

# 外国人観光客動向及び満足度調査

熊本市  
平成31年3月

## 目次

1. 調査の概要	2
2. 調査の結果及び分析	5
3. まとめ	26

## 1. 調査の概要

### ■調査目的

外国人観光客の行動及び本市観光への意識調査を実施することで旅行者のニーズに即した観光客誘致事業に繋げるとともに、受け入れ側としての改善点を明確にし、受け入れ態勢の充実を図ることを目的とする。

### ■調査期間

平成 31 年 3 月 1 日～24 日

### ■調査場所

熊本駅総合観光案内所、桜の馬場 城彩苑総合観光案内所、熊本城二の丸無料休憩所、熊本博物館、水前寺公園

### ■調査対象

主に観光目的で熊本市を訪れている外国人観光客

### ■調査方法

対象者に調査票を渡して記入してもらう

### ■調査票回収件数

526 人

### ■有効回答件数

510 人

### ■調査標本数について

満足度調査を勘案し、以下の式により標本数（n）を算出する。

$$n = \lambda^2 \frac{p(1-p)}{d^2}$$

p：回答比率については調査対象者数が最大となる 0.5 を採用

d：標本誤差を 5% と想定

λ：一般的な標本調査を参考に、信頼水準を 95%（λ = 1.96）とする

上記条件の必要サンプル数は n = 384 人となり、今回調査 510 人は満足している

■調査用紙（以下の内容で英語・韓国語・簡体字・繁体字を作成）

## 外国人観光客の皆様へ

本日は、熊本にお越しいただきありがとうございます！  
 熊本市をより良い観光地にするために皆様のご意見をお聞かせ下さい。  
 ご協力頂いた方には、ささやかですがノベルティを進呈させていただきます。

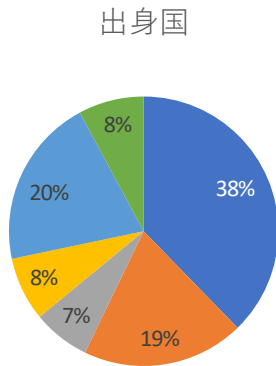
①入国で使用した空港・海港(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 熊本空港 <input type="checkbox"/> 福岡空港 <input type="checkbox"/> 成田国際空港 <input type="checkbox"/> 羽田空港 <input type="checkbox"/> 中部国際空港 <input type="checkbox"/> 関西国際空港 <input type="checkbox"/> 大阪国際空港(伊丹空港) <input type="checkbox"/> その他( )
	<input type="checkbox"/> 博多港 <input type="checkbox"/> 長崎港 <input type="checkbox"/> 関門港(下関) <input type="checkbox"/> 横浜港 <input type="checkbox"/> 大阪港 <input type="checkbox"/> その他( )
②主な利用交通機関(当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> JR <input type="checkbox"/> バス <input type="checkbox"/> レンタカー <input type="checkbox"/> その他( )
③熊本市内で利用する交通機関(当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> 市電 <input type="checkbox"/> 路線バス <input type="checkbox"/> 観光バス <input type="checkbox"/> タクシー <input type="checkbox"/> レンタサイクル <input type="checkbox"/> その他( )
④訪問済み、または、訪問予定(当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> 阿蘇 <input type="checkbox"/> 天草 <input type="checkbox"/> 福岡 <input type="checkbox"/> 長崎 <input type="checkbox"/> 佐賀 <input type="checkbox"/> 大分 <input type="checkbox"/> 宮崎 <input type="checkbox"/> 鹿児島 <input type="checkbox"/> その他( )
⑤旅行商品(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 個人旅行(飛行機/ホテル/RAIL/レンタカーのみ) <input type="checkbox"/> 個人旅行パッケージ <input type="checkbox"/> 団体ツアー <input type="checkbox"/> その他( )
⑥旅行期間(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 1泊2日 <input type="checkbox"/> 2泊3日 <input type="checkbox"/> 3泊4日 <input type="checkbox"/> 4泊5日以上
⑦熊本市内での宿泊数(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 無し <input type="checkbox"/> 1泊 <input type="checkbox"/> 2泊以上
⑧日本への旅行回数(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 初めて <input type="checkbox"/> 2回目 <input type="checkbox"/> 3回目～4回目 <input type="checkbox"/> 5回以上
⑨旅行前の情報収集(当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> 情報サイト <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> facebook <input type="checkbox"/> ブログ <input type="checkbox"/> 旅行雑誌 <input type="checkbox"/> 書籍 <input type="checkbox"/> テレビ <input type="checkbox"/> 新聞 <input type="checkbox"/> 旅行ガイドブック <input type="checkbox"/> クチコミ(知人、友人) <input type="checkbox"/> その他( )
⑩旅行中の情報収集(当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> 情報サイト <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> facebook <input type="checkbox"/> ブログ <input type="checkbox"/> 現地の観光パンフレット <input type="checkbox"/> 旅行雑誌 <input type="checkbox"/> 旅行ガイドブック <input type="checkbox"/> クチコミ(知人、友人) <input type="checkbox"/> その他( )
⑪熊本市を選んだ理由(当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> 熊本城 <input type="checkbox"/> 城彩苑 <input type="checkbox"/> 水前寺公園 <input type="checkbox"/> アーケード街 <input type="checkbox"/> 植木温泉 <input type="checkbox"/> 金峰山 <input type="checkbox"/> 動植物園 <input type="checkbox"/> 江津湖 <input type="checkbox"/> 霊巖洞 <input type="checkbox"/> 記念館・美術館 <input type="checkbox"/> 熊本ラーメン <input type="checkbox"/> 馬刺し <input type="checkbox"/> タイピーエン <input type="checkbox"/> からしレンコン <input type="checkbox"/> スイーツ <input type="checkbox"/> 寿司・天ぷらなどの日本食 <input type="checkbox"/> アニメ・漫画・音楽など(具体的に: ) <input type="checkbox"/> フルーツ狩り <input type="checkbox"/> アクティビティ(具体的に: ) <input type="checkbox"/> その他( )

⑫熊本市内で満足したもの (当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> 熊本城 <input type="checkbox"/> 城彩苑 <input type="checkbox"/> 水前寺公園 <input type="checkbox"/> アーケード街 <input type="checkbox"/> 植木温泉 <input type="checkbox"/> 金峰山 <input type="checkbox"/> 動植物園 <input type="checkbox"/> 江津湖 <input type="checkbox"/> 霊巖洞 <input type="checkbox"/> 記念館・美術館 <input type="checkbox"/> 熊本ラーメン <input type="checkbox"/> 馬刺し <input type="checkbox"/> タイピーエン <input type="checkbox"/> からしレンコン <input type="checkbox"/> スイーツ <input type="checkbox"/> 寿司・天ぷらなどの日本食 <input type="checkbox"/> アニメ・漫画・音楽など(具体的に: ) <input type="checkbox"/> フルーツ狩り <input type="checkbox"/> アクティビティ(具体的に: ) <input type="checkbox"/> その他( )		
⑬熊本市内で不便に感じたこと(当てはまるものを全て回答)	<input type="checkbox"/> 無料公衆無線LANが不足している <input type="checkbox"/> コミュニケーションをとるのが難しい(観光施設) <input type="checkbox"/> コミュニケーションをとるのが難しい(飲食施設) <input type="checkbox"/> コミュニケーションをとるのが難しい(ショッピング) <input type="checkbox"/> 目的地までの公共交通の経路情報、公共交通の利用情報の入手方法が分からない <input type="checkbox"/> 公共交通の利用方法(乗り方)や利用料金が分からない <input type="checkbox"/> 観光案内板や道路標識が不足している <input type="checkbox"/> 飲食店情報の入手方法が分からない <input type="checkbox"/> 地図、パンフレット(多言語)が少ない <input type="checkbox"/> 観光情報サイト(具体的に: ) ※各言語のURL・QRを記載 <input type="checkbox"/> その他( )		
⑭旅行予算の総額 (熊本市内旅行予算含む) ※一人あたり	全体	<input type="checkbox"/> 5万未満 <input type="checkbox"/> 5万-10万円未満 <input type="checkbox"/> 10万-20万未満 <input type="checkbox"/> 20万-30万未満 <input type="checkbox"/> 30万以上(円)	
⑮熊本市内での旅行予算内訳 ※一人あたり	宿泊費	<input type="checkbox"/> 1万未満 <input type="checkbox"/> 1万-3万未満 <input type="checkbox"/> 3万-5万未満 <input type="checkbox"/> 5万-10万未満 <input type="checkbox"/> 10万以上(円)	
	飲食費	<input type="checkbox"/> 5千未満 <input type="checkbox"/> 5千-1万未満 <input type="checkbox"/> 1万-2万未満 <input type="checkbox"/> 2万-5万未満 <input type="checkbox"/> 5万以上(円)	
	交通費	<input type="checkbox"/> 5千未満 <input type="checkbox"/> 5千-1万未満 <input type="checkbox"/> 1万-2万未満 <input type="checkbox"/> 2万-5万未満 <input type="checkbox"/> 5万以上(円)	
	商品購入費	<input type="checkbox"/> 5千未満 <input type="checkbox"/> 5千-1万未満 <input type="checkbox"/> 1万-2万未満 <input type="checkbox"/> 2万-5万未満 <input type="checkbox"/> 5万以上(円)	
	その他(施設入場料等)	<input type="checkbox"/> 1千未満 <input type="checkbox"/> 1千-3千未満 <input type="checkbox"/> 3千-5千未満 <input type="checkbox"/> 5千-1万未満 <input type="checkbox"/> 1万以上(円)	
⑯その他			
⑰性別(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性		
⑱年齢(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 19歳以下 <input type="checkbox"/> 20歳代 <input type="checkbox"/> 30歳代 <input type="checkbox"/> 40歳代 <input type="checkbox"/> 50歳代 <input type="checkbox"/> 60歳以上		
⑲出身国(当てはまるものを1つ回答)	<input type="checkbox"/> 中国 <input type="checkbox"/> 台湾 <input type="checkbox"/> 韓国 <input type="checkbox"/> 香港 <input type="checkbox"/> タイ <input type="checkbox"/> シンガポール <input type="checkbox"/> インド <input type="checkbox"/> その他( )		
	<input type="checkbox"/> イギリス <input type="checkbox"/> フランス <input type="checkbox"/> ドイツ <input type="checkbox"/> イタリア <input type="checkbox"/> オーストラリア <input type="checkbox"/> その他( )		
	<input type="checkbox"/> アメリカ <input type="checkbox"/> カナダ <input type="checkbox"/> メキシコ <input type="checkbox"/> ブラジル <input type="checkbox"/> その他( )		
	<input type="checkbox"/> アフリカ <input type="checkbox"/> その他( )		

## 2. 調査の結果

※1 四捨五入の関係で、合計が100%に満たない場合や超える場合がある。

属性1（問19）：出身国（単一回答） n=510



回答した510人のうち、「台湾」が最も多く37.6%であった。次いで台湾・香港・韓国・中国以外の「他アジア」が20.4%、「香港」が19.4%だった。

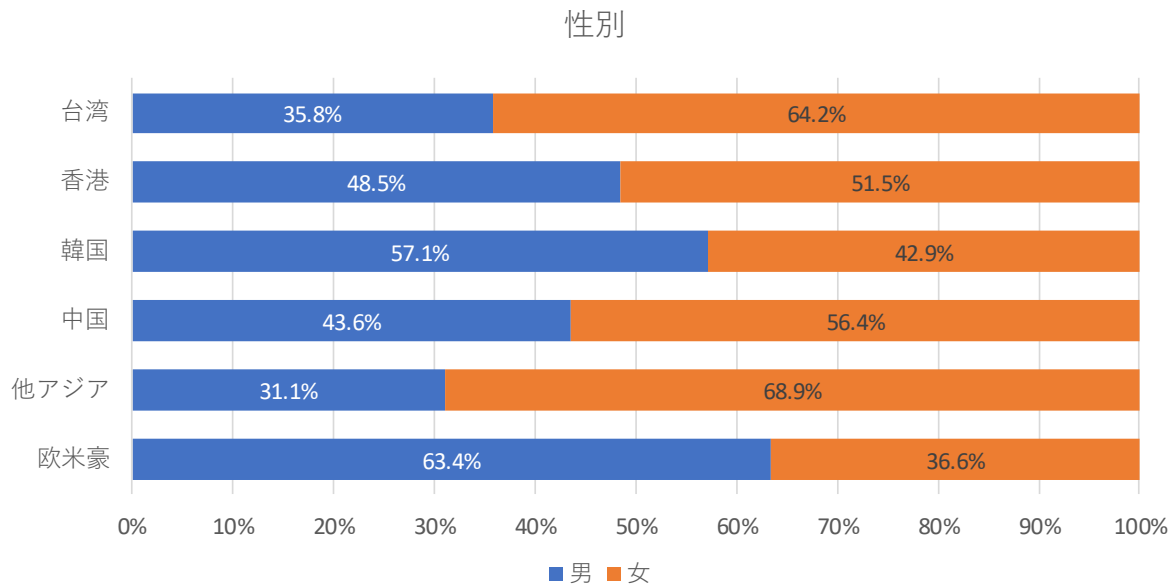
ただし、繁体字・簡体字で回答した回答者について、国籍が未記入だったものは便宜上、「その他アジア」に分類した。

■台湾 ■香港 ■韓国 ■中国 ■他アジア ■欧米豪

国名等		国別人数	小計	割合
台湾		192	365	71.6%
香港		99		
韓国		35		
中国		39		
その他 アジア	マレーシア	47	104	20.4%
	タイ	14		
	シンガポール	8		
	マカオ	5		
	フィリピン	1		
	未記入	29		
欧米豪	アメリカ	9	41	8.0%
	フランス	8		
	カナダ	5		
	イギリス	4		
	オーストリア	3		
	スペイン	3		
	スイス	2		
	ドイツ	2		
	メキシコ	2		
	オーストラリア	1		
	ロシア	1		
	アイルランド	1		
合計			510	100.0%

属性 2 (問 1 7) : 性別 (単一回答) n=507

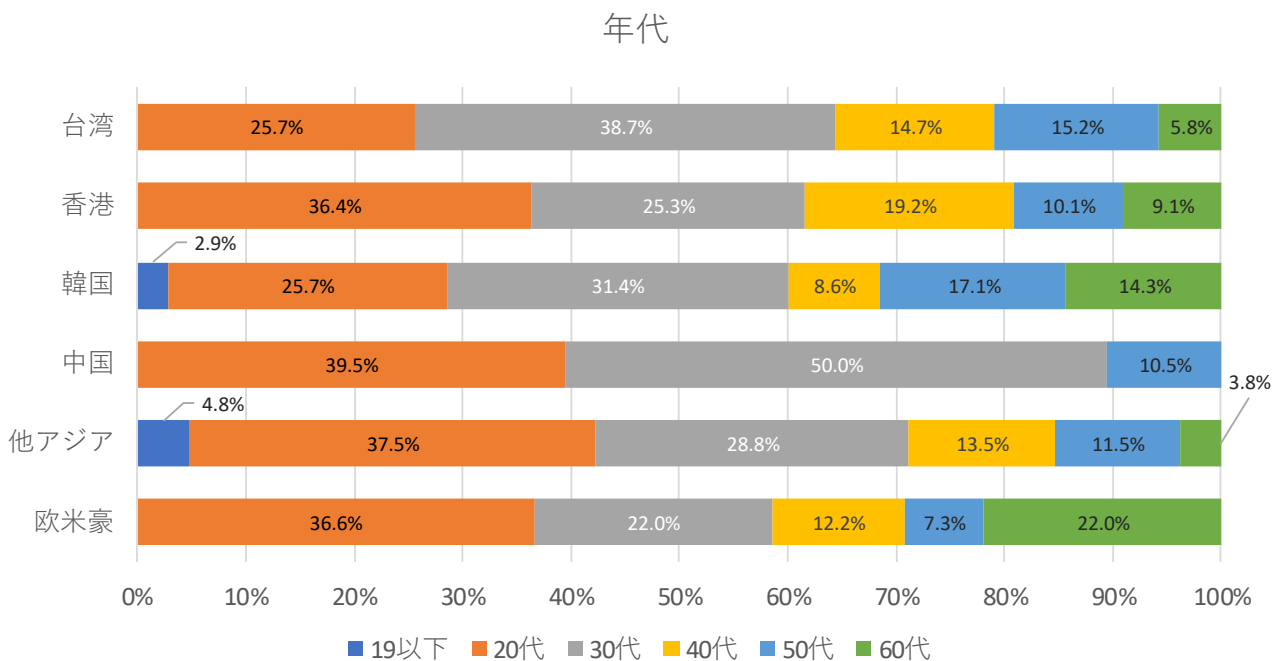
性別について回答した 507 人は、国籍によるばらつきはあるものの、比較的女性の回答者が多かった。一方、欧米豪については、男性が 63.4%、女性が 36.6%の回答割合だった。



台湾 n=190、香港 n=99、韓国 n=35、中国 n=39、他アジア n=103、欧米豪 n=41

属性 3 (問 1 8) : 年代 (単一回答) n=508

年代について回答した 508 人は、20 代～50 代までの現役世代が大半を占め、特に 2、30 代以下の若い世代が多かった。ただし、欧米豪のみ、60 代以上の割合が 22.0%であった。



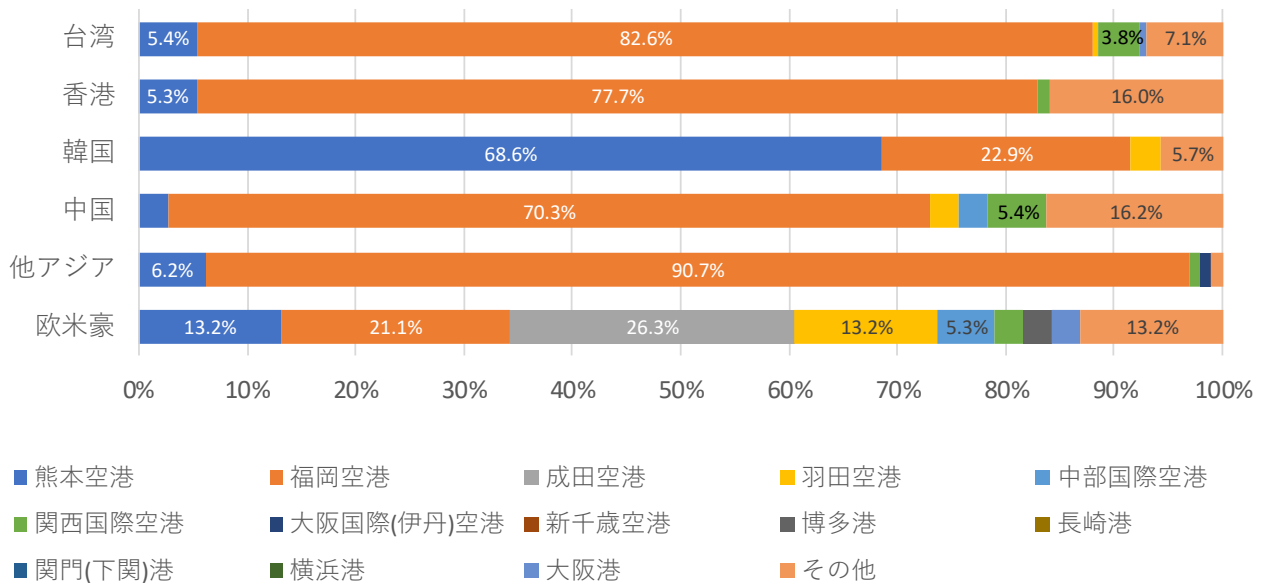
台湾 n=191、香港 n=99、韓国 n=35、中国 n=38、他アジア n=104、欧米豪 n=41

問1. 入国した空港・海港（単一回答） n=485

入国した空港・海港について尋ねたところ、福岡空港からは、台湾 82.6%、香港 77.7%、中国 70.3%、その他アジア 90.7%と、アジア系観光客の多くが福岡空港経由で熊本へ入ってきていた。しかし、熊本との直行便の数が多い韓国については、熊本空港からが 68.6%、福岡空港が 22.9%という結果であった。

欧米豪からは、成田空港 26.3%、福岡空港 21.1%、羽田空港 13.2%、熊本空港 13.2%と利用した空港にばらつきはあるものの、81.7%が飛行機の利用であった。

入国した空港・港



台湾 n=184、香港 n=94、韓国 n=35、中国 n=37、他アジア n=97、欧米豪 n=38  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

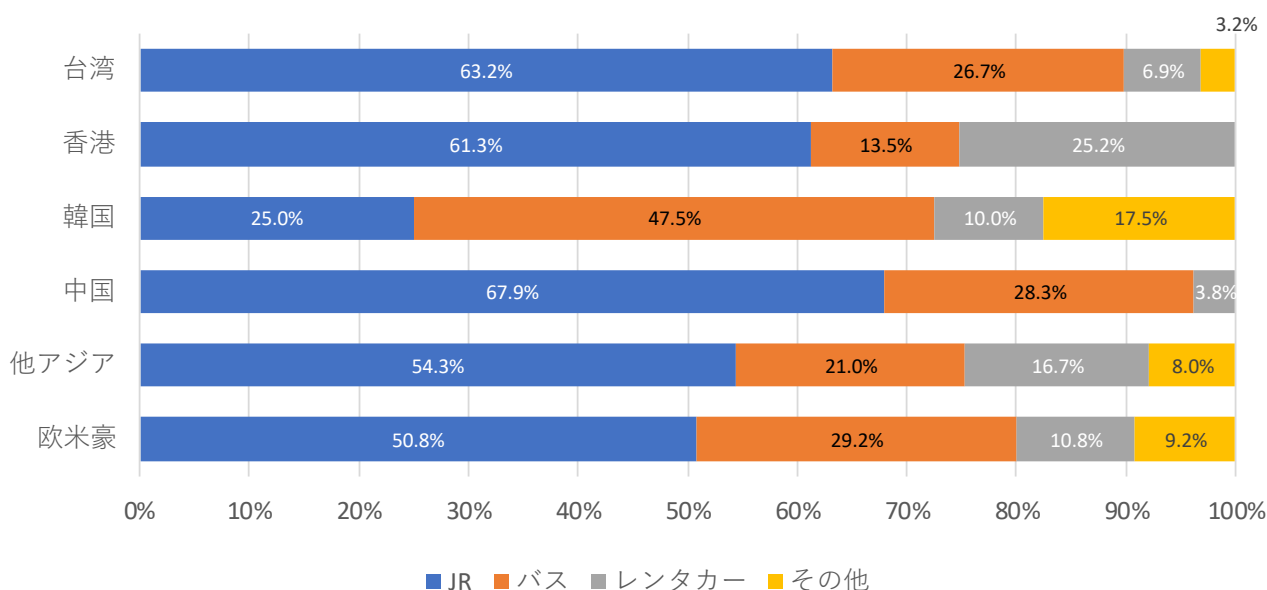


問2. 主な利用交通機関（複数回答） n=654

日本滞在中に利用する主な交通機関を尋ねたところ、台湾がJR 63.2%、バス 26.7%、香港がJR 61.3%、バス 13.5%、中国がJR 67.9%、バス 28.3%と、福岡空港経由で入国したアジア系観光客の多くが主にJRとバスであった。ただし、香港やタイ・マレーシアが含まれる其他アジアにおいて、レンタカーを利用する割合が他と比べて高いのは、日本と同じ左側通行により選択されやすい傾向があるからと想定される。

また、熊本空港からの入国が多かった韓国が、JR 25.0%、バス 47.5%、レンタカー10.0%と別れたのは、肥後大津駅の利用や空港ライナー、空港からのレンタカー等の利用によるものと推定される。

主な利用交通機関

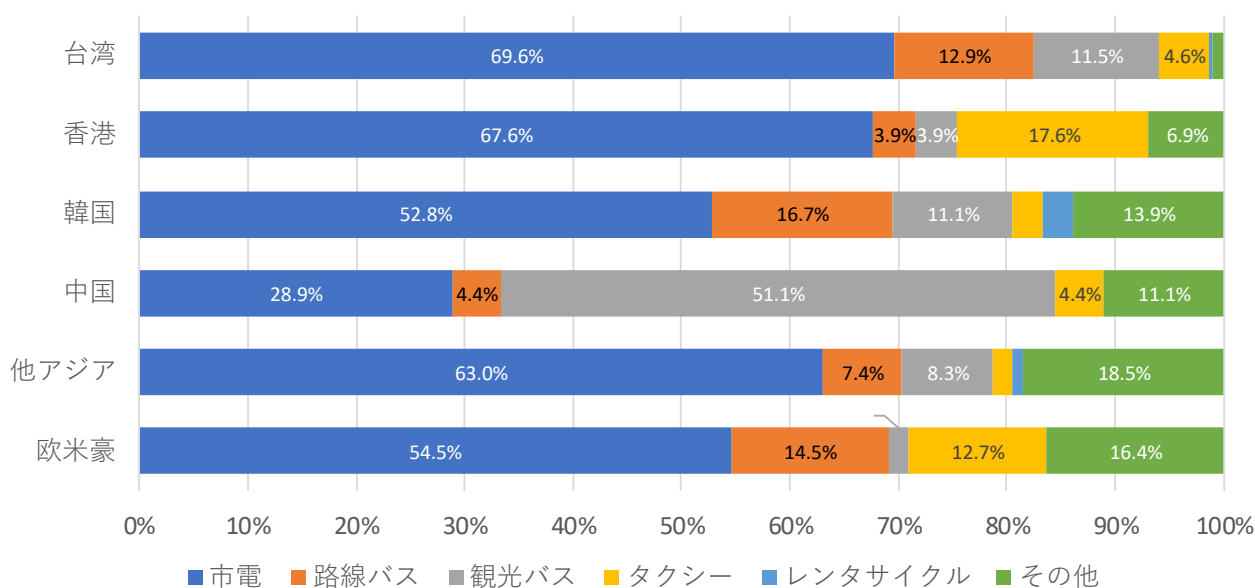


台湾 n=247、香港 n=111、韓国 n=40、中国 n=53、他アジア n=138、欧米豪 n=65

問3. 市内の利用交通機関（複数回答） n=563

利用した交通機関を熊本市内に限って見ると、全体的に市電が選択された割合が高かったが、中国については「観光バス」という回答の割合が高かった。福岡空港からの入国、JRでの移動の割合、また、熊本駅総合観光案内所において1日乗車券を販売していることを勘案すると、「観光バス」はクルーズ船による団体バスというよりは、しろめぐりんを指す可能性もあり、設問の改善の余地があると判断された。併せて、問2と問3を比べ、本市においては公共交通機関等を活用され、レンタカーの利用が少ない（本市以外の県についてレンタカーが活用されている）と想定できるが、問2において、日本滞在中の交通機関についてレンタカーの選択肢があるのに対して、この設問において記載がなかった（その他に含まれる整理）ことから明確には判断できなかった。

市内の主な利用交通機関



台湾 n=217、香港 n=102、韓国 n=36、中国 n=45、他アジア n=108、欧米豪 n=55  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

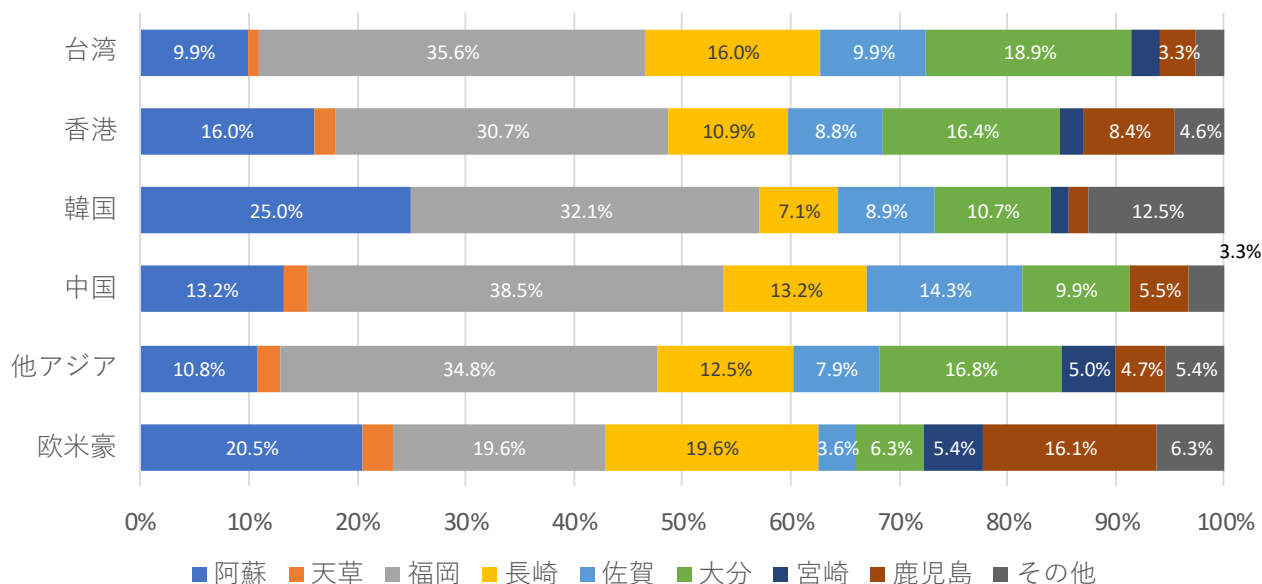
問4. 今回の旅行で訪問した（予定を含む）場所（複数回答） n=1, 231

この設問では、今回の旅行で既に訪問した場所、もしくはこれから訪問する予定の場所を尋ねることで、熊本市に来熊した外国人観光客の日本旅行中の全体の動向を調べることを目的とした。

福岡空港を利用して入国していた割合が高いこともあり、福岡をはじめ、九州各県への訪問と組み合わせている傾向が見られた。熊本県内においては、阿蘇への訪問は一定数見られたが、天草への訪問は少なかった。傾向としては、県内の阿蘇、天草のほか、隣県までが行動範囲に含まれる傾向が見られたことから、本市のみならず、広域的な情報を集約して、その具体的なアクセスを整理して発信することや、広域的な周遊ができる商品の開発が効果的であると思われる。

また、欧米豪については、アジア地域と比べて福岡を訪れる予定の方が少ないが、入国空港が福岡以外の方が多かったこともあり、福岡の割合が他の国より少なく、長崎、鹿児島の方が多かった。

訪問済み / 訪問予定地



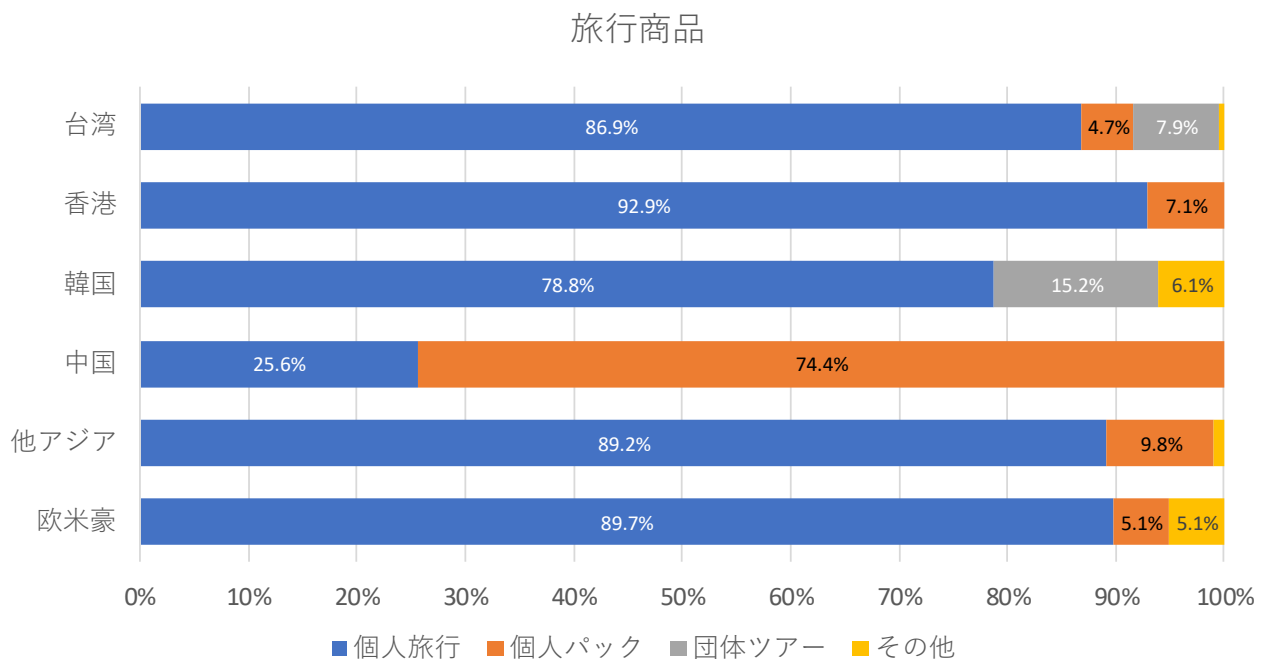
台湾 n=455、香港 n=238、韓国 n=56、中国 n=91、他アジア n=279、欧米豪 n=112

数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

問5. 利用した旅行商品（単一回答） n=502

外国人旅行者に対し、母国のどのような旅行商品を利用して来日したか尋ねたところ、「個人旅行」「個人パック」という回答がどの国籍においても大半を占めた。従って、今回のアンケート回答者はほとんどがFIT（海外個人旅行）の旅行者と考えられる。中国においてのみ、個人パックという回答が多かったが、旅行会社からの手配ではなく、個人での手配が大勢という結果には変わりがないと結論付けられる。

韓国、台湾には団体ツアーとの割合が一定数あるが、これは熊本空港への直行便があることで、比較的移動が単純で、団体ツアーが組みやすい傾向があるためと想定される。FITが多い傾向の中でも、韓国、台湾へのアプローチとしては団体ツアーを造成する旅行社への働きかけも一定の効果があると思われる。

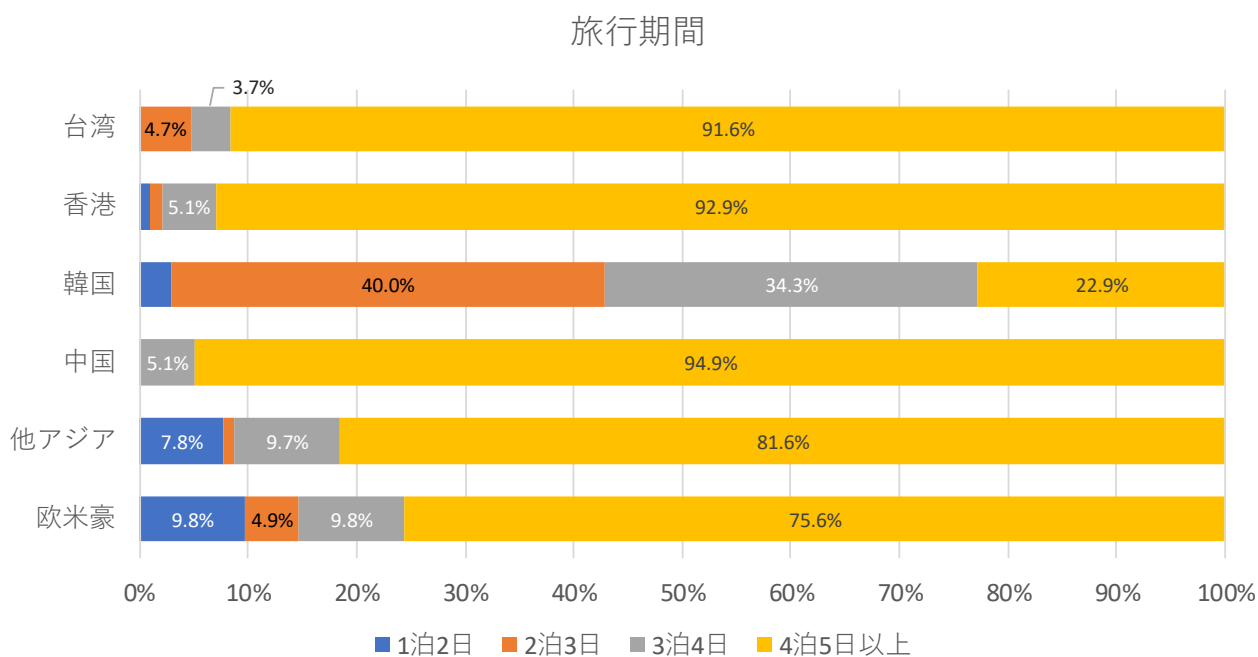


台湾 n=191、香港 n=98、韓国 n=33、中国 n=39、他アジア n=102、欧米豪 n=39  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

問6. 旅行期間（単一回答） n=508

今回の旅行期間について、来熊に係る期間以外も含めた全行程について尋ねたところ、全体的に4泊5日以上の長期旅行者の割合が高い傾向にあった。ただし、韓国については、2泊3日、3泊4日の旅行者の割合が74.3%となっており、他と比べて、比較的気軽に来られる旅行先として日本が選択されていると考えられる。

日本人観光客と比べ、より移動時間が長く、経費もかかる海外の旅行者の滞在時間が長くなる傾向があるといえる。



台湾 n=191、香港 n=99、韓国 n=35、中国 n=39、他アジア n=103、欧米豪 n=41  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

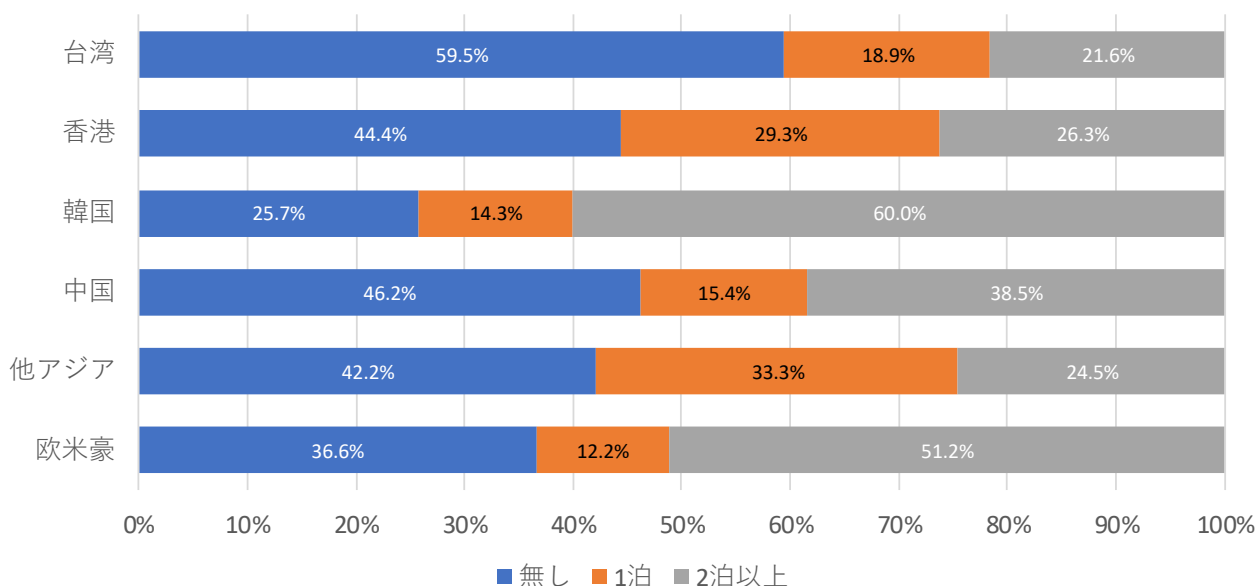
問7. 市内の宿泊数（単一回答） n=506

熊本市内の宿泊数について尋ねたところ、特に台湾の観光客が、旅行における宿泊数が長いにも関わらず、市内で宿泊しない傾向にあった。訪問予定地が福岡を中心に九州内の多岐にわたることを勘案すると、拠点を福岡とし、日帰りで各県をめぐり、福岡で宿泊している行程がイメージできる。

一方、韓国については、熊本空港からの入国、阿蘇への訪問、全体の宿泊数に対し、熊本市内での宿泊が長い傾向を勘案すると、熊本観光をメインとしている行程が想定できる。

全ての地域に対して、宿泊の動機となるよう熊本での滞在時間を長くするための提案が必要だと思われる。また、海外旅行において当日の提案を受けての宿泊予定地を変更することは難しいと思われるため、提案は旅行出発前に行う必要があると思われる。一方で、総合観光案内所におけるヒアリングにおいて、ノープランで来熊し、旅行行程をその場で決める旅行者が一定数いる傾向から、滞在時間を延ばすための、着地型のオプション商品の充実も効果的であるとも言える。

市内の宿泊数



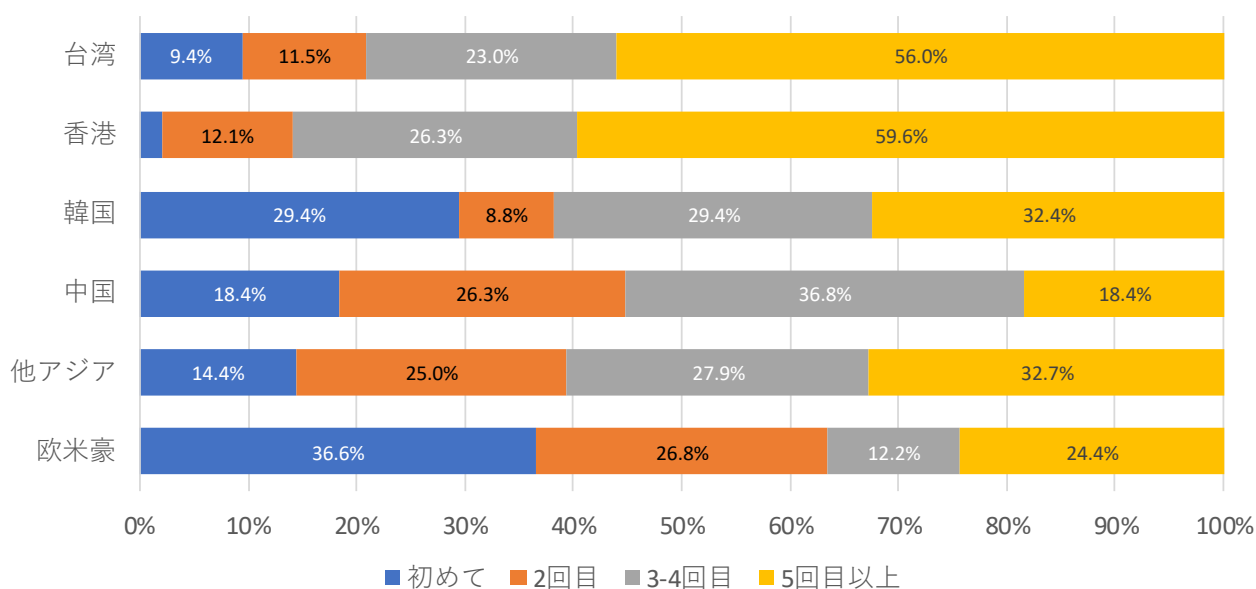
台湾 n=190、香港 n=99、韓国 n=35、中国 n=39、他アジア n=102、欧米豪 n=41

問8. 日本への旅行回数（単一回答）n=507

日本への旅行回数について尋ねたところ、アジアについては複数回来たことのあるリピーターである傾向が見られた。特に、台湾・香港は5回以上訪日しているという回答が過半数を占め、移動距離が短く、比較的身近に感じられる地域からの来日が多い傾向が見られた。ただし、初めての訪日である人の割合が、台湾で9.4%であるのに対し、韓国が29.4%であること、韓国が団体旅行の利用や主要な観光目的が熊本であると想定されることを勘案すると、台湾については日本旅行への慣れがあり、行動の選択肢が多く、数回の訪日の後に熊本を訪れている傾向がみられ、韓国については、初めての訪日旅行の目的地として、比較的アクセスが容易な熊本を選んでいる傾向が想定される。

一方、欧米豪については、初めての訪日が36.6%、2回目の訪日が26.8%と比較的少ない訪日回数で熊本を訪れている。宿泊期間も長い欧米豪において、熊本での宿泊が2泊以上の回答者が最も多かったことと併せ、訪問先が福岡、長崎、鹿児島、阿蘇が同程度の割合でいたことから、旅行者が九州訪問を旅行の目的とし、その中でも、熊本県内が、熊本市と阿蘇と距離がある観光地であることから、熊本の滞在時間が長くなり、宿泊されたことが想定される。

日本への旅行回数



台湾 n=191、香港 n=99、韓国 n=34、中国 n=38、他アジア n=104、欧米豪 n=41  
 数値の記載がない箇所は、選択率3%未満

問9. 旅行前の情報収集（複数回答）n=1,351

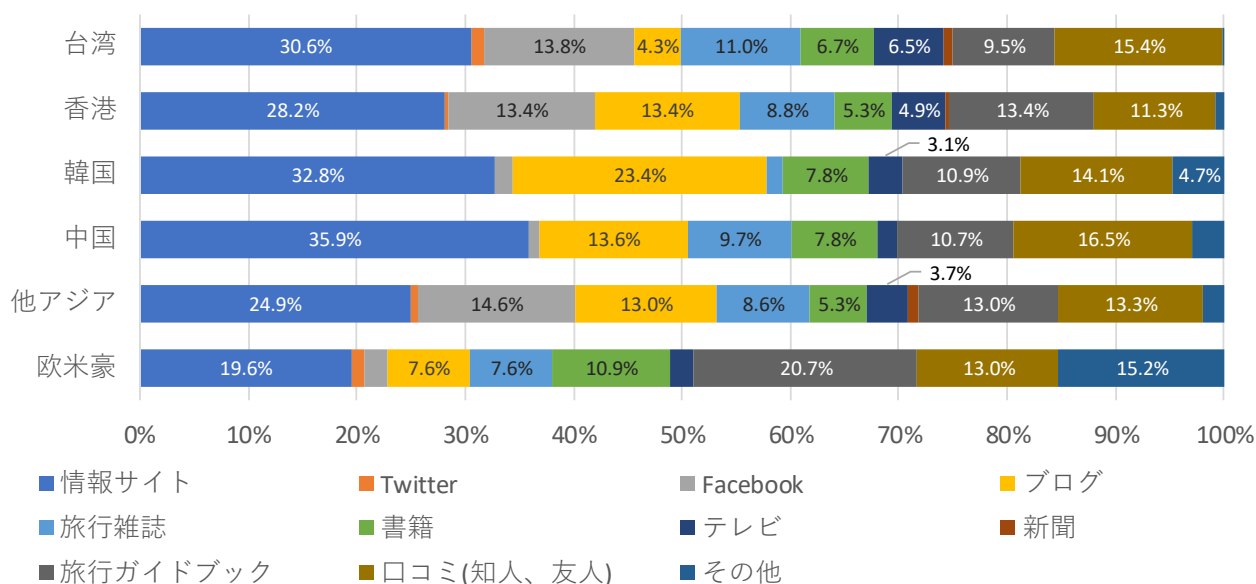
旅行出発前の情報収集手段について尋ねたところ、情報サイトやブログまたはフェイスブックなど、インターネットを利用した情報収集の手法が多く選択されていた。欧米豪の旅行者においては、雑誌やガイドブックなど、インターネット以外の手段も多く利用されていた。

各国籍において万遍無く知人・友人からの口コミも見られるなど、フェイスブックやブログ、口コミなど、実際に旅行した人の経験を参考にしていることが想定される。

特に韓国においては、訪日回数が少ない旅行者が多い傾向があったことを勘案すると、より現実的にイメージできる行程を組んで訪日している傾向が強く、来熊を促すためにはブログにおいて強力な発信力を持ついわゆる“パワーブロガー”の活用も一定の効果を見込むことができると同時に、他の地域以上に旅行出発前のアプローチが重要といえる。

また、全体的に友人・知人等の口コミを参考にしている人が一定数いることから、来熊した旅行者の満足度が、その次の来熊者を呼ぶことに繋がるため、十分なおもてなしが必要であるともいえる。

旅行前の情報収集



台湾 n=507、香港 n=284、韓国 n=64、中国 n=103、他アジア n=301、欧米豪 n=92  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

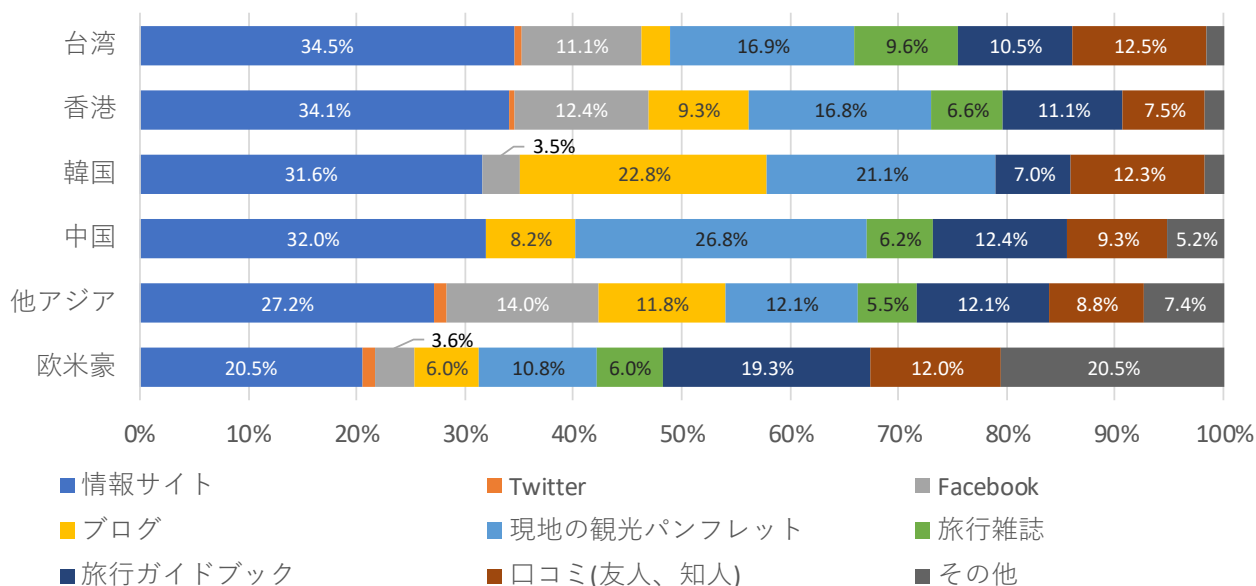


問10. 旅行中の情報収集（複数回答）n=1,183

日本に入国してからの情報収集手段について尋ねたところ、インターネットのほかに現地の観光パンフレットや旅行ガイドブックなど、紙媒体での情報収集の割合が旅行出発前に比べて増加する一方、情報サイトやフェイスブック・ブログなど通信環境を必要とする情報収集の割合も多く、その傾向は欧米豪よりアジア圏が多かった。特に、韓国は旅行出発前・旅行中ともにブログを参照するなど、旅行実績をなぞった行程を組んでいることが想定された。問9の状況と併せ、パワーブロガーの有効性が期待できる。全体的に見ても、旅行出発前・旅行中とも一定割合で口コミを参考とする割合があることから、来熊者の満足度を上げることを意識した取り組みに加え、口コミサイトへのフォローも必要であると思われる。

また、情報サイト以外での情報収集手段として、アジア圏では、現地の観光パンフレットによる情報収集が多い傾向に対して、欧米豪では、旅行ガイドブックによる情報収集が多い傾向が見られたことから、世界的な旅行ガイドブックに掲載されると効果が大きいと思われるため、積極的な働きかけが必要だと思われる。

旅行中の情報収集

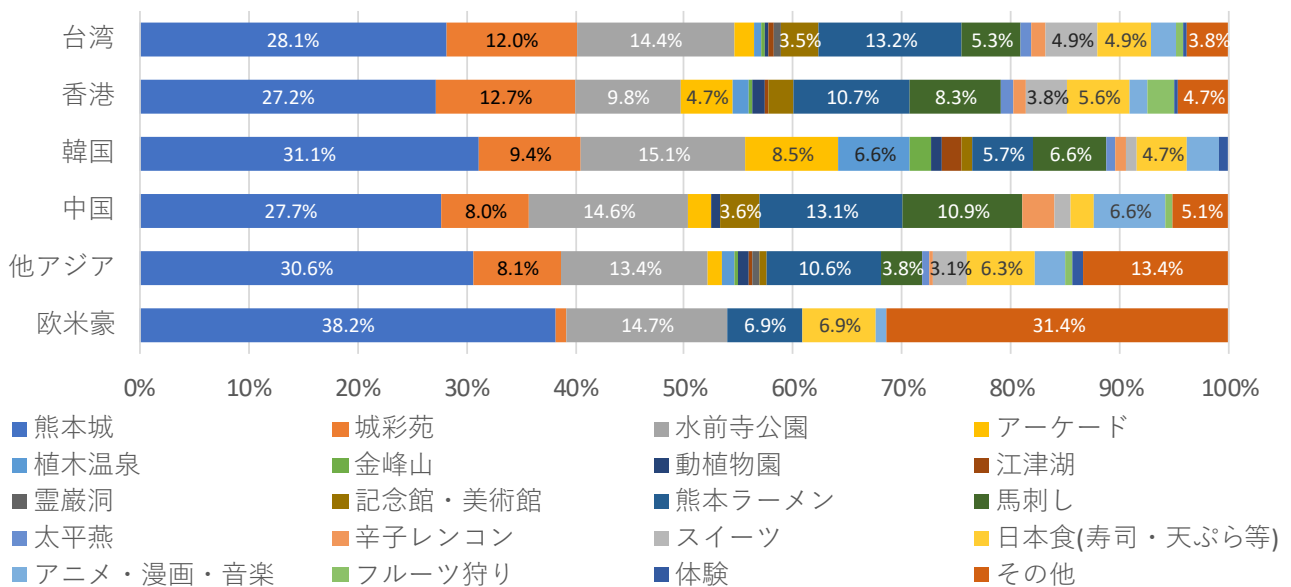


台湾 n=449、香港 n=226、韓国 n=57、中国 n=97、他アジア n=271、欧米豪 n=83  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

問 1 1. 熊本市を選んだ理由（複数回答） n=1,661

熊本市へ来熊しようと思った理由について尋ねたところ、熊本城・城彩苑・水前寺成趣園の3か所が選んだ理由の約半数を占めており、「有名観光地の見学」を目的としている傾向がうかがえる。その他の傾向としては、熊本ラーメンや馬刺しといった郷土料理を目的にしていたのは台湾・香港・中国が比較的多かったが、韓国、その他アジア、欧米豪では少ないといった、同じアジア圏においても差が見られる結果であった。一方で、韓国ではアーケードを目的としていた割合が他のアジア圏より多かったことと併せ、これまでの設問の回答傾向から、旅行という傾向より、より気軽に出かけられる地域として日本が選ばれている可能性があるといえる。

熊本市を選んだ理由



台湾 n=658、香港 n=338、韓国 n=106、中国 n=137、他アジア n=320、欧米豪 n=102  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

また、欧米豪については「その他」の割合が多く、他の国籍と異なる傾向が見られたため、詳しく掘り下げてみると、神社仏閣・温泉という回答が多く見られた。併せて、熊本ラーメンの6.9%と同率で日本食との回答があったことから、アジア圏と比べて、日本文化に幅広く興味を抱いて旅行をしているという印象を受ける。

欧米豪回答者による「その他」回答内訳

寺社仏閣	温泉	自然	買い物	居酒屋	霊巖洞	くまモン
14	12	11	3	3	1	1

n=45（複数回答可）

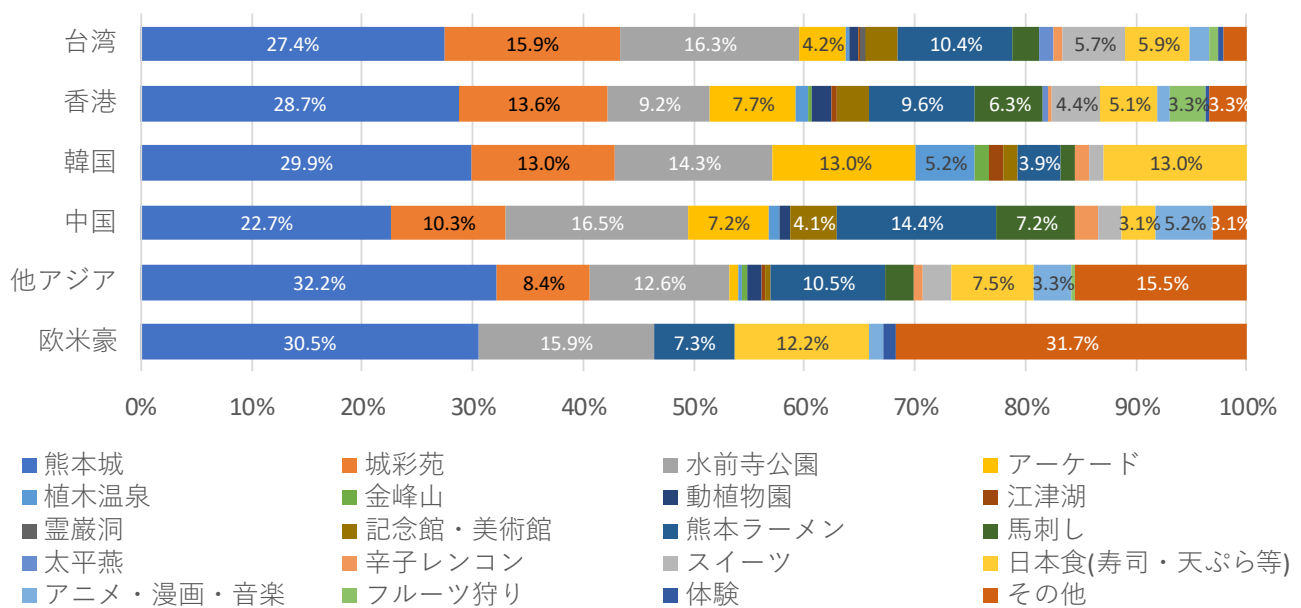
問12. 熊本市内で満足したもの（複数回答） n=1,296

熊本市内での観光で満足したものについて尋ねたところ、熊本城・城彩苑・水前寺成趣園の3か所については、全体を通して「満足したもの」として選択される割合が高かった。

来熊の動機として尋ねた問11と比較し、アジア地域においては、「城彩苑」「アーケード」「日本食」の満足度が、当初の目的としていた割合より満足している割合が多い傾向にあったことが分かった。これは、来熊の動機付けにはなっていなかったが、実際に現地において体感したことによるものと思われる。逆に、「馬刺し」「熊本ラーメン」については、満足している割合が減ったことから、アジア圏の方において、旅行先ならではの郷土料理が、一部の旅行者の口に合わなかったことが考えられる。熊本の観光については、国内・国外ともに郷土料理をPRしているが、逆効果になる可能性も含んでいることを示唆している。

また、中国、欧米豪において、「熊本城」が動機付けになっていたが、満足している人の割合が減っている傾向が見られた。総合観光案内所におけるヒアリングにおいて、熊本城が被災し、入園できないことを知り落胆している旅行者が一部いることから、熊本地震による入城規制の情報が十分に周知されていない傾向が見られた。

熊本市内で満足したもの



台湾 n=529、香港 n=272、韓国 n=77、中国 n=97、他アジア n=239、欧米豪 n=82  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

本設問においても欧米豪回答者による「その他」回答が多かったため、詳細を調べたところ次の表のとおりとなった。寺社仏閣・自然についての満足度が高く、歴史的建造物の見学やアクティビティを楽しむ傾向が見られた。

欧米豪回答者による「その他」回答

寺社仏閣	自然	温泉	買い物	居酒屋	観光バス	くまモン	着いたばかり	博物館	街並み観光	観光列車
12	12	7	4	4	2	1	1	1	1	1

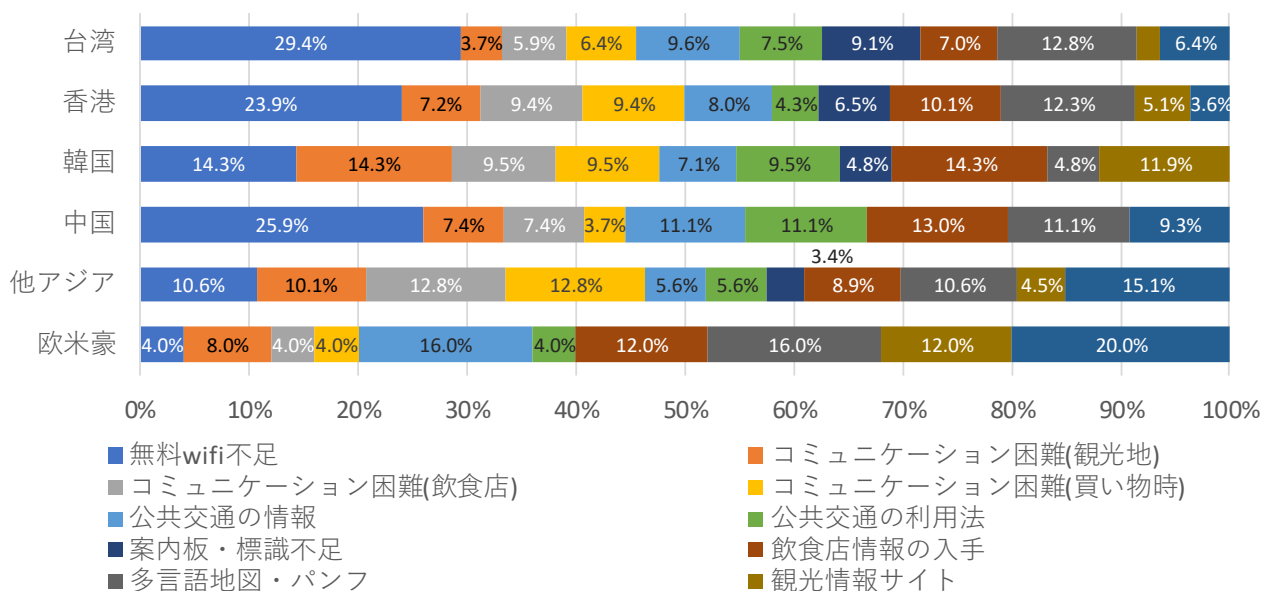
n = 46 (複数回答可)

問13. 熊本市内で不便を感じたこと（複数回答） n=625

熊本市内で不便を感じたことについて尋ねたところ、アジア圏については、全体として無料Wi-Fiの不足や、コミュニケーション、飲食店情報の入手などについて不便を感じている傾向にあった。アジア圏において、インターネット等通信環境が必要な情報収集を旅行中に行っている国籍が比較的多いからだと思われるが、「韓国」「その他アジア」における「無料Wi-Fi不足」の割合が小さいことを考えると、通信環境を整えて来日している可能性も想定できる。

欧米豪については、「公共交通の情報」「多言語地図・パンフ」の割合が他の地域と比べて多いにも関わらず、「案内板・標識不足」が少なかった。問11、12において、動機・満足度ともに多かった神社仏閣や温泉といった郊外の観光地を目的とした移動の中で、目的地までの公共交通によるアクセス情報に不便を感じた可能性も見えてきた。本市の観光素材の中で、霊巖洞や植木温泉といった施設がその対象となっていた可能性も考えられる。

熊本市内で不便を感じたこと

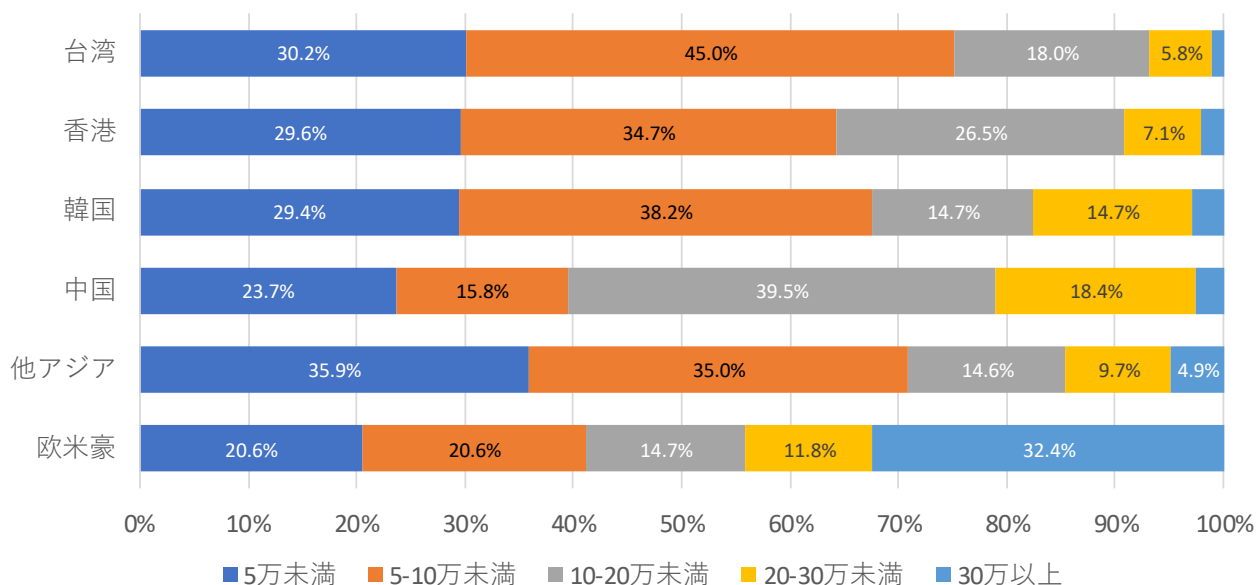


台湾 n=187、香港 n=138、韓国 n=42、中国 n=54、他アジア n=179、欧米豪 n=25  
 数値の記載がない箇所は、全て選択率 3%未満

問14. 旅行予算の総額（単一選択） n=496

今回の旅行の予算総額について尋ねたところ、台湾、香港、中国、その他アジアについては「5-10万未満」、「5万未満」の割合が大きかったのに対し、中国は「10-20万未満」の割合が最も多く、他のアジア圏とは異なる傾向が見受けられた。一方、欧米豪については「30万以上」という高額な回答が見られた。欧米豪については、旅行期間が長期であることや移動距離があることで、総額が増えていると思われる。

旅行予算の総額



台湾 n=189、香港 n=98、韓国 n=34、中国 n=38、他アジア n=103、欧米豪 n=34  
 数値の記載がない箇所は、選択率3%未満

各選択肢の中央値を平均値とした場合、概算での使用額は次のとおり。

(単位：円)

中央値	5万未満	5-10万未満	10-20万未満	20-30万未満	30万以上	計	回答者数	平均
	25,000	75,000	150,000	250,000	300,000			
台湾	1,425,000	6,375,000	5,100,000	2,750,000	600,000	16,250,000	189人	85,979
香港	725,000	2,550,000	3,900,000	1,750,000	600,000	9,525,000	98人	97,194
韓国	250,000	975,000	750,000	1,250,000	300,000	3,525,000	34人	103,676
中国	225,000	450,000	2,250,000	1,750,000	300,000	4,975,000	38人	130,921
他アジア	925,000	2,700,000	2,250,000	2,500,000	1,500,000	9,875,000	103人	95,874
欧米豪	175,000	525,000	750,000	1,000,000	3,300,000	5,750,000	34人	169,118

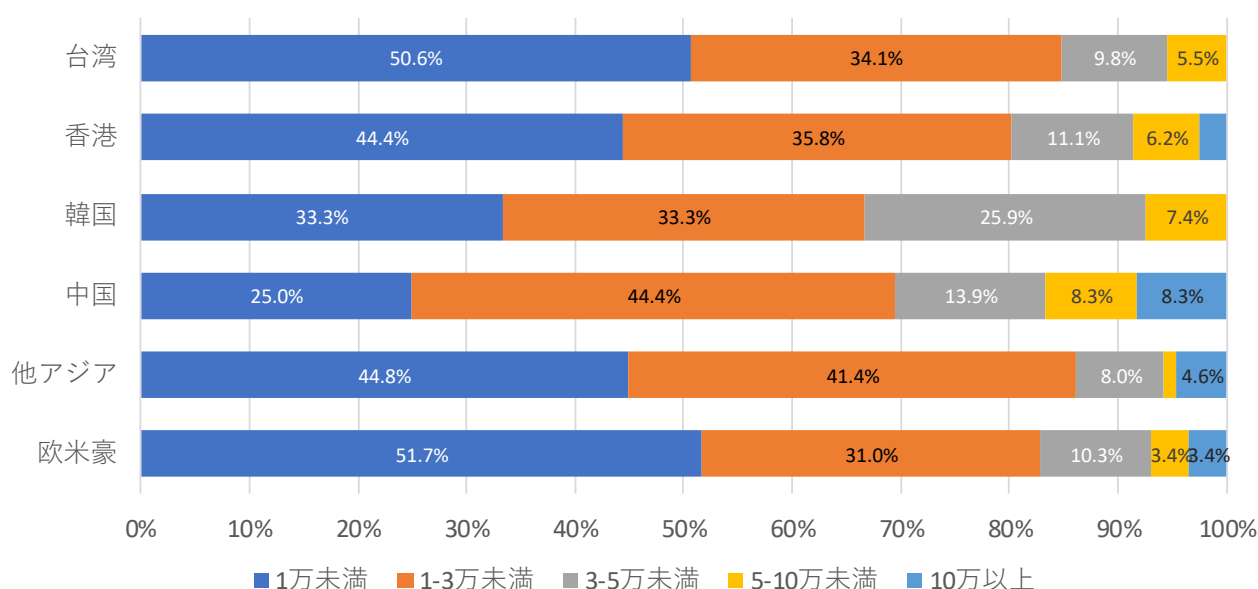
次の設問においては、熊本市内における、「宿泊」「飲食」「交通」「商品購入」「その他施設入場料等」とそれぞれの区分において、単一回答により回答を求めた。

問15-1. 熊本市内での予算(宿泊) n=424

今回の旅行の内、熊本市内のみに着目した宿泊費について尋ねたところ、中国・韓国は他の国籍と比較し、宿泊費が高い傾向にあり、台湾及び欧米豪においては、約半数が1万円未満であった。台湾においては、59.5%が熊本市内宿泊ではないが、旅行期間は4泊5日以上の方が91.6%もいることから、1泊当たりの宿泊単価を抑える傾向が見られた。欧米豪においては、旅行に係る費用が大きく、宿泊日数も長いにも関わらず、宿泊費を1万未満と回答していた。このことから、経費の大部分が交通費や滞在が長いことから1泊の宿泊費を抑える傾向だといえる。

韓国については、それほど長い旅行期間ではないが、60.0%が熊本市に2泊以上をしており、その宿泊費用も大きい傾向が見られた。

熊本市内での予算(宿泊)



台湾 n=164、香港 n=81、韓国 n=27、中国 n=36、他アジア n=87、欧米豪 n=29  
 数値の記載がない箇所は、選択率3%未満

各選択肢の中央値を平均値とした場合、概算での使用額は次のとおり。

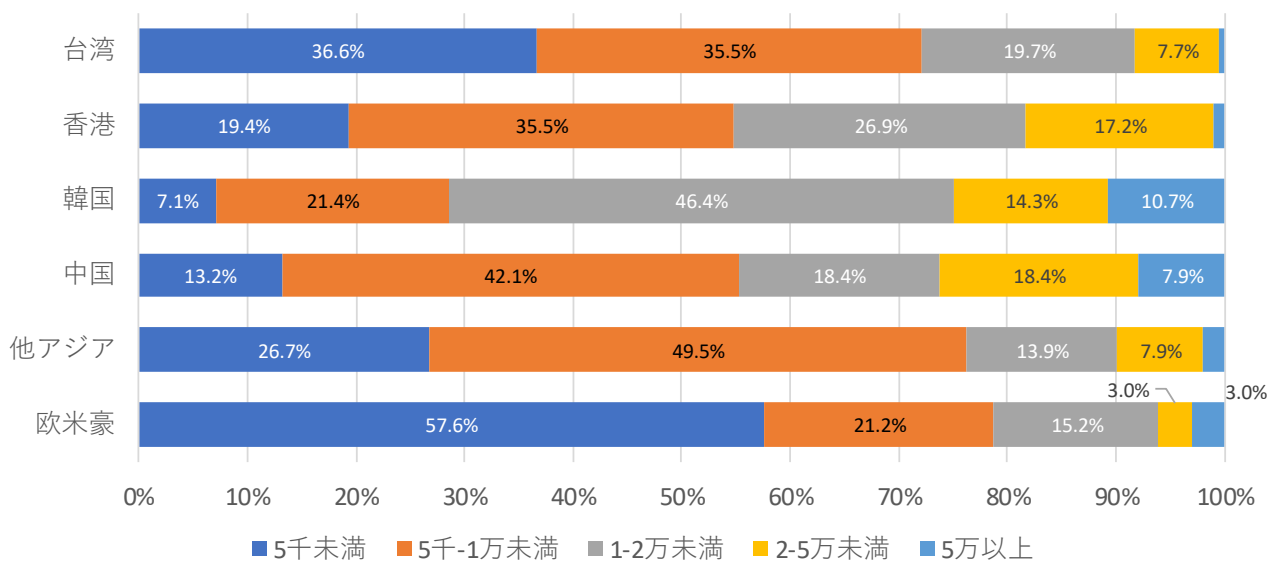
(単位：円)

中央値	1万未満	1-3万未満	3-5万未満	5-10万未満	10万以上	計	回答者数	平均
	5,000	20,000	40,000	75,000	100,000			
台湾	415,000	1,120,000	640,000	675,000	0	2,850,000	164人	17,378
香港	180,000	580,000	360,000	375,000	200,000	1,695,000	81人	20,926
韓国	45,000	180,000	280,000	150,000	0	655,000	27人	24,259
中国	45,000	320,000	200,000	225,000	300,000	1,090,000	36人	30,278
他アジア	195,000	720,000	280,000	75,000	400,000	1,670,000	87人	19,195
欧米豪	75,000	180,000	120,000	75,000	100,000	550,000	29人	18,966

問15-2. 熊本市内での予算(飲食) n=476

熊本市内での飲食費の予算について尋ねたところ、欧米豪の旅行客が、5千円未満の割合が57.6%と、特に飲食費にお金をかけない傾向にあった。一方、アジア圏においては、韓国・中国・香港が比較的飲食に費用をかけ、台湾があまりかけない傾向が見られた。ただし、韓国については、本市での宿泊期間が他の地域より長いために、総じて食事回数が増えていると考えられ、消費単価が高いと言い切れるまでの判断はできなかった。

熊本市内での予算(飲食)



台湾 n=183、香港 n=93、韓国 n=28、中国 n=38、他アジア n=101、欧米豪 n=33  
 数値の記載がない箇所は、選択率3%未満

各選択肢の中央値を平均値とした場合、概算での使用額は次のとおり。

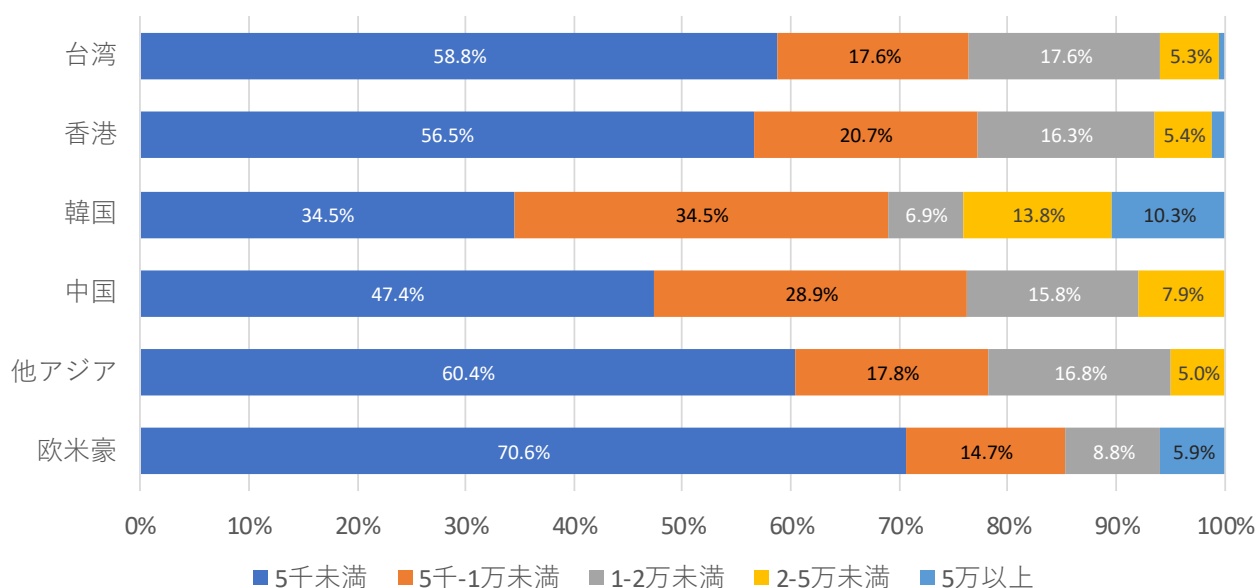
(単位：円)

中央値	5千未満 2,500	5千-1万未満 7,500	1-2万未満 15,000	2-5万未満 35,000	5万以上 50,000	計	回答者数	平均
台湾	167,500	487,500	540,000	490,000	50,000	1,735,000	183人	9,481
香港	45,000	247,500	375,000	560,000	50,000	1,277,500	93人	13,737
韓国	5,000	45,000	195,000	140,000	150,000	535,000	28人	19,107
中国	12,500	120,000	105,000	245,000	150,000	632,500	38人	16,645
他アジア	67,500	375,000	210,000	280,000	100,000	1,032,500	101人	10,223
欧米豪	47,500	52,500	75,000	35,000	50,000	260,000	33人	7,879

問15-3. 熊本市内での予算(交通) n=481

熊本市内での移動にかかる予算について尋ねたところ、全体的に費用をかけない傾向が見られたが、韓国は他の国籍と比べ費用をかけている傾向が見られた。これは、熊本観光がメインと想定され、市内滞在日数が他と比べて長いためと考えられる。加えて、公共交通機関を活用した場合は、市電の1日乗車券等を活用することで費用を抑えられるところであるが、高額の利用割合が一定割合見られたことから、タクシー等の利用が想定されるところではあるが、タクシー利用が問3における熊本市内での主な移動手段ではなかったこと、問1・2・4を複合的に見て、熊本空港入国⇒熊本市内泊(拠点)⇒バスやJRを利用した福岡へのショッピングという動向も想像できる。

熊本市内での予算(交通)



台湾 n=187、香港 n=92、韓国 n=29、中国 n=38、他アジア n=101、欧米豪 n=34  
 数値の記載がない箇所は、選択率3%未満

各選択肢の中央値を平均値とした場合、概算での使用額は次のとおり。

(単位：円)

中央値	5千未満	5千-1万未満	1-2万未満	2-5万未満	5万以上	計	回答者数	平均
	2,500	7,500	15,000	35,000	50,000			
台湾	275,000	247,500	495,000	350,000	50,000	1,417,500	187人	7,580
香港	130,000	142,500	225,000	175,000	50,000	722,500	92人	7,853
韓国	25,000	75,000	30,000	140,000	150,000	420,000	29人	14,483
中国	45,000	82,500	90,000	105,000	0	322,500	38人	8,487
他アジア	152,500	135,000	255,000	175,000	0	717,500	101人	7,104
欧米豪	60,000	37,500	45,000	0	100,000	242,500	34人	7,132

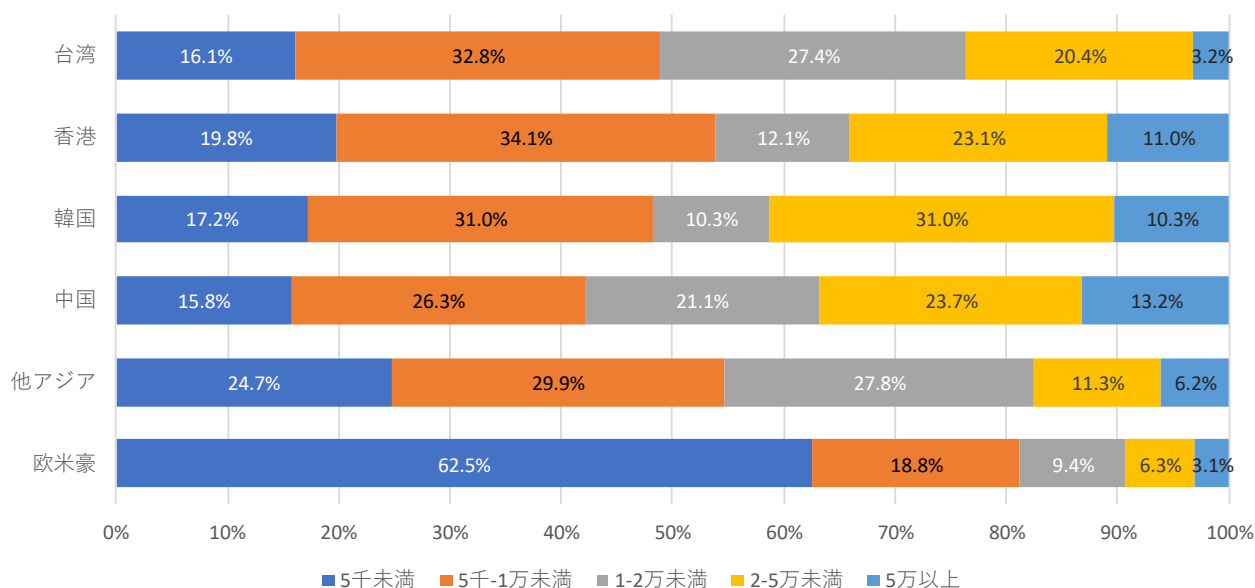


問15-4. 熊本市内での予算(物品) n=473

熊本市内で物品購入に充てる予算について尋ねたところ、欧米豪を除いたアジア圏では、費用を割いているという回答が多かった。欧米豪については62.5%が5千円未満と他の国籍と比べ、物品購入はほとんど行っていないという結果が見られた。

アジア圏の中でも、中国・韓国・台湾が1万円以上の予算をかけている傾向にあった。

熊本市内での予算(物品)



台湾 n=186、香港 n=91、韓国 n=29、中国 n=38、他アジア n=97、欧米豪 n=32

各選択肢の中央値を平均値とした場合、概算での使用額は次のとおり。

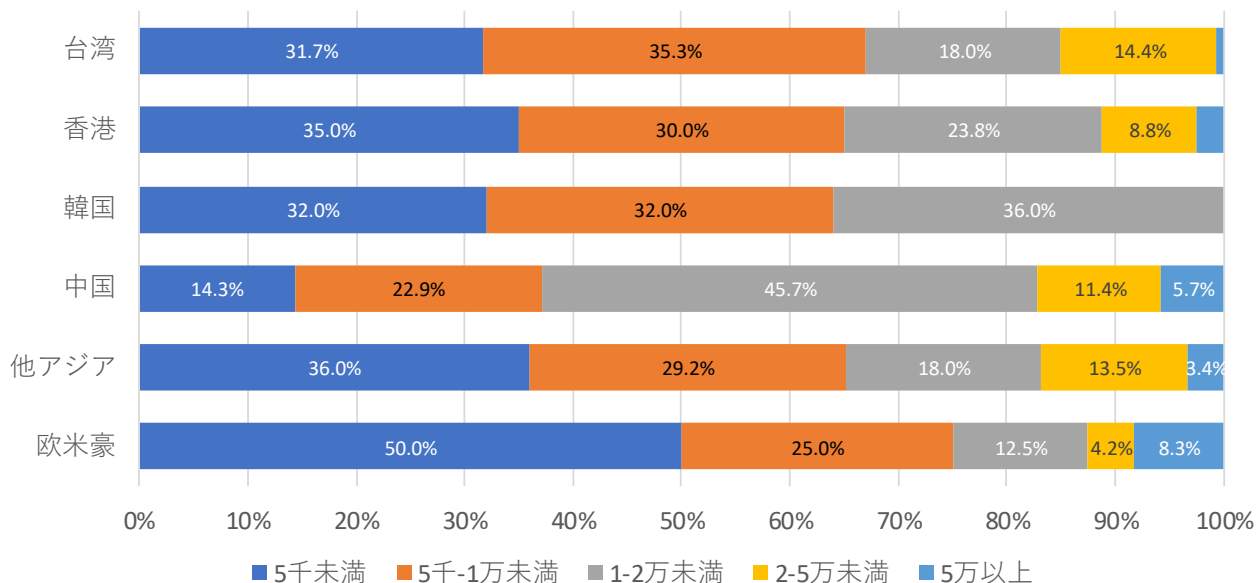
(単位：円)

中央値	5千未満	5千-1万未満	1-2万未満	2-5万未満	5万以上	計	回答者数	平均値
	2,500	7,500	15,000	35,000	50,000			
台湾	75,000	457,500	765,000	1,330,000	300,000	2,927,500	186人	15,739
香港	45,000	232,500	165,000	735,000	500,000	1,677,500	91人	18,434
韓国	12,500	67,500	45,000	315,000	150,000	590,000	29人	20,345
中国	15,000	75,000	120,000	315,000	250,000	775,000	38人	20,395
他アジア	60,000	217,500	405,000	385,000	300,000	1,367,500	97人	14,098
欧米豪	50,000	45,000	45,000	70,000	50,000	260,000	32人	8,125

問15-5. 熊本市内での予算(その他) n=420

熊本市内での宿泊・飲食・交通・物品以外に充てる予算について尋ねたところ、中国を除く国籍で1万未満が過半数を占めた。中国は他の国籍よりも予算額が大きく、熊本市内での消費行動が活発であることがわかった。ただし、「その他」の回答であるため、施設入場料やアクティビティといった、設問の選択肢以外のものが想定されるが、詳細は判断できなかった。欧米豪からの旅行者は50.0%が「5千円未満」を選択していた。

熊本市内での予算(その他)



台湾 n=167、香港 n=80、韓国 n=25、中国 n=35、他アジア n=89、欧米豪 n=24  
 数値の記載がない箇所は、選択率3%未満

各選択肢の中央値を平均値とした場合、概算での使用額は次のとおり。

(単位：円)

中央値	5千未満 2,500	5千-1万未満 7,500	1-2万未満 15,000	2-5万未満 35,000	5万以上 50,000	計	回答者数	平均値
台湾	132,500	442,500	450,000	840,000	50,000	1,915,000	167人	11,467
香港	70,000	180,000	285,000	245,000	100,000	880,000	80人	11,000
韓国	20,000	60,000	135,000	0	0	215,000	25人	8,600
中国	12,500	60,000	240,000	140,000	100,000	552,500	35人	15,786
他アジア	80,000	195,000	240,000	420,000	150,000	1,085,000	89人	12,191
欧米豪	30,000	45,000	45,000	35,000	100,000	255,000	24人	10,625

## 問16 その他（自由記載）

この設問については、「その他」とだけ示していたので、比較的記載は少なかったが、その中でも、全体的に熊本を応援している意見が見られた。街並みや親切さ、マナーの良さに対する意見が多かったが、香港からの旅行者から一部要望や意見の記載があった。具体的には、「英語マップがない」「宿泊施設に英語が話せるスタッフがいない」「店舗の営業時間を明確にして欲しい」といった意見であった。

### 3. まとめ

今回の調査においては、アジア圏については福岡空港からの入国が多かったが、韓国については、熊本空港からの入国が多く、アジア圏においても差が出る結果となった。また、欧米豪については、入国は日本全国からの入国が多かったが、日本滞在中の移動がJRまたはバスであったことから、外国人観光客誘客においては、福岡がキーポイントとなると言える。

JRまたはバスを活用し来熊した旅行者の熊本市内での主な移動手段は、市電が多く、総合観光案内所においても市電の1日乗車券のニーズが高いことから、市電で行ける観光地の紹介や乗車券とセットになった旅行商品の開発・活用が本市における滞在時間延長に効果的であると思われる。特に、主要観光地である熊本城・城彩苑・水前寺成趣園の3カ所が市電で回れることから有効だと思われる。加えて、さらに周辺の観光施設や体験といった滞在時間を延ばす取り組みが、熊本市内への滞在時間の延長及び満足度の向上につながると思われる。

一方で、本市においては、交通不便地域に観光素材が多くあることから、香港・タイ・マレーシアといった日本と同じ左側通行によりレンタカーが使われやすい国においては、車で行ける地域の提案や、その他の地域に対しては不便さを解消するための貸し切りバスやタクシー事業といった観光商品の造成が効果的だと思われる。

外国人観光客においては、国内旅行者以上に旅行期間中の滞在時間が長く、移動範囲も広いことから、p10で述べたように、広域的な情報の集約と発信、周遊できる仕組みが重要であると思われる。

また、その情報発信の手段としては、旅行出発前・旅行中において、情報サイトや旅行ガイドブック・ブログやSNSが活用されることから、インターネット・SNSと併せて、一般的に利用される旅行ガイドブックであれば掲載効果が見込まれるといえるが、やはり情報発信の主体はインターネットを活用する必要があると思われる。

今回の調査における消費額の動向については、比較的アジア圏が飲食や物品に予算を割き、欧米豪については比較的抑える傾向にあることから、その地域毎にアプローチの方法を考える必要があると思われる。だが、欧米豪については、旅行期間が長く、旅行全体に係る予算が大きいことを勘案すると、必ずしも消費動向が小さい訳ではなく、熊本が旅行の主要目的地ではないことが影響している可能性も否めないこと、また、宿泊を伴う滞在が消費額の増大につながることから、滞在時間を延ばすための施策を行う必要があると思われる。

最後に、インバウンドの動向調査においては、全国的な統計等があるため、全体的な統計や地域毎の消費動向と、今回のように実際に来られた方の動向を複合的に勘案し、分析することで、全国における本市の強みまたは弱みが見え、効果的な施策につながると思われる。