

TIC利用外国人旅行者の 訪日旅行実態調査報告書

— 欧・米・豪を中心とした訪日個人旅行者の
日本旅行実態についてのアンケート調査結果 —

平成22年11月

日本政府観光局 (JNTO)
Japan National Tourism Organization

<http://www.jnto.go.jp>

はじめに

日本政府観光局(JNTO)の観光情報センターが運営するツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)は、日本全国を旅行する、年間約 3 万人の訪日外国人旅行者に観光情報を提供しています(注)。TIC では平成 18 年度より来所者が最も多くなる夏から初秋にかけて、利用者を対象にアンケート調査を実施し、訪日外国人個人旅行者のニーズや実態の把握に努めています。

今年度の本調査は、2010 年 7 月中旬～9 月下旬にかけて実施し、前回の 433 票を大きく上回る 919 人から回答を得ました。TIC を利用した外国人旅行者がどのような体験に関心を持ち、また、日本で何を購入したいと希望しているか等、例年の調査項目に加えて、今回調査では訪日旅行にあたって日本で滞在する宿泊施設をどのように見つけ、予約したか、また滞在費のうち、宿泊費・食費・買物費についてのどのような予算額概算を想定しているのか、また TIC での情報提供をどのように評価しているのか等、新たな質問事項も加えております。

<本年度新たに調査項目として加えたもの>

- ・ 日本旅行の3費目
 宿泊費・食事代(1人1日当たり)、買物費(1人当たり)の予算額概算(千円単位・記述式)
- ・ 訪日旅行前の日本の宿泊施設予約の有無 (択一式回答)
- ・ 海外での日本の宿泊施設予約方法 (選択式・複数回答)
- ・ 訪日後、宿泊施設を予約する方法 (選択式・複数回答)
- ・ 日本の宿泊施設決定要素 (3つまで選択式・複数回答)
- ・ 日本の宿泊施設決定最優先要素 (択一式回答)
- ・ TIC の情報提供サービスについての評価、コメント (択一式、記述式回答)

この調査報告書が、15 年来の円高とも言われるなかで訪日した、現在の外国人個人旅行者の実態について理解を深め、また今後のインバウンドツーリズム促進や外国人旅行者受け入れを進める上で参考となれば幸いです。

2010 年 11 月

(注) JNTO の TIC を利用する外国人旅行者の 9 割弱は欧・米・豪からの個人旅行者です。
今回の調査においても取得した総標本数の 90.2%強が欧米豪からの個人旅行者によるものです。
本調査結果をご覧になれる場合はこの点にご留意下さい。

【調査結果の要約】

＜標本属性＞

居住国別構成（総数 919）では、TIC利用者の特徴を反映し、ヨーロッパが全体の 64.5%を占め最多で、ヨーロッパ・北米・オセアニアを合わせると全体の 90.2%を占め、アジア客は 7.8%であった。性別では男性は 55.3%で若干多めであった（女性は 44.7%）。年齢層別では、今回、20 歳代は 37.5%、30 歳代は 34.2%で、20・30 歳代を合わせると、全体の 7 割強（71.7%）を占めた。職業別では会社従業員が全体の約 6 割強（61.6%）を占め最多で、次いで多い学生は 18.4%（前回比 2.9 ポイント増）、自営業・経営者は 9.5%であった。

1. TIC利用外国人旅行者の日本旅行動向（訪日回数・目的・予定滞在日数）

- (1) 訪日回数「1 回目（初めて）」が 80.7%（前回比 6.6 ポイント増）を占め、リピーター客の割合がやや減少した。平均訪日回数は 1.81 回で前回（1.80 回）とほぼ変わらなかった。
- (2) 訪日目的別では、「観光」目的が全体の 8 割弱（78.1%、前回比 3.0 ポイント増）を占め最多で、次いで「（観光＋）友人・親族訪問」、「業務」、「（短期）留学」、「MICE」などであった。
- (3) 日本滞在予定日数の最頻値は 14 日（3年連続）、最も多かったのは前回と同様「2 週間超～3 週間以内」の滞在で 35.8%を占めた。3 週間以内の滞在は全体の4分の3（75.0%）を占めた。中央値は 17 日であった。平均値は 19.6 日（前回より 1.4 日長め）であった。

2. 最も関心のある体験（選択式5つまで）

(1) 最も関心のある体験は「伝統的建築様式」がトップ

20 種の選択肢から、最も関心のある体験を5つまで選択してもらった。トップ10項目の結果は、日本の伝統的観光魅力、買物に加え、ポップカルチャー、そして近年人気上昇の「ハイキング・登山・サイクリング」で占められ、トップ 10 の項目は前回と同様であるが、順位に若干変化がみられた。

総件数では前回まで 3 年連続「日本料理を食べる」がトップであったが、今回は初めて「伝統的建築様式」が1位となり、「日本料理を食べる」は 2 位に下がった。以下 3 位「伝統的日本庭園」、4 位「旅館滞在」、5 位「温泉」、6 位「買物」の順で、3 位～6 位の順位に変動はなかった。7 位「ハイキング」、8 位「ポップカルチャー」は前回の順位が入れ替わった。

9 位「美術館・博物館・アートギャラリー」、10 位「魚市場見学」は前回と同様であった。

順位	2010年				順位推移	2009年			
	最も関心のある体験内容（5つまで選択）	件数	構成比			最も関心のある体験内容（5つまで選択）	件数	構成比	
1	伝統的建築様式	627	68.2%	↑	日本料理を食べる	304	70.2%		
2	日本料理を食べる	567	61.0%	↓	伝統的建築様式	278	64.2%		
3	伝統的日本庭園	506	55.1%	—	伝統的日本庭園	218	50.3%		
4	旅館滞在	321	34.9%	—	旅館滞在	155	35.8%		
5	温泉	295	32.1%	—	温泉	147	33.9%		
6	買物	244	26.6%	—	買物	138	31.9%		
7	ハイキング・登山・サイクリング	229	24.9%	↑	ポップカルチャー	103	23.8%		
8	ポップカルチャー	225	24.5%	↓	ハイキング・登山・サイクリング	102	23.6%		
9	美術館・博物館・アートギャラリー	216	23.5%	—	美術館・博物館・アートギャラリー	97	22.4%		
10	魚市場見学	195	21.2%	—	魚市場見学	83	19.2%		

%表示は919人を母数として算出した構成比。

%表示は433人を母数として算出した構成比。

その他*は日本文化全般、日本人との交流、日本の自然景観、全国観光地、各種関心事。詳細は別紙参照。

2009年と比較して順位も構成比も上昇したもの(太字)

2009年と比較して順位も構成比も低下したもの(太字)

(2) 最優先希望体験では「伝統的建築様式」がトップに

5つまで選択された最も関心のある体験のなかから、1番優先して希望する体験を択一式で選んでもらった結果が下表のとおり。「伝統的建築様式」が前回に続き連続してトップであった。

前回結果と比較すると、1～4位の順位に変化はなく、最優先関心体験項目として人気が安定しているとみられる。第1位の「伝統的建築様式」、3位「伝統的日本庭園」の構成比は今回ともにアップしている。同時に「ポップカルチャー」は最優先希望体験として前回9位から5位に順位・構成比ともにアップしている。日本の新旧、対照的な観光魅力への関心の高まりが感じられる。「美術館・博物館・アートギャラリー」も前回12位から10位にランクアップした。

今回最優先関心項目として「その他」が6位に上昇しており、自分は日本でこれを体験したい、という具体的、明確な自分独自の動機をもって来日した人が増えたとも考えられる。「その他」は、日本文化全般、日本人との交流、日本の自然景観、観光地等の内容等(具体的記述では国立公園、剣道、禅寺、風景、パチンコ、日本人の生活(様式)体験、自然、Jロック等)であった。

順位	2010年			順位推移	2009年		
	最優先関心体験項目(択一式回答)	件数	構成比		最優先関心体験項目(択一式回答)	件数	構成比
1	伝統的建築様式	288	31.3%	—	伝統的建築様式	132	30.5%
2	日本料理を食べる	131	14.3%	—	日本料理を食べる	83	19.2%
3	伝統的日本庭園	112	12.2%	—	伝統的日本庭園	42	9.7%
4	ハイキング・登山・サイクリング	55	6.0%	—	ハイキング・登山・サイクリング	30	6.9%
5	ポップカルチャー(アニメ、漫画etc.)	49	5.3%	↑	旅館滞在	26	6.0%
6	その他	43	4.7%	↑	温泉	14	3.2%
7	旅館滞在	37	4.0%	↓	買物	14	3.2%
8	現代建築(日本の建築家による)	33	3.6%	—	現代建築(日本の建築家による)	14	3.2%
9	温泉	32	3.5%	↓	ポップカルチャー(アニメ、漫画etc.)	12	2.8%
10	美術館・博物館・アートギャラリー	29	3.2%	↑	日本語学習	11	2.5%

* 919人を母数とした構成比

2009年と比較して順位も構成比も上昇したもの(太字)

2009年と比較して順位も構成比も低下したもの(斜字)

* 433人を母数とした構成比

3. TIC 利用外国人旅行者の日本の宿泊施設予約状況と方法

(1) 訪日旅行前、海外での日本の宿泊施設予約の有無(択一式回答)

86.2%が訪日旅行前、海外で日本滞在中の宿泊施設(の少なくとも一部)を事前に予約をしてから訪日していた。そのうち、海外で日本の宿泊施設を少なくとも一部事前予約をし、且つ日本でも残りの宿について予約すると答えた人は全体の約半分弱(49.3%)を占めた。

また、13.7%は海外での事前予約はせず、国内での予約のみと回答している。つまり、計約63%が、訪日後、国内で滞在中の一部、または全部の宿泊施設を予約する、と回答している。海外で事前に全て宿予約をしてきており、日本での予約はしない、という人は全体の約3分の1強(36.9%)であった。

(2) 海外での日本の宿泊施設予約方法(選択式、複数回答)

海外で日本の宿泊施設(の少なくとも一部)を予約した人に、予約方法について選択式で回答(複数回答)してもらった。それによると、「インターネットの宿予約ウェブサイト」が最多(67.3%)で、次いで、「個々の宿泊施設のウェブサイト」(25.5%)が多く、海外での日本宿泊施設の事前予約に、インターネットが広く利用されていることが分かる。「自国の旅行代理店」で予約した人は10.0%に留まった。また、海外で日本宿泊施設予約に利用したウェブサイトでは、Expediaなど海外の予約サイトの利用が、JAPANIcan、ウェルカム・イン予約センター、Rakuten、Japanese Guest Housesなど日本発の予約サイトを上回った。

(3) 訪日後、国内での宿泊施設予約方法（選択式、複数回答）

国内到着後、国内で宿泊施設を予約するつもりの人に、予約方法について選択式で回答（複数回答）してもらったところ、「インターネットから予約」が 41.5% で最も多かった。インターネットでの予約が便利なこと、また割引利用可能なケースが多いことも影響していると思われる。

次いで「TIC が提供しているウェルカム・イン予約サービス」（* 財）国際観光サービスセンターが運営するウェルカム・イン予約センターが、低廉宿泊施設を外国人客に対して無料で予約斡旋しているサービス。）が 37.1% で多かった。3 番目に多かったのは「施設に直接電話」（して予約）で 20.2% であった。国内での宿泊施設の予約に利用したウェブサイトでは、HostelWorld が最多であった。

(4) 日本の宿泊施設決定要素（選択式3つまで）

日本の宿泊施設を決定する際に、最も重要な要素を3つまで選択してもらったところ、最も多かったのは「料金」（88.2%）、次いで「立地」（82.4%）で、かなり差をあげ3番目に多かったのは「施設形態（和式・洋式等）」（24.1%）であった。以下「口コミサイトでの評判」（22.6%）がこれにつづき、「インターネット環境」（15.4%）、「日本らしさ」（15.3%）、「英語が通じる」（14.1%）の順となっている。英語が通じることを重視する旅行者は2割に達しない、という結果となった。

(5) 日本の宿泊施設決定最優先要素（択一式回答）

日本の宿決定要素を3つまで選んでもらったなかで、一番優先する決定要素を選択してもらった結果もやはり、「料金」が過半数（53.2%）を占め最多であった。少しでも宿泊費を抑えたい、という外国人個人旅行者の強い気持ちの表れと思われる。次いで「立地」（27.4%）が多く、駅や観光地に近いなどの利便性を含め「立地」が約4分の1強の人に最優先要素として選択された。また、宿泊施設決定要素総件数では4番目に多かった「口コミサイトでの評判」は、決定最優先要素としては3番目に多かった。宿の選定や予約においてインターネットを駆使して旅行していることが窺える。

4. TIC 利用外国人旅行者の日本旅行予算額概算

(1) 1人1日当たりの宿泊費予算額概算（千円単位・記述式回答）

1人1日当たりの宿泊費予算額概算を千円単位で回答してもらった。宿泊価格帯でみると、最も多かったのは「3千円以上～6千円未満」（51.8%）で過半数を占め最多であった。次いで「6千円以上9千円未満」（22.5%）、3番目に多かったのは「9千円以上1万2千円未満」（11.5%）であった。1人1日当りの宿泊費予算を1万2千円未満と想定している人が全体の9割強（90.4%）を占めた。平均値は6,453円であった。

(2) 1人1日当たりの食事代予算額概算（千円単位・記述式回答）

1人1日当たりの食事代予算額概算を千円単位で回答してもらった。最も多かったのは、「3千円以上6千円未満」（54.8%）で過半数を占めた。次いで多かったのは「1千円以上3千円未満」（31.8%）であった。以上で86.5%を超えており、9割弱の人が1人1日当りの食事代予算を6千円未満と考えているようであった。平均値は3,857円であった。

(3) 1人当たりの買物費予算額概算 (千円単位・記述式回答)

1人当たりの買物費予算額概算を千円単位で回答してもらった。

最も多かったのは、「1万円以上2万円未満」で27.6%を占めた。次いで多かったのは、0円(全く買物をする予定が無い人)を含め「1万円未満」で、25.6%であった。両者を合わせて、買物費予算を2万円未満と想定している人が全体の過半数(53.2%)を占めた。次いで「2万円以上3万円未満」が15.8%で、買物費予算を3万円未満と想定している人が全体の7割弱(69.0%)を占めた。平均値は26,438円であった。

(4) 年間TIC利用訪日外国人個人旅行者による、訪日旅行予算(宿泊、食事、買物)総額は53億円(推計)

年間にTICを利用する訪日外国人個人旅行者は平成21年度実績で約2万4千人であった。

本アンケート調査結果で得た、訪日旅行3費目の平均値を適用して、年間の彼らの3費目予算概算総額を試算すると下記のとおり。

(注:上記3費目以外の交通費や雑費等は除外。本調査結果の平均滞在日数:19.6日を採用。)

宿泊費:	¥6,453 × (19.6-1)日 × 24,000人 =	約 2,881 百万円
食事代:	¥3,857 × 19.6日 × 24,000人 =	約 1,814 百万円
買物費:	¥26,438 × 24,000人 =	約 634 百万円
	計	約 5,329 百万円

5. 日本滞在中の買物動向 (選択式5つまで)

(1) 日本滞在中に最も購入したい品目は、「日本茶」が2年連続最多トップに。「文具」が人気上昇。

日本滞在中最も購入したいものを、20の選択肢のうち、5つまで選択してもらった。その結果、総件数では、「日本茶」が連続トップになった。第2位「着物、ゆかた」、3位「洋服」、4位「日本の菓子」。トップ4までを衣類と食品が占めた。5位の「陶磁器」は前回11位から大きく順位が上昇した。6位以下は「(デジタル)カメラ」、「日本酒」、「和風室内装飾品」、「玩具、キャラクターグッズ」、「文具」の順であった。「(デジタル)カメラ」は前回まで3年連続2位から、今回6位に順位を落とした。

一方、今回10位の「文具」は前回18位から大きく順位が上昇した。低価格でも購入可能で、個性的、多様で高品質な商品が女性を中心に、オーストラリア、米国の人々に人気を博しているようである。なお、今回買物をするつもりがない人(買物費予算額=0円)が41人、何をかうか未定(いいものに出会ったら等)が45人で購入希望品目について無記入の人も86人いた。

順位	2010年			順位推移	2009年		
	日本での購入希望品目 (複数回答:5個まで選択)	件数	* 構成比		日本での購入希望品目 (複数回答:5個まで選択)	件数	* 構成比
1	日本茶	315	34.3%	—	日本茶	141	32.6%
2	着物、ゆかた	284	30.9%	↑	カメラ、デジタルカメラ	134	30.9%
3	洋服	240	26.1%	↑	着物、ゆかた	133	30.7%
4	日本の菓子 (和菓子含む)	208	22.6%	—	日本の菓子 (和菓子含む)	126	29.1%
5	陶磁器	194	21.1%	↑	洋服	120	27.7%
6	カメラ、デジタルカメラ	192	20.9%	↓	玩具、キャラクターグッズ (ハローキティグッズ等)	106	24.5%
7	日本酒	182	19.8%	↑	履物、バッグ	104	24.0%
8	和風室内装飾品 (人形、刀、骨董品等)	176	19.2%	—	和風室内装飾品 (人形、刀、骨董品等)	100	23.1%
9	玩具、キャラクターグッズ	165	18.0%	↓	日本酒	94	21.7%
10	文具	154	16.8%	↑	音響製品 (MP3 player, i-pod等)	89	20.6%

*919人を母数とした構成比

順位も構成比も上昇したものは太字

順位も構成比も低下したものは斜字

*433人を母数とした構成比

(2) 日本での最優先購入希望品目（択一式回答）

上位 3 位は「着物、ゆかた」、「洋服」と「日本茶」

5 つまで選択された日本滞在中に購入したい品目のうち、1 番優先して購入したいものも選択してもらった。第 1 位「着物、ゆかた」、2 位「洋服」、3 位「日本茶」、4 位「(デジタル)カメラ」、5 位「陶磁器」の順であった。

総件数による順位と比較すると、総件数で第 1 位の「日本茶」は最優先購入品目としては 3 位であった。総件数で 4 位の「日本の菓子」は最優先購入希望品目としてはトップ 10 圏外であり、2 位以下での選択が多かったようだ。5 位「陶磁器」については総件数による結果と変化がなかった。また、前回の最優先購入希望品目の結果と比較すると、第 1 位と 2 位については順位に変化はなかった。前回に最優先購入希望品目として 5 位であった「日本茶」は今回 3 位に、また前回 10 位の「陶磁器」は今回 5 位にそれぞれ順位・構成比ともにアップした。このほか「玩具、キャラクターグッズ」(11 位⇒7 位)、および「漫画本」(18 位⇒10 位)も最優先購入希望品目としては前回よりそれぞれ順位・構成比ともにアップした。

一方、「カメラ、デジタルカメラ」(3 位⇒4 位)、「和風室内装飾品」(4 位⇒6 位)等は順位・構成比ともにややダウンした。

順位	2010年			順位推移	2009年		
	日本での最優先購入希望品目 (択一式回答)	件数	構成比		日本での最優先購入希望品目 (択一式回答)	件数	構成比
1	着物、ゆかた	110	13.2%	—	着物、ゆかた	57	14.3%
2	洋服	104	12.5%	—	洋服	54	13.5%
3	日本茶	80	9.6%	↑	カメラ、デジタルカメラ	50	12.5%
4	カメラ、デジタルカメラ	64	7.7%	↓	和風室内装飾品 (人形、刀、骨董品等)	28	7.0%
5	陶磁器	61	7.3%	↑	日本茶	25	6.3%
6	和風室内装飾品 (人形、刀、骨董品等)	52	6.2%	↓	日本の菓子 (和菓子含む)	23	5.8%
7	玩具、キャラクターグッズ (ハローキティグッズ等)	44	5.3%	↑	音響製品 (MP3 player, i-pod等)	20	5.0%
8	その他	41	4.9%	↑	日本酒	18	4.5%
9	日本酒	39	4.7%	↓	履物、バッグ	17	4.3%
10	漫画本	36	4.3%	↑	陶磁器	17	4.3%

2009年と比較して順位も構成比も上昇したもの(太字)
2009年と比較して順位も構成比も低下したもの(斜字)

6. 日本政府観光局ツーリストインフォメーションセンター(TIC)での情報提供についての評価

(1) TIC での情報提供についての評価（択一式回答）

「大変満足」「満足」「どちらでもない」「不満足」「大変不満足」の5段階で TIC での情報提供について評価してもらった。最も多かったのは「大変満足」(77.6%)で、次いで多かったのは「満足」(20.5%)で、これらを合わせると、全体の約 98%が TIC での情報提供サービスに満足と答えている。残り約 2%が「どちらでもない」「不満足」あるいは「大変不満」と回答した。

(2) TIC での情報提供についての評価の理由（記述式回答）

評価のレベルを選択した理由を記述式で回答してもらった。

理由としては、まず、来所時に暖かく歓迎され、フレンドリーな対応をもらったこと。次いで、外国人客の問合せ内容やニーズを注意深く、また忍耐強く聞いてもらったこと。その上で、知識豊富なスタッフがあらゆる質問に即座に回答することで、日本旅行をする上で必要な情報を効率よく収集できたこと。さらには、全国各地の宿の予約斡旋してもらえたので、安心して日本中へ旅立てる、と「大変満足」あるいは「満足」の高評価を得た。「どちらでもない」と回答した人は、おおむね情報提供は良かったが、TIC の場所を見つけにくかった、あるいは自分が必要とする特定詳細情報が英文記載でなかった等の理由が見受けられた。「不満」、「大変不満」と回答した人は、TIC の場所をみつけるまでに苦労をした人や、宿予約のために求められた個人情報の提供を嫌った人と思われる。

以上

目次

【調査概要】	1
【標本構成】	2-3
居住国/地域、性・年齢層、職業別標本構成	2
地域別標本構成(前回との比較)	3
第1章. TIC利用外国人旅行者の訪日旅行動向	4 - 5
1. 訪日回数	4
2. 訪日目的	4
3. 日本滞在予定日数	5
第2章. TIC利用外国人旅行者の訪日旅行の関心体験	6 - 11
(1)最も関心のある体験	6
(2)最も関心のある体験 過去、前回との比較、日本料理名	7 - 9
(3)最優先関心体験	10
(4)最優先関心体験 前回との比較	11
第3章. TIC利用外国人旅行者の日本の宿泊施設予約状況と予約方法	12- 16
(1)訪日旅行前、海外での日本の宿泊施設予約の有無、内訳	12
(2)海外での日本の宿泊施設予約と方法	13
(3)訪日後、国内での宿泊施設予約と方法	14
(4)日本の宿泊施設決定要素	15
(5)日本の宿泊施設決定最優先要素	16
第4章. TIC利用外国人旅行者の日本旅行予算額概算	17 - 19
1. 日本旅行の3費目予算額概算	
(1)1人1日当たりの宿泊費予算額概算	17
(2)1人1日当たりの食事代予算額概算	18
(3)1人当たりの買物費予算額概算	19
第5章. 日本での買物希望動向	20 - 25
(1)日本で最も購入したい品目 (5つまで選択)	20
(2)日本で最も購入したい品目 (5つまで選択) 過去・前回との比較	21 - 22
(3)日本で購入したい洋服	23
(4)最優先購入希望品目	24
(5)最優先購入希望品目 前回との比較	25
第6章. 日本政府観光局ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)での情報提供についての評価	26 - 28
(1)TIC での情報提供についての評価	26
(2)TIC での情報提供についての評価の理由(記述式回答)	27-28
調査票見本	29 - 30

【調査概要】

- 調査目的** : 年々増加が予想される外国人個人旅行者(FIT)の観光行動の実態や特性を把握・分析し、今後の誘致事業、受入対策に資する。
- 調査対象** : TICを利用する外国人旅行者(在住外国人を除く)
- 調査期間** : 平成 22 年 7 月 15 日(木)～平成 22 年 9 月 24 日(金)
- 調査場所** : JNTO 観光情報センター(ツーリスト・インフォメーション・センター:TIC)
- 調査方法** : 自計式(TICを利用する外国人旅行者にアンケート調査票を手渡し、本人が記入回答)
- 取得標本総数** : 919 票
- 質問内容** : 属性【居住国、性別、年齢層、職業、(択一式回答)】
(* 居住国、職業の「その他」については記述式回答)
- Q 1. 訪日回数
Q 2. 日本滞在予定日数
Q 3. 訪日主要目的(択一式回答)
Q 4. 最も関心のある体験(5つまで選択式回答)、最優先関心体験(択一式回答)
Q 5. 日本で最も購入したい品目(5つまで選択式回答)、
最優先購入希望品目(択一式回答)
Q 6. 日本旅行の3費目予算額概算(1人1日当りの食事代・宿泊費の予算額概算、
1人当たりの買物費予算額概算、千円単位で回答)
Q 7. 日本の宿泊施設予約状況と予約方法
事前予約の有無(択一式回答)、海外および日本国内での予約方法(複数回答)
日本の宿泊施設決定要素(3つまで選択式回答)、最優先決定要素(択一式回答)
Q 8. TICでの情報提供についての評価
満足度 5段階評価(択一式回答)、コメント(記述式回答)
- その他** : アンケート調査票の配布と回収にあたっては、跡見学園女子大学マネジメント学部のインターン研修生4名(指導:田中稔久教授)にご協力をいただきました。

©2010 日本政府観光局(JNTO) Japan National Tourism Organization
本書の一部あるいは全体の無断転載・複製を禁じます。
あらかじめ、日本政府観光局に、文書による承諾を求めてください。

【標本構成】

TIC利用外国人は、そのほとんどが欧・米・豪からの個人旅行者であり、今回の調査でもヨーロッパ客が全体の64.5%を占め最多となった。次いで北米、オセアニア、アジア客等の順となっている。前回(昨年)と比較すると、ヨーロッパは3.1ポイント、北米は3.0ポイントそれぞれ増加した。一方オセアニアは3.6ポイント、アジアは2.4ポイントそれぞれ減少した。居住国別では、フランスが最多で、2番目にオーストラリア、次いで米国、ドイツ、スペインの順となっている。性別内訳では、男性55.3%で若干多めであった(女性は44.7%)。年齢層別では、今回、20歳代は37.5%(前回比で1.7ポイント増)、30歳代の割合は34.2%(2.5ポイント減)で、20・30歳代を合わせると全体の71.7%を占めた。職業別では「会社従業員」が全体の約6割強(61.6%)を占め最多で、次いで多い「学生」は18.4%(前回比2.9ポイント増)、「自営業・経営者」は9.5%であった。

表1. 居住国/地域 別標本構成

居住国/地域	人数	構成比
ヨーロッパ	593	64.5%
フランス	119	12.9%
ドイツ	82	8.9%
スペイン	76	8.3%
英国	64	7.0%
オランダ	47	5.1%
イタリア	39	4.2%
スウェーデン	31	3.4%
スイス	27	2.9%
ベルギー	20	2.2%
デンマーク	16	1.7%
オーストリア	14	1.5%
ポーランド	12	1.3%
その他	46	5.0%
オセアニア	105	11.4%
オーストラリア	99	10.8%
ニュージーランド	5	0.5%
タヒチ	1	0.1%
北米	131	14.3%
米国	92	10.0%
カナダ	39	4.2%
中南米	18	2.0%
アルゼンチン	7	0.8%
チリ	3	0.3%
ブラジル	2	0.2%
コロンビア	2	0.2%
メキシコ	2	0.2%
ボリビア	1	0.1%
カリブ地域	1	0.1%
アジア	72	7.8%
シンガポール	12	1.3%
台湾	7	0.8%
韓国	6	0.7%
カザフスタン	4	0.4%
香港	3	0.3%
インドネシア	2	0.2%
フィリピン	2	0.2%
インド	1	0.1%
マレーシア	1	0.1%
中国	1	0.1%
タイ	1	0.1%
パキスタン	1	0.1%
イスラエル	29	3.2%
U.A.E.	1	0.1%
トルコ	1	0.1%
計	919	100.0%

90.2%

表2. 性別標本構成

性別	人数	構成比
男性	508	55.3%
女性	411	44.7%
計	919	100.0%

表3. 年齢層別標本構成

年齢層	人数	構成比
19歳以下	28	3.0%
20 - 29歳	345	37.5%
30 - 39歳	314	34.2%
40 - 49歳	113	12.3%
50 - 59歳	67	7.3%
60 - 69歳	44	4.8%
70歳以上	8	0.9%
計	919	100.0%

71.7%

表4. 職業別標本構成

職業	人数	構成比
会社従業員	566	61.6%
学生	169	18.4%
自営業・経営者	87	9.5%
その他(*)	33	3.6%
退職者	32	3.5%
求職中	14	1.5%
主婦	18	2.0%
計	919	100.0%

(*)「その他」: 医師、弁護士、教師、漁師、看護師、フリーランス3Dアーティスト、外交官、ジャーナリスト、編集者、デザイナー、旅人等。

図1. 今回の地域別標本構成

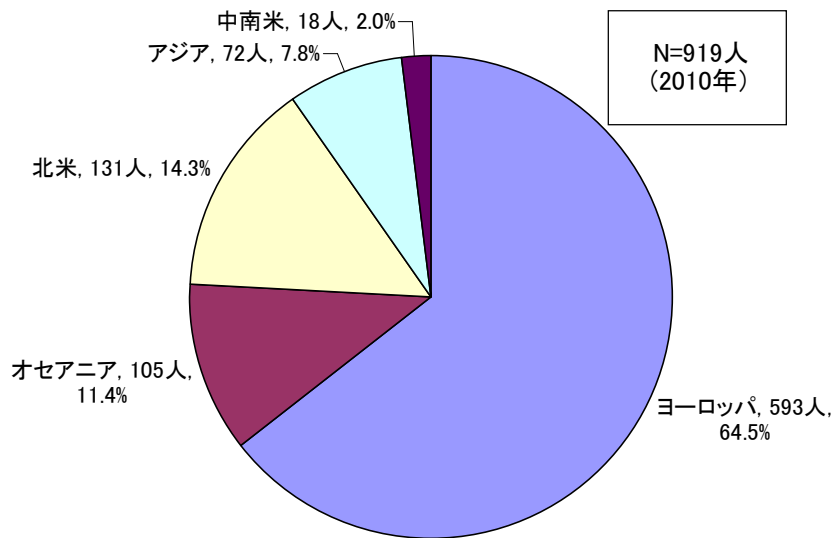
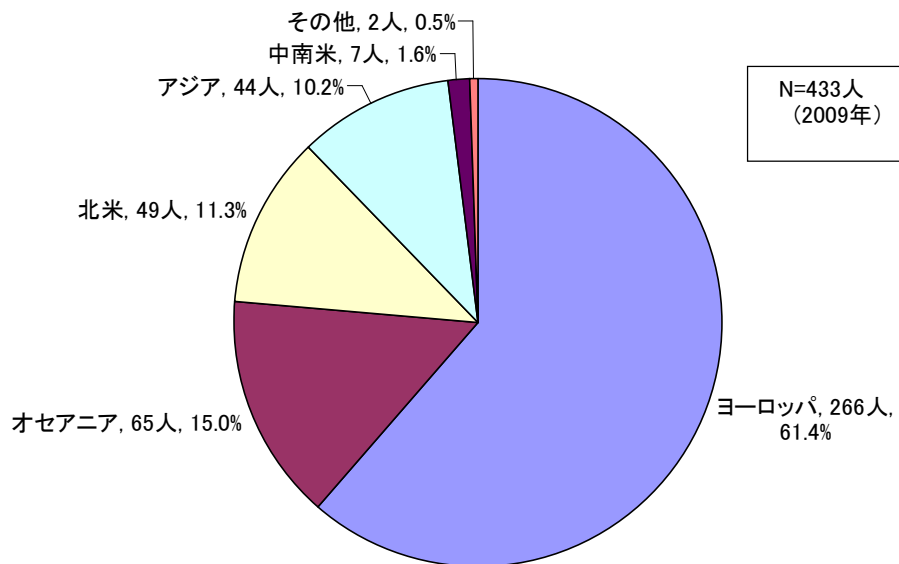


図2. 前回の地域別標本構成

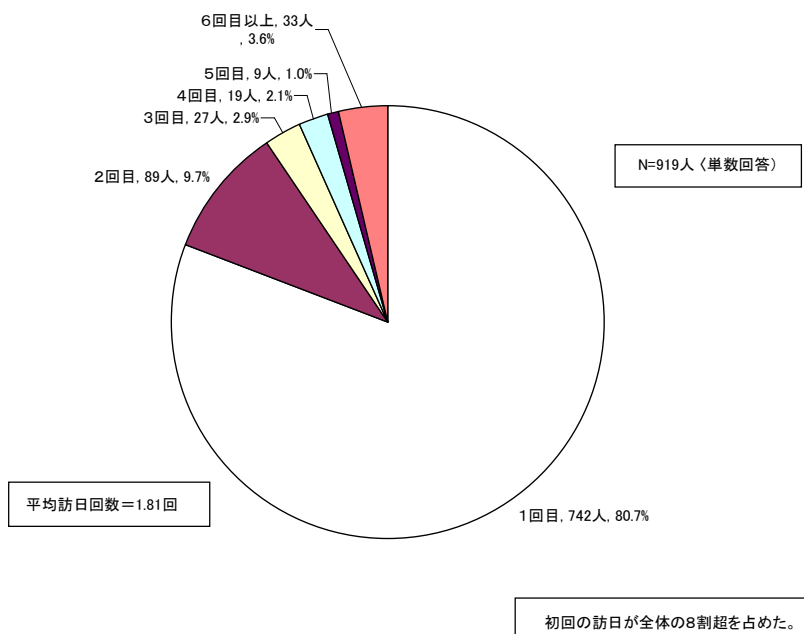


第1章. TIC利用外国人旅行者の訪日旅行動向

1. 訪日回数

「初めて(1回目)」が全体の8割強(80.7%、前回比6.6ポイント増)を占めた。一方、「2回目」(9.7%)、「3回目」(2.9%)、「4回目」(2.1%)、「5回目」(1.0%)については軒並み前回より割合が減少した。「6回目以上」は前回とほぼ同様の割合を占めた。平均訪日回数は1.81回で前回(1.80回)とほぼ同様であった。

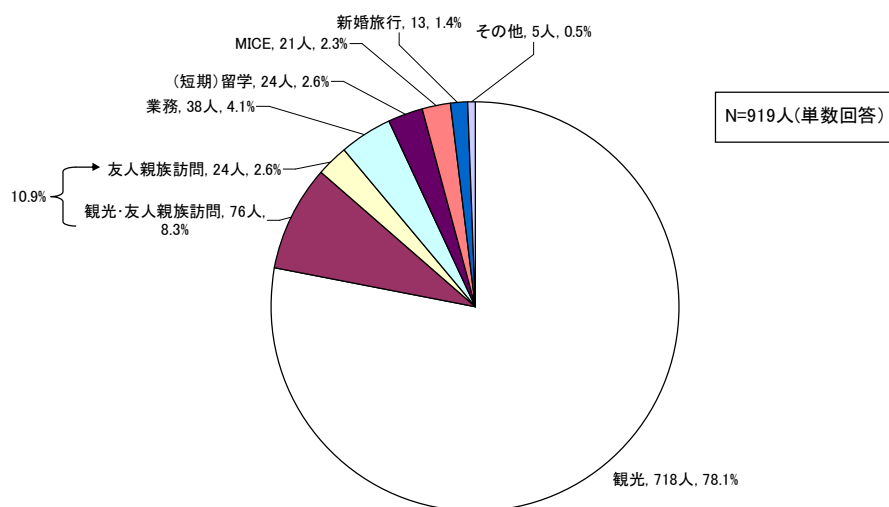
図 3. TIC利用外国人旅行者の訪日回数



2. 訪日目的

「観光」目的が全体の78.1%(前回比3.0ポイント増)を占めた。「観光・友人親族訪問」、「友人・親族訪問」の両者を合わせた割合は10.9%(前回比4.6ポイント減)であった。一方、「業務」目的が4.1%(前回比1.6ポイント増)、「(短期)留学」目的が2.6%(前回比1.0ポイント増)、「MICE(会議・研修・セミナー、褒章・招待旅行、大会・学会・国際会議、展示)」目的は2.3%(前回「会議」1.2%より1.1ポイント増)であった。

図 4. TIC利用外国人旅行者の訪日目的

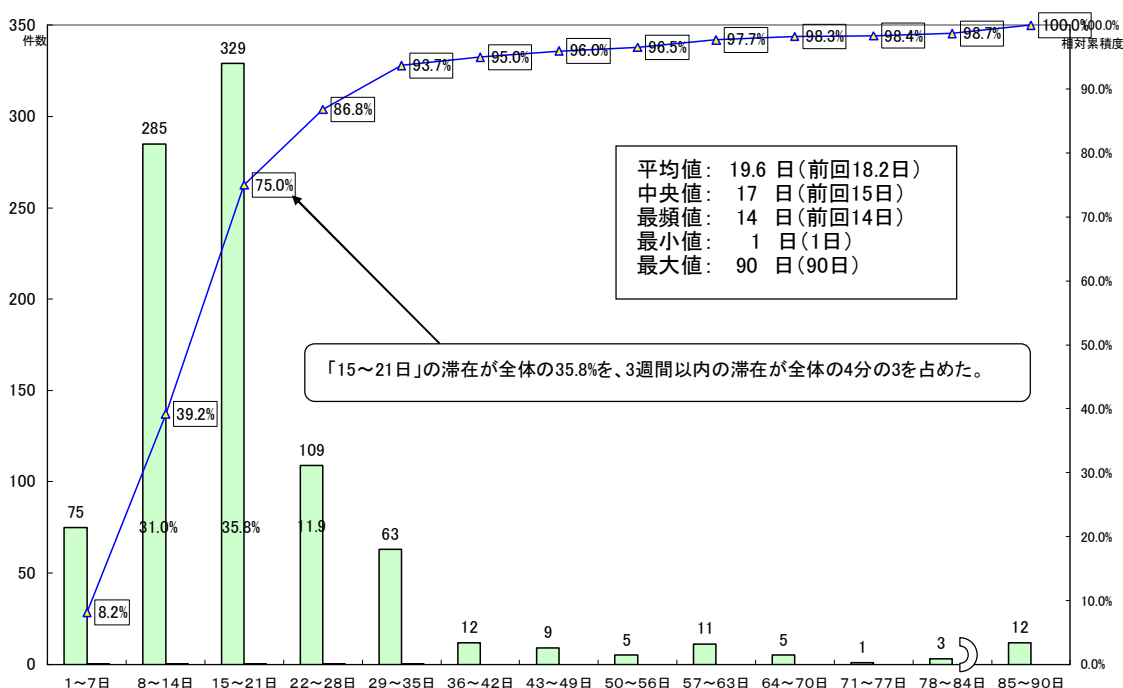


3. 日本滞在予定日数

夏に長期休暇をとる傾向のあるヨーロッパ、北米、オセアニアの回答者が多いことを反映してか、「15～21 日」が最多(35.8%)で、次いで「8～14 日」(31.0%)、「22～28 日」(11.9%)の順に多かった。3 週間以内の滞在が全体の全体の4分の3(75.0%)を占めた。最頻値(14 日)は前回、前々回から変化はなかった。

期間別に前回結果と比較すると、「1～7 日」が大幅に(6.8 ポイント)減少した。一方、「8～14 日」は 1.4 ポイント増、「15～21 日」は 2.8 ポイント増、「22～28 日」は 2.9 ポイント増であった。中央値は 17 日(前回比+2 日)となった。平均滞在予定日数は 19.6 日(前回比+1.4 日)で、日本滞在予定日数は前回より長めの傾向となっている。円高下でも、滞在予定日数は短くなるどころか、逆に長めの滞在予定をしているようだ。

図5. TIC利用外国人旅行者の日本滞在予定日数



第2章. TIC利用外国人旅行者の訪日旅行の関心体験

1. 最も関心のある体験

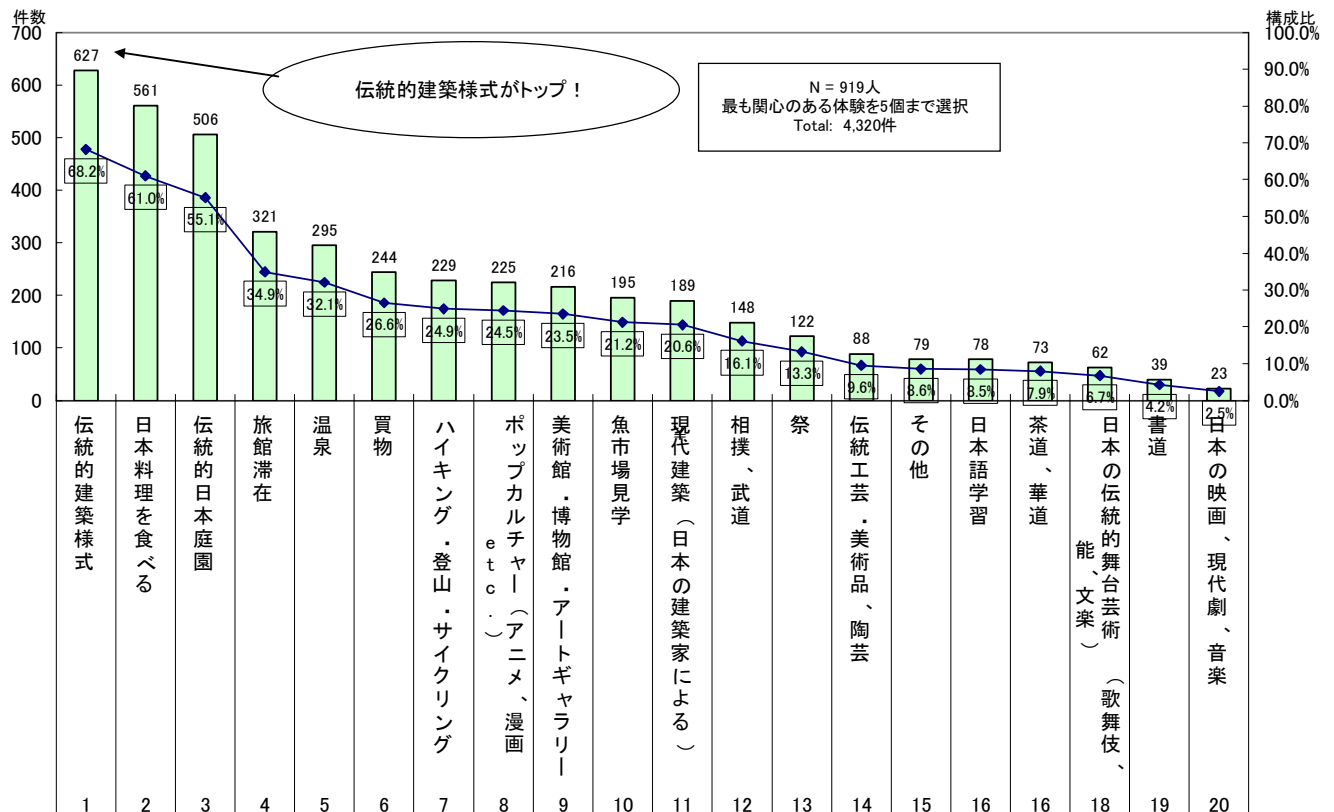
(1) 最も関心のある体験（5 つまで選択）

例年どおり、最も関心のある体験として 20 の選択肢のなかから、5 つまで選択してもらった結果が下図のとおり。

総件数では過去 3 年連続「日本料理を食べる」が最多トップであったが、今回初めて「伝統的建築様式」(68.2%)が第1位になった。2 位は「日本料理を食べる」(61.0%)で、前回までの 1 位、2 位が逆転した。3 位は「伝統的日本庭園」(55.1%)で、トップ 3 の構成比はすべて 50%超である。次いで、第 4 位「旅館滞在」(34.9%)、第 5 位「温泉」(32.1%)、第 6 位「買物」(26.6%)とつづき、3~6 位までの順位は前回と変わりなかった。7 位「ハイキング・登山・サイクリング」(24.9%)、8 位「ポップカルチャー」(24.5%)で、これらは前回と順位が逆転した。第 9 位は「美術館・博物館、アートギャラリー」(23.5%)、第 10 位「魚市場見学」(21.2%)で前回と同様であった。

今回最多トップの第 1 位の「伝統的建築様式」は、幅広い居住国・年齢層にわたって、性別も偏り無く選択された。今回 7 位に順位が上昇した「ハイキング・登山・サイクリング」は 20 歳代、30 歳代を中心に幅広い居住国の人を選択された。一方今回 8 位の「ポップカルチャー」はフランスを居住国とする人々に多く(51 件)選択されており、人気の高さが窺える。

図6. 最も関心のある体験（5 つまで選択、総件数の結果）



(2)最も関心のある体験（5つまで選択、過去の結果との比較）

この質問を設定した平成 19 年(2007 年)以来、第 1 位「日本料理を食べる」、2 位「伝統的建築様式」、3 位「伝統的庭園」が最も関心のある体験トップ3として不動であった。しかし、今回「日本料理を食べる」が第 2 位に下がり、初めて「伝統的建築様式」が第 1 位となった。

参考まで過去の結果と見比べると、「ハイキング・登山・サイクリング」の順位が徐々に上昇し、今回は 7 位となり、自然体感型体験への関心の高まりが窺える。

表 5. 最も関心のある体験（5 つまで選択、過去の結果との比較）

2009年			2008年			2007年					
順位	最も関心のある体験内容	標本数433		順位	最も関心のある体験内容	標本数845		順位	最も関心のある体験内容 (2008年の選択肢項目に準じて調整後)	標本数726	
		件数	構成比			件数	構成比			件数	構成比
1	日本料理を食べる	304	70.2%	1	日本料理を食べる	553	65.4%	1	日本料理を食べる	517	71.2%
2	伝統的建築様式	278	64.2%	2	伝統的建築様式	451	53.4%	2	伝統的建築様式	357	49.2%
3	伝統的庭園	218	50.3%	3	伝統的庭園	383	45.3%	3	伝統的庭園	336	46.3%
4	旅館滞在	155	35.8%	4	温泉	312	36.9%	4	温泉	258	35.5%
5	温泉	147	33.9%	5	買物	248	29.3%	5	旅館滞在	208	28.7%
6	買物	138	31.9%	6	旅館滞在	226	26.7%	6	現代建築	172	23.7%
7	ポップカルチャー(アニメ、漫画etc.)	103	23.8%	7	ポップカルチャー(アニメ、漫画etc.)	204	24.1%	7	魚市場見学	161	22.2%
8	ハイキング・登山・サイクリング	102	23.6%	8	現代建築	197	23.3%	8	相撲、武道	152	20.9%
9	美術館・博物館・アートギャラリー	97	22.4%	9	魚市場見学	189	22.4%	9	美術館・博物館・アートギャラリー	145	20.0%
10	魚市場見学	83	19.2%	10	美術館・博物館・アートギャラリー	180	21.3%	10	ポップカルチャー(アニメ、漫画etc.)	132	18.2%
11	現代建築	78	18.0%	11	ハイキング・登山・サイクリング	157	18.6%	11	祭	127	17.5%
12	相撲、武道	77	17.8%	12	相撲、武道	156	18.5%	12	ハイキング・登山・サイクリング	109	15.0%
13	祭	62	14.3%	13	祭	134	15.9%	13	日本語学習	94	12.9%
14	日本語学習	44	10.2%	14	茶道、華道	97	11.5%	14	茶道、華道	74	10.2%
15	伝統工芸・美術品、陶芸	41	9.5%	15	日本語学習	93	11.0%	15	日本舞台芸術(歌舞伎、能、文楽)	65	9.0%
16	茶道、華道	34	7.9%	16	伝統工芸・美術品、陶芸	72	8.5%	15	伝統工芸・美術品、陶芸	65	9.0%
16	日本の伝統的舞台芸術 (歌舞伎、能、文楽)	34	7.9%	17	伝統的舞台芸術(歌舞伎、能、文楽)	59	7.0%	17	日本の映画、現代劇、音楽	40	5.5%
18	その他	30	6.9%	18	書道	52	6.2%	18	書道	36	5.0%
19	書道	21	4.8%	19	その他	42	5.0%	19	その他	331	45.6%
20	日本の映画、現代劇、音楽	11	2.5%	20	日本の映画、現代劇、音楽	24	2.8%		*2007年は「買物」を選択肢として設定せず		
	計	2,057			計	3,829			計	3,379	

(3) 最も関心のある体験(5つまで選択、前回の順位・構成比との比較)

前回の結果と今回の結果を順位と構成比を比較したのが下表である。

そのなかで今回順位と構成比がともにアップしたのは、「ハイキング・登山・サイクリング」と「その他」(* 詳細は下記参照)であった。一方、今回順位と構成比がともにダウンしたものは「日本料理を食べる」「日本語学習」、「日本の伝統的舞台芸術」であった。

「伝統的庭園」については順位こそ3位で変わらないものの、構成比は前回比4.8ポイント増で、今回全般的に構成比がやや低めとなっているなかで、関心の高まりを示している。

表6. 最も関心のある体験 (5つまで選択、前回の順位・構成比との比較)

順位	2010年			順位推移	2009年		
	最も関心のある体験内容 (5つまで選択)	件数	構成比		最も関心のある体験内容 (5つまで選択)	件数	構成比
1	伝統的建築様式	627	68.2%	—	日本料理を食べる	304	70.2%
2	日本料理を食べる	561	61.0%	↓	伝統的建築様式	278	64.2%
3	伝統的庭園	506	55.1%	—	伝統的庭園	218	50.3%
4	旅館滞在	321	34.9%	—	旅館滞在	155	35.8%
5	温泉	295	32.1%	—	温泉	147	33.9%
6	買物	244	26.6%	—	買物	138	31.9%
7	ハイキング・登山・サイクリング	229	24.9%	↑	ポップカルチャー	103	23.8%
8	ポップカルチャー	225	24.5%	↓	ハイキング・登山・サイクリング	102	23.6%
9	美術館・博物館・アートギャラリー	216	23.5%	—	美術館・博物館・アートギャラリー	97	22.4%
10	魚市場見学	195	21.2%	—	魚市場見学	83	19.2%
11	現代建築	189	20.6%	—	現代建築	78	18.0%
12	相撲、武道	148	16.1%	—	相撲、武道	77	17.8%
13	祭	122	13.3%	—	祭	62	14.3%
14	伝統工芸・美術品、陶芸	88	9.6%	↑	日本語学習	44	10.2%
15	その他*	79	8.6%	↑	伝統工芸・美術品、陶芸	41	9.5%
16	日本語学習	78	8.5%	↓	茶道、華道	34	7.9%
16	茶道、華道	73	7.9%	↓	日本の伝統的舞台芸術	34	7.9%
18	日本の伝統的舞台芸術	62	6.7%	↓	その他	30	6.9%
19	書道	39	4.2%	—	書道	21	4.8%
20	日本の映画、現代劇、音楽	23	2.5%	—	日本の映画、現代劇、音楽	11	2.5%
	計	4,320	470.1%		計	2,057	475.1%

%表示は919人を母数として算出した構成比。

%表示は433人を母数として算出した構成比。

その他*は日本文化全般、日本人との交流、日本の自然景観、全国観光地、各種関心事。詳細は別紙参照。

2009年と比較して順位も構成比も上昇したものの(太字)

2009年と比較して順位も構成比も低下したものの(太字)

*「その他」項目は、既存の19の選択肢以外のものとして選択肢の最後にあげているが、具体的記述内容からみると、日本文化全般、日本人との交流、日本の自然景観、全国観光地、各種関心事等を指すことが多かった。記述具体例(一例)は下記コメント欄のとおり。

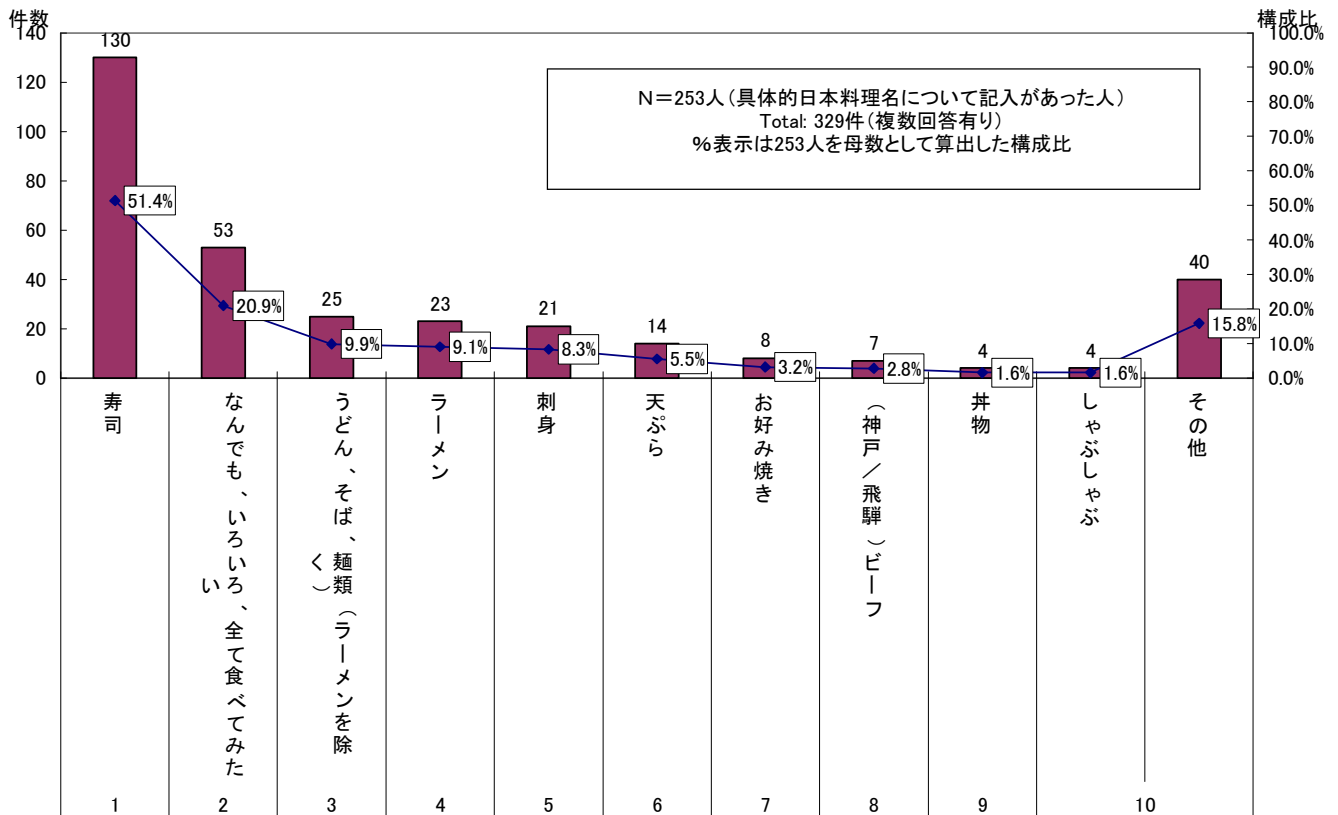
表7. 最も関心のある体験「その他」の内容(記述式回答)

分類	内容	具体的記述
日本文化全般	自国と異なる日本の文化全般や日本の現代生活様式を体験したい。 日本の精神文化や文化風習を観察したい。 日本人のように生活してみたい。	Japanese modern way of life (school, work, etc.) experience Japanese lifestyle/culture religious, spiritual culture Living like Japanese
日本人との交流	知り合いの日本人との再会。 未知の日本人と知り合いたい、友達になりたい、交流したい。 日本人の観察、パーティ・クラブ巡り、	Enjoy time with Japanese friends Interaction with Japanese people making friends People watching, partying/clubbing,
日本の自然景観	国立公園、自然環境、 日本の自然景観、海山、景色、火山を楽しみたい。	National park, nature environment Natural scenery Nature environment, Sea Mountain, Volcanoes
全国観光地	北海道、沖縄の水族館、景色 寺社、京都伝統的建築物 日本の各都市 東京(人間観察と東京のエネルギーと雰囲気を楽しみたい)	Hokkaido, Aquarium (Okinawa), Landscape, Kyoto, traditional architecture, Temple, shrines, Experience the cities, modern architecture, Atmosphere +energy in Tokyo
日本についての関心	禅寺、電子製品、武道、剣道、ビデオゲーム、パチンコ、ビール、ディズニーシー、動物園、鉄道、スポーツ、公園	Zen temples, Electronics, Martial arts, Kendo, Video Games, Pachinko, Beer, Disney Sea, Zoo, Railways, Sports, Parks

(4) 「日本料理を食べる」について、食べたい日本料理とは(記述式回答)

最も関心のある体験の総件数2位で人気の高い「日本料理を食べる」については、どんなもの食べることを楽しみにしているか尋ねてみた。「日本料理を食べる」を選択した 561 人の約 45.1%に相当する 253 人から、日本料理名について記述式回答を得た結果が下図のとおり。これによると、「Sushi」がよく知られ、人気も高いことが分かる。次いで多いのは「なんでも」「いろいろ」「全て」というような記述で、本場の日本料理を(これまで海外で知らなかったものも含め)なんでも試してみたいということであろう。3番目に多かったのは、「うどん」、「そば」を含む「麺類(Noodles)」という記述であった。僅差で「ラーメン」が続いている。両者を合わせてラーメンを含む麺類では、19%にのぼる。次いで多かったのは「刺身」「天ぷら」であった。「お好み焼き」や「丼物」等の記述もみられた。

図7 . 食べたい日本料理名 (メニュー) とは(記述式回答)



2. 最優先関心体験

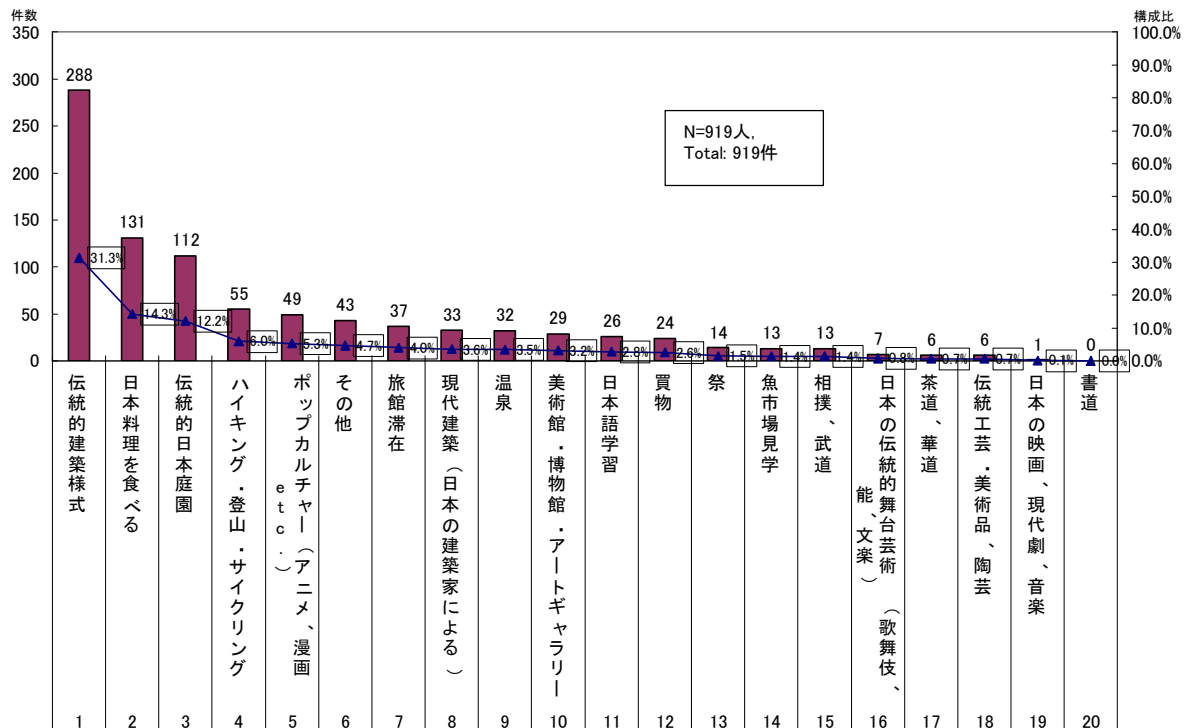
(1) 最優先関心体験（択一式回答）

最も関心のある体験を5つまで選択してもらったなかで、1番優先して体験したいことについて回答してもらった結果が下図のとおり。初めて総件数で最多トップとなった「伝統的建築様式」が、最優先関心体験として、前回に続き2年連続トップとなった。

第2位「日本料理を食べる」、3位「伝統的・日本庭園」で、トップ3までは総件数による結果と同様の結果となった。これらが訪日旅行の3大関心事といってよさそうである。4位は「ハイキング・登山・サイクリング」、5位「ポップカルチャー」で、これらは総件数による順位(7位と8位)よりも高い順位である。第1位選択の割合が高いことを示している。以下、6位「その他」、7位「旅館滞在」、8位「現代建築」、9位「温泉」、10位「美術館・博物館・アートギャラリー」の順であった。

前回の結果と比べると1~4位までは同じで、最優先関心体験項目として人気が定着しているといえる。5位の「ポップカルチャー」は前回の9位から上昇した。「ポップカルチャー」を最優先関心体験に選んだ人は、性別では男性(75.5%)が圧倒的に多く、年齢層別では20歳代が最多(61.2%)を占めた。一方前回最優先関心体験項目として7位の「買物」は今回12位に順位を下げた。景気低迷や円高が影響した可能性がある。

図8. 最優先関心体験（択一式回答）



(2) 最優先関心体験 (択一式回答、前回との順位・構成比比較)

最優先関心体験項目を前回の結果(順位・構成比)と比較したものが下表のとおり。今回最優先関心体験項目として前回より順位・構成比ともアップしたのは、「ポップカルチャー」、「その他」、「美術館・博物館・アートギャラリー」等であった。

最優先関心体験項目として、第 1 位の「伝統的建築様式」、3 位「伝統的日本庭園」は、前回から順位変更はなかったが、ともに構成比がアップしており、伝統的なものへの関心が引き続き高い。また同時に、最優先関心体験項目として「ポップカルチャー」の順位・構成比ともにアップしていることから、対照的な観光魅力への関心が同時に高まりをみせている。

今回「その他」が 6 位でトップ 10 入りしており、前回より順位・構成比がアップした。日本でこれを体験したい、という具体的、明確な考えをもって来日した人が増えたとも考えられる。最優先関心体験項目の「その他」は、日本文化全般、日本人との交流、日本の自然景観、観光地等の内容等(具体的記述では国立公園、剣道、禅寺、風景、パチンコ、日本人の生活(様式)体験、自然、J ロック等)であった。

一方、「旅館滞在」「買物」については、今回最優先で体験したいものとしての順位・構成比は、ダウンした。

表 8. 最優先関心体験 (択一式回答、前回との順位・構成比比較)

順位	2010年			順位推移	2009年		
	最優先関心体験項目(択一式回答)	件数	構成比		最優先関心体験項目(択一式回答)	件数	構成比
1	伝統的建築様式	288	31.3%	—	伝統的建築様式	132	30.5%
2	日本料理を食べる	131	14.3%	—	日本料理を食べる	83	19.2%
3	伝統的日本庭園	112	12.2%	—	伝統的日本庭園	42	9.7%
4	ハイキング・登山・サイクリング	55	6.0%	—	ハイキング・登山・サイクリング	30	6.9%
5	ポップカルチャー(アニメ、漫画etc.)	49	5.3%	↑	旅館滞在	26	6.0%
6	その他	43	4.7%	↑	温泉	14	3.2%
7	旅館滞在	37	4.0%	↓	買物	14	3.2%
8	現代建築(日本の建築家による)	33	3.6%	—	現代建築(日本の建築家による)	14	3.2%
9	温泉	32	3.5%	↓	ポップカルチャー(アニメ、漫画etc.)	12	2.8%
10	美術館・博物館・アートギャラリー	29	3.2%	↑	日本語学習	11	2.5%
11	日本語学習	26	2.8%	↓	その他	11	2.5%
12	買物	24	2.6%	↓	美術館・博物館・アートギャラリー	10	2.3%
13	祭	14	1.5%	↑	相撲、武道	9	2.1%
14	魚市場見学	13	1.4%	↑	祭	9	2.1%
14	相撲、武道	13	1.4%	↓	伝統工芸・美術品、陶芸	5	1.2%
16	日本の伝統的舞台芸術(歌舞伎、能、文楽)	7	0.8%	↑	魚市場見学	4	0.9%
17	茶道、華道	6	0.7%	↑	日本の伝統的舞台芸術(歌舞伎、能、文楽)	4	0.9%
17	伝統工芸・美術品、陶芸	6	0.7%	↓	茶道、華道	2	0.5%
19	日本の映画、現代劇、音楽	1	0.1%	↑	書道	1	0.2%
20	書道	0	0.0%	↓	日本の映画、現代劇、音楽	0	0.0%
	計	919	100.0%		計	433	100.0%

* 919人を母数とした構成比

2009年と比較して順位も構成比も上昇したもの(太字)

2009年と比較して順位も構成比も低下したもの(斜字)

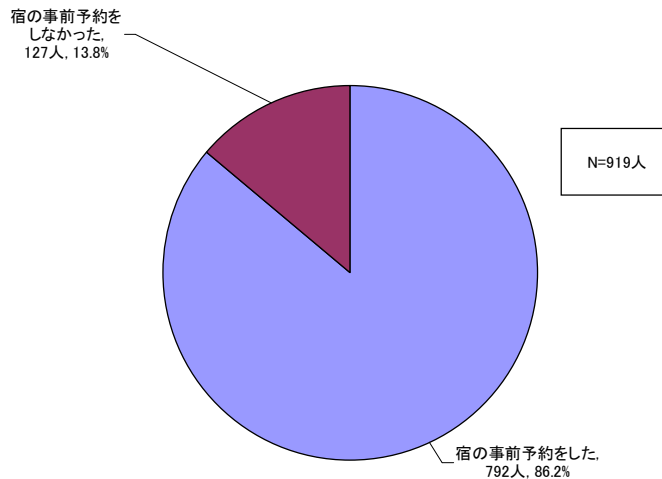
* 433人を母数とした構成比

第3章. TIC利用外国人旅行者の日本の宿泊施設予約状況と予約方法

(1) -① 海外での日本の宿泊施設予約の有無

訪日旅行前、海外での日本の宿を予約したかどうかについて尋ねた。「した(事前予約有り)」が 86.2%で大多数を占めた。「しなかった(事前予約無し)」は 13.8%に過ぎなかった。事前に海外から宿泊施設(の少なくとも一部)を予約して来る人が大多数を占めた。

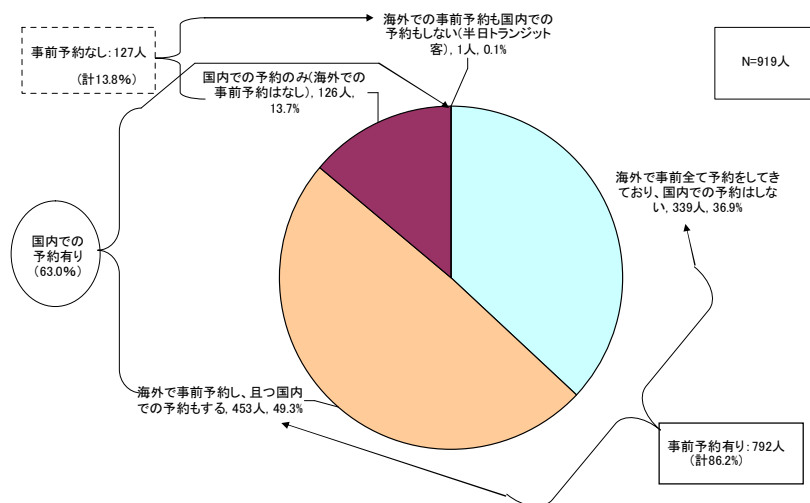
図9. 訪日旅行前、海外での日本の宿泊施設予約の有無



(1) -② 海外での日本の宿泊施設予約の内訳

86.2%が訪日旅行前、海外で日本滞在中の宿泊施設(の少なくとも一部)を事前に予約をしてから訪日していた。そのうち、海外で日本の宿泊施設を少なくとも一部事前予約をし、且つ日本でも残りの宿について予約する人は全体の約半分弱(49.3%)を占めた。また、全体の 13.7%は海外での事前予約はせず、国内での予約のみ、と回答している。つまり、訪日後、国内で滞在中の一部、または全部の宿泊施設を予約する人は合わせて、全体の 63%にのぼることが分かった。海外で事前に全て宿予約をしてきており、日本での予約はしない人は全体の約 3 分の 1 強(36.9%)であった。

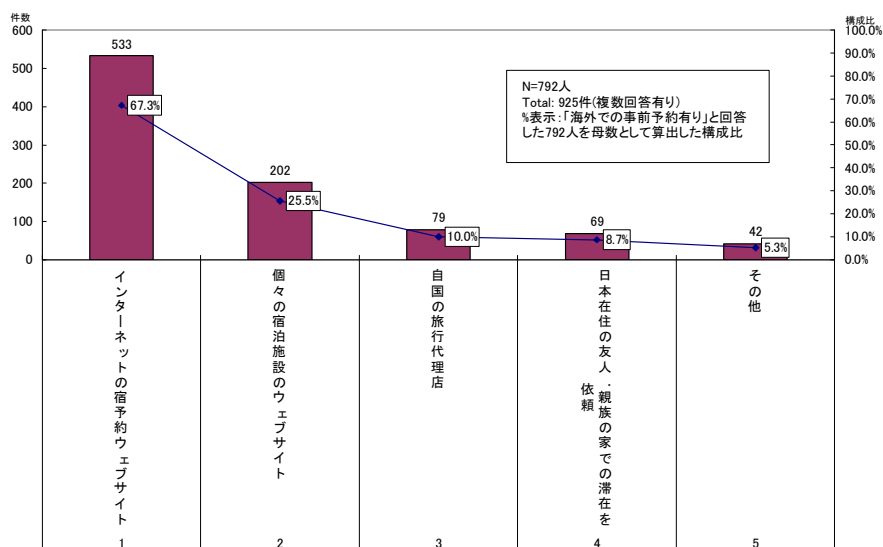
図10. 海外での日本の宿泊施設予約の内訳



(2)-① 海外での日本の宿泊施設予約方法 (選択式・複数回答)

海外で事前に日本の宿泊施設(の少なくとも一部を)予約した人に、予約方法について回答(複数回答)してもらった。それによると、「インターネットの宿予約ウェブサイト」(67.3%)が最多であった。次いで「個々の宿泊施設のウェブサイト」(25.5%)が多かった。海外での日本の宿泊施設事前予約に、インターネットが広く利用されていることが分かる。「自国の旅行代理店」で予約した人は 10.0%に留まった。「日本在住の友人・親族の家での滞在を依頼」も 8.7%あった。「その他」の内容をみると、短期留学者の寮滞在や、ビジネス客の、「日本企業(カウンターパート)が予約してくれた」、親族・友人訪問者の「親族・友人が予約してくれた」等の記述がみられた。

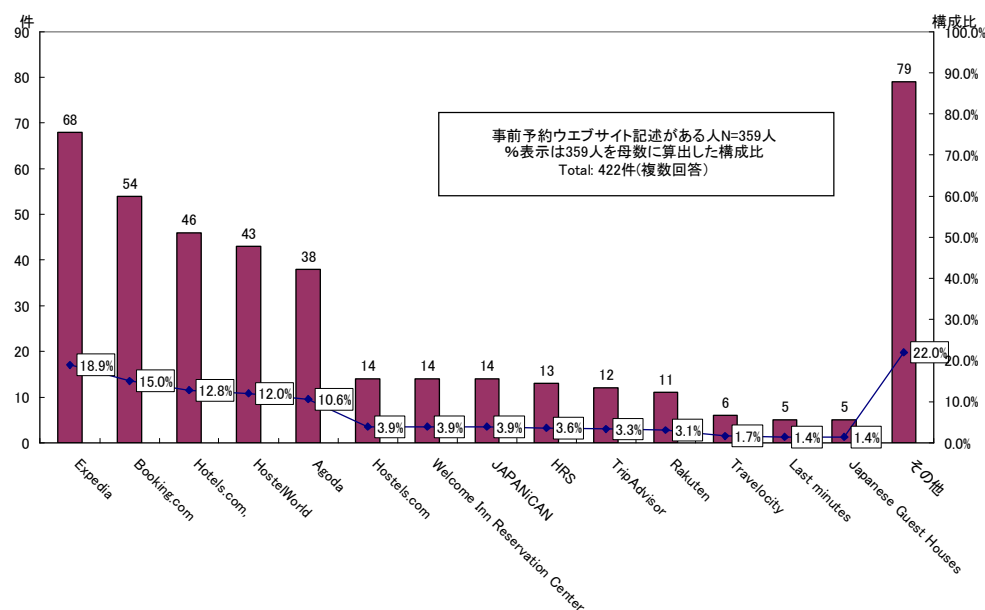
図 11. 海外での日本の宿泊施設予約方法



(2)-② 海外での宿泊施設予約に利用したウェブサイト (記述式回答)

海外での日本の宿泊施設の事前予約を「インターネットで宿予約ウェブサイト」からと回答した 533 人に、具体的に利用したウェブサイ名を尋ねたところ、359 人から計 422 件(一部複数回答)の記述を得た。記入されたウェブサイト名は必ずしも正確な表記ばかりではなかったが、Expedia, Booking.com, Hostels.com, HostelWorld, Agoda, などの海外の予約サイトの利用が、JAPANiCan、ウェルカム・イン予約センター、Rakuten、Japanese Guest Houses など日本発の予約サイトを上回った。

図 12. 海外での宿泊施設予約に利用したウェブサイト



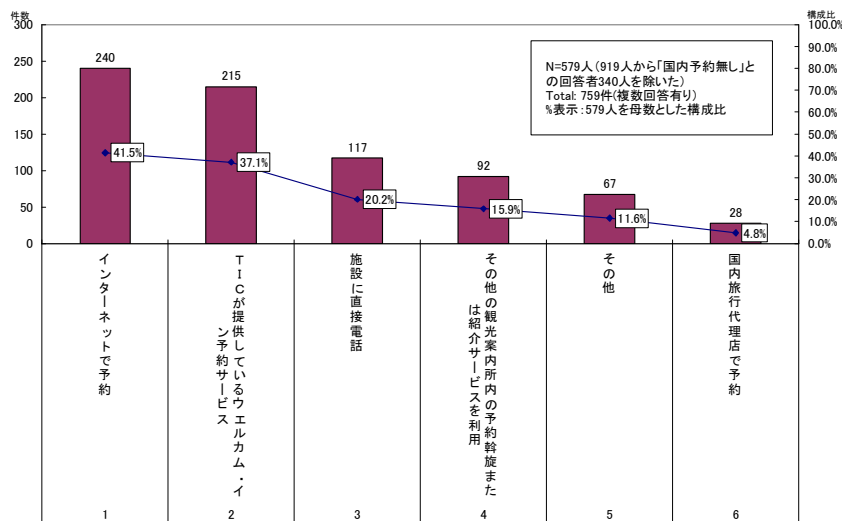
(3)-① 訪日後、国内での宿泊施設予約方法（選択式・複数回答）

訪日後、国内で予約をすると回答した 579 人に、国内での宿泊施設予約方法を尋ねたところ（選択式・複数回答）、「インターネットから予約」(41.5%)が、海外での事前予約の場合と同様、最多であった。

次いで「TIC 内 * ウェルカム・インカウンターの予約斡旋サービスを利用」(37.1%)が多かった。以下「施設に直接電話」(20.2%)、「その他の観光案内所内の予約斡旋または紹介サービスを利用」(15.9%)の順が多かった。「その他」(11.6%)は会社、親族・友人等に予約してもらう、(ガイドブックをみて)直接ホテルに電話／e-mail する、泊まりたいホテルのフロントに直接行く、前回利用したことがあるホテルを再び予約する、前泊したホテルの人に次に泊まるホテルを推薦してもらう、警察で教えてもらう、などの回答があった。「国内旅行代理店で予約」は 4.8%であった。

*注：(財)国際観光サービスセンターが運営するウェルカム・イン予約センターの低廉宿泊施設を、外国人客に対して無料で予約斡旋しているサービス。

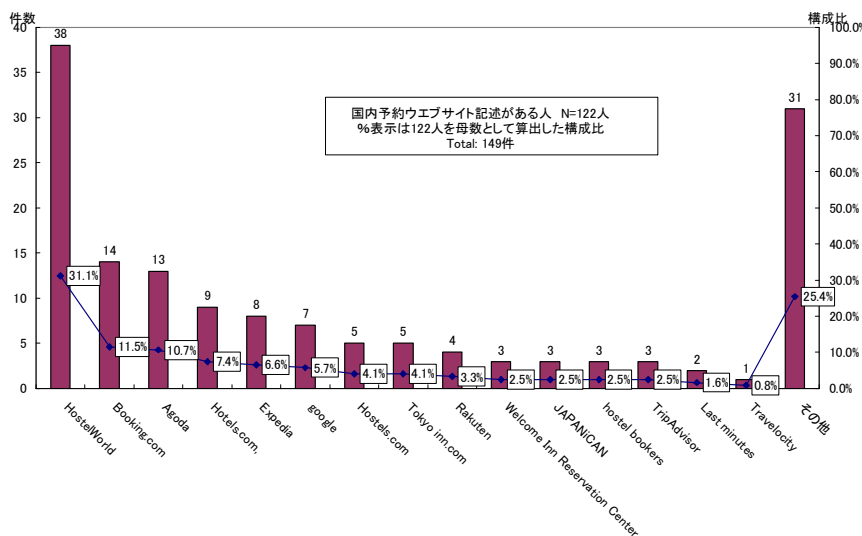
図 13. 訪日後、国内での宿泊施設予約方法（選択式、複数回答）



(3)-② 国内での宿泊施設予約に利用するつもりウェブサイト（記述式回答）

因みに、訪日後国内で宿泊施設を「インターネットで予約」と答えた 240 人に、具体的に利用する(つもり)ウェブサイト名を尋ね、122 人から、計 149 件(一部複数回答有り)の記述回答を得た結果は下図のとおり。HostelWorld, Booking.com, Agoda の順が多かった。海外での事前予約に利用したウェブサイト名と類似しているが、順位内容は多少異なる。

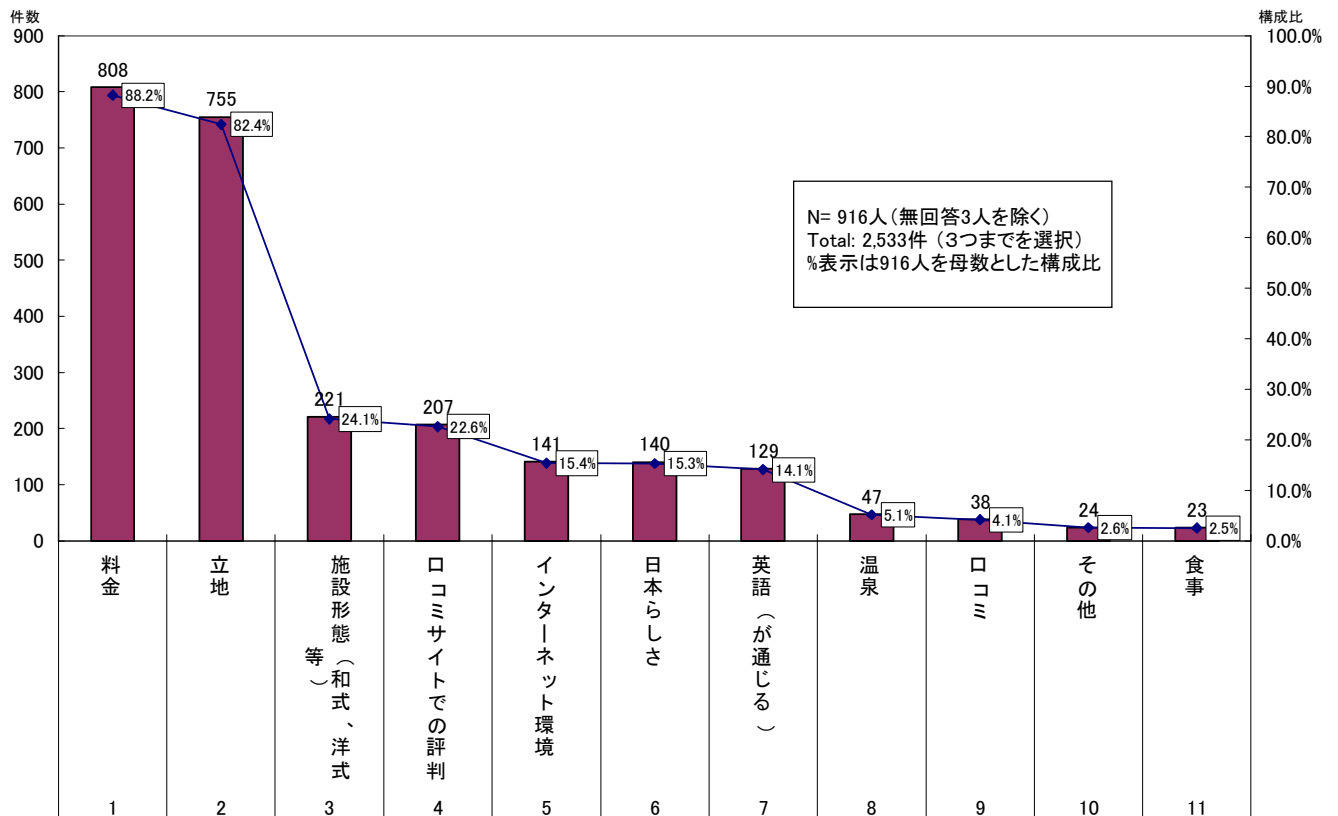
図 14. 国内での宿予約に利用するつもりウェブサイト(記述式回答)



(4) 日本の宿泊施設決定要素

また、日本の宿泊施設を予約する際、どの要素を重視して宿泊施設を決定しているのか重要な要素を3つまで選んでもらった結果が下図のとおり。最も多かったのは「料金」(88.2%)、次いで「立地」(82.4%)で、それぞれ8割以上を占め最多であった。かなり差をあげ、3番目に多かったのは「施設形態(和式、洋式等)」(24.1%)であった。「口コミサイトでの評判」(22.6%)、「インターネット環境」(15.4%)、「日本らしさ」(15.3%)、「英語(が通じる)」(14.1%)の順となっている。多くの外国人個人旅行者にとって、日本の宿泊施設を選ぶ上で、英語が通じるかどうかは必ずしも重要とは限らないようである。

図15. 日本の宿泊施設決定要素(3つまで選択、総件数の結果)



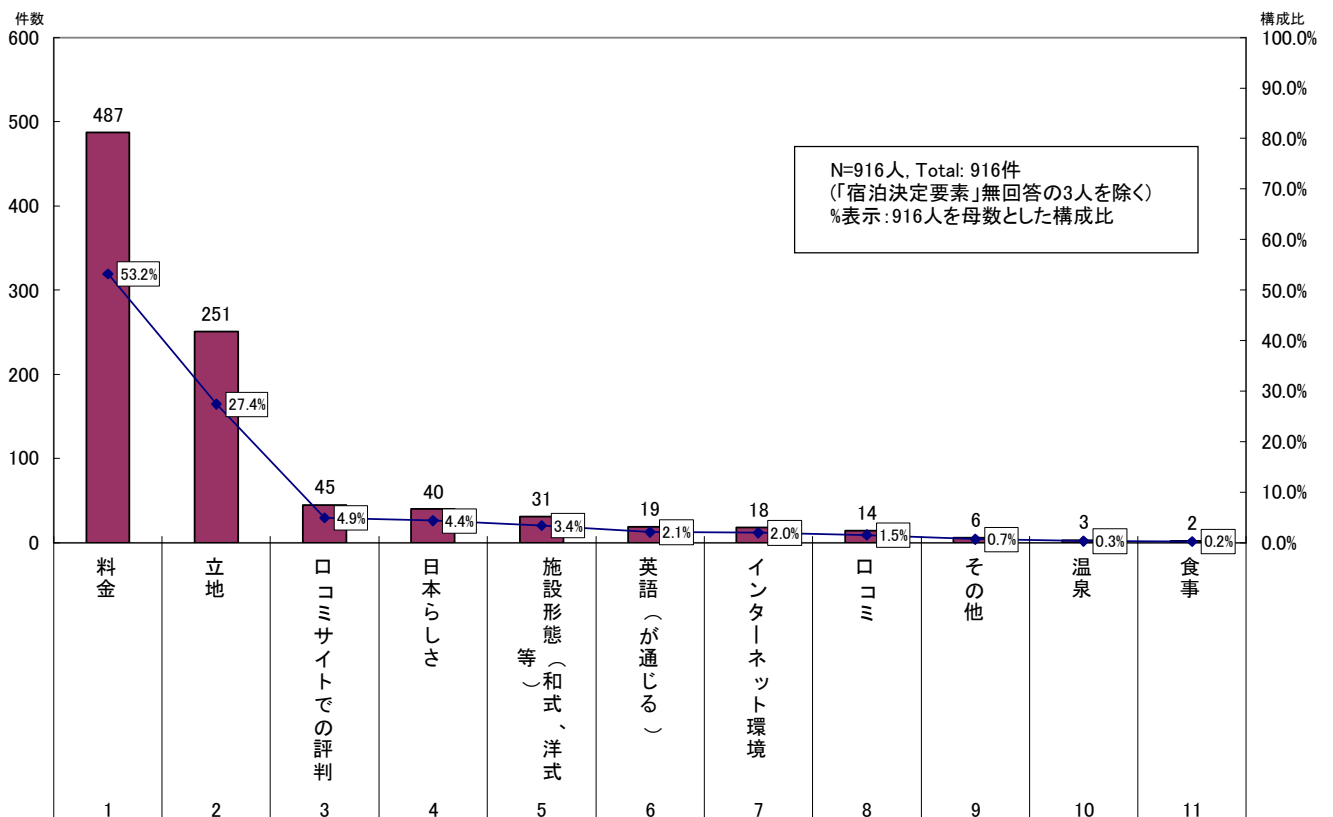
(5) 日本の宿泊施設決定最優先要素（択一式回答）

宿泊施設を決定するための重要な要素を3つまで選んでももらったが、その中でも1番重要視する、決定最優先要素を尋ねたところ、やはりここでも「料金」が過半数を超え最多であった。円高下でもあり、少しでも宿泊費を抑えたいという強い気持ちの表れとも受け取れる。

次いで「立地」(27.4%)が多く、駅や観光地に近いなどの至便性を含め「立地」が約4分の1強の人に最優先要素として選択された。また、宿泊施設決定要素総件数では4番目に多かった「口コミサイトでの評判」(4.9%)は、決定最優先要素としては3番目に多かった。宿の選定と予約において、インターネットを駆使して旅行していることが窺える。

以下、「日本らしさ」(4.4%)、「施設形態(和式、洋式等)」(3.4%)、「英語(が通じる)」(2.1%)の順で続いている。

図16. 日本の宿泊施設決定最優先要素(択一式回答)



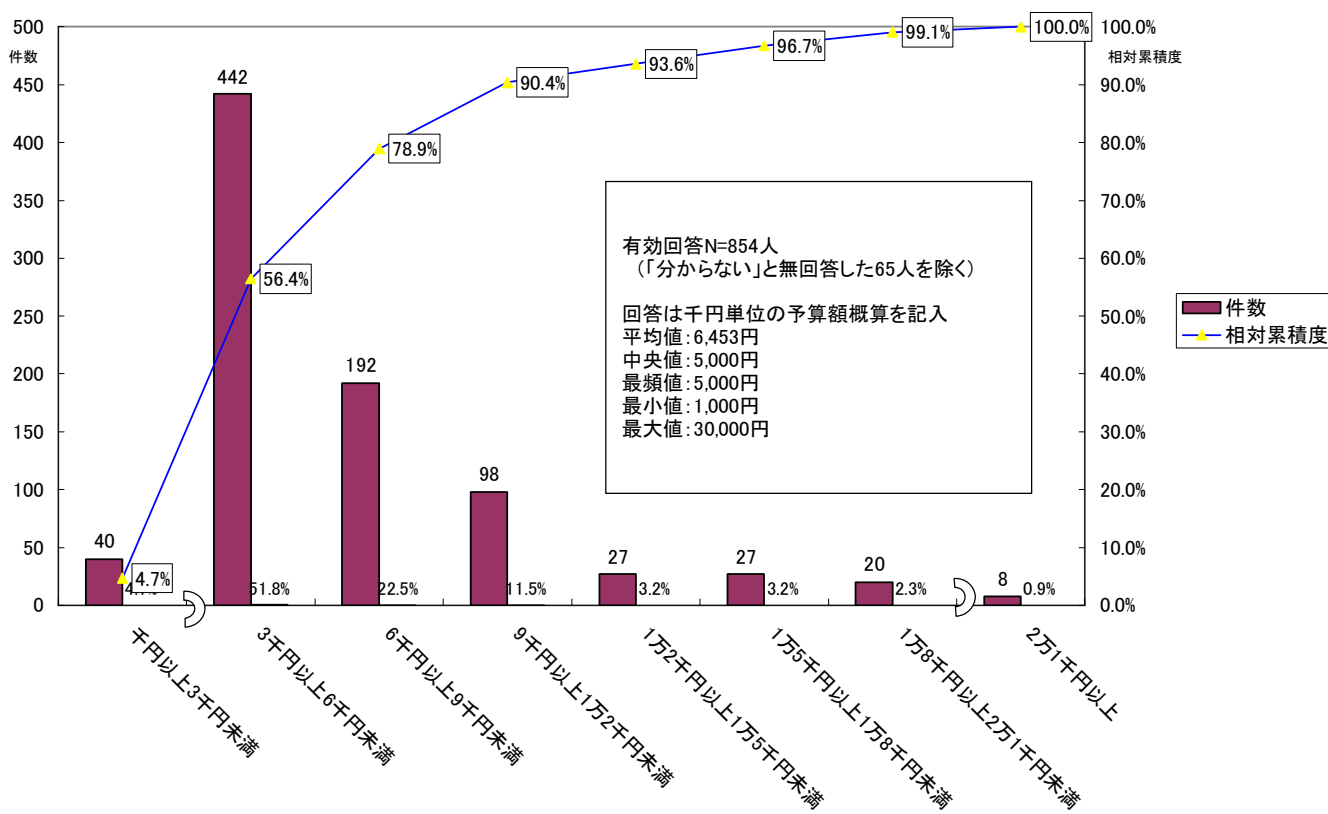
第4章. TIC利用外国人旅行者の日本旅行予算額概算

1. 日本旅行の3費目予算額概算

(1) 1人1日当たりの宿泊費予算額概算

日本滞在中、1人1日当たりの宿泊費予算額概算を千円単位で回答してもらった。ホームステイや親族・友人宅滞在者を含め、全く見当もつかない、という人、答えたくない人等計 65 人を除いた計 854 人分を集計した結果は下図のとおり。宿泊費価格帯で最も多かったのは「3千円以上6千円未満」(51.8%)で、全体の過半数を占めた。2番目に多かったのは「6千円以上9千円未満」(22.5%)、次いで多かったのは「9千円以上1万2千円未満」(11.5%)であった。1人1日当たり1万2千円未満までの宿泊費予算の人が全体の約9割強(90.4%)を占めた。平均値は 6,453 円であった。

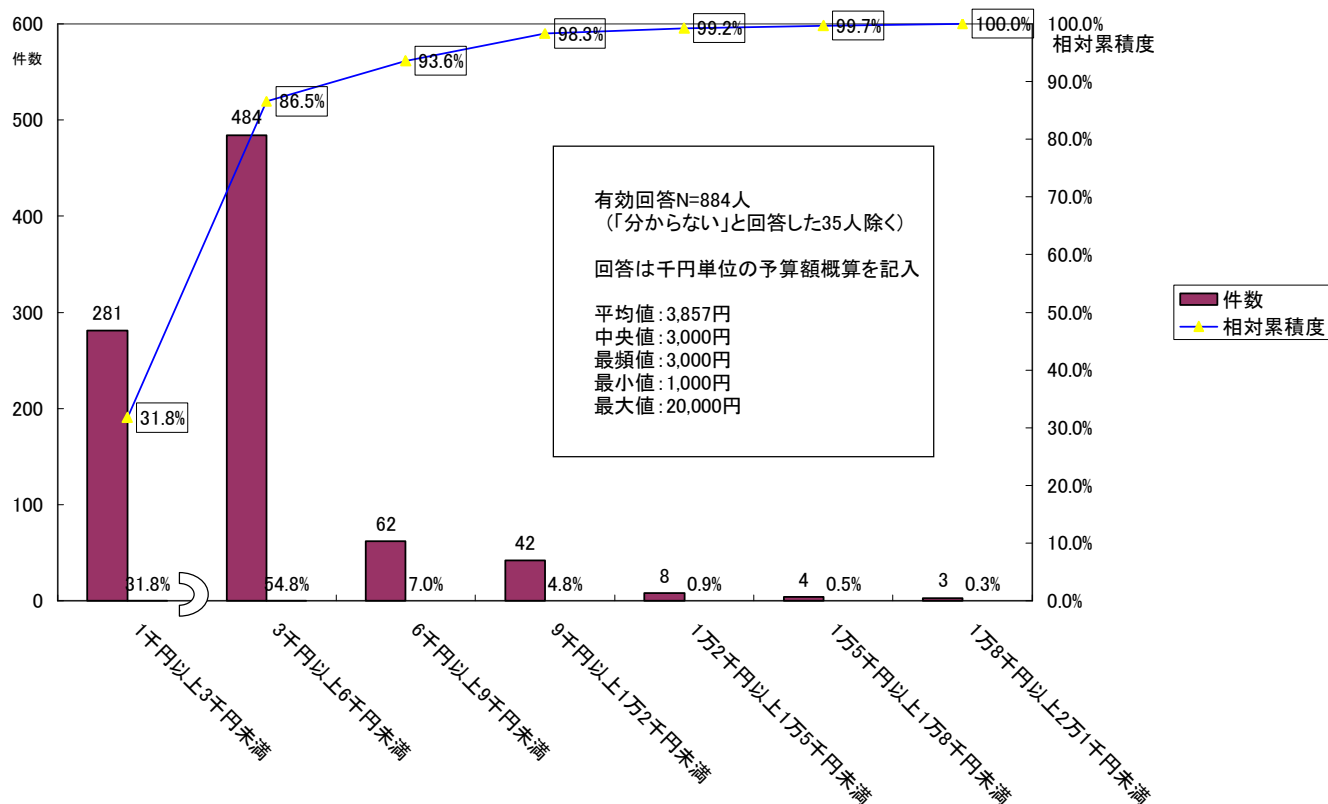
図17. 1人1日当たりの宿泊費予算額概算



(2) 1人1日当たりの食事代予算額概算

日本滞在中、1人1日当たりの食事代予算額概算を千円単位で回答してもらった。「分からない」「見当もつかない」と回答した 35 人を除いて計 884 人分を集計した結果は下図のとおり。食事代価格帯で最も多かったのは、「3千円以上6千円未満」(54.8%)で過半数を占めた。次いで多かったのは「千円以上3千円未満」(31.8%)で、1人1日当たりの6千円未満の食事代予算の人が全体の約9割弱(86.5%)を占めた。平均値は 3,857 円であった。

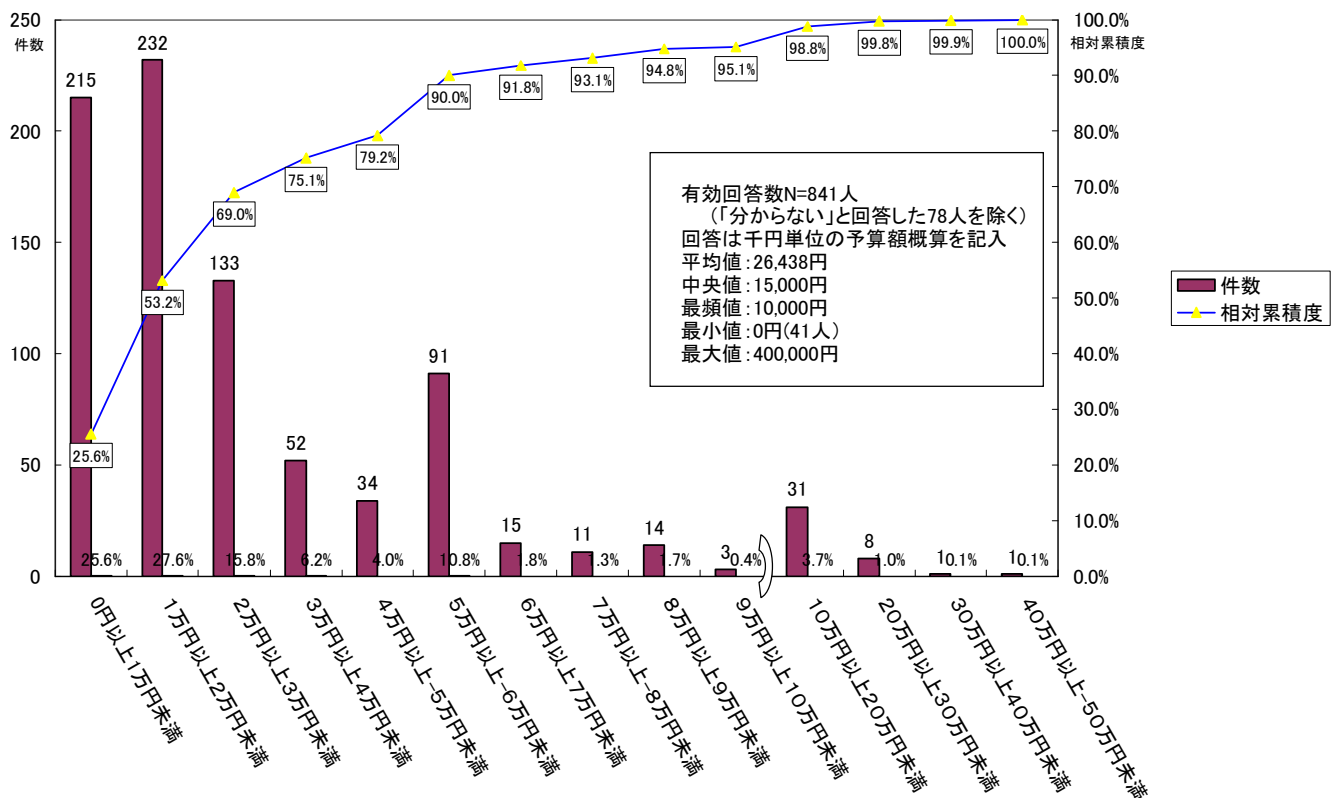
図18. 1人1日当たりの食事代予算額概算



(3) 1人当たりの買物費予算額概算

日本滞在中、1人当たりの買物費予算額概算を千円単位で回答してもらった。「分からない」「見当もつかない」等と回答した 78 人を除いて 841 人分を集計した結果は下図のとおり。買物費価格帯で最も多かったのは、「1万円以上2万円未満」(27.6%)で、次いで多かったのは「全く買物をする予定は無い。したがって0円」という回答者 41 人を含めた「1万円未満」(25.6%)であった。3番目に多かったのは「2万円以上3万円未満」(15.8%)であった。買物費予算額概算を3万円未満と想定している人が全体の7割弱(69.0%)を占めた。一方、「5万円以上6万円未満」という人も全体の1割強(10.8%)おり、次いで多かった。以下「3万円以上4万円未満」(6.2%)、「4万円以上5万円未満」(4.0%)で、1人当たり6万未満の買物費予算の人が全体の90.0%を占めた。平均値は 26,438 円であった。

図19. 1人当たりの買物費予算額概算



第5章. 日本での買物希望動向

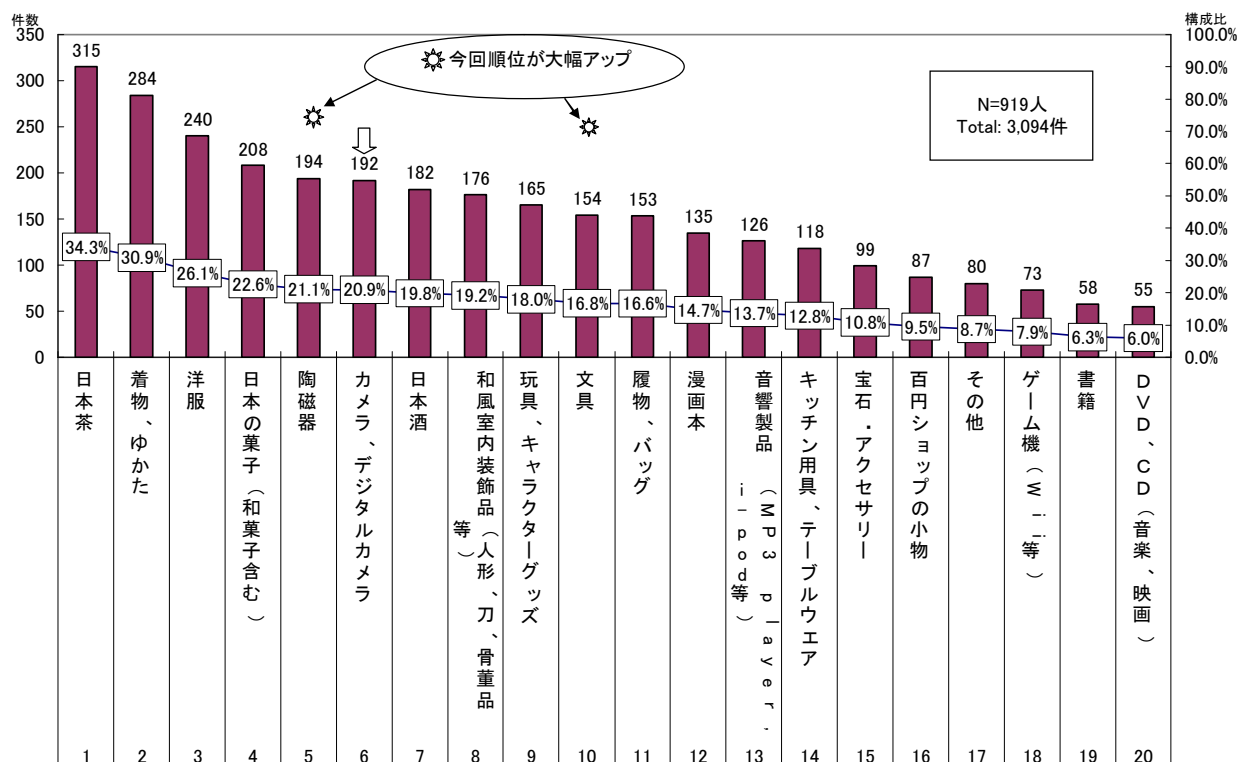
1. 日本で最も購入したい品目

(1) 日本で最も購入したい品目(5つまで選択)

例年通り、日本滞在中、最も購入したい品目を 20 項目の選択肢のなかから5つまで選択してもらった。前回初めて総件数最多となった「日本茶」が今回も最多で連続第1位となった。日本茶は海外における日本食ブームの高まりと相俟って普及し、日本食と同様、健康志向なイメージ、そして軽く持ち運びにも便利で、価格帯も広く、多くの人に選択された結果と思われる。次いで、第2位「着物、ゆかた」、第3位「洋服」、4位は「日本の菓子(和菓子含む)」で、食品と衣類で上位4位が占められた。「陶磁器」は今回5位に上昇した。次いで、6位「(デジタル)カメラ」、以下「日本酒」、「和風室内装飾品(人形、刀、骨董品等)」、「玩具、キャラクターグッズ」、「文具」の順となっている。

なお、今回買物をするつもりがない人(買物費予算額=0円)が41人、何を買うか未定の人(いいものに出会ったら)が45人で購入希望品目について無記入の人も86人いた。

図20. 日本で最も購入したい品目(5つまで選択、総件数の結果)



(2) 日本で最も購入したい品目 (5つまで選択、過去の結果)

前回の結果との比較をすると、前回 5 位の「洋服」は今回 3 位に、また前回 11 位の「陶磁器」は今回 5 位に、また、前回 18 位の「文具」が今回は 10 位に順位がアップした。「陶磁器」(194 件)は、性別では女性(110 人)に多く選択され、居住国別では、スペインの人(25 人)に最も多く選択され、これらの人々に人気が高かったことが窺える。年齢層別には、全年齢層から幅広く選択されていた。「文具」(154 件)は、性別では圧倒的に女性(89 人)に、居住国別ではオーストラリア(27 人)、米国(24 人)の人に多く選択された。

過去の結果と比較すると、5つまで選択してもらった総件数においては、「日本茶」「日本の菓子」など日本的で、価格帯が広く比較的廉価でも購入できる食品が上昇傾向にあることが分かる。しかしその一方、たとえ廉価でも「百円ショップの小物」の構成比は今回 10%を割った。

また、これまでトップ10圏外にあった「陶磁器」が5位に入ったことは注目される。一方で、前回まで3年連続2位の「(デジタル)カメラ」は今回6位にダウン。前回7位であった「履物、バッグ」は今回トップ10から外れた(11位)。「音響製品」も前回、前々回とトップ10入りしていたが、今回は13位であった。円高下で敬遠された可能性もある。

表9. 日本で最も購入したい品目(5つまで選択、過去の結果)

順位	2009年			2008年			2007年		
	日本での購入希望品目 (複数回答、5個まで選択)	件数	構成比	日本での購入希望品目 (複数回答、5個まで選択)	件数	構成比	購入希望買物品目 (20年度の分類に準じ調整後)	件数	構成比
1	日本茶	141	32.6%	1 着物、ゆかた	260	30.8%	1 洋服	207	28.5%
2	カメラ、デジタルカメラ	134	30.9%	2 カメラ、デジタルカメラ	245	29.0%	2 カメラ、デジタルカメラ	198	27.3%
3	着物、ゆかた	133	30.7%	3 日本茶	220	26.0%	3 着物、ゆかた	150	20.7%
4	日本の菓子(和菓子含む)	126	29.1%	4 洋服	198	23.4%	4 履物、バッグ	146	20.1%
5	洋服	120	27.7%	5 玩具、キャラクターグッズ	160	18.9%	5 玩具・キャラクターグッズ	124	17.1%
6	玩具、キャラクターグッズ	106	24.5%	6 履物、バッグ	143	16.9%	6 日本茶	121	16.7%
7	履物、バッグ	104	24.0%	7 漫画本(新規設定項目)	137	16.2%	7 日本酒	112	15.4%
8	和風室内装飾品	100	23.1%	8 百円ショップの小物	136	16.1%	8 日本の菓子(和菓子含む)	99	13.6%
9	日本酒	94	21.7%	9 日本の菓子(和菓子含む)	135	16.0%	9 日本の室内装飾品	93	12.8%
10	音響製品 (MP3 player, i-pod等)	89	20.6%	10 音響製品 (MP3 player, i-pod等)	132	15.6%	10 書籍	85	11.7%
11	陶磁器	77	17.8%	11 日本酒	125	14.8%	11 百円ショップの小物	82	11.3%
13	漫画本	66	15.2%	12 和風室内装飾品	95	11.2%	12 陶磁器	79	10.9%
14	宝石・アクセサリ	64	14.8%	13 陶磁器	87	10.3%	13 音響製品(i-pod等)	69	9.5%
15	百円ショップの小物	54	12.5%	14 ゲーム機(Wii等)	83	9.8%	14 DVD、CD(音楽、映画)	59	8.1%
16	DVD、CD(音楽、映画)	49	11.3%	15 宝石・アクセサリ	74	8.8%	15 宝石・アクセサリ	46	6.3%
16	ゲーム機(Wii等)	48	11.1%	16 キッチン用具、テーブルウェア	69	8.2%	15 ゲーム機(ハード・ソフトWii等)	46	6.3%
12	その他	46	10.6%	17 DVD、CD(音楽、映画)	68	8.0%	17 キッチン用具、テーブルウェア	40	5.5%
18	文具	44	10.2%	18 書籍、	64	7.6%	18 文具	35	4.8%
18	書籍	43	9.9%	19 文具	46	5.4%	19 その他	157	21.6%
20	キッチン用具、テーブルウェア	42	9.7%	20 その他	52	6.2%			
	計	1,680	388.0%	計	2,529	299.3%	計	1,948	268.3%

注) 2008年は購入希望買物品目の選択肢を2007年の29品目から20品目に削減。

注) 2007年は「漫画本」という選択肢は無し。

標本数433人

標本数845件

標本数726件

(3) 日本で最も購入したい品目(5つまで選択、前回と順位・構成比比較)

5つまで選択してもらった総件数による結果を、前回の結果と比較すると、「着物、ゆかた」、「陶磁器」、「文具」、「キッチン用具、テーブルウエア」については、順位・構成比ともにアップしており、今回人気の上昇が窺える。

一方「(デジタル)カメラ」「玩具、キャラクターグッズ」「履物、バッグ」「音響製品」については、前回より順位・構成比ともにダウンした。円高下で比較的値が張るものとして敬遠された可能性もある。

また、前回と順位に変化はなかったが、「日本の菓子」の構成比は前回より 6.5 ポイント減少した。

表 10. 日本で最も購入したい品目(5つまで選択、前回との順位・構成比比較)

順位	2010年			順位推移	2009年		
	日本での購入希望品目 (複数回答: 5個まで選択)	件数	* 構成比		日本での購入希望品目 (複数回答: 5個まで選択)	件数	・構成比
1	日本茶	315	34.3%	—	日本茶	141	32.6%
2	着物、ゆかた	284	30.9%	↑	カメラ、デジタルカメラ	134	30.9%
3	洋服	240	26.1%	↑	着物、ゆかた	133	30.7%
4	日本の菓子 (和菓子含む)	208	22.6%	—	日本の菓子 (和菓子含む)	126	29.1%
5	陶磁器	194	21.1%	↑	洋服	120	27.7%
6	カメラ、デジタルカメラ	192	20.9%	↓	玩具、キャラクターグッズ (ハローキティグッズ等)	106	24.5%
7	日本酒	182	19.8%	↑	履物、バッグ	104	24.0%
8	和風室内装飾品 (人形、刀、骨董品等)	176	19.2%	—	和風室内装飾品 (人形、刀、骨董品等)	100	23.1%
9	玩具、キャラクターグッズ (ハローキティグッズ等)	165	18.0%	↓	日本酒	94	21.7%
10	文具	154	16.8%	↑	音響製品 (MP3 player, i-pod等)	89	20.6%
11	履物、バッグ	153	16.6%	↓	陶磁器	77	17.8%
13	漫画本	135	14.7%	—	漫画本	66	15.2%
14	音響製品 (MP3 player, i-pod等)	126	13.7%	↓	宝石・アクセサリ	64	14.8%
15	キッチン用具、テーブルウエア	118	12.8%	↑	百円ショップの小物	54	12.5%
16	宝石・アクセサリ	99	10.8%	↓	DVD、CD (音楽、映画)	49	11.3%
16	百円ショップの小物	87	9.5%	↓	ゲーム機 (Wii等)	48	11.1%
12	その他	80	8.7%	—	その他	46	10.6%
18	ゲーム機 (Wii等)	73	7.9%	↓	文具	44	10.2%
18	書籍	58	6.3%	—	書籍	43	9.9%
20	DVD、CD (音楽、映画)	55	6.0%	↓	キッチン用具、テーブルウエア	42	9.7%
	計	3,094	336.7%		計	1,680	388.0%

* 919人を母数とした構成比

順位も構成比も上昇したものは太字

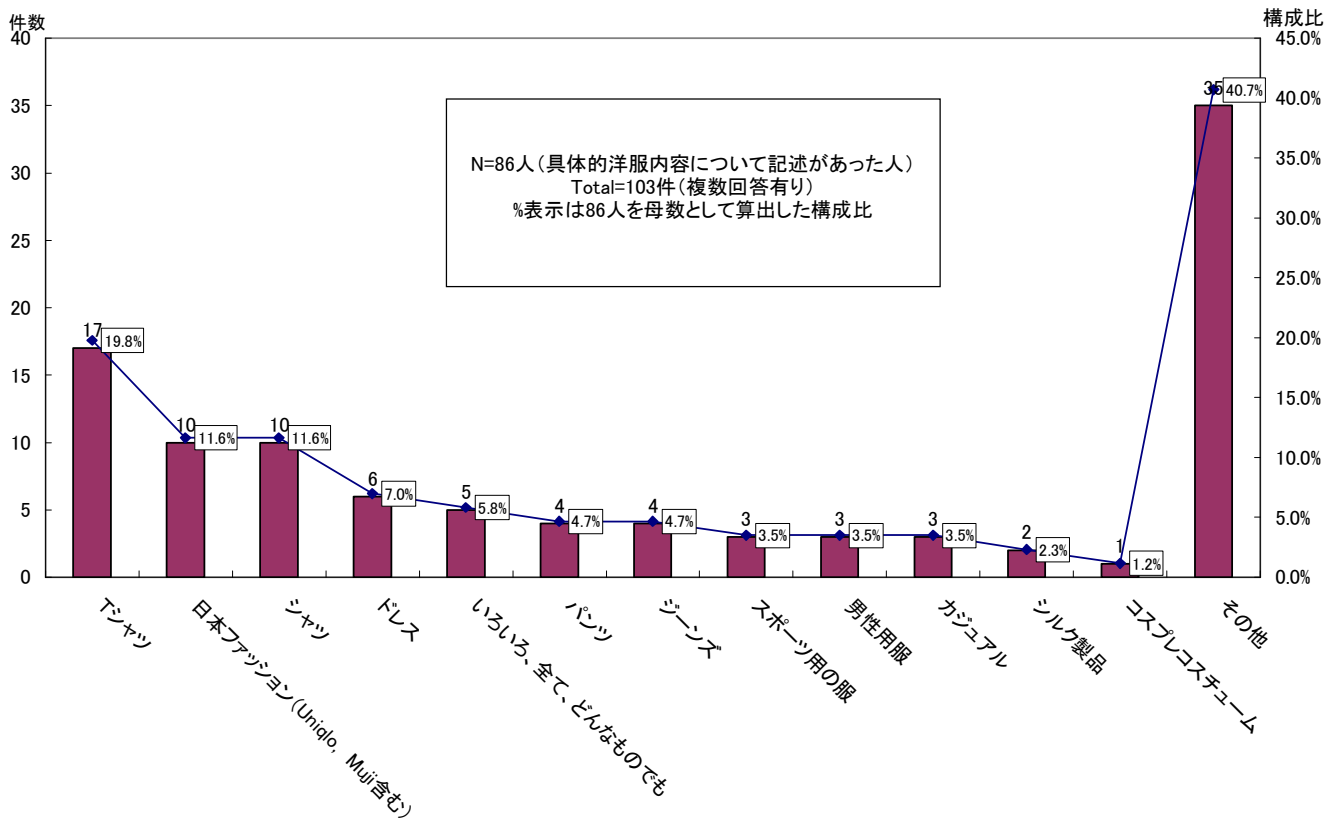
順位も構成比も低下したものは斜字

*433人を母数とした構成比

(4) 日本で購入したい洋服（記述式回答）

日本で購入したい品目として常に人気の高い「洋服」について、どのような洋服を購入したいのか、記述式で回答してもらった。日本で購入したいものとして「洋服」を選択した 240 人のうち、86 人から 103 件（一部複数回答有り）の具体的記述回答を得た結果が下図のとおり。自由記載のため、回答はまちまちであったが、「Tシャツ」を中心に、比較的低価格でも購入可能な日常着の購入を想定している人が多いようである。

図 21. 日本で購入したい洋服（記述式回答）



2. 日本での最優先購入希望品目（最優先選択の結果）

(1) 最優先購入希望品目（択一式回答）

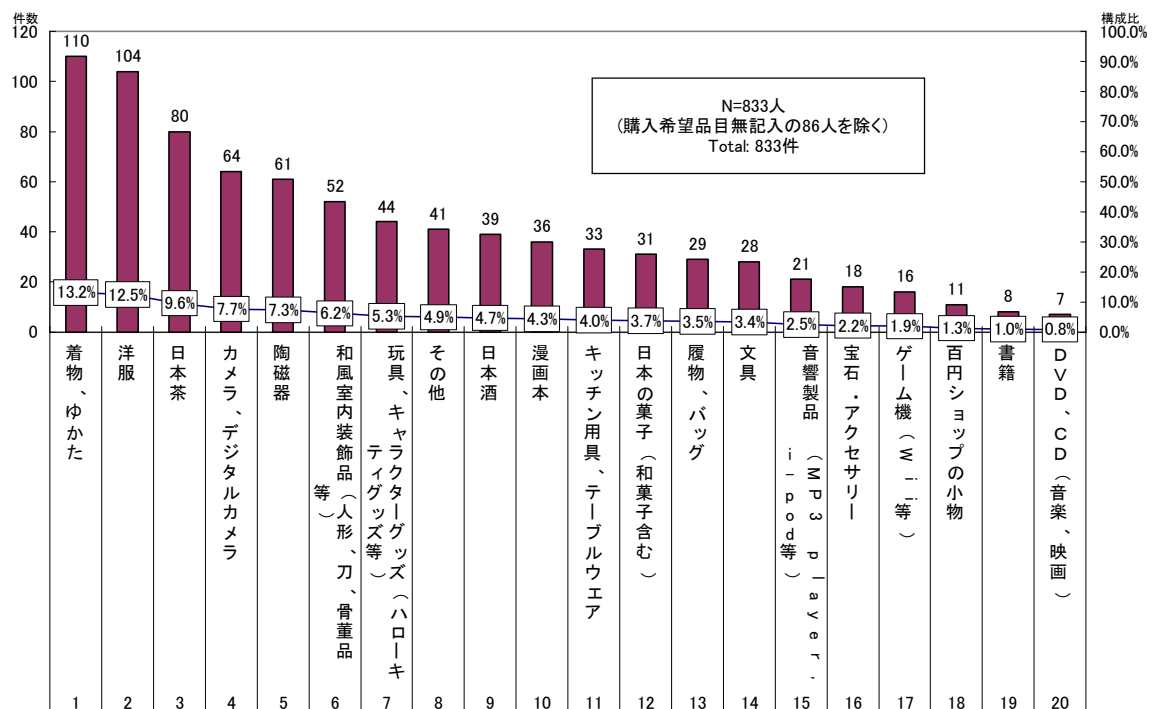
日本滞在中、最も購入したい品目を5つまで選んでもらったが、その中でも1番優先して購入したいものについても尋ねた。今回日本滞在中、買物を全くするつもりが無い人が86人おり、これらの人を除いた833人による最優先購入希望品目の結果は、下図のとおり。最優先購入品目の1位は「着物、ゆかた」、2位「洋服」、3位「日本茶」、4位「(デジタル)カメラ」、5位「陶磁器」の順であった。以下6位「和風室内装飾品(人形、刀、骨董品等)」、7位「玩具、キャラクターグッズ」、8位「その他」、9位「日本酒」、10位「漫画本」と続いている。

前述の総件数による結果と比べると、今回総件数で第1位の「日本茶」は、最優先選択件数では3位であった。総件数で4位の「日本の菓子」は最優先選択件数では12位、総件数で10位の「文具」は最優先選択件数では14位で、最優先購入希望品目としては順位が低めで、2位以下での購入希望が多めであった。

一方、4位「(デジタル)カメラ」(総件数では6位)、7位「玩具、キャラクターグッズ」(総件数では9位)、8位「その他」(総件数では17位)、10位「漫画本」(総件数では12位)は、総件数による結果よりも順位が高く、最優先選択が多めであったことを示している。

今回最優先購入希望品目として8位に「その他」が入っており、設定していた選択肢以外のものを最優先で購入したい人が比較的多かった。日本でこれを購入したい、という明確な希望をもって来日した人もおり、具体的記述内容は、漆製品、自転車部品、日本製のビール、現代アート(作品)、日本製ウイスキー、マックブック(PC)、弁当(箱)、電子辞書、食料品、スナック類、作務衣、版画、骨董の武具、版画(浮世絵)、風呂敷、和紙、無病のお守り、昔の絵葉書等があった。また、「(まだ何を買うかについては未定だが、)何か素敵なものに出会えたら…」という回答もみられた。

図22. 最優先購入希望品目（択一式回答）



(2) 最優先購入希望品目 (択一式回答、前回との順位・構成比比較)

前回最優先購入希望品目の結果と比較すると、第1位「着物、ゆかた」、2位「洋服」については、ともに衣類系で、前回と同じ順位であった。

前回の最優先購入希望品目の結果と比較すると、「日本茶」(前回 6 位⇒今回 3 位)、「陶磁器」(前回 10 位⇒今回 5 位)、以下「玩具、キャラクターグッズ」(前回 11 位⇒今回 7 位)、「その他」(前回 12 位⇒今回 8 位)、「漫画本」(前回 18 位⇒今回 10 位)は、順位・構成比ともにアップしており、最優先購入希望品目として人気の上昇が窺える。

一方、最優先購入希望品目として今回順位・構成比ともに低下したのは「カメラ、デジタルカメラ」(3 位⇒4 位)、「和風室内装飾品(人形、刀、骨董品等)」(4 位⇒6 位)、「日本の菓子(和菓子含む)」(6 位⇒12 位)、「履物、バッグ」(9 位⇒13 位)、「音響製品」(7 位⇒15 位)等であった。

表 11. 最優先購入希望品目 (択一式回答、前回との順位・構成比比較)

順位	2010年			順位推移	2009年		
	日本での最優先購入希望品目 (択一式回答)	件数	* 構成比		日本での最優先購入希望品目 (択一式回答)	件数	・構成比
1	着物、ゆかた	110	13.2%	—	着物、ゆかた	57	14.3%
2	洋服	104	12.5%	—	洋服	54	13.5%
3	日本茶	80	9.6%	↑	カメラ、デジタルカメラ	50	12.5%
4	カメラ、デジタルカメラ	64	7.7%	↓	和風室内装飾品(人形、刀、骨董品等)	28	7.0%
5	陶磁器	61	7.3%	↑	日本茶	25	6.3%
6	和風室内装飾品(人形、刀、骨董品等)	52	6.2%	↓	日本の菓子(和菓子含む)	23	5.8%
7	玩具、キャラクターグッズ (ハローキティグッズ等)	44	5.3%	↑	音響製品 (MP3 player, i-pod等)	20	5.0%
8	その他	41	4.9%	↑	日本酒	18	4.5%
9	日本酒	39	4.7%	↓	履物、バッグ	17	4.3%
10	漫画本	36	4.3%	↑	陶磁器	17	4.3%
11	キッチン用具、テーブルウェア	33	4.0%	↑	玩具、キャラクターグッズ (ハローキティグッズ等)	14	3.5%
12	日本の菓子(和菓子含む)	31	3.7%	↓	その他	14	3.5%
13	履物、バッグ	29	3.5%	↓	キッチン用具、テーブルウェア	11	2.8%
14	文具	28	3.4%	↑	宝石・アクセサリ	10	2.5%
15	音響製品 (MP3 player, i-pod等)	21	2.5%	↓	文具	9	2.3%
16	宝石・アクセサリ	18	2.2%	↓	ゲーム機 (Wii等)	7	1.8%
17	ゲーム機 (Wii等)	16	1.9%	↓	書籍	7	1.8%
18	百円ショップの小物	11	1.3%	↑	漫画本	6	1.5%
19	書籍	8	1.0%	↓	百円ショップの小物	6	1.5%
20	DVD、CD (音楽、映画)	7	0.8%	—	DVD、CD (音楽、映画)	6	1.5%
	計	833	100.0%		計	399	100.0%

* 833人を母数とした構成比

2009年と比較して順位も構成比も上昇したもの(太字)

2009年と比較して順位も構成比も低下したもの(斜字)

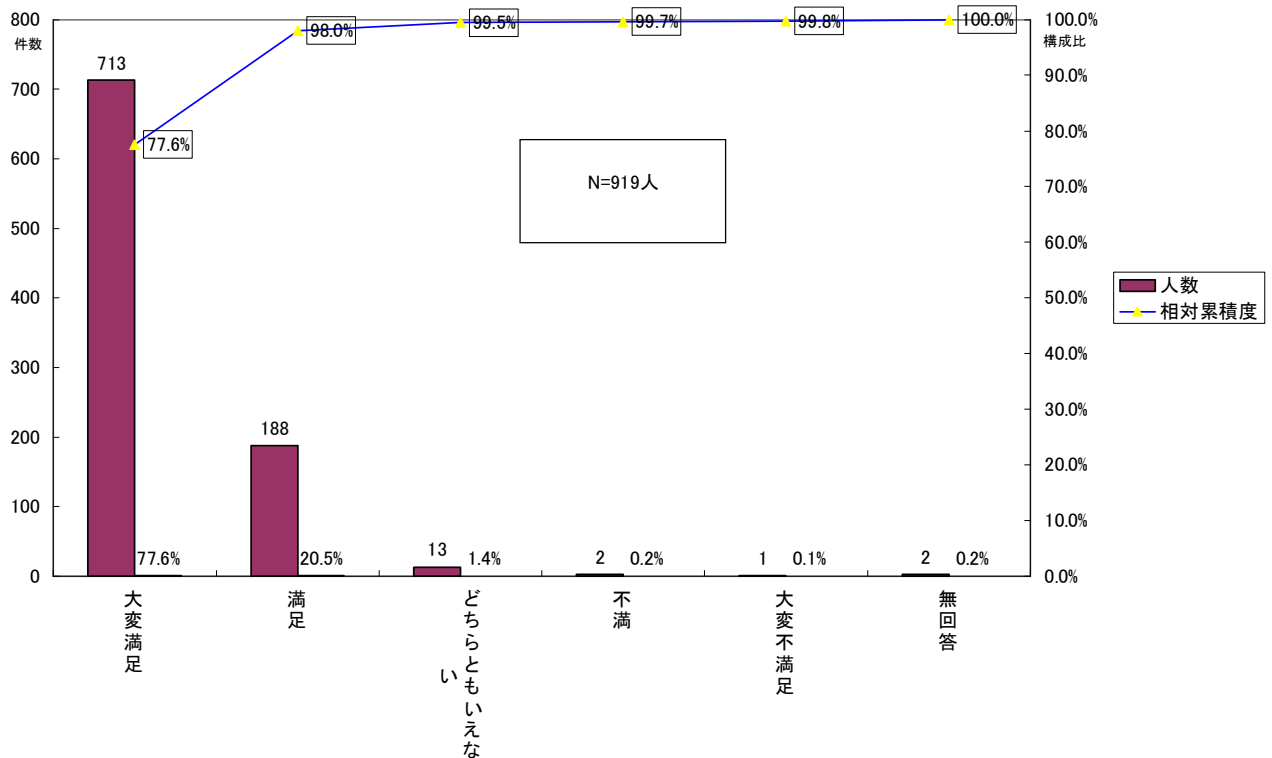
・ 399人を母数とした構成比

第6章. 日本政府観光局ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)での情報提供についての評価

(1) TIC での情報提供についての評価 (択一式回答)

「大変満足」「満足」「どちらでもない」「不満足」「大変不満足」の5段階で TIC での情報提供について評価をもらった。最も多かったのは最良評価の「大変満足」(77.6%)で、次いで多かったのは 2 番目に良い評価の「満足」(20.5%)で、これらをあわせると、全体の約 98%が TIC での情報提供に満足と回答した。残り約 2%が「どちらでもない」「不満足」あるいは「大変不満」と回答した。

図23. TIC での情報提供についての評価



(2) TIC での情報提供についての評価の理由（記述式回答）

それぞれの評価について理由を書いてもらったところ、「満足」との回答者は、まず来所時に暖かく歓迎され、フレンドリーな対応をしてもらったこと。次いで、外国人客の問合せ内容やニーズを注意深く、また忍耐強く聞いてもらえたこと。その上で、知識豊富なスタッフがあらゆる質問に即座に回答することで、日本旅行をする上で必要な情報を効率よく収集できたこと。さらには、全国各地の宿の予約斡旋してもらえたので、安心して日本中へ旅立てると「大変満足」あるいは「満足」の高評価を得た。

「どちらでもない」と回答した人は、おおむね情報提供は良かったが、TIC の場所を見つけにくかった、あるいは自分が必要とする特定詳細情報が英文記載でなかった等の理由が見受けられた。「不満」、「大変不満」と回答した人は、TIC の場所をみつけるまでに苦勞をした人や、宿予約のために求められた個人情報提供を嫌った人と思われる。

表 12. 大変満足というコメント具体例

TICでの情報提供に大変満足というコメント具体例	居 住 国	性別	年齢層
とても歓迎してくれ、フレンドリー。	マレーシア	女性	30代
正確かつ協力的。そして確実に旅行者を組織立った方法で援助の手をさしおべてくれ、分かりやすかった。	オランダ	男性	20代
全てのカスタマーサービスがフレンドリー、協力的、且つ効果的。	シンガポール	男性	30代
他の国々と比較して非常に協力的・15カ国を訪れたことがあるが、情報やアイデア満載で日本が最も協力的だった。	米 国	男性	20代
とても協力的で親切で、献身的に援助の手を差し伸べてくれ、プロフェッショナルだ。	ス ペ イ ン	男性	30代
私達の求めに対して、多くの注意を払ってくれる。	オーストラリア	男性	30代
とても協力的でフレンドリーなスタッフ。よい宿を予約するには、TICスタッフの手をかりるのが最も簡単な方法。大変感謝。	ス イ ス	男性	20代
スタッフはフレンドリーで協力的で忍耐強く、とてもプロフェッショナル。知識が素晴らしいことと前向きな態度。	カ ナ ダ	女性	50代
スタッフはとても親切であらゆる質問にも即座に答えてくれる。もらった資料も大変役立つ。	ス イ ス	女性	30代
スタッフはフレンドリーで協力的、で忍耐強く、多くの情報をいとも簡単に得ることができた。しかも(宿の)予約までしてもらった。ありがとう。	フィリピン	女性	30代
とてもフレンドリーで忍耐強く、また情報をよく知っているカスタマーサービス要員だった。有難う。	カ ナ ダ	女性	20代
スタッフはとても知識が豊富で、フレンドリーで且つ協力的。他国の観光案内所と比較しても大変印象的。組織立っていて、正確な情報を提供してくれ大変助かる。	オーストラリア	女性	30代
だれもが日本のすべての側面についてよく知っている。そして素晴らしい英語を話す。	英 国	男性	10代
とても助かった。大変有能で信頼できるアドバイスももらったので、日本旅行中誰に尋ねられても、ここのサービスを利用するように推薦しようと思う。	英 国	女性	30代
この女性たちの親切さといったら驚嘆すべきである。大変暖かく、フレンドリーな態度で、宿の予約や旅行全体の計画を立てるのを助けてもらいものすごく助かった。有難う。	イスラエル	男性	30代
個人的に注意を払ってくれた。すばらしいカスタマーサービスだ。スタッフはすべてを説明してくれ、2週間の旅程の準備をするのを助けてくれた。英語の地図やパンフレットをもらい、インターネットをつかって情報を調べてくれた。私のことを気遣ってくれていると感じられた。百万個の感謝を。	英 国	男性	30代
とても協力的で日本各地での宿探しを手伝ってくれた。我々の旅程作りを手伝ってくれ、すばらしいアドバイスと列車の時刻を提供してくれた。	オーストラリア	男性	30代
東京および日本全国各所について多くの資料をもらい、電車の時刻も提供してもらった。とても親切なスタッフ。	ス ペ イ ン	女性	30代
プロフェッショナルな情報。	イスラエル	男性	30代
日本での旅程を組み立てるのに役立つ簡明な情報ももらった。	英 国	男性	20代
とてもフレンドリーで、十分な情報をもらえた。でもキャンプについてもっと情報があれば便利だった。	オランダ	男性	20代
TICはとても親切で寛大な心で我々が完璧な宿を見つけるまで時間をかけて手伝ってくれた。援助に大変感謝している。	オーストラリア	女性	60代
とても協力的で細かなところまで教えてくれる。上手な英語で多くのオプションを示してくれる。より安い選択肢を示してくれたり。とてもすてきなサービスで幸せな気持ちに。	オーストラリア	女性	20代
正確な情報と有益なアドバイスを有難う。	フ ラ ンス	男性	20代

表 13. 満足、どちらともいえない、不満足、大変不満足というコメント具体例

TICでの情報提供に満足というコメント具体例	居住国	性別	年齢層
とてもフレンドリーで協力的。残念だったのはもっといろんなタイプの宿を取り扱ってくれていればもっとよかった。	スウェーデン	女性	20代
フレンドリーな歓迎をしてくれてよかったから。でもこの建物をみつけるのは難しかった。	英国	女性	30代
このスタッフはとても親切で正確な情報提供をしてくれた。でもこの場所に来るのに苦労した。	パキスタン	男性	20代
このスタッフは(外客にあわせて)問題点をよく聞いてくれて、解決法をみつけてくれる。	フランス	女性	20代
とても協力的。たぶん外客がそのなかから(自分の好きなもの)を選ぶよう、いくつかのイベントを一つにまとめてパッケージにして発表してくれたらいいと思う。	オランダ	女性	20代
スタッフが上手な英語を話し、とても協力的なこと。場所はちょっと分かりにくかった。	オーストラリア	男性	30代
いい雰囲気スタッフは本当に協力的で、しかもバイリンガル、少なくともチームワークが良い。	英国	女性	20代
とても協力的なスタッフで電話をしてくれたり、よいアドバイスをくれる。	英国	女性	30代
地図はTICでもらったものがベスト。	フランス	女性	20代
情報が豊富。場所はちょっと見つけにくかった。	米国	男性	10代
必要としていた情報を全てもらえた。	イタリア	男性	20代
これから向かう京都の旅についての情報をもらえた。	フランス	男性	30代
必要としていた情報を全て入手できた。	オランダ	女性	20代

TICでの情報提供に満足とも不満足ともいえないというコメント具体例	居住国	性別	年齢層
(韓国語・中国語要員の)英語でのコミュニケーションには改良の余地はある。	オランダ	男性	30代
(この案内所の)場所をみつけにくい。	スペイン	女性	30代
他国と比べて(案内所を)みつけにくい。数も少なめ。	その他	女性	20代
多くのパンフレットをもらったが、おトク情報は少ない。フェリーの時刻表や美術館の開館時刻を記載した配布資料(英文)はあまりなかった。	オランダ	女性	30代
私が必要としている情報が充分にはなかった。(英文のキャンプ場資料はもらったが)阿寒湖地域のキャンプ場は掲載されていない。北海道の詳細情報について知識不足だが、スタッフはとても親切。	フランス	女性	50代
この案内所をみつけるのは本当に苦労した。また、尋ねても人々は観光案内所が存在していることさえ知らないようだった。	スペイン	女性	20代
地図には、その場所にどんなものがあるのか示すような、写真入りのアトラクションマップがあると良い。	カナダ	男性	20代

TICでの情報提供に不満足というコメント具体例	居住国	性別	年齢層
(ここを)みつけるのは難しい。	フランス	男性	20代
駅に標識もなく(実際にはポスター等あるのだが)、みつけるのは不可能。それ以外は大変満足。	英国	男性	60代

TICでの情報提供に大変不満足というコメント具体例	居住国	性別	年齢層
(無断キャンセル防止および予約サービスシステム利用のためのID取得のために)必須として個人情報とられているが、不必要だと思う。	オランダ	男性	30代

(調査票見本)

Questionnaire on Your Travels in Japan
Conducted by : Tourist Information Center (TIC) of the Japan National Tourism Organization

Month /Date /Year 2010

	First, may we ask a little about yourself? <small>[Single Answer]</small>	Interviewer
Place of Residence:	<input type="checkbox"/> Australia <input type="checkbox"/> France <input type="checkbox"/> Italy <input type="checkbox"/> Singapore <input type="checkbox"/> Taiwan <input type="checkbox"/> Belgium <input type="checkbox"/> Germany <input type="checkbox"/> Korea <input type="checkbox"/> Sweden <input type="checkbox"/> U.S.A. <input type="checkbox"/> Canada <input type="checkbox"/> Hong Kong <input type="checkbox"/> Malaysia <input type="checkbox"/> Switzerland <input type="checkbox"/> U.K. <input type="checkbox"/> Denmark <input type="checkbox"/> India <input type="checkbox"/> Netherlands <input type="checkbox"/> Spain <input type="checkbox"/> Other Please specify: ↓ <input type="checkbox"/> Finland <input type="checkbox"/> Israel <input type="checkbox"/> P.R. China <input type="checkbox"/> Thailand	
Gender:	<small>[Single Answer]</small> <input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female	
Age:	<small>[Single Answer]</small> <input type="checkbox"/> 19 years or younger <input type="checkbox"/> 40 - 49 years old <input type="checkbox"/> 70 + years <input type="checkbox"/> 20 - 29 years old <input type="checkbox"/> 50 - 59 years old <input type="checkbox"/> 30 - 39 years old <input type="checkbox"/> 60 - 69 years old	
Occupation:	<small>[Single Answer]</small> <input type="checkbox"/> Employed <input type="checkbox"/> Seeking job <input type="checkbox"/> Other Please specify: ↓ <input type="checkbox"/> Self-employed, Managerial <input type="checkbox"/> Student <input type="checkbox"/> Retired <input type="checkbox"/> Homemaker	

【Q1.】 How many times have you visited Japan (including this visit)? time (s)

【Q2.】 How many days are you going to stay in Japan this time? days

【Q3.】 What is the **main** purpose of your present visit to Japan? (Please choose the one from the following.)

<input type="checkbox"/> 1) Pleasure/Leisure <input type="checkbox"/> 2) Visiting friends or relatives <input type="checkbox"/> 3) Pleasure and Visiting friends or relatives	<input type="checkbox"/> 4) Business <input type="checkbox"/> 5) Meeting, Incentive, Convention, Exhibition <input type="checkbox"/> 6) Study, training	<input type="checkbox"/> 7) Honeymoon <input type="checkbox"/> 8) Other Please specify: ↓
---	---	--

【Q4.】 Which experience among those listed below interests you the most? Please choose **up to five experiences**, and **mark #1 for your top priority**.

<input type="checkbox"/> 1) Japanese traditional architecture (castles, etc.) <input type="checkbox"/> 2) Japanese traditional landscaped gardens <input type="checkbox"/> 3) Staying at "Ryokan", Japanese-style accommodation <input type="checkbox"/> 4) "Onsen", hot springs <input type="checkbox"/> 5) Eating Japanese cuisine ⇒ Please specify: <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 6) Visiting (fish) markets <input type="checkbox"/> 7) Shopping <input type="checkbox"/> 8) Japanese pop culture (Animation, "Manga", Cosplay, etc.) <input type="checkbox"/> 9) Japanese Movies, Modern dramas/music <input type="checkbox"/> 10) Modern architecture by Japanese architects	<input type="checkbox"/> 11) "Sumo", traditional martial arts <input type="checkbox"/> 12) Tea ceremony, Flower arrangement <input type="checkbox"/> 13) Japanese calligraphy <input type="checkbox"/> 14) Works of traditional arts & crafts, Pottery <input type="checkbox"/> 15) Japanese classic performing arts, "Kabuki", "Noh", "Bunraku" <input type="checkbox"/> 16) Festivals <input type="checkbox"/> 17) Museums & Art galleries <input type="checkbox"/> 18) Hiking, Climbing, Cycling <input type="checkbox"/> 19) Learning Japanese <input type="checkbox"/> 20) Others Please specify: <input type="text"/>
---	--

【Q5.】 Would you like to do some shopping in Japan? If so, which of the items among those listed below would you like to buy in Japan? Please choose up to **five** items, and **mark #1 for your top priority** (that you are the most interested in buying).


<input type="checkbox"/> 1) Japanese "kimono" garment, "Yukata"(cotton kimono) <input type="checkbox"/> 2) Clothes ⇒ Please specify: <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 3) Footwear, Handbags/Bags <input type="checkbox"/> 4) Jewelry, accessories <input type="checkbox"/> 5) Japanese rice wine, "Sake" <input type="checkbox"/> 6) Japanese tea <input type="checkbox"/> 7) Japanese sweets (Traditional ones included) <input type="checkbox"/> 8) Cameras, Digital cameras <input type="checkbox"/> 9) Audio equipment (e.g. MP3 player, i-pod ,etc.) <input type="checkbox"/> 10) Game consoles, software (Wii , etc.)	<input type="checkbox"/> 1) Toys, Character goods (Hello-kitty goods, etc.) <input type="checkbox"/> 2) DVD, CD (movies, music) <input type="checkbox"/> 3) "Manga", comic books <input type="checkbox"/> 4) Other books <input type="checkbox"/> 5) Japanese interior decorations (dolls, swords, antiques, etc.) <input type="checkbox"/> 6) Pottery, Ceramics <input type="checkbox"/> 7) Stationery, Cards & small items <input type="checkbox"/> 8) Kitchen/Table-ware <input type="checkbox"/> 9) ¥100-shop goods ⇒ Please specify: <input type="text"/> <input type="checkbox"/> 20) Other Please specify: <input type="text"/>
---	---

Please turn over for the rest of the questions. Thank you.


【Q6.】 Could you tell me roughly what is your budget for your present Japan travel ?
 Please fill in the boxes below ① to ③, writing the number of your rough budget for each of the following three categories listed below.

<Rough Estimation of your budget for traveling in Japan>


Accommodation: per person per day estimate ①

 1) Budget for Accommodation per person per night in Japan : JPY ¥ ,000
 (eg. **If you are a couple** staying at **a twin room**, please divide by 2 the twin room rate for per person per day amount.) thousand YEN

Meals: per person per day estimate ②

 2) Budget for Meals per person per day (three meals in total) in Japan: JPY ¥ ,000
thousand YEN

Shopping: per person estimate ③

 3) Budget for Shopping in Japan per person: JPY ¥ ,000
thousand YEN

【Q7.】 1) Did you reserve **any** accommodation(s) required for your present stay in Japan at home (within your country before coming to Japan)?

In YOUR HOME COUNTRY, how did you reserve the accommodations in Japan?

Yes ⇒ If Yes, through which of the following, did you reserve the accommodation(s) in Japan this time?

① 1) travel agencies at home 3) Individual Accommodation's website
 2) Internet hotel-booking website 4) Staying at Friend's /Relatives house
 5) Others (Please specify:)

(Please specify (the name of the website that you actually used to reserve the accommodations in Japan.)

Website:

Don't remember

Not At All

2) Also, do you reserve in Japan, **any** accommodation(s) required for your present stay in Japan ?
 If so, how are you going to find and reserve the accommodations in Japan?
 Please choose the way you are going to reserve the accommodations for your present Japan travel among those listed below, and **please tick all that apply**.

In JAPAN, how do you reserve the accommodations in Japan

② 1) directly telephone the accommodations and reserve
 2) through the arrangement at Welcome Inn Reservation Center in the TIC (here)
 3) through the reservation / introduction service of other tourist information offices in Japan
 4) through travel agencies in Japan
 5) through the internet website: Please specify (the name of) the website that you are going to use.: No idea

6) Others Please specify: ⇒ through

7) No hotel-booking in Japan

3) What are the most important determining factors for choosing accommodations in Japan?
 Please choose and tick up to **three** items among those listed below, and **write down #1** for your top priority.

<input type="checkbox"/> 1) Rate, Charge, Cost	<input type="checkbox"/> 7) Availability of <i>Onsen</i> hotspring
<input type="checkbox"/> 2) Location	<input type="checkbox"/> 8) Japanese Atmosphere
<input type="checkbox"/> 3) Type of Accommodation (Western-style/Japanese-style, etc.)	<input type="checkbox"/> 9) Reputation on the Internet (/Blog)
<input type="checkbox"/> 4) English speaking or not	<input type="checkbox"/> 10) Reputation through Word of mouth
<input type="checkbox"/> 5) Meals served	<input type="checkbox"/> 11) Others. please specify: <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> 6) Availability of Internet	⇒ <input type="text"/>

【Q8.】 How do you evaluate the tourist information service **available here, at the Tourist Information Center** of Japan National Tourism Organization?
 Please **choose one** out of 5 levels of your satisfaction and tick the box among those listed below left.

And please elaborate on the reason or background for your evaluation in the box below (, comparing with other countries, or other information offices in Japan, if you could).

Your Evaluation of TIC Service (single answer) <input type="checkbox"/> 1) Highly Satisfied <input type="checkbox"/> 2) Satisfied <input type="checkbox"/> 3) Ordinary <input type="checkbox"/> 4) Dissatisfied <input type="checkbox"/> 5) Highly Dissatisfied	⇒ Could you elaborate on the reason or background of your evaluation chosen left (specifically)? Reason / Background on your choice: Namely on which points did you feel so? <input style="width: 100%;" type="text"/>
--	--

Thank you very much for your cooperation. We hope you will enjoy your stay in Japan.