

横須賀市 海外インターネットアンケート調査結果

(株) JTB総合研究所

2017年3月1日

調査概要

●海外誘致圏マーケット調査

調査目的	主要誘致圏のマーケットにおける横須賀市の知名度やイメージ等を把握し、各マーケットでの市の立ち位置や潜在マーケットの規模等を明らかにする
調査手法	インターネット調査
調査対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 予備調査：主要誘致圏（アメリカ、台湾、タイ、中国）在住の20～69歳男女（日本国籍を除く） ・ 本調査：予備調査対象者のうち、国外旅行経験があり、かつ、訪日経験または訪日意向がある人
サンプル数	<ul style="list-style-type: none"> ・ 予備調査：合計 11727サンプル （アメリカ7748、台湾1083、タイ1804、中国1092） ・ 本調査：合計 2400サンプル （各国600、それぞれ性年代別に割付）
実査時期	2016年12月下旬～2017年1月
聴取項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 予備調査：市名認知訪問状況、市内／周辺主要観光スポット認知訪問状況、属性情報（性別、年代、居住地）、直近1年国内旅行経験 ・ 本調査：市イメージ想起、直近の市訪問実態（時期、目的、同行者、旅程、交通手段など）、訪問／再訪意向、推奨意向、婚姻状況など

インターネットアンケート調査（海外市場）結果サマリー

- ✓ アメリカ国内でのターゲット市場は限定されるものの、滞在日数の長さや市の特色との親和性、市の認知・訪問率の高さから来訪可能性は高い。商用訪問者の兼観光の訴求も効果的か。男性への訴求重視
- ✓ 台湾は高い訪日リピート率にも関わらず市訪問率が低い。鎌倉や横浜との広域連携も。路線バス利用など国内移動慣れ。訪問時期が分散するためオフシーズンの誘客にも可能性
- ✓ タイは訪問意向が高いが訪日経験者は限定的でのびしろのある市場。貸切・高速バスで西部へ誘客し風景や食の魅力を
- ✓ 中国は訪日経験の有無に関わらず市認知率が突出。米軍基地や自衛隊施設以外の観光資源で訴求をする必要

全体的な傾向

- ・ 訪日意向と再訪意向は、アジアで非常に高い。特に台湾とタイでは訪日意向は約6割、再訪意向は9割近くにのぼる
- ・ 訪日意向は若年層の方が高い。過去訪日経験は台湾が最も高い。アメリカだけは男性の訪日経験率が女性を上回る点が特徴

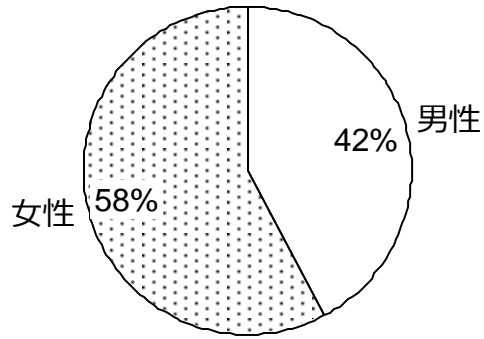
	アメリカ	台湾	タイ	中国
訪日意向（訪日未経験者ベース）／再訪意向	11％／48％ 訪日意向は高年代ほど低い	62％／89％ 訪日意向は60代でやや低	59％／90％ 訪日意向は男60代が最低	45％／80％ 訪日非意向は高年代ほど増
過去訪日経験	9％ 男性30代が最多（28％） 男性の方が高	71％ 女性50代が最多（80％） 女性の方が高	46％ 女性60代が最多（67％） 20代以外は女性の方が高	56％ 女性30代が最多（73％） 女性の方が高
訪日旅行動態 （訪日経験または訪日意向のある 国外旅行経験者ベース）	・1週間以上が5割強 ・観光目的FIT44％、商用多 ・リピーター率47％ ・利用空港は首都圏に集中	・4～6日が約8割 ・観光目的ツアー44％ ・リピーター率74％ ・地方の空港利用も多 ・路線バス利用48％	・4～6日が約半数 ・観光目的FIT57％ ・リピーター率63％ ・利用空港は首都圏に集中。 成田空港利用が5割以上 ・新幹線や貸切・高速バス利用が多	・4～6日が6割超 ・観光目的ツアー57％ ・リピーター率52％ ・中部空港の利用がやや多。 成田より羽田の利用が多 ・貸切バスや新幹線利用が多
競合目的地（上位抜粋）	中国／香港・マカオ	韓国	韓国／香港・マカオ	韓国／台湾／タイ
横須賀市認知・訪問（訪日経験者） 横須賀市認知（訪日未経験者）	62％／12％ 24％ いずれも半島内で最多	61％／3％ 42％ 認知は鎌倉に次ぐ2位	67％／7％ 34％ 三浦・三崎、葉山より低	81％／11％ 55％ 認知は半島内で最多
横須賀市イメージ	基地・自衛隊施設のイメージに加え、景色・眺め、歴史的・文化的遺産イメージの想起強。東京と類似	基地・自衛隊施設のイメージに加え、食・グルメや景色・眺めのイメージ強。沖縄や港町のイメージと類似	基地・自衛隊施設よりも景色・眺めや食・グルメ、のんびりしたイメージへの反応が高	基地・自衛隊施設よりも景色・眺めや食・グルメ、自然といったイメージへの興味が高
横須賀市訪問意向（説明後）	58％	55％	80％	77％
その他特筆すべき事項	旅行先の下調べをしない傾向	訪日月は分散	訪日月は2～5月が半数	市訪問非意向理由に治安

アメリカ

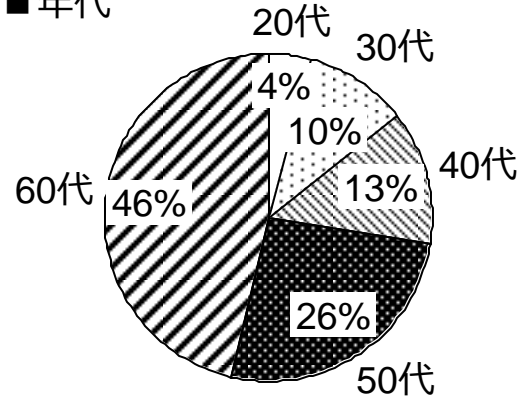
予備調査結果

回答者属性 (予備調査) (N=7748)

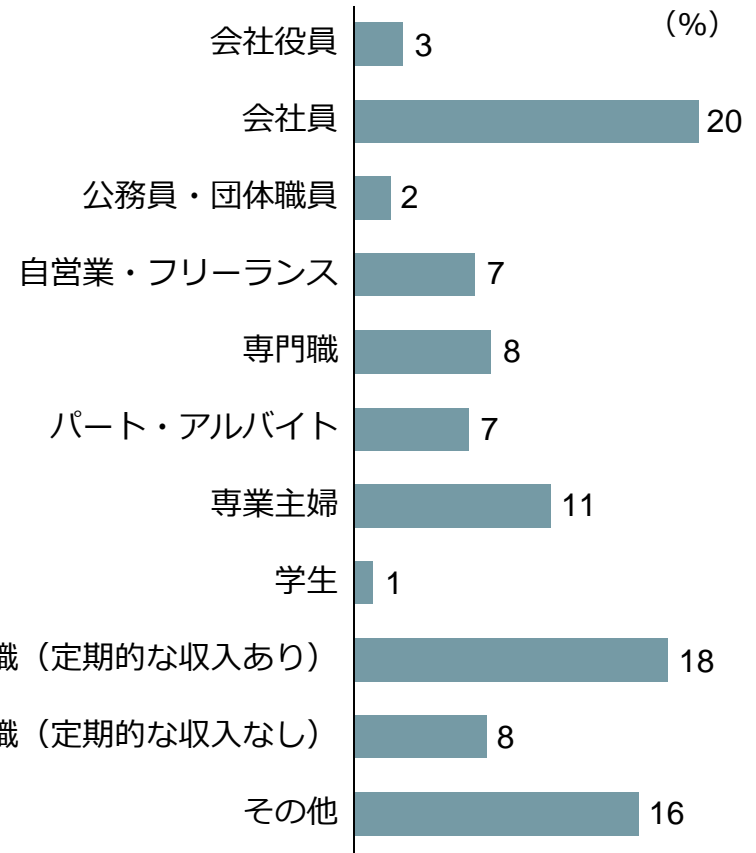
■ 性別



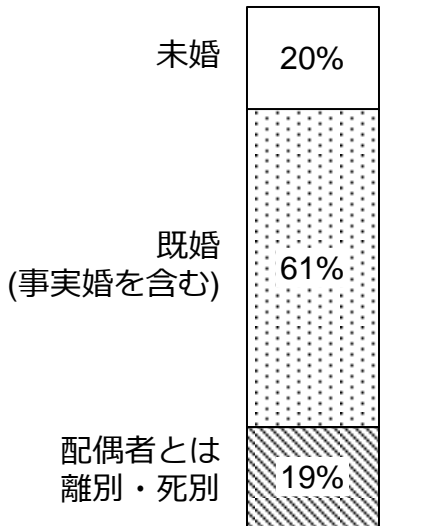
■ 年代



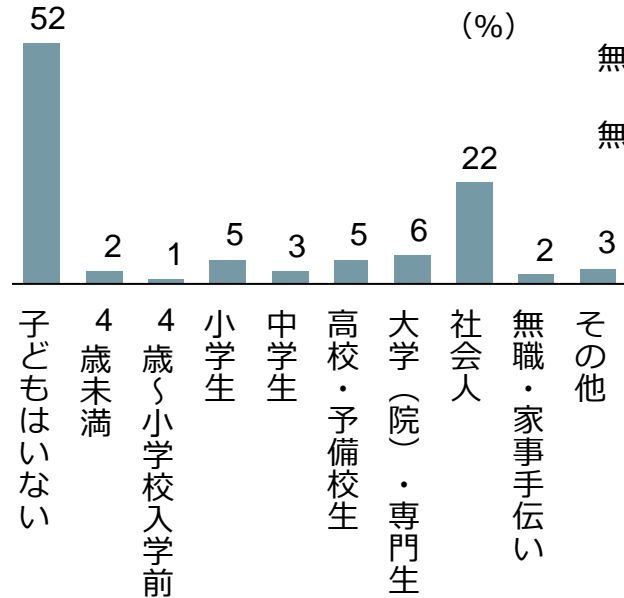
■ 職業



■ 未既婚



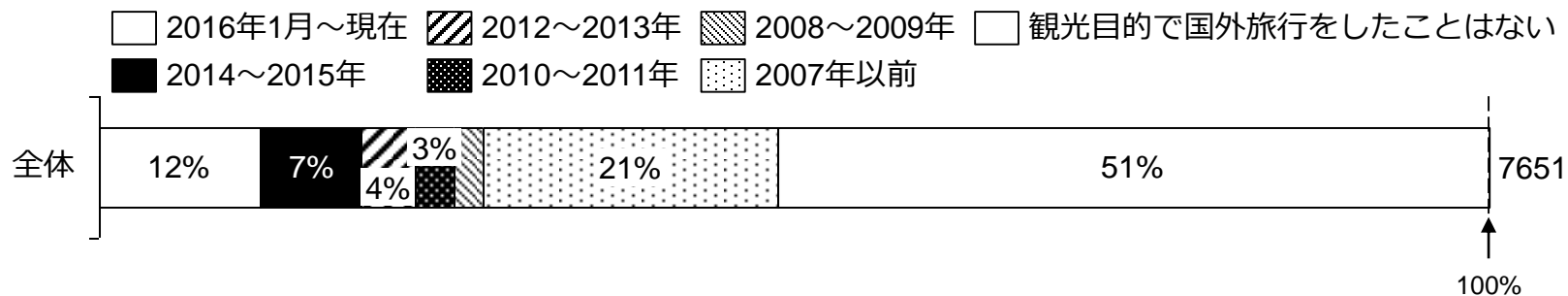
■ 子供有無・末子学齢



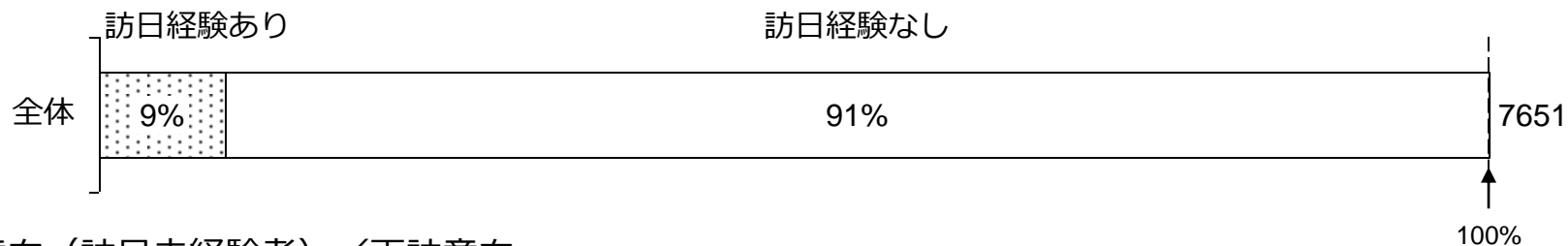
アメリカ

- ✓ 観光目的で国外旅行をしたことがない人が過半数で、訪日経験者は1割弱
- ✓ 訪日未経験者の訪日意向は低く、5段階中上位2段階を選んだ人は約1割にとどまる
- ✓ 訪日経験者の再訪意向は高く、5割近くが上位2段階を選んでいる

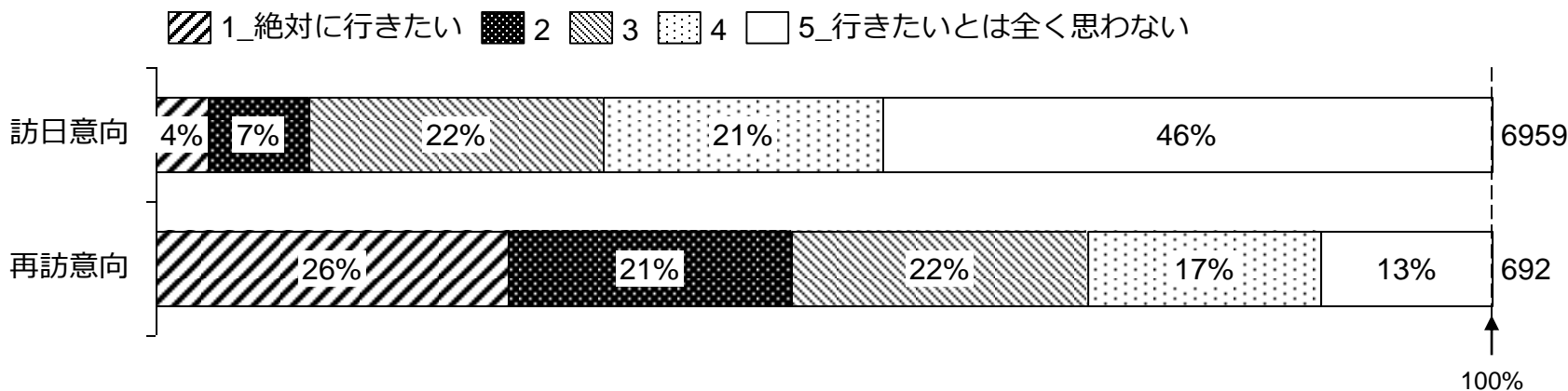
■ 直近の国外旅行時期



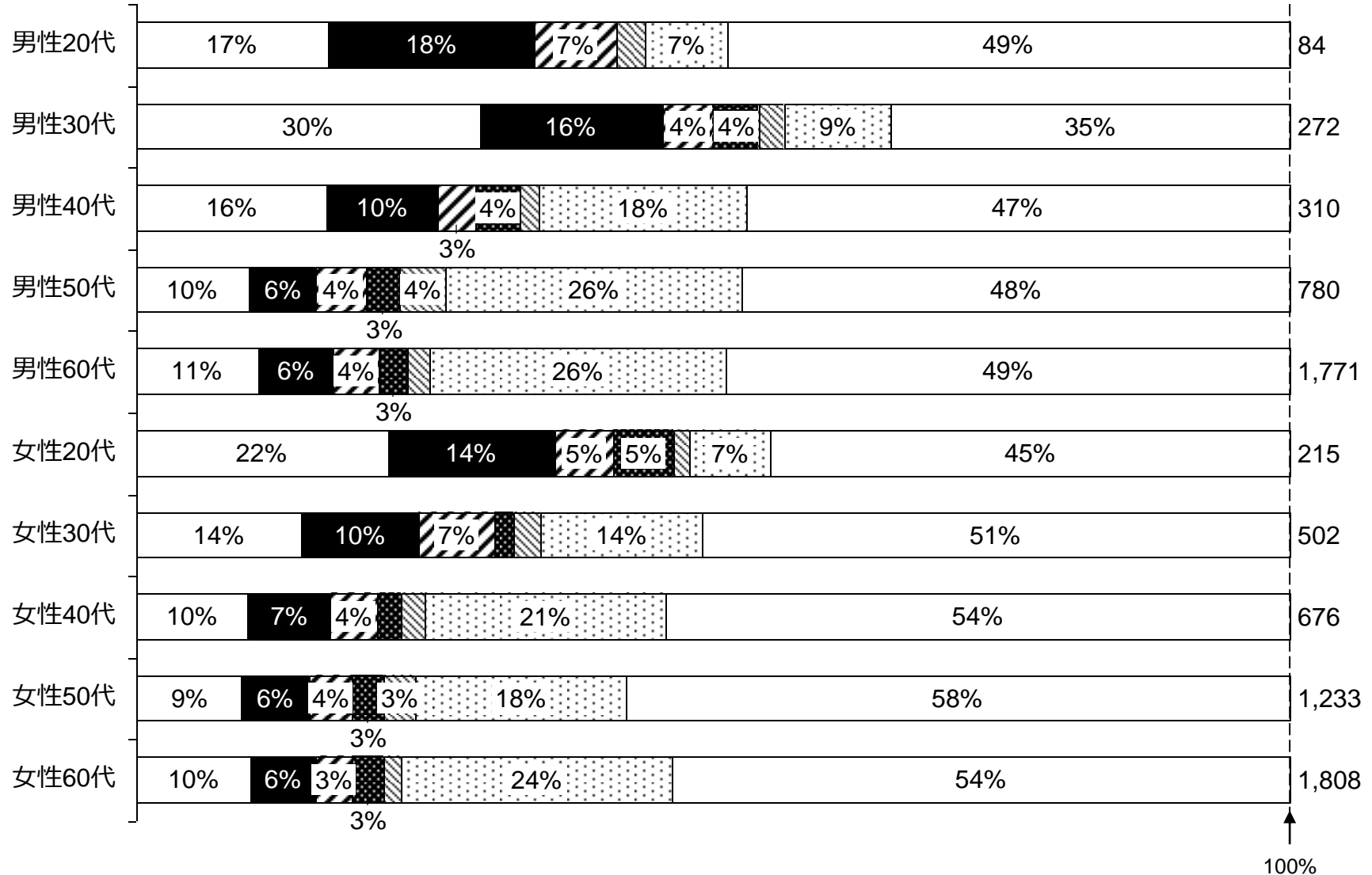
■ 過去訪日経験



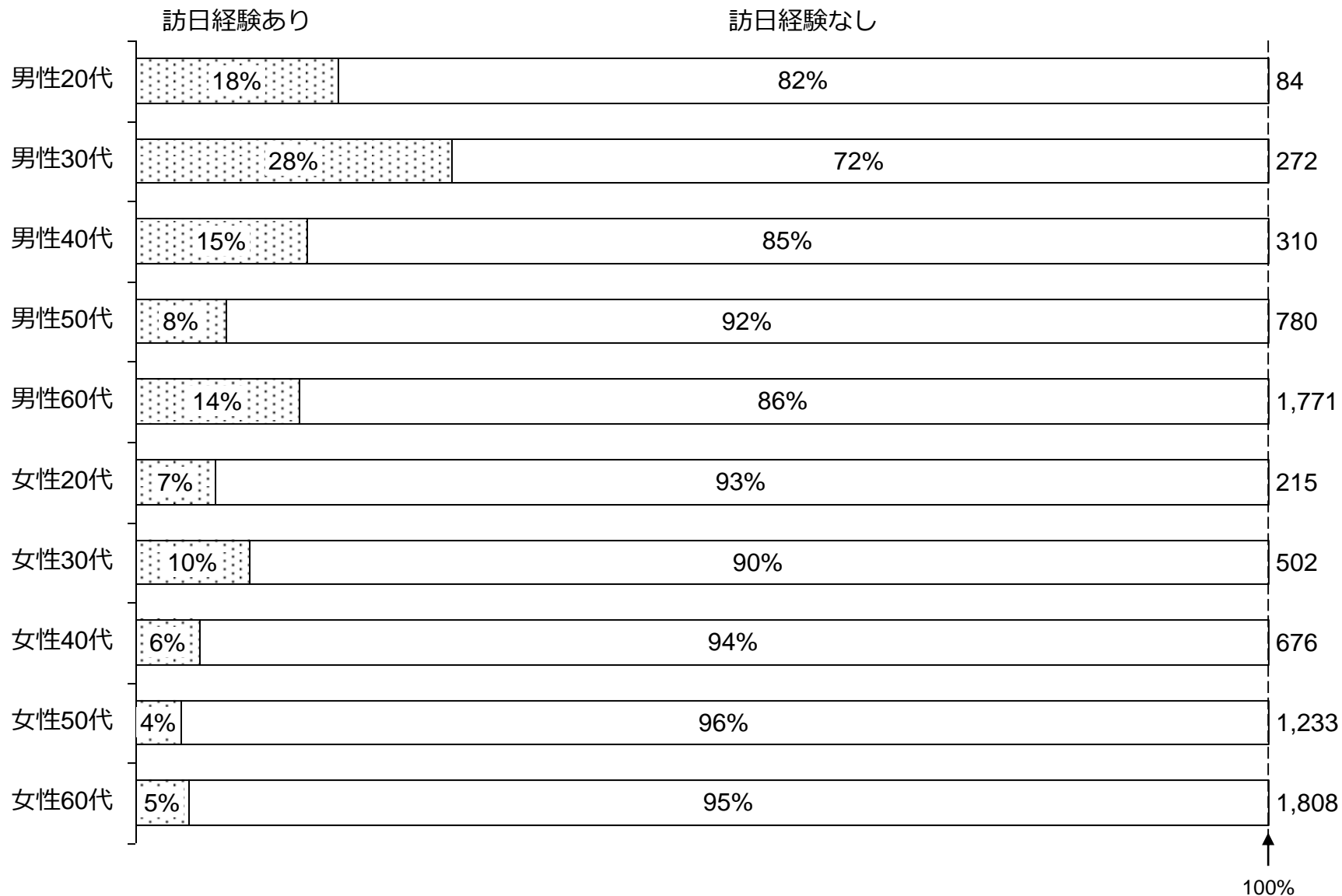
■ 訪日意向 (訪日未経験者) / 再訪意向



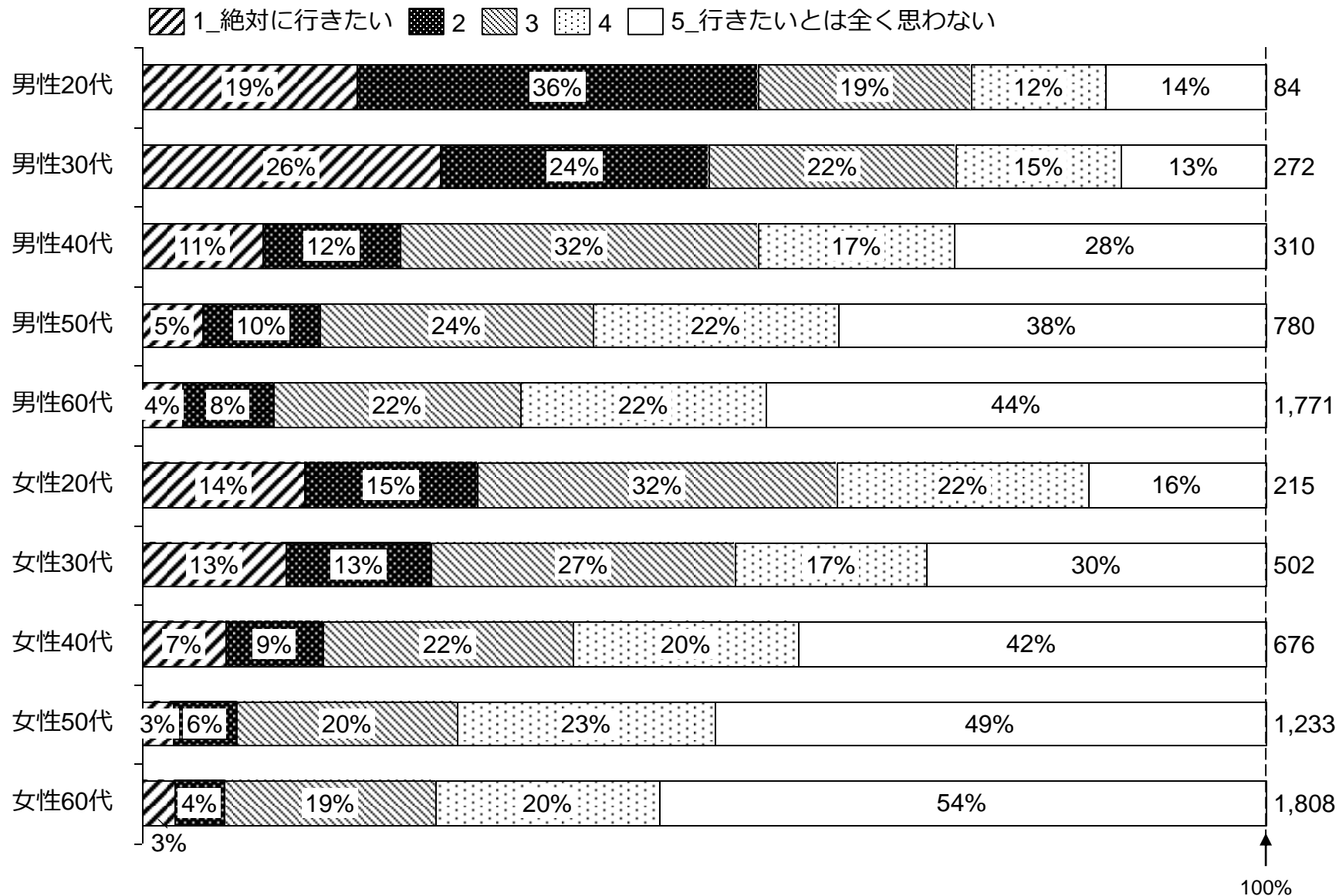
- ✓ 国外旅行経験率は男性30代で最も高く6割超。これに女性20代の5割強が続く。直近1年以内（2016年以降）の国外旅行経験率もこれらのセグメントで高く2割超
- ✓ 国外旅行経験率が最も低いのは女性50代で、6割近くが未経験。直近1年以内の国外旅行経験者は1割未満
- ✓ 国外旅行経験率は、30代以降は女性よりも男性の方が高い傾向を示す



- ✓ 国外旅行経験率と同様、訪日経験も男性30代で最も高い。約3割が訪日経験あり
- ✓ 男性30代に次いで、男性20代、40代、60代も比較的訪日経験率が高く 1割を超える
- ✓ どの年代においても、女性よりも男性の訪日経験率の方が高い

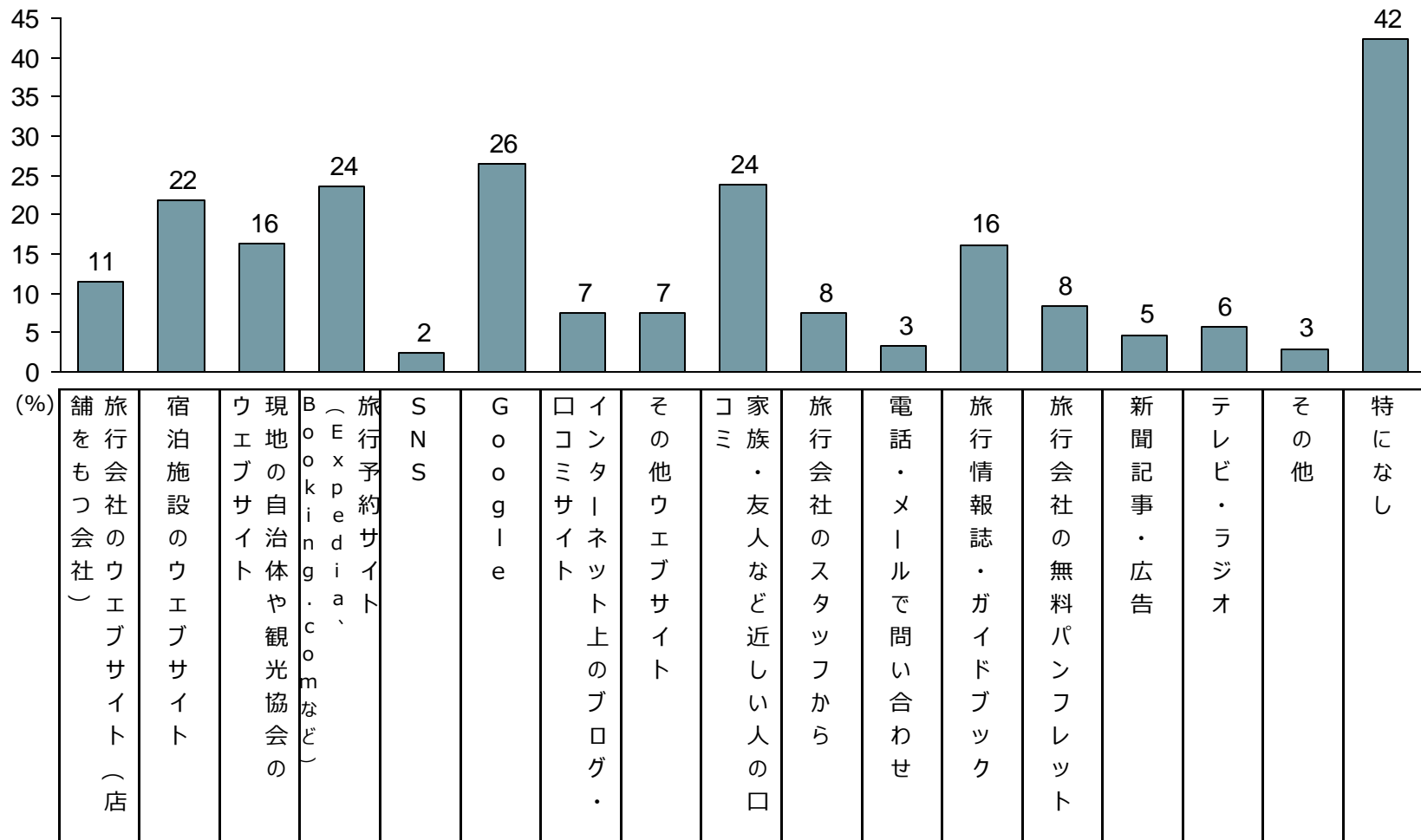


- ✓ 男性20代、30代の訪日意向が高く、半数以上が意向あり（1+2）。「絶対に行きたい」を選んだ人も多く、特に男性30代では4分の1以上
- ✓ 男女ともに、年齢が上がるほど訪日意向は低下する傾向にある



国外旅行計画時の旅行先に関する情報源 (N=7651)

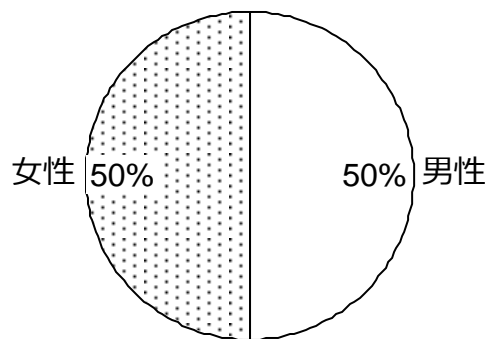
- ✓ 国外旅行計画時に参考にする情報源は「特に情報収集しない」が約4割と最多
- ✓ Google、旅行予約サイト、宿泊施設サイトといったネット情報に加え、近しい人の口コミを参考にする人も2割を超える



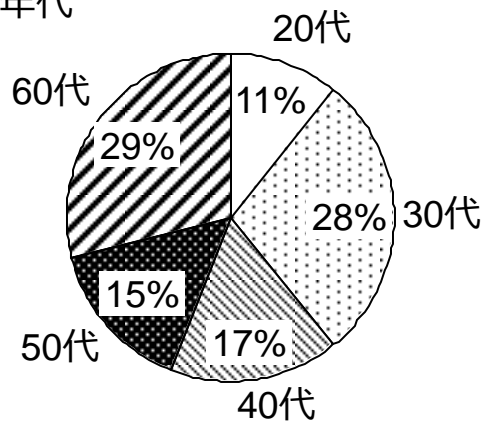
本調査結果

回答者属性 (本調査) (N=600)

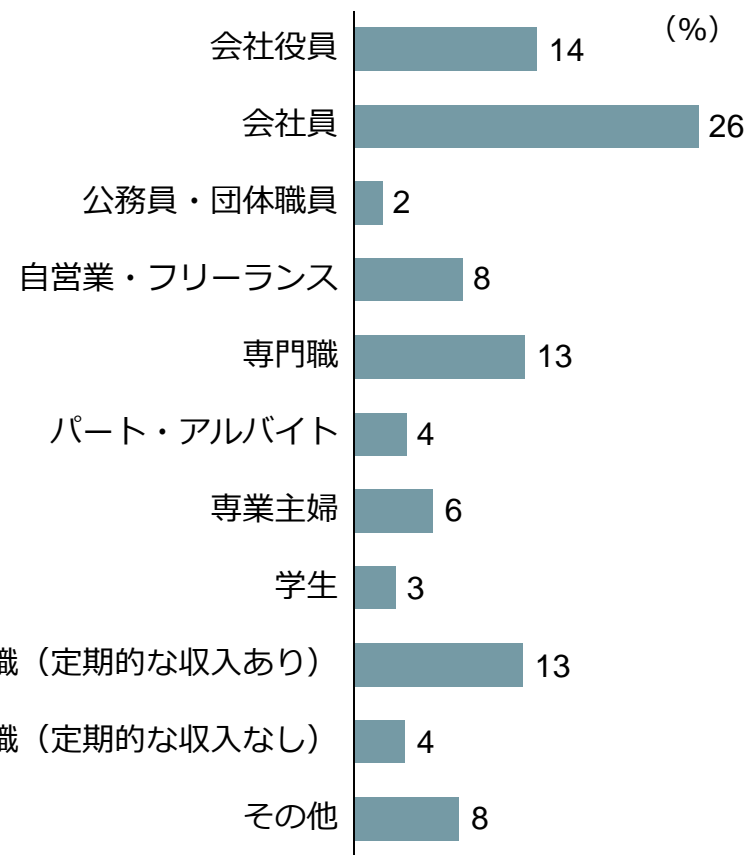
■ 性別



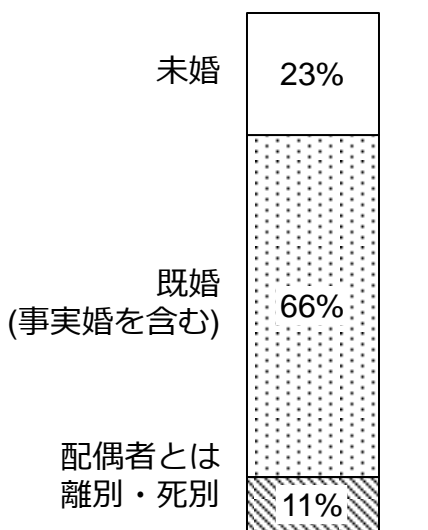
■ 年代



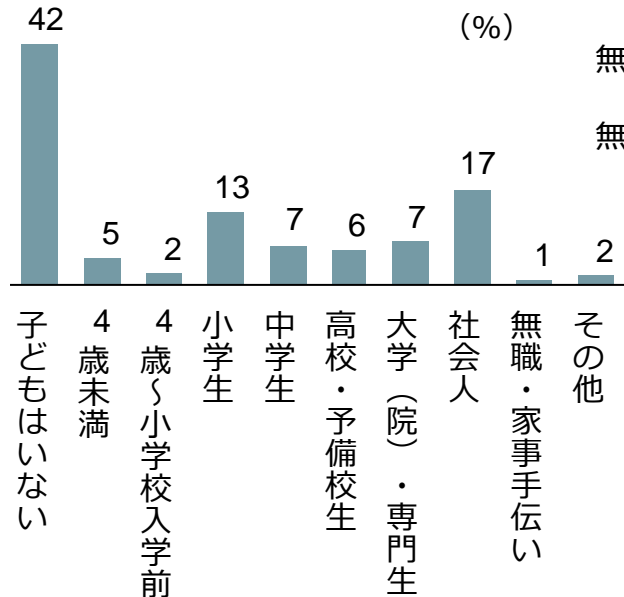
■ 職業



■ 未既婚

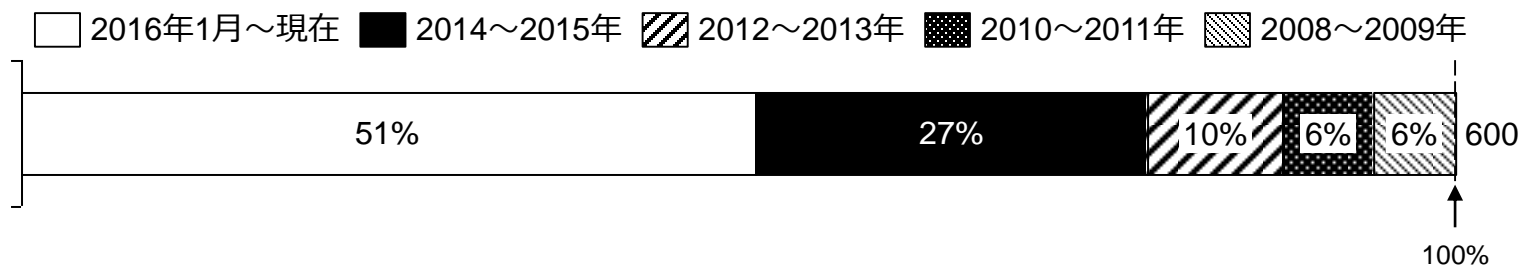


■ 子供有無・末子学齢

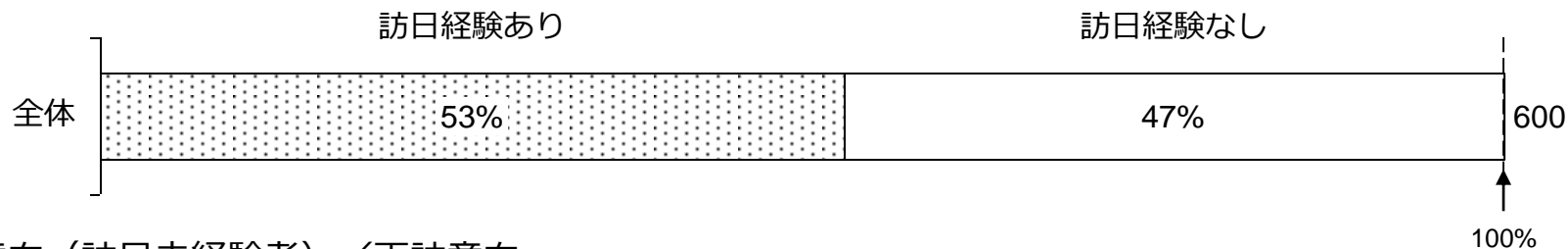


- ✓ 横須賀市への来訪可能性が高い層（訪日経験または訪日意向のある国外旅行経験者）に対して **アメリカ** 本調査を実施したところ、過半数が直近1年以内の国外旅行経験者、また訪日経験者も53%を占める
- ✓ 訪日経験者のうち約4割が「絶対に再訪したい」としており、再訪意向なしは1割程度にとどまる

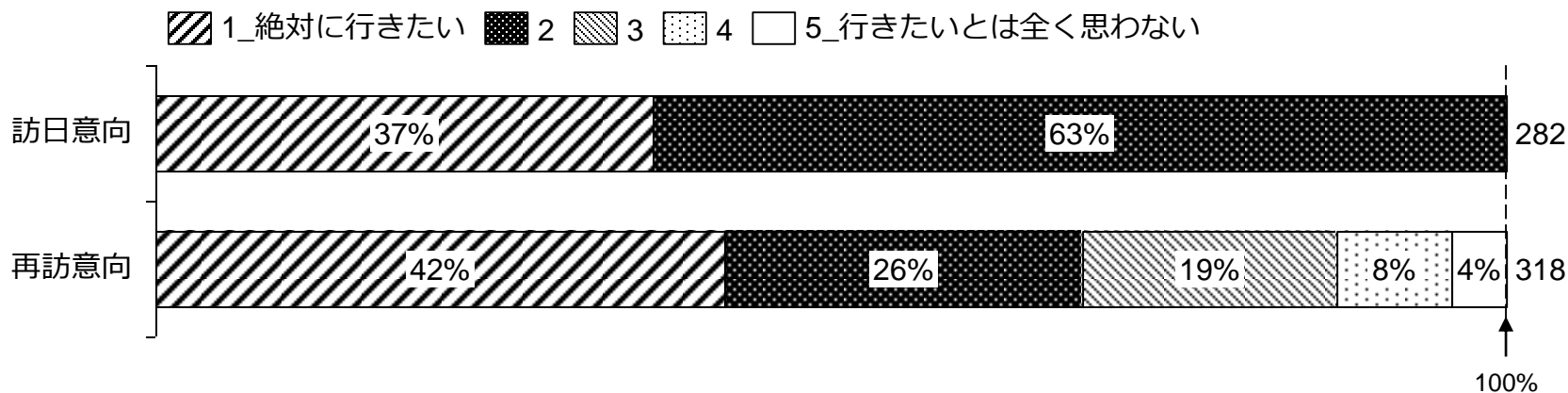
■ 直近の国外旅行時期



■ 過去訪日経験



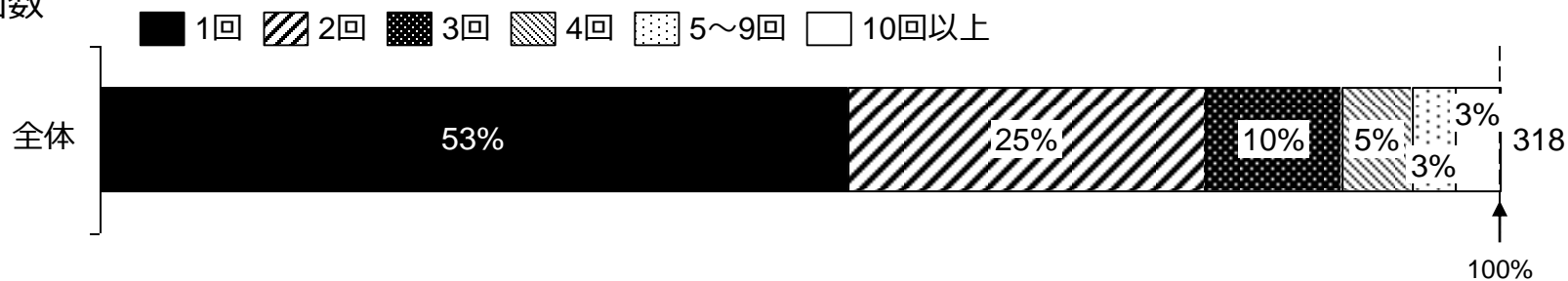
■ 訪日意向（訪日未経験者）／再訪意向



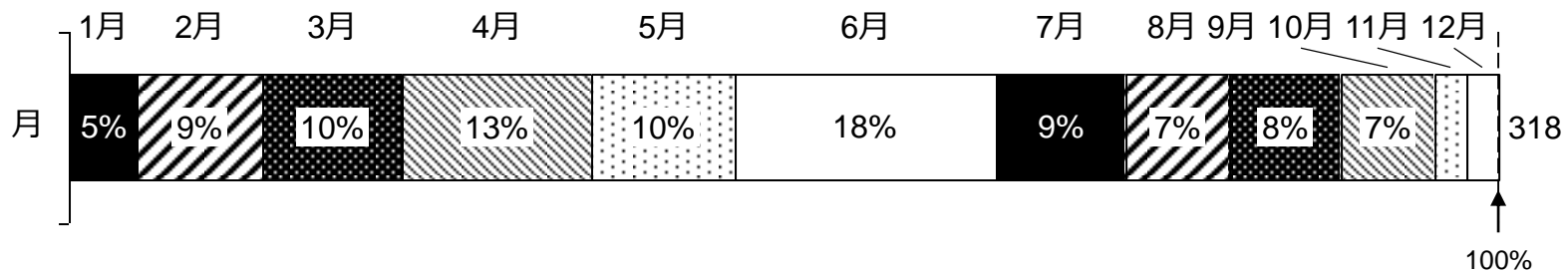
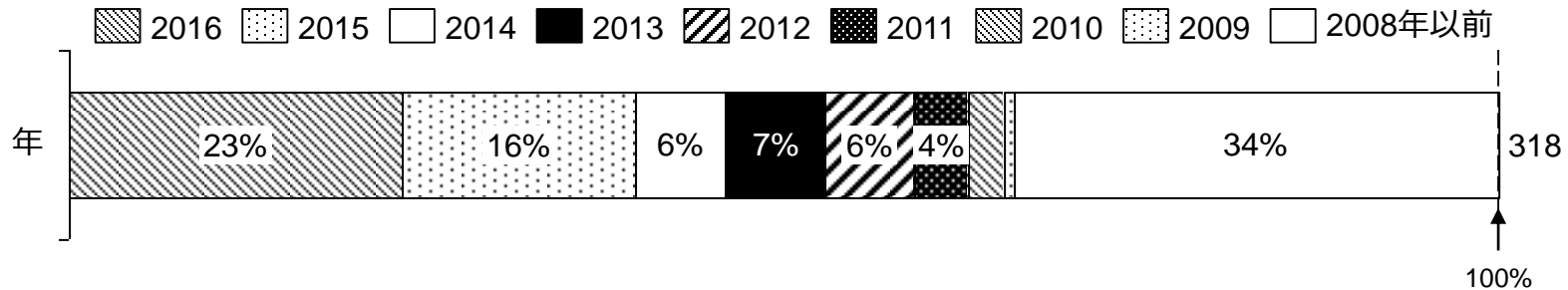
アメリカ

- ✓ 過去訪日回数は1回が53%を占める一方で、4回以上訪問経験のあるヘビーリピーターも1割超
- ✓ 直近訪日時期は、2015年以降が約4割であるものの、2008年以前も3分の1
- ✓ 6月の訪日が約2割と最多。過半数が3月から6月の4か月間の中に訪問している

■ 訪日回数



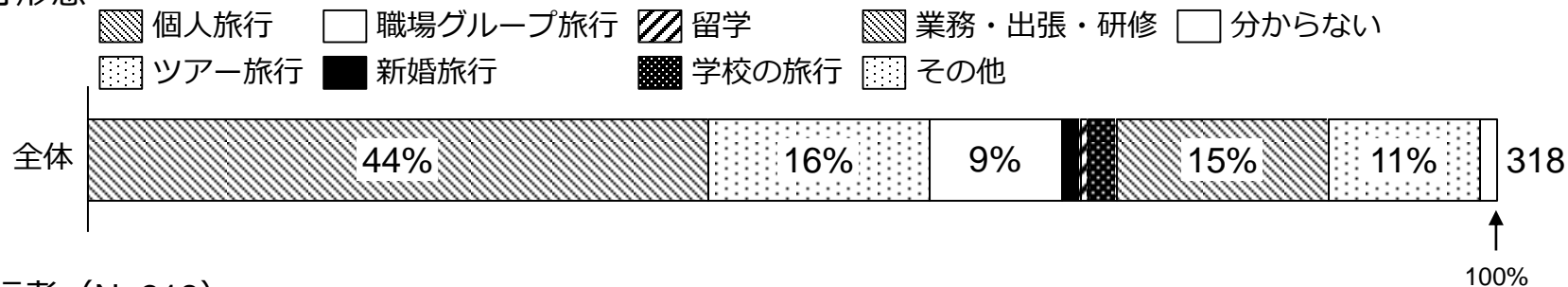
■ 直近訪日時期 (年・月)



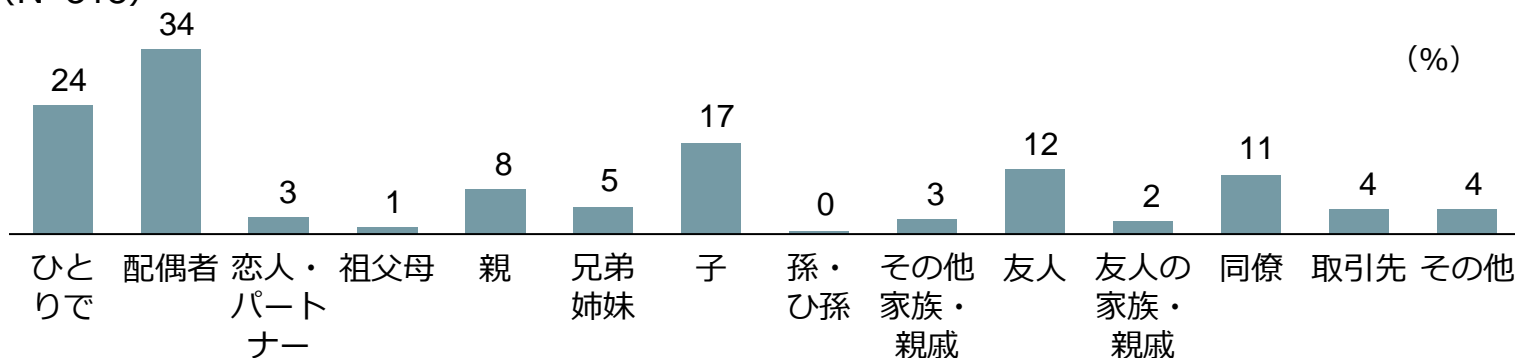
アメリカ

- ✓ 個人旅行者が4割強と最多。これに、ツアー旅行者（16%）、業務目的（15%）が続く
- ✓ 同行者は、配偶者が最多で34%。業務目的が多い影響もあり一人が24%と高い
- ✓ 旅行日数は1週間以上2週間未満が最多（37%）。4～6日と合わせると約3分の2を占める

■ 旅行形態



■ 同行者 (N=318)



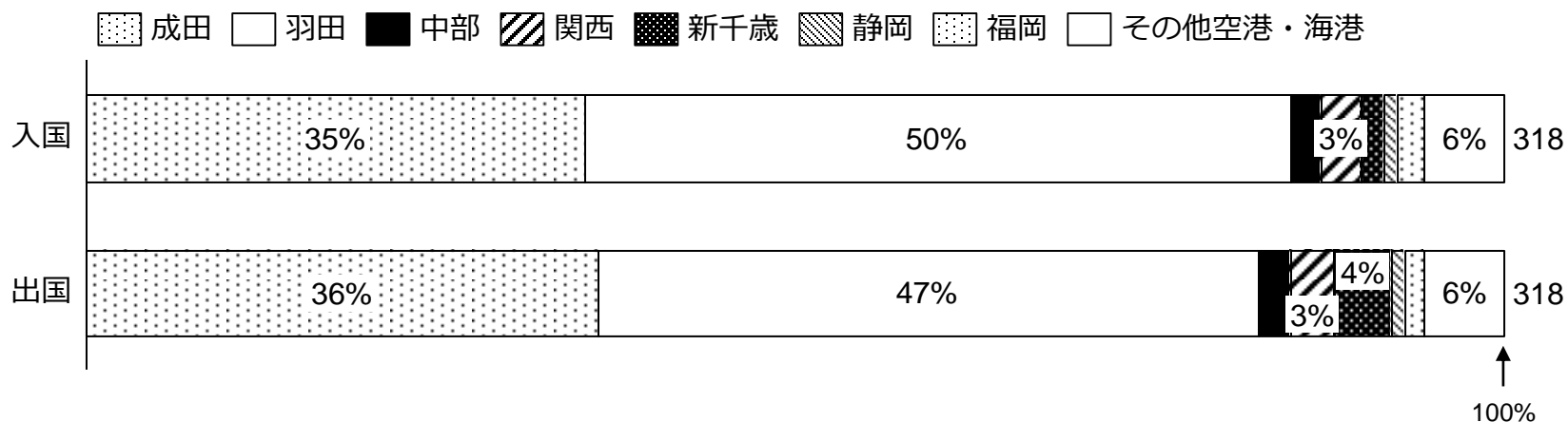
■ 旅行日数



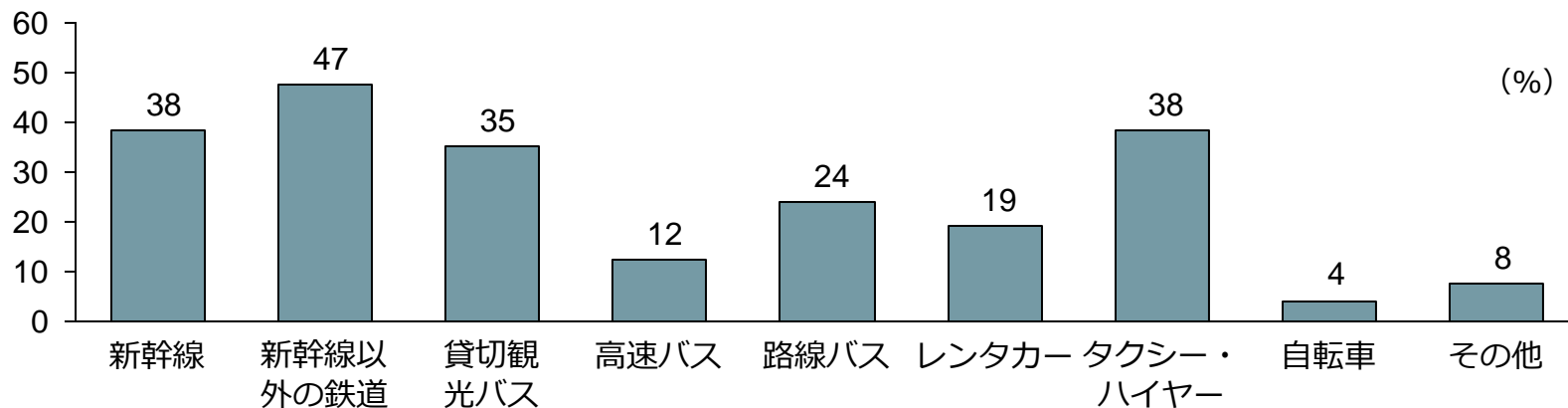
アメリカ

- ✓ 入国・出国ともに、羽田空港の利用が約半数。成田空港とあわせて東京エリアが8割以上
- ✓ 日本国内での交通手段は、新幹線以外の鉄道が約半数。これに、新幹線、タクシー・ハイヤー、貸切観光バスが続く（それぞれ4割弱）

■ 出入国空港



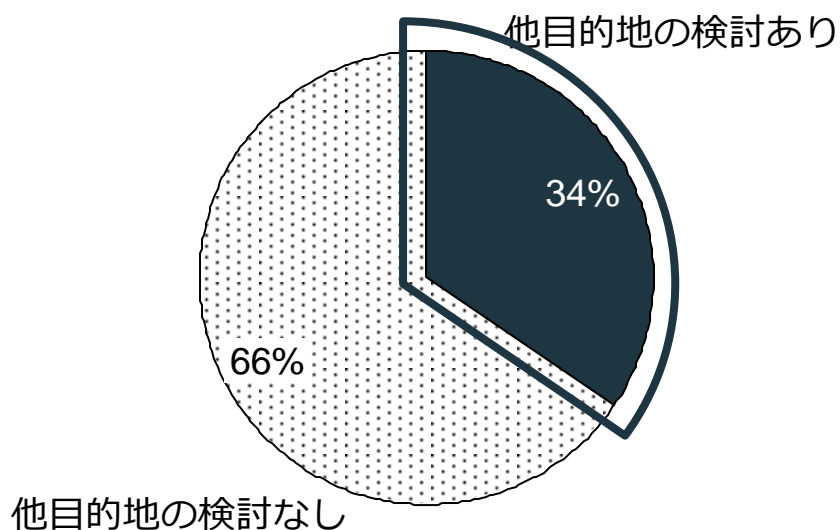
■ 利用交通手段（日本国内）（N=318）



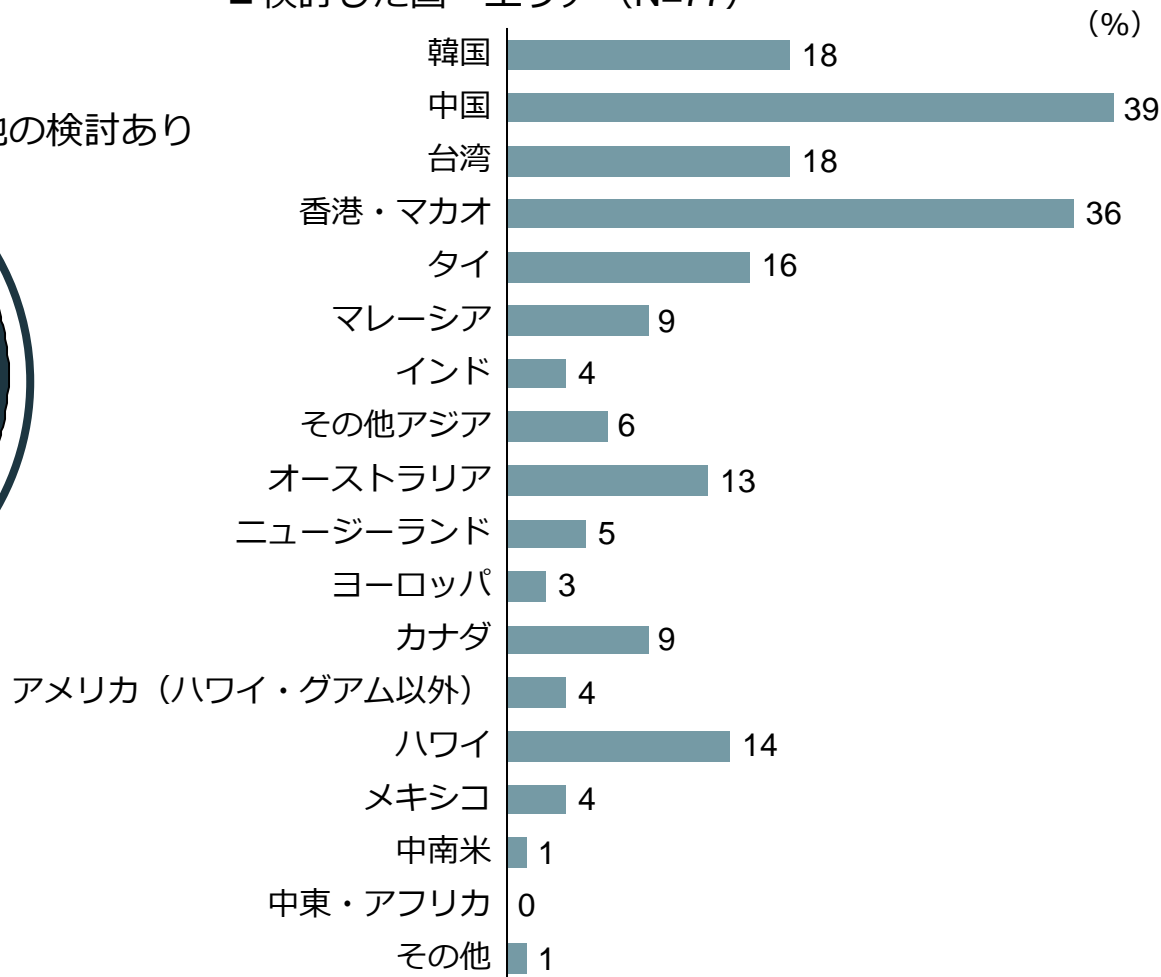
アメリカ

- ✓ 訪日旅行計画時に、他目的地と比較検討した人は約3分の1
- ✓ 中国、香港・マカオと比較した人がそれぞれ約4割と突出。それ以外では、韓国や台湾といった日本に近い国や、タイ、ハワイ、オーストラリアが競合となるケースが多い

■ 他目的地検討有無 (N=224)



■ 検討した国・エリア (N=77)



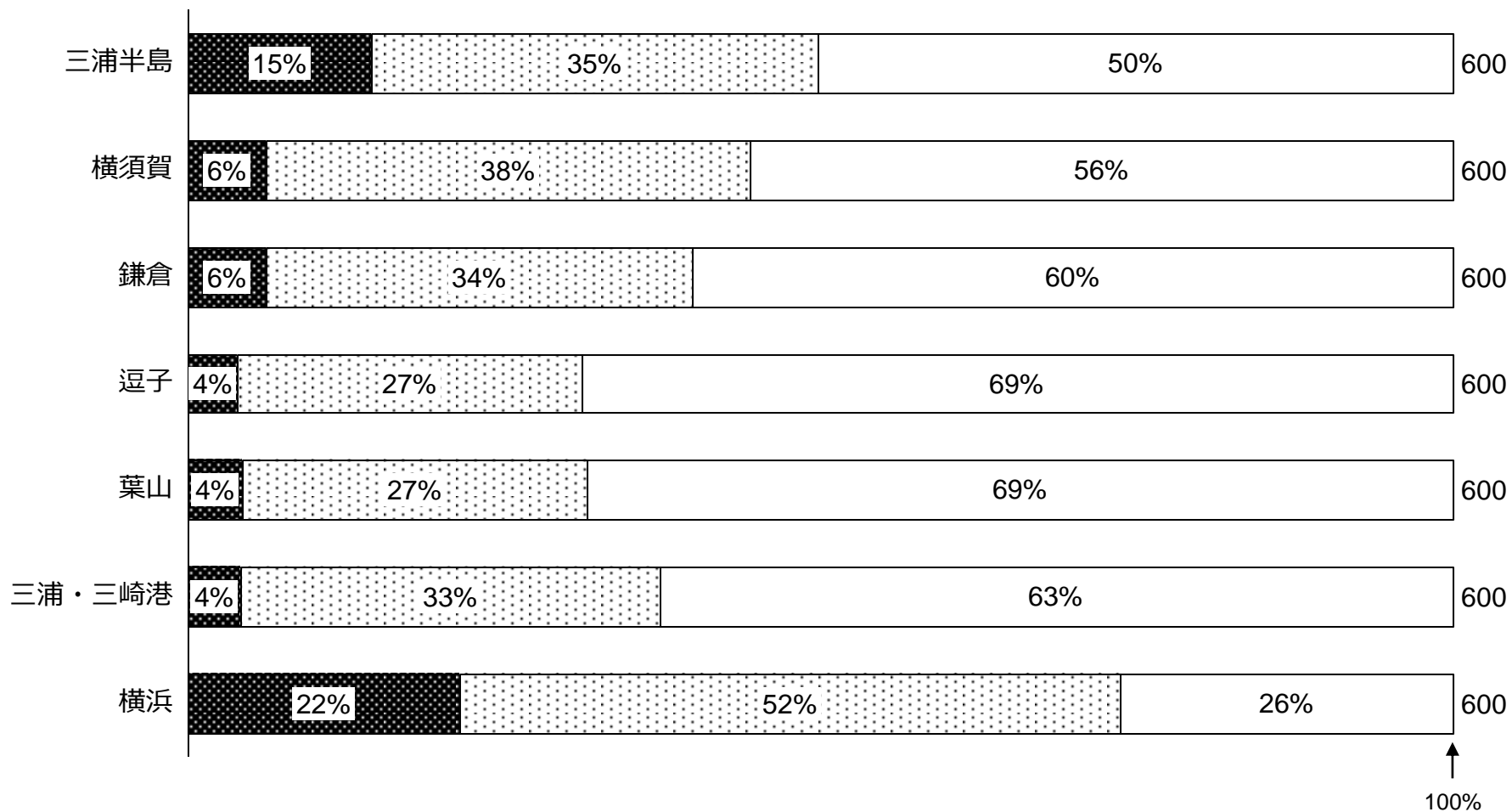
三浦半島および周辺都市の認知・訪問率（全体）(N=600)

アメリカ

- ✓ 三浦半島の認知率は50%、過去訪問率は15%。半島内各エリアでは、横須賀と鎌倉の認知率・訪問率が高く、認知は約4割、訪問は6%
- ✓ 横浜の認知率・訪問率は突出しており、7割以上が認知、2割以上が訪問経験があるとしている

■ 認知・訪問率

行ったことがある
 名前を聞いたことはあるが行ったことはない
 知らない

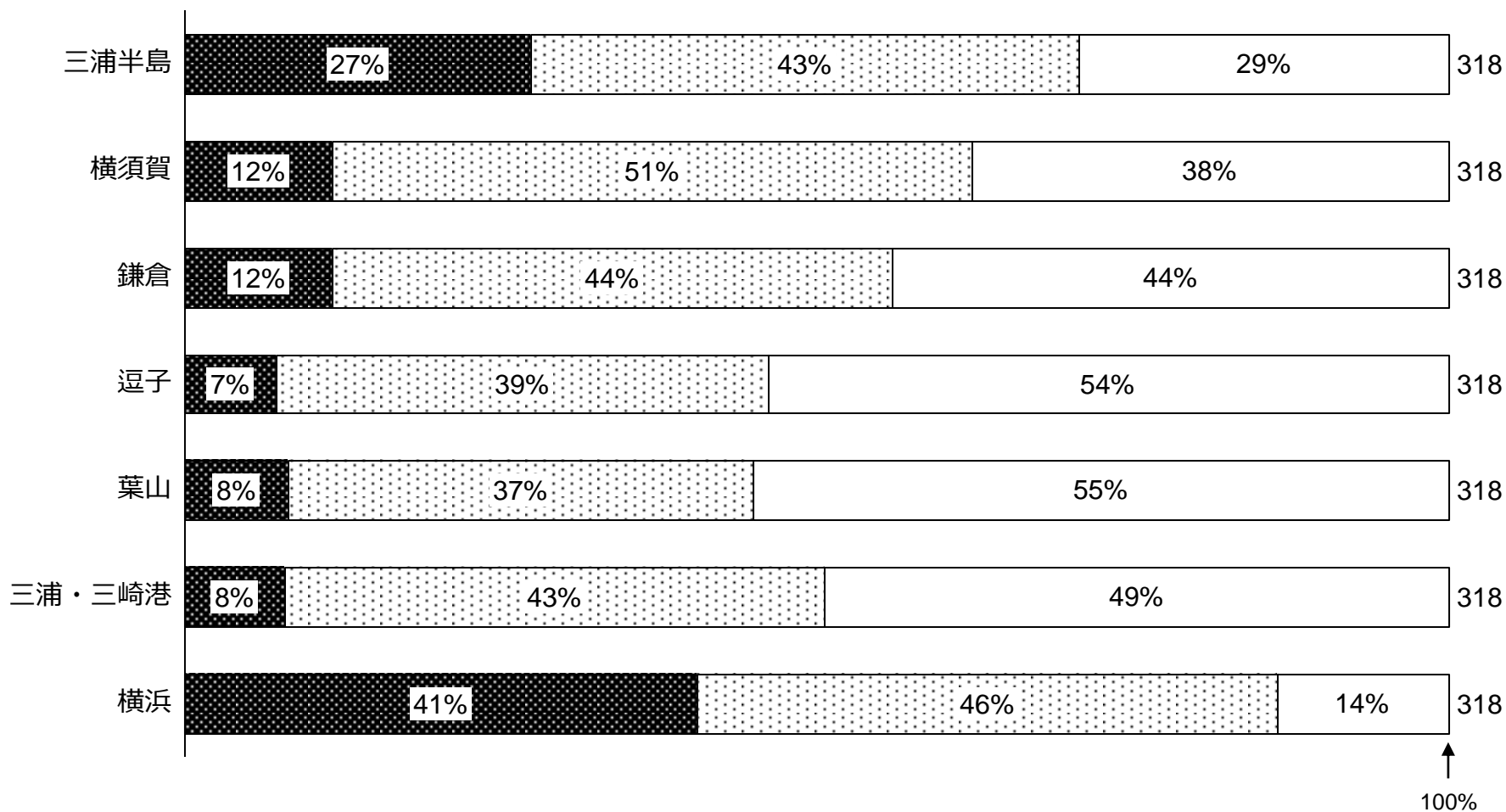


アメリカ

- ✓ 訪日経験者における三浦半島の認知率は約7割、過去訪問率は3割弱。横須賀の認知は約6割、訪問は1割強と、いずれも全体と比べて高い割合を示す
- ✓ 横浜の認知は9割近く、訪問は4割以上

■ 認知・訪問率

行ったことがある
 名前を聞いたことはあるが行ったことはない
 知らない

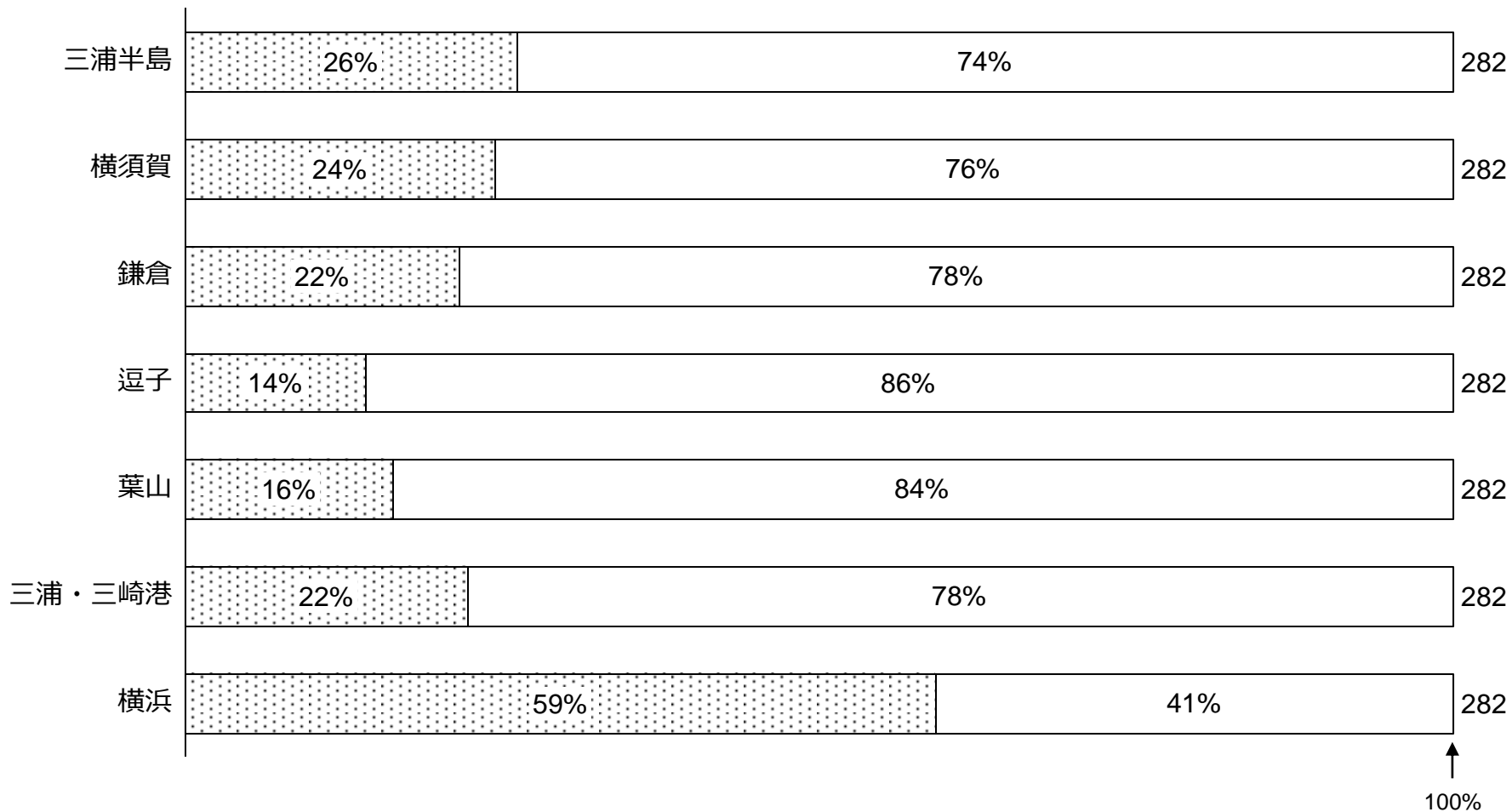


↑ 100%

- ✓ 訪日未経験者においては、三浦半島の認知率は約4分の1にとどまっている
- ✓ 横須賀、鎌倉、三浦・三崎港の認知は2割強であるのに対し、逗子と葉山の認知は低い
- ✓ 横浜の認知は約6割と他エリアを大きく上回る

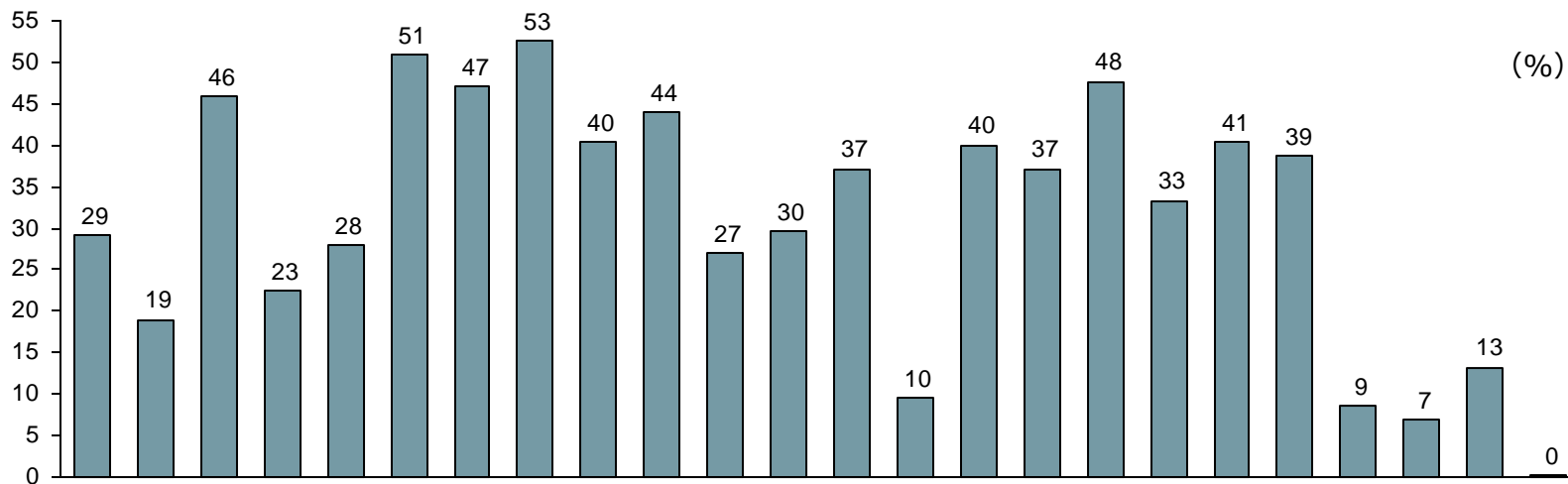
■ 認知・訪問率

■ 名前を聞いたことはあるが行ったことはない □ 知らない



アメリカ

- ✓ 三浦半島の説明文・画像を提示した後では、「景色・眺めが良い」「歴史的・文化的な遺産がある」イメージの想起が半数を超える
- ✓ 大半のイメージにおいて、訪日経験者よりも訪日未経験者の想起率の方が高い。特に「気候に恵まれている」では想起率に20%以上の差がある

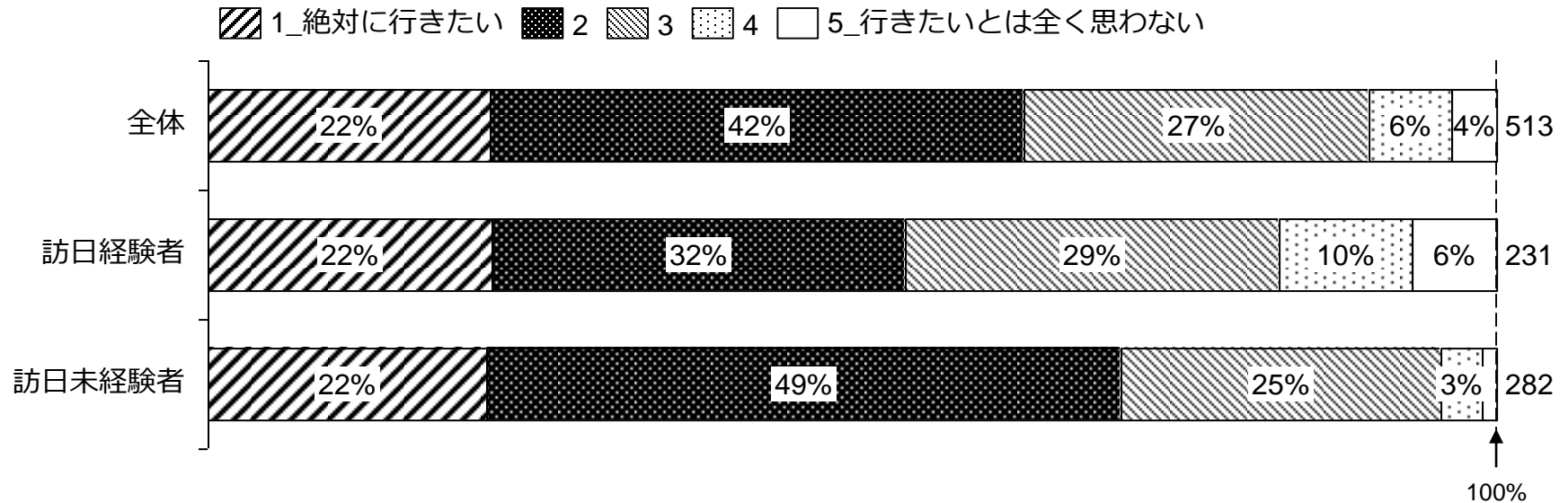


	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	食べ物が美味しい・グルメが楽しめる	リゾート地である	にぎわいがある	アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	である	アニメ・漫画・ゲームの舞台が楽しめる	AR位置情報ゲーム(※)が楽しめる	アメリカカードルが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	29	19	46	23	28	51	47	53	40	44	27	30	37	10	40	37	48	33	41	39	9	7	13	0	6	
訪日経験者(N=318)	24	16	40	23	27	43	40	47	30	41	24	25	31	10	36	33	43	28	35	32	8	7	13	0	8	
訪日未経験者(N=282)	35	22	53	22	29	59	55	59	52	47	30	34	44	9	45	41	53	39	47	46	9	7	14	1	5	

(※)AR位置情報ゲーム：インGRES、ポケモンGOなど

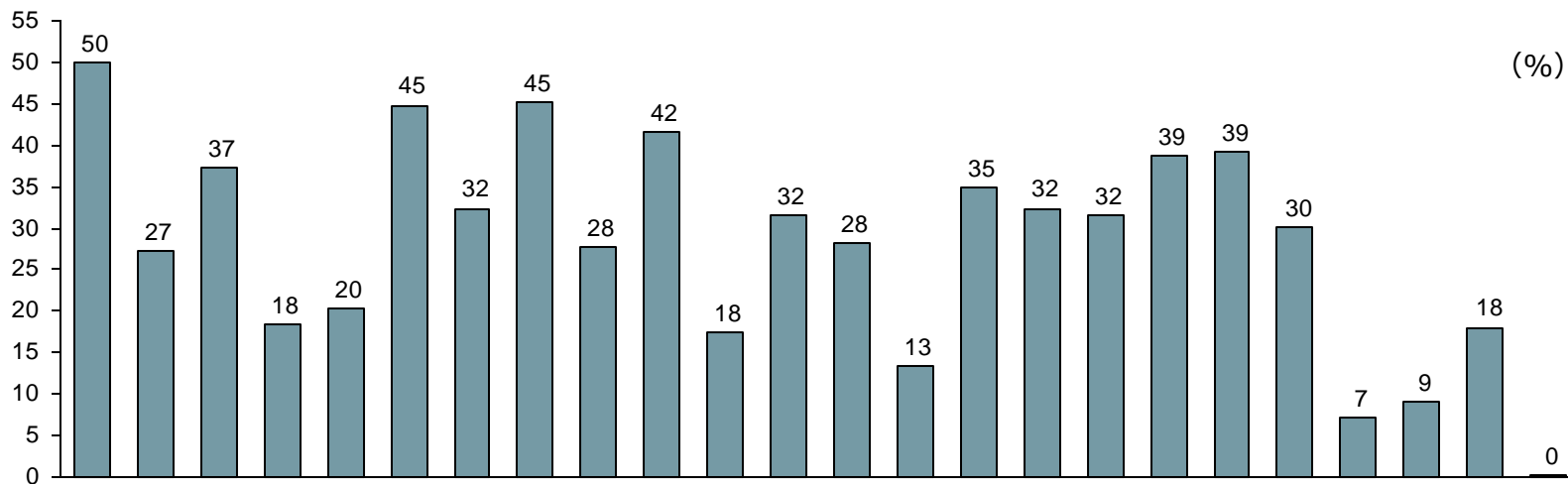
- ✓ 三浦半島未訪問者のうち、2割強が「絶対に行きたい」と強い意向を示している
- ✓ 半島訪問意向は、訪日経験者よりも訪日未経験者の方が強い

■ 三浦半島への訪問意向（半島未訪問者のみ）



アメリカ

- ✓ 横須賀市の説明文・画像を提示した後では、「米軍基地・自衛隊施設がある」イメージの想起が最も高い
- ✓ 三浦半島と同様に、大半のイメージにおいて訪日経験者よりも訪日未経験者の想起率の方が高い

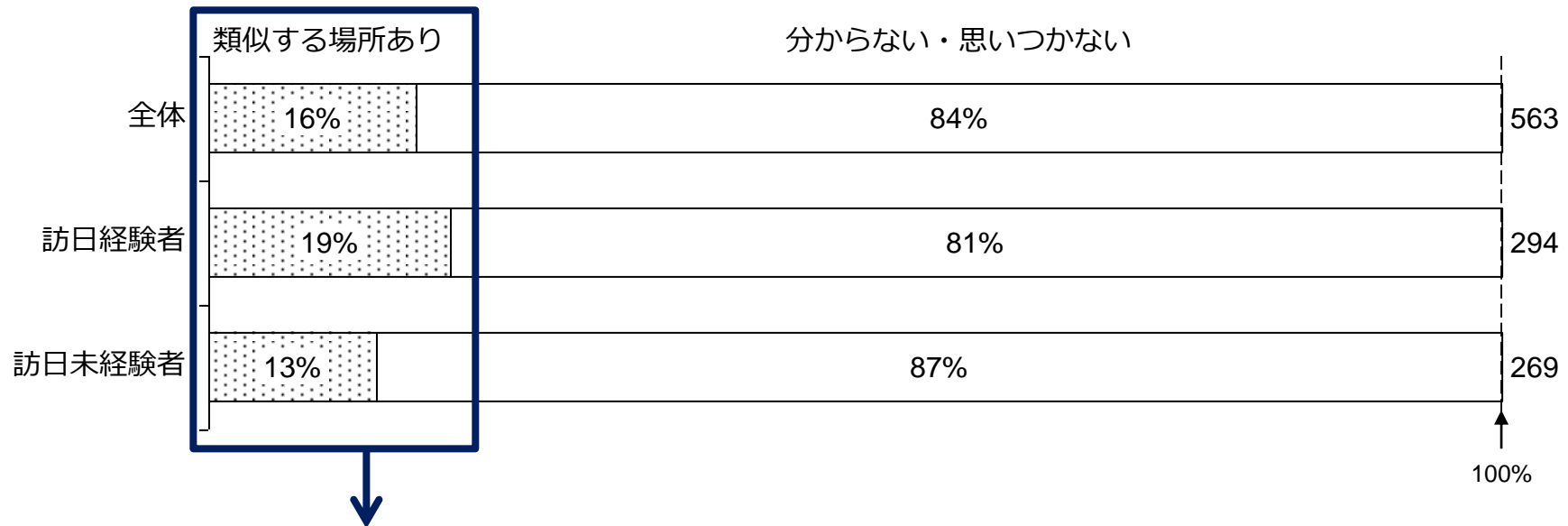


	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	楽しめる食べ物・グルメがある	リゾート地である	にぎわいがある	アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	である	アニメ・漫画・ゲームの舞台	楽しめるAR位置情報ゲーム(※)がある	アメリカカードルが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	50	27	37	18	20	45	32	45	28	42	18	32	28	13	35	32	32	39	39	30	7	9	18	0	6	
訪日経験者(N=318)	41	24	32	17	19	37	27	41	25	37	15	28	25	12	31	30	29	31	35	29	8	9	17	0	8	
訪日未経験者(N=282)	60	32	43	20	22	53	38	50	30	46	20	35	32	15	39	35	35	47	44	32	6	10	19	1	5	

(※)AR位置情報ゲーム：インGRES、ポケモンGOなど

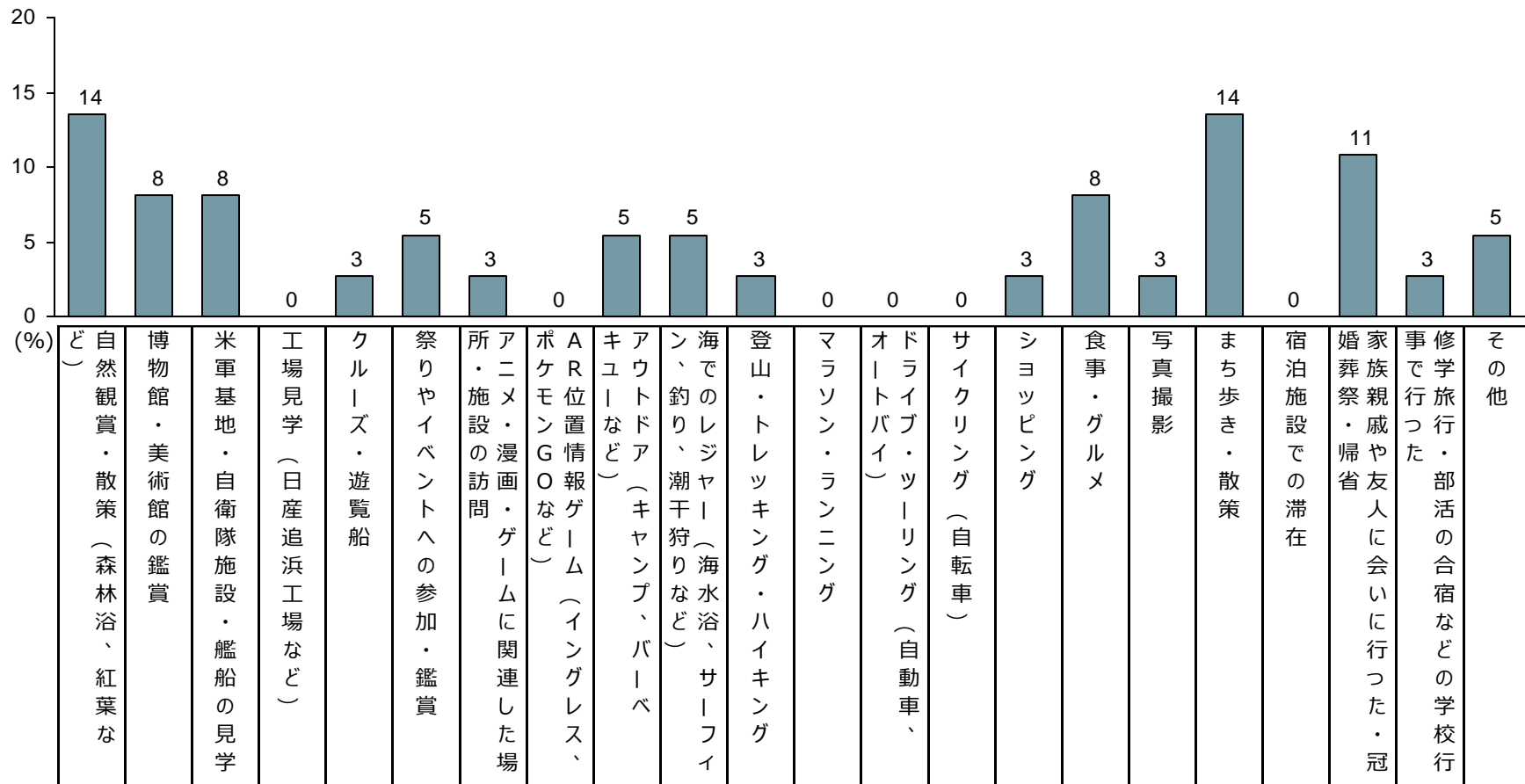
- ✓ 横須賀市と類似する場所を想起する人は全体の16%。訪日経験者では約2割にのぼる
- ✓ 想起された場所は東京が最多。これに、横浜、三浦、大阪、沖縄と続く

■横須賀市に似た日本国内の場所



類似する日本国内の場所 (有効回答数 N=78)	N	%
東京	25	32.1%
横浜	9	11.5%
三浦・三浦半島	9	11.5%
大阪	6	7.7%
沖縄	5	6.4%
広島	3	3.8%
神奈川	3	3.8%

- ✓ 直近の横須賀市訪問時の目的は、まち歩きや自然観賞・散策が比較的多い
- ✓ 家族親戚や友人訪問・冠婚葬祭・帰省も約1割



アメリカ

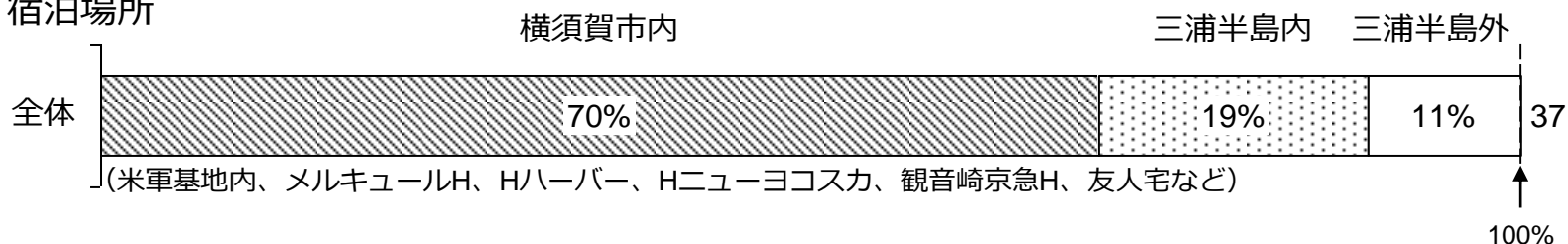
- ✓ 市内では米軍基地や三笠、市内の公園の訪問が比較的多い。市外ではビーチ・海の人気が高い
- ✓ 市訪問者の7割が市内に宿泊。宿泊先はホテルが大半を占めるが、一部、基地内や友人宅宿泊者も存在
- ✓ 満足度は非常に高く、約6割が「非常に満足」を選択している

■ 訪問場所 (自由回答・上位抜粋)

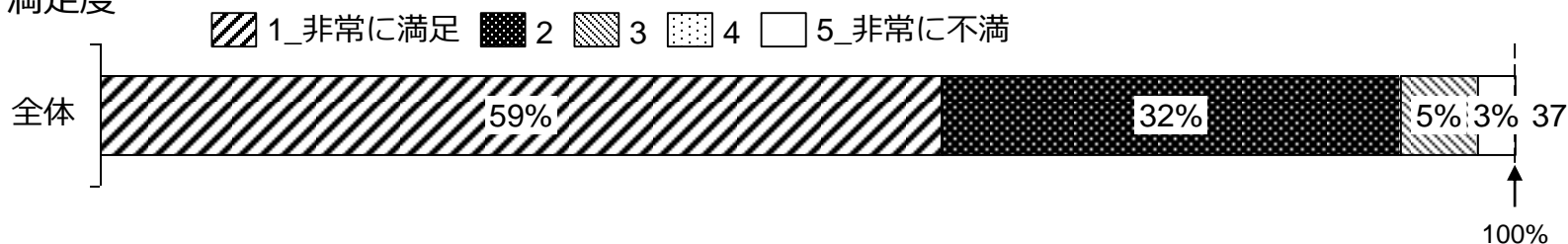
横須賀市内 (有効回答数 N=26)	N	%
米軍基地	5	19.2%
三笠	5	19.2%
公園	5	19.2%
レストラン	4	15.4%
美術館	4	15.4%
観音崎灯台・公園	4	15.4%
叶神社	3	11.5%

三浦半島内 (市外) (有効回答数 N=22)	N	%
ビーチ・海	7	31.8%
城ヶ島	3	13.6%
美術館	2	9.1%
鎌倉	2	9.1%

■ 宿泊場所



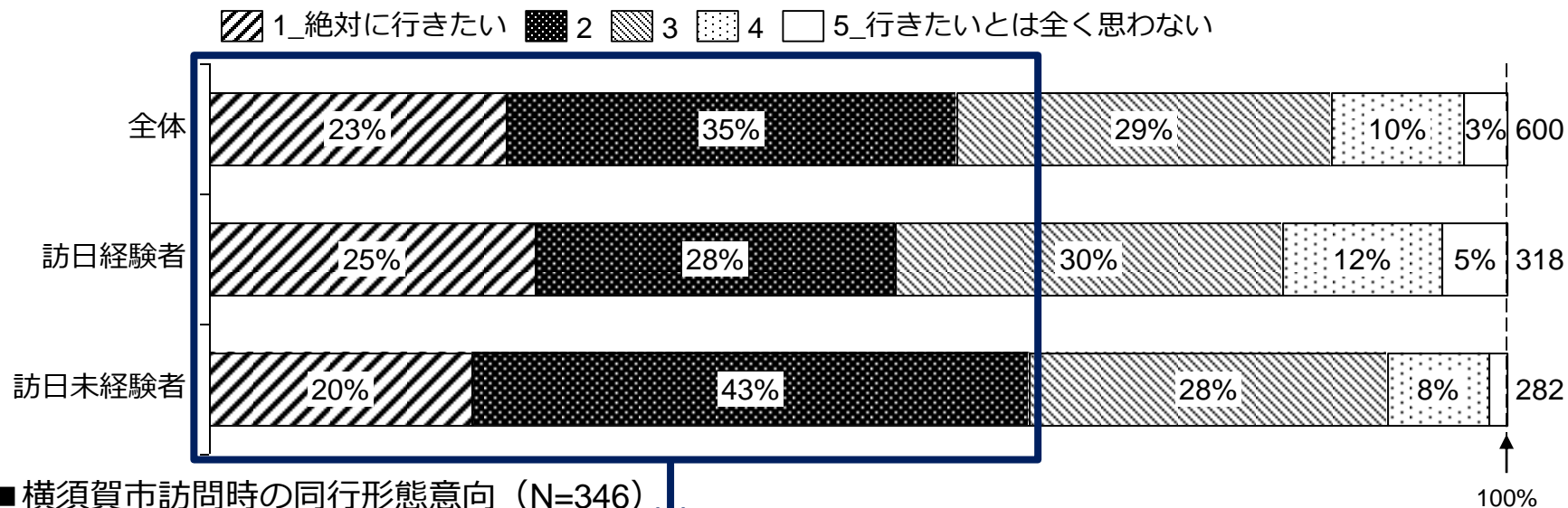
■ 満足度



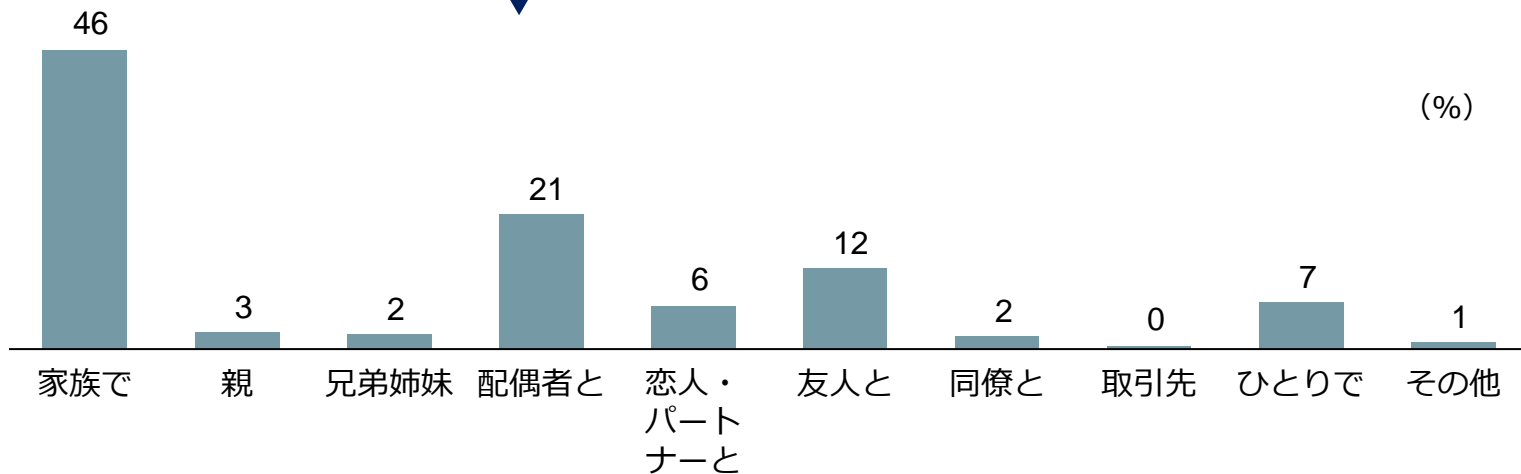
アメリカ

- ✓ 市訪問意向者は全体の約6割（5段階中上位2段階を選択した人）。意向者の割合は訪日経験者よりも未経験者の方が高いものの、「絶対に行きたい」と最も強い意向を示す人の割合は訪日経験者の方が高く、4分の1を占める
- ✓ 希望の同行形態は家族が突出して高く約半数

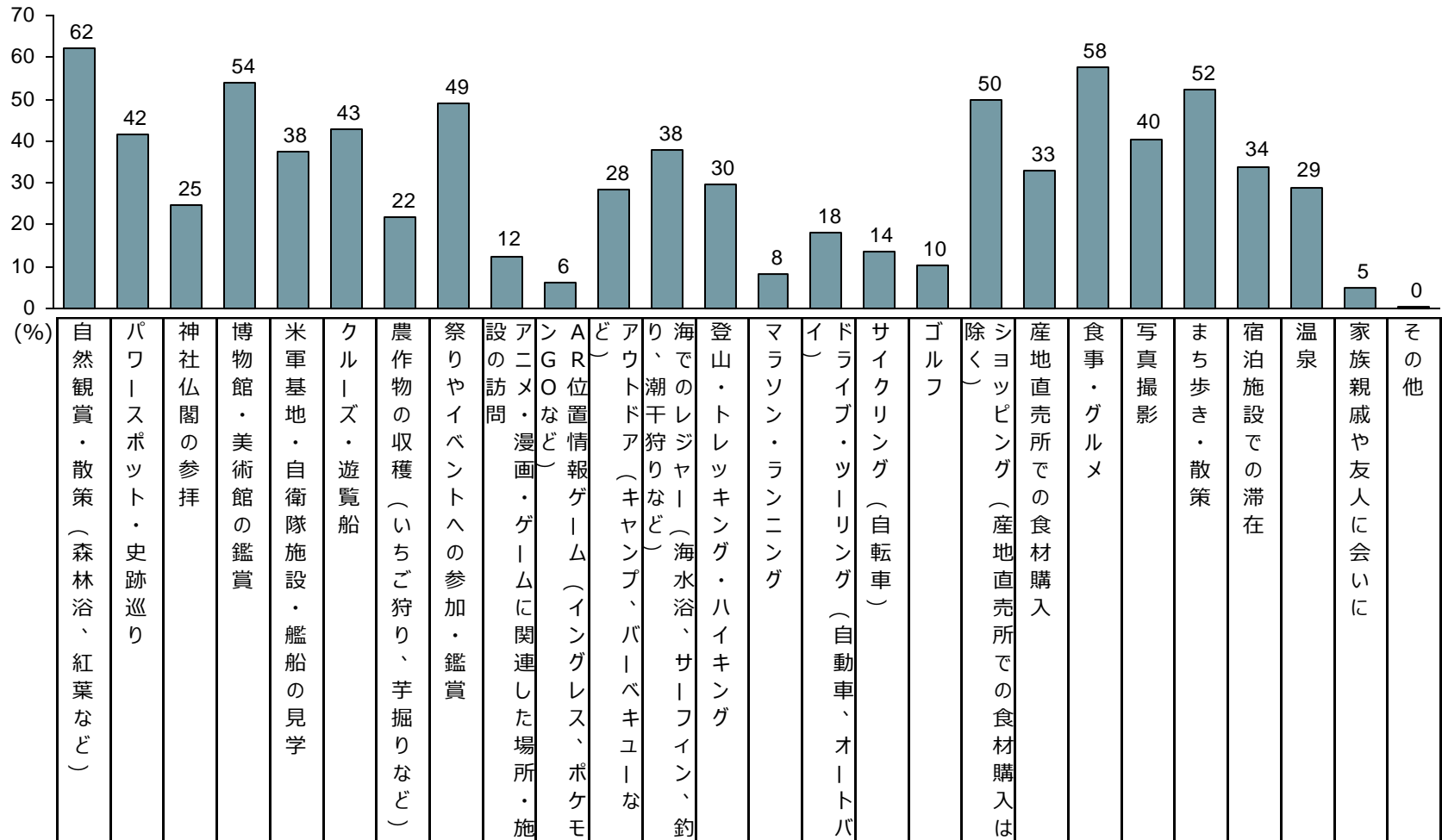
■横須賀市への訪問意向



■横須賀市訪問時の同行形態意向 (N=346)



✓ 「自然観賞・散策」と「食事・グルメ」の人气が特に高く、6割前後が希望している



横須賀市訪問時に希望する市外訪問場所

アメリカ

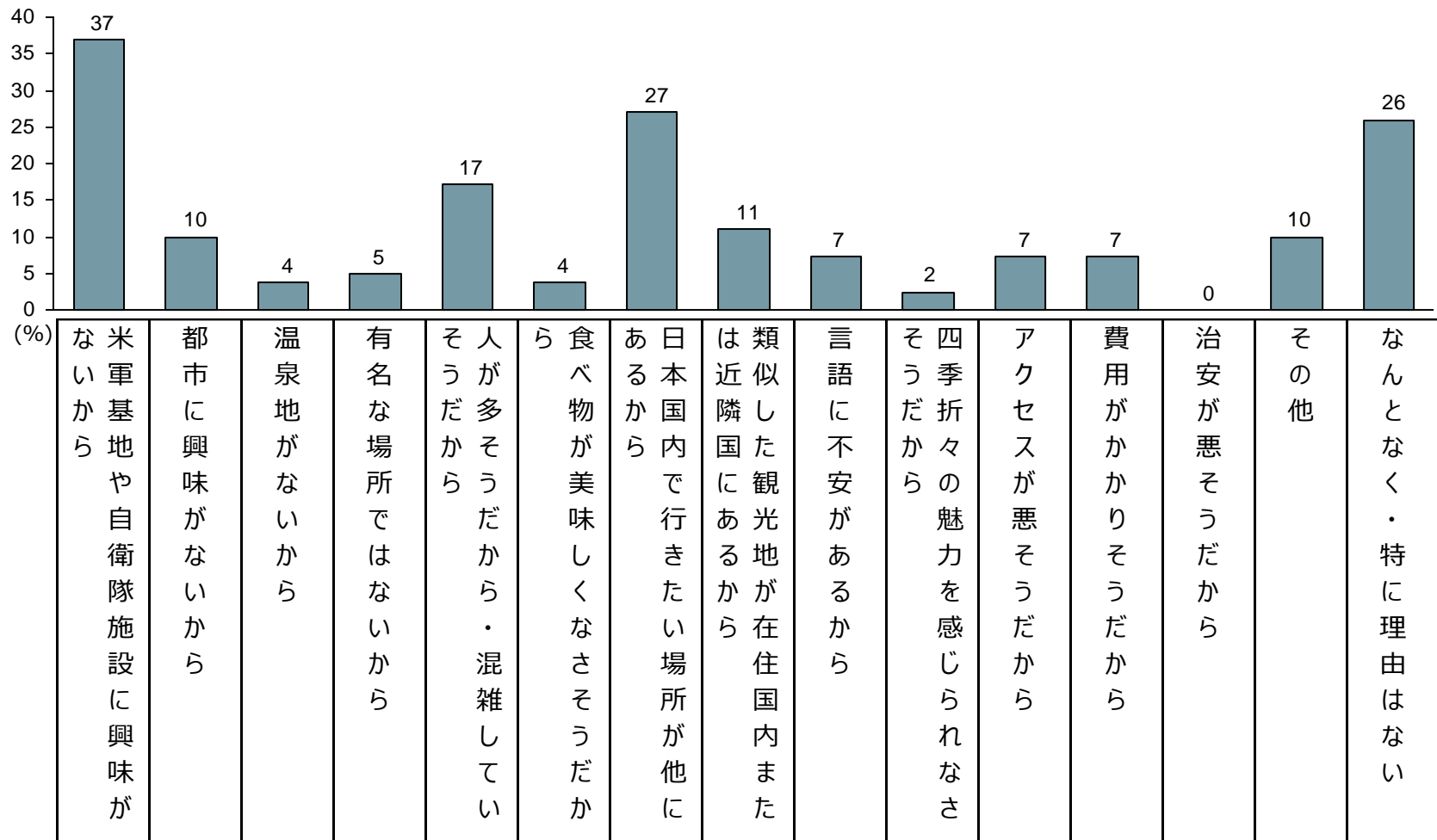
- ✓ 東京の訪問希望者が約7割と圧倒的に高く、これに横浜（43%）、富士山・河口湖（35%）、京都（32%）、大阪（31%）、広島（26%）が続く
- ✓ 長崎は特に、訪日経験者と未経験者間での人気差が大きい。未経験者では約4分の1が訪問を希望しているのに対し、訪日経験者では14%にとどまる

(%)	特になし	札幌	函館	その他北海道	仙台	その他東北	東京	横浜	日光	箱根	伊豆・熱海	その他関東	名古屋	立山・黒部	飛騨・高山	富士山・河口湖	その他中部	金沢	その他北陸	大阪	京都	奈良	神戸	その他関西	広島	岡山	その他中国	四国	福岡・博多	長崎	その他九州	沖縄
全体 (N=346)	10	16	9	6	8	5	68	43	10	7	5	5	13	4	3	35	5	9	3	31	32	5	14	3	26	9	2	4	7	19	3	10
訪日経験者 (N=168)	7	16	10	9	10	4	65	46	12	9	6	7	16	5	4	31	7	11	4	30	30	6	14	3	22	11	1	4	7	14	2	8
訪日未経験者 (N=178)	13	16	7	3	6	6	71	40	8	4	3	4	11	3	3	38	3	6	2	32	34	4	14	3	29	7	3	4	8	24	4	13

横須賀市非訪問意向の理由 (N=81)

アメリカ

- ✓ 市訪問意向がない理由は、「米軍基地・自衛隊施設に興味がない」が最多で、約4割にのぼる
「日本国内で行きたい場所が他にある」「なんとなく・特に理由はない」が3割弱



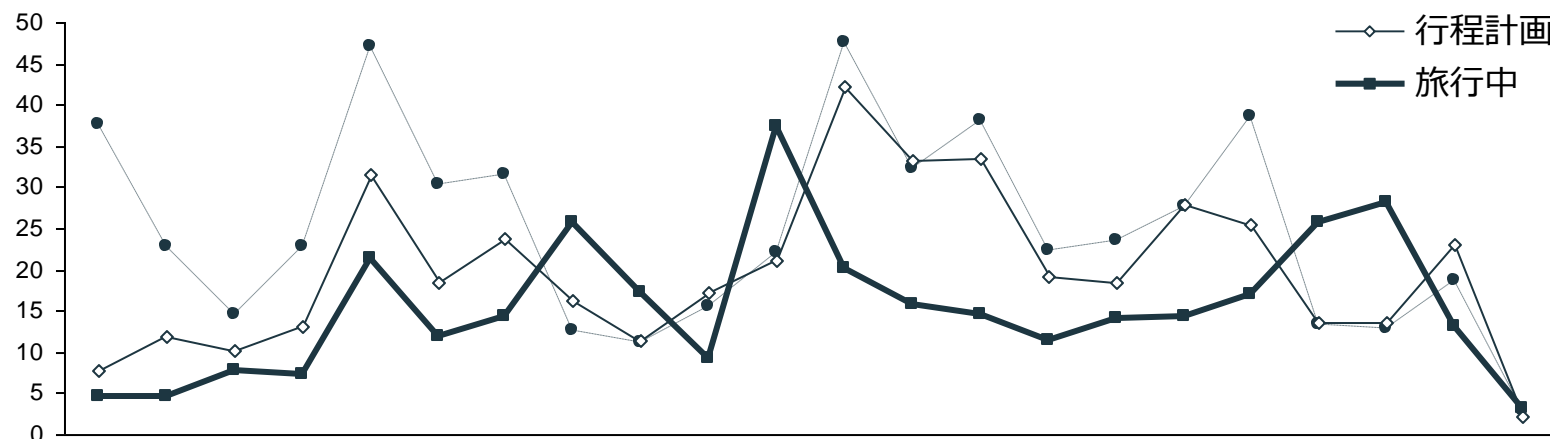
国外旅行に関する情報源（上位10位）（N=600）

- ✓ 国外旅行で目的地を検討している際には、旅行関係の総合情報サイトやガイドブックを参考に
する人が多いが、具体的に旅程を計画する時点では、ガイドブックよりも旅行会社のサイトや政府観光局や
自治体など現地から発信される情報サイトを参考にする人の方が多くなる
- ✓ 旅行中は観光案内所を利用する人が約4割。宿泊施設のスタッフや一般の人などから得る現地情報も重視さ
れる傾向

行先検討時（N=600）			行程計画時（N=600）			旅行中（N=600）		
順位		%		%		%		
1	旅行関係の総合情報サイト	47.7	旅行関係の総合情報サイト	42.3	観光案内所	37.3		
2	旅行情報誌・ガイドブック	47.2	旅行会社のサイト（Expediaなど）	33.5	宿泊施設のスタッフ	28.2		
3	家族や友人・知人など近い人からの口 コミ	38.7	政府観光局や自治体など、現地が発 信している観光情報サイト	33.2	空港や駅などに置いてある無料パンフ レット・チラシ	25.8		
4	旅行会社のサイト（Expediaなど）	38.2	旅行情報誌・ガイドブック	31.7	旅行先で出会った一般の人	25.8		
5	テレビ番組	37.7	インターネット上のブログ・口コミ（トリッ プアドバイザーなど）	28.0	旅行情報誌・ガイドブック	21.3		
6	政府観光局や自治体など、現地が発 信している観光情報サイト	32.3	家族や友人・知人など近い人からの口 コミ	25.5	旅行関係の総合情報サイト	20.2		
7	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	31.5	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	23.7	空港や駅などに掲示されているポスター	17.2		
8	一般雑誌の旅行特集記事	30.3	旅行会社の店舗スタッフ	23.0	家族や友人・知人など近い人からの口 コミ	17.0		
9	インターネット上のブログ・口コミ（トリッ プアドバイザーなど）	27.7	観光案内所	21.0	政府観光局や自治体など、現地が発 信している観光情報サイト	15.7		
10	Facebook、Twitter、LINE、 WeChatなどのソーシャルメディア	23.5	動画投稿サイト（YouTubeなど）	19.2	旅行会社のサイト（Expediaなど）	14.5		

アメリカ

● 行先検討時
◇ 行程計画時
■ 旅行中

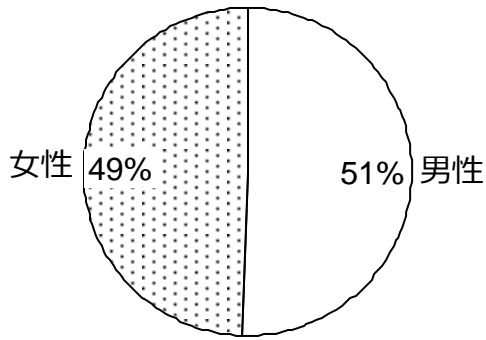


(%)	テレビ番組	テレビCM	ラジオ番組・CM	新聞記事・広告	旅行情報誌・ガイドブック	一般雑誌の旅行特集記事	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに置いてある無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに掲示されているポスター	旅行先の政府観光局や自治体へ電話・メール	観光案内所	旅行関係の総合情報サイト	政府観光局や自治体など、現地在発信している観光情報サイト	旅行会社のサイト	動画投稿サイト (YouTubeなど)	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	インターネット上のブログ・口コミ (TripAdvisorなど)	家族や友人・知人など近い人からの口コミ	旅行先で出会った一般人	宿泊施設のスタッフ	旅行会社の店舗スタッフ	その他
行先検討時	38	23	15	23	47	30	32	13	11	16	22	48	32	38	22	24	28	39	13	13	19	3
行程計画時	8	12	10	13	32	19	24	16	12	17	21	42	33	34	19	18	28	26	14	14	23	2
旅行中	5	5	8	7	21	12	14	26	17	9	37	20	16	15	12	14	14	17	26	28	13	3

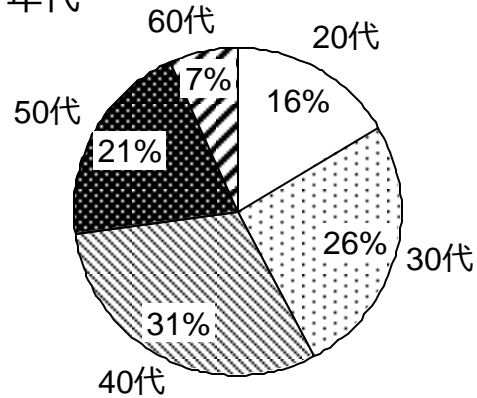
台湾

予備調査結果

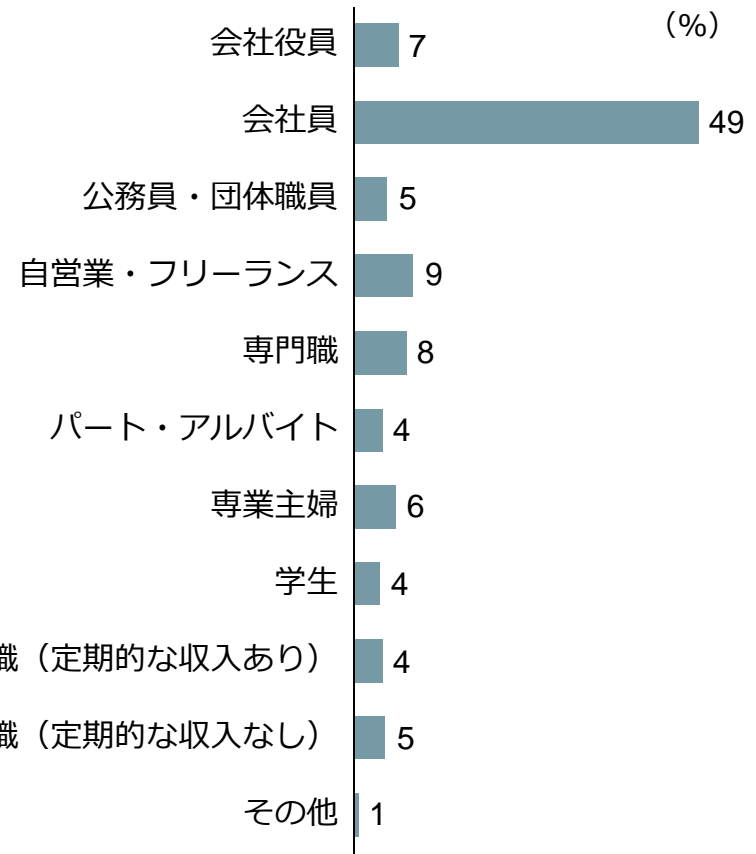
■ 性別



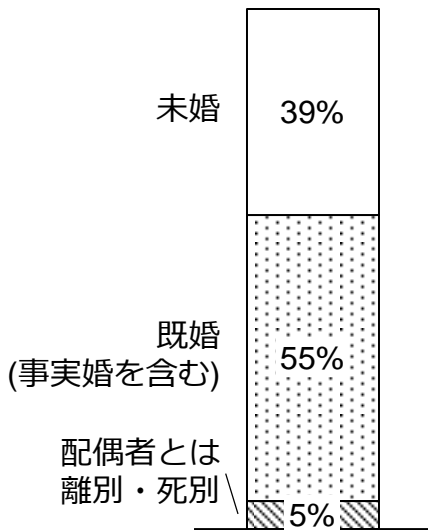
■ 年代



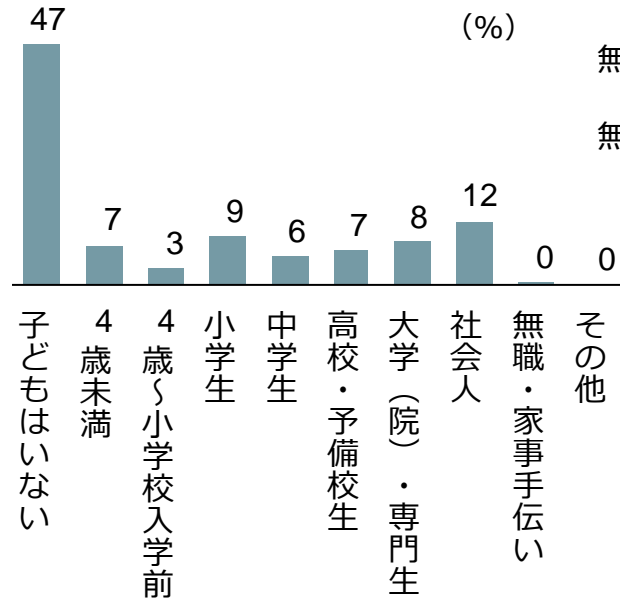
■ 職業



■ 未既婚

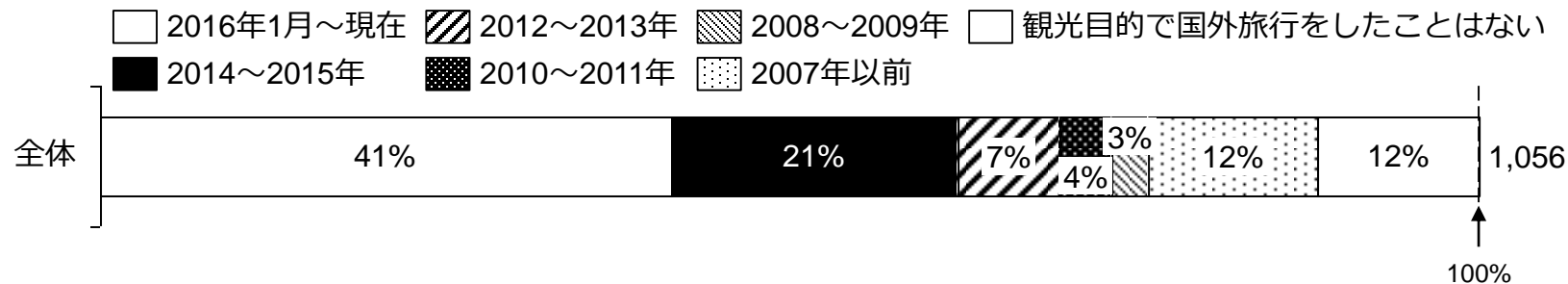


■ 子供有無・末子学齢

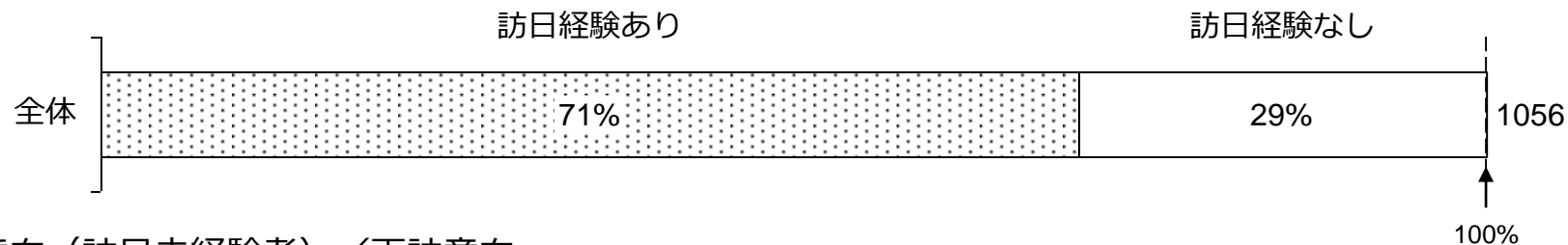


- ✓ 直近1年以内（2016年以降）の国外旅行経験者が4割以上。観光目的で国外旅行をしたことがない人は約1割にとどまる
- ✓ 訪日経験率が非常に高く7割に達する。再訪意向も9割近くと非常に高い
- ✓ 訪日未経験者の訪日意向は約6割。「絶対に行きたい」と最も強い意向を示す人も4割を超える

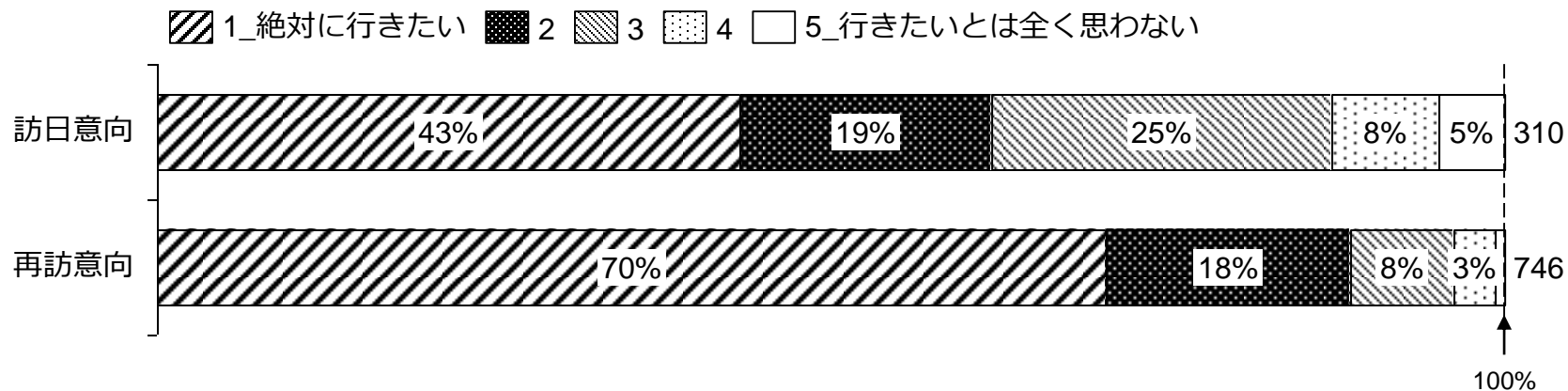
■ 直近の国外旅行時期



■ 過去訪日経験

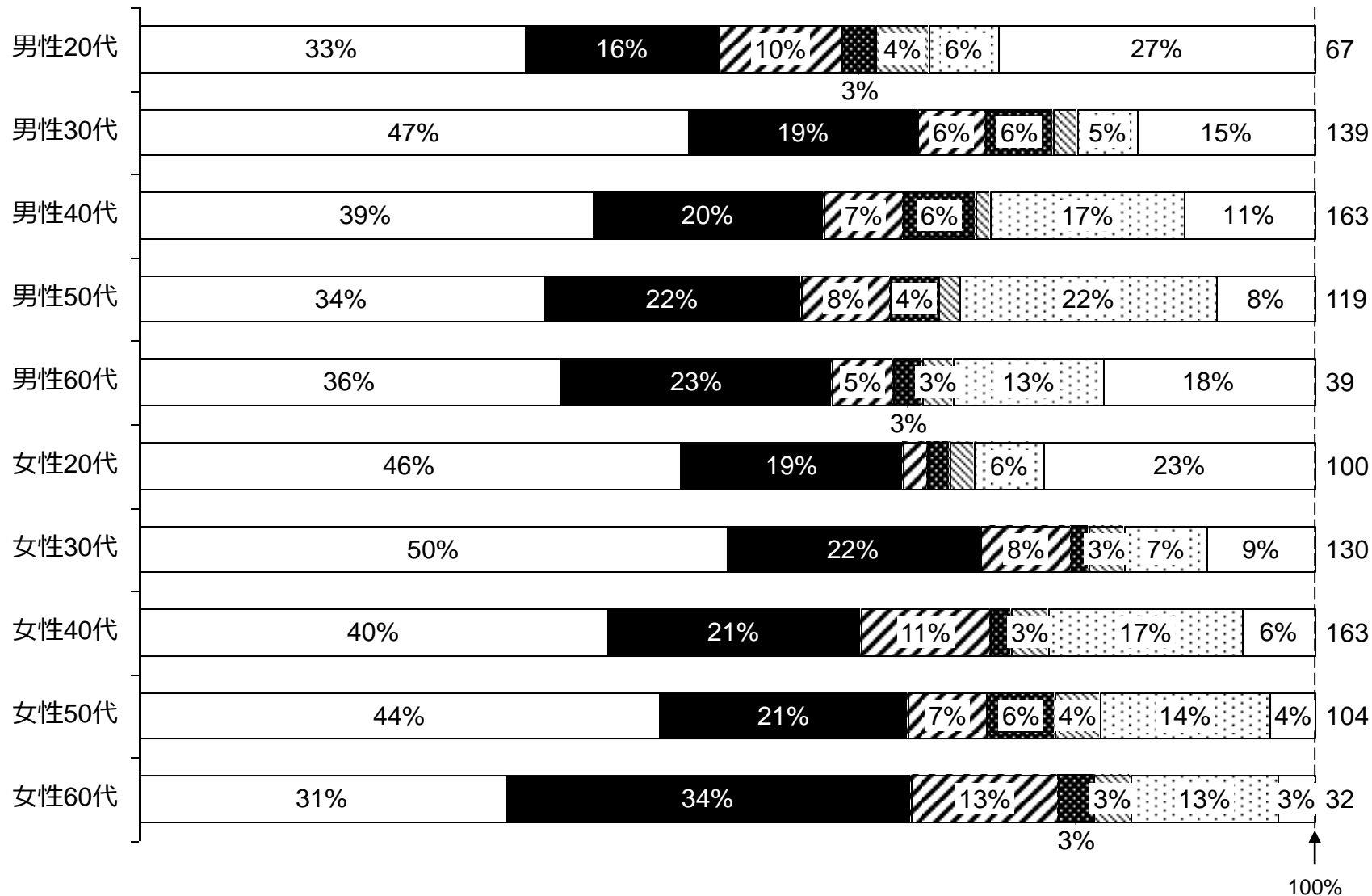


■ 訪日意向（訪日未経験者）／再訪意向



直近の国外旅行時期（性年代別）

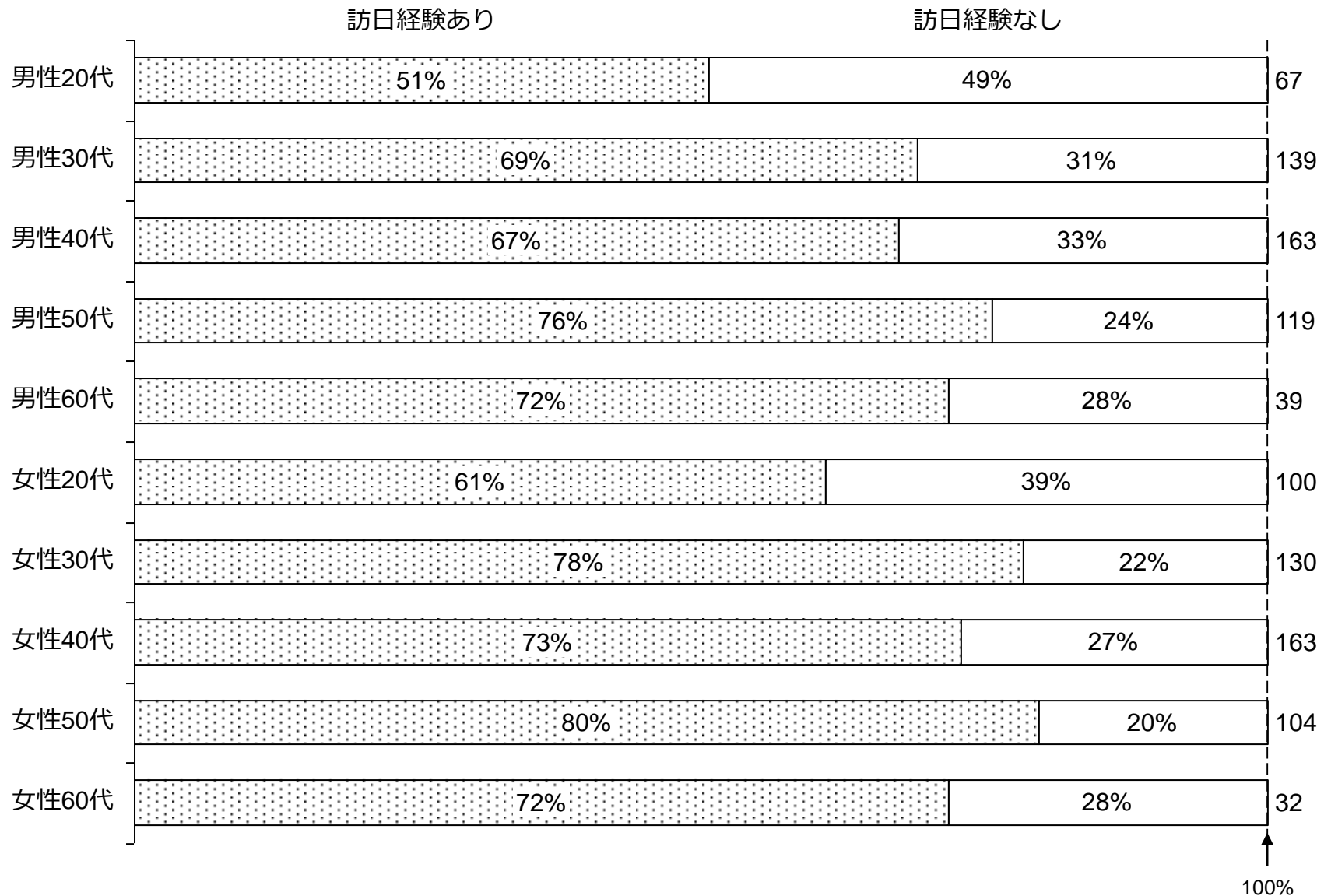
- ✓ 国外旅行経験率は女性60代・50代で特に高く95%を上回る。最も低いのは男性20代であるがそれでも経験率は約7割。全体的に国外旅行経験率も2016年以降の旅行率も高い点が特徴的
- ✓ 2016年以降の国外旅行率は男女ともに30代が最も高い
- ✓ 国外旅行経験率は男性よりも女性の方が高い。女性では高年代ほど経験率が上がるが、男性は50代がピーク



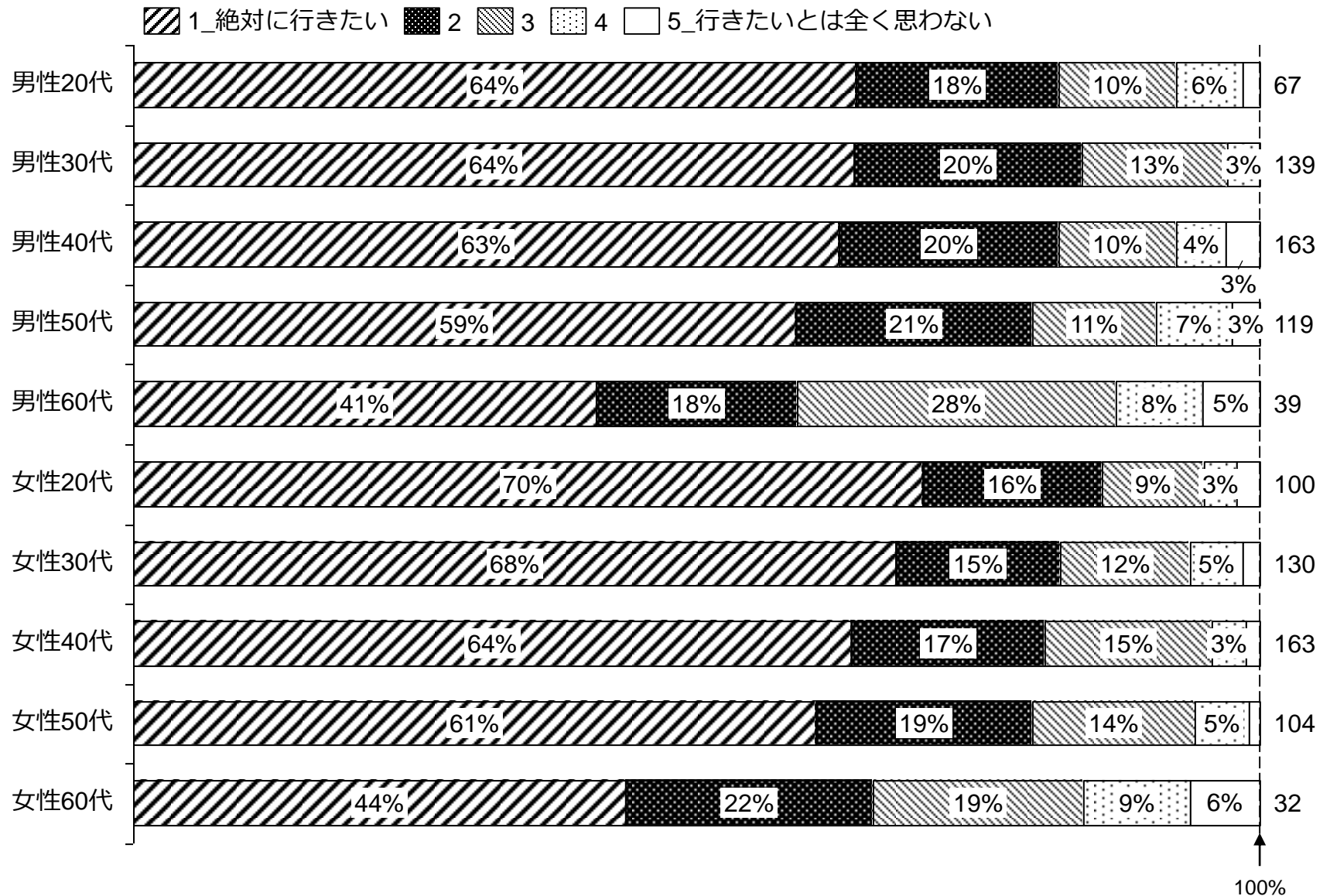
過去訪日経験（性年代別）

台湾

- ✓ 訪日経験が最も高いのは女性50代（80%）。次いで、女性30代（78%）、男性50代（76%）
- ✓ 最も低い男性20代でも過半数が訪日経験者
- ✓ 60代を除くすべての年代において、男性よりも女性の訪日経験率の方が高い

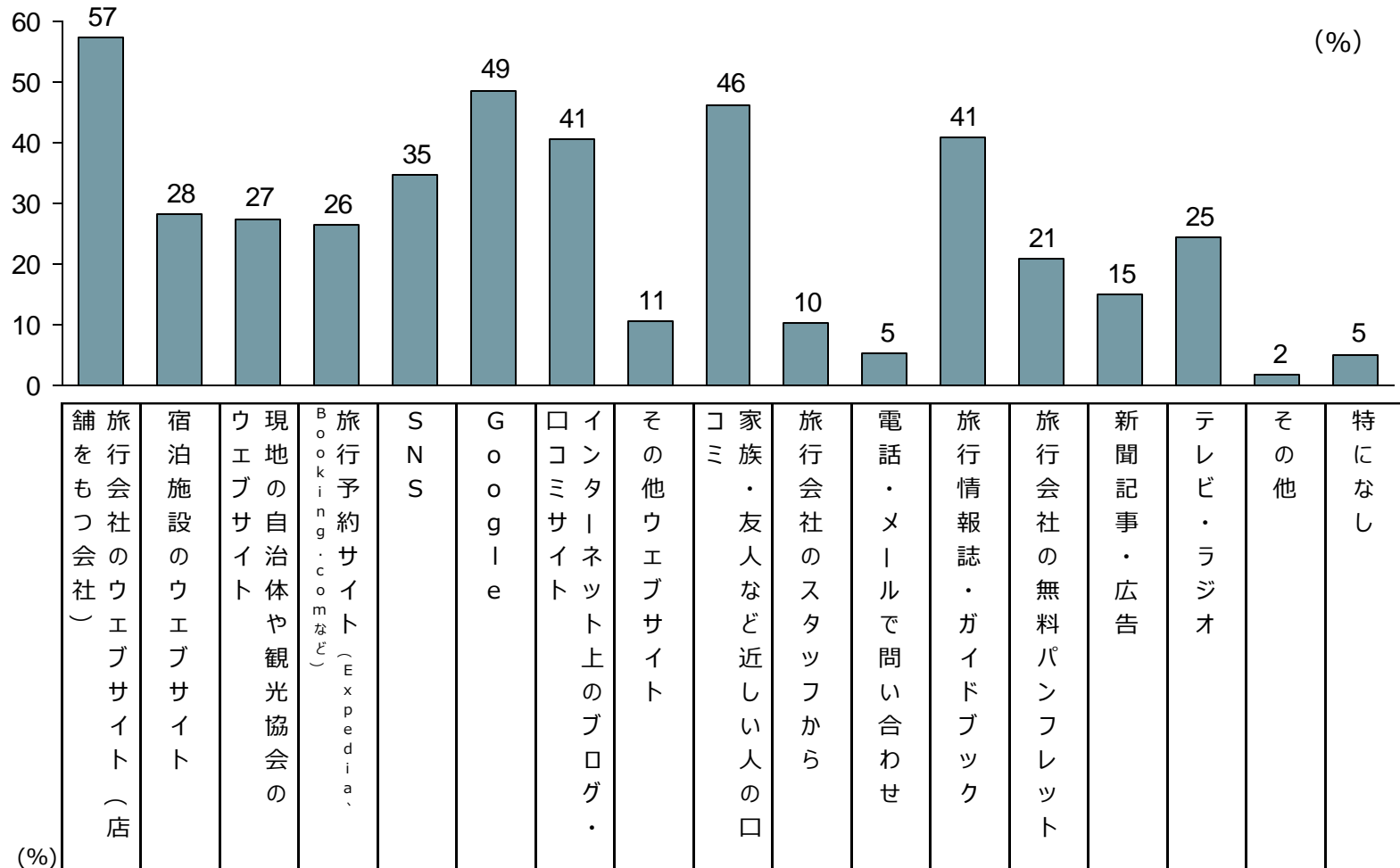


- ✓ 女性20代の訪日意向が最も高く、「絶対に行きたい」を選んだ人が7割にのぼる
- ✓ 60代を除いてはいずれの層でも訪日意向は8割以上と非常に高い。訪日意向が最も低い男性60代であっても非意向者は1割程度であり、4割以上が「絶対に行きたい」を選んでいる



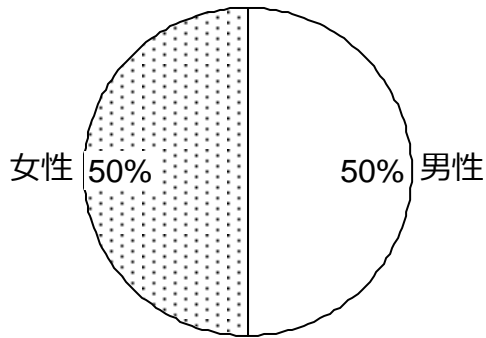
国外旅行計画時の旅行先に関する情報源 (N=1056)

- ✓ 国外旅行計画時に参考にする情報源は「旅行会社（店舗保有）のウェブサイト」が約6割で最多
- ✓ Googleやガイドブックに加え、ネット上のブログ・口コミサイトや近しい人の口コミ、SNSといった、他者の評価や意見などを参考にする傾向が強い

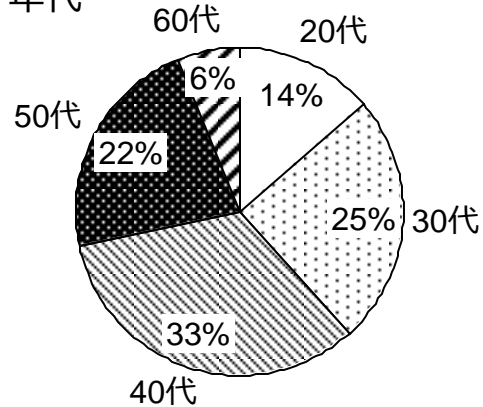


本調查結果

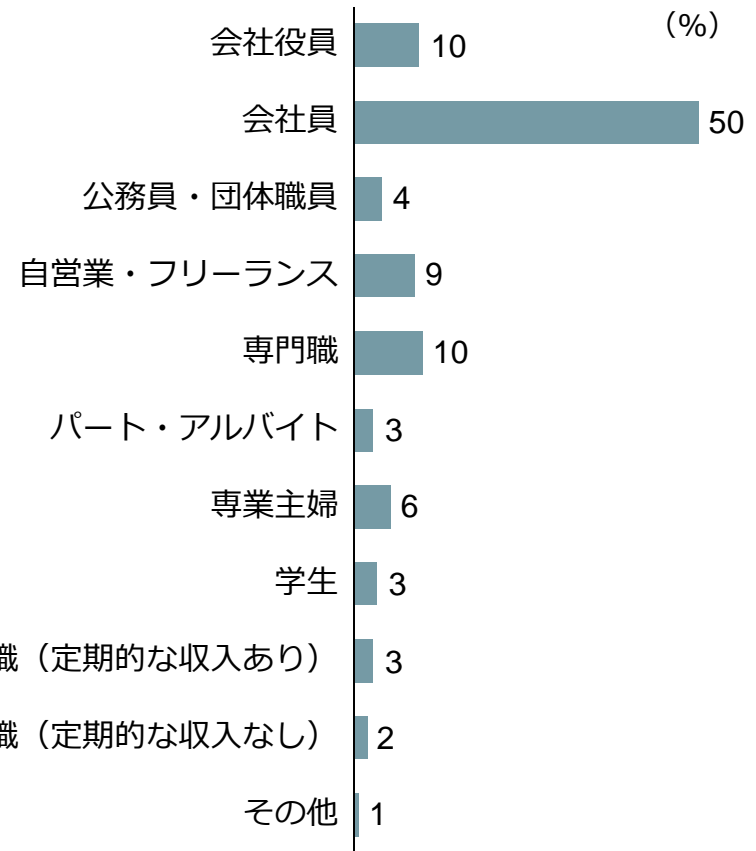
■ 性別



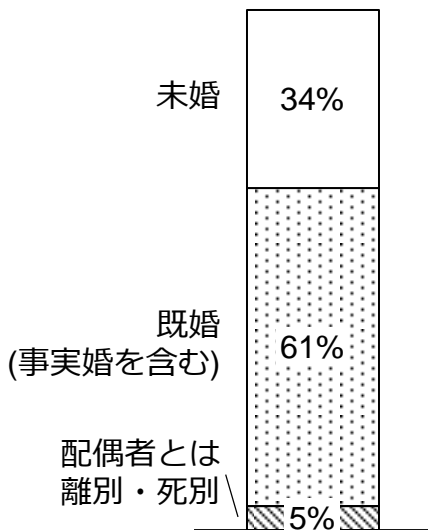
■ 年代



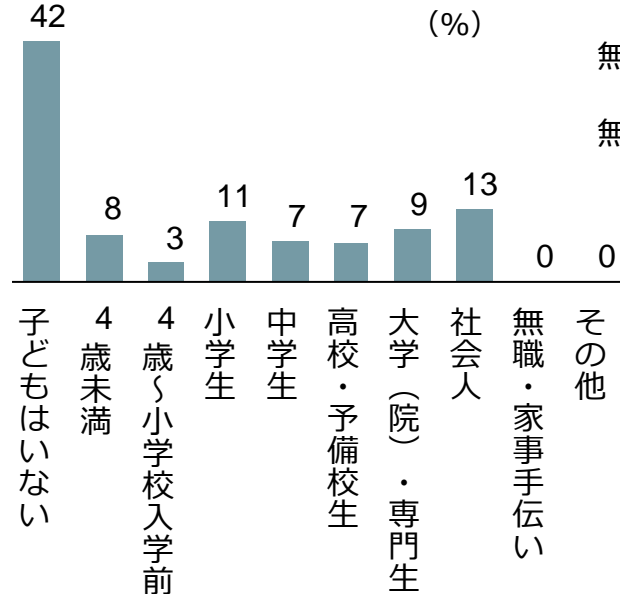
■ 職業



■ 未既婚



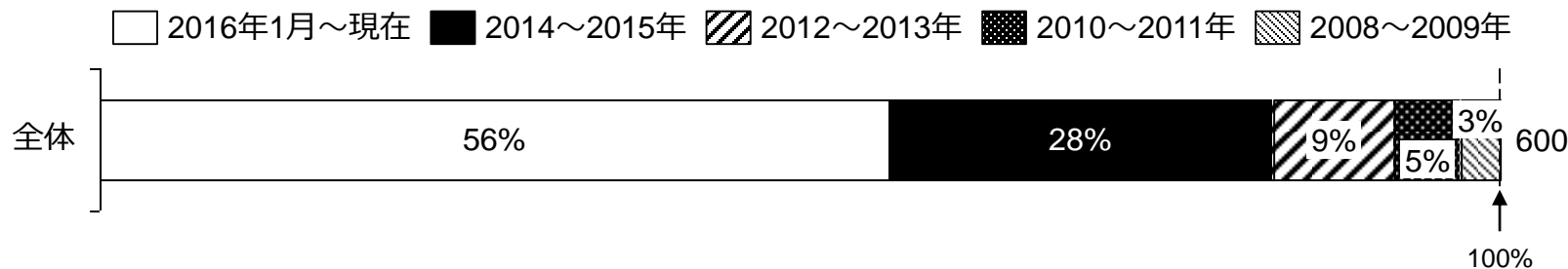
■ 子供有無・末子学齢



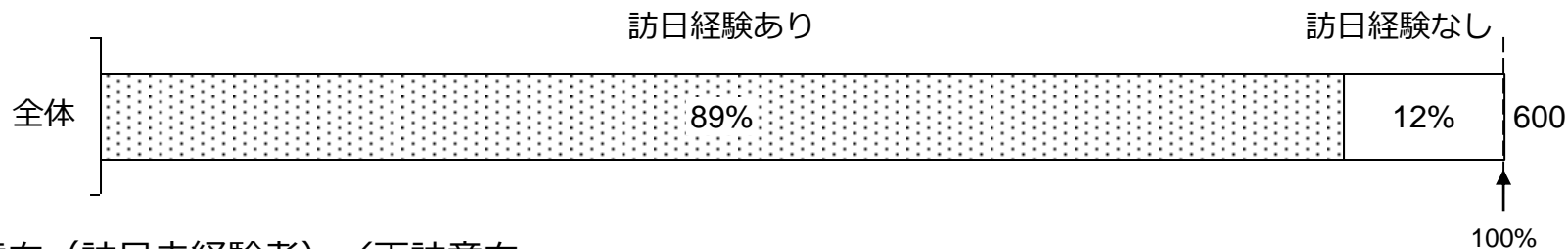
台湾

- ✓ 横須賀市への来訪可能性が高い層（訪日経験または訪日意向のある国外旅行経験者）に対し本調査を実施したところ、過半数が直近1年以内の国外旅行経験者であり、訪日経験者が約9割となった
- ✓ 訪日未経験者における訪日意向も再訪意向も非常に高く、いずれも4分の3が「絶対に行きたい」を選択

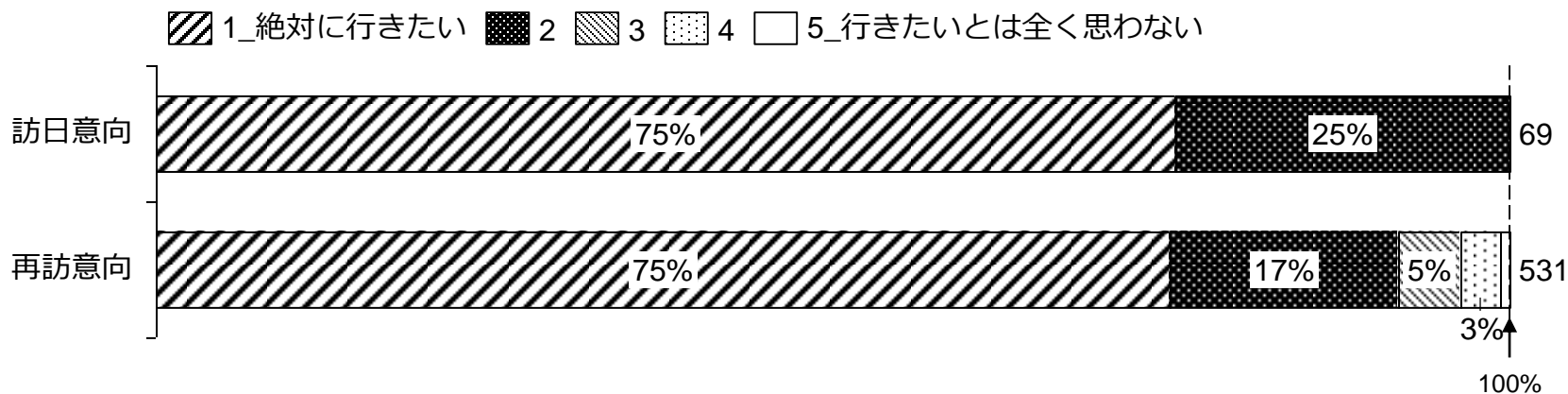
■直近の国外旅行時期



■過去訪日経験

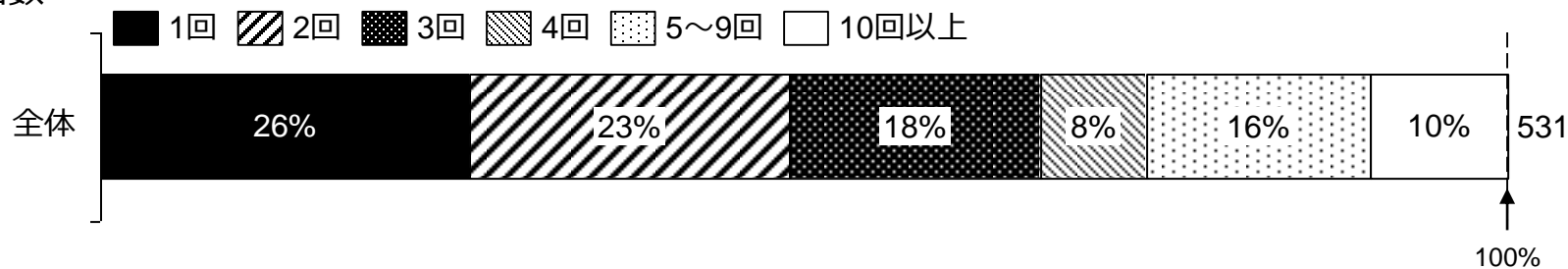


■訪日意向（訪日未経験者）／再訪意向

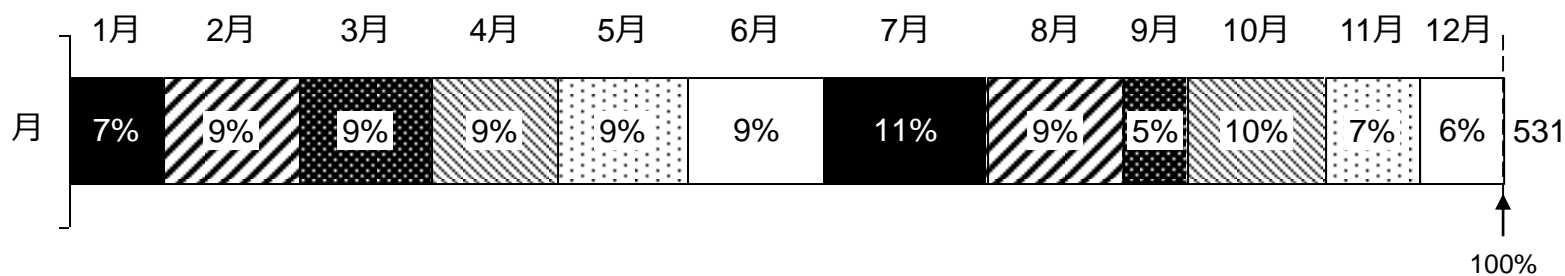
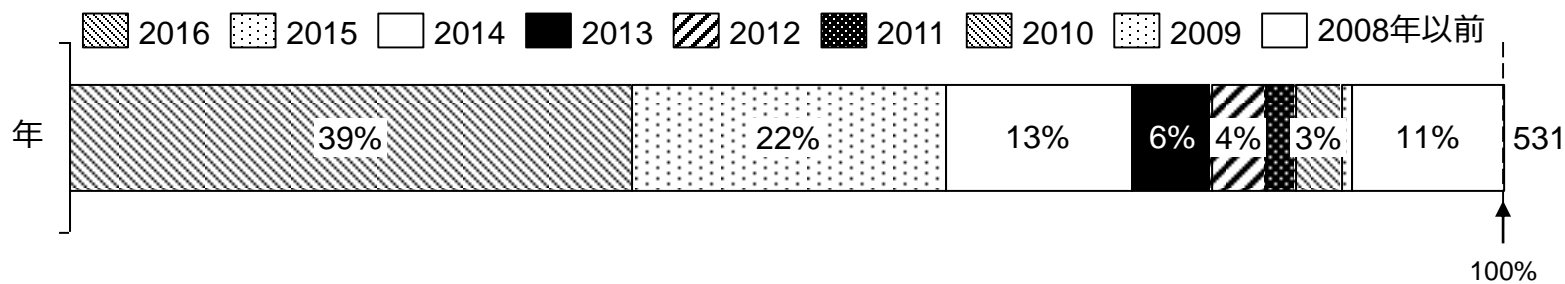


- ✓ 7割以上が過去複数回訪日しており、約4分の1は5回以上のヘビーリピーター
- ✓ 直近訪日時期は、約4割が2016年と最多。6割以上が2015年以降に訪日している
- ✓ 7月の訪問が11%と最多ではあるものの、訪問月は比較的万遍なく分散

■ 訪日回数

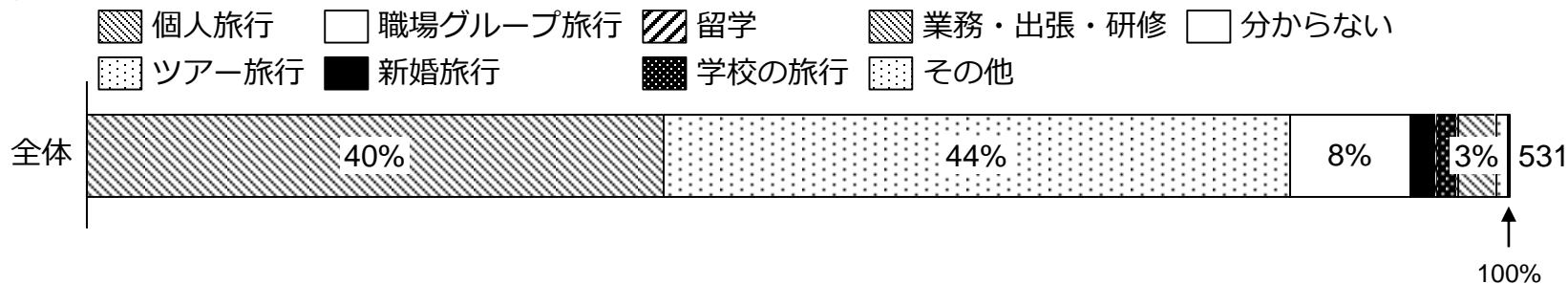


■ 直近訪日時期 (年・月)

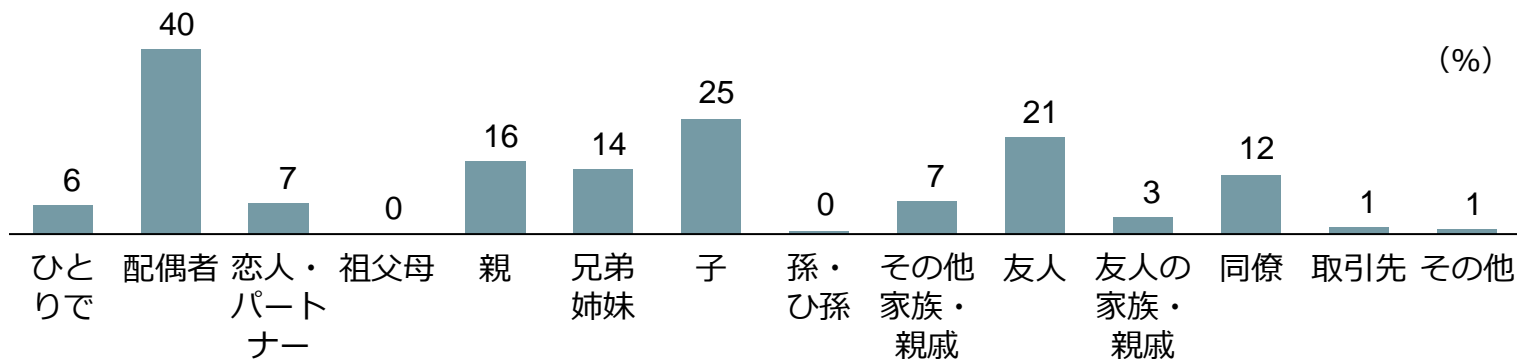


- ✓ ツアー観光旅行が最多の44%、次いで個人観光旅行（40%）。業務渡航は限定的
- ✓ 同行者は、配偶者が最多で4割。一人は6%と低い
- ✓ 旅行日数は4～6日が8割近くを占める

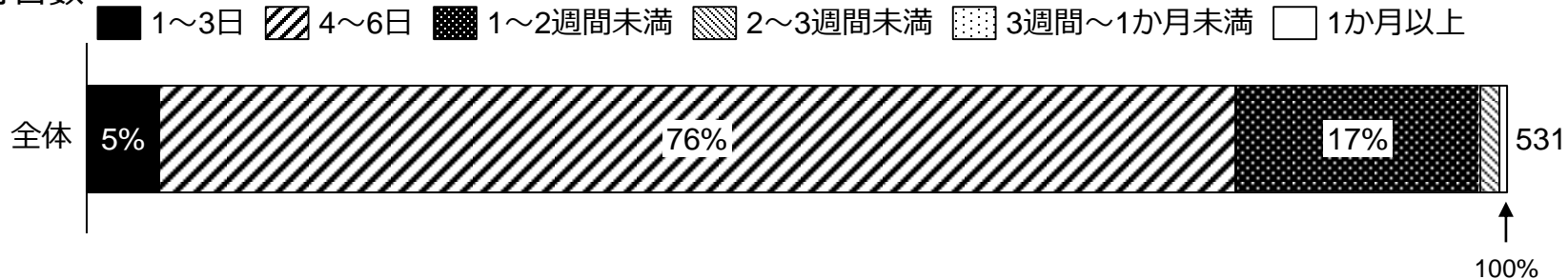
■ 旅行形態



■ 同行者

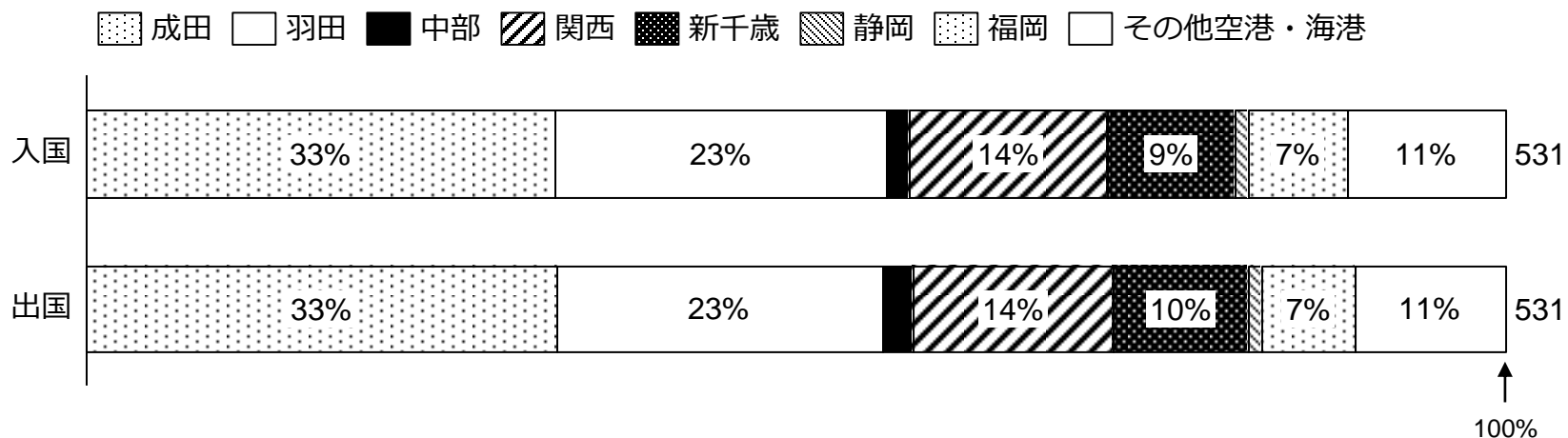


■ 旅行日数

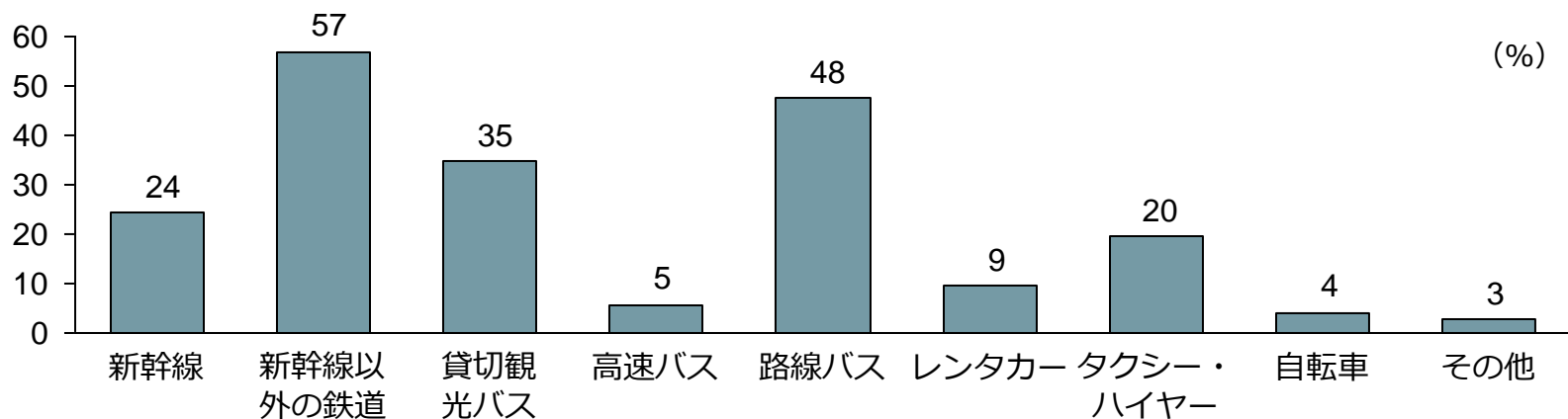


- ✓ 入国・出国ともに、成田空港の利用が3分の1。成田・羽田以外の空港・海港利用者が比較的多く4割以上
- ✓ 日本国内での交通手段は、新幹線以外の鉄道が約6割と最多。これに路線バス（48%）が続く

■ 出入国空港

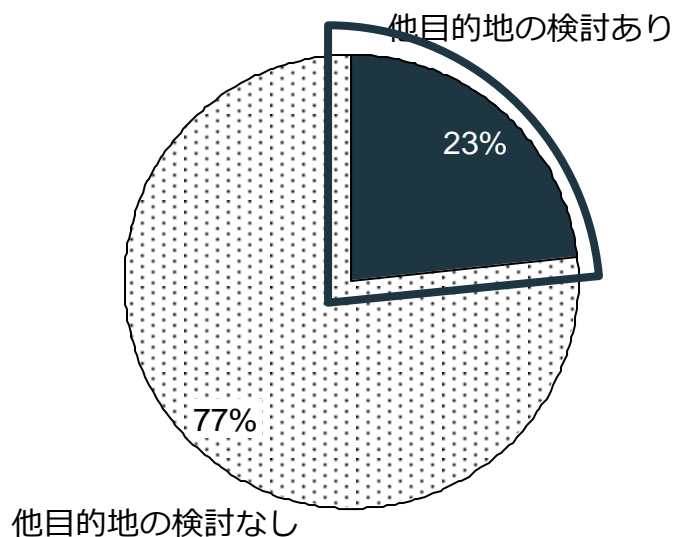


■ 利用交通手段（日本国内）

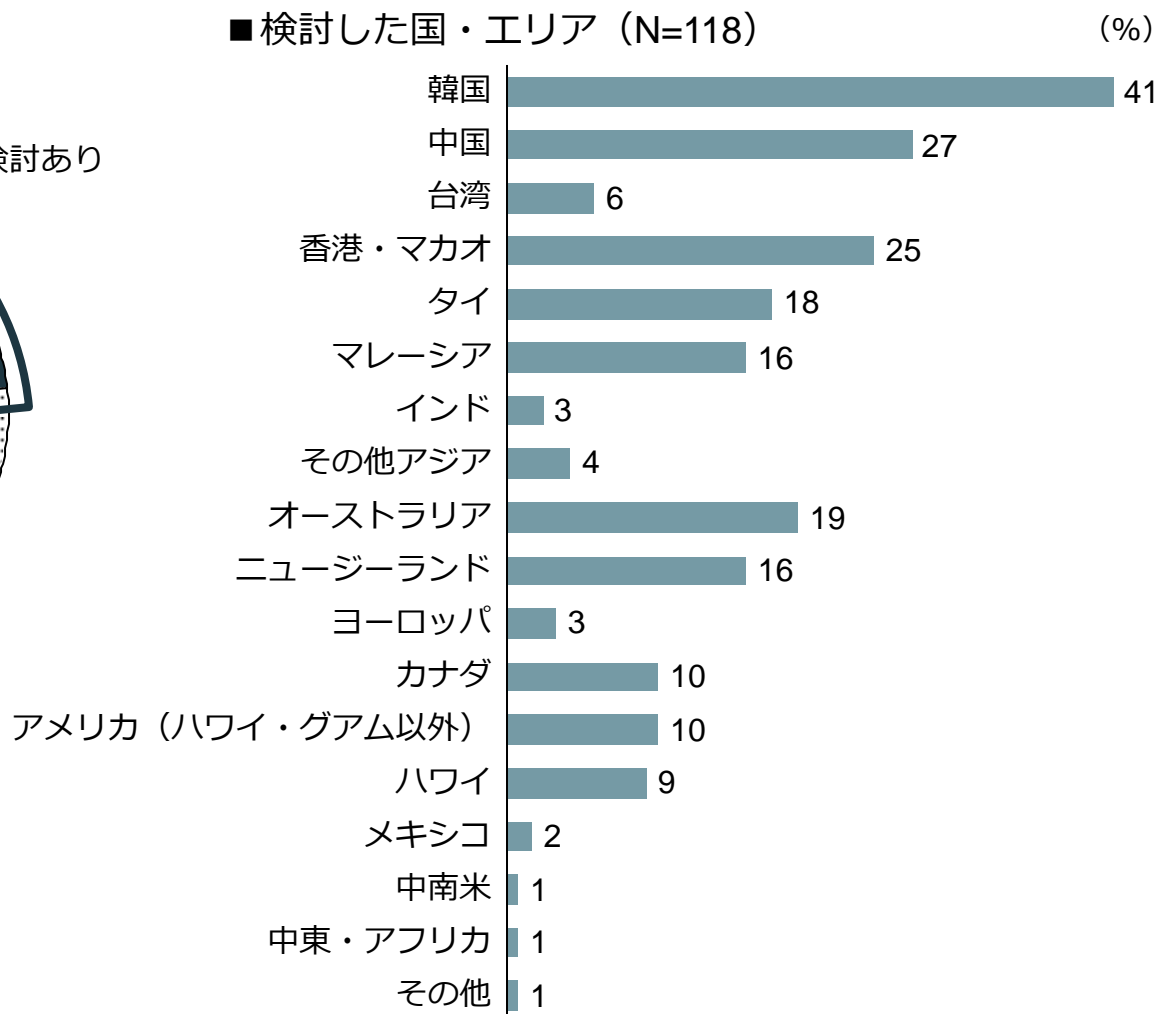


- ✓ 訪日旅行計画時に、他目的地と比較検討した人は約2割にとどまる
- ✓ 4割以上が韓国と比較。次いで、中国、香港・マカオが3割弱

■ 他目的地の検討有無 (N=504)



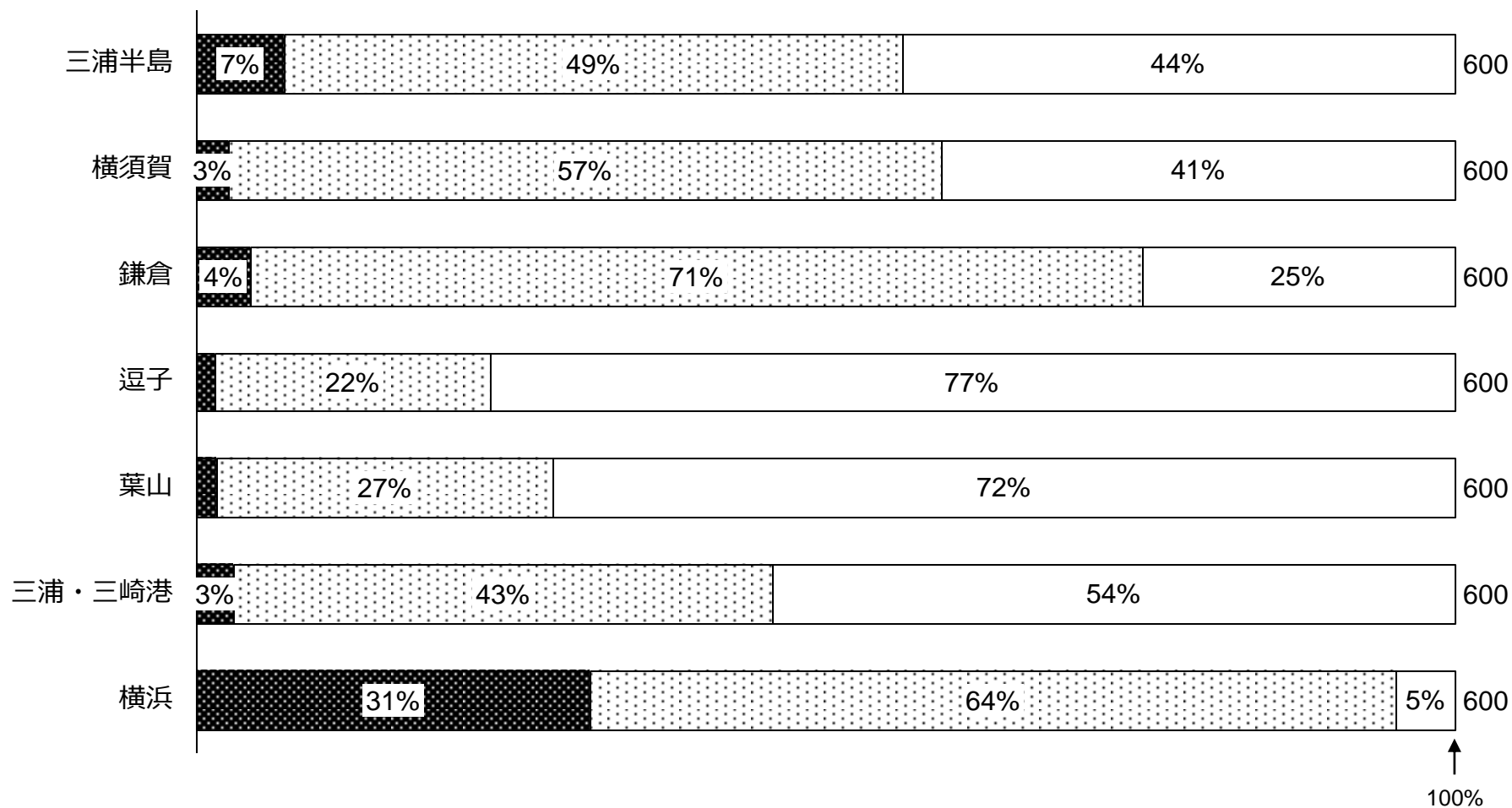
■ 検討した国・エリア (N=118)



- ✓ 三浦半島の認知率は56%、過去訪問率は7%。半島内各エリアでは、鎌倉の認知率が突出して高く（75%）、横須賀がそれに続く6割。訪問率に関してはエリア間で顕著な差はない
- ✓ 横浜の認知率はほぼ100%、訪問率は3割超と非常に高い

■ 認知・訪問率

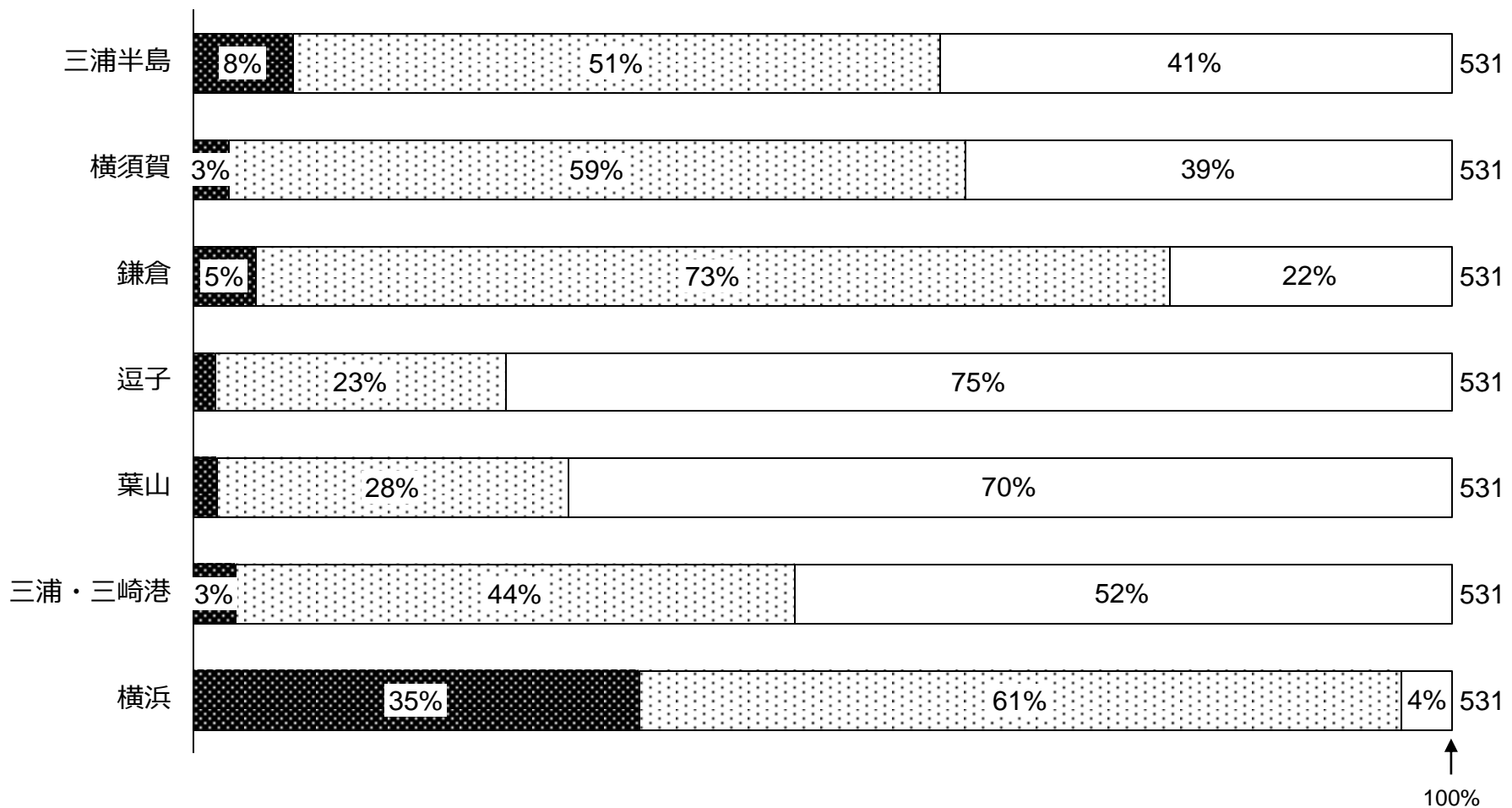
行ったことがある
 名前を聞いたことはあるが行ったことはない
 知らない



- ✓ 訪日経験者における三浦半島の認知率は59%、過去訪問率は8%
- ✓ 横須賀の認知は鎌倉に次ぐ6割強で、三浦や逗子、葉山よりも高いが、訪問率は3%と低い

■ 認知・訪問率

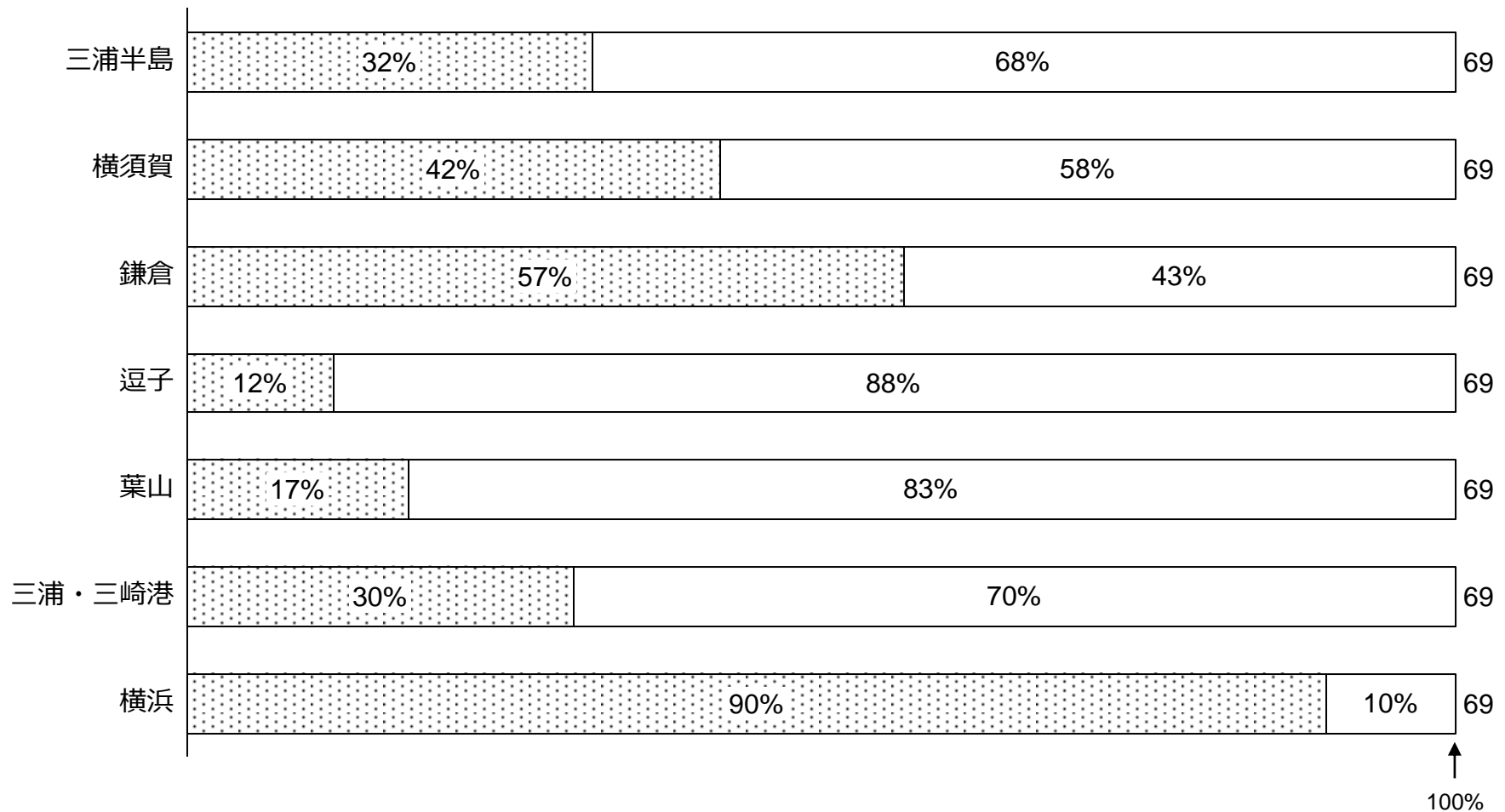
行ったことがある
 名前を聞いたことはあるが行ったことはない
 知らない



- ✓ 訪日未経験者においては、三浦半島の認知率は3割強。
- ✓ 横須賀の認知は4割強と、三浦半島よりも認知は高い
- ✓ 訪日未経験者においても横浜の認知は非常に高く9割を占める

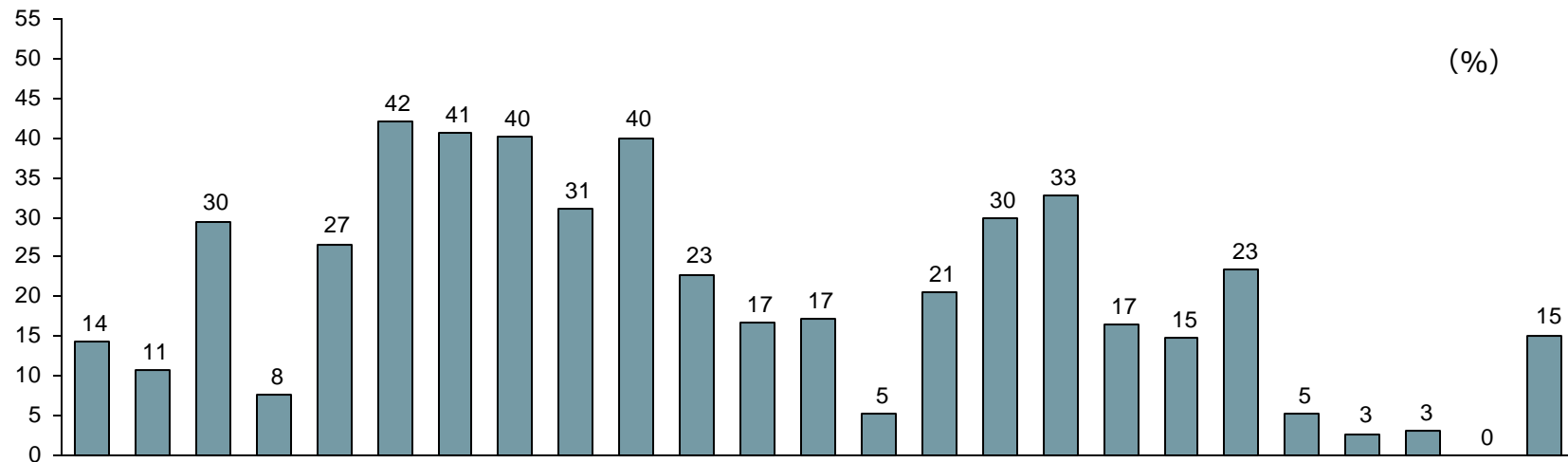
■ 認知・訪問率

■ 名前を聞いたことはあるが行ったことはない □ 知らない



台湾

- ✓ 三浦半島の説明文・画像を提示した後では、「歴史的・文化的な遺産がある」「自然が豊か」「景色・眺めが良い」「食・グルメ」のイメージ想起が約4割と比較的高い
- ✓ 「アウトドアやスポーツが楽しめる」「様々な楽しみ方が出来る」イメージは、訪日未経験者の想起率が経験者を大きく上回る一方、「一年中楽しめる」は訪日経験者の方が顕著に高い想起率を示す

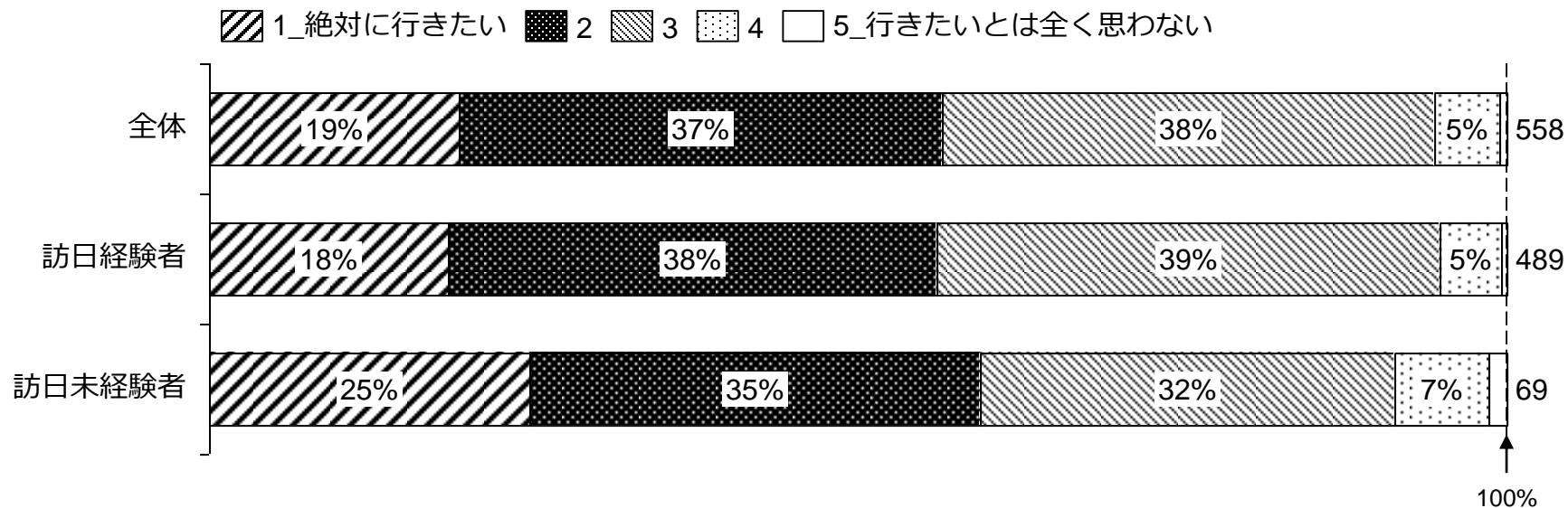


	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	食べ物が美味しい・グルメが楽しめる	リゾート地である	にぎわいがある	アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	アニメ・漫画・ゲームの舞台である	楽しめる	AR位置情報ゲーム(※)が楽しめる	アメリカドルが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	14	11	30	8	27	42	41	40	31	40	23	17	17	5	21	30	33	17	15	23	5	3	3	0	15	
訪日経験者(N=531)	15	11	30	8	27	42	40	39	31	40	23	17	16	6	20	30	33	17	14	25	6	3	3	0	15	
訪日未経験者(N=69)	13	10	25	3	23	45	45	46	30	38	20	14	29	3	23	28	29	14	25	12	0	1	1	0	17	

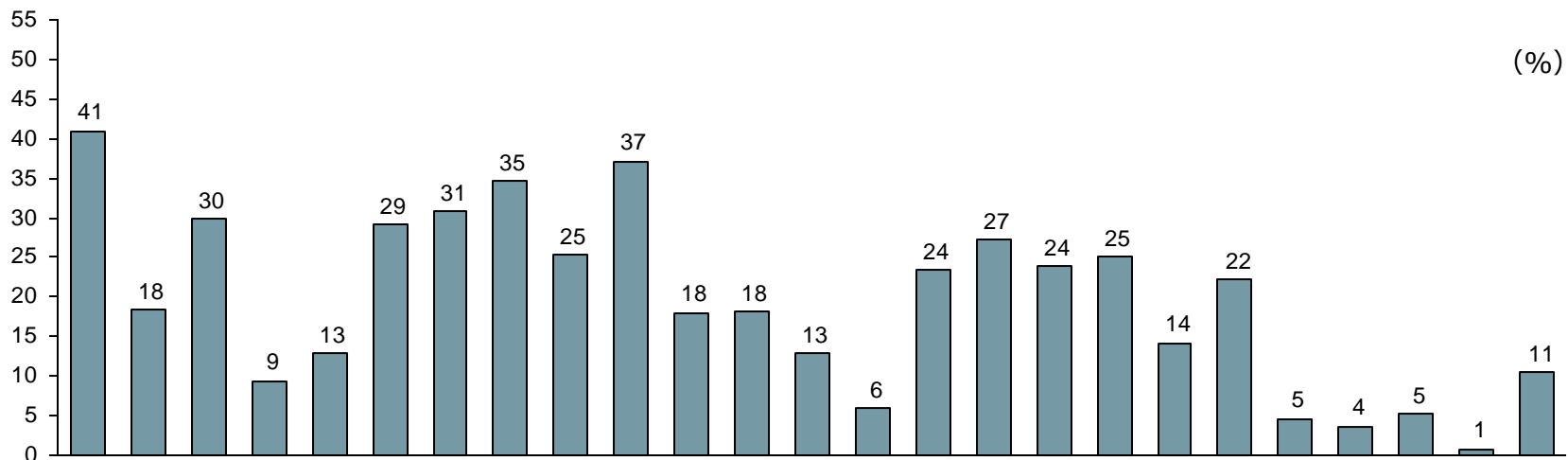
(※)AR位置情報ゲーム：イングリブス、ポケモンGOなど

- ✓ 三浦半島未訪問者のうち、約2割が「絶対に行きたい」と強い意向を示している
- ✓ 半島訪問意向は、訪日経験者よりも訪日未経験者の方が強い傾向

■ 三浦半島への訪問意向（半島未訪問者のみ）



- ✓ 横須賀市の説明文・画像を提示した後では、「米軍基地・自衛隊施設がある」イメージの想起が最も高い
- ✓ 「歴史的・文化的な遺産がある」「多くの観光客が訪れる」イメージは、訪日未経験者の想起率が経験者を大きく上回る一方、「街並みが美しい」は訪日経験者の方が顕著に高い想起率を示す

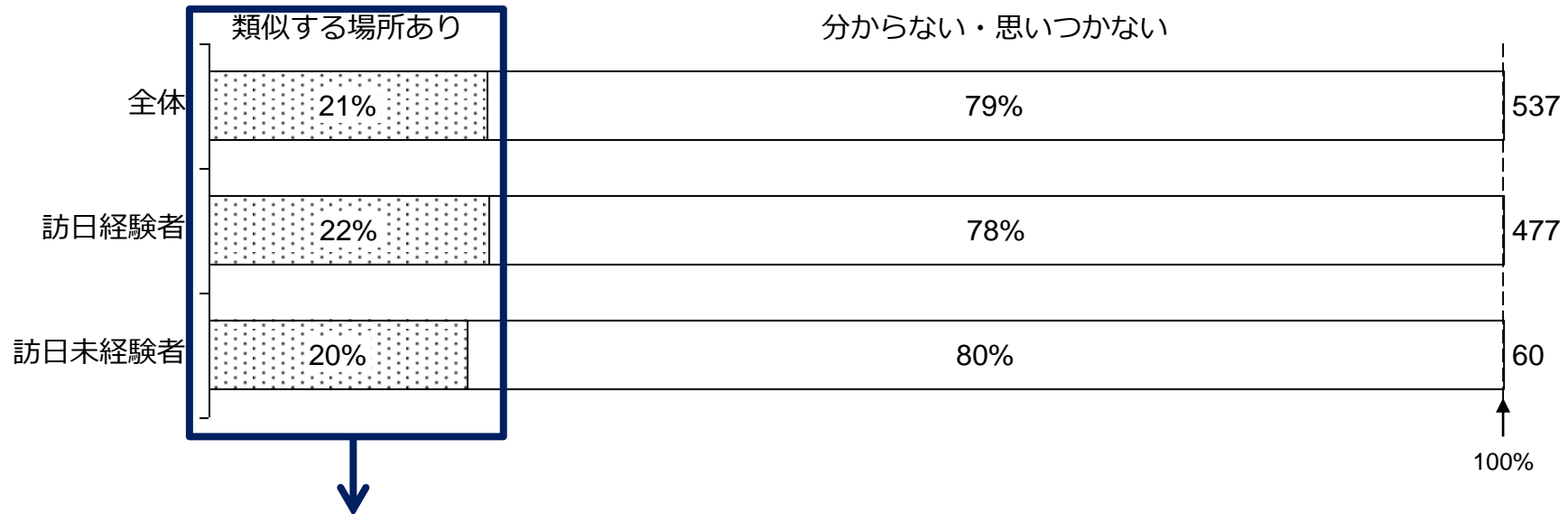


	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	る 伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	楽しめる食べ物・グルメがある	リゾート地である	にぎわいがある	める アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	である	アニメ・漫画・ゲームの舞台	楽しめるAR位置情報ゲーム(※)がある	アメリカカードが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	41	18	30	9	13	29	31	35	25	37	18	18	13	6	24	27	24	25	14	22	5	4	5	1	11	
訪日経験者(N=531)	40	18	31	10	13	28	31	34	25	37	18	19	12	6	22	28	24	26	15	23	5	4	5	1	10	
訪日未経験者(N=69)	45	22	19	7	13	38	33	36	26	38	16	13	17	6	32	25	22	22	9	19	3	3	4	1	13	

(※)AR位置情報ゲーム：インGRES、ポケモンGOなど

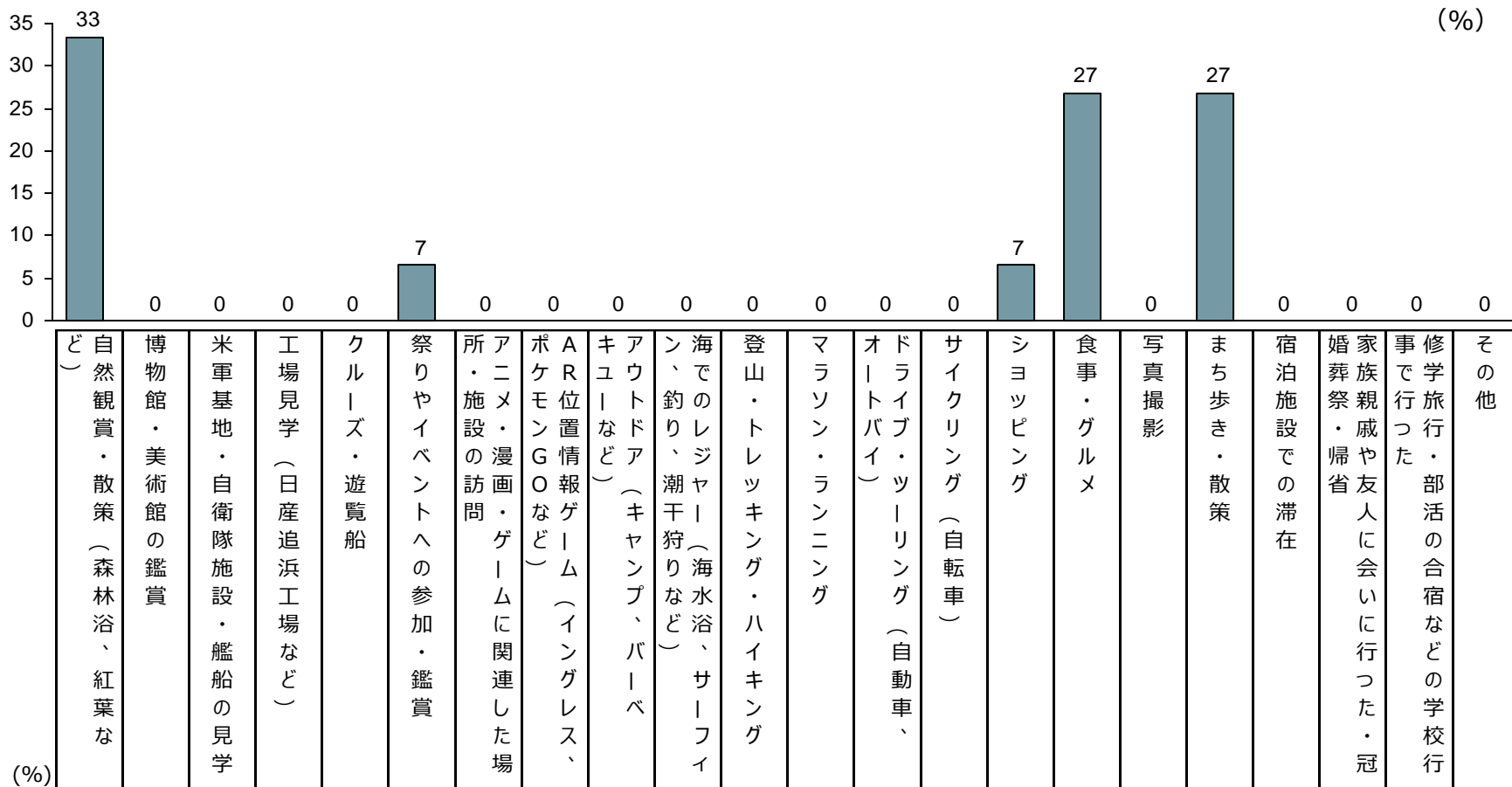
- ✓ 横須賀市と類似する場所を想起する人は全体の2割強。訪日経験の有無で大きな差はない
- ✓ 想起された場所は沖縄・琉球が最多で4割弱。これに、横浜、神戸、小樽、長崎など港町が続く

■横須賀市に似た日本国内の場所



類似する日本国内の場所 (有効回答数 N=104)	N	%
沖縄・琉球	38	36.5%
横浜	14	13.5%
神戸	8	7.7%
北海道・小樽	6	5.8%
長崎	6	5.8%
東京	5	4.8%

✓ 直近の横須賀市訪問時の目的は、自然観賞やまち歩き・散策、グルメが比較的多い



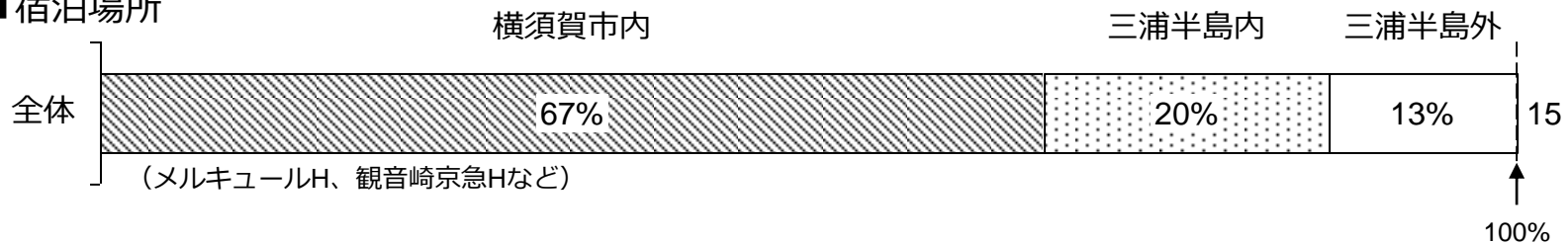
- ✓ 市内では横須賀港など港や三笠公園、市外では鎌倉やビーチ・港の訪問が比較的多い
- ✓ 市訪問者の約7割が市内に宿泊。大半がホテル利用
- ✓ 満足度は非常に高く、不満を選んだ人はおらず、過半数が「非常に満足」を選択

■ 訪問場所 (自由回答・上位抜粋)

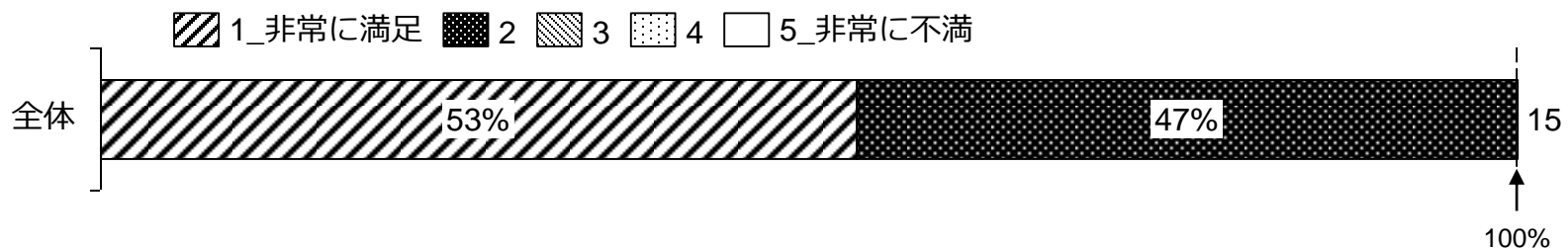
横須賀市内 (有効回答数 N=11)	N	%
横須賀港・市内漁港	5	45.5%
三笠公園	4	36.4%
猿島	2	18.2%

三浦半島内 (市外) (有効回答数 N=6)	N	%
鎌倉	2	33.3%
ビーチ・港	2	33.3%

■ 宿泊場所

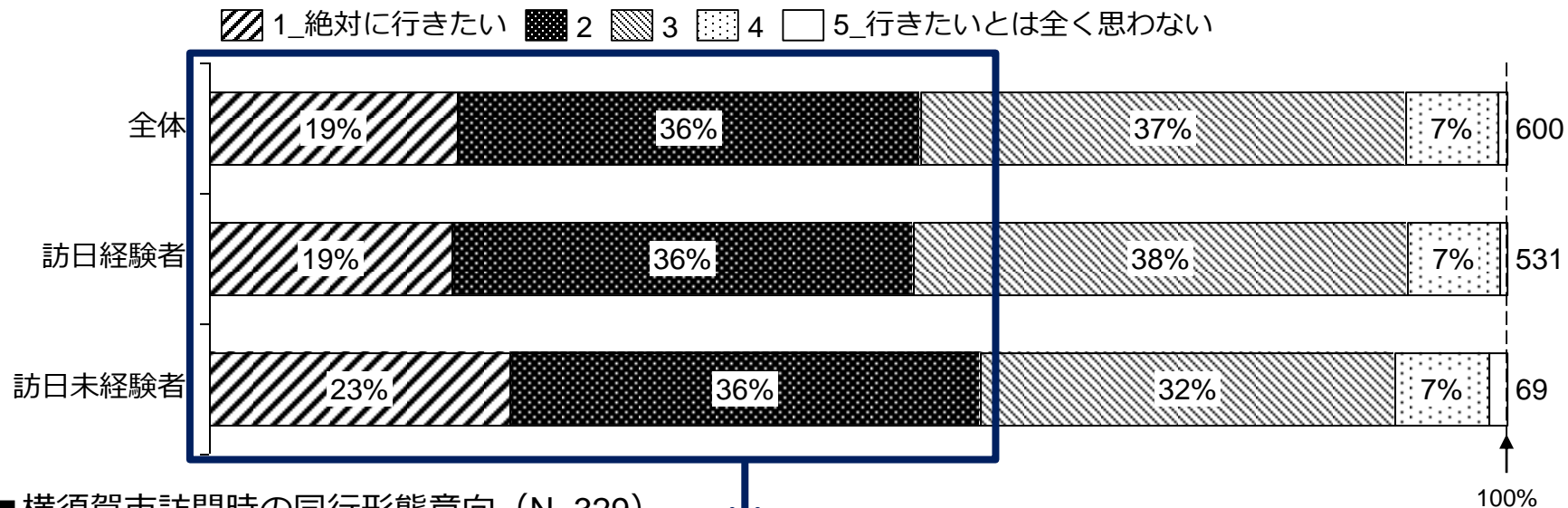


■ 満足度

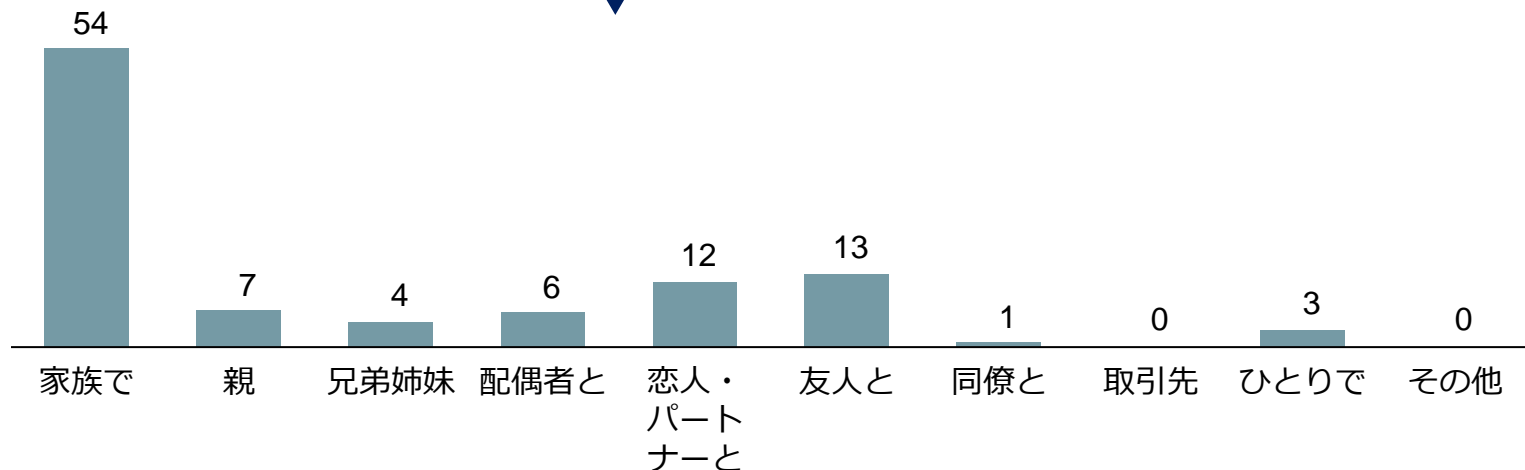


- ✓ 市訪問意向者は全体の5割強（上位2段階選択率）
- ✓ 意向者の割合は訪日経験者よりも未経験者の方が高い
- ✓ 希望の同行形態は家族が過半数を占める。配偶者よりも恋人との同行希望者の方が多い

■横須賀市への訪問意向

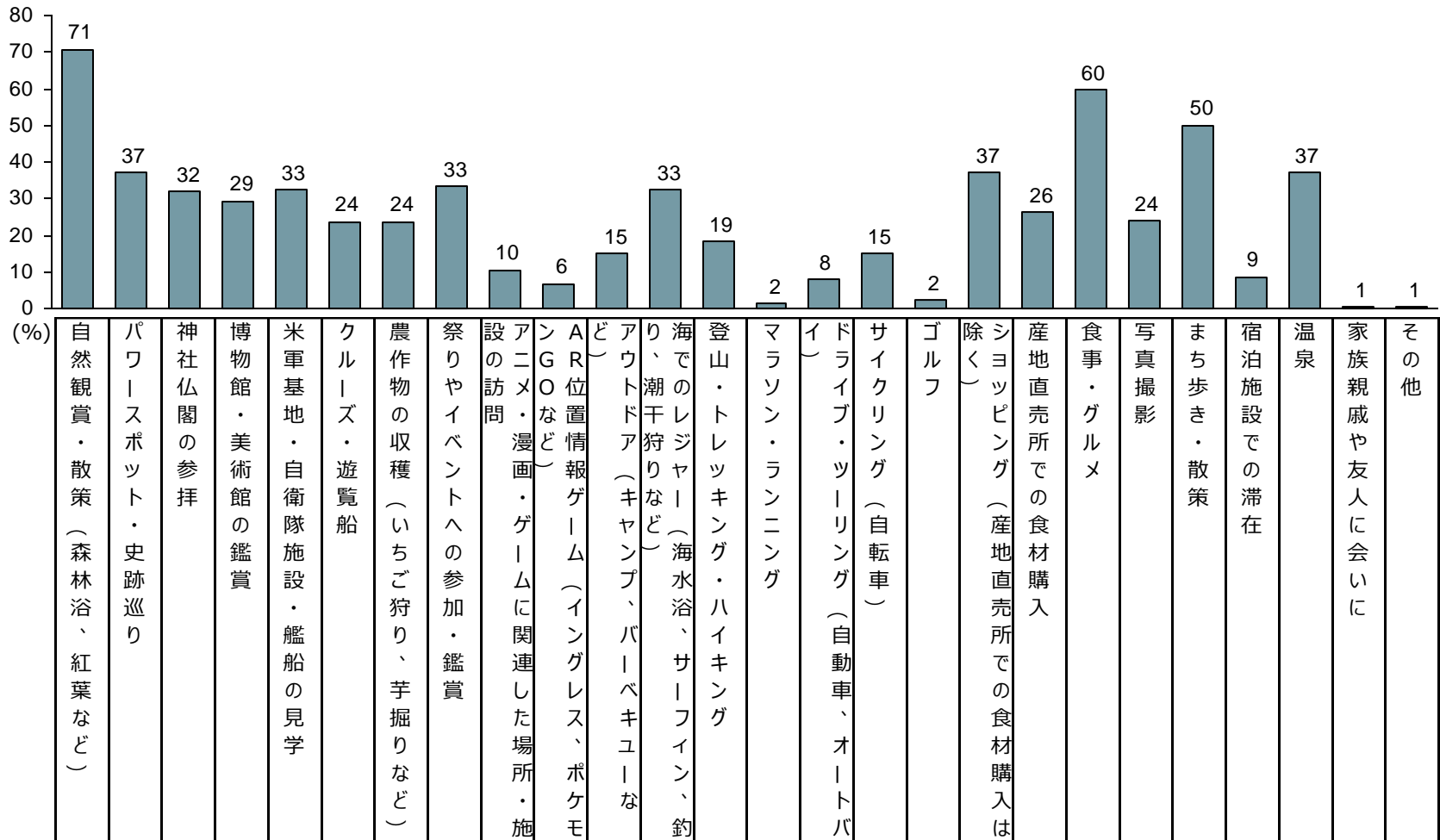


■横須賀市訪問時の同行形態意向 (N=329)



横須賀市訪問時の希望の活動 (N=329)

✓ 「自然観賞・散策」の人气が最も高く7割超。これに「食事・グルメ」(60%)が続く



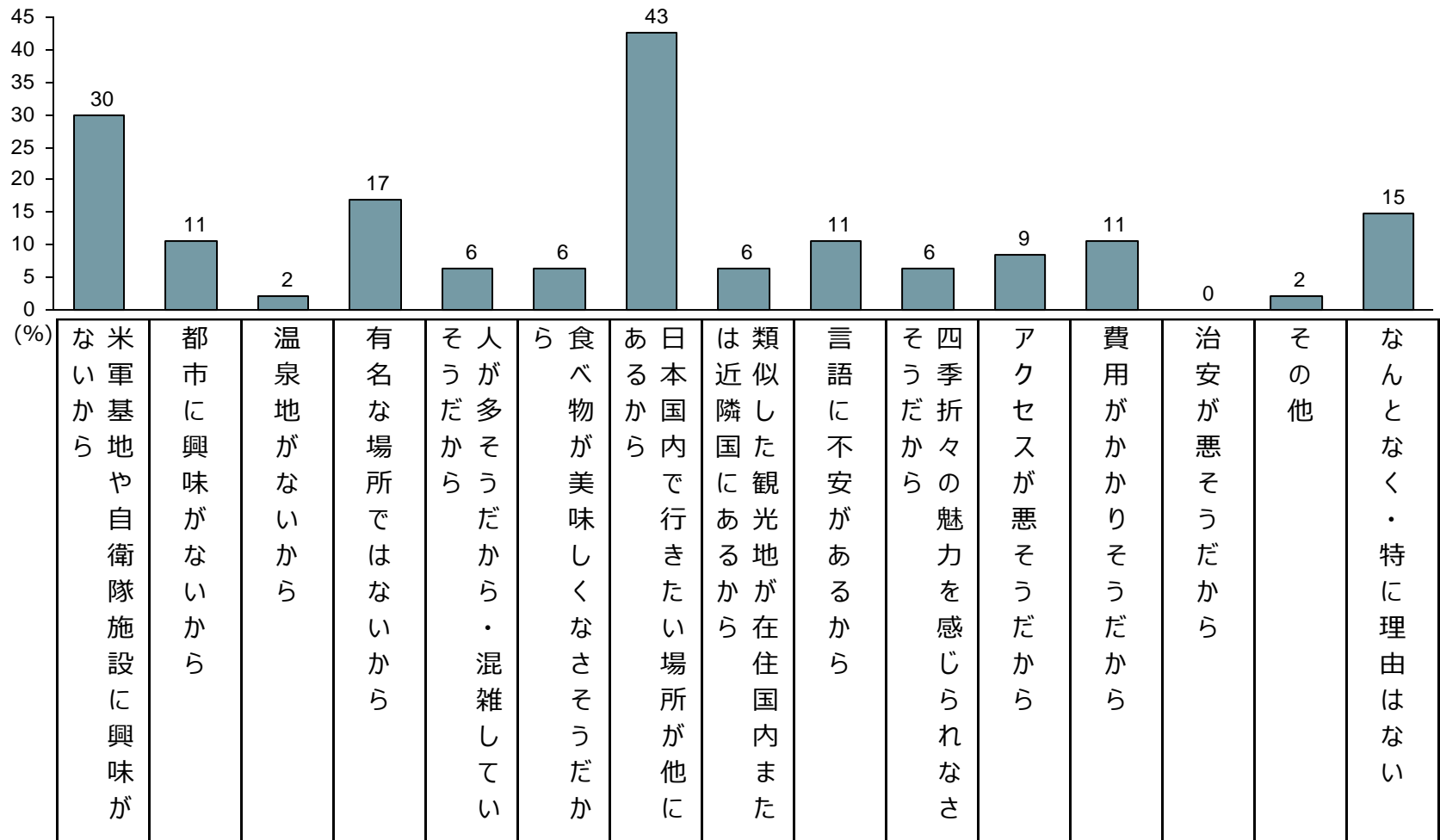
横須賀市訪問時に希望する市外訪問場所

台湾

- ✓ 東京、京都、北海道（札幌・函館以外）の人气が特に高く、訪問希望者は4割を超える
- ✓ 訪日経験者の希望率が未経験者を特に大きく上回る場所は、函館、日光、立山・黒部、飛騨・高山、関西（大阪・京都・神戸・奈良以外）、広島、福岡・博多。一方、東京や名古屋では、訪日未経験者の希望率の方が顕著に高い点が特徴的

(%)	特になし	札幌	函館	その他北海道	仙台	その他東北	東京	横浜	日光	箱根	伊豆・熱海	その他関東	名古屋	立山・黒部	飛騨・高山	富士山・河口湖	その他中部	金沢	その他北陸	大阪	京都	奈良	神戸	その他関西	広島	岡山	その他中国	四国	福岡・博多	長崎	その他九州	沖縄
全体 (N=329)	10	36	26	42	19	18	46	34	13	30	24	21	28	23	15	31	12	12	8	39	42	27	26	20	15	10	9	13	17	17	26	24
訪日経験者 (N=288)	10	37	28	41	19	19	43	33	15	32	25	22	27	25	17	30	13	13	9	38	41	27	25	22	16	11	10	14	18	17	27	24
訪日未経験者 (N=41)	10	29	12	46	15	10	66	37	2	22	15	15	39	12	5	39	7	5	0	46	49	22	32	7	2	2	0	5	7	17	17	27

- ✓ 市訪問意向がない理由は、「日本国内で行きたい場所が他にある」が最多で4割超
これに「米軍基地や自衛隊施設に興味がない」(30%)が続く

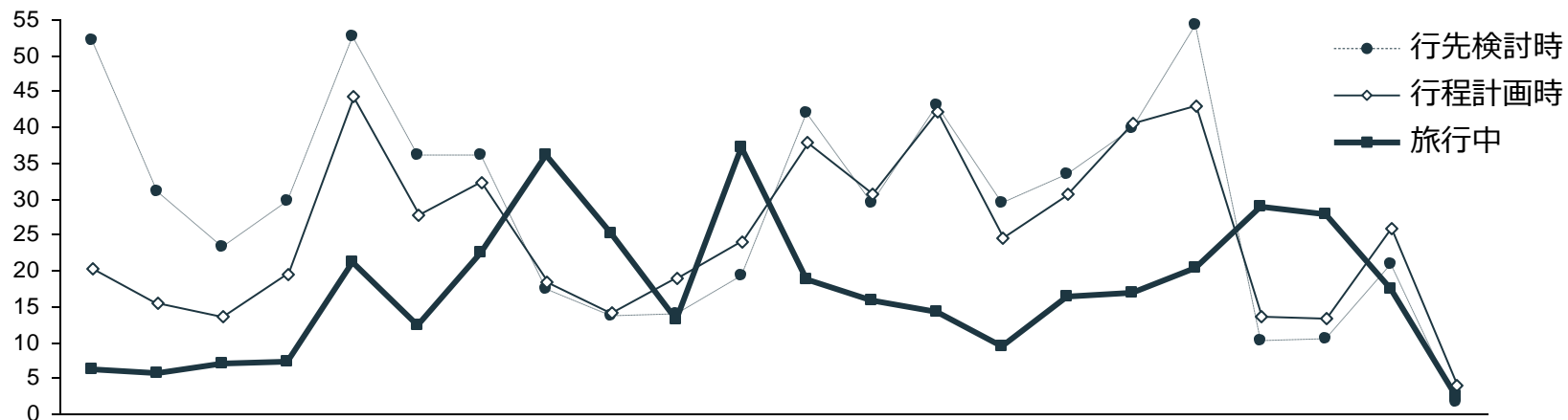


国外旅行に関する情報源（上位10位）（N=600）

- ✓ 国外旅行で目的地を検討している際には、近しい人からの口コミに加え、ガイドブックやテレビ番組を参考にしている人が過半数であるが、具体的に旅程を計画する時点でも依然ガイドブックや近しい人からの口コミを重視
- ✓ 旅行中は観光案内所を利用する人が約4割。空港や駅などの無料パンフレットやチラシも重視される様子

行先検討時 (N=600)		行程計画時 (N=600)		旅行中 (N=600)		
順位			%		%	
1	家族や友人・知人など近しい人からの口コミ	旅行情報誌・ガイドブック	54.2	44.3	観光案内所	37.0
2	旅行情報誌・ガイドブック	家族や友人・知人など近しい人からの口コミ	52.7	43.0	空港や駅などに置いてある無料パンフレット・チラシ	36.0
3	テレビ番組	旅行会社のサイト	52.0	42.2	旅行先で出会った一般の人	28.8
4	旅行会社のサイト	インターネット上のブログ・口コミ (Tripadvisorなど)	43.0	40.7	宿泊施設のスタッフ	27.8
5	旅行関係の総合情報サイト	旅行関係の総合情報サイト	42.0	38.0	空港や駅などに掲示されているポスター	25.2
6	インターネット上のブログ・口コミ (Tripadvisorなど)	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	39.8	32.3	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	22.3
7	一般雑誌の旅行特集記事	政府観光局や自治体など、現地が発信している観光情報サイト	36.2	30.8	旅行情報誌・ガイドブック	21.2
8	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	36.2	30.8	家族や友人・知人など近しい人からの口コミ	20.2
9	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	一般雑誌の旅行特集記事	33.3	27.8	旅行関係の総合情報サイト	18.7
10	テレビCM	旅行会社の店舗スタッフ	31.0	25.8	旅行会社の店舗スタッフ	17.3

台湾



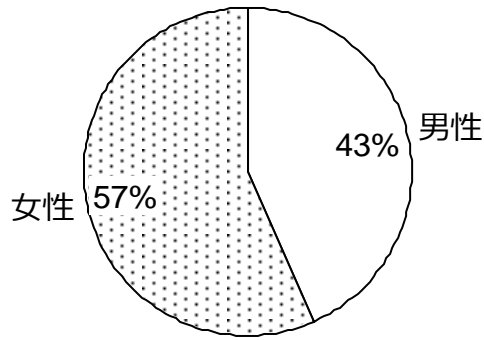
(%)	テレビ番組	テレビCM	ラジオ番組・CM	新聞記事・広告	旅行情報誌・ガイドブック	一般雑誌の旅行特集記事	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに置いてある無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに掲示されているポスター	旅行先の政府観光局や自治体へ電話・メール	観光案内所	旅行関係の総合情報サイト	政府観光局や自治体など、現地在発信している観光情報サイト	旅行会社のサイト	動画投稿サイト (YouTubeなど)	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	インターネット上のブログ・口コミ (Tripadvisorなど)	家族や友人・知人など近い人からの口コミ	旅行先で出会った一般人	宿泊施設のスタッフ	旅行会社の店舗スタッフ	その他
行先検討時	52	31	23	30	53	36	36	17	14	14	19	42	30	43	29	33	40	54	10	10	21	2
行程計画時	20	16	14	20	44	28	32	19	14	19	24	38	31	42	25	31	41	43	14	13	26	4
旅行中	6	6	7	7	21	12	22	36	25	13	37	19	16	14	9	16	17	20	29	28	17	3

タイ

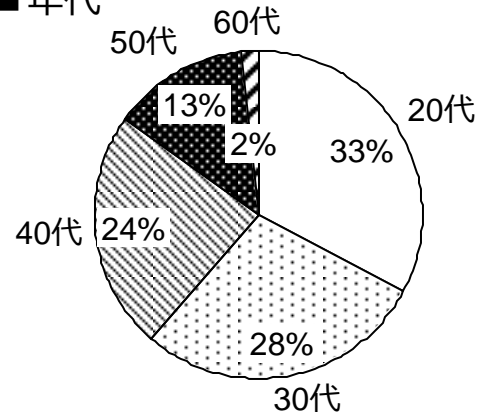
予備調査結果

タイ

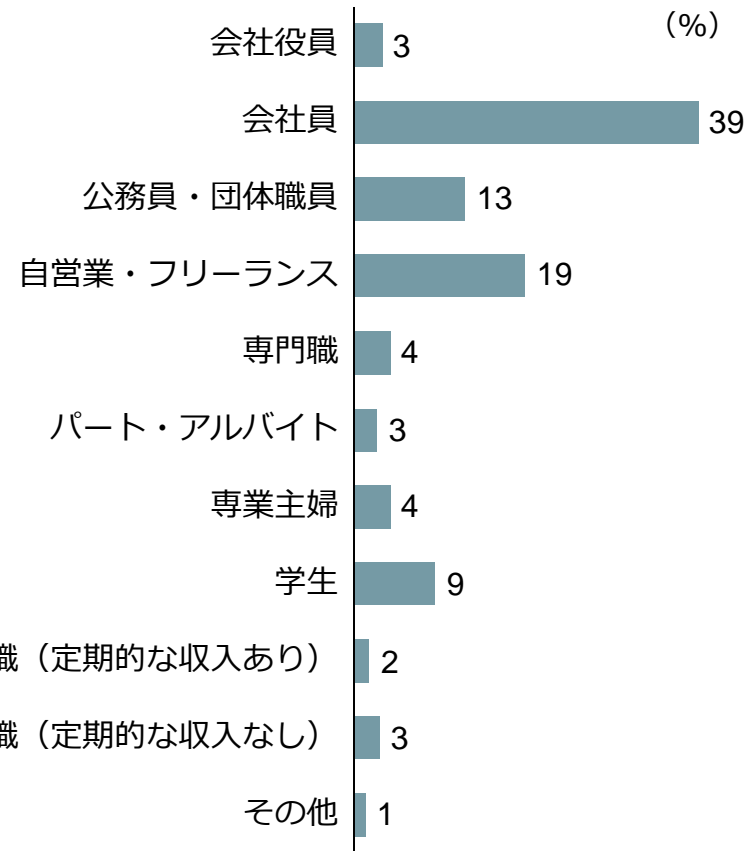
■ 性別



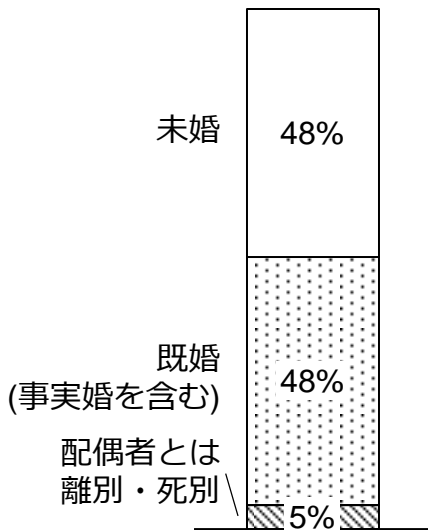
■ 年代



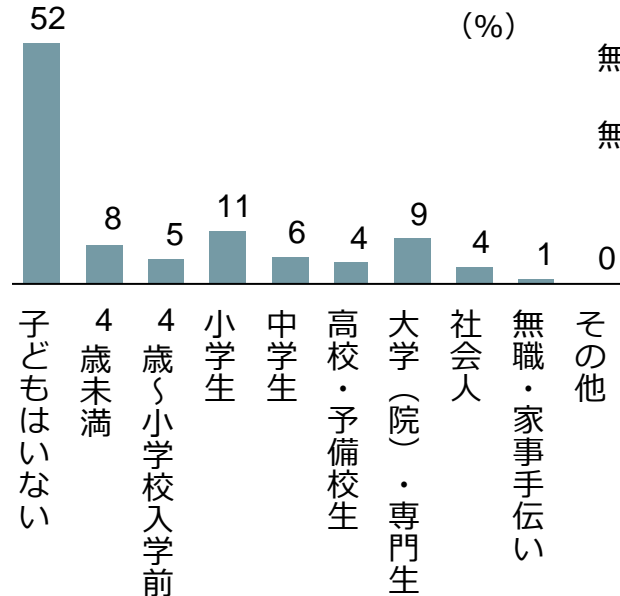
■ 職業



■ 未既婚

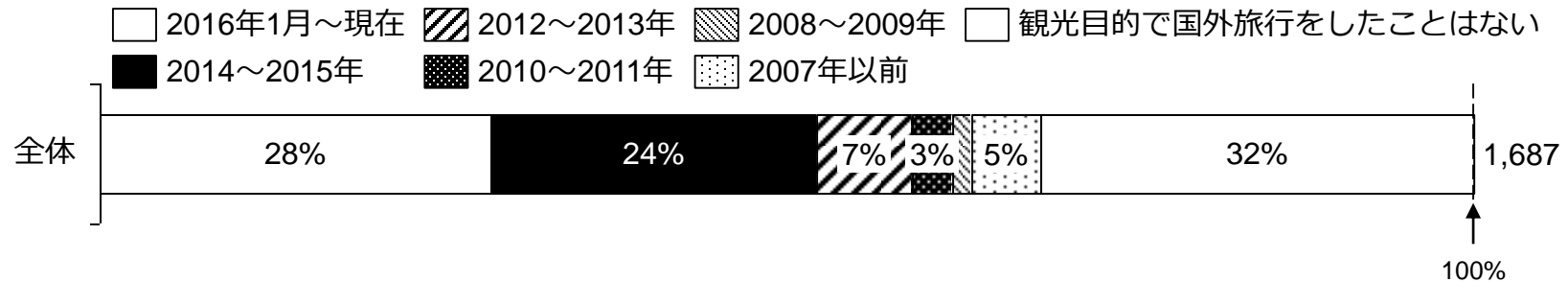


■ 子供有無・末子学齢

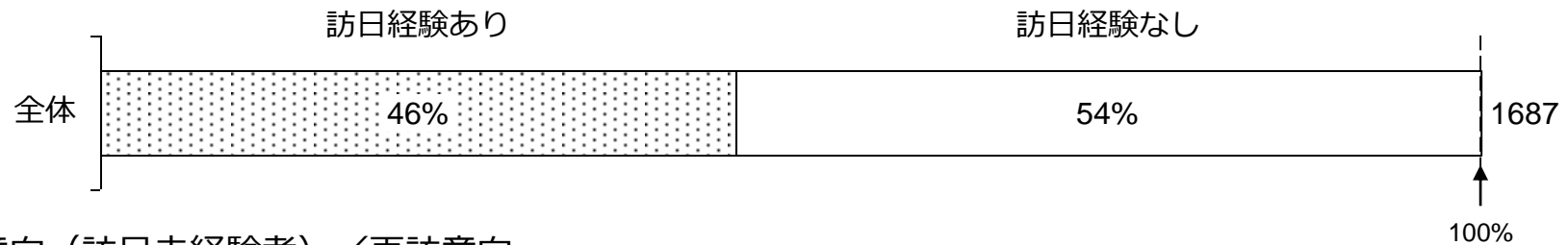


- ✓ 2016年以降の国外旅行経験者が約3割存在する一方、国外観光旅行未経験者も3割強存在
- ✓ 訪日経験率は5割弱、再訪意向も9割近くと非常に高い
- ✓ 訪日未経験者の訪日意向は約6割。「絶対に行きたい」と最も強い意向を示す人も約4割

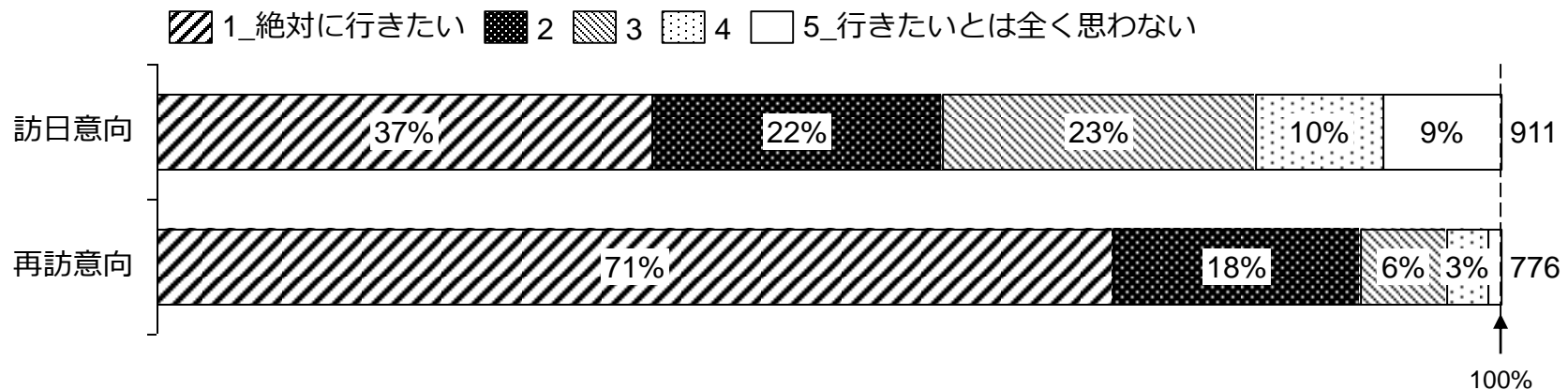
■ 直近の国外旅行時期



■ 過去訪日経験



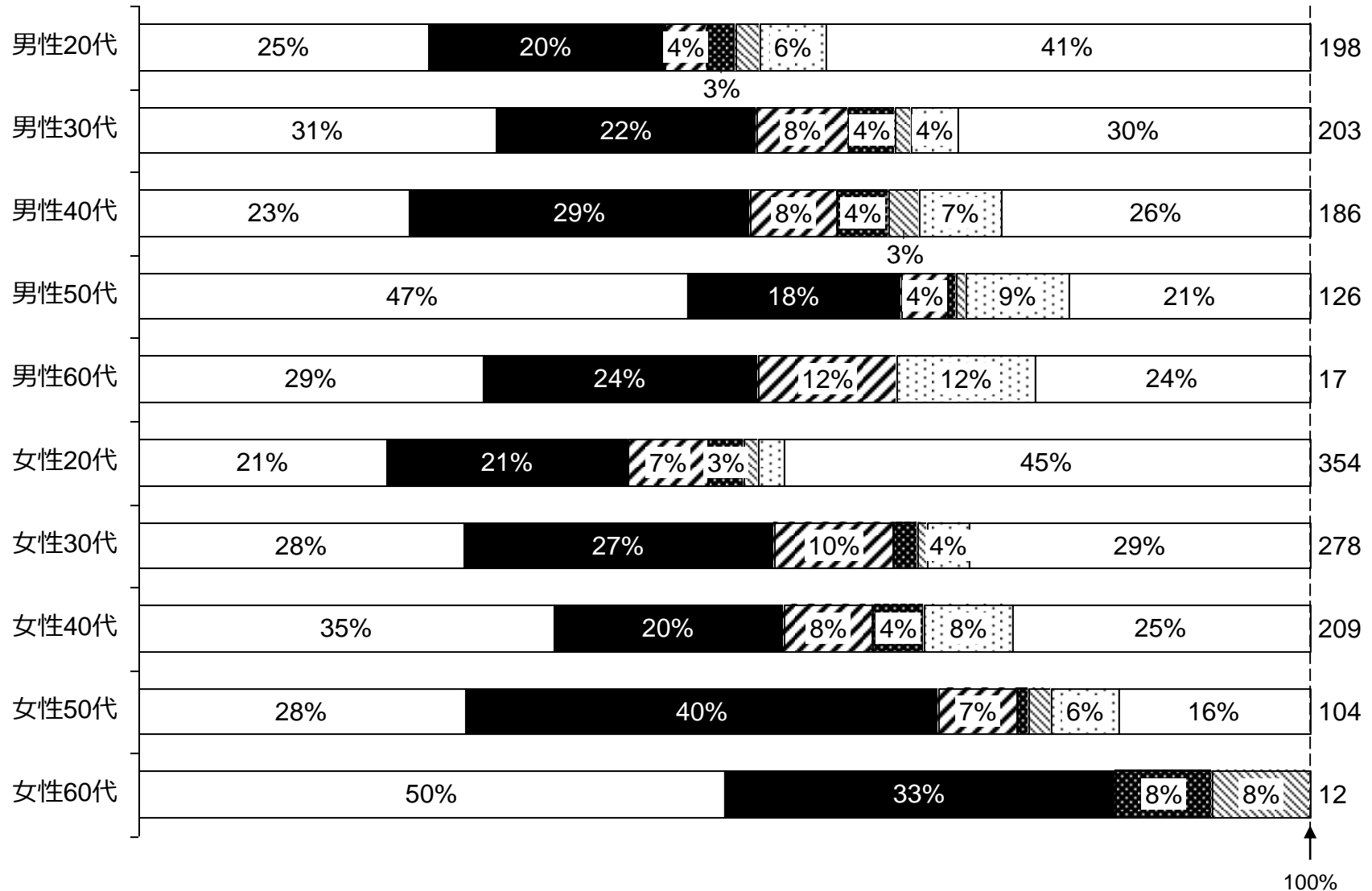
■ 訪日意向（訪日未経験者）／再訪意向



直近の国外旅行時期（性年代別）

タイ

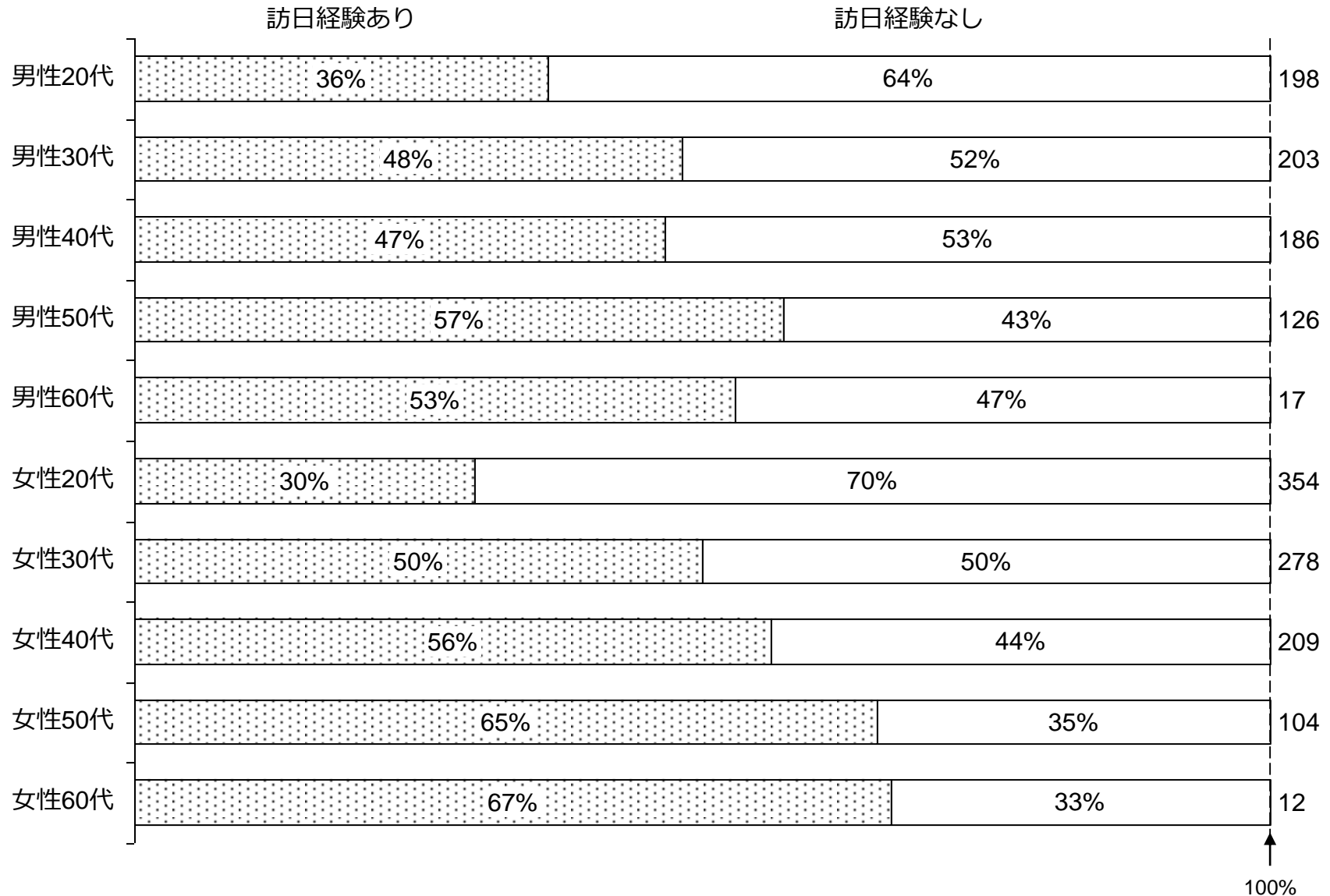
- ✓ 国外旅行経験率は女性60代・50代で8割超。20代男女の経験率は比較的lowく6割弱
- ✓ 2016年以降の国外旅行率は男性50代と女性60代で特に高く約半数
- ✓ 国外旅行経験率は20代を除き男性よりも女性の方が高い。女性では高年代ほど経験率が上がるが、男性は50代がピーク



過去訪日経験（性年代別）

タイ

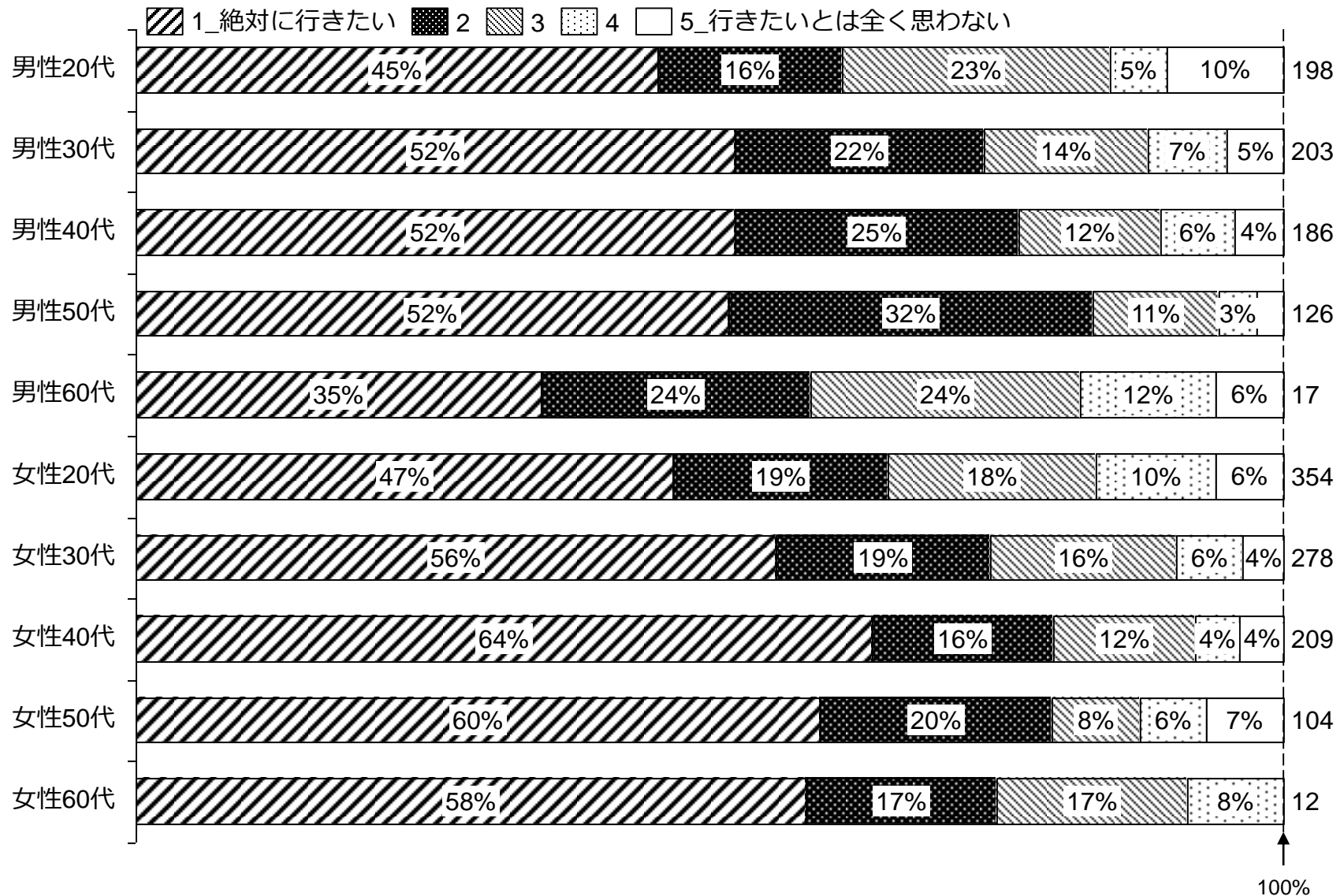
- ✓ 国外旅行経験率と同様、訪日経験も女性50代・60代で特に高く6割を超える
- ✓ 最も低いのは女性20代（30%）だが、女性30代では過半数にまで上がる点が特徴的
- ✓ 20代を除くすべての年代において、男性よりも女性の訪日経験率の方が高い



訪日意向（性年代別）

タイ

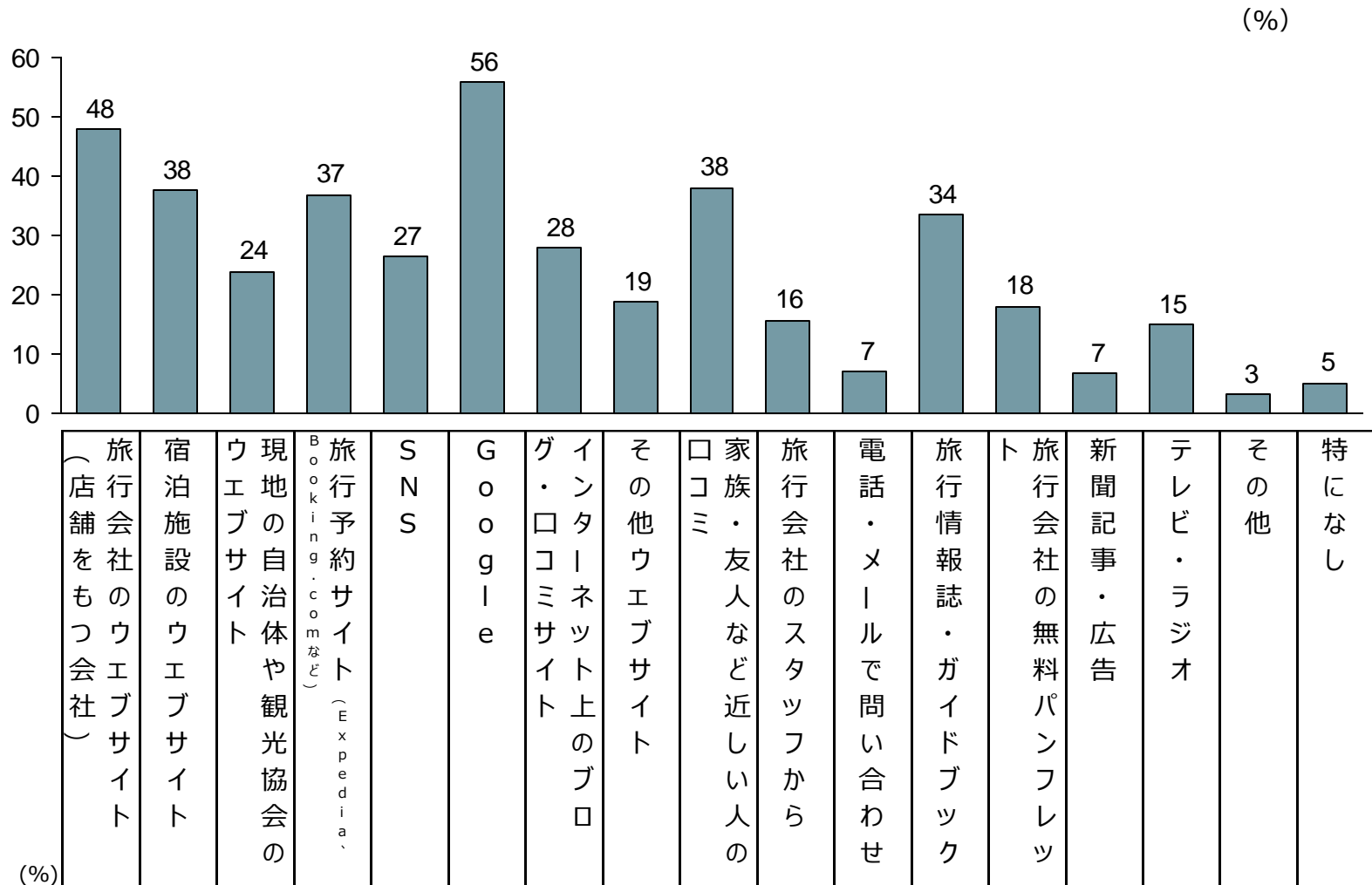
- ✓ 訪日意向者（上位2段階を選んだ人）の割合は、男性50代、女性40代・50代で特に高く8割超。特に女性40代・50代では「絶対に行きたい」が6割を超えている
- ✓ 訪日意向が最も低い男性60代でも「絶対に行きたい」が3分の1以上、非意向者は2割弱にとどまる



国外旅行計画時の旅行先に関する情報源 (N=1687)

タイ

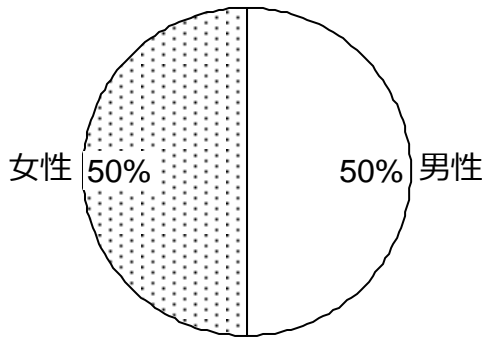
- ✓ 国外旅行計画時に参考にする情報源は「Google」が約6割で最多
- ✓ SNSやブログ・口コミサイトよりも、宿泊施設のウェブサイトや旅行予約サイトの情報を参考にする傾向がうかがえる



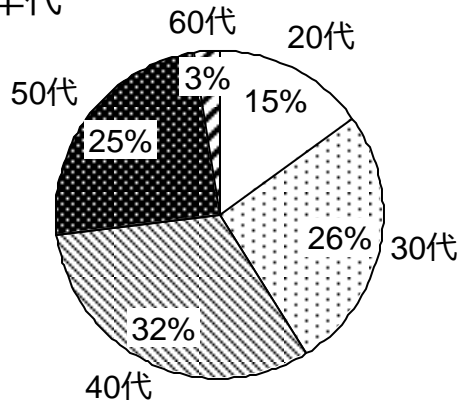
本調査結果

タイ

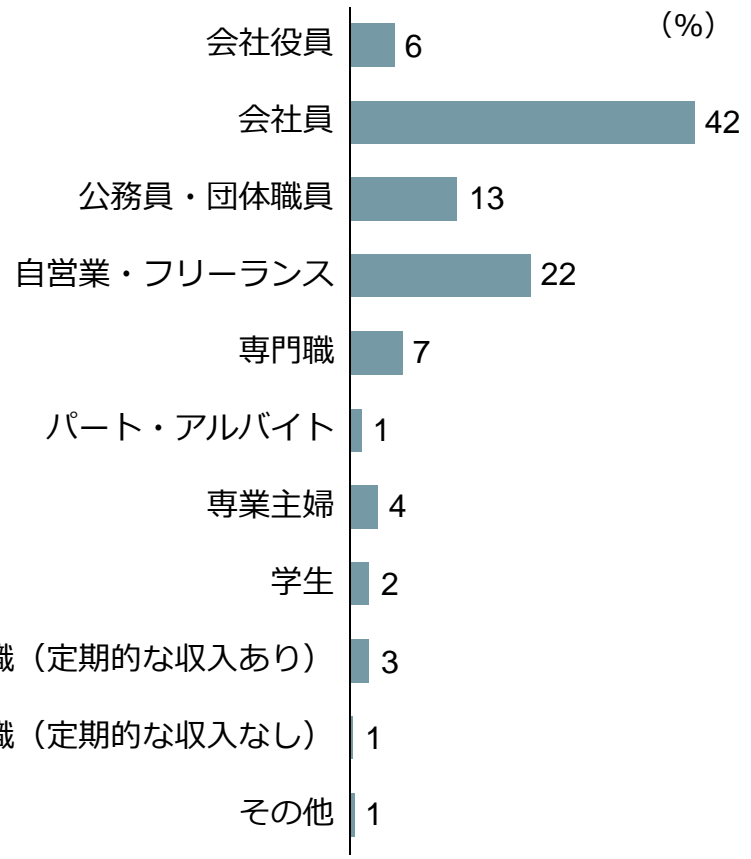
■ 性別



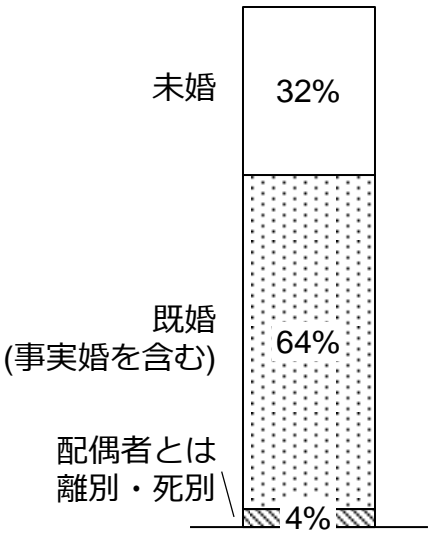
■ 年代



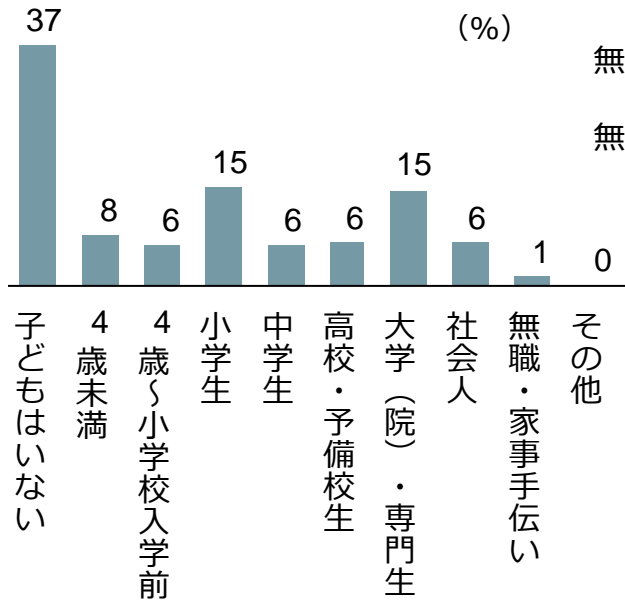
■ 職業



■ 未既婚



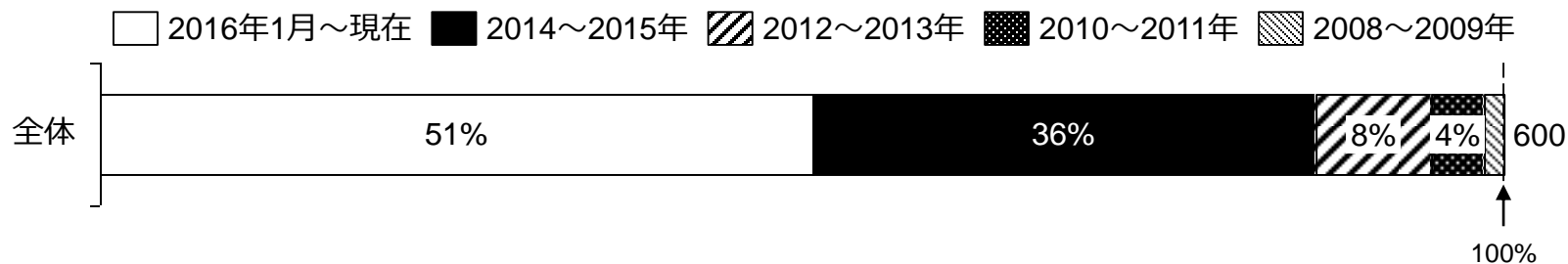
■ 子供有無・末子学齢



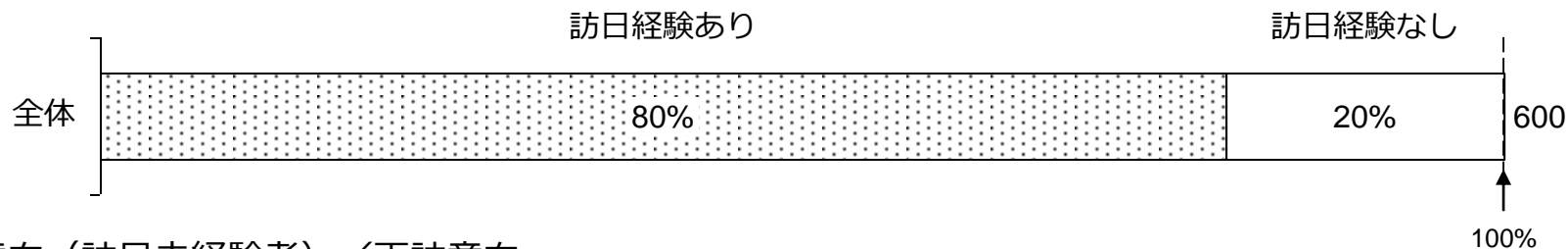
タイ

- ✓ 横須賀市への来訪可能性が高い層（訪日経験または訪日意向のある国外旅行経験者）に対し本調査を実施したところ、過半数が直近1年以内の国外旅行経験者であり、訪日経験者が約8割となった
- ✓ 訪日未経験者における訪日意向も再訪意向も非常に高く、いずれも約7割が「絶対に行きたい」を選択

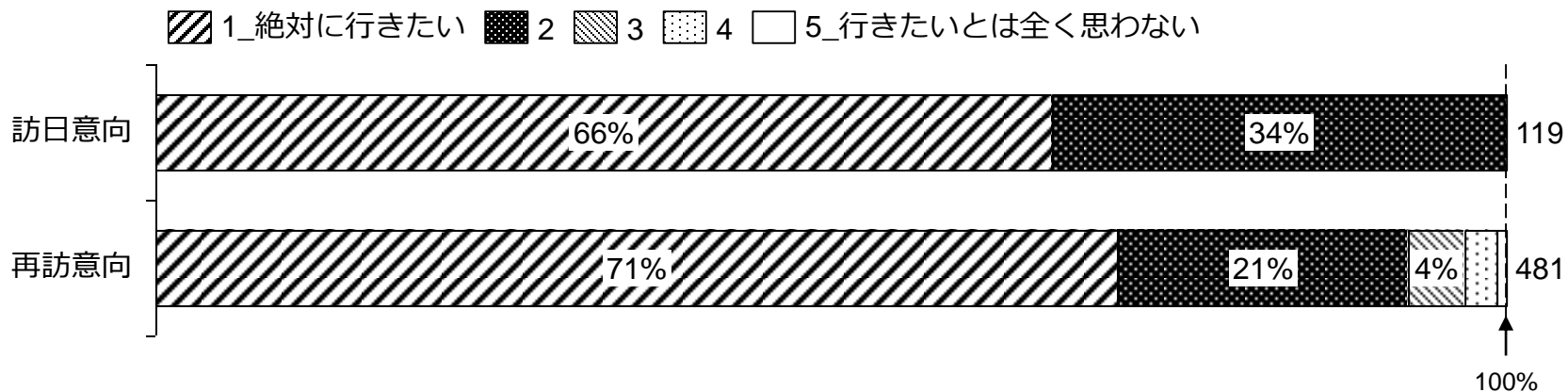
■ 直近の国外旅行時期



■ 過去訪日経験



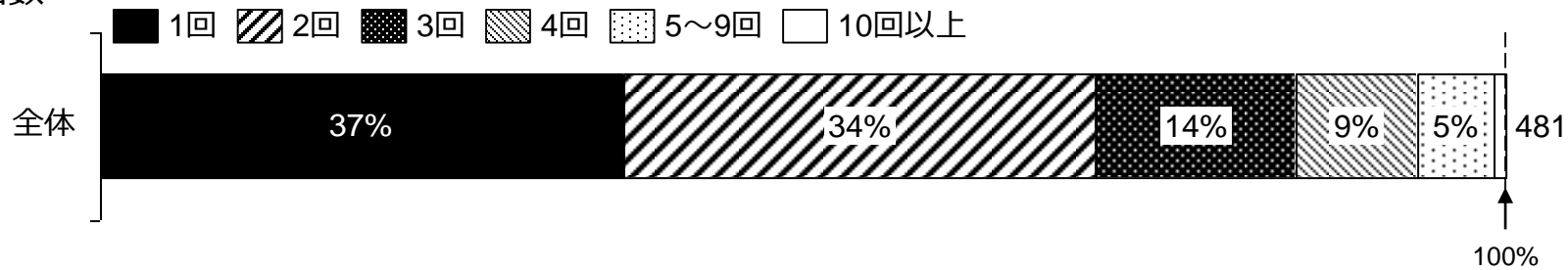
■ 訪日意向（訪日未経験者）／再訪意向



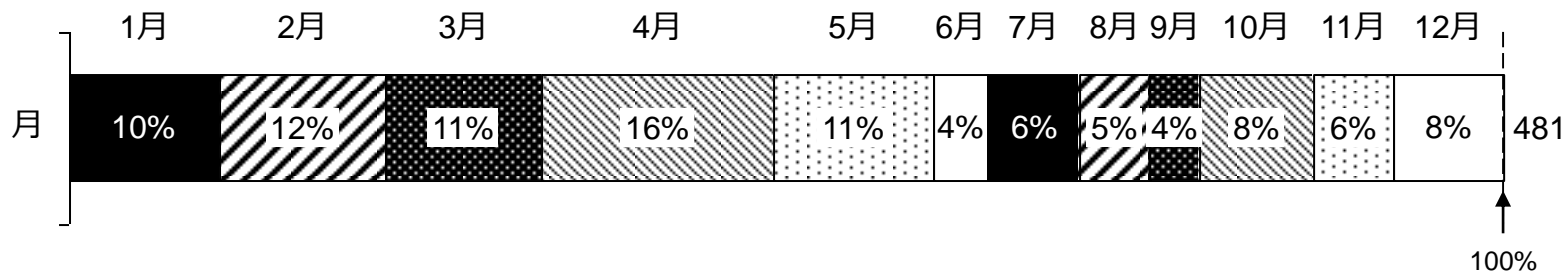
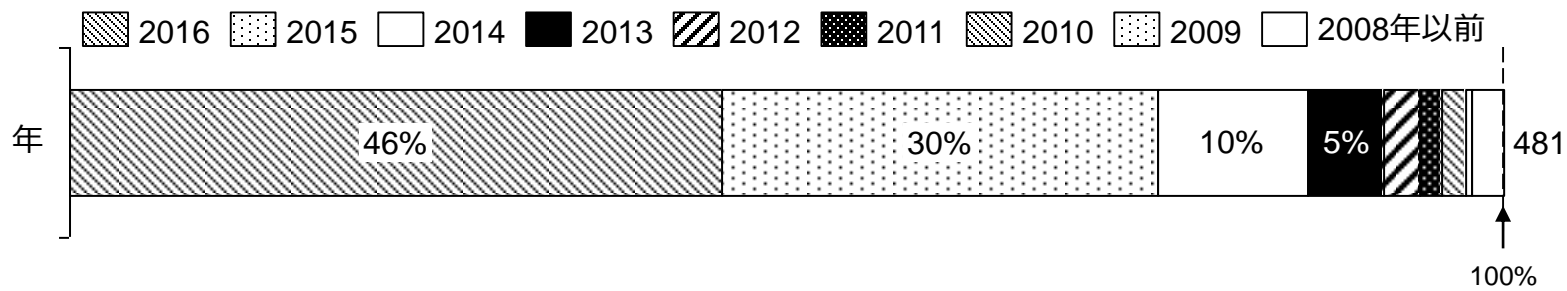
タイ

- ✓ 6割以上が過去複数回訪日しているが、4回以上のヘビーリピーターは2割に満たない
- ✓ 直近訪日時期は、約半数が2016年。2015年以降に訪日した人が約8割
- ✓ 4月の訪問が16%と最多（長期休暇時期）。2月から5月の4か月間に半数が訪日している

■ 訪日回数



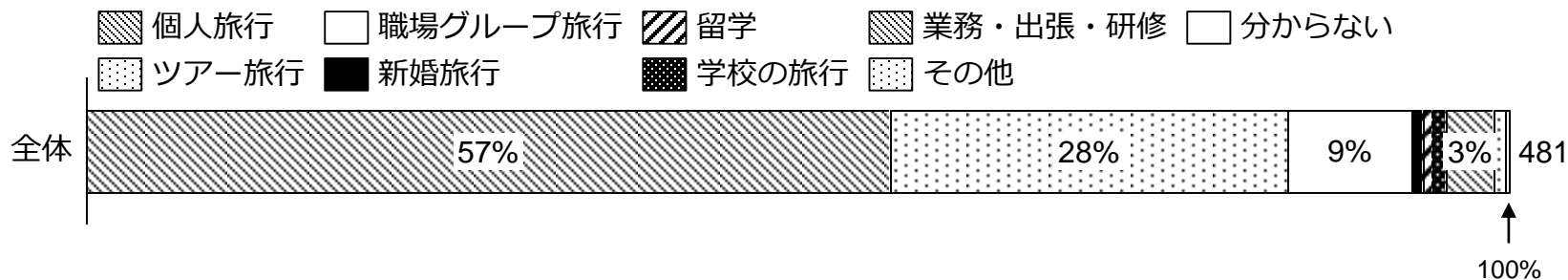
■ 直近訪日時期（年・月）



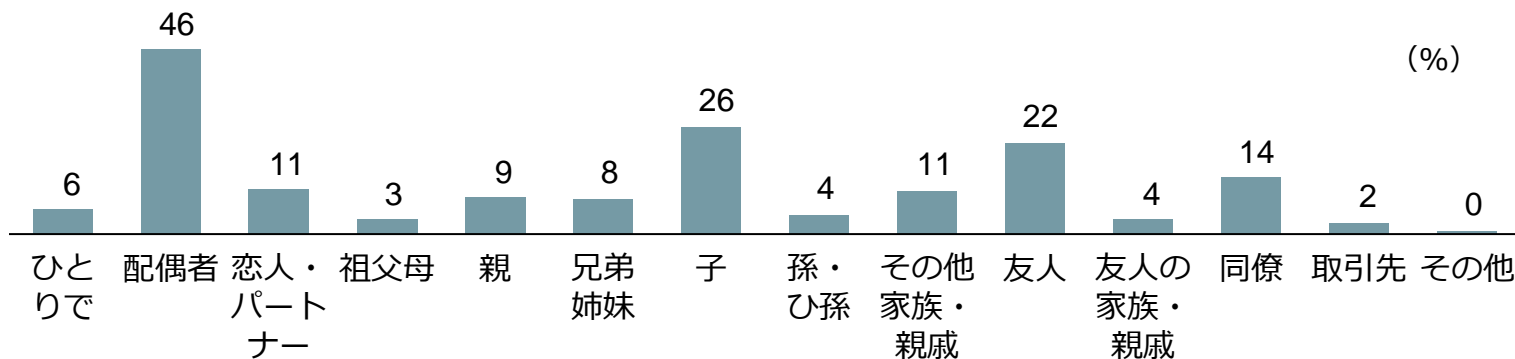
タイ

- ✓ 個人観光旅行が最多の約6割、次いでツアー観光旅行（28%）。業務渡航は限定的
- ✓ 同行者は、配偶者が最多で5割弱。一人は6%と低い
- ✓ 旅行日数は4～6日が約半数。1週間以上2週間未満とあわせて8割以上を占める

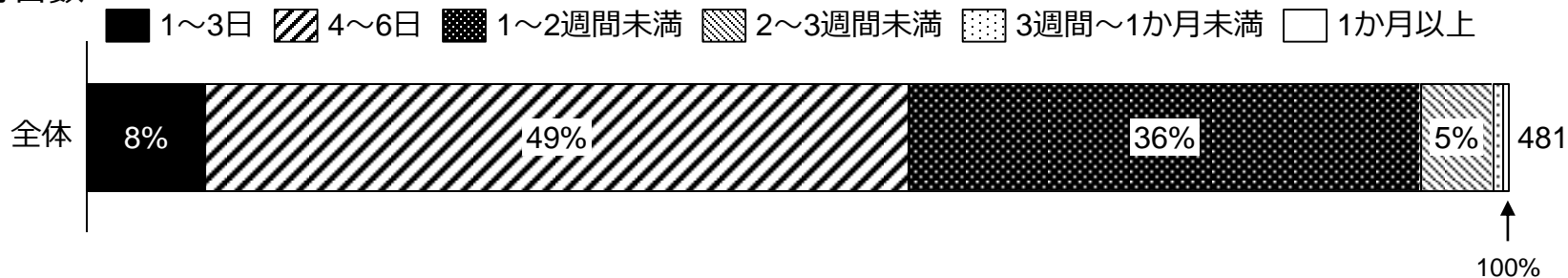
■ 旅行形態



■ 同行者



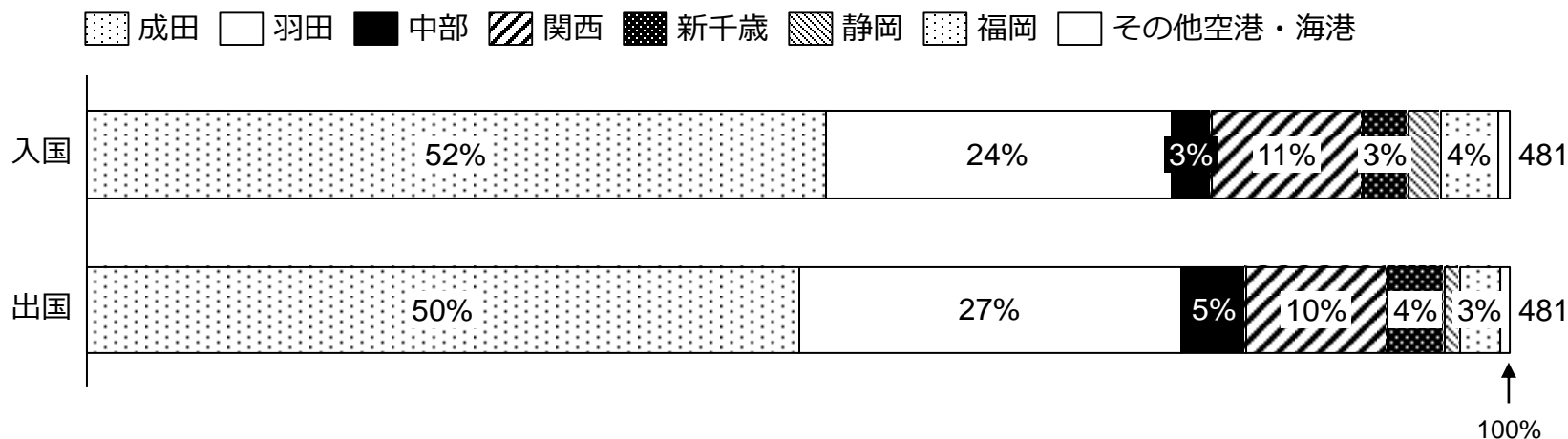
■ 旅行日数



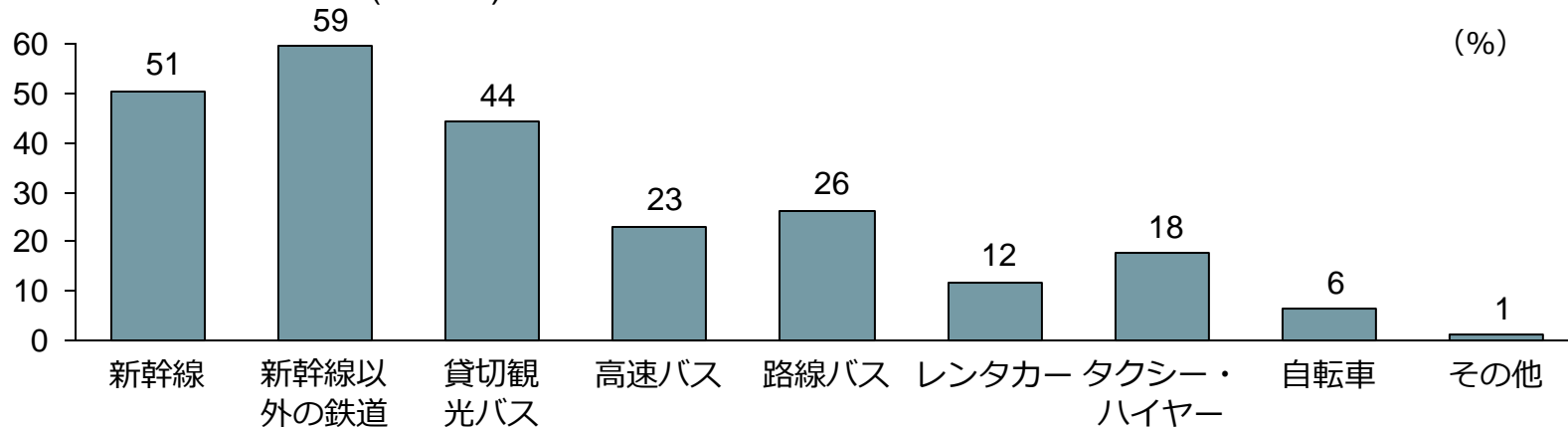
タイ

- ✓ 入国・出国ともに、成田空港の利用が5割以上。首都圏以外の空港・海港利用者は限定的
- ✓ 日本国内での交通手段は、新幹線以外の鉄道が約6割と最多。新幹線や貸切観光バス、高速バスの利用率が高いという特徴を示す

■ 出入国空港



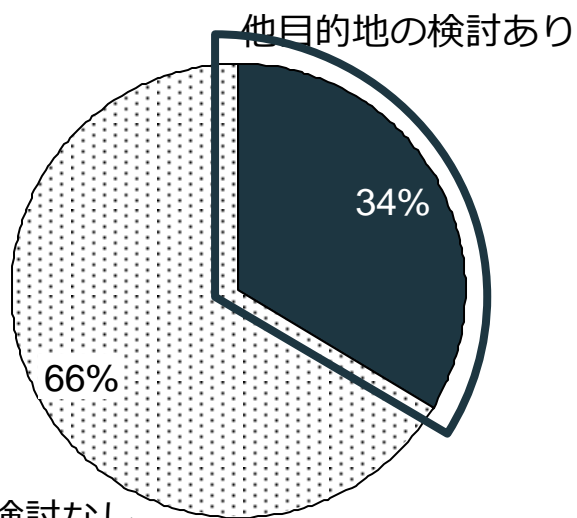
■ 利用交通手段 (日本国内) (N=481)



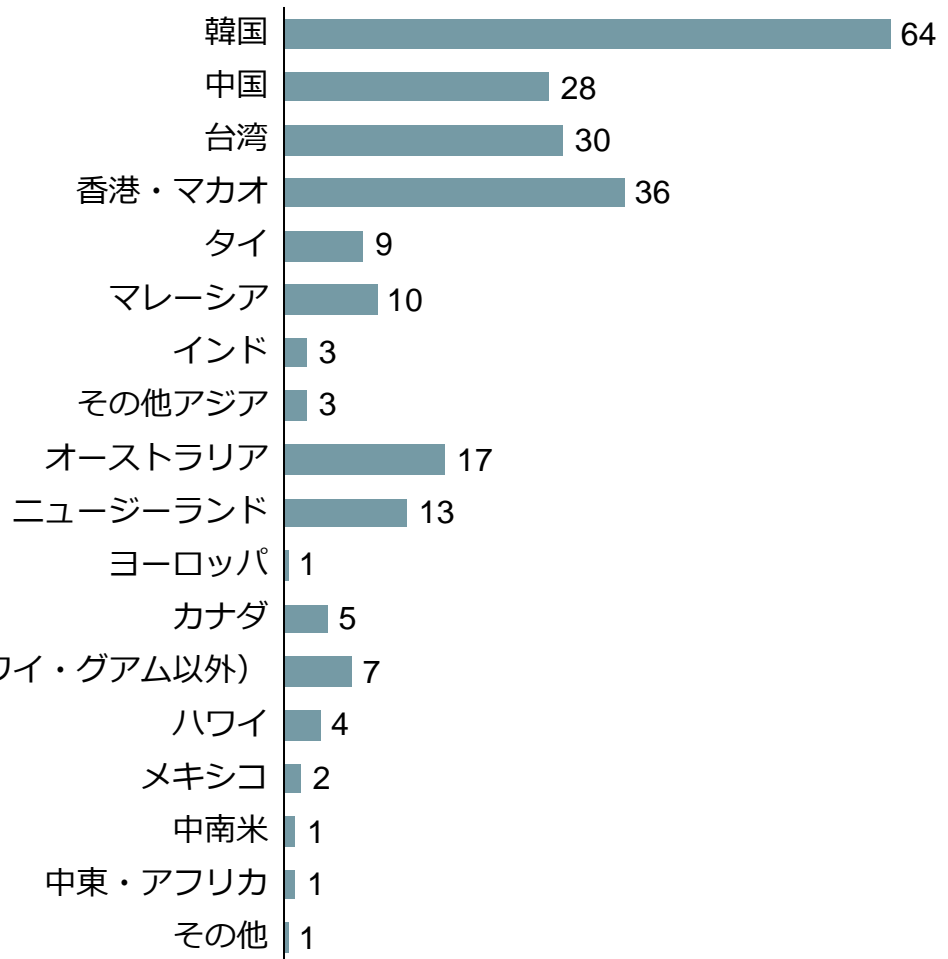
タイ

- ✓ 訪日旅行計画時に、他目的地と比較検討した人は約3分の1
- ✓ 比較検討した国は韓国が突出しており6割超。次いで、香港・マカオ（36%）、台湾、中国と続く

■ 他目的地検討有無 (N=452)



■ 検討した国・エリア (N=152)



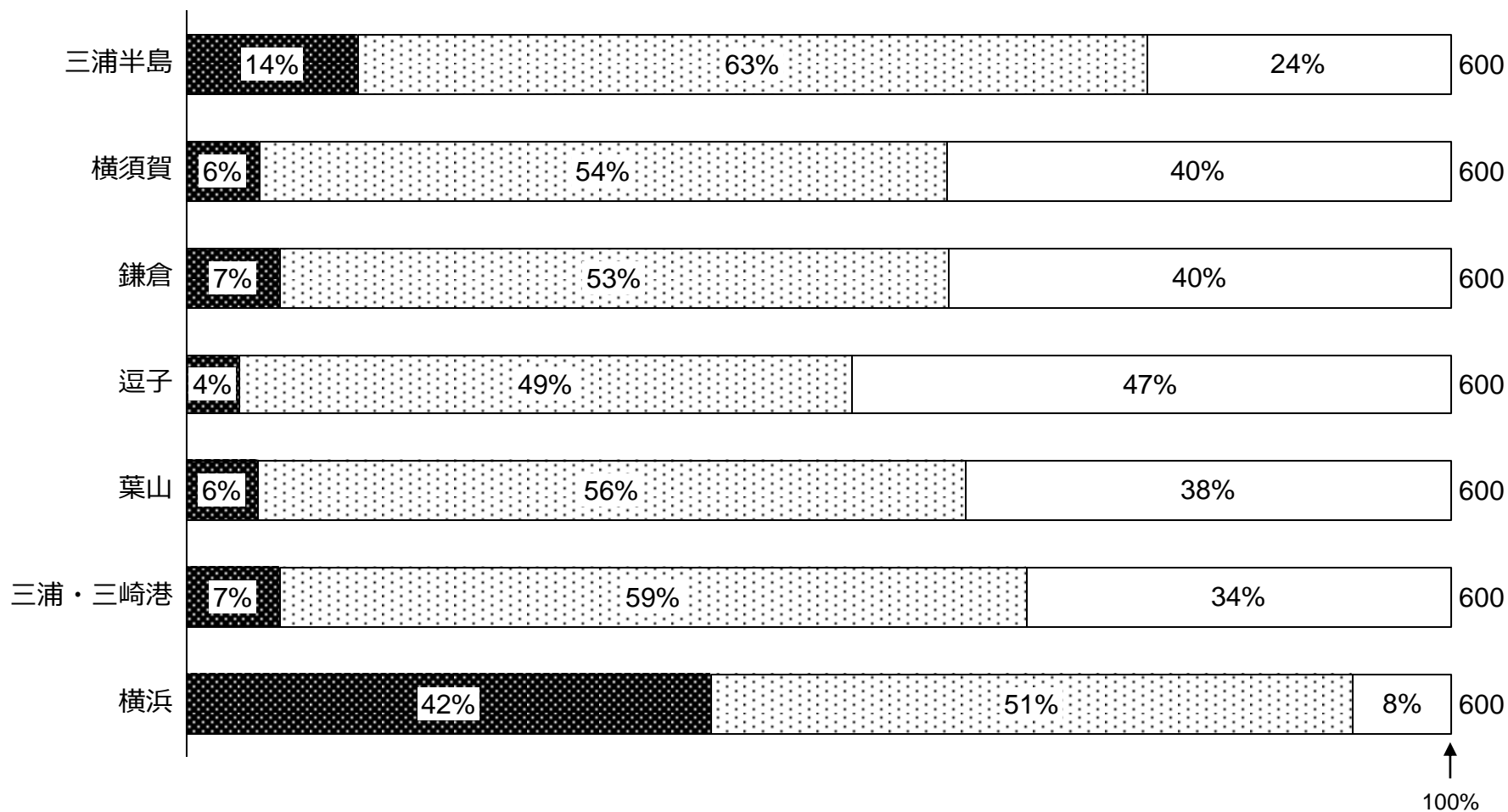
他目的地の検討なし

タイ

- ✓ 三浦半島の認知率は8割弱、過去訪問率は14%。半島内で認知が最も高いエリアは三浦・三崎港、最も低いのは逗子（約5割）。過去訪問率はいずれも1割に満たず、大きなエリア差は見られない
- ✓ 横須賀の認知は6割、過去訪問率は6%
- ✓ 横浜の認知率は9割強、訪問率は4割以上と非常に高い

■ 認知・訪問率

行ったことがある
 名前を聞いたことはあるが行ったことはない
 知らない



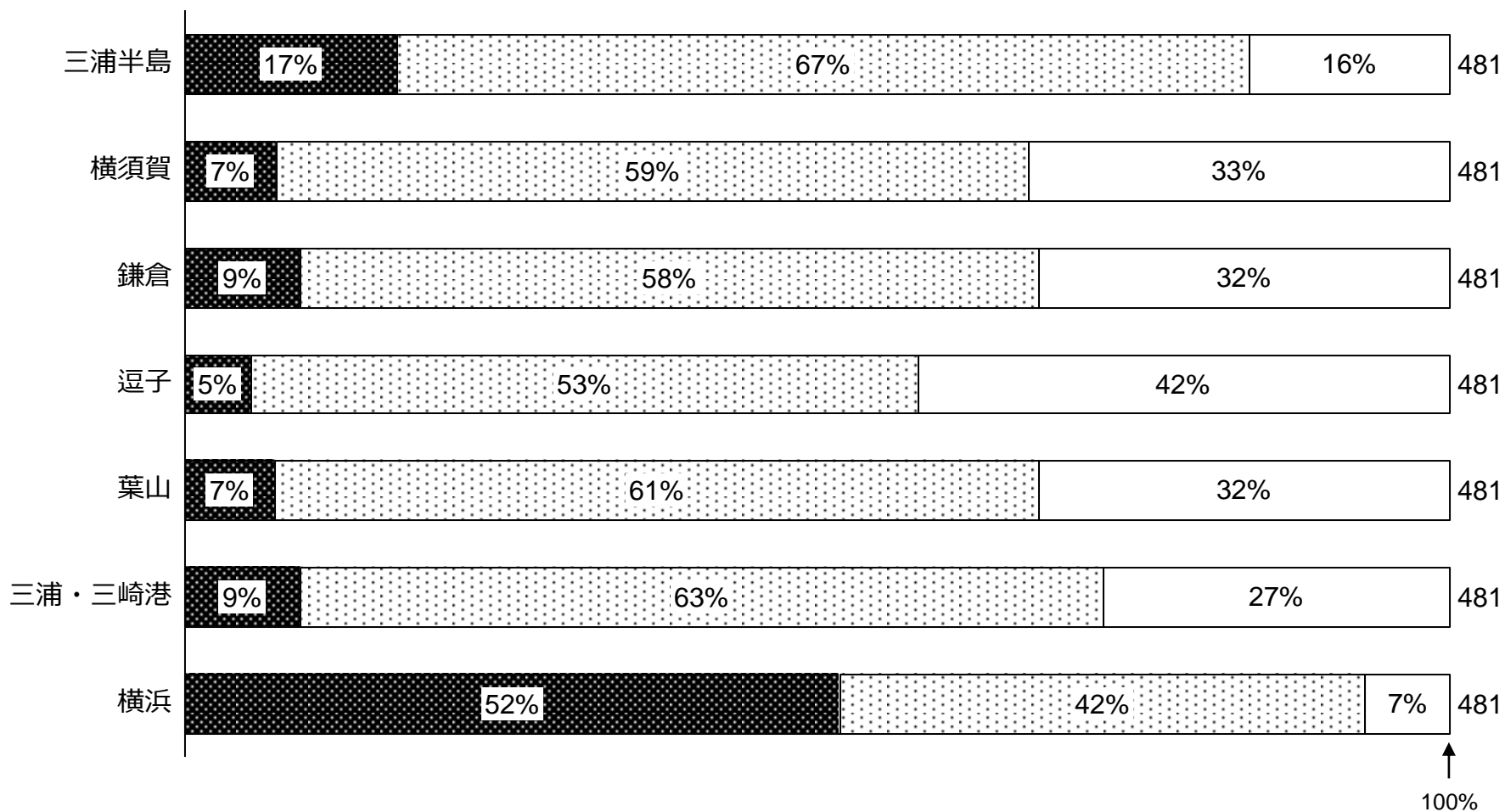
↑
100%

タイ

- ✓ 訪日経験者における三浦半島の認知率は8割超、過去訪問率は2割弱
- ✓ 横須賀は約3分の2が認知しているものの、過去訪問率は7%にとどまる
- ✓ 横浜の認知は9割以上で、訪日経験者の過半数が行ったことがあるとしている

■ 認知・訪問率

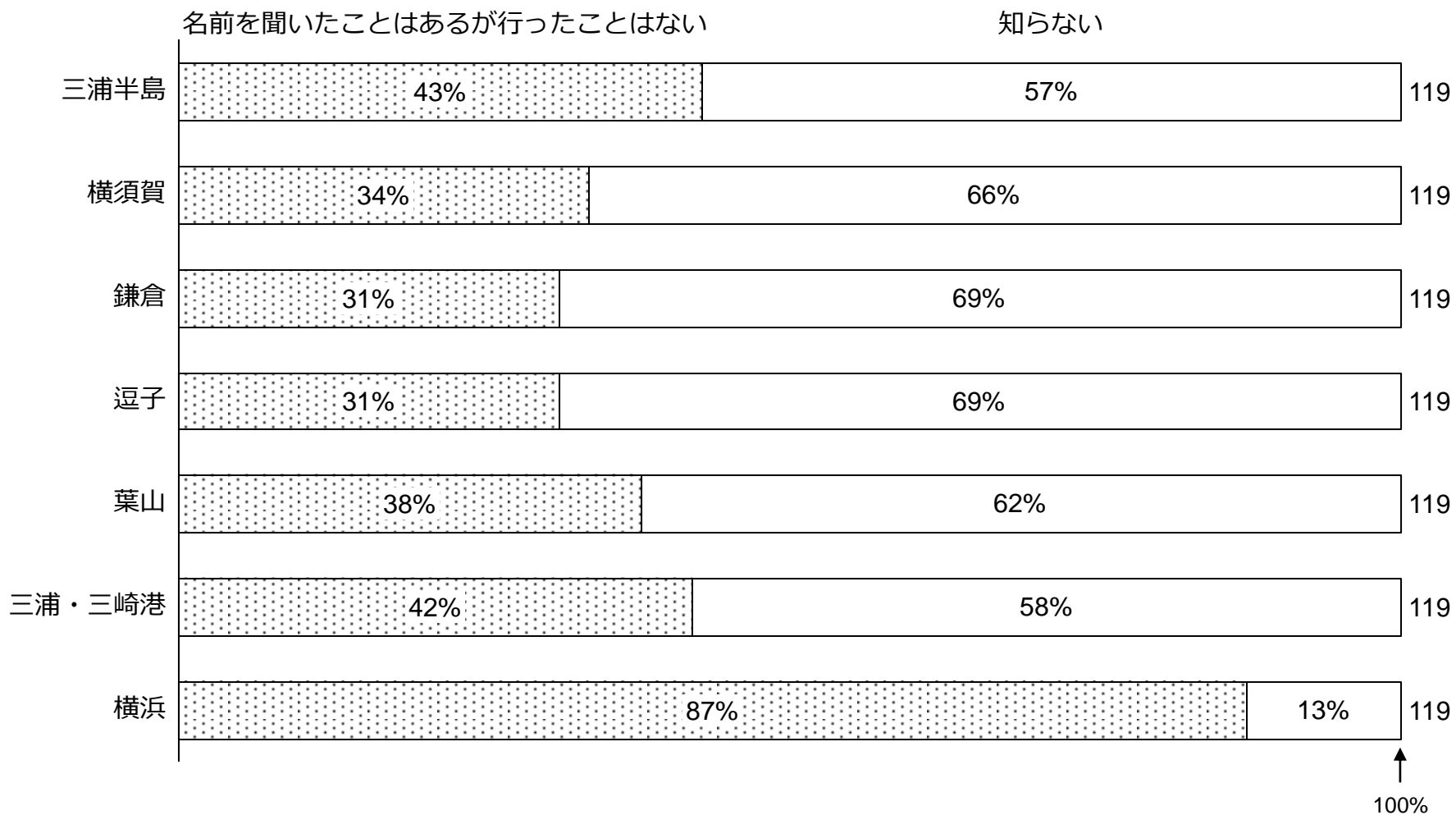
行ったことがある
 名前を聞いたことはあるが行ったことはない
 知らない



タイ

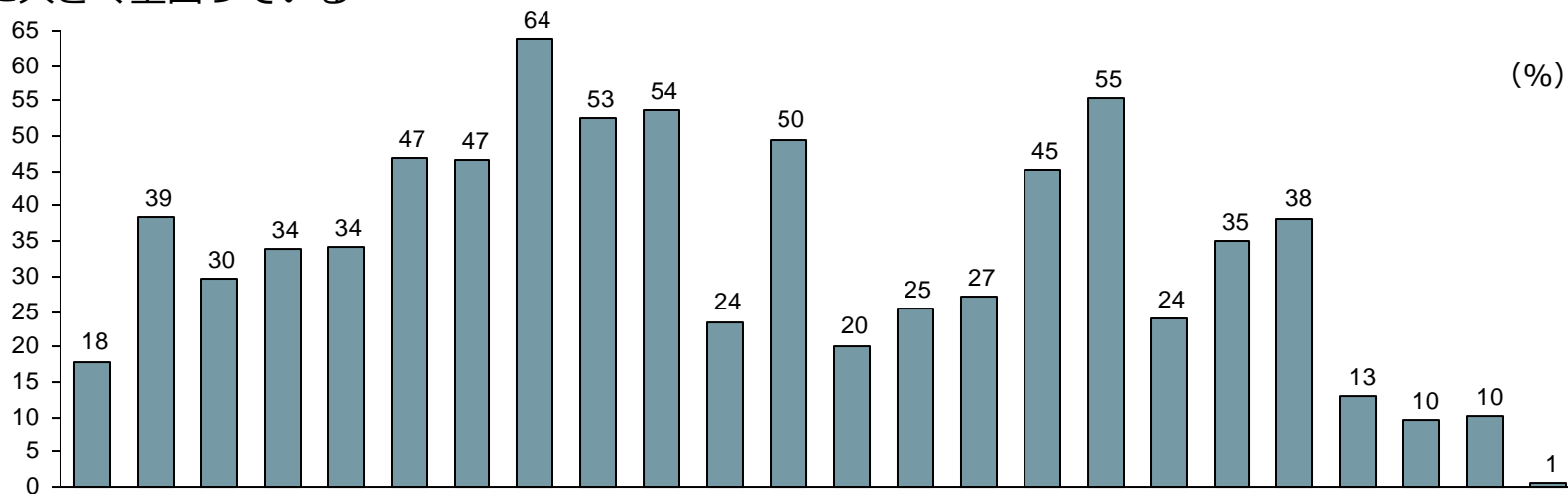
- ✓ 訪日未経験者においては、三浦半島の認知率は4割強
- ✓ 半島内エリアでは、三浦・三崎港の認知が最も高く、これに葉山、横須賀が続く
- ✓ 訪日未経験者においても横浜の認知は非常に高く9割近く

■ 認知・訪問率



タイ

- ✓ 三浦半島の説明文・画像を提示した後では、「景色・眺めが良い」のイメージ想起が6割強と最も高い。「のんびりできる」「食・グルメ」「気候に恵まれている」の想起率も5割を超え比較的高い
- ✓ 「景色・眺めが良い」「にぎわいがある」「のんびりできる」イメージは、訪日未経験者の想起率が経験者を特に大きく上回っている



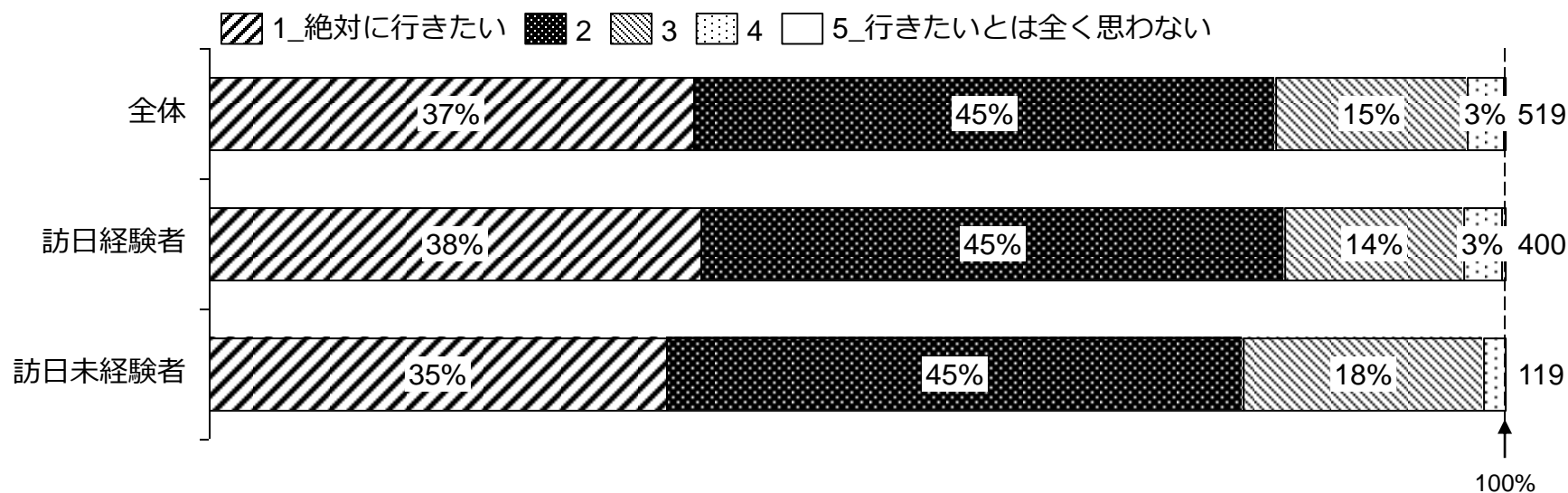
	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	楽しめる食・グルメ	リゾート地である	にぎわいがある	アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	である	アニメ・漫画・ゲームの舞台	楽しめるAR位置情報ゲーム(※)がある	アメリカカードが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	18	39	30	34	34	47	47	64	53	54	24	50	20	25	27	45	55	24	35	38	13	10	10	10	1	1
訪日経験者(N=481)	17	37	30	33	34	45	44	59	52	52	23	47	20	26	28	43	53	22	33	37	14	10	10	10	0	1
訪日未経験者(N=119)	22	45	29	37	36	55	55	82	55	59	27	61	21	24	25	55	66	30	44	43	11	7	9	9	3	0

(※)AR位置情報ゲーム：インGRES、ポケモンGOなど

タイ

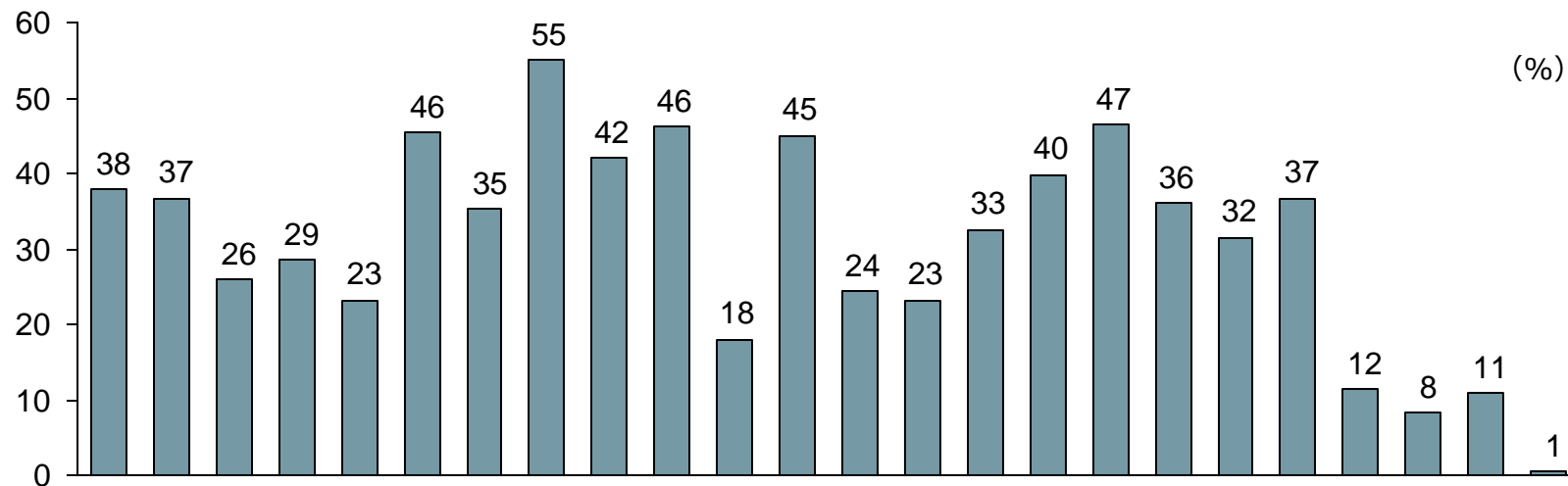
- ✓ 三浦半島未訪問者のうち、約4割が「絶対に行きたい」と強い意向を示している
- ✓ 半島訪問意向は、訪日未経験者よりも訪日経験者の方が強い傾向

■ 三浦半島への訪問意向（半島未訪問者のみ）



タイ

- ✓ 横須賀市の説明文・画像を提示した後では、「景色・眺めが良い」イメージの想起が最多
- ✓ 「米軍基地・自衛隊施設がある」「公共交通でのアクセスが良い」イメージは、訪日未経験者の想起率が経験者を大きく上回る

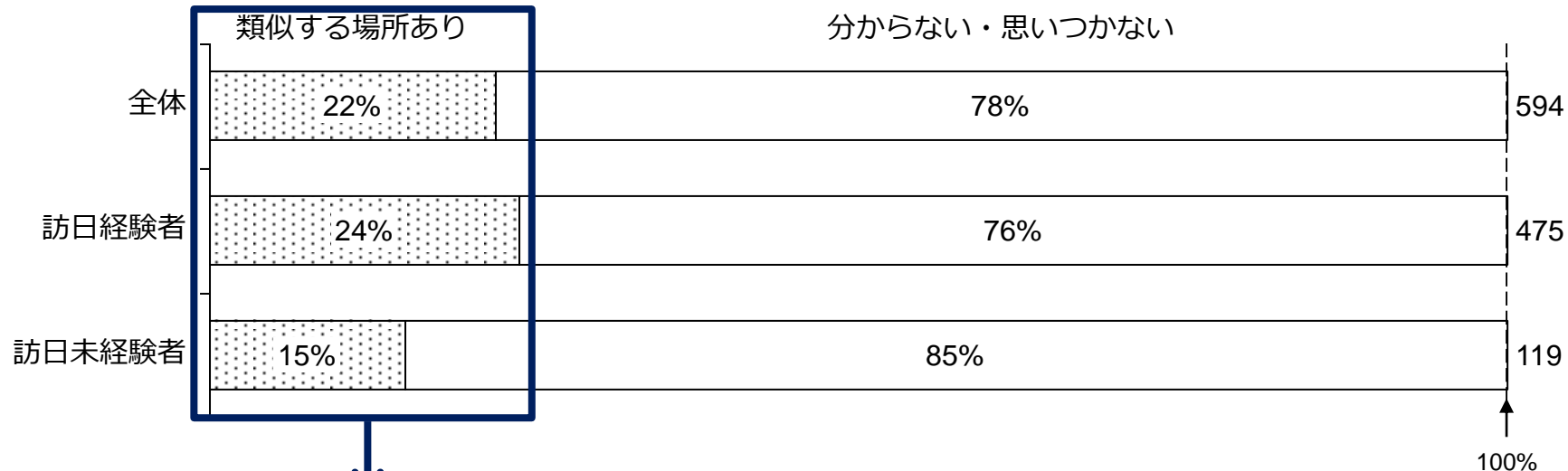


	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	食べ物が美味しい・グルメが楽しめる	リゾート地である	にぎわいがある	アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	である	アニメ・漫画・ゲームの舞台	楽しめる	AR位置情報ゲーム(※)が	アメリカカードルが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	38	37	26	29	23	46	35	55	42	46	18	45	24	23	33	40	47	36	32	37	12	8	11	1	1		
訪日経験者(N=481)	34	35	26	28	23	43	34	54	42	44	18	43	23	24	30	40	46	32	30	35	12	10	10	0	1		
訪日未経験者(N=119)	55	45	27	29	25	55	40	58	42	53	17	50	30	20	42	41	49	53	38	45	8	3	13	2	0		

(※)AR位置情報ゲーム：インGRES、ポケモンGOなど

- ✓ 横須賀市と類似する場所を想起する人は全体の2割強。訪日経験者の方が想起率が高い
- ✓ 想起された場所は横浜が最多で2割弱。これに、神奈川、北海道、東京などの都市が続く

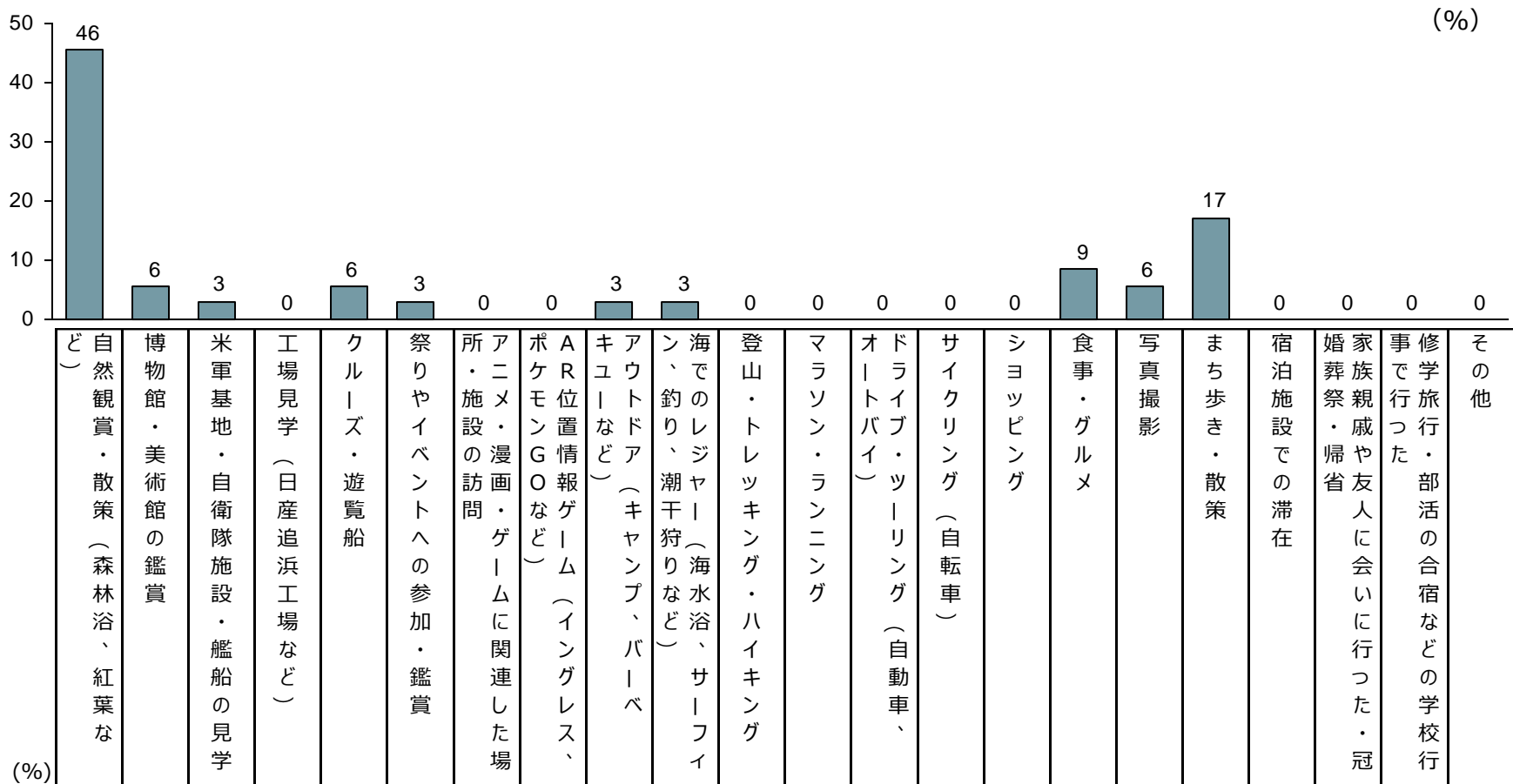
■横須賀市に似た日本国内の場所



類似する日本国内の場所 (有効回答数 N=111)	N	%
横浜	19	17.1%
神奈川	12	10.8%
北海道・札幌・小樽	12	10.8%
東京	10	9.0%
三浦・三浦半島	8	7.2%
沖縄	7	6.3%
千葉	7	6.3%
福岡	6	5.4%

タイ

✓ 直近の横須賀市訪問時の目的は、自然観賞・散策が最多



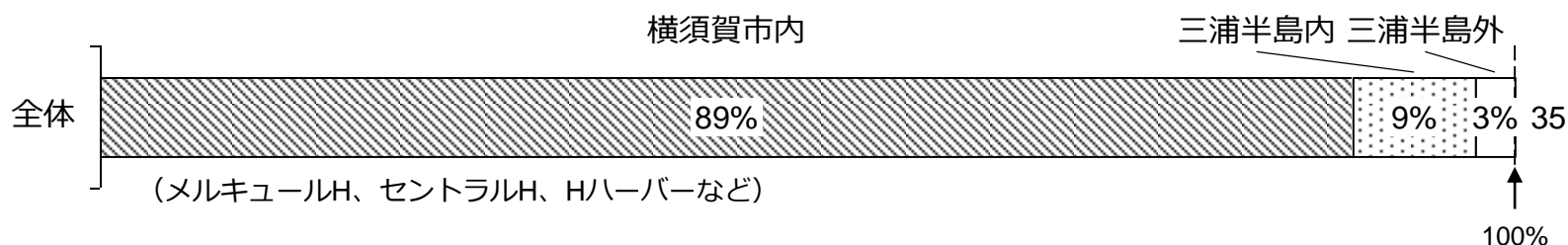
- ✓ 市内ではレストランや基地・軍港、市外では横浜やビーチ・海の訪問が比較的多い
- ✓ 市訪問者の約9割が市内に宿泊。メルキュール、セントラルなど、中心街にあるホテルが大半
- ✓ 満足度は非常に高く、9割弱が「非常に満足」を選択

■ 訪問場所 (自由回答・上位抜粋)

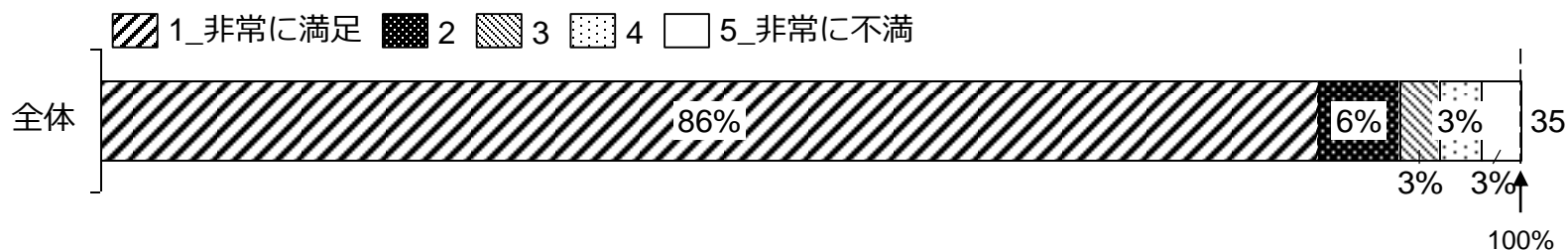
横須賀市内 (有効回答数 N=25)	N	%
市内レストラン	9	36.0%
米軍基地・軍港クルーズ	9	36.0%

三浦半島内 (市外) (有効回答数 N=20)	N	%
横浜	5	25.0%
ビーチ・海	5	25.0%

■ 宿泊場所



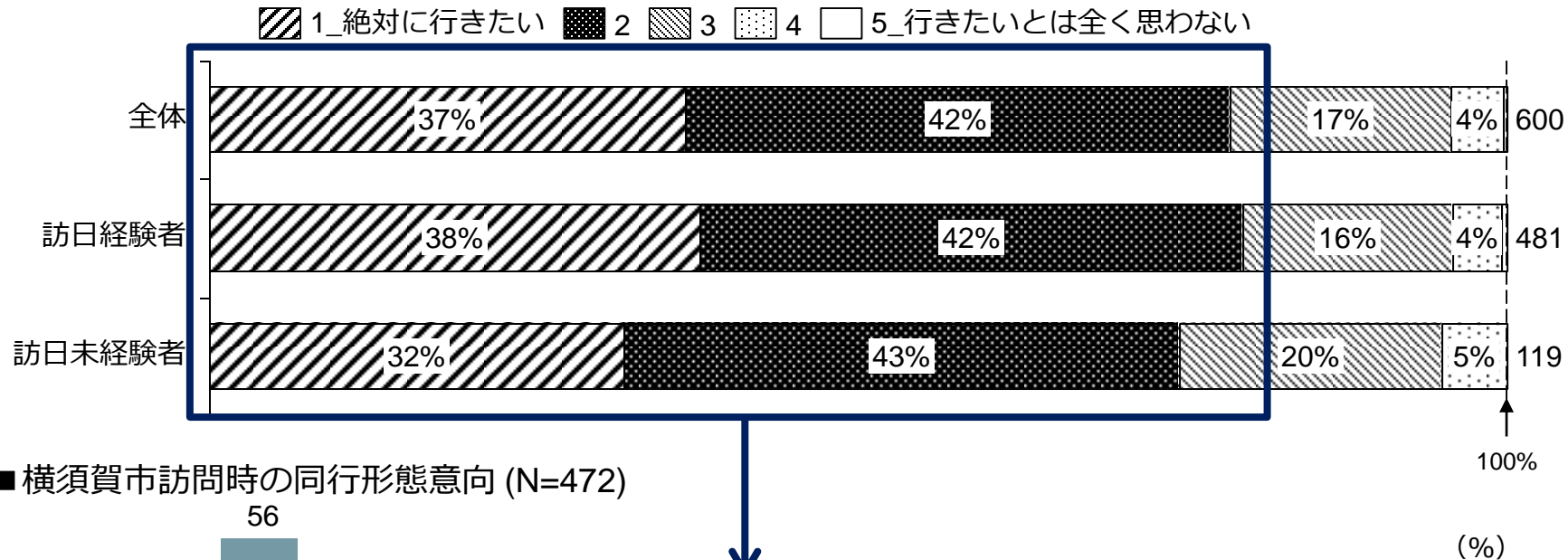
■ 満足度



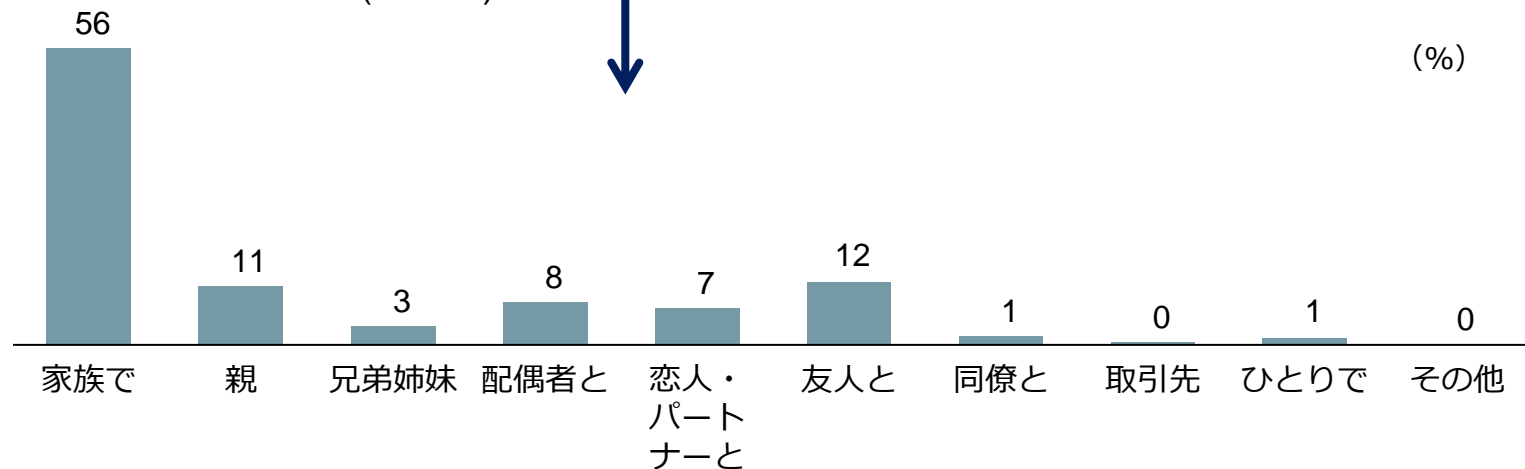
タイ

- ✓ 市訪問意向者は全体の8割近く（上位2段階選択率）
- ✓ 意向者の割合は、訪日未経験者よりも経験者の方が高い
- ✓ 希望の同行形態は家族が過半数を占める

■横須賀市への訪問意向

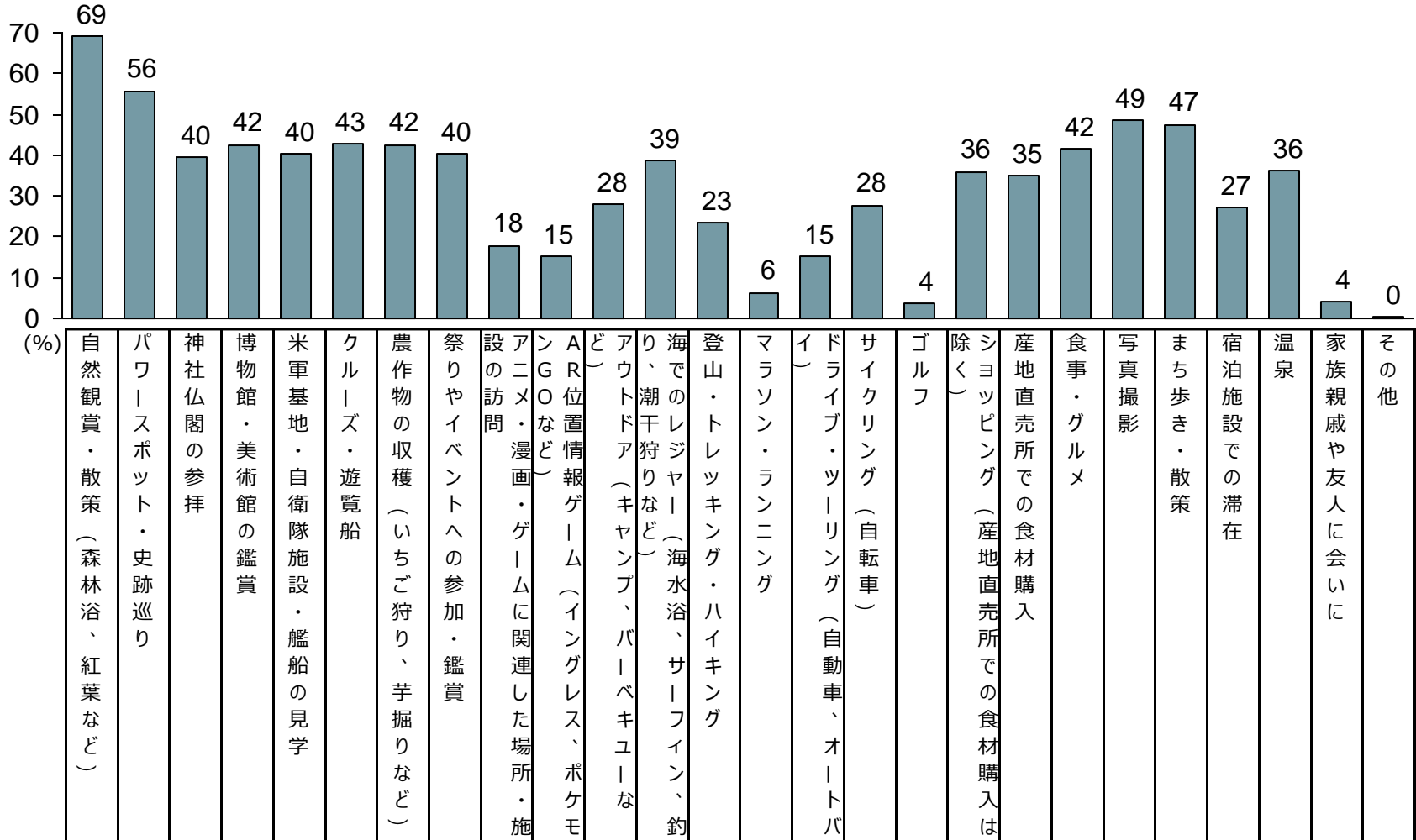


■横須賀市訪問時の同行形態意向 (N=472)



タイ

✓ 「自然観賞・散策」の人气が最も高く約7割。次いで「パワースポット・史跡巡り」(56%)



横須賀市訪問時に希望する市外訪問場所

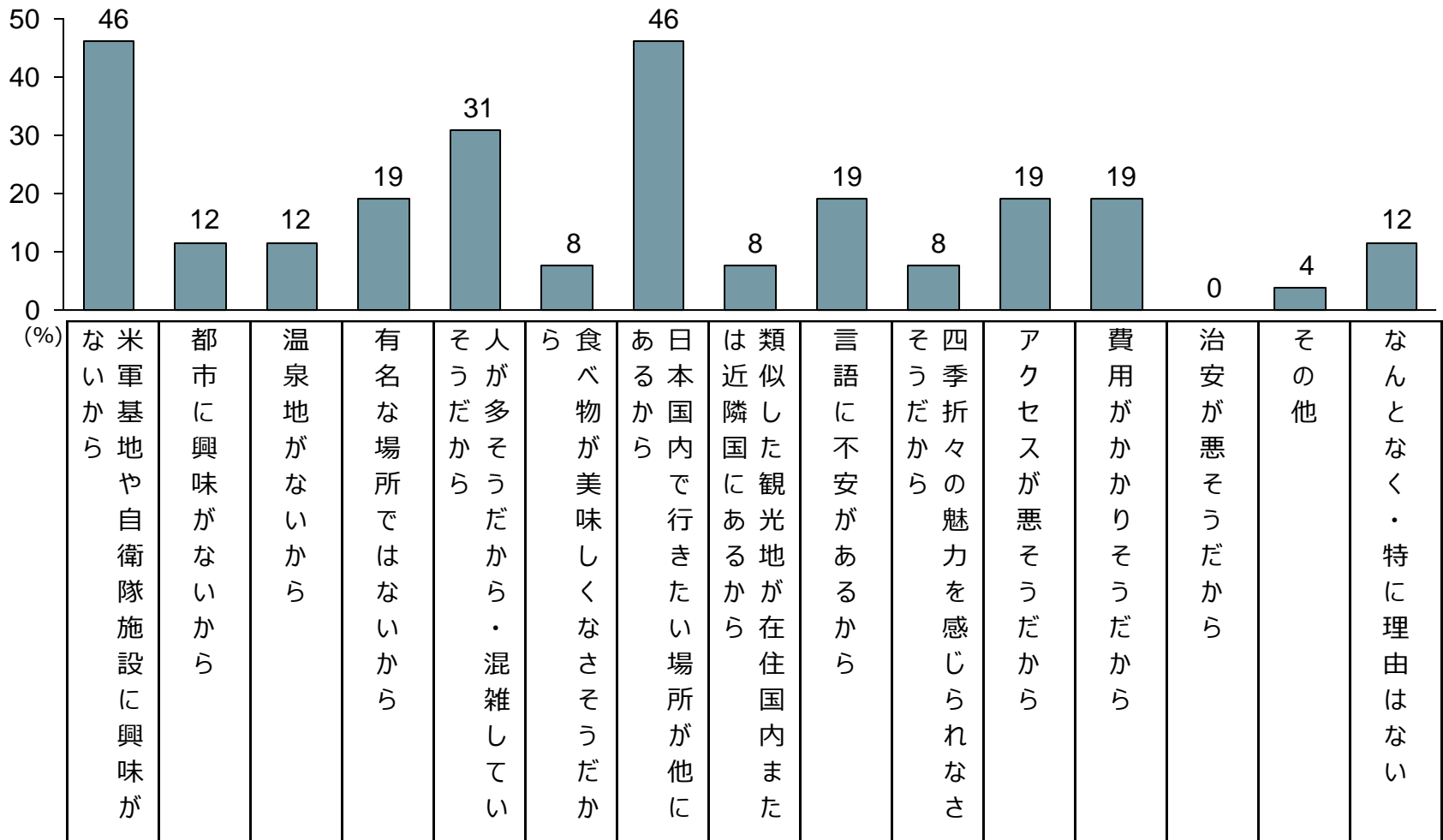
タイ

- ✓ 東京、大阪、富士山・河口湖の人气が特に高く、訪問希望者は4割を超える。これらの場所では訪日未経験者の希望率が経験者を特に大きく上回っている

(%)	特になし	札幌	函館	その他北海道	仙台	その他東北	東京	横浜	日光	箱根	伊豆・熱海	その他関東	名古屋	立山・黒部	飛騨・高山	富士山・河口湖	その他中部	金沢	その他北陸	大阪	京都	奈良	神戸	その他関西	広島	岡山	その他中国	四国	福岡・博多	長崎	その他九州	沖縄
全体 (N=472)	17	42	18	33	30	13	44	39	11	15	9	13	22	8	8	40	8	9	7	43	35	16	23	9	24	11	6	12	20	15	6	12
訪日経験者 (N=383)	16	43	20	34	31	14	40	38	13	16	10	13	22	9	9	37	8	10	7	40	33	17	21	7	22	11	5	13	19	14	5	10
訪日未経験者 (N=89)	25	38	7	29	26	12	58	44	4	8	7	12	25	7	4	51	7	4	7	55	43	15	31	15	30	11	8	9	22	19	9	20

タイ

- ✓ 市訪問意向がない理由は、「米軍基地や自衛隊施設に興味がない」「日本国内で行きたい場所がある」が最多でそれぞれ5割弱



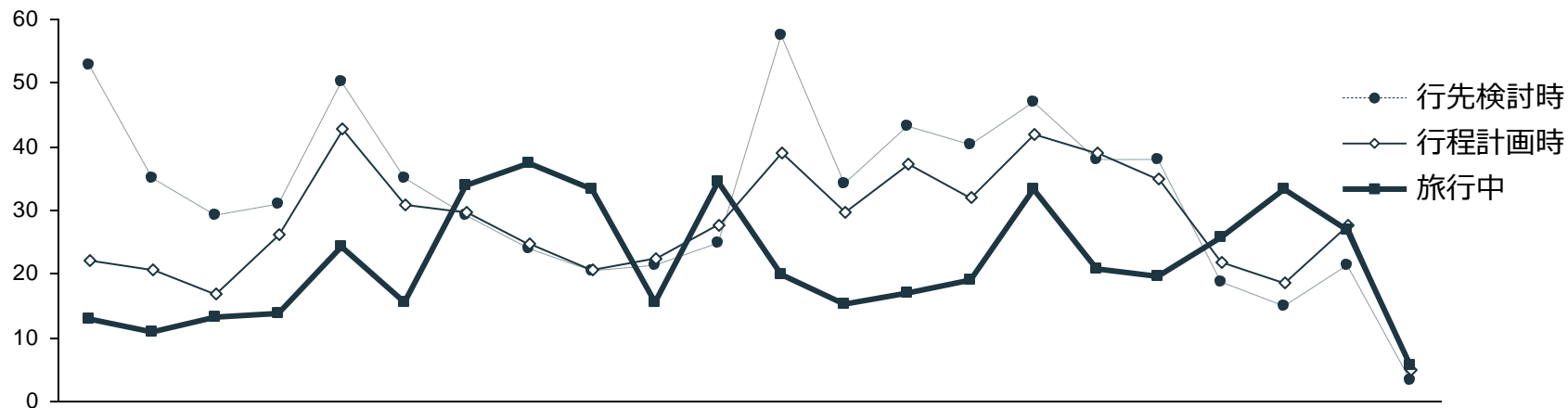
国外旅行に関する情報源（上位10位）（N=600）

タイ

- ✓ 国外旅行で目的地を検討している際には、旅行関係の総合情報サイト、テレビ番組、ガイドブックを参考にすることが過半数。具体的に旅程を計画する時点では、SNSやブログ・ネット上の口コミを重視する傾向が強くなる
- ✓ 旅行中は、無料パンフレット・チラシや観光案内所を利用する人が多い

行先検討時 (N=600)			行程計画時 (N=600)			旅行中 (N=600)		
順位		%		%		%		
1	旅行関係の総合情報サイト	57.5	旅行情報誌・ガイドブック	42.8	空港や駅などに置いてある無料パンフレット・チラシ	37.3		
2	テレビ番組	52.7	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	42.0	観光案内所	34.3		
3	旅行情報誌・ガイドブック	50.0	インターネット上のブログ・口コミ（Tripadvisorなど）	39.2	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	33.7		
4	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	47.0	旅行関係の総合情報サイト	39.0	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	33.3		
5	旅行会社のサイト	43.0	旅行会社のサイト	37.2	宿泊施設のスタッフ	33.3		
6	動画投稿サイト（YouTubeなど）	40.3	家族や友人・知人など近い人からの口コミ	35.0	空港や駅などに掲示されているポスター	33.2		
7	インターネット上のブログ・口コミ（Tripadvisorなど）	38.0	動画投稿サイト（YouTubeなど）	32.2	旅行会社の店舗スタッフ	26.8		
8	家族や友人・知人など近い人からの口コミ	38.0	一般雑誌の旅行特集記事	30.8	旅行先で出会った一般の人	25.5		
9	テレビCM	35.0	政府観光局や自治体など、現地が発信している観光情報サイト	29.8	旅行情報誌・ガイドブック	24.2		
10	一般雑誌の旅行特集記事	34.8	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	29.7	インターネット上のブログ・口コミ（Tripadvisorなど）	20.7		

タイ



(%)	テレビ番組	テレビCM	ラジオ番組・CM	新聞記事・広告	旅行情報誌・ガイドブック	一般雑誌の旅行特集記事	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに置いてある無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに掲示されているポスター	旅行先の政府観光局や自治体へ電話・メール	観光案内所	旅行関係の総合情報サイト	政府観光局や自治体など、現地在発信している観光情報サイト	旅行会社のサイト	動画投稿サイト (YouTubeなど)	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	インターネット上のブログ・口コミ (Tripadvisorなど)	家族や友人・知人など近い人からの口コミ	旅行先で出会った一般人	宿泊施設のスタッフ	旅行会社の店舗スタッフ	その他
行先検討時	53	35	29	31	50	35	29	24	20	21	25	58	34	43	40	47	38	38	19	15	21	3
行程計画時	22	21	17	26	43	31	30	25	21	23	28	39	30	37	32	42	39	35	22	19	28	5
旅行中	13	11	13	14	24	16	34	37	33	15	34	20	15	17	19	33	21	20	26	33	27	6

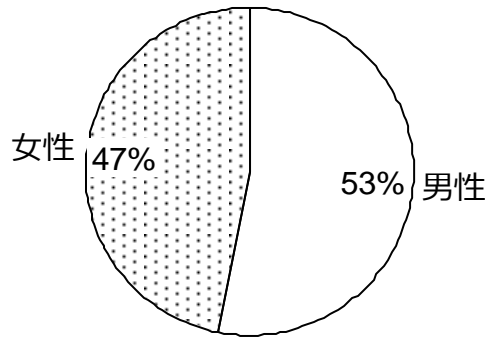
中国

予備調査結果

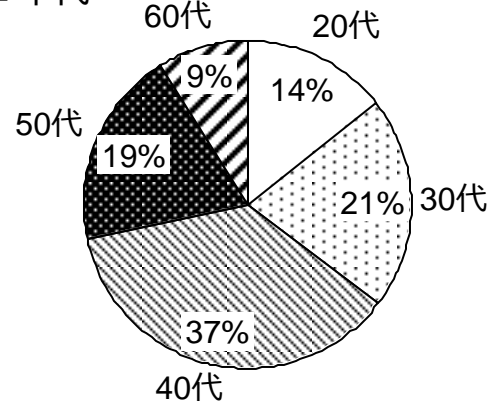
回答者属性 (予備調査) (N=1092)

中国

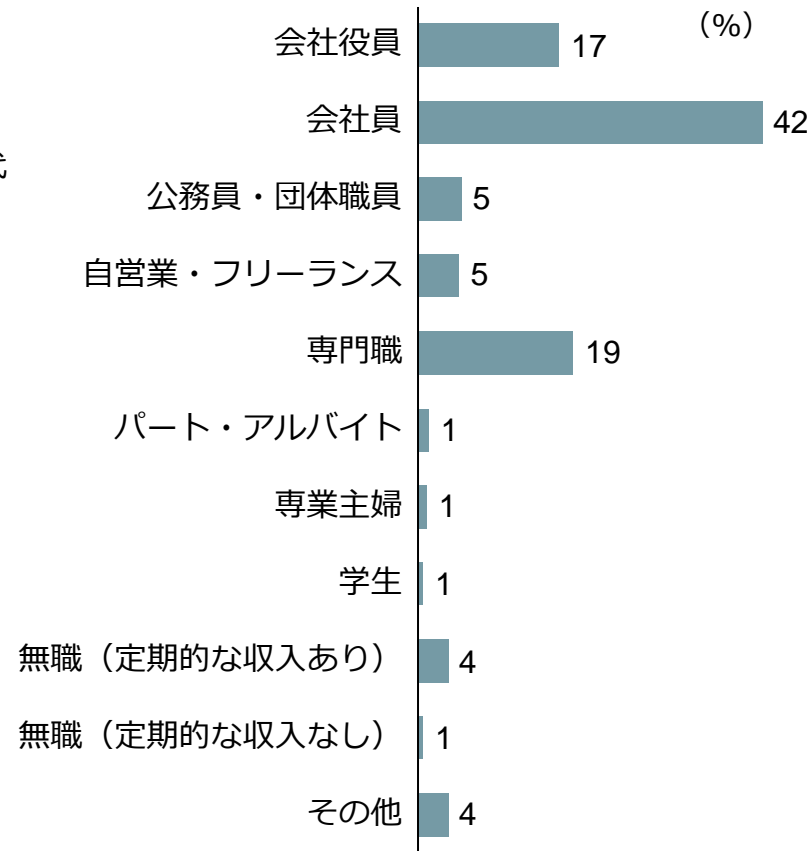
■ 性別



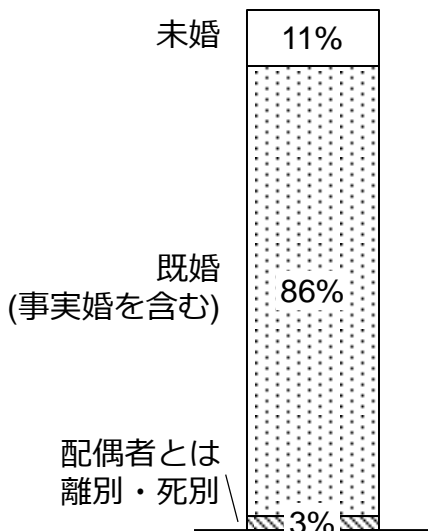
■ 年代



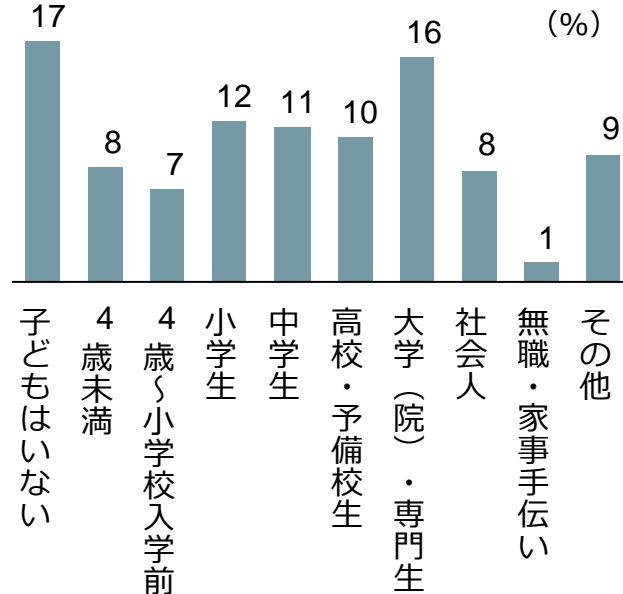
■ 職業



■ 未既婚

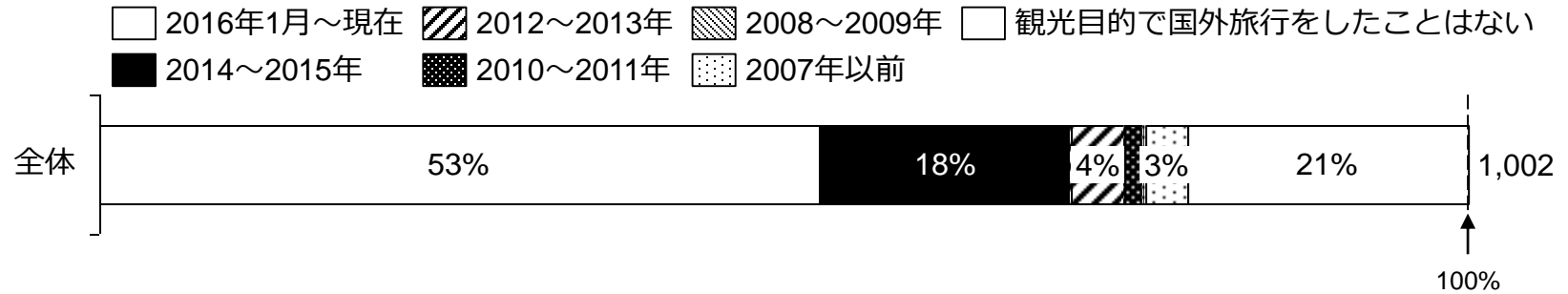


■ 子供有無・末子学齢

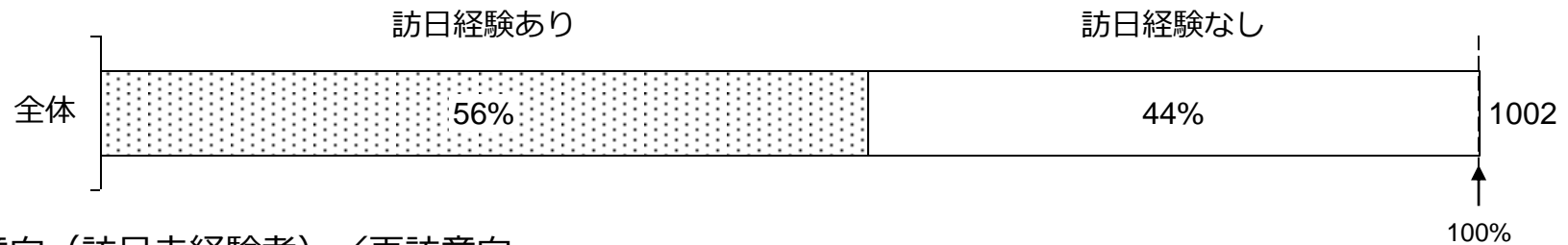


- ✓ 直近1年以内（2016年以降）の国外旅行経験者が過半数。観光目的で国外旅行をしたことがない人は2割にとどまる
- ✓ 訪日経験率は6割弱。再訪意向は約8割、「絶対に行きたい」を選んだ人が過半数と高い
- ✓ 訪日未経験者の訪日意向は5割弱の一方、非意向者も3分の1を占めており、二極化の傾向が窺える

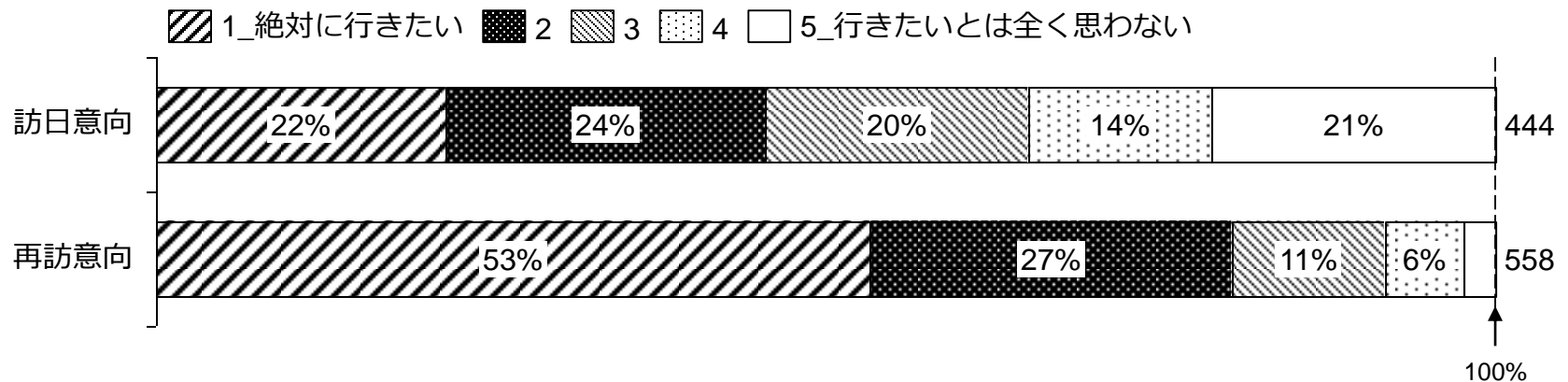
■ 直近の国外旅行時期



■ 過去訪日経験



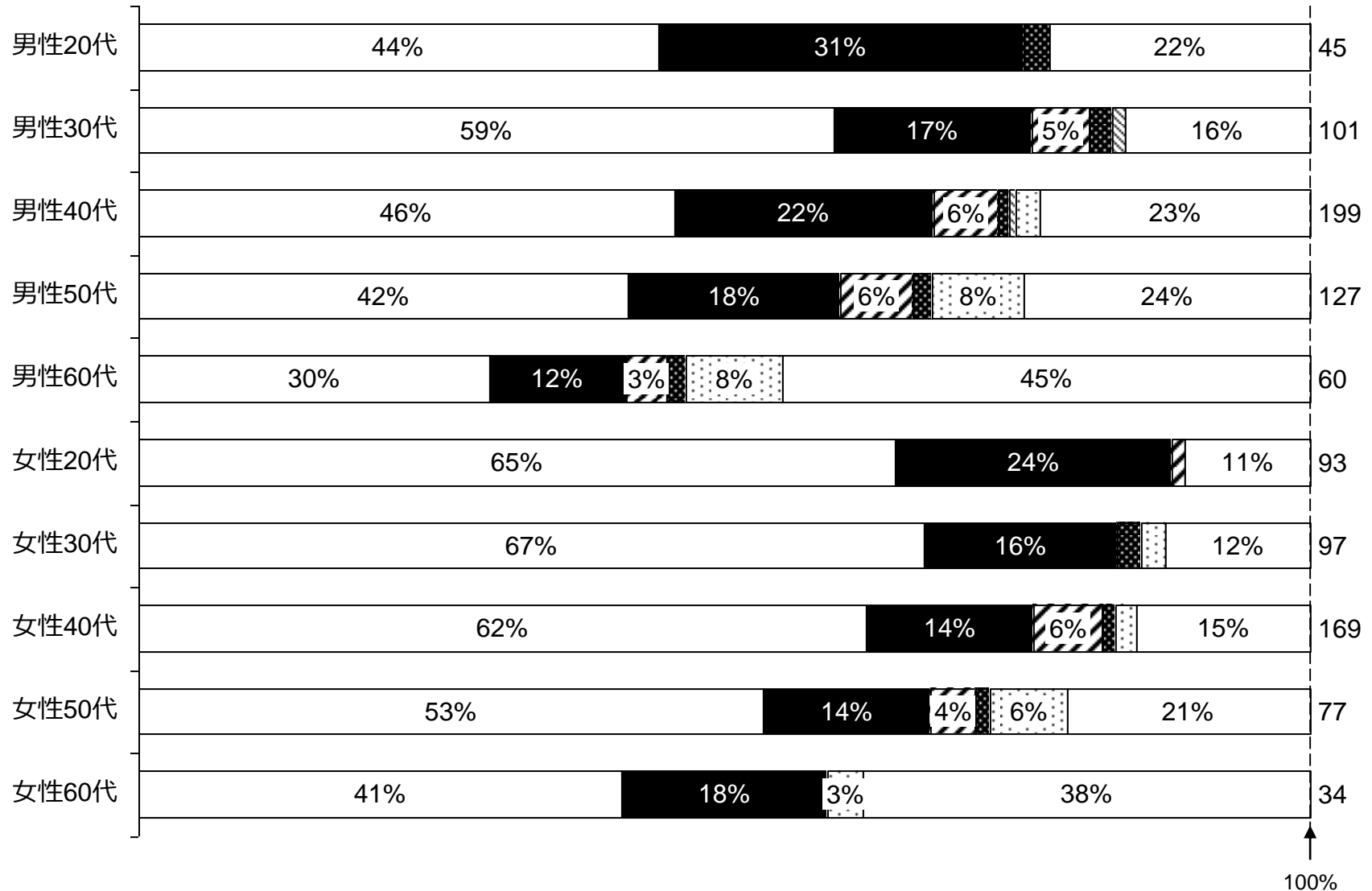
■ 訪日意向（訪日未経験者）／再訪意向



直近の国外旅行時期（性年代別）

中国

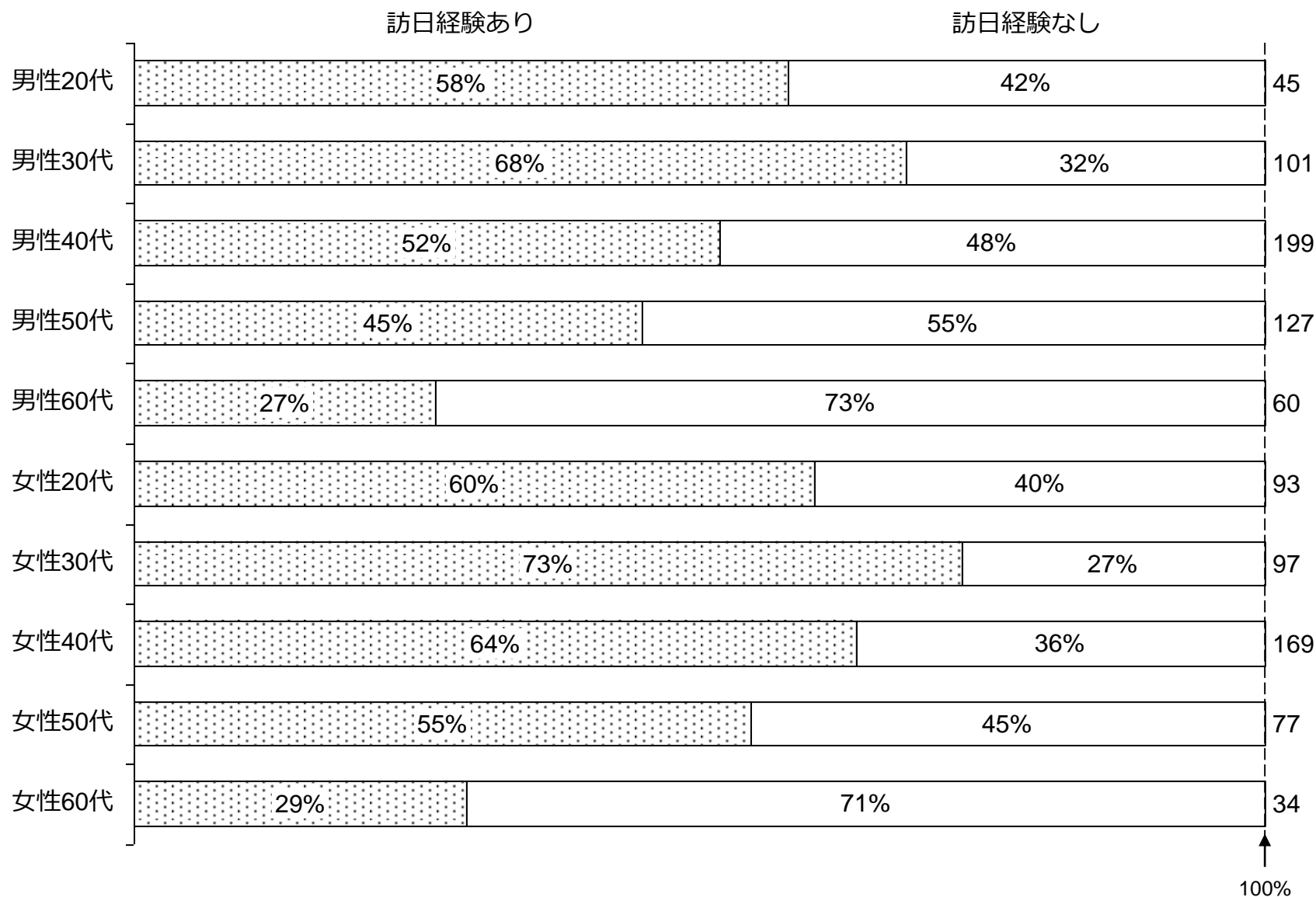
- ✓ 国外旅行経験率は女性20代・30代で特に高く約9割。約3分の2が2016年以降の国外旅行経験者
- ✓ 国外旅行経験率は男性よりも女性の方が高い
- ✓ 男女ともに、国外旅行経験率が最も低い年代は60代。男性60代の経験率は5割強にとどまる



過去訪日経験（性年代別）

中国

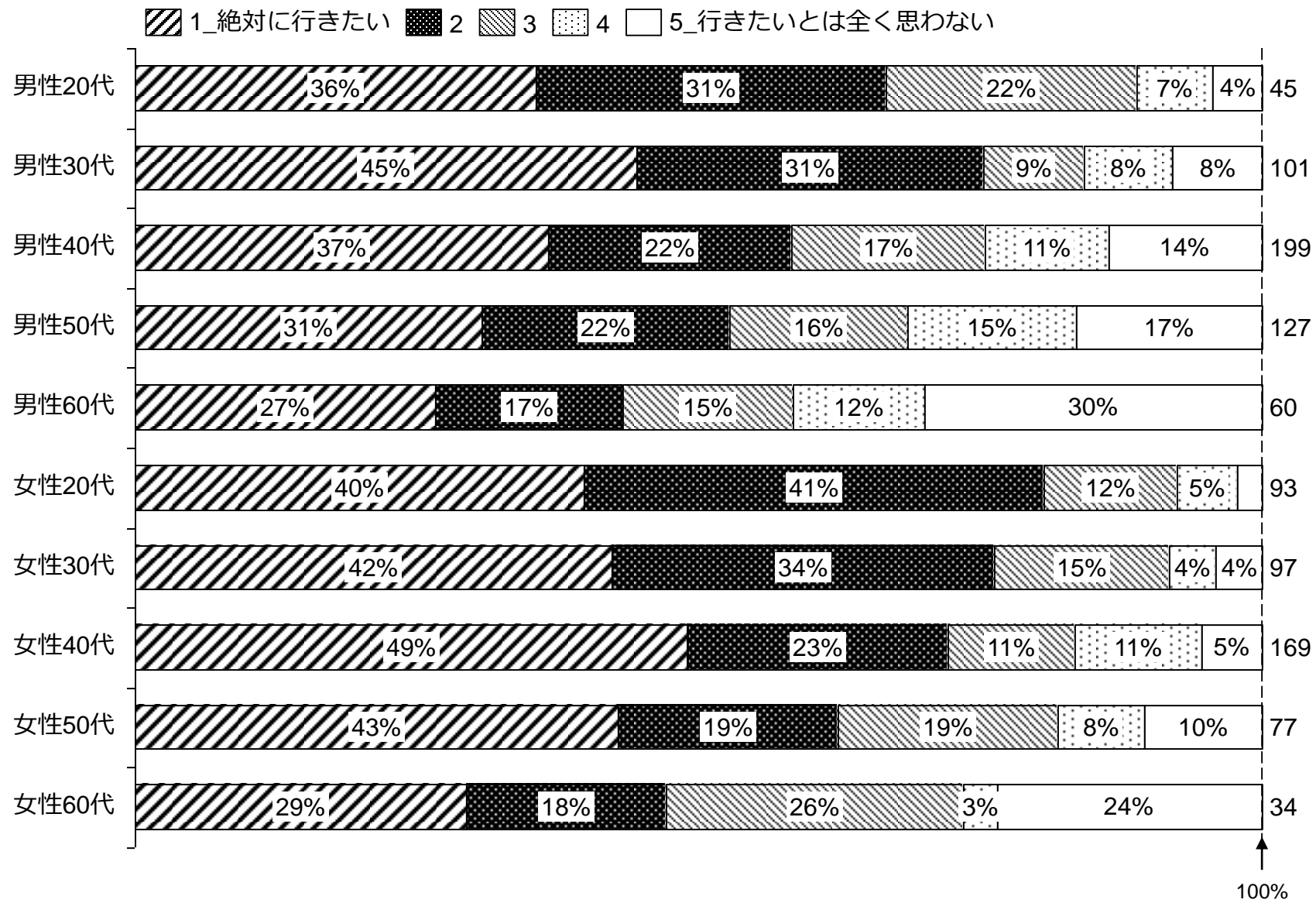
- ✓ 訪日経験が最も高いのは女性30代（73%）。次いで、男性30代（68%）、女性40代（64%）
- ✓ 60代では男女ともに訪日経験率は3割を下回る
- ✓ すべての年代において、男性よりも女性の訪日経験率の方が高い



訪日意向 (性年代別)

中国

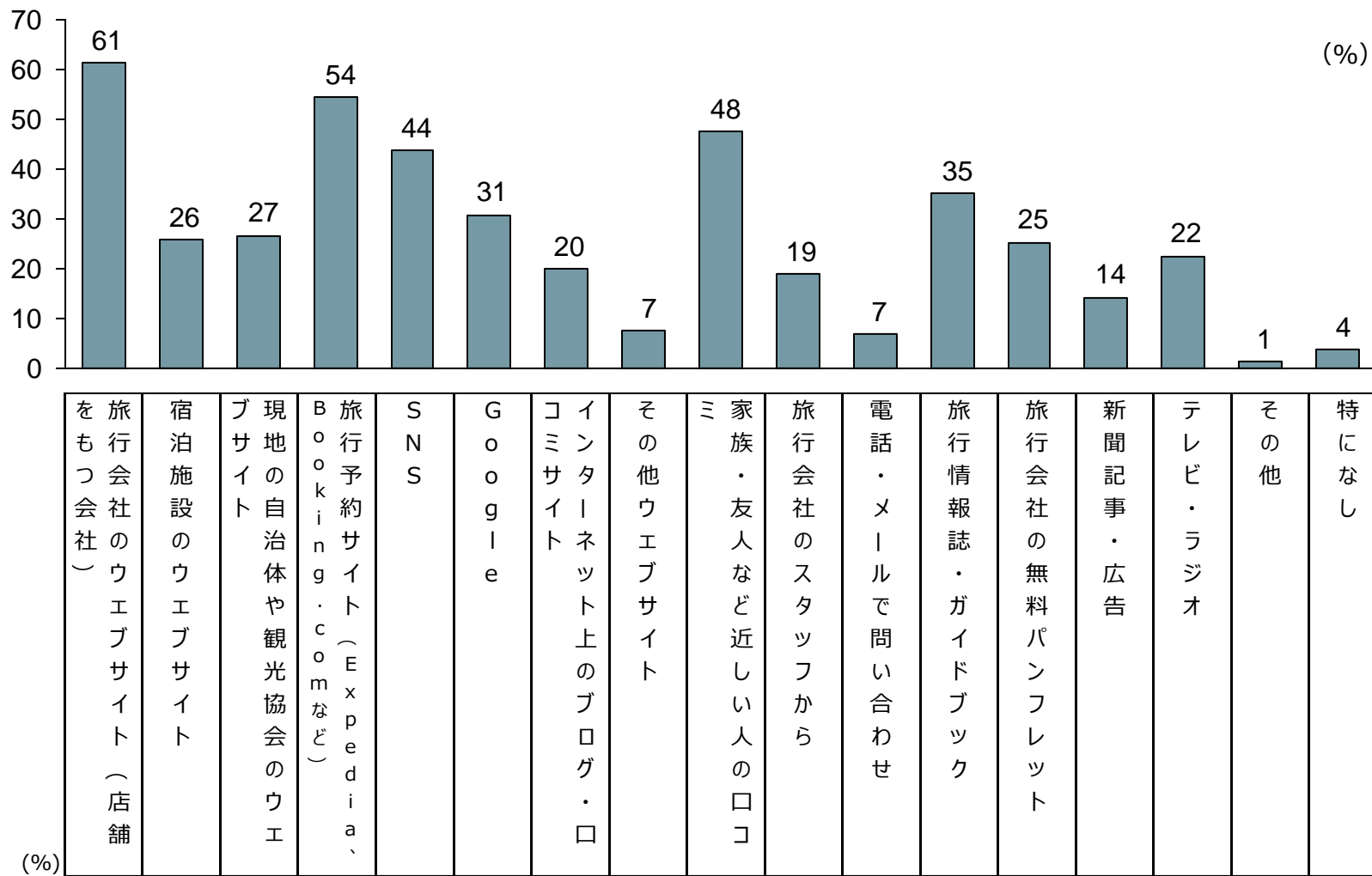
- ✓ 「絶対に行きたい」を選んだ人の割合は女性40代で最も高く、約5割にのぼる
- ✓ 男女ともに、年代があがるほど訪日非意向者が増加。男性60代では非意向者が4割以上を占める



国外旅行計画時の旅行先に関する情報源 (N=1002)

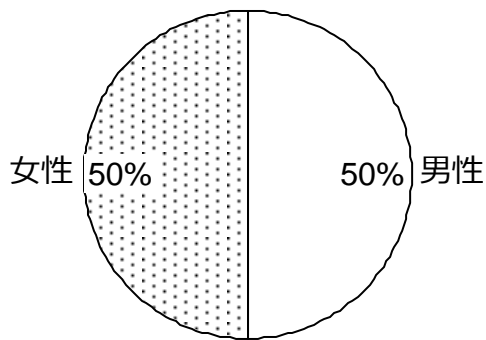
中国

- ✓ 国外旅行計画時に参考にする情報源は「旅行会社（店舗保有）のウェブサイト」が6割強で最多
- ✓ 旅行予約サイトや近い人の口コミを参考にする人が約5割であるものの、ネット上のブログ・口コミサイトを参考にする人は比較的少ない

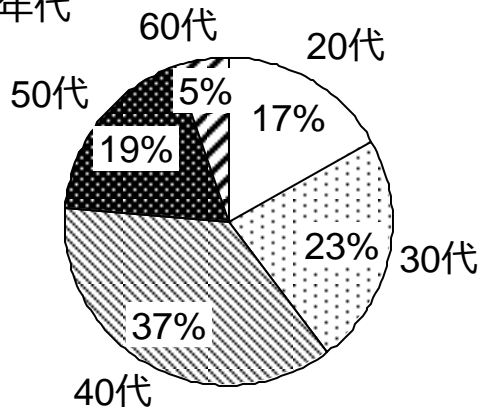


本調査結果

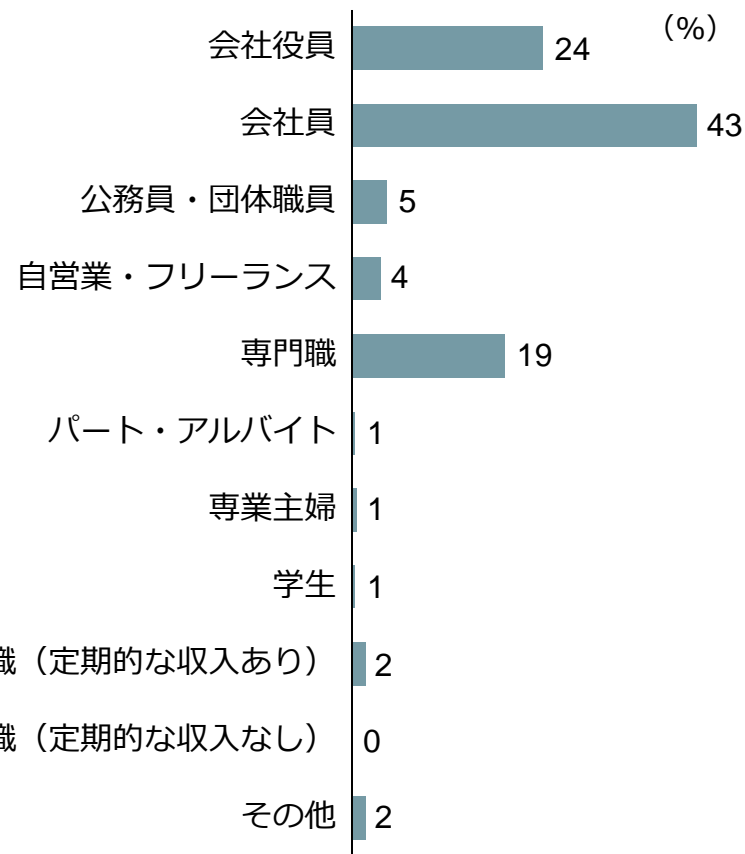
■ 性別



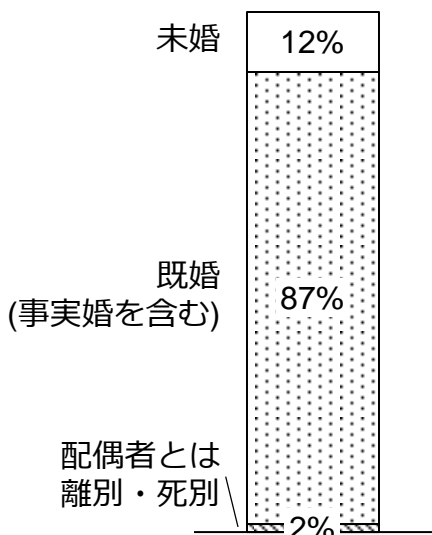
■ 年代



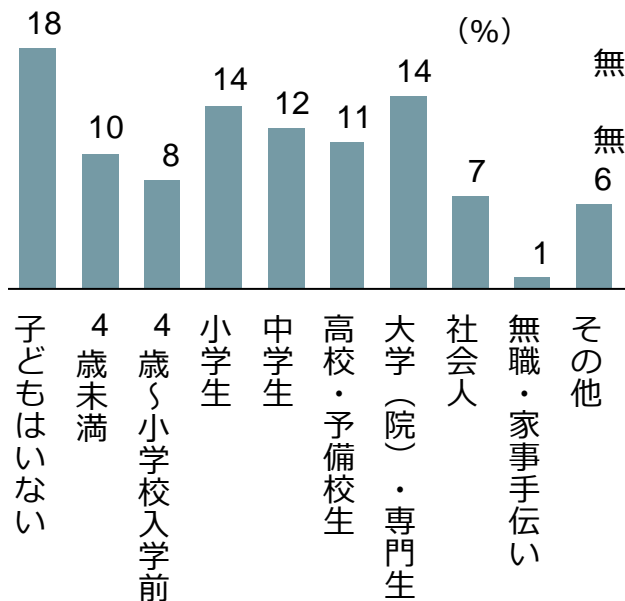
■ 職業



■ 未既婚



■ 子供有無・末子学齢



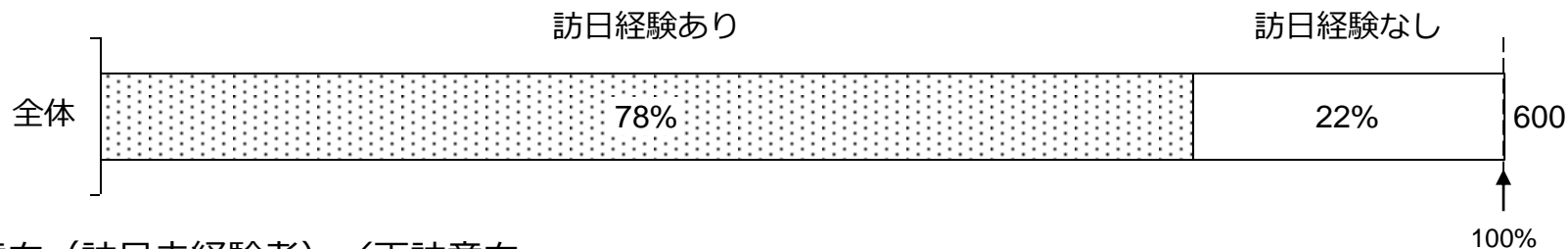
中国

- ✓ 横須賀市への来訪可能性が高い層（訪日経験または訪日意向のある国外旅行経験者）に対し本調査を実施したところ、7割以上が直近1年以内の国外旅行経験者であり、訪日経験者が約8割となった
- ✓ 訪日未経験者における訪日意向も再訪意向も、約半数が「絶対に行きたい」を選択

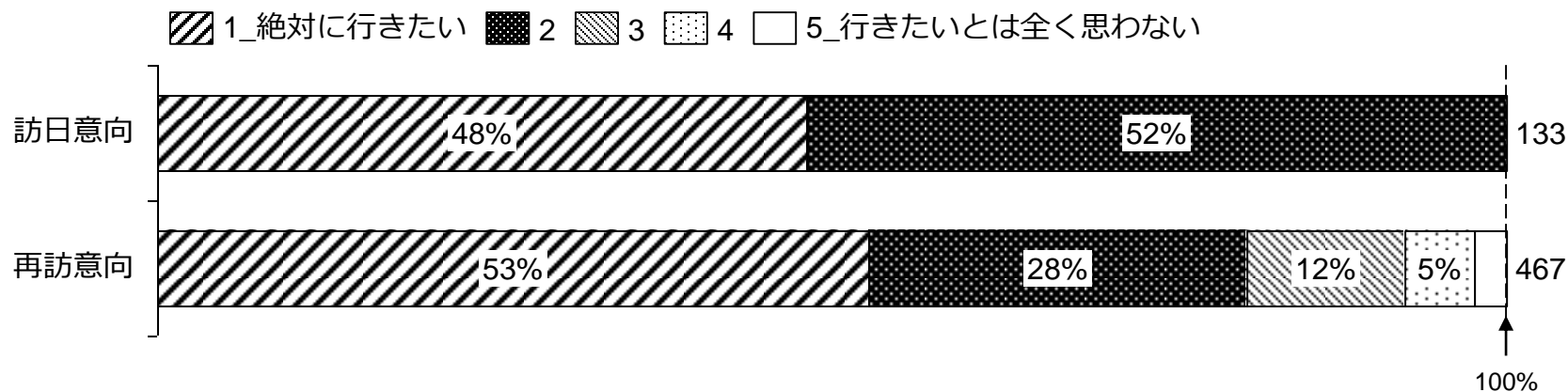
■ 直近の国外旅行時期



■ 過去訪日経験



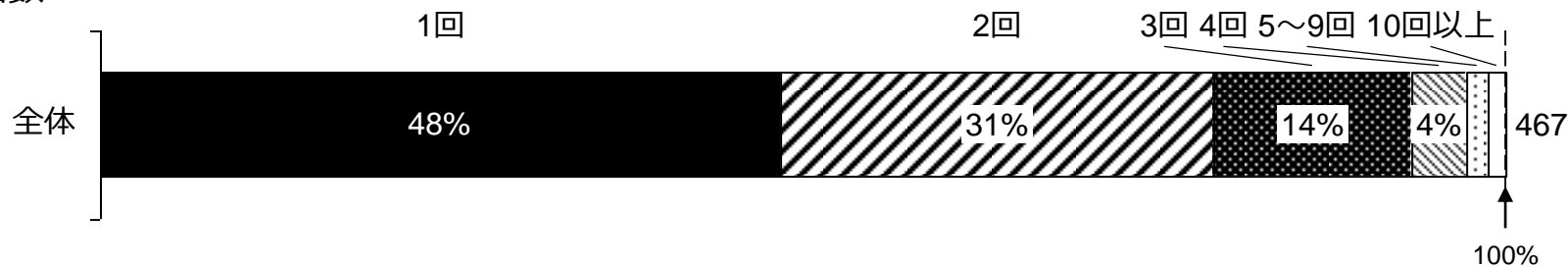
■ 訪日意向（訪日未経験者）／再訪意向



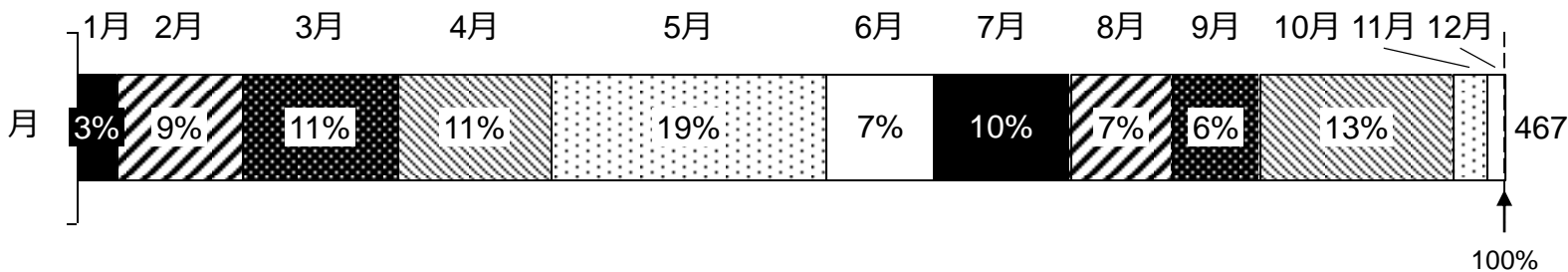
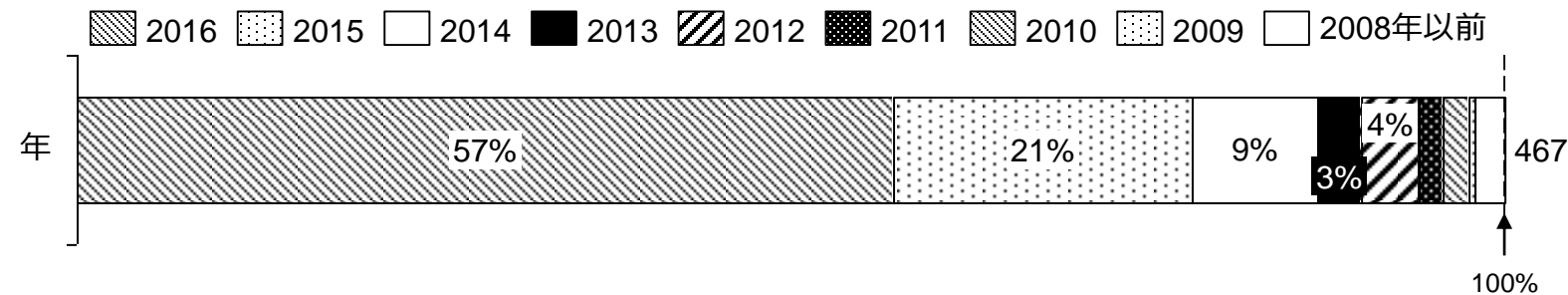
中国

- ✓ 約半数が過去1回のみでの訪問であり、4回以上のヘビーリピーターは1割に満たない
- ✓ 直近訪日時期は、2016年が6割近く。約8割が2015年以降の訪日
- ✓ 5月の訪問が約2割と最多、次いで10月（13%）。3月から5月の3か月間の訪日が約4割を占める

■ 訪日回数



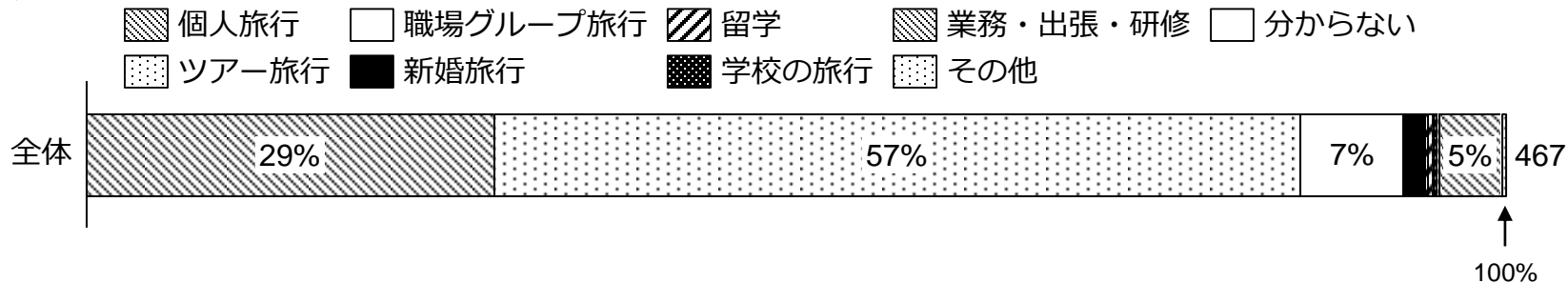
■ 直近訪日時期（年・月）



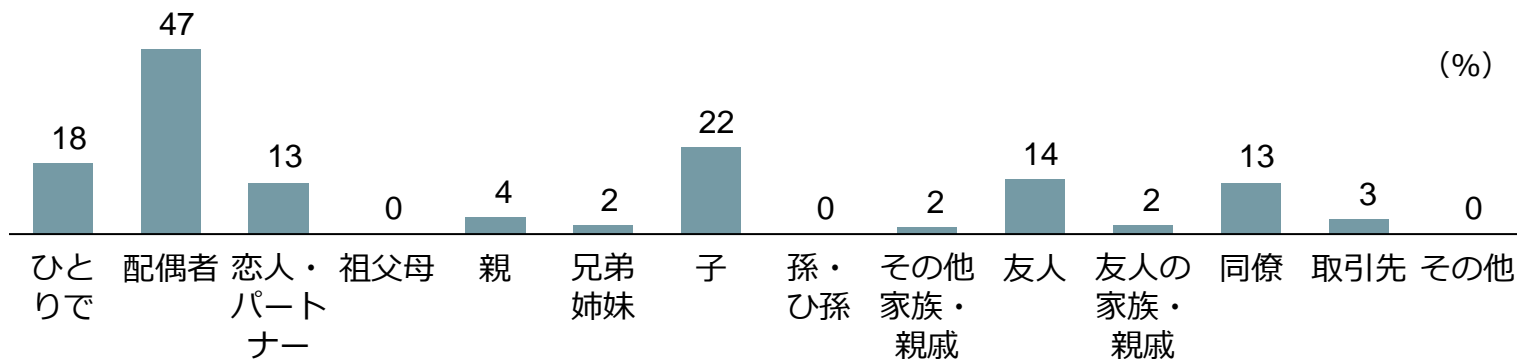
中国

- ✓ ツアー観光旅行が6割近くを占める。個人観光旅行は約3割で、業務渡航は限定的
- ✓ 同行者は、配偶者が最多で約半数。一人での訪日が比較的高く、約2割にのぼる
- ✓ 旅行日数は4～6日が6割強、1～2週間未満は3割

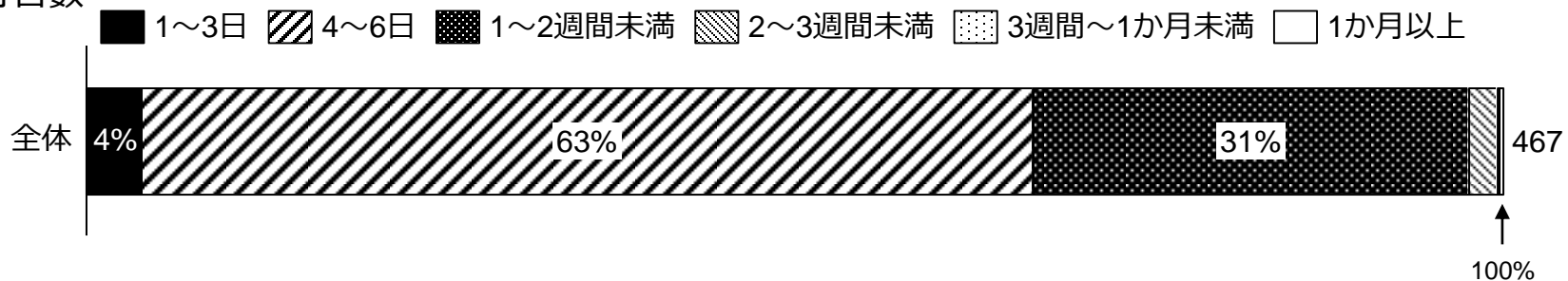
■ 旅行形態



■ 同行者



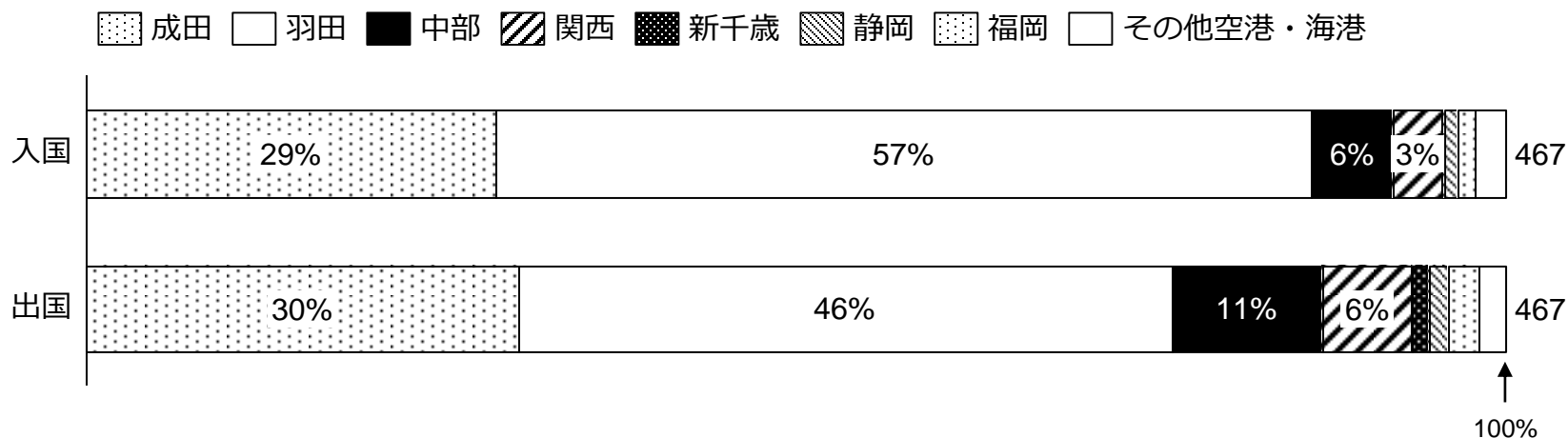
■ 旅行日数



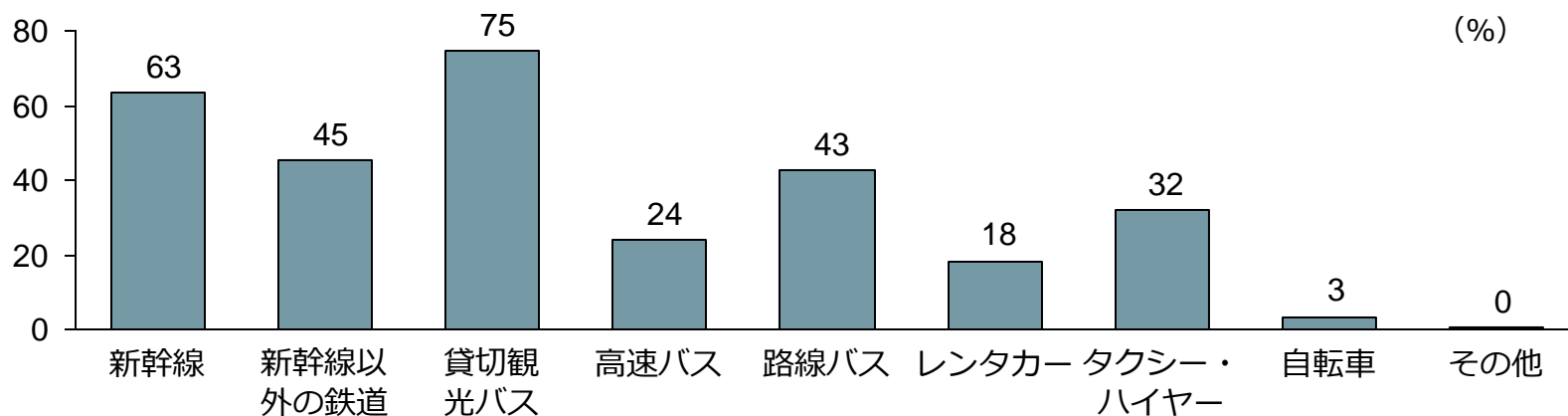
中国

- ✓ 入国・出国ともに、羽田空港の利用が最多。約6割が羽田空港から入国、約5割が出国
- ✓ 中部空港の利用が比較的多い
- ✓ 日本国内の交通手段は、貸切観光バスが約4分の3と高く、これに新幹線（63%）が続く

■ 出入国空港



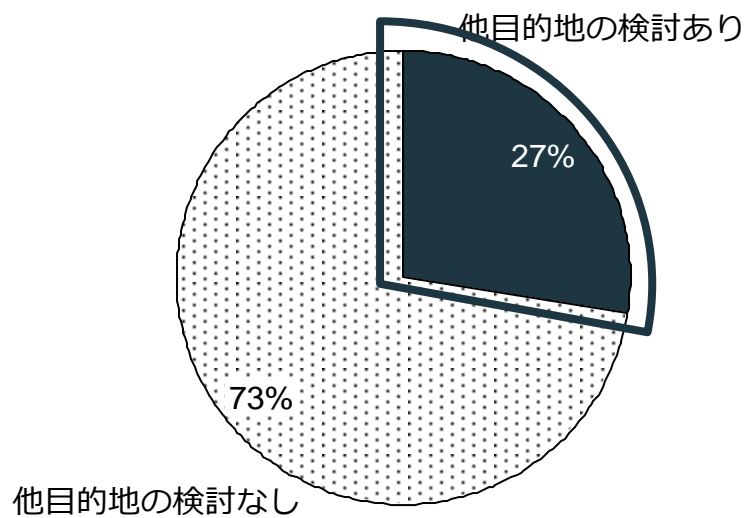
■ 利用交通手段（日本国内）



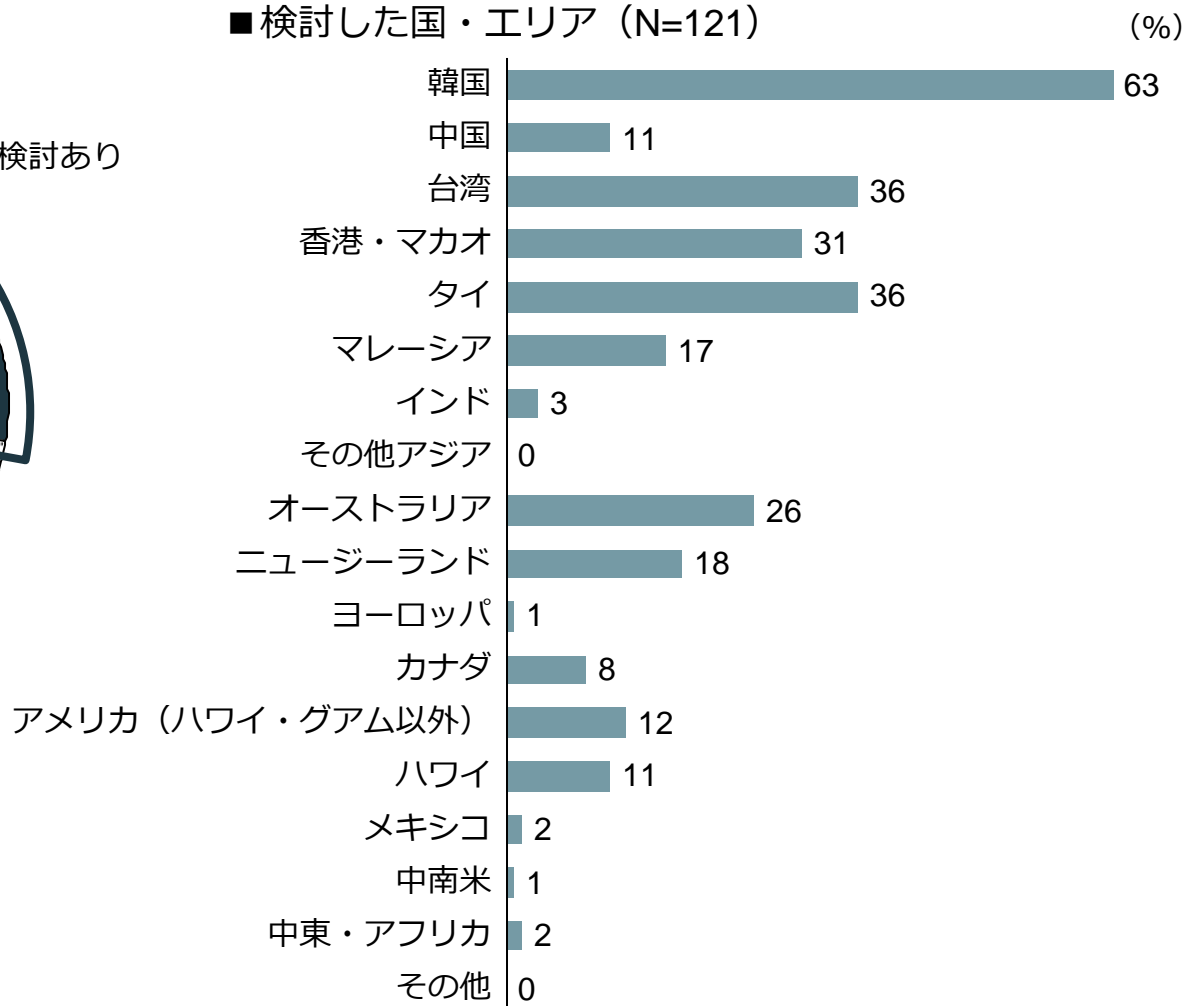
中国

- ✓ 訪日旅行計画時に、他目的地と比較検討した人は約3割
- ✓ 韓国との比較がメインで6割以上。台湾、タイ、香港・マカオが3分の1前後

■ 他目的地の検討有無 (N=441)



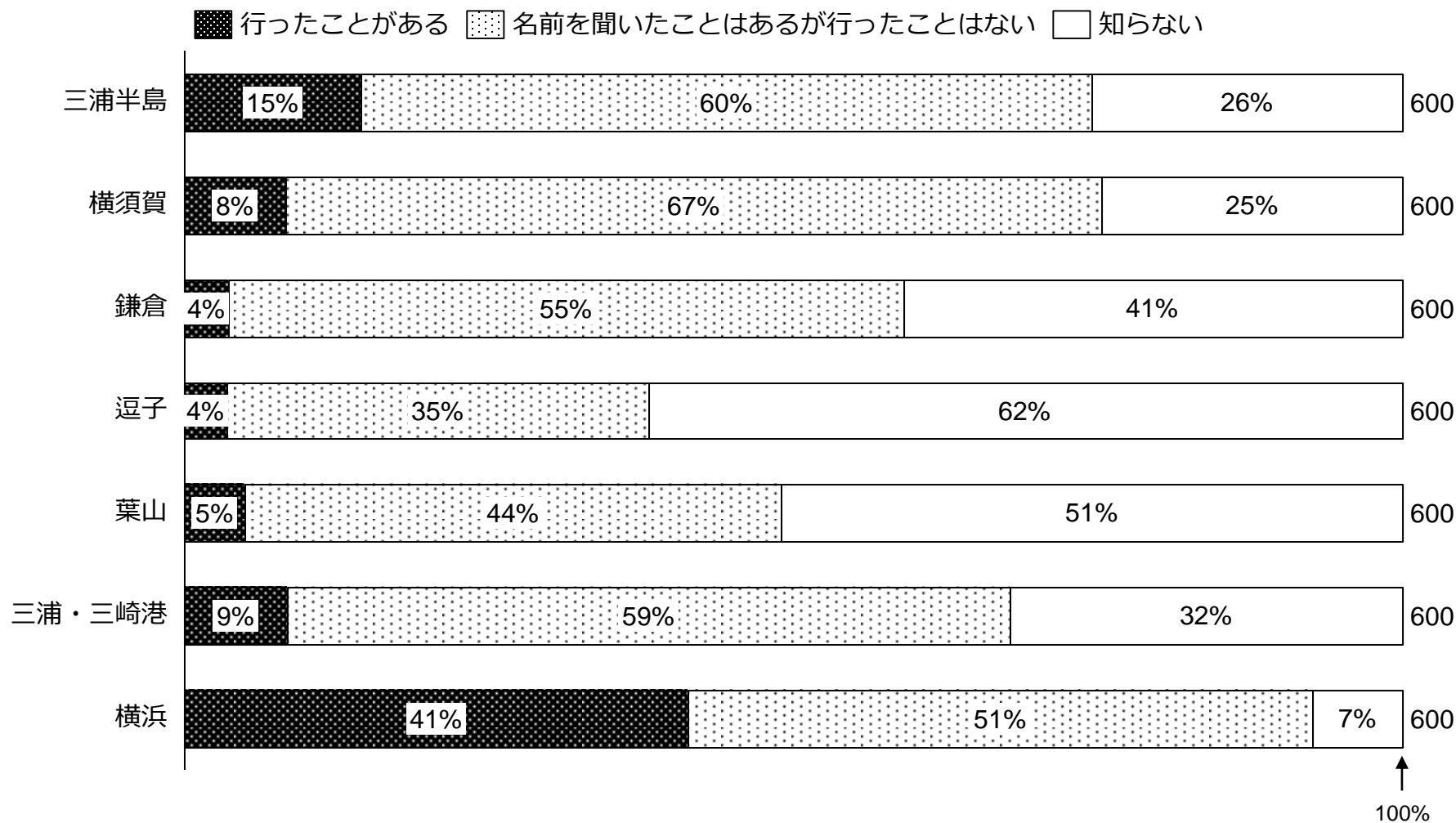
■ 検討した国・エリア (N=121)



中国

- ✓ 三浦半島は約4分の3が認知しており、過去訪問率は15%。半島内エリアでは、横須賀市の認知が最も高く7割超。三浦・三崎港の認知率は横須賀市よりも低いものの、過去訪問率は9%と横須賀と同程度。他国マーケットと比べ、鎌倉の認知・訪問が低い点特徴的
- ✓ 横浜の認知率は9割超、訪問率は4割以上と非常に高い

■ 認知・訪問率

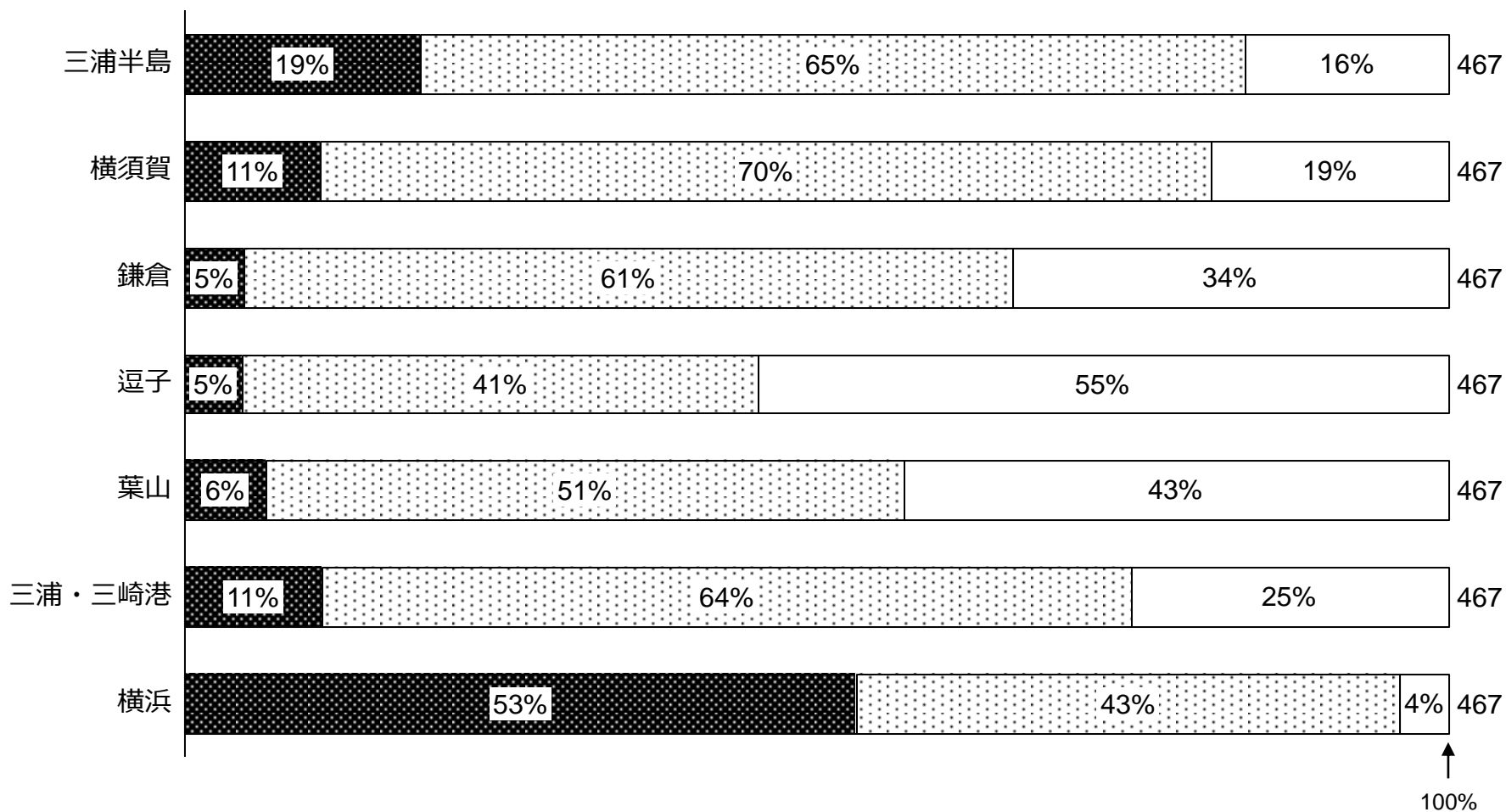


中国

- ✓ 訪日経験者における三浦半島の認知率は84%、過去訪問率は19%
- ✓ 横須賀の認知は8割にのぼり、訪問率も1割超と他エリアよりも高い
- ✓ 横浜の訪問率は5割を超えている

■ 認知・訪問率

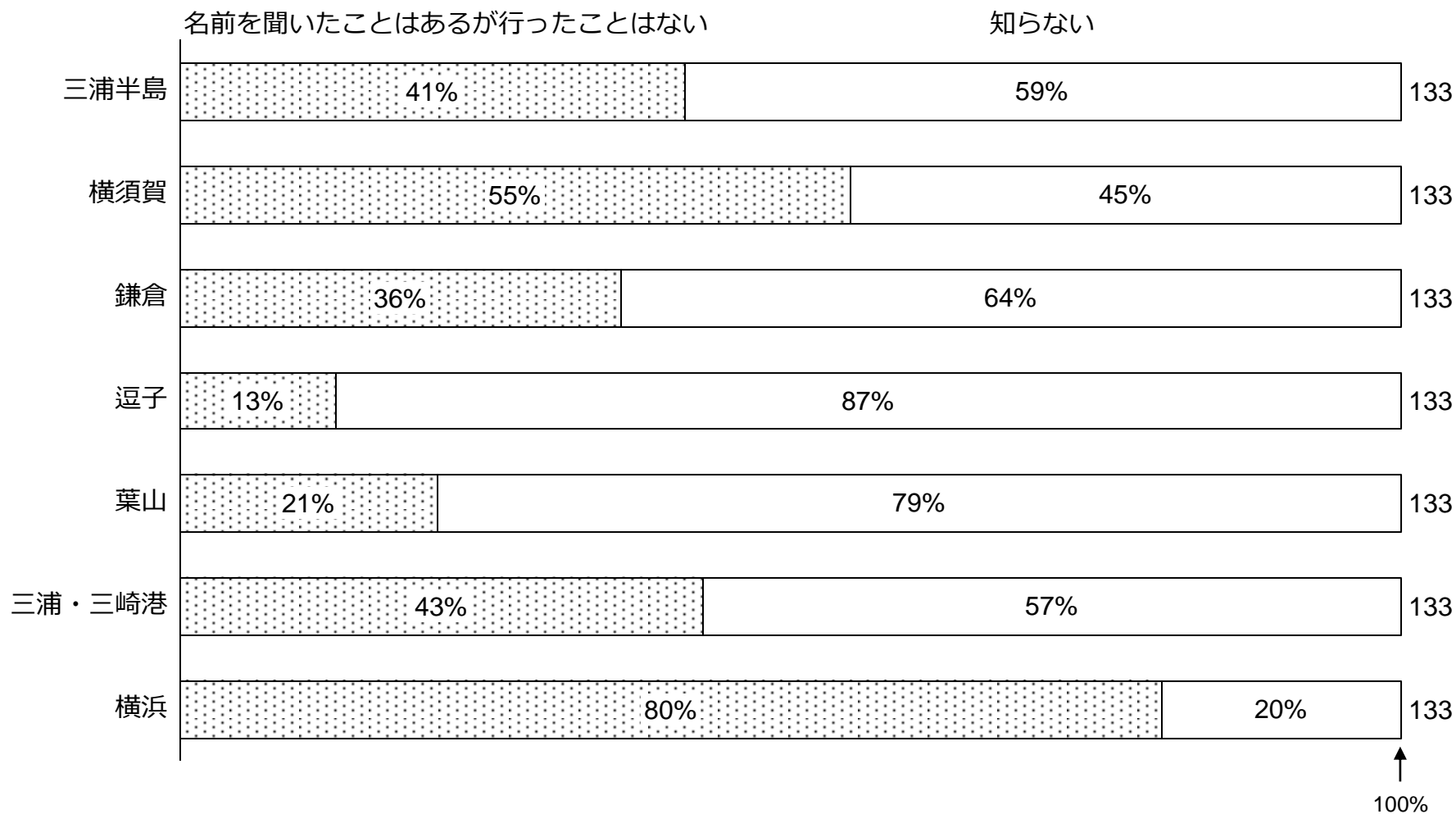
行ったことがある
 名前を聞いたことはあるが行ったことはない
 知らない



中国

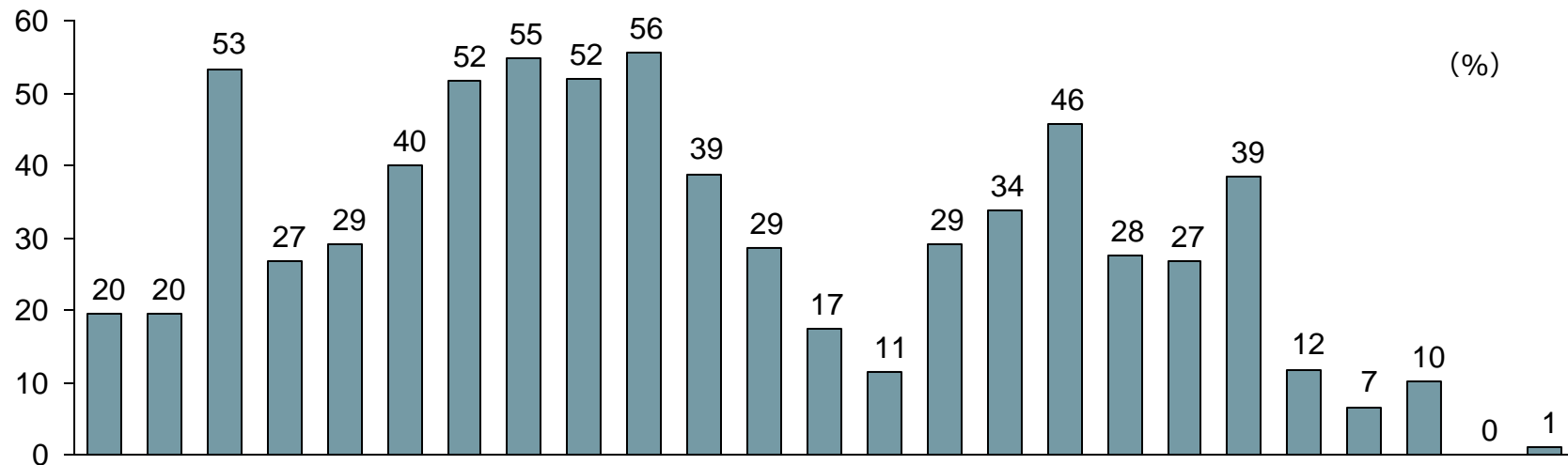
- ✓ 訪日未経験者においては、三浦半島の認知率は約4割
- ✓ 横須賀の認知は55%と、三浦半島の認知を大きく上回る
- ✓ 訪日未経験者においても横浜の認知は高く8割にのぼる

■ 認知・訪問率



中国

- ✓ 三浦半島の説明文・画像を提示した後では、「食・グルメ」「景色・眺めが良い」「街並みが美しい」「自然が豊か」「気候に恵まれている」のイメージ想起率が5割を超える
- ✓ 「気候に恵まれている」「景色・眺めが良い」「歴史的・文化的な遺産がある」イメージは訪日未経験者の想起率が経験者を大きく上回る

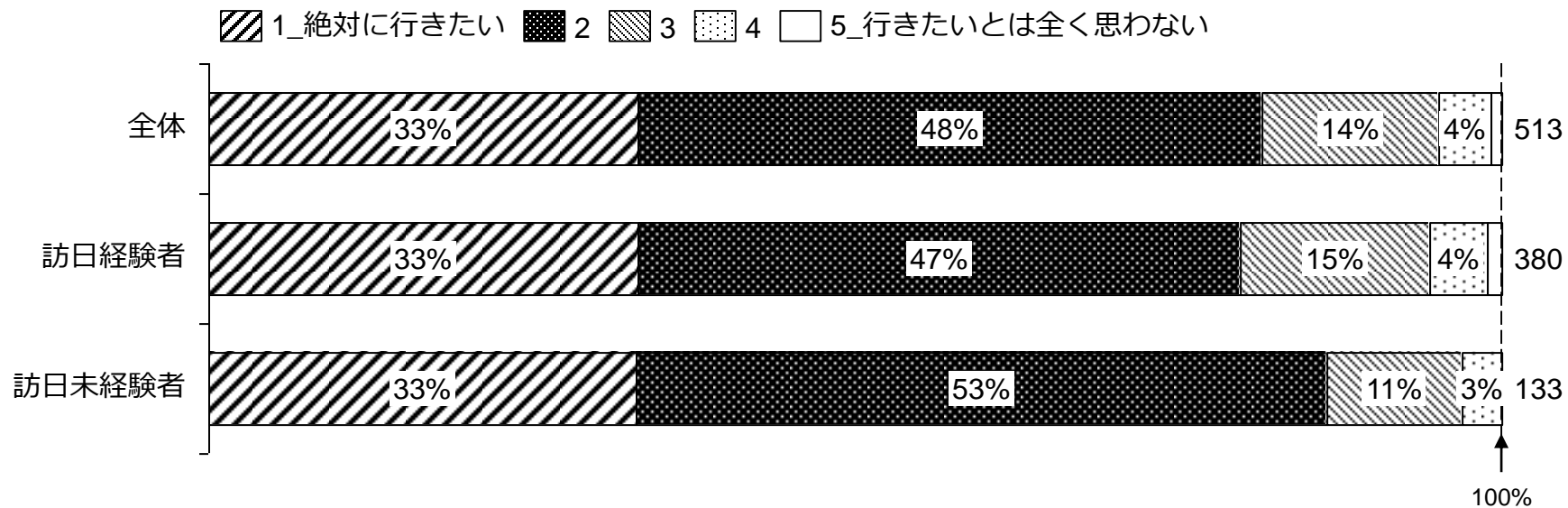


	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	食べ物が美味しい・グルメが楽しめる	リゾート地である	にぎわいがある	アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	アニメ・漫画・ゲームの舞台である	AR位置情報ゲーム(※)が楽しめる	アメリカドルが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	20	20	53	27	29	40	52	55	52	56	39	29	17	11	29	34	46	28	27	39	12	7	10	0	1
訪日経験者(N=467)	18	19	51	26	27	37	51	51	49	53	37	27	15	10	28	33	44	27	25	38	12	7	9	0	1
訪日未経験者(N=133)	25	20	62	29	35	52	53	68	62	64	43	35	26	17	34	38	51	29	32	41	9	4	13	0	1

(※)AR位置情報ゲーム：イングリブ、ポケモンGOなど

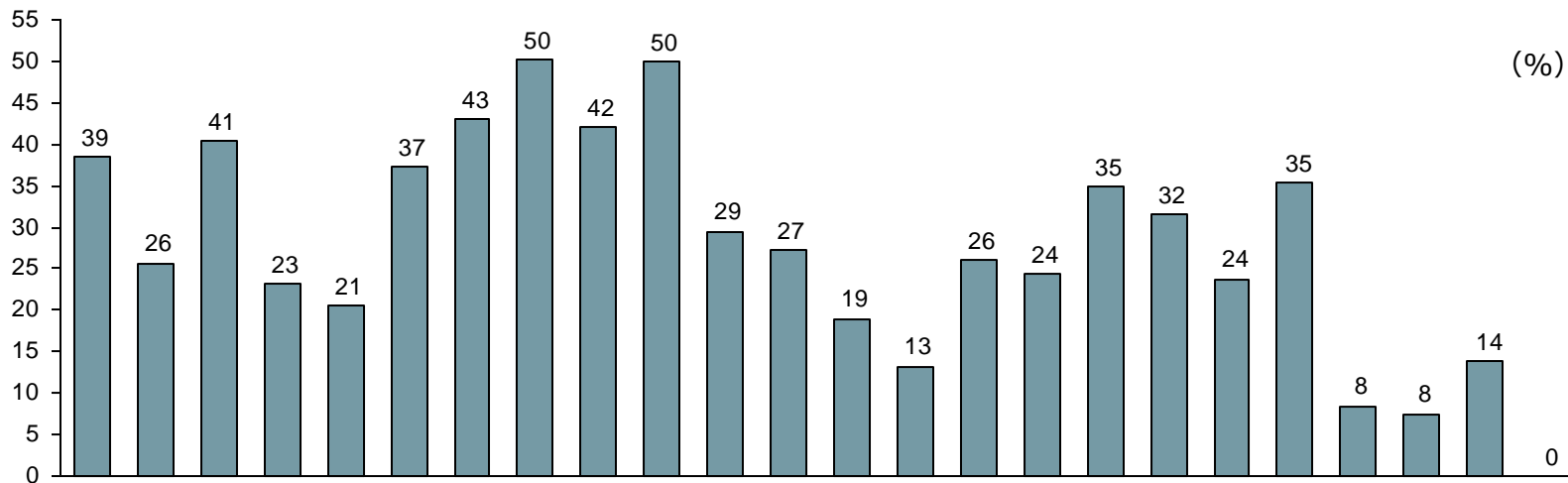
- ✓ 三浦半島未訪問者のうち、3割超が「絶対に行きたい」と強い意向を示している
- ✓ 半島訪問意向は、訪日未経験者の方がやや強い

■ 三浦半島への訪問意向（半島未訪問者のみ）



中国

- ✓ 横須賀市の説明文・画像を提示した後では、「景色・眺めが良い」「食・グルメ」イメージの想起が5割と最多
- ✓ 「米軍基地・自衛隊施設がある」「歴史的・文化的な遺産がある」イメージは、訪日未経験者の想起率が経験者を大きく上回っている

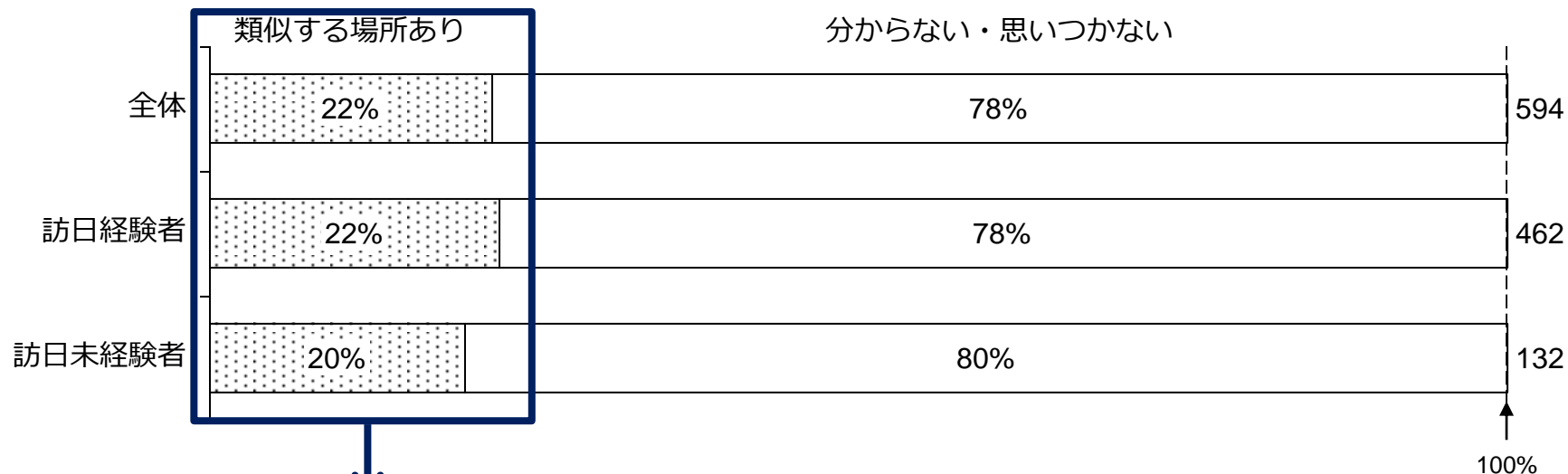


	米軍基地・自衛隊施設がある	国際的な雰囲気がある	街並みが美しい	上品な雰囲気・高級感がある	伝統的な祭りや芸能が楽しめる	歴史的・文化的な遺産がある	自然が豊か	景色・眺めが良い	気候に恵まれている	食・グルメが美味しい・グルメが楽しめる	リゾート地である	にぎわいがある	アウトドアやスポーツが楽しめる	住宅地である	多くの観光客が訪れる	ファミリーで楽しめる	のんびりできる	公共交通でのアクセスが良い	様々な楽しみ方が出来る	一年中楽しめる	である	アニメ・漫画・ゲームの舞台	楽しめる	AR位置情報ゲーム(※)が利用できる	アメリカカードルが利用できる	その他	特にイメージはない
全体(N=600)	39	26	41	23	21	37	43	50	42	50	29	27	19	13	26	24	35	32	24	35	8	8	14	0	1		
訪日経験者(N=467)	35	24	39	23	19	34	41	48	40	49	29	28	17	13	24	24	34	30	22	34	8	8	13	0	1		
訪日未経験者(N=133)	51	31	46	25	27	48	49	59	48	55	29	25	27	15	33	24	36	38	29	41	8	7	17	0	1		

(※)AR位置情報ゲーム：インGRES、ポケモンGOなど

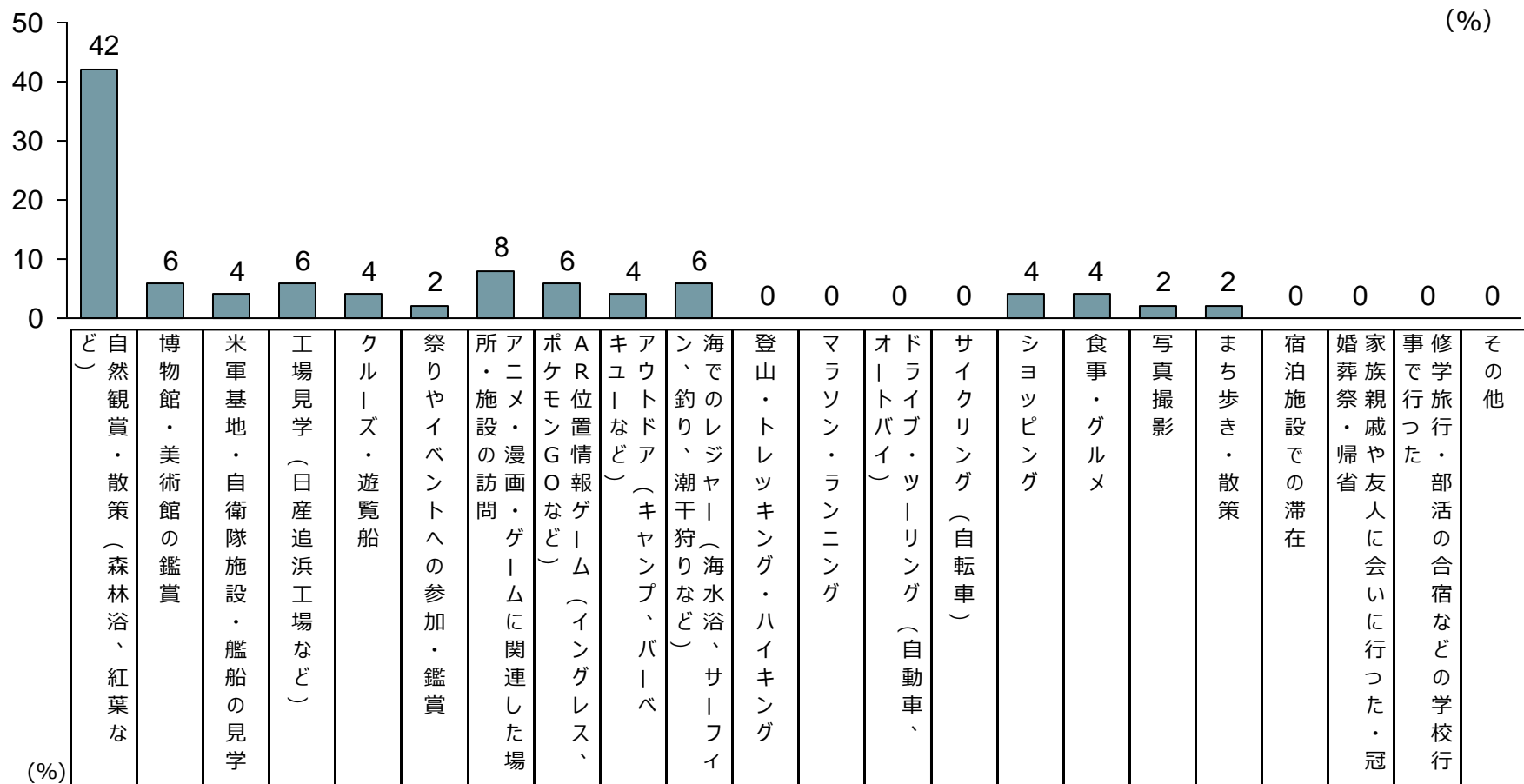
- ✓ 横須賀市と類似する場所を想起する人は全体の2割強。訪日経験の有無で大きな差はない
- ✓ 想起された場所は沖縄が最多で2割強。これに、横浜、北海道が続く

■横須賀市に似た日本国内の場所



類似する日本国内の場所 (有効回答数 N=102)	N	%
沖縄	24	23.5%
横浜	18	17.6%
北海道	15	14.7%
大阪	7	6.9%
三浦・三浦半島	6	5.9%
千葉	4	3.9%
東京	4	3.9%

✓ 直近の横須賀市訪問時の目的は、自然観賞・散策が突出して高い



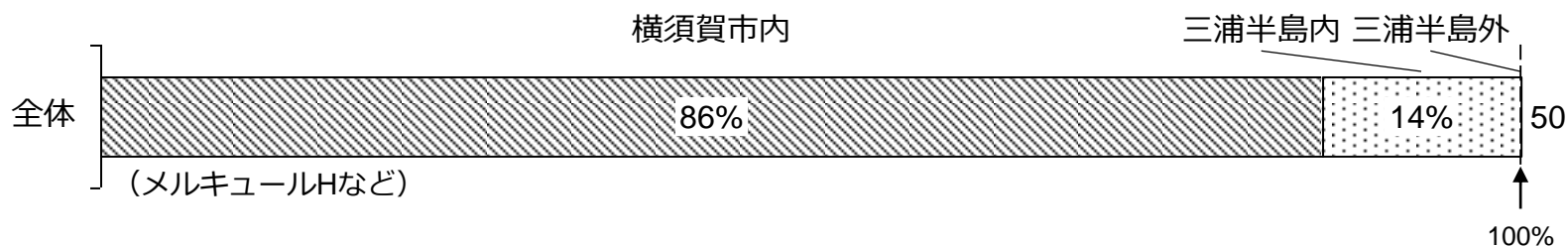
- ✓ 市内では公園やビーチの訪問が比較的多い。市外でもビーチの訪問が多い
- ✓ 市訪問者の約9割が市内に宿泊。メルキュールホテル利用者が多かった
- ✓ 満足度は非常に高く、6割近くが「非常に満足」を選択

■ 訪問場所 (自由回答・上位抜粋)

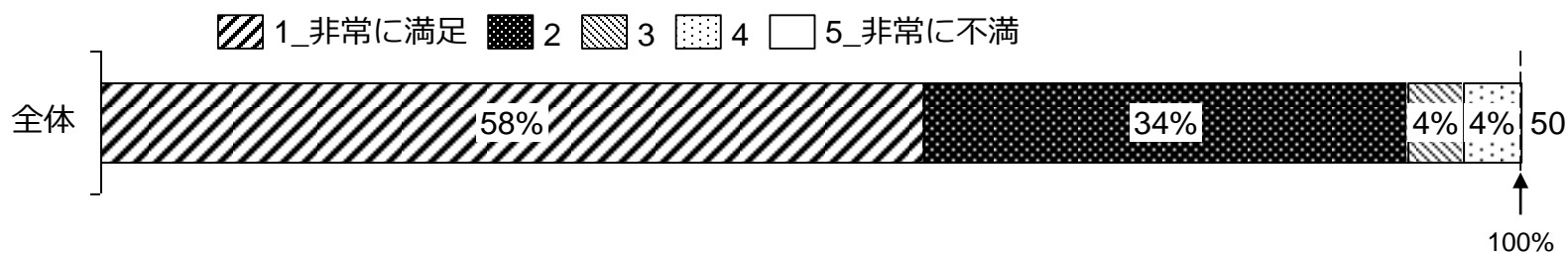
横須賀市内 (有効回答数 N=41)	N	%
公園 (三笠、ヴェルニー、中央公園など)	12	29.3%
ビーチ	11	26.8%
博物館	4	9.8%
マーケット・市場	4	9.8%

三浦半島内 (市外) (有効回答数 N=37)	N	%
ビーチ	13	35.1%
港	4	10.8%
油壺マリンパーク	3	8.1%

■ 宿泊場所



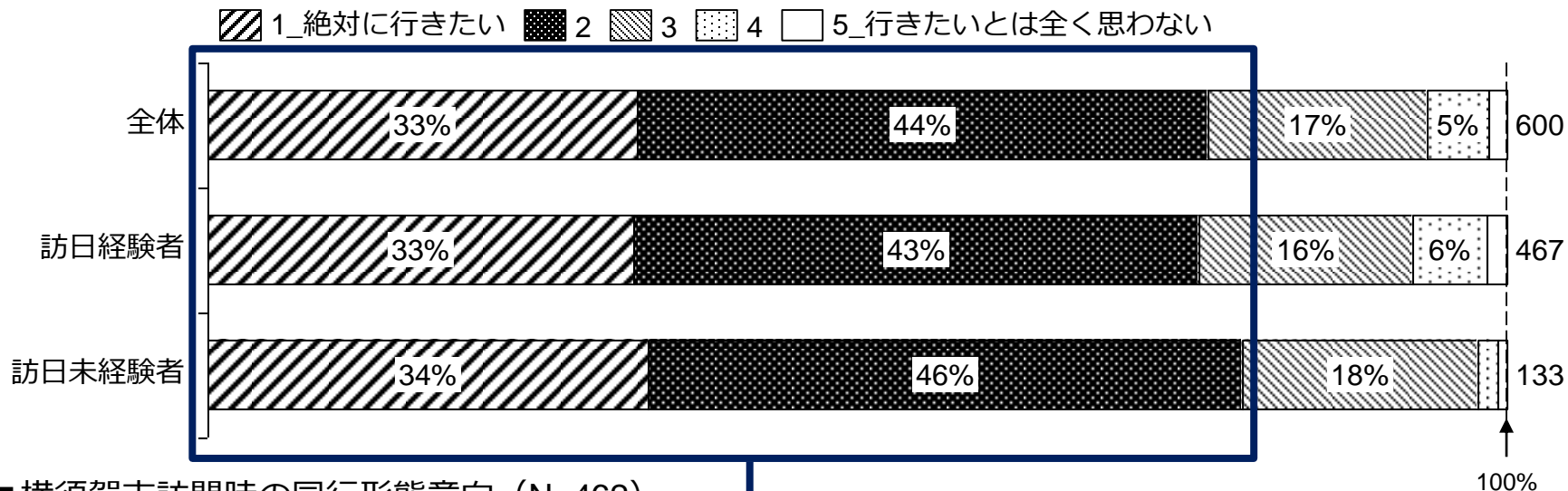
■ 満足度



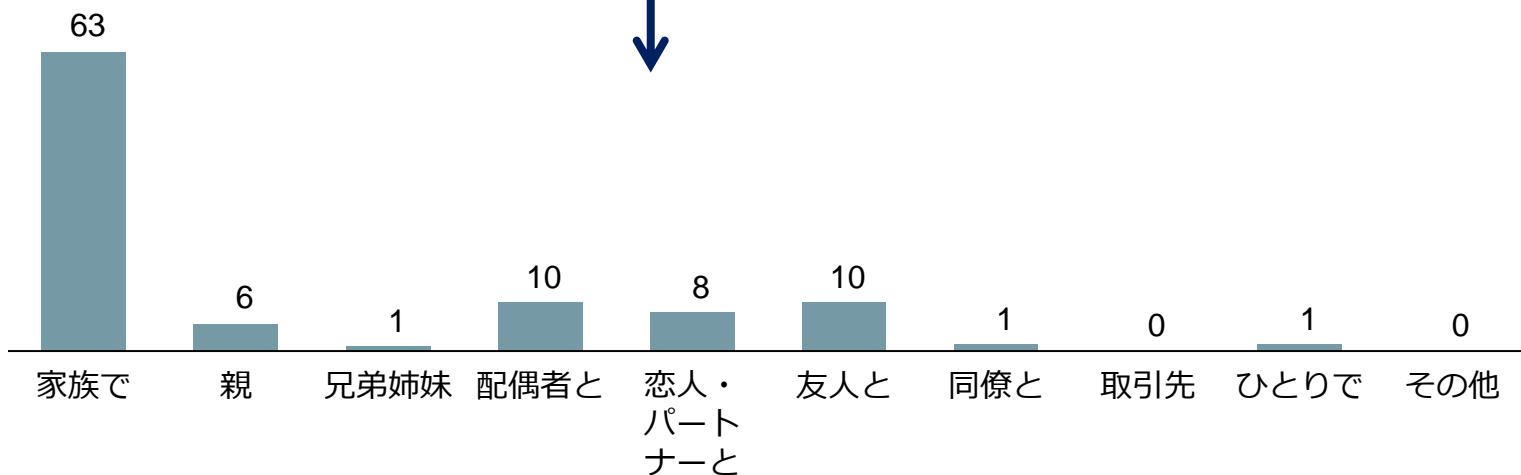
中国

- ✓ 市訪問意向者は全体の8割弱（上位2段階選択率）
- ✓ 市訪問非意向者は全体の6%と少ないものの、訪日経験者の方が非意向率がやや高い
- ✓ 希望の同行形態は家族が6割以上を占める

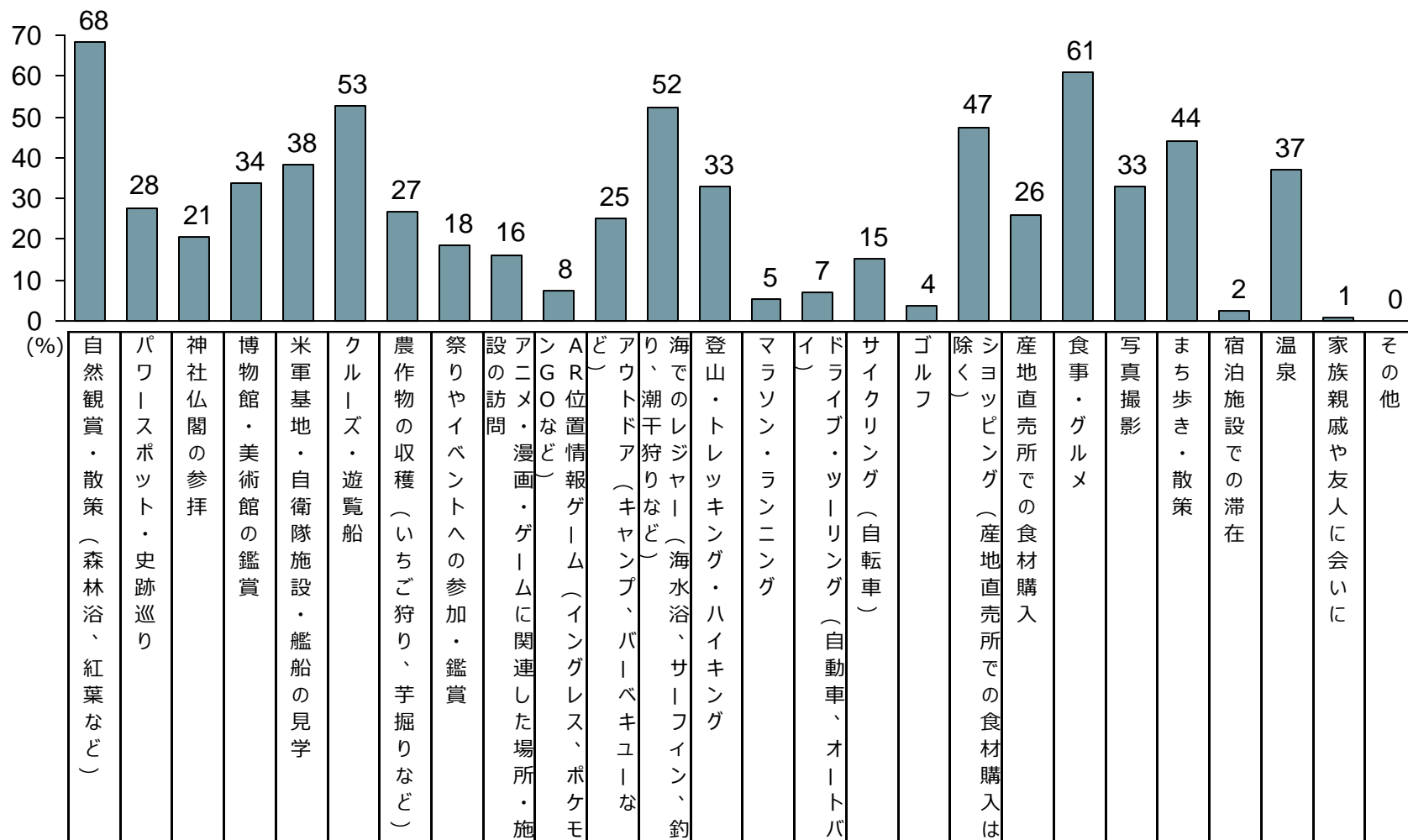
■横須賀市への訪問意向



■横須賀市訪問時の同行形態意向 (N=462)



- ✓ 「自然観賞・散策」「食・グルメ」の人气が高く6割以上。クルーズや海でのレジャーに対する興味が高い



横須賀市訪問時に希望する市外訪問場所

中国

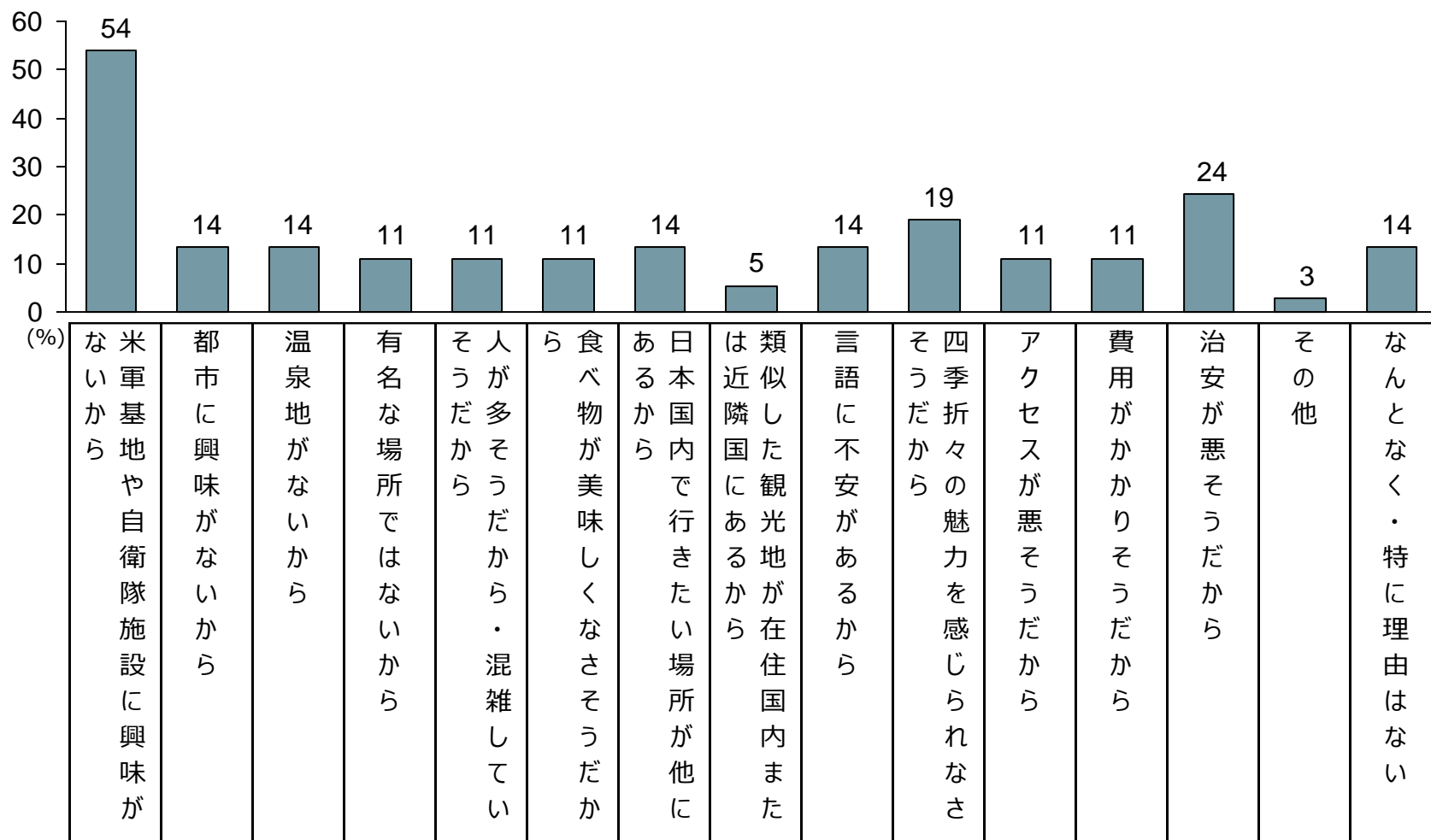
- ✓ 東京、横浜の人气が特に高く、訪問希望者は約半数
- ✓ 訪日未経験者の希望率が経験者を大きく上回る場所は、東京、富士山・河口湖、北海道（札幌・函館以外）、大阪などの人気観光地が並ぶ

(%)	特になし	札幌	函館	その他北海道	仙台	その他東北	東京	横浜	日光	箱根	伊豆・熱海	その他関東	名古屋	立山・黒部	飛騨・高山	富士山・河口湖	その他中部	金沢	その他北陸	大阪	京都	奈良	神戸	その他関西	広島	岡山	その他中国	四国	福岡・博多	長崎	その他九州	沖縄
全体 (N=462)	3	26	6	30	17	7	54	48	8	12	16	10	37	2	4	35	5	3	2	36	36	19	22	4	8	2	3	5	8	8	6	10
訪日経験者 (N=356)	3	28	7	27	15	8	48	47	9	13	17	11	36	2	4	31	6	3	3	32	35	19	20	4	6	2	3	6	8	7	5	8
訪日未経験者 (N=106)	2	18	1	39	24	3	74	48	4	8	15	6	42	1	3	51	2	1	1	46	42	23	27	4	12	1	3	3	8	12	8	14

横須賀市非訪問意向の理由 (N=37)

中国

- ✓ 市訪問意向がない理由は、「米軍基地や自衛隊施設に興味がないから」が最多で半数を超える
- ✓ 次いで「治安が悪そうだから」が約4分の1と高い

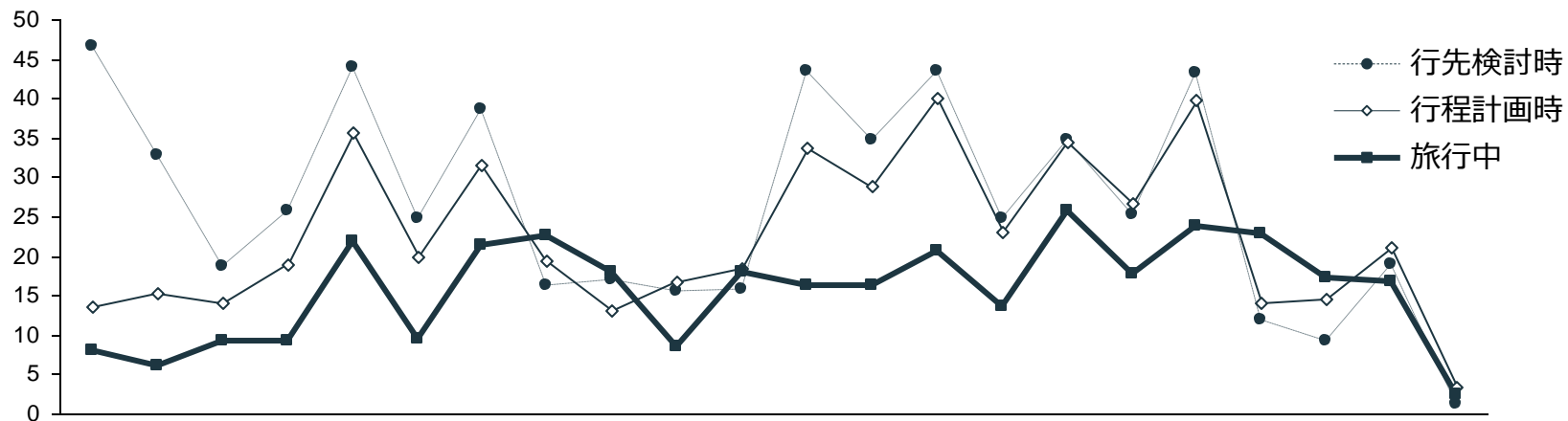


国外旅行に関する情報源（上位10位）（N=600）

- ✓ 国外旅行で目的地を検討している際には、テレビ番組やガイドブックといった情報源に加え、旅行関係の総合情報サイトや旅行会社のサイトが参考にされる傾向にある
- ✓ 旅行中には、SNSや近しい人の口コミや、旅先で出会った一般人からの情報を参考にすることが多い

行先検討時 (N=600)			行程計画時 (N=600)			旅行中 (N=600)		
順位		%		%		%		
1	テレビ番組	46.5	旅行会社のサイト	40.0	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	25.8		
2	旅行情報誌・ガイドブック	44.0	家族や友人・知人など近しい人からの口コミ	39.8	家族や友人・知人など近しい人からの口コミ	23.8		
3	旅行関係の総合情報サイト	43.5	旅行情報誌・ガイドブック	35.7	旅行先で出会った一般人	22.8		
4	旅行会社のサイト	43.3	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	34.5	空港や駅などに置いてある無料パンフレット・チラシ	22.5		
5	家族や友人・知人など近しい人からの口コミ	43.2	旅行関係の総合情報サイト	33.7	旅行情報誌・ガイドブック	21.8		
6	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	38.5	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	31.5	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	21.3		
7	政府観光局や自治体など、現地が発信している観光情報サイト	34.8	政府観光局や自治体など、現地が発信している観光情報サイト	28.8	旅行会社のサイト	20.7		
8	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	34.8	インターネット上のブログ・口コミ（Tripadvisorなど）	26.7	空港や駅などに掲示されているポスター	18.0		
9	テレビCM	32.8	動画投稿サイト（YouTubeなど）	23.2	観光案内所	18.0		
10	新聞記事・広告	25.8	旅行会社の店舗スタッフ	21.2	インターネット上のブログ・口コミ（Tripadvisorなど）	17.7		

中国



(%)	テレビ番組	テレビCM	ラジオ番組・CM	新聞記事・広告	旅行情報誌・ガイドブック	一般雑誌の旅行特集記事	旅行会社の無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに置いてある無料パンフレット・チラシ	空港や駅などに掲示されているポスター	旅行先の政府観光局や自治体へ電話・メール	観光案内所	旅行関係の総合情報サイト	政府観光局や自治体など、現地在発信している観光情報サイト	旅行会社のサイト	動画投稿サイト (YouTubeなど)	FB、Twitter、LINEなどのソーシャルメディア	インターネット上のブログ・口コミ (TripAdvisorなど)	家族や友人・知人など近い人からの口コミ	旅行先で出会った一般人	宿泊施設のスタッフ	旅行会社の店舗スタッフ	その他
行先検討時	47	33	19	26	44	25	39	16	17	16	16	44	35	43	25	35	25	43	12	9	19	1
行程計画時	14	15	14	19	36	20	32	20	13	17	18	34	29	40	23	35	27	40	14	15	21	4
旅行中	8	6	9	9	22	10	21	23	18	9	18	16	16	21	14	26	18	24	23	17	17	2