

2020年4月

東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

～台湾・香港・韓国・中国（上海中心）におけるアンケート調査～



<目次>

目 次	2
◎ はじめに	3
第1章 調査の概要	5
第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査（地域別）	
(1) 地域別	8
2-1. 台湾	9
2-2. 香港	22
2-3. 韓国	35
2-4. 中国（上海中心）	48
(2) トピックス	
2-5. 四国遍路	61
2-6. 瀬戸内国際芸術祭	66
第3章 結論（調査結果を踏まえて）	77
【参考】インバウンド関連レポート	82
※. （データ編）東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査 ～台湾・香港・韓国・中国（上海中心）におけるアンケート調査～	別冊

◎ はじめに

はじめに

中国政府が1月に新型コロナウイルス（Novel Coronavirus）の発生を公表した。新型コロナウイルスの感染者は、中国では2月上旬をピークに新規感染者の伸びが鈍化している反面、日韓などの周辺国に加え、欧米をはじめとする世界各国でも感染者が増加し、WHOは3月11日にパンデミックと認めた。

同ウイルスの感染は世界に及んだことから、その経済的な影響は海外旅行者や輸出入の減少を通じて世界に広がっている。四国地域のインバウンド関連産業も例外ではなく、これまで順調に伸びてきたインバウンド客が中国で感染が拡大した年明けから減少し、極めて厳しい状況に直面している。とりわけ四国地域においては、感染者の多い東アジア4地域（台湾、香港、韓国、中国）からの訪日客が8割近くを占めるため、感染拡大の初期段階からインバウンド客減少の大きな影響を被ってきたと言える。

新型コロナウイルスの感染拡大でインバウンド客の足が遠ざかっている今は、極めて厳しい状況に直面していると言える。一方で、感染終息後にインバウンド客が再び四国を訪れるときを見据え、四国を訪れるインバウンド客がどのような趣向を有しているのか、どのように四国往訪を計画し、四国でどのように行動しているのかを、エリアマーケティングの観点からしっかりと分析することができれば、中長期的な四国のインバウンド関連産業の発展に繋がるのではないかと考える。とりわけ大阪で関西・大阪万博の開催が予定されている2025年は、これまで通り瀬戸内国際芸術祭が3年おきの開催となれば同イベントも開催される予定であり、開催期間も大幅に重なることが予想されることから、四国地域にとっては関西・大阪万博を訪れる多くのインバウンド客を四国に誘客するチャンスであると考ええる。

本レポートは、アジア地域で日本好きの消費者向けに日本の製商品のマーケティングを行う株式会社Fun Japan Communicationsに委託して実施したアンケート調査の分析を元に作成した。そのため回答者が日本好きの消費者に偏っているが、四国を訪れるインバウンド客は日本を何度も訪れ、日本を旅行し慣れている旅行者が多いため、四国地域における分析としては参考になるアンケート結果を抽出できたものと考ええる。

アンケートは台湾、香港、韓国が2019年5月から6月にかけて、中国（上海中心）が2019年9月から10月にかけて、いずれも新型コロナウイルスの感染が拡大する以前に実施している。

本レポートは、第1章でアンケートの概要について簡単に触れた後、第2章で、アンケート結果を台湾、香港、韓国、中国（上海中心）の地域毎にとりまとめ、四国を訪れるインバウンド客の趣向や動態が地域別に分かるように分析を行った。第3章では、本レポート及びこれまで日本政策投資銀行四国支店が実施してきた四国におけるインバウンド調査の結果を踏まえ、簡単ではあるが四国のインバウンド観光の振興に関する提言を述べている。

また、別冊データ編では、今回のアンケート結果を設問毎に4ヶ国を並べて分析し、設問毎に4地域からのインバウンド客の趣向や動態の違いを横並びで比較することが出来るようにしている。

当レポートが、少しでも四国地域におけるインバウンド関連産業の振興の一助となれば幸いである。

以 上

第1章 調査の概要

第1章. 調査の概要

- 株式会社日本政策投資銀行（DBJ）四国支店は、アジア4地域（台湾、香港、韓国、中国（上海中心））の在住者を対象に、四国旅行に関するインターネットによるアンケート調査を実施した。
- アンケートの実施は、アジア地域における日本好き在住者を対象としたマーケティング会社である株式会社Fun Japan Communications（以下、「Fun社」という。）に委託を行った。
 - アンケートの実施期間は、台湾、香港、韓国が2019年5月～6月、中国（上海中心）が2019年9月～10月である。
 - アンケートは、台湾、香港はFun社のWebサイト会員を対象に、韓国がFun社SNSからの誘導によって、中国（上海中心）はWebサイトからの誘導によって実施した。各地域で実施対象や回収方法が異なるため、4地域間を比較するときは留意が必要である。
- アンケートの結果、台湾、香港、韓国からは300名を超える、中国（上海中心）からも100名を超える四国訪問経験者の回答を回収することが出来た。
- アンケートの対象者、アンケート回答者の訪日回数は、台湾、香港、韓国で10回以上が4割前後という高い結果となった。一方で、中国（上海中心）では訪日回数10回以上は1人に過ぎず、訪日経験のない回答者が4割を超える結果となった。

■ 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

□ 調査地域：台湾、香港、韓国、中国（上海中心）の4地域

□ 実施時期：（台湾、香港、韓国）2019年5月～6月、（中国（上海中心））2019年9月～10月

□ 調査対象者：10代～60代の男女

（注）台湾：在住者（FUN! JAPAN TaiwanのWebサイト会員）

香港：在住者（FUN! JAPAN Hong KongのWebサイト会員）

韓国：在住者（FUN! JAPAN SNSからの誘導等）

中国（上海中心）：上海とその周辺の在住者（Webサイトからの誘導等）

調査方法：E-mail配信／Webサイト等からの誘導

□ 有効回答者数：合計:4,604名

（台湾：1,133名、香港：1,111名、韓国：1,286名、中国（上海中心）：1,074名）

□ 調査実施・協力会社：株式会社Fun Japan Communications

2. 当レポートの特徴

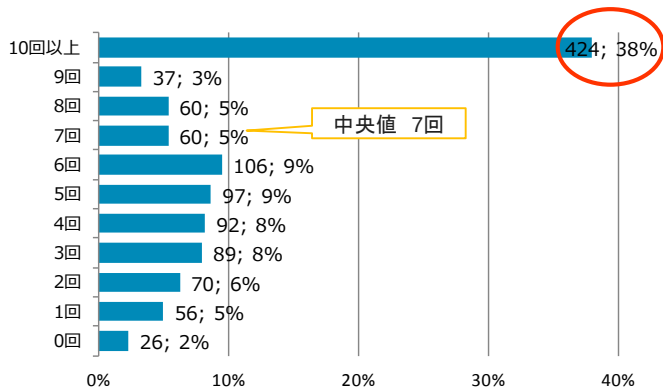
- 本調査E-mail配信及びWebサイト等からの誘導によりオンラインアンケートを実施した。
- 各地域で回答回収方法が異なるため、4地域間で比較をする際は留意が必要である。

■ 回答者に占める四国訪問経験者の割合

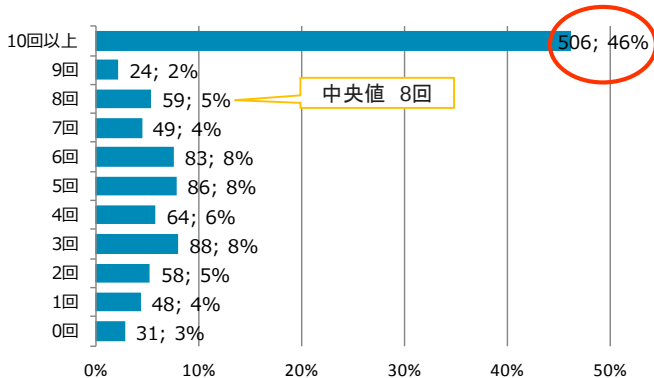
回答者	台湾	香港	韓国	中国 (上海中心)
全員(A)	1,133	1,111	1,286	1,074
四国訪問経験者(B)	338	373	434	134
割合(B/A)	29.8%	33.6%	33.7%	12.5%

■ 回答者の属性（訪日回数）

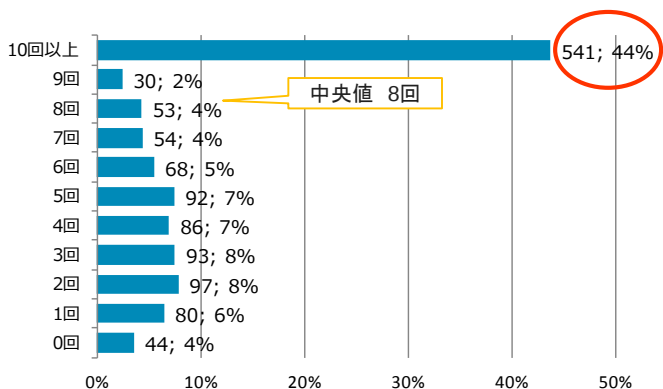
■ 台湾（N=1117）



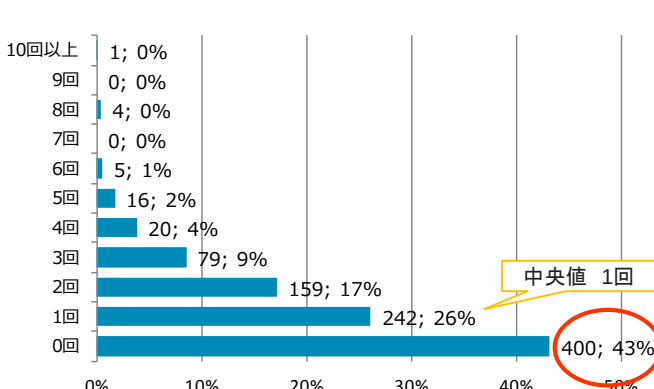
■ 香港（N=1096）



■ 韓国（N=1238）



■ 中国（上海中心）（N=926）



(注)0回には
未回答者を含む

第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

（1）地域別

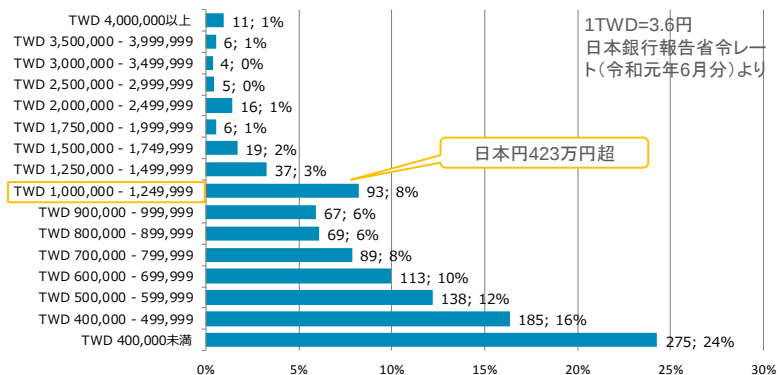
第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

2-1. 台湾

回答者の世帯所得は、日本の世帯所得の中央値である423万円以上の割合が17%となっている。

■回答者所得階層（データ編：1-2）

■台湾（N=1133）



2-1. 台湾

(1) 回答者の属性（訪日回数・四国訪問回数など）（データ編：1-5）

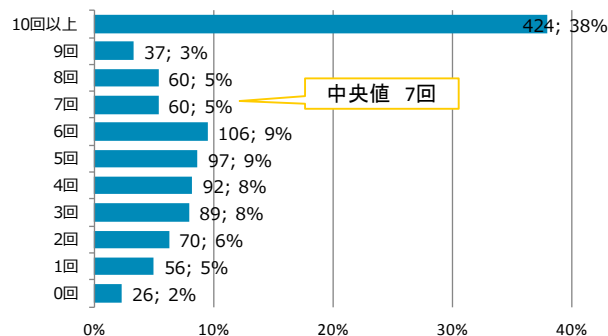


回答者の訪日回数は10回以上が38%を占める。四国を訪れる台湾の旅行者は日本に旅行し慣れている人が多いことが推察される。

しかし、四国への訪問回数を尋ねると、一度も訪れたことのない回答者が69%を占める。四国を訪れたことがある回答者は352人で、内、リピーター（複数回四国を訪れたことがある人）は86人（リピート率：25.4%）に過ぎない。

（図表1）訪日回数

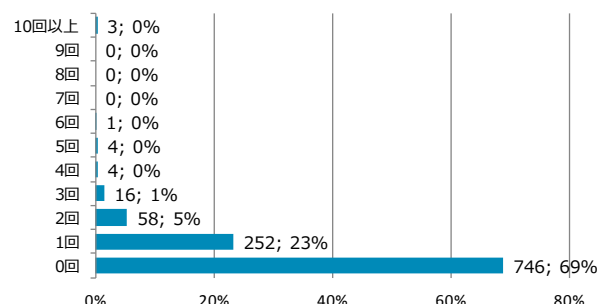
■台湾（N=1117）



（図表2）四国訪問回数

■台湾（N=1084）

リピート率=86/338=25.4%



(2) 四国の観光地の認知度（データ編：2-2）

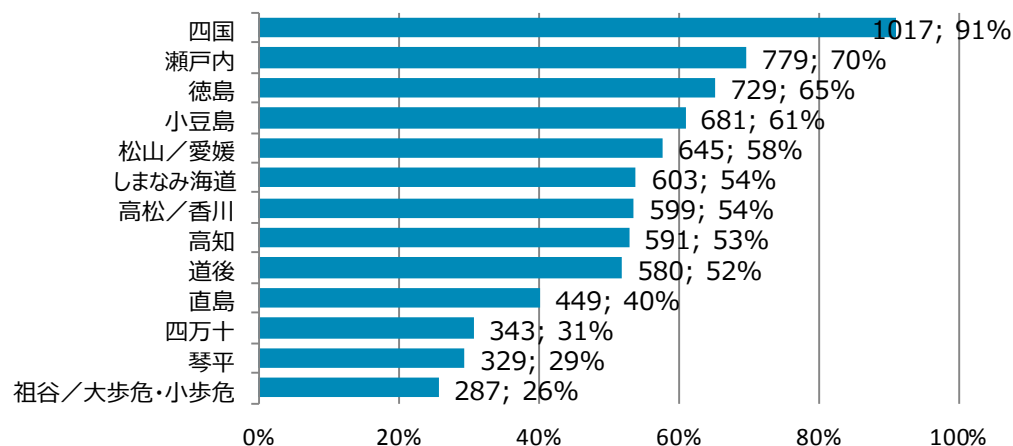
個別の観光地名より、エリア名としての「四国」（91%）、「瀬戸内」（70%）の認知度が高い。台湾からの誘客には、「四国」「瀬戸内」といった広域でプロモーションを行うことが有効である。

個別の地名では、「徳島」（65%）、「小豆島」（61%）、「松山／愛媛」（58%）、「しまなみ海道」（54%）、「高松／香川」（54%）、「高知」（53%）、「道後」（52%）の知名度が高い。

（図表3）四国の観光地の認知度（複数回答）

■台湾（N=1118）

<直行便就航:高松空港>



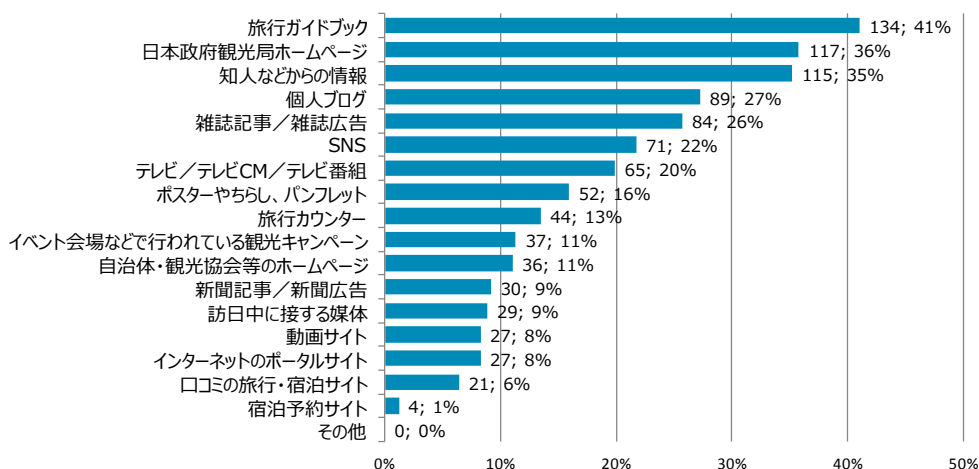
(3) 四国往訪のきっかけ (データ編 : 3-2)



四国往訪のきっかけとなった媒体は「旅行ガイドブック」(41%)、「日本政府観光局ホームページ」(36%)、「知人からの情報」(35%)が上位を占める。個人がインターネットで発信する情報(「SNS」(22%)、「動画サイト」(8%))は、四国往訪のきっかけとはあまりなっていない結果となった。出所のはっきりとした情報が四国往訪のきっかけとなっていることが分かる。

(図表4) 四国往訪のきっかけのなった媒体 (複数回答)

■台湾 (N=327)



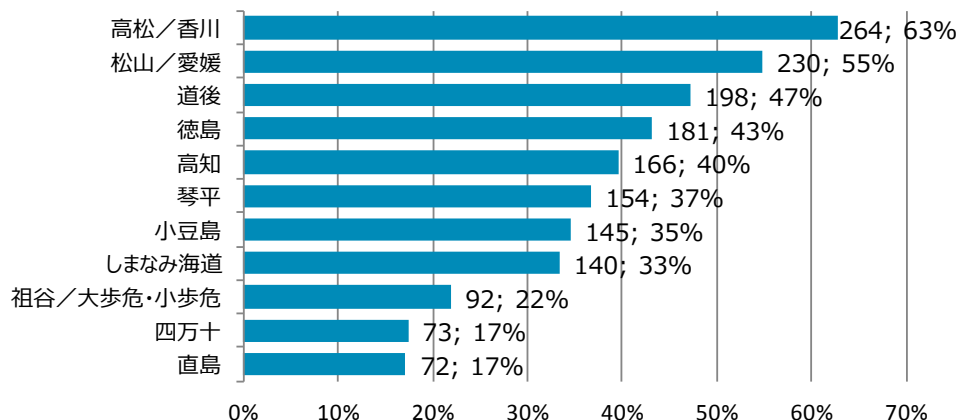
(4) 四国旅行の動態・態様

① 四国での往訪先 (データ編 : 4-1)

四国での往訪先は、「高松/香川」(63%)、「松山/愛媛」(55%)、「道後」(47%)、「徳島」(43%)、「高知」(40%)が上位となる。他地域からの来四者と比べると、「徳島」「高知」に往訪する割合も高く、四国全域を周遊する旅行者が多いものと推察される。

(図表5) 四国での往訪先 (複数回答) 【過去3回合計】

■台湾 (N=420)



② 四国旅行の形態（データ編：4-2）



旅行形態は、「航空券・宿泊施設を個別に手配」が最も多く（260人、62%）、「ツアー旅行」も回答者の29%と、他地域（香港、韓国、中国（上海中心））と比較すると高い割合となっている。四国における宿泊日数は「4泊」が最も多い（99人、24%）。

（図表6）四国に旅行した際の旅行形態と宿泊数【過去3回合計】

■台湾

台湾	ツアー旅行 (29%)	航空券と宿泊施設のためのバック旅行 (6%)	航空券・宿泊施設を個別に手配 (62%)	航空券・宿泊施設を個別に手配、日 本国内旅行はツアーを利用(3%)	Total
宿泊数	122	24	260	14	420
1泊	30%	3%	63%	3%	63
2泊	43%	5%	49%	3%	74
3泊	36%	7%	55%	1%	67
4泊	36%	9%	52%	3%	99
5泊	26%	5%	64%	5%	39
6泊	0%	6%	82%	12%	17
7泊	0%	6%	88%	6%	17
8泊以上	2%	0%	95%	2%	44

③ 四国旅行の際の出入国空港（データ編：4-3-1）

台湾から四国へは、関西空港経由で入国した人が最も多く（34%）、次いで高松空港（19%）、岡山空港（13%）となった。出国でも同じ空港を使う観光客の比率は、関西空港で89%、高松空港で83%、岡山空港で87%となった。

（図表7）四国に旅行した際の出入国港【過去3回合計】

台湾	IN		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
OUT	合計													
合計	420	100%	144	34%	81	19%	22	5%	2	0%	55	13%	16	4%
関西国際空港	148	35%	128	30%	5	1%	3	1%	0	0%	0	0%	1	0%
高松空港	85	20%	3	1%	67	16%	3	1%	0	0%	1	0%	4	1%
松山空港	20	5%	0	0%	2	0%	16	4%	0	0%	0	0%	1	0%
徳島空港	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%	0	0%
岡山空港	58	14%	4	1%	1	0%	0	0%	1	0%	48	11%	1	0%
広島空港	12	3%	0	0%	3	1%	0	0%	0	0%	1	0%	8	2%
羽田空港	13	3%	0	0%	2	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
成田空港	28	7%	3	1%	0	0%	0	0%	1	0%	2	0%	0	0%
福岡空港	22	5%	4	1%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%	1	0%

（図表8）入国空港と出国空港【過去3回合計】

台灣	合計		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
in/out同一空港	308	79%	128	89%	67	83%	16	73%	0	0%	48	87%	8	50%
in/out別空港	80	21%	16	11%	14	17%	6	27%	2	100%	7	13%	8	50%

④ 出入国空港別の宿泊動向（データ編4-3-2）



関西空港inで四国を訪れた110人の宿泊地（県ベース）は、大阪（62人）に次いで香川（60人）、次いで岡山（41人）、愛媛（40人）が多い。関西空港から入国して大阪から岡山を経由して四国に入り、香川、愛媛で宿泊し、岡山経由で大阪に戻り、関西空港から帰国するケースが多いと推察される。

高松空港inで四国を訪れた64人中、54人が香川で宿泊している。1人あたり四国内宿泊地（県ベース）は2.28県であり、四国内で2～3県を周遊するケースが多い。そのため、四国平均宿泊日数も4.69日と比較的長い。一方、1人あたり四国外宿泊地（県ベース）は0.55県にとどまることから、四国周遊に特化して高松空港を利用する旅行者が多いものと推察される。

岡山空港in、広島空港inで四国を訪れる旅行者は、四国内でも四国外でも各々1～2県に宿泊しており、瀬戸内エリアを周遊している様子がうかがえる。

（図表9）入国空港別宿泊地（都道府県ベース・複数回答）【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
回答者数	321	回答者数 110	回答者数 64	回答者数 17	回答者数 40	回答者数 10
香川	173	香川 60	香川 54	香川 9	香川 26	香川 6
徳島	81	徳島 30	徳島 22	徳島 3	徳島 8	徳島 4
愛媛	148	愛媛 40	愛媛 39	愛媛 16	愛媛 19	愛媛 7
高知	96	高知 27	高知 31	高知 5	高知 12	高知 3
四国小計	498	四国小計 157	四国小計 146	四国小計 33	四国小計 65	四国小計 20
大阪	99	大阪 62	大阪 5	大阪 4	大阪 5	大阪 1
京都	44	京都 21	京都 4	京都 4	京都 1	京都 0
広島	53	広島 10	広島 6	広島 4	広島 12	広島 9
岡山	108	岡山 41	岡山 15	岡山 4	岡山 30	岡山 4
福岡	41	福岡 4	福岡 2	福岡 2	福岡 5	福岡 0
その他	39	その他 15	その他 3	その他 1	その他 4	その他 1
四国外小計	384	四国外小計 153	四国外小計 35	四国外小計 19	四国外小計 57	四国外小計 15
総計	882	総計 310	総計 181	総計 52	総計 122	総計 35

（図表10）入国空港別1人あたり宿泊地（都道府県ベース・平均）【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
四国	1.55	四国 1.43	四国 2.28	四国 1.94	四国 1.63	四国 2.00
四国以外	1.20	四国以外 1.39	四国以外 0.55	四国以外 1.12	四国以外 1.43	四国以外 1.50
合計	2.75	合計 2.82	合計 2.83	合計 3.06	合計 3.05	合計 3.50

（図表11）入国空港別四国の平均宿泊日数【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
回答者数	321	回答者数 110	回答者数 64	回答者数 17	回答者数 40	回答者数 10
1泊	51	1泊 21	1泊 1	1泊 1	1泊 6	1泊 1
2泊	51	2泊 24	2泊 5	2泊 0	2泊 4	2泊 4
3泊	52	3泊 15	3泊 13	3泊 3	3泊 5	3泊 0
4泊	81	4泊 22	4泊 19	4泊 10	4泊 12	4泊 2
5泊	29	5泊 10	5泊 9	5泊 1	5泊 2	5泊 2
6泊	14	6泊 4	6泊 4	6泊 1	6泊 2	6泊 0
7泊	13	7泊 2	7泊 6	7泊 1	7泊 3	7泊 0
8泊以上	30	8泊以上 12	8泊以上 7	8泊以上 0	8泊以上 6	8泊以上 1
平均泊数	3.81	平均泊数 3.62	平均泊数 4.69	平均泊数 4.00	平均泊数 4.35	平均泊数 3.60

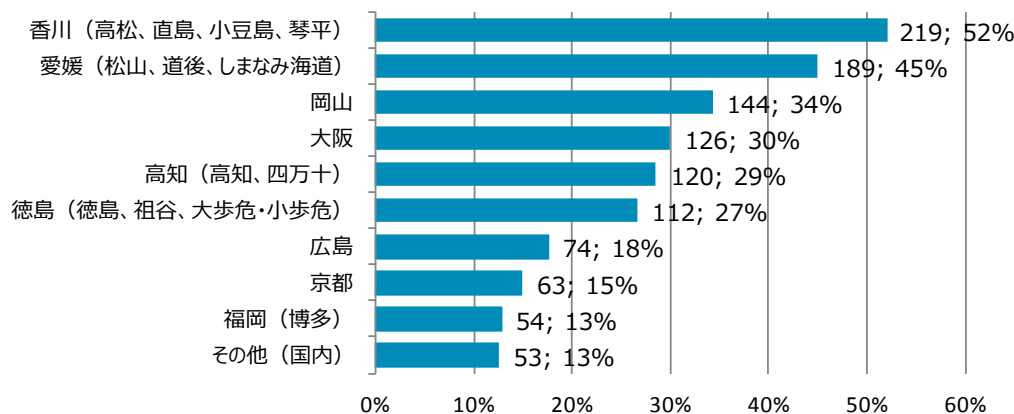
⑤ 四国旅行における宿泊地（データ編：4-4）

「香川（高松、直島、小豆島、琴平）」（52%）、「愛媛（松山、道後、しまなみ海道）」（45%）に次いで、岡山（34%）、大阪（30%）に宿泊した比率が高く、関空から岡山経由で四国に訪れ、香川、愛媛を周遊する旅行者が多いものと考えられる。

「高知（高知、四万十）」（29%）、「徳島（徳島、祖谷、大歩危・小歩危）」（27%）に宿泊する旅行者の比率も相応に高い。

（図表12）四国旅行における宿泊地（複数回答）【過去3回合計】

■台湾（N=420）

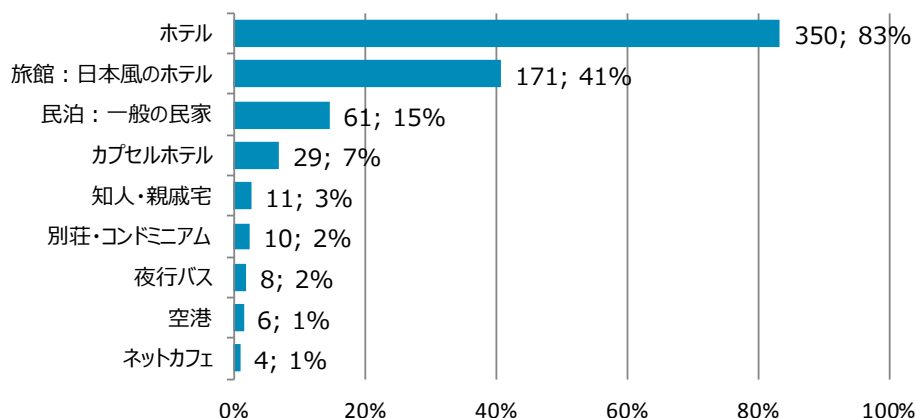


⑥ 四国旅行における宿泊形態（データ編：4-5）

宿泊形態は、「ホテル」を利用した旅行者が83%、「旅館」が41%を占める。「民泊」の利用者は15%にとどまる。

（図表13）四国旅行における宿泊形態（複数回答）【過去3回合計】

■台湾（N=420）



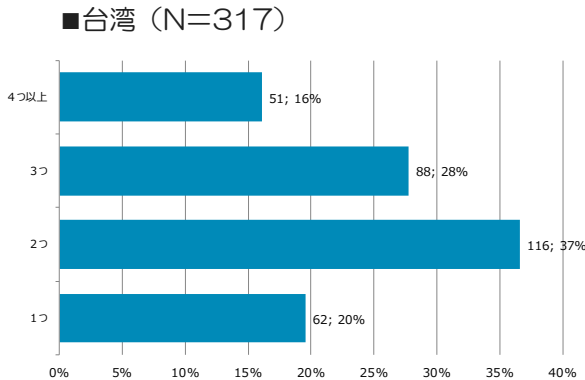
(5) 四国旅行での二次交通



① 空港からの二次交通手段（データ編：5-1）

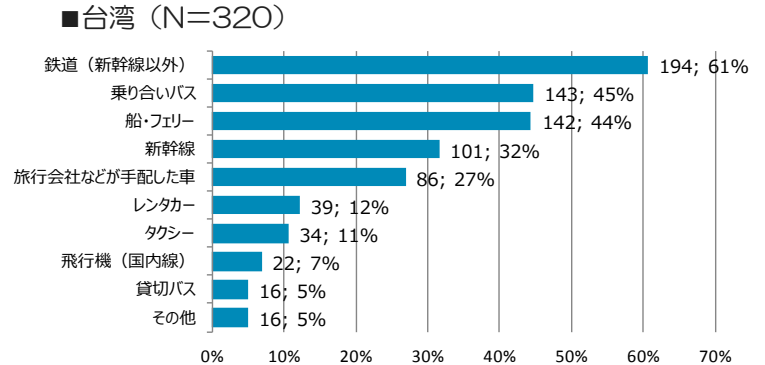
飛行機を降りてから2つ（37%）あるいは3つ（28%）の交通手段を利用するケースが多い。使用した交通手段は「鉄道（新幹線以外）」（61%）、「乗り合いバス」（45%）、「船・フェリー」（44%）と続く。

（図表14）飛行機を降りてから使用した交通手段の数



（図表15）飛行機を降りてから使用した交通手段

（複数回答）

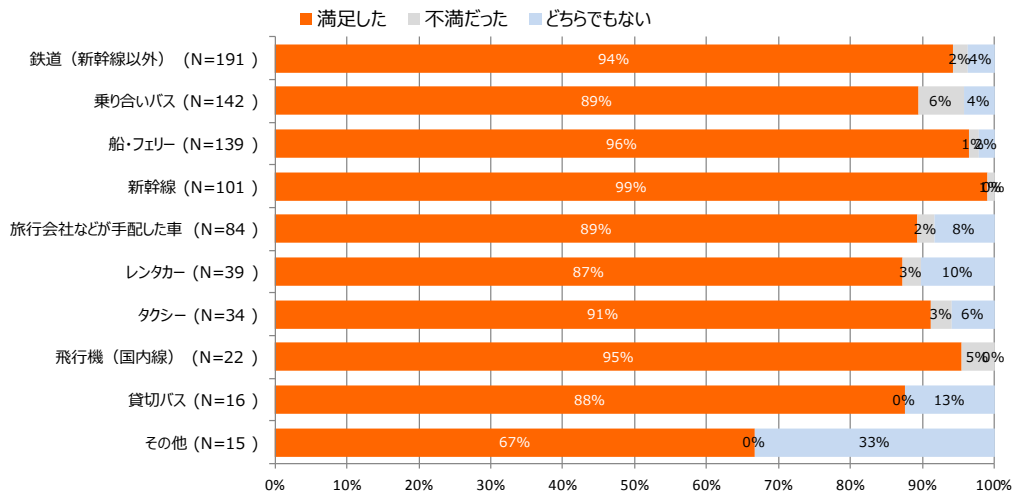


② 空港からの二次交通手段の満足度（データ編：5-3）

いずれの交通手段にも9割前後の旅行者が満足している。

（図表16）飛行機を降りてから使用した交通手段の満足度

■台湾



(6) 四国旅行での情報収集・情報発信



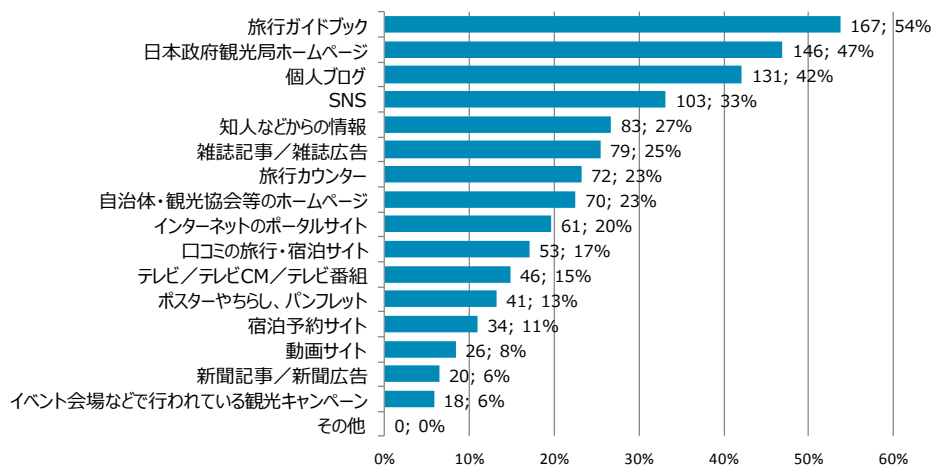
①情報収集 1) 旅前の情報収集 (データ編：6-1)

旅前の情報収集媒体は、「旅行ガイドブック」(54%)、「日本政府観光局ホームページ」(47%)等出所の明確な手堅い情報に加え、「個人ブログ」(42%)、「SNS」(33%)など個人の発信するインターネット情報も一緒に参考にされてる。旅前に様々な媒体を通して情報収集を行うことがうかがえる。

そのためインフルエンサーなど活用した個人ブログやSNSを通じた観光プロモーションも有効なマーケティング手法であると考えられる。

(図表17) 旅前の情報収集媒体 (複数回答)

■台湾 (N=311)

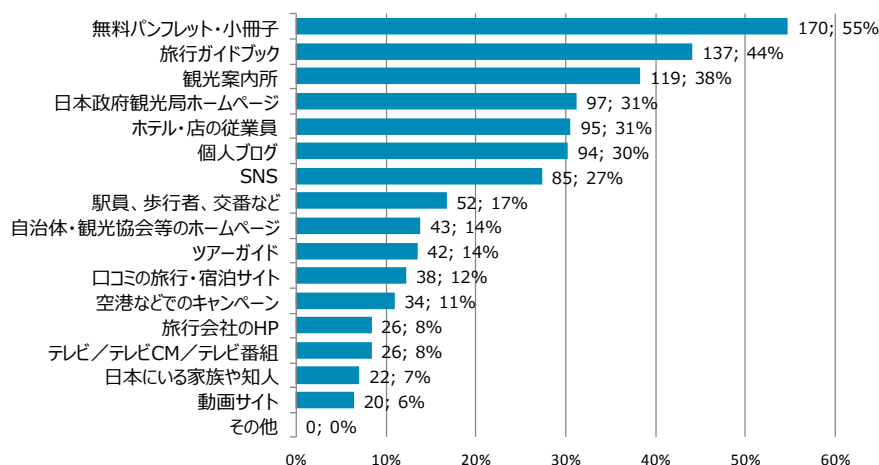


①情報収集 2) 旅中の情報収集 (データ編：6-2)

旅中では「無料パンフレット・小冊子」(55%)、「観光案内所」(38%)など、旅先(四国)で用意された媒体を有効活用している。「旅行ガイドブック」(44%)に加え、「日本政府観光局ホームページ」(31%)、「個人ブログ」(30%)「SNS」(27%)などスマホを通して、あるいは「ホテル・店の従業員」(31%)などface to faceで、あらゆる手段を駆使して情報収集を行っていることがうかがえる。

(図表18) 旅中の情報収集媒体 (複数回答)

■台湾 (N=311)



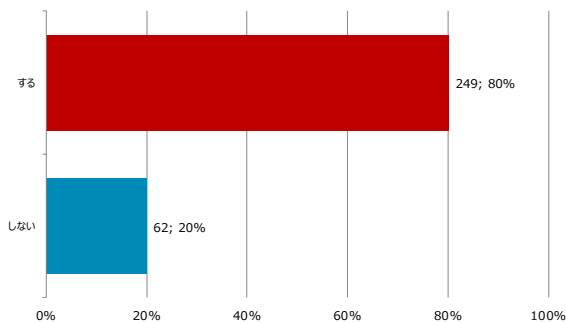
②情報発信 1) 旅中の情報発信（データ編：6-3）



旅中では80%の旅行者が情報発信をする。そのうち、実に85%（旅行者の68%）の人がSNSを使って情報発信を行っている。個人・グループメッセージで共有する人も52%（旅行者の42%）に及ぶ。

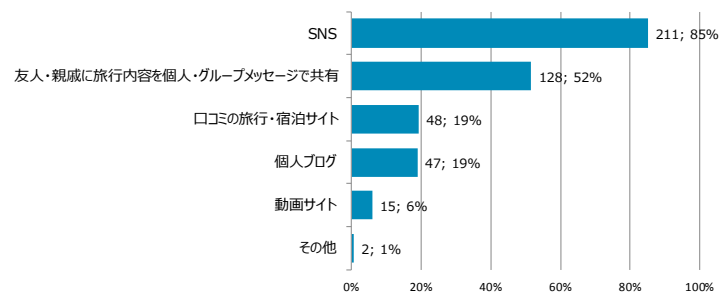
（図表19）旅行中に情報発信

■台湾（N=311）



（図表20）旅行中に情報発信するツール（複数回答）

■台湾（N=248）

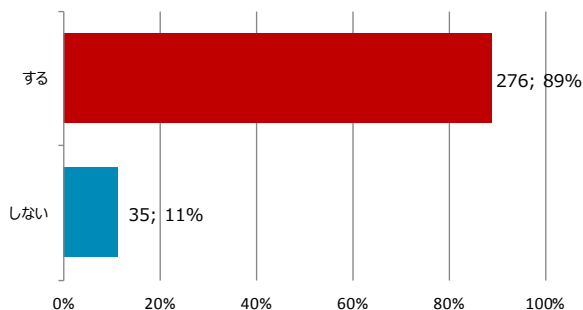


②情報発信 2) 旅行後の情報発信（データ編：6-5）

旅行後に四国について情報発信する人も89%に及ぶ。そのうち、82%（旅行者の73%）の人がSNSを使って、55%（旅行者の49%）が個人・グループメッセージを使って情報発信を行う。

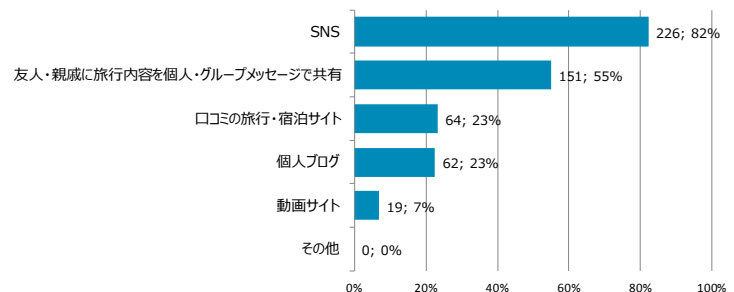
（図表21）旅行後の情報発信

■台湾（N=311）



（図表22）旅行後に情報発信するツール（複数回答）

■台湾（N=275）



(7) 四国での過ごし方

①日本に来てから決めたもの（データ編：7-2）

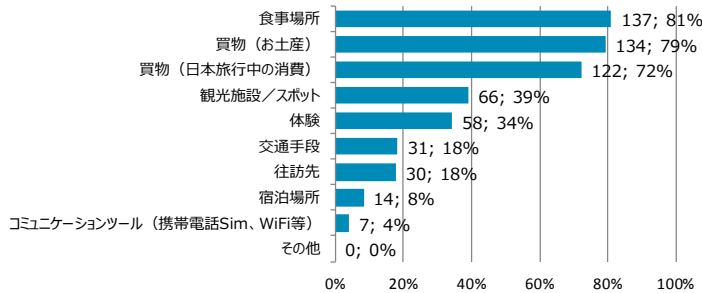


日本に来たから決めたことがある人は55%である。「食事場所」（81%）、「お土産」（79%）「日本旅行中の消費」（72%）を決める人が多い。

日本で「食事場所」等を決める際は、「観光案内所」（55%）や「無料パンフレット・小冊子」（50%）、「観光施設のパンフレット・POP」（41%）など旅先（日本）で用意された媒体を活用している。「SNS」（34%）や「旅行ガイドブック」（33%）もよく参照されている。

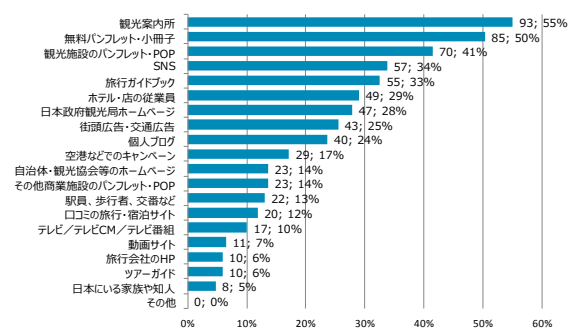
（図表23）日本に来てから決めたもの（複数回答）

■台湾（N=169）



（図表24）決める際に利用した媒体（複数回答）

■台湾（N=169）

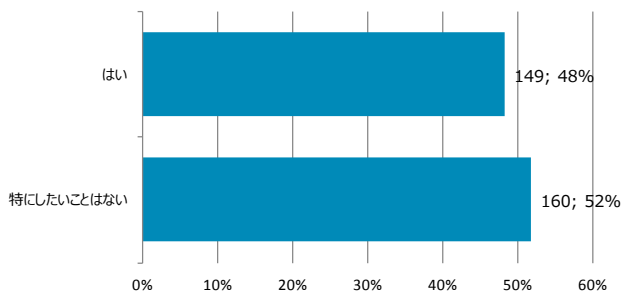


②四国で夜したいこと（データ編：7-4）

四国で「夜したいことがある」と回答した人は48%。その中では、「繁華街の街歩き」（61%）や「祭り・イベントの見物」（58%）、「ライトアップされた庭園・風物の鑑賞」（50%）を希望する旅行者が多い。

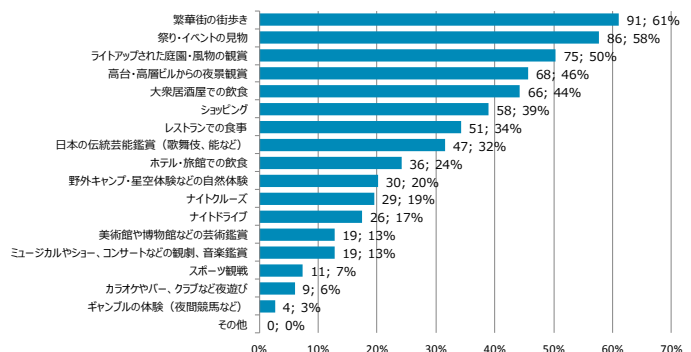
（図表25）四国で夜したいことがあるか

■台湾（N=309）



（図表26）四国で夜したいこと（複数回答）

■台湾（N=149）



③決済について（データ編：7-5）



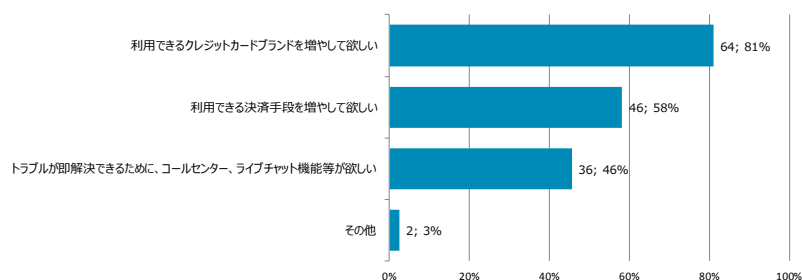
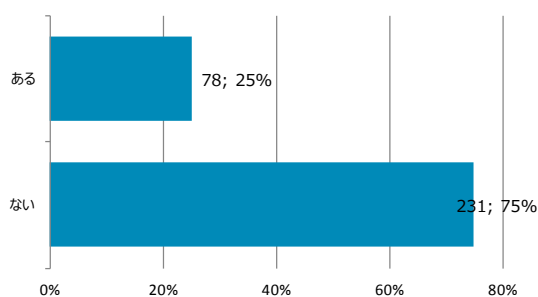
決済について要望のある人は26%と少なかった。その中では「利用できるクレジットカードブランドを増やしてほしい」（81%）との要望が割合として高かった。

（図表27）決済に関する要望はありますか

（図表28）決済に関する要望（複数回答）

■台湾（N=309）

■台湾（N=79）



(8)四国旅行での満足点・不満点

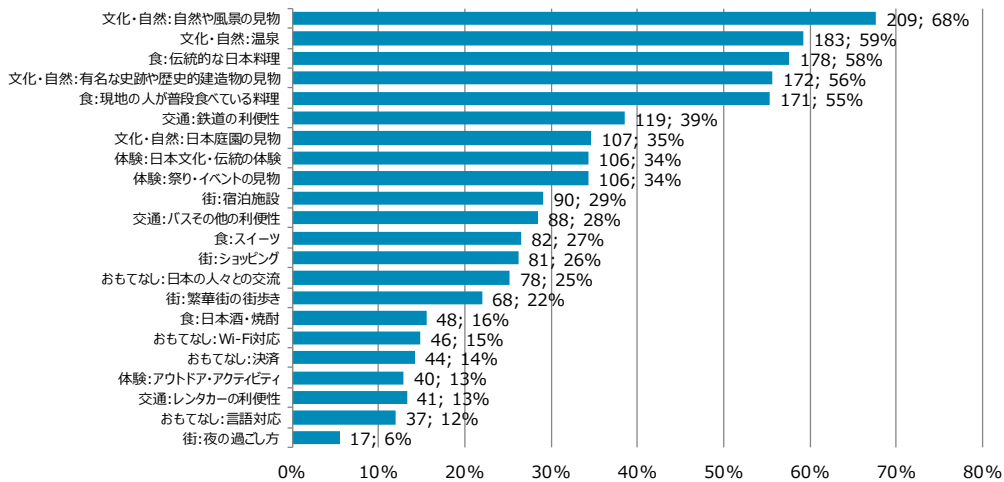
①四国旅行での満足点（データ編：8-1）



四国旅行の満足点としては、「自然や風景の見物」（68%）、「温泉」（59%）、「伝統的な日本料理」（58%）、「史跡や歴史的建造物の見学」（56%）、「現地の人々が普段食べている料理」（55%）が上位。次いで「鉄道の利便性」（39%）も上位に位置する。

（図表29）四国旅行での満足点（複数回答）

■台湾（N=309）

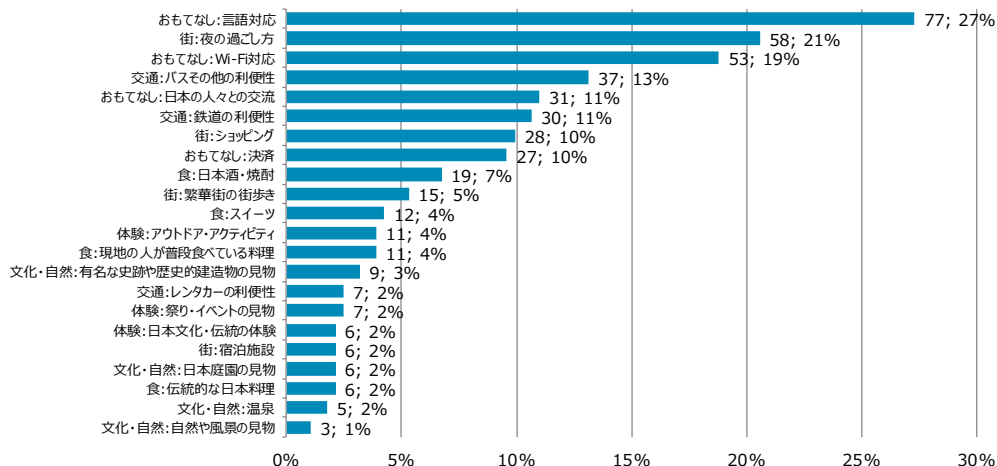


②四国旅行での不満点（データ編：8-2）

四国旅行の不満点としては、絶対数として少ない。その中では、「言語対応」（27%）、「夜の過ごし方」（21%）、「Wi-Fi対応」（19%）等が挙げられる。

（図表30）四国旅行での不満点（複数回答）

■台湾（N=282）



(9)今後の四国の往訪意欲



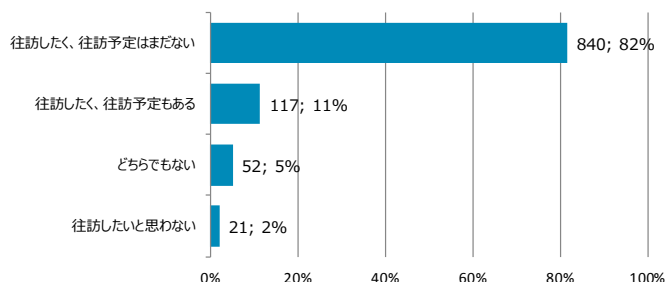
①今後の四国の往訪意欲と往訪したい理由（データ編：9-1）

「今後、四国を往訪したい」との回答は、回答者の実に93%に及んだ。実際に往訪予定がある回答者も11%に上る。

往訪したい理由としては、「名所・旧跡の観光」（69%）、「地元の美味しいものを食べたい」（60%）、「温泉」（57%）のほかに、「祭り」（49%）、「各種体験」（45%）、「神社巡り」（42%）等も上位となっている。反面「ショッピング」（13%）や各種スポーツは下位にとどまる。

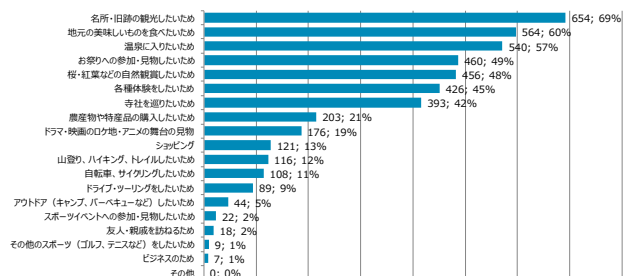
（図表31）今後の四国への往訪意欲

■台湾（N=1030）



（図表32）四国を往訪したい理由（複数回答）

■台湾（N=945）

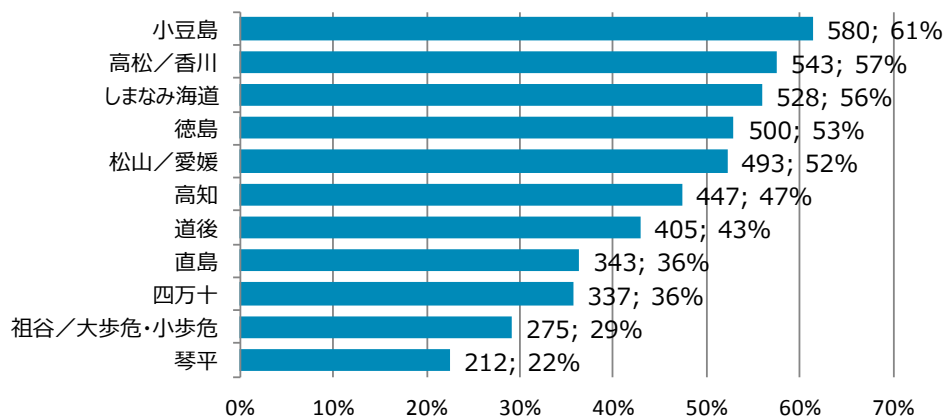


②往訪したい観光地（データ編：9-3）

往訪したい観光地としては、「小豆島」（61%）の人气が最も高く、次いで「高松／香川」（57%）、「しまなみ海道」（56%）、「徳島」（53%）、「松山／愛媛」（52%）と瀬戸内側の観光地が続く。「高知」（47%）も人気がある。各観光地は、台湾の旅行者には軒並み人気が高いと言える。

（図表33）往訪したい観光地（複数回答）

■台湾（N=945）



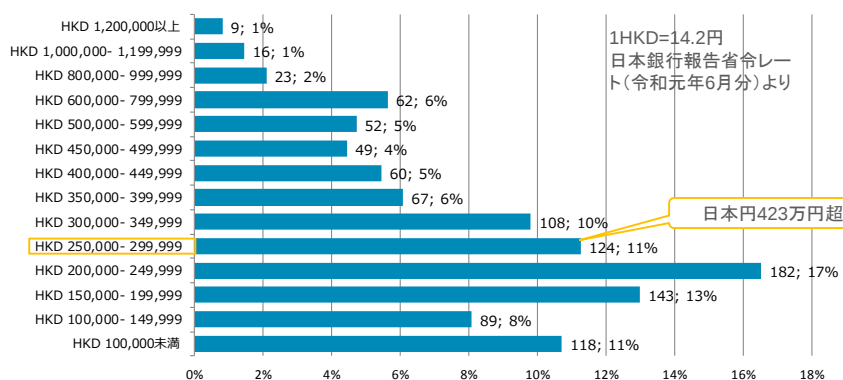
第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

2-2. 香港

回答者の世帯所得は、日本の世帯所得の中央値である423万円以上の割合が51%となっており、四国を訪れる旅行者は日本と同程度の世帯所得の人が多いと言える。

■回答者所得階層（データ編：1-2）

■香港（N=1102）



2-2. 香港

(1) 回答者の属性（訪日回数・四国訪問回数など）（データ編：1-5）



回答者の訪日回数は10回以上が46%を占める。四国を訪れる香港の旅行者は日本に旅行し慣れている人が多いことが推察される。

しかし、四国への訪問回数を訪ねると、一度も訪れたことのない回答者が64%を占める。四国を訪れたことのある回答者は373人で、内、リピーター（複数回四国に訪れたことがある人）は99人（リピート率：26.5%）となっている。

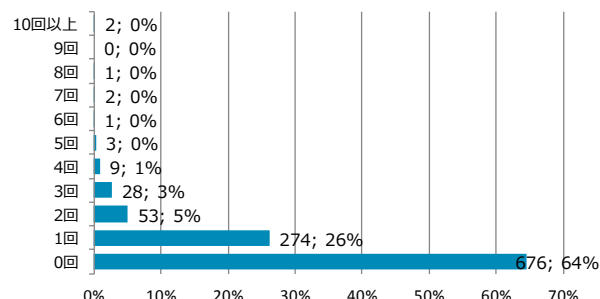
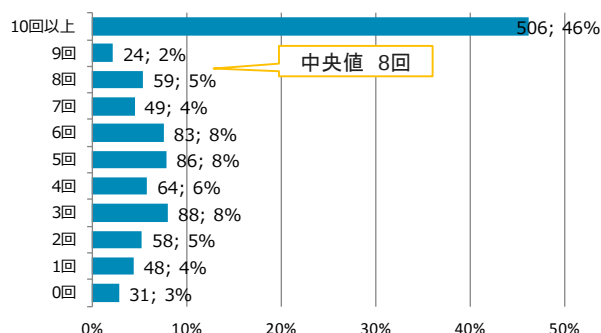
（図表1）訪日回数

（図表2）四国訪問回数

■香港（N=1096）

■香港（N=1049）

リピート率=99/373=26.5%



(2) 四国の観光地の認知度（データ編：2-2）

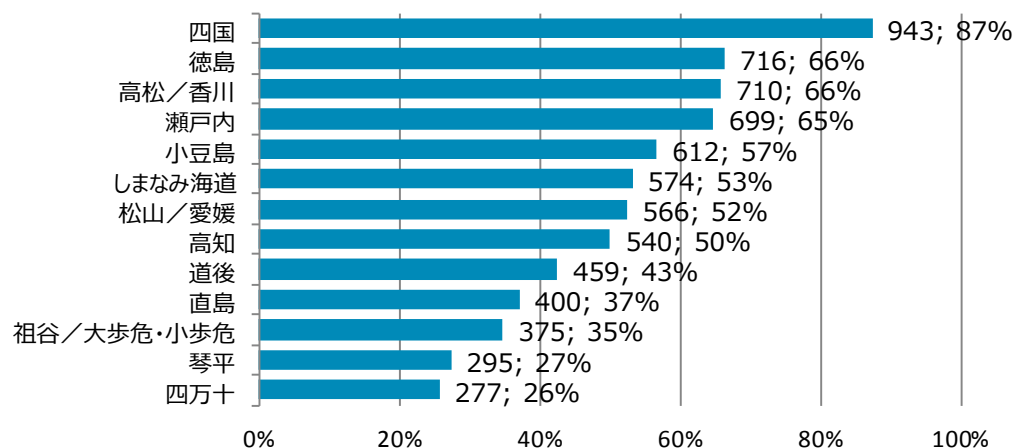
個別の観光地名より、エリア名としての「四国」（87%）の認知度が高く、「瀬戸内」（65%）もよく知られている。香港からの誘客には、「四国」「瀬戸内」といった広域でプロモーションを行うことが有効である。

個別の地名では、「徳島」（66%）、「高松／香川」（66%）、「小豆島」（57%）、「しまなみ海道」（53%）、「松山／愛媛」（52%）、「高知」（50%）の知名度が高い。

（図表3）四国の観光地の認知度（複数回答）

■香港（N=1080）

<直行便就航:高松空港>



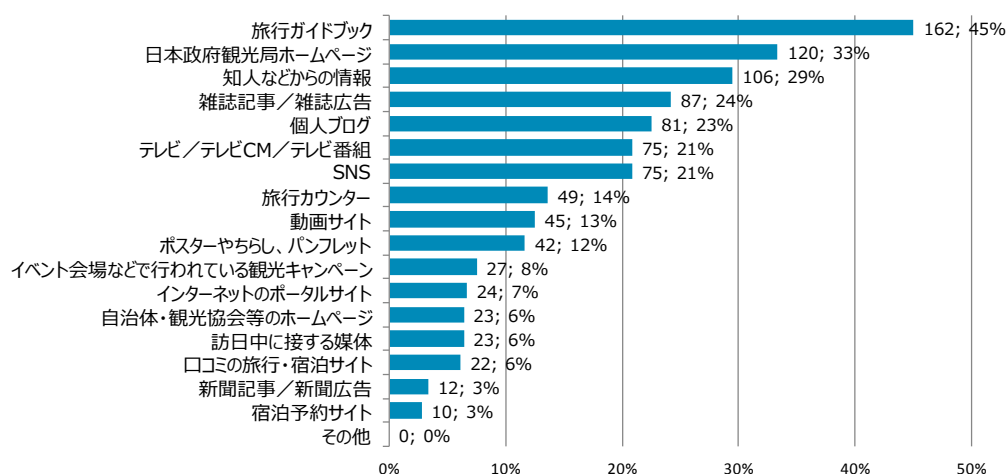
(3) 四国往訪のきっかけ（データ編：3-2）



四国の訪問のきっかけとなった媒体は「旅行ガイドブック」（45%）「日本政府観光局ホームページ」（33%）、「知人からの情報」（29%）が上位を占める。個人がインターネットで配信する情報は、それらと比較すると四国往訪のきっかけとはあまりなっていない結果となった（「SNS」（21%）、「動画サイト」（13%））。出所のはっきりした情報が四国往訪のきっかけとなっていることがわかる。

（図表4）四国往訪のきっかけのなった媒体（複数回答）

■香港（N=360）



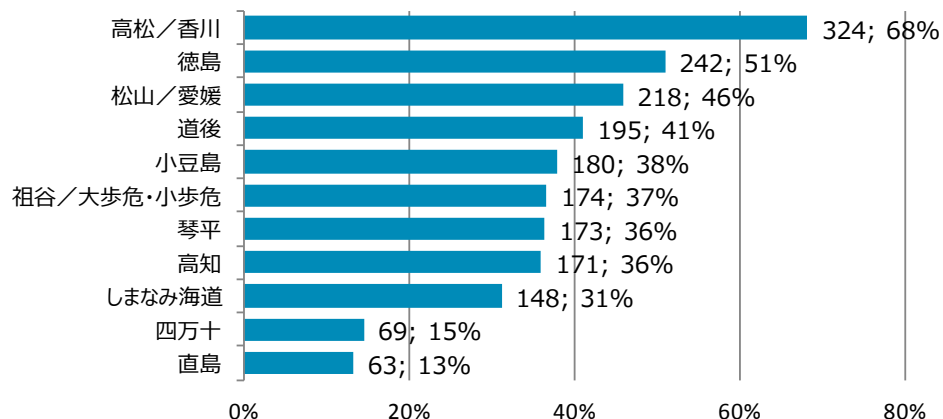
(4) 四国旅行の動態・態様

① 四国での往訪先（データ編：4-1）

四国での往訪先は、「高松／香川」（68%）、「徳島」（51%）「松山／愛媛」（46%）、「道後」（41%）が上位となっている。他地域からの来四者と比べると、「徳島」に往訪する割合が最も高い。

（図表5）四国での往訪先（複数回答）【過去3回合計】

■香港（N=475）



② 四国旅行の形態（データ編：4-2）



旅行形態は、「航空券・宿泊施設を個別に手配」が最も多い（379人、80%）。四国における宿泊数は「4泊」（81人、17%）、「5泊」（77人、16%）の比率が高い。

（図表6）四国に旅行した際の旅行形態と宿泊数【過去3回合計】

■香港

香港	ツアー旅行 (7%)		航空券と宿泊施設のためのバック旅行 (9%)		航空券・宿泊施設を個別に手配 (80%)		航空券・宿泊施設を個別に手配、日 本国内旅行はツアーを利用 (5%)		Total
宿泊数		32		41		379		23	475
1泊	16%	5	6%	2	74%	23	3%	1	31
2泊	11%	6	13%	7	68%	36	8%	4	53
3泊	7%	5	7%	5	81%	55	4%	3	68
4泊	11%	9	12%	10	73%	59	4%	3	81
5泊	5%	4	10%	8	83%	64	1%	1	77
6泊	3%	2	14%	8	74%	43	9%	5	58
7泊	0%	0	0%	0	95%	41	5%	2	43
8泊以上	2%	1	2%	1	91%	58	6%	4	64

③ 四国旅行の際の出入国空港（データ編：4-3-1）

香港から四国へは、高松空港経由で入国した人が最も多く（37%）、次いで関西空港（34%）、広島空港（7%）となった。出国でも同じ空港を使う観光客の比率は、高松空港で86%、関西空港で86%、広島空港で73%となった。

（図表7）四国に旅行した際の出入国港【過去3回合計】

香港	IN		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
OUT	合計													
合計	475	100%	160	34%	175	37%	9	2%	8	2%	23	5%	33	7%
関西国際空港	160	34%	137	29%	8	2%	3	1%	1	0%	0	0%	5	1%
高松空港	171	36%	10	2%	151	32%	0	0%	0	0%	0	0%	4	1%
松山空港	5	1%	1	0%	1	0%	3	1%	0	0%	0	0%	0	0%
徳島空港	9	2%	3	1%	1	0%	0	0%	5	1%	0	0%	0	0%
岡山空港	31	7%	2	0%	3	1%	2	0%	0	0%	22	5%	0	0%
広島空港	39	8%	2	0%	9	2%	1	0%	0	0%	1	0%	24	5%
羽田空港	8	2%	1	0%	0	0%	0	0%	1	0%	0	0%	0	0%
成田空港	20	4%	2	0%	1	0%	0	0%	1	0%	0	0%	0	0%
福岡空港	14	3%	2	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

（図表8）入国空港と出国空港【過去3回合計】

香港	合計		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
in/out同一空港	368	82%	137	86%	151	86%	3	33%	5	63%	22	96%	24	73%
in/out別空港	80	18%	23	14%	24	14%	6	67%	3	38%	1	4%	9	27%

④ 出入国空港別の宿泊動向（データ編：4-3-2）



高松空港inで四国を訪れた146人中、133人が香川で宿泊している。1人あたり四国内宿泊地（都道府県ベース）は2.21県であり、四国内で2～3県を周遊するケースが多い。そのため、四国平均宿泊日数も5.62日と長い。一方、1人あたり四国外宿泊地（都道府県ベース）は0.41県にとどまることから、四国周遊に特化して高松空港を利用する旅行者が多いものと推察される。

関西空港in四国に訪れた109人の宿泊地（都道府県ベース）は、大阪（69人）に次いで徳島（51人）、香川（50人）、愛媛（46人）が多い。関西空港から入国して徳島を経由して四国に入り、香川、愛媛で宿泊し、関西空港から帰国するケースが多いと推察される。

広島空港inで四国に訪れた人は四国以外も含めた1人あたり宿泊地（都道府県ベース）が3.42県となっており、広島（16人）に次いで愛媛（13人）、香川（11人）が多い。広島を中心に四国にも足を延ばして瀬戸内エリアで周遊している様子が覗える。

（図表9）入国空港別宿泊地（都道府県ベース・複数回答）【前回】

合計		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
回答者数	354	回答者数	109	回答者数	146	回答者数	7	回答者数	6	回答者数	20	回答者数	19
香川	221	香川	50	香川	133	香川	4	香川	2	香川	7	香川	11
徳島	144	徳島	51	徳島	68	徳島	1	徳島	5	徳島	3	徳島	6
愛媛	155	愛媛	46	愛媛	73	愛媛	3	愛媛	1	愛媛	5	愛媛	13
高知	100	高知	35	高知	48	高知	0	高知	1	高知	2	高知	5
四国小計	620	四国小計	182	四国小計	322	四国小計	8	四国小計	9	四国小計	17	四国小計	35
大阪	102	大阪	69	大阪	10	大阪	1	大阪	3	大阪	2	大阪	3
京都	33	京都	18	京都	4	京都	0	京都	0	京都	1	京都	1
広島	56	広島	13	広島	16	広島	1	広島	0	広島	2	広島	16
岡山	75	岡山	21	岡山	20	岡山	3	岡山	1	岡山	16	岡山	7
福岡	33	福岡	10	福岡	8	福岡	0	福岡	0	福岡	1	福岡	2
その他	21	その他	9	その他	2	その他	0	その他	0	その他	0	その他	1
四国外小計	320	四国外小計	140	四国外小計	60	四国外小計	5	四国外小計	4	四国外小計	22	四国外小計	30
総計	940	総計	322	総計	382	総計	13	総計	13	総計	39	総計	65

（図表10）入国空港別1人あたり宿泊地（都道府県ベース・平均）【前回】

合計		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
四国	1.75	四国	1.67	四国	2.21	四国	1.14	四国	1.50	四国	0.85	四国	1.84
四国以外	0.90	四国以外	1.28	四国以外	0.41	四国以外	0.71	四国以外	0.67	四国以外	1.10	四国以外	1.58
合計	2.66	合計	2.95	合計	2.62	合計	1.86	合計	2.17	合計	1.95	合計	3.42

（図表11）入国空港別四国の平均宿泊日数【前回】

合計		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
回答者数	354	回答者数	109	回答者数	146	回答者数	7	回答者数	6	回答者数	20	回答者数	19
1泊	17	1泊	9	1泊	2	1泊	1	1泊	0	1泊	0	1泊	2
2泊	40	2泊	13	2泊	6	2泊	0	2泊	3	2泊	3	2泊	3
3泊	51	3泊	22	3泊	15	3泊	2	3泊	0	3泊	6	3泊	2
4泊	59	4泊	15	4泊	25	4泊	0	4泊	3	4泊	3	4泊	3
5泊	55	5泊	13	5泊	29	5泊	2	5泊	0	5泊	2	5泊	3
6泊	43	6泊	10	6泊	19	6泊	1	6泊	0	6泊	4	6泊	3
7泊	37	7泊	10	7泊	24	7泊	0	7泊	0	7泊	1	7泊	0
8泊以上	52	8泊以上	17	8泊以上	26	8泊以上	1	8泊以上	0	8泊以上	1	8泊以上	3
平均泊数	4.93	平均泊数	4.67	平均泊数	5.62	平均泊数	4.57	平均泊数	3.00	平均泊数	4.30	平均泊数	4.53

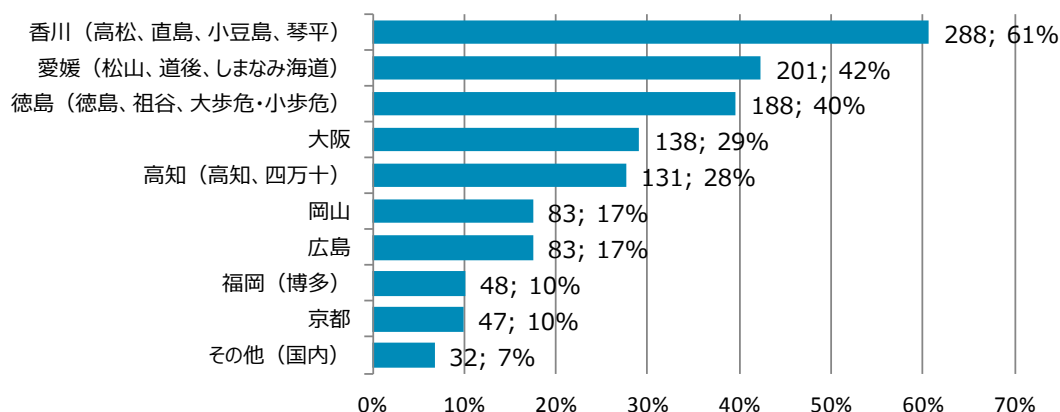
⑤四国旅行における宿泊地（データ編：4-4）



「香川（高松、直島、小豆島、琴平）」（61%）、「愛媛（松山、道後、しまなみ海道）」（42%）、「徳島（徳島、祖谷、大歩危・小歩危）」（40%）に宿泊した比率が高く、関西空港から徳島経由で四国を訪れ、香川、愛媛を周遊する旅行者が多いものと考えられる。「高知（高知、四万十）」（28%）に宿泊する旅行者の比較も相応に高い。

（図表12）四国旅行における宿泊地（複数回答）【過去3回合計】

■香港（N=475）

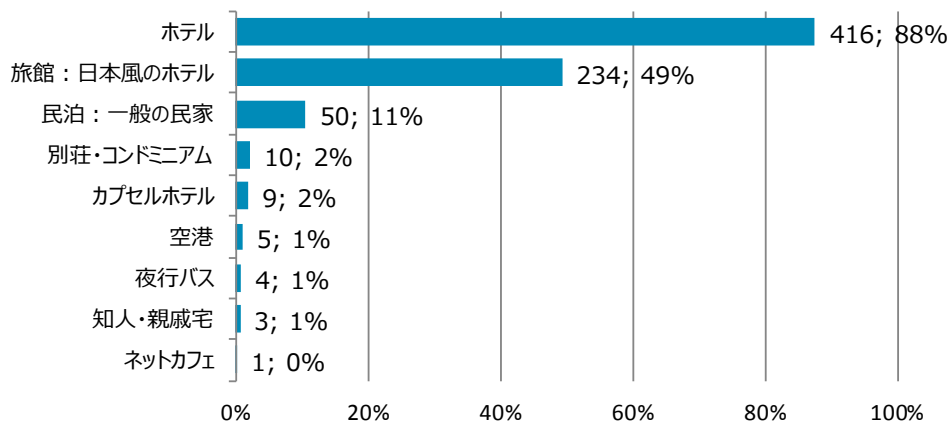


⑥四国旅行における宿泊形態（データ編：4-5）

「ホテル」を利用した旅行者が88%、「旅館」が49%を占める。「民宿」の利用者は11%にとどまる。

（図表13）四国旅行における宿泊形態（複数回答）【過去3回合計】

■香港（N=475）



(5) 四国旅行での二次交通

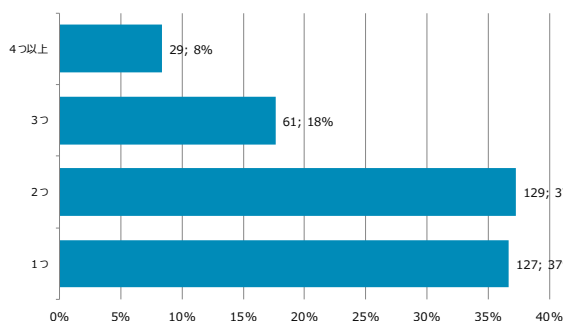
① 空港からの二次交通手段（データ編：5-1）



飛行機を降りてから1つ（37%）あるいは2つ（37%）の交通手段を利用するケースが多い。使用した交通手段は「乗り合いバス」（53%）、「鉄道（新幹線以外）」（45%）に次いで「レンタカー」（35%）となっており、他地域に比べてレンタカーを利用した人が多い点特徴である。

（図表14）飛行機を降りてから使用した交通手段の数

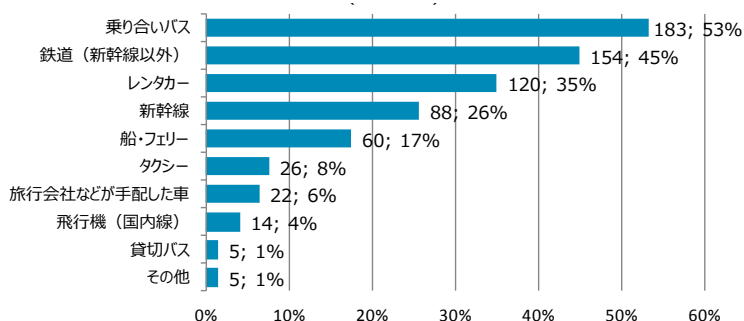
■ 香港（N=346）



（図表15）飛行機を降りてから使用した交通手段

（複数回答）

■ 香港（N=343）

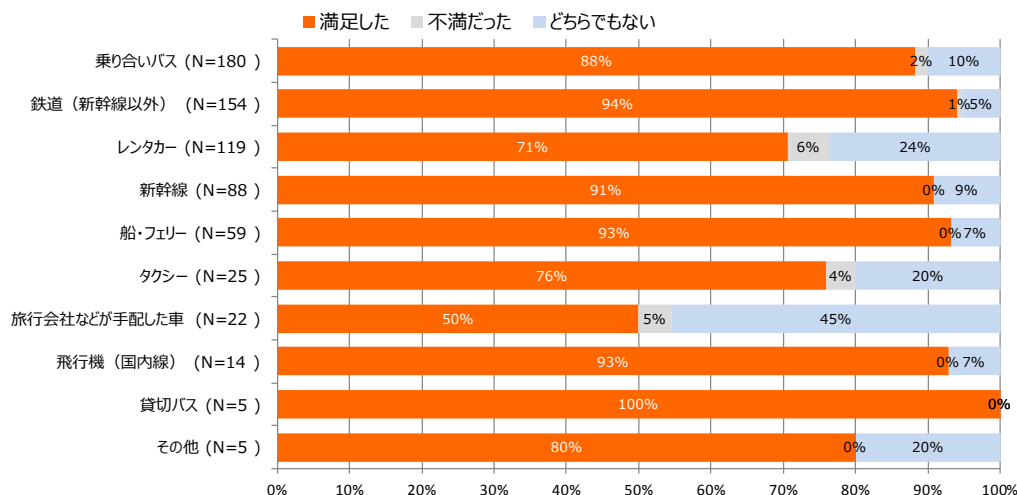


② 空港からの二次交通手段の満足度（データ編：5-3）

「レンタカー」とタクシーの満足度が70%程度となっており、相対的に満足度が低い。

（図表16）飛行機を降りてから使用した交通手段の満足度

■ 香港



(6) 四国旅行での情報収集・情報発信

①情報収集 1) 旅前の情報収集（データ編：6-1）

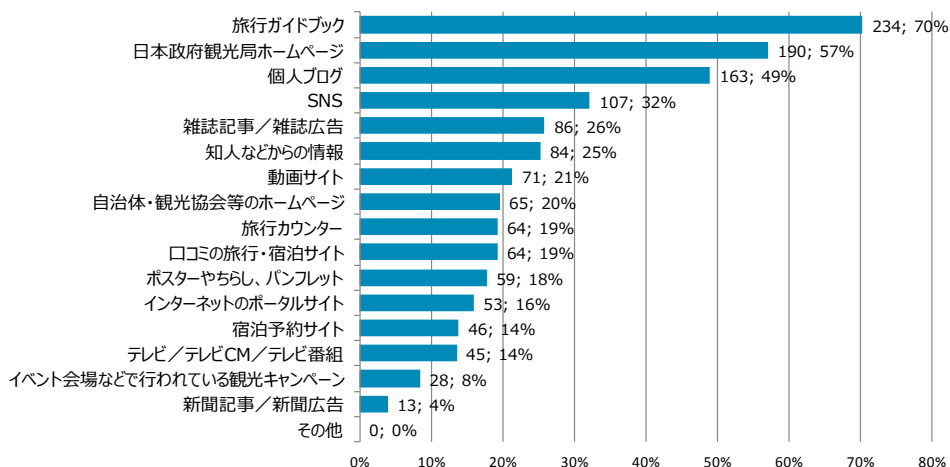


旅前の情報収集媒体は、「旅行ガイドブック」（70%）、「日本政府観光局ホームページ」（57%）等出所の明確な手堅い情報に加え、「個人ブログ」（49%）、「SNS」（32%）など個人の発信するインターネット情報も一緒に参考にされる。旅前に様々な媒体を通して情報収集を行うことがうかがえる。

そのため、インフルエンサーなどを活用した個人ブログやSNSを通じた観光プロモーションも有効なマーケティング手法であると考えられる。

（図表17）旅前の情報収集媒体（複数回答）

■香港（N=333）

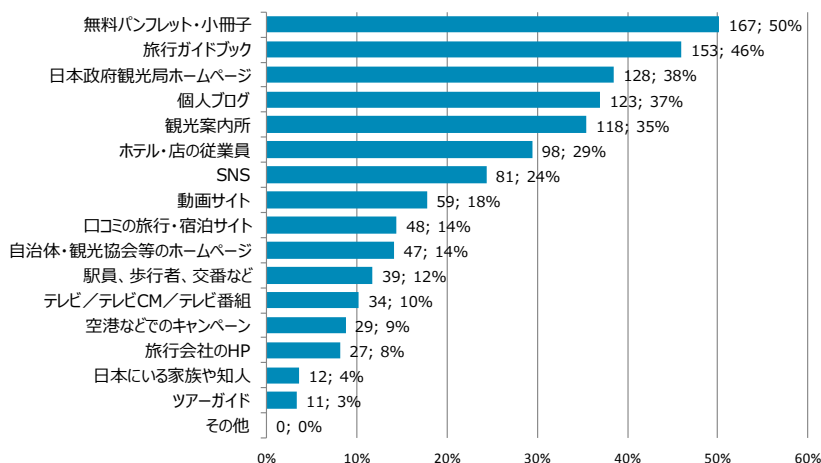


①情報収集 2) 旅中の情報収集（データ編：6-2）

旅中では「無料パンフレット・小冊子」（50%）、「観光案内所」（35%）など、旅先（四国）で用意された媒体を有効活用している。「旅行ガイドブック」（46%）に加え、「日本政府観光局ホームページ」（38%）、「個人ブログ」（37%）、「SNS」（24%）などスマホを通して、あるいは「ホテル・店の従業員」（29%）などface to face で、あらゆる手段を駆使して情報収集を行っていることがうかがえる。

（図表18）旅中の情報収集媒体（複数回答）

■香港（N=333）



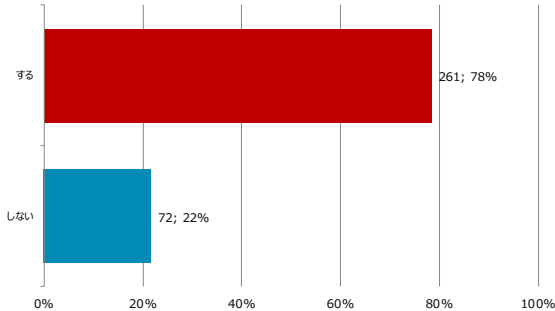


②情報発信 1) 旅中の情報発信 (データ編 : 6-3)

旅中では78%の旅行者が情報を発信する。そのうち、実に83%（旅行者の65%）の人がSNSを使って情報発信を行っている。個人・グループメッセージで共有する人も44%（旅行者の35%）に及ぶ。

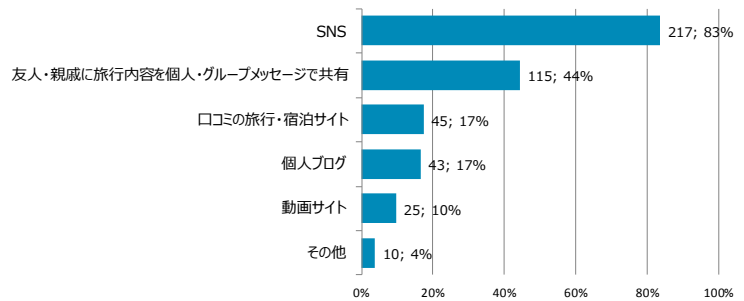
(図表19) 旅行中に情報発信

■香港 (N=333)



(図表20) 旅行中に情報発信するツール (複数回答)

■香港 (N=260)

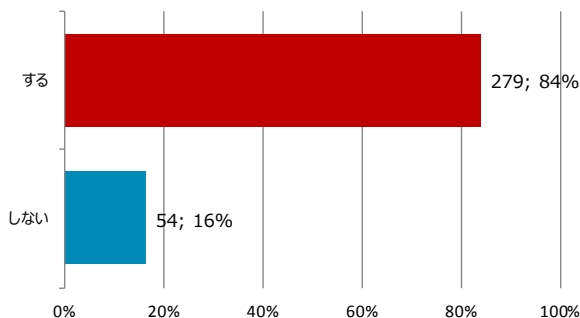


②情報発信 2) 旅行後の情報発信 (データ編 : 6-5)

旅行後に四国旅行について情報発信する人も84%に及ぶ。そのうち、83%（旅行者の69%）のひとがSNSを使って、44%（旅行者の37%）が個人・グループメッセージを使って情報発信を行う。

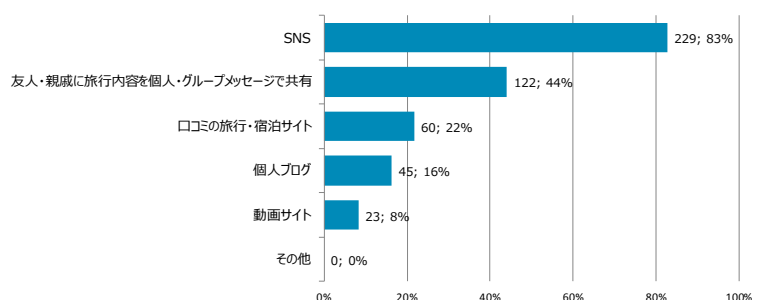
(図表21) 旅行後の情報発信

■香港 (N=333)



(図表22) 旅行後に情報発信するツール (複数回答)

■香港 (N=277)



(7) 四国での過ごし方

①日本に来てから決めたもの（データ編：7-2）



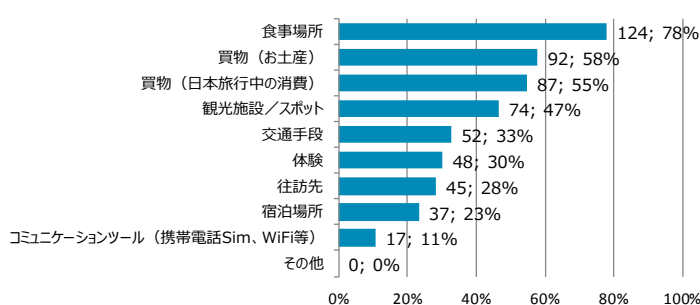
日本に来てから決めたものがある人は48%。「食事場所」（78%）、「お土産」（58%）、「日本旅行中の消費」（55%）を決める人が多い

日本で「食事場所」を決める際は、「無料パンフレット・小冊子」（47%）や「観光案内所」（44%）、「観光施設のパンフレット・POP」（37%）など旅先（日本）で用意された媒体を活用している。その他「ホテル・店の従業員」（33%）に直接聞いている人も相応に

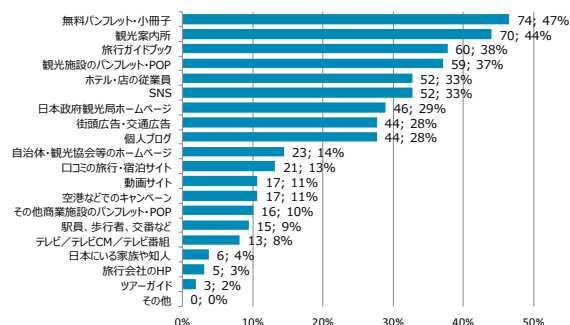
（図表23）日本に来てから決めたもの（複数回答）

（図表24）決める際に利用した媒体（複数回答）

■香港（N=159）



■香港（N=159）



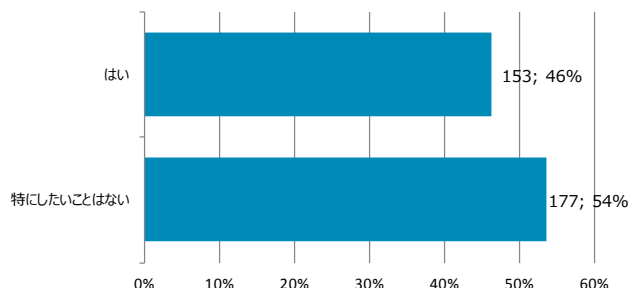
②四国で夜したいこと（データ編：7-4）

四国で「夜したいことがある」と回答した人は46%。その中では、「繁華街の街歩き」（55%）や「祭り・イベントの見物」（54%）、「ライトアップされた庭園・風物の鑑賞」（50%）を希望する旅行者が多い。

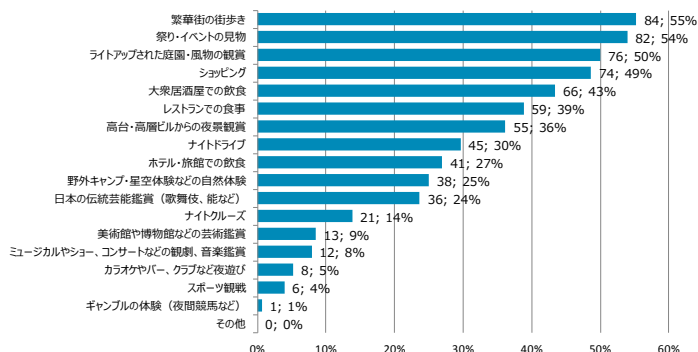
（図表25）四国で夜したいことがあるか

（図表26）四国で夜したいこと（複数回答）

■香港（N=330）



■香港（N=152）



③決済について（データ編：7-5）

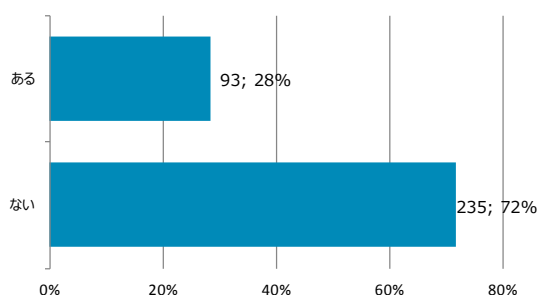


決済についての要望のある人は28%と少なかった。その中では「利用できるクレジットカードブランドを増やして欲しい」（70%）と要望の割合が高かった。

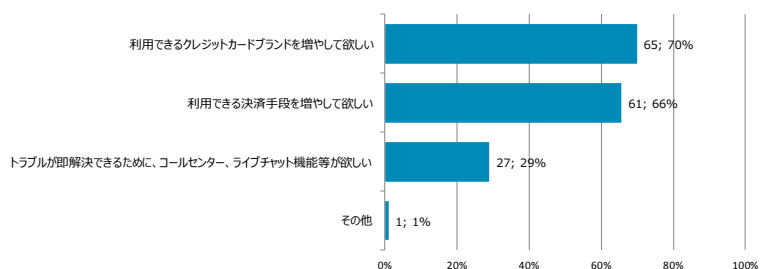
（図表27） 決済に関する要望はありますか

（図表28） 決済に関する要望（複数回答）

■香港（N=328）



■香港（N=93）



(8)四国旅行での満足点・不満点

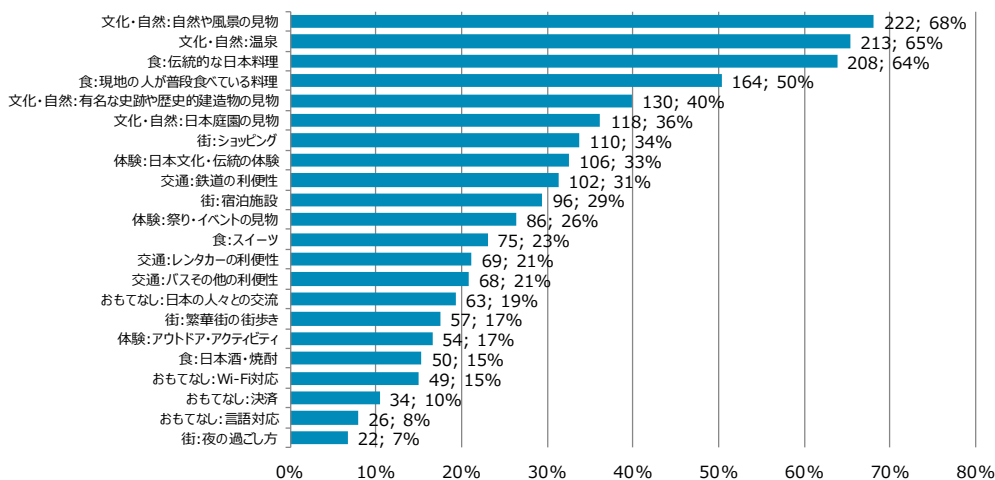
①四国旅行での満足点（データ編：8-1）



四国旅行の満足点としては、「自然や風景の見物」（68%）、「温泉」（65%）、「伝統的な日本料理」（64%）、「現地の人が普段食べている料理」（50%）が上位。「史跡や歴史的建造物の見学」（40%）も多い。

（図表29）四国旅行での満足点（複数回答）

■香港（N=326）

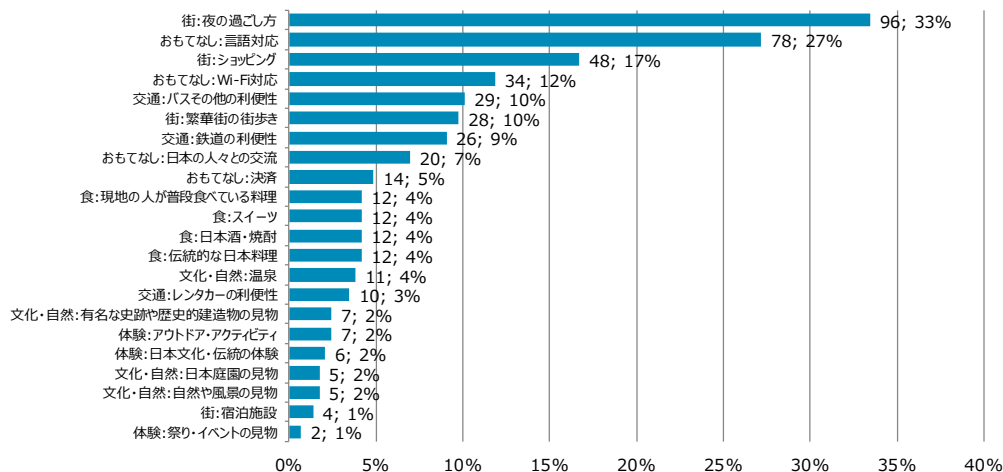


②四国旅行での不満点（データ編：8-2）

四国旅行の不満点としては、絶対数として少ない。その中では、「夜の過ごし方」（33%）、「言語対応」（27%）、「ショッピング」（17%）等が挙げられている。

（図表30）四国旅行での不満点（複数回答）

■香港（N=287）



(9) 今後の四国の往訪意欲

① 今後の四国の往訪意欲と往訪したい理由（データ編：9-1）

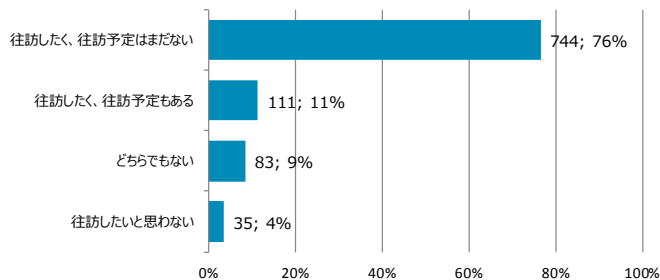


「今後、四国を往訪したい」との回答は、回答者の実に87%に及んだ。実際に往訪予定がある回答者も11%に上る。

往訪したい理由としては、「温泉」（65%）、「名所・旧跡の観光」（64%）、「地元の美味しいものを食べたい」（63%）のほかに、「自然観賞」（49%）、「祭り」（40%）、「各種体験」（37%）も上位となっている。反面・「山登り・ハイキング」（15%）等の各種スポーツは下位にとどまる。

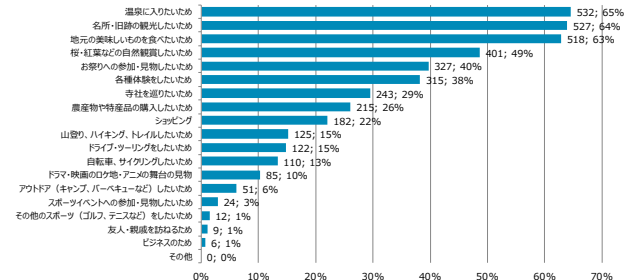
（図表31） 今後の四国への往訪意欲

■香港（N=973）



（図表32） 四国を往訪したい理由（複数回答）

■香港（N=824）

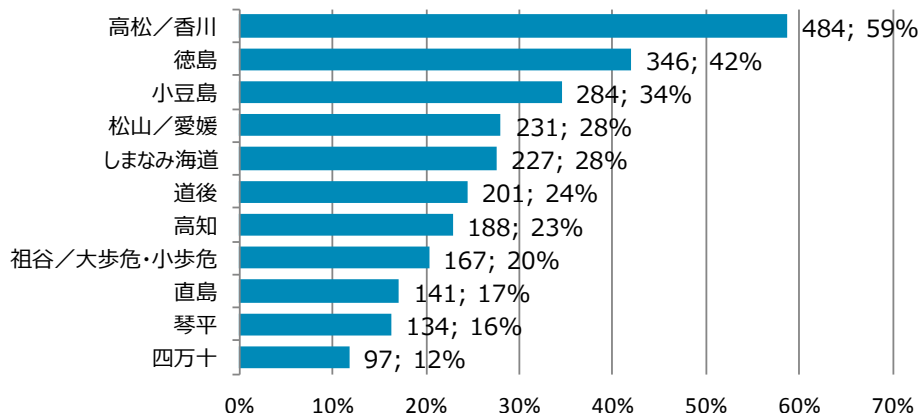


② 往訪したい観光地（データ編：9-3）

往訪したい観光地としては「高松／香川」（59%）が最も高く、次いで「徳島」（42%）、「小豆島」（34%）、「松山／愛媛」（28%）、「しまなみ海道」（28%）と瀬戸内側の観光地が続く。実際の往訪先と同様、香港では、「徳島」の人気の高い点が特徴である。

（図表33） 往訪したい観光地（複数回答）

■香港（N=842）



第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

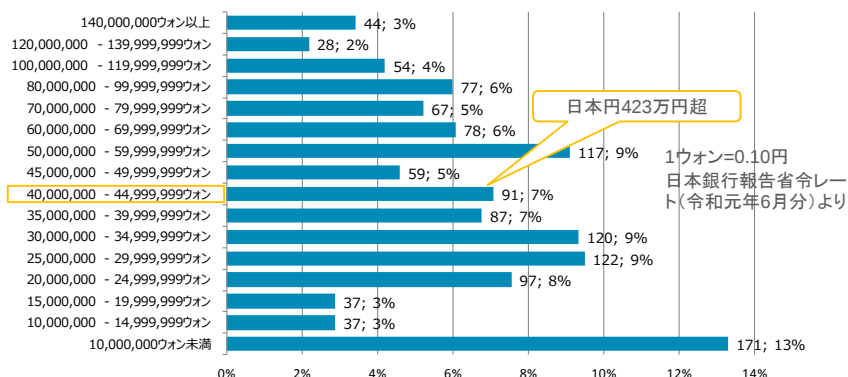
2-3. 韓国



回答者の世帯所得は、日本の世帯所得の中央値である423万円以上の割合が47%となっており、四国を訪れる旅行者は日本と同程度の世帯所得の人が多いと言える。

■回答者所得階層（データ編：1-2）

■韓国（N=1286）



2-3. 韓国

(1) 回答者の属性（訪日回数・四国訪問回数など）（データ編：1-5）



回答者の訪日回数は10回以上が44%を占める。四国を訪れる韓国の旅行者は日本旅行し慣れている人が多いことが推察される。

しかし、四国への訪問回数を訪ねると、一度も訪れたことのない回答者が62%を占める。四国を訪れたことがある回答者は434人で、内、リピーター（複数回四国に訪れたことがある人）は170人（リピート率：39.2%）となっている。

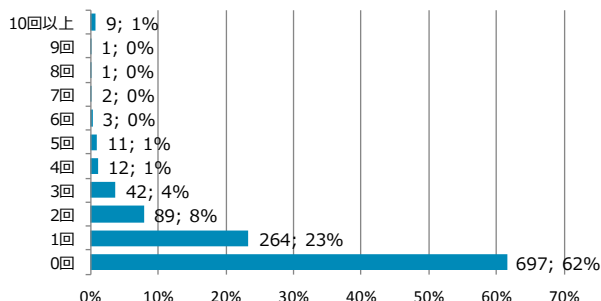
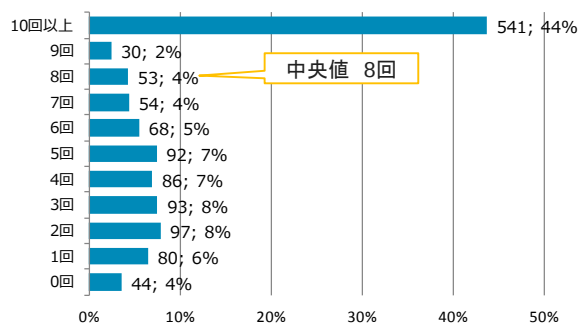
（図表1）訪日回数

（図表2）四国訪問回数

■韓国（N=1238）

■韓国（N=1131）

リピート率 = 170/434 = 39.2%



(2) 四国の観光地の認知度（データ編：2-2）

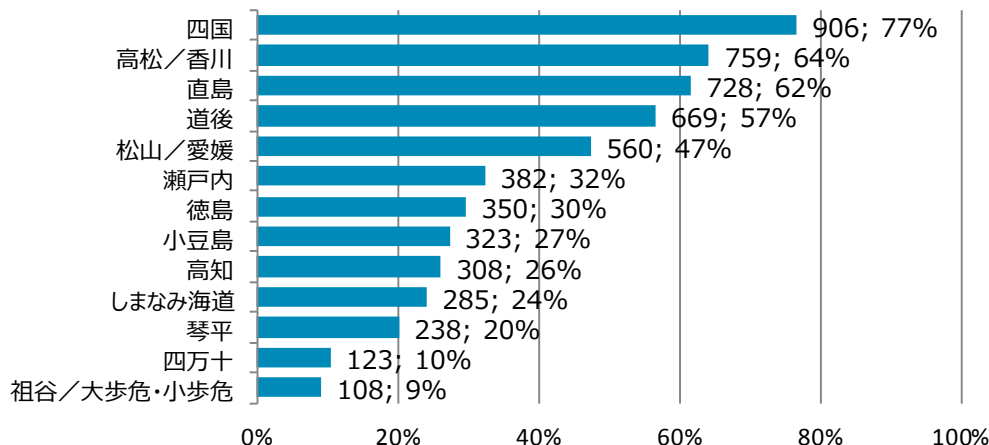
個別の観光地より、エリア名としての「四国」（77%）の認知度が高い。韓国からの誘客には、「四国」という広域でプロモーションを行うことが有効である。

個別の地名では、「高松／香川」（64%）、「直島」（62%）、「道後」（57%）の知名度が高い。韓国では、よく知られている観光地とあまり知られていない観光地の差が大きい点の特徴である。

（図表3）四国の観光地の認知度（複数回答）

■韓国（N=1182）

<直行便就航：高松空港、松山空港>



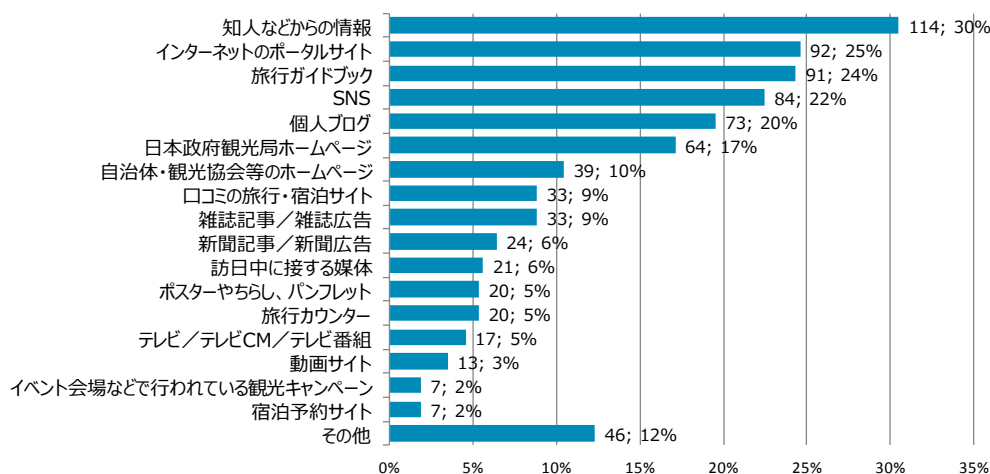
(3) 四国往訪のきっかけ（データ編：3-2）



四国往訪のきっかけとなった媒体は「知人からの情報」（30%）が最も多い。次いで「インターネットのポータルサイト」（25%）、また「SNS」（22%）、「個人ブログ」（20%）なども上位に位置し、「旅行ガイドブック」（24%）等出所が明確な情報とともに、個人が発信する情報も含めて四国往訪のきっかけとなっている傾向がある。

（図表4）四国往訪のきっかけのなった媒体（複数回答）

■韓国（N=374）



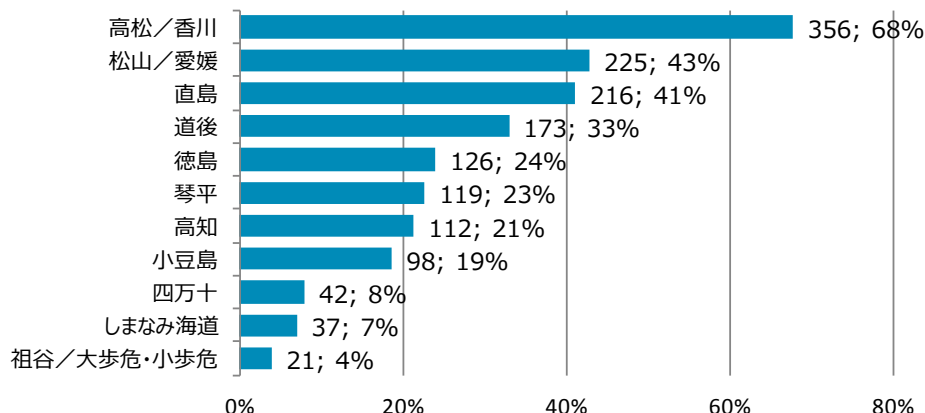
(4) 四国旅行の動態・態様

① 四国での往訪先（データ編：4-1）

四国での往訪先は「高松／香川」（68%）、「松山／愛媛」（43%）、「直島」（41%）が上位となっている。他地域からの来四者と比べると、「直島」を往訪する割合が最も高い。

（図表5）四国での往訪先（複数回答）【過去3回合計】

■韓国（N=525）



② 四国旅行の形態（データ編：4-2）



旅行形態は、「航空券・宿泊施設を個別に手配」が最も多い（402人、77%）。四国における宿泊数は「2泊」（152人、29%）、「3泊」（154人、29%）の比率が高く、4地域の中で最も宿泊数が短い。

（図表6）四国に旅行した際の旅行形態と宿泊数【過去3回合計】

■韓国

韓国	ツアー旅行 (14%)		航空券と宿泊施設のためのバック旅行 (7%)		航空券・宿泊施設を個別に手配 (77%)		航空券・宿泊施設を個別に手配、日 本国内旅行はツアーを利用(3%)		Total
宿泊数		71		35		402		17	525
1泊	5%	3	2%	1	86%	51	7%	4	59
2泊	19%	29	14%	22	61%	93	5%	8	152
3泊	18%	28	6%	9	74%	114	2%	3	154
4泊	10%	7	3%	2	87%	58	-	0	67
5泊	6%	3	2%	1	89%	42	2%	1	47
6泊	-	0	-	0	100%	15	-	0	15
7泊	9%	1	-	0	91%	10	-	0	11
8泊以上	0%	0	-	0	95%	19	5%	1	20

③ 四国旅行の際の出入国空港（データ編：4-3-1）

韓国から四国へは、高松空港経由で入国した人が最も多く（44%）、次いで関西空港（21%）、松山空港（16%）となった。出国でも同じ空港を使う観光客の比率は、高松空港で90%、関西空港で85%、松山空港で86%となった。

（図表7）四国に旅行した際の出入国港【過去3回合計】

韓国	IN		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
OUT	合計													
合計	525	100%	110	21%	229	44%	85	16%	0	0%	28	5%	10	2%
関西国際空港	105	20%	94	18%	4	1%	0	0%	0	0%	2	0%	0	0%
高松空港	224	43%	7	1%	206	39%	11	2%	0	0%	0	0%	0	0%
松山空港	91	17%	1	0%	14	3%	73	14%	0	0%	0	0%	1	0%
徳島空港	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
岡山空港	29	6%	1	0%	1	0%	0	0%	0	0%	26	5%	0	0%
広島空港	10	2%	0	0%	1	0%	1	0%	0	0%	0	0%	7	1%
羽田空港	10	2%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
成田空港	7	1%	2	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
福岡空港	21	4%	4	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

（図表8）入国空港と出国空港【過去3回合計】

韓国	合計		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		広島空港	
in/out同一空港	430	87%	94	85%	206	90%	73	86%	－	－	26	93%	7	70%
in/out別空港	67	13%	16	15%	23	10%	12	14%	－	－	2	7%	3	30%

④ 出入国空港別の宿泊動向（データ編：4-3-2）



韓国からの旅行者は、全体の1人あたり宿泊地が1.5県（うち四国内宿泊地は、1.17県）となっており、いずれの空港から入国した人も宿泊地が少なく、また平均宿泊日数も全体で3.2日と短い。

高松空港inで四国を訪れた171人中、153人が香川県で宿泊している。1人あたり四国内宿泊地は1.21県と、他地域と比べると最も少ない。一方、高松空港inの平均宿数が3.29日であることより、宿泊地を変えずに滞在しているケースが多いと推察される。松山空港inの場合も同様の傾向にある。

また、関西空港をはじめ、四国外の空港から入国して四国を訪れる人が少ない（関西空港inが63人、全体の18%）。

以上より、韓国からの旅行者は、少ない日数で空港周辺の限られたエリアのみを周遊する特徴があると言える。

（図表9）入国空港別宿泊地（都道府県ベース・複数回答）【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
回答者数	341	回答者数 63	回答者数 171	回答者数 52	回答者数 18	回答者数 5
香川	221	香川 26	香川 153	香川 19	香川 9	香川 0
徳島	36	徳島 13	徳島 13	徳島 5	徳島 1	徳島 0
愛媛	100	愛媛 14	愛媛 27	愛媛 43	愛媛 4	愛媛 3
高知	41	高知 9	高知 14	高知 5	高知 2	高知 0
四国小計	398	四国小計 62	四国小計 207	四国小計 72	四国小計 16	四国小計 3
大阪	35	大阪 22	大阪 7	大阪 1	大阪 1	大阪 0
京都	7	京都 4	京都 2	京都 0	京都 0	京都 0
広島	14	広島 3	広島 2	広島 2	広島 1	広島 4
岡山	46	岡山 11	岡山 8	岡山 4	岡山 17	岡山 1
福岡	9	福岡 2	福岡 2	福岡 1	福岡 0	福岡 0
その他	3	その他 1	その他 1	その他 1	その他 0	その他 0
四国外小計	114	四国外小計 43	四国外小計 22	四国外小計 9	四国外小計 19	四国外小計 5
総計	512	総計 105	総計 229	総計 81	総計 35	総計 8

（図表10）入国空港別1人あたり宿泊地（都道府県ベース・平均）【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
四国	1.17	四国 0.98	四国 1.21	四国 1.38	四国 0.89	四国 0.60
四国以外	0.33	四国以外 0.68	四国以外 0.13	四国以外 0.17	四国以外 1.06	四国以外 1.00
合計	1.50	合計 1.67	合計 1.34	合計 1.56	合計 1.94	合計 1.60

（図表11）入国空港別四国の平均宿泊日数【前回】

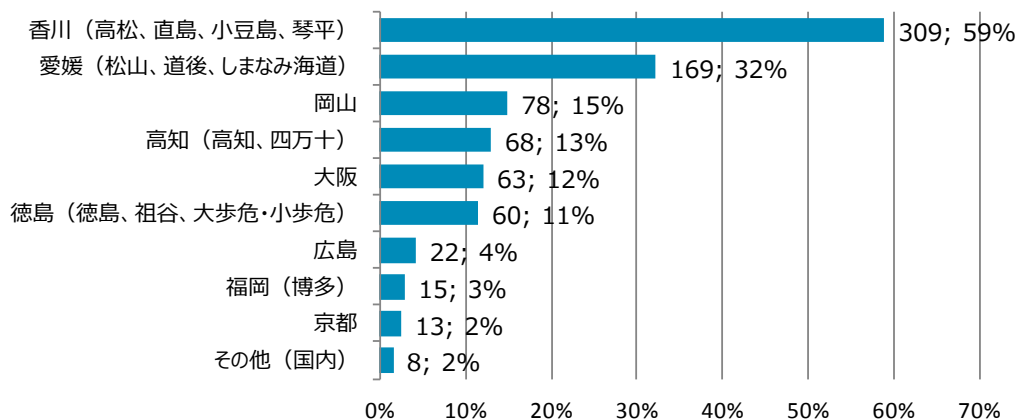
合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
回答者数	341	回答者数 63	回答者数 171	回答者数 52	回答者数 18	回答者数 5
1泊	38	1泊 20	1泊 7	1泊 3	1泊 1	1泊 3
2泊	94	2泊 17	2泊 52	2泊 11	2泊 4	2泊 0
3泊	102	3泊 13	3泊 59	3泊 16	3泊 5	3泊 0
4泊	45	4泊 8	4泊 22	4泊 6	4泊 4	4泊 0
5泊	33	5泊 2	5泊 15	5泊 10	5泊 2	5泊 2
6泊	12	6泊 0	6泊 9	6泊 3	6泊 0	6泊 0
7泊	6	7泊 1	7泊 3	7泊 1	7泊 1	7泊 0
8泊以上	11	8泊以上 2	8泊以上 4	8泊以上 2	8泊以上 1	8泊以上 0
平均泊数	3.20	平均泊数 2.54	平均泊数 3.29	平均泊数 3.65	平均泊数 3.67	平均泊数 2.60

⑤四国旅行における宿泊地（データ編：4-4）

「香川（高松、直島、小豆島、琴平）」（59%）に宿泊した人が突出して多くっており、韓国からの旅行者は滞在日数が短く、また周遊エリアも限られていることから、高松空港から入国し、高松を拠点として宿泊している人が多いと考えられる。その他では、「愛媛（松山、道後、しまなみ海道）」（32%）、「岡山」（15%）の比率が相対的に高くなっている。

（図表12）四国旅行における宿泊地（複数回答）【過去3回合計】

■韓国（N=525）

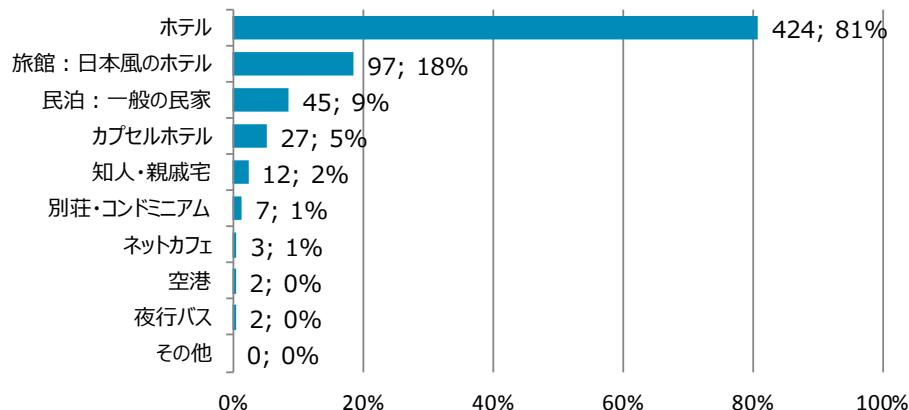


⑥四国旅行における宿泊形態（データ編：4-5）

「ホテル」を利用した旅行者が多く81%を占める。「旅館」は18%、また「民宿」の利用者は9%にとどまる。

（図表13）四国旅行における宿泊形態（複数回答）【過去3回合計】

■韓国（N=525）



(5) 四国旅行での二次交通

① 空港からの二次交通手段（データ編：5-1）

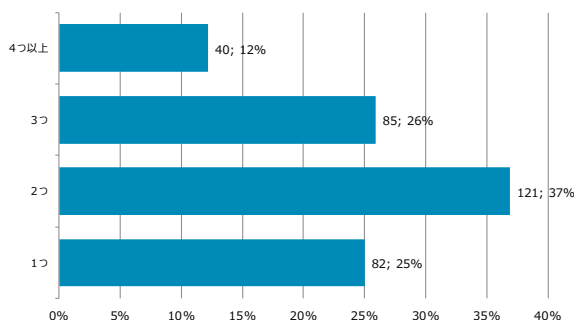


飛行機を降りてから2つ（37%）あるいは3つ（26%）の交通手段を利用するケースが多い。使用した交通手段は「鉄道（新幹線以外）」（58%）、「乗り合いバス」（38%）に次いで「船・フェリー」（37%）となっており、直島等を訪れる際に船・フェリーを利用する人が多いと推察される。

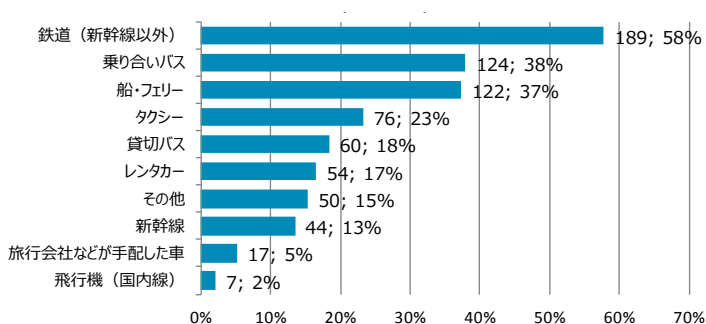
（図表14）飛行機を降りてから使用した交通手段の数

（図表15）飛行機を降りてから使用した交通手段
（複数回答）

■韓国（N=328）



■韓国（N=327）

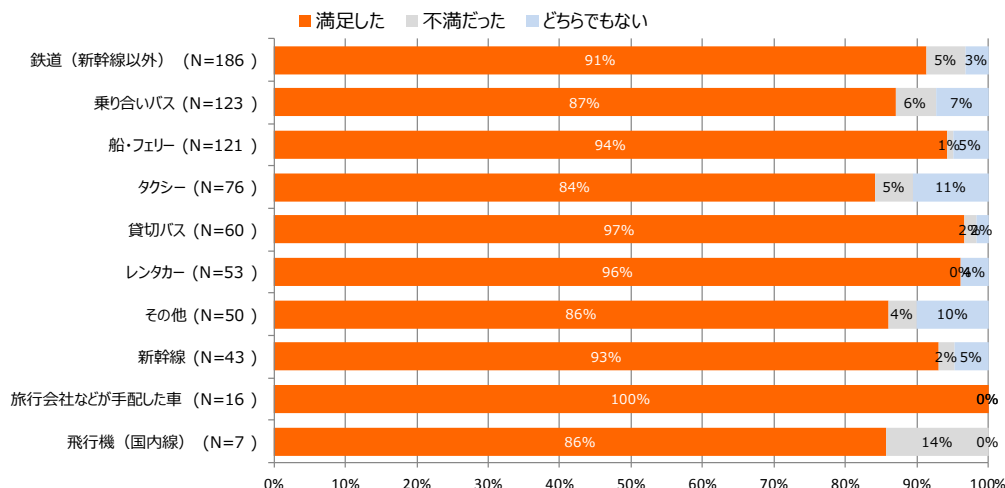


② 空港からの二次交通手段の満足度（データ編：5-3）

いずれの交通手段も9割前後の旅行者が満足している。

（図表16）飛行機を降りてから使用した交通手段の満足度

■韓国



(6) 四国旅行での情報収集・情報発信

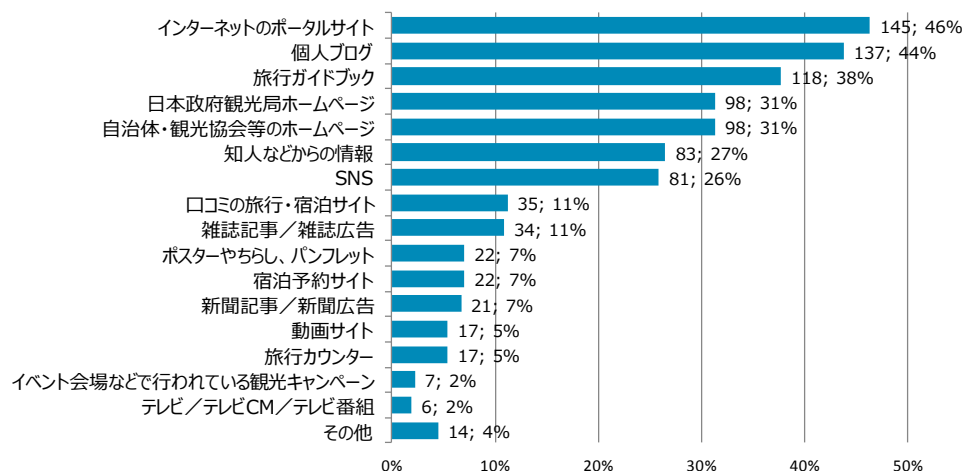
①情報収集 1) 旅前の情報収集（データ編：6-1）



旅前の情報収集媒体は、「インターネットのポータルサイト」（46%）、「個人ブログ」（44%）などインターネット情報に加え、「旅行ガイドブック」（38%）、「日本政府観光局ホームページ」（31%）、「自治体・観光協会等のホームページ」（31%）等出所の明確な手堅い情報も一緒に参考にされている。旅前に様々な媒体を通して情報収集を行うことがうかがえる。

（図表17）旅前の情報収集媒体（複数回答）

■韓国（N=313）

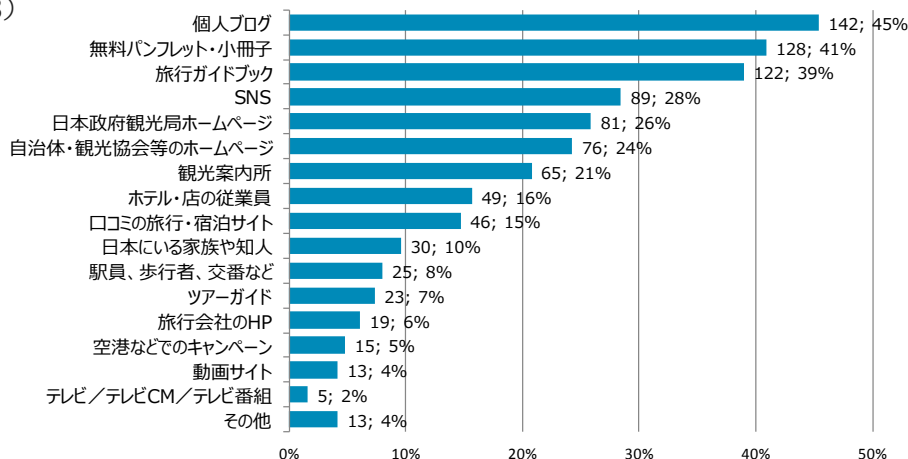


①情報収集 2) 旅中の情報収集（データ編：6-2）

旅中では「個人ブログ」（45%）がもっとも多く、また「SNS」（28%）など、スマホを使った情報収集とともに、「無料パンフレット・小冊子」（41%）や「観光案内所」（21%）など、旅先（四国）で用意された媒体も行こうに活用している。また、「旅行ガイドブック」（39%）も引き続き活用されている。「ホテル・店の従業員」（16%）など face to face で情報収集を行う比率は他地域と比べると若干低くなっている。

（図表18）旅中の情報収集媒体（複数回答）

■韓国（N=313）



②情報発信 1) 旅中の情報発信（データ編：6-3）

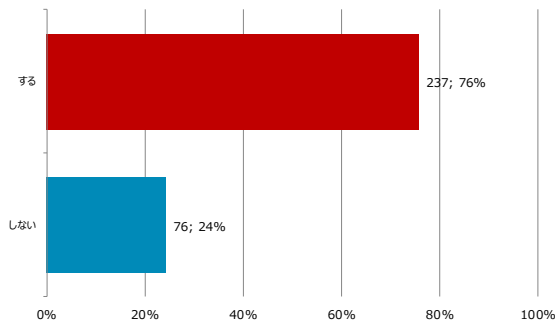


旅中では76%の旅行者が情報発信をする。そのうち、実に84%（旅行者の63%）の人がSNSを使って情報発信をしている。個人ブログで発信する人も35%（旅行者の26%）いる。

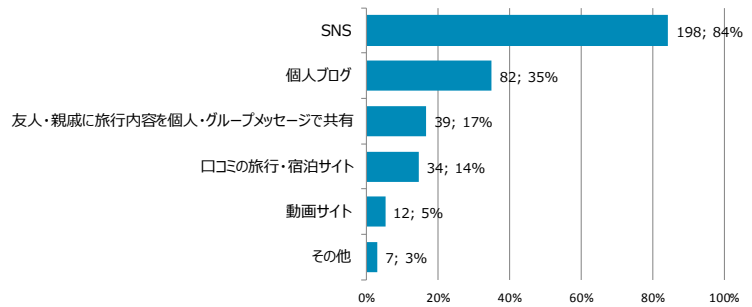
（図表19）旅行中に情報発信

（図表20）旅行中に情報発信するツール（複数回答）

■韓国（N=313）



■韓国（N=235）



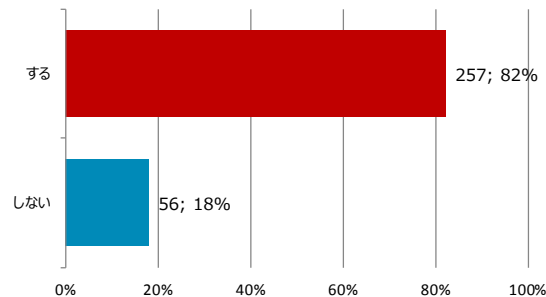
②情報発信 2) 旅行後の情報発信（データ編：6-5）

旅行後に四国旅行について情報発信する人も82%に及ぶ。そのうち、85%（旅行者の69%）の人がSNSを使って、42%（旅行者の34%）が個人ブログを通して情報発信を行う。

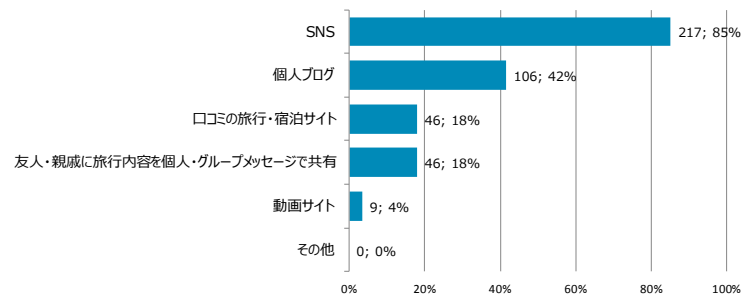
（図表21）旅行後の情報発信

（図表22）旅行後に情報発信するツール（複数回答）

■韓国（N=313）



■韓国（N=255）



(7) 四国での過ごし方

①日本に来てから決めたもの（データ編：7-2）

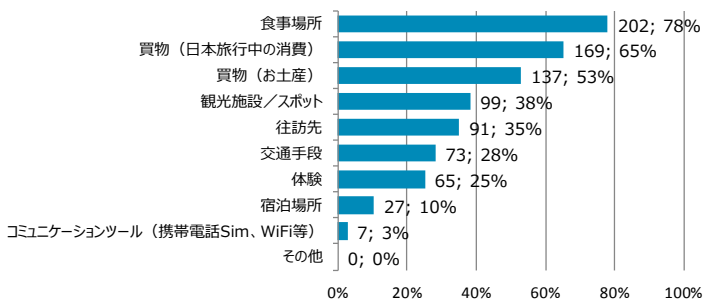


日本に来てから決めたことがある人は83%と他地域に比べると多い。「食事場所」（78%）、「日本旅行中の消費」（65%）、「お土産」（53%）を決める人が多い。

日本で「食事場所」等を決める際は、「SNS」（43%）や「個人ブログ」（42%）などスマホを使ったインターネット情報に加え、「無料パンフレット・小冊子」（38%）や「観光案内所」（35%）など旅先（日本）で用意させた媒体も活用している。

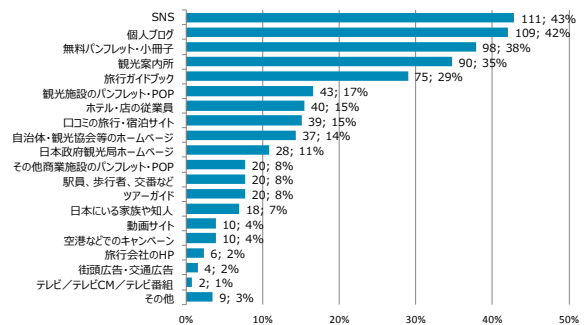
（図表23）日本に来てから決めたもの（複数回答）

■韓国（N=259）



（図表24）決める際に利用した媒体（複数回答）

■韓国（N=259）

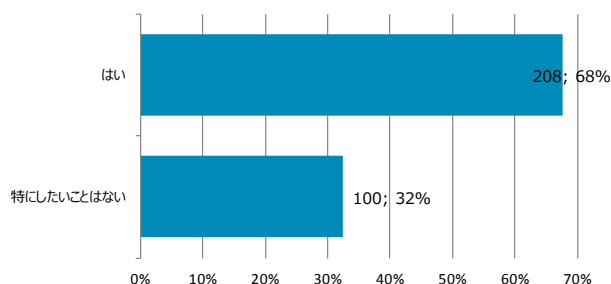


②四国で夜したいこと（データ編：7-4）

四国で「夜したいことがある」と回答した人は68%。その中では、「繁華街の街歩き」（66%）や「大衆居酒屋での飲食」（58%）、「祭り・イベントの見物」（51%）を希望する旅行者が多い。

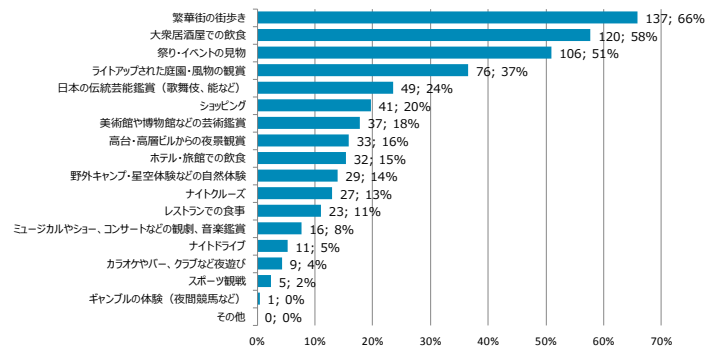
（図表25）四国で夜したいことがあるか

■韓国（N=308）



（図表26）四国で夜したいこと（複数回答）

■韓国（N=208）

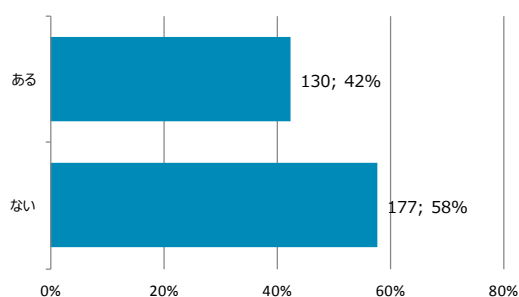


③決済について（データ編：7-5）

決済について要望のある人は42%であった。その中では「利用できる決済手段を増やして欲しい」（71%）との要望が割合として高かった。

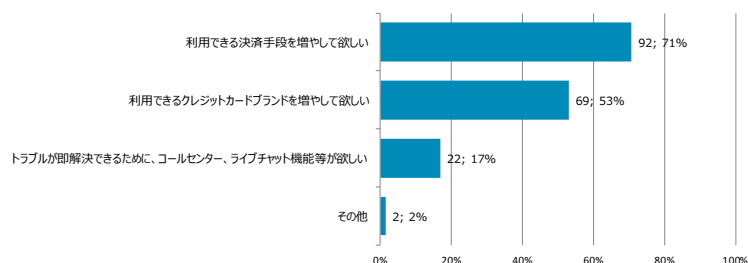
（図表27） 決済に関する要望はありますか

■韓国（N=307）



（図表28） 決済に関する要望（複数回答）

■韓国（N=130）



(8)四国旅行での満足点・不満点

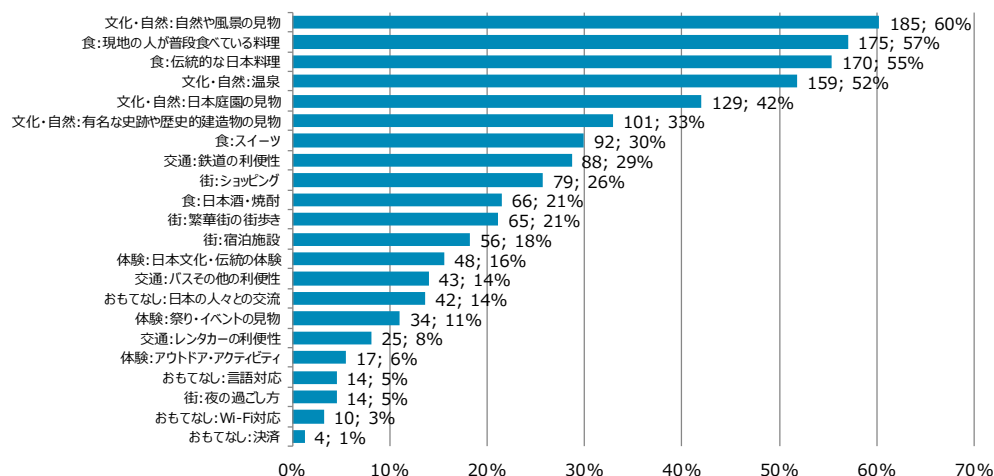
①四国旅行での満足点（データ編：8-1）



四国旅行の満足点としては、「自然や風景の見物」（60%）、「現地の人が普段食べている料理」（57%）、「伝統的な日本料理」（55%）が上位。「日本庭園の見物」（42%）も多い。

（図表29）四国旅行での満足点（複数回答）

■韓国（N=307）

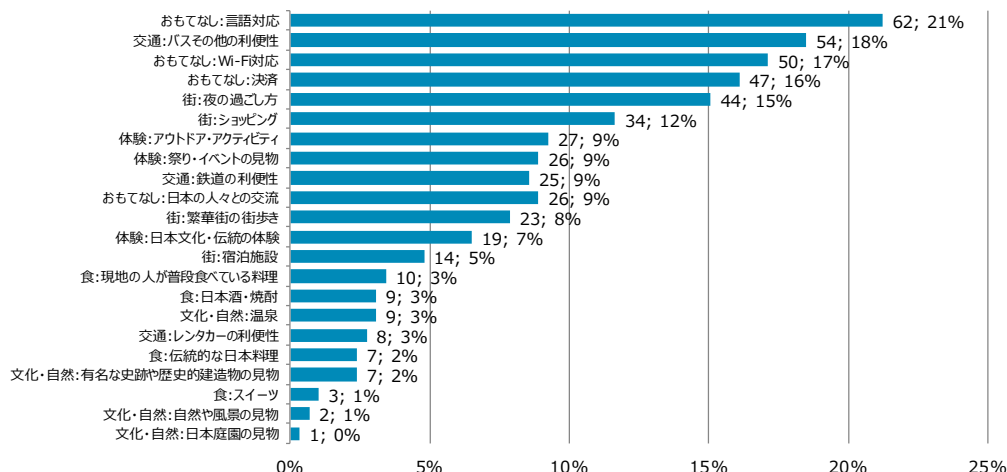


②四国旅行での不満点（データ編：8-2）

四国旅行の不満点としては、絶対数として少ない。その中では、「言語対応」（21%）、「バスその他の利便性」（18%）等が挙げられる。

（図表30）四国旅行での不満点（複数回答）

■韓国（N=292）



(9)今後の四国の往訪意欲

①今後の四国の往訪意欲と往訪したい理由（データ編：9-1）

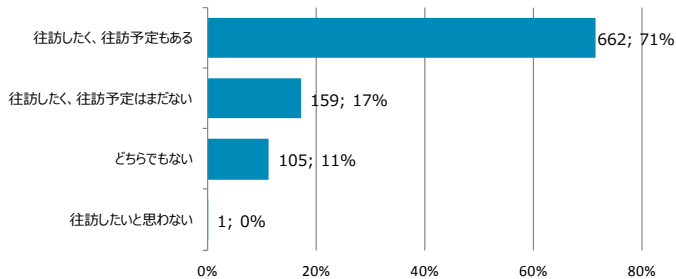


「今後、四国を往訪したい」との回答は、回答者の実に88%に及んだ。実際に往訪予定がある回答者が71%と、他地域比較して具体的に四国往訪予定がある人の比率が高い。

往訪したい理由としては、「名所・旧跡の観光」（54%）、「地元の美味しいものを食べたい」（53%）のほかに、「温泉」（48%）、「自然観賞」（37%）、「祭り」（32%）等も上位となっている。反面「ショッピング」（11%）や各種スポーツは下位にとどまる。

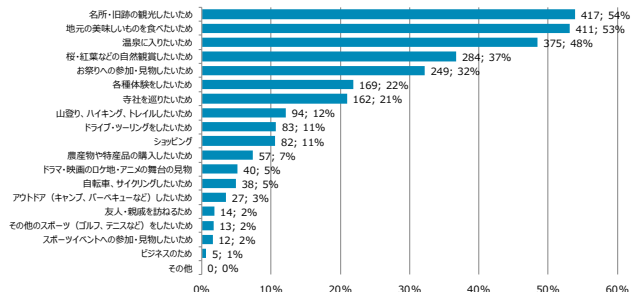
（図表31）今後の四国への往訪意欲

■韓国（N=972）



（図表32）四国を往訪したい理由（複数回答）

■韓国（N=774）

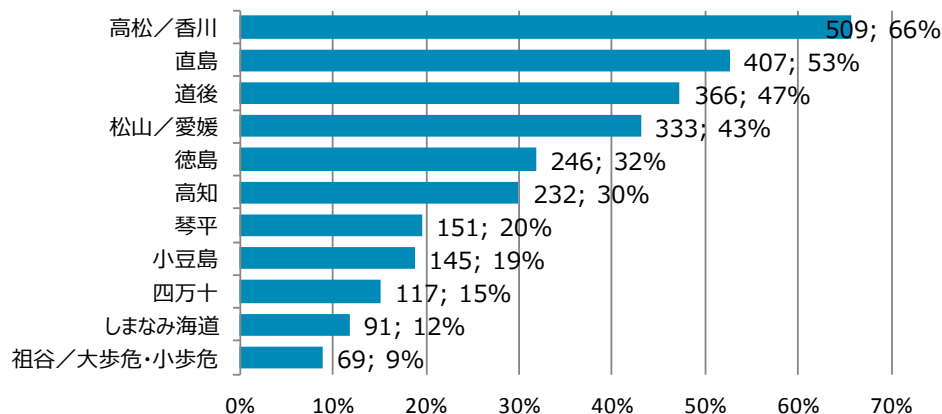


②往訪したい観光地（データ編：9-3）

往訪したい観光地としては「高松／香川」（66%）が最も多く、次いで「直島」（53%）、「道後」（47%）、「松山／愛媛」（43%）、「徳島」（32%）と瀬戸内側の観光地が続く。実際の往訪先と同様、韓国では「直島」の人気の高い点が特徴である。

（図表33）往訪したい観光地（複数回答）

■韓国（N=774）



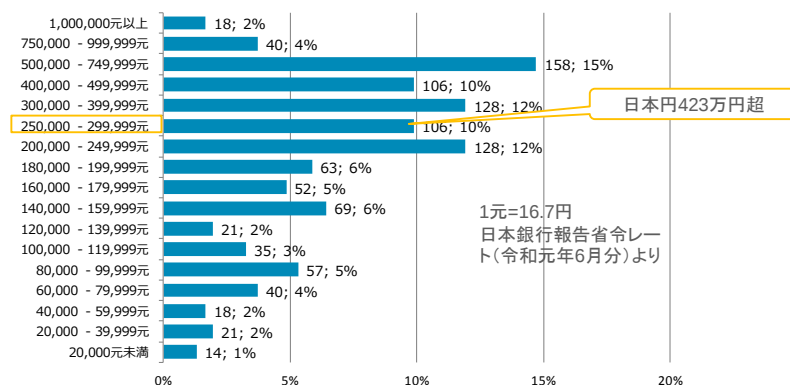
第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

2-4.中国（上海中心）

回答者の世帯所得は、日本の世帯所得の中央値である423万円以上の割合が53%となっており、四国を訪れる旅行者は日本と同程度の世帯所得の人が多いと言える。

■回答者所得階層（データ編：1-2）

■中国（上海中心）（N=1074）



2-4. 中国（上海中心）

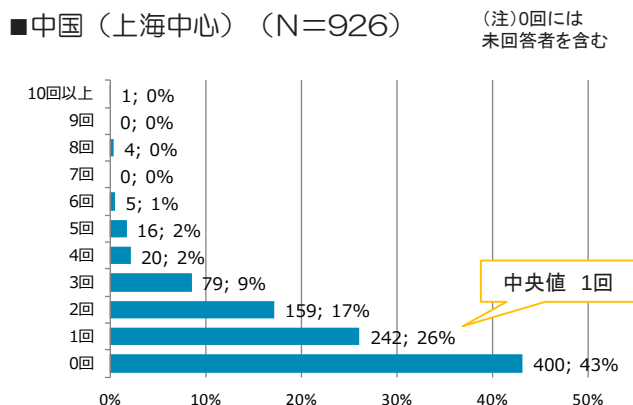
(1) 回答者の属性（訪日回数・四国訪問回数など）（データ編：1-5）



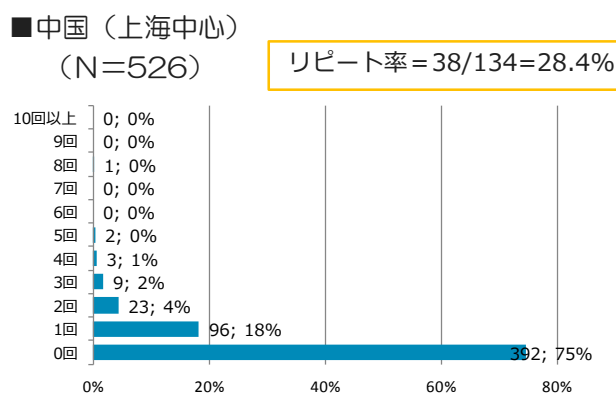
回答者の訪日回数は0回という人が43%を占めている。他3地域が訪日10回以上のリピーターが多いのに対し、中国は相対的に訪日回数が少ない回答者が多い。

四国への訪問回数を尋ねると、一度も訪れたことのない回答者が75%を占める。四国を訪れたことがある回答者は134人で、内、リピーター（複数回四国に訪れたことがある人）は38人（リピート率：28.4%）となっている。

（図表1）訪日回数



（図表2）四国訪問回数

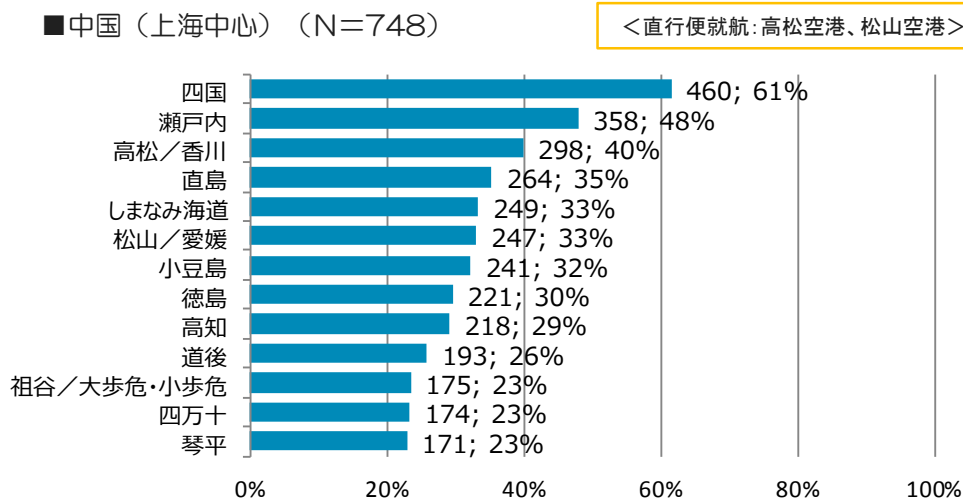


(2) 四国の観光地の認知度（データ編：2-2）

個別の観光地名より、エリア名としての「四国」（61%）、「瀬戸内」（48%）の認知度が高い。中国からの誘客には、「四国」「瀬戸内」といった広域でプロモーションを行うことが有効である。

個別の地名では、「高松／香川」（40%）、「直島」（35%）「松山／愛媛」（33%）の知名度が高い。「四国」以外で認知度が50%を上回る観光地がなく、他地域と比べると全体的に認知度が低くなっている。

（図表3）四国の観光地の認知度（複数回答）



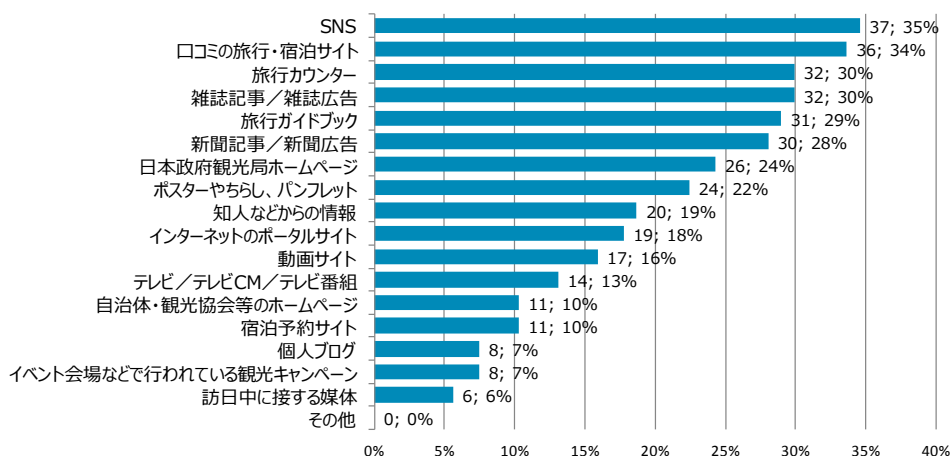
(3) 四国往訪のきっかけ（データ編：3-2）



四国往訪のきっかけとなった媒体は「SNS」（35%）「口コミの旅行・宿泊サイト」（34%）が上位にきている。そのような個人がインターネットで発信する情報とともに「旅行カウンター」（30%）、「雑誌記事／雑誌広告」（30%）、「旅行ガイドブック」（29%）、「新聞記事／新聞広告」（28%）等の出所が明確な情報も四国往訪のきっかけとなっている傾向がある。

（図表4）四国往訪のきっかけのなった媒体（複数回答）

■中国（上海中心）（N=107）



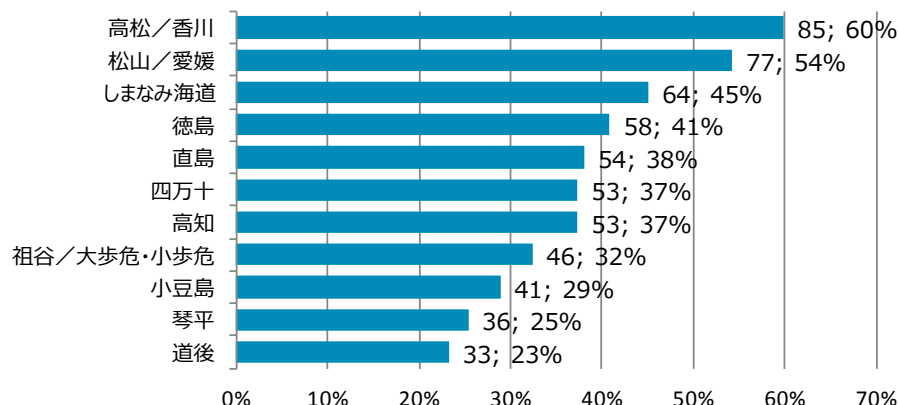
(4) 四国旅行の動態・態様

① 四国での往訪先（データ編：4-1）

四国での往訪先は、「高松／香川」（60%）、「松山／愛媛」（54%）、「しまなみ海道」（45%）が上位となっている。他地域からの来四者と比べると、「しまなみ海道」に往訪する割合が最も高い。

（図表5）四国での往訪先（複数回答）【過去3回合計】

■中国（上海中心）（N=142）



② 四国旅行の形態（データ編：4-2）



旅行形態は、「ツアー旅行」（41人）、「航空券と宿泊施設のためのパック旅行」（41人）、「航空券・宿泊施設を個別で手配」（47人）がほぼ同数となっている。四国における宿泊数は「3泊」（34人、24%）、「4泊」（30人、21%）の比率が高い。

（図表6）四国に旅行した際の旅行形態と宿泊数【過去3回合計】

■中国（上海中心）

中国	ツアー旅行 (29%)		航空券と宿泊施設のためのパック旅行 (29%)		航空券・宿泊施設を個別に手配 (33%)		航空券・宿泊施設を個別に手配、日 本国内旅行はツアーを利用 (9%)		Total
宿泊数		41		41		47		13	142
1泊	7%	1	13%	2	67%	10	13%	2	15
2泊	55%	12	14%	3	14%	3	18%	4	22
3泊	35%	12	38%	13	18%	6	9%	3	34
4泊	33%	10	27%	8	33%	10	7%	2	30
5泊	12%	3	50%	13	35%	9	4%	1	26
6泊	33%	2	17%	1	33%	2	17%	1	6
7泊	20%	1	20%	1	60%	3	-	0	5
8泊以上	-	0	-	0	100%	4	-	0	4

③ 四国旅行の際の出入国空港（データ編：4-3-1）

中国は、他3地域と比べて母集団が少ないものの、本調査では高松空港経由で入国した人が最も多く（23%）、次いで羽田空港（18%）、関西空港（15%）となった。出国でも同じ空港を使う観光客の比率は、高松空港で61%、羽田空港で68%、関西空港で52%となった。

（図表7）四国に旅行した際の出入国港【過去3回合計】

中国	IN		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		羽田空港	
OUT	Total													
Total	142	100%	21	15%	33	23%	11	8%	9	6%	15	11%	25	18%
関西国際空港	19	13%	11	8%	3	2%	2	1%	0	0%	0	0%	1	1%
高松空港	27	19%	5	4%	20	14%	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%
松山空港	12	8%	1	1%	2	1%	4	3%	0	0%	1	1%	1	1%
徳島空港	8	6%	0	0%	0	0%	1	1%	4	3%	1	1%	1	1%
岡山空港	20	14%	2	1%	3	2%	1	1%	2	1%	8	6%	0	0%
広島空港	13	9%	0	0%	2	1%	2	1%	0	0%	3	2%	1	1%
羽田空港	25	18%	1	1%	2	1%	0	0%	3	2%	0	0%	17	12%
成田空港	10	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	2	1%
福岡空港	6	4%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%

（図表8）入国空港と出国空港【過去3回合計】

中国	Total		関西国際空港		高松空港		松山空港		徳島空港		岡山空港		羽田空港	
in/out同一空港	76	55%	11	52%	20	61%	4	36%	4	44%	8	53%	17	68%
in/out別空港	63	45%	10	48%	13	39%	7	64%	5	56%	7	47%	8	32%

④ 出入国空港別の宿泊動向（データ編：4-3-2）



高松空港inで四国を訪れた25人中、12人（48%）が香川県で宿泊している。1人あたり四国内宿泊地は1.44県となっており、香川県を中心とした四国で1～2県に宿泊するケースが多いことが推察される。

岡山空港から入国した人は1人あたり四国内宿泊地が少なくなっており、あまり四国に宿泊していない様子がみられる。

一方、関西空港inの1人あたり宿泊地は4.06県となっており、大阪（12人）の他、徳島、京都（各9人）や広島、福岡（各8人）等の宿泊が相対的に多くなっている。関西や中国等の他のエリアと四国を組み合わせる広域周遊している可能性が考えられる。

また、本調査においては、羽田空港inが19人と高松空港の次に多く、松山（11人）や香川（8人）に宿泊した人が多いことから、羽田空港から入国後に国内便や新幹線で四国に移動したものと推察される。

（図表9）入国空港別宿泊地（都道府県ベース・複数回答）【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	羽田空港
回答者数	104	17	25	8	5	11
香川	35	5	12	2	1	2
徳島	37	9	8	5	3	0
愛媛	42	7	8	4	2	2
高知	32	6	8	3	1	3
四国小計	146	27	36	14	7	31
大阪	29	12	2	3	0	1
京都	25	9	2	4	1	1
広島	16	8	2	1	0	2
岡山	21	4	2	2	0	6
福岡	21	8	2	1	0	1
その他	1	1	0	0	0	0
四国外小計	113	42	10	11	1	11
総計	259	69	46	25	8	49

（図表10）入国空港別1人あたり宿泊地（都道府県ベース・平均）【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	羽田空港
四国	1.40	1.59	1.44	1.75	1.40	0.64
四国以外	1.09	2.47	0.40	1.38	0.20	1.00
合計	2.49	4.06	1.84	3.13	1.60	1.64

（図表11）入国空港別四国の平均宿泊日数【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	羽田空港
回答者数	104	17	25	8	5	11
1泊	15	2	0	0	0	1
2泊	17	1	3	1	1	2
3泊	24	3	10	3	1	2
4泊	19	1	5	2	2	4
5泊	18	6	5	1	0	2
6泊	5	2	1	1	0	0
7泊	4	2	0	0	1	0
8泊以上	2	0	1	0	0	0
平均泊数	3.49	4.29	3.84	3.75	4.00	3.36

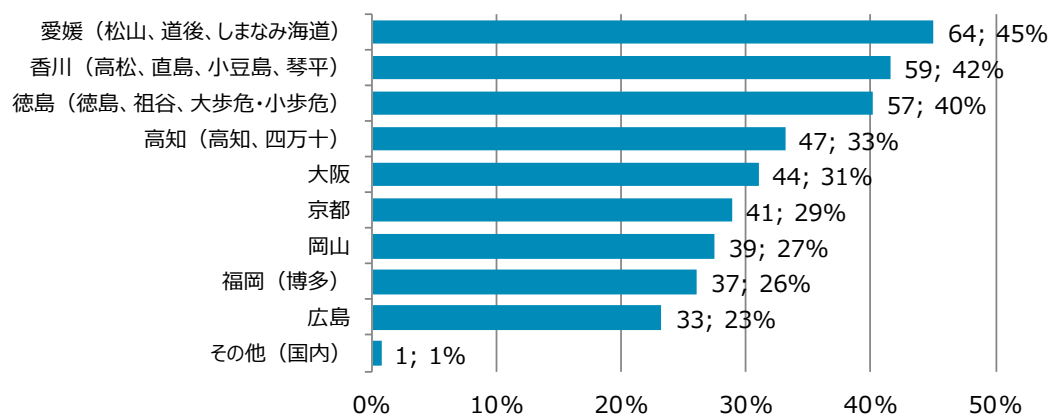
⑤四国旅行における宿泊地（データ編：4-4）



「愛媛（松山、道後、しまなみ海道）」（45%）、「香川（高松、直島、小豆島、琴平）」（42%）、「徳島（徳島、祖谷、大歩危・小歩危）」（40%）、「高知（高知、四万十）」（33%）の四国四県に次いで、「大阪」（31%）、「京都」（29%）の比率が高くなっており、関西と四国を組み合わせる旅行者が多いものと考えられる。

（図表12）四国旅行における宿泊地（複数回答）【過去3回合計】

■中国（上海中心）（N=142）

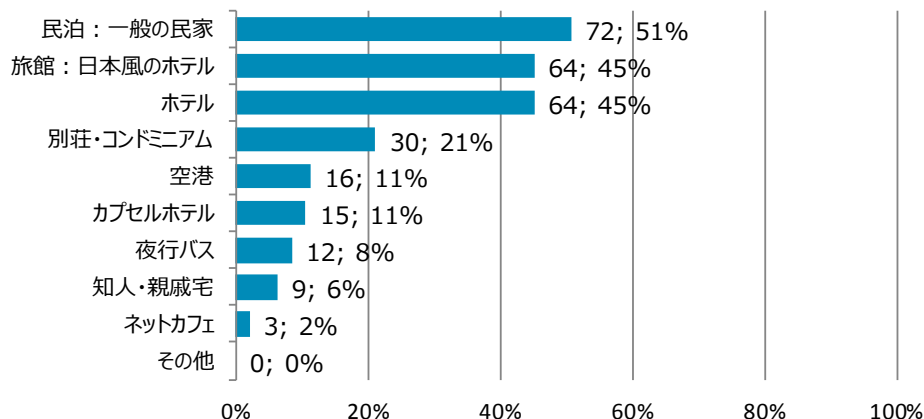


⑥四国旅行における宿泊形態（データ編：4-5）

「民宿：一般の民家」（51%）が最も多く、「旅館」（45%）、「ホテル」（45%）となっている。民泊が多くなっている背景には、ゲストハウス等への宿泊や、都会（上海）にはない昔ながらの民家に家族等の団体に泊まることへのニーズもあると推察される。

（図表13）四国旅行における宿泊形態（複数回答）【過去3回合計】

■中国（上海中心）（N=142）



(5) 四国旅行での二次交通

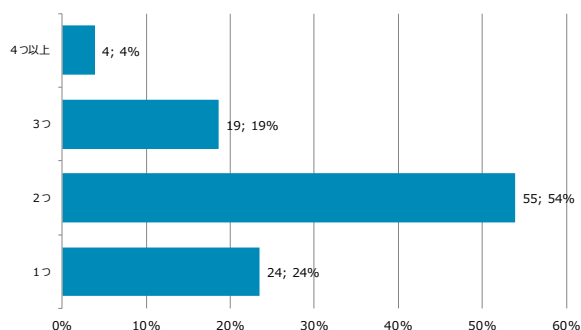


① 空港からの二次交通手段（データ編：5-1）

飛行機を降りてから2つ（54%）の交通手段を利用するケースが多い。使用した交通手段は「飛行機（国内線）」（40%）が最も多くなり、羽田空港から出入国する人を中心に利用されていると推察される。

（図表14）飛行機を降りてから使用した交通手段の数

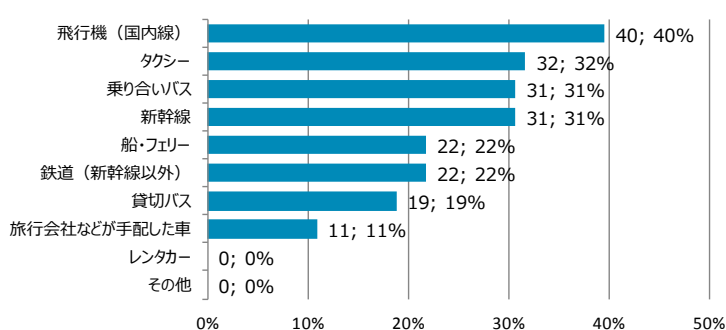
■中国（上海中心）（N=102）



（図表15）飛行機を降りてから使用した交通手段

（複数回答）

■中国（上海中心）（N=101）

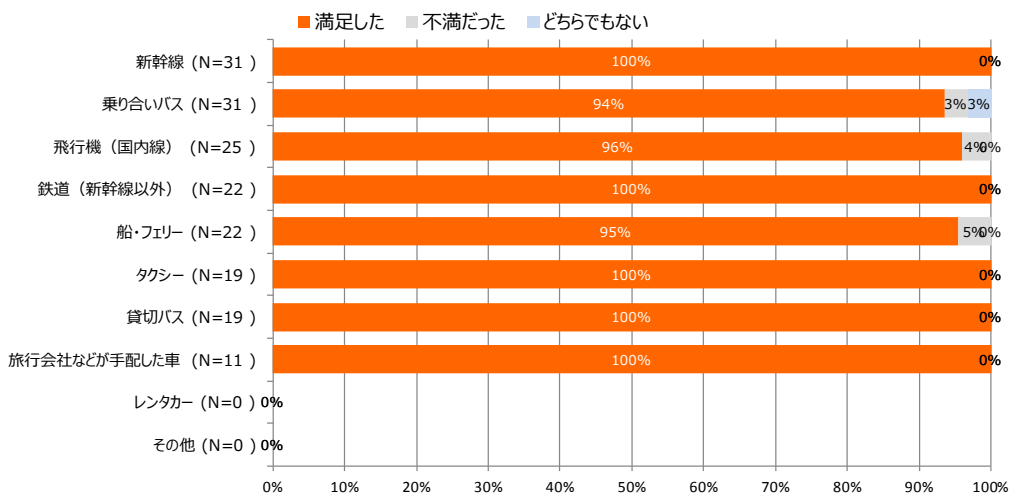


② 空港からの二次交通手段の満足度（データ編：5-3）

いずれの交通手段も9割以上の旅行者が満足している。

（図表16）飛行機を降りてから使用した交通手段の満足度

■中国（上海中心）



(6) 四国旅行での情報収集・情報発信



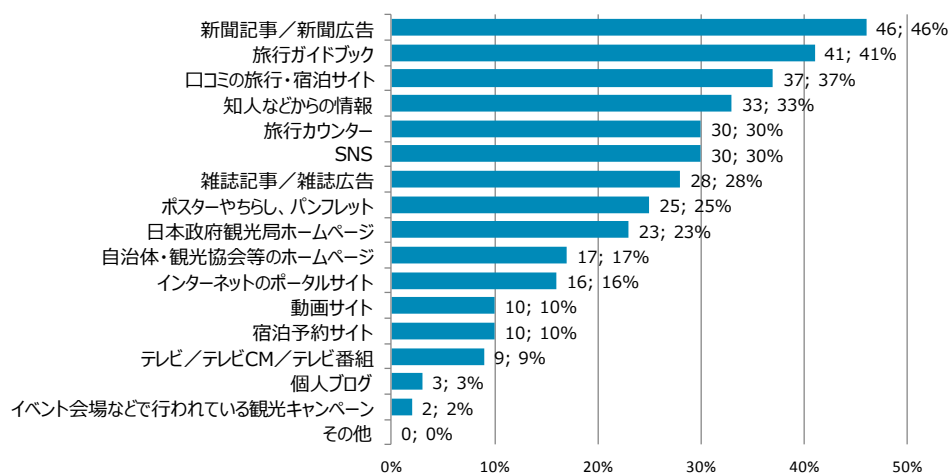
①情報収集 1) 旅前の情報収集（データ編：6-1）

旅前の情報収集媒体は、「新聞記事／新聞広告」（46%）、「旅行ガイドブック」（41%）、「旅行カウンター」（30%）等出所の明確な手堅い情報に加え、「口コミ旅行・宿泊サイト」（37%）、「SNS」（30%）など個人の発信するインターネット情報も一緒に参考にされている。旅前に様々な媒体を通して情報収集を行うことがうかがえる。

そのため、インフルエンサーなどを活用した個人ブログやSNSを通じた観光プロモーションも有効なマーケティング手法であると考えられる。

（図表17）旅前の情報収集媒体（複数回答）

■中国（上海中心）（N=100）

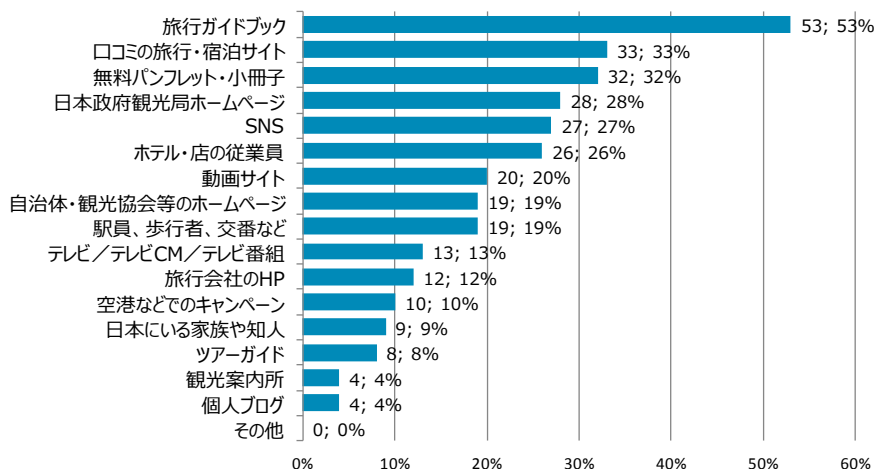


①情報収集 2) 旅中の情報収集（データ編：6-2）

旅中では、「旅行ガイドブック」（53%）が最も多い。また「口コミ旅行・宿泊サイト」（33%）、「SNS」（27%）など、スマホを使った情報収集とともに、「無料パンフレット・小冊子」（32%）など、旅先（四国）で用意された媒体も有効に活用している。また「ホテル・店の従業員」（26%）など face to face で情報収集を行う人も相当にいる。

（図表18）旅中の情報収集媒体（複数回答）

■中国（上海中心）（N=100）



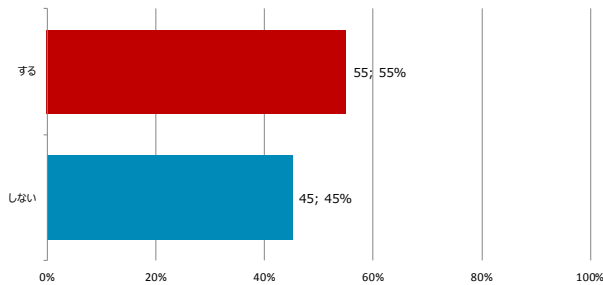
②情報発信 1) 旅中の情報発信（データ編：6-3）



旅中では55%の旅行者が情報発信する。そのうち、実に80%（旅行者の44%）の人がSNSを使って情報発信を行っている。動画サイトで発信する人も45%（旅行者の25%）いる。

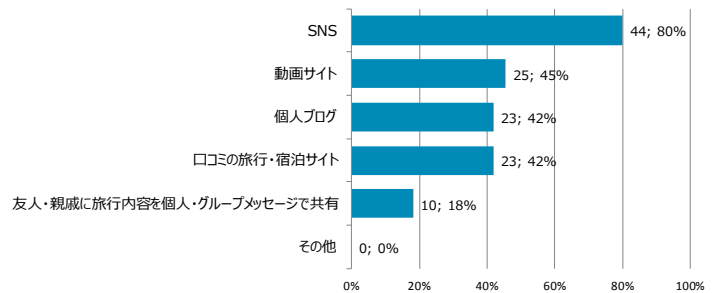
（図表19）旅行中に情報発信

■中国（上海中心）（N=100）



（図表20）旅行中に情報発信するツール（複数回答）

■中国（上海中心）（N=55）

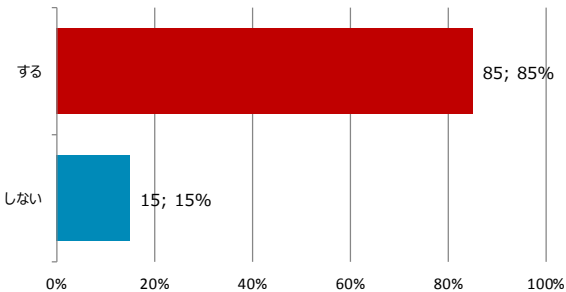


②情報発信 2) 旅行後の情報発信（データ編：6-5）

旅行後に四国旅行について情報発信をする人は85%に及び、旅中で情報発信をする比率より大幅に増えた。そのうち、67%（旅行者の57%）の人がSNSを使って、53%（旅行者の45%）が口コミの旅行・宿泊サイトを通して情報発信を行う。

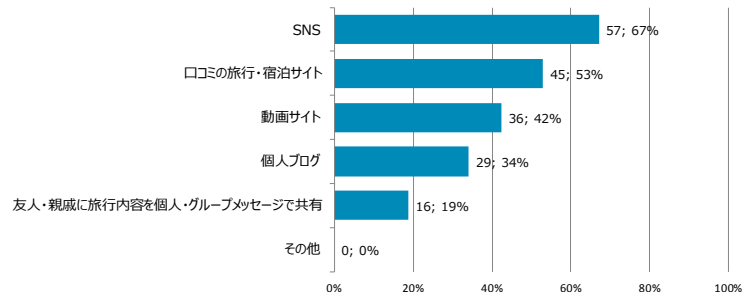
（図表21）旅行後の情報発信

■中国（上海中心）（N=100）



（図表22）旅行後に情報発信するツール（複数回答）

■中国（上海中心）（N=85）



(7) 四国での過ごし方

①日本に来てから決めたもの（データ編：7-2）



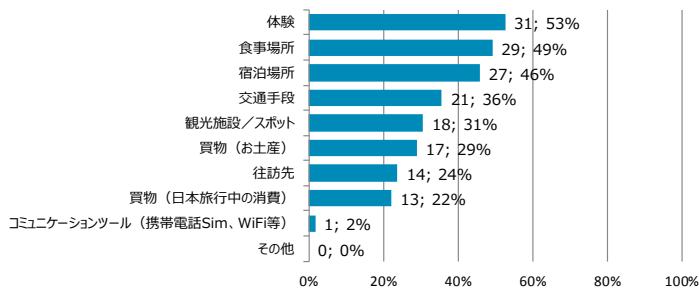
日本に来てから決めたことがある人は60%。「体験」（53%）が最も多くなっている点が特徴的である。その他、「食事場所」（49%）、「宿泊場所」（46%）を決める人が多い。

日本で「体験」や「食事場所」等を決める際は、「旅行ガイドブック」（44%）に加え、「ホテル・店の従業員」（39%）や「駅員、歩行者、交番など」（22%）に直接話を聞く人も多い。また「無料パンフレット・小冊子」（34%）など旅先（日本）で用意された媒体も活用している。

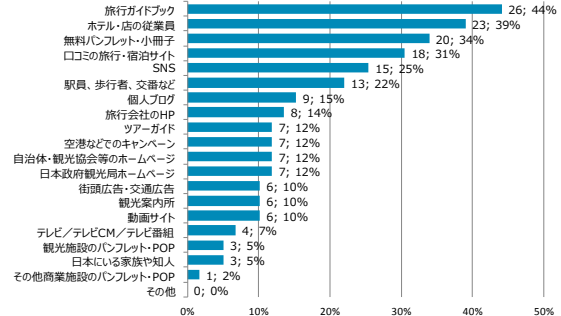
（図表23）日本に来てから決めたもの（複数回答）

（図表24）決める際に利用した媒体（複数回答）

■中国（上海中心）（N=59）



■中国（上海中心）（N=59）



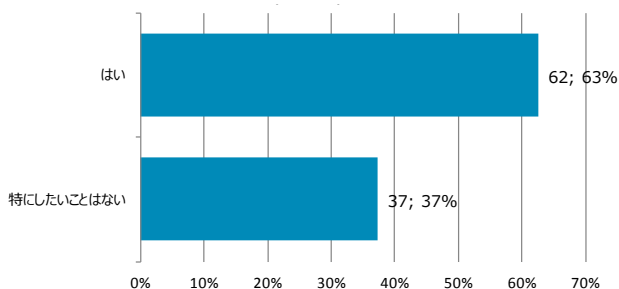
②四国で夜したいこと（データ編：7-4）

四国で「夜したいことがある」と回答した人は63%。その中では、「ライトアップされた庭園・風物の鑑賞」（53%）、「日本の伝統芸能鑑賞」（50%）、「繁華街の街歩き」（50%）や「ショッピング」（44%）を希望する旅行者が多い。

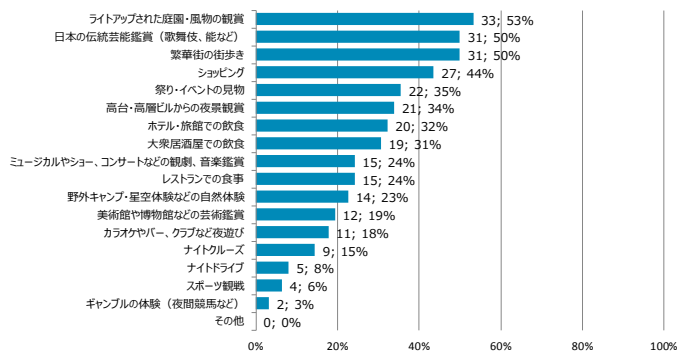
（図表25）四国で夜したいことがあるか

（図表26）四国で夜したいこと（複数回答）

■中国（上海中心）（N=99）



■中国（上海中心）（N=62）



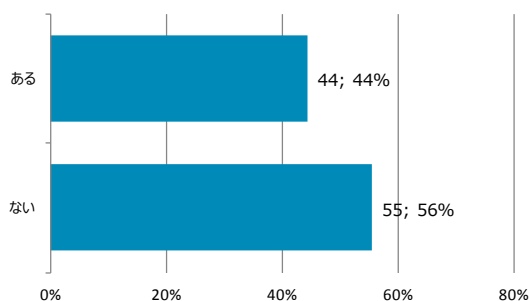
③決済について（データ編：7-5）



決済について要望のある人は44%であった。その中では「利用できる決済手段を増やして欲しい」（95%）との要望が割合として高かった。

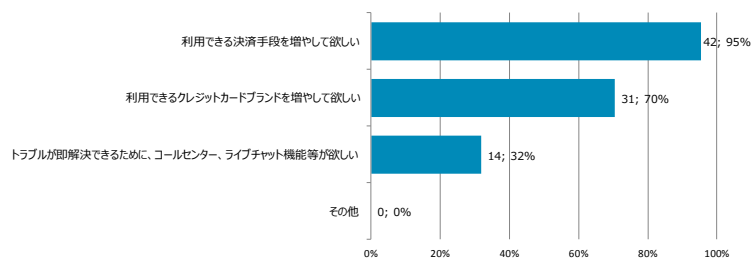
（図表27）決済に関する要望はありますか

■中国（上海中心）（N=99）



（図表28）決済に関する要望（複数回答）

■中国（上海中心）（N=44）



(8)四国旅行での満足点・不満点

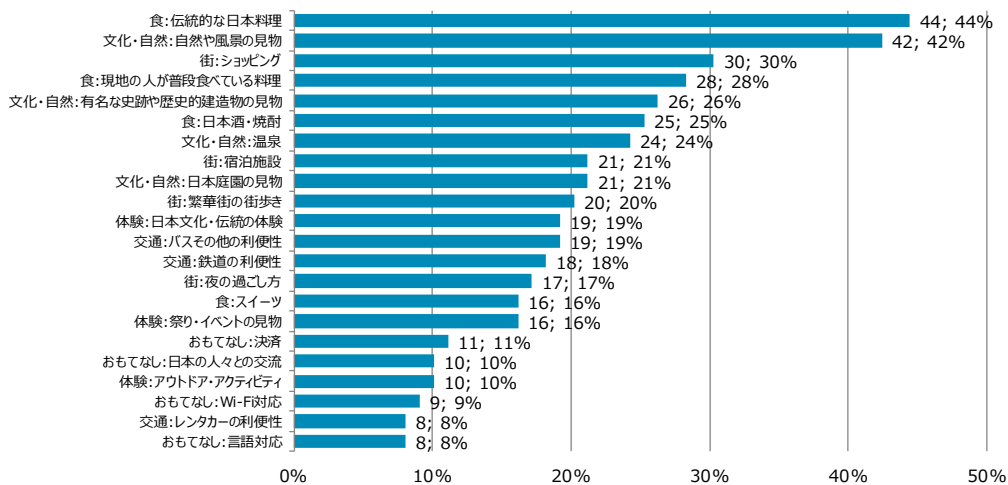
①四国旅行での満足点（データ編：8-1）



四国旅行の満足点としては、「伝統的な日本料理」（44%）、「自然や風景の見物」（42%）が上位。次いで、「ショッピング」（30%）、「現地の人が普段から食べている料理」（28%）となっている。

（図表29）四国旅行での満足点（複数回答）

■中国（上海中心）（N=99）

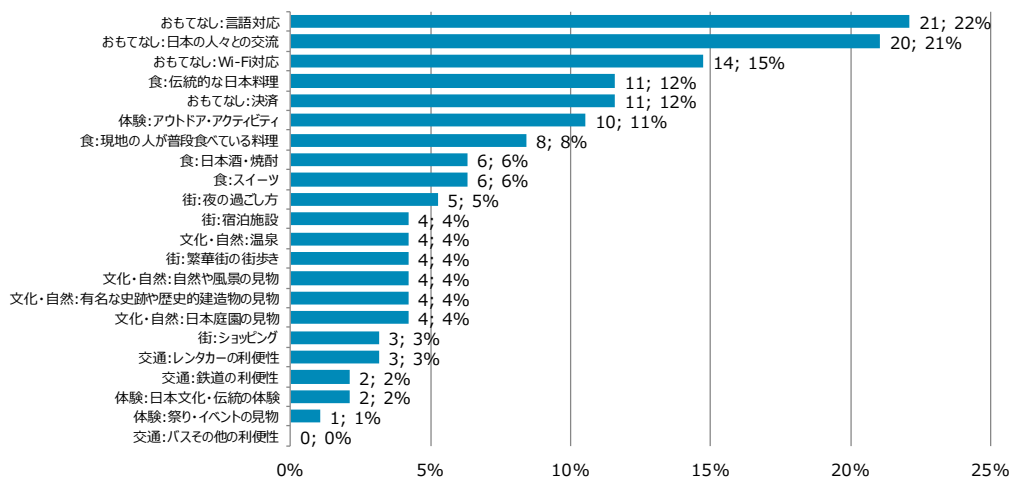


②四国旅行での不満点（データ編：8-2）

四国旅行の不満点としては、絶対数として少ない。その中では、「言語対応」（22%）、「日本人々との交流」（21%）等が挙げられている。

（図表30）四国旅行での不満点（複数回答）

■中国（上海中心）（N=95）



(9)今後の四国の往訪意欲



①今後の四国の往訪意欲と往訪したい理由（データ編：9-1）

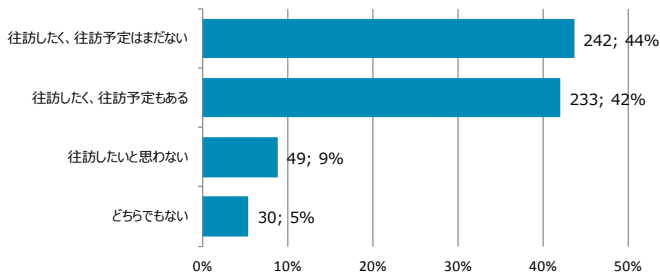
「今後、四国を往訪したい」との回答は、回答者の実に86%に及んだ。実際に往訪予定がある回答者も42%に上る。

往訪したい理由としては、「地元の美味しいものを食べたい」（44%）、「名所・旧跡の観光」（44%）、のほかに、「自然観賞」（41%）、「温泉」（31%）、「ショッピング」（26%）等も上位となっている。反面、「スポーツイベントへの参加・見物」等の各種スポーツは下位にとどまる。

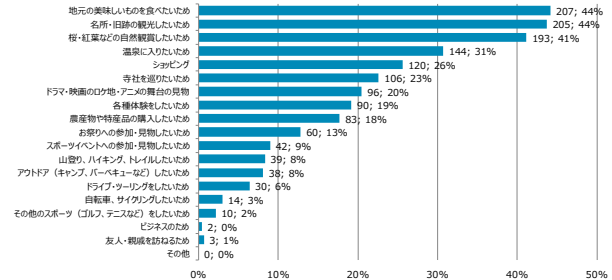
（図表31）今後の四国への往訪意欲

（図表32）四国を往訪したい理由（複数回答）

■中国（上海中心）（N=554）



■中国（上海中心）（N=469）

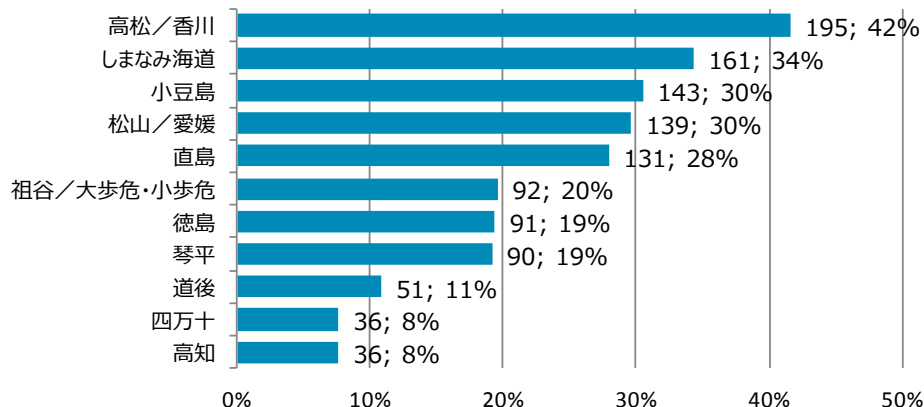


②往訪したい観光地（データ編：9-3）

往訪したい観光地としては「高松／香川」（42%）が最も高く、次いで「しまなみ海道」（34%）、「小豆島」（30%）、「松山／愛媛」（30%）、「直島」（28%）と瀬戸内側の観光地が続く。実際の往訪先と同様、中国では「しまなみ海道」の人気の高い点が特徴的である。

（図表33）往訪したい観光地（複数回答）

■中国（上海中心）（N=469）



第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

2-5. 四国遍路

2-5. 四国遍路

(1) 四国遍路の認知度

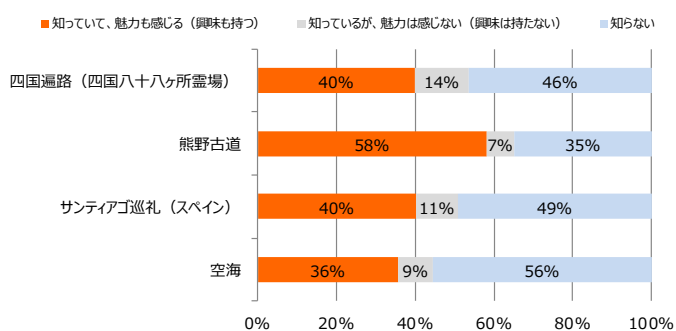
四国遍路を「知っている」と回答した人は、台湾54%、香港42%、韓国55%、中国（上海中心）78%（未回答者を勘案すると46%）となっている。

「熊野古道」や「サンティアゴ巡礼」と比較しても、「四国遍路」の認知度が特に低いわけではない。

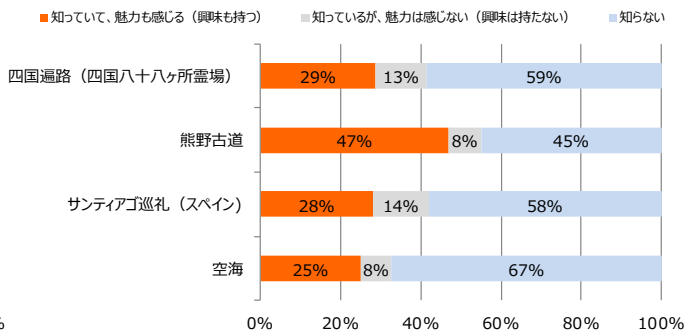
四国遍路は欧米の人に人気があると言われるが、アジアにおいても相応の認知度があると言える。

（図表1）四国遍路の認知度

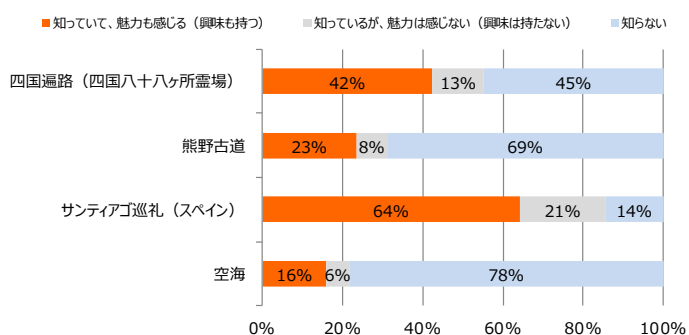
■台湾（N=1091）



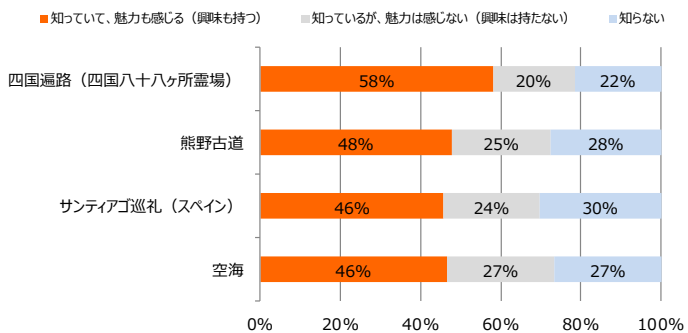
■香港（N=1058）



■韓国（N=1053）



■中国（上海中心）（N=629）



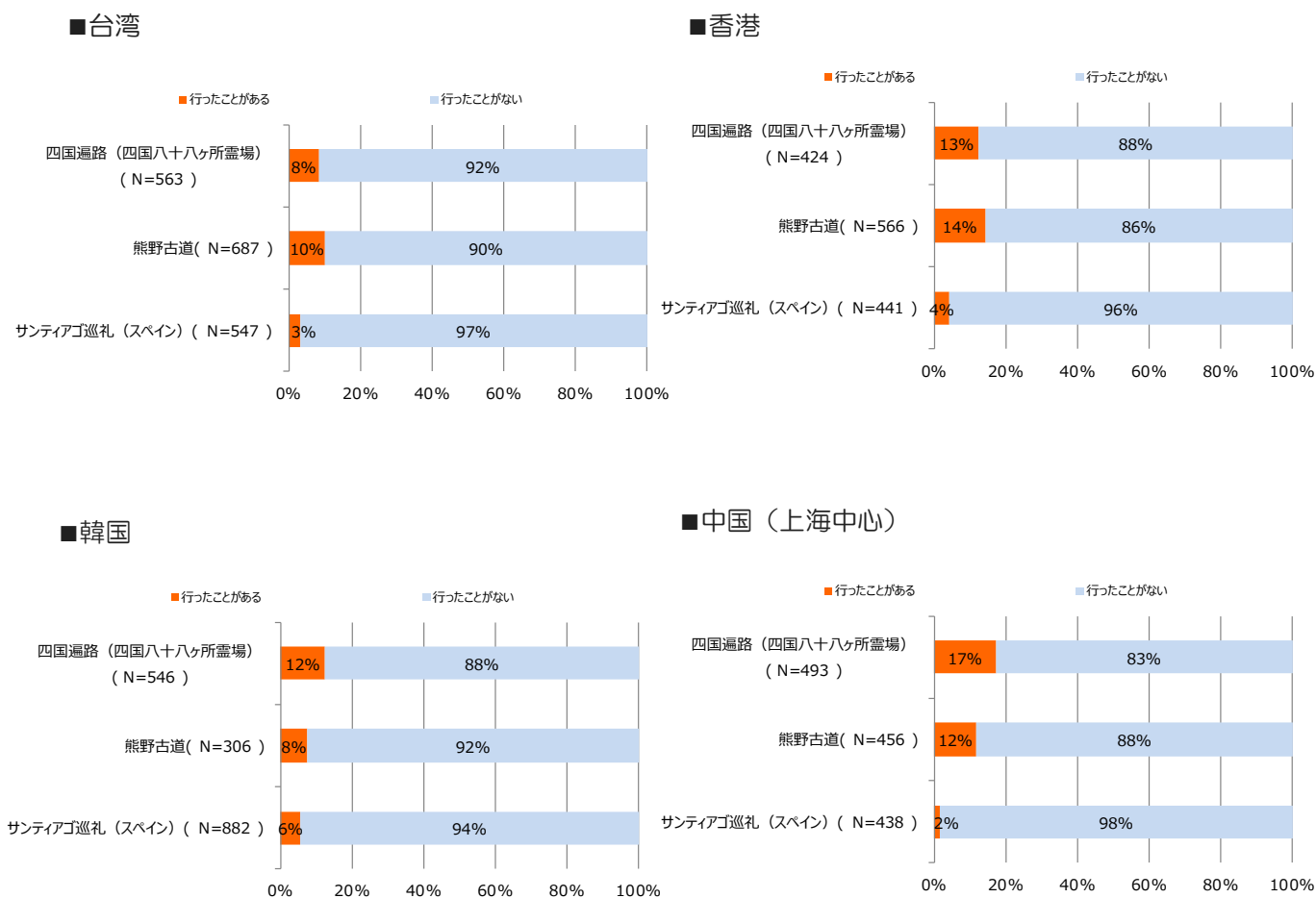
（注）中国（上海中心）は未回答者が445名と他地域と比べて多い

(2) 四国遍路の往訪経験

前問で四国遍路を「知っている」と回答した人に対し、四国遍路への往訪経験を尋ねた結果、実際に四国遍路を訪れたことがある人は、台湾8%、香港13%、韓国12%、中国（上海中心）17%となった。

八十八箇所を分割して廻るツアーや体験型ツアーの開発により、訪れてくれる旅行者を少しずつ増やしていく取り組みが必要だと考える。

(図表2) 四国遍路の往訪経験



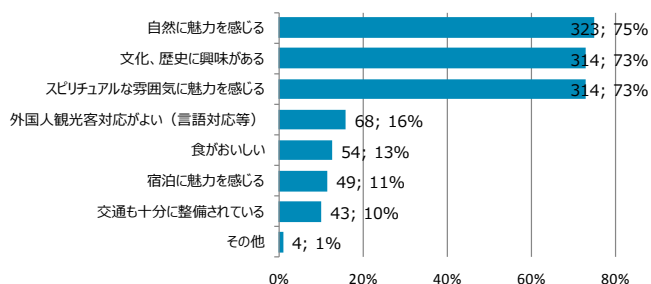
(3) 四国遍路の魅力に感じる点

「自然に魅力を感じる」「文化、歴史に興味がある」「スピリチュアルな雰囲気の魅力を感じる」との回答が各地域で上位となっている。

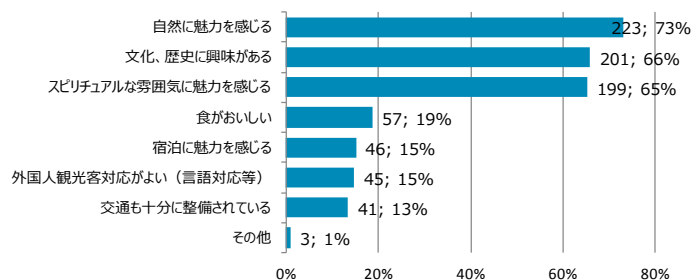
四国遍路というコンテンツを、海外に向けて現地の言葉や表現で分かり易く、具体的かつ効果的に発信していくことが必要であると言える。

(図表3) 四国遍路の魅力に感じる点（複数回答）

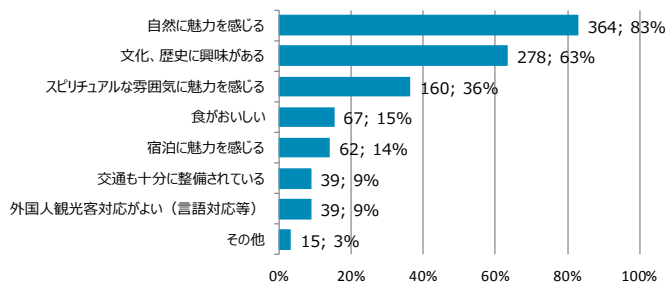
■台湾（N=431）



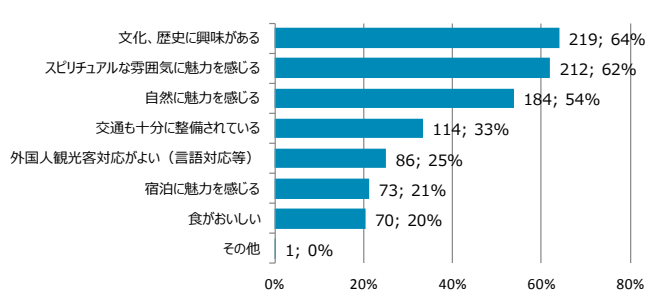
■香港（N=305）



■韓国（N=439）



■中国（上海中心）（N=342）



(4) 四国遍路の魅力に感じない点

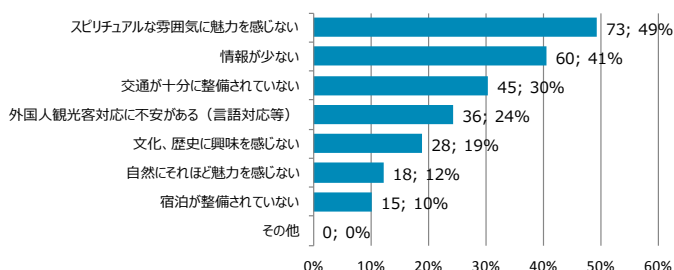
「スピリチュアルな雰囲気の魅力を感じない」が台湾（49%）、香港（43%）、中国（上海中心）（37%）で1位となっている。魅力に感じる点として挙げる人も多かったことから、スピリチュアルな雰囲気に関しては意見が分かれる結果となった。

韓国では「情報が少ない」と回答した人が57%と最も多くなっている。

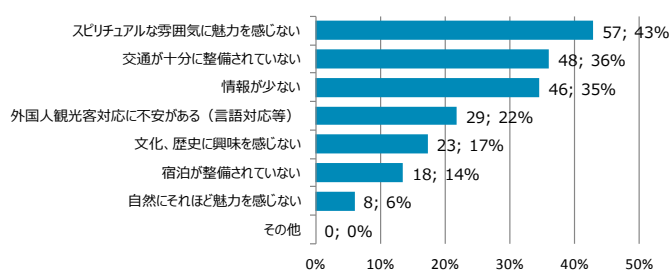
多言語での情報発信に加え、遍路宿の整備をはじめとする受入体制の強化も進めていくことが重要であるとする。

(図表4) 四国遍路の魅力に感じない点（複数回答）

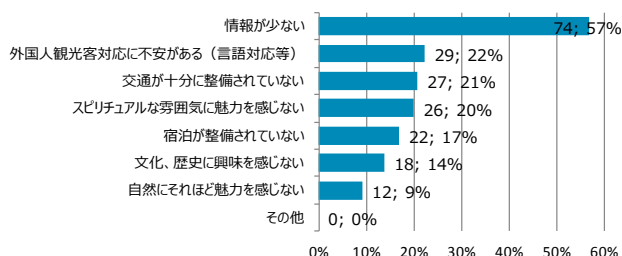
■台湾（N=148）



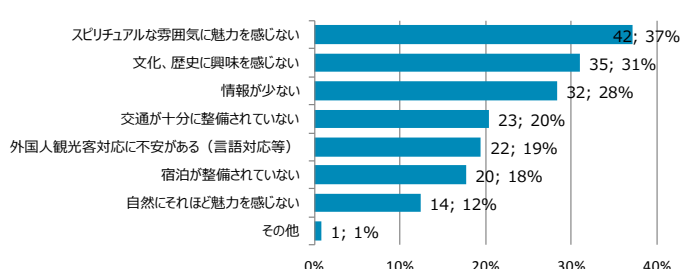
■香港（N=133）



■韓国（N=130）



■中国（上海中心）（N=113）



第2章 東アジア4地域の四国旅行に関する実態調査

2-6. 瀬戸内国際芸術祭

2-6. 瀬戸内国際芸術祭

回答者：全回答者

(1) 瀬戸内国際芸術祭の認知度

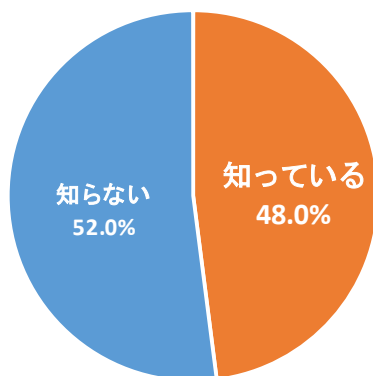
瀬戸内国際芸術祭の認知度は、台湾（48.0%）、香港（34.1%）、韓国（28.4%）、中国（上海中心）（40.5%）と、3～5割程度の人が知っているという結果となった。

台湾、香港、韓国では訪日10回以上が30%を超える日本好き消費者が回答者であるという前提はあるものの、いずれの地域においても瀬戸内国際芸術祭は比較的良好に認知されているという結果となった。

Q. 瀬戸内国際芸術祭を知っていますか？

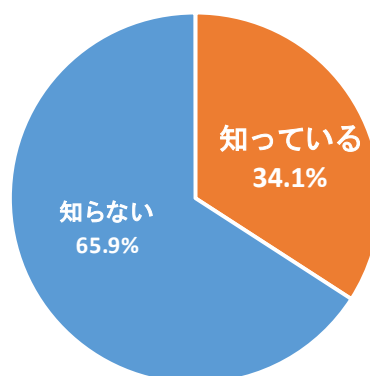
■台湾

台湾 (N=1,110)



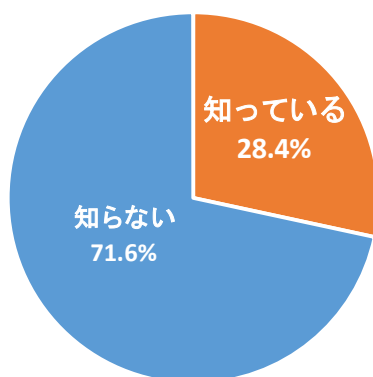
■香港

香港 (N=1,075)



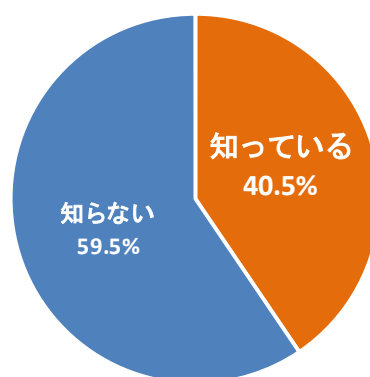
■韓国

韓国 (N=1,149)



■中国（上海中心）

中国 (N=1074)



(2) 瀬戸内国際芸術祭2019への往訪意欲、往訪予定の有無

今年開催中の「瀬戸内国際芸術祭2019」への往訪意欲を尋ねると、台湾では60.1%、香港では42.1%、韓国では82.6%の人が往訪希望ありと回答した。

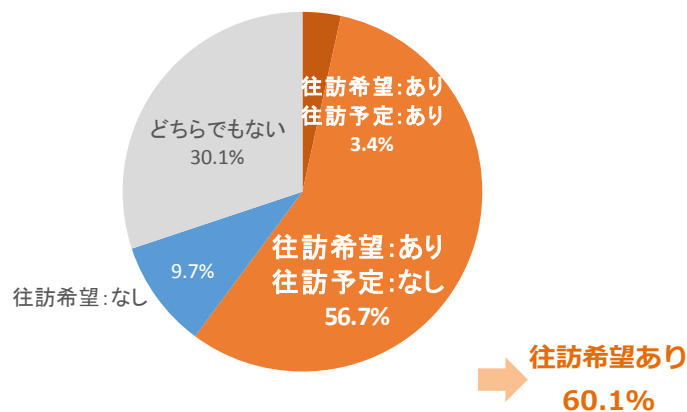
中国（上海中心）では往訪希望ありとの回答が29.6%と、他3地域と比較すると若干低い結果となった。

一方で、実際に往訪予定ありとの回答はいずれの地域でもあまり高くはなかった。

Q. 2019年に開催される瀬戸内国際芸術祭2019に行ってみたいですか？

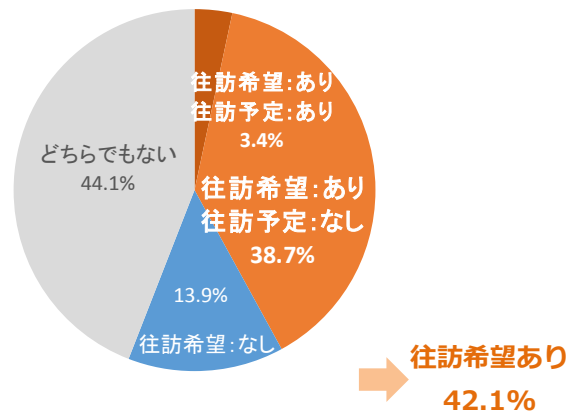
■台湾

台湾 (N=1,105)



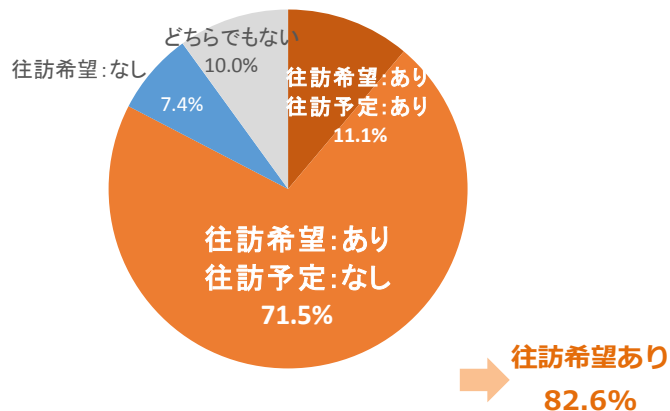
■香港

香港 (N=1,071)



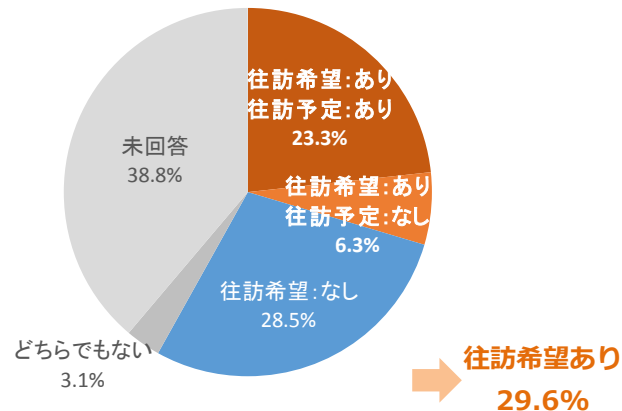
■韓国

韓国 (N=1,122)



■中国（上海中心）

中国 (N=1074)



(3) 瀬戸内国際芸術祭2019で行ってみたい会場

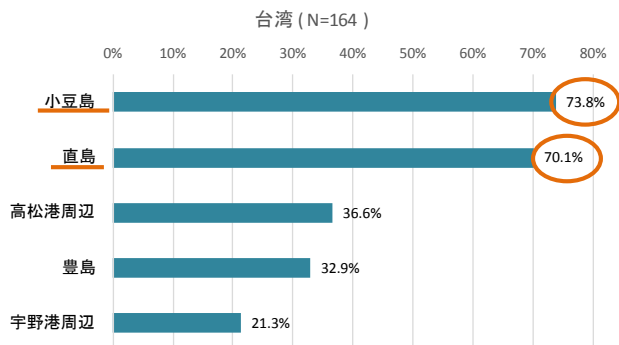
今年開催中の「瀬戸内国際芸術祭2019」へ往訪希望ありと回答した人に対して、行ってみたい会場を尋ねたところ、行ってみたい会場のイメージがつく回答者の中では、台湾、香港では小豆島が最も多く、韓国、中国（上海中心）では直島が最も多い結果となった。

- 台湾では、小豆島73.8%、直島70.1%と、これら2つの会場が7割を超える高い水準となった。
- 香港では、小豆島61.0%、直島58.1%と、割合としては台湾より低いものの、他の会場と比較すると、これら2つの会場への往訪希望が突出して高くなっている。
- 一方、韓国では直島75.2%と、4地域の中で最も高い割合となっており、韓国における直島の人気が高いことが分かる。

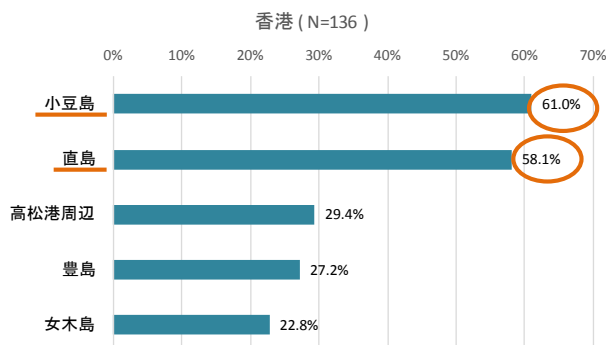
小豆島と直島以外では、全体的に高松港周辺や豊島へ行ってみたいと回答した人が多くなっている。

Q. 瀬戸内国際芸術祭ではどの会場に行ってみたいですか？（複数回答可。上位5会場）

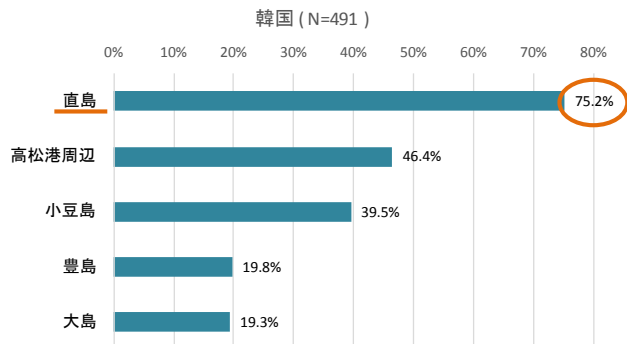
■台湾



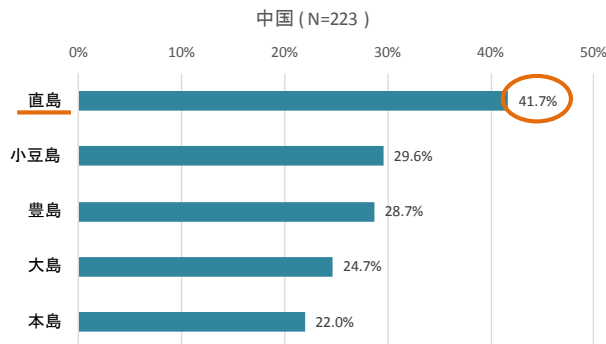
■香港



■韓国



■中国（上海中心）



(4) 瀬戸内国際芸術祭2019で宿泊したいエリア

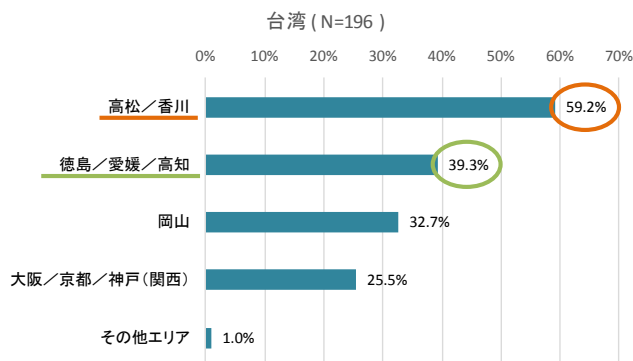
今年開催中の「瀬戸内国際芸術祭2019」へ往訪希望ありと回答した人に対して、その際の日本旅行で宿泊したいエリアを尋ねると、宿泊したいエリアのイメージがつく回答者の中では、いずれの地域でも「高松／香川」に泊まりたいと回答した人の割合が最も高い（台湾59.2%、香港55.3%、韓国69.7%、中国（上海中心）61.5%）。会場となっている島々を巡り、そのまま香川県で宿泊したいと考えている人が多いことが分かる。

一方で、香川県以外の四国各県である「徳島／愛媛／高知」に泊まりたいとの回答が、台湾、香港、韓国で「高松／香川」の次に多く、中国（上海中心）でも36.3%となっている。これらの結果より、瀬戸内国際芸術祭が香川県のみならず、他3県も含めた四国全体への周遊につながる可能性があると言える。

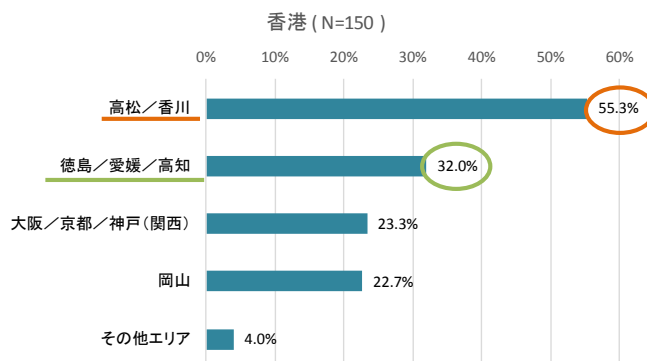
また、四国四県以外では、岡山や関西エリアへの宿泊希望者が、台湾、香港、中国（上海中心）で3～4割存在することから、瀬戸内という広域での周遊につながる可能性もあると考えられる。

Q. 瀬戸内国際芸術祭を訪れる日本旅行ではどのエリアに宿泊したいですか？

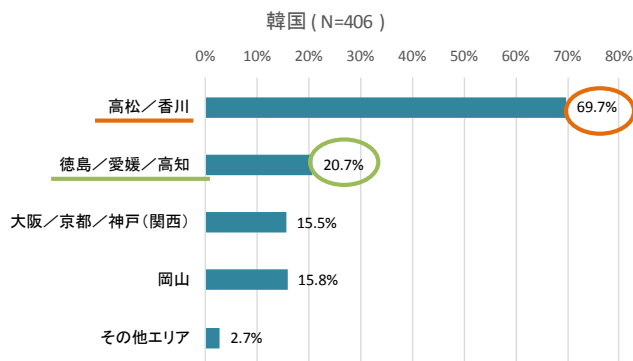
■台湾



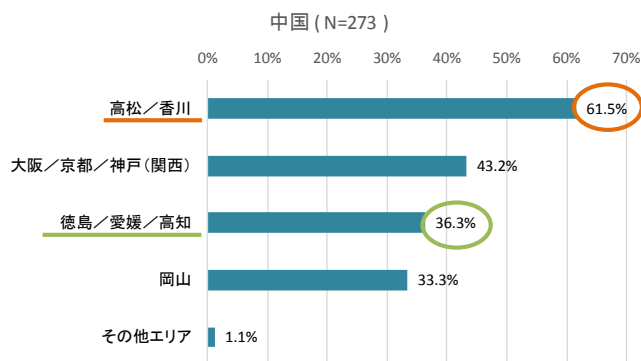
■香港



■韓国



■中国（上海中心）



(5) 瀬戸内国際芸術祭2019における宿泊希望泊数

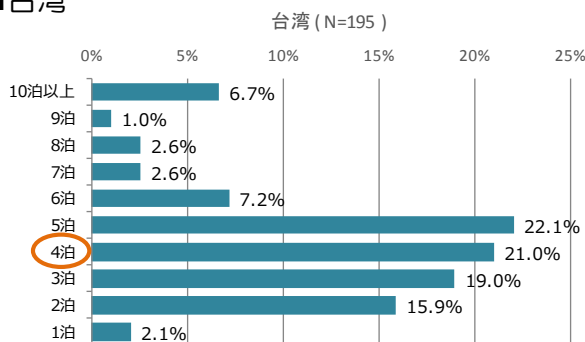
今年開催中の「瀬戸内国際芸術祭2019」へ往訪希望ありと回答した人に対して、その際の日本旅行で何泊日本に宿泊したいかを尋ねたところ、平均泊数は、台湾：4.4泊、香港：4.7泊、韓国：3.8泊、中国（上海中心）：3.6泊という結果となった。

一方、訪日旅行の平均泊数（観光庁「訪日外国人消費動向調査（2018）」確報値）は、台湾：6.8泊、香港：6.3泊、韓国：4.4泊、中国（上海中心）9.7日となっている。いずれの地域でもこれから実際の平均泊数を下回っていることから、瀬戸内国際芸術祭を訪れた日本旅行において、東アジア4地域からの旅行者の滞在日数（泊数）を長期化する余地があると言える。

韓国からの日本旅行者は、概して宿泊日数が短く（平均泊数4.4泊）、あまり周遊しない傾向にある。このことが、本調査でも瀬戸芸2019における日本での宿泊希望泊数（3.8泊と短い）や宿泊したいエリア（高松／香川に集中）に現れた結果となった。

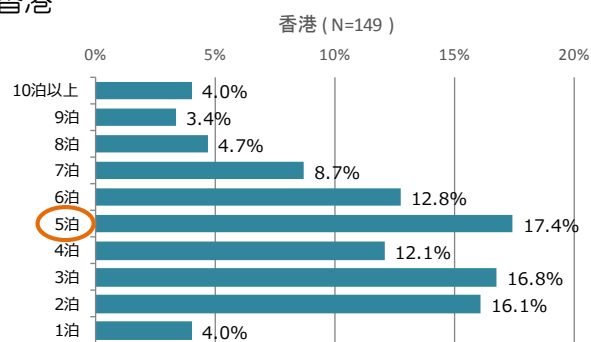
Q. 瀬戸内国際芸術祭を訪れる日本旅行では何泊日本に宿泊したいですか？

■台湾



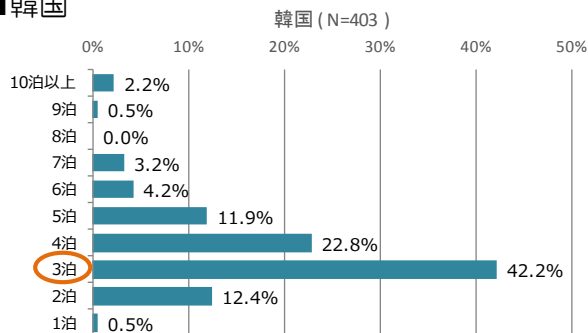
➡ 平均: **4.4泊** を希望

■香港



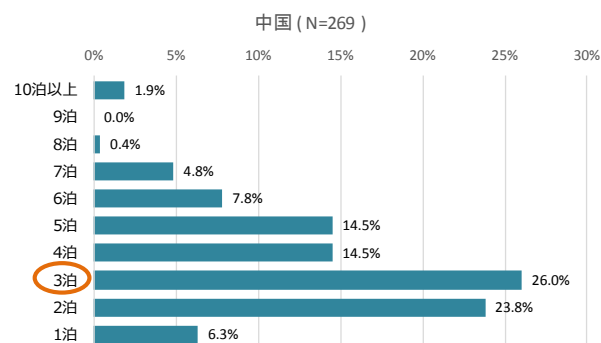
➡ 平均: **4.7泊** を希望

■韓国



➡ 平均: **3.8泊** を希望

■中国（上海中心）



➡ 平均: **3.6泊** を希望

（参考）4地域からの訪日外国人の平均泊数

台湾 (N=2,647)	香港 (N=2,727)	韓国 (N=3,492)	中国(上海中心) (N=4,193)
6.8日	6.3日	4.4日	9.7日

（参考）観光庁「訪日外国人消費動向調査（2018年）」確報値

(6) 瀬戸内国際芸術祭に参加経験のある外国人の日本への訪問回数

過去3回の瀬戸内国際芸術祭への往訪経験を尋ねると、台湾:28人、香港:32人、韓国:24人、中国（上海中心）63人の合計147人から往訪経験があるとの回答結果を得た。

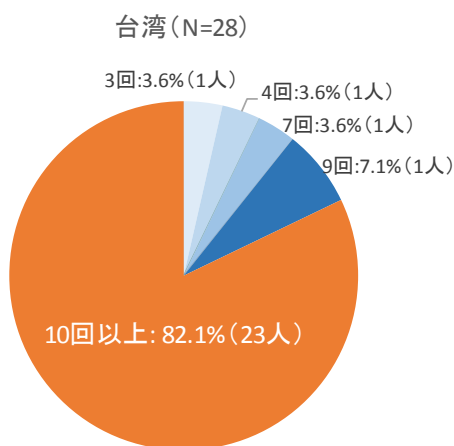
瀬戸内国際芸術祭に参加経験のある回答者に訪日回数を尋ねたところ、台湾、香港、韓国では8割前後の回答者が「10回以上の訪日経験がある」との回答であった。

一方、中国（上海中心）では他3地域と比較すると、相対的に訪日回数が少ない。

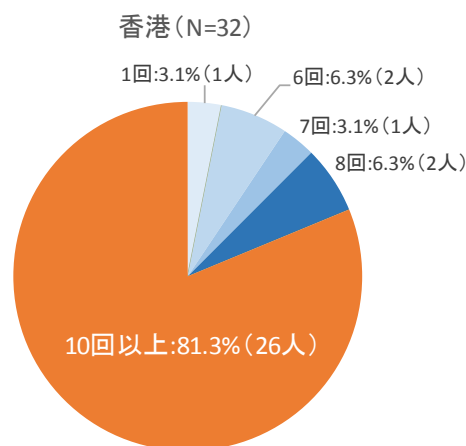
全回答者に占める「10回以上の訪日経験がある」回答者の割合は、台湾：37.4%、香港：45.5%、韓国：42.1%であり（図表）、本アンケートは日本好きの回答者が多く、訪日リピーターが多くを占める傾向にあるものの、その中でも瀬戸内国際芸術祭に参加経験のある外国人は、日本に10回以上訪問している割合がいずれの地域でも8割前後に及ぶことから、とりわけ日本に旅行しなれている旅行者の割合が高いと言える。

Q. これまでのあなたの日本訪問回数をお答え下さい。

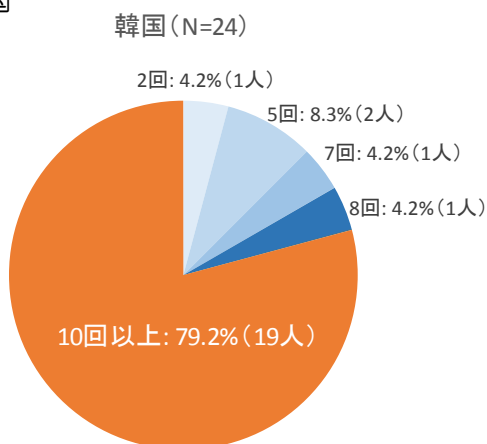
■台湾



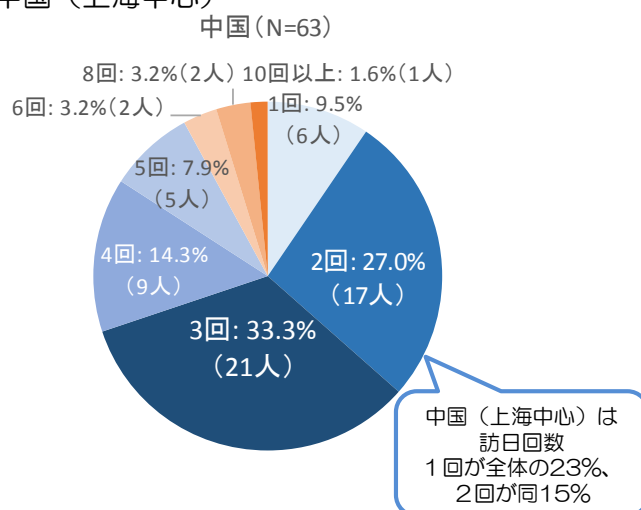
■香港



■韓国



■中国（上海中心）



（図表）全回答者の訪日回数

回答者	台湾	香港	韓国	中国（上海中心）
全員(A)	1,134	1,112	1,287	1,074
訪日10回以上	424	506	541	1
割合(B/A)	37.4%	45.5%	42.0%	0.1%

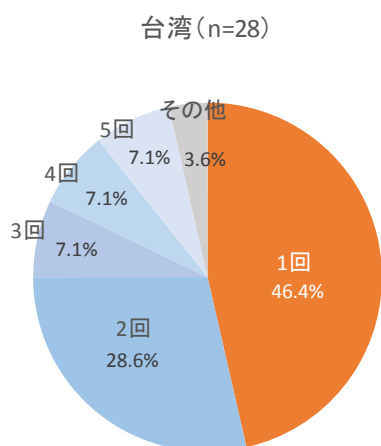
(7) 瀬戸内国際芸術祭に参加経験のある外国人の四国への訪問回数

アンケートにおいて、瀬戸内国際芸術祭に参加経験のある外国人（台湾:28人、香港:32人、韓国:24人、中国（上海中心）:63人、合計147人）に、四国への往訪経験について尋ねたところ、平均訪問回数は台湾:1.9回、香港:1.9回、韓国:3.8回、中国（上海中心）:1.8回となった。

- 特に台湾、香港、中国（上海中心）では四国往訪経験が1回との回答が多かった。瀬戸内国際芸術祭以外にはあまり四国に往訪していないことが推察される。そのため、瀬戸内国際芸術祭への来場者に四国旅行のリピーターになってもらうための工夫が必要である。
- 一方で、本アンケート上は、韓国については四国往訪経験が複数回との回答が多かった。とりわけ、四国に10回以上往訪したことがあるとの回答も4名に上った。

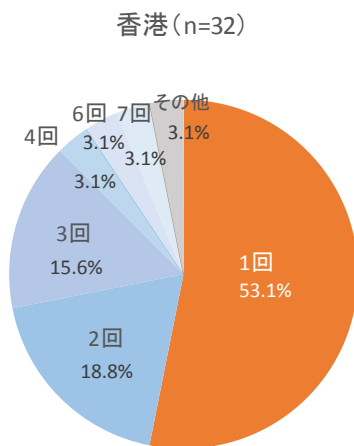
Q. これまでのあなたの四国への訪問回数をお答え下さい。

■台湾



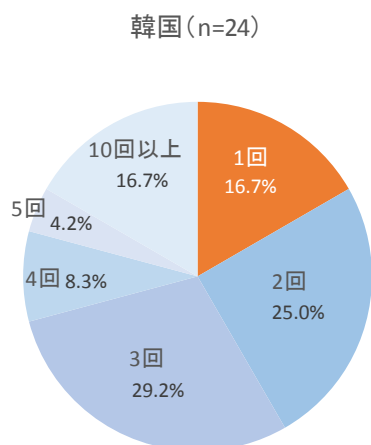
➡ 平均:1.9 回

■香港



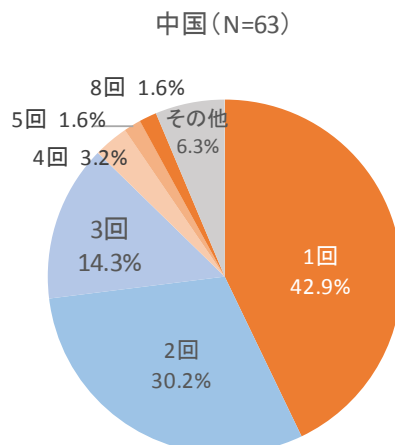
➡ 平均:1.9 回

■韓国



➡ 平均:3.8 回

■中国（上海中心）



➡ 平均:1.8 回

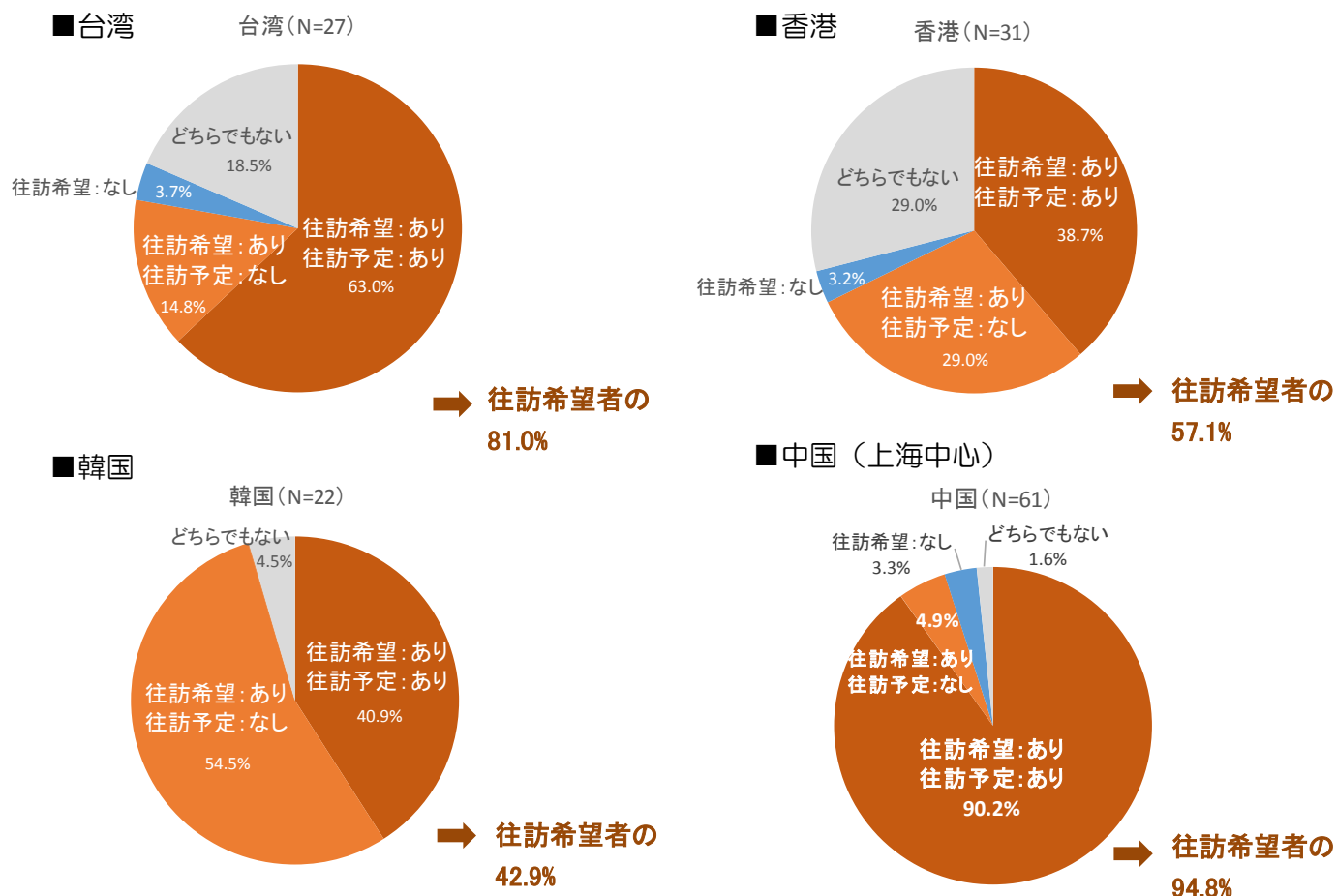
(8) 瀬戸内国際芸術祭2019への往訪意欲、往訪予定の有無

瀬戸内国際芸術祭への往訪経験者に今年開催中の「瀬戸内国際芸術祭2019」への往訪希望を尋ねると、台湾：77.8%、香港：67.7%、韓国：95.5%、中国（上海中心）：95.1%が往訪希望ありと回答した。

また、往訪希望者に更に往訪予定の有無を尋ねると、台湾：81.0%、香港：57.1%、韓国：42.9%、中国（上海中心）：94.8%が「往訪の予定あり」と回答した。過去3回開催された瀬戸内国際芸術祭への往訪経験者は、今年開催中の瀬戸内国際芸術祭2019への往訪を既に予定している回答者が多いとの結果となった。

また、瀬戸内国際芸術祭往訪経験者は、既に過去2回以上瀬戸内国際芸術祭に往訪している旅行者が多いこと（図表）からも、東アジア3地域からの瀬戸内国際芸術祭往訪者はリピーターが多いことが伺える。

Q. 2019年に開催される瀬戸内国際芸術祭2019に行ってみたいですか？



(図表) 瀬戸内国際芸術祭訪問経験者に占める瀬戸内国際芸術祭へのリピーターの比率

往訪回数	台湾	香港	韓国	中国(上海中心)
1回	18	24	12	26
2回以上	7	5	10	30
瀬戸芸へのリピーター率	28.0%	17.2%	45.5%	53.6%

(9) 瀬戸内国際芸術祭2019で宿泊したいエリア

瀬戸内国際芸術祭往訪経験者に、瀬戸内国際芸術祭を訪れる日本旅行でどのエリアに宿泊したいかを尋ねたところ、台湾（62.5%）、香港（75.0%）、韓国（94.4%）、中国（上海中心）（75.9%）いずれの地域でも「高松／香川」に宿泊を希望する回答者が最も多かった。

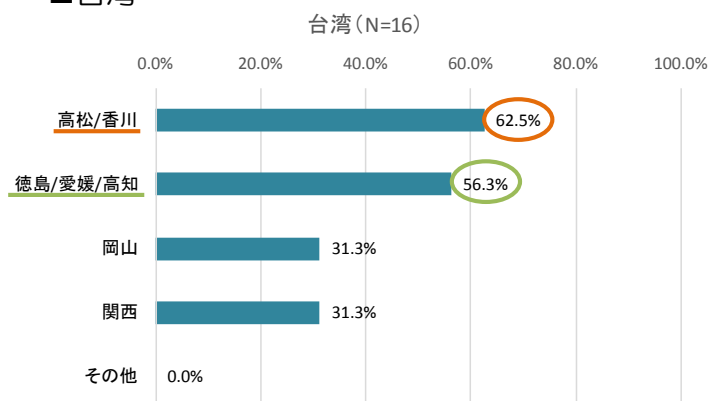
- ▶ 特に韓国の瀬戸内国際芸術祭往訪経験者は、「高松／香川」への宿泊を希望する割合が94.4%をしめた。

「徳島／愛媛／高知」への宿泊を希望する割合は、台湾では56.3%、中国（上海中心）では42.6%に及んだのに対し、香港では25.0%、韓国では5.6%にとどまった。

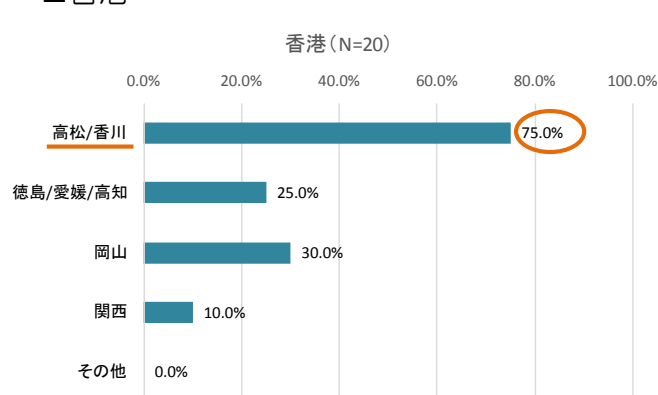
- ▶ 台湾からの瀬戸内国際芸術祭往訪経験者は、瀬戸内国際芸術祭を往訪する際に、香川以外の四国や大阪などの周遊を希望する傾向にある。
- ▶ 一方、韓国からの日本旅行者は、概して宿泊数が短く（平均泊数4.4泊）、あまり周遊しない傾向にある。そのことが本調査でも、韓国からの瀬戸芸往訪経験者の希望宿泊エリア（他2地域と比べ、高松／香川に希望が集中）に現れた結果となった。

Q. 瀬戸内国際芸術祭を訪れる日本旅行ではどのエリアに宿泊したいですか？（複数回答）

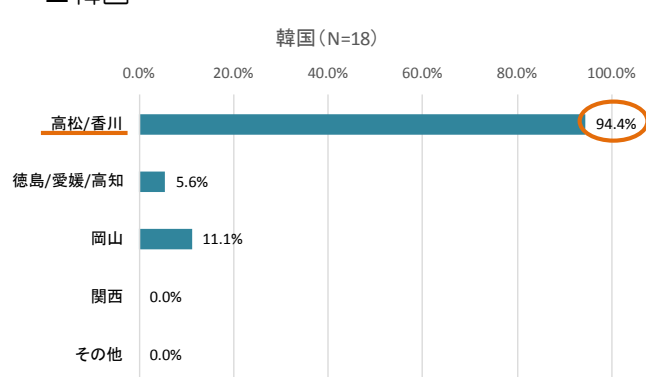
■台湾



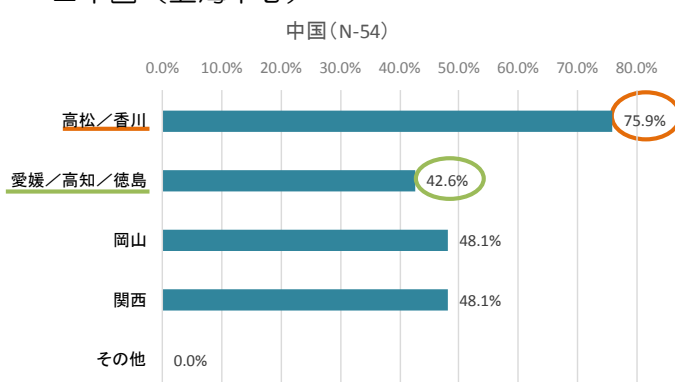
■香港



■韓国



■中国（上海中心）



(10) 瀬戸内国際芸術祭2019における宿泊希望泊数

瀬戸内国際芸術祭を訪れる日本旅行での宿泊希望泊数（平均）は、台湾：4.5泊、香港：5.2泊、韓国：4.2泊、中国（上海中心）：4.7泊となった。

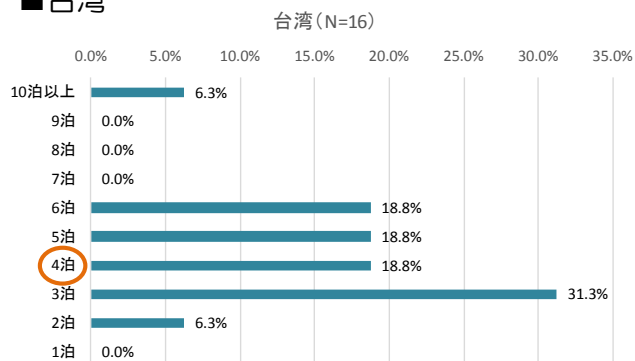
この結果は、瀬戸内国際芸術祭2019往訪希望者の平均宿泊希望泊数（台湾：4.4泊、香港：4.7泊、韓国：3.8泊、中国（上海中心）：3.6泊）と比べるとやや長いものの大きな違いは無い。4地域からの訪日旅行者の平均泊数（台湾：6.8泊、香港：6.3泊、韓国：4.4泊、中国（上海中心）：9.7日）を下回っている点も同様である。

➤ とりわけ、韓国は「3泊」と回答した人の割合が過半数を超える（55.6%）。

いずれの地域でもこれら実際の平均泊数を下回っていることから、瀬戸内国際芸術祭を訪れた日本旅行でも、より滞在時間を増やし、滞在日数（泊数）を長期化する余地があると言える。

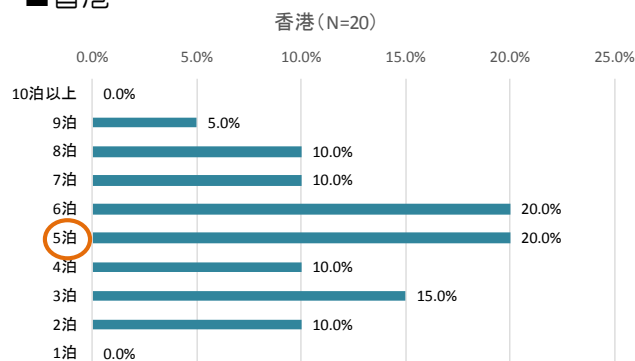
Q. 瀬戸内国際芸術祭を訪れる日本旅行では何日間日本に宿泊したいですか？

■台湾



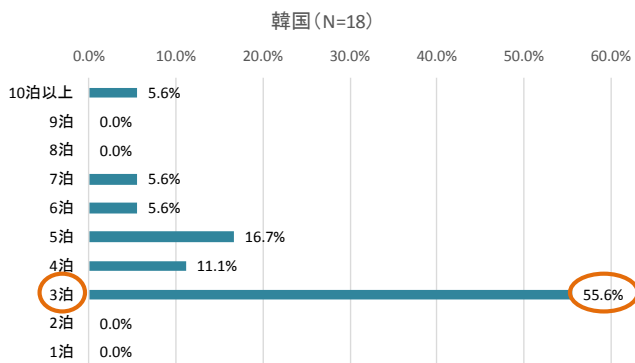
➡ 平均: 4.5泊 を希望

■香港



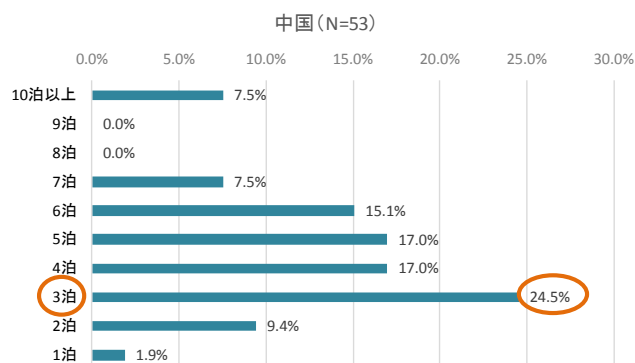
➡ 平均: 5.2泊 を希望

■韓国



➡ 平均: 4.2泊 を希望

■中国（上海中心）



➡ 平均: 4.7泊 を希望

第3章 結論（調査結果を踏まえて）

3. 結論 ～ 調査結果を踏まえて ～

日本政策投資銀行四国支店は、これまでの四国地域のインバウンド振興に関する調査を続けてきた（末尾参照）。これらのレポートの中では、「四国」への拡がりを意識した戦略的な広域エリアマーケティングの必要性について繰り返し提言してきた。昨今の状況の変化も踏まえつつ、当該提言を本調査結果に基づき改めて検証することとしたい。

1. 「四国」への拡がりを意識した広域エリアマーケティングの必要性

(1) 観光地としての知名度（データ編：2-2）

今回の調査結果においても、4地域いずれにおいても、個別の観光地名や個別の自治体の名称よりも、「四国」「瀬戸内」といったエリア名の方が、知名度が高い結果となった。インバウンド客を誘客するにあたっては、「四国」あるいは「瀬戸内」で連携して実施することが非常に効果的である。

（データ編：2-2）四国の観光の認知度

順位	台湾(N=1118)	香港(N=1080)	韓国(N=1182)	中国(上海中心)(N=748)
1	四国 91%	四国 87%	四国 77%	四国 61%
2	瀬戸内 70%	徳島 66%	高松／香川 64%	瀬戸内 48%
3	徳島 65%	高松／香川 66%	直島 62%	高松／香川 40%
4	小豆島 61%	瀬戸内 65%	道後 57%	直島 35%
5	松山／愛媛 58%	小豆島 57%	松山／愛媛 47%	しまなみ海道 33%
6	しまなみ海道 54%	しまなみ海道 53%	瀬戸内 32%	松山／愛媛 33%
7	高松／香川 54%	松山／愛媛 52%	徳島 30%	小豆島 32%
8	高知 53%	高知 50%	小豆島 27%	徳島 30%
9	道後 52%	道後 43%	高知 26%	高知 29%
10	直島 40%	直島 37%	しまなみ海道 24%	道後 26%
11	四万十 31%	祖谷／大歩危・小歩危 35%	琴平 20%	祖谷／大歩危・小歩危 23%
12	琴平 29%	琴平 27%	四万十 10%	四万十 23%
13	祖谷／大歩危・小歩危 26%	四万十 26%	祖谷／大歩危・小歩危 9%	琴平 23%

(2) インバウンド客は「四国」あるいは「瀬戸内」の複数県を周遊（データ編：4-3-2）

地域毎の入国空港別のインバウンド客の動態を分析した結果、一部の韓国からの観光客等を除き、概ね四国の複数県を広く周遊している実態が明らかになった。

例えば高松空港から入国する台湾からの観光客64人について見ると、1人当たり四国内で4.69日間をかけて平均2.28県に宿泊している。四国4県のうち、一度の旅行で平均2県以上において宿泊している計算となる。

■台湾

（データ編：4-3-2）入国空港別1人あたり宿泊地（都道府県ベース）【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
四国 1.55	四国 1.43	四国 2.28	四国 1.94	四国 —	四国 1.63	四国 2.00
四国以外 1.20	四国以外 1.39	四国以外 0.55	四国以外 1.12	四国以外 —	四国以外 1.43	四国以外 1.50
合計 2.75	合計 2.82	合計 2.83	合計 3.06	合計 —	合計 3.05	合計 3.50

（データ編：4-3-2）入国空港別四国の平均宿泊日数【前回】

合計	関西国際空港	高松空港	松山空港	徳島空港	岡山空港	広島空港
回答者数 321	回答者数 110	回答者数 64	回答者数 17	回答者数 0	回答者数 40	回答者数 10
1泊 51	1泊 21	1泊 1	1泊 1	1泊 0	1泊 6	1泊 1
2泊 51	2泊 24	2泊 5	2泊 0	2泊 0	2泊 4	2泊 4
3泊 52	3泊 15	3泊 13	3泊 3	3泊 0	3泊 5	3泊 0
4泊 81	4泊 22	4泊 19	4泊 10	4泊 0	4泊 12	4泊 2
5泊 29	5泊 10	5泊 9	5泊 1	5泊 0	5泊 2	5泊 2
6泊 14	6泊 4	6泊 4	6泊 1	6泊 0	6泊 2	6泊 0
7泊 13	7泊 2	7泊 6	7泊 1	7泊 0	7泊 3	7泊 0
8泊以上 30	8泊以上 12	8泊以上 7	8泊以上 0	8泊以上 0	8泊以上 6	8泊以上 1
平均泊数 3.81	平均泊数 3.62	平均泊数 4.69	平均泊数 4.00	平均泊数 —	平均泊数 4.35	平均泊数 3.60

以上より、改めて「四国」への拡がりを意識して、「四国」「瀬戸内」といった広域でエリアマーケティングを実施することの必要性を認識する結果となった。

3. 結論 ～ 調査結果を踏まえて ～

2. 戦略的なエリアマーケティングの必要性

(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する（データ編：5-1他）

本レポートは、実際に四国を訪れたことのあるインバウンド客に、四国旅行の動態や四国旅行に関する意向等について尋ねている。そのため、地域別に取り纏めた第2章や設問毎に4地域の回答結果について横並びで比較した別冊「データ編」は、過去の四国を訪れたインバウンド客の国・地域毎の特性や四国旅行における行動等を理解・把握する参考になるものとする。

(2) 旅行者の期待値を上回るコンテンツを磨き上げる

本調査結果から、とりわけ台湾、香港、韓国から四国を訪れるインバウンド客は、何度も日本に来たことのある旅行者が多く、日本の各地をよく見聞きしており、目の肥えた旅行者が多い実態が改めて浮き彫りとなった。

四国への周遊可能性の高いインバウンド客の行動パターンや特性の分析、把握に基づき、彼／彼女らの期待値を上回るコンテンツをしっかりと磨き上げていくことが重要である。

(3) 効果的なプロモーション媒体を選択する（データ編：第6章）

本調査では、4地域からのインバウンド客の情報収集・発信の媒体について、1)四国旅行のきっかけとなった媒体、2)旅前の情報収集、3)旅中の情報収集、4)旅中の情報発信、5)旅行後の情報発信について詳細なアンケートを実施した。

その結果、旅前の情報収集に関しては、概ね台湾、香港では旅行ガイドブックや日本政府観光局のホームページなど出所のはっきりした媒体を活用する傾向があるのに対し、韓国はインターネットのポータルサイトや個人ブログなど個人の発信するインターネット情報を活用する傾向がある、といった地域毎の特性が明らかとなった。

加えて、いずれの地域から四国を訪れる旅行者についても、リアル、紙媒体、ネットを問わず、旅行前に様々な媒体を通して熱心に情報収集を行う実態が浮き彫りとなった。

また、旅中、旅行後の情報発信に関しては、いずれも8割を超える旅行者が実施しており、その多くがSNSやグループアドレスなどインターネット（スマホ）を通して発信している。

以上を踏まえると、インフルエンサーの活用も含め、SNS等を活用した誘客は一定の効果を有しているものと評価できる一方で、四国を訪れるインバウンド客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ことが分かる。

3. 四国への訪問者が新たな四国訪問者を生む好循環の形成（データ編：2-2他）

以上より、四国を訪れる旅行者は、何度も日本を訪れており、目の肥えた旅行者が多く、旅中、旅行後の情報発信についても熱心である旅行者が多いことが明らかになった。

彼／彼女らに四国旅行を心から楽しんでもらい、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ためには、四国に関して良い情報を発信してもらう前提として、彼／彼女らの期待値を上回る旅行コンテンツをしっかりと磨き上げることが重要である。

そのためには、四国を周遊するインバウンド客の特性や四国旅行における行動パターンをしっかりと理解・把握することが必要不可欠である。

3. 結論 ～ 調査結果を踏まえて ～

4ヶ国・地域から四国を訪れるインバウンド客について、四国へのリピート往訪率は高い水準にあるとはい切れず、まだしっかりとリピーターを確保しているとは言えない状況である。一方で、4ヶ国・地域ともまだ四国を訪れたことのない旅行者（訪四回数0回）が大半を占めるのが実態である。

現在、インバウンド客は日本の地方旅行への高い関心を持っている。そのため、これからしばらくの間は、まだ四国を訪れたことのないインバウンド客の新たな来四は続くものと思われる。その間に彼／彼女らがリピートして四国を訪れてくれるような旅行コンテンツをしっかりと磨き上げることに成功すれば、四国への訪問者が、新たな四国訪問者を生む好循環が確実に形成されるものと考ええる。

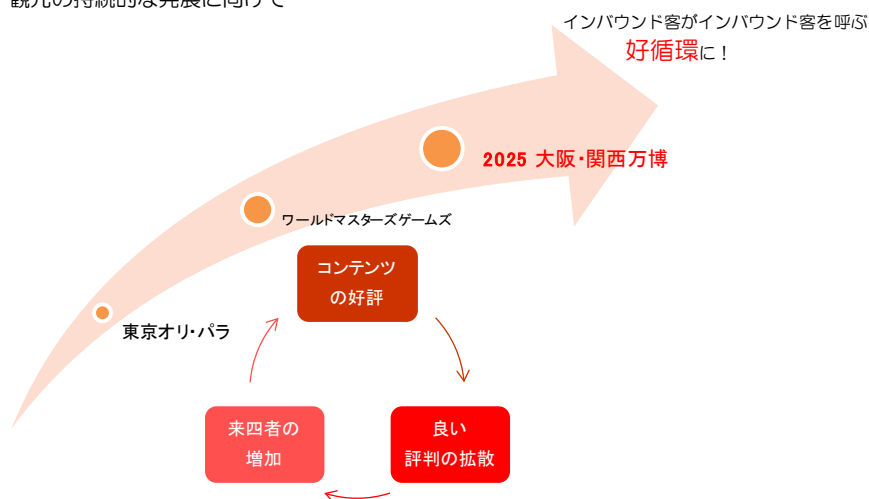
4. 大阪・関西万博が開催される2025年はチャンス

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は、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できる絶好の機会である。

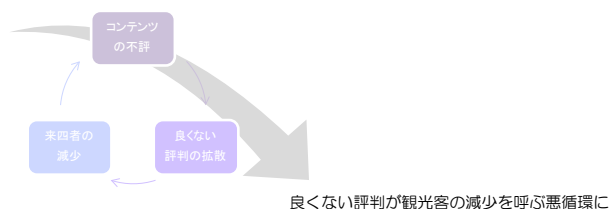
とりわけ大阪・関西万博2025は、四国に近い関西で開催されること、開催期間（2025年4月13日～10月13日）も長く、瀬戸内国際芸術祭がこれまで通り3年おきの開催となれば、次々回の瀬戸内国際芸術祭の開催期間と大幅に重なることが予想されることから、大阪・関西万博を目当てに訪日する外国人旅行者に四国を周遊してもらう大きなチャンスであると考ええる。

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。

■四国のインバウンド観光の持続的な発展に向けて



■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・・・



3. 結論 ～ 調査結果を踏まえて ～

5. 多様な来訪者に四国に来てもらう

四国を訪れる外国人観光客のうち8割近くを今回のアンケート調査の対象となった東アジア4ヶ国・地域（台湾、香港、韓国、中国）からの旅行者が占める。

今回の新型コロナウイルスは日本にも感染が拡大したため、軒並みインバウンド客の訪日、訪四がほぼストップした形となったが、インバウンド客の訪日・訪四に重要なインパクトをもたらす国際関係の悪化や地震や台風といった天災、疫病の流行は特定の国や地域に偏ることが多い。

その点、訪れてくれる旅行者が国・地域をはじめ、特定のカテゴリーに偏る場合、国際関係の悪化や天災の発生、疫病の流行といったアクシデントが生じた場合、急速に観光客が減少するリスクを抱えることになる。

四国においても、新型コロナウイルスの感染が沈静化した暁には、まずは既存の4地域（台湾、香港、韓国、中国）が四国を訪れてくれることになると考える。四国のインバウンド関連産業が持続的に発展するためには、彼／彼女らを大切に「おもてなし」とするとともに、東アジア4地域以外からの旅行者についても、四国にもっと来てもらえるよう、「四国」への拡がりを意識した広域的な戦略的エリアマーケティングに基づき、戦略的にプロモーションやコンテンツの磨き上げを一つ一つ積み重ねていくことが重要であると考えます。

以 上

参考. インバウンド関連レポート

【参考】最近の^(株)日本政策投資銀行四国支店のインバウンド関連レポート

- 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～」
- 2019年8月「東アジア3地域の瀬戸内国際芸術祭に関する意向調査
～来訪者の関心を「瀬戸芸」から「四国」へ広げ、地域経済効果を高める～」
- 2019年2月「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査(2018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～」
- 2018年6月「インバウンド客が香川県にもたらす地域経済効果の最大化に向けて
～他県の事例分析を基に考える～」
- 2018年3月「訪日外国人旅行者の四国に関する意向調査(2017年調査)」

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

