2019年10月10日
株式会社日本政策投資銀行
公益財団法人日本交通公社

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

～東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会は地方誘客への絶好のチャンス～

1. （株）日本政策投資銀行及び（公財）日本交通公社は、共同で「DBJ・JTBF　アジア・欧米豪　訪日外国人旅行者の意向調査」を実施した。本調査は2012年より毎年実施され、今年で8回目を数える。アジア・欧米豪12地域(注)の海外旅行経験者約6,000人を対象に、インターネットアンケートを通じて、訪日旅行に関する意向をまとめている。

2. 今年も、日本はもっとも訪れたい国1位に8年連続で選ばれた。ただし、回答者のうち訪日旅行を希望する人の割合は、ほぼ横ばいが続いている。特にアジアの訪日旅行熱は安定期に入っており、今後のインバウンド市場拡大のためには、①アジアのリピート客の獲得とともに、②訪日経験が少ない国・地域に対するより一層のアプローチ、③客単価向上といった量から質への転換といった取り組みが求められる。

3. 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京2020大会」という。）についてたずねると、アジア、欧米豪ともに、回答者のうち半数以上が訪日観戦意欲を示した。なかでも、比較的訪日経験の少ない国・地域で、訪日観戦を望む声が大きく、東京2020大会を契機として、国・地域を問わず、日本は世界中から訪れたい国として大きな注目を集めている。

4. さらに、訪日観戦を望む回答者の9割以上が、開催地以外の地方への小旅行も望んでおり、東京2020大会が全国へ誘客する絶好のチャンスであることが示唆された。この機会を逃すことなくインバウンド需要を取り込むためには、地域のきめ細かいPRや、受入体制の強化といった様々な取り組みが求められるだろう。

5. また、「温泉のある日本旅館」は、欧米豪を中心に高価格帯の宿泊ニーズをつかみ切れていない可能性がある。宿泊人気が格段に高い一方で、西洋式の高級ホテルと比べて明らかに高価格帯の宿泊者が少なかったことは、客単価向上を図る観点で有益なヒントとなりうる。

6. 加えて、欧米豪にとって「自然や風景の見物」は日本で体験したいものとして人気ではあるものの、「自然ガイドツアー」はことのほか関心が低かった。この結果を踏まえると、「自然ガイドツアー」の多様な商品拡充や情報発信の強化を行うことで、滞在型コンテンツである「自然」の観光商品化にむしろ大きなポテンシャルがあることが示唆された。

7. なお、いわゆるオーバーツーリズムに関連する報道も見受けられるようになっている中、入場料の値上げや税の賦課を、「持続可能な観光」への施策に活用することの是非についてたずねると、賛成とする割合は4割を超え、反対を大幅に上回り、観光をとりまく環境の維持に一定の理解があることも示された。

8. 更なるインバウンド市場の発展においては、東京2020大会を全国への誘客機会と捉えつつ、ポスト東京2020大会を新たな成長フェーズと見据えた取り組みが期待される。日本が持つ自然や文化といった地域資源の価値を再定義し、情報発信の強化を行うとともに、付加価値に見合った価格の多様性についても再考する余地は大いにある。

(注)調査対象は、韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの12地域

（株）日本政策投資銀行（DBJ）　浅井健之、片岡真己、伊藤陽、内藤桂子
（公財）日本交通公社（JTBF）　外山昌樹、塩谷英生、武智玖海人、柿島あかね

目 次

番号	対象	内容	ページ
1	―	調査の概要･回答者属性	3
2	―	表の見方	5
調査のポイント			6
Ⅰ．東京2020大会に対する訪日観戦意欲			17
3	全員	イベントの認知度	18
4	全員	東京2020大会の訪日観戦意欲／訪日観戦したくない理由	19
5	全員	東京2020大会訪日の際の地方エクスカーション意向／希望日数／希望する地方	20
Ⅱ．訪日旅行への期待			21
6	全員	今後旅行したい国･地域	22
7	全員	具体的に旅行を検討している国･地域	23
8	全員	行ってみたい日本の観光地のイメージ	24
9	訪日旅行経験者	日本に対する意識（日本のブランド価値）	27
Ⅲ．訪日旅行の形態			28
10	訪日経験者	訪日旅行の目的／同行者	29
11	訪日経験者	訪日旅行前の情報収集	30
12	訪日経験者	訪日旅行中の情報収集	31
13	訪日旅行希望者／訪日経験者	希望する旅行形態／実際の旅行形態	32
14	訪日旅行希望者／訪日経験者	希望する滞在日数／実際の滞在日数と滞在箇所数	33
Ⅳ．宿泊			34
15	訪日旅行希望者	日本の宿泊施設に求めること（言語、アクセスなど）	35
16	訪日旅行希望者／訪日経験者	希望する宿泊施設／実際の宿泊施設	36
17	訪日旅行希望者／訪日経験者	宿泊施設ごとの予算／実際の宿泊費（いずれも一泊一人当たり）	37
Ⅴ．体験（体験ツーリズム、ナイトタイムエコノミー、IR、食やサービスの輸出）			43
18	訪日旅行希望者	訪日旅行で体験したいこと	44
19	訪日旅行希望者	訪日旅行でお金をかけたいもの	45
20	訪日旅行希望者	日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー	46
21	訪日旅行希望者	現地発着型の体験ツアー選びで重視する点	47
22	訪日旅行希望者	現地発着型のツアーにいくら払ってもよいか	48
23	訪日旅行希望者	日本の伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアーの参加意向／払ってよい金額	49
24	訪日旅行希望者	訪日旅行で夜体験したいこと	50
25	全員	統合型リゾート（IR）への往訪意欲／どの施設に行きたいか／いくら使いたいか	51
26	訪日旅行経験者	訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、 試してみたいか／具体的に試してみたいもの	52
Ⅵ．地方への訪問			53
27	訪日経験者	地方観光地への旅行経験／意欲／訪れた際にしたいこと	54
28	全員	北陸新幹線及び北海道新幹線の認知度	55
29-1	全員	【全体】日本の観光地の認知度	56
29-2	全員	【アジア･訪日回数別】日本の観光地の認知度	57
29-3	全員	【欧米豪･訪日回数別】日本の観光地の認知度	58
30-1	全員	【全体】日本の観光地の訪問意向	59
30-2	全員	【アジア･訪日回数別】日本の観光地の訪問意向	60
30-3	全員	【欧米豪･訪日回数別】日本の観光地の訪問意向	61
31-1	訪日経験者	【全体】訪問経験のある都市･観光地	62
31-2	訪日経験者	【アジア･訪日回数別】訪問経験のある都市･観光地	63
31-3	訪日経験者	【欧米豪･訪日回数別】訪問経験のある都市･観光地	64
Ⅶ．訪日旅行の不安材料／災害がインバウンドにもたらす影響			65
32	全員	訪日旅行に関する不安材料	66
33	全員	具体的に旅行を検討したことがあるものの、当面（足元）は候補先から外している国･地域	67
34	訪日旅行検討中止者	訪日旅行の検討を当面中止している理由	68
35	全員	自然災害の認知度	69
36	全員	日本／被災地への訪問意向の変化	70
Ⅷ．訪日旅行を終えて			71
37	訪日経験者	訪日旅行で満足したこと	72
38	訪日経験者	訪日旅行で不満だったこと	73
39	訪日経験者／全員	オーバーツーリズムを見聞きした経験／入場料の値上げや税の賦課に関する意見	74
40	訪日経験者	訪日旅行中の感動／撮影した写真の満足度	75
41	訪日経験者	周囲への推奨意欲	76

【調査概要／表の見方】

1.調査の概要・回答者属性

- 調査方法：インターネットによる調査
- 実施時期：2019年6月25日～2019年7月8日
- 調査地域：韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの12地域
  (注)中国は北京及び上海在住者のみ（割合は北京50%：上海50%）
  (注)アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの4地域は2016年度調査から加わった。
- 調査対象者：20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
  (注)中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、
  アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、
  イギリス・フランス-欧州各国間の旅行については、海外旅行経験から除く
- 有効回答者数：上記各地域に居住する住民計6,276人
- 協力実査会社：楽天インサイト株式会社

◆有効回答者数

（人）

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
男性	3,195	2,084	267	252	249	245	262	270	265	274	1,111	269	269	274	299
女性	3,081	2,050	256	275	259	247	252	254	262	245	1,031	263	269	261	238
総計	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537

◆訪日経験別回答者数

（人）

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
訪日経験あり	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
訪日経験者（1回）	999	812	135	186	88	62	101	85	76	79	187	37	52	39	59
訪日経験者（2回以上）	1,572	1,431	228	171	299	348	121	151	57	56	141	46	50	16	29
訪日経験なし	3,705	1,891	160	170	121	82	292	288	394	384	1,814	449	436	480	449
総計	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537

◆訪日経験別回答者数（割合）

（%）

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
訪日経験あり	41	54	69	68	76	83	43	45	25	26	15	16	19	10	16
訪日経験者（1回）	16	20	26	35	17	13	20	16	14	15	9	7	10	7	11
訪日経験者（2回以上）	25	35	44	32	59	71	24	29	11	11	7	9	9	3	5
訪日経験なし	59	46	31	32	24	17	57	55	75	74	85	84	81	90	84

（注1）選択肢の多い設問については、回答に偏りが出ないよう、回答者ごとに選択肢の順番がランダムに入れ替わる設定とした。
（注2）割合は、小数点第一位を四捨五入し、整数とした。

1.調査の概要･回答者属性

訪日経験別回答者数（割合）

（参考）本調査における訪日経験者割合推移

（%）

調査時期	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
2019年	41	54	69	68	76	83	43	45	25	26	15	16	19	10	16
2018年	45	59	70	62	81	80	60	52	30	35	19	18	23	15	20
2017年	45	57	63	69	83	83	58	43	26	30	20	26	25	15	17
2016年	41	55	61	71	76	78	60	43	25	28	14	14	21	11	11
2015年	—	52	62	65	72	75	48	44	25	27	—	—	—	—	—
2014年	—	47	55	56	69	72	45	36	21	19	—	—	—	—	—
2013年	—	45	60	54	65	74	36	39	18	14	—	—	—	—	—
2012年	—	46	54	57	65	68	31	—	21	19	—	—	—	—	—

（注1）選択肢の多い設問については、回答に偏りが出ないよう、回答者ごとに選択肢の順番がランダムに入れ替わる設定とした。
（注2）割合は、小数点第一位を四捨五入し、整数とした。

2.表の見方

回答者ベースの表示

＜全員＞　：回答者全員に聴取している設問

＜訪日経験者＞　：回答者のうち、過去に訪日経験がある方に聴取している設問

＜訪日旅行希望者＞　：回答者のうち、今後訪日意向がある方に聴取している設問

※上記よりさらに対象者が絞り込まれる場合は、注釈等にて記載する。

分析
コメント

注釈

上位3または5項目、もしくは○%以上を赤または黄色で塗りつぶしている表

※塗りつぶしの基準はページ下部の注釈にて記載する。

カラースケールを用いて色分けを実施している表

（最小値）⟺（最大値）

（注）割合は小数点第一位を四捨五入して整数とし、当該スコアが同率の場合は小数点以下にて順位付けしている。

【調査のポイント】

（1）東京2020大会は新たな訪日客開拓のフック（p.19）

- 東京2020大会の訪日観戦意欲（訪日観戦を「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した回答率の合計）は、アジア・欧米豪いずれも5割以上となっている。
- 国・地域別の傾向を見ると、リピーターの多い台湾や香港の訪日観戦意欲は4割程度に留まる一方、インドネシア、マレーシア、欧米豪などの比較的リピーターの少ない国・地域で訪日観戦意欲が高め。
- 東京2020大会は、リピーター率の低い国・地域に対する訪日意欲の喚起に繋がると考えられ、訪日旅行発地国の分散化への貢献が期待される。

東京2020大会の訪日観戦意欲（回答は1つ）

（東京2020大会認知者/n=3,333）

（東京2020大会認知者/n=1,446）

国・地域別　東京2020大会の訪日観戦意欲

（注）棒グラフは『訪日観戦を「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した回答率の合計』を示す

※　リピーター率は、本アンケートにおいて2回以上の訪日経験を有する回答者の割合を意味する

（注）四捨五入の関係で内訳の合計が一致しない場合がある

（2）東京2020大会に来たい人は地方にも行きたい（p.20）

- 訪日観戦時における地方への観光エクスカーションについて、「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した割合は、アジアで96％、欧米豪で92％となっており、訪日観戦意向者の地方への訪問意欲は非常に高い。
- 希望する周遊日数は、アジア、欧米豪の両方において2-3日という回答が最も多くなっており、観戦に一定の日数を割くことから、訪日旅行時に希望する滞在日数(p.33)と比べて短期となっている。
- 希望する地域について、開催地以外においても通常と変わらずに人気があることがうかがえる。
- 東京2020大会は、開催地のみならず全国への誘客効果が期待され、この機会を逃すことなくインバウンド需要を取り込むためには、各地域のPR及び訪日外国人旅行者受入体制の強化といった様々な取り組みが求められる。

東京2020大会訪日の際の地方エクスカーション意向（回答は1つ）

アジア全体

（観戦希望者/n=2,050）

欧米豪全体

（観戦希望者/n=717）

希望日数（回答は1つ）

アジア全体

（観戦希望者/n=2,050）

欧米豪全体

（観戦希望者/n=717）

希望する地域（回答はあてはまるもの全て）

アジア全体

1	北海道 （例：札幌、函館、ニセコ）	50％
2	東京近郊	43％
2	関西 （例：京都、大阪、奈良、神戸）	43％
4	九州 （例：福岡、 長崎、熊本、大分、鹿児島）	30％
5	沖縄	28％

（エクスカーション希望者/n=1,967）

欧米豪全体

1	東京近郊	44％
2	関西 （例：京都、大阪、奈良、神戸）	33％
3	北海道 （例：札幌、函館、ニセコ）	28％
4	中国 （例：広島、岡山、鳥取、松江）	26％
5	九州・沖縄	25％

（エクスカーション希望者/n=662）

（注）四捨五入の関係で内訳の合計が一致しない場合がある

（3）アジアにおける訪日旅行熱は成熟化しつつある（p.22）

- 2012年の調査開始以来、アジア8地域にとって、日本は海外旅行したい国として8年連続1位を記録しているものの、希望者の割合は2014年からほぼ横ばいとなっており、アジアにおける訪日旅行熱は成熟化しつつある。
- アジアにおいて訪日熱が成熟化しつつある中、更なるインバウンド市場の拡大を図るためには、欧米豪などのアジア以外の国・地域に対するPR等が求められる。

アジアが「今後旅行したい国・地域」と回答した上位6ヶ国・地域の推移（回答はあてはまるもの全て）

（アジア全員/n=4,134）

（4）ロコミサイト及びSNSの存在感が増すものの、オフィシャルな情報発信も重要（p.30）

- アジア、欧米豪ともに、ロコミサイト、旅行ガイドブック、及びSNSによる旅マエの情報収集が多く、過去からの推移を見ると、ロコミサイト、SNSによる情報収集を行ったと回答した割合が上昇している。
- 一方で、日本政府観光局（又は観光庁）のHPも有用な情報収集元になっている。特に、マレーシア、インドネシア、欧米豪などの訪日率及びリピーター率の低い国での利用率が高くなっていることから、訪日旅行に慣れていない層にとって、多言語での記載がなされており、災害情報等も発信されている公的機関による情報発信が重要であることがわかる。

訪日旅行をする前に、どこで情報を収集したか（回答はあてはまるもの全て）

国・地域別での訪日旅行前の情報収集

	1位		2位		3位	
韓国	ロコミサイト	45％	個人ブログ	44％	旅行ガイドブック／旅行会社のHP	33％
中国	ロコミサイト	66％	旅行ガイドブック	41％	母国にいる家族・知人	35％
台湾	SNS	54％	個人ブログ	49％	旅行ガイドブック	43％
香港	旅行ガイドブック	54％	SNS	43％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	39％
タイ	SNS	62％	ロコミサイト	50％	旅行ガイドブック	43％
シンガポール	ロコミサイト	49％	旅行ガイドブック	40％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	39％
マレーシア	旅行ガイドブック	53％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	48％	ロコミサイト	46％
インドネシア	SNS	63％	旅行会社のHP	48％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	44％
アメリカ	旅行ガイドブック	40％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	31％	ロコミサイト	29％
オーストラリア	ロコミサイト	46％	旅行ガイドブック	36％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	31％
イギリス	ロコミサイト	36％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	27％	旅行ガイドブック	25％
フランス	旅行ガイドブック	52％	旅行会社のHP	35％	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	32％

（注）今年度のアンケートにおいて、「ロコミサイト」「SNS」については各国で使用されている代表的なものをアンケート回答画面上で例示した

（5）温泉のある日本旅館はニーズの取りこぼしが見られる（p.36, 37, 39）

- 温泉のある日本旅館では、宿泊したいというニーズは高いものの、実際に宿泊したとする割合との間に差が大きく、ニーズの取りこぼしが見られる（上図）。
- 宿泊価格帯について、温泉のある日本旅館は、西洋式高級ホテルに比べて、全体として安価となっている。温泉のある日本旅館は、200米ドル以上の比較的高い価格帯で宿泊者が少なく、アジアでは400米ドル以上、欧米豪では300米ドル以上の価格帯で特に宿泊者が少ない（下図）。
- すなわち、温泉のある日本旅館は、訪日外国人旅行者のニーズを取りこぼしており、特に高価格帯でその傾向が大きい。更なるインバウンド市場拡大のためには、キャッシュレス対応や、日本人にとっては当たり前である旅館の過ごし方についての外国語での案内といった受入体制の強化を行うとともに、付加価値に見合った価格の多様性（富裕層の取り込み戦略等）が求められるであろう。

訪日旅行の際に希望する宿泊施設／実際に宿泊した施設（回答はあてはまるもの全て）

温泉のある日本旅館／豪華で快適な高級ホテル（西洋式）へ実際に支払った金額（回答はあてはまるもの全て）

（注）四捨五入の関係で内訳の合計が一致しない場合がある

（6）”本物”の日本食とそれに付随するサービスを自国でも経験したい（p.52）

- アジア、欧米豪ともに「訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、試してみたいか」という質問に対して「大変そう思う」「そう思う」と答えた割合は8割近くと高い。
- 体験してみたいことの多くは食関連であり、特に「寿司」「ラーメン」の人気は高い。一方で、今回調査に回答している国・地域の多くでは、既にある程度日本食が展開されていることを踏まえると、訪日外国人旅行客には日本で体験した”本物”の日本食とそれに付随するサービスを自国でも試してみたいというニーズが新たに生まれたものと考えられる。

訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、試してみたいか（回答は1つ）

具体的に自国で提供されるとしたら試してみたい食やサービス（自由回答）

頻出単語

アジア全体（n=1,568）

	単語名	回答率	回答数
1	寿司	13.1%	206
2	ラーメン	10.2%	160
2	温泉	7.5%	117
4	伝統	7.0%	110
5	刺身	6.2%	97

欧米豪全体（n=253）

	単語名	回答率	回答数
1	寿司	23.1%	59
2	伝統	12.3%	31
3	ラーメン	7.9%	20
3	レストラン	7.9%	20
5	旅館	4.0%	10

回答例

- 「日本各地を代表するラーメン、エステ・スパ、懐石料理を体験したい。」（台湾）
- 「回転寿司。インドネシアにもあるが、本場（日本）のように良くはない。」（インドネシア）
- 「レストランの名前は残念ながら憶えていないが、興味深いものがたくさんある。まず、日本食の輸出は少なすぎるし、輸出されているものもほんの一部に過ぎない。」（フランス）
- 「日本のような本格的なおにぎり、お好み焼き、天ぷらをアメリカで見つけたい。」（アメリカ）
- 「寿司などの伝統的な日本食。」（オーストラリア）

➢ 全般的に和食そのもののみならず、食材や料理の提供方法等に関する言及が約4割程度見られた。
➢ 礼儀やホスピタリティーのあるサービスについての言及等も相応にあった。
➢ また、伝統や文化、地域特有のものなどを評価する意見も見られた。

（注）四捨五入の関係で内訳の合計が一致しない場合がある

（7）日本文化は稼げるコンテンツ（p.46, 48, 49）

- 日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアーについて尋ねたところ、日本文化体験・見学のツアーが最も人気があった。また、日本の伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアーの参加について、「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した比率は、アジアで83%、欧米豪で80%となっており、参加意向は非常に高い。
- 体験ツアーに対して支払う金額（※）は、半日のツアーでも100米ドル以上を支払うという回答が最も多い。
- 従って、伝統的な工芸や工房などの日本文化そのものが、訪日旅行者を惹きつけて、地域にお金を落とすための「稼げるコンテンツ」であることがうかがえる。

※ 金額に関しては、ツアーの前提を「ツアーの所要時間は半日程度とし、利用している宿泊施設またはその付近からの往復の送迎、食事（1回）、ガイドやインストラクターが含まれるもの」としている。

日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー／払ってよい金額（回答は1つ）

アジア全体

1	日本文化体験・見学（例：茶道・芸妓・相撲・折り紙・和装・和太鼓）	17%
2	自然ガイドツアー（自然の中を専門ガイドが案内するツアー）	16%
3	調理体験（例：寿司・そば・うどん・たこ焼き・弁当・菓子等の調理）	13%

（訪日旅行希望者/n=2,265）

（現地発着型の体験ツアー希望者/n=2,183）

欧米豪全体

1	日本文化体験・見学（例：茶道・芸妓・相撲・折り紙・和装・和太鼓）	26%
2	町並みガイドツアー（まちなかを専門ガイドが案内するツアー、社寺仏閣等のガイドも含まれる）	16%
3	調理体験（例：寿司・そば・うどん・たこ焼き・弁当・菓子等の調理）	12%

（訪日旅行希望者/n=833）

（現地発着型の体験ツアー希望者/n=800）

日本の伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアーの参加意向／払ってよい金額（回答は1つ）

アジア全体

（伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアー希望者/n=1,980）

欧米豪全体

（伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアー希望者/n=670）

（注）四捨五入の関係で内訳の合計が一致しない場合がある

(8) 欧米豪向けでは、自然ガイドツアーにも大きなポテンシャル（p.44, 46）

- 欧米豪が利用したい現地発着ツアーでは、自然体験型ツアーよりも、文化体験型ツアーが人気。
- 一方で、「訪日旅行で体験したいこと」を欧米豪にきいてみると、日本の自然体験へのニーズそのものは文化体験と同様に高い。「自然や風景の見物」「自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー」は、「伝統的日本料理」「日本文化の体験」と並ぶ人気。
- 欧米豪旅行者のニーズ（ネイチャーツアー、エコツアーなど）に即した自然ガイドツアーの更なる商品拡充や、商品そのものの情報発信の強化を通じた、自然の“観光商品化”に大きなポテンシャル。

日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー（※）では、文化体験が上位（回答は1つ）

	アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
1	日本文化体験・見学	29%	日本文化体験・見学	27%	日本文化体験・見学	31%	日本文化体験・見学	18.3%
2	町並みガイドツアー	18%	町並みガイドツアー	17%	町並みガイドツアー	16%	自然ガイドツアー	17.8%
3	調理体験	12%	調理体験	12%	調理体験	10%	調理体験	15%
4	温泉体験ツアー	9%	乗車・乗船体験	9%	乗車・乗船体験	10%	町並みガイドツアー	13%
5	乗車・乗船	7%	自然ガイドツアー	7%	温泉体験ツアー	8%	温泉体験ツアー	8%
6	自然ガイドツアー	6%	野外活動・見学	6.5%	自然ガイドツアー	7%	乗車・乗船体験	7%
	（訪日旅行希望者/n=180）		（訪日旅行希望者/n=230）		（訪日旅行希望者/n=210）		（訪日旅行希望者/n=213）	

※ 金額に関しては、ツアーの前提を「ツアーの所要時間は半日程度とし、利用している宿泊施設またはその付近からの往復の送迎、食事（1回）、ガイドやインストラクターが含まれるもの」としている。

訪日旅行で体験したいことをきいてみると、自然体験も上位（一部抜粋）（回答はあてはまるもの全て）

自然や風景の見物

アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
61%	62%	68%	65%

自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー

アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
48%	63%	61%	47%

（訪日旅行希望者/n=180）　（訪日旅行希望者/n=230）　（訪日旅行希望者/n=210）　（訪日旅行希望者/n=213）

「伝統的日本料理」と「日本文化の体験」のニーズは、それぞれ64%、56%（欧米豪平均、p.44参照）

自然ガイドツアーに商機有り

(9)「持続可能な観光」施策に一定の理解 (p.74)

- アジア、欧米豪ともに半数近くが訪日旅行中に何らかの形でいわゆるオーバーツーリズムを見聞きしており、中でも観光地・観光施設の混雑を見聞きした割合が最も高い。
- 環境維持のための入場料の値上げや税の賦課に関する質問を行ったところ、アジア、欧米豪ともに賛成が反対を大きく上回る結果となっており、「持続可能な観光」施策に一定の理解があると言えよう。

入場料の値上げや税の賦課に関する意見 (回答は1つ)

アジア全体

（全員/n=4,134）

欧米豪全体

（全員/n=2,142）

オーバーツーリズムを見聞きした経験 (回答は1つ)

アジア全体

1	観光地・観光施設の混雑	31%
2	宿泊施設でのトラブル （騒音、備品・施設の破損や大浴場におけるマナー違反など）	15%
3	観光資源や施設を劣化させる行為 （ゴミの放置や、資源の無断採取、立ち入り禁止地域への進入など）	13%
4	空港や駅など、交通機関におけるトラブル （騒音、列への割り込みや、乗務員・他の乗客との口論など）	12.0%
5	ショッピング施設や飲食店でのトラブル （支払いや商品の破損など）	11.9%
6	地域住民とのトラブル （居住地域への進入や口論など）	9%
7	レンタカーによる交通事故	8%
8	あてはまるものはない	46%

（訪日経験者/n=2,243）

欧米豪全体

1	観光地・観光施設の混雑	23%
2	ショッピング施設や飲食店でのトラブル （支払いや商品の破損など）	13%
3	レンタカーによる交通事故	9%
4	宿泊施設でのトラブル （騒音、備品・施設の破損や大浴場におけるマナー違反など）	8.2%
5	空港や駅など、交通機関におけるトラブル （騒音、列への割り込みや、乗務員・他の乗客との口論など）	7.9%
6	地域住民とのトラブル （居住地域への進入や口論など）	7.0%
7	観光資源や施設を劣化させる行為 （ゴミの放置や、資源の無断採取、立ち入り禁止地域への進入など）	6.7%
8	あてはまるものはない	52%

（訪日経験者/n=328）

（注）四捨五入の関係で内訳の合計が一致しない場合がある

（10）ニーズの取りこぼしを減らし、不満足点の解消を（p.44, 72, 73）

- アジア、欧米豪ともに、伝統的日本料理を含む食事に対する満足度が高い。
- 欧米豪が訪日旅行で体験したいこと第1位である「日本庭園の見物」の満足度は相対的に低い。
- 不満足だった点としては、アジア、欧米豪ともに「特に不満は無い」という回答の割合が4割以上ではあるものの、依然として言語面での不満が上位に来る。
- 訪日経験者の満足度を更に挙げ、リピーターを増加させるためには、言語面に代表される旅のインフラ的な不満点を解消しつつ、観光資源における説明の充実（外国語での案内等）や見せ方の工夫等を図ることが求められるであろう。

訪日旅行で体験したいこと（回答はあてはまるもの全て）

アジア全体

1	桜の観賞	64%
2	温泉への入浴	63%
3	伝統的日本料理	57%

（訪日希望者/n=2,265）

欧米豪全体

1	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	64.5%
1	伝統的日本料理	64.5%
3	繁華街の街歩き	64.0%

（訪日希望者/n=833）

訪日旅行で満足した点（回答は5つまで選択）

アジア全体

1	伝統的日本料理	40%
2	温泉への入浴	32.4%
3	自然や風景の見物	32.2%
4	清潔さ／衛生面	25%
5	現地の人が普段利用している カジュアルな食事	22.4%
6	化粧品や医薬品の購入	21.6%
7	桜の観賞	20%

（訪日経験者/n=2,243）

欧米豪全体

1	伝統的日本料理	50%
2	現地の人が普段利用している カジュアルな食事	26%
3	繁華街の街歩き	23.5%
4	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 （説明の充実度含む）	22.9%
5	自然や風景の見物	21%
6	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	17%
7	桜の観賞	15.9%

（訪日経験者/n=328）

訪日旅行で不満足だった点（回答はあてはまるもの全て）

アジア全体

1	英語の通用しやすさ	17%
2	母国語の通用しやすさ	13%
3	キャッシュレス決済の普及状況 （モバイル決済やデビッド、クレジットカードなど）	7%
	特に不満はない	43%

（訪日経験者/n=2,243）

欧米豪全体

1	英語の通用しやすさ	9.1%
2	母国語の通用しやすさ	8.8%
2	現地の人が普段利用している カジュアルな食事	8.8%
	特に不満はない	43%

（訪日経験者/n=328）

【Ⅰ.東京2020大会の訪日観戦意欲】

3. ＜全員＞ イベントの認知度

◆ **イベントの開催時期が近づくにつれて認知度（「知っている」「聞いた気がする」の合計）が上昇**

- ラグビーワールドカップ2019の認知度は全体で約5割、前回調査より4ポイント上昇した。欧米豪を中心に「知っている」と答えた人の割合が前回調査より上昇している。
- 東京2020大会の認知度は、全体で約8割となった。「知っている」と答えた人の割合がいずれの地域でも前回調査より上昇している。
- ワールドマスターズゲームズ2021関西の認知度は、全体では4割程度であるものの、前回調査と比較して2ポイント割合が上昇した。国別に前回調査と比較すると、オーストラリアは9ポイント、台湾は7ポイント割合が上昇している。
- 2025年日本国際博覧会の認知度は、全体で約5割、前回調査より3ポイント割合が上昇した。国別にみると、前回調査と比較して台湾は13ポイント、オーストラリアは8ポイント、韓国は7ポイント上昇しており、2018年11月の開催決定による認知度向上がうかがえる。

【開催直前】ラグビーワールドカップ2019　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	23	19	6	35	15	17	22	17	16	21	30	23	27	35	37
聞いた気がする	26	27	14	30	23	25	35	26	26	36	25	23	27	21	28
知らない	51	55	80	35	62	58	43	57	58	42	45	54	46	44	35

【開催1年前】東京2020大会　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	48	53	49	75	66	55	39	41	55	43	38	34	38	39	40
聞いた気がする	28	27	26	18	20	26	37	30	27	36	30	29	29	29	31
知らない	24	19	25	7	14	19	24	29	18	20	32	37	32	32	28

ワールドマスターズゲーム2021関西　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	15	16	8	28	13	13	18	11	15	18	14	19	12	10	17
聞いた気がする	25	27	14	31	24	26	36	22	26	36	20	20	21	19	20
知らない	60	57	78	41	63	61	46	66	58	46	66	61	67	72	63

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	19	21	10	47	25	17	21	15	14	17	14	18	11	10	19
聞いた気がする	28	30	20	31	30	29	37	27	31	38	23	24	23	19	28
知らない	53	49	70	21	44	54	42	58	54	46	62	58	66	70	54

4. ＜全員＞ 東京2020大会の訪日観戦意欲／訪日観戦したくない理由

◆ **訪日観戦意欲は過半数以上、訪日観戦したくない理由は「混雑を避けるため」**

- 訪日観戦意欲（「したい」「どちらかといえばしたい」の合計）は、全体、アジア全体、欧米豪全体いずれも過半数を超えるが、国により差がある。例えば、リピーターが約6割の台湾の訪日観戦意欲は4割程度に留まる一方、リピーターが1割程度のインドネシアは8割の観戦意欲がある。
- 訪日観戦したくない理由は、全体、アジア全体、欧米豪全体いずれも「混雑を避けるため」の割合が最も高く、次いで、「費用の高騰」の割合が高いが、国・地域により差がみられる。

東京2020大会の訪日観戦意欲　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	4,779	3,333	394	491	439	400	391	374	431	413	1,446	334	365	362	385
したい	27	28	10	38	14	16	49	21	33	42	24	31	19	20	26
どちらかといえばしたい	31	33	34	39	29	31	33	28	32	38	26	25	21	25	32
どちらかといえばしたくない	14	15	22	11	25	22	7	11	13	9	12	8	13	11	16
したくない	17	15	27	7	25	21	6	24	10	6	22	18	26	24	21
まだわからない	11	8	7	5	7	10	5	17	12	5	16	19	22	20	5

（注）前頁の東京2020大会の認知において、「知っている」「聞いた気がする」を選択した回答者を対象に回答を得た。

訪日観戦したくない理由　（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	1,501	1,008	193	89	221	170	49	128	97	61	493	86	141	126	140
開催期間中の混雑を避けるため	44	46	31	61	51	49	51	41	58	25	42	45	41	40	41
開催期間中は渡航費や宿泊費、食事代等の費用が高くなると予想するため	42	45	41	54	44	46	45	42	54	34	35	36	36	44	26
ライブ観戦に興味がないため	32	34	22	30	38	39	41	36	34	36	29	38	30	29	24
オリンピック・パラリンピックに興味が無いため	29	30	25	17	35	34	31	30	23	48	26	21	26	29	29
オリンピック・パラリンピックの時期を外して訪日したいため	26	22	15	34	20	16	41	22	32	25	34	35	34	33	34
そもそも訪日したくない	5	4	13	8	1	2	0	2	3	3	7	5	8	6	9

（注）上段表の問いにおいて、東京2020大会の訪日観戦を
「どちらかといえばしたくない」「したくない」と選択した回答者を対象に回答を得た。

5. ＜全員＞ 東京2020大会訪日の際の地方エクスカーション意向／希望日数／希望する地方

◆ **訪日観戦意向者の地方への訪問意欲は非常に高い**

- 訪日観戦の際の地方への訪問意欲（「したい」「どちらかといえばしたい」の合計）は、全体、アジア全体、欧米豪全体いずれも9割を超える。
- 希望する周遊日数は、全体、アジア全体、欧米豪全体いずれも「2-3日」の割合が最も高く、次いで、「4-6日」の割合が多い。日本から比較的距離のある国を中心に1週間以上の希望も相応にある。
- 希望する地方は、アジア全体では、東南アジア諸国を中心に北海道の割合が最も高く、次いで、東京近郊と関西の割合が高い。また、欧米豪と比較して九州地方の割合も高い。
- 希望する地方は、欧米豪全体では、東京近郊の割合が最も高く、次いで関西、北海道の割合が高い。また、アジアと比較して中国地方の割合も高い。

東京2020大会訪日の際の地方エクスカーション意向　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,767	2,050	174	379	188	189	321	183	284	332	717	185	145	163	224
したい	52	54	29	51	50	43	67	47	61	62	49	56	50	45	46
どちらかといえばしたい	43	42	66	47	45	50	29	45	34	38	43	30	47	47	48
どちらかといえばしたくない	4	3	4	1	4	6	4	5	3	0	6	11	1	6	5
したくない	0	0	1	0	1	1	0	2	0	0	1	2	1	1	0
まだわからない	1	1	1	0	1	1	1	1	2	0	1	1	1	1	0

（注）前頁の東京2020大会の訪日観戦意欲において、
「したい」「どちらかといえばしたい」を選択した回答者を対象に回答を得た。

希望日数　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,629	1,967	164	373	179	175	307	168	271	330	662	159	141	150	212
半日以下	4	4	3	1	6	4	6	1	2	5	4	4	4	3	6
1日	19	21	22	12	28	27	31	15	13	21	15	11	13	14	19
2-3日	42	44	51	48	47	46	46	31	34	44	38	40	36	35	40
4-6日	22	22	20	32	13	19	11	26	30	17	22	25	23	23	20
1週間以上	13	11	5	7	6	3	7	27	21	12	21	21	24	25	16

希望する地方　（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,629	1,967	164	373	179	175	307	168	271	330	662	159	141	150	212
東京近郊	43	43	40	31	49	38	37	41	49	59	44	40	50	47	42
北海道（例：札幌、函館、ニセコ）	44	50	33	46	43	37	53	60	57	57	28	28	35	23	28
東北（例：仙台、秋田、山形、岩手、福島）	18	18	12	18	21	25	17	18	17	16	19	17	21	18	19
中部（例：名古屋、飛騨/高山、伊勢志摩、新潟、金沢、富山、福井）	21	21	12	36	23	27	13	20	19	17	20	19	22	17	21
関西（例：京都、大阪、奈良、神戸）	41	43	32	47	37	44	44	45	48	41	33	30	33	29	37
中国（例：広島、岡山、鳥取、松江）	19	17	7	20	13	16	17	20	17	19	26	28	31	29	20
四国（例：香川、愛媛、徳島、高知）	18	18	7	20	18	26	13	22	17	19	20	19	20	17	23
九州（例：福岡、 長崎、熊本、大分、鹿児島）	29	30	26	32	30	34	31	39	25	28	25	25	26	25	25
沖縄	27	28	19	17	25	21	33	46	34	30	25	28	25	23	25
わからない	5	2	3	0	2	1	3	4	3	1	13	14	10	17	11

（注）希望日数と希望する地方は、上段表の東京2020大会訪日の際の
地方エクスカーション意向において、「したい」「どちらかといえばしたい」と選択した回答者を対象に回答を得た。

【Ⅱ. 訪日旅行への期待】

6. ＜全員＞ 今後旅行したい国・地域

◆ **海外旅行希望先は「日本」がトップ。欧米豪でも順位が上昇。**

- 全体の約半数が「訪日旅行」を希望している。上位5ヶ国の顔ぶれは前回調査と変わらない。
- アジア全体では、調査開始（2012年）以来8年連続で日本がトップ。台湾と香港は、前回調査に引き続き7割超が日本旅行を希望している。
- 欧米豪全体では、欧米豪の調査開始（2016年）以来アメリカが首位だったが、僅差ではあるもののオーストラリアが初めて首位となった。日本は前回調査と比較すると5ポイント上昇し6位（前回調査では8位）。フランスとアメリカで訪日旅行希望の高まりがみられ、特にフランスは前回調査と比較して9ポイント上昇。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
1	日本	49	55	30	54	71	73	49	56	55	51	39	34	43	39	40
2	オーストラリア	41	38	43	39	33	47	20	43	47	36	46	45	－	48	44
3	ニュージーランド	39	37	40	36	36	39	21	48	46	29	42	36	46	47	37
4	アメリカ	31	26	32	30	28	22	12	38	22	20	46	－	47	53	38
5	韓国	30	38	－	28	41	46	29	42	45	38	17	16	19	17	15
6	スイス	30	30	40	28	28	30	18	40	33	22	30	35	37	31	18
7	イタリア	30	25	32	30	23	24	12	31	25	20	40	42	42	44	31
8	フランス	30	27	34	38	24	24	14	34	27	23	36	39	41	28	－
9	イギリス	29	27	30	30	21	29	18	35	28	24	35	39	43	－	23
10	カナダ	29	22	36	25	21	21	7	36	18	14	42	35	46	48	39
11	タイ	28	28	19	28	29	40	－	33	27	20	29	23	27	33	31
12	ハワイ	28	26	48	35	29	25	10	27	21	13	33	－	36	37	27
13	シンガポール	25	27	29	31	29	37	21	－	19	26	22	17	28	29	14
14	スペイン	25	21	33	22	20	23	7	30	21	15	32	36	34	34	24
15	香港	25	26	30	33	23	－	17	24	29	21	24	22	26	33	16
16	ドイツ	25	23	29	31	24	24	9	30	20	19	27	35	34	27	13
17	中国本土	23	25	19	－	31	37	22	24	32	13	18	14	18	22	18
18	台湾	22	28	24	25	－	54	17	36	30	15	11	11	13	11	8
19	オーストリア	19	17	25	16	18	18	6	25	15	13	24	26	25	24	19
20	ベトナム	19	18	29	10	21	23	14	18	24	7	20	13	24	21	23
21	その他欧州諸国	19	15	21	8	15	19	8	24	16	12	25	25	30	30	18
22	マレーシア	18	18	15	20	20	28	8	22	－	14	17	12	16	22	18
23	マカオ	15	18	19	25	18	36	10	12	18	10	9	6	11	11	7
24	インドネシア	14	13	13	10	14	10	4	19	16	－	17	14	17	18	20
25	メキシコ	13	8	12	9	6	7	2	13	8	4	23	23	19	30	21
26	フィリピン	12	10	14	11	14	7	6	12	14	6	16	13	14	19	17
27	中南米諸国	12	7	12	6	7	8	2	13	8	3	21	20	18	22	24
28	中東諸国（ドバイなど）	12	10	9	8	8	9	3	15	12	13	15	12	16	21	13
29	インド	11	7	9	8	7	6	5	7	8	6	18	14	14	24	19
30	グアム	10	12	32	9	23	16	1	8	7	3	3	－	4	3	3
31	アフリカ諸国	9	5	6	4	4	5	2	9	6	3	17	17	14	19	17
－	その他	1	1	1	－	1	1	2	1	1	1	2	2	3	2	2
－	特に旅行したい国・地域は無い	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	3	4	3	3	2

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。全体の割合において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

7. ＜全員＞ 具体的に旅行を検討している国・地域

◆ **具体的に検討している旅行先についても日本がトップ。欧米豪でも順位が上昇**

- 全体では、前回調査に引き続き、日本が具体的に海外旅行を検討している国のトップとなった。
- アジア全体では、日本が調査開始以来8年連続でトップ。前回調査同様に、調査対象者の4割が訪日旅行を具体的に検討している。
- 欧米豪全体では、アメリカがトップ。日本は2位で前回調査の5位から順位が上昇、前回調査と比較して、フランスは5ポイント、アメリカは4ポイント上昇している。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	6,158	4,075	515	524	499	486	500	517	520	514	2,083	513	522	520	528
1	日本	33	40	19	40	41	62	44	43	38	36	20	19	22	17	22
2	韓国	16	22	－	16	16	28	20	24	28	24	7	10	6	4	6
3	オーストラリア	16	16	11	19	3	26	9	21	20	16	17	19	－	17	14
4	アメリカ	15	9	9	14	4	11	5	16	8	6	28	－	25	35	25
5	ニュージーランド	14	13	8	16	2	18	9	22	17	9	17	15	24	13	14
6	タイ	12	13	8	12	7	23	－	18	14	9	11	7	11	13	15
7	イギリス	12	9	6	10	3	15	7	15	11	8	18	21	21	－	12
8	台湾	12	16	11	12	－	35	11	21	20	4	4	4	4	3	3
9	イタリア	11	7	7	10	2	10	4	8	7	4	20	22	14	25	18
10	香港	11	12	11	19	6	－	9	10	15	11	10	9	10	13	7
11	中国本土	11	13	9	－	12	20	15	13	18	6	7	7	8	8	7
12	フランス	10	8	9	16	4	10	4	10	8	7	16	19	14	15	－
13	カナダ	10	6	9	7	1	13	2	12	4	4	18	16	16	18	21
14	シンガポール	10	11	8	15	4	19	11	－	6	16	7	7	10	8	5
15	スイス	9	9	9	7	2	15	8	15	13	6	9	11	11	8	6
16	スペイン	9	6	10	8	3	9	1	11	4	2	14	15	11	19	12
17	ドイツ	8	6	6	11	2	10	3	8	4	6	11	17	11	11	6
18	ハワイ	8	7	13	11	2	9	5	8	6	3	10	－	13	9	8
19	ベトナム	7	7	13	3	3	8	8	8	9	2	7	4	10	7	9
20	マレーシア	7	7	4	7	2	13	5	10	－	9	6	4	5	6	8
21	その他欧州諸国	7	4	5	1	2	7	3	9	5	2	11	10	12	15	9
22	マカオ	5	7	5	9	6	18	4	4	7	4	2	1	2	3	3
23	インドネシア	5	4	3	4	2	3	3	8	6	－	6	5	7	6	8
24	オーストリア	5	4	4	4	1	8	2	7	4	3	7	7	6	6	7
25	中東諸国（ドバイなど）	4	3	2	3	1	3	1	5	4	5	6	6	5	8	6
26	メキシコ	4	1	2	2	0	2	0	3	1	0	8	10	4	9	9
27	中南米諸国	3	2	3	1	－	3	0	3	2	0	7	8	5	6	9
28	インド	3	1	1	1	0	0	2	1	2	3	6	5	5	8	7
29	フィリピン	3	2	3	3	1	1	2	3	4	1	4	5	3	4	6
30	アフリカ諸国	3	1	1	1	0	3	1	3	2	1	6	7	3	6	7
31	グアム	2	2	8	3	1	5	0	2	1	－	1	－	0	1	1
－	その他	1	1	1	－	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
－	具体的に旅行を検討している国・地域は無い	8	7	21	3	25	1	1	3	3	3	8	12	7	7	7

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。全体の割合において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。「今後、旅行したい国・地域はどこですか？」において「特に旅行したい国・地域はない」と回答したサンプルを除く。

8. ＜全員＞ 行ってみたい日本の観光地のイメージ

◆ **アジアは自然、欧米豪は文化への関心が高い**

- アジアでは、前回調査同様に「桜」「温泉」「富士山」「雪景色」「紅葉」など、日本の自然や四季に対する関心が引き続き高い。なかでも「雪景色」は、リピーターの多い台湾・香港において前回調査よりポイントが上昇しており、さらなる関心の高まりがうかがえる。
- 欧米豪では、前回調査同様に「日本庭園」への関心が最も高く、次いで、「富士山」「神社仏閣」「桜」「日本的な街並み」「城」など、日本の文化・歴史や日本らしさに対する関心が高い。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
1	桜	58	63	34	62	65	69	68	66	73	68	47	40	53	45	50
2	富士山	56	59	32	62	59	62	65	63	66	60	51	43	52	51	56
3	温泉	53	60	67	60	61	69	53	61	58	49	40	36	43	37	44
4	日本的な街並み	53	56	52	49	62	66	49	59	61	51	46	41	49	42	53
5	日本庭園	47	43	36	38	42	36	41	45	54	50	55	49	54	53	63
6	日本旅館	47	49	44	40	48	55	45	57	55	51	42	38	42	41	45
7	新幹線	45	46	29	29	40	48	45	57	58	64	42	38	54	47	29
8	雪景色	41	50	38	40	55	60	43	53	61	51	23	18	32	19	25
9	城	41	39	31	24	41	46	40	52	46	35	43	45	45	42	40
10	山のリゾート	40	42	25	35	36	42	42	56	53	50	36	32	40	37	33
11	神社仏閣	39	35	15	26	45	46	40	37	38	34	47	40	43	44	61
12	紅葉	38	43	11	31	48	55	43	53	62	43	29	22	34	27	34
13	ショッピングモール	37	41	28	44	43	56	35	48	40	33	29	27	38	28	23
14	祭り	34	34	30	20	37	44	31	39	37	37	34	34	36	32	36
15	島々の風景	34	32	17	35	36	32	32	38	36	28	38	32	31	37	52
16	テーマパーク	33	39	31	44	43	46	35	38	39	34	23	25	28	21	19
17	農村／田園風景	32	31	11	26	28	32	33	48	46	24	34	27	34	29	46
18	居酒屋	30	32	40	41	34	48	25	27	21	20	26	23	25	23	34
19	ビーチリゾート	28	27	29	31	27	24	20	29	29	27	31	30	27	30	38
20	巨大インフラ(ダム、海底トンネル、橋など)	22	21	12	16	19	19	19	23	27	34	24	23	25	26	24
21	現代建築(高層ビル街など)	21	18	10	16	14	20	16	21	23	27	25	24	24	27	25
22	工場／コンビナート	7	7	4	8	2	4	7	10	8	9	9	9	11	8	7
–	この中には行ってみたいところはない	3	1	3	1	1	0	0	2	0	1	6	6	6	9	2

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

1.桜

全体	アジア全体	欧米豪全体	
58	63	47	
韓国	中国	台湾	香港
34	62	65	69
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
68	66	73	68
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
40	53	45	50

2.富士山

全体	アジア全体	欧米豪全体	
56	59	51	
韓国	中国	台湾	香港
32	62	59	62
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
65	63	66	60
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
43	52	51	56

3.温泉

全体	アジア全体	欧米豪全体	
53	60	40	
韓国	中国	台湾	香港
67	60	61	69
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
53	61	58	49
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
36	43	37	44

4.日本的な街並み

全体	アジア全体	欧米豪全体	
53	56	46	
韓国	中国	台湾	香港
52	49	62	66
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
49	59	61	51
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
41	49	42	53

8. ＜全員＞ 行ってみたい日本の観光地のイメージ

5.日本庭園

全体	アジア全体	欧米豪全体	
47	43	55	
韓国	中国	台湾	香港
36	38	42	36
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
41	45	54	50
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
49	54	53	63

6.日本旅館

全体	アジア全体	欧米豪全体	
47	49	42	
韓国	中国	台湾	香港
44	40	48	55
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
45	57	55	51
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
38	42	41	45

7.新幹線

全体	アジア全体	欧米豪全体	
45	46	42	
韓国	中国	台湾	香港
29	29	40	48
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
45	57	58	64
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
38	54	47	29

8.雪景色

全体	アジア全体	欧米豪全体	
41	50	23	
韓国	中国	台湾	香港
38	40	55	60
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
43	53	61	51
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
18	32	19	25

9.城

全体	アジア全体	欧米豪全体	
41	39	43	
韓国	中国	台湾	香港
31	24	41	46
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
40	52	46	35
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
45	45	42	40

10.山のリゾート

全体	アジア全体	欧米豪全体	
40	42	36	
韓国	中国	台湾	香港
25	35	36	42
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
42	56	53	50
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
32	40	37	33

11.神社仏閣

全体	アジア全体	欧米豪全体	
39	35	47	
韓国	中国	台湾	香港
15	26	45	46
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
40	37	38	34
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
40	43	44	61

12.紅葉

全体	アジア全体	欧米豪全体	
38	43	29	
韓国	中国	台湾	香港
11	31	48	55
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
43	53	62	43
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
22	34	27	34

13.ショッピングモール

全体	アジア全体	欧米豪全体	
37	41	29	
韓国	中国	台湾	香港
28	44	43	56
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
35	48	40	33
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
27	38	28	23

14.祭り

全体	アジア全体	欧米豪全体	
34	34	34	
韓国	中国	台湾	香港
30	20	37	44
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
31	39	37	37
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
34	36	32	36

15.島々の風景

全体	アジア全体	欧米豪全体	
34	32	38	
韓国	中国	台湾	香港
17	35	36	32
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
32	38	36	28
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
32	31	37	52

16.テーマパーク

全体	アジア全体	欧米豪全体	
33	39	23	
韓国	中国	台湾	香港
31	44	43	46
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
35	38	39	34
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
25	28	21	19

8. ＜全員＞ 行ってみたい日本の観光地のイメージ

17.農村／田園風景

全体	アジア全体	欧米豪全体	
32	31	34	
韓国	中国	台湾	香港
11	26	28	32
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
33	48	46	24
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
27	34	29	46

18.居酒屋

全体	アジア全体	欧米豪全体	
30	32	26	
韓国	中国	台湾	香港
40	41	34	48
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
25	27	21	20
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
23	25	23	34

19.ビーチリゾート

全体	アジア全体	欧米豪全体	
28	27	31	
韓国	中国	台湾	香港
29	31	27	24
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
20	29	29	27
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
30	27	30	38

20.巨大インフラ(ダム、海底トンネル、橋など)

全体	アジア全体	欧米豪全体	
22	21	24	
韓国	中国	台湾	香港
12	16	19	19
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
19	23	27	34
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
23	25	26	24

21.現代建築(高層ビル街など)

全体	アジア全体	欧米豪全体	
21	18	25	
韓国	中国	台湾	香港
10	16	14	20
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
16	21	23	27
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
24	24	27	25

22.工場／コンビナート

全体	アジア全体	欧米豪全体	
7	7	9	
韓国	中国	台湾	香港
4	8	2	4
タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
7	10	8	9
アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
9	11	8	7

＜写真の出典＞

桜、富士山、紅葉、居酒屋　：©Yasufumi Nishi/©JNTO
日本庭園　：©Adachi Museum of Art/©JNTO
城、雪景色、神社仏閣　：©JNTO
シッピングモール　：©Nagano Prefecture/©JNTO
祭り　：©Y.Shimizu/©JNTO
農村/田園風景　：©Promotion Airport Environment Improvement Foundation/©JNTO
山のリゾート　：©Matsumoto city/©JNTO
現代建築　：©Osaka Government Tourism Bureau/©JNTO
新幹線、工場/コンビナート、温泉、日本的な街並み、日本旅館、島々の風景、テーマパーク、ビーチリゾート、巨大インフラ
：PIXTA

9. ＜訪日経験者＞ 日本に対する意識（日本のブランド価値）

◆ **旅行先としての日本の認知度やブランドイメージは比較的高い**

- 日本は旅行先として有名であると評価した層（※）は全体の8割近くにのぼる。他の国にない日本の特徴を思い浮かぶと評価した層（※）は、全体の69%となっている。
- 日本は何度行っても新たな発見があると評価した層（※）は全体の68%であり、日本は陳腐化しない魅力を持った国と評価されている様子がうかがえる。
- 日本は他の国よりも満足した滞在ができると評価した層（※）は全体の60%であり、相対的に見ても日本が旅行先として比較的高い評価を受けている傾向が見られる。

（※）「大変そう思う」と「そう思う」を合わせた比率

日本は、旅行先として有名である （回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	41	41	14	40	49	35	57	52	50	50	45	47	51	27	48
そう思う	38	39	38	39	38	43	35	38	34	42	33	35	34	36	26
やや思う	15	16	33	19	10	17	7	8	14	7	11	14	5	18	11
どちらでもない	4	4	12	2	2	5	0	1	2	1	6	2	9	9	6
あまりそう思わない	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	7	9
そう思わない	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0
全くそう思わない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

他の国にはない日本の特徴が思い浮かぶ （回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	31	29	13	34	32	18	41	32	32	50	44	39	37	35	64
そう思う	38	39	32	40	38	43	40	40	41	36	34	35	37	38	26
やや思う	21	22	36	19	20	26	15	18	22	7	13	16	15	18	5
どちらでもない	8	8	15	5	7	11	3	8	6	7	8	11	11	7	3
あまりそう思わない	1	1	2	2	1	1	0	1	0	0	1	0	0	2	1
そう思わない	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
全くそう思わない	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

日本は、何度行っても新たな発見がある （回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	30	28	8	28	34	27	41	29	32	44	40	47	33	42	41
そう思う	38	38	24	43	38	41	41	42	43	42	35	34	32	38	38
やや思う	20	21	33	20	18	22	11	20	20	9	15	17	21	7	11
どちらでもない	10	10	25	7	8	9	6	7	5	4	9	1	13	11	9
あまりそう思わない	2	2	7	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	2	0
そう思わない	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1
全くそう思わない	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

日本は、他の国より満足した滞在ができる （回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	26	26	8	27	33	23	40	27	26	32	30	33	25	16	41
そう思う	34	35	22	36	36	40	30	40	36	46	29	35	28	31	24
やや思う	22	22	34	21	21	24	18	17	21	13	18	14	21	18	19
どちらでもない	13	12	24	12	7	10	11	11	14	10	14	14	16	20	9
あまりそう思わない	3	2	7	2	1	2	1	2	2	0	6	2	10	7	3
そう思わない	1	1	2	1	1	0	0	3	2	0	2	0	1	5	1
全くそう思わない	1	1	4	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	2

（注）30%以上を赤、または黄色で塗りつぶした。

【Ⅲ. 訪日旅行の形態】

10. ＜訪日経験者＞ 訪日旅行の目的／同行者

◆ **「観光」目的が9割。同行者は「配偶者・恋人」**

- 訪日目的は、アジアの大半が「観光」、欧米豪では、観光の他に、「ビジネス・国際会議」も散見される。
- 訪日旅行の同行者は、全体、アジア、欧米豪ともに「配偶者・恋人」の割合が最も高く、次いで、「友人」の割合が高い。アジアは欧米豪と比較して、自分の子供や親と一緒の家族旅行の割合が高い。欧米豪は、アジアと比較して「同行者なし（ひとり旅）」の割合が高い。

訪日旅行の目的

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
観光	91	93	91	95	94	98	95	88	87	81	76	70	77	69	85
ビジネス・国際会議	4	3	4	2	3	0	3	6	6	8	9	11	7	16	5
研修・インセンティブ	2	2	2	3	1	1	1	1	3	8	5	7	5	2	3
留学	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	2	0	4	2
親族や知り合いに会うため	2	1	3	1	1	0	0	3	2	1	7	8	8	9	2
その他	1	0	0	0	1	0	0	2	1	0	2	1	3	0	2

訪日旅行の同行者

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
同行者なし	9	8	10	9	6	5	7	9	8	10	20	18	19	20	23
配偶者・恋人	56	57	48	68	58	62	51	52	53	56	50	43	49	51	56
友人	28	30	26	24	34	30	40	23	32	32	20	25	21	18	17
自分の子供	23	24	19	27	29	19	24	26	20	29	18	24	17	18	15
自分の親	14	15	10	11	22	18	16	14	10	11	9	14	13	4	2
自分の子供・親以外の家族・親族	11	12	12	3	14	8	18	17	20	11	8	8	11	5	5
その他	2	2	5	0	3	1	1	2	2	1	2	2	1	4	1

（注）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

11. ＜訪日経験者＞ 訪日旅行前の情報収集

◆ **旅マエは「口コミサイト」と「旅行ガイドブック」による情報収集が多い**

- アジア全体では、「口コミサイト」の割合が最も高く、次いで「旅行ガイドブック」、「SNS」の割合が高い。前回調査より、「口コミサイト」は7ポイント、「SNS」は、13ポイント上昇している。
- 欧米豪全体では、「旅行ガイドブック」の割合が最も高く、次いで「口コミサイト」、「日本政府観光局のHP」の割合が高い。
- 全体では同等の割合の「口コミサイト」と「旅行ガイドブック」を国別に比較すると、10ポイント以上差がある国が複数あり、国による嗜好の違いがうかがえる。

訪日旅行前に、どこで情報を収集したか　（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
1	口コミサイト	43	45	45	66	33	32	50	49	46	41	35	29	46	36	28
2	旅行ガイドブック	43	43	33	41	43	54	43	40	53	42	40	40	36	25	52
3	SNS	38	41	23	34	54	43	62	21	35	63	17	16	16	9	25
4	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	32	33	13	34	31	39	32	39	48	44	31	31	31	27	32
5	個人ブログ	32	34	44	15	49	36	31	27	42	24	15	13	16	9	20
6	旅行会社のHP	30	31	33	33	12	38	33	22	41	48	27	27	24	20	35
7	母国にいる家族・知人	25	25	16	35	30	7	34	29	28	39	22	27	24	20	18
8	旅行会社のパンフレット	22	23	13	32	26	20	18	19	31	25	19	20	15	15	26
9	テレビ番組	20	22	18	22	21	26	31	13	12	33	11	12	8	7	15
10	自治体や観光協会など地域の公式HP	18	19	5	16	11	28	16	29	35	24	16	23	14	15	11
11	旅行会社カウンター	17	18	9	20	16	14	40	18	21	14	13	11	13	15	14
12	チラシや広告、キャンペーン	13	14	8	12	17	11	17	14	23	17	10	8	5	4	20
13	日本にいる家族・知人	11	11	10	12	8	5	14	14	11	21	17	22	19	20	10
14	新聞	7	7	4	6	3	11	9	9	5	7	10	7	10	11	11
－	その他	2	2	2	0	1	2	3	2	2	1	5	1	10	5	1

（注）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。
（注2）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。

12. ＜訪日経験者＞ 訪日旅行中の情報収集

◆ **旅ナカは、アジアは幅広く、欧米豪は現地ならではの声を中心に情報収集**

- アジア全体では、「旅行ガイドブック」の割合が最も高く、次いで「観光案内所」の割合が高いが、国毎に嗜好が分かれている。それぞれの国の嗜好においてSNSや口コミサイト、無料パンフレット・小冊子、個人ブログなどの情報を活用して、幅広く情報収集していることがうかがえる。
- 欧米豪全体では、「観光案内所」の割合が最も高く、次いで、「口コミサイト」、「スタッフ」の割合が高い。旅マエと比較して「旅行ガイドブック」の割合が概ね低下していることに加え、「駅員や交番、道を歩いている人」の割合も相応にあることから、現地ならではの情報を取り入れたい意向がうかがえる。

訪日旅行中は、どのように情報収集したか　（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
1	旅行ガイドブック	34	36	29	34	41	40	41	21	45	47	19	17	14	15	31
2	観光案内所	31	32	23	26	28	35	49	33	51	21	25	24	29	22	23
3	SNS	27	29	20	25	34	30	46	15	29	46	13	16	10	9	18
4	口コミサイト	27	28	30	45	16	19	30	26	34	29	23	27	26	18	18
5	ホテル・旅館のコンシェルジュやスタッフ、店のスタッフ	27	28	18	31	32	26	28	29	33	31	21	28	18	24	16
6	無料パンフレット・小冊子	26	27	21	25	33	26	12	28	43	39	17	16	18	15	19
7	個人ブログ	21	23	31	15	31	24	19	16	23	21	9	7	12	7	9
8	日本政府観光局（又は観光庁）のHP	20	21	7	23	23	21	24	16	34	33	16	20	14	7	22
9	旅行会社のHP	19	19	16	20	9	24	22	17	20	35	16	17	13	13	23
10	ツアーガイド	18	19	15	22	18	7	35	15	26	36	13	19	15	9	9
11	旅行会社のパンフレット	17	18	12	21	23	16	17	12	25	27	13	13	8	11	18
12	自治体や観光協会など地域の公式HP	13	13	6	15	6	17	13	11	26	19	11	17	8	13	9
13	駅員や交番、道を歩いている人	12	12	8	11	5	12	12	19	25	17	16	14	15	20	16
14	日本にいる家族・知人	11	10	10	12	7	4	13	12	9	26	14	13	11	13	18
－	その他	1	1	0	0	1	1	3	1	1	1	2	4	3	2	0
－	日本では情報収集しなかった	10	10	14	6	11	11	4	13	6	3	13	11	17	18	8

（注）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。
（注2）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。

13. ＜訪日旅行希望者＞ 希望する旅行形態

＜訪日経験者＞ 実際の旅行形態

◆ **希望／実際とも「ガイドつきパック旅行」「航空券と宿泊施設を個別に手配」**

- 希望する訪日旅行形態のアジア全体では、「ガイドつきパック旅行」の割合が最も高く、僅差で「個別手配」の割合が高いが国別にみると二極化傾向にある。
- 希望する訪日旅行形態の欧米豪全体では、「個別手配」の割合が最も高く、僅差で「ガイドつきパック旅行」の割合が高いが国別にみると嗜好が分かれる。「自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー」の希望も相応にある。
- 実際の訪日旅行形態は、全体では、「個別手配」の割合が最も高く、希望と比較すると概ね割合が上昇する。二極化傾向にあった「個別手配」と「ガイド付きパック旅行」を国別に希望と実際で比較すると、その傾向はほぼ変わらないが、マレーシアとアメリカは逆転している。

希望する訪日旅行形態

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に、食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれている	33	35	16	44	30	17	48	24	42	60	29	32	28	26	30
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー	19	17	21	20	18	17	17	16	14	13	24	27	12	28	30
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行	13	13	15	13	16	16	16	6	9	10	15	13	15	12	18
航空券と宿泊施設を個別に手配	32	32	41	16	34	49	17	49	31	16	30	26	42	31	21
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	3	3	6	8	3	1	2	4	3	2	2	2	3	2	2

実際の訪日旅行形態（ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く）

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,380	2,108	341	341	369	402	212	214	119	110	272	65	87	43	77
航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に、食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれている	33	34	23	52	36	20	53	28	26	48	26	34	16	14	39
自身の嗜好によるガイド付きオーダーメイドツアー	11	11	8	13	11	14	14	8	9	6	15	17	13	23	10
航空券と宿泊施設のみがセットになったパック旅行	11	11	13	11	11	15	8	3	8	14	11	9	7	2	21
航空券と宿泊施設を個別に手配	41	40	52	19	40	50	23	56	52	27	42	35	55	53	27
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	4	3	4	5	2	1	2	5	4	5	6	5	9	7	3

（注）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

14. ＜訪日旅行希望者＞ 希望する滞在日数

＜訪日経験者＞ 実際の滞在日数と滞在箇所数

◆ **欧米豪よりアジアの方が滞在は短め、希望より実際の滞在が短くなる傾向にある**

- 希望する滞在日数は、アジア全体では6-7日が最も多い。日本から距離の近い韓国の9割が5日以内を希望している一方で、比較的距離のあるシンガポールとマレーシアでは10日以上の希望が4割程度ある。欧米豪全体では、10日以上の割合が最も高く、イギリスとフランスでは8割が10日以上を希望している。アメリカの10日以上の希望は5割程度に留まり、欧米豪の中では比較的短めの傾向にある。
- 実際の滞在日数は、アジア全体では4-5日の割合が最も高い。欧米豪全体では希望同様に10日以上の割合が最も高いものの、全体的にその割合は下がる。
- 平均宿泊箇所は、アジア全体で3.0箇所、欧米豪全体で3.5箇所となっている。平均滞在日数から宿泊した場所の数を割ると、アジアは1箇所につき2.3日、欧米豪は1箇所につき3.1日となり、アジアより欧米豪の方が1箇所あたりの滞在がやや長めとなっている。

希望する滞在日数　（数値記入式、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
平均滞在日数（日）	9.1	7.6	4.5	8.2	6.6	7.5	6.9	9.2	8.9	7.9	13.1	10.8	12.9	13.6	14.9
1-3日	3	4	34	3	1	1	5	1	1	3	1	3	0	0	1
4-5日	23	29	54	21	44	32	39	12	12	30	5	11	4	4	3
6-7日	29	35	10	41	38	40	37	29	37	36	13	25	15	8	7
8-9日	7	8	1	6	6	11	3	17	9	4	6	7	6	5	4
10日以上	37	23	2	29	10	16	17	42	40	26	75	54	74	82	85

実際の滞在日数　（数値記入式、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
平均滞在日数（日）	7.5	7.0	5.0	7.6	6.6	7.2	6.0	9.1	9.0	7.7	10.8	9.8	11.4	10.7	11.2
1-3日	11	11	40	5	5	0	16	3	2	15	8	13	8	7	3
4-5日	34	38	42	30	51	42	50	17	17	31	11	18	10	7	7
6-7日	26	26	8	36	27	31	22	28	38	27	21	20	21	18	25
8-9日	8	8	1	9	7	12	3	17	18	6	7	10	7	7	5
10日以上	21	16	8	20	10	14	10	35	25	21	53	39	55	60	60

実際に宿泊した場所の数

平均宿泊箇所（ヶ所）	3.1	3.0	2.3	3.0	3.1	3.4	2.8	3.1	3.1	3.1	3.5	3.0	3.6	3.1	3.9
複数箇所に滞在した人の割合	82	83	69	87	86	90	79	83	85	83	77	72	79	67	85

（注）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

【IV. 宿泊】

15. ＜訪日旅行希望者＞ 日本の宿泊施設に求めること（言語、アクセスなど）

◆ **アジアは「温泉」、欧米豪は「多言語対応」「文化体験」も**

- アジアは欧米豪と比較して、「通信環境の整備」「低価格」「温泉」の充実を求める割合が高い。なかでも韓国では、「温泉」の割合が約5割に上る。
- 欧米豪はアジアと比較して、「多言語対応」「日本文化体験の提供」「宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる」を求める割合が高い。
- 国別の傾向をみると、中国とフランスは「日本料理や地元の酒などの充実」、香港は「近隣のショッピング施設」へのアクセスを求める割合が高い。

日本の宿泊施設に求めること　（3つまで選択、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
1	観光施設へのアクセス	35	36	31	34	37	39	47	22	36	44	30	23	31	26	40
2	通信環境の整備（インターネット、Wi-Fi等）	34	37	34	26	38	37	39	41	34	41	28	27	33	30	22
3	低価格	28	30	28	7	22	24	36	37	41	47	23	18	34	15	24
4	温泉	27	30	47	31	30	28	31	29	26	28	18	22	16	14	19
5	日本文化体験の提供（茶道・華道体験、日本庭園や伝統芸能鑑賞、着物着用等）	22	19	19	29	12	9	13	14	28	30	29	31	31	31	25
6	主要ターミナルや観光地へのシャトルバス	21	22	17	13	29	15	21	24	31	20	21	21	24	21	17
7	日本料理、地元の酒などの充実	21	21	23	36	28	21	19	16	13	12	21	22	13	22	30
8	多言語対応（母国語含む）	21	17	17	13	22	16	17	21	16	15	30	35	27	37	23
9	部屋からの眺望	20	20	20	22	19	18	21	23	19	18	21	19	16	25	24
10	ショッピング施設へのアクセス	17	19	11	20	17	34	13	21	15	14	12	12	13	10	11
11	宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる	14	12	19	14	10	11	15	15	11	9	20	14	22	22	21
12	高価格でも高水準のサービスや施設	13	12	9	17	15	20	7	9	7	5	14	19	11	17	11
13	コンシェルジュ機能の充実	7	7	5	18	4	4	12	9	6	2	6	8	7	5	5
14	宗教や信条への配慮	3	3	3	4	2	1	2	2	6	5	3	2	2	3	4
－	その他	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	2	1	1

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。

16. ＜訪日旅行希望者＞ 希望する宿泊施設

＜訪日経験者＞ 実際の宿泊施設

◆「温泉のある日本旅館」は宿泊ニーズと実際の宿泊に大きな差がある

- アジア全体では、希望・実際ともに「温泉のある日本旅館」の割合が最も高いが、実際では概ね割合が下がる。特に、韓国では半減以上の低下、マレーシアでも約4割低下している。
- 欧米豪全体では、希望では「温泉のある日本旅館」の割合が最も高いが、実際は「豪華で快適な高級ホテル（西洋式）」の割合が最も高く、「安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）」とともに「日本旅館」の割合を上回る。

希望する宿泊施設

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
温泉のある日本旅館	69	74	83	86	77	73	59	66	73	76	55	58	52	49	63
日本旅館（温泉なし）	21	20	11	14	26	28	16	21	17	14	26	27	20	27	31
豪華で快適な高級ホテル（西洋式）	37	34	27	58	42	44	16	34	20	17	48	49	51	51	41
安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）	28	28	32	9	25	24	44	36	32	29	29	31	30	27	28
ユースホステル・ゲストハウス	14	15	13	10	16	7	11	15	22	25	10	7	9	8	17
現地の人から有料で借りる家・アパート	22	23	18	16	20	16	22	29	32	28	21	19	23	14	26
親族・知人宅	4	3	2	2	3	2	5	2	4	6	4	7	5	2	3
その他	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

実際の宿泊施設

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
温泉のある日本旅館	49	53	38	70	57	63	46	40	35	56	25	34	20	18	28
日本旅館（温泉なし）	23	24	10	24	34	39	14	16	17	20	20	19	21	22	19
豪華で快適な高級ホテル（西洋式）	40	39	24	53	46	50	19	45	19	29	47	41	48	51	49
安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）	33	34	48	11	28	37	49	36	32	37	31	27	36	25	33
ユースホステル・ゲストハウス	11	12	12	12	9	9	8	12	22	19	11	12	14	4	13
現地の人から有料で借りる家・アパート	14	14	8	9	12	16	10	19	35	24	9	7	12	4	10
親族・知人宅	3	3	4	2	4	1	4	3	3	4	6	5	9	11	0
その他	1	1	0	1	1	0	0	2	3	0	1	0	2	2	1

（注）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

17. ＜訪日旅行希望者＞ 宿泊施設ごとの予算（一泊一人当たり）

＜訪日経験者＞ 実際の宿泊費（一泊一人当たり）

◆「温泉のある日本旅館」の宿泊費は100-199米ドルがボリュームゾーン

- 温泉のある日本旅館の予算は、アジア全体、欧米豪全体いずれも100-199米ドルの割合が最も高く、次いで、50-99米ドルの割合が高い。中国とアメリカは他国と比較して予算が高い。
- 実際の宿泊費は、アジア全体、欧米豪全体いずれも予算と同様に100-199米ドルの割合が最も高いが、次いで割合が高いのは200-299米ドルで、予算と比較すると全体的に金額のレンジが上がる。
- 予算・宿泊費ともにアジアより欧米豪の方が価格帯が高め。宿泊費500米ドル以上の割合もアジアより欧米豪の方が高い。

温泉のある日本旅館

予算

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,137	1,675	128	247	277	263	151	195	213	201	462	104	120	103	135
50米ドル未満	8	9	14	2	3	1	9	10	26	14	4	0	5	2	8
50-99米ドル	28	29	41	17	29	17	38	25	36	41	23	10	28	17	34
100-199米ドル	33	33	29	31	40	41	30	39	21	30	33	34	37	30	32
200-299米ドル	15	14	6	21	18	24	10	13	8	4	20	31	16	25	11
300-399米ドル	6	7	4	17	4	9	6	3	4	3	5	11	3	4	3
400-499米ドル	3	3	0	8	2	4	4	1	2	3	3	5	2	4	3
500米ドル以上	2	3	2	3	2	1	3	5	1	3	2	4	1	1	1
分からない／答えたくない	4	2	4	2	3	2	1	6	2	0	10	7	9	17	7

（対象：「温泉のある日本旅館」宿泊希望者）

実際の宿泊費

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	1,268	1,185	139	249	221	258	103	94	46	75	83	28	20	10	25
50米ドル未満	3	3	6	1	1	1	6	4	11	7	1	4	0	0	0
50-99米ドル	17	17	21	15	22	13	20	13	15	24	11	7	15	10	12
100-199米ドル	32	32	29	31	38	35	37	24	26	25	30	14	35	40	40
200-299米ドル	22	22	24	27	17	27	16	18	11	15	24	36	15	20	20
300-399米ドル	11	12	10	16	7	12	10	11	20	11	8	21	0	10	0
400-499米ドル	5	5	1	7	2	5	8	3	4	7	7	4	0	20	12
500米ドル以上	3	3	2	2	3	2	1	6	4	9	8	11	10	0	8
分からない／答えたくない	6	6	6	2	9	5	3	20	9	3	10	4	25	0	8

（対象：「温泉のある日本旅館」宿泊者）

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。（n≦10の場合は、上位1項目）
（注2）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

17. ＜訪日旅行希望者＞ 宿泊施設ごとの予算（一泊一人当たり）

＜訪日経験者＞ 実際の宿泊費（一泊一人当たり）

◆「日本旅館（温泉なし）」の宿泊費は、アジアを中心に50-99米ドルがボリュームゾーン

- 日本旅館（温泉なし）の予算は、アジア全体では50-99米ドルの割合が最も高く、次いで100-199米ドルの割合が高い。50米ドル未満の割合も相応にあり、なかでも韓国、タイ、マレーシアは最も割合が高い。欧米豪全体では100-199米ドルの割合が最も高く、次いで、50-99米ドルの割合が高い。フランスでは50米ドル未満の割合がアジアと同程度にある。
- 実際の宿泊費は、アジア全体では、50-99米ドルの割合が高く、次いで、100-199米ドルの割合が高い。欧米豪全体では、予算と同様に100-199米ドルの割合が最も高いが、次いで高いのは200-299米ドルで、予算と比較すると金額のレンジが上がる。
- 予算・宿泊費ともにアジアより欧米豪の方が価格帯が高め。

日本旅館（温泉なし）

予算

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	656	442	17	39	95	101	41	62	50	37	214	48	45	56	65
50米ドル未満	14	17	35	5	13	4	37	21	38	8	7	4	2	4	15
50-99米ドル	29	34	24	18	41	39	20	34	26	49	21	15	22	14	29
100-199米ドル	30	27	18	41	32	34	22	21	16	19	37	33	44	50	25
200-299米ドル	11	11	18	13	11	13	12	10	4	14	10	17	4	5	12
300-399米ドル	6	6	0	15	4	7	7	5	4	5	6	10	9	0	6
400-499米ドル	3	2	0	5	0	2	2	2	4	3	4	2	2	7	3
500米ドル以上	3	2	0	0	0	1	0	5	6	3	4	13	0	4	2
分からない／答えたくない	5	1	6	3	0	1	0	3	2	0	11	6	16	16	8

（対象：「日本旅館（温泉なし）」宿泊希望者）

実際の宿泊費

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	600	534	35	86	133	161	32	38	22	27	66	16	21	12	17
50米ドル未満	8	8	20	12	4	2	19	8	23	4	6	13	0	0	12
50-99米ドル	33	34	17	34	47	36	31	11	27	33	18	0	19	8	41
100-199米ドル	32	32	37	29	27	40	28	42	14	22	30	38	29	33	24
200-299米ドル	13	12	9	10	10	11	22	13	14	19	21	31	24	17	12
300-399米ドル	4	4	6	7	5	2	0	5	0	7	3	0	5	0	6
400-499米ドル	3	3	0	5	1	1	0	5	14	7	5	13	0	8	0
500米ドル以上	2	1	3	1	0	1	0	0	0	7	6	6	5	17	0
分からない／答えたくない	7	6	9	2	8	6	0	16	9	0	11	0	19	17	6

（対象：「日本旅館（温泉なし）」宿泊者）

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。
（注2）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

17. ＜訪日旅行希望者＞ 宿泊施設ごとの予算(一泊一人当たり)

＜訪日経験者＞ 実際の宿泊費(一泊一人当たり)

◆ **高級ホテル(西洋式)の宿泊費は、アジアは100-199ドル、欧米豪は200-299ドルがボリュームゾーン**

- 豪華で快適な高級ホテル(西洋式)の予算は、アジア全体、欧米豪全体ともに100-199米ドルの割合が最も高く、次いで、200-299米ドルの割合が高い。300-399米ドル、400-499米ドルの割合も相応にあり、「温泉のある日本旅館」の予算よりも高い。
- 実際の宿泊費は、アジア全体では、予算と同様に100-199米ドルの割合が最も高く、次いで、200-299米ドルの割合が高い。マレーシア・インドネシアは宿泊費の幅が広い。欧米豪全体では、200-299米ドルの割合が最も高く、次いで、300-399米ドルの割合が高くなっており、予算と比較すると全体的に金額のレンジが上がる。
- 予算・宿泊費ともにアジアより欧米豪の方が価格帯が高め。

「豪華で快適な高級ホテル(西洋式)」宿泊希望者

予算

(回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	1,160	760	42	166	151	157	41	100	58	45	400	89	117	107	87
50米ドル未満	2	3	2	0	1	3	7	4	9	2	1	1	1	0	0
50-99米ドル	13	15	31	2	25	11	22	12	28	7	8	7	11	8	6
100-199米ドル	31	32	24	19	45	38	22	43	28	18	30	25	33	28	32
200-299米ドル	23	20	14	22	14	27	17	22	17	22	27	27	26	26	29
300-399米ドル	12	12	14	17	7	11	20	13	5	13	11	15	8	12	11
400-499米ドル	9	9	12	16	3	6	7	2	5	24	9	11	8	7	9
500米ドル以上	7	8	2	22	3	3	2	4	7	11	5	4	2	7	7
分からない／答えたくない	4	1	0	1	2	2	2	0	2	2	10	10	12	10	6

(対象:「豪華で快適な高級ホテル(西洋式)」宿泊希望者)

実際の宿泊費

(回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	1,027	873	88	189	177	206	43	106	25	39	154	34	49	28	43
50米ドル未満	1	1	2	1	1	0	0	1	0	3	1	0	0	0	2
50-99米ドル	9	10	11	4	16	11	12	4	28	5	5	3	6	0	7
100-199米ドル	28	30	28	15	42	35	40	33	12	13	16	12	22	14	14
200-299米ドル	23	22	26	21	18	26	16	27	8	26	27	24	24	39	26
300-399米ドル	14	13	13	19	10	8	7	16	20	13	21	32	14	18	23
400-499米ドル	9	8	8	14	3	6	14	3	12	15	12	15	10	11	14
500米ドル以上	10	10	5	24	1	7	9	8	16	21	10	15	10	7	7
分からない／答えたくない	6	6	7	2	8	6	2	8	4	5	8	0	12	11	7

(対象:「豪華で快適な高級ホテル(西洋式)」宿泊者)

(注)上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。
(注2)複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

17. ＜訪日旅行希望者＞ 宿泊施設ごとの予算（一泊一人当たり）

＜訪日経験者＞ 実際の宿泊費（一泊一人当たり）

◆ **簡素なホテル（西洋式）の宿泊費は、50-99米ドルがボリュームゾーン**

- 安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）の予算は、アジア全体、欧米豪全体いずれも50-99米ドルの割合が最も高い。次いで、アジア全体では50米ドル未満の割合が高く、欧米豪全体では100-199米ドルの割合が高い。アメリカは、200-299米ドルの割合も相応にある。
- 実際の宿泊費は、予算と同様に、アジア全体、欧米豪全体ともに50-99米ドルが最も高い。予算と比較すると、50米ドル未満の割合が概ね下がる一方で100-199米ドルの割合が上がり、予算よりも金額のレンジが上がる。欧米豪では、100-199米ドルに加えて200-299米ドルの割合も上がる。
- 予算・宿泊費ともにアジアより欧米豪の方が価格帯が高め。

安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）

予算

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	876	637	50	26	88	87	111	106	92	77	239	55	69	56	59
50米ドル未満	28	32	32	15	38	20	19	27	65	29	18	9	22	13	25
50-99米ドル	41	42	36	42	49	54	48	43	17	44	37	25	41	39	41
100-199米ドル	16	15	20	31	10	21	18	16	4	13	20	24	23	16	15
200-299米ドル	5	4	6	0	1	1	5	4	4	9	8	18	4	7	5
300-399米ドル	3	3	4	8	0	5	2	2	3	1	4	5	1	2	8
400-499米ドル	1	1	0	0	0	0	3	0	1	4	2	2	1	4	2
500米ドル以上	2	1	0	0	1	0	2	3	1	0	3	7	0	4	3
分からない／答えたくない	4	2	2	4	1	0	4	5	3	0	8	9	7	16	0

（対象：「安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）」宿泊希望者）

実際の宿泊費

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	861	759	176	39	107	152	109	84	42	50	102	22	37	14	29
50米ドル未満	15	16	12	10	25	14	10	14	38	18	4	5	5	0	3
50-99米ドル	41	42	36	41	49	47	40	40	31	46	30	27	41	21	24
100-199米ドル	26	26	30	31	20	22	34	30	19	18	27	23	22	50	28
200-299米ドル	7	6	6	5	2	7	8	5	7	10	17	27	11	14	17
300-399米ドル	3	3	3	5	2	3	2	0	2	4	9	9	5	7	14
400-499米ドル	1	1	1	5	0	1	2	1	0	4	1	0	0	0	3
500米ドル以上	2	1	1	3	1	1	3	2	0	0	3	0	3	0	7
分からない／答えたくない	5	5	11	0	2	5	1	7	2	0	9	9	14	7	3

（対象：「安価で基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）」宿泊者）

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。
（注2）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

17. ＜訪日旅行希望者＞ 宿泊施設ごとの予算（一泊一人当たり）

＜訪日経験者＞ 実際の宿泊費（一泊一人当たり）

◆「ユースホステル・ゲストハウス」の宿泊費は50米ドル未満がボリュームゾーン

- ユースホステル・ゲストハウスの予算は、アジア全体では、50米ドル未満の割合が最も高く、欧米豪全体では50-99米ドルの割合が最も高い。
- ユースホステル・ゲストハウスの実際の宿泊費は、アジア全体、欧米豪全体ともに50米ドル未満の割合が最も高い。アジアは、予算と比較すると、50米ドルの割合が下がる一方で、50-99米ドルの割合が上昇している。欧米豪は、サンプル数は少ないものの、予算と比較すると、50-99米ドルの割合が下がる一方で、50米ドルの割合が上昇しており、予算よりも実際の宿泊費の方が低くなる傾向にある。

ユースホステル・ゲストハウス

予算

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	422	337	20	30	56	26	29	45	65	66	85	12	20	17	36
50米ドル未満	48	52	50	27	64	62	41	42	66	48	31	25	40	24	31
50-99米ドル	26	25	25	33	30	23	24	31	11	26	32	17	40	29	33
100-199米ドル	9	9	15	20	2	0	3	7	8	15	9	17	0	6	14
200-299米ドル	5	4	5	7	4	4	10	7	2	3	5	8	0	12	3
300-399米ドル	3	2	0	3	0	4	3	2	2	3	8	0	15	12	6
400-499米ドル	2	2	5	3	0	0	0	4	6	0	1	0	0	0	3
500米ドル以上	3	3	0	0	0	4	10	4	3	2	4	8	0	6	3
分からない／答えたくない	5	3	0	7	0	4	7	2	3	3	11	25	5	12	8

（対象：「ユースホステル・ゲストハウス」宿泊希望者）

実際の宿泊費

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	295	258	44	43	33	37	18	28	29	26	37	10	14	2	11
50米ドル未満	34	33	41	16	48	49	11	29	31	31	35	30	36	0	45
50-99米ドル	31	33	34	30	33	32	39	32	38	31	14	10	7	0	27
100-199米ドル	17	17	16	26	15	11	28	7	14	27	14	10	14	50	9
200-299米ドル	7	7	7	12	0	3	11	7	14	4	8	20	0	0	9
300-399米ドル	3	3	2	7	0	0	0	4	0	8	8	0	14	0	9
400-499米ドル	3	3	0	5	0	3	11	4	3	0	3	0	0	50	0
500米ドル以上	2	1	0	2	0	0	0	7	0	0	5	20	0	0	0
分からない／答えたくない	4	2	0	2	3	3	0	11	0	0	14	10	29	0	0

（対象：「ユースホステル・ゲストハウス」宿泊者）

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。（n≦10の場合は、上位1項目）
（注2）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

17. ＜訪日旅行希望者＞ 宿泊施設ごとの予算（一泊一人当たり）

＜訪日経験者＞ 実際の宿泊費（一泊一人当たり）

◆ **「現地の人から有料で借りる家・アパート」の宿泊費は50-99米ドルがボリュームゾーン**

- 現地の人から有料で借りる家・アパート（いわゆる民泊）の予算は、アジア全体、欧米豪全体ともに50-99米ドルの割合が最も高い。アジア全体では、次いで僅差で50米ドル未満の割合が高い。なかでも比較的サンプル数の多いマレーシアでは、5割以上の人が希望している。欧米豪では、次いで100-199米ドルの割合が高く、アジアと比較して8ポイント差がある。
- 実際の宿泊費は、予算と同様に、アジア全体、欧米豪全体ともに50-99米ドルの割合が最も高い。アジアと欧米豪を比較すると、アジアより欧米豪の方が宿泊費が高めの傾向にあるが、欧米豪はサンプル数が少ない上に「分からない」と答えた人の割合も相応にある。

現地の人から有料で借りる家・アパート

予算

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	685	513	28	46	73	57	55	87	93	74	172	35	52	30	55
50米ドル未満	29	34	39	9	34	25	27	31	53	42	13	11	15	7	16
50-99米ドル	36	36	29	30	48	49	35	39	24	35	36	31	35	30	44
100-199米ドル	20	18	25	24	12	23	20	18	13	15	26	31	29	17	24
200-299米ドル	6	5	4	22	1	2	2	3	2	7	8	11	8	17	2
300-399米ドル	3	2	4	15	0	0	7	0	0	0	4	3	4	3	5
400-499米ドル	1	1	0	0	0	0	2	0	3	0	2	3	2	3	0
500米ドル以上	1	1	0	0	1	0	0	5	0	0	2	3	0	7	2
分からない／答えたくない	5	3	0	0	3	2	7	3	5	1	9	6	8	17	7

（対象：「現地の人から有料で借りる家・アパート」宿泊希望者）

実際の宿泊費

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	350	321	30	31	48	67	22	45	46	32	29	6	12	2	9
50米ドル未満	23	24	40	10	25	22	14	22	30	25	7	0	0	0	22
50-99米ドル	40	41	37	26	46	52	50	44	33	28	28	17	25	0	44
100-199米ドル	18	18	10	42	21	16	23	18	11	13	14	17	17	0	11
200-299米ドル	9	8	7	16	2	4	9	7	9	22	17	33	25	0	0
300-399米ドル	3	3	0	6	0	1	5	0	7	6	7	0	0	50	11
400-499米ドル	1	1	0	0	2	0	0	0	2	0	3	0	8	0	0
500米ドル以上	3	3	3	0	0	1	0	4	7	6	7	0	8	50	0
分からない／答えたくない	3	2	3	0	4	1	0	4	2	0	17	33	17	0	11

（対象：「現地の人から有料で借りる家・アパート」宿泊者）

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。（n≦10の場合は、上位1項目）
（注2）複数回の訪日経験がある場合、「直近の」訪日旅行に関して回答を得た。

【Ⅴ. 体験（体験ツーリズム、ナイトタイムエコノミー、IR、食やサービスの輸出）】

18. ＜訪日旅行希望者＞ 訪日旅行で体験したいこと

◆ **自然や食に加え、アジアは四季の景観、欧米豪は「日本庭園」などの文化に高い関心**

- アジア全体では、「桜」「温泉」が人気。東南アジアを中心に、首位の「桜」をはじめ、「雪景色」や「紅葉」など四季特有の景観が好まれている。
- 欧米豪全体では、「日本庭園の見物」「伝統的日本料理」「自然や風景の見物」が同率首位となり、「史跡や歴史的な建築物」「繁華街の街歩き」「日本文化の体験」といった文化への関心が高い。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
1	桜の観賞	63	64	41	49	66	57	73	71	78	72	61	57	68	60	58
2	温泉への入浴	60	63	73	56	67	59	65	63	61	62	52	42	56	52	57
3	伝統的日本料理	59	57	63	42	57	55	54	66	58	66	64	63	67	60	68
4	自然や風景の見物	59	57	43	52	62	50	55	65	64	57	64	61	62	68	65
5	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	49	49	49	39	44	37	54	57	56	58	52	54	59	46	47
6	繁華街の街歩き	49	44	34	24	48	36	41	55	55	55	63	65	67	66	54
7	雪景色観賞	47	52	37	32	58	47	59	55	67	56	34	30	42	27	35
8	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	46	41	35	38	44	34	39	42	47	44	61	62	59	68	57
9	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	45	41	30	43	40	30	41	36	55	57	56	57	58	59	50
10	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	44	37	26	35	37	23	38	37	53	45	64	61	63	67	67
11	紅葉の観賞	44	47	18	26	49	45	60	56	59	52	35	31	36	37	36
12	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	41	37	28	30	41	28	43	34	45	47	53	41	52	59	59
13	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	41	36	30	24	32	20	37	57	49	41	55	48	63	61	47
14	遊園地やテーマパーク	38	41	34	37	50	40	43	33	43	47	30	30	33	31	25
15	食品や飲料のショッピング	37	39	28	24	39	43	40	49	41	43	31	35	33	27	31
16	イベント・祭りの見物	36	34	30	24	41	22	35	33	39	48	42	48	39	39	41
17	スイーツ	31	30	25	21	38	31	33	25	30	34	32	38	33	26	30
18	日本の酒（日本酒・焼酎）	30	27	41	33	29	16	30	26	25	25	38	38	42	40	32
19	洋服やファッション雑貨のショッピング	30	31	25	22	21	30	37	38	34	40	28	27	34	27	23
20	化粧品や医薬品の購入	27	34	30	37	47	35	36	27	29	25	10	10	14	6	8
21	美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	27	23	12	21	22	16	29	20	29	36	38	38	31	38	45
22	ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	27	22	15	30	21	16	31	24	21	20	38	38	40	41	35
23	伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	26	22	17	21	17	13	21	21	29	38	38	46	31	36	39
24	近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	26	23	15	20	19	16	26	21	29	36	34	37	29	43	30
25	伝統工芸品の工房見学・体験	24	22	15	18	22	17	20	21	30	28	32	29	28	34	37
26	スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	24	26	11	17	32	18	33	26	34	30	20	17	22	18	23
27	伝統工芸品の制作や購入	24	22	10	16	26	19	20	18	27	33	30	32	27	28	36
28	フルーツ狩り	22	26	4	9	21	32	31	37	31	28	14	18	12	11	16
29	電化製品のショッピング	18	20	13	25	31	14	15	15	20	22	14	16	20	13	6
30	ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	15	15	15	20	12	10	18	15	18	18	15	14	12	18	15
31	ブランド品や宝飾品のショッピング	15	15	9	15	5	16	24	17	16	14	15	18	18	18	8
32	スポーツ観戦	9	7	4	8	10	4	13	6	4	8	12	10	12	14	13
－	その他	1	1	1	0	0	1	1	1	2	1	2	3	2	0	1

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

19. ＜訪日旅行希望者＞ 訪日旅行で、お金をかけたいもの

◆ **最もお金をかけたいものは「観光・レジャー」**

- アジア全体では、最もお金をかけたいものは「観光・レジャー」、次いで「食事」。特に「食事」は、韓国・台湾・香港といった訪日リピーターが多い国・地域ほど、「観光・レジャー」と同等かそれ以上の人気があり、「食」の魅力が多くのリピーターを惹きつける大きな要素であることがわかる。
- 欧米豪全体では、半数近くが「観光・レジャー」に最もお金をかけたいと回答。次いで3割近くが「宿泊施設」を選択。フランスなど、より長期の旅行を望む国・地域ほど「宿泊施設」にお金をかけたい傾向が見られ、国・地域ごとの旅のスタイルに応じて、予算の傾向も異なることがうかがえる。欧米豪の中では比較的行程の短いアメリカのみ、「食事」が「宿泊施設」を上回っている。

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
宿泊施設	14	9	15	9	9	8	7	12	9	7	26	21	20	28	34
食事	29	33	46	22	34	48	33	37	30	13	20	31	18	18	16
買い物	17	20	21	17	21	25	20	17	14	20	9	11	13	6	7
観光・レジャー（景勝地、スキーなどのアウトドアアクティビティへの参加など）	40	38	18	52	35	18	39	34	47	61	44	37	48	48	43
その他	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

20. ＜訪日旅行希望者＞ 日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアー

◆「日本文化体験・見学」ツアーが最も人気

- 本設問では、回答をひとつにしぼり、一番参加したい体験ツアーを確認している。
- 全体では、「日本文化体験・見学」が最も人気となっている。
- アジアでは、国・地域によって人気の体験ツアーが異なる傾向がある。例えば、韓国では「温泉体験ツアー」が「自然ガイドツアー」の3倍近い得票で最も人気がある一方、タイは「自然ガイドツアー」が「温泉体験ツアー」の2倍以上の人気を得て首位となっている。
- 欧米豪全体では、「日本文化体験・見学」が、4カ国すべての国で最も人気がある。次いで、「町並みガイドツアー」が人気。ここでも、欧米人の日本文化や日本人の暮らしへの関心の高さが伺える。一方で「自然ガイドツアー」の人気はフランスを除きそれほど高くない。「自然や風景の見物」が欧米豪の「訪日旅行で体験したいこと」において第1位であったことを踏まえると、欧米豪の旅行者のニーズを考慮した「自然ガイドツアー」の商品拡充と情報発信の強化が求められる。

（回答は1つ、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
1	日本文化体験・見学（例：和太鼓・茶道・芸奴・相撲・折り紙・和装）	20	17	19	23	17	14	10	16	19	20	26	29	27	31	18
2	自然ガイドツアー（自然の中を専門ガイドが案内するツアー）	14	16	10	11	19	12	18	15	20	17	9	6	7	7	18
3	調理体験（例：寿司・そば・うどん・たこ焼き・弁当・菓子等の調理）	13	13	14	22	9	11	15	11	11	16	12	12	12	10	15
4	町並みガイドツアー（まちなかを専門ガイドが案内するツアー、社寺仏閣等のガイドも含まれる）	11	10	5	3	10	7	14	9	10	18	16	18	17	16	13
5	温泉体験ツアー	10	11	28	8	10	13	7	13	10	3	7	9	4	8	8
6	乗車・乗船体験（例：観光列車・観光船・クルーズ・川下り）	9	9	5	5	10	9	13	8	10	8	9	7	9	10	7
7	野外活動・見学（例：サイクリング・ゴルフ・スキー・登山・サイクリング・気球・スポーツ観戦）	5	6	3	6	7	4	6	6	5	6	4	3	7	4	4
8	手工業体験・見学（例：地域に伝わる手工業・酒蔵見学）	5	5	4	6	6	7	4	4	3	6	3	2	3	2	6
9	農業体験・見学（例：果物や野菜の収穫・田植え）	3	4	3	3	1	5	4	9	3	2	2	2	2	1	2
10	日用品・生活雑貨製作（例：ハーバリウム、キャンドル、吹きガラス）	3	3	2	4	2	4	2	1	2	3	3	4	3	2	2
11	水上活動（例：ダイビング・ラフティング・カヌー・シュノーケル）	2	3	2	6	3	2	1	2	3	1	2	2	2	2	3
12	漁業体験・見学（例：釣り・水産加工品・海女体験）	2	2	1	3	1	3	5	2	3	2	2	4	2	1	0
－	その他	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
－	特に利用したい現地発着型ツアーはない	3	3	3	0	5	7	0	3	1	0	4	2	4	4	3

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。

21. ＜訪日旅行希望者＞ 現地発着型の体験ツアー選びで重視する点

◆ **現地発着型の体験ツアーで最も重視することは安全性**

- 全体では「安心・安全に楽しむことができる」ことを現地発着型ツアーで最も重視。
- アジア全体でもツアーの安心・安全性が最も重視されており、「体験したい（見たい）ものを効率的に楽しめる」が次点となった。
- 欧米豪全体では、「ツアーの安心・安全性」と並び、「専門的な知識を持つガイドの案内」や「個人では入場（入域）が難しいエリアへの入場（入域）」といったツアーならではの要素もほぼ同等に重視されている。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	3,004	2,201	150	286	340	332	253	285	289	266	803	176	220	201	206
1	安心・安全に楽しむことができる	48	50	48	45	55	45	57	43	54	53	44	47	47	46	35
2	体験したい（見たい）ものを効率的に楽しめる	38	37	44	30	39	30	41	38	45	35	41	50	41	48	28
3	地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる（例：夕日鑑賞に最適なスポットと時間帯等）	37	36	25	35	39	27	40	39	40	39	41	39	41	42	40
4	ツアーのタイムスケジュールが適切である	35	36	19	31	34	29	47	40	46	42	32	35	35	33	26
5	専門的な知識を持つガイドの案内がある	35	32	29	24	34	25	32	34	39	37	43	48	43	50	32
6	食事の内容が魅力的である	34	35	33	31	33	27	49	32	33	44	30	33	27	27	33
7	個人ではできないことが体験できる（例：札幌雪まつりの雪像解体、バックヤードツアー）	32	29	24	22	39	26	18	41	36	25	40	44	45	43	28
8	母国語でサービスが提供される	32	30	27	21	35	30	24	39	30	28	38	44	38	46	26
9	希望の日時に利用することができる	31	30	27	16	36	27	33	36	31	34	32	34	33	34	29
10	観光施設等で待ち時間なく入場できる（例：美術館や博物館等の時間外営業の入場、テーマパークや人気アトラクションの指定時間の入場）	30	29	22	23	27	21	37	29	31	46	31	36	32	31	27
11	個人では入場（入域）が難しいエリアに入場（入域）できる（例：知床・小笠原の南島等）	30	26	17	17	27	23	25	37	32	25	41	43	41	43	37
12	希望する行程や内容にアレンジすることができる	30	30	25	18	34	27	31	33	34	37	28	32	26	25	30
13	宿泊施設・または現地発着ツアーの送迎集合場所から現地までの移動距離が短い	26	28	23	19	28	22	37	30	29	33	23	20	27	21	24
14	地元の人と交流できる	26	24	15	19	19	17	32	21	30	35	31	29	34	31	31
15	地域住民が利用する商店等での買い物ができる	25	25	11	19	24	18	32	29	32	34	26	26	28	27	22
16	観覧スペース、座席が確保できる（例：花火大会等での座席確保）	25	26	12	16	33	26	35	24	28	26	24	23	23	27	22
17	自分の家族やグループのみで楽しむことができる	24	24	29	14	21	14	29	27	34	31	23	24	22	22	24
18	自分の家族やグループ以外のツアー参加者と交流できる	16	15	10	11	14	11	20	15	19	23	19	20	16	22	18
－	その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
－	特に重視している点はない	1	1	2	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0

（注）「特に利用したい現地発着型ツアーはない」を選択しなかった回答者を対象に回答を得た。

（注2）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

22. ＜訪日旅行希望者＞ 現地発着型のツアーにいくら払ってもよいか

◆ **価格帯の二極化が見られる**

- 本設問では「現地発着型のツアーの所要時間は半日程度とし、利用している宿泊施設またはその付近からの往復の送迎、食事（1回）、ガイドやインストラクターが含まれるものを想定」という前提条件において、現地発着型ツアーに対して、いくら支払ってもよいか確認を行った。
- アジア全体では、約3割が59米ドル以下の比較的安価な価格帯を選択した一方で100米ドル以上に対しても相応の回答（26%）があり、許容できる価格帯には二極化が起きていることがうかがえる。国・地域ごとに差異も見られ、例えば、中国は低価格帯の回答が少なく、高価格帯を好む回答が相対的に多い。
- 欧米豪全体は、約半数が100米ドル以上の高価格帯を選択しており、中でも、アメリカは6割以上が100米ドル以上のレンジを選択している。欧米豪は、許容できる価格帯が比較的高いことがうかがえる。

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,983	2,183	147	286	337	329	252	283	286	263	800	175	220	200	205
50米ドル未満	13	15	24	6	19	12	12	16	23	14	6	2	9	4	9
50-59米ドル	17	19	18	8	22	14	26	17	22	22	11	7	14	12	12
60-69米ドル	11	13	12	7	15	19	12	10	11	11	8	5	9	9	8
70-79米ドル	10	10	8	8	9	14	9	12	12	8	10	12	8	12	7
80-89米ドル	8	8	7	9	7	9	9	8	8	6	9	5	8	13	9
90-99米ドル	9	9	15	13	8	9	4	8	6	14	9	6	12	8	10
100米ドル以上	32	26	16	48	19	23	29	29	19	24	47	63	41	43	45

（注）現地発着型ツアーの重視点において「特に重視している点はない」を選択しなかった回答者を対象に回答を得た。

（注2）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

23. ＜訪日旅行希望者＞ 日本の伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアーの参加意向／払ってよい金額

◆ **アジア、欧米豪ともに伝統工芸のルーツや工房をめぐる体験ツアーへの参加意向は高い**

- 日本の伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアーの参加を「したい」「どちらかといえばしたい」という回答は、全体、アジア全体、欧米豪全体で8割を超えており、参加意向は非常に高い。

◆ **価格帯は二極化の傾向**

- アジア全体では「50米ドル未満」「50-59米ドル」の回答が合わせて42%であり、低価格帯を好む傾向があるものの、一方で「100米ドル以上」という回答も相応にある(22%)中で、60-99米ドルまでの価格帯については回答数が相対的に少なく、払っても良いとされる価格帯は二極化していると言える。
- 欧米豪全体は、「50米ドル未満」「50-59米ドル」の回答が合わせて22%である一方で、「100米ドル以上」は39%以上存在し、高価格帯を望む傾向がある。また、アジア全体と同様に、 60-99米ドルまでの価格帯については回答数が相対的に少なく、やや二極化している傾向が見られる。

日本の伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアーの参加意向 (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
したい	44	43	27	41	30	25	65	44	56	58	48	64	45	47	38
どちらかといえばしたい	38	41	39	49	49	51	28	39	28	36	33	25	31	32	41
どちらかといえばしたくない	10	10	23	7	16	15	4	5	9	4	8	3	8	8	11
したくない	4	4	6	2	4	6	2	5	3	2	5	4	4	6	5
わからない	4	3	5	1	1	3	0	7	3	0	7	4	11	7	4

払ってよい金額 (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,560	1,890	102	257	282	271	238	244	245	251	670	160	175	165	170
50米ドル未満	19	22	31	7	24	16	24	24	34	25	9	9	13	5	9
50-59米ドル	18	20	23	9	28	18	23	18	21	22	13	12	14	16	12
60-69米ドル	11	12	12	8	16	20	11	7	11	10	10	8	10	15	7
70-79米ドル	10	10	12	10	7	13	10	13	9	6	11	8	11	16	9
80-89米ドル	6	6	1	6	3	9	6	9	4	4	9	8	11	7	9
90-99米ドル	8	8	10	11	11	5	4	8	4	12	9	5	8	10	11
100米ドル以上	27	22	12	50	11	19	24	20	18	22	39	50	33	31	42

(注)日本の伝統的な工芸や工房をめぐる体験ツアーの参加意向において「したい」「どちらかといえばしたい」を選択した回答者を対象に回答を得た。

(注2)上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。

24. ＜訪日旅行希望者＞ 訪日旅行で夜体験したいこと

◆ **「日本の伝統的な料亭での飲食」と「繁華街の街歩き」がアジア・欧米豪ともに人気**

- アジア全体では「繁華街の街歩き」「日本の伝統的な料亭での飲食」が人気であり、「ライトアップされた季節の庭園・風物の見学」「ショッピング」「イベント・祭りの見学」」が次ぐ。国・地域によっては、大衆居酒屋での飲食なども人気となっている。
- 欧米豪全体でも、「日本の伝統的な料亭での飲食」「繁華街の街歩き」が人気あるが、アジアと比較して、「カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食」も人気であることに加え、「日本の伝統芸能鑑賞」といった文化に関するものも人気。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	3,098	2,265	155	287	359	358	254	295	291	266	833	180	230	210	213
1	日本の伝統的な料亭での飲食	46	43	19	37	45	45	38	52	51	47	55	59	55	52	55
2	繁華街の街歩き	46	45	41	25	44	38	45	53	53	61	49	53	51	51	42
3	ライトアップされた季節の庭園・風物の見物（夜桜、紅葉、雪など）	40	37	26	34	34	27	42	39	47	48	46	46	41	52	46
4	ショッピング	36	39	26	32	40	38	48	43	40	42	28	33	28	30	23
5	イベント・祭りの見物	35	35	34	25	38	22	41	33	42	47	38	37	38	32	44
6	高層ビル・高台等からの夜景観賞	34	32	30	16	32	30	43	30	32	46	38	34	33	49	35
7	カジュアルでおしゃれなカフェやレストランでの飲食（和洋問わない）	31	27	12	24	20	26	29	41	29	29	43	43	48	50	31
8	日本の伝統芸能鑑賞（歌舞伎、能など）	31	28	15	39	24	23	25	21	34	40	39	42	38	40	37
9	大衆居酒屋での飲食	31	30	43	28	37	36	30	30	18	19	32	33	32	32	33
10	エンターテイメントが楽しめるレストラン（ディナーショーや忍者レストランなど）	27	24	17	22	22	16	30	28	26	33	34	38	36	35	27
11	ナイトクルーズ	26	25	12	17	24	22	26	32	32	29	30	26	33	37	23
12	ナイトドライブ（ナイトビューツアーを含む）	23	22	18	25	11	20	16	25	35	31	25	28	27	23	24
13	ライトアップされた建築物の鑑賞	22	20	15	15	20	13	33	20	21	21	28	27	28	33	25
14	カラオケやバー、クラブなどで夜遊びを楽しむこと	21	16	23	14	11	9	21	21	19	17	34	41	32	40	26
15	野外キャンプ・星空観察などの自然体験	19	20	14	23	16	12	28	24	23	27	17	19	12	18	19
16	ミュージカルやショー、コンサートなどの観劇・音楽鑑賞	19	17	10	18	16	10	20	17	20	21	25	27	23	29	21
17	美術館や博物館などの芸術鑑賞	17	14	9	18	9	9	16	13	18	22	25	27	17	25	31
18	デジタルアート（プロジェクションマッピング等）の体験	12	11	6	11	13	7	8	11	15	18	14	15	16	16	10
19	スポーツ観戦	8	7	8	8	8	4	8	6	5	8	12	12	10	14	13
20	ギャンブルの体験（夜間競馬など）	6	6	5	8	4	4	6	9	4	5	9	11	10	11	4
－	その他	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
－	特にしたいことはない	2	2	2	1	3	3	1	2	1	0	2	2	4	3	0

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

25. ＜全員＞ 統合型リゾート(IR)への往訪意欲／どの施設に行きたいか／いくら使いたいか

◆ **統合型リゾート(IR)への関心はアジアと欧米豪で大きな差異**

- 全体では、「是非行きたい」「機会があれば、行ってみたい」の割合は約6割となっている。
- アジア全体では、「機会があれば行ってみたい」の割合が最も高く、一方で、欧米豪では、アメリカを除く各国で「関心はない」の割合が最も高い。IRへの関心は、前回調査に引き続き二極化の傾向がみられる。
- 行きたい施設は、アジアは「商業施設」が5割、欧米豪は「ホテル」が4割以上と最も高く、「カジノ」への訪問意向は、アジア全体、欧米豪全体ともに1割に満たなかった。
- カジノで使いたい額は、ほとんどの国・地域で399米ドル以下が多かった。

「統合型リゾート(IR)が出来たら、行ってみたいですか？」 (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪全体	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
是非行きたい	21	23	7	27	10	9	44	20	25	39	18	24	15	13	19
機会があれば、行ってみたい	37	42	32	51	36	42	44	38	46	45	27	28	27	27	27
関心はあるが、行くかどうかは分からない	21	21	30	16	28	26	8	23	20	13	22	25	23	23	19
関心はない	21	15	31	6	25	23	4	19	9	3	33	24	35	37	35
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

どの施設に行ってみたいですか？ (3つまで選択、%)

順位	回答者→	全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪全体	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
1	商業施設(ショッピングモール)	42	50	40	59	49	46	65	42	50	51	27	24	30	26	28
2	アミューズメント施設	40	47	20	53	53	55	42	45	47	59	28	29	29	24	28
3	ホテル	40	39	36	28	35	48	43	37	41	40	43	49	40	41	41
4	温浴施設	35	39	51	38	58	20	24	37	39	47	28	24	23	26	37
5	劇場・映画館	22	21	21	31	20	26	17	21	20	15	22	22	25	23	18
6	国際会議場・展示施設	13	15	7	22	6	8	24	11	23	22	9	11	7	7	9
7	スポーツ施設	10	10	11	14	9	10	9	11	7	11	10	10	10	10	12
8	カジノ	9	9	15	4	7	10	11	11	8	4	9	13	13	6	4
－	その他	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
－	特に日本版統合型リゾートには行きたくない	12	7	13	5	8	10	4	13	6	1	21	17	22	26	18

いくら使いたいですか？ (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪全体	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	554	360	76	22	36	47	57	60	41	21	194	67	69	34	24
50米ドル未満	8	10	18	0	0	21	4	10	12	0	5	4	4	6	4
50-99米ドル	14	15	26	5	14	17	12	7	15	10	13	4	16	15	29
100-199米ドル	21	23	26	9	39	19	28	22	7	19	20	19	19	15	29
200-299米ドル	13	15	14	9	8	21	16	15	22	0	10	10	6	18	13
300-399米ドル	8	6	1	5	14	4	4	10	7	10	10	15	10	3	8
400-499米ドル	6	6	4	14	6	6	4	3	12	5	7	6	9	3	8
500-749米ドル	6	6	3	5	3	6	7	8	5	14	5	9	3	3	4
750-999米ドル	6	5	4	23	8	0	5	3	5	5	7	7	6	12	0
1,000-2,999米ドル	8	7	3	23	3	2	7	8	7	24	9	13	10	6	0
3,000-4,999米ドル	2	2	0	5	0	0	5	3	0	5	1	1	1	0	0
5,000-9,999米ドル	2	1	0	5	0	2	0	2	0	5	3	4	3	0	0
10,000米ドル以上	1	1	0	0	3	0	0	2	2	0	1	1	0	0	0
分からない／答えたくない	6	4	0	0	3	0	9	7	5	5	10	3	13	21	4

(注)「統合型リゾート(IR)ができたら、行ってみたいですか？」の設問は以下の通り。
・韓国、台湾、香港、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス
日本では、カジノ施設、会議場・展示施設、商業施設、レクリエーション施設などが一体となった複合施設(統合型リゾート:Integrated Resort)の整備に向けた動きが始まっています。日本にカジノなどを含む、統合型リゾートが出来たら、行ってみたいと思いますか。
・中国、タイ、マレーシア、インドネシア、シンガポール
日本では、ラスベガス、マカオ、マリーナベイサンズにあるような会議場・展示施設、商業施設、レクリエーション施設などが一体となった複合施設(統合型リゾート:Integrated Resort)の整備に向けた動きが始まっています。日本に統合型リゾートが出来たら、行ってみたいと思いますか。
(注2)「統合型リゾート(IR)／カジノでいくら使いたいですか？」の設問は以下の通り。
・韓国、台湾、香港、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス
日本版統合型リゾートのカジノにおいて、あなたが賭けると想定される金額をお答え下さい。
・中国、タイ、マレーシア、インドネシア、シンガポール
マカオ、ラスベガス、マリーナベイサンズにあるような日本版統合型リゾートにおいて、あなたが使うと想定される金額をお答え下さい(宿泊費、飲食費、物品購入費を除く)。
「どの施設に行ってみたいですか」の設問において「カジノ」を選択した回答者を対象に回答を得た。

26. ＜訪日経験者＞ 訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、試してみたいか／具体的に試してみたいもの

◆ **食やサービスを自国でも体験したいという意向は強い**

- 全体、アジア全体、欧米豪全体ともに「訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、試してみたいか」という問に対して「大変そう思う」「そう思う」と答えた割合は8割近い。
- 体験してみたいことの多くは食関連であり、特に「寿司」「ラーメン」の人気は高い。一方で、今回調査に回答している国・地域の多くでは、既に日本食が提供されていることを踏まえると、日本で体験した「本格的な日本のもの」を自国でも試してみたいというニーズがあるものと考えられる。

訪日旅行での食や、サービスの経験を自国で提供されるとしたら、試してみたいか　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪全体	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	33	32	13	44	27	20	43	39	50	52	42	46	41	35	43
そう思う	46	47	52	51	50	43	50	48	38	36	35	34	30	45	36
わからない	17	17	26	5	18	32	4	12	11	11	19	14	25	16	17
そう思わない	3	3	9	1	5	4	2	0	2	1	3	5	3	4	1
全くそう思わない	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	2

具体的に自国で提供されるとしたら試してみたい食やサービス（自由回答）

頻出単語

アジア全体（n=1,568）

	単語名	回答率	回答数
1	寿司	13.1%	206
2	ラーメン	10.2%	160
2	温泉	7.5%	117
4	伝統	7.0%	110
5	刺身	6.2%	97

欧米豪全体（n=253）

	単語名	回答率	回答数
1	寿司	23.1%	59
2	伝統	12.3%	31
3	ラーメン	7.9%	20
3	レストラン	7.9%	20
4	旅館	4.0%	10

回答例

- 「日本各地を代表するラーメン、エステ・スパ、懐石料理を体験したい。」（台湾）
- 「回転寿司。インドネシアにもあるが、本場（日本）のように良くはない。」（インドネシア）
- 「レストランの名前は残念ながら憶えていないが、興味深いものがたくさんある。まず、日本食の輸出は少なすぎるし、輸出されているものもほんの一部に過ぎない。」（フランス）
- 「日本のような本格的なおにぎり、お好み焼き、天ぷらをアメリカで見つけたい。」（アメリカ）
- 「寿司などの伝統的な日本食。」（オーストラリア）

➢ 全般的に和食そのもののみならず、食材や料理の提供方法等に関する言及が約4割程度見られた。
➢ 礼儀やホスピタリティーのあるサービスについての言及等も相応にあった。
➢ また、伝統や文化、地域特有のものなどを評価する意見も見られた。

【VI. 地方への訪問】

27. ＜訪日経験者＞ 地方観光地(※)への旅行経験／意欲／訪れた際にしたいこと

◆ **地方観光地への訪問意向は継続して高い水準にある**

- 地方観光地へ「ぜひ旅行したい」「機会があれば旅行したい」を合わせた比率は全体で93%に上り、前回・前々回調査と同様に高水準となっている。
- 地方観光地を訪れた際にしたいことは、アジア・欧米豪ともに「自然観光地を訪れる」の人気が最も高くなっている。

(※)「地方観光地」とは、「首都圏・都市から離れた地域」として質問している。

日本の地方観光地の訪問経験有無および今後の訪問意向

（回答は1つ、%）

	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
地方訪問経験有り	以前旅行したことがあり、今後もぜひ旅行したい	41	41	22	41	46	49	40	42	35	54	41	41	38	35	48
	以前旅行したことがあり、今後も機会があれば旅行したい	30	31	36	35	34	21	31	29	38	26	23	24	24	25	19
	以前旅行したことがあるが、今後はあまり旅行したいと思わない	4	3	5	3	2	5	1	3	3	4	6	8	4	7	7
	以前旅行したことがあるが、今後は旅行しないと思う	2	1	2	1	1	0	0	3	4	1	7	6	7	7	7
	（小計）訪問経験有り	76	76	64	79	83	76	72	77	80	84	77	80	73	75	81
地方訪問経験なし	旅行したことはないが、今後はぜひ訪れてみたい	14	14	16	14	12	13	20	13	13	13	13	14	14	9	14
	旅行したことはないが、今後は機会があれば訪れてみたい	9	9	17	6	5	10	8	9	7	2	7	5	10	9	6
	旅行したことはなく、今後もあまり訪れたいと思わない	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	2	0
	旅行したことはなく、今後も訪れないと思う	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2	0	2	5	0
	（小計）訪問経験なし	24	24	36	21	17	24	28	23	20	16	23	20	27	25	19
（小計）ぜひ旅行したい		55	55	38	55	58	62	60	54	48	67	54	55	52	44	61
（小計）ぜひ＋機会があれば旅行したい		93	95	90	96	97	94	99	92	92	96	84	84	85	78	86

日本の地方観光地を訪れた際にしたいこと

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	2,398	2,122	328	344	376	384	220	218	123	129	276	70	87	43	76
1	自然観光地を訪れる	60	60	49	57	70	46	64	72	77	67	58	51	53	67	63
2	温泉を楽しむ	58	60	66	57	60	58	55	61	59	58	44	39	43	49	47
3	その土地の郷土料理を食べる	54	54	48	43	57	49	63	70	57	60	54	47	56	63	53
4	歴史的な街並みを楽しむ	52	52	48	43	56	51	53	54	56	61	54	44	52	65	61
5	歴史的な建造物（寺や神社、城など）や遺跡を訪れる	50	50	39	48	63	42	52	51	59	51	55	53	51	67	55
6	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう	50	50	38	45	52	49	40	68	65	64	50	53	48	53	49
7	花や紅葉を楽しむ	46	47	31	42	45	50	57	52	62	60	37	26	34	37	50
8	雪景色を楽しむ	42	44	30	36	50	45	51	49	54	53	29	26	31	21	34
9	都市部とは違った地方ならではの風景を楽しむ	42	42	29	38	47	39	51	46	56	50	42	31	39	35	58
10	その土地ならではの菓子を購入する	39	40	28	37	48	41	48	42	33	50	30	31	33	12	34
11	その土地の伝統芸能や文化を楽しむ	38	38	21	34	47	29	50	35	59	56	37	39	40	47	28
12	その土地の祭りを楽しむ	36	35	32	19	44	28	45	42	47	50	37	30	34	37	47
13	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を買う	31	31	19	35	33	37	15	44	27	40	26	37	28	19	20
14	その土地で作られた工芸品を購入する	30	29	22	30	31	22	36	31	40	38	36	39	36	30	37
15	地域に住む人々との触れ合いを楽しむ	29	28	13	27	28	18	48	32	36	49	36	39	32	40	34
16	その土地ならではのお酒を飲む	27	27	30	29	25	17	34	33	23	28	28	24	28	40	25
17	動物や植物を見る	24	24	13	31	22	25	18	31	28	26	31	27	28	23	42
18	その土地ならではのお酒を購入する	19	19	20	26	18	14	16	22	23	16	21	14	24	23	21
19	ドライブを楽しむ	19	17	11	17	14	11	15	36	31	19	29	44	29	26	18
20	スキーやウィンタースポーツを楽しむ	18	20	6	18	24	16	23	27	27	29	10	9	10	7	12
21	山登りやハイキングを楽しむ	17	16	8	18	16	13	14	29	16	26	20	16	17	23	25
22	サイクリングを楽しむ	13	13	2	11	18	8	23	11	18	28	11	14	10	14	7
－	その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0

（注）「日本の地方観光地を訪れた際にしたいこと」の設問は、地方訪問の経験の有無に関わらず、「ぜひ旅行したい」「機会があれば旅行したい」を選択した回答者を対象者に回答を得た。

（注2）上位3項目（上段）5項目（下段）を赤または黄色で塗りつぶした。

28. ＜全員＞ 北陸新幹線及び北海道新幹線の認知度

◆ **アジアは過半数が認知、欧米豪は過半数が知らない**

- アジアでは、北陸新幹線、北海道新幹線ともに「知っている」「聞いた気がする」を合わせると半数を超えており、欧米豪ではフランスを除く各国で「知らない」が半数を超えている。
- 最も認知度が高いのは中国で、北陸新幹線、北海道新幹線ともに「知っている」「聞いた気がする」を合わせると7割以上の認知度となっている。

北陸新幹線（2015年開通）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	22	25	16	48	26	26	19	13	19	31	17	21	13	10	25
聞いた気がする	31	33	32	26	34	30	45	29	31	36	26	22	24	23	37
知らない	47	42	52	25	40	44	36	57	50	33	56	57	63	67	38

北海道新幹線（2016年開通）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	24	28	20	49	33	33	25	15	18	29	18	19	15	12	25
聞いた気がする	32	35	34	30	34	30	44	28	36	40	27	24	25	21	36
知らない	44	38	45	21	33	37	30	56	46	31	56	57	60	67	39

29-1. ＜全員＞ 【全体】日本の観光地の認知度 「これらの観光地を知っていますか？」

◆ **ゴールデンルート(※)上の観光地や北海道、沖縄、広島などの認知度は引き続き高いが、地方観光地の認知度向上は鈍化傾向**

- 全体では、ゴールデンルート上の観光地や、北海道、沖縄、神戸、広島、長崎、福島、九州などの認知度が高い。
- アジアでは、特に台湾や香港で日本の観光地が幅広く知られている。アジア全体では、様々な観光地の認知度が全体的に前回調査から横ばい傾向となっており、認知度向上の動きもやや鈍化してきている。
- 欧米豪では、ゴールデンルート以外の認知度は低いものの、北海道、札幌、福島、神戸、広島、長崎、沖縄の認知度は比較的高くなっている。

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

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
東京	62	66	70	64	74	75	61	63	65	59	54	49	64	56	48
富士山	59	64	59	65	72	70	63	63	65	55	51	48	63	52	41
北海道	46	60	61	59	75	72	55	58	59	43	18	14	26	13	17
札幌	37	47	64	36	68	65	40	42	33	32	17	15	24	13	15
函館	14	20	14	10	55	42	9	17	9	5	4	3	6	3	3
帯広／十勝	5	6	3	3	15	21	3	2	2	2	2	2	2	2	2
ニセコ	4	5	2	9	6	4	4	10	3	2	3	2	5	2	3
知床／阿寒	4	5	3	4	12	13	2	2	3	2	2	2	2	1	2
旭川／富良野	9	12	6	8	33	33	4	7	4	3	2	3	2	2	2
東北	9	12	11	10	30	17	7	9	5	5	3	4	4	3	3
青森	13	19	23	14	53	42	6	8	5	3	3	3	4	2	3
秋田／角館	10	14	8	23	32	32	4	4	7	3	3	4	3	2	4
山形／蔵王	8	10	4	7	30	23	4	6	5	6	4	4	4	4	4
岩手／平泉	8	10	6	11	26	25	6	5	2	3	2	2	3	2	2
仙台／松島	14	20	17	25	44	38	17	6	8	5	4	3	4	2	6
福島	27	29	41	26	38	41	18	21	21	22	25	18	29	25	26
新潟／佐渡	9	11	5	10	33	25	4	8	5	3	3	3	4	2	5
妙高／湯沢	4	4	3	5	6	6	4	3	2	4	4	4	5	3	4
日光	9	11	8	10	21	18	8	7	7	5	5	4	7	5	6
松本／白馬	7	8	6	14	10	14	7	4	6	3	4	4	5	3	5
軽井沢	10	15	4	7	53	38	5	3	5	5	2	1	3	2	2
川越	5	6	3	6	12	13	5	4	3	2	2	2	2	2	3
横浜	33	38	43	40	53	48	32	31	30	31	23	17	32	25	18
箱根	16	22	18	17	53	49	11	17	8	6	5	4	6	4	6
北陸	5	7	3	6	19	12	4	4	3	3	3	2	3	3	2
金沢	10	13	8	6	32	28	9	8	7	8	4	3	5	4	5
立山／黒部	8	11	3	4	39	32	3	3	2	3	2	2	2	2	1
富山	10	13	6	24	20	27	7	7	9	6	5	4	5	4	4
福井	7	8	6	7	10	15	7	6	6	8	6	7	7	6	5
飛騨／高山	8	11	5	5	32	29	5	5	3	3	3	3	4	2	3
名古屋	35	46	50	49	66	65	32	34	41	31	13	10	18	10	14
伊勢志摩／伊賀	7	9	4	11	27	23	3	3	4	1	2	2	2	2	3
紀伊半島／高野山／熊野古道	7	8	4	11	20	12	3	3	5	3	5	4	4	5	6
関西	26	36	43	30	64	59	31	23	24	16	6	6	9	4	6
京都	51	59	66	58	75	73	53	56	48	43	35	27	43	31	39
奈良	26	36	39	48	64	66	20	25	22	7	7	6	12	3	9
大阪	54	62	68	60	75	76	53	60	59	47	38	29	50	35	37
神戸	38	45	51	50	64	65	31	41	36	24	23	19	24	21	26
岡山	13	15	11	10	31	31	9	11	11	9	8	7	10	7	7
倉敷	5	6	5	3	14	13	2	3	3	3	3	2	4	3	4
広島	37	38	43	34	47	48	33	35	32	31	37	33	43	38	32
山口	10	12	17	9	9	14	13	12	10	12	7	8	8	7	5
鳥取	10	14	28	8	28	32	5	6	4	3	2	2	2	1	3
松江／出雲／石見	5	6	3	10	12	10	6	1	4	1	2	2	2	1	4
四国	14	19	10	24	42	43	10	7	8	6	6	5	7	4	9
高松／香川	7	8	7	9	15	19	5	5	5	4	4	4	6	4	4
直島	5	5	7	8	6	7	4	3	4	1	4	3	6	3	4
松山／道後	6	8	5	13	12	14	9	3	3	4	3	4	4	3	3
愛媛	5	7	3	4	20	19	2	4	2	1	2	1	2	1	2
徳島	8	9	9	6	17	18	5	5	5	4	6	4	7	5	6
高知	8	9	5	8	23	19	6	7	5	2	5	5	5	4	4
九州	27	37	51	39	62	63	26	28	21	12	7	5	10	4	9
福岡／博多／小倉	25	34	50	32	52	59	20	20	23	14	9	7	12	8	8
佐賀	10	13	8	11	39	30	8	5	6	2	3	4	5	2	2
長崎	34	36	41	29	52	53	32	26	29	29	29	25	33	32	26
大分／別府／湯布院	9	12	27	8	24	27	6	5	2	2	3	3	3	3	2
熊本／阿蘇	15	21	20	24	52	55	5	3	6	2	3	2	3	2	3
宮崎	16	22	22	30	41	48	14	10	12	4	4	4	4	3	6
鹿児島	19	26	25	32	61	62	10	8	10	5	5	4	5	5	4
奄美	3	3	3	2	10	5	2	1	2	1	2	2	3	2	1
沖縄	40	48	50	47	71	68	36	45	41	28	23	28	24	22	18
知っている場所はない	8	4	6	1	2	1	3	8	6	8	16	16	11	16	21

（注）認知度30%以上を赤または黄色で塗りつぶした。

29-2. ＜全員＞ 【アジア･訪日回数別】日本の観光地の認知度

◆ **訪日経験が増すと、大都市部だけでなく地方観光地への認知度が高まる**

- アジアについては、訪日経験に関わらず、ゴールデンルート上の観光地や北海道、神戸、沖縄、広島の認知度は高い。
- 訪日経験が増すと、ゴールデンルート以外の観光地の認知度も高まり、特に台湾、香港、中国などのリピーターを中心に、九州、東北、北陸及び四国などへの認知度の広がりがみられる。

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体			アジア全体			韓国			中国			台湾			香港			タイ			シンガポール			マレーシア			インドネシア		
訪日経験→	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	3,705	999	1,572	1,891	812	1,431	160	135	228	170	186	171	121	88	299	82	62	348	292	101	121	288	85	151	394	76	57	384	79	56
東京	54	70	77	56	69	78	57	70	79	53	63	75	58	68	82	60	73	79	56	67	69	49	72	85	62	71	75	55	73	59
富士山	52	66	72	56	65	74	49	59	67	57	63	76	56	73	78	62	56	74	56	73	69	52	69	80	62	72	72	52	61	66
北海道	32	56	70	49	62	73	48	61	69	49	59	68	64	72	81	60	61	76	50	64	61	47	67	75	54	70	75	40	48	55
札幌	23	44	65	33	47	66	53	64	72	25	31	53	52	63	76	55	48	70	31	48	55	27	52	66	27	49	51	29	34	48
函館	5	14	37	8	15	39	7	9	22	6	6	19	27	44	69	24	23	49	5	9	17	7	20	34	6	18	19	2	9	14
帯広／十勝	2	3	13	1	3	14	1	2	4	1	1	8	2	9	22	5	10	27	2	2	6	1	1	5	1	1	5	2	3	4
ニセコ	3	4	9	3	4	8	1	2	3	8	6	13	3	3	8	4	0	5	3	4	7	3	7	23	3	4	7	1	3	5
知床／阿寒	2	2	11	2	2	11	3	2	4	2	3	8	1	5	18	4	3	18	1	0	6	1	0	6	2	4	7	1	4	2
旭川／富良野	3	7	24	3	8	26	3	3	9	3	6	15	8	24	45	17	18	40	3	2	9	1	8	19	2	7	14	2	4	11
東北	4	8	21	5	8	22	5	9	16	6	5	19	15	16	41	13	5	20	3	9	12	6	7	18	4	7	9	4	9	7
青森	5	12	34	8	14	36	15	15	33	6	10	25	37	41	62	27	26	49	5	3	10	4	9	14	3	9	12	3	3	9
秋田／角館	4	11	25	6	13	26	3	7	13	13	22	35	17	24	41	22	21	36	3	4	5	1	5	11	6	8	16	2	5	11
山形／蔵王	4	7	20	4	7	20	1	2	7	4	5	13	9	24	40	15	10	27	3	3	9	2	6	12	4	7	16	4	8	11
岩手／平泉	3	7	19	5	7	20	4	5	8	8	8	19	9	20	34	28	13	26	5	1	12	2	6	10	1	1	11	2	4	5
仙台／松島	6	16	32	10	18	34	13	13	21	14	23	39	26	36	53	30	23	42	11	23	26	3	6	14	7	7	16	4	8	7
福島	22	29	39	20	28	40	36	39	47	18	25	36	22	32	45	37	31	44	16	15	27	14	27	32	18	33	30	21	23	29
新潟／佐渡	4	8	21	5	9	21	4	2	7	8	6	17	19	31	39	18	16	28	3	2	7	3	7	17	3	8	11	2	8	9
妙高／湯沢	3	3	7	3	3	7	4	2	3	4	4	7	1	2	9	7	0	7	2	2	9	2	1	6	1	3	4	3	5	7
日光	4	8	21	4	7	21	3	4	14	6	9	16	4	6	32	9	5	23	4	9	19	3	7	17	5	9	21	3	9	13
松本／白馬	4	7	12	5	7	13	4	4	8	6	12	23	7	9	12	13	13	15	5	6	12	2	2	9	5	7	11	3	3	5
軽井沢	4	9	27	6	10	29	2	3	7	4	5	13	34	44	64	17	23	45	5	2	7	1	1	9	3	8	14	3	6	11
川越	2	3	11	3	3	12	3	1	4	3	6	10	2	5	18	9	2	16	5	2	8	2	2	7	2	8	9	1	1	4
横浜	23	37	53	27	37	54	31	41	53	31	37	54	33	41	65	33	31	55	24	36	47	20	31	50	26	38	44	28	41	39
箱根	6	17	40	9	18	42	11	11	28	9	13	29	30	48	63	33	35	56	5	13	24	6	21	34	5	12	23	4	8	13
北陸	3	4	13	3	4	13	2	2	5	3	3	12	4	10	28	10	3	14	4	2	4	3	2	7	2	4	7	2	5	7
金沢	4	9	25	6	9	25	4	5	11	4	3	11	12	17	45	11	13	35	7	7	16	2	8	17	4	17	16	6	13	14
立山／黒部	2	6	23	3	7	24	1	1	6	2	4	6	13	27	54	13	16	39	1	3	8	1	2	9	2	4	5	2	5	5
富山	6	12	20	8	13	20	4	4	10	17	23	32	9	18	25	29	27	27	5	7	11	3	7	14	9	9	12	5	11	11
福井	6	7	12	5	8	12	6	2	8	5	6	12	6	9	11	13	11	16	3	9	13	4	6	9	5	5	12	6	18	13
飛騨／高山	3	7	21	4	8	22	1	4	8	2	3	10	11	25	43	13	19	35	4	4	9	2	5	11	3	7	4	2	6	4
名古屋	21	43	60	33	46	63	39	47	59	40	44	64	54	59	73	48	58	71	24	37	47	24	39	51	35	61	61	28	34	48
伊勢志摩／伊賀	3	7	17	4	7	18	4	1	4	8	9	15	12	24	34	11	16	28	3	2	4	1	1	7	2	8	9	1	1	2
紀伊半島／高野山／熊野古道	4	6	12	4	6	13	5	1	5	8	10	15	7	15	27	9	6	13	3	3	4	3	2	5	5	7	4	2	5	4
関西	12	33	53	21	37	56	31	39	54	24	29	36	45	58	74	44	47	65	22	37	47	10	26	46	17	45	42	13	25	29
京都	37	63	75	44	64	76	52	66	76	45	55	74	55	68	85	52	69	78	46	59	66	40	72	78	39	75	74	39	58	50
奈良	10	36	58	16	39	61	19	40	52	36	42	67	41	60	75	45	61	71	12	20	40	11	27	52	14	47	42	3	16	23
大阪	41	65	77	48	66	78	51	67	81	51	56	73	55	75	83	59	74	80	46	59	64	44	73	81	52	82	82	42	61	66
神戸	26	44	62	31	47	63	37	48	62	44	46	60	40	63	75	50	63	69	26	31	43	26	45	68	31	51	53	21	32	29
岡山	7	13	26	8	12	27	6	10	16	6	8	18	16	24	40	18	19	36	4	11	17	5	6	25	9	17	16	8	13	16
倉敷	2	4	11	2	4	11	2	4	7	3	3	3	2	5	22	7	3	16	1	5	3	2	0	5	2	7	7	2	4	5
広島	32	37	50	30	35	50	34	41	50	29	29	45	31	39	56	39	32	53	29	36	43	26	38	49	30	38	40	29	32	50
山口	8	10	17	9	10	18	13	13	23	6	8	15	2	6	13	11	5	16	9	15	20	8	11	21	9	13	18	10	11	25
鳥取	4	10	25	6	11	27	16	27	38	6	5	12	10	25	36	21	18	37	4	3	10	3	5	10	3	7	11	2	1	9
松江／出雲／石見	2	4	11	3	4	11	1	2	5	7	6	16	5	5	17	10	5	11	3	7	14	1	1	3	3	4	9	1	0	2
四国	7	15	32	9	16	34	7	7	15	17	23	33	20	35	53	26	29	50	6	13	16	4	2	15	7	8	19	5	8	13
高松／香川	4	6	16	4	6	16	3	4	11	6	5	16	2	8	22	11	10	23	2	5	11	2	7	7	4	5	11	3	6	9
直島	3	4	9	3	4	9	4	5	9	4	4	16	1	3	8	4	2	9	3	2	7	1	5	6	3	5	5	1	1	4
松山／道後	4	6	13	4	6	14	3	2	8	9	11	19	2	6	17	10	3	17	5	11	16	1	0	7	3	3	7	3	8	7
愛媛	2	4	14	2	4	14	1	2	5	4	3	6	8	13	26	11	8	23	1	3	2	2	6	8	2	4	5	0	0	5
徳島	5	5	16	5	5	16	4	7	15	5	3	12	8	9	23	10	5	23	4	5	5	5	2	9	4	7	7	4	4	4
高知	4	6	17	4	6	17	3	4	7	4	8	11	12	15	30	10	3	24	4	5	10	4	2	15	4	3	9	2	3	5
九州	14	32	55	21	37	59	37	49	63	25	34	56	41	60	71	49	53	68	20	33	36	15	29	52	18	21	44	11	14	18
福岡／博多／小倉	13	29	52	19	32	54	34	47	62	21	29	47	29	38	65	40	48	65	15	22	32	10	19	39	20	25	46	11	24	16
佐賀	4	9	24	5	10	26	2	7	14	8	9	18	21	31	48	17	15	36	4	12	12	3	2	9	5	5	9	2	3	5
長崎	27	34	49	27	34	50	33	37	50	24	27	37	31	42	64	41	37	59	29	33	37	16	33	40	26	41	33	27	30	39
大分／別府／湯布院	3	7	25	3	8	27	13	22	40	5	7	13	4	11	35	12	8	34	2	2	20	2	2	11	1	1	4	1	3	4
熊本／阿蘇	5	16	37	8	18	39	9	19	29	14	20	36	33	45	62	39	47	61	2	5	13	1	4	7	5	5	11	1	4	7
宮崎	7	17	36	11	20	38	12	25	27	22	26	42	26	32	50	38	34	53	12	14	21	3	7	24	9	13	25	4	3	7
鹿児島	8	21	43	13	24	45	18	19	33	21	30	47	41	60	69	56	55	65	7	9	16	3	8	18	8	13	21	5	4	7
奄美	2	1	6	2	1	6	3	0	4	2	1	5	2	6	14	6	0	6	2	2	3	1	0	2	2	4	4	2	0	0
沖縄	28	45	62	35	49	64	36	49	61	40	42	60	51	73	79	57	63	71	32	41	42	31	56	64	38	46	53	27	32	30
知っている場所はない	14	1	0	9	0	0	16	0	1	2	0	0	9	0	0	4	0	0	5	0	0	14	4	0	8	0	2	11	0	0

（注）認知度30%以上を赤、オレンジまたは黄色で塗りつぶした。

29-3. ＜全員＞ 【欧米豪･訪日回数別】日本の観光地の認知度

◆ **訪日経験が増すと、地方観光地への認知度もやや高まる**

- 欧米豪についても、訪日回数に関わらず、ゴールデンルート上の観光地や広島、神戸、沖縄、長崎、福島の認知度が高い。
- ゴールデンルート上の観光地や大都市近郊の観光地に加え、特に訪日経験2回以上のリピーターに関しては、地方観光地においても、訪日経験のない層に比べ認知度が高まる傾向がみられる。

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体			欧米豪全体														
							アメリカ			オーストラリア			イギリス			フランス		
訪日経験→	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	3,705	999	1,572	1,814	187	141	449	37	46	436	52	50	480	39	16	449	59	29
東京	54	70	77	51	74	67	46	65	61	61	88	70	53	72	88	44	69	62
富士山	52	66	72	49	67	57	46	62	48	60	83	68	50	64	88	39	59	38
北海道	32	56	70	14	30	43	11	22	37	21	48	42	11	26	69	15	24	38
札幌	23	44	65	14	27	47	13	19	39	18	50	52	11	18	69	13	19	38
函館	5	14	37	2	7	18	1	5	15	3	15	22	3	5	13	2	2	17
帯広／十勝	2	3	13	2	3	5	1	8	4	2	2	8	1	5	0	2	0	3
ニセコ	3	4	9	2	5	13	2	5	2	3	6	22	2	5	13	2	3	14
知床／阿寒	2	2	11	2	2	6	2	5	7	2	0	8	1	3	0	2	0	7
旭川／富良野	3	7	24	2	2	7	2	0	11	1	2	8	2	3	0	2	2	3
東北	4	8	21	3	5	9	3	11	9	3	4	12	3	5	0	2	3	10
青森	5	12	34	2	4	13	2	8	7	3	4	14	1	3	6	2	2	24
秋田／角館	4	11	25	3	4	9	4	5	9	2	4	10	2	5	0	3	2	14
山形／蔵王	4	7	20	4	6	10	4	8	9	4	8	8	4	10	13	4	2	14
岩手／平泉	3	7	19	1	5	10	1	8	9	2	4	14	1	5	6	2	5	7
仙台／松島	6	16	32	3	6	13	2	8	9	3	4	14	2	3	13	4	10	17
福島	22	29	39	23	31	34	15	32	28	27	38	40	24	33	44	27	22	28
新潟／佐渡	4	8	21	2	5	13	2	8	11	3	8	12	2	0	19	4	5	17
妙高／湯沢	3	3	7	4	5	6	4	5	2	3	8	14	4	3	0	4	3	0
日光	4	8	21	4	9	21	3	8	11	4	8	26	4	10	19	4	10	28
松本／白馬	4	7	12	4	5	8	4	8	4	4	8	8	3	0	6	4	5	14
軽井沢	4	9	27	1	5	6	0	5	4	2	2	14	2	5	0	1	7	0
川越	2	3	11	2	1	9	2	3	7	1	2	10	2	0	6	3	0	14
横浜	23	37	53	20	36	42	13	32	37	29	42	46	23	41	63	16	29	31
箱根	6	17	40	3	13	23	2	11	15	3	15	24	2	10	44	4	14	21
北陸	3	4	13	2	4	6	2	0	7	3	4	8	3	8	0	2	3	7
金沢	4	9	25	3	11	17	2	5	13	2	15	16	3	8	31	3	12	17
立山／黒部	2	6	23	1	2	6	2	5	7	1	0	10	2	3	0	1	2	0
富山	6	12	20	3	8	14	2	11	17	3	10	20	4	5	0	4	7	7
福井	6	7	12	6	6	12	7	14	7	6	8	22	6	5	0	5	0	10
飛騨／高山	3	7	21	2	5	6	2	8	2	3	4	12	1	5	6	2	3	3
名古屋	21	43	60	10	28	31	6	16	35	13	40	34	8	33	25	12	22	24
伊勢志摩／伊賀	3	7	17	2	3	9	2	3	9	1	4	10	2	3	0	2	2	14
紀伊半島／高野山／熊野古道	4	6	12	4	4	8	4	3	4	3	6	16	5	5	0	6	3	3
関西	12	33	53	4	14	26	3	14	28	6	17	30	3	10	25	5	14	17
京都	37	63	75	30	57	60	22	41	54	37	65	66	27	54	75	35	61	52
奈良	10	36	58	4	22	32	3	11	28	7	31	38	1	18	31	6	24	28
大阪	41	65	77	34	58	62	25	46	52	44	73	76	33	51	75	34	58	45
神戸	26	44	62	20	33	44	17	30	35	20	37	48	19	38	56	25	27	45
岡山	7	13	26	6	15	18	6	14	11	7	21	22	6	13	13	5	12	24
倉敷	2	4	11	3	3	10	1	8	7	4	2	12	3	0	6	3	3	14
広島	32	37	50	35	47	49	31	41	48	41	54	54	37	41	69	30	47	31
山口	8	10	17	6	7	14	8	11	11	7	4	18	6	10	13	4	5	14
鳥取	4	10	25	1	4	6	1	8	2	2	4	8	1	0	6	2	5	7
松江／出雲／石見	2	4	11	2	2	8	2	0	7	1	2	6	1	0	6	3	5	14
四国	7	15	32	5	12	16	3	14	20	6	12	16	4	5	6	8	15	14
高松／香川	4	6	16	4	5	12	3	8	11	4	6	18	4	3	6	3	3	7
直島	3	4	9	4	4	7	2	5	11	6	4	6	3	3	6	4	3	3
松山／道後	4	6	13	3	4	7	3	5	4	3	8	10	3	3	0	3	2	10
愛媛	2	4	14	1	3	9	1	5	4	1	4	14	1	0	6	1	3	7
徳島	5	5	16	5	7	14	3	11	13	6	4	22	5	5	0	5	8	10
高知	4	6	17	4	5	8	4	8	4	4	8	14	4	5	0	4	2	7
九州	14	32	55	5	10	21	4	5	13	7	13	28	3	5	25	8	14	21
福岡／博多／小倉	13	29	52	6	16	27	5	19	20	9	17	30	6	15	38	6	14	28
佐賀	4	9	24	3	4	11	3	5	9	3	10	10	3	0	6	2	2	17
長崎	27	34	49	27	35	40	23	35	30	30	40	44	30	38	56	25	27	38
大分／別府／湯布院	3	7	25	2	4	12	2	3	9	2	4	14	2	5	13	1	3	14
熊本／阿蘇	5	16	37	2	4	10	1	11	7	2	2	12	2	5	13	3	2	10
宮崎	7	17	36	3	6	16	4	8	7	2	4	18	3	5	19	5	7	28
鹿児島	8	21	43	3	8	18	2	16	9	3	8	20	5	5	19	3	5	28
奄美	2	1	6	2	1	5	2	0	2	2	2	8	2	0	6	1	0	3
沖縄	28	45	62	21	28	42	27	32	35	22	27	36	19	33	75	16	24	45
知っている場所はない	14	1	0	19	1	0	19	0	0	14	2	0	18	0	0	25	2	0

（注）認知度30%以上を赤、オレンジまたは黄色で塗りつぶした。

30-1. ＜全員＞ 【全体】日本の観光地の訪問意向 「日本のどこに行きたいですか？」

◆ **ゴールデンルート上の観光地や、北海道、沖縄以外への訪問意向は低い**

- 全体では、ゴールデンルート上の観光地や北海道、沖縄、神戸などへの訪問意向が高い。
- アジアでは、台湾、香港で上記以外の観光地への訪問意向が他の国・地域よりも高くなっている。アジア全体をみると、訪問意向が全体的に前回調査から横ばいとなっており、訪問意向向上の動きもやや鈍化してきている。
- 欧米豪では、東京、富士山、京都、大阪へ訪問意向が集中。地域によっては、訪問意向が0～3ポイントの観光地も多く、こうした地域からの発地へ向けた情報発信が課題となろう。

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	5,747	3,951	494	524	496	488	498	481	493	477	1,796	445	478	449	424
東京	44	41	37	41	39	39	39	40	44	50	50	46	56	52	47
富士山	41	40	22	46	40	35	41	47	46	44	43	38	48	45	40
北海道	30	40	32	41	50	42	32	46	44	27	9	9	11	5	11
札幌	19	24	37	13	32	32	22	22	17	18	7	8	9	4	7
函館	7	9	6	4	27	17	3	8	4	3	1	2	1	1	2
帯広／十勝	1	2	1	0	6	7	0	1	0	0	1	1	1	0	0
ニセコ	2	2	1	3	2	0	1	5	1	1	1	1	1	1	1
知床／阿寒	1	2	1	1	4	4	0	2	1	1	1	1	0	0	0
旭川／富良野	4	5	2	2	14	12	2	4	1	2	1	1	0	2	2
東北	3	3	2	2	10	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1
青森	4	6	4	3	20	14	1	2	1	1	2	2	2	1	2
秋田／角館	3	4	1	6	6	8	2	1	1	2	1	1	1	1	1
山形／蔵王	2	2	1	2	8	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2
岩手／平泉	2	2	1	3	5	5	2	1	1	0	1	1	0	0	1
仙台／松島	4	5	3	7	11	8	5	1	2	1	1	2	0	1	3
福島	6	5	4	5	5	4	5	3	6	8	7	4	10	6	7
新潟／佐渡	2	3	1	3	6	5	1	2	1	1	1	1	1	0	2
妙高／湯沢	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	1	2
日光	3	3	1	2	6	5	3	2	2	2	2	2	2	3	3
松本／白馬	2	2	1	4	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2
軽井沢	5	6	1	2	25	15	2	2	2	2	1	0	1	1	1
川越	1	1	0	2	3	3	1	1	1	0	1	0	0	1	2
横浜	11	12	9	14	14	14	12	11	8	14	8	7	9	8	8
箱根	6	8	5	6	19	17	4	7	2	3	2	2	2	2	3
北陸	2	2	1	1	6	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2
金沢	3	4	1	1	9	8	2	2	1	3	2	1	2	1	3
立山／黒部	4	6	1	2	23	15	1	2	1	1	1	1	0	0	1
富山	3	4	2	8	5	7	2	2	3	2	2	2	1	2	2
福井	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	3	3	4	3	2
飛騨／高山	3	4	1	2	12	11	2	2	1	1	1	1	1	1	1
名古屋	15	19	13	29	28	31	10	14	15	14	5	3	6	4	6
伊勢志摩／伊賀	2	2	1	3	5	6	1	0	0	0	1	1	1	1	2
紀伊半島／高野山／熊野古道	3	2	1	3	6	3	1	2	2	1	3	2	3	3	4
関西	10	13	8	10	25	21	13	10	9	8	2	3	1	2	2
京都	31	33	28	37	44	37	29	35	27	30	25	18	30	19	32
奈良	11	15	9	24	30	24	9	11	7	3	4	2	5	2	7
大阪	33	37	32	35	40	41	32	39	39	37	24	18	32	19	25
神戸	14	15	10	17	26	23	10	17	11	8	10	7	7	8	17
岡山	4	4	2	2	7	10	3	4	3	4	3	3	1	2	4
倉敷	1	1	0	1	4	3	1	1	0	1	1	1	1	1	3
広島	12	10	6	8	10	12	10	12	8	11	18	16	24	16	14
山口	3	3	3	2	1	3	5	2	3	5	2	3	0	2	1
鳥取	2	3	7	1	5	9	2	3	1	1	1	0	1	0	1
松江／出雲／石見	1	1	0	2	3	1	2	0	1	0	1	1	0	0	2
四国	5	5	2	5	11	15	3	2	3	2	2	1	2	2	4
高松／香川	2	2	1	2	3	5	1	1	1	1	1	1	1	2	2
直島	1	1	2	2	2	2	1	1	1	0	2	1	2	1	2
松山／道後	1	2	1	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1
愛媛	1	2	1	1	6	5	0	1	1	0	0	1	0	0	0
徳島	2	2	1	2	3	6	1	2	1	1	2	1	2	2	3
高知	2	2	1	2	4	4	1	1	2	1	1	2	0	1	2
九州	10	13	13	12	23	23	12	11	6	3	2	2	3	2	3
福岡／博多／小倉	8	11	15	10	16	19	8	4	7	6	3	3	3	4	4
佐賀	3	4	2	3	9	8	3	1	2	1	1	2	2	0	1
長崎	10	9	7	8	13	15	9	7	5	10	11	10	12	12	11
大分／別府／湯布院	3	4	10	3	8	8	1	1	1	0	1	1	1	1	1
熊本／阿蘇	5	6	3	7	16	21	0	1	2	1	1	1	1	2	2
宮崎	4	6	4	8	9	14	5	3	2	2	1	1	0	1	2
鹿児島	7	9	5	14	19	25	3	2	2	1	2	1	1	3	2
奄美	1	1	1	2	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
沖縄	21	25	26	23	39	33	19	26	21	12	11	14	10	9	12
行きたい場所はない	3	2	5	2	1	2	1	2	1	1	7	6	7	10	3

(注)「知っている観光地」の中で「実際に行ってみたい観光地」を尋ねた。
(注2)訪問意向15%以上を赤または黄色で塗りつぶした。

30-2. ＜全員＞ 【アジア･訪日回数別】日本の観光地の訪問意向

◆ **訪日経験が増すと、地方への訪問意向の波及がみられる**

- アジア全体では、訪日未経験者の訪問意向は、ゴールデンルート上の観光地や北海道、沖縄などに集中する。訪日回数が増すにしたがって、特に台湾、香港等では上記以外の観光地への訪問意向が高まる。
- 前回調査と比較すると、リピーター(訪問回数2回以上)においても、各観光地への訪問意向の伸びは鈍化している。
- アジアでは、リピーター(訪問回数2回以上)においては、比較的距離の近い九州地方をはじめ、奈良、箱根などへの訪問意向がやや高い傾向がみられる。

(回答はあてはまるもの全て、%)

回答者→	全体			アジア全体			韓国			中国			台湾			香港			タイ			シンガポール			マレーシア			インドネシア		
訪日経験→	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	3,187	994	1,566	1,717	809	1,425	134	135	225	167	186	171	110	88	298	79	62	347	276	101	121	248	82	151	361	76	56	342	79	56
東京	44	45	43	41	41	41	37	34	39	31	41	52	43	35	38	39	39	39	38	38	43	38	48	40	43	50	43	49	54	54
富士山	41	42	40	40	40	41	13	20	29	43	41	54	37	44	39	27	34	37	40	43	43	44	56	46	45	58	41	43	38	55
北海道	21	36	44	33	41	46	25	30	38	32	43	48	53	45	50	29	37	46	30	30	40	38	57	55	40	57	59	24	32	36
札幌	10	20	35	15	22	36	25	33	47	6	12	21	22	20	40	16	23	37	16	25	34	12	23	38	12	30	25	16	19	29
函館	2	5	17	3	5	19	4	1	9	1	2	9	10	18	36	8	8	21	1	2	7	1	9	20	2	7	7	1	4	9
帯広／十勝	0	1	4	0	1	4	0	1	1	0	1	0	1	3	8	0	3	9	0	1	1	0	0	2	0	0	2	0	0	0
ニセコ	1	2	2	1	2	2	1	0	0	4	3	2	1	1	2	0	0	1	0	2	2	2	2	11	1	1	4	1	3	0
知床／阿寒	1	1	4	1	1	4	1	0	1	1	1	1	0	1	7	0	0	6	1	0	0	1	0	5	1	1	2	0	3	0
旭川／富良野	1	3	9	1	3	10	1	1	3	0	3	4	2	9	19	4	3	16	1	1	2	1	5	8	1	1	2	1	4	7
東北	1	2	5	1	2	5	1	4	1	1	1	4	5	3	15	1	2	4	0	3	3	0	1	3	2	0	0	1	5	2
青森	2	3	11	2	3	12	1	3	7	0	2	6	14	9	26	10	6	16	1	0	1	1	1	5	1	0	2	1	1	2
秋田／角館	1	3	6	1	4	6	1	1	1	2	9	8	0	3	9	4	3	10	1	2	2	0	2	2	1	1	5	1	1	5
山形／蔵王	1	1	5	1	1	5	0	1	1	1	2	2	0	5	12	1	0	6	0	1	2	1	0	2	1	0	4	1	0	7
岩手／平泉	1	2	4	1	2	4	1	2	1	1	3	5	2	5	6	6	5	4	1	1	5	0	0	3	1	0	2	1	0	0
仙台／松島	2	4	8	2	4	8	1	4	3	4	5	13	5	7	14	6	3	9	3	9	7	0	0	3	1	3	7	1	3	0
福島	5	6	6	4	5	6	2	3	5	2	5	9	3	3	7	0	3	5	4	4	8	2	6	3	5	8	7	6	10	13
新潟／佐渡	1	1	5	1	1	5	1	1	2	2	1	6	4	1	8	1	5	6	1	1	2	1	0	7	1	0	2	1	4	2
妙高／湯沢	1	1	1	1	0	2	2	1	0	0	1	2	1	0	3	5	0	1	0	0	2	1	1	1	1	0	0	1	0	4
日光	1	3	5	1	3	5	1	1	1	2	2	4	0	1	9	3	3	5	2	4	4	0	2	6	2	3	4	1	5	5
松本／白馬	1	2	2	1	1	3	1	0	1	3	3	5	1	2	3	4	2	2	0	1	3	0	1	1	1	0	0	1	1	5
軽井沢	2	3	12	2	3	13	0	1	1	2	1	4	15	10	32	5	10	18	3	0	1	1	1	6	1	3	5	1	4	4
川越	1	1	2	1	1	3	0	0	0	1	2	3	0	1	4	3	0	3	2	1	1	1	1	3	1	1	0	0	0	2
横浜	8	11	16	9	11	17	7	4	12	7	14	19	8	5	19	11	10	16	9	12	17	8	13	16	6	13	11	12	15	25
箱根	2	5	15	3	5	16	1	3	8	2	4	13	9	10	25	11	13	19	2	3	9	2	10	15	2	3	7	3	1	4
北陸	1	1	4	1	0	4	1	0	1	1	1	1	0	0	10	4	0	3	2	0	1	2	1	1	1	0	5	0	1	4
金沢	1	2	7	1	2	7	0	0	2	1	1	3	2	3	14	6	2	10	2	2	3	1	2	5	1	3	0	2	5	7
立山／黒部	1	3	12	1	3	13	1	1	1	1	2	2	5	17	31	4	2	20	1	1	0	0	1	4	1	0	4	0	3	4
富山	2	4	5	3	4	5	1	1	2	5	8	11	4	3	6	11	2	7	2	1	2	1	5	2	2	4	2	1	5	4
福井	2	1	2	1	1	2	0	1	2	0	2	2	2	0	2	5	0	1	1	0	1	1	5	1	2	0	4	2	1	2
飛騨／高山	1	2	8	1	2	8	0	1	2	1	2	2	3	8	17	5	5	14	2	1	3	1	4	3	1	0	0	1	0	2
名古屋	9	18	26	13	19	28	9	10	18	23	25	40	29	23	29	22	29	34	7	10	18	8	17	20	13	24	16	11	19	32
伊勢志摩／伊賀	1	1	4	1	1	4	2	0	2	2	2	4	3	5	6	4	3	7	0	0	2	0	0	1	1	0	0	0	0	2
紀伊半島／高野山／熊野古道	2	2	4	2	1	4	1	0	1	3	3	4	3	2	8	5	0	3	1	0	2	1	1	3	2	3	0	1	1	4
関西	4	12	19	7	14	20	6	7	10	6	10	13	21	20	27	9	19	24	8	18	22	4	12	18	6	21	11	5	13	18
京都	23	38	42	25	37	41	23	24	32	28	33	50	30	48	47	22	44	40	24	30	40	27	46	43	21	53	34	27	39	34
奈良	4	13	24	6	14	25	6	4	14	16	16	40	20	31	34	11	18	28	5	11	19	4	17	19	5	17	7	1	4	11
大阪	27	39	40	32	40	41	31	30	34	27	33	45	34	43	41	32	40	43	26	41	40	32	54	43	35	57	38	35	35	50
神戸	9	14	22	10	14	23	7	8	13	13	16	24	20	25	29	14	15	27	8	8	15	9	22	27	9	16	14	8	9	9
岡山	2	3	8	2	3	8	1	2	3	1	2	4	3	3	10	6	3	12	0	6	6	2	1	9	3	3	2	1	6	13
倉敷	1	1	3	0	1	3	0	0	1	1	2	1	0	0	7	1	0	5	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	3	0
広島	12	11	14	8	8	13	2	4	9	6	7	10	5	7	14	5	3	15	10	10	12	8	16	15	8	9	9	9	10	23
山口	2	2	4	3	2	4	1	0	5	1	3	1	1	2	1	1	0	4	3	4	10	2	1	3	3	3	7	4	1	11
鳥取	1	2	6	1	2	7	3	7	8	0	0	3	1	3	7	5	0	11	1	2	2	2	2	4	1	0	2	1	0	2
松江／出雲／石見	1	1	2	1	1	2	1	0	0	3	1	4	1	1	5	0	0	1	1	2	2	0	0	1	1	1	0	0	0	0
四国	2	4	10	2	3	11	1	1	4	3	4	8	2	6	17	5	8	19	2	4	5	2	1	4	1	4	9	2	1	4
高松／香川	1	1	4	1	1	4	1	1	1	2	1	3	1	1	5	0	2	6	1	0	2	1	1	3	1	0	0	1	1	4
直島	1	1	3	1	0	3	1	0	3	2	1	5	0	0	3	3	0	3	0	0	4	0	2	3	1	0	2	0	0	2
松山／道後	1	1	3	1	1	3	1	1	2	1	3	2	0	1	4	1	2	4	2	1	2	0	0	1	1	0	2	1	1	0
愛媛	1	1	3	1	1	3	1	1	0	1	1	1	3	3	8	4	2	5	1	0	0	0	1	1	1	0	2	0	0	2
徳島	2	1	4	2	1	4	1	1	1	2	1	5	0	0	6	4	3	6	1	0	0	1	1	3	2	0	0	2	1	0
高知	1	1	3	1	1	3	1	1	0	1	3	2	3	3	4	3	2	5	1	1	2	1	0	3	2	0	2	1	0	4
九州	5	9	20	7	10	21	11	11	15	5	11	19	13	23	27	18	13	25	10	8	20	6	10	19	5	3	18	3	3	5
福岡／博多／小倉	4	8	17	5	9	18	10	13	19	6	7	17	7	9	21	9	11	23	4	7	16	1	2	11	6	8	11	5	13	5
佐賀	1	3	6	2	3	6	1	0	4	1	3	6	7	7	10	4	5	10	2	4	4	2	0	1	1	4	4	1	1	2
長崎	8	9	14	7	7	14	4	4	11	4	9	11	12	6	16	8	11	18	10	7	10	4	10	12	4	7	9	9	9	21
大分／別府／湯布院	1	2	8	1	3	8	6	8	14	1	3	4	1	3	11	4	2	10	0	0	6	1	0	1	1	0	0	0	1	0
熊本／阿蘇	2	4	11	3	5	12	1	1	5	4	6	11	10	14	19	15	16	23	0	0	1	1	0	1	2	1	5	1	1	2
宮崎	2	4	10	3	4	10	2	4	6	4	5	13	9	7	9	11	8	16	4	3	8	0	2	9	2	1	7	2	0	4
鹿児島	3	6	15	4	6	16	4	1	7	9	11	21	21	15	19	16	19	28	3	3	3	0	1	6	2	0	7	1	0	0
奄美	1	0	2	1	0	2	2	0	1	1	1	3	0	0	3	1	0	1	0	0	2	0	0	1	1	0	0	1	0	0
沖縄	14	23	33	17	24	34	16	24	32	16	22	33	36	40	40	20	29	36	18	18	21	15	35	38	19	21	34	11	10	21
行きたい場所はない	5	1	1	3	1	1	14	4	1	3	2	0	4	1	1	6	0	1	1	0	0	3	0	2	1	0	0	1	0	0

(注)「知っている観光地」の中で「実際に行ってみたい観光地」を尋ねた。
(注2)訪問意向15%以上を赤、オレンジまたは黄色で塗りつぶした。

30-3. ＜全員＞ 【欧米豪･訪日回数別】日本の観光地の訪問意向

◆ **訪日経験に関わらず、ゴールデンルート上の観光地等に訪問意向が偏る**

- 欧米豪では、訪日経験に関わらずゴールデンルート上の観光地や、広島、長崎、沖縄などに訪問意向が集中する。一方で、1回でも訪問経験があれば、ゴールデンルート上以外への訪問意向も、訪問経験なしの人に比べ高くなる。
- 訪問回数が多いリピーター層でも、大都市近郊の観光地に多少の波及がみられるものの、ゴールデンルート上以外の観光地への訪問意向の割合はさほど高くはなく、今後の伸びを期待したい。

(回答はあてはまるもの全て、%)

回答者→	全体			欧米豪全体														
							アメリカ			オーストラリア			イギリス			フランス		
訪日経験→	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数	3,187	994	1,566	1,470	185	141	362	37	46	377	51	50	394	39	16	337	58	29
東京	44	45	43	49	61	54	44	54	50	54	73	54	51	62	75	46	55	48
富士山	41	42	40	42	50	38	38	46	37	48	57	38	44	46	63	40	50	24
北海道	21	36	44	7	16	21	7	11	20	9	24	16	4	13	31	9	16	24
札幌	10	20	35	5	11	22	5	11	26	7	16	24	3	8	25	6	9	10
函館	2	5	17	1	3	6	1	3	7	1	6	4	1	3	6	1	2	7
帯広／十勝	0	1	4	1	1	0	1	3	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
ニセコ	1	2	2	1	3	1	1	3	0	1	4	2	1	3	0	1	3	0
知床／阿寒	1	1	4	1	0	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0
旭川／富良野	1	3	9	1	1	2	1	0	4	0	0	2	2	0	0	2	2	0
東北	1	2	5	1	2	3	2	3	4	2	2	2	1	3	0	1	0	3
青森	2	3	11	1	3	2	1	8	2	2	2	2	1	0	0	2	2	3
秋田／角館	1	3	6	1	2	1	1	3	2	1	2	0	1	0	0	1	2	0
山形／蔵王	1	1	5	2	2	2	2	3	4	2	2	0	2	3	6	3	2	0
岩手／平泉	1	2	4	0	2	1	0	3	4	1	0	0	0	0	0	1	3	0
仙台／松島	2	4	8	1	4	3	1	8	4	0	2	0	1	0	0	2	5	7
福島	5	6	6	7	10	4	3	16	7	11	16	2	6	3	6	8	7	3
新潟／佐渡	1	1	5	1	1	3	1	3	2	1	0	2	0	0	0	2	2	7
妙高／湯沢	1	1	1	1	2	0	2	0	0	1	2	0	2	0	0	1	3	0
日光	1	3	5	2	4	6	1	0	7	1	4	6	2	8	13	2	3	3
松本／白馬	1	2	2	1	3	1	1	3	0	1	4	0	1	0	6	2	3	0
軽井沢	2	3	12	1	3	1	0	3	0	1	2	2	1	3	0	1	3	0
川越	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	6	2	0	3
横浜	8	11	16	6	15	15	4	14	17	8	14	14	7	15	19	6	16	10
箱根	2	5	15	1	5	9	1	5	7	1	4	8	1	8	25	2	5	3
北陸	1	1	4	1	2	1	1	0	2	0	2	2	1	5	0	2	2	0
金沢	1	2	7	1	4	8	1	3	4	2	4	4	1	0	19	2	7	14
立山／黒部	1	3	12	1	1	1	1	0	2	0	0	2	0	0	0	1	2	0
富山	2	4	5	1	3	4	1	5	4	1	2	6	2	0	0	2	3	3
福井	2	1	2	3	2	7	3	3	4	2	2	14	3	3	0	2	0	3
飛騨／高山	1	2	8	1	2	2	1	0	0	1	2	6	1	3	0	1	2	0
名古屋	9	18	26	3	14	9	2	8	11	5	16	6	3	13	13	5	16	7
伊勢志摩／伊賀	1	1	4	1	2	3	1	0	0	0	4	2	1	3	0	1	2	10
紀伊半島／高野山／熊野古道	2	2	4	3	3	3	2	0	4	2	6	4	4	3	0	5	2	0
関西	4	12	19	1	3	9	1	3	15	1	0	6	1	5	6	2	5	3
京都	23	38	42	21	41	43	14	30	37	25	47	48	17	33	50	28	48	38
奈良	4	13	24	2	10	16	1	3	15	3	14	16	1	10	13	4	12	21
大阪	27	39	40	21	36	35	14	27	35	29	47	42	17	31	31	23	36	24
神戸	9	14	22	8	15	17	6	8	17	6	14	12	7	13	13	16	21	28
岡山	2	3	8	2	3	5	3	3	2	1	0	4	2	0	13	3	9	7
倉敷	1	1	3	1	1	4	1	3	2	1	0	0	1	0	6	3	2	10
広島	12	11	14	17	25	21	14	27	22	25	25	18	15	21	38	12	26	17
山口	2	2	4	1	2	3	3	5	2	0	0	2	2	3	6	1	2	3
鳥取	1	2	6	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	0
松江／出雲／石見	1	1	2	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	0	6	2	3	0
四国	2	4	10	2	4	3	1	5	4	3	0	2	3	3	0	3	7	3
高松／香川	1	1	4	1	2	1	1	3	2	1	2	2	2	3	0	2	2	0
直島	1	1	3	1	2	3	1	3	4	2	0	0	1	0	6	1	3	3
松山／道後	1	1	3	1	0	1	1	0	0	1	0	2	2	0	0	1	0	0
愛媛	1	1	3	0	1	1	0	3	4	0	0	0	1	0	0	0	2	0
徳島	2	1	4	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	0	0	2	3	3
高知	1	1	3	1	1	2	2	3	0	0	0	2	1	0	0	2	0	7
九州	5	9	20	2	2	7	1	0	7	2	6	6	2	0	6	3	2	10
福岡／博多／小倉	4	8	17	3	4	10	2	5	2	2	4	12	3	3	19	3	5	14
佐賀	1	3	6	1	2	2	1	0	4	1	6	0	1	0	0	1	2	3
長崎	8	9	14	10	16	15	10	11	9	11	14	14	10	23	25	9	17	21
大分／別府／湯布院	1	2	8	1	2	5	1	0	2	0	2	6	1	3	6	1	2	7
熊本／阿蘇	2	4	11	1	3	2	1	5	0	1	0	2	1	5	13	2	2	0
宮崎	2	4	10	1	2	4	1	0	2	1	0	0	1	3	13	1	3	10
鹿児島	3	6	15	1	3	5	1	3	4	0	4	2	2	3	13	1	3	7
奄美	1	0	2	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	6	1	0	0
沖縄	14	23	33	10	15	20	13	16	22	9	18	12	8	18	31	11	10	24
行きたい場所はない	5	1	1	8	2	1	7	3	2	9	2	2	11	3	0	4	0	0

(注)「知っている観光地」の中で「実際に行ってみたい観光地」を尋ねた。
(注2)訪問意向15%以上を赤、オレンジまたは黄色で塗りつぶした。

31-1. ＜訪日経験者＞ 【全体】訪問経験のある都市･観光地

◆ **訪問経験は、東京や京都、大阪などゴールデンルートが多くなっている**

- 全体では東京をはじめとするゴールデンルートや、北海道、沖縄、九州、広島などへの訪問経験が多くなっている。
- アジアでは距離の近い九州への訪問経験がやや多いのが特徴的で、欧米豪ではアジアと比べ北海道への訪問経験がやや少ないのが特徴となっている。東南アジアの観光客にとっての雪景色のように、訪日することにより体験できる観光資源等を求める傾向もうかがえる。

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
東京	55	54	42	57	52	60	54	63	46	59	59	52	63	64	59
富士山	29	29	9	42	19	30	47	33	27	40	26	19	27	29	30
北海道	23	26	12	25	34	30	24	28	26	24	8	13	8	2	6
札幌	16	17	13	7	27	25	15	19	13	11	8	8	8	2	10
函館	8	8	3	1	22	13	3	8	4	4	2	1	4	0	1
帯広／十勝	2	2	0	1	5	3	1	2	0	0	1	1	1	0	0
ニセコ	1	1	1	1	1	0	1	4	1	1	1	1	1	0	2
知床／阿寒	1	1	0	1	4	2	0	0	0	2	1	1	1	0	2
旭川／富良野	4	5	1	1	12	10	1	3	2	0	1	1	1	0	1
東北	2	2	1	2	5	2	2	2	0	2	2	2	1	2	2
青森	3	3	2	2	7	5	2	1	1	1	2	4	0	0	2
秋田／角館	2	2	1	3	5	3	1	0	2	1	1	1	0	2	2
山形／蔵王	2	2	1	2	4	2	1	1	1	3	1	1	1	2	1
岩手／平泉	1	1	1	3	2	1	3	0	1	0	1	0	1	0	2
仙台／松島	4	4	1	5	6	6	7	2	2	1	2	5	1	2	2
福島	3	3	3	2	3	2	6	2	2	7	5	6	6	2	5
新潟／佐渡	1	1	0	1	3	1	1	2	2	1	2	4	2	2	1
妙高／湯沢	1	1	0	0	1	0	2	1	0	1	1	0	2	0	1
日光	4	5	2	4	7	6	6	4	2	4	4	4	1	4	8
松本／白馬	1	1	0	3	1	1	3	1	2	1	2	0	3	2	1
軽井沢	5	5	0	2	13	10	1	2	2	2	1	0	2	0	2
川越	2	2	0	1	5	4	1	1	2	1	2	1	2	2	5
横浜	13	12	10	11	16	15	13	8	8	18	13	14	13	15	11
箱根	9	9	5	4	12	16	9	12	2	1	6	5	4	11	8
北陸	2	2	1	1	5	2	1	2	1	1	1	0	1	0	3
金沢	4	4	1	1	10	6	3	3	5	2	2	2	1	5	2
立山／黒部	3	4	0	1	11	6	2	1	1	1	1	1	1	0	0
富山	4	4	1	7	5	5	3	1	2	4	2	4	4	2	0
福井	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	0	0
飛騨／高山	4	5	1	2	12	8	1	4	1	0	1	0	0	2	1
名古屋	16	17	8	25	19	25	14	10	16	19	9	10	12	5	8
伊勢志摩／伊賀	1	1	0	1	2	2	0	1	0	1	1	0	1	2	2
紀伊半島／高野山／熊野古道	1	1	1	2	1	1	1	0	0	4	2	0	5	0	1
関西	17	18	11	7	31	31	20	7	14	13	6	6	6	4	7
京都	43	44	36	38	52	51	36	45	47	41	35	18	41	35	44
奈良	22	24	17	20	35	36	12	22	23	11	12	7	13	11	16
大阪	45	47	46	34	52	60	36	42	52	44	33	27	45	22	31
神戸	16	17	13	13	25	25	10	14	14	10	12	8	15	2	17
岡山	4	4	2	1	6	6	4	3	1	7	6	4	7	2	9
倉敷	2	2	1	1	5	3	0	1	0	0	3	6	2	0	5
広島	9	7	5	7	5	10	8	8	5	16	17	19	17	13	17
山口	2	2	1	2	1	1	5	1	1	4	2	1	2	0	3
鳥取	2	2	4	1	2	4	1	1	2	1	1	0	1	0	1
松江／出雲／石見	1	1	0	1	1	1	2	0	1	0	1	0	1	0	3
四国	4	4	1	6	4	6	4	1	3	1	2	4	2	0	2
高松／香川	2	2	0	2	1	4	1	1	0	2	2	4	2	2	1
直島	1	1	0	2	1	1	0	1	0	1	1	1	2	0	0
松山／道後	1	1	0	3	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1
愛媛	1	1	0	1	1	2	0	2	1	1	1	1	0	0	1
徳島	2	2	1	2	1	3	1	1	1	1	2	5	1	0	3
高知	1	1	0	1	1	2	2	0	1	0	2	1	3	0	1
九州	12	13	13	11	18	23	7	7	3	2	4	2	5	0	8
福岡／博多／小倉	13	14	26	9	13	22	7	7	3	6	5	2	5	4	8
佐賀	3	3	2	3	3	6	3	1	0	1	2	1	1	2	2
長崎	7	7	6	5	8	12	6	6	3	10	7	7	9	2	8
大分／別府／湯布院	6	6	12	2	8	11	2	4	0	0	2	1	2	2	5
熊本／阿蘇	6	7	5	5	10	17	1	2	1	0	3	2	4	5	1
宮崎	4	4	2	6	4	9	3	2	2	1	2	1	2	2	3
鹿児島	6	6	2	8	7	16	4	2	1	1	2	1	3	2	2
奄美	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
沖縄	16	17	14	14	28	23	12	10	9	8	8	11	5	5	10
その他	2	2	4	0	3	2	0	4	4	1	2	1	3	2	2

（注）訪問経験10%以上を赤または黄色で塗りつぶした。

31-2. ＜訪日経験者＞ 【アジア･訪日回数別】訪問経験のある都市･観光地

◆ **訪日経験が増すと日本各地への訪問経験も増える**

- アジアのリピーター(訪問回数2回以上)は、ゴールデンルートに加え、北海道、沖縄、九州、広島や大都市近郊の観光地などへの訪問も多い。
- 前回調査と比較すると、関西地方、九州地方への訪問が、リピーター(訪問回数2回以上)においてやや増加傾向にある。

(回答はあてはまるもの全て、%)

回答者→	全体		アジア全体		韓国		中国		台湾		香港		タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア	
訪日経験→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	999	1,572	812	1,431	135	228	186	171	88	299	62	348	101	121	85	151	76	57	79	56
東京	46	60	42	61	21	54	48	65	30	59	48	63	49	58	46	72	38	56	63	52
富士山	24	32	23	32	4	12	34	50	7	22	16	32	42	51	21	40	24	32	32	52
北海道	13	30	14	32	4	17	16	36	19	39	2	35	20	27	13	36	22	32	22	29
札幌	6	23	6	24	4	18	2	12	8	33	2	29	10	20	8	25	12	14	9	14
函館	2	11	2	12	0	4	1	2	3	27	0	15	1	4	4	11	4	4	3	5
帯広／十勝	0	3	0	3	0	0	1	2	0	6	0	3	1	2	0	3	0	0	0	0
ニセコ	1	1	0	1	0	1	1	2	0	1	0	0	1	2	1	5	0	2	1	2
知床／阿寒	0	2	0	2	0	0	1	1	0	6	0	3	0	0	0	0	0	0	4	0
旭川／富良野	1	6	1	7	0	1	1	2	6	13	0	12	1	2	1	5	1	2	0	0
東北	1	3	1	3	1	2	2	2	0	6	0	3	1	2	0	3	0	0	3	2
青森	1	4	1	4	0	3	2	2	0	9	0	6	0	4	1	1	1	0	1	0
秋田／角館	1	3	1	3	1	2	3	4	1	6	0	4	1	1	0	1	1	2	0	2
山形／蔵王	1	3	1	3	1	1	2	2	0	5	0	2	0	2	0	1	0	2	1	5
岩手／平泉	1	2	1	2	0	1	3	2	0	2	0	1	0	5	1	0	0	2	0	0
仙台／松島	1	6	1	6	0	2	2	8	2	7	0	7	3	10	0	3	0	5	1	2
福島	2	4	2	4	3	4	2	2	0	4	0	3	2	9	1	3	0	4	4	13
新潟／佐渡	1	2	1	2	0	0	1	2	0	4	0	1	1	1	0	3	1	2	1	0
妙高／湯沢	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	3	0	2	0	0	0	2
日光	2	6	2	6	1	3	2	5	0	9	2	7	2	9	2	5	0	5	5	2
松本／白馬	1	2	1	2	0	0	1	5	1	0	0	2	0	5	0	1	1	2	1	2
軽井沢	1	7	1	7	0	0	0	5	3	15	2	12	0	2	0	3	3	2	3	2
川越	0	3	0	3	0	0	1	1	0	7	0	4	0	2	1	1	1	4	0	2
横浜	7	16	6	16	6	12	7	16	2	19	6	16	7	18	4	11	3	14	13	25
箱根	4	12	3	12	1	7	4	4	2	15	10	17	3	14	8	15	1	4	0	4
北陸	0	3	0	3	0	1	1	1	0	7	0	2	0	2	1	2	0	2	0	2
金沢	1	6	1	6	0	1	1	1	1	12	0	7	3	3	2	4	4	7	3	2
立山／黒部	1	5	1	5	0	0	2	1	1	14	0	7	1	2	0	1	1	0	1	2
富山	2	5	2	5	0	1	6	8	0	7	3	6	1	5	1	1	1	2	4	4
福井	1	1	1	1	1	1	2	1	0	2	2	1	2	2	2	1	0	2	0	2
飛騨／高山	1	6	1	6	1	0	2	2	1	15	3	9	0	2	2	5	1	0	0	0
名古屋	10	20	11	21	4	10	18	32	8	22	10	27	10	17	6	12	11	23	14	25
伊勢志摩／伊賀	1	1	1	1	0	0	2	1	1	2	3	2	1	0	0	1	0	0	1	0
紀伊半島／高野山／熊野古道	1	1	1	1	0	1	2	2	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	4	4
関西	8	22	10	23	7	13	5	9	15	36	13	34	16	24	4	9	14	14	10	16
京都	33	49	33	50	27	42	28	49	30	59	34	54	32	40	35	50	46	47	41	41
奈良	13	29	13	30	12	20	11	29	22	38	21	39	7	17	13	27	22	23	8	16
大阪	31	53	32	55	33	54	23	46	31	59	32	65	32	40	28	50	49	56	37	55
神戸	7	22	7	22	5	17	10	16	8	29	6	28	8	12	6	18	7	23	3	21
岡山	2	5	2	5	1	2	0	3	2	8	2	6	3	4	0	5	0	2	6	7
倉敷	1	3	1	3	0	1	2	0	1	6	2	4	1	0	0	1	0	0	0	0
広島	7	10	4	9	3	6	5	10	2	6	6	11	5	10	1	11	1	9	10	23
山口	1	2	1	2	1	2	2	2	0	1	0	2	2	7	0	2	1	0	3	7
鳥取	1	2	1	3	4	4	1	1	1	2	2	4	0	2	0	2	1	2	1	2
松江／出雲／石見	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	2	1	1	2	0	1	0	2	0	0
四国	2	4	2	5	1	1	4	8	3	4	2	7	4	4	0	2	1	5	1	2
高松／香川	1	2	1	2	0	0	2	2	0	2	2	4	0	2	0	1	0	0	1	4
直島	0	1	0	1	0	0	1	3	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	2
松山／道後	1	2	1	2	0	0	2	3	0	1	0	2	0	2	0	1	0	2	1	0
愛媛	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	2	0	1	1	2	0	2	0	4
徳島	1	2	1	2	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	0	1	0	2	1	2
高知	1	2	1	2	1	0	2	1	0	2	0	3	1	3	0	1	0	2	0	0
九州	4	17	5	18	5	18	6	16	9	21	3	26	5	8	2	10	0	7	3	2
福岡／博多／小倉	5	18	6	19	15	32	4	14	0	17	5	25	3	11	5	8	1	5	8	4
佐賀	1	4	1	4	0	4	2	4	1	4	2	7	2	3	1	1	0	0	1	0
長崎	4	9	4	10	3	8	4	7	1	10	5	14	6	7	4	7	1	5	6	16
大分／別府／湯布院	1	9	1	9	4	17	3	2	0	10	0	13	0	4	0	6	0	0	0	0
熊本／阿蘇	1	9	1	10	2	6	3	7	0	13	2	19	0	2	1	3	0	2	0	0
宮崎	2	5	2	6	1	3	5	8	2	4	2	10	2	4	0	3	0	4	0	2
鹿児島	2	9	2	9	0	3	3	13	3	8	5	18	1	6	0	3	0	2	0	2
奄美	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0
沖縄	7	21	8	22	11	15	6	22	14	33	3	26	10	13	5	13	7	12	4	14
その他	2	2	2	2	5	4	0	0	1	3	0	3	0	1	8	2	5	2	0	4

(注)訪問経験10%以上を赤または黄色で塗りつぶした。

31-3. ＜訪日経験者＞ 【欧米豪･訪日回数別】訪問経験のある都市･観光地

◆ **訪日経験回数に関わらず、ゴールデンルートなど一部の観光地に訪問が集中**

- 欧米豪は、訪日経験に関わらず、関東･関西の大都市圏や、北海道、沖縄、九州、広島などに訪問経験が偏っている。
- アメリカでは北海道、広島、イギリスでは箱根、金沢、フランスでは札幌、九州でリピーターの訪問経験率が他の国･地域と比べ相対的に高いなどの特徴がある。

（回答はあてはまるもの全て、%）

回答者→	全体		欧米豪全体		アメリカ		オーストラリア		イギリス		フランス	
訪日経験→	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上	1回	2回以上
サンプル数	999	1,572	187	141	37	46	52	50	39	16	59	29
東京	46	60	62	55	57	48	67	58	59	75	63	52
富士山	24	32	26	27	16	22	27	28	23	44	32	24
北海道	13	30	4	12	5	20	8	8	0	6	3	10
札幌	6	23	4	13	0	15	6	10	3	0	5	21
函館	2	11	1	4	0	2	2	6	0	0	0	3
帯広／十勝	0	3	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0
ニセコ	1	1	2	1	3	0	2	0	0	0	2	3
知床／阿寒	0	2	0	3	0	2	0	2	0	0	0	7
旭川／富良野	1	6	0	2	0	2	0	2	0	0	0	3
東北	1	3	2	2	3	2	0	2	3	0	2	3
青森	1	4	1	3	3	4	0	0	0	0	0	7
秋田／角館	1	3	1	2	0	2	0	0	3	0	0	7
山形／蔵王	1	3	1	2	0	2	2	0	0	6	0	3
岩手／平泉	1	2	1	1	0	0	0	2	0	0	2	3
仙台／松島	1	6	1	4	5	4	0	2	0	6	0	7
福島	2	4	5	5	5	7	8	4	3	0	3	7
新潟／佐渡	1	2	1	4	3	4	2	2	0	6	0	3
妙高／湯沢	0	1	1	1	0	0	2	2	0	0	2	0
日光	2	6	2	6	0	7	0	2	3	6	5	14
松本／白馬	1	2	1	3	0	0	2	4	0	6	0	3
軽井沢	1	7	1	1	0	0	0	4	0	0	3	0
川越	0	3	0	6	0	2	0	4	0	6	0	14
横浜	7	16	10	18	8	20	13	12	10	25	7	21
箱根	4	12	5	9	3	7	2	6	8	19	7	10
北陸	0	3	1	1	0	0	0	2	0	0	3	3
金沢	1	6	1	4	0	4	2	0	3	13	0	7
立山／黒部	1	5	0	1	0	2	0	2	0	0	0	0
富山	2	5	1	4	0	7	2	6	3	0	0	0
福井	1	1	0	2	0	4	0	2	0	0	0	0
飛騨／高山	1	6	1	1	0	0	0	0	3	0	0	3
名古屋	10	20	10	9	5	13	17	6	8	0	7	10
伊勢志摩／伊賀	1	1	1	1	0	0	2	0	3	0	0	7
紀伊半島／高野山／熊野古道	1	1	2	2	0	0	4	6	0	0	2	0
関西	8	22	3	10	0	11	4	8	3	6	3	14
京都	33	49	34	37	8	26	40	42	31	44	46	41
奈良	13	29	9	16	0	13	10	16	8	19	15	17
大阪	31	53	29	37	16	35	46	44	18	31	31	31
神戸	7	22	7	18	3	13	13	16	0	6	8	34
岡山	2	5	4	8	3	4	8	6	0	6	5	17
倉敷	1	3	3	4	8	4	2	2	0	0	2	10
広島	7	10	18	15	16	22	19	14	15	6	20	10
山口	1	2	1	4	0	2	0	4	0	0	2	7
鳥取	1	2	1	1	0	0	0	2	0	0	2	0
松江／出雲／石見	0	1	1	2	0	0	0	2	0	0	2	7
四国	2	4	2	3	3	4	2	2	0	0	2	3
高松／香川	1	2	1	4	0	7	0	4	0	6	2	0
直島	0	1	1	1	0	2	2	2	0	0	0	0
松山／道後	1	2	1	3	0	4	0	2	3	0	0	3
愛媛	0	1	1	1	0	2	0	0	0	0	2	0
徳島	1	2	2	3	5	4	0	2	0	0	3	3
高知	1	2	2	1	3	0	4	2	0	0	0	3
九州	4	17	3	6	0	4	4	6	0	0	5	14
福岡／博多／小倉	5	18	3	7	3	2	4	6	3	6	3	17
佐賀	1	4	1	3	0	2	2	0	0	6	0	7
長崎	4	9	7	7	11	4	6	12	3	0	8	7
大分／別府／湯布院	1	9	1	4	0	2	0	4	0	6	3	7
熊本／阿蘇	1	9	1	6	3	2	0	8	3	13	0	3
宮崎	2	5	2	3	3	0	2	2	0	6	2	7
鹿児島	2	9	2	3	0	2	2	4	3	0	2	3
奄美	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
沖縄	7	21	5	12	8	13	4	6	8	0	2	28
その他	2	2	3	1	0	2	4	2	3	0	3	0

（注）訪問経験10%以上を赤または黄色で塗りつぶした。

【Ⅶ. 訪日旅行の不安材料／災害がインバウンドにもたらす影響】

32. ＜全員＞ 訪日旅行に関する不安材料

◆ **地震への心配は前回の首位から4位に低下し、不安がやや沈静化傾向**

- 不安材料は、「言葉」「滞在費の高さ」「渡航費の高さ」「地震」「放射能」が上位となっているが、前回調査と比較し、「地震」が7ポイント低下し、改善傾向にある。
- 欧米豪全体では、アジア全体と比較して、地震・放射能に対する不安は比較的低い。
- 「北海道胆振東部地震」「西日本豪雨」の被害への不安については、前回調査と比べほぼ変化はなく、「東日本における地震」「九州における地震」についても、不安に感じる人の割合は比較的低くなっている。
- 国・地域別では、中国で「携帯電話や通信機器が利用しづらい」「キャッシュレス決済の普及状況」が相対的に高く、台湾、香港、マレーシア、インドネシアなどで「公共交通機関の利用方法」が比較的高い。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
1	言葉が通じるかどうか不安	38	38	23	37	36	43	40	45	46	35	37	36	38	36	36
2	滞在費（現地での費用）が高い	35	37	29	18	31	25	42	50	52	49	32	32	37	28	30
3	渡航費用が高い	34	32	12	15	34	23	24	46	51	53	36	37	32	35	40
4	地震が起こるかどうか心配	30	38	51	37	21	49	39	34	39	31	14	10	18	11	17
5	放射能による健康被害が心配	22	28	62	30	22	27	19	23	23	16	11	9	11	8	17
6	放射能の安全性に関する情報が分からない	18	21	48	17	13	17	17	19	19	18	13	14	13	11	15
7	公共交通機関の利用方法やネットワークが分からない	18	19	13	11	25	22	20	18	22	22	15	16	16	13	14
8	携帯電話や通信機器が利用しづらい（Wi-Fi等が利用しづらい）	13	14	10	19	15	12	14	12	14	19	11	16	14	6	10
9	出発日・コース・価格などで条件に合うツアーがない	11	13	5	15	15	12	15	11	19	14	8	9	9	7	6
10	治安が心配	10	11	9	14	6	9	18	12	6	11	10	17	9	7	6
10	キャッシュレス決済の普及状況（モバイル決済やデビッド、クレジットカードなど）	10	12	13	20	8	6	10	8	12	17	8	9	9	6	7
12	食べ物が合わない	10	10	7	13	6	4	11	5	14	20	10	10	9	10	9
13	2018年におきた北海道胆振東部地震による被害の復旧の状況が分からない	9	10	10	10	6	7	12	12	10	11	7	9	8	4	7
14	2011年におきた東日本における地震による被害の復旧の状況が分からない	8	9	11	8	6	9	11	10	10	10	7	8	7	6	8
15	日本に行くまでの時間がかかりすぎる	8	5	1	5	3	4	7	6	6	8	14	21	7	18	11
16	2018年におきた西日本豪雨による被害の復旧の状況が分からない	8	9	9	9	5	7	11	11	10	9	6	7	8	4	5
17	2016年におきた九州地方における地震による被害の復旧の状況が分からない	8	8	8	8	4	7	10	10	9	8	8	8	8	5	9
18	信仰する宗教に対する理解と配慮が乏しい	7	8	4	12	3	3	9	8	9	13	5	6	6	4	5
19	習慣が合わない	6	7	3	14	5	5	12	4	6	7	5	5	5	5	4
－	その他	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	5	5	6	6	4

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。

33. ＜全員＞ 具体的に旅行を検討したことがあるものの、当面（足元）は候補先から外している国・地域

◆ **地震への心配が一服したにも拘わらず、日本が首位**

- 当面の間、具体的な海外旅行先の候補から外している国は、日本が首位になっている。
- アジアでは、タイで3割以上の人が日本を候補から外しており、インドネシアや中国でもその傾向がやや強くなっている。
- 欧米豪では、日本を特に候補先から外す大きな動きはみられない。
- 全体として、検討中止先となっている国・地域の割合は、各国・地域ともそれほど大きな差異はみられず、比較的回答割合の開きが小さくなっている。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
1	日本	14	16	12	17	12	12	31	11	14	18	10	11	9	9	11
2	中国本土	12	12	15	－	11	10	15	12	15	7	12	12	12	13	10
3	韓国	11	12	－	10	11	12	13	11	12	15	8	9	9	8	8
4	アメリカ	11	11	9	10	9	9	5	15	16	11	11	－	13	7	13
5	香港	11	10	8	7	11	－	10	12	11	13	11	13	11	10	9
6	オーストラリア	10	9	7	6	9	10	7	9	12	15	11	8	－	10	15
7	アフリカ諸国	10	10	22	7	5	10	15	8	5	5	10	11	11	9	10
8	インド	10	10	11	11	9	9	12	7	11	7	10	8	11	10	11
9	中東諸国（ドバイなど）	9	9	17	5	6	8	9	11	8	6	10	10	10	9	10
10	ニュージーランド	9	9	4	6	8	8	7	10	15	13	8	8	7	10	9
11	フィリピン	9	9	14	9	8	13	5	8	8	6	9	10	9	9	8
12	イギリス	8	9	8	9	6	6	9	10	14	9	7	7	9	－	6
13	タイ	8	8	5	9	9	8	－	5	7	11	9	10	11	8	9
14	フランス	8	9	7	10	6	6	8	12	13	7	7	8	10	2	－
15	ベトナム	8	8	5	10	8	12	7	8	9	7	7	7	7	7	6
16	ハワイ	8	8	5	8	10	8	6	10	9	8	7	－	8	6	7
17	シンガポール	8	8	3	8	8	9	10	－	7	11	7	8	7	7	6
18	イタリア	7	8	6	9	6	6	7	11	12	5	6	8	8	3	7
19	インドネシア	7	7	7	7	3	9	7	7	8	－	8	8	9	7	8
20	カナダ	7	7	6	6	4	6	4	13	11	4	8	7	9	5	10
21	台湾	7	8	6	5	－	10	9	10	8	7	6	7	7	5	6
22	メキシコ	7	7	11	9	3	6	6	9	9	3	8	7	8	7	8
23	マレーシア	7	7	4	8	8	9	8	6	－	7	7	7	8	7	7
24	ドイツ	7	8	7	9	6	5	5	11	11	7	6	8	8	4	4
25	スイス	7	8	5	6	7	6	8	13	13	8	5	5	7	3	3
26	中南米諸国	7	6	11	4	6	5	7	8	7	5	7	5	9	6	8
27	マカオ	6	7	6	6	6	8	8	6	9	6	5	4	7	5	4
28	スペイン	6	6	6	6	5	5	4	11	8	5	6	7	8	4	5
29	グアム	5	6	4	5	9	7	7	7	5	2	5	－	6	6	2
30	オーストリア	5	5	4	4	5	5	3	8	6	3	5	4	8	4	3
31	その他欧州諸国	4	4	5	3	4	3	4	6	6	4	3	3	5	2	4
－	その他	1	1	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1
－	具体的な検討先から外した国・地域はない	25	20	30	23	20	25	7	24	17	12	36	35	38	44	28

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。また、全体の割合において、「候補先から外している国」と「回答者の国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

34. ＜訪日旅行検討中止者＞ 訪日旅行の検討を当面中止している理由

◆ **自然災害を理由とした回答の割合も、引き続きアジアを中心に一定程度みられる**

- 全体としては、「自然災害が心配」＋「訪問を検討していた地域で自然災害が起こったため」、「予算が合わなかったため」などが上位になっている。
- 「自然災害が心配」「訪問を検討していた地域で自然災害が起こったため」など、自然災害を心配する割合は特にタイや韓国で特に高くなっているが、欧米豪では、そのような割合は比較的小さくなっている。
- 日本の自然災害を不安視する傾向も一定程度はあることから、災害に対する継続的な対策を行い、「安全・安心」というイメージの継続的なPRが必要となろう。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	863	652	65	90	59	59	160	56	72	91	211	56	46	48	61
参考	【自然災害を理由とした割合の合計】 2位 日本での自然災害が心配なため 5位 日本で訪問を検討していた地域で自然災害が起こったため を合算　※両方を選択した者は1カウントとして算出	37	42	54	41	32	49	58	29	32	24	22	20	20	17	30
1	予算が合わなかったため	32	29	3	8	29	34	27	34	50	47	44	39	37	48	49
2	日本での自然災害が心配なため	30	34	48	31	24	46	45	27	28	15	17	13	15	15	23
3	日本以外の国・地域に旅行することを決めたため	24	22	31	24	20	27	14	23	24	23	31	36	39	29	21
3	自分や同伴者のスケジュールが合わなかったため	24	26	14	33	37	29	23	34	25	23	18	20	11	10	26
5	日本で訪問を検討していた地域で自然災害が起こったため	17	20	12	16	19	24	31	11	15	16	8	7	4	6	11
6	参加したいツアーやアクティビティの予約が取れなかったため	13	15	8	20	7	10	18	16	11	19	9	14	15	4	2
7	希望の日程で航空券が取れなかったため	13	14	5	17	20	10	15	9	14	15	10	18	2	8	11
8	希望の宿泊施設に予約が出来なかったため	11	11	3	16	7	14	14	13	10	9	10	13	4	8	15
－	その他	5	4	26	2	2	3	1	4	1	2	7	7	9	13	0

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。

（注2）一番上の参考は、個別の2つの選択肢「日本での自然災害が心配なため」「日本で訪問を検討していた地域で自然災害が起こったため」を少なくともいずれか一方を選んだ者の合算値。
設問内では、個別の選択肢として質問した。（個別のでは、2位と5位にランクイン）

35. ＜全員＞ 自然災害（地震）の認知度

◆ **西日本豪雨、北海道胆振東部地震については、前回より認知度が低下**

- 東日本大震災は、アジアで9割弱、欧米豪で8割弱という高い認知度になっており、世界的に多くの報道がなされたことがうかがえる。
- 欧米豪では、西日本豪雨、北海道胆振東部地震について、4割以上の人が「知らない」としている。
- 前回調査と比べると、西日本豪雨、北海道胆振東部地震の認知度が、アジア、欧米豪ともに低下してきている。

東日本大震災（2011年に東日本で発生した地震）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	54	59	70	73	71	79	50	42	48	37	46	49	40	41	54
聞いた気がする	30	30	26	20	22	16	41	36	35	41	32	28	35	33	31
知らない	15	12	4	7	7	5	9	22	17	22	22	23	25	26	14

熊本地震（2016年に九州・熊本で発生した地震）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	37	41	36	46	61	64	38	26	31	32	28	31	25	27	28
聞いた気がする	39	38	37	35	28	25	49	43	43	46	40	39	38	41	41
知らない	25	21	28	19	12	11	14	31	27	22	32	30	37	32	31

西日本暴雨（2018年に主に岡山・広島・愛媛で発生した水災害）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	29	31	20	38	40	38	32	23	26	29	24	27	21	21	28
聞いた気がする	35	36	32	32	30	31	46	37	38	39	33	30	33	33	37
知らない	37	34	48	30	30	30	22	40	36	32	43	43	46	46	35

北海道胆振東部地震（2018年に北海道で発生した地震）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
知っている	29	34	25	37	40	39	37	29	31	33	20	24	17	16	22
聞いた気がする	36	37	32	34	31	32	47	36	38	43	36	33	37	36	37
知らない	35	30	43	29	30	29	16	35	31	24	45	43	46	48	42

36. ＜全員＞ 日本／被災地への訪問意向の変化

◆ **日本全体としては、訪問意向が高くなっているが、個別の被災地によっては心配する傾向もある**

- 日本全体では訪問意向が高く、8割の人が訪日を控えようとは思っていない。
- 一方で、一部では各被災地へは訪問を控える動きも若干みられ、東北被災地･九州被災地･北海道被災地とも3割を超える人が訪問を控えるとしている。
- 今後は、日本全体はもとより、各被災地からも安全性を訴える情報発信が重要と考えられる。

日本 (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
安全と分かれば、支援のため、被災地を積極的に訪問したい	36	39	26	31	44	43	51	33	42	42	29	30	29	22	37
震災があったが、日本旅行／被災地旅行を控えようとは思わない	28	26	21	37	27	20	23	29	25	24	31	29	30	36	32
震災直後は日本旅行／被災地旅行を控えていたが、今はそう思っていない	16	17	21	19	13	22	14	18	15	17	14	16	16	14	9
震災後から、今でも日本旅行／被災地旅行を控えている	9	9	17	8	5	10	6	11	10	8	9	9	11	9	8
震災と関係なく、日本旅行／被災地旅行はしたいと思わない	11	9	16	5	11	5	6	9	7	9	16	16	15	19	15

東北被災地(岩手･宮城･福島) (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
安全と分かれば、支援のため、被災地を積極的に訪問したい	17	19	9	17	29	18	27	13	20	18	13	13	11	10	18
震災があったが、日本旅行／被災地旅行を控えようとは思わない	31	28	18	31	28	22	28	31	32	33	36	37	33	37	36
震災直後は日本旅行／被災地旅行を控えていたが、今はそう思っていない	18	20	19	24	13	24	18	20	19	20	16	17	18	16	11
震災後から、今でも日本旅行／被災地旅行を控えている	17	19	27	18	17	23	17	20	16	17	14	13	16	12	14
震災と関係なく、日本旅行／被災地旅行はしたいと思わない	17	15	27	10	14	14	9	17	13	13	22	20	21	25	20

九州被災地(熊本･大分) (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
安全と分かれば、支援のため、被災地を積極的に訪問したい	16	18	11	16	29	23	26	12	13	13	12	12	9	9	19
震災があったが、日本旅行／被災地旅行を控えようとは思わない	24	22	18	27	27	21	19	23	20	18	27	25	29	28	28
震災直後は日本旅行／被災地旅行を控えていたが、今はそう思っていない	27	29	27	29	22	31	28	31	32	34	24	27	25	23	20
震災後から、今でも日本旅行／被災地旅行を控えている	16	18	23	17	9	17	18	18	20	20	13	13	16	13	11
震災と関係なく、日本旅行／被災地旅行はしたいと思わない	17	14	22	11	13	9	10	16	14	14	23	23	22	26	23

北海道被災地 (回答は1つ、%)

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
安全と分かれば、支援のため、被災地を積極的に訪問したい	20	22	13	21	35	25	29	16	20	19	15	15	14	10	19
震災があったが、日本旅行／被災地旅行を控えようとは思わない	24	22	19	30	28	24	18	22	23	14	26	24	25	27	27
震災直後は日本旅行／被災地旅行を控えていたが、今はそう思っていない	17	18	20	23	12	25	15	19	17	16	15	15	18	16	10
震災後から、今でも日本旅行／被災地旅行を控えている	21	22	24	16	11	16	23	24	25	31	21	21	22	19	21
震災と関係なく、日本旅行／被災地旅行はしたいと思わない	18	16	24	10	13	9	15	19	14	19	24	24	21	28	23

【Ⅷ. 訪日旅行を終えて】

37. ＜訪日経験者＞ 訪日旅行で満足したこと

◆「日本料理」の満足度はアジア・欧米豪ともに高い

- アジア全体では「伝統的日本料理」の評価(40%)が最も高く、「自然や風景」(32%)「温泉」(32%)に加え、「清潔さ」(23%)の満足度も高い。
- 欧米豪全体では食に対する満足度が最も高く、「伝統的日本料理」(50%)と「カジュアルな食事」(26%)が1位・2位を占める。次いで歴史・文化・暮らし等への満足度が高く、「有名な史跡や伝統的な建築物の見学」「繁華街の街歩き」(ともに23%)が上位に来る。
- ただし、訪日旅行で体験したいこととして挙げていた「日本庭園の見物」「日本文化の体験」の満足度は相対的に低い。説明の充実(外国語での案内等)や見せ方の工夫等を図ることで、訪日経験者の満足度を更に挙げ、リピーターを増加させることが望まれる。

(5つまで選択、%)

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
1	伝統的日本料理	41	40	37	28	42	43	36	56	39	35	50	53	46	53	51
2	自然や風景の見物	31	32	32	37	33	30	33	34	32	20	21	17	24	24	20
3	温泉への入浴	30	32	42	32	32	36	33	23	23	22	11	7	12	9	15
4	清潔さ／衛生面	23	25	21	18	34	26	15	29	34	17	15	11	16	9	20
5	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	23	22	26	24	14	16	27	30	29	27	26	29	26	35	16
6	化粧品や医薬品の購入	19	22	20	29	32	23	15	9	21	7	5	1	12	4	2
7	桜の観賞	19	20	9	24	17	20	28	24	17	26	16	14	21	11	15
8	有名な史跡や歴史的な建築物の見物(説明の充実度含む)	18	17	22	19	20	17	14	8	11	18	23	19	23	29	23
9	食品や飲料のショッピング	17	17	15	7	18	23	15	25	13	19	14	22	12	13	11
10	遊園地やテーマパーク	16	16	13	19	21	17	14	15	14	10	10	12	10	13	8
11	日本旅館での宿泊	14	14	18	6	7	6	26	19	22	32	15	12	16	9	19
12	繁華街の街歩き	14	13	13	8	13	10	9	15	20	24	23	20	25	29	22
13	鉄道の利便性	13	13	9	3	16	18	14	13	28	13	13	10	22	13	6
14	雪景色観賞	12	12	8	6	12	11	23	17	14	19	10	11	11	7	9
15	治安	12	11	7	4	10	16	12	15	20	13	16	10	18	20	16
16	洋服やファッション雑貨のショッピング	11	11	10	7	5	14	21	14	6	16	14	22	14	7	13
16	伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊	11	12	9	20	14	12	10	5	10	10	8	14	2	11	8
18	日本の酒(日本酒・焼酎)	10	10	16	13	8	6	10	10	10	10	10	10	10	18	7
19	日本文化の体験(茶道、華道、着物試着など)	10	10	7	20	10	9	7	8	9	10	10	13	12	9	6
20	日本庭園の見物(説明の充実度含む)	10	8	6	14	9	6	6	8	9	9	17	17	14	22	19
21	世界遺産の見物(説明の充実度含む)	9	9	7	10	11	8	7	9	10	9	13	8	11	15	17
22	スイーツ	9	9	15	4	12	10	9	6	5	4	8	12	10	2	7
23	紅葉の観賞	9	9	4	7	8	12	15	14	11	10	4	4	2	5	7
24	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	7	7	7	7	4	3	6	11	14	10	13	8	11	9	20
25	豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	7	7	7	5	10	7	2	11	2	6	10	10	11	2	14
26	イベント・祭りの見物	7	7	8	6	9	5	5	6	5	11	6	6	2	5	13
27	電化製品のショッピング	7	7	5	10	10	5	4	5	8	6	6	7	10	4	3
28	安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	6	6	12	3	5	3	12	4	6	5	5	5	4	2	8
29	近代的／先進的な建築物の見物(説明の充実度含む)	6	5	4	11	3	3	5	3	5	7	11	8	8	15	15
30	現地の人から有料で借りる家・アパートでの宿泊	5	5	5	4	4	4	4	8	6	8	4	4	4	4	5
31	ブランド品や宝飾品のショッピング	5	4	2	5	1	8	7	3	5	7	6	10	5	2	7
32	ナイトライフ(バーやクラブ、芸者遊び等)体験	4	4	1	8	3	4	6	3	2	3	10	11	10	13	7
33	伝統工芸品の工房見学・体験	4	4	4	5	2	3	6	1	4	6	5	6	1	4	8
34	美術館や博物館の鑑賞(説明の充実度含む)	4	3	2	5	2	3	3	3	2	4	6	11	1	0	10
34	スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	4	3	2	3	4	3	4	3	5	5	5	5	8	5	2
36	ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	3	3	4	8	1	3	3	1	2	4	3	6	1	0	5
36	伝統芸能鑑賞(歌舞伎や能)	3	3	3	6	2	1	5	3	2	5	5	4	3	7	9

(注)上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。
(注2)本設問は、50の選択肢のうち、回答の多い上位36項目を並べたものである。

38. ＜訪日経験者＞ 訪日旅行で不満だったこと

◆ **全体として言語面・インフラ普及への不満が多い。米英は高級ホテルでの宿泊に不満**

- 全体では「特に不満な点はない」という回答は約4割となっているものの、様々な要素において一定の不満点が残っている。
- アジア全体では特に言語面での不満が大きく、「英語の通用しやすさ」「母国語の通用しやすさ」「多言語案内」を不満とした割合が4割近くとなっている。言語面以外でも「キャッシュレス決済の普及状況」「携帯電話や通信機器の利用しやすさ」など旅のインフラにも不満が目立つ。
- 欧米豪全体でも、言語面での不満は相応に高い（「英語の通用しやすさ」「母国語の通用しやすさ」「多言語案内」への不満は計25%）。特徴として、FITや富裕層向けの「豪華で快適な高級ホテルでの宿泊」がアメリカ・イギリスから不満事項の1位で挙げられており、今後欧米客を呼び込むには、地方都市に至るまでこうしたホテルの普及・設置、サービスの向上が期待される。

（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
				韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
1	英語の通用しやすさ	16	17	20	7	16	22	15	21	21	19	9	10	9	7	10
2	母国語の通用しやすさ	13	13	12	14	12	13	14	13	11	17	9	6	5	9	16
3	キャッシュレス決済の普及状況（モバイル決済やデビッド、クレジットカードなど）	7	7	12	11	8	5	4	5	4	6	5	6	7	2	5
4	交通機関や街中での多言語案内（看板や標識）	6	6	5	6	5	5	8	9	9	7	7	7	5	7	10
5	電化製品のショッピング	6	6	5	5	3	4	11	7	6	13	6	11	3	4	7
6	ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験	6	6	4	7	4	4	8	5	12	7	6	8	5	9	5
7	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	6	5	5	4	4	3	6	7	8	11	9	12	7	4	11
7	日本の酒（日本酒・焼酎）	6	6	4	6	4	3	12	4	5	10	7	8	5	5	8
9	ブランド品や宝飾品のショッピング	6	5	3	3	5	2	10	6	14	9	9	11	6	7	10
10	ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物	6	5	4	5	3	6	9	5	6	10	8	7	7	7	9
11	スポーツ観戦	5	5	3	5	4	4	9	6	11	10	6	8	4	7	5
12	安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	5	5	4	4	4	4	6	6	6	12	5	5	7	2	6
12	携帯電話や通信機器の利用しやすさ（Wi-Fi等の充実度）	5	5	8	3	6	5	5	4	2	5	6	7	5	9	5
14	近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む）	5	5	5	8	2	4	8	6	5	6	5	7	4	4	7
15	伝統工芸品の工房見学・体験	5	5	5	7	2	4	8	4	8	4	5	10	4	4	2
15	バス・タクシーの利便性	5	5	6	3	4	5	8	8	2	4	5	6	7	0	3
17	化粧品や医薬品の購入	5	5	3	4	4	2	8	6	6	10	8	12	4	5	9
18	スイーツ	5	5	4	2	4	3	8	6	13	10	5	5	4	5	5
19	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	5	4	5	6	1	4	4	4	7	7	7	12	5	2	9
20	食品や飲料のショッピング	5	4	5	2	3	3	7	7	3	4	8	10	8	5	7
21	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	5	4	3	7	3	5	6	3	4	4	5	6	3	7	7
22	美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む）	4	4	4	5	2	4	6	5	7	4	5	5	7	2	7
23	イベント・祭りの見物	4	4	4	5	3	3	6	3	7	6	6	10	3	2	8
23	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	4	5	5	5	3	4	6	5	7	6	3	4	1	7	3
25	遊園地やテーマパーク	4	4	4	3	4	4	6	6	8	4	5	6	5	2	5
25	伝統的日本料理	4	4	4	6	2	4	3	3	5	9	7	8	5	9	8
27	繁華街の街歩き	4	4	4	3	4	4	7	4	5	4	5	11	2	5	3
28	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	4	4	6	6	1	3	5	4	7	3	5	10	2	4	3
29	現地の人から有料で借りる家・アパートでの宿泊	4	4	2	3	3	4	5	5	8	8	5	7	2	7	3
30	桜の観賞	4	3	2	4	3	4	5	4	2	3	8	8	8	9	8
30	フルーツ狩り	4	4	4	6	3	3	5	5	5	6	3	7	1	0	3
30	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	4	4	3	6	2	3	8	2	4	6	6	10	6	4	3
33	伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	4	4	6	6	2	3	4	2	2	7	5	5	2	5	8
34	伝統的な住宅を利用した宿泊施設での宿泊	4	4	3	3	2	3	5	4	5	7	6	6	6	4	8
34	免税制度の使いやすさ	4	4	3	3	4	5	5	2	6	5	6	2	8	2	9
36	温泉への入浴	4	4	3	5	1	3	5	3	5	7	6	7	6	7	5
37	洋服やファッション雑貨のショッピング	4	4	4	3	2	3	6	4	8	7	4	7	3	5	1
38	紅葉の観賞	4	3	1	4	1	4	5	4	5	9	7	5	10	7	6
39	豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	4	3	2	3	1	2	8	4	3	7	7	13	2	9	5
40	雪景色観賞	4	3	3	3	1	4	6	3	2	5	6	6	4	7	8
40	スキー、サイクリング、フィッシング等のアウトドア・アクティビティを楽しむこと	4	3	3	3	3	3	6	3	2	6	5	7	3	7	3
－	特に不満はない	43	43	42	43	51	43	40	45	41	28	43	35	50	44	42

（注）上位5項目を赤または黄色で塗りつぶした。
（注2）本設問は、51の選択肢のうち、回答の多い上位40項目を並べたものである。

39. ＜訪日経験者＞ ＜全員＞ オーバーツーリズムを見聞きした経験／入場料の値上げや税の賦課に関する意見

◆ **訪日観光客も「観光地・観光施設の混雑」を3割が認識**

- 全体として、訪日旅行者の半数以上がなんらかのオーバーツーリズムを見聞きしている。
- アジア全体では「観光地・観光施設の混雑」（31%）が最も多く、2位は「宿泊施設でのトラブル」（15%）。国・地域別で見ると、中国とインドネシアは全ての質問項目で10%を上回っており、満遍なくトラブルを見聞きしている人が多い。
- 欧米豪全体でも「観光地・観光施設の混雑」（23%）を見聞きした人が最も高い。2位は「ショッピング施設や飲食店でのトラブル」となっており、国別で見ると、特にアメリカの割合が高い（27%）。

◆ **入場料の値上げや税の賦課に対しては約4割の賛成**

- オーバーツーリズムの質問と併せて、入場料の値上げや税の賦課に関する質問を行った。
- アジア全体では「賛成」「やや賛成」は41%となっており、「やや反対」「反対」の25%を上回っている。欧米豪全体でも「賛成」「やや賛成」は45%となっており、「やや反対」「反対」の16%を上回っている。
- 「観光地・観光施設の混雑」を見聞きしたという一定の回答がある中、入場料の値上げや税の賦課には一定の理解が得られているものと思料されており、より持続可能な観光を目指すべく、実際に入場料の値上げや税の賦課等を行うことは検討に値するであろう。

オーバーツーリズムを見聞きした経験　（回答はあてはまるもの全て、%）

順位	回答者→	全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪全体	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
	サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
1	観光地・観光施設の混雑	30	31	22	34	32	28	35	34	41	34	23	25	32	22	13
2	宿泊施設でのトラブル（騒音、備品・施設の破損や大浴場におけるマナー違反など）	14	15	6	24	12	14	18	10	11	25	8	10	8	5	9
3	観光資源や施設を劣化させる行為（ゴミの放置や、資源の無断採取、立ち入り禁止地域への進入など）	12	13	6	21	11	12	19	11	8	19	7	11	3	4	9
4	ショッピング施設や飲食店でのトラブル（支払いや商品の破損など）	12	12	12	21	6	8	14	8	12	19	13	27	5	4	14
5	空港や駅など、交通機関におけるトラブル（騒音、列への割り込みや、乗務員・他の乗客との口論など）	12	12	9	17	9	10	16	12	12	17	8	12	5	11	6
6	地域住民とのトラブル（居住地域への進入や口論など）	9	9	6	16	5	8	9	8	8	18	7	7	7	7	7
7	レンタカーによる交通事故	8	8	5	10	8	8	7	6	7	11	9	12	7	5	9
－	あてはまるものはない	47	46	58	37	51	48	37	49	42	34	52	36	52	56	63

（注）上位3項目を赤または黄色で塗りつぶした。

入場料の値上げや税の賦課に関する意見　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	欧米豪全体	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	6,276	4,134	523	527	508	492	514	524	527	519	2,142	532	538	535	537
賛成	15	14	4	23	11	6	25	9	13	23	15	21	11	13	17
やや賛成	28	27	22	44	23	23	35	23	25	24	30	25	28	31	36
どちらでもない／わからない	35	34	37	19	44	43	19	45	33	30	39	39	43	41	31
やや反対	14	15	20	11	13	16	12	14	19	15	10	8	11	10	13
反対	8	10	16	3	10	11	9	9	11	8	6	6	8	5	3

40. ＜訪日経験者＞ 訪日旅行中の感動／撮影した写真の満足度

◆ **訪日旅行中の「感動体験」の頻度は比較的高い**

- 満足を超える「感動体験」の頻度を尋ねたところ、全体では、「とてもよくあった」と「わりとあった」を合わせた比率が76%にのぼる。
- 東アジア4地域（韓国・中国・台湾・香港）は、「とてもよくあった」の比率が東南アジアや欧米豪に比べて低い傾向にある。

訪日旅行中の感動体験頻度

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
とてもよくあった	25	24	8	17	26	13	45	32	39	44	35	36	34	40	31
わりとあった	51	51	45	53	52	52	50	53	49	49	51	54	51	47	49
どちらともいえない	18	19	35	24	16	25	4	11	9	4	10	4	10	11	17
あまりなかった	5	5	9	4	5	7	1	3	2	1	3	5	4	2	1
まったくなかった	1	1	3	1	1	2	0	1	1	1	1	1	1	0	2

◆ **訪日旅行中に撮影した写真の満足度も高い**

- 「よい写真が撮れた」「きれいな写真が撮れた」「楽しい写真が撮れた」のいずれの質問においても、「大変そう思う」と「そう思う」をあわせた比率は全体の7割以上にのぼる。
- 韓国と香港は、いずれの質問においても「大変そう思う」の比率が他の地域に比べて低い傾向にある。

よい写真が撮れた

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,521	2,203	355	355	377	406	218	229	130	133	318	79	99	54	86
大変そう思う	36	35	16	36	44	23	45	40	47	56	46	46	40	52	50
そう思う	43	44	48	43	40	48	46	45	35	40	36	38	37	35	34
やや思う	15	16	21	19	13	21	8	13	15	3	13	14	16	7	12
どちらでもない	4	4	10	1	3	7	1	2	3	2	3	1	5	4	3
あまりそう思わない	1	1	5	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1
そう思わない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
全くそう思わない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

きれいな写真が撮れた

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,521	2,203	355	355	377	406	218	229	130	133	318	79	99	54	86
大変そう思う	41	40	15	48	47	27	53	48	49	59	49	57	38	48	56
そう思う	39	40	39	39	38	44	40	41	32	38	32	32	32	39	29
やや思う	15	15	29	11	12	22	6	9	16	2	12	9	20	7	9
どちらでもない	4	4	10	2	2	7	0	2	3	2	5	1	7	4	6
あまりそう思わない	1	1	5	0	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0
そう思わない	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
全くそう思わない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

楽しい写真が撮れた

（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,521	2,203	355	355	377	406	218	229	130	133	318	79	99	54	86
大変そう思う	35	34	16	37	48	23	38	30	38	60	39	43	33	46	38
そう思う	43	44	46	43	38	51	45	47	36	37	32	47	35	26	20
やや思う	16	16	27	17	10	19	12	16	19	2	16	5	18	19	23
どちらでもない	5	5	9	3	4	6	3	5	5	1	8	1	10	9	13
あまりそう思わない	1	1	3	0	1	0	1	2	2	0	3	3	3	0	5
そう思わない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
全くそう思わない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

（注）「写真を撮影しなかった」と選択した回答者を除外した対象に回答を得た

（注2）30%以上を赤または黄色で塗りつぶした。

41. ＜訪日経験者＞ 周囲への推奨意欲

◆ **オンラインよりも、オフライン（対面）での推奨意向が高い**

- オフライン（対面）での推奨意向については、「大変そう思う」と「そう思う」を合わせた比率が68%となっており、訪日経験者の推奨意向が比較的高い様子がうかがえる、
- オンラインでの推奨意向は、3種類の発信先（個人ブログ、SNS、レビューサイト）に分けて尋ねているが、いずれにおいても、「大変そう思う」と「そう思う」を合わせた比率は、オフライン（対面）の結果よりも低くなっている。

オフラインでの推奨意向（周りの人に、日本への旅行をおすすめする内容を話したい）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	31	29	11	41	29	12	45	38	40	40	44	48	44	38	43
そう思う	37	37	34	37	38	35	39	36	38	46	34	35	30	42	32
やや思う	19	20	26	17	18	31	12	16	16	9	11	11	10	9	14
どちらでもない	9	10	21	4	8	14	3	8	5	4	8	5	13	5	6
あまりそう思わない	2	2	4	1	4	3	1	1	2	1	2	0	1	2	3
そう思わない	1	1	2	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0	2	1
全くそう思わない	1	1	2	0	1	4	0	1	0	0	2	1	2	2	1

オンラインでの推奨意向（個人ブログに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	21	21	7	32	20	11	40	17	23	33	27	33	24	24	27
そう思う	28	29	22	35	27	27	33	32	27	39	23	28	21	22	23
やや思う	18	19	25	18	20	24	15	15	17	9	12	8	17	11	10
どちらでもない	17	17	28	10	15	18	10	20	20	16	18	17	22	18	15
あまりそう思わない	6	6	12	3	8	9	1	3	9	1	5	5	4	4	6
そう思わない	3	3	3	1	5	5	0	5	4	1	5	1	6	9	6
全くそう思わない	5	4	4	2	6	6	1	8	1	0	10	8	8	13	14

オンラインでの推奨意向（SNSに、日本への旅行をおすすめする内容を投稿したい）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	25	24	6	32	26	14	50	21	30	33	30	35	25	29	33
そう思う	32	33	27	36	32	32	32	38	31	44	25	29	25	20	25
やや思う	18	18	21	18	18	21	13	13	25	13	15	14	14	20	15
どちらでもない	13	13	26	7	11	16	5	16	5	7	11	10	16	9	9
あまりそう思わない	5	5	12	4	6	6	0	3	4	2	4	1	7	2	6
そう思わない	3	3	4	1	3	4	0	3	4	1	5	2	8	7	2
全くそう思わない	4	3	4	2	4	6	0	6	2	0	9	8	5	13	10

オンラインでの推奨意向（レビューサイトに、日本旅行に関するポジティブな内容を投稿したい）　（回答は1つ、%）

回答者→	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス
サンプル数	2,571	2,243	363	357	387	410	222	236	133	135	328	83	102	55	88
大変そう思う	21	20	7	30	17	7	40	22	23	38	29	36	22	31	30
そう思う	29	30	25	35	26	22	35	37	32	41	28	33	25	25	28
やや思う	19	20	26	18	21	26	15	13	16	13	14	11	19	13	13
どちらでもない	17	17	25	10	19	23	8	16	17	8	13	12	16	11	13
あまりそう思わない	6	7	9	3	8	12	1	4	8	1	5	0	9	4	5
そう思わない	3	3	3	1	4	3	0	3	4	0	5	4	5	5	5
全くそう思わない	4	4	5	1	5	7	0	5	1	0	7	5	6	11	8

（注）30%以上を赤または黄色で塗りつぶした。

- 本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。
- 本資料はDBJおよびJTBFが信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、DBJおよびJTBFがその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：（株）日本政策投資銀行・（公財）日本交通公社と明記して下さい。
- 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、下記お問い合わせ先までご連絡下さい。

（お問い合わせ先）

株式会社日本政策投資銀行　地域企画部
Tel:03-3244-1633
HP:http://www.dbj.jp/

公益財団法人日本交通公社　観光文化情報センター
Tel:03-5770-8360
HP: http://www.jtb.or.jp/