

神奈川県外国人観光客実態調査

調査報告書

平成 29 年 3 月

神奈川県

目 次

I	調査概要	1
II	調査結果の分析	2
1	調査結果の概要	2
2	外国人観光客の属性	6
3	訪日観光客の動向特性	11
4	地域間の移動	27
5	宿泊施設・食事・買い物の利用状況	30
6	その他	43
III	資料編（調査票）	50

I 調査概要

1 調査の目的

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会開催決定など国際的に日本が注目されているこの好機を最大限に活かし、本県への外国人観光客の一層の誘致促進を図っていく必要がある。そこで、羽田空港や県内各地域に来訪する外国人観光客の実態（国籍、訪問地、移動手段、情報発信手段等）を調査することにより本県への来訪実態を把握するとともに、戦略的なプロモーションや受入環境整備に係る施策立案のための基礎資料とする。

2 調査設計

- (1) 調査地点 羽田空港国際線ターミナル出発ロビー、神奈川県内の主要観光地及び宿泊施設
- (2) 調査対象 神奈川県に訪問した外国人旅行者
- (3) 調査方法 羽田空港・主要観光地での聞き取り調査及び宿泊施設での留置き調査
- (4) 調査時期 平成 29 年 1 月 24 日、25 日（羽田空港）
平成 29 年 1 月 14 日～3 月 10 日（主要観光地及び宿泊施設）

3 調査実施場所

- (1) 羽田空港調査
羽田空港国際線ターミナルビル出発ロビー
- (2) 観光施設調査
横浜、鎌倉、江の島、箱根、大山、三浦、大磯の観光施設等
- (3) 留置き調査
県内のホテル、旅館等の宿泊施設 48 箇所

4 回収結果 (有効数)

	回収数
羽田空港調査	84 票
観光施設調査	789 票
留置き調査	510 票
計	1,383 票

II 調査結果の分析

1. 調査結果の概要

①外国人観光客の属性

国籍・地域は、「中国」が 31.0%と最も多く、「台湾」(12.9%)、「香港」(8.1%)、「韓国」(6.3%)の東アジアで6割弱(58.3%)を占め、「タイ」(3.4%)などの東南アジア諸国(7.7%)を含めると66.0%と全体の3分の2がアジアからの来訪となっている。アジア以外では「アメリカ」(10.1%)、「オーストラリア」(4.2%)、「イギリス」(2.9%)、「フランス」(2.6%)、「ドイツ」(2.5%)、「カナダ」(2.5%)が多い。

前回実施した平成24年度調査(以下、「前回調査」と比べると、「中国」の割合(前回10.0%)が大幅に増え、「台湾」の割合(前回29.2%)が大幅に減っているが、訪日外客数が概ね3倍(日本政府観光局調べ)となっていることを踏まえると「台湾」客の総数自体は増えていると考えられる。

男女比率は、「男性」が53.5%とやや高いが、これは男性のビジネス客が多い故で、観光客は概ね半数ずつである。

年齢は「20歳代」(37.8%)、「30歳代」(30.7%)が多く、前回調査と比べると、「20歳代」が6.7ポイント増えている。これは「20歳代」の比率が高い中国、東南アジアなどの地域で訪日客数が増えていることが影響している。「50歳代以上」は全体では14.3%に留まっているが、「北米」(27.0%)、「オセアニア」(26.2%)は高めの年齢層の来訪が目立つ。

同伴者は、「家族・親戚」(33.3%)が最も多く、「友人」(22.3%)、「夫婦・パートナー」(20.4%)と続いている。

②訪日観光客の動向特性

旅行形態は「個人旅行」(84.0%)が大半を占め、前回調査(66.7%)と比べても非常に高くなっている。残りは「パッケージツアー」(8.8%)、「ビジネス」(7.2%)となっている。

訪日回数は、「初めて」が41.7%と最も多い。また、「5回目以上」も22.5%となっている。国籍・地域別にみると「5回目以上」は香港で50.0%、台湾で41.9%、韓国で32.5%と高くなっている。一方、北米やヨーロッパでは「初めて」が5割を超えている。

日本での宿泊日数は6泊以内が47%を占めており、およそ半数が1週間以内の滞在となっている。国籍・地域別に宿泊日数を中央値で見ると、韓国が4泊、香港が5.5泊、中国、台湾が6泊、東南アジアが7泊、北米が9泊、ヨーロッパが10泊、オセアニアが14泊、中南米が16泊となっており、概ね遠い国籍・地域の方が宿泊日数は長くなっている。

入国前に行程をどの程度決めたかは、「飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた」が41.8%と最も多く、「飛行機のみ決めてきた」は1割に満たない。

訪問先を決めるにあたって重視することは、「景色の良さ」(64.1%)が最も多く、「美味しい物」(50.8%)、「面白い体験」(47.3%)と続いている。「面白い体験」は欧米で高い傾向があるが、東アジアでは全体的に低く、台湾は「アクセスの良さ」(38.8%)の比率が他の国籍・地域と比べ高くなっている。重視することの上位5項目を国籍・地域別で比較すると、以下のマトリックス表で重視度の高低の傾向が表される。

国籍・地域／重視点	景色の良さ	美味しい物	面白い体験	アクセスの良さ	知名度の高さ
中国	○	—	△	—	—
韓国	△	—	▲	—	—
台湾	—	▲	△	◎	○
香港	○	—	▲	○	—
東南アジア	—	○	○	—	—
北米	△	○	◎	△	—
オセアニア	—	—	◎	△	▲
ヨーロッパ	△	—	◎	▲	△
中南米	△	▲	◎	—	—

全体の平均と比べ、◎+10ポイント以上、○+5ポイント以上、△-5ポイント以上、▲-10ポイント以上

訪問地は「鎌倉」(47.9%)がもっとも多く、「横浜」(43.8%)、「箱根」(40.1%)、「江の島」(36.8%)が他の地域に比べ高くなっている。国籍・地域別で4地点を比較すると、以下のマトリックス表で訪問率高低の傾向が表される。

国籍・地域／訪問地	横浜	江の島	箱根	鎌倉
中国	△	○	◎	—
韓国	○	—	—	▲
台湾	△	◎	▲	○
香港	—	◎	—	▲
東南アジア	◎	▲	△	△
北米	○	▲	△	—
オセアニア	—	▲	○	△
ヨーロッパ	△	△	▲	◎
中南米	—	▲	▲	◎

全体の平均と比べ、◎+10ポイント以上、○+5ポイント以上、△-5ポイント以上、▲-10ポイント以上

主な訪問目的は「自然観光」(50.4%)がもっとも多く、国籍・地域では、中国、香港、台湾が、訪問地域では江の島、箱根が高い比率となっている。次いで「神社・仏閣」(26.9%)が高く、国籍・地域ではヨーロッパや中南米、タイ、北米が、訪問地域では鎌倉が高い比率となっている。3番目に高いのが「温泉」(21.5%)で、国籍・地域では中国が、訪問地域では箱根が高い比率となっている。以下、「食事」(17.1%)、「文化体験」(13.9%)、「買い物」(10.4%)となっている。

入国前における訪問地域の情報収集手段は、「ホームページ」が50.8%と最も多く、「ガイドブック」(21.5%)、「口コミサイト」(11.0%)と続いている。国籍・地域別にみると台湾で「ブログ」が30.7%と他の国籍よりも高くなっている。

入国後における訪問地域の情報収集手段は、「ホームページ」が31.9%と最も多く、「ガイドブック」(14.4%)、「アプリ」(12.3%)と続いている。

入国後に増えるのは「パンフレット」(4.1%→11.8%)、「観光案内所」(2.5%→11.8%)、「日本人の知人」(8.4%→11.2%)であった。

旅行中に良かった・役に立ったと感じたことは「交通アクセス」が55.5%ともっとも多く、以下「店員・係員の言語力」(26.2%)、「案内板・施設・店舗での言語表記」(22.4%)、「観光案内所の充実」(20.8%)が挙げられている。一方、改善すべきと感じたことの割合は、良かった・役に立ったことと比べて全体的に低いものの、「店員・係員の言語力」(28.9%)がもっとも多く、以下「案内板・施設・店舗での言語表記」(13.2%)、「施設・店舗の利用可能時間」(12.3%)が挙げられている。

SNS等での情報発信は、概ね半数の旅行者がしており、手段としては「Facebook」(45.9%)がもっとも多く、「Wechat」(30.6%)、「Instagram」(29.0%)が上位を占めている。

③地域間の移動

地域間の訪問順序は、横浜や箱根、川崎が最初の訪問地の場合は多岐に広がっているが、鎌倉、江の島が最初に訪問地の場合は、その両地点に留まるケースが多い。

アクセス手段は、「鉄道(JR)」が64.5%ともっとも多く、「鉄道(JR以外)」が26.6%で続く。アクセスの情報収集は、「ホームページ」が40.4%ともっとも多く、「アプリ」(23.4%)、「ガイドブック」(19.9%)、「観光案内所」(17.0%)と続いている。

アクセスについて困ったことは、「特になし」(43.7%)を除くと「ルートがわかりにくい」(19.8%)、「乗り場がわかりにくい」(16.9%)、「価格が高い」(12.7%)が上位となっており、訪問地域別にみると箱根町が他の訪問地域よりも高くなっている。

④県内での宿泊・食事・買い物

羽田空港調査及び観光施設調査において、神奈川県に訪問した当日の宿泊地は「東京」が65.3%となっており、「神奈川」は30.9%に留まっている。また、留置き調査においても前日の宿泊地は53.4%が「東京」、翌日の宿泊地も63.3%が「東京」となっており、いずれの調査においても県内で前日、翌日に宿泊しているのは10%台に留まっている。

県内の宿泊施設を選んだ理由は「訪問先に近い」が35.0%ともっとも多く、以下「口コミの良さ」(31.8%)、「予め決められていた」(28.7%)と続く。国籍・地域別でみると台湾が「訪問先に近い」が54.7%と、他の国籍・地域と比べて高くなっている。また「口コミの良さ」は中国(45.1%)、韓国(43.4%)で高くなっている。訪問地域別にみると県西地域で「口コミの良さ」(49.1%)、「人気だから」(26.0%)が他の地域よりも高くなっている。

宿泊施設の情報収集手段は、入国前・入国後のどちらも「ホームページ」(39.4%、23.4%)が多いが、入国後は「情報収集しなかった」(25.4%)の方が高くなっている。

旅館に宿泊した理由は、「和式施設を体験するため」が44.1%ともっとも多く、特にヨーロッパで高い比率となっている。また、旅館に宿泊しなかった理由は「価格が高かった」(34.3%)がもっとも多く、ヨーロッパ、台湾、香港では4割超と高い比率となっている。

主な食事場所は「レストラン」(34.2%)、「専門飲食店」(30.0%)がほぼ同程度であり、食事を決めた時期は、「現地到着後」(58.8%)がもっとも多い。また、食事の情報収集手段としては「収集しなかった」(25.0%)がもっとも多く、支払い手段としては「現金」(73.9%)が高い。

主な買い物場所は「百貨店・デパート」(23.3%)がもっとも多く、買い物を決めた時期は、「現地到着後」(64.7%)がもっとも多い。買い物の情報収集手段としては「収集しなかった」(28.8%)

がもっとも多く、支払い手段としては「現金」(51.7%)、「クレジットカード」(44.7%)となっている。

⑤その他

入出国空港は「成田空港」(57.7%、56.9%)がもっとも多く、「羽田空港」(33.3%、35.8%)と続いている。

「JAPAN RAIL PASS」の利用率は34.4%であり、日本での宿泊日数が12泊以上の方の半数近くが利用している。「交通系ICカード」の利用率は58.6%であり、年代別で見ると、若い年代ほど利用率が高くなっている。

利用した通信手段としては「モバイルWi-Fi」(49.1%)がもっとも多く、「無料公衆Wi-Fi」(36.7%)、「SIMカード」(21.0%)と続いている。

神奈川県の名前の認知度は、「横浜」(88.0%)がもっとも高く、「箱根」(72.7%)、「鎌倉」(71.1%)と続いている。国籍・地域別にみると中国で「箱根」(87.3%)が、台湾で「鎌倉」(86.9%)、「江の島」(71.3%)が他の国籍・地域よりも高い比率となっている。

県事業の認知度は、「外国語版パンフレット」(23.5%)、「外国語版ホームページ」(21.7%)、「Facebook」(14.9%)と高い順であるが、「何も知らない」(32.8%)がもっとも多い。

※集計結果について 表の見方)

- 集計はすべて「無回答」を除いて行っている。そのため、単純集計とクロス集計の値が合致していない。
- 割合は小数点以下第2位を四捨五入し、小数点以下第1位までを表記している。このため、各割合を合計しても、100.0%にならない場合がある。
- クロス集計表で一段下げて記述してある項目は、その前段項目の「うち数」である。下の表で「北米」が「アメリカ」と「カナダ」の足し上げ値が一致しているのに対し、「東南アジア」が「タイ」「マレーシア」「インドネシア」「ベトナム」の足し上げ値となっていないのは、「その他の東南アジア」を含んでいないためである。

		全体
全体		1292
国籍・地域	中国	388
	韓国	79
	台湾	159
	香港	105
	東南アジア	102
	タイ	46
	マレーシア	15
	インドネシア	15
	ベトナム	4
	北米	168
	アメリカ	134
カナダ	34	
オセアニア	65	
オーストラリア	57	

その他の東南アジア」を含んでいないため、足し上げ値が一致しない。

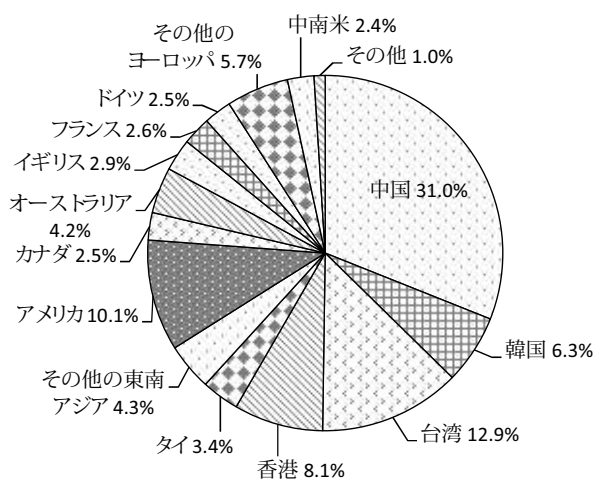
足し上げ値が一致する。

2. 外国人観光客の属性

2-1 国籍・地域

国籍・地域は、「中国」が31.0%と最も多く、「台湾」(12.9%)、「香港」(8.1%)、「韓国」(6.3%)の東アジアで6割弱(58.3%)を占め、「タイ」(3.4%)などの東南アジア諸国(7.7%)を含めると66%と全体の3分の2がアジアからの来訪となっている。アジア以外では「アメリカ」(10.1%)、「オーストラリア」(4.2%)、「イギリス」(2.9%)、「フランス」(2.6%)、「ドイツ」(2.5%)、「カナダ」(2.5%)が多い。

区分	回答数	比率
中国	422	31.0%
韓国	86	6.3%
台湾	176	12.9%
香港	110	8.1%
東南アジア	105	7.7%
タイ	47	3.4%
マレーシア	16	1.2%
インドネシア	15	1.1%
ベトナム	5	0.4%
北米	172	12.6%
アメリカ	138	10.1%
カナダ	34	2.5%
オセアニア	65	4.8%
オーストラリア	57	4.2%
ヨーロッパ	188	13.8%
イギリス	40	2.9%
フランス	36	2.6%
ドイツ	34	2.5%
中南米	33	2.4%
その他	6	0.4%
合計	1,363	100.0%



■その他の国籍

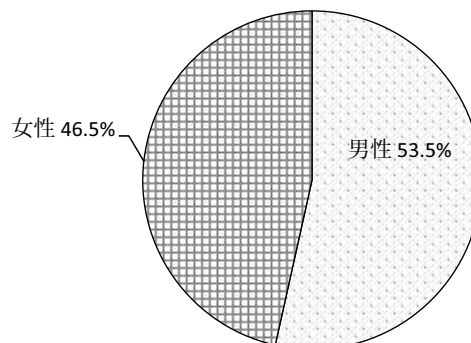
	国名	件数
東南アジア	シンガポール	16
	フィリピン	5
	ブルネイ	1
中南米	ブラジル	14
	コスタリカ	1
	チリ	2
	メキシコ	7
	アルゼンチン	6
	パナマ	1
オセアニア	ニュージーランド	7
	ニューカレドニア	1
その他	インド	4
	バングラデシュ	1
	スーダン	1

	国名	件数
ヨーロッパ	イタリア	10
	オーストリア	6
	ルウェー	4
	チュニジア	1
	ウクライナ	1
	ロシア	4
	スペイン	13
	スイス	10
	ポーランド	7
	ポルトガル	1
	ベルギー	1
	オランダ	7
	アイルランド	3
	スウェーデン	3
	アイスランド	1
	セルビア	1
	デンマーク	4
	フィンランド	1

2-2 性別

男女比率は、「男性」が 53.5%とやや高い。ビジネス客を除くと男性は 51.6%。

区分	回答数	比率
男性	700	53.5%
女性	608	46.5%
合計	1,308	100.0%



※ビジネス客除く

区分	回答数	比率
男性	570	51.6%
女性	535	48.4%
合計	1,105	100.0%

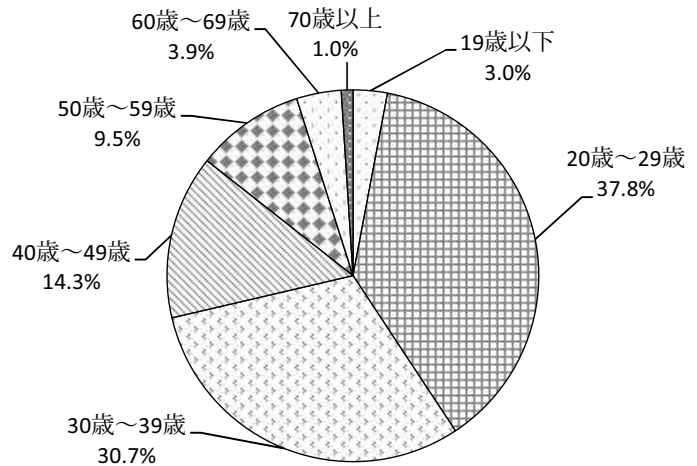
《国籍・地域別内訳》

	全体	性別		
		男性	女性	
全体	1303	53.5%	46.5%	
国籍・地域	中国	398	44.7%	55.3%
	韓国	81	72.8%	27.2%
	台湾	162	53.7%	46.3%
	香港	107	51.4%	48.6%
	東南アジア	101	49.5%	50.5%
	タイ	45	44.4%	55.6%
	マレーシア	15	66.7%	33.3%
	インドネシア	15	60.0%	40.0%
	ベトナム	4	25.0%	75.0%
	北米	170	59.4%	40.6%
	アメリカ	137	59.1%	40.9%
	カナダ	33	60.6%	39.4%
	オセアニア	65	52.3%	47.7%
	オーストラリア	57	56.1%	43.9%
	ヨーロッパ	181	61.3%	38.7%
	イギリス	39	59.0%	41.0%
	フランス	35	54.3%	45.7%
	ドイツ	31	48.4%	51.6%
	中南米	32	59.4%	40.6%
	その他	6	50.0%	50.0%

2-3 年齢

年齢は「20歳代」(37.8%)、「30歳代」(30.7%)が多く、「50歳代以上」は全体では14.3%に留まっているが、「北米」(27.0%)、「オセアニア」(26.2%)は高めの年齢層の来訪が目立つ。

区分	回答数	比率
19歳以下	39	3.0%
20歳～29歳	499	37.8%
30歳～39歳	405	30.7%
40歳～49歳	189	14.3%
50歳～59歳	125	9.5%
60歳～69歳	51	3.9%
70歳以上	13	1.0%
合計	1,321	100.0%



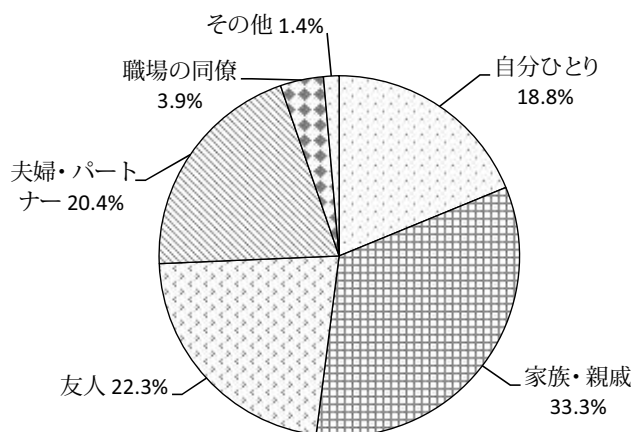
	全体	年代							
		19歳以下	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳～69歳	70歳以上	
全体	1316	3.0%	37.7%	30.8%	14.3%	9.4%	3.9%	1.0%	
国籍・地域	中国	400	2.8%	40.5%	35.0%	13.8%	5.5%	2.0%	0.5%
	韓国	83	8.4%	42.2%	18.1%	15.7%	13.3%	1.2%	1.2%
	台湾	161	1.9%	33.5%	32.3%	22.4%	6.8%	1.9%	1.2%
	香港	107	1.9%	31.8%	29.9%	19.6%	9.3%	7.5%	-
	東南アジア	104	1.0%	45.2%	28.8%	18.3%	2.9%	1.9%	1.9%
	タイ	47	2.1%	36.2%	29.8%	25.5%	-	4.3%	2.1%
	マレーシア	15	-	53.3%	26.7%	13.3%	6.7%	-	-
	インドネシア	15	-	53.3%	40.0%	-	-	-	6.7%
	ベトナム	5	-	40.0%	60.0%	-	-	-	-
	北米	171	0.6%	33.9%	30.4%	8.2%	15.8%	9.4%	1.8%
	アメリカ	137	0.7%	30.7%	30.7%	9.5%	15.3%	10.9%	2.2%
	カナダ	34	-	47.1%	29.4%	2.9%	17.6%	2.9%	-
	オセアニア	65	6.2%	30.8%	27.7%	9.2%	18.5%	6.2%	1.5%
	オーストラリア	57	7.0%	31.6%	28.1%	7.0%	19.3%	5.3%	1.8%
	ヨーロッパ	187	4.8%	38.0%	27.3%	11.2%	13.4%	4.3%	1.1%
	イギリス	40	5.0%	32.5%	15.0%	12.5%	22.5%	10.0%	2.5%
	フランス	35	14.3%	34.3%	28.6%	5.7%	14.3%	2.9%	-
	ドイツ	34	2.9%	44.1%	23.5%	11.8%	11.8%	5.9%	-
	中南米	32	3.1%	37.5%	40.6%	6.3%	9.4%	3.1%	-
	その他	6	-	50.0%	33.3%	16.7%	-	-	-

2-4 同伴者・旅行人数

同伴者は「家族・親戚」が33.3%と最も多く、「友人」(22.3%)、「夫婦・パートナー」(20.4%)と続いている。「自分ひとり」はヨーロッパで35.5%と他の国籍・地域に比べて高くなっている。旅行人数は「2人」が46.7%と最も多く、「1人」(19.6%)、「3人」(14.1%)と続いている。

■同伴者

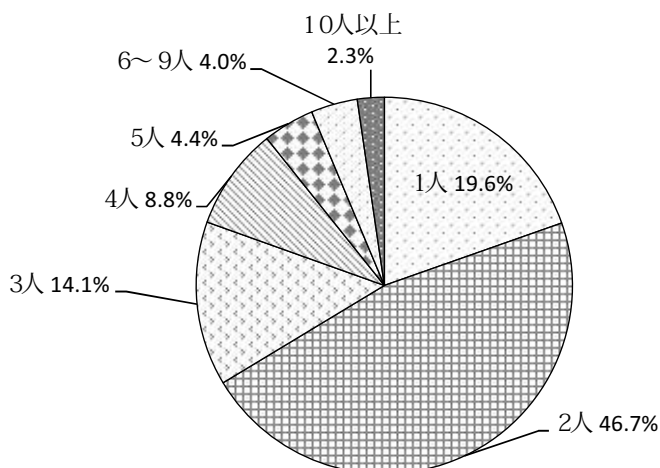
区分	回答数	比率
自分ひとり	242	18.8%
家族・親戚	431	33.3%
友人	288	22.3%
夫婦・パートナー	264	20.4%
職場の同僚	50	3.9%
その他	18	1.4%
合計	1,293	100.0%



	全体	同伴者						
		自分ひとり	家族・親戚	友人	夫婦・パートナー	職場の同僚	その他	
全体	1287	18.6%	33.5%	22.3%	20.4%	3.7%	1.4%	
国籍・地域	中国	385	10.9%	40.0%	22.6%	22.1%	3.1%	1.3%
	韓国	82	22.0%	39.0%	24.4%	8.5%	6.1%	-
	台湾	160	8.1%	39.4%	30.6%	16.3%	4.4%	1.3%
	香港	105	12.4%	41.0%	17.1%	29.5%	-	-
	東南アジア	104	19.2%	32.7%	27.9%	16.3%	2.9%	1.0%
	タイ	47	21.3%	34.0%	23.4%	17.0%	2.1%	2.1%
	マレーシア	16	12.5%	50.0%	37.5%	-	-	-
	インドネシア	15	20.0%	33.3%	20.0%	13.3%	13.3%	-
	ベトナム	5	-	20.0%	40.0%	40.0%	-	-
	北米	169	26.6%	23.1%	16.6%	26.0%	5.3%	2.4%
	アメリカ	135	27.4%	22.2%	14.8%	26.7%	5.9%	3.0%
	カナダ	34	23.5%	26.5%	23.5%	23.5%	2.9%	-
	オセアニア	61	19.7%	26.2%	23.0%	27.9%	1.6%	1.6%
	オーストラリア	53	18.9%	22.6%	26.4%	28.3%	1.9%	1.9%
	ヨーロッパ	183	35.5%	21.9%	18.0%	16.4%	5.5%	2.7%
	イギリス	39	35.9%	23.1%	12.8%	25.6%	2.6%	-
	フランス	35	42.9%	20.0%	11.4%	11.4%	5.7%	8.6%
	ドイツ	31	35.5%	35.5%	12.9%	9.7%	6.5%	-
	中南米	32	31.3%	25.0%	25.0%	18.8%	-	-
その他	6	33.3%	33.3%	16.7%	-	16.7%	-	

■旅行人数

区分	回答数	比率
1人	242	19.6%
2人	577	46.7%
3人	174	14.1%
4人	109	8.8%
5人	55	4.4%
6～9人	50	4.0%
10人以上	29	2.3%
合計	1,236	100.0%



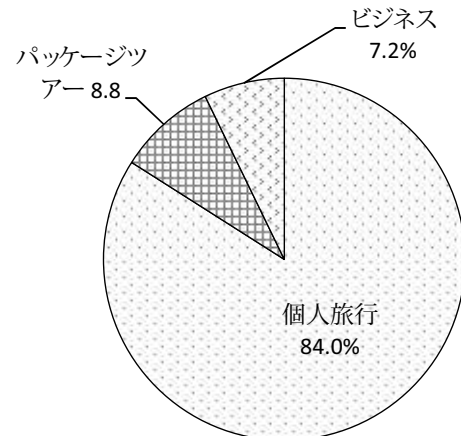
	全体	旅行人数							
		1人	2人	3人	4人	5人	6～9人	10人以上	
全体	1232	19.5%	46.8%	14.0%	8.8%	4.5%	4.1%	2.4%	
国籍・地域	中国	374	11.2%	49.7%	14.4%	9.1%	7.0%	5.1%	3.5%
	韓国	69	26.1%	39.1%	15.9%	5.8%	-	8.7%	4.3%
	台湾	158	8.2%	41.8%	20.3%	12.7%	5.1%	8.2%	3.8%
	香港	104	12.5%	56.7%	13.5%	13.5%	1.0%	2.9%	-
	東南アジア	95	21.1%	40.0%	15.8%	13.7%	4.2%	5.3%	-
	タイ	44	22.7%	40.9%	11.4%	11.4%	4.5%	9.1%	-
	マレーシア	12	16.7%	25.0%	16.7%	41.7%	-	-	-
	インドネシア	14	21.4%	57.1%	7.1%	-	14.3%	-	-
	ベトナム	4	-	50.0%	50.0%	-	-	-	-
	北米	160	28.1%	51.3%	8.8%	5.0%	2.5%	1.9%	2.5%
	アメリカ	127	29.1%	48.0%	8.7%	5.5%	3.1%	2.4%	3.1%
	カナダ	33	24.2%	63.6%	9.1%	3.0%	-	-	-
	オセアニア	60	20.0%	50.0%	13.3%	3.3%	11.7%	1.7%	-
	オーストラリア	52	19.2%	46.2%	15.4%	3.8%	13.5%	1.9%	-
	ヨーロッパ	175	37.1%	42.9%	10.9%	5.1%	2.3%	-	1.7%
	イギリス	38	36.8%	42.1%	13.2%	7.9%	-	-	-
	フランス	30	50.0%	26.7%	10.0%	3.3%	3.3%	-	6.7%
	ドイツ	34	32.4%	47.1%	11.8%	2.9%	2.9%	-	2.9%
	中南米	31	32.3%	41.9%	12.9%	12.9%	-	-	-
	その他	6	33.3%	-	33.3%	16.7%	16.7%	-	-

3. 訪日観光客の動向特性

3-1 旅行形態

旅行形態は「個人旅行」が 84.0%と非常に多く、「パッケージツアー」、「ビジネス」は1割に満たない。国籍・地域別にみると香港で「パッケージツアー」が 17.8%と他の国籍・地域よりも高くなっている。また、韓国、アメリカ、ドイツなどは「ビジネス」も 15%程度と他の国籍・地域よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
個人旅行	1,017	84.0%
パッケージツアー	106	8.8%
ビジネス	87	7.2%
合計	1,210	100.0%



《男女別内訳》

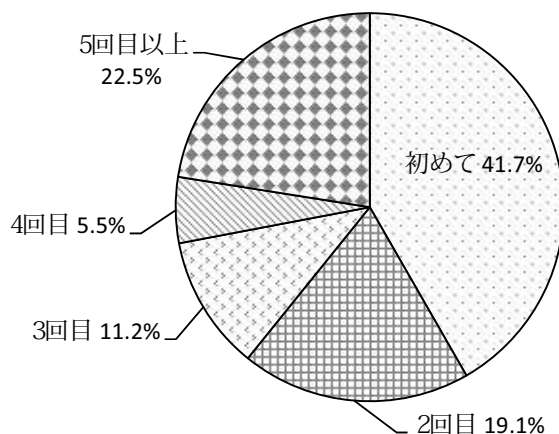
	全体	性別	
		男性	女性
全体	1191	53.3%	46.7%
旅行形態	個人旅行	52.5%	47.5%
	パッケージツアー	42.3%	57.7%
	ビジネス	75.6%	24.4%

	全体	旅行形態		
		パッケージツアー	個人旅行	ビジネス
全体	1204	8.7%	84.2%	7.1%
国籍・地域	中国	10.8%	86.8%	2.4%
	韓国	8.8%	75.0%	16.3%
	台湾	6.4%	89.4%	4.3%
	香港	17.8%	79.2%	3.0%
	東南アジア	8.6%	80.6%	10.8%
	タイ	7.7%	79.5%	12.8%
	マレーシア	6.3%	87.5%	6.3%
	インドネシア	15.4%	69.2%	15.4%
	ベトナム	40.0%	60.0%	-
	北米	7.2%	78.9%	13.8%
	アメリカ	8.3%	76.0%	15.7%
	カナダ	3.2%	90.3%	6.5%
	オセアニア	8.1%	88.7%	3.2%
	オーストラリア	9.3%	88.9%	1.9%
	ヨーロッパ	3.6%	85.7%	10.7%
	イギリス	2.7%	86.5%	10.8%
	フランス	6.9%	89.7%	3.4%
	ドイツ	-	83.9%	16.1%
	中南米	3.3%	90.0%	6.7%
	その他	-	83.3%	16.7%

3-2 訪日回数

訪日回数は、「初めて」が41.7%と最も多い。「5回目以上」も22.5%となっている。国籍・地域別にみると「5回目以上」は香港で50.0%、台湾で41.9%、韓国で32.5%と高くなっている。一方、「初めて」は中南米では8割、北米やヨーロッパでは5割を超えている。

区分	回答数	比率
初めて	542	41.7%
2回目	248	19.1%
3回目	146	11.2%
4回目	71	5.5%
5回目以上	293	22.5%
合計	1,300	100.0%

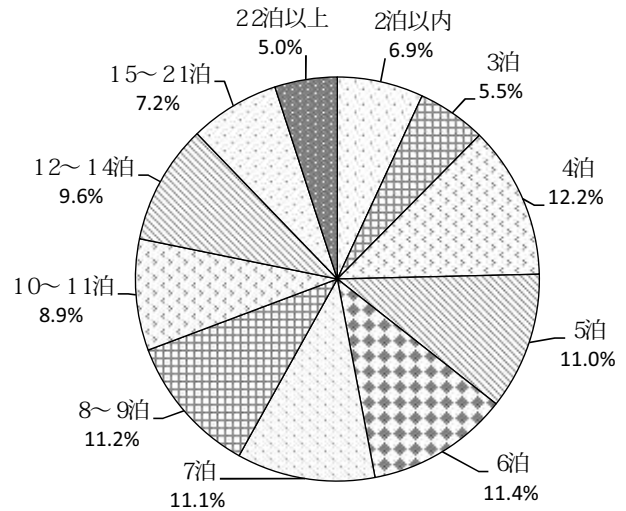


	全体	訪日回数					
		初めて	2回目	3回目	4回目	5回目以上	
全体	1294	41.7%	19.0%	11.2%	5.5%	22.6%	
国籍・地域	中国	395	47.1%	22.8%	12.2%	3.5%	14.4%
	韓国	83	30.1%	16.9%	12.0%	8.4%	32.5%
	台湾	160	18.8%	13.8%	17.5%	8.1%	41.9%
	香港	106	14.2%	9.4%	17.9%	8.5%	50.0%
	東南アジア	102	33.3%	27.5%	12.7%	8.8%	17.6%
	タイ	46	30.4%	21.7%	17.4%	8.7%	21.7%
	マレーシア	15	53.3%	20.0%	13.3%	6.7%	6.7%
	インドネシア	14	42.9%	35.7%	7.1%	7.1%	7.1%
	ベトナム	5	80.0%	20.0%	-	-	-
	北米	168	55.4%	16.7%	4.8%	5.4%	17.9%
	アメリカ	134	55.2%	17.2%	3.7%	5.2%	18.7%
	カナダ	34	55.9%	14.7%	8.8%	5.9%	14.7%
	オセアニア	62	35.5%	30.6%	9.7%	3.2%	21.0%
	オーストラリア	54	37.0%	29.6%	11.1%	1.9%	20.4%
	ヨーロッパ	182	57.1%	17.6%	7.1%	3.3%	14.8%
	イギリス	39	64.1%	15.4%	2.6%	-	17.9%
	フランス	36	44.4%	25.0%	13.9%	-	16.7%
	ドイツ	32	68.8%	12.5%	3.1%	3.1%	12.5%
	中南米	30	83.3%	10.0%	-	3.3%	3.3%
	その他	6	83.3%	-	-	16.7%	-

3-3 日本での宿泊日数

日本での宿泊日数は6泊以内が47%を占めており、およそ半数が1週間以内の滞在となっている。国籍・地域別に宿泊日数を中央値で見ると、韓国が4泊、香港が5.5泊、中国、台湾が6泊、東南アジアが7泊、北米が9泊、ヨーロッパが10泊、オセアニアが14泊、中南米が16泊となっており、概ね遠い国籍・地域の方が宿泊日数は長くなっている。

区分	回答数	比率
2泊以内	85	6.9%
3泊	67	5.5%
4泊	149	12.2%
5泊	135	11.0%
6泊	140	11.4%
7泊	136	11.1%
8～9泊	137	11.2%
10～11泊	109	8.9%
12～14泊	117	9.6%
15～21泊	88	7.2%
22泊以上	61	5.0%
合計	1,224	100.0%

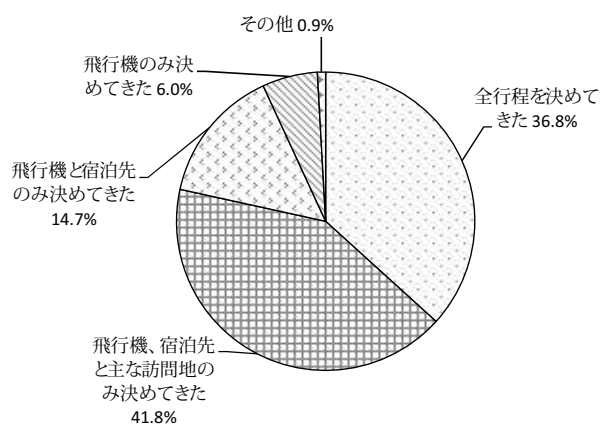


	全体	宿泊日数(泊)		
		平均	中央値	
全体	1207	9.3	7.0	
国籍・地域	中国	365	7.1	6.0
	韓国	82	5.2	4.0
	台湾	144	6.1	6.0
	香港	100	6.1	5.5
	東南アジア	94	8.9	7.0
	タイ	40	6.7	6.0
	マレーシア	15	8.3	8.0
	インドネシア	15	10.3	7.0
	ベトナム	5	12.6	10.0
	北米	156	11.6	9.0
	アメリカ	125	11.5	8.0
	カナダ	31	12.1	9.0
	オセアニア	61	16.5	14.0
	オーストラリア	54	16.9	15.0
	ヨーロッパ	171	14.5	10.0
	イギリス	37	11.1	10.0
	フランス	30	23.5	12.0
	ドイツ	32	15.2	12.5
	中南米	29	19.5	16.0
	その他	5	11.6	6.0

3-4 入国前における行程の決定

入国前に行程をどの程度決めたかは、「飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた」が 41.8% ともっとも多く、「飛行機のみ決めてきた」は 1 割に満たない。国籍・地域別にみるとタイで「飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた」が 66.7% と他の国籍・地域よりも高くなっている。また「全行程を決めてきた」は香港で 54.5% と他の国籍・地域よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
全行程を決めてきた	469	36.8%
飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた	533	41.8%
飛行機と宿泊先のみ決めてきた	187	14.7%
飛行機のみ決めてきた	76	6.0%
その他	11	0.9%
合計	1,276	100.0%

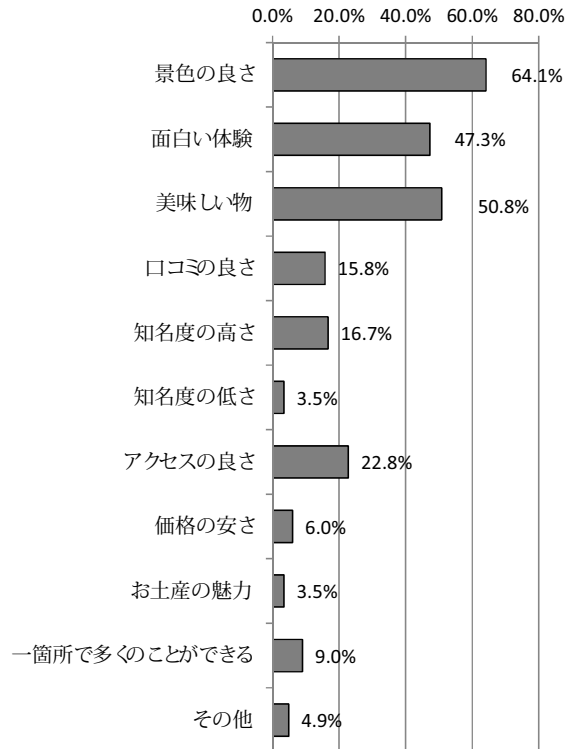


	全体	行程の決定					
		全行程を決めてきた	飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた	飛行機と宿泊先のみ決めてきた	飛行機のみ決めてきた	その他	
全体	1268	36.8%	41.8%	14.6%	6.0%	0.8%	
国籍・地域	中国	386	45.3%	41.2%	11.4%	1.6%	0.5%
	韓国	80	33.8%	43.8%	16.3%	3.8%	2.5%
	台湾	156	51.9%	38.5%	8.3%	0.6%	0.6%
	香港	101	54.5%	33.7%	11.9%	-	-
	東南アジア	96	25.0%	53.1%	8.3%	13.5%	-
	タイ	42	14.3%	66.7%	9.5%	9.5%	-
	マレーシア	12	25.0%	50.0%	8.3%	16.7%	-
	インドネシア	15	33.3%	33.3%	6.7%	26.7%	-
	ベトナム	5	60.0%	-	-	40.0%	-
	北米	167	23.4%	43.7%	19.8%	12.0%	1.2%
	アメリカ	134	24.6%	41.8%	19.4%	12.7%	1.5%
	カナダ	33	18.2%	51.5%	21.2%	9.1%	-
	オセアニア	61	19.7%	44.3%	23.0%	13.1%	-
	オーストラリア	53	20.8%	43.4%	24.5%	11.3%	-
	ヨーロッパ	183	21.9%	39.9%	23.5%	13.1%	1.6%
	イギリス	40	27.5%	40.0%	15.0%	15.0%	2.5%
	フランス	36	16.7%	41.7%	19.4%	22.2%	-
	ドイツ	32	15.6%	37.5%	34.4%	9.4%	3.1%
	中南米	33	39.4%	45.5%	12.1%	3.0%	-
	その他	5	20.0%	60.0%	20.0%	-	-

3-5 訪問先を決めるにあたって重視すること

訪問先を決めるにあたって重視することは、「景色の良さ」が64.1%と最も多く、「美味しい物」(50.8%)、「面白い体験」(47.3%)と続いている。国籍・地域別にみると「面白い体験」は中南米やヨーロッパはじめ欧米系で全体的に高く、中国や香港では「景色の良さ」、台湾では「アクセスの良さ」や「知名度の高さ」が他の国籍・地域に比べ高くなっている。

区分	回答数	比率
景色の良さ	828	64.1%
面白い体験	610	47.3%
美味しい物	656	50.8%
口コミの良さ	204	15.8%
知名度の高さ	216	16.7%
知名度の低さ	45	3.5%
アクセスの良さ	294	22.8%
価格の安さ	77	6.0%
お土産の魅力	45	3.5%
一箇所で多くのことができる	116	9.0%
その他	63	4.9%
合計	1,291	100.0%

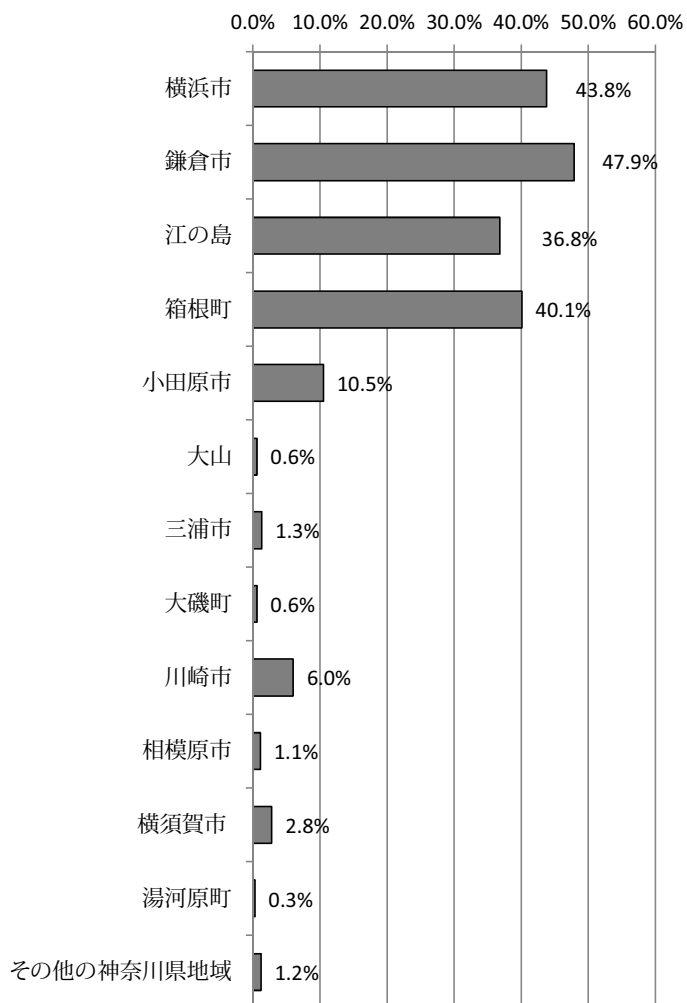


		訪問先を決めるにあたって重視すること											
		景色の良さ	面白い体験	美味しい物	口コミの良さ	知名度の高さ	知名度の低さ	アクセスの良さ	価格の安さ	お土産の魅力	一箇所で多くのことができる	その他	
全体	1285	64.2%	47.2%	50.7%	15.9%	16.8%	3.4%	22.8%	6.0%	3.5%	9.0%	4.9%	
国籍・地域	中国	392	71.4%	37.5%	50.0%	18.6%	21.2%	2.6%	26.3%	3.6%	4.6%	8.2%	4.1%
	韓国	81	54.3%	32.1%	53.1%	17.3%	13.6%	2.5%	21.0%	7.4%	3.7%	7.4%	1.2%
	台湾	160	63.8%	37.5%	40.0%	11.3%	25.0%	1.9%	38.8%	5.6%	3.1%	3.1%	6.3%
	香港	104	70.2%	34.6%	53.8%	16.3%	12.5%	4.8%	27.9%	6.7%	6.7%	5.8%	1.0%
	東南アジア	102	61.8%	52.9%	57.8%	10.8%	18.6%	2.0%	19.6%	7.8%	1.0%	7.8%	2.9%
	タイ	45	68.9%	44.4%	51.1%	11.1%	24.4%	-	20.0%	8.9%	-	6.7%	2.2%
	マレーシア	15	46.7%	46.7%	53.3%	6.7%	13.3%	6.7%	20.0%	20.0%	-	6.7%	6.7%
	インドネシア	15	53.3%	60.0%	60.0%	20.0%	26.7%	-	13.3%	-	-	6.7%	-
	ベトナム	5	80.0%	60.0%	80.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
	北米	165	58.8%	58.8%	57.6%	20.0%	12.1%	6.7%	13.9%	7.9%	2.4%	12.1%	4.2%
	アメリカ	133	57.1%	57.9%	55.6%	20.3%	12.0%	7.5%	14.3%	7.5%	2.3%	11.3%	4.5%
	カナダ	32	65.6%	62.5%	65.6%	18.8%	12.5%	3.1%	12.5%	9.4%	3.1%	15.6%	3.1%
	オセアニア	62	67.7%	59.7%	54.8%	14.5%	6.5%	3.2%	17.7%	11.3%	4.8%	11.3%	9.7%
	オーストラリア	54	68.5%	55.6%	57.4%	13.0%	1.9%	3.7%	18.5%	11.1%	5.6%	11.1%	9.3%
	ヨーロッパ	181	57.5%	67.4%	50.8%	13.3%	11.6%	4.4%	12.2%	5.5%	1.7%	14.4%	9.4%
	イギリス	37	67.6%	64.9%	43.2%	32.4%	5.4%	5.4%	13.5%	13.5%	-	13.5%	2.7%
	フランス	36	55.6%	75.0%	58.3%	8.3%	5.6%	11.1%	8.3%	2.8%	2.8%	13.9%	5.6%
	ドイツ	34	44.1%	61.8%	38.2%	-	11.8%	2.9%	14.7%	5.9%	-	11.8%	23.5%
	中南米	33	57.6%	72.7%	30.3%	12.1%	12.1%	3.0%	18.2%	9.1%	-	15.2%	6.1%
その他	5	20.0%	80.0%	60.0%	20.0%	20.0%	-	-	-	20.0%	20.0%	-	

3-6 神奈川県を訪問地

訪問地は、「鎌倉市」が 47.9%ともっとも多く、「横浜市」(43.8%)、「箱根町」(40.1%)、江の島(36.8%)と続いている。国籍・地域別にみると「横浜市」は東南アジアで 73.5%、「鎌倉市」はヨーロッパで 67.9%、中南米で 75.8%、「箱根町」は中国で 57.1%、「江の島」は台湾で 53.5%、香港で 53.3%と高くなっている。旅行形態別にみるとパッケージツアーでは「横浜市」が 59.6%と高く、「江の島」は 19.2%と低くなっている。

区分	回答数	比率
横浜市	570	43.8%
鎌倉市	623	47.9%
江の島	479	36.8%
箱根町	521	40.1%
小田原市	136	10.5%
大山	8	0.6%
三浦市	17	1.3%
大磯町	8	0.6%
川崎市	78	6.0%
相模原市	14	1.1%
横須賀市	37	2.8%
湯河原町	4	0.3%
その他の神奈川県地域	15	1.2%
合計	1,300	100.0%



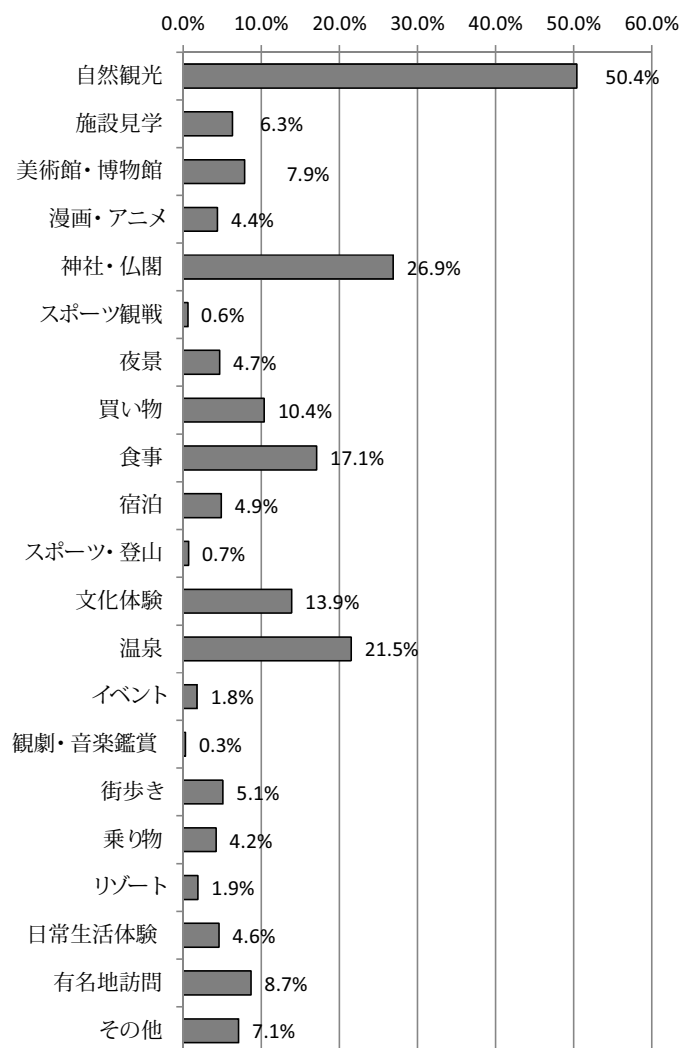
	全体	訪問地域															
		横浜市	川崎市	湘南地域	江の島	大山	大磯町	県西地域	箱根町	小田原市	横須賀三浦地域	鎌倉市	横須賀市	三浦市	県央地域	不明	
全体	1293	43.9%	6.0%	37.7%	36.9%	0.5%	0.6%	42.1%	40.3%	10.5%	49.4%	48.1%	2.9%	1.3%	1.3%	0.6%	
国籍・地域	中国	389	36.5%	6.4%	43.7%	42.9%	0.3%	0.5%	58.4%	57.1%	13.6%	47.8%	46.0%	3.1%	1.5%	1.0%	0.5%
	韓国	79	51.9%	3.8%	39.2%	39.2%	-	-	45.6%	43.0%	3.8%	27.8%	25.3%	2.5%	5.1%	2.5%	-
	台湾	159	38.4%	3.8%	54.1%	53.5%	-	0.6%	31.4%	30.2%	6.9%	54.7%	53.5%	0.6%	1.9%	-	1.9%
	香港	105	47.6%	1.0%	54.3%	53.3%	1.9%	1.0%	38.1%	36.2%	3.8%	34.3%	33.3%	1.0%	1.0%	-	-
	東南アジア	102	73.5%	8.8%	18.6%	18.6%	-	-	36.3%	34.3%	9.8%	38.2%	38.2%	1.0%	1.0%	2.9%	-
	タイ	46	67.4%	6.5%	19.6%	19.6%	-	-	23.9%	21.7%	6.5%	56.5%	56.5%	-	2.2%	2.9%	-
	マレーシア	15	80.0%	13.3%	13.3%	13.3%	-	-	53.3%	53.3%	13.3%	20.0%	20.0%	6.7%	-	-	-
	インドネシア	15	80.0%	6.7%	26.7%	26.7%	-	-	33.3%	33.3%	13.3%	26.7%	26.7%	-	-	20.0%	-
	ベトナム	4	100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	-	-	50.0%	50.0%	-	25.0%	25.0%	-	-	-	-
	北米	168	53.0%	9.5%	24.4%	23.2%	0.6%	1.8%	36.3%	32.7%	17.9%	50.0%	47.6%	10.7%	1.2%	3.6%	1.2%
	アメリカ	134	55.2%	11.2%	23.1%	22.4%	0.7%	1.5%	33.6%	29.9%	16.4%	50.7%	47.8%	12.7%	1.5%	4.5%	0.7%
	カナダ	34	44.1%	2.9%	29.4%	26.5%	-	2.9%	47.1%	44.1%	23.5%	47.1%	47.1%	2.9%	-	-	2.9%
	オセアニア	65	40.0%	10.8%	26.2%	26.2%	-	-	50.8%	49.2%	12.3%	41.5%	41.5%	-	-	-	-
	オーストラリア	57	42.1%	10.5%	24.6%	24.6%	-	-	54.4%	52.6%	14.0%	36.8%	36.8%	-	-	-	-
	ヨーロッパ	187	36.9%	5.3%	29.9%	28.3%	1.6%	0.5%	28.3%	26.7%	7.5%	68.4%	67.9%	0.5%	-	1.1%	-
	イギリス	40	35.0%	5.0%	30.0%	30.0%	-	-	35.0%	32.5%	10.0%	55.0%	55.0%	-	-	-	-
フランス	36	38.9%	2.8%	36.1%	33.3%	-	2.8%	27.8%	27.8%	2.8%	83.3%	83.3%	-	-	-	-	
ドイツ	34	20.6%	8.8%	44.1%	44.1%	-	-	20.6%	17.6%	8.8%	61.8%	61.8%	-	-	-	-	
中南米	33	39.4%	3.0%	24.2%	24.2%	-	-	21.2%	21.2%	9.1%	75.8%	75.8%	3.0%	-	-	3.0%	
その他	6	16.7%	-	33.3%	33.3%	-	-	-	-	-	83.3%	83.3%	-	-	-	-	

	全体	訪問地域															
		横浜市	川崎市	湘南地域	江の島	大山	大磯町	県西地域	箱根町	小田原市	横須賀三浦地域	鎌倉市	横須賀市	三浦市	県央地域	不明	
全体	1178	44.4%	6.5%	37.5%	36.8%	0.7%	0.6%	43.5%	41.6%	11.1%	48.6%	47.4%	2.9%	1.3%	1.2%	0.7%	
旅行形態	個人旅行	997	40.9%	6.0%	41.0%	40.4%	0.4%	0.4%	45.2%	43.3%	12.0%	50.5%	49.5%	2.7%	1.0%	1.0%	0.7%
	パッケージツアー	104	59.6%	7.7%	21.2%	19.2%	1.9%	1.9%	42.3%	41.3%	5.8%	45.2%	42.3%	2.9%	2.9%	1.0%	1.0%
	ビジネス	77	68.8%	11.7%	14.3%	13.0%	2.6%	1.3%	22.1%	19.5%	6.5%	29.9%	26.0%	5.2%	2.6%	3.9%	-

3-7 主な訪問目的

主な訪問目的は「自然観光」(50.4%)がもっとも多く、国籍・地域では、中国、香港、台湾が、訪問地域では江の島、箱根が高い比率となっている。次いで「神社・仏閣」(26.9%)が高く、国籍・地域ではヨーロッパや中南米、タイ、北米が、訪問地域では鎌倉が高い比率となっている。3番目に高いのが「温泉」(21.5%)で、国籍・地域では中国が、訪問地域では箱根が高い比率となっている。以下、「食事」(17.1%)、「文化体験」(13.9%)、「買い物」(10.4%)となっている。

区分	回答数	比率
自然観光	589	50.4%
施設見学	74	6.3%
美術館・博物館	92	7.9%
漫画・アニメ	52	4.4%
神社・仏閣	315	26.9%
スポーツ観戦	7	0.6%
夜景	55	4.7%
買い物	121	10.4%
食事	200	17.1%
宿泊	57	4.9%
スポーツ・登山	8	0.7%
文化体験	162	13.9%
温泉	251	21.5%
イベント	21	1.8%
観劇・音楽鑑賞	3	0.3%
街歩き	60	5.1%
乗り物	49	4.2%
リゾート	22	1.9%
日常生活体験	54	4.6%
有名地訪問	102	8.7%
その他	83	7.1%
合計	1,169	100.0%



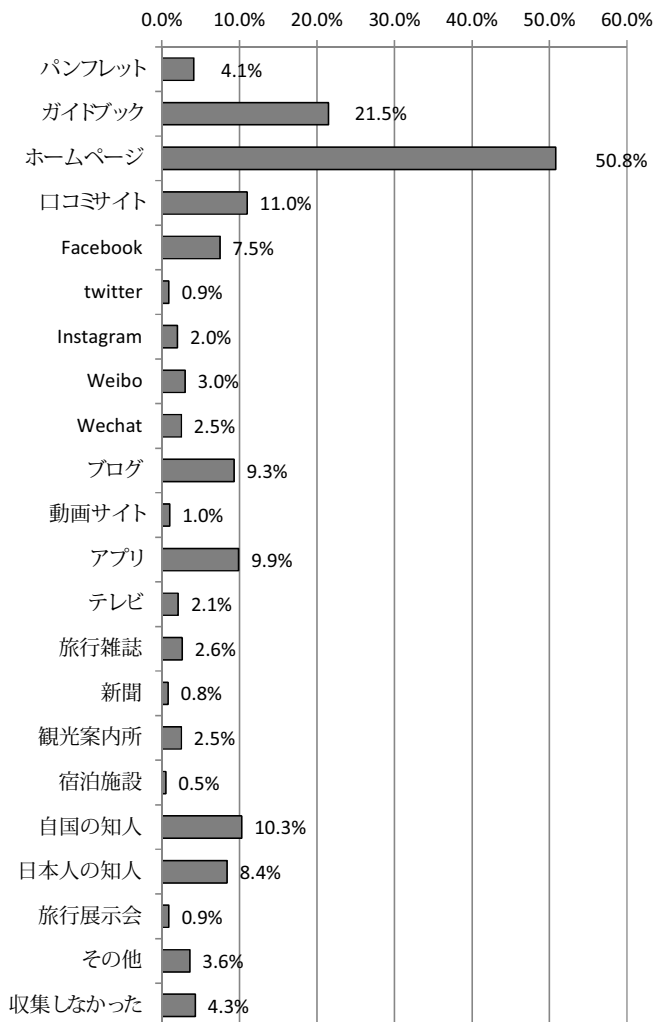
	全体	訪問目的																					
		自然観光	施設見学	美術館・博物館	アニメ・マンガ	神社・仏閣	スポーツ観戦	夜景	買い物	食事	宿泊	登山・スポーツ	文化体験	温泉	イベント	音楽鑑賞	街歩き	乗り物	リゾート	体験・日常生活	有名地訪問	その他	
全体	1164	50.5%	6.4%	7.9%	4.5%	27.1%	0.6%	4.7%	10.4%	17.2%	4.8%	0.7%	13.8%	21.4%	1.8%	0.3%	5.2%	4.2%	1.9%	4.6%	8.8%	7.0%	
国籍・地域	中国	356	63.2%	6.2%	11.2%	7.9%	14.9%	0.3%	3.9%	12.1%	9.0%	0.6%	6.7%	34.3%	0.8%	0.3%	7.0%	1.1%	2.8%	3.7%	3.9%	3.1%	
	韓国	75	44.0%	10.7%	6.7%	2.7%	2.7%	-	5.3%	13.3%	17.3%	2.7%	1.3%	8.0%	20.0%	5.3%	1.3%	9.3%	4.0%	-	2.7%	4.0%	14.7%
	台湾	141	58.2%	12.1%	12.1%	5.7%	32.6%	0.7%	6.4%	9.2%	12.1%	3.5%	0.7%	9.2%	12.8%	0.7%	-	6.4%	6.4%	0.7%	5.0%	6.4%	3.5%
	香港	93	63.4%	9.7%	4.3%	4.3%	10.8%	-	6.5%	8.6%	25.8%	8.6%	-	5.4%	14.0%	1.1%	-	8.6%	1.1%	2.2%	-	4.3%	6.5%
	東南アジア	86	39.5%	1.2%	2.3%	2.3%	27.9%	1.2%	2.3%	22.1%	34.9%	3.5%	-	15.1%	14.0%	4.7%	-	2.3%	1.2%	1.2%	5.8%	12.8%	7.0%
	タイ	39	35.9%	2.6%	2.6%	2.6%	43.6%	-	2.6%	20.5%	33.3%	2.6%	-	17.9%	5.1%	-	-	2.6%	2.6%	-	5.1%	10.3%	5.1%
	マレーシア	13	38.5%	-	-	7.7%	23.1%	7.7%	7.7%	7.7%	38.5%	-	-	7.7%	15.4%	-	-	-	-	-	23.1%	7.7%	15.4%
	インドネシア	11	54.5%	-	9.1%	-	18.2%	-	-	27.3%	27.3%	9.1%	-	27.3%	-	18.2%	-	-	-	-	-	18.2%	-
	ベトナム	4	50.0%	-	-	-	25.0%	-	-	25.0%	75.0%	-	-	25.0%	-	25.0%	-	-	-	-	-	-	-
	北米	149	34.9%	3.4%	6.0%	3.4%	34.9%	1.3%	6.0%	7.4%	26.2%	4.7%	0.7%	20.8%	18.1%	3.4%	0.7%	2.0%	6.7%	2.7%	4.0%	12.8%	13.4%
	アメリカ	119	32.9%	2.5%	5.0%	4.2%	34.5%	1.7%	6.7%	7.6%	26.1%	4.2%	-	20.2%	16.8%	3.4%	0.8%	1.7%	5.0%	2.5%	4.2%	15.1%	15.1%
	カナダ	30	43.3%	6.7%	10.0%	-	36.7%	-	3.3%	6.7%	26.7%	6.7%	3.3%	23.3%	23.3%	3.3%	-	3.3%	13.3%	3.3%	3.3%	3.3%	6.7%
	オセアニア	63	38.1%	9.5%	11.1%	-	25.4%	1.6%	4.8%	7.9%	22.2%	7.9%	4.8%	27.0%	23.8%	1.6%	-	3.2%	7.9%	3.2%	3.2%	9.5%	4.8%
	オーストラリア	55	40.0%	10.9%	7.3%	-	21.8%	1.8%	3.6%	9.1%	23.6%	7.3%	5.5%	29.1%	23.6%	1.8%	-	3.6%	7.3%	3.6%	3.6%	10.9%	5.5%
	ヨーロッパ	164	38.4%	3.0%	3.0%	0.6%	55.5%	0.6%	1.8%	6.1%	17.7%	3.7%	-	26.8%	14.6%	1.2%	-	2.4%	8.5%	1.2%	11.6%	18.9%	10.4%
	イギリス	35	28.6%	-	8.6%	-	57.1%	-	-	11.4%	14.3%	2.9%	-	22.9%	17.1%	5.7%	-	5.7%	25.7%	-	8.6%	22.9%	5.7%
	フランス	31	48.4%	9.7%	3.2%	-	61.3%	-	3.2%	3.2%	16.1%	-	-	19.4%	12.9%	-	-	-	-	3.2%	19.4%	12.9%	6.5%
	ドイツ	30	40.0%	3.3%	-	-	63.3%	3.3%	-	3.3%	13.3%	3.3%	-	33.3%	6.7%	-	-	3.3%	10.0%	-	6.7%	13.3%	16.7%
	中南米	31	45.2%	3.2%	6.5%	6.5%	54.8%	-	16.1%	6.5%	6.5%	3.2%	-	22.6%	9.7%	-	-	6.5%	-	-	16.1%	6.5%	6.5%
	その他	6	33.3%	-	16.7%	-	66.7%	-	-	-	-	-	-	16.7%	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7%

	全体	訪問目的																					
		自然観光	施設見学	美術館・博物館	アニメ・マンガ	神社・仏閣	スポーツ観戦	夜景	買い物	食事	宿泊	登山・スポーツ	文化体験	温泉	イベント	音楽鑑賞	街歩き	乗り物	リゾート	体験・日常生活	有名地訪問	その他	
全体	1136	50.9%	6.4%	7.6%	4.5%	27.4%	0.6%	4.8%	10.4%	17.3%	4.5%	0.5%	13.8%	21.1%	1.7%	0.3%	5.2%	4.3%	1.9%	4.6%	9.0%	7.0%	
訪問地域	横浜	483	38.1%	8.5%	6.4%	3.5%	22.8%	0.6%	9.1%	14.9%	26.7%	4.1%	0.6%	15.1%	14.7%	3.3%	0.4%	7.5%	3.9%	2.3%	3.9%	8.3%	10.8%
	川崎	69	44.9%	10.1%	8.7%	5.8%	24.6%	1.4%	10.1%	20.3%	26.1%	5.8%	1.4%	17.4%	18.8%	4.3%	1.4%	8.7%	4.3%	4.3%	2.9%	7.2%	5.8%
	湘南	448	65.6%	6.3%	4.9%	7.1%	28.1%	0.4%	6.7%	8.5%	14.7%	2.2%	0.9%	14.3%	13.4%	0.9%	-	6.9%	3.6%	2.7%	4.0%	8.0%	5.6%
	江の島	440	66.4%	6.1%	5.0%	7.3%	28.2%	0.5%	6.8%	8.6%	14.8%	2.3%	0.9%	13.9%	13.6%	0.9%	-	7.0%	3.4%	2.7%	4.1%	8.0%	5.0%
	大山	5	40.0%	-	-	-	40.0%	-	20.0%	-	-	-	-	20.0%	20.0%	-	-	-	20.0%	-	-	20.0%	20.0%
	大磯町	6	16.7%	16.7%	-	-	16.7%	-	16.7%	-	33.3%	-	-	33.3%	33.3%	-	-	-	-	-	-	33.3%	16.7%
	県西	485	55.1%	6.8%	12.6%	3.7%	17.7%	0.6%	3.7%	9.3%	15.9%	7.0%	0.4%	11.8%	43.5%	1.2%	0.2%	4.3%	3.9%	3.3%	4.7%	9.7%	4.7%
	箱根町	466	56.0%	6.9%	13.1%	3.9%	17.4%	0.6%	3.9%	9.2%	14.4%	6.9%	0.4%	11.4%	44.4%	1.1%	0.2%	4.3%	3.9%	3.4%	4.9%	9.2%	4.5%
	小田原市	121	57.0%	5.8%	7.4%	3.3%	24.0%	-	3.3%	6.6%	24.0%	10.7%	-	13.2%	45.5%	0.8%	0.8%	4.1%	5.0%	7.4%	5.0%	13.2%	3.3%
	横須賀三浦	564	49.5%	5.9%	6.0%	6.6%	45.9%	1.1%	5.7%	10.3%	15.4%	3.2%	0.7%	17.0%	15.8%	0.7%	-	5.3%	5.5%	2.1%	6.0%	11.9%	4.4%
	鎌倉市	551	49.7%	6.0%	6.0%	6.5%	46.8%	1.1%	5.8%	10.3%	15.4%	3.3%	0.7%	17.4%	15.4%	0.7%	-	5.4%	5.4%	2.2%	6.0%	12.2%	3.4%
	横須賀市	34	44.1%	2.9%	8.8%	5.9%	32.4%	2.9%	2.9%	5.9%	17.6%	-	2.9%	20.6%	20.6%	-	-	2.9%	5.9%	2.9%	2.9%	14.7%	17.6%
	三浦市	13	61.5%	7.7%	7.7%	7.7%	23.1%	-	7.7%	7.7%	7.7%	-	-	23.1%	38.5%	-	-	-	7.7%	7.7%	-	-	23.1%
	県央	14	50.0%	-	-	-	14.3%	-	7.1%	7.1%	21.4%	-	-	14.3%	35.7%	7.1%	-	7.1%	-	7.1%	7.1%	-	21.4%
	不明	8	62.5%	12.5%	-	-	37.5%	-	-	12.5%	12.5%	-	-	25.0%	12.5%	12.5%	-	-	25.0%	-	-	12.5%	12.5%

3-8 入国前における訪問地域の情報収集手段

入国前における訪問地域の情報収集手段は、「ホームページ」が50.8%と最も多く、「ガイドブック」(21.5%)、「口コミサイト」(11.0%)と続いている。国籍・地域別にみると台湾で「ブログ」が30.7%と他の国籍よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
パンフレット	44	4.1%
ガイドブック	233	21.5%
ホームページ	550	50.8%
口コミサイト	119	11.0%
Facebook	81	7.5%
twitter	10	0.9%
Instagram	22	2.0%
Weibo	32	3.0%
Wechat	27	2.5%
ブログ	101	9.3%
動画サイト	11	1.0%
アプリ	107	9.9%
テレビ	23	2.1%
旅行雑誌	28	2.6%
新聞	9	0.8%
観光案内所	27	2.5%
宿泊施設	5	0.5%
自国の知人	112	10.3%
日本人の知人	91	8.4%
旅行展示会	10	0.9%
その他	39	3.6%
収集しなかった	47	4.3%
合計	1,083	100.0%

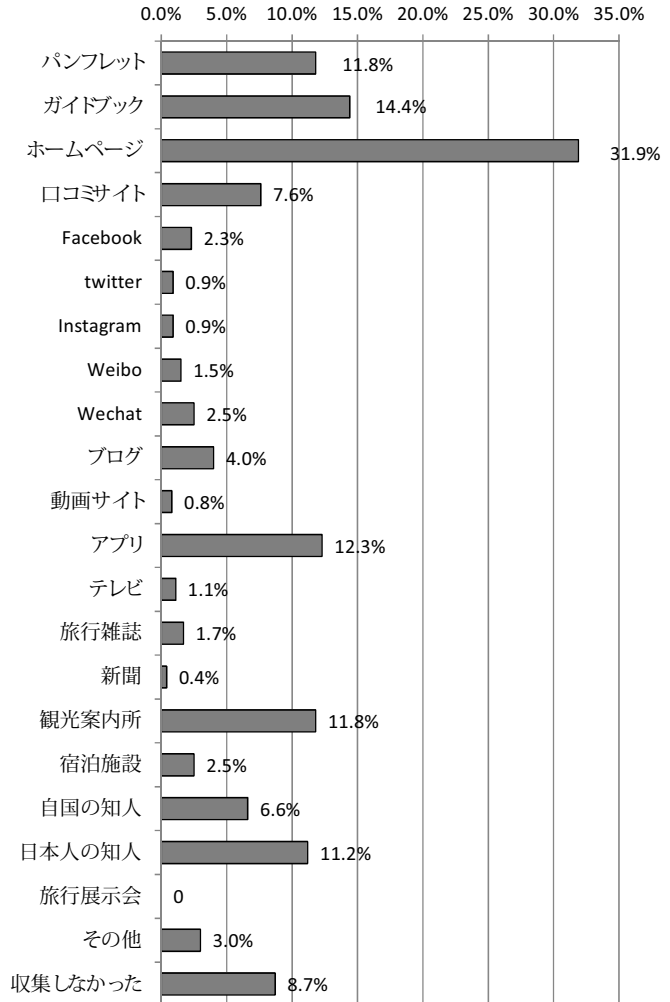


		入国前における、訪問地域の情報収集手段																							
		パンフレット	ガイドブック	ホームページ	口コミサイト	Facebook	twitter	Instagram	Weibo	Wechat	ブログ	動画サイト	アプリ	テレビ	旅行雑誌	新聞	観光案内所	宿泊施設	自国の知人	日本人の知人	旅行展示会	その他	収集しなかった		
全体	1081	4.1%	21.5%	50.9%	10.9%	7.4%	0.9%	2.0%	3.0%	2.5%	9.3%	1.0%	9.9%	2.1%	2.6%	0.8%	2.5%	0.5%	10.4%	8.4%	0.9%	3.6%	4.3%		
国籍・地域	中国	340	4.1%	18.2%	32.6%	17.4%	1.8%	1.5%	9.1%	6.5%	1.2%	0.9%	22.6%	2.1%	1.5%	1.8%	1.8%	0.3%	10.9%	6.2%	1.5%	2.1%	2.9%		
	韓国	66	4.5%	18.2%	53.0%	10.6%	7.6%	-	-	-	21.2%	-	3.0%	-	3.0%	-	-	-	7.6%	4.5%	1.5%	1.5%	9.1%		
	台湾	127	7.1%	17.3%	45.7%	11.0%	19.7%	-	1.6%	0.8%	0.8%	30.7%	0.8%	5.5%	2.4%	4.7%	-	0.8%	2.4%	9.4%	7.1%	-	2.4%	3.1%	
	香港	79	5.1%	20.3%	48.1%	15.2%	12.7%	1.3%	1.3%	-	1.3%	12.7%	-	5.1%	1.3%	3.8%	-	-	-	7.6%	3.8%	1.3%	2.5%	5.1%	
	東南アジア	87	1.1%	24.1%	65.5%	10.3%	13.8%	-	3.4%	-	-	8.0%	-	5.7%	2.3%	2.3%	3.4%	3.4%	-	10.3%	3.4%	1.1%	1.1%	4.6%	
	タイ	38	-	34.2%	71.1%	13.2%	15.8%	-	2.6%	-	-	2.6%	-	10.5%	5.3%	2.6%	-	5.3%	-	15.8%	5.3%	-	-	-	
	マレーシア	15	6.7%	26.7%	40.0%	-	20.0%	-	6.7%	-	-	6.7%	-	-	-	-	-	-	-	6.7%	6.7%	-	6.7%	6.7%	
	インドネシア	12	-	8.3%	66.7%	8.3%	16.7%	-	8.3%	-	-	16.7%	-	-	-	-	-	8.3%	-	-	-	8.3%	-	8.3%	
	ベトナム	4	-	-	25.0%	-	25.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0%
	北米	139	5.8%	15.8%	66.9%	5.0%	8.6%	2.2%	4.3%	-	0.7%	5.8%	2.9%	3.6%	2.2%	2.2%	-	2.2%	-	8.6%	16.5%	0.7%	5.8%	5.0%	
	アメリカ	110	6.4%	13.6%	69.1%	5.5%	6.4%	-	3.6%	-	-	5.5%	1.8%	3.6%	1.8%	0.9%	-	1.8%	-	8.2%	15.5%	0.9%	5.5%	6.4%	
	カナダ	29	3.4%	24.1%	58.6%	3.4%	17.2%	10.3%	6.9%	-	3.4%	6.9%	6.9%	3.4%	3.4%	6.9%	-	3.4%	-	10.3%	20.7%	-	6.9%	-	
	オセアニア	54	3.7%	33.3%	77.8%	7.4%	1.9%	-	-	-	-	5.6%	1.9%	1.9%	5.6%	1.9%	-	5.6%	-	3.7%	5.6%	-	1.9%	3.7%	
	オーストラリア	47	2.1%	31.9%	74.5%	8.5%	2.1%	-	-	-	-	6.4%	-	2.1%	6.4%	2.1%	-	6.4%	-	4.3%	4.3%	-	2.1%	4.3%	
	ヨーロッパ	153	2.0%	34.6%	60.1%	3.9%	3.9%	0.7%	1.3%	-	0.7%	8.5%	0.7%	2.0%	2.6%	3.9%	-	6.5%	0.7%	17.6%	13.1%	0.7%	8.5%	6.5%	
	イギリス	33	6.1%	36.4%	60.6%	12.1%	6.1%	-	-	-	-	9.1%	-	-	-	6.1%	-	3.0%	3.0%	18.2%	12.1%	-	3.0%	6.1%	
	フランス	29	-	44.8%	41.4%	3.4%	3.4%	3.4%	3.4%	-	-	-	-	3.4%	-	10.3%	3.4%	-	13.8%	-	20.7%	20.7%	-	13.8%	10.3%
ドイツ	28	3.6%	32.1%	75.0%	-	-	-	3.6%	-	-	3.6%	-	3.6%	3.6%	7.1%	-	10.7%	-	17.9%	-	3.6%	14.3%	-		
中南米	32	-	15.6%	65.6%	-	9.4%	-	9.4%	-	3.1%	6.3%	3.1%	9.4%	-	-	-	-	-	6.3%	18.8%	-	9.4%	-		
その他	4	-	25.0%	75.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0%	-	-	-	-	-	-		

3-9 入国後における訪問地域の情報収集手段

入国後における訪問地域の情報収集手段は、「ホームページ」が31.9%と最も多く、「ガイドブック」(14.4%)、「アプリ」(12.3%)と続いている。

区分	回答数	比率
パンフレット	62	11.8%
ガイドブック	76	14.4%
ホームページ	168	31.9%
口コミサイト	40	7.6%
Facebook	12	2.3%
twitter	5	0.9%
Instagram	5	0.9%
Weibo	8	1.5%
Wechat	13	2.5%
ブログ	21	4.0%
動画サイト	4	0.8%
アプリ	65	12.3%
テレビ	6	1.1%
旅行雑誌	9	1.7%
新聞	2	0.4%
観光案内所	62	11.8%
宿泊施設	13	2.5%
自国の知人	35	6.6%
日本人の知人	59	11.2%
旅行展示会	-	-
その他	16	3.0%
収集しなかった	46	8.7%
合計	527	100.0%

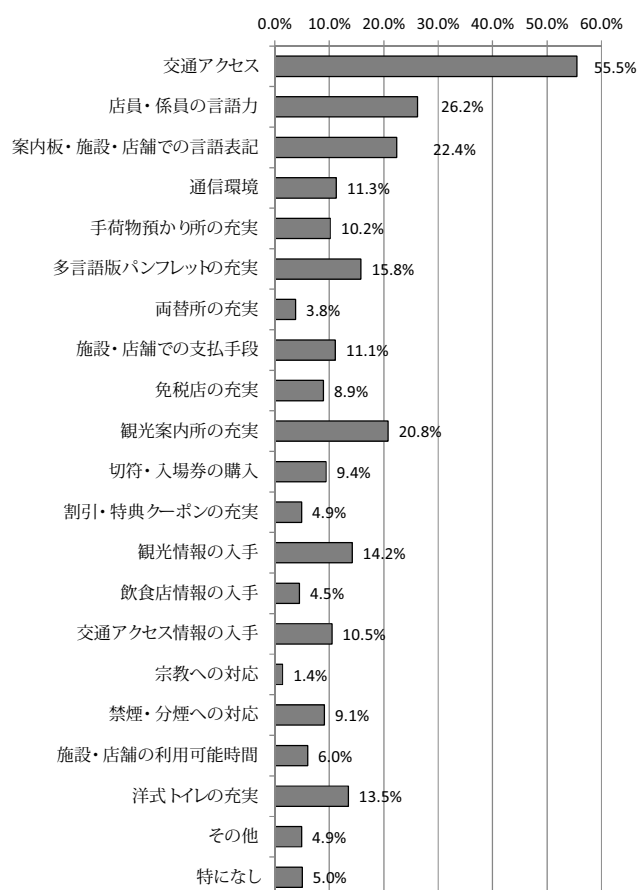


	全体	入国後における、訪問地域の情報収集手段																					
		パンフレット	ガイドブック	ホームページ	口コミサイト	Facebook	twitter	Instagram	Weibo	Wechat	ブログ	動画サイト	アプリ	テレビ	旅行雑誌	新聞	観光案内所	宿泊施設	自国の知人	日本人の知人	旅行展示会	その他	収集しなかった
全体	526	11.6%	14.4%	31.9%	7.6%	2.3%	1.0%	1.0%	1.5%	2.5%	4.0%	0.8%	12.4%	1.1%	1.7%	0.4%	11.8%	2.5%	6.7%	11.2%	-	3.0%	8.7%
中国	196	13.3%	12.8%	23.0%	10.7%	0.5%	2.0%	-	3.6%	5.1%	-	0.5%	21.9%	0.5%	1.5%	-	9.7%	2.6%	9.2%	10.7%	-	1.5%	8.7%
韓国	37	10.8%	13.5%	35.1%	2.7%	-	-	-	-	-	10.8%	2.7%	13.5%	2.7%	-	-	5.4%	2.7%	5.4%	8.1%	-	8.1%	-
台湾	85	11.8%	21.2%	27.1%	9.4%	2.4%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	10.6%	-	8.2%	1.2%	3.5%	1.2%	16.5%	1.2%	4.7%	7.1%	-	1.2%	10.6%
香港	40	7.5%	15.0%	37.5%	7.5%	-	-	2.5%	-	2.5%	5.0%	-	5.0%	5.0%	-	-	10.0%	-	2.5%	7.5%	-	5.0%	7.5%
東南アジア	37	5.4%	13.5%	43.2%	2.7%	10.8%	-	-	-	-	2.7%	-	8.1%	-	-	-	10.8%	5.4%	5.4%	10.8%	-	2.7%	10.8%
タイ	16	-	18.8%	62.5%	-	12.5%	-	-	-	-	-	-	6.3%	-	-	-	6.3%	-	12.5%	12.5%	-	-	6.3%
マレーシア	7	14.3%	14.3%	-	-	28.6%	-	-	-	-	-	-	14.3%	-	-	-	-	14.3%	-	14.3%	-	14.3%	14.3%
インドネシア	4	-	-	50.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0%	25.0%	-	25.0%	-	-	-
ベトナム	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0%
北米	43	14.0%	4.7%	44.2%	2.3%	4.7%	-	4.7%	-	2.3%	4.7%	4.7%	4.7%	2.3%	4.7%	2.3%	7.0%	-	4.7%	14.0%	-	4.7%	14.0%
アメリカ	34	14.7%	2.9%	41.2%	2.9%	5.9%	-	5.9%	-	5.9%	-	5.9%	-	2.9%	2.9%	-	2.9%	-	5.9%	17.6%	-	5.9%	17.6%
カナダ	9	11.1%	11.1%	55.6%	-	-	-	-	-	11.1%	-	22.2%	-	11.1%	11.1%	-	22.2%	-	-	-	-	-	-
オセアニア	27	7.4%	18.5%	66.7%	3.7%	3.7%	-	-	-	-	3.7%	-	3.7%	-	-	-	22.2%	3.7%	3.7%	14.8%	-	3.7%	3.7%
オーストラリア	23	4.3%	21.7%	65.2%	4.3%	4.3%	-	-	-	-	4.3%	-	4.3%	-	-	-	21.7%	4.3%	4.3%	13.0%	-	4.3%	4.3%
ヨーロッパ	55	10.9%	18.2%	30.9%	7.3%	3.6%	-	1.8%	-	-	3.6%	-	3.6%	-	-	-	16.4%	5.5%	9.1%	14.5%	-	3.6%	10.9%
イギリス	10	20.0%	30.0%	30.0%	10.0%	-	-	-	-	-	10.0%	-	-	-	-	-	20.0%	10.0%	10.0%	10.0%	-	10.0%	10.0%
フランス	10	-	-	20.0%	10.0%	10.0%	-	10.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	30.0%	-	-	10.0%	-	10.0%	10.0%
ドイツ	7	-	28.6%	71.4%	14.3%	-	-	-	-	-	-	-	14.3%	-	-	-	14.3%	14.3%	-	-	-	-	-
中南米	4	25.0%	-	25.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0%	-	-	50.0%	-	25.0%	-
その他	2	50.0%	-	50.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	-	-	-

3-10 旅行して良かった・役に立ったと感じた点

旅行して良かった・役に立ったと感じた点は、「交通アクセス」が55.5%と最も多く、「店員・係員の言語力」(26.2%)、「案内板・施設・店舗での言語表記」(22.4%)と続いている。国籍・地域別にみるとドイツで「交通アクセス」が81.5%と他の国籍・地域よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
交通アクセス	580	55.5%
店員・係員の言語力	274	26.2%
案内板・施設・店舗での言語表記	234	22.4%
通信環境	118	11.3%
手荷物預かり所の充実	107	10.2%
多言語版パンフレットの充実	165	15.8%
両替所の充実	40	3.8%
施設・店舗での支払手段	116	11.1%
免税店の充実	93	8.9%
観光案内所の充実	217	20.8%
切符・入場券の購入	98	9.4%
割引・特典クーポンの充実	51	4.9%
観光情報の入手	148	14.2%
飲食店情報の入手	47	4.5%
交通アクセス情報の入手	110	10.5%
宗教への対応	15	1.4%
禁煙・分煙への対応	95	9.1%
施設・店舗の利用可能時間	63	6.0%
洋式トイレの充実	141	13.5%
その他	51	4.9%
特になし	52	5.0%
合計	1,045	100.0%



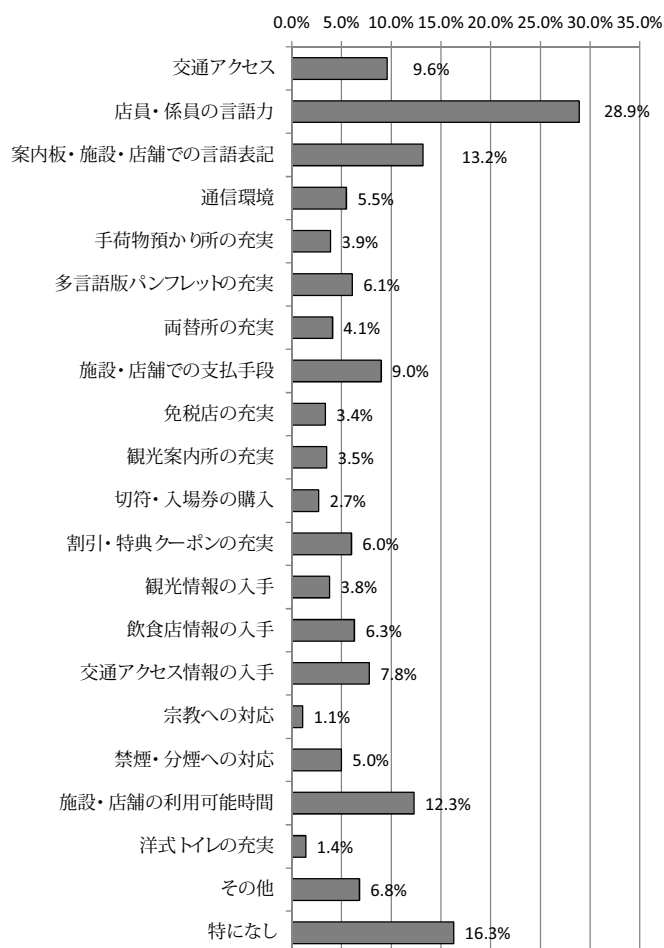
	全体	良かった役に立った点																						
		交通アクセス	店員・係員の言語力	案内板・施設・店舗での言語表記	通信環境	手荷物預かり所の充実	多言語版パンフレットの充実	両替所の充実	施設・店舗での支払手段	免税店の充実	観光案内所の充実	切符・入場券の購入	割引・特典クーポンの充実	観光情報の入手	飲食店情報の入手	交通アクセス情報の入手	宗教への対応	禁煙・分煙への対応	施設・店舗の利用可能時間	洋式トイレの充実	その他	特になし		
全体	1031	55.8%	26.0%	22.5%	11.2%	10.1%	15.9%	3.8%	11.0%	8.9%	21.0%	9.3%	4.7%	14.4%	4.3%	10.6%	1.5%	9.0%	6.1%	13.4%	4.8%	5.0%		
国籍・地域	中国	321	45.5%	29.6%	24.6%	16.8%	15.3%	26.8%	3.1%	20.2%	14.3%	22.4%	10.3%	6.5%	18.4%	5.6%	11.8%	1.9%	12.5%	6.9%	17.4%	3.1%	6.5%	
	韓国	68	44.1%	27.9%	25.0%	13.2%	5.9%	26.5%	2.9%	-	4.4%	20.6%	10.3%	2.9%	13.2%	5.9%	8.8%	-	11.8%	7.4%	10.3%	1.5%	-	
	台湾	126	61.1%	21.4%	19.0%	11.1%	12.7%	19.0%	1.6%	9.5%	12.7%	21.4%	9.5%	8.7%	16.7%	5.6%	15.9%	-	10.3%	3.2%	12.7%	3.2%	4.0%	
	香港	81	49.4%	33.3%	17.3%	8.6%	9.9%	8.6%	2.5%	7.4%	8.6%	17.3%	6.2%	4.9%	9.9%	4.9%	8.6%	-	8.6%	3.7%	16.0%	4.9%	4.9%	
	東南アジア	81	63.0%	21.0%	16.0%	6.2%	8.6%	2.5%	2.5%	1.2%	12.3%	22.2%	9.9%	3.7%	16.0%	3.7%	8.6%	6.2%	6.2%	-	7.4%	6.2%	-	
	タイ	32	71.9%	28.1%	18.8%	3.1%	6.3%	-	-	3.1%	15.6%	31.3%	6.3%	3.1%	9.4%	3.1%	6.3%	12.5%	-	-	6.3%	-	-	
	マレーシア	16	62.5%	18.8%	12.5%	6.3%	12.5%	-	-	-	12.5%	6.3%	-	-	18.8%	6.3%	6.3%	-	6.3%	-	6.3%	-	-	
	インドネシア	11	45.5%	9.1%	-	18.2%	9.1%	9.1%	9.1%	-	-	9.1%	18.2%	9.1%	18.2%	9.1%	18.2%	-	9.1%	-	9.1%	18.2%	-	
	ベトナム	3	66.7%	-	-	-	33.3%	-	-	-	33.3%	66.7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3%	33.3%	-
	北米	134	64.9%	27.6%	27.6%	9.0%	4.5%	9.0%	9.7%	7.5%	5.2%	20.1%	8.2%	0.7%	12.7%	3.0%	9.7%	1.5%	8.2%	10.4%	14.9%	4.5%	3.0%	
	アメリカ	108	65.7%	27.8%	25.9%	9.3%	3.7%	7.4%	9.3%	6.5%	2.8%	19.4%	7.4%	0.9%	12.0%	3.7%	10.2%	0.9%	8.3%	7.4%	13.9%	4.6%	1.9%	
	カナダ	26	61.5%	26.9%	34.6%	7.7%	7.7%	15.4%	11.5%	11.5%	15.4%	23.1%	11.5%	-	15.4%	-	-	7.7%	3.8%	7.7%	23.1%	19.2%	3.8%	7.7%
	オセアニア	51	68.6%	25.5%	19.6%	5.9%	5.9%	7.8%	5.9%	5.9%	2.0%	13.7%	9.8%	5.9%	17.6%	2.0%	11.8%	-	-	7.8%	11.8%	9.8%	5.9%	
	オーストラリア	44	70.5%	27.3%	22.7%	6.8%	4.5%	9.1%	6.8%	6.8%	2.3%	13.6%	9.1%	4.5%	15.9%	2.3%	11.4%	-	-	9.1%	13.6%	6.8%	4.5%	
	ヨーロッパ	143	65.7%	21.7%	23.8%	7.0%	7.7%	4.9%	2.1%	9.1%	0.7%	22.4%	9.8%	1.4%	7.7%	2.1%	7.0%	0.7%	5.6%	7.0%	7.0%	7.7%	8.4%	
	イギリス	32	75.0%	31.3%	25.0%	9.4%	3.1%	3.1%	-	9.4%	-	18.8%	15.6%	3.1%	12.5%	-	12.5%	-	-	12.5%	15.6%	6.3%	9.4%	
	フランス	26	46.2%	34.6%	30.8%	11.5%	-	7.7%	-	7.7%	-	26.9%	-	-	3.8%	3.8%	7.7%	3.8%	11.5%	3.8%	7.7%	11.5%	3.8%	
	ドイツ	27	81.5%	14.8%	29.6%	-	11.1%	-	3.7%	7.4%	-	25.9%	14.8%	-	7.4%	-	3.7%	-	3.7%	-	-	11.1%	-	
	中南米	22	59.1%	4.5%	13.6%	4.5%	-	18.2%	9.1%	13.6%	4.5%	22.7%	4.5%	4.5%	4.5%	-	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%	18.2%	18.2%	9.1%	
	その他	4	50.0%	25.0%	25.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0%	-	-	-	-	-	25.0%	

	全体	良かった役に立った点																					
		交通アクセス	店員・係員の言語力	案内板・施設・店舗での言語表記	通信環境	手荷物預かり所の充実	多言語版パンフレットの充実	両替所の充実	施設・店舗での支払手段	免税店の充実	観光案内所の充実	切符・入場券の購入	割引・特典クーポンの充実	観光情報の入手	飲食店情報の入手	交通アクセス情報の入手	宗教への対応	禁煙・分煙への対応	施設・店舗の利用可能時間	洋式トイレの充実	その他	特になし	
全体	991	56.0%	25.2%	21.8%	11.0%	9.8%	15.2%	3.8%	10.9%	8.8%	20.7%	9.4%	4.6%	14.0%	4.0%	10.0%	1.5%	8.7%	5.9%	12.8%	4.9%	5.2%	
訪問地域	横浜市	440	55.7%	28.6%	19.3%	10.9%	10.0%	13.0%	3.9%	9.5%	9.1%	19.8%	8.9%	4.1%	15.0%	4.5%	7.7%	1.4%	8.9%	5.2%	11.8%	3.6%	3.4%
	川崎市	63	61.9%	14.3%	15.9%	9.5%	15.9%	7.9%	4.8%	20.6%	11.1%	27.0%	12.7%	4.8%	7.9%	3.2%	6.3%	3.2%	20.6%	4.8%	11.1%	4.8%	1.6%
	湘南地域	328	56.7%	17.4%	20.1%	9.5%	7.6%	12.2%	3.4%	9.8%	7.9%	17.7%	5.8%	3.4%	10.7%	4.0%	7.6%	0.3%	7.6%	4.0%	8.2%	6.4%	5.5%
	江の島	317	56.8%	17.0%	20.5%	9.5%	7.3%	12.3%	3.2%	9.1%	8.2%	17.4%	6.0%	3.5%	10.7%	2.8%	7.9%	0.3%	7.9%	3.8%	8.5%	6.3%	5.7%
	大山	7	57.1%	-	14.3%	14.3%	28.6%	-	-	14.3%	-	14.3%	-	-	28.6%	28.6%	-	-	-	14.3%	-	-	-
	大磯町	7	42.9%	42.9%	-	-	-	14.3%	14.3%	28.6%	-	42.9%	-	-	-	42.9%	-	-	-	-	-	-	-
	県西地域	457	56.2%	30.4%	24.3%	14.7%	14.2%	21.0%	3.9%	16.0%	10.1%	26.5%	12.3%	7.4%	18.2%	5.3%	12.5%	2.2%	11.8%	8.1%	17.3%	3.1%	4.4%
	箱根町	442	56.3%	30.1%	25.1%	14.5%	14.5%	21.0%	3.8%	16.3%	10.4%	26.9%	12.0%	7.7%	18.1%	5.4%	12.7%	2.3%	11.1%	8.1%	17.4%	3.2%	4.5%
	小田原市	112	58.9%	33.9%	24.1%	12.5%	15.2%	25.9%	4.5%	18.8%	8.9%	24.1%	17.0%	11.6%	23.2%	5.4%	15.2%	1.8%	15.2%	8.9%	20.5%	2.7%	5.4%
	横須賀三浦地域	466	55.6%	22.1%	23.8%	10.3%	9.4%	14.2%	4.3%	9.4%	8.4%	18.5%	8.2%	3.2%	13.1%	3.0%	8.6%	1.1%	7.7%	4.7%	10.9%	5.8%	6.7%
	鎌倉市	453	55.8%	21.9%	23.4%	10.2%	9.5%	13.0%	3.8%	9.3%	8.4%	18.3%	8.2%	3.3%	13.2%	2.9%	8.2%	1.1%	7.7%	4.6%	10.8%	5.7%	6.8%
	横須賀市	27	66.7%	40.7%	37.0%	14.8%	18.5%	37.0%	25.9%	11.1%	7.4%	18.5%	-	3.7%	-	7.4%	-	-	14.8%	14.8%	11.1%	7.4%	-
	三浦市	11	81.8%	9.1%	27.3%	9.1%	18.2%	36.4%	9.1%	9.1%	-	27.3%	9.1%	9.1%	27.3%	18.2%	18.2%	-	-	-	27.3%	9.1%	-
	県央地域	10	70.0%	20.0%	10.0%	20.0%	-	10.0%	-	30.0%	-	20.0%	-	-	10.0%	10.0%	-	-	10.0%	30.0%	10.0%	-	-
	不明	8	37.5%	25.0%	12.5%	-	12.5%	-	-	-	-	12.5%	25.0%	-	-	25.0%	-	-	-	12.5%	-	25.0%	37.5%

3-11 旅行して改善すべきと感じた点

旅行してみて改善すべきと感じた点は、「店員・係員の言語力」が28.9%ともっとも多く、「案内板・施設・店舗での言語表記」(13.2%)、「施設・店舗の利用可能時間」(12.3%)と続いている。

区分	回答数	比率
交通アクセス	94	9.6%
店員・係員の言語力	284	28.9%
案内板・施設・店舗での言語表記	130	13.2%
通信環境	54	5.5%
手荷物預かり所の充実	38	3.9%
多言語版パンフレットの充実	60	6.1%
両替所の充実	40	4.1%
施設・店舗での支払手段	88	9.0%
免税店の充実	33	3.4%
観光案内所の充実	34	3.5%
切符・入場券の購入	27	2.7%
割引・特典クーポンの充実	59	6.0%
観光情報の入手	37	3.8%
飲食店情報の入手	62	6.3%
交通アクセス情報の入手	77	7.8%
宗教への対応	11	1.1%
禁煙・分煙への対応	49	5.0%
施設・店舗の利用可能時間	121	12.3%
洋式トイレの充実	14	1.4%
その他	67	6.8%
特になし	160	16.3%
合計	983	100.0%



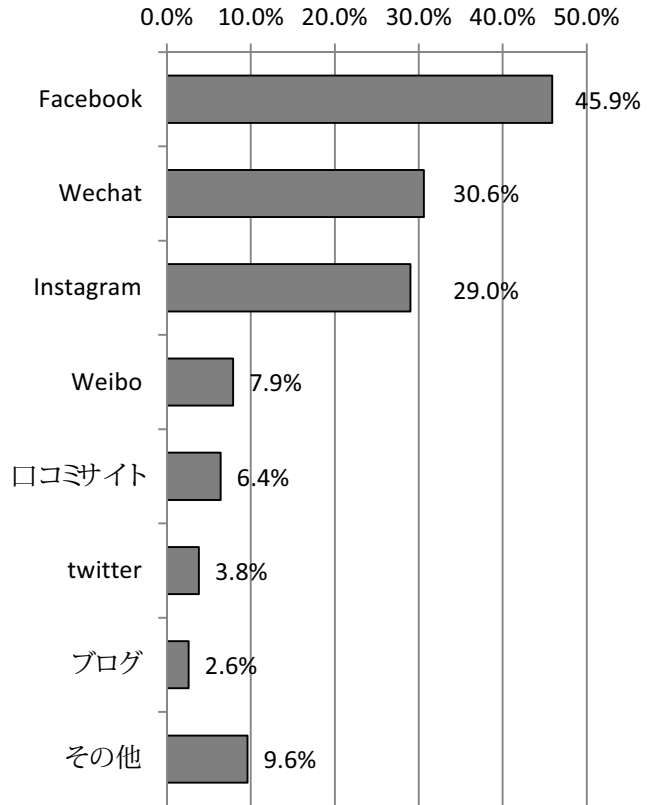
	全体	改善すべき点																						
		交通アクセス	店員・係員の言語力	案内板・施設・店舗での言語表記	通信環境	手荷物預かり所の充実	多言語版パンフレットの充実	両替所の充実	施設・店舗での支払手段	免税店の充実	観光案内所の充実	切符・入場券の購入	割引・特典クーポンの充実	観光情報の入手	飲食店情報の入手	交通アクセス情報の入手	宗教への対応	禁煙・分煙への対応	施設・店舗の利用可能時間	洋式トイレの充実	その他	特になし		
全体	969	9.5%	28.9%	13.4%	5.5%	3.9%	6.2%	4.1%	8.7%	3.4%	3.5%	2.7%	6.1%	3.7%	6.3%	7.8%	1.1%	5.1%	12.5%	1.4%	6.6%	16.4%		
国籍・地域	中国	311	11.6%	29.9%	12.9%	3.9%	5.1%	7.4%	5.5%	7.1%	5.8%	3.9%	3.2%	9.6%	4.8%	7.7%	9.6%	1.0%	2.3%	20.9%	1.3%	3.9%	11.9%	
	韓国	63	20.6%	20.6%	12.7%	14.3%	-	4.8%	1.6%	9.5%	4.8%	6.3%	6.3%	7.9%	1.6%	6.3%	6.3%	-	6.3%	4.8%	-	6.3%	11.1%	
	台湾	115	10.4%	22.6%	7.8%	4.3%	5.2%	5.2%	0.9%	6.1%	3.5%	2.6%	1.7%	7.8%	0.9%	3.5%	7.0%	-	7.0%	14.8%	2.6%	9.6%	17.4%	
	香港	80	13.8%	30.0%	13.8%	1.3%	5.0%	6.3%	2.5%	3.8%	7.5%	1.3%	6.3%	5.0%	3.8%	7.5%	11.3%	-	6.3%	5.0%	2.5%	6.3%	17.5%	
	東南アジア	79	11.4%	29.1%	20.3%	13.9%	6.3%	3.8%	3.8%	2.5%	-	6.3%	-	5.1%	2.5%	5.1%	7.6%	10.1%	10.1%	10.1%	-	8.9%	8.9%	
	タイ	28	7.1%	32.1%	21.4%	7.1%	10.7%	7.1%	3.6%	-	-	10.7%	-	3.6%	-	3.6%	14.3%	3.6%	10.7%	7.1%	-	3.6%	17.9%	
	マレーシア	15	13.3%	20.0%	6.7%	13.3%	13.3%	-	-	-	-	6.7%	-	-	-	6.7%	-	13.3%	13.3%	6.7%	-	6.7%	6.7%	
	インドネシア	14	-	35.7%	28.6%	14.3%	-	-	7.1%	7.1%	-	7.1%	-	-	7.1%	-	-	28.6%	7.1%	14.3%	-	14.3%	-	
	ベトナム	4	-	50.0%	50.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	北米	117	1.7%	27.4%	18.8%	4.3%	3.4%	10.3%	5.1%	12.0%	-	3.4%	2.6%	2.6%	5.1%	9.4%	9.4%	-	7.7%	5.1%	1.7%	6.0%	23.9%	
	アメリカ	97	1.0%	24.7%	16.5%	4.1%	4.1%	8.2%	5.2%	10.3%	-	3.1%	3.1%	2.1%	3.1%	9.3%	8.2%	-	6.2%	5.2%	2.1%	6.2%	25.8%	
	カナダ	20	5.0%	40.0%	30.0%	5.0%	-	20.0%	5.0%	20.0%	-	5.0%	-	5.0%	15.0%	10.0%	15.0%	-	15.0%	5.0%	-	5.0%	15.0%	
	オセアニア	43	4.7%	25.6%	9.3%	7.0%	4.7%	7.0%	9.3%	11.6%	2.3%	-	-	2.3%	2.3%	4.7%	7.0%	-	11.6%	4.7%	4.7%	7.0%	20.9%	
	オーストラリア	37	2.7%	29.7%	5.4%	8.1%	5.4%	8.1%	8.1%	13.5%	2.7%	-	-	2.7%	2.7%	5.4%	5.4%	-	13.5%	5.4%	2.7%	5.4%	16.2%	
	ヨーロッパ	133	5.3%	32.3%	12.0%	5.3%	0.8%	3.0%	3.8%	17.3%	0.8%	3.8%	0.8%	2.3%	3.8%	3.8%	3.0%	-	2.3%	10.5%	-	8.3%	24.1%	
	イギリス	29	6.9%	10.3%	3.4%	10.3%	-	-	3.4%	24.1%	3.4%	-	3.4%	-	6.9%	13.8%	-	-	3.4%	6.9%	-	13.8%	27.6%	
	フランス	19	10.5%	26.3%	-	-	-	-	-	15.8%	-	-	-	5.3%	-	5.3%	-	-	-	21.1%	-	-	10.5%	31.6%
	ドイツ	27	-	44.4%	14.8%	3.7%	-	3.7%	7.4%	14.8%	-	3.7%	-	-	-	-	-	-	-	18.5%	-	-	11.1%	18.5%
	中南米	24	-	58.3%	16.7%	-	-	-	4.2%	8.3%	-	-	-	-	4.2%	4.2%	-	-	-	8.3%	-	-	12.5%	16.7%
	その他	4	-	25.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.0%	-	25.0%	-	-	-	-	25.0%	25.0%	25.0%

	全体	改善すべき点																					
		交通アクセス	店員・係員の言語力	案内板・施設・店舗での言語表記	通信環境	手荷物預かり所の充実	多言語版パンフレットの充実	両替所の充実	施設・店舗での支払手段	免税店の充実	観光案内所の充実	切符・入場券の購入	割引・特典クーポンの充実	観光情報の入手	飲食店情報の入手	交通アクセス情報の入手	宗教への対応	禁煙・分煙への対応	施設・店舗の利用可能時間	洋式トイレの充実	その他	特になし	
全体	938	9.3%	28.0%	13.2%	5.5%	3.6%	6.3%	4.2%	8.7%	3.2%	3.5%	2.6%	5.8%	3.6%	6.1%	7.7%	1.2%	5.1%	12.4%	1.2%	6.9%	17.1%	
訪問地域	横浜市	416	11.1%	29.1%	14.2%	5.5%	3.8%	5.3%	4.1%	7.2%	2.9%	4.1%	2.2%	7.5%	5.0%	8.2%	1.4%	6.3%	11.1%	1.2%	6.0%	15.9%	
	川崎市	58	6.9%	37.9%	19.0%	6.9%	3.4%	3.4%	6.9%	8.6%	1.7%	3.4%	1.7%	5.2%	3.4%	5.2%	6.9%	3.4%	5.2%	5.2%	-	5.2%	17.2%
	湘南地域	341	9.1%	25.8%	10.3%	4.7%	3.8%	4.4%	5.0%	8.5%	1.8%	2.6%	2.6%	5.6%	0.9%	4.4%	5.0%	0.9%	5.0%	12.3%	0.9%	7.3%	20.2%
	江の島	332	8.7%	25.9%	10.2%	4.8%	3.6%	3.9%	4.5%	7.8%	1.8%	2.7%	2.7%	5.7%	0.9%	4.5%	5.1%	0.9%	5.1%	12.7%	0.9%	7.2%	20.5%
	大山	7	14.3%	28.6%	14.3%	-	14.3%	-	14.3%	28.6%	-	-	-	-	-	-	14.3%	-	-	-	-	-	14.3%
	大磯町	6	33.3%	16.7%	16.7%	-	16.7%	33.3%	16.7%	33.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.7%
	県西地域	404	10.9%	28.5%	16.8%	5.2%	4.5%	8.7%	5.2%	7.9%	4.0%	5.0%	3.7%	8.2%	4.5%	8.2%	9.9%	1.5%	3.0%	16.8%	0.7%	5.9%	11.6%
	箱根町	390	10.5%	29.0%	16.2%	4.9%	4.6%	8.5%	5.4%	7.9%	4.1%	5.1%	3.6%	8.2%	4.6%	8.2%	9.7%	1.5%	3.1%	16.4%	0.8%	6.2%	12.1%
	小田原市	95	7.4%	26.3%	20.0%	6.3%	2.1%	9.5%	6.3%	5.3%	3.2%	1.1%	4.2%	13.7%	5.3%	8.4%	13.7%	2.1%	9.5%	29.5%	-	5.3%	12.6%
	横須賀三浦地域	445	8.1%	26.7%	11.9%	4.7%	3.4%	4.5%	4.7%	9.9%	3.1%	3.6%	1.6%	5.8%	3.4%	5.8%	8.3%	1.1%	4.9%	13.9%	1.1%	4.9%	20.2%
	鎌倉市	432	7.9%	26.9%	11.6%	4.6%	3.0%	3.9%	4.6%	9.7%	2.8%	3.7%	1.4%	5.8%	3.0%	5.8%	8.3%	1.2%	5.1%	13.9%	0.9%	5.1%	20.4%
	横須賀市	25	8.0%	16.0%	24.0%	4.0%	4.0%	12.0%	8.0%	12.0%	4.0%	-	4.0%	4.0%	4.0%	8.0%	4.0%	-	-	16.0%	8.0%	4.0%	24.0%
	三浦市	11	9.1%	45.5%	27.3%	9.1%	9.1%	9.1%	-	9.1%	-	-	-	18.2%	9.1%	9.1%	-	-	-	-	-	-	9.1%
	県央地域	14	14.3%	28.6%	28.6%	14.3%	-	7.1%	-	7.1%	-	-	-	7.1%	-	14.3%	-	-	-	7.1%	7.1%	-	7.1%
	不明	5	-	20.0%	-	-	-	20.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40.0%	-

3-12 SNS等での情報発信手段

SNS等での情報発信手段は、「Facebook」が45.9%と最も多く、「Wechat」(30.6%)、「Instagram」(29.0%)と続いている。国籍・地域別にみると中国で「Wechat」が79.7%と他の国籍・地域よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
Facebook	315	45.9%
Wechat	210	30.6%
Instagram	199	29.0%
Weibo	54	7.9%
口コミサイト	44	6.4%
twitter	26	3.8%
ブログ	18	2.6%
その他	66	9.6%
合計	686	100.0%

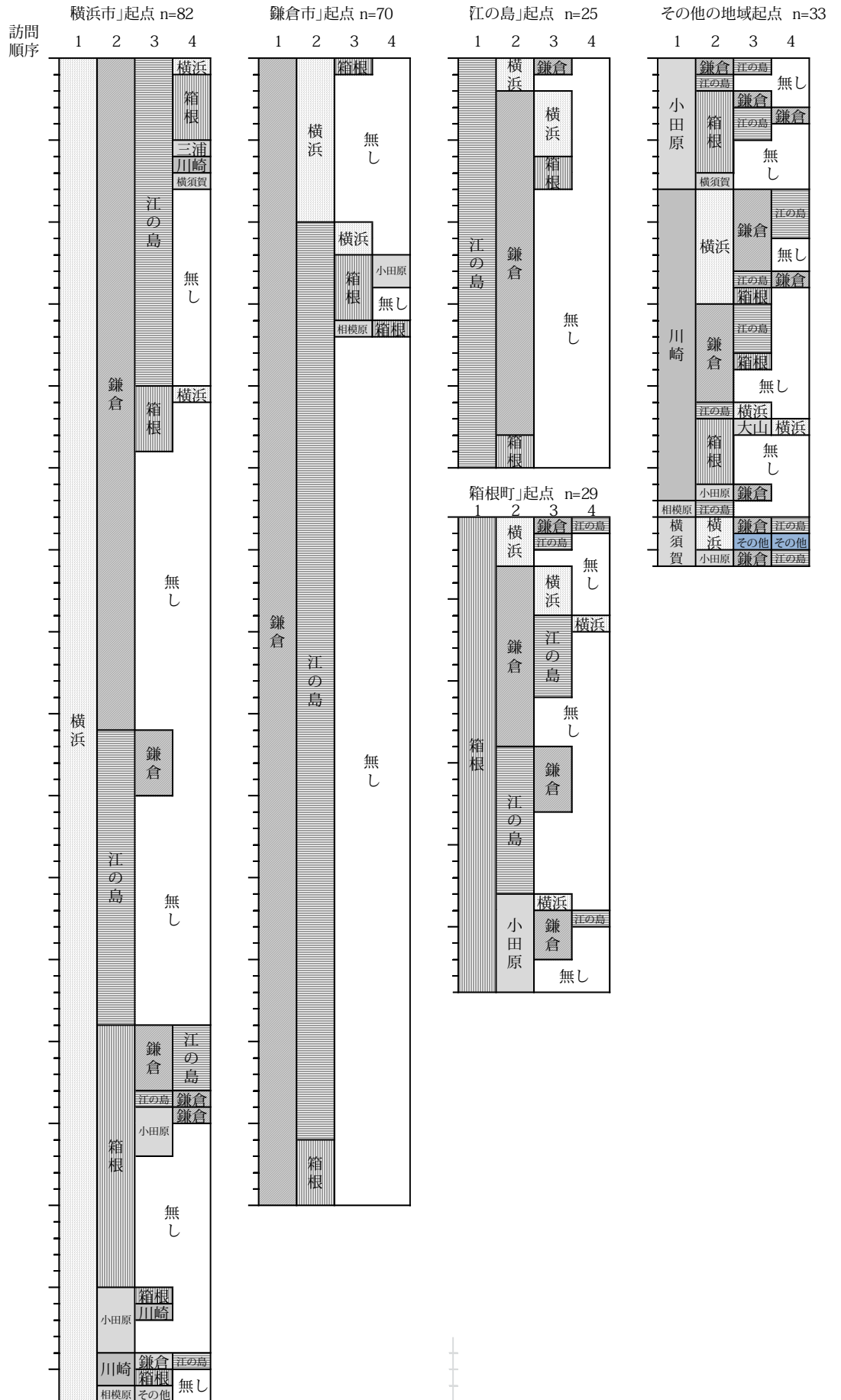


	全体	情報発信手段								
		口コミサイト	Facebook	Twitter	Instagram	Weibo	Wechat	ブログ	その他	
全体	682	6.5%	46.0%	3.8%	29.0%	7.9%	30.8%	2.6%	9.4%	
国籍・地域	中国	236	6.4%	8.9%	2.5%	11.4%	19.5%	79.7%	1.3%	1.7%
	韓国	28	10.7%	39.3%	3.6%	32.1%	-	-	10.7%	28.6%
	台湾	78	14.1%	76.9%	1.3%	33.3%	3.8%	7.7%	3.8%	6.4%
	香港	49	6.1%	65.3%	2.0%	34.7%	4.1%	8.2%	4.1%	8.2%
	東南アジア	58	5.2%	63.8%	5.2%	44.8%	3.4%	5.2%	3.4%	6.9%
	タイ	25	4.0%	76.0%	4.0%	36.0%	-	4.0%	-	12.0%
	マレーシア	10	10.0%	70.0%	10.0%	60.0%	-	10.0%	10.0%	-
	インドネシア	8	-	25.0%	-	75.0%	12.5%	-	-	-
	ベトナム	3	33.3%	66.7%	-	-	-	-	-	33.3%
	北米	89	3.4%	60.7%	7.9%	42.7%	1.1%	4.5%	2.2%	16.9%
	アメリカ	71	4.2%	63.4%	8.5%	40.8%	-	4.2%	1.4%	18.3%
	カナダ	18	-	50.0%	5.6%	50.0%	5.6%	5.6%	5.6%	11.1%
	オセアニア	37	8.1%	70.3%	2.7%	35.1%	-	2.7%	-	13.5%
	オーストラリア	32	9.4%	75.0%	-	34.4%	-	3.1%	-	9.4%
	ヨーロッパ	83	3.6%	67.5%	6.0%	32.5%	-	4.8%	3.6%	20.5%
	イギリス	14	7.1%	57.1%	7.1%	35.7%	-	7.1%	-	7.1%
	フランス	15	-	73.3%	6.7%	40.0%	-	6.7%	-	13.3%
ドイツ	13	7.7%	61.5%	-	15.4%	-	-	7.7%	38.5%	
中南米	22	-	77.3%	4.5%	63.6%	-	-	-	4.5%	
その他	2	-	-	-	50.0%	-	-	-	50.0%	

4. 地域間の移動

4-1 地域間の訪問順序

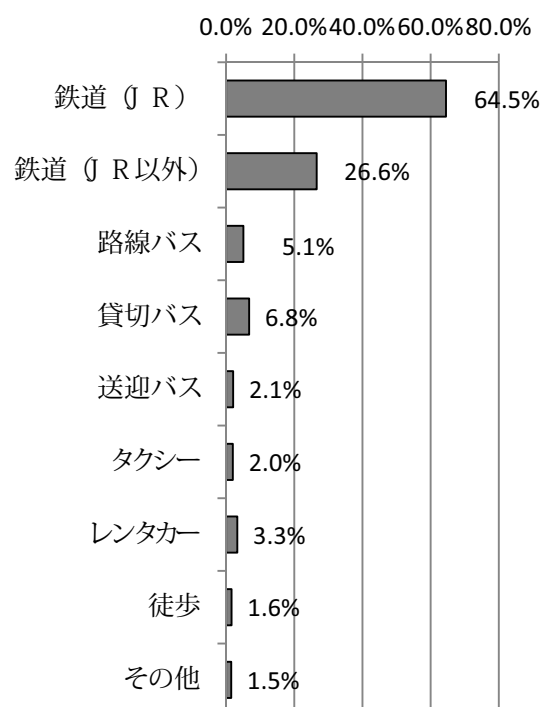
地域間の訪問順序は、横浜起点の場合は鎌倉、江の島、箱根と幅広いが、鎌倉・江の島が起点の場合は、その両地点に留まっているケースが多い。



4.2 神奈川県内訪問地へのアクセス手段

神奈川県内での訪問地へのアクセス手段は、「鉄道（JR）」が64.5%と最も多く、「鉄道（JR以外）」（26.6%）、「貸切バス」（6.8%）、「路線バス」（5.1%）と続いている。

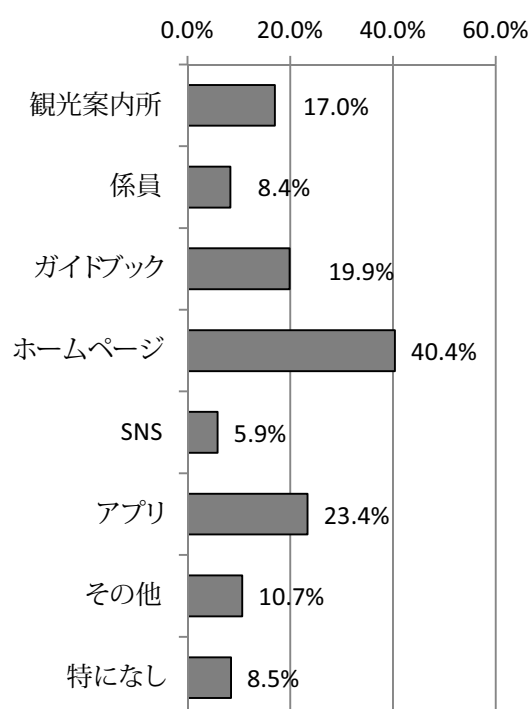
区分	回答数	比率
鉄道（JR）	724	64.5%
鉄道（JR以外）	299	26.6%
路線バス	57	5.1%
貸切バス	76	6.8%
送迎バス	24	2.1%
タクシー	22	2.0%
レンタカー	37	3.3%
徒歩	18	1.6%
その他	17	1.5%
合計	1,122	100.0%



4.3 アクセスの情報収集手段

アクセスに関する情報収集手段は、「ホームページ」が40.4%と最も多く、「アプリ」（23.4%）、「ガイドブック」（19.9%）、「観光案内所」（17.0%）と続いている。

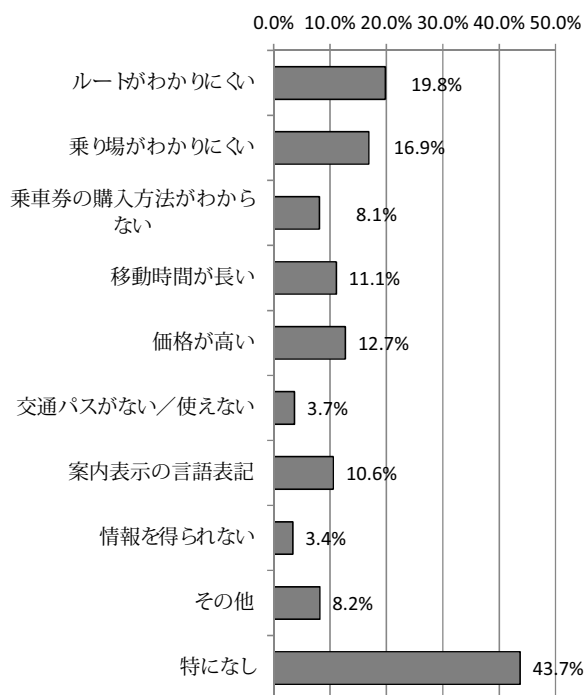
区分	回答数	比率
観光案内所	188	17.0%
係員	93	8.4%
ガイドブック	221	19.9%
ホームページ	448	40.4%
SNS	65	5.9%
アプリ	259	23.4%
その他	119	10.7%
特になし	94	8.5%
合計	1,109	100.0%



4.4 アクセスについて困ったこと

アクセスについて困ったことは、「特になし」が43.7%と最も多く、「ルートがわかりにくい」(19.8%)、「乗り場がわかりにくい」(16.9%)、「価格が高い」(12.7%)と続いている。訪問地域別にみると箱根で「乗り場がわかりにくい」が25.2%、「ルートがわかりにくい」が24.7%と他の訪問地域よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
ルートがわかりにくい	215	19.8%
乗り場がわかりにくい	184	16.9%
乗車券の購入方法がわからない	88	8.1%
移動時間が長い	121	11.1%
価格が高い	138	12.7%
交通パスがない／使えない	40	3.7%
案内表示の言語表記	115	10.6%
情報を得られない	37	3.4%
その他	89	8.2%
特になし	475	43.7%
合計	1,087	100.0%



		アクセスについて困った点										
		ルートがわかりにくい	乗り場がわかりにくい	乗車券の購入方法がわからない	移動時間が長い	価格が高い	交通パスがない／使えない	案内表示の言語表記	情報を得られない	その他	特になし	
全体	1043	19.1%	16.3%	7.7%	10.7%	12.6%	3.3%	10.5%	3.2%	8.1%	45.4%	
訪問地域	横浜市	463	18.6%	14.7%	6.3%	11.7%	11.2%	3.7%	10.6%	4.1%	8.4%	44.3%
	川崎市	67	16.4%	11.9%	4.5%	9.0%	14.9%	3.0%	7.5%	3.0%	6.0%	58.2%
	湘南地域	412	16.7%	14.3%	5.1%	11.9%	12.1%	2.2%	8.3%	1.5%	6.8%	53.6%
	江の島	404	16.8%	13.6%	5.0%	11.9%	12.1%	2.2%	7.7%	1.5%	6.9%	54.2%
	大山	4	-	25.0%	-	-	-	-	50.0%	-	-	50.0%
	大磯町	8	12.5%	62.5%	12.5%	25.0%	25.0%	-	25.0%	-	-	25.0%
	県西地域	430	24.2%	24.2%	13.0%	15.6%	17.0%	4.7%	14.2%	3.5%	8.4%	29.3%
	箱根町	413	24.7%	25.2%	12.8%	15.5%	17.2%	4.8%	14.3%	3.1%	8.5%	28.8%
	小田原市	106	18.9%	19.8%	10.4%	26.4%	15.1%	5.7%	13.2%	4.7%	6.6%	31.1%
	横須賀三浦地域	533	17.3%	15.0%	7.5%	10.1%	9.9%	3.0%	7.9%	2.4%	7.5%	53.1%
	鎌倉市	519	16.8%	14.5%	6.9%	9.6%	10.0%	3.1%	7.9%	2.5%	7.3%	53.8%
	横須賀市	29	20.7%	20.7%	20.7%	6.9%	6.9%	6.9%	-	3.4%	6.9%	58.6%
	三浦市	13	46.2%	46.2%	23.1%	30.8%	7.7%	-	7.7%	7.7%	7.7%	23.1%
	県央地域	10	20.0%	20.0%	-	20.0%	10.0%	-	10.0%	10.0%	-	50.0%
	不明	7	-	14.3%	-	14.3%	-	14.3%	-	14.3%	28.6%	28.6%

5. 宿泊施設・食事・買い物の利用状況

5-1 神奈川県での宿泊

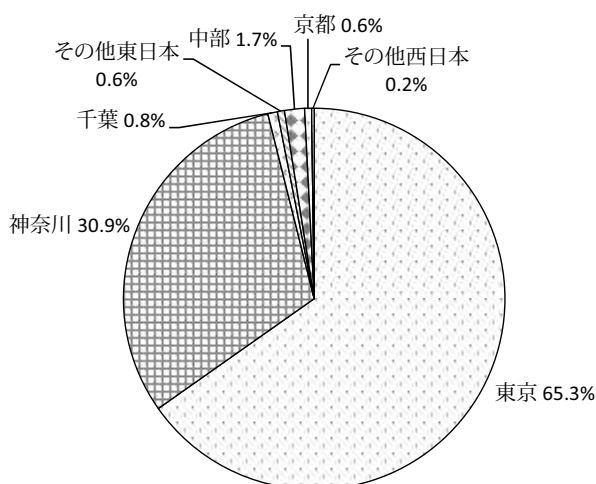
5-1-1 神奈川県での宿泊状況

羽田空港調査及び観光施設調査において、神奈川県に訪問した当日の宿泊地は「東京」が 65.3% となっており、「神奈川」は 30.9% に留まっている。また、留置き調査においても前日の宿泊地は 53.4% が「東京」、翌日の宿泊地も 63.3% が「東京」となっており、いずれの調査においても県内で前日、翌日に宿泊しているのは 10% 台に留まっている。

当日の宿泊先

※羽田空港調査及び観光施設調査

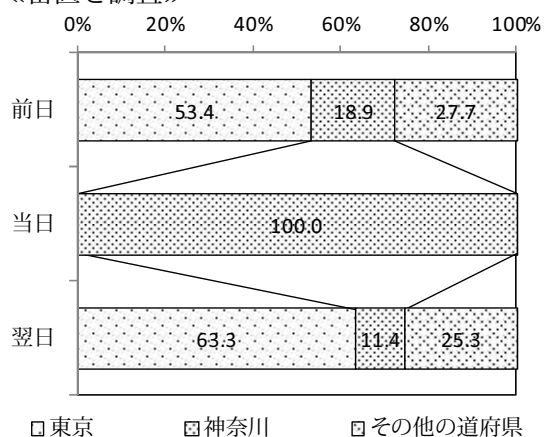
区分	回答数	比率
東京	342	65.3%
神奈川	162	30.9%
千葉	4	0.8%
その他東日本	3	0.6%
中部	9	1.7%
京都	3	0.6%
大阪	-	-
その他西日本	1	0.2%
合計	524	100.0%



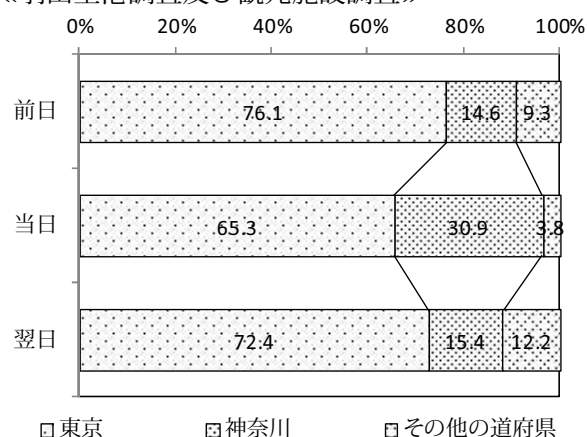
《前日・当日・翌日の宿泊地》

		全 体	東京	神 奈 川	千 葉	そ の 他 東 日 本	中 部	京 都	大 阪	そ の 他 西 日 本
			留置き調査	前日	238	53.4%	18.9%	2.1%	2.9%	6.3%
	当日	510	-	100.0%	-	-	-	-	-	-
	翌日	245	63.3%	11.4%	2.9%	-	5.7%	11.8%	4.9%	-
羽田空港調査 及び 観光施設調査	前日	574	76.1%	14.6%	1.7%	1.2%	2.8%	1.6%	1.4%	0.5%
	当日	524	65.3%	30.9%	0.8%	0.6%	1.7%	0.6%	-	0.2%
	翌日	377	72.4%	15.4%	1.3%	1.9%	3.4%	2.9%	1.3%	1.3%

《留置き調査》



《羽田空港調査及び観光施設調査》



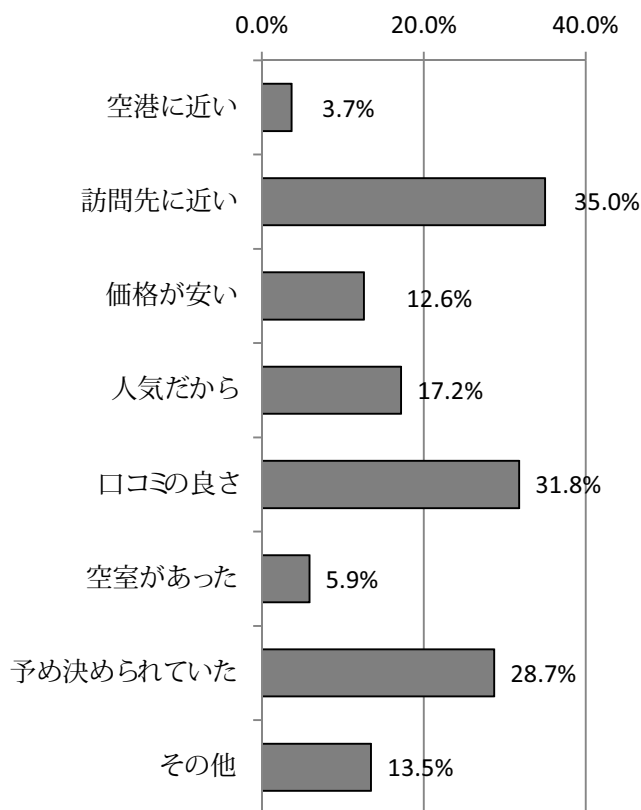
5-1-2 宿泊施設を選んだ理由

県内の宿泊施設を選んだ理由は「訪問先に近い」が35.0%ともっとも多く、以下「口コミの良さ」(31.8%)、「予め決められていた」(28.7%)と続く。国籍・地域別で見ると台湾が「訪問先に近い」が54.7%と、他の国籍・地域と比べて高くなっている。また「口コミの良さ」は中国(45.1%)、韓国(43.4%)で高くなっている。訪問地域別にみると県西地域で「口コミの良さ」(49.1%)、「人気だから」(26.0%)が他の地域よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
空港に近い	23	3.7%
訪問先に近い	220	35.0%
価格が安い	79	12.6%
人気だから	108	17.2%
口コミの良さ	200	31.8%
空室があった	37	5.9%
予め決められていた	180	28.7%
その他	85	13.5%
合計	628	100.0%

その他の内訳

区分	件数
交通等便利	29
温泉・旅館体験	20
友人・知人の薦め	16
会社が手配	14
景色の良さ	10
友人・家族の家	9
予め決められていた	7



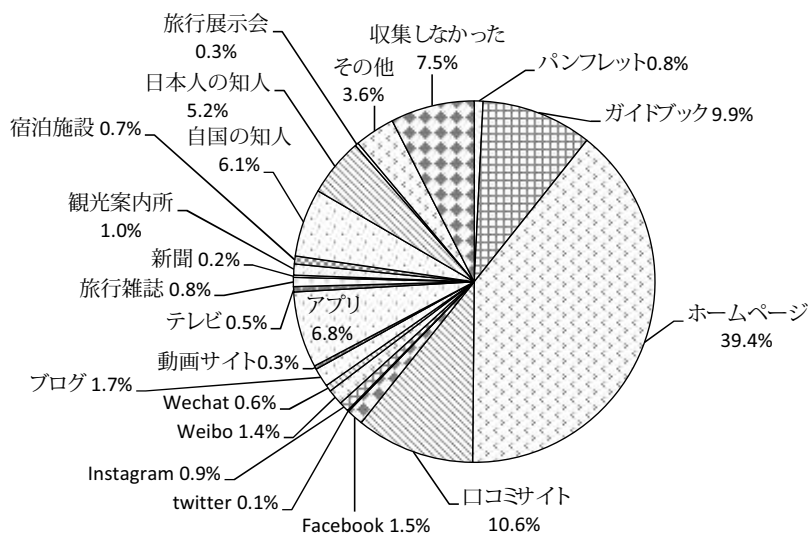
		全 体	宿泊施設を選んだ理由							
			空港に 近い	訪問先 に近い	価格が 安い	人気 だから	口コミの 良さ	空室が あった	予め 決められ ていた	その他
全 体		611	3.6%	35.0%	12.8%	17.5%	31.8%	6.1%	28.8%	13.6%
国籍・地域	中国	244	4.5%	29.9%	6.1%	21.3%	45.1%	5.7%	41.4%	9.8%
	韓国	53	1.9%	26.4%	18.9%	13.2%	43.4%	5.7%	5.7%	11.3%
	台湾	75	6.7%	54.7%	24.0%	21.3%	25.3%	9.3%	37.3%	10.7%
	香港	52	1.9%	30.8%	13.5%	19.2%	19.2%	5.8%	23.1%	13.5%
	東南アジア	38	2.6%	42.1%	18.4%	18.4%	23.7%	-	13.2%	15.8%
	タイ	9	-	55.6%	33.3%	11.1%	11.1%	-	11.1%	22.2%
	マレーシア	8	12.5%	37.5%	12.5%	-	25.0%	-	-	12.5%
	インドネシア	6	-	16.7%	-	16.7%	16.7%	-	50.0%	-
	ベトナム	2	-	-	-	50.0%	-	-	50.0%	-
	北米	67	-	41.8%	9.0%	10.4%	16.4%	9.0%	11.9%	22.4%
	アメリカ	54	-	42.6%	11.1%	7.4%	14.8%	11.1%	11.1%	22.2%
	カナダ	13	-	38.5%	-	23.1%	23.1%	-	15.4%	23.1%
	オセアニア	24	4.2%	29.2%	20.8%	16.7%	20.8%	4.2%	33.3%	25.0%
	オーストラリア	21	4.8%	23.8%	23.8%	14.3%	23.8%	4.8%	33.3%	23.8%
	ヨーロッパ	51	3.9%	33.3%	17.6%	7.8%	9.8%	5.9%	19.6%	19.6%
	イギリス	15	13.3%	33.3%	20.0%	13.3%	20.0%	6.7%	20.0%	13.3%
	フランス	8	-	50.0%	37.5%	-	12.5%	-	12.5%	-
	ドイツ	10	-	40.0%	10.0%	-	-	10.0%	40.0%	-
中南米	6	-	33.3%	16.7%	-	33.3%	-	16.7%	-	
その他	1	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	

		全 体	宿泊施設を選んだ理由							
			空港に 近い	訪問先 に近い	価格が 安い	人気 だから	口コミの 良さ	空室が あった	予め 決められ ていた	その他
全 体		627	3.7%	35.1%	12.6%	17.2%	31.9%	5.9%	28.7%	13.4%
宿泊当日の 地域	横浜市	270	5.9%	44.1%	17.4%	11.9%	20.0%	5.6%	25.6%	11.1%
	川崎市	15	40.0%	33.3%	40.0%	6.7%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%
	湘南地域	14	-	50.0%	28.6%	14.3%	21.4%	14.3%	7.1%	7.1%
	県西地域	277	-	25.6%	5.8%	26.0%	49.1%	4.7%	34.7%	12.6%
	横須賀三浦地域	36	2.8%	36.1%	16.7%	-	8.3%	11.1%	19.4%	22.2%
	県央地域	15	-	33.3%	-	6.7%	6.7%	-	26.7%	46.7%

5-1-3 入国前における宿泊施設の情報収集手段

入国前における宿泊施設の情報収集手段は、「ホームページ」が39.4%と最も多く、「口コミサイト」(10.6%)、「ガイドブック」(9.9%)と続いている。

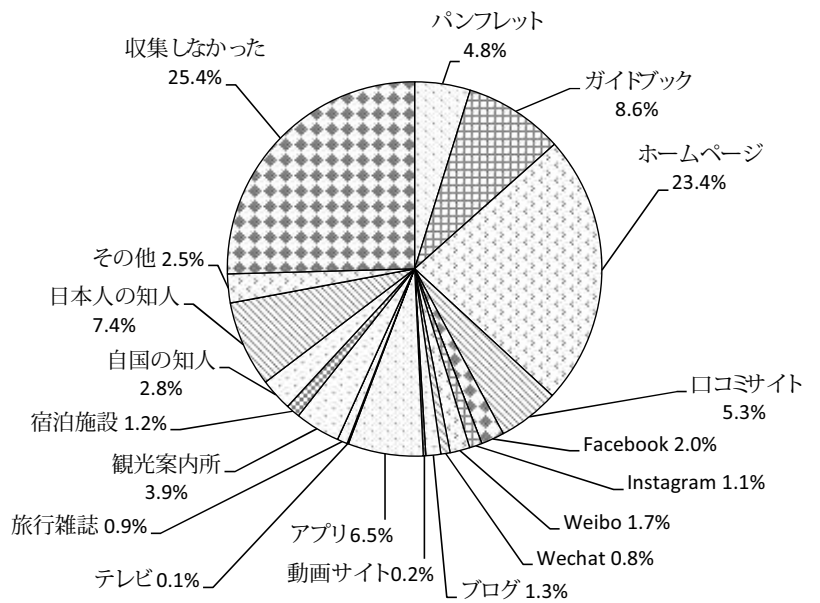
区分	回答数	比率
パンフレット	10	0.8%
ガイドブック	117	9.9%
ホームページ	467	39.4%
口コミサイト	126	10.6%
Facebook	18	1.5%
twitter	1	0.1%
Instagram	11	0.9%
Weibo	17	1.4%
Wechat	7	0.6%
ブログ	20	1.7%
動画サイト	4	0.3%
アプリ	80	6.8%
テレビ	6	0.5%
旅行雑誌	9	0.8%
新聞	2	0.2%
観光案内所	12	1.0%
宿泊施設	8	0.7%
自国の知人	72	6.1%
日本人の知人	62	5.2%
旅行展示会	3	0.3%
その他	43	3.6%
収集しなかった	89	7.5%
合計	1,184	100.0%



5-1-4 入国後における宿泊施設の情報収集手段

入国後における宿泊施設の情報収集手段は、「収集しなかった」が25.4%ともっとも多く、「ホームページ」(23.4%)、「ガイドブック」(8.6%)と続いている。

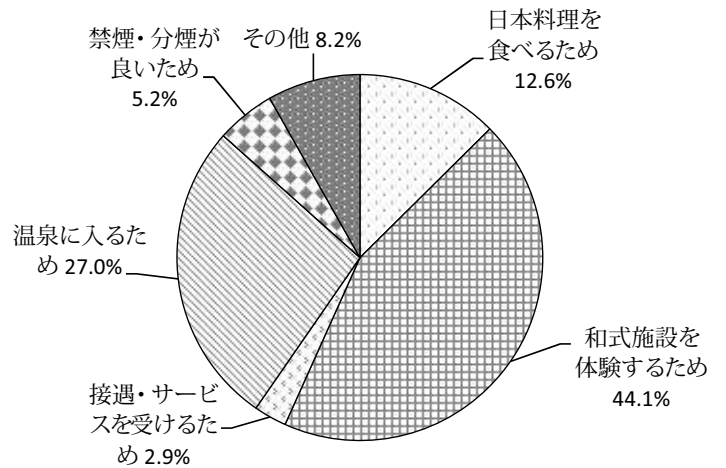
区分	回答数	比率
パンフレット	47	4.8%
ガイドブック	84	8.6%
ホームページ	228	23.4%
口コミサイト	52	5.3%
Facebook	19	2.0%
twitter	-	-
Instagram	11	1.1%
Weibo	17	1.7%
Wechat	8	0.8%
ブログ	13	1.3%
動画サイト	2	0.2%
アプリ	63	6.5%
テレビ	1	0.1%
旅行雑誌	9	0.9%
新聞	-	-
観光案内所	38	3.9%
宿泊施設	12	1.2%
自国の知人	27	2.8%
日本人の知人	72	7.4%
旅行展示会	-	-
その他	24	2.5%
収集しなかった	247	25.4%
合計	974	100.0%



5-1-5 旅館に宿泊した理由

旅館に宿泊した理由は、「和式施設を体験するため」が44.1%と最も多く、「温泉に入るため」(27.0%)、「日本料理を食べるため」(12.6%)と続いている。国籍・地域別では香港で「温泉に入るため」が42.6%と高くなっている。

区分	回答数	比率
日本料理を食べるため	77	12.6%
和式施設を体験するため	270	44.1%
接遇・サービスを受けるため	18	2.9%
温泉に入るため	165	27.0%
禁煙・分煙が良いため	32	5.2%
その他	50	8.2%
合計	612	100.0%

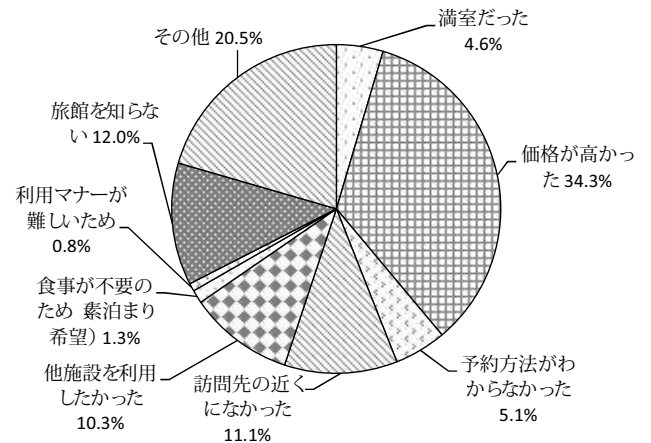


	全体	旅館に宿泊した理由						
		日本料理を食べるため	和式施設を体験するため	接遇・サービスを受けるため	温泉に入るため	禁煙・分煙が良いため	その他	
全体	601	12.6%	44.3%	3.0%	27.1%	4.7%	8.3%	
国籍・地域	中国	246	14.6%	38.6%	2.8%	31.3%	2.0%	10.6%
	韓国	31	9.7%	45.2%	3.2%	32.3%	9.7%	-
	台湾	72	13.9%	36.1%	4.2%	29.2%	8.3%	8.3%
	香港	47	10.6%	31.9%	2.1%	42.6%	2.1%	10.6%
	東南アジア	34	20.6%	50.0%	5.9%	17.6%	2.9%	2.9%
	タイ	14	21.4%	57.1%	-	14.3%	7.1%	-
	マレーシア	7	42.9%	42.9%	-	14.3%	-	-
	インドネシア	6	-	83.3%	16.7%	-	-	-
	ベトナム	1	100.0%	-	-	-	-	-
	北米	54	11.1%	48.1%	1.9%	16.7%	14.8%	7.4%
	アメリカ	46	10.9%	50.0%	2.2%	13.0%	15.2%	8.7%
	カナダ	8	12.5%	37.5%	-	37.5%	12.5%	-
	オセアニア	34	5.9%	55.9%	2.9%	23.5%	5.9%	5.9%
	オーストラリア	29	6.9%	51.7%	3.4%	24.1%	6.9%	6.9%
	ヨーロッパ	68	7.4%	67.6%	1.5%	16.2%	1.5%	5.9%
	イギリス	13	-	46.2%	-	46.2%	-	7.7%
	フランス	12	-	50.0%	8.3%	33.3%	8.3%	-
	ドイツ	16	-	87.5%	-	-	-	12.5%
	中南米	13	15.4%	46.2%	7.7%	7.7%	7.7%	15.4%
	その他	2	-	100.0%	-	-	-	-

5-1-6 旅館に宿泊しなかった理由

旅館に宿泊しなかった理由は、「価格が高かった」が 34.3%と最も多く、「旅館を知らない」(12.0%)、「訪問先の近くなかった」(11.1%)と続いている。国籍・地域別では台湾で「価格が高かったから」が 43.0%と高くなっている。

区分	回答数	比率
満室だった	34	4.6%
価格が高かった	256	34.3%
予約方法がわからなかった	38	5.1%
訪問先の近くなかった	83	11.1%
他施設を利用しなかった	77	10.3%
食事が不要のため(素泊まり希望)	10	1.3%
利用マナーが難しいため	6	0.8%
旅館を知らない	90	12.0%
その他	153	20.5%
合計	747	100.0%



その他の内訳

区分	回答数
会社手配やツアーで決められていた	34
泊まりたくない・興味がない	19
友人・家族の家に泊まったから	18

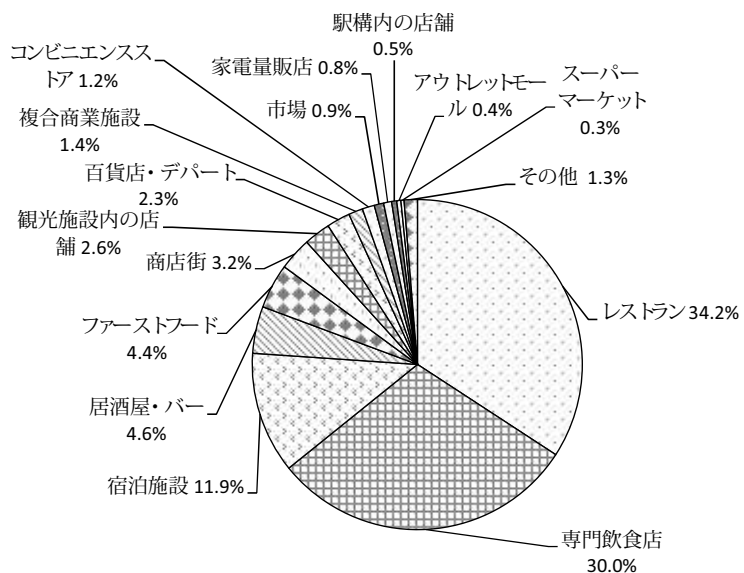
	全体	旅館に宿泊しなかった理由									
		満室だった	価格が高かった	わからなかった	予約方法がなかった	訪問先の近くなかった	他施設を利用しなかった	(食事が不要のため素泊まり希望)	利用マナーが難しいため	旅館を知らない	その他
全体	739	4.5%	34.4%	5.1%	11.1%	10.0%	1.4%	0.8%	12.0%	20.7%	
国籍・地域	中国	217	8.8%	27.2%	6.5%	18.9%	9.7%	1.4%	0.9%	9.2%	17.5%
	韓国	53	1.9%	34.0%	13.2%	7.5%	9.4%	1.9%	-	5.7%	26.4%
	台湾	93	4.3%	43.0%	1.1%	9.7%	7.5%	5.4%	-	15.1%	14.0%
	香港	57	3.5%	40.4%	3.5%	12.3%	3.5%	-	1.8%	5.3%	29.8%
	東南アジア	62	3.2%	33.9%	4.8%	12.9%	4.8%	-	1.6%	21.0%	17.7%
	タイ	29	-	24.1%	6.9%	17.2%	3.4%	-	-	27.6%	20.7%
	マレーシア	8	25.0%	25.0%	-	12.5%	-	-	12.5%	12.5%	12.5%
	インドネシア	7	-	42.9%	-	14.3%	14.3%	-	-	14.3%	14.3%
	ベトナム	4	-	25.0%	25.0%	-	-	-	-	25.0%	25.0%
	北米	89	1.1%	28.1%	5.6%	4.5%	16.9%	1.1%	-	19.1%	23.6%
	アメリカ	73	1.4%	27.4%	4.1%	4.1%	15.1%	1.4%	-	20.5%	26.0%
	カナダ	16	-	31.3%	12.5%	6.3%	25.0%	-	-	12.5%	12.5%
	オセアニア	36	5.6%	33.3%	2.8%	2.8%	11.1%	-	-	8.3%	36.1%
	オーストラリア	32	6.3%	34.4%	-	3.1%	9.4%	-	-	9.4%	37.5%
	ヨーロッパ	107	0.9%	43.9%	2.8%	6.5%	13.1%	-	1.9%	10.3%	20.6%
	イギリス	25	-	28.0%	4.0%	4.0%	24.0%	-	4.0%	4.0%	32.0%
	フランス	18	5.6%	27.8%	-	11.1%	22.2%	-	-	5.6%	27.8%
ドイツ	20	-	50.0%	5.0%	-	-	-	5.0%	15.0%	25.0%	
中南米	20	5.0%	40.0%	5.0%	5.0%	10.0%	-	-	20.0%	15.0%	
その他	5	-	20.0%	20.0%	-	20.0%	-	-	20.0%	20.0%	

5-2 神奈川県での食事

5-2-1 神奈川県訪問地での主な食事場所

神奈川県訪問地での主な食事場所は、「レストラン」が 34.2%ともっとも多く、「専門飲食店」(30.0%)、「宿泊施設」(11.9%)と続いている。

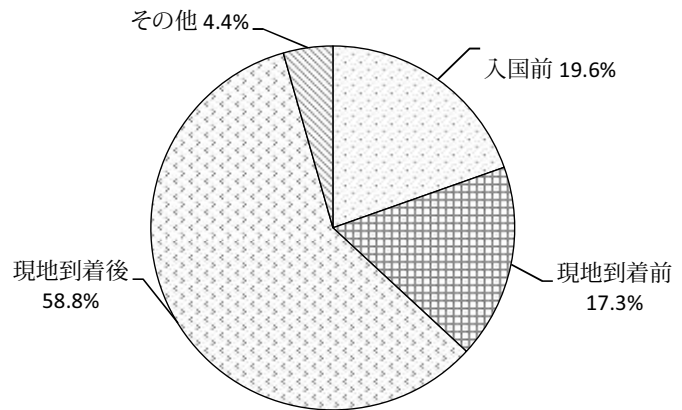
区分	回答数	比率
レストラン	350	34.2%
専門飲食店	307	30.0%
宿泊施設	122	11.9%
居酒屋・バー	47	4.6%
ファーストフード	45	4.4%
商店街	33	3.2%
観光施設内の店舗	27	2.6%
百貨店・デパート	23	2.3%
複合商業施設	14	1.4%
コンビニエンスストア	12	1.2%
市場	9	0.9%
家電量販店	8	0.8%
駅構内の店舗	5	0.5%
アウトレットモール	4	0.4%
スーパーマーケット	3	0.3%
高速道路SA・道の駅	-	-
その他	13	1.3%
合計	1,022	100.0%



5-2-2 食事場所を決めた時期

食事場所を決めた時期は、「現地到着後」が 58.8%ともっとも多く、「入国前」(19.6%)、「現地到着前」(17.3%)と続いている。

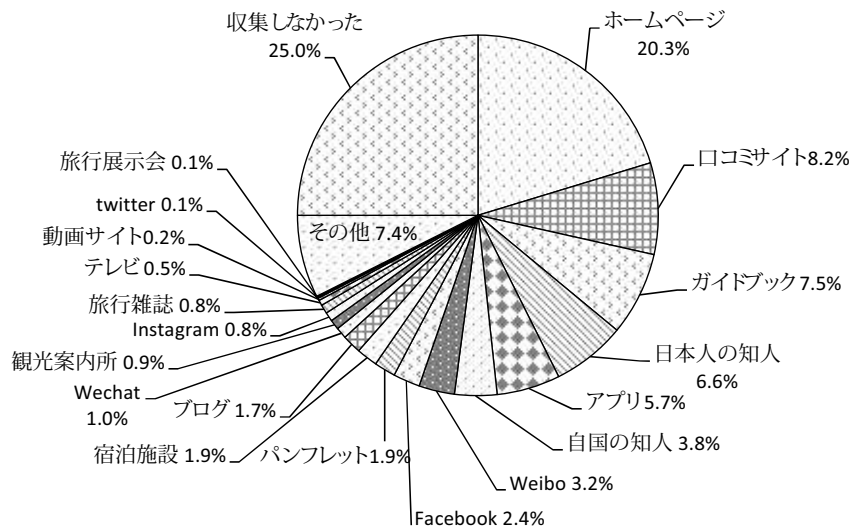
区分	回答数	比率
入国前	197	19.6%
現地到着前	174	17.3%
現地到着後	592	58.8%
その他	44	4.4%
合計	1,007	100.0%



5-2-3 食事の情報収集手段

食事の情報収集手段は、「収集しなかった」が 25.0%ともっとも多く、「ホームページ」(20.3%)、「口コミサイト」(8.2%)、「ガイドブック」(7.5%)と続いている。

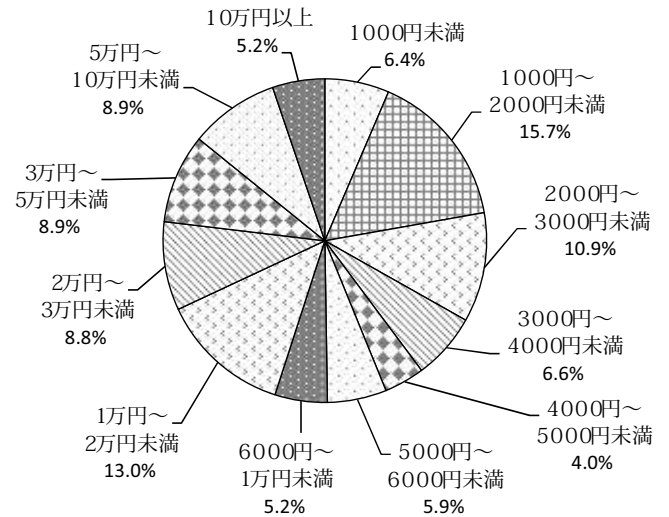
区分	回答数	比率
ホームページ	210	20.3%
口コミサイト	85	8.2%
ガイドブック	78	7.5%
日本人の知人	68	6.6%
アプリ	59	5.7%
自国の知人	39	3.8%
Weibo	33	3.2%
Facebook	25	2.4%
パンフレット	20	1.9%
宿泊施設	20	1.9%
ブログ	18	1.7%
Wechat	10	1.0%
観光案内所	9	0.9%
Instagram	8	0.8%
旅行雑誌	8	0.8%
テレビ	5	0.5%
動画サイト	2	0.2%
twitter	1	0.1%
旅行展示会	1	0.1%
新聞	-	-
その他	77	7.4%
収集しなかった	259	25.0%
合計	1,035	100.0%



5-2-4 食事の合計金額

食事の合計金額は、「1000円～2000円未満」が15.7%と最も多く、「1万円～2万円未満」(13.0%)、「2000円～3000円未満」(10.9%)と続いている。

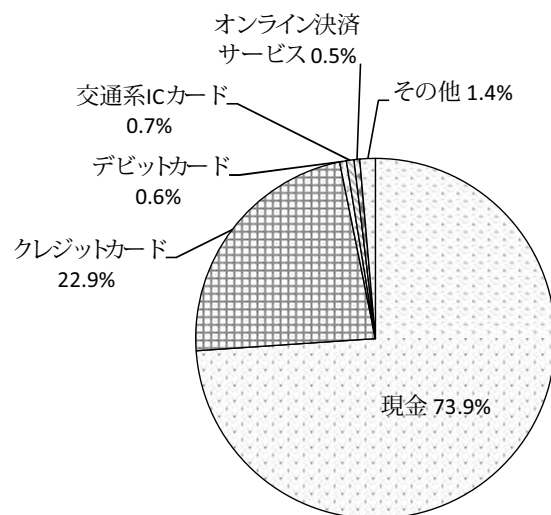
区分	回答数	比率
1000円未満	53	6.4%
1000円～2000円未満	130	15.7%
2000円～3000円未満	90	10.9%
3000円～4000円未満	55	6.6%
4000円～5000円未満	36	4.0%
5000円～6000円未満	49	5.9%
6000円～1万円未満	43	5.2%
1万円～2万円未満	108	13.0%
2万円～3万円未満	73	8.8%
3万円～5万円未満	74	8.9%
5万円～10万円未満	74	8.9%
10万円以上	43	5.2%
合計	828	100.0%



5-2-5 食事の支払い手段

食事の支払い手段は、「現金」が73.9%と最も多く、続いて「クレジットカード」(22.9%)となっている。

区分	回答数	比率
現金	748	73.9%
クレジットカード	232	22.9%
デビットカード	6	0.6%
交通系ICカード	7	0.7%
オンライン決済サービス	5	0.5%
その他	14	1.4%
合計	1,012	100.0%

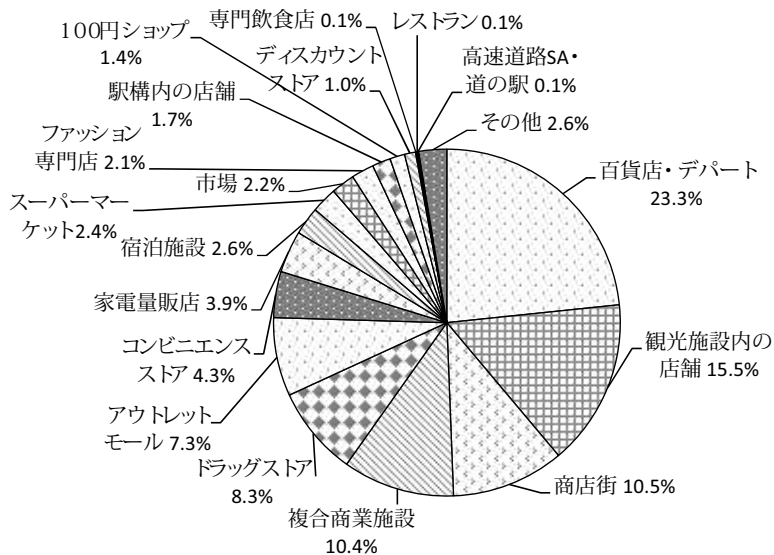


5-3 神奈川県での買い物

5-3-1 神奈川県訪問地での主な買い物場所

神奈川県訪問地での主な買い物場所は、「百貨店・デパート」が23.3%と最も多く、「観光施設内の店舗」(15.5%)、「商店街」(10.5%)、「複合商業施設」(10.4%)と続いている。

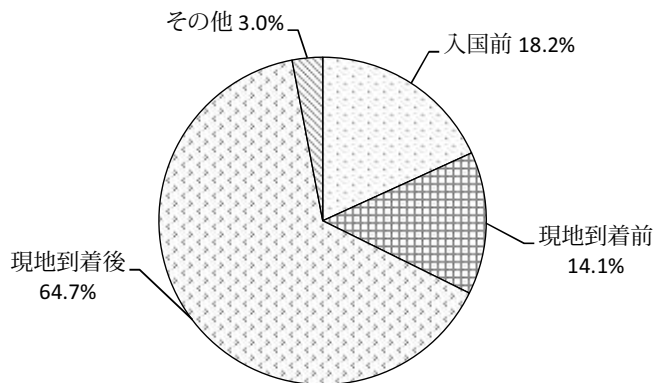
区分	回答数	比率
百貨店・デパート	178	23.3%
観光施設内の店舗	118	15.5%
商店街	80	10.5%
複合商業施設	79	10.4%
ドラッグストア	63	8.3%
アウトレットモール	56	7.3%
コンビニエンスストア	33	4.3%
家電量販店	30	3.9%
宿泊施設	20	2.6%
スーパーマーケット	18	2.4%
市場	17	2.2%
ファッション専門店	16	2.1%
駅構内の店舗	13	1.7%
100円ショップ	11	1.4%
ディスカウントストア	8	1.0%
専門飲食店	1	0.1%
レストラン	1	0.1%
高速道路SA・道の駅	1	0.1%
その他	20	2.6%
合計	763	100.0%



5-3-2 買い物場所を決めた時期

買い物場所を決めた時期は、「現地到着後」が 64.7%と最も多く、「入国前」(18.2%)、「現地到着前」(14.1%)と続いている。

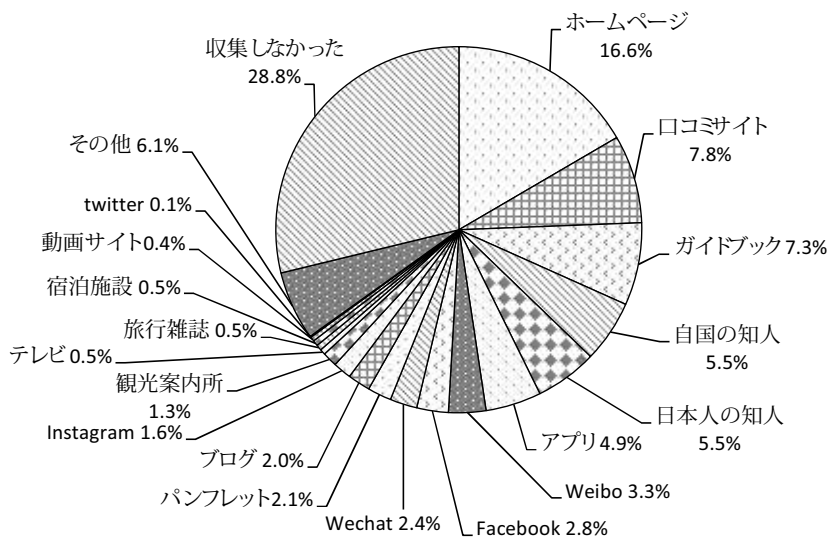
区分	回答数	比率
入国前	141	18.2%
現地到着前	109	14.1%
現地到着後	500	64.7%
その他	23	3.0%
合計	773	100.0%



5-3-3 買い物の情報収集手段

買い物の情報収集手段は、「収集しなかった」が 28.8%と最も多く、「ホームページ」(16.6%)、「口コミサイト」(7.8%)、ガイドブック (7.3%)と続いている。

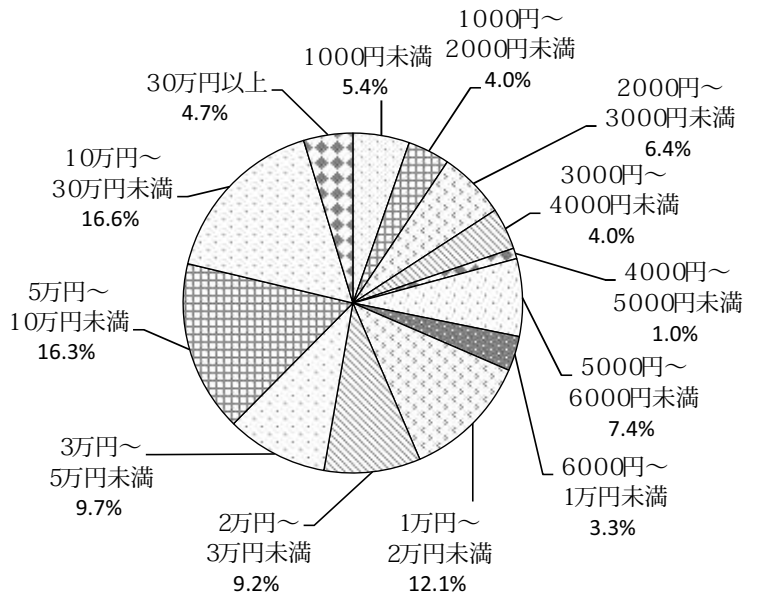
区分	回答数	比率
ホームページ	126	16.6%
口コミサイト	59	7.8%
ガイドブック	55	7.3%
自国の知人	42	5.5%
日本人の知人	42	5.5%
アプリ	37	4.9%
Weibo	25	3.3%
Facebook	21	2.8%
Wechat	18	2.4%
パンフレット	16	2.1%
ブログ	15	2.0%
Instagram	12	1.6%
観光案内所	10	1.3%
テレビ	4	0.5%
旅行雑誌	4	0.5%
宿泊施設	4	0.5%
動画サイト	3	0.4%
twitter	1	0.1%
新聞	-	-
旅行展示会	-	-
その他	46	6.1%
収集しなかった	218	28.8%
合計	758	100.0%



5-3-4 買い物の合計金額

買い物の合計金額は、「10万円～30万円未満」が16.6%と最も多く、「5万円～10万円未満」(16.3%)、「1万円～2万円未満」(12.1%)と続いている。

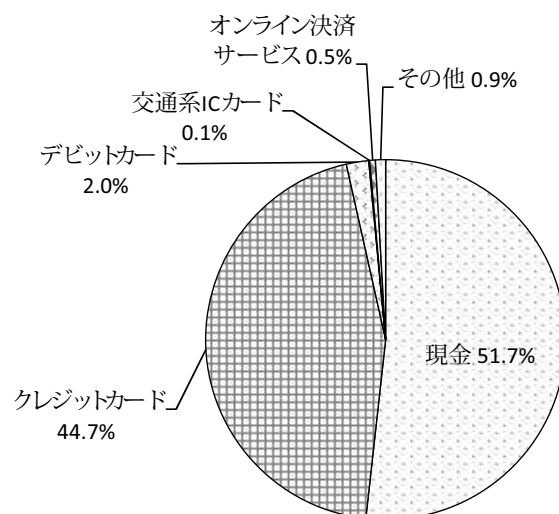
区分	回答数	比率
1000円未満	31	5.4%
1000円～2000円未満	23	4.0%
2000円～3000円未満	37	6.4%
3000円～4000円未満	23	4.0%
4000円～5000円未満	6	1.0%
5000円～6000円未満	43	7.4%
6000円～1万円未満	19	3.3%
1万円～2万円未満	70	12.1%
2万円～3万円未満	53	9.2%
3万円～5万円未満	56	9.7%
5万円～10万円未満	94	16.3%
10万円～30万円未満	96	16.6%
30万円以上	27	4.7%
合計	578	100.0%



5-3-5 買い物の支払い手段

買い物の支払い手段は、「現金」が51.7%と最も多く、続いて「クレジットカード」(44.7%)となっている。

区分	回答数	比率
現金	393	51.7%
クレジットカード	340	44.7%
デビットカード	15	2.0%
交通系ICカード	1	0.1%
オンライン決済サービス	4	0.5%
その他	7	0.9%
合計	760	100.0%

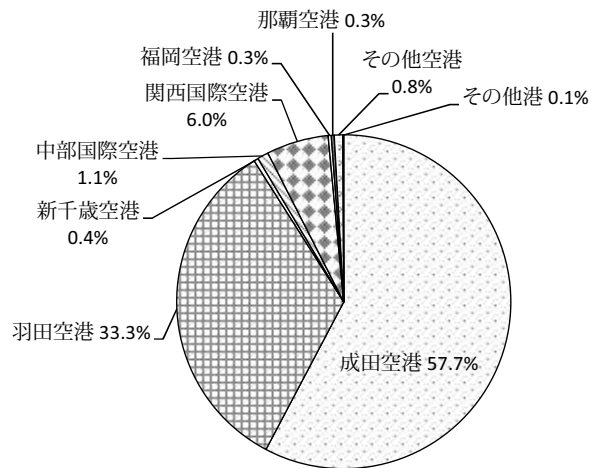


6. その他

6-1 入国空港

入国空港は「成田空港」が 57.7%と最も多く、「羽田空港」が 33.3%で続いている。

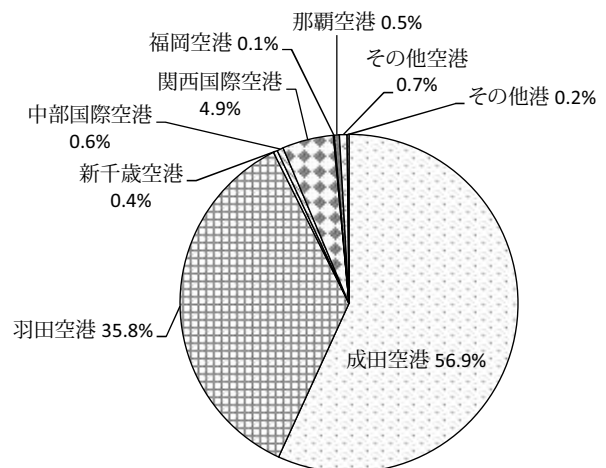
区分	回答数	比率
成田空港	741	57.7%
羽田空港	428	33.3%
新千歳空港	5	0.4%
中部国際空港	14	1.1%
関西国際空港	77	6.0%
福岡空港	4	0.3%
那覇空港	4	0.3%
その他空港	10	0.8%
その他港	1	0.1%
合計	1,284	100.0%



6-2 出国空港

出国空港は「成田空港」が 56.9%と最も多く、「羽田空港」が 35.8%で続いている。

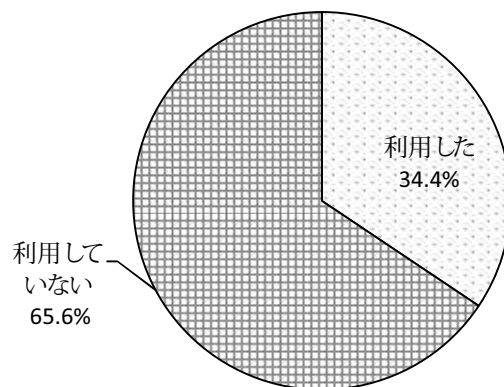
区分	回答数	比率
成田空港	715	56.9%
羽田空港	450	35.8%
新千歳空港	5	0.4%
中部国際空港	7	0.6%
関西国際空港	61	4.9%
福岡空港	1	0.1%
那覇空港	6	0.5%
その他空港	9	0.7%
その他港	2	0.2%
合計	1,256	100.0%



6-3 JAPAN RAIL PASS の利用

JAPAN RAIL PASS の利用率（利用した割合）は 34.4%。日本での宿泊日数別で見ると、12泊以上の宿泊者で利用率が高くなっている。

区分	回答数	比率
利用した	390	34.4%
利用していない	744	65.6%
合計	1,134	100.0%



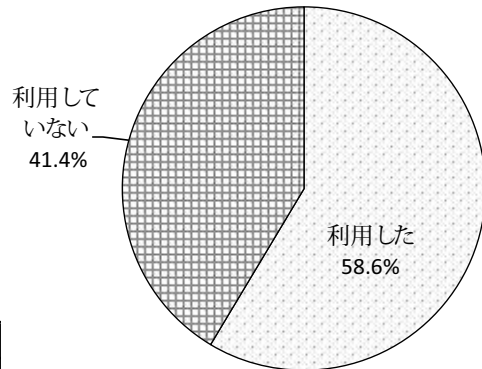
	全体	JAPAN RAIL PASS の利用		
		利用した	利用していない	
全体	1,037	34.2%	65.8%	
日本での宿泊数	2泊以内	72	20.8%	79.2%
	3泊	55	34.5%	65.5%
	4泊	119	19.3%	80.7%
	5泊	110	21.8%	78.2%
	6泊	118	27.1%	72.9%
	7泊	119	37.8%	62.2%
	8～9泊	120	34.2%	65.8%
	10～11泊	89	39.3%	60.7%
	12～14泊	102	48.0%	52.0%
	15～21泊	81	51.9%	48.1%
	22泊以上	52	57.7%	42.3%

	全体	JAPAN RAIL PASS の利用		
		利用した	利用していない	
全体	1111	34.4%	65.6%	
訪問地域	横浜市	506	32.8%	67.2%
	川崎市	64	37.5%	62.5%
	湘南地域	382	31.2%	68.8%
	江の島	372	31.2%	68.8%
	大山	7	42.9%	57.1%
	大磯町	6	50.0%	50.0%
	県西地域	463	35.6%	64.4%
	箱根町	442	35.3%	64.7%
	小田原市	116	44.0%	56.0%
	横須賀三浦地域	520	34.8%	65.2%
	鎌倉市	504	34.7%	65.3%
	横須賀市	30	46.7%	53.3%
	三浦市	14	35.7%	64.3%
	県央地域	14	28.6%	71.4%
	不明	7	71.4%	28.6%

6-4 交通系ICカードの利用

交通系ICカード（Suica・PASMOなど）の利用率（利用した割合）は58.6%。年代別で見ると、若い年代ほど利用率が高くなっている。

区分	回答数	比率
利用した	683	58.6%
利用していない	483	41.4%
合計	1,166	100.0%



	全体	交通系ICカードの利用		
		利用した	利用していない	
全体	1157	58.4%	41.6%	
年代	19歳以下	33	66.7%	33.3%
	20歳～29歳	439	65.1%	34.9%
	30歳～39歳	353	61.5%	38.5%
	40歳～49歳	164	48.2%	51.8%
	50歳～59歳	111	47.7%	52.3%
	60歳～69歳	46	34.8%	65.2%
	70歳以上	11	27.3%	72.7%

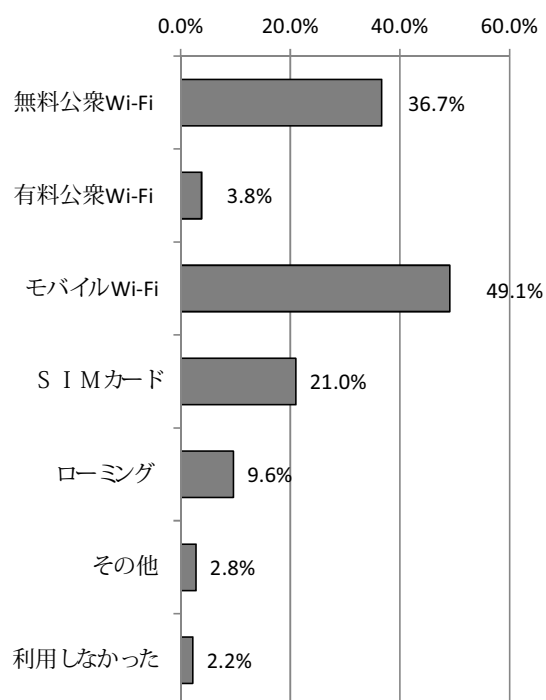
	全体	交通系ICカードの利用		
		利用した	利用していない	
全体	1141	58.9%	41.1%	
訪問地域	横浜市	516	57.8%	42.2%
	川崎市	70	67.1%	32.9%
	湘南地域	405	68.1%	31.9%
	江の島	395	68.9%	31.1%
	大山	7	42.9%	57.1%
	大磯町	7	57.1%	42.9%
	県西地域	475	60.4%	39.6%
	箱根町	454	60.4%	39.6%
	小田原市	122	67.2%	32.8%
	横須賀三浦地域	547	62.0%	38.0%
	鎌倉市	531	62.0%	38.0%
	横須賀市	31	64.5%	35.5%
	三浦市	15	93.3%	6.7%
	県央地域	15	53.3%	46.7%
	不明	8	75.0%	25.0%

	全体	交通系ICカードの利用		
		利用した	利用していない	
全体	1160	58.7%	41.3%	
国籍・地域	中国	334	64.4%	35.6%
	韓国	76	47.4%	52.6%
	台湾	144	70.1%	29.9%
	香港	90	51.1%	48.9%
	東南アジア	101	50.5%	49.5%
	タイ	44	47.7%	52.3%
	マレーシア	15	53.3%	46.7%
	インドネシア	15	53.3%	46.7%
	ベトナム	5	40.0%	60.0%
	北米	157	56.7%	43.3%
	アメリカ	126	54.0%	46.0%
	カナダ	31	67.7%	32.3%
	オセアニア	59	59.3%	40.7%
	オーストラリア	51	58.8%	41.2%
	ヨーロッパ	163	53.4%	46.6%
	イギリス	33	51.5%	48.5%
	フランス	34	52.9%	47.1%
	ドイツ	30	46.7%	53.3%
	中南米	30	56.7%	43.3%
	その他	6	66.7%	33.3%

6-5 利用した通信手段

利用した通信手段は、「モバイルWi-Fi」が49.1%と最も多く、「無料公衆Wi-Fi」(36.7%)、「SIMカード」(21.0%)と続いている。国籍・地域別にみるとドイツで「無料公衆Wi-Fi」が73.5%と他の国籍・地域よりも高くなっている。

区分	回答数	比率
無料公衆Wi-Fi	478	36.7%
有料公衆Wi-Fi	49	3.8%
モバイルWi-Fi	640	49.1%
SIMカード	274	21.0%
ローミング	125	9.6%
その他	37	2.8%
利用しなかった	29	2.2%
合計	1,303	100.0%



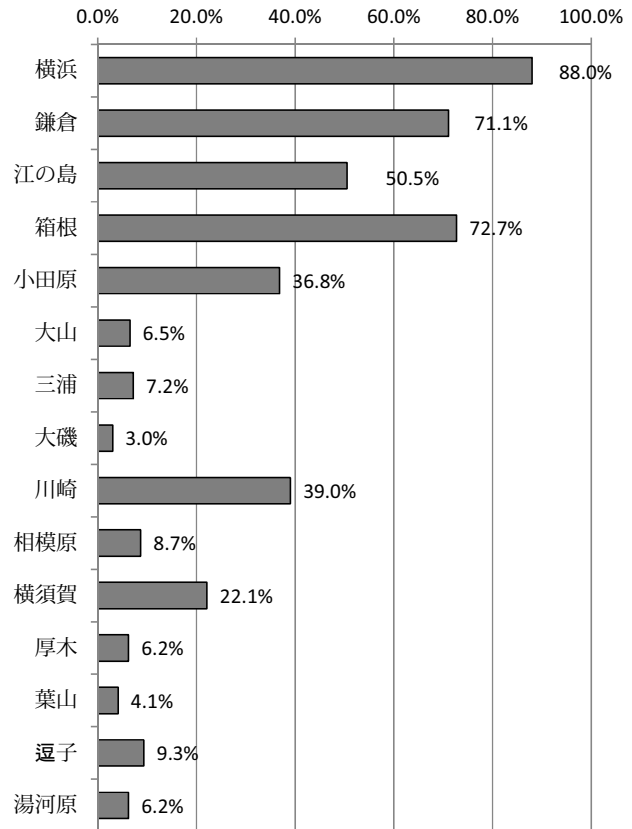
	全体	利用した通信手段							
		無料公衆Wi-Fi	有料公衆Wi-Fi	モバイルWi-Fi	SIMカード	ローミング	その他	利用しなかった	
全体	1295	36.6%	3.8%	49.3%	21.2%	9.5%	2.9%	2.2%	
国籍・地域	中国	393	22.9%	2.3%	66.7%	18.1%	7.9%	0.8%	0.8%
	韓国	80	35.0%	5.0%	41.3%	10.0%	23.8%	1.3%	1.3%
	台湾	156	23.7%	5.8%	47.4%	34.6%	7.1%	0.6%	0.6%
	香港	106	18.9%	3.8%	43.4%	40.6%	2.8%	0.9%	3.8%
	東南アジア	104	39.4%	6.7%	44.2%	23.1%	7.7%	3.8%	3.8%
	タイ	47	29.8%	12.8%	40.4%	29.8%	10.6%	2.1%	4.3%
	マレーシア	15	60.0%	6.7%	33.3%	13.3%	13.3%	6.7%	-
	インドネシア	15	53.3%	-	46.7%	13.3%	-	-	-
	ベトナム	5	40.0%	-	60.0%	-	-	-	20.0%
	北米	169	49.1%	3.6%	48.5%	11.2%	11.8%	4.7%	4.7%
	アメリカ	136	47.1%	3.7%	47.8%	9.6%	11.8%	5.1%	4.4%
	カナダ	33	57.6%	3.0%	51.5%	18.2%	12.1%	3.0%	6.1%
	オセアニア	64	53.1%	6.3%	39.1%	21.9%	17.2%	3.1%	4.7%
	オーストラリア	56	55.4%	7.1%	41.1%	19.6%	16.1%	3.6%	5.4%
	ヨーロッパ	185	65.4%	2.2%	29.7%	18.9%	9.2%	8.1%	1.1%
	イギリス	40	62.5%	5.0%	37.5%	15.0%	10.0%	15.0%	2.5%
	フランス	36	58.3%	2.8%	19.4%	25.0%	2.8%	5.6%	2.8%
	ドイツ	34	73.5%	-	23.5%	14.7%	8.8%	11.8%	-
	中南米	32	46.9%	6.3%	43.8%	18.8%	3.1%	3.1%	6.3%
その他	6	83.3%	-	16.7%	-	33.3%	16.7%	-	

	全体	利用した通信手段							
		無料公衆 Wi-Fi	有料公衆 Wi-Fi	モバイル Wi-Fi	S Mカード	ローミング	その他	利用しな かった	
全体	1275	36.7%	3.8%	48.9%	21.2%	9.7%	2.9%	2.2%	
訪問地域	横浜市	562	37.7%	5.0%	46.4%	18.5%	10.5%	2.5%	3.7%
	川崎市	78	28.2%	5.1%	55.1%	28.2%	11.5%	2.6%	5.1%
	湘南地域	481	27.7%	2.1%	53.2%	26.2%	5.4%	1.7%	2.1%
	江の島	470	27.4%	1.9%	53.6%	26.2%	5.1%	1.5%	2.1%
	大山	8	37.5%	12.5%	37.5%	12.5%	12.5%	-	-
	大磯町	8	25.0%	-	62.5%	37.5%	12.5%	12.5%	-
	県西地域	527	35.5%	4.0%	56.0%	18.8%	10.2%	4.0%	1.3%
	箱根町	505	35.4%	4.0%	56.6%	18.8%	10.3%	4.0%	1.4%
	小田原市	133	42.9%	1.5%	57.9%	19.5%	13.5%	4.5%	1.5%
	横須賀三浦地域	629	38.2%	4.0%	47.4%	23.2%	7.6%	2.5%	2.4%
	鎌倉市	612	38.2%	4.1%	47.9%	22.7%	7.7%	2.6%	2.5%
	横須賀市	36	41.7%	5.6%	38.9%	25.0%	8.3%	-	13.9%
	三浦市	17	35.3%	5.9%	35.3%	41.2%	-	-	5.9%
	県央地域	18	33.3%	5.6%	44.4%	22.2%	16.7%	-	11.1%
	不明	8	37.5%	12.5%	75.0%	-	25.0%	-	-

6-6 地名の認知

知っている神奈川県の名前は、「横浜」が88.0%と最も多く、「箱根」(72.7%)、「鎌倉」(71.1%)と続いている。国籍・地域別にみると中国で「箱根」(87.3%)が、台湾で「鎌倉」(86.9%)、「江の島」(71.3%)が他の国籍・地域よりも高い比率となっている。

区分	回答数	比率
横浜	1,137	88.0%
鎌倉	919	71.1%
江の島	652	50.5%
箱根	939	72.7%
小田原	476	36.8%
大山	84	6.5%
三浦	93	7.2%
大磯	39	3.0%
川崎	504	39.0%
相模原	112	8.7%
横須賀	286	22.1%
厚木	80	6.2%
葉山	53	4.1%
逗子	120	9.3%
湯河原	80	6.2%
合計	1,292	100.0%

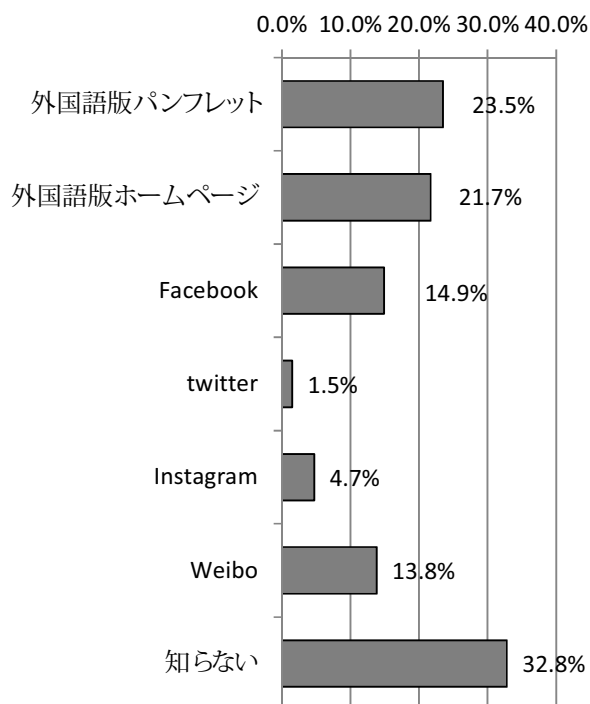


	全体	知っている神奈川県の名前															
		横浜	鎌倉	江の島	箱根	小田原	大山	三浦	大磯	川崎	相模原	横須賀	厚木	葉山	逗子	湯河原	
全体	1284	88.1%	71.3%	50.6%	73.0%	37.1%	6.5%	7.2%	3.0%	39.1%	8.6%	22.3%	6.2%	4.1%	9.3%	6.2%	
国籍・地域	中国	394	87.3%	75.1%	59.6%	87.3%	50.8%	4.1%	8.6%	4.3%	44.9%	12.4%	28.7%	6.6%	3.6%	8.9%	7.4%
	韓国	81	90.1%	53.1%	48.1%	74.1%	24.7%	4.9%	4.9%	2.5%	39.5%	6.2%	17.3%	7.4%	2.5%	3.7%	3.7%
	台湾	160	85.6%	86.9%	71.3%	81.9%	39.4%	5.6%	9.4%	1.9%	31.3%	12.5%	30.6%	3.1%	5.0%	14.4%	8.1%
	香港	104	89.4%	70.2%	62.5%	75.0%	32.7%	5.8%	8.7%	1.9%	30.8%	10.6%	23.1%	3.8%	1.9%	3.8%	6.7%
	東南アジア	103	94.2%	50.5%	31.1%	63.1%	25.2%	6.8%	5.8%	1.9%	29.1%	1.9%	10.7%	1.0%	-	4.9%	2.9%
	タイ	46	97.8%	60.9%	32.6%	56.5%	17.4%	-	6.5%	-	19.6%	-	6.5%	2.2%	-	6.5%	4.3%
	マレーシア	15	86.7%	53.3%	33.3%	80.0%	26.7%	13.3%	-	-	33.3%	-	26.7%	-	-	-	-
	インドネシア	15	86.7%	40.0%	20.0%	53.3%	33.3%	13.3%	13.3%	6.7%	46.7%	13.3%	13.3%	-	-	6.7%	-
	ベトナム	5	100.0%	20.0%	40.0%	40.0%	-	-	-	-	20.0%	-	-	-	-	-	-
	北米	161	85.7%	61.5%	38.5%	57.1%	32.9%	10.6%	7.5%	3.7%	41.0%	9.9%	28.6%	13.7%	10.6%	11.8%	7.5%
	アメリカ	129	84.5%	63.6%	37.2%	55.0%	34.9%	11.6%	8.5%	3.9%	42.6%	12.4%	33.3%	16.3%	12.4%	14.0%	8.5%
	カナダ	32	90.6%	53.1%	43.8%	65.6%	25.0%	6.3%	3.1%	3.1%	34.4%	-	9.4%	3.1%	3.1%	3.1%	3.1%
	オセアニア	63	88.9%	60.3%	33.3%	65.1%	39.7%	4.8%	4.8%	3.2%	38.1%	3.2%	12.7%	4.8%	7.9%	6.3%	4.8%
	オーストラリア	55	87.3%	56.4%	29.1%	63.6%	38.2%	5.5%	5.5%	3.6%	36.4%	3.6%	12.7%	5.5%	9.1%	7.3%	3.6%
	ヨーロッパ	182	89.6%	80.2%	36.8%	59.3%	24.2%	9.3%	4.9%	2.7%	44.0%	2.2%	9.3%	6.6%	2.7%	12.1%	4.9%
	イギリス	40	90.0%	65.0%	40.0%	70.0%	37.5%	12.5%	5.0%	5.0%	47.5%	5.0%	17.5%	5.0%	5.0%	15.0%	5.0%
	フランス	33	93.9%	90.9%	42.4%	60.6%	18.2%	6.1%	6.1%	6.1%	24.2%	-	-	3.0%	-	6.1%	6.1%
	ドイツ	34	88.2%	82.4%	50.0%	47.1%	17.6%	2.9%	8.8%	-	47.1%	-	8.8%	8.8%	2.9%	11.8%	8.8%
	中南米	31	83.9%	80.6%	38.7%	51.6%	29.0%	12.9%	3.2%	-	32.3%	6.5%	9.7%	3.2%	-	9.7%	3.2%
	その他	5	80.0%	100.0%	60.0%	40.0%	40.0%	-	-	-	20.0%	-	20.0%	-	-	40.0%	-

6-7 県事業の認知

県事業の認知度は、「知らない」(32.8%)を除くと「外国語版パンフレット」が23.5%ともっとも多く、「外国語版ホームページ」(21.7%)、「Facebook」(14.9%)と続いている。

区分	回答数	比率
外国語版パンフレット	145	23.5%
外国語版ホームページ	134	21.7%
Facebook	92	14.9%
twitter	9	1.5%
Instagram	29	4.7%
Weibo	85	13.8%
知らない	203	32.8%
合計	618	100.0%



	全体	県事業の認知度							
		外国語版 パンフレット	外国語版 ホームページ	Facebook	twitter	Instagram	Weibo	知らない	
全体	616	23.4%	21.8%	14.9%	1.5%	4.7%	13.8%	32.8%	
国籍・地域	中国	183	30.6%	21.3%	13.1%	1.1%	6.6%	43.2%	2.7%
	韓国	33	27.3%	30.3%	24.2%	3.0%	6.1%	-	24.2%
	台湾	60	33.3%	40.0%	35.0%	-	1.7%	3.3%	6.7%
	香港	50	10.0%	48.0%	32.0%	-	4.0%	2.0%	14.0%
	東南アジア	49	22.4%	30.6%	10.2%	-	10.2%	-	40.8%
	タイ	23	13.0%	21.7%	4.3%	-	4.3%	-	65.2%
	マレーシア	8	12.5%	25.0%	37.5%	-	37.5%	-	12.5%
	インドネシア	9	55.6%	44.4%	-	-	-	-	33.3%
	ベトナム	2	-	50.0%	-	-	-	-	50.0%
	北米	82	22.0%	14.6%	8.5%	3.7%	6.1%	2.4%	52.4%
	アメリカ	63	19.0%	12.7%	7.9%	3.2%	4.8%	1.6%	55.6%
	カナダ	19	31.6%	21.1%	10.5%	5.3%	10.5%	5.3%	42.1%
	オセアニア	31	29.0%	6.5%	3.2%	-	-	3.2%	61.3%
	オーストラリア	28	28.6%	7.1%	3.6%	-	-	3.6%	60.7%
	ヨーロッパ	103	11.7%	6.8%	5.8%	1.9%	1.0%	-	76.7%
	イギリス	24	20.8%	8.3%	4.2%	4.2%	-	-	70.8%
	フランス	15	6.7%	6.7%	-	-	-	-	86.7%
ドイツ	20	5.0%	-	-	-	-	-	95.0%	
中南米	20	15.0%	5.0%	20.0%	5.0%	5.0%	-	65.0%	
その他	5	20.0%	-	-	-	-	-	80.0%	

Ⅲ 資料編 (調査票) ※調査時は英語、中国語 (簡体字、繁体字)、韓国語の翻訳版を使用

① 羽田空港調査 (観光施設 地域)調査

神奈川県外国人観光客実態調査アンケート調査票 【空港・地域調査】				
* 神奈川県の観光振興施策を検討するため、県内を訪れた外国人の旅行状況を把握することを目的としたアンケートです。ご協力のほど、よろしくお願いします。				
問1【訪問地】 次のうち、今回の旅行で訪問した地域をお答えください。(○はいくつでも)				
1 横浜市	2 鎌倉市	3 江の島	4 箱根町	5 小田原市
6 大山(Mt. Oyama)	7 三浦市	8 大磯町	9 川崎市	10 相模原市
11 横須賀市	12 湯河原町	13 その他の神奈川県地域 ()		
問2【旅行形態】 旅行形態をお答えください。(○は一つ)				
1 パッケージツアー	2 個人旅行	3 ビジネス		
問3【訪問目的】 問1で回答した地域の訪問目的について、選択肢の数字を()内にご記入いただき、その詳細(施設名や内容)をお答えください。				
()	詳細 ()	()	詳細 ()	()
()	詳細 ()			
1 自然観光	2 施設見学	3 美術館・博物館	4 漫画・アニメ	5 神社・仏閣
6 スポーツ観戦	7 夜景	8 買い物	9 食事	10 宿泊
11 スポーツ・登山	12 文化体験	13 温泉	14 イベント	15 観劇・音楽鑑賞
16 街歩き	17 乗り物	18 リゾート	19 日常生活体験	20 有名地訪問
21 その他 ()				
問4【感想】 問1で回答した地域に訪問した感想をお答えください。				
問5【アクセス】 アクセス手段について、お答えください。				
(1) 問1で回答した地域に訪問する直前の訪問先をお答えいただき、アクセス手段について、				
選択肢の数字を()内にご記入ください。				
直前の訪問先 () アクセス手段 ()				
1 鉄道(JR)	2 鉄道(JR以外)	3 路線バス	4 貸切バス	5 送迎バス
6 タクシー	7 レンタカー	8 徒歩	9 その他 ()	
(2) 問1で回答した地域を複数訪問した方は、訪問した順序について、問1の選択肢の数字を()内にご記入ください。				
() → () → () → ()				
(3) (2)で回答した地域間のアクセス手段について、(1)の選択肢の数字を()内にご記入ください。				
1 番目 → () → 2 番目 → () → 3 番目 → () → 4 番目				
(3) アクセスに関する情報の収集手段をお答えください。				
直前の訪問先からのアクセス情報 () 地域間のアクセス情報 ()				
1 観光案内所	2 係員	3 ガイドブック	4 ホームページ	5 SNS
6 アプリ	7 その他 ()	8 特になし		
(4) アクセスについて困った点があればお答えください。				
直前の訪問先からのアクセス () () ()				
地域間のアクセス () () ()				
1 ルートがわかりにくい	2 乗り場がわかりにくい	3 乗車券の購入方法がわからない		
4 移動時間が長い	5 価格が高い	6 交通パスがない/使えない		
7 案内表示の言語表記	8 情報を得られない	9 その他 ()		
10 特になし				
問6【情報収集手段】 入国前と入国後それぞれにおける問1で回答した地域の情報収集手段について、				
選択肢の数字を()内にご記入いただき、その詳細(紙媒体は発行者及び入手場所、Web・メディア媒体は発信者、案内所等の場合は場所)をお答えください。				
(1) 入国前		(2) 入国後		
()	詳細 ()	()	詳細 ()	()
()	詳細 ()	()	詳細 ()	()
()	詳細 ()	()	詳細 ()	()
例: 5、Welcome to Kanagawa 1、横浜ビクターズガイド・新横浜駅				
1 パンフレット	2 ガイドブック	3 ホームページ	4 口コミサイト	5 Facebook
6 twitter	7 Instagram	8 Wei bo	9 Wechat	10 ブログ
11 動画サイト	12 アプリ	13 テレビ	14 旅行雑誌	15 新聞
16 観光案内所	17 宿泊施設	18 自国の知人	19 日本人の知人	20 旅行展示会
21 その他 ()	22 収集しなかった			
問7【県事業】 「Welcome to Kanagawa」や「South of Kanagawa」のタイトルで発信されている				
次のものを知っていますか。(○はいくつでも)				
1 外国語版パンフレット	2 外国語版ホームページ	3 Facebook		
4 twitter	5 Instagram	6 Wei bo		

問8【宿泊・旅館】 今回の旅行での宿泊についてお答えください。

(1) 日本での宿泊日数を () 内にご記入ください。

() 泊

(2) 問1で回答した地域を訪問する前日、当日、翌日の宿泊地、施設名をお答えいただき、その宿泊施設を選んだ理由について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。

前日 () 泊目) : 宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()
 当日 () 泊目) : 宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()
 翌日 () 泊目) : 宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()

1 空港に近い 2 訪問先に近い 3 価格が安い 4 人気だから 5 口コミの良さ
 6 空室があった 7 予め決められていた 8 その他 ()

(3) 宿泊施設に関する入国前と入国後の情報収集手段について、選択肢の数字を () 内にご記入いただき、その詳細をお答えください。

入国前: () 詳細 ()
 入国後: () 詳細 ()

1 パンフレット 2 ガイドブック 3 ホームページ 4 口コミサイト 5 Facebook
 6 twitter 7 Instagram 8 Wei bo 9 Wechat 10 ブログ
 11 動画サイト 12 アプリ 13 テレビ 14 旅行雑誌 15 新聞
 16 観光案内所 17 宿泊施設 18 自国の知人 19 日本人の知人 20 旅行展示会
 21 その他 () 22 収集しなかった

(4) 旅館に宿泊した理由をお答えください。(○は一つ)

1 日本料理を食べるため 2 和式施設を体験するため 3 接遇・サービスを受けるため
 4 温泉に入るため 5 禁煙・分煙が良いため 6 その他 ()

(5) 旅館に宿泊しなかった理由をお答えください。(○は一つ)

1 満室だった 2 価格が高かった 3 予約方法がわからなかった
 4 訪問先の近くになかった 5 他施設を利用したかった 6 食事が不要のため(素泊まり希望)
 7 利用マナーが難しいため 8 旅館を知らない 9 その他 ()

問9【食事・買い物】 問1で回答した地域での主な食事と買い物について、内容と金額をお答えいただき、場所と決めた時期、情報収集手段、支払手段について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。

(1) 主な食事内容 () 主な購入品 ()
 例: ラーメン、寿司 例: 化粧品、お菓子

(2) 食事場所 () 買い物場所 ()

1 宿泊施設 2 専門飲食店 3 レストラン
 4 ファーストフード 5 居酒屋・バー 6 観光施設内の店舗
 7 百貨店・デパート 8 複合商業施設 9 アウトレットモール
 10 商店街 11 市場 12 駅構内の店舗
 13 高速道路SA・道の駅 14 家電量販店 15 ファッション専門店
 16 スーパーマーケット 17 コンビニエンスストア 18 ドラッグストア
 19 ディスカウントストア 20 100円ショップ 21 その他 ()

(3) 食事場所を決めた時期 () 買い物場所を決めた時期 ()

1 入国前 2 現地到着前 3 現地到着後 4 その他 ()

(4) 食事の情報収集手段 () 詳細 ()
 買い物の情報収集手段 () 詳細 ()

1 パンフレット 2 ガイドブック 3 ホームページ 4 口コミサイト 5 Facebook
 6 twitter 7 Instagram 8 Wei bo 9 Wechat 10 ブログ
 11 動画サイト 12 アプリ 13 テレビ 14 旅行雑誌 15 新聞
 16 観光案内所 17 宿泊施設 18 自国の知人 19 日本人の知人 20 旅行展示会
 21 その他 () 22 収集しなかった

(5) 食事の合計金額 () 円 買い物の合計金額 () 円

(6) 食事の支払手段 () 買い物の支払手段 ()

1 現金 2 クレジットカード 3 デビットカード
 4 交通系ICカード 5 オンライン決済サービス 6 その他 ()

(7) 現金で支払った理由をお答えください。(○は一つ)

1 現金で支払いたかった 2 他の支払手段が使えなかった
 3 他の支払手段が使えるかわからなかった 4 その他 ()

問10【情報発信】 問1で回答した地域について、SNS等で情報発信をしましたか。何を投稿したのかをお答えいただき、発信手段について選択肢の数字を () 内にご記入ください。

() 手段 () () 手段 ()
 () 手段 ()

1 口コミサイト 2 Facebook 3 twitter 4 Instagram 5 Wei bo
 6 Wechat 7 ブログ 8 その他 ()

問11【ニーズ・施策効果】問1で回答した地域を旅行していて、特に良かった・役に立った点と改善すべき点それぞれについて、選択肢の数字を()内にご記入ください。

役に立った点() () ()

改善すべき点() () ()

- | | | |
|-------------|---------------|-------------------|
| 1 交通アクセス | 2 店員・係員の言語力 | 3 案内板・施設・店舗での言語表記 |
| 4 通信環境 | 5 手荷物預かり所の充実 | 6 多言語版パンフレットの充実 |
| 7 両替所の充実 | 8 施設・店舗での支払手段 | 9 免税店の充実 |
| 10 観光案内所の充実 | 11 切符・入場券の購入 | 12 割引・特典クーポンの充実 |
| 13 観光情報の入手 | 14 飲食店情報の入手 | 15 交通アクセス情報の入手 |
| 16 宗教への対応 | 17 禁煙・分煙への対応 | 18 施設・店舗の利用可能時間 |
| 19 洋式トイレの充実 | 20 その他() | 21 特になし |

【属性】最後に、回答者ご自身や旅行全般に関する質問にお答えください。

問12 国籍・地域をお答えください。(○は一つ)

- | | | | | |
|---------|----------|---------|-----------|----------|
| 1 中国 | 2 韓国 | 3 台湾 | 4 タイ | 5 シンガポール |
| 6 マレーシア | 7 インドネシア | 8 ベトナム | 9 香港 | 10 米国 |
| 11 豪州 | 12 英国 | 13 フランス | 14 その他() | |

問13 性別をお答えください。(○は一つ)

- | | |
|------|------|
| 1 男性 | 2 女性 |
|------|------|

問14 年代をお答えください。(○は一つ)

- | | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1 19歳以下 | 2 20歳～29歳 | 3 30歳～39歳 | 4 40歳～49歳 | 5 50歳～59歳 |
| 6 60歳～69歳 | 7 70歳以上 | | | |

問15 同伴者と、ご自身を含めた人数をお答えください。(○は一つ)

- | | | |
|------------|-------------|--------------|
| 1 自分ひとり | 2 家族・親戚【 人】 | 3 友人【 人】 |
| 4 夫婦・パートナー | 5 職場の同僚【 人】 | 6 その他()【 人】 |

問16 今回の訪日は何回目ですか。(○は一つ)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| 1 初めて | 2 2回目 | 3 3回目 | 4 4回目 | 5 5回目以上 |
|-------|-------|-------|-------|---------|

問17 入国・出国空港(港)についてお答えください。

(1) 入国・出国空港(港)について、選択肢の数字を()内にご記入ください。

入国空港・港() 出国空港・港()

- | | | | | |
|--------|--------|---------|----------|----------|
| 1 成田空港 | 2 羽田空港 | 3 新千歳空港 | 4 中部国際空港 | 5 関西国際空港 |
| 6 福岡空港 | 7 那覇空港 | 8 ()空港 | 9 ()港 | |

(2) 入国後の最初の訪問先と出国前の最後の訪問先、訪問した理由をお答えください。

入国後：地域() 施設名() 理由()

出国前：地域() 施設名() 理由()

問18 交通パスの利用について、選択肢の数字を()内にご記入ください。

JAPAN RAIL PASS() 交通系ICカード(Sui ca・PASMOなど)()

- | | |
|--------|-----------|
| 1 利用した | 2 利用していない |
|--------|-----------|

問19 利用した通信手段について、お答えください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|----------|---------|
| 1 無料公衆Wi-Fi | 2 有料公衆Wi-Fi | 3 モバイルWi-Fi | 4 SIMカード | 5 ローミング |
| 6 その他() | 7 利用しなかった | | | |

問20 入国前に全行程のうちどの程度を決めてきましたか。(○は一つ)

- | | |
|------------------|------------------------|
| 1 全行程を決めてきた | 2 飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた |
| 3 飛行機と宿泊先のみ決めてきた | 4 飛行機のみ決めてきた |
| 5 その他() | |

問21 訪問先を決めるにあたって重視することをお答えください。(○は三つまで)

- | | | | | |
|------------------|-----------|---------|----------|----------|
| 1 景色の良さ | 2 面白い体験 | 3 美味しい物 | 4 口コミの良さ | 5 知名度の高さ |
| 6 知名度の低さ | 7 アクセスの良さ | 8 価格の安さ | 9 お土産の魅力 | |
| 10 一箇所で多くのことができる | 11 その他() | | | |

問22 あなたが知っている地名を教えてください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|--------|
| 1 横浜 | 2 鎌倉 | 3 江の島 | 4 箱根 | 5 小田原 |
| 6 大山 | 7 三浦 | 8 大磯 | 9 川崎 | 10 相模原 |
| 11 横須賀 | 12 厚木 | 13 葉山 | 14 逗子 | 15 湯河原 |

ご協力いただき、誠にありがとうございました。

② 観光施設 施設)調査

神奈川県外国人観光客実態調査アンケート調査票					【施設調査】
* 神奈川県の観光振興施策を検討するため、県内を訪れた外国人の旅行状況を把握することを目的としたアンケートです。ご協力のほど、よろしくお願いします。					
問1【訪問目的】訪問目的をお答えください。(○はいくつでも)					
1 自然観光	2 施設見学	3 美術館・博物館	4 漫画・アニメ	5 神社・仏閣	
6 スポーツ観戦	7 夜景	8 買い物	9 食事	10 宿泊	
11 スポーツ・登山	12 文化体験	13 温泉	14 イベント	15 観劇・音楽鑑賞	
16 街歩き	17 乗り物	18 リゾート	19 日常生活体験	20 有名地訪問	
21 その他 ()					
問2【感想】施設を利用した感想をお答えください。					
問3【アクセス】前後の訪問場所とアクセス手段について、お答えください。					
(1) 直前の訪問先 () 次の訪問先 ()					
(2) アクセス手段について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。					
直前の訪問先からのアクセス手段 () 次の訪問先へのアクセス手段 ()					
1 鉄道 (JR)	2 鉄道 (JR以外)	3 路線バス	4 貸切バス	5 送迎バス	
6 タクシー	7 レンタカー	8 徒歩	9 その他 ()		
(3) アクセスに関する情報の収集手段について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。					
直前の訪問先からのアクセス情報 () 次の訪問先へのアクセス情報 ()					
1 観光案内所	2 係員	3 ガイドブック	4 ホームページ	5 SNS	
6 アプリ	7 その他 ()	8 特になし			
(4) アクセスについて困った点があればお答えください。					
直前の訪問先からのアクセス () () ()					
次の訪問先へのアクセス () () ()					
1 ルートがわかりにくい	2 乗り場がわかりにくい	3 乗車券の購入方法がわからない			
4 移動時間が長い	5 価格が高い	6 交通パスがない/使えない			
7 案内表示の言語表記	8 情報を得られない	9 その他 ()			
10 特になし					
問4【情報収集手段】入国前と入国後それぞれにおける情報収集手段について、選択肢の数字を () 内にご記入いただき、その詳細 (紙媒体は発行者及び入手場所、Web・メディア媒体は発信者、案内所等の場合は場所)をお答えください。					
(1) 入国前 () () () () () () () () () ()					
(2) 入国後 () () () () () () () () () ()					
例: 5、Welcome to Kanagawa 1、横浜デジタル・ガット・新横浜駅					
1 パンフレット	2 ガイドブック	3 ホームページ	4 口コミサイト	5 Facebook	
6 twitter	7 Instagram	8 Wei bo	9 Wechat	10 ブログ	
11 動画サイト	12 アプリ	13 テレビ	14 旅行雑誌	15 新聞	
16 観光案内所	17 宿泊施設	18 自国の知人	19 日本人の知人	20 旅行展示会	
21 その他 ()	22 収集しなかった				
問5【ニーズ・施策効果】特に良かった・役に立った点と改善すべき点それぞれについて、選択肢の数字を () 内にご記入ください。					
役に立った点 () () () () () () () () () ()					
改善すべき点 () () () () () () () () () ()					
1 交通アクセス	2 店員・係員の言語力	3 案内板・施設・店舗での言語表記			
4 通信環境	5 手荷物預かり所	6 多言語版パンフレットの充実			
7 両替施設	8 支払手段	9 免税施設			
10 インフォメーション	11 切符・入場券の購入	12 割引・特典クーポン			
13 観光情報の入手	14 飲食店情報の入手	15 交通アクセス情報の入手			
16 宗教への対応	17 禁煙・分煙への対応	18 施設・店舗の利用可能時間			
19 洋式トイレの充実	20 その他 ()				
----- ここからこの地域についての質問になります。 -----					
問6【情報発信】SNS等で情報発信をしましたか。この施設も含めて何について投稿したかを お答えいただき、発信手段について選択肢の数字を () 内にご記入ください。					
() () () () () () () () () ()					
() () () () () () () () () ()					
() () () () () () () () () ()					
1 口コミサイト	2 Facebook	3 twitter	4 Instagram	5 Wei bo	
6 Wechat	7 ブログ	8 その他 ()			

問7【宿泊・旅館】 今回の旅行での宿泊についてお答えください。

(1) 日本での宿泊日数を () 内にご記入ください。

() 泊

(2) 昨日から明日までの宿泊地、施設名をお答えいただき、その宿泊施設を選んだ理由について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。

昨日 () 泊目：宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()

本日 () 泊目：宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()

明日 () 泊目：宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()

1 空港に近い 2 訪問先に近い 3 価格が安い 4 人気だから 5 口コミの良さ
6 空室があった 7 予め決められていた 8 その他 ()

(3) 宿泊施設に関する入国前と入国後の情報収集手段について、選択肢の数字を () 内にご記入いただき、その詳細をお答えください。

入国前： () 詳細 ()

入国後： () 詳細 ()

1 パンフレット 2 ガイドブック 3 ホームページ 4 口コミサイト 5 Facebook
6 twitter 7 Instagram 8 Wei bo 9 Wechat 10 ブログ
11 動画サイト 12 アプリ 13 テレビ 14 旅行雑誌 15 新聞
16 観光案内所 17 宿泊施設 18 自国の知人 19 日本人の知人 20 旅行展示会
21 その他 () 22 収集しなかった

(4) 旅館に宿泊した理由をお答えください。(○は一つ)

1 日本料理を食べるため 2 和式施設を体験するため 3 旅館の人とふれあいたかったため
4 温泉に入るため 5 禁煙・分煙が良いため 6 その他 ()

(5) 旅館に宿泊しなかった理由をお答えください。(○は一つ)

1 満室だった 2 価格が高かった 3 予約方法がわからなかった
4 訪問先の近くになかった 5 他施設を利用したかった 6 食事が不要のため(素泊まり希望)
7 利用マナーが難しいため 8 旅館を知らない 9 その他 ()

問8【食事・買い物】 この地域での主な食事と買い物について、内容と金額をお答えいただき、場所と決めた時期、情報収集手段、支払手段について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。

(1) 主な食事内容 () 主な購入品 ()

例：ラーメン、寿司

例：化粧品、お菓子

(2) 食事場所 () 買い物場所 ()

1 宿泊施設 2 専門飲食店 3 レストラン
4 ファーストフード 5 居酒屋・バー 6 観光施設内の店舗
7 百貨店・デパート 8 複合商業施設 9 アウトレットモール
10 商店街 11 市場 12 駅構内の店舗
13 高速道路SA・道の駅 14 家電量販店 15 ファッション専門店
16 スーパーマーケット 17 コンビニエンスストア 18 ドラッグストア
19 ディスカウントストア 20 100円ショップ 21 その他 ()

(3) 食事場所を決めた時期 () 買い物場所を決めた時期 ()

1 入国前 2 現地到着前 3 現地到着後 4 その他 ()

(4) 食事の情報収集手段 () 詳細 ()

買い物の情報収集手段 () 詳細 ()

1 パンフレット 2 ガイドブック 3 ホームページ 4 口コミサイト 5 Facebook
6 twitter 7 Instagram 8 Wei bo 9 Wechat 10 ブログ
11 動画サイト 12 アプリ 13 テレビ 14 旅行雑誌 15 新聞
16 観光案内所 17 宿泊施設 18 自国の知人 19 日本人の知人 20 旅行展示会
21 その他 () 22 収集しなかった

(5) 食事の合計金額 () 円 買い物の合計金額 () 円

(6) 食事の支払手段 () 買い物の支払手段 ()

1 現金 2 クレジットカード 3 デビットカード
4 交通系ICカード 5 オンライン決済サービス 6 その他 ()

(7) 現金で支払った理由をお答えください。(○は一つ)

1 現金で支払いたかった 2 他の支払手段が使えなかった
3 他の支払手段が使えるかわからなかった 4 その他 ()

【属性】最後に、回答者ご自身や旅行全般に関する質問にお答えください。

問9 国籍・地域をお答えください。(○は一つ)

- | | | | | |
|---------|----------|---------|------------|----------|
| 1 中国 | 2 韓国 | 3 台湾 | 4 タイ | 5 シンガポール |
| 6 マレーシア | 7 インドネシア | 8 ベトナム | 9 香港 | 10 米国 |
| 11 豪州 | 12 英国 | 13 フランス | 14 その他 () | |

問10 性別をお答えください。(○は一つ)

- | | |
|------|------|
| 1 男性 | 2 女性 |
|------|------|

問11 年代をお答えください。(○は一つ)

- | | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1 19歳以下 | 2 20歳～29歳 | 3 30歳～39歳 | 4 40歳～49歳 | 5 50歳～59歳 |
| 6 60歳～69歳 | 7 70歳以上 | | | |

問12 同伴者と、ご自身を含めた人数をお答えください。(○は一つ)

- | | | |
|------------|-----------------|--------------------|
| 1 自分ひとり | 2 家族・親戚【 () 人】 | 3 友人【 () 人】 |
| 4 夫婦・パートナー | 5 職場の同僚【 () 人】 | 6 その他 () 【 () 人】 |

問13 旅行形態をお答えください。(○は一つ)

- | | | |
|------------|--------|--------|
| 1 パッケージツアー | 2 個人旅行 | 3 ビジネス |
|------------|--------|--------|

問14 今回の訪日は何回目ですか。(○は一つ)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| 1 初めて | 2 2回目 | 3 3回目 | 4 4回目 | 5 5回目以上 |
|-------|-------|-------|-------|---------|

問15 入国・出国空港(港)についてお答えください。

(1) 入国・出国空港(港)について、選択肢の数字を()内にご記入ください。

入国空港・港() 出国空港・港()

- | | | | | |
|--------|--------|----------|----------|----------|
| 1 成田空港 | 2 羽田空港 | 3 新千歳空港 | 4 中部国際空港 | 5 関西国際空港 |
| 6 福岡空港 | 7 那覇空港 | 8 () 空港 | 9 () 港 | |

(2) 入国後の最初の訪問先と出国前の最後の訪問先、訪問した理由をお答えください。

入国後：地域() 施設名() 理由()

出国前：地域() 施設名() 理由()

問16 交通パスの利用について、選択肢の数字を()内にご記入ください。

JAPAN RAIL PASS() 交通系ICカード(Sui ca・PASMOなど)()

- | | |
|--------|-----------|
| 1 利用した | 2 利用していない |
|--------|-----------|

問17 利用した通信手段について、お答えください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|----------|---------|
| 1 無料公衆Wi-Fi | 2 有料公衆Wi-Fi | 3 モバイルWi-Fi | 4 SIMカード | 5 ローミング |
| 6 その他() | 7 利用しなかった | | | |

問18 入国前に全行程のうちどの程度を決めてきましたか。(○は一つ)

- | | |
|------------------|------------------------|
| 1 全行程を決めてきた | 2 飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた |
| 3 飛行機と宿泊先のみ決めてきた | 4 飛行機のみ決めてきた |
| 5 その他() | |

問19 訪問先を決めるにあたって重視することをお答えください。(○は三つまで)

- | | | | | |
|------------------|-----------|---------|----------|----------|
| 1 景色の良さ | 2 面白い体験 | 3 美味しい物 | 4 口コミの良さ | 5 知名度の高さ |
| 6 知名度の低さ | 7 アクセスの良さ | 8 価格の安さ | 9 お土産の魅力 | |
| 10 一箇所で多くのことができる | 11 その他() | | | |

問20 次の地域の中で、今回の旅行で訪問した地域とこれから訪問する予定の地域をお答えください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|-----------------|---------|------------------|-------|---------|
| 1 横浜市 | 2 鎌倉市 | 3 江の島 | 4 箱根町 | 5 小田原市 |
| 6 大山(Mt. Oyama) | 7 三浦市 | 8 大磯町 | 9 川崎市 | 10 相模原市 |
| 11 横須賀市 | 12 湯河原町 | 13 その他の神奈川県地域() | | |

問21 あなたが知っている地名を教えてください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|--------|
| 1 横浜 | 2 鎌倉 | 3 江の島 | 4 箱根 | 5 小田原 |
| 6 大山 | 7 三浦 | 8 大磯 | 9 川崎 | 10 相模原 |
| 11 横須賀 | 12 厚木 | 13 葉山 | 14 逗子 | 15 湯河原 |

問22 「Welcome to Kanagawa」や「South of Kanagawa」のタイトルで発信されている次のものを知っていますか。(○はいくつでも)

- | | | |
|--------------|--------------|------------|
| 1 外国語版パンフレット | 2 外国語版ホームページ | 3 Facebook |
| 4 twitter | 5 Instagram | 6 Wei bo |

ご協力いただき、誠にありがとうございました。

③ 留置き 宿泊)調査

神奈川県外国人観光客実態調査アンケート調査票				【宿泊調査】
* 神奈川県の観光振興施策を検討するため、県内を訪れた外国人の旅行状況を把握することを目的としたアンケートです。ご協力のほど、よろしくお願いします。				
問1【宿泊・旅館】 今回の旅行での宿泊についてお答えください。				
(1) 日本での宿泊日数を () 内にご記入ください。				
() 泊				
(2) 昨日から明日までの宿泊地、施設名をお答えいただき、その宿泊施設を選んだ理由について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。				
昨日 () 泊目：宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()				
本日 () 泊目：理由 ()				
明日 () 泊目：宿泊地 () 宿泊施設名 () 理由 ()				
1 空港に近い 2 訪問先に近い 3 価格が安い 4 人気だから 5 口コミの良さ 6 空室があった 7 予め決められていた 8 その他 ()				
(3) 宿泊施設に関する入国前と入国語の情報収集手段について、選択肢の数字を () 内にご記入いただき、その詳細 (紙媒体は発行者及び入手場所、Web・メディア媒体は発信者、案内所等の場合は場所)をお答えください。				
入国前： () 詳細 ()				
入国後： () 詳細 ()				
1 パンフレット 2 ガイドブック 3 ホームページ 4 口コミサイト 5 Facebook 6 twitter 7 Instagram 8 Wei bo 9 Wechat 10 ブログ 11 動画サイト 12 アプリ 13 テレビ 14 旅行雑誌 15 新聞 16 観光案内所 17 宿泊施設 18 自国の知人 19 日本人の知人 20 旅行展示会 21 その他 () 22 収集しなかった				
(4) 旅館に宿泊した理由をお答えください。(○は一つ)				
1 日本料理を食べるため 2 和式施設を体験するため 3 旅館の人とふれあいたかったため 4 温泉に入るため 5 禁煙・分煙が良いため 6 その他 ()				
(5) 旅館に宿泊しなかった理由をお答えください。(○は一つ)				
1 満室だった 2 価格が高かった 3 予約方法がわからなかった 4 訪問先の近くなかった 5 他施設を利用したかった 6 食事が不要のため(素泊まり希望) 7 利用マナーが難しいため 8 旅館を知らない 9 その他 ()				
問2【感想】 施設を利用した感想をお答えください。				
問3【前後の訪問先】 前後の訪問場所とアクセス手段について、お答えください。				
(1) 直前の訪問先 () 次の訪問先 ()				
(2) アクセス手段について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。				
直前の訪問先からのアクセス手段 () 次の訪問先へのアクセス手段 ()				
1 鉄道 (JR) 2 鉄道 (JR以外) 3 路線バス 4 貸切バス 5 送迎バス 6 タクシー 7 レンタカー 8 徒歩 9 その他 ()				
(3) アクセスに関する情報の収集手段について、選択肢の数字を () 内にご記入ください。				
直前の訪問先からのアクセス情報 () 次の訪問先へのアクセス情報 ()				
1 観光案内所 2 係員 3 ガイドブック 4 ホームページ 5 SNS 6 アプリ 7 その他 () 8 特になし				
(4) アクセスについて困った点があればお答えください。				
直前の訪問先からのアクセス () () ()				
次の訪問先へのアクセス () () ()				
1 ルートがわかりにくい 2 乗り場がわかりにくい 3 乗車券の購入方法がわからない 4 移動時間が長い 5 価格が高い 6 交通パスがない/使えない 7 案内表示の言語表記 8 情報を得られない 9 その他 ()				
問4【ニーズ・施策効果】 特に良かった・役に立った点と改善すべき点それぞれについて、選択肢の数字を () 内にご記入ください。				
役に立った点 () () ()				
改善すべき点 () () ()				
1 交通アクセス 2 店員・係員の言語力 3 案内板・施設・店舗での言語表記 4 通信環境 5 手荷物預かり所 6 多言語版パンフレットの充実 7 両替施設 8 支払手段 9 免税施設 10 インフォメーション 11 切符・入場券の購入 12 割引・特典クーポン 13 観光情報の入手 14 飲食店情報の入手 15 交通アクセス情報の入手 16 宗教への対応 17 禁煙・分煙への対応 18 施設・店舗の利用可能時間 19 洋式トイレの充実 20 その他 ()				

-----ここからこの地域についての質問になります。-----

問5【訪問目的】この地域への訪問目的について、選択肢の数字を（ ）内にご記入いただき、その詳細（施設名や内容）をお答えください。

目的（ ） 詳細（ ）
 目的（ ） 詳細（ ）
 目的（ ） 詳細（ ）

- | | | | | |
|------------|---------|-----------|-----------|------------|
| 1 自然観光 | 2 施設見学 | 3 美術館・博物館 | 4 漫画・アニメ | 5 神社・仏閣 |
| 6 スポーツ観戦 | 7 夜景 | 8 買い物 | 9 食事 | 10 宿泊 |
| 11 スポーツ・登山 | 12 文化体験 | 13 温泉 | 14 イベント | 15 観劇・音楽鑑賞 |
| 16 街歩き | 17 乗り物 | 18 リゾート | 19 日常生活体験 | 20 有名地訪問 |
| 21 その他（ ） | | | | |

問6【情報収集手段】入国前と入国後それぞれにおけるこの地域の情報収集手段について、選択肢の数字を（ ）内にご記入いただき、その詳細（紙媒体は発行者及び入手場所、Web・メディア媒体は発信者、案内所等の場合は場所）をお答えください。

(1) 入国前 例：5、Welcome to Kanagawa (2) 入国後 例：1、横浜ビクターズガイド、新横浜駅
 () 詳細 () () 詳細 ()
 () 詳細 () () 詳細 ()
 () 詳細 () () 詳細 ()

- | | | | | |
|----------------------|-------------|----------|-----------|------------|
| 1 パンフレット | 2 ガイドブック | 3 ホームページ | 4 口コミサイト | 5 Facebook |
| 6 twitter | 7 Instagram | 8 Wei bo | 9 Wechat | 10 ブログ |
| 11 動画サイト | 12 アプリ | 13 テレビ | 14 旅行雑誌 | 15 新聞 |
| 16 観光案内所 | 17 宿泊施設 | 18 自国の知人 | 19 日本人の知人 | 20 旅行展示会 |
| 21 その他（ ） 22 収集しなかった | | | | |

問7【情報発信】SNS等で情報発信をされましたか。この施設も含めて何について投稿したかを
 お答えいただき、発信手段について選択肢の数字を（ ）内にご記入ください。

() 情報発信手段 ()
 () 情報発信手段 ()
 () 情報発信手段 ()

- | | | | | |
|----------|------------|-----------|-------------|----------|
| 1 口コミサイト | 2 Facebook | 3 twitter | 4 Instagram | 5 Wei bo |
| 6 Wechat | 7 ブログ | 8 その他（ ） | | |

問8【食事・買い物】この地域での主な食事と買い物について、内容と金額をお答えいただき、
 場所と決めた時期、情報収集手段、支払手段について、選択肢の数字を（ ）内にご記入
 ください。

(1) 主な食事内容 () 主な購入品 ()

例：ラーメン、寿司 例：化粧品、お菓子

(2) 食事場所 () 買い物場所 ()

- | | | |
|---------------|---------------|--------------|
| 1 宿泊施設 | 2 専門飲食店 | 3 レストラン |
| 4 ファーストフード | 5 居酒屋・バー | 6 観光施設内の店舗 |
| 7 百貨店・デパート | 8 複合商業施設 | 9 アウトレットモール |
| 10 商店街 | 11 市場 | 12 駅構内の店舗 |
| 13 高速道路SA・道の駅 | 14 家電量販店 | 15 ファッション専門店 |
| 16 スーパーマーケット | 17 コンビニエンスストア | 18 ドラッグストア |
| 19 ディスカウントストア | 20 100円ショップ | 21 その他 () |

(3) 食事場所を決めた時期 () 買い物場所を決めた時期 ()

- | | | | |
|-------|---------|---------|-----------|
| 1 入国前 | 2 現地到着前 | 3 現地到着後 | 4 その他 () |
|-------|---------|---------|-----------|

(4) 食事の情報収集手段 () 詳細 ()
 買い物の情報収集手段 () 詳細 ()

- | | | | | |
|-----------------------|-------------|----------|-----------|------------|
| 1 パンフレット | 2 ガイドブック | 3 ホームページ | 4 口コミサイト | 5 Facebook |
| 6 twitter | 7 Instagram | 8 Wei bo | 9 Wechat | 10 ブログ |
| 11 動画サイト | 12 アプリ | 13 テレビ | 14 旅行雑誌 | 15 新聞 |
| 16 観光案内所 | 17 宿泊施設 | 18 自国の知人 | 19 日本人の知人 | 20 旅行展示会 |
| 21 その他 () 22 収集しなかった | | | | |

(5) 食事の合計金額 () 円 買い物の合計金額 () 円

(6) 食事の支払手段 () 買い物の支払手段 ()

- | | | |
|------------|---------------|-----------|
| 1 現金 | 2 クレジットカード | 3 デビットカード |
| 4 交通系ICカード | 5 オンライン決済サービス | 6 その他 () |

(7) 現金で支払った理由をお答えください。(○は一つ)

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 1 現金で支払いたかった | 2 他の支払手段が使えなかった |
| 3 他の支払手段が使えるかわからなかった | 4 その他 () |

【属性】最後に、回答者ご自身や旅行全般に関する質問にお答えください。

問9 国籍・地域をお答えください。(○は一つ)

- | | | | | |
|---------|----------|---------|------------|----------|
| 1 中国 | 2 韓国 | 3 台湾 | 4 タイ | 5 シンガポール |
| 6 マレーシア | 7 インドネシア | 8 ベトナム | 9 香港 | 10 米国 |
| 11 豪州 | 12 英国 | 13 フランス | 14 その他 () | |

問10 性別をお答えください。(○は一つ)

- | | |
|------|------|
| 1 男性 | 2 女性 |
|------|------|

問11 年代をお答えください。(○は一つ)

- | | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1 19歳以下 | 2 20歳～29歳 | 3 30歳～39歳 | 4 40歳～49歳 | 5 50歳～59歳 |
| 6 60歳～69歳 | 7 70歳以上 | | | |

問12 同伴者と、ご自身を含めた人数をお答えください。(○は一つ)

- | | | |
|------------|-------------|----------------|
| 1 自分ひとり | 2 家族・親戚【 人】 | 3 友人【 人】 |
| 4 夫婦・パートナー | 5 職場の同僚【 人】 | 6 その他 () 【 人】 |

問13 旅行形態をお答えください。(○は一つ)

- | | | |
|------------|--------|--------|
| 1 パッケージツアー | 2 個人旅行 | 3 ビジネス |
|------------|--------|--------|

問14 今回の訪日は何回目ですか。(○は一つ)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|---------|
| 1 初めて | 2 2回目 | 3 3回目 | 4 4回目 | 5 5回目以上 |
|-------|-------|-------|-------|---------|

問15 入国・出国空港(港)についてお答えください。

(1) 入国・出国空港(港)について、選択肢の数字を()内にご記入ください。
入国空港・港() 出国空港・港()

- | | | | | |
|--------|--------|----------|----------|----------|
| 1 成田空港 | 2 羽田空港 | 3 新千歳空港 | 4 中部国際空港 | 5 関西国際空港 |
| 6 福岡空港 | 7 那覇空港 | 8 () 空港 | 9 () 港 | |

(2) 入国後の最初の訪問先と出国前の最後の訪問先、訪問した理由をお答えください。

入国後：地域() 施設名() 理由()
出国前：地域() 施設名() 理由()

問16 交通バスの利用について、選択肢の数字を()内にご記入ください。

JAPAN RAIL PASS() 交通系ICカード(Sui ca・PASMOなど)()

- | | |
|--------|-----------|
| 1 利用した | 2 利用していない |
|--------|-----------|

問17 利用した通信手段について、お答えください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|----------|---------|
| 1 無料公衆Wi-Fi | 2 有料公衆Wi-Fi | 3 モバイルWi-Fi | 4 SIMカード | 5 ローミング |
| 6 その他() | 7 利用しなかった | | | |

問18 入国前に全行程のうちどの程度を決めてきましたか。(○は一つ)

- | | |
|------------------|------------------------|
| 1 全行程を決めてきた | 2 飛行機、宿泊先と主な訪問地のみ決めてきた |
| 3 飛行機と宿泊先のみ決めてきた | 4 飛行機のみ決めてきた |
| 5 その他() | |

問19 訪問先を決めるにあたって重視することをお答えください。(○は三つまで)

- | | | | | |
|------------------|-----------|---------|----------|----------|
| 1 景色の良さ | 2 面白い体験 | 3 美味しい物 | 4 口コミの良さ | 5 知名度の高さ |
| 6 知名度の低さ | 7 アクセスの良さ | 8 価格の安さ | 9 お土産の魅力 | |
| 10 一箇所で多くのことができる | 11 その他() | | | |

問20 次の地域の中で、今回の旅行で訪問した地域とこれから訪問する予定の地域をお答えください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|-----------------|---------|------------------|-------|---------|
| 1 横浜市 | 2 鎌倉市 | 3 江の島 | 4 箱根町 | 5 小田原市 |
| 6 大山(Mt. Oyama) | 7 三浦市 | 8 大磯町 | 9 川崎市 | 10 相模原市 |
| 11 横須賀市 | 12 湯河原町 | 13 その他の神奈川県地域() | | |

問21 あなたが知っている地名を教えてください。(○はいくつでも)

- | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|--------|
| 1 横浜 | 2 鎌倉 | 3 江の島 | 4 箱根 | 5 小田原 |
| 6 大山 | 7 三浦 | 8 大磯 | 9 川崎 | 10 相模原 |
| 11 横須賀 | 12 厚木 | 13 葉山 | 14 逗子 | 15 湯河原 |

問22 「Welcome to Kanagawa」や「South of Kanagawa」のタイトルで発信されている次のものを知っていますか。(○はいくつでも)

- | | | |
|--------------|--------------|------------|
| 1 外国語版パンフレット | 2 外国語版ホームページ | 3 Facebook |
| 4 twitter | 5 Instagram | 6 Wei bo |

ご協力いただき、誠にありがとうございました。