

『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』報告書概要

I 調査概要

- ・ 調査対象: 日本旅行を終え、新千歳、仙台、成田、羽田、中部、関西、福岡、那覇の各国際空港および博多港(海港)から出国しようとしている、滞在期間が2日以上、90日以下の外国人旅行者
- ・ 調査方法: 各空港の出国待合室において、外国語能力を備えた調査員によるインタビュー調査
- ・ 調査時期: 冬(2009年1~2月)、夏(2009年7~8月)、秋(2009年10~11月)。
- ・ 調査内容: 旅行者の国内訪問実態。訪問率¹、訪日目的、訪日回数、旅行形態、訪日前に期待したこと、特に満足した日本の食事、等
- ・ 回答者数: 15,355票(冬:4,417票、夏:5,749票、秋:5,189票)

図表 居住国・地域別回答者数

	回答者数	構成比 (%)	訪日外客数 (2009年)	構成比 (%)
全体	15,355	100.0	6,789,658	100.0
韓国	3,716	24.2	1,586,772	23.4
台湾	2,286	14.9	1,024,292	15.1
中国	2,068	13.5	1,006,085	14.8
香港	1,100	7.2	449,568	6.6
タイ	336	2.2	177,541	2.6
マレーシア	190	1.2	89,509	1.3
シンガポール	300	2.0	145,224	2.1
インド	180	1.2	58,918	0.9
オーストラリア	454	3.0	211,659	3.1
米国	1,516	9.9	699,919	10.3
カナダ	307	2.0	152,756	2.2
英国	446	2.9	181,460	2.7
ドイツ	377	2.5	110,692	1.6
フランス	345	2.2	141,251	2.1
ロシア	77	0.5	46,952	0.7
その他	1,657	10.8	707,060	10.4

¹ 訪問率とは、インタビュー回答者のうち何%が当該地域を訪れたと回答したかを示す率であり、以下の計算式で求められる。

$$\text{〇〇への訪問率} = \text{〇〇を訪れたと回答した数} \div \text{全回答者数}$$

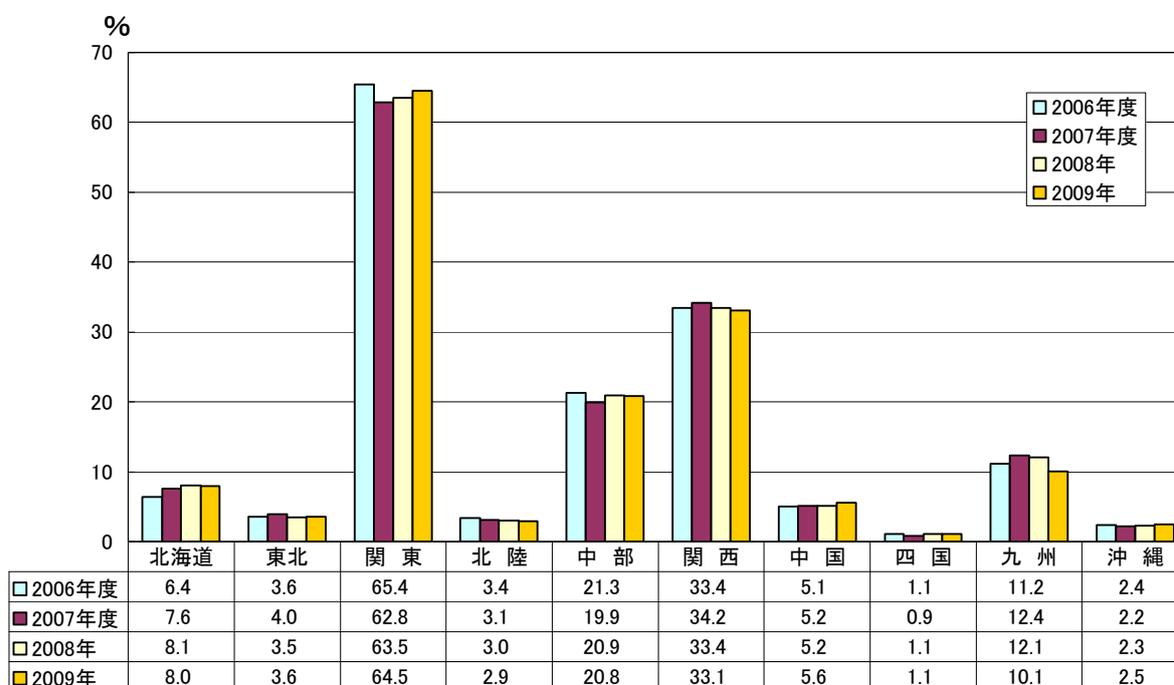
Ⅱ 分析編

地方別訪問率(報道資料本文①)

回答者(15,355人)の約3人に2人が関東を訪れ、3人に1人が関西、5人に1人が中部、10人に1人が九州を訪れる傾向が2008年に続き2009年も継続。

地方別訪問率の順位は2005年度以降、関東、関西、中部、九州、北海道、中国、東北、沖縄、四国となっており、変化していない。

図表 地方別 訪問率推移



都道府県別訪問率(報道資料本文②、③)

- ・都道府県訪問率の上位も2008年から順位の変動はなく、東京都(15,355人中58.8%が訪問)、大阪府(24.4%)、京都府(20.6%)、神奈川県(16.7%)、千葉県(12.7%)、愛知県(9.6%)、福岡県(8.6%)の順。
- ・北海道(8.0%)が兵庫県(7.9%)を初めて上回り8位に。中国人に人気の高い山梨県(6.8%)が10位に。

図表 都道府県別 訪問率推移 (N=回答者数)

平成17年度 (N=12,232) 2005-2006			平成18年度 (N=13,891) 2006-2007			平成19年度 (N=14,535) 2007-2008			平成20年 (N=14,963) 2008			平成21年 (N=15,355) 2009		
順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)
1	東京	58.5	1	東京	57.4	1	東京	58.2	1	東京	58.9	1	東京	58.8
2	大阪	22.6	2	大阪	23.7	2	大阪	25.8	2	大阪	25.0	2	大阪	24.4
3	京都	19.1	3	京都	20.3	3	京都	21.8	3	京都	21.4	3	京都	20.6
4	神奈川	18.9	4	神奈川	18.8	4	神奈川	16.3	4	神奈川	16.0	4	神奈川	16.7
5	千葉	15.4	5	千葉	16.7	5	千葉	11.4	5	千葉	11.8	5	千葉	12.7
6	愛知	11.9	6	愛知	9.6	6	福岡	9.6	6	愛知	10.1	6	愛知	9.6
7	福岡	7.4	7	福岡	8.7	7	愛知	9.4	7	福岡	9.7	7	福岡	8.6
8	兵庫	6.9	8	兵庫	7.4	8	兵庫	8.8	8	兵庫	8.1	8	北海道	8.0
9	山梨	5.8	9	山梨	6.6	9	北海道	7.6	9	北海道	8.1	9	兵庫	7.9
10	北海道	5.6	10	北海道	6.4	10	奈良	7.1	10	奈良	6.5	10	山梨	6.8
11	奈良	4.9	11	奈良	6.1	11	山梨	5.5	11	山梨	5.9	11	奈良	6.2
12	静岡	3.6	12	長崎	4.3	12	大分	4.8	12	大分	4.9	12	広島	4.5
	長崎	3.6	13	栃木	4.2	13	熊本	4.6	13	熊本	4.7	13	栃木	3.7
14	栃木	3.5	14	大分	4.0	14	長崎	4.3	14	広島	4.0	14	大分	3.2
	広島	3.5		広島	4.0	15	広島	3.9	15	長崎	3.9		静岡	3.2
16	熊本	3.0	16	静岡	3.7	16	栃木	3.7	16	栃木	3.6	16	長野	3.1
17	大分	2.9	17	熊本	3.6	17	静岡	3.4	17	静岡	3.4	17	熊本	2.9
18	沖縄	2.2	18	長野	2.7	18	長野	3.0	18	長野	3.0	18	長崎	2.7
19	埼玉	2.0	19	岐阜	2.5	19	岐阜	2.6	19	岐阜	2.7	19	岐阜	2.7
	長野	2.0	20	沖縄	2.4	20	沖縄	2.2	20	沖縄	2.3	20	沖縄	2.5
21	岐阜	1.7	21	埼玉	2.3		宮城	2.2	21	宮城	2.0	21	宮城	2.2
22	茨城	1.5	22	宮城	1.9	22	埼玉	1.8	22	埼玉	1.6	22	埼玉	1.8
23	宮城	1.2	23	石川	1.4	23	石川	1.4	23	和歌山	1.3	23	茨城	1.7
24	新潟	1.1		三重	1.4	24	和歌山	1.2		茨城	1.3	24	和歌山	1.5
25	三重	1.0		茨城	1.4		茨城	1.2		石川	1.3	25	石川	1.4
	和歌山	1.0	26	和歌山	1.3	26	三重	1.1	26	三重	1.2	26	三重	1.1
27	群馬	0.9	27	新潟	1.1		富山	1.1	27	富山	0.9	27	群馬	1.0
	石川	0.9		鹿児島	1.1	28	青森	0.9		新潟	0.9	28	富山	0.9
	滋賀	0.9		富山	1.1		新潟	0.9		青森	0.8		福島	0.9
30	岡山	0.8	30	群馬	1.0		岡山	0.9		福島	0.8		青森	0.9
31	福島	0.7		福島	1.0	31	福島	0.8		群馬	0.8	31	岡山	0.8
32	青森	0.6	32	岡山	0.9		鹿児島	0.8		鹿児島	0.8	32	鹿児島	0.7
	富山	0.6	33	青森	0.8		群馬	0.8		岡山	0.8		新潟	0.7
	鹿児島	0.6		滋賀	0.8	34	岩手	0.7		滋賀	0.7		山形	0.7
35	山口	0.5	35	愛媛	0.6		山形	0.7	34	山形	0.6		山口	0.7
	宮崎	0.5	36	山口	0.5		滋賀	0.7		山口	0.6		滋賀	0.6
37	香川	0.4		岩手	0.5	37	山口	0.6		岩手	0.6		佐賀	0.6
	愛媛	0.4		佐賀	0.5	38	佐賀	0.5		佐賀	0.6		秋田	0.5
39	岩手	0.3		山形	0.5	39	愛媛	0.4	39	宮崎	0.5		岩手	0.5
	秋田	0.3		宮崎	0.5		秋田	0.4	40	秋田	0.4		宮崎	0.5
	山形	0.3		秋田	0.5		香川	0.4		香川	0.4	41	愛媛	0.4
	佐賀	0.3	42	福井	0.3		宮崎	0.4		愛媛	0.4	42	福井	0.3
43	福井	0.2		徳島	0.3	43	福井	0.3	43	福井	0.3		香川	0.3
	島根	0.2		香川	0.3	44	鳥取	0.2	44	島根	0.2	44	鳥取	0.2
	徳島	0.2	45	鳥取	0.2		徳島	0.2		鳥取	0.2		高知	0.2
	高知	0.2		高知	0.2		島根	0.2		徳島	0.2		徳島	0.2
47	鳥取	0.1		島根	0.2	47	高知	0.1	47	高知	0.1		島根	0.2
延べ訪問率 Total	220.7		延べ訪問率 Total	235.7		延べ訪問率 Total	234.9		延べ訪問率 Total	234.3		延べ訪問率 Total	230.1	

図表 都道府県別 訪問率一覧（主要 15 市場）（N=回答者数）

韓国			台湾			中国			香港			タイ		
平成21年 (N=3,716) 2009			平成21年 (N=2,286) 2009			平成21年 (N=2,068) 2009			平成21年 (N=1,100) 2009			平成21年 (N=336) 2009		
順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)									
1	東京	45.0	1	東京	44.3	1	東京	70.8	1	東京	53.7	1	東京	52.1
2	大阪	21.6	2	大阪	23.7	2	大阪	41.6	2	大阪	19.6	2	大阪	33.0
3	福岡	20.3	3	京都	15.8	3	神奈川	30.1	3	北海道	17.3	3	千葉	22.3
4	京都	11.1	4	千葉	15.2	4	京都	29.4	4	千葉	13.9	4	神奈川	21.4
5	神奈川	9.7	5	神奈川	15.0	5	千葉	23.1	5	京都	10.2	5	京都	18.5
6	大分	8.3	6	北海道	13.2	6	山梨	17.5	6	山梨	7.7	6	兵庫	13.1
7	兵庫	7.2	7	愛知	12.1	7	愛知	16.9	6	神奈川	7.7	7	愛知	12.8
8	熊本	6.3	8	兵庫	9.8	8	北海道	8.9	8	沖縄	7.5	8	山梨	11.0
9	千葉	6.2	9	長野	6.3	9	兵庫	6.7	9	愛知	5.9	9	栃木	7.1
10	北海道	5.7	10	福岡	5.9	10	静岡	5.4	9	兵庫	5.9	10	奈良	6.8
11	愛知	5.5	11	山梨	5.2	11	福岡	4.6	11	福岡	4.2	11	北海道	5.7
12	奈良	5.4	12	岐阜	5.1	12	奈良	3.8	12	宮城	3.6	12	福岡	4.8
13	長崎	4.5	13	奈良	5.0	13	茨城	2.5	13	長野	3.4	13	宮城	4.2
14	埼玉	2.0	14	沖縄	4.4	14	栃木	2.4	14	奈良	3.1	14	広島	3.9
15	宮城	1.8	15	静岡	4.1	15	長野	2.0	15	富山	2.9	15	静岡	3.6
							埼玉	2.0						

シンガポール			マレーシア			インド			オーストラリア			米国		
平成21年 (N=300) 2009			平成21年 (N=190) 2009			平成21年 (N=180) 2009			平成21年 (N=454) 2009			平成21年 (N=1,516) 2009		
順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)									
1	東京	62.7	1	東京	59.5	1	東京	68.9	1	東京	68.3	1	東京	66.5
2	大阪	23.0	2	大阪	28.4	2	神奈川	23.9	2	京都	29.3	2	京都	20.4
3	千葉	17.3	3	千葉	21.1	3	大阪	20.0	3	大阪	24.4	3	神奈川	20.3
4	北海道	17.0	4	京都	15.8	4	京都	18.3	4	千葉	16.7	4	大阪	17.2
5	京都	15.3	5	北海道	15.3	5	愛知	15.0	5	北海道	15.9	5	千葉	11.2
6	神奈川	14.7	6	神奈川	14.2	6	千葉	9.4	6	広島	13.9	6	愛知	8.2
7	愛知	9.0	7	山梨	11.1	7	兵庫	8.9	7	神奈川	12.6	7	兵庫	6.6
8	山梨	8.7	8	愛知	8.4	7	山梨	8.9	8	長野	10.6	8	広島	6.2
9	兵庫	5.7	9	兵庫	7.4	9	広島	6.1	9	山梨	7.9	9	奈良	5.6
10	栃木	3.3	10	福岡	5.3	10	奈良	3.9	10	愛知	7.3	10	山梨	5.4
11	奈良	2.7	11	広島	3.7	10	福岡	3.9	11	兵庫	7.0	12	沖縄	5.4
	長野	2.7	11	奈良	3.7	10	埼玉	3.9	11	奈良	7.0	12	栃木	4.2
	青森	2.3	13	長野	3.2	13	宮城	2.8	13	福岡	5.1	13	福岡	3.3
13	福岡	2.3	14	栃木	2.6	13	静岡	2.8	14	岡山	2.4	14	静岡	3.2
	広島	2.3	15	埼玉	2.1	13	栃木	2.8	14	栃木	2.4	15	北海道	2.4

カナダ			英国			ドイツ			フランス			ロシア		
平成21年 (N=307) 2009			平成21年 (N=446) 2009			平成21年 (N=377) 2009			平成21年 (N=345) 2009			平成21年 (N=77) 2009		
順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)									
1	東京	69.4	1	東京	75.6	1	東京	69.5	1	東京	76.2	1	東京	80.5
2	京都	25.7	2	京都	27.6	2	京都	26.0	2	京都	46.1	2	京都	27.3
3	大阪	21.2	3	神奈川	15.7	3	大阪	22.8	3	大阪	21.7	3	神奈川	26.0
4	千葉	20.5	4	大阪	15.2	4	神奈川	19.1	4	神奈川	20.0	4	北海道	14.3
5	神奈川	13.7	5	広島	11.7	5	愛知	14.3	5	奈良	17.7	5	大阪	13.0
6	広島	11.1	6	千葉	9.4	6	広島	10.3	6	広島	16.8	6	栃木	11.7
7	兵庫	9.4	7	奈良	7.4	7	奈良	9.0	7	兵庫	12.2	7	千葉	6.5
8	愛知	7.8	9	愛知	7.4	8	兵庫	8.5	8	栃木	9.3	8	広島	5.2
	山梨	7.8	9	兵庫	7.2	9	栃木	8.0	9	愛知	8.7	8	愛知	5.2
	奈良	7.8	10	栃木	6.3	10	千葉	6.4	10	福岡	8.4	8	奈良	5.2
11	福岡	5.9	11	山梨	5.4	11	福岡	6.1	11	山梨	5.8	11	山梨	5.2
12	北海道	5.2	12	北海道	4.5	12	山梨	5.8	12	和歌山	5.2	12	兵庫	3.9
13	栃木	3.6	13	長野	4.3	13	岐阜	3.4	13	長野	4.9	12	福岡	3.9
	長崎	3.6	13	岐阜	4.3	14	静岡	3.2	14	岐阜	4.6	15	茨城	3.9
	岐阜	3.6	15	茨城	2.9	15	長野	2.9	15	千葉	4.3	15	静岡	2.6
							北海道	2.9					三重	2.6

都市・観光地別訪問率(報道資料本文④)

2008年と同様、1位は新宿(34.8%)。中国からの旅行者に限ると1位は秋葉原(42.4%)。秋葉原は訪日客全体でも初めて20%台を記録(20.2%)。

都市・観光地別訪問率のトップは、2004年度調査以来新宿が占めている。続いて銀座・有楽町(2008年調査までは「銀座」)が2007年度以降2位となっており、3位は2007年度は大阪市であったが、2008年からは浅草となっている。

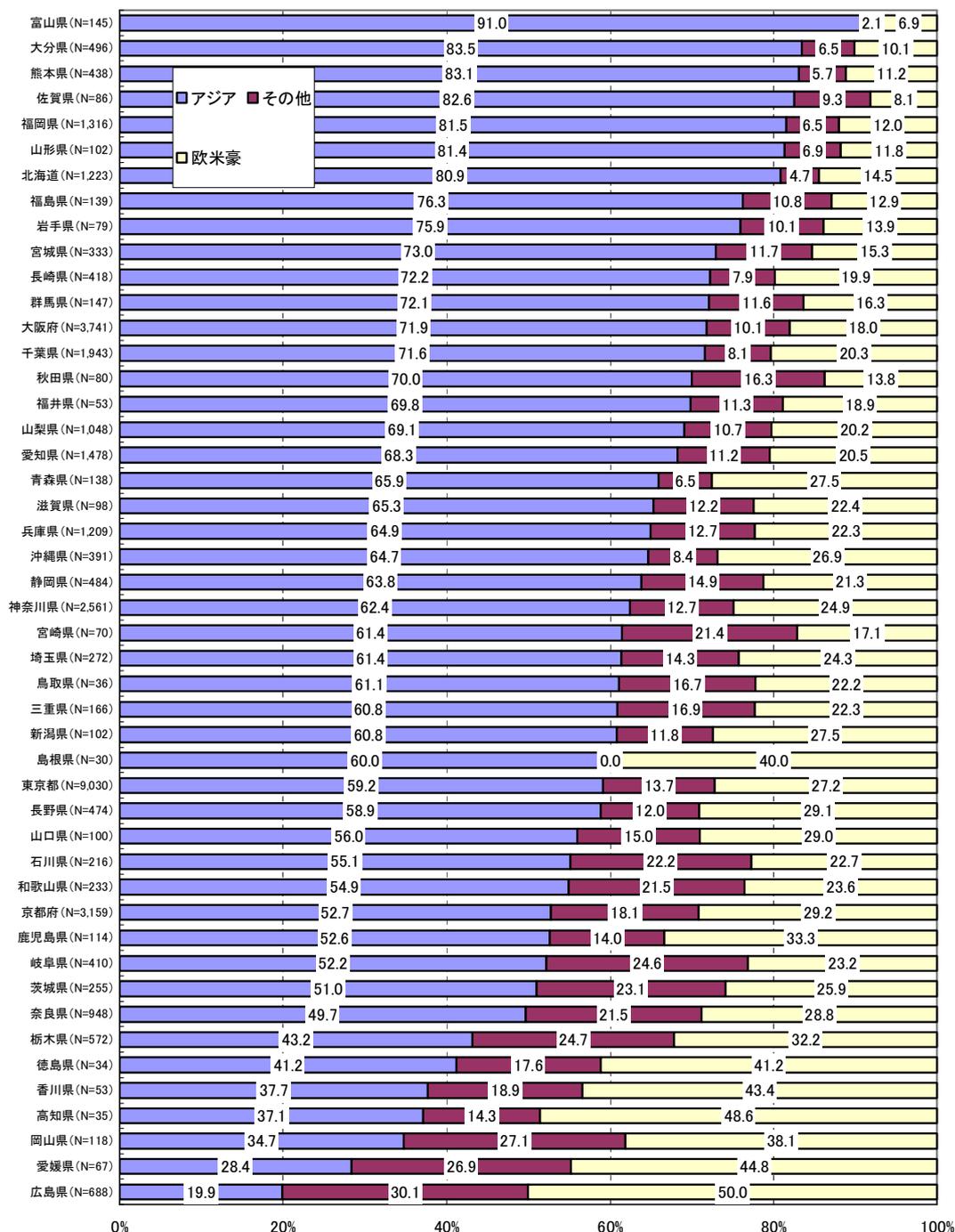
図表 都市・観光地別 訪問率推移

2008			2009		
順位	都市・観光地名	訪問率(%)	順位	都市・観光地名	訪問率(%)
1	新宿	34.5	1	新宿	34.8
2	銀座	26.5	2	銀座・有楽町	25.4
3	浅草	24.2	3	浅草	25.0
4	大阪市	23.6	4	大阪市	23.5
5	渋谷	23.1	5	渋谷	20.3
6	京都市	20.5	6	京都市	20.2
7	秋葉原	18.8	6	秋葉原	20.2
8	上野	18.1	8	上野	19.3
9	原宿・明治神宮	16.4	9	原宿・明治神宮	17.3
10	六本木	15.9	10	六本木	15.4
11	お台場	14.8	11	皇居	14.9
12	東京タワー	13.9	12	お台場	14.2
13	皇居	13.4	13	東京タワー	13.6
14	品川	9.9	14	池袋	10.8
15	池袋	9.8	15	東京駅周辺・丸の内・日本橋	10.7
16	名古屋	9.2	16	名古屋	9.0
17	福岡市	8.9	17	品川	8.7
18	横浜	8.2	18	横浜	8.3
19	東京駅周辺・丸の内・日本橋	7.5	19	福岡市	7.9
20	箱根	7.1	20	箱根	7.1
21	札幌・定山溪	6.7	21	TDR	6.7
22	神戸・有馬温泉	6.5	22	札幌・定山溪	6.6
23	赤坂	6.3	23	神戸・有馬温泉	6.5
24	奈良市	6.2	24	富士山・富士五湖・富士急ハイランド	6.3
25	TDR	6.1	25	赤坂	6.1
26	築地	5.5	26	奈良市	6.0
27	富士山・富士五湖・富士急ハイランド	4.6	27	築地	5.1
28	代官山・恵比寿	4.2	28	小樽	4.1
29	小樽	4.0		代官山・恵比寿	4.1
30	別府	3.7		成田	4.1
				広島市	4.1

都道府県別入込客状況(報道資料本文⑤、⑥)

- ・アジア主要市場(韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インド)からの旅行者比率が最も高かった都道府県は富山県(08年 82.6%で4位→09年 91.0%で1位)。
- ・欧米豪主要市場(オーストラリア、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、ロシア)からの旅行者の比率については、2008年に続き広島県が1位(50.0%が欧米豪主要市場から)。

図表 都道府県別 入込客状況(2009年) (N=全 15,355人中、当該都道府県を訪れたと回答した数)



観光客が訪日前に期待したこと(報道資料本文⑦)

「日本の食事」(58.5%)がトップ、以下「ショッピング」(48.5%)、「温泉」(43.4%)の順。日本の食事はショッピングを抜いて初めての1位に。

(2008年までは「訪日動機」として掲載)、2006年以降1位の「ショッピング」に代わり、「日本の食事」が初めて1位となった。2009年は選択肢が変更され、回答条件も変わった(2008年は3つまで、2009年は幾つでも選択可)ため一概に比較はできないが、日本の食事は2006年度調査では19.4%に過ぎなかったが、2007年度調査36.5%、2008年調査37.0%、2009年58.5%となり、食が日本の観光魅力に欠かせないものであることを示した。

図表 観光客が訪日前に期待したこと(複数回答)

全体					韓国					台湾				
2008 (N=7,930)		2009 (N=7,495)			2008 (N=2,599)		2009 (N=1,784)			2008 (N=1,916)		2009 (N=1,635)		
1	ショッピング	39.0	日本の食事	58.5	1	温泉	41.1	日本の食事	41.3	1	ショッピング	41.0	温泉	54.1
2	日本食	37.0	ショッピング	48.5	2	日本食	38.4	温泉	39.1	2	温泉	36.0	日本の食事	54.1
3	温泉	32.3	温泉	43.4	3	ショッピング	36.8	ショッピング	31.6	3	自然景観	34.6	自然景観、田園風景	50.8
4	歴史的建造物の見物	28.7	自然景観、田園風景	41.8	4	繁華街の街歩き	22.9	自然景観、田園風景	28.2	4	日本食	34.0	ショッピング	47.2
5	自然景観	24.0	伝統的な景観、旧跡	37.6	5	都市景観	18.9	伝統的な景観、旧跡	23.9	5	歴史的建造物の見物	26.9	伝統的な景観、旧跡	39.9

中国					香港					タイ				
2008 (N=648)		2009 (N=860)			2008 (N=856)		2009 (N=943)			2008 (N=103)		2009 (N=143)		
1	ショッピング	50.9	温泉	62.0	1	ショッピング	60.0	日本の食事	71.5	1	ショッピング	47.6	日本の食事	60.8
2	温泉	39.7	ショッピング	54.0	2	日本食	50.6	ショッピング	70.3	2	日本食	45.6	ショッピング	56.6
3	歴史的建造物の見物	25.3	日本の食事	51.2	3	温泉	34.2	自然景観、田園風景	41.5	3	歴史的建造物の見物	32.0	伝統的な景観、旧跡	51.0
4	自然景観	24.4	自然景観、田園風景	50.9	4	自然景観	27.7	温泉	39.7	4	温泉	30.1	温泉	46.2
5	日本食	23.0	伝統的な景観、旧跡	32.0	5	歴史的建造物の見物	21.1	繁華街の見物	26.1	5	自然景観	27.2	自然景観、田園風景	45.5

マレーシア					シンガポール					インド				
2008 (N=60)		2009 (N=75)			2008 (N=188)		2009 (N=175)			2008 (N=8)		2009 (N=11)		
1	ショッピング	48.3	日本の食事	73.3	1	ショッピング	49.5	日本の食事	76.0	1	ショッピング	37.5	ショッピング	63.6
2	歴史的建造物の見物	41.7	ショッピング	58.7	2	日本食	46.8	ショッピング	58.3	2	日本食	37.5	日本人の生活に対する興味、交流	63.6
3	日本食	40.0	自然景観、田園風景	48.0	3	歴史的建造物の見物	31.9	自然景観、田園風景	53.1	3	自然景観	37.5	繁華街の見物	36.4
4	自然景観	30.0	温泉	40.0	4	自然景観	30.3	温泉	52.0	4	歴史的建造物の見物 など6項目	25.0	日本の食事	36.4
5	温泉	18.3	伝統的な景観、旧跡	34.7	5	温泉	28.2	伝統的な景観、旧跡	32.0				自然景観、田園風景	36.4

オーストラリア					米国					カナダ				
2008 (N=194)		2009 (N=261)			2008 (N=386)		2009 (N=375)			2008 (N=142)		2009 (N=137)		
1	歴史的建造物の見物	46.4	日本の食事	72.0	1	歴史的建造物の見物	56.2	日本の食事	70.7	1	歴史的建造物の見物	56.3	日本の食事	66.4
2	日本食	35.6	ショッピング	52.1	2	日本食	36.8	伝統的な景観、旧跡	59.5	2	日本の伝統文化・工芸の体験	32.4	伝統的な景観、旧跡	56.2
3	日本の伝統文化・工芸の体験	30.4	伝統的な景観、旧跡	45.6	3	日本の伝統文化・工芸の体験	29.0	ショッピング	49.6	3	日本食	24.6	ショッピング	54.7
4	スキー	26.3	繁華街の見物	35.2	4	ショッピング	22.5	日本人の生活に対する興味、交流	47.2	4	ショッピング	23.9	自然景観、田園風景	43.1
5	ショッピング	17.5	日本人の生活に対する興味、交流	34.5	5	自然景観	19.2	自然景観、田園風景	45.3	5	自然景観	19.0	伝統文化の体験・鑑賞	41.6

英国					ドイツ					フランス				
2008 (N=171)		2009 (N=163)			2008 (N=78)		2009 (N=89)			2008 (N=105)		2009 (N=167)		
1	歴史的建造物の見物	63.2	日本の食事	74.8	1	歴史的建造物の見物	82.1	日本の食事	77.5	1	歴史的建造物の見物	56.2	日本の食事	79.6
2	日本食	36.8	伝統的な景観、旧跡	63.2	2	日本食	41.0	伝統的な景観、旧跡	60.7	2	日本食	36.2	日本人の生活に対する興味、交流	59.3
3	日本の伝統文化・工芸の体験	35.1	大都市の景観、大都市の夜景	47.2	3	日本の伝統文化・工芸の体験	28.2	日本人の生活に対する興味、交流	56.2	3	日本の伝統文化・工芸の体験	34.3	伝統的な景観、旧跡	56.3
4	自然景観	14.6	日本人の生活に対する興味、交流	46.0	4	温泉	15.4	ショッピング	48.3	4	日本人とのふれあい	24.8	自然景観、田園風景	50.3
5	ショッピング	13.5	ショッピング	45.4	5	自然景観、ショッピング	14.1	繁華街の見物	41.6	5	ショッピング	21.0	大都市の景観、大都市の夜景	48.5

ロシア				
2008 (N=23)		2009 (N=28)		
1	日本食	43.5	日本の食事	75.0
2	歴史的建造物の見物	39.1	大都市の景観、大都市の夜景	67.9
3	日本の伝統文化・工芸の体験	30.4	自然景観、田園風景	53.6
4	温泉	21.7	日本人の生活に対する興味、交流	53.6
5	美術館・博物館など3項目	17.4	伝統的な景観、旧跡	42.9

注)2008年は3つまで選択、2009年は幾つでも選択可。また、選択肢も2009年は2008年から変更されている。

特に満足した日本の食事(報道資料本文⑧)

「寿司」(42.1%)、「ラーメン」(20.8%)、「刺身」(19.8%)、「天ぷら」(11.1%)。台湾の旅行者などにラーメンが大人気。

「日本の食事」に満足したと回答した全回答者(観光客だけに限らない)に対し、さらに「特に満足したメニューや食べ物があれば幾つでも教えてください」と口頭で尋ね、1,645人より回答を得ることができた。選択肢は設けず自由に口頭で回答してもらった結果を分類した結果、1位寿司に続き2位はラーメンであった。特に台湾(36.2%)から高い支持を受けた。

図表 特に満足した日本の食事(複数回答)

全体 2009(N=1,645)		
1	寿司	42.1%
2	ラーメン	20.8%
3	刺身	19.8%
4	天ぷら	11.1%
5	うどん	8.9%
6	魚介・海鮮料理	7.2%
7	蕎麦	6.0%
8	しゃぶしゃぶ	4.9%
9	焼肉	4.5%
10	とんかつ・カツ丼	4.1%
11	お好み焼	3.5%
12	カレー	3.0%
13	焼き鳥	2.6%

韓国 2009(N=403)		
1	寿司	42.4%
2	ラーメン	24.1%
3	うどん	11.4%
4	刺身	7.9%
5	とんかつ・カツ丼	6.5%

台湾 2009(N=177)		
1	ラーメン	36.2%
2	刺身	24.9%
3	寿司	16.9%
4	魚介・海鮮料理	12.4%
5	焼肉	7.9%

中国 2009(N=112)		
1	刺身	39.3%
2	寿司	29.5%
3	ラーメン	21.4%
4	魚介・海鮮料理	17.0%
5	焼肉	10.7%

香港 2009(N=130)		
1	寿司	33.1%
2	刺身	32.3%
3	ラーメン	29.2%
4	魚介・海鮮料理	13.1%
5	天ぷら	10.8%

タイ 2009(N=24)		
1	寿司	37.5%
2	ラーメン	29.2%
3	刺身	25.0%
4	天ぷら	16.7%
5	とんかつ・カツ丼	12.5%

シンガポール 2009(N=39)		
1	寿司	33.3%
2	刺身	30.8%
3	ラーメン	28.2%
4	蕎麦	12.8%
	うどん	12.8%

オーストラリア 2009(N=64)		
1	寿司	51.6%
2	刺身	28.1%
3	ラーメン	21.9%
4	うどん	17.2%
5	天ぷら	14.1%

米国 2009(N=146)		
1	寿司	50.0%
2	刺身	17.8%
	天ぷら	17.8%
4	ラーメン	9.6%
5	うどん	7.5%

カナダ 2009(N=53)		
1	寿司	49.1%
2	刺身	17.0%
3	天ぷら	15.1%
	うどん	15.1%
5	しゃぶしゃぶ	13.2%

英国 2009(N=63)		
1	寿司	47.6%
2	天ぷら	20.6%
3	刺身	9.5%
	うどん	9.5%
	ラーメン	9.5%

ドイツ 2009(N=75)		
1	寿司	62.7%
2	刺身	17.3%
3	ラーメン	12.0%
	しゃぶしゃぶ	12.0%
5	天ぷら	9.3%

フランス 2009(N=76)		
1	寿司	48.7%
2	刺身	19.7%
3	天ぷら	18.4%
4	ラーメン	10.5%
5	しゃぶしゃぶ	9.2%
	うどん	9.2%
	お好み焼	9.2%

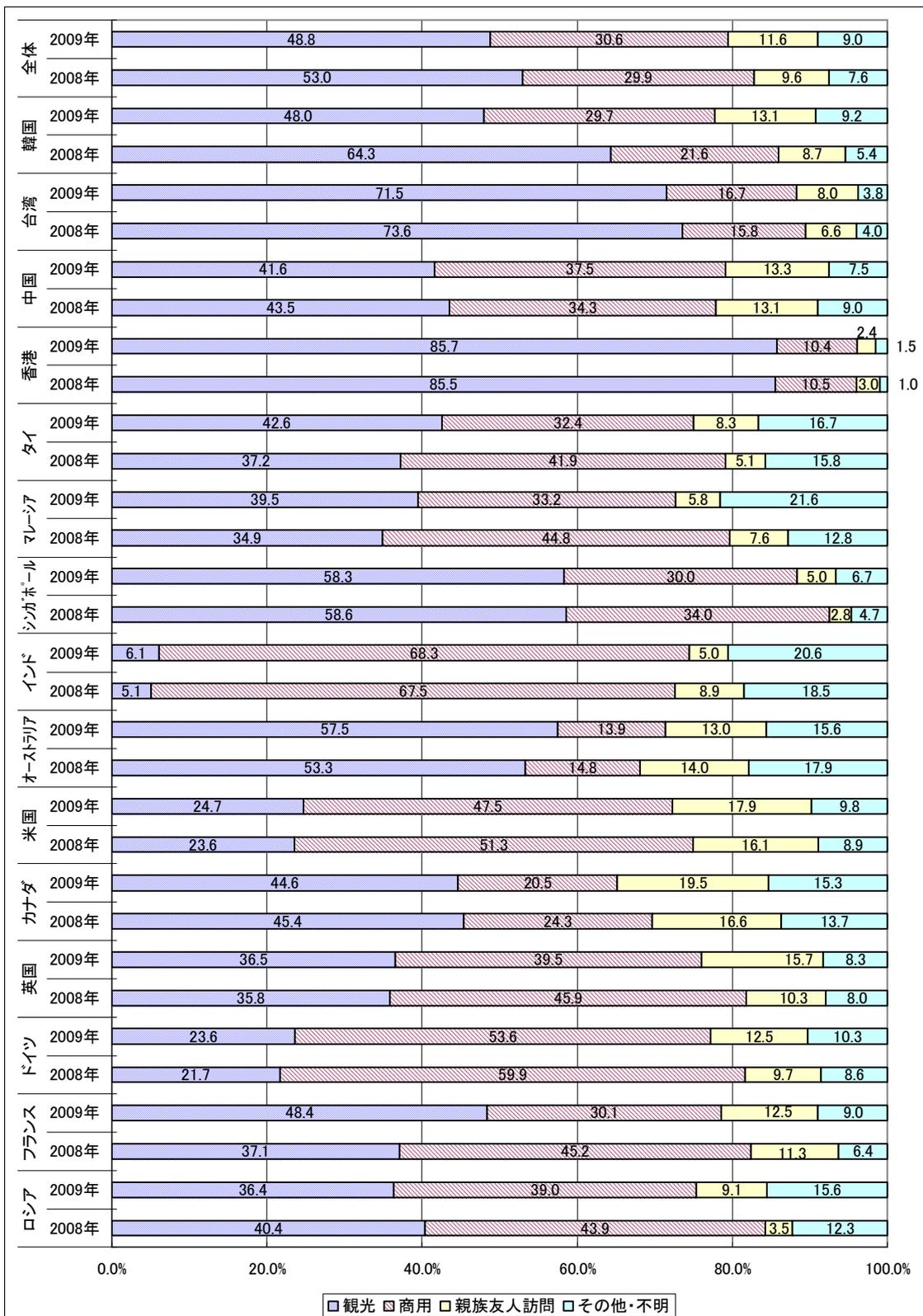
注) マレーシア、インド、ロシアについては、サンプル数が極めて少なかったため、集計対象としていない。

訪日目的(報道資料本文⑨)

観光 53.0%(2008年)→48.8%(2009年)に減少。韓国人観光客などの大幅減が影響。

訪日目的は、観光が 48.8%、商用 30.6%で、この2つで約8割を占める。香港、台湾、韓国などのアジアの国々では観光客の割合が多く、米国、英国、ドイツからの訪日客は、商用客の方が高い傾向がある。

図表 市場別 訪日目的

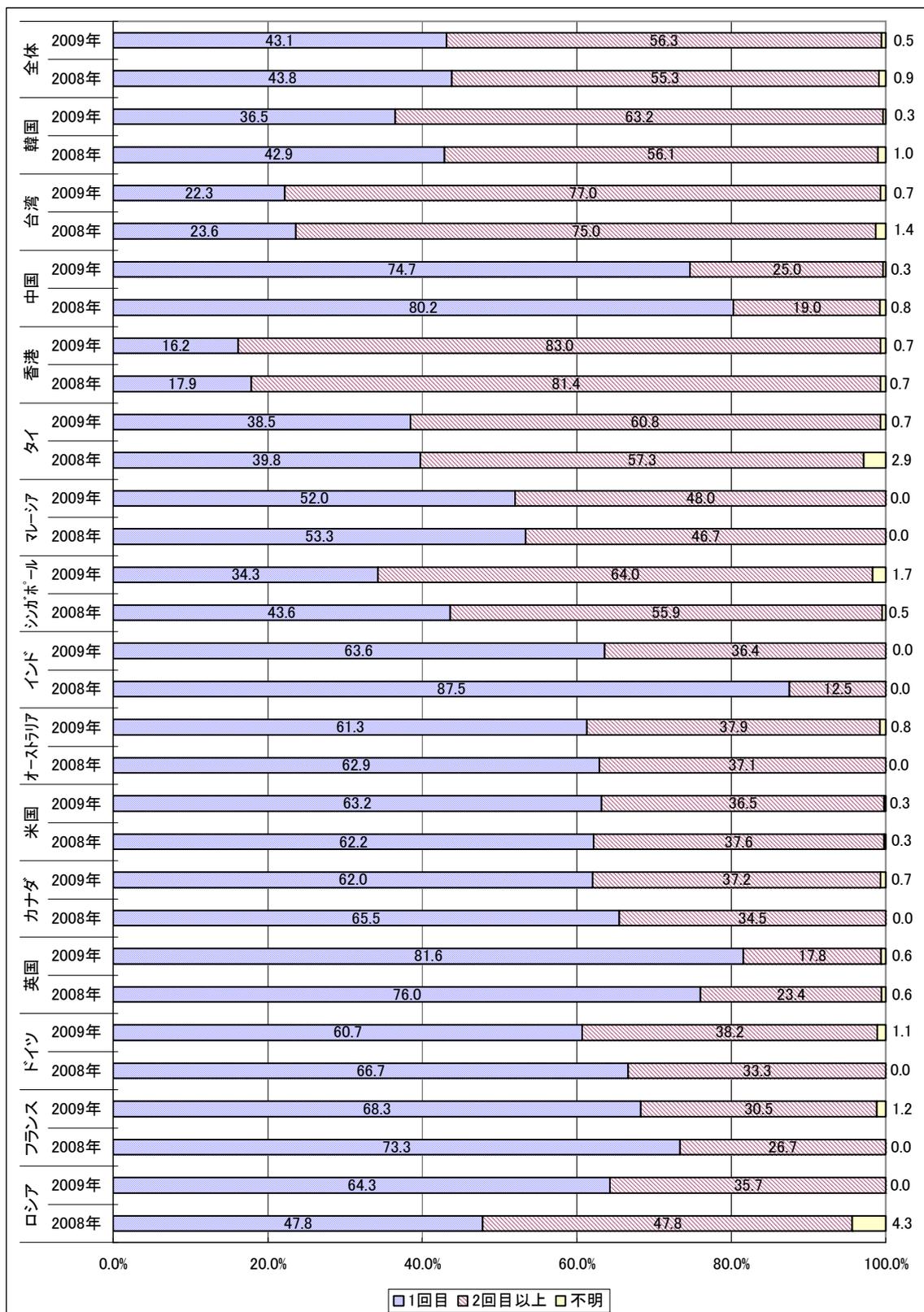


訪日回数(報道資料本文⑩)

観光客のリピーター率は55.3%(2008年)→56.3%(2009年)に上昇。

観光客がこれまで訪日した回数(過去に訪日した時の目的は観光でなくても構わない)は、過半数が2回以上訪日したリピーターで、2009年は2008年に比べ一部市場(米・英・ロシア)を除いてリピーター率が上昇した。

図表 市場別 観光客の訪日回数

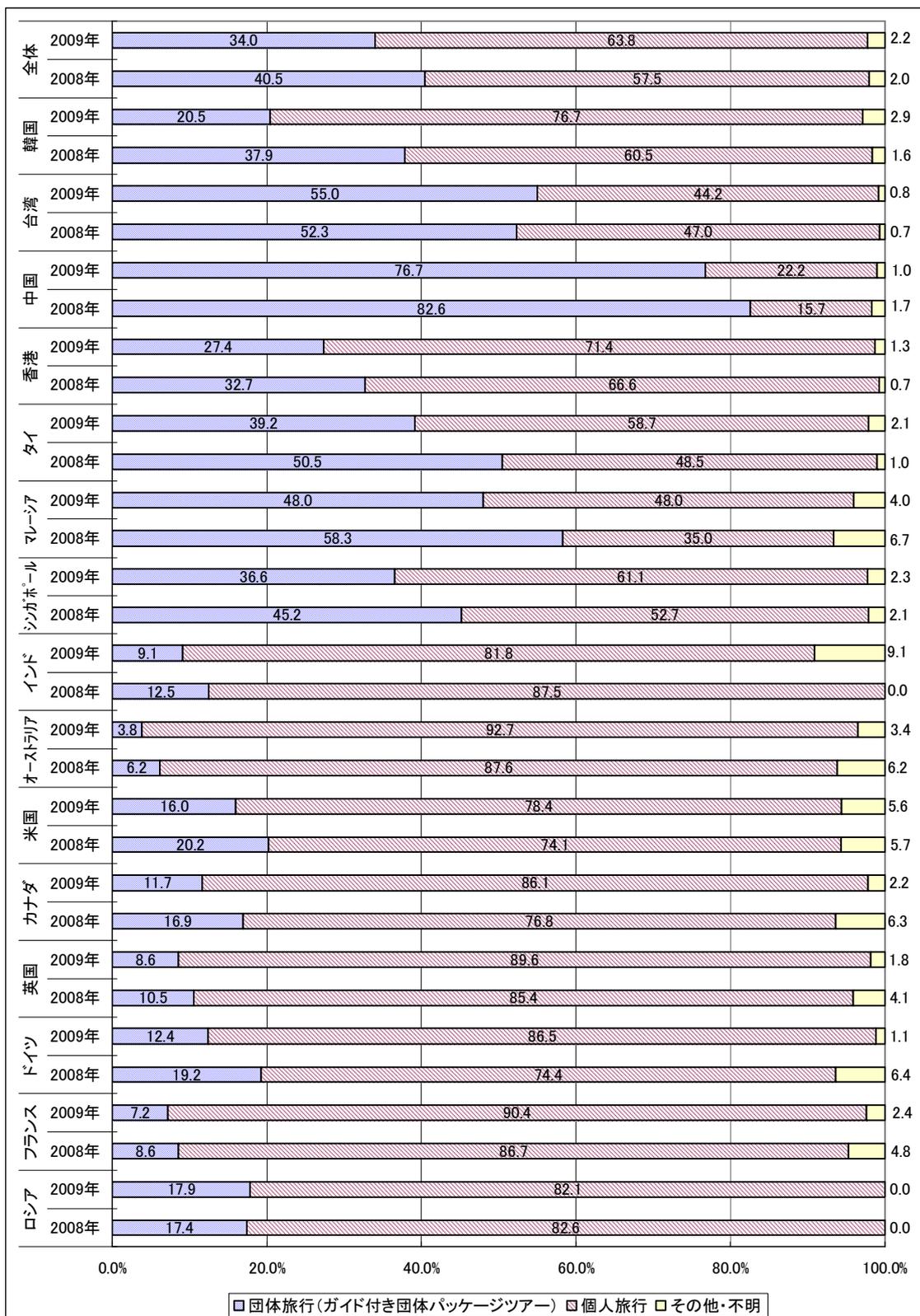


旅行形態(報道資料本文①)

観光客の旅行形態は個人旅行が 57.5%(2008 年)→63.8%(2009 年)に上昇。

観光客の旅行形態は、2009 年は台湾を除くほとんどの主要市場でさらに個人旅行化が進み、全体で 60%を超える観光客が個人旅行で訪日した。

図表 市場別 観光客の旅行形態



Ⅲ 統計資料編

統計資料編はさらに細かな設問同士のクロス集計データのみで構成されています。2009年版では、「入国・出国港別」や「調査時期別」と言った新たなクロス集計データも多数含め、利用者のニーズにより一層沿えるものといいました。

本書に掲載されている全データは以下の通りとなっております。

【本書の掲載内容】

I 調査概要

II 分析編

- ・ 訪問率(地方訪問率、都道府県訪問率、都市・観光地訪問率)
- ・ 訪日目的、観光客の訪日回数、観光客の旅行形態
- ・ 観光客が訪日前に期待したこと、訪日後に満足したこと、特に満足した日本の食事
- ・ 地方別、都道府県ごとの入込客の国・地域別構成比

III 統計資料編

- ・ 訪問率 (市場別、訪日目的別、訪日回数別、調査時期別、入国港・出国港別)
- ・ 訪日目的 (市場別、訪日回数別、調査時期別、入国港・出国港別、訪問地別)
- ・ 訪日回数 (市場別、訪日目的別、調査時期別、入国港・出国港別)
- ・ 旅行形態 (市場別、訪日目的別、訪日回数別、訪問地別)
- ・ 入国港・出国港 (市場別、訪日目的別、訪日回数別、訪問地別)
- ・ 宿泊日数 (市場別、訪日目的別、訪日回数別)
- ・ 国内宿泊手段 (市場別、訪日目的別、訪日回数別)
- ・ 訪日前に期待したこと (市場別、訪日目的別、訪日回数別)
- ・ 訪日後に満足したこと (市場別、訪日目的別、訪日回数別)
- ・ 特に満足した日本の食事 (市場別、性別・年齢層別(39歳以下・40歳以上))
- ・ 性・年齢層 (市場別、訪日目的別、訪日回数別)
- ・ 各都市・訪問地ごとの宿泊日数・訪問回数

本書は、2010年7月発行、(財)国際観光サービスセンター(電話:03-6902-5081)、または政府刊行物センターなどで購入可能です。(A4判 280ページ・定価 9,000円)

お問い合わせ先: 日本政府観光局
企画部調査研究グループ 鄭(てい)
TEL:03-3216-1905