

2020年2月

訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査 (2019年調査)

～DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査より～



目 次	2
◎ 調査の概要・回答者の属性	3
<u>結論（分析結果のポイント）</u>	4
<u>I.特別編（2019年調査のトピックス）</u>	
第1章 東京オリ・パラ2020訪日時における四国への周遊意向	13
1-1. 東京オリ・パラ2020、ワールドマスタースゲームズ関西2021、 大阪・関西万博2025の認知度	14
1-2. 東京オリ・パラ2020の訪日観戦希望	16
1-3. 東京オリ・パラ2020訪日時における地方への周遊意向	17
第2章 持続可能な観光の実現に向けて	19
2-1. 日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー	20
2-2. 入場料の値上げや税の賦課に関する意見	21
2-3. 帰国後の周囲への推奨意欲	22
<u>II.本編（例年調査）</u>	
第3章 外国人旅行者の四国に関する意向	24
3-1. 四国の認知度	25
3-2. 四国への往訪意欲	27
3-3. 地方への往訪意欲	29
第4章 四国訪問経験者の特徴と動向	30
4-1. 四国訪問経験者の訪問先・訪日回数	31
4-2. 滞在日数	33
4-3. 所得階層	34
4-4. 情報収集（訪日旅行前・訪日旅行中）	35
4-5. 旅行形態	36
参 考	37
（参考1）日本の観光地の認知度	38
（参考2）日本の観光地への往訪意欲	39
（参考3）四国の認知度の推移	40
（参考4）四国への往訪意欲の推移	41

◎ 調査の概要・回答者の属性

- 株式会社日本政策投資銀行（DBJ）は、2012年よりアジア8ヶ国・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「訪日外国人旅行者の意向調査」を実施している（2015年からは（公財）日本交通公社（JTBF）と共同で実施）。2016年からは欧米豪4ヶ国（英国、米国、フランス、オーストラリア）を加え、対象を12ヶ国・地域に拡大して調査を実施している。
- 当レポートは2019年10月に公表された「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」より、四国に関する意向を中心にDBJ四国支店が分析を実施したものである。

■ 調査の概要

1. 調査の概要

□ 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カ国・地域

（注）中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京50%：上海50%）

（注）アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの4カ国は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

（注）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

2. 当レポートの留意点

- 国・地域別に分析する際、四国訪問経験者の回答者が少ない国・地域があるため留意を要する。

■ 回答者の内訳

（単位：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
合計(A)	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
内、訪日経験者(B)	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
	41.0%	54.3%	69.4%	67.7%	76.2%	83.3%	43.2%	45.0%	25.2%	26.0%	15.3%	15.6%	19.0%	10.3%	16.4%
内、四国訪問経験者(C)	192	161	9	42	27	38	16	11	7	11	31	12	9	2	8
(C/A比率)	3.1%	3.9%	1.7%	8.0%	5.3%	7.7%	3.1%	2.1%	1.3%	2.1%	1.4%	2.3%	1.7%	0.4%	1.5%
(C/B比率)	7.5%	7.2%	2.5%	11.8%	7.0%	9.3%	7.2%	4.7%	5.3%	8.1%	9.5%	14.5%	8.8%	3.6%	9.1%

結論 (分析結果のポイント)

1. 東京オリ・パラ2020訪日時における四国への周遊意向

(※) 本レポートで「四国訪問希望者」とは、東京オリ・パラに関係なくもともと四国への旅行を希望している外国人旅行者のことを指す。

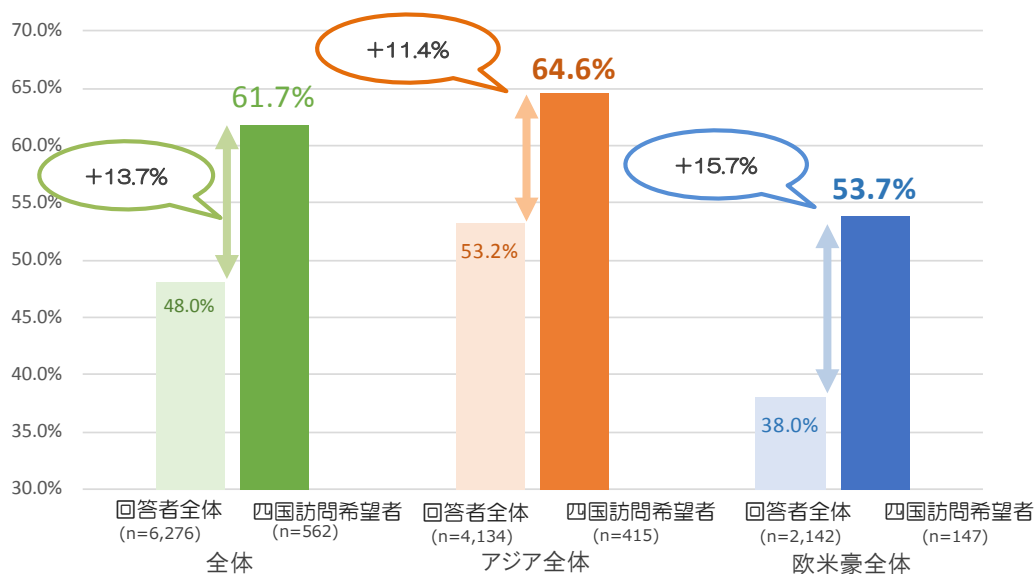
以下、主に「四国訪問希望者」を「全回答者」と比較することで、「四国訪問希望者」のオリ・パラ訪日時の周遊意向を明らかにする。

(1) 東京オリ・パラ2020の認知度と観戦希望 (第1章 1-1, 1-2)

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京オリ・パラ2020」という。）の認知度は、四国訪問希望者（61.7%）の方が回答者全体（48.0%）よりも13.7%高い結果となった。

とりわけ欧米豪において、四国訪問希望者の認知度（53.7%）は、回答者全体の認知度（38.0%）よりも15.7%高い結果となった（アジアは11.4%）。

(図表1) 東京オリ・パラ2020の認知度



また、四国訪問希望者の中で、東京オリ・パラ2020を訪日して観戦したい、と考えている人の割合※は、アジア（57.1%）、欧米豪（54.4%）ともに5割を超えている。

とりわけ欧米豪において、四国訪問希望者の訪日観戦希望(54.4%)は、回答者全体の訪日観戦希望(33.5%)より20.9%高い結果となっている。

(※) 東京オリ・パラ2020の訪日観戦希望について尋ねたところ、「観戦したい」「どちらかといえば観戦したい」との回答者の合計。

(図表2) 東京オリ・パラ2020の観戦希望

	全体		アジア		欧米豪	
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
全回答者	2,767 (N=6,276)	44.1%	2,050 (N=4,134)	49.6%	717 (N=2,142)	33.5%
四国訪問希望者	317 (N=562)	56.4%	237 (N=415)	57.1%	80 (N=147)	54.4%

+20.9%

(2)東京オリ・パラ2020訪日時における四国への周遊意向 (第1章 1-3)

さらに、東京オリ・パラ2020の訪日観戦希望がある「四国訪問希望者」317名に、訪日の際、地方へ周遊してみたいか、と尋ねたところ、「地方への周遊希望あり」と回答した割合※は、アジアで97.0%、欧米豪で95.0%と極めて高い結果となった。

なお、東京オリ・パラ2020の訪日観戦希望がある「全回答者」においても、同様の結果となっていることから、実際に東京オリ・パラ2020の観戦で訪日する多くの外国人が、地方に周遊旅行を行うことが予想される。

(※) 「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した人の合計

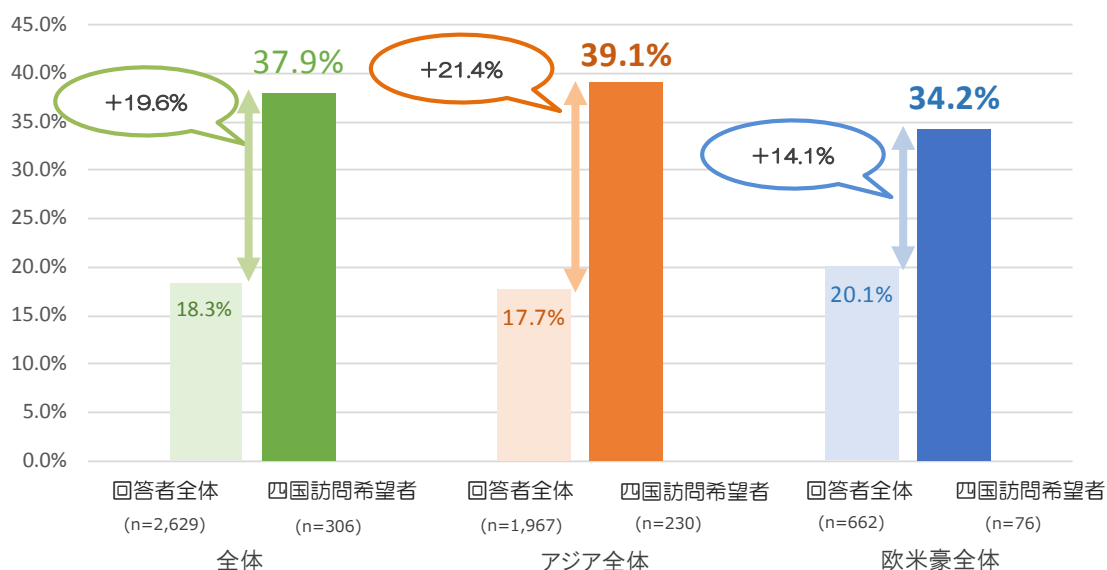
(図表3) 東京オリ・パラ2020訪日時における地方への周遊意向 (東京オリ・パラ観戦希望あり)

	全体		アジア		欧米豪	
	(人)		(人)		(人)	
全回答者	2,629 (N=2,767)	95.0%	1,967 (N=2,050)	96.0%	662 (N=717)	92.3%
四国訪問希望者	306 (N=317)	96.5%	230 (N=237)	97.0%	76 (N=80)	95.0%

さらに、もともと四国に訪れてみたいと考えている外国人旅行者（「四国訪問希望者」）の中で、東京オリ・パラ2020訪日時の地方周遊を希望する306名に対し、その際に周遊したい地域を訪ねたところ、「四国」と回答した人は37.9%（「全回答者」では18.3%）に及んだ。

もともと四国に訪れてみたいと考えている外国人旅行者は、「東京オリ・パラ2020観戦による訪日をチャンスとして、四国にも足を伸ばしてみたい」と考える傾向にあると推察される。

(図表4) 東京オリ・パラ2020訪日時における四国への周遊意向 (東京オリ・パラ観戦希望あり)

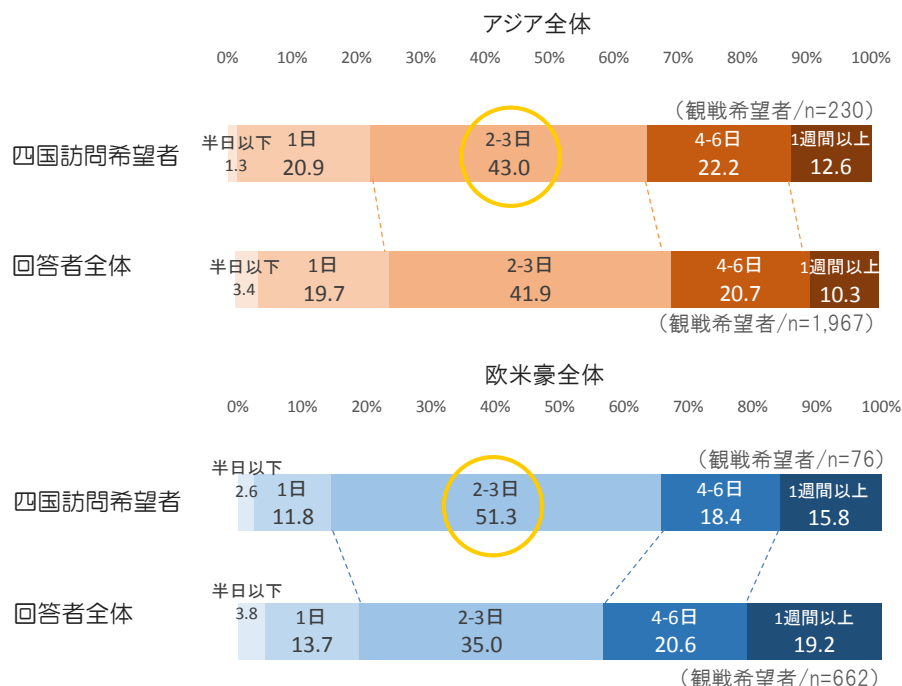


(3)東京オリ・パラ2020訪日時における地方への周遊希望日数（第1章 1-3）

東京オリ・パラ2020観戦に伴う地方周遊における希望旅行日数は、アジア（43.0%）、欧米豪（51.3%）ともに2-3日という回答が最も多い。

観戦に一定の日数を割くことから、周遊希望日数は比較的短期となっていると考えられる。

（図表5）東京オリ・パラ2020訪日時における地方への周遊希望日数



(4)まとめ

以上より、東京オリ・パラ2020は東京を中心とした開催地のみならず、四国地方へのインバウンド増の波及効果も大いに期待されると考える。そのため、この機会を逃すことなく四国にインバウンド需要を取り込むことが重要である。

ただし、その際の周遊希望日数は2-3日がボリュームゾーンと、比較的短期であることから、東京（羽田空港等）から短時間でアクセスできる四国四県の各空港を起点とした周遊ルートを提案・PRすることが望ましい、と考える。

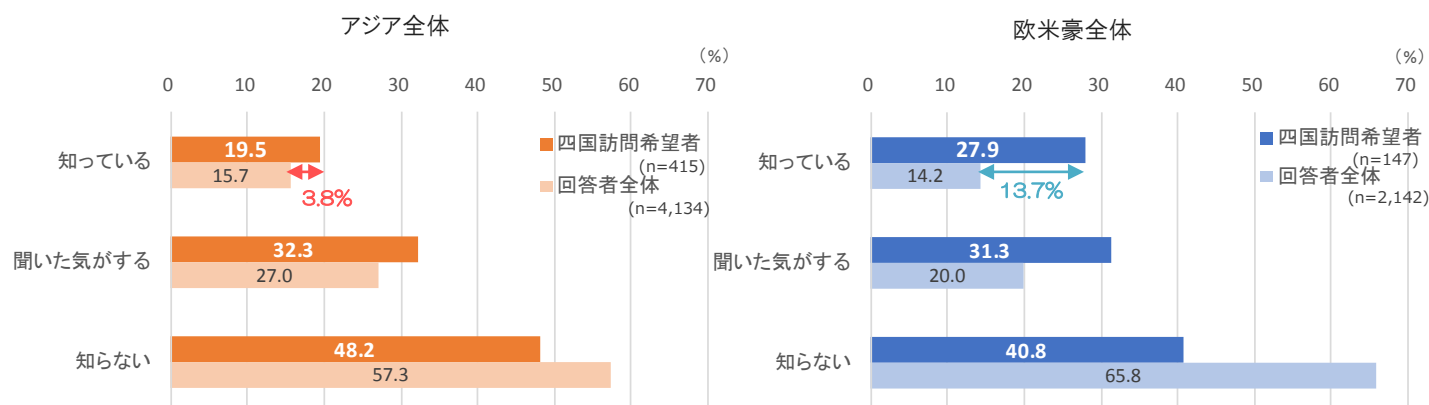
加えて、外国語対応をはじめ二次交通の利便性を高める、キャッシュレス決済の普及をはじめストレスフリーの環境を整える等、外国人観光客の受入体制を強化するとともに、短期間でも満足してもらえるような旅行コンテンツを磨き上げ、うまく発信していくことが重要であると考えられる。

2. ワールドマスタースゲームズ関西2021、大阪・関西万博2025の認知度（第1章 1-1）

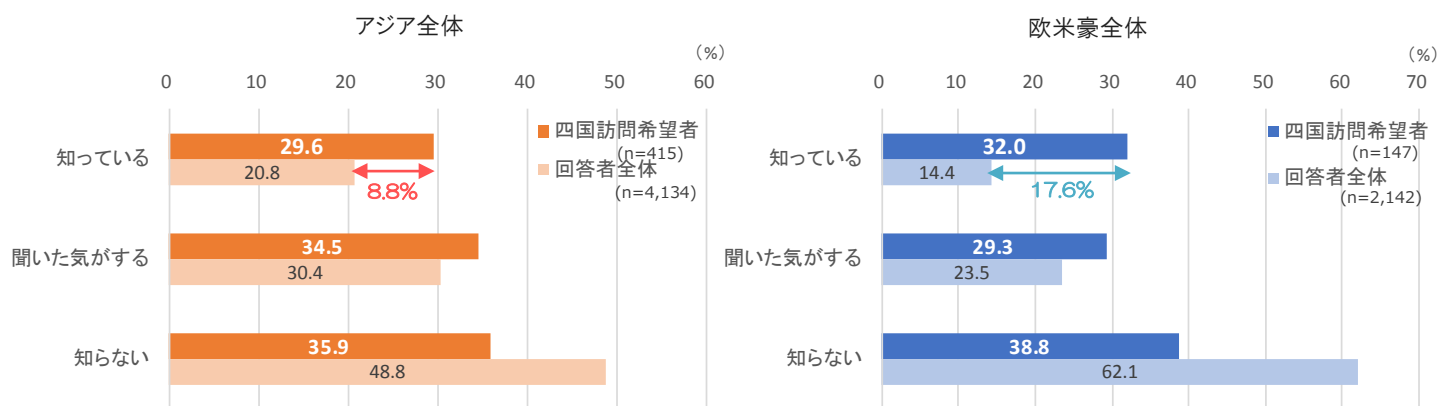
東京オリ・パラ2020に限らず、ワールドマスタースゲームズ関西2021や大阪・関西万博2025の認知度についても、回答者全体よりも四国訪問希望者の方が高い結果となっている。

とりわけ大阪・関西万博2025については、欧米豪の四国訪問希望者の認知度（32.0%）が高い水準であることに加え、四国訪問希望者の認知度（32.0%）は、回答者全体のそれ（14.4%）よりも17.6%高くなっており、3つの国際的イベントの中で最も差が大きい結果となった。

（図表6）ワールドマスタースゲームズ関西2021の認知度



（図表7）大阪・関西万博2025の認知度



ワールドマスタースゲームズ関西2021及び大阪・関西万博2025の両イベントは、地理的に四国地方に近い関西で開催される。

とりわけ大阪・関西万博2025については、開催期間（2025年4月13日～10月13日）も長く、瀬戸内国際芸術祭がこれまで通り3年おきの開催となれば、次々回の瀬戸内国際芸術祭の開催期間と大幅に重なることが予想される。

そのため、四国にとっては、これら国際的なイベントで訪日する外国人旅行者に四国を周遊してもらう大きなチャンスであると言える。このチャンスを最大限活かすべく、両イベントを訪れる訪日外国人旅行者に四国にも足を伸ばしてもらうための受入体制の強化や旅行コンテンツの磨き上げを、今から考え、実行に移していく必要があると考える。

3. 外国人旅行者に四国を訪れてもらい、訪問者が更なる四国訪問者を生み出す好循環を形成するために

(1) モノ消費からコト消費へ ～体験ツアーの活用～ (第2章 2-1)

国際的な大イベントを訪れる訪日外国人旅行者に四国を周遊してもらうために、体験ツアーは有力なコンテンツとなり得る。

四国訪問希望者に、体験ツアーに関して重視する点を尋ねたところ、アジア、欧米豪ともに「地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる」という点を挙げる旅行者が多い（アジア 37.7%・4位、欧米豪43.8%・1位）結果となった。

特に欧米豪は、地元の人との交流や現地ガイドによる案内を求める旅行者が多い点（第4章 4-5参照）が特徴としてあげられる。

(図表8) 体験ツアーで重視する点

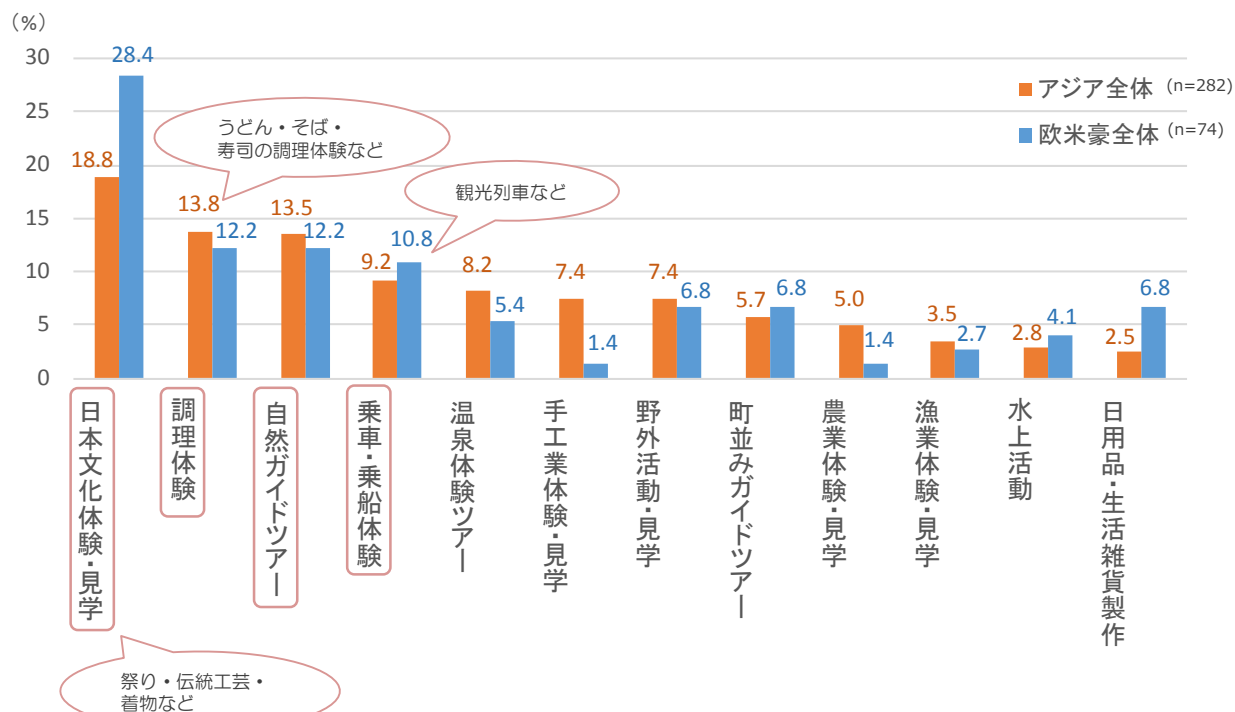
アジア全体 (n=276)			欧米豪全体 (n=73)		
1	安心・安全に楽しむことができる	49.3%	1	地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる※	43.8%
2	希望の日時に利用することができる	38.4%	2	体験したい(見たい)ものを効率的に楽しめる	42.5%
3	ツアーのタイムスケジュールが適切である	38.0%	3	希望の日時に利用することができる	39.7%
4	地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる※	37.7%	4	地元の人と交流できる	38.4%
5	体験したい(見たい)ものを効率的に楽しめる	37.0%	5	食事の内容が魅力的である	37.0%

(※例: 夕日鑑賞に最適なスポットと時間帯等)

体験ツアーの内容としては、「日本文化体験・見学」「調理体験」「自然ガイドツアー」「乗車・乗船体験」の人气が高い。

四国遍路や観光列車等、今ある観光資源を活かしつつ、「地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる」ツアーをコンテンツとして磨き上げていくことが重要であると言える。

(図表9) 利用してみたい体験ツアー



(2) 四国への旅行者に、帰国後に四国のことを広めてもらうために（第2章 2-3）

最後に、四国を訪れた経験のある外国人旅行者（「四国訪問経験者」）に、訪日旅行から帰国した後に、日本旅行を周囲へお薦めするか（推奨意向）について尋ねた。

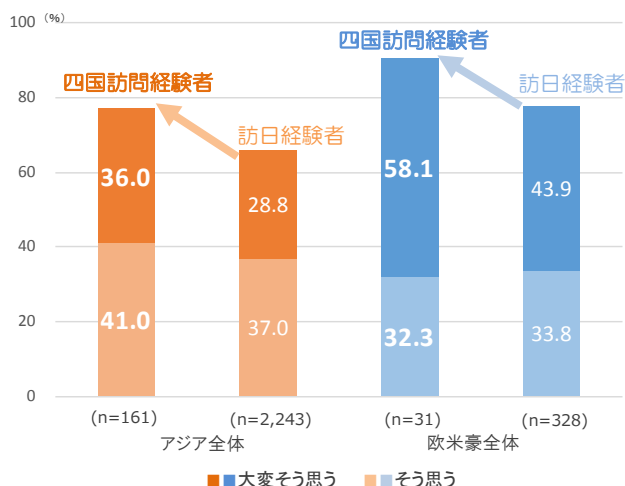
四国訪問経験者については、リアル（対面）でも、ネット媒体（個人ブログ、SNS、レビューサイト）でも、ともに帰国後に周囲に日本旅行をすすめる内容を話したい、と回答した割合が高い結果となった。

インバウンド客に東京オリ・パラ2020やワールドマスタースゲームズ関西2021、大阪・関西万博2025を契機として四国を訪れてもらい、彼／彼女らに四国旅行のリピーターになってもらうことは勿論、四国旅行での楽しい思い出を帰国後にリアル、ネット媒体を通して周囲に広めてもらうことにより、新たな四国の旅行者の獲得へと広げていくことが重要であると考える。

（図表10）周囲への推奨意向

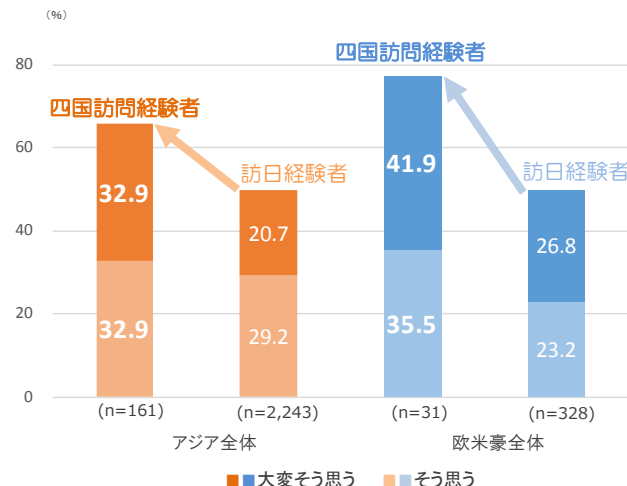
【リアル】

周りの人に、日本への旅行をおすすめする内容を話したい



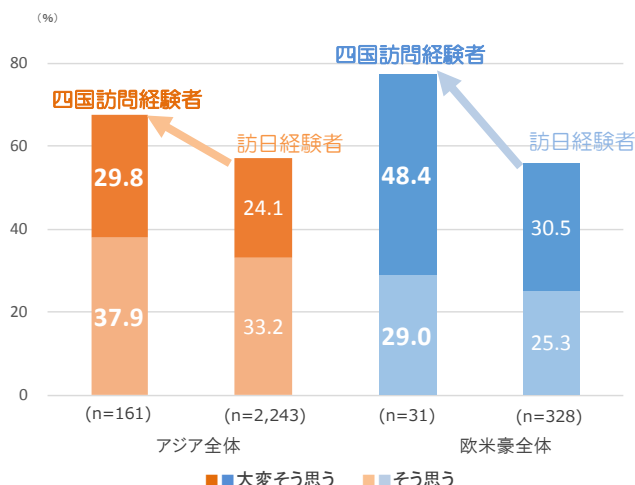
【ネット・個人ブログ】

個人ブログに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい



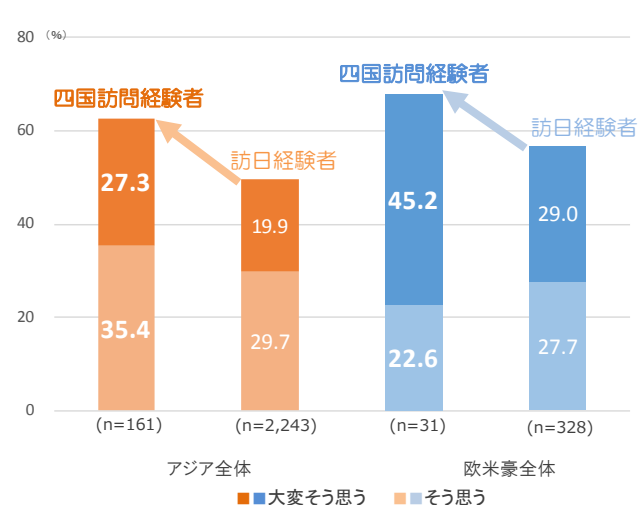
【ネット・SNS】

SNSに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい



【ネット・レビューサイト】

レビューサイトに、日本旅行に関するポジティブな内容を投稿したい



4. 結論 ～大阪・関西万博開催（2025）を見据え、「四国」への拡がりを意識した

戦略的なエリアマーケティングの継続を

東京オリ・パラ2020やワールドマスターズゲームズ関西2021、そして何より大阪・関西万博2025をきっかけとして、東京や関西を訪れるインバウンド客を四国へ呼び込むことが重要である。

とりわけ大阪・関西万博2025は、四国に近い関西で開催されること、開催期間（2025年4月13日～10月13日）も長く、瀬戸内国際芸術祭がこれまで通り3年おきの開催となれば、次々回の瀬戸内国際芸術祭の開催期間と大幅に重なることが予想されることから、大阪・関西万博を目当てに訪日する外国人旅行者に四国を周遊してもらう大きなチャンスであると考ええる。

このような機会を活用し、更なる観光資源の磨き上げや受入体制の整備・充実と合わせて、四国への訪問者が新たな四国訪問者を生む好循環を形成することができれば、四国のインバウンド観光産業は持続的に発展していくことが期待される。

そのためには、訪日外国人の受入体制の整備を継続するとともに、今年開催される東京オリ・パラをはじめとする国際イベントでの訪日客をターゲットとして、

① 四国への周遊可能性の高いインバウンド客の特性をしっかりと把握した上で

（国や性別などカテゴリー別の四国への周遊意向や、周遊する場合の希望宿泊日数）

② 彼／彼女らの期待値を上回るコンテンツを磨き上げ

（体験ツアーなどでは、ターゲットとするインバウンド客の趣向や四国旅行に求めるものを考慮する。例えば、欧米豪をターゲットとする場合は、「地元の人しか知らない楽しみ方や魅力の体験」の提供を意識する）

③ 効果的なプロモーションの媒体を選択し、

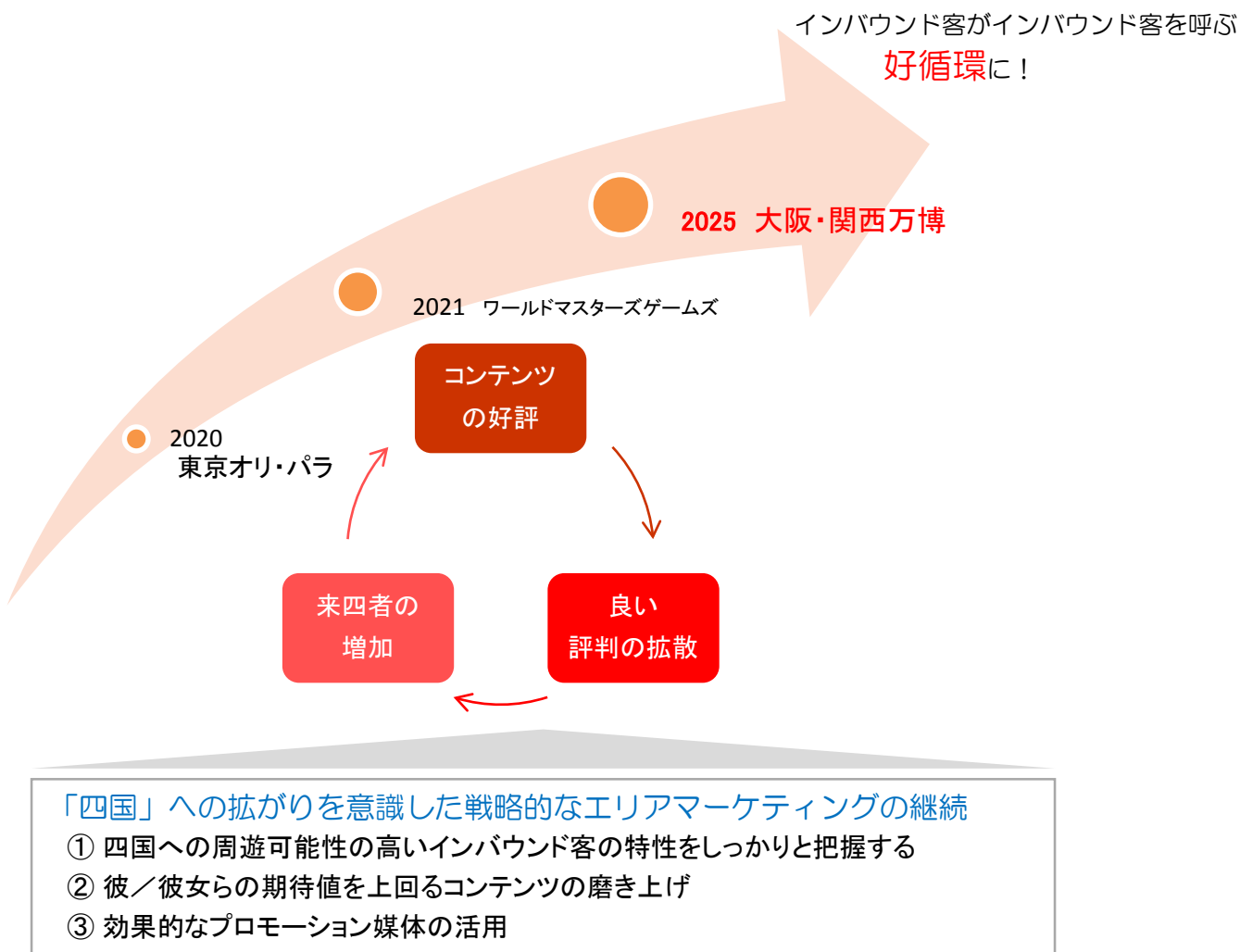
（国や性別などカテゴリー別／旅前、旅中の情報収集媒体、旅中、旅行後の情報発信媒体など）

「四国」への拡がりを意識した戦略的なエリアマーケティングを継続して行うことが重要であると考える。

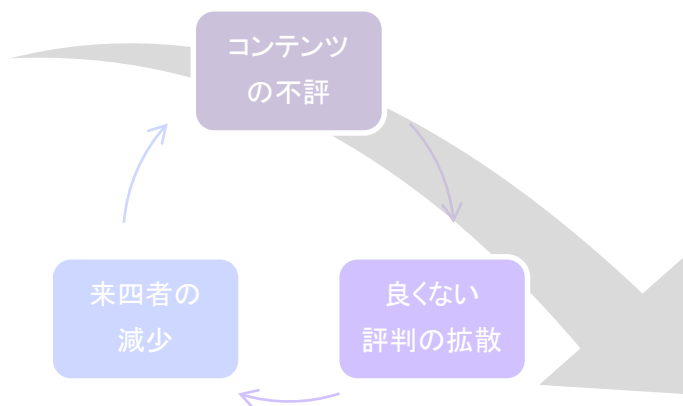
アンケートの分析を通して、四国に関心を持つインバウンド客は、日本の文化や歴史、日本人の生活に深い関心を持つ人の占める割合が高いことが浮き彫りとなった。とりわけ、これまで四国を訪れたことのある外国人旅行者は、何度も日本に来たことのある旅行者が多く、日本各地をよく見聞きしており、目の肥えた旅行者が多いものと思われる（第4章。P30-）。また、彼／彼女らは日本旅行後にリアルやネットを通して周囲に日本旅行のことを拡散する層でもある。彼らに四国旅行を心から楽しんでもらい、四国に関し良い情報を発信してもらうためにも、その前提となる各カテゴリーに応じたインバウンド客の特性を踏まえつつ、期待値を上回るコンテンツをしっかりと磨き上げることが重要であると考える。

以上

(図表11) 四国のインバウンド観光の持続的な発展に向けて



(図表12) インバウンド客の属性に応じたコンテンツの磨き上げがうまくいかないと・・・



良くない評判が観光客の減少を呼ぶ悪循環に

【特別編：2019年調査のトピックス】

第1章 東京オリ・パラ2020訪日時における 四国への周遊意向

1-1. 東京オリ・パラ2020、ワールドマスタースゲームズ関西2021、大阪・関西万博2025

回答者：四国訪問希望者

(アンケート結果の分析)

- 東京オリ・パラ2020、ワールドマスタースゲームズ関西2021、大阪・関西万博2025の認知度について、四国訪問希望者と回答者全体を比較すると、いずれのイベントも、アジア、欧米豪ともに四国訪問希望者の認知度の方が高い。
- 「知っている」と回答した人の割合をアジアと欧米豪で比較すると、いずれもイベントについても、欧米豪の方がアジアよりも四国訪問希望者と回答者全体の差が大きい。
- とりわけ、大阪・関西万博については、欧米豪の四国訪問希望者と回答者全体の差が17.6%と大きく開いている。
- 四国への訪問を希望している人は、日本で開催される国際的なイベントについて、よく認知していると言える結果となった。

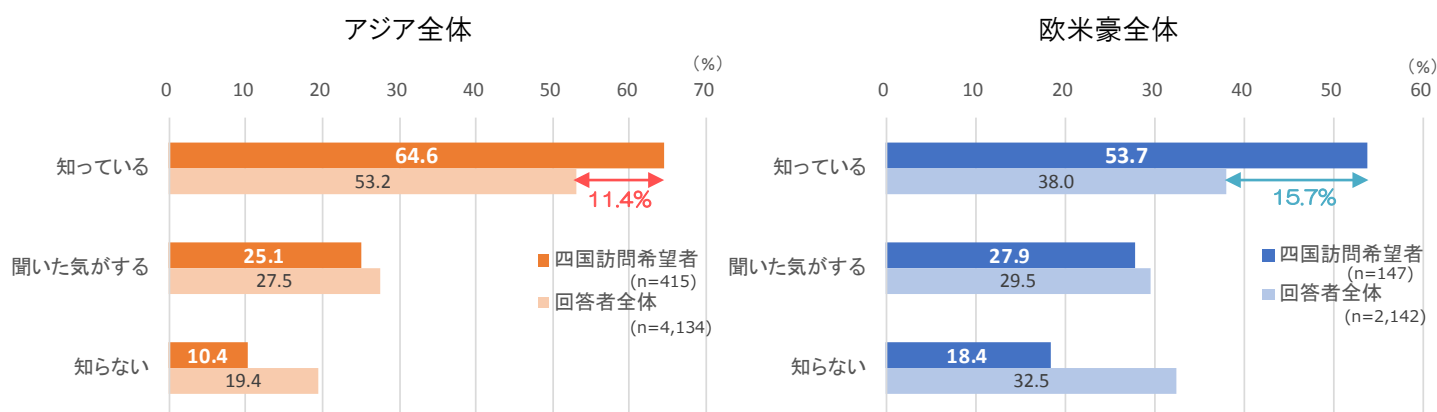
Q.あなたは以下の事柄をご存知ですか。（回答はそれぞれひとつ）

【東京オリ・パラ2020】

(%)

	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	562	415	33	67	89	105	36	31	28	26	147	31	37	37	42
知っている	61.7	64.6	51.5	77.6	77.5	64.8	30.6	58.1	67.9	53.8	53.7	58.1	48.6	54.1	54.8
聞いた気がする	25.8	25.1	27.3	16.4	13.5	23.8	44.4	35.5	28.6	46.2	27.9	9.7	37.8	32.4	28.6
知らない	12.5	10.4	21.2	6.0	9.0	11.4	25.0	6.5	3.6	0.0	18.4	32.3	13.5	13.5	16.7

■東京オリ・パラ2020の認知度（四国訪問希望者と回答者全体の比較）



1-1. 東京オリ・パラ2020、ワールドマスターズゲームズ関西2021、 大阪・関西万博2025

回答者：四国訪問希望者

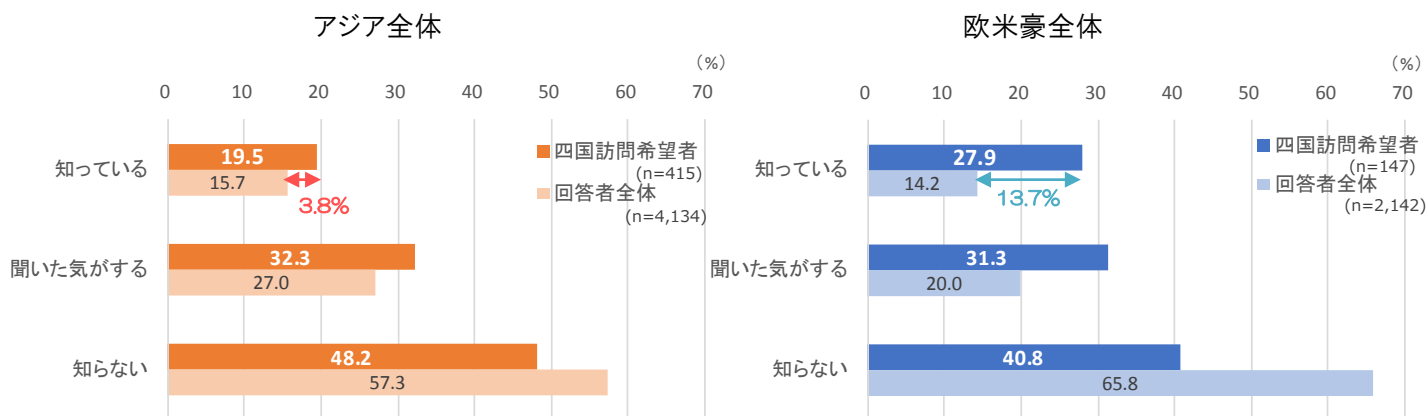
Q.あなたは以下の事柄をご存知ですか。（回答はそれぞれひとつ）

【ワールドマスターズゲームズ関西2021】

	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	562	415	33	67	89	105	36	31	28	26	147	31	37	37	42
知っている	21.7	19.5	18.2	31.3	9.0	14.3	11.1	29.0	39.3	26.9	27.9	25.8	27.0	27.0	31.0
聞いた気がする	32.0	32.3	24.2	34.3	22.5	26.7	55.6	38.7	28.6	57.7	31.3	22.6	27.0	32.4	40.5
知らない	46.3	48.2	57.6	34.3	68.5	59.0	33.3	32.3	32.1	15.4	40.8	51.6	45.9	40.5	28.6

(%)

■ワールドマスターズゲームズ関西2021の認知度（四国訪問希望者と回答者全体の比較）

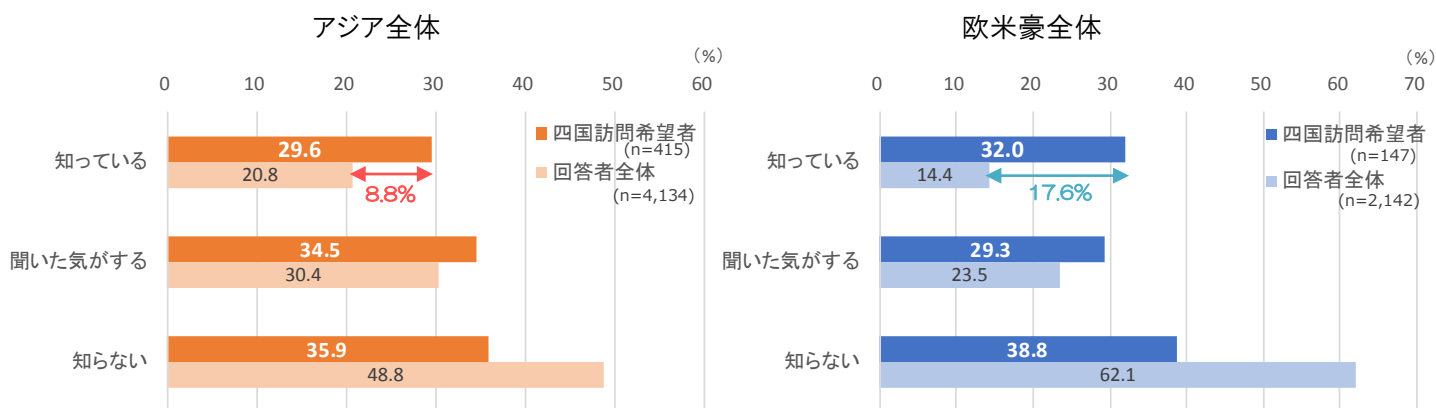


【大阪・関西万博2025】

	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	562	415	33	67	89	105	36	31	28	26	147	31	37	37	42
知っている	30.2	29.6	18.2	55.2	22.5	18.1	25.0	38.7	35.7	38.5	32.0	29.0	27.0	29.7	40.5
聞いた気がする	33.1	34.5	36.4	28.4	34.8	32.4	41.7	38.7	32.1	42.3	29.3	22.6	18.9	40.5	33.3
知らない	36.7	35.9	45.5	16.4	42.7	49.5	33.3	22.6	32.1	19.2	38.8	48.4	54.1	29.7	26.2

(%)

■大阪・関西万博2025の認知度（四国訪問希望者と回答者全体の比較）



1-2. 東京オリ・パラ2020の訪日観戦希望

回答者：四国訪問希望者

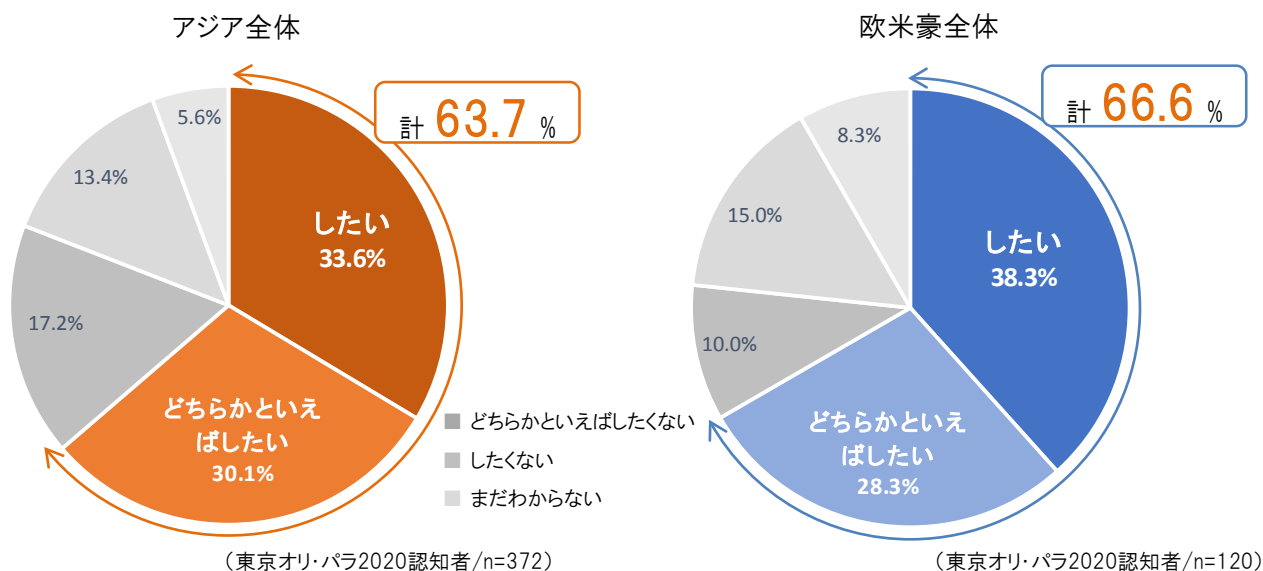
(アンケート結果の分析)

- 東京オリ・パラ2020の訪日観戦希望（訪日観戦を「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した人の合計）は、アジアで63.7%、欧米豪で66.6%となった※。
- 四国訪問希望者と回答者全体の訪日観戦希望を比較すると、アジア、欧米豪ともに四国訪問希望者の方が高い。
- とりわけ欧米豪については、回答者全体より四国訪問希望者の観戦希望の方が15%以上高い結果となっている。

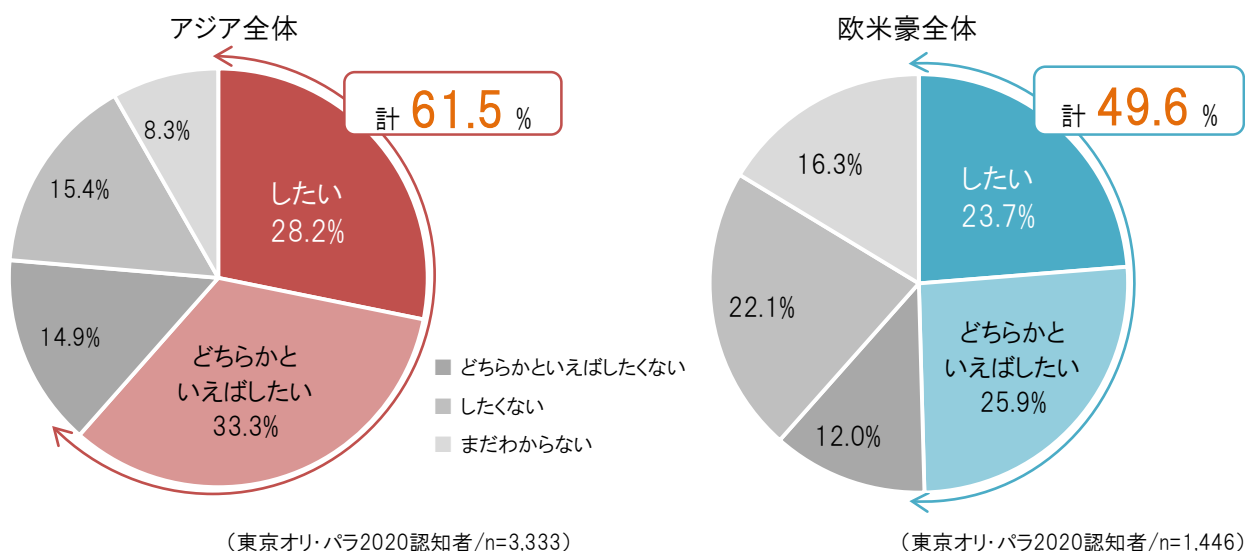
(※) P5では、東京オリ・パラ2020を認知していない旅行者も母集団にカウントして比率を出したが、本頁では東京オリ・パラ2020を認知していない旅行者はカウントしていない（実際の質問は、本頁の質問形式に則って行っている）。

Q 2020年東京オリンピック・パラリンピックを訪日してライブ観戦したいですか。（回答はひとつ）

■四国訪問希望者



■回答者全体



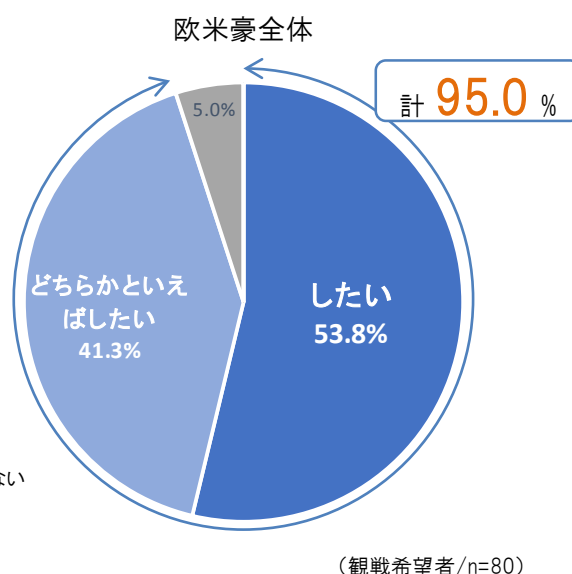
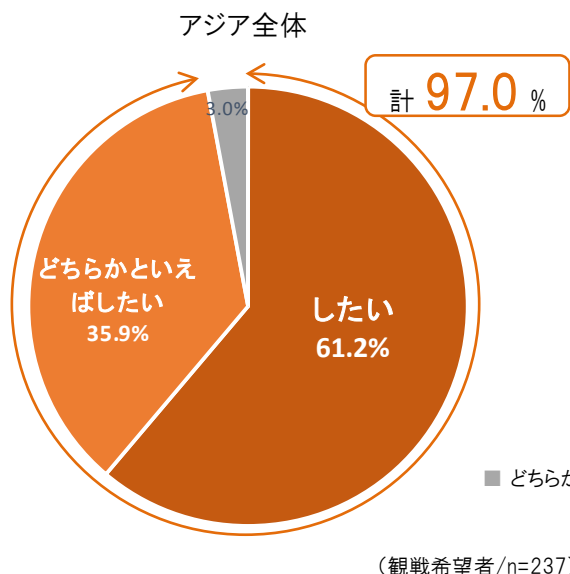
1-3. 東京オリ・パラ2020訪日時における地方への周遊意向

(アンケート結果の分析)

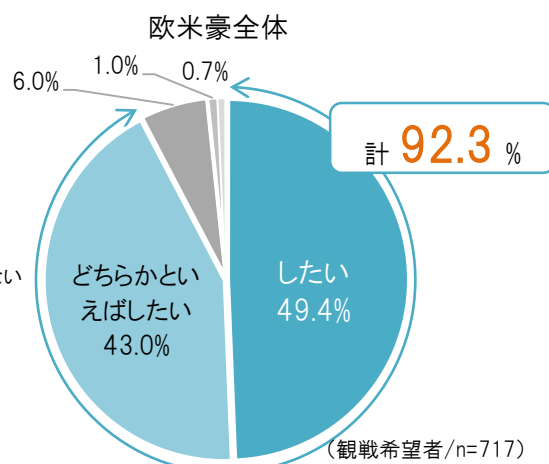
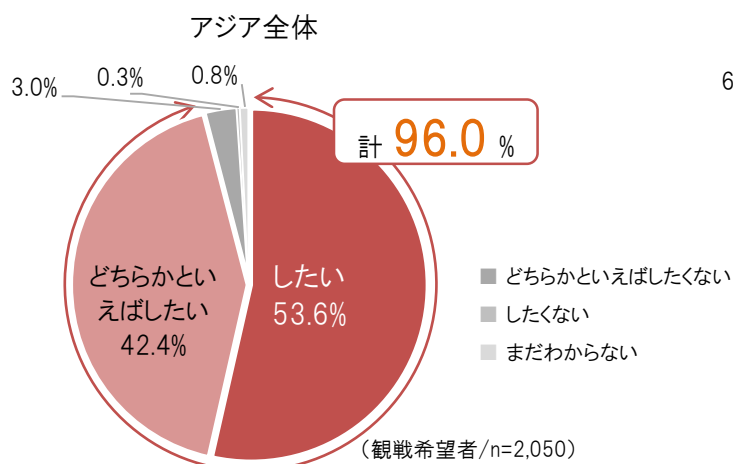
- 訪日観戦時における地方への周遊について、「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した人の割合は、アジアで97.0%、欧米豪で95.0%となっており、訪日観戦希望者の地方への訪問意欲は非常に高いと言える。
- このことより、東京オリ・パラ2020は、開催地（東京他）のみならず全国の地方への波及効果があると期待され、この機会を逃すことなくインバウンド需要を取り込むためには、各地域のPR及び訪日外国人旅行者の受入体制強化といった取り組みが求められる。

Q. 訪日観戦の前後に、地方へ周遊をしたいと思いますか。

■四国訪問希望者



■回答者全体

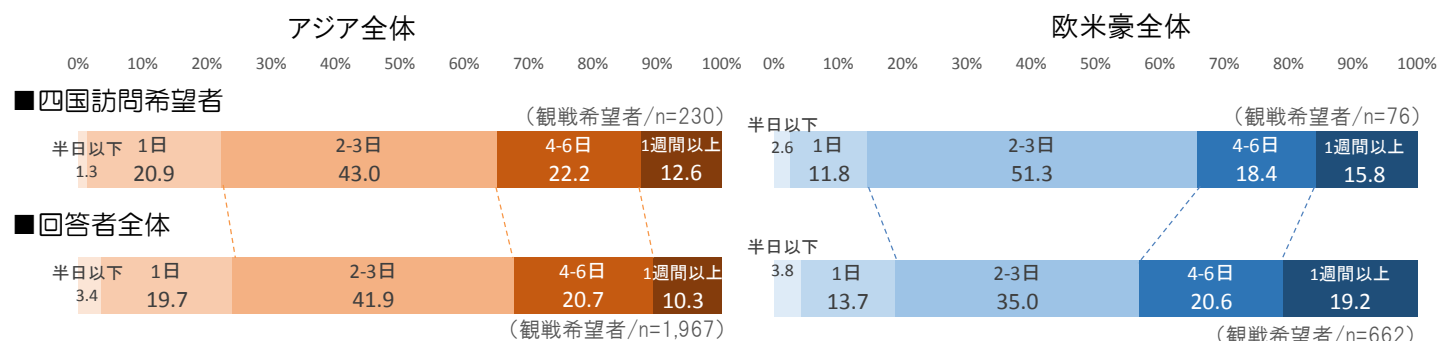


1-3. 東京オリ・パラ2020訪日時における地方への周遊意向

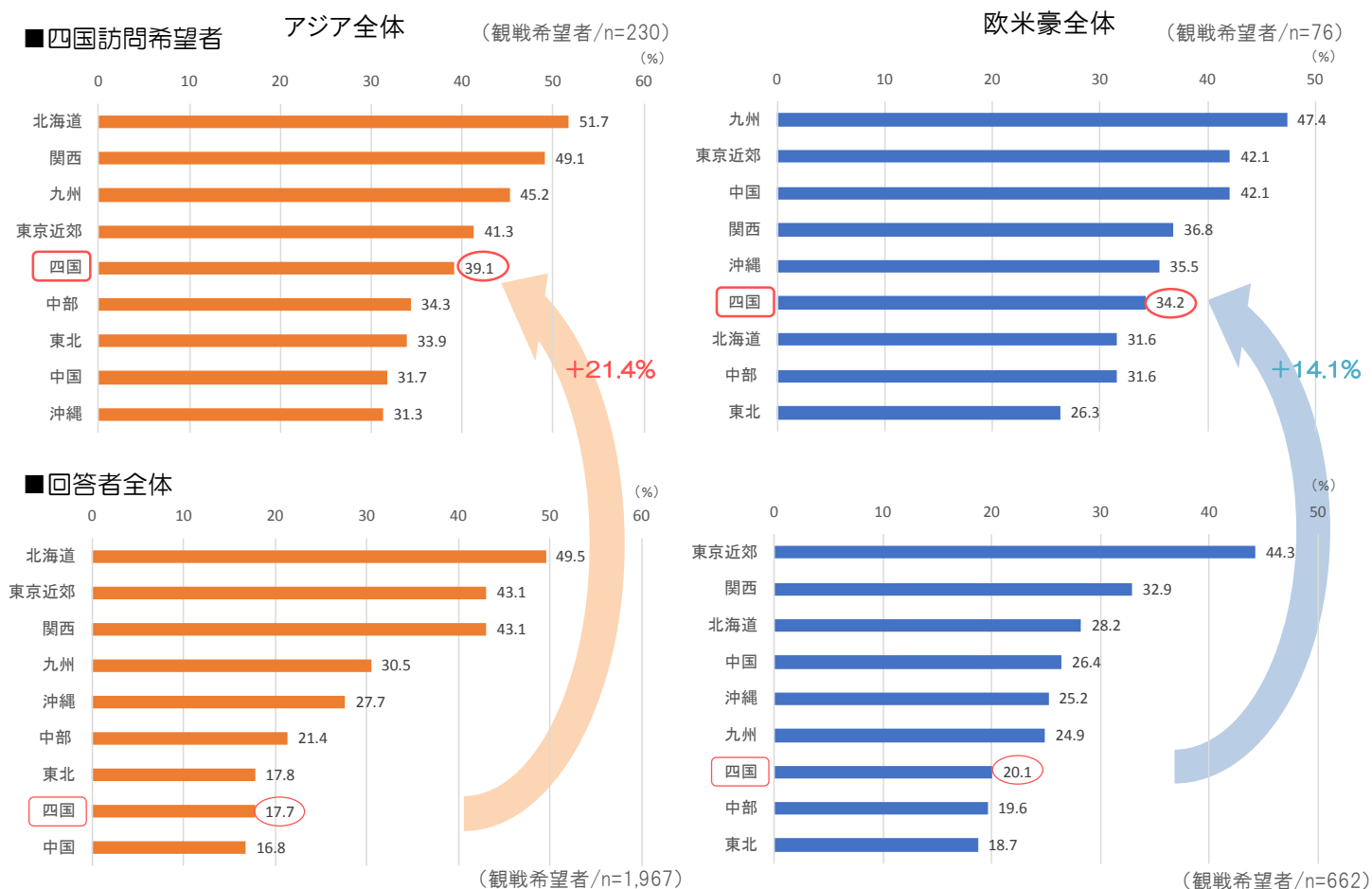
(アンケート結果の分析)

- 地方周遊の際に希望する周遊日数は、アジア、欧米豪ともに2-3日という回答が最も多くなっている。観戦に一定の日数を割くことから、希望する周遊日数は比較的短期となっている。
- 東京オリ・パラ2020観戦のための訪日時に地方周遊を希望する「四国訪問希望者」306名（アジア230名、欧米豪76名）に訪れたい地域を訪ねたところ、「四国」と回答した人は、アジアで39.1%（「全回答者」は17.7%）、欧米豪で34.2%（「全回答者」は20.1%）に及んだ。
- 以上より、もともと四国に来たいと考えている人は、東京オリ・パラ2020をきっかけとして四国にも足を伸ばしたいと考えていると推察される。

Q. 地方への周遊は、何日くらいしたいと思いますか。（回答はひとつ）



Q. どの地域への周遊をしたいと思いますか。（回答はあてはまるものすべて）



【特別編：2020年のトピックス】

第2章 持続可能な観光の実現に向けて

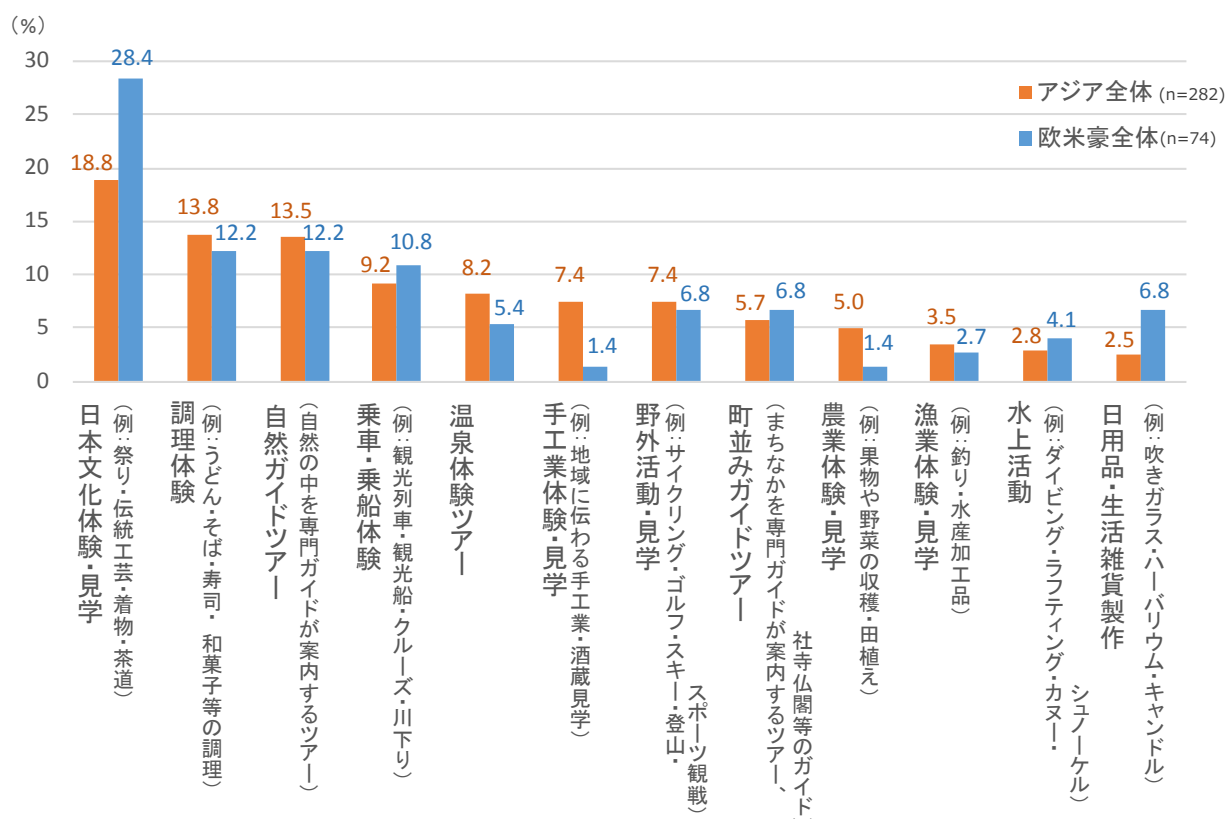
2-1. 日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー

(アンケート結果の分析)

- 日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアーについて尋ねたところ、アジア、欧米豪ともに「日本文化体験・見学」が最も多い。日本ならではの文化的体験が訪日旅行者にとって魅力的なコンテンツであると言える。
- その際に重視する点では、アジアでは「安心・安全に楽しむことができる」が最も重視されているのに対し、欧米豪では「地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる」が最も重視されており、アジアと欧米豪ではっきりとした違いが見られる結果となった。

Q. 日本滞在中に利用してみたいと思う現地発着型のツアー※について、最もあてはまるものをお選びください。
(回答はひとつ)

(※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)



Q. この現地発着型のツアーを利用するにあたり、重視する点について、あてはまるものをお選びください。
(回答はあてはまるものすべて)

アジア全体 (n=276)

欧米豪全体 (n=73)

1	安心・安全に楽しむことができる	49.3%
2	希望の日時に利用することができる	38.4%
3	ツアーのタイムスケジュールが適切である	38.0%
4	地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる※	37.7%
5	体験したい(見たい)ものを効率的に楽しめる	37.0%

1	地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる※	43.8%
2	体験したい(見たい)ものを効率的に楽しめる	42.5%
3	希望の日時に利用することができる	39.7%
4	地元の人と交流できる	38.4%
5	食事の内容が魅力的である	37.0%

(※例：夕日鑑賞に最適なスポットと時間帯等)

2-2. 入場料の値上げや税の賦課に関する意見

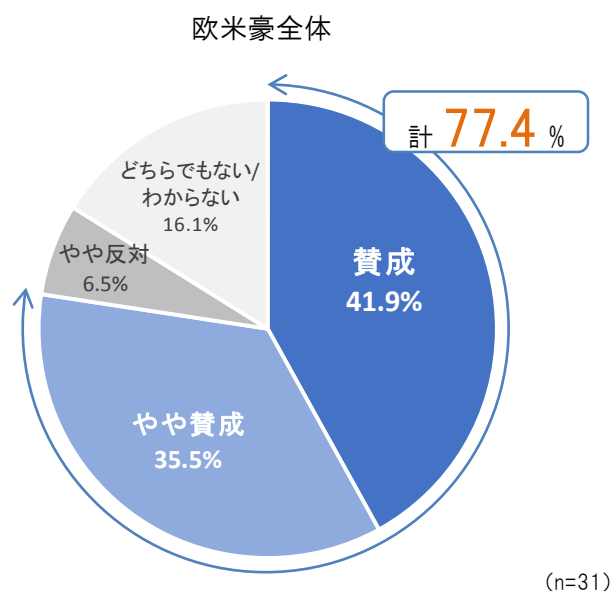
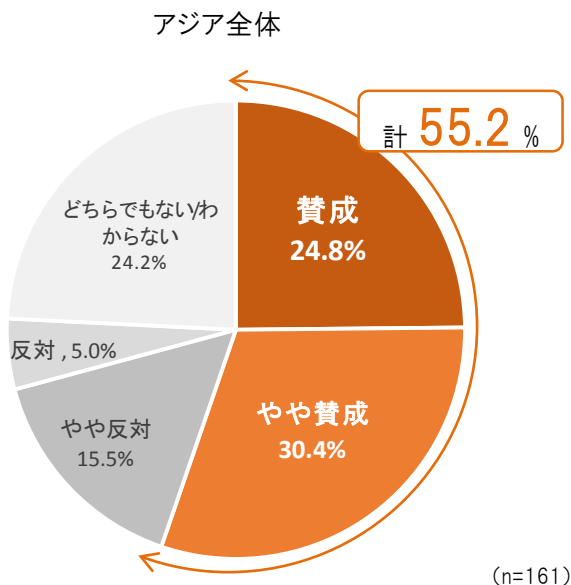
回答者：四国訪問経験者

(アンケート結果の分析)

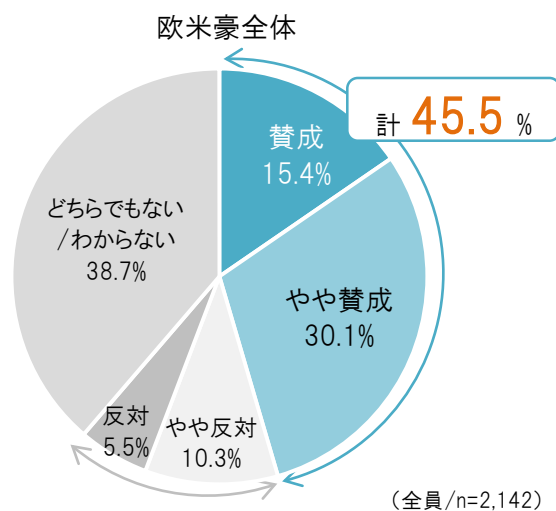
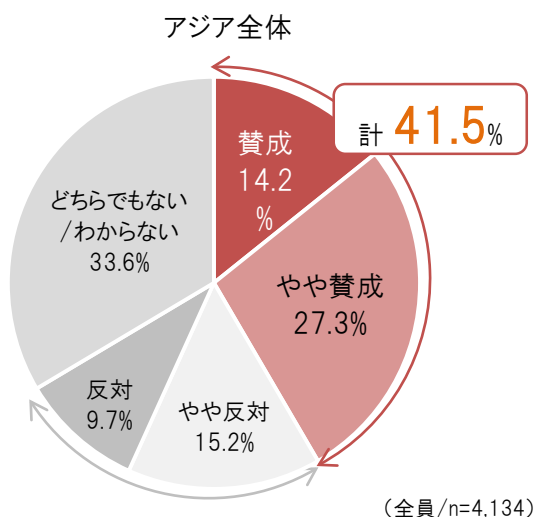
- 日本においても観光地の混雑をはじめとするオーバーツーリズムが顕在化する中、環境維持のための入場料値上げや税の賦課に関する質問を行ったところ、アジア（41.5%）、欧米豪（45.5%）ともに賛成が4割を上回る結果となった。
- とりわけ四国訪問経験者においては、賛成の割合がアジアで55.2%、欧米豪で77.4%と、回答者全体（アジア：41.5%、欧米豪：45.5%）と比較すると高い水準となっている。
- 以上より、四国を訪れたことがある外国人旅行者は、日本において観光地の環境を維持するための負担増に一定の理解がある旅行者が多数を占めると言える。

Q.観光資源・施設の混雑緩和や保護のために、入場料の値上げや税の賦課などといった対策をとることをどう思いますか。（回答はひとつ）

■四国訪問経験者



■回答者全体



2-3. 帰国後の周囲への推奨意欲

回答者：四国訪問経験者

(アンケート結果の分析)

- リアル（対面）での推奨意欲については、「大変そう思う」と「そう思う」を合わせた比率が約8割となっており、訪日経験者の同比率と比較しても高く、四国訪問経験者の推奨意欲が高い様子がうかがえる。とりわけ欧米豪の推奨意欲（90.4%）が高い。
- ネットでの推奨意欲は、3種類の発信先（個人ブログ、SNS、レビューサイト）に分けて尋ねた結果、いずれにおいても「大変そう思う」と「そう思う」を合わせた比率はリアル（対面）より低くなっているものの、訪日経験者より四国訪問経験者の推奨意欲が高い結果となった。

Q.日本旅行の出来事を周りの人に話したり、ブログ、SNSやレビューサイトへ投稿したりすることについてお聞きします。以下の各項目について、どう思いますか？（回答はそれぞれひとつ）

■四国訪問経験者

1. 周りの人に、日本への旅行をおすすめする内容を話したい（リアル）

(%)

	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		
n	192	161	9	42	27	38	16	11	7	11	31	12	9	2	8
大変そう思う	39.6	36.0	11.1	45.2	29.6	15.8	56.3	54.5	57.1	45.5	58.1	66.7	66.7	50.0	37.5
そう思う	39.6	41.0	33.3	45.2	33.3	52.6	37.5	27.3	28.6	36.4	32.3	25.0	22.2	50.0	50.0
やや思う	9.9	11.2	11.1	7.1	11.1	18.4	6.3	18.2	0.0	9.1	3.2	8.3	0.0	0.0	0.0
どちらでもない	7.3	8.1	33.3	2.4	14.8	7.9	0.0	0.0	14.3	9.1	3.2	0.0	11.1	0.0	0.0
あまりそう思わない	1.6	1.9	11.1	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
そう思わない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
全くそう思わない	2.1	1.9	0.0	0.0	3.7	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	12.5

2. 個人ブログに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい（ネット）

(%)

	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		
n	192	161	9	42	27	38	16	11	7	11	31	12	9	2	8
大変そう思う	34.4	32.9	0.0	47.6	22.2	10.5	56.3	45.5	42.9	54.5	41.9	66.7	22.2	0.0	37.5
そう思う	33.3	32.9	33.3	40.5	25.9	34.2	37.5	27.3	14.3	27.3	35.5	16.7	44.4	100.0	37.5
やや思う	13.5	16.1	22.2	7.1	25.9	23.7	6.3	9.1	28.6	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
どちらでもない	9.9	10.6	33.3	4.8	11.1	13.2	0.0	18.2	14.3	9.1	6.5	0.0	22.2	0.0	0.0
あまりそう思わない	4.2	4.3	11.1	0.0	11.1	7.9	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	8.3	0.0	0.0	0.0
そう思わない	2.1	1.2	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	8.3	0.0	0.0	12.5
全くそう思わない	2.6	1.9	0.0	0.0	3.7	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	11.1	0.0	12.5

3. SNSに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい（ネット）

(%)

	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		
n	192	161	9	42	27	38	16	11	7	11	31	12	9	2	8
大変そう思う	32.8	29.8	0.0	40.5	18.5	13.2	43.8	45.5	42.9	54.5	48.4	66.7	22.2	50.0	50.0
そう思う	36.5	37.9	44.4	42.9	37.0	34.2	50.0	27.3	28.6	27.3	29.0	16.7	44.4	50.0	25.0
やや思う	15.6	17.4	33.3	11.9	25.9	23.7	6.3	9.1	14.3	9.1	6.5	8.3	11.1	0.0	0.0
どちらでもない	7.8	8.1	11.1	2.4	7.4	13.2	0.0	18.2	14.3	9.1	6.5	0.0	11.1	0.0	12.5
あまりそう思わない	2.6	3.1	11.1	0.0	7.4	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
そう思わない	1.0	0.6	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	8.3	0.0	0.0	0.0
全くそう思わない	3.6	3.1	0.0	2.4	3.7	7.9	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	11.1	0.0	12.5

4. レビューサイトに、日本旅行に関するポジティブな内容を投稿したい（ネット）

(%)

	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	
n	192	161	9	42	27	38	16	11	7	11	31	12	9	2	8
大変そう思う	30.2	27.3	22.2	45.2	14.8	5.3	43.8	36.4	42.9	27.3	45.2	66.7	11.1	0.0	62.5
そう思う	33.3	35.4	22.2	38.1	25.9	31.6	50.0	45.5	14.3	54.5	22.6	8.3	33.3	100.0	12.5
やや思う	17.2	18.6	44.4	11.9	33.3	26.3	6.3	0.0	14.3	0.0	9.7	8.3	22.2	0.0	0.0
どちらでもない	9.4	9.9	0.0	2.4	11.1	21.1	0.0	9.1	14.3	18.2	6.5	8.3	11.1	0.0	0.0
あまりそう思わない	4.7	5.0	0.0	0.0	11.1	7.9	0.0	9.1	14.3	0.0	3.2	0.0	11.1	0.0	0.0
そう思わない	1.6	0.6	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	8.3	0.0	0.0	12.5
全くそう思わない	3.6	3.1	0.0	2.4	3.7	7.9	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	11.1	0.0	12.5

2-3. 帰国後の周囲への推奨意欲

Q.日本旅行の出来事を周りの人に話したり、ブログ、SNSやレビューサイトへ投稿したりすることについてお聞きます。以下の各項目について、どう思いますか？（回答はそれぞれひとつ）

■訪日経験者全体

1. 周りの人に、日本への旅行をおすすめする内容を話したい（リアル）

(%)

	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
n	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	30.7	28.8	11.0	40.6	29.2	12.4	45.5	37.7	39.8	40.0	43.9	48.2	44.1	38.2	43.2
そう思う	36.6	37.0	34.2	36.7	38.0	35.1	39.2	36.4	37.6	45.9	33.8	34.9	30.4	41.8	31.8
やや思う	18.8	20.0	26.4	17.1	17.8	30.7	11.7	15.7	15.8	8.9	11.0	10.8	9.8	9.1	13.6
どちらでもない	9.3	9.5	20.7	3.9	8.3	13.9	2.7	7.6	4.5	4.4	7.6	4.8	12.7	5.5	5.7
あまりそう思わない	2.2	2.3	3.6	1.1	3.9	2.9	0.9	0.8	2.3	0.7	1.5	0.0	1.0	1.8	3.4
そう思わない	0.9	0.9	1.9	0.3	1.8	1.2	0.0	0.4	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	1.8	1.1
全くそう思わない	1.4	1.4	2.2	0.3	1.0	3.7	0.0	1.3	0.0	0.0	1.5	1.2	2.0	1.8	1.1

2. 個人ブログに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい（ネット）

(%)

	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
n	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	21.5	20.7	6.6	32.2	19.9	10.7	39.6	17.4	22.6	33.3	26.8	32.5	23.5	23.6	27.3
そう思う	28.5	29.2	22.0	35.0	26.6	26.8	32.9	32.2	27.1	39.3	23.2	27.7	20.6	21.8	22.7
やや思う	18.5	19.4	24.8	18.2	20.4	24.4	14.9	14.8	16.5	8.9	11.9	8.4	16.7	10.9	10.2
どちらでもない	17.3	17.2	27.8	9.5	15.0	18.3	9.9	19.9	20.3	15.6	18.0	16.9	21.6	18.2	14.8
あまりそう思わない	6.2	6.4	11.8	2.5	7.8	9.3	1.4	3.0	9.0	1.5	4.6	4.8	3.9	3.6	5.7
そう思わない	3.4	3.2	3.3	0.8	4.7	4.6	0.5	4.7	3.8	1.5	5.2	1.2	5.9	9.1	5.7
全くそう思わない	4.7	3.9	3.6	1.7	5.7	5.9	0.9	8.1	0.8	0.0	10.4	8.4	7.8	12.7	13.6

3. SNSに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい（ネット）

(%)

	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
n	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	24.9	24.1	5.8	32.2	25.8	14.4	49.5	21.2	30.1	33.3	30.5	34.9	25.5	29.1	33.0
そう思う	32.2	33.2	27.0	36.4	31.8	32.4	32.0	37.7	30.8	43.7	25.3	28.9	25.5	20.0	25.0
やや思う	17.9	18.2	21.2	17.9	18.3	21.2	12.6	13.1	24.8	13.3	15.2	14.5	13.7	20.0	14.8
どちらでもない	12.9	13.1	26.2	6.7	11.4	16.3	4.5	16.1	5.3	6.7	11.3	9.6	15.7	9.1	9.1
あまりそう思わない	5.1	5.2	11.6	3.6	5.7	5.9	0.5	3.0	3.8	2.2	4.3	1.2	6.9	1.8	5.7
そう思わない	3.0	2.7	3.9	1.1	3.1	4.1	0.5	3.0	3.8	0.7	4.9	2.4	7.8	7.3	2.3
全くそう思わない	4.1	3.5	4.4	2.0	3.9	5.6	0.5	5.9	1.5	0.0	8.5	8.4	4.9	12.7	10.2

4. レビューサイトに、日本旅行に関するポジティブな内容を投稿したい（ネット）

(%)

	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
n	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	21.1	19.9	7.2	30.3	16.8	6.6	40.1	21.6	22.6	37.8	29.0	36.1	21.6	30.9	29.5
そう思う	29.5	29.7	24.5	35.3	25.8	21.7	34.7	37.3	32.3	40.7	27.7	32.5	24.5	25.5	28.4
やや思う	19.4	20.2	26.4	18.5	20.9	26.3	15.3	12.7	15.8	12.6	14.0	10.8	18.6	12.7	12.5
どちらでもない	16.7	17.3	25.3	9.8	19.4	23.2	8.1	16.1	17.3	8.1	13.1	12.0	15.7	10.9	12.5
あまりそう思わない	6.3	6.6	8.8	3.4	8.3	11.7	1.4	4.2	7.5	0.7	4.6	0.0	8.8	3.6	4.5
そう思わない	2.8	2.5	3.0	1.4	4.1	3.2	0.0	3.0	3.8	0.0	4.6	3.6	4.9	5.5	4.5
全くそう思わない	4.2	3.7	4.7	1.4	4.7	7.3	0.5	5.1	0.8	0.0	7.0	4.8	5.9	10.9	8.0

…50%以上 …40%以上 …30%以上

【本編：例年調査】

第3章 外国人旅行者の四国に関する意向

3-1. 四国の認知度（2019年）

回答者：全回答者

（アンケート結果の分析）

- アジア（8カ国・地域）における認知度は、エリア名の「四国」の認知度（18.7%）が、「徳島」（8.7%）や「高知」（9.1%）など四国内の個別の地名の認知度より高い。この傾向は一昨年度、昨年度と同様である。
 - 国・地域別での「四国」の認知度は、台湾（42.1%）、香港（43.5%）で4割を超えており、概ね東アジアで高い水準となっている。
 - 一方、東南アジアでは「四国」の認知度が10%を超える国はなく、低い水準にとどまる。
- また、欧米豪（4カ国）における「四国」の認知度もまだ低く、10%を超える国はない。
 - 欧米豪ではアジアと比べると、エリアとしての「四国」の認知度が相対的に低い。欧米豪はアジアと比べると「四国」ブランドが浸透していないことが伺える。
 - 「四国」の認知度は、欧米豪4カ国の中では、フランス（8.9%）が最も高い。
- 個別の地名では、アジアにおいて「徳島」「高知」「高松／香川」「松山／道後」の認知度が相対的に高い。
 - 中国では、「松山／道後」（12.7%）の認知度が高い。
 - 台湾では、「高知」（23.0%）、「愛媛」（19.7%）、「徳島」（17.1%）、「高松／香川」（15.0%）の認知度が高い。
 - 香港では、「高松／香川」（19.1%）、「愛媛」（19.1%）、「高知」（18.7%）、「徳島」（18.3%）の認知度が高い。

Q. あなたは以下の観光地をご存知ですか（回答はあてはまるものすべて）

	1 2 カ 国 ・ 地 域	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
上段：サンプル数 下段：パーセンテージ															
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
四国	910 14.5	771 18.7	54 10.3	127 24.1	214 42.1	214 43.5	50 9.7	35 6.7	44 8.3	33 6.4	139 6.5	29 5.5	39 7.2	23 4.3	48 8.9
高松／香川	437 7.0	347 8.4	34 6.5	47 8.9	76 15.0	94 19.1	25 4.9	24 4.6	26 4.9	21 4.0	90 4.2	22 4.1	30 5.6	19 3.6	19 3.5
直島	290 4.6	204 4.9	34 6.5	41 7.8	29 5.7	36 7.3	20 3.9	17 3.2	20 3.8	7 1.3	86 4.0	16 3.0	30 5.6	18 3.4	22 4.1
松山／道後	395 6.3	322 7.8	26 5.0	67 12.7	59 11.6	69 14.0	45 8.8	15 2.9	18 3.4	23 4.4	73 3.4	19 3.6	20 3.7	16 3.0	18 3.4
愛媛	313 5.0	278 6.7	16 3.1	22 4.2	100 19.7	94 19.1	8 1.6	22 4.2	13 2.5	3 0.6	35 1.6	7 1.3	13 2.4	5 0.9	10 1.9
徳島	476 7.6	358 8.7	49 9.4	34 6.5	87 17.1	90 18.3	24 4.7	28 5.3	26 4.9	20 3.9	118 5.5	22 4.1	39 7.2	27 5.0	30 5.6
高知	475 7.6	377 9.1	27 5.2	40 7.6	117 23.0	92 18.7	30 5.8	36 6.9	24 4.6	11 2.1	98 4.6	24 4.5	29 5.4	23 4.3	22 4.1

…40%以上 …30%以上 …20%以上 …10%以上

(参考) 【訪日回数別】四国の認知度

(アンケート結果の分析)

- 外国人旅行者の四国の認知度は、訪日経験の有無で大きく異なる。一度でも訪日経験があれば大きく上昇する結果となった。
- 更に、「四国」の認知度は1回よりも2回以上（複数回）の訪日経験のある外国人旅行者の方が、アジア全体において2倍以上高い結果となった。

■【訪日回数別】四国の認知度

(%)

訪日経験	12カ国・地域全体			アジア全体			韓国			中国			台湾			香港		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	3,705	999	1,572	1,891	812	1,431	160	135	228	170	186	171	121	88	299	82	62	348
四国	6.9	14.9	32.1	8.5	15.6	33.8	6.9	6.7	14.9	17.1	22.6	32.7	19.8	35.2	53.2	25.6	29.0	50.3
高松／香川	3.5	5.8	15.8	3.5	6.0	16.1	2.5	4.4	10.5	5.9	5.4	15.8	2.5	8.0	22.1	11.0	9.7	22.7
直島	3.2	3.6	8.7	2.6	3.6	8.8	4.4	5.2	8.8	4.1	3.8	15.8	0.8	3.4	8.4	3.7	1.6	9.2
松山／道後	3.5	5.7	13.2	4.0	6.0	13.8	3.1	2.2	7.9	8.8	10.8	18.7	2.5	5.7	17.1	9.8	3.2	17.0
愛媛	1.6	4.2	13.5	2.2	4.4	14.0	1.3	2.2	4.8	3.5	3.2	5.8	8.3	12.5	26.4	11.0	8.1	23.0
徳島	4.8	5.3	15.7	4.8	4.9	15.9	3.8	6.7	14.9	5.3	2.7	11.7	8.3	9.1	23.1	9.8	4.8	22.7
高知	4.3	5.7	16.5	4.3	5.8	17.4	3.1	4.4	7.0	3.5	8.1	11.1	11.6	14.8	30.1	9.8	3.2	23.6

訪日経験	タイ			シンガポール			マレーシア			インドネシア		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	292	101	121	288	85	151	394	76	57	384	79	56
四国	6.2	12.9	15.7	3.8	2.4	14.6	6.9	7.9	19.3	5.2	7.6	12.5
高松／香川	2.4	5.0	10.7	2.4	7.1	7.3	4.1	5.3	10.5	2.9	6.3	8.9
直島	3.4	2.0	6.6	1.4	4.7	6.0	3.3	5.3	5.3	1.0	1.3	3.6
松山／道後	5.1	10.9	15.7	1.4	0.0	7.3	3.0	2.6	7.0	3.4	7.6	7.1
愛媛	0.7	3.0	2.5	1.7	5.9	7.9	1.8	3.9	5.3	0.0	0.0	5.4
徳島	4.5	5.0	5.0	4.5	2.4	8.6	4.3	6.6	7.0	3.9	3.8	3.6
高知	4.5	5.0	9.9	4.2	2.4	14.6	4.3	2.6	8.8	1.6	2.5	5.4

訪日経験	欧米豪全体			アメリカ			オーストラリア			イギリス			フランス		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	1,814	187	141	449	37	46	436	52	50	480	39	16	449	59	29
四国	5.2	11.8	15.6	3.3	13.5	19.6	5.7	11.5	16.0	4.2	5.1	6.3	7.8	15.3	13.8
高松／香川	3.5	4.8	12.1	3.1	8.1	10.9	4.1	5.8	18.0	3.5	2.6	6.3	3.3	3.4	6.9
直島	3.8	3.7	7.1	2.0	5.4	10.9	5.7	3.8	6.0	3.3	2.6	6.3	4.2	3.4	3.4
松山／道後	3.0	4.3	7.1	3.3	5.4	4.3	2.5	7.7	10.0	3.1	2.6	0.0	3.1	1.7	10.3
愛媛	0.9	3.2	8.5	0.7	5.4	4.3	0.9	3.8	14.0	0.8	0.0	6.3	1.3	3.4	6.9
徳島	4.7	7.0	14.2	2.7	10.8	13.0	6.0	3.8	22.0	5.2	5.1	0.0	4.9	8.5	10.3
高知	4.2	5.3	7.8	4.2	8.1	4.3	4.1	7.7	14.0	4.4	5.1	0.0	4.2	1.7	6.9

…40%以上 …30%以上 …20%以上

3-2. 四国への往訪意欲

回答者：全回答者

(アンケート結果の分析)

- アジア（8カ国・地域）における往訪意欲は、エリア名の「四国」が5.5%となっており、「徳島」（2.3%）や「高松／香川」「高知」（1.9%）など四国内の個別の観光地への往訪意欲より高い。
 - 国・地域別での「四国」への往訪意欲を分析すると、香港（15.4%）、台湾（11.5%）で高い水準となっている。認知度の高い国・地域で往訪意欲が高い結果となった（1-1参照）。
 - 台湾では、個別の観光地では「愛媛」（5.8%）への往訪意欲が高い。
 - 韓国では、一番往訪意欲の高い「四国」で（2.2%）に留まっており、他の東アジア3カ国・地域と比較すると、相対的に四国エリアへの往訪意欲が低い。
- 欧米豪ではエリア名の「四国」（2.4%）と、「徳島」（1.9%）や「直島」（1.6%）など個別の観光地への往訪意欲との間に大きな差がないことから、アジアと比べると「四国」ブランドが浸透していないと言える（1-1参照）
 - 「四国」への往訪意欲は、欧米豪4カ国の中では、フランス（3.5%）が最も高い。
 - アメリカでは、「高知」（1.8%）への往訪意欲が高い。

Q.あなたがご存知の観光地の中で、実際に行ってみたい観光地をお選びください（回答はあてはまるものすべて）

	1 2 カ 国 ・ 地 域	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
上段：サンプル数 下段：パーセンテージ															
サンプル数	5,747 100.0	3,951 100.0	494 100.0	524 100.0	496 100.0	488 100.0	498 100.0	481 100.0	493 100.0	477 100.0	1,796 100.0	445 100.0	478 100.0	449 100.0	424 100.0
四国	260 4.5	217 5.5	11 2.2	26 5.0	57 11.5	75 15.4	15 3.0	11 2.3	13 2.6	9 1.9	43 2.4	6 1.3	11 2.3	11 2.4	15 3.5
高松／香川	100 1.7	76 1.9	5 1.0	10 1.9	17 3.4	23 4.7	4 0.8	7 1.5	5 1.0	5 1.0	24 1.3	4 0.9	4 0.8	9 2.0	7 1.7
直島	86 1.5	58 1.5	8 1.6	13 2.5	9 1.8	11 2.3	6 1.2	7 1.5	3 0.6	1 0.2	28 1.6	6 1.3	9 1.9	6 1.3	7 1.7
松山／道後	84 1.5	63 1.6	7 1.4	10 1.9	12 2.4	17 3.5	8 1.6	3 0.6	3 0.6	3 0.6	21 1.2	4 0.9	5 1.0	7 1.6	5 1.2
愛媛	77 1.3	69 1.7	3 0.6	5 1.0	29 5.8	22 4.5	2 0.4	4 0.8	3 0.6	1 0.2	8 0.4	4 0.9	0 0.0	2 0.4	2 0.5
徳島	123 2.1	89 2.3	7 1.4	13 2.5	17 3.4	27 5.5	4 0.8	8 1.7	6 1.2	7 1.5	34 1.9	5 1.1	11 2.3	7 1.6	11 2.6
高知	98 1.7	76 1.9	4 0.8	10 1.9	19 3.8	19 3.9	6 1.2	6 1.2	8 1.6	4 0.8	22 1.2	8 1.8	1 0.2	5 1.1	8 1.9

…10%以上 …5%以上 …3%以上

(参考) 【訪日回数別】四国への往訪意欲

(アンケート結果の分析)

- 外国人旅行者の四国への往訪意欲に関して、アジア全体では認知度と同様、一度でも訪日経験があれば大きく上昇する結果となった。
- 一方、欧米豪全体では、1回の訪日経験では上昇が見られたが、2回以上（複数回）ではそれ以上の上昇が見られなかった。

■ 【訪日回数別】四国への往訪意欲

(%)

訪日経験	12カ国・地域全体			アジア全体			韓国			中国			台湾			香港		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	3,187	994	1,566	1,717	809	1,425	134	135	225	167	186	171	110	88	298	79	62	347
四国	2.0	3.5	10.2	1.9	3.5	10.9	1.5	0.7	3.6	3.0	4.3	7.6	1.8	5.7	16.8	5.1	8.1	19.0
高松／香川	1.1	1.1	3.5	0.9	0.9	3.7	0.7	0.7	1.3	1.8	1.1	2.9	0.9	1.1	5.0	0.0	1.6	6.3
直島	1.0	0.6	3.0	0.7	0.4	3.0	1.5	0.0	2.7	2.4	0.5	4.7	0.0	0.0	3.0	2.5	0.0	2.6
松山／道後	1.1	1.0	2.6	0.8	1.2	2.7	1.5	0.7	1.8	0.6	2.7	2.3	0.0	1.1	3.7	1.3	1.6	4.3
愛媛	0.6	0.9	3.2	0.8	0.9	3.4	0.7	0.7	0.4	1.2	0.5	1.2	2.7	3.4	7.7	3.8	1.6	5.2
徳島	1.7	1.1	3.8	1.5	0.9	3.9	1.5	1.5	1.3	1.8	0.5	5.3	0.0	0.0	5.7	3.8	3.2	6.3
高知	1.2	1.3	2.9	1.2	1.5	3.0	0.7	1.5	0.4	0.6	2.7	2.3	2.7	3.4	4.4	2.5	1.6	4.6

訪日経験	タイ			シンガポール			マレーシア			インドネシア		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	276	101	121	248	82	151	361	76	56	342	79	56
四国	1.8	4.0	5.0	1.6	1.2	4.0	1.4	3.9	8.9	1.8	1.3	3.6
高松／香川	0.7	0.0	1.7	0.8	1.2	2.6	1.4	0.0	0.0	0.6	1.3	3.6
直島	0.4	0.0	4.1	0.4	2.4	2.6	0.6	0.0	1.8	0.0	0.0	1.8
松山／道後	1.8	1.0	1.7	0.4	0.0	1.3	0.6	0.0	1.8	0.6	1.3	0.0
愛媛	0.7	0.0	0.0	0.4	1.2	1.3	0.6	0.0	1.8	0.0	0.0	1.8
徳島	1.4	0.0	0.0	0.8	1.2	3.3	1.7	0.0	0.0	1.8	1.3	0.0
高知	1.1	1.0	1.7	0.8	0.0	2.6	1.9	0.0	1.8	0.6	0.0	3.6

訪日経験	欧米豪全体			アメリカ			オーストラリア			イギリス			フランス		
	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	1,470	185	141	362	37	46	377	51	50	394	39	16	337	58	29
四国	2.2	3.8	2.8	0.6	5.4	4.3	2.7	0.0	2.0	2.5	2.6	0.0	3.0	6.9	3.4
高松／香川	1.2	2.2	1.4	0.6	2.7	2.2	0.5	2.0	2.0	2.0	2.6	0.0	1.8	1.7	0.0
直島	1.4	1.6	2.8	0.8	2.7	4.3	2.4	0.0	0.0	1.3	0.0	6.3	1.2	3.4	3.4
松山／道後	1.4	0.0	0.7	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	2.0	1.8	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0
愛媛	0.3	1.1	1.4	0.3	2.7	4.3	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.3	1.7	0.0
徳島	1.8	2.2	2.1	0.8	2.7	2.2	2.4	2.0	2.0	1.8	0.0	0.0	2.4	3.4	3.4
高知	1.2	0.5	2.1	1.9	2.7	0.0	0.0	0.0	2.0	1.3	0.0	0.0	1.8	0.0	6.9

…10%以上 …5%以上 …3%以上

3-3. 地方への往訪意欲

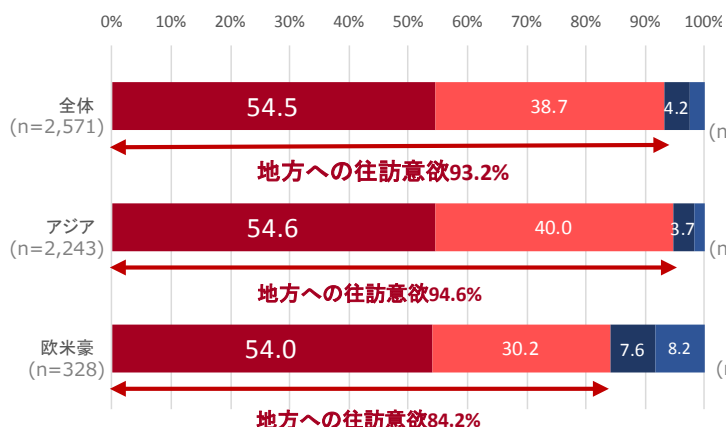
回答者：訪日経験者

(アンケート結果の分析)

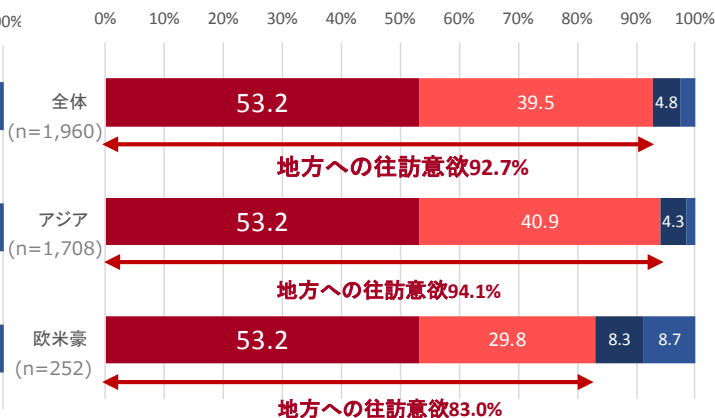
- 地方観光地※へ「ぜひ旅行したい」「機会があれば旅行したい」を合わせた比率は全体で93.2%（アジア94.6%、欧米豪84.2%）に上り、高い水準となっている。
- 「以前旅行したことがある」という地方訪問経験者を対象として地方への往訪意欲をみると、全体で92.7%（アジア94.1%、欧米豪83.0%）となっており、地方観光地へのリピート往訪意欲についても依然として高い。
- 香港と台湾の海外旅行経験者において、四国への往訪意欲を「訪日リピーター（訪日経験2回以上）」と「訪日経験なし」の回答者について比較すると、エリアとしての「四国」への往訪意欲については、「訪日リピーター」が「訪日経験なし」より10%以上高い、という結果になった。一方、「高松・香川」など四国の個別の観光地で10%以上高い結果となった観光地はなかった。
- とりわけ訪日リピーター向けには、「四国」エリアとしての広域プロモーションが効果的であると思われる。

※「地方観光地」：「首都圏・都市部から離れた地域」として質問している。

■訪日経験者全体



■うち地方訪問経験者



■台湾、香港における訪日経験別の四国各地への往訪意欲

(%)

	台湾			香港		
	①訪日経験なし	②訪日経験2回以上のリピーター	①と②の差	①訪日経験なし	②訪日経験2回以上のリピーター	①と②の差
サンプル数	110	298	-	79	347	-
四国	1.8	16.8	15.0	5.1	19.0	14.0
高松／香川	0.9	5.0	4.1	0.0	6.3	6.3
直島	0.0	3.0	3.0	2.5	2.6	0.1
松山／道後	0.0	3.7	3.7	1.3	4.3	3.1
しまなみ海道／せとうち	2.7	7.7	5.0	3.8	5.2	1.4
徳島	0.0	5.7	5.7	3.8	6.3	2.5
高知	2.7	4.4	1.6	2.5	4.6	2.1

【本編：例年調査】

第4章 四国訪問経験者の特徴と動向

※本章では、訪日経験者のうち四国を訪問したことがあると回答した人（「**四国訪問経験者**」という）を対象としている。

4-1. 四国訪問経験者の訪問先・訪日回数

回答者：四国訪問経験者

(アンケート結果の分析)

訪問先

- 訪日経験者のうち、四国訪問経験者の割合は全体で7.5%となっている。
- 訪日経験者のうち、アジア全体（8カ国・地域）（7.2%）と欧米豪全体（4カ国）（9.5%）の四国訪問経験者を比較すると、欧米豪の方が割合が高い。

Q. あなたが訪問された観光地をお選びください（回答はあてはまるものすべて）

	1 2 カ 国 ・ 地 域	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
上段：サンプル数															
下段：パーセンテージ															
有効回答者数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
うち訪日経験者	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
四国訪問経験者	192	161	9	42	27	38	16	11	7	11	31	12	9	2	8
	7.5%	7.2%	2.5%	11.8%	7.0%	9.3%	7.2%	4.7%	5.3%	8.1%	9.5%	14.5%	8.8%	3.6%	9.1%
四国	90	83	3	21	15	26	9	3	4	2	7	3	2	0	2
	3.5%	3.7%	0.8%	5.9%	3.9%	6.3%	4.1%	1.3%	3.0%	1.5%	2.1%	3.6%	2.0%	0.0%	2.3%
高松／香川	42	35	0	7	5	16	2	2	0	3	7	3	2	1	1
	1.6%	1.6%	0.0%	2.0%	1.3%	3.9%	0.9%	0.8%	0.0%	2.2%	2.1%	3.6%	2.0%	1.8%	1.1%
直島	23	20	1	7	3	4	1	3	0	1	3	1	2	0	0
	0.9%	0.9%	0.3%	2.0%	0.8%	1.0%	0.5%	1.3%	0.0%	0.7%	0.9%	1.2%	2.0%	0.0%	0.0%
松山／道後	34	29	1	9	4	8	3	2	1	1	5	2	1	1	1
	1.3%	1.3%	0.3%	2.5%	1.0%	2.0%	1.4%	0.8%	0.8%	0.7%	1.5%	2.4%	1.0%	1.8%	1.1%
愛媛	24	22	1	2	4	7	1	4	1	2	2	1	0	0	1
	0.9%	1.0%	0.3%	0.6%	1.0%	1.7%	0.5%	1.7%	0.8%	1.5%	0.6%	1.2%	0.0%	0.0%	1.1%
徳島	44	36	4	8	5	12	2	2	1	2	8	4	1	0	3
	1.7%	1.6%	1.1%	2.2%	1.3%	2.9%	0.9%	0.8%	0.8%	1.5%	2.4%	4.8%	1.0%	0.0%	3.4%
高知	33	28	1	5	5	10	5	1	1	0	5	1	3	0	1
	1.3%	1.2%	0.3%	1.4%	1.3%	2.4%	2.3%	0.4%	0.8%	0.0%	1.5%	1.2%	2.9%	0.0%	1.1%

…5%以上

…4%以上

…3%以上

4-1. 四国訪問経験者の訪問先・訪日回数

回答者：四国訪問経験者

(アンケート結果の分析)

訪日回数

- 四国訪問経験者における「複数回訪日経験のある旅行者の比率（訪日リピート率）※」は、74.5%となっており、訪日経験者全体の訪日リピート率（61.1%）よりも高い水準となっている。中でも、訪日「6回以上」が26.0%と最も多く、四国を訪れる外国人旅行者は、日本に何度も訪れている人が多いと推察される。（※「四国」へのリピート率ではない）
- アジアからの四国訪問経験者は、訪日「6回以上」が29.8%と訪日経験者全体（14.1%）の2.1倍に達する。また、訪日「4回以上」で4割を超えることから、とりわけアジアからの外国人旅行者は日本旅行に慣れている人が多いことが伺える。
- 一方で、欧米豪からの四国訪問経験者は、訪日リピーターの中でも訪日経験「2・3回」のゾーンが48.4%と訪日経験者全体（30.8%）より厚くなっている点が特徴である。
 - 欧米豪からの旅行者は日本での滞在時間が長く（2-2参照）、広域周遊を行うため、アジアと比べると訪日経験の比較的小さい段階で四国を訪れる旅行者が多いものと推測される。

Q. 日本を何回旅行したかをお知らせください（回答はそれぞれひとつ）

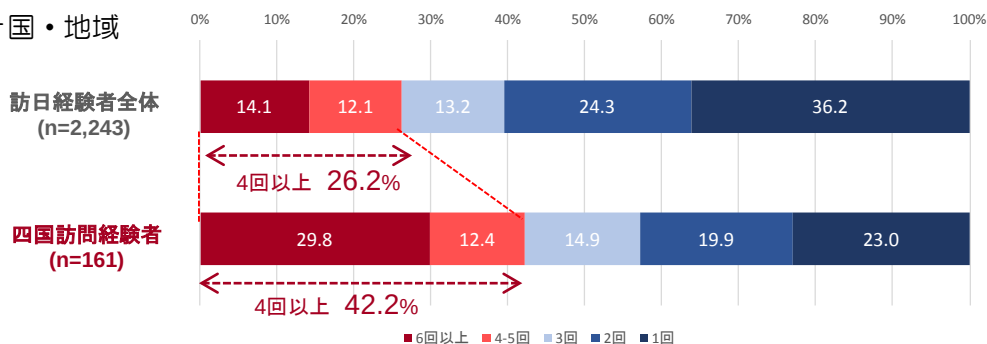
■ 四国訪問経験者

(%)

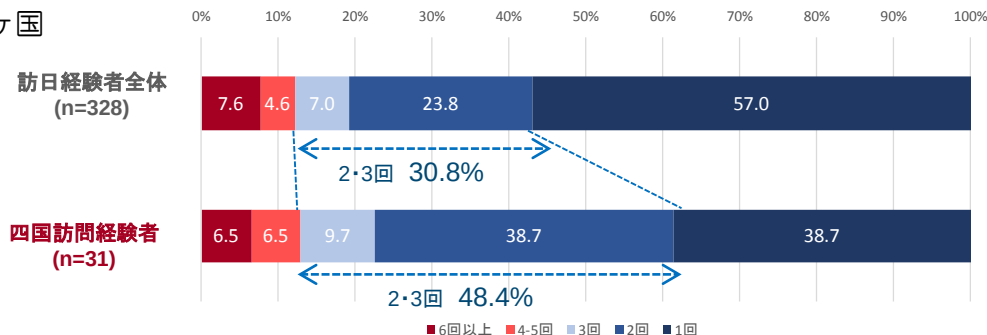
	全体	アジア	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	192	161	9	42	27	38	16	11	7	11	31	12	9	2	8
1回	25.5	23.0	33.3	40.5	11.1	5.3	31.3	18.2	14.3	36.4	38.7	25.0	44.4	50.0	50.0
2回	22.9	19.9	11.1	26.2	3.7	13.2	31.3	0.0	57.1	45.5	38.7	41.7	44.4	0.0	37.5
3回	14.1	14.9	0.0	21.4	11.1	5.3	31.3	45.5	0.0	0.0	9.7	8.3	0.0	50.0	12.5
4-5回	11.5	12.4	11.1	11.9	22.2	15.8	0.0	9.1	14.3	0.0	6.5	16.7	0.0	0.0	0.0
6回以上	26.0	29.8	44.4	0.0	51.9	60.5	6.3	27.3	14.3	18.2	6.5	8.3	11.1	0.0	0.0

➔ 訪日リピート率: 74.5%（訪日経験者全体の訪日リピート率: 61.1%）

● アジア8ヶ国・地域



● 欧米豪4ヶ国



4-2. 滞在日数

回答者：四国訪問経験者

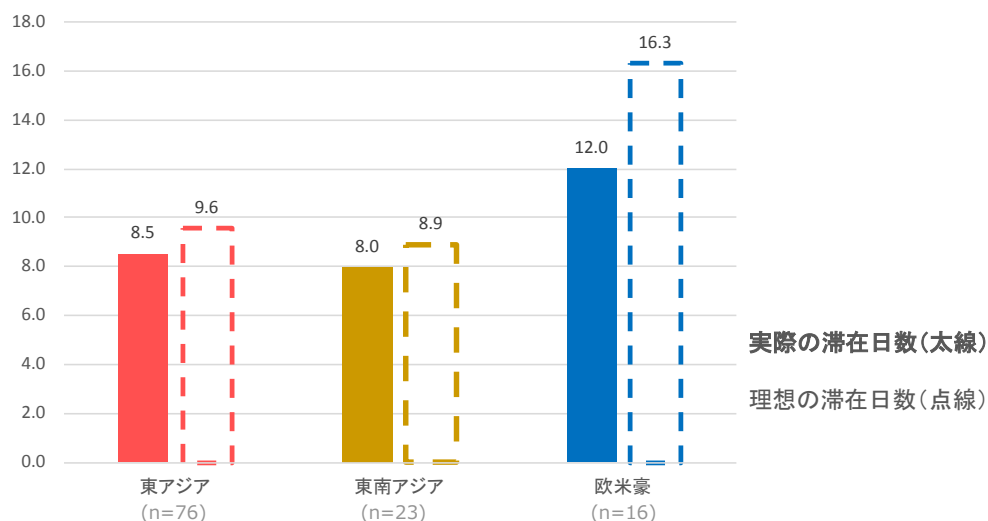
（設問の特徴）

- 四国訪問経験者の直近の「日本旅行」についての回答であり、「四国旅行」に限定した質問ではない点に注意。

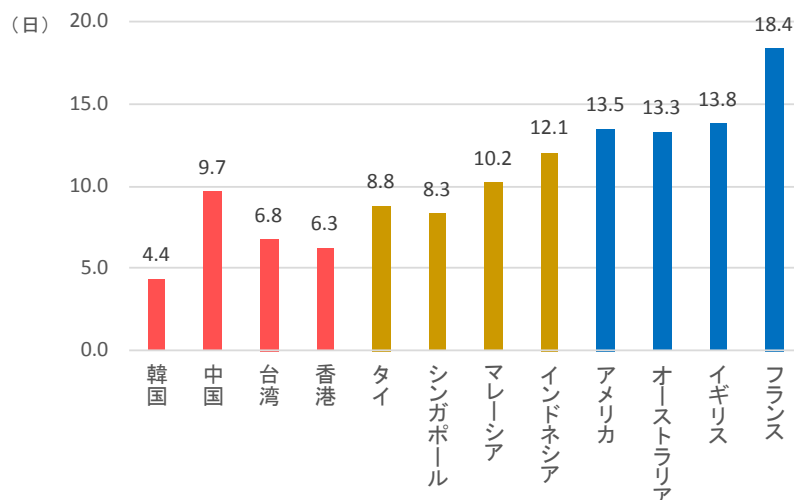
（アンケート結果の分析）

- 実際の滞在日数は、アジアより欧米豪の方が長くなっており、欧米豪の人は2週間程度日本に滞在している（観光庁「訪日外国人消費動向調査」と概ね傾向が一致）。
- 四国訪問経験者は、アジア、欧米豪ともに実際の滞在日数（平均値）よりも理想の滞在日数(平均値)の方が長く、滞在日数の長期化に向けた施策が有効であると考えられる。
- 四国訪問経験者と訪日経験者の実際の平均滞在日数を比較すると、四国訪問経験者の方がアジアで1.56日、欧米豪で4.33日長い。四国を訪れる人は、特に欧米豪を中心に比較的長い期間日本に滞在する傾向にあると考えられる。

Q. 日本での滞在日数をお知らせください。また、日本に旅行をするとしたら、滞在日数はどのくらいが良いと思いますか



（参考）観光庁「訪日外国人消費動向調査」国・地域別 日本での平均滞在日数（2018年暦年）



4-3. 所得階層

回答者：四国訪問経験者

(設問の特徴)

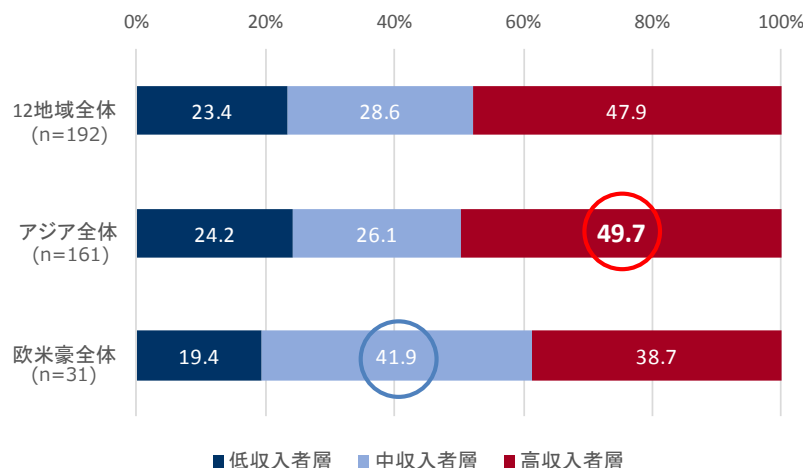
- 回答者全体の世帯年収を尋ね、そこから国・地域別に低収入層・中収入層・高収入層に全体が均等になるよう分類した上で、訪日経験者及び四国訪問経験者を抽出したもの。

(アンケート結果の分析)

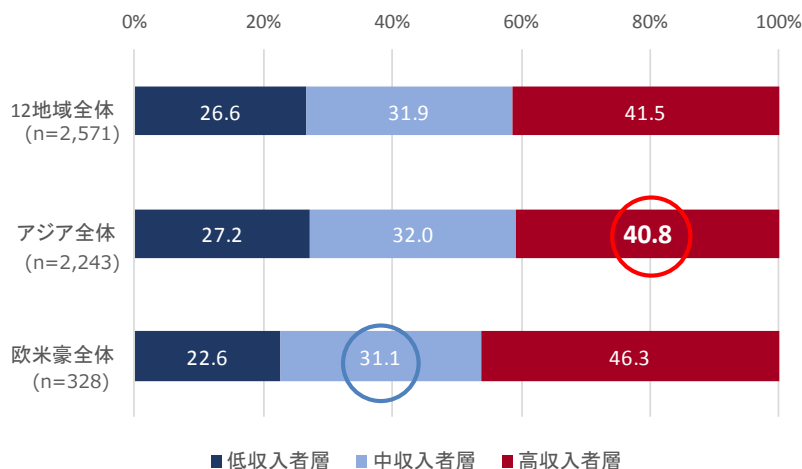
- 四国訪問経験者の所得階層を訪日経験者と比較すると、アジアからの四国訪問経験者における高収入層の比率（49.7%）は、訪日経験者全体（40.8%）と比較して高くなっている。
 - アジアからの四国訪問経験者は訪日回数の多い旅行者が多く（2-1参照）、比較的所得の高い層が多く来四しているものと考えられる。
- 一方、欧米豪からの四国訪問経験者は、中収入層の比率が41.9%と訪日経験者全体（31.1%）と比較して高くなっている。

Q. あなたの世帯年収をお答え下さい

■ 四国訪問経験者の所得階層



■ 訪日経験者全体の所得階層



4-4. 情報収集（訪日旅行前・訪日旅行中）

回答者：四国訪問経験者

（アンケート結果の分析）

- 四国訪問経験者は、アジア、欧米豪ともに「旅行ガイドブック」で情報収集を行う比率が高い。

訪日旅行前

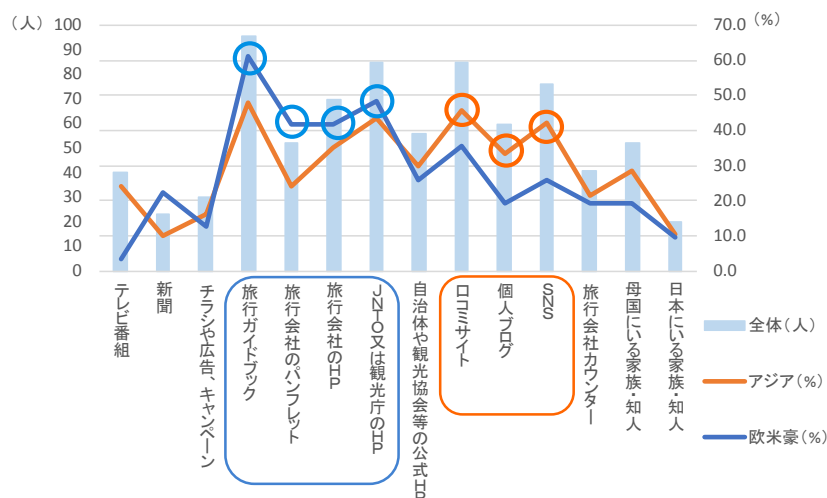
- アジアと欧米豪の四国訪問経験者を比較すると、アジアからの訪日客は「口コミサイト」、「個人ブログ」、「SNS」など個人が発信するインターネット情報を参考にする比率が高いのに対し、欧米豪からの訪日客は「旅行ガイドブック」や「JNTO（日本政府観光局）または観光庁のHP」など、旅行会社や自治体が発する比較の出所先が明確な情報を参考にする人が多い傾向にある。

訪日旅行中

- 全体では「旅行ガイドブック」や「観光案内所」の割合が高い。
- アジアの人は、訪日中も引き続き「個人ブログ」や「SNS」などネットを使って情報収集をしていることが伺える。
- 欧米豪はアジアと比較すると、訪日中は「ツアーガイド」、また「日本にいる家族・知人」や「駅員や交番、歩行者」など、地元の人から直接情報収集を行う人の割合が高い。

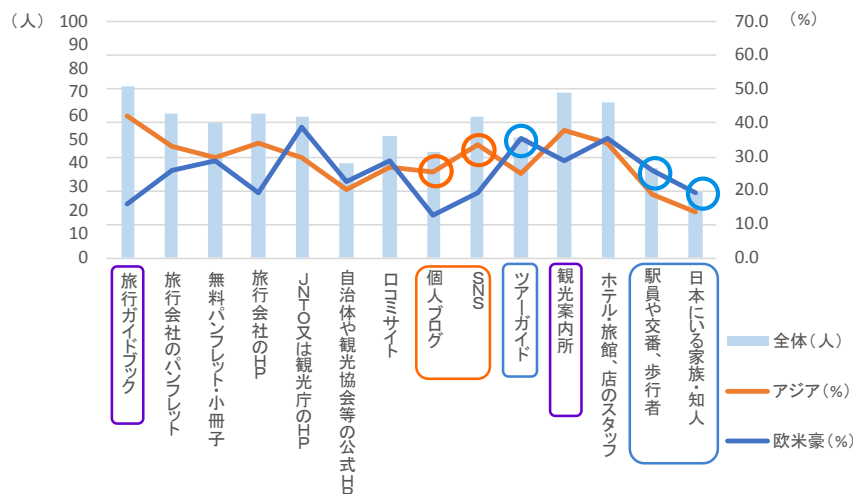
Q. 日本旅行をする前に、どこで情報を収集しましたか（回答はあてはまるものすべて）

■ 四国訪問経験者



Q. 日本旅行に来た際に、日本で情報収集した媒体をお選び下さい（回答はあてはまるものすべて）

■ 四国訪問経験者



4-5. 旅行形態

回答者：四国訪問経験者

(アンケート結果の分析)

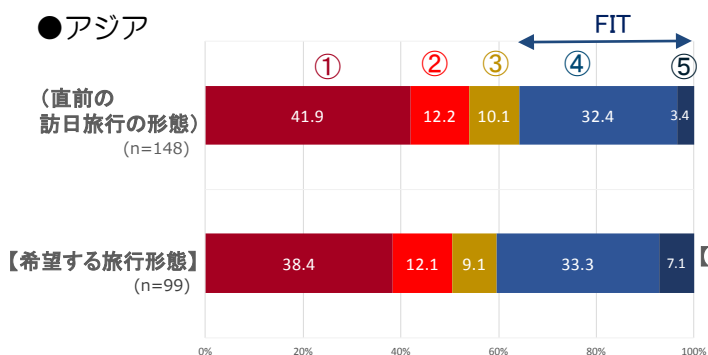
- ・FIT（個人手配海外旅行者）比率は、欧米豪よりもアジアの方が高い。アジアでは約4割の人が「④航空券と宿泊施設を個別に手配」「⑤航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）」する形態で四国を旅行している。
- ・欧米豪は、「①航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に、食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれている」旅行形態で四国を訪れるインバウンド客が最も多い。
- ・欧米豪では、「②自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー」を希望する人の割合（31.3%）が実際の旅行形態よりも高い。四国を訪れる欧米豪の人に対しては、言語対応や観光地案内等のガイドのニーズが高いと言える。

(※) FIT : foreign independent travel（個人手配海外旅行者）、ここでは「⑤航空券と宿泊施設を個別に手配」「⑥航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）」を選択した人を指す

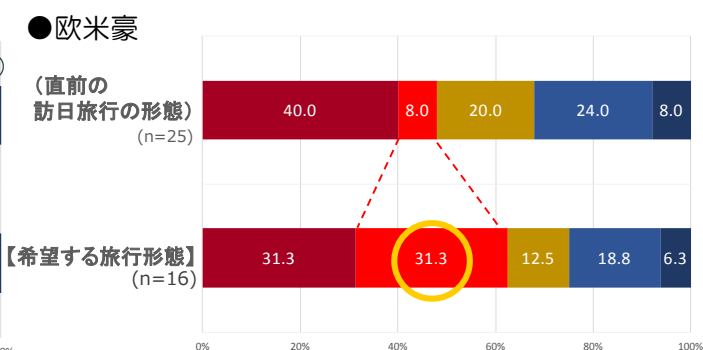
Q. 旅行形態をお知らせください（回答はひとつだけ最も近いものをお選びください）
日本に旅行をするとしたら、どのような旅行形態で行きたいですか（回答はひとつ）

■ 四国訪問経験者

● アジア

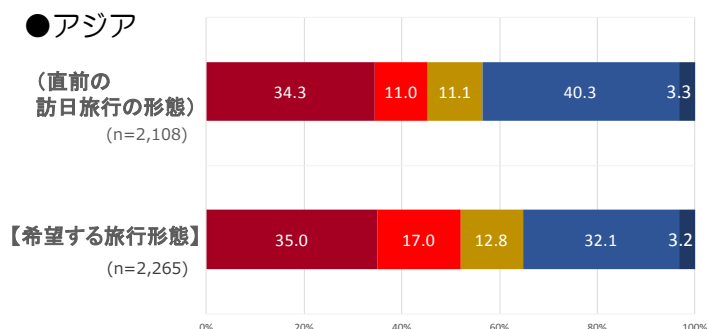


● 欧米豪

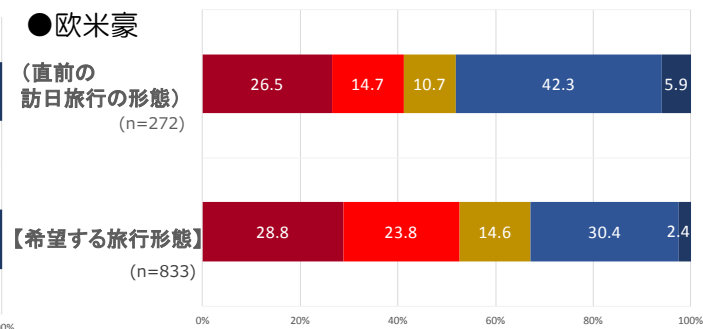


■ 訪日経験者全体

● アジア



● 欧米豪



凡例

- ①航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に、食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれている
- ②自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー
- ③航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行
- ④航空券と宿泊施設を個別に手配
- ⑤航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）

参 考

(参考1) 日本の観光地の認知度

回答者：全回答者

(アンケート結果の分析)

- 全体では、ゴールデンルート上の観光地や北海道、沖縄、広島、神戸、長崎などの認知度が高い一方で、地方観光地は未だ低位にある。
- 「四国」の認知度は、「九州」「関西」よりも低く、「東北」「北陸」よりは高い。

(※)「ゴールデンルート」とは、東京－大阪エリア間を周遊する日本旅行の定番コース（東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪など）

Q.あなたは以下の観光地をご存知ですか（回答はあてはまるものすべて）

	全体	アジア	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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
東京	62.1	66.3	69.6	63.9	73.8	75.0	61.3	63.4	65.1	58.6	54.0	48.7	64.1	55.5	47.7
富士山	59.4	63.8	59.3	65.3	72.0	69.5	62.6	63.0	64.5	54.9	51.0	47.6	62.6	52.3	41.3
大阪	53.9	62.1	68.1	60.0	74.8	75.8	52.9	59.5	59.2	47.4	38.0	29.1	50.2	35.3	37.1
京都	50.7	58.9	66.2	57.9	75.0	72.6	53.3	56.3	48.0	43.4	34.7	26.5	42.8	30.7	38.9
北海道	45.6	60.1	60.6	58.6	75.4	71.7	55.4	58.2	58.8	42.8	17.6	14.1	25.7	13.5	17.1
沖縄	39.5	48.0	49.9	47.2	71.3	67.7	35.8	44.7	41.0	28.1	23.1	28.0	24.0	22.1	18.4
神戸	37.5	45.1	50.9	50.1	64.4	64.8	30.9	41.2	36.4	23.5	22.8	19.2	24.3	21.5	26.3
広島	37.5	37.9	42.6	34.3	46.9	48.2	33.5	34.5	32.4	31.4	36.7	32.7	43.5	38.3	32.2
札幌	36.9	47.3	64.2	36.4	68.1	64.6	39.9	42.4	32.6	31.6	16.9	15.4	24.2	13.1	15.1
名古屋	34.6	45.9	49.9	49.1	65.9	65.2	31.7	34.0	41.4	31.4	12.9	9.6	17.7	10.3	14.0
長崎	33.7	36.2	41.3	29.4	52.0	53.0	31.9	25.8	29.0	28.5	28.8	24.6	32.5	31.8	26.3
横浜	33.0	38.3	43.2	40.4	53.0	48.0	31.7	30.5	30.0	30.8	22.8	16.5	31.6	25.0	18.1
福島	27.2	28.5	41.3	26.2	37.6	40.9	18.5	21.4	21.4	22.0	24.6	17.7	29.4	25.0	26.4
九州	27.0	37.5	51.2	38.5	62.0	62.6	26.3	27.7	21.4	11.9	6.9	4.5	9.7	4.1	9.3
奈良	26.4	36.1	38.8	48.0	64.4	65.7	20.0	25.4	21.6	7.3	7.5	5.8	12.1	3.2	8.8
関西	25.8	35.9	43.2	29.6	64.2	58.9	30.5	23.1	23.9	16.2	6.3	5.8	9.1	4.1	6.3
福岡／博多／小倉	25.0	33.5	49.9	32.1	51.6	58.9	20.4	19.8	23.3	13.9	8.6	7.1	11.7	7.9	7.6
鹿児島	18.8	26.2	24.7	32.4	60.6	62.2	9.5	8.0	10.4	4.8	4.5	3.6	5.0	5.0	4.5
箱根	16.3	22.1	18.4	17.1	52.6	49.4	11.3	16.8	8.2	5.8	5.1	4.1	6.3	4.1	6.0
宮崎	16.2	22.4	22.0	30.0	41.3	47.8	14.4	9.9	11.6	4.2	4.3	4.1	3.7	3.2	6.1
熊本／阿蘇	14.5	20.7	20.1	23.5	52.0	55.5	5.4	3.4	5.9	2.3	2.6	2.3	2.8	2.4	3.0
四国	14.5	18.7	10.3	24.1	42.1	43.5	9.7	6.7	8.3	6.4	6.5	5.5	7.2	4.3	8.9
仙台／松島	14.3	19.8	16.6	25.4	43.7	37.8	16.9	6.5	8.2	4.6	3.7	2.8	4.1	2.2	5.6
函館	14.3	19.8	14.1	10.2	54.7	41.7	8.8	17.0	9.3	4.6	3.6	2.8	5.9	3.0	2.6
青森	13.4	18.8	22.9	13.7	52.6	42.1	5.8	7.6	4.9	3.3	2.9	2.6	3.9	1.7	3.4
岡山	12.7	15.4	11.3	10.4	31.5	30.7	8.6	11.1	11.2	9.4	7.7	7.0	9.9	6.9	7.1
秋田／角館	10.5	14.2	8.4	23.1	32.5	32.1	3.5	4.4	7.2	3.5	3.3	4.1	3.2	2.4	3.5
軽井沢	10.5	14.8	4.4	7.4	53.3	37.8	4.7	3.4	5.1	4.6	2.1	1.1	3.3	2.1	1.9
富山	10.3	13.3	6.3	23.7	20.1	27.4	7.0	6.9	9.5	6.4	4.5	4.3	5.4	3.9	4.5
山口	10.3	12.1	17.2	9.5	8.9	13.8	12.8	12.2	10.4	12.1	6.8	8.1	7.6	6.5	5.0
金沢	10.1	13.1	7.6	5.9	32.3	28.3	8.9	7.6	7.4	8.1	4.2	3.4	4.8	3.9	4.7
佐賀	9.9	13.3	8.4	11.4	38.6	30.1	7.6	4.6	5.5	2.1	3.3	3.8	4.6	2.4	2.4
鳥取	9.9	14.0	28.3	7.8	27.8	31.7	5.4	5.5	4.2	2.5	1.9	1.5	2.4	0.7	3.0
大分／別府／湯布院	9.0	12.3	27.2	8.2	23.6	26.8	6.2	4.8	1.5	1.5	2.6	2.6	3.0	2.6	2.2
東北	8.8	11.6	10.7	10.1	30.3	17.1	6.6	9.4	4.6	5.0	3.4	3.9	3.5	3.2	3.0
日光	8.8	10.6	8.0	10.4	20.9	18.5	8.4	7.4	7.0	4.8	5.2	3.8	6.5	5.0	5.6
旭川／富良野	8.7	12.1	5.5	8.2	32.7	33.1	4.1	7.4	4.2	3.5	2.2	2.6	1.7	2.2	2.4
新潟／佐渡	8.7	11.4	5.0	10.2	32.7	25.2	3.7	7.6	4.6	3.5	3.5	2.8	4.1	2.2	4.7
山形／蔵王	8.3	10.4	3.6	7.2	29.7	22.6	4.5	5.7	5.3	5.6	4.3	4.3	4.5	4.3	4.1
飛騨／高山	8.1	10.9	4.6	5.1	32.5	29.3	5.4	5.3	3.4	3.1	2.7	2.8	3.5	1.9	2.6
立山／黒部	7.9	11.0	3.3	4.4	39.4	31.5	3.1	3.4	2.5	2.5	1.8	2.3	2.0	1.7	1.1
岩手／平泉	7.6	10.3	6.3	11.4	25.6	25.0	5.8	4.8	2.3	2.5	2.3	2.1	3.3	1.7	2.2
徳島	7.6	8.7	9.4	6.5	17.1	18.3	4.7	5.3	4.9	3.9	5.5	4.1	7.2	5.0	5.6
高知	7.6	9.1	5.2	7.6	23.0	18.7	5.8	6.9	4.6	2.1	4.6	4.5	5.4	4.3	4.1
福井	7.4	8.1	5.7	7.4	9.6	15.0	6.8	5.9	5.9	8.5	6.2	7.1	7.2	5.8	4.7
高松／香川	7.0	8.4	6.5	8.9	15.0	19.1	4.9	4.6	4.9	4.0	4.2	4.1	5.6	3.6	3.5
伊勢志摩／伊賀	6.9	9.3	3.6	10.8	26.8	23.4	3.1	2.9	3.8	1.3	2.3	2.4	2.0	1.9	2.8
松本／白馬	6.7	8.0	5.5	13.9	10.4	14.2	6.8	4.0	5.7	3.5	4.2	3.9	4.8	3.0	4.8
紀伊半島／高野山／熊野古道	6.6	7.5	4.0	11.0	20.1	11.6	3.3	3.4	4.7	2.7	4.7	3.8	4.3	5.0	5.6
松山／道後	6.3	7.8	5.0	12.7	11.6	14.0	8.8	2.9	3.4	4.4	3.4	3.6	3.7	3.0	3.4
北陸	5.3	6.7	3.4	5.9	19.3	12.2	3.9	4.2	2.7	2.7	2.7	2.4	3.3	2.8	2.2
愛媛	5.0	6.7	3.1	4.2	19.7	19.1	1.6	4.2	2.5	0.6	1.6	1.3	2.4	0.9	1.9
倉敷	4.8	5.6	4.8	3.0	14.4	12.6	2.1	2.7	3.2	2.9	3.3	1.9	4.3	3.0	3.9
帯広／十勝	4.7	6.2	2.7	3.0	15.2	21.1	2.9	2.3	1.5	1.9	2.0	2.1	2.4	1.7	1.7
川越	4.7	6.0	2.9	6.3	12.0	13.0	5.4	3.6	3.4	1.5	2.3	2.1	1.9	2.1	3.2
松江／出雲／石見	4.7	6.0	3.3	9.9	12.2	10.0	6.4	1.3	3.8	1.2	2.2	2.4	1.9	0.9	3.5
直島	4.6	4.9	6.5	7.8	5.7	7.3	3.9	3.2	3.8	1.3	4.0	3.0	5.6	3.4	4.1
二セコ	4.4	5.0	2.1	8.7	5.9	4.3	3.9	9.7	3.2	1.9	3.2	2.1	5.2	2.2	3.2
知床／阿寒	4.0	5.1	3.3	4.0	11.8	13.4	1.8	2.5	3.0	1.7	1.9	2.3	2.0	1.1	2.2
妙高／湯沢	3.9	4.0	3.1	4.9	5.7	6.1	3.9	3.1	1.7	3.7	3.8	3.8	4.6	3.4	3.5
奄美	2.8	3.3	2.7	2.5	9.8	5.3	2.1	1.1	2.3	1.2	1.9	1.9	2.6	1.7	1.3

(参考2) 日本の観光地への往訪意欲

回答者：全回答者

(アンケート結果の分析)

- 認知度と同様、全体ではゴールデンルート上の観光地や北海道、沖縄、神戸などへの往訪意欲が高い。
- エリア名である「四国」は全国の観光地の中でも半ばに位置しているものの、個別の観光地は依然として低位にある。まずは認知度を高め、「行ってみたい」と思ってもらうことが肝要である。

Q. あなたがご存知の観光地の中で、実際に行ってみたい観光地をお選びください（回答はあてはまるものすべて）

	全体	アジア	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	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	5,747	3,951	494	524	496	488	498	481	493	477	1,796	445	478	449	424
東京	44.1	41.2	37.0	41.2	38.5	39.1	39.0	40.3	44.4	50.3	50.3	45.6	55.6	52.3	47.2
富士山	41.0	40.1	22.1	46.0	39.7	34.8	41.4	46.8	46.2	43.8	42.9	38.2	47.9	44.5	40.3
大阪	32.6	36.8	32.0	35.1	39.7	40.6	32.3	39.1	38.5	36.9	23.6	17.5	32.4	18.7	25.2
京都	30.7	33.4	27.7	37.0	43.5	37.3	29.3	35.3	27.2	29.8	24.7	18.0	29.7	19.4	31.6
北海道	29.9	39.5	32.4	41.2	50.0	42.4	32.3	46.4	44.4	26.6	8.9	8.5	11.1	5.3	10.6
沖縄	20.6	24.9	25.7	23.5	39.1	32.8	19.1	25.8	20.7	11.9	11.3	14.2	10.0	9.4	11.8
札幌	18.7	24.0	37.0	13.0	32.3	31.8	21.9	22.0	16.6	18.0	7.1	7.9	9.4	4.2	6.8
名古屋	14.9	19.5	13.4	29.4	28.0	31.1	10.4	13.5	14.8	14.5	4.9	3.1	6.1	4.0	6.4
神戸	13.6	15.4	10.3	17.4	26.4	23.2	9.6	16.8	10.5	8.4	9.7	7.4	7.3	7.6	17.2
広島	12.2	9.6	5.7	7.6	10.5	11.9	10.2	11.9	8.3	11.1	17.8	15.7	24.1	16.3	14.4
奈良	11.4	14.7	9.3	23.7	30.4	23.8	9.4	10.6	6.9	2.7	4.1	2.2	5.4	2.0	6.6
横浜	10.6	11.9	8.7	13.5	13.9	14.3	11.6	11.2	7.5	14.3	7.9	6.5	9.0	8.2	7.8
長崎	10.0	9.5	7.1	7.8	13.3	15.2	9.4	7.5	5.3	10.3	11.2	10.3	11.9	11.8	10.8
九州	9.5	12.8	13.0	11.6	23.2	22.5	11.8	10.8	5.9	3.4	2.3	1.6	2.5	2.0	3.3
関西	9.5	12.9	7.9	9.9	24.6	21.3	13.5	9.8	8.5	7.8	2.1	2.7	1.5	1.8	2.4
福岡／博多／小倉	8.4	10.6	14.8	9.9	15.7	19.1	7.6	4.4	7.1	6.3	3.4	2.7	3.3	3.6	4.0
鹿児島	6.7	8.9	4.7	13.7	18.8	25.2	3.0	2.3	2.4	0.8	1.7	1.1	0.8	2.7	2.1
函館	6.5	8.9	5.9	3.6	27.2	17.2	2.8	8.3	3.7	2.5	1.4	1.6	1.5	0.9	1.7
箱根	6.2	7.9	5.1	6.3	19.0	17.0	4.0	7.3	2.4	2.5	2.3	2.2	2.3	2.2	2.6
福島	5.6	5.0	3.6	5.2	5.4	3.7	5.0	3.1	5.9	7.8	7.0	4.5	10.5	5.6	7.3
熊本／阿蘇	4.9	6.5	3.0	6.9	16.3	20.9	0.4	1.0	2.0	1.0	1.3	1.3	0.6	1.6	1.7
軽井沢	4.6	6.4	0.8	2.5	24.6	15.2	1.6	2.5	1.8	1.9	0.8	0.4	1.0	0.9	0.9
四国	4.5	5.5	2.2	5.0	11.5	15.4	3.0	2.3	2.6	1.9	2.4	1.3	2.3	2.4	3.5
宮崎	4.4	5.9	4.5	7.6	8.7	13.9	4.8	3.3	2.4	1.7	1.2	1.1	0.4	1.3	2.1
青森	4.4	5.7	4.3	2.7	20.0	13.7	0.8	2.3	0.6	1.5	1.5	1.6	1.7	0.9	1.9
立山／黒部	4.1	5.6	1.0	1.7	22.6	15.4	0.6	1.7	1.0	1.0	0.7	0.9	0.4	0.2	1.2
仙台／松島	3.8	4.8	2.6	7.4	11.1	7.8	5.0	1.2	2.2	0.8	1.4	1.6	0.4	0.9	3.1
岡山	3.8	4.3	2.0	2.1	7.1	9.8	2.8	4.2	2.8	3.6	2.6	2.9	1.5	2.2	4.0
旭川／富良野	3.6	4.7	1.6	2.3	13.7	12.1	1.6	3.7	0.8	1.9	1.3	1.3	0.4	1.6	1.9
大分／別府／湯布院	3.1	4.0	10.3	2.7	7.7	8.0	1.4	1.0	0.6	0.4	1.1	1.1	1.0	0.9	1.4
富山	3.1	3.7	1.6	7.8	4.8	7.0	1.6	2.1	2.6	1.9	1.7	1.8	1.5	1.6	2.1
飛騨／高山	3.1	4.0	1.0	1.5	12.3	11.1	2.0	2.1	0.8	1.0	1.1	0.7	1.5	1.1	1.2
金沢	3.0	3.5	0.8	1.3	9.3	8.4	2.2	2.3	1.0	2.9	1.9	1.1	2.1	1.3	3.3
佐賀	2.8	3.5	1.8	3.1	8.7	8.0	2.8	1.2	1.8	0.8	1.2	1.6	1.7	0.4	0.9
秋田／角館	2.8	3.5	1.2	6.3	6.3	8.4	1.6	1.2	1.4	1.7	1.1	1.1	0.8	1.1	1.2
日光	2.7	2.9	1.0	2.5	5.6	4.5	3.0	2.5	2.0	1.9	2.2	1.8	1.7	2.9	2.6
紀伊半島／高野山／熊野古道	2.6	2.4	0.8	3.1	6.0	2.9	1.4	1.7	1.8	1.0	3.0	2.0	2.5	3.3	4.2
山口	2.5	2.9	2.8	1.9	1.4	2.9	4.8	1.9	3.2	4.6	1.7	3.1	0.4	2.0	1.2
東北	2.5	3.0	2.0	2.1	10.5	3.3	1.6	1.5	1.2	1.5	1.6	2.2	1.7	1.3	0.9
鳥取	2.5	3.4	6.7	1.0	5.0	8.6	1.6	2.7	0.8	0.6	0.6	0.0	0.6	0.2	1.4
山形／蔵王	2.3	2.4	0.6	1.7	7.9	4.3	1.0	1.0	1.0	1.9	2.0	2.0	1.7	2.0	2.4
新潟／佐渡	2.1	2.6	1.4	2.9	6.0	4.9	1.0	2.5	0.8	1.3	1.1	0.9	1.0	0.2	2.4
徳島	2.1	2.3	1.4	2.5	3.4	5.5	0.8	1.7	1.2	1.5	1.9	1.1	2.3	1.6	2.6
福井	1.9	1.4	1.2	1.3	1.4	1.8	0.6	1.7	1.6	1.9	2.8	2.9	3.6	2.7	2.1
伊勢志摩／伊賀	1.8	2.1	1.4	2.7	4.8	5.9	0.6	0.4	0.4	0.2	1.2	0.9	0.8	0.9	2.1
岩手／平泉	1.7	2.3	1.4	2.9	4.8	4.5	2.2	1.2	0.6	0.4	0.6	0.9	0.4	0.0	0.9
高松／香川	1.7	1.9	1.0	1.9	3.4	4.7	0.8	1.5	1.0	1.0	1.3	0.9	0.8	2.0	1.7
高知	1.7	1.9	0.8	1.9	3.8	3.9	1.2	1.2	1.6	0.8	1.2	1.8	0.2	1.1	1.9
北陸	1.7	1.9	0.8	1.1	6.0	2.9	1.2	1.2	1.4	0.8	1.1	0.9	0.6	1.3	1.7
松本／白馬	1.7	1.7	1.0	3.6	2.4	2.0	1.2	0.8	0.8	1.7	1.5	1.3	1.5	1.3	1.9
ニセコ	1.6	1.7	0.6	2.9	1.6	0.4	1.2	5.0	1.2	1.0	1.2	1.3	1.5	0.7	1.4
直島	1.5	1.5	1.6	2.5	1.8	2.3	1.2	1.5	0.6	0.2	1.6	1.3	1.9	1.3	1.7
帯広／十勝	1.5	1.9	0.8	0.2	5.6	6.6	0.4	0.8	0.4	0.2	0.6	1.1	0.6	0.4	0.2
松山／道後	1.5	1.6	1.4	1.9	2.4	3.5	1.6	0.6	0.6	0.6	1.2	0.9	1.0	1.6	1.2
倉敷	1.4	1.4	0.4	1.1	4.0	3.5	0.6	0.8	0.2	0.6	1.4	0.9	0.6	1.3	3.1
知床／阿寒	1.4	1.8	0.8	1.0	4.4	4.3	0.4	1.9	1.0	0.6	0.5	0.9	0.4	0.2	0.5
愛媛	1.3	1.7	0.6	1.0	5.8	4.5	0.4	0.8	0.6	0.2	0.4	0.9	0.0	0.4	0.5
川越	1.2	1.4	0.2	1.7	2.8	2.9	1.4	1.5	0.8	0.2	0.7	0.4	0.0	0.9	1.7
妙高／湯沢	1.2	1.1	1.0	1.0	1.8	1.8	0.6	0.8	0.4	1.3	1.4	1.3	1.3	1.3	1.7
松江／出雲／石見	1.2	1.3	0.4	2.5	3.2	1.0	1.6	0.2	1.2	0.2	0.8	0.7	0.2	0.4	2.1
奄美	0.9	1.0	1.0	1.5	1.8	1.2	0.6	0.6	0.4	0.4	0.9	0.9	1.0	0.9	0.7

(参考3) 四国の認知度の推移 (2016~2019年)

回答者：全回答者

(%)

	12カ国・地域全体				アジア全体				韓国				中国				台湾				香港			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
サンプル数	6,198	6,274	6,283	6,276	4,077	4,149	4,134	4,134	512	521	536	523	507	533	544	527	501	504	502	508	497	519	500	492
四国	13.7	14.6	13.3	14.5	18.0	18.8	16.9	18.7	8.2	7.7	9.3	10.3	30.4	27.8	18.8	24.1	42.9	41.9	41.8	42.1	36.0	44.7	38.4	43.5
高松／香川	6.7	7.5	5.9	7.0	8.0	8.5	7.3	8.4	5.9	6.0	4.3	6.5	12.8	13.5	10.1	8.9	15.0	15.5	13.9	15.0	13.1	17.0	12.0	19.1
直島	4.3	4.6	4.3	4.6	5	5.1	4.7	4.9	4.5	6.1	4.7	6.5	8.7	8.8	5.9	7.8	5.6	5.8	4.2	5.7	5.4	6.9	5.0	7.3
松山／道後	6.3	5.8	5.0	6.3	8.1	7.3	6.2	7.8	7.4	6.0	7.1	5.0	15.0	12.9	8.8	12.7	12.4	11.7	11.4	11.6	11.5	10.6	7.6	14.0
愛媛	-	-	-	5.0	-	-	-	6.7	-	-	-	3.1	-	-	-	4.2	-	-	-	19.7	-	-	-	19.1
しまなみ海道／せとうち	4.7	4.7	3.8	-	6.2	6.0	4.7	-	2.3	2.7	2.1	-	12.8	12.8	8.5	-	13.6	14.1	13.3	-	12.7	10.0	8.4	-
徳島	7.4	7.9	7.1	7.6	8.9	8.9	8.2	8.7	13.5	10.7	8.8	9.4	9.9	8.4	8.5	6.5	14.6	17.1	16.5	17.1	12.7	12.1	12.6	18.3
高知	7.0	7.1	6.9	7.6	8.4	8.1	7.9	9.1	4.1	4.2	3.5	5.2	10.5	11.4	9.6	7.6	21.6	19.4	20.5	23.0	12.3	13.5	14.6	18.7

	タイ				シンガポール				マレーシア				インドネシア			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
サンプル数	516	515	516	514	509	514	518	524	519	519	506	527	516	524	512	519
四国	9.1	9.7	9.1	9.7	6.5	6.4	6.2	6.7	5.4	5.8	6.5	8.3	6.8	7.3	6.1	6.4
高松／香川	6.6	4.7	4.7	4.9	3.3	3.9	5.4	4.6	4.0	4.4	4.7	4.9	3.9	3.4	3.7	4.0
直島	6.8	4.9	5.8	3.9	2.0	2.9	3.5	3.2	3.5	3.3	4.2	3.8	2.1	2.1	4.1	1.3
松山／道後	7.2	5.6	4.3	8.8	2.6	2.7	3.9	2.9	4.8	3.7	2.8	3.4	4.3	4.8	3.5	4.4
愛媛	-	-	-	1.6	-	-	-	4.2	-	-	-	2.5	-	-	-	0.6
しまなみ海道／せとうち	3.9	2.5	1.7	-	1.2	1.9	1.2	-	1.3	1.9	0.6	-	2.5	2.1	1.8	-
徳島	6.2	6.2	6.0	4.7	3.3	4.7	4.4	5.3	5.4	5.8	4.9	4.9	6.2	6.5	4.1	3.9
高知	5.8	5.6	5.2	5.8	5.7	4.5	4.1	6.9	4.2	3.9	3.2	4.6	3.7	2.7	3.3	2.1

	欧米豪全体				アメリカ				オーストラリア				イギリス				フランス			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
サンプル数	2,121	2,125	2,149	2,142	527	526	532	532	528	526	535	538	536	539	538	535	530	534	544	537
四国	5.4	6.3	6.4	6.5	3.8	5.3	5.3	5.5	5.7	8.2	6.5	7.2	4.3	5.8	6.3	4.3	7.9	6.0	7.5	8.9
高松／香川	4.2	5.4	3.2	4.2	4.0	8.4	3.4	4.1	5.9	6.5	2.8	5.6	4.1	3.7	3.9	3.6	2.8	3.0	2.8	3.5
直島	3.3	3.6	3.7	4.0	4.0	5.9	3.6	3.0	4.0	4.2	2.4	5.6	3.0	2.6	2.2	3.4	2.5	1.9	6.4	4.1
松山／道後	2.7	3.1	2.8	3.4	3.8	5.9	3.6	3.6	3.4	3.2	2.2	3.7	2.8	2.0	2.8	3.0	0.9	1.3	2.6	3.4
愛媛	-	-	-	1.6	-	-	-	1.3	-	-	-	2.4	-	-	-	0.9	-	-	-	1.9
しまなみ海道／せとうち	1.9	2.2	2.0	-	2.5	3.6	3.0	-	2.5	2.1	1.1	-	1.3	2.0	2.2	-	1.3	0.9	1.8	-
徳島	4.5	6.0	5.0	5.5	4.7	7.4	4.3	4.1	4.7	5.9	3.0	7.2	4.9	5.9	6.1	5.0	3.8	4.9	6.4	5.6
高知	4.2	5.1	5.0	4.6	4.4	5.3	3.6	4.5	4.9	5.3	5.4	5.4	4.7	6.7	7.1	4.3	2.8	3.0	3.9	4.1

...40%以上
 ...30%以上
 ...20%以上
 ...10%以上

(参考4) 四国への往訪意欲の推移 (2016~2019年)

回答者：全回答者

(%)

	12カ国・地域全体				アジア全体				韓国				中国				台湾				香港			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
サンプル数	5,590	5,696	5,742	5,747	3,884	3,963	3,969	3,951	485	501	514	494	504	529	542	524	492	498	492	496	489	514	493	488
四国	4.7	5.2	4.4	4.5	5.6	6.4	5.3	5.5	2.1	1.0	1.8	2.2	8.7	9.3	5.2	5.0	12.0	12.2	12.2	11.5	13.1	17.9	13.6	15.4
高松／香川	1.9	2.1	1.8	1.7	2.1	1.9	2.0	1.9	1.0	1.6	0.8	1.0	3.4	2.1	3.1	1.9	2.8	3.6	3.3	3.4	3.3	3.1	3.2	4.7
直島	1.1	1.6	1.2	1.5	1.0	1.5	1.1	1.5	0.8	1.4	1.0	1.6	1.6	2.1	1.7	2.5	0.2	1.2	1.2	1.8	0.8	1.2	0.6	2.3
松山／道後	1.4	1.5	1.5	1.5	1.7	1.6	1.6	1.6	2.5	1.2	1.9	1.4	3.0	1.7	3.0	1.9	2.4	3.4	1.4	2.4	1.8	2.3	1.8	3.5
愛媛	-	-	-	1.3	-	-	-	1.7	-	-	-	0.6	-	-	-	1.0	-	-	-	5.8	-	-	-	4.5
しまなみ海道／せとうち	1.5	1.6	1.5	-	1.8	1.8	1.6	-	0.6	0.8	0.6	-	3.0	2.8	2.2	-	4.9	4.6	4.9	-	3.1	2.5	2.8	-
徳島	1.9	2.6	2.0	2.1	2.2	2.3	2.0	2.3	1.9	1.4	0.8	1.4	3.0	1.3	2.0	2.5	3.7	5.0	4.3	3.4	2.7	3.5	2.8	5.5
高知	1.8	2.0	1.9	1.7	2.0	1.7	1.9	1.9	0.6	0.8	0.4	0.8	3.0	1.5	2.6	1.9	3.7	3.8	3.3	3.8	2.9	2.5	2.6	3.9

	タイ				シンガポール				マレーシア				インドネシア			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
サンプル数	503	501	502	498	464	475	479	481	477	464	470	493	470	481	477	477
四国	3.0	3.0	2.8	3.0	1.7	1.9	2.5	2.3	2.1	2.2	2.8	2.6	1.9	2.3	1.9	1.9
高松／香川	3.6	0.6	0.8	0.8	1.1	1.9	1.5	1.5	0.4	1.3	1.9	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0
直島	2.6	2.6	1.6	1.2	0.4	1.1	0.6	1.5	0.6	1.7	0.9	0.6	0.9	0.6	0.8	0.2
松山／道後	2.0	1.6	1.0	1.6	0.4	0.2	2.1	0.6	0.6	1.7	0.9	0.6	0.6	0.8	0.6	0.6
愛媛	-	-	-	0.4	-	-	-	0.8	-	-	-	0.6	-	-	-	0.2
しまなみ海道／せとうち	2.0	1.0	0.6	-	0.0	1.1	0.2	-	0.2	0.6	0.2	-	0.6	0.4	0.8	-
徳島	2.6	1.6	2.2	0.8	0.6	1.7	1.7	1.7	1.3	1.9	0.9	1.2	1.5	2.3	1.3	1.5
高知	2.4	1.4	2.0	1.2	0.6	1.7	2.1	1.2	1.5	1.3	0.6	1.6	0.9	0.8	1.3	0.8

	欧米豪全体				アメリカ				オーストラリア				イギリス				フランス			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
サンプル数	1,706	1,733	1,773	1,796	441	442	457	445	450	455	467	478	455	434	441	449	360	402	408	424
四国	2.6	2.5	2.3	2.4	1.8	2.9	2.2	1.3	2.4	3.5	1.3	2.3	2.0	1.6	2.7	2.4	4.4	1.7	2.9	3.5
高松／香川	1.3	2.6	1.4	1.3	1.1	5.2	1.3	0.9	2.2	1.5	0.9	0.8	1.1	2.3	1.8	2.0	0.6	1.2	1.5	1.7
直島	1.4	2.0	1.5	1.6	1.1	3.6	1.1	1.3	1.8	1.1	0.6	1.9	1.1	1.8	0.7	1.3	1.7	1.2	3.9	1.7
松山／道後	0.8	1.2	1.4	1.2	0.9	2.3	2.0	0.9	1.1	0.7	0.4	1.0	1.1	0.7	1.6	1.6	0.0	1.0	1.5	1.2
愛媛	-	-	-	0.4	-	-	-	0.9	-	-	-	0.0	-	-	-	0.4	-	-	-	0.5
しまなみ海道／せとうち	0.7	1.2	1.2	-	1.1	1.8	2.0	-	0.0	0.9	0.9	-	0.4	1.4	0.5	-	1.4	0.7	1.7	-
徳島	1.5	3.3	2.0	1.9	1.6	6.1	2.8	1.1	2.0	2.0	1.1	2.3	0.4	3.2	1.4	1.6	1.9	1.7	2.9	2.6
高知	1.6	2.6	2.0	1.2	1.1	2.3	1.8	1.8	2.0	2.6	2.1	0.2	2.0	4.1	2.3	1.1	1.1	1.2	1.7	1.9

...10%以上
 ...5%以上
 ...3%以上

©Development Bank of Japan Inc.2020

本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：日本政策投資銀行と明記して下さい。

本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。

株式会社日本政策投資銀行 四国支店 企画調査課

Tel : 087-861-6676

