

2018年度 関西広域周遊促進に向けたマーケティング調査結果について  
～大阪市・京都市への“二極集中”の緩和、2025年「大阪・関西万博」を見据えて～

一般財団法人 関西観光本部



# 2018年度 関西広域周遊促進に向けたマーケティング調査

## 目次

1. 訪日外国人観光客対面聴き取り調査の概要……………02
2. 訪日外国人観光客の周遊の状況について……………03
3. 訪日外国人観光客の国内および関西における比率について……………05
4. 欧米豪に対するWebアンケート調査の概要……………06
5. 欧米豪に需要性の高い観光コンテンツについて……………07
6. 欧米豪の万博等のイベントの認知と意向について……………09
7. 欧米豪の認知率について……………11
8. 欧米豪の訪問意向率について……………13
9. 欧米豪の訪関西周遊意向について……………15
10. 「関西周遊動画」視聴前後の訪問意向、周遊意向の増減について ……16
11. 意向に影響を及ぼした「関西周遊動画」のシーンについて……………21

- ▶ 訪日外国人の行動実態を把握するために、訪日外国人1,048サンプルの対面アンケート調査を関西の主要観光地で実施した。
- ▶ 調査の概要は下記の通り。調査結果を踏まえて、各対象者の行動ルートを個票上に取りまとめた。

## 調査概要

分類	調査場所	調査時期
本調査	鳥取砂丘	2018年11月
	姫路城	2018年11月
	うずしお観潮船乗場	2018年11月
	天橋立	2018年11月
	彦根城	2018年11月
	熊野古道	2018年11月
	伊賀忍者博物館	2018年11月
	奈良公園	2019年1月
	羽田空港出国ロビー	2018年12月
	連携調査	関西国際空港出国ロビー ※1
JR金沢駅 ※2		2018年11月

※1 近畿運輸局調査と連携  
 ※2 中部運輸局調査と連携

## 調査個票(例)



### 【凡例】

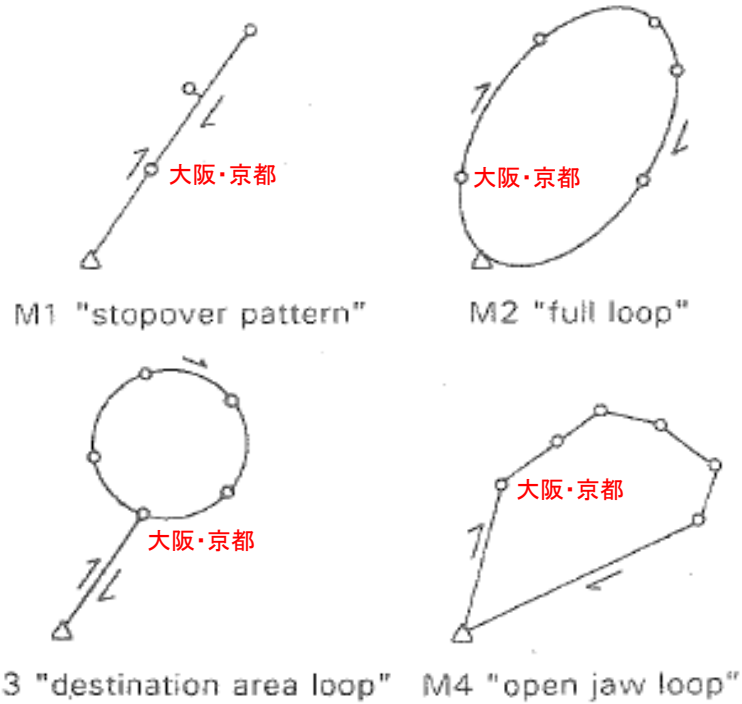
- ⑥ 緑は宿泊した地域
- 丸の中の数字は何日目に宿泊したかを示す
- 丸が大きいほど、その地域での宿泊日数が多いことを示す
- 青は日帰りした地域
- ⑤ 三角の中の数字は何日目に日帰り訪問したかを示す
- ↔ 矢印は移動ルートを示す
- ← 矢印の横の赤字は移動手段を示す

### 【左図の場合の行動ルートの見方】

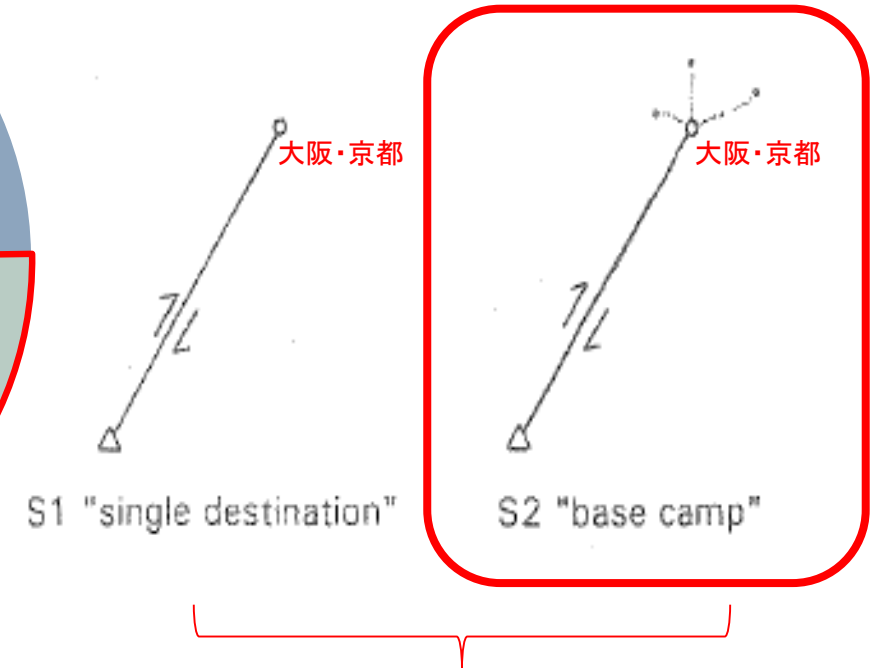
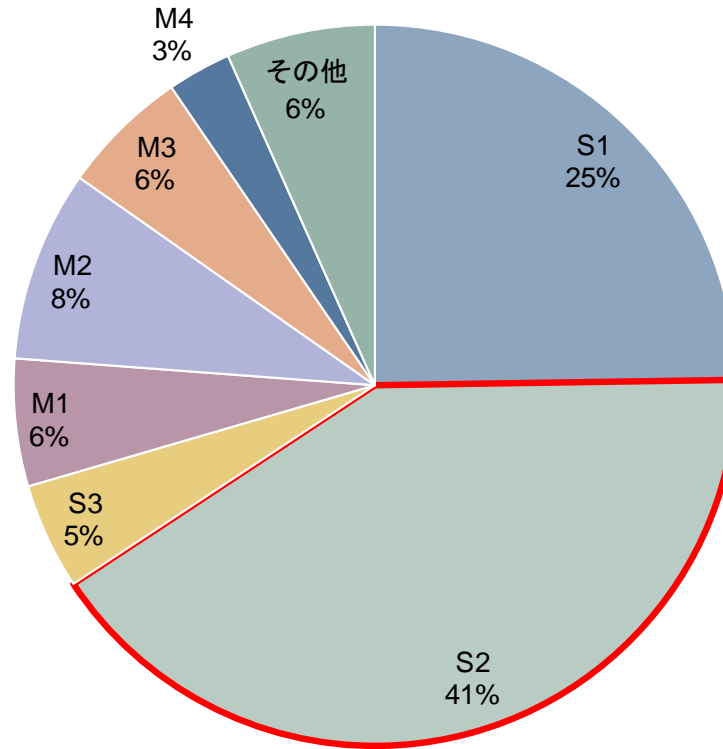
- 関西空港から入国し、大阪に1泊したのち、豊岡に移動し1泊。
- 天橋立、伊根を観光したのちに京都に戻り、京都に5泊。
- 3泊目に彦根と大津、4泊目に再び大津を訪れた。
- 最後は京都から関西空港へ向かい出国。

関西訪問者のMartin Opperman (1995) "A Model of Travel Itineraries"に基づく、旅行パターン分類(関空調査、サンプル数105)

複数目的地パターン

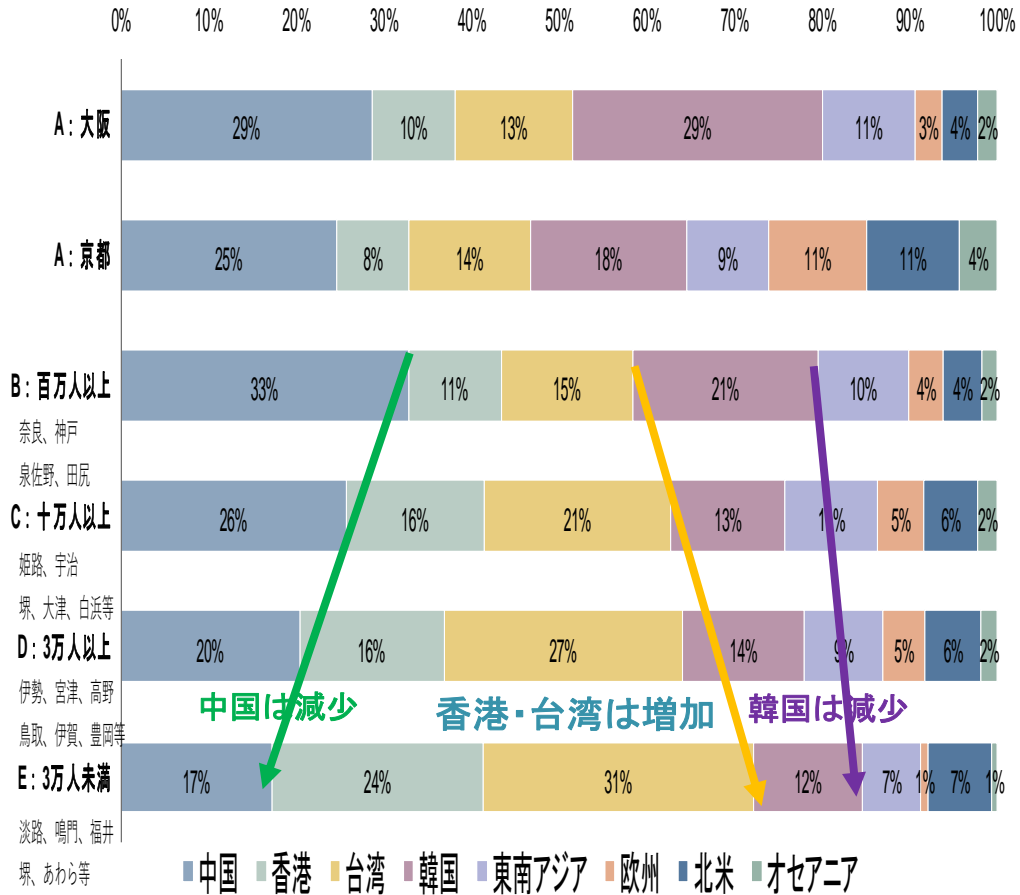


大阪・京都目的地パターン

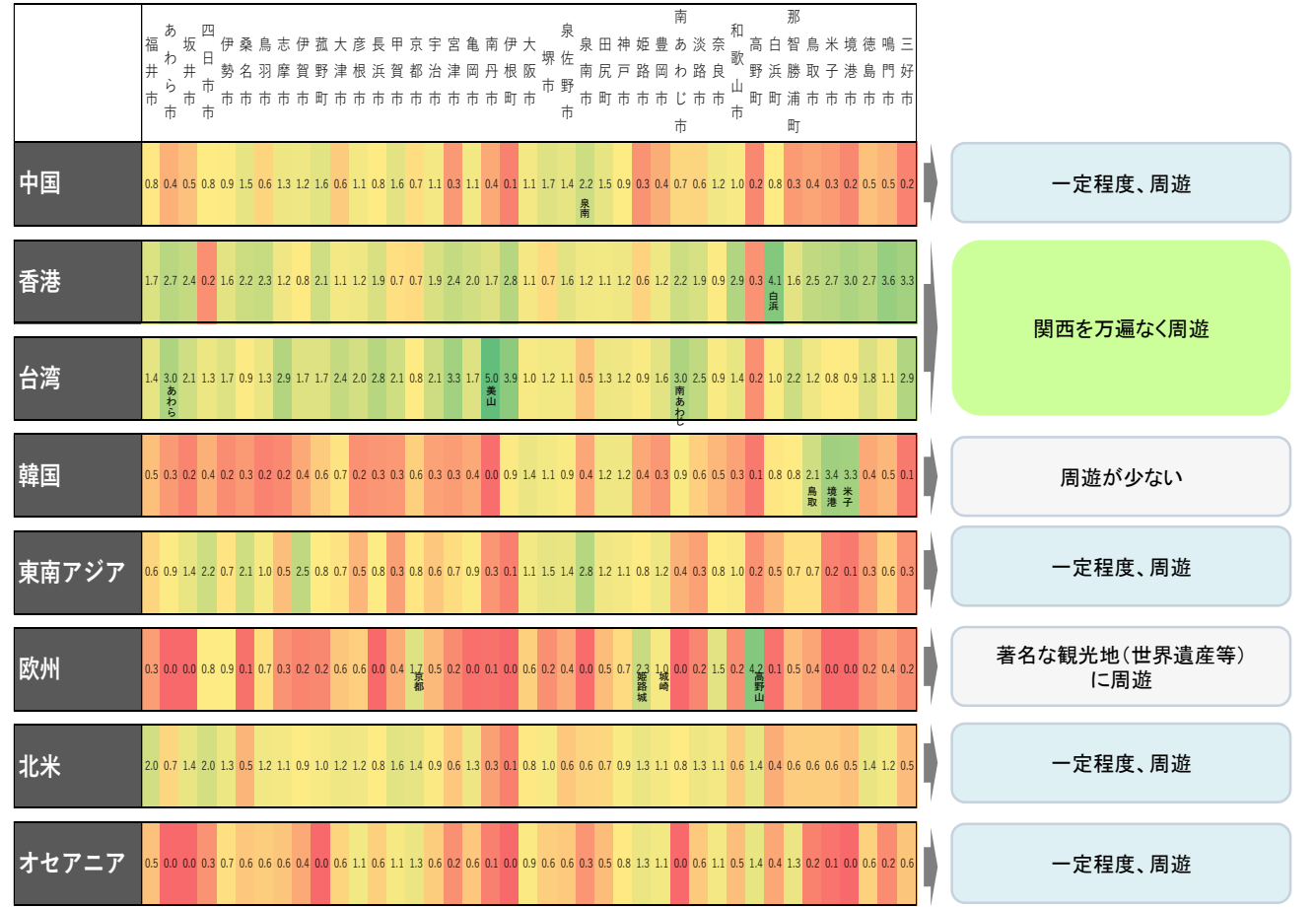


66%が宿泊地として、  
大阪市・京都市を選んでいる

## 主要41地域の集客数規模別、国籍割合



## 国籍別の訪問地集中度合い

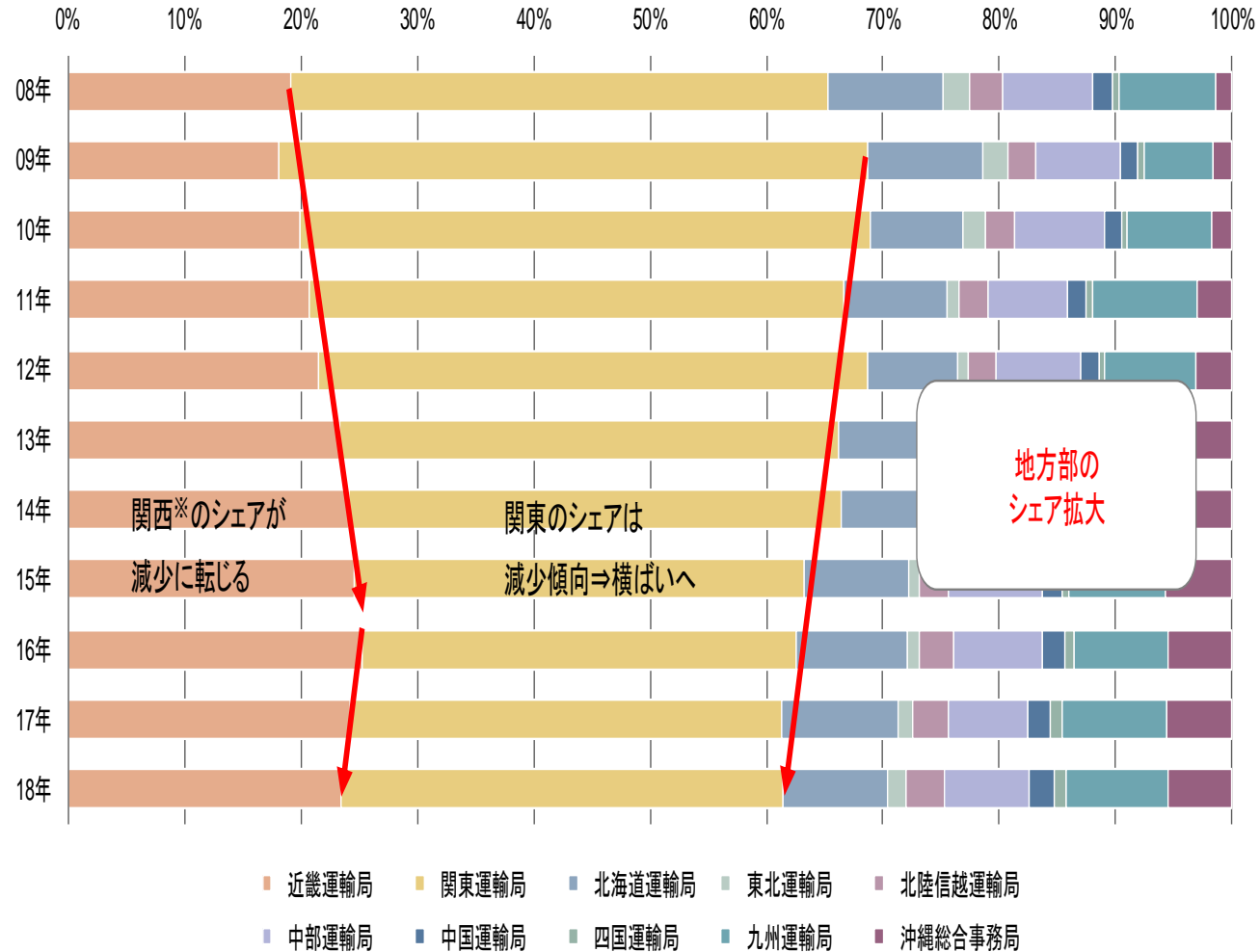


(出所) ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」

### 【算出方法の概要】

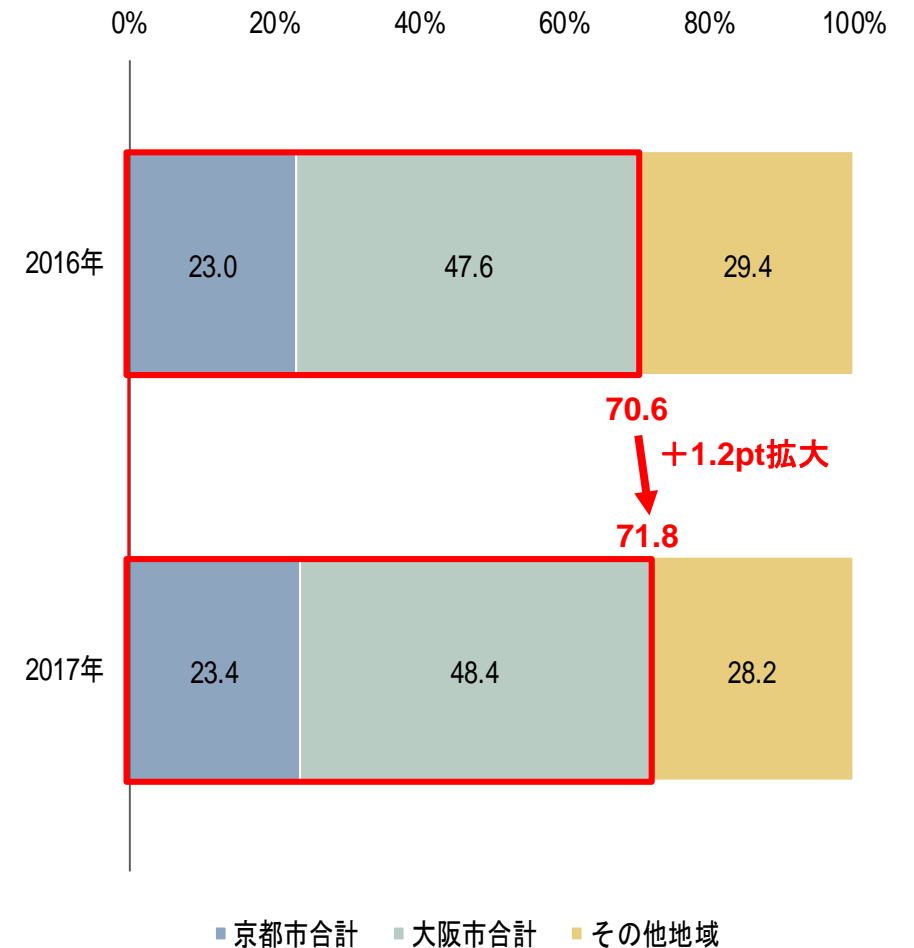
- 国籍別地域別の訪問割合を各地点の全国籍訪問割合の平均値で割戻して算出
- 「1」よりも大きい場合は他国籍に比して訪問が多いことを示す(緑色)
- 「1」よりも小さい場合は他国籍に比して訪問が少ないことを示す(赤色)
- 以上から、赤が多い国籍は周遊が少ない、緑が多い国籍は周遊が多いと解釈できる+

運輸局別の外国人延べ宿泊者割合



(出所) 観光庁「宿泊旅行統計」

年別の外国人観光者割合(大阪市・京都市・その他)



(出所) まち・ひと・しごと創生本部事務局「RESAS」

## 調査手法

- ▶ オンライン調査（観光コンテンツニーズ把握・来訪意向把握）

調査対象国  
対象言語

- ▶ 欧米豪6か国（イギリス、フランス、ドイツ、アメリカ、カナダ、オーストラリア）

対象国	イギリス	フランス	ドイツ	アメリカ	カナダ	オーストラリア
対象都市	全土	全土	全土	全土	全土	全土
実施言語	英語	フランス語	ドイツ語	英語	英語	英語

## 対象者条件

- ▶ 20歳以上 一般男女
- ▶ ロングホール海外旅行頻度が3年に1回以上
- ▶ 訪日未経験者
- ▶ 訪日意向検討者（具体的な検討のアクションを起こしている人 ※検索・情報収集など）

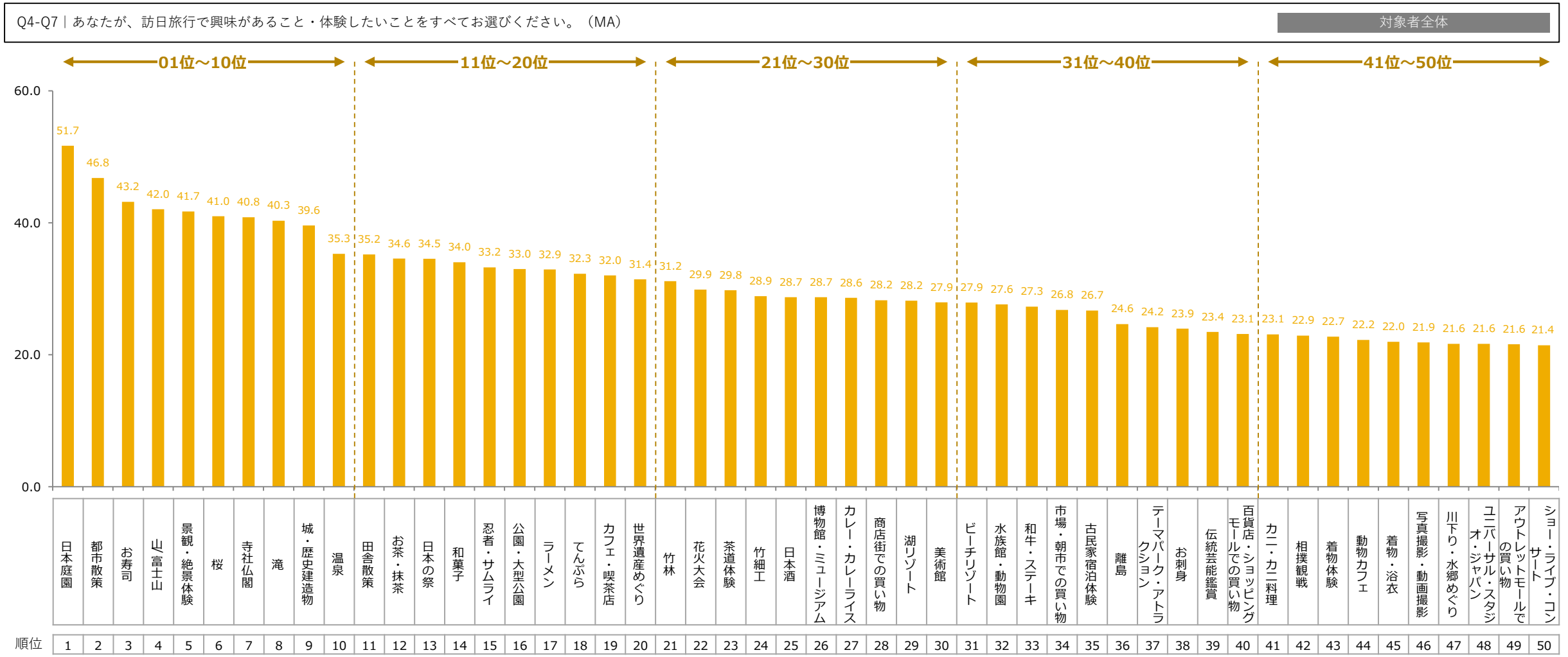
## サンプル数

- ▶ 3,024ss（各国504ss）

## 調査時期

- ▶ コンテンツニーズ把握調査：2018年12月
- ▶ 来訪把握調査：2019年3月

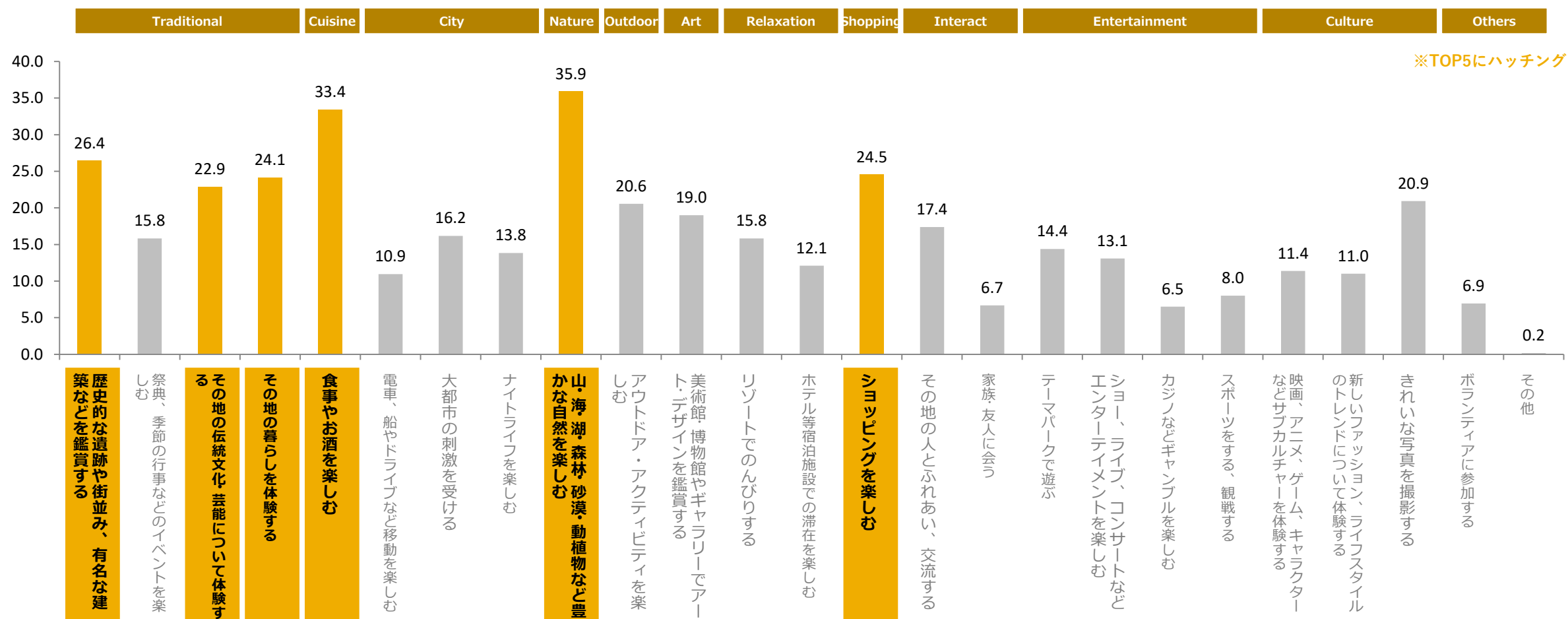
- ▶ 「日本庭園」「都市散策」「お寿司」「山/富士山」「景観・絶景体験」「桜」「寺社仏閣」「滝」「城・歴史建造物」「温泉」がTOP10となる。  
これらの観光コンテンツは、いずれの国においても需要性が高く、訪日外国人全体にとっての定番の（外せない）観光コンテンツであるといえる。





訪日旅行に対して求めることは、1位「山・海・湖・森林・砂漠・動植物など豊かな自然を楽しむ（Nature）」、2位「食事やお酒を楽しむ（Cuisine）」、3位「歴史的な遺跡や街並み、有名な建築などを鑑賞する（Traditional）」となり、次いで「その地の暮らしを体験する（Traditional）」「その地の伝統文化・芸能について体験する（Traditional）」が挙がる。

訪日旅行に対して求めること

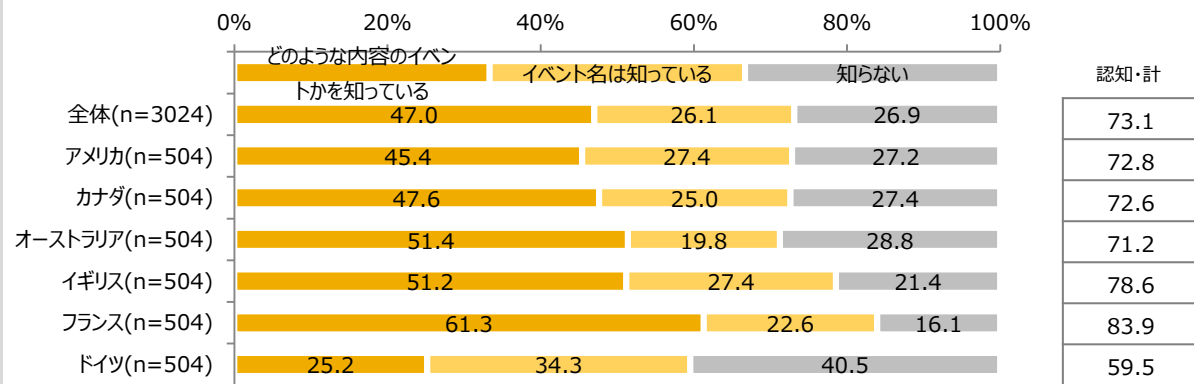


- ▶ 欧米豪の訪日検討者において、「大阪：大阪・関西万博」については、各国とも6~8割程度が認知している。「RWC2019」「東京オリンピック・パラリンピック2020」には劣るものの、高い認知率を獲得できているといえる。

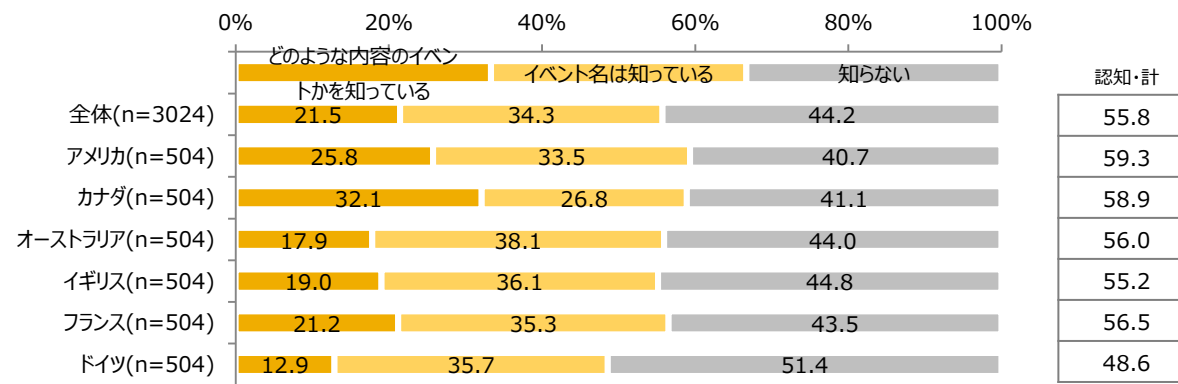
Q15 | あなたは、次にあげるイベントをどの程度ご存じですか。それぞれについてお知らせください。(各SA)

対象者全体

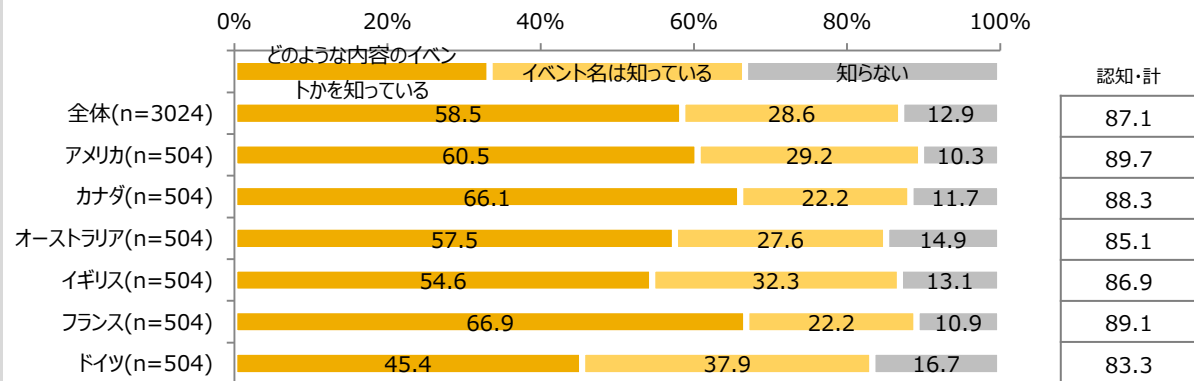
日本国内各地域：ラグビーワールドカップ2019日本大会



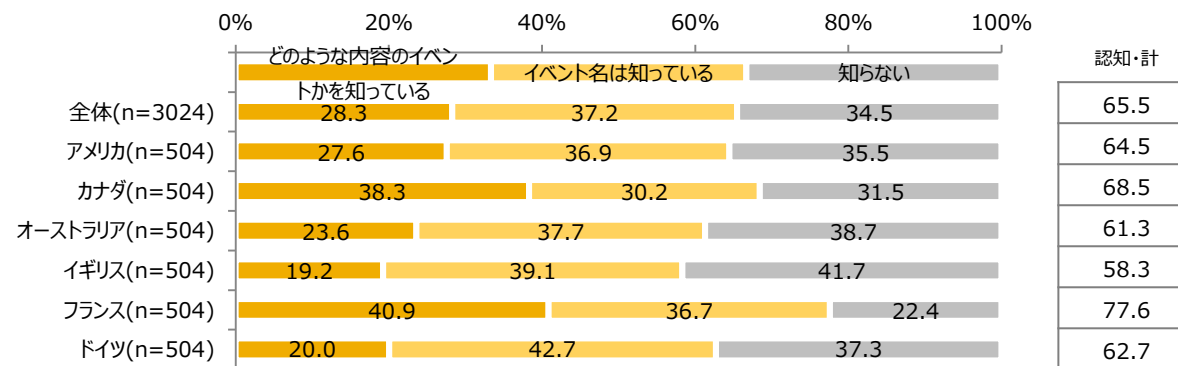
関西地方：ワールドマスターズゲームズ2021関西



東京：東京オリンピック・パラリンピック2020



大阪：大阪・関西万博

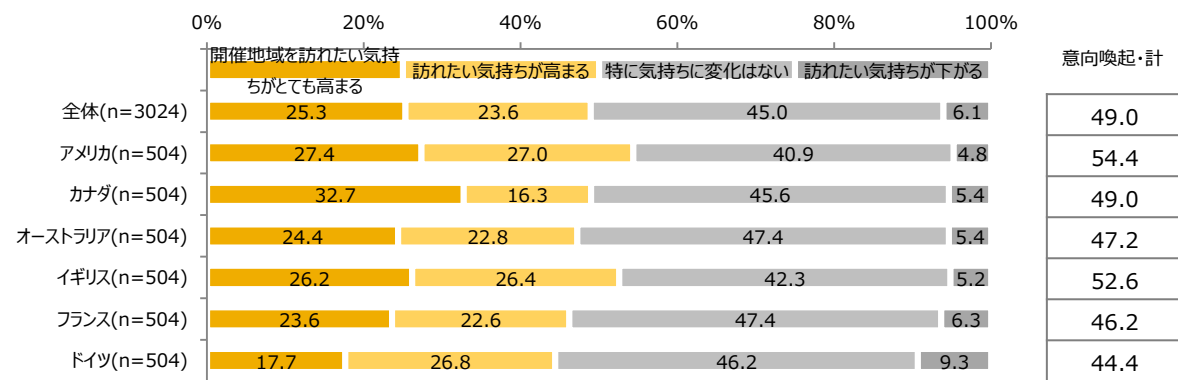


- ▶ 欧米豪の訪日検討者において、「大阪：大阪・関西万博」があることによる訪関西意向は5割程度と、万博が訪日・訪関西を促す要素であるといえる。
- ▶ 一方で、「訪れたい気持ちが下がる」といった人も1割未満ではあるが存在しており、イベント時の混雑の回避など、開催によるネガティブな事象への対応・準備を進めておく必要がある。

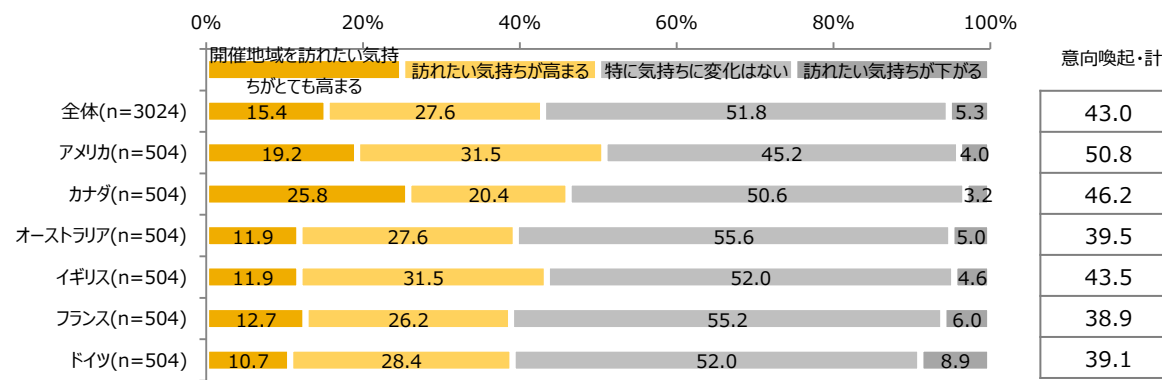
Q16 | 次にあげるようなイベントがあることで、そのイベントが開催される地域を訪れたい気持ちは高まりますか。(各SA)

対象者全体

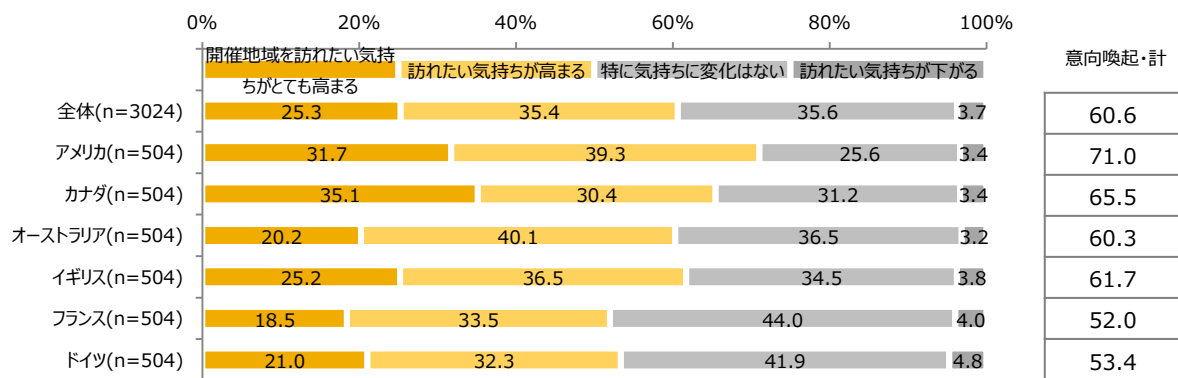
## 日本国内各地域：ラグビーワールドカップ2019日本大会



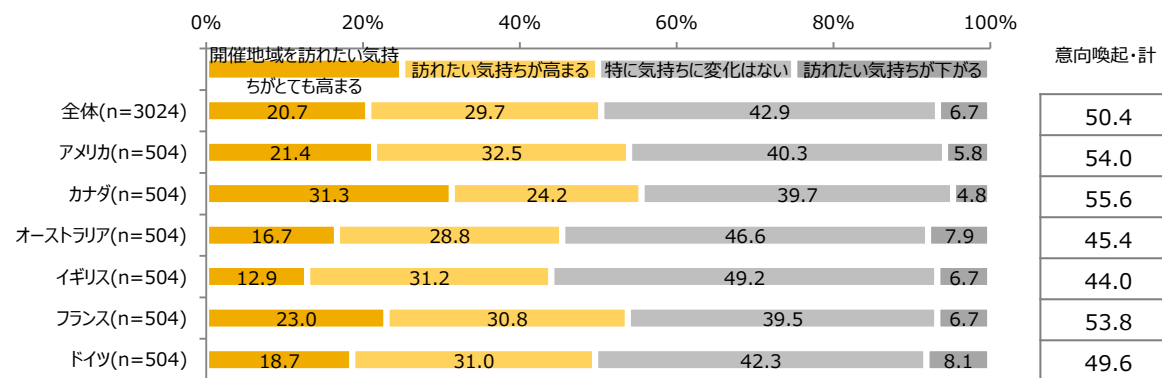
## 関西地方：ワールドマスターズゲームズ2021関西



## 東京：東京オリンピック・パラリンピック2020



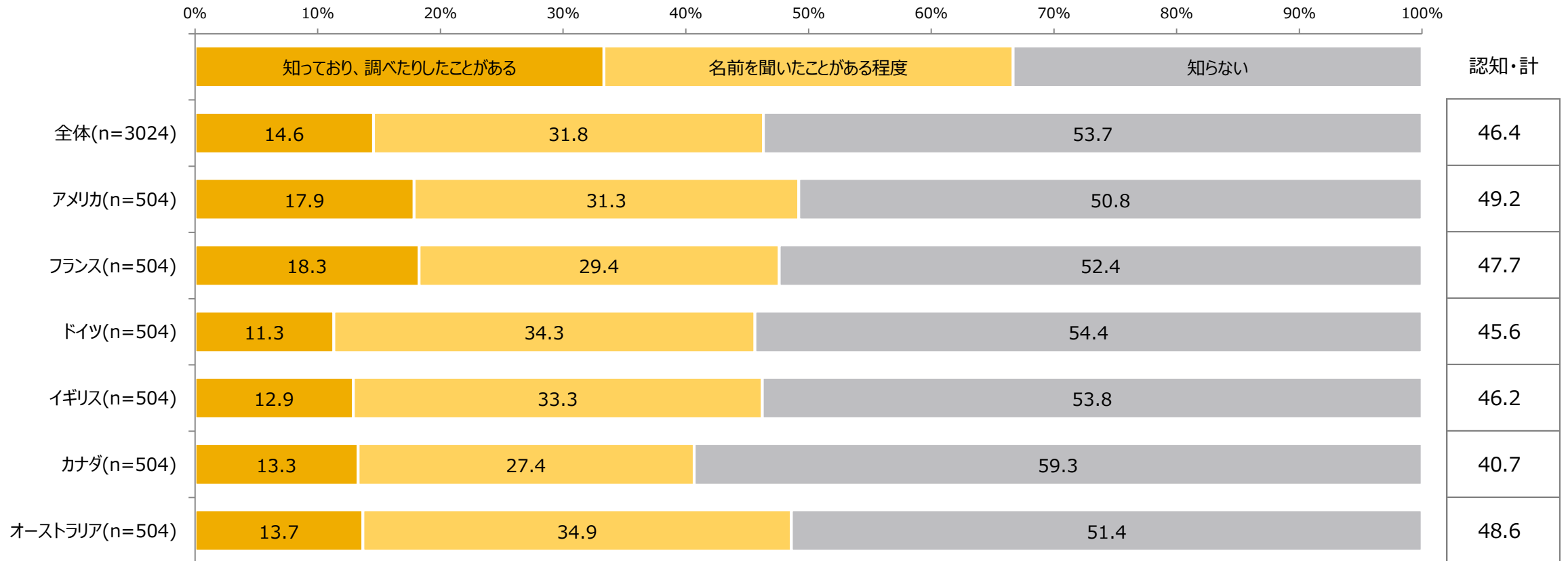
## 大阪：大阪・関西万博



- ▶ 「関西」の認知率は46.4%。訪日を検討している人のうち半数弱は「関西」を知っている。
- ▶ 一方で、調べたことのある人は1割台であり、知ってはいるものの、大半は「関西」を検索するには至っていない。

Q1 | 次にあげた「日本」の地域について、あなたは知っていますか。(14) 関西

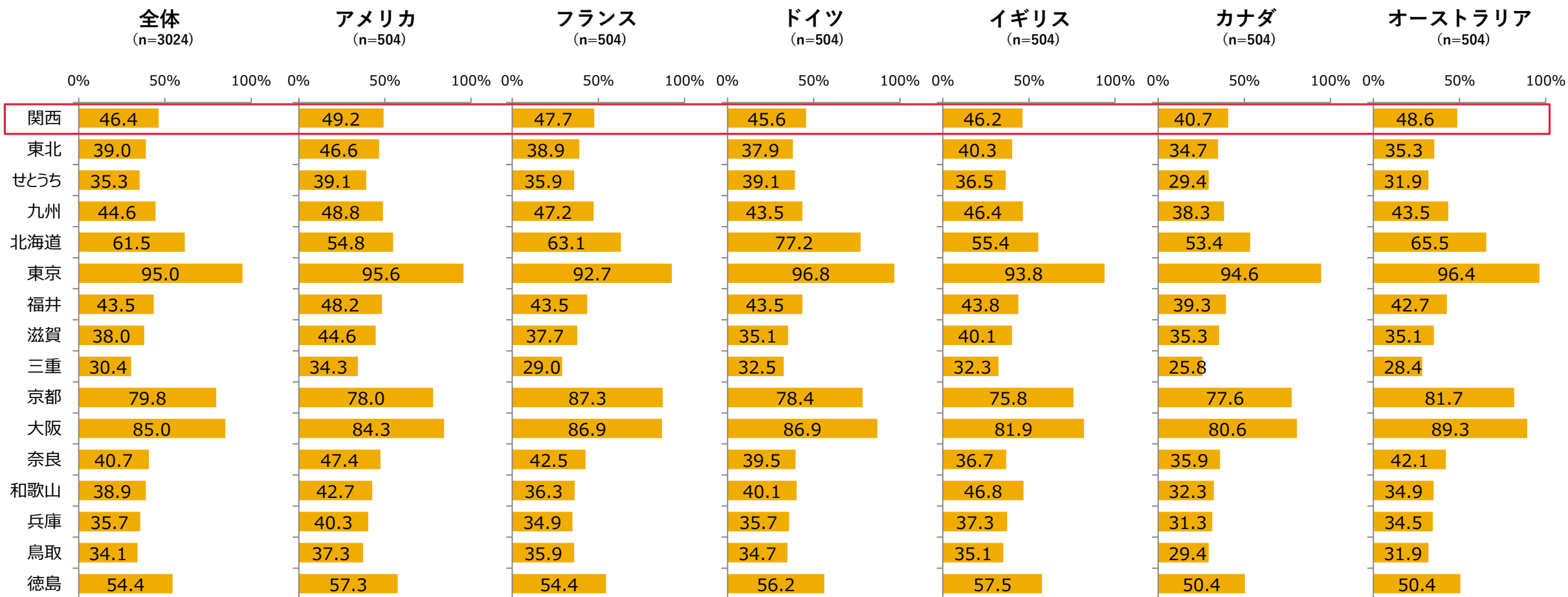
基数：対象者全体



- ▶ 「関西」は全体で5割弱の認知。トップの東京が95.0%で、ここが伸びしろの上限と考えられる。
- ▶ いずれの国も「京都」は7~8割台、「大阪」は8割~9割弱の認知率であり、「関西」も「京都」「大阪」並みの認知に伸長させていく余地がある。
- ▶ 他の広域地域の「東北」「せとうち」「九州」と比べると、「東北」「せとうち」よりは高く、「九州」と同程度の認知。

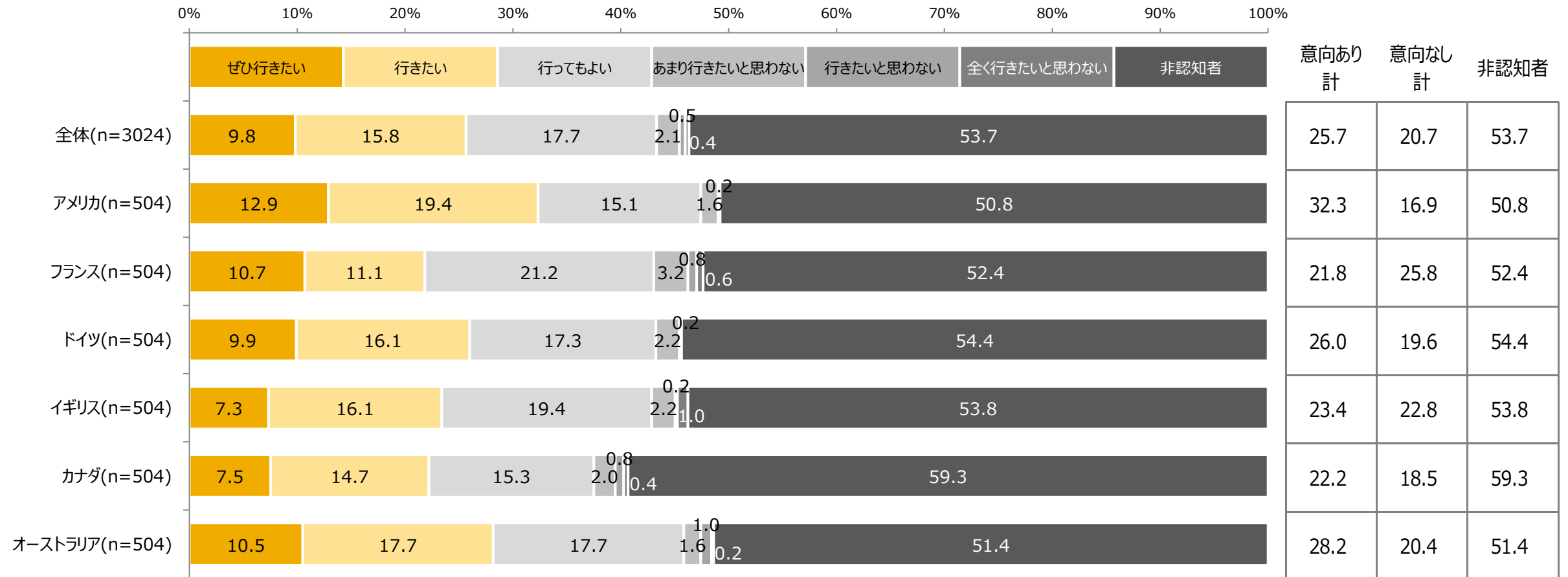
Q1 | 次にあげた「日本」の地域について、あなたは知っていますか。

基数：対象者全体



- ▶ 「関西地方」の訪問意向率は25.7%。現状では訪日検討者の4人に1人しか、関西に行きたいという意識を持っていない状況。
- ▶ 「関西地方」への訪問意向率は、アメリカでは3割を超えるが、他5ヵ国では2割台となる。

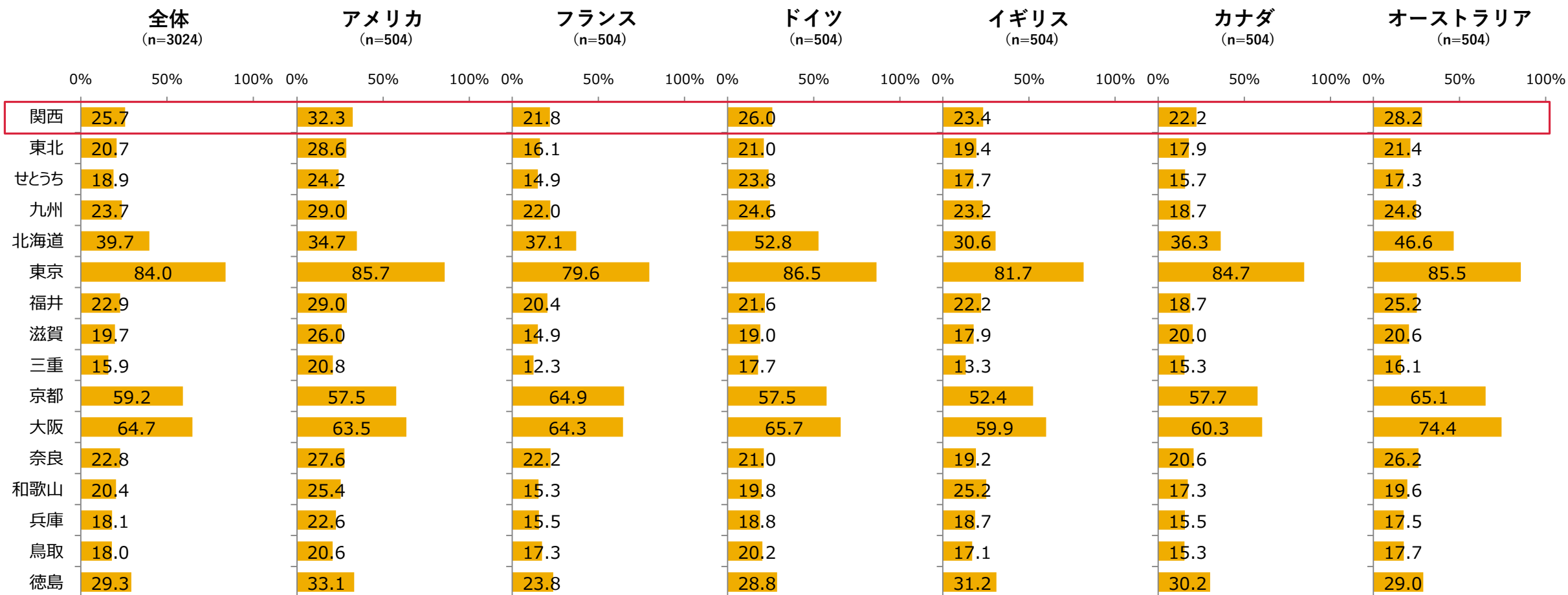
Q2 | 次にあげた「日本」の地域について、あなたはどの程度行ってみたいと思いますか。あてはまる選択肢をそれぞれお選びください。（14）関西 基数：対象者全体



- ▶ 「関西」への訪問意向率は全体で25.7%。トップの東京が84.0%で、ここが伸びしろの上限と考えられる。
- ▶ いずれの国も「京都」は5~6割台、「大阪」は6割~7割強の訪問意向となっており、「関西」は「京都」「大阪」並みまで伸ばさせていく余地がある。
- ▶ 他の広域地域の「東北」「せとうち」「九州」と比べると、「東北」「せとうち」よりは高く、「九州」と同程度の訪問意向であった。

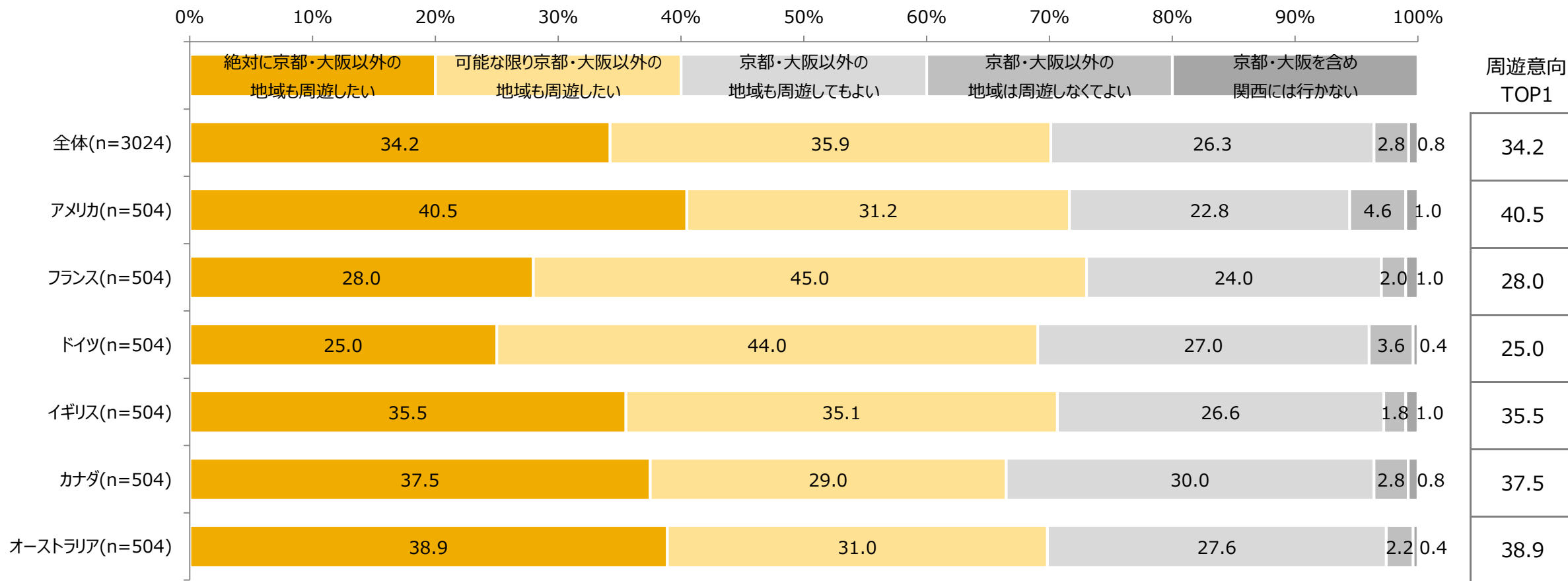
Q2 | 次にあげた「日本」の地域について、あなたはどの程度行ってみたいと思いますか。あてはまる選択肢をそれぞれお選びください。

基数：対象者全体



- ▶ 「関西」という地域に、京都・大阪が含まれることを知らない人がいる場合や、「関西」を知っているが「京都・大阪」しか知らないという人がいる可能性もあるため、改めて「京都・大阪」の地名を提示して関西周遊意向を聴取したところ、70.1%が「京都・大阪以外の地域も周遊したい」と回答した。このことから、「関西」は「京都・大阪」にとどまらない、高いポテンシャルがあると考えられる。

Q3 | 「関西 (KANSAI)」は、京都や大阪などの大都市を含む10府県の地域を指しております。あなたは、訪日旅行に来た場合、京都や大阪以外の関西の様々な地域を周遊して楽しみたいと思いますか。 基数：対象者全体

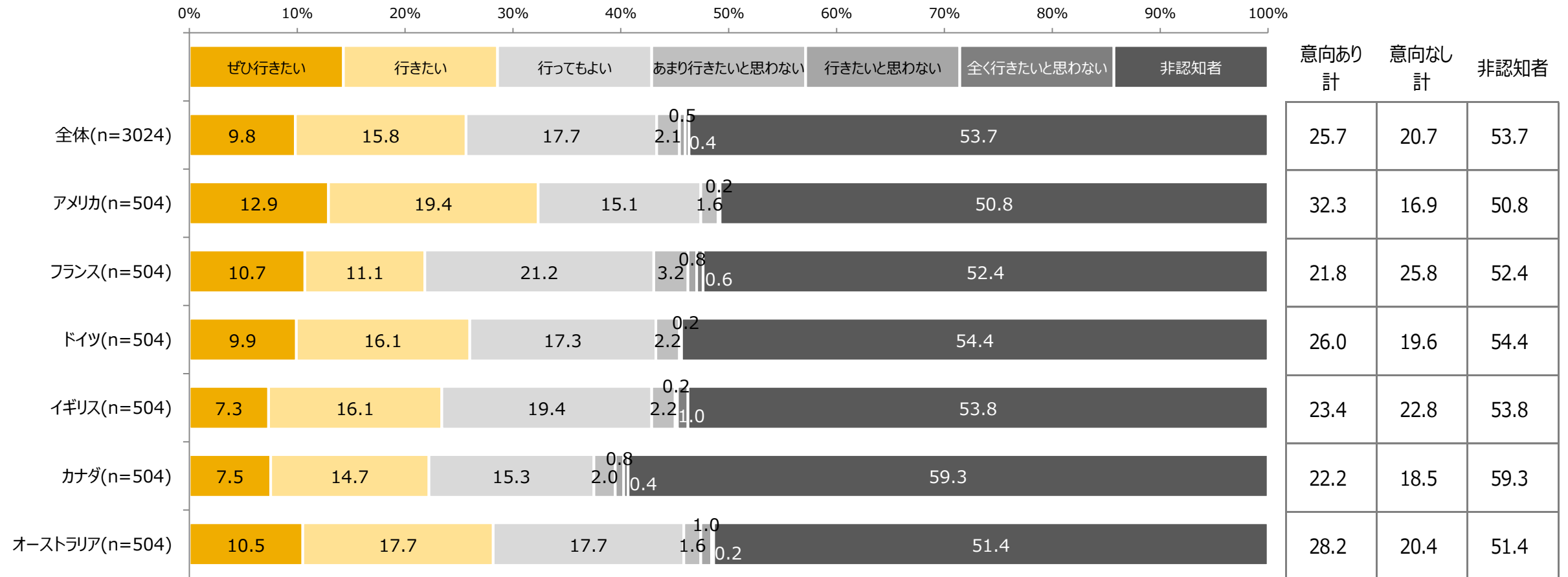




「関西周遊動画」視聴前後の訪問意向、周遊意向の増減について

- ▶ 「関西地方」の訪問意向率は25.7%。現状では訪日検討者の4人に1人しか、関西に行きたいという意識を持っていない状況。
- ▶ 「関西地方」への訪問意向率は、アメリカでは3割を超えるが、他5ヵ国では2割台となる。

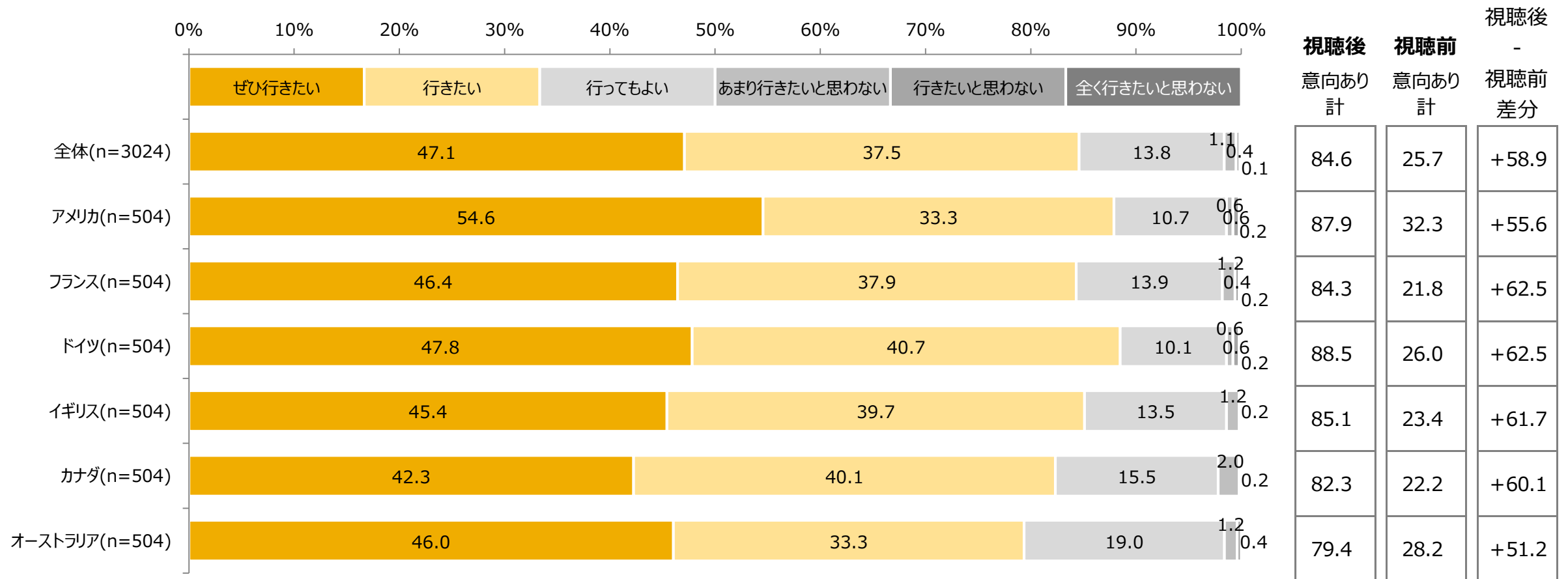
Q2 | 次にあげた「日本」の地域について、あなたはどの程度行ってみたいと思いますか。あてはまる選択肢をそれぞれお選びください。（14）関西 基数：対象者全体



- ▶ 動画視聴後、8割以上が意向ありとなり、視聴前と比べ大きく訪関西意向が伸長。
- ▶ この動画が、訪日検討者の「関西を訪れたい」という気持ちを喚起するうえで、有効なツールであることが検証された。

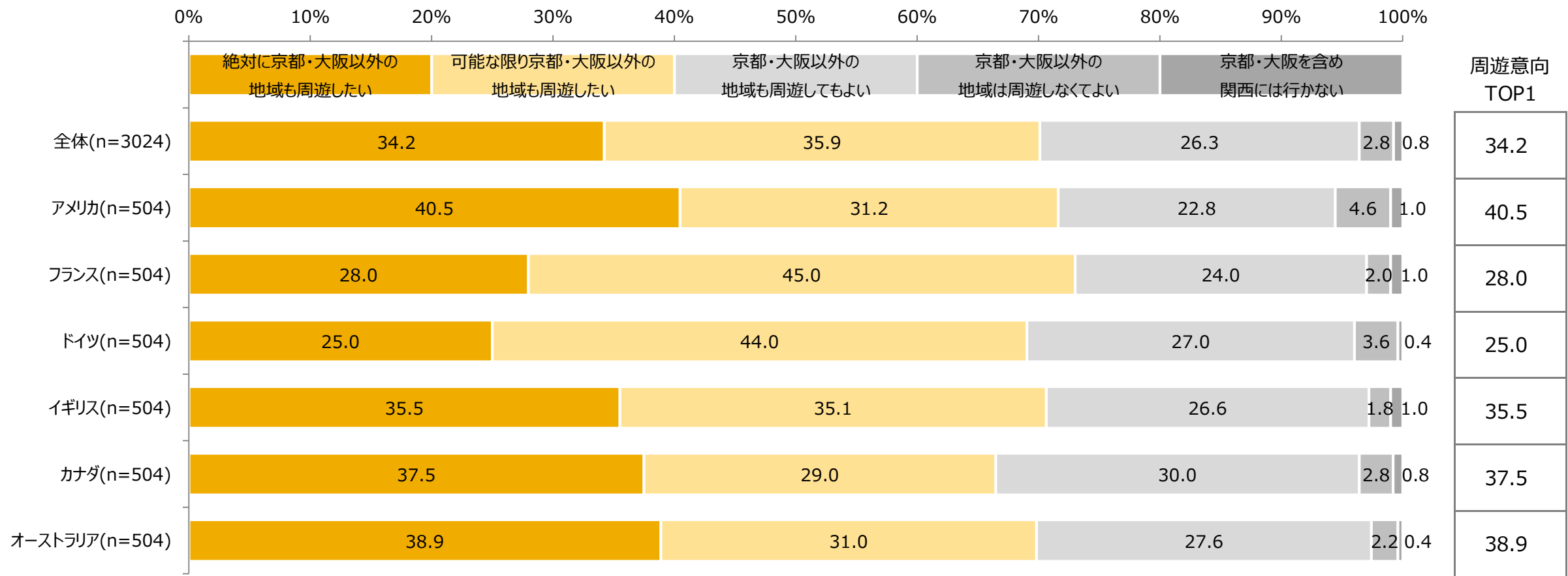
Q8 | 動画をご覧になって、あなたは「関西（KANSAI）」にどの程度行ってみたいと思いましたか。あてはまる選択肢をお選びください。

基数：対象者全体



- ▶ 「関西」という地域に、京都・大阪が含まれることを知らない人がいる場合や、「関西」を知っているが「京都・大阪」しか知らないという人がいる可能性もあるため、改めて「京都・大阪」の地名を提示して関西周遊意向を聴取したところ、70.1%が「京都・大阪以外の地域も周遊したい」と回答した。このことから、「関西」は「京都・大阪」にとどまらない、高いポテンシャルがあると考えられる。

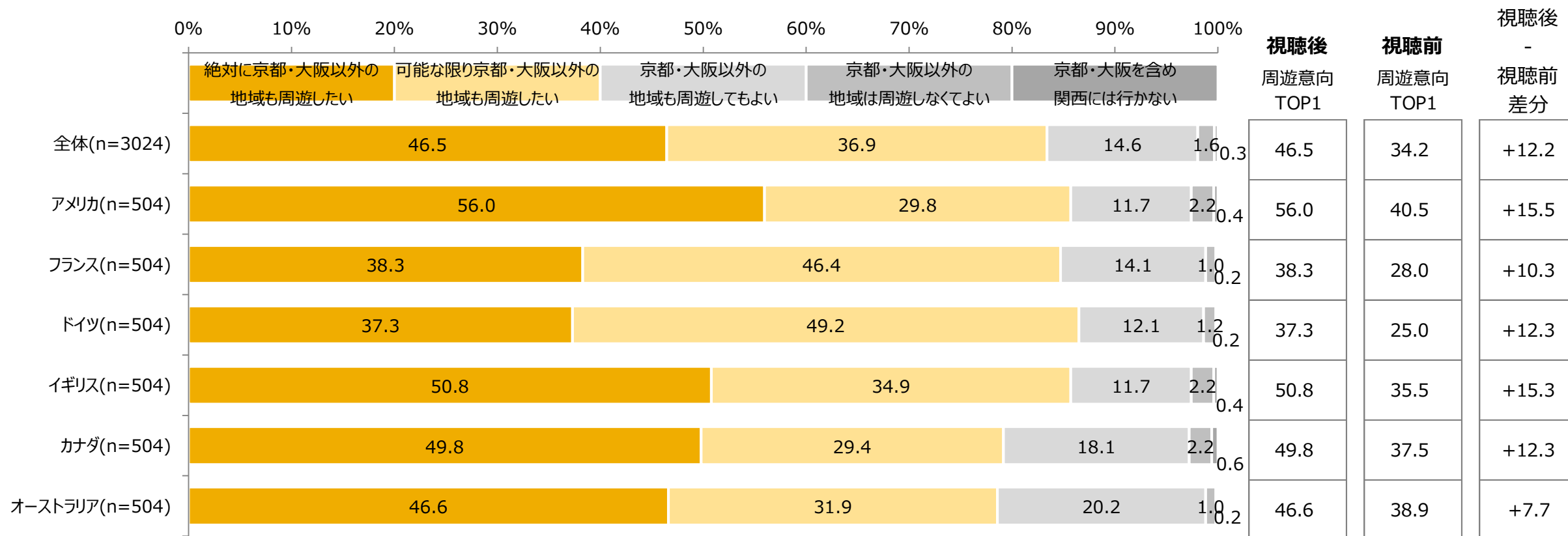
Q3 | 「関西（KANSAI）」は、京都や大阪などの大都市を含む10府県の地域を指しております。あなたは、訪日旅行に来た場合、京都や大阪以外の関西の様々な地域を周遊して楽しみたいと思いますか。 基数：対象者全体



- ▶ 動画視聴後、8割以上に周遊意向がみられ、視聴前と比べて全体で10pt以上周遊意向が伸びた。
- ▶ 動画によって大阪、京都以外の地域の魅力も伝わり、周遊意向アップにつながったことが窺える。

Q9 | 動画をご覧になって、あなたは「関西（KANSAI）」の様々な地域を周遊してみたいと思いましたか。あてはまる選択肢をお選びください。

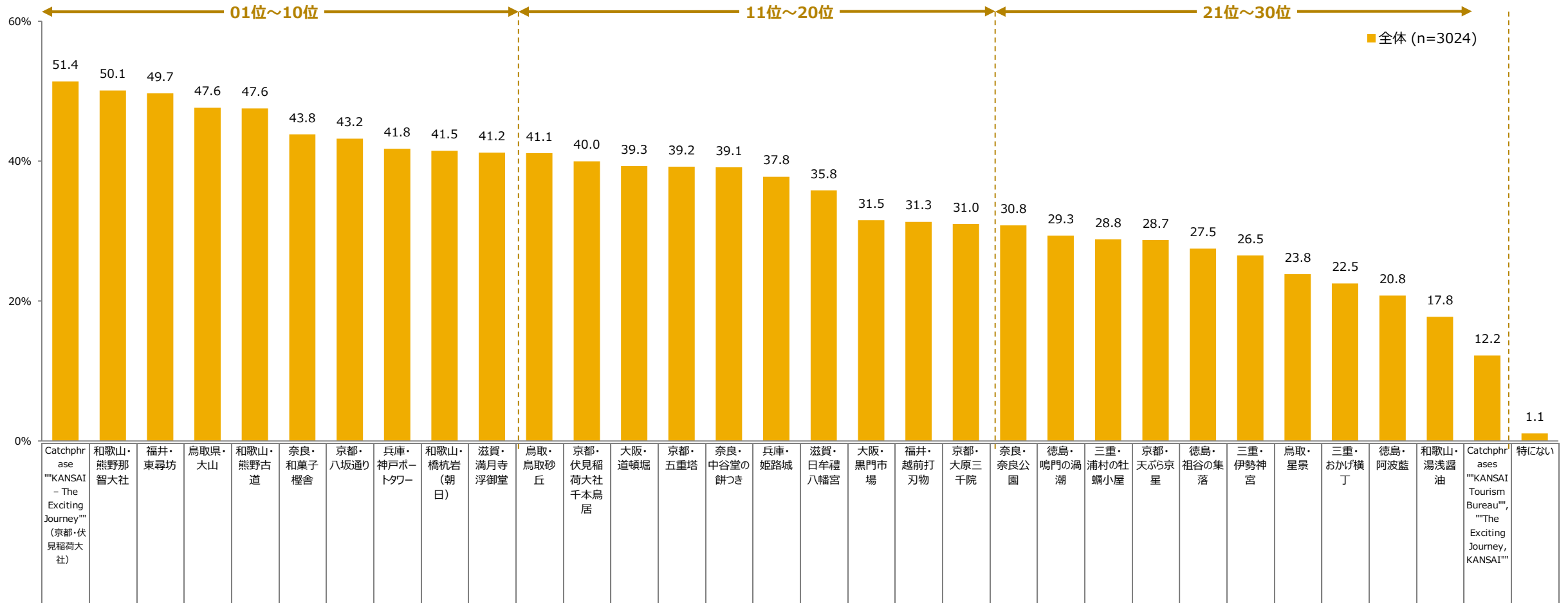
基数：対象者全体



- ▶ 全体では、「Catchphrase “”KANSAI – The Exciting Journey“” (京都・伏見稲荷大社)」「和歌山・熊野那智大社」「福井・東尋坊」「鳥取県・大山」「和歌山・熊野古道」が印象に残るシーンとして上位に挙がる。いずれの国でも、同様のシーンが上位に挙がり、伝統文化・歴史的遺跡・建築物や、豊かな自然に対する関心が強いことが窺える。

Q7 | 先ほどご覧いただいた動画について、あなたの印象に残ったシーンや場面、コピーなどをすべてお知らせください。

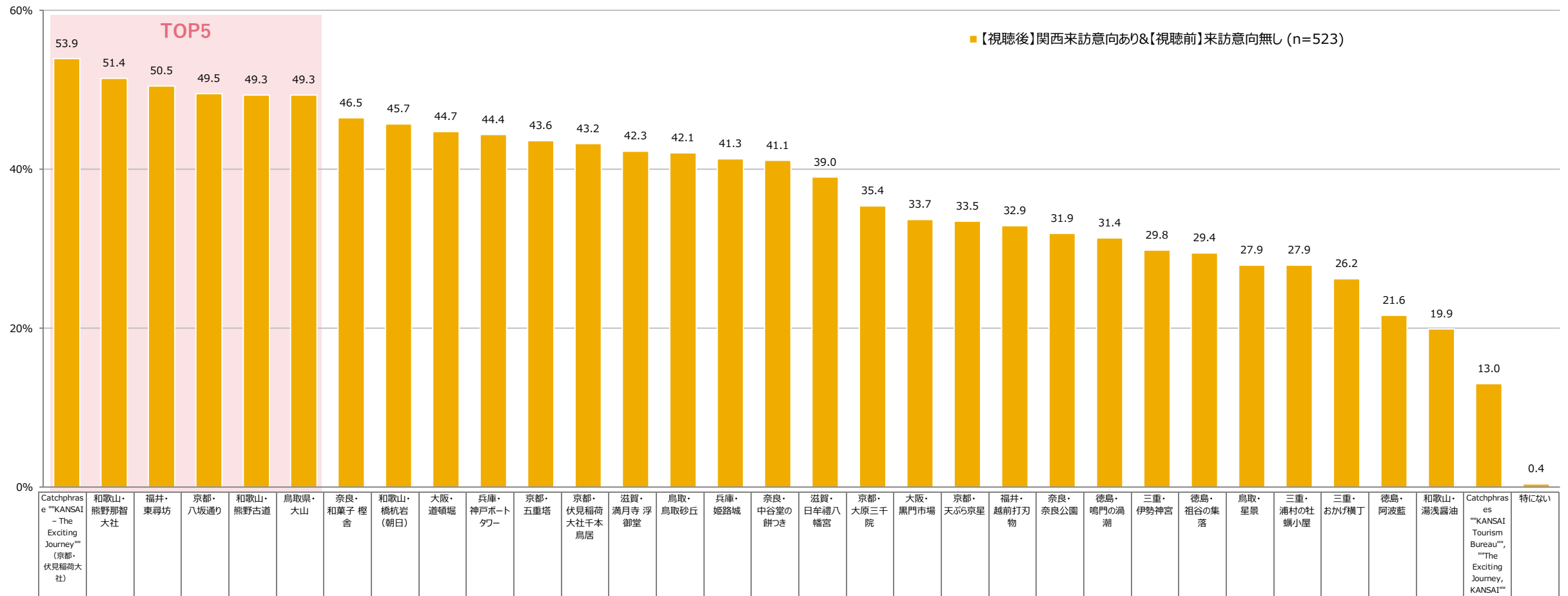
基数：対象者全体



- ▶ 動画視聴前と視聴後に訪問意向に変化があった層にとって、印象に残ったシーンは、「Catchphrase “”KANSAI – The Exciting Journey“”（京都・伏見稲荷大社）」「和歌山・熊野那智大社」「福井・東尋坊」「京都・八坂通り」「和歌山・熊野古道」が上位。

Q7 | 先ほどご覧いただいた動画について、あなたの印象に残ったシーンや場面、コピーなどをすべてお知らせください。

基数：対象者全体

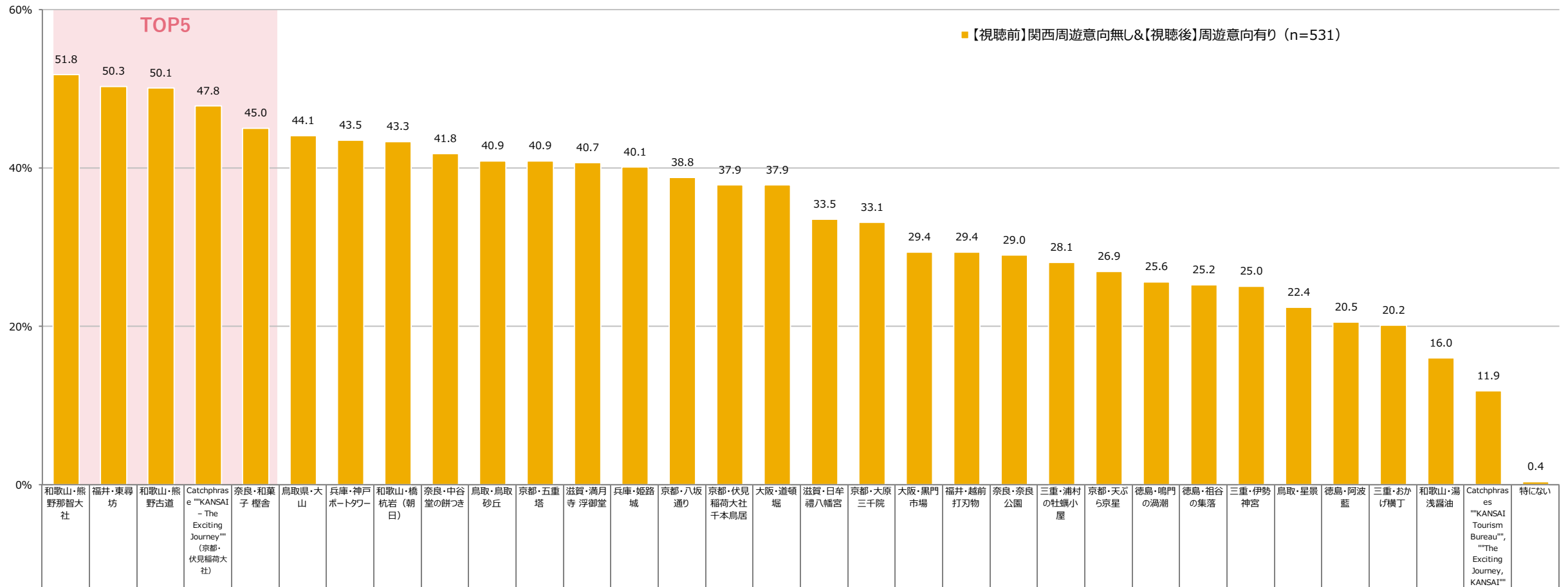


※降順並び替え

- ▶ 動画視聴前には周遊意向が無かったが、視聴後に周遊意向有りに変化があった層にとって、印象に残ったシーンは、「和歌山・熊野那智大社」「福井・東尋坊」「和歌山・熊野古道」「Catchphrase™“KANSAI – The Exciting Journey”™（京都・伏見稲荷大社）」「奈良・和菓子 榎舎」が上位。

Q7 | 先ほどご覧いただいた動画について、あなたの印象に残ったシーンや場面、コピーなどをすべてお知らせください。

基数：対象者全体



※降順並び替え