

# 第3章 訪県外国人調査 調査結果

## 1.回答者属性

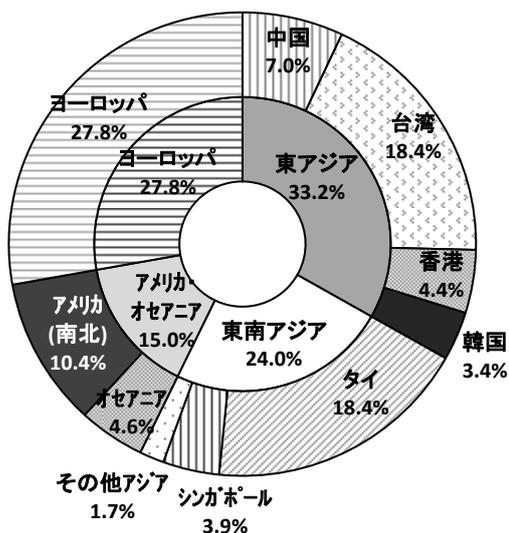
回答者の国籍は地域別では東アジア 33.2%、東南アジア 24.0%とアジアで6割近くを占める。アメリカ・オセアニアで 15.0%、ヨーロッパで 27.8%となっている。

国(地域)別にみると、台湾、タイが共に 18.4%と最も多く、中国が 7.0%で続く。アジア圏では以下、香港(4.4%)、シンガポール(3.9%)、韓国(3.4%)と続く。

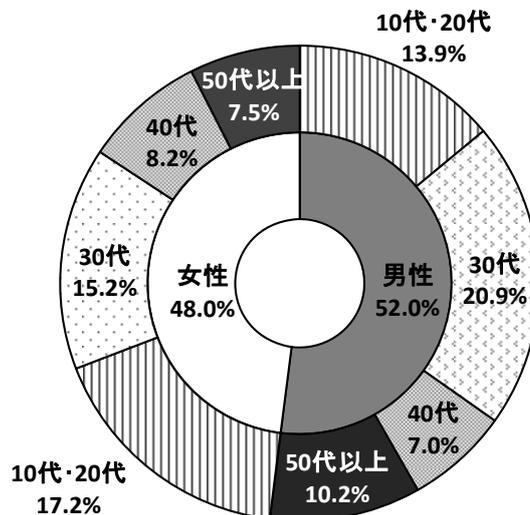
欧米で最も多いのはフランスの 6.8%で、以下、アメリカ(6.1%)、ドイツ(5.1%)、イギリス(4.6%)、オーストラリア(4.1%)と続く。

回答者の性別は男女ほぼ半数である。性・年代別では、男性 30代が 20.9%と最も多く、次いで女性 10代・20代が 17.2%である。男女の 10代~30代の割合が 67.2%と全体の3分の2を占めている。

国籍(n=413)



性別・年代(n=402)



※性別、年齢無回答を除く

### 欧米内訳

(単位:人、%)

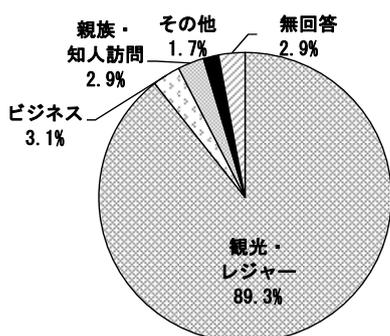
	フランス	アメリカ	ドイツ	イギリス	オーストラリア	イタリア	スペイン	スイス	アイルランド	ポーランド	ロシア	ブルガリア	スウェーデン	ベルギー	デンマーク	オーストリア	ハンガリー	チェコ	モロッコ
全体(413人) 欧米計(157人)																			
(人)	28	25	21	19	17	9	9	8	4	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1
(%)	6.8	6.1	5.1	4.6	4.1	2.2	2.2	1.9	1.0	0.7	0.7	0.7	0.5	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

## 2. 旅行者の流動実態

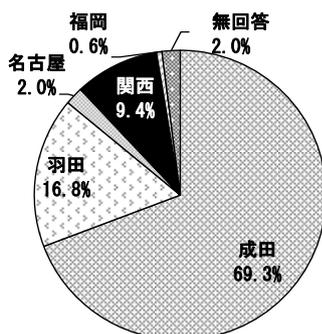
訪日目的は9割が観光・レジャーで、ビジネスや親族・知人訪問などは少数にとどまっている。

入出空港別で見ると成田空港が全体の7割を占め最も多く、羽田を含めると8割以上が首都圏の利用となる。日光を訪問する観光客で首都圏以外の空港を利用している方の割合は1割程度となっている。

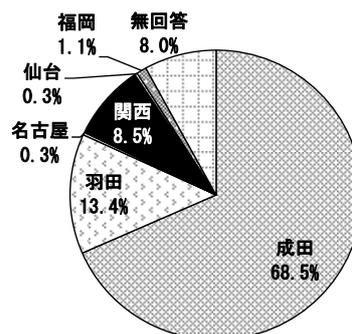
訪日目的(n=413)



入国空港(n=352)



出国空港(n=352)



入出国空港の状況 (n=315)

出国空港

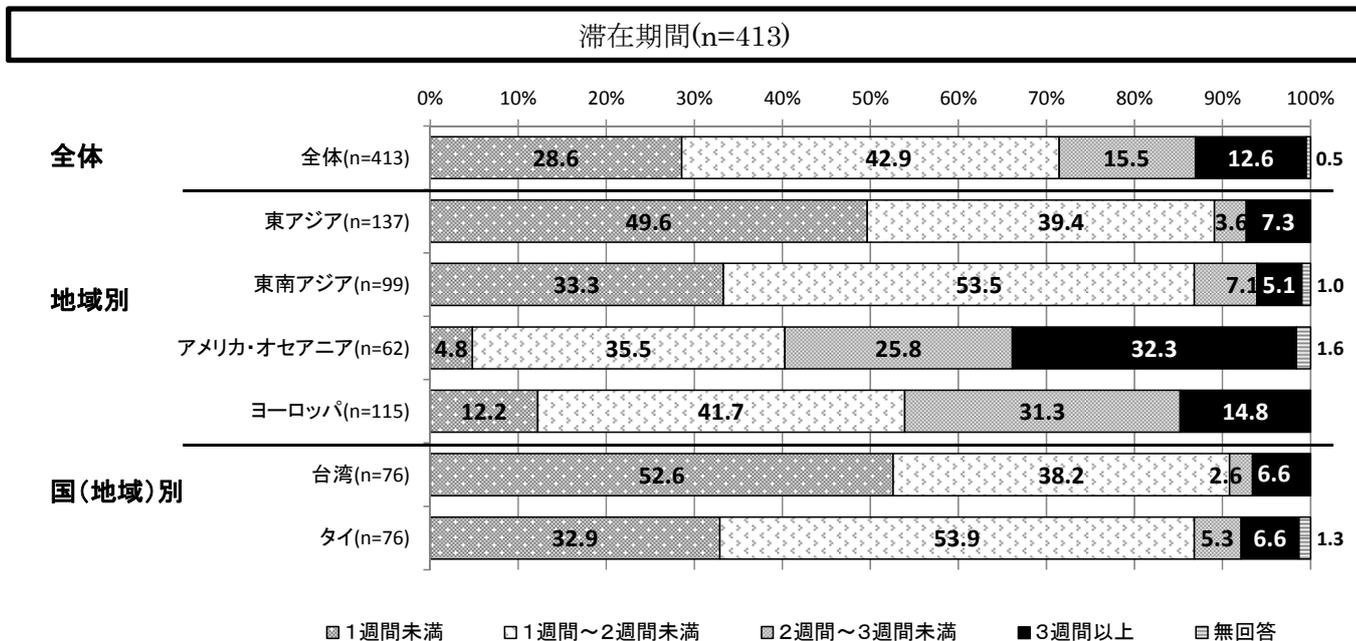
		成田	羽田	関西	福岡
入国空港	成田 (n=229)	207 (65.7%)	4 (1.3%)	15 (4.8%)	3 (1.0%)
	羽田 (n=55)	10 (3.2%)	38 (12.1%)	6 (1.9%)	1 (0.3%)
	関西 (n=31)	21 (6.7%)	3 (1.0%)	7 (2.2%)	-

※入国空港として、成田空港、羽田空港、関西空港を利用したもののみ集計

日本での滞在期間は全体では1週間～2週間未満が42.9%と最も多い。

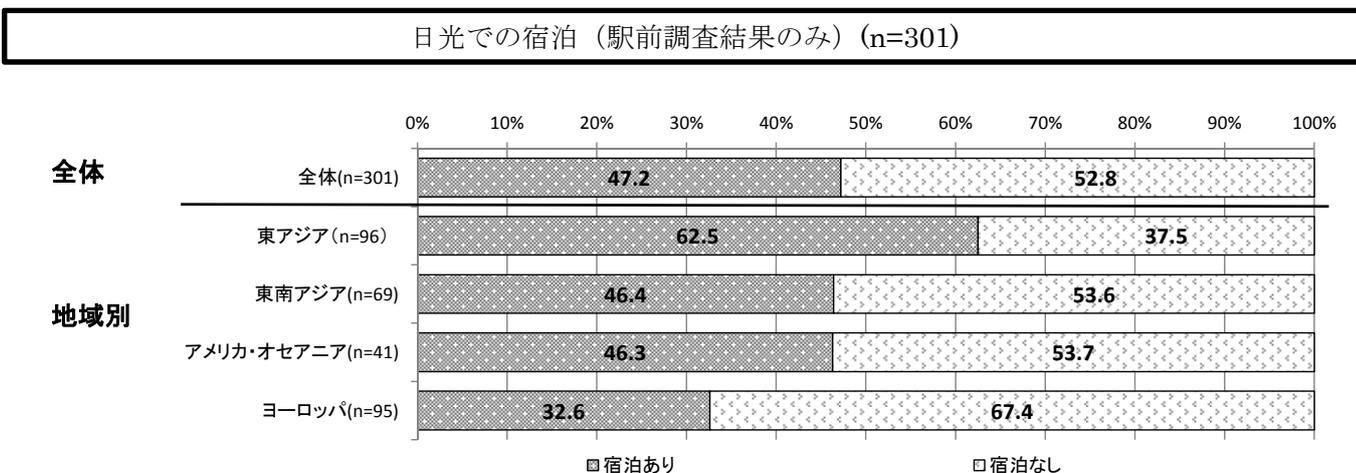
地域別にみると特徴が異なり、東アジアでは1週間未満が49.6%と最も多く、東南アジアは1週間～2週間未満が53.5%と最も多くなっている。

また、アメリカ・オセアニアは1週間～2週間未満(35.5%)が最も多く、3週間以上(32.3%)と続くのに対し、ヨーロッパは1週間～2週間未満が41.7%と最も多く、2週間～3週間未満が31.3%と続く。



回答者のうち日光で宿泊する客の割合(47.2%)と日帰りの割合(52.8%)はほぼ同数となった。宿泊客・日帰り客の割合を地域別にみると、東アジアでは宿泊客が62.5%と日帰り客の割合を上回ったが、東南アジア、アメリカ・オセアニアでは、宿泊客・日帰り客の割合はほぼ同数、一方、ヨーロッパでは日帰り客が67.4%と宿泊客の割合を上回った。

※JR 日光駅・東武日光駅前での調査を集計

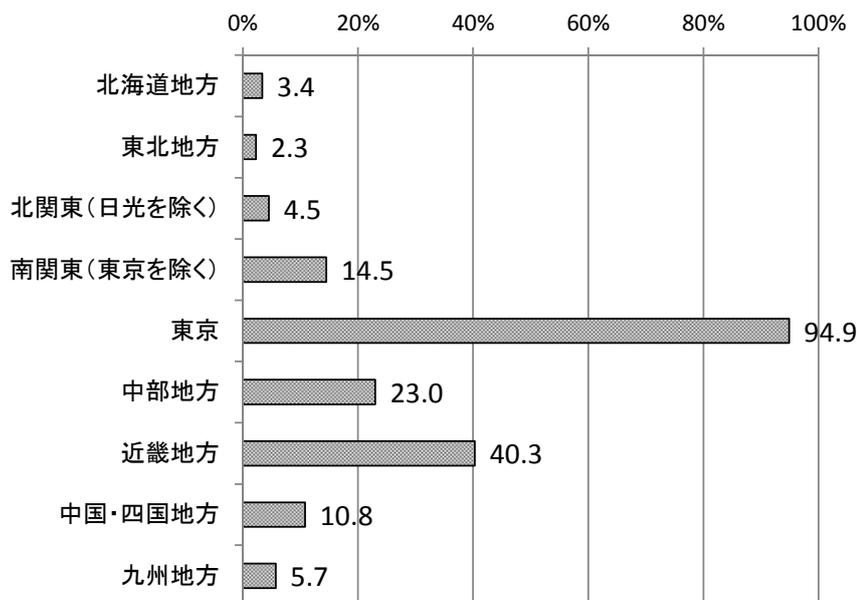


回答者の日本での宿泊地域をみると、東京が94.9%とほぼすべての方が東京に宿泊している。そのほかの宿泊先としては、近畿地方が40.3%、中部地方が23.0%、南関東(東京を除く)が14.5%、中国・四国地方が10.8%となっている。

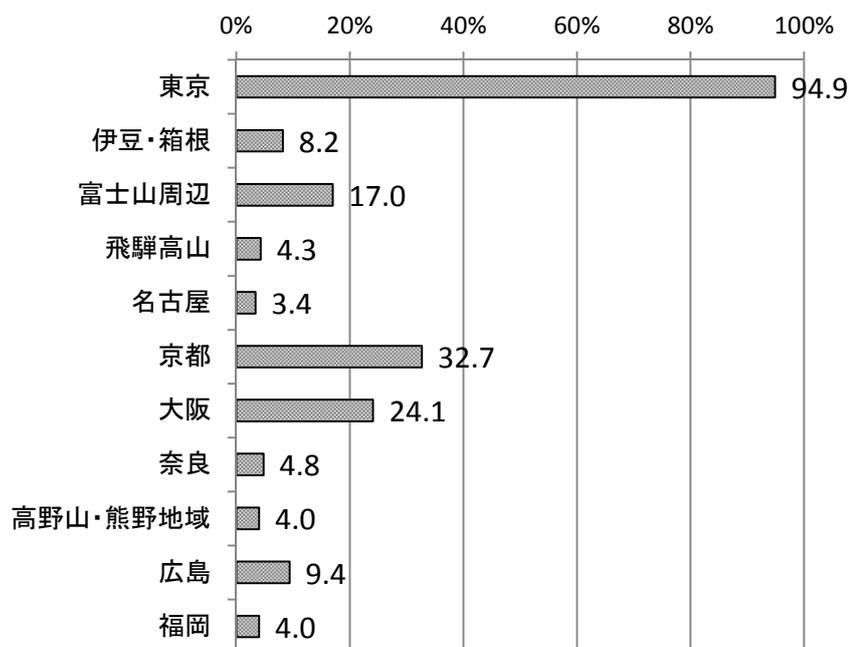
宿泊地別では、東京を除くと京都(32.7%)、大阪(24.1%)、富士山周辺(17.0%)での宿泊が多くなっている。

回答者の日本での宿泊先を秋期と冬期別でみると、秋期は中部地方、北関東の宿泊が冬期より4ポイント以上多く、冬期は近畿地方が秋期より10.5ポイント多い。

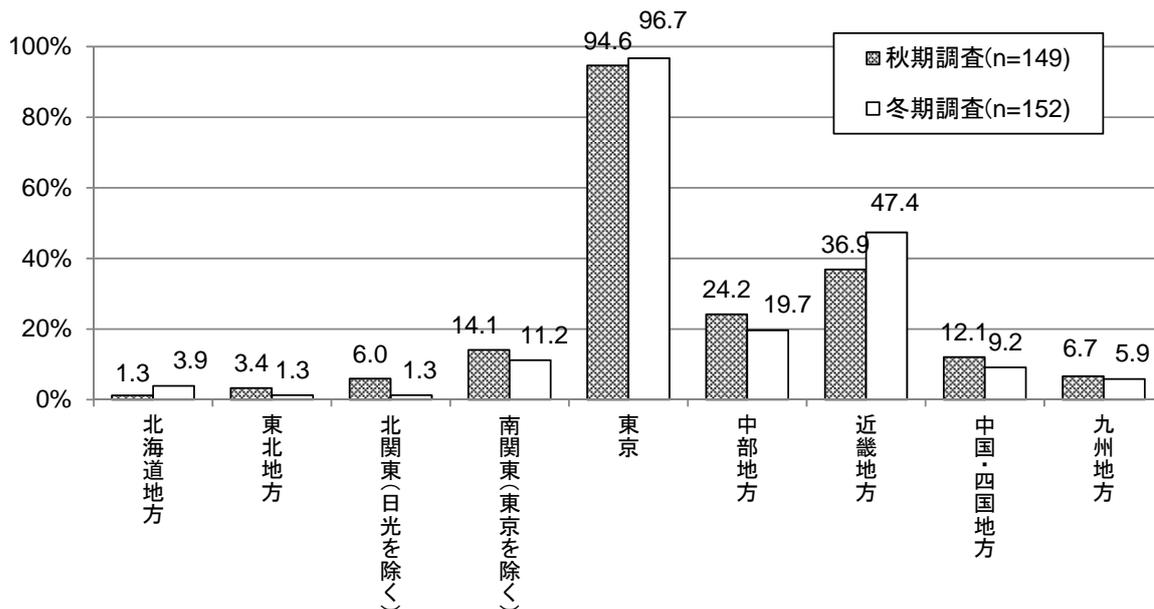
日本での宿泊地域別(n=352) ※複数回答



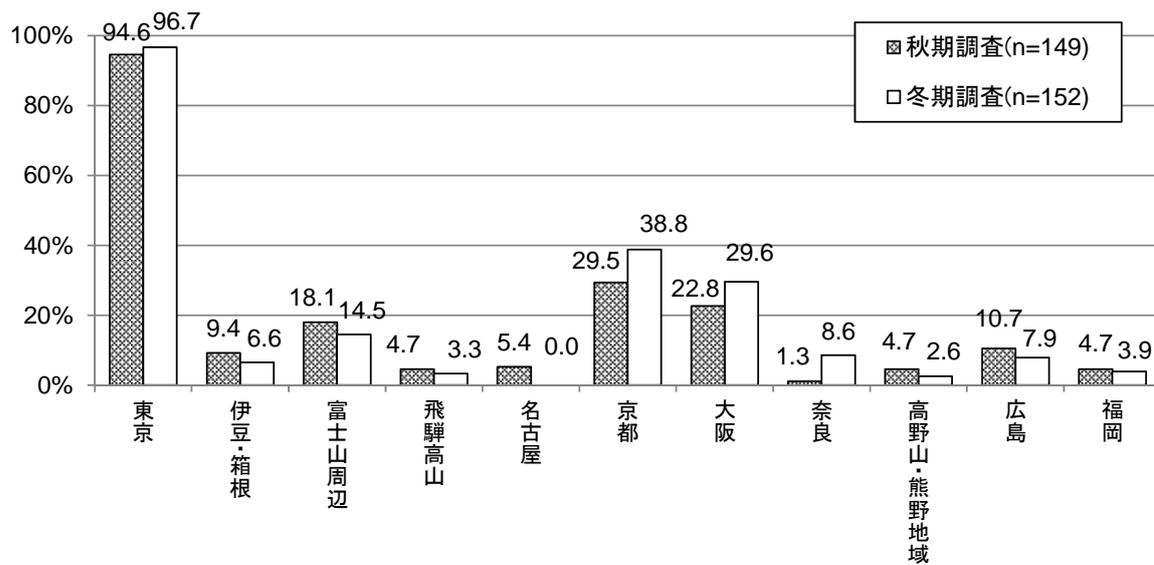
日本での宿泊地別(n=352) ※複数回答



日本での宿泊地域別・調査時期別（駅前調査結果のみ）（n=301） ※複数回答

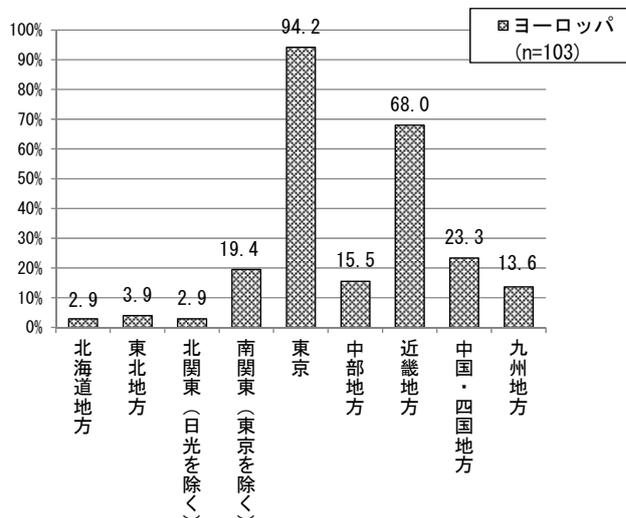
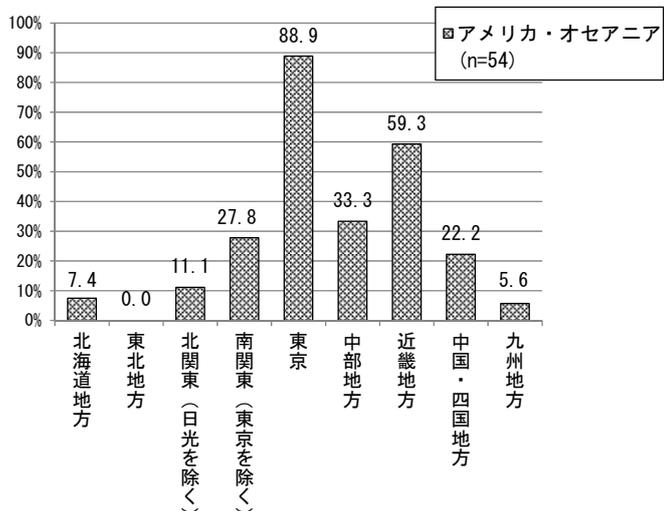
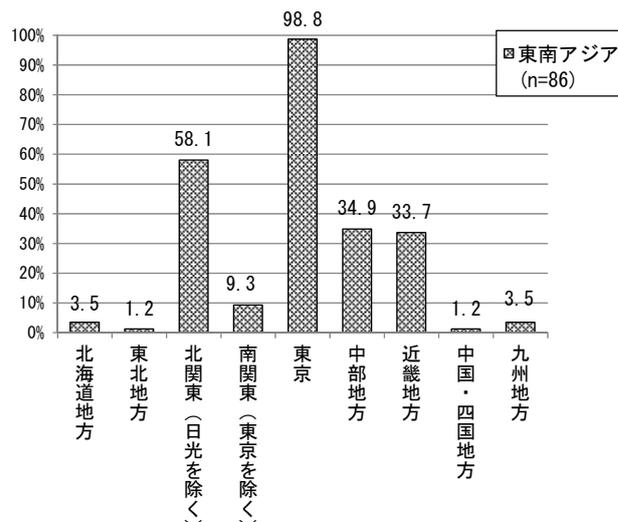
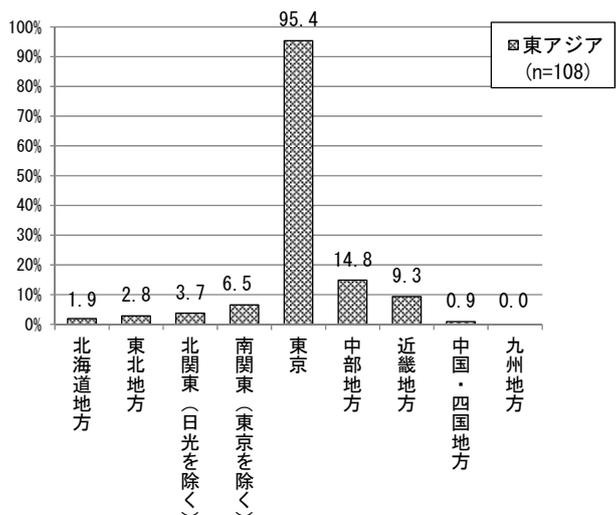


日本での宿泊地別・調査時期別（駅前調査結果のみ）（n=301） ※複数回答



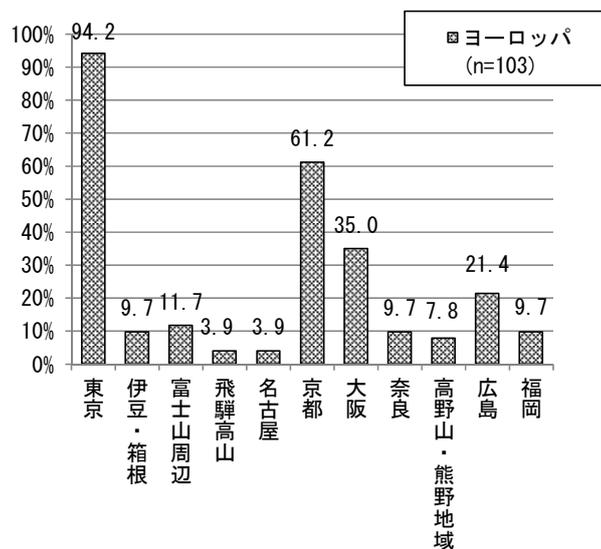
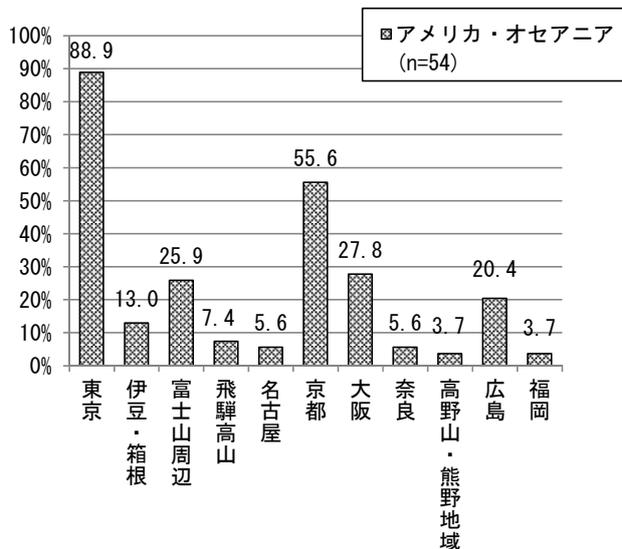
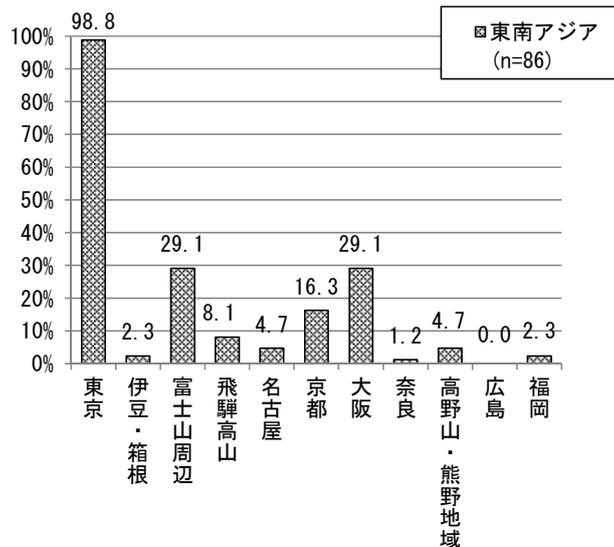
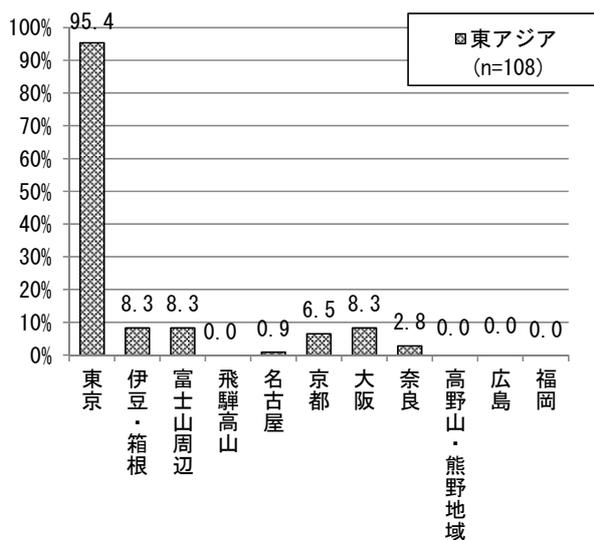
日光を訪問する観光客のその他の宿泊先を地域別にみると、東アジアは、日光+東京(95.4%)が主な宿泊先であり、次いで中部地方が14.8%、近畿地方には1割程度しか宿泊していない。東南アジアは、日光+東京(98.8%)が中心で、中部地方に34.9%、近畿地方に33.7%が宿泊している。アメリカ・オセアニアは、東京(88.9%)が主な宿泊地であり、近畿地方は59.3%、中部地方(33.3%)、中国・四国地方(22.2%)にも宿泊しており全国周遊の傾向がある。ヨーロッパは、東京が94.2%、近畿地方が68.0%と東西2大都市を中心とした全国周遊の宿泊傾向がある。

日本での宿泊地域別・地域別 (n=352) ※複数回答



日光を訪問する観光客のその他の宿泊先を地域別にみると、東アジアは、日光+東京(95.4%)が主な宿泊先であり、次いで中部地方が 14.8%、近畿地方には 1 割程度しか宿泊していない。東南アジアは、日光+東京(98.8%)が中心で、中部地方に 34.9%、近畿地方に 33.7%が宿泊している。アメリカ・オセアニアは、東京(88.9%)が主な宿泊地であり、近畿地方は 59.3%、中部地方(33.3%)、中国・四国地方(22.2%)にも宿泊しており全国周遊の傾向がある。ヨーロッパは、東京が 94.2%、近畿地方が 68.0%と東西 2 大都市を中心とした全国周遊の宿泊傾向がある。

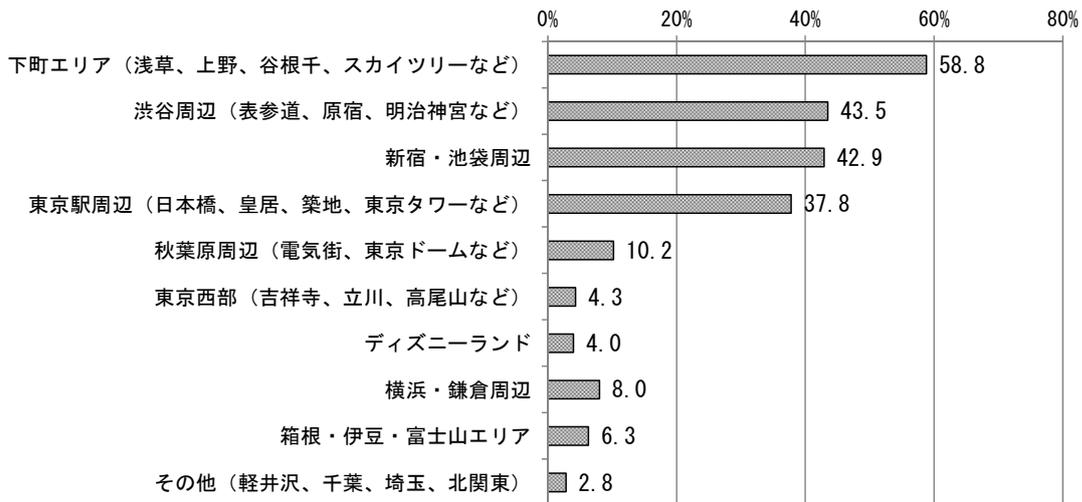
日本での宿泊地域別・地域別 (n=352) ※複数回答



東京を基点とした日帰り観光先は、浅草などの下町エリア、渋谷周辺、新宿・池袋周辺、東京駅周辺など都心部に集中している。日光エリアと同様な東京から移動距離1～2時間程度の観光地では、横浜・鎌倉周辺、箱根・伊豆・富士山エリアの人気が高いが、どちらも10%未満と訪問率は高くない。

東京を基点とした日帰り観光先を秋期と冬期別で見ると、都心部での回遊率は秋期に比べ冬期の方が全体的に高くなっているが、反対に横浜・鎌倉周辺、箱根・伊豆・富士山エリアなど都心周辺エリアへの訪問は秋期に比べ、冬期は低くなっている。

東京基点の日帰り観光先(n=352) ※複数回答



東京基点の日帰り観光先・地域別・年代別(n=352) ※複数回答

地域別

東アジア

新宿・池袋	55.6%
下町エリア	53.7%
東京駅周辺	33.3%
渋谷周辺	30.6%

東南アジア

下町エリア	62.1%
渋谷周辺	46.0%
東京駅周辺	37.9%
新宿・池袋	37.9%

アメリカ・オセアニア

下町エリア	53.7%
渋谷周辺	51.9%
新宿・池袋	37.0%
東京駅周辺	33.3%

ヨーロッパ

下町エリア	64.1%
渋谷周辺	50.5%
東京駅周辺	44.7%
新宿・池袋	36.9%

年代別

20代

下町エリア	62.6%
新宿・池袋	54.2%
渋谷周辺	53.3%
東京駅周辺	38.3%

30代

下町エリア	59.8%
渋谷周辺	43.2%
新宿・池袋	43.2%
東京駅周辺	40.2%

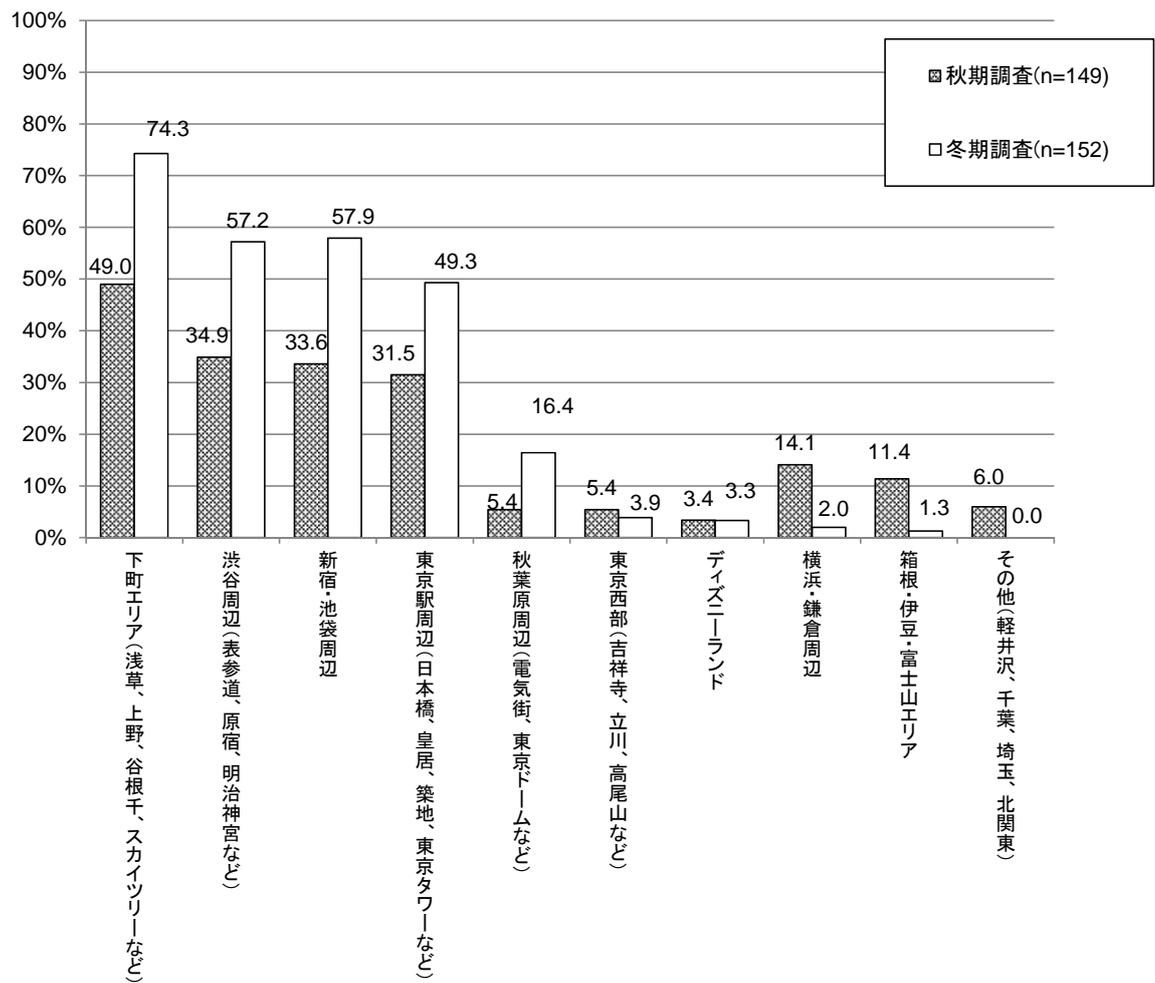
40代

下町エリア	61.2%
東京駅周辺	34.7%
渋谷周辺	32.7%
新宿・池袋	30.6%

50代以上

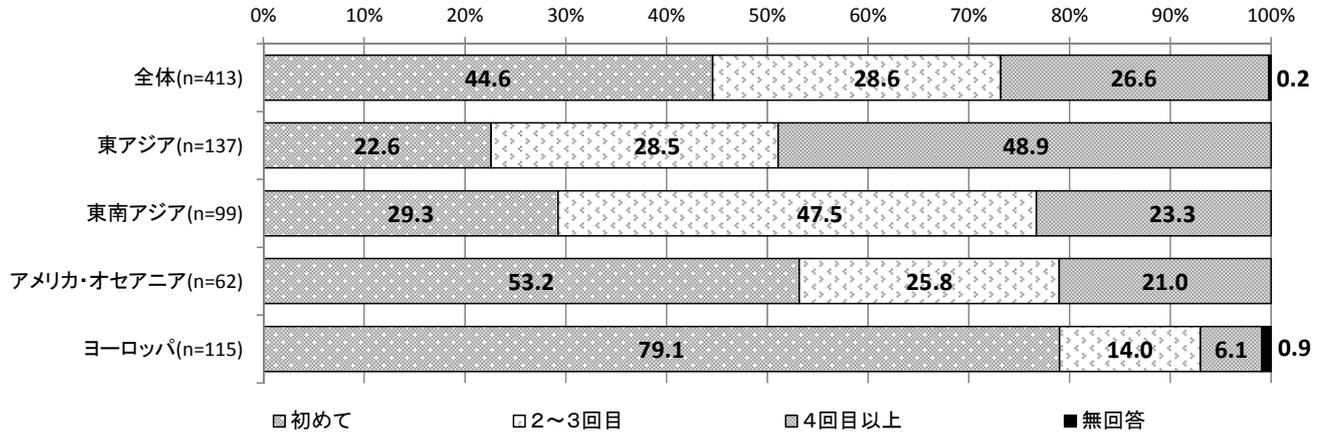
下町エリア	45.0%
渋谷周辺	35.0%
東京駅周辺	33.3%
新宿・池袋	31.7%

東京基点の日帰り観光先・調査時期別 (駅前調査結果のみ) ※複数回答

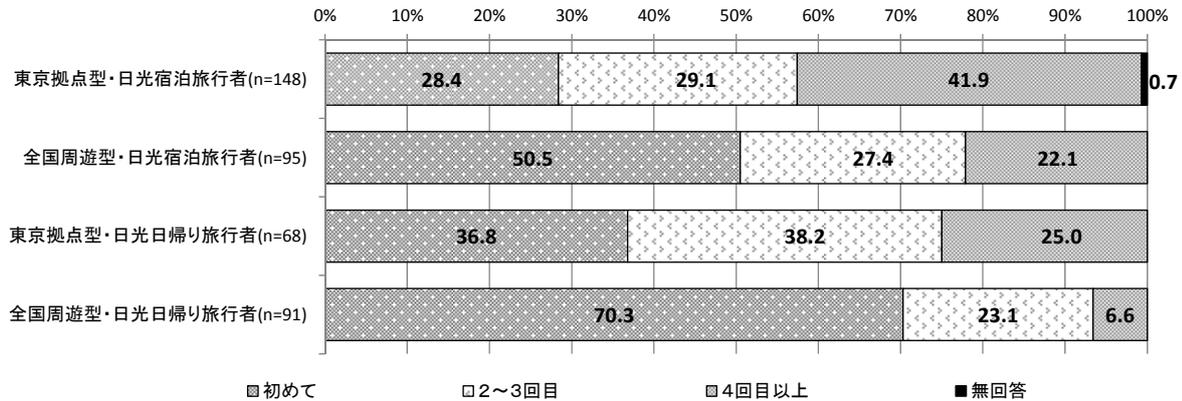


訪日回数は全体では44.6%が初めての来日。2～3回目の訪問は28.6%。4回目以上は26.6%を占める。地域別にみると、初来日の比率は東アジア(22.6%)、東南アジア(29.3%)、アメリカ・オセアニア(53.2%)、ヨーロッパ(79.1%)と地域によって異なる。次ページの日光エリアへの初訪問比率がいずれの地域も80～90%という結果を合わせて考察すると、アジア圏からの旅行者は2回目以降の訪日で日光エリアを訪れることが多いのに対し、欧米、特にヨーロッパでは初めての訪日で日光を訪れていることが多いと推測される。

訪日回数・地域別(n=413)



訪日回数・旅行タイプ別(n=413)



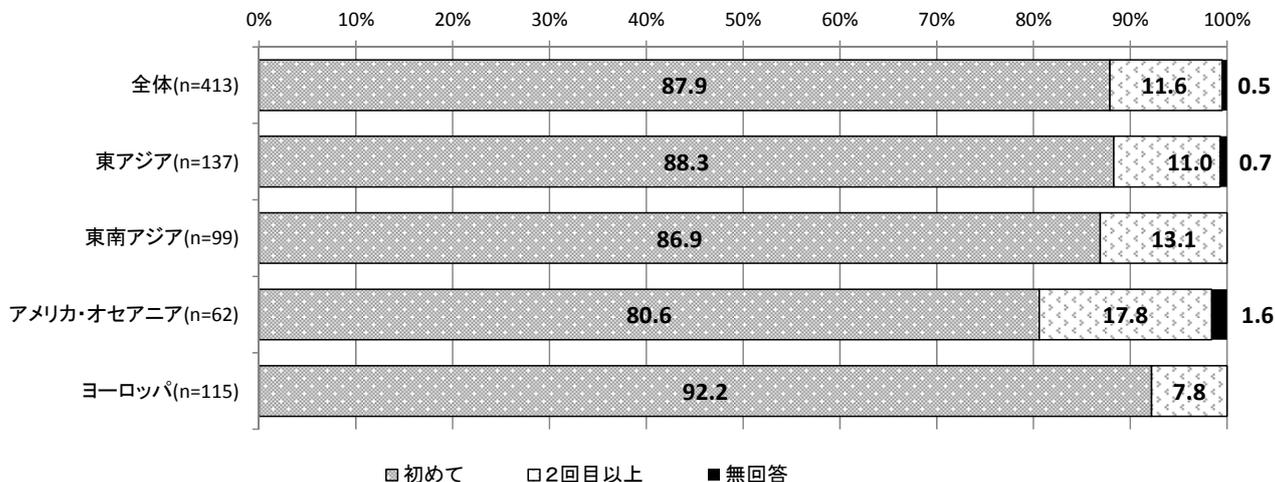
※東京拠点型: 日本での宿泊日数の半数以上を東京(首都圏)で宿泊し、かつ西日本や北日本への来訪が無い旅行者

※全国周遊型: 日本での宿泊日数の半数以上を東京(首都圏)以外で宿泊した旅行者、

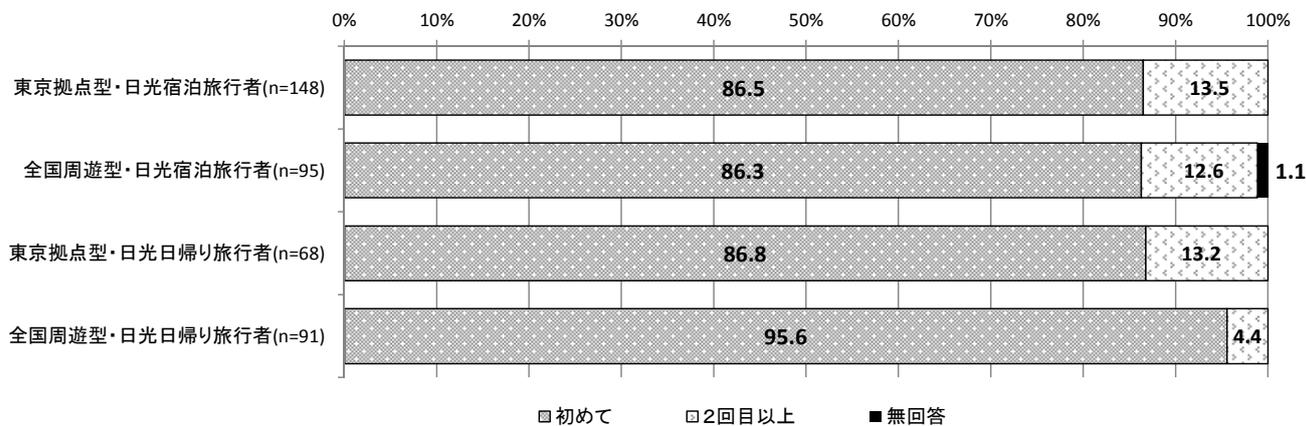
及び、宿泊日数の半数以上を東京(首都圏)で宿泊しているが、西日本や北日本への来訪がある旅行者

日光エリアへの訪問回数は全体では 87.9%が初めての訪問であった。地域別で見ると、アメリカ・オセアニアのリピート率(2回目以上の訪問率)が 17.8%と高い。

日光エリアへの訪問回数・地域別(n=413)



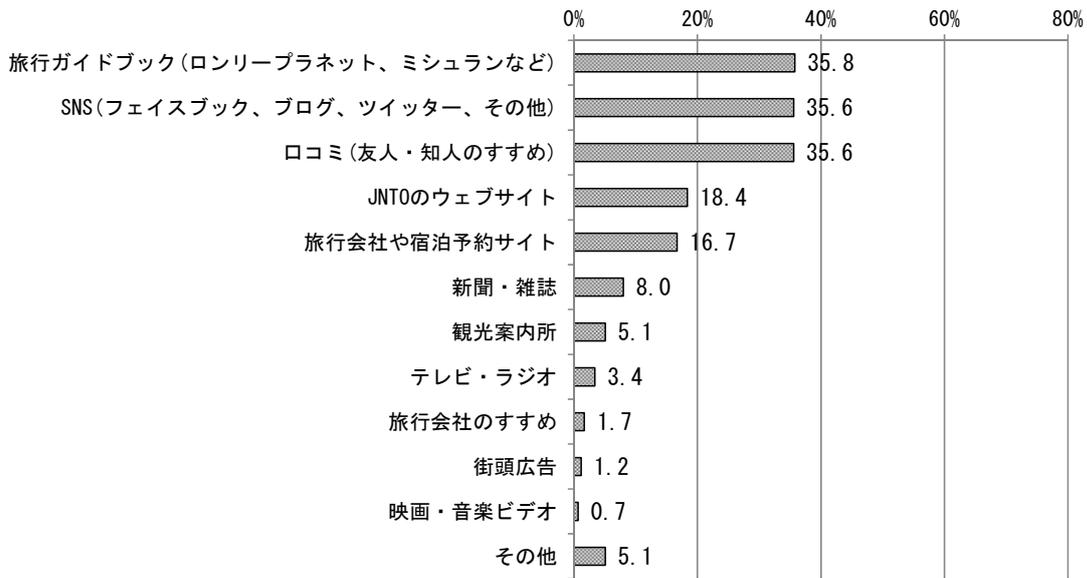
日光エリアへの訪問回数・旅行タイプ別(n=413)



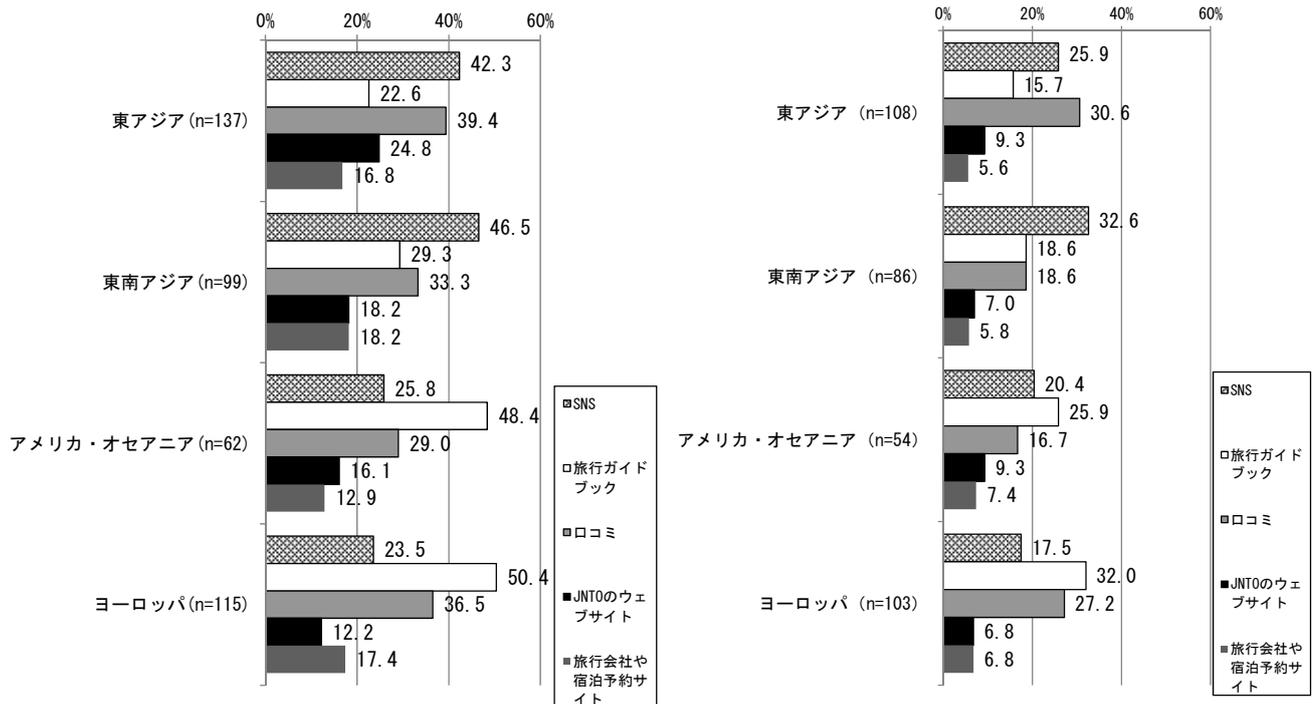
日光エリア訪問時の情報源(複数回答)としては、旅行ガイドブック、SNS、口コミ(友人・知人のすすめ)がいずれも 35%台と拮抗している。次いでJNTOのウェブサイト(18.4%)、旅行会社のウェブサイトや宿泊予約サイト(16.7%)が多い。

地域別に最も多い情報源をみると、東アジアでは、SNS(42.3%)+口コミ(39.4%)で情報収集し口コミ(30.6%)が決め手、東南アジアでは、SNS(46.5%)+口コミ(33.3%)+旅行ガイドブック(29.3%)で情報収集しSNS(32.6%)が決め手、アメリカ・オセアニアでは、旅行ガイドブック(48.4%)+口コミ(29.0%)+SNS(25.8%)、ヨーロッパでは、旅行ガイドブック(50.4%)+口コミ(36.5%)+SNS(23.5%)で情報収集しており、旅行ガイドブックが決め手という傾向がみられる。

日光エリア訪問時の情報源(n=413) ※複数回答



日光エリア訪問時の情報源・地域別



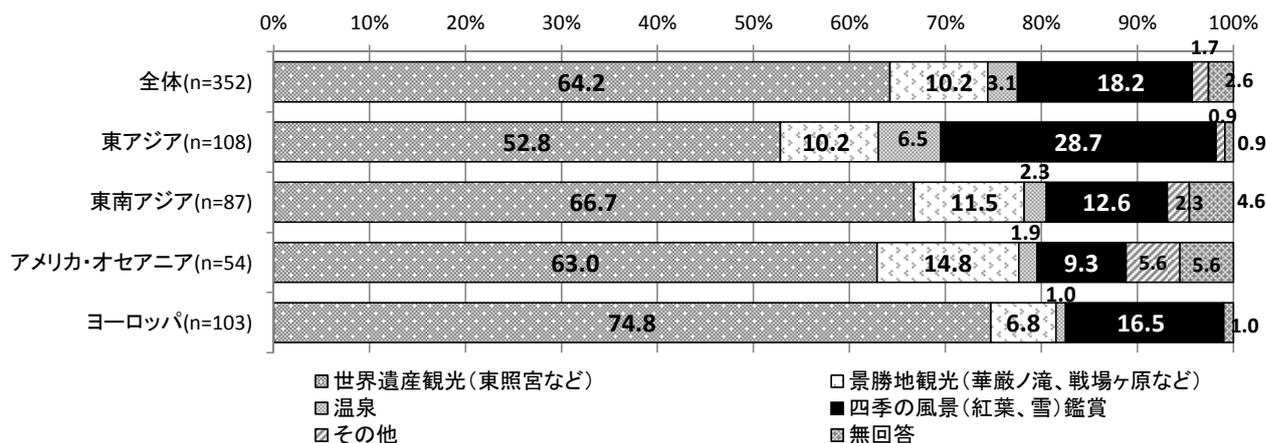
参考とした情報源  
※複数回答 (n=413)

決め手となった情報源  
※単一回答 (n=352)

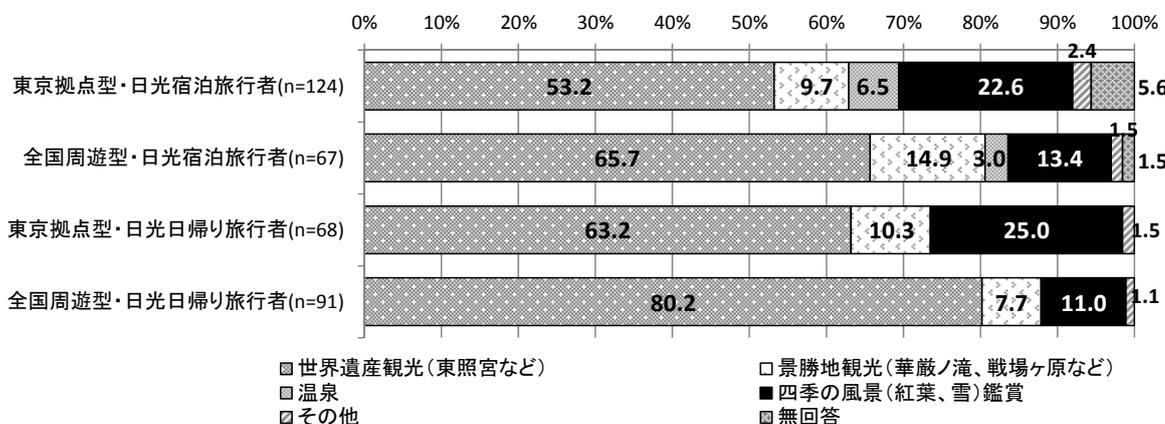
日光エリアへの訪問を決めた一番の目的は、全体として世界遺産観光が64.2%と最も多い。地域別ではヨーロッパの74.8%、旅行タイプ別では全国周遊型・日光日帰り旅行者の80.2%が世界遺産観光を一番の目的としている。

一番の目的で次に多いのは四季の風景鑑賞(18.2%)で、地域別では東アジアの28.7%、旅行タイプ別では東京拠点型・日光日帰り旅行者の25.0%、東京拠点型・日光宿泊旅行者の22.6%が四季の風景鑑賞を一番の目的としている。また調査時期別では四季の風景鑑賞を一番の目的とする回答者が秋期は33.6%に対し、冬期は3.3%と少なく、世界遺産観光を一番の目的とする回答者が秋期は53.0%に対し、冬期は80.3%と比率が高くなっ

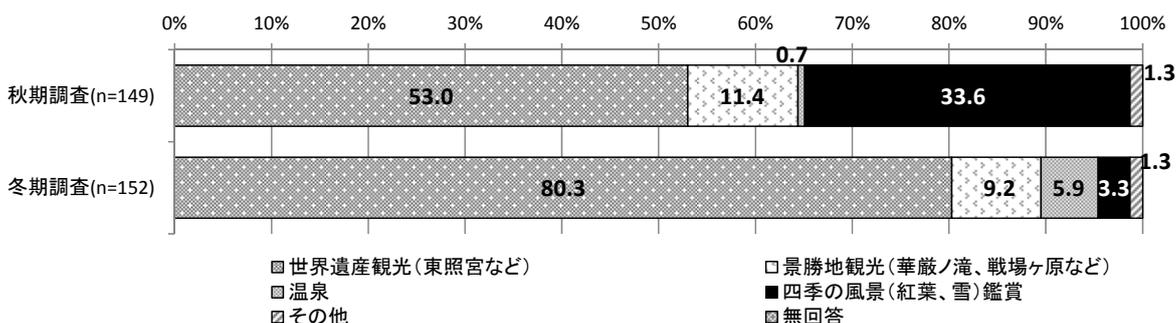
日光エリアへの訪問を決めた一番の目的(n=352)



日光エリアへの訪問を決めた一番の目的・旅行タイプ別(n=352)

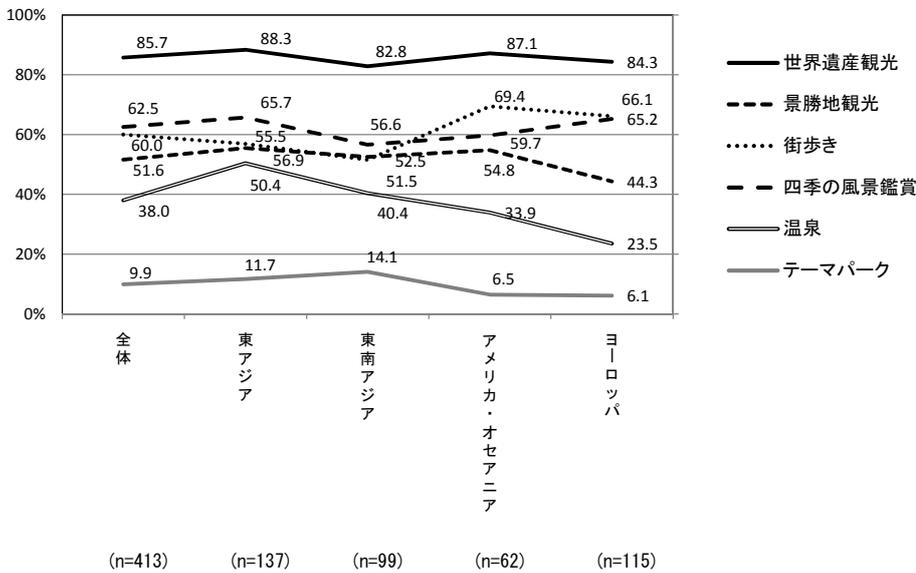


日光エリアへの訪問を決めた一番の目的・調査時期別(n=352)



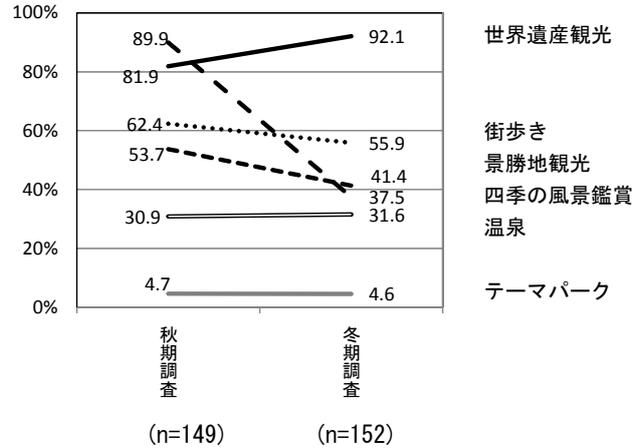
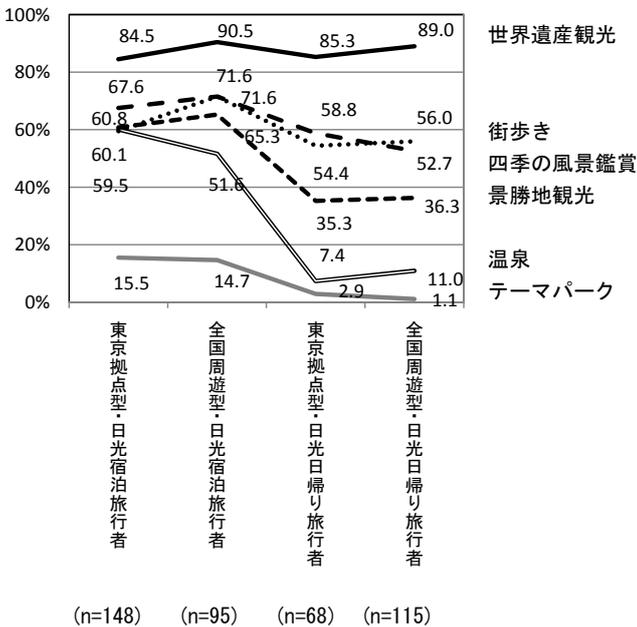
日光エリアですること／したことは、全体では世界遺産観光が 85.7%と最も高く、次いで四季の風景鑑賞 (62.5%)、街歩き(60.0%)、景勝地観光(51.6%)、温泉(38.0%)と続く。テーマパークは 9.9%と少なかった。  
 地域別で見ると、各地域とも世界遺産観光が 8 割強と最も多く、四季の風景鑑賞、街歩き、景勝地観光が5~6割程度で拮抗しているが、景勝地観光はヨーロッパで 44.3%とやや低い。また温泉は東アジアは 50.4%だが、東南アジアが 40.4%、アメリカ・オセアニアが 33.9%、ヨーロッパでは 23.5%と地域ごとの違いが大きい。  
 旅行タイプ別では、日光宿泊旅行者は世界遺産観光、景勝地観光、温泉など主要の5項目を楽しんでいるが、日帰り旅行者は、景勝地観光、温泉が低くなっている。  
 調査時期別では、秋期の四季の風景鑑賞(89.9%)、世界遺産観光(81.9%)が多く、冬期は世界遺産観光(92.1%)が中心となり、四季の風景鑑賞が 37.5%と大きく落ち込んでいる。

日光エリアですること／したこと・地域別(n=413)



日光エリアですること／したこと  
旅行タイプ別(n=413)

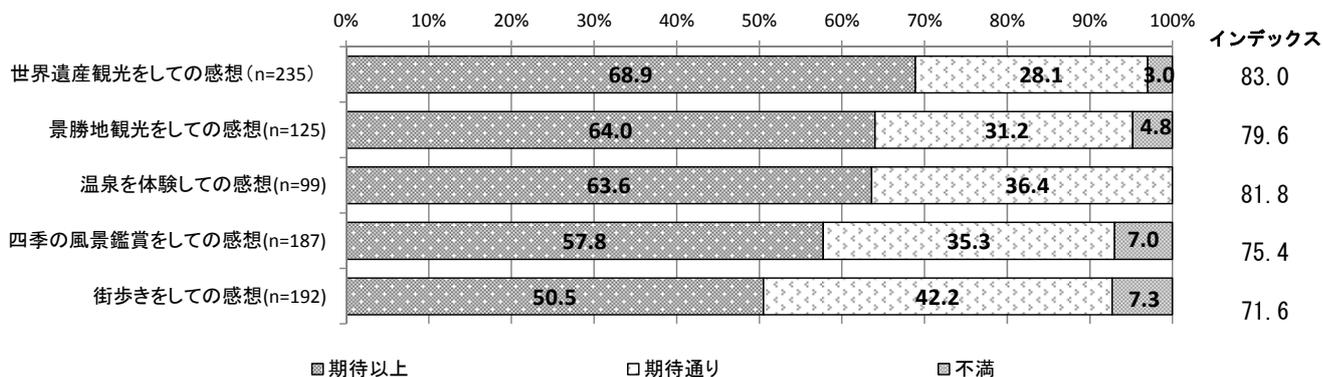
日光エリアですること／したこと  
調査時期別 (駅前調査結果のみ) (n=301)



### 3. 旅行者の満足度

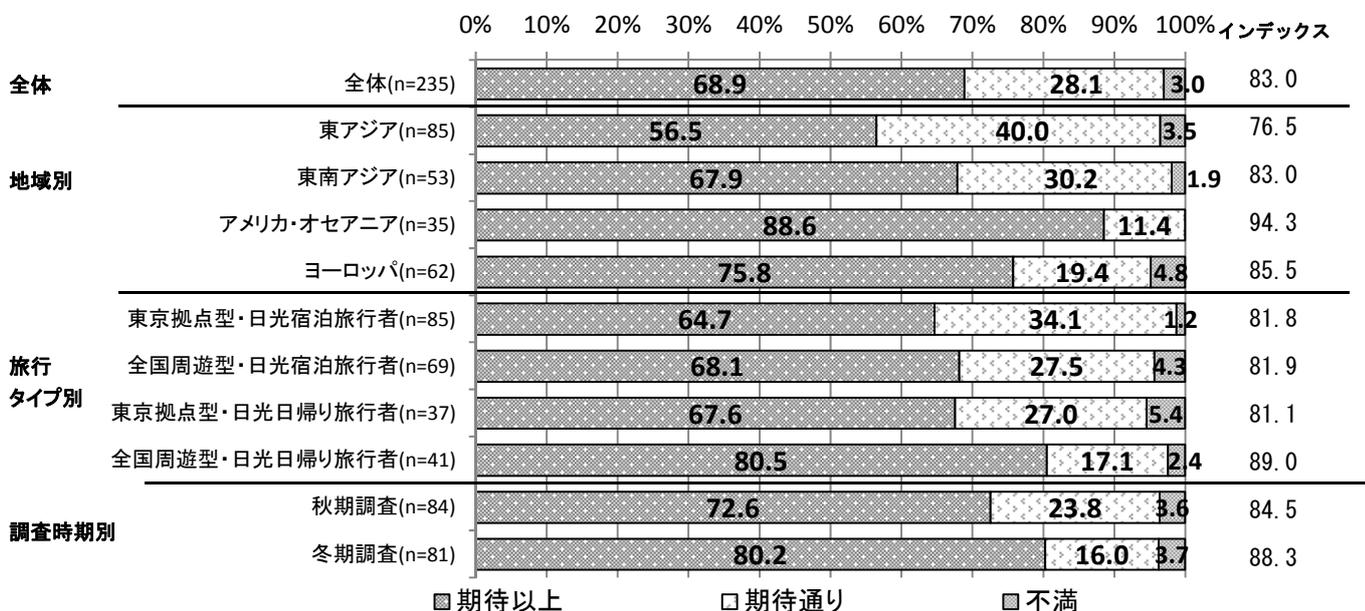
日光エリアでの観光を通じた感想では、「期待以上」と回答した割合が最も高いのが世界遺産観光の 68.9%で、次いで景勝地観光(64.0%)、温泉(63.6%)、四季の風景鑑賞(57.8%)、街歩き(50.5%)となっている。温泉では「不満」と回答した方はいなかった。

見て・体験しての満足度：全体



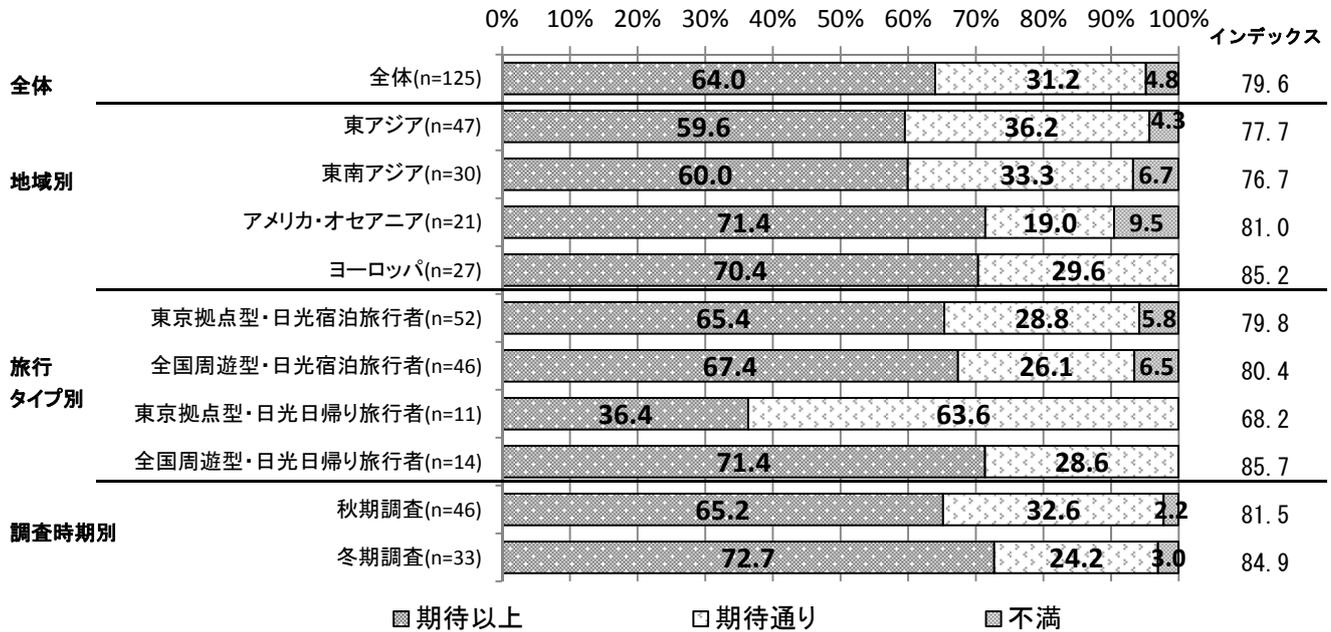
世界遺産観光の感想を地域別にみるとアメリカ・オセアニアの「期待以上」が 88.6%と高く、ヨーロッパでも 75.8%と高くなっている。反対に東南アジアでは 67.9%、東アジアでは 56.5%と欧米と比べ低くなっている。調査時期別にみると、秋期調査(72.6%)に比べ、冬期調査(80.2%)は「期待以上」が高くなっている。

見て・体験しての満足度：世界遺産観光(n=235)



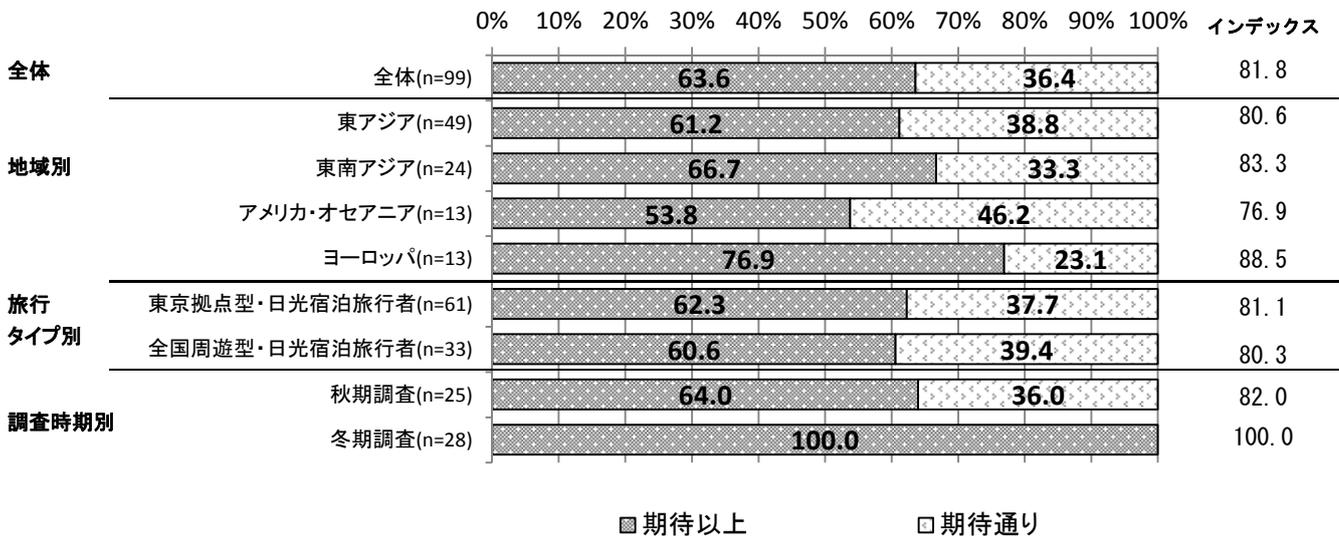
景勝地観光の感想を地域別にみると、欧米では「期待以上」が共に7割であるのに対し、アジア圏では6割と欧米と比べ低くなっている。調査時期別にみると、秋期調査(65.2%)に比べ、冬期調査(72.7%)は「期待以上」が高くなっている。

見て・体験しての満足度：景勝地観光(n=125)



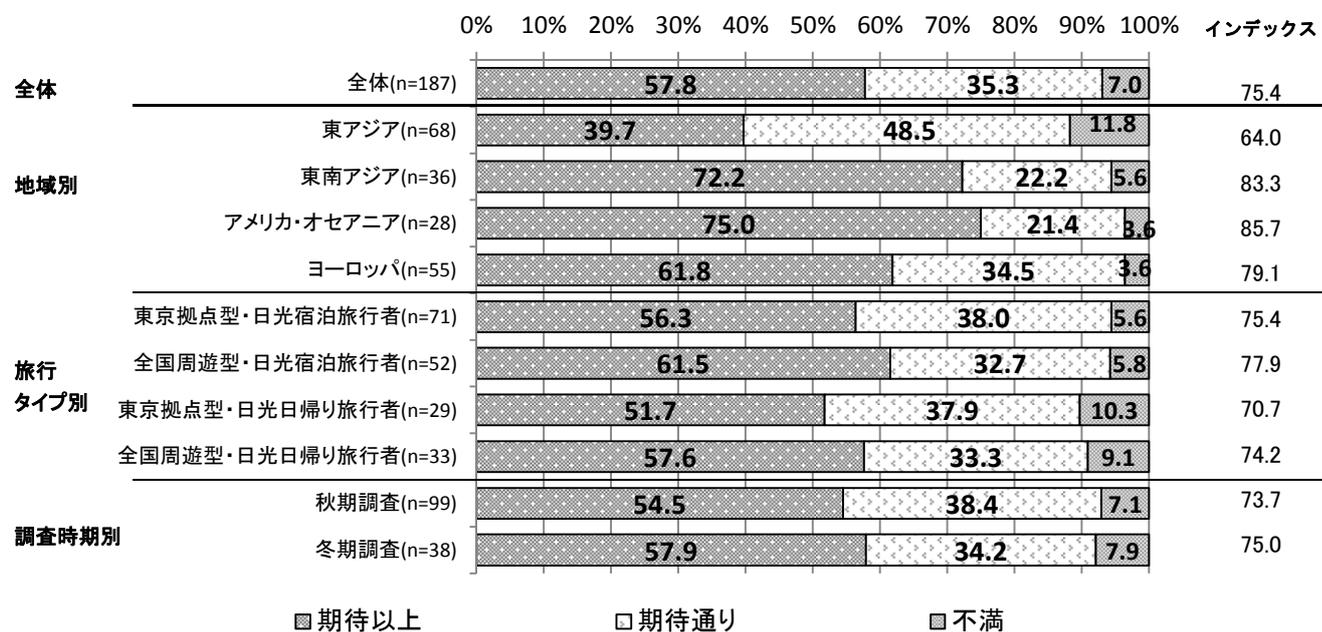
温泉の感想については、サンプル数が少なく比較はしづらいが、秋期調査では 64.0%が「期待以上」と回答しているのに対し、冬期調査では回答者全員(100.0%)が「期待以上」と回答している。

見て・体験しての満足度：温泉(n=99)



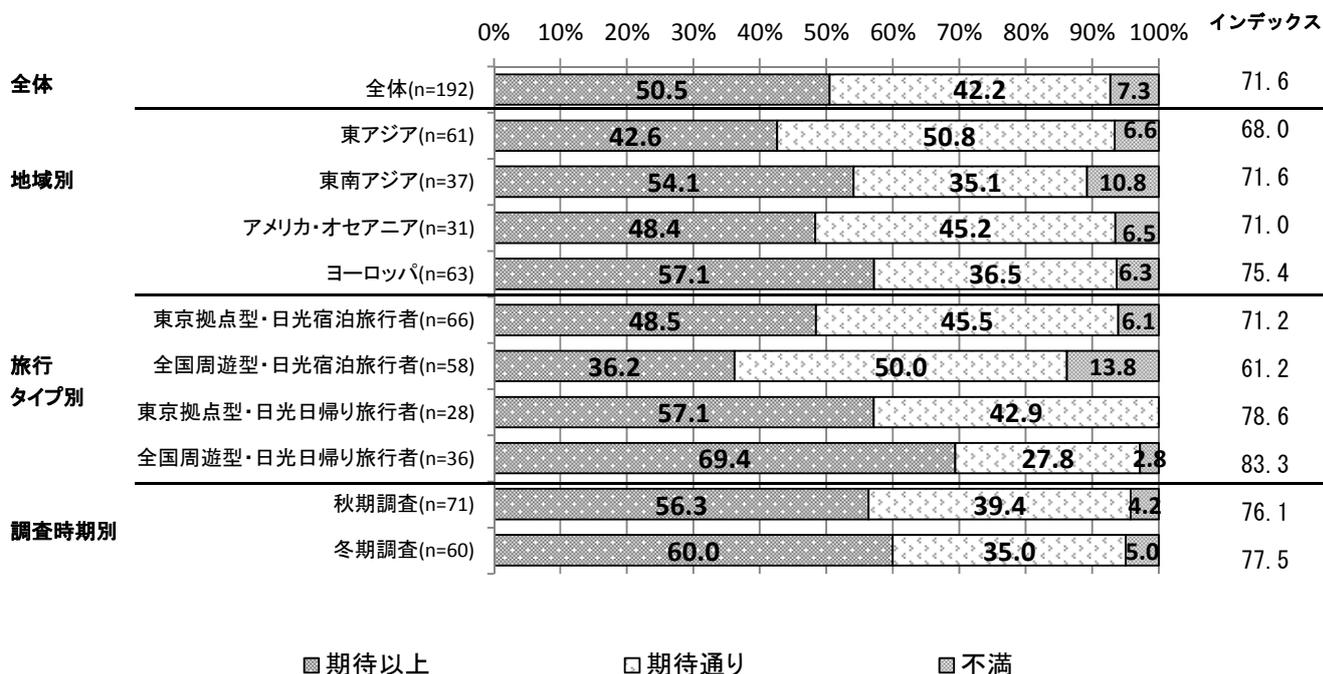
四季の風景鑑賞の感想を地域別にみると、アメリカ・オセアニアでは「期待以上」が75.0%、東南アジアでは72.2%であるのに対し、東アジアでは39.7%と低くなっている。

見て・体験しての満足度：四季の風景（紅葉・雪）鑑賞(n=187)



街歩きの感想を地域別にみると、ヨーロッパでは57.1%、東南アジアでは54.1%が「期待以上」と回答しているのに対し、アメリカ・オセアニアでは「期待以上」と「期待通り」がほぼ同率、東アジアでは「期待以上」(42.6%)を「期待通り」(50.8%)が上回っている。また、日光宿泊旅行者と日光日帰り旅行者で感想に差があり、特に全国周遊型・日光日帰り旅行者は約7割が「期待以上」と回答しているのに対し、全国周遊型・日光宿泊旅行者は「期待以上」は半数の36.2%にとどまっている。

見て・体験しての満足度：街歩き（買い物・食事など）(n=192)



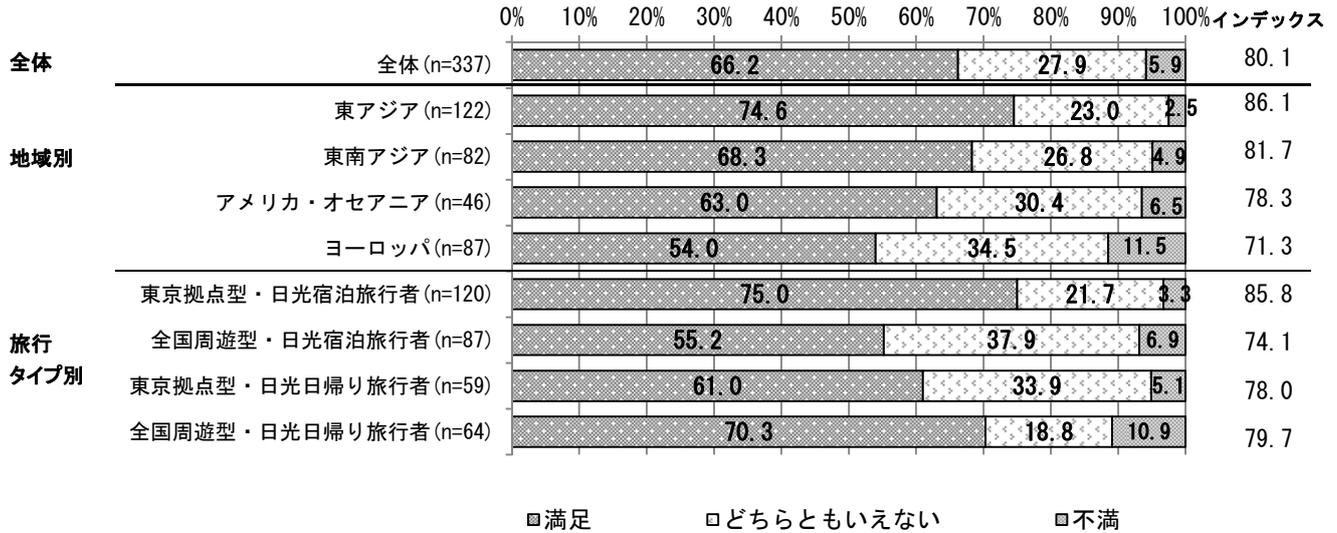
道路などの案内標識については、設置の多さ、設置場所については 7 割弱が満足しているのに対し、表示言語の種類は「満足」が5割にとどまっており、「不満」と感じている方が 16.3%となっている。

設置の多さについて地域別にみると、東アジア(74.6%)、東南アジア(68.3%)、アメリカ・オセアニア(63.0%)、ヨーロッパ(54.0%)の順で「満足」の割合が高くなっている。

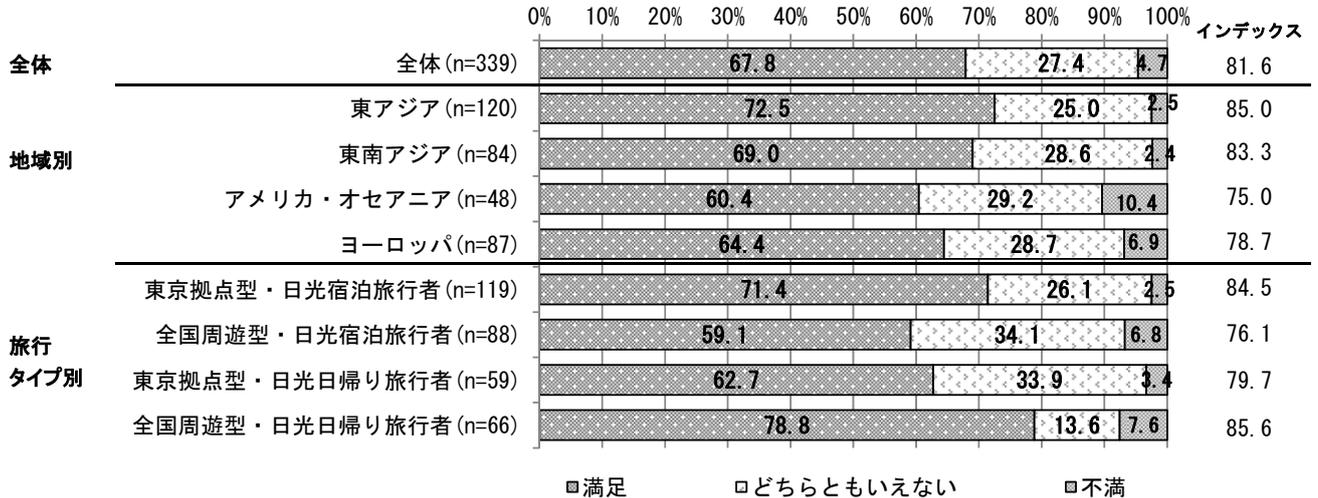
設置の場所について地域別にみると、「満足」が6~7割と大きな差は見られない。

表示言語の種類について地域別にみると、「不満」と回答する割合はヨーロッパで 31.0%と多い。

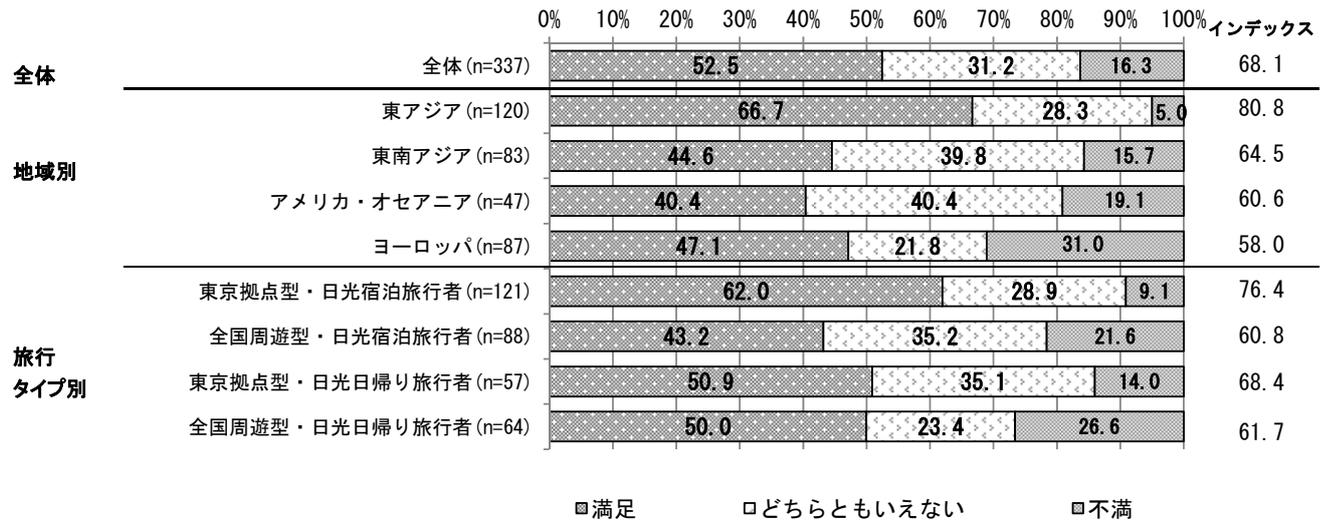
道路などの案内標識の満足度：設置の多さ(n=337)



道路などの案内標識の満足度：設置の場所(n=339)



道路などの案内標識の満足度：表示言語の種類(n=337)

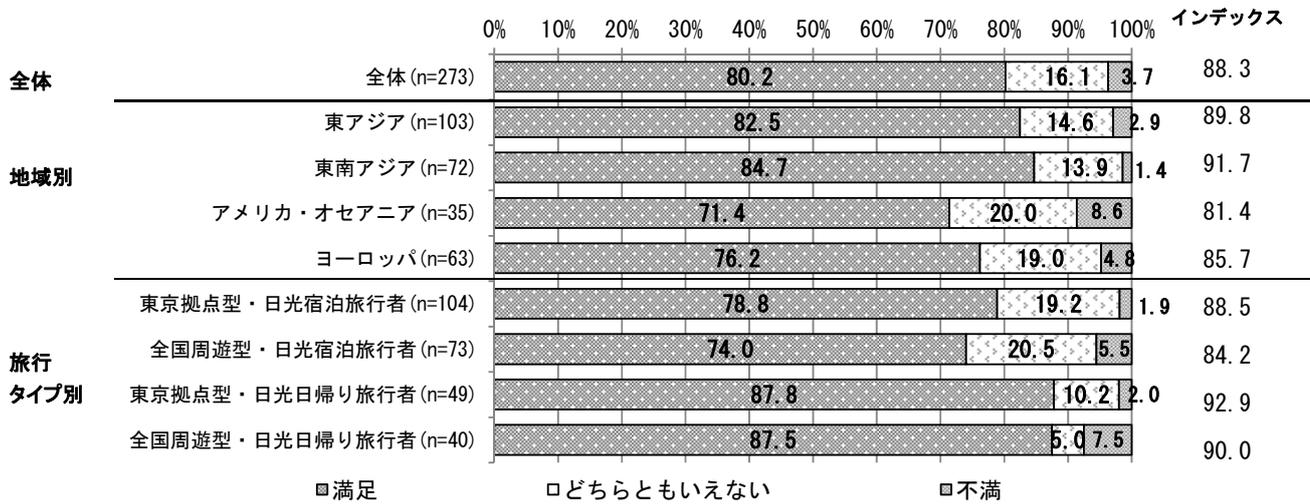


観光案内所については、観光情報、乗り継ぎ情報とも8割が満足で、「不満」は3%台となった。

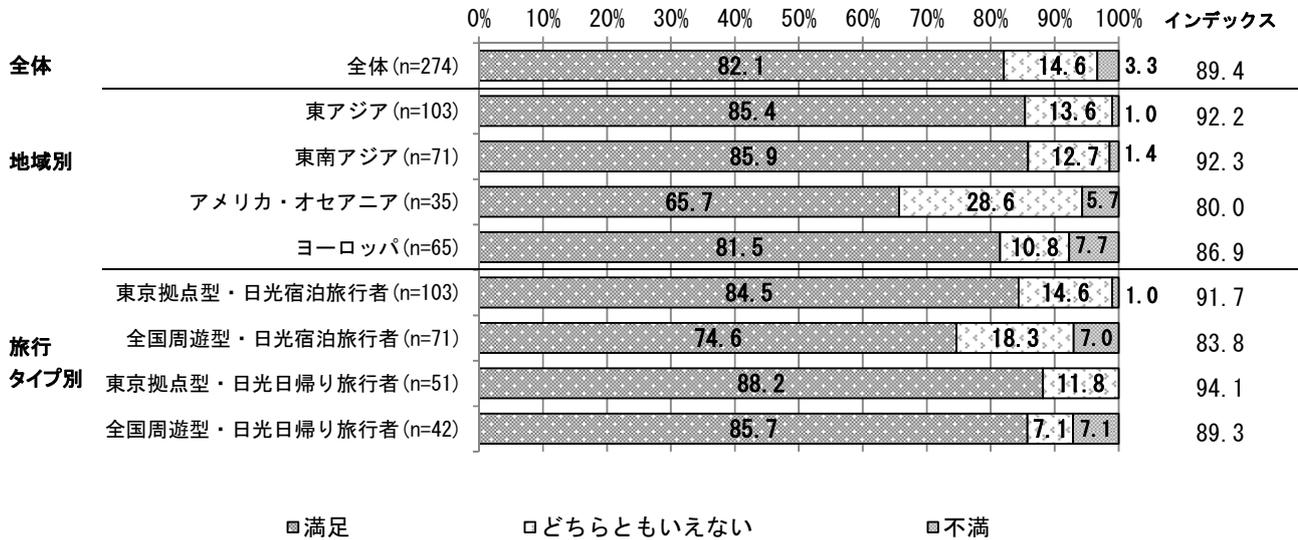
観光情報について地域別にみると、東南アジアでは「満足」が84.7%と高いが、アメリカ・オセアニアでは71.4%と他地域に比べて低くなっている。

乗り継ぎ情報について地域別にみると、「満足」が東南アジア(85.9%)、東アジア(85.4%)、ヨーロッパ(81.5%)で8割台なのに対し、アメリカ・オセアニアでは65.7%と「満足」が低くなっている。

観光案内所の満足度：観光情報(n=273)



観光案内所の満足度：乗り継ぎ情報(n=274)

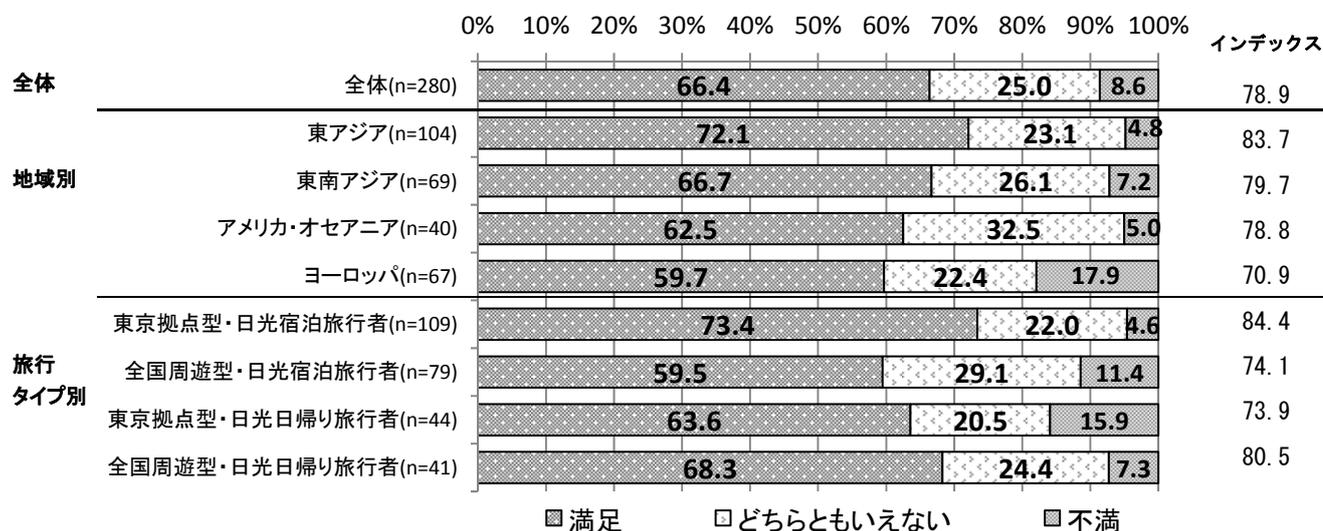




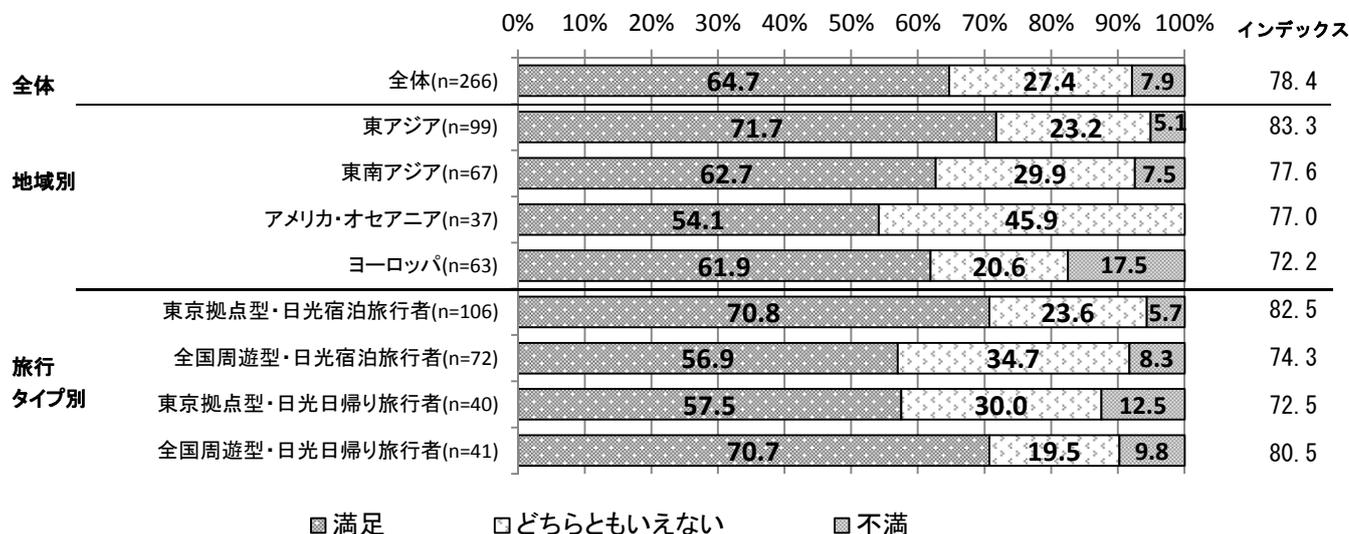
観光施設については、従業員とのコミュニケーションについては7割以上が満足している。また、施設内の案内表示言語の種類、展示物やパンフレットの表示言語の種類も65%前後が満足しており、「不満」は1割未満と低い。無料公衆無線LANについては「満足」が5割を下回り、「不満」が26.5%となった。

施設内の案内表示言語の種類、展示物やパンフレットの表示言語の種類について地域別にみると、「不満」は、ヨーロッパで17%台と高い。

観光施設の満足度：施設内の案内表示言語の種類 (n=280)



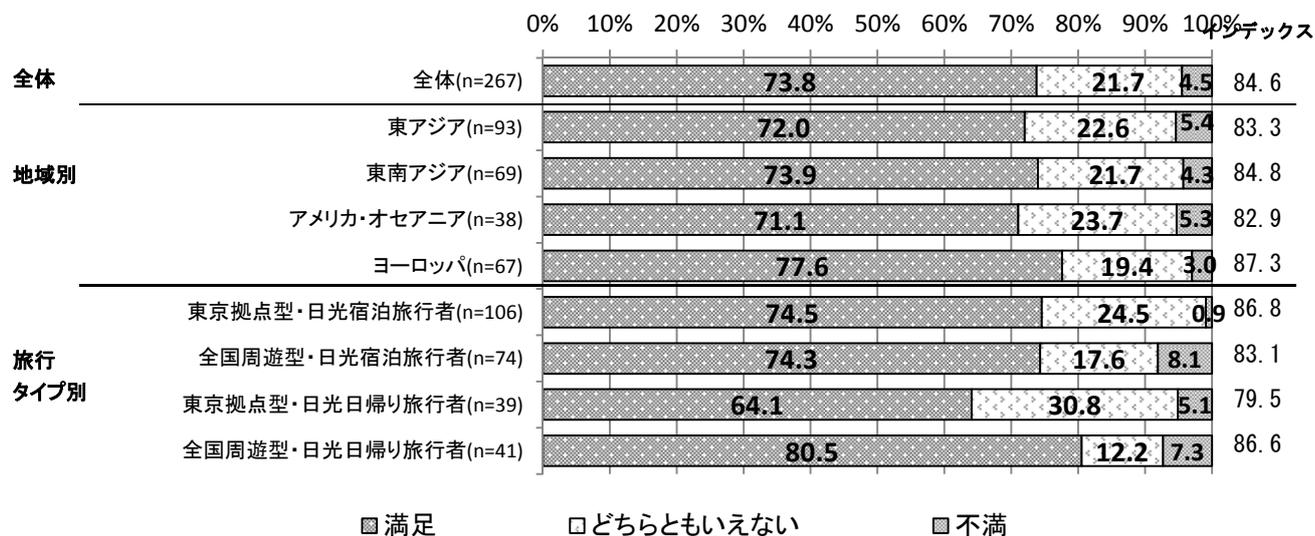
観光施設の満足度：展示物やパンフレット等の表示言語の種類 (n=266)



従業員とのコミュニケーションについては地域別に大きな差は見られないが、ヨーロッパで「満足」が77.6%と最も高くなっている。旅行タイプ別にみると東京拠点型・日光日帰り旅行者で「満足」が64.1%と他の旅行タイプと比べ低くなっている。

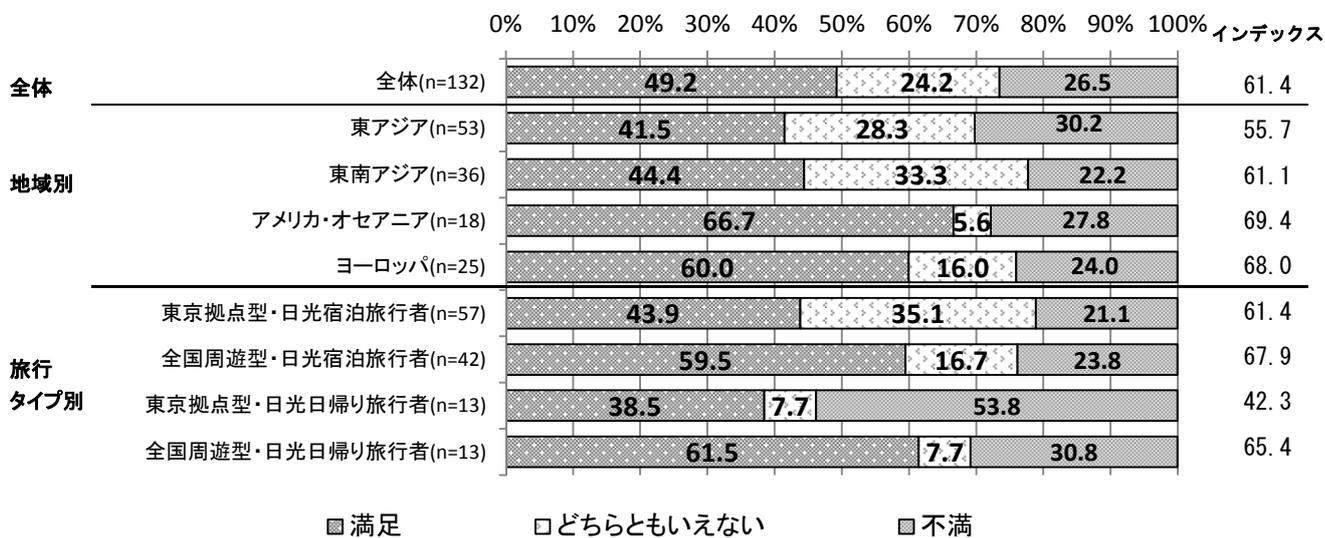
無料公衆無線LANについて地域別にみると、「満足」は欧米では6割台だが、アジア圏では4割台と低くなっている。また、旅行タイプ別にみると東京拠点型・日光日帰り旅行者で「満足」が38.5%と最も低い。

観光施設の満足度：従業員とのコミュニケーション (n=267)



■ 満足 □ どちらともいえない ■ 不満

観光施設の満足度：無料公衆無線 LAN (n=132)



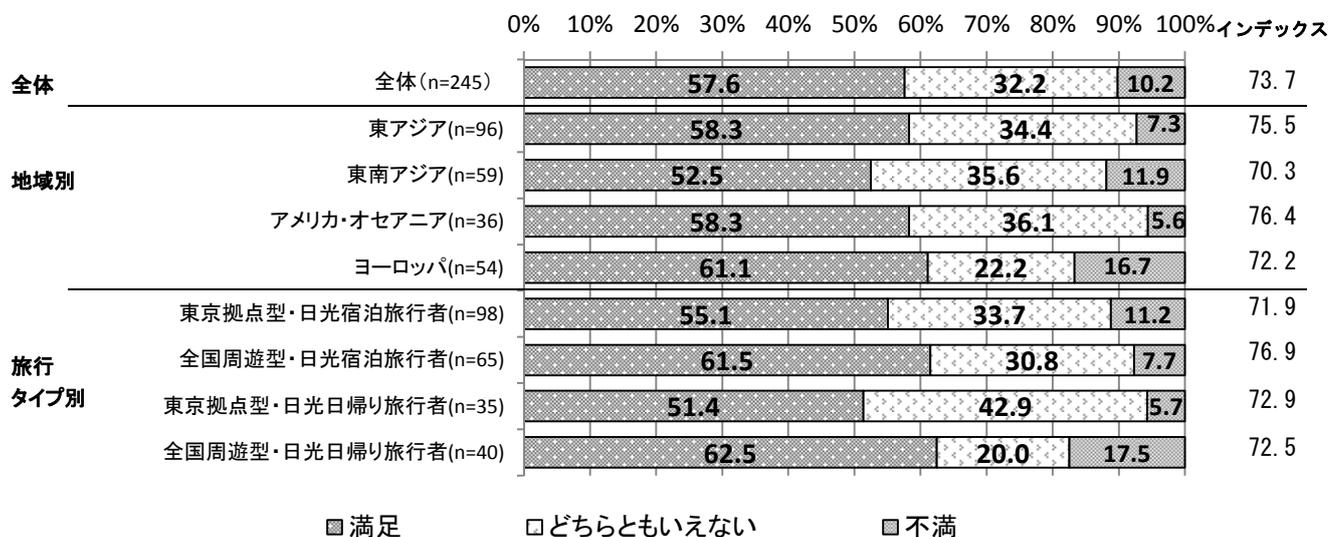
■ 満足 □ どちらともいえない ■ 不満

飲食店、土産物店については、店員とのコミュニケーションについては7割近くが満足している。また、メニュー表示言語の種類、電子マネー・クレジットカード等による決済も6割前後が満足しており、「不満」は1割程度と低い。無料公衆無線LANについては「満足」が43.8%、「不満」が24.1%となっている。

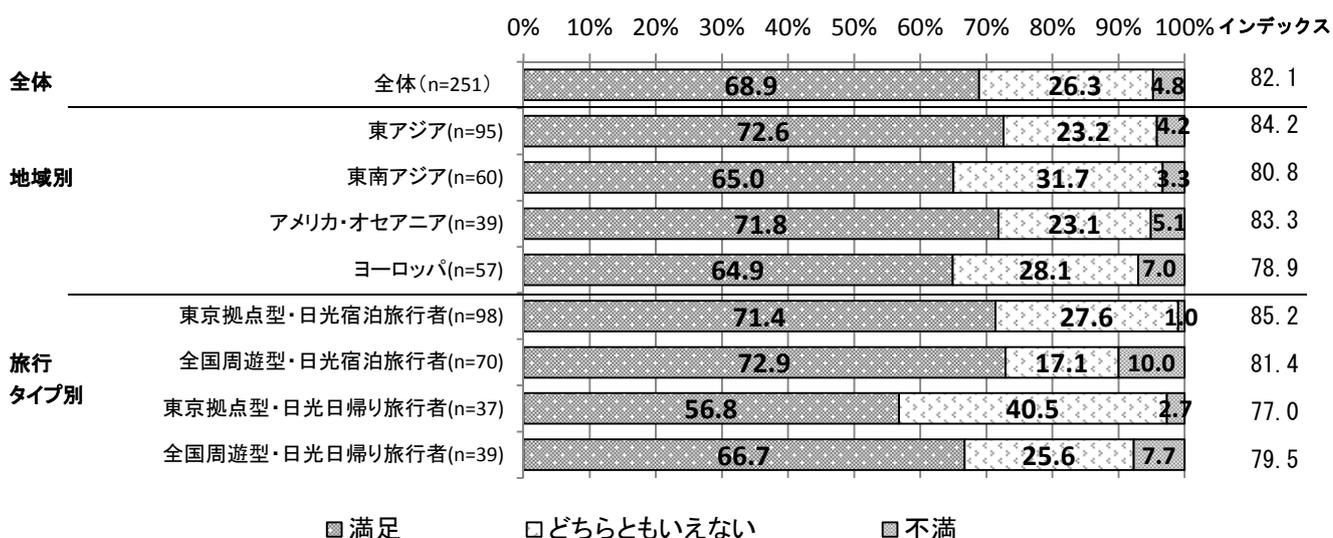
メニュー表示言語の種類について地域別にみると、「満足」に大きな差はみられないが、「不満」がヨーロッパで16.7%とやや高くなっている。旅行タイプ別では東京拠点型・日帰り旅行者で「満足」が51.4%と他のタイプと比べてやや低い。

店員とのコミュニケーションについて地域別にみると、東アジア、アメリカ・オセアニアでは「満足」が7割を超えるが、ヨーロッパ、東南アジアでは65%前後とやや低くなっている。旅行タイプ別にみると東京拠点型・日光日帰り旅行者で「満足」が56.8%と他の旅行タイプと比べ低くなっている。

飲食店、土産物店の満足度：メニューの表示言語の種類 (n=245)



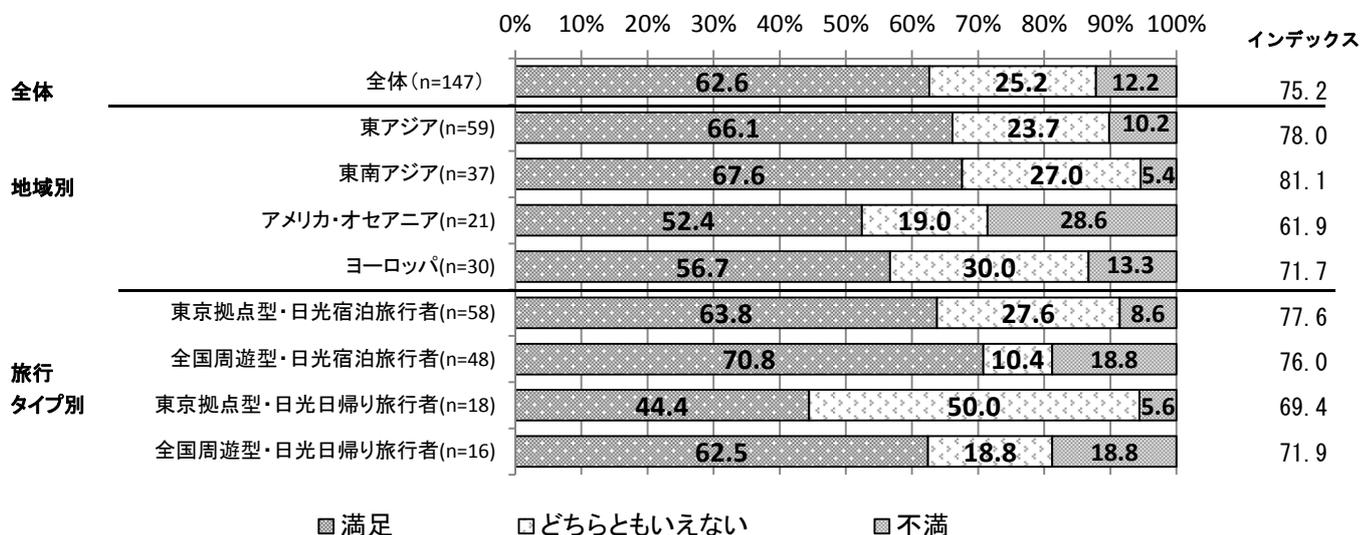
飲食店、土産物店の満足度：店員とのコミュニケーション (n=251)



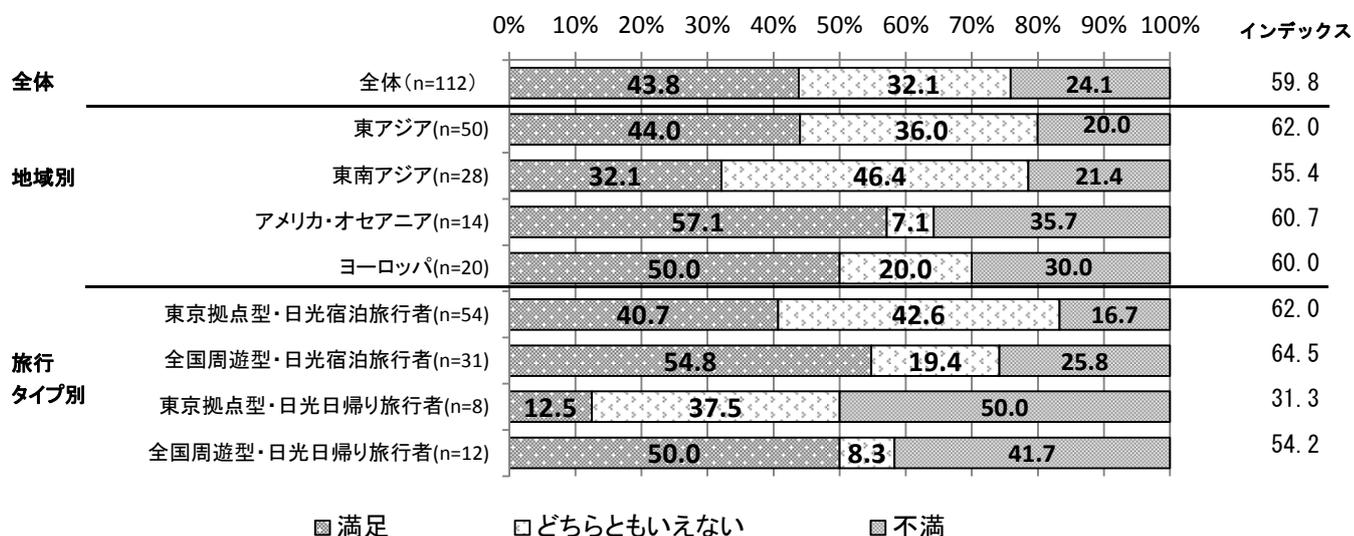
電子マネー・クレジットカード等による決済について地域別にみると、「満足」がアジア圏で7割弱であるのに対し、欧米で5割台と低くなっている。

無料公衆無線LANについて地域別にみると、「満足」は欧米では5割台だが、アジア圏では3割～4割台と低くなっている。

飲食店、土産物店の満足度：電子マネー・クレジットカード等による決済 (n=147)



飲食店、土産物店の満足度：無料公衆無線 LAN (n=112)

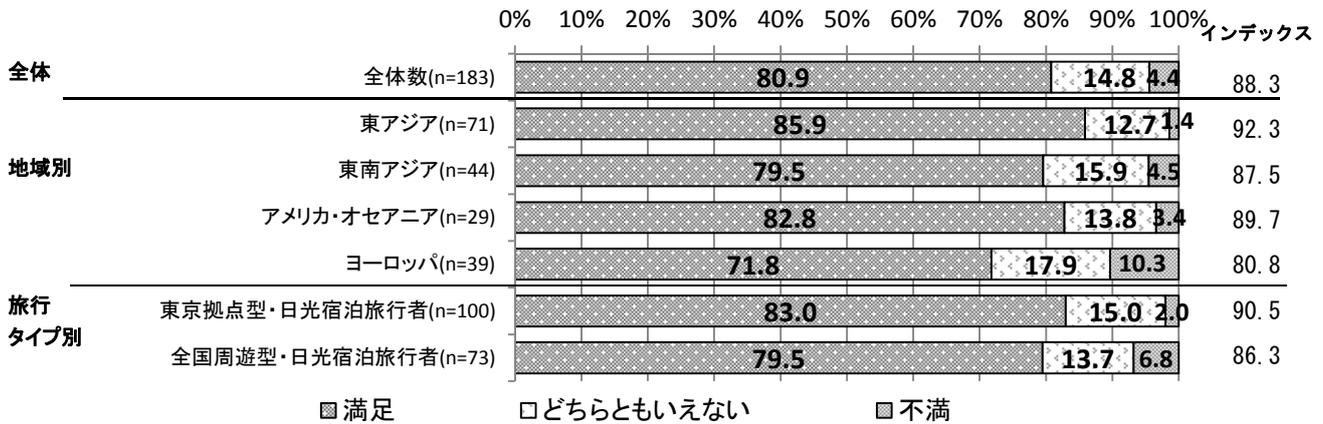


宿泊施設については、従業員とのコミュニケーションについては 9 割近くが満足している。施設内の案内表示言語の種類、電子マネー・クレジットカード等による決済、無料公衆無線LANについても「満足」が8割前後となっており、「不満」は高くない。

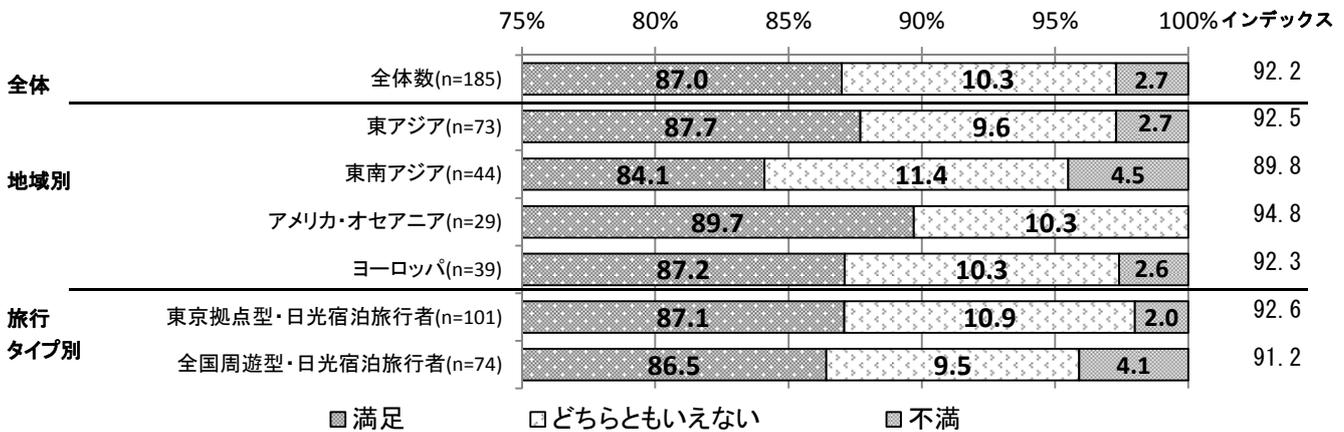
施設内の案内表示言語の種類について地域別にみると、「満足」の割合は東アジアで 85.9%と高く、東南アジア、アメリカ・オセアニアが8割前後なのに対し、ヨーロッパは 71.8%とやや低くなっている。

従業員とのコミュニケーションについて地域別にみると、「満足」はいずれも 80%台と高く、特にアメリカ・オセアニアで 89.7%と高くなっている。

宿泊施設の満足度：施設内の案内表示言語の種類 (n=183)

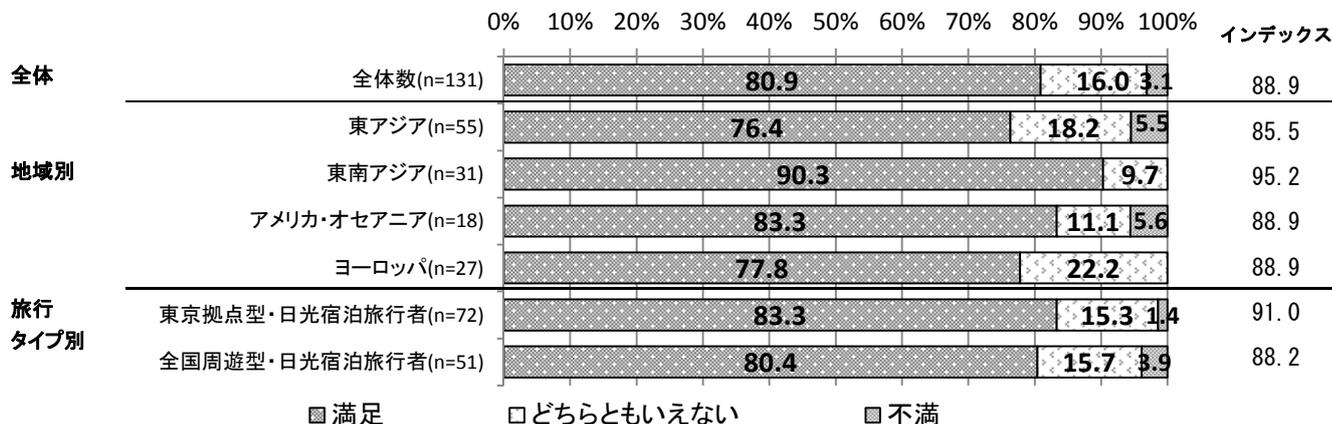


宿泊施設の満足度：従業員とのコミュニケーション (n=185)

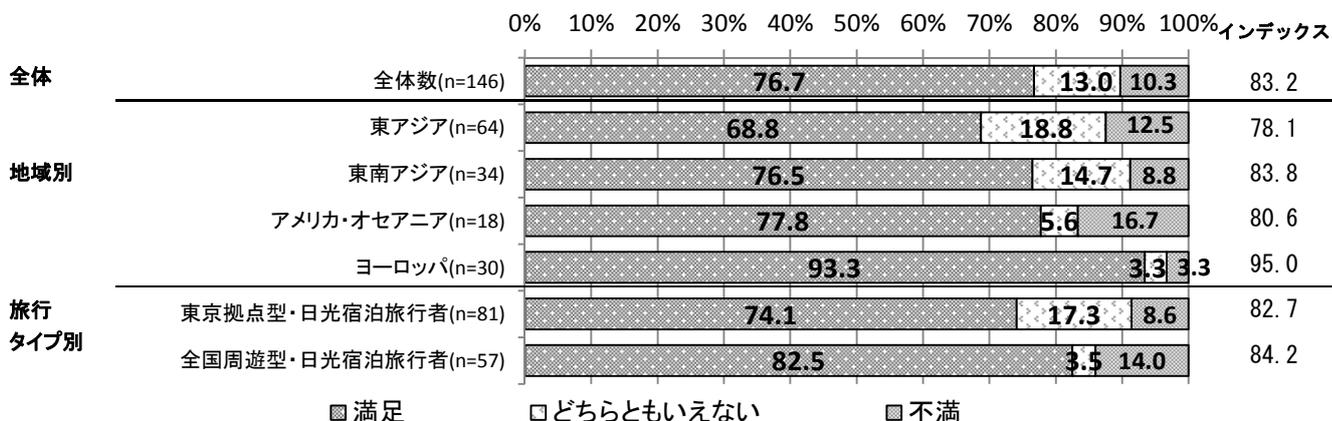


電子マネー・クレジットカード等による決済について地域別にみると、「満足」が東南アジアで 90.3%なのに対し、東アジアで 76.4%、ヨーロッパで 77.8%とやや低くなっている。  
 無料公衆無線LANについて地域別にみると、「満足」はヨーロッパでは93.3%と高いが、東アジアでは68.8%と低くなっている。

宿泊施設の満足度：電子マネー・クレジットカード等による決済 (n=131)



宿泊施設の満足度：無料公衆無線 LAN (n=146)



項目別の満足度の比較(再掲)

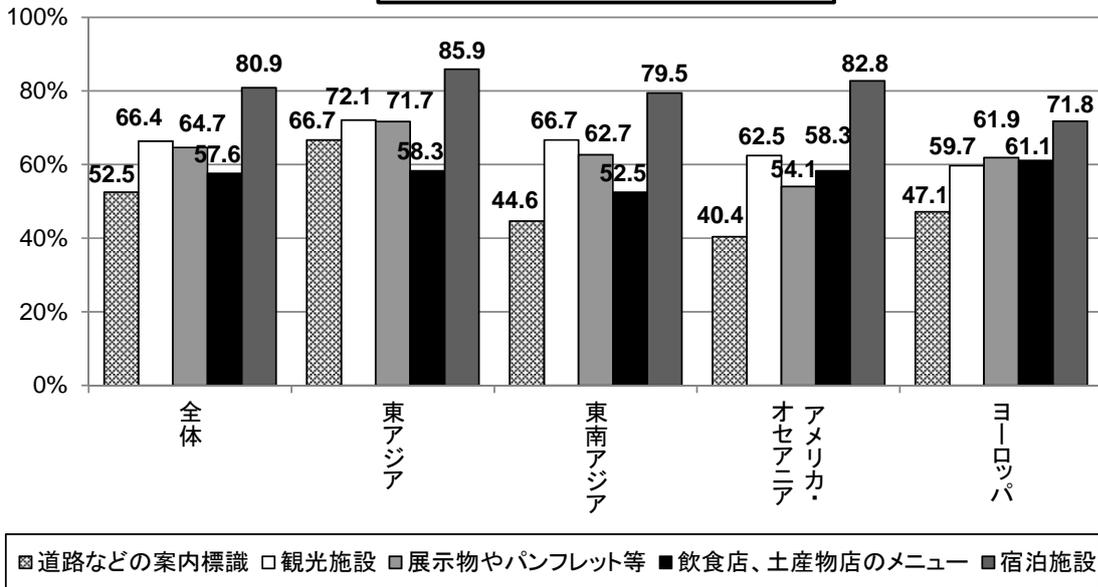
案内表示言語の種類については、宿泊施設での満足度が8割であるのに対し、観光施設内の案内表示では66.4%、観光施設の展示物やパンフレットでは64.7%、飲食店、土産物店のメニューでは57.6%、道路などの案内標識では52.5%となっている。

地域別にみると、宿泊施設での満足度はいずれも高いが、東南アジアでは飲食店、土産物店のメニューの満足度が52.5%、アメリカ・オセアニアでは観光施設の展示物やパンフレットの満足度が54.1%と他の地域に比べ低く、ヨーロッパでは観光施設の案内表示、観光施設の展示物やパンフレット、飲食店、土産物店のメニューの表示言語の種類満足度は同程度の6割となっている。

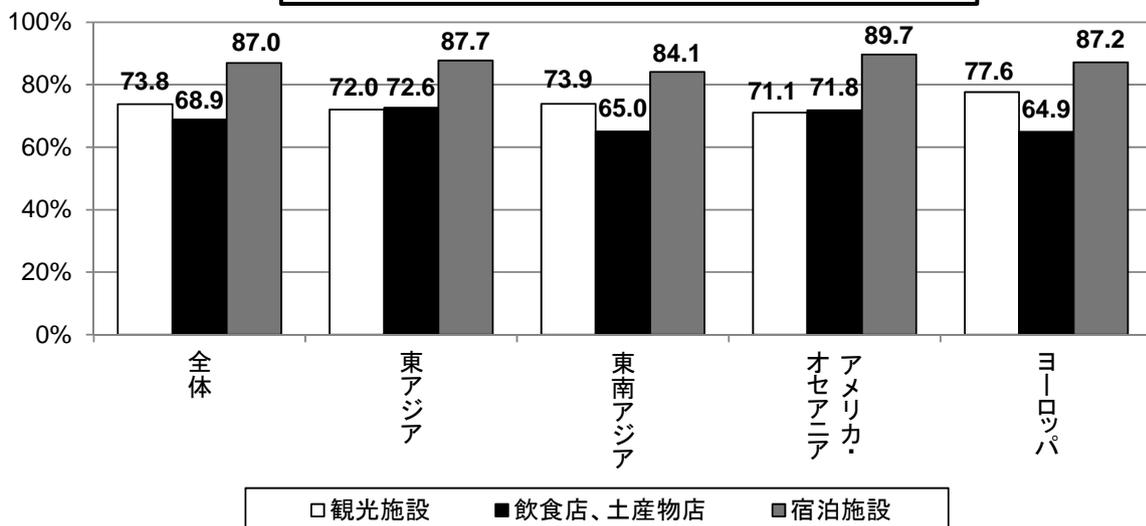
従業員/店員とのコミュニケーションでは宿泊施設での満足度が87.0%と最も高く、観光施設が73.8%、飲食店、土産物店が68.9%の順となっている。

地域別にみると、宿泊施設の満足度はいずれの地域においても高いが、東南アジアとヨーロッパでは飲食店、土産物店の店員とのコミュニケーションの満足度がやや低くなっている。

案内表示言語の種類(地域別)



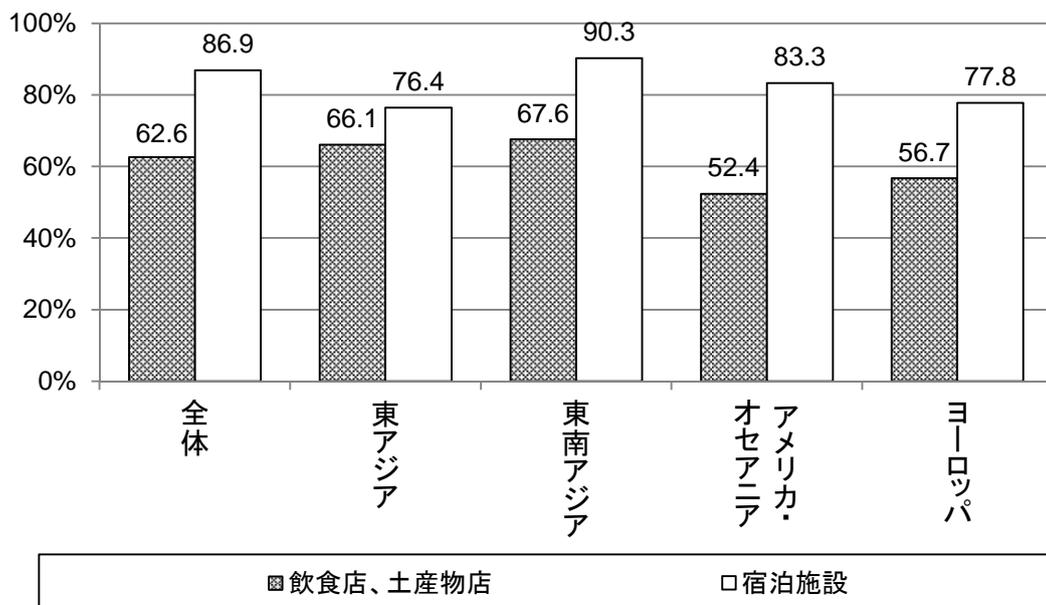
従業員/店員とのコミュニケーション(地域別)



電子マネー・クレジットカード等による決済では、宿泊施設の満足度が全体で 86.9%であるのに対し、飲食店、土産物店では 62.6%と低く、地域別にみると特にアメリカ・オセアニアでは 52.4%、ヨーロッパでは 56.7%と低くなっている。

無料公衆無線LANでは、宿泊施設の満足度が全体で 76.7%に対し、観光施設では 49.2%、飲食店、土産物店では 43.8%と低く、地域別にみると、特に東アジア、東南アジアでの満足度が低くなっている。

電子マネー・クレジットカード等による決済（地域別）



無料公衆無線 LAN（地域別）

