

「きれいなトイレで観光地のイメージアップ」

# 訪日外国人旅行者の7割以上が回答

## TOTOが調査

住宅設備機器などを製造・販売するTOTO（本社＝福岡県北九州市）はこのほど、日本に観光目的で来た外国人を対象に「トイレに関するアンケート調査」を行った。それによると、きれいなトイレで観光地のイメージが良くなると回答した人の割合が73.3%と、7割以上を占めた。また観光地に再び訪れやすくなる要因、訪れにくくなる要因は、前者で2位、後者で1位がトイレに関すること。温水洗浄便座は、55%と過半数が求めていることも分かった。

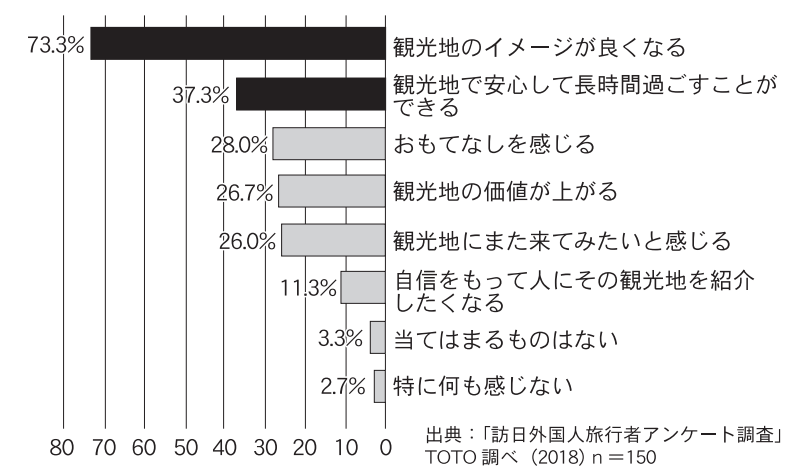
### 【調査概要】

実施時期＝2018年7月

調査方法＝街頭調査（京都市内）

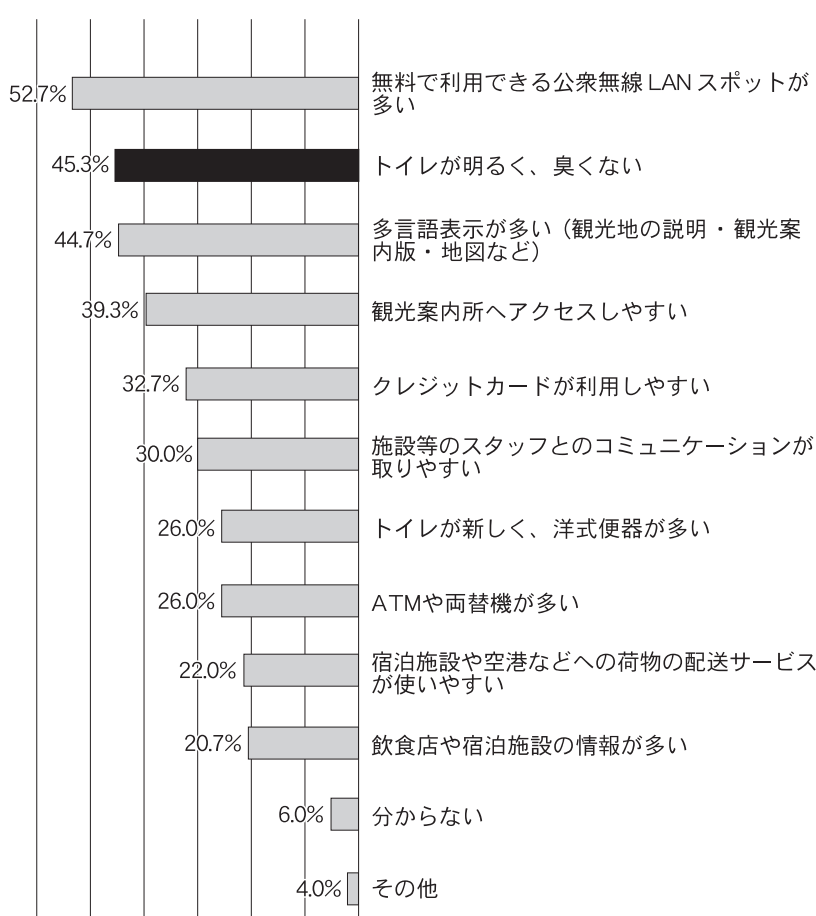
調査対象＝日本に観光目的で来日し、観光地または移動にかかる周辺施設の公衆トイレを利用した訪日外国人150人

Q1（日本の観光地および移動にかかる周辺施設について）  
公衆トイレの設備が整備され、清掃が行き届いていると、どのように  
思いますか（複数回答）

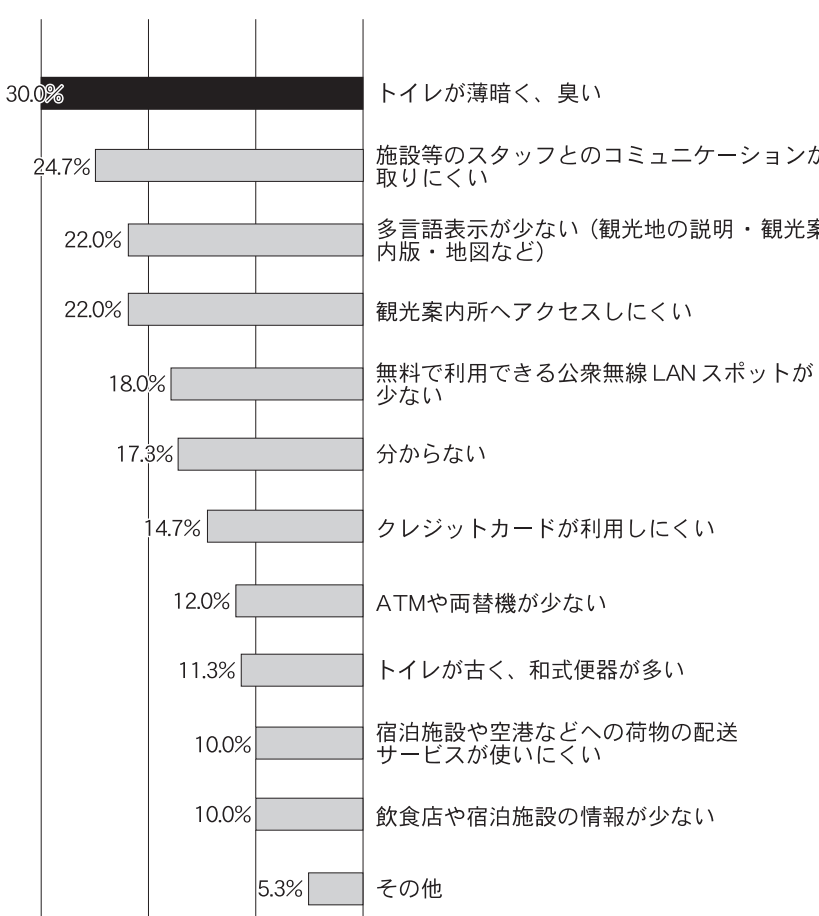


群を抜いて、「観光地のイメージが良くなる」（73.3%）が1位となり、次いで「観光地で安心して長時間過ごすことができる」（37.3%）が2位となった。公衆トイレに対する好印象が、観光地のイメージアップにつながるだけでなく、長時間滞在の安心感にもつながることがうかがえる。

Q2（日本の観光地および移動にかかる周辺施設について）  
どのように整備されていると「また訪れやすくなる」と思いますか（複数回答）

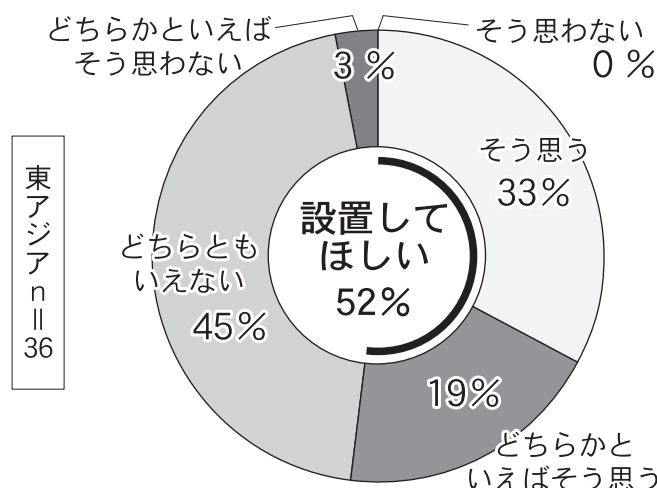
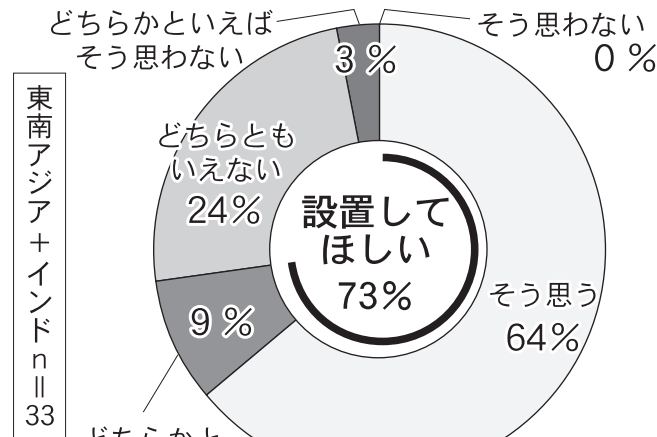
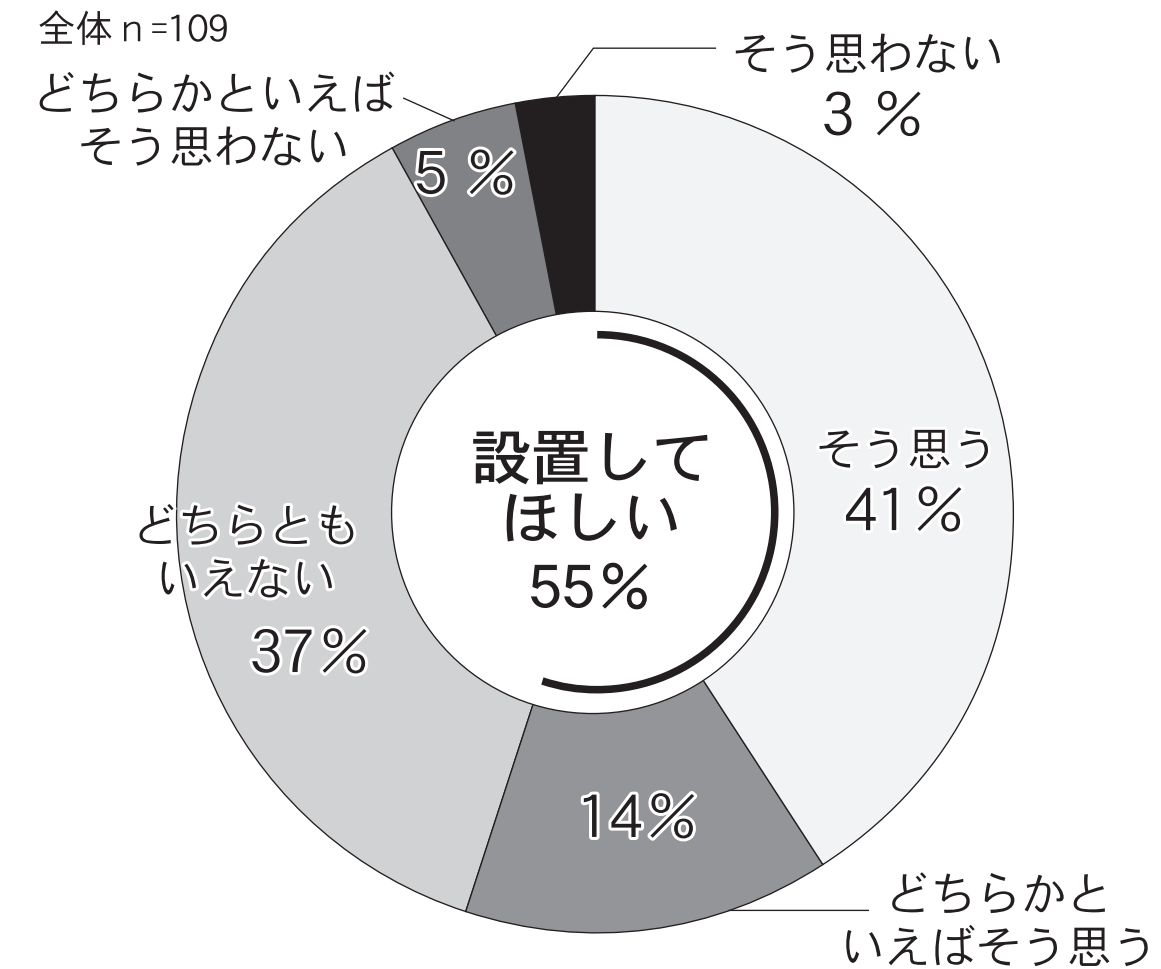


Q3（日本の観光地および移動にかかる周辺施設について）  
どのように整備されていないと「もう訪れにくくなる」と思いますか（複数回答）



Q2およびQ3は、日本の観光地および移動にかかる周辺施設の整備状況とリピートの関係性を探る目的の質問。Q2では、「訪れやすくなる要因」の1位は「無料で利用できる公衆無線LANスポットが多い」（52.7%）だったが、次いで「トイレが明るく、臭くない」（45.3%）が2位となった。Q3はQ2とは逆に、「訪れにくくなる要因」を聞いたところ、「トイレが薄暗く、臭い」（30.0%）が1位となった。観光地および周辺施設で整備すべきものとして、情報サービスやインフラ、コミュニケーションの問題などさまざまな項目があるが、中でもトイレの整備状況は、訪日リピーターの集客数を大きく左右する要因の一つといえる。

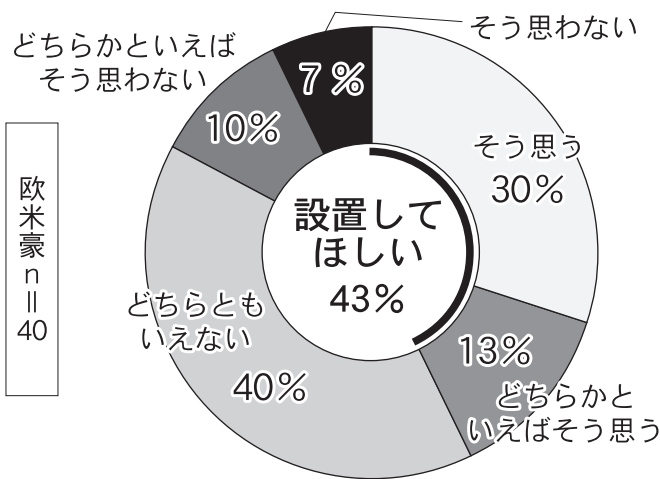
Q4 温水洗浄便座を設置してほしいと思いますか（日本の観光地および移動にかかる周辺施設のトイレについて、主に洋式トイレを利用した人）



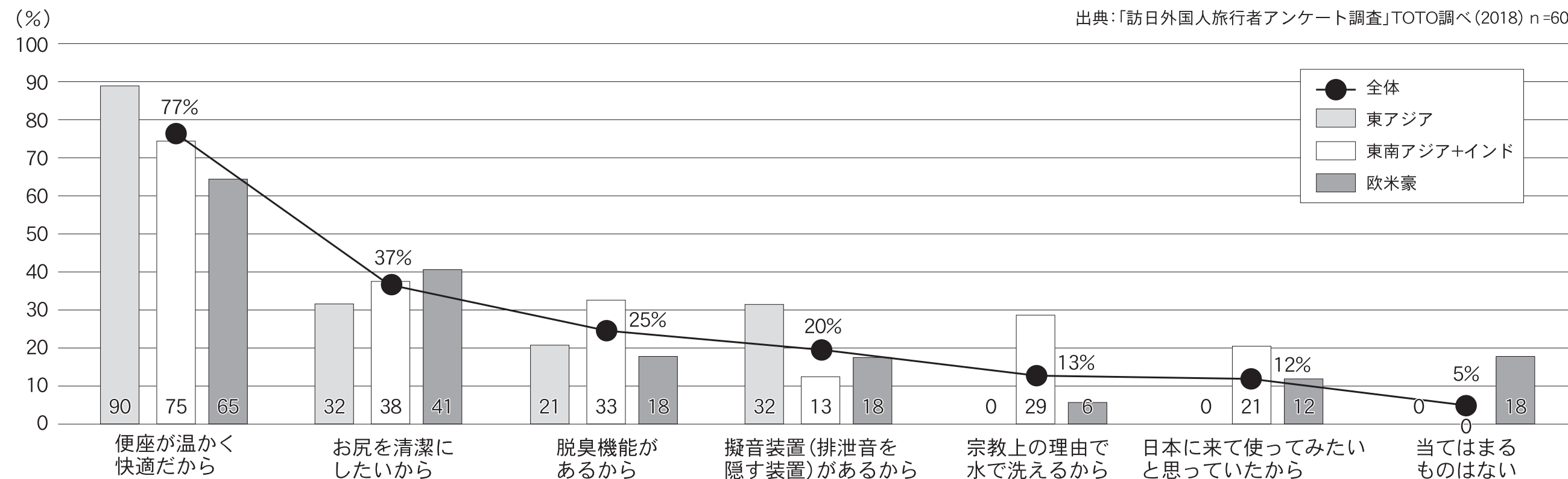
全体では、「そう思う」（41%）および「どちらかといえばそう思う」（14%）を合わせ、55%が温水洗浄便座の設置を希望していることが分かった。温水洗浄便座は、訪日外国人旅行者の過半数からの支持を得ていることが分かる。

特に、東南アジア+インドでは73%と、お尻を洗い流す習慣がある国や地域からの支持が高く、習慣の違い等による地域差があることがうかがえる。

（「日本の観光地および移動にかかる周辺施設のトイレについて、主に使用したトイレは洋式・和式トイレのどちらですか」の設問で、洋式トイレと回答した109人が対象＝小便器のみの利用、不明は除外）



Q5 Q4で「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と回答した理由は（複数回答）



全体順位では、1位が「便座が温かく快適だから」（77%）、次いで「お尻を清潔にしたいから」（37%）が2位となり、温水洗浄便座の快適、清潔な機能が支持されていることが分かった。

エリア別に見ると、東南アジア+インドでは「脱臭機能があるから」と「宗教上の理由で水で洗えるから」、東アジアでは「擬音装置があるから」という回答が目立つ結果となった。