

アジア 8 地域・北海道観光に関する訪日外国人の意向調査 ～「北海道」に対する訪問意欲は日本の観光地でトップレベルであり、 「知っていること」が「行ってみたい」につながる強いブランド力を有する～

(株)日本政策投資銀行 北海道支店 企画調査課

【要 旨】

- ・日本政策投資銀行は、2013年10月、昨年に引き続きアジア8地域（中国、台湾、香港、韓国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア）の海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート調査を実施した。なお、調査対象地域等は若干見直しを行っている。※1
- ・本レポートは、その調査結果から「北海道」及び道内の観光地（「札幌」、「函館」、「十勝／帯広」、「知床」、「ニセコ」）に関し、訪問経験、認知度、訪問意欲等を取りまとめたものである。
- ・「北海道」訪問者は、ほとんどの調査対象地域でゴールデンルートに次ぐ高い水準となっている。※2
- ・「北海道」に対する認知度及び訪問意欲は、ゴールデンルートの観光地と同等水準以上と日本でトップレベルであり、特に香港、台湾、シンガポールでは北海道への訪問意欲が最も高い。また、他の観光地に比して認知度と訪問意欲の乖離が小さく、「知っていること」が「行ってみたい」につながりやすいというブランド力の強さがうかがわれる。
- ・道内の観光地別にみると、「札幌」は調査対象各地域で上位の認知度、訪問意欲を得ている。「函館」は特に台湾、香港では認知度、訪問意欲が高く、全体でも上位にある。また、「十勝／帯広」、「知床」は香港と台湾、「ニセコ」は中国で比較的認知度、訪問意欲が高いといった特徴がみられた。
- ・日本への訪問回数別にみると、訪日回数が多いグループほど各観光地に対する訪問経験、認知度、訪問意欲が上昇する傾向がみられた。また、来道経験者は北海道への再訪意欲は高いものの、道内各観光地に対する認知度、訪問意欲とは格差がみられる。
- ・「北海道」に対する訪問意欲のある旅行者は、「自然・景観」、「食」、「雪」、「温泉」への期待が高いが、地域によって特徴もみられる。
- ・北海道は既にアジア地域の外国人旅行者の訪問比率は高く、強い観光ブランド力を持ち日本でトップレベルの訪問意欲を得ている。一方、個別観光地への外国人旅行者の認識が低い傾向があることから、「北海道」ブランドで獲得した来訪者に対して道内各観光地の情報提供や外国人旅行者の期待に応え満足度を高める取組を進めることにより、各観光地への「北海道リピーター」を創出する取り組みが重要と考えられる。

※1 調査全体の回答状況は、当行2013年12月3日公表資料「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成25年版）」をご参照下さい。

※2 「ゴールデンルート」とは、東京～大阪間を周遊する定番観光ルート。

DBJ 北海道経済ミニレポート 2013/12/3 (No.13)

株式会社日本政策投資銀行 北海道支店 支店長 関根久修 担当:企画調査課 門田

TEL 011-241-4117 E-Mail hkinfo@dbj.jp <http://www.dbj.jp>

著作権(C)Development Bank of Japan Inc. 2013 当資料は、(株)日本政策投資銀行(DBJ)により作成されたものです。当資料に記載された内容について、特定の取引等を勧誘するものではなく、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。当資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。当行の承諾なしに、本資料(添付資料を含む)の全部または一部を引用または複製することを禁じます。

1. 調査要領

- ① 調査方法：インターネットによる調査
- ② 実施時期：2013年10月8日～2013年10月25日
- ③ 調査対象地域：中国、台湾、香港、韓国、タイ、シンガポール、マレーシア、
インドネシア ※中国は北京及び上海在住者のみ
- ④ 調査対象者：20～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
- ⑤ 有効回答数：上記各地域毎に500人 ※中国は北京及び上海各250人ずつ

有効回答の男女別内訳

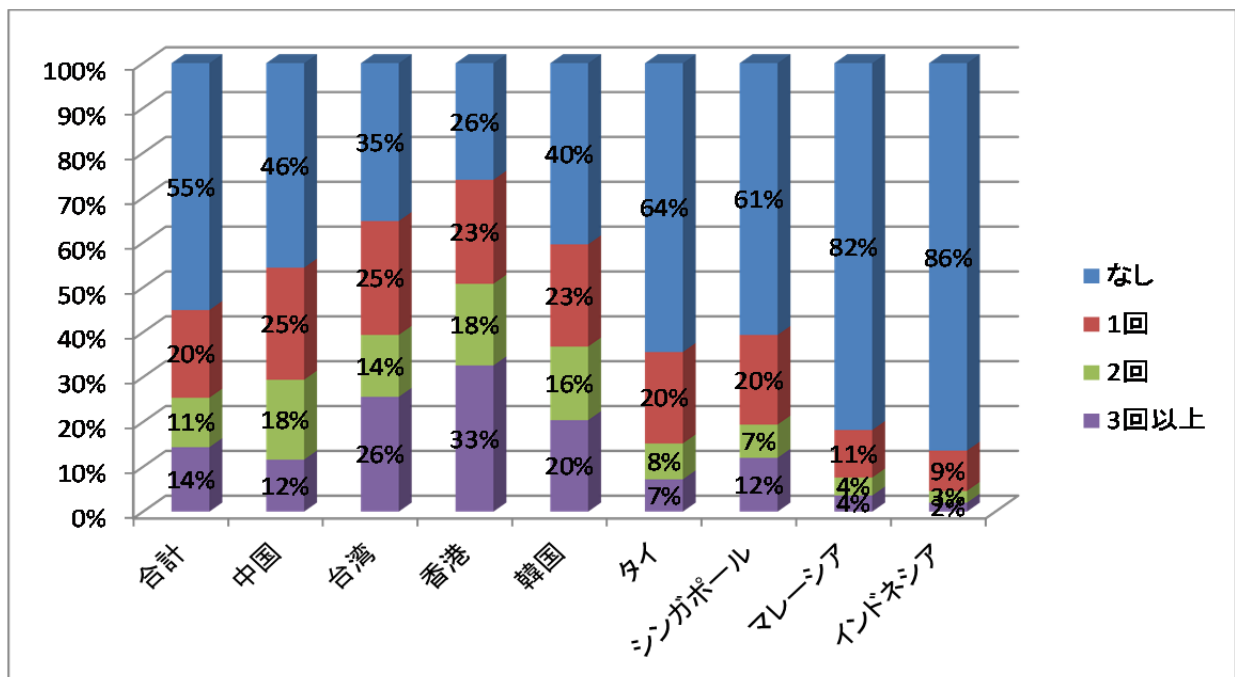
	中国	台湾	香港	韓国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
男性	232	217	236	268	247	244	280	249
女性	268	283	264	232	253	256	220	251
回答数	500	500	500	500	500	500	500	500

2. 回答者の訪日経験

東アジア地域では訪日経験者の比率が高い。香港が最も高く70%以上、台湾、韓国で60%以上、中国で50%半ばとなっている。また、3回以上の訪日経験者の比率も高く、香港で回答者全体の約1/3、台湾で約1/4、韓国で約1/5を占めている。

東南アジア地域の訪日経験者比率は、タイ及びシンガポールが約40%、マレーシア及びインドネシアで20%以下となっている。

訪日経験に関する回答状況（構成比）



3. これまで訪問した観光地

訪日経験者が「北海道」を訪問した比率は、回答者全体で約30%であり、ほとんどの調査対象地域でゴールデンルートに次ぐ高い水準となっている。なお、韓国については、「北海道」より「九州」訪問者の比率が高い。

道内の各観光地では、「札幌」の訪問比率が回答者全体で約20%と高い水準にあり、多くの調査対象地域で上位に来ている。「函館」は台湾、香港で訪問比率が高く、回答者全体でも約10%と上位に来ている。

また、訪日回数別（1回、2回、3回以上）にみると、訪日回数が多いほど北海道及び道内観光地への訪問回答比率が高くなる傾向がみられ、リピーターは訪問エリアが広がることが伺われる。

日本旅行における訪問地（複数回答）

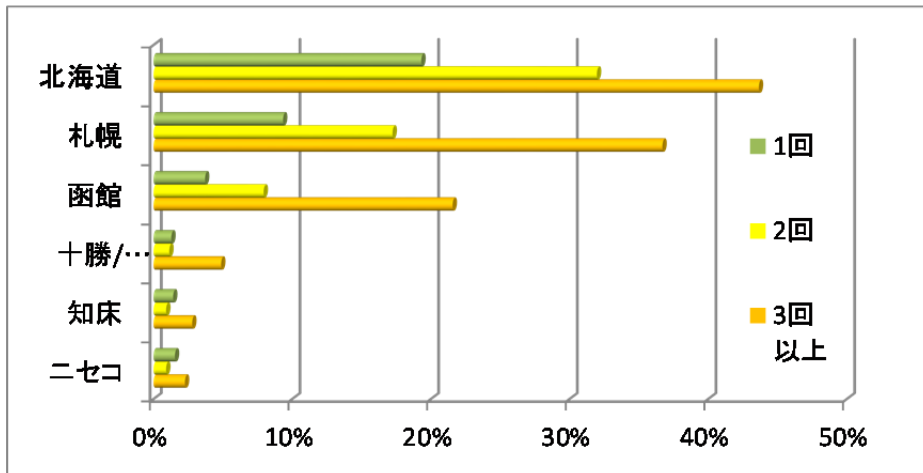
	全体	中国	台湾	香港	韓国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
回答数	1,798	272	324	370	298	178	197	91	68
北海道	30.2% ⑤	41.2% ⑤	34.3% ④	35.9% ⑤	12.8% ⑪	25.3% ⑤	31.0% ⑤	26.4% ⑤	27.9% ⑦
札幌	20.0% ⑧	15.8% ⑫	24.1% ⑥	32.2% ⑥	14.8% ⑦	10.1% ⑰	21.8% ⑥	9.9% ⑬	8.8% ⑮
函館	10.5% ⑯	2.2%	20.1% ⑪	18.4% ⑬	4.0%	4.5%	12.2% ⑫	5.5%	0.0%
十勝/帯広	2.4%	0.4%	3.4%	3.8%	0.7%	3.4%	3.0%	1.1%	2.9%
知床	1.7%	2.9%	2.2%	1.6%	0.0%	2.2%	1.0%	1.1%	4.4%
ニセコ	1.6%	3.7%	1.5%	0.8%	0.7%	1.1%	1.5%	1.1%	4.4%
(参考)									
東京	64.6% ①	61.8% ①	56.8% ①	71.6% ①	60.7% ①	64.0% ①	73.6% ①	63.7% ①	67.6% ①
大阪	46.8% ②	49.3% ②	44.4% ②	60.8% ②	38.9% ②	41.0% ③	41.6% ②	37.4% ②	50.0% ②
京都	40.3% ③	44.9% ④	39.5% ③	43.0% ③	34.2% ③	41.0% ③	41.1% ③	35.2% ③	39.7% ④
富士山	32.7% ④	47.4% ③	17.9% ⑮	40.3% ④	12.4% ⑫	43.3% ②	39.6% ④	33.0% ④	44.1% ③
九州	18.7% ⑩	16.2% ⑪	21.9% ⑧	29.2% ⑧	17.4% ⑤	14.6% ⑬	8.1% ⑰	12.1% ⑪	11.8% ⑫
沖縄	15.1% ⑬	16.5% ⑨	22.5% ⑦	16.2% ⑮	8.1% ⑯	11.2% ⑮	11.7% ⑬	15.4% ⑧	19.1% ⑨

※下記47カ所の選択肢からの複数回答。丸数字は、上位20位以内の場合に表示。

後の図表においても同様。

東京、富士山、箱根、日光、松本、軽井沢、北海道、札幌、函館、十勝/帯広、知床、ニセコ、東北、青森、仙台、松島、平泉、新潟、北陸、金沢、立山/黒部、富山、名古屋、伊勢/志摩、飛騨/高山、関西、京都、奈良、大阪、神戸、岡山、広島、山陰、鳥取、松江/出雲、四国、直島、高松、松山/道後、九州、福岡/博多、長崎、別府/湯布院、熊本/阿蘇、宮崎、鹿児島、沖縄

訪日回数別の訪問比率（全体）



4. 観光地の認知度と訪問意欲

北海道の認知度は非常に高く、多くの調査対象地域でゴールデンルートと同等以上のトップレベルにある。また、北海道への訪問意欲は、認知度以上に順位が上昇する傾向がみられ、特に台湾、香港、シンガポールではトップとなっている。

道内の各観光地では、「札幌」の認知度、訪問意欲はいずれの調査対象地域でも上位にあり、特に韓国では「札幌」の認知度が「北海道」を上回っている。一方、韓国以外では「札幌」であっても「北海道」の認知度、訪問意欲とは差があり、北海道地域に関しては外国人旅行者の個別観光地への意識が低い傾向がみられる。

「函館」は、台湾、香港、シンガポールで認知度と訪問意欲が高く、訪問意欲は全体でも上位にある。「十勝／帯広」は香港、台湾で比較的認知度と訪問意欲が高い。「知床」は香港、中国、台湾で比較的認知度が高く、香港、台湾では訪問意欲も高い。「ニセコ」は中国で認知度と訪問意欲が比較的高い。

日本の観光地の認知度及び訪問意欲（複数回答）

	全体		中国		台湾		香港		韓国	
	認知度	訪問意欲	認知度	訪問意欲	認知度	訪問意欲	認知度	訪問意欲	認知度	訪問意欲
回答数	4,000	3,787	500	495	500	485	500	491	500	466
北海道	65.7% ④	44.6% ③	77.6% ③	59.0% ②	81.8% ③	62.3% ①	75.0% ④	49.9% ①	57.4% ⑥	21.5% ⑥
札幌	50.5% ⑨	23.3% ⑦	57.2% ⑩	23.0% ⑩	71.8% ⑧	38.8% ⑧	71.6% ⑤	29.7% ⑥	62.8% ⑤	31.3% ④
函館	20.5%	8.4% ⑱	16.4%	4.0%	57.0% ⑱	29.5% ⑫	42.2%	16.7% ⑬	18.0%	4.1%
十勝/帯広	6.8%	2.4%	9.6%	1.8%	12.0%	6.6%	17.8%	5.5%	2.4%	0.4%
知床	6.3%	1.9%	12.2%	1.8%	9.2%	3.1%	13.6%	5.1%	2.4%	0.6%
ニセコ	4.9%	1.6%	14.8%	4.8%	5.8%	1.6%	5.2%	0.8%	1.4%	0.4%
(参考)										
東京	76.8% ①	47.0% ②	77.8% ②	51.1% ③	83.2% ①	51.1% ②	84.4% ①	41.8% ②	75.2% ①	31.5% ③
大阪	69.4% ③	36.7% ④	73.0% ④	40.8% ⑤	82.6% ②	50.5% ③	79.0% ②	33.6% ④	70.0% ②	31.8% ②
京都	62.6% ⑤	33.0% ⑤	71.6% ⑤	44.0% ④	74.4% ⑦	50.3% ④	68.2% ⑦	28.9% ⑦	65.4% ④	26.4% ⑤
富士山	73.9% ②	47.7% ①	80.4% ①	61.0% ①	80.0% ④	47.4% ⑤	77.6% ③	31.8% ⑤	67.4% ③	33.0% ①
九州	42.0% ⑫	14.7% ⑩	50.2% ⑬	16.6% ⑪	68.6% ⑩	27.4% ⑬	66.2% ⑧	23.2% ⑩	55.4% ⑧	16.7% ⑧
沖縄	53.3% ⑧	24.9% ⑥	66.8% ⑧	29.5% ⑦	78.2% ⑥	45.8% ⑥	71.6% ⑤	34.4% ③	51.0% ⑪	19.5% ⑦

(次頁に続く)

	タイ		シンガポール		マレーシア		インドネシア	
	認知度	訪問意欲	認知度	訪問意欲	認知度	訪問意欲	認知度	訪問意欲
回答数	500	477	500	456	500	460	500	457
北海道	69.4% ③	47.2% ③	66.4% ③	52.6% ①	60.6% ④	47.0% ③	37.2% ⑨	15.3% ⑧
札幌	46.8% ⑥	21.6% ⑥	47.4% ⑥	21.1% ⑥	22.4% ⑪	10.9% ⑨	24.2% ⑪	9.0% ⑪
函館	9.2%	3.1%	13.4% ⑰	5.9% ⑰	5.2%	1.7%	2.8%	0.7%
十勝/帯広	4.4%	1.0%	3.2%	1.5%	2.8%	1.3%	1.8%	0.4%
知床	3.6%	1.3%	3.4%	1.3%	3.2%	1.1%	2.4%	0.9%
ニセコ	3.6%	1.3%	3.0%	1.5%	3.8%	1.3%	1.6%	0.4%

(参考)

東京	73.6% ②	50.1% ②	75.0% ①	42.5% ③	74.6% ①	55.0% ①	70.4% ①	52.7% ①
大阪	65.4% ⑤	33.8% ⑤	64.2% ④	33.3% ④	60.8% ③	34.6% ④	60.2% ③	34.6% ③
京都	66.2% ④	38.8% ④	53.8% ⑤	24.1% ⑤	48.4% ⑤	23.5% ⑤	52.8% ④	26.5% ④
富士山	76.6% ①	55.8% ①	73.4% ②	52.4% ②	70.2% ②	50.2% ②	65.6% ②	50.3% ②
九州	37.6% ⑫	12.6% ⑬	22.4% ⑫	9.4% ⑪	19.4% ⑬	7.0% ⑫	16.2% ⑭	3.5% ⑮
沖縄	40.2% ⑪	18.2% ⑦	42.0% ⑦	18.2% ⑦	39.6% ⑨	16.7% ⑦	37.0% ⑩	14.7% ⑨

前表で北海道の認知度と訪問意欲をみると、多くの調査対象地域で他の観光地に比して認知度と訪問意欲の乖離が小さい傾向がみられる。

主要観光地について認知回答者（当該観光地を「知っている」人）に対する訪問意欲の回答者の比率をみると、多くの調査対象地域で「北海道」は最も高い比率となっている。北海道を「知っていること」が「行ってみたい」につながる傾向がみられ、アジア地域で北海道の観光地としてのブランド力が非常に強いことがうかがわれる。

知っている観光地に対する訪問意欲回答の比率

	合計	中国	台湾	香港	韓国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
北海道	64.3%	75.3%	73.8%	65.3%	34.8%	64.8%	72.3%	71.3%	37.6%
札幌	43.7%	39.9%	52.4%	40.8%	46.5%	44.0%	40.5%	44.6%	33.9%
東京	58.0%	65.0%	59.6%	48.6%	39.1%	64.9%	51.7%	67.8%	68.5%
大阪	50.1%	55.3%	59.3%	41.8%	42.3%	49.2%	47.4%	52.3%	52.5%
京都	50.0%	60.9%	65.6%	41.6%	37.6%	55.9%	40.9%	44.6%	45.8%
富士山	61.2%	75.1%	57.5%	40.2%	45.7%	69.5%	65.1%	65.8%	70.1%
沖縄	44.2%	43.7%	56.8%	47.2%	35.7%	43.3%	39.5%	38.9%	36.2%

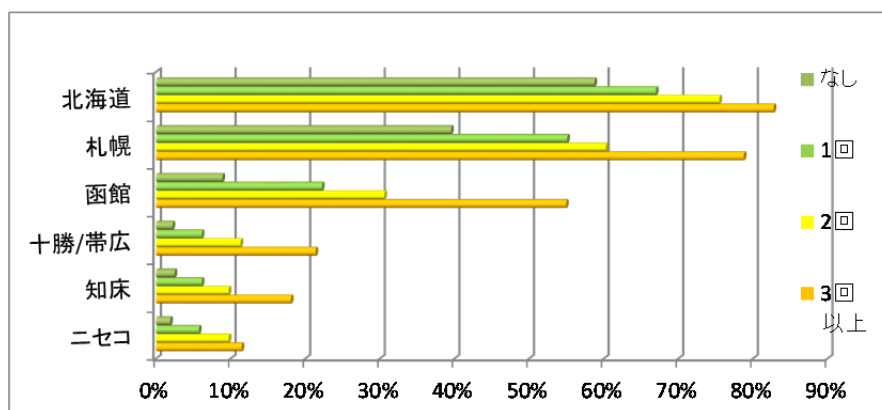
※前記表「日本の観光地の認知度及び訪問意欲（複数回答）」の対象地域から

全体認知度50%以上の観光地を対象に作成。

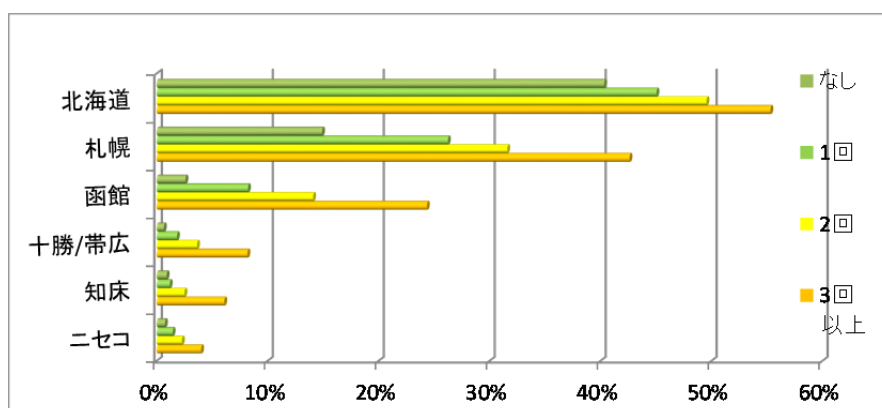
■は比率70%以上、■は比率60%以上の箇所を示す。

訪日回数別（訪日経験なし、訪日経験1回、2回、3回以上）でみると、「北海道」及び各観光地の認知度、訪問意欲は訪日回数に応じて上昇する傾向にある。

訪日回数別認知度



訪日回数別訪問意欲



北海道訪問経験者における北海道及び各観光地の認知度、訪問意欲をみると、「北海道」への訪問意欲は高く、「北海道リピーター」の獲得可能性の高さがうかがわれる。一方、「北海道」と各観光地との認知度、訪問意欲とは格差があり、来道外国人旅行者に対する各観光地の情報提供、訪問意欲の喚起には取組余地があるものと推察される。

北海道訪問経験者の認知度、訪問意欲

(単位: %)

北海道訪問経験者		北海道	札幌	函館	十勝/帯広	知床	ニセコ
全体 543	認知度	100.0	80.8	53.2	25.2	20.3	15.5
	訪問意欲	67.4	44.4	25.4	10.1	6.4	6.6

5. 外国人旅行者が北海道観光で期待すること

「北海道」に対する訪問意欲のある回答者に対し、「何を期待して行ってみたいと思うか」を聞いたところ、「自然・景観」、「食」、「雪」、「温泉」への期待が高い。特に「自然・景観」に関しては、ほとんどの調査対象地域でトップとなっている。

また、中国では「自然・景観」とその他の回答比率に乖離が比較的大きいなど、地域によって期待する内容については水準の相違もみられる。

北海道観光への期待（北海道訪問意欲回答者、複数回答）

	合計	中国	台湾	香港	韓国	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
回答数	1,690	292	302	245	100	225	240	216	70
自然や風景の見物	80.2%	76.0%	88.1%	84.5%	74.0%	73.8%	83.3%	77.8%	75.7%
日本料理を食べる	71.5%	53.8%	73.8%	76.3%	60.0%	73.8%	82.5%	78.2%	70.0%
雪景色鑑賞	64.9%	49.0%	73.2%	76.3%	70.0%	64.0%	65.0%	64.4%	52.9%
温泉への入浴	64.8%	55.8%	67.5%	66.1%	65.0%	64.9%	69.2%	69.4%	55.7%
安くおいしい料理を食べる	61.8%	41.1%	58.9%	67.3%	54.0%	66.7%	75.0%	70.4%	64.3%
リーズナブルで清潔な施設での宿泊	61.7%	44.9%	61.3%	60.8%	58.0%	65.8%	74.2%	70.4%	60.0%
のんびりと保養・休養	60.6%	36.6%	70.9%	68.2%	48.0%	64.9%	72.5%	25.9%	67.1%
自分の好物を食べる	58.6%	51.0%	61.9%	70.2%	45.0%	57.8%	57.9%	56.5%	65.7%
日本旅館での宿泊	58.5%	45.9%	56.0%	57.1%	54.0%	57.8%	64.6%	72.7%	70.0%
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアーに行く	52.4%	36.0%	46.4%	54.7%	54.0%	61.3%	61.7%	57.4%	61.4%

※ ■ は回答比率70%以上、■ は回答比率60%以上の箇所を示す。