

## 問 21 神奈川県を訪問した主な目的

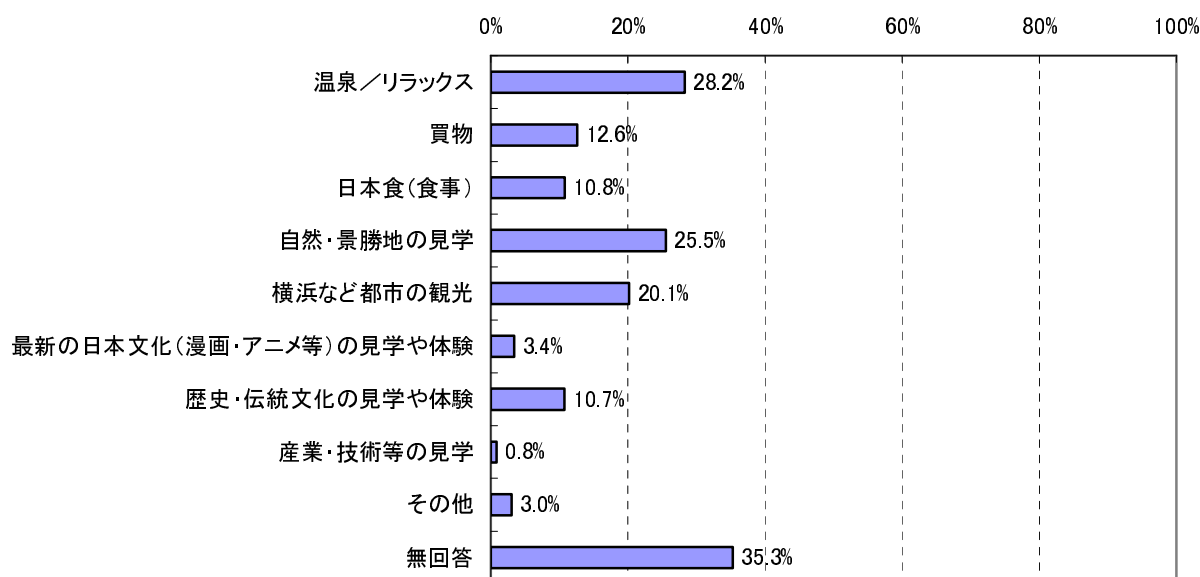
神奈川県を訪問された主な目的は、どのようなことですか。 (複数回答)

調査全体での県内を訪問した主な目的をみると、「温泉／リラックス」が 28.2%ともっとも多く、「自然・景勝地の見学」(25.5%)、「横浜など都市の観光」(20.1%)と続いている。

国籍別にみると、米国は「横浜など都市の観光」がもっとも多い。中国、韓国、台湾、イギリス、香港では、「温泉／リラックス」目的が多い。また、「買物」目的に訪れるのは、中国、台湾、香港からが多く、「歴史・伝統文化の見学や体験」はイギリスからが多い。

区 分	【秋期調査結果】		【冬期調査結果】	
	回答数	比率	回答数	比率
温泉／リラックス	828	24.7%	1682	30.4%
買物	350	10.4%	769	13.9%
日本食(食事)	332	9.9%	624	11.3%
自然・景勝地の見学	848	25.3%	1419	25.7%
横浜など都市の観光	773	23.0%	1017	18.4%
最新の日本文化(漫画・アニメ等)の見学や体験	118	3.5%	181	3.3%
歴史・伝統文化の見学や体験	449	13.4%	504	9.1%
産業・技術等の見学	40	1.2%	33	0.6%
その他	166	4.9%	100	1.8%
無回答	1190	35.4%	1947	35.2%
合計	5094	-	8276	-
n	3357		5528	

神奈川県内を訪問された主な理由(n=8885)



【国籍別クロス集計結果】

区 分	n	合計	温泉／リラック ス	買物	日本食(食事)	自然・景勝地の 見学	横浜など都市の 観光	歴史・伝統文化 の見学や体験
全体	8,885	13,370 150.5%	2,510 28.2%	1,119 12.6%	956 10.8%	2,267 25.5%	1,790 20.1%	953 10.7%
米国	707	1,064 150.5%	99 14.0%	48 6.8%	69 9.8%	219 31.0%	271 ① 38.3%	116 16.4%
中国	1,404	2,242 159.7%	568 40.5%	254 ↑ 18.1%	200 14.2%	412 29.3%	108 7.7%	88 6.3%
韓国	1,440	1,825 126.7%	440 30.6%	96 6.7%	103 7.2%	206 14.3%	148 10.3%	91 6.3%
台湾	1,863	2,888 155.0%	594 31.9%	397 ↑ 21.3%	212 11.4%	386 20.7%	262 14.1%	126 6.8%
イギリス	162	262 161.7%	40 24.7%	5 3.1%	13 8.0%	61 37.7%	46 28.4%	33 ↑ 20.4%
香港	464	734 158.2%	220 47.4%	84 ↑ 18.1%	63 13.6%	110 23.7%	58 12.5%	20 4.3%
オーストラリア	464	713 153.7%	97 20.9%	32 6.9%	46 9.9%	129 27.8%	190 40.9%	82 17.7%
その他	2,355	3,609 153.2%	446 18.9%	200 8.5%	250 10.6%	735 31.2%	702 29.8%	397 16.9%

## 問 22 神奈川県内での満足度

今回の神奈川県内での滞在は、総合的にみて、満足でしたか。(○は一つ)

調査全体での県内での滞在の満足度をみると、「満足」が53.9%と圧倒的に多い。「不満」と「やや不満」を合計した不満度はわずか0.5%であった。

調査時期でみると、秋期に観光に訪れた人の満足度が高い結果である。

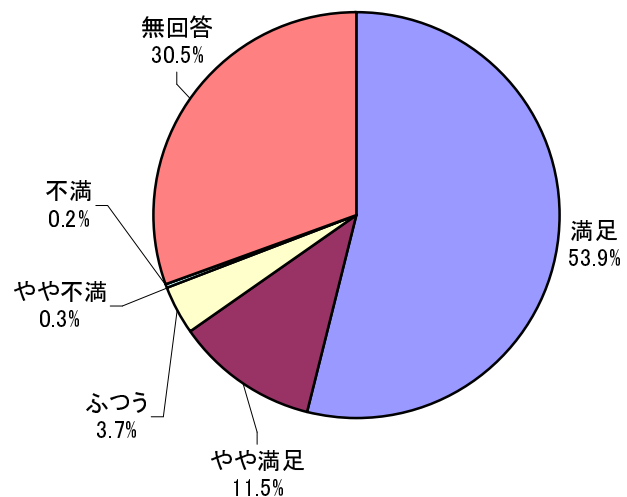
### 【秋期調査結果】

区 分	回答数	比率
満足	2072	↑ 61.7%
やや満足	270	8.0%
ふつう	111	3.3%
やや不満	13	0.4%
不満	8	0.2%
無回答	883	26.3%
合計	3357	100.0%
	3357	

### 【冬期調査結果】

区 分	回答数	比率
満足	2715	49.1%
やや満足	748	13.5%
ふつう	221	4.0%
やや不満	11	0.2%
不満	8	0.1%
無回答	1825	33.0%
合計	5528	100.0%
	5528	

今回の神奈川県内での滞在の満足度 (n=8885)



### 問 23 神奈川県内での、特に不満を感じた点

神奈川県内での滞在で、特に不満を感じた点があれば、下からお選び下さい。

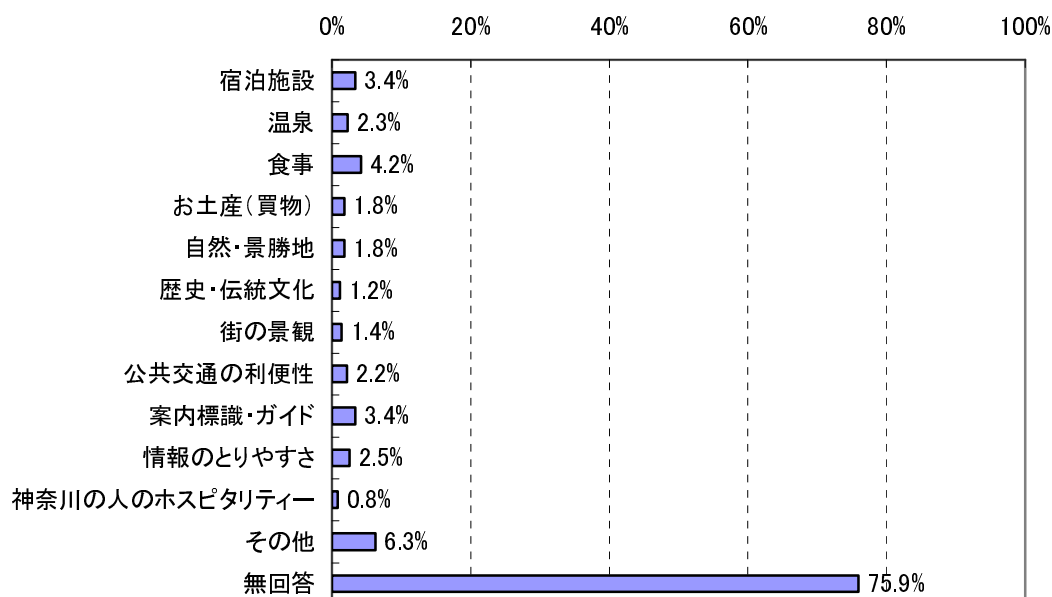
(複数回答)

調査全体での県内で特に不満を感じた点をみると、「食事」(4.2%)、「案内標識・ガイド」、「宿泊施設」がともに3.4%となっている。

調査時期でみると、不満な点に大きな差異はみられない。

区 分	【秋期調査結果】		【冬期調査結果】	
	回答数	比率	回答数	比率
宿泊施設	106	3.2%	192	3.5%
温泉	87	2.6%	114	2.1%
食事	144	4.3%	227	4.1%
お土産(買物)	76	2.3%	82	1.5%
自然・景勝地	97	2.9%	61	1.1%
歴史・伝統文化	50	1.5%	53	1.0%
街の景観	70	2.1%	54	1.0%
公共交通の利便性	83	2.5%	111	2.0%
案内標識・ガイド	147	4.4%	152	2.7%
情報のとりやすさ	98	2.9%	126	2.3%
神奈川の人へのホスピタリティー	34	1.0%	40	0.7%
その他	410	12.2%	146	2.6%
無回答	2283	68.0%	4463	80.7%
合計	3685	-	5821	-
n	3357		5528	

神奈川県内の滞在で、特に不満を感じた点 (n=5628)



## 5. 外国人観光客の要望等

### 問 24 次回、行きたい訪問地

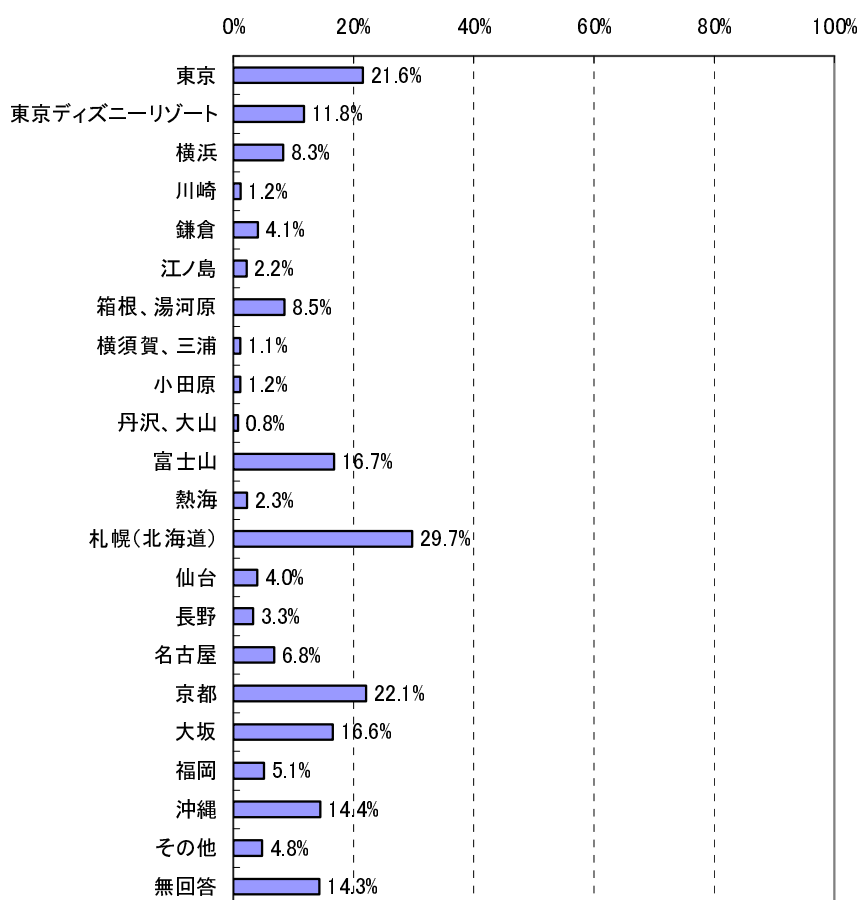
次回は、どこに行きたいと思いますか。(複数回答)

調査全体での次回行きたい訪問地をみると、「札幌(北海道)」が29.7%ともっとも多く、「京都」(22.1%)、「東京」(21.6%)、「富士山」(16.7%)、「大阪」(16.6%)と続いている。

国籍別にみると、中国、韓国、台湾、香港は、「札幌(北海道)」に次回行きたい訪問地として高い。また、米国は「京都」、イギリスは「東京」、「京都」が高い。

区 分	【秋期調査結果】		【冬期調査結果】	
	回答数	比率	回答数	比率
東京	714	21.3%	1203	21.8%
東京ディズニーリゾート	404	12.0%	642	11.6%
横浜	267	8.0%	468	8.5%
川崎	44	1.3%	64	1.2%
鎌倉	128	3.8%	233	4.2%
江ノ島	80	2.4%	117	2.1%
箱根、湯河原	283	8.4%	472	8.5%
横須賀、三浦	37	1.1%	63	1.1%
小田原	43	1.3%	61	1.1%
丹沢、大山	31	0.9%	37	0.7%
富士山	562	16.7%	926	16.8%
熱海	74	2.2%	128	2.3%
札幌(北海道)	910	27.1%	1733	31.3%
仙台	131	3.9%	223	4.0%
長野	123	3.7%	171	3.1%
名古屋	201	6.0%	404	7.3%
京都	756	22.5%	1206	21.8%
大阪	539	16.1%	932	16.9%
福岡	161	4.8%	292	5.3%
沖縄	458	13.6%	824	14.9%
その他	208	6.2%	219	4.0%
無回答	451	13.4%	820	14.8%
合計	6605	-	11238	-
n	3357		5528	

次回行きたい訪問地 (n=8885)



【国籍態別クロス集計結果】

区分	n	合計	東京	横浜	箱根、湯河原	富士山	札幌(北海道)	京都	大坂
全体	8,885	17,843	1,917	735	755	1,488	2,643	1,962	1,471
		200.8%	21.6%	8.3%	8.5%	16.7%	29.7%	22.1%	16.6%
米国	707	1,415	174	59	47	188	132	212	98
		200.1%	24.6%	8.3%	6.6%	26.6%	18.7%	①30.0%	13.9%
中国	1,404	2,604	229	100	95	149	579	187	145
		185.5%	16.3%	7.1%	6.8%	10.6%	①41.2%	13.3%	10.3%
韓国	1,440	3,021	268	179	157	306	521	241	269
		209.8%	18.6%	12.4%	10.9%	21.3%	①36.2%	16.7%	18.7%
台湾	1,863	4,260	348	137	229	292	614	564	435
		228.7%	18.7%	7.4%	12.3%	15.7%	33.0%	30.3%	23.3%
イギリス	162	328	45	11	8	39	35	44	26
		202.5%	27.8%	6.8%	4.9%	24.1%	21.6%	27.2%	16.0%
香港	464	887	94	25	31	45	148	70	86
		191.2%	20.3%	5.4%	6.7%	9.7%	31.9%	15.1%	18.5%
オーストラリア	464	913	107	26	23	84	127	128	85
		196.8%	23.1%	5.6%	5.0%	18.1%	27.4%	27.6%	18.3%
その他	2,355	4,372	646	196	161	382	481	514	323
		185.6%	27.4%	8.3%	6.8%	16.2%	20.4%	21.8%	13.7%

## 問 25 地名の認知度

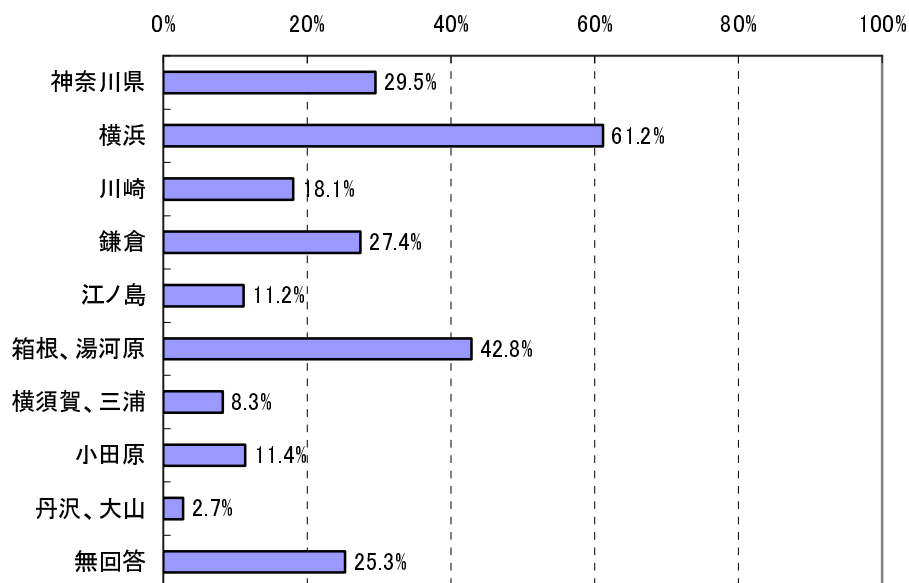
あなたは、日本に来る前に以下の場所をご存知でしたか。(複数回答)

調査全体での地名の認知度をみると、「横浜」が61.2%ともっとも多く、「箱根、湯河原」(42.8%)、「神奈川県」(29.5%)、「鎌倉」(27.4%)と続いている。

国籍別にみると、全ての国籍で1位は「横浜」である。中国、台湾では「神奈川県」に対する認知度が高い結果であった。

区 分	【秋期調査結果】		【冬期調査結果】	
	回答数	比率	回答数	比率
神奈川県	888	26.5%	1734	31.4%
横浜	1925	57.3%	3509	63.5%
川崎	585	17.4%	1020	18.5%
鎌倉	803	23.9%	1632	29.5%
江ノ島	333	9.9%	658	11.9%
箱根、湯河原	1392	41.5%	2413	43.7%
横須賀、三浦	274	8.2%	461	8.3%
小田原	392	11.7%	617	11.2%
丹沢、大山	85	2.5%	158	2.9%
無回答	965	28.7%	1283	23.2%
合計	7642	-	13485	-
n	3357		5528	

日本に来る前の認知度 (n=8885)



【国籍別クロス集計結果】

区 分	n	合計	神奈川県	横浜	川崎	鎌倉	江ノ島	箱根、湯河原	横須賀、三浦	小田原	丹沢、大山
全体	8,885	21,127 237.8%	2,622 29.5%	5,434 61.2%	1,605 18.1%	2,435 27.4%	991 11.2%	3,805 42.8%	735 8.3%	1,009 11.4%	243 2.7%
米国	707	1,396 197.5%	131 18.5%	323 45.7%	101 14.3%	239 33.8%	48 6.8%	132 18.7%	90 12.7%	51 7.2%	17 2.4%
中国	1,404	3,770 268.5%	603 42.9%	948 67.5%	442 31.5%	289 20.6%	148 10.5%	618 44.0%	167 11.9%	176 12.5%	57 4.1%
韓国	1,440	3,109 215.9%	281 19.5%	970 67.4%	223 15.5%	258 17.9%	202 14.0%	682 47.4%	69 4.8%	101 7.0%	29 2.0%
台湾	1,863	6,078 326.2%	1,004 53.9%	1,348 72.4%	422 22.7%	723 38.8%	359 19.3%	1,202 64.5%	268 14.4%	378 20.3%	88 4.7%
イギリス	162	334 206.2%	33 20.4%	78 48.1%	23 14.2%	46 28.4%	17 10.5%	40 24.7%	13 8.0%	16 9.9%	7 4.3%
香港	464	1,128 243.1%	149 32.1%	286 61.6%	64 13.8%	105 22.6%	48 10.3%	257 55.4%	42 9.1%	69 14.9%	11 2.4%
オーストラリア	464	969 208.8%	80 17.2%	283 61.0%	60 12.9%	146 31.5%	29 6.3%	172 37.1%	20 4.3%	42 9.1%	8 1.7%
その他	2,355	4,297 182.5%	339 14.4%	1,183 50.2%	269 11.4%	622 26.4%	140 5.9%	690 29.3%	65 2.8%	174 7.4%	26 1.1%



## 問 26 国内旅行での重要課題

より多くの外国人の方が、日本旅行をしてもらうことについて、どのようなことが重要だと思いますか。(複数回答)

調査全体での国内旅行をする際の重要課題をみると、「街中や駅、飲食店等での外国語標記の充実」が39.6%ともっとも多く、「日本人の外国語に対する会話力の向上」(34.4%)、「宿泊費や交通費の軽減」(32.0%)、「どこでもカード支払が可能な環境整備」(20.1%)と続いている。

調査時期でみると、重要課題に大きな差異はみられない。

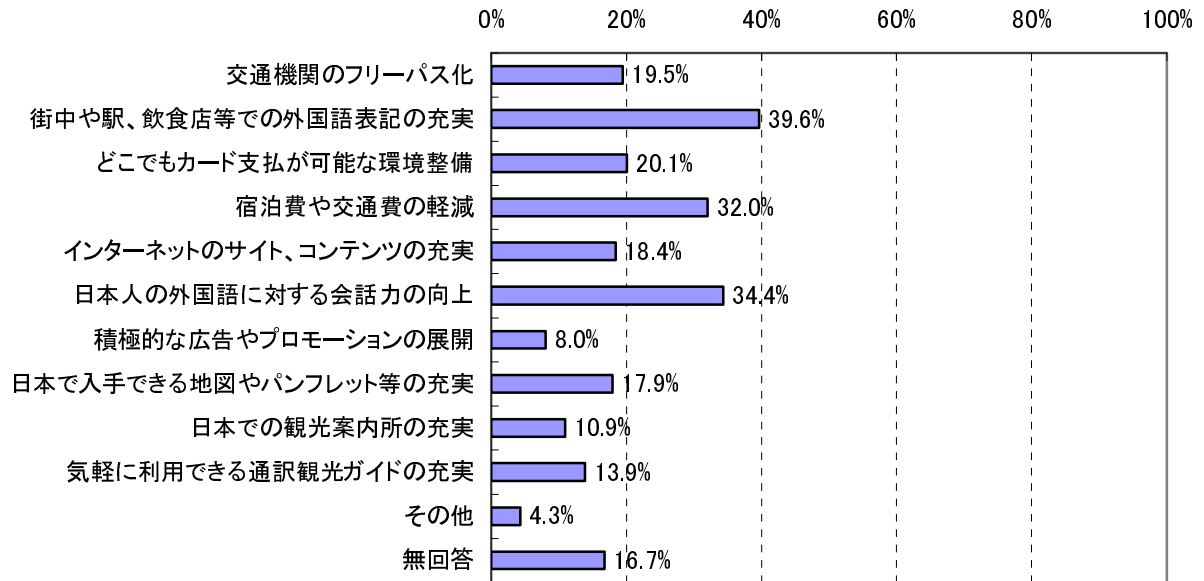
旅行形態別にみると、パッケージツアーでは、「日本人の外国語に対する会話力の向上」、個人旅行では、「街中や駅、飲食店等での外国語標記の充実」が重要課題としての認識が高い。

国籍別にみると、「街中や駅、飲食店等での外国語標記の充実」、「どこでもカード支払が可能な環境整備」、「宿泊費や交通費の軽減」、「日本人の外国語に対する会話力の向上」などが重要課題として捉えていることがわかる。

訪日回数別にみても、訪日回数に係らず同様の結果である。

区 分	【秋期調査結果】		【冬期調査結果】	
	回答数	比率	回答数	比率
交通機関のフリーパス化	675	20.1%	1054	19.1%
街中や駅、飲食店等での外国語表記の充実	1447	43.1%	2074	37.5%
どこでもカード支払が可能な環境	603	18.0%	1181	21.4%
宿泊費や交通費の軽減	1038	30.9%	1808	32.7%
インターネットのサイト、コンテンツの充実	584	17.4%	1052	19.0%
日本人の外国語に対する会話力の向上	1048	31.2%	2005	36.3%
積極的な広告やプロモーションの展開	277	8.3%	438	7.9%
日本で入手できる地図やパンフレット等の充実	605	18.0%	988	17.9%
日本での観光案内所の充実	374	11.1%	597	10.8%
気軽に利用できる通訳観光ガイドの充実	472	14.1%	759	13.7%
その他	222	6.6%	160	2.9%
無回答	507	15.1%	981	17.7%
合計	7852	-	13097	-
n	3357		5528	

日本国内を旅行するさいに重要なこと (n=8885)



【旅行形態別クロス集計結果】

区分	n	合計	交通機関のフリーパス化	街中や駅、飲食店等での外国語表記の充実	どこでもカード支払が可能な環境整備	宿泊費や交通費の軽減	インターネットのサイト、コンテンツの充実	日本人の外国語に対する会話力の向上	積極的な広告やプロモーションの展開	日本で入手できる地図やパンフレット等の充実	日本での観光案内所の充実	気軽に利用できる通訳観光ガイドの充実
全体	8,885	20,949	1,729	3,521	1,784	2,846	1,636	3,053	715	1,593	971	1,231
		235.8%	19.5%	39.6%	20.1%	32.0%	18.4%	34.4%	8.0%	17.9%	10.9%	13.9%
パッケージツアー	2,440	5,787	396	② 966	549	613	373	① 975	200	470	287	397
		237.2%	16.2%	39.6%	22.5%	25.1%	15.3%	40.0%	8.2%	19.3%	11.8%	16.3%
個人旅行	6,162	14,597	1,306	① 2,465	1,182	② 2,166	1,234	1,999	496	1,092	650	803
		236.9%	21.2%	40.0%	19.2%	35.2%	20.0%	32.4%	8.0%	17.7%	10.5%	13.0%

【国籍別クロス集計結果】

区分	n	合計	交通機関のフリーパス	街中や駅、飲食店等での外国語表記の充実	どこでもカード支払が可能な環境整備	宿泊費や交通費の軽減	インターネットのサイト、コンテンツの充実	日本人の外国語に対する会話力の向上	積極的な広告やプロモーションの展開	日本で入手できる地図やパンフレット等の充実	日本での観光案内所の充実	気軽に利用できる通訳観光ガイドの充実
全体	8,885	20,949 235.8%	1,729 19.5%	3,521 39.6%	1,784 20.1%	2,846 32.0%	1,636 18.4%	3,053 34.4%	715 8.0%	1,593 17.9%	971 10.9%	1,231 13.9%
米国	707	1,317 186.3%	67 9.5%	255 ①36.1%	131 ↑18.5%	129 18.2%	109 15.4%	106 15.0%	56 7.9%	105 14.9%	51 7.2%	67 9.5%
中国	1,404	3,305 235.4%	146 10.4%	420 29.9%	419 29.8%	374 26.6%	256 18.2%	633 ①45.1%	135 9.6%	198 14.1%	155 11.0%	251 17.9%
韓国	1,440	3,403 236.3%	439 30.5%	463 ↑32.2%	289 20.1%	622 ①43.2%	321 22.3%	440 30.6%	87 6.0%	248 17.2%	116 8.1%	188 13.1%
台湾	1,863	5,239 281.2%	497 26.7%	836 ①44.9%	399 21.4%	773 ↑41.5%	365 19.6%	763 ↑41.0%	173 9.3%	500 26.8%	299 16.0%	330 17.7%
イギリス	162	317 195.7%	16 9.9%	70 ①43.2%	37 ↑22.8%	35 21.6%	27 16.7%	23 14.2%	14 8.6%	20 12.3%	12 7.4%	10 6.2%
香港	464	1,204 259.5%	95 20.5%	172 37.1%	82 17.7%	206 ①44.4%	121 26.1%	198 ↑42.7%	44 9.5%	67 14.4%	72 15.5%	68 14.7%
オーストラリア	464	1,003 216.2%	63 13.6%	236 ①50.9%	95 ↑20.5%	87 18.8%	66 14.2%	84 18.1%	39 8.4%	145 31.3%	51 11.0%	43 9.3%
その他	2,355	5,109 216.9%	403 17.1%	1,063 45.1%	327 13.9%	610 25.9%	367 15.6%	797 33.8%	165 7.0%	309 13.1%	212 9.0%	271 11.5%

【訪日回数別クロス集計結果】

	n	合計	交通機関のフリーパス	街中や駅、飲食店等での外国語表記の充実	どこでもカード支払が可能な環境整備	宿泊費や交通費の軽減	インターネットのサイト、コンテンツの充実	日本人の外国語に対する会話力の向上	積極的な広告やプロモーションの展開	日本で入手できる地図やパンフレット等の充実	日本での観光案内所の充実	気軽に利用できる通訳観光ガイドの充実
全体	8,885	20,949 235.8%	1,729 19.5%	3,521 39.6%	1,784 20.1%	2,846 32.0%	1,636 18.4%	3,053 34.4%	715 8.0%	1,593 17.9%	971 10.9%	1,231 13.9%
初めて	4,007	9,099 227.1%	670 16.7%	1,579 39.4%	827 20.6%	1,127 28.1%	672 16.8%	1,412 35.2%	297 7.4%	638 15.9%	400 10.0%	538 13.4%
2回目	1,585	3,718 234.6%	313 19.7%	673 42.5%	316 19.9%	515 32.5%	265 16.7%	522 32.9%	113 7.1%	315 19.9%	185 11.7%	206 13.0%
3回目	759	1,940 255.6%	173 22.8%	333 43.9%	141 18.6%	281 37.0%	168 22.1%	282 37.2%	62 8.2%	154 20.3%	96 12.6%	124 16.3%
4回目	447	1,065 238.3%	114 25.5%	190 42.5%	74 16.6%	163 36.5%	86 19.2%	135 30.2%	36 8.1%	83 18.6%	38 8.5%	58 13.0%
5回目	1,963	4,891 249.2%	447 22.8%	706 36.0%	411 20.9%	734 37.4%	432 22.0%	668 34.0%	195 9.9%	386 19.7%	240 12.2%	294 15.0%

## 自由回答

「日本の魅力は何ですか。」と記述式に回答を求めたところ、調査全体で 3,196 名からの回答があり、下記のようなキーワードで意見を整理した。

その結果、日本に対しての印象は全般的に好印象である。

しかし、コミュニケーションの問題や、情報発信コーナーでのパンフレットで困ったなどの意見もみられた。

### 【肯定的意見】

(単位：件)

親切・ホスピタリティー・フレンドリー。礼儀正しい。サービスが良い	1107
美しい・きれい・清潔である。	875
伝統・文化・歴史・芸術・近代と古い物の融合	540
食べ物・飲み物がおいしい。	437
良い・素晴らしい・満足・楽しい。日本が好き・尊敬に値する など	423
施設・観光地・景観・自然・環境・温泉が良い	354
安全・治安が良い。秩序が良い。設備・整備が充実している	193
交通に関することが良い	192
アクセサリ・ファッションなどの買い物が便利、品物が豊富	146
ユニークな文化・異なる文化、個性的、自由。興味深いなど	117
流行・思想・技術などが進んでいる。レベルが高い	82
アニメ・キャラクターが素晴らしい・美しい・好き・豊富	32

### 【課題的意見】

(単位：件)

コミュニケーションが問題	48
料金が低い。割引、クーポンを増やす。	45
情報が少ない。いろんな言語のパンフレット・インフォメーションが必要	38
アンケートの内容が多すぎる	17
無線 LAN の普及、ウェブサイトの充実が必要	11
ホテル・観光案内所などのサービスが悪い	8
設備・施設が少ない	5
とても遠い	3
交通手段が少ない、店が早く閉まる。	3
ビザが取得しにくい	3