大阪への再訪意欲は93%の高率

関空の外国人動向調査

平成28年度 大阪観光局

大阪観光局はこのほど、平成28年度の「関西国際空港外国人動向調査」結果を発表した。4月15日付で前半部分を抜粋紹介したが、今回は後半部分を掲載する。

「大阪に関する情報源」については、旅行前は「SNS、インターネット」が76%で1位。到着後も74%で1位となっている。「友人からの勧め」は36%の2位、「ガイドブック」は17%で1位。到着後の2位は「無料の地図、ガイドブック（無料）、チラシ」で32%、3位は「案内所」で23%だった。

「大阪での宿泊日数（14泊以上は一律に14泊として算出）」は、全体では7・1泊で、うち、3・5泊が大阪以外。大阪は3・6泊で若干大阪の滞在期間が上回っている。最も宿泊日数が長かったのはドイツで9・0泊。うち5泊が大阪以外である。

「ショッピング・グルメへの関心（いずれも複数回答）」では、大阪で買ったものについてはお菓子57%、洋服・靴・バック・装飾品52%、化粧品47%、薬39%、飲料品ではお酒・日本茶が38%、食品はデザート、生鮮食料品（野菜、果物、海産物）が38%。

大阪で食べたものについては、ラーメンが71%と圧倒的に高く、次いで寿司56%、たこ焼き54%うどん・そば42%。庶民的な食べ物の人気が高いようだ。

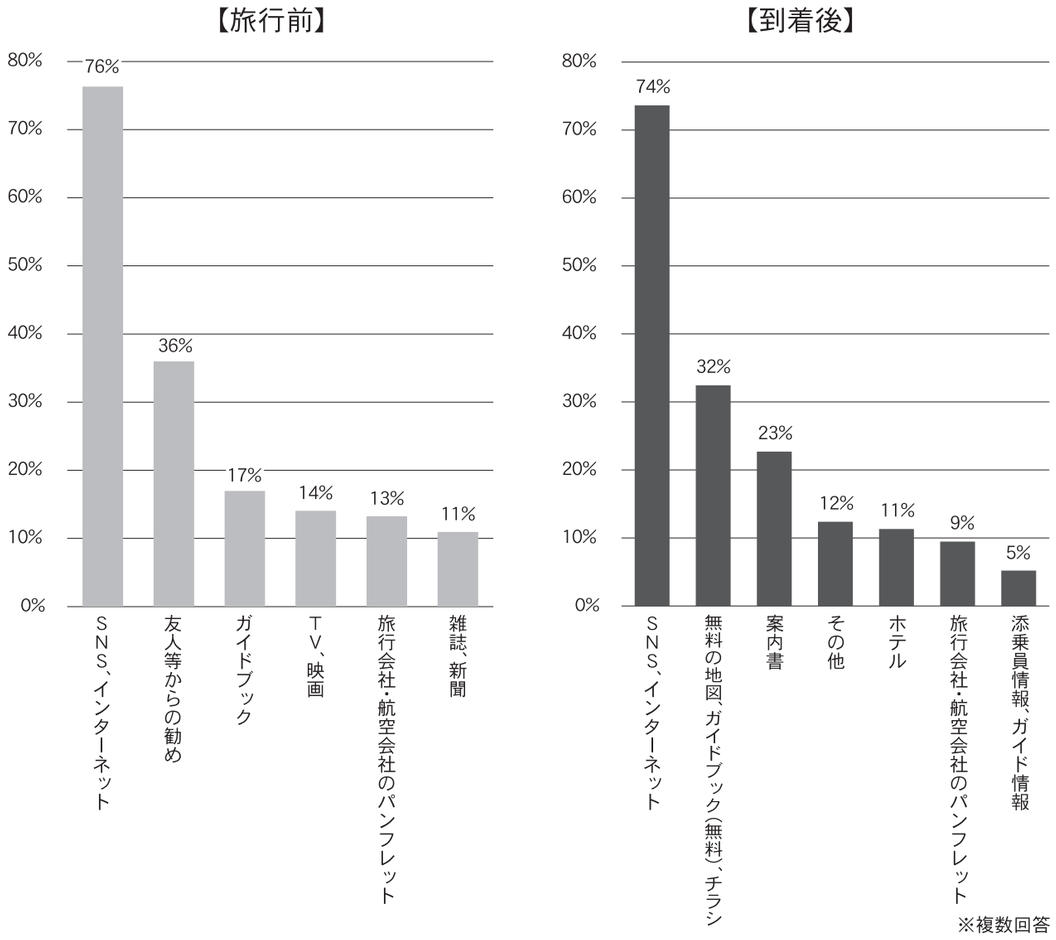
「大阪の満足度」では満点の7点と6点の割合を合わせた合計が86%と高い満足度を示した。一方、再訪意欲では、「必ず来たい」と「来たい」を合わせ93%となり、再訪意欲の高さを示した。

情報源はSNSやネット
消費額は1人9万2000円
食べ物はラーメンが7割超

外国人の大阪への再訪意欲は高い（関空＝写真提供・大阪観光局）

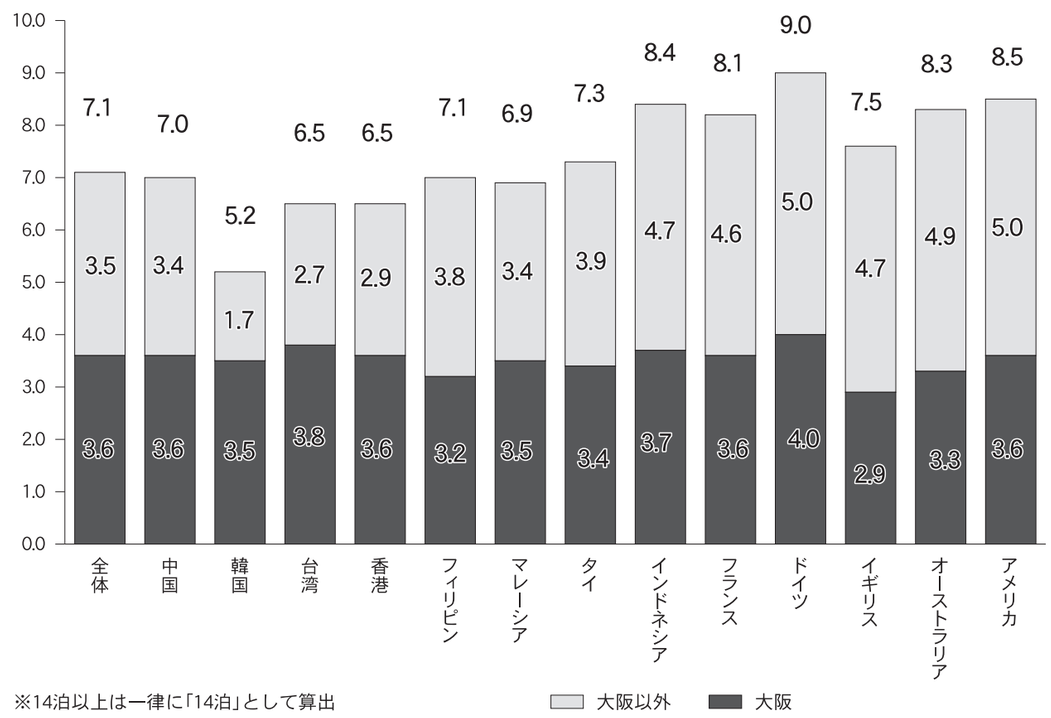
調査データ

大阪に関する情報源（N3903）



※複数回答

日本／大阪での宿泊日数（N3670）

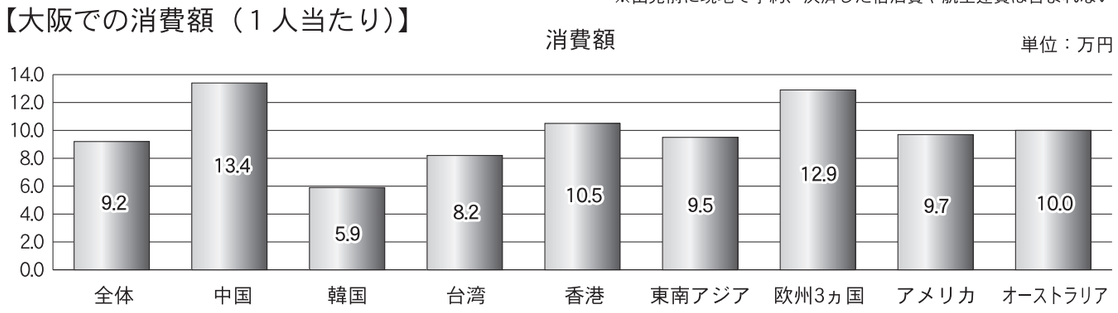


※14泊以上は一律に「14泊」として算出

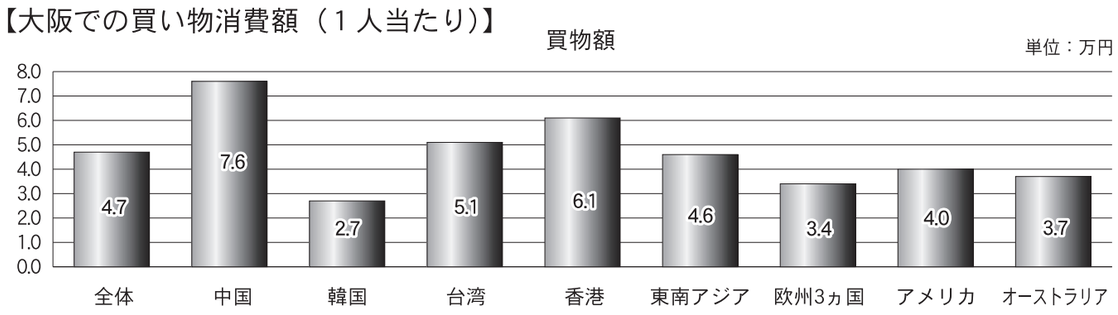
大阪での消費額・買物額

※出発前に現地で予約、決済した宿泊費や航空運賃は含まれない

【大阪での消費額（1人当たり）】

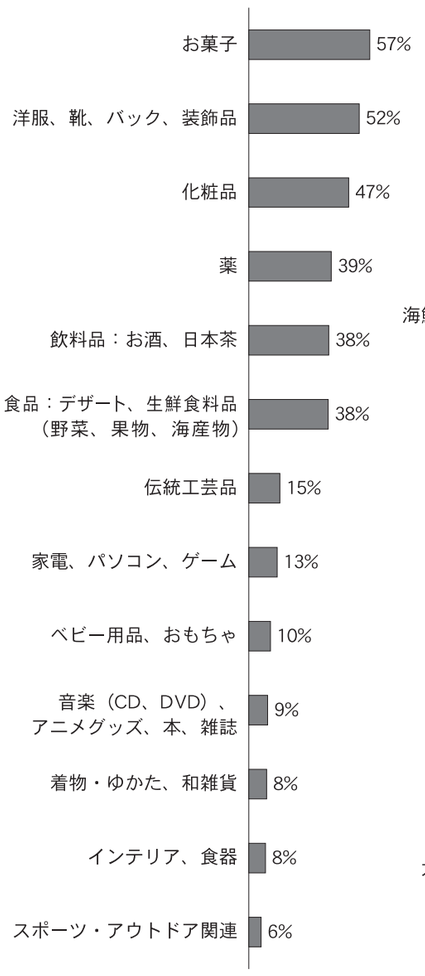


【大阪での買い物消費額（1人当たり）】

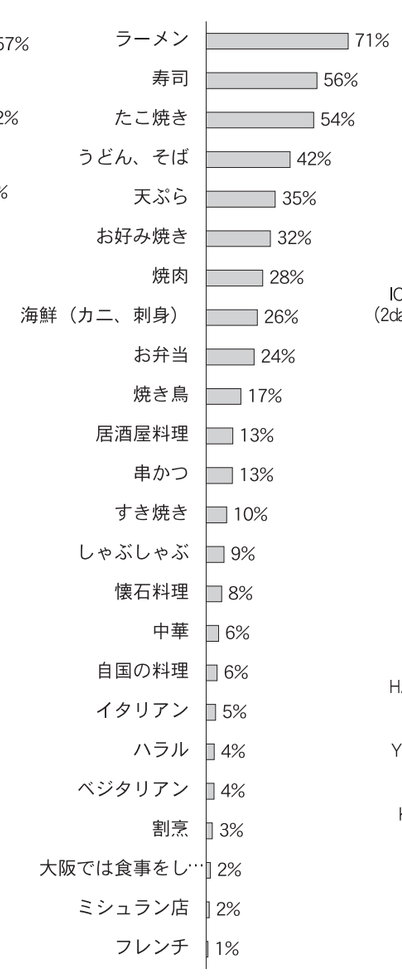


ショッピング・グルメへの関心(N3903)

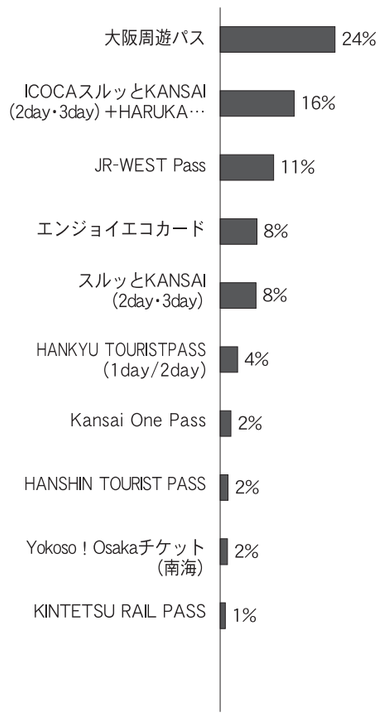
【大阪で買ったもの】



【大阪で食べたもの】



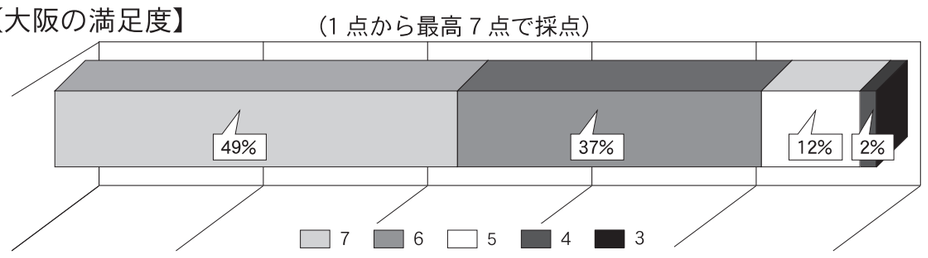
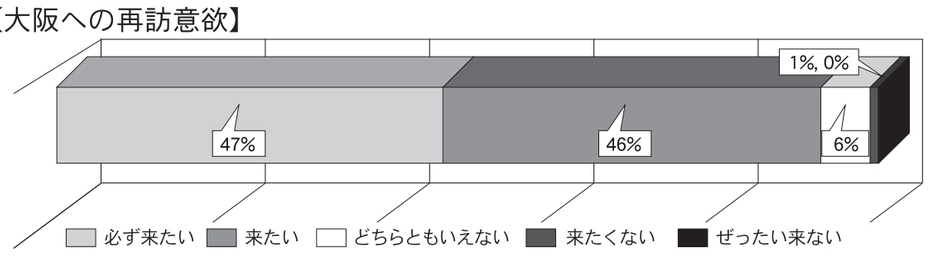
【利用した交通チケット】



※いずれも複数回答

満足度と再訪意欲（N3902）

【大阪の満足度】（1点から最高7点で採点）



【大阪への再訪意欲】