2014年11月21日

株式会社リクルートライフスタイル

600名の訪日観光客の声をもとに、外国人「おもてなし」ガイドブック『じゃらん 英語で日本案内』を11月25日発売

～次回の宿泊意向は「旅館・民宿に泊まりたい」が67.5%でトップ～

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村吉弘）が編集を行う国内旅行誌『じゃらんムックシリーズ』(編集長：宮下真衣子）は、訪日上位6カ国・地域の訪日観光経験者600名に日本の観光に関するアンケートを行いました。その結果を反映した『じゃらん 英語で日本案内』を2014年11月25日（火）より、全国のセブン-イレブン店舗・セブンネットショッピングにて発売することをお知らせいたします。

TOPICS

◆滞在日数・旅行費用 【P2】

訪日観光客の観光滞在は、平均7.5日、訪日費用総額20.8万（※）。中国からの観光客の滞在費用は平均の2倍以上。

※ 航空機、交通、宿泊、飲食費、お土産含む１人あたりの費用総額

◆宿泊経験と宿泊意向 【P3】

宿泊先は「ホテル・ビジネスホテル」が71.5%と最も多いが、**次回の宿泊希望は「旅館・民宿」が67.5%で、**「ホテル・ビジネスホテル」50.2%よりも**17.3ポイント高い。**

次回宿泊したいのは、**「古民家など日本の古い建築物を利用した宿」29.2%、「日本人の日常生活が体験できる宿」27.7%、「農家など日本の原風景が体験できる宿」21.7%**となり、**“日本らしさ”**を味わえる宿が人気傾向。

◆買い物場所と買い物内容 【P4】

日本での買い物場所は**「スーパー・ショッピングセンター」68.2%が１位。アメリカからの観光客49.0%が「100円ショップ」を利用し、また42.0%が「キャラクターグッズ」を購入。**

◆訪日旅行中の体験 【P5】

日本で困った、驚いたことは**「英語を話せる人が少ない」36.６%が最多。**一方、**「ルールを守る」「親切」**と**日本人のホスピタリティ・気質**を称賛するコメントも多数。

【調査名】訪日旅行者の実態調査（『じゃらん 英語で日本案内』調べ）
【調査目的】調査対象6カ国・地域の、訪日観光者の行動や意識の実態を把握する。
【調査時期】2014年8月25日（月）～9月3日（水）
【調査方法】インターネットによる調査。
【調査対象】過去1年以内に日本を旅行したことのある20～59歳の男女。
中国、台湾、香港、韓国、タイ、アメリカ（JNTO「訪日外客数総数」を参考に2014年5月の客数上位6カ国・地域）
【有効回答数】 600名（中国、台湾、香港、韓国、タイ、アメリカ各100名）

『じゃらん 英語で日本案内』概要

『じゃらん 英語で日本案内』は、海外からのお客様を「おもてなし」するために役立つ情報を掲載したガイドブックです。
アンケート結果より次回の宿泊希望が「旅館・民宿」であることから、日本らしい温泉旅館を中心に、外国人観光客に喜ばれる宿泊施設などを紹介。また、観光地や飲食店など様々なシチュエーションでの外国人のお友達、お客様とのコミュニケーションの中で「思わず言いたくなる」「伝えたくなる」内容を日本語と英語で紹介しています。
エリアは、全国（北海道・沖縄を除く）の中でも外国人観光客に特に人気の高い東京・京都などを中心に紹介し、2014-2015年の年間保存版となる一冊です。
※詳細はP6の媒体概要を参照ください

[誌名] 『じゃらん 英語で日本案内』
[仕様] A5（縦210mm×横148mm）160Ｐ [定価] 690円(税込)
[発売日] 2014年11月25日（火）発売 （発売日から1年間流通、コンビニ店舗は２カ月間）
[販売地域]全国のセブン-イレブン店舗・セブンネットショッピングで販売

アンケート結果

◆滞在日数・訪日費用（航空機・交通・宿泊・お土産・飲食すべて含む、1人あたり）

平均滞在日数7.5日、平均総額20.8万円であった。

国・地域別で見ると、中国からの観光客の滞在日数平均は7.1日だが、訪日費用総額が最も高く45.3万円。平均の2倍以上となり、富裕層が観光だけではなく買い物を目的に訪日していることがうかがえる。※観光目的に関しては【P4】参照

滞在日数平均・訪日費用総額平均

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
金額平均（万円）	20.8	45.3	12.3	8.4	12.5	17.7	28.4
1日あたり消費金額（万円）※金額平均/滞在日数	2.8	6.4	2.3	1.3	1.6	2.8	2.3
滞在日数平均（日）	7.5	7.1	5.4	6.7	7.6	6.3	12.2

◆次回の観光エリア意向

1位は北海道の札幌（雪まつり）、2位は東京都の都市部、3位は北海道の富良野。

国・地域別で見ると、台湾、タイなどは雪が珍しい国という事もあってか北海道の札幌雪祭りが高い傾向。韓国ではほかの国・地域より大阪と沖縄が高い結果となった。

次回の観光エリア意向 ※複数回答 ※上位10項目　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
北海道／札幌雪まつり	**48.0**	59.0	**59.0**	**46.0**	**46.0**	**50.0**	28.0
東京都／都市部	47.0	**73.0**	44.0	45.0	31.0	34.0	**55.0**
北海道／富良野	40.5	**63.0**	**49.0**	**54.0**	16.0	33.0	28.0
大阪府／都市部	36.8	42.0	30.0	44.0	**45.0**	30.0	30.0
東京都／東京スカイツリー（R）	34.3	55.0	38.0	34.0	17.0	23.0	**39.0**
大阪府／ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（R）	30.3	47.0	31.0	39.0	25.0	23.0	17.0
京都府／清水寺	29.7	45.0	29.0	41.0	19.0	19.0	25.0
沖縄県／美ら海水族館、ビーチリゾート	29.2	28.0	32.0	36.0	**42.0**	19.0	18.0
千葉県／東京ディズニーリゾート（R）	27.8	42.0	31.0	29.0	21.0	18.0	26.0
東京都／ジブリ美術館	27.3	41.0	28.0	29.0	17.0	15.0	34.0

アンケート結果

◆宿泊経験（日本に来た際の宿泊実績）と**宿泊意向**（次回来日の際泊まりたい宿泊施設の傾向）

宿泊先は「ホテル・ビジネスホテル」が71.5%と最多。一方、次回の宿泊希望は「旅館・民宿」が67.5%で、「ホテル・ビジネスホテル」50.2%よりも17.3ポイント高い。また、古民家や日本人の日常生活が体験できる宿がジワリと人気に。

「ホテル」だけでなく「旅館」や「民宿」「ペンション」「ゲストハウス」など宿のスタイルが豊富な日本。海外ではホテルの形態が多いため、日本での宿泊もホテルを利用する人が全体の71.5%と多かった。一方、「旅館・民宿」の利用は49.2%にとどまった。

次回利用の意向を聞く質問では「ホテル・ビジネスホテル」50.2%と「旅館・民宿」67.5%が逆転する結果となった。続いて「古民家など日本の古い建築物を利用した宿」29.2%、「日本人の日常生活が体験できる宿」27.7%、「農家など日本の原風景が体験できる宿」21.7%などが比較的高い回答率になっており、より日本の文化や生活が味わえたり、感じられたりする宿泊体験に興味・関心が高まってきていることが言える。

宿泊経験（日本に来た際の宿泊実績） ※複数回答　　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
ホテル・ビジネスホテル	**71.5**	**89.0**	**72.0**	**65.0**	**72.0**	56.0	**75.0**
旅館・民宿	49.2	55.0	43.0	58.0	28.0	**67.0**	44.0
ペンション	11.8	21.0	7.0	17.0	7.0	3.0	16.0
ゲストハウス	11.0	11.0	5.0	8.0	19.0	6.0	17.0
知人の家	9.8	10.0	5.0	3.0	14.0	5.0	22.0

宿泊意向（次回来日の際泊まりたい宿泊施設の傾向） ※複数回答　　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
旅館・民宿	**67.5**	**80.0**	**65.0**	**71.0**	**49.0**	**68.0**	**72.0**
ホテル・ビジネスホテル	50.2	78.0	38.0	43.0	**49.0**	44.0	49.0
古民家など日本の古い建築物を利用した宿	**29.2**	45.0	27.0	33.0	37.0	10.0	23.0
日本人の日常生活が体験できる宿	**27.7**	51.0	20.0	30.0	22.0	19.0	24.0
ユニークなコンセプトルームのある宿	26.3	45.0	28.0	25.0	17.0	19.0	24.0
農家など日本の原風景が体験できる宿	**21.7**	43.0	18.0	19.0	11.0	20.0	19.0
ペンション	21.0	43.0	22.0	28.0	15.0	7.0	11.0
ラグジュアリーホテル	21.0	40.0	12.0	19.0	12.0	12.0	31.0
ゲストハウス	12.8	9.0	5.0	10.0	20.0	11.0	22.0
宿坊（坐禅などが体験できるお寺の宿泊施設）	10.0	23.0	6.0	9.0	3.0	3.0	16.0
カプセルホテルなど、狭くても安く泊まれる宿	6.8	7.0	8.0	7.0	9.0	3.0	7.0

アンケート結果

◆買い物場所と買い物内容 （家族、知人へのお土産も含む）

買い物場所は「スーパー・ショッピングセンター」68.2%で１位。アメリカからの観光客の約半数が100円ショップを利用。全体の3割以上がキャラクターグッズを購入。

日本での買い物場所は総合的にいろいろ買える「スーパー・ショッピングセンター」が最も多く68.2%。また「100円ショップ」は32.2%、国・地域別ではアメリカからの観光客の約半数が利用している結果となった。

買い物内容に関して１位は「食料品」だが、「服･かばん･靴、ファッション小物」などファッション関係も69.7%となり、訪日観光客の3人に２人以上が購入していることがわかる。国・地域別で見ると中国は「化粧品」73.0%が、アメリカは「日用雑貨」56.0%や「家電製品」46.0%の購入率が高い。

マンガ・アニメ大国と言われる日本だけあって、「キャラクターグッズ」の購入も31.0%と高く、なかでもアメリカからの観光客（42.0%）が最も購入しているという結果に。

買い物場所 ※複数回答　　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
スーパー･ショッピングセンター	**68.2**	**86.0**	**75.0**	**76.0**	48.0	56.0	**68.0**
空港の免税店	59.2	84.0	67.0	46.0	**64.0**	49.0	45.0
観光地の土産物店	57.5	66.0	54.0	67.0	48.0	**58.0**	52.0
百貨店･デパート	53.0	74.0	55.0	72.0	30.0	43.0	44.0
ショップ（直営店など）	44.5	48.0	35.0	57.0	48.0	30.0	49.0
コンビニエンスストア	37.8	29.0	55.0	59.0	27.0	21.0	36.0
100円ショップ	**32.2**	16.0	23.0	35.0	37.0	33.0	49.0
ドラッグストア	29.0	22.0	60.0	50.0	19.0	4.0	19.0
空港や駅の店舗	23.3	26.0	33.0	26.0	13.0	21.0	21.0

買い物内容 ※複数回答　　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
食料品	**77.2**	81.0	**87.0**	**91.0**	**65.0**	57.0	**82.0**
服･かばん･靴、ファッション小物など	69.7	**88.0**	67.0	68.0	53.0	**70.0**	72.0
化粧品	49.5	73.0	44.0	59.0	29.0	50.0	42.0
日本らしい民芸品、和雑貨	48.7	63.0	37.0	50.0	39.0	45.0	58.0
日用雑貨	42.3	35.0	53.0	59.0	18.0	33.0	56.0
キャラクターグッズ	31.0	36.0	19.0	34.0	36.0	19.0	**42.0**
家電製品	27.5	33.0	13.0	17.0	25.0	31.0	46.0

訪日観光目的 ※複数回答　※上位10項目　　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
日本食を楽しむ	79.7	84.0	81.0	89.0	82.0	69.0	73.0
都市で買い物を楽しむ	**62.8**	**78.0**	53.0	72.0	63.0	53.0	58.0
自然や風景を見て回る	62.3	80.0	62.0	75.0	35.0	63.0	59.0
温泉に入る	50.7	55.0	49.0	67.0	47.0	60.0	26.0
テーマパークに行く	38.8	58.0	36.0	43.0	32.0	34.0	30.0
寺社など歴史的な建物や街並みを楽しむ	36.2	36.0	34.0	41.0	24.0	43.0	39.0
桜を見る	32.0	32.0	33.0	39.0	17.0	40.0	31.0
日本人の日常生活を体験する	31.7	43.0	26.0	27.0	36.0	22.0	36.0
日本の歴史や伝統文化を体験する･学ぶ	30.8	38.0	26.0	30.0	20.0	34.0	37.0
旅館に泊まる	29.0	37.0	19.0	37.0	21.0	32.0	28.0

◆訪日旅行中の体験

日本滞在中に困った、驚いたことは「英語を話せる人が少ない」36.6%など言語に関することが上位に多数ランクイン。フリーコメントでは「ルールを守る」「親切」と日本人のホスピタリティ・気質を称賛するコメント多数。

日本での観光で困ったこと、驚いたことでの1位は「英語を話せる人が少ない」36.6%、「言葉（自国語）が通じない」32.4%、「看板などの表示が日本語で読めない」31.1%と、言語に関する問題が多数ランクインする結果になった。**日本語の習熟度**に関する質問では、「普段は日本語を勉強していないが、旅行の基本的な旅行会話などを覚えた」と回答した人が36.2%、一方で「旅行前に基本の旅行会話すら覚えてこなかった」と回答した人は30.8%という結果だった。

フリーコメントでは、観光地など行った場所に付随する内容よりも「日本人は礼儀正しい」「とても親切」「ルールを守る」など日本人の国民性を評価する声が多かった。また、「道を聞いたら言語が通じなかったが、身振り手振りで教えたり、わざわざ連れて行ってくれた」というエピソードなどが多数寄せられた。

訪日旅行中の体験（驚いたこと、困ったことなど）　※複数回答　※上位15項目　　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
英語を話せる人が少ない	**36.6**	25.0	31.0	43.0	**46.5**	**52.0**	22.0
言葉（自国語）が通じない	32.4	**41.0**	**44.0**	**49.0**	12.1	29.0	19.0
看板などの表示が日本語で読めない	31.1	32.0	34.0	34.0	21.2	39.0	**26.0**
目的地までの公共交通機関の経路が分からない、路線図が複雑で分からない	24.5	27.0	24.0	24.0	33.3	28.0	11.0
飲食店のメニューが読めない	22.9	29.0	27.0	25.0	19.2	21.0	16.0
インターネット環境（無料WiFiなど）につながらない。つながる場所が少ない。	21.2	15.0	27.0	25.0	30.3	12.0	18.0
食べ方が分からないものがあった	20.2	34.0	23.0	18.0	9.1	23.0	14.0
英語が通じない	18.4	6.0	15.0	24.0	20.2	26.0	19.0
支払いや両替などお金に関すること	15.0	24.0	15.0	8.0	13.1	12.0	18.0
水道水がキレイで飲むことができる	15.0	25.0	26.0	17.0	3.0	8.0	11.0
テレビ番組で見られるものがなかった。ニュースなどを見られなかった。	14.2	21.0	14.0	15.0	15.2	12.0	8.0
食べ物に何が含まれているか分からなくて困った	13.9	19.0	13.0	16.0	14.1	12.0	9.0
100円均一が充実している	11.2	15.0	13.0	7.0	12.1	5.0	15.0
自動販売機の数が多い	11.0	14.0	11.0	6.0	18.2	7.0	10.0
フルーツが品種改良されていておいしい	10.5	21.0	13.0	10.0	3.0	5.0	11.0

日本語の習熟度　※単一回答　　単位：%

	総計	1.中国	2.台湾	3.香港	4.韓国	5.タイ	6.アメリカ
普段は日本語を勉強していないが、旅行の前に挨拶やお礼、旅行会話などを覚えた	**36.2**	**34.0**	25.0	**26.0**	**45.0**	**49.0**	**38.0**
普段から日本語を勉強していて少し話せる	25.5	29.0	**30.0**	23.0	16.0	28.0	27.0
話せないが、必要だと思っていた。しかし旅行の前に覚えたりはしなかった	19.5	22.0	23.0	18.0	21.0	18.0	15.0
話せないし、必要だとも思わなかった	11.3	5.0	21.0	25.0	10.0	2.0	5.0
日本語が話せる	7.5	10.0	1.0	8.0	8.0	3.0	15.0

『じゃらん 英語で日本案内』概要

■ムックの特徴

日本に訪れる外国人観光客数はこの10年でほぼ倍増しました。現在2020年の東京オリンピックを目指し、都内の主要ターミナルでは、英語、中国語、韓国語の案内表示をはじめ、各種整備がスタートしています。世の中も外国人観光客を「おもてなし」する意識が高まってきています。そんな ホスピタリティあふれる日本人へ、外国人のお友達やお客様をもてなす際に便利で役立つ日本観光情報を一冊に詰めた旅の本です。

外国人観光客に人気の観光スポットや、それにまつわるエピソード。人気の和食・ご当地グルメ・変わったテーマの居酒屋など思わず連れて行きたくなる飲食店を掲載。また、外国人観光客に喜ばれる様々な種類の宿泊施設など、「思わず言いたくなる」「伝えたくなる」コンテンツとなっています。

各特集には英語での紹介フレーズが付いており、実際に現地でそのまま使える内容です。また、観光案内の際や道案内、緊急時に使えるシーン別のフレーズ集も付いています。

■掲載特集一例

英語でご案内　日本大満足プラン

世界遺産、寺、城など外国人観光客に人気のスポットや、忍者体験、日本のディープなサブカルチャーなど、観光テーマを実際に案内するプランを紹介。また、思わず言いたくなるエピソード、小ネタも英語の翻訳付きで多数紹介し、実際の観光案内に使えます。

外国の人におススメしたい　日本の宿

英語対応の温泉旅館、ユニークなコンセプトルームがある宿、古民家改装の宿、宿坊など外国人観光客に喜ばれる様々な種類の宿泊施設を宿種別に掲載しています。海外のホテルにはない日本らしさ、おもてなしポイントなど、ぜひ説明したくなるような内容を英訳付きで紹介しています。

ここに連れて行けば間違いなし！感動グルメ35

人気の和食・ご当地グルメ・変わったテーマの居酒屋など外国人観光客を連れて行きたくなる飲食店を紹介しています。食べ方に関する英訳もあり、これを読めば日本食について説明ができるようになっています。

お土産見～せて！何を買うのか突撃取材

充実の100円ショップや、合羽橋、秋葉原など外国人観光客が多数訪れるショッピングスポットを掲載し、何を購入したのか見せてもらう企画です。日本人が予想しないものが人気を集めていたり、買ったものに対するエピソードを掲載したりと、日本人があっと驚くような内容です。

[誌名]『じゃらん 英語で日本案内』
[仕様]　A5（縦210mm×横148mm）160Ｐ　[定価]　690円(税込)
[発売日]　2014年11月25日（火）発売 発売日から1年間流通（コンビニ店舗は２カ月間）
[販売地域]　全国のセブン-イレブン店舗・セブンネットショッピング限定販売

【本件に関するお問い合わせ先】
https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press/

アンケート結果から分かった！訪日観光客の特徴

中国

調査対象国・地域の中で旅行に使った金額の平均が他国・地域平均の2倍以上と最も高い。ショッピングを目的とした観光客が対象国の中でトップ！

化粧品ヤ電化製品ヲイッパイ買ッタヨ。買イ物ニ必要ナ数字ヤ言葉知ッテルヨ

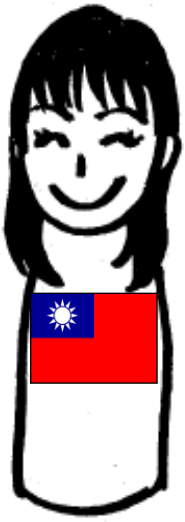
香港

他国・地域平均と比べ「旅館・民宿」への宿泊が多い。また「旅館に泊まる」目的での訪日や、宿泊施設の次回意向でも「旅館・民宿」が高ポイント。

日本ノ食ガ楽シミデス。香港デモ日本のラーメン店イッパイアルヨ。寿司ト焼肉ハ絶対食ベタイネ！

台湾

次回訪れたい場所は北海道（札幌雪祭り）、観光目的や次回の観光意向もスキーが高ポイント。雪が少ない地域だけに雪に憧れがあるよう。



水道水ガソノママ飲メルノビックリシマシタ。「カワイイ」トイウ日本語知ッテマスヨ。

アメリカ

お土産購入場所で100円ショップが他国・地域より高い。困ったことのアメリカの中の1位は看板などが日本語で読めないこと、また和式トイレも高ポイント。

100円ナノニ品質イイシスゴイ品ゾロエ！便利グッズ、キャラ小物、食品サンプルスゴイ！

韓国

次回行きたいエリアは「大阪」が高い。次回の観光意向では韓国の回答の中で「温泉」が1位に。他国・地域より食に関しては関心が低めの傾向。

日本人ハ規則正シイ！ダケド日本ハ路線図ガ難シイ。アト、Wifiガ意外ニ繋ガラナイネ。

タイ

四季がないタイでは「桜」「紅葉」などを見ることに対して意向が高い。「旅館・民宿」への宿泊が他国・地域より多い。

タイデ流通シテル漫画・アニメはホトンドガ日本製。「マンガ」は皆知ッテル日本語ジャナイカナ。