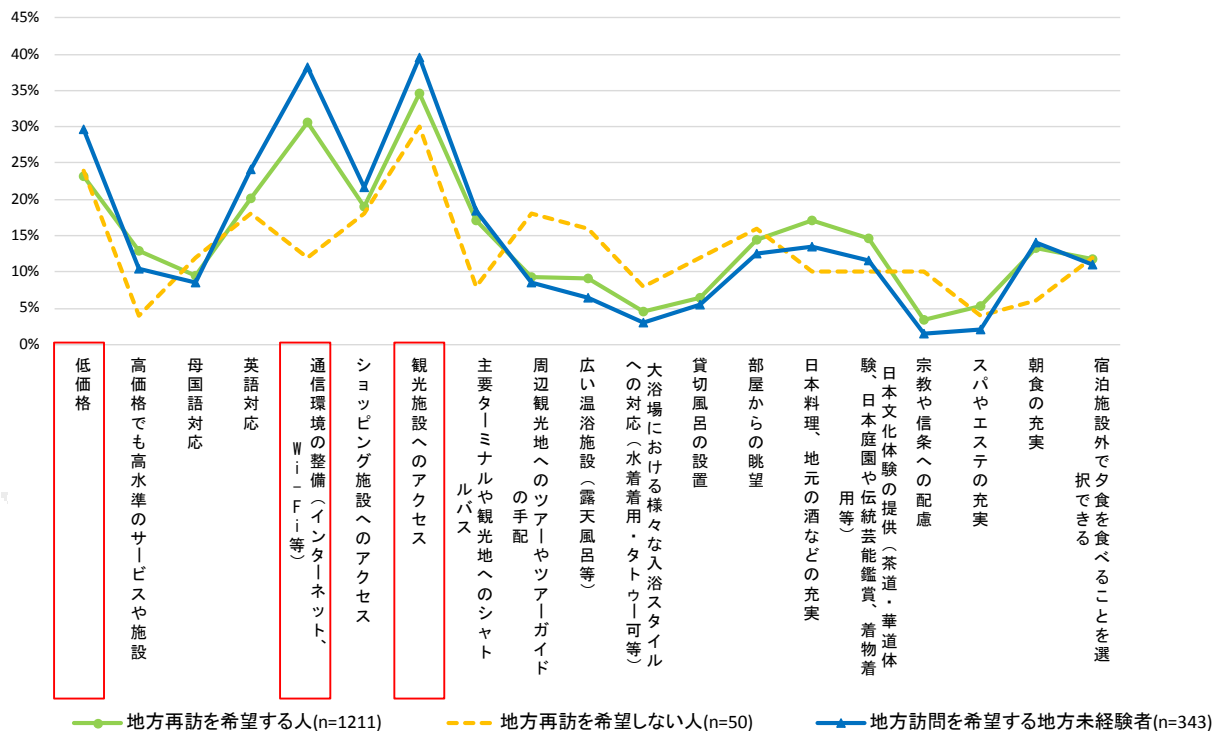
- 地方未経験者は、「温泉を楽しむこと」「自然観光地を訪れること」を選ぶ割合が高く、歴史的な街並みや建造物、その土地の郷土料理やその土地で採れたものを味わうことについて、地方再訪希望者よりも高い割合の回答が見られる。



③-4 日本の宿泊施設に求めること（3つまで）

【地方再訪希望者/地方再訪非希望者/地方未経験者】

- 地方再訪希望者・地方未経験者ともおよそ同様の傾向にあるが、「通信環境の整備」、「観光施設へのアクセス」、「低価格」という3点について、より地方未経験者が求める傾向にあることが分かる。

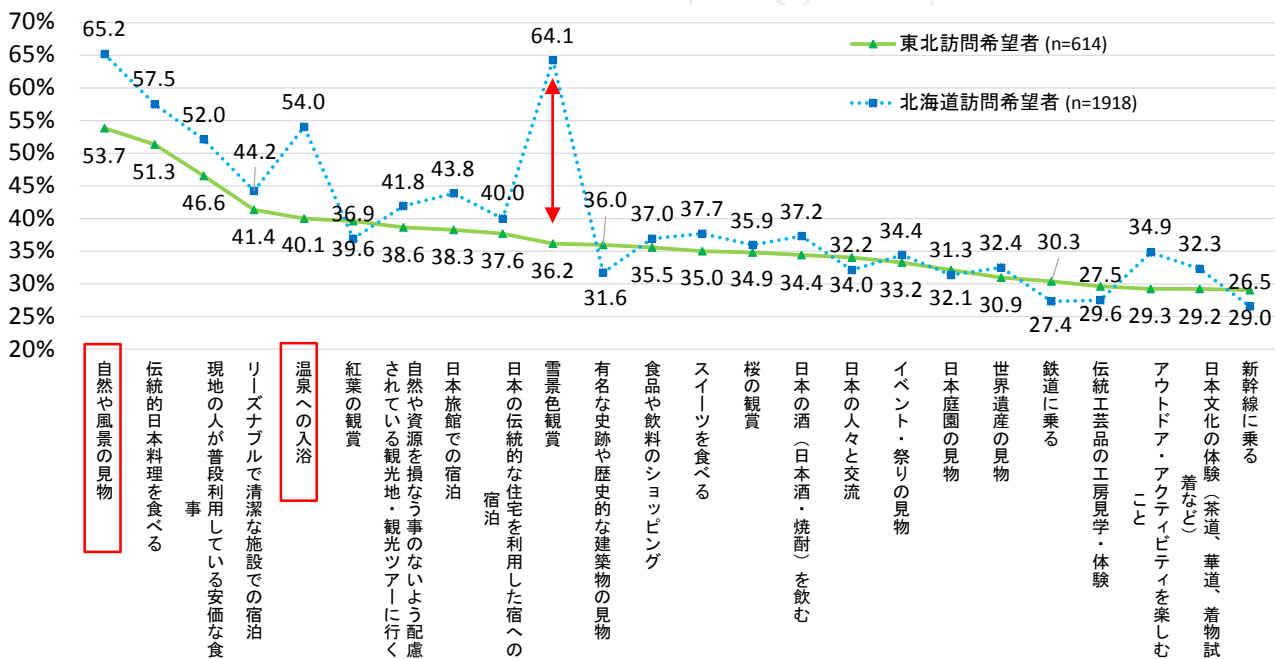


④ 東北・北海道に行ってみたいと回答した人に聞いた「その土地に期待すること」(複数回答可)

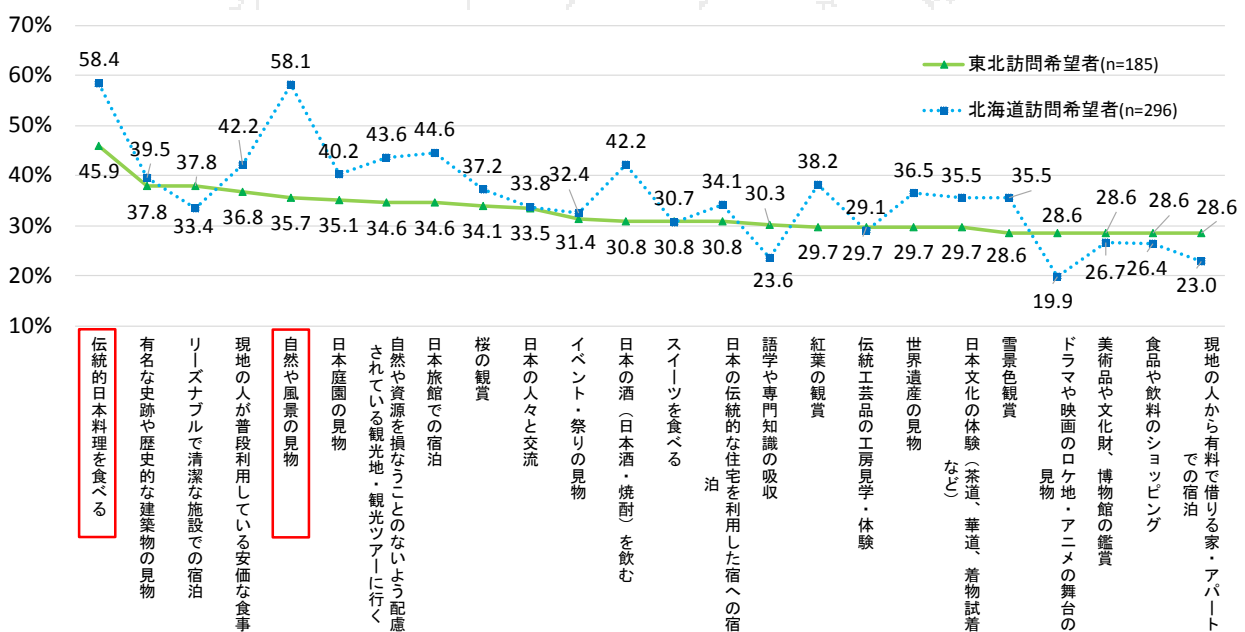
(*) この設問では、訪問希望先として東北地方または北海道地方の地方区分および地名 (ex 北海道、函館、札幌、東北、青森、福島…等) を選択した人を対象としている。

- ・ 東北に期待するもののトップ 20 を挙げると、アジアでは「自然や風景の見物」、欧米豪では「伝統的日本料理を食べる」という回答がトップである。
- ・ 北海道と比較した場合、アジア 8 地域の回答は「雪景色観賞」(差 27.9 ポイント) 期待の差が表れている項目も存在しているが、その差は毎年縮まっている。(前回差 31.2 ポイント、前々回差 37.7 ポイント)

(a) アジア 8 地域 東北に期待するもののトップ 20 【北海道比較】



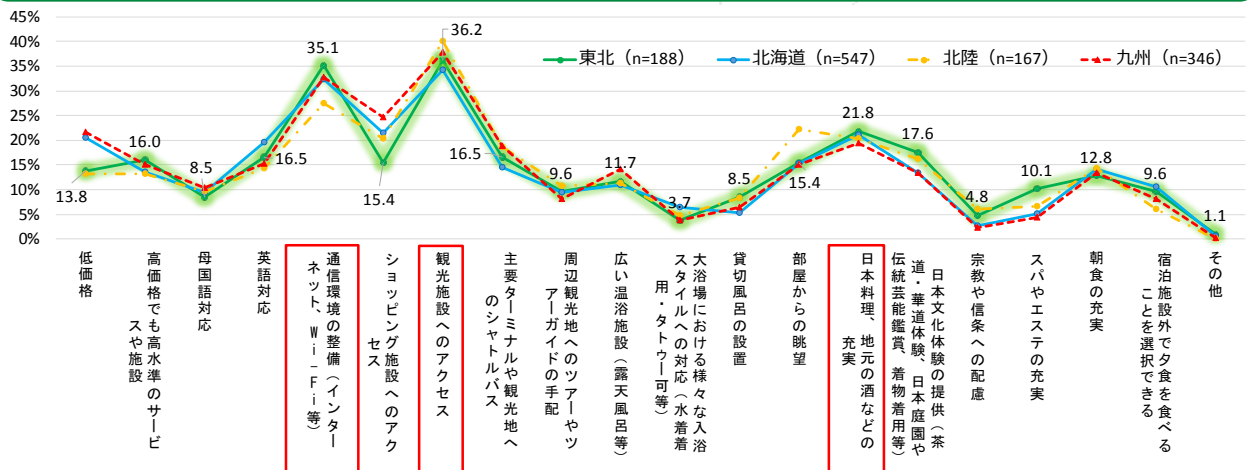
(b) 欧米豪 4 地域 東北に期待するもののトップ 20 【北海道比較】



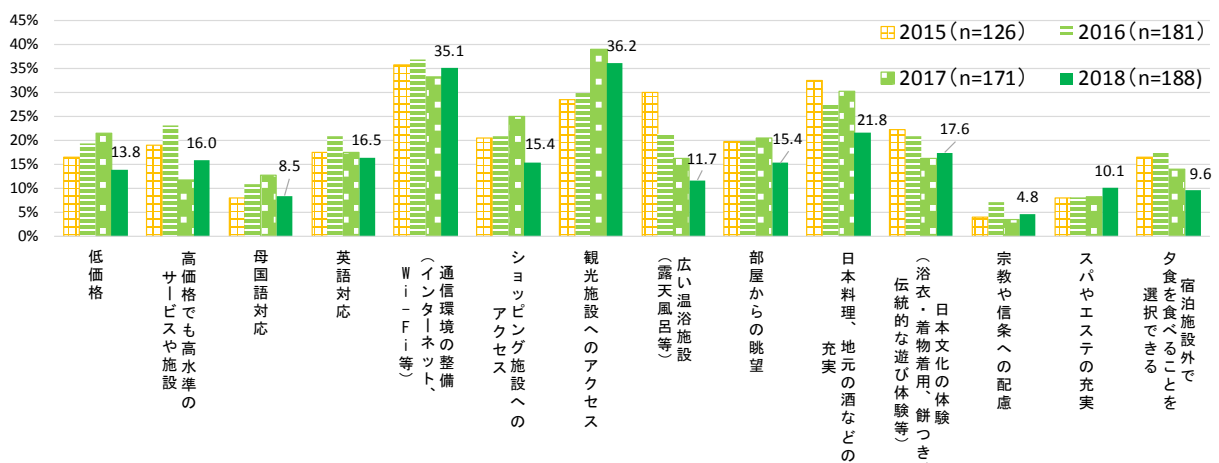
⑤【アジア 8 地域】地方訪問経験者が日本の宿泊施設に求めること（3 つまで選択可）

(*) 地方訪問経験者でかつ日本旅行を希望している人を対象

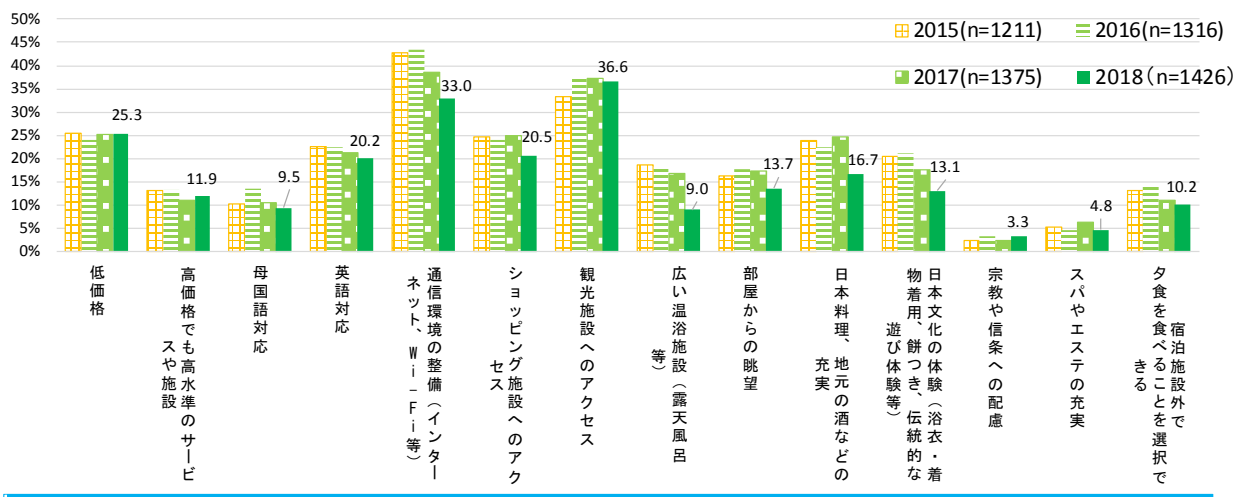
- ・ 全体的に「観光施設へのアクセス」「通信環境の整備」「日本料理、地元の酒などの充実」が求められる傾向にある。
- ・ 過去 4 カ年の推移をみると、「通信環境の整備」が徐々に低下している一方「観光施設へのアクセス」の数値は依然として高い。



(参考) 東北訪問経験者が日本の宿泊施設に求めること (2015~2018 推移)

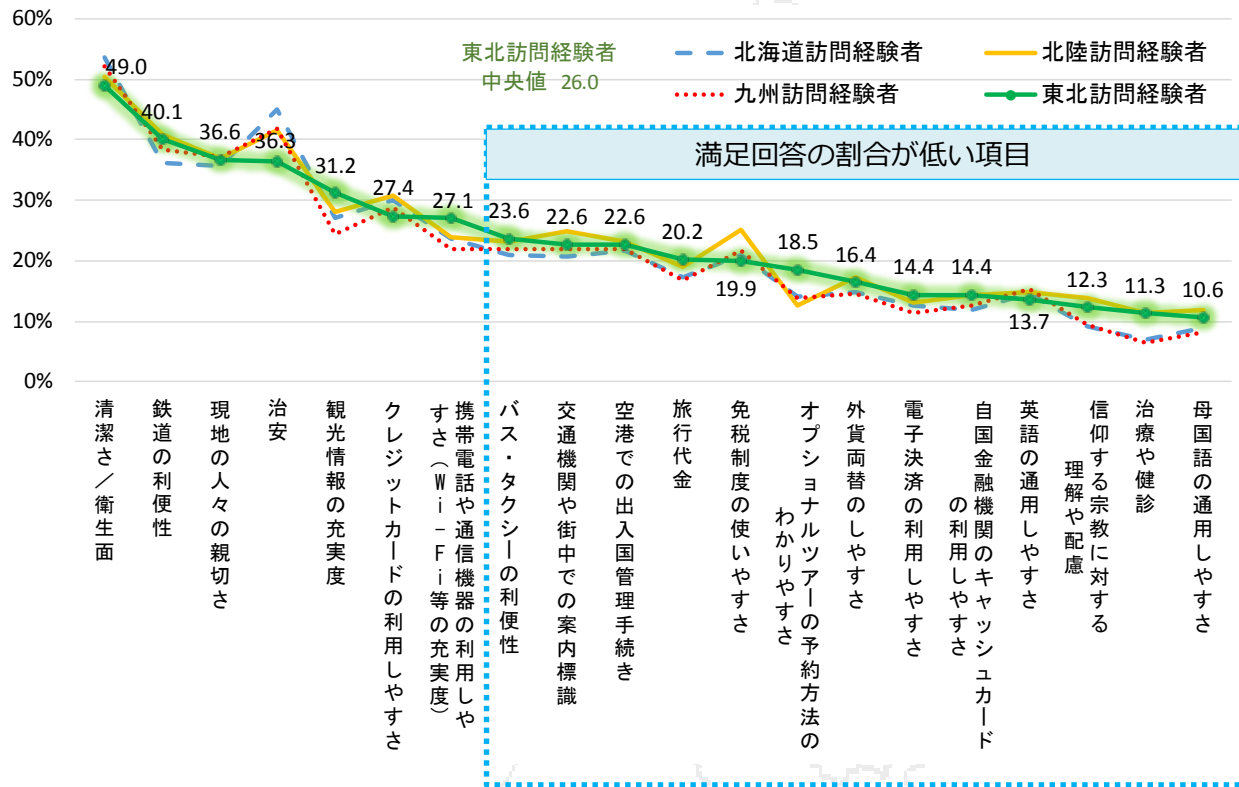


(参考) 訪日経験者が日本の宿泊施設に求めること (2015~2018 年推移)

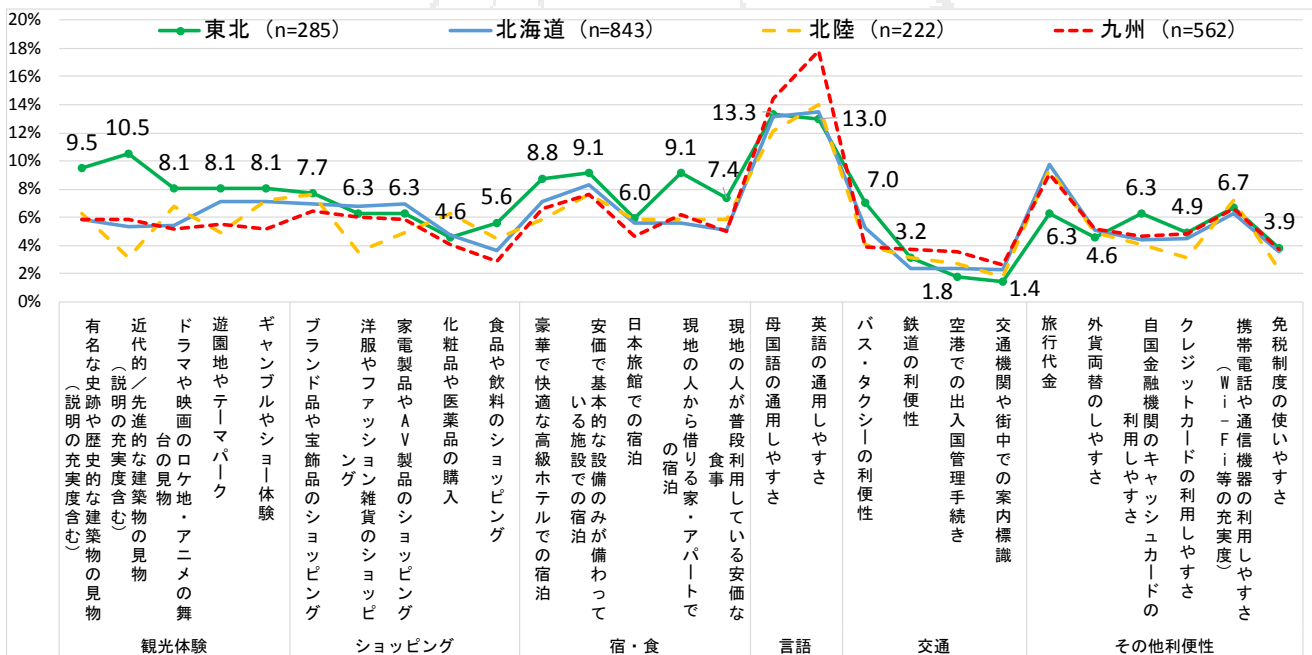


- ・ 満足回答の割合が低い項目としては、「バス・タクシーの利便性」や「交通機関や町中での案内標識」といったアクセス面に関する項目や、免税制度や外貨両替、電子決済、自国金融機関のキャッシュカードなどの支払いに関する項目が挙げられる。
- ・ これら満足回答の割合が低い項目は、2017年調査における「訪日に当たる不満項目」とも合致しており、引き続きの改善が求められている。

(d) その他利便性



参考) 2017年調査 訪日にあたって不満だった項目

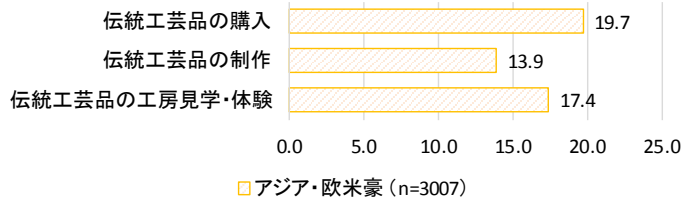


⑦ 地方における伝統工芸品

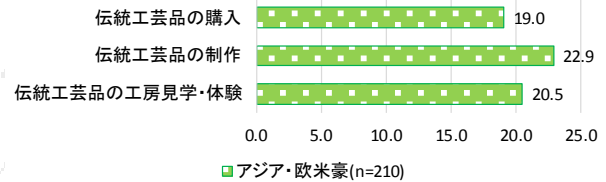
⑦-1 日本旅行をするとしてあなたが体験したいこと【伝統工芸品に関する項目】

- ・ 東北訪問経験者は、伝統工芸品に関心のある割合が高く、特に制作体験を希望する割合が高い。
- ・ 興味がある伝統工芸品を国別に見ると、欧米豪からの伝統工芸品への関心が高く、漆や和紙の人気が高い。

(a) 訪日希望者



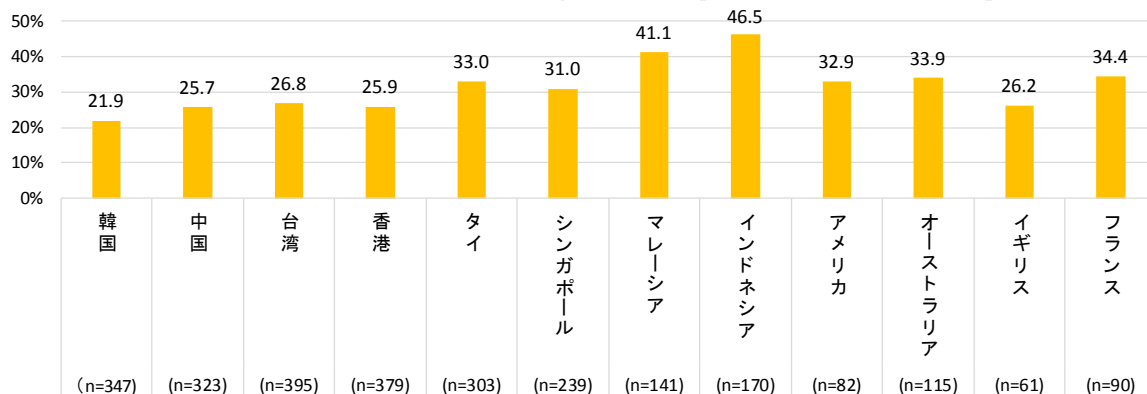
(b) 東北訪問経験者



⑦-2 地方にある観光地を訪れた際に「その土地で作られた工芸品を購入する」と回答した割合

(地方訪問希望者)

- ・ 地方訪問希望者のうち、地方訪問の際にしたいことの1つに「その土地で作られた工芸品を購入する」と回答した割合を表すと、インドネシアの半数近くが地方の工芸品に興味を示していることが分かる。
- ・ 一方で、購入予算としては中国の予算が比較的高く、10万以上50万円未満と回答した割合が高い。



参考) もしも日本で気に入った伝統工芸品が見つかった場合、いくらくらいの価格であれば購入するか

伝統工芸品の購入予算

(数値入力式、%)

回答者→	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	828	607	25	80	116	93	78	75	84	56	221	54	55	51	61	
1,000-10,000円未満	60	59	60	41	49	58	63	72	63	80	60	67	58	69	49	
10,000-50,000円未満	31	31	32	28	43	31	33	24	35	7	33	28	35	25	41	
50,000-100,000円未満	3	3	0	4	3	3	1	4	0	5	4	4	4	6	3	
100,000-500,000円未満	5	6	4	26	4	5	1	0	2	2	3	2	4	0	7	
500,000円以上	1	1	4	1	0	2	1	0	0	5	0	0	0	0	0	

⑦-3 購入に興味がある伝統工芸品 (3つまで選択) 40%以上 30%以上 40%未満 20%以上 30%未満

(日本旅行をすることで体験したいことで伝統工芸品に関する項目を選んだ人)

- ・ 織や染によるファッションや小物類に興味があるのはタイ。
- ・ インドネシア、アメリカ、オーストラリアやフランスは「漆器」への関心が高く、総合的にみてもアジア 8 地域・欧米豪 4 地域それぞれで最も人気が高い結果となった。
- ・ 木工品・竹工品の「曲げわっぱ弁当箱」などに比較的兴趣を示しているのがマレーシア。

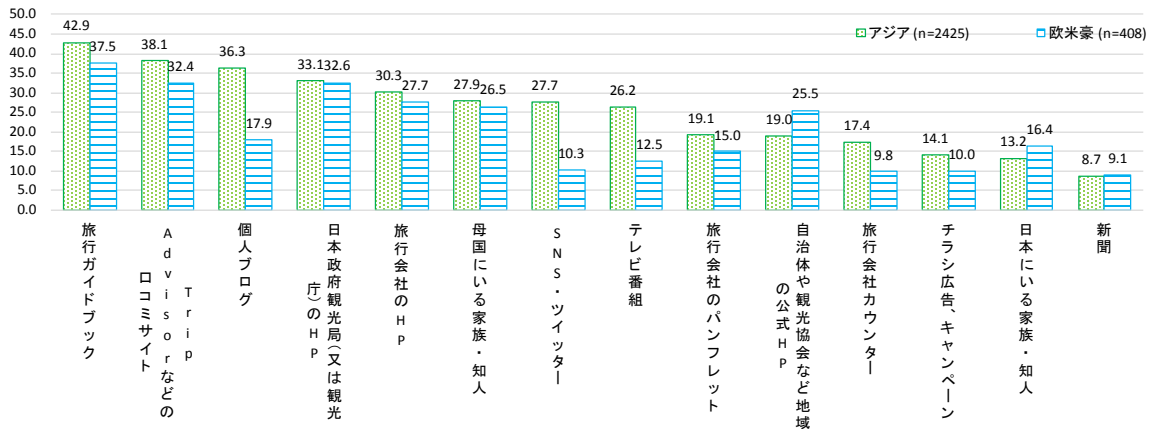
	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪全体	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	765	29	88	121	97	93	91	120	126	255	63	64	59	69
織や染によるファッション・小物類(西陣織、大島紬、京友禅、加賀友禅などの着物やバッグなど)	30.2	20.7	21.6	25.6	29.9	41.9	27.5	29.2	37.3	23.9	27.0	20.3	18.6	29.0
陶磁器(有田焼、九谷焼、信楽焼など)	28.8	34.5	28.4	37.2	29.9	24.7	27.5	26.7	24.6	28.6	27.0	26.6	30.5	30.4
ガラス作りのグラスや器(江戸切り子など)	18.8	20.7	9.1	17.4	30.9	20.4	24.2	10.0	20.6	20.0	17.5	28.1	11.9	21.7
漆器(輪島塗、鎌倉彫など)	32.4	27.6	33.0	29.8	26.8	29.0	33.0	29.2	45.2	42.0	44.4	40.6	30.5	50.7
鉄器や鋳物等の金工品 (南部鉄器、山形鋳物、高岡銅器など)	19.2	13.8	23.9	19.8	12.4	18.3	24.2	25.0	13.5	20.0	19.0	20.3	13.6	26.1
木工品・竹工品 (まげわっぱ弁当箱、箱根寄木細工など)	25.8	24.1	23.9	17.4	11.3	33.3	27.5	40.0	26.2	23.5	17.5	23.4	27.1	26.1
人形・こけし(京人形、博多人形、宮城こけしなど)	21.0	37.9	35.2	9.1	11.3	26.9	11.0	20.0	30.2	11.8	9.5	9.4	10.2	17.4
和紙・和紙工芸品	19.0	10.3	14.8	19.8	24.7	11.8	23.1	17.5	22.2	35.7	28.6	40.6	40.7	33.3
文房具・筆	11.1	6.9	15.9	9.9	8.2	9.7	11.0	13.3	11.1	14.9	14.3	17.2	20.3	8.7
アクセサリ・ジュエリー	17.0	17.2	28.4	6.6	11.3	20.4	12.1	15.8	25.4	16.5	15.9	14.1	20.3	15.9
家具・インテリア雑貨	24.8	13.8	20.5	38.0	36.1	30.1	18.7	17.5	16.7	11.4	11.1	7.8	15.3	11.6
調理用品	18.6	13.8	17.0	21.5	23.7	19.4	17.6	21.7	11.1	11.4	19.0	9.4	8.5	8.7
その他	0.5	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	1.7	0.8	0.8	0.0	0.0	0.0	2.9
特に買いたい物はない	1.7	10.3	0.0	5.0	2.1	0.0	0.0	1.7	0.0	3.9	4.8	6.3	5.1	0.0

7. 訪日にあたる情報収集

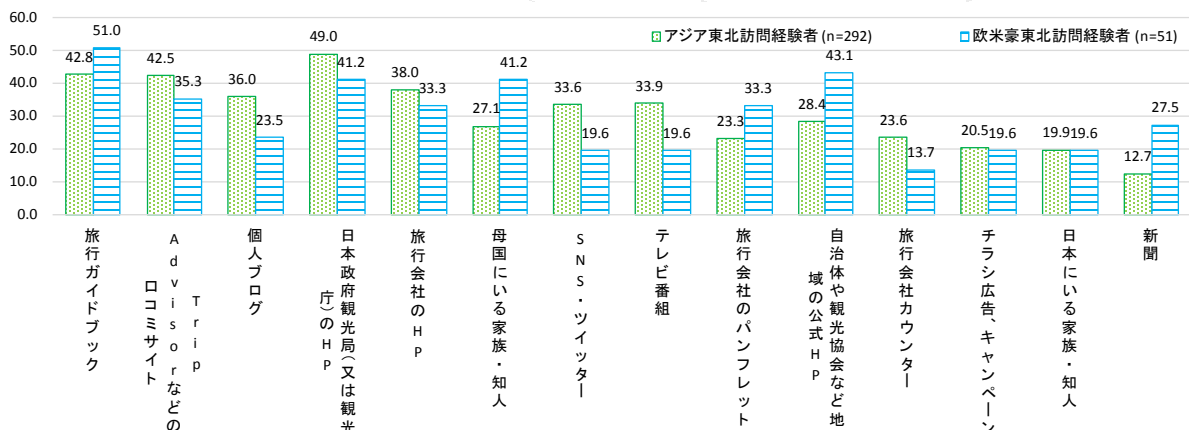
① 日本旅行をする前に、どこで情報を収集したか（回答はあてはまるものすべて）

- 東北訪問経験者は総じて幅広く情報を収集している傾向にあるのに加えて、日本政府観光局のHPを比較的閲覧する傾向にある。

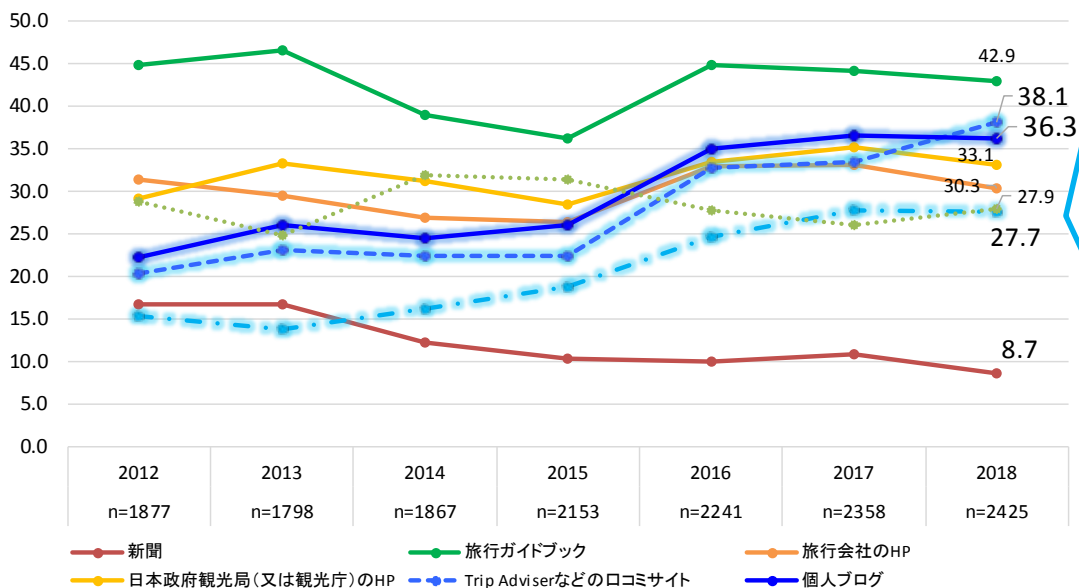
(a) 訪日経験者



(b) 東北訪問経験者



② 【長期推移】日本旅行をする前に、どこで情報収集をしたか（回答はあてはまるものすべて）



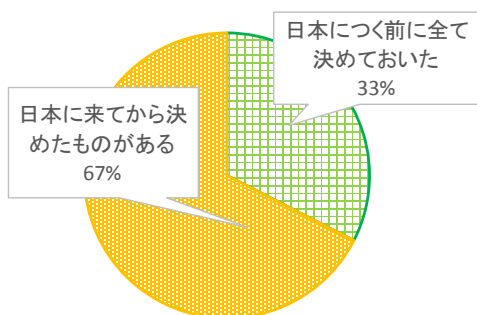
インターネット媒体における情報源から情報収集している割合が毎年増加する傾向にある。

一方、アナログ媒体では、新聞からの情報収集の割合は減ったものの、旅行ガイドブックは依然として活用される傾向。

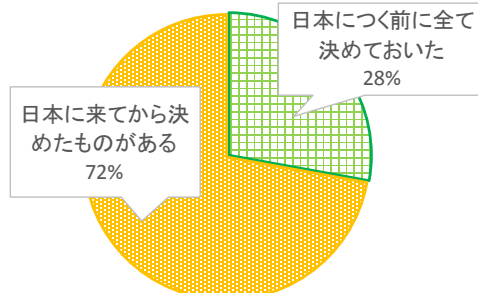
③ 日本旅行の際に日本に来てから決めたものはありますか

- ・ 東北訪問経験者は日本旅行の際に「日本に来てから決めたものがある」と回答した割合が高く、うち3割は「宿泊場所」についても日本に来てから決めたものの1つと回答している。

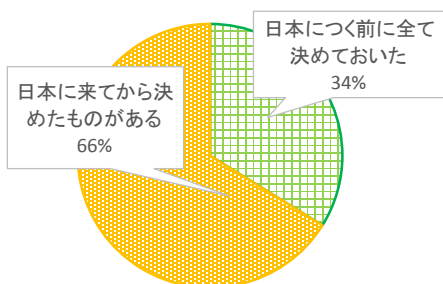
訪日経験者（アジア n=1614）



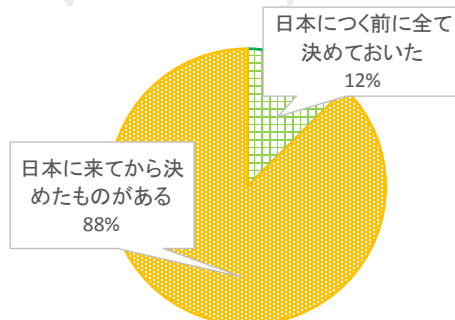
東北訪問経験者（アジア n=201）



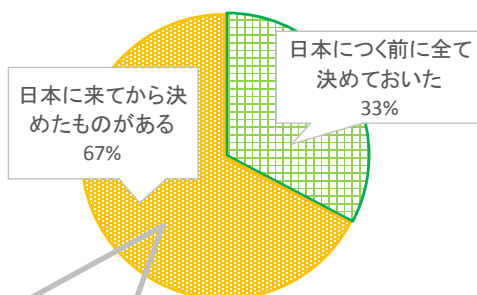
訪日経験者（欧米豪 n=254）



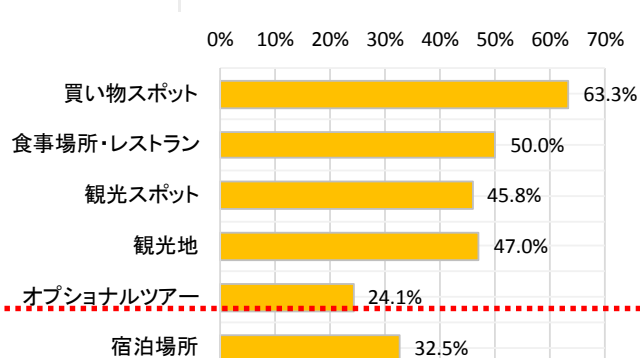
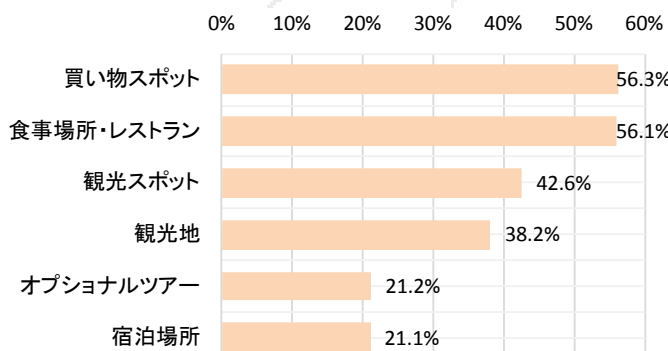
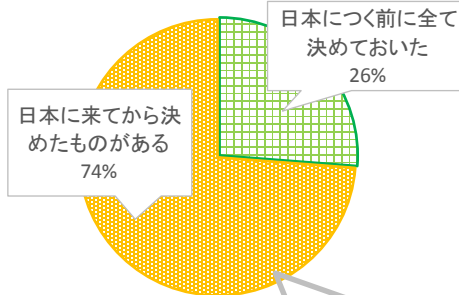
東北訪問経験者（欧米豪 n=24）



訪日経験者（アジア・欧米豪 n=1868）



東北訪問経験者（アジア・欧米豪 n=225）

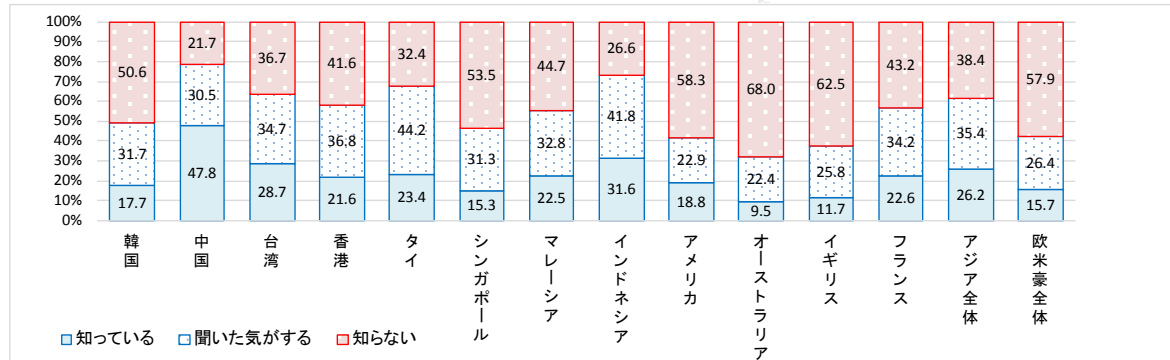


8. 日本のイベント認知度

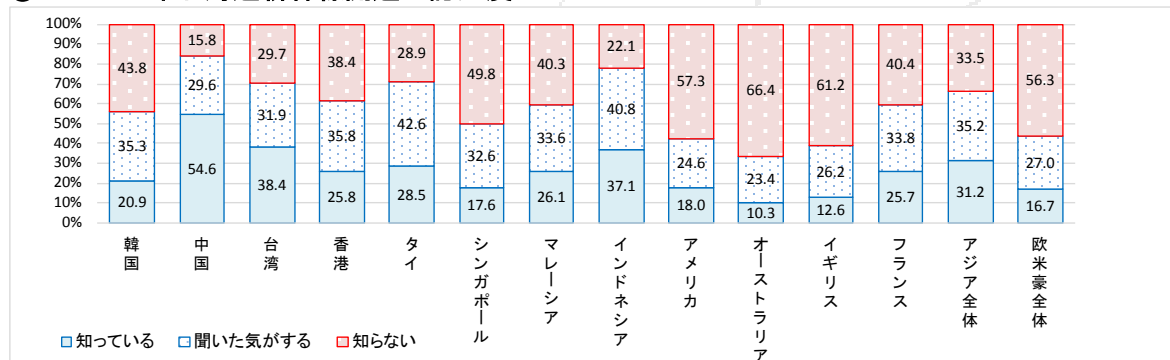
(全サンプル対象)

- ・「新幹線の開通」に関しては、北陸新幹線・北海道新幹線ともに、中国での認知度が高い。
- ・ラグビーW杯については、欧米豪全体での「知っている・聞いた気がする」という回答が52.4%となり、前回49.6%、前々回34.5%と比較すると徐々に認知度が伸びていることが分かる。

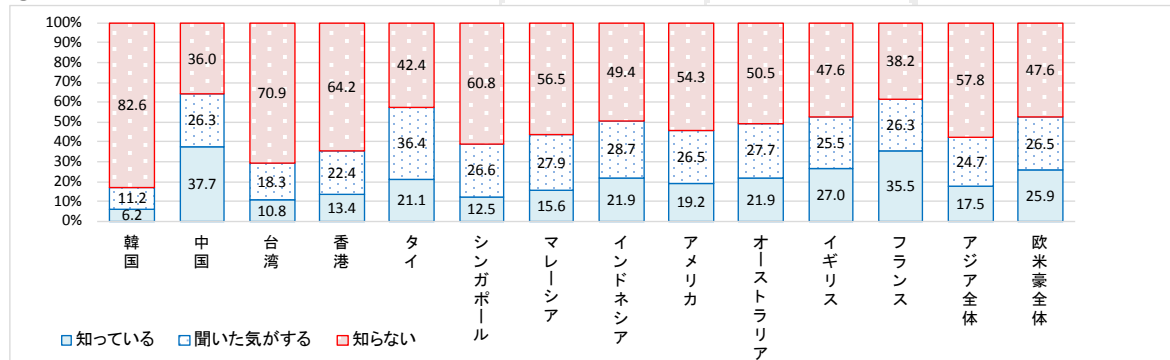
① 2015 年北陸新幹線開通の認知度



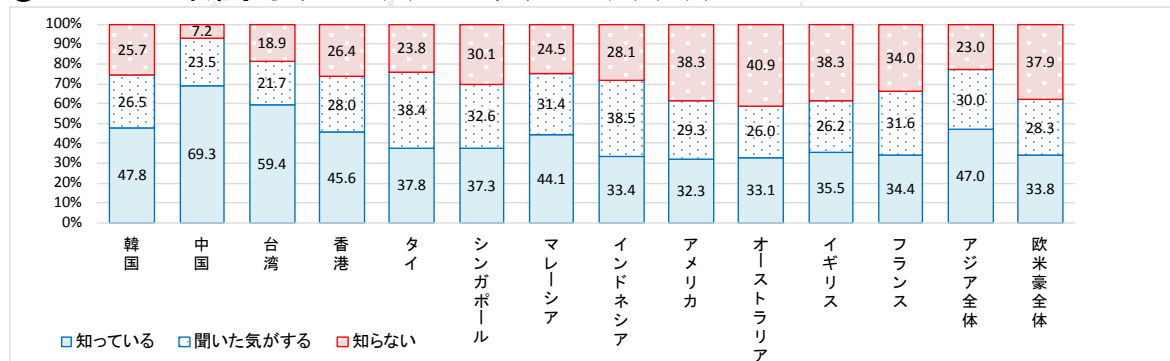
② 2016 年北海道新幹線開通の認知度



③ ラグビー2019年ワールドカップ日本大会



④ 2020 年東京オリンピック・パラリンピック大会

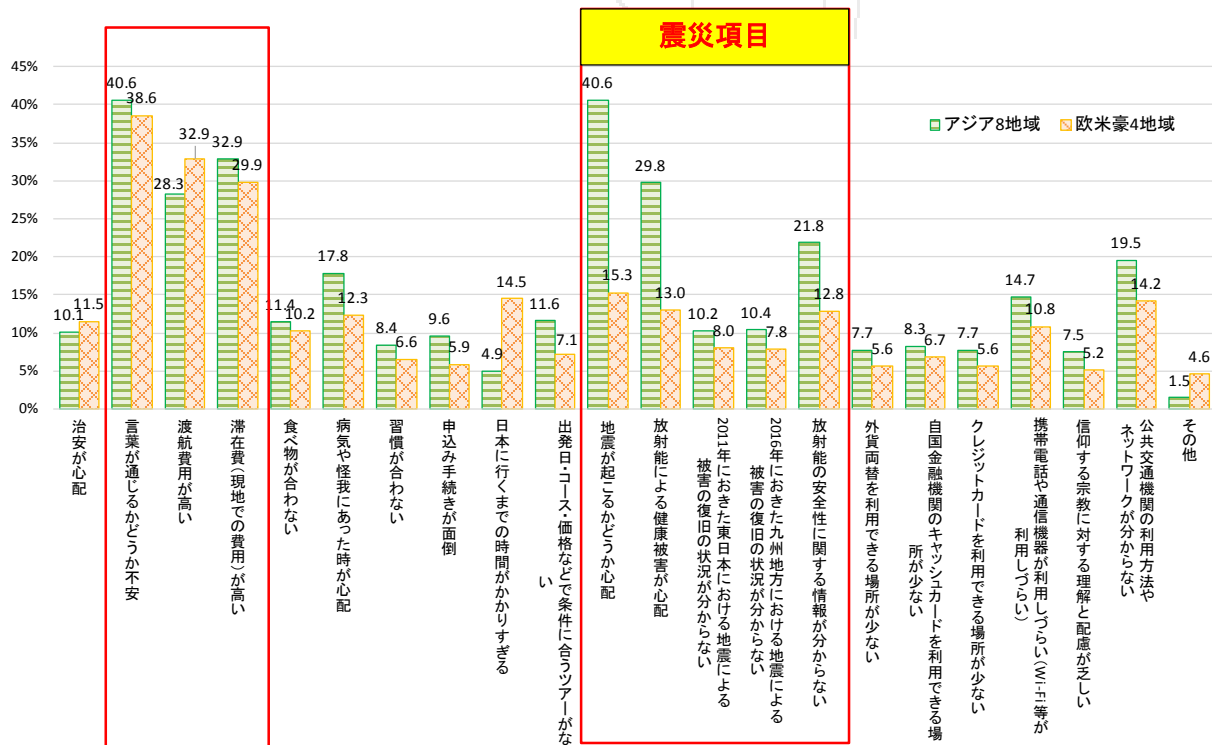


9. 日本旅行に対する不安材料

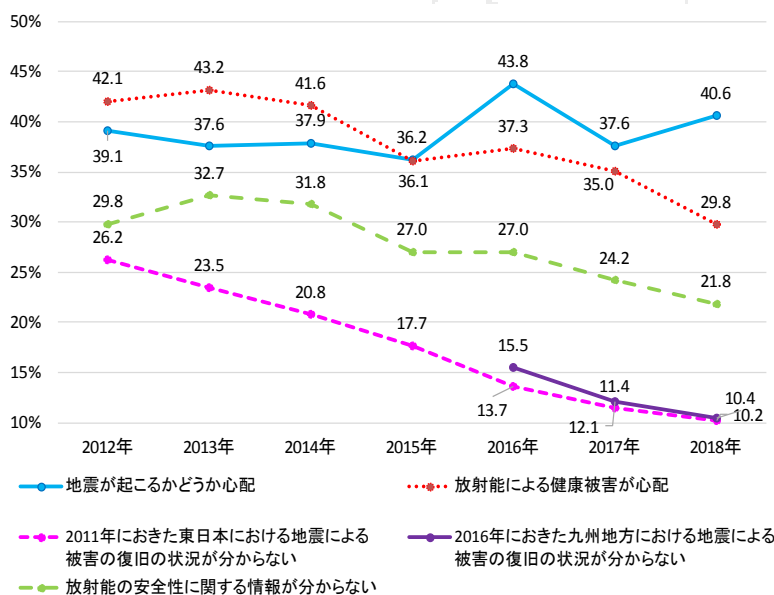
(全サンプル対象)

① 日本旅行をするとして不安な材料は何ですか (回答はあてはまるものすべて)

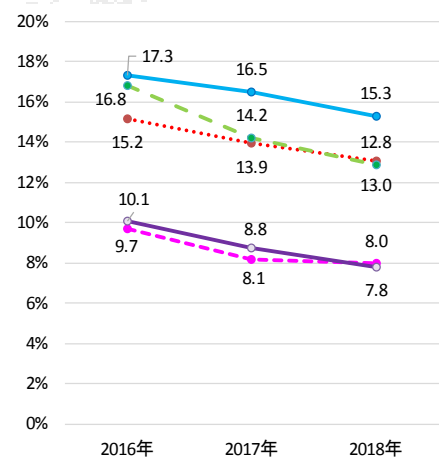
- 日本旅行における不安な材料としてはアジア8地域・欧米豪4地域共に「言葉が通じるかどうか心配」「渡航費用が高い」「滞在費が高い」などが挙げられ、前回調査と同様の傾向となった。
- 震災項目においては、アジア8地域から「地震が起こるかどうか心配」(40.6%)、「放射能による健康被害が心配」(29.8%)という回答も多い。
- 参考として、震災項目のみで過去7年の調査推移を見ると、2016年に一時的に地震への不安度が高まるものの、全体的な不安度は下がりつつある。



(参考1) アジア8地域 不安な材料 7年推移 (震災関連のみ)



(参考2) 欧米豪4地域 不安な材料 3年推移

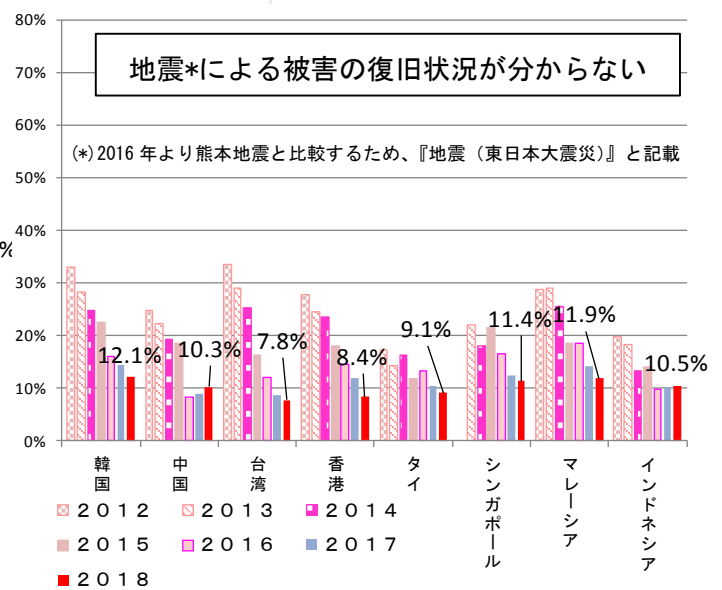
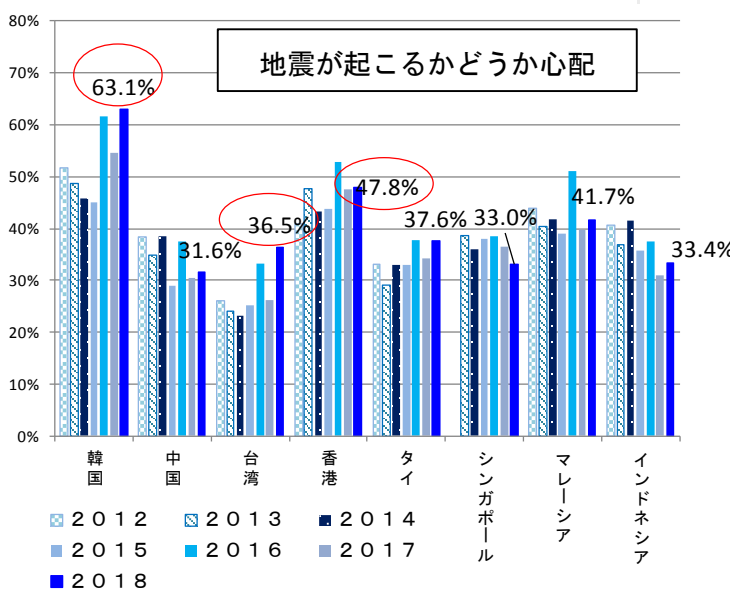


② (アジア8地域) 震災関連の選択肢への回答状況

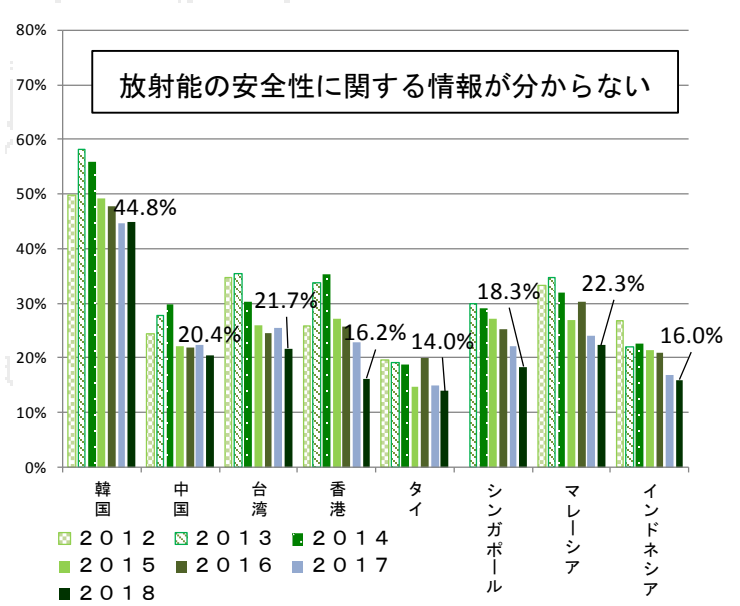
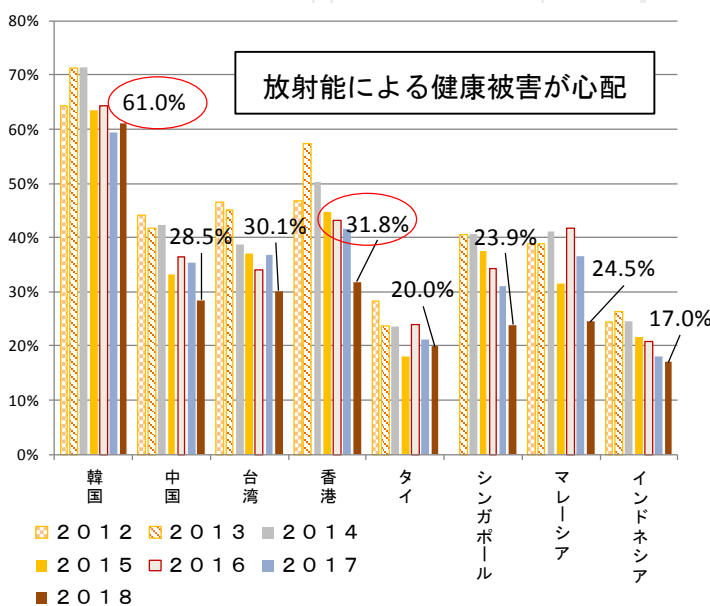
- ・ 前項で調査した震災に関する不安4項目について、国・地域別(アジア8地域)・6カ年の推移を比較した。
- ・ 「地震が起こるかどうか心配」との回答について、「韓国」「台湾」の数値が上がっており、「香港」についても僅かに上昇している。
- ・ 「地震による被害の復旧状況が分からない」という回答は年々減少し、今年度回答はアジア全ての国において10%近郊まで下がっている。
- ・ 「放射能による健康被害が心配」という回答は、「韓国」を除いたほとんどの地域で大きな減少幅が読み取れ、特に「香港」においては、本調査開始以降初めて40%を切った数値となった。
- ・ 「放射能の安全性に関する情報が分からない」との回答も、全体的に減少傾向にある。

(a) (アジア8地域) 日本旅行に対する不安材料(地震関連)

(*) 2018年度調査結果のみ数値を表示



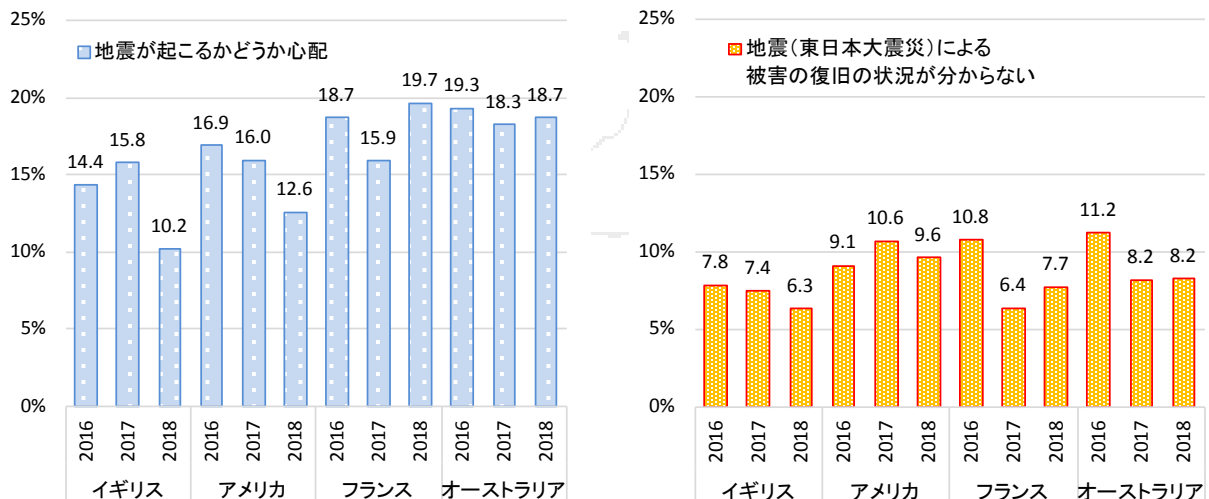
(b) (アジア8地域) 日本旅行に対する不安材料(放射能関連)



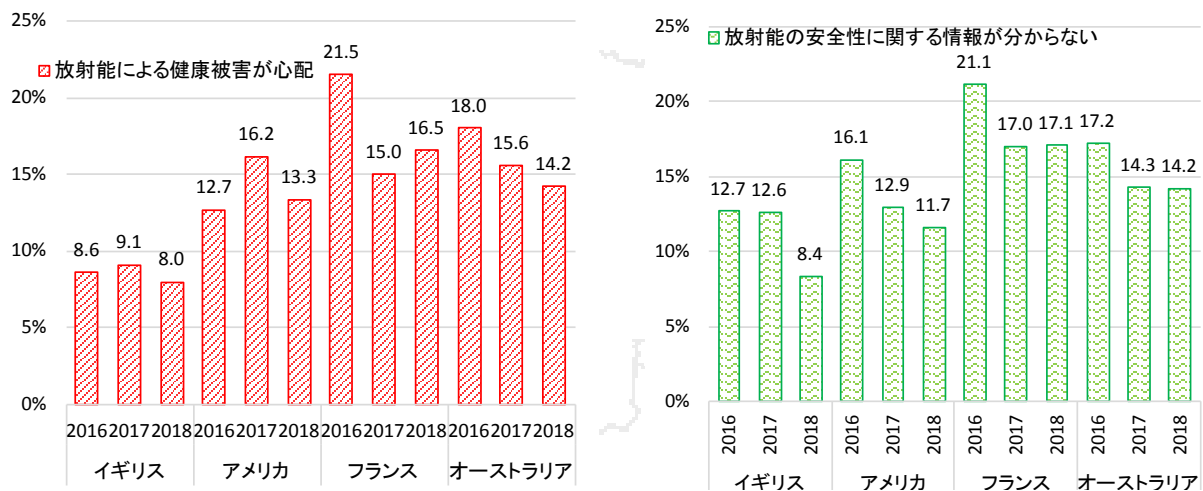
③ (欧米豪4地域) 震災関連の選択肢への回答状況

- ・ 欧米豪4地域の回答では、東日本大震災の認知度がそもそも低い(参考)こともあり、全体的にアジアよりも不安度は低く表れる傾向にある。
- ・ 東日本大震災による被害の復旧状況が分からないという回答は、軒並み10%を下回っており、欧米豪全体では過去3年で最も低い数値となった。

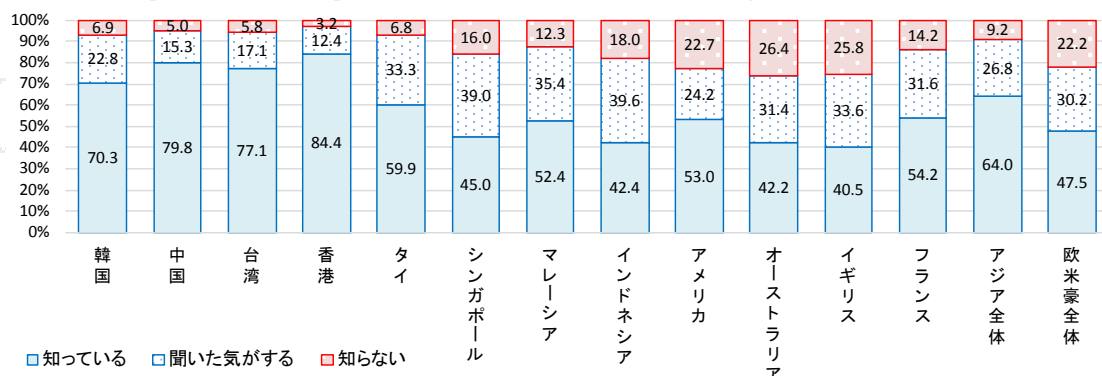
(a) (欧米豪4地域) 日本旅行に対する不安材料(地震関連)



(b) (欧米豪4地域) 日本旅行に対する不安材料(放射能関連)



(参考) 東日本大震災の認知度



10. 震災後の日本旅行/被災地への旅行に対する考え方

(全サンプル対象)

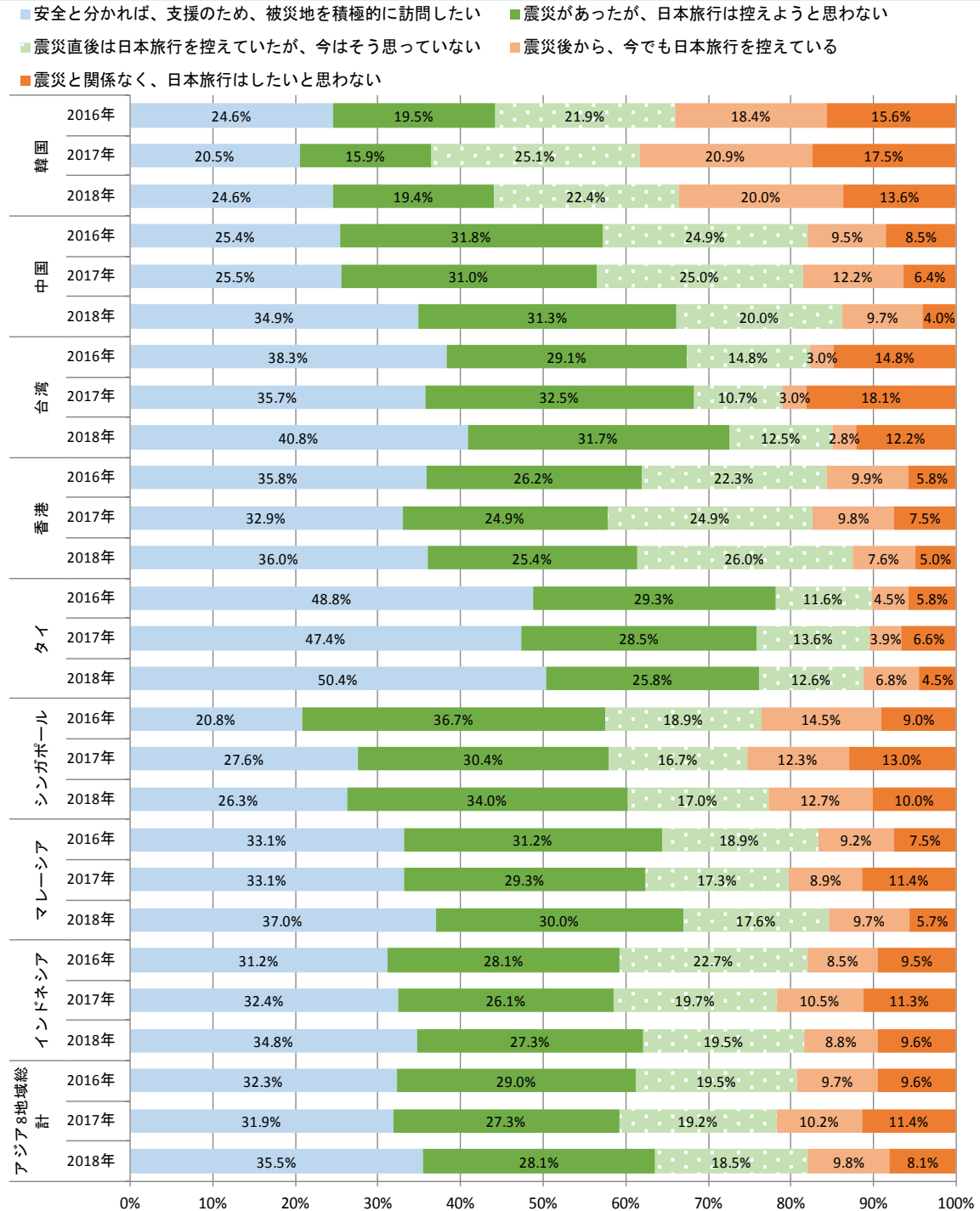
(質問：近年日本で起きた震災に関連して、あなたの日本旅行に対する考えは変化しましたか。最もあなたの意見に近いものをお選びください（回答は一つ）)

(*) 本質問では、近年日本で起きた震災として東日本大震災や熊本地震を念頭に置いている。

(*) 2016年度調査より「安全と分かれば支援のため被災地を積極的に訪問したい」の選択肢が追加されている。

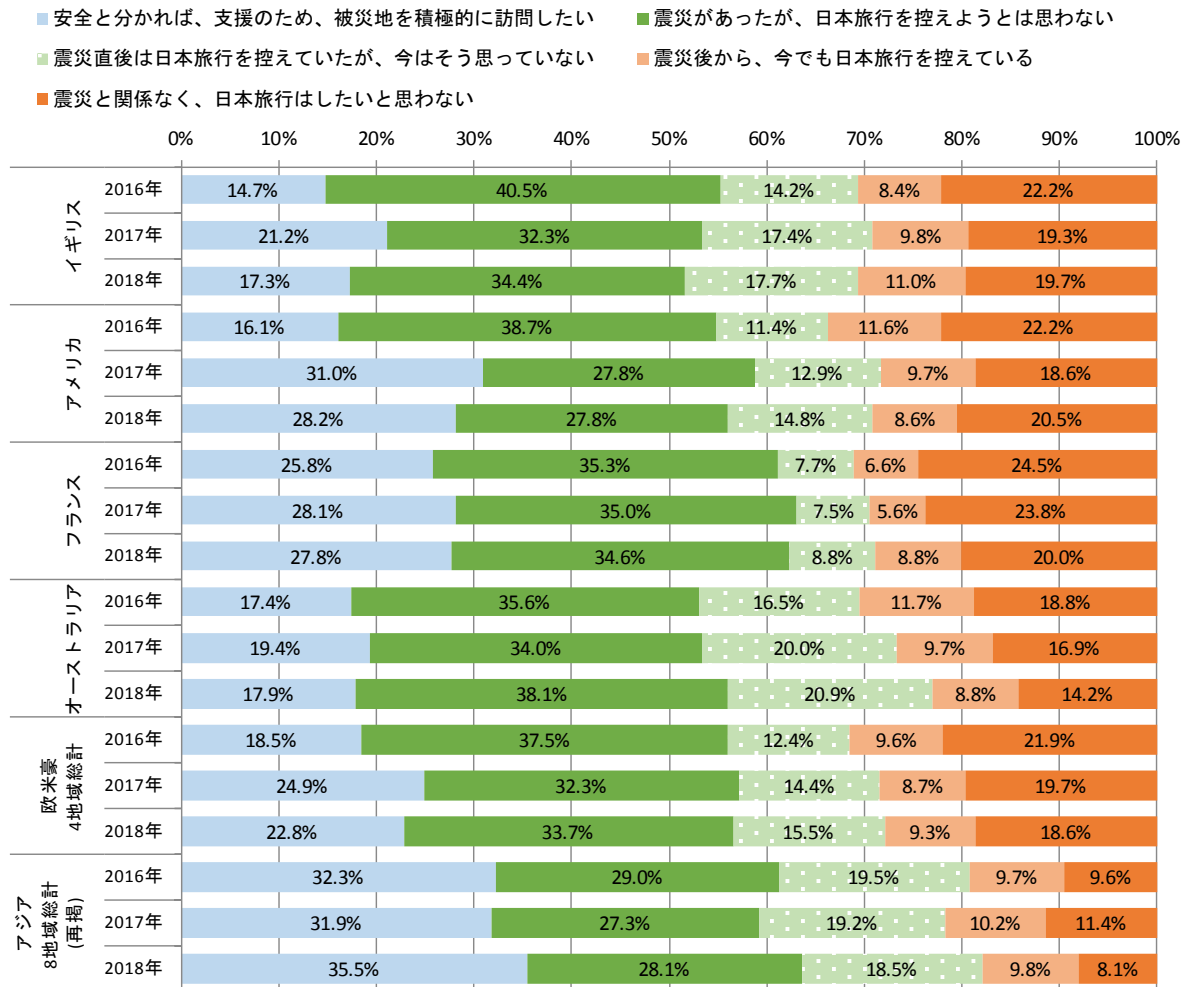
① アジア8地域別の回答状況

- ・ の全地域で、被災地訪問/日本旅行に積極的な姿勢を示す回答が全体の8割程度となっており、前回調査同様に震災後の日本旅行に対するポジティブな意向が読み取れる。
- ・ 特に、「安全と分かれば、支援のため被災地を積極的に訪問したい」との回答が35.5%と高い。



② 欧米豪4地域の回答状況

- ・ 震災に対してポジティブな意向を示す回答が、前回調査同様全体の7割を超えている。
- ・ アメリカとフランスに関しては「安全と分かれば支援のため、被災地を積極的に訪問したい」という回答が高く、30%近い数値になっている。



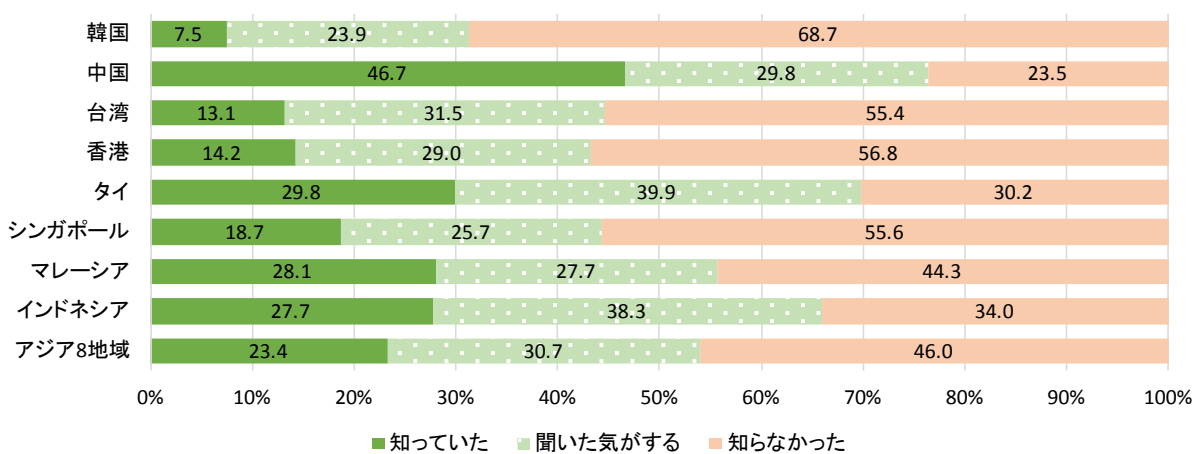
1 1. 被災地での視察・ボランティアを目的としたツアーの認知度と参加意欲

（質問：日本旅行で、震災後の被災地視察コースが整備され、自然災害の実態と被害の状況を学ぶ、又ボランティアをするといった行程のツアーがあります。あなたはこのツアーを知っていますか（回答は一つ））

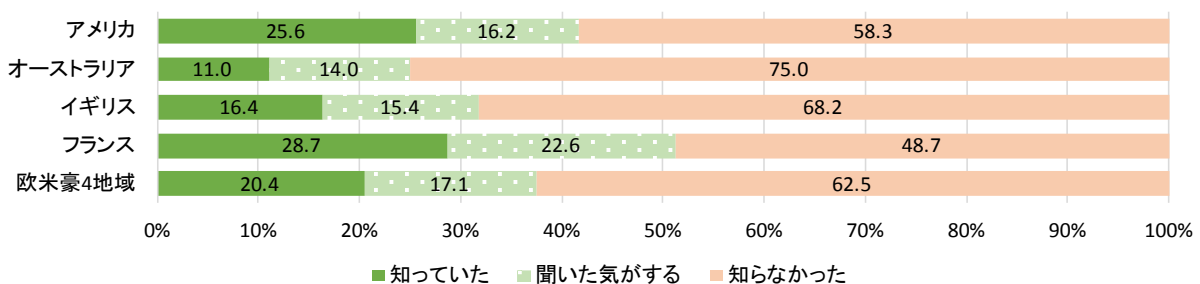
① 認知度 （全サンプル対象）

- ・ アジアの中では中国の 46.7%が「知っていた」と高い認知度となった。p.35において、震災項目に対して最も不安を感じていた韓国においては、認知度が最も低く「知っていた」との回答が僅か 7.5%である。
- ・ 欧米豪においては、アジアに比べると認知度は低いものの、東日本大震災の認知度が比較的高かったアメリカ、フランスにおいては 2 割強の認知度があることが分かる。

（a） アジア 8 地域回答状況（2018 年）

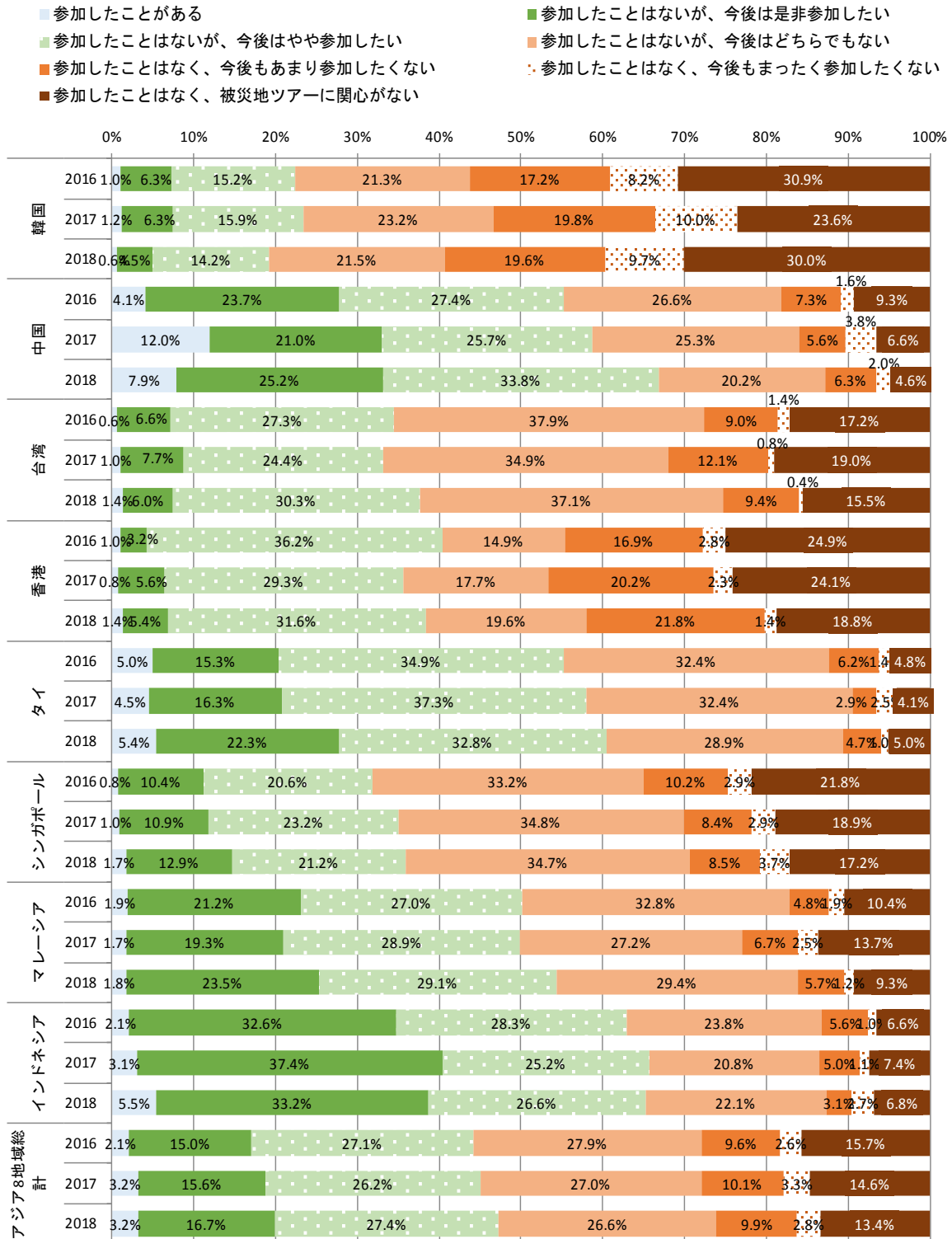


（b） 欧米豪 4 地域回答状況（2018 年）



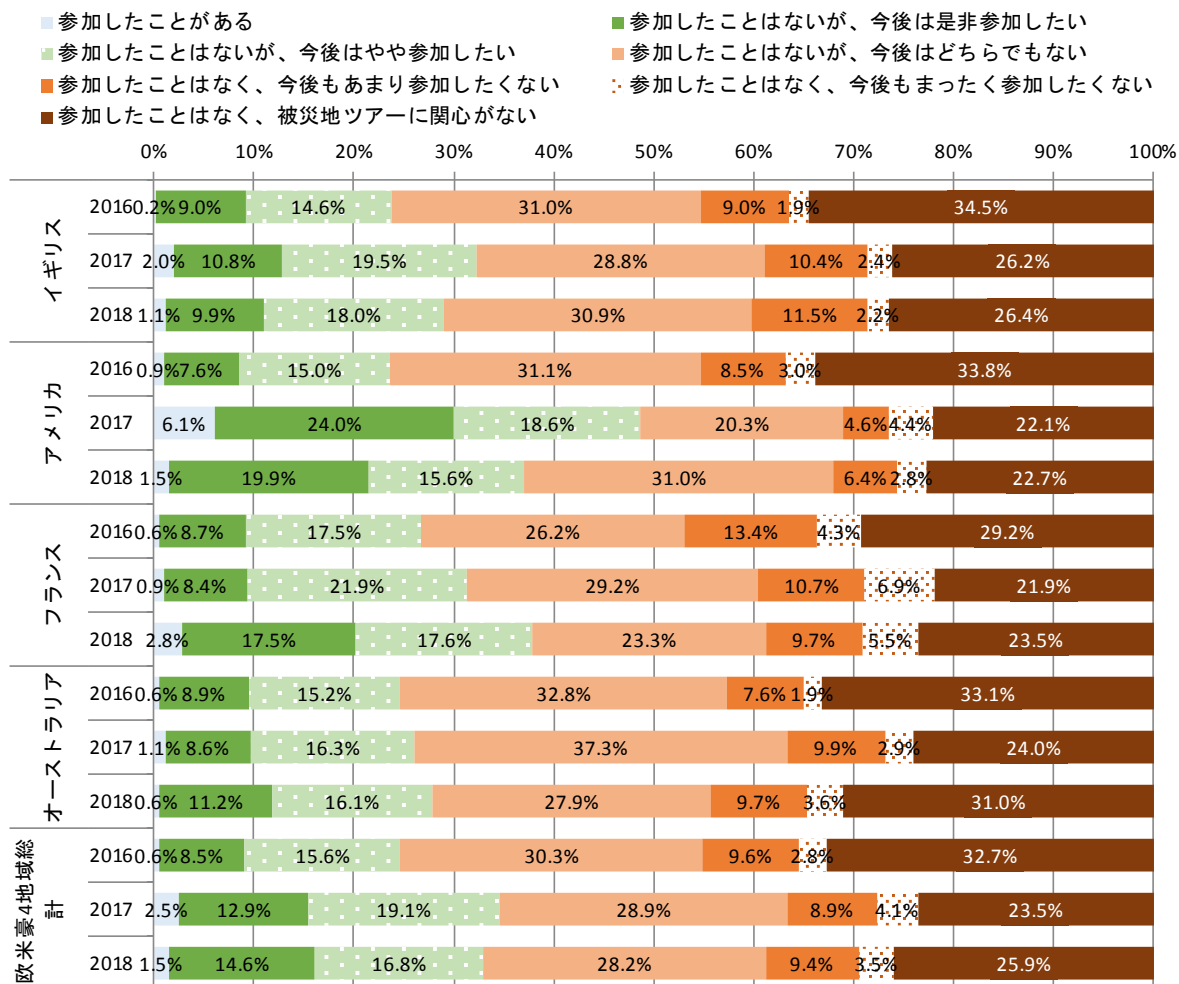
② 参加意欲 アジア8地域別の回答状況 3ヵ年比較 (全サンプル対象)

- 被災地ツアーへの関心は、国・地域によって大きく異なる。例えば、韓国の場合は半数以上が「今後参加したくない」と、ツアーへの参加意欲が低い一方で、インドネシアやタイについては参加意欲が高い傾向にある。
- 被災地ツアーへ既に「参加したことがある」との回答は、各国僅か数%程度ではあるが存在し、特に中国の割合が高く、7.9%（43人）が「参加したことがある」と回答している。



③ 参加意欲 欧米豪4地域の回答状況 3カ年比較 (全サンプル対象)

- ・ 欧米豪4地域は、アジア8地域に比べ「被災地ツアーに関心がない」との回答割合が高い。
- ・ 一方、既に参加したことがあるとの回答も僅かではあるが、各国存在している。



【2018 年 10 月追加調査】

災害項目



【2018 年 10 月 災害に関する追加調査】

- ・この調査は、昨今頻発している我が国における災害（西日本豪雨、台風 21 号や北海道胆振東部地震等）について、日本旅行に対する思考の変化や、日本の災害に対する意識について 2018 年 10 月に追加で調査したものである。
- ・調査対象は、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）および欧米豪 4 地域（イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア）の海外旅行経験者である。

※追加調査における調査対象者について：

調査地域・調査対象者の範囲は本編調査と同様の前提で調査を行っているが、実際の回答者サンプルについては一致しない。（本編調査・追加調査ともに回答した人数と追加調査に占める割合：1,079 人、17.2%）

◆調査要領

① 実施時期：2018 年 10 月 5 日～2018 年 10 月 19 日

② 調査方法：インターネットによる調査

③ 対象地域：

【アジア 8 地域】韓国、中国（北京・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

【欧米豪 4 地域】イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア(*) 欧米豪は 2016 年調査より調査対象化

④ 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

⑤ 有効回答者数：上記各地域に居住する住民計 6,286 人（うち訪日経験者 2,894 人）

（韓国 535 人、中国 537 人、台湾 532 人、香港 536 人、タイ 527 人、シンガポール 514 人、マレーシア 534 人、インドネシア 513 人、イギリス 501 人、アメリカ 528 人、フランス 508 人、オーストラリア 521 人）

(*) 中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京 50%、上海 50%）

(*) 訪日経験者とは、訪日目的は問わずに訪日した際に旅行地で観光した者を指す。

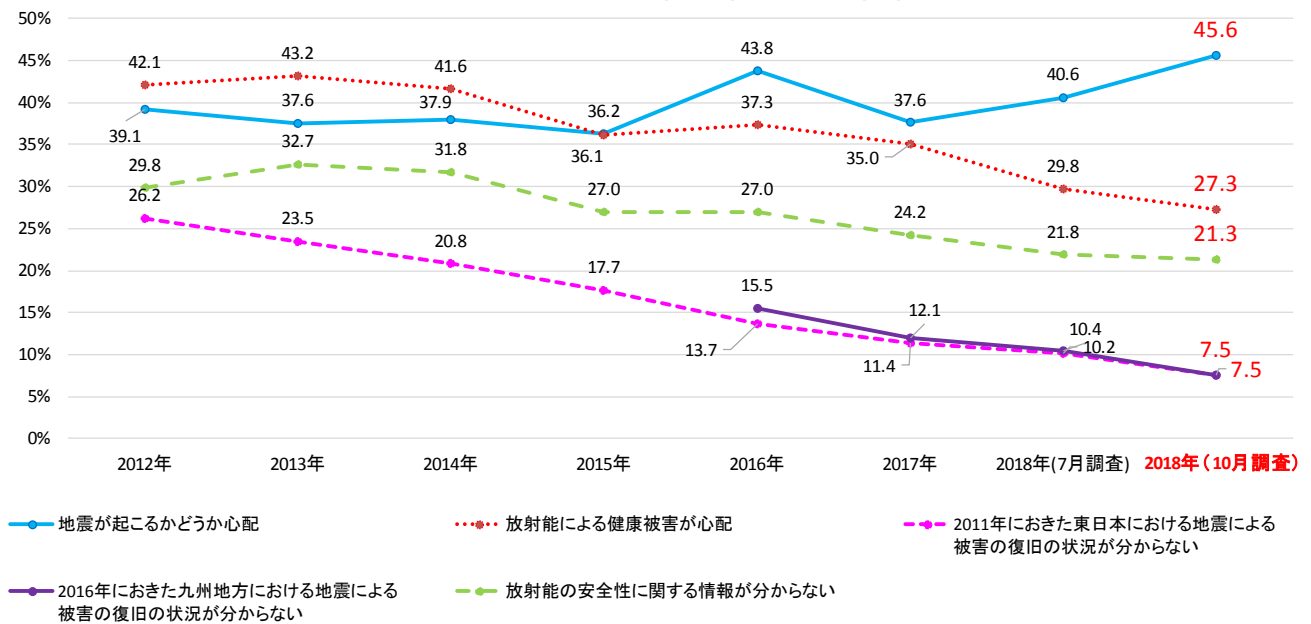
（来日した際に、ビジネスのみ行った場合は訪日経験者とならない）

⑥ 協力実査会社：楽天インサイト株式会社 調査項目設計協力：株式会社日本経済研究所

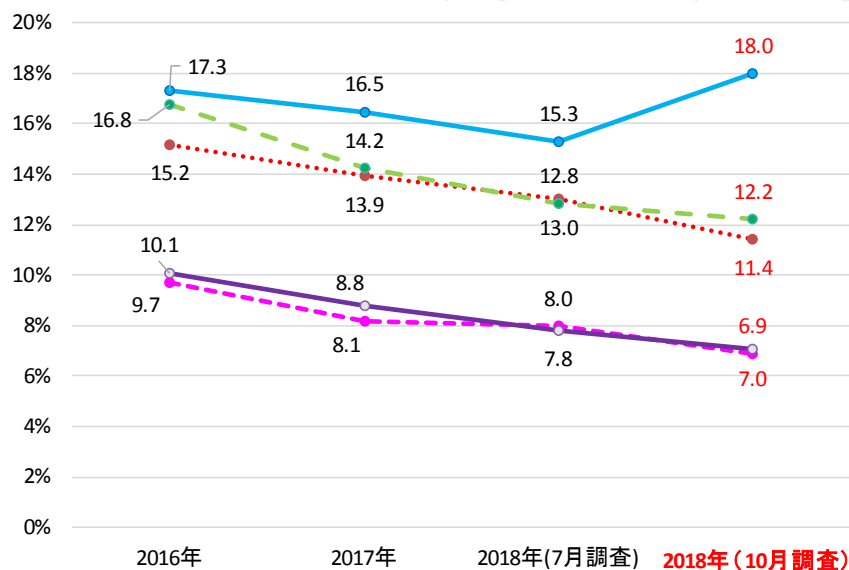
1. 日本旅行をする際の不安材料（震災項目抜粋）

- ・ アジア 8 地域・欧米豪 4 地域のいずれも「地震が起こるかどうか心配」という回答が高まった。
- ・ 一方、その他の東日本大震災にかかる被害の復旧状況や、放射能に対する不安については、特段の影響はなく、むしろ 7 月調査からの 3 ヶ月間においても減少傾向が確認できている。

① アジア 8 地域



② 欧米豪 4 地域



2. 地方・地域名を知っている人の訪問意欲（10月調査と7月調査の結果の差）

- ・ ここでは本編で紹介した「その土地の認知度に対して、どれくらいの訪問意欲があるか」という割合を算出し、7月調査と災害後の10月調査の結果比較を行う。
- ・ 7月調査と比較すると、被災した地域に限定せず全般的に数値が低下していることがわかる。

10月調査と7月調査 「認知度に対する 訪問意欲」の差	12地域全体	アジア	欧米豪
東京	-2.9%	-2.2%	-3.5%
富士山	-2.9%	-2.0%	-3.8%
北海道	-1.6%	-2.2%	-1.0%
札幌	-1.1%	-2.5%	4.0%
函館	-0.6%	-0.2%	-7.9%
帯広／十勝	-0.1%	0.6%	-5.1%
ニセコ	2.8%	4.9%	-1.0%
知床／阿寒	-0.1%	1.8%	-8.9%
旭川／富良野	0.6%	0.3%	3.5%
東北	-0.3%	-2.3%	15.1%
青森	1.7%	2.7%	-13.2%
秋田／角館	-4.9%	-3.8%	-11.7%
山形／蔵王	-2.1%	-3.7%	8.8%
岩手／平泉	-2.9%	-3.7%	11.1%
仙台／松島	0.1%	0.4%	-0.4%
福島	-0.2%	-1.4%	3.4%
新潟	-4.4%	-3.8%	-7.5%
佐渡	-4.1%	-6.5%	6.0%
日光	-2.9%	-2.5%	-4.6%
松本／白馬	-6.1%	-4.4%	-9.9%
軽井沢	2.9%	3.2%	-3.5%
川越	-0.1%	-1.1%	6.4%
横浜	0.4%	1.1%	-2.3%
箱根	1.3%	1.7%	-1.8%
北陸	5.9%	4.6%	12.4%
金沢	0.7%	1.6%	-4.0%
立山／黒部	1.9%	0.9%	8.9%
富山	-1.2%	-2.0%	5.5%
福井	0.6%	0.1%	4.1%
飛騨／高山	-4.0%	-4.1%	-6.2%
名古屋	-1.4%	-2.1%	1.9%
伊勢／志摩	3.1%	1.9%	14.7%
紀伊半島／高野山／熊野古道	-3.8%	-7.5%	17.1%
関西	-0.5%	-0.7%	2.4%
京都	-2.9%	-2.5%	-3.9%
奈良	-3.8%	-3.4%	-6.3%
大阪	-3.1%	-2.0%	-7.5%
神戸	-3.9%	-4.1%	-2.9%
岡山	-3.6%	-2.0%	-7.2%
倉敷	-3.8%	-8.2%	19.2%
広島	-0.9%	-1.2%	1.1%
山口	-3.2%	-2.4%	-5.4%
鳥取	-1.2%	-3.1%	28.4%
松江／出雲／石見	4.6%	1.2%	22.6%
四国	1.9%	1.4%	5.1%
高松／香川	-2.5%	-1.5%	-6.7%
直島	0.4%	-0.6%	3.3%
松山／道後	-1.1%	0.5%	-7.2%
しまなみ海道／せとうち	-7.0%	-4.5%	-14.0%
徳島	-2.2%	1.0%	-13.4%
高知	-2.8%	-1.5%	-4.6%
九州	-2.6%	-2.7%	-2.6%
福岡／博多	-2.6%	-3.0%	-0.2%
佐賀	-0.7%	-0.5%	-2.4%
長崎	-2.1%	-2.3%	-1.0%
大分／別府／湯布院	-3.4%	-2.4%	-13.9%
熊本／阿蘇	0.0%	-0.4%	5.3%
宮崎	0.7%	0.5%	2.9%
鹿児島	-1.9%	-2.2%	0.3%
奄美	-2.1%	-5.0%	10.7%
沖縄	-2.6%	-1.2%	-10.1%
行きたい場所はない	13.0%	39.1%	5.1%

※「認知度に対する訪問意欲」を観察する事で単純なサンプル個体による性質の差が反映されにくいようにする目的がある。

3. 自然災害に関する国別評価ランキング

- ・ 日本に対する評価では「自然災害が多い」との回答が比較的多く、海外でも日本の自然災害の多さは認知されている。
- ・ 一方、「自然災害からの復旧が早い」との評価が他国と比較すると高く、過去の自然災害における復旧の迅速さが評価に繋がっていると想定される。
- ・ 「自然災害時の外国人への対応が進んでいる」との評価は、他国と比較して高いものの相対的に数値は低いことが分かる。安心して日本を訪れてもらうために、自然災害時におけるインバウンドの安全確保や緊急時の対応をより一層強化していくことが重要である。

自然災害が多い

		12地域全体	アジア8地域	欧米豪4地域
順位	サンプル数	6286	4228	2058
1	日本	47%	55%	33%
2	インドネシア	43%	47%	35%
3	中国	18%	21%	14%
4	台湾	18%	20%	14%
5	タイ	16%	14%	20%
6	香港	9%	8%	10%
7	韓国	8%	6%	11%

自然災害時の外国人への対応が進んでいる

		12地域全体	アジア8地域	欧米豪4地域
順位	サンプル数	6286	4228	2058
1	日本	26%	32%	14%
2	台湾	16%	17%	14%
3	香港	15%	16%	13%
4	中国	14%	14%	15%
5	韓国	14%	15%	13%
6	タイ	13%	12%	15%
7	インドネシア	12%	11%	14%

自然災害からの復旧が早い

		12地域全体	アジア8地域	欧米豪4地域
順位	サンプル数	6286	4228	2058
1	日本	44%	52%	27%
2	台湾	18%	21%	13%
3	韓国	15%	16%	13%
4	香港	15%	16%	14%
5	中国	13%	13%	13%
6	タイ	12%	12%	12%
7	インドネシア	11%	10%	11%

旅行先として安全だ

		12地域全体	アジア8地域	欧米豪4地域
順位	サンプル数	6286	4228	2058
1	韓国	50%	58%	37%
2	香港	49%	52%	45%
3	日本	44%	43%	46%
4	台湾	40%	44%	32%
5	タイ	35%	36%	33%
6	中国	27%	25%	30%
7	インドネシア	16%	14%	21%

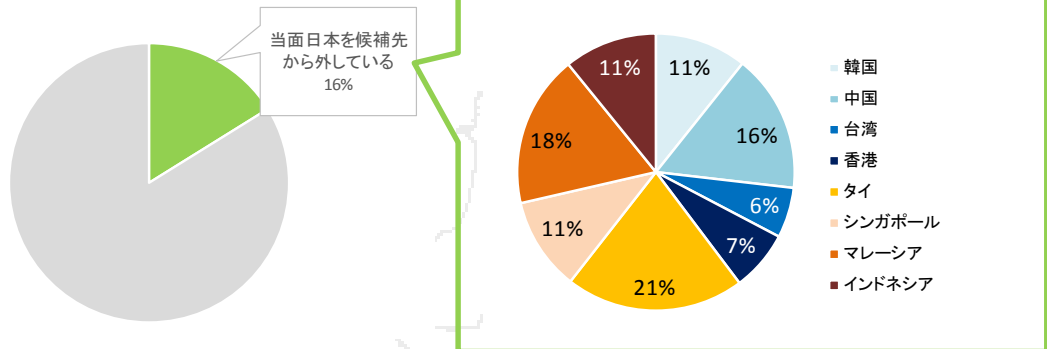
(参考) 各国が抱く、日本の自然災害イメージ

	12地域全体	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	欧米豪4地域	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
n	6286	4228	535	537	532	536	527	514	534	513	2058	501	528	508	521
自然災害が多い	47.5	54.7	82.1	65.4	36.8	53.7	58.3	52.3	41.0	47.6	32.6	29.3	34.7	26.4	39.7
自然災害時の外国人への対応が進んでいる	26.2	32.1	22.1	25.1	36.5	31.7	46.7	23.0	27.5	45.0	13.9	12.0	13.4	11.8	18.4
自然災害からの復旧が早い	43.8	52.0	37.6	34.1	60.2	59.3	64.3	49.0	55.6	56.3	27.1	20.4	34.3	29.9	23.4
旅行先として安全だ	44.0	43.0	23.4	14.2	66.9	52.2	46.9	43.8	44.2	53.4	45.9	43.9	52.3	44.7	42.6
この中にあてはまるものはない	6.2	2.3	2.2	0.4	2.8	1.3	2.1	4.5	3.6	1.4	14.2	18.0	7.4	16.3	15.5

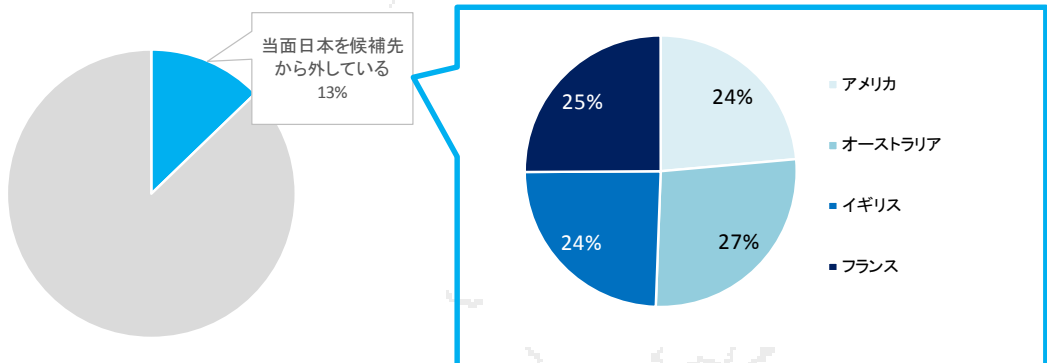
4. 旅行を検討したことがあるものの、当面日本を候補から外している割合

- 旅行を検討したことがあるものの、当面は日本を候補先から外していると回答した割合はアジア 8 地域で 16%、欧米豪 4 地域では 13%の結果との結果。

(a) アジア 8 地域 (n=4228)

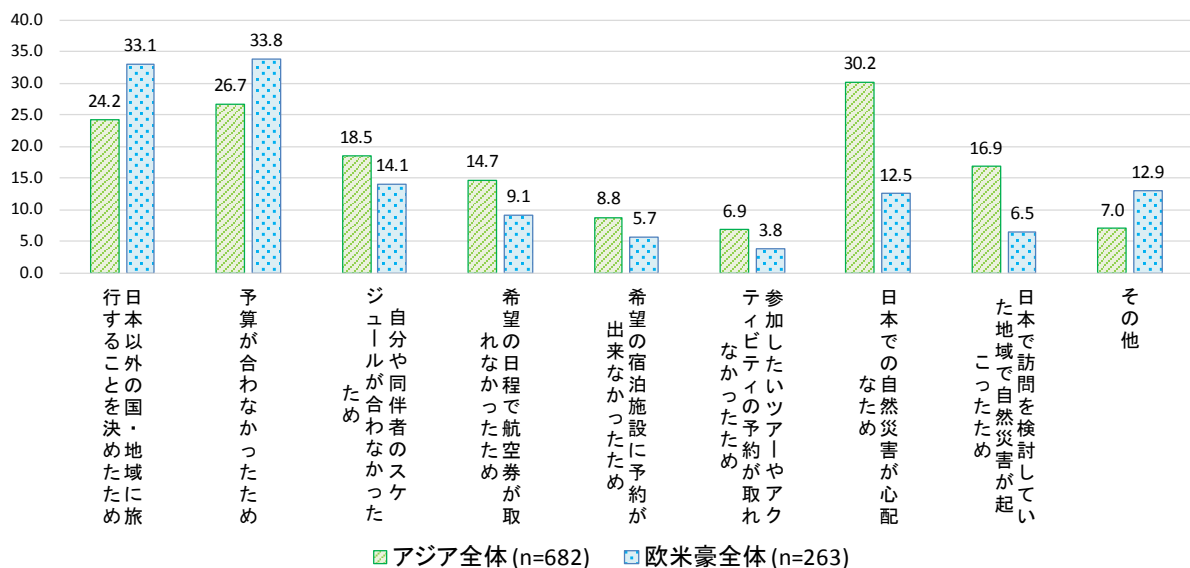


(b) 欧米豪 4 地域 (n=2058)



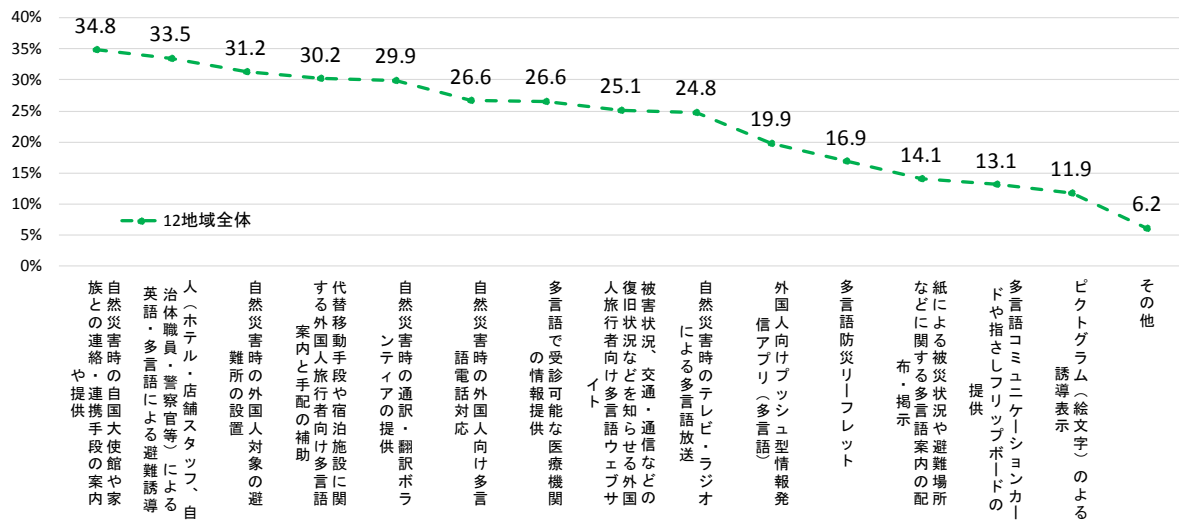
5. 訪日旅行の検討を中止した理由

- 上記 4. の回答をしたサンプルを対象とし、検討を中止した理由を尋ねると、アジア 8 地域では自然災害への懸念を示した割合が高いことがわかる。
- 欧米豪は、自然災害への懸念より予算やほかの候補先の優先により訪日検討を中止している傾向が見られる。



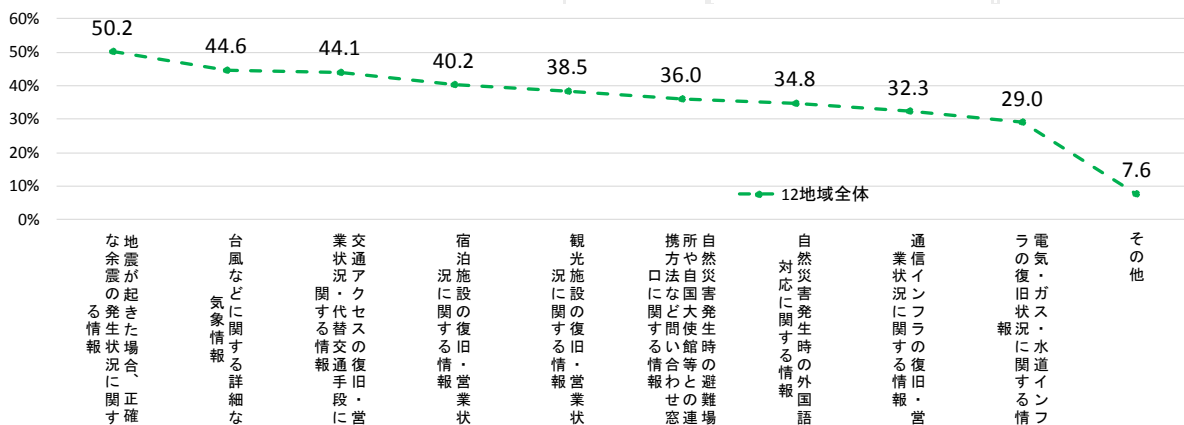
6. 訪日旅行中に被災した場合に求めたい対応

- 「自国大使館や家族との連絡・連携手段の案内や提供」や「人による英語・多言語による避難誘導」に対して、対応の要望があることがわかる。
- 全体的に、電子媒体や掲示物よりも「ヒト」による誘導や補助、電話対応に関心が高い様子。



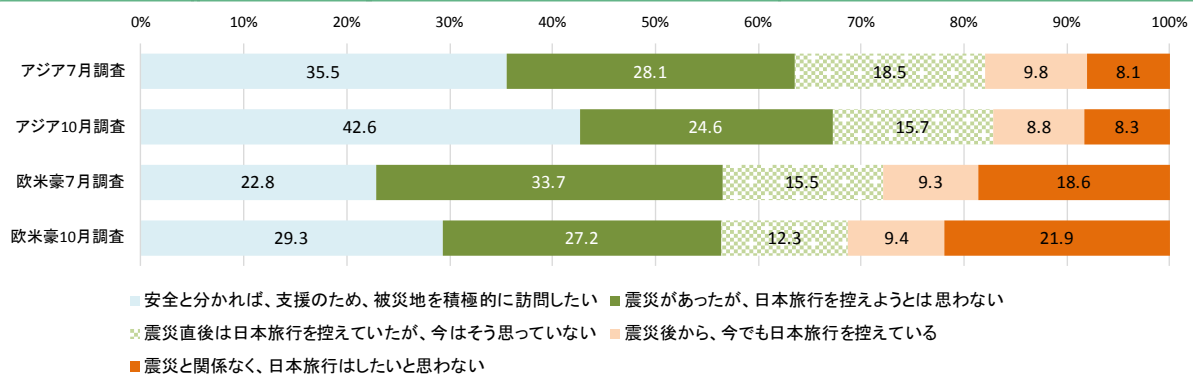
7. 訪日旅行の前に自国であらかじめ知りたい情報

- 地震発生状況、気象情報に関する情報発信、交通アクセスの復旧状況等にかかる情報がより求められている。

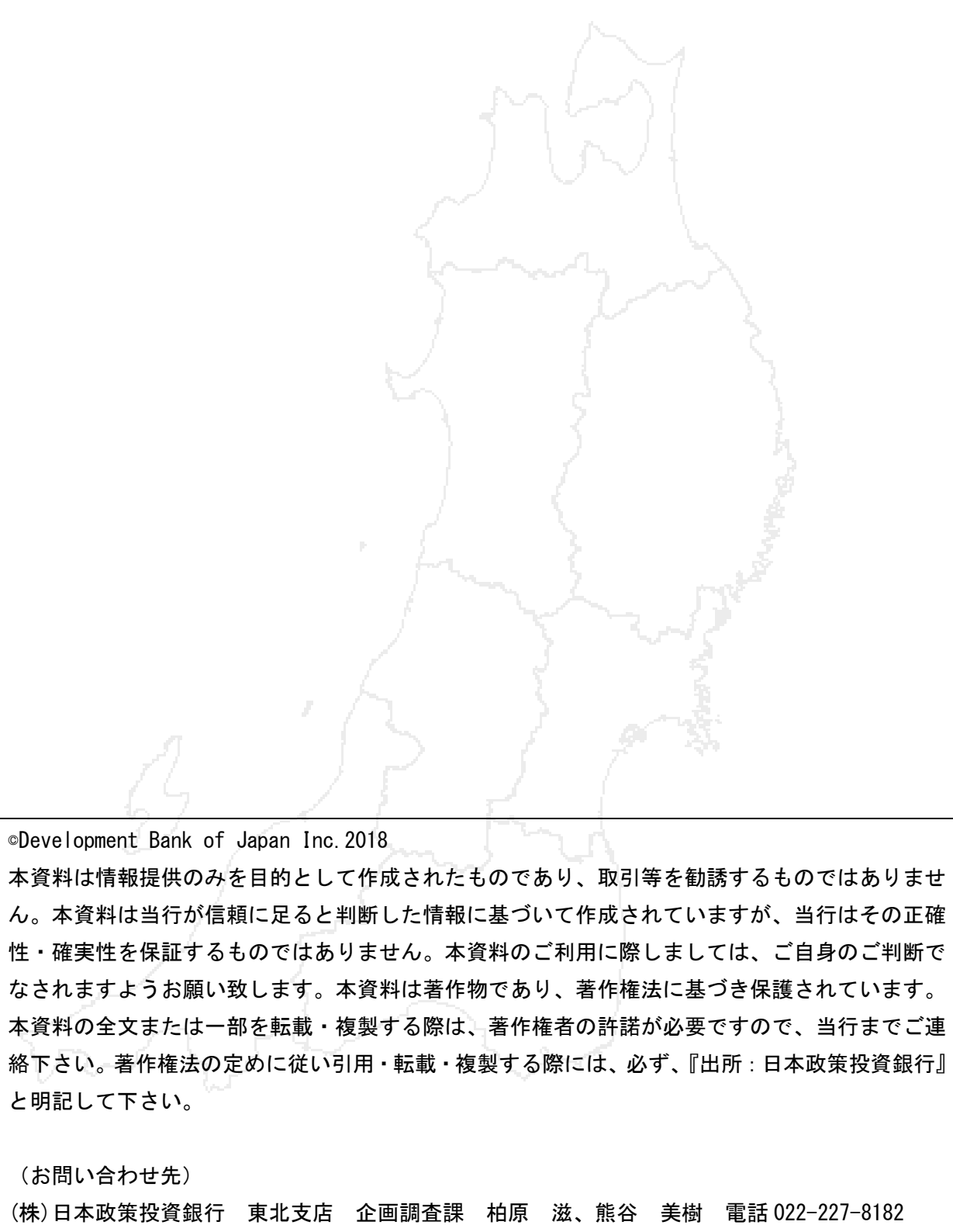


8. 日本旅行に対しての考え方

- 10月調査において、「安全と分かれば支援のため被災地を積極的に訪問したい」という回答がアジア・欧米豪両者で増加した。一方、「震災後から日本旅行を控えている」という回答に関しては大きな変化はない。







©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。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）日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課 柏原 滋、熊谷 美樹 電話 022-227-8182