



2017年1月20日

株式会社 リクルート ライフスタイル

インバウンド対応満足度調査 結果報告

訪日旅行で良かったサービス・対応は①「おいしい飲食店の多さ」(49%)
 ②「地元の人ホスピタリティ」(43%)「魅力ある飲食店の多さ」(43%)
 高評価は「食」と日本人の「ホスピタリティ」、課題は多言語対応

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：浅野 健)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」(センター長：沢登 次彦)は、一年以内に訪日経験のある外国人を対象に、訪日旅行についての調査を実施しましたので、結果をご報告いたします。

－ 主な調査結果 －

1. 宿泊した施設…「中価格帯ホテル」が49% ----- P3
 - 最も利用率が高いのは「中価格帯ホテル」(49%)。次いで「高級ホテル」(33%)、「日本旅館」(24%)。リピーターの多い香港は「格安ホテル」(30%)、「B&B 民宿 ペンション ロッジ」(29%)などの選択率が高め。
2. 同行者…「夫婦・パートナー」が53%、「自分ひとり」は18% ----- P4
 - 「夫婦・パートナー」が53%、次いで「家族・親族」が27%。「自分ひとり」は18%。
 - 香港では「家族・親族」が39%と高めで「自分ひとり」が少ないのが特徴。
3. 到着前に利用した情報源…インターネットの利用率が高い ----- P5
 - 「宿泊施設ホームページ」(48%)、「検索サイト」(47%)、「宿泊予約サイト」(46%)などインターネットの利用率が高い。
 - 香港は利用情報源が多く、「検索サイト」(64%)や「宿泊予約サイト」(61%)は利用率が6割を超える。「テレビ番組」(36%)、「新聞・雑誌」(40%)なども利用率が高い。シンガポールでは「口コミサイト」の利用率が46%と高め。
4. 到着後に利用した情報源…案内所や宿泊施設のスタッフなどのコンタクトポイント ----- P6
 - 「空港の観光案内所」がもっとも高く55%、次いで「宿泊施設のスタッフ、コンシェルジュ」(47%)、「街の観光案内所」(46%)、「現地のお店(飲食店、お土産やなど)の店員」(44%)など、コンタクトポイントにおける情報源の利用率が高め。
 - 香港は「現地のお店(飲食店、お土産やなど)の店員」(52%)、「現地のフリーペーパー、小冊子(無料)」(43%)など、アメリカ合衆国やフランスは「観光案内人(ガイド)」の利用率が5割前後と高め。
5. 訪日旅行中のサービス・対応について ----- P7
 - 訪日旅行を楽しむために必要だと思った点
 - …公共交通、ネット環境などの利便性、飲食やホスピタリティが上位に挙がる
 - ①「公共交通の乗り方の利便性(使いやすさ・アクセスの良さ)」(36%)、②「おいしい飲食店の多さ」(35%)、③「地元の人ホスピタリティ」(30%)、④「無料公衆無線LAN環境などネット環境の良さ」(29%)などが上位。
 - 良かった点 …食とホスピタリティは高い評価を得ている
 - ①「おいしい飲食店の多さ」(49%)が突出、次いで②「地元の人ホスピタリティ」(43%)、③「魅力ある飲食店の多さ」(43%)が続く。
 - 良くなかった点…「あてはまるものはない」が3割超え。課題は多言語対応
 - 「地元の人との多言語でのコミュニケーション」(19%)、「飲食店のスタッフの多言語での対応力」(19%)などが上位に挙げられる。一方、32%が「あてはまるものはない」と回答しており、概して満足度は高い。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社リクルートライフスタイル 広報グループ 土蔵 亜由美
 TEL: 03-6835-2639 E-mail: a_tokura@r.recruit.co.jp

調査概要とプロフィール

【調査概要】

- ◎ 調査目的 : 訪日経験があり、海外旅行頻度の高い外国人に対して、訪日旅行についての評価を得ることで、今後の訪日旅行のサービス改善へのヒントを得る
- ◎ 調査時期 : 2016年9月14日（水）～ 2016年9月28日（水）
- ◎ 調査対象 : 香港／シンガポール／アメリカ合衆国／オーストラリア／フランスに居住する20～49歳の男女
海外旅行頻度が1年に1回以上
直近1年以内（2015年9月中旬～2016年9月中旬）に日本へプライベート旅行（出張・駐在・団体旅行は除く）で訪れている人
- ◎ 調査方法 : インターネット調査（トルーナジャパン株式会社）
- ◎ 有効回答数および割付（単位：人）

	計	男性				女性				平均（歳）
		20代	30代	40代	20代	30代	40代			
【訪日外国人】全体	500	250	85	85	80	250	85	85	80	34.35
居住国別										
香港	100	50	17	17	16	50	17	17	16	34.89
シンガポール	100	50	17	17	16	50	17	17	16	34.09
アメリカ合衆国	100	50	17	17	16	50	17	17	16	34.09
オーストラリア	100	50	17	17	16	50	17	17	16	34.30
フランス	100	50	17	17	16	50	17	17	16	34.38

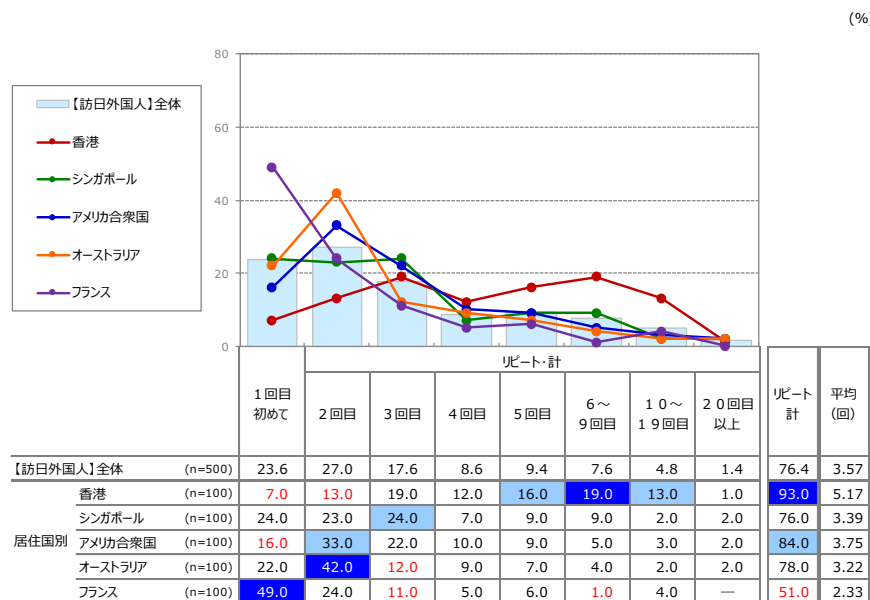
【回答者プロフィール】

■ 職業（全体／単一回答）

	n	有職・計							その他	無職・計	
		会社社長・役員	会社勤め（ワタクシ・パートタイマー）	専門職（弁護士・会計士など）	自営業フリーランス	学生	専業主婦（主夫）	無職		有職・計	無職・計
【訪日外国人】全体	(n=500)	11.6	62.0	12.4	4.8	3.0	4.0	1.0	1.2	90.8	8.0
居住国別											
香港	(n=100)	7.0	74.0	12.0	3.0	2.0	2.0	—	—	96.0	4.0
シンガポール	(n=100)	3.0	61.0	18.0	7.0	5.0	4.0	1.0	1.0	89.0	10.0
アメリカ合衆国	(n=100)	21.0	56.0	8.0	4.0	1.0	6.0	2.0	2.0	89.0	9.0
オーストラリア	(n=100)	6.0	58.0	16.0	6.0	3.0	6.0	2.0	3.0	86.0	11.0
フランス	(n=100)	21.0	61.0	8.0	4.0	4.0	2.0	—	—	94.0	6.0

※「【訪日外国人】全体」より ■=10pt以上高い ▽=5pt以上高い ▽=5pt以上低い

■ 訪日回数（全体／実数回答）



※「【訪日外国人】全体」より ■=10pt以上高い ▽=5pt以上高い ▽=5pt以上低い

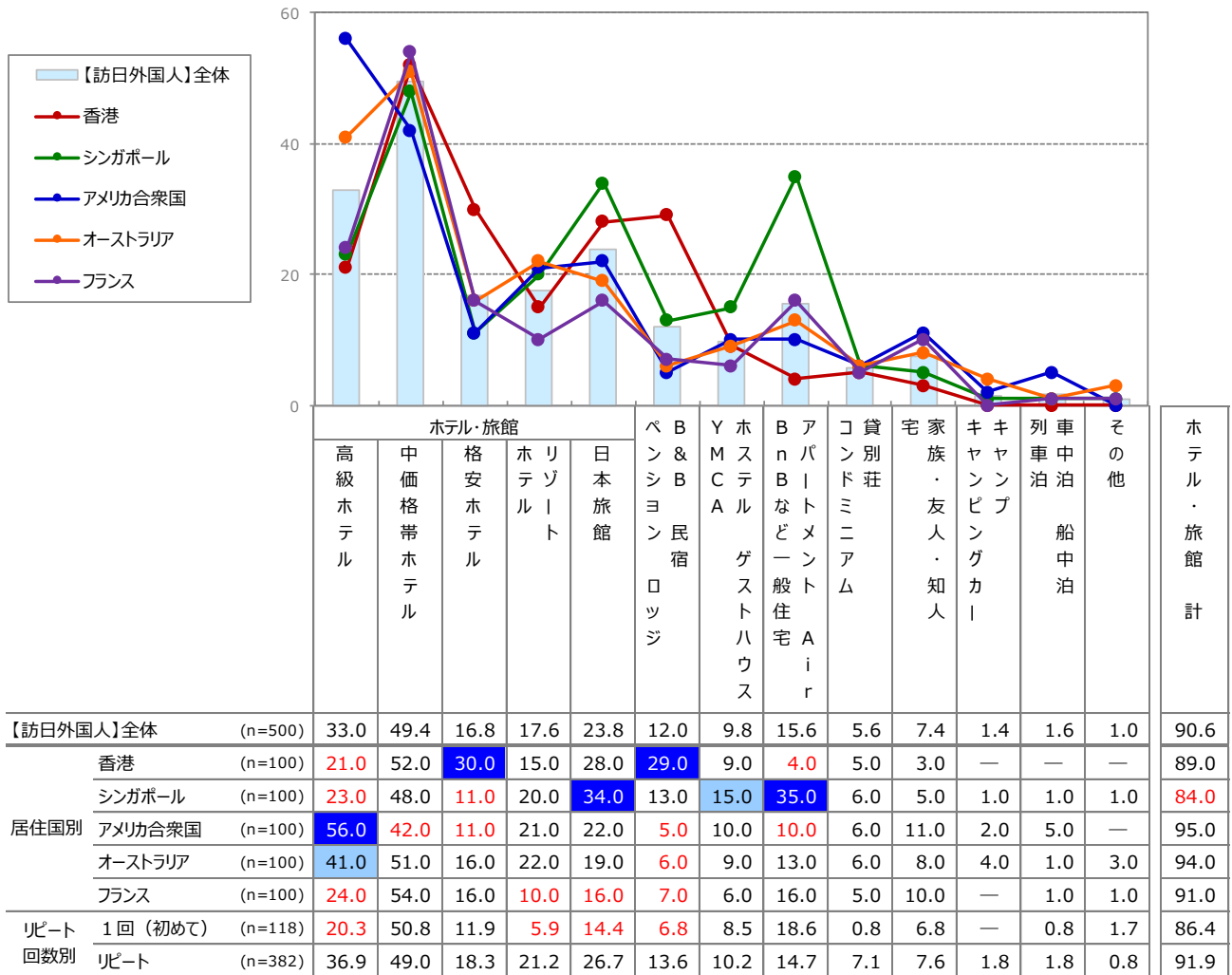
1. 宿泊した施設

直近の訪日旅行で宿泊した施設のタイプを尋ねた。

- 49%が「中価格帯ホテル」を選択。次いで「高級ホテル」(33%)、「日本旅館」(24%)が続く。
- リピーターの多い香港では「格安ホテル」(30%)や「B&B 民宿 ペンション ロッジ」(29%)を選択する割合が高め。アメリカ合衆国、オーストラリアは「高級ホテル」が他国に比べて高いのが特徴的。

■直近の訪日旅行で宿泊した施設（全体／複数回答）

(%)



※【訪日外国人】全体より ■ = 10pt以上高い / □ = 5pt以上高い / ● = 5pt以上低い
 ※「高級ホテル」= 5つ星ホテルなど

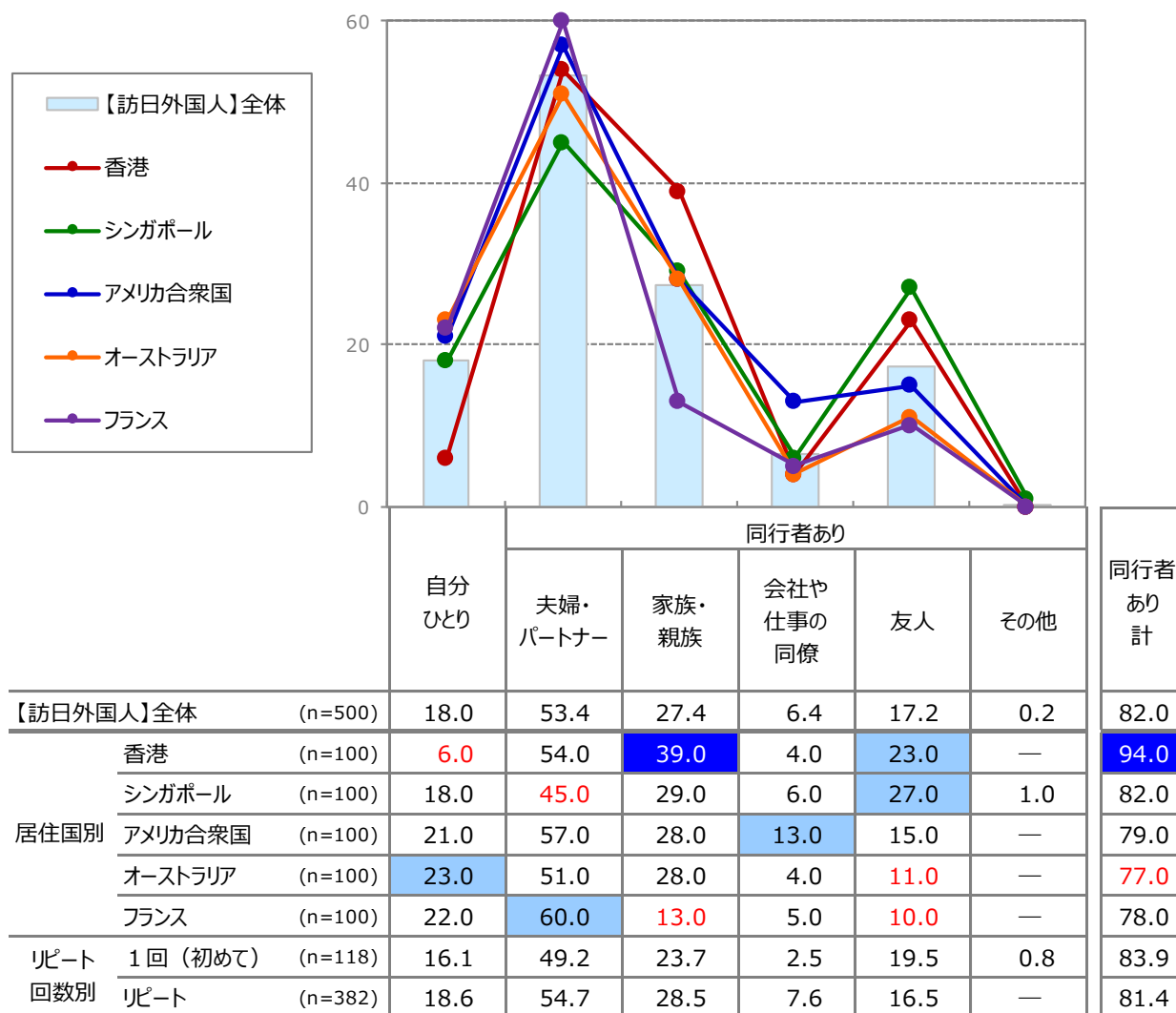
2. 同行者

直近の訪日旅行の同行者を尋ねた。

- 「夫婦・パートナー」が53%、「家族・親族」が27%。「自分ひとり」は18%であった。
- 香港は「家族・親族」が39%と高く、「自分ひとり」が6%と少ない。
- オーストラリアは「自分ひとり」が23%と高め。

■ 直近の訪日旅行の同行者（全体／複数回答）

(%)



※【訪日外国人】全体より ■ =10pt以上高い / □ =5pt以上高い / ● =5pt以上低い

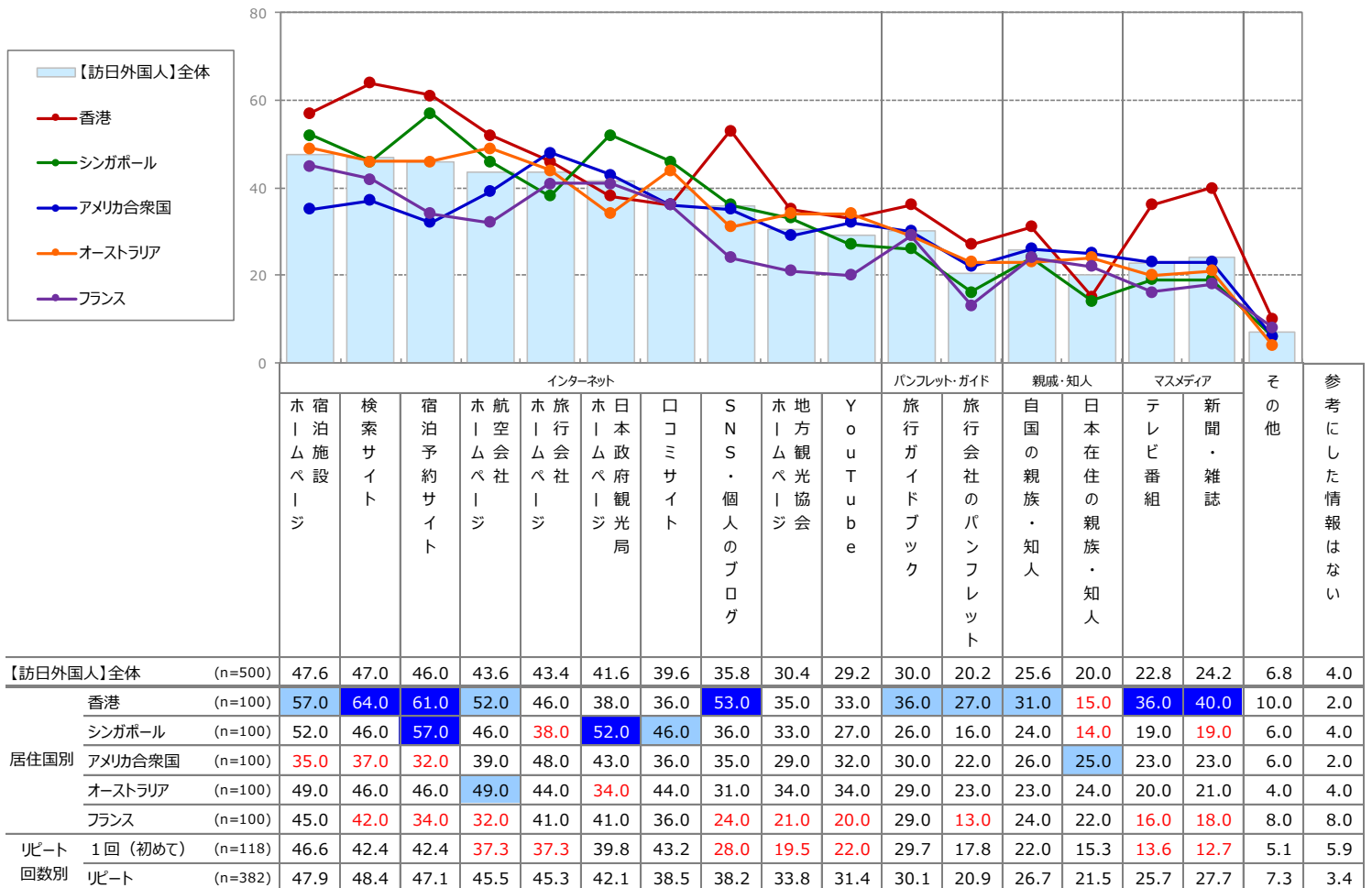
3. 到着前に利用した情報源

直近の訪日旅行で、到着前に利用した情報源を尋ねた。

- 全体的にインターネットの利用率が高い。もっとも利用率が高いのは「宿泊施設ホームページ」で48%、次いで「検索サイト」(47%)、「宿泊予約サイト」(46%)、「航空会社ホームページ」(44%)、「旅行会社ホームページ」(43%)が続く。
- 香港は利用情報源が多く、「検索サイト」(64%)、「宿泊予約サイト」(61%)などが高いが、「新聞・雑誌」(40%)、「テレビ番組」(36%)などインターネット以外の情報源も利用率が高い。シンガポールは「宿泊予約サイト」がもっとも高く57%。また「日本政府観光局ホームページ」(52%)や「口コミサイト」(46%)の利用率も高い。

■ 直近の訪日旅行で到着前に利用した情報源 (全体/複数回答)

(%)



※「【訪日外国人】全体」より ■=10pt以上高い / ●=5pt以上高い / ▲=5pt以上低い
 ※中分類ごと「【訪日外国人】全体」降順ソート

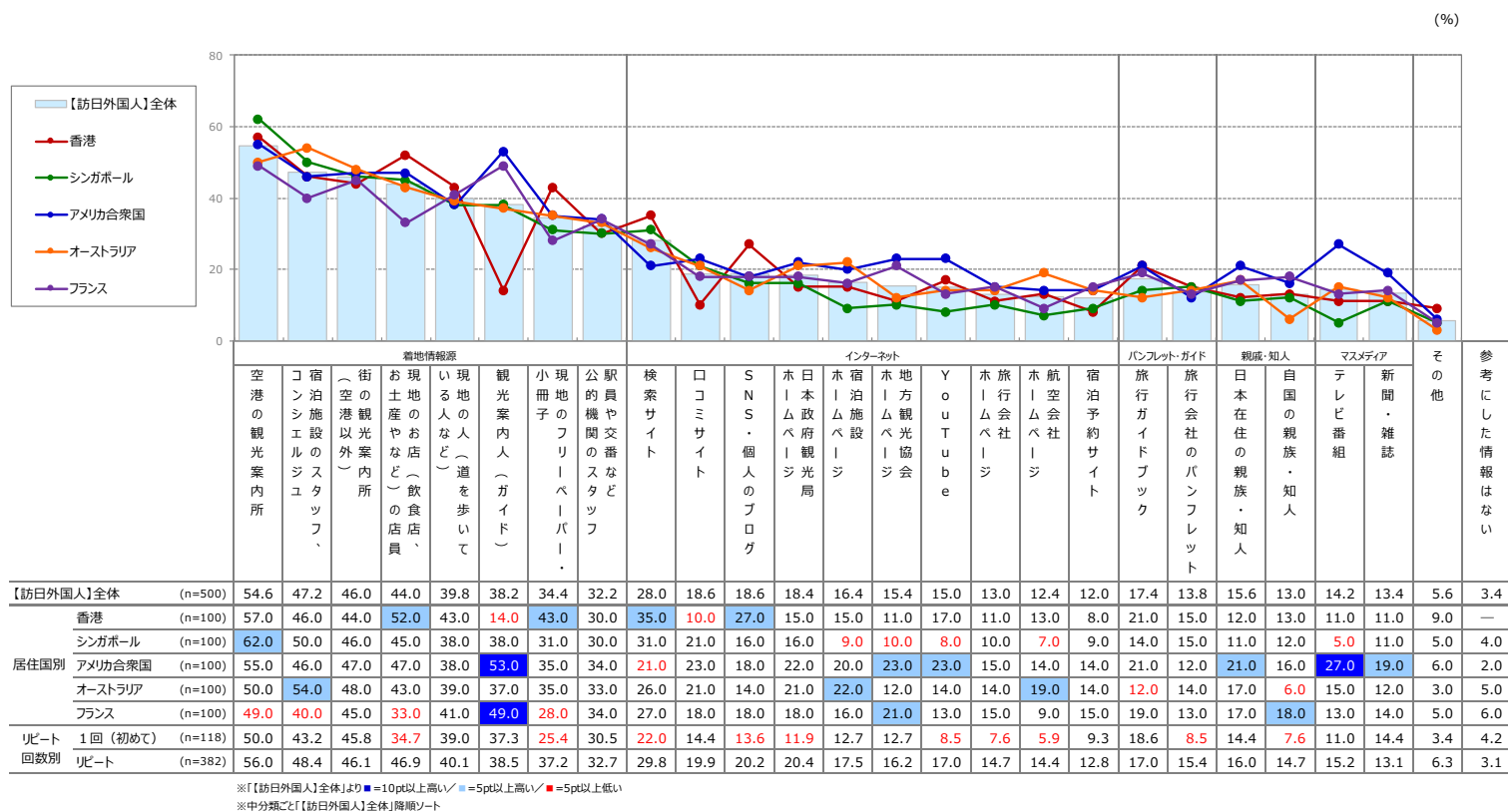
* 以下の項目については回答時に () 内の例を表記
 検索サイト (Google・Yahooなど)
 宿泊予約サイト (Booking.com・Expediaなど)
 口コミサイト (TripAdvisorなど)
 SNS (Facebook・Twitter・Weiboなど)・個人のブログ
 旅行ガイドブック (Lonely Planetなど)

4. 到着後に利用した情報源

直近の訪日旅行で、到着後に利用した情報源を尋ねた。

- 「空港の観光案内所」がもっとも利用率が高く55%、次いで「宿泊施設のスタッフ、コンシェルジュ」（47%）、「街の観光案内所」（46%）、「現地のお店（飲食店、お土産やなど）の店員」（44%）など、着地でのコンタクトポイントにおける情報源の利用率が高い。インターネットの利用率は「検索サイト」（28%）、「口コミサイト」（19%）「SNS・個人のブログ」（19%）などが上位。
- 香港は「現地のお店（飲食店、お土産やなど）の店員」（52%）、「現地のフリーペーパー、小冊子（無料）」（43%）などの利用率が高い。またアメリカ合衆国やフランスでは「観光案内人（ガイド）」の利用率が5割前後と高め。

■ 直近の訪日旅行で到着後に利用した情報源（全体／複数回答）



* 以下の項目については回答時に（）内の例を表記
 現地のフリーペーパー・小冊子（無料）
 検索サイト（Google・Yahoo・など）
 宿泊予約サイト（Booking.com・Expedia・など）
 口コミサイト（Trip Advisor・など）
 SNS（Facebook・Twitter・Weibo・など）・個人のブログ
 旅行ガイドブック（Lonely Planet・など）

5. 訪日旅行中のサービス・対応について

訪日旅行中のサービス・対応について、①旅行を楽しむために必要だと思った点、②良かった点、③良くなかった点をそれぞれ尋ね、上位10項目のランキング形式で見たものが以下である。

- 訪日旅行を楽しむために必要だと思った点として最も高いのは「公共交通の乗り方の利便性（使いやすさ・アクセスの良さ）」（36%）、次いで「おいしい飲食店の多さ」（35%）、「地元の人へのホスピタリティ」（30%）、「無料公衆無線LAN環境などネット環境の良さ」（29%）が続く。滞在期間中の利便性に関する項目に交ざって、飲食やホスピタリティの項目が上位に入る。
- 良かった点としては、「おいしい飲食店の多さ」が49%と突出しており、次いで「地元の人へのホスピタリティ」（43%）、「魅力ある飲食店の多さ」（43%）など、食とホスピタリティの評価が非常に高い。4位に「公共交通の乗り方の利便性（使いやすさ・アクセスの良さ）」（36%）、5位に「ショッピングを楽しめるお店の多さ」（34%）が続く。
- 良くなかった点としては、「地元の人との多言語でのコミュニケーション」（19%）、「飲食店のスタッフの多言語での対応力」（19%）など言語に関する問題が上位に挙がっている一方、「あてはまるものはない」が32%を占めており、概して満足度は高いといえそうだ。

① 訪日旅行を楽しむために必要なサービス・対応（全体／複数回答）

順位	項目	%
1	公共交通の乗り方の利便性（使いやすさ・アクセスの良さ）	35.8
2	おいしい飲食店の多さ	34.6
3	地元の人へのホスピタリティ	29.8
4	無料公衆無線LAN環境などネット環境の良さ	28.6
5	公共交通機関の快適性（乗り心地・乗務員の対応）	28.0
6	両替・ATM・クレジットカード等の利用のしやすさ	27.6
7	魅力ある飲食店の多さ	27.2
8	観光案内所のスタッフの多言語による対応力	26.4
	飲食店のスタッフの多言語での対応力	
	魅力ある宿泊施設がある	
	地元の人との多言語でのコミュニケーション	
あてはまるものはない		1.6

② 訪日旅行で良かったサービス・対応（全体／複数回答）

順位	項目	%
1	おいしい飲食店の多さ	49.2
2	地元の人へのホスピタリティ	43.0
3	魅力ある飲食店の多さ	42.6
4	公共交通の乗り方の利便性（使いやすさ・アクセスの良さ）	36.0
5	ショッピングを楽しめるお店の多さ	34.2
6	魅力のあるレジャー・観光スポットの多さ	34.0
7	無料公衆無線LAN環境などネット環境の良さ	33.8
8	魅力ある宿泊施設がある	31.6
	魅力のある特産品や土産物の多さ	
10	両替・ATM・クレジットカード等の利用のしやすさ	31.0
あてはまるものはない		0.8

③ 訪日旅行で良くなかったサービス・対応（全体／複数回答）

順位	項目	%
1	地元の人との多言語でのコミュニケーション	19.0
2	飲食店のスタッフの多言語での対応力	18.6
3	無料公衆無線LAN環境などネット環境の良さ	11.8
4	観光施設のスタッフの多言語での対応力	11.4
	宿泊施設のスタッフ・コンシェルジュの多言語での対応力	
6	観光案内所のスタッフの多言語による対応力	9.2
7	観光案内人（ガイド）の多言語による対応力	8.6
8	公共交通の乗り方の利便性（使いやすさ・アクセスの良さ）	7.6
	公共交通機関の切符の入手や予約のしやすさ	
10	食事の好みや制約条件（ハラール・ベジタリアンなど）に対応できる飲食店の多さ	7.4
あてはまるものはない		32.4