

## 「訪日旅行に関するアンケート」結果の概要

- I 調査目的と実施要領
- II 調査結果
  - 1 旅行手配方法
  - 2 宿泊数、宿泊施設
  - 3 訪問した都道府県
  - 4 旅行目的
  - 5 情報収集の手段
  - 6 旅行支出額
  - 7 旅行の満足度
  - 8 再訪日の意向
  - 9 まとめ

<問い合わせ先>  
日本政策金融公庫総合研究所  
小企業研究第一グループ  
TEL 03-3270-1687  
担当 竹内、田原

## I 調査目的と実施要領

### 1 調査目的

訪日外国人観光客(インバウンド)は、年々増加しており、中小企業にとって海外の消費需要を獲得する好機となっている。だが、そのチャンスを生かしている企業は多いとはいえない。そこで、日本政策金融公庫総合研究所では、インバウンドの3分の2を占める韓国、台湾、中国を対象に「訪日旅行に関するアンケート」を実施し、インバウンドの旅行ニーズを探った。

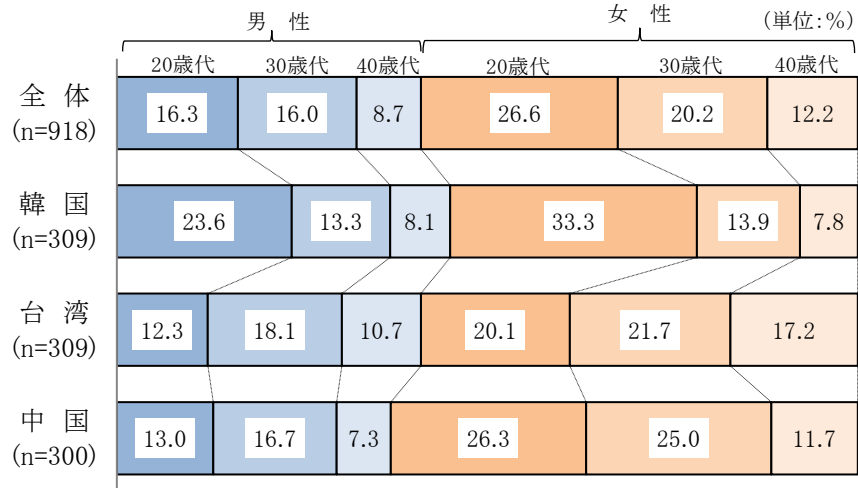
### 2 実施要領

- |         |   |
|---------|---|
| (1)調査時点 | 2018年6月   |
| (2)調査方法 | インターネットによるアンケート                                       |
| (3)調査対象 | 韓国、台湾、中国の20歳代から40歳代の男女で、調査時点から過去1年間に観光目的で日本を訪れたことがある人 |
| (4)回収数  | 918人(韓国309人、台湾309人、中国300人)                            |

\* 月収および旅行支出額は各国・地域の通貨で調査し、韓国ウォン、中国元については国際通貨基金（IMF）の、ニュー台湾ドルについては台湾中央銀行の公表データにより、それぞれ2017年6月～2018年5月の平均値を用いて円換算した。

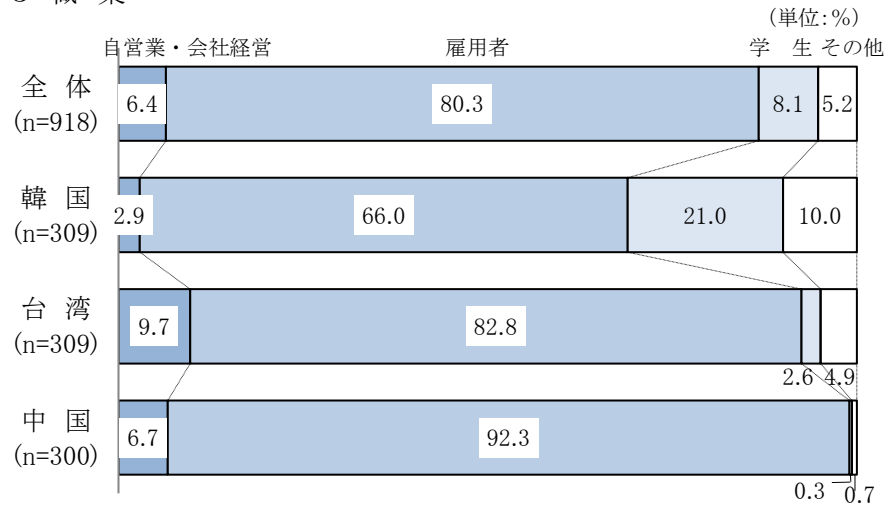
## <アンケート回答者の属性>

### 1 性別・年齢

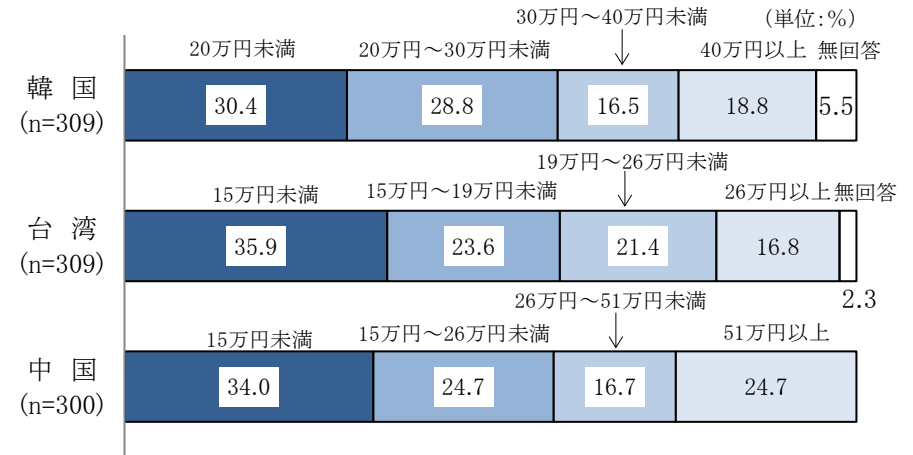


(注) 小数第二位を四捨五入したので、合計は必ずしも100にならない。以下同じ。

### 3 職業

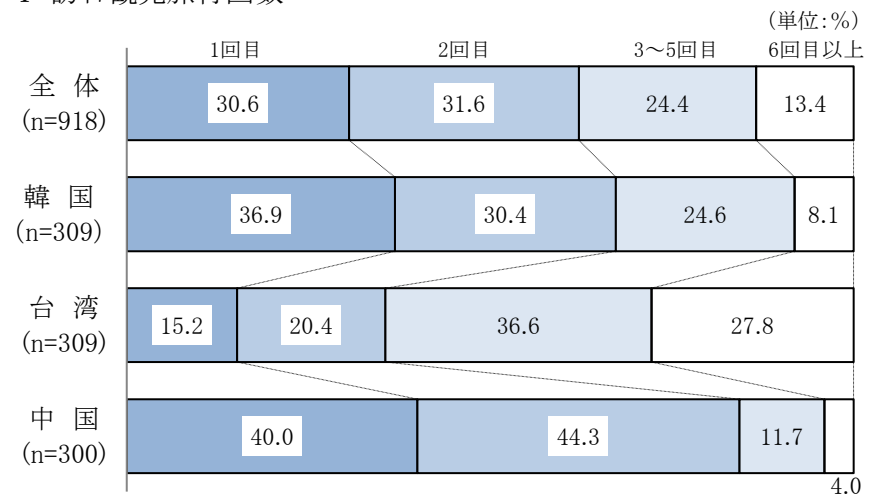


### 2 月収



(注) 「わからない/答えたくない」と回答したものを「無回答」とした。

### 4 訪日観光旅行回数

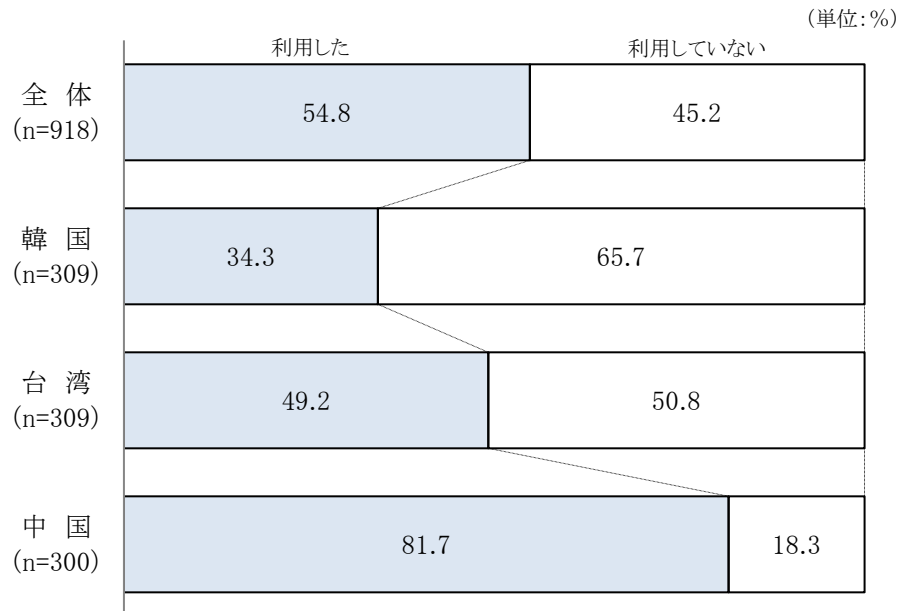


## II 調査結果

### 1 旅行手配方法 ～パッケージツアーを利用した人が54.8%

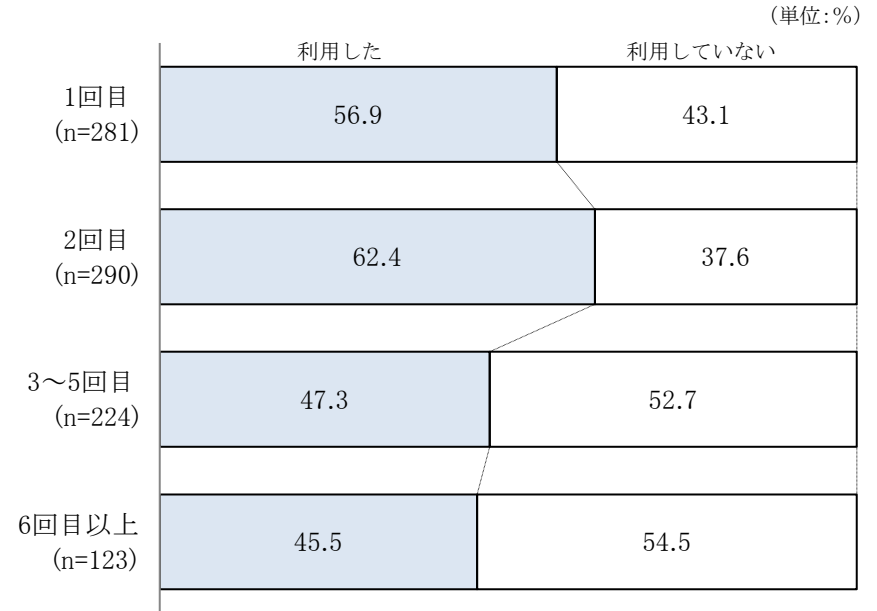
- 前回の訪日観光旅行における旅行手配方法をみると、全体では54.8%の人が何らかのパッケージツアーを利用している(図-1)。国・地域別にみると、韓国は34.3%、台湾は49.2%、中国は81.7%の人がパッケージツアーを利用している。
- 訪日観光回数別にパッケージツアーの利用状況をみると、「1回目」の人が56.9%、「2回目」の人が62.4%と多いが、「3～5回目」の人も47.3%、「6回目以上」の人も45.5%となっており、何度も日本を訪れている人でもパッケージツアーを利用する人が少なくない(図-2)。

図-1 前回の訪日観光旅行におけるパッケージツアーの利用状況



(注) パッケージツアーは、旅程がすべて、または一部決まっているものをいう。

図-2 訪日観光旅行回数別にみたパッケージツアーの利用状況

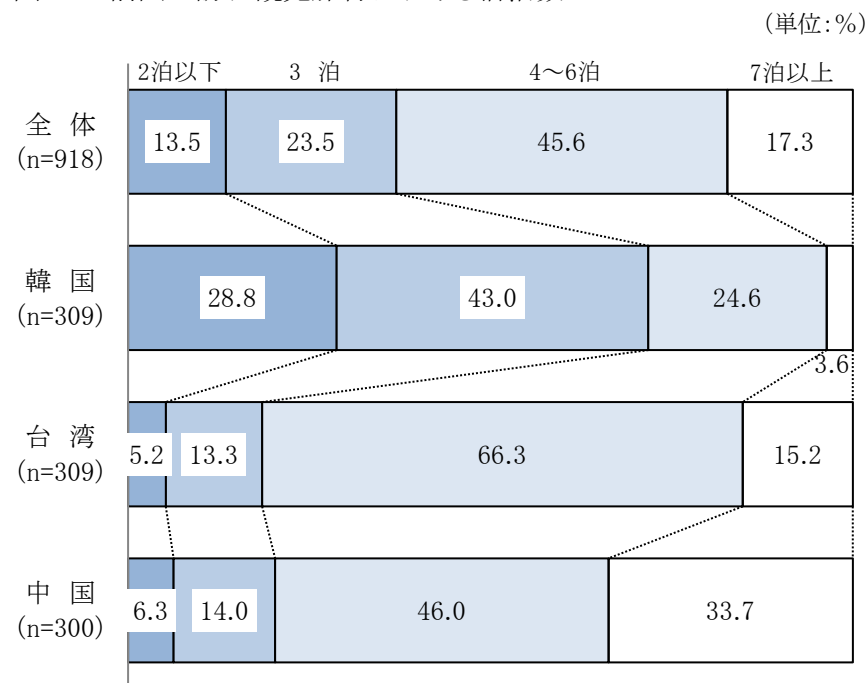


(注) 図-1に同じ。

## 2 宿泊数、宿泊施設 ～ホテル・旅館の利用者が86.6%、ホステル・民泊も37.3%

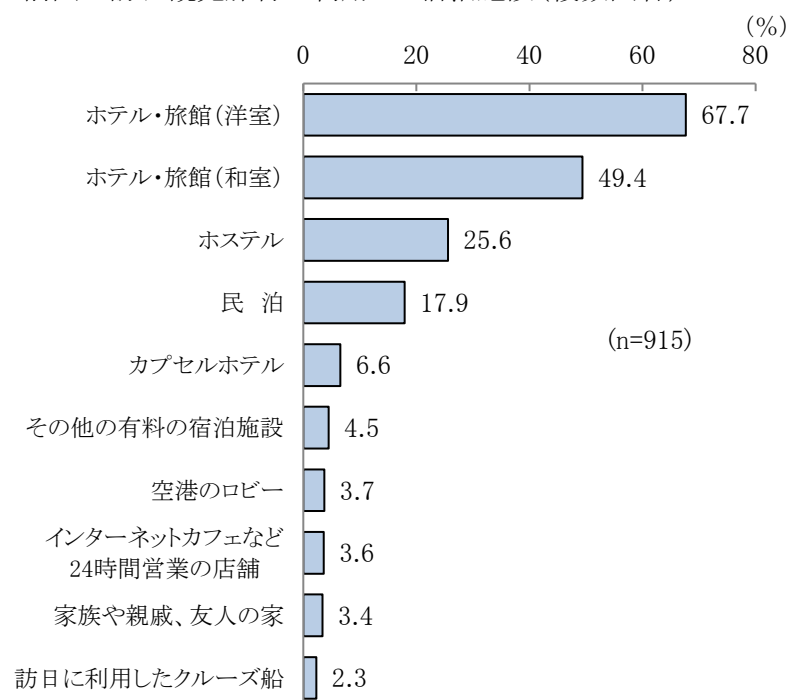
- 前回の訪日観光旅行における宿泊数をみると、全体では「4～6泊」が45.6%で最も多く、3泊以下と合わせて6泊以下が82.6%を占めている（図-3）。国・地域別にみると、韓国は3泊以下が合計で71.8%を占めるのに対し、台湾と中国は4泊以上の割合が多く、特に中国は「7泊以上」が33.7%を占めている。
- 前回の訪日観光旅行で利用した宿泊施設をみると、「ホテル・旅館（洋室）」が67.7%、「ホテル・旅館（和室）」が49.4%と多い（図-4）。どちらか一方でも利用した人の割合は86.6%になる。また、「ホステル」や「民泊」を利用した人は、それぞれ25.6%、17.9%おり、どちらか一方でも利用した人の割合は37.3%になる。

図-3 前回の訪日観光旅行における宿泊数



(注) 韓国の「2泊以下」の内訳は、「日帰り」が0.1%、「1泊」が3.6%、「2泊」が24.9%である。

図-4 前回の訪日観光旅行で利用した宿泊施設（複数回答）

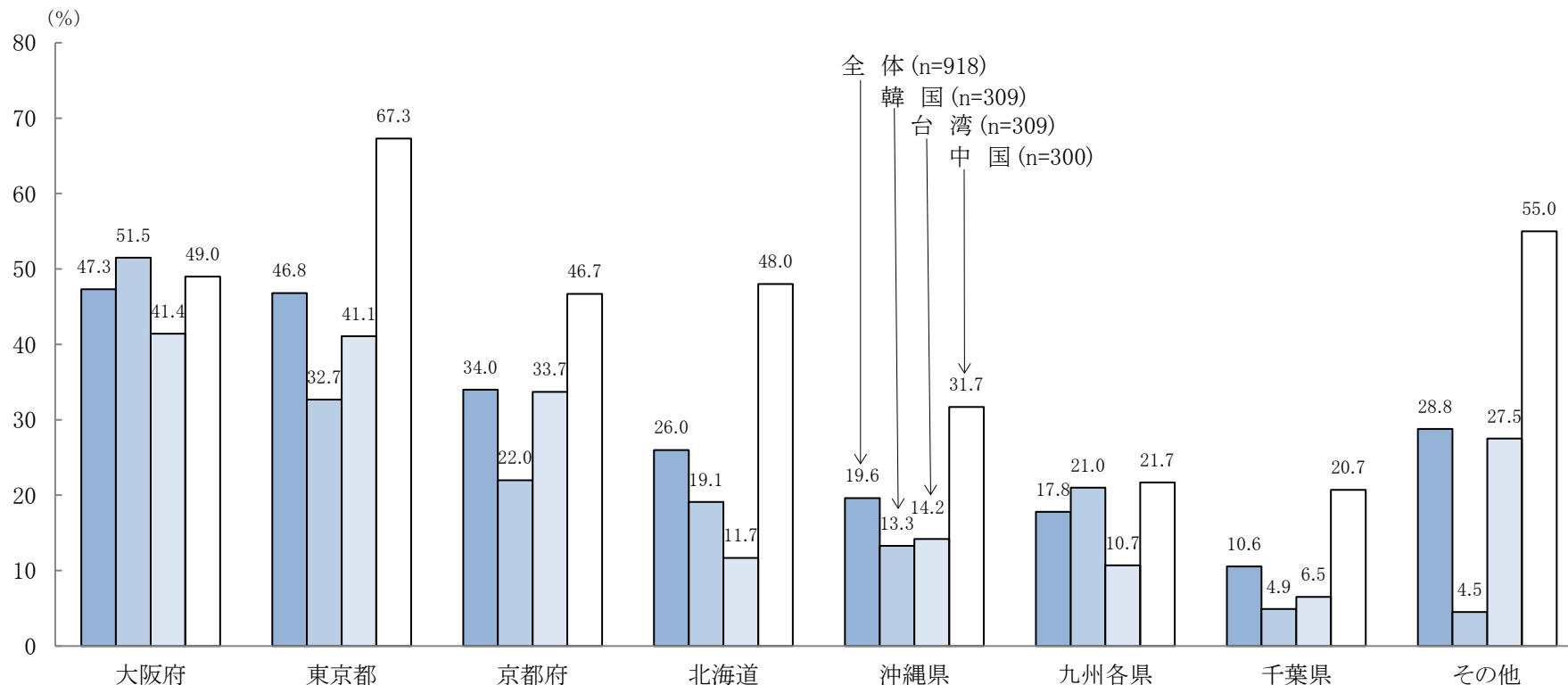


(注) 前回の訪日旅行が日帰りだった3人を除いて集計した。

### 3 訪問した都道府県 ～特定の地域に集中

- 前回の訪日観光旅行で訪れた都道府県をみると、全体では「大阪府」が47.3%、「東京都」が46.8%と多く、以下「京都府」「北海道」「沖縄県」「九州各県」と続いている(図-5)。
- 国・地域別に訪問した都道府県をみると、中国はどの都道府県も訪問率が高く、韓国や台湾からの旅行者に比べ日本での行動範囲が広い。なお、中国の「その他」について具体的にみると、「奈良県」が30.0%、「神奈川県」が25.3%、「静岡県」と「愛知県」がそれぞれ20.3%、「山梨県」が16.7%、「その他の県」が0.3%となっている。

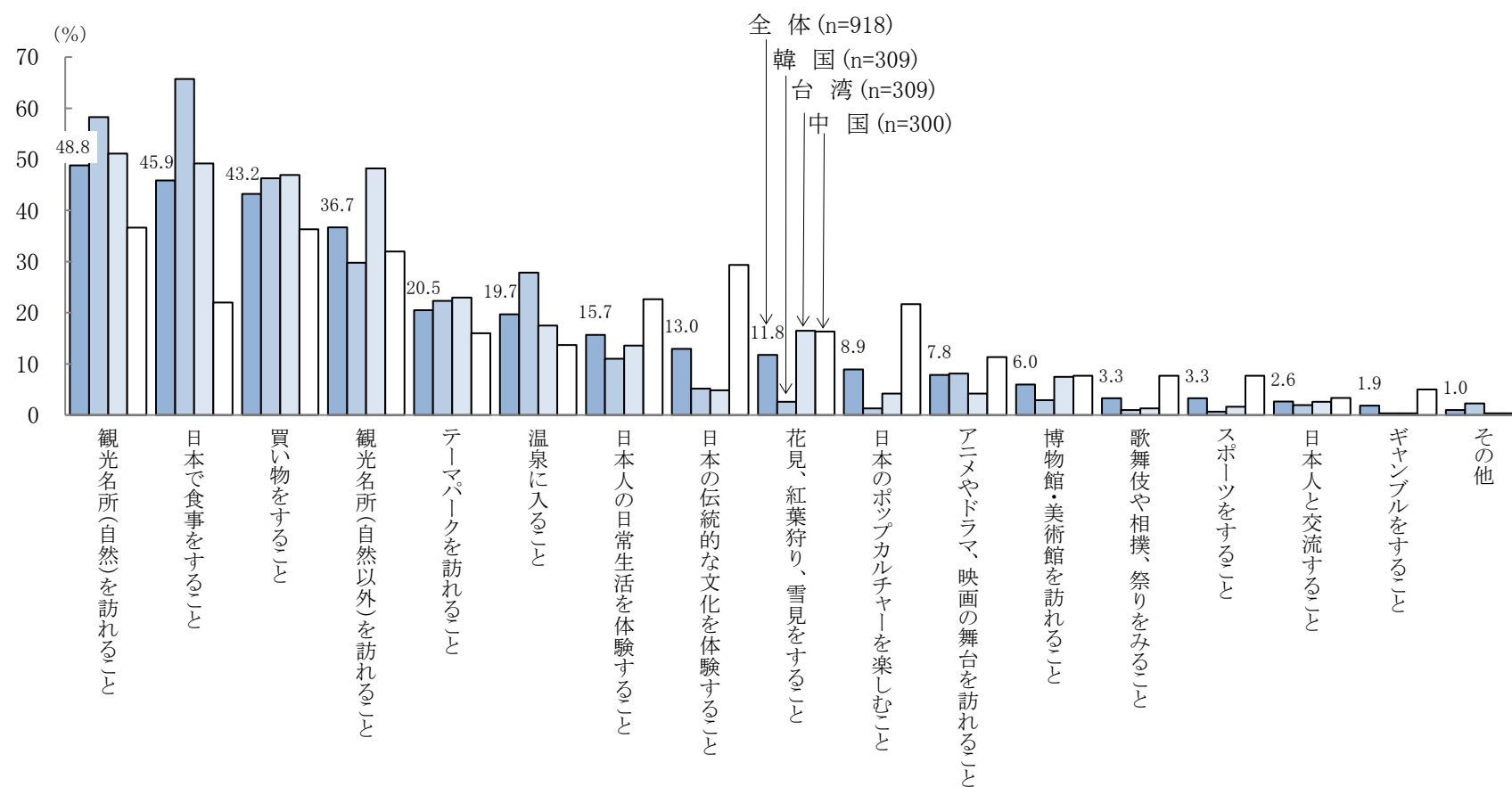
図-5 訪問した都道府県(複数回答)



#### 4 旅行目的 ～観光名所訪問、食事、買い物

- 主な旅行目的をみると、「観光名所(自然)を訪れること」が48.8%で最も多く、以下「日本で食事をすること」が45.9%、「買い物をすること」が43.2%、「観光名所(自然以外)を訪れること」が36.7%と続いている(図-6)。
- 国・地域別にみると、中国は上の四つの目的を回答した人が比較的少なく、「日本人の日常生活を体験すること」や「日本の伝統的な文化を体験すること」など、他の目的を回答した人が多くなっている。

図-6 旅行目的(三つまで複数回答)



<参考> 目的の観光名所、食事、買い物(自由記述欄の集計)

(単位:人)

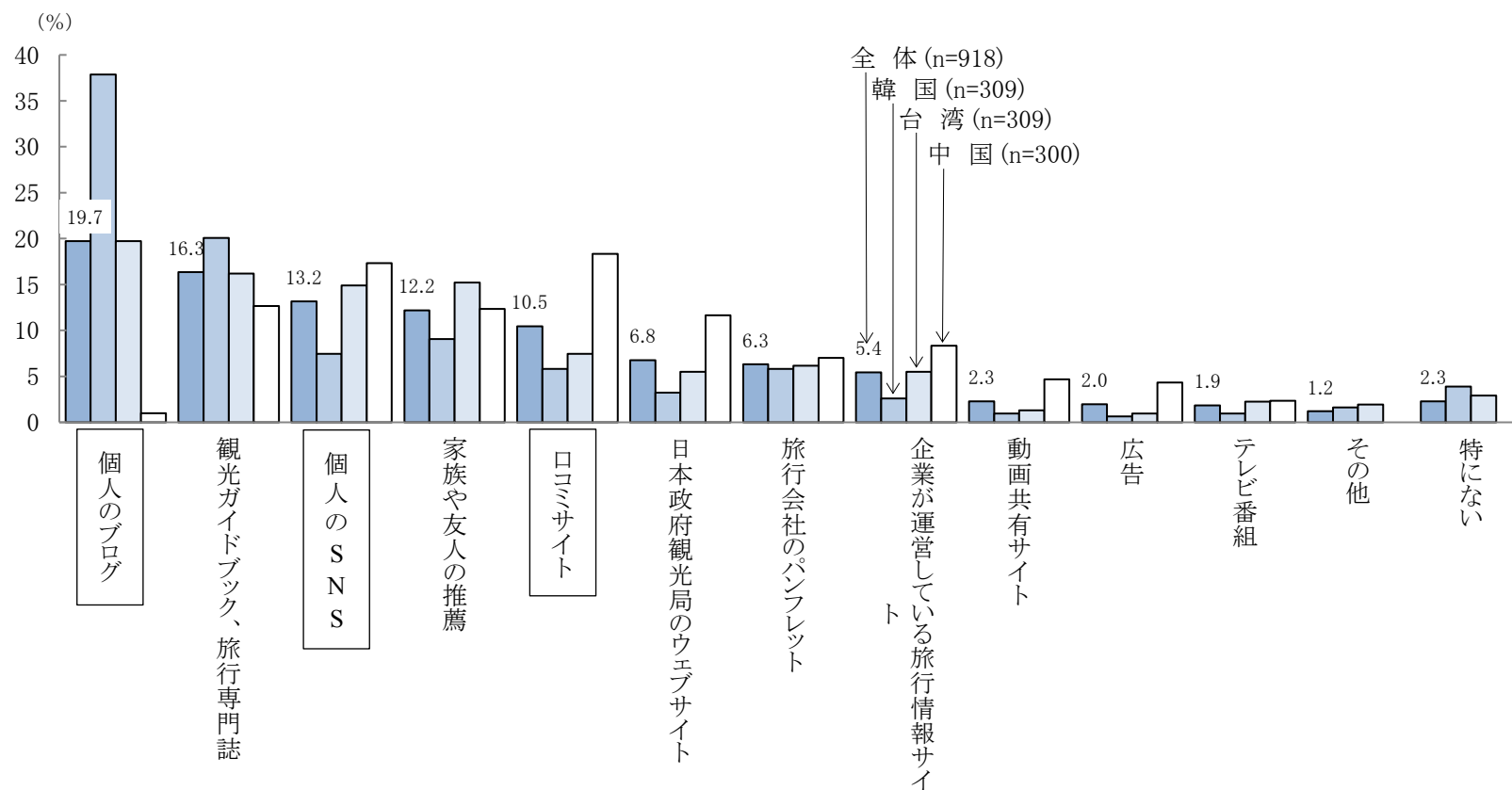
	観光名所		日本の食事		買い物	
韓国	大阪城	31	寿司	87	美容用品・化粧品・医薬品	34
	東京タワー®	12	ラーメン	40	衣服	29
	清水寺	9	牛カツ	10	菓子	21
台湾	大阪城	28	ラーメン	35	美容用品・化粧品・医薬品	52
	富士山	18	寿司	17	菓子	16
	東京スカイツリー®	16	焼肉	15	衣服	7
中国	富士山	62	寿司	24	美容用品・化粧品・医薬品	66
	東京タワー®	10	刺身	8	衣服	8
	浅草寺	6	ラーメン	7	炊飯器	4



## 5 情報収集の手段 ～決め手はインターネットで個人が発信する情報

- 訪問先や利用する施設を選ぶに当たって参考にした情報のうち、決め手になったものをみると、「個人のブログ」が19.7%、「個人のSNS」が13.2%、「口コミサイト」が10.5%と、インターネット上で個人が発信する情報が43.4%を占めている(図-7)。
- 国・地域別にみると、韓国は「個人のブログ」が多く、中国は「個人のSNS」と「口コミサイト」が多い。

図-7 訪問先や利用する施設を選ぶに当たって決め手になった情報源



## 6 旅行支出額

### (1) 国・地域別にみた旅行支出額 ～どの国・地域もばらつきが大きい

- 旅行支出額は、どの国・地域でもばらつきが大きい(図-8)。例えば、韓国は「8万円未満」が26.2%を占める一方で、「20万円以上」も18.1%ある。中国も「34万円未満」が29.0%を占める一方で、「85万円以上」も24.7%ある。
- 旅行支出額は、滞在日数が長いほど多くなる。例えば、韓国について「20万円以上」の割合をみると、「2泊以下」では9.0%であるが、「7泊以上」では45.5%となっている(図-9)。

図-8 旅行支出額

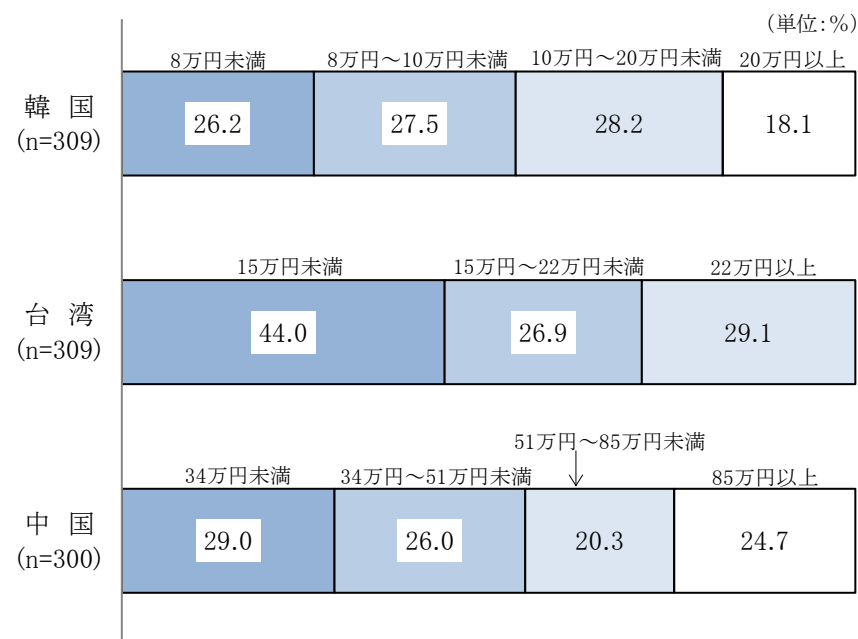
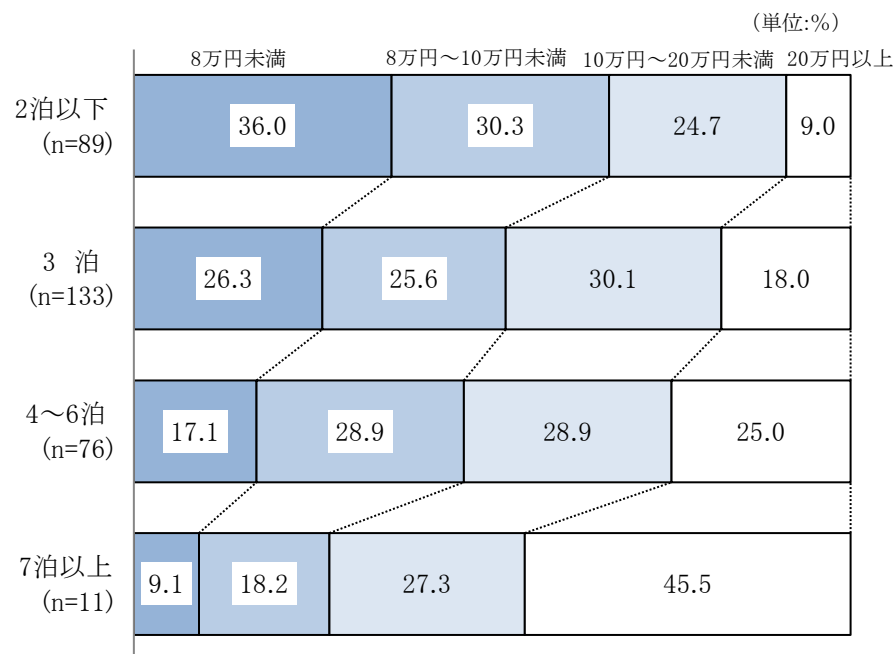


図-9 宿泊数別にみた旅行支出額(韓国)



(2) 宿泊施設と旅行支出額との関係 ～台湾、中国はホステルや民泊を利用した人の方が支出額が多い

- 宿泊数と利用した宿泊施設の関係を見ると、宿泊数が多いほど、利用した宿泊施設の種類が多くなっている(図-10)。例えば、「ホステル」や「民泊」を利用した人の割合は、「2泊以下」ではそれぞれ14.0%、6.6%であるが、「7泊以上」ではそれぞれ49.1%、31.4%となっている。
- 「ホステル」「民泊」の利用の有無別に旅行支出額をみると、台湾と中国では、これらの宿泊施設を利用した人の方が、旅行支出額の多い人の割合が大きくなっている(図-11)。

図-10 宿泊日数と利用した宿泊施設の関係(複数回答)

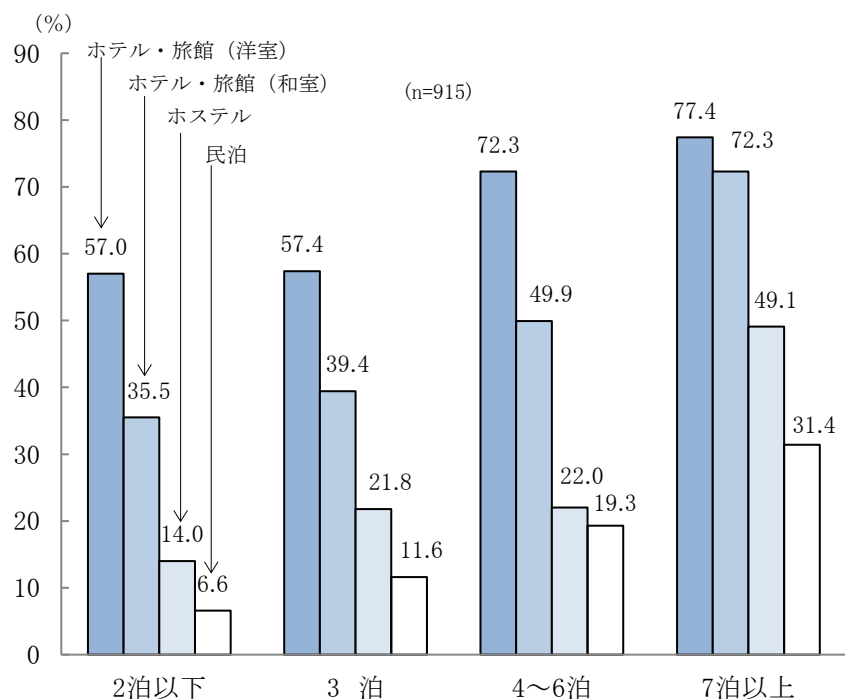
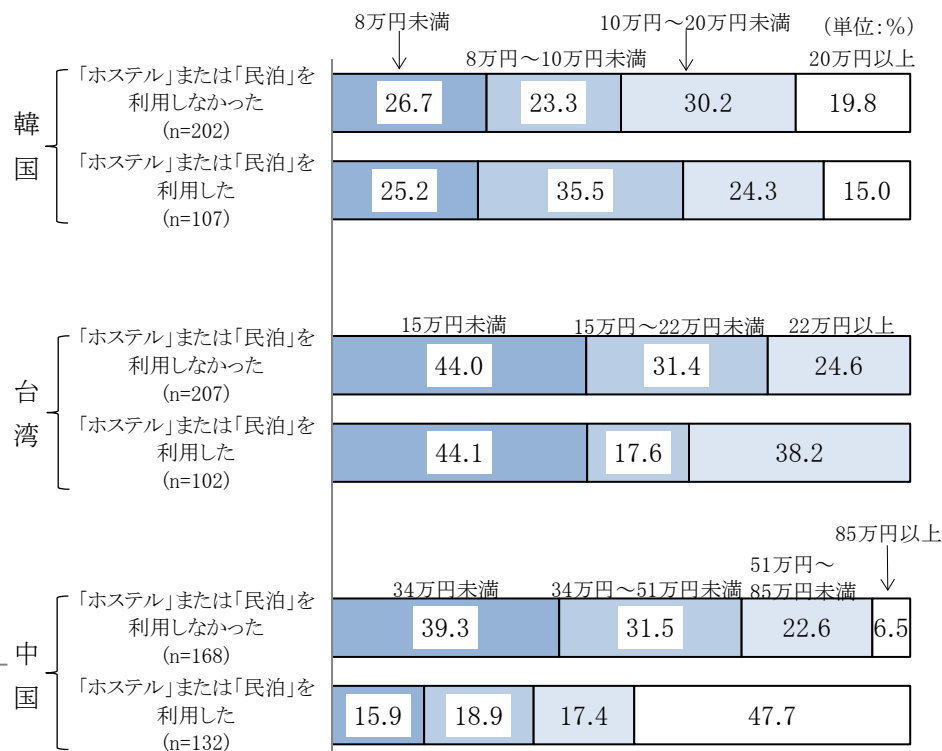


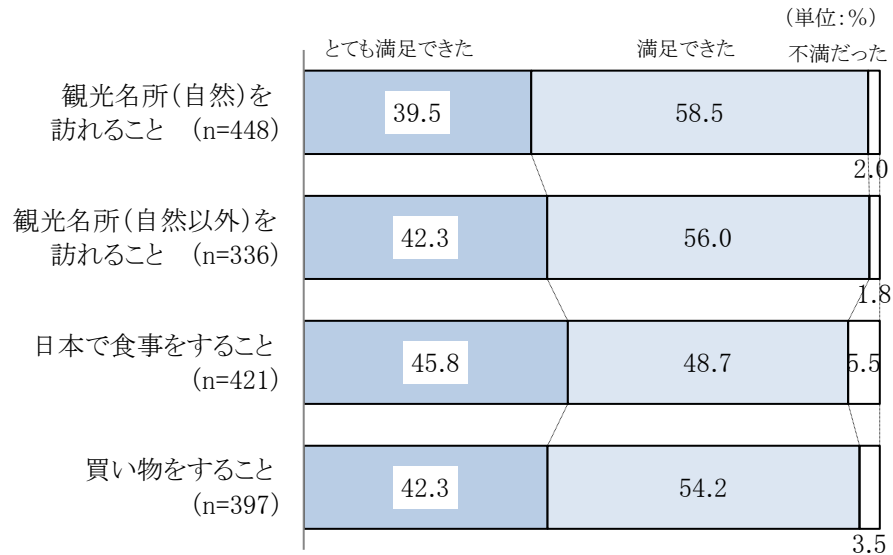
図-11 「ホステル」「民泊」の利用の有無別にみた旅行支出額



## 7 旅行の満足度 ～旅行目的、利用した施設共に不満はとて少ない

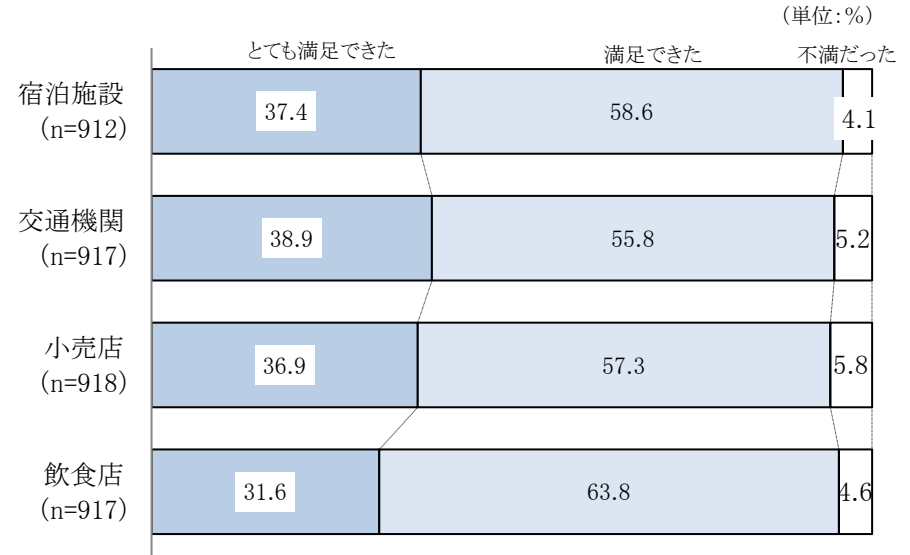
- 主な旅行目的についての満足度をみると、いずれも「不満だった」とする人は少なく、「とても満足できた」「満足できた」とする人が9割を超えている(図-12)。
- 利用した施設についての満足度をみても、「宿泊施設」「交通機関」「小売店」「飲食店」のいずれも、満足した人の割合が9割を超えている(図-13)。

図-12 主な旅行目的についての満足度



- (注) 1 「不満だった」には、「とても不満だった」を含む。  
2 「体験できなかった」は除外した。

図-13 利用した施設についての満足度



- (注) 1 「不満だった」には、「とても不満だった」を含む。  
2 「利用していない」は除外した。

## 8 再訪日の意向 ～94.8%が再訪日の意向をもつ

- 日本にまた観光に行きたいかどうかをみると、全体で94.8%の人が、「はい」と回答している(図-14)。
- 東京オリンピック・パラリンピック観戦の意向をみると、全体では「行く(チケットを申し込む)」とする人が34.5%を占めている(図-15)。国・地域別にみると、韓国と台湾は「行かない」「わからない」とする人が多いのに対し、中国は72.3%が「行く(チケットを申し込む)」と回答している。

図-14 日本にまた観光に行きたいか

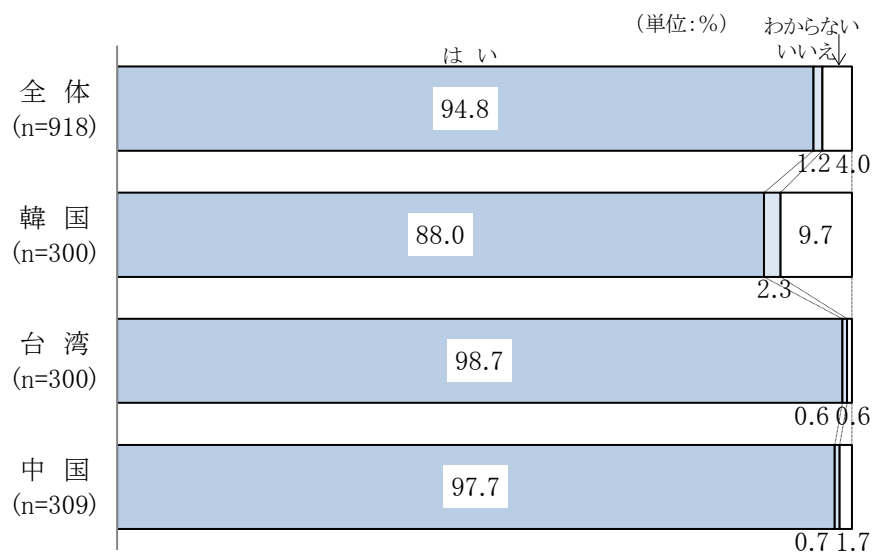
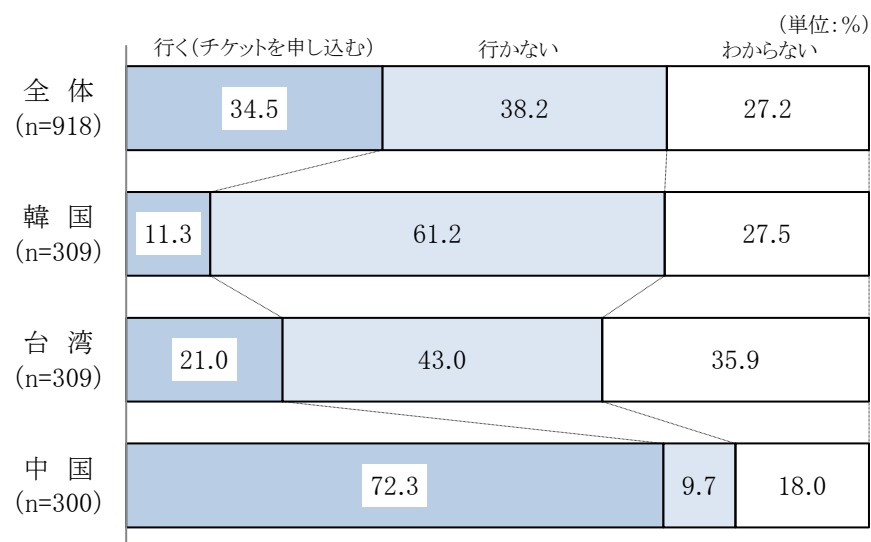


図-15 東京オリンピック・パラリンピック観戦の意向



## 9 まとめ

- 訪日に当たって何らかのパッケージツアーを利用した人の割合は、全体では54.8%を占めている。国・地域別では、韓国が34.3%、台湾が49.2%、中国が81.7%となっている。欧米では個人手配が一般的であるのに対し、アジアではまだパッケージツアーの利用が多い。
- 訪日観光の主な目的は、観光名所の訪問、食事、買い物となっている。また、訪問した都道府県をみると、東京・京都・大阪という、いわゆるゴールデンルートと北海道、九州、沖縄に偏っており、他の県を訪れる人の割合は少ない。
- 日本での滞在日数をみると、韓国は3泊以下が71.8%を占めるのに対し、台湾と中国は、どちらも4泊以上が8割ほどを占める。特に中国は7泊以上の割合が33.7%と多い。宿泊先をみると、ホテルや旅館の利用が多くなっているが、ホステルや民泊を利用した人も、それぞれ25.5%、17.9%いる。ホステルや民泊を利用した人の割合は、滞在日数が長いほど多く、7泊以上した人に限れば、それぞれ49.1%、31.4%になる。
- 渡航費用を含めた旅行支出額をみると、中国は85万円以上の割合が24.7%を占めるなど、韓国や台湾に比べ総じて多い。いわゆる爆買いは少なくなったとはいえ、中国が日本のインバウンド市場に及ぼす影響は大きい。
- 日本観光の満足度はどの国・地域も高く、全体では94.8%の人が再訪日に意向をもつ。また、東京オリンピック・パラリンピックの観戦意向をみると、韓国、台湾は行かない、わからないとする人が多いのに対し、中国は72.3%がチケットを申し込むとしている。