

5. 外国人聞き取り調査（関空・新大阪）

5-1. 調査概要

①調査の目的

- ・大阪府を訪れた外国人観光客の実態や、受入環境の充実の状態、観光課題を把握することを目的に実施した。

②調査の実施概要

●調査対象

- ・大阪府内を訪れた外国人観光客 ※日本在住の外国人を除く

●調査方法

- ・方法 調査員による聞き取りアンケート調査
- ・形式 タブレットを用いたWEB入力と紙による調査票（A4サイズ、1枚）の併用
- ・言語 4言語対応（英語・中国語繁体字・中国語簡体字・韓国語）
- ・場所 新大阪駅の3階在来線コンコース付近及び関西国際空港の第1ターミナル4階出発ロビー

●調査期間

- ・新大阪駅地点 2019年11月5日（火）～7日（木） 9:30～16:30
- ・関西国際空港地点 2019年11月10日（日）～11日（月） 9:30～16:30
2019年11月12日（火） 9:30～19:30

●調査項目

- ・回答者の属性（出身の国・地域、性別、年齢）
- ・今回の大阪訪問（訪問回数、宿泊日数、宿泊施設の種類、移動手段）
- ・情報入手手段（旅行前、旅行中、旅行中に必要な情報の種類）
- ・大阪旅行に期待していたこと／満足したこと
- ・大阪旅行で困ったこと
- ・大阪旅行の推奨度とその理由
- ・大阪府内における大阪市以外の訪問経験
- ・大阪市以外で印象に残った場所及び訪問理由
- ・大阪旅行で行く予定にしていたが行けなかった場所とその理由
- ・大阪の印象／感想

なお、これまで大阪府や大阪観光局が実施した各種調査で分析可能な項目については、本調査では調査を行わない。

●集計方法

- ・本調査は、「国・地域別」でクロス集計・分析を行うとともに、「国・地域別×性別」、「国・地域別×年齢別」、「国・地域別×来阪回数別」の3設問を軸としてクロス集計・分析する。
- ・「国・地域別」のクロス集計において、調査実施した21ヶ国・地域を下記の通り、9ヶ国・地域にまとめる。

9ヶ国・地域	韓国	中国	香港	台湾	東南アジア					欧州					北米		オーストラリア	その他			
					タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	英国	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン	ロシア	米国	カナダ	インド	その他	
回答数	28	402	55	141	31	28	50	31	73	2	17	8	15	12	8	3	45	20	61	4	66

- ・「国・地域別×性別」、「国・地域別×年齢別」、「国・地域別×来阪回数別」のクロス集計において、いずれも下記の通り4ヶ国・地域にまとめる。

4ヶ国・地域	韓・台・香			中国	東南アジア					欧米豪								
	韓国	台湾	香港		タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム	英国	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン	ロシア	米国	カナダ
回答数	28	141	55	402	31	28	50	31	73	2	17	8	15	12	8	3	45	20

- ・性別は「どちらでもない」を除いて、「男性」と「女性」でクロス集計・分析する。
- ・年齢別では、下記の4グループ（「30歳未満」「30～39歳」「40～49歳」「50歳以上」）にまとめる。

年齢階層	30歳未満		30～39歳	40～49歳	50歳以上		
	20歳未満	20～29歳			50～59歳	60～69歳	
回答数	26		385	296	158	140	95

- ・自由記述の集計・分析において、記述内容を15グループ¹で整理し、共起ネットワーク²で関係性を示す。

③回収結果

- ・回収件数；1,100件（目標件数；1,000件）

	新大阪駅				関西空港				全体
	英語	中国語 繁体字	中国語 簡体字	韓国語	英語	中国語 繁体字	中国語 簡体字	韓国語	
目標件数	75件	75件	75件	75件	225件	225件	225件	225件	1,000件
回収件数	192件	37件	70件	1件	270件	160件	345件	25件	1,100件
達成率	256.0%	49.3%	93.3%	1.3%	120.0%	71.1%	153.3%	11.1%	110.0%

¹ 15グループは次の通り。「名詞」、「サ変動詞」、「形容動詞」、「固有名詞」、「組織名」、「人名」、「地名」、「ナイ形容」、「副詞可能」、「未知語」、「感動詞」、「形容詞」、「副詞」、「否定助動詞」、「形容詞（非自立）」

² 記述内容の抽出語について、出現パターンの似通ったものを線で結んだ図（共起関係を線で表したネットワーク）のこと

5-2. 調査結果のポイント

(1) 全体

○回答者の属性：東アジアが半数以上／20歳代が約4割、20～40歳代が約8割

- ・本調査の回答者は東アジアが半数以上を占めている（約37%が中国、韓国・台湾・香港が約20%で合計約57%）。さらに東南アジア約20%を加えると約77%である。欧米豪は約17%。
- ・年齢階層では「20～29歳」が約35%で最も多い。次いで「30～39歳」が約27%、「40～49歳」が約14%となっており、20・30歳代が約62%と過半数、40歳代を加えると約76%を占めている。

○大阪訪問は初回が約6割、宿泊日数2～4泊が約6割、ホテルが約6割・民泊が約3割、鉄道移動が約8割

- ・約58%は来阪が初めて。
- ・大阪での宿泊日数は2～4泊が約55%となる。平均宿泊日数は3.7泊である。
- ・回答者の約63%が「ホテル」、25%が「民泊」に宿泊している。また、年齢が若いほど「民泊」を選ぶ傾向がある。
- ・主要な移動手段は「鉄道」が約84%を占めている。また、年齢が高いほど「タクシー」を利用する傾向がある。

○今回の大阪訪問の情報入手では旅行前と旅行中共にインターネット検索は主要な情報源

- ・旅行前の情報入手手段では、「インターネット検索」が約44%と突出している。また、「動画サイト」が約17%、「SNS（フェイスブック等）」が約15%となっており、デジタル媒体の利用が高い傾向にある。一方、従来の情報源である「旅行ガイドブック」が約15%、「自国の親戚・知人」が約15%となっている。
- ・旅行中の情報入手手段では、「インターネット検索」が約55%である。
- ・旅行中に必要な情報は「交通手段」が約61%、「食事」が約51%、「観光施設・景勝地」が約42%の順となっている。

○今回の大阪旅行で主に期待していたことは「観光」「食事」「歴史・文化」、同コンテンツに満足

- ・大阪旅行に期待していたことは「観光・景観」が約72%、次いで「食事（日本食・日本酒）」が約54%、「買い物」が約47%、「歴史・文化」が約46%。
- ・大阪旅行で満足したことも同様の傾向だが、上記の3位までのコンテンツでは、期待度より満足度が低調とうかがえる。

○今回の大阪旅行で、主に困ったことは言語対応と回答しており、約3割が「困ったことはなかった」と回答している。

- ・「多言語表示の少なさ・分かりにくさ」が約21%、「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」が約19%。
- ・回答者の約29%が「困ったことはなかった」と回答している。

○大阪旅行は平均値8.4点で推奨

- ・「10点」が約30%で最も多く、「8点以上」が約78%。推奨度の平均値は8.4点である。
- ・大阪旅行の推奨度の理由について、主に「人の親切さ」「交通の利便性」「食べ物の美味しさ」等が挙げられている。

○大阪市以外を訪問した観光客は約1割

- ・大阪市以外を訪問した観光客は約9%にとどまっているが、初回よりリピーターが訪れる傾向にある。

(2) 国・地域別

①中国：初回訪問は観光バスやホテル利用が多く、団体旅行の傾向あり／女性には買い物が人気

- ・年齢が若いほど平均宿泊日数が長くなる傾向にあり、30歳未満の平均宿泊日数は4.1泊である。
- ・宿泊施設は、初回ではホテルが約74%、リピーターでは民泊が約33%。移動手段では、「鉄道」が約75%となり、「観光バス」が約19%で比較的多い。特に約24%の初回訪問が「観光バス」を利用している。
- ・旅行前の情報入手手段として、50歳未満では「インターネット検索」「動画サイト」等をはじめ、デジタル媒体を活用する一方、50歳以上では「旅行代理店店頭」「旅行会社パンフレット」等、従来の情報源を利用する傾向にある。
- ・大阪旅行で満足したことは「観光・景観」が約60%、次いで「買い物」が約54%、特に「買い物」では女性が約57%が多い。
- ・大阪旅行で困ったこととしては、「多言語表示の少なさ・分かりにくさ」が約28%、次いで「乗り換え・運行情報の入手」が約22%となっている。
- ・大阪旅行の推奨度の平均値は8.2点である。

②韓国・台湾・香港：リピーターが多く、旅館を利用するなど宿泊施設や移動手段は多様化／SNS やブログを利用

- ・複数回以上訪問しているリピーターが約60%以上占めている。10回以上のヘビーリピーターも存在している。
- ・リピーターでは約22%が「旅館」を利用している。
- ・移動手段では、約11%のリピーターが「レンタカー」も活用している。
- ・旅行中の情報源として、訪問回数に関わらず、「SNS」や「個人ブログ」の利用が高い傾向にある。
- ・大阪旅行の困りごととしては、韓国では「クレジットデビットカードの利用」が約25%を占めている。

③東南アジア：4割が民泊を利用し、50歳未満はソーシャルメディアを活用／リピーターはレジャー期待大

- ・平均宿泊日数が4.5泊と最も長い。年齢が若いほど平均宿泊日数が長くなる傾向にあり、30歳未満は4.9泊となっている。
- ・年代に関わらず、約40%前後が「民泊」に宿泊しており、リピーターが約50%で最も多い。
- ・旅行前の情報入手手段として、50歳未満は「インターネット検索」をはじめ、「SNS」、「口コミサイト」、「動画サイト」などのデジタル媒体を活用する傾向にある。
- ・旅行中に必要な情報として、初回訪問では「無料Wi-Fi」が約43%で多い。
- ・大阪旅行に期待していたこととして、リピーターでは「レジャー・アミューズメント」が約41%と多い。

④欧米豪：他国・地域より高齢者も来阪しているが大阪滞在日数が短い／歴史・文化を期待し、推奨度も高い

- ・60歳以上の高齢者が約14~16%を占めており、他の国・地域と比べて比較的多い。
- ・宿泊日数が少なく、特に欧州では平均宿泊日数は2.4泊である。
- ・旅行前の情報入手手段として「インターネット検索」の他、「旅行ガイドブック」等、アナログの情報源も活用する傾向にある。
- ・大阪旅行に期待していたこととして、特に初回訪問は「歴史・文化」が約64%であり、他の国・地域と比べて相対的に多い。
- ・大阪旅行で満足したこととして、北米は「食事」が約69%で最も多い。
- ・大阪旅行の推奨度の平均値は、欧州が8.9点、北米が8.4点、オーストラリアが9.2点であり、他の国・地域と比べて高い。

5-3. 調査の結果

(1) 回答者の属性

①国・地域（問2、SA）

- ・本調査の回答者の出身国・地域は、「中国」が約37%で最も多く、次いで「台湾」が約13%、「フィリピン」が約7%であり、アジア圏、特に東アジアからの観光客が上位を占めている。「韓国」は僅か約3%しかない。
- ・なお、2018年の関西空港出国外国人の出身国・地域の構成比を見ると、「中国」が約30%で最も多く、次いで「韓国」が約28%、「台湾」が約14%となっている。2019年11月現在の構成比を見ると、2019年の夏以降における政治的な影響もあり、「韓国」の関西空港出国外国人が約9%まで下がっている。

問2 出身国・地域

SA/n=1100 関西空港出国外国人

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南アジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラリア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)	2018年	2019年 11月
1	韓国	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	28.4%	8.6%
2	中国	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	36.5%	29.7%	40.4%
3	香港	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	8.3%	8.1%
4	台湾	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.8%	13.7%	13.8%
5	タイ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	3.5%	5.4%
6	シンガポール	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	1.2%	2.1%
7	マレーシア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	23.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	1.9%	3.0%
8	インドネシア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	1.0%	1.1%
9	フィリピン	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	34.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.6%	1.7%	3.7%
10	ベトナム	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	1.0%	1.5%
11	インド	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.7%	0.4%	0.3%	0.3%
12	英国	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	27.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	0.7%	1.0%
13	ドイツ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.4%	0.7%
14	フランス	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	23.8%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.8%	1.0%
15	イタリア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	19.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.4%	0.4%
16	スペイン	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.2%	0.3%
17	ロシア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.2%
18	米国	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	69.2%	0.0%	0.0%	4.1%	2.5%	3.1%
19	カナダ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	30.8%	0.0%	0.0%	1.8%	0.7%	0.8%
20	オーストラリア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	5.5%	1.1%	1.2%
21	その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	94.3%	6.0%	2.5%	3.3%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

出典 関西空港出国外国人は「出入国管理統計」（法務省）

(注) 留意点

- 1) 日中に調査を実施したため、早朝便と深夜便を利用する回答者の回答を得ることができなかった。例：ベトナム
- 2) 日中に数多く出発便があった国・地域において、実際の構成比よりやや多くなっている。例：フィリピン
- 3) 日中には出発便があったが、調査票で用意した言語（英語・中国語繁体字・中国語簡体字・韓国語）に対して、いずれも得意ではない国の観光客が含まれており、十分な回答数を得ることが出来なかった。例：タイ
- 4) 「関西空港出国外国人」には、日本在住の外国人やビジネス等観光以外の目的で訪問した外国人が含まれている。
- 5) 香港は「中国（香港）」と「英国（香港）」を含む。

②性別（問 3、SA）

【全体】

- ・全体では、「女性」が約 57%、「男性」が約 43%となっている。

【国・地域別】

- ・国・地域別を見ると、韓国、欧州、北米、オーストラリア、その他は、「男性」が「女性」を上回っている。

問3 性別

SA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	男性	82.1%	30.8%	47.3%	41.1%	39.5%	58.7%	58.5%	54.1%	61.4%	42.5%
2	女性	17.9%	69.2%	52.7%	58.9%	60.5%	41.3%	40.0%	42.6%	38.6%	57.3%
3	どちらでもない	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	3.3%	0.0%	0.3%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

③年齢（問 4、SA）

【全体】

- ・全体では「20～29 歳」が最も多く、約 35%を占めている。次いで「30～39 歳」が約 27%、「40～49 歳」が約 14%となっている。

【国・地域別】

- ・韓国は、「20～29 歳」が約 64%と最も多く、全体と比べて約 29 ポイント多い。
- ・香港は、全体の傾向と異なり、「30～39 歳」が約 26%で最も多く、次いで「40～49 歳」が約 24%となっている。
- ・欧州、北米、オーストラリアでは「60 歳以上」が 15%前後あり、高齢者が全体と比べて多い。
- ・オーストラリアは「20～29 歳」が約 46%で、韓国に次いで若者が全体より多い特徴がある。

問4 年齢

SA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	20歳未満	7.1%	1.0%	3.6%	4.3%	3.7%	0.0%	1.5%	0.0%	4.3%	2.4%
2	20～29歳	64.3%	39.8%	20.0%	31.2%	31.6%	27.0%	30.8%	45.9%	27.1%	35.0%
3	30～39歳	14.3%	29.6%	25.5%	26.2%	26.5%	27.0%	29.2%	14.8%	28.6%	26.9%
4	40～49歳	7.1%	10.0%	23.6%	14.2%	17.7%	19.0%	12.3%	16.4%	21.4%	14.4%
5	50～59歳	3.6%	11.7%	18.2%	14.2%	15.3%	12.7%	12.3%	6.6%	12.9%	12.7%
6	60歳以上	3.6%	8.0%	9.1%	9.9%	5.1%	14.3%	13.8%	16.4%	5.7%	8.6%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【性別】

- ・韓国・台湾・香港は、「20～29 歳」の男性が約 38%で、女性を約 11 ポイント上回っている。
- ・東南アジアは、「50～59 歳」の女性が約 20%で、男性より約 12 ポイント多い。

問4 年齢*性別

SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	20歳未満	1.6%	0.7%	5.6%	3.4%	3.5%	3.8%	0.0%	1.3%
2	20～29歳	37.9%	40.6%	38.3%	27.4%	37.6%	27.7%	30.6%	37.2%
3	30～39歳	28.2%	30.2%	26.2%	23.1%	28.2%	25.4%	23.1%	25.6%
4	40～49歳	10.5%	9.7%	12.1%	18.8%	18.8%	16.9%	18.5%	12.8%
5	50～59歳	11.3%	11.9%	10.3%	17.1%	8.2%	20.0%	13.0%	7.7%
6	60歳以上	10.5%	6.8%	7.5%	10.3%	3.5%	6.2%	14.8%	15.4%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【来阪回数別】

- ・韓国・台湾・香港は「20～29歳」では初回が約39%、リピーターより約10ポイント多い。
- ・東南アジアは、「20～29歳」では初回が約37%で、リピーターより約14ポイント多い。一方、「40～49歳」ではリピーターが約25%で、初回より約12ポイント多い。
- ・欧米豪の「20～29歳」では初回が約39%で、リピーターより約14ポイント多い。それに対して、「30～39歳」ではリピーターが約33%で、初回を約14ポイント上回っている。

問4 年齢*来阪回数

SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	20歳未満	0.8%	1.4%	9.1%	2.0%	4.4%	2.5%	0.8%	0.0%
2	20～29歳	38.6%	41.9%	39.0%	29.3%	37.0%	22.5%	38.8%	25.0%
3	30～39歳	29.5%	29.7%	22.1%	25.9%	26.7%	26.3%	19.4%	33.3%
4	40～49歳	7.1%	14.9%	10.4%	18.4%	13.3%	25.0%	16.3%	15.0%
5	50～59歳	13.0%	9.5%	15.6%	12.9%	14.8%	16.3%	10.1%	11.7%
6	60歳以上	11.0%	2.7%	3.9%	11.6%	3.7%	7.5%	14.7%	15.0%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 今回の大阪訪問について

①来阪回数（問5、SA）

【全体】

- ・全体では、「1回目」が最も多く、約58%を占めている。

【国・地域別】

- ・韓国、香港、台湾は、「1回目」がそれぞれ約36%、約27%、約37%であり、全体と比べて低い一方、2回目以上が多い。特に韓国では、「10回目以上」が28人中6人、約21%を占めており、ヘビリーリピーターが多い特徴がある。

問5 来阪回数

SA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南アジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラリア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	1回目	35.7%	63.2%	27.3%	36.9%	62.8%	73.0%	64.6%	67.2%	62.9%	58.1%
2	2回目	17.9%	20.6%	27.3%	25.5%	20.0%	20.6%	18.5%	19.7%	12.9%	20.7%
3	3回目	10.7%	7.0%	20.0%	13.5%	7.0%	0.0%	7.7%	6.6%	4.3%	8.0%
4	4回目	10.7%	1.5%	9.1%	7.1%	3.7%	1.6%	1.5%	4.9%	1.4%	3.5%
5	5回目	3.6%	2.7%	7.3%	6.4%	2.8%	1.6%	3.1%	1.6%	2.9%	3.4%
6	6～9回目	0.0%	1.5%	5.5%	4.3%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	2.0%
7	10回目以上	21.4%	3.5%	3.6%	6.4%	1.4%	3.2%	4.6%	0.0%	12.9%	4.4%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【性別】

- ・東南アジアでは女性の「1回目」が約67%、男性を約10ポイント上回っている。
- ・同様に、欧米豪も女性の「1回目」が約76%、男性より多く、約12ポイントの差がある。

問5 来阪回数*性別

SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	1回目	62.9%	63.3%	34.6%	34.2%	56.5%	66.9%	63.9%	75.6%
2	2回目	19.4%	21.2%	21.5%	28.2%	20.0%	20.0%	22.2%	14.1%
3	3回目	5.6%	7.6%	13.1%	16.2%	7.1%	6.9%	3.7%	6.4%
4	4回目	1.6%	1.4%	9.3%	6.8%	5.9%	2.3%	3.7%	1.3%
5	5回目	4.8%	1.8%	9.3%	3.4%	3.5%	2.3%	3.7%	0.0%
6	6～9回目	1.6%	1.4%	0.9%	6.8%	4.7%	0.8%	0.0%	0.0%
7	10回目以上	4.0%	3.2%	11.2%	4.3%	2.4%	0.8%	2.8%	2.6%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【年齢別】

- ・中国の「1回目」では、50歳以上が約77%で、他の年代に比べて一番多い。
- ・韓国・台湾・香港の40～49歳では「1回目」が約23%で、一番少ないが、「3回目」が約29%で他の年代と比べて多い。

問5 来阪回数*年齢別

SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=164)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=83)	30～39歳 (n=55)	40～49歳 (n=35)	50歳以上 (n=51)	30歳未満 (n=76)	30～39歳 (n=57)	40～49歳 (n=38)	50歳以上 (n=44)	30歳未満 (n=66)	30～39歳 (n=45)	40～49歳 (n=30)	50歳以上 (n=48)
1	1回目	61.0%	63.0%	45.0%	77.2%	44.6%	30.9%	22.9%	29.4%	73.7%	63.2%	47.4%	56.8%	77.3%	55.6%	70.0%	66.7%
2	2回目	18.9%	22.7%	27.5%	17.7%	31.3%	25.5%	20.0%	17.6%	13.2%	19.3%	28.9%	25.0%	21.2%	24.4%	10.0%	18.8%
3	3回目	9.1%	5.0%	12.5%	2.5%	10.8%	18.2%	28.6%	7.8%	5.3%	12.3%	2.6%	6.8%	1.5%	8.9%	3.3%	6.3%
4	4回目	2.4%	0.8%	2.5%	0.0%	4.8%	10.9%	8.6%	9.8%	5.3%	1.8%	7.9%	0.0%	0.0%	6.7%	6.7%	0.0%
5	5回目	3.7%	3.4%	2.5%	0.0%	6.0%	3.6%	5.7%	9.8%	1.3%	3.5%	5.3%	2.3%	0.0%	2.2%	6.7%	2.1%
6	6～9回目	1.8%	2.5%	0.0%	0.0%	1.2%	3.6%	8.6%	5.9%	1.3%	0.0%	2.6%	6.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
7	10回目以上	3.0%	2.5%	10.0%	2.5%	1.2%	7.3%	5.7%	19.6%	0.0%	0.0%	5.3%	2.3%	0.0%	2.2%	3.3%	6.3%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

②大阪での宿泊日数（問 6、SA）

【全体】

・全体では、「2泊」、「3泊」、「4泊」が約17～19%で、合計すると約55%となり、全体の過半数を占めている。平均宿泊日数は3.7泊となっている。

（注）平均宿泊日数の算出において、「10泊以上」を10泊と数えている。

【国・地域別】

・韓国は、「2泊」が約57%で過半数を占めるが、「10泊以上」も約11%で全体より多く、二極化している。

・東南アジアは「5泊」が約21%で最も多く、平均宿泊日数も4.5泊と最も長い。

・欧州は「1泊」が約33%、「2泊」が約24%で、合わせると約57%となり、全体の過半数以上を占めている。平均宿泊日数も2.4泊であることから、大阪での宿泊日数が短い特徴がある。

問6 大阪での宿泊日数

SA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	1泊	3.6%	12.9%	12.7%	9.9%	1.9%	33.3%	13.8%	8.2%	14.3%	11.2%
2	2泊	57.1%	19.7%	9.1%	13.5%	11.2%	23.8%	21.5%	16.4%	8.6%	17.1%
3	3泊	25.0%	19.9%	27.3%	12.1%	22.8%	7.9%	23.1%	16.4%	12.9%	18.8%
4	4泊	3.6%	17.2%	25.5%	33.3%	16.3%	14.3%	20.0%	23.0%	15.7%	19.4%
5	5泊	0.0%	14.2%	7.3%	11.3%	21.4%	3.2%	4.6%	6.6%	18.6%	13.2%
6	6泊	0.0%	5.7%	7.3%	5.7%	11.6%	4.8%	1.5%	8.2%	4.3%	6.5%
7	7泊	0.0%	2.5%	3.6%	7.1%	6.0%	3.2%	3.1%	1.6%	1.4%	3.7%
8	8泊	0.0%	1.5%	7.3%	0.0%	3.3%	0.0%	3.1%	6.6%	0.0%	2.1%
9	9泊	0.0%	0.5%	0.0%	0.7%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.5%
10	10泊以上	10.7%	4.0%	0.0%	1.4%	4.2%	1.6%	4.6%	3.3%	8.6%	3.8%
11	宿泊しない	0.0%	2.0%	0.0%	5.0%	0.5%	7.9%	4.6%	9.8%	14.3%	3.6%
	平均宿泊日数	3.1	3.6	3.8	3.7	4.5	2.4	3.3	3.6	3.6	3.7
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

55.3%

【性別】

・中国では「2泊」の男性は約27%であり、女性を約11ポイント上回っている。

・東南アジアの「3泊」では男性が約31%であり、女性を約13ポイント上回っている。

・宿泊日数別で特徴はあるものの、平均宿泊日数で比べると性別による有意な差は見られなかった。

問6 大阪での宿泊日数*性別

SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	1泊	16.1%	11.5%	9.3%	10.3%	2.4%	1.5%	18.5%	17.9%
2	2泊	27.4%	16.2%	19.6%	16.2%	5.9%	14.6%	22.2%	17.9%
3	3泊	19.4%	20.1%	19.6%	15.4%	30.6%	17.7%	14.8%	17.9%
4	4泊	12.9%	19.1%	26.2%	29.1%	16.5%	16.2%	21.3%	16.7%
5	5泊	8.9%	16.5%	8.4%	9.4%	20.0%	22.3%	7.4%	1.3%
6	6泊	3.2%	6.8%	4.7%	6.0%	11.8%	11.5%	3.7%	6.4%
7	7泊	2.4%	2.5%	4.7%	6.0%	7.1%	5.4%	3.7%	1.3%
8	8泊	1.6%	1.4%	2.8%	0.9%	3.5%	3.1%	0.9%	5.1%
9	9泊	0.0%	0.7%	0.0%	0.9%	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%
10	10泊以上	5.6%	3.2%	2.8%	1.7%	2.4%	5.4%	2.8%	3.8%
11	宿泊しない	2.4%	1.8%	1.9%	4.3%	0.0%	0.8%	4.6%	11.5%
	平均宿泊日数	3.3	3.7	3.7	3.6	4.4	4.6	3.1	3.1
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【年齢別】

- ・中国は年齢が若いほど平均宿泊日数が長くなる傾向にあり、30歳未満では4.1泊となっている。
- ・韓国・台湾・香港は、30～39歳の平均宿泊日数が3.8日で最も長く、続いて40～49歳が3.7泊となっている。
- ・東南アジアは、年齢が若いほど平均宿泊日数が長くなる傾向にあり、30歳未満は4.9泊となっている。
- ・欧米豪では、すべての年代の平均宿泊日数にはあまり差がなく、30～39歳が2.9泊で最も短く、30歳未満及び40～49歳が3.2泊と最も長い。

問6 大阪での宿泊日数*年齢別

SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	1泊	7.3%	4.2%	15.0%	36.7%	7.2%	3.6%	8.6%	21.6%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	12.1%	24.4%	20.0%	20.8%
2	2泊	15.9%	22.7%	22.5%	21.5%	22.9%	14.5%	17.1%	13.7%	7.9%	8.8%	10.5%	20.5%	25.8%	15.6%	23.3%	16.7%
3	3泊	22.6%	20.2%	27.5%	10.1%	24.1%	12.7%	17.1%	11.8%	23.7%	22.8%	23.7%	20.5%	22.7%	8.9%	13.3%	14.6%
4	4泊	22.0%	16.8%	20.0%	6.3%	27.7%	36.4%	25.7%	19.6%	10.5%	28.1%	15.8%	11.4%	16.7%	31.1%	16.7%	12.5%
5	5泊	15.2%	17.6%	10.0%	8.9%	3.6%	12.7%	5.7%	15.7%	27.6%	15.8%	21.1%	18.2%	6.1%	2.2%	3.3%	6.3%
6	6泊	1.8%	10.9%	2.5%	7.6%	6.0%	0.0%	8.6%	7.8%	9.2%	7.0%	18.4%	15.9%	6.1%	2.2%	6.7%	4.2%
7	7泊	3.7%	0.8%	0.0%	3.8%	7.2%	7.3%	2.9%	2.0%	10.5%	3.5%	5.3%	2.3%	6.1%	0.0%	0.0%	2.1%
8	8泊	2.4%	0.8%	0.0%	1.3%	0.0%	1.8%	5.7%	2.0%	5.3%	5.3%	0.0%	0.0%	1.5%	4.4%	3.3%	4.2%
9	9泊	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	1.3%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
10	10泊以上	7.9%	0.8%	2.5%	1.3%	0.0%	3.6%	2.9%	3.9%	3.9%	8.8%	2.6%	0.0%	0.0%	2.2%	6.7%	6.3%
11	宿泊しない	1.2%	3.4%	0.0%	2.5%	1.2%	7.3%	5.7%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	3.0%	8.9%	6.7%	12.5%
	平均宿泊日数	4.1	3.7	3.1	2.7	3.4	3.8	3.7	3.7	4.9	4.7	4.3	3.8	3.2	2.9	3.2	3.1
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

③大阪での宿泊施設の種類の種類（問7、MA）

【全体】

- ・全体では、約63%の回答者が「ホテル（洋室中心）」に宿泊し、約25%が「民泊・有料での住宅宿泊」を選んでいる。

【国・地域別】

- ・韓国は「ホテル（洋室中心）」が約46%、「民泊・有料での住宅宿泊」が約11%で、いずれも全体より少ない。その一方で、「ユースホステル・ゲストハウス」が約18%、「親戚・知人宅」が約14%で、いずれも全体より約10ポイント以上多い。
- ・台湾は「旅館（和室中心）」が約23%で全体より約14ポイント多い。
- ・東南アジアでは「民泊・有料での住宅宿泊」が約39%で、全体より約14ポイント多い。

問7 宿泊施設の種類の種類

MA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南アジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラリア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	ホテル(洋室中心)	46.4%	67.7%	67.3%	70.2%	50.2%	68.3%	64.6%	57.4%	54.3%	62.5%
2	旅館(和室中心)	10.7%	7.2%	9.1%	23.4%	5.6%	3.2%	6.2%	3.3%	5.7%	8.5%
3	ユースホステル・ゲストハウス	17.9%	1.2%	5.5%	2.8%	8.4%	6.3%	7.7%	3.3%	5.7%	4.5%
4	民泊・有料での住宅宿泊	10.7%	24.9%	25.5%	17.0%	39.1%	14.3%	23.1%	26.2%	18.6%	25.3%
5	親戚・知人宅	14.3%	2.2%	3.6%	3.5%	1.4%	0.0%	3.1%	1.6%	15.7%	3.4%
6	その他	10.7%	1.7%	0.0%	2.1%	1.4%	7.9%	6.2%	11.5%	8.6%	3.5%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【性別】

- ・中国は「ホテル（洋室中心）」では男性が約75%で、女性を約11ポイント上回っている。一方、「民泊・有料での住宅宿泊」を利用した女性は約30%で、男性より多く、約15ポイントの差がある。

問7 宿泊施設の種類の種類*性別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	ホテル(洋室中心)	75.0%	64.4%	63.6%	69.2%	52.9%	48.5%	68.5%	59.0%
2	旅館(和室中心)	12.1%	5.0%	21.5%	15.4%	8.2%	3.8%	6.5%	1.3%
3	ユースホステル・ゲストハウス	0.8%	1.4%	9.3%	1.7%	7.1%	9.2%	6.5%	5.1%
4	民泊・有料での住宅宿泊	14.5%	29.5%	19.6%	17.1%	42.4%	36.9%	17.6%	24.4%
5	親戚・知人宅	3.2%	1.8%	5.6%	4.3%	0.0%	2.3%	1.9%	0.0%
6	その他	1.6%	1.8%	2.8%	2.6%	1.2%	1.5%	6.5%	11.5%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

【年齢別】

- ・いずれの国・地域でも、「民泊・有料での住宅宿泊」は年齢が低いほど多くなる傾向があり、若い人が民泊に宿泊する特徴がある。

問7 宿泊施設の種類*年齢別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30~39歳 (n=119)	40~49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30~39歳 (n=119)	40~49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30~39歳 (n=119)	40~49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30~39歳 (n=119)	40~49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	ホテル(洋室中心)	60.4%	68.9%	72.5%	78.5%	56.6%	70.9%	60.0%	82.4%	46.1%	56.1%	52.6%	47.7%	48.5%	66.7%	83.3%	68.8%
2	旅館(和室中心)	7.9%	8.4%	7.5%	3.8%	20.5%	18.2%	22.9%	11.8%	5.3%	3.5%	2.6%	11.4%	1.5%	8.9%	0.0%	6.3%
3	ユースホステル・ゲストハウス	1.2%	1.7%	2.5%	0.0%	10.8%	3.6%	2.9%	0.0%	11.8%	10.5%	2.6%	4.5%	10.6%	2.2%	3.3%	4.2%
4	民泊・有料での住宅宿泊	34.1%	21.8%	17.5%	13.9%	21.7%	20.0%	20.0%	9.8%	40.8%	40.4%	36.8%	36.4%	34.8%	17.8%	6.7%	14.6%
5	親戚・知人宅	3.0%	1.7%	0.0%	2.5%	3.6%	3.6%	8.6%	5.9%	1.3%	0.0%	5.3%	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%	2.1%
6	その他	1.8%	2.5%	0.0%	1.3%	2.4%	3.6%	2.9%	2.0%	0.0%	0.0%	2.6%	4.5%	4.5%	13.3%	6.7%	10.4%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【来回数別】

- ・中国は「ホテル(洋室中心)」では初回が約74%で、リピーターより多く、約17ポイントの差がある。一方、初回の「民泊・有料での住宅宿泊」ではリピーターが約33%で、初回より約13ポイント多い。
- ・韓国・台湾・香港は「ホテル(洋室中心)」ではリピーターが約72%で、初回より多く、約16ポイントの差がある。同様に、「旅館(和室中心)」ではリピーターが約22%で、初回より約10ポイント多い。一方、初回の「民泊・有料での住宅宿泊」では初回が約27%で、リピーターを約13ポイント上回っている。
- ・東南アジアは、「民泊・有料での住宅宿泊」ではリピーターが約50%で、初回と比べて約17ポイント多い。

問7 宿泊施設の種類*来回数

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	ホテル(洋室中心)	74.0%	56.8%	55.8%	72.1%	51.9%	47.5%	60.5%	70.0%
2	旅館(和室中心)	6.3%	8.8%	11.7%	21.8%	5.2%	6.3%	3.1%	6.7%
3	ユースホステル・ゲストハウス	1.2%	1.4%	5.2%	5.4%	8.9%	7.5%	7.8%	1.7%
4	民泊・有料での住宅宿泊	20.1%	33.1%	27.3%	13.6%	32.6%	50.0%	24.0%	15.0%
5	親戚・知人宅	0.8%	4.7%	2.6%	6.1%	1.5%	1.3%	0.0%	5.0%
6	その他	0.8%	3.4%	3.9%	2.0%	1.5%	1.3%	8.5%	8.3%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

④大阪での移手段（問 8、MA）

【全体】

- ・全体では「鉄道」が約 84%を占めている。

【国・地域別】

- ・韓国の「レンタカー」は約 14%で、全体より約 10 ポイント多い。
- ・台湾の「観光バス」は約 24%で、全体より約 10 ポイント多い。
- ・北米の「タクシー」は約 23%となっており、全体を約 11 ポイント上回っている。

問8 移手段

MA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジ ア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	鉄道	82.1%	74.6%	89.1%	80.1%	96.3%	93.7%	87.7%	95.1%	87.1%	84.3%
2	路線バス	25.0%	19.4%	16.4%	25.5%	19.5%	20.6%	16.9%	9.8%	22.9%	19.8%
3	観光バス	10.7%	19.2%	12.7%	24.1%	9.3%	1.6%	7.7%	3.3%	7.1%	14.0%
4	タクシー	14.3%	11.2%	16.4%	6.4%	11.6%	4.8%	23.1%	8.2%	20.0%	11.7%
5	レンタカー	14.3%	4.2%	10.9%	5.7%	3.7%	1.6%	3.1%	0.0%	1.4%	4.3%
6	レンタサイクル	7.1%	1.0%	0.0%	2.8%	0.5%	1.6%	0.0%	1.6%	1.4%	1.3%
7	その他	7.1%	3.0%	3.6%	2.1%	2.8%	6.3%	6.2%	1.6%	10.0%	3.7%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【性別】

- ・韓国・台湾・香港は「路線バス」では男性の利用率が約 31%で、女性より多く、約 15 ポイントの差がある。

問8 移手段*性別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	鉄道	71.0%	76.3%	85.0%	80.3%	95.3%	96.9%	93.5%	89.7%
2	路線バス	18.5%	19.8%	30.8%	16.2%	22.4%	17.7%	16.7%	15.4%
3	観光バス	23.4%	17.3%	18.7%	20.5%	4.7%	12.3%	0.9%	9.0%
4	タクシー	10.5%	11.5%	11.2%	8.5%	12.9%	10.8%	13.9%	10.3%
5	レンタカー	6.5%	3.2%	8.4%	7.7%	5.9%	2.3%	1.9%	1.3%
6	レンタサイクル	0.8%	1.1%	2.8%	2.6%	0.0%	0.8%	1.9%	0.0%
7	その他	4.0%	2.5%	2.8%	3.4%	2.4%	3.1%	2.8%	7.7%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

【年齢別】

- 中国は「鉄道」では50歳以上が約44%で、他の年代と比べて最も少ない。一方、「観光バス」では50歳以上が約51%で最も多い。
- 韓国・台湾・香港の「路線バス」では30～39歳が約33%で最も多い。一方、50歳以上の「観光バス」が約45%、「タクシー」が約18%、「レンタカー」が約14%、いずれも他の年代より多い。
- 欧米豪の「タクシー」では、50歳以上が約25%で、他の年代より約14ポイント以上多い。

問8 移動手段*年齢別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	鉄道	86.0%	79.8%	72.5%	44.3%	90.4%	90.9%	82.9%	60.8%	94.7%	98.2%	97.4%	95.5%	95.5%	91.1%	86.7%	91.7%
2	路線バス	20.7%	20.2%	27.5%	11.4%	26.5%	32.7%	20.0%	9.8%	18.4%	21.1%	15.8%	22.7%	12.1%	20.0%	13.3%	18.8%
3	観光バス	9.1%	10.1%	25.0%	50.6%	9.6%	14.5%	14.3%	45.1%	6.6%	8.8%	15.8%	9.1%	0.0%	2.2%	3.3%	12.5%
4	タクシー	11.0%	11.8%	7.5%	12.7%	6.0%	9.1%	8.6%	17.6%	10.5%	5.3%	15.8%	18.2%	4.5%	11.1%	10.0%	25.0%
5	レンタカー	1.8%	5.0%	10.0%	5.1%	2.4%	9.1%	11.4%	13.7%	1.3%	7.0%	5.3%	2.3%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%
6	レンタサイクル	0.0%	1.7%	5.0%	0.0%	1.2%	5.5%	5.7%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	1.5%	2.2%	0.0%	0.0%	
7	その他	2.4%	4.2%	5.0%	1.3%	1.2%	5.5%	5.7%	2.0%	1.3%	0.0%	10.5%	2.3%	1.5%	2.2%	3.3%	12.5%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【来回数別】

- 中国は「鉄道」ではリピーターが約87%で、初回より多く、約19ポイントの差がある。一方、「観光バス」では初回の利用率は約24%で、リピーターを約14ポイント上回っている。

問8 移動手段*来回数

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	鉄道	67.7%	86.5%	81.8%	83.0%	97.0%	95.0%	90.7%	95.0%
2	路線バス	19.3%	19.6%	23.4%	23.1%	16.3%	25.0%	14.7%	18.3%
3	観光バス	24.4%	10.1%	18.2%	20.4%	8.1%	11.3%	3.9%	5.0%
4	タクシー	8.7%	15.5%	5.2%	12.2%	11.9%	11.3%	10.1%	16.7%
5	レンタカー	4.3%	4.1%	2.6%	10.9%	2.2%	6.3%	1.6%	1.7%
6	レンタサイクル	1.2%	0.7%	0.0%	4.1%	0.7%	0.0%	0.8%	1.7%
7	その他	3.1%	2.7%	3.9%	2.7%	2.2%	3.8%	4.7%	5.0%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

(3) 今回の大阪訪問の情報入手について

①旅行前の情報入手手段（問9、MA）

【全体】

- ・全体では「インターネット検索」が最も多く、約44%を占めている。次いで、「動画サイト」が約17%で、「旅行ガイドブック」、「SNS（フェイスブック等）」、「自国の親戚・知人」はいずれも約15%となっている。

【国・地域別】

- ・韓国は「SNS（フェイスブック等）」が約25%で二番目に多く、続いて「個人のブログ」が約21%となり、いずれも全体を約10ポイント上回っている。
- ・香港と台湾は「SNS（フェイスブック等）」の利用率は約23%前後となっており、全体より約8ポイント前後多い。台湾は、「個人のブログ」の利用者が（四番目だが）約21%存在し、全体を約10ポイント上回っている。
- ・欧州、北米、オーストラリアは「インターネット検索」が約57%～63%であり、他の国・地域と比べて利用率が高い特徴がある。また、欧州は「旅行ガイドブック」が約32%で、全体を約17ポイント上回っている。

問9 旅行前の情報入手手段

MA 3つ/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジ ア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	テレビ番組	3.6%	8.5%	7.3%	16.3%	7.0%	7.9%	1.5%	6.6%	4.3%	8.2%
2	動画サイト	17.9%	② 22.6%	14.5%	② 24.1%	12.6%	③ 11.1%	4.6%	11.5%	4.3%	② 16.8%
3	新聞	0.0%	2.7%	5.5%	3.5%	3.3%	3.2%	1.5%	0.0%	1.4%	2.7%
4	旅行専門誌	0.0%	10.0%	③ 20.0%	19.1%	11.6%	③ 11.1%	6.2%	11.5%	7.1%	11.5%
5	旅行ガイドブック	10.7%	13.4%	18.2%	12.8%	14.9%	② 31.7%	② 15.4%	8.2%	③ 10.0%	③ 14.5%
6	旅行会社パンフレット	3.6%	11.9%	5.5%	9.2%	6.5%	1.6%	1.5%	11.5%	4.3%	8.3%
7	日本政府観光局HP	0.0%	2.5%	9.1%	5.7%	7.9%	6.3%	3.1%	8.2%	4.3%	4.9%
8	大阪観光HP	3.6%	3.2%	5.5%	5.7%	2.3%	0.0%	1.5%	0.0%	1.4%	2.9%
9	宿泊予約サイト	7.1%	3.7%	12.7%	2.8%	7.4%	9.5%	9.2%	4.9%	③ 10.0%	6.0%
10	旅行会社HP	3.6%	14.2%	5.5%	8.5%	9.3%	3.2%	6.2%	③ 14.8%	7.1%	10.3%
11	口コミサイト	7.1%	③ 16.2%	7.3%	6.4%	③ 17.7%	6.3%	3.1%	13.1%	4.3%	12.3%
12	SNS(フェイスブック等)	② 25.0%	12.4%	② 23.6%	③ 22.7%	② 18.6%	7.9%	4.6%	6.6%	7.1%	③ 14.5%
13	個人のブログ	③ 21.4%	6.5%	9.1%	20.6%	15.8%	6.3%	7.7%	4.9%	4.3%	10.5%
14	旅行代理店店舗	0.0%	10.2%	5.5%	5.7%	5.1%	7.9%	1.5%	6.6%	4.3%	6.9%
15	自国の親戚・知人	17.9%	12.9%	14.5%	17.0%	15.8%	7.9%	② 15.4%	② 19.7%	② 20.0%	③ 14.9%
16	日本在住の親戚・知人	10.7%	6.0%	3.6%	8.5%	4.7%	4.8%	10.8%	0.0%	17.1%	6.6%
17	インターネット検索	① 50.0%	① 35.3%	① 45.5%	① 35.5%	① 42.8%	① 61.9%	① 63.1%	① 57.4%	① 62.9%	① 43.8%
18	その他	14.3%	8.0%	5.5%	4.3%	4.2%	4.8%	9.2%	4.9%	7.1%	6.5%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【年齢別】

- 中国の30歳未満は「インターネット検索」が1位、「動画サイト」が2位であり、デジタル媒体を利用する特徴がある。一方、50歳以上は「旅行代理店店舗」が約33%で1位、「旅行会社パンフレット」が約30%で2位であり、デジタル媒体以外の手段が上位となっている。
- 韓国・台湾・香港の30歳未満では「SNS（フェイスブック等）」が約34%で、30～39歳では「動画サイト」が約29%で、2位となっており、デジタル媒体を利用する特徴がある。それに対して、40～49歳は「旅行専門誌」が約29%、50歳以上は「旅行会社パンフレット」が約22%で、2位であり、紙媒体を利用する特徴がある。
- 東南アジアの40歳未満は「インターネット検索」の他、「SNS（フェイスブック等）」、「ロコミサイト」、「個人のブログ」などデジタル媒体を利用している様子がうかがえる。40歳以上は「インターネット検索」だけでなく、「旅行ガイドブック」（40～49歳が約16%）、「旅行専門誌」（50歳以上が約25%）も多く、デジタル媒体と紙媒体を併用している。
- 欧米豪はすべての世代で「インターネット検索」の利用が最も多い。紙媒体である「旅行ガイドブック」（30～39歳及び50歳以上で2位）、「旅行専門誌」（40～49歳で2位）といった紙媒体も利用している。

問9 旅行前の情報入手手段*年齢別

MA 3つ/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	テレビ番組	10.4%	9.2%	10.0%	2.5%	10.8%	14.5%	22.9%	5.9%	7.9%	7.0%	7.9%	4.5%	3.0%	6.7%	3.3%	8.3%
2	動画サイト	24.4%	24.4%	22.5%	16.5%	25.3%	29.1%	17.1%	7.8%	13.2%	12.3%	15.8%	9.1%	9.1%	20.0%	3.3%	2.1%
3	新聞	1.8%	1.7%	7.5%	3.8%	6.0%	3.6%	0.0%	2.0%	2.6%	3.5%	7.9%	0.0%	0.0%	2.2%	3.3%	2.1%
4	旅行専門誌	7.9%	15.1%	12.5%	5.1%	12.0%	20.0%	28.6%	13.7%	9.2%	7.0%	7.9%	25.0%	6.1%	0.0%	16.7%	18.8%
5	旅行ガイドブック	5.5%	12.6%	20.0%	27.8%	10.8%	10.9%	17.1%	19.6%	14.5%	15.8%	15.8%	13.6%	16.7%	22.2%	13.3%	20.8%
6	旅行会社パンフレット	6.7%	6.7%	12.5%	30.4%	3.6%	1.8%	5.7%	21.6%	5.3%	1.8%	13.2%	9.1%	6.1%	6.7%	0.0%	4.2%
7	日本政府観光局HP	2.4%	1.7%	7.5%	1.3%	1.2%	5.5%	11.4%	9.8%	3.9%	8.8%	10.5%	11.4%	1.5%	11.1%	13.3%	2.1%
8	大阪観光HP	4.3%	3.4%	2.5%	1.3%	6.0%	1.8%	8.6%	5.9%	2.6%	3.5%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	0.0%
9	宿泊予約サイト	3.7%	4.2%	7.5%	1.3%	7.2%	3.6%	11.4%	2.0%	6.6%	10.5%	5.3%	6.8%	6.1%	6.7%	13.3%	8.3%
10	旅行会社HP	16.5%	16.0%	10.0%	8.9%	3.6%	5.5%	2.9%	17.6%	7.9%	14.0%	5.3%	9.1%	7.6%	6.7%	6.7%	10.4%
11	ロコミサイト	22.6%	16.0%	17.5%	2.5%	6.0%	9.1%	8.6%	3.9%	19.7%	22.8%	13.2%	11.4%	12.1%	8.9%	3.3%	2.1%
12	SNS(フェイスブック等)	16.5%	14.3%	12.5%	1.3%	33.7%	21.8%	17.1%	11.8%	25.0%	22.8%	15.8%	4.5%	7.6%	4.4%	10.0%	4.2%
13	個人のブログ	9.8%	5.9%	5.0%	1.3%	20.5%	25.5%	17.1%	5.9%	18.4%	21.1%	10.5%	9.1%	9.1%	8.9%	6.7%	0.0%
14	旅行代理店店舗	4.9%	3.4%	7.5%	32.9%	0.0%	0.0%	5.7%	17.6%	0.0%	10.5%	2.6%	9.1%	3.0%	6.7%	6.7%	6.3%
15	自国の親戚・知人	14.0%	11.8%	10.0%	13.9%	19.3%	12.7%	11.4%	19.6%	17.1%	22.8%	13.2%	6.8%	19.7%	11.1%	16.7%	8.3%
16	日本在住の親戚・知人	8.5%	5.0%	2.5%	3.8%	9.6%	3.6%	11.4%	5.9%	3.9%	1.8%	7.9%	6.8%	9.1%	4.4%	3.3%	2.1%
17	インターネット検索	38.4%	39.5%	27.5%	26.6%	51.8%	41.8%	31.4%	23.5%	51.3%	40.4%	31.6%	40.9%	66.7%	48.9%	66.7%	66.7%
18	その他	11.0%	8.4%	7.5%	1.3%	4.8%	9.1%	0.0%	7.8%	6.6%	0.0%	5.3%	4.5%	3.0%	11.1%	6.7%	6.3%
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【来阪回数別】

- ・ 中国は「動画サイト」ではリピーターが約 29%で、初回より多い。
- ・ 韓国・台湾・香港は「SNS（フェイスブック等）」ではリピーターが約 30%で、初回を約 20 ポイント上回っている。一方、「自国の親戚・知人」では初回が約 25%で、リピーターを約 13 ポイント上回っている。

問9 旅行前の情報入手手段*来阪回数

MA 3つ/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピート (n=148)	初回 (n=77)	リピート (n=147)	初回 (n=135)	リピート (n=80)	初回 (n=129)	リピート (n=60)
1	テレビ番組	5.1%	14.2%	11.7%	12.9%	6.7%	7.5%	6.2%	3.3%
2	動画サイト	18.9%	29.1%	26.0%	18.4%	11.9%	13.8%	7.8%	11.7%
3	新聞	3.1%	2.0%	5.2%	2.7%	2.2%	5.0%	0.8%	3.3%
4	旅行専門誌	8.7%	12.2%	11.7%	19.7%	12.6%	10.0%	9.3%	10.0%
5	旅行ガイドブック	16.9%	7.4%	14.3%	13.6%	15.6%	13.8%	16.3%	23.3%
6	旅行会社パンフレット	14.6%	7.4%	7.8%	7.5%	5.2%	8.8%	6.2%	1.7%
7	日本政府観光局HP	1.2%	4.7%	5.2%	6.1%	8.1%	7.5%	5.4%	6.7%
8	大阪観光HP	1.2%	6.8%	3.9%	6.1%	3.0%	1.3%	0.8%	0.0%
9	宿泊予約サイト	3.1%	4.7%	7.8%	4.8%	8.1%	6.3%	9.3%	5.0%
10	旅行会社HP	15.7%	11.5%	7.8%	6.8%	9.6%	8.8%	8.5%	6.7%
11	口コミサイト	19.3%	10.8%	3.9%	8.2%	14.1%	23.8%	6.2%	10.0%
12	SNS(フェイスブック等)	13.0%	11.5%	10.4%	29.9%	20.0%	16.3%	7.8%	3.3%
13	個人のブログ	7.1%	5.4%	22.1%	15.6%	16.3%	15.0%	8.5%	1.7%
14	旅行代理店店舗	14.2%	3.4%	6.5%	4.1%	4.4%	6.3%	5.4%	5.0%
15	自国の親戚・知人	15.4%	8.8%	24.7%	12.2%	17.8%	12.5%	14.0%	15.0%
16	日本在住の親戚・知人	4.3%	8.8%	5.2%	8.8%	5.9%	2.5%	3.1%	10.0%
17	インターネット検索	34.3%	37.2%	32.5%	43.5%	41.5%	45.0%	60.5%	61.7%
18	その他	6.7%	10.1%	3.9%	6.8%	5.2%	2.5%	7.0%	5.0%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

②旅行中の情報入手手段（問 10、MA）

【全体】

- 旅行前と同様に、全体では「インターネット検索」が最も多く、約 55%を占めている。次いで、「持参したガイドブック」、「観光案内所」、「SNS（フェイスブック等）」が20%以上となっている。

【国・地域別】

- 韓国は「SNS（フェイスブック等）」が約 32%で二番目に多く、続いて「個人のブログ」が約 25%となっている。台湾でも同様の傾向が見られる。
- 香港は「宿泊施設」が約 22%と、三番目に多くなっている。
- 欧州は「持参したガイドブック」、「観光案内所」の利用率が高く、いずれも 30%を超えている。
- 北米は「宿泊施設」が約 20%となっており、二番目に多い。
- オーストラリアは「観光案内所」が約 38%で、全体を約 15 ポイント上回っている。

問10 旅行中の情報入手手段

MA 3つ/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南アジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	持参したガイドブック	21.4%	② 22.1%	③ 21.8%	14.2%	③ 21.9%	③ 31.7%	③ 18.5%	16.4%	③ 20.0%	③ 20.9%
2	観光案内所	17.9%	18.7%	12.7%	③ 22.0%	② 26.5%	② 33.3%	16.9%	② 37.7%	② 25.7%	② 22.5%
3	観光サイン・看板	3.6%	18.9%	20.0%	14.9%	18.6%	6.3%	12.3%	③ 9.8%	8.6%	15.7%
4	宿泊施設	7.1%	6.7%	③ 21.8%	11.3%	10.2%	17.5%	② 20.0%	19.7%	8.6%	11.0%
5	大阪観光HP	3.6%	4.7%	7.3%	7.1%	6.0%	7.9%	1.5%	1.6%	4.3%	5.2%
6	個人のブログ	③ 25.0%	9.2%	7.3%	③ 22.0%	17.7%	7.9%	13.8%	6.6%	10.0%	12.9%
7	SNS(フェイスブック等)	② 32.1%	② 22.1%	② 25.5%	② 36.2%	21.4%	7.9%	1.5%	14.8%	15.7%	③ 21.4%
8	日本で入手したパンフレット、チラシ	10.7%	9.0%	16.4%	14.9%	10.7%	3.2%	3.1%	14.8%	2.9%	9.7%
9	添乗員等の口コミ	7.1%	16.4%	5.5%	12.1%	9.8%	3.2%	9.2%	6.6%	2.9%	11.2%
10	大阪府民とのコミュニケーション	3.6%	4.7%	3.6%	6.4%	2.8%	3.2%	3.1%	1.6%	2.9%	4.0%
11	日本在住の親戚・知人	17.9%	8.5%	3.6%	11.3%	12.1%	4.8%	16.9%	4.9%	③ 20.0%	10.4%
12	インターネット検索	① 53.6%	① 48.8%	① 60.0%	① 53.2%	① 58.6%	① 71.4%	① 63.1%	① 67.2%	① 52.9%	① 55.4%
13	その他	17.9%	6.7%	9.1%	2.1%	4.2%	9.5%	13.8%	4.9%	15.7%	7.1%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【年齢別】

- 中国の 50 歳以上は「添乗員等の口コミ」が約 46%で最も多い。
- 韓国・台湾・香港では、40～49 歳は「観光サイン・看板」が「SNS（フェイスブック等）」「観光案内所」と同じ約 23%で二番目に多く、他の年代に比べて多い。
- 東南アジアでは、30 歳未満は「SNS（フェイスブック等）」が約 30%、30～39 歳は「個人のブログ」が約 28%で二番目に多く、デジタル媒体を利用する特徴がある。
- 欧米豪はすべての世代で「インターネット検索」の利用が約 65%以上で多い。

問10 旅行中の情報入手手段*年齢別

MA 3つ/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	持参したガイドブック	23.8%	② 27.7%	15.0%	13.9%	13.3%	25.5%	20.0%	11.8%	22.4%	15.8%	② 21.1%	29.5%	18.2%	② 22.2%	26.7%	25.0%
2	観光案内所	20.1%	21.0%	20.0%	11.4%	16.9%	21.8%	② 22.9%	17.6%	25.0%	26.3%	② 21.1%	② 34.1%	② 24.2%	20.0%	② 33.3%	② 41.7%
3	観光サイン・看板	23.2%	16.0%	17.5%	15.2%	15.7%	10.9%	② 22.9%	11.8%	22.4%	21.1%	18.4%	9.1%	4.5%	13.3%	13.3%	10.4%
4	宿泊施設	6.7%	10.1%	5.0%	2.5%	12.0%	14.5%	20.0%	9.8%	9.2%	14.0%	10.5%	6.8%	22.7%	11.1%	13.3%	25.0%
5	大阪観光HP	4.9%	5.9%	5.0%	2.5%	2.4%	9.1%	8.6%	9.8%	3.9%	8.8%	2.6%	9.1%	1.5%	2.2%	6.7%	6.3%
6	個人のブログ	10.4%	10.1%	10.0%	5.1%	25.3%	14.5%	14.3%	15.7%	17.1%	② 28.1%	15.8%	6.8%	15.2%	13.3%	3.3%	2.1%
7	SNS(フェイスブック等)	② 29.3%	21.0%	② 30.0%	5.1%	② 43.4%	② 40.0%	② 22.9%	15.7%	② 30.3%	24.6%	13.2%	9.1%	10.6%	4.4%	3.3%	10.4%
8	日本で入手したパンフレット、チラシ	9.1%	5.0%	7.5%	15.2%	13.3%	12.7%	20.0%	15.7%	13.2%	10.5%	5.3%	11.4%	7.6%	6.7%	10.0%	4.2%
9	添乗員等の口コミ	7.9%	10.1%	12.5%	① 45.6%	4.8%	3.6%	5.7%	② 27.5%	6.6%	12.3%	10.5%	11.4%	4.5%	15.6%	3.3%	2.1%
10	大阪府民とのコミュニケーション	7.9%	4.2%	2.5%	0.0%	6.0%	7.3%	2.9%	3.9%	1.3%	5.3%	2.6%	2.3%	1.5%	4.4%	6.7%	0.0%
11	日本在住の親戚・知人	11.6%	8.4%	0.0%	6.3%	14.5%	3.6%	14.3%	7.8%	9.2%	10.5%	15.8%	15.9%	16.7%	4.4%	3.3%	6.3%
12	インターネット検索	① 55.5%	① 52.1%	① 50.0%	② 29.1%	① 59.0%	① 60.0%	① 60.0%	① 39.2%	① 68.4%	① 57.9%	① 57.9%	① 43.2%	① 68.7%	① 66.7%	① 66.7%	① 64.6%
13	その他	8.5%	6.7%	7.5%	2.5%	4.8%	7.3%	2.9%	7.8%	5.3%	1.8%	5.3%	4.5%	10.6%	11.1%	6.7%	8.3%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【来阪回数別】

- ・中国の「添乗員等の口コミ」では初回が約 22%で、リピーターを約 15 ポイント上回っている。
- ・韓国・台湾・香港の「観光サイン・看板」では初回が約 22%で、リピーターを約 11 ポイント上回っている。
- ・東南アジアの「SNS (フェイスブック等)」では初回が約 25%で、リピーターを約 10 ポイント上回っている。
- ・欧米豪の「持参したガイドブック」では初回が約 26%で、リピーターを約 13 ポイント上回っている。
一方、「観光サイン・看板」ではリピーターが約 18%で、初回を約 13 ポイント上回っている。

問10 旅行中の情報入手手段*来阪回数

MA 3つ/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	持参したガイドブック	20.9%	24.3%	16.9%	17.0%	22.2%	21.3%	26.4%	13.3%
2	観光案内所	18.1%	19.6%	22.1%	17.7%	27.4%	25.0%	31.8%	23.3%
3	観光サイン・看板	19.7%	17.6%	22.1%	10.9%	20.7%	15.0%	5.4%	18.3%
4	宿泊施設	6.3%	7.4%	13.0%	13.6%	8.1%	13.8%	18.6%	20.0%
5	大阪観光HP	4.7%	4.7%	3.9%	8.2%	3.7%	10.0%	3.9%	3.3%
6	個人のブログ	8.3%	10.8%	15.6%	20.4%	17.8%	17.5%	10.1%	8.3%
7	SNS(フェイスブック等)	21.7%	23.0%	31.2%	34.0%	25.2%	15.0%	7.0%	10.0%
8	日本で入手したパンフレット、チラシ	9.4%	8.1%	11.7%	16.3%	9.6%	12.5%	7.8%	5.0%
9	添乗員等の口コミ	22.0%	6.8%	9.1%	10.2%	9.6%	10.0%	6.2%	6.7%
10	大阪府民とのコミュニケーション	3.9%	6.1%	2.6%	6.8%	3.0%	2.5%	2.3%	3.3%
11	日本在住の親戚・知人	7.1%	10.8%	6.5%	12.2%	10.4%	15.0%	9.3%	8.3%
12	インターネット検索	48.8%	48.6%	57.1%	53.7%	57.0%	61.3%	64.3%	73.3%
13	その他	6.7%	6.8%	2.6%	7.5%	4.4%	3.8%	10.1%	8.3%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

③旅行中に必要な情報（問 11、MA）

【全体】

- ・全体では「交通手段」が約 61%で最も多く、次いで「食事」が約 52%、「観光施設・景勝地」が約 42%の順となっている。

【国・地域別】

- ・香港、台湾では「イベント」がそれぞれ約 24%、約 26%で、全体を上回っている。また、台湾は「観光施設・景勝地」が約 54%で、全体より約 12 ポイント多い。
- ・東南アジアとオーストラリアでは「無料Wi-Fi」が 33%前後あり、全体より約 9 ポイント多い。

問11 旅行中に必要な情報

MA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	宿泊施設	32.1%	38.8%	29.1%	26.2%	36.7%	36.5%	26.2%	41.0%	25.7%	34.5%
2	イベント	3.6%	15.4%	23.6%	26.2%	10.2%	17.5%	18.5%	18.0%	24.3%	16.9%
3	交通手段	50.0%	56.2%	41.8%	69.5%	66.0%	63.5%	58.5%	63.9%	64.3%	60.5%
4	食事	42.9%	50.7%	52.7%	41.1%	54.9%	54.0%	58.5%	55.7%	52.9%	51.3%
5	手荷物預かり	10.7%	16.7%	18.2%	23.4%	9.8%	7.9%	13.8%	16.4%	12.9%	15.2%
6	無料Wi-Fi	14.3%	17.7%	29.1%	19.1%	33.5%	25.4%	24.6%	32.8%	31.4%	24.0%
7	観光施設・景勝地	35.7%	40.5%	34.5%	53.9%	42.8%	39.7%	40.0%	50.8%	34.3%	42.4%
8	体験プログラム	10.7%	10.9%	14.5%	11.3%	7.9%	1.6%	7.7%	0.0%	5.7%	8.9%
9	その他	7.1%	9.0%	9.1%	2.1%	1.9%	4.8%	6.2%	1.6%	8.6%	5.8%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【性別】

- ・欧米豪の「交通手段」では女性が約 71%で、男性を約 14 ポイント上回っている。同様に、「無料Wi-Fi」では女性が約 33%で、男性を約 11 ポイント上回っている。

問11 旅行中に必要な情報*性別

MA 3つ/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	宿泊施設	37.9%	39.2%	32.7%	23.1%	35.3%	37.7%	32.4%	35.9%
2	イベント	20.2%	13.3%	24.3%	21.4%	12.9%	8.5%	15.7%	20.5%
3	交通手段	53.2%	57.6%	56.1%	64.1%	64.7%	66.9%	56.5%	70.5%
4	食事	48.4%	51.8%	44.9%	43.6%	49.4%	58.5%	53.7%	59.0%
5	手荷物預かり	16.9%	16.5%	16.8%	23.9%	11.8%	8.5%	9.3%	17.9%
6	無料Wi-Fi	15.3%	18.7%	22.4%	19.7%	34.1%	33.1%	22.2%	33.3%
7	観光施設・景勝地	33.9%	43.5%	42.1%	51.3%	43.5%	42.3%	43.5%	43.6%
8	体験プログラム	9.7%	11.5%	9.3%	14.5%	7.1%	8.5%	2.8%	3.8%
9	その他	10.5%	8.3%	4.7%	4.3%	1.2%	2.3%	3.7%	3.8%
合計		0.0%	-	-	-	-	-	-	-

【年齢別】

- ・韓国・台湾・香港は40～49歳の「体験プログラム」が約20%で、他の年代より多い。
- ・欧米豪では、「宿泊施設」が40～49歳で約47%、50歳以上で約44%となっており、40歳未満よりも10ポイント以上多い。

問11 旅行中に必要な情報*年齢別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	宿泊施設	47.0%	33.6%	45.0%	26.6%	34.9%	23.6%	25.7%	21.6%	35.5%	38.6%	42.1%	31.8%	30.3%	22.2%	46.7%	43.8%
2	イベント	18.3%	13.4%	15.0%	12.7%	30.1%	20.0%	25.7%	11.8%	10.5%	14.0%	10.5%	4.5%	27.3%	13.3%	20.0%	8.3%
3	交通手段	61.0%	65.5%	57.5%	31.6%	63.9%	70.9%	68.6%	37.3%	65.8%	71.9%	68.4%	56.8%	66.7%	71.1%	63.3%	45.8%
4	食事	52.4%	52.1%	55.0%	43.0%	47.0%	34.5%	48.6%	47.1%	50.0%	57.9%	60.5%	54.5%	66.7%	57.8%	43.3%	47.9%
5	手荷物預かり	22.6%	10.9%	7.5%	17.7%	15.7%	25.5%	25.7%	19.6%	7.9%	15.8%	7.9%	6.8%	9.1%	15.6%	20.0%	10.4%
6	無料Wi-Fi	16.5%	20.2%	25.0%	12.7%	18.1%	21.8%	17.1%	27.5%	38.2%	31.6%	28.9%	31.8%	24.2%	26.7%	26.7%	33.3%
7	観光施設・景勝地	47.0%	37.0%	37.5%	34.2%	51.8%	41.8%	40.0%	49.0%	38.2%	49.1%	39.5%	45.5%	47.0%	40.0%	40.0%	43.8%
8	体験プログラム	15.2%	13.4%	2.5%	2.5%	10.8%	9.1%	20.0%	11.8%	7.9%	8.8%	5.3%	9.1%	1.5%	2.2%	3.3%	6.3%
9	その他	6.7%	7.6%	5.0%	17.7%	2.4%	3.6%	5.7%	7.8%	1.3%	0.0%	2.6%	4.5%	3.0%	4.4%	3.3%	6.3%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【来阪回数別】

- ・中国は「イベント」ではリピーターが約 22%で、初回より約 11 ポイント多い。同様に、「無料Wi-Fi」ではリピーターが約 26%で、初回を約 13 ポイント上回っている。一方「観光施設・景勝地」では初回が約 45%で、リピーターより約 11 ポイント多い。
- ・韓国・台湾・香港は「宿泊施設」では初回が約 36%で、リピーターより約 13 ポイント多い。同様に、「交通手段」、「観光施設・景勝地」でも初回がリピーターを 10 ポイント以上上回っている。
- ・東南アジアは「無料Wi-Fi」では初回が約 43%で、リピーターより圧倒的に多く、約 25 ポイントの差がある。
- ・欧米豪は「手荷物預かり」ではリピーターが約 20%で初回より多い特徴がある。一方、「交通手段」では初回が約 67%で、リピーターを約 17 ポイント上回っている。

問11 旅行中に必要な情報*来阪回数

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	宿泊施設	39.4%	37.8%	36.4%	23.1%	39.3%	32.5%	31.0%	41.7%
2	イベント	11.4%	22.3%	19.5%	24.5%	8.1%	13.8%	18.6%	16.7%
3	交通手段	55.5%	57.4%	67.5%	56.5%	65.9%	66.3%	67.4%	50.0%
4	食事	52.0%	48.6%	39.0%	46.9%	54.8%	55.0%	57.4%	53.3%
5	手荷物預かり	17.3%	15.5%	15.6%	23.1%	9.6%	10.0%	9.3%	20.0%
6	無料Wi-Fi	12.6%	26.4%	11.7%	25.9%	43.0%	17.5%	25.6%	31.7%
7	観光施設・景勝地	44.5%	33.8%	55.8%	42.2%	44.4%	40.0%	48.8%	31.7%
8	体験プログラム	9.8%	12.8%	15.6%	10.2%	5.9%	11.3%	3.1%	3.3%
9	その他	10.6%	6.1%	5.2%	4.1%	0.7%	3.8%	3.1%	6.7%
合計		0.0%	-	-	-	-	-	-	-

(4) 今回の大阪旅行に期待していたこと及び満足度等について

①大阪旅行に期待していたこと (問 12、MA)

【全体】

・全体では「観光・景観」が約 72%と最も多く、次いで「食事(日本食・日本酒)」が約 54%、「買い物」が約 47%、「歴史・文化」が約 46%と上位を占めている。

【国・地域別】

- ・韓国は、「食事(日本食・日本酒)」が約 64%と期待度が高く、「観光・景観」より約 18 ポイント上回っている。また、「ポップカルチャー」も約 18%で、全体より多い。
- ・中国は「買い物」が約 57%で、全体より多い。
- ・台湾は「レジャー・アミューズメント」が約 50%で、全体より約 15%上回っている。
- ・東南アジアは「自然」が約 36%で、全体を約 12 ポイント上回っている。
- ・欧州、北米、オーストラリアは「歴史・文化」が約 55%~64%となっており、全体を上回っている。
- ・オーストラリアは「自然」が約 38%、「温泉」が約 21%、「ポップカルチャー」が約 20%で、全体より多い。

問12 大阪旅行に期待していたこと

MA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジ ア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	観光・景観	46.4	71.6	60.0	78.7	76.3	63.5	66.2	80.3	65.7	71.5
2	歴史・文化	17.9	38.1	47.3	49.6	45.6	63.5	55.4	62.3	52.9	45.7
3	レジャー・アミューズメント	17.9	39.1	38.2	50.4	33.5	17.5	29.2	34.4	14.3	35.2
4	お城	3.6	3.7	14.5	9.2	21.4	33.3	40.0	27.9	35.7	15.6
5	買い物	39.3	57.0	38.2	41.1	54.9	28.6	33.8	26.2	31.4	46.8
6	食事(日本食・日本酒)	64.3	48.3	45.5	56.0	57.2	54.0	69.2	57.4	54.3	53.7
7	交流	14.3	6.7	9.1	12.8	10.7	17.5	29.2	26.2	21.4	12.5
8	自然	10.7	14.4	27.3	17.7	36.3	28.6	32.3	37.7	25.7	23.5
9	温泉	17.9	12.7	14.5	24.1	7.9	6.3	12.3	21.3	7.1	13.2
10	スポーツ	3.6	0.5	3.6	1.4	0.9	4.8	4.6	1.6	2.9	1.6
11	ポップカルチャー	17.9	6.7	0.0	5.0	6.0	7.9	9.2	19.7	2.9	7.0
12	水上バス・河川での船遊び	3.6	1.7	1.8	3.5	2.8	1.6	3.1	1.6	7.1	2.6
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【性別】

- ・中国の「歴史・文化」では、男性が約48%で、女性より約14ポイント多い。
- ・韓国・台湾・香港の「レジャー・アミューズメント」では女性が約49%で、男性より約12ポイント多い。それに対して、「食事（日本食・日本酒）」では男性が約61%で、女性より約12ポイント多い。
- ・欧米豪の女性は「観光・景観」が約77%、「歴史・文化」が約67%で、いずれも男性より多い。同様に、「食事（日本食・日本酒）」では女性が約71%で、男性より約17ポイント上回っている。

問12 大阪旅行に期待していたこと*性別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	観光・景観	76.6%	69.4%	69.2%	70.9%	74.1%	77.7%	65.7%	76.9%
2	歴史・文化	47.6%	33.8%	45.8%	44.4%	48.2%	43.8%	55.6%	66.7%
3	レジャー・アミューズメント	36.3%	40.3%	37.4%	48.7%	37.6%	30.8%	24.1%	29.5%
4	お城	4.8%	3.2%	12.1%	7.7%	18.8%	23.1%	33.3%	34.6%
5	買い物	54.8%	57.9%	36.4%	43.6%	51.8%	56.9%	32.4%	25.6%
6	食事(日本食・日本酒)	51.6%	46.8%	60.7%	48.7%	51.8%	60.8%	53.7%	70.5%
7	交流	12.1%	4.3%	14.0%	10.3%	10.6%	10.8%	22.2%	26.9%
8	自然	14.5%	14.4%	17.8%	20.5%	34.1%	37.7%	27.8%	38.5%
9	温泉	7.3%	15.1%	20.6%	21.4%	7.1%	8.5%	13.0%	12.8%
10	スポーツ	1.6%	0.0%	3.7%	0.9%	1.2%	0.8%	3.7%	3.8%
11	ポップカルチャー	6.5%	6.8%	7.5%	3.4%	7.1%	5.4%	13.9%	9.0%
12	水上バス・河川での船遊び	3.2%	1.1%	3.7%	2.6%	2.4%	3.1%	0.9%	3.8%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

【年齢別】

- ・中国では、30歳未満は「買い物」が約66%で他の年代を上回っているが、「歴史・文化」は約31%で、他の年代より少ない。
- ・韓国・台湾・香港の40～49歳は「自然」が約34%、「温泉」が約29%で、いずれも他の年代より多い。
- ・東南アジアの30歳未満は「自然」が約45%で、他の年代より多い。
- ・欧米豪の30歳未満は「レジャー・アミューズメント」が約38%、「食事（日本食・日本酒）」が約76%で、いずれも他の年代より多い。

問12 大阪旅行に期待していたこと*年齢別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	観光・景観	70.7%	66.4%	75.0%	79.7%	68.7%	78.2%	62.9%	68.6%	69.7%	75.4%	92.1%	75.0%	75.8%	71.1%	76.7%	56.3%
2	歴史・文化	30.5%	39.5%	50.0%	45.6%	38.6%	54.5%	40.0%	49.0%	38.2%	50.9%	50.0%	47.7%	59.1%	66.7%	50.0%	62.5%
3	レジャー・アミューズメント	43.3%	42.0%	20.0%	35.4%	48.2%	40.0%	45.7%	37.3%	39.5%	38.6%	31.6%	18.2%	37.9%	33.3%	13.3%	14.6%
4	お城	2.4%	6.7%	2.5%	2.5%	12.0%	5.5%	11.4%	9.8%	19.7%	21.1%	31.6%	15.9%	31.8%	44.4%	26.7%	31.3%
5	買い物	65.9%	52.9%	50.0%	48.1%	42.2%	38.2%	40.0%	39.2%	55.3%	50.9%	60.5%	54.5%	34.8%	26.7%	36.7%	20.8%
6	食事(日本食・日本酒)	52.4%	45.4%	40.0%	48.1%	61.4%	52.7%	42.9%	52.9%	69.7%	54.4%	52.6%	43.2%	75.8%	71.1%	50.0%	35.4%
7	交流	6.1%	6.7%	7.5%	7.6%	10.8%	10.9%	8.6%	17.6%	13.2%	12.3%	7.9%	6.8%	22.7%	26.7%	16.7%	29.2%
8	自然	9.8%	15.1%	15.0%	22.8%	12.0%	12.7%	34.3%	27.5%	44.7%	35.1%	34.2%	25.0%	37.9%	35.6%	13.3%	35.4%
9	温泉	16.5%	10.1%	7.5%	11.4%	15.7%	21.8%	28.6%	23.5%	3.9%	8.8%	10.5%	11.4%	10.6%	15.6%	10.0%	16.7%
10	スポーツ	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	1.8%	2.9%	2.0%	0.0%	3.5%	0.0%	0.0%	1.5%	4.4%	3.3%	6.3%
11	ポップカルチャー	9.1%	8.4%	2.5%	1.3%	9.6%	3.6%	2.9%	2.0%	10.5%	5.3%	2.6%	2.3%	19.7%	17.8%	3.3%	2.1%
12	水上バス・河川での船遊び	2.4%	0.0%	2.5%	2.5%	2.4%	1.8%	0.0%	7.8%	3.9%	1.8%	0.0%	4.5%	1.5%	2.2%	3.3%	2.1%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【来阪回数別】

- ・中国の「観光・景観」は初回が約76%で、リピーターを約12ポイント上回っている。
- ・韓国・台湾・香港の「自然」、「温泉」はリピーターがそれぞれ約23%と約26%で、初回より多い。
- ・東南アジアは「レジャー・アミューズメント」ではリピーターが約41%で、初回より多い。
- ・欧米豪は「歴史・文化」では初回が約64%で、リピーターより多い。同様に、「レジャー・アミューズメント」では初回が約31%で、リピーターより約13ポイント多い。

問12 大阪旅行に期待したこと*来阪回数

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	観光・景観	76.4%	63.5%	76.6%	66.7%	80.0%	70.0%	72.9%	63.3%
2	歴史・文化	41.7%	31.8%	44.2%	45.6%	41.5%	52.5%	63.6%	53.3%
3	レジャー・アミューズメント	41.3%	35.1%	40.3%	44.9%	28.9%	41.3%	31.0%	18.3%
4	お城	4.7%	2.0%	6.5%	11.6%	25.9%	13.8%	35.7%	30.0%
5	買い物	59.4%	52.7%	45.5%	37.4%	55.6%	53.8%	29.5%	30.0%
6	食事(日本食・日本酒)	50.0%	45.3%	57.1%	53.1%	60.0%	52.5%	61.2%	58.3%
7	交流	6.3%	7.4%	11.7%	12.2%	11.1%	10.0%	20.9%	31.7%
8	自然	16.1%	11.5%	11.7%	23.1%	41.5%	27.5%	31.0%	36.7%
9	温泉	12.2%	13.5%	11.7%	25.9%	7.4%	8.8%	11.6%	16.7%
10	スポーツ	0.4%	0.7%	0.0%	3.4%	0.7%	1.3%	4.7%	1.7%
11	ポップカルチャー	7.5%	5.4%	5.2%	5.4%	7.4%	3.8%	13.2%	10.0%
12	水上バス・河川での船遊び	1.2%	2.7%	1.3%	4.1%	3.7%	1.3%	3.1%	0.0%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

②大阪旅行で満足したこと（問13、MA）

【全体】

・全体では、「観光・景観」が約63%で最も多く、次いで「食事（日本食・日本酒）」が約50%、「買い物」が約47%、「歴史・文化」が約39%を占めている。

【国・地域別】

- ・韓国は「食事（日本食・日本酒）」が約75%で、最も満足しており、全体より約25ポイントの差がある。
- ・東南アジアは「観光・景観」が約73%で、全体と約10ポイントの差があり、他の国・地域に比べても一番多い。
- ・北米は「食事（日本食・日本酒）」が約69%で最も多く、次いで「歴史・文化」が約52%で、いずれも全体より多い。
- ・オーストラリアは、「観光・景観」が約69%、「歴史・文化」が約57%、「自然」が約33%で、いずれも全体を上回っている。一方、「買い物」は30%未満となり、全体より少ない。

問13 大阪旅行で満足したこと

MA/n=1100

No	満足したこと	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	観光・景観	39.3	60.0	52.7	67.4	73.0	61.9	56.9	68.9	65.7	63.4
2	歴史・文化	7.1	31.1	30.9	44.0	40.9	44.4	52.3	57.4	54.3	39.0
3	レジャー・アミューズメント	7.1	32.8	38.2	44.0	31.6	9.5	29.2	21.3	18.6	30.5
4	お城	7.1	3.2	9.1	11.3	24.7	34.9	32.3	19.7	42.9	15.8
5	買い物	46.4	54.2	38.2	50.4	50.2	28.6	35.4	29.5	35.7	46.8
6	食事(日本食・日本酒)	75.0	42.8	47.3	55.3	54.4	49.2	69.2	49.2	45.7	50.2
7	交流	14.3	9.0	12.7	11.3	18.1	15.9	26.2	24.6	21.4	14.5
8	自然	10.7	13.4	16.4	17.7	29.8	19.0	23.1	32.8	28.6	20.2
9	温泉	25.0	11.2	14.5	19.9	4.2	7.9	9.2	14.8	7.1	11.1
10	スポーツ	3.6	1.2	3.6	1.4	1.9	0.0	1.5	4.9	4.3	1.9
11	ポップカルチャー	17.9	3.5	1.8	5.0	6.0	9.5	3.1	18.0	4.3	5.6
12	水上バス・河川での船遊び	7.1	1.7	1.8	3.5	2.8	3.2	1.5	1.6	4.3	2.5
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【性別】

- ・韓国・台湾・香港は「買い物」では女性が約52%で、男性より多く、約11ポイントの差がある。
- ・東南アジアは「レジャー・アミューズメント」については男性が約39%で、女性より多い。一方、「食事（日本食・日本酒）」については女性が約59%で男性より多く、約11ポイントの差がある。

問13 大阪旅行で満足したこと*性別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		男性 (n=124)	女性 (n=278)	男性 (n=107)	女性 (n=117)	男性 (n=85)	女性 (n=130)	男性 (n=108)	女性 (n=78)
1	観光・景観	62.9%	58.6%	60.7%	59.8%	76.5%	70.8%	63.0%	62.8%
2	歴史・文化	34.7%	29.5%	39.3%	33.3%	45.9%	37.7%	50.0%	52.6%
3	レジャー・アミューズメント	33.9%	32.4%	37.4%	38.5%	38.8%	26.9%	21.3%	17.9%
4	お城	4.0%	2.9%	11.2%	9.4%	24.7%	24.6%	31.5%	26.9%
5	買い物	48.4%	56.8%	41.1%	52.1%	44.7%	53.8%	31.5%	30.8%
6	食事(日本食・日本酒)	44.4%	42.1%	59.8%	52.1%	48.2%	58.5%	50.9%	64.1%
7	交流	5.6%	10.4%	13.1%	11.1%	17.6%	18.5%	22.2%	23.1%
8	自然	16.1%	12.2%	19.6%	13.7%	32.9%	27.7%	22.2%	26.9%
9	温泉	8.1%	12.6%	22.4%	16.2%	4.7%	3.8%	10.2%	10.3%
10	スポーツ	3.2%	0.4%	0.9%	3.4%	1.2%	2.3%	1.9%	2.6%
11	ポップカルチャー	2.4%	4.0%	7.5%	4.3%	11.8%	2.3%	12.0%	7.7%
12	水上バス・河川での船遊び	2.4%	1.4%	2.8%	4.3%	3.5%	2.3%	0.9%	3.8%
合計		-	-	-	-	-	-	-	-

【年齢別】

- ・中国の「買い物」については30歳未満が約63%で、他の年代より多い。
- ・韓国・台湾・香港の「温泉」については50歳以上が約28%で、他の年代より多い。
- ・東南アジアの「買い物」では40～49歳が約66%で、他の年代より多い。
- ・欧米豪の「お城」では30～39歳が約44%で、他の年代より多い。

問13 大阪旅行で満足したこと*年齢別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	観光・景観	59.8%	60.5%	62.5%	58.2%	51.8%	70.9%	57.1%	64.7%	67.1%	78.9%	81.6%	68.2%	66.7%	60.0%	60.0%	60.4%
2	歴史・文化	26.8%	32.8%	35.0%	35.4%	30.1%	45.5%	20.0%	47.1%	47.4%	42.1%	39.5%	29.5%	57.6%	55.6%	43.3%	43.8%
3	レジャー・アミューズメント	36.6%	31.1%	20.0%	34.2%	37.3%	43.6%	37.1%	33.3%	40.8%	29.8%	34.2%	15.9%	24.2%	26.7%	20.0%	8.3%
4	お城	1.2%	6.7%	5.0%	1.3%	8.4%	10.9%	5.7%	15.7%	26.3%	26.3%	26.3%	18.2%	30.3%	44.4%	23.3%	16.7%
5	買い物	63.4%	47.9%	55.0%	44.3%	49.4%	43.6%	48.6%	45.1%	53.9%	47.4%	65.8%	34.1%	31.8%	35.6%	33.3%	25.0%
6	食事(日本食・日本酒)	43.9%	42.0%	42.5%	41.8%	63.9%	52.7%	60.0%	43.1%	61.8%	59.6%	52.6%	36.4%	66.7%	57.8%	50.0%	43.8%
7	交流	10.4%	12.6%	0.0%	5.1%	7.2%	18.2%	8.6%	15.7%	25.0%	17.5%	13.2%	11.4%	18.2%	33.3%	16.7%	20.8%
8	自然	13.4%	14.3%	15.0%	11.4%	15.7%	12.7%	17.1%	21.6%	39.5%	17.5%	36.8%	22.7%	22.7%	31.1%	16.7%	27.1%
9	温泉	9.8%	10.9%	15.0%	12.7%	15.7%	14.5%	22.9%	27.5%	2.6%	3.5%	10.5%	2.3%	7.6%	17.8%	6.7%	10.4%
10	スポーツ	1.8%	1.7%	0.0%	0.0%	2.4%	3.6%	0.0%	2.0%	1.3%	3.5%	2.6%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	2.1%
11	ポップカルチャー	3.7%	3.4%	5.0%	2.5%	10.8%	3.6%	0.0%	3.9%	13.2%	3.5%	0.0%	2.3%	13.6%	17.8%	3.3%	2.1%
12	水上バス・河川での船遊び	0.6%	4.2%	0.0%	1.3%	2.4%	1.8%	2.9%	7.8%	6.6%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	4.4%	3.3%	2.1%
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

【来阪回数別】

- ・東南アジアの「歴史・文化」では初回が約46%で、リピーターを約13ポイント上回っている。
- ・欧米豪の「レジャー・アミューズメント」では初回が約23%で、リピーターより多い。同様に、「お城」では初回が約33%で、リピーターを約11ポイント上回っている。

問13 大阪旅行で満足したこと*来阪回数

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	観光・景観	61.0%	58.1%	64.9%	57.8%	75.6%	68.8%	65.1%	56.7%
2	歴史・文化	32.3%	29.1%	37.7%	35.4%	45.9%	32.5%	50.4%	53.3%
3	レジャー・アミューズメント	33.1%	32.4%	35.1%	39.5%	31.1%	32.5%	23.3%	13.3%
4	お城	2.4%	4.7%	6.5%	12.2%	31.1%	13.8%	32.6%	21.7%
5	買い物	55.1%	52.7%	46.8%	46.9%	51.1%	48.8%	30.2%	33.3%
6	食事(日本食・日本酒)	40.9%	45.9%	57.1%	55.1%	57.0%	50.0%	55.0%	58.3%
7	交流	9.8%	7.4%	9.1%	13.6%	23.0%	10.0%	20.9%	25.0%
8	自然	12.6%	14.9%	15.6%	17.0%	33.3%	23.8%	27.1%	20.0%
9	温泉	11.4%	10.8%	13.0%	22.4%	3.0%	6.3%	8.5%	15.0%
10	スポーツ	0.4%	2.7%	0.0%	3.4%	3.0%	0.0%	1.6%	3.3%
11	ポップカルチャー	2.4%	5.4%	5.2%	6.1%	5.2%	7.5%	10.1%	10.0%
12	水上バス・河川での船遊び	1.6%	2.0%	3.9%	3.4%	3.7%	1.3%	2.3%	1.7%
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-

③大阪旅行の期待と満足のギャップ

- ・下表は大阪旅行の期待度と満足度のギャップを示し、問13の「満足したこと」と問12「期待していたこと」のポイントの差である。
- ・期待度と満足度は同様の傾向を示しているが、全体的に期待度が満足度と同じか上回っていることが多い。特に欧州の「歴史・文化」は、満足度が期待度を大きく下回り、マイナス19ポイントである。

満足度－期待度

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南アジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラリア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	観光・景観	-7.1	-11.7	-7.3	-11.3	-3.3	-1.6	-9.2	-11.5	0.0	-8.2
2	歴史・文化	-10.7	-7.0	-16.4	-5.7	-4.7	-19.0	-3.1	-4.9	1.4	-6.7
3	レジャー・アミューズメント	-10.7	-6.2	0.0	-6.4	-1.9	-7.9	0.0	-13.1	4.3	-4.6
4	お城	3.6	-0.5	-5.5	2.1	3.3	1.6	-7.7	-8.2	7.1	0.2
5	買い物	7.1	-2.7	0.0	9.2	-4.7	0.0	1.5	3.3	4.3	0.0
6	食事(日本食・日本酒)	10.7	-5.5	1.8	-0.7	-2.8	-4.8	0.0	-8.2	-8.6	-3.5
7	交流	0.0	2.2	3.6	-1.4	7.4	-1.6	-3.1	-1.6	0.0	1.9
8	自然	0.0	-1.0	-10.9	0.0	-6.5	-9.5	-9.2	-4.9	2.9	-3.4
9	温泉	7.1	-1.5	0.0	-4.3	-3.7	1.6	-3.1	-6.6	0.0	-2.1
10	スポーツ	0.0	0.7	0.0	0.0	0.9	-4.8	-3.1	3.3	1.4	0.3
11	ポップカルチャー	0.0	-3.2	1.8	0.0	0.0	1.6	-6.2	-1.6	1.4	-1.4
12	水上バス・河川での船遊び	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	-1.5	0.0	-2.9	-0.1
合計		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(5) 大阪旅行で困ったこと（問 14、MA）

【全体】

- ・全体では、回答者の約 29%が「困ったことはなかった」を選択している。
- ・「多言語表示の少なさ・分かりにくさ（観光案内板・地図等）」が約 21%で最も多く、次いで「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」が約 19%、「無料公衆無線 LAN 環境」が約 15%の順となっている。
- ・なお、観光庁が実施した「H30 訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」結果では、「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」が約 21%で最も多く、「無料公衆無線 LAN 環境」が約 19%、「公共交通の利用（二次交通がないこと）」が約 17%の順となっている。

【困ったこと別】

- ・「無料公衆無線 LAN 環境」については、東南アジア、欧州が約 20%前後となっており、全体と比べて多くなっている。
- ・「クレジット／デビットカードの利用」については、韓国が約 25%となっており、全体と比べて多くなっている。
- ・「QR 決済の利用」については、中国が約 12%となっており、全体と比べて多くなっている。
- ・「多言語表示の少なさ・分かりにくさ（観光案内板・地図等）」については、東南アジアとオーストラリア以外のほとんどの国・地域が上位に挙げている。特に、中国と台湾はそれぞれ約 28%と約 26%であり、全体より多い。
- ・「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」については、オーストラリア以外のすべての国・地域が上位に挙げている。特に、東南アジアは約 30%となっている。
- ・「宿泊施設や空港などへの荷物の配送サービス」については、台湾が約 15%となっており、全体と比べて多くなっている。
- ・「観光地におけるイベント、旅行商品（情報入手、酒類等）」については、香港が約 13%となっており、全体より多くなっている。

問14 大阪旅行で困ったこと

MA/n=1100

No	困ったこと	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジ ア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)	JNTO
1	無料公衆無線LAN環境	10.7%	11.7%	9.1%	13.5%	②20.9%	①19.0%	13.8%	①9.8%	①21.4%	③14.6%	②18.7%
2	SIMカードの購入	0.0%	4.7%	5.5%	2.8%	10.2%	1.6%	3.1%	③8.2%	4.3%	5.4%	4.8%
3	モバイルWi-Fiルーターのレンタル	0.0%	6.2%	9.1%	3.5%	2.8%	3.2%	1.5%	0.0%	5.7%	4.4%	2.9%
4	クレジット／デビットカードの利用	①25.0%	6.0%	10.9%	0.7%	7.4%	9.5%	12.3%	6.6%	③11.4%	7.3%	10.0%
5	QR決済の利用	7.1%	12.4%	5.5%	2.8%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.5%	-
6	ATMの利用	3.6%	3.0%	5.5%	0.7%	4.2%	7.9%	13.8%	①9.8%	7.1%	4.6%	5.1%
7	両替	7.1%	6.7%	14.5%	2.8%	9.8%	4.8%	9.2%	③8.2%	7.1%	7.4%	6.5%
8	多言語表示の少なさ・分かりにくさ(観光案内板・地図等)	②21.4%	①28.1%	②21.8%	①25.5%	15.8%	②11.1%	②16.9%	6.6%	③11.4%	①21.0%	16.4%
9	施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない	③14.3%	③16.4%	①27.3%	③22.0%	①29.8%	③9.5%	③15.4%	6.6%	②17.1%	②19.3%	①20.6%
10	公共交通の利用(二次交通がないこと)	10.7%	12.9%	12.7%	12.8%	③20.9%	③9.5%	①23.1%	6.6%	5.7%	14.0%	③16.6%
11	乗り換え・運行情報の入手	0.0%	②21.6%	③16.4%	②24.8%	10.7%	4.8%	10.8%	6.6%	5.7%	15.6%	-
12	災害情報、けが・病気の際の医療機関情報の入手	0.0%	2.5%	1.8%	5.7%	2.8%	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%	2.4%	1.9%
13	観光案内所の利用や観光地での案内	3.6%	2.7%	7.3%	7.1%	2.8%	1.6%	1.5%	0.0%	1.4%	3.2%	1.7%
14	宿泊施設や空港などへの荷物の配送サービス	3.6%	4.2%	7.3%	14.9%	5.6%	1.6%	6.2%	1.6%	1.4%	5.6%	2.3%
15	飲食店、宿泊施設に関する情報の入手・予約	3.6%	4.5%	3.6%	9.2%	4.2%	3.2%	3.1%	4.9%	0.0%	4.5%	3.6%
16	観光地におけるイベント、旅行商品(情報入手、種類等)	0.0%	2.0%	12.7%	5.7%	1.4%	1.6%	4.6%	1.6%	1.4%	2.9%	1.6%
17	トイレの利用・場所・設備	10.7%	4.5%	1.8%	9.2%	2.8%	3.2%	3.1%	6.6%	5.7%	4.8%	3.4%
18	その他	0.0%	3.5%	7.3%	2.8%	4.7%	7.9%	10.8%	3.3%	5.7%	4.5%	2.0%
19	困ったことはなかった	35.7%	24.1%	23.6%	33.3%	20.0%	44.4%	29.2%	50.8%	45.7%	29.1%	36.6%
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

(6) 大阪旅行の推奨度とその理由について

①大阪旅行の推奨度（問 15、SA）

【全体】

- ・全体では、「10点」が約30%で最も多く、次いで「8点」が約28%、「9点」が約20%で、合計すると回答者の約78%が大阪旅行を8点以上で推奨している。推奨平均値が8.4点となっている。

【国・地域別】

- ・韓国、中国、香港、台湾の4ヶ国は、推奨平均値が8点前後となっている。
- ・東南アジア、欧州、オーストラリアの推奨平均値は8.7点、8.9点、9.2点の順となっており、全体より高い。

問15 大阪旅行の推奨度

SA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オース トラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	0点	0.0%	0.2%	1.8%	0.7%	0.0%	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%	0.4%
2	1点	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	0.3%
3	2点	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.1%
4	3点	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%	0.4%
5	4点	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	1.5%	0.0%	2.9%	0.7%
6	5点	7.1%	1.7%	1.8%	0.7%	1.9%	0.0%	6.2%	1.6%	1.4%	1.9%
7	6点	10.7%	6.0%	7.3%	2.1%	1.9%	6.3%	1.5%	3.3%	4.3%	4.4%
8	7点	28.6%	16.2%	32.7%	14.9%	11.2%	9.5%	15.4%	1.6%	4.3%	14.2%
9	8点	25.0%	34.1%	27.3%	41.1%	18.6%	17.5%	15.4%	23.0%	22.9%	28.0%
10	9点	3.6%	24.1%	21.8%	24.1%	22.3%	25.4%	6.2%	8.2%	8.6%	20.3%
11	10点	25.0%	17.4%	7.3%	15.6%	40.9%	41.3%	50.8%	62.3%	51.4%	29.5%
平均値		7.8	8.2	7.7	8.2	8.7	8.9	8.4	9.2	8.5	8.4
中央値		8.0	8.0	8.0	8.0	9.0	9.0	10.0	10.0	10.0	8.0
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

77.8%

【年齢別】

- ・中国では40～49歳の平均推奨度が8.4点で最も高く、続いて30歳未満の平均推奨度が8.3点となっている。
- ・韓国・台湾・香港は30～39歳の平均推奨度が8.3点で最も高く、続いて40～49歳の平均推奨度が8.1点となっている。東南アジアも同様な傾向が見られる。
- ・欧米豪では年齢が若いほど、推奨平均値が高くなる傾向がある。30歳未満の平均推奨度は9.2点である。

問15 大阪旅行の推奨度*年齢別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	0点	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%
2	1点	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
3	2点	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
4	3点	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%
5	4点	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	2.6%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%
6	5点	2.4%	1.7%	0.0%	1.3%	1.2%	1.8%	2.9%	2.0%	1.3%	1.8%	0.0%	4.5%	1.5%	0.0%	3.3%	6.3%
7	6点	5.5%	5.9%	7.5%	6.3%	4.8%	1.8%	2.9%	7.8%	1.3%	0.0%	2.6%	4.5%	0.0%	4.4%	10.0%	4.2%
8	7点	18.3%	14.3%	10.0%	17.7%	24.1%	12.7%	17.1%	27.5%	11.8%	15.8%	2.6%	11.4%	6.1%	4.4%	16.7%	12.5%
9	8点	27.4%	38.7%	37.5%	39.2%	39.8%	32.7%	40.0%	29.4%	14.5%	19.3%	26.3%	18.2%	18.2%	13.3%	16.7%	25.0%
10	9点	22.0%	25.2%	30.0%	24.1%	15.7%	29.1%	28.6%	15.7%	23.7%	19.3%	26.3%	20.5%	15.2%	11.1%	6.7%	16.7%
11	10点	23.8%	13.4%	15.0%	11.4%	12.0%	20.0%	8.6%	17.6%	44.7%	43.9%	36.8%	34.1%	59.1%	64.4%	46.7%	31.3%
平均値		8.3	8.2	8.4	8.1	7.8	8.3	8.1	8.0	8.8	8.9	8.7	8.3	9.2	9.1	8.5	8.2
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【来阪回数別】

- ・韓国・台湾・香港はリピーターの推奨平均値が 8.2 で、初回の 7.8 点より高い。
- ・東南アジアの初回は推奨平均値が 8.8 点で、リピーターより高い。欧米豪でも同様な傾向が見られる。

問15 大阪旅行の推奨度*来阪回数

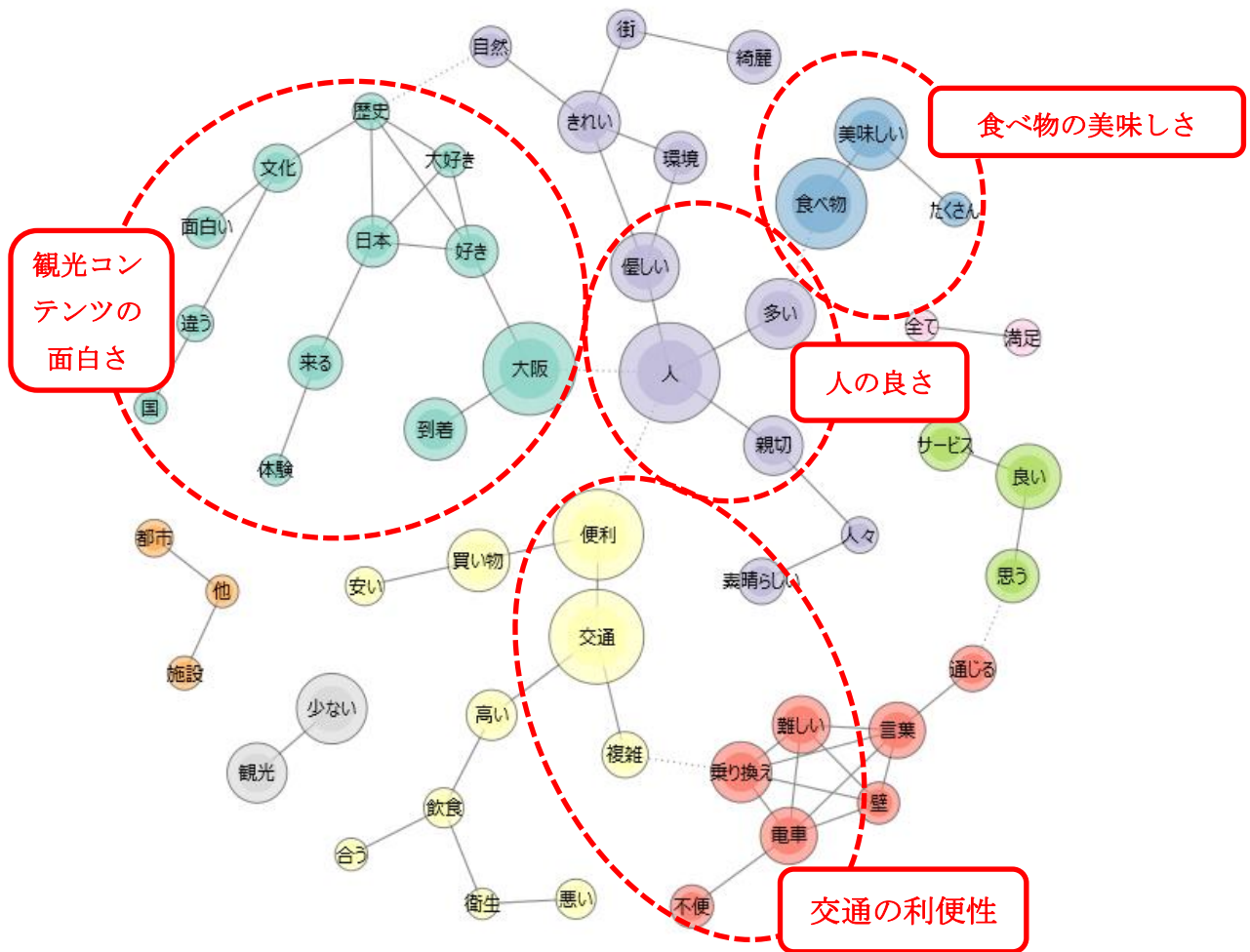
SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピーター (n=148)	初回 (n=77)	リピーター (n=147)	初回 (n=135)	リピーター (n=80)	初回 (n=129)	リピーター (n=60)
1	0点	0.4%	0.0%	1.3%	0.7%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%
2	1点	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
3	2点	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
4	3点	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.7%	1.3%	0.8%	0.0%
5	4点	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	3.8%	0.8%	0.0%
6	5点	2.4%	0.7%	2.6%	1.4%	2.2%	1.3%	3.1%	1.7%
7	6点	4.7%	8.1%	6.5%	3.4%	1.5%	2.5%	2.3%	6.7%
8	7点	15.7%	16.9%	24.7%	19.0%	10.4%	12.5%	10.1%	6.7%
9	8点	35.0%	32.4%	31.2%	38.1%	15.6%	23.8%	13.2%	30.0%
10	9点	25.6%	21.6%	19.5%	21.8%	25.2%	17.5%	11.6%	16.7%
11	10点	16.1%	19.6%	13.0%	15.6%	43.0%	37.5%	57.4%	38.3%
平均値		8.2	8.2	7.8	8.2	8.8	8.5	8.9	8.7
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

②大阪旅行の推奨度の理由（問 16、FA）

- ・大阪旅行の推奨度の理由については、主に「観光コンテンツ」「交通の利便性」「人の良さ」「食べ物の美味しさ」等が挙げられている。

図 来阪外国人観光客の大阪旅行推奨度の理由



(7) 大阪市以外への訪問経験について（問 17、SA）

【全体】

・全体では、「はい」と回答した観光客は約9%にとどまっている。

【国・地域別】

・国・地域別では、香港が約18%、台湾が約14%、中国が約12%で、他の国・地域よりも多い。

問17 大阪市以外への訪問経験

SA/n=1100

No	項目	韓国 (n=28)	中国 (n=402)	香港 (n=55)	台湾 (n=141)	東南ア ジ ア (n=215)	欧州 (n=63)	北米 (n=65)	オーストラ リア (n=61)	その他 (n=70)	全体 (n=1100)
1	はい	3.6%	11.7%	18.2%	13.5%	4.2%	4.8%	6.2%	3.3%	0.0%	8.6%
2	いいえ	92.9%	86.8%	81.8%	86.5%	94.9%	93.7%	92.3%	95.1%	98.6%	90.2%
3	無回答	3.6%	1.5%	0.0%	0.0%	0.9%	1.6%	1.5%	1.6%	1.4%	1.2%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【年齢別】

・中国では、40～49歳は「はい」が約20%で、他の年代より多い。

・韓国・台湾・香港では、30～39歳は「はい」が約20%で、他の年代より多い。

問17 大阪市以外への訪問経験*年齢別

MA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)				韓・台・香 (n=224)				東南アジア (n=215)				欧米豪 (n=189)			
		30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)	30歳未満 (n=134)	30～39歳 (n=119)	40～49歳 (n=40)	50歳以上 (n=79)
1	はい	11.6%	11.8%	20.0%	7.6%	9.6%	20.0%	8.6%	15.7%	2.6%	5.3%	2.6%	6.8%	3.0%	6.7%	0.0%	8.3%
2	いいえ	87.2%	86.6%	77.5%	91.1%	90.4%	80.0%	91.4%	82.4%	96.1%	94.7%	97.4%	90.9%	95.5%	93.3%	93.3%	91.7%
3	無回答	1.2%	1.7%	2.5%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	1.3%	0.0%	0.0%	2.3%	1.5%	0.0%	6.7%	0.0%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【来阪回数別】

・どの国・地域でも、リピーターが初回より大阪市以外も訪問している。

問17 大阪市以外への訪問経験*来阪回数

SA/n=1100

No	項目	中国 (n=402)		韓・台・香 (n=224)		東南アジア (n=215)		欧米豪 (n=186)	
		初回 (n=254)	リピート (n=148)	初回 (n=77)	リピート (n=147)	初回 (n=135)	リピート (n=80)	初回 (n=129)	リピート (n=60)
1	はい	9.8%	14.9%	13.0%	13.6%	2.2%	7.5%	3.1%	8.3%
2	いいえ	89.0%	83.1%	87.0%	85.7%	96.3%	92.5%	96.1%	88.3%
3	無回答	1.2%	2.0%	0.0%	0.7%	1.5%	0.0%	0.8%	3.3%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(8) 大阪市以外で印象に残った場所及び訪問理由（問 18、FA）

- ・大阪市以外で印象に残った場所については、95 人中 47 人が「泉州地域」のスポットを回答しており、全体の約 50%を占めている。その中でも、32 人がブランド品を安く購入でき、関西国際空港の対岸に位置する「りんくうプレミアム・アウトレット」を印象に残ったと回答している。
- ・「堺市地域」の場所を挙げた回答者は 22 人で、全体の約 23%を占めており、「りんくうプレミアム・アウトレット」がある泉佐野市に次いで 2 位となっている。訪問した理由としては「世界遺産となった古墳を見たい」、「ホテルで薦められた」などが挙げられている。
- ・続いて 14 人が「豊能地域」の場所を回答しており、約 15%を占めている。上位には「箕面市」や「池田市」が入っており、訪問理由としては「紅葉を見たい」「自然を味わいたい」「自作のカップラーメン作りしたい」などが挙げられている。
- ・また、「三島地域」の場所を 12 人が挙げており、全体の約 13%を占めている。その中でも、「万博記念公園」を 9 人が挙げており、「ネット検索でオススメがあった」「太陽の塔を見たい」などの理由で訪問している。
- ・中河内地域や南河内地域に関しては、個人的な理由で数人が訪れている。
- ・一方、北河内地域への訪問者はなかった。

問18 大阪市以外で印象に残った場所及び訪問理由

FA/n=95

地域		件数	訪問した理由
泉州地域 (47人、 49.5%)	泉佐野市	35	「犬鳴山に行きたい」
	りんくうプレミアム・アウトレット	32	「ブランド品が安い」「空港に近い」「ホテルの推奨があった」
	岸和田市	6	「岸和田城を見たい」「祭りを見たい」「南大阪に興味がある」「ホテルの推奨があった」
	貝塚市	4	「みかん狩りを体験したい」「ライブがあった」「グアムで知り合った友達と会う」
	二色の浜公園	1	「ネット検索で見つけた」
和泉市	2	「ららぽーとで買い物したい」	
堺市地域 (22人、 23.2%)	堺市	22	「ネット検索でオススメあった」「ホテルの推奨、宣伝」「進学する前に、関西大学の堺キャンパスを見学したい」「千利休の展示を見たい」
	古墳	7	「世界遺産を見たい」「古墳を見たい」
豊能地域 (14人、 14.7%)	箕面市	7	「温泉に行きたい」「紅葉を見たい」「自然を味わいたい」
	池田市(カッパヌードルミュージアム)	6	「面白い」「自作カップラーメン作りたから」
	豊中市	1	「ツアーのコース(東大阪市、和泉市、豊中市)」
三島地域 (12人、 12.6%)	吹田市	12	「教会堂を見たい」「知っている地域を訪問したい」
	万博記念公園	9	「ネット検索でオススメあった」「太陽の塔を見たい」「面白そう」
中河内地域 (4人、4.2%)	東大阪市	3	「ラグビーの試合を見に行きたいから」「友達に会いに行く」「ツアーのコース」
	八尾市	1	「買い物」
南河内地域 (2人、2.1%)	河内長野市	1	-
	松原市	1	「家族に会いに行った」
-	アウトレット	2	「買い物」
-	地名を覚えていない	3	-
北河内地域		0	-

(9) 大阪旅行で行きたいが行けなかった場所及び理由 (問 19、FA)

- ・大阪旅行で行きたいが行けなかった場所については、全体では、118人中59人が大阪市内にある観光施設と回答し、全体の50%を占めている。
- ・施設別を見ると「大阪城」(25人)、「アウトレット」(24人)、「USJ」(17人)が上位に入っている。
- ・行きたい観光施設に行けなかった理由として「時間がなかった」等、個人的な理由が目立っている。数は少ないが、「交通が複雑で迷子になった」「団体旅行のスケジュールにない」「情報がない」等問題点も挙げられている。

問19 大阪旅行で行きたいが行けなかった場所及び理由

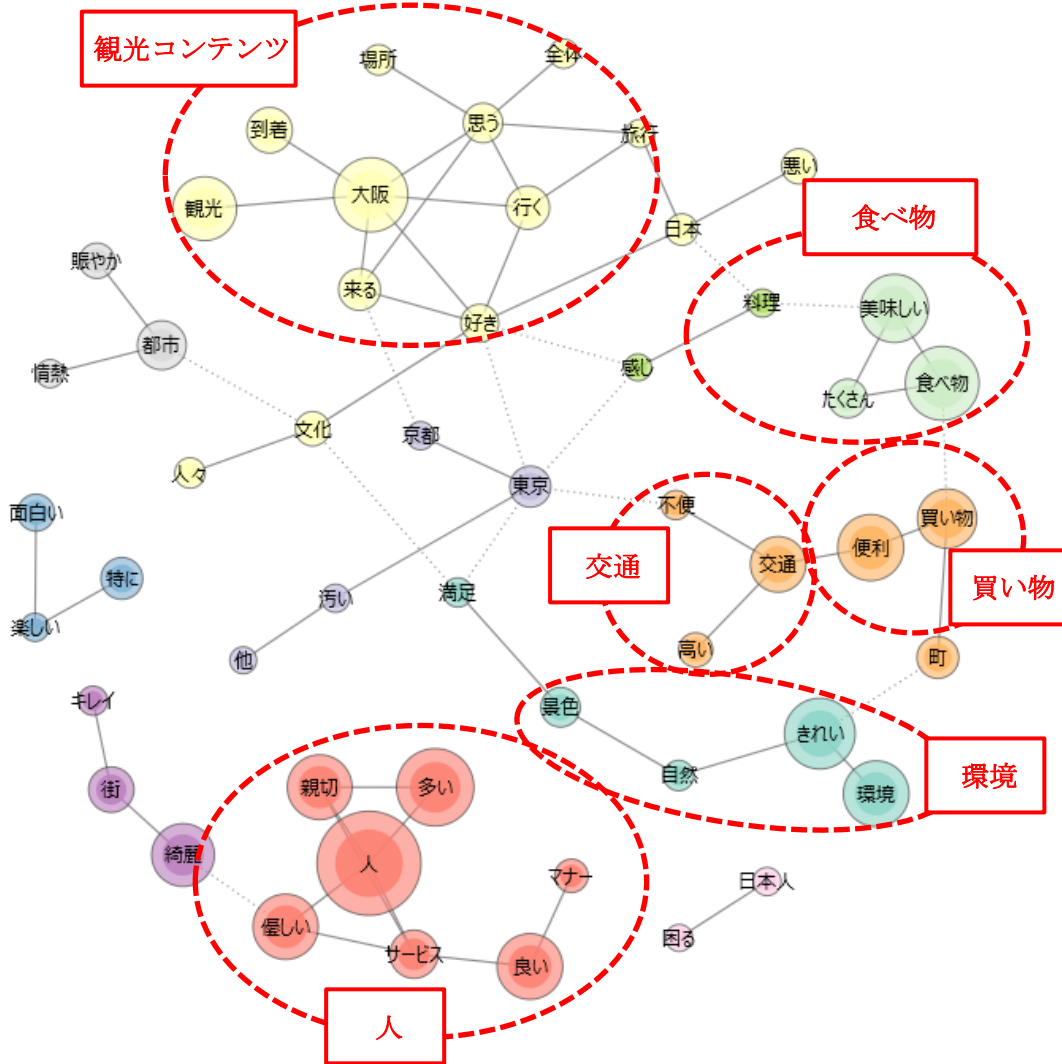
FA/n=118

No	地域	大阪旅行で行けなかった場所	行けなかった理由	件数
1	大阪市 (59人、50.0%)	大阪城	「時間がなかった」「団体旅行のスケジュールがない」「行き方が分からない」「お金がなかったがカード使えない」「大阪で主に買い物だけした」	25
2		USJ	「時間がなかった」「一日潰れてしまい、どこにも行けないと思った」「人が混んでいたから」「疲れた」「お金がない」「行くようがなかった」	17
3		海遊館	「時間がなかった」	4
4		あべのハルカス	「交通が複雑、迷った」「時間が合わない」	3
5		通天閣	「時間がなかった」	3
6		大阪城公園	「時間がなかった」	4
7		道頓堀	「友達と調整出来なかった」「迷子になって、時間がなくなった」	2
8		吉本	「時間がなかった」	1
9		梅田のポケットモンスターストア	「時間がなかった」	1
10		天保山ハーバービレッジ	「時間がなかった、歩きすぎて疲れた」	1
15	泉州地域 (26人、22.0%)	アウトレット	「時間がなかった」「疲れた」「場所が分からない」	23
16		岸和田城	「時間がなかった」「仕事があった」	2
11	豊能地域 (8人、6.8%)	箕面	「時間がなかった」「紅葉はまだ見頃ではない」「着いたばかり」「疲れた」	4
12		池田市	「時間がなかった」	2
13	三島地域(1人)	万博記念公園	「時間がなかった」	1
14	堺市地域(1人)	世界遺産(古墳)	「時間がなかった」	1
15	地域不明	温泉	「探したが大阪にはなかった」「情報がない」	7
16	地域不明	お寺	「時間がなかった」「カードが使えない為、お金がなかった」	6
17	地域不明	神社	「時間がなかった」「カードが使えない為、お金がなかった」	3
18	地域不明	美術館	「時間がなかった」「迷子になり、時間がなかった」	3
19	地域不明	歌舞伎鑑賞	「時間がなかった」「場所が分からない」	1
20	地域不明	法廷	「家族が行きたいと思わなかった」	1
21	地域不明	遊園地	「時間がなかった」	1
22	地域不明	パチンコ、マクドナルド、コンセプトカフェ	「時間がない、他に行きたい場所があったから」	1
23	地域不明	大阪の古い町	「時間がなかった」	1
24	地域不明	アンティークショップ	「時間がなかった」	1
25	北河内地域	-	-	-
26	中河内地域	-	-	-
27	南河内地域	-	-	-

(10) 大阪の印象・感想について (問 20、F A)

- 大阪の印象や感想については、主に「大阪コンテンツ」、「食べ物」、「買い物」、「交通」、「環境」、「人」等の6つのカテゴリーで評価されている。

図 来阪外国人観光客の大阪の感想



●大阪旅行の感想の具体的な意見

【大阪観光】

- ・道頓堀の川が好き、あそこで体験したツアーがよかった。(出身不明、20代女性、初めて来阪)
- ・大阪市は観光がとてもいい、一方大阪以外のところはまだまだ。(台湾出身、40代女性、来阪6～9回目)
- ・観光地があまりない。(中国出身、30代男性、来阪2回目)
- ・観光を楽しめる場所だと思った。自分自身が困っていたら声をかけて助けてくれるくらい人が優しいと思った。また来年くるつもりでいる。(香港出身、60歳以上女性、来阪2回目)
- ・買い物が便利ですけど、観光だったら、田舎の方が良かったです。(中国出身、30代男性、初めて来阪)
- ・街は狭いです。人が(特に観光客)が多かったです。(中国出身、20代女性、初めて来阪)
- ・綺麗で、観光地のすべてよかったから。(米国出身、50代男性、初めて来阪)
- ・大阪市以外の観光スポットの発信が欲しい。(台湾出身、50代男性、来阪5回目)
- ・観光はいいです、態度はよくない。(台湾出身、50代女性、来阪2回目)
- ・観光地がきれい。(香港出身、20代女性、2回目を来阪)

【食べ物】

- ・いい感じです。食べ物が美味しかったです。刺身がすごく新鮮でした。(インドネシア出身、20代男性、初めて来阪)
- ・とても綺麗で、忙しい街でした。食べ物の中にたこ焼き、焼き鳥、BBQが美味しかったです。(オーストラリア出身、20代男性、初めて来阪)
- ・とてもいいが、ハラルの食べ物(イスラム)は対応していなかったです。とても困りました。(インドネシア出身、30代男性、来阪2回目)
- ・美味しい食べ物がたくさんあります。ケーキと果物が好き(中国出身、20代女性、来阪2回目)
- ・うろうろしやすく、地元の食べ物がよかった(出身不明、20代女性、初めて来阪)
- ・美味しい食べ物といい天気です(タイ出身、20代女性、初めて来阪)
- ・美味しい食べ物がたくさんあります。(韓国出身、20代男性、初めて来阪)
- ・人が多い、親切です。料理は単一で、舌に合いません。(台湾出身、30代女性、初めて来阪)
- ・中華料理が少ない。(中国出身、40代男性、初めて来阪)
- ・いい感じでした。料理が美味しかったし、人も親しみがありません。でも悪い経験もありました。(香港出身、40代男性、来阪3回目)

【買い物】

- ・買い物がすごく満足しました。色々なブランド品を買うのが便利です。東京より中国語のできる案内人が多くて、いろいろ便利です。(中国出身、40代男性、来阪5回目)
- ・買い物は便利です。関空があって、帰国が便利です。(中国出身、50代女性、初めて来阪)
- ・免税店のレジの待ち時間が長い。(中国出身、20代男性、初めて来阪)
- ・買い物にとっても便利、町がきれい。(中国出身、30代男性、初めて来阪)
- ・買い物が便利ですけど、観光だったら、田舎の方が良かったです。(中国出身、30代男性、初めて来阪)

- ・買い物が便利だけど、自然景色が少ないです。(中国出身、60歳以上女性、初めて来阪)
- ・買い物が非常に便利ですが、交通があまり便利じゃないし、観光地も少ないです。(中国出身、20代女性、来阪2回目)
- ・ショッピングも食べ物もよかった、特に文化がよかった。(シンガポール出身、60歳以上女性、来阪3回目)
- ・買い物のパラダイス。(中国出身、30代女性、来阪2回目)
- ・衛生的には大丈夫だが、買い物が不便です。(台湾出身、30代女性、初めて来阪)

【交通】

- ・すごく綺麗で電車などの交通機関が便利でよかった。(フィリピン出身、60歳以上男性、初めて来阪)
- ・大阪は他県より、観光客が多いと思う。交通に関して便利ですが、サイクリングがほしいです。(フランス出身、40代男性、初めて来阪)
- ・外国人としては、交通がわかりにくい。(中国出身、40代女性、来阪2回目)
- ・すごく綺麗で電車などの交通機関が便利でよかった。(フィリピン出身、60歳以上男性、初めて来阪)
- ・人が優しくて、交通機関がすごくよかった。(米国、30代女性、来阪3回目)
- ・交通費が高い。他は普通です。(中国出身、20代女性、来阪3回目)
- ・交通は不便です、改善して欲しい。(香港出身、50代女性、初めて来阪)
- ・英語が下手。交通カードを売る場所が探しにくい。(中国出身、20代男性、来阪2回目)
- ・コンビニでスーツケースを蹴られた、交通費が高い。(韓国出身、20代男性、初めて来阪)
- ・交通が複雑。(中国出身、20代女性、初めて来阪)

【環境】

- ・環境がきれい、美味しい食べ物がたくさんあります。(タイ出身、30代女性、初めて来阪)
- ・商業環境が良かったです。観光地が少ないです。(中国出身、30代女性、初めて来阪)
- ・観光価値がいいですが、掃除はあまりよくない。(中国出身、20代男性、来阪2回目)
- ・英語対応できる環境を現在より増やしてほしい。(オーストラリア出身、40代女性、初めて来阪)
- ・環境がきれい。(米国出身、30代男性、来阪2回目)
- ・環境がきれい、人が優しい。(中国出身、20代女性、来阪3回目)
- ・にぎやか、環境がきれい。(マレーシア終身、30代男性、来阪3回目)
- ・他の都市より環境と騒音が悪かったです。(中国出身、50代女性、来阪4回目)
- ・地域によって、環境、マナーの差があります。(台湾出身、50代女性、4回目来阪)
- ・環境がきれい、美味しい食べ物がたくさんあります。(カナダ出身、40代女性、初めて来阪)

【人】

- ・とても良く、きれいな街、親切で素敵な人が多い。助けてくれた。(アメリカ出身、50代男性、来阪2回目)
- ・観光を楽しめる場所だと思った。自分が困っていたら声をかけて助けてくれるくらい人が優しいと思った。また来年くるつもりでいる。(香港出身、60歳以上男性、来阪6~9回目)
- ・人が多く、バイクがうるさい(中国出身、40代女性、来阪2回目)
- ・人が多かったです。自分の国より、混雑しています。(インドネシア出身、30代女性、初めて来阪)
- ・ゆっくりしたいですが、人が歩くのが早くて、慣れないです。(インドネシア出身、60歳以上女性、初めて来阪)
- ・大阪は大きな都市で好き。東京よりひとが優しくて旅人に優しいと思った。(米国出身、60歳以上男性、初めて来阪)
- ・親切な大阪人、いいサービス。(台湾出身、50歳女性、来阪5回目)
- ・中国人が多いです。(香港出身、30代男性、初めて来阪)
- ・物価がちょっと高いです。人はみんな優しくて熱心で、良かったです。(中国出身、20代女性、来阪2回目)
- ・人混みに驚いた。(韓国出身、20代男性、来阪5回目)

付録

【WEB 調査】 外国人聞き取り調査 アンケート調査票

このアンケートは、大阪を訪れた外国人観光客の皆様に、今回の旅行と今後の来訪に関する意向をお聞きし、観光地の魅力向上を図るために実施いたします。

Q1.調査票番号

I. あなたご本人について

Q2. あなたの出身の国・地域をお答えください。(SA)

- | | | | |
|----------|-----------|----------|-------------|
| 1. 韓国 | 2. 中国 | 3. 香港 | 4. 台湾 |
| 5. タイ | 6. シンガポール | 7. マレーシア | 8. インドネシア |
| 9. フィリピン | 10. ベトナム | 11. インド | 12. 英国 |
| 13. ドイツ | 14. フランス | 15. イタリア | 16. スペイン |
| 17. ロシア | 18. 米国 | 19. カナダ | 20. オーストラリア |
| 21. その他 | | | |

Q3. 性別をお答えください。(SA)

- | | | |
|-------|-------|------------|
| 1. 男性 | 2. 女性 | 3. どちらでもない |
|-------|-------|------------|

Q4. 年齢をお答えください。(SA)

- | | | |
|-----------|-----------|-----------|
| 1. 20歳未満 | 2. 20～29歳 | 3. 30～39歳 |
| 4. 40～49歳 | 5. 50～59歳 | 6. 60歳以上 |

II. 今回の大阪訪問について

Q5. あなたが大阪に来たのは今回で何回目ですか。(SA)

- | | | | |
|--------|----------|-----------|--------|
| 1. 1回目 | 2. 2回目 | 3. 3回目 | 4. 4回目 |
| 5. 5回目 | 6. 6～9回目 | 7. 10回目以上 | |

Q6. 今回、大阪で宿泊された日数をお答えください。(SA)

- | | | | | | |
|-------|-------|-------|-----------|-------------------|-------|
| 1. 1泊 | 2. 2泊 | 3. 3泊 | 4. 4泊 | 5. 5泊 | 6. 6泊 |
| 7. 7泊 | 8. 8泊 | 9. 9泊 | 10. 10泊以上 | 11. 宿泊しない(他府県で宿泊) | |

Q7. 大阪での宿泊施設をお答えください。(MA)

- | | | |
|------------------------------|-------------|-------------------|
| 1. ホテル(洋室中心) | 2. 旅館(和室中心) | 3. ユースホステル・ゲストハウス |
| 4. 民泊・有料での住宅宿泊(Airbnb、自在客など) | 5. 親戚・知人宅 | 6. その他 |

Q8. 大阪滞在中に利用した交通手段をお答えください。(MA)

- | | | | |
|----------|------------|---------|---------|
| 1. 鉄道 | 2. 路線バス | 3. 観光バス | 4. タクシー |
| 5. レンタカー | 6. レンタサイクル | 7. その他 | |

III. 今回の大阪訪問に関する情報入手手段について

Q9. 出発前に大阪の旅行情報を得るために、主に利用した情報源を3つ選んでください。(MA)

- | | | | |
|---------------|--------------------|----------------|----------|
| 1. テレビ番組 | 2. 動画サイト | 3. 新聞 | 4. 旅行専門誌 |
| 5. 旅行ガイドブック | 6. 旅行会社パンフレット | 7. 日本政府観光局HP | |
| 8. 大阪観光局HP | 9. 宿泊予約サイト | 10. 旅行会社HP | |
| 11. 口コミサイト | 12. SNS (フェイスブック等) | 13. 個人のブログ | |
| 14. 旅行代理店店舗 | 15. 自国の親族・知人 | 16. 日本在住の親族・知人 | |
| 17. インターネット検索 | | 18. その他 | |

Q10. 旅行中に大阪の旅行情報を得るために、主に利用した情報源を3つ選んでください。(MA)

- | | | |
|-------------------|----------------------|-------------|
| 1. 持参したガイドブック | 2. 観光案内所 | 3. 観光サイン・看板 |
| 4. 宿泊施設 | 5. 大阪観光局HP | 6. 個人ブログ |
| 7. SNS (フェイスブック等) | 8. 日本で入手したパンフレット、チラシ | |
| 9. 添乗員等の口コミ | 10. 大阪府民とのコミュニケーション | |
| 11. 日本在住の親族・知人 | 12. インターネット検索 | 13. その他 |

Q11. 旅行中に、特にどのような情報を必要とされたのか教えてください。(MA)

- | | | |
|-------------|------------|------------|
| 1. 宿泊施設 | 2. イベント | 3. 交通手段 |
| 4. 食事 | 5. 手荷物預かり | 6. 無料Wi-Fi |
| 7. 観光施設・景勝地 | 8. 体験プログラム | 9. その他 |

IV. 今回の大阪旅行への期待すること及び満足度等

Q12. 今回の大阪旅行に期待していたことは何ですか。(MA)

- | | | |
|----------|--------------|------------------|
| 1. 観光・景観 | 2. 歴史・文化 | 3. レジャー・アミューズメント |
| 4. お城 | 5. 買い物 | 6. 食事 (日本食・日本酒) |
| 7. 交流 | 8. 自然 | 9. 温泉 |
| 10. スポーツ | 11. ポップカルチャー | 12. 水上バス・河川での船遊び |

Q13. 今回の大阪旅行で、満足したことを選んでください。(MA)

- | | | |
|----------|--------------|------------------|
| 1. 観光・景観 | 2. 歴史・文化 | 3. レジャー・アミューズメント |
| 4. お城 | 5. 買い物 | 6. 食事 (日本食・日本酒) |
| 7. 交流 | 8. 自然 | 9. 温泉 |
| 10. スポーツ | 11. ポップカルチャー | 12. 水上バス・河川での船遊び |

V. 大阪旅行中に困ったことについて

Q14. 大阪を旅行中、困ったことを教えてください。(MA)

1. 無料公衆無線 LAN 環境
2. SIM カードの購入
3. モバイル Wi-Fi ルーターのレンタル
4. クレジット／デビットカードの利用
5. QR 決済の利用
6. ATM の利用
7. 両替
8. 多言語表示の少なさ・分かりにくさ（観光案内板・地図等）
9. 施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない
10. 公共交通の利用（二次交通がないこと）
11. 乗り換え・運行情報の入手
12. 災害情報、けが・病気の際の医療機関情報の入手
13. 観光案内所の利用や観光地での案内
14. 宿泊施設や空港などへの荷物の配送サービス
15. 飲食店、宿泊施設に関する情報の入手・予約
16. 観光地におけるイベント、旅行商品（情報入手、種類等）
17. トイレの利用・場所・設備
18. その他
19. 困ったことはなかった

VI. 大阪旅行の推奨度について

Q15. 今回の大阪旅行を親しい友人や家族にどの程度お勧めしたいですか。0 点～10 点で点数をつけてください。(SA)

0 点	1 点	2 点	3 点	4 点	5 点	6 点	7 点	8 点	9 点	10 点
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

【紙による調査票】 外国人聞き取り調査 アンケート調査票

Q16. Q.15の点数の理由を教えてください(必ず回答してください)。(FA)

--

Q17. 今回、大阪市以外に行きましたか。(SA)

1. はい 2. いいえ (→Q19へ)

Q18. Q17で「1. はい」と回答した方に伺います。大阪市以外で印象に残った場所を1つ教えてください。また、その場所に行くことを決めた理由を教えてください。(FA)

大阪市以外で 印象に残った場所	
その場所に行くこと を決めた理由	

Q19. 今回の大阪旅行で、行く予定にしていた(行きたかった)が、実際には行かなかった(行けなかった)場所があれば、その理由も教えてください。(FA)

行く予定にしたが 行けなかった場所	
行けなかった理由	

Q20. 大阪の印象・感想をお願いします。(FA)

--

ご協力いただき、ありがとうございました。