

2013年3月27日

株式会社 リクルート ライフスタイル

つながる想い
つながる未来

日・ASEAN友好協力40周年記念事業認定

「ASEAN3カ国 訪日インバウンド・ニーズ調査」

- ASEAN3カ国（シンガポール、タイ、マレーシア）の海外旅行先として、「日本」の競合は「韓国」
- 3カ国からの旅行者を満足させたのは、日本の「食」と、桜、紅葉、雪に代表される「日本の四季」
- エリア別満足度（※「非常に満足」）は、【京都】が62.0%で比較対象10エリア中トップ！

株式会社リクルートライフスタイル(本社：東京都千代田区 代表取締役社長 冨塚優)に設置された観光に関する調査・研究、地域振興機関「じゃらんリサーチセンター（以下JRC）」（<http://jrc.jalan.net/>）は、このたび、シンガポール、タイ、マレーシアの過去3年（2009年12月以降）の観光での訪日経験者計・2,117人を対象に、「訪日旅行調査」を実施しました。今年は、日・ASEAN友好協力40周年。急速な経済発展や親日国が多いと言われるASEAN各国では、海外旅行者も拡大していることから「訪日観光」においても期待が大きくなってまいります。主な結果は以下の通りです。

【訪日の理由】

- 3カ国計の訪日のきっかけは「日本製品・電子機器」を抑えて「日本の食事」が1位。20代・30代は「日本のファッション、アニメ、漫画」等のきっかけが40代以降より高い。

□きっかけは、「日本の食事」に次いで「自然や風景」。桜や紅葉、雪など自然風景に高い関心。

- 訪日旅行の際、同時に検討した国は、3カ国すべてにおいて「韓国」が1位。日本を選んだ理由は、「マレーシア」では31.6%が「LCC、直行便の就航」をあげた。

□訪日旅行同時検討国上位は、中国、台湾、香港・マカオなど東アジアが占める。

トップ10には、オーストラリア、イギリス、アメリカなど欧米各国もランクイン。

【日本の楽しみ方】

- 訪日の目的は、「日本の食」、「街歩き」、「買い物」が上位。

【北海道】“食”に次いで“温泉”目的が高く、“スキー”も1割強。

【京都】“食”が、“世界遺産・名所観光”を抑えて訪問目的の1位に。

エリア別満足度は、「京都」が10エリア中トップ。項目別も飲食、観光、買い物、おもてなしで1位。

【九州・沖縄】“食”、“名所観光”に次いで、“花見や紅葉などの自然鑑賞”が3位に。

「宿泊施設での滞在」の数値が全エリア中、最も高い。

【箱根・熱海・伊豆】への来訪目的1位は“花見や紅葉などの自然鑑賞”。

“自然鑑賞”は、全エリア中、最も高い数値。

- 訪日旅行の満足・計（非常に満足、満足）は99%！「非常に満足」が51.9%。
エリア別満足度（非常に満足）は、【京都】が62.0%でトップ（比較対象10エリア中）。

- 旅行先で最も満足したことは「花見、紅葉、雪景色など季節の風景を見る」こと。

□次いで「日本式旅館に泊まる」「農村風景や田園風景を見る」「ローカルフードを食べる」等が続く。

【NEXT JAPAN 次回の訪日への期待】

- 次回訪日で実施したいことは、「露天風呂に入る」「ローカルフードを食べる」、「日本風のお土産」「花見、紅葉、雪景色」「日本式旅館」「新幹線」等の体験が上位に。

- 次回行きたいエリアランキング（複数回答）

1位：山梨県・静岡県／富士山 39.0%

2位：北海道／雪まつり 37.7%

3位：北海道／富良野 35.8%

4位：石川県／兼六園 33.4%

5位：福島県／会津若松城 31.5%

6位：京都府／清水寺 28.5%

【本件に関するお問い合わせ先】

<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press/>

調査概要

- 調査名 訪日外国人調査（タイ、シンガポール、マレーシア）
調査方法 インターネットによる調査
- ①調査目的 ・調査対象国における、訪日観光者の行動や意識の実態、また訪日についての評価を把握する。
・各地域における訪日旅行者誘致の施策のための基礎情報とする。
- ②調査時期 2013年1月11日（金）～1月29日（火）
- ③調査対象 ・過去3年以内に日本の代表的なエリアを旅行したことのある、20～59歳の男女
・調査対象国： タイ、シンガポール、マレーシア
・調査対象エリア： 対象国からの訪日観光者における都道府県別の訪問率をベースに代表的な観光地を抽出（JNTO「訪日外客訪問地調査」を参考）
- ④調査内容 過去3年間の訪日旅行経験の有無、訪問先エリア、訪問先での実施事項、実施事項の満足度、再来日時希望事項などを主に聴取
* 訪日旅行は、一回分の旅行の実態について聴取しており、複数回の来日経験者では直近の旅行経験について尋ねている。
* 訪問先エリアは、代表的な観光エリア46箇所（以下表参照）を取り上げ、訪問エリアごと訪問理由、行動体験、満足度などを聴取している。
* 複数エリアを訪問している場合には、滞在期間の長かったエリア（上位2箇所）について聞いている。
- ⑤回収数 2,117人（タイ： 705人、シンガポール： 706人、マレーシア： 706人）
対象エリアのうち特定のエリアについては、優先度を設定し優先的に回収
- ⑥エリア別回答件数（上記通り、複数エリアを訪問している場合には、滞在期間の長かったエリア（上位2箇所）についての積み上げ）

訪日時の訪問先		調査対象国		
エリア別比較の対象 （*比較対象①～⑩）	調査対象の訪問地	タイ	シンガポール	マレーシア
① 北海道*	1 登別	17	36	38
	2 札幌	31	50	41
	3 函館	21	35	39
	4 小樽	12	35	17
	5 富良野	13	34	14
— 宮城	6 仙台	40	10	13
	7 秋田県	34	44	40
② 東京*	8 銀座	36	44	41
	9 渋谷	39	44	44
	10 新宿	39	44	39
	11 お台場	28	42	31
	12 その他東京	30	45	44
③ 千葉*	13 成田	31	20	20
	14 幕張	6	4	5
	15 東京ディズニーリゾート	34	56	43
	16 舞浜	5	4	3
	17 鴨川	2	2	3
④ 横浜*	18 横浜	83	34	54
⑤ 富士・河口湖*	20 富士山・河口湖	63	61	62
⑥ 箱根・熱海・伊豆*	19 箱根	19	37	24
	21 熱海	8	6	14
	22 伊豆	7	4	8
⑦ 名古屋*	23 名古屋	77	55	53
— 岐阜	24 白川郷・飛騨高山	13	5	13
— 北陸	25 金沢	9	5	9
	26 加賀	5	4	4
	27 能登半島	2	2	0
	28 富山	4	3	11
	29 福井	4	1	2
— 奈良	30 奈良	5	17	13
⑧ 大阪*	31 大阪	125	69	68
⑨ 京都*	32 京都	121	69	67
— 神戸	33 神戸	10	14	25
	34 有馬	2	0	0
— 広島・四国	35 広島	55	10	24
	36 高知	3	1	3
	37 香川・高松	3	1	4
	38 徳島	5	6	11
	39 直島	1	1	3
	40 瀬戸内諸島	4	3	7
	41 福岡	18	22	20
⑩ 九州・沖縄*	42 長崎	11	17	18
	43 別府	2	8	6
	44 湯布院	2	3	0
	45 九州のその他のエリア	4	10	5
	46 沖縄	34	16	23

【集計】

- ・エリア別の集計を行うため、46エリアを16に分類しなおし、各国30サンプル以上の回収を行っているエリアをエリア別比較対象としている。（①～⑩の10エリアが該当）
- ・回収時に特定エリアについて優先度を設定したため、各国および3ヶ国合算での全体データを算出する際には、ウエイトバックを行っている。ウエイトバックは、以下の2つの方式で行った。
 - ①国別ウエイトバックには、スクリーニングにおける自然回収時のエリア分布を鑑み、ウエイト値を設定している。
 - ②各国の結果よりASEAN全体として全体値を算出する際には、JNTO「訪日外客訪問地調査」の過去3年間の統計を元に国別の訪日旅行者の分布を算出し、ウエイト値を設定している。
- ・訪問先ごとの集計（回答者一人あたり2訪問先まで回答）を行っていることから、訪問先エリアごとにみているものについては集計母数が異なる。本リリース内では、図表の冒頭に【訪問地単位集計】として表記している。

【ASEAN3カ国（シンガポール・タイ・マレーシア）平成24年訪日外客数 推計値（2012年1月～12月）】
シンガポール：142,200人、タイ：260,800人、マレーシア：130,300人。2010年比較でマレーシアは13.8%増、タイは21.4%増。タイは市場別でオーストラリアを抜いて6位に。（日本政府観光局（JNTO）平成25年1月25日発表資料）

訪日の理由 ASEAN 3 カ国 訪日のきっかけと理由

各国への進出も著しい日本食レストランの影響が「日本の食事」が、3カ国全体で1位(57%)。「日本の製品・電子機器」は29%で6位。

年代別に見ると、20代、30代では日本のファッション、アニメ、漫画などが40代以降の世代よりも高かった。中でも30代は多岐に及ぶ項目で数値が高い。

訪日のきっかけは「日本の食事」に次いで、「自然や風景」。桜や紅葉、雪など日本の自然風景に高い関心が寄せられていることが伺える。日・ASEAN友好協力開始から40年。世代ごとに、訪日のきっかけに違いがみられるが、共通して日本の「食事」「自然」が5割超に対し、「日本の製品・電子機器」は29%という結果だった。

直近の日本旅行の「きっかけ」【国別】(全体／複数回答) (単位: %)

		全体	国別		
			シンガポール	タイ	マレーシア
1位	日本の食事	56.7	1位 54.7	1位 63.8	47.7
2位	日本の自然や風景	55.9	2位 52.1	2位 60.8	2位 53.9
3位	日本のライフスタイル	47.9	2位 52.1	38.2	1位 57.6
4位	日本の伝統的な文化	44.0	40.7	3位 43.4	3位 50.7
5位	日本のファッション	34.6	28.9	40.8	33.7
6位	日本の製品・電子機器	29.1	25.0	27.2	39.6
7位	日本人の気質や人柄	28.0	25.8	28.0	31.9
8位	日本の芸術	25.7	14.8	32.5	32.5
9位	日本のアニメや漫画	23.1	16.9	26.2	28.3
10位	日本の建築	20.6	18.0	17.3	30.7
11位	日本の経済・産業	18.3	11.7	18.8	29.0
12位	日本人の友人・知人	17.8	14.6	20.5	18.6
13位	日本のドラマや映画	16.4	14.1	15.9	21.3
14位	日本のテレビ番組	15.2	13.0	17.2	15.3
15位	日本の雑誌やWebの情報	11.5	8.9	12.8	13.9
16位	日本の震災復興の支援	7.1	4.2	8.9	8.8
17位	その他	4.9	6.2	3.9	4.3
—	特になし	2.1	4.2	0.3	1.6

※ 国別に数値の高い順に3位まで順位を記入し、網掛け

直近の日本旅行の「きっかけ」【年代別】(全体／複数回答) (単位: %)

		全体	年代別			
			20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳
1位	日本の食事	56.7	1位 58.5	2位 55.4	1位 55.0	2位 61.5
2位	日本の自然や風景	55.9	2位 53.0	1位 58.5	2位 53.3	1位 63.2
3位	日本のライフスタイル	47.9	3位 46.1	3位 51.1	43.4	3位 47.7
4位	日本の伝統的な文化	44.0	41.9	45.4	3位 45.9	41.0
5位	日本のファッション	34.6	37.9	36.0	27.9	20.5
6位	日本の製品・電子機器	29.1	27.9	30.6	27.8	29.4
7位	日本人の気質や人柄	28.0	24.6	31.1	29.5	19.7
8位	日本の芸術	25.7	29.4	24.3	23.7	17.2
9位	日本のアニメや漫画	23.1	30.5	21.1	16.9	9.3
10位	日本の建築	20.6	20.9	21.2	18.2	20.3
11位	日本の経済・産業	18.3	16.4	20.6	17.5	14.8
12位	日本人の友人・知人	17.8	16.1	18.2	20.1	19.6
13位	日本のドラマや映画	16.4	19.5	17.6	9.2	7.6
14位	日本のテレビ番組	15.2	17.3	16.3	9.4	8.8
15位	日本の雑誌やWebの情報	11.5	11.1	14.0	7.1	7.7
16位	日本の震災復興の支援	7.1	6.0	7.4	7.6	9.6
17位	その他	4.9	4.7	4.2	5.0	12.1
—	特になし	2.1	1.8	2.0	3.0	2.0

※ 年代別に数値の高い順に3位まで順位を記入し、網掛け

訪日の理由 ASEAN 3 カ国 訪日検討時に競合した旅行先

訪日旅行を検討する際に「他に比較した国があった」と回答した人が7割強。訪日の際、同時に検討した国は、3カ国ともに「韓国」が1位。その他のトップ10には、東アジア各国、オーストラリア、イギリス、アメリカもランクイン。訪日決定理由は、観光的魅力や滞在期間。マレーシアではLCCが貢献。

日本に決めた理由としては、魅力的な観光コンテンツ、長期休暇のある時期※1に日本の、桜や雪や紅葉がみられることから、季節的な合致が上位に挙がっている。日本が「話題になっていた、流行っていたから」という項目では、3カ国中最も高かったのがマレーシア。約半数が訪日理由として挙げている。またマレーシアでは「LCC、直行便の就航」が3割を超えている。LCC、直行便が訪日を後押ししている様子がうかがえる。

※1:各国で詳細は異なるが、学校が2学期制の場合、スクールホリデーが6月、11月前後と年末年始が休暇時期にあたる。

訪日旅行(過去3年間)の際に、検討した国上位10カ国【国別】(全体/複数回答)

(単位: %)

		全体	国別		
			シンガポール	タイ	マレーシア
順位	訪日時には、日本以外は比較していない	27.8	39.1	20.6	21.2
	(他国比較した人)	(72.2)	(60.9)	(79.4)	(78.8)
1位	韓国	34.1	1位 32.3	1位 35.9	1位 34.0
2位	中国	20.0	11.9	2位 27.9	3位 20.0
3位	台湾	18.5	2位 20.7	3位 14.3	2位 22.0
4位	香港・マカオ	13.2	3位 13.5	11.1	16.7
5位	シンガポール	9.1	4.5	10.4	14.8
6位	オーストラリア	6.7	8.0	4.9	7.8
7位	イギリス	6.0	4.4	6.7	7.4
8位	タイ	5.7	4.7	6.7	5.4
9位	アメリカ合衆国 (本土)	4.8	5.1	4.6	4.9
10位	マレーシア	4.3	3.3	3.2	8.1

※ 国別に数値の高い順に3位まで順位を記入し、網掛け

訪日旅行の他国比較でのメリット【国別】(全体/複数回答)

(単位: %)

順位		全体	国別			
			シンガポール		タイ	マレーシア
1位	魅力的な観光コンテンツがあったから	61.1	1位 58.0	1位 61.3	1位 64.5	
2位	休暇の季節と旅行内容が合っていた	41.6	2位 39.0	36.3	2位 54.2	
3位	滞在期間がちょうどよい	39.8	3位 38.0	2位 41.0	40.2	
4位	価格的にちょうどよい	37.8	30.8	3位 40.5	42.5	
5位	話題になっていた、流行っていたから	36.7	28.6	35.4	3位 49.6	
6位	買いたいものがあった	33.0	23.1	39.0	35.4	
7位	治安がよいから	31.4	32.6	25.5	40.4	
8位	同行者に行きたいと言われたから	26.5	29.7	21.2	31.7	
9位	LCC、直行便などが就航しているから	14.4	11.6	6.8	31.6	
10位	時差が少なかった、近かった	14.1	16.8	10.8	16.5	
11位	何度も行って、慣れているから	11.9	9.7	9.2	19.7	
12位	ビザ申請の手間がない、少ないから	11.6	8.2	9.6	19.8	
13位	言葉が通じるから	10.4	6.2	8.5	19.3	
—	その他	2.5	3.8	1.3	3.0	

※ 国別に数値の高い順に3位まで順位を記入し、網掛け

“訪日目的”は「食」「街歩き」「買い物」がトップ3。

エリア別

■【北海道】“食”に次いで“温泉”目的が高く、“スキー”も1割強。

■【京都】“食”が、“世界遺産・名所観光”を抑えて訪問目的の1位に。

“美味しいものを食べる”は、全エリア中でも最も高い数値。

■【九州・沖縄】“食”“名所観光”に次いで“花見や紅葉などの自然鑑賞”が3位に。

「宿泊施設での滞在」の数値が全エリア中、最も高い。

■【箱根・熱海・伊豆】への来訪目的1位は“花見や紅葉などの自然鑑賞”。

“自然鑑賞”は全エリア中、最も高い数値。

訪問地単位集計 訪問地を訪れた目的【エリア別】（全体／3つまでの複数回答）

（単位：%）

		全 体	北 海 道	東 京	千 葉 ・ 舞 浜	横 浜	富 士 ・ 河 口 湖	箱 根 ・ 熱 海 ・ 伊 豆	名 古 屋	大 阪	京 都	九 州 ・ 沖 縄
順位												
1位	美味しいものを食べる	37.2	41.0	39.8	31.6	31.9	33.2	27.2	36.1	40.5	44.1	37.7
2位	街歩き、都市散策	30.2	22.5	36.3	25.2	32.6	23.1	27.1	27.9	37.5	39.0	20.2
3位	買い物、アウトレット	29.1	21.3	42.8	22.7	25.6	25.5	20.2	23.2	26.2	23.5	21.1
4位	世界遺産、名所旧跡の観光	27.2	24.0	22.0	22.1	30.1	31.5	25.4	30.0	37.9	40.0	33.2
5位	花見や紅葉などの自然鑑賞	22.2	23.6	16.8	20.4	23.0	30.5	30.8	24.0	24.1	28.4	26.3
6位	テーマパーク（遊園地、動物園、博物館など）	18.7	12.4	17.9	39.2	24.1	16.2	16.5	19.6	23.4	14.9	19.3
7位	温泉や露天風呂を楽しむ	17.8	28.1	12.5	13.1	15.5	21.9	27.3	20.7	15.7	16.5	19.0
8位	宿泊施設での滞在を楽しむ	12.4	12.9	11.7	14.3	8.5	14.9	12.2	9.5	10.6	12.0	15.9
9位	伝統文化や体験プログラム（果物狩り、伝統文化体験など）	10.6	14.1	8.6	9.5	10.1	9.9	9.3	9.1	9.6	12.5	12.9
10位	お祭りやイベントへの見物、参加	8.0	8.6	8.2	10.2	9.1	5.0	8.8	6.8	5.7	7.0	10.1
11位	アウトドア（海水浴、釣り、登山）	7.3	9.6	6.3	4.9	8.0	10.4	11.6	6.1	5.9	5.8	11.6
12位	日本の友人、知人を訪ねる	7.2	6.2	8.5	6.4	11.6	6.2	5.0	6.7	7.0	5.3	7.2
13位	自国の友人、知人を訪ねる	6.2	7.1	6.7	4.8	9.2	4.6	5.2	10.1	4.6	3.5	7.9
14位	スキー、スノーボード、マリンスポーツ	5.0	11.1	3.5	2.7	4.9	6.2	4.1	4.0	3.2	2.2	5.9
15位	ドライブ、ツーリング	4.5	4.7	4.1	5.0	3.4	2.4	6.0	4.7	5.0	3.1	4.4
16位	スポーツ観戦や芸能鑑賞（コンサート等）	3.8	5.3	3.0	3.9	2.7	3.7	7.8	7.6	3.2	2.1	4.7
17位	その他スポーツ（ゴルフ、テニス）	1.8	2.4	1.5	0.8	1.1	0.9	3.7	2.9	1.6	1.0	1.4
—	この中にはない	1.2	1.3	1.2	0.3	1.0	0.8	0.9	1.2	1.7	1.4	0.6

※ 訪問地別に数値の高い項目3位までに網掛け

日本の楽しみ方 訪日エリアの「満足度」

満足・計（非常に満足、満足）は99.0%。内「非常に満足」は51.9%。

シンガポール、タイは「旅行地での飲食を楽しむ」が最も満足度が高く、マレーシアでは、食習慣の違いからか、“観光・アクティビティ”の満足度が高い。エリア別では「京都」が、食、観光、買い物、おもてなしで10エリア中トップ。

その他、「横浜」は、写真やビデオ撮影としての景色や、宿泊施設の満足度が全エリアで最も高かった。「九州・沖縄」では、多言語対応の受け入れ整備が進んでいることからか「観光地での分かりやすい移動を楽しむ」が10エリア中で最も満足度が高い結果となった。

■<訪問地単位集計> 訪問エリアの満足度【国別】（全体／単一回答）

（単位：%）

		全体	国別		
			シンガポール	タイ	マレーシア
順位	総合満足度	満足・計	99.0	98.5	99.6
		非常に満足	51.9	44.9	57.7
1位	旅行地での飲食を楽しむ	非常に満足	51.3	46.9	59.1
2位	現地での写真やビデオ撮影を楽しむ		50.8	45.0	56.0
2位	観光地での気持ちのよいおもてなしを楽しむ		50.8	44.9	55.7
4位	宿泊施設を除く、観光地での活動・アクティビティを楽しむ		49.0	41.3	54.2
5位	旅行地での買い物を楽しむ		46.6	39.7	53.5
6位	宿泊施設の利用や滞在を楽しむ		45.8	39.7	51.6
7位	観光地での分かりやすい移動を楽しむ		42.3	35.6	47.9

※ 国別に最も高い項目の数値に網掛け

■<訪問地単位集計> 訪問エリアの満足度【エリア別】（全体／単一回答）

（単位：%）

			全体	北海道	東京	千葉・舞浜	横浜	富士・河口湖	箱根・熱海・伊豆	名古屋	大阪	京都	九州・沖縄
順位	総合満足度	満足・計	99.0	98.5	99.0	100.0	97.1	99.4	96.8	99.2	98.3	100.0	99.6
		非常に満足	51.9	51.1	47.9	50.0	56.6	48.7	32.8	52.3	59.0	62.0	54.2
1位	旅行地での飲食を楽しむ	非常に満足	51.3	49.2	45.8	47.1	55.9	51.5	43.3	58.9	57.6	63.9	56.6
2位	現地での写真やビデオ撮影を楽しむ		50.8	45.9	47.6	48.8	64.4	50.0	46.3	53.6	55.6	58.3	51.6
2位	観光地での気持ちのよいおもてなしを楽しむ		50.8	45.4	44.5	52.1	59.9	50.0	45.0	61.4	55.4	62.3	57.5
4位	宿泊施設を除く、観光地での活動・アクティビティを楽しむ		49.0	46.8	44.0	50.6	55.0	45.4	51.2	47.4	50.7	57.2	56.0
5位	旅行地での買い物を楽しむ		46.6	42.5	48.0	42.8	54.9	38.3	39.2	42.8	46.7	56.4	47.7
6位	宿泊施設の利用や滞在を楽しむ		45.8	47.2	39.4	47.1	57.1	46.6	36.1	45.6	44.4	51.8	53.4
7位	観光地での分かりやすい移動を楽しむ		42.3	37.4	35.9	46.6	48.8	40.8	32.4	48.5	47.6	47.8	50.1

※ 訪問地別に数値の高い項目3位までに網掛け

日本の楽しみ方 訪問エリアで「非常に満足」したことランキング

日本で旅行中に「実施したこと」のうち、最も満足度が高かったのは「花見、紅葉、雪景色など季節の風景を見る」で68%。

エリア別

- 【北海道】お祭りやイベント参加、和牛、アウトドアスポーツの満足度が高い。
- 【九州・沖縄】では「花見、紅葉」に次いで「日本旅館」「日本の城を観る」の満足度が上位に。
- 【横浜】「海や山などの自然の景色を見る」が満足度が最も高い結果。次いで、「花見、紅葉、雪景色」など、景観に関する評価が高い結果。

■〈訪問地単位集計〉訪問地で実施して「非常に満足した」こと【エリア別】

(当該行為を実施した訪問のみ／単一回答) ※旅行先で実施したことのうち「非常に満足」と回答した人(4段階評価) (単位: %)

順位		全体	北海道	東京	千葉・舞浜	横浜	富士・河口湖	箱根・熱海・伊豆	名古屋	大阪	京都	九州・沖縄
1位	花見、紅葉、雪景色など季節の風景を見る	68.0	64.7	62.3	75.2	78.5	61.4		64.6	67.3	82.1	74.5
2位	日本式旅館に泊まる	66.7	62.6	56.3	69.1		68.9		74.9	87.0	80.1	73.9
3位	農村風景や田園風景を見る	66.1	64.4	59.1	61.4		62.7	60.8		78.1	82.9	64.7
4位	ローカルフードを食べる	65.9	67.6	61.9	69.0	73.9	58.8	48.4	67.6	68.5	71.2	67.8
4位	海や山などの自然の景色を見る	65.9	59.7	62.0	65.5	88.0	68.2	62.1	60.1	66.3	69.6	68.8
6位	刺身、寿司などの生ものの日本食を食べる	65.6	64.7	64.1	66.3	71.9	60.2		67.1	65.2	69.5	71.4
7位	和牛や豚肉の料理を食べる	64.4	71.0	57.4	74.3	72.6	54.3		68.1	67.2	73.3	61.3
8位	世界遺産に行く	63.8	48.0	66.4	57.7		48.8		73.0	63.8	80.6	64.4
9位	日本の城を観る	63.0	44.8	67.5	59.5				57.3	65.2	68.2	73.6
10位	アウトドアスポーツ	62.4	71.0	52.6								69.9
11位	露天風呂・大浴場に入る	62.0	66.9	58.6	59.6	60.8	67.5	60.3	47.3	56.3	63.5	64.6
12位	テーマパーク(遊園地、動物園、博物館など)に行く	61.6	57.3	60.2	65.6	65.8	49.8			74.3	59.4	64.1
13位	新幹線の利用	61.3	48.9	56.4	65.1	68.5	62.2		60.6	68.9	71.9	65.9
14位	古い歴史的な街並みを観光する、散策する	61.0	56.3	57.6	53.3	72.8	56.4		72.6	59.1	68.8	64.1
15位	スイーツやお菓子を食べる	60.8	60.4	58.8	58.3	71.4	51.5	51.9	61.2	56.4	66.3	71.7
16位	ブランド品や宝飾品を買う	60.6	56.5	55.2	66.0		62.2		53.3	65.8	61.6	69.8
17位	お祭りやイベントを見物、参加する	60.5	73.9	51.6	53.4					67.0	72.3	62.6
18位	都市を観光、散策する	60.3	55.1	53.6	66.3	68.8	68.4		59.7	66.3	65.6	67.5
18位	友人・知人を訪ねる	60.3	44.5	56.7	57.9				56.5	70.4		70.6
20位	寺社仏閣に行く	60.0	48.1	54.0	57.8	71.7	52.1		52.6	63.7	78.8	63.6
21位	旅館や観光施設の人のホスピタリティを経験する	58.2	51.7	55.1	61.5	63.3	57.4	39.5	59.1	63.5	62.5	65.1
22位	日本酒や焼酎など日本の酒類を飲む	57.3	54.7	54.1	61.1	47.6	57.8		55.0	61.1	70.4	68.7
23位	家庭的な民宿やペンションに泊まる	56.8	63.3	45.1	69.6					64.6	60.7	58.3
24位	地元一般の日本人と話をする	54.5	52.0	52.6	40.0	59.1	51.2		69.6	62.9	58.8	52.4
25位	自国風の料理(タイ料理、中華料理等)を食べる	54.4	46.8	45.8	49.6					64.7		
26位	日本風のお土産やお菓子などを買う	54.2	48.6	50.8	53.3	69.3	52.2	50.3	56.4	57.8	62.8	58.1
27位	スーパーや雑貨店で日用品を買う	54.0	48.7	47.3	61.6	63.1	54.6		52.7	60.5	70.2	49.2
28位	入浴ではない温泉体験をする(足湯や砂風呂など)	50.6	46.9	45.4	49.0		39.7		56.5	55.1	54.4	60.1
29位	ホテルに泊まる	48.7	45.2	45.4	52.4	65.9	37.5		40.7	49.3	51.7	59.2
30位	レンタカーの利用	41.1	38.7	39.5	48.1	48.0	35.5		28.5	44.7	39.2	44.9

※ 訪問地別に数値の高い項目の上位3位までに網掛け(下記サンプル数が30未満のエリアは除く)

※ 各項目の訪問地単位での回答サンプル数が30未満のものについては、セルに斜線を入れている。

訪日旅行中の体験率は低いが、「次回やりたいこと」として高い支持を集めた旅行体験（下記表赤枠）は、露天風呂、四季の風景、日本旅館、城、祭りやイベント等が該当。これらはリピーター獲得の重要な観光資源といえる。

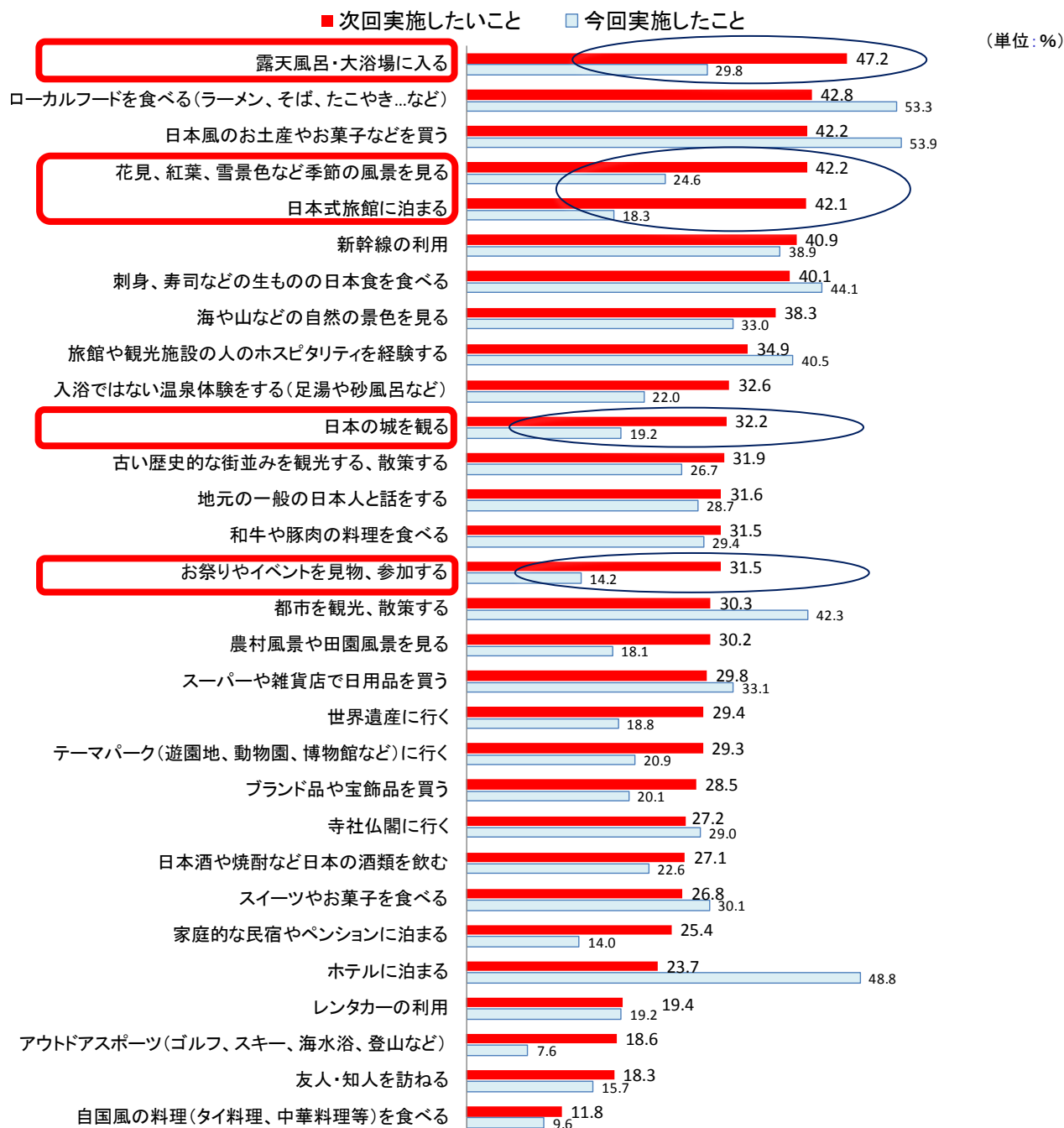
「訪日時に実施できずに、次回訪日時に実施したいと考えていること」を盛り込み、よりディープな日本体験をしてもらえる旅行商品を提供することができれば、訪日リピーターが訪れる動機形成に貢献できるかもしれない。

その他、「露天風呂・大浴場」については、公衆浴場の文化がない国では、初回は実際に見るだけで入浴しない人も多いことから、訪日経験を重ねることで、本格的な温泉入浴体験をする人の数が増えていくかもしれない。

■訪日旅行で「実施したこと」と「次回実施したいこと」の比較

※「実施したこと」の結果は、訪問地単位集計となっており、「次回実施したいこと」（全体集計）とはベースが異なる。

※「次回実施したいこと」が高く、かつ両者の差が大きいものに枠囲み



次回への期待 【次回行きたい】 訪問地ランキング

日本のシンボル、富士山が1位！次いで、北海道の雪まつり、ラベンダー畑の富良野などが上位に。富士山は、3カ国揃って上位にランクイン。

国別に見ると、シンガポールでは、「雪まつり」「富良野」が同率1位。タイでは、「富士山」が1位に。次いで、桜の会津若松城や、雪景色の兼六園が上位にランクイン。マレーシアでは、富良野が1位という結果だった。初回の訪日旅行では成田・羽田空港や関西空港から入国し、京都、名古屋、富士山、東京など太平洋側のルートを通る、いわゆるゴールデンルートのツアーに参加する人も多い。2回目以降の訪日旅行では、そういったツアーに組み込まれていないような、日本をより深く理解できる旅行先を求めている、といえそうだ。

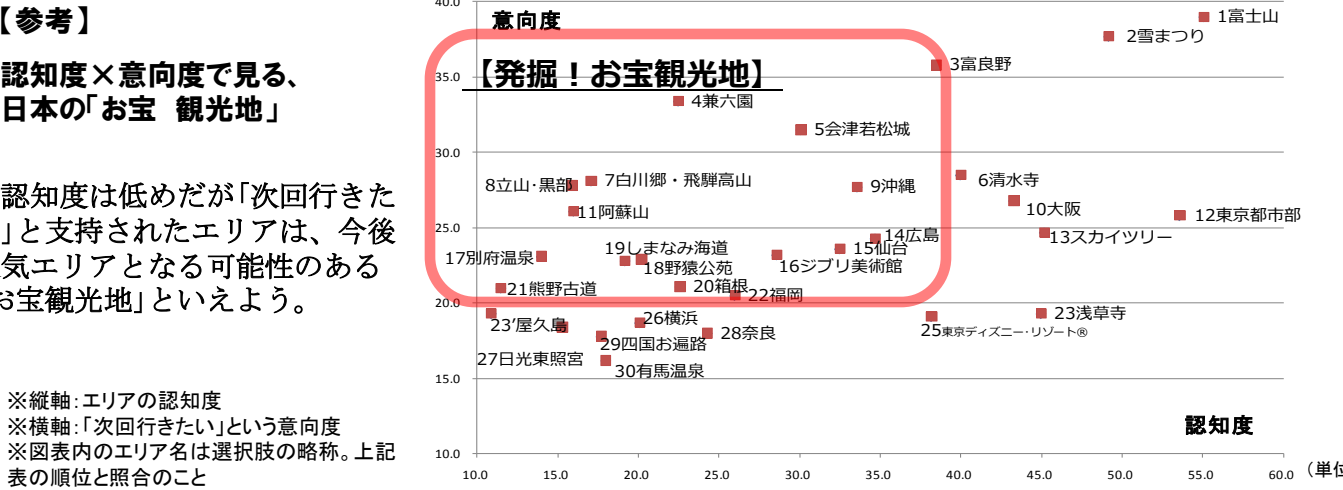
次回行きたいエリア・ランキング【国別】（全体／複数回答）

（単位：％）

	全体	シンガポール	タイ	マレーシア
1位	山梨県／静岡県／富士山	39.0	3位 38.3	1位 41.4
2位	北海道／雪まつり	37.7	1位 40.1	2位 35.7
3位	北海道／富良野	35.8	1位 40.1	1位 39.1
4位	石川県／兼六園	33.4	28.2	3位 37.2
5位	福島県／会津若松城	31.5	24.5	2位 38.6
6位	京都府／清水寺	28.5	24.8	30.7
7位	岐阜県／白川郷・飛騨高山	28.1	25.5	33.4
8位	富山県／立山・黒部	27.8	25.0	30.2
9位	沖縄県／美ら海水族館、ビーチリゾート	27.7	24.3	28.8
10位	大阪府／都市部	26.8	24.0	26.9
11位	熊本県／阿蘇山	26.1	24.4	32.2
12位	東京都／都市部	25.8	26.4	25.6
13位	東京都／スカイツリー	24.7	24.1	27.4
14位	広島県／厳島神社、原爆ドーム他	24.3	21.1	29.2
15位	宮城県／仙台	23.6	20.6	26.6
16位	東京都／ジブリ美術館	23.2	20.7	24.6
17位	大分県／別府温泉	23.1	20.3	23.6
18位	長野県／野猿公苑	22.9	21.5	25.7
19位	瀬戸内／しまなみ海道	22.8	17.5	23.8
20位	神奈川県／箱根温泉	21.1	20.2	24.5
21位	奈良県・三重県・和歌山県／熊野古道	21.0	19.1	26.8
22位	福岡県／都市部	20.5	18.6	25.1
23位	東京都／浅草寺	19.3	16.3	20.4
23位	鹿児島県／屋久島	19.3	16.5	22.1
25位	千葉県／東京ディズニー・リゾート(R)	19.1	20.0	21.9
26位	神奈川県／横浜市	18.7	15.2	22.4
27位	栃木県／日光東照宮	18.4	13.8	22.4
28位	奈良県／東大寺他	18.0	14.1	22.9
29位	四国広域／お遍路廻り	17.8	13.0	16.7
30位	兵庫県／有馬温泉	16.2	12.6	16.4
—	特になし	1.5	2.9	0.6

※ 国別に数値の高い順に3位まで順位を記入し、網掛け

※調査方法：海外向けの訪日旅行に関するガイドブックなどで紹介されているエリアやスポットをランダムに30か所抽出し、代表的な画像とともに提示し、認知度と次回来訪の意欲を確認した。



◇訪日旅行の形態【国別】(全体／単一回答)

パッケージ旅行型が全体の約6割(訪日にビザが必要なタイ66%、マレーシア58%)。観光ビザ不要のシンガポールでは個人手配が過半数に。

(単位：%)

		パッケージ				個人手配				
		パッケージ・計	パッケージツアー (自由時間なし)	パッケージツアー (フリータイムが1 日以上あるもの)	航空券とホテル だけのパッケージ	個人手配・計	航空券とホテル を別々に自分で 手配	航空券とホテル とオプションツア ーを別々に自 分で手配	航空券のみ自分 で手配	その他
全体		57.7	12.1	29.9	15.7	40.9	24.0	12.8	4.1	1.5
国別	シンガポール	48.3	11.1	23.1	14.1	50.6	33.1	13.8	3.7	1.1
	タイ	66.4	13.1	33.6	19.7	31.9	18.0	9.2	4.7	1.8
	マレーシア	58.3	12.2	34.9	11.2	39.9	19.0	17.4	3.5	1.9

◇訪日旅行の形態と同行者【国別】(全体／単一回答)

タイは友人、マレーシアは夫婦との同行形態がやや高い。シンガポールは、子連れファミリーの比率が他2カ国より高い結果に。

(単位：%)

		自分ひとり	友達	恋人	夫婦	家族(12歳以下 の子ども含む)	家族(12歳以下 の子どもは含まない)	会社やブライデー で所属している 団体の同僚	その他
全 体		5.3	23.6	12.0	20.4	13.8	14.1	9.9	1.0
国別	シンガポール	6.0	20.6	8.2	21.3	20.3	15.3	6.8	1.4
	タイ	4.7	26.6	15.3	16.2	7.2	16.8	12.4	0.9
	マレーシア	5.1	23.3	12.5	26.3	14.3	7.5	10.7	0.3

◇直近の訪日回数と訪日時期【国別】(全体／単一回答)

マレーシアでは、6割以上が初回訪問者という結果であった。

(単位：%)

		1回(初めて)	2回	3回以上	知らない・覚えていない
全 体		49.1	29.1	20.0	1.8
国別	シンガポール	45.7	28.8	25.1	0.4
	タイ	44.1	32.0	20.8	3.1
	マレーシア	63.8	24.4	9.9	1.9

(単位：%)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体	6.5	5.0	7.3	8.4	6.2	8.5	6.0	4.8	7.4	9.2	9.4	15.2
国別	シンガポール	3.7	4.7	7.6	6.8	5.7	9.9	6.0	4.1	6.7	8.0	18.9
	タイ	10.2	5.0	6.1	11.2	6.2	7.0	6.5	4.6	7.7	10.1	11.4
	マレーシア	5.1	5.5	8.9	6.3	7.4	8.9	5.3	6.6	8.5	9.5	15.2

※ 各月での分布をみるため、2009年12月以降の3年間での結果をプロットしている。

◇年代、職業【国別】(全体／単一回答)

(単位：%)

		20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳
全 体		35.1	43.6	16.7	4.6
国別	シンガポール	25.7	41.9	24.8	7.6
	タイ	41.4	44.9	10.8	2.8
	マレーシア	40.2	44.2	13.1	2.5

(単位：%)

		会社員(一般)	会社員(管理職)	会社役員・経営者	公務員／教職員	自営業	フリーランサー	アルバイト	学生	専業主婦	無職	その他
全体		31.0	29.7	10.3	6.0	9.0	1.8	1.5	6.3	2.1	1.2	1.1
国別	シンガポール	38.1	29.9	9.0	5.1	3.5	1.5	2.4	4.3	3.9	1.2	1.0
	タイ	29.0	21.2	12.3	6.9	15.2	1.5	1.0	9.2	1.1	1.4	1.2
	マレーシア	22.5	44.2	9.0	5.9	7.5	2.7	0.9	4.5	1.0	0.7	1.1

【参考】訪日前後の「旅行情報接触メディア」

◇直近の訪日旅行の手配方法【国別】（パッケージ、独自手配者のみ／単一回答）

宿泊予約について、宿泊予約サイト（自国の会社運営、海外の会社運営・計）利用者は4割に達する。
これを、国別に見るとシンガポール37.6%、マレーシアで37.3%に対し、タイでは46.3%と他2カ国よりも高い結果に。

（単位：％）

		手配経路						
		旅行会社の窓口	旅行イベント での窓口	旅行会社のサイ ト	宿泊予約サイト （自国の会社運 営のサービス）	宿泊予約サイト （海外の会社運 営のサービス）	ホテルや、航空会 社等のH P から 直接予約	その他
全体	ツアーパッケージ	45.2	15.9	20.7	7.9	1.4	6.3	2.6
	航空券	14.5	3.9	8.8	7.8	2.3	56.4	6.2
	宿泊	6.2	3.7	9.0	15.7	24.4	33.7	7.2
	オプション・ツアー	13.1	7.4	20.6	3.0	6.7	19.3	29.8
シンガポール	ツアーパッケージ	55.2	9.7	20.4	5.1	0.2	6.3	3.0
	航空券	11.3	2.5	8.0	6.8	1.3	66.4	3.7
	宿泊	4.3	1.8	5.0	12.9	24.7	46.2	5.1
	オプション・ツアー	11.5	2.9	17.2	1.5	6.0	30.1	30.8
タイ	ツアーパッケージ	40.9	15.0	23.2	10.0	2.2	5.9	2.9
	航空券	19.4	6.1	11.6	9.6	2.2	44.2	6.8
	宿泊	6.6	7.7	12.6	20.3	26.3	16.5	10.0
	オプション・ツアー	17.2	11.8	27.3	3.1	9.4	10.7	20.5
マレーシア	ツアーパッケージ	39.5	26.6	15.9	7.8	1.6	7.1	1.5
	航空券	14.5	3.7	6.6	7.6	4.9	51.7	11.0
	宿泊	9.8	2.7	13.3	15.9	21.4	28.6	8.3
	オプション・ツアー	11.6	9.3	19.0	5.1	5.1	12.6	37.2

- ※ ベースは、旅行時にパッケージもしくは独自で旅行の手配を行った人
- ※・ツアーパッケージ：航空券、宿泊、現地での食事の一部やアクティビティ等がセットになったツアー旅行商品
- ・オプションツアー：現地でのアクティビティやバスで地域を巡るような着地型ツアーを指す

◇訪日後に役立った情報機器及び情報源【国別】（全体／複数回答）

訪日後に活用した情報機器は、「自国から持ち込んだスマートフォン」が半数を超えていた。
活用した情報源はガイドブックが1位。次いで、SNS、日本の旅行会社のサイトなどが上位に。

（単位：％）

		情報機器						情報源																				
		P C（持ち込み）	P C（ホテル、公共施設に設置してあるもの）	スマートフォン（持ち込み）	スマートフォン（日本でのレンタル）	携帯電話（持ち込み）	携帯電話（レンタル）	ブログ	S N S（Twitter、Facebookなど）	メルマガ	日本の旅行会社サイト	自国の旅行会社サイト	宿泊予約サイト（自国運営）	宿泊予約サイト（海外運営）	日本の政府系（観光庁・観光局など）サイト	（日本の）地方自治体・観光協会のサイト	ガイドブック	雑誌	ツアーガイド（ツアーオペレーター）	空港のフリーペーパー	交通機関のフリーペーパー	宿泊施設に置いてあるフリーペーパー	知人以外からの口コミ情報	宿泊施設のコンシェルジュからのアドバ	友人・知人へ相談	観光案内所	その他	特になし
全体		31.4	20.5	55.3	8.1	23.4	2.4	19.7	28.9	13.2	24.0	20.2	12.1	10.3	13.7	8.6	34.2	19.0	21.2	15.6	12.1	12.7	9.6	10.8	16.7	14.3	2.4	2.9
国別	シンガポール	25.3	11.9	50.9	5.9	19.6	1.3	13.2	12.7	8.9	19.1	15.7	9.1	8.3	16.6	9.0	32.6	18.5	18.0	14.4	9.3	10.4	13.3	9.3	16.1	17.1	1.5	6.0
	タイ	34.8	24.8	54.0	8.9	25.5	3.7	18.0	41.5	17.8	25.3	23.3	14.8	11.6	10.1	6.3	33.4	15.1	23.2	15.2	14.6	13.7	6.0	11.0	18.7	11.6	3.2	1.0
	マレーシア	35.8	27.3	65.5	10.5	25.9	2.0	34.0	33.2	11.7	30.0	22.2	12.4	11.1	15.6	12.2	38.5	27.0	23.1	18.2	12.2	14.6	10.3	13.3	14.2	14.6	2.3	1.1

※「情報機器」「情報源」のそれぞれのカテゴリにおいて、各国で数値の高い項目の上位3項目を網掛け