

2. トピックス①

(1) アジア・欧米豪の 訪日旅行者の意識とニーズ

観光経済研究部 主任研究員

外山 昌樹

DBJ・JTBFアジア欧米豪12地域・訪日外国人旅行者の意向調査概要

調査時期:	2019年6月～7月
調査方法:	インターネットによる調査
対象地域:	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、イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア
調査対象者:	20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者 ※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－欧州諸国間の旅行については、海外旅行経験から除く
有効回答数:	・全体:6,276人(韓国523、中国527、台湾508、香港492、タイ514、シンガポール524、マレーシア527、インドネシア519、イギリス535、アメリカ532、フランス537、オーストラリア538) ・訪日経験者:2,571人(韓国363、中国357、台湾387、香港410、タイ222、シンガポール236、マレーシア133、インドネシア135、イギリス55、アメリカ83、フランス88、オーストラリア102)



本日の発表内容

- **今回調査結果のポイント**
(訪日意向の現状、最近話題のテーマ)
- **欧州市場分析**
(イギリス・フランス)



今回調査結果のポイント



訪日意向の現状

●アジア7地域では、今後旅行したい国・地域で日本がトップ。欧米豪の訪日意向は上昇傾向。

(単位:%)

順位	今後旅行したい国・地域	全体	アジア							欧米豪				
			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	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア
1	日本	49	30	54	71	73	49	56	55	51	39	34	40	43
2	オーストラリア	41	43	39	33	47	20	43	47	36	48	45	44	-
3	ニュージーランド	39	40	36	36	39	21	48	46	29	47	36	37	46
4	アメリカ	31	32	30	28	22	12	38	22	20	53	-	38	47
5	韓国	30	-	28	41	46	29	42	45	38	17	16	15	19
6	スイス	30	40	28	28	30	18	40	33	22	31	35	18	37
7	イタリア	30	32	30	23	24	12	31	25	20	44	42	31	42
8	フランス	30	34	38	24	24	14	34	27	23	28	39	-	41
9	イギリス	29	30	30	21	29	18	35	28	24	-	39	23	43
10	カナダ	29	36	25	21	21	7	36	18	14	48	35	39	46

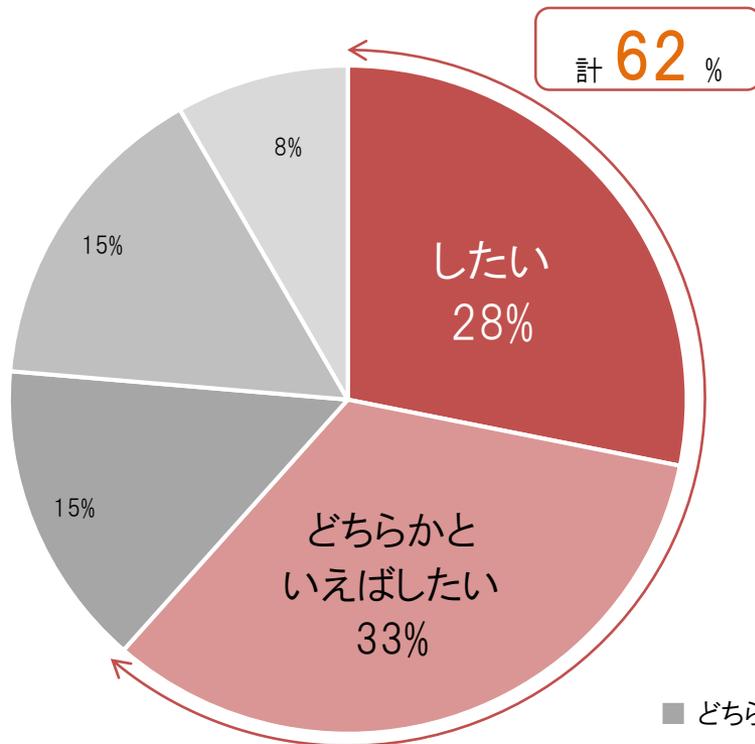
(※)海外旅行経験者を対象に、31の国・地域の中から旅行したい国・地域を複数回答



東京2020大会の訪日観戦意向

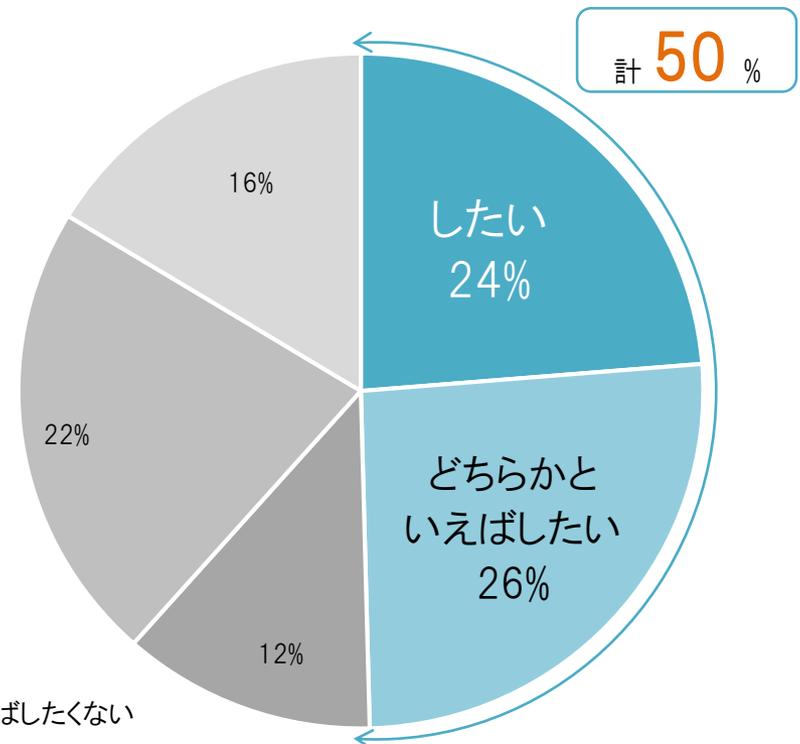
●アジア・欧米豪ともに5割以上が訪日観戦を希望

アジア全体



(東京2020大会認知者/n=3,333)

欧米豪全体



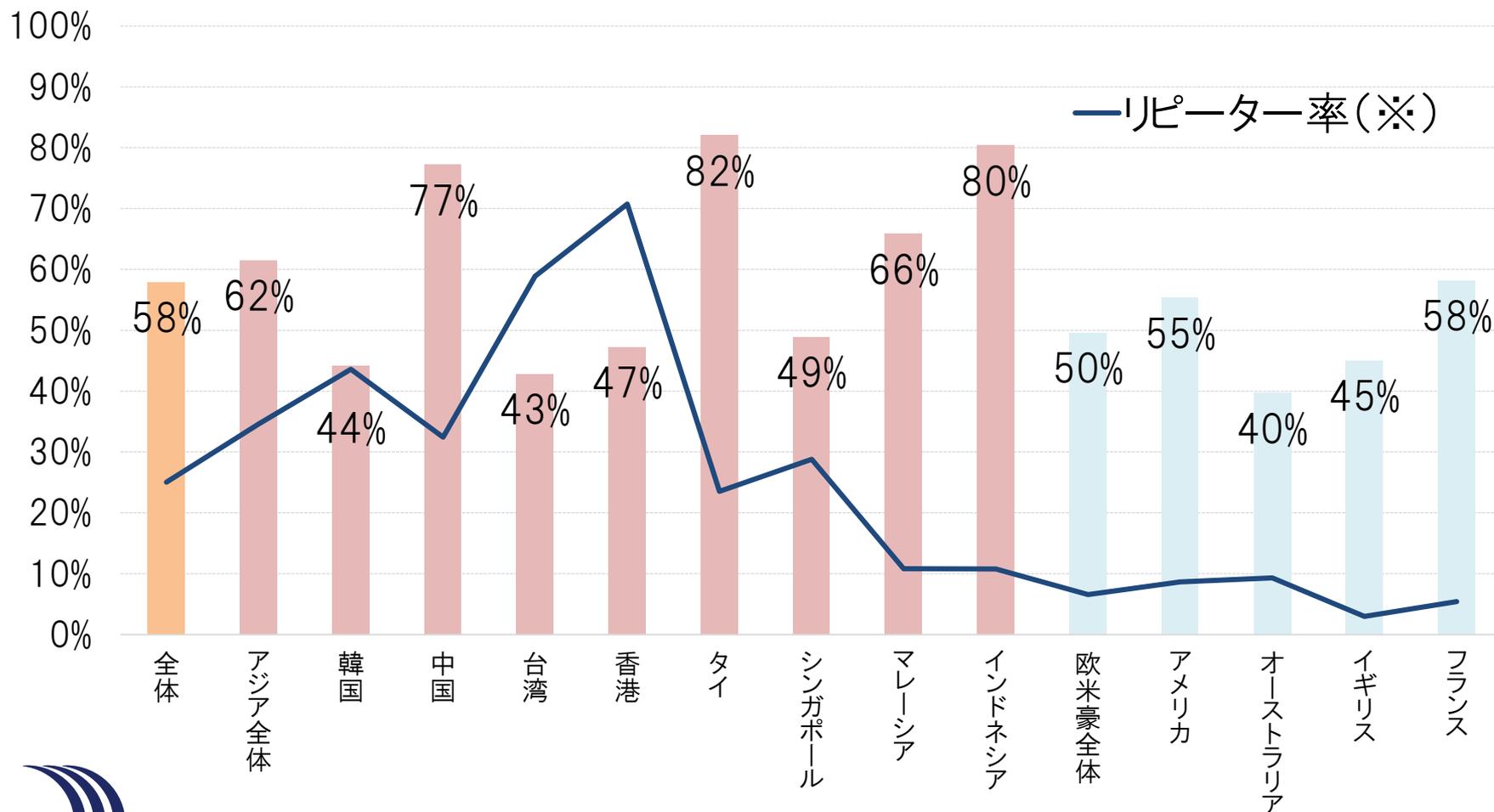
(東京2020大会認知者/n=1,446)

- どちらかといえはしたくない
- したくない
- まだわからない



東京2020大会の訪日観戦意向

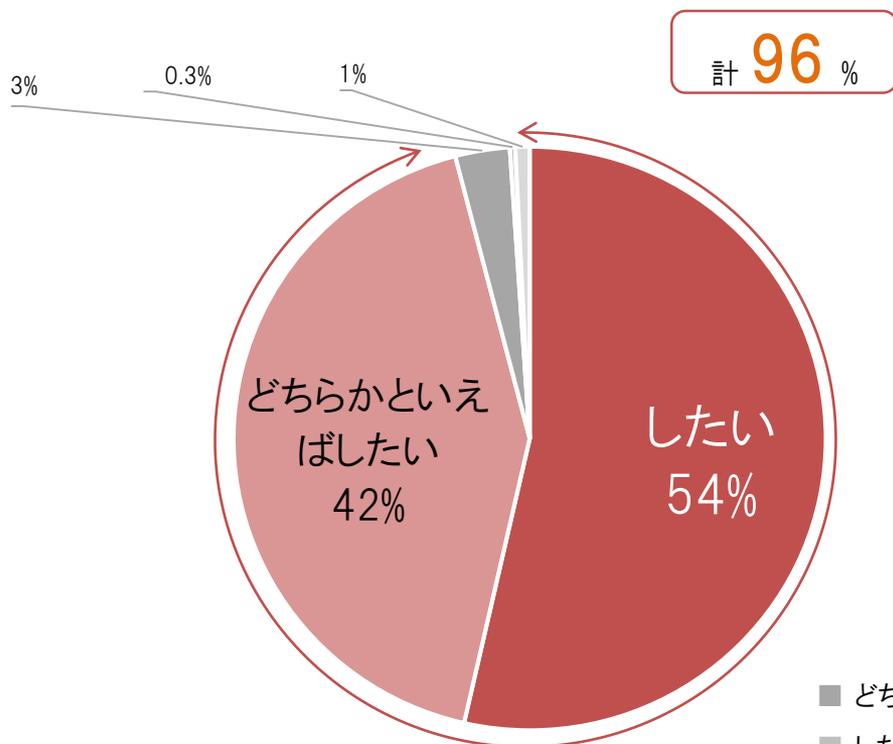
●リピーター率が低い国・地域が高い訪日観戦意欲あり



東京2020大会時の地方訪問意向

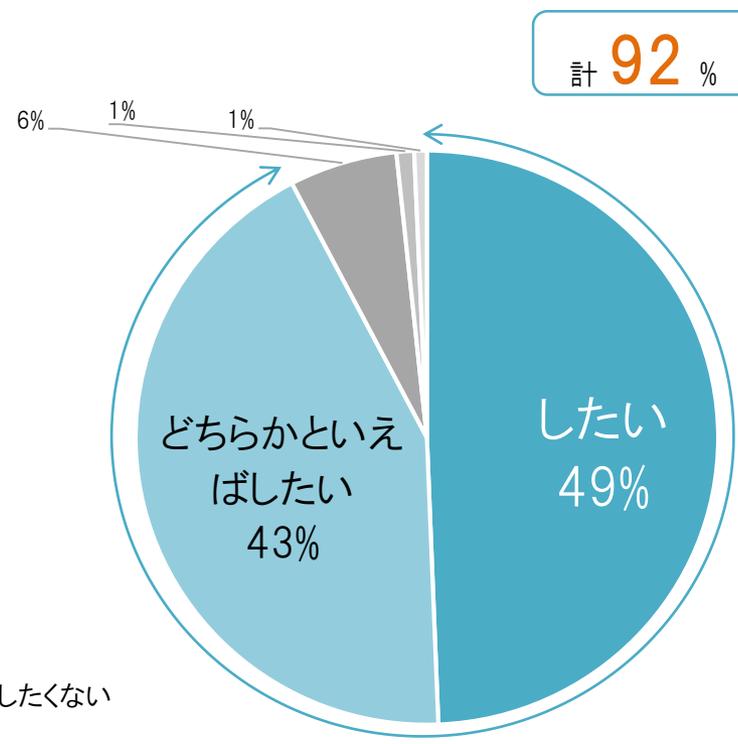
●アジア・欧米豪ともに9割以上が観戦にあわせた地方訪問を希望

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)

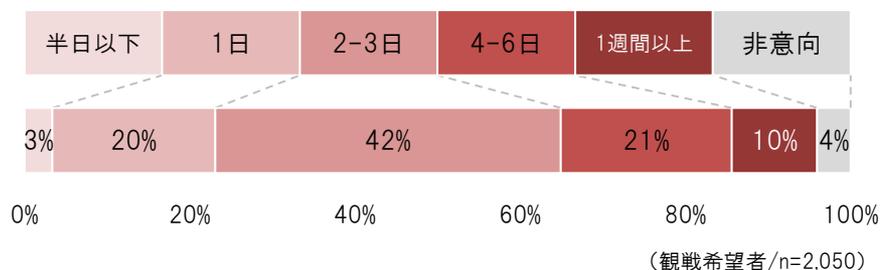
- どちらかといえばしたくない
- したくない
- まだわからない



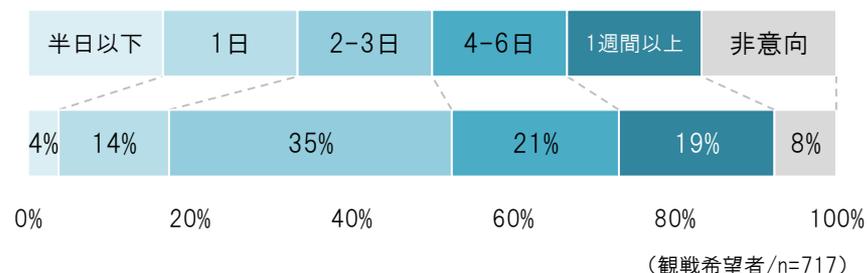
東京2020大会時の地方訪問意向

●観戦にあわせた地方訪問日数は2～3日が多い

アジア全体



欧米豪全体



●訪問希望地域は、通常時の人気地域と同様の傾向

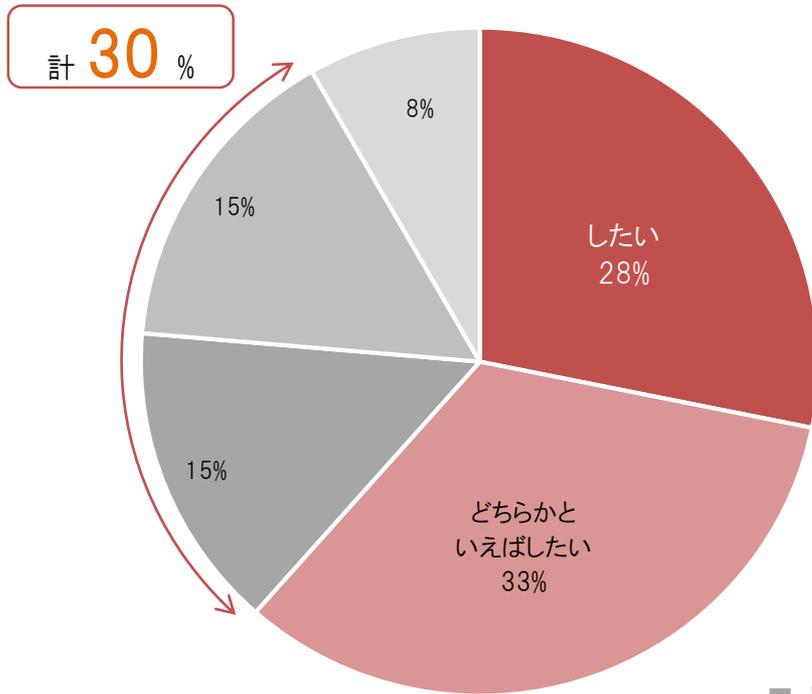
順位	地域 (例)	複数回答 (%)
1	北海道 (例: 札幌、函館、ニセコ)	50%
2	東京近郊	43%
2	関西 (例: 京都、大阪、奈良、神戸)	43%
4	九州 (例: 福岡、長崎、熊本、大分)	30%
5	沖縄	28%

順位	地域 (例)	複数回答 (%)
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	沖縄	25%



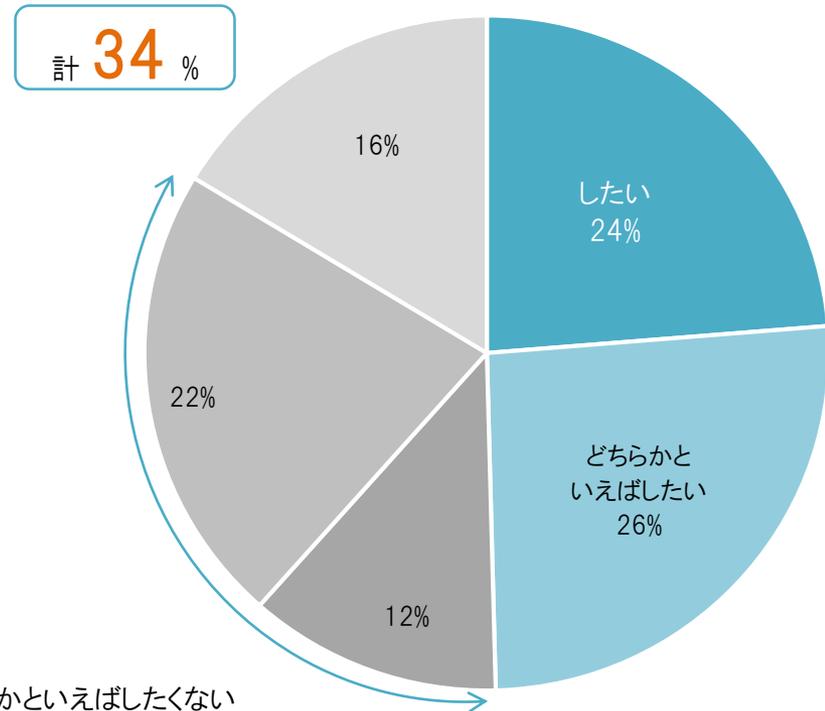
※一方で、訪日観戦を希望していない人たちもいる

アジア全体



(東京2020大会認知者/n=3,333)

欧米豪全体



(東京2020大会認知者/n=1,446)

- どちらかといえばしたくない
- したくない
- まだわからない



● 「混雑」と「滞在費用高騰」が主な理由

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。



利用してみたい現地発着型ツアー

●アジア・欧米豪ともに日本文化体験・見学がトップ

アジア全体

単一回答(%)

1	日本文化体験・見学 (例:茶道・芸奴・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・菓子等の調理)	13%

(訪日旅行希望者/n=2,265)

欧米豪全体

単一回答(%)

1	日本文化体験・見学 (例:茶道・芸奴・相撲・折り紙・和装・和太鼓)	26%
2	町並みガイドツアー	16%
3	調理体験(例:寿司・そば・うどん・菓子等の調理)	12%

(訪日旅行希望者/n=833)

参考) 訪日旅行で体験したいこと ※本設問は複数回答(%)

1	桜の観賞	64%
2	温泉への入浴	63%
3	伝統的日本人料理	57%
3	自然や風景の見物	57%
5	雪景色鑑賞	52%

1	日本庭園の見物	64%
1	伝統的日本人料理	64%
1	自然や風景の見物	64%
4	繁華街の街歩き	63%
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	61%

※ 現地発着型ツアーの金額に関しては、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。



利用してみたい現地発着型ツアー

●重視する要素

アジア全体

複数回答(%)

1	安心・安全に楽しむことができる	50%
2	体験したい(見たい)ものを効率的に楽しめる	37%
3	地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる	36%

(現地発着型の体験ツアー希望者/n=2,201)

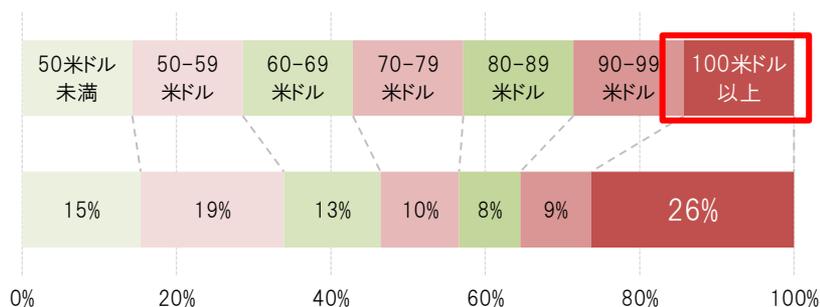
欧米豪全体

複数回答(%)

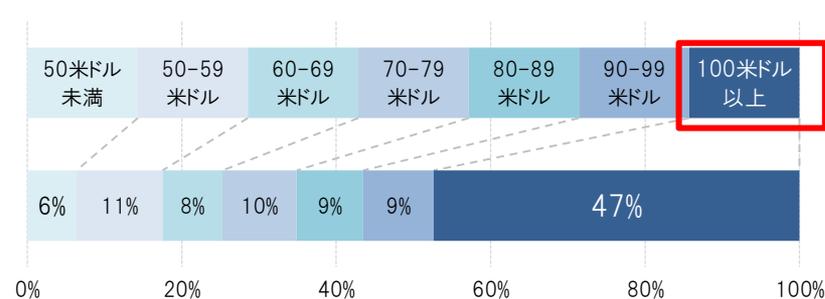
1	安心・安全に楽しむことができる	44%
2	体験したい(見たい)ものを効率的に楽しめる	41%
2	地元の人しか知らない楽しみ方や魅力を体験できる	41%

(現地発着型の体験ツアー希望者/n=803)

●いくら払ってもよいか ※重視する要素がすべて備わっていた場合



(現地発着型の体験ツアー希望者/n=2,183)



(現地発着型の体験ツアー希望者/n=800)

(注)利用したい現地発着型ツアーに関する設問で、「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。



情報収集した媒体（訪日旅行前）

- 全体では口コミサイト、旅行ガイドブックがトップ
- ただし、国・地域によって傾向は異なる

複数回答（％）

順位	回答者→ サンプル数	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		
		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

(注)調査対象は訪日経験者。直近の訪日旅行で利用した媒体を尋ねた。



情報収集した媒体（日本滞在中）

- 全体では旅行ガイドブックがトップ
- ただし、国・地域によって傾向は異なる

複数回答（％）

順位	回答者→ サンプル数	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		
		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

（注）調査対象は訪日経験者。直近の訪日旅行で利用した媒体を尋ねた。



欧州市場分析 (イギリス・フランス)



イギリス・フランス市場の概要

●訪日旅行者数（2018年）



33.4万人



30.5万人



21.5万人



15.0万人



11.9万人

●1人当たり旅行支出（一般客・2018年）

イギリス 220,929円／人

主要20カ国・地域中 **5位**

フランス 215,786円／人

主要20カ国・地域中 **6位**

(※)出典：日本政府観光局(JNTO)、観光庁「訪日外国人消費動向調査」



訪問地域はまだゴールデンルートが中心

●訪問経験率10%以上の地域数（61ヶ所中）

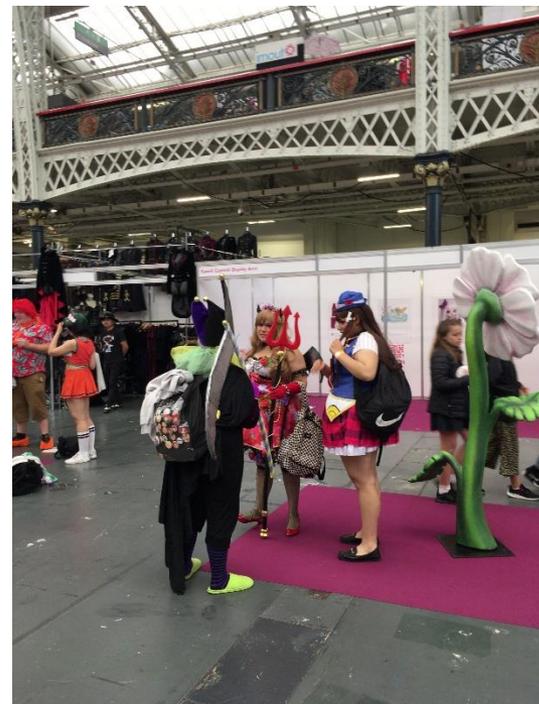
		具体的な観光地
イギリス	8ヶ所	東京(64%)、富士山(29%)、横浜(15%)、箱根(11%)、京都(35%)、奈良(11%)、大阪(22%)、広島(13%)
フランス	10ヶ所	東京(59%)、富士山(30%)、札幌(10%)、横浜(11%)、京都(44%)、奈良(16%)、大阪(31%)、神戸(17%)、広島(17%)、沖縄(10%)

参考：香港は23ヶ所、台湾は21ヶ所



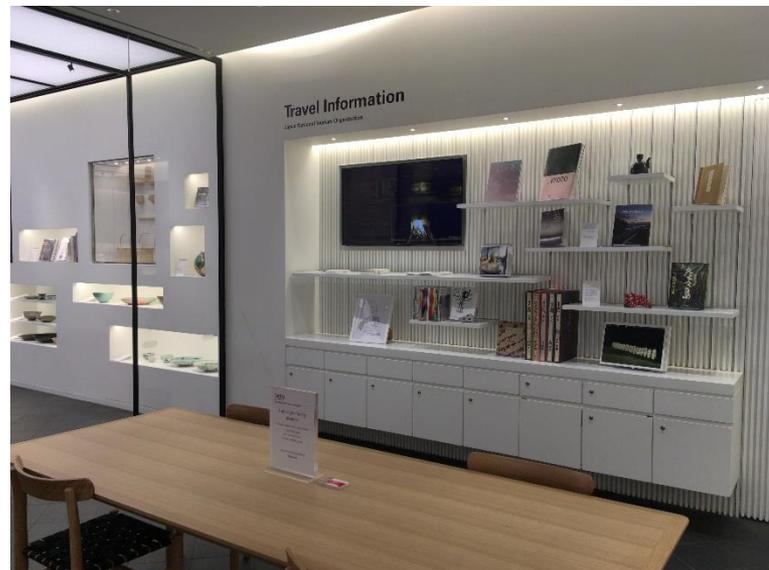
イギリスにおける「日本」との接点の活用

- HYPER JAPAN（日本文化イベント）
ロンドンで開催
来場者数：3日間で約8万人



イギリスにおける「日本」との接点の活用

● JAPAN HOUSE (ロンドンの文化・商業施設)



イギリスにおける「日本」との接点の活用

●JETプログラム（外国語青年招致事業）

- －地方自治体等で外国人を任用し、
外国語教育の充実と地域の国際交流の推進を図る事業
- －1987年開始
- －イギリスからは累計約1万人以上参加
- －参加者が帰国後、旅行会社に就職して訪日旅行を担当したり、
学校教師となって日本への教育旅行を実施することも



訪日旅行で体験したいこと

複数回答（％）

順位	回答者→ サンプル数	欧米豪全体				
		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
	833	180	230	210	213	
1	伝統的・日本料理	64	63	67	60	68
1	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	64	61	63	67	67
1	自然や風景の見物	64	61	62	68	65
4	繁華街の街歩き	63	65	67	66	54
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物 （説明の充実度含む）	61	62	59	68	57
6	桜の観賞	61	57	68	60	58
7	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	56	57	58	59	50
8	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	55	48	63	61	47
9	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	53	41	52	59	59
10	温泉への入浴	52	42	56	52	57

（※）調査対象は訪日希望者



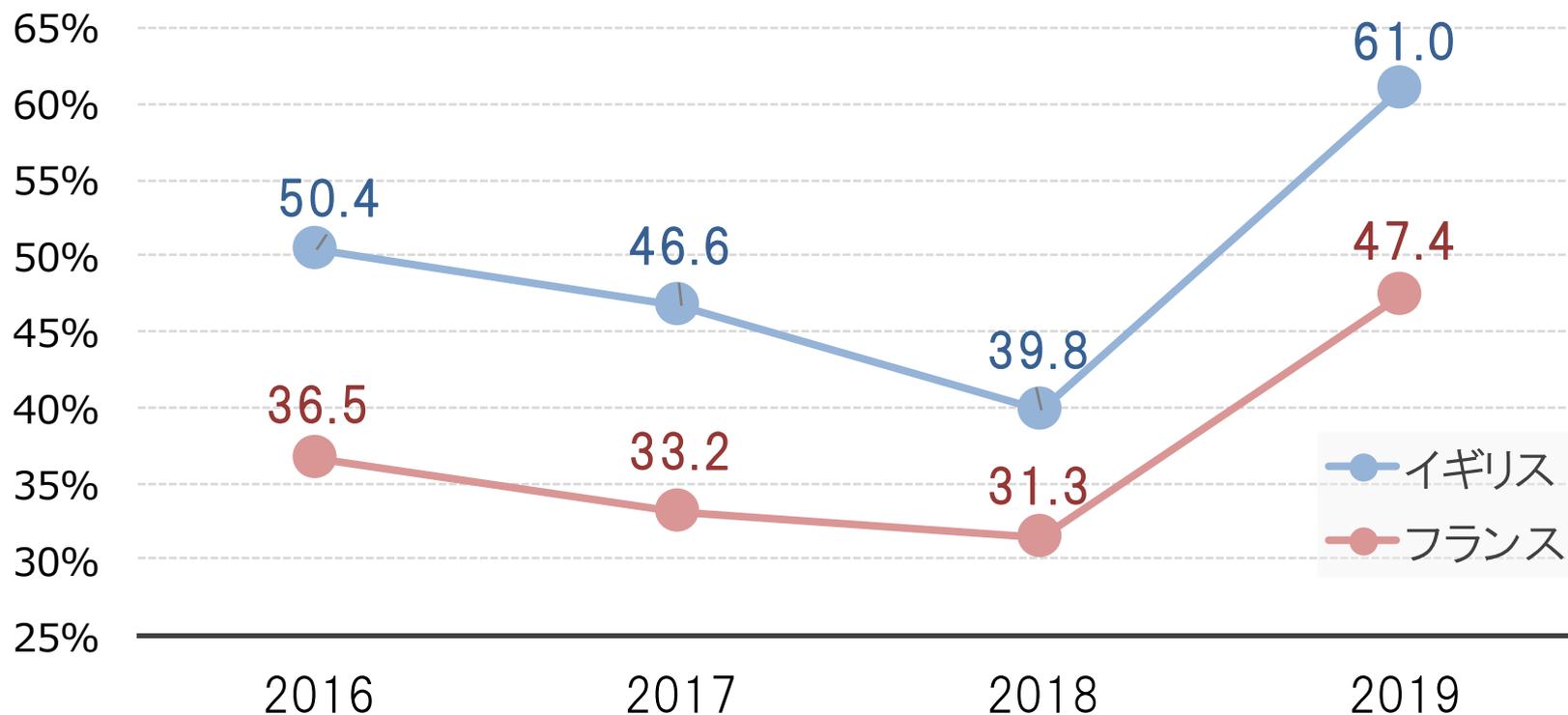
自然の中を歩く文化への対応がカギ

- 英仏ともにトレッキング・ハイキングが盛ん
日本の山を見ながら／山の中を歩くのは新鮮？



環境意識向上への対応も重要

● 「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」の参加希望率は上昇

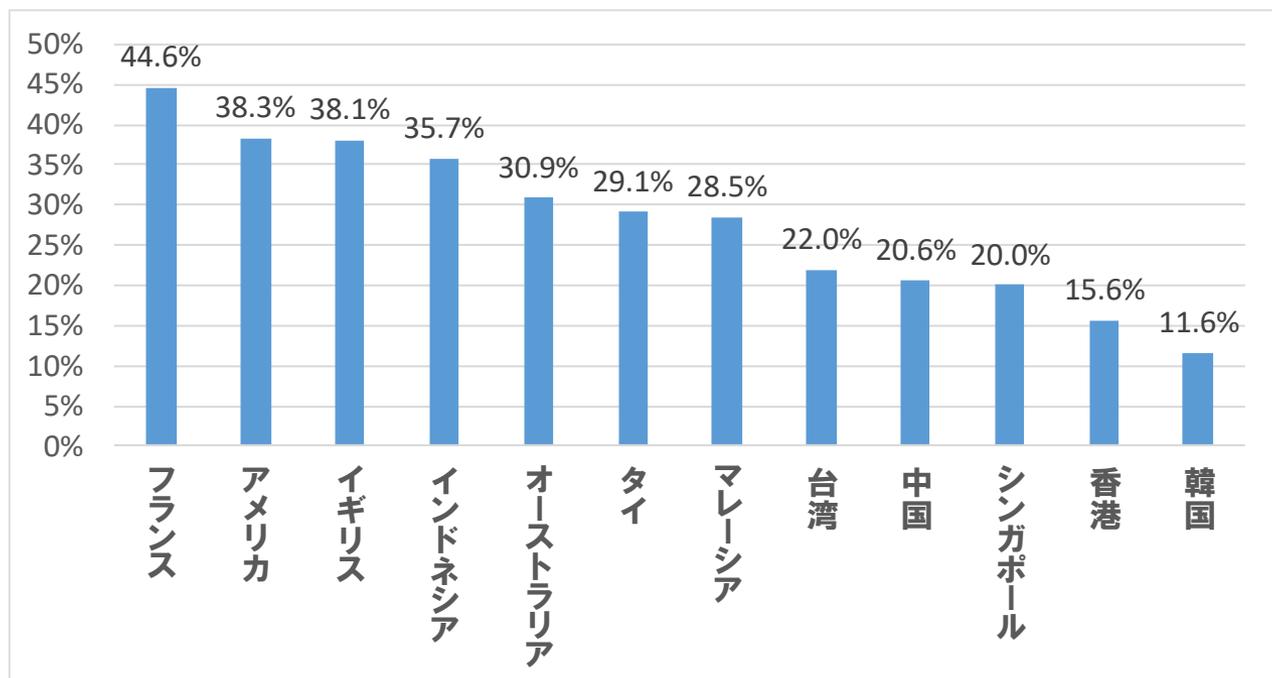


(※)調査対象は訪日希望者



フランスでは美術館・博物館への関心が高い

●訪日旅行時の「美術館や博物館の鑑賞」の希望率は、
12か国・地域中トップ



(※)調査対象は訪日希望者

