



「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 (平成 29 年版)」を発行

公益財団法人日本交通公社(会長 末永 安生、以下「JTBF」)は、株式会社日本政策投資銀行(代表取締役社長 柳 正憲、以下「DBJ」)と共同で、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(平成 29 年版)」を取りまとめた調査レポートを発行しました。

本調査は、平成 24 年より DBJ が継続的にアジア 8 地域(韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア)の旅行嗜好の変化や訪日経験の有無によるニーズの違いを把握することを目的に、海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート調査を実施してきたもので、平成 27 年より共同で調査を行っています。

また、昨年からは、欧米豪 4 カ国を加えた 12 地域を対象に調査を実施しております。

日本政府観光局(JNTO)によると、2016 年の訪日外国人数は初めて 2,000 万人を突破し、昨今はアジア以外の欧米豪市場も拡大しています。今回調査結果においては、特に以下の 4 点が特徴として挙げられます。

- (1) 日本旅行の人気は、アジア全体では 6 年連続トップ。欧米豪でもアジアの旅行先としてはトップで、前回調査と比較して順位が上昇。欧米豪の「具体的に日本旅行を検討している割合」も 2 割超となり、アメリカに次いで 2 位に。
- (2) 訪日旅行についてさまざまなフェーズ変化が明らかに。具体的には、日本旅行での不満について、「自然や風景」「近代的／先進的な建築物」「史跡や歴史的な建築物」など、より内容に踏み込んだ不満の割合が上昇。見やすさ、回リやすさ、説明の充実など、「より深く理解してもらえらるための対応」が重要。また、「爆買いブームの一段落」「価格面での二極化の動き」も浮き彫りに。
- (3) 地方観光地への訪問意向は非常に高い一方、認知度の高い地名は依然としてゴールデンルート上の地名や北海道、沖縄、広島など偏りがあり、ニーズと現実の間にギャップが存在。ただし、一部の地方観光地においては認知度向上の動きも。
- (4) 統合型リゾート(IR)への関心は二極化の傾向。タイ、インドネシア、中国、マレーシア、シンガポール、アメリカなどで比較的高い関心。

当調査結果についての詳細は、当財団のウェブサイトをご覧ください。

<http://www.jtb.or.jp/research/theme/inbound/asiaeuro-survey-2017>

公益財団法人日本交通公社は「観光文化の振興」に取り組む実践的学術研究機関として、
観光を通じた豊かな社会の実現に貢献します。

【お問い合わせ先】 観光文化情報センター 福永・清水
TEL : 03-5770-8360 Email : zaidan_info@jtb.or.jp