

# “外交官向けインバウンド需要アンケート調査”

---

- 結果分析 -

令和4年7月25日



福井市  
おもてなし観光推進課 国際室

## はじめに

---

コロナ禍においては、多くの人の価値観に何らかの変化が生じる中、今一度、外国人がどのような要素を日本への旅行に求めているかなどを把握するため“外交官向けインバウンド需要アンケート調査”(以下、「調査」とする)を令和4年5月に実施しました。

特命全権大使 6名からの直接の回答を含め、駐日外国公館に勤務する外交官からの貴重な意見をとりまとめましたので、この結果を公表いたします。

外交使節団の長で最上級の階級

### 実施目的

約2年ぶりに観光目的の入国が解禁され、さらに急激な円安により日本へのインバウンド(外国人観光客)需要が高まっているとされています。北陸新幹線福井開業も見据え、外国人から“選ばれる”観光地となるよう、彼らが求めている需要を把握するための調査を実施しました。

### 調査対象

調査対象は、日本国内の大使館など駐日外国公館に勤務する外交官としました。理由としては、彼らの消費活動の傾向や価値観などは、日本を訪れる一般の外国人観光客と差異がないこと、また日本で過ごす数年間に、少しでも日本を知ろうと様々な観光地を積極的に訪れており実体験も豊富であること、さらに公人であり身元・所属が明らかで、調査が実施しやすい点などがあります。

駐日外国公館：154館

(アジア20館、大洋州9館、北米2館、中南米21館、欧州50館、中東15館、アフリカ39館)

実際に送ることが出来た数：145館

### 調査方法

駐日外国公館が有するメールアドレス、もしくは公式ウェブサイト入力フォームを通じ、インターネット上に設置したアンケートへの回答を依頼しました。

### 調査期間

令和4年5月16日(月)～同31日(火)

### 有効回答数

54人

駐日外交官の総数は公表されていません。



### 結果の活用

今後、インバウンド推進に資する事業を実施する上で活用していきます。

今回の調査では、“日本国内の旅行で求められている要素”や行動の傾向、外国人旅行者への効果的なプロモーション手段などを把握するため19の質問を用意し、特命全権大使6名からの回答を含め、54の回答を得ることができました。サンプル数として多くはありませんが、こうした日本駐在の外交官向けの調査が実施された例は確認できないことから、長期にわたるコロナ禍にあって大変貴重なデータを収集することができたと考えています。

回答から、より外国人の動態に則した効果的な施策を展開する上で参考となる、新たな発見・気付きも得ることができたため、今後の市の取組とともに以下に記載します。

### 特定の観光ウェブサイトでの福井市プロモーション

#### 新たな発見・気付き

日本での旅行に求める要素として、全体で8割超の方が「自然・歴史」を選択。関心があることでは「歴史」が最多、「伝統文化（歌舞伎、相撲、舞妓など）」が続き、日本庭園にも興味関心が高い。

また旅行先を決める情報源として半数近くを特定ウェブサイトが占め、さらに3割が口コミによるもの。SNSによって旅行先を選ぶケースは、10%程度にとどまる。

#### 市の取組

今後、特定のウェブサイトにおいて、福井の観光についての記事掲載実施に向けて検討し、福井の「歴史・自然」を積極的に周知していく。

### レンタカー会社でのインバウンド誘致の仕掛け

#### 新たな発見・気付き

居住地から旅先までの移動方法では「電車・車」が85%を占め、旅先での移動方法では「車・電車・バス」が9割近くを占めた。旅先でのレンタカー利用も2割近くある。

#### 市の取組

レンタカー利用では、小松空港に到着後にレンタカーの利用を開始することも想定される。このため、JR福井駅は言うまでもなく、観光ルートの出発地となりうるレンタカー会社への観光パンフレット設置など、福井へと足を運ぶ仕掛けを検討する。

### 観光客の属性に応じたプロモーション展開

#### 新たな発見・気付き

旅行の企画方法を尋ねると、全体では「ツアーではなく自ら自由に旅行をしたい」という個人旅行の需要が7割を超え、アジア・中東のみ、ツアーへの興味・関心を示した。

#### 市の取組

アジア圏からのインバウンド誘致のためのプロモーションは、これまでどおり旅行代理店への情報提供を継続することで効果が望める。一方、自由な旅行形態を希望する欧米からのインバウンドには、特定のウェブサイトにおける情報発信を進める。

## 翻訳アプリを利用した“おもてなし”の推進

### 新たな発見・気付き

日本人と多言語でコミュニケーションをとれるよう、すでに多くの外国人が翻訳アプリを自らのスマートフォンに備えており、これらのアプリでほぼ通常どおり会話できる。

### 市の取組

翻訳アプリ（Google Translator など）の便利さ・有用性を体感し、使用感を掴んで安心感が増せば、それだけ外国人観光客への苦手意識も薄れる。「観光おもてなし講習会」の枠組みの中で、接客業従事者などを対象に「アプリを使用した外国人との会話練習セミナー」を実施することで、市民レベルでのおもてなしを推進していく。

## 観光情報発信で使用する SNS の選別

### 新たな発見・気付き

主に使用している SNS では、「Facebook」が約 4 割、次いで「Instagram」が約 3 割。「Twitter」も含め、これら 3 種のいずれかの SNS を使用する人は、9 割近くとなる。

### 市の取組

日本での SNS 利用の現状と外国人の使用実態は大きく異なる。SNS によって旅行先を選ぶケースは多くないとはいえ、本市が誘客ターゲットとしているアジア・欧米で利用頻度が最も高い「Facebook」を通じた情報発信を検討する。

印象的だったのは、すでに翻訳アプリは実用レベルに達しており、多くの外国人がこれを利用しているという点です。我々日本人もすでに 7 割近くがスマートフォンを所有（総務省「通信利用動向調査」）していることから、こうした無料アプリをダウンロードしておくことで、「英語ができないから」という理由で外国人への対応を恐れる必要はないかもしれません。最新技術に助けてもらいながら外国人とのふれあいを無理なく楽しむという心掛けを、広く市民の皆様も含めて誰もが持つことができれば、これもおもてなしの一つになり得ます。

一方、観光庁など各種団体によるこれまでの調査等でみられた課題（「多言語表示」や「無料公衆無線 LAN（Free Wi-fi）」への需要）がこの度の調査においても見られたことから、本市のインバウンド推進のための施策は今後も継続し、的を絞った集客プロモーション、外国人観光客が旅行に求めている要素にマッチした PR、観光客が訪れる場所のサービス向上などを効果的に進めていきます。

行政、観光事業者や関係機関、交通事業者、サービス事業者、そして市民が一体となったオール福井でのおもてなしの強化のため、ともに取り組んでいきましょう。

「福井市観光振興計画（R2～R6）」に定める





## 質問項目と回答選択肢

質問 / 回答	
Q 1	あなたが日本国内を旅行するときの平均的な旅行期間は何日間ですか？
A 1	1-2 (weekend) / 3-4 / 5-7 / more
Q 2	あなたは年に何回くらいの休暇をとり、日本国内を旅行していますか？
A 2	1-3 / 4-6 / 7-10 / more
Q 3	その旅行には、いつも誰と行きますか？
A 3	家族・パートナーと / 日本人ではない友人と / 日本人の友人と / 一人で
Q 4	旅行にいく一行は、平均的に何人くらいになりますか？
A 4	1 / 2 / 3-5 / more
Q 5	旅行の行先や日程はどれくらい前に立てますか？
A 5	2週間くらい前 / 2週間~1か月前 / 1か月~2か月前 / more
Q 6	これまでの日本の旅行先で、どの観光地や街が気に入っていますか？その理由は？
A 6	(自由回答)
Q 7	日本国内での旅行先を、どの情報源から選び、決めていますか？ Websiteであれば、そのサイトとは？
A 7	Instagram / Facebook / Twitter / website / 本やパンフレット / 人の紹介 / その他( )
Q 8	日本での旅行にどのような要素を求めていますか？
A 8	自然の中でのリラックス / 歴史的な場所の見学 / おいしい料理 / 日本人とのふれあい / 寺院・仏教・禅・瞑想 / その他( )
Q 9	日本の何に一番興味がありますか？
A 9	伝統工芸(打ち刃物、陶芸、漆塗り、紙すきなど) / 伝統文化(歌舞伎、相撲、舞妓など) / 地方の祭り / 寺院・神社など / 日本庭園 / 歴史 / まんが・アニメ / その他( )
Q 10	どんな宿泊施設に泊まりたいですか？
A 10	モダンなホテル / 温泉・日本的な旅館 / ゲストハウス / 古民家など
Q 11	日本国内を旅行するとき、現地までの主な移動手段は何ですか？
A 11	電車 / 飛行機 / 車 / その他( )
Q 12	日本国内を旅行するとき、現地での主な移動手段は何ですか？
A 12	電車 / バス / 車(レンタカー含む) / タクシー / その他( )
Q 13	決まった行程に対して料金を支払い、他の参加者と同行するパッケージツアーよりも、自分で計画して自由に旅行をしたいですか？
A 13	はい / いいえ / そうしたツアーがあれば利用したい

質問 / 回答

Q14 日本国内を旅行するときに、食事で困ることはありますか？

A14 何も問題ない / ベジタリアン・ヴィーガン・ハラール対応の店が少ない / 英語メニューが用意されていない / その他( )

Q15 旅先で言語を理由に日本人とのコミュニケーションで困ることはよくありますか？ どうやってそれを解決していますか？

A15 よくある / たまにある / 滅多にない / 解決方法( )

Q16 観光地では、外国からの旅行者のために Free Wi-Fi が整備されている必要があると思いますか？

A16 はい / いいえ / 私には必要でないが、他の人は必要かもしれない

Q17 日本国内で主に使用する決済方法は何ですか？

A17 現金 / クレジットカード・デビットカード / スマートフォンでのQR決済 / その他( )

Q18 日本でぜひ体験してみたいことがあれば教えてください。

A18 (自由回答)

Q19 あなたが主に利用しているソーシャルメディアと、そこであなたをフォローしている人数を教えてください。

A19 Instagram / Facebook / Twitter / その他( ) / フォロワー数( )

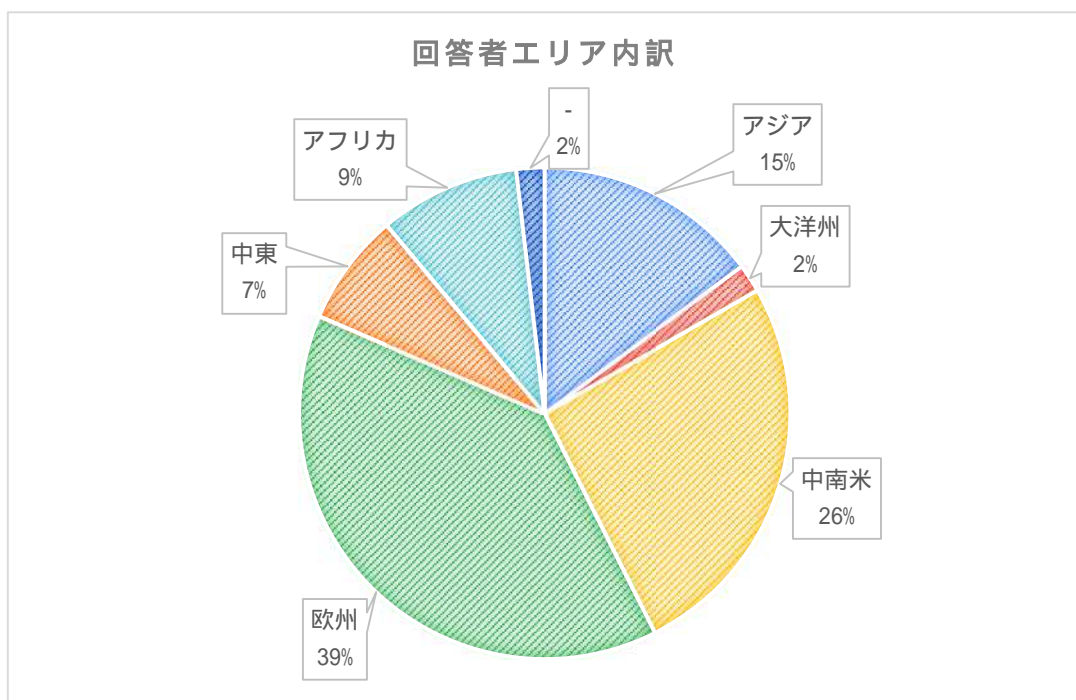


## 回答のあった駐日外国公館

国名およびエリア分けの表記・取扱いは外務省に準ずる。

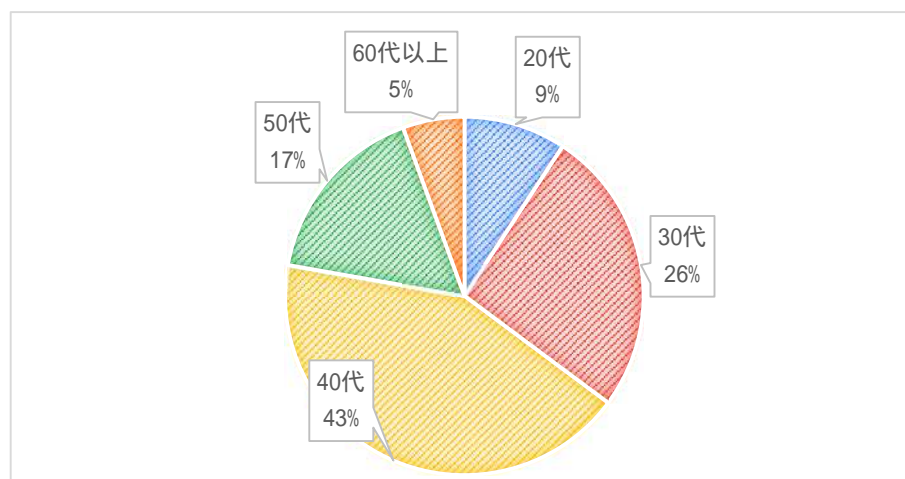
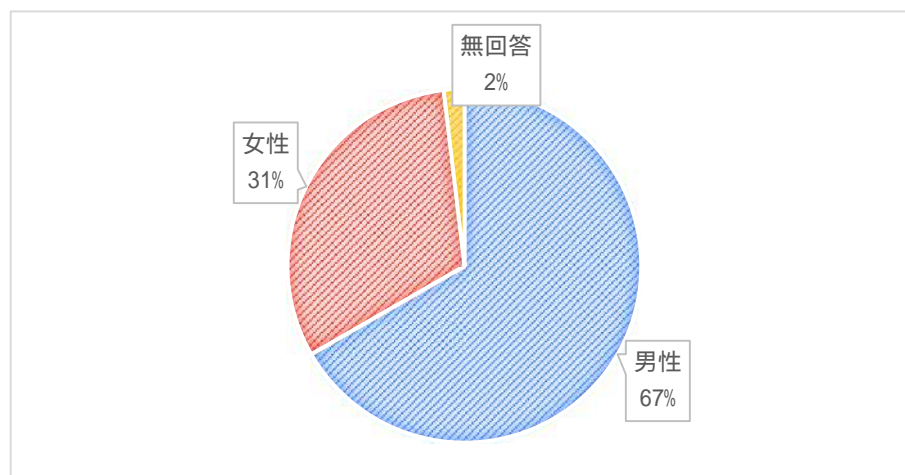
エリア / 国名	回答数
<b>アジア</b>	<b>8</b>
パキスタン・イスラム共和国	3
スリランカ民主社会主義共和国	2
ラオス人民民主共和国	1
バングラデシュ人民共和国	1
カンボジア王国	1
<b>大洋州</b>	<b>1</b>
ニュージーランド	1
<b>中南米</b>	<b>14</b>
メキシコ合衆国	5
チリ共和国	2
コスタリカ共和国	2
ベルー共和国	1
ベネズエラ・ボリバル共和国	1
コロンビア共和国	1
ウルグアイ東方共和国	1
アルゼンチン共和国	1
<b>欧州</b>	<b>21</b>
ノルウェー王国	5
ハンガリー	2
スロベニア共和国	2
リトアニア共和国	1
マルタ共和国	1
ポルトガル	1
チェコ共和国	1
スペイン王国	1
スイス	1
コソボ共和国	1
クロアチア共和国	1
ギリシャ	1
カザフスタン共和国	1
オランダ王国	1
オーストリア共和国	1

<b>中東</b>	<b>4</b>
ヨルダン・ハシェミット王国	3
トルコ共和国	1
<b>アフリカ</b>	<b>5</b>
モザンビーク共和国	1
マラウイ共和国	1
ナミビア共和国	1
ジブチ共和国	1
カメルーン共和国	1
<b>無記名</b>	<b>1</b>
<b>総計</b>	<b>54</b>



## 回答者の性別・年代

性別	回答数
<b>男性</b>	<b>36</b>
20代	5
30代	11
40代	11
50代	6
60代以上	3
<b>女性</b>	<b>17</b>
30代	3
40代	11
50代	3
<b>無回答</b>	<b>1</b>
40代	1
<b>総計</b>	<b>54</b>



## 回答者の役職

主な役職	個数 /
主席公使	7
大使	6
二等書記官	6
領事	2
公使	2
その他(臨時代理大使、参事官、経済・農業・観光・財務など各担当)	31
<b>総計</b>	<b>54</b>

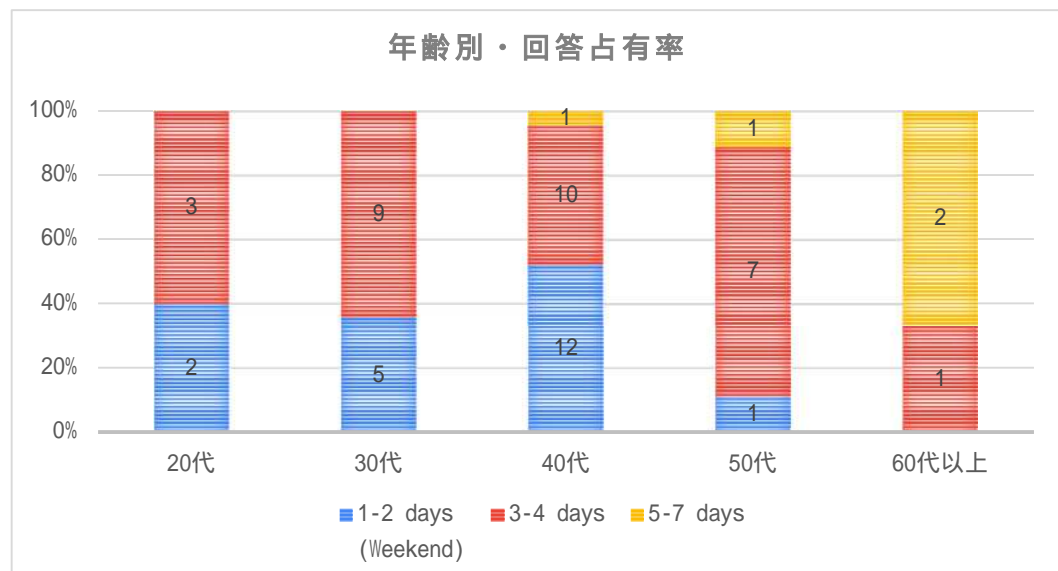
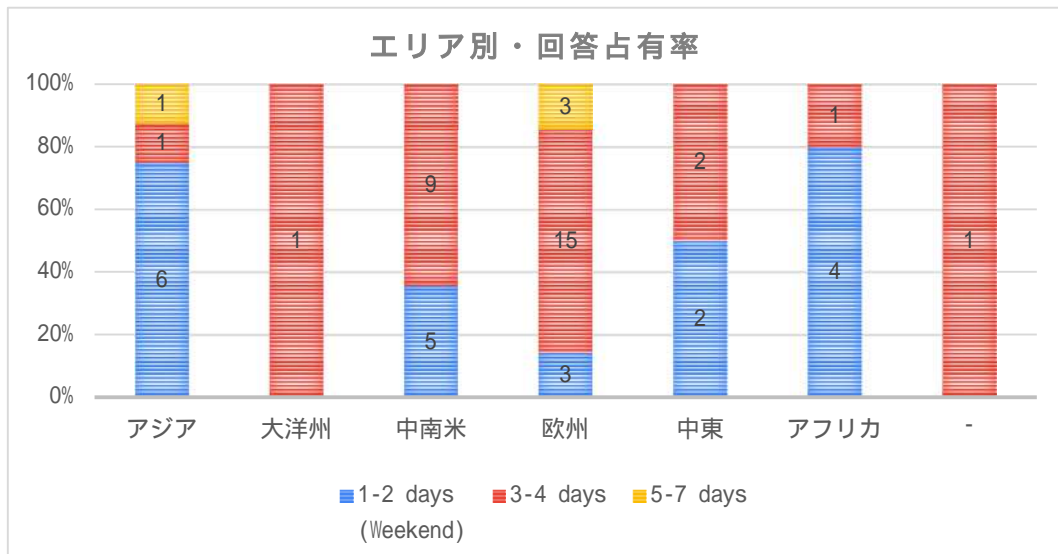
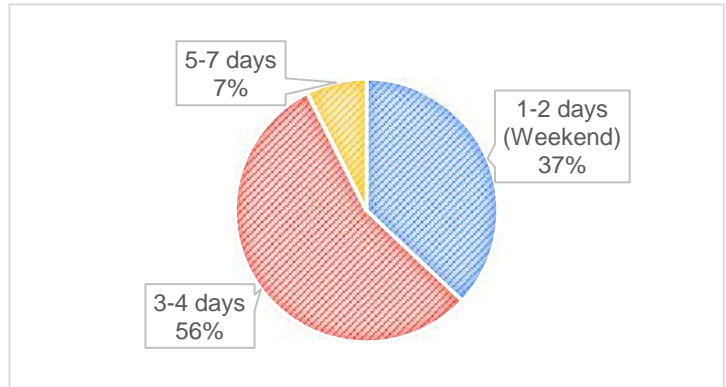




Q1 あなたが日本国内を旅行するときの平均的な旅行期間は何日間ですか？

A1 1-2 (weekend) / 3-4 / 5-7 / more

	個数	率
1-2 days	20	37%
3-4 days	30	56%
5-7 days	4	7%
総計	54	100%

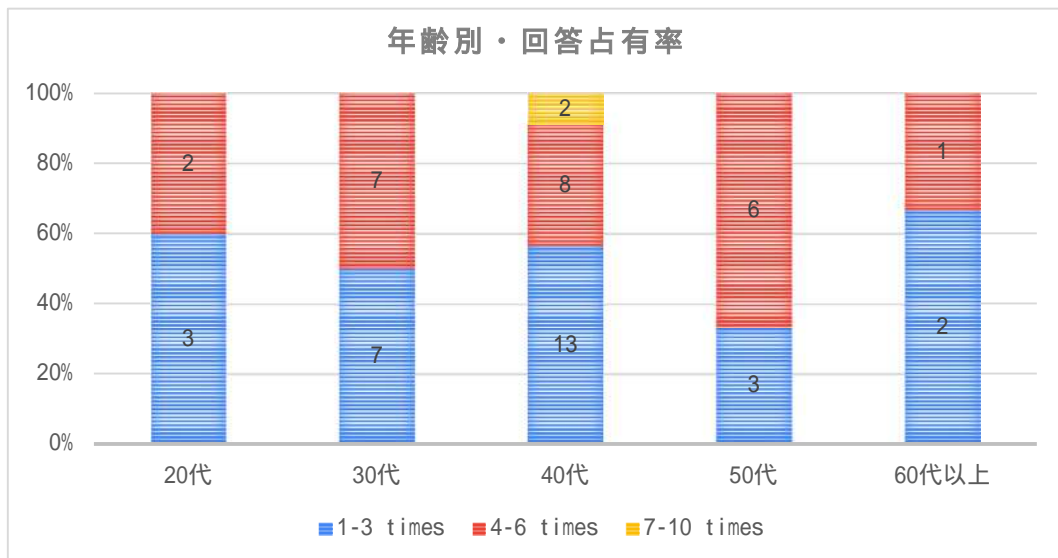
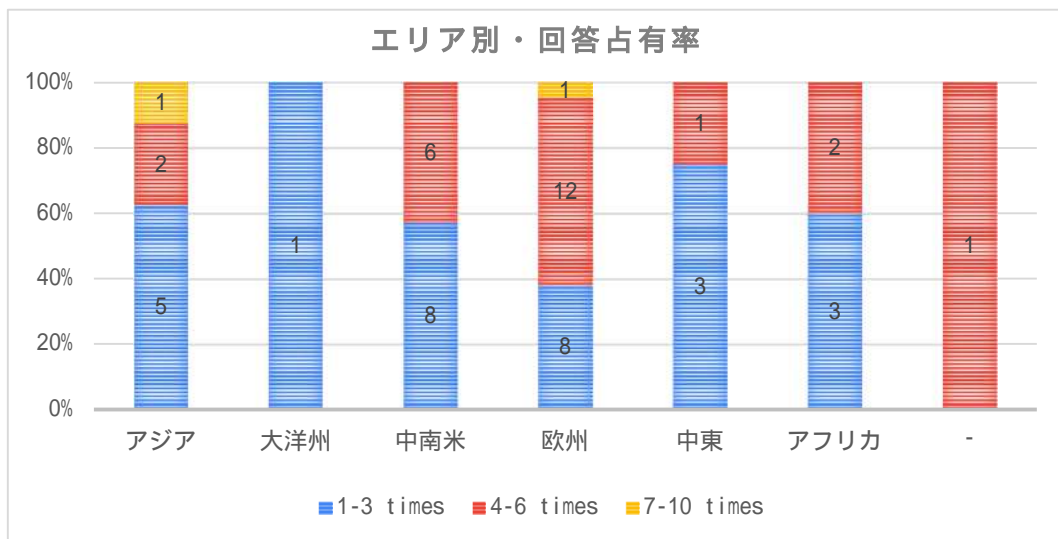
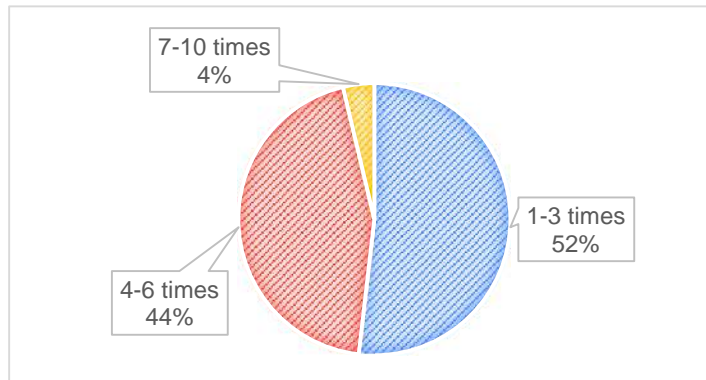


「3～4日」との回答が最も多かった。欧州・中南米における休暇は「3～4日」となるケースが多く、他エリアよりも長い傾向がみられる一方、アジア、アフリカにおける休暇は短い傾向がある。年齢層でみると、全体的には若いほど短く、高齢であるほど長くなるが、40代においてのみ「1～2日」との回答が最も多かった。

Q2 あなたは年に何回くらいの休暇をとり、日本国内を旅行していますか？

A2 1-3 / 4-6 / 7-10 / more

	個数	率
1-3 回	28	52%
4-6 回	24	44%
7-10 回	2	4%
総計	54	100%

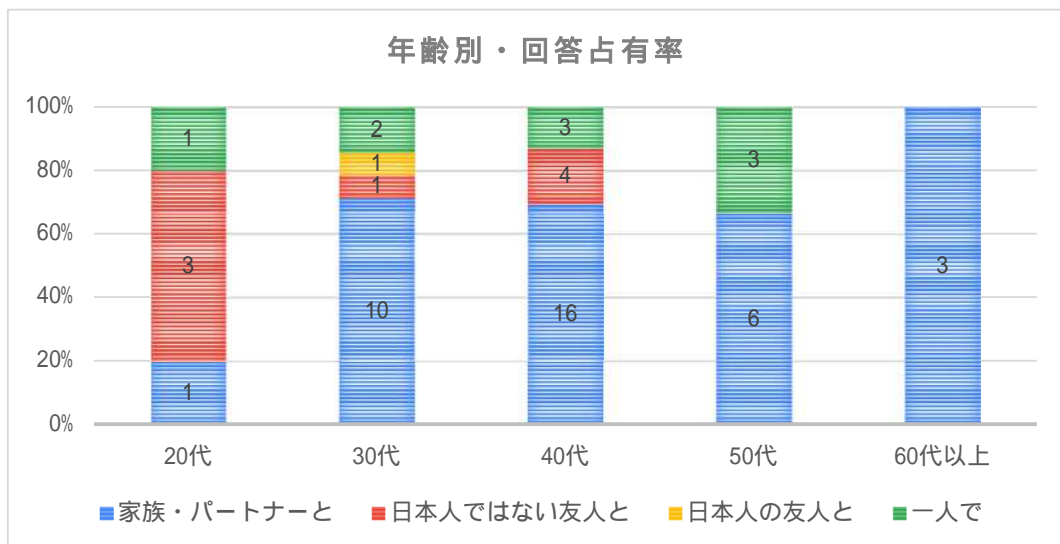
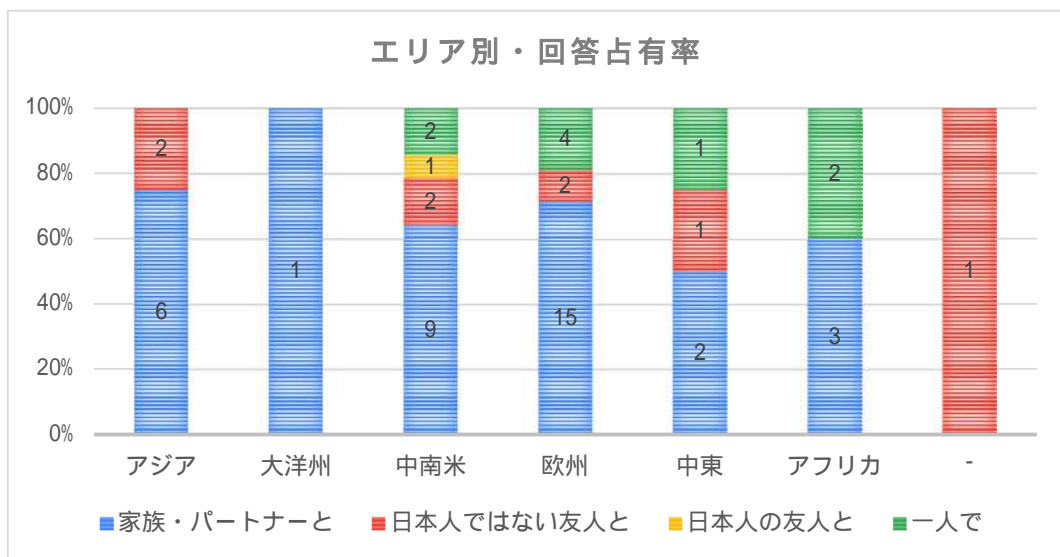
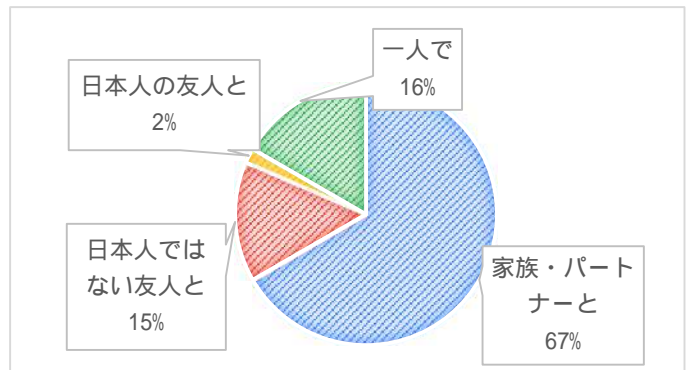


「1～3回」、次いで「4～6回」に回答が集中した。エリア別にみると、「1～3回」との回答が多い中、特に欧州において他に比べて休暇の取得回数が多い傾向がみられた。「7～10回」の回答は40代でのみ見られ、前問を鑑みると、滞在時間は短くとも週末を利用して国内旅行を多く実施していることが伺える。

Q3 その旅行には、いつも誰と行きますか？

A3 家族・パートナーと / 日本人ではない友人と / 日本人の友人と / 一人で

	個数	率
家族・パートナーと	36	67%
日本人ではない友人と	8	15%
日本人の友人と	1	2%
一人で	9	17%
総計	54	100%

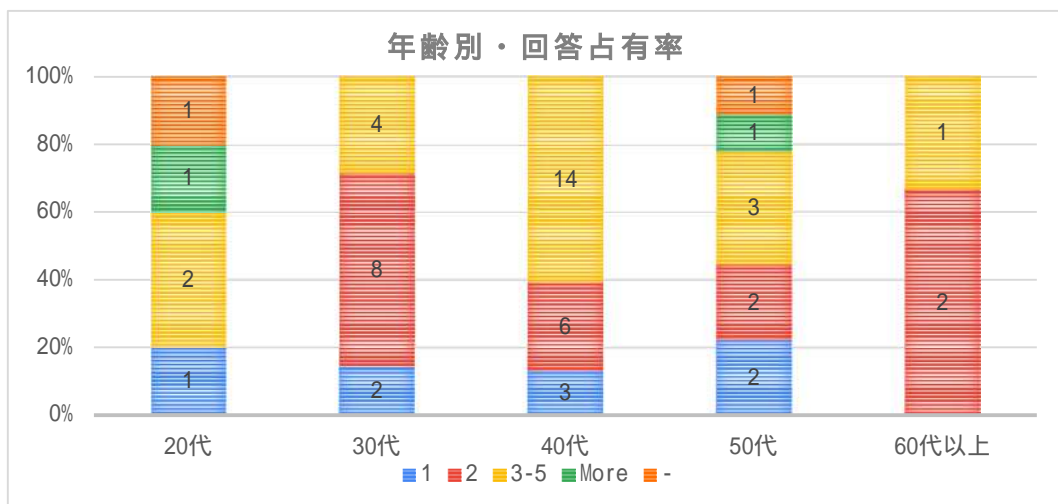
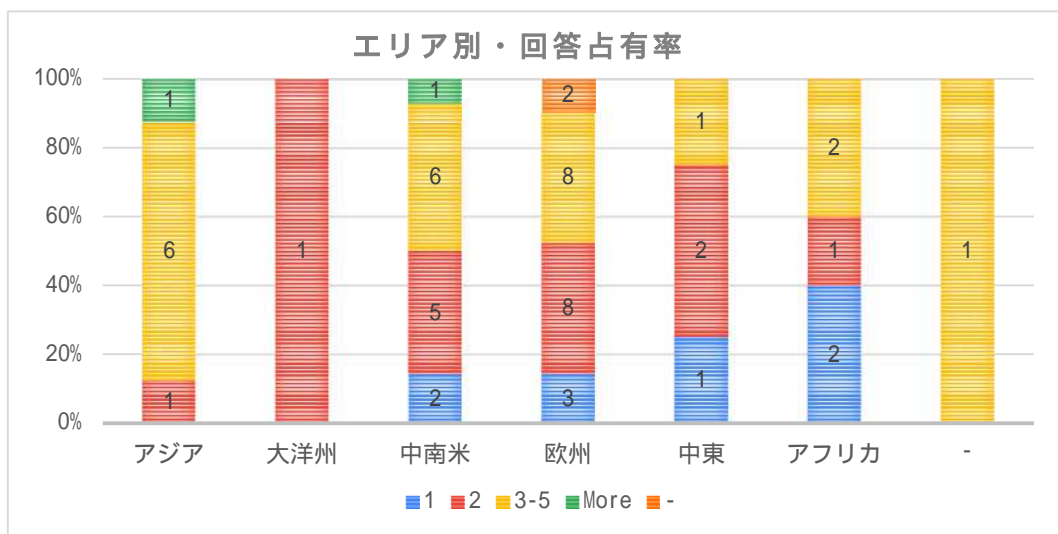
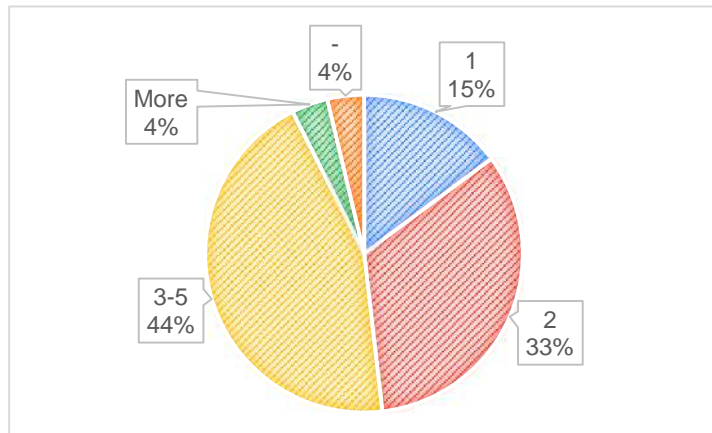


「家族・パートナーと」旅行に行くという回答が多くを占めた。年齢別でみると20代でのみ友人との旅行が多く見られ、以降の世代は「家族・パートナーと」の回答が増えており、結婚や子の出生により生活スタイルが変化するためと推察できる。全体を通して、「日本人の友人と」旅行する機会は多くないため、言語の問題を同行者が解決できるケースは少なそうだ。

Q4 旅行にいく一行は、平均的に何人くらいになりますか？

A4 1 / 2 / 3-5 / more

	個数	率
1人	8	15%
2人	18	33%
3-5人	24	44%
さらに多い	2	4%
無回答	2	4%
総計	54	100%

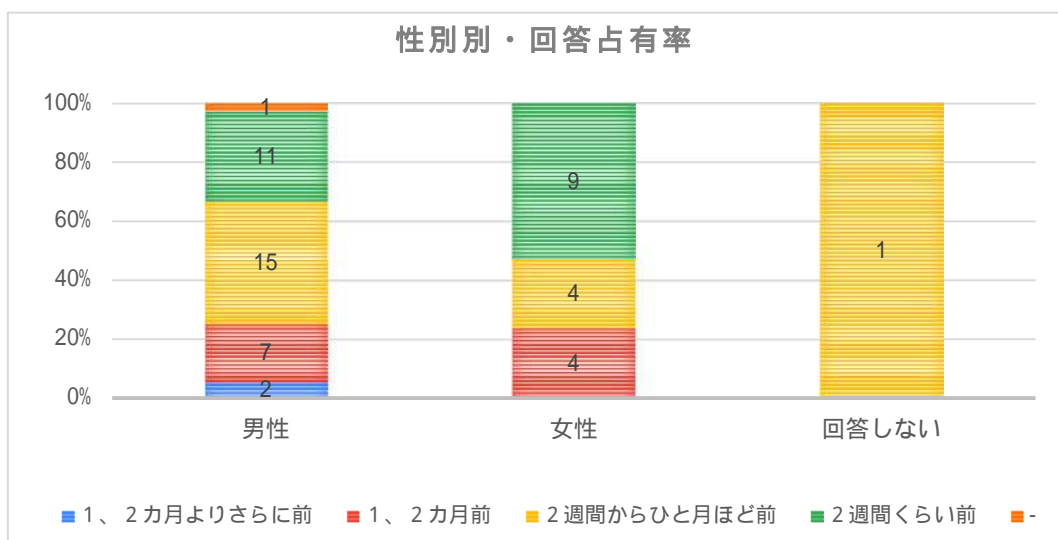
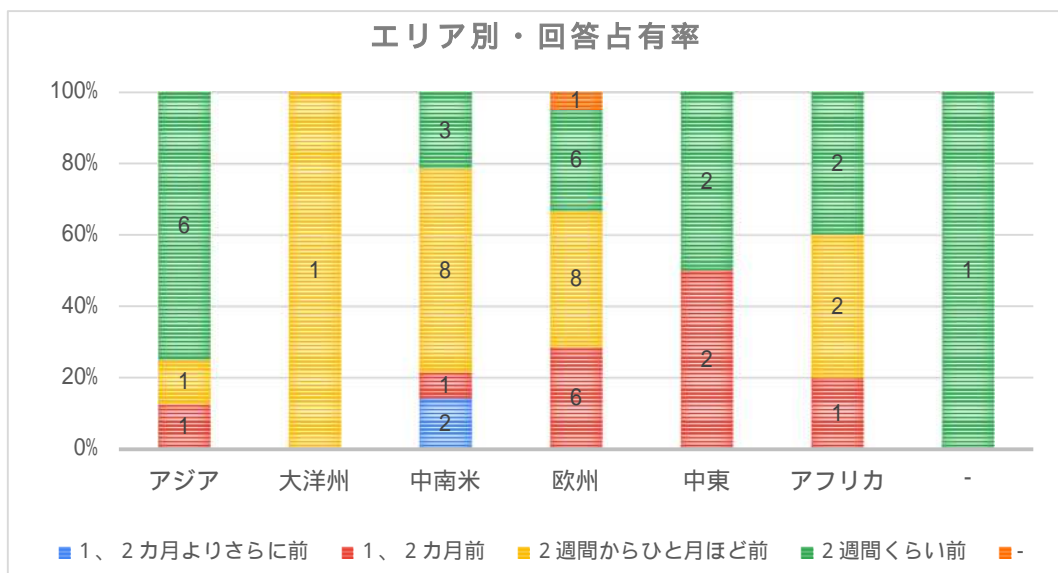
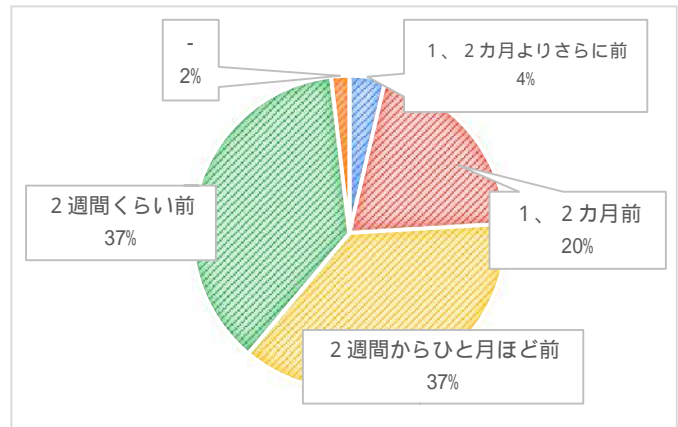


「2人以上、5人まで」で旅行するケースが大半を占め、この傾向はどのエリアでも共通する。サンプルは少ないがアジアの国、また年齢別では20代・50代が、団体行動を好む傾向があった。なお、性別による回答への差異は認められなかった。

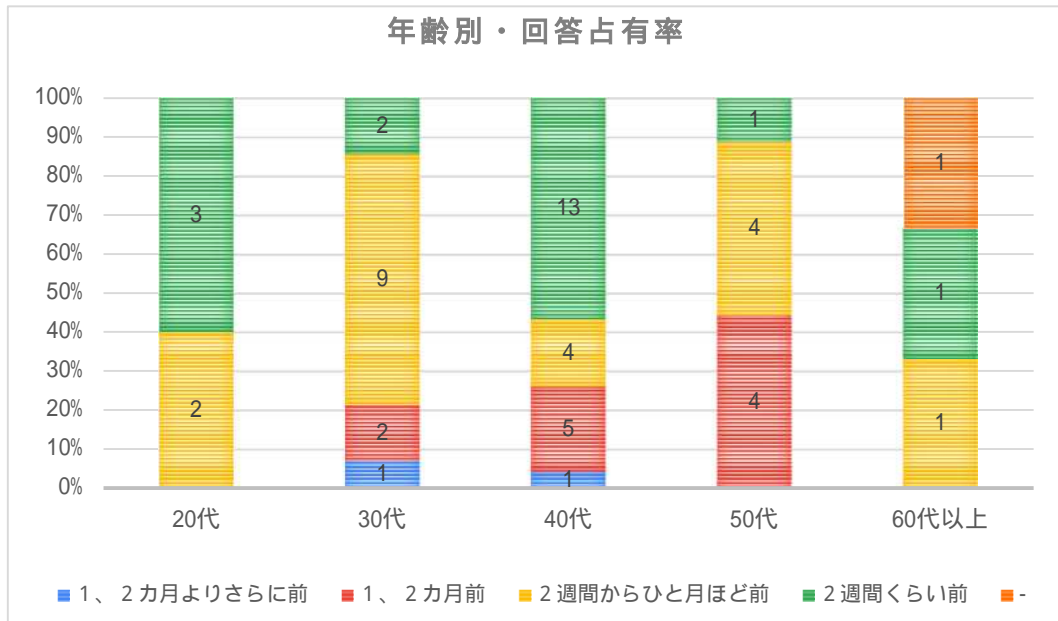
Q5 旅行の行先や日程はどれくらい前に立てますか？

A5 2週間くらい前 / 2週間~1か月前 / 1か月~2か月前 / more

	個数	率
1、2カ月よりさらに前	2	4%
1、2カ月前	11	20%
2週間からひと月ほど前	20	37%
2週間くらい前	20	37%
無回答	1	2%
<b>総計</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>







多くが「休暇前の1か月～2週間頃」に、行先や日程を決断することが分かった。今回の調査結果からは、アジアは他に比べ割と遅く、さらに男性は女性に比べより早く行先や日程を決める傾向があるようだが、あくまで個人の性格等による点も大きいと思われる。





Q6 これまでの日本の旅行先で、どの観光地や街が気に入っていますか？その理由は？

A6 (自由回答)

#### 自由回答(一部抜粋)

訪問した場所は全てきれいだったが、中でも京都の歴史と建築はユニークだった。

広島、歴史的な観点から

北海道：美しい風景と食べ物、京都と大阪：食べ物、観光、地元の人々、石垣：素晴らしいロケーション、島の雰囲気

草津、自然と温泉があるから

金沢、京都、長崎：金沢と京都は伝統的な地区が残っている。長崎は、丘があることで。

京都と広島、その地が持つ歴史、文化、建築。

京都、見ること、やることが様々たくさんあるから。

京都、歴史や美しさで溢れているから、それと子どもが楽しめる場所もある。

九州、大自然、素晴らしい場所、温泉があるから

九州、様々な景観や歴史があるから

長野、軽井沢、冬のアクティビティがあるから

長野のスノーモンキー(温泉にはいる猿)：雪の中のトレイルは素晴らしい

沖縄と函館、本州のどの場所と比較してみても、違うところがたくさんあるから

沖縄、美しい気候とビーチ

大阪 人が優しい(友人がたくさんそこに住んでいる)のとおいしい食べ物、日光 景色と自然

大阪。伝統と現代的なものがうまく合わさっている

高山、名古屋、名古屋城、江戸時代のお城が好きだから

山梨(富士山)、その景色と周りを囲む湖があり、とてもクリアで鮮やかだ。旅行者にやさしい場所。

蔵王の樹氷、沖縄、富士山、長野のスノーモンキー



自由回答としたこの項目では、「京都」という回答が非常に多くみられ、「歴史、美しい景観」がその理由として挙げられている。次いで「沖縄・北海道」も多く、本州とは違った自然や気候が好まれている。東京からアクセスが良いリゾート・景勝地として「軽井沢・箱根・日光」などを挙げる回答もみられる。

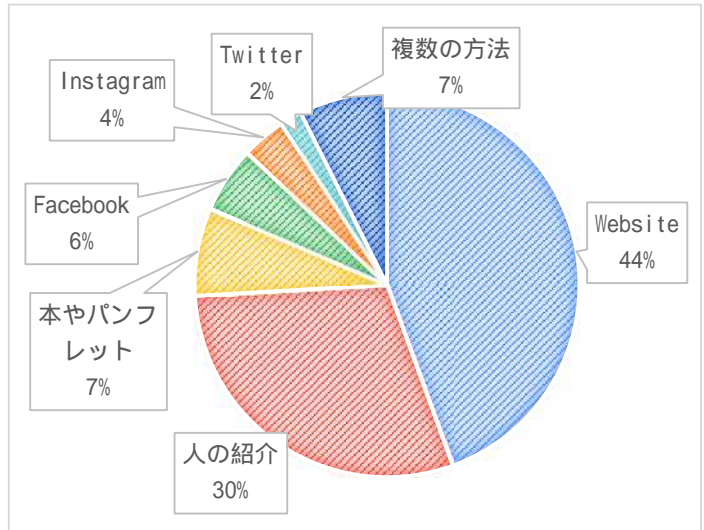
また、外交官としての訪問するケースも多いのか、歴史的な意義を理由として「広島・長崎」との回答もあった。

地方からは、富士山周辺、上高地、金沢、蔵王、奈良、石垣、伊豆など、日本人にとっても観光地として思い浮かぶエリア幅広く挙がり、温泉地として草津、大分にも回答があった。

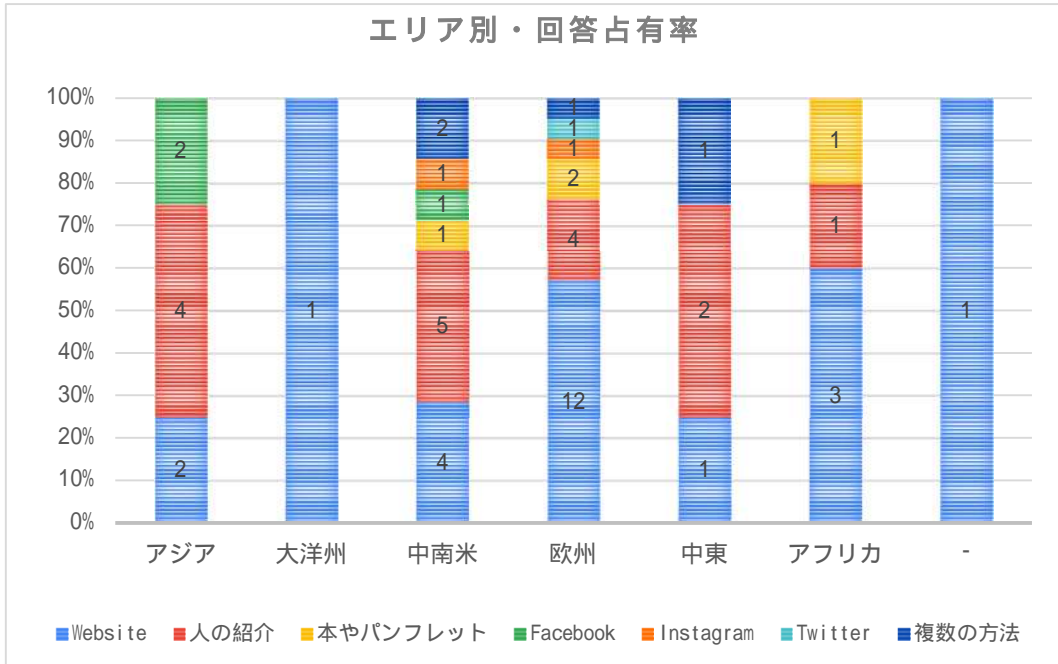
Q7 日本国内での旅行先を、どの情報源から選び、決めていますか？

A7 Instagram/Facebook/Twitter/website/本やパンフレット/人の紹介/その他( )

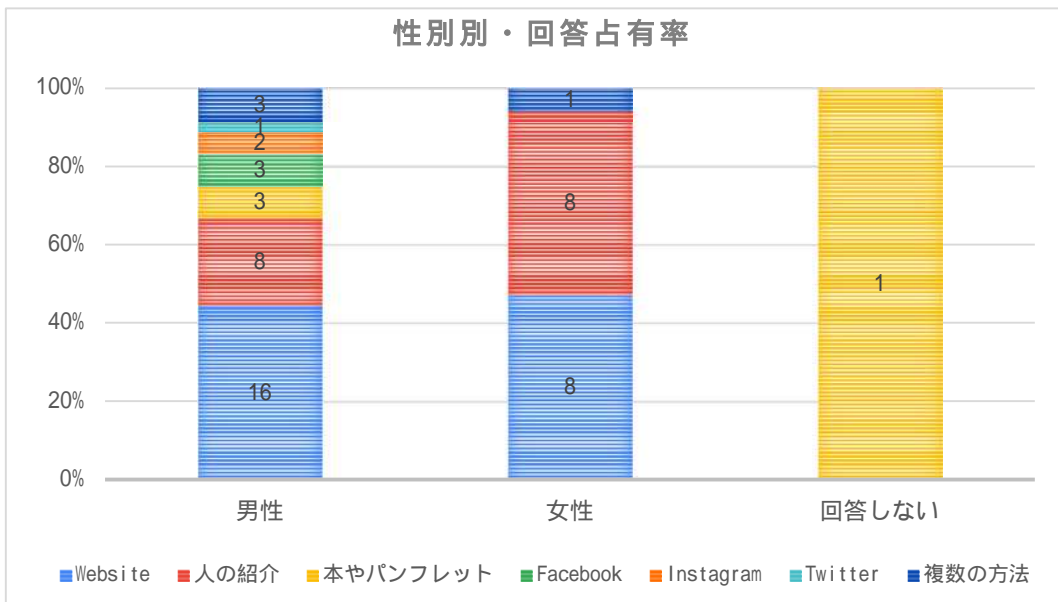
	個数	率
Website	24	44%
人の紹介	16	30%
本やパンフレット	4	7%
Facebook	3	6%
Instagram	2	4%
Twitter	1	2%
上記から複数の方法	4	7%
総計	54	100%

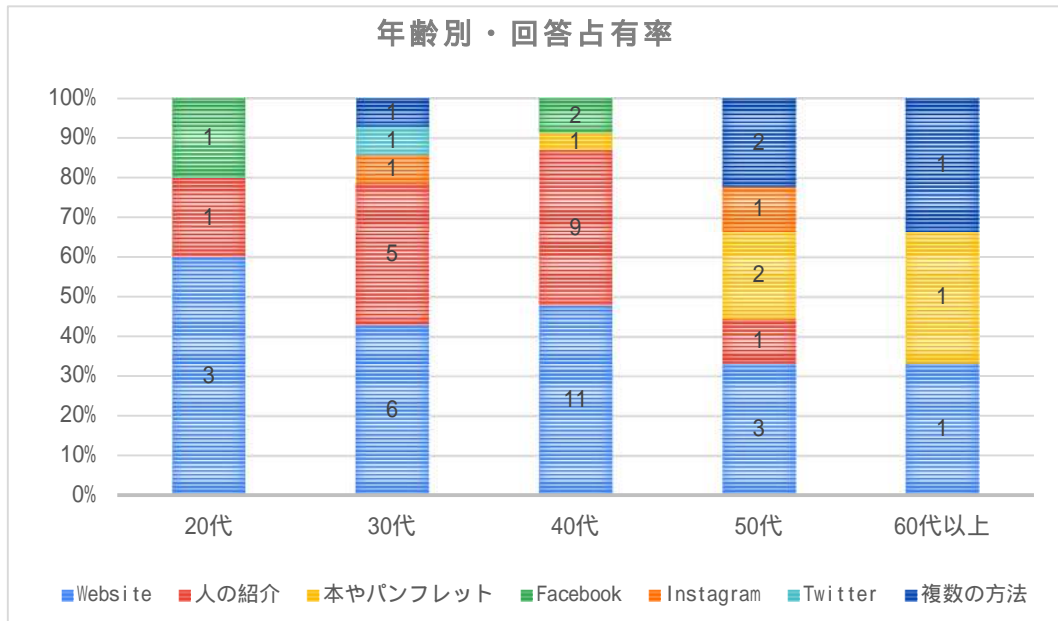


エリア別・回答占有率



性別別・回答占有率





情報源の半数近くを「特定のウェブサイト(検索サイトを含む)」が占め、さらに「人の紹介」、いわゆる口コミによって3割の方が旅行先を決定していることが明らかとなった。また、欧州では特定のサイトから情報を得る傾向が他エリアに比べ顕著で、さらに女性は、人の紹介によってこれらを決定する傾向が男性に比べ強かった。

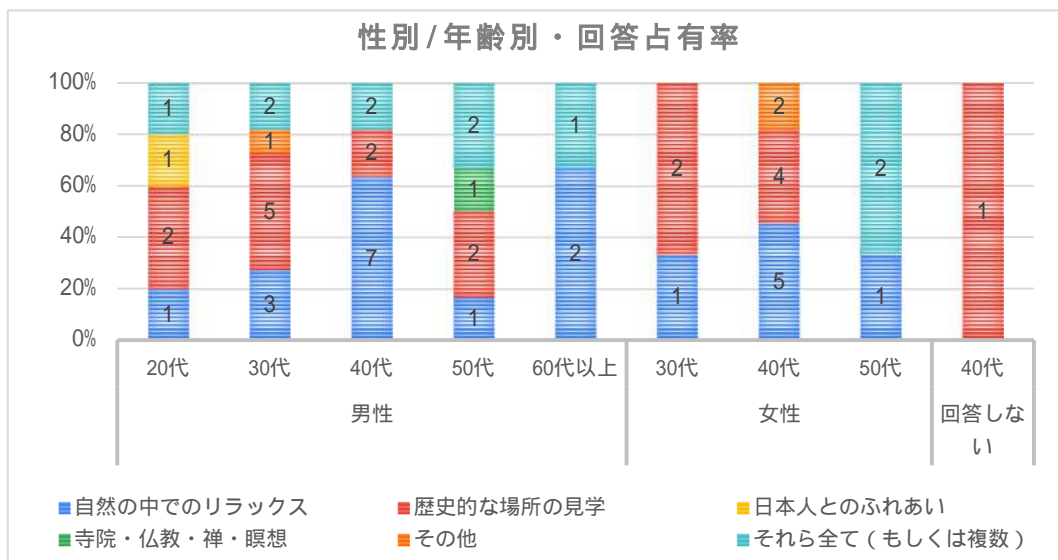
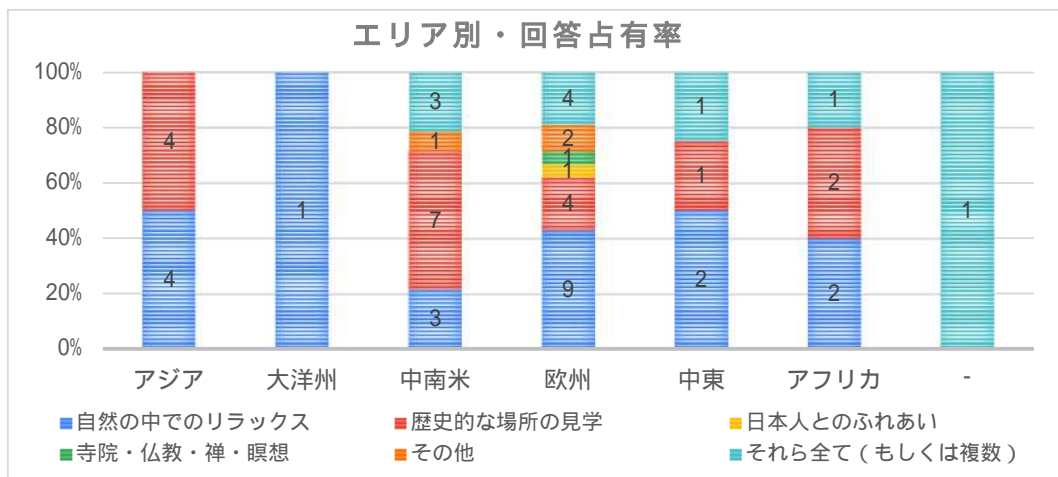
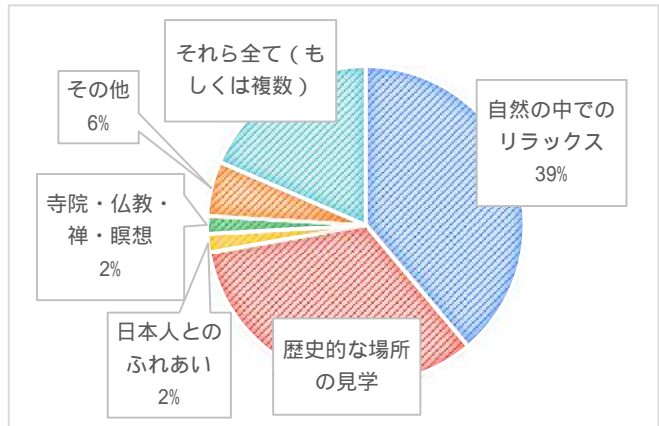
意外なことに「Facebook、Instagram、Twitter」といったSNSによって旅行先を選ぶケースは、10%程度にとどまっていることから、インバウンド誘致のための情報発信の手法は慎重に検討される必要がある。SNSでの情報収集が、若い世代において特に好まれているという傾向もなかった。



Q8 日本での旅行にどのような要素を求めていますか？

A8 自然の中でのリラックス / 歴史的な場所の見学 / おいしい料理 / 日本人とのふれあい  
寺院・仏教・禅・瞑想 / その他( )

	個数	率
自然の中でのリラックス	21	39%
歴史的な場所の見学	18	33%
日本人とのふれあい	1	2%
寺院・仏教・禅・瞑想	1	2%
その他	3	6%
それら全て(もしくは複数)	10	19%
総計	54	100%

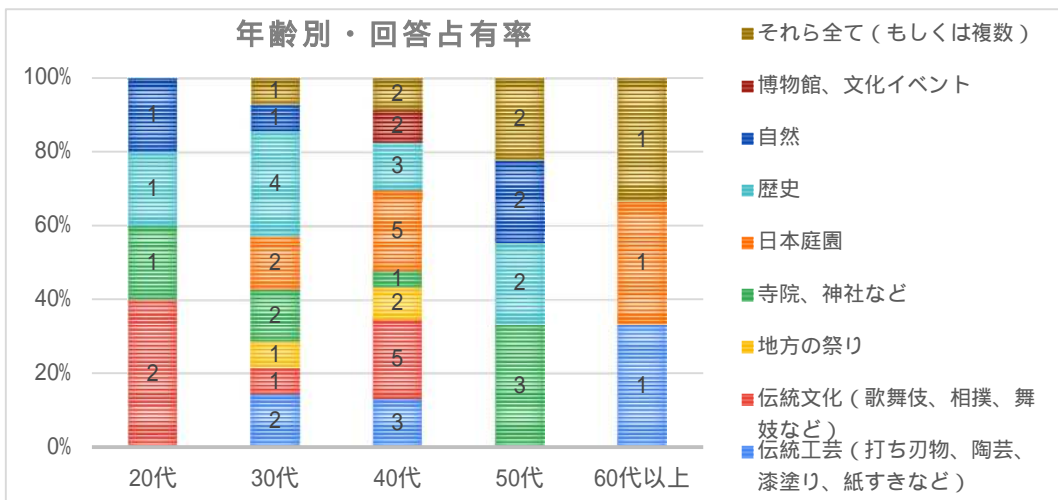
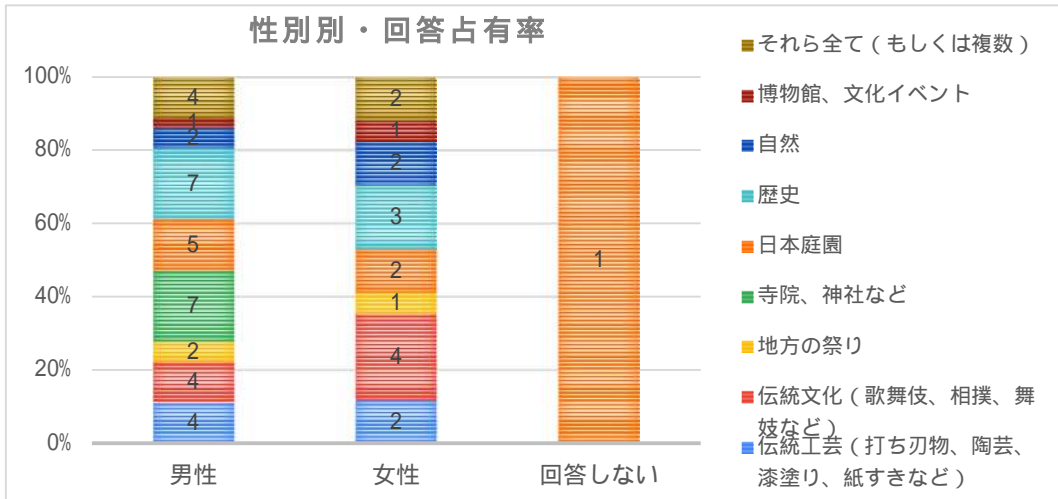
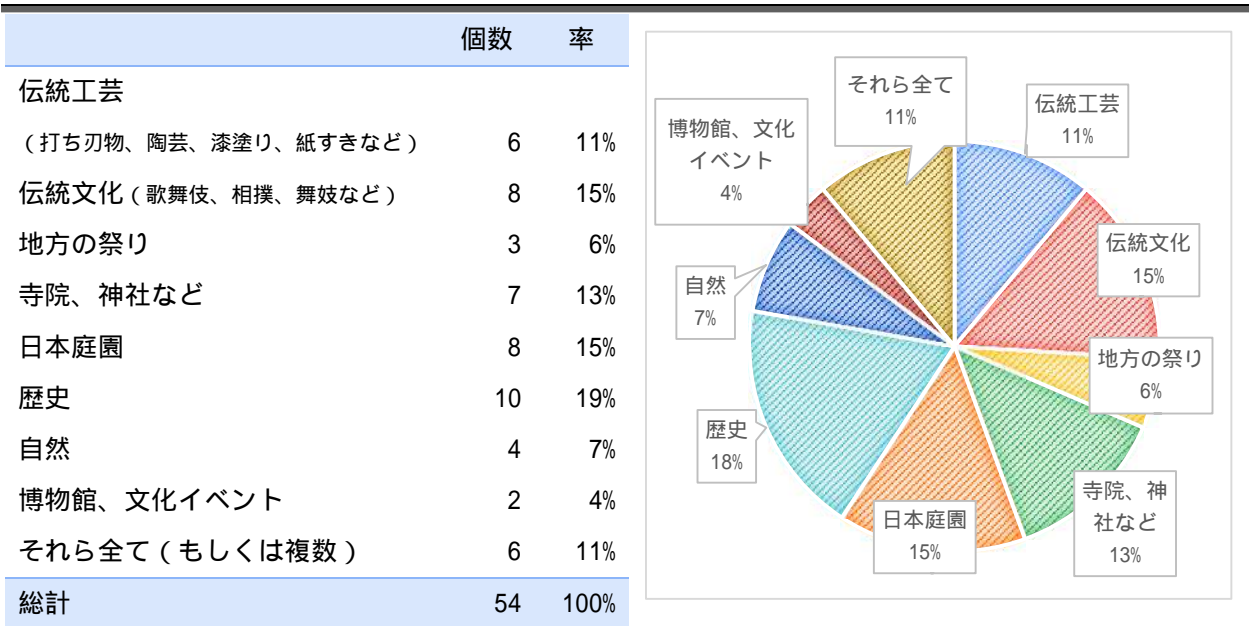


「自然の中でのリラックス」(約4割) もしくは「歴史的な場所の見学」(約3割)に回答が集中。複数の要素を回答された方もこれらを多く含み、全体で8割超の方が「自然・歴史」を選択した。この傾向はエリア・性別に関係なく全体にみられたが、「40代男性」に最も強く現れ、アクティブな旅行よりもリラックスできる休暇を求めていると推測できる。



Q9 日本の何に一番興味がありますか？

A9 伝統工芸(打ち刃物、陶芸、漆塗り、紙すきなど) / 伝統文化(歌舞伎、相撲、舞妓など) / 地方の祭り / 寺院・神社など / 日本庭園 / 歴史 / まんが・アニメ / その他( )

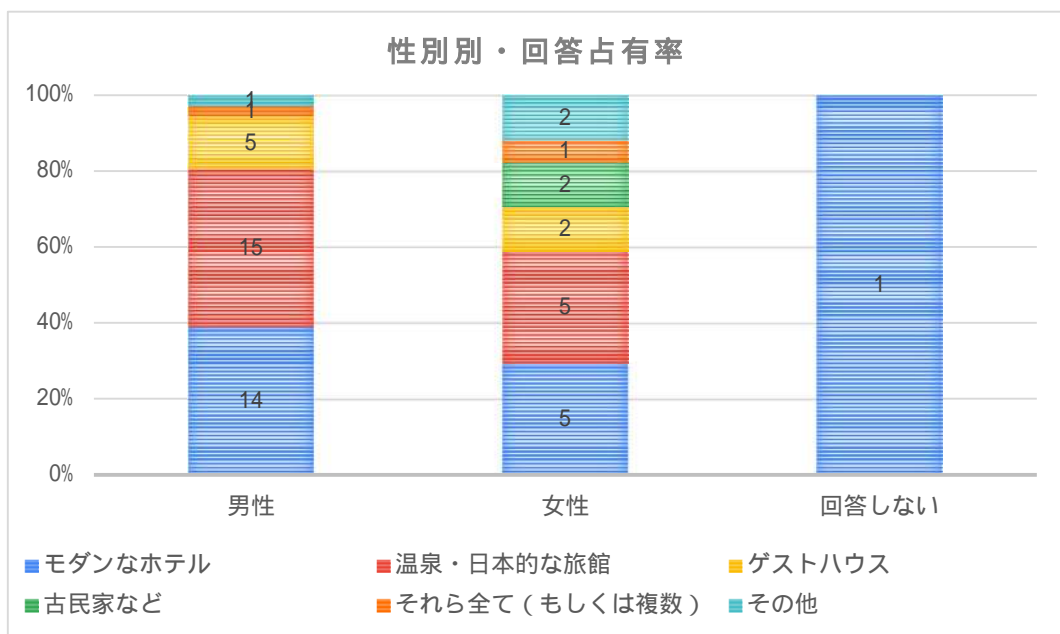
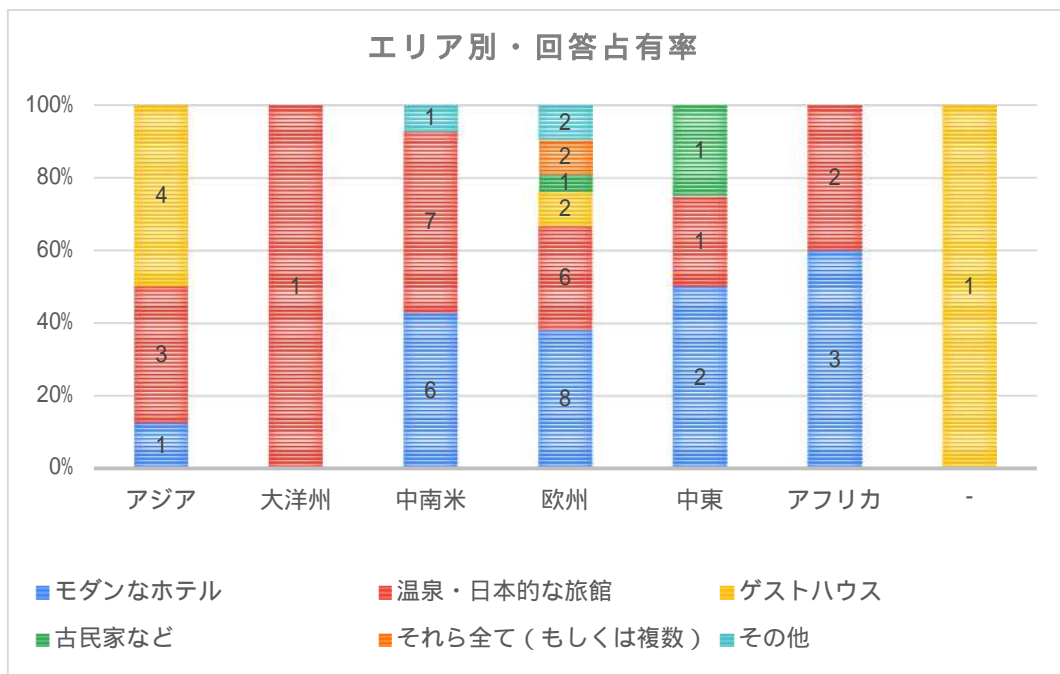
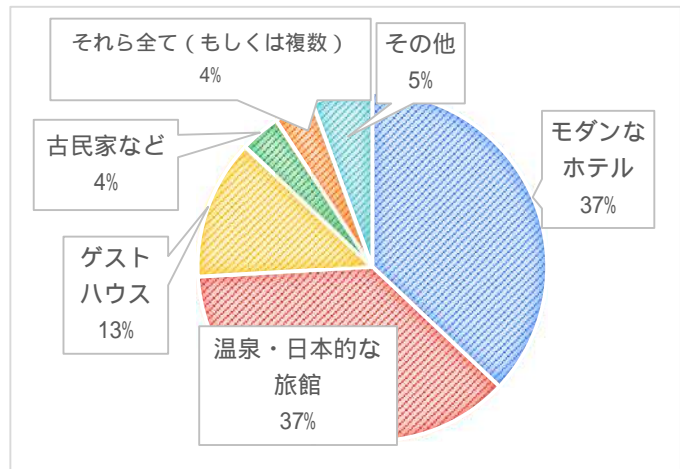


どの項目にも満遍なく回答があったが、数としては「歴史」が最多、「伝統文化(歌舞伎、相撲、舞妓など)」が続き、日本庭園にも興味関心は強い。エリアによる偏りはみられなかったが、「寺院・神社など」を選んだ方が全て男性(7票)であった点は興味深い。

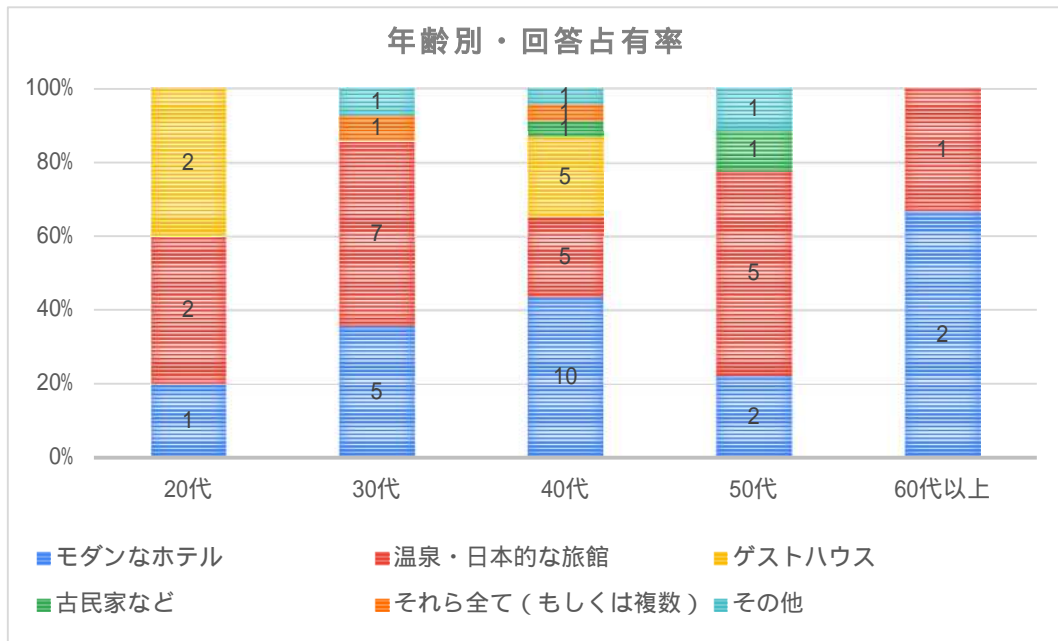
Q10 どんな宿泊施設に泊まりたいですか？

A10 モダンなホテル / 温泉・日本的な旅館 / ゲストハウス / 古民家など

	個数	率
モダンなホテル	20	37%
温泉・日本的な旅館	20	37%
ゲストハウス	7	13%
古民家など	2	4%
それら全て(もしくは複数)	2	4%
その他	3	6%
総計	54	100%







「温泉・日本的な旅館」に匹敵する形で「モダンなホテル」への回答があり、これにより、温泉地でなくとも一般的なホテルやビジネスホテルが立地していればインバウンド誘致は十分可能だということが分かった。もちろん、日本駐在の外交官として日本国内旅行の機会に恵まれているため、それほど日本らしい体験を重視していないであろうことも考慮したい。

女性は男性に比べて回答が分散したことから、宿泊サービスへの多様なニーズがあることが伺える。また、サンプルは少ないが、若い世代において「ゲストハウス」への需要が高い点も特徴といえる。

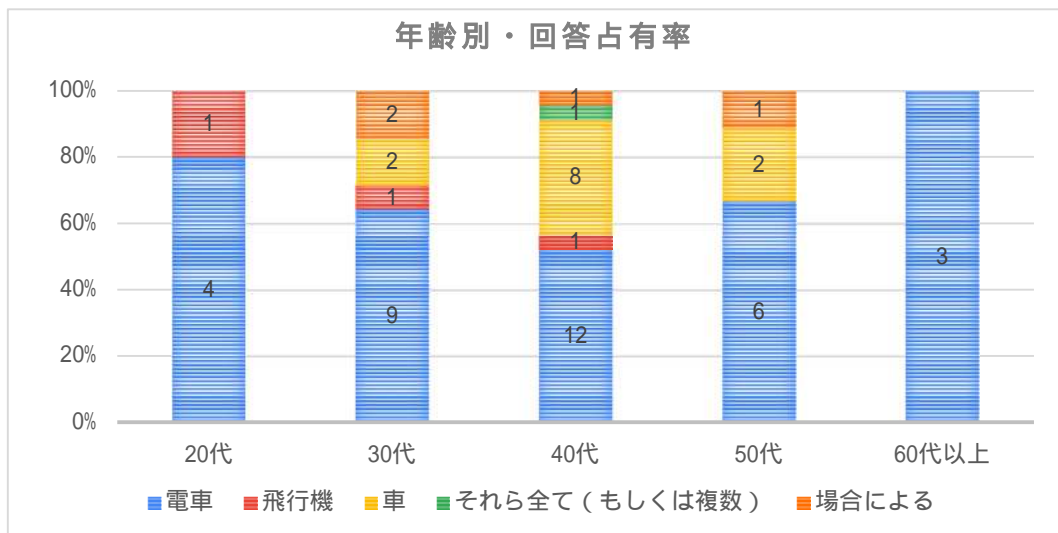
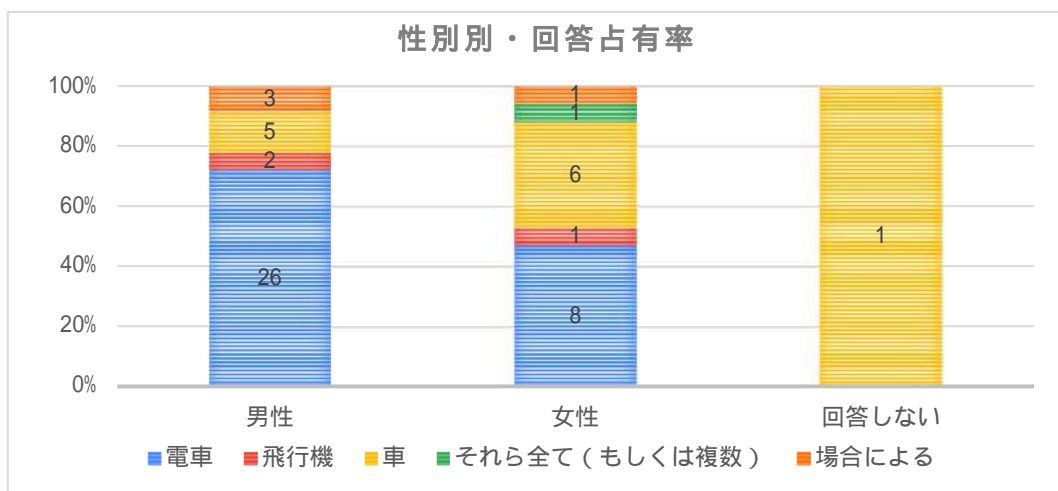
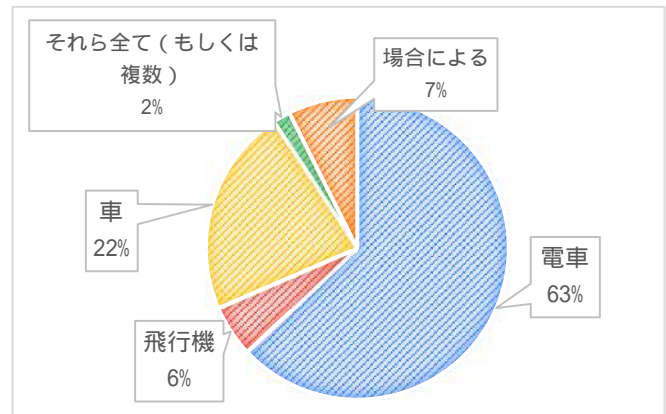
その他の回答で、「“Airbnb(世界最大手のバケーションレンタルサービス)”を利用する」、「伝統的な旅館に西洋のベッドが一番!」という回答があった。



Q11 日本国内を旅行するとき、現地までの主な移動手段は何ですか？

A11 電車 / 飛行機 / 車 / その他( )

	個数	率
電車	34	63%
飛行機	3	6%
車	12	22%
それら全て(もしくは複数)	1	2%
場合による	4	7%
総計	54	100%

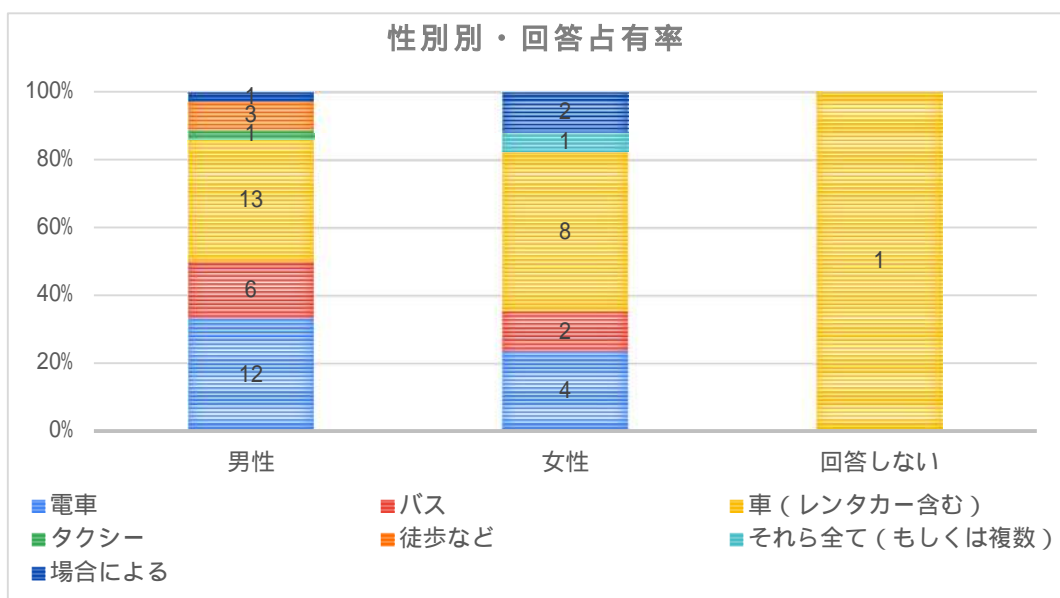
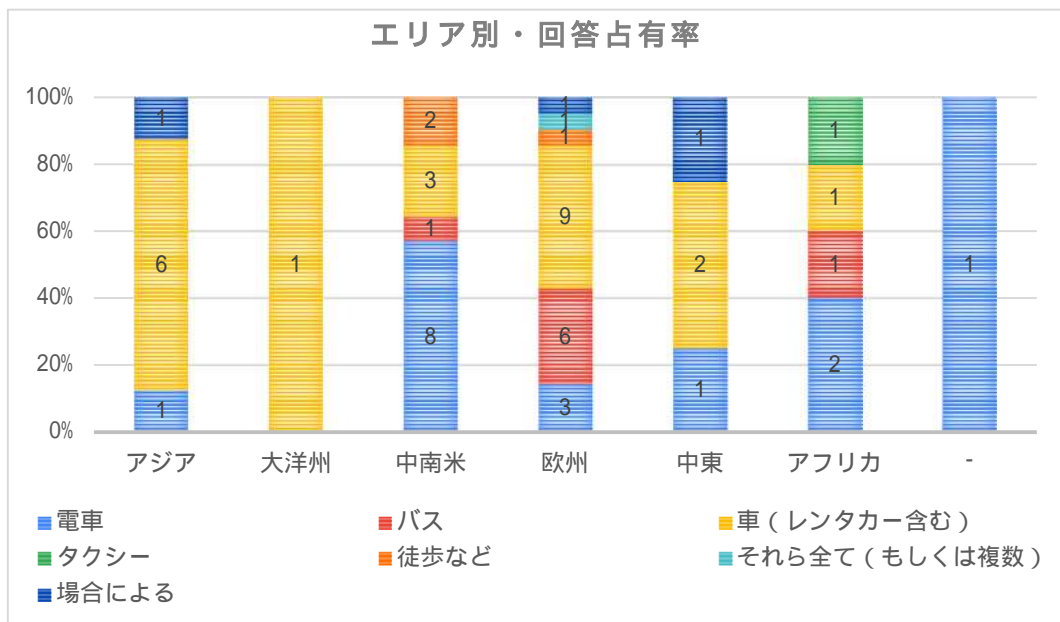
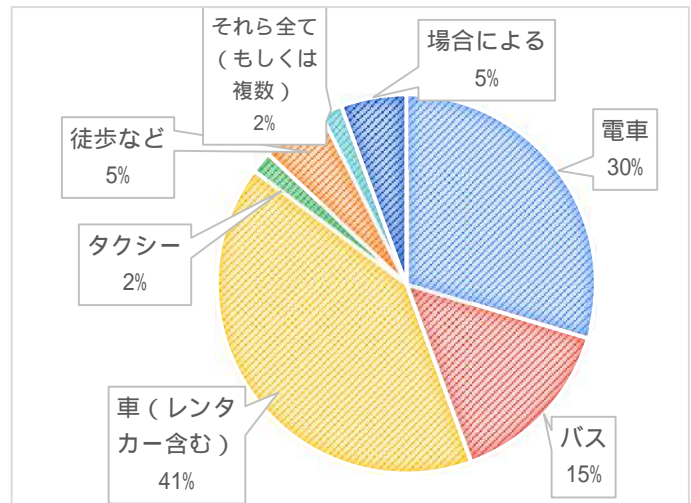


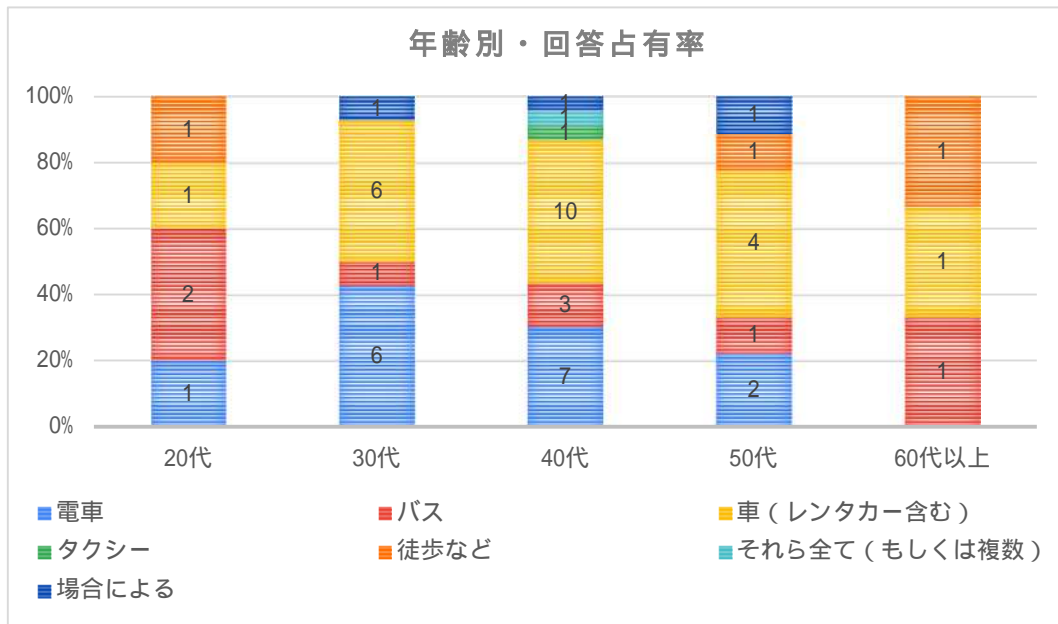
居住元から旅先までの移動手段としては、「電車」と「車」の回答で全体の9割近くを占めた。外交官は、場合によっては車両を支給されているからかもしれないが、「飛行機」より「車」への回答が多かった点は予想外であり、車で移動可能な旅先を優先して訪れている可能性がある。また年齢別にみると、40代を中心に車を選択することが多く、これは子ども連れ立って旅行するケースが多いためと推測できる。

Q12 日本国内を旅行するとき、現地での主な移動手段は何ですか？

A12 電車 / バス / 車(レンタカー含む) / タクシー / その他( )

	個数	率
電車	16	30%
バス	8	15%
車(レンタカー含む)	22	41%
タクシー	1	2%
徒歩など	3	6%
それら全て(もしくは複数)	1	2%
場合による	3	6%
総計	54	100%





旅先での移動方法では、「車(レンタカー含む)」の約4割、「電車」3割、ここに「バス」が加わった9割近くを、この3つの手段が占める。前問で「車(レンタカー含む)」と回答した票数に10の上乗せがあることから、旅先でのレンタカー利用が10件(18%)あることが分かる。

よって、相当数の観光客が、旅先において「レンタカー」「電車」「バス」の利用を開始・または乗り換えを行うと推測され、ここでのサービス向上が観光地としての磨き上げにつながると考えられる。

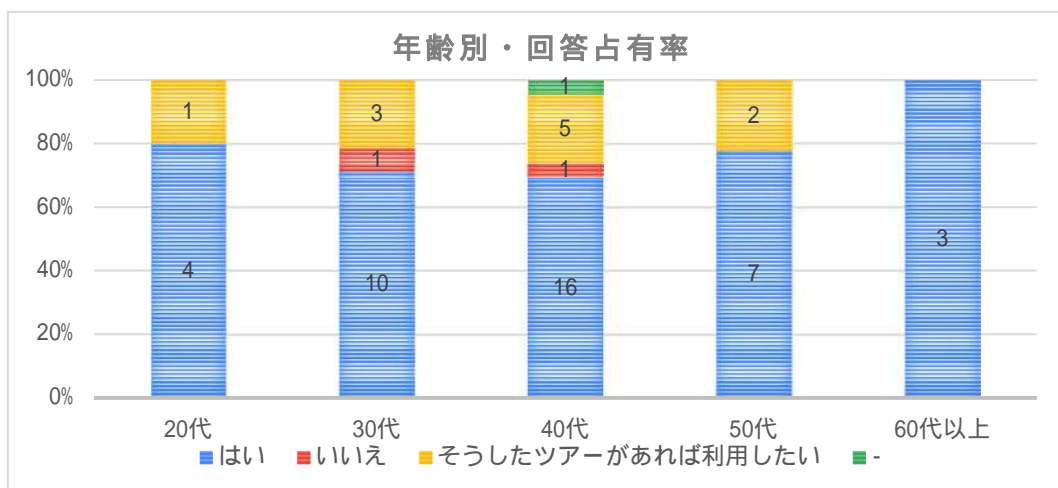
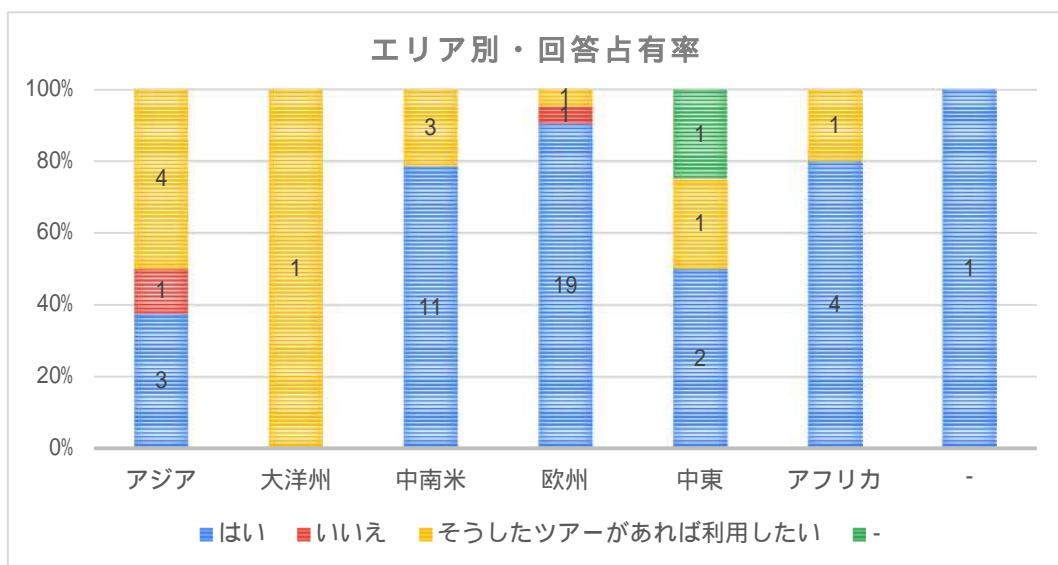
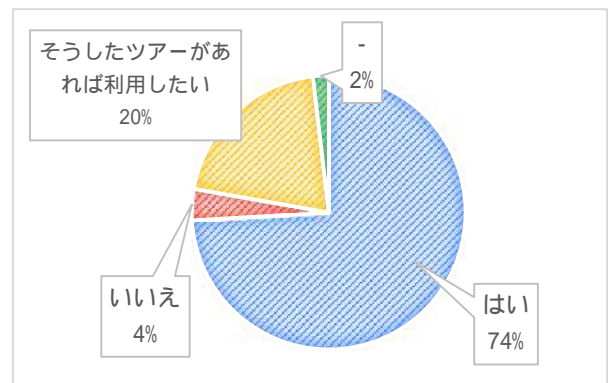
エリアの特徴として、他のエリアに比べ、中南米は電車を、欧州はバスを利用する頻度が高い。また前問とも共通するが、男性よりも女性の方が「車移動を好み、電車やバス利用を選ばない」傾向が見られた。



Q13 決まった行程に対して料金を支払い、他の参加者と同行するパッケージツアーよりも、自分で計画して自由に旅行をしたいですか？

A13 はい / いいえ / そうしたツアーがあれば利用したい

	個数	率
はい	40	74%
いいえ	2	4%
そうしたツアーがあれば利用したい	11	20%
無回答	1	2%
総計	54	100%



「パッケージツアーよりも、自分で計画して自由に旅行をしたい」という方が、7割を超えている。この傾向は中南米、欧州、アフリカからの回答にみられ、性別・年齢による差異はあまりなかった。

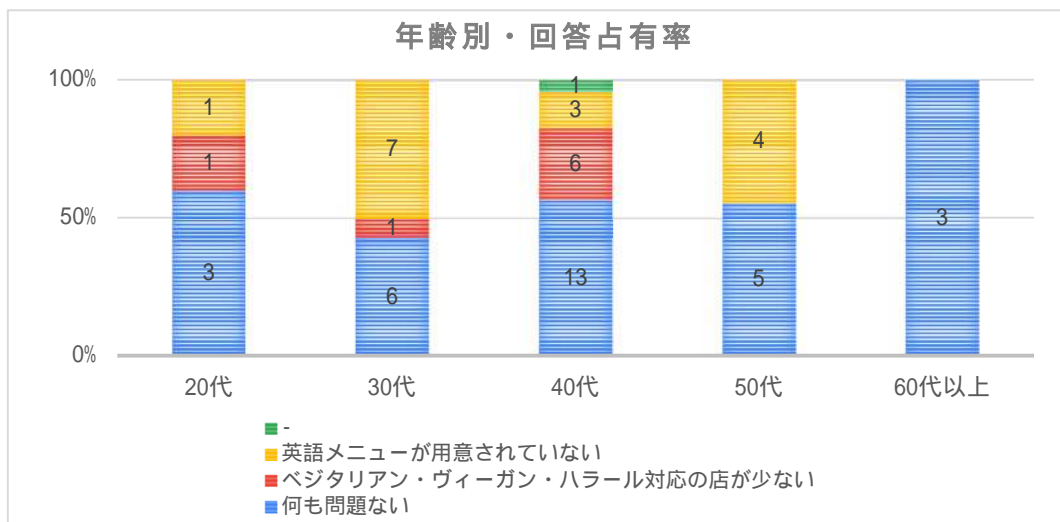
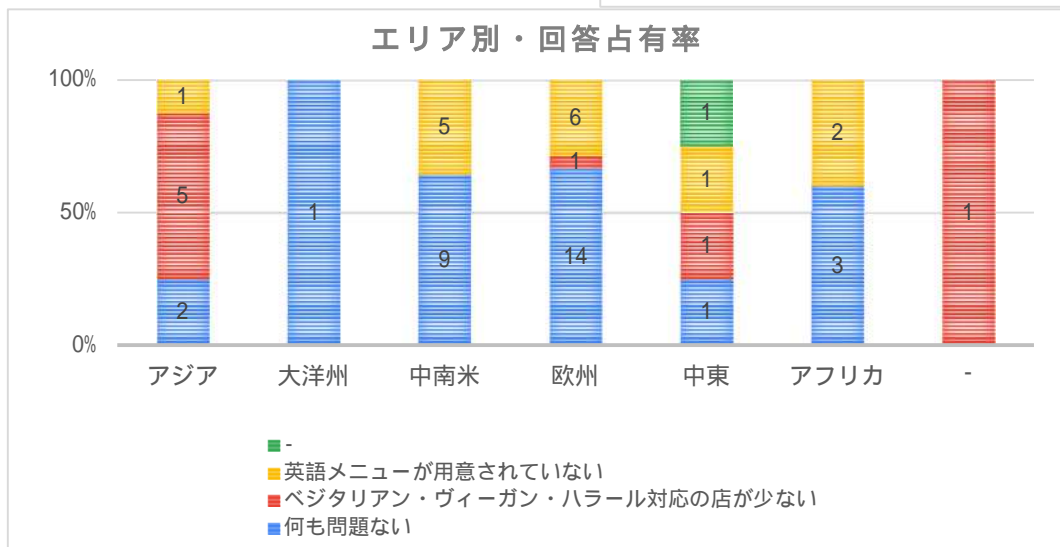
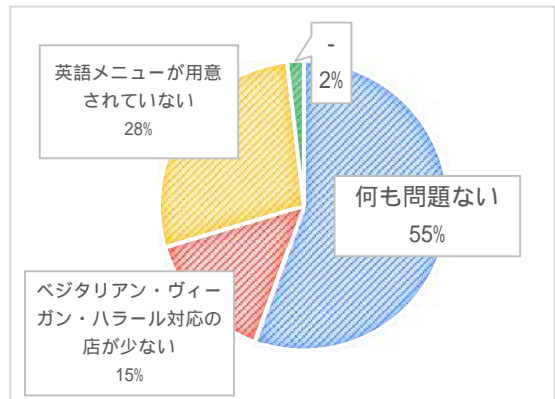
一方で、そうした旅行にこだわらず、ツアーへの興味・関心を示す方は約2割あり、この傾向が強く出たのはアジア・中東であった。



Q14 日本国内を旅行するときに、食事で困ることはありますか？

A14 何も問題ない / ベジタリアン・ヴィーガン・ハラール対応の店が少ない / 英語メニューが用意されていない / その他( )

	個数	率
何も問題ない	30	56%
ベジタリアン・ヴィーガン・ハラール対応の店が少ない	8	15%
英語メニューが用意されていない	15	28%
無回答	1	2%
総計	54	100%



食事における困りごとでは、半数以上が「何も問題ない」と回答した。「英語メニューが用意されていない」との回答も一定数あった。「ベジタリアン・ヴィーガン・ハラール対応の店が少ない」という指摘はアジア・中東から多く挙がり、宗教観・個人の信念に配慮した食事の選択肢が、日本にまだ十分に整備されていないことがうかがえる。

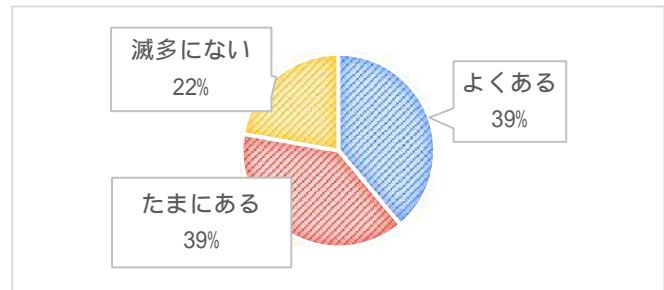


Q15 旅先で言語を理由に日本人とのコミュニケーションで困ることはよくありますか？

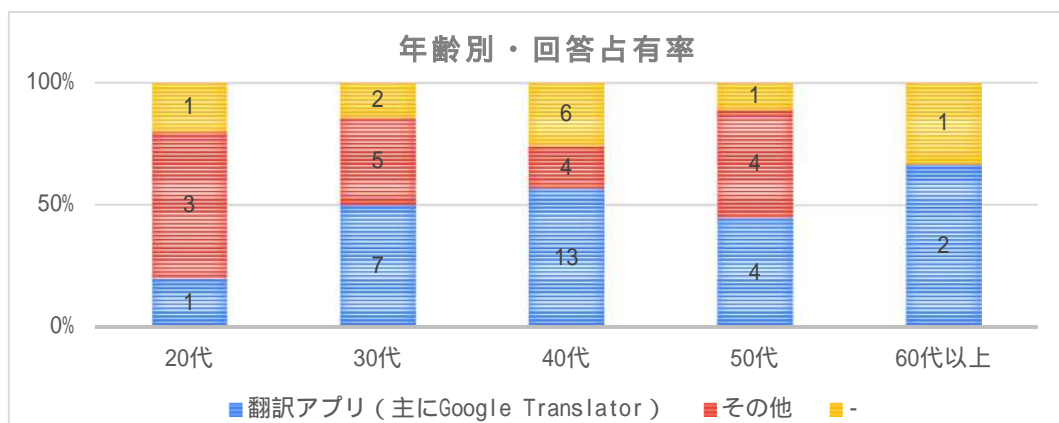
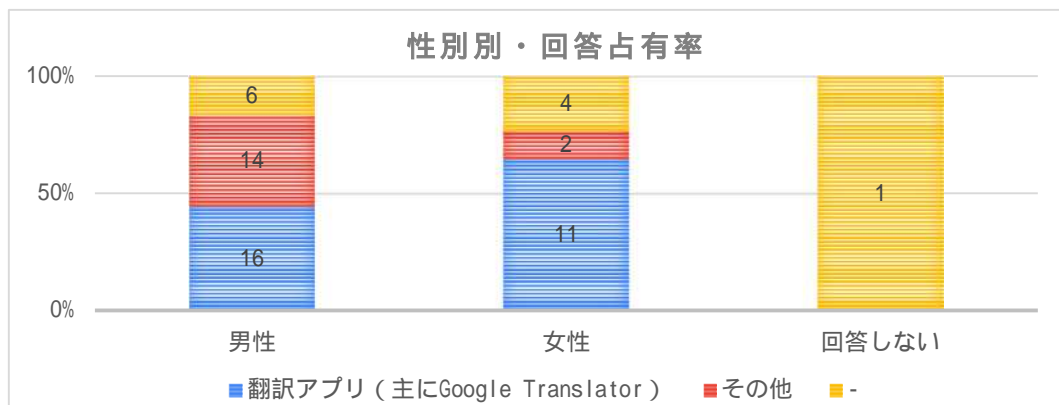
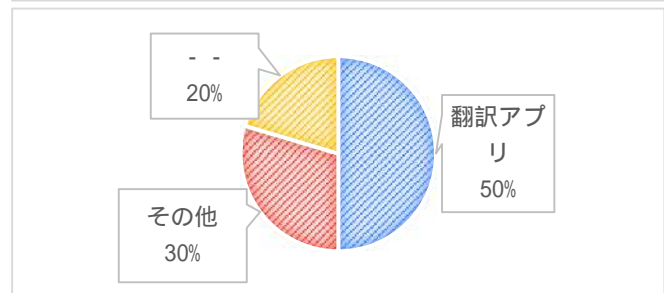
どうやってそれを解決していますか？

A15 よくある / たまにある / 滅多にない / 解決方法( )

	個数	率
よくある	21	39%
たまにある	21	39%
滅多にない	12	22%
総計	54	100%



	個数
翻訳アプリ(主に Google Translator)	27
その他(ジェスチャー、日本語に挑戦等)	16
無回答	11
総計	54



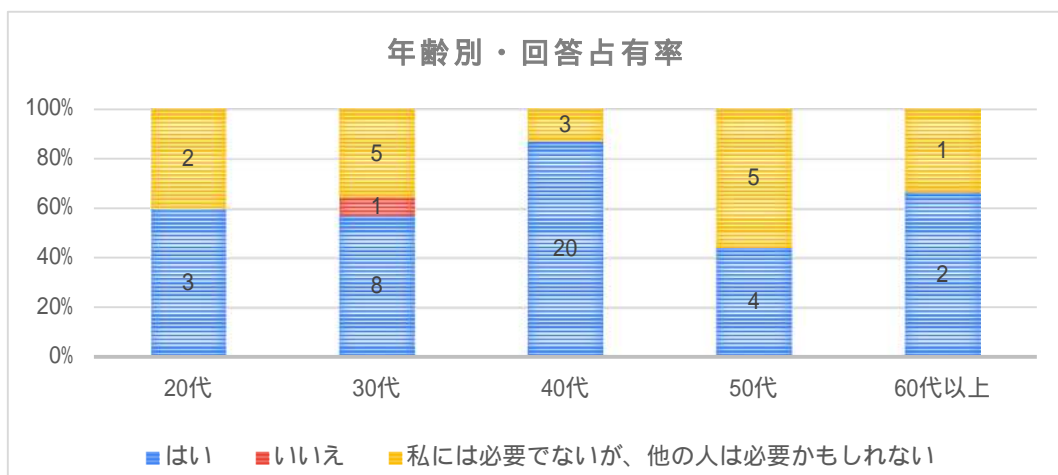
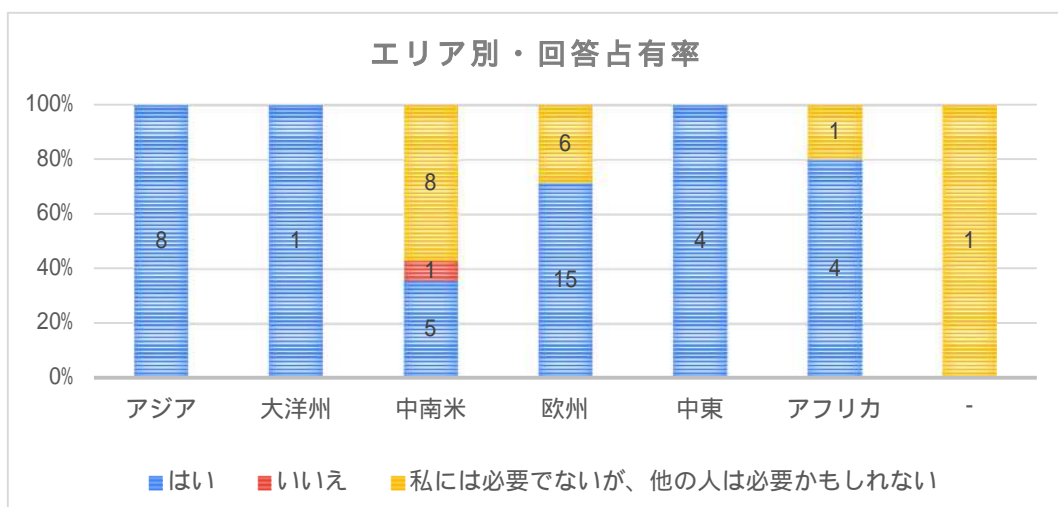
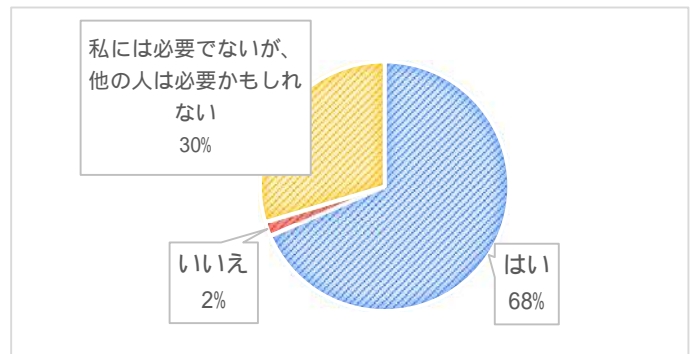
回答は「よくある」「たまにある」が各4割、「滅多にない」が2割で、年齢・性別に関係なく8割の方が、言語を理由にコミュニケーションで困る場面に出くわしている模様。ただし、その解決方法として非常に多くの方が挙げたのが、“Google Translator”を主としたスマートフォン向け「翻訳アプリ」。外国人自身がこうしたツールを備えているならば、もはや「英語ができないから」という理由で彼らに対応することを恐れる必要はなさそうだ。

また、若い世代からのその他回答では、「自分が日本語を話してみる」「ジェスチャーを使う」「互いの努力でなんとかなる」といったポジティブなものが多数みられた。

Q16 観光地では、外国からの旅行者のために Free Wi-Fi が整備されている必要があると思いますか？

A16 はい / いいえ / 私には必要でないが、他の人は必要かもしれない

	個数	率
はい	37	69%
いいえ	1	2%
私には必要でないが、 他の人は必要かもしれない	16	30%
総計	54	100%



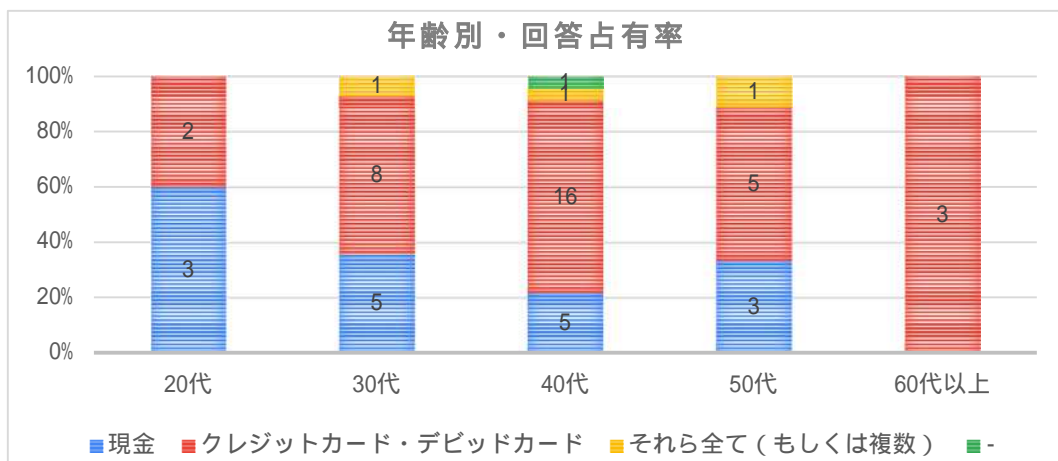
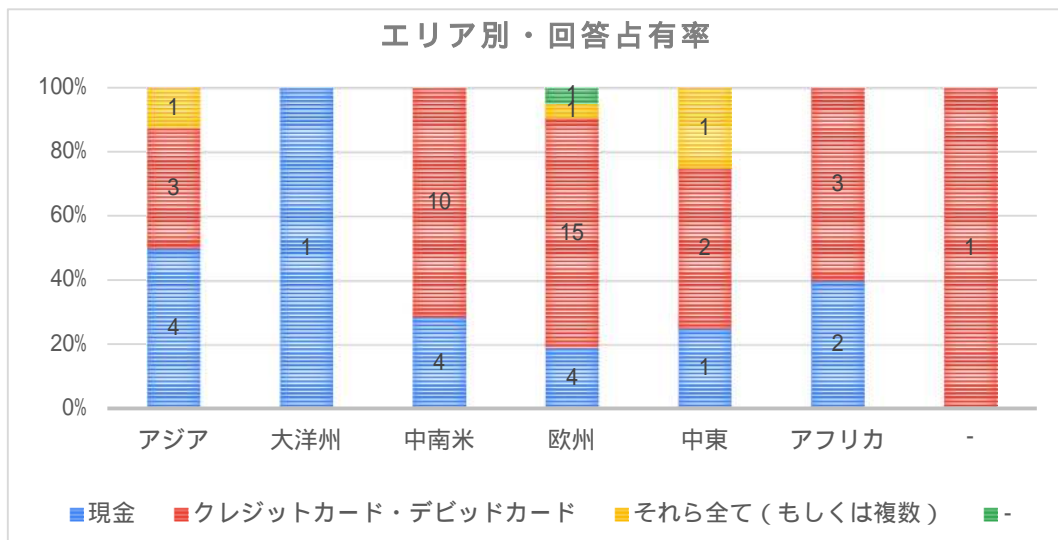
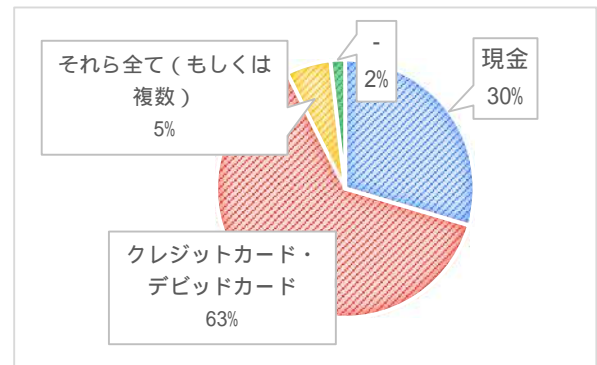
「私には必要でないが、他の人は必要かもしれない」との回答も含めれば、ほぼ全員が「はい」と回答。Free Wi-Fi を整備することは、旅行者の立場からは強く求められているといえる。

日本に駐在する外交官は、日頃から日本国内で使用できる業務用スマートフォンを所有していることから、こうした選択肢を設けた。

Q17 日本国内で主に使用する決済方法は何ですか？

A17 現金 / クレジットカード・デビットカード / スマートフォンでのQR決済 / その他( )

	個数	率
現金	16	30%
クレジットカード・デビットカード	34	63%
それら全て(もしくは複数)	3	6%
無回答	1	2%
総計	54	100%



複数回答を含めれば、約7割の方が「クレジットカード・デビットカード」を主に使用していると回答。「現金」も3割を占め、この傾向に性別による違いはなかった。なお、サンプルが少ない中ではあるが、アジア・若い世代は「現金」を使用する割合が高かった。

日本に数年駐在している外交官であっても、日本人に徐々に浸透してきているという「QR決済」への回答はゼロであった。このことから、短期で国内を旅行する外国人観光客であれば、一層QR決済を使用する頻度は低いと考えられる。

Q18 日本でぜひ体験してみたいことがあれば教えてください。

A18 (自由回答)

### 自由回答(一部抜粋)

ハイキング

富士山登山

農業

祭り

美食ツアー

森林の中での乗馬

生け花のクラスを受けた。金接ぎのクラスにも何度か参加した。日本にいる間にもっと興味のあるものが見つかるかもしれない。

福井へ行きたい。

渓流釣りをしてみたい。

温泉、食べ物、美術館

陶芸、浴衣を着る体験

佐渡のドラムフェスティバル(太鼓祭り)

旅行をしてもっとたくさんの場所、伝統的な祭りを見たい。

日本の伝統的な場所を訪ねて、祭り、食事などを体験したい。

禅・瞑想(座禅)

スキー



自由回答としたこの項目では約半数が無回答であったが、個別に様々な意見がみられた。

一番多く回答があったのは「ハイキング」で4票。「富士山登山」が2票。これらに加え「渓流釣り」「森林での乗馬」といった回答があったことを鑑みると、Q8でみられた傾向にもつながる、「自然を楽しむ」という要素に需要があることは、ここでも見受けられる。

3人の方は「日本の伝統の祭」への関心を示し、この他には、「温泉」「陶芸」「浴衣着付け」「禅・瞑想」「スキー」といった回答があった。

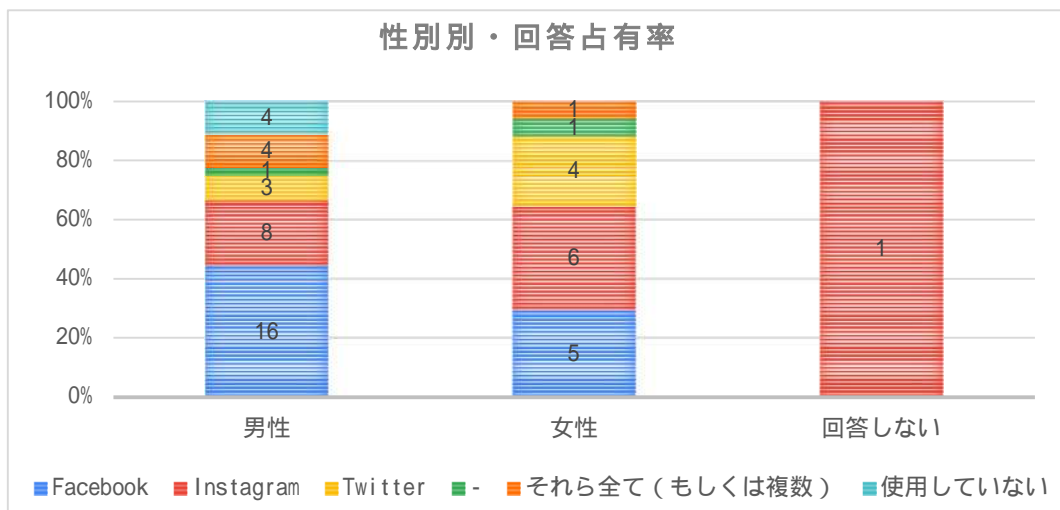
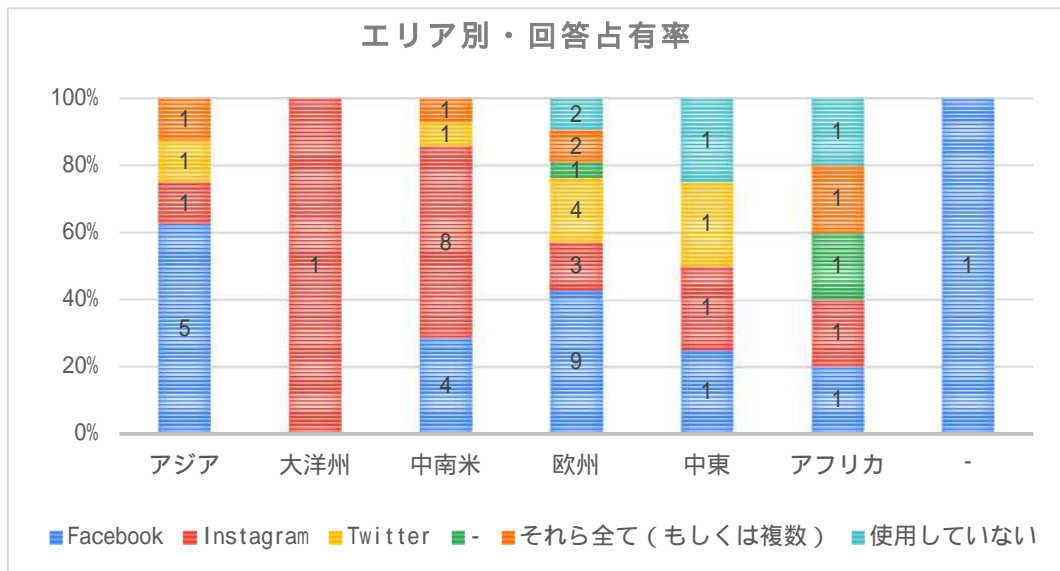
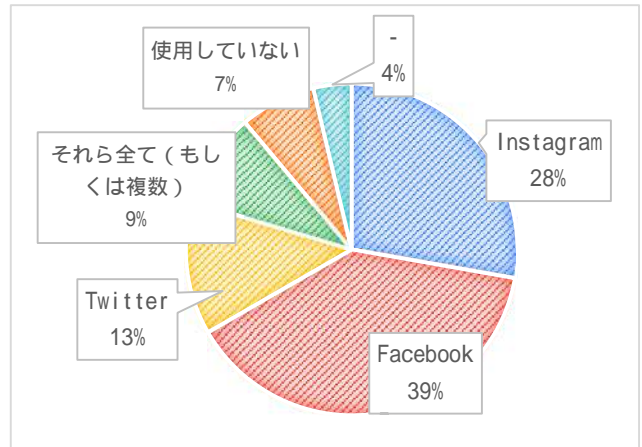


結果分析(各質問)

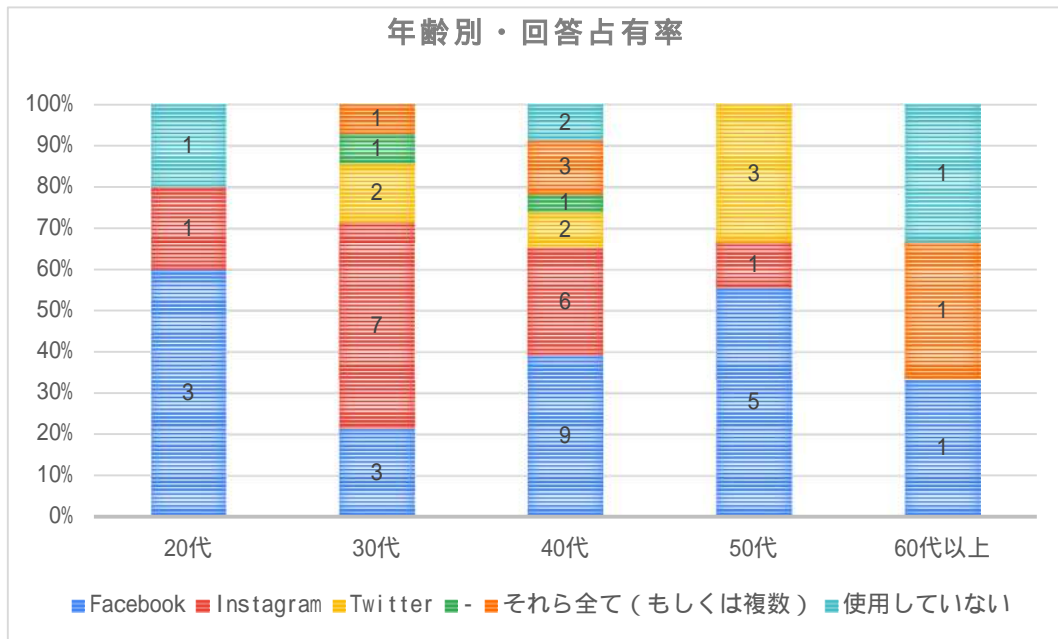
Q19 あなたが主に利用しているソーシャルメディアと、そこであなたをフォローしている人数を教えてください。

A19 Instagram / Facebook / Twitter / その他( ) / フォロワー数( )

	個数	率
Instagram	15	28%
Facebook	21	39%
Twitter	7	13%
それら全て(もしくは複数)	5	9%
使用していない	4	7%
無回答	2	4%
総計	54	100%







「Facebook」が約4割、次いで「Instagram」が約3割であった。「Twitter」も含めれば、これら3種のいずれかのSNSを使用する人で約9割を占めた。「Facebook」は、欧州・アジアにおいて使用頻度が高く、中南米においては「Instagram」がよく使用されている。

性別で見ると「Facebook」は男性に、「Instagram」は女性に好まれる傾向がみられる。また年齢層としては「Facebook」はより高齢に、「Instagram」はより若い世代に使用されているようだ。

こうした傾向は、日本国内でのスマホアプリ使用率（1位：LINE、3位：Instagram、5位：Twitter、10位：Facebook）とは順位が大きく異なることから、SNSで外国人に向けて情報発信をする際には、こうした配慮が必要となる。

なお、それぞれのフォロワーについて尋ねたところ、平均で約2,700人、多い方で31,600人との回答があり、「特命全権大使」など要人であるほどフォロワーが多い傾向があった。

ヴァリューズ社調査「2021年度スマホアプリ利用者数ランキング」

