

東●北

観光案内所

外国人観光客 受入マニュアル



2018年3月策定



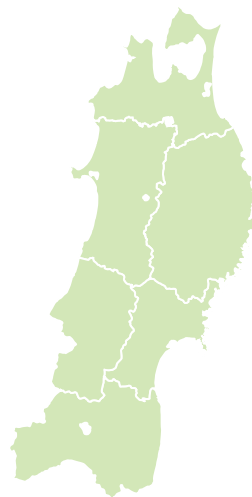


はじめに

近年、官民をあげてのインバウンドへの取り組みもあり、全国的に訪日外国人旅行者が急増しています。東北地方も例外ではなく、特に中国や台湾、韓国、タイなどアジア圏から多くの観光客が訪れています。

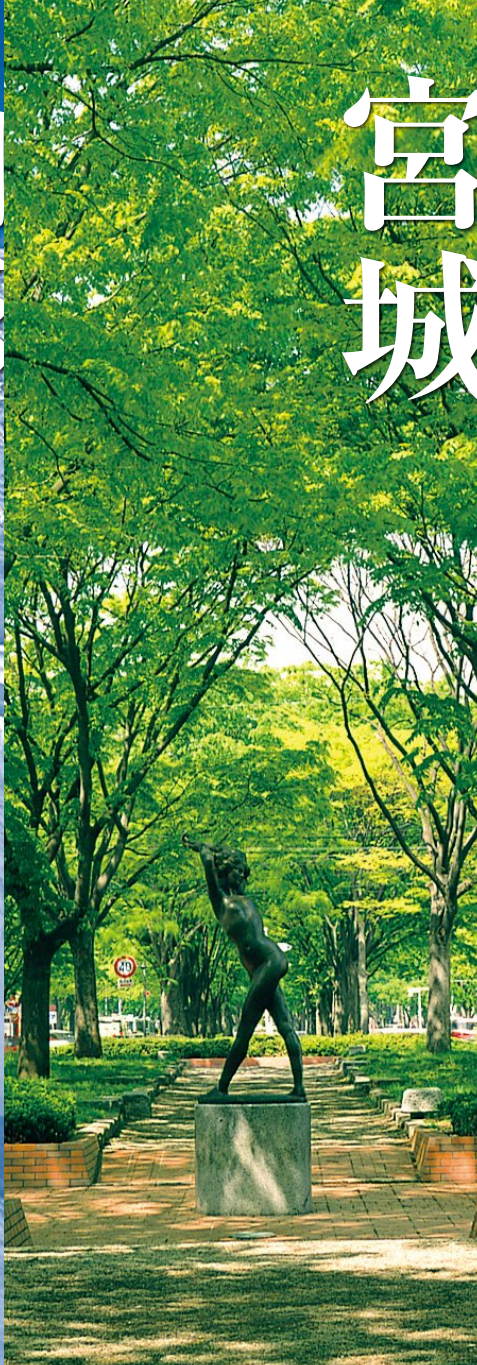
今後も外国人観光客が、増加すると見込まれていますので、観光関連産業に携わる皆様には外国からの観光客をお迎えする準備、心構えが大切です。

このマニュアルは、外国人観光客をお迎えする際に、初心者でも活用できる接客・対応のポイントをまとめたものです。いろいろな場面でお役立ていただければ幸いです。





山形



宮城



福島

Contents

◆東北MAP.....	P3	・台湾	P34
◆外国人観光客の受入れにあたり.....	P4	・韓国	P40
◆目的別対応マニュアル 全般のおもてなし.....	P5	・タイ.....	P46
◆おもてなし会話集〈全般〉.....	P6	・シンガポール	P52
◆目的別対応マニュアル 交通のご案内.....	P12	・マレーシア	P58
◆おもてなし会話集〈交通〉.....	P13	・オーストラリア	P64
◆目的別対応マニュアル 観光・飲食店のご案内.....	P15	◆観光案内サービススキルアップ実証事業 東北地域を訪れる外国人及び 日本人旅行者を対象としたアンケート結果	P70
◆おもてなし会話集〈観光・飲食店〉.....	P16	◆観光案内サービススキルアップ実証事業 観光案内サービスに役立つインバウンド向け サービスや事業に関する調査.....	P73
◆目的別対応マニュアル 買い物のご案内.....	P18	◆掲示に用いる主なピクトグラム.....	P86
◆おもてなし会話集〈買い物〉.....	P19	◆参考文献	P88
◆各国・地域のマーケット状況を知る			
・中国	P22		
・香港	P28		

東北MAP



外国人観光客の 受入れにあたり

本格的な人口減少・高齢化社会の進展による到来訪日外国人観光客を含めた交流人口の拡大は、地域振興の大きな柱となっています。東北においても、震災前の水準を超え、今後の外国人観光客の来訪拡大が期待される中、受入態勢の整備は避けて通れない環境となっています。このような環境下で、観光案内所における役割はますます重要となっており、東北に滞在中の外国人観光客の方々に安心・満足いただくために、お迎えする上での心構えを共有することが重要となります。

言葉の問題や食習慣の違いなどが不安材料となり、「外国人の方を受け入れるのは無理」と思いがちですが、事前に情報を知り、できる準備をしておくことで乗り越えられる点はたくさんあります。また、外国人観光客をお迎えする際に一番大切なことは、日本人観光客をお迎えする時と同じおもてなしの気持ちです。

外国人観光客受入れ7か条

- 1** 外国人旅行者に向き合う際、心呼吸し、リラックスして対応しよう
- 2** マナーの違いを理解し、国や文化の違いを超えた相手の立場に立った心温まるサービス対応を心掛けよう
- 3** 苦手意識を持たず、拒否反応をせず、逃げない
(笑顔の挨拶・沈黙しない)
- 4** 語学のプロではないが、接客のプロになろう
身振り手振りでも誠意を持つての対応、
言葉の間違いを気にせず話してみよう
- 5** 基本的な挨拶とよく使う言葉だけでも外国語を覚えよう
- 6** お客様に質問される事柄、ニーズを把握し、
事前の準備を心掛けよう
(簡単な案内ボード、指差しカードなどの活用)
- 7** お客様に安心感を与える工夫に努めましょう





全般のおもてなし

外国人のお客様をお迎えするにあたり、どのようなことに配慮し、どのような準備をすればよいかを知ることで、あらかじめ受け入れるための体制を作ることができます。まずは、下記項目を参考に、各施設で取り組めることから考えてみましょう。

1 サービスの基本は「笑顔の挨拶」

人と人が出会って、最初に交すのが挨拶です。折り目正しい挨拶と気持ちのこもった自然な笑顔は接遇の基本です。常に変わることのない自然かつ美しいスマイルでお客様に接することは、お客様に大きな安心感を与えます。

2 相手の立場に立った心のこもったサービス

相手が何を求めているかを見極めるのが、おもてなしのコツです。まず、相手の立場を配慮した誠意ある対応こそが、外国人のお客様とのコミュニケーションの基本となります。この積み重ねが、国や文化の違いを超えたサービスにつながっていきます。

3 基本的なマナー

スタッフの言動は、コンシェルジュとしての姿勢を表すとともに、日本と日本人に対する印象にも大きな影響を与えます。言葉が通じない場合にも、お客様の要望を丁寧に確認し、誠実な対応を取ることが大切です。「指さしシート」を準備して簡単なやりとりをしたりすることも、有効なコミュニケーションの手段です。

4 身だしなみや立ち居ふるまい

どのようなお客様からも好感を持たれる、控えめで清潔感あふれた身だしなみが求められます。立ち居ふるまいや言葉づかいにも十分な注意を払う必要があります。

5 差別をしない

国籍や人種、年齢、性別、肌の色などによって対応を変えることは、最もお客様を不愉快にさせることの一つです。一人ひとりを大切なお客様として扱い、分け隔てなくおもてなしをすることが重要です。

おもてなし会話集 (全般)

この会話集は、外国のお客様のお迎えする主なシーンで外国人接遇の初心者でも活用できる言葉をまとめたものです。いろいろな場面でご活用いただければ幸いです。

挨拶・応答

英 英語 簡 中国語(簡体字) 繁 中国語(繁体字) 韓 韓国語 夕 タイ語

おはようございます

英 グッド モーニング
Good morning 簡 ザオ シャン ハオ
早上好

韓 アンニョン ハシムニカ
안녕하십니까 繁 ザオ アン
早安

夕 サワディー クラッ(フ) / カー
สวัสดี ครับ/ค่ะ

こんにちは

英 グッド アフターヌーン
Good afternoon 簡 ニー ハオ
你好

韓 アンニョン ハシムニカ
안녕하십니까 繁 ニー ハオ
你好

夕 サワディー クラッ(フ) / カー
สวัสดี ครับ/ค่ะ

こんばんは

英 グッド イブニング
Good evening 簡 ワン シャン ハオ
晚上好

韓 アンニョン ハシムニカ
안녕하십니까 繁 ワン アン
晚安

夕 サワディー クラッ(フ) / カー
สวัสดี ครับ/ค่ะ

はじめまして

英 ナイス トゥ ミート ユー
Nice to meet you 簡 チューツー ジェンミエン
初次见面

韓 チョウム フェプケッスムニダ
처음 뵙겠습니다 繁 チューツー ジェンミエン
初次见面

夕 インディー ティー ダイ ルーウチャック クラッ(フ) / カー
ยินดีที่ได้รู้จัก ครับ/ค่ะ

ありがとうございます

英 サンキュー
Thank you 簡 シエ シエ
谢谢

韓 カムサハムニダ
감사합니다 繁 シエ シエ
謝謝

夕 コップ クン クラッ(フ) / カー
ขอบคุณ ครับ/ค่ะ

いらっしゃいませ

英 ハロー
Hello 簡 ホアンイン グアンリン
欢迎光临
(お店やレストランで使います)

韓 オン オシプシオ
어서 오십시오 繁 ホアンイン グアンリン
歡迎光臨

夕 サワディー クラッ(フ) / カー
สวัสดี ครับ/ค่ะ

承知いたしました

英 アンダーstood / サアー トゥンリイ
Understood / Certainly

韓 アルゲッスムニダ
알겠습니다 簡 ミンバイラ
明白了

夕 カウチャイ クラッ(フ) / カー
เข้าใจ ครับ/ค่ะ 繁 ウオ ミンバイラ
我明白了

少々お待ちください

英 プリーズ ウェイト ア モウメント
Please wait a moment 簡 チン シアオ ダン
请稍等

韓 チャムシ キダリヨ ジュシプシオ
잠시만 기다려주세요 繁 チン シアオ ダン
请稍等

夕 ガルナー ロー サクルー クラッ(フ) / カー
กรุณารอสักครู่ นะ ครับ/ค่ะ

大丈夫です

英 イツ オーケイ
It's okay 簡 メイ グアン シ
没关系

韓 クエンチャンスムニダ
괜찮습니다 繁 メイ グアン シ
沒關係

夕 マイペンライ クラッ(フ) / カー
ไม่เป็นไร ครับ/ค่ะ

どういたしまして

英 ユア ウェルカム
You're welcome 簡 プー ファー チー
不客气

韓 チョンマル マルスミムニダ
천만의 말씀입니다 繁 プー ファー チー
不客氣

夕 マイペンライ クラッ(フ) / カー
ไม่เป็นไร ครับ/ค่ะ

挨拶・応答

さようなら

- 英 グッドバイ **Goodbye**
- 簡 ザイ ジエン **再见** 繁 ザイ ジエン **再見**
- 韓 アンニョンヒ ガシプシオ アンニョンヒ ケシプシオ
안녕히 가십시오 (去る人へ) 안녕히 계십시오 (残る人へ)
- 夕 サワディー クラッ(ブ) / カー
สวัสดี ครับ/ค่ะ

いってらっしゃいませ

- 英 ハブア ナイス デー **Have a nice day**
- 簡 マンズオ **慢走** 繁 マンズオ **慢走**
- 韓 ザルダニョオセヨ
잘 다녀오십시오
- 夕 チョーク ディー ナクラッ(ブ) / カー
ໂອ້ຍຕິ້ ນະ ຄຣັບ/ຄະ

申し訳ございません

- 英 アイ シンシニアリイ アポロジャイズ アイ アム ベリー ソリー
I sincerely apologize (I am very sorry)
- 簡 ドゥイ プチー **对不起** 繁 シェフェン ポウチエン **十分抱歉**
- 韓 チェソンハムニダ
죄송합니다
- 夕 コートー(トゥッ) クラッ(ブ) / カー
ขอโทษ ครับ/ค่ะ

基本フレーズ

ご用件を承ります

- 英 **How may I help you?** 簡 **您有什么事**
- 繁 **請問有什麼能為您服務的嗎？**
- 韓 **용무가 있으시면 말씀해 주십시오**
- 夕 **มีอะไรให้ผม/ดิฉันช่วยไหม ครับ/ค่ะ**

失礼します

- 英 **Excuse me**
- 簡 **不好意思** 繁 **對不起**
- 韓 **실례합니다**
- 夕 **ขออนุญาต ครับ/ค่ะ**

ゆっくり話して下さい

- 英 **Please speak slowly**
- 簡 **请慢点儿说** 繁 **請說慢一點**
- 韓 **천천히 말씀해 주십시오**
- 夕 **กรุณาพูดช้าๆหน่อย ครับ/ค่ะ**

もう一度おっしゃってください

- 英 **Please say that one more time**
- 簡 **请再说一遍** 繁 **請再說一次**
- 韓 **한번 더 말씀해 주십시오**
- 夕 **กรุณาพูดอีกครั้งนะ ครับ/ค่ะ**

確認させて下さい

- 英 **Please let me confirm (Please let me make sure)**
- 簡 **请让我确认一下** 繁 **跟您再確認一次**
- 韓 **확인 좀 하겠습니다**
- 夕 **ขออนุญาตตรวจสอบนะ ครับ/ค่ะ**

基本フレーズ

ここに書いて下さい

英 Please write it here

簡 请写在这里 **繁** 請寫在這裡

韓 여기에 적어주십시오

タ กรุณากรอกข้อมูลที่นี่ ครับ/ค่ะ

こちらへどうぞ

英 This way, please

簡 这边请 **繁** 請這邊走

韓 이쪽으로 오십시오

タ เชิญทางนี้ ครับ/ค่ะ

申し訳ございませんが、英語(他言語)ができません

英 I'm very sorry, but I cannot speak English (other language)

簡 对不起, 我不会英语(其他语言)

繁 很抱歉, 我不會說英語(多國語言)

韓 죄송합니다만 영어(외국어)를 못 합니다

タ ขอประทานโทษจริงๆ ทางเราไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ (หรือภาษาอื่นนอกจากภาษาญี่ปุ่น) ได้

おもてなし全般



トイレはどこですか

英 Where is the restroom?

簡 厕所在哪儿?

繁 請問洗手間在哪?

韓 화장실이 어디에 있습니까

タ ห้องน้ำอยู่ที่ไหน ครับ/ค่ะ



こちらです、●階にあります

英 It's this way, on the ● floor

簡 在这边, 在●楼 **繁** 這邊請, 在●樓

韓 이쪽입니다. ~층에 있습니다

タ ทางนี้ ครับ/ค่ะ อยู่ที่ชั้น●



こちらです、ご案内します

英 It's this way, I will show you

簡 在这边, 我来给您带路

繁 這邊請, 我帶您去

韓 이쪽입니다. 안내해 드리겠습니다

タ ทางนี้ ครับ/ค่ะ ผม/ดิฉันจะนำทางให้

🗨️ おもてなし会話集 (全般)

英 英語 簡 中国語 (簡体字) 繁 中国語 (繁体字) 韓 韓国語 夕 タイ語

おもてなし全般

Q 今何時ですか

英 What time is it?

簡 现在几点?

繁 請問現在幾點了?

韓 지금 몇 시입니까

夕 ตอนนี้กี่โมง ครับ/คะ

A ●時です

英 It's ● o'clock

簡 ●点

繁 ●點

韓 ~시입니다

夕 ●โมง ครับ/คะ

Q たばこは吸えますか

英 Can I smoke here?

簡 能抽烟吗?

繁 請問可以吸菸嗎?

韓 담배를 피도 괜찮습니까

夕 สูบบุหรี่ได้ไหม ครับ/คะ

A ●●で喫煙できます

英 You may smoke in the ●●

簡 在●●可以抽烟

繁 在●●可以吸菸

韓 ~에서 담배를 피울 수 있습니다

夕 ท่านสามารถสูบบุหรี่ได้ที่●● ครับ/คะ

Q 日本語を話せますか

英 Can you speak Japanese?

簡 您会说日语吗?

繁 請問您會說日語嗎?

韓 일본어를 할 줄 아십니까

夕 พูดภาษาญี่ปุ่นได้ไหม ครับ/คะ

A 日本語は話せません

英 I cannot speak Japanese

簡 我不会日语

繁 我不會說日語

韓 일본어를 못 합니다

夕 ผม/ดิฉันพูดภาษาญี่ปุ่นไม่ได้

病気、けがについて

Q どうしましたか?

英 What's the matter?(What's wrong?)

簡 a的本质是什么?

繁 你怎么了?

韓 어디 아파요

タ ธรรมชาติของอะไร

A 腹痛がします

英 I have a stomachache

簡 肚子疼

繁 我肚子痛

韓 배가 아픕니다

タ ปวดท้อง



A 頭痛がします

英 I have a headache

簡 头疼

繁 我頭痛

韓 두통이 있습니다

タ ปวดหัว



A 歯が痛いです

英 I have a toothache

簡 牙疼

繁 我牙痛

韓 이빨이 아픕니다

タ ปวดฟัน



A 熱があります

英 I have a fever

簡 发烧了

繁 我在發燒

韓 열이 납니다

タ มีไข้



A 吐き気がします

英 I feel like throwing up

簡 我想吐

繁 我想吐

韓 토할 거 같습니다

タ คลื่นไส้



📱 おもてなし会話集 (全般)

英 英語 簡 中国語 (簡体字) 繁 中国語 (繁体字) 韓 韓国語 夕 タイ語

病気、けがについて

Q どこを怪我しましたか

英 What part did you injure?

簡 哪里受伤了?

繁 哪裡受傷了?

韓 어디를 다쳤습니까

夕 บาดเจ็บที่ไหนบ้าง

A 腕・足・指・足首・頭・背中

英 arm, leg, finger, ankle, head, back

簡 胳膊, 腿, 手指, 脚踝, 头, 背

繁 胳膊、腳、手指、腳踝、頭部、背

韓 팔, 발(足), 다리 (脚), 손가락(手の指), 발가락(足の指), 발목, 머리, 등

夕 แขน ขา นิ้ว ข้อเท้า หัว หลัง

Q ここに座って休んでください

英 Please have a seat and take a rest

簡 请坐在这里休息

繁 請坐在這裡休息

韓 여기에 앉아서 쉬십시오

夕 กรุณานั่งพักตรงนี้

Q 近くの病院を紹介しますか

英 Would you like me to tell you the nearest hospital?

簡 需要我给您介绍附近的医院吗?

繁 需要介绍附近的醫院給您嗎?

韓 근처 병원을 소개해드릴까요

夕 แนะนำโรงพยาบาลใกล้ๆให้ไหม

Q 救急車を呼びますか?

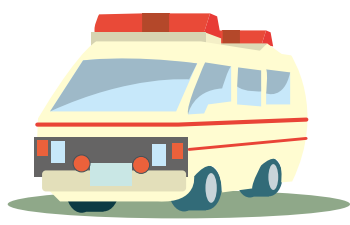
英 Would you like me to call you an ambulance?

簡 需要叫救护车吗?

繁 需要幫您叫救護車嗎?

韓 지하철 환승 관련

夕 เรียกรถพยาบาลไหม



数の数え方

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
英	ワン one	トゥー two	スリー three	フォー four	ファイブ five	シックス six	セブン seven	エイト eight	ナイン nine	テン ten
簡	イー 一	アー 二	サン 三	スー 四	ウー 五	リョウ 六	チー 七	パー 八	ジョウ 九	シー 十
繁	イー 一	アー 二	サン 三	スー 四	ウー 五	リョウ 六	チー 七	パー 八	ジョウ 九	シー 十
韓	イル 일	イ 이	サム 삼	サ 사	オ 오	ユク 육	チル 칠	パル 팔	ク 구	シブ 십
夕	ヌン ๑	ソーン ๒	サム ๓	スイ ๔	ハー ๕	ホック ๖	ジェット ๗	ペート ๘	ガーオ ๙	スイップ ๑๐

交通のご案内

目的地まで無事お届けする、という原則は日本のお客様相手でも外国のお客様相手でも同じこと。原点に戻ってみればそれほど難しく考えることではないのではないのでしょうか。まずは、下記項目を参考に、各施設で取り組めることから考えてみましょう。

1 交通・アクセス情報を把握しよう

観光案内所を訪れる目的に交通・アクセス情報の入手があげられます。徒歩・公共交通機関・タクシー等の移動方法による適切・正確なご案内が旅行者の満足度向上につながります。

2 お客様とのコミュニケーション方法を考える

聞き取りに不安がある場合、メモ帳などにお客様に書いていただいてもかまいません。また、多言語マップを用意しておいたり、お客様がお持ちの地図やガイドブックなどを活用してお互い指差し確認するのもよいでしょう。また、流暢に話すことはできなくとも、目的地を示す単語だけでも構いません。なるべく多くの場所の名称を、英語・中国語・韓国語などで、発音できないまでも聞き取れる程度に覚えておくに役につくでしょう。

3 伝わりづらいこと、大切なことは紙で伝える

時刻や場所のほか「参加する上で守っていただきたい大切なこと」は必ずメモなどお客様のお手元に残る形でお伝えしましょう。また、トラブルを事前に想定しておき、「いらっしゃらない場合もお待ちせずに出発します」など、あらかじめ対応をお客様にお伝えしておくのもよいでしょう。

4 近隣のレンタカー会社の基本情報 (連絡先・場所・営業時間等)を把握しよう

外国人のお客様が日本で車を運転される場合には、特別な免許証や書類が必要となります。レンタカーの契約手続や日本独自の交通法規については、多言語のマニュアルシートをご用意してお渡ししたり、ご一緒に指差し確認したりできるとよいでしょう。

おもてなし会話集 〈交通〉

この会話集は、外国のお客様のお迎えする主なシーンで外国人接遇の初心者でも活用できる言葉をまとめたものです。いろいろな場面でご活用いただければ幸いです。

英 英語 簡 中国語(簡体字) 繁 中国語(繁体字) 韓 韓国語 夕 タイ語

交通のご案内

Q ○○(目的地)へは
どのように行きますか?

英 Could you tell me
how to get to ○○?

簡 怎么去○○?

繁 請問要怎麼去○○(目的地)?

韓 ~~에는 어떻게 갑니까

夕 จะไป○○(สถานที่)อย่างไร

A ●●駅で乗り換え、
△△行きの□□線で行けます。

英 Change the train at ●● station
and take □□ line bound for △△

簡 在●●站換車, 坐△△方向的□□線能到

繁 請在●●站換車, 坐前往△△的□□線就可以到達

韓 ~역에서 환승해서 ~방면 ~선(선)으로 갈 수 있습니다

夕 เปลี่ยนรถไฟที่สถานี○○
ขึ้นรถไฟสาย○○ที่ปลายทางไป○○

Q どのくらい時間がかかりますか

英 How long does it take?

簡 要花多长时间?

繁 需要多少時間呢?

韓 시간은 어느 정도 걸립니까

夕 ใช้เวลาประมาณเท่าไร ครับ/คะ

A (●●移動手段)で△△分で行けます

英 It takes △△ mins by
(●● method of transportation)

簡 坐●●(交通工具)要花△△分钟

繁 (●●)的話, △△分可以到

韓 (~~ 이동수단)으로 ~분에 갈 수 있습니다

夕 (เดินทางโดย●●)
ใช้เวลาประมาณ △△ นาที ครับ/คะ

Q バス(列車)の乗り場はどこですか?

英 Where is the bus stop (train station)?

簡 公共汽车站(车站)在哪儿?

繁 請問巴士(列車)的乘車處在哪?

韓 버스(열차) 타는 곳이 어디입니까

夕 ที่ขึ้นรถเมล์/รถไฟอยู่ที่ไหน ครับ/คะ

A 駅のそばにバスの停留所(列車の駅)
があります

英 There is a bus stop near by the station

簡 电车站的旁边有公共汽车站

繁 車站旁邊有巴士的乘車處

韓 역 옆에 버스 정류소가 있습니다

夕 มีป้ายรถเมล์อยู่ข้างๆสถานี ครับ/คะ

🚗 おもてなし会話集 (交通)

英 英語 簡 中国語(簡体字) 繁 中国語(繁体字) 韓 韓国語 夕 タイ語

交通のご案内



バス(列車)は何時に出発(到着)しますか

英 What time does the bus (train) leave (arrive)?

簡 公共汽车(车)几点出发?

繁 請問巴士(列車)幾點發車?

韓 버스(열차)가 몇 시에 출발합니까

夕 รถเมล์/รถไฟออกตอนกี่โมง ครับ/คะ



●時●分に出発(到着)します

英 It leaves at ●●:●●

簡 ●点●分出发

繁 ●點●分發車

韓 ~시 ~분에 출발합니다

夕 รถจะออกเวลา ● โมง ● นาที



どこ行きに乗って、どこで降りればよいですか

英 Which bus (train) should I ride, and where should I get off?

簡 坐哪个方向的车, 在哪儿下车?

繁 請問在哪裡上車, 在哪裡下車呢?

韓 어느 방향으로 가는 것을 타서 어디에서 내리면 됩니까

夕 ขึ้นรถที่ไหน และลงที่ไหนดี ครับ/คะ



●●行のバス(列車)で、▲▲停留所(駅)で降りればよいです

英 Take the bus (train) for ●● and get off at ▲▲ (Station)

簡 坐●●方向的车, 在▲▲站下车就可以

繁 請乘坐前往●●的巴士(列車), 然後在▲▲站下車

韓 ~방면 버스(열차)로 ~ 정류소(역)에서 내리면 됩니다

夕 ขึ้นรถบัส (รถไฟ) ที่ไป ●● และลงรถที่ป้าย (สถานี) ▲▲



バス(列車)の切符はどこで買えますか

英 Where can I buy a bus (train) ticket?

簡 车票在哪儿买?

繁 請問巴士(列車)的票在哪裡買?

韓 버스(열차) 표는 어디에서 살 수 있습니까

夕 ขึ้นรถที่ไหน และลงที่ไหนดี ครับ/คะ



●●で買えます

英 You can buy it at the ●●

簡 在●●可以买

繁 在●●買

韓 ~에서 살 수 있습니다

夕 สามารถซื้อตั๋วได้ที่ ●● ครับ/คะ



料金はいくらですか

英 How much does it cost? 簡 多少钱?

繁 請問多少錢? 韓 요금이 얼마입니까

夕 ราคาเท่าไร ครับ/คะ



●円です

英 It's ● yen 簡 ●●日元

繁 ●日圓 韓 ~엔입니다

夕 ราคา ●● เยน ครับ/คะ



観光・飲食店のご案内

お客様の楽しもうとする気持ちをできる限り損なわず、伸ばすために、必要最低限のお手伝いができるればよいと考えましょう。より楽しんでいただけるかを考えて臨機応変な対応ができれば、きっとそれはお客様の旅の思い出の1コマになるでしょう。

1 近隣・主要観光地情報を把握しよう

「旅ナカ」での観光案内所に訪れる訪日外国人の情報収集ニーズは極めて高く、観光に関する情報も多いことが想定されます。また、行動動態として観光地を訪れる前に案内所に立ち寄られるケースも多いことから、近隣観光施設のパンフレットのストックや各種最新情報を把握し、お客様の問合せに応えられるようにしましょう。

2 割引・季節情報・イベント情報の提供

交通事業者や観光関係団体、地域における訪日外国人向けのサービスも日々拡充されており、また、各地で開催されているイベント情報等の地域ならではの情報について、情報を持ち合わせることで、訪日外国人旅行者の満足度向上に努めましょう。

3 わかりやすい情報を演出

施設の入口や受付などへは遠くからでもそれとわかるよう大きく、多言語やアイコンで掲示して誘導するよう心がけましょう。施設のプログラム・料金は、入口や受付などのどなたにも見やすい場所にはっきりと表示すると満足度も高まります。

4 マップや案内ボードを活用しよう

全体の雰囲気ができるよう、施設全体のマップを作成し、ご覧いただけるようにしましょう。あらかじめ施設規模を示すことで所要時間や見学・体験ボリュームのメドをつけることもできますし、トイレや休憩場所、ショップなど、場所を尋ねられることなく、ご利用いただきやすくなるでしょう。

5 飲食店の情報も把握しよう

近隣の食事箇所情報を把握しましょう。食は外国人にとっても旅行の大きな楽しみです。外国人に好まれる食べ物・飲食店の情報を把握し、紹介できる準備をしましょう。

🌸 おもてなし会話集 (観光・飲食店)

この会話集は、外国のお客様のお迎えする主なシーンで外国人接遇の初心者でも活用できる言葉をまとめたものです。いろいろな場面でご活用いただければ幸いです。

英 英語 簡 中国語(簡体字) 繁 中国語(繁体字) 韓 韓国語 夕 タイ語

観光・飲食店のご案内

Q ●●の営業時間は何時までですか

英 What time is ●● open until?

簡 ●●营业到几点?

繁 請問●●的營業時間到幾點?

韓 ~의 영업시간은 몇 시까지입니까

夕 ร้าน●●เปิดตั้งแต่กี่โมงถึงกี่โมง ครับ/คะ

A 営業時間は●●時から△△時までです

英 Business hours are from ●●:●● to △△:△△

簡 营业时间从●●点到△△点

繁 營業時間是從●●到△△點

韓 영업시간은 ~시부터 ~시까지입니다

夕 เปิดบริการตั้งแต่ ●● โมง ถึง ●● โมง

Q これをください

英 I'll have this

簡 请给我这个

繁 請給我這個

韓 이것을 주십시오

夕 ขอชิ้นนี้นะ ครับ/คะ

A ただ今ご用意いたします

英 I will get that for you now

簡 现在给您准备

繁 馬上為您準備

韓 바로 준비해드리겠습니다

夕 ขอไปหยิบสินค้าสักครู่ นะ ครับ/คะ

Q ●●を食べたいのですが

英 I want to eat ●●

簡 我想吃●●

繁 我想吃●●

韓 ~을/를 먹고 싶습니다

夕 อยากรับประทานอาหาร●●นะ ครับ/คะ

A ●●であれば、このお店で食べることができます

英 You can eat ●● at this restaurant

簡 ●●的话, 在这家店可以吃到

繁 如果是●●的話 這家店可以吃得到

韓 ~이라면/라면 이 가게에서 드실 수 있습니다

夕 หากเป็น ●● สามารถรับประทานอาหารในร้านได้เลย ครับ/คะ

観光・飲食店のご案内

Q 英語(多言語)の地図はありますか

英 Do you have an English (other language) map?

簡 有英语(其他语言)的地图吗?

繁 請問有英語(多國語言)的地圖嗎?

韓 영어(외국어)로 된 지도가 있습니까

夕 มีแผนที่ภาษาอังกฤษ (หรือภาษาอื่นๆ) ไหม ครับ/คะ

A あります、はいどうぞ

英 Yes, here you are

簡 有, 给您

繁 有的, 請收下

韓 있습니다. 이거 받으십시오 (直接渡す)

夕 มีครับ/ค่ะ เชิญ ครับ/ค่ะ

Q 見学するのにどのくらいかかりますか

英 How long does it take to see it?

簡 参观这里要花多长时间?

繁 請問參觀需要花多少時間?

韓 견학 소요시간이 어느 정도 걸립니까

夕 ถ้าจะเดินชมที่นี่ น่าจะใช้เวลาประมาณเท่าไร ครับ/คะ

A 全部見ると、●時間です

英 It takes ●● hr to see everything

簡 全部看完的话要●个小时

繁 全部都看的話需要●小時

韓 전부 돌아보면 ~시간입니다

夕 ชมทั้งหมด ใช้เวลา ● ชั่วโมง ครับ/คะ

Q ●●の観光スポットを教えてください

英 Please tell me sightseeing spots in ●●

簡 请告诉我●●的观光景点

繁 請介紹一下●●的觀光景點

韓 ~의 관광명소를 가르쳐주세요

夕 กรุณาแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณ ●● ได้ไหม ครับ/คะ

A ●●で見ることが出来ます

英 You can see ●●

簡 在●●可以看

繁 在●●的話, 可以看到

韓 ~에서 볼 수 있습니다

夕 สามารถชม ●● ได้呢 ครับ/คะ

Q ●●の電話番号を教えてください

英 Please tell me ●●'s phone number

簡 请告诉我●●的电话号码

繁 請問●●的電話號碼是幾號?

韓 ~의 전화번호를 가르쳐주세요

夕 ขอทราบหมายเลขโทรศัพท์ของ●● หน่อย ครับ/คะ

A ●●の電話番号は、△△です

英 It's △△

簡 ●●的电话是△△

繁 ●●的電話號碼是△△

韓 ~의 전화번호는 ~입니다

夕 หมายเลขโทรศัพท์ของ ●● คือ ●● ครับ/คะ

買い物のご案内

日本語がわからなくともぱっと見てどこに何が置いてあるのかわかり、“ここで買い物してみよう”とまず思っただくことが重要です。言葉がわからなくても、お客様に買い物を楽しんでいただけるよう各施設で取り組めることを考えてみましょう。

1 自店舗・近隣の土産店の情報を把握しよう

お土産販売をされている案内所はもちろんのこと、近隣の土産店情報を把握し、問い合わせに対応できるよう努めましょう。

2 選びやすく、わくわくするディスプレイ

日本語がわからなくともぱっと見てどこに何が置いてあるのかわかるよう、例えば棚ごとに絵や写真を活用したり、多言語で簡単な単語などを書くなどしたポップを設けてみるのはいかがでしょうか。食品を扱っている場合は、宗教やアレルギーに関連する品目と、それが含まれている商品を把握し、アイコンで掲示したり、お尋ねいただいた時にすぐにお答えしたりできるようにしておきましょう。

3 外観から「いらっしゃいませ」の気持ちを表現する

実物をディスプレイするのが難しい場合は、写真や言葉でも構いません。言葉が分からなくてもどんなものを扱っている場所なのかが外から分かるような工夫を心がけましょう。決済手段の種類が掲示されていることも、外国のお客様に対して友好的な、入りやすいお店の印象を与えるでしょう。

4 お客様にあわせたお支払い方法を可能にする

日本円以外に、クレジットカードやデビットカード、その方の国のお金（外貨）など、複数の決済手段があるとよいでしょう。海外クレジットカードでキャッシングができるATMや商業施設外貨両替所など、日本円を入手することができる最寄りの施設についても、場所と営業時間を把握しておくとういでしょう。

5 お応えできない要望にははっきりと「ノー」を

値引きであっても注文であっても、応えられないご要望には、なんとなしにごまかすのではなく、はっきりと「ノー」の意志を伝えましょう。そして、もしできることなら、お断りする代わりにちょっとした「サービス」をしてあげてください。



おもてなし会話集〈買い物〉

この会話集は、外国のお客様のお迎えする主なシーンで外国人接遇の初心者でも活用できる言葉をまとめたものです。いろいろな場面でご活用いただければ幸いです。

英 英語 簡 中国語(簡体字) 繁 中国語(繁体字) 韓 韓国語 夕 タイ語

買い物のご案内



何かお探しですか

英 Are you looking for something?

簡 您要找什么?

繁 請問您在找什麼?

韓 뭐 찾으시는 거 있으니까

夕 ต้องการสอบถามอะไรไหม ครับ/คะ



●●はありますか? こちらです

英 Do you have ●●? It's this

簡 有●●, 在这边

繁 有●●嗎? 在這裡

韓 ~이/가 있습니까. 이쪽입니다

夕 มี ●● ไหมครับ/คะ นี่นะ ครับ/คะ



●●はありますか

英 Do you have ●●?

簡 有●●吗?

繁 請問有●●嗎?

韓 ~이/가 있습니까

夕 มี●●ไหม ครับ/คะ



現在、在庫切れです

英 We are currently out of stock

簡 现在没有货

繁 現在沒有庫存了

韓 현재 재고가 없습니다

夕 ขอประทานโทษครับ/คะ ตอนนี้ไม่มีสินค้าในสต็อก ครับ/คะ



これは何ですか

英 What is this?

簡 这是什么? 繁 請問這是什麼?

韓 이것이 무엇입니까

夕 นี่คืออะไร ครับ/คะ



●●です

英 It's a ●●

簡 这是●● 繁 有的, 請收下

韓 ~입니다

夕 ●● ครับ/คะ



いくらですか

英 How much is it?

簡 多少钱? 繁 請問多少錢?

韓 얼마입니까

夕 เท่าไรนะ ครับ/คะ



●●円です

英 It's ●● yen

簡 ●●日元 繁 ●●日圓

韓 ~엔입니다

夕 ●●เยน ครับ/คะ

買い物のご案内



両替はできますか

英 Can I exchange money?

簡 可以换钱吗?

繁 請問有提供兌換貨幣服務嗎?

韓 환전할 수 있습니까

夕 รับแลกเงินไหม ครับ/คะ



ここでは出来ません、
●●で両替が出来ます

英 No you cannot, you can exchange money at ●●

簡 在这里不能换钱, 在●●可以换钱

繁 在這裡沒有, 但在●●可以兌換貨幣

韓 여기에서는 할 수 없습니다. ~에서 환전이 가능합니다

夕 ที่นี่ไม่รับแลกเงิน ท่านสามารถแลกเงินได้ที่●● ครับ/คะ



クレジットカードは使えますか

英 Can I use a credit card?

簡 能用信用卡吗?

繁 請問可以刷信用卡嗎?

韓 신용카드 사용이 가능합니다

夕 ชำระด้วยบัตรเครดิตได้ไหม ครับ/คะ



使えます/使えません

英 Yes you can use it / No you cannot use it

簡 可以用, 不可以用

繁 可以, 不可以

韓 사용 가능합니다. 사용하지 않습니다

夕 ได้ ครับ/คะ ไม่ได้ ครับ/คะ



免税で買えますか

英 Can I buy it duty free?

簡 可以免税吗?

繁 請問可以免稅嗎?

韓 면세 가격으로 살 수 있습니까

夕 สามารถซื้อสินค้าแบบปลอดภาษีได้ไหม ครับ/คะ



免税になります/免税になりません

英 Yes you can / No you cannot

簡 可以免税, 不可以免税

繁 免稅的, 不是免稅的

韓 세금 면제됩니다. 세금 면제가 안 됩니다

夕 สามารถซื้อแบบปลอดภาษีได้ ไม่ได้ ครับ/คะ



値引きできますか

英 Can I have a discount?

簡 可以打折吗?

繁 請問可以打折嗎?

韓 가격을 조금 낮춰주실 수 있습니까

夕 ลดราคาได้ไหม ครับ/คะ



値引きは出来ません

英 We do not offer discounts

簡 不可以打折

繁 不能打折

韓 가격을 낮출 수 없습니다

夕 ไม่ได้ ครับ/คะ

買い物のご案内



何がお勧めですか

英 What do you recommend?

簡 有推荐的吗?

繁 您推薦什麼呢?

韓 추천해 주십시오

夕 สินค้าแนะนำคืออะไร ครับ/ค่ะ



●●がお勧めです

英 I recommend ●●

簡 我们推荐●●

繁 我推薦●●

韓 ~이/가 추천입니다

夕 สินค้าแนะนำของเราคือ●● ครับ/ค่ะ



●●はどこで買えますか

英 Where can I buy ●●?

簡 ●●在哪儿能买到?

繁 請問●●在哪裡可以買得到?

韓 ~을/를 어디에서 살 수 있습니까

夕 สามารถซื้อ●●ได้ที่ไหน ครับ/ค่ะ



●●で販売しています

英 It's sold at ●●

簡 在●●出售

繁 在●●有賣

韓 ~에서 판매하고 있습니다

夕 มีจำหน่ายที่●● ครับ/ค่ะ



パスポートをご提示ください

英 Please show me your passport

簡 请出示您的护照

繁 請出示護照

韓 여권을 제시해 주십시오

夕 ขอพาสปอร์ตด้วย ครับ/ค่ะ



拝見します

英 Let me have a look

簡 我看一下

繁 借看一下

韓 잠시 확인하겠습니다

夕 ขออนุญาตนะ ครับ/ค่ะ

各国・地域のマーケット状況を知る

中国



公式国名: 中華人民共和国 [英: People's Republic of China]

中国人旅行者の特徴

- ★日本への来訪回数「初めて」が東アジア市場(中国・香港・台湾・韓国)の中で最も高く、旅行形態は「団体ツアー」が主流であるが、「個別手配」が増加傾向にある。
- ★“買物”単価が東アジア市場の中で最も高く、購入率は特に化粧品・香水・医薬品等において高い。
- ★リピート客の増加が見込まれ、日本旅行のトレンドもショッピングから文化体験へ移行しつつある。

基礎データ

面積	約960万平方キロメートル (日本の約26倍)
人口	約13.76億人(日本の約10倍)
首都	北京
民族	漢民族(総人口の約92%) 及び55の少数民族
言語	漢語(中国語)
宗教	仏教・イスラム教・キリスト教など
通貨	人民元、(為替レート) 1ドル=約6.5元
主要産業	繊維、食品、化学原料、機械、 非金属鉱物
GDP	約10兆9828億ドル
一人当たりGDP	約7990ドル
経済成長率	6.9%
物価上昇率	1.6%(消費者物価)

気候	<p>地形は西高東低、東は太平洋に臨み、大部分が北温帯地域です。気候は全国的に共通する大陸性モンスーン気候</p> <p>冬季の気温は南北で差が激しく、1月の平均気温は広州とハルビンの間では35℃の開きがある</p> <p>夏季と秋季の気候は、大部分の地域では温暖</p>
祝祭日 (2017年)	<p>1月1日 新年(元日)</p> <p>1月2日 新年(振替休日)</p> <p>1月27日~2月2日 旧正月(春節)</p> <p>4月2~4日 清明節(清明節)</p> <p>5月1日 メーデー(労働節)</p> <p>5月28~30日 端午節(端午節)</p> <p>10月1日 建国記念日(※) (国慶節)</p> <p>10月4日 中秋節(※)(中秋節)</p> <p>※10月1~8日: 国慶節、中秋節をあわせて8連休</p>

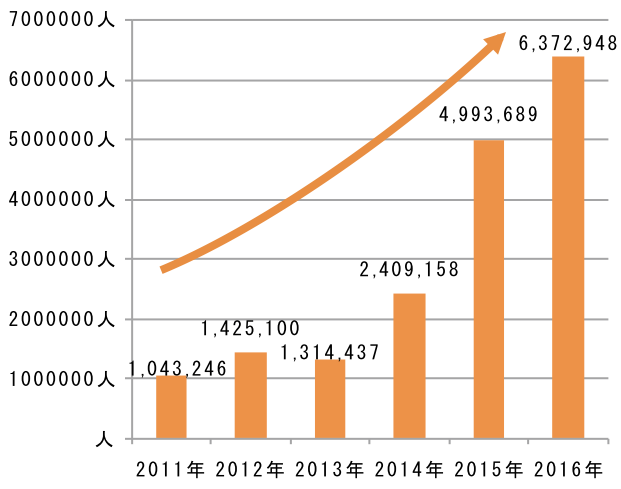
出典: 外務省 国・地域 基礎データ 出典: 日本貿易振興機構(ジェトロ) 中国基本情報



旅行特性

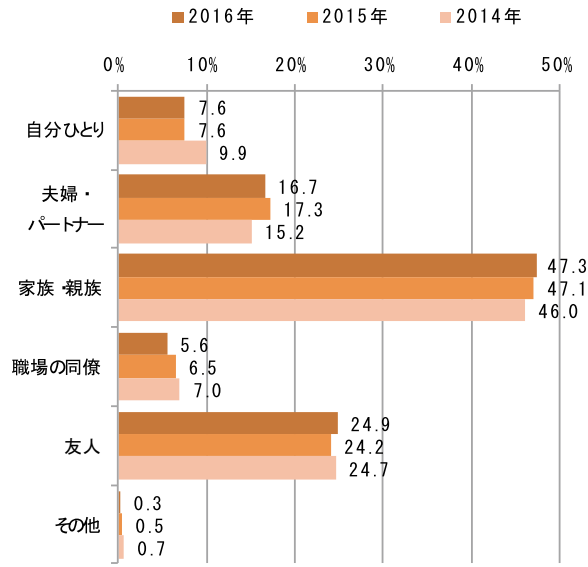
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には600万人を超えた。
- 同行者は「家族・親族」が最も多く、次いで「友人」「夫婦・パートナー」と続く。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く例年と同様の傾向、東北6県訪問率は「宮城県」が最多。

◆ 訪日外客数



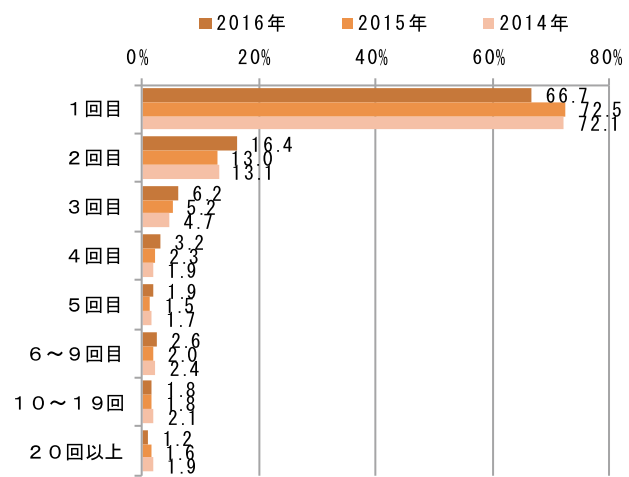
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆ 同行者



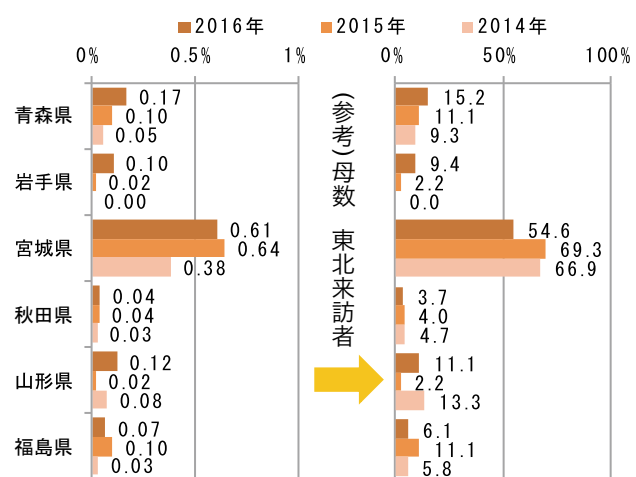
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 東北6県訪問率



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査



訪日外国人旅行者の各市場の特徴

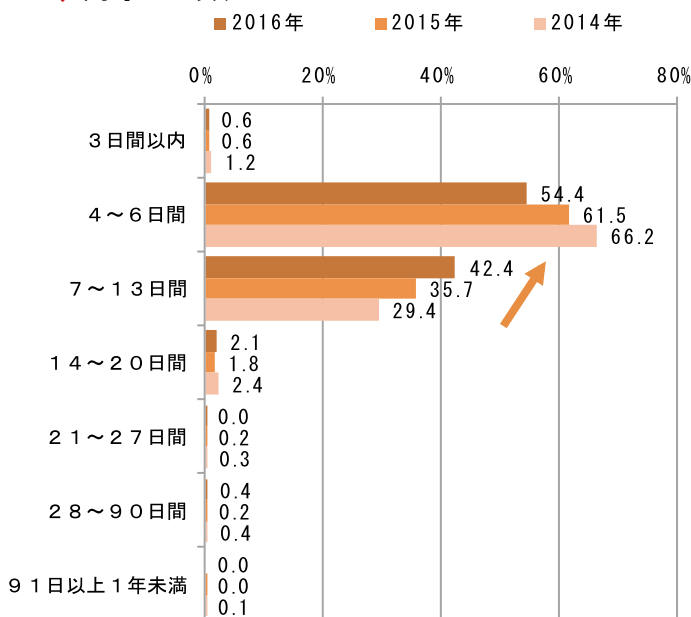
- 平均宿泊数は例年「約6泊」。
- 滞在日数は「4～6日間」が最も多く、次いで「7～13日間」となっている。経年でみると、滞在日数の長期化傾向にあり「7～13日間」の割合が増加傾向、「4～6日間」は減少傾向にある。

◆平均宿泊数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は「宮城県」が最も多く、次いで「青森県」と続く。
- 経年でみると、例年「岩手県」と「福島県」が拮抗しており、2016年にはともに1万人を超えた。

◆宿泊者数

	2016年	2015年	2014年
青森県	17,000人	11,280人	5,080人
岩手県	12,110人	7,900人	2,570人
宮城県	31,690人	19,870人	11,550人
秋田県	4,430人	3,890人	3,710人
山形県	8,340人	5,620人	4,630人
福島県	12,180人	6,660人	3,890人

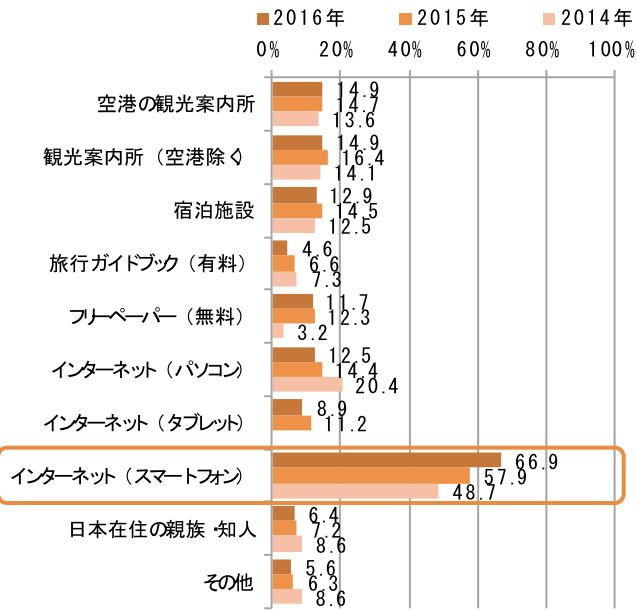
出典：観光庁 宿泊旅行統計調査



訪日外国人旅行者の各市場の特徴

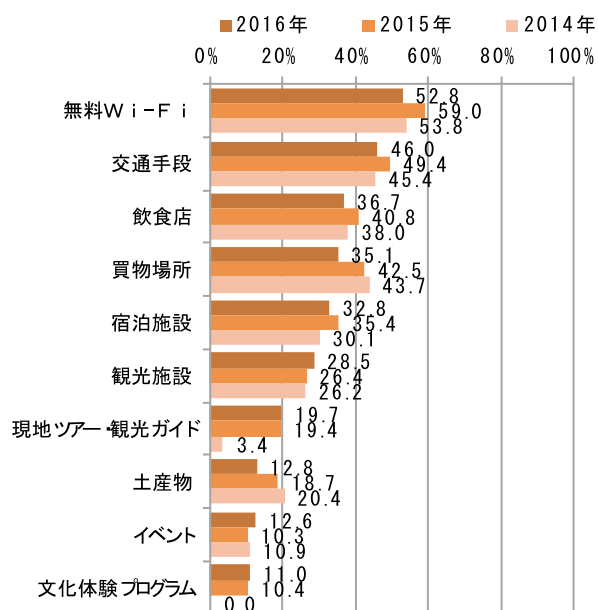
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「空港の観光案内所」「観光案内所(空港除く)」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「無料Wi-Fi」が最も多く、次いで「交通手段」「飲食店」と続く。

◆日本滞在中に役に立った旅行情報源



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

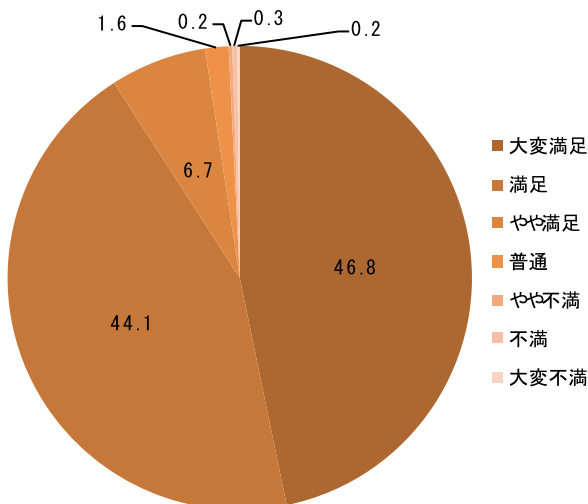
◆日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

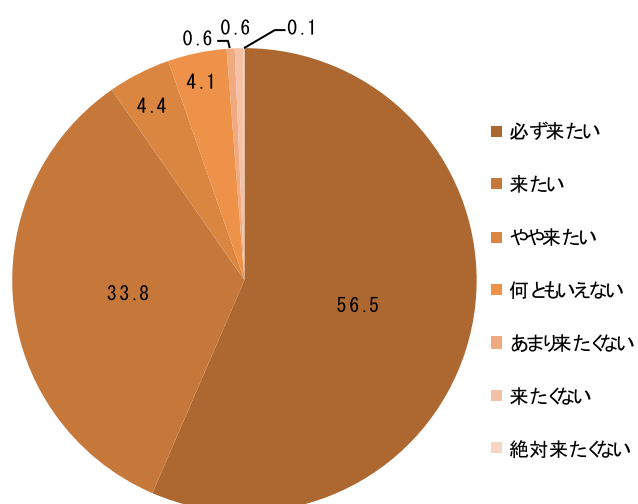
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」46.8%、「満足」44.1%、「やや満足」6.7%となっており、「満足計」は97.6%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」56.5%、「来たい」33.8%、「やや来たい」4.4%となっており、「再来訪意向」は94.7%。

◆訪日旅行全体の満足度



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査



訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「自然や風景の見物」「温泉への入浴」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は外国語対応の点であり、「母国語の通用度」が最も多く、次いで「英語の通用度」と続く。

◆日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	35.0%
自然や風景の見物	34.0%
温泉への入浴	34.0%
化粧品や医薬品の購入	30.0%
桜の観賞	24.0%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	18.0%
日本の酒（日本酒・焼酎）	17.0%
清潔さ／衛生面	17.0%
遊園地やテーマパーク	16.0%
洋服やファッション 雑貨のショッピング	13.0%

◆日本旅行で不満だった点

母国語の通用度	18.0%
英語の通用度	11.0%
現地の人が普段利用している 安価な食事	10.0%
旅行代金	9.0%
日本の酒（日本酒・焼酎）	9.0%
外貨両替	9.0%
イベント・祭りの見物	9.0%
ナイトライフ（バーやクラブ・ ナイトマーケット等）体験	8.0%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物 （説明の充実度含む）	8.0%
繁華街の街歩き	8.0%

出典：(株)日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査



市場及び旅行者の特徴

訪日外客数は600万人を超え、訪日外客数市場では最大のシェアを占める

中国の訪日外客数は年々増加傾向にある。2016年に600万人に達し全体の4分の1を占めており、増加の要因としては円安・免税制度の改正・ビザの発給要件の緩和等と考えられる。日本への来訪回数も「初めて」が東アジア市場の中で最も高く、再来訪意向も9割を超えることから今後もリピート来訪者も含めて、増加していくことが推測される。また、外務省より個人観光において初回の宿泊先を東北とする条件で発給される東北数次ビザの対象訪問地を岩手県・宮城県・福島県から東北6県に拡大することが発表され、旅行形態も団体旅行は減少傾向、個別手配が増加していることもあり中国からの東北来訪の追い風になることが期待されている。

“買物”単価が東アジア市場の中で最も高く、満足した点でも上位に挙がる

訪日旅行目的の1つとしても挙げられるショッピング、大量に買い物することを“爆買い”と形容されている。最近は落ち着いてきている傾向にあるが依然として消費額は高い。特に化粧品・香水・医薬品等の購入率が高く、日本製品の品質の高さ・安全性、医薬品においては値段が良心的、豊富な種類、効果も優れている点が人気の理由となっている。

多種多様な食文化だが“伝統的日本料理”が健康的と美味しさの点で高評価

広大な国で食文化も多種多様、地域によって好み異なる中国の旅行者にも日本料理は人気であり、日本旅行の満足点として最も多く挙げられている。「食食同源」という言葉があるように、健康を保つための食事という思想がある為、健康的な日本料理が好まれるようである。

滞在中の情報収集はスマートフォンがメイン、中国独自のSNSサービスが存在

外国人旅行者全体でも滞在中の情報収集はスマートフォン(インターネット)が最も多く、中国も同様で年々、スマートフォンでの情報収集率が高くなっている。また、中国独自のSNSサービスが発展しており、「微博(ウェイボー:Weibo)」(twitterのようなミニブログ)、「微信(ウィーチャット:WeChat)」(LINEのようなメッセージアプリ)で観光情報の共有・発信をしている。

リピート観光増加とともに日本の地方文化への興味も高まりつつある

初回来日者が多く、再来訪意向も高く旅行者数も増加している背景から、リピート客の増加が見込まれ、日本旅行のトレンドも変わりつつある。ショッピング目的も落ち着き、日本の農村観光、地方での伝統文化体験も注目されつつある。中国にも農村はあるが、社会制度により中国国内での農村=観光という意識はなく、日本の農村が魅力的に感じるようである。

各国・地域のマーケット状況を知る

香港人旅行者の特徴

香港



公式国名:香港【英:Hong Kong】

- ★複数回来日者(リピーター)の割合が多く、5回以上来日者は4割強。旅行形態は個別手配が主流となっており、海外旅行(訪日旅行)に慣れている。
- ★東アジア市場の中では旅行支出が高く、“買物”はファッション関連が多い。
- ★東アジアの中で唯一「英語」が公用語であり、「英語」通用度に対する不満が比較的高い。
- ★日常的に日本文化に触れる機会が多く、日本に対する情報感度が高いが、風評被害は払拭しきれていない。

基礎データ

面積	1,103平方キロメートル (東京都の約半分)
人口	約729万人(2015年7月)
首都	—
民族	漢民族(約95%)
言語	広東語, 英語, 中国語(北京語)ほか
宗教	仏教, 道教, プロテスタント, カトリック, イスラム教, ヒンドゥー教, シーク教, ユダヤ教
通貨	香港ドル、(為替レート) 1ドル=7.75 ~ 7.85香港ドル
主要産業	金融業, 不動産業, 観光業, 貿易業
GDP	2兆3,971億香港ドル (3,092億米ドル)
一人当たりGDP	32万8,117香港ドル (42,327米ドル)
経済成長率	2.40%
物価上昇率	3.00%

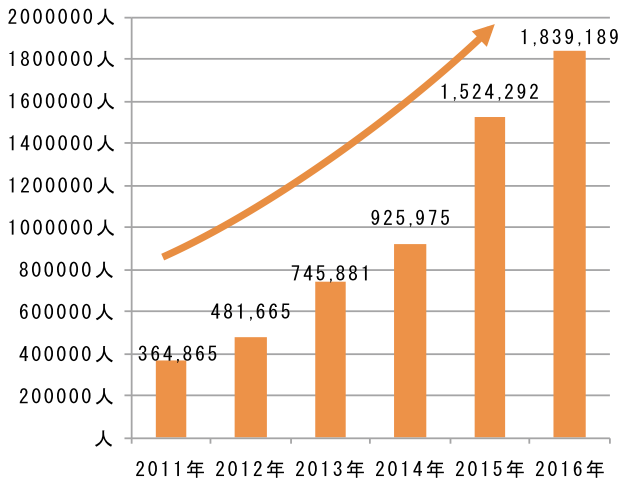
気候	亜熱帯気候に属し、夏の期間が長く、高温多湿だが冬の時期もある。春から夏は季節風と熱帯低気圧の影響で高温多湿、秋から冬は温暖で乾燥した気候 全般的には比較的過ごしやすい気候
祝祭日 (2017年)	1月1~2日 新年・新年(振替休日) 1月28~31日 旧暦正月 4月4日 清明節 4月14~15日 グッド・フライデー 4月17日 イースター・マンデー 5月1日 メーデー 5月3日 釈迦生誕節 5月30日 端午節 7月1日 香港特別行政区設立記念日 10月1~2日 国慶節 10月5日 中秋節の翌日 10月28日 重陽節 12月25日 クリスマス 12月26日 ボクシング・デー

出典:日本貿易振興機構(ジェトロ)香港基本情報

旅行特性

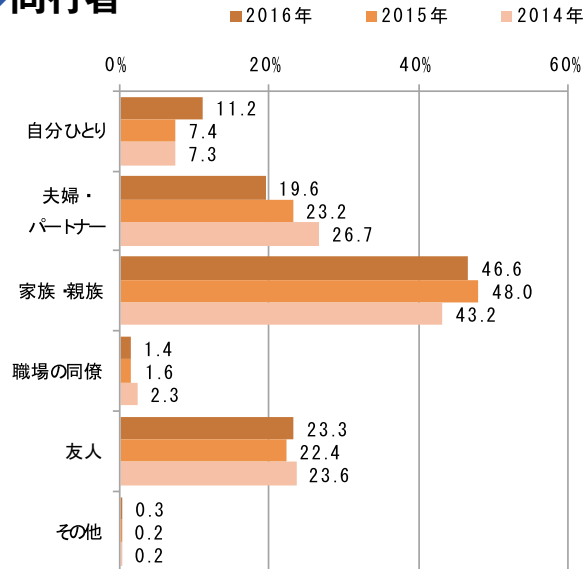
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には180万人に達した。
- 同行者は「家族・親族」が最も多く、次いで「友人」「夫婦・パートナー」と続く。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く、次いで「6～9回目」と複数回来訪者もみられる。

◆ 訪日外客数



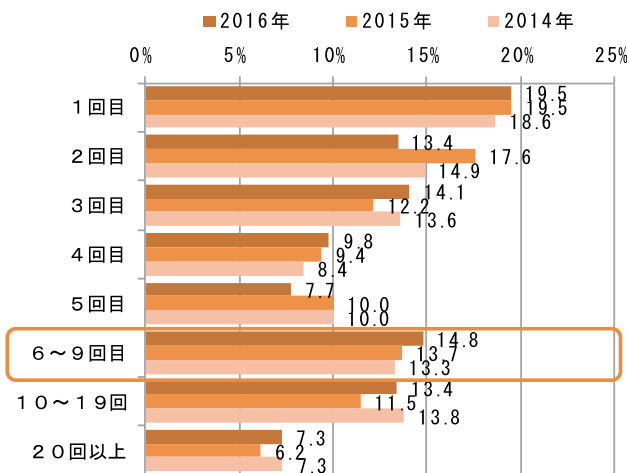
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆ 同行者



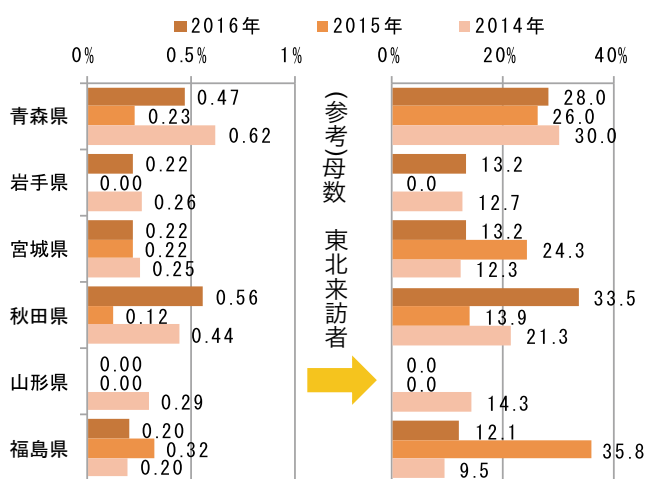
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 東北6県訪問率

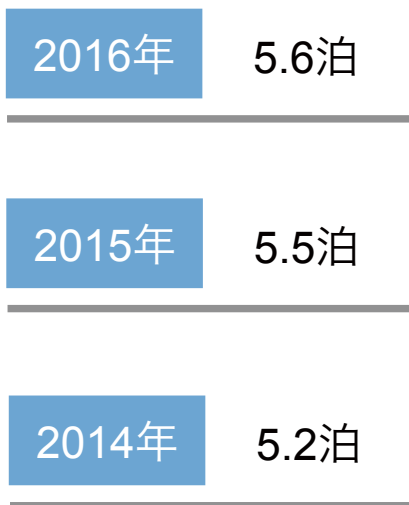


出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

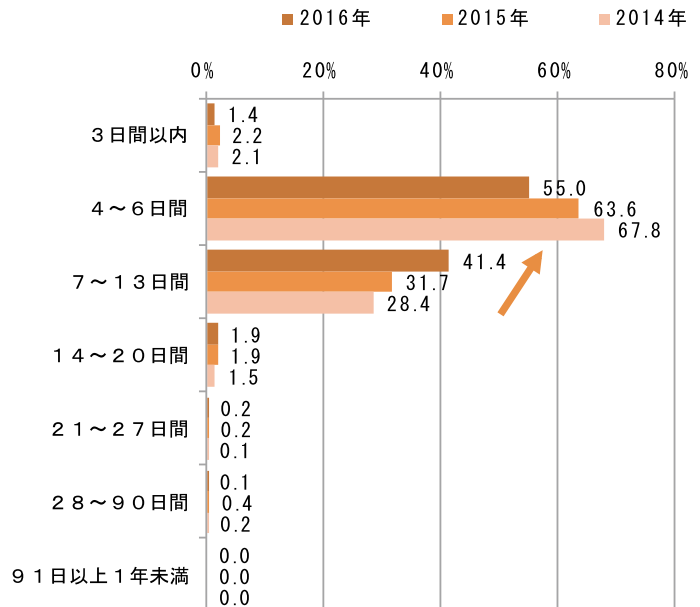
訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 平均宿泊数は例年「約5泊」。
- 滞在日数は「4～6日間」が最も多く、次いで「7～13日間」となっている。経年でみると、滞在日数の長期化傾向にあり「7～13日間」の割合が増加傾向、「4～6日間」は減少傾向にある。

◆平均宿泊数



◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は2016年は「岩手県」が最も多く、次いで「青森県」と続く。
- 経年でみると、例年「岩手県」と「青森県」が拮抗している

◆宿泊者数

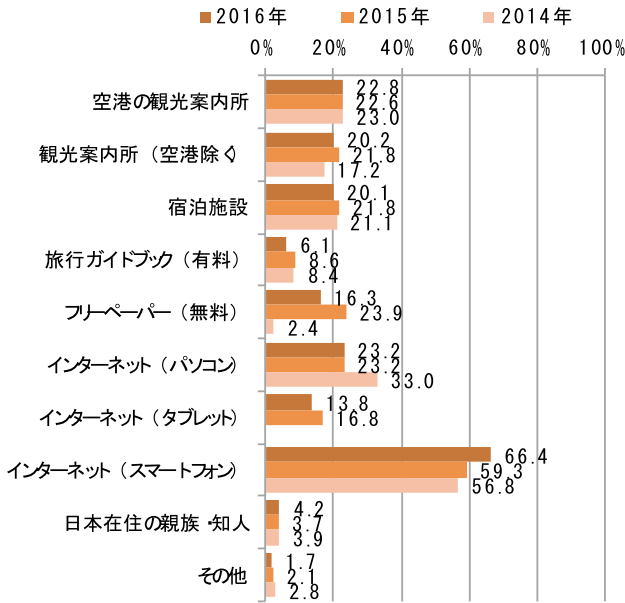
	2016年	2015年	2014年
青森県	7,500人	5,090人	3,850人
岩手県	8,290人	5,250人	3,940人
宮城県	6,040人	4,170人	4,290人
秋田県	2,990人	2,060人	990人
山形県	4,100人	1,870人	1,970人
福島県	880人	1,490人	640人

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

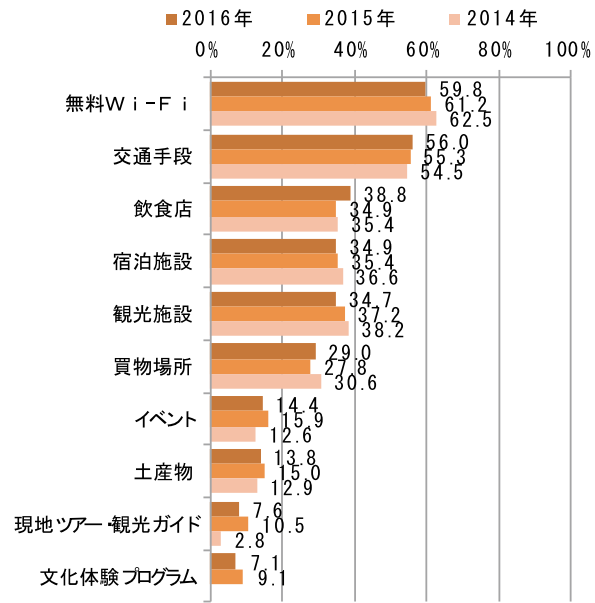
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「インターネット(パソコン)」「空港の観光案内所」「観光案内所(空港除く)」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「無料Wi-Fi」が最も多く、次いで「交通手段」「飲食店」と続く。

◆ 日本滞在中に役に立った旅行情報源



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

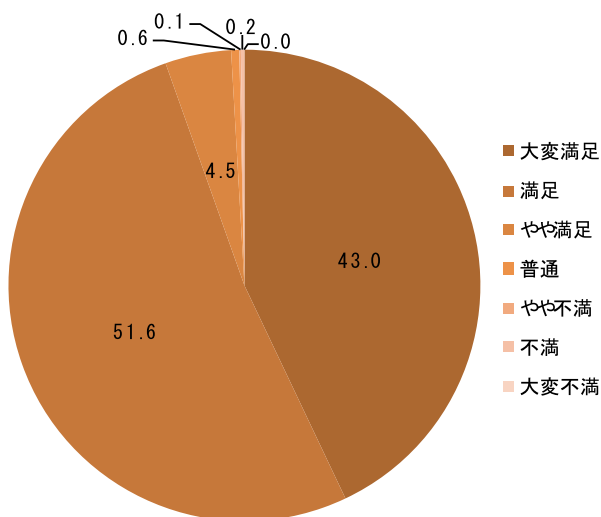
◆ 日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

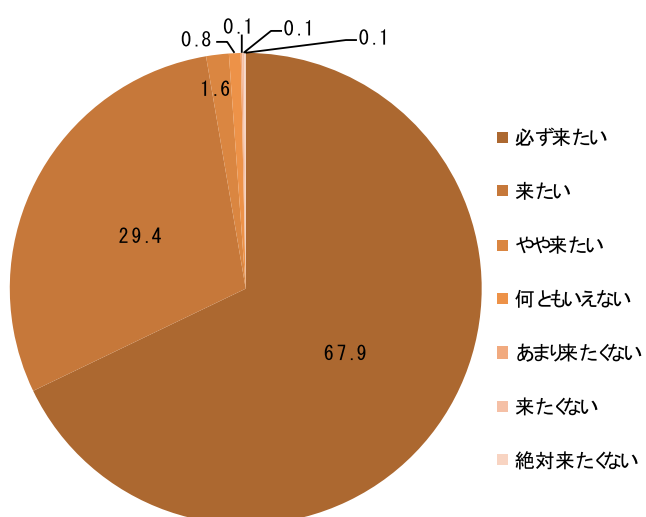
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」43.0%、「満足」51.6%、「やや満足」4.5%となっており、「満足計」は99.1%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」67.9%、「来たい」29.4%、「やや来たい」1.6%となっており、「再来訪意向」は98.9%。

◆ 訪日旅行全体の満足度



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「温泉への入浴」「自然や風景の見物」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は外国語対応の点であり、「英語の通用度」が最も多く、次いで「母国語の通用度」と続く。

◆日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	46.0%
温泉への入浴	40.0%
自然や風景の見物	35.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	28.0%
清潔さ／衛生面	27.0%
化粧品や医薬品の購入	23.0%
桜の観賞	20.0%
治安	20.0%
食品や飲料のショッピング	18.0%
遊園地やテーマパーク	15.0%

◆日本旅行で不満だった点

英語の通用度	37.0%
母国語の通用度	25.0%
旅行代金	15.0%
ナイトライフ（バーやクラブ・ナイトマーケット等）体験	9.0%
外貨両替	7.0%
国内のプロスポーツ観戦	7.0%
雪景色観賞	7.0%
日本の酒（日本酒・焼酎）	6.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	6.0%
ドラマや映画のロケ地の見物	6.0%

出典：(株)日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

市場及び旅行者の特徴

訪日外客数は180万人を超え、複数回来日者(リピーター)が多い

香港の訪日外客数も年々増加傾向にあり、訪日外客数シェアは調査対象8か国の中でも上位4番目となっている。初回来日者は約2割程であり、複数回来日者(リピーター)の割合が多く、5回以上来日者は4割強である。旅行先も東京都・大阪府・京都府が上位ではあるが、北海道・沖縄県の訪問率も高い。また個別手配(FIT)が主流となっており、6割程となっている。このことから海外旅行(訪日旅行)に慣れていることが窺える。

東アジア市場の中では旅行支出が高く、“買物”はファッション関連が多い

旅行支出(約16万円)は東アジアの中では高めとなっている。費目別購入率は“買物”が高いが、消費単価をみると中国程ではなく、総支出の約4割程である。(中国は総支出に対して買物代は約5割。)“買物”は医薬品等に次いで服・かばん・靴の割合が高く、他国と比較してもファッションに対する消費が高い。

東アジアの中で唯一「英語」が公用語であり、「英語」通用度に対する不満も

香港はイギリス統治下に置かれていたこともあり、英語が公用語とされている。そのため、英語でのコミュニケーションが日本旅行における不満点として挙げられている。また、もう1つの公用語が広東語となっており、中国の公用語である北京語とは「中国語」として同じに分類されることがあるが、文法・発音ともに北京語とは異なる。文字も「繁体字」が用いられており、「簡体字」表記でも概ね理解されるが、正確な意味の理解・政治的背景を考慮して、「繁体字」を用いることが望まれる。

テレビ番組・雑誌・インターネット等多くのメディアから日本の情報を収集

香港では日本のテレビ番組が日常的に見られる環境、雑誌やインターネットでも日本を紹介していることが多々あり、日本に対する情報感度が高い。また、レンタカー利用率も高く、鉄道利用と組み合わせた「Rail&Drive」という香港人に特化したプロモーションを展開したこともあり、日本人の国内旅行と同様のスタイルで観光し、各地を巡るケースも増えていくことが推測される。

青森・仙台・福島の認知度が比較的高いが風評被害が残っている

東北エリアの中では、青森・仙台・福島の認知度が比較的高く、訪問意向も青森・仙台が高くなっている。一方で福島の訪問意向は低くなっており、風評被害を払拭しきれていないことが窺える。風評被害払拭に向けて、個人旅行者向けに、自然景観、東北らしい食、自然体験もの、質の高い温泉旅館などによる「日本らしさの中でゆっくりできる」をテーマに発信することを国の取組方針としている。

各国・地域のマーケット状況を知る

台湾人旅行者の特徴

台湾



中華民国

[英: Taiwan/Republic of China/Chinese Taipei]

- ★年間を通して訪日客が多い。また訪日回数も多く、日本旅行に慣れている。
- ★訪日旅行消費額は最も大きい中国に次いで2番目。国土面積・人口比から、消費意欲が高いことがわかる。
- ★団体ツアー旅行が多かったが、日本台湾間LCCの新規就航、運航本数増加等により個別手配(FIT)が主流になりつつある。
- ★若年層においては、日本のアニメ・漫画を代表とするサブカルチャーに対する関心が高い。

基礎データ

面積	3万6千平方キロメートル
人口	約2,350万人(2016年4月) (参考:台北市 約270万人, 高雄市 約278万人, 新北市 397万人(2016年4月))
首都	—
民族	—
言語	中国語, 台湾語, 客家語等
宗教	仏教, 道教, キリスト教
通貨	新台湾ドル、(為替レート) 1ドル=32.318新台湾ドル
主要産業	情報・電子, 化学品, 鉄鋼金属, 機械
GDP	5,289億米ドル
一人当たりGDP	22,495米ドル
経済成長率	1.40%
物価上昇率	1.40%

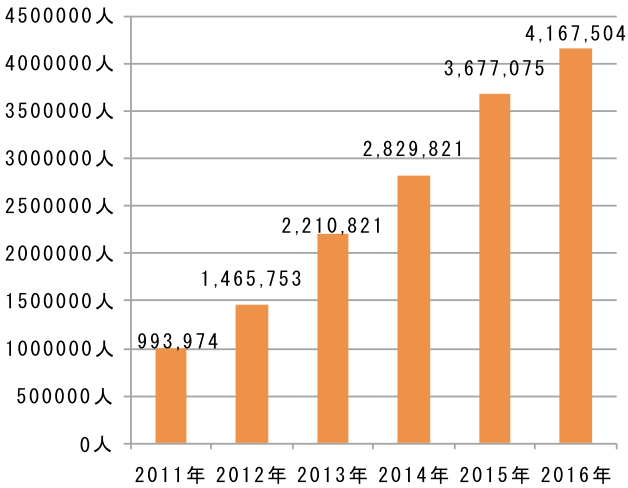
気候	<p>沖縄に近い台湾は沖縄同様、常夏の国だと思われがちではあるが、台湾にも四季がある</p> <p>基本的には1年のほとんどが温暖であり、日本より短いものの、春、秋、冬がそれぞれ短く存在する</p> <p>また、北は亜熱帯気候、南は熱帯モンスーン気候と大まかに分かれており、南部の方が年間を通して比較的気温が高く、北部では冬の間は冷え込むことがある</p>
	<p>祝祭日 (2017年)</p> <p>1月1日 開国記念日 1月28日 春節 2月28日 和平記念日 4月4日 児童節 清明節 5月30日 端午節 10月4日 中秋節 10月10日 国慶節</p>

出典: 外務省 国・地域 基礎データ

旅行特性

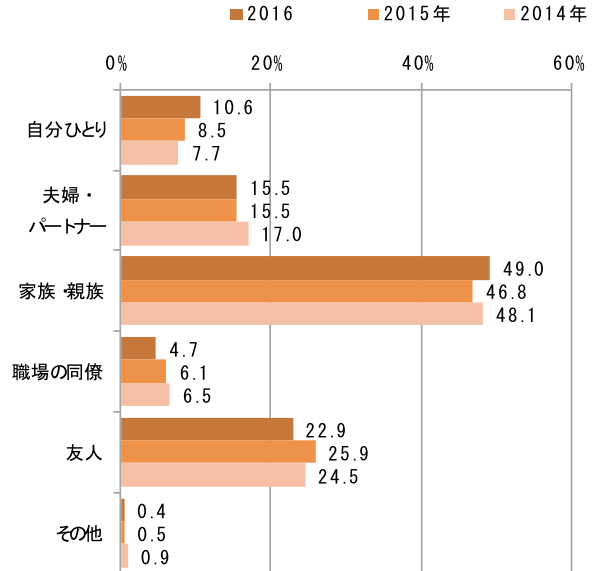
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には400万人を超えた。
- 同行者は「家族・親族」が最も多く、次いで「友人」「夫婦・パートナー」と続く。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く、東北6県訪問率は「青森県」「宮城県」が比較的高い。

◆訪日外客数



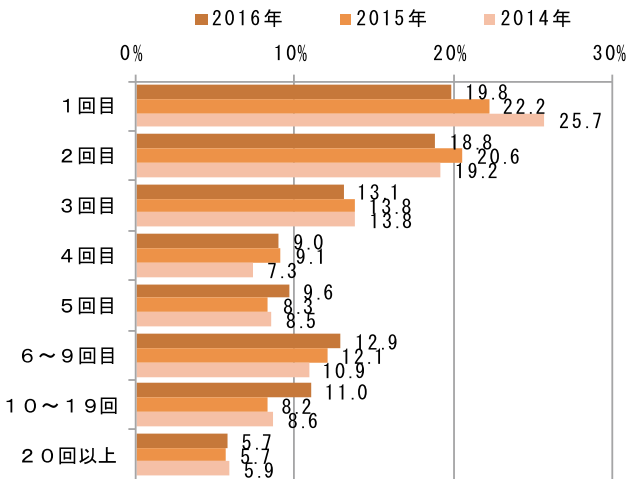
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆同行者



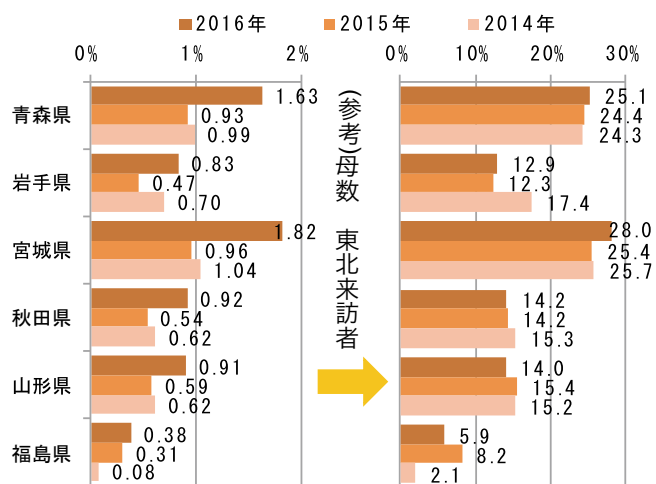
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆東北6県訪問率



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

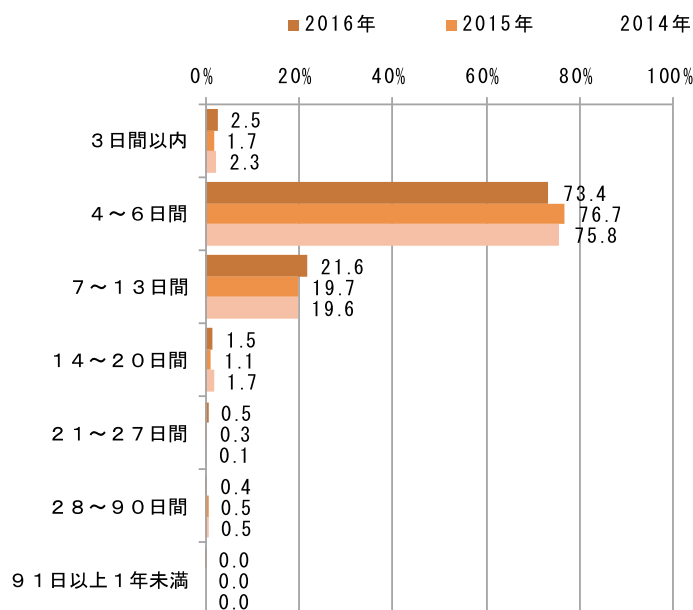
- 平均宿泊数は例年「約5泊」。
- 滞在日数は「4～6日間」が最も多く、次いで「7～13日間」となっている。

◆平均宿泊数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は2016年は「岩手県」が最も多く、次いで「宮城県」と続く。
- 経年でみると、2015年以降「岩手県」と「宮城県」が拮抗している。

◆宿泊者数

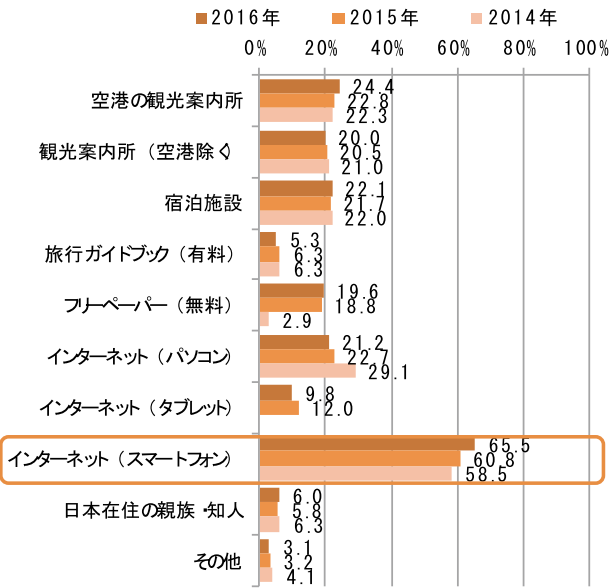
	2016年	2015年	2014年
青森県	50,150人	30,610人	21,920人
岩手県	61,560人	51,050人	45,560人
宮城県	60,420人	48,760人	31,350人
秋田県	22,740人	13,540人	9,760人
山形県	29,830人	24,660人	11,370人
福島県	18,240人	11,740人	7,170人

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

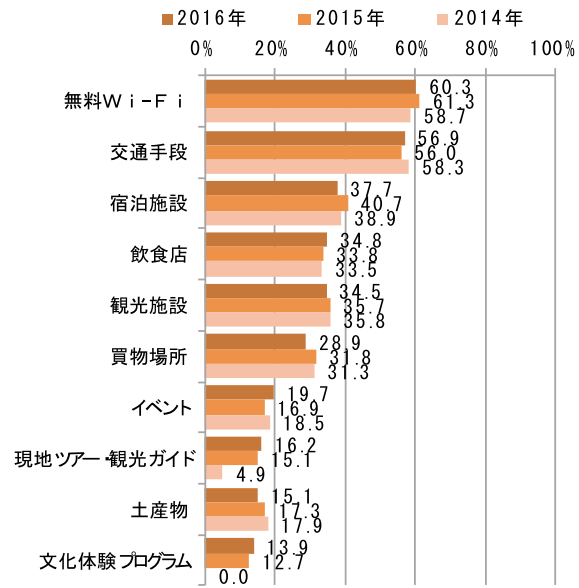
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「空港の観光案内所」「インターネット(パソコン)」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「無料Wi-Fi」が最も多く、次いで「交通手段」「宿泊施設」と続く。

◆ 日本滞在中に役に立った旅行情報源



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

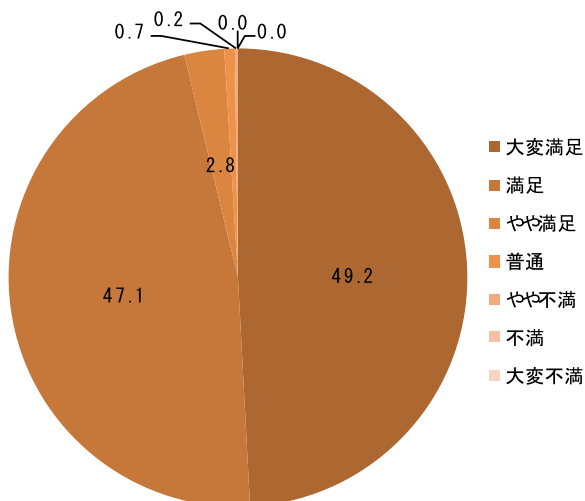
◆ 日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

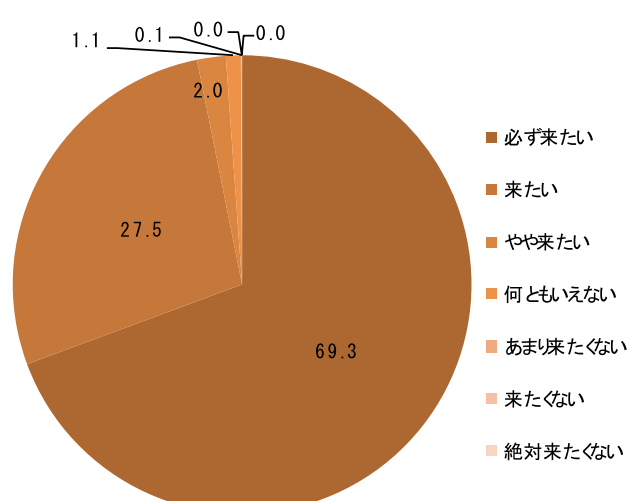
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」49.2%、「満足」47.1%、「やや満足」2.8%となっており、「満足計」は99.1%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」69.3%、「来たい」27.5%、「やや来たい」2.0%となっており、「再来訪意向」は98.8%。

◆ 訪日旅行全体の満足度



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「自然や風景の見物」「温泉への入浴」「清潔さ／衛生面」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は外国語対応の点であり、「英語の通用度」が最も多く、次いで「母国語の通用度」と続く。

◆日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	41.0%
自然や風景の見物	33.0%
温泉への入浴	33.0%
清潔さ／衛生面	33.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	29.0%
化粧品や医薬品の購入	26.0%
遊園地やテーマパーク	22.0%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	21.0%
桜の観賞	15.0%
治安	15.0%

◆日本旅行で不満だった点

英語の通用度	24.0%
母国語の通用度	21.0%
携帯電話や通信機器の利便性（Wi-Fi等の充実度）	13.0%
外貨両替	10.0%
旅行代金	9.0%
日本の酒（日本酒・焼酎）	7.0%
ナイトライフ（バーやクラブ・ナイトマーケット等）体験	7.0%
安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	7.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	6.0%
伝統的なスポーツ（相撲、剣道、柔道等）の観戦	6.0%

出典：(株)日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

市場及び旅行者の特徴

訪日外客数は400万人を超え、訪日外客数市場では第3位のシェアを占める

訪日外客数シェアは調査対象8か国の中では3番目となっている。距離的に近く、年間を通して訪日客が多い。訪日回数も多く、日本旅行に慣れている。東北において最大の送客市場であり、春と秋を中心に東北内各地にチャーター便が運航している。旅行形態は日本台湾間LCCの新規就航、運航本数増加等により、団体ツアー旅行が多かったが個別手配(FIT)が主流になりつつあり、体験型プログラム・コンテンツや充実したサービスを求める傾向がある。近年ではサイクリングを楽しむ人が増加しており、サイクリングツアーが人気を集めている。

年間訪日旅行消費額は5,245億円で中国(1兆4,754億円)に次ぐ第2位

訪日旅行消費額は最も大きい中国に次いで2番目となっている。国土面積・人口比から、台湾人観光客の消費意欲が高いことがわかる。また、費目別購入率は“買物”が高く、1人当たりの消費総額に対して約4割程であり、香港人観光客と類似した支出割合となっている。“買物”は医薬品等が最も高く、次いで菓子類、その他食料品・飲料・酒・たばこと続く。

滞在中の情報収集は主にスマートフォン、SNS普及率が高く情報源として活用

外国人旅行者全体でも滞在中の情報収集はスマートフォン(インターネット)が最も多く、台湾も同様で年々、スマートフォンでの情報収集率が高くなっている。日本旅行の不満点として、携帯電話や通信機器の利便性(Wi-Fi等の充実度)も上位に挙げられている背景として、台湾ではSNSの普及率が高く、Facebookやブログでの口コミ情報を参考にする傾向がある。また、個人ブログの影響力も強く、有名ブロガーを招聘してのプロモーション活動も展開されている。

日本に関する情報感度が高く、日本文化・サブカルチャーに対する関心もある

台湾ではケーブルテレビ普及率が高く、日本のテレビ番組や日本を取り扱った番組も放送されている。雑誌やインターネットでも日本を紹介していることが多々あり、日本政府観光局のサイト利用率も高く、日本語のサイトを閲覧することも少なくない。また、若年層においては、日本のアニメ・漫画を代表とするサブカルチャーに対する関心が高く、舞台となった地を訪れる聖地巡礼も人気となっている。

歴史的な経緯からも中国とは異なる点を理解することが必要

中国語を話し、漢文化が主体とされていることから、台湾は中国として考えられることも少なからずあるが、台湾観光客は中国観光客と同一視されることを不快に感じる傾向がある。台湾は複雑な歴史的背景があり、中国とは異なる国であることを理解しておくことが必要といえる。

各国・地域のマーケット状況を知る

韓国人旅行者の特徴

韓国



公式国名:大韓民国【英:Republic of Korea】

- ★距離的に近く、滞在日数「3日間以内」が全ヶ国の中で最多、短期滞在型の旅行が主流。
- ★旅行形態は個別手配、同伴者は友人、家族・親族が多い。旅行支出は最も低く、気軽に行きやすく低予算で楽しめる旅行先として日本を選ぶ。
- ★スマートフォン普及率が極めて高く、無料Wi-Fiの環境整備・情報提供が重要。
- ★東北地方旅行において、風評被害が残っている。

基礎データ

面積	約10万平方キロメートル (朝鮮半島全体の45%、 日本の約4分の1)
人口	約5,150万人(2015年12月現在)
首都	ソウル
民族	韓民族
言語	韓国語
宗教	宗教人口比率53.1%(うち仏教: 42.9%, プロテスタント:34.5%, カトリック:20.6%, その他:2.0%) 社会・文化に儒教の影響を色濃く受ける。
通貨	ウォン、(為替レート) 1ドル=1,208.50ウォン
主要産業	電気・電子機器, 自動車, 鉄鋼, 石油化学, 造船
GDP	1兆3,779億ドル
一人当たり GDP	27,195ドル
経済成長率	2.70%
物価上昇率	0.71%

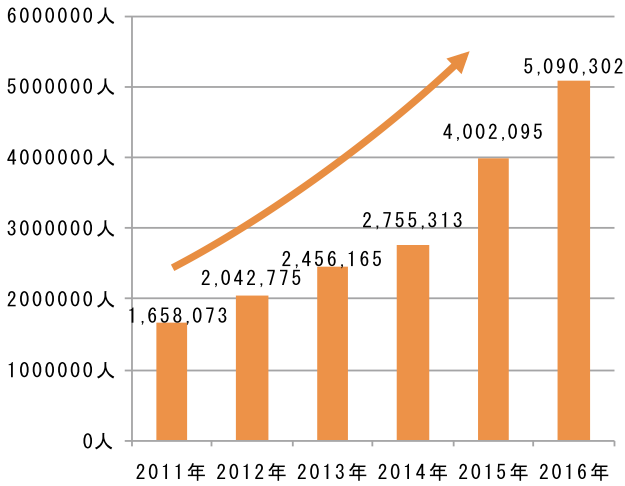
気候	日本の本州北部～中部とほぼ同じ、四季の変化がはっきりとしていて梅雨もある たいていの場合、日本と同じ服装で過ごせるが、冬の寒さは厳しく、一般的に日本よりは寒暖の差が激しい
祝祭日 (2017年)	1月1日 新年 1月27～29日 旧正月(※) 1月30日 旧正月(振替休日)(※) 3月1日 独立運動記念日(三一節) 5月1日 メーデー 5月3日 釈迦誕生日(※) 5月5日 こどもの日 5月9日 大統領選挙日 6月6日 戦没者慰霊日(顕忠日) 8月15日 解放記念日(光復節) 10月3日 建国記念日(開天節) 10月3～5日 秋夕(※) 10月6日 秋夕(振替休日)(※) 10月9日 ハングルの日 12月25日 クリスマス ※旧暦に基づき毎年変わる。

出典:日本貿易振興機構(ジェトロ)韓国基本情報

旅行特性

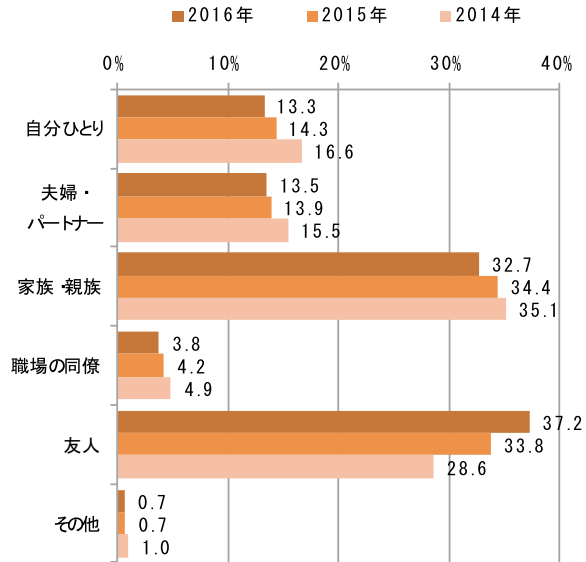
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には500万人を超えた。
- 同行者は「友人」が最も多く、次いで「家族・親族」と続く。「夫婦・パートナー」「自分ひとり」が拮抗している。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く、東北6県訪問率は「宮城県」が比較的多い。

◆訪日外客数



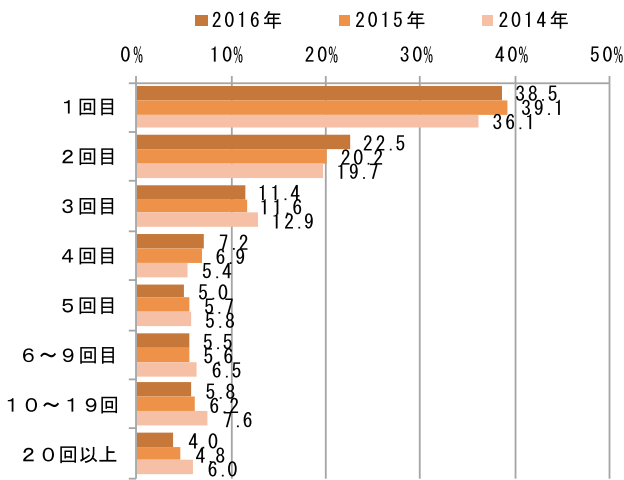
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆同行者



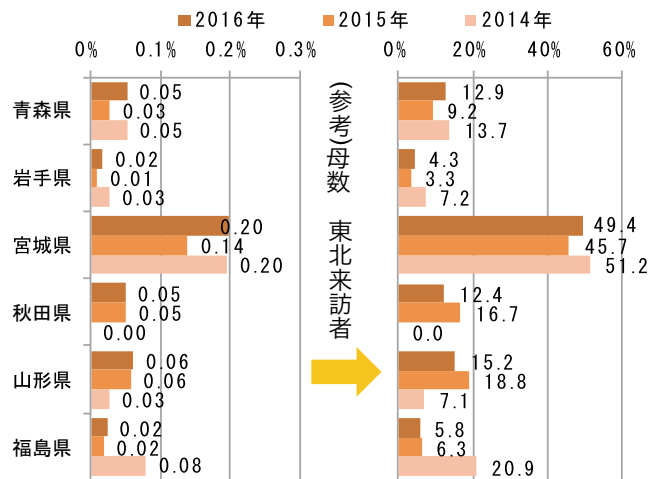
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆東北6県訪問率



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

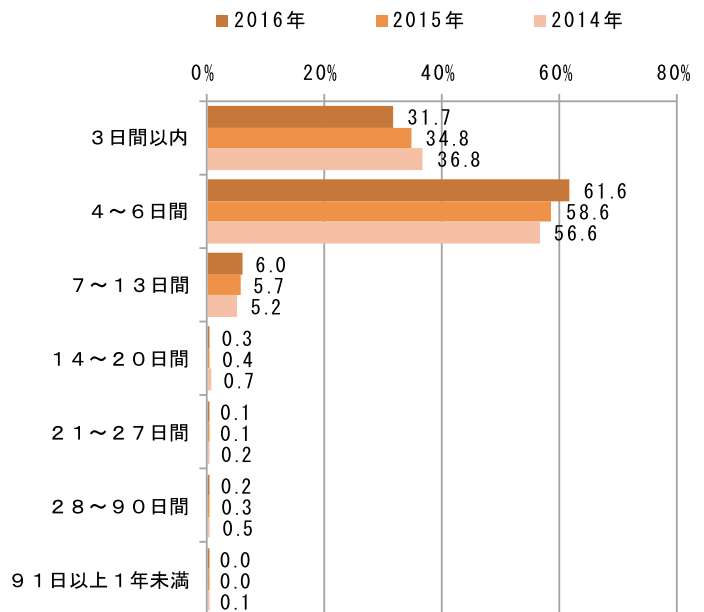
- 平均宿泊数は例年「約3泊」。
- 滞在日数は「4～6日間」が最も多く、次いで「3日間以内」となっている。

◆平均宿泊数

2016年	3.3泊
2015年	3.3泊
2014年	3.5泊

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は2016年は「青森県」が最も多く、次いで「宮城県」と続く。
- 経年でみると、2014年以降「青森県」「宮城県」「山形県」「福島県」が増加傾向にある。

◆宿泊者数

	2016年	2015年	2014年
青森県	24,590人	19,380人	13,630人
岩手県	6,220人	7,210人	4,350人
宮城県	9,170人	8,670人	6,440人
秋田県	7,390人	12,460人	6,830人
山形県	7,740人	6,230人	3,300人
福島県	4,930人	4,850人	2,710人

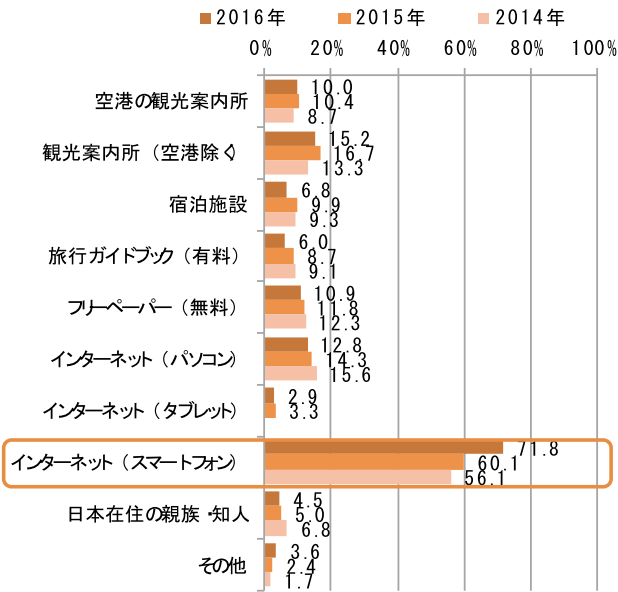
出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

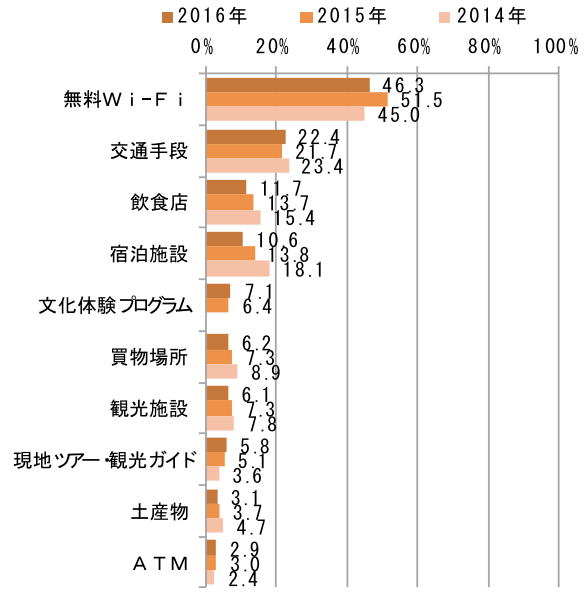
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「観光案内所(空港除く)」「インターネット(パソコン)」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「無料Wi-Fi」が最も多く、次いで「交通手段」「飲食店」と続く。

◆ 日本滞在中に役に立った旅行情報源

◆ 日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

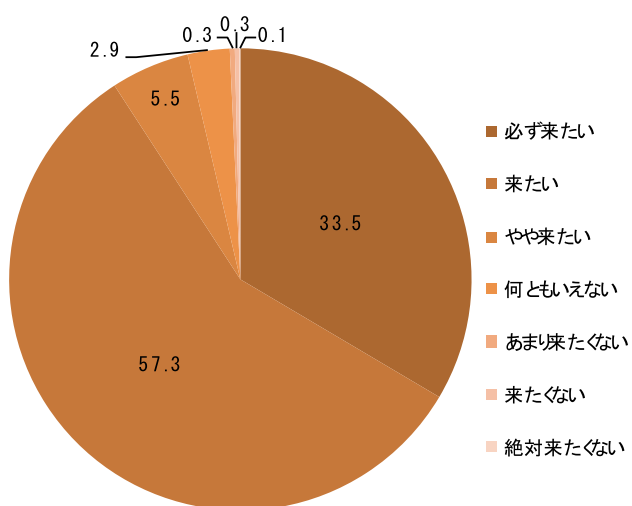
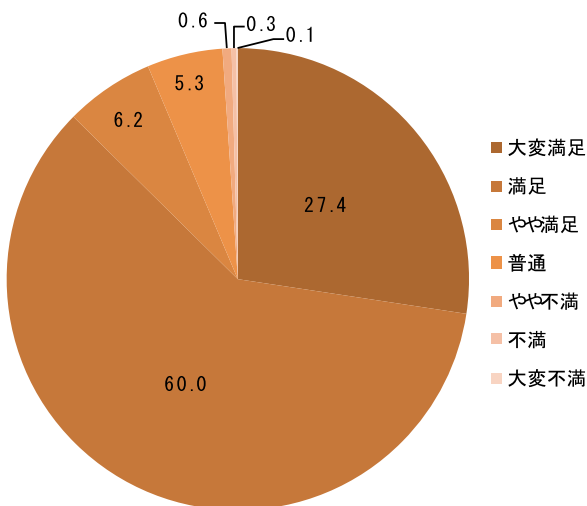


出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」27.4%、「満足」60.0%、「やや満足」6.2%となっており、「満足計」は93.6%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」33.5%、「来たい」57.3%、「やや来たい」5.5%となっており、「再来訪意向」は96.3%。

◆ 訪日旅行全体の満足度

◆ 日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「温泉への入浴」「自然や風景の見物」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は外国語対応の点であり、「英語の通用度」が最も多く、次いで「母国語の通用度」と続く。

◆ 日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	39.0%
温泉への入浴	34.0%
自然や風景の見物	31.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	24.0%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	21.0%
清潔さ／衛生面	18.0%
日本の酒（日本酒・焼酎）	15.0%
桜の観賞	14.0%
日本旅館での宿泊	14.0%
化粧品や医薬品の購入	13.0%

◆ 日本旅行で不満だった点

英語の通用度	22.0%
母国語の通用度	16.0%
携帯電話や通信機器の利便性（Wi-Fi等の充実度）	12.0%
洋服やファッション雑貨のショッピング	11.0%
世界遺産の見物（説明の充実度含む）	10.0%
旅行代金	9.0%
ナイトライフ（バーやクラブ・ナイトマーケット等）体験	9.0%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	9.0%
ブランド品や宝飾品のショッピング	8.0%
クレジットカードの利用しやすさ	8.0%

出典：(株) 日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

市場及び旅行者の特徴

訪日外客数市場は第2位のシェア、リピーターも多く短期滞在型の旅行が主流

訪日外客数シェアは調査対象8か国の中では2番目。距離的に近く、入出国は西日本が主となっている。また、福岡県へのフェリーが定期的に運航されていることもあり、船舶利用者も多い。訪日回数も多く、リピーターが多いのも特徴である。滞在日数も3日間以内が全ヶ国の中で最多、6日間以下は9割を超えており、短期滞在型の旅行が主流となっていることがわかる。旅行の手配方法は個別手配、同伴者は友人、家族・親族が多い。また旅行支出も全ヶ国の中で最も低いことから、気軽に行きやすく低予算で楽しめる旅行先として日本が選ばれている。

年間訪日旅行消費額は3,577億円で台湾(5,245億円)に次ぐ第3位

訪日旅行消費額は中国、台湾に次いで3番目となっている。しかし、1人当たりの消費総額は高くはなく、“買物”購入単価についても東アジアの中で最も低い。“買物”は菓子類の購入比率が高く、次いでその他食料品・飲料・酒・たばこと続いている。日本製品が流通しており、比較的安易に手に入れやすい背景もあるが、短期滞在型の旅行が主流であり、お土産も“気軽さ”が影響していることがわかる。

東北の魅力点である温泉・日本酒に嗜好を持つ

訪日回数が多く、グルメ・街歩き・温泉が人気であり、日本旅行の満足点としても上位に挙げられている。また、和食が無形文化遺産に登録され日本食ブームが世界的に高まっている中、韓国においても近年日本酒ブームが起き、日本酒文化は親しまれ定着化しつつある。酒造ツーリズムも推進されている中で、東北は日本酒の名産地であり、豊富な温泉資源も有している為、韓国の観光客の嗜好性にマッチしている。

世界最高水準のスマートフォン普及率である為、無料Wi-Fi情報提供が重要

滞在中にあると便利だと思った情報として、各国共通で無料Wi-Fi情報が上位に挙げられるが、韓国の観光客では日本旅行の不満点としても、携帯電話や通信機器の利便性が英語・母国語の通用度に次いで挙げられている。韓国では、スマートコリア戦略と呼ばれる情報通信技術に関する政策により、スマートフォン普及率が極めて高い。また、滞在中の情報収集はスマートフォンがメインとなっており、SNSの利用率も高く、旅行情報の共有・発信をする為に必要な無料Wi-Fiの情報提供が重要といえる。

日本文化が浸透しつつあり異文化摩擦は軽減したが、風評被害は残っている

日本と韓国の様々な歴史問題が背景にあり、異文化摩擦が生じていたが、近年では映画・ドラマ・書籍・雑誌・漫画・アニメ・ポップカルチャー等の日本の文化は浸透しつつある。東北観光においては、韓国で開催する予定であった東北地方をPRするイベントが中止になったこともあり、風評被害を解消する為に継続して正しい情報を発信・共有することが課題となっている。

各国・地域のマーケット状況を知る

タイ



公式国名: タイ王国 [英: Kingdom of Thailand]

タイ人旅行者の特徴

- ★ 東南アジア市場では最大の外客数。ビザの発給が緩和されたことと直行便路線数の多さにより、訪日外客数が増加している。
- ★ 手配方法は個別手配が多く、ゴールデンルートの旅行経験を踏まえ、訪問先も多様化している。
- ★ タイの旅行シーズンは日本の四季が感じられる桜・紅葉・雪のシーズンと合致している。
- ★ 仏教と王室への敬意が深く、仏教に密接した生活をしている為、言動や行動に配慮が必要。

基礎データ

面積	51万4,000平方キロメートル (日本の約1.4倍)
人口	6,593万人(2010年) (タイ国勢調査)
首都	バンコク
民族	大多数がタイ族。その他 華人、マレー族等
言語	タイ語
宗教	仏教94%, イスラム教5%
通貨	バーツ、(為替レート) 1ドル=約34.25バーツ
主要産業	農業は就業者の約40%弱を占めるが、GDPでは12%にとどまる。一方、製造業の就業者は約15%だが、GDPの約34%、輸出額の90%弱を占める。
GDP	3,952億ドル
一人当たりGDP	5,878ドル
経済成長率	2.8%
物価上昇率	-0.9%

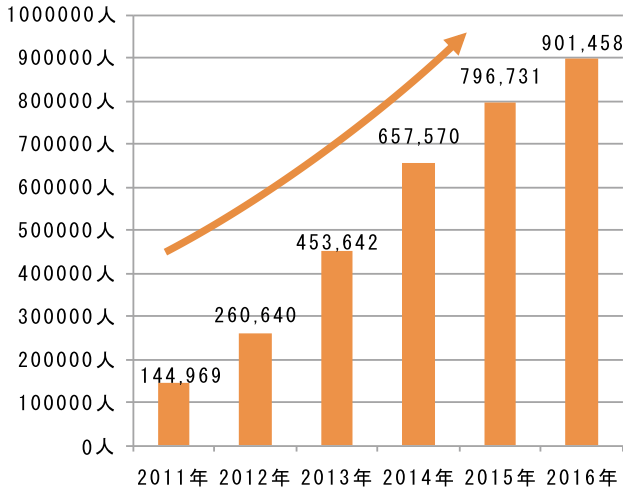
気候	熱帯に位置しており、年間を通じて気温は高い。バンコクと南部のマレー半島、北部の山岳地帯、東北部の高原地帯では気候が多少異なる 季節は一般的に雨季、乾季、暑季に分けられる
祝祭日 (2017年)	1月1日 新年 1月2日 新年(振替休日) 2月13日 万仏節 4月6日 チャクラー朝記念日 4月13～14日 灌仏節 5月1日 メーデー 5月5日 国王戴冠記念日 5月10日 仏誕節 7月8日 三宝節 7月10日 三宝節(振替休日) 8月12日 王妃誕生日 8月14日 王妃誕生日(振替休日) 10月23日 チュラロンコン大王祭 12月5日 国王誕生日 12月11日 憲法記念日

出典: 日本貿易振興機構(ジェトロ)タイ基本情報

旅行特性

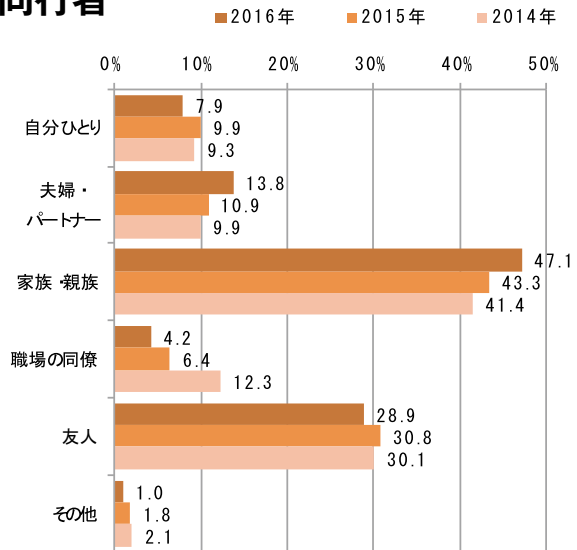
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には90万人を超えた。
- 同行者は「家族・親族」が最も多く、次いで「友人」「夫婦・パートナー」と続く。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く、東北6県訪問率は「宮城県」が比較的多い。

◆ 訪日外客数



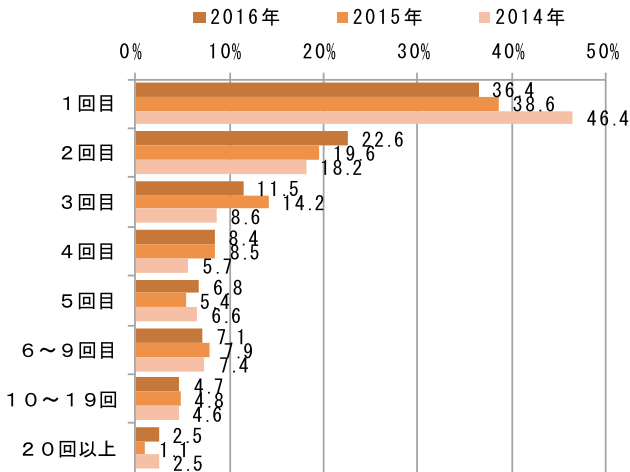
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆ 同行者



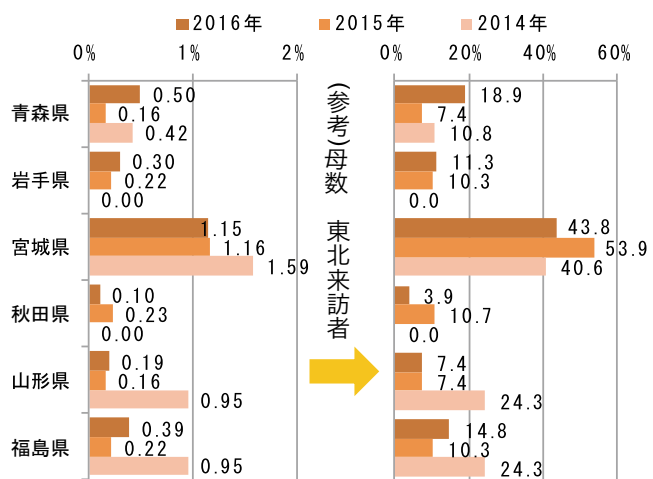
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 東北6県訪問率



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

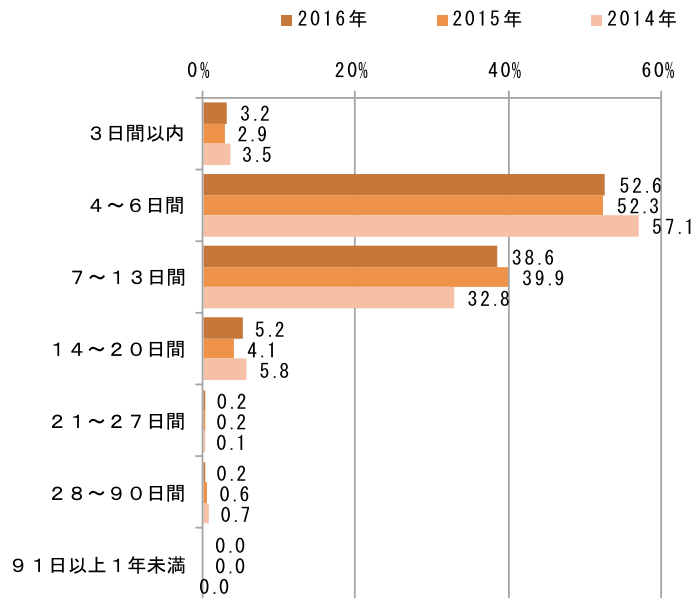
訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 平均宿泊数は例年「約6泊」。
- 滞在日数は「4～6日間」が最も多く、次いで「7～13日間」となっている。

◆平均宿泊数

2016年	6.0泊
2015年	6.1泊
2014年	6.0泊

◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は2016年は「宮城県」が最も多く、次いで「青森県」と続く
- 経年でみると、東北6県全てで増加傾向にある。

◆宿泊者数

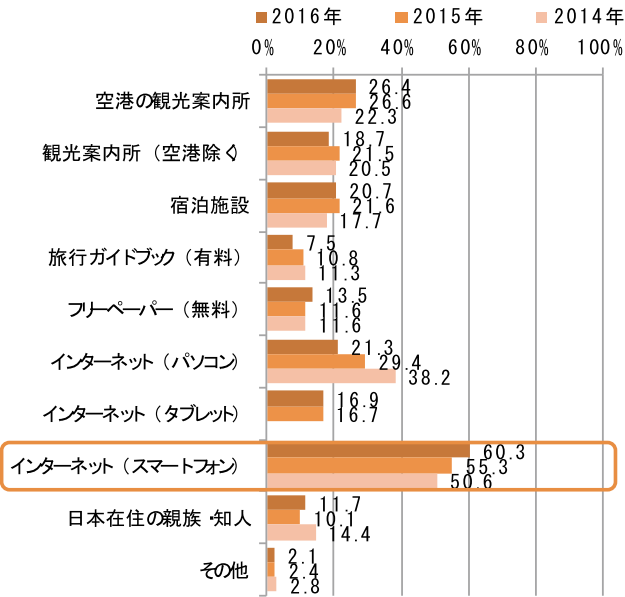
	2016年	2015年	2014年
青森県	6,430人	5,010人	2,640人
岩手県	4,190人	2,460人	1,720人
宮城県	10,270人	9,800人	7,840人
秋田県	1,600人	1,010人	440人
山形県	3,990人	1,790人	1,670人
福島県	3,360人	1,860人	1,610人

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

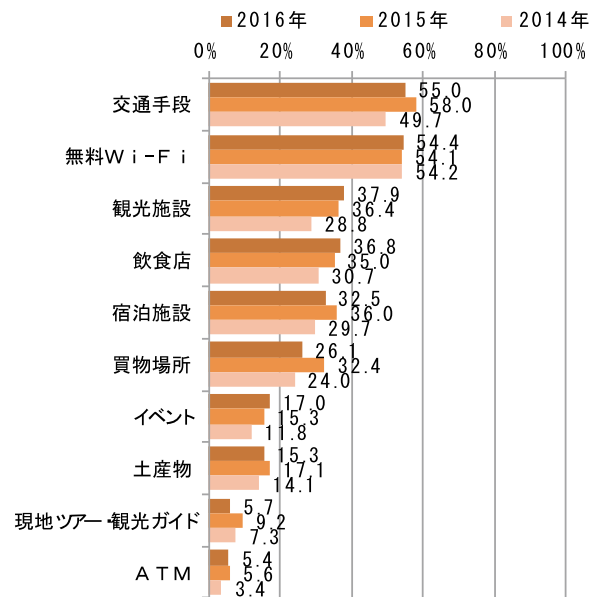
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「空港の観光案内所」「インターネット(パソコン)」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「交通手段」が最も多く、次いで「無料Wi-Fi」「観光施設」と続く。

◆ 日本滞在中に役に立った旅行情報源



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

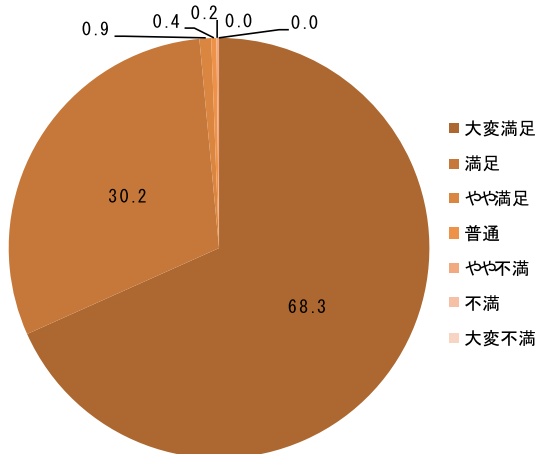
◆ 日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

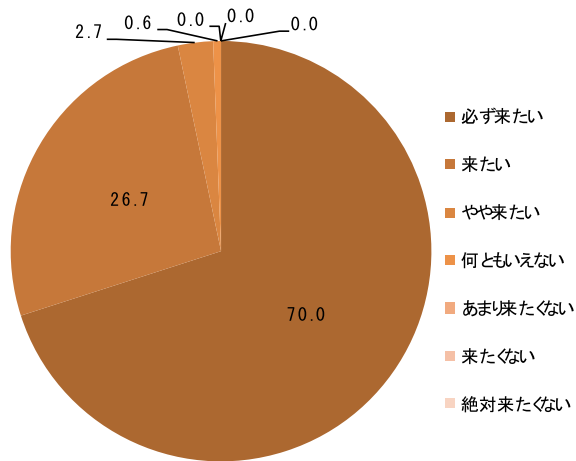
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」68.3%、「満足」30.2%、「やや満足」0.9%となっており、「満足計」は99.4%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」70.0%、「来たい」26.7%、「やや来たい」2.7%となっており、「再来訪意向」は99.4%。

◆ 訪日旅行全体の満足度



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

タイ

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「自然や風景の見物」「温泉への入浴」「桜の観賞」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は、「英語の通用度」が最も多く、次いで「母国語の通用度」「現地の人が普段利用している安価な食事」と続く。

◆ 日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	40.0%
自然や風景の見物	29.0%
温泉への入浴	29.0%
桜の観賞	29.0%
雪景色観賞	20.0%
治安	19.0%
日本旅館での宿泊	19.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	16.0%
清潔さ／衛生面	15.0%
化粧品や医薬品の購入	15.0%

◆ 日本旅行で不満だった点

英語の通用度	17.0%
母国語の通用度	11.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	11.0%
旅行代金	10.0%
現地の人から借りる家・アパートでの宿泊	10.0%
ブランド品や宝飾品のショッピング	9.0%
洋服やファッション雑貨のショッピング	9.0%
伝統的なスポーツ（相撲、剣道、柔道等）の観戦	8.0%
伝統的日本料理	8.0%
イベント・祭りの見物	8.0%

出典：(株) 日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

市場及び旅行者の特徴

訪日外客数市場では東南アジア最大、リピーターも増え訪問地は多様化へ

訪日外客数シェアは調査対象8か国の中では5番目、東南アジアでは最大のシェアを占める。訪日回数は初回が4割弱程であり、リピーターが多いのも特徴。訪日外客数の増加の要因は、ビザの発給が緩和されたことと直行便路線数の多さである。旅行の手配方法は個別手配が多く、ゴールデンルートの旅行経験を踏まえ、訪問先も多様化していることが窺える。また、東北エリア内の認知度は仙台・福島が比較的高く、東北エリア内での訪問率・宿泊者数は宮城県が最多となっている。

年間訪日旅行消費額は1,150億円で米国(2,130億円)に次ぐ第6位

訪日旅行消費額は米国に次いで6番目となっている。1人当たりの消費総額は約13万円であり、“買物”は菓子類に次いで化粧品・香水、服・かばん・靴の購入比率が高く、ファッション関連の買物も人気である。

日本の四季に関心が高く、桜・紅葉・雪等の自然景観が人気

タイは熱帯気候の国の為、日本の様に明確な四季がなく、四季を感じられるものが訪日旅行では人気である。日本旅行の満足点としても自然や景観の見物、桜の観賞、雪景色観賞が上位に挙げられている。また、4月と10～12月に訪日客数が多く、4月はソンクラーン(タイ正月)があり、10月に秋休み、12月は休暇を取る人が多い季節となっている為、タイの旅行シーズンは東北の魅力である桜・紅葉・雪のシーズンと合致している。

滞在中の情報収集はスマートフォンが多く、あると便利だと思った情報は交通手段

タイではスマートフォン普及率が急速に高まっており、2020年には100%に達すると予測されている。滞在中の情報収集にも、スマートフォンを利用している割合が高く、SNSユーザー数も比例して増加している。タイ国内で最も利用されている掲示板・コミュニティサイトである“Pantip”では、旅行をテーマにした掲示板が存在し、日々情報交換がされリアルタイムで使用されるケースもみられる。また、滞在中にあると便利だと思った情報は交通手段が最も多い。タイの人は地図が苦手なことが多く、目的地への交通手段とアクセス経路を案内する場合には細かな案内を心掛けることが重要である。

日本と同様に仏教国ではあるが思想は異なり、仏教と王室への敬意が深い

タイは仏教徒の多い国であり、王室に対する尊敬の念も深く仏教に密接した生活をしている為、言動や行動に配慮が必要である。また、タイの人は「日本人も仏教徒で同じ宗教観である」と思っていることもあり、日本に来て驚くことも少なくはない。

各国・地域のマーケット状況を知る

シンガポール



シンガポール人旅行者の特徴

公式国名:シンガポール共和国【英:The Republic of Singapore】

- ★リピーターが多く、旅行の手配方法は個別手配が圧倒的に多い。
同行者も家族・親族、友人、夫婦・パートナーと様々で旅行スタイルは多様化。
- ★自然景観、日本の食事(伝統的日本料理と普段利用している安価な食事)にも関心が高い。
- ★東北地方への来訪者数は震災前水準に戻りつつあるが、風評被害が残っている。
- ★多民族・多宗教国家であり、言語対応・宗教にも配慮が必要。

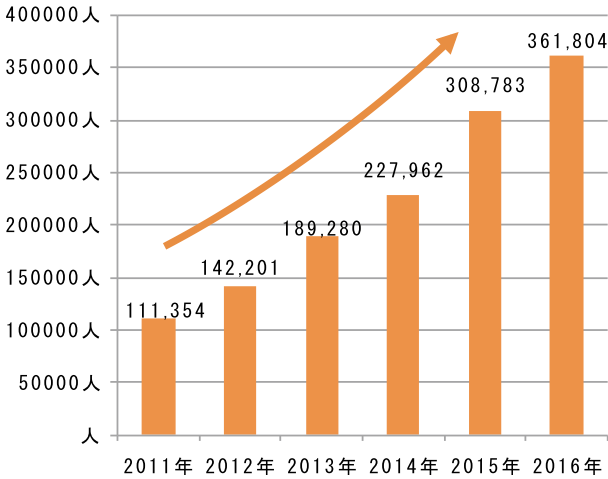
基礎データ

面積	約719平方キロメートル (東京23区と同程度)	気候	赤道直下に位置するシンガポールは、日本のような四季がなく1年間の平均気温が30℃前後と日本の夏のような気候で高温多湿	
人口	約561万人(うちシンガポール人・永住者は393万人)		四季がなく、気候は大きく二つに分けることができ、雨季と乾季に分かれる	
首都	—		雨季は10月～3月、乾季は4月～9月 乾季でも南国特有のスコールが降る 雨季の時期でも日本の梅雨の様に1日中雨が降り続ける訳ではなく短時間に集中的に降る	
民族	中華系74%、マレー系13%、インド系9%		祝祭日 (2017年)	1月1日 新年
言語	国語はマレー語。公用語として英語、中国語、マレー語、タミール語			1月2日 新年(振替休日)
宗教	仏教、イスラム教、キリスト教、道教、ヒンズー教			1月28～29日 中国正月
通貨	シンガポール・ドル、(為替レート)1シンガポール・ドル=約80円			1月30日 中国正月(振替休日)
主要産業	エレクトロニクス、化学関連、バイオメディカル、輸送機械、精密器械)、商業、ビジネスサービス、運輸・通信業、金融サービス業	4月14日 聖金曜日		
GDP	288,753(単位:百万USドル)	5月1日 メーデー		
一人当たりGDP	51,496(単位:USドル)	5月10日 ベサックデイ		
経済成長率	51,496(単位:USドル)	6月25日 ハリラヤプアサ		
物価上昇率	2.0%	6月26日 ハリラヤプアサ(振替休日)		
		8月9日 独立記念日		
		9月1日 ハリラヤハジ		
		10月18日 ディーパバリ		
		12月25日 クリスマス		

旅行特性

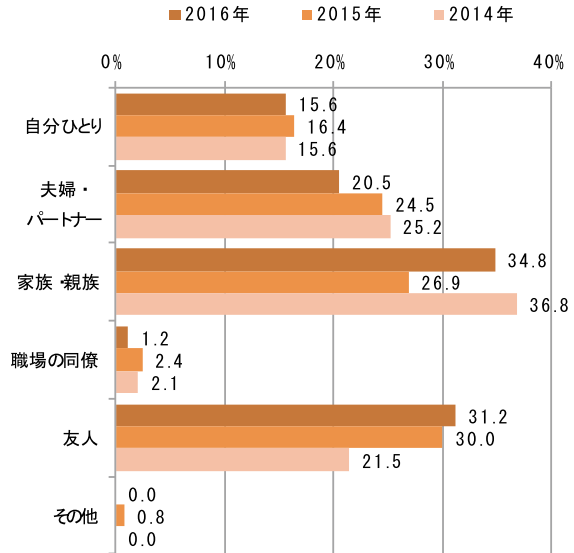
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には約36万人。
- 同行者は「家族・親族」が最も多く、次いで「友人」「夫婦・パートナー」と続く。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く、東北6県訪問率は「青森県」「秋田県」が比較的多い。

◆ 訪日外客数



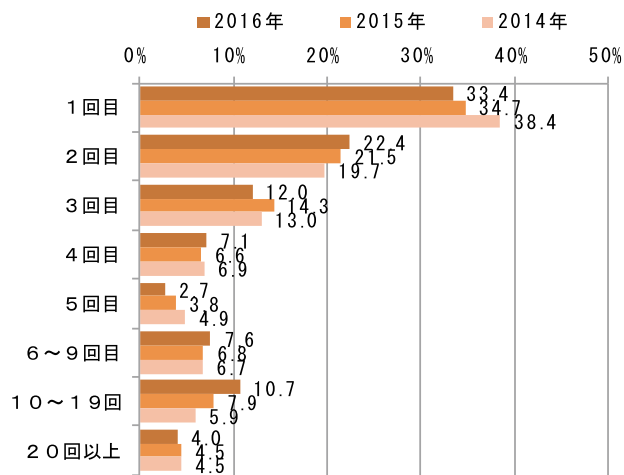
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆ 同行者



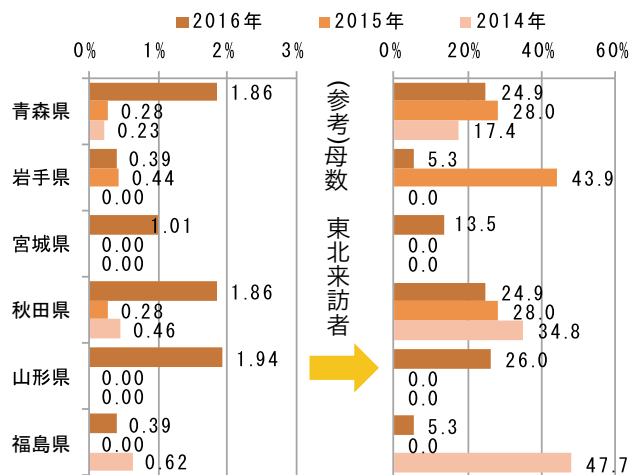
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 東北6県訪問率



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

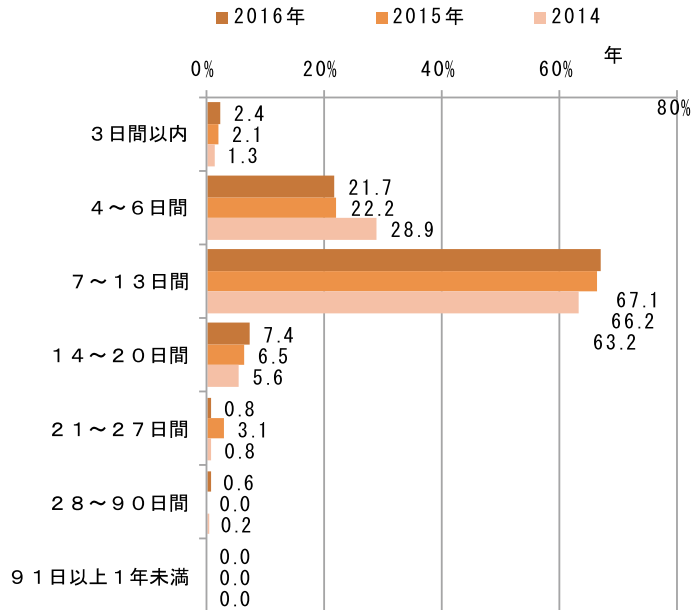
訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 平均宿泊数は例年「約8泊」。
- 滞在日数は「7～13日間」が最も多く、次いで「4～6日間」となっている。

◆平均宿泊数



◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は2016年は「宮城県」が最も多く、次いで「青森県」と続く。
- 経年でみると、2015年以降で「青森県」「福島県」が倍増している。

◆宿泊者数

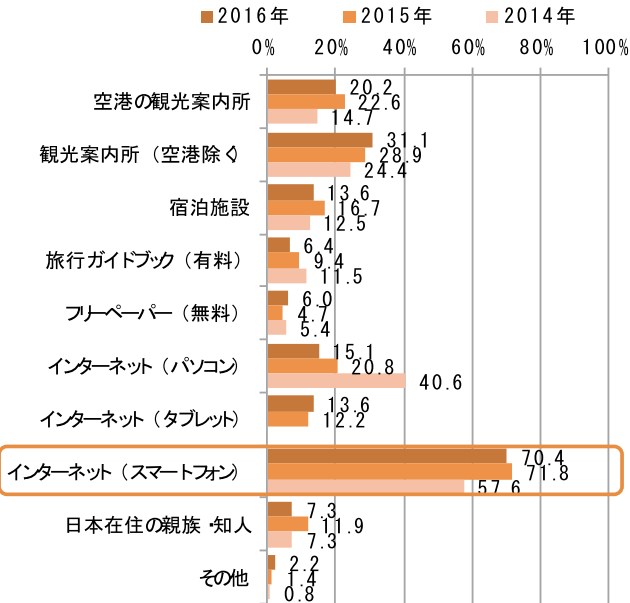
	2016年	2015年	2014年
青森県	1,700人	890人	500人
岩手県	1,600人	1,310人	380人
宮城県	2,270人	1,630人	810人
秋田県	890人	1,240人	560人
山形県	1,440人	1,460人	800人
福島県	690人	310人	150人

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

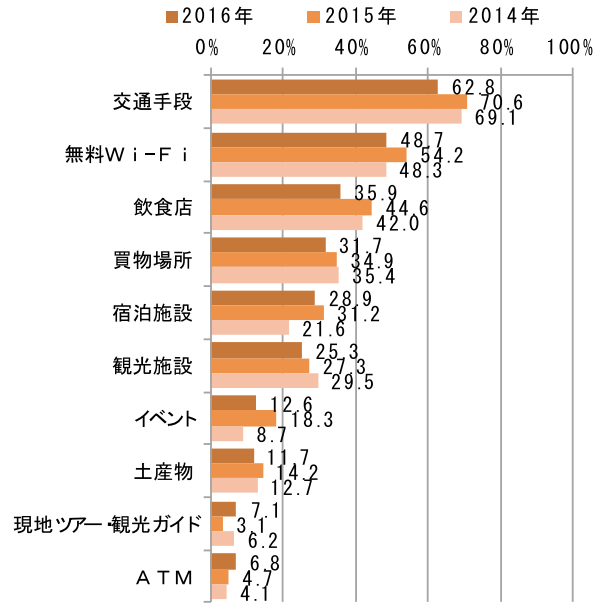
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「観光案内所(空港除く)」「空港の観光案内所」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「交通手段」が最も多く、次いで「無料Wi-Fi」「飲食店」と続く。

◆日本滞在中に役に立った旅行情報源



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

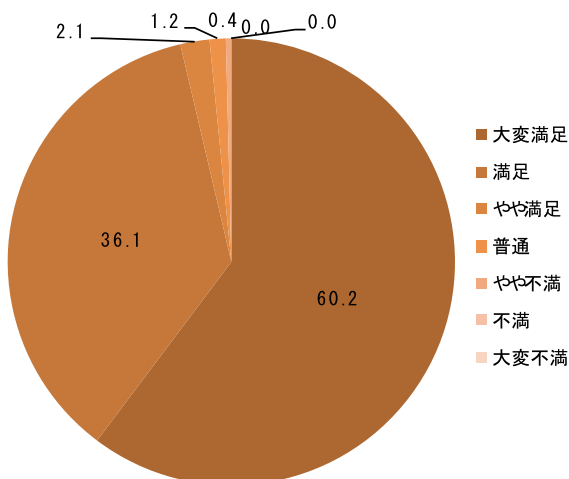
◆日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

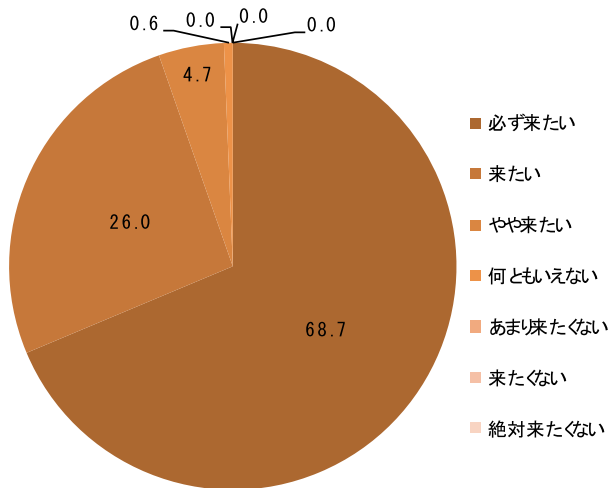
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」60.2%、「満足」36.1%、「やや満足」2.1%となっており、「満足計」は98.4%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」68.7%、「来たい」26.0%、「やや来たい」4.7%となっており、「再来訪意向」は99.4%。

◆訪日旅行全体の満足度



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

シンガポール

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「自然や風景の見物」「現地の人が普段利用している安価な食事」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は、「英語の通用度」が最も多く、次いで「旅行代金」「母国語の通用度」と続く。

◆日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	46.0%
自然や風景の見物	36.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	34.0%
清潔さ／衛生面	32.0%
温泉への入浴	28.0%
桜の観賞	23.0%
日本旅館での宿泊	22.0%
治安	20.0%
繁華街の街歩き	17.0%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物 (説明の充実度含む)	15.0%

◆日本旅行で不満だった点

英語の通用度	30.0%
旅行代金	29.0%
母国語の通用度	17.0%
外貨両替	11.0%
ブランド品や宝飾品のショッピング	7.0%
携帯電話や通信機器の利便性 (Wi-Fi等の充実度)	7.0%
ドラマや映画のロケ地の見物	7.0%
洋服やファッション雑貨のショッピング	7.0%
繁華街の街歩き	7.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	6.0%

出典：(株)日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

市場及び旅行者の特徴

訪日外客数は36万人、約7割がリピーターであり個人手配旅行が多い

訪日外客数シェアは調査対象8か国の中では8番目、訪日回数はリピーターが多いのも特徴であり2回目以上が約7割。旅行の手配方法は個別手配が圧倒的に多く、同行者も家族・親族、友人、夫婦・パートナーとなっており、旅行スタイルも様々であることからニーズが多様化していることが窺える。

年間訪日旅行消費額は591億円で豪州(1,099億円)に次ぐ第8位

訪日旅行消費額は豪州に次いで8番目となっている。1人当たりの消費総額は約17万円であり、“買物”は菓子類、その他食料品・飲料・酒・たばこの購入比率が高く、次いで服・かばん・靴となっている。

自然景観が人気、食への関心が高いこともあり日本の食事にも好意的

シンガポールも日本の様に明確な四季がなく、四季を感じられるものが訪日旅行では人気である。日本旅行の満足点としても自然や景観の見物、桜の観賞が上位に挙げられている。また、シンガポールでは外食産業が盛んで、多国籍の食文化を尊重していることもあり、日本の食事にも関心が高く、伝統的日本料理と普段利用している安価な食事ともに満足点として挙がっている。

滞在中の情報収集はスマートフォンが最多、観光案内所も比較的多い

シンガポールもスマートフォン大国であり、滞在中の情報収集にもスマートフォンを利用している割合が高く、SNS利用率も東南アジアでは最多となっている。スマートフォンの次に観光案内所(空港除く)と続いており、他国と比較しても多い割合で年々増加傾向にある。また、滞在中にあると便利だと思った情報は交通手段が最も多い。

東北地方への来訪者数は震災前水準に戻りつつあるが、風評被害が残っている

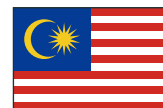
シンガポールは自然災害が少ない国であり、日本は自然災害の多い国であるというイメージが少なからずある。今後も継続的に正確な情報発信することによって、払拭を図っていくことが必要である。

多民族・多宗教国家であり、慣習に配慮した受入れ及び情報提供が必要

シンガポールは多民族・多宗教国家であり、言語対応はもちろんのこと宗教にも配慮が必要である。ムスリム(イスラム教徒)の方々は、ハラールであると認められた食べ物、飲み物など以外は避けなければならない。安心して観光していただく為の受入れ、情報提供が必要となっている。

各国・地域のマーケット状況を知る

マレーシア



マレーシア人旅行者の特徴

公式国名: マレーシア【英: Malaysia】

- ★初回訪日者は過半数を占め、経済発展が進む中で中間層の増加、LCC参入、ビザ発給緩和、円安等により、訪日客数も増加。
- ★四季の象徴である桜の観賞や、東南アジアでは雪が降らない為、雪の観賞も人気である。
- ★若年層においては、日本のポップカルチャーが人気。
- ★ムスリム層が人口の6割を占めているため、旅行中も信仰に則した生活出来る環境整備と安心して
- ★観光していただく為の受入れ体制の整備や、情報提供が必要。

基礎データ

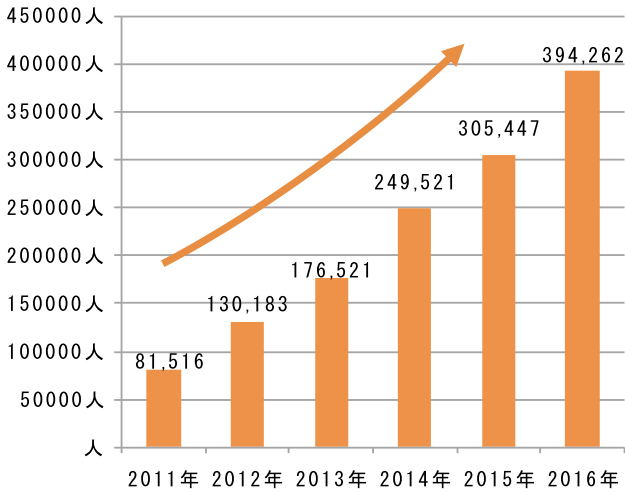
面積	約33万平方キロメートル (日本の約0.9倍)	気候	赤道に近く、熱帯雨林気候に属しているマレーシアでは一年を通じて常夏の気候
人口	3,119万人		降水量は年間降雨量2500mm前後、月平均でも200mmと多いのが特徴
首都	クアラルンプール		季節は雨季と乾季に分かれるが、どちらの季節でもスコールと呼ばれるにわか雨が降り、雨季でも一日中雨が降り続くことはない
民族	マレー系(約67%)、中国系(約25%)、インド系(約7%) (注: マレー系には中国系及びインド系を除く他民族を含む)		
言語	マレー語(国語)、中国語、タミール語、英語	祝祭日 (2017年)	1月29日 旧正月
宗教	イスラム教(連邦の宗教)(61%)、仏教(20%)、儒教・道教(1.0%)、ヒンドゥー教(6.0%)、キリスト教(9.0%)、その他		1月30日 旧正月(振替休日)
通貨	リンギット、(為替レート) 1リンギット=約25.6円		4月24日 国王就任式
主要産業	製造業(電気機器)、農林業(天然ゴム、パーム油、木材)及び鉱業(錫、原油、LNG)		5月1日 メーデー
GDP	12,295(単位:億リンギット)		5月10日 釈迦誕生日(ウエサク祭)
一人当たりGDP	9,360(単位:USドル)		6月25~26日 断食明け大祭
経済成長率	4.2%		8月31日 独立記念日
物価上昇率	2.1%		9月1日 イスラム犠牲祭
			9月16日 マレーシアデー
			9月22日 イスラム暦正月
		10月18日 ヒンズー灯明祭	
		12月1日 ムハンマド降誕祭	
		12月25日 クリスマス	

出典: 日本貿易振興機構(ジェトロ)マレーシア基本情報

旅行特性

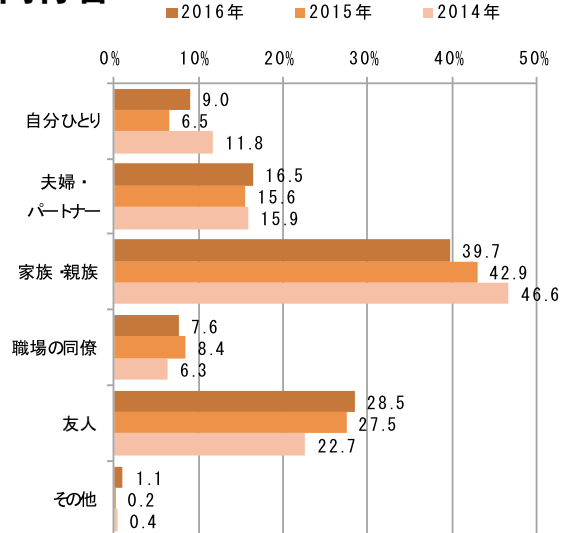
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には約40万人に達した。
- 同行者は「家族・親族」が最も多く、次いで「友人」「夫婦・パートナー」と続く。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く、東北6県訪問率は「宮城県」が比較的多い。

◆ 訪日外客数



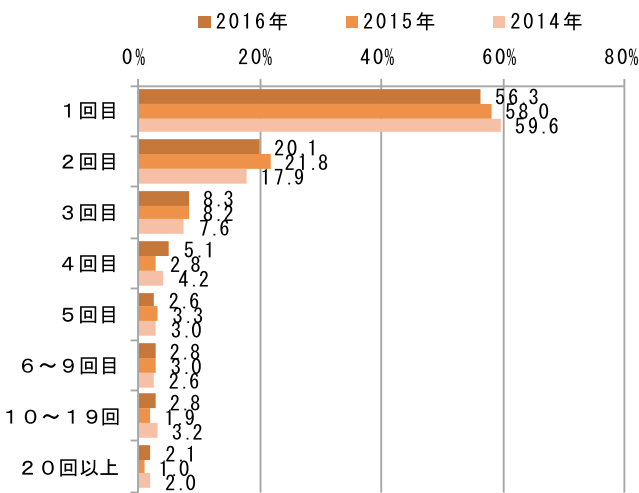
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆ 同行者



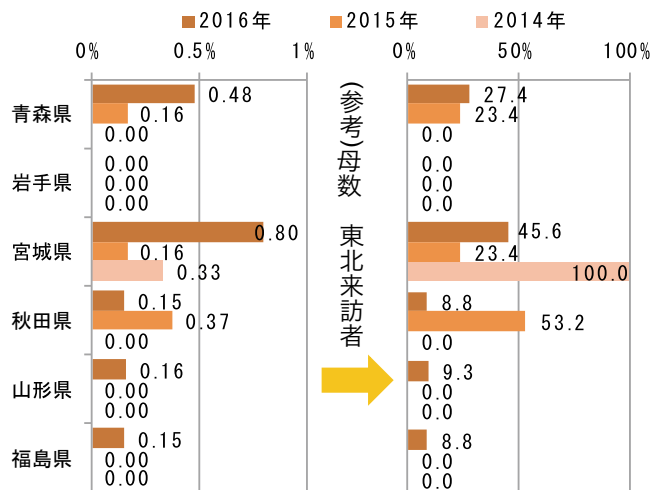
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 東北6県訪問率



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

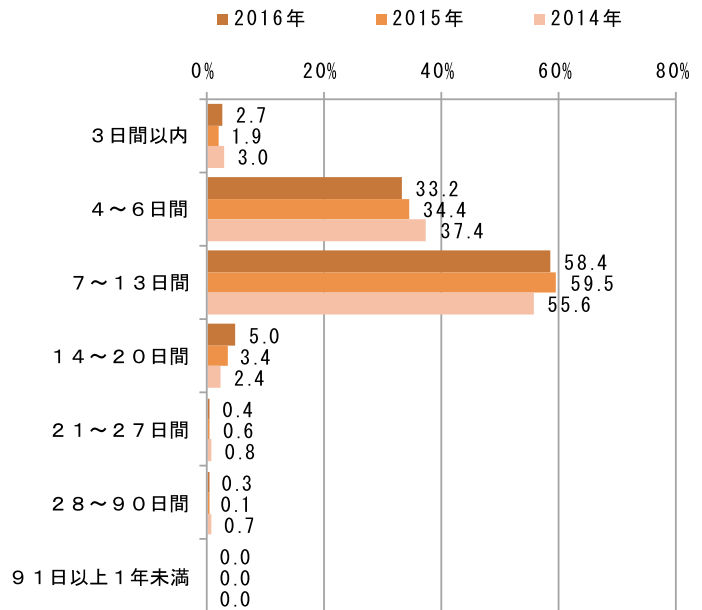
- 平均宿泊数は例年「約7泊」。
- 滞在日数は「7～13日間」が最も多く、次いで「4～6日間」となっている。

◆平均宿泊数

2016年	6.9泊
2015年	6.6泊
2014年	6.7泊

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は2016年は「宮城県」が最も多く、次いで「岩手県」と続く。
- 経年でみると、「福島県」が大きく増加している。

◆宿泊者数

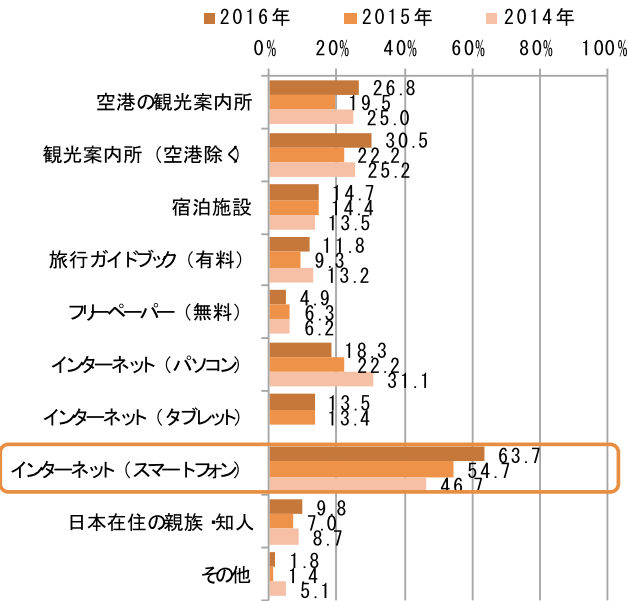
	2016年	2015年	2014年
青森県	640人	690人	200人
岩手県	800人	600人	320人
宮城県	1,220人	1,070人	800人
秋田県	400人	210人	210人
山形県	400人	340人	570人
福島県	500人	150人	120人

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

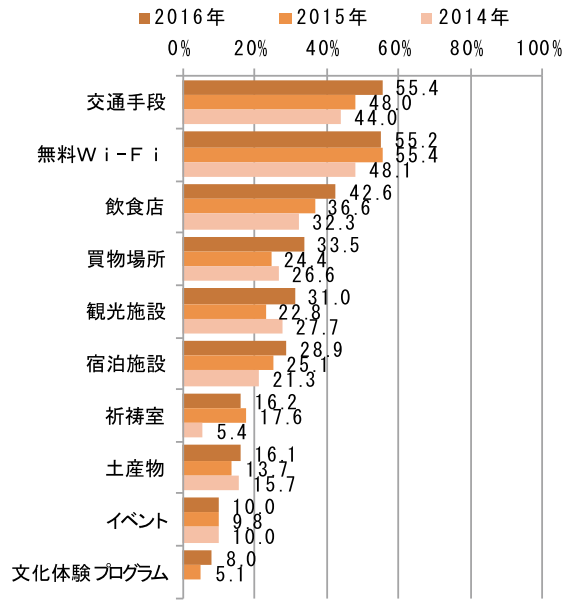
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「観光案内所(空港除く)」「空港の観光案内所」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「交通手段」が最も多く、次いで「無料Wi-Fi」「飲食店」と続く。

◆ 日本滞在中に役に立った旅行情報源



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

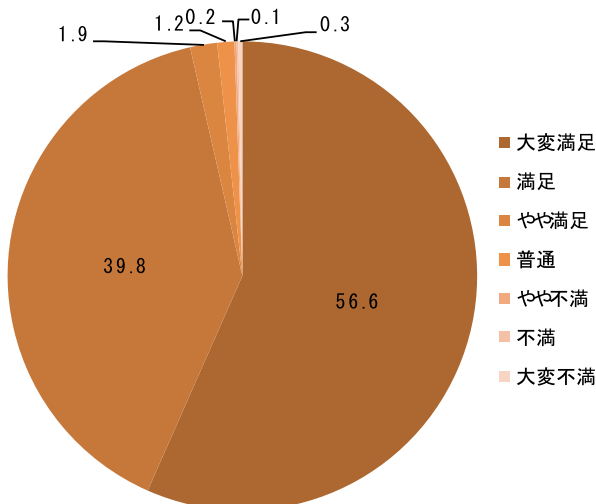
◆ 日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

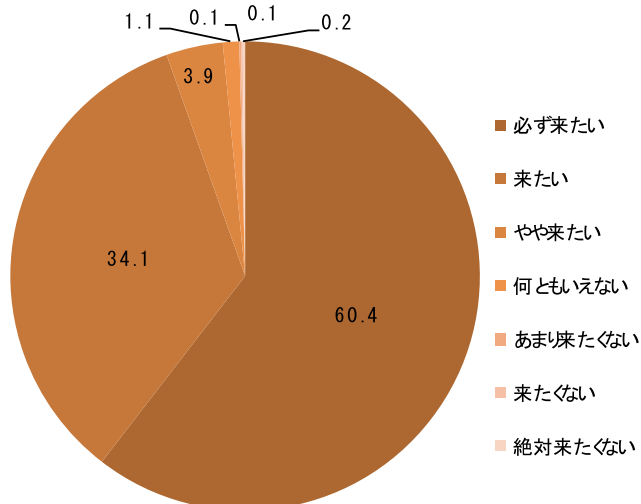
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」56.6%、「満足」39.8%、「やや満足」1.9%となっており、「満足計」は98.3%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」60.4%、「来たい」34.1%、「やや来たい」3.9%となっており、「再来訪意向」は98.4%。

◆ 訪日旅行全体の満足度



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「自然や風景の見物」「清潔さ／衛生面」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は、「英語の通用度」が最も多く、次いで「旅行代金」「ブランド品や宝飾品のショッピング」と続く。

◆ 日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	42.0%
自然や風景の見物	32.0%
清潔さ／衛生面	31.0%
温泉への入浴	29.0%
桜の観賞	27.0%
現地の人々が普段利用している安価な食事	25.0%
治安	25.0%
日本旅館での宿泊	16.0%
繁華街の街歩き	16.0%
雪景色観賞	13.0%

◆ 日本旅行で不満だった点

英語の通用度	27.0%
旅行代金	16.0%
ブランド品や宝飾品のショッピング	15.0%
ドラマや映画のロケ地の見物	12.0%
現地の人から借りる家・アパートでの宿泊	11.0%
安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	11.0%
豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	11.0%
日本の酒（日本酒・焼酎）	10.0%
外貨両替	10.0%
最新のファッションや流行の見物	10.0%

出典：(株) 日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

市場及び旅行者の特徴

訪日外客数は39万人、初回訪日者が過半数を占める

訪日外客数シェアは調査対象8か国の中では7番目、東南アジアではタイに次ぐ市場となっている。初回訪日者は過半数を占め、旅行の手配方法は個別手配が6割強となっている。経済発展が進む中で中間層の増加、LCC参入、ビザ発給緩和、円安等により、訪日客数も増加しているようである。

年間訪日旅行消費額は522億円で英国(532億円)に次ぐ第10位

訪日旅行消費額は英国に次いで10番目となっている。1人当たりの消費総額は約14万円であり、“買物”は菓子類、その他食料品・飲料・酒・たばこの購入比率が高く、次いで服・かばん・靴となっている。一方で、日本旅行の不満点としてブランド品や宝飾品のショッピングが上位に挙げられている。マレーシアの首都クアラルンプールは世界4位の買物天国とも称されており、マレーシア国内では外国製品の関税が撤廃されていてデューティフリーでブランド品が購入出来ることが背景にある。

日本の自然景観、桜・雪の観賞に関心が高い

マレーシアは常夏であり熱帯に属している。日本の四季に興味・関心があり、四季の象徴である桜の観賞や、東南アジアでは雪が降らない為、雪の観賞も人気である。

日本のアニメ・漫画(ポップカルチャー)が人気

マレーシアでは日本のアニメがテレビ放送されている為、若年層では特に人気となっている。年に1回、日本のアニメ・漫画・ゲーム等が一同に集まるイベントも開催されている。

滞在中の情報収集はスマートフォンが最多、観光案内所も比較的多い

マレーシアでもスマートフォン普及率は高く、滞在中の情報収集にもスマートフォンを利用している割合が多い。スマートフォンの次に観光案内所(空港除く)と続いており、他国と比較しても多い割合である。また、滞在中にあると便利だと思った情報は交通手段が最も多い。

多民族・多宗教国家であり、慣習に配慮した受入れ及び情報提供が必要

マレーシアもシンガポール同様に多民族・多宗教国家であり、言語対応と宗教に配慮が必要。ムスリム層が人口の6割を占めているため、旅行中も信仰に則した生活が出来る環境整備と安心して観光していただく為の受入れ体制の整備や、情報提供が必要となっている。

各国・地域のマーケット状況を知る

オーストラリア



オーストラリア人旅行者の特徴

公式国名:オーストラリア連邦[英:Australia]

- ★初回訪日者は6割を占め、他国と比べて滞在日数が長く、平均泊数は約13泊。
- ★1人当たり消費総額は約26万円で最も高い。
- ★日本食への関心が高く、滞在中にあると便利だと思った情報では飲食店情報が無料Wi-Fi情報よりも上位に挙げられている。
- ★南半球に属している為、旅行シーズンは日本では冬の時期にあたり、ウィンタースポーツが人気コンテンツである。

基礎データ

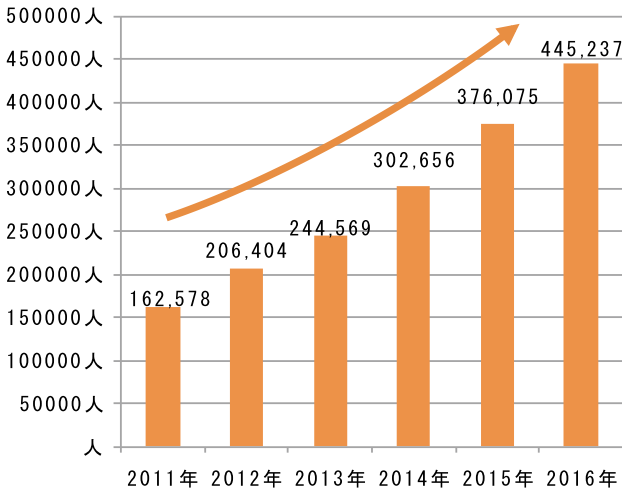
面積	769万2,024平方キロメートル (日本の約20倍、アラスカを除く米とほぼ同じ)	気候	南半球にあるオーストラリアの季節は、日本と反対
人口	約2,413万人		日本が暑い夏の間、オーストラリアは冬を迎える
首都	キャンベラ		日本の約21倍という広大な国土を有するオーストラリアは、気候も熱帯性から温帯性まで変化に富み、都市によってまったく違った気候風土を持っている
民族	アングロサクソン系等欧州系が中心。その他に中東系、アジア系、先住民など。		全国的に見て平均気温が一番低いのは7月、最も暑いのは南部では1、2月、北部では12月
言語	英語		
宗教	キリスト教61%、無宗教22%		
通貨	オーストラリアドル、(為替レート) 1豪州ドル=85.93円=0.7567米ドル		
主要産業	第一次産業 2.2%、 第二次産業 26.9%、 第三次産業 70.9%	祝祭日 (2017年)	1月1日 新年
GDP	1兆2,239億米ドル		1月2日 新年(振替休日)
一人当たりGDP	50,962米ドル		1月26日 建国記念日
経済成長率	2.90%		4月14日 聖金曜日
物価上昇率	1.50%		4月15～17日 復活祭
			4月25日 アンザック・デー
		6月12日 女王誕生日	
		10月2日 労働者の日	
		12月25日 クリスマス・デー	
		12月26日 ボクシング・デー	

出典:日本貿易振興機構(ジェトロ)オーストラリア基本情報

旅行特性

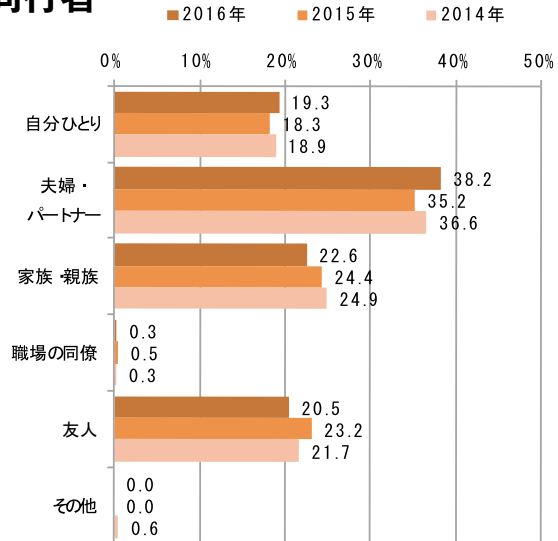
- 訪日外客数は増加傾向にあり、2016年には40万人を超えた。
- 同行者は「夫婦・パートナー」が最も多く、次いで「家族・親族」「友人」と続く。
- 日本への来訪回数は「1回目」が最も多く、東北6県訪問率は「青森県」が比較的多い。

◆ 訪日外客数



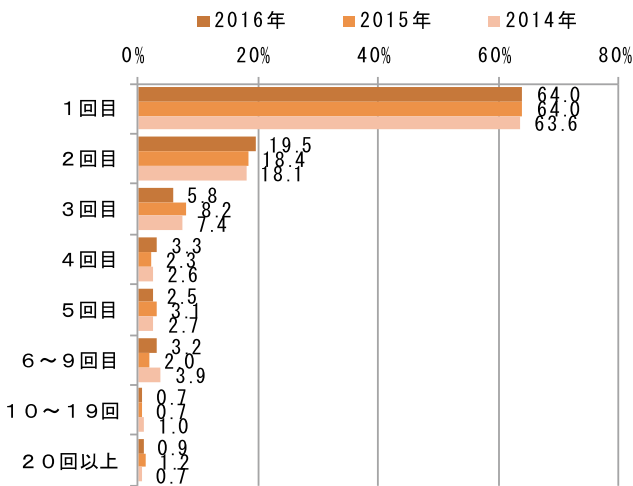
出典：日本政府観光局（JNTO）

◆ 同行者



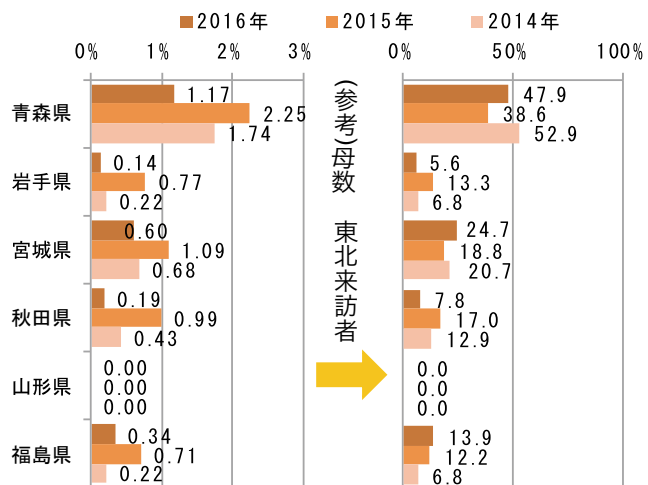
出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本への来訪回数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 東北6県訪問率



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

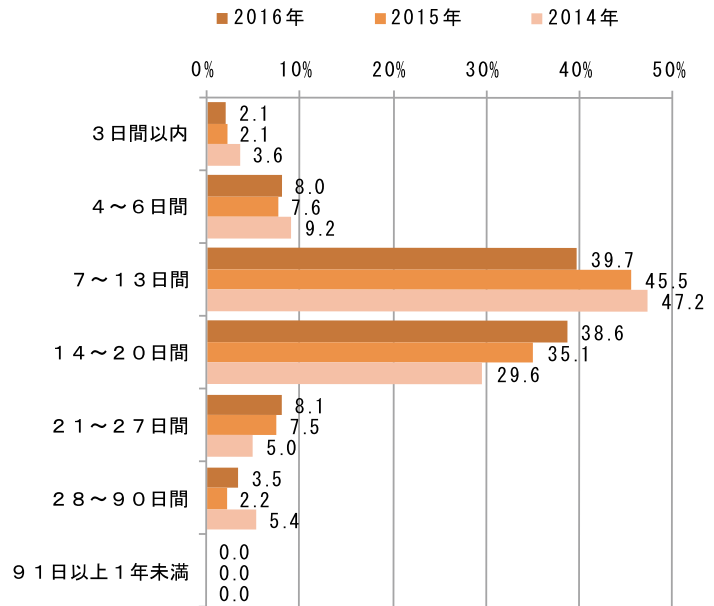
訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 平均宿泊数は例年「約12泊」。
- 滞在日数は「7～13日間」が最も多く、次いで「14～20日間」と長期滞在が多い。

◆平均宿泊数

2016年	12.7泊
2015年	12.3泊
2014年	12.4泊

◆滞在日数



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

- 東北エリア内の宿泊者数は2016年は「岩手県」「青森県」が多く、拮抗している。
- 経年でみると、「山形県」「福島県」が増加し、2016年は2000人台に達している。

◆宿泊者数

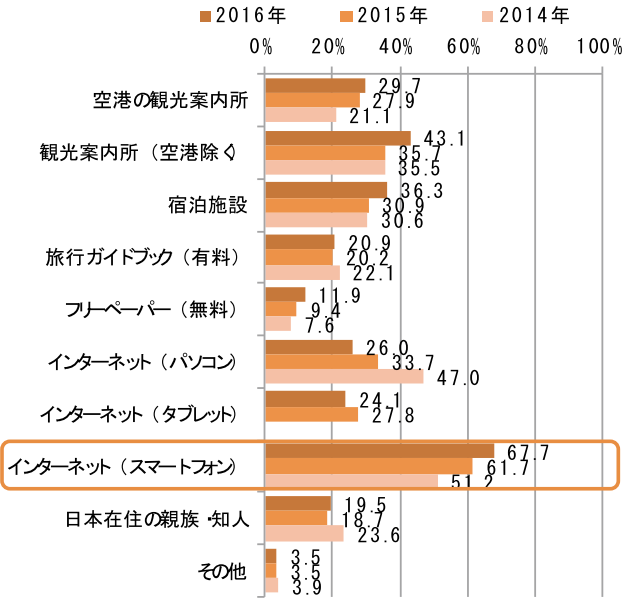
	2016年	2015年	2014年
青森県	2,880人	2,430人	1,930人
岩手県	2,990人	2,660人	2,080人
宮城県	2,500人	2,550人	1,840人
秋田県	940人	1,090人	720人
山形県	2,170人	1,350人	1,360人
福島県	2,360人	1,520人	340人

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

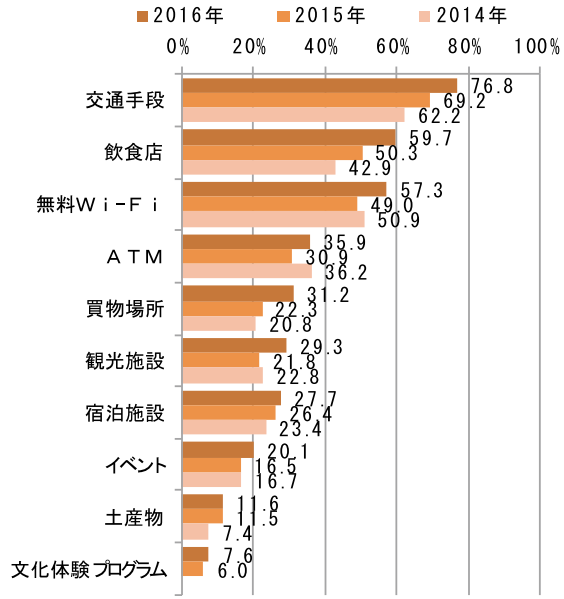
- 日本滞在中に役に立った旅行情報源は「インターネット(スマートフォン)」が最も多く、次いで「観光案内所(空港除く)」「宿泊施設」と続く。
- 日本滞在中にあると便利だと思った情報は、「交通手段」が最も多く、次いで「飲食店」「無料Wi-Fi」と続く。

◆ 日本滞在中に役に立った旅行情報源



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

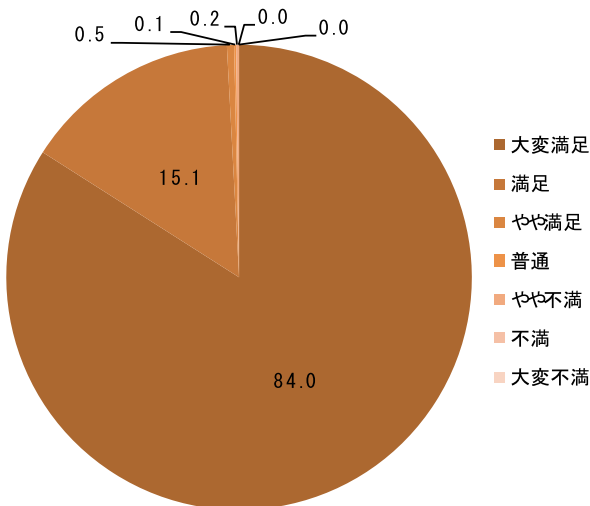
◆ 日本滞在中にあると便利だと思った情報



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

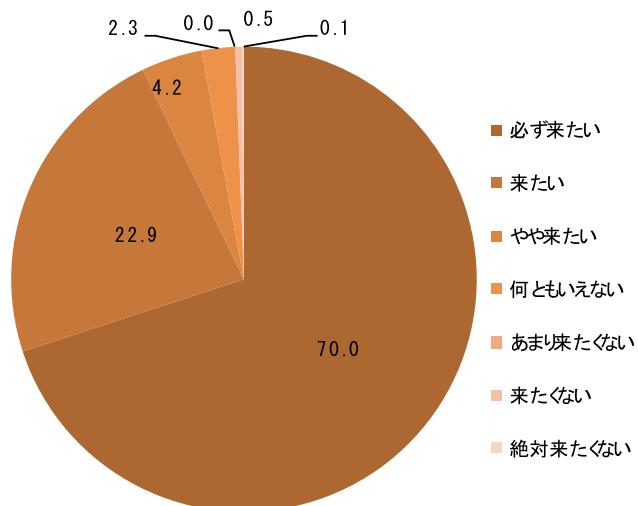
- 訪日旅行全体の満足度は「大変満足」84.0%、「満足」15.1%、「やや満足」0.5%となっており、「満足計」は99.6%。
- 日本再来訪意向は「必ず来たい」70.0%、「来たい」22.9%、「やや来たい」4.2%となっており、「再来訪意向」は97.1%。

◆ 訪日旅行全体の満足度



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

◆ 日本再来訪意向



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向調査

オーストラリア

訪日外国人旅行者の各市場の特徴

- 日本旅行で満足した点は「伝統的日本料理」が最多、次いで「有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）」「繁華街の街歩き」と続く。
- 日本旅行で不満だった点は、「英語の通用度」が最も多く、次いで「旅行代金」「日本の酒（日本酒・焼酎）」「伝統的なスポーツ（相撲、剣道、柔道等）の観戦」「洋服やファッション雑貨のショッピング」「雪景色観賞」と続く。

◆ 日本旅行で満足した点

伝統的日本料理	41.0%
有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	23.0%
繁華街の街歩き	21.0%
自然や風景の見物	19.0%
治安	17.0%
桜の観賞	16.0%
現地の人々の親切さ	15.0%
温泉への入浴	14.0%
豪華で快適な高級ホテルでの宿泊	14.0%
日本旅館での宿泊	13.0%

◆ 日本旅行で不満だった点

英語の通用度	16.0%
旅行代金	12.0%
日本の酒（日本酒・焼酎）	12.0%
伝統的なスポーツ（相撲、剣道、柔道等）の観戦	12.0%
洋服やファッション雑貨のショッピング	12.0%
雪景色観賞	12.0%
最先端の工場や伝統工芸品・加工食品工場見学・体験	10.0%
外貨両替	9.0%
現地の人が普段利用している安価な食事	9.0%
クレジットカードの利用しやすさ	9.0%

出典：(株) 日本政策投資銀行 H28アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査

市場及び旅行者の特徴

訪日外客数は44万人、初回訪日者が6割を占める

訪日外客数シェアは調査対象8か国の中では6番目、初回訪日者は6割を占め、旅行の手配方法は個別手配が圧倒的に高い。滞在日数も長く、ユースホステル・ゲストハウス利用率が比較的高い。平均泊数は約13泊。同行者は夫婦・パートナーが4割弱と最も多く、自分ひとり、家族・親族、友人は2割前後となっている。オーストラリアの国外旅行シーズンである夏季休暇は12月になるので、スキー旅行の人気も高い。訪日外国人の多くが抱えている日本の印象（伝統的な文化の面影を残し、最先端の文化が混在）とともに、オーストラリアにとって日本はスキーリゾートの国としても確立されつつある。

年間訪日旅行消費額は1,099億円でタイ(1,150億円)に次ぐ第7位

訪日旅行消費額はタイに次いで7番目となっている。1人当たりの消費総額は約26万円であり、最も高く、娯楽・サービス費の支出が他国と比較して高い。“買物”は菓子類、その他食料品・飲料・酒・たばこの購入比率が高い。また、スキーリフト・スキー用品レンタルの購入比率も他国と比較して高い。

スキーをはじめとするウィンタースポーツを楽しみに来日

オーストラリアは南半球に属し、季節が日本とは反対になる為、旅行シーズンは冬の時期にあたりウィンタースポーツのシーズンになる。娯楽サービス費の支出額、スキーリフト・スキー用品レンタルの購入比率が高いことから、ウィンタースポーツが人気コンテンツであることが窺える。また、日本ではパウダースノーと言われる雪（水分が少なく粉状の雪でスキーに最適）の積もる地域がスキーリゾート地になっており、外国人利用者の口コミによって世界に情報が拡散し、旅行者が急増している地域もみられる。

日本食・歴史文化への関心が高く、新旧文化のコントラストを楽しむ街歩きも好評

オーストラリアは多文化社会で共生が成立している国であり、日本食が浸透している。本場の日本食を求めることが多く、滞在中にあると便利だと思った情報では飲食店情報が無料Wi-Fi情報よりも上位に挙げられている。また、他国と同様に日本の新旧文化への興味・関心も高く、街歩きの満足度も高い。

英語の通用度に不満を感じているが、ホスピタリティのある接遇がプラスに転じる

初英語の通用度が不満点として最も多いが、同等の割合で現地の人々の親切さが満足点として挙げられている。オーストラリアではサービススタッフを評価する点として、アテンドすること（親身に案内すること）が重要視される傾向がある。言語が堪能でなくても、身振り手振りや知っている英語で伝えようとする姿勢が大事であり好感が持たれる。