インバウンド振興へ必要施策探る

訪日外国人宿泊客調査　澤の屋旅館で

旅の販促研究所

「街中など外国語表記充実」

訪日外国人観光客の増加に必要なのは、交通機関のフリーパス化や、街中、駅などでの外国語標記――こんな結果がジェイ・アイ・シーの旅の販促研究所の調査で明らかになった。調査は、澤の屋旅館（東京都台東区）に宿泊した外国人旅行者を対象に実施。訪日旅行の目的や内容、訪日旅行への期待と満足度などを聞き、宿泊施設でのインバウンド対策や外国人旅行客の接遇を検討する資料にしてほしいと行った。ここではその一部を紹介する。

調査期間は08年1～12月。723人から回答を得た。国籍別ではヨーロッパが370人で最も多くアメリカ、カナダが202人、オセアニアが106人、アジアが39人で続く。

宿泊客の訪日旅行回数は平均2・4回で、「初めて」が62・7％、2回以上のリピーターが35・1％だった。澤の屋旅館のリピーターでは平均6・7回となっており、5回以上の訪日旅行者が半数を占める。訪日目的は観光が78・3％で最多。

澤の屋を利用した際の旅行の総日数は全体平均で22・7日と非常に長く、31日以上も10・4％と多くみられる。うち日本での滞在日数は全体平均で15・3日となっており、日本以外の国への旅行を兼ねて訪日旅行を楽しんでいる人が多い。

同行者をみると家族（夫婦のみ）が31・8％で1位。同行者人数は2人旅が51・3％と最多。オセアニアでは4人以上のグループ旅行が17・9％と比較的多い。

訪日理由は「日本の歴史、文化に興味がある」が51・9％と最も多い。国籍別に特徴をみると、米国中や駅、飲食店での外国語表記の充実」45・9％・加両国は観光地を訪れるため、ヨーロッパでは日本の歴史文化への興味、訪日が長年の夢だったから、アジアは日本食に興味があるから、だった。

交通機関を利用した際、迷った経験があるか、その際にストレスを感じたかを聞いたところ少し迷ったと答えた人は27・0％。ストレスを感じたと答えた人は45・9％に上った。

同様に街歩きに困った経験とストレス度、飲食店でのコミュニケーションとストレス度、土産店でのコミュニケーションとストレス度などを聞いているが、土産店でのストレス度は25％程度となり、日本人とのコミュニケーションを楽しんでいることがうかがえる。

今後訪日客を増加させるための施策としては「交通機関のフリースパス化」が47・9％、「街中や駅、飲食店での外国語表記の充実」45・9％

ここでは今後の誘客のヒントとなる宿の予約方法や観光資源の活用法などについて、澤の屋に宿泊した訪日外国人のコメントを引用して紹介する。

澤の屋の予約には約7割がメールを利用。「旅館に泊まりたかったので、電話でなくメールで予約できるところがとても助かった」（米国）との声が挙がっている。

澤の屋を宿泊先に選んだ理由をみると「ガイドブックやネットで見つけた」が58・0％。和室がある、料金が安いからがこれに続く。リピーターの間では「家庭的な雰囲気」が55・6％と半数を占めた。温かな歓迎のほか、無料でインターネットが使える点や、コーヒー、紅茶と水のサービスも好評だった。

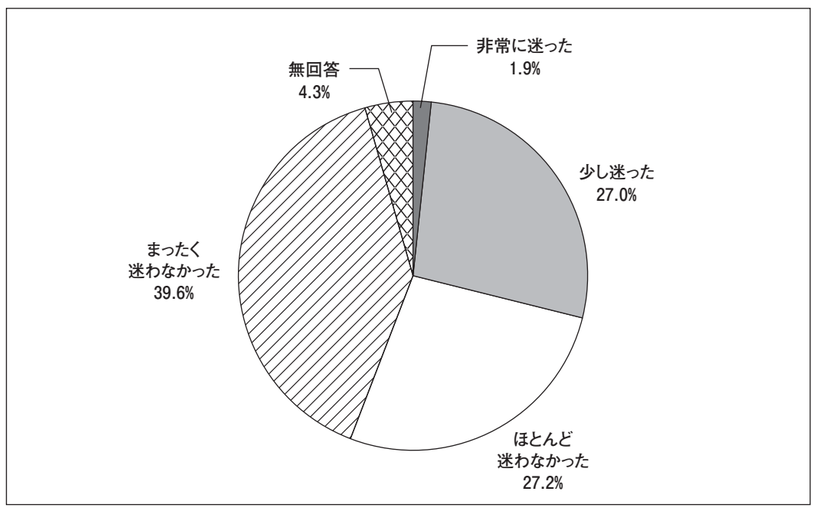
ただ、チェックイン・チェックアウトの時間については「旅館から退出していなければならないなど、時間に制約されていると感じた」（米国）との意見もあった。

滞在中に体験したことは純和風旅館での滞在が69・6％で1位。城、神社、仏閣など歴史的な町並みが58・9％、そば、うどん、居酒屋など日常的な日本食が58％。特に温泉については「外国人の大半が興味を持つ。特に露天風呂は非常に特徴的」（米国）と評価。

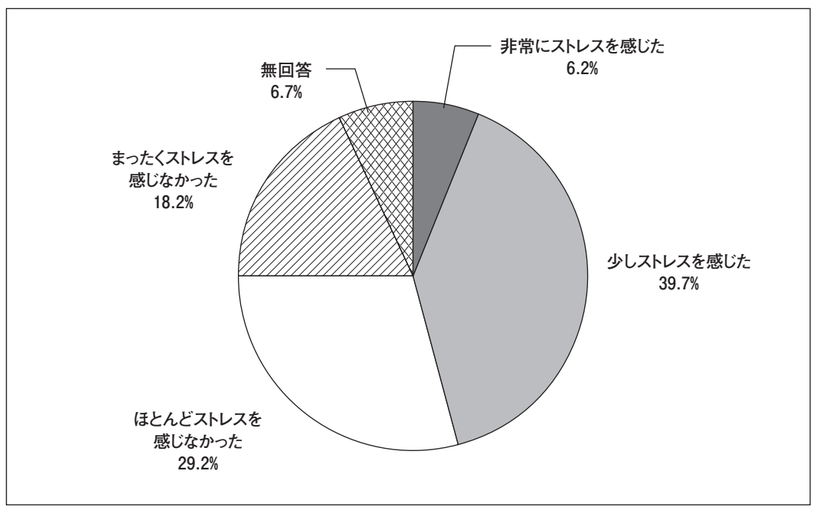
興味のある観光資源は「（相撲、剣道、柔道など）伝統的なスポーツ観戦」で52％。四季や自然が51・9％、（歌舞伎・落語など）伝統芸能鑑賞が51・3％だった。このほか、「旅館やホテルで、寿司づくりの基礎など日本料理のレッスンを提供してほしい」（豪州）といった意見のように日本料理の講習会など体験型ツアーの参加を望む声も挙がる。旅の販促研究所では「今後のプロモーションの方向性として考えられる」と分析している。

調査データ

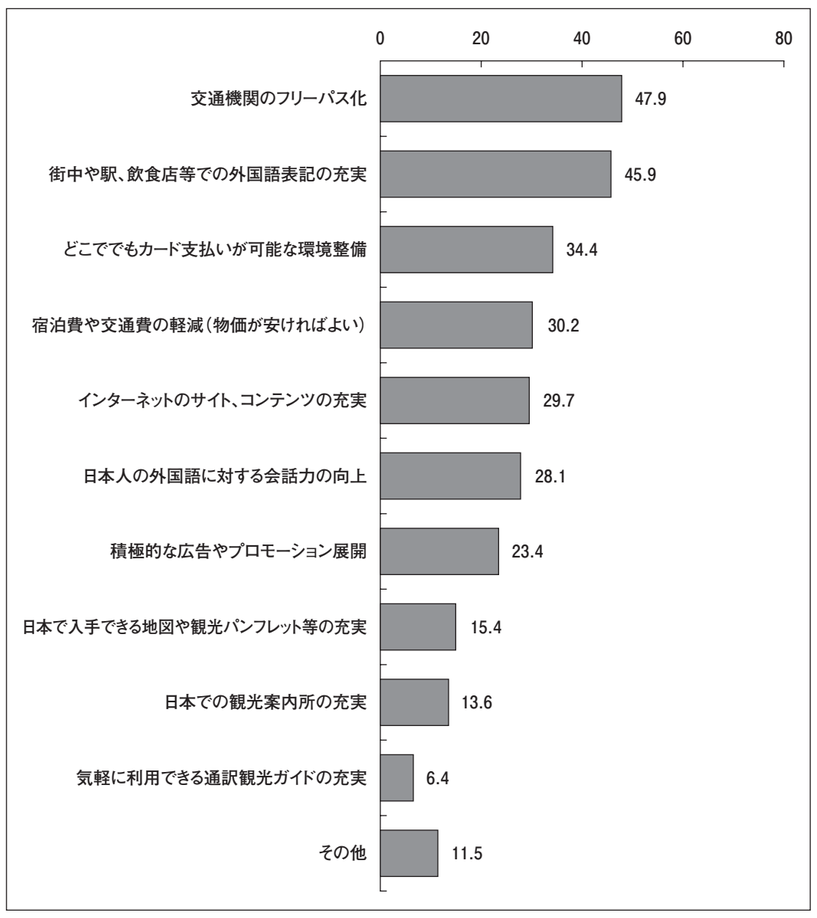
交通機関利用時に迷った経験　（標本数：723）



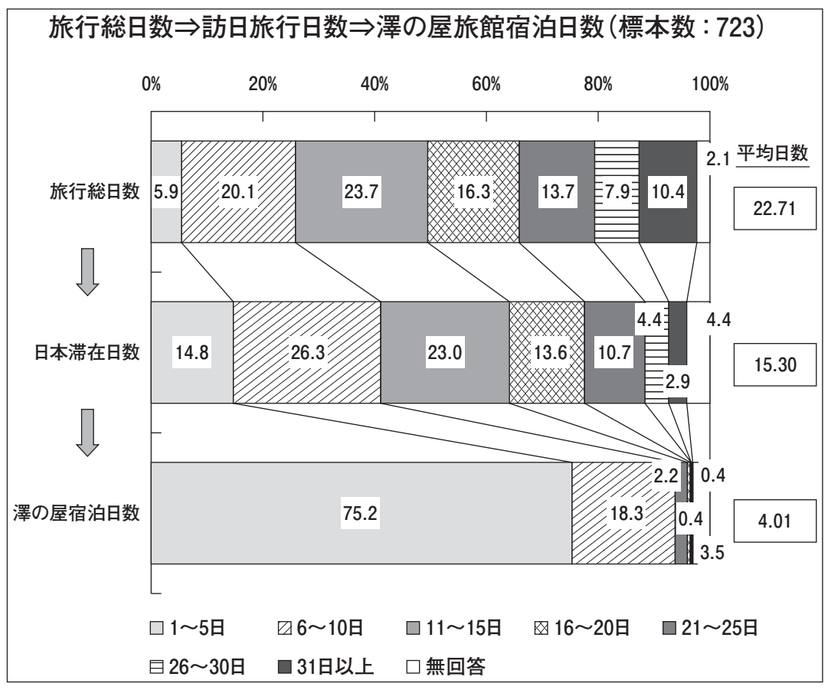
交通機関に迷った際のストレス度　（標本数：209）



訪日外国人観光客を増加させるための施策　（標本数：723）



旅行総日数⇒訪日旅行日数⇒澤の屋旅館宿泊日数（標本数：723）



興味のある日本の観光資源　（標本数：723）