

2019年度版DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人の意向調査（中国地方版）
～東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会は地方誘客への絶好のチャンス～

【要旨】

（序章）

- ・ 観光庁によると、中国地方における訪日外国人旅行者数は過去最高となったものの、外国人延べ宿泊者数の伸び率は、全国同様低下した。

（第1章）

- ・ 訪日旅行での不安材料に挙げている内容を見ると、「言葉が通じるかどうか不安」が1位となったが、多くの項目で年々割合が減少し、改善傾向が見られる。一方で「滞在費が高い」、「渡航費用が高い」については、昨年と比較すると上昇した。
- ・ 訪日旅行前に実施した情報収集媒体では、どの旅行形態でも「旅行ガイドブック」の割合が高い。中国地方訪問経験者のうち、個別手配では「口コミサイト」や「SNS」よりも「日本政府観光局（又は観光庁）HP」の割合が高い。
- ・ 訪日旅行中に実施した情報収集媒体では、どの旅行形態でも「旅行ガイドブック」と「観光案内所」の割合が高く、旅行前と比べると現地の人から直接情報を収集している割合が高い。

（第2章）

- ・ 今年は、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催されることから、訪日観戦意欲や競技開催地以外の地方への小旅行（エクスカージョン）意向についても調査を行った。訪日観戦意欲は5割前後で特にリピーターの少ない国において訪日観戦意欲が高く、エクスカージョンは欧米豪全体で中国地域が4位となっている。
- ・ 昨今の報道で見受けられるオーバーツーリズムに関して、訪日経験者の多くが何らかのトラブルを見聞きしている。

（おわりに）

- ・ 東京オリンピック・パラリンピックは新たな訪日客開拓のフックになることが期待される。この機会を逃すことなくインバウンド需要を中国地方に取り込むためには、各地域のPRや訪日外国人旅行者の受入体制の強化といった様々な取り組みが求められる。本調査がその一助となれば幸いである。

【お問い合わせ先】 株式会社日本政策投資銀行 中国支店企画課
担当：杉山、吉田 TEL：082-247-4970

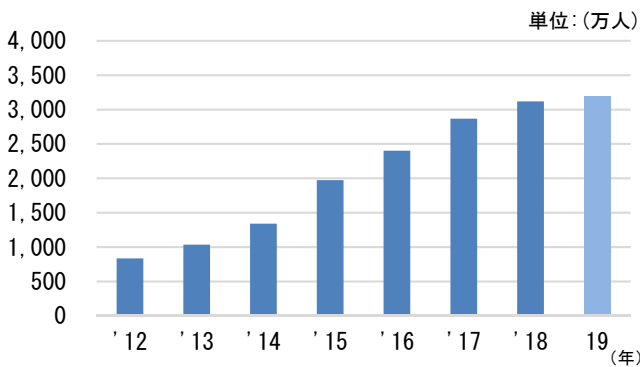
目 次

序章 訪日外国人旅行者の動向	1
第一章 訪日外国人旅行者の中国地方における特徴～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） から～	3
1. 回答者属性	5
2. 旅行形態	6
3. 認知度	7
4. 訪問希望者数	8
5. 日本で体験してみたいこと	10
6. 訪日旅行の不安材料	11
7. 訪日旅行前の情報収集	12
8. 訪日旅行中の情報収集	14
第二章 トピックス～東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会、 オーバーツーリズムの視点から～	16
1. 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の観戦と 地方への観光エクスカージョン意向	17
2. 訪日経験者から見たオーバーツーリズム、入場料の値上げや 税の賦課に関する意見	19
(参考資料)	20
(参考文献)	30

序章 訪日外国人旅行者の動向

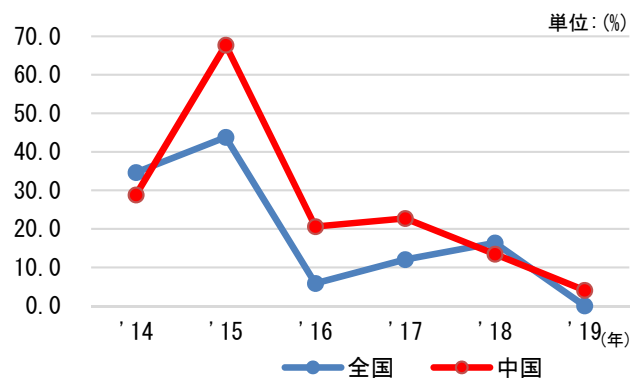
- 訪日外国人旅行者数は増加を続けており、2019年（推計値）も3,000万人を越え、過去最多を更新した（図1）。
- 一方、外国人延べ宿泊者数の伸率推移（対前年比）をみると、全国と同様に低下している（図2）。背景として足下の国際情勢の影響なども考えられる（図3）。
- また、訪日外国人延べ宿泊者数の割合をみると、全国では中国、韓国、台湾の宿泊者が多い。岡山県は台湾、広島県は欧州、アメリカ・カナダ、山口県は韓国、鳥取県は韓国と香港、島根県は台湾・韓国・中国がそれぞれ中心となっている。（図4）。
- 訪日外国人旅行者にとって地方都市の存在感が徐々に高まり、旅行形態も団体から個人へのシフトが進みつつある中、今回は、今年度を実施したアンケート調査結果を基に、中国地方のインバウンドについて特徴を整理する。さらに、東京オリンピック・パラリンピック及びオーバーツーリズムの観点から分析を試み、そこから得られた示唆を提示したい。

図1：訪日外国人旅行者数推移（日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数統計」よりDBJ作成）



2018年までは確定値、2019年は推計値

図2：訪日外国人延べ宿泊者数の伸率推移（観光庁「宿泊旅行統計調査」よりDBJ作成）



2018年までは確定値、2019年は推計値

図3：2019年 訪日外客数対前年同月比伸率（日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数統計」よりDBJ作成）

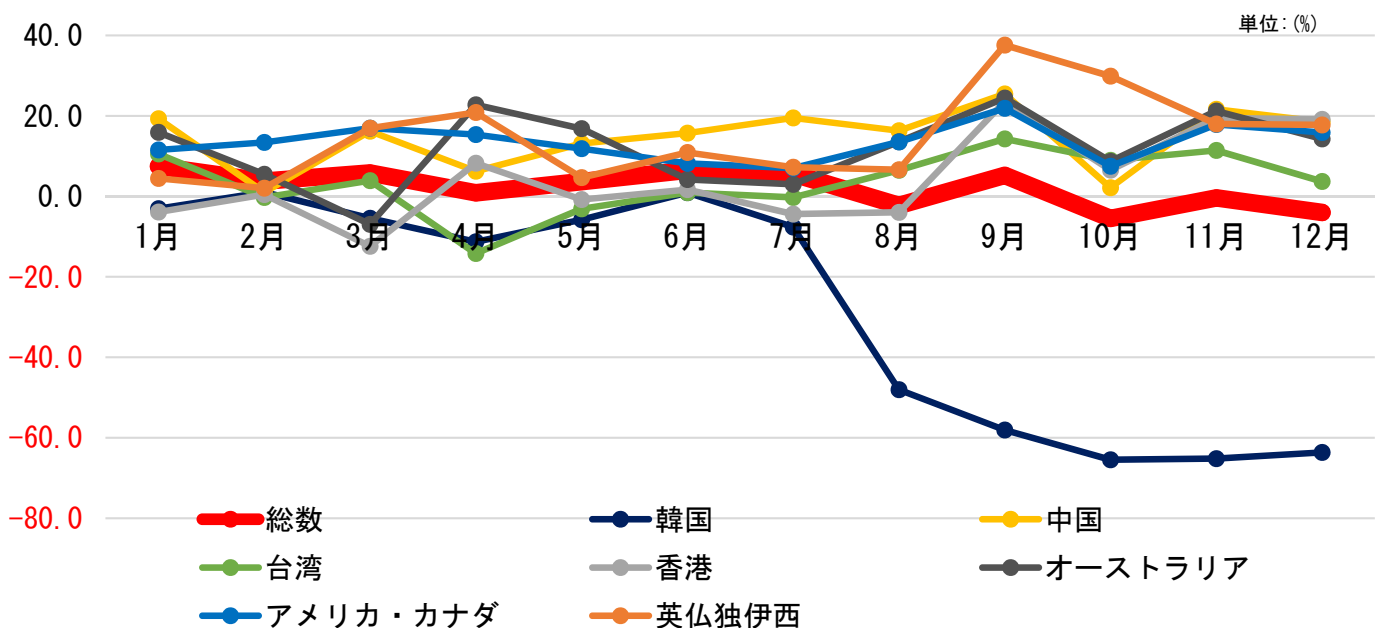
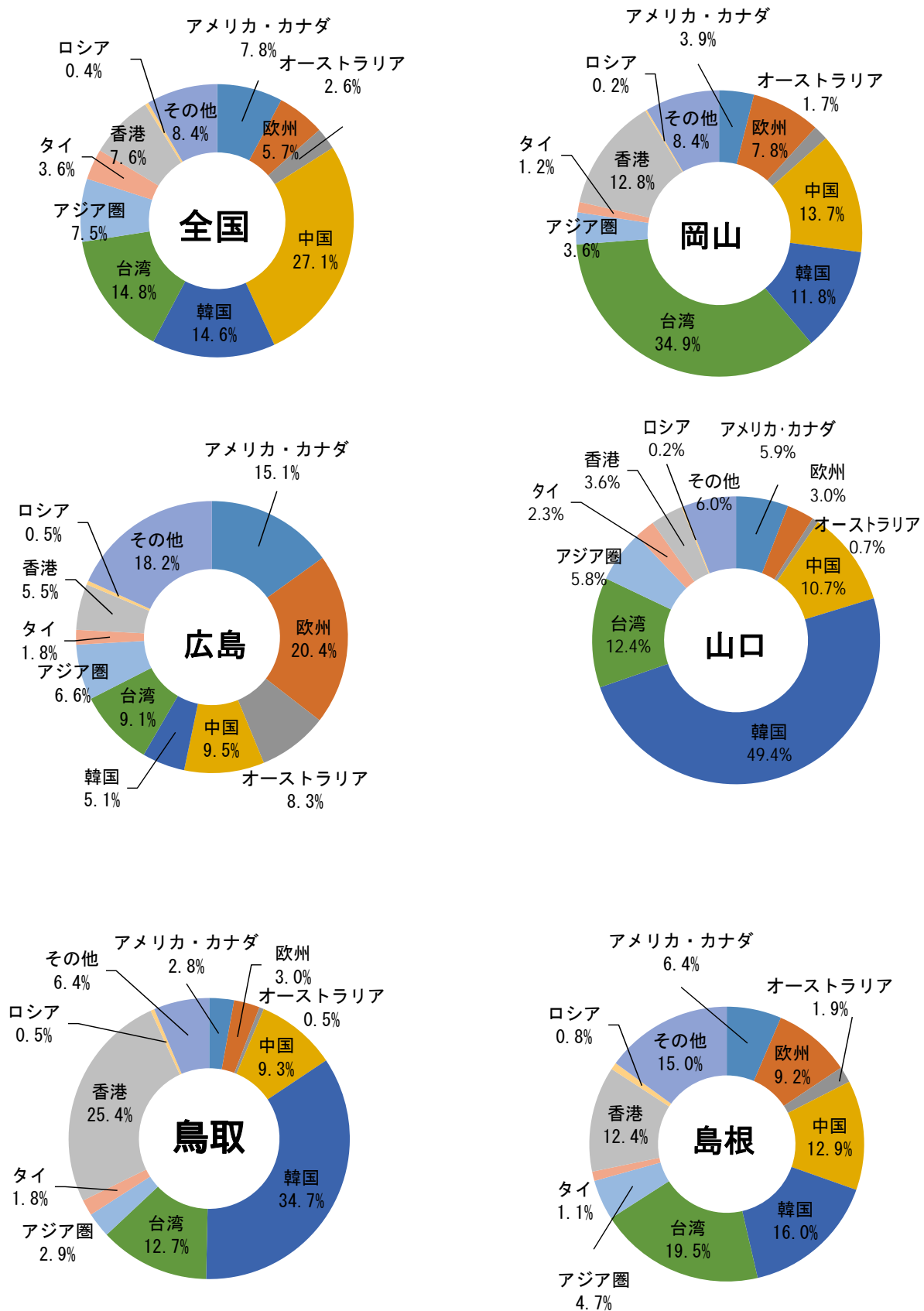


図4：訪日外国人延べ宿泊者数の国・地域別割合（観光庁「宿泊旅行統計調査2018年」よりDBJ作成）



第一章 訪日外国人旅行者の中国地方における特徴

～DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年版）から～

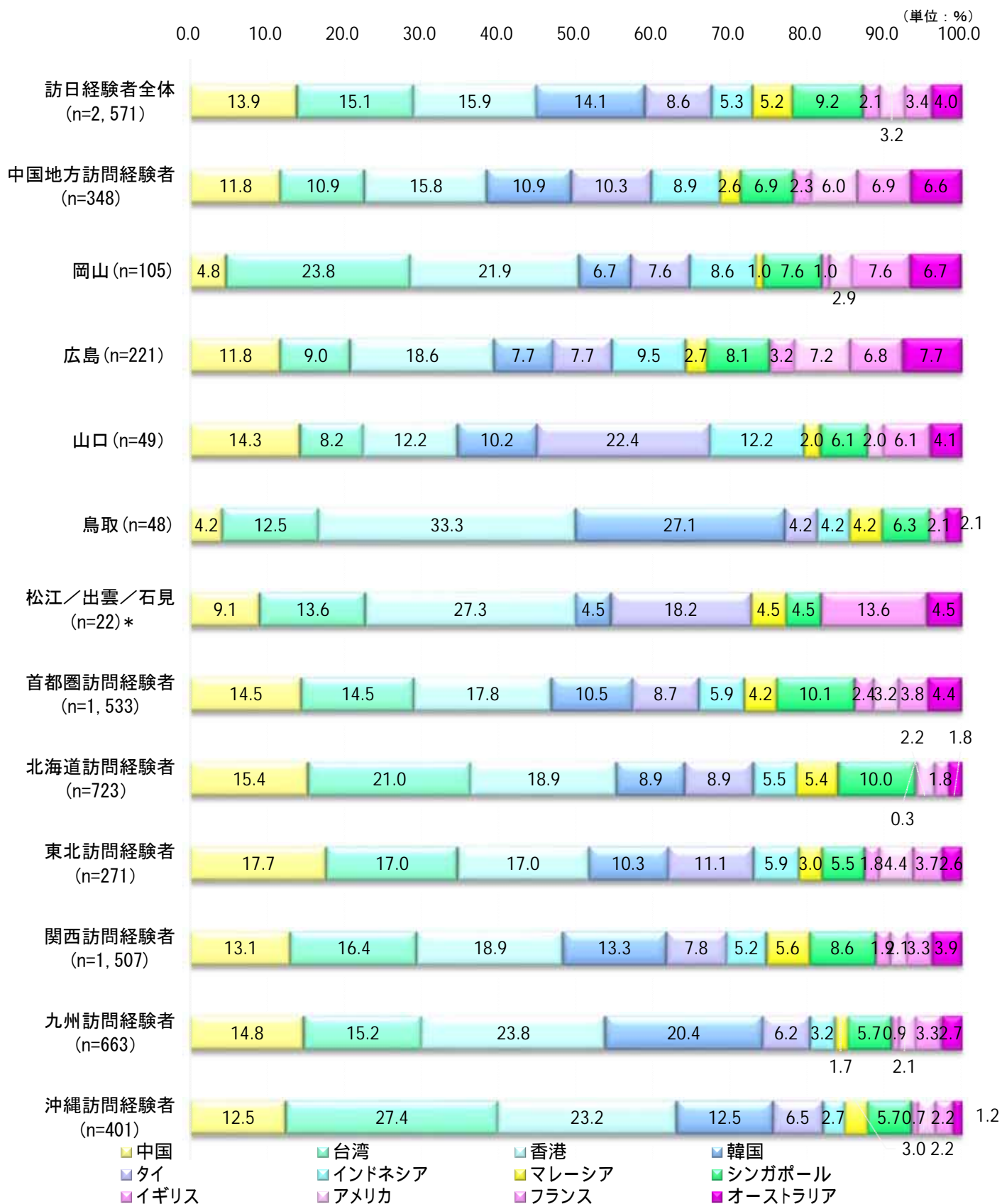
- 当行（DBJ）では、2012年より毎年アジアの海外旅行者（韓国、中国、台湾、香港、タイ、マレーシア、インドネシアの7地域、2013年にシンガポールを追加した8地域）を対象に旅行嗜好や訪日経験の有無によるニーズの変化を把握することを目的に、インターネットによるアンケート調査を実施している。2015年からは（公財）日本交通公社（JTBF）と共同で調査を実施している。2016年調査よりアジア8地域にアメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの4地域を加えた12地域を対象にしており、今回調査でも同様に実施した。
- 本章では、今年度のアンケート調査において、日本を訪れたことがあると回答した訪日経験者のうち、「岡山、広島、山口、鳥取、松江／出雲／石見」を訪問したことがある人の特徴、又は、「岡山、広島、山口、鳥取、松江／出雲／石見」を訪問してみたいと回答した外国人旅行者の傾向や特徴をみていくものとする。
- 本アンケート調査の概要は以下のとおりである。

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）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～7月8日 |
| 【調査地域】 | 韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、
インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの
12地域
(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%) |
| 【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
各地域500名強をサンプリング |
| 【協力実査会社】 | 楽天インサイト株式会社 |

図：訪問地別 国別割合

〈訪日経験者〉



* 「松江／出雲／石見」はn=29以下のため参考値

1. 回答者属性

- 日本を訪れたことがあると答えた訪日経験者の性別を見ると、全体では男女比率はほぼ同数であるが、中国地方5県は「広島県」を除き女性が過半を占めている（図1）。
- 訪問地別の年代割合では、中国地方への訪問経験者は全体に対して50代の割合が高い。「山口県」、「鳥取県」では、20代の割合も全体より高い（図2）。
- 中国5県の中では、「広島県」を訪れる外国人が最も多く、中国地方訪問経験者（348人）の内、約3分の2（221人）が「広島県」を訪れている（図1、2）。

図1：訪問地別 性別割合

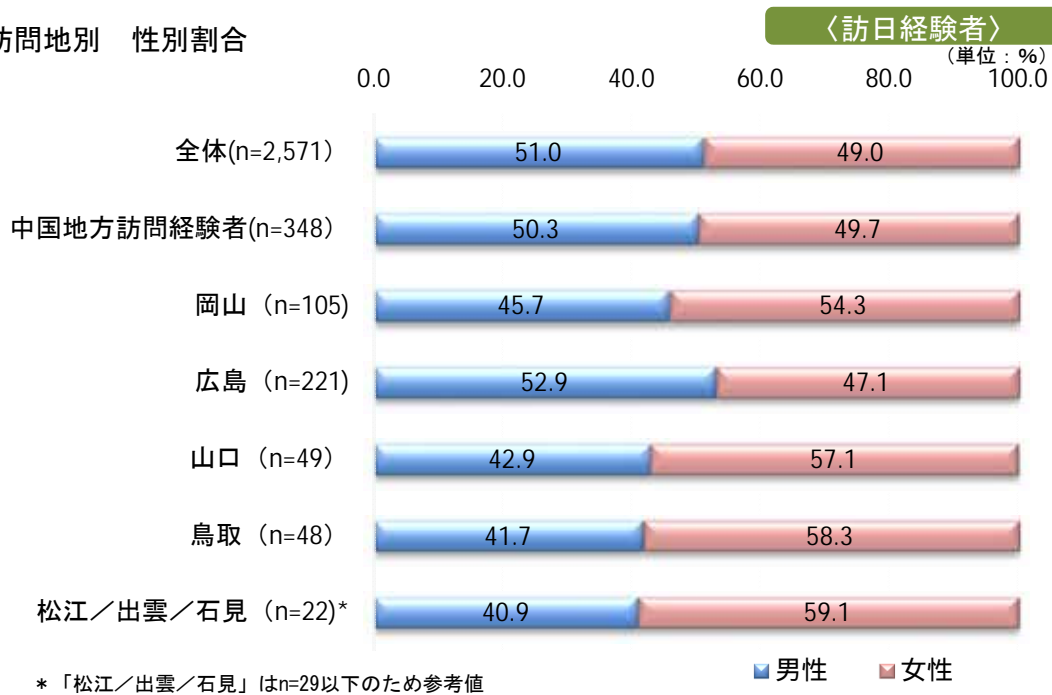
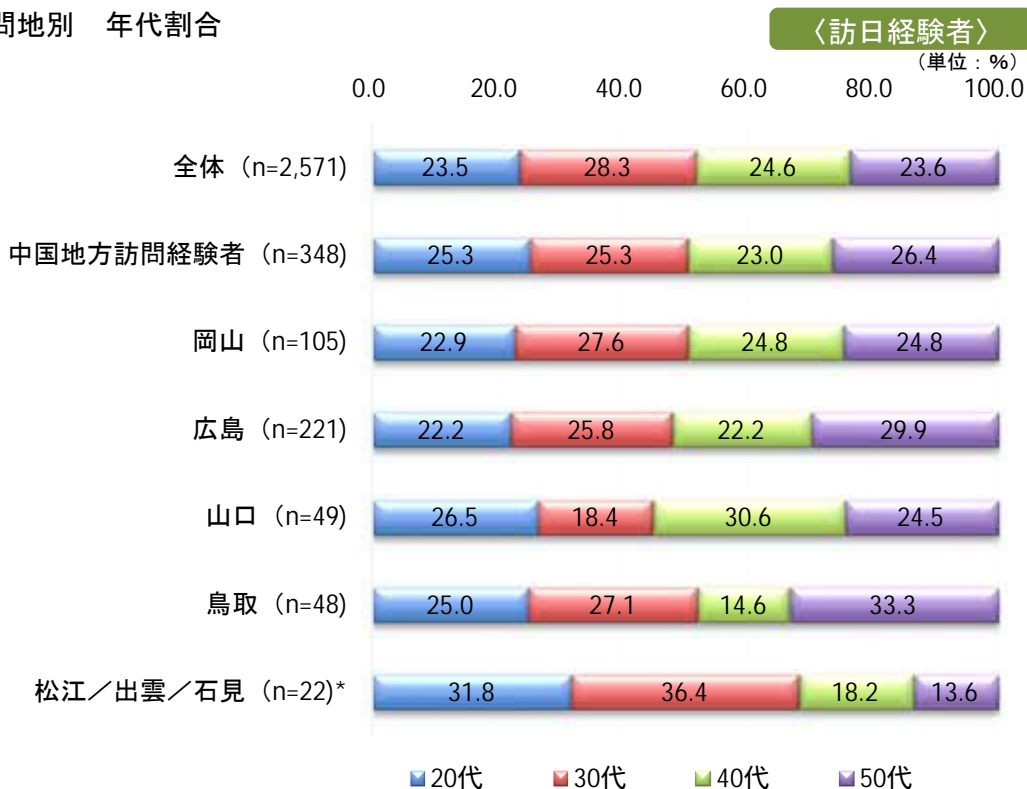


図2：訪問地別 年代割合

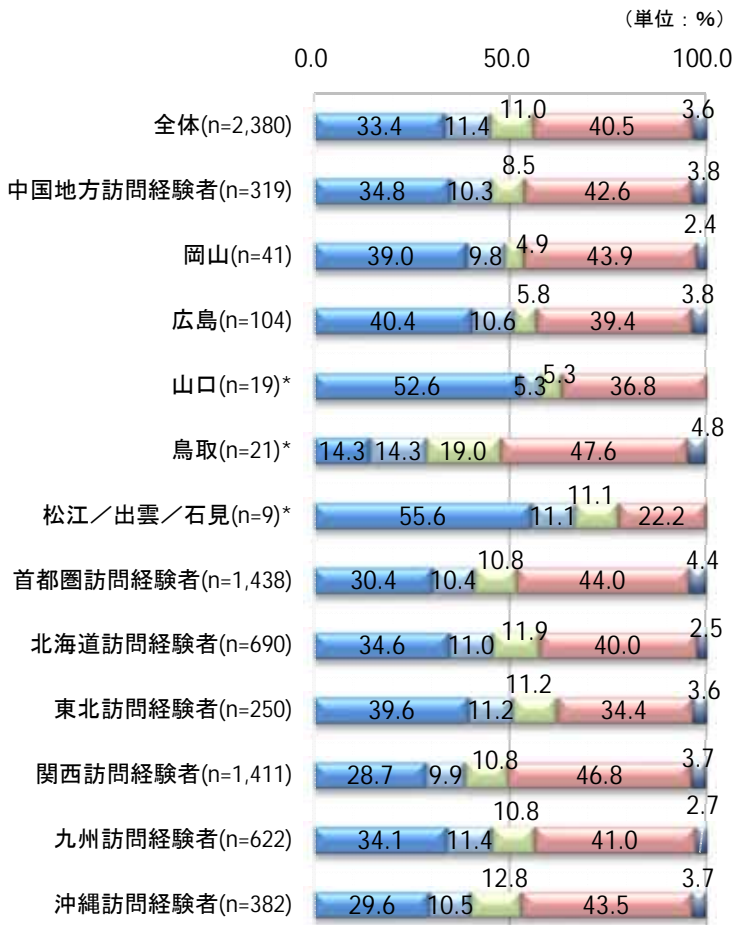


2. 旅行形態

- 訪問地別の旅行形態割合を見ると、中国地方では、2016年から「航空券と宿泊施設を個別手配」する旅行が「パック旅行」を逆転し、4割を超えて多い。他の地域の訪問経験者と比べても、中国地方訪問経験者の「個別手配」の割合は高めであり、4年連続で全体の数字を上回った。一方、「広島県」は今回「パック旅行」が「個別手配」をわずかながら上回った（図1、2）。

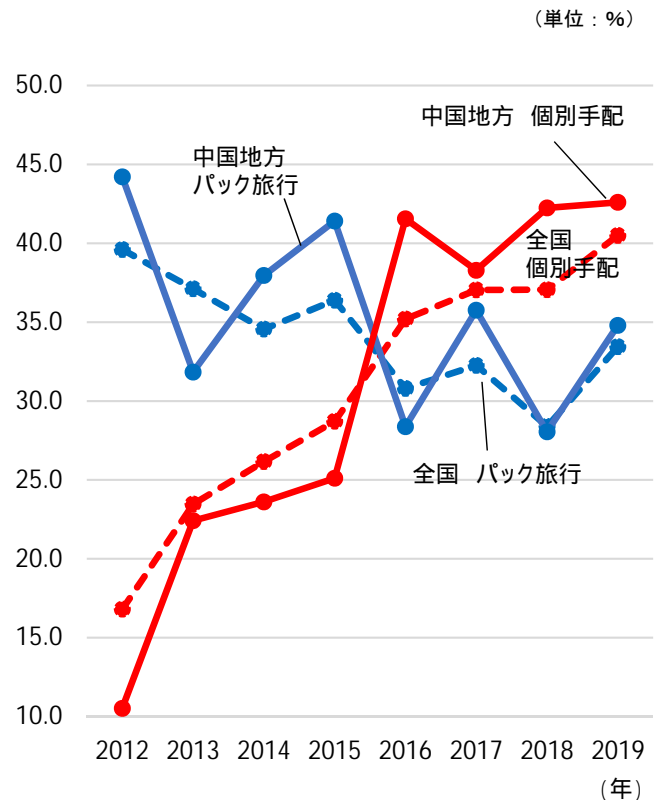
〈訪日経験者〉

図1：訪問地別 旅行形態割合



〈訪日経験者〉

図2：2012-2019年旅行形態変化



- 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
- 自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー
- 航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行
- 航空券と宿泊施設を個別に手配
- 航空券のみを出発前に手配(宿泊先は現地で手配)

* 「山口」、「鳥取」、「松江／出雲／石見」はn=29以下のため参考値

- 【全国】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(自由行動日なし)
- 【全国】航空券と宿泊施設を個別に手配
- 【中国地方】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(自由行動日なし)
- 【中国地方】航空券と宿泊施設を個別に手配

3. 認知度

- 国内観光地の認知度を見ると、中国地方の各県・地域では「広島県」の認知度は37%前後と最も高く、地方圏の中では上位である。特に欧米豪からの認知度は、「京都府」を越える水準である（図1）。
- 「広島県」以外については、全体的に認知度が高いとは言えず、特に欧米豪では顕著である（図1、図2）。

図1：国内観光地の認知度

(単位：%)

〈全員〉

	岡山	広島	山口	鳥取	松江／ 出雲／ 石見
全体 (n=6, 276)	12.7	37.5	10.3	9.9	4.7
アジア全体 (n=4, 134)	15.4	37.9	12.1	14.0	6.0
欧米豪全体 (n=2, 149)	7.7	36.7	6.8	1.9	2.2

	東京	富士山	北海道	青森	箱根
全体 (n=6, 276)	62.1	59.4	45.6	13.4	16.3
アジア全体 (n=4, 134)	66.3	63.8	60.1	18.8	22.1
欧米豪全体 (n=2, 149)	54.0	51.0	17.6	2.9	5.1

	金沢	飛騨高山	京都	長崎	沖縄
全体 (n=6, 276)	10.1	8.1	50.7	33.7	39.5
アジア全体 (n=4, 134)	13.1	10.9	58.9	36.2	48.0
欧米豪全体 (n=2, 149)	4.2	2.7	34.7	28.8	23.1

図2：（国別）中国地方の認知度

(単位：%)

〈全員〉

	岡山	広島	山口	鳥取	松江／ 出雲／ 石見
全体 (n=6, 276)	12.7	37.5	10.3	9.9	4.7
中国 (n=527)	10.4	34.3	9.5	7.8	9.9
台湾 (n=508)	31.5	46.9	8.9	27.8	12.2
香港 (n=492)	30.7	48.2	13.8	31.7	10.0
韓国 (n=523)	11.3	42.6	17.2	28.3	3.3
タイ (n=514)	8.6	33.5	12.8	5.4	6.4
インドネシア (n=519)	9.4	31.4	12.1	2.5	1.2
マレーシア (n=527)	11.2	32.4	10.4	4.2	3.8
シンガポール (n=524)	11.1	34.5	12.2	5.5	1.3
イギリス (n=535)	6.9	38.3	6.5	0.7	0.9
アメリカ (n=532)	7.0	32.7	8.1	1.5	2.4
フランス (n=537)	7.1	32.2	5.0	3.0	3.5
オーストラリア (n=538)	9.9	43.5	67.6	2.4	1.9

* 10%以上を赤色

4. 訪問希望者数

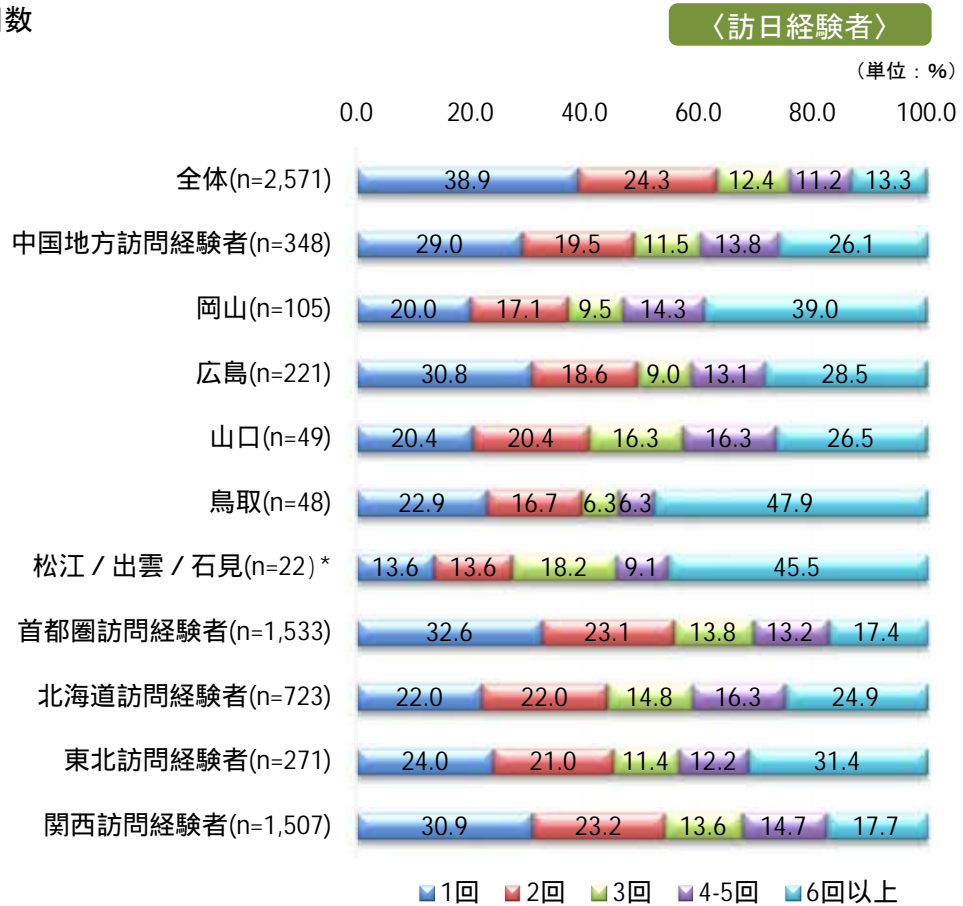
- 中国地方への訪問希望者は17.9%で、そのうち「広島県」は68.1%(699/1,027)を占める(図1)。
- 中国地方訪問経験者の訪日経験回数を見ると、1回目の割合が最も多いが、4回目以上の割合が全体に比べ高い。特に「岡山県」「鳥取県」では6回以上日本を訪れたことがある人の割合が高い(図2)(これは連続して訪れると言う意味ではなく、日本を6回以上訪れたことがあるリピーターが、訪問先として「岡山」や「鳥取」を選択しているという意味である)。
- 訪日回数と知っている観光地の間には相関関係が存在する。次ページ図3の分析によると、訪問回数が1回増えると、知っている観光地は3~4か所増加することとなる(但し、決定係数は低いため、増える数にはばらつきがある)。知っている観光地が増えれば、行ってみたい観光地の候補も増えることが推定されるため、リピーターの増加に伴い、地方への訪日客の増加も期待できることになる。
- 例えば、図4のように、訪日経験者全体と中国地方訪問経験者を比較すると、両者とも初来日(1回目)の割合が最も高い。一方で中国地方訪問経験者は6回以上のヘビーリピーターの来訪も相応に多いことがわかる。
- したがって、地方圏にとっては、訪日客にリピーターとなってもらう事が集客増に結びつく道の一つと言え、そのためにも訪日客の満足度を高める工夫が必要である。

図1：県別・地域別訪問希望者

〈全員〉

	n	%
全体	5,747	100.0
中国地方訪問希望者	1,027	17.9
岡山	216	3.8
広島	699	12.2
山口	146	2.5
鳥取	143	2.5
松江／出雲／石見	67	1.2
首都圏訪問希望者	2,913	50.7
北海道訪問希望者	2,143	37.3
東北訪問希望者	837	14.6
関西訪問希望者	2,785	48.5
九州訪問希望者	1,541	26.8
沖縄訪問希望者	1,185	20.6

図 2 : 訪日経験回数



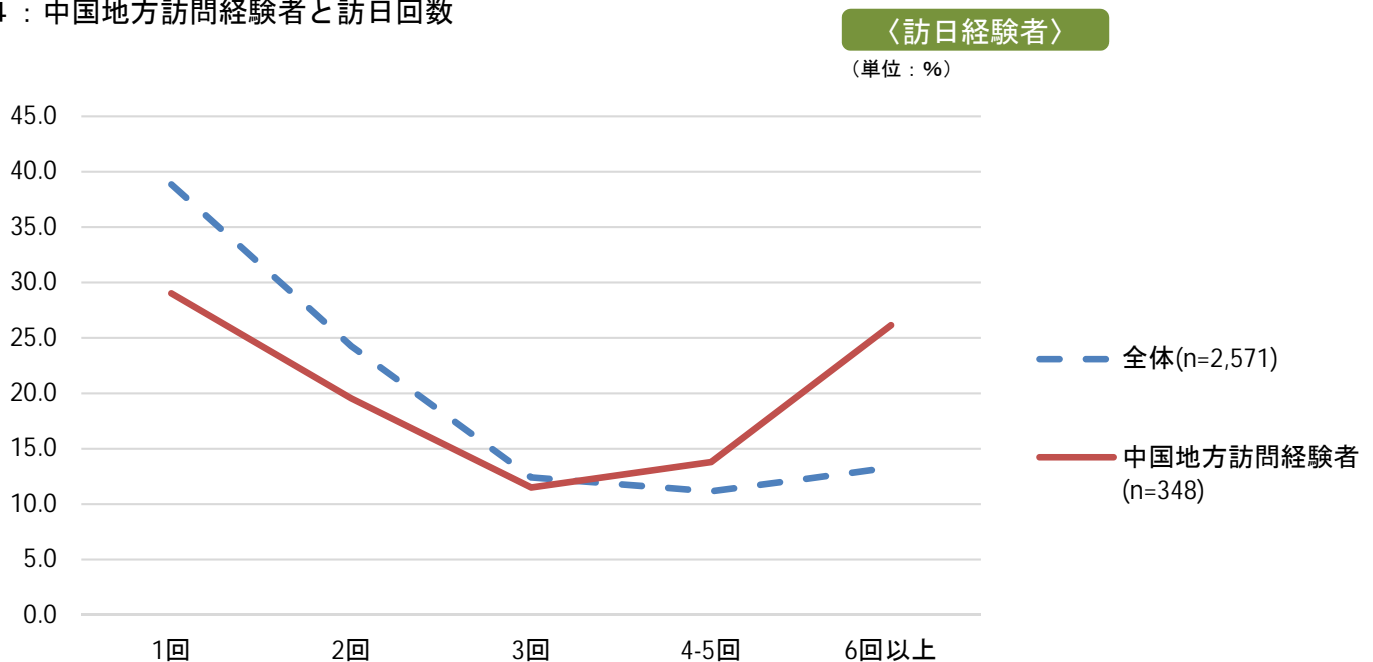
* 「松江/出雲/石見」はn=29以下のため参考値

図 3 : 訪日回数と知っている観光地の数

訪日回数と知っている観光地の数の関係	定数項	自由度修正済決定係数	観測計
3.564** (52.414)	6.715** (49.997)	0.304	6,276

注) 括弧内の数値はt値。*は、それぞれ5%、1%有意であることを示す。

図 4 : 中国地方訪問経験者と訪日回数



5. 日本で体験してみたいこと

- 中国地方訪問希望者は、「伝統的日本料理」、「桜の観賞」、「自然や風景の見物」を日本で体験してみたいことの上位に挙げており、そのうちアジアでは他に「温泉への入浴」が上位に挙げられた。
- 欧米豪の中国地方訪問希望者は、「繁華街の街歩き」、「伝統的日本料理」、「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」、「日本庭園の見物」を上位に挙げており、訪日希望者全体やアジアの中国地方訪問希望者と比較して、文化への関心が高い。

図：日本で体験してみたいこと

〈訪日希望者〉

	全体 (n=3,098)	中国地方 訪問希望 者 (n=644)	アジア 全体 (n=420)	欧米豪 全体 (n=224)	岡山 (n=144)	広島 (n=453)	山口 (n=94)	鳥取 (n=99)	(単位:%)	
									松江/ 出雲/ 石見 (n=45)	
1 桜の観賞	63.4	65.5	65.7	65.2	68.1	69.8	61.7	62.6	57.8	
2 温泉への入浴	60.0	62.4	64.5	58.5	63.2	66.0	58.5	72.7	62.2	
3 伝統的日本料理	59.1	66.9	64.0	72.3	65.3	72.0	58.5	71.7	60.0	
4 自然や風景の見物	58.7	63.2	59.3	70.5	59.7	68.2	57.4	56.6	80.0	
5 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	49.4	57.5	54.0	63.8	52.8	62.0	51.1	53.5	53.3	
6 繁華街の街歩き	48.9	58.9	49.3	76.8	52.1	64.0	52.1	48.5	48.9	
7 雪景色観賞	47.2	51.2	57.4	39.7	57.6	52.1	60.6	49.5	57.8	
8 有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	46.2	58.2	51.2	71.4	59.7	65.8	52.1	50.5	48.9	
9 日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	45.3	53.3	46.4	66.1	44.4	57.2	47.9	43.4	42.2	
10 日本庭園の見物（説明の充実度含む）	44.3	52.8	43.8	69.6	47.2	58.7	48.9	41.4	51.1	
11 紅葉の観賞	43.8	50.6	54.8	42.9	57.6	53.4	52.1	54.5	51.1	
12 世界遺産の見物（説明の充実度含む）	41.3	54.2	47.4	67.0	54.2	57.0	54.3	48.5	51.1	
13 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	41.3	51.4	42.4	68.3	46.5	56.3	47.9	39.4	53.3	
14 遊園地やテーマパーク	38.3	40.4	46.4	29.0	47.9	39.7	46.8	48.5	35.6	
15 食品や飲料のショッピング	37.2	42.4	46.2	35.3	50.7	43.5	37.2	52.5	37.8	
16 イベント・祭りの見物	36.0	44.6	42.9	47.8	41.7	46.4	43.6	40.4	57.8	
17 スイーツ	30.5	41.0	41.0	41.1	41.7	43.3	37.2	41.4	37.8	
18 日本の酒（日本酒・焼酎）	30.0	39.4	33.3	50.9	35.4	42.6	44.7	38.4	35.6	
19 洋服やファッション雑貨のショッピング	29.9	34.8	37.4	29.9	35.4	34.0	37.2	32.3	33.3	
20 化粧品や医薬品の購入	27.4	33.5	44.0	13.8	44.4	30.0	30.9	49.5	51.1	
21 美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	27.0	36.0	31.0	45.5	36.8	38.4	42.6	28.3	33.3	
22 ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	26.7	35.2	30.5	44.2	32.6	38.0	41.5	24.2	22.2	
23 伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	25.9	34.5	29.0	44.6	30.6	36.9	33.0	24.2	28.9	
24 近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	25.9	35.4	31.4	42.9	29.9	36.0	44.7	27.3	35.6	
25 伝統工芸品の工房見学・体験	24.4	33.7	26.4	37.1	31.9	35.8	36.2	26.3	40.0	
26 スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	24.3	30.7	33.3	25.9	39.6	30.7	35.1	20.2	35.6	
27 伝統工芸品の制作や購入	24.0	30.1	28.8	42.9	27.1	31.8	27.7	25.3	31.1	
28 フルーツ狩り	22.4	28.0	31.7	21.0	34.0	27.2	34.0	33.3	24.4	
29 電化製品のショッピング	18.3	21.3	24.0	16.1	23.6	20.5	23.4	23.2	20.0	
30 ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	15.1	19.1	20.2	17.0	22.2	18.1	27.7	18.2	24.4	
31 ブランド品や宝飾品のショッピング	14.8	19.3	19.5	18.8	22.2	18.5	19.1	11.1	22.2	
32 スポーツ観戦	8.6	14.6	11.2	21.0	17.4	14.8	14.9	9.1	15.6	
33 その他	1.0	0.8	0.5	14.7	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	

* 回答は33項目中、あてはまるものすべて、「全体」は訪日希望者全体、上位5項目を赤で塗りつぶした。

6. 訪日旅行の不安材料

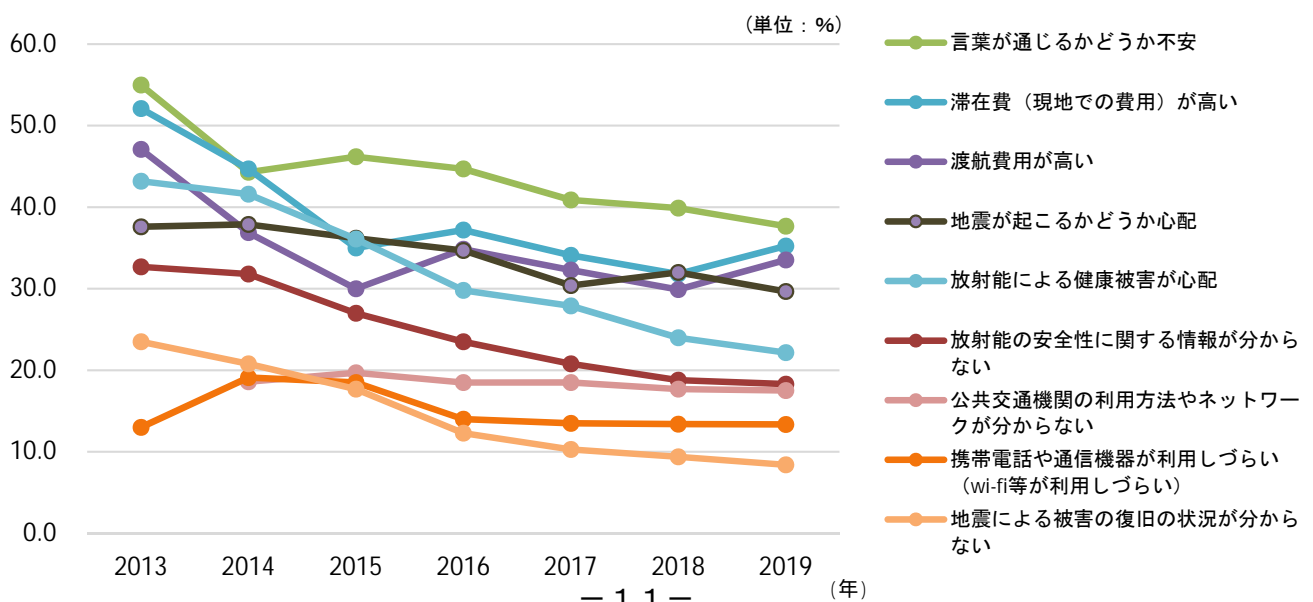
- 中国地方訪問希望者の訪日旅行不安材料は、全体と同様に「言葉が通じるかどうか不安」、「滞在費（現地での費用）が高い」、「渡航費用が高い」等が上位に挙げられている。また、「地震が起こるかどうか心配」も引き続き「岡山県」「鳥取県」、「松江／出雲／石見」等で上位に挙げられている（図1）。
- 2013年から比較すると、毎年割合が減少してはいるが、「言葉が通じるかどうか不安」が7年連続で1位となった。多くの項目については、割合はわずかながら減ってきている一方で、昨年と比較して「滞在費が高い」、「渡航費用が高い」は上昇した（図2）。

図1：訪日旅行の不安材料

	全体 (n=6,276)	中国地方 訪問希望者 (n=1,027)	岡山 (n=216)	広島 (n=699)	山口 (n=146)	鳥取 (n=143)	松江／ 出雲／ 石見 (n=67)	アジア 全体 (n=635)	欧米豪全体 (n=392)
言葉が通じるかどうか不安	37.7	36.7	33.8	39.8	36.3	32.9	29.9	37.6	35.2
滞在費（現地での費用）が高い	35.2	36.3	31.9	39.9	36.3	30.8	29.9	37.3	34.7
渡航費用が高い	33.5	35.1	33.8	37.6	40.4	28.7	40.3	34.3	36.2
地震が起こるかどうか心配	29.7	31.5	34.7	29.5	34.2	46.2	37.3	40.3	17.1
放射能による健康被害が心配	22.2	20.8	23.1	18.6	26.7	32.9	20.9	26.9	11.0
放射能の安全性に関する情報が分からない	18.3	17.0	17.6	16.3	24.0	23.1	26.9	20.9	10.7
公共交通機関の利用方法やネットワークが分からない	17.5	18.6	19.0	18.5	24.0	22.4	16.4	21.9	13.3
携帯電話や通信機器が利用しづらい（Wi-Fi等が利用しづらい）	13.4	15.6	12.5	15.5	14.4	15.4	23.9	17.2	13.0
出発日・コース・価格などで条件に合うツアーがない	11.4	13.4	13.0	12.9	15.8	17.5	23.9	16.5	8.4
治安が心配	10.3	11.0	12.5	10.7	11.6	4.9	11.9	12.1	9.2
キャッシュレス決済の普及状況（モバイル決済やデビット、クレジットカードなど）	10.3	13.1	13.4	11.6	14.4	16.1	16.4	15.7	8.9
食べ物が合わない	10.0	9.5	9.3	8.2	10.3	4.2	16.4	10.1	8.7
2018年におきた北海道胆振東部地震による被害の復旧の状況が分からない	8.8	9.5	11.1	8.0	12.3	6.3	9.0	11.3	6.6
2011年におきた東日本における地震による被害の復旧の状況が分からない	8.4	8.1	10.6	6.9	6.2	9.8	10.4	9.1	6.4
日本に行くまでの時間がかかりすぎる	8.1	7.4	7.4	7.4	7.5	5.6	6.0	5.8	9.9
2018年におきた西日本豪雨による被害の復旧の状況が分からない	8.0	9.1	10.6	8.2	11.6	7.7	9.0	10.9	6.1
2016年におきた九州地方における地震による被害の復旧の状況が分からない	7.9	7.8	8.8	5.7	6.2	9.1	9.0	7.7	7.9
信仰する宗教に対する理解と配慮が乏しい	6.8	7.6	6.0	6.9	15.1	4.2	13.4	8.5	6.1
習慣が合わない	6.3	5.6	5.1	3.9	6.2	5.6	16.4	6.8	3.6
その他	2.9	4.2	3.2	5.0	2.7	2.8	1.5	2.5	6.9

*「全体」はアンケート回答者全員

図2：訪日旅行の不安材料 2013-2019年



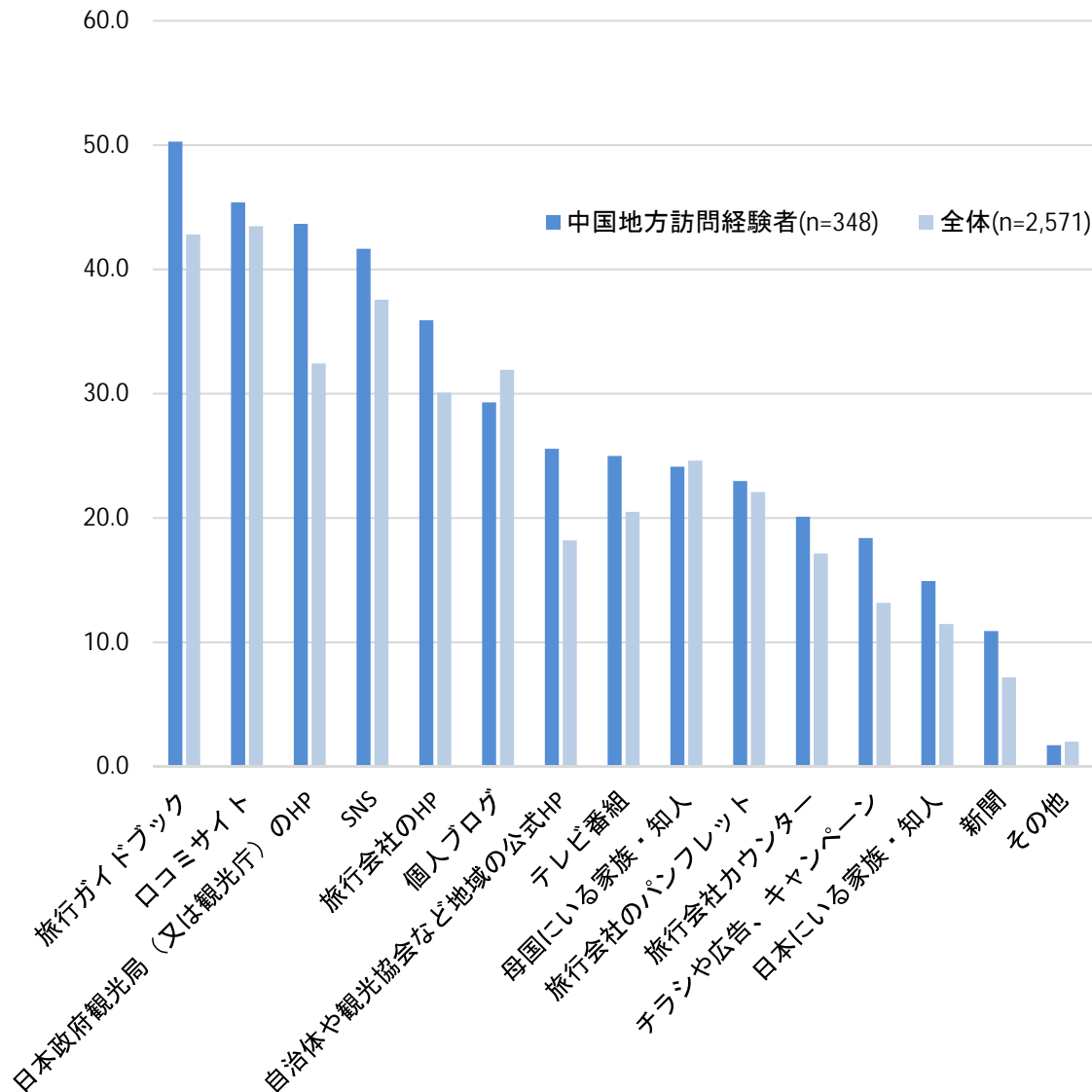
7. 訪日旅行前の情報収集①

- 中国地方訪問経験者の訪日旅行前に実施した情報収集媒体は、「旅行ガイドブック」、「口コミサイト」、「日本政府観光局(又は観光庁)のHP」、「SNS」、「旅行会社のHP」の順に多く、ほぼ全ての項目で全体を上回っている。
- また、「日本政府観光局(又は観光庁)のHP」や「自治体や観光協会など地域の公式HP」については、中国地方訪問経験者が利用している割合が、全体と比べて、より多い。
- 中国地方訪問経験者にとって、「旅行ガイドブック」、「口コミサイト」、「日本政府観光局(又は観光庁)HP」に対する信頼度が高いことが窺えるが、それらの媒体に対して訪日客がどんな情報を求めているかは、それぞれについて異なる可能性もあり、また日本人が考える内容とは違うかもしれないということに留意が必要である。

図：訪日旅行をする前に実施した情報収集媒体

〈訪日経験者〉

(単位：%)



「全体」は訪日経験者全体

7. 訪日旅行前の情報収集②

- 訪日旅行をする前に実施した情報収集について、旅行形態別に見てみると、殆どの旅行形態で「旅行ガイドブック」が上位となっている他、パック旅行では「旅行会社のHP」、「旅行会社のパンフレット」が上位に、個別手配では「口コミサイト」と「個人ブログ」、「SNS」が上位になっており（図1）、特に中国地方訪問経験者について見てみるとその傾向が顕著である（図2）。
- 中国地方の訪問経験者は、ガイドブック以外では、「口コミサイト」や「SNS」の割合が高いが、個別手配では、さらに「日本政府観光局（又は観光庁）HP」、「自治体や観光協会など地域の公式HP」の割合も全体と比べると高く、公的な情報源へのニーズが高い（図2）。

図1：訪日旅行をする前に実施した情報収集媒体（旅行形態別）

〈訪日経験者〉

（単位：％）

全体 (n=2,571)	テレビ番組	新聞	チラシや広告、キャンペーン	旅行ガイドブック	旅行会社のパンフレット	旅行会社のHP	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	自治体や観光協会など地域の公式HP	口コミサイト	個人ブログ	SNS	旅行会社カウンター	母国に いる家 族・知 人	日本に いる家 族・知 人	その他
	20.5	7.2	13.2	42.8	22.1	30.1	32.4	18.2	43.5	31.9	37.6	17.2	24.6	11.5	2.0
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(n=796)	24.1	9.7	17.1	42.0	34.4	41.0	28.6	15.6	33.4	19.1	32.4	32.3	27.0	8.9	0.9
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー(n=272)	20.2	9.2	15.4	43.8	29.0	27.2	33.5	16.5	46.3	34.9	40.4	17.3	24.6	13.2	0.4
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行(n=262)	20.6	7.6	12.6	51.9	14.9	33.2	30.5	17.9	38.9	31.3	40.1	13.0	25.6	14.5	1.1
航空券と宿泊施設を個別に手配(n=964)	19.0	4.8	10.6	44.2	13.8	23.5	37.4	20.9	55.2	44.8	42.5	6.4	22.3	10.2	2.4
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地を手配）(n=86)	15.1	1.2	9.3	27.9	5.8	10.5	20.9	14.0	40.7	26.7	31.4	9.3	26.7	29.1	4.7

* 「全体」は訪日経験者全体
* 上位3項目の背景を塗りつぶした

図2：訪日旅行をする前に実施した情報収集媒体（旅行形態別）

〈中国地方訪問経験者〉

（単位：％）

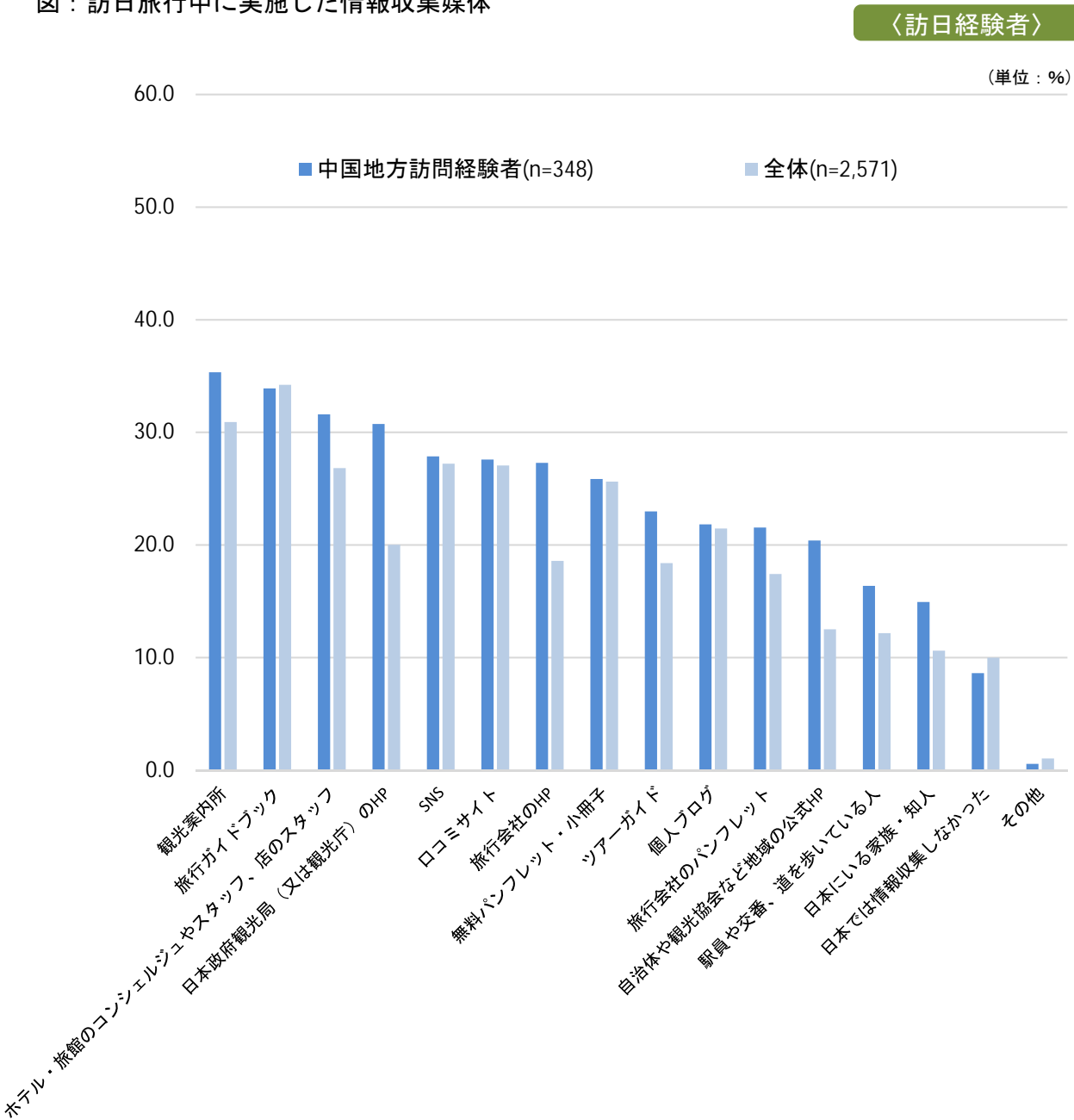
中国地方訪問経験者 (n=348)	テレビ番組	新聞	チラシや広告、キャンペーン	旅行ガイドブック	旅行会社のパンフレット	旅行会社のHP	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	自治体や観光協会など地域の公式HP	口コミサイト	個人ブログ	SNS	旅行会社カウンター	母国に いる家 族・知 人	日本に いる家 族・知 人	その他
	25.0	10.9	18.4	50.3	23.0	35.9	43.7	25.6	45.4	29.3	41.7	20.1	24.1	14.9	1.7
航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に、食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれている(n=111)	28.8	14.4	21.6	59.5	28.8	45.9	41.4	20.7	44.1	16.2	36.9	38.7	33.3	14.4	0.9
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー(n=33)	36.4	15.2	33.3	51.5	39.4	39.4	42.4	27.3	60.6	27.3	51.5	15.2	27.3	15.2	0.0
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行(n=27)	11.1	7.4	11.1	51.9	18.5	29.6	40.7	25.9	25.9	33.3	22.2	18.5	3.7	11.1	0.0
航空券と宿泊施設を個別に手配(n=136)	24.3	9.6	14.7	47.8	16.9	30.1	52.2	27.9	47.8	40.4	48.5	5.9	18.4	13.2	1.5
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地を手配）(n=12)	8.3	0.0	8.3	16.7	0.0	16.7	16.7	16.7	41.7	8.3	25.0	8.3	16.7	33.3	8.3

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値
* 上位3項目の背景を塗りつぶした

8. 訪日旅行中の情報収集①

- 中国地方訪問経験者の訪日旅行中に実施した情報収集媒体は、「観光案内所」、「旅行ガイドブック」、「ホテル・旅館のコンシェルジュやスタッフ、店のスタッフ」、「日本政府観光局（又は観光庁）のHP」、「SNS」の順に多く、ほぼすべての項目で全体を上回っている。
- 旅行前と比べると「観光案内所」や「ホテル・旅館のコンシェルジュやスタッフ、店のスタッフ」など現地の人から直接情報を収集している割合が高い。

図：訪日旅行中に実施した情報収集媒体



8. 訪日旅行中の情報収集②

- ・ 訪日旅行中に実施した情報収集媒体を旅行形態別に見てみると、殆どの旅行形態で「旅行ガイドブック」の割合が高く、パック旅行では次いで「ツアーガイド」、「観光案内所」、個別手配では「観光案内所」、「無料パンフレット・小冊子」の割合が高い（図1）。
- ・ 中国地方訪問経験者は、旅行形態に関わらず、「旅行ガイドブック」の利用が比較的多い。パック旅行ではその他「ツアーガイド」、「観光案内所」が、個別手配では「観光案内所」、「ホテル・旅館のコンシェルジュやスタッフ、店のスタッフ」の利用が多い（図2）。

図1：訪日旅行中に実施した情報収集媒体（旅行形態別）

〈訪日経験者〉 (単位：%)

旅行形態	旅行ガイドブック	旅行会社のパンフレット	無料パンフレット・小冊子	旅行会社のHP	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	自治体や観光協会など地域の公式HP	口コミサイト	個人ブログ	SNS	ツアーガイド	観光案内所	ホテル・旅館のコンシェルジュやスタッフ、店のスタッフ	駅員や交番、道を歩いている人	日本に家族・知人	その他	日本では情報収集しなかった
全体 (n=2,571)	34.2	17.4	25.6	18.6	20.0	12.5	27.1	21.5	27.2	18.4	30.9	26.8	12.2	10.6	1.1	10.0
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 (n=796)	35.8	24.9	22.4	22.4	19.1	11.8	24.2	13.9	23.7	34.2	26.9	26.0	10.8	10.3	0.4	11.3
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー (n=272)	31.6	20.2	23.9	25.0	23.5	18.8	29.0	25.7	36.0	25.0	29.8	24.3	12.1	11.0	0.7	4.8
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行 (n=262)	42.7	17.6	28.2	18.7	24.8	11.8	28.2	21.4	29.4	13.7	29.4	27.1	11.1	10.7	0.0	8.0
航空券と宿泊施設を個別に手配 (n=964)	33.1	10.9	29.4	13.9	20.1	12.0	28.6	27.5	28.0	5.6	36.4	29.0	13.3	7.9	1.3	10.8
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地を手配） (n=86)	25.6	7.0	18.6	12.8	15.1	9.3	25.6	19.8	30.2	9.3	22.1	14.0	8.1	25.6	2.3	9.3

* 「全体」は訪日経験者全体
* 上位3項目の背景を塗りつぶした

図2：訪日旅行中に実施した情報収集媒体（旅行形態別）

〈中国地方訪問経験者〉 (単位：%)

旅行形態	旅行ガイドブック	旅行会社のパンフレット	無料パンフレット・小冊子	旅行会社のHP	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	自治体や観光協会など地域の公式HP	口コミサイト	個人ブログ	SNS	ツアーガイド	観光案内所	ホテル・旅館のコンシェルジュやスタッフ、店のスタッフ	駅員や交番、道を歩いている人	日本に家族・知人	その他	日本では情報収集しなかった
中国地方訪問経験者 (n=348)	33.9	21.6	25.9	27.3	30.7	20.4	27.6	21.8	27.9	23.0	35.3	31.6	16.4	14.9	0.6	8.6
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 (n=111)	37.8	29.7	26.1	34.2	31.5	16.2	34.2	14.4	30.6	39.6	35.1	34.2	16.2	20.7	0.0	6.3
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー (n=33)	45.5	27.3	24.2	27.3	42.4	39.4	33.3	30.3	42.4	39.4	30.3	24.2	15.2	9.1	0.0	6.1
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行 (n=27)	29.6	22.2	22.2	25.9	29.6	14.8	11.1	11.1	18.5	0.0	22.2	22.2	11.1	7.4	0.0	14.8
航空券と宿泊施設を個別に手配 (n=136)	32.4	14.7	27.9	19.9	30.1	22.1	23.5	30.9	25.7	8.8	42.6	33.8	15.4	10.3	0.7	11.8
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地を手配） (n=12)	8.3	0.0	16.7	25.0	25.0	16.7	16.7	8.3	25.0	16.7	16.7	8.3	16.7	41.7	0.0	8.3

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値
* 上位3項目の背景を塗りつぶした

第二章 トピックス～東京オリンピック・パラリンピック競技大会、オーバーツーリズムの視点から～

- ・今年、東京オリンピック・パラリンピック競技大会（表1）が開催されることから、今回調査では訪日観戦意欲や競技開催地以外の地方への小旅行（以降エクスカーションとする）意向の設問を設けた。
- ・オーバーツーリズムに関連する報道も見受けられるようになり、「持続可能な観光」という視点が注目されつつある中、入場料の値上げや税の賦課を導入することの是非についての設問を設けた。

表1：東京オリンピック・パラリンピック競技大会概要（（公財）東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会HPよりDBJ作成）

■オリンピック競技大会

正式名称	第32回オリンピック競技大会（2020／東京）
開催期間	2020年7月24日（金）～8月9日（日）
競技数	33競技
開催地（会場）	北海道（2）、宮城（1）、福島（1）、茨城（1）、埼玉（3）、千葉（3）、東京（25）神奈川（3）、静岡（3）

■パラリンピック競技大会

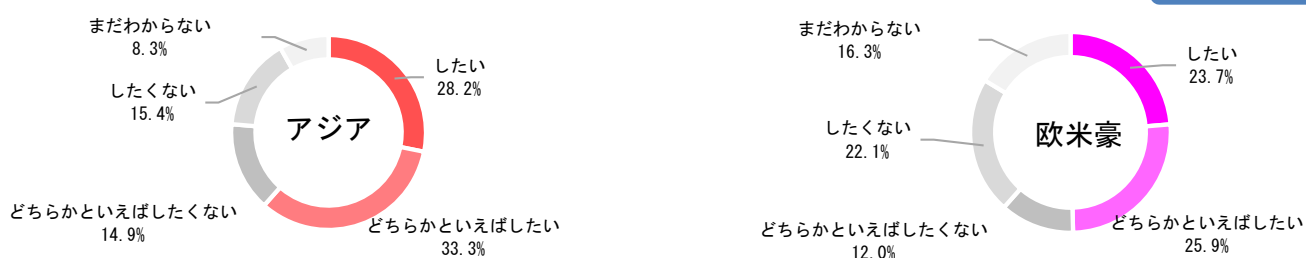
正式名称	東京2020パラリンピック競技大会
開催期間	2020年8月25日（火）～9月6日（日）
競技数	22競技
開催地（会場）	千葉（3）、東京（16）、静岡（2）

1. 東京オリンピック・パラリンピック競技大会の観戦と地方への観光エクスカーション意向

- ・東京オリンピック・パラリンピック競技大会の訪日観戦意欲（訪日観戦を「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した回答率の合計）は、アジア・欧米豪いずれも5割前後となっている（図1）。
- ・中国地域訪問希望者の国・地域別の傾向をみると、リピーターの多い香港や台湾の訪日観戦意欲は4～5割である一方、インドネシア、マレーシア、フランスなど比較的反リピーターの少ない国で訪日観戦意欲が高い結果となっている（図2）。

図1：東京オリンピック・パラリンピック競技大会観戦意向

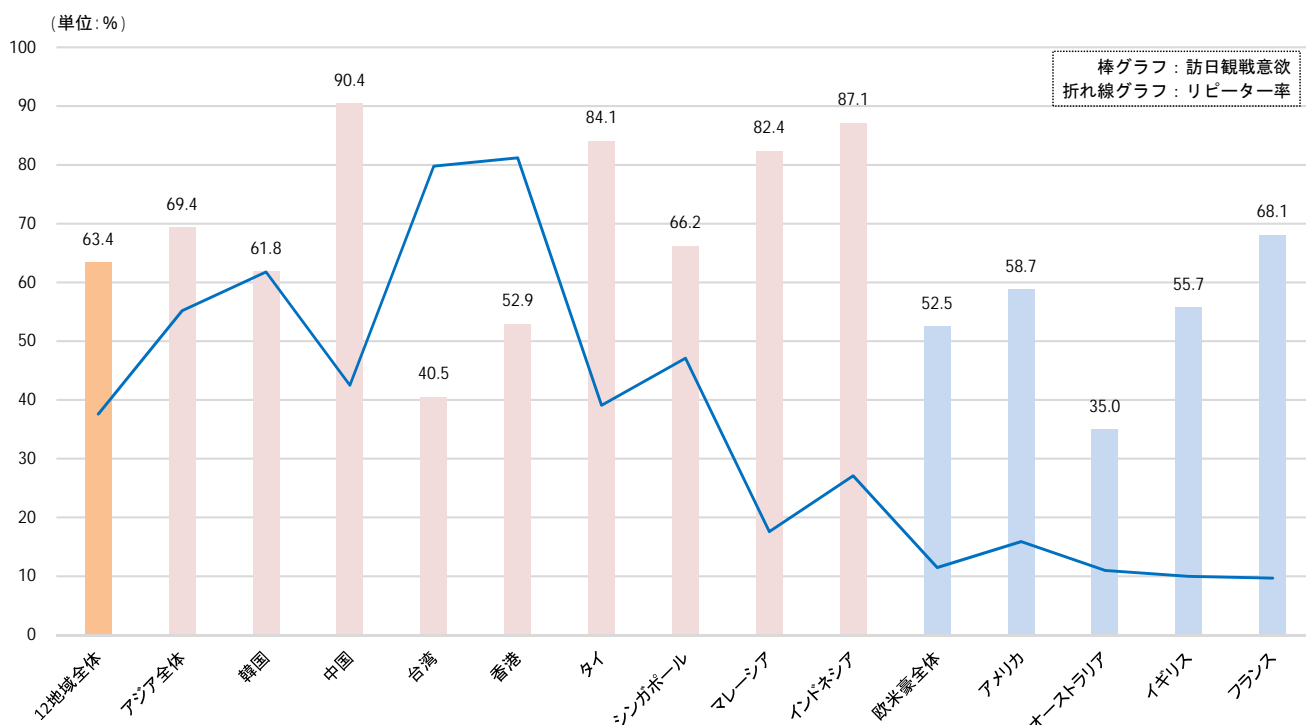
〈全員〉



有効回答者数
 アジア：n=3,333、欧米豪：n=1,446
 回答者は東京オリンピック・パラリンピック競技大会認知者

図2：国・地域別 東京オリンピック・パラリンピック競技大会観戦意向

中国地域訪問希望者



(注)
 棒グラフは訪日観戦を「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した回答率の合計を示す
 リピーター率は、全回答者のうち、2回目以上の訪日経験を有する回答者の割合

- ・訪日観戦時における地方へのエクスカージョンについて、「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した割合は、アジア・欧米豪いずれも9割以上と非常に高い（図1）。
- ・エクスカージョンの希望先は、開催地のみならず、全国に及んでおり、欧米豪全体では中国地域が4位となっている（表1）。

✓東京オリンピック・パラリンピックは新たな訪日客開拓のフックになることが期待され、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や訪日外国人旅行者の受入体制の強化といった様々な取り組みが求められる。

図1：東京オリンピック・パラリンピック観戦意向者の地方への訪問（エクスカージョン）意欲

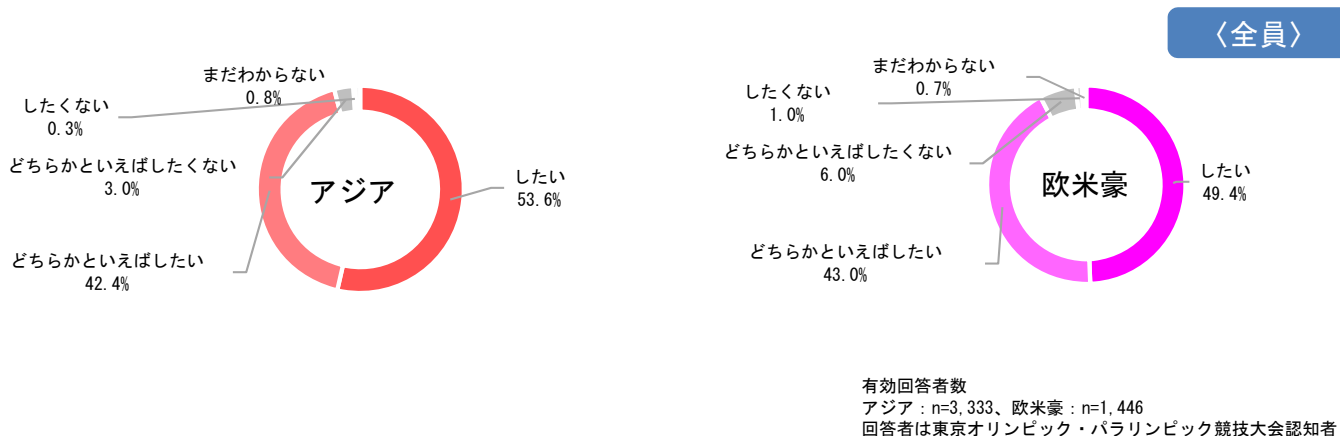


表1：エクスカージョン希望先（回答はあてはまるもの全て、単位：％）

アジア

1	北海道	49.5
2	東京近郊	43.1
3	関西	43.1
4	九州	30.5
5	沖縄	27.7
6	中部	21.4
7	東北	17.8
8	四国	17.7
9	中国	16.8
10	わからない	1.9

(エクスカージョン希望者/n=1,967)

欧米豪

1	東京近郊	44.3
2	関西	32.9
3	北海道	28.2
4	中国	26.4
5	沖縄	25.2
6	九州	24.9
7	四国	20.1
8	中部	19.6
9	東北	18.7
10	わからない	12.8

(エクスカージョン希望者/n=662)

2. 訪日経験者からみたオーバーツーリズム、入場料の値上げや税の賦課に関する意見

- ・ 訪日経験者の多くは何らかのオーバーツーリズムを見聞きしており、「観光地・観光施設の混雑」が最多であった（表1）。
- ・ 訪日経験者に入場料の値上げや税の賦課に関する質問をしたところ、「賛成」「やや賛成」は4割を超えており、「どちらでもない／わからない」との回答は約3割となっている（表2）。

表1：オーバーツーリズムを見聞きした経験

〈訪日経験者〉

(回答はあてはまるもの全て、単位：%)

	全体 (n=2,571)	岡山 (n=105)	広島 (n=221)	山口 (n=49)	鳥取 (n=48)	松江／出雲／石見 (n=22)
観光地・観光施設の混雑	30.1	35.2	34.8	30.6	33.3	36.4
宿泊施設でのトラブル (騒音、備品・施設の破損や大浴場におけるマナー違反など)	13.7	20.0	14.5	26.5	20.8	22.7
観光資源や施設を劣化させる行為 (ゴミの放置や、資源の無断採取、立ち入り禁止地域への進入など)	12.2	13.3	12.7	20.4	14.6	13.6
ショッピング施設や飲食店でのトラブル (支払いや商品の破損など)	12.0	12.4	13.1	28.6	12.5	22.7
空港や駅など、交通機関におけるトラブル (騒音、列への割り込みや、乗務員・他の乗客との口論など)	11.5	11.4	11.8	12.2	14.6	9.1
地域住民とのトラブル (居住地域への進入や口論など)	8.8	11.4	9.0	18.4	10.4	4.5
レンタカーによる交通事故	7.7	12.4	13.1	14.3	2.1	13.6
あてはまるものはない	46.8	36.2	43.9	32.7	39.6	18.2

表2：入場料の値上げや税の賦課に関する意見

〈訪日経験者〉

(回答は1つ、単位：%)

	全体 (n=2,571)	岡山 (n=105)	広島 (n=221)	山口 (n=49)	鳥取 (n=48)	松江／出雲／石見 (n=22)
賛成	13.9	21.0	22.2	24.5	14.6	27.3
やや賛成	27.4	22.9	25.3	30.6	25.0	22.7
どちらでもない／わからない	32.9	31.4	32.1	26.5	33.3	18.2
やや反対	15.0	18.1	11.3	10.2	14.6	27.3
反対	10.8	6.7	9.0	8.2	12.5	4.5

(注)

* は全体+10ポイント以上、 は+5ポイント以上、 は-10ポイント以下、 は-5ポイント以下

* 赤字はベースがn=29以下のため参考値

(参考資料)

図：日本旅行で満足したこと

〈岡山県訪問経験者〉

(単位：%)

	岡山 (n=105)	全体 (n=2,571)
自然や風景の見物	66.7	55.3
伝統的日本料理	64.8	65.8
清潔さ／衛生面	58.1	56.9
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	57.1	53.3
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	57.1	36.4
温泉への入浴	55.2	49.8
食品や飲料のショッピング	55.2	49.5
桜の観賞	54.3	44.0
鉄道の利便性	53.3	41.5
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	52.4	44.9

〈広島県訪問経験者〉

(単位：%)

	広島 (n=221)	全体 (n=2,571)
伝統的日本料理	69.2	65.8
自然や風景の見物	63.8	55.3
清潔さ／衛生面	63.3	56.9
治安	54.8	45.9
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	53.4	53.3
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	53.4	44.9
温泉への入浴	51.6	49.8
食品や飲料のショッピング	51.1	49.5
桜の観賞	50.7	44.0
繁華街の街歩き	49.3	42.2

〈山口県訪問経験者〉

(単位：%)

	山口 (n=49)	全体 (n=2,571)
伝統的日本料理	69.4	65.8
桜の観賞	59.2	44.0
清潔さ／衛生面	57.1	56.9
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	57.1	53.3
食品や飲料のショッピング	57.1	49.5
洋服やファッション雑貨のショッピング	57.1	36.7
治安	55.1	45.9
自然や風景の見物	53.1	55.3
日本旅館での宿泊	53.1	38.3
雪景色観賞	53.1	33.4

〈鳥取県訪問経験者〉

(単位：%)

	鳥取 (n=48)	全体 (n=2,571)
伝統的日本料理	68.8	65.8
自然や風景の見物	66.7	55.3
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	66.7	53.3
清潔さ／衛生面	58.3	56.9
温泉への入浴	56.3	49.8
鉄道の利便性	56.3	41.5
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	54.2	44.9
食品や飲料のショッピング	54.2	49.5
治安	52.1	45.9
繁華街の街歩き	52.1	42.2

〈松江／出雲／石見訪問経験者〉

(単位：%)

	松江／出雲／石見 (n=22)*	全体 (n=2,571)
伝統的日本料理	63.6	65.8
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	63.6	53.3
清潔さ／衛生面	59.1	56.9
豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	54.5	29.2
自然や風景の見物	50.0	55.3
桜の観賞	45.5	44.0
洋服やファッション雑貨のショッピング	45.5	36.7
化粧品や医薬品の購入	45.5	42.6
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	40.9	44.9
温泉への入浴	40.9	49.8

* 「松江／出雲／石見」はn=29以下のため参考値

* 「全体」は訪日経験者全体

* 50の選択肢のうち、回答の多かった10項目を掲載

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

図：日本旅行で不満だったこと

〈岡山県訪問経験者〉

(単位：%)

	岡山 (n=105)	全体 (n=2,571)
特に不満はない	37.1	43.1
英語の通用しやすさ	14.3	16.1
母国語の通用しやすさ	12.4	12.6
ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	10.5	5.6
安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	9.5	5.3
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	9.5	5.2
バス・タクシーの利便性	9.5	4.9
化粧品や医薬品の購入	8.6	4.9
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	8.6	4.2
キャッシュレス決済の普及状況（モバイル決済やデビット、クレジットカードなど）	7.6	7.0

〈山口県訪問経験者〉

(単位：%)

	山口 (n=49)	全体 (n=2,571)
電化製品のショッピング	22.4	5.8
特に不満はない	20.4	43.1
英語の通用しやすさ	20.4	16.1
スポーツ観戦	20.4	5.5
安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	20.4	5.3
交通機関や街中での多言語案内（看板や標識）	16.3	6.4
母国語の通用しやすさ	14.3	12.6
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	14.3	5.7
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	14.3	4.5
温泉への入浴	14.3	3.9

松江／出雲／石見訪問経験者

(単位：%)

	松江／出雲／石見 (n=22)*	全体 (n=2,571)
特に不満はない	27.3	43.1
日本庭園の見物（説明の充実度含む）	22.7	4.5
母国語の通用しやすさ	18.2	12.6
英語の通用しやすさ	13.6	16.1
交通機関や街中での多言語案内（看板や標識）	13.6	6.4
遊園地やテーマパーク	13.6	4.3
スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	13.6	3.6
キャッシュレス決済の普及状況（モバイル決済やデビット、クレジットカードなど）	9.1	7.0
電化製品のショッピング	9.1	5.8
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	9.1	5.7

*「松江／出雲／石見」はn=29以下のため参考値

*「全体」は訪日経験者全体

*■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

*51の選択肢のうち、回答の多かった10項目を掲載

〈広島県訪問経験者〉

(単位：%)

	広島 (n=221)	全体 (n=2,571)
特に不満はない	44.3	43.1
英語の通用しやすさ	16.7	16.1
母国語の通用しやすさ	10.9	12.6
ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	9.5	5.7
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	8.6	5.2
キャッシュレス決済の普及状況（モバイル決済やデビット、クレジットカードなど）	7.7	7.0
スポーツ観戦	7.7	5.5
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	7.2	5.7
携帯電話や通信機器の利用しやすさ（Wi-Fi等の充実度）	7.2	5.3
伝統的日本料理	7.2	4.3

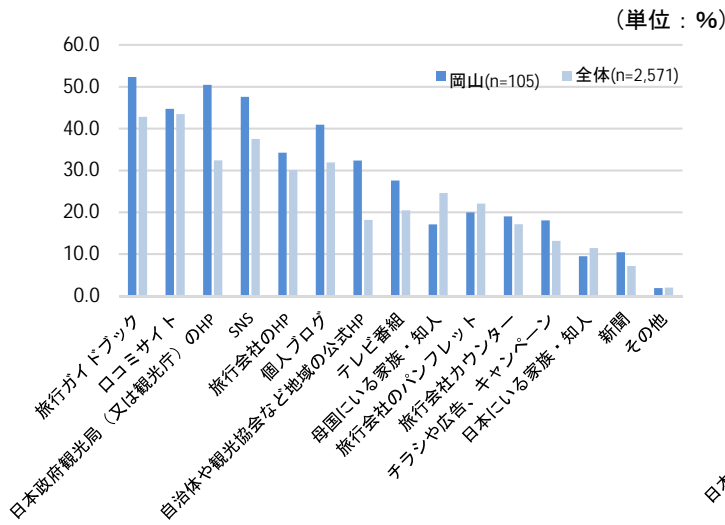
〈鳥取県訪問経験者〉

(単位：%)

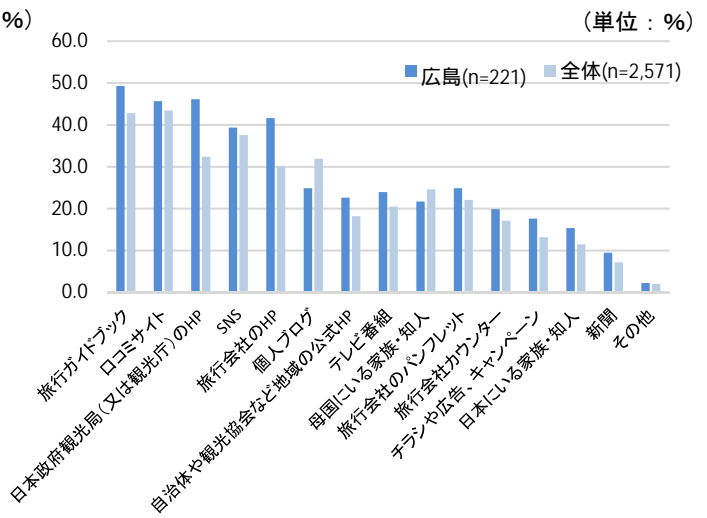
	鳥取 (n=48)	全体 (n=2,571)
特に不満はない	45.8	43.1
英語の通用しやすさ	16.7	16.1
近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	12.5	5.2
洋服やファッション雑貨のショッピング	10.4	3.9
母国語の通用しやすさ	8.3	12.6
交通機関や街中での多言語案内（看板や標識）	8.3	6.4
電化製品のショッピング	8.3	5.8
現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	8.3	5.7
伝統工芸品の工房見学・体験	8.3	4.9
キャッシュレス決済の普及状況（モバイル決済やデビット、クレジットカードなど）	6.3	7.0

図：訪日旅行をする前に実施した情報収集

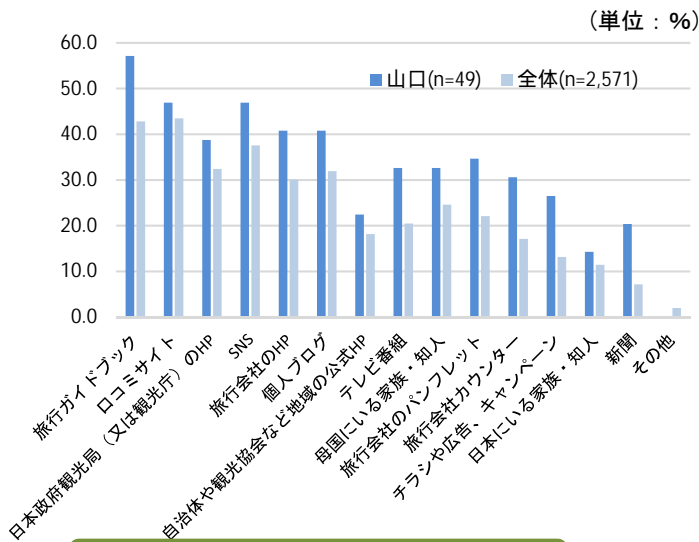
〈岡山県訪問経験者〉



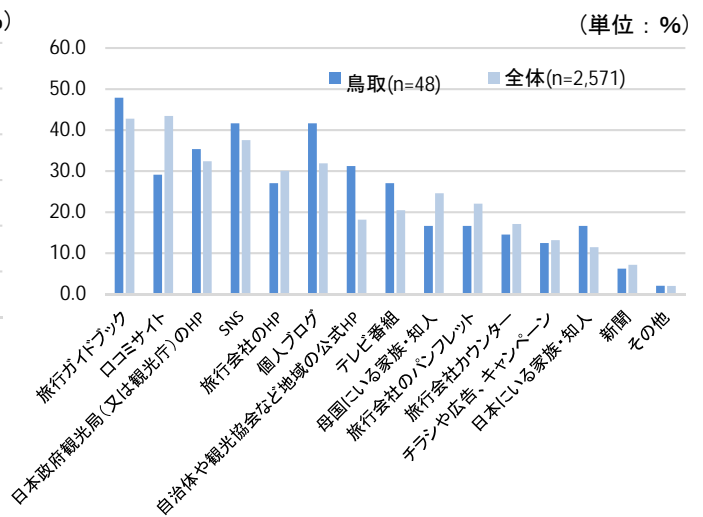
〈広島県訪問経験者〉



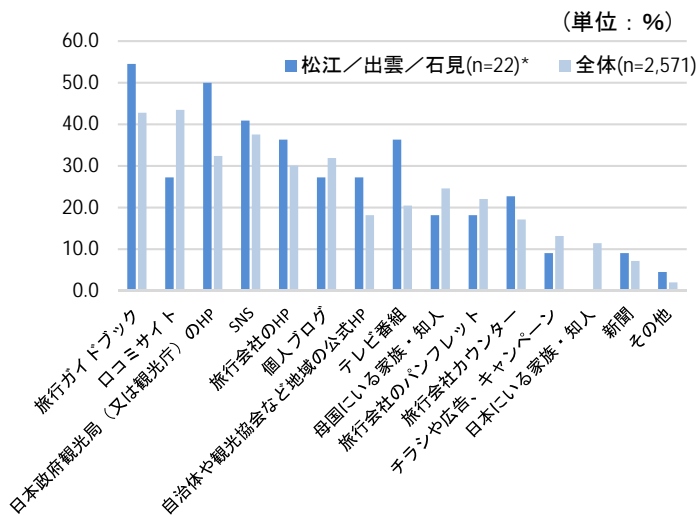
〈山口県訪問経験者〉



〈鳥取県訪問経験者〉



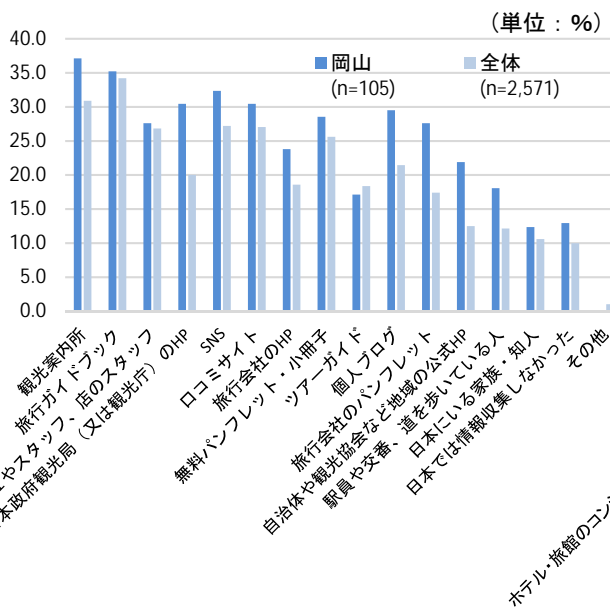
〈松江／出雲／石見訪問経験者〉



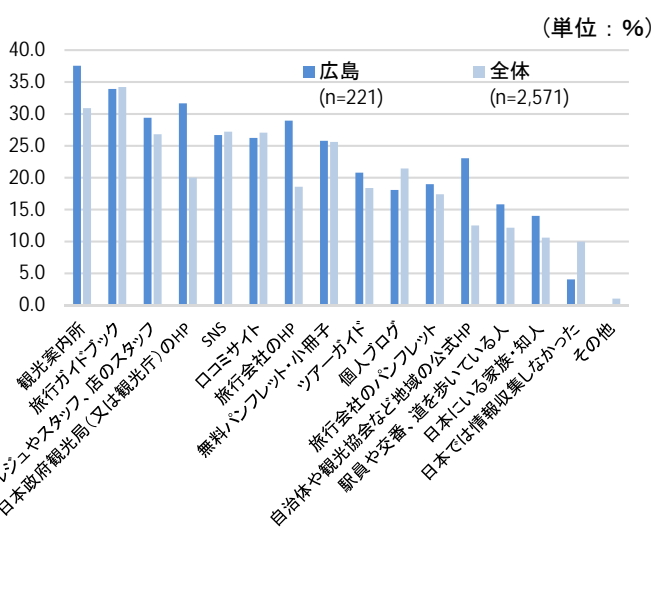
* 回答はあてはまるもの全て
* 「全体」は訪日経験者全体

図：訪日旅行中に実施した情報収集

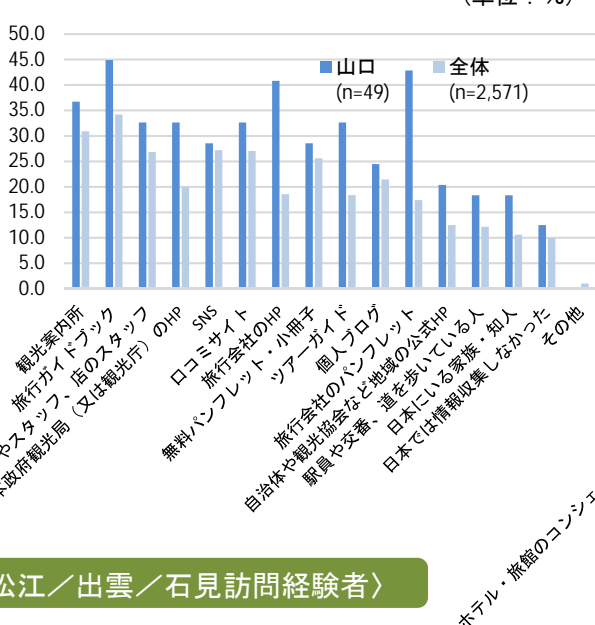
〈岡山県訪問経験者〉



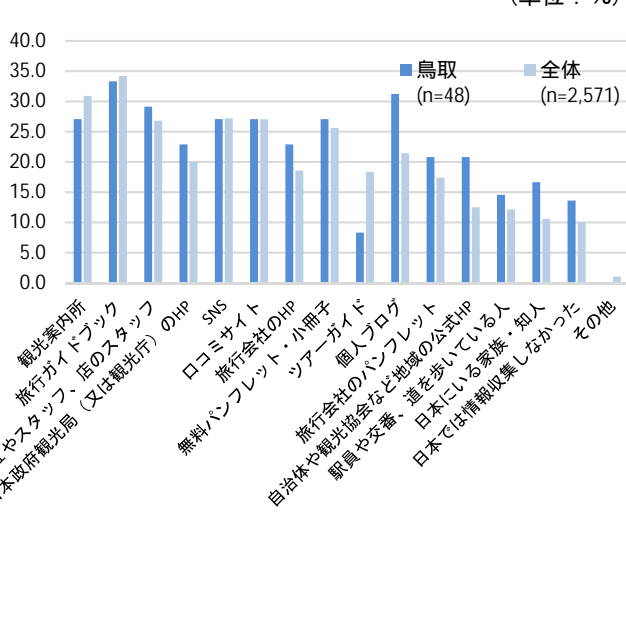
〈広島県訪問経験者〉



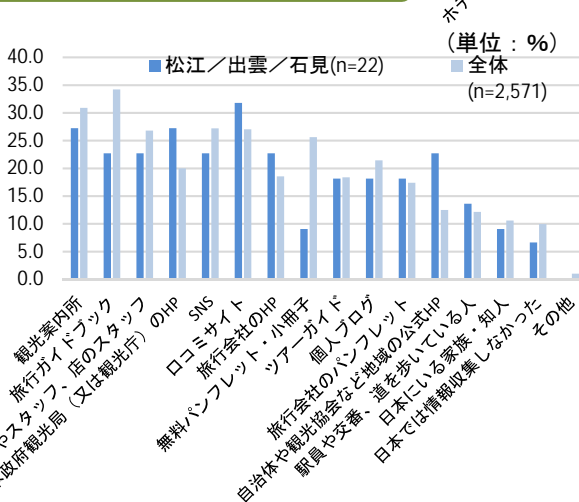
山口県訪問経験者



鳥取県訪問経験者



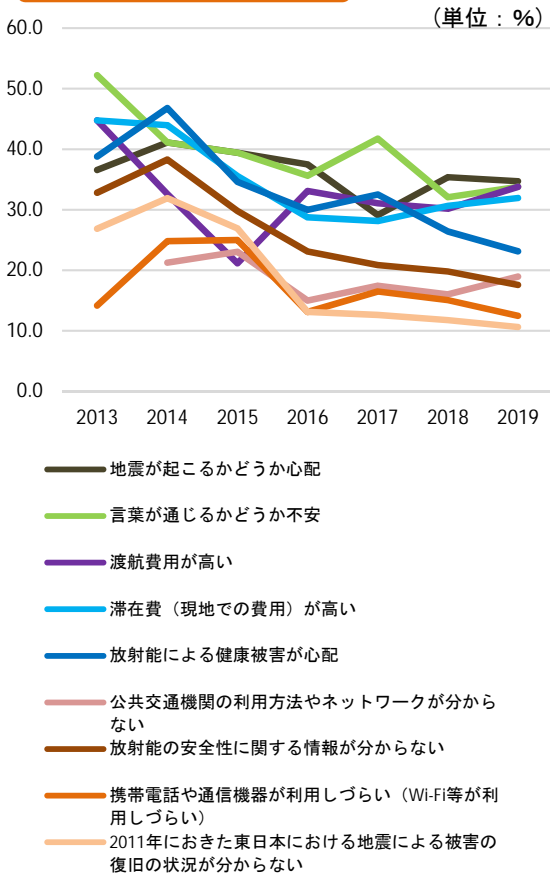
松江／出雲／石見訪問経験者



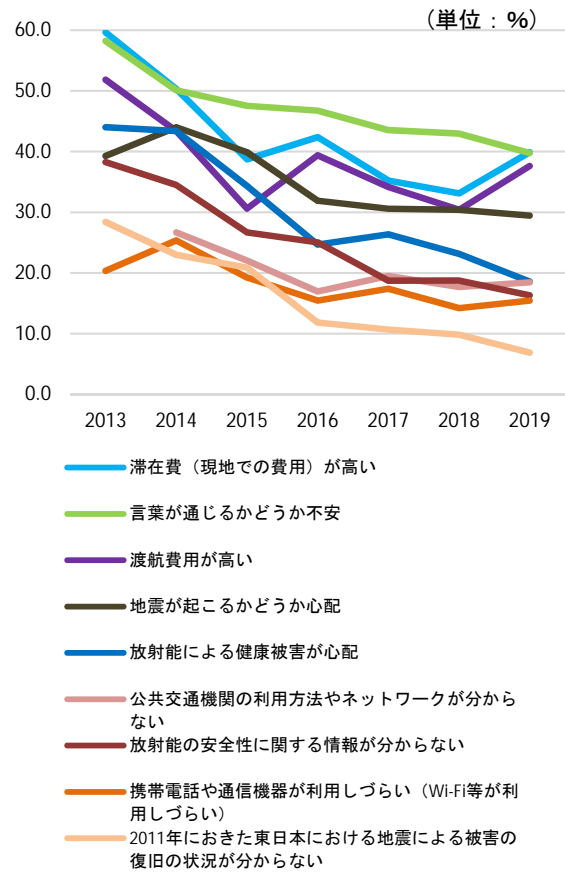
* 回答はあてはまるもの全て
* 「全体」は訪日経験者全体

図：2013-2019年不安材料

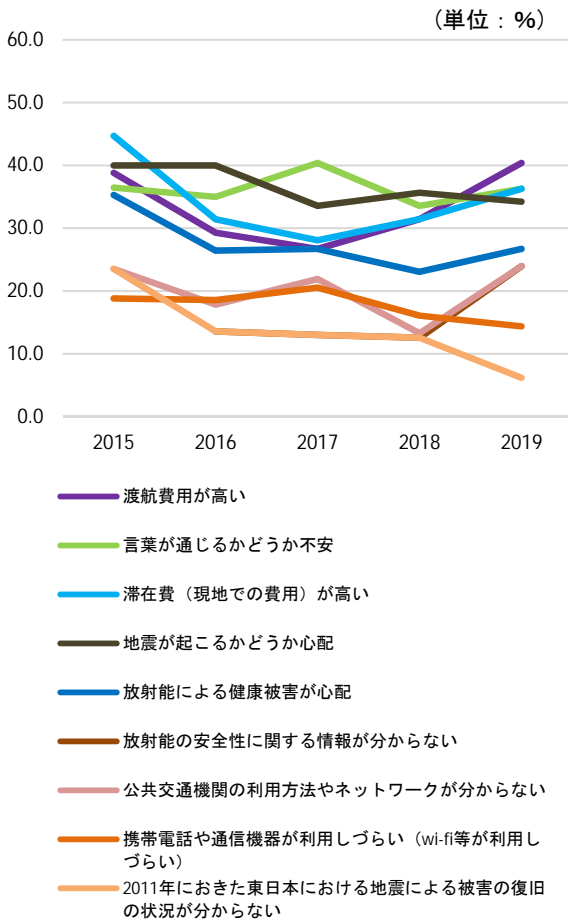
岡山県訪問希望者



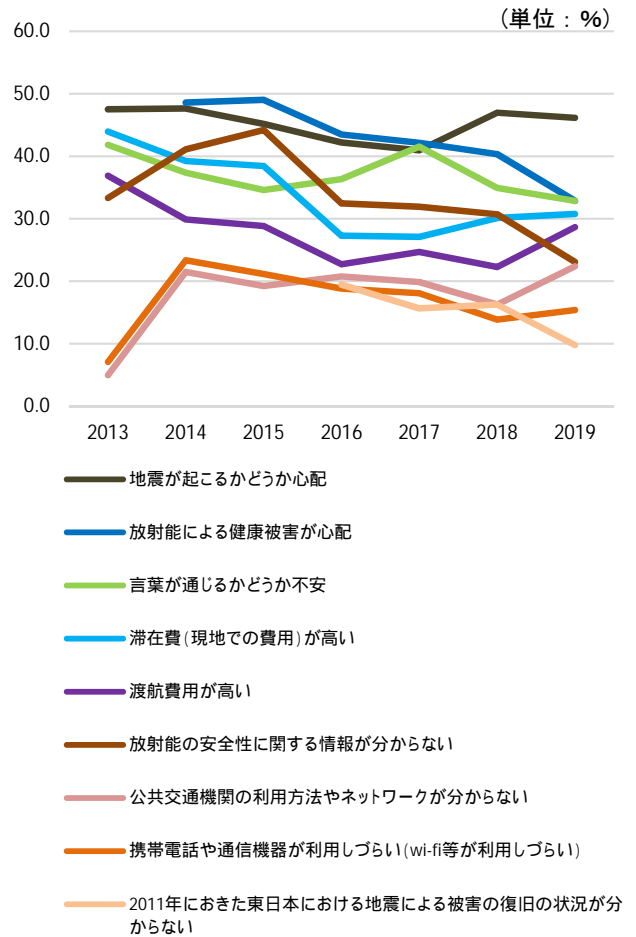
広島県訪問希望者



山口県訪問希望者



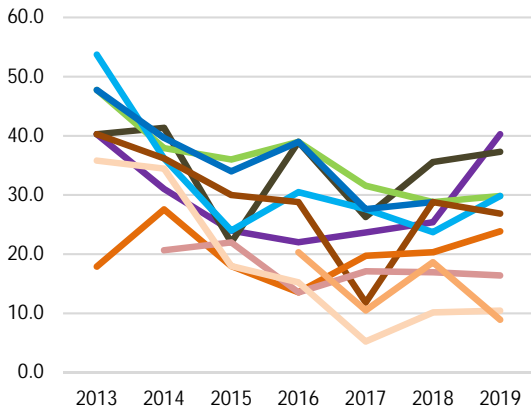
鳥取県訪問希望者



* 回答はあてはまるもの全て

松江 / 出雲 / 石見訪問希望者

(単位：%)



- 渡航費用が高い
- 地震が起こるかどうか心配
- 言葉が通じるかどうか不安
- 滞在費(現地での費用)が高い
- 放射能による健康被害が心配
- 放射能の安全性に関する情報が分からない
- 携帯電話や通信機器が利用しづらい(wi-fi等が利用しづらい)
- 公共交通機関の利用方法やネットワークが分からない
- 地震による被害の復旧の状況が分からない
- 2016年におきた九州地方における地震による被害の復旧の状況が分からない

* 回答はあてはまるもの全て

図：日本で体験してみたいこと

* 全部で33の選択肢のうち、あてはまるもの全てを選択
* n=29以下は参考値

〈岡山県訪問希望者〉

(単位：%)

	岡山 (n=144)	アジア全体 (n=118)	欧米豪全体 (n=26)*	欧米豪全体ー アジア全体
1桜の観賞	68.1	66.9	73.1	6.1
2伝統的日本料理	65.3	65.3	65.4	0.1
3温泉への入浴	63.2	63.6	61.5	▲ 2.0
4自然や風景の見物	59.7	58.5	65.4	6.9
5有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	59.7	56.8	73.1	16.3
6雪景色観賞	57.6	58.5	53.8	▲ 4.6
7紅葉の観賞	57.6	57.6	57.7	0.1
8世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	54.2	50.0	73.1	23.1
9現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	52.8	49.2	69.2	20.1
10繁華街の街歩き	52.1	47.5	73.1	25.6
11食品や飲料のショッピング	50.7	50.0	53.8	3.8
12遊園地やテーマパーク	47.9	49.2	42.3	▲ 6.8
13日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	47.2	43.2	65.4	22.2
14自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	46.5	40.7	73.1	32.4
15日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	44.4	42.4	53.8	11.5
16化粧品や医薬品の購入	44.4	49.2	19.2	▲ 29.9
17イベント・祭りの見物	41.7	39.0	53.8	14.9
18スイーツ	41.7	43.2	34.6	▲ 8.6
19スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	39.6	37.3	50.0	12.7
20美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	36.8	33.1	53.8	20.8
21日本の酒 (日本酒・焼酎)	35.4	33.1	46.2	13.1
22洋服やファッション雑貨のショッピング	35.4	35.6	34.6	▲ 1.0
23フルーツ狩り	34.0	33.9	34.6	0.7
24ナイトライフ (バーやクラブ、芸者遊び等) 体験	32.6	29.7	46.2	16.5
25伝統工芸品の工房見学・体験	31.9	28.0	53.8	25.9
26伝統芸能鑑賞 (歌舞伎や能)	30.6	26.3	50.0	23.7
27近代的/先進的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	29.9	27.1	42.3	15.2
28伝統工芸品の制作や購入	27.1	21.2	14.0	▲ 7.1
29電化製品のショッピング	23.6	19.8	19.2	▲ 0.6
30ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	22.2	24.6	19.2	▲ 5.3
31ブランド品や宝飾品のショッピング	22.2	22.9	15.5	▲ 7.4
32スポーツ観戦	17.4	14.4	30.8	16.4
33その他	0.0	0.0	1.7	1.7

〈広島県訪問希望者〉

(単位：%)

	広島 (n=453)	アジア全体 (n=251)	欧米豪全体 (n=202)	欧米豪全体ー アジア全体
1桜の観賞	69.8	70.9	68.3	▲ 2.6
2温泉への入浴	66.0	70.1	60.9	▲ 9.2
3伝統的日本料理	72.0	69.7	74.8	5.0
4自然や風景の見物	68.2	71.8	71.8	0.0
5現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	62.0	59.0	65.8	6.9
6繁華街の街歩き	64.0	52.2	78.7	26.5
7雪景色観賞	52.1	38.6	38.6	0.0
8有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	65.8	58.2	75.2	17.1
9日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	57.2	48.6	67.8	19.2
10日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	58.7	47.0	73.3	26.3
11紅葉の観賞	53.4	60.6	44.6	▲ 16.0
12世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	57.0	46.6	69.8	23.2
13自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	56.3	45.4	69.8	24.4
14遊園地やテーマパーク	39.7	49.4	27.7	▲ 21.7
15食品や飲料のショッピング	43.5	50.6	34.7	▲ 15.9
16イベント・祭りの見物	46.4	44.6	48.5	3.9
17スイーツ	43.3	44.6	41.6	▲ 3.0
18日本の酒 (日本酒・焼酎)	42.6	35.1	52.0	16.9
19洋服やファッション雑貨のショッピング	34.0	36.7	30.7	▲ 6.0
20化粧品や医薬品の購入	30.0	43.4	13.4	▲ 30.1
21美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	38.4	31.9	46.5	14.7
22ナイトライフ (バーやクラブ、芸者遊び等) 体験	38.0	31.9	45.5	13.7
23伝統芸能鑑賞 (歌舞伎や能)	36.9	29.9	45.5	15.7
24近代的/先進的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	36.0	31.1	42.1	11.0
25伝統工芸品の工房見学・体験	35.8	29.9	43.1	13.2
26スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	30.7	35.1	25.2	▲ 9.8
27伝統工芸品の制作や購入	31.8	28.3	36.1	7.9
28フルーツ狩り	27.2	32.3	20.8	▲ 11.5
29電化製品のショッピング	20.5	23.5	16.8	▲ 6.7
30ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	18.1	19.9	15.8	▲ 4.1
31ブランド品や宝飾品のショッピング	18.5	18.3	18.8	0.5
32スポーツ観戦	14.8	10.8	19.8	9.0
33その他	1.1	0.8	1.5	0.7

〈山口県訪問希望者〉

(単位：%)

	山口 (n=94)	アジア全体 (n=74)	欧米豪全体 (n=20)*	欧米豪全体ー アジア全体
1桜の観賞	61.7	66.2	45.0	▲ 21.2
2温泉への入浴	58.5	59.5	55.0	▲ 4.5
3伝統的日本料理	58.5	59.5	55.0	▲ 4.5
4自然や風景の見物	57.4	58.1	55.0	▲ 3.1
5現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	51.1	52.7	45.0	▲ 7.7
6繁華街の街歩き	52.1	48.6	65.0	16.4
7雪景色観賞	60.6	62.2	55.0	▲ 7.2
8有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	52.1	51.4	55.0	3.6
9日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	47.9	45.9	55.0	9.1
10日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	48.9	47.3	55.0	7.7
11紅葉の観賞	52.1	58.1	30.0	▲ 28.1
12世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	54.3	51.4	65.0	13.6
13自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	47.9	41.9	70.0	28.1
14遊園地やテーマパーク	46.8	43.2	60.0	16.8
15食品や飲料のショッピング	37.2	37.8	35.0	▲ 2.8
16イベント・祭りの見物	43.6	43.2	45.0	1.8
17スイーツ	37.2	37.8	35.0	▲ 2.8
18日本の酒 (日本酒・焼酎)	44.7	45.9	40.0	▲ 5.9
19洋服やファッション雑貨のショッピング	37.2	41.9	20.0	▲ 21.9
20化粧品や医薬品の購入	30.9	37.8	5.0	▲ 32.8
21美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	42.6	40.5	50.0	9.5
22ナイトライフ (バーやクラブ、芸者遊び等) 体験	41.5	40.5	45.0	4.5
23伝統芸能鑑賞 (歌舞伎や能)	33.0	31.1	40.0	8.9
24近代的／先進的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	44.7	40.5	60.0	19.5
25伝統工芸品の工房見学・体験	36.2	31.1	55.0	23.9
26スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	35.1	35.1	35.0	▲ 0.1
27伝統工芸品の制作や購入	27.7	28.4	25.0	▲ 3.4
28フルーツ狩り	34.0	36.5	25.0	▲ 11.5
29電化製品のショッピング	23.4	25.7	15.0	▲ 10.7
30ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	27.7	25.7	35.0	9.3
31ブランド品や宝飾品のショッピング	19.1	20.3	15.0	▲ 5.3
32スポーツ観戦	14.9	10.8	30.0	19.2
33その他	0.0	0.0	0.0	0.0

〈鳥取県訪問希望者〉

(単位：%)

	鳥取 (n=99)	アジア全体 (n=96)	欧米豪全体 (n=3)*	欧米豪全体ー アジア全体
1桜の観賞	62.6	47.9	100.0	52.1
2温泉への入浴	72.7	22.9	100.0	77.1
3伝統的日本料理	71.7	37.5	100.0	62.5
4自然や風景の見物	56.6	96.0	100.0	4.0
5現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	53.5	70.8	100.0	29.2
6繁華街の街歩き	48.5	47.9	100.0	52.1
7雪景色観賞	49.5	55.2	100.0	44.8
8有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	50.5	54.2	100.0	45.8
9日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	43.4	31.3	100.0	68.8
10日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	41.4	49.0	66.7	17.7
11紅葉の観賞	54.5	61.5	66.7	5.2
12世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	48.5	26.0	66.7	40.6
13自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	39.4	22.9	100.0	77.1
14遊園地やテーマパーク	48.5	26.0	66.7	40.6
15食品や飲料のショッピング	52.5	49.0	100.0	51.0
16イベント・祭りの見物	40.4	47.9	100.0	52.1
17スイーツ	41.4	36.5	100.0	63.5
18日本の酒 (日本酒・焼酎)	38.4	52.1	100.0	47.9
19洋服やファッション雑貨のショッピング	32.3	10.4	66.7	56.3
20化粧品や医薬品の購入	49.5	21.9	66.7	44.8
21美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	28.3	8.3	100.0	91.7
22ナイトライフ (バーやクラブ、芸者遊び等) 体験	24.2	21.9	66.7	44.8
23伝統芸能鑑賞 (歌舞伎や能)	24.2	18.8	100.0	81.3
24近代的／先進的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	27.3	40.6	33.3	▲ 7.3
25伝統工芸品の工房見学・体験	26.3	41.7	100.0	58.3
26スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	20.2	46.9	66.7	19.8
27伝統工芸品の制作や購入	25.3	21.7	30.4	8.7
28フルーツ狩り	33.3	71.9	100.0	28.1
29電化製品のショッピング	23.2	31.3	66.7	35.4
30ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	18.2	27.1	33.3	6.3
31ブランド品や宝飾品のショッピング	11.1	39.6	33.3	▲ 6.3
32スポーツ観戦	9.1	38.5	33.3	▲ 5.2
33その他	0.0	51.0	0.0	▲ 51.0

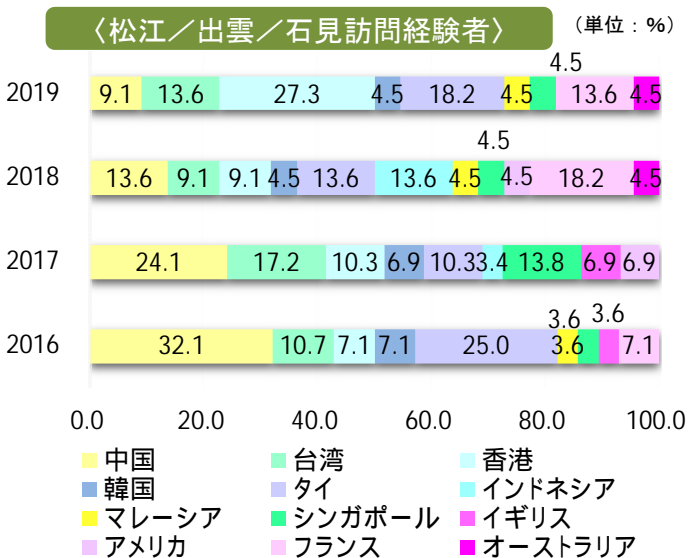
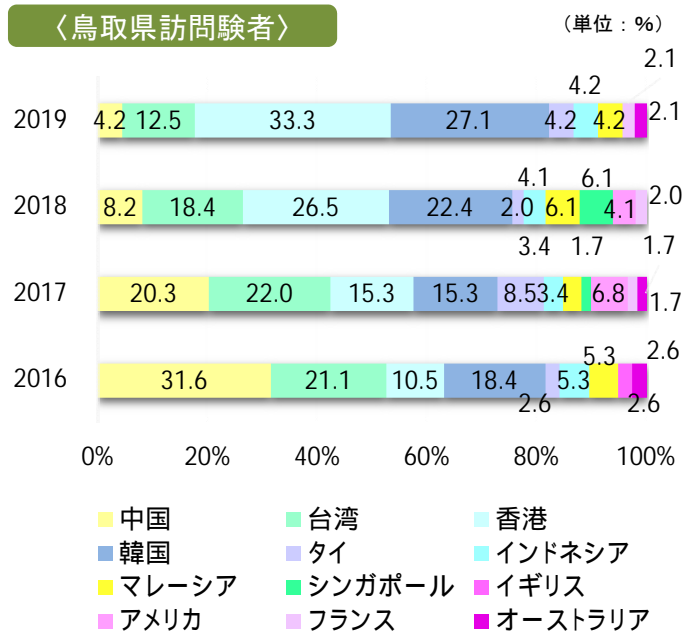
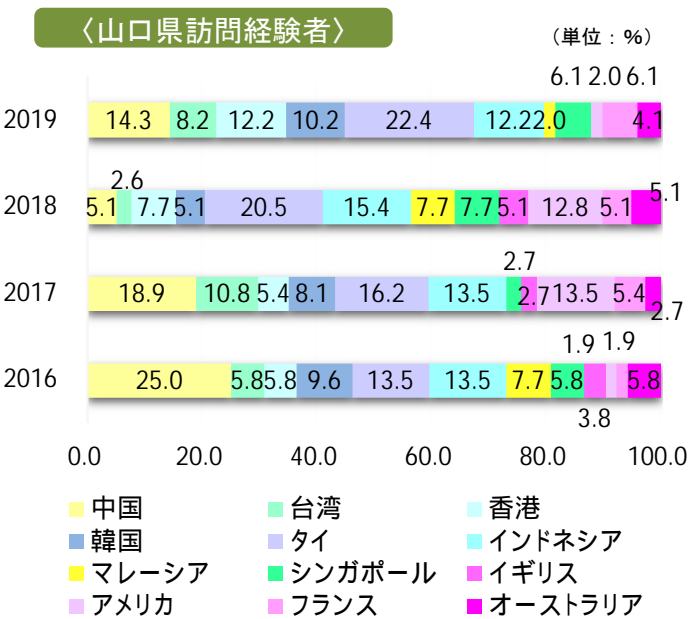
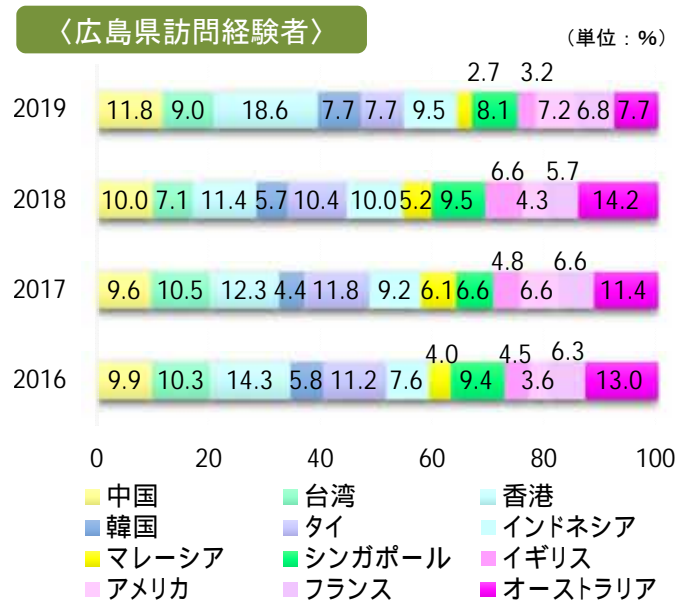
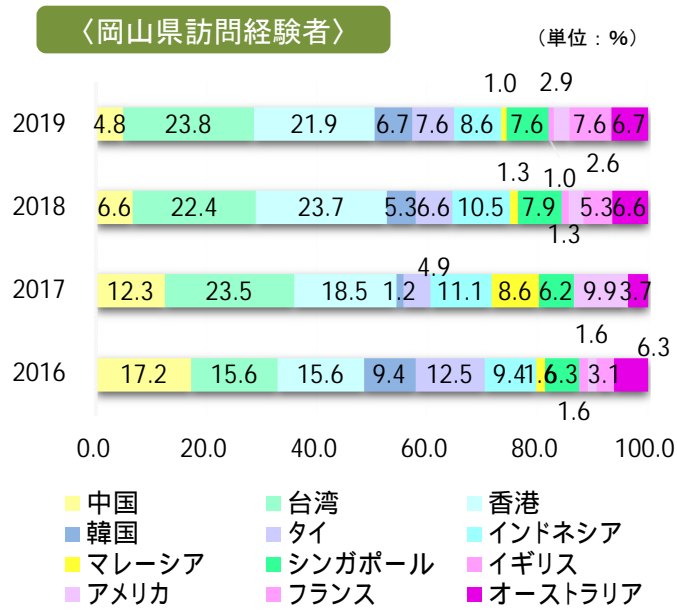
〈松江／出雲／石見訪問希望者〉

(単位：%)

	松江／ 出雲／ 石見 (n=45)	アジア全体 (n=38)	欧米豪全体 (n=7) *	欧米豪全体 － アジア全体
1桜の観賞	57.8	65.8	14.3	▲ 51.5
2温泉への入浴	62.2	65.8	42.9	▲ 22.9
3伝統的日本料理	60.0	60.5	57.1	▲ 3.4
4自然や風景の見物	80.0	78.9	85.7	6.8
5現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	53.3	55.3	42.9	▲ 12.4
6繁華街の街歩き	48.9	47.4	57.1	9.8
7雪景色観賞	57.8	57.9	57.1	▲ 0.8
8有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	48.9	50.0	42.9	▲ 7.1
9日本文化の体験 (茶道、華道、着物試着など)	42.2	39.5	57.1	17.7
10日本庭園の見物 (説明の充実度含む)	51.1	52.6	42.9	▲ 9.8
11紅葉の観賞	51.1	55.3	28.6	▲ 26.7
12世界遺産の見物 (説明の充実度含む)	51.1	55.3	28.6	▲ 26.7
13自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツ アー	53.3	52.6	57.1	4.5
14遊園地やテーマパーク	35.6	36.8	28.6	▲ 8.3
15食品や飲料のショッピング	37.8	39.5	28.6	▲ 10.9
16イベント・祭りの見物	57.8	57.9	57.1	▲ 0.8
17スイーツ	37.8	39.5	28.6	▲ 10.9
18日本の酒 (日本酒・焼酎)	35.6	36.8	28.6	▲ 8.3
19洋服やファッション雑貨のショッピング	33.3	36.8	14.3	▲ 22.6
20化粧品や医薬品の購入	51.1	57.9	14.3	▲ 43.6
21美術館や博物館の鑑賞 (説明の充実度含む)	33.3	34.2	28.6	▲ 5.6
22ナイトライフ (バーやクラブ、芸者遊び等) 体験	22.2	21.1	28.6	7.5
23伝統芸能鑑賞 (歌舞伎や能)	28.9	28.9	28.6	▲ 0.4
24近代的／先進的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	35.6	36.8	28.6	▲ 8.3
25伝統工芸品の工房見学・体験	40.0	31.6	85.7	54.1
26スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビ ティを楽しむこと	35.6	34.2	42.9	8.6
27伝統工芸品の制作や購入	31.1	28.9	42.9	13.9
28フルーツ狩り	24.4	28.9	0.0	▲ 28.9
29電化製品のショッピング	20.0	21.1	14.3	▲ 6.8
30ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	24.4	21.1	42.9	21.8
31ブランド品や宝飾品のショッピング	22.2	18.4	42.9	24.4
32スポーツ観戦	15.6	13.2	28.6	15.4
33その他	0.0	0.0	0.0	1.0

* 全部で33の選択肢のうち、あてはまるもの全てを選択
* n=29以下は参考値

図：県別国別割合（2016-2019年）



*「松江／出雲／石見」はn=29以下のため参考値

(参考文献)

書名	発行	発行年月
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)～東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会は地方誘客への絶好のチャンス～	㈱日本政策投資銀行	2019/10
DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する 訪日外国人旅行者の意向調査(2019年度版)～東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会は地方誘客への絶好のチャンス～	㈱日本政策投資銀行 北海道支店	2019/11
2019東北インバウンド意向調査(速報版)(アジア8地域・欧米豪4地域)～「東北」における訪日リピーターの割合は一層高まり、再度「東北」を訪れたい「再訪希望率」も上昇。新規来訪者の獲得も視野に、まずはより知ってもらい「認知度」向上のためのプロモーションも重要性を帯びる。～	㈱日本政策投資銀行 東北支店	2019/11
2019岡山のインバウンド観光動向～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)結果等から～	㈱日本政策投資銀行 岡山事務所	2019/12
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～	㈱日本政策投資銀行 四国支店	2020/2



©Development Bank of Japan Inc. 2020

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

【お問い合わせ先】

株式会社日本政策投資銀行 中国支店 企画課（担当：杉山、吉田）

〒730-0036 広島市中区袋町5-25 広島袋町ビルディング

TEL: (082) 247-4970 FAX: (082) 244-4557

ホームページアドレス : <http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/chugoku/>