

訪日外国人の訪日時行動実態調査

(香港、台湾、シンガポール)

- 調査結果報告書 -

Vol.01 2016/4/6

Rakuten Research inc.

<http://research.rakuten.co.jp/>

■ データの二次利用について

- 貴社内、及び貴社のお取引様へのプレゼンテーション等、関係者間での二次利用は可能とします。
- 本資料の調査結果を広告制作物に活用する等、不特定多数に公開する形での二次利用は厳禁とします。

※今回ご提供させていただいております調査結果データは抜粋版となります。

その他様々な調査結果を保有しておりますので、詳細部分までご興味のある方は弊社担当営業までご連絡いただければと思います。

目次

目次	Page
調査仕様	2
対象者プロフィール	3~4
調査結果要約	5~8
調査結果詳細	9
訪日後の行動	10
爆買系以外の訪日目的（予定詳細）	11
爆買系以外の訪日時に実行したこと（実行詳細）	12
爆買系以外の予定外行動（自由回答 TOP20）	13
爆買系以外の訪日時に満足したこと（詳細 実行者ベース）	14
今後の訪日意向	15
爆買系以外に次回の訪日時にやりたいこと	16
来日シンガポール人グループインタビュー（20代 男性3名）	17
来日香港人グループインタビュー（30代 男性1名／20～30代 女性3名）	18
来日台湾人グループインタビュー（30～40代 男性2名／20～30代 女性6名）	19
訪日中に感じたこと	20
情報源（訪日前）	21
情報源（訪日後）	22
希望する情報源	23

今回ご提供させていただいております調査結果報告書のデータは8ページまでとなります。

詳細部分までご興味のある方は、弊社担当営業までご連絡いただければと思います。

調査仕様

調査目的

訪日経験があるアジア地域居住者に対してアンケートを行い、日本国内での行動特性を明らかにする。

WEB調査仕様

調査エリア

香港、台湾、シンガポール

調査対象者

10代～60代までの男女で、直近6ヶ月以内に日本へ旅行した人

回収数

300サンプル

香港	台湾	シンガポール
100	100	100

質問数

20問

調査時期

2016年2月15日(月)～2月22日(月)

調査実施機関

楽天リサーチ株式会社

インタビュー調査仕様

調査対象者

楽天株式会社 に在籍する、香港、台湾、シンガポール出身社員 21名

調査方法

簡易FGI(各エリア1回ずつ・計3回)、簡易インタビューおよびe-mailでの質疑応答(随時)を併用

調査時期

2016年2月23日(火)～3月11日(金)

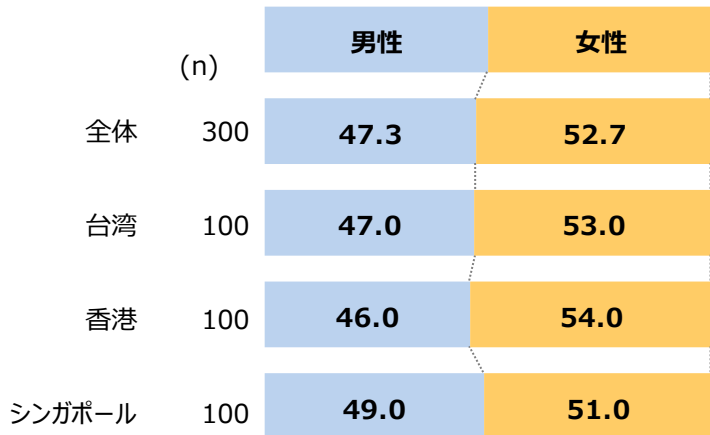
調査実施機関

楽天リサーチ株式会社

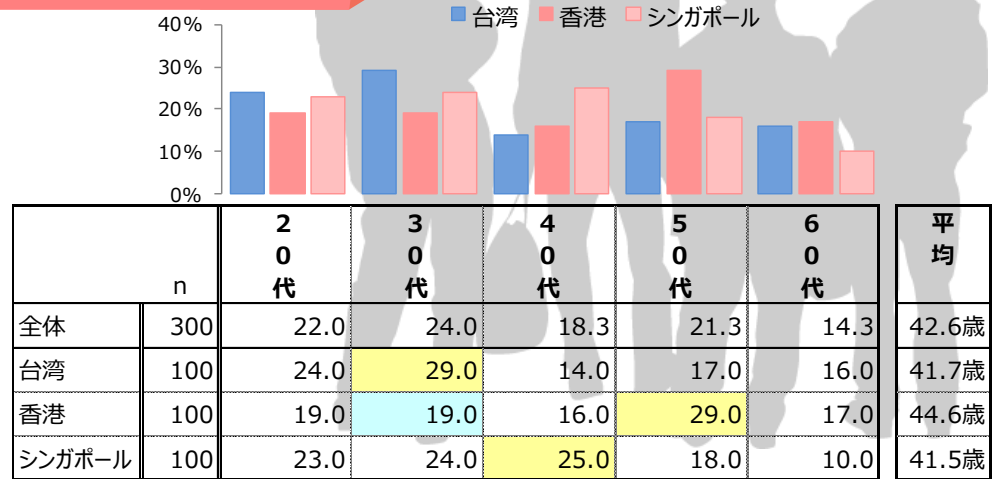
対象者プロフィール

- ✓ 台湾からの6ヶ月以内訪日者は比較的若く、未婚率が4割。一方、香港は50代が多く年齢層が高い。シンガポールは、台湾と香港の間。
- ✓ 年代は、いずれの国も平均で40代前後が訪日している。
- ✓ 訪日回数は台湾・シンガポールは2～3回。対して香港は5回と多い。

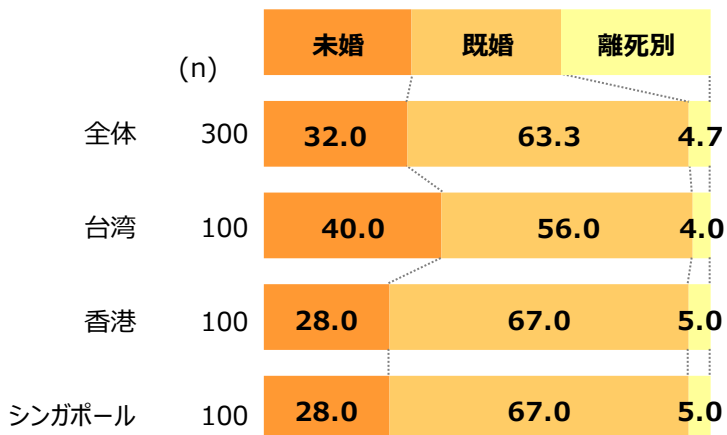
性別



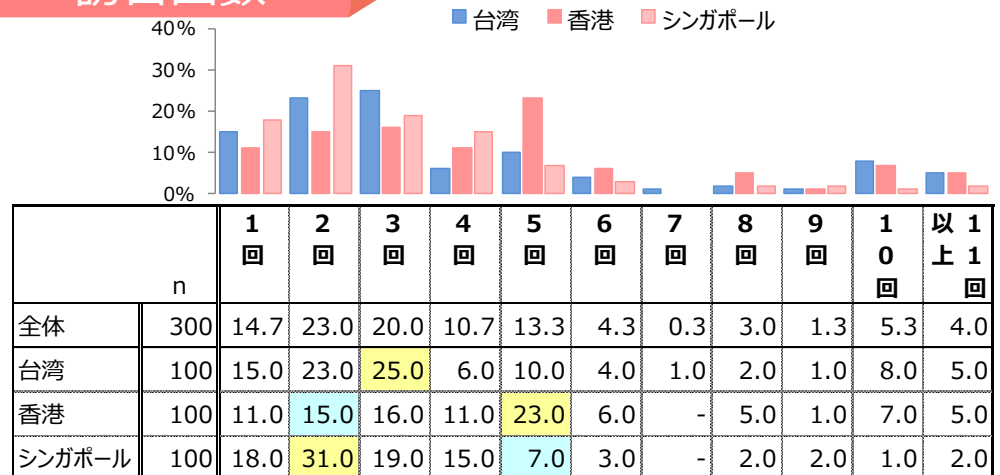
年代



未既婚



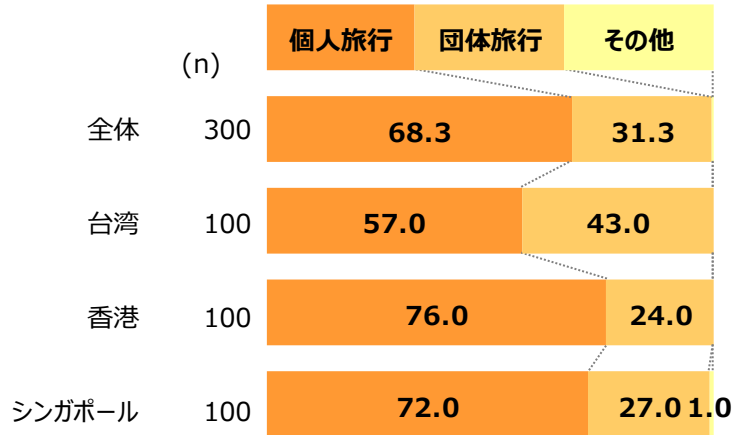
訪日回数



対象者プロフィール

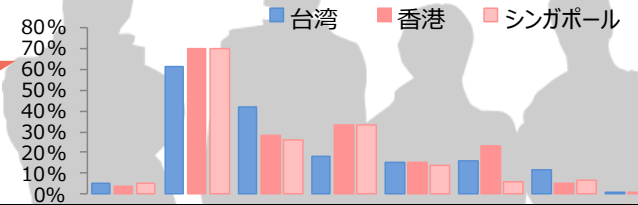
- ✓ 旅行形態は個人旅行がメインだが、台湾では団体旅行率が他国より高め。
- ✓ いずれの国も単独訪日者は5%程度。パートナーとの訪日が多い。
- ✓ 日帰りや1～3泊は少なく、4泊以上滞在することが主流。

旅行形態



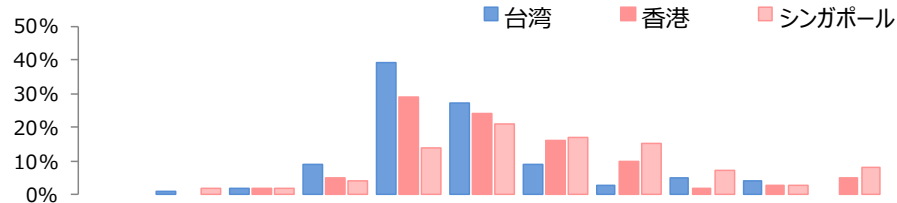
※1%以下未満を非表示

同伴者



	n	一人でひと	恋人・配偶者	友人と	自分との子	自分の親	親族と	者と社関係	その他
全体	300	4.7	67.0	32.0	28.0	14.7	15.0	8.0	1.3
台湾	100	5.0	61.0	42.0	18.0	15.0	16.0	12.0	1.0
香港	100	4.0	70.0	28.0	33.0	15.0	23.0	5.0	1.0
シンガポール	100	5.0	70.0	26.0	33.0	14.0	6.0	7.0	2.0

滞在日数



	n	日帰り	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	8泊	9泊	10泊	11泊	12泊	13泊	14泊	15泊以上
全体	300	-	1.0	2.0	6.0	27.3	24.0	14.0	9.3	4.7	3.3	4.3	0.3	0.3	0.3	-	3.0
台湾	100	-	1.0	2.0	9.0	39.0	27.0	9.0	3.0	5.0	4.0	-	-	-	-	-	1.0
香港	100	-	-	2.0	5.0	29.0	24.0	16.0	10.0	2.0	3.0	5.0	-	1.0	1.0	-	2.0
シンガポール	100	-	2.0	2.0	4.0	14.0	21.0	17.0	15.0	7.0	3.0	8.0	1.0	-	-	-	6.0

調査結果要約

【凡例】 図表中の網かけ

■ : 全体+10pt

■ : 全体+5pt

■ : 全体-5pt

■ : 全体-10pt

調査結果要約

日本で行ったことTOP10

- ✓ 訪日者の「日本で行ったこと」は、ショッピングが最も高い。ただし、ショッピング以外にも、多くの訪日者がラーメンを食べる、街歩き、温泉入浴など、日本人の日常・余暇行動に近い内容を楽しんでいる。

台湾			香港			シンガポール		
1位	ショッピング	86.0	ショッピング	84.0	ショッピング	81.0		
2位	麺類（ラーメン、うどん）を食べる	71.0	麺類（ラーメン、うどん）を食べる	74.0	ホテルに宿泊	72.0		
3位	温泉入浴	69.0	温泉入浴	70.0	繁華街の街歩き	71.0		
4位	ホテルに宿泊	67.0	ホテルに宿泊	67.0	寿司・てんぷらを食べる	71.0		
5位	繁華街の街歩き	57.0	繁華街の街歩き	64.0	麺類（ラーメン、うどん）を食べる	69.0		
6位	寿司・てんぷらを食べる	55.0	寿司・てんぷらを食べる	62.0	温泉入浴	61.0		
7位	自然鑑賞（花見・紅葉・雪等）	55.0	日本の伝統文化体験	57.0	自然鑑賞（花見・紅葉・雪等）	59.0		
8位	日本の伝統文化体験	53.0	自然鑑賞（花見・紅葉・雪等）	56.0	日本の伝統文化体験	54.0		
9位	テーマパークに行く	51.0	テーマパークに行く	51.0	日本の日常生活体験	51.0		
10位	日本の日常生活体験	50.0	日本の日常生活体験	47.0	テーマパークに行く	49.0		

（ショッピング以外で）次回日本で行いたいことTOP10

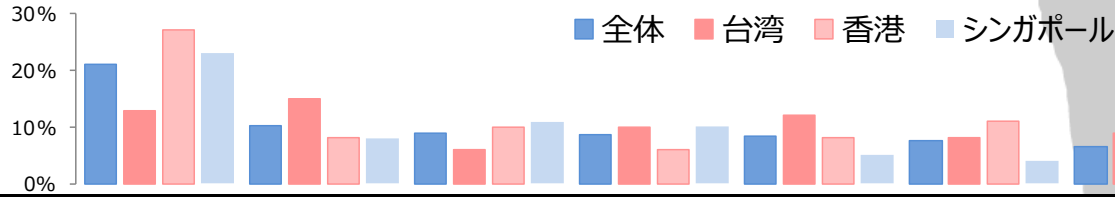
- ✓ 次回訪日時にやりたいことは、今回日本国内で行ったこととほぼ同様。
 ✓ 日本人の日常・余暇行動に近い内容をもう一度体験したい。

台湾			香港			シンガポール		
1位	温泉入浴	65.0	温泉入浴	79.0	温泉入浴	67.0		
2位	自然鑑賞(花見・紅葉・雪等)	64.0	麺類(ラーメン、うどん)を食べる	58.0	旅館に宿泊	59.0		
3位	テーマパークに行く	57.0	寿司・てんぷらを食べる	57.0	自然鑑賞(花見・紅葉・雪等)	57.0		
4位	麺類(ラーメン、うどん)を食べる	53.0	自然鑑賞(花見・紅葉・雪等)	54.0	麺類(ラーメン、うどん)を食べる	53.0		
5位	日本の日常生活体験	49.0	日本の日常生活体験	49.0	寿司・てんぷらを食べる	52.0		
6位	旅館に宿泊	49.0	ホテルに宿泊	49.0	日本の日常生活体験	52.0		
7位	日本の伝統文化体験	49.0	テーマパークに行く	47.0	テーマパークに行く	46.0		
8位	寿司・てんぷらを食べる	47.0	日本の伝統文化体験	46.0	日本の伝統文化体験	44.0		
9位	ホテルに宿泊	45.0	繁華街の街歩き	44.0	繁華街の街歩き	44.0		
10位	繁華街の街歩き	33.0	回転寿司を食べる	42.0	日本の歴史体験	43.0		

調査結果要約

予定外行動TOP10（自由回答集計結果）

✓ 予定外行動でも、温泉(スパ含む)、ディズニーランド、日本文化体験、電車に乗るなど、日本では一般的な余暇の過ごし方が多い。課題は英語の非対応状況。



n	順位										
	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	
	温泉・スパ	ディズニー	日本文化体験	新幹線/電車	買い物その他	観光/その他	神社・仏閣	食べ物その他	テーマパーク	スポーツ/その他	
全体	300	21.0	10.3	9.0	8.7	8.3	7.7	6.7	5.7	5.3	5.0
台湾	100	13.0	15.0	6.0	10.0	12.0	8.0	9.0	8.0	4.0	7.0
香港	100	27.0	8.0	10.0	6.0	8.0	11.0	1.0	1.0	12.0	3.0
シンガポール	100	23.0	8.0	11.0	10.0	5.0	4.0	10.0	8.0	-	5.0

インタビュー！

・香港での予約方法を知らない
 ・子どもがいるので日程を決めきれない
 ・台湾から予約すると+10~20%の手数料がとられるなど

・和菓子手作り体験
 ・祭りに参加した
 ・地方の小さな手作り体験ショップ
 ・ガラスコップ手作り体験など

グループインタビュー

・友達は築地に行ってよかったっていった(シンガポール)
 ・フルーツ狩りは日本のイメージがある(香港)
 ・ディズニーは香港にもあるがショボイので絶対日本で体験したい(香港)
 ・祭り関係のものは興味をもつ。台湾にはないから(台湾)
 ・アジアをいろいろ試みたけど、日本は他の国とは“違う”(台湾)

グループインタビュー

・居酒屋はいきたいけど、日本語できないとけっこうきつい(シンガポール)
 ・英語が通じない(シンガポール)
 ・日本語だけのWEBサイトが多い(台湾)

訪日の次のブームは、日本人の日常体験。

～ ショッピングから「日本人の日常を楽しむ」に行動が拡大 ～

訪日者は、日本人の日常や余暇をそのまま“同じように”体験したい。

- ✓ 今回の調査対象である香港、台湾、シンガポールからの訪日者は、単なる「観光旅行」と異なり、団体でテーマパークに行って終わり、自然を見て終わりではなく、日本人の日常行動の中に入り込みたいという意識がみられた。
- ✓ 例えば、「複雑な電車に乗ってラーメンを食べ、和風レストランに入り、非常に丁寧なサービスを受けたい。(香港)」などの発言からみられるように、“やりたいこと＝日本人が普段やっていること”になっており、日本人の日常を追体験したい意向がある。
- ✓ また、調査結果やインタビューにおいて、「ラーメン」の発言が多いが、おいしさや味を求めるのではなく、あくまで“日本人が好む”ラーメンを求めており、日本ポピュラーであれば、とんこつでもしょうゆでも、なんでもチャレンジしたい、体験したいと考えている。
- ✓ 予定外行動をみても、温泉(スパ含む)、ディズニーランド、繁華街の街歩き、電車に乗るなどが挙がっている。歌舞伎や日本料理といった日本文化を全面に出したものに突出して興味が高い訳ではなく、日本ではごく一般的な余暇の過ごし方に観光価値を見出している。
- ✓ これらの傾向から、爆買いブーム当初は「ショッピング目的」であった訪日者は、徐々に日本での行動が拡大し、最近では日本人の生活導線上に近づく「日常体験目的」での訪日に移行しつつあると考えられる。
- ✓ 以上から、近年言われている「訪日者がモノからコト消費に移行しつつある」傾向が調査結果からも得られた。中国ではまだ訪日におけるモノ消費が残っているといわれているが、今回調査対象3エリアでは、中国より先行して移行が進んでいるのではないかと考えられる。