

2

松山を訪れた外国人観光客は、
どのような旅をしているのか？



● 「温泉入浴」「自然・景勝地観光」が主な目的となっている

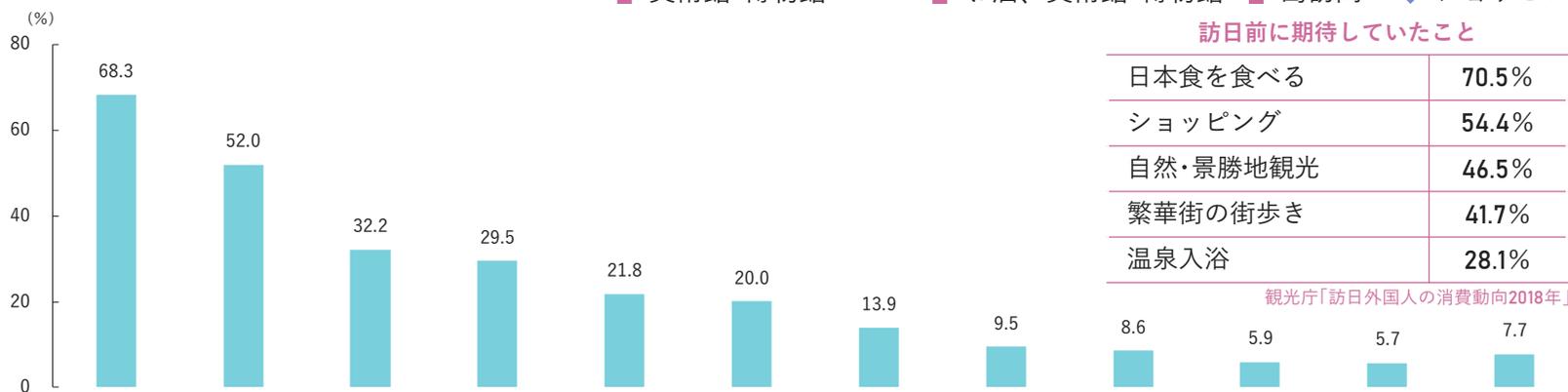
	韓国	台湾	香港	中国	欧米豪等
No.1	温泉入浴	自然・景勝地観光	温泉入浴	温泉入浴	温泉入浴
No.2	ショッピング	温泉入浴	自然・景勝地観光	自然・景勝地観光	歴史・文化体験
No.3	郷土料理	歴史・文化体験	歴史・文化体験	郷土料理	自然・景勝地観光

↑ 美術館・博物館

↑ お酒、美術館・博物館

↑ 島訪問

↓ ショッピング



訪日前に期待していたこと

日本食を食べる	70.5%
ショッピング	54.4%
自然・景勝地観光	46.5%
繁華街の街歩き	41.7%
温泉入浴	28.1%

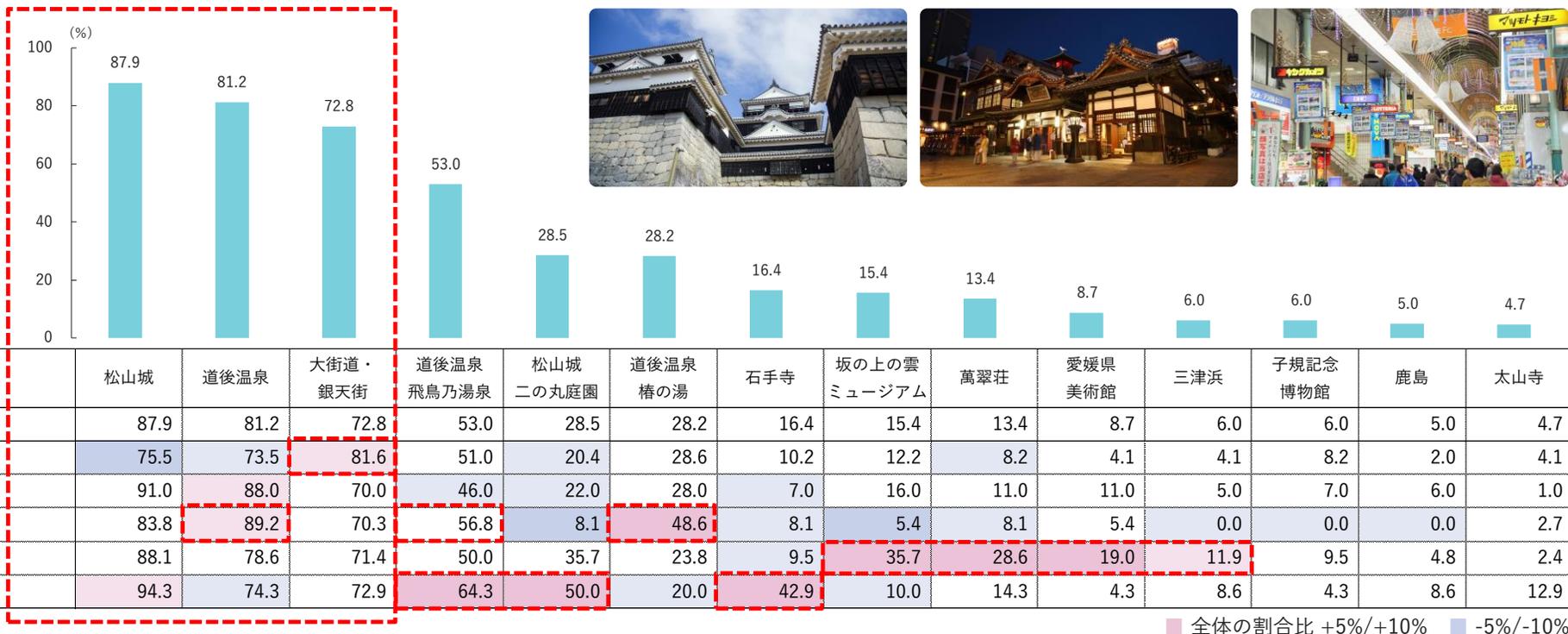
観光庁「訪日外国人の消費動向2018年」

	温泉入浴	自然・景勝地観光	歴史・文化体験	郷土料理	ショッピング	旅館宿泊	島訪問	美術館・博物館	日本の酒を飲む	ツアーに含まれていた	映画・ロケ地巡り	その他
全体(454)	68.3	52.0	32.2	29.5	21.8	20.0	13.9	9.5	8.6	5.9	5.7	7.7
韓国(72)	83.3	16.7	11.1	23.6	30.6	13.9	1.4	0.0	5.6	0.0	2.8	15.3
台湾(154)	66.2	66.9	29.2	22.7	24.0	27.9	13.0	8.4	7.1	7.1	2.6	3.2
香港(57)	84.2	57.9	38.6	31.6	22.8	24.6	12.3	14.0	3.5	5.3	5.3	1.8
中国(68)	72.1	67.6	32.4	51.5	29.4	10.3	13.2	17.6	19.1	2.9	17.6	1.5
欧米豪等(103)	49.5	40.8	47.6	28.2	6.8	16.5	25.2	9.7	8.7	10.7	4.9	16.5

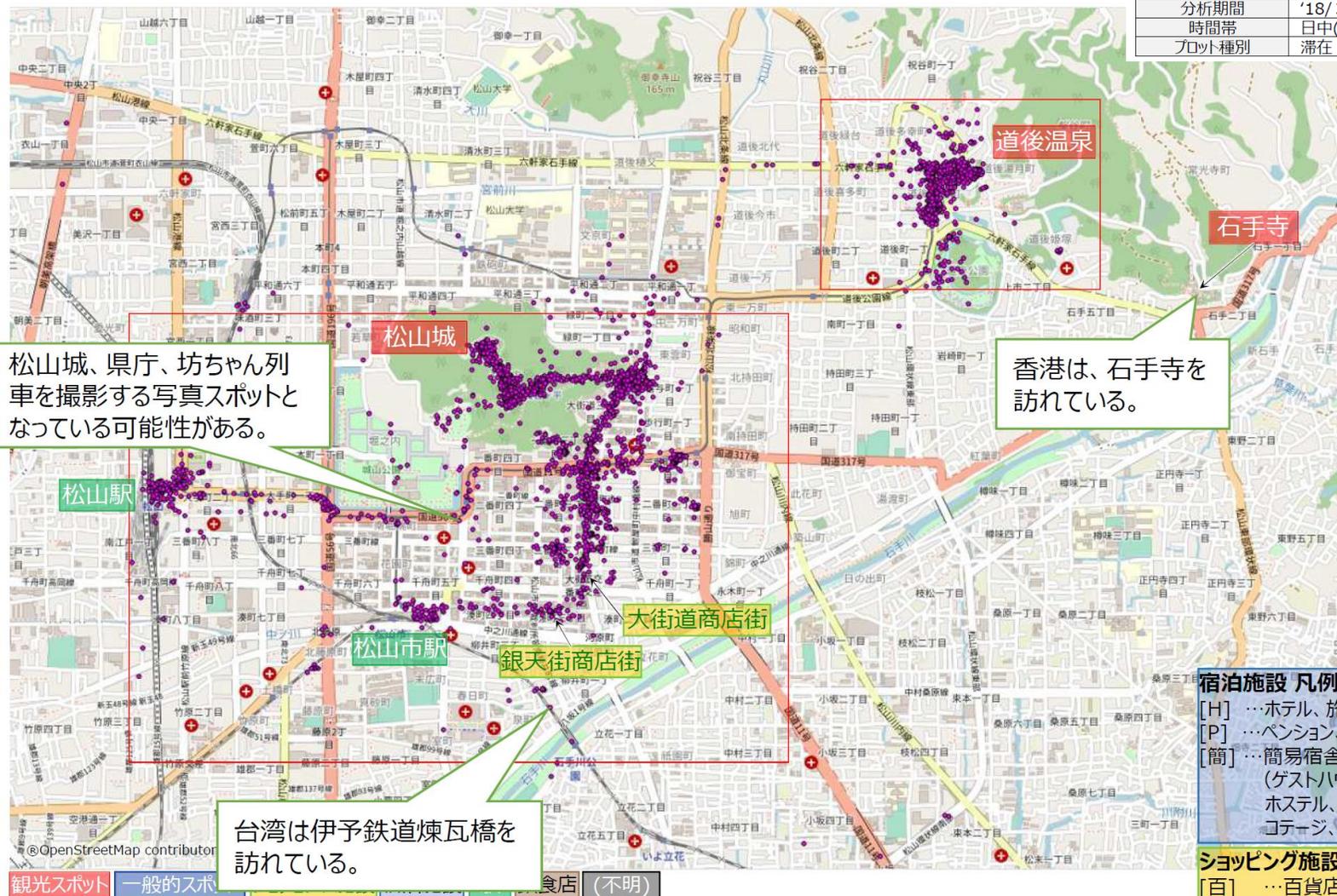
■ 全体の割合比 +5%/+10% ■ -5%/-10%

- 松山城、道後温泉(本館)、大街道・銀天街は、どの国・地域も7割以上の人を訪れるメインの観光スポットとなっている
- 韓国－買物 香港－温泉 中国－美術館・博物館 欧米豪－庭園・寺・島

国・地域別 松山での訪問場所(予定含む)



国・地域	台湾
対象者	松山市滞在者
該当人数	205
分析期間	'18/3/1~'19/2/28
時間帯	日中(10:00-18:00)
プロット種別	滞在



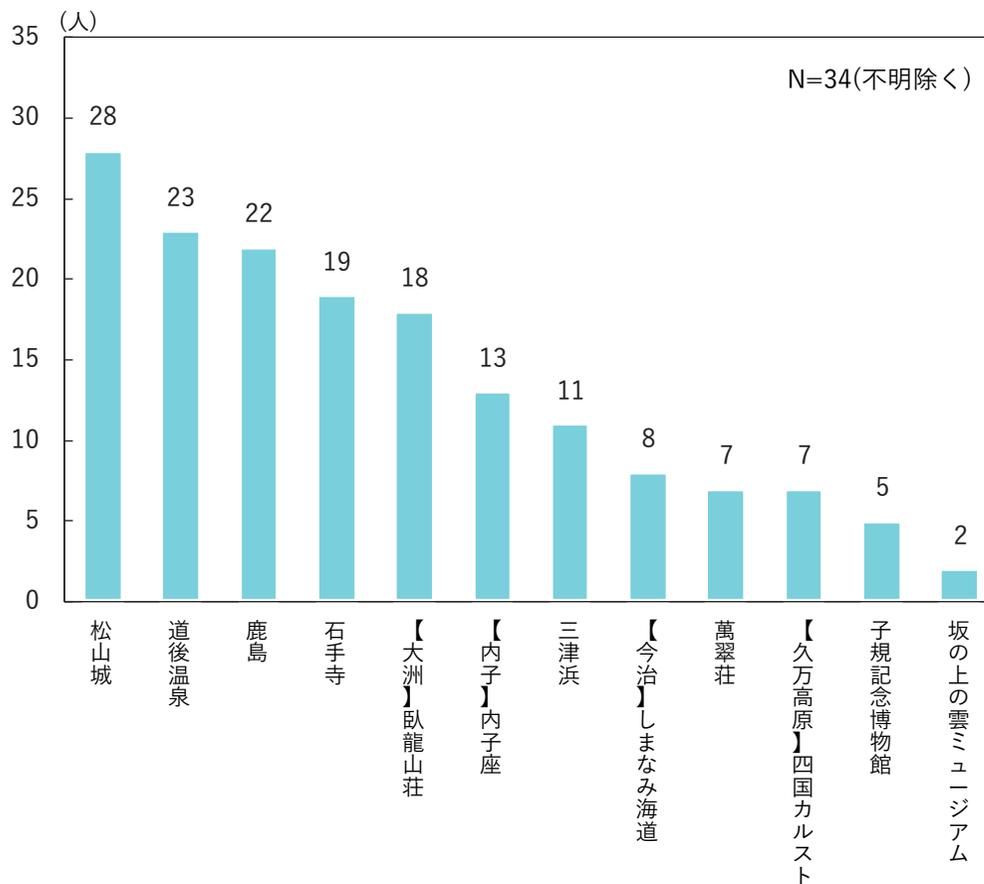
宿泊施設 凡例
 [H] …ホテル、旅館
 [P] …ペンション、民宿など
 [簡] …簡易宿舎
 (ゲストハウス、シェアハウス、
 ホステル、アパートメントホテル、
 コテージ、民泊など)

ショッピング施設 凡例
 [百] …百貨店、デパート

広島アンケート調査

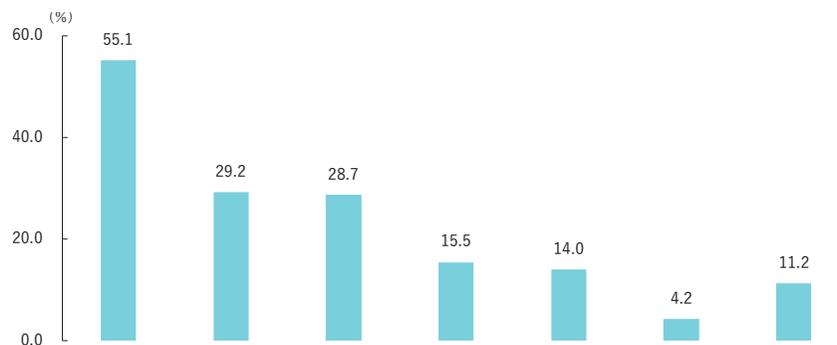
広島を訪れた欧米人が松山で行ってみたい場所

- 訪松欧米人と同様、松山城、道後温泉(本館)は興味を引く2大コンテンツ
- 次いで、「鹿島」「石手寺」が高くなっている →松山を訪れた欧米人も割合が高い



- 【滞在中】 公共交通(①路面電車、②鉄道、③バス)を利用する人が多い
香港はレンタカー利用の割合が高い
- 【松山in】 直行便がある国・地域は、飛行機で松山入りする人が多い
香港はレンタカー利用、欧米豪等は船舶利用が多い

国・地域別 松山滞在中の交通機関

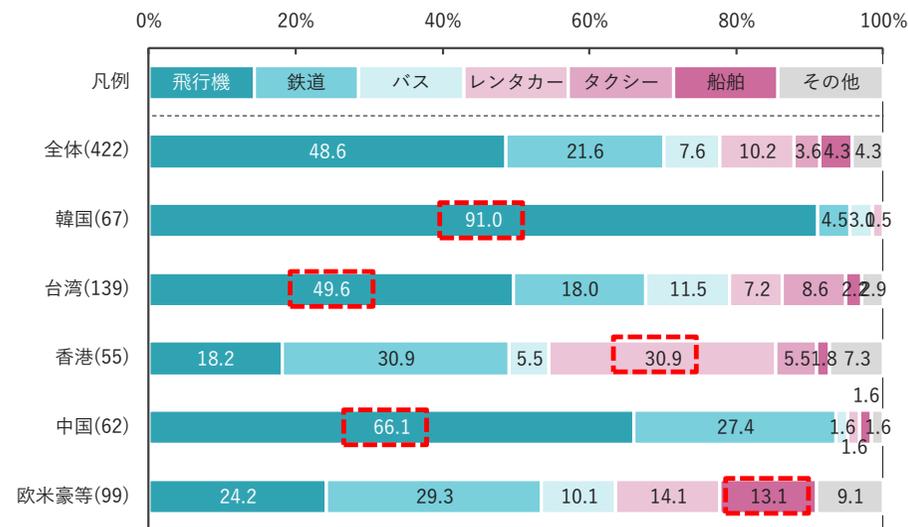


	路面電車	鉄道	バス	レンタカー	タクシー	船舶	その他
全体(401)	55.1	29.2	28.7	15.5	14.0	4.2	11.2
韓国(67)	76.1	22.4	26.9	3.0	10.4	3.0	7.5
台湾(122)	34.4	29.5	30.3	13.9	21.3	5.7	11.5
香港(55)	49.1	23.6	14.5	34.5	7.3	1.8	5.5
中国(61)	85.2	44.3	34.4	8.2	18.0	3.3	1.6
欧米豪等(96)	51.0	27.1	32.3	19.8	8.3	5.2	22.0

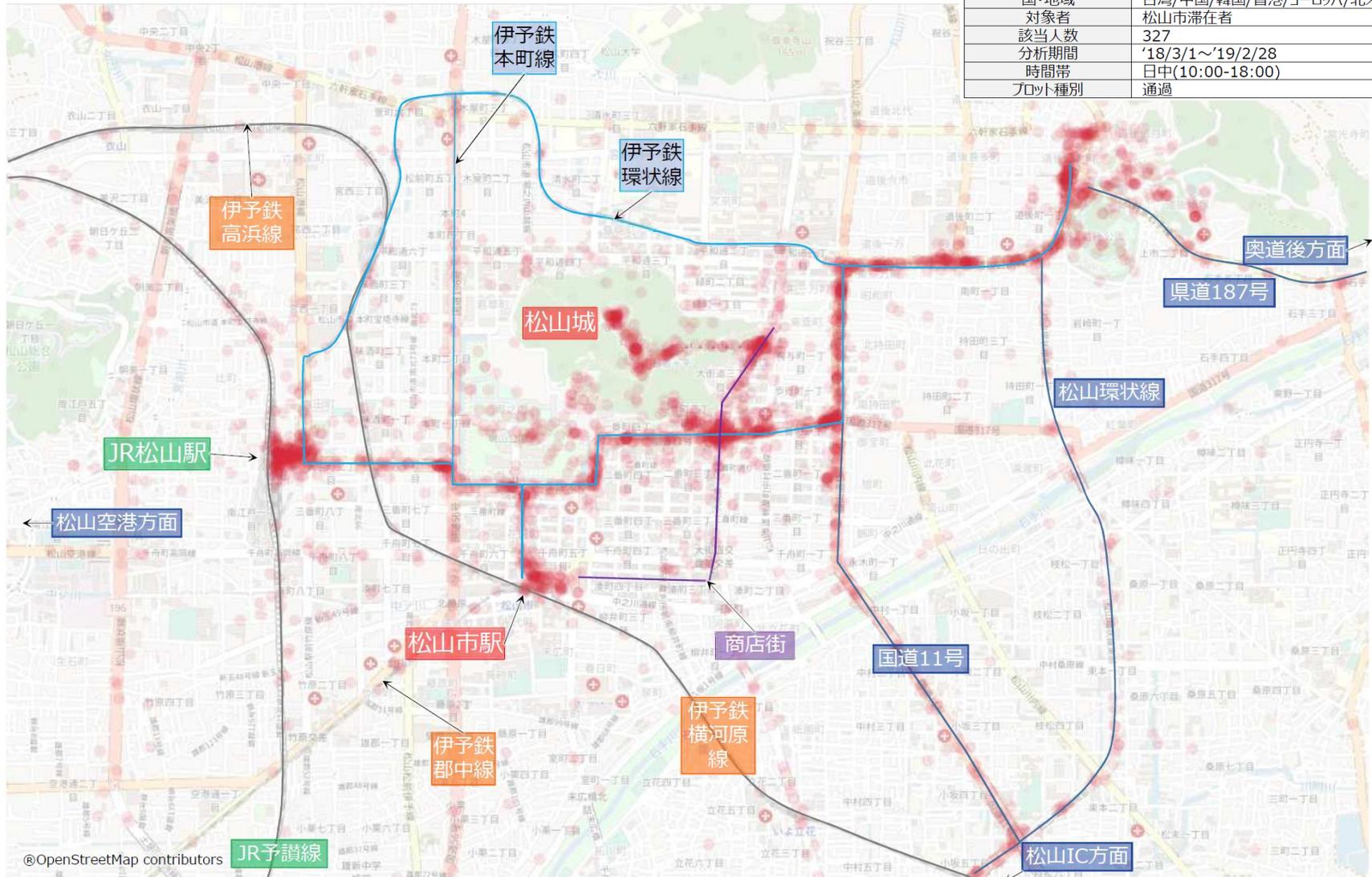
■ 全体の割合比 +5%/+10% ■ -5%/-10%

国・地域別 松山訪問時の交通機関

※ヒアリング調査
香港人利用が最も多い【レンタカー事業者】



国・地域	台湾/中国/韓国/香港/ヨーロッパ/北米/オセアニア
対象者	松山市滞任者
該当人数	327
分析期間	'18/3/1~'19/2/28
時間帯	日中(10:00-18:00)
プロット種別	通過

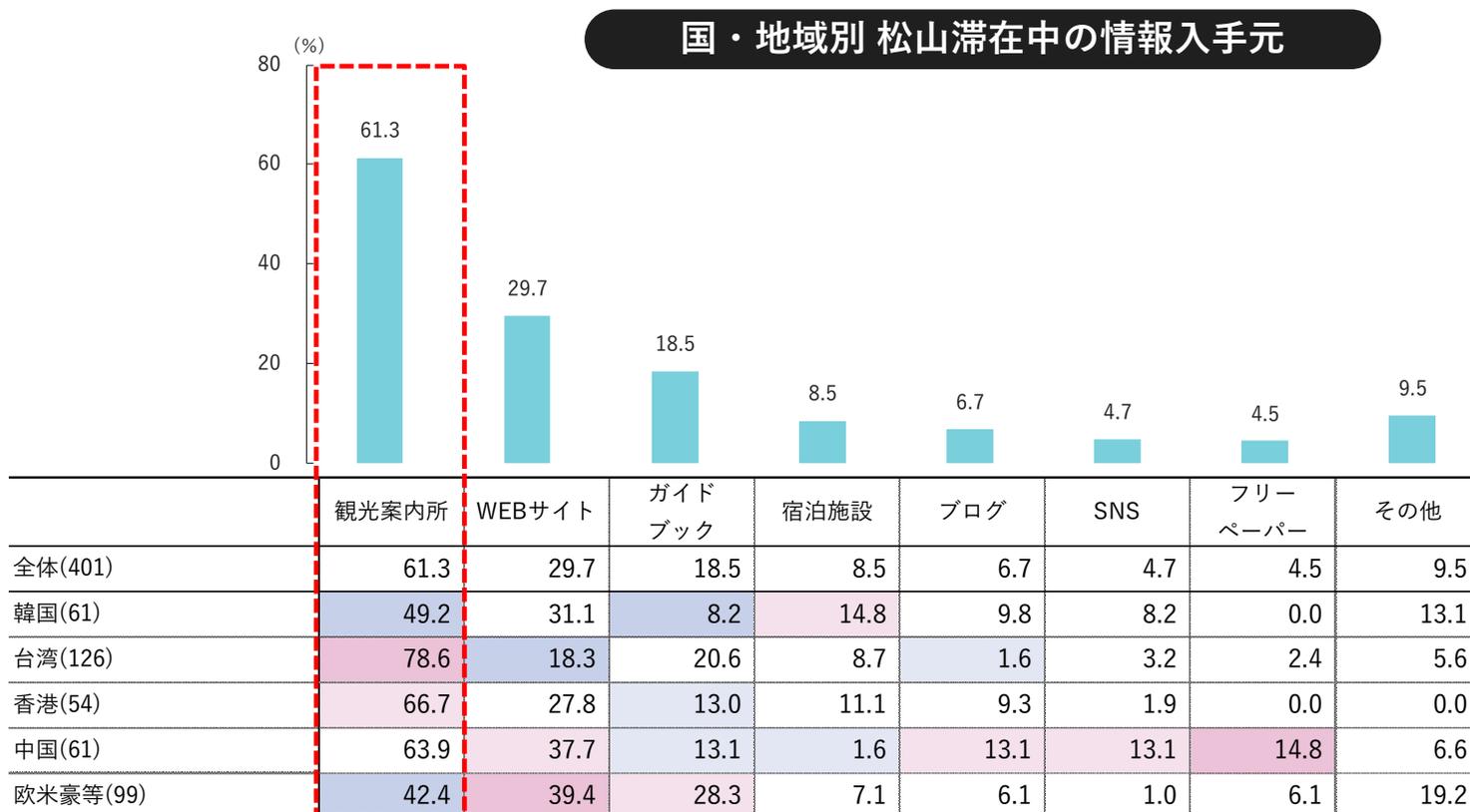


松山滞在中によかったこと Best 1

	体験 Experience	食事 Cuisine	写真スポット Photo point
韓国(73)	道後温泉(29) 松山城(7)	鯛めし(13)) 寿司(6)) うどん(4)	松山城(13) 道後温泉(4)
台湾(155)	道後温泉(26) 松山城(13) くるりん(5)	鯛めし(9) みかん商品(7) ラーメン(6)	松山城(42) 道後温泉(16) 金毘羅宮(2)
香港(57)	道後温泉(13) ロープウェイ(4) 松山城(2)	みかん商品(5) 鯛めし(3)、うどん(3)	松山城(12) 道後温泉(10) 下灘駅(2)
中国(68)	道後温泉(9) ホテルが良い(3)、松山城(3)	鯛めし(4)、みかん商品(4) ラーメン(3) 寿司(2)、かに道楽(2)	松山城(13) 道後温泉(4) 下灘駅(3)
欧米豪等 (106)	松山城(15) 道後温泉(13) 寺(4)	うどん(3)、みかん商品(3) 鯛めし(2)、刺身(2)、 TONTON・SOHSOH(2)	松山城(21) 道後温泉(5) 石手寺(2)

注 太字は5件以上の回答があったもの

- 観光案内所が外国人観光客にとっての重要な情報源となっている。



韓国 : WEBサイト-Naver(4)、SNS-Facebook(2)、その他-友人・知人(2)

台湾 : WEBサイト-Google(3)、その他-旅行会社(3)

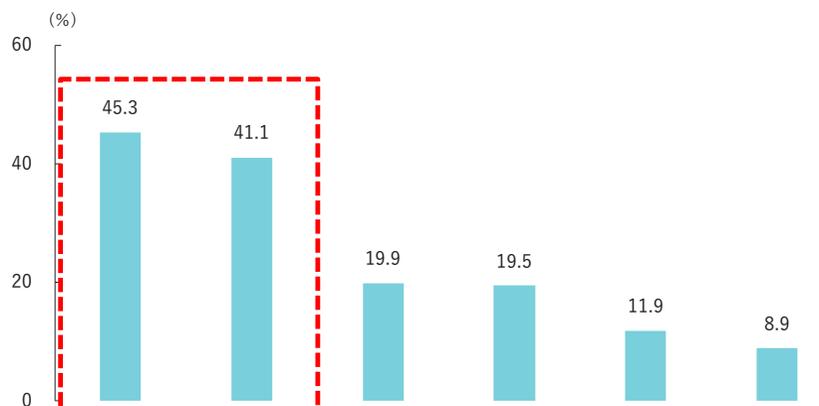
中国 : WEBサイト-楽天(2)

欧米豪等 : WEBサイト-Google(2)、ガイドブック-ロンリープラネット(10)

■ 全体の割合比 +5%/+10% ■ -5%/-10%

- JR松山駅、道後温泉商店街入口の観光案内所が拠点となっている
- JR経由での松山入りが多い香港、中国、欧米豪等は、JR松山駅案内所の利用が多い

情報を入手した観光案内所



	道後温泉商店街入口	JR松山駅	松山城ロープウェイ駅舎	松山空港	松山観光港	市駅前SS
全体(236)	45.3	41.1	19.9	19.5	11.9	8.9
韓国(29)	27.6	10.3	17.2	48.3	0.0	0.0
台湾(99)	64.6	36.4	25.3	18.2	17.2	8.1
香港(34)	50.0	52.9	20.6	2.9	5.9	14.7
中国(39)	12.8	56.4	10.3	28.2	7.7	15.4
欧米豪等(35)	37.1	51.4	17.1	5.7	17.1	5.7

■ 全体の割合比 +5%/+10% ■ -5%/-10%



観光案内所での具体的な問合せ・相談

日報分析結果より
2019年8月分

(道後/松山城/JR松山駅/松山観光港)

相談件数

2019.8月合計

- 7件/日(道後/JR)、1件/日(城/港)

道後	227	JR	237	城	34	港	24
----	-----	----	-----	---	----	---	----

案内

- 観光案内所からの案内先 例
五明のキャンプ場(伊)、電器店(韓)、寿司屋・回転ずし(中)、市内観光施設・神社仏閣(仏)
松山城・道後温泉(伊)
- 体験・イベント
光のおもてなし(台)、松山城でのイベント(-)、しまなみ海道サイクリング(独/伊/台)、
三津浜花火大会(-)、坊ちゃん列車(台)、松山城観覧(台)、波止浜での急流体験(米)、
海の景色を見たい(印)、市内での工場見学(中)

旅プラン

- 半日～数日間の旅行プランそのものの企画を依頼されるケースあり
(4日間で四国を回るプラン(加&西)、松山近郊で楽しめる半日プラン(欧米系))

通信

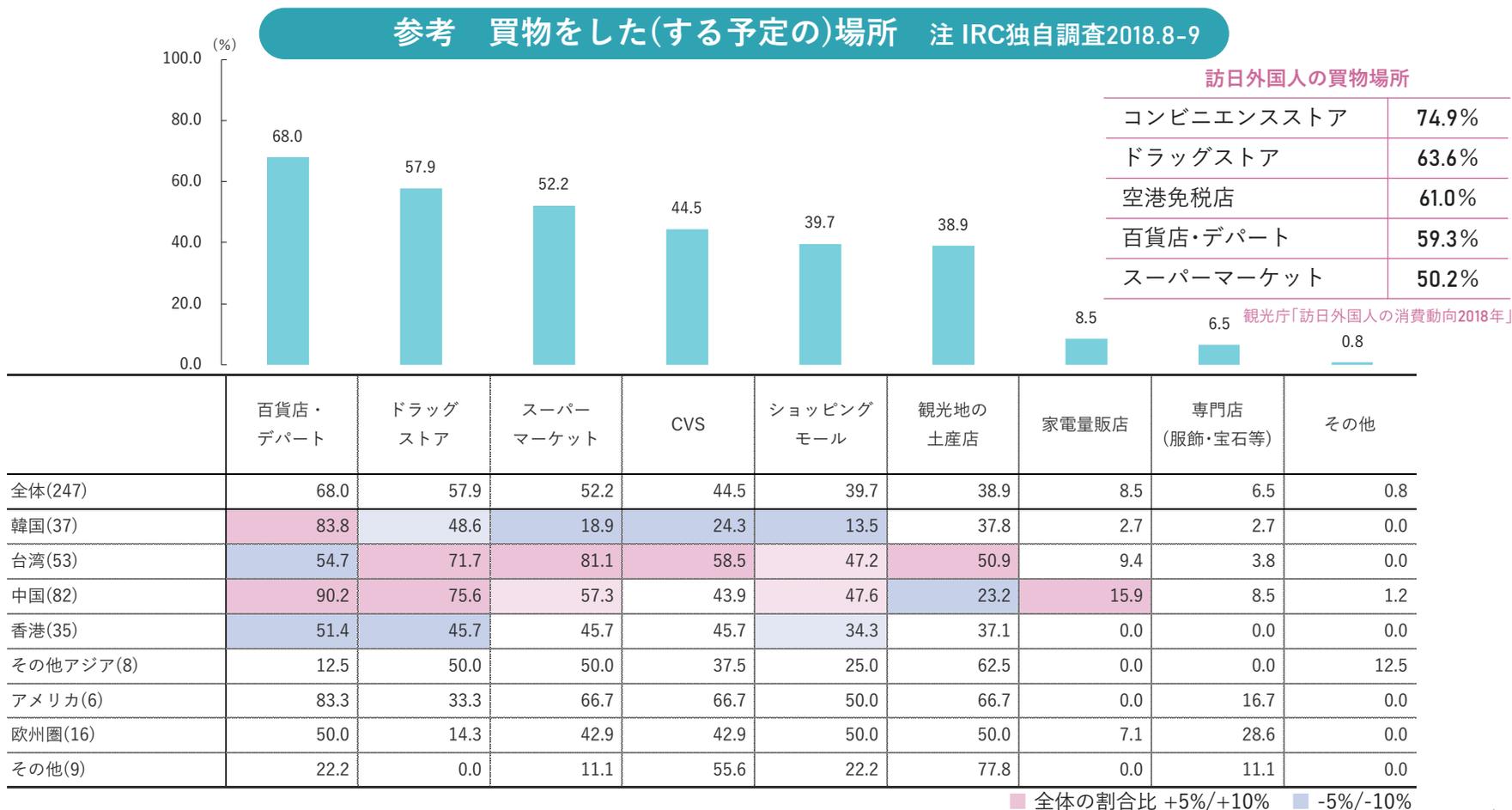
- SIMCARDの購入、携帯ショップの場所に関する相談

- 1日の消費額は2.5万円～4万円（中間値）
- 中国が5.3万円と最も高く、欧米豪等が2.5万円と最も低い
- 夜間の消費額は 5,000円程度

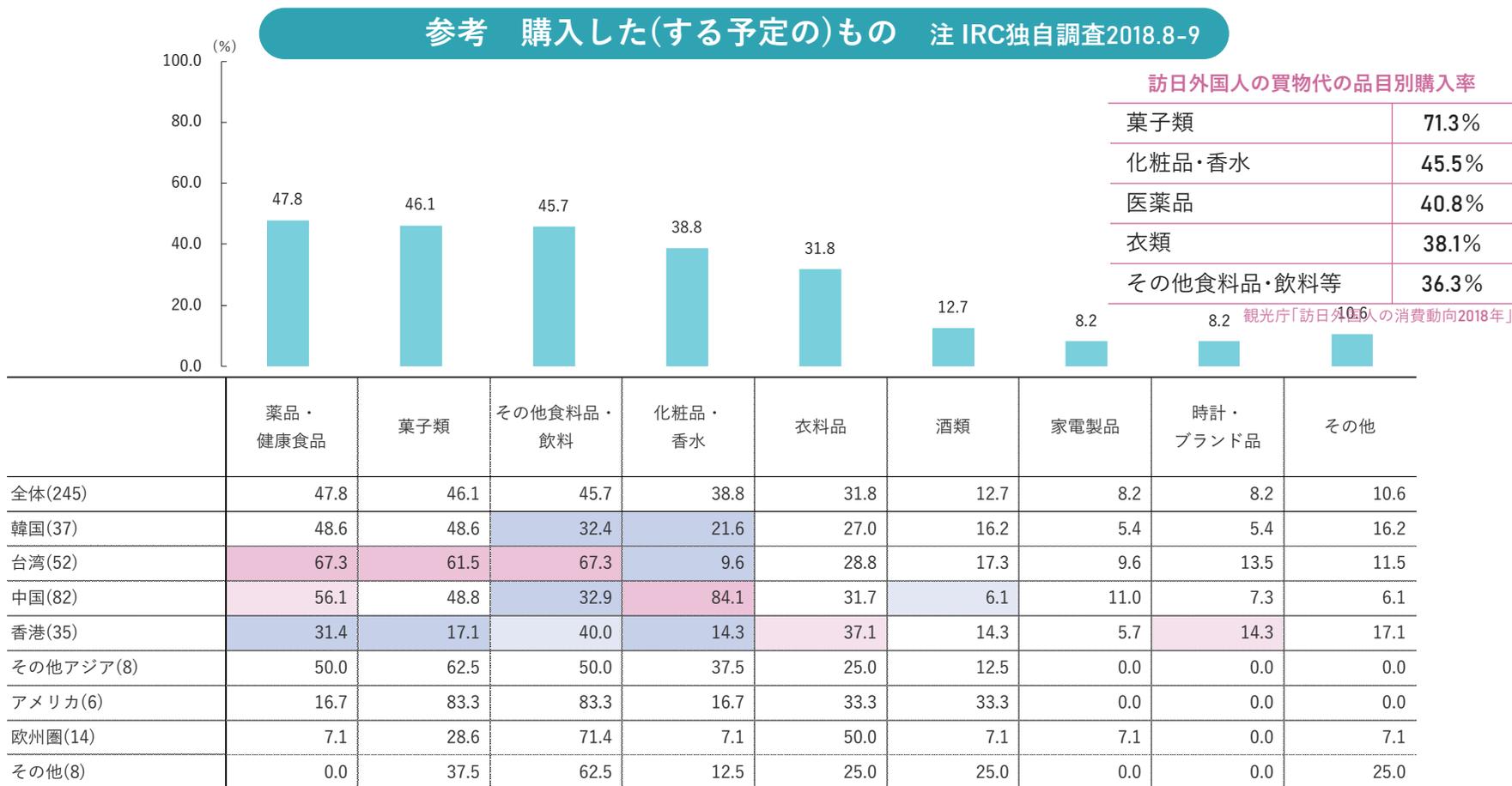
松山滞在中の1日1人あたり消費額

		宿泊費	飲食費	買物費	施設入場料等	交通費	その他	合計	夜間
韓国	最小値	1,000	1,000	1,000	500	320	2,000	5,000	1,000
	中間値	16,000	10,000	20,000	1,850	1,700	5,000	35,500	5,000
	最大値	200,000	50,000	150,000	5,000	20,000	72,000	301,400	100,000
台湾	最小値	2,000	560	300	400	0	1,000	880	0
	中間値	15,000	5,000	10,000	2,000	3,000	3,000	30,000	3,000
	最大値	130,000	40,000	180,000	10,000	50,000	20,000	226,000	30,000
香港	最小値	3,800	450	400	410	320	2,000	450	0
	中間値	16,000	9,000	20,000	2,000	2,000	2,000	41,000	4,750
	最大値	60,000	100,000	50,000	10,000	10,000	5,000	200,000	50,000
中国	最小値	3,000	2,000	630	410	300	2,000	5,500	2,000
	中間値	20,000	8,400	20,000	1,700	4,000	6,000	53,000	5,000
	最大値	150,629	100,000	950,000	20,000	30,000	10,000	1,050,000	30,000
欧米豪等	最小値	2,000	760	100	300	160	600	0	400
	中間値	15,000	6,500	5,000	2,000	2,000	5,000	25,000	5,000
	最大値	118,000	50,000	70,000	10,000	40,000	10,000	218,000	100,000

- 百貨店・デパートが最も多く、特に、韓国人、中国人の割合が高い
- 台湾人の主な購入先はスーパーマーケット、ドラッグストア
- 中国人は家電量販店が16%



- 順位に違いはあるが、上位5種の品目は大きく変わらない
- 中国人は「化粧品・香水」の購入割合がダントツに高い(84%)

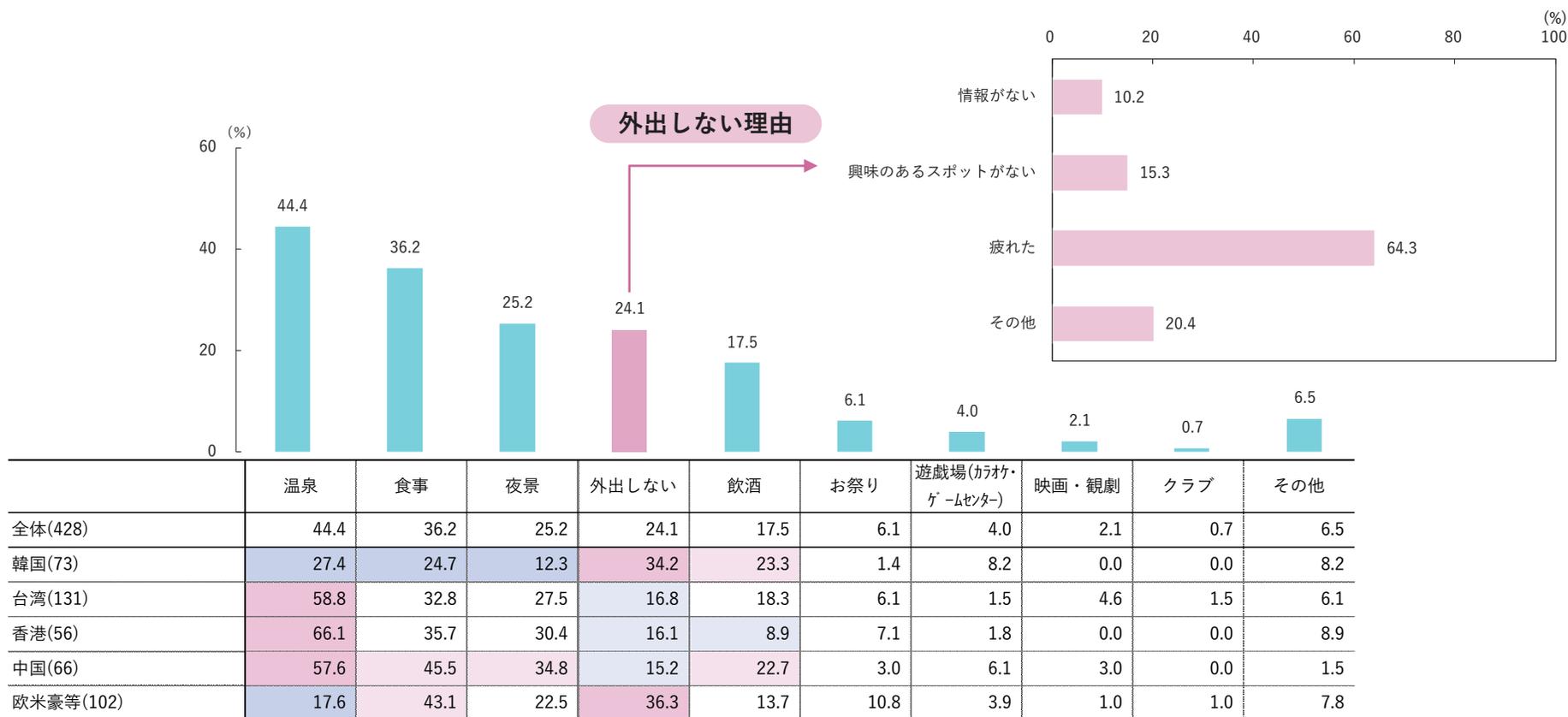


■ 全体の割合比 +5%/+10% ■ -5%/-10%

調査の結果 20時以降どのように過ごしたか(予定含む)? 2. どのような旅をしているのか?

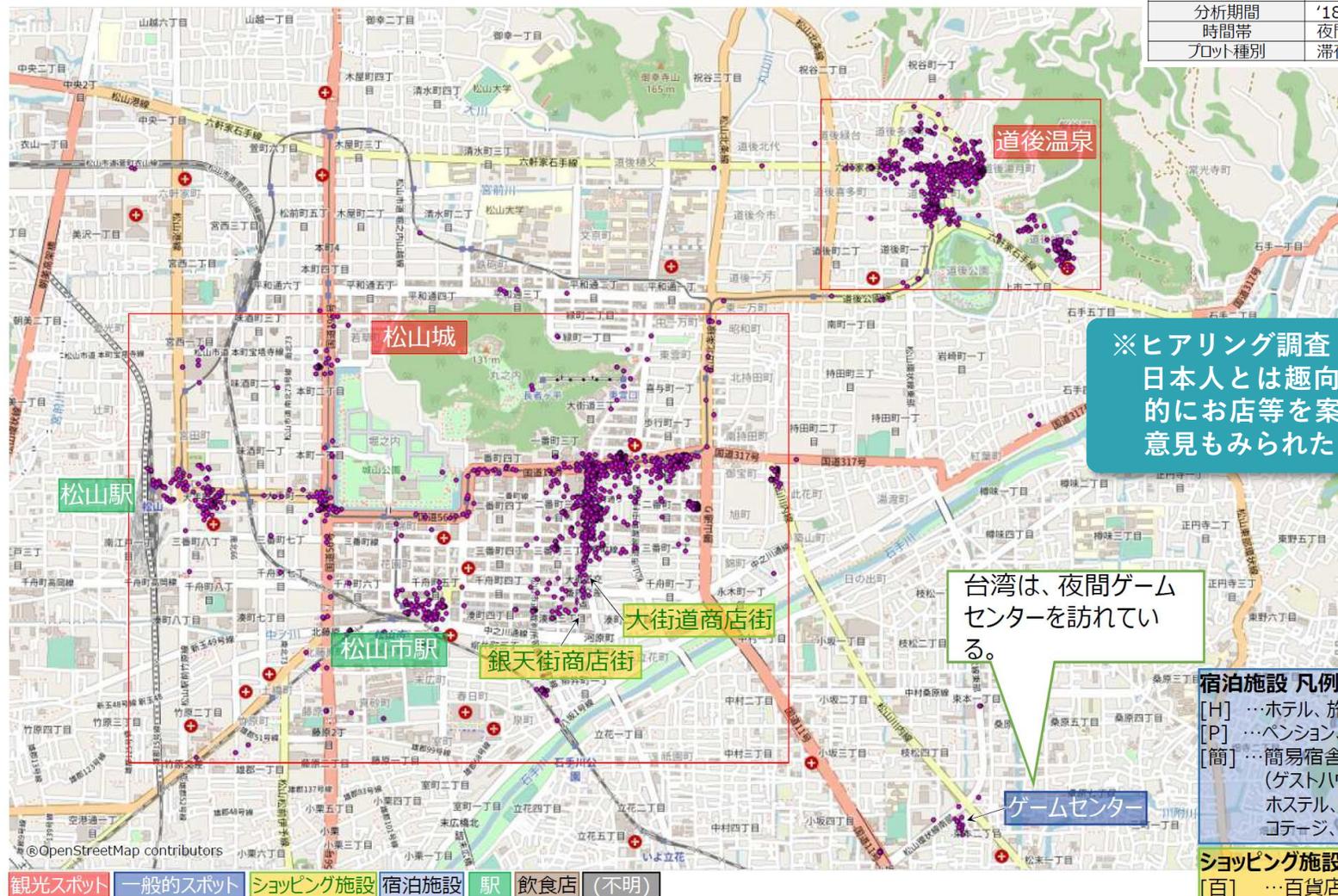
- 「温泉」が最も多い。「食事」や「夜景」は、国・地域にあまり関係なくニーズとしてある
- 韓国、欧米豪等は宿泊施設内でゆったり過ごす傾向あり

国・地域別 20時以降の過ごし方



■ 全体の割合比 +5%/+10% ■ -5%/-10%

国・地域	台湾
対象者	松山市滞在者
該当人数	203
分析期間	'18/3/1~'19/2/28
時間帯	夜間A(18:00-24:00)
プロット種別	滞在



※ヒアリング調査【宿泊施設】
日本人とは趣向が異なるため、積極的にお店等を案内していないという意見もみられた

台湾は、夜間ゲームセンターを訪れている。

ゲームセンター

- 宿泊施設 凡例**
- [H] …ホテル、旅館
 - [P] …ペンション、民宿など
 - [簡] …簡易宿舎
(ゲストハウス、シェアハウス、
ホステル、アパートメントホテル、
コテージ、民泊など)

- ショッピング施設 凡例**
- [百] …百貨店、デパート

共通

- 「温泉入浴」は国・地域に関係なく松山観光の最大の目的。訪日目的1位の「料理」は松山では低い
- 松山城、道後温泉(本館)、大街道・銀天街がメインの観光スポット
- 観光案内所が旅ナカ情報を得るためのコア機能となっている(入国手段・地点との関連性が高い)
- 夜間観光のニーズは高い

台湾

- 「旅館宿泊」を期待して訪れる人の割合が高い。宿泊施設のPRに効果の可能性あり

香港

- メインの観光スポット以外の訪問地が少なく、滞在日数が短いことと関連あり
- ショッピングニーズが比較的高い → 【動態】商業施設、郊外型大規模商業施設訪問

中国

- ショッピング、郷土料理、日本酒への期待が高く、消費額も他の国・地域の1.8倍程度
【IRC調査】百貨店、ドラッグストアでの化粧品・香水、家電製品等の購買率が高い

韓国

- ショッピング目的と回答した人は多くないが、大街道・銀天街訪問者は多い
- 【動態】商業施設、郊外型大規模商業施設訪問者が多かったこととも関連

欧米豪

- 温泉入浴、ショッピング等の期待は相対的に低く、歴史・文化体験、島訪問など関心大(石手寺、鹿島 訪問率高い) → 消費額は最少 → 「体験型消費」に商機あり