

## R1 伊勢市外国人観光客実態調査 集計結果(中間速報)

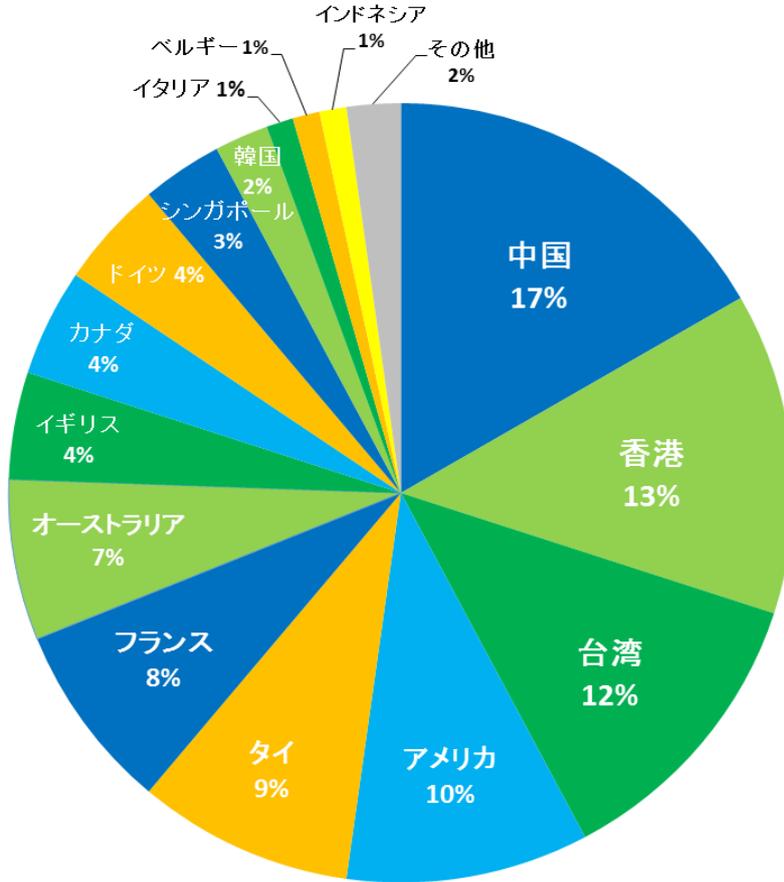
- ・調査実施期間 平成 31 年 1 月～令和元年 6 月  
※令和元年 12 月まで実施予定ですが、6 月末で中間集計を行いました。
- ・調査地点 観光案内所 5 か所、市内宿泊施設 9 か所
- ・調査対象 上記調査地点を訪れた外国人
- ・回収サンプル数 158 サンプル  
※施設により回収サンプル数の多寡があるため、集計においては回収サンプル数の補正を行っています。
- ・調査開始年月 本調査は平成 28 年 12 月から開始しています。  
(H29 調査:平成 28 年 12 月～平成 29 年 6 月)  
(H30 調査:平成 30 年 1 月～12 月)
- ・調査結果から見られた特徴

- (1) 国籍(出身地)は、中国、香港、台湾、アメリカ、タイ、フランス、オーストラリアの順に多い。昨年度に比べて、タイが大きく増加した。
- (2) 伊勢を選んだ理由は、「伊勢神宮」が 85%と圧倒的に多い。伊勢神宮は日本人だけでなく外国人にとっても伊勢を訪れる動機になっている。
- (3) 伊勢を知った時期は、「日本に来る前」が 77%、「日本に来てから」が 23%となっている。(昨年度と同様の傾向。) 伊勢を旅行先として選んでもらうためには、日本に来る前のタイミング、すなわち発地への情報発信が重要である。
- (4) 日本に来る前に伊勢を知った人は、「観光情報サイト(インターネット)」が 25%と最も多いが、「雑誌・ガイドブック(紙媒体)」も 24%と同様に多い。発地への情報発信は、インターネットと紙媒体の両方が有効である。  
  
一方、日本に来てから伊勢を知った人は、「観光情報サイト」と並んで「日本の友人・知人」が 27%と最も多く、「外国の友人・知人」も 14%となっている。約 3 人に 1 人は友人・知人からの情報(口コミ)を頼りに伊勢を訪れていることから、伊勢を訪れた人の満足度を上げることが重要である。
- (5) クレジットカードや電子マネーでの支払いが可能ならもっと買い物したいかは、「そう思う」が 34%、「少し思う」が 18%となり、肯定的な回答が半数を超えた。キャッシュレス決済環境の導入により、消費促進につながる可能性がある。



# 【調査項目別集計結果】

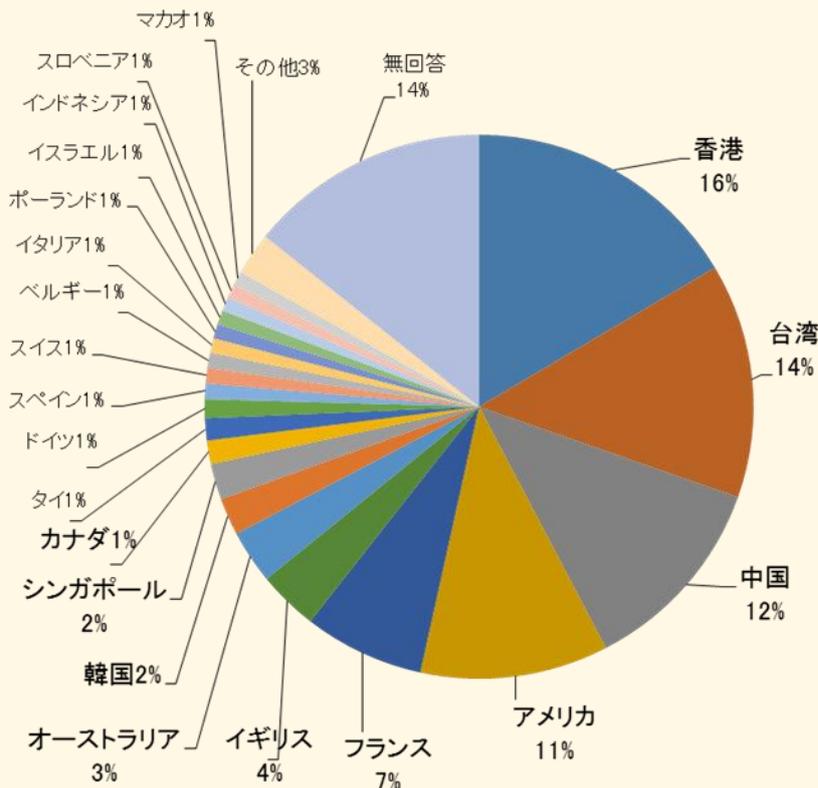
## Q1 国籍(出身地)



- 1位 中国
- 2位 香港
- 3位 台湾
- 4位 アメリカ
- 5位 タイ
- 6位 フランス
- 7位 オーストラリア

・H30と比較して、  
タイが大きく増加した。  
(1%→9%)

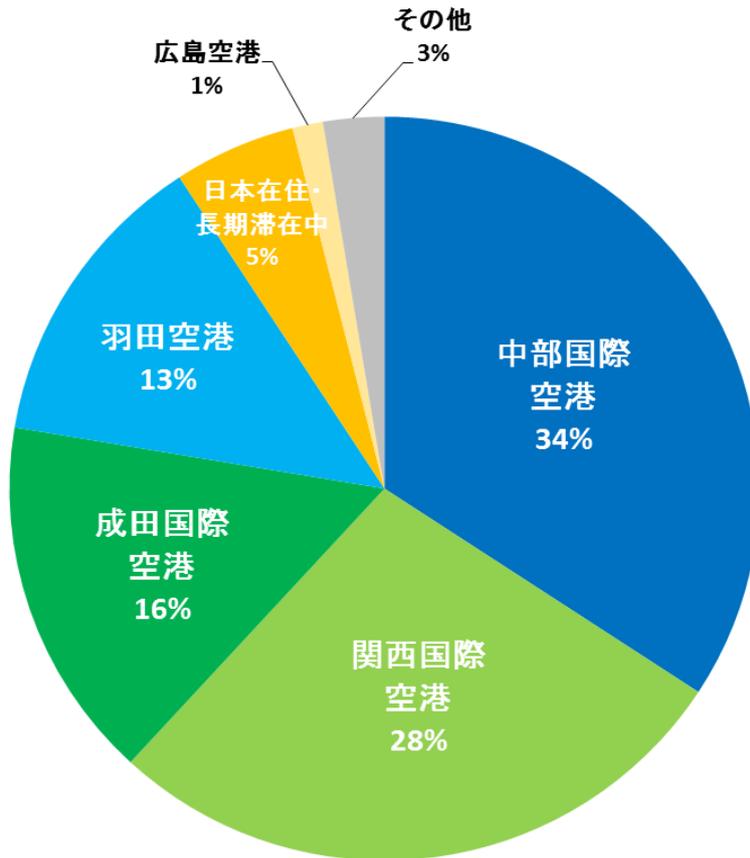
### <参考：H30 調査結果>



- 1位 香港
- 2位 台湾
- 3位 中国
- 4位 アメリカ
- 5位 フランス
- 6位 イギリス
- 7位 オーストラリア

新規項目

Q2 利用空港(入国時)



・入国時と出国時のいずれも、利用空港は、

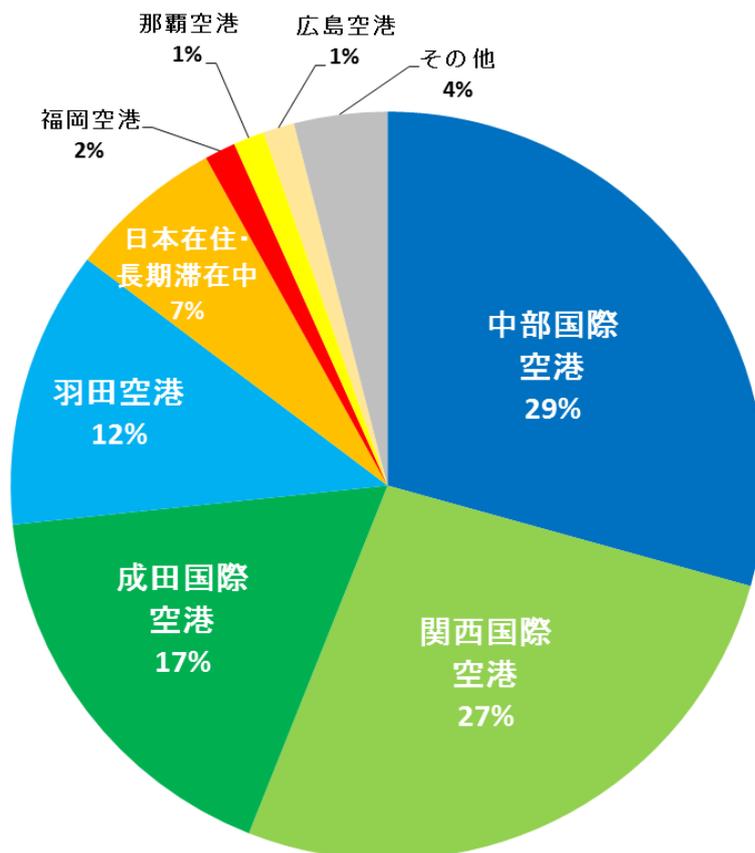
- ① 中部国際空港
- ② 関西国際空港
- ③ 成田国際空港
- ④ 羽田空港

の順に多くなっている。

・入国時は中部国際空港を利用するが、出国時は別の空港を利用するケースが見られる。

新規項目

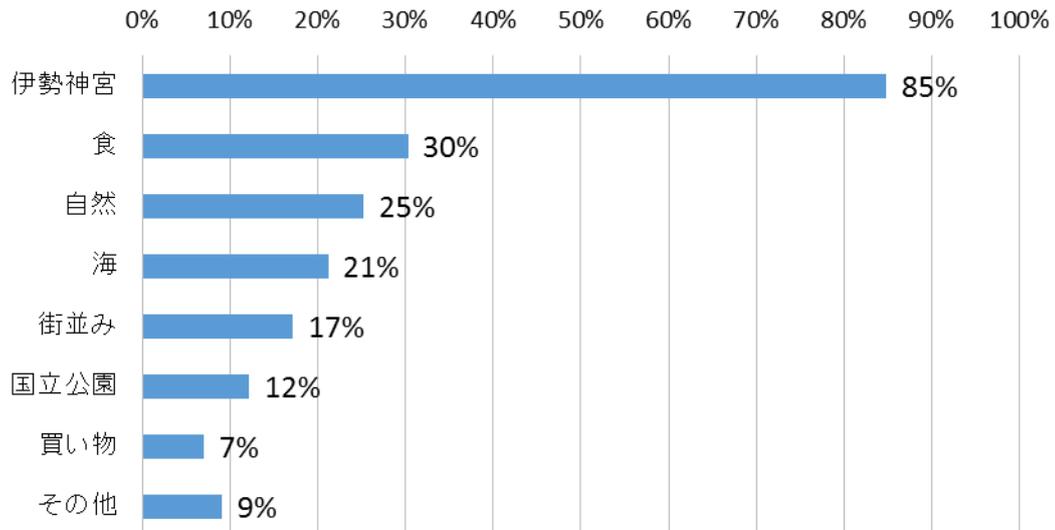
Q2 利用空港(出国時)



※入国時よりも出国時の方が「日本在住・長期滞在中」の回答が多い理由は、長期滞在者は出国時に利用する空港が決まっていないケースがあるためと考えられる。

## 新規項目

### Q3 伊勢を選んだ理由(複数回答)

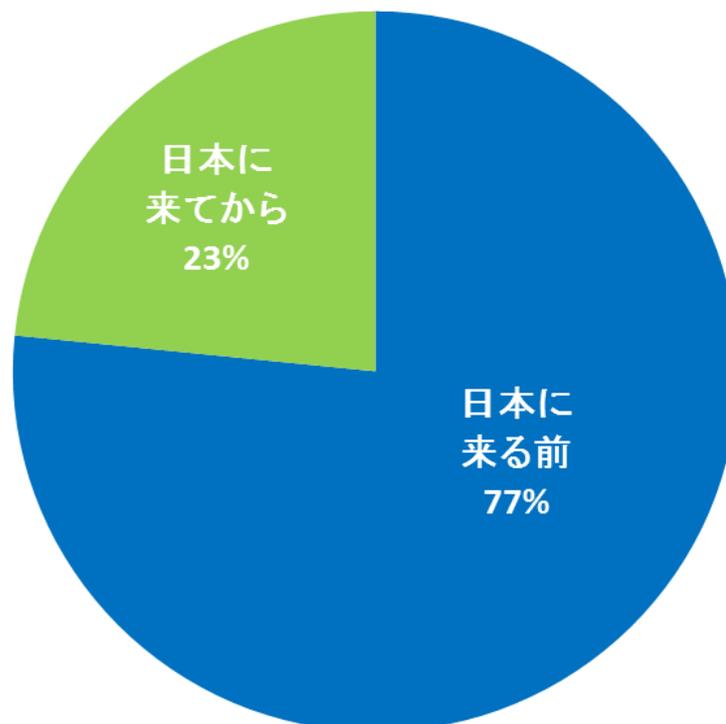


#### 【その他】

ツアー、神宮奉納大相撲、夫婦岩、ミキモト真珠島、伊良子清白の家、志摩 など

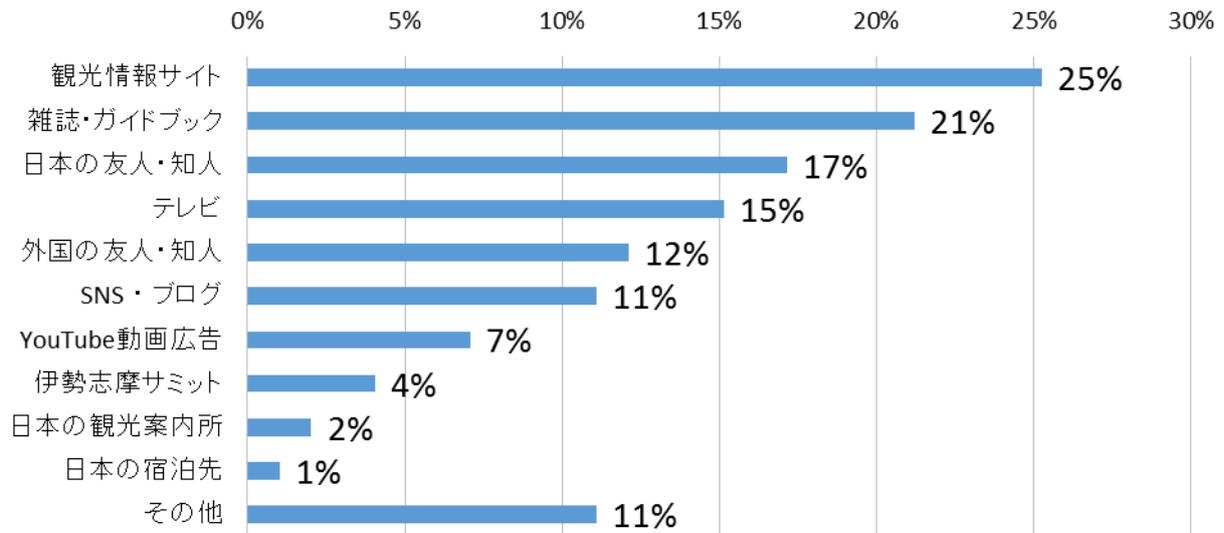
- ・「伊勢神宮」が 85%と、伊勢を選んだ理由として圧倒的に多い。伊勢神宮は日本人だけでなく外国人にとっても、伊勢を訪れる動機になっている。
- ・「食」が 30%、「自然」が 25%、「海」が 21%、「街並み」が 17%と続く。
- ・日本人観光客を対象にした観光客実態調査(H30)では、食(「おいしいものを食べる」)を旅行目的とする人は 49.6%であった。一方、外国人観光客を対象にした本調査では 30%にとどまっている。外国人に対しては伊勢の食の魅力が伝わっていないと考えられる。

### Q4-1 いつ伊勢を知ったか



- ・「日本に来る前」に伊勢を知った人が 77%と大半を占める。(H30と同様の傾向。)
- ・伊勢の情報が外国に伝わっており、その結果として伊勢を訪れていると考えられる。今後さらに伊勢の情報を外国へ発信することで、伊勢を訪れる外国人観光客が増加する可能性がある。

## Q4-2 どのように伊勢を知ったか(複数回答)



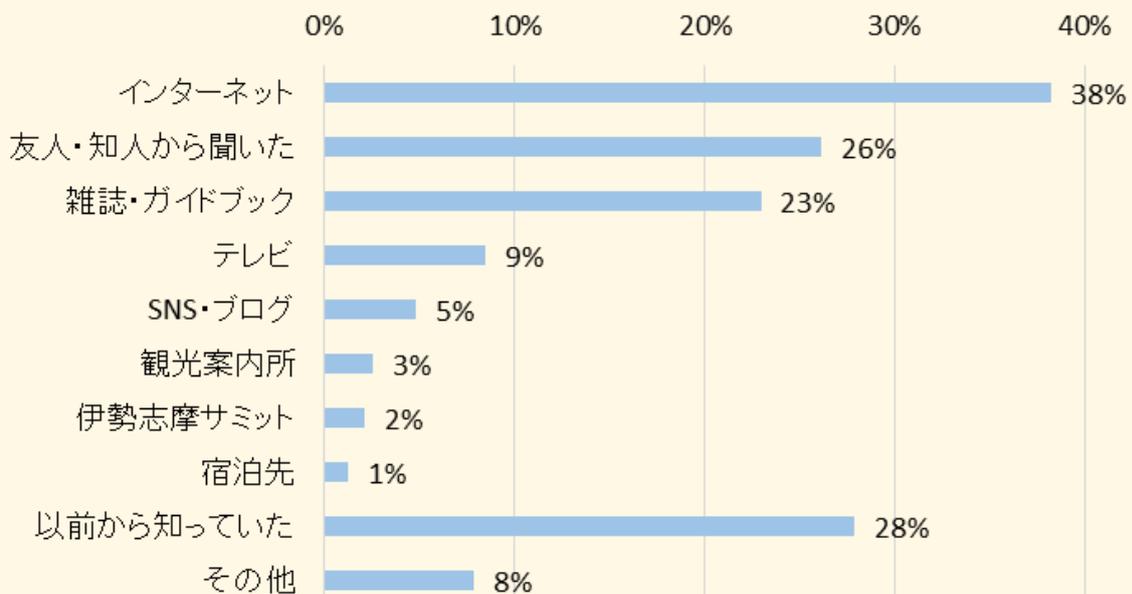
### 【その他】

本、大学、旅行会社、仕事 など

- ・「観光情報サイト」(インターネット)は最も多い 25%となっている。
- ・「日本の友人・知人」が 17%、「外国の友人・知人」が 12%となっていることから、3~4人に1人は友人・知人からの情報(口コミなど)を頼りに旅行先を決めていると考えられる。(H30 と同様の傾向。)
- ・「テレビ」、「SNS・ブログ」が H30 よりも増加した。
- ・「YouTube 動画広告」を選択肢として新設したところ 7%となった。YouTube 上で公開されている伊勢に関する何らかの動画を見たことが、伊勢への訪問の動機となった可能性がある。

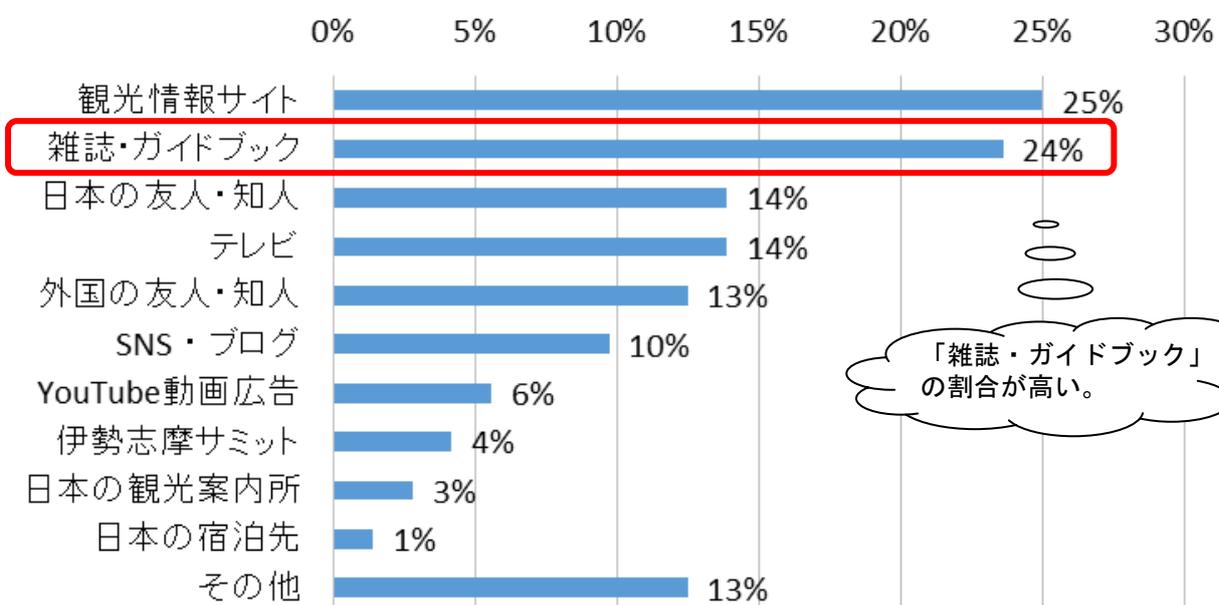
<参考：H30 調査結果>

## どのように伊勢を知ったか

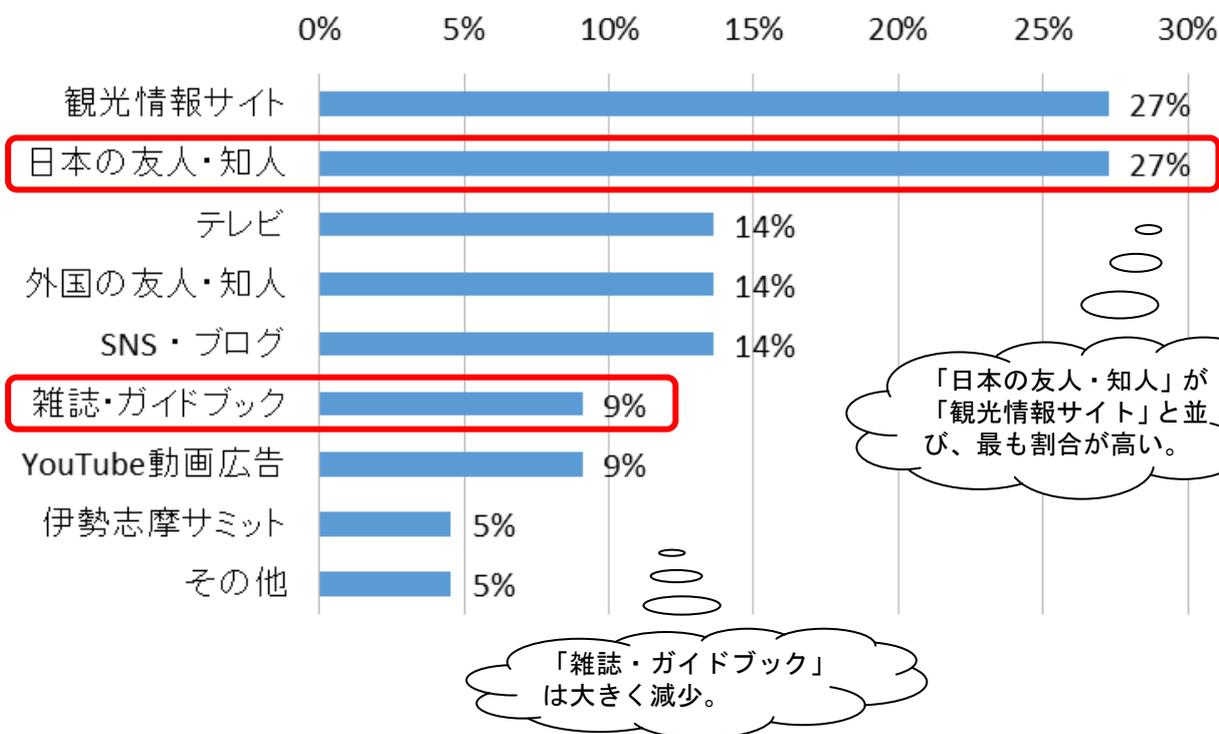


<「日本に来る前」と「日本に来てから」の比較>

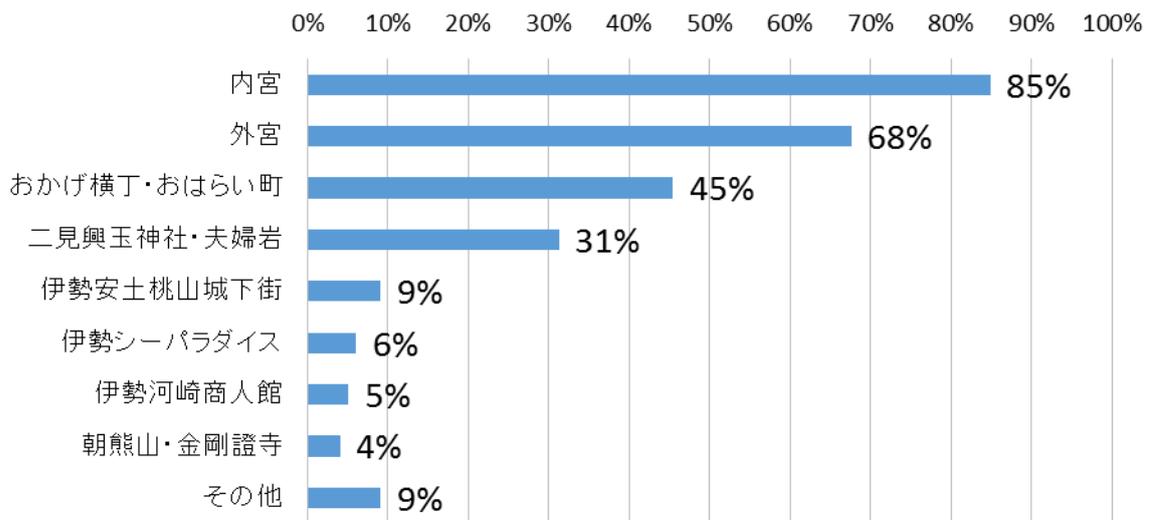
どのように伊勢を知ったか 【日本に来る前】



どのように伊勢を知ったか 【日本に来てから】



## Q5 どこを訪れた(訪れる予定)か(複数回答)



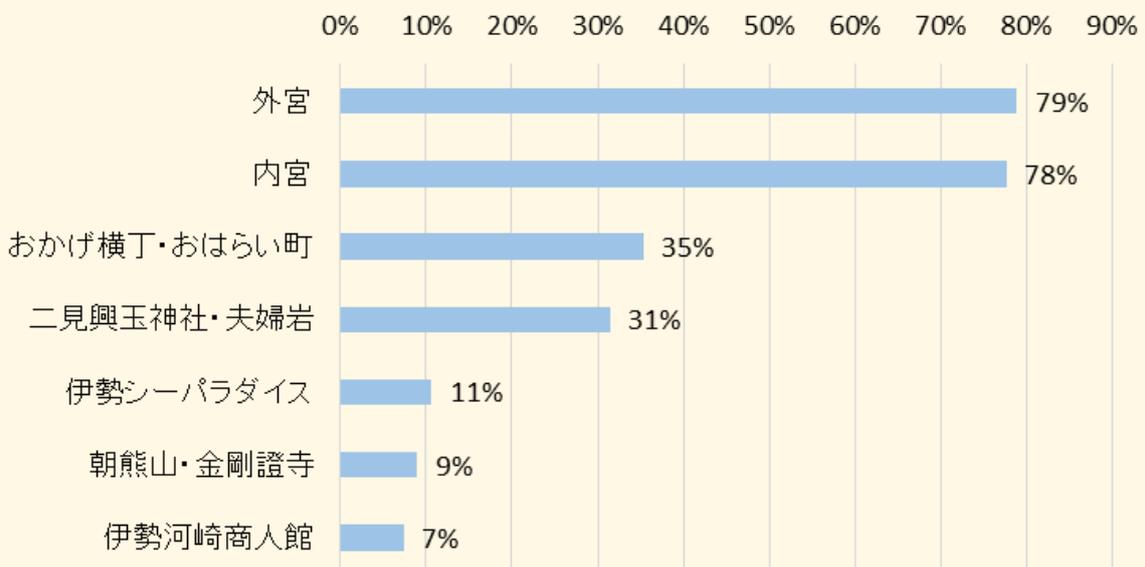
### 【その他】

鳥羽（鳥羽水族館、ミキモト真珠島）、志摩（横山展望台）、  
 寶日館、宮川堤、熊野本宮大社、高野山、勝浦 など

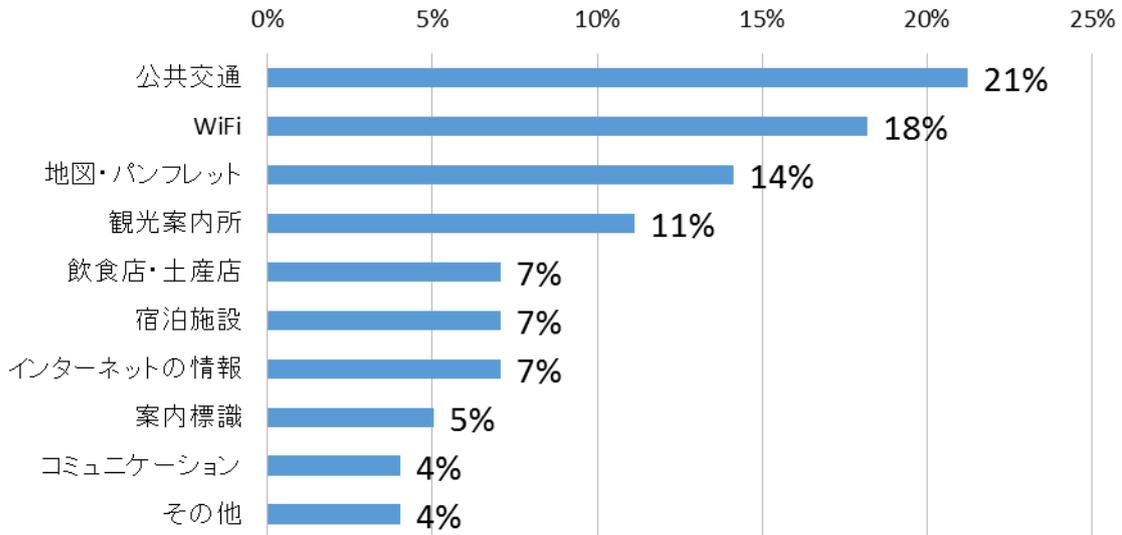
- ・H29 と H30 の調査では、神宮参拝者数統計や日本人観光客の傾向とは異なり、「外宮」の方が「内宮」より多かったが、今回は内宮の方が多くなった。
- ・これまで外宮の方が多かった要因としては、神宮の正宮は内宮と外宮の二つあることが認識されていないこと、外宮は内宮よりも駅から近いため来訪の利便性が高いことなどが考えられたが、今回の結果から、内宮と外宮があることへの理解が高まりつつあると考えられる。
- ・内宮の増加に伴い、「おかげ横丁・おはらい町」への訪問が増加した。一方、「伊勢シーパラダイス」、「伊勢河崎商人館」、「朝熊山・金剛證寺」への訪問は減少した。

<参考：H30 調査結果>

## どこを訪れた(訪れる予定)か



## Q6 不便を感じた施設・サービス(複数回答)



### 【主な理由】

#### <公共交通>

- ・JRパス(ジャパン・レール・パス)を持っていても全ての路線を利用できる訳ではない。
- ・ショッピングセンターからの帰りの際に夜8時以降はバスやタクシーが無い。
- ・駅の反対方向へ行く場合、ぐるっと周っていかなければならないのが不便。

#### <WiFi>

- ・駅内に地図や観光情報にアクセスするためのWiFiが無い。

#### <地図・パンフレット>

- ・駅などで無料の地図が入手できると良い。

#### <飲食店・土産店>

- ・レストランや土産店を探すのに苦労する。
- ・店が閉まる時間が早い。
- ・レストランのメニューに英語の表記がもっとほしい。

#### <案内標識>

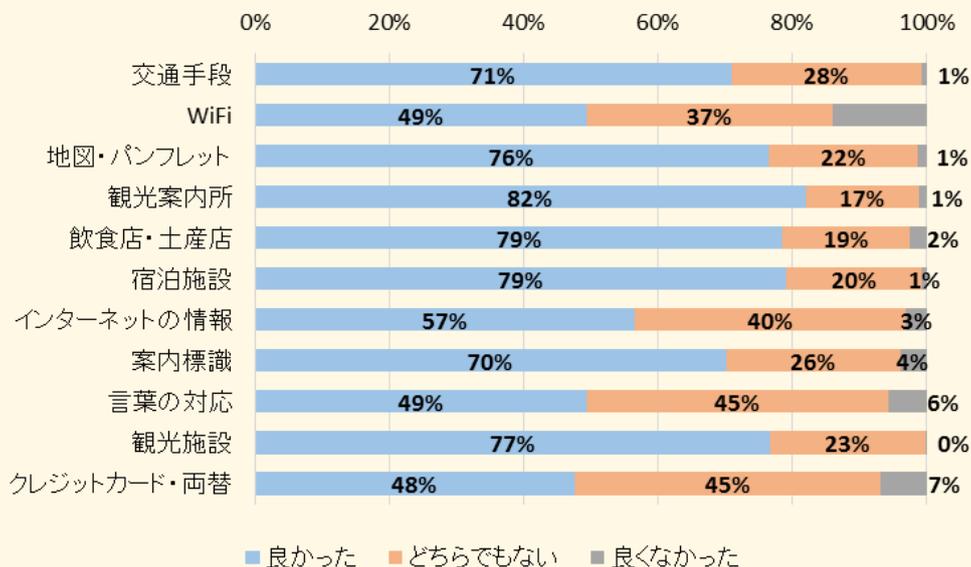
- ・方向や観光地を示す英語の標識が少ない。

#### <コミュニケーション>

- ・英語を話す人が少ない。

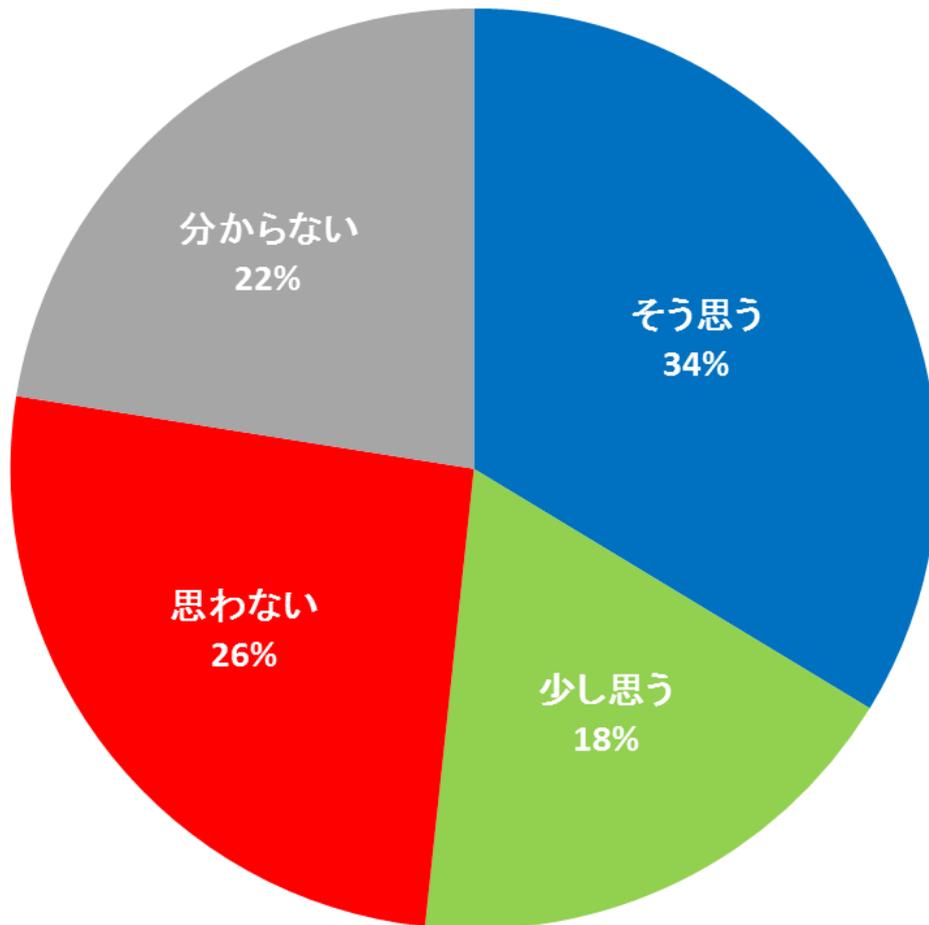
### <参考：H30 調査結果>

## 伊勢の施設やサービスの感想



新規項目

Q7 クレジットカードや電子マネーでの支払いが可能なら、もっと買い物したいと思うか



【支払いで利用したい方法（現金以外）】

クレジットカード、デビットカード、アリペイ、アップルペイ、ペイウェーブ、ビットコイン、交通系 IC カード