

第2回外国人旅行者に関する実態調査を実施しました ～テーマ型調査として観光消費動向調査を実施～

横浜を訪れた外国人旅行者の実態を把握するため、平成30年に引き続き、令和元年に第2回調査を実施しました。

前回と同様、基礎調査として、横浜を訪れた外国人旅行者の全体量や横浜への来訪目的を把握するとともに、テーマ型調査では、横浜を訪れた外国人旅行者及びラグビーワールドカップ 2019™訪日観戦客の観光消費動向を調査しました。

なお、本調査の結果（詳細）については、横浜市の公式ウェブサイト「観光に関する調査・統計データ（https://www.city.yokohama.lg.jp/kanko-bunka/miryoku/data/chosa_gaiyo.html）」に掲載します。

1. 全体量の把握（2019年1月～9月）

- ・市内に来訪した外国人は、昼間113万人（+11万人*）、夜間61万人（+7万人*）。
※前年同期間比
- ・来訪の多い上位4か国・地域は、昼間・夜間ともに、中国、米国、台湾、韓国。いずれも昼間来訪者の比率が高く、宿泊旅行者は中国を除き昼間来訪者の約半数。
- ・市内の観光消費額を上げるため、引き続き宿泊旅行者の比率を高める必要がある。

2. 来訪目的の把握（2019年1月～12月）

- ・横浜への来訪目的は80%以上が「観光」であった。日本への来訪目的と比較すると、「街歩き」と回答した人の比率が高く、「ショッピング」の比率が低い。
- ・市内消費促進のため、様々な「ショッピング」のニーズに対応できることを周知することが必要。

3. 観光消費動向調査（2019年1月～12月）

- ・クレジットカード利用額は、「ホテル・旅館」の比率が一番高く、次いで「その他小売り」。ラグビーワールドカップ 2019™期間中は「その他小売り」の比率が最も高く、「ホテル・旅館」が続いた。
- ・国籍等別・月別のクレジットカード利用者数は、特に「英国」の「10月」の利用者数が最も多く増えていた。（10月を除く月平均利用者数の約4倍）

4. ラグビーワールドカップ 2019™訪日観戦客調査

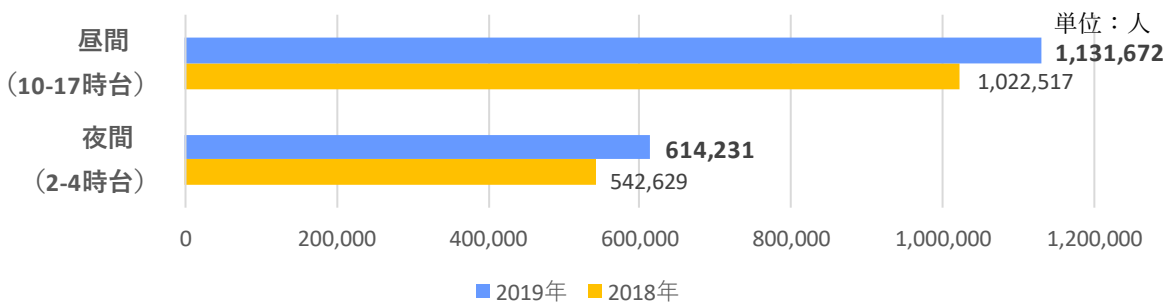
- ・横浜への訪問回数は、「1回目」が約9割。
- ・横浜での宿泊日数は、6割が「0泊（日帰り）」。
- ・横浜来訪者の満足度は、「満足」が約9割、推奨度は「推奨者（10～9点）」が約7割。

1 全体量の把握

実施目的	横浜に来訪する訪日外国人の全体量を把握する。
調査手法	ローミングデータ（NTT ドコモ）利用者数の観測
調査対象	2019年1月から9月までに横浜に昼間時間（10-17時台）、夜間時間（2-4時台）に2時間以上滞在した訪日外国人旅行者
データ上の留意事項	<ul style="list-style-type: none"> 計測されている人数は2時間以上滞在した外国人のユニーク人数 複数日滞在した人も1人と見なされる。

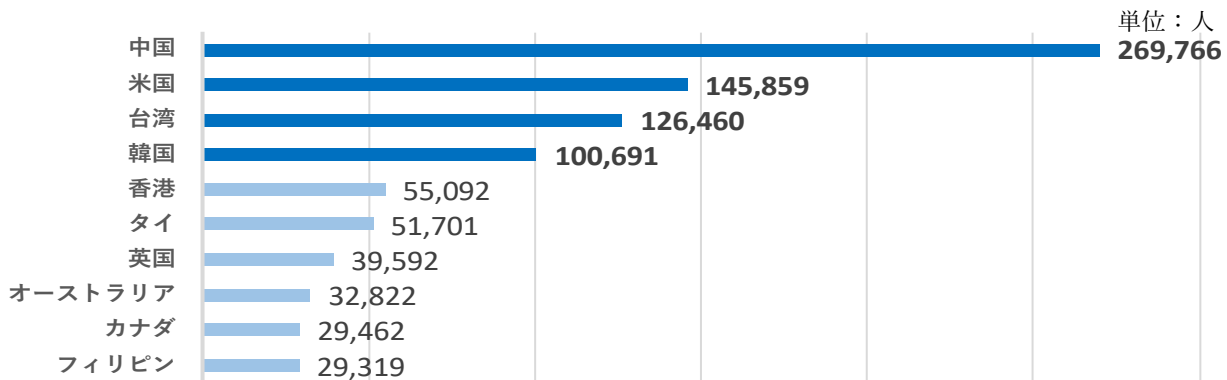
(1) 時間帯別来者数

市内の昼間来訪者数は9か月間で約113万人（+11万人*）、夜間来訪者数は約61万人（+7万人*）。※前年同期間比



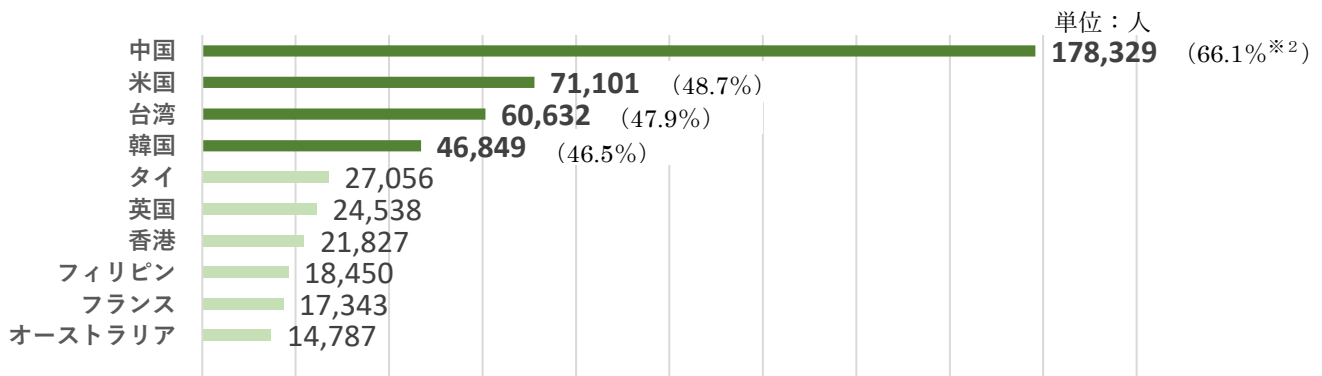
(2) 国籍等別来訪者数（昼間）上位10か国・地域

最も多かったのは中国、次いで米国、台湾、韓国で東アジアが上位となっている。



(3) 国籍等別来訪者数（夜間）上位10か国・地域

最も多かったのは中国、次いで米国、台湾、韓国。中国は宿泊率*¹が約7割と最も高い。



※1 宿泊率 (%) = 夜間来訪者数 ÷ 昼間来訪者数 × 100

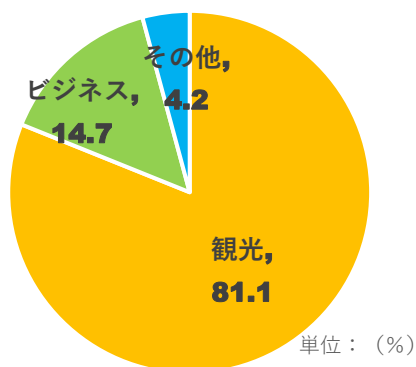
※2 グラフ中、() 内数字は宿泊率

2 来訪目的の把握

実施目的	横浜に来訪する訪日外国人の来訪理由など来訪の内容を把握する。
調査手法	オンライン調査（インターネットによるアンケート調査）
調査対象	2019年1月から12月の間に横浜を訪れたと回答した訪日外国人旅行者 ※20歳以上の男女個人（旅行業、市場調査業、マスコミ、広告業を除く）
調査期間	2020年1月上旬から下旬
国籍・地域	中国、台湾、韓国、タイ、インドネシア、マレーシア、米国、英国、香港、オーストラリア
サンプル数	1,224 <内訳>中国:200、台湾:100、韓国:100、タイ:100、インドネシア:100、マレーシア:100、米国:207、英国:105、香港:100、オーストラリア:112
主な調査項目内容	<ul style="list-style-type: none"> 横浜への来訪目的 日本と横浜への来訪目的の比較 等

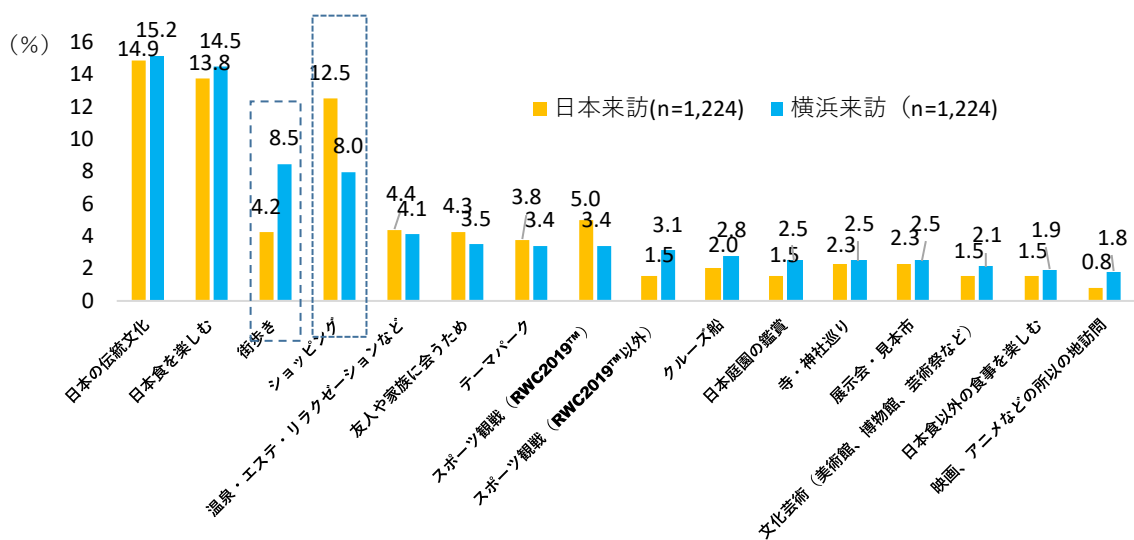
(1) 横浜への来訪目的

「観光」目的の来訪者は約81%、「ビジネス」は約15%。



(2) 日本への来訪目的と横浜への来訪目的の比較

「観光」目的の来訪者について、「日本の伝統文化」、「日本食を楽しむ」では、日本と横浜で大きな差はないが、「街歩き」については、横浜は日本より4.3pt高く、「ショッピング」については、横浜は日本より4.5pt低い。

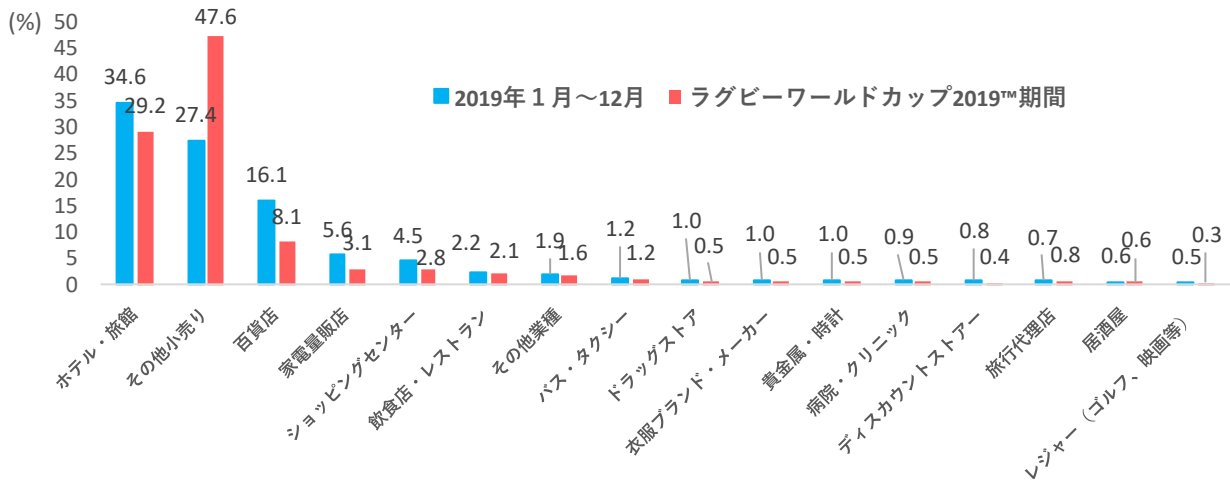


3 観光消費動向調査

実施目的	横浜に来訪する訪日外国人旅行者の消費動向をより正確に把握する。
調査手法	VJA グループのクレジット加盟店データを集計 ⇒Visa、Mastercard、銀聯(Union Pay)
調査期間	・2019年1月1日から12月31日 ・ラグビーワールドカップ2019™開催期間(2019年9月20日から11月2日)
エリア	横浜市内
調査対象	2019年1月から12月までに横浜を訪問し、VJAグループのクレジットカードを使用した訪日外国人旅行者
データ種類	カード発行国、売上(業種、金額、市区等)

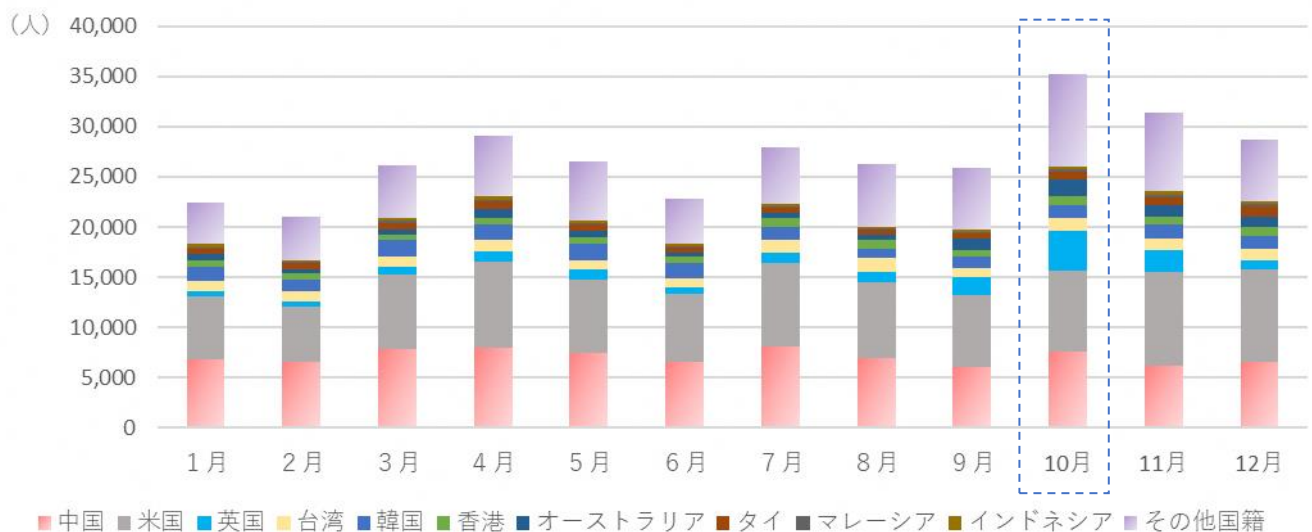
(1) 業種別利用額構成比

年間では「ホテル・旅館」の比率が一番高く、次いで「その他小売り」。ラグビーワールドカップ2019™期間中は「その他小売り」の比率が最も高く、「ホテル・旅館」が続いた。



(2) 国籍等別・月別利用者数(2019年1月から12月)

国籍等別・月別利用者数では、ラグビーワールドカップ2019™期間中の「10月」のクレジットカード利用者数が最も多く、特に「英国」の利用者数は、10月は4,022人であり、10月を除く月平均利用者数1,039人の約4倍に増えた。

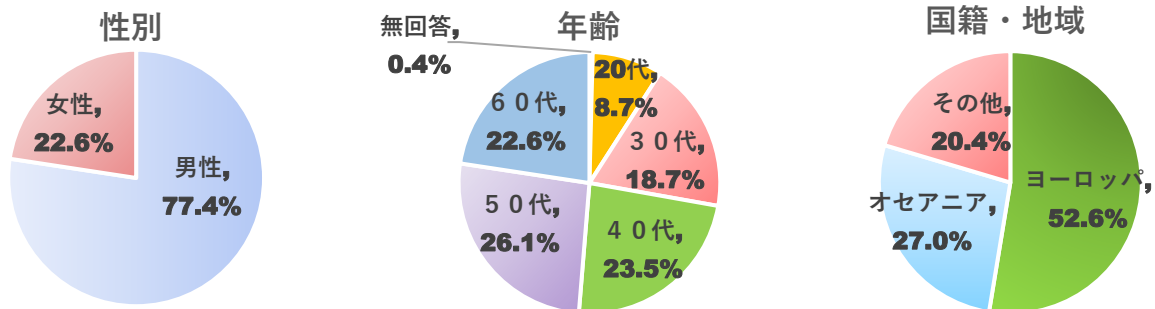


4 ラグビーワールドカップ 2019™ 訪日観戦客調査

実施目的	ラグビーワールドカップ 2019™ の訪日観戦客の消費動向などを把握する。
調査手法	対面聞き取り調査（対象者の回答を調査員が記入する方法）
調査期間	2019年9月21日、22日、10月26日、27日（横浜での試合開催日） ※試合中止等により10月12日は10月26日に、10月13日は10月27日に変更
調査地点	新横浜駅前西広場（横浜ラグビーフェスタ 2019）
調査対象	ラグビーワールドカップ 2019™ を観戦するために市内を訪れた訪日外国人旅行者
サンプル数	230（英語） <内訳> 9月21日:71、9月22日:65、10月26日:63、10月27日:31
主な調査項目内容	対象者の属性、訪問回数、ラグビーワールドカップ 2019™ 後の横浜への来訪意向等

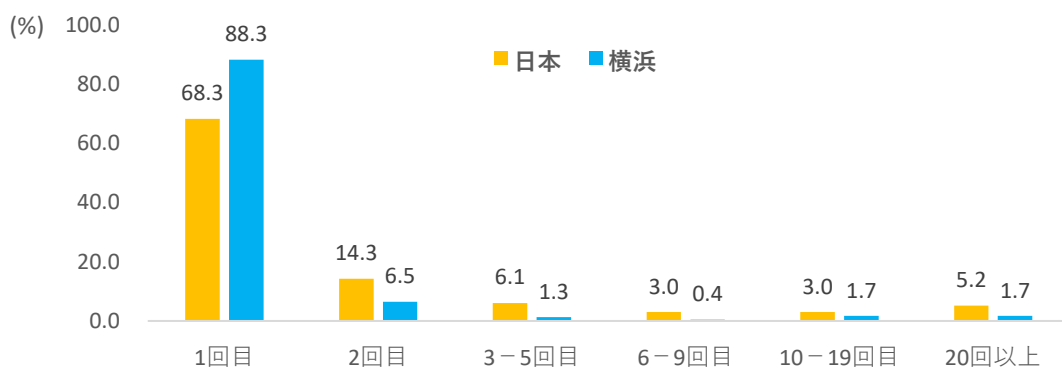
(1) 対象者の国籍・地域の構成

性別は、「男性」が77.4%、「女性」が22.6%。年齢構成は、「50代」が最も多く26.1%、国籍・地域構成は、ヨーロッパが52.6%と全体の半数を占めた。



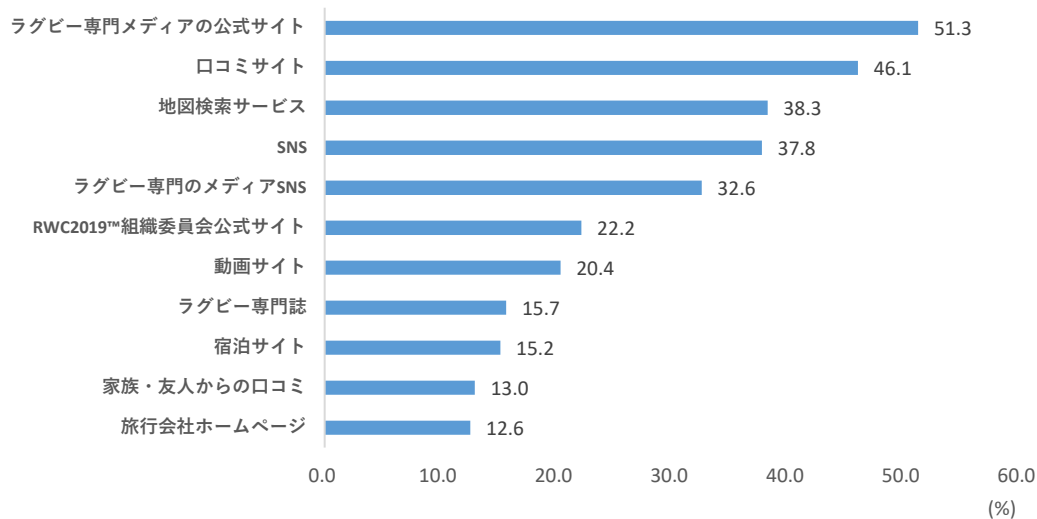
(2) 日本と横浜の訪問回数

横浜への訪問回数は「1回目」が約9割と最も高く、日本への訪問回数も同様に「1回目」が高い。



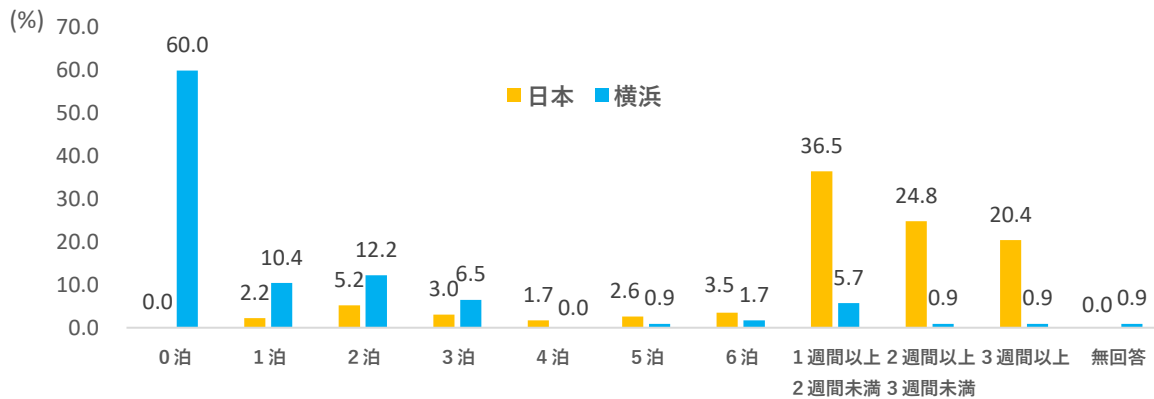
(3) 横浜訪問前情報収集源（旅行前に母国で参考にした情報源）

「ラグビー専門メディアの公式サイト」参考者が50%以上、続いて「口コミサイト」参考者が46.1%。



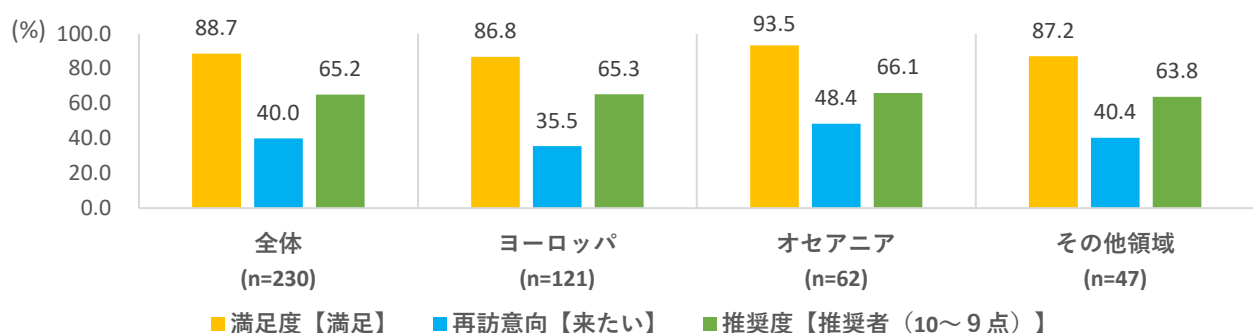
(4) 日本と横浜での宿泊数の比較

横浜は「0泊（日帰り）」が6割。日本は「1週間以上2週間未満」の割合が一番高い。



(5) 横浜の満足度・再訪意向・推奨度

満足度は「満足」が約9割、再訪意向は「来たい」が約4割、推奨度は「推奨者（10～9点）」が約7割。



お問合せ先

文化観光局観光振興課集客推進担当課長 鳥丸 雅司 Tel 045-671-4232