

平成26年度

富士箱根伊豆国立公園箱根地域及び富士山地域における
外国人旅行者動向把握調査業務

報 告 書

平成27年3月

株式会社 ケー・シー・エス

業務の概要

富士箱根伊豆国立公園箱根地域及び富士山地域には、外国人旅行者が多く訪れており、観光庁等による訪日旅行者増加の取組や、東京オリンピックの開催に向けて、今後も増加することが予想される。しかしながら、これらの外国人旅行者の動向や意向についての把握が十分でなく、国立公園に関する情報やサービスの提供も不十分である。

当該業務では、関係者ヒアリング調査、外国人向けガイドブックやホームページ等の分析、外国人旅行者アンケート調査により、外国人旅行者の動向及び意向を明らかにするとともに、当該地域の公園事業施設等の外国語対応の状況を把握・整理し、有識者の意見を踏まえ、国立公園の利用拠点における外国人旅行者受入れ環境の課題、及び改善方策、広報・情報提供のあり方について検討・提案したものである。

(1) 富士箱根地域における外国人旅行者動向の把握

既存の統計資料や調査結果等を収集整理し、当該地域の各自治体の外国人旅行者数を把握するとともに、日本政府観光局（JNTO）の報告書を参考に、外国人旅行者数の推計方法を検討し、当該地域の外国人旅行者数を推計した。

また、既存文献やヒアリング調査（当該地域に外国人向けツアーを運営している旅行業者9社、地域内の交通事業者5社、宿泊施設19施設、観光案内所5か所）により、当該地域における外国人旅行者がどのような形態（団体又は個人、ガイドの有無等）及び行程（訪問先、宿泊場所、日程等）で旅行しているのかについて把握した。

(2) 富士箱根地域における外国人旅行者の意向の把握

富士ビジターセンター、富士河口湖総合観光案内所、大涌谷インフォメーションセンター、箱根町総合観光案内所において、外国人旅行者を対象にアンケート調査を実施（回収1035票）し、移動特性、ニーズ、満足度等を把握した。

また、ガイドブック（5種）やホームページ（2種）にて当該地域がどのように紹介されているか分析した。

(3) 公園事業施設等の外国語対応状況の把握・整理

当該地域内で外国人旅行者が多数利用している歩道、園地、博物展示施設等の公園事業施設等（10箇所12施設）を対象に、施設管理者のヒアリングならびに現地調査を実施し、外国語表記及び外国人対応スタッフの有無など受入れ環境の整備状況を把握した。

(4) 外国人旅行者への対応状況の把握

当該地域の自治体などのパンフレットやホームページを収集整理するとともに、各自治体（5市町）をヒアリングし、当該地域における外国人旅行者への対応状況、取り組み状況などを整理した。

(5) 外国人旅行者に対する魅力向上等のための方策の提案

外国人旅行者アンケート結果、ならびに旅行事業者、交通事業者、観光施設、宿泊施設ヒアリング結果から、「外国人旅行者側の視点」と「受入側の視点」で、富士箱根地

域における受入れ環境の現状と課題を整理した。さらに、抽出した課題を「国立公園としての課題」と「地域としての課題」にわけて整理した。

また、課題を踏まえ、有識者（5名）を交えた「富士箱根伊豆国立公園箱根地域及び富士山地域における外国人旅行者に対する魅力向上等のための方策の提案についての座談会」を開催し、助言を得て、施設等の外国語対応のあり方、外国人を対象とした広報・情報提供のあり方等、外国人旅行者の増加及び満足度向上のための方策を提案した。

① 有識者の助言

- ・きちんとしたサービスが提供できる国立公園地域をつくるのが先決。
- ・案内等の外国語表記は、迷うことなく旅行目的が果たせるだけの整備は必要。
- ・国立公園の景観を壊すような看板の羅列をせず、控えめに確実に表記すべき。
- ・ルールやマナーは「なぜ、そうしなければならないか」という理由も説明すべき。
- ・自動翻訳の誤訳に注意。誤解、マイナスイメージになるためチェックが重要。
- ・パンフレットの情報をどうやって的確に利用者に届けるか工夫が必要。
- ・手法としては費用対効果を考慮し、媒体はインターネットに集中。
- ・SNSの活用として富士山に関する外国人ブログのまとめサイトの作成とSEO対策。
- ・外国人旅行者の動向について、環境省の独自課題に対するモニタリング調査必要。

② 外国人旅行者の増加及び満足度向上のための方策の提案

【箱根ビジターセンターについて】

- ・ビジターセンターへの誘導を促進するために情報を検索サイト等にリンク
- ・外国人とのコミュニケーションを図るための人材育成
- ・指さし会話集などの整備
- ・旅行者をおもてなしするショップ機能や休憩施設としてのサービスレベルの向上
- ・Wi-Fiの整備

【事業歩道等その他の事業施設について】

- ・誘導板や案内板の外国語表記（少なくとも英語表記は必要）
- ・危険個所や災害時の対応などルールの外国語表記
- ・国立公園で行ってはいけないルールの外国語表記
- ・船やロープウェイの乗り方の外国語説明

【広報・情報提供のあり方について】

- ・ルールやマナーを外国語できちんと伝わる資料の作成
- ・食事に関する情報の外国語対応
- ・既存の外国語表記のネイティブチェック
- ・旅行事業者、ガイドブック、WEBサイトへ情報展開

③ 今後の調査方法について

- ・外国人旅行者の動向モニタリング（アンケート調査の継続）
- ・情報の一元化（トラブルや参考事例の共有サイト構築）
- ・関係者のホームページ閲覧状況の分析（国別アクセス数など）

Business concept

Fuji-Hakone-Izu National Park, Hakone area and Mt. Fuji area are frequently visited sites by foreigners and their number is expected to increase through the efforts of the Japan Tourist Agency and the opening of Tokyo Olympics. However, understanding of those foreigners' trends and intentions is not adequate and information of National Parks and providing services is insufficient.

The objective of this task is to clarify foreigners' trends and intentions by conducting interviews with relevant people, analyzing guidebooks and homepages for foreigners. At the same time, the objective is understanding and organizing multilingual information in parks and business/public facilities of related areas based on opinions by experts. Moreover, this study aims at examining and proposing the issue of acceptance of foreigners, improvement plan, advertisement plan and presenting information in the area of the National Park.

(1) Understanding trends of foreign travelers in Fuji Hakone area

Alongside with collecting and organizing existing statistics information and survey data and estimating the number of foreign travelers in each municipality at the relevant areas, a prediction about the estimated number of foreigners on the basis of a report of JNTO has been made. In addition, developing methodology for estimating the number of foreign travelers visiting relevant areas as well as considering the methods to estimate those numbers has been implemented.

In addition, according to the existing literature and conducted interviews (9 travel agencies operating tours for foreigners at the relevant areas, 5 transportation companies inside the areas, 19 accommodations, 5 tourist information centers) it has been found out how foreign travelers organize their trips (Group/Individual tours, with/without guide staff etc.) and what are their modes of travel (sites visited, accommodations, planned schedule, etc.)

(2) Understanding preferences of foreign travelers at Fuji Hakone area

Characteristics of the mobility of foreign travelers, needs and levels of satisfaction have been estimated by implementing questionnaires survey targeting foreign travelers (1035 respondents). The survey took place at Fuji Visitor Center, Fuji-Kawaguchiko tourist information center, Owakudani information center and Hakone tourist information center.

In addition, guidebooks (5 kinds) and homepages (2 kinds) of the relevant areas and the presentation of those areas have been analyzed.

(3) Understanding and organizing the display of multilingual signs at park and business facilities

The condition of the facilities of the environment concerning the availability of multilingual signs and the availability of foreign languages-speaking staff have been evaluated. This has been achieved by conducting interviews with managers of the facilities and field surveys in relevant areas used frequently by high number of foreign travelers. Namely, park business facilities (10 sites and 12 facilities) such as pavements, parks, museums, etc.

(4) Understanding the attitude towards foreign travelers

The attitude towards foreign travelers and the current condition of initiatives have been sorted by collecting pamphlets and homepages within the relevant areas, as well as interviewing each municipality (in 5 cities)

(5) Suggesting plans for attracting foreign travelers

The current condition and issues of the environment of acceptance with viewpoints from ‘side of foreign travelers’ and ‘host side’ in Fuji Hakone area has been evaluated. This has been implemented on the basis of the results of questionnaire surveys and interviews by foreign travelers and staff of travel agencies, transportation companies, tourist facilities, accommodation facilities. In addition to those, the issues have been organized by classifying them into two groups ‘the issues of National Parks’ and ‘issues of certain areas’ . Based on those issues, round table talk with 5 experts for the plan suggestions on improvements has been held and consultations have taken place. The topic on focus was how to make Fuji-Hakone-Izu National Park and Mt. Fuji area more attractive for foreigners. Suggestions regarding multilingual display of the facilities, advertisements targeting foreign travelers and presenting information for foreign travelers have been made. Respectively, proposals on how to increase number of foreign travelers and how to raise levels of satisfaction have been made.

1. Points of Experts’ advice

- Providing adequate services in the area of the National Park should be the first consideration
- Necessity to offer enough multilingual information to facilitate mobility of foreign travelers without getting lost
- Providing moderate display of signs (avoiding excessive display of them) without ruining the landscape of National Park
- Rules and manners should be explained providing reasons why travelers should follow them
- Being cautious of the usage of wrong automatic translations. Importance of checking them due to the tendency to lead to misunderstandings and negative impact
- Necessity of thinking of methods of delivering accurate information on pamphlets

- Focusing on internet sources for the purpose of optimizing cost-effectiveness of the expenses
- Creating summary of blogs of foreigners visiting Mt. Fuji as usage of SNS and planning of SEO
- Necessity of survey results monitoring on trends amongst foreign travelers regarding independent issues of MOE

2. Plan suggestions for improvement and increasing of level of satisfaction of foreign travelers.

【Hakone Visitor Center】

- Enhancing the leading role of the Visitor Center by providing links to information and search engines
- Development of human resources to communicate with foreign travelers
- Maintenance of simple and easy-to-grasp conversation books
- Improvement of functions to provide adequate level of services at shopping sites and rest points
- Wi-Fi maintenance

【Business pavements and other business facilities】

- Display in foreign language of guidance boards and information boards (the minimum necessity is to have English signs)
- Display in foreign language of dangerous points and rules in time of disaster
- Display in foreign language on rules in the National Park
- Display of explanations in foreign language how to access ships and ropeways

【Points of suggestions regarding advertising and adequate presenting of information】

- Creating handouts about rules and manners giving accurate multilingual information
- Multilingual information regarding food
- Native speakers check of the existing documents in foreign languages
- Development of information focusing on travel business, guidebooks and websites.

3. Future research methods

- Monitoring of surveys on the trends of foreign travelers (Continuation of implementing survey)
- Centralization of information (Planning of shared site to discuss troubles and reference cases)
- Analyzing the current browsing level of home pages of relevant people (A number of access by countries etc.)

目 次

1. 業務概要	1-1
1-1 業務の目的	1-1
1-2 調査対象地域	1-1
1-3 業務フロー	1-2
2. 富士箱根地域における外国人旅行者動向の把握	2-1
2-1 文献調査	2-1
2-2 ヒアリング調査	2-16
3. 富士箱根地域における外国人旅行者の意向の把握	3-1
3-1 アンケート調査	3-1
3-2 ガイドブック等の分析	3-50
4. 公園事業施設等の外国語対応状況の把握・整理	4-1
4-1 事前ヒアリングの実施	4-1
4-2 現地調査	4-3
4-3 調査結果	4-4
5. 外国人旅行者への対応状況の把握	5-1
5-1 文献調査	5-1
5-2 ヒアリング調査	5-11
6. 外国人旅行者に対する魅力向上等のための方策の提案	6-1

1. 業務概要

1-1 業務の目的

富士箱根伊豆国立公園箱根地域及び富士山地域(以下「富士箱根地域」という。)には、外国人旅行者が多く訪れており、観光庁等による訪日旅行者増加の取組や、東京オリンピックの開催に向けて、今後も増加することが予想される。

本業務では、旅行会社、交通事業者、宿泊施設等からヒアリングを行うとともに、外国人旅行者が利用するガイドブックやホームページ等を分析するとともに、外国人旅行者に対するアンケート調査を行うことにより、外国人旅行者の動向及び意向を明らかにするとともに、当該地域の公園事業施設等の外国語対応の状況を把握・整理した上で、国立公園の利用拠点における外国人旅行者受け入れ環境の課題の整理及び改善方策並びに外国人を対象とした広報・情報提供のあり方について検討・提案するものである。

1-2 調査対象地域

本業務は、富士箱根伊豆国立公園の富士箱根地域内を調査対象地域とする。



図 1-1 調査対象地域

1-3 業務フロー

本業務では、まず既存資料や関係者ヒアリングにより富士箱根地域における外国人旅行者の動向を把握し、アンケート調査により外国人旅行者の意向を把握した。さらに、現地調査により公園事業施設等の外国語対応状況の把握し、自治体ヒアリング等により外国人旅行者への対応状況を把握した。

これらの基礎資料から、外国人旅行者受入の現状及び課題を整理するとともに、有識者の助言を踏まえて、外国人旅行者に対する魅力向上等のための方策を提案した。なお、各作業の実施時期および全体の流れは以下の業務フローに示す通りである。

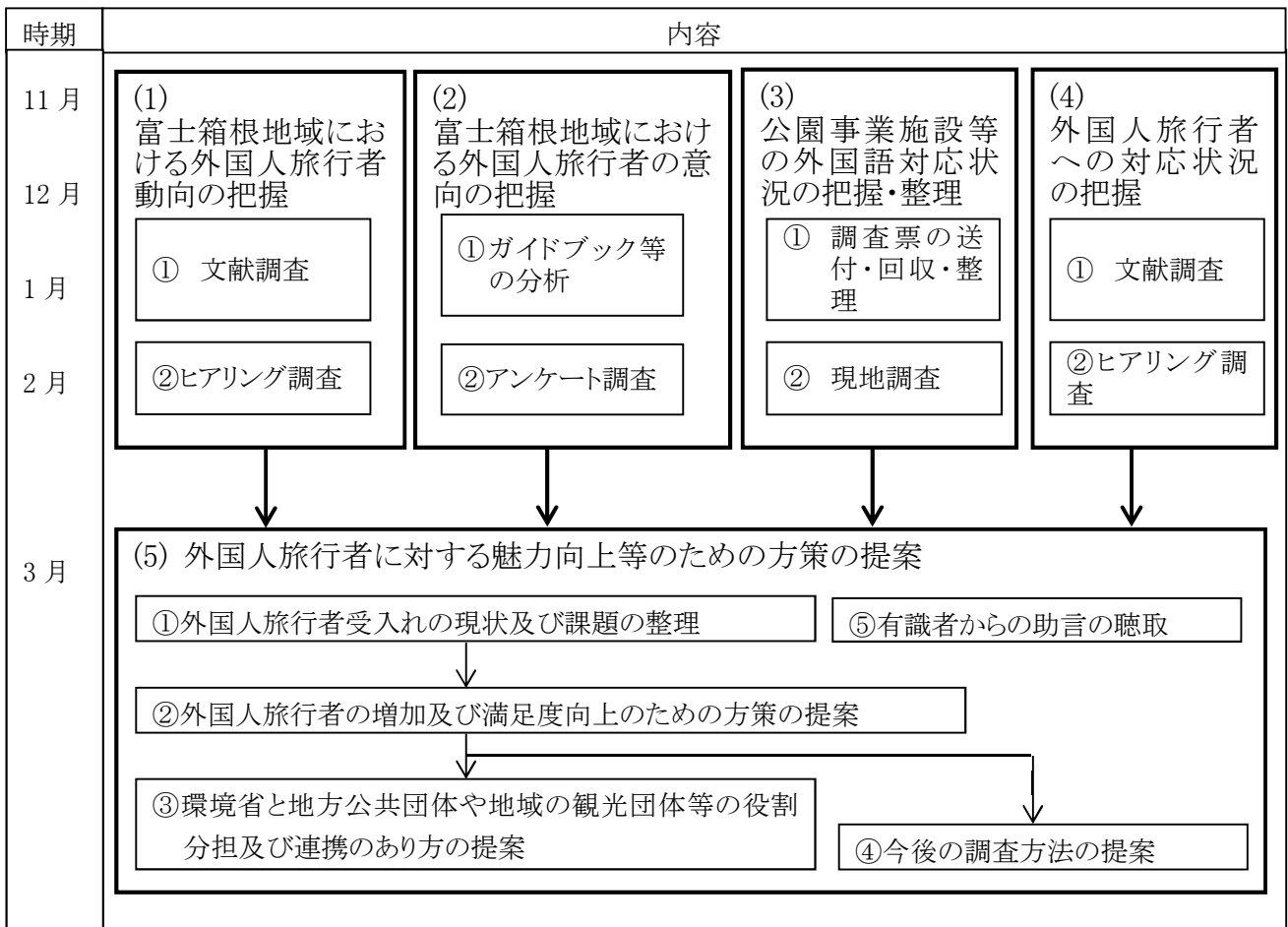


図 1-2 業務フロー

2. 富士箱根地域における外国人旅行者動向の把握

当該地域を訪問する外国人旅行者（団体旅行及び個人旅行）数の推計方法に関する考え方を整理し、また、各地域への来訪者数を既存の統計資料や調査結果等から推計した上で、どのような形態（団体又は個人、ガイドの有無等）及び行程（訪問先、宿泊場所、日程等）で旅行しているのかについて、以下の「文献調査」と「ヒアリング調査」により把握した。

2-1 文献調査

観光に関する主な公的な統計は、図 2-1 の通りであり、その中で都道府県や主要な観光地への「訪問率」が記載されているのは日本政府観光局(JNTO)が実施した「JNTO 訪日外客訪問地調査」である。これは、国内訪問地、訪日目的など訪日外国人旅行者の旅行実態を調査した報告書であり、主要9空海港でのインタビュー形式によるサンプル調査の結果である。

なお、本調査は2010年度をもって終了しており、2011年度より、訪問地については、観光庁が実施する「訪日外国人消費動向調査」の中で調査が行われている。ただし、訪日外国人消費動向調査報告書および集計結果に「訪問率」は記載されていない。

また、対象地域では、富士河口湖町、箱根町が独自の調査を行い、町内の外国人宿泊者数などを経年で把握している。

訪問率とは、インタビュー回答者のうち何%が当該地域を訪れたと回答したかを示す率であり、以下の計算式で求められる。

$$\text{〇〇への訪問率} = \text{〇〇を訪れたと回答した数} \div \text{全回答者数}$$

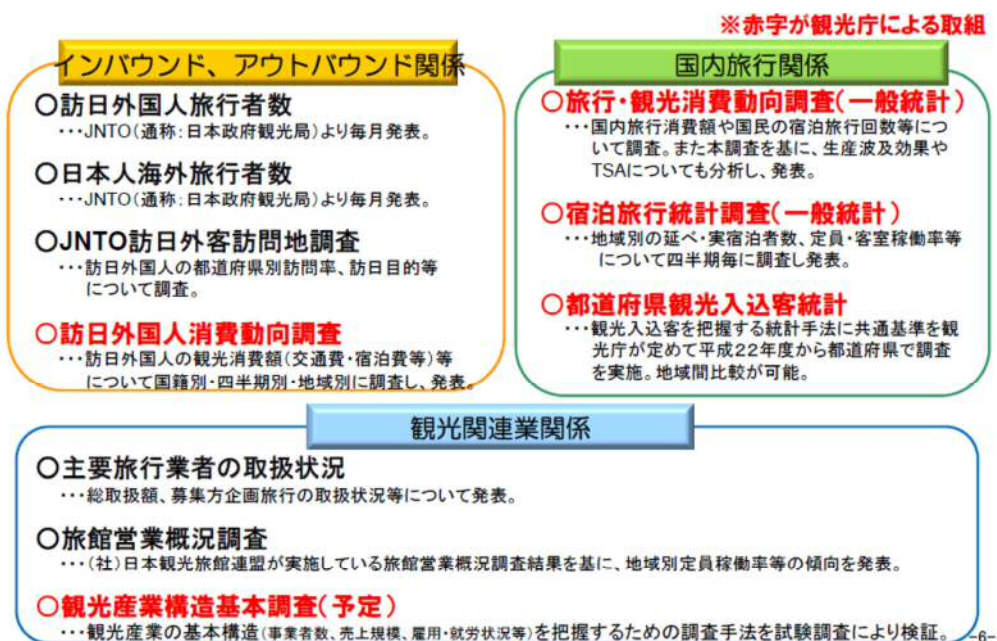


図 2-1 観光に関する主な公的な統計について（出典：観光庁資料）

(1) 富士河口湖町・箱根町の観光動態調査データ

宿泊施設に依頼した調査や、観光案内所での調査により、富士河口湖町や箱根町では外国人旅行者の宿泊者数や観光案内所訪問者数等を把握している。

① 宿泊者数

- ・外国人観光客数（宿泊）は、東日本大震災後に急速に回復傾向。箱根町16万8千人（平成25年度）、富士河口湖町15万7千人（平成25年）
- ・富士河口湖町では平成26年に過去最高25万人を記録。

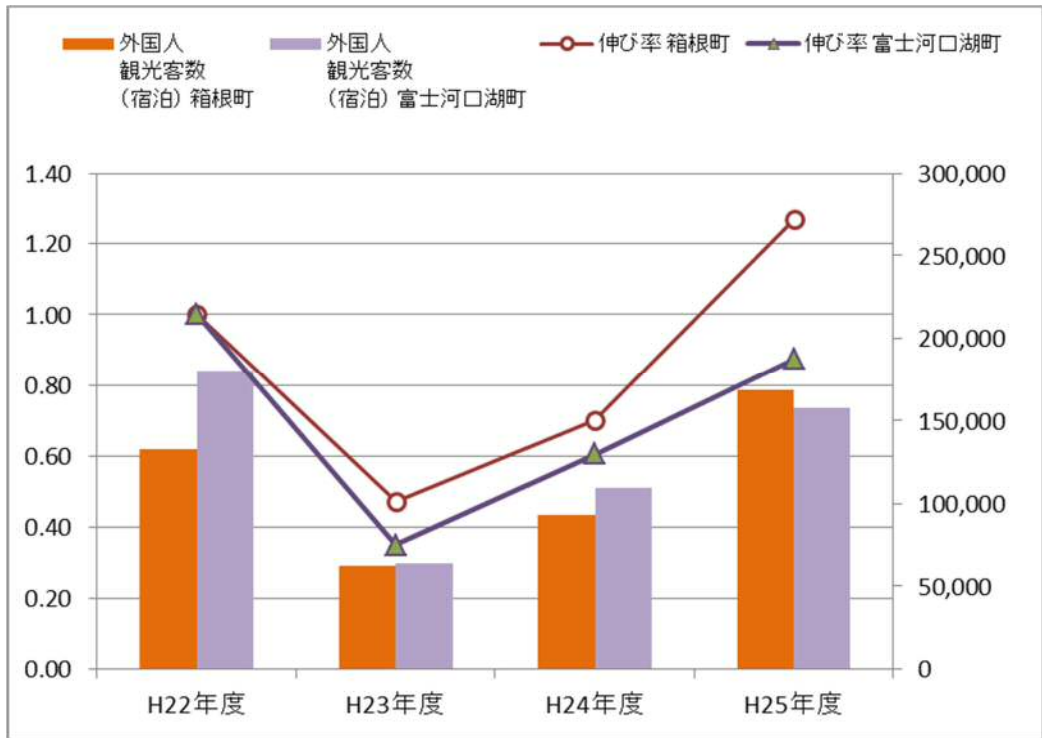


図 2-2 外国人観光客数と伸び率（箱根町、富士河口湖町）

河口湖の冬の観光イベント「冬花火」。湖周トピアを飾り、湖の夜景を満喫。外国人観光客も重なり、外国人宿泊客を喜ばせる富士河口湖町から。

外国人宿泊客25万人

昨年 前年比1.6倍で過去最高

富士河口湖町がまとめた2014年の外国人宿泊者数は21.1万人で13年の15万7千人の1.3倍に達した。国別では中国が最大の約4万6000人、韓国は約1万7000人と、韓国が最多を占めた。韓国は約1万7000人と、前年比1.6倍に達した。箱根町は約16万8千人で、前年比1.6倍に達した。箱根町は約16万8千人で、前年比1.6倍に達した。

【小田切敏雄】

平成 27 年 3 月 7 日 (土)
毎日新聞

② 外国人旅行者の月別宿泊者数（富士河口湖町）

- ・ 富士河口湖町では 2014 年の 3 月～ 7 月が過去最高を記録。

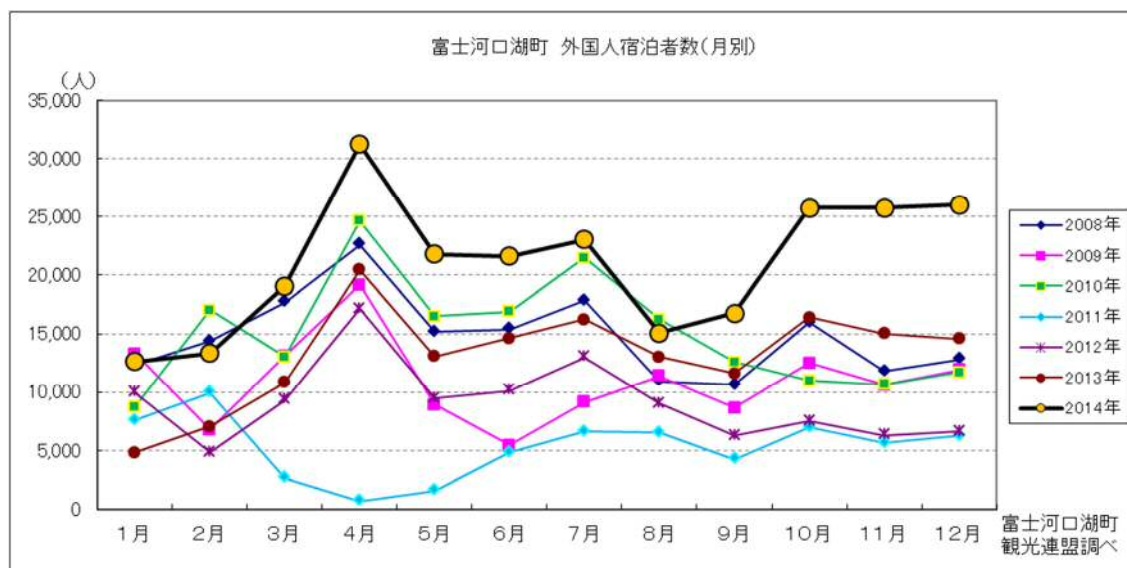


図 2-3 外国人旅行者の月別宿泊者数（富士河口湖町）

③ 外国人旅行者数の国別順位（富士河口湖町）

- ・ 平成 19～24 年までは、中国、台湾、タイまたはシンガポールの順であったが、平成 25 年はタイが 1 位となっている。
- ・ なお、平成 26 年は、中国、タイ、台湾の順になる見通しである。

表 2-1 外国人旅行者の国別順位の推移

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位
2005年(H17年)	台湾	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	香港	インドネシア	アメリカ	韓国
2006年(H18年)	台湾	中国	シンガポール	韓国	香港	タイ	マレーシア	インドネシア	アメリカ
2007年(H19年)	中国	台湾	タイ	シンガポール	香港	韓国	マレーシア	アメリカ	インドネシア
2008年(H20年)	中国	台湾	シンガポール	タイ	香港	韓国	アメリカ	マレーシア	インドネシア
2009年(H21年)	中国	台湾	シンガポール	タイ	香港	アメリカ	韓国	マレーシア	インドネシア
2010年(H22年)	中国	台湾	シンガポール	香港	タイ	韓国	インドネシア	マレーシア	アメリカ
2011年(H23年)	中国	台湾	タイ	香港	アメリカ	シンガポール	インドネシア	オーストラリア	マレーシア
2012年(H24年)	中国	台湾	タイ	香港	シンガポール	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	韓国
2013年(H25年)	タイ	中国	台湾	香港	シンガポール	インドネシア	マレーシア	アメリカ	オーストラリア
2014年(H26年)	中国	タイ	台湾	香港	—	—	—	—	—

④外国人個人旅行者（FIT）動向（富士河口湖町）

- ・ 富士河口湖観光総合案内所を訪れる外国人旅行者はほぼ個人旅行者。
- ・ 東日本大震災（2011年）以前に比べても、近年の個人旅行者の急増がうかがえる。

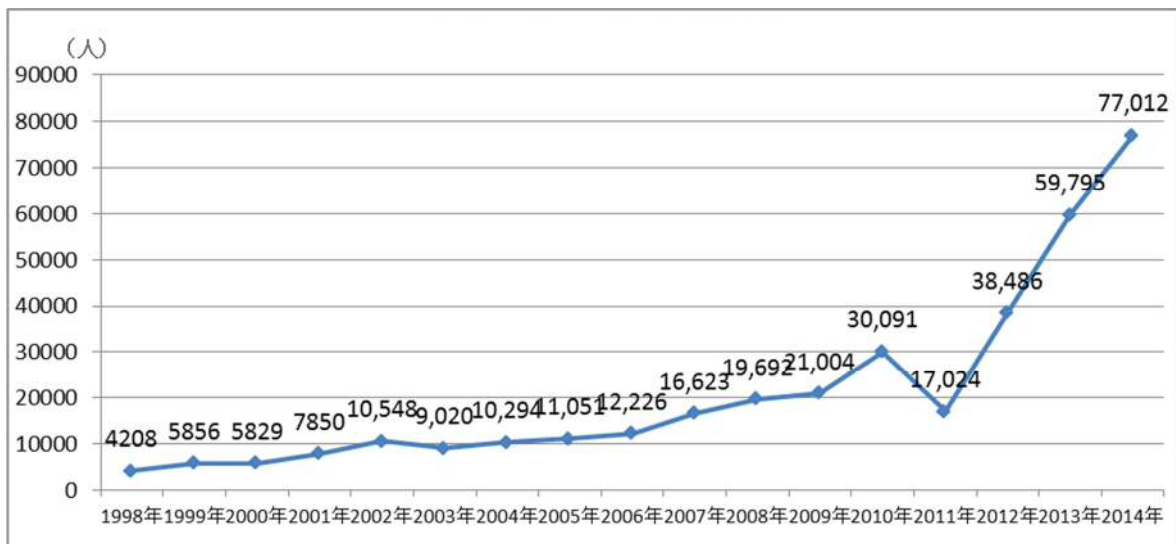


図 2-4 富士河口湖観光総合案内所 外国人来所者数の推移

⑤外国人個人旅行者（FIT）の国別動向（富士河口湖町）

- ・ 近年急増しているタイからの旅行者は、個人旅行者が多い。
- ・ 台湾、中国も個人旅行が増えてきている。

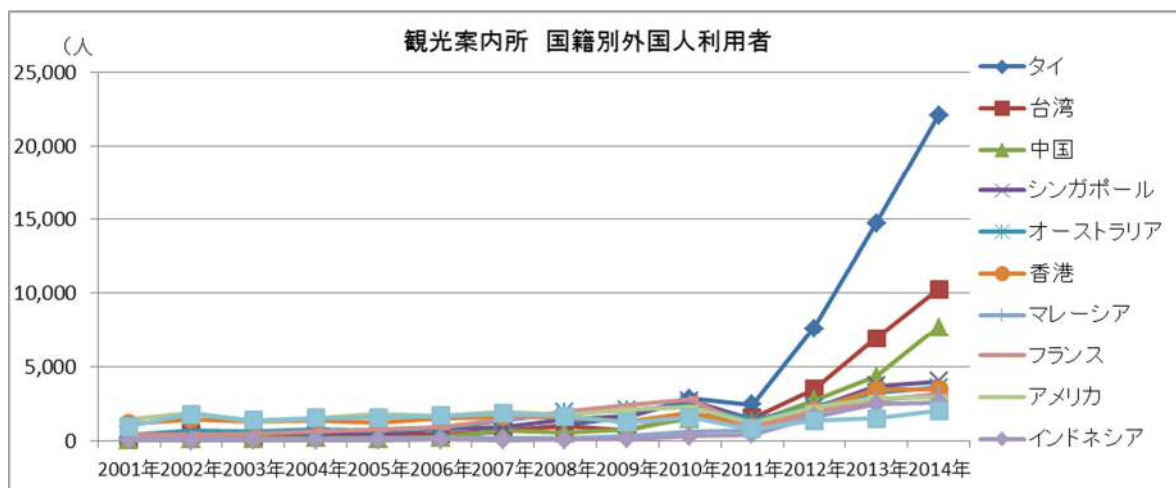


図 2-5 富士河口湖観光総合案内所 外国人来所者数の国・地域別推移

⑥外国人観光客の交通手段（富士河口湖町）

（平成25年度観光客ニーズ実態調査より）

- ・富士河口湖町までのアクセスは、H20より高速バスや広域路線バス、自家用車・レンタカーの利用が減少している。
- ・また、列車については1.5倍ほど増加している。

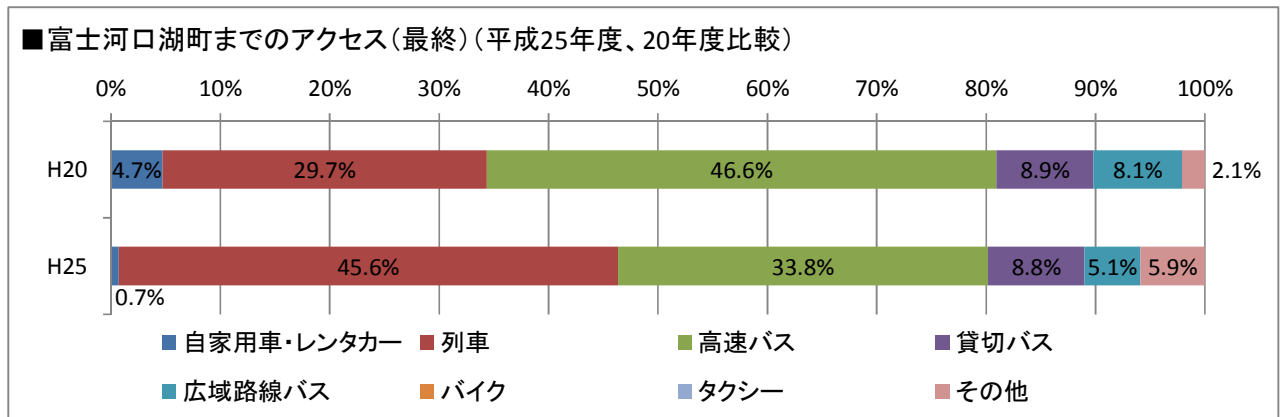


図 2-6 富士河口湖町までのアクセス

(2) 日本の主な観光統計

①JNTO 訪日外客訪問地調査の概要

本調査は訪日外国人旅行者の国内訪問地、訪日目的など旅行実態を調査したものであり、国内の主要9空海港でのインタビュー形式によるサンプル調査である。

【JNTO 訪日外客訪問地調査 2010 の概要】

調査対象： 日本旅行を終え、新千歳、仙台、成田、羽田、中部、関西、福岡、那覇の各国際空港および博多港(海港)から出国しようとしている、滞在期間が2日以上、90日以下の外国人旅行者

調査方法： 各空港の出国待合室において、外国語能力を備えた調査員によるインタビュー調査

調査時期： 冬(2010年2～3月)、春(5～6月)、夏(7～8月)、秋(9～10月)。

調査内容： 旅行者の国内訪問実態、訪問率、訪日目的、訪日回数、旅行形態、訪日前に期待したこと、特に満足した日本の食事、等

回答者数： 21,342票(冬:5,097票、春:4,814票、夏:5,620票、秋:5,811票)

表 2-2 都市・観光地別 訪問率推移(2009-2010)

2009			2010		
順位	都市・観光地名	訪問率(%)	順位	都市・観光地名	訪問率(%)
1	新宿	34.8	1	新宿・大久保	34.8
2	銀座・有楽町	25.4	2	銀座・有楽町・日比谷	28.4
3	浅草	25.0	3	浅草	27.4
4	大阪市	23.5	4	大阪市	25.4
5	渋谷	20.3	5	京都市	23.6
6	京都市	20.2	6	渋谷	23.3
	秋葉原	20.2	7	秋葉原	21.6
8	上野	19.3	8	原宿・明治神宮・表参道・青山	19.4
9	原宿・明治神宮	17.3	9	皇居	18.9
10	六本木	15.4	10	上野・御徒町・アメ横	17.1
11	皇居	14.9	11	東京タワー	15.9
12	お台場	14.2	12	お台場・有明	14.7
13	東京タワー	13.6	13	六本木・麻布	14.2
14	池袋	10.8	14	東京駅周辺・丸の内・日本橋	13.0
15	東京駅周辺・丸の内・日本橋	10.7	15	品川	10.9
16	名古屋	9.0	16	池袋	10.7
17	品川	8.7	17	名古屋	10.1
18	横浜	8.3	18	箱根	9.2
19	福岡市	7.9	19	福岡市	8.5
20	箱根	7.1	20	TDR	8.3
21	TDR	6.7	21	富士山・富士五湖・富士急ハイランド	7.8
22	札幌・定山溪	6.6		築地	7.6
23	神戸・有馬温泉	6.5	22	札幌・定山溪	7.6
24	富士山・富士五湖・富士急ハイランド	6.3		横浜	7.6
25	赤坂	6.1	25	奈良市	7.3
26	奈良市	6.0	26	神戸・有馬温泉	6.7
27	築地	5.1	27	赤坂	6.2
	小樽	4.1	28	成田	5.8
28	代官山・恵比寿	4.1	29	東京ドーム・神保町周辺	5.0
	成田	4.1	30	小樽	4.9
	広島市	4.1			

出典：JNTO 訪日外客訪問地調査 2010

表 2-3 都市・観光地別 訪問率推移(2008-2009)

2008			2009		
順位	都市・観光地名	訪問率(%)	順位	都市・観光地名	訪問率(%)
1	新宿	34.5	1	新宿	34.8
2	銀座	26.5	2	銀座・有楽町	25.4
3	浅草	24.2	3	浅草	25.0
4	大阪市	23.6	4	大阪市	23.5
5	渋谷	23.1	5	渋谷	20.3
6	京都市	20.5	6	京都市	20.2
7	秋葉原	18.8		秋葉原	20.2
8	上野	18.1	8	上野	19.3
9	原宿・明治神宮	16.4	9	原宿・明治神宮	17.3
10	六本木	15.9	10	六本木	15.4
11	お台場	14.8	11	皇居	14.9
12	東京タワー	13.9	12	お台場	14.2
13	皇居	13.4	13	東京タワー	13.6
14	品川	9.9	14	池袋	10.8
15	池袋	9.8	15	東京駅周辺・丸の内・日本橋	10.7
16	名古屋	9.2	16	名古屋	9.0
17	福岡市	8.9	17	品川	8.7
18	横浜	8.2	18	横浜	8.3
19	東京駅周辺・丸の内・日本橋	7.5	19	福岡市	7.9
20	箱根	7.1	20	箱根	7.1
21	札幌・定山溪	6.7	21	TDR	6.7
22	神戸・有馬温泉	6.5	22	札幌・定山溪	6.6
23	赤坂	6.3	23	神戸・有馬温泉	6.5
24	奈良市	6.2	24	富士山・富士五湖・富士急ハイランド	6.3
25	TDR	6.1	25	赤坂	6.1
26	築地	5.5	26	奈良市	6.0
27	富士山・富士五湖・富士急ハイランド	4.6	27	築地	5.1
28	代官山・恵比寿	4.2		小樽	4.1
29	小樽	4.0	28	代官山・恵比寿	4.1
30	別府	3.7		成田	4.1
				広島市	4.1

出典：JNTO 訪日外客訪問地調査 2009


②訪日外国人消費動向調査の概要

本調査は、訪日外国人客の消費実態等を調査するものであり、次項に集計項目と調査票を添える。

表 2-4 調査の概要

	内 容
調査の目的	訪日外国人客の消費実態等を把握し、観光行政の基礎資料とする。
調査対象者	トランジット、乗員、1年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人客。 四半期毎に総数 6,600 サンプルを目標に調査を実施(年間 26,400 サンプル)
主な調査事項	回答者の属性(国籍、性別、年齢等)、訪日目的、主な宿泊地、消費額など ※本調査の実施に合わせて訪日旅行に対する満足度等の意識調査も実施
調査の公表時期	調査実施期間終了後、翌月末
調査実施場所	新千歳空港、仙台空港、東京国際空港(羽田空港)、成田国際空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、高松空港、福岡空港、那覇空港及び博多港の 11 空海港
調査実施時期	四半期(1月～3月、4月～6月、7月～9月、10月～12月) ※22 年4月～6月調査から実施
調査手法	調査員による聞き取り調査
調査項目 集計項目	第1表 国籍・地域(19 区分)別 回答者属性および旅行内容 第2表 居住地(19 区分)別 回答者属性および旅行内容 第3表 主な宿泊地(都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分)別 回答者属性および旅行内容 第4表 国籍・地域(19 区分)別 費目別購入率および購入者単価 第5表 居住地(19 区分)別 費目別購入率および購入者単価 第6表 主な宿泊地(都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分)別 費目別購入率および購入者単価 第7表 国籍・地域(19 区分)別 1人1回当たり旅行消費単価 第8表 居住地(19 区分)別 1人1回当たり旅行消費単価 第9表 主な宿泊地(都道府県 47 区分および地方運輸局等 10 区分)別 1人1泊当たり旅行消費単価 第10表 国籍・地域(19 区分)別 平均泊数 第11表 国籍・地域(19 区分)別 消費税に係る免税手続き実施状況 参考表1 国籍・地域(19 区分)別 都道府県別訪問率 参考表2 国籍・地域(19 区分)別 訪日旅行に関する意識(満足度など) 【観光・レジャー目的】 参考表3 国籍・地域(19 区分)別 回答者属性および旅行内容 参考表4 国籍・地域(19 区分)別 費目別購入率および購入者単価 参考表5 国籍・地域(19 区分)別 1人1回当たり旅行消費単価 参考表6 国籍・地域(19 区分)別 平均泊数 参考表7 国籍・地域(19 区分)別 都道府県別訪問率 参考表8 国籍・地域(19 区分)別 訪日旅行に関する意識(満足度など)

■訪日外国人消費動向調査
調査票(1/3)

 一般統計調査 <small>政府統計</small>	<h2 style="margin:0;">国土交通省 観光庁</h2>	調査員名 <input style="width:80%;" type="text"/> サンプルNo. <input style="width:80%;" type="text"/>																																																				
秘 訪日外国人消費動向調査 調査票 (年 - 月期調査)																																																						
<p>[事前入力欄]</p> 調査日 <input style="width:20px;" type="text"/> 年 <input style="width:20px;" type="text"/> 月 <input style="width:20px;" type="text"/> 日 調査港 <input style="width:80px;" type="text"/> 搭乗便 <input style="width:20px;" type="text"/> <input style="width:20px;" type="text"/> <input style="width:20px;" type="text"/> <input style="width:20px;" type="text"/> : <input style="width:20px;" type="text"/> <input style="width:20px;" type="text"/> 発	<p>[A. 入国日と在留資格]</p> <p>●A1. 日本にはいつ入国しましたか。(数値を入力)</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> 2 0 <input style="width:20px;" type="text"/>年 <input style="width:20px;" type="text"/>月 <input style="width:20px;" type="text"/>日 </div> <p>●A2. 今回の日本滞在の在留資格をお答えください。(ひとつだけ)</p> <p><input type="checkbox"/> 短期滞在 → <input type="checkbox"/> 数次有効ビザの発給を受けている <small>(観光、商用、知人・親族訪問等90日以内の滞在)</small></p> <p><input type="checkbox"/> 医療滞在</p> <p><input type="checkbox"/> 就労長期滞在 { <input type="checkbox"/> 教授／芸術／宗教／報道／投資・経営／法律・会計業務／ <small>医療／研究／教育／技術／人文知識・国際業務／ 企業内転勤／興行／技能／高度人材</small></p> <p><input type="checkbox"/> 文化活動／留学／研修／家族滞在／技能実習／特定活動</p> <p><input type="checkbox"/> 外交／公用</p> <p><input type="checkbox"/> 永住者／日本人の配偶者等／永住者の配偶者／定住者 → <input type="checkbox"/> 再入国許可を受けている</p> <p><input type="checkbox"/> トランジット(今いる空港から一度外に出た)</p> <p><input type="checkbox"/> トランジット(今いる空港から外に出ていない)</p>	<p>[C. 今回の日本訪問について]</p> <p>●C1. 日本へ入国した空港・海港はどこでしたか。(ひとつだけ)</p> <p><input type="checkbox"/> 成田 <input type="checkbox"/> 新千歳 <input type="checkbox"/> 仙台 <input type="checkbox"/> 那覇 <input type="checkbox"/> 関西 <input type="checkbox"/> 羽田 <input type="checkbox"/> 広島 <input type="checkbox"/> 博多港 <input type="checkbox"/> 中部 <input type="checkbox"/> 福岡 <input type="checkbox"/> 高松 <input type="checkbox"/> その他</p> <p>●C2. あなたが日本に来たのは今回で何回目ですか。(ひとつだけ)</p> <p><input type="checkbox"/> 1回目 <input type="checkbox"/> 3回目 <input type="checkbox"/> 5回目 <input type="checkbox"/> 10～19回 <input type="checkbox"/> 2回目 <input type="checkbox"/> 4回目 <input type="checkbox"/> 6～9回目 <input type="checkbox"/> 20回以上</p> <p>●C3. 今回の同行者の種類を選んでください。(いくつでも)</p> <p><input type="checkbox"/> 自分ひとり <input type="checkbox"/> 家族・親族 <input type="checkbox"/> 友人 <input type="checkbox"/> 夫婦・パートナー <input type="checkbox"/> 職場の同僚 <input type="checkbox"/> その他</p> <p>●C4. 日本訪問の主な目的を選んでください。(ひとつだけ)</p> <p><input type="checkbox"/> 観光・レジャー <input type="checkbox"/> 展示会・見本市 <input type="checkbox"/> 親族・知人訪問 <input type="checkbox"/> 国際会議 <input type="checkbox"/> ハネムーン <input type="checkbox"/> 社内会議(自社施設以外 <small>で開催されたもの)</small> <input type="checkbox"/> 学校関連の旅行 <input type="checkbox"/> イベント <input type="checkbox"/> 研修 <input type="checkbox"/> 留学 <input type="checkbox"/> 商談等その他ビジネス <input type="checkbox"/> 治療・検診 <input type="checkbox"/> その他 <input type="checkbox"/> インセンティブツアー</p> <p>●C5. どこを訪問しましたか。訪問地順にお答えください。 <small>宿泊した場合は、泊数をお答えください。</small></p> <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:60%;"></th> <th style="width:10%; text-align: center;">(日本語で記入)</th> <th style="width:10%; text-align: center;">(数字記入)</th> <th style="width:20%; text-align: center;">(日帰りの場合は ↑に印を付ける)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>訪問地①(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地②(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地③(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地④(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地⑤(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地⑥(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地⑦(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地⑧(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地⑨(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> <tr> <td>訪問地⑩(地名) <input style="width:80px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/></td> <td style="text-align: center;">泊</td> <td><input type="checkbox"/> 日帰り</td> </tr> </tbody> </table> <p>●C6. どのような宿泊施設に泊まりましたか。(いくつでも)</p> <p><input type="checkbox"/> ホテル(洋室中心) <input type="checkbox"/> 学校の寮・会社所有の宿泊施設 <input type="checkbox"/> 旅館(和室中心) <input type="checkbox"/> 親族・知人宅 <input type="checkbox"/> 別荘・コンドミニアム <input type="checkbox"/> その他</p> <p>●C7. 今いる空港のラウンジを利用しましたか。(ひとつだけ)</p> <p><input type="checkbox"/> ラウンジを利用した <input type="checkbox"/> ラウンジを利用しなかった</p>		(日本語で記入)	(数字記入)	(日帰りの場合は ↑に印を付ける)	訪問地①(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地②(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地③(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地④(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地⑤(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地⑥(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地⑦(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地⑧(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地⑨(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り	訪問地⑩(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り								
	(日本語で記入)	(数字記入)	(日帰りの場合は ↑に印を付ける)																																																			
訪問地①(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地②(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地③(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地④(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地⑤(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地⑥(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地⑦(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地⑧(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地⑨(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
訪問地⑩(地名) <input style="width:80px;" type="text"/>	(泊数) <input style="width:20px;" type="text"/>	泊	<input type="checkbox"/> 日帰り																																																			
<p>[B. あなたご本人について]</p> <p>●B1. あなたの国籍・地域を選んでください。(ひとつだけ)</p> <table style="width:100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 韓国</td> <td><input type="checkbox"/> インドネシア</td> <td><input type="checkbox"/> ロシア</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 台湾</td> <td><input type="checkbox"/> フィリピン</td> <td><input type="checkbox"/> 米国</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 香港</td> <td><input type="checkbox"/> ベトナム</td> <td><input type="checkbox"/> カナダ</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 中国</td> <td><input type="checkbox"/> インド</td> <td><input type="checkbox"/> オーストラリア</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> タイ</td> <td><input type="checkbox"/> 英国</td> <td><input type="checkbox"/> その他</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> シンガポール</td> <td><input type="checkbox"/> ドイツ</td> <td><input style="width:80px;" type="text"/></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> マレーシア</td> <td><input type="checkbox"/> フランス</td> <td></td> </tr> </table> <p>●B2-1. あなたはどの国・地域にお住まいですか。(ひとつだけ)</p> <table style="width:100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 韓国</td> <td><input type="checkbox"/> インドネシア</td> <td><input type="checkbox"/> ロシア</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 台湾</td> <td><input type="checkbox"/> フィリピン</td> <td><input type="checkbox"/> 米国</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 香港</td> <td><input type="checkbox"/> ベトナム</td> <td><input type="checkbox"/> カナダ</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 中国</td> <td><input type="checkbox"/> インド</td> <td><input type="checkbox"/> オーストラリア</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> タイ</td> <td><input type="checkbox"/> 英国</td> <td><input type="checkbox"/> その他</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> シンガポール</td> <td><input type="checkbox"/> ドイツ</td> <td><input style="width:80px;" type="text"/></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> マレーシア</td> <td><input type="checkbox"/> フランス</td> <td></td> </tr> </table> <p>●B2-2. 中国にお住まいの方にお尋ねします。 <small>あなたがお住まいの地域を選んでください。(ひとつだけ)</small></p> <table style="width:100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 北京市</td> <td><input type="checkbox"/> 広東省</td> <td><input type="checkbox"/> 江蘇省</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 上海市</td> <td><input type="checkbox"/> 山東省</td> <td><input type="checkbox"/> 四川省</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 重慶市</td> <td><input type="checkbox"/> 遼寧省</td> <td><input type="checkbox"/> 河南省</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 天津市</td> <td><input type="checkbox"/> 浙江省</td> <td><input type="checkbox"/> その他</td> </tr> </table> <p>●B3. 性別・年齢 <input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性 年齢 <input style="width:20px;" type="text"/> 歳</p>	<input type="checkbox"/> 韓国	<input type="checkbox"/> インドネシア	<input type="checkbox"/> ロシア	<input type="checkbox"/> 台湾	<input type="checkbox"/> フィリピン	<input type="checkbox"/> 米国	<input type="checkbox"/> 香港	<input type="checkbox"/> ベトナム	<input type="checkbox"/> カナダ	<input type="checkbox"/> 中国	<input type="checkbox"/> インド	<input type="checkbox"/> オーストラリア	<input type="checkbox"/> タイ	<input type="checkbox"/> 英国	<input type="checkbox"/> その他	<input type="checkbox"/> シンガポール	<input type="checkbox"/> ドイツ	<input style="width:80px;" type="text"/>	<input type="checkbox"/> マレーシア	<input type="checkbox"/> フランス		<input type="checkbox"/> 韓国	<input type="checkbox"/> インドネシア	<input type="checkbox"/> ロシア	<input type="checkbox"/> 台湾	<input type="checkbox"/> フィリピン	<input type="checkbox"/> 米国	<input type="checkbox"/> 香港	<input type="checkbox"/> ベトナム	<input type="checkbox"/> カナダ	<input type="checkbox"/> 中国	<input type="checkbox"/> インド	<input type="checkbox"/> オーストラリア	<input type="checkbox"/> タイ	<input type="checkbox"/> 英国	<input type="checkbox"/> その他	<input type="checkbox"/> シンガポール	<input type="checkbox"/> ドイツ	<input style="width:80px;" type="text"/>	<input type="checkbox"/> マレーシア	<input type="checkbox"/> フランス		<input type="checkbox"/> 北京市	<input type="checkbox"/> 広東省	<input type="checkbox"/> 江蘇省	<input type="checkbox"/> 上海市	<input type="checkbox"/> 山東省	<input type="checkbox"/> 四川省	<input type="checkbox"/> 重慶市	<input type="checkbox"/> 遼寧省	<input type="checkbox"/> 河南省	<input type="checkbox"/> 天津市	<input type="checkbox"/> 浙江省	<input type="checkbox"/> その他
<input type="checkbox"/> 韓国	<input type="checkbox"/> インドネシア	<input type="checkbox"/> ロシア																																																				
<input type="checkbox"/> 台湾	<input type="checkbox"/> フィリピン	<input type="checkbox"/> 米国																																																				
<input type="checkbox"/> 香港	<input type="checkbox"/> ベトナム	<input type="checkbox"/> カナダ																																																				
<input type="checkbox"/> 中国	<input type="checkbox"/> インド	<input type="checkbox"/> オーストラリア																																																				
<input type="checkbox"/> タイ	<input type="checkbox"/> 英国	<input type="checkbox"/> その他																																																				
<input type="checkbox"/> シンガポール	<input type="checkbox"/> ドイツ	<input style="width:80px;" type="text"/>																																																				
<input type="checkbox"/> マレーシア	<input type="checkbox"/> フランス																																																					
<input type="checkbox"/> 韓国	<input type="checkbox"/> インドネシア	<input type="checkbox"/> ロシア																																																				
<input type="checkbox"/> 台湾	<input type="checkbox"/> フィリピン	<input type="checkbox"/> 米国																																																				
<input type="checkbox"/> 香港	<input type="checkbox"/> ベトナム	<input type="checkbox"/> カナダ																																																				
<input type="checkbox"/> 中国	<input type="checkbox"/> インド	<input type="checkbox"/> オーストラリア																																																				
<input type="checkbox"/> タイ	<input type="checkbox"/> 英国	<input type="checkbox"/> その他																																																				
<input type="checkbox"/> シンガポール	<input type="checkbox"/> ドイツ	<input style="width:80px;" type="text"/>																																																				
<input type="checkbox"/> マレーシア	<input type="checkbox"/> フランス																																																					
<input type="checkbox"/> 北京市	<input type="checkbox"/> 広東省	<input type="checkbox"/> 江蘇省																																																				
<input type="checkbox"/> 上海市	<input type="checkbox"/> 山東省	<input type="checkbox"/> 四川省																																																				
<input type="checkbox"/> 重慶市	<input type="checkbox"/> 遼寧省	<input type="checkbox"/> 河南省																																																				
<input type="checkbox"/> 天津市	<input type="checkbox"/> 浙江省	<input type="checkbox"/> その他																																																				

出典：観光庁ホームページ

調査票(2/3)

[D. 今回の旅行手配方法について]

●D1. 今回の旅行手配方法をお答えください。(ひとつだけ)

旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した

往復航空(船舶)券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した

往復航空(船舶)券や宿泊等を個別に手配した

●D2. パッケージツアーの1人当たりの価格をお答えください。

通貨 ツアー価格 , ,

ファースト/ビジネスクラスを利用した

[E. 個別手配者の旅行前支出について]

●E1. 出発国と日本の往復にかかった1人当たり航空(船舶)運賃をお答えください。サーチャージや空港使用料は含めてください。

通貨 往復運賃 , ,

マイレージを利用した

ファースト/ビジネスクラスを利用した

会社等が手配したため金額不明

●E2. 旅行出発前に支払った宿泊料金(日本国内での宿泊のみ)及びJR Pass料金があればお答えください。なければ回答する必要はありません。

通貨 宿泊料金 , ,

通貨 JR Pass , ,

[F. 今回の訪日旅行中の支出について]

●今回の日本滞在中の支出額をお尋ねします。(D2(ツアー料金)とE1・E2(個別手配者の旅行前支出)に含まれる分は除きます。)

F1. 何人分の金額を記入しますか。(子ども含む) 人分

F2. 通貨は何ですか。 日本円 その他

F3. 日本滞在中の支出総額

支出総額

F4. 主な宿泊地での支出額 (C5の宿泊地から1箇所を選び地名記入)

支出総額

支出費目	支出あり		支出金額		
	支出あり	支出金額	支出あり	支出金額	
a. 宿泊料金 ※E2(旅行出発前に支払った分)はここに含めない	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
b. 飲食費	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	
c. 交通費	c1. 航空(日本国内移動のみ) ※E1はここに含めない	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	c2. 鉄道・新幹線・モノレール・スキーリフト ※JR Passはここに含めない	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	c3. バス・タクシー	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	c4. レンタカー	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	c5. その他交通費 (船/高速道路料金/ガソリンなど) <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
d. 娯楽サービス費	d1. 現地ツアー・観光ガイド	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	d2. ゴルフ場・テーマパーク	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	d3. 舞台鑑賞・スポーツ観戦	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	d4. 美術館・博物館・動物園・水族館	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	d5. レンタル料 (スポーツ用品/レンタサイクル/貸ボートなど)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	d6. その他娯楽サービス費	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
e. 買物代	e1. 菓子類	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e2. その他食料品・飲料・酒・たばこ	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e3. カメラ・ビデオカメラ・時計	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e4. 電気製品 (パソコン/音響機器/炊飯器など)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e5. 化粧品・香水	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e6. 医薬品・健康グッズ・トイレタリー	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e7. 和服(着物)・民芸品	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e8. 服(和服以外)・かばん・靴	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e9. マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e10. 書籍・絵葉書・CD・DVD ※e8はここに含めない	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
	e11. その他買物代 <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
f. その他 費目名 <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	

F5. 上記のうち、自国での販売目的で購入した品目とその購入総額 品目名 金額

出典：観光庁ホームページ

調査票(3/3)

[G. 今回の日本滞在中の買物行動について]

●G1. 日本では、どこで買物をしましたか。(いくつでも)

百貨店・デパート スーパー・ショッピングセンター
 家電量販店(秋葉原など) コンビニエンスストア
 ファッション専門店 鉄道駅構内の店舗
 100円ショップ 空港の免税店
 観光地の土産店 その他
 宿泊施設 買い物はしていない
 アウトレットモール

●G2. 日本国内で使った金融機関や決済方法を選んでください。(いくつでも)

<金融機関> <決済方法>
 空港の両替所 現金
 銀行・郵便局 クレジットカード
 ATM トラベラーズチェック
 その他両替商 デビットカード(銀聯カードなど)
 宿泊施設での両替 電子マネー(Edy, Suicaなど)

●G3-1. 今回の日本滞在中、日本の消費税免税手続きをしましたか。免税手続きをした品目を選んでください。(いくつでも)

菓子類 和服(着物)・民芸品
 その他食料品・飲料・酒・たばこ 服(和服以外)・かばん・靴
 カメラ・ビデオカメラ・時計 マンガ・アニメ等関連商品
 電気製品 書籍・絵葉書・CD・DVD
 化粧品・香水 宝石・貴金属
 医薬品・健康グッズ・トイレットリー その他
 免税手続きはしていない

●G3-2. 今回の日本滞在中に、消費税免税を受けた物品の購入総額をお答えください。 円

[H. 今回の日本訪問の満足度と日本への再訪意向]

●H1. 今回の日本訪問全体での満足度をお答えください。(ひとつだけ)

大変満足 満足 やや満足 普通 やや不満 不満 大変不満

●H2. また日本に来たいと思いますか。(ひとつだけ)

必ず来たい 来たい やや来たい 何とも あまり来たくない 来たくない 絶対来たくない

[J. 日本訪問に関する意識調査]

●J1. 出発前に得た日本の旅行情報の中で役に立ったと感じたのは何ですか。(いくつでも)

日本政府観光局ホームページ 日本政府観光局の案内所
 旅行会社ホームページ 旅行会社パンフレット
 宿泊施設ホームページ 旅行ガイドブック
 航空会社ホームページ 自国の親族・知人
 地方観光協会ホームページ 日本在住の親族・知人
 宿泊予約サイト 旅行の展示会や見本市
 検索サイト テレビ番組
 SNS(Facebook/Twitter/個人網等) 新聞・雑誌
 個人のブログ その他
 YouTube 特になし
 その他インターネット

●J2. 日本滞在中に、旅行先の情報を得るのに役に立ったと感じたのは何ですか。(いくつでも)

空港の観光案内所 インターネット(パソコン)
 観光案内所(空港除く) インターネット(スマートフォン)
 宿泊施設 日本在住の親族・知人
 旅行ガイドブック(有料) その他
 フリーペーパー(無料) 特になし

●J3. 日本滞在中、何に関する情報があると便利だと思いましたか。(いくつでも)

宿泊施設 イベント ATM
 交通手段 土産物 両替所
 飲食店 買物場所 宅配便
 観光施設 無料Wi-Fi その他
 現地ツアー 祈祷室 特になし

●J4. 今回の旅行で一番満足した購入商品(飲食を含む)と、満足した理由をお答えください。(商品はひとつだけ)

商品名 を 購入した 食べた
(例)○○社のデジタルカメラ、○○(地名)ラーメンなど

単価 円/個 個数 個

満足した理由
(例)日本製、デザインが良い、美味しい、かわいい

●J5-1. 今回の訪日前に期待していたことは何ですか(いくつでも)。この中で、最も期待していたことは何ですか(ひとつだけ)。

●J5-2. 今回の日本滞在中には何をしましたか(いくつでも)。これらには満足しましたか(いくつでも)。

●J5-3. また日本に来るとしたら何をしたいですか(いくつでも)。

	J5-1 訪日前に 期待していた こと	最も期待 していたこと	J5-2 滞在中に したこと	満足 しましたか	J5-3 また日本 に来ると したら
日本食を食べること	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
日本の酒を飲むこと (日本酒・焼酎など)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
旅館に宿泊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
温泉入浴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
自然・景勝地観光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
繁華街の街歩き	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ショッピング	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
美術館・博物館	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ゴルフ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
テーマパーク	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
スキー・スノーボード	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽など)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
スポーツ観戦(相撲・サッカーなど)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
自然体験ツアー・農漁村体験	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
四季の体感(花見・紅葉・雪など)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
映画・アニメ縁の地を訪問	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
日本の歴史・伝統文化体験	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
日本の現代文化体験(ファッション・アニメなど)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
治療・検診	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
上記には当てはまるものがない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

出典：観光庁ホームページ

③訪問率を用いた外国人旅行者数推計の事例

神奈川県・山梨県・静岡県の3県にまたがる富士箱根伊豆国際観光テーマ地区における国際観光の振興に向けて、2006年度（平成18年度）から2015年度（平成27年度）までの10年間の外国人観光客誘致の方向性を計画した「富士箱根伊豆国際観光テーマ地区 外客来訪促進計画」では、JNTO 訪日外客訪問地調査の訪問率を用いて特定エリアの外国人旅行者数を推計している。

表 2-5 富士箱根伊豆国際観光テーマ地区外客来訪促進計画（H18）に示された手法

富士箱根伊豆国際観光テーマ地区における外国人旅行者数の推計									
県	年	外国人旅行者数 日本全体 (人) A	各県訪問率 (%) B	各県への外国人旅行者数 (人) C=A×B	県内入込観光客数 (人) D	外国人旅行者率 (%) E=C/D	テーマ地区入込観光客数 (人) F	テーマ地区外国人旅行者数 (人) G=F×E	対前年比較増減 (人)
神奈川県	1995年	3,345,274	14.3	478,374	154,573,000	0.31	90,356,135	280,104	
	1996年	3,837,113	15.9	610,101	153,337,000	0.40	90,025,564	360,102	79,998
	1997年	4,218,208	14.5	611,640	148,426,000	0.41	87,289,967	357,889	▲ 2,213
	1998年	4,106,057	15.4	632,333	141,471,000	0.45	83,247,255	374,613	16,724
	1999年	4,437,863	14.3	634,614	145,665,000	0.44	88,398,762	388,955	14,342
	2000年	4,757,146	15.3	727,843	143,631,000	0.51	87,233,405	444,890	55,935
	2001年	4,771,555	15.6	744,363	146,746,000	0.51	90,593,991	462,029	17,139
	2002年	5,238,963	15.6	817,278	148,950,000	0.55	89,707,798	493,393	31,364
	2003年	5,211,725	15.8	823,453	152,325,000	0.54	92,235,479	498,072	4,679
	2004年	6,137,905	16.4	1,006,616	159,237,000	0.63	98,508,558	620,604	122,532
山梨県	1995年	3,345,274	3.7	123,775	37,536,000	0.33	26,215,000	86,510	
	1996年	3,837,113	5.7	218,715	39,449,000	0.55	27,657,000	152,114	65,604
	1997年	4,218,208	4.0	168,728	39,614,000	0.43	27,797,000	119,527	▲ 32,587
	1998年	4,106,057	5.8	238,151	40,672,000	0.59	28,630,000	168,917	49,390
	1999年	4,437,863	5.9	261,834	56,980,000	0.46	37,350,000	171,810	2,893
	2000年	4,757,146	4.8	228,343	59,352,495	0.38	38,289,874	145,502	▲ 26,308
	2001年	4,771,555	4.2	200,405	57,498,756	0.35	34,932,087	122,262	▲ 23,240
	2002年	5,238,963	4.7	246,231	56,073,850	0.44	34,038,502	149,470	27,208
	2003年	5,211,725	3.7	192,834	56,353,085	0.34	33,678,545	114,507	▲ 34,963
	2004年	6,137,905	4.9	300,757	57,316,283	0.52	34,953,920	181,760	67,253
静岡県	1995年	3,345,274	3.8	127,120	123,542,114	0.10	67,428,643	67,429	
	1996年	3,837,113	3.9	149,647	124,180,000	0.12	69,962,149	83,955	16,526
	1997年	4,218,208	3.3	139,201	116,920,000	0.12	66,781,888	80,138	▲ 3,817
	1998年	4,106,057	3.7	151,924	127,500,000	0.12	64,607,427	77,529	▲ 2,609
	1999年	4,437,863	3.9	173,077	133,088,000	0.13	67,076,935	87,200	9,671
	2000年	4,757,146	3.7	176,014	122,379,000	0.14	57,720,492	80,809	▲ 6,391
	2001年	4,771,555	2.7	128,832	134,068,000	0.10	66,576,139	66,576	▲ 14,233
	2002年	5,238,963	3.9	204,320	129,132,000	0.16	63,844,467	101,018	34,442
	2003年	5,211,725	3.3	171,987	132,880,000	0.13	64,473,637	83,816	▲ 17,202
	2004年	6,137,905	3.4	208,689	135,277,000	0.15	62,025,859	93,039	9,223
3県合計	1995年			729,270	315,651,114		183,999,778	434,043	
	1996年			978,464	316,966,000		187,644,713	596,171	162,128
	1997年			919,569	304,960,000		181,868,855	557,554	▲ 38,617
	1998年			1,022,408	309,643,000		176,484,682	621,059	63,505
	1999年			1,069,525	335,733,000		192,825,697	647,965	26,906
	2000年			1,132,201	325,362,495		183,243,771	671,201	23,236
	2001年			1,073,600	338,312,756		192,102,217	650,867	▲ 20,334
	2002年			1,267,829	334,155,850		187,590,767	743,881	93,014
	2003年			1,188,273	341,558,085		190,387,661	696,395	▲ 47,486
	2004年			1,516,063	351,830,283		195,488,337	895,403	199,008

B: JNTO調査による各県への外国人訪問率

出典: JNTO「訪日外国人旅行者調査」
富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会資料

表 2-6 外客来訪促進地域の区域（テーマ地区）

県名	市町村名
神奈川県	横浜市、鎌倉市、藤沢市、小田原市、箱根町、湯河原町（4市2町）
山梨県	甲府市、富士吉田市、山梨市、北杜市、笛吹市、甲州市、忍野村、山中湖村、鳴沢村、富士河口湖町（6市1町3村）
静岡県	沼津市、熱海市、三島市、伊東市、富士市、御殿場市、下田市、裾野市、伊豆市、伊豆の国市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、小山町（10市6町）

(3) 外国人旅行者推計方法の整理

富士山・箱根地域における外国人旅行者数を「JNTO 訪日外客訪問地調査による訪問率」とわが国の「訪日外客数」より推計した。

1) 検討手順

本業務では、公表されている訪日外客数と JNTO 訪日外客訪問地調査の「都市・観光地別の訪問率」を用いて、富士箱根地域の外国人旅行者数を推計する。作業の手順は、以下の検討フローに示す通りであり、富士箱根地域の訪問率については、JNTO 訪日外客訪問地調査における「富士山・富士五湖・富士急ハイランド」および「箱根」の訪問率を用いることとする。

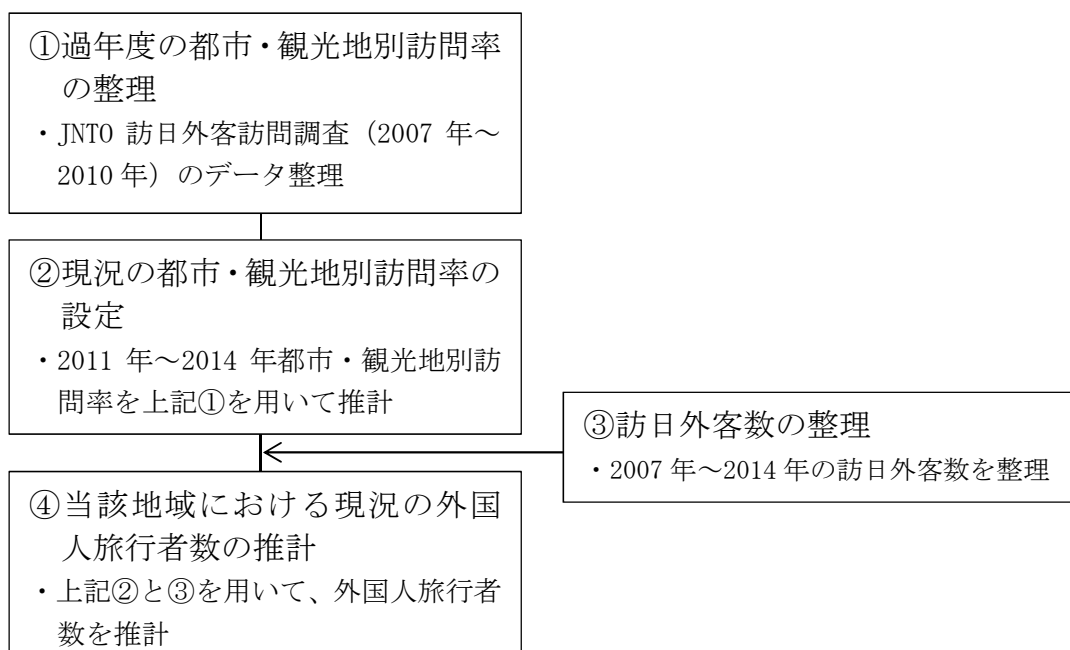


図 2-7 外国人旅行者推計の検討フロー

2) 富士箱根地域への訪問率の設定

①過年度の都市・観光地別訪問率の整理

JNTO 訪日外客訪問地調査報告書より 2007 年～2010 年の「富士山・富士五湖・富士急ハイランド」および「箱根」の訪問率を整理した。

表 2-7 富士箱根地域の都市・観光地別訪問率の推移

単位：(%)

	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
富士山・富士五湖・富士急ハイランド	4.5	4.6	6.3	7.8
箱根	7.4	7.1	7.1	9.2

出典：「JNTO 訪日外客訪問調査」報告書（2007 年～2010 年）

②現況の都市・観光地別訪問率を推計

2007年～2010年の「富士山・富士五湖・富士急ハイランド」および「箱根」の訪問率をもとにトレンドで2014年の訪問率を推計し、これらを「富士山地域」および「箱根地域」の訪問率と仮定した。

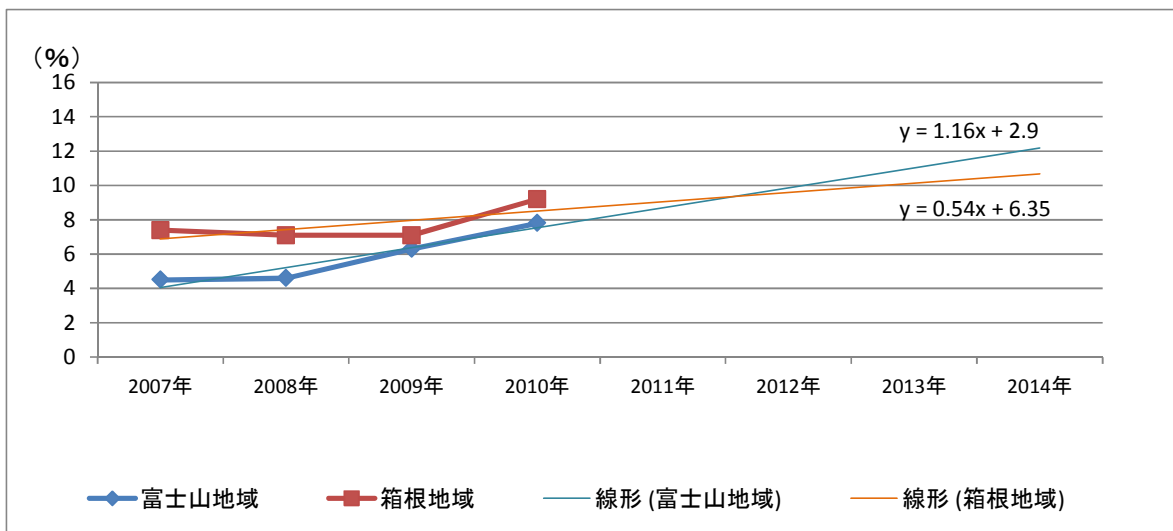


図 2-8 本業務対象地域に関する現況の訪問率の設定

表 2-8 本業務対象地域に関する現況の訪問率の設定

単位：(%)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
富士山地域	4.1	5.2	6.4	7.5	8.7	9.9	11.0	12.2
箱根地域	6.9	7.4	8.0	8.5	9.1	9.6	10.1	10.7

③訪日外客数の整理

JNTOの資料より「訪日外客数」(2007年～2014年)を整理した。

表 2-9 訪日外客数の推移

単位：(千人)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
訪日外客数	8,347	8,351	6,790	8,611	6,219	8,358	10,364	13,414

出典：JNTO ホームページ「訪日外客数」(2007年～2014年)

④該地域における現況の外国人旅行者数の推計

下に示す計算式を用いて、外国人旅行者数を推計した。推計した富士山地域および箱根地域の外国人旅行者数は下図の通りであり、富士山地域で163万人、箱根地域で143万人である。

<外国人旅行者の推計方法>

- ・外国人旅行者数【富士山地域】(C)
=訪日外国人(A) × 訪問率【富士山地域】(B)
- ・外国人旅行者数【箱根地域】(C)
=訪日外国人(A) × 訪問率【箱根地域】(B)

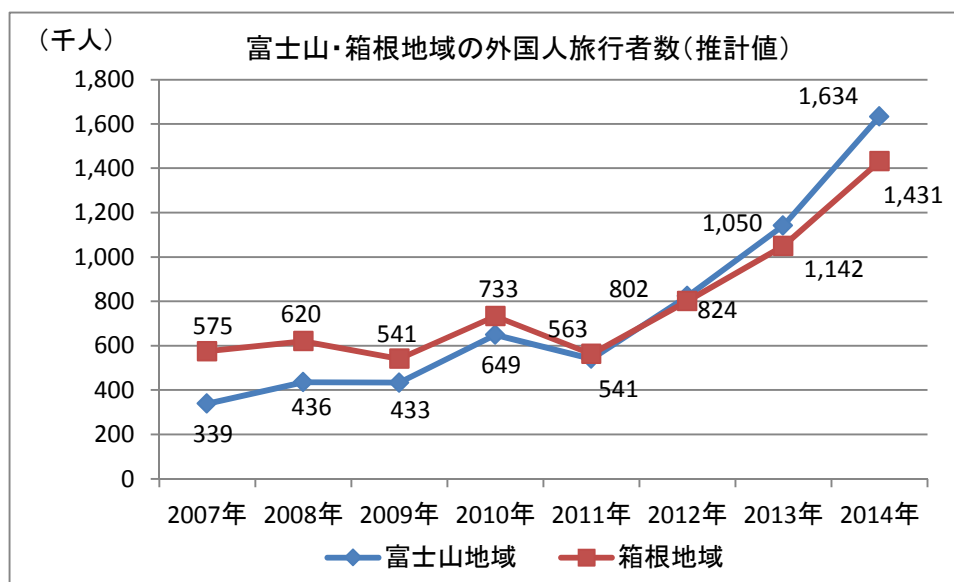


図 2-9 富士山箱根地域の外国人旅行者数

表 2-10 富士山箱根地域の外国人旅行者数 (推計)

単位：(千人)

		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
訪日外国人(千人) A		8,347	8,351	6,790	8,611	6,219	8,358	10,364	13,414
訪問率(%) B	富士山地域	4.1	5.2	6.4	7.5	8.7	9.9	11.0	12.2
	箱根地域	6.9	7.4	8.0	8.5	9.1	9.6	10.1	10.7
外国人旅行者数(千人) C	富士山地域	339	436	433	649	541	824	1,142	1,634
	箱根地域	575	620	541	733	563	802	1,050	1,431

2-2 ヒアリング調査

当該地域において、外国人向けのツアーを運営している旅行事業者（9事業者）、地域内の交通事業者（5事業者）、外国人を多く受け入れている宿泊施設（19施設）、観光案内所（5カ所）等で外国人対応を行っている者等から電話等でヒアリングを行った。

（1）調査概要

1) 対象

- ・交通事業者や観光案内所は地域内の主要な事業者や施設等を選出した。
- ・外国人向けのツアーを運営している旅行事業者や外国人を多く受け入れている宿泊施設。

2) ヒアリング項目

ヒアリング項目は、表 2-11 の通りである。

表 2-11 調査の概要

	内 容
外国人旅行者の動向	外国人の利用人数及び割合、外国人利用者の増減、行程、（訪問先、日程等）、団体又は個人、ガイドの有無等。
外国人旅行者との対応	外国人旅行者からの主な質問項目、外国人旅行者の対応で困ったこと。
外国人旅行者への取組	外国人旅行者の受入態勢の取組、今後の取組

3) ヒアリング手法

ヒアリング手法は、図 2-10 の通り、ヒアリングシートを F A X 等で送付後に電話取材を行い、ヒアリングシートを回収した。

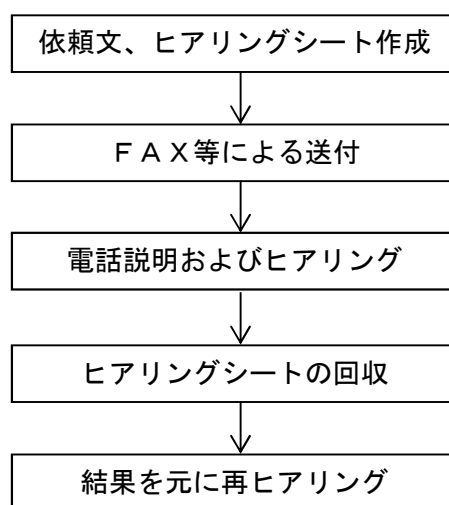


図 2-10 ヒアリング調査手法

4) 調査対象事業者

①旅行事業者

当該地域に外国人旅行者を送っていると考えられる旅行業者のうち協力を得られた以下の事業者を調査対象とした。

表 2-12 選定した旅行事業者

No	事業者名
1	近畿日本ツーリスト株式会社
2	株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル
3	株式会社日本旅行
4	株式会社はとバス
5	株式会社小田急トラベル
6	彩里旅遊株式会社
7	ビックホリデー株式会社
8	クラブツーリズム株式会社
9	日本ワールドエンタープライズ株式会社

②交通事業者

当該地域で鉄道や路線バスを運行しており実際に外国人旅行者を輸送していると考えられる以下の交通事業者を調査対象とした。

表 2-13 選定した交通事業者

No	事業者名	地域
1	富士急行	富士山地域
2	富士急山梨バス	富士山地域
3	箱根登山鉄道	箱根地域
4	箱根登山バス	箱根地域
5	伊豆箱根バス	箱根地域

③宿泊施設

当該地域で外国人旅行者が宿泊している宿泊施設のうち協力が得られた以下の施設を調査対象とした。

表 2-14 選定した宿泊施設

No	施設名	地域
1	石和びゅーほてるグループ	富士山地域
2	富ノ湖ホテル	富士山地域
3	富士レークホテル	富士山地域
4	ハイランドホテルリゾートアンドスパ	富士山地域
5	ホテル湖龍	富士山地域
6	山岸旅館	富士山地域
7	富士之堡華園ホテル	富士山地域
8	河口湖ステーションイン	富士山地域
9	ケイズハウス mt 富士	富士山地域
10	大池ホテル	富士山地域
11	ロイヤルホテル河口湖	富士山地域
12	箱根富士屋ホテル	箱根地域
13	富士箱根ゲストハウス	箱根地域
14	小田急（仙石原）箱根ハイランドホテル	箱根地域
15	パレスホテル箱根	箱根地域
16	塔ノ沢一ノ湯本宿	箱根地域
17	ロッヂ富士見苑	箱根地域
18	グリーンプラザ箱根	箱根地域
19	箱根ホテル小涌谷	箱根地域

④観光案内所等

当該地域で、実際に外国人旅行者に観光案内を行っている以下の施設を調査対象とした。

表 2-15 選定した観光案内所

No	施設名	地域
1	富士河口湖町観光総合案内所	富士山地域
2	富士ビジターセンター	富士山地域
3	箱根町総合観光案内所	箱根地域
4	大月市観光案内所	富士山地域
5	大涌谷インフォメーションセンター	箱根地域

(2) 調査結果

1) 外国人旅行者の動向

- ・ 旅行事業者、交通事業者、宿泊施設、観光案内所とも、外国人旅行者は増加傾向にあり、とくにアジア系が増加。
- ・ 季節によって外国人旅行者の国籍や旅行者数に変動がみられる。
- ・ 宿泊施設での個人の割合が高いことや、観光案内所での増加傾向から、個人旅行者数の増加が推察できる。

表 2-16 外国人旅行者の動向について

事業者	外国人旅行者の動向について
旅行事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人旅行者は増加傾向。概ね前年比 20%～50%増で推移している。 ・外国人旅行者の国籍は中国、台湾が多く、その他には香港、タイ、ベトナム、フィリピン、マレーシア等からの旅行者が多い。 ・現在は、オーストラリア、アメリカからの外国人旅行者を主に対象としている旅行事業者でも、アジア圏からの旅行者が増加している。 ・春節時期(1～2月)ならびに桜の時期(3～4月)は、特に外国人旅行者が多くなっている。
交通事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・年間を通じて概ね増加傾向。箱根登山鉄道では、タイ、マレーシアが増加している。 ・富士急山梨バスでは、タイ、台湾が多く、2～5月はアジア系が多い。
観光案内所	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人旅行者は増加傾向。富士ビジターセンターでは前年比 138%、箱根町総合観光案内所では同 133%と増加傾向。 ・特に中国、台湾、タイからの旅行者が多い。 ・3～4月、10～12月は、外国人旅行者が増える。 ・箱根町や富士河口湖町の観光案内所では主に周辺の周遊ルート、富士ビジターセンターでは主に富士山への行き方を案内している。 ・大涌谷では利用者の9割が団体旅行者であり、大月市観光案内所では利用者の9割が個人旅行者である。
宿泊施設	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人旅行者の宿泊は増加傾向。前年比2倍以上のホテルもある。 ・主に中国、台湾、タイ、シンガポール等のアジア系が多い。 ・宿泊日数は、1泊が主である。

2) 困っていること（良くあるトラブル）

- ・外国人旅行者の対応において観光関係者が困った経験（良くあるトラブル）は、言葉、マナーや価値観、文化の違いによることが多い。
- ・富士山には年中登れるものと思っている人や溶岩や植物を持ち帰っていいと持っている人への対処が課題となっている。

表 2-17 困っていること（良くあるトラブル）

	困ったこと	該当する指摘があった施設等
言葉	コミュニケーションがとれない	富士河口湖観光総合案内所、富士ビジターセンター、箱根町総合観光案内所、大月市観光案内所、大涌谷インフォメーションセンター、富士急行、富士急山梨バス、箱根、登山鉄道、箱根登山バス、伊豆箱根バス、ハイランドホテルリゾートアンドスパ、ケイズハウスmt 富士、小田急(仙石原)箱根ハイランドホテル
習慣	声大きい	石和びゅーほてる、箱根富士屋ホテル、小田急(仙石原)箱根ハイランドホテル
	時間にルーズ	箱根登山鉄道、箱根観光船、ロッヂ富士見苑、
	ゴミの処分マナー	JTBGMT
	禁煙マナー	箱根観光船、グリーンプラザ箱根
	トイレ利用のマナー	富士急行、箱根観光船、大涌谷くろたまご館、河口湖天上山公園カチカチ山ロープウェイ、富士スバルライン、河口湖駅
文化宗教	入浴時のマナー	石和びゅーほてる、富ノ湖ホテル、富士レークホテル、ハイランドホテルリゾートアンドスパ、山岸旅館、富士之堡華園ホテル、箱根富士屋ホテル、小田急(仙石原)箱根ハイランドホテル、パレスホテル箱根、ロッヂ富士見苑、グリーンプラザ箱根、ホテル湖龍
	ベジタリアン、ハラール等への急な対応	富士レークホテル、山岸旅館、河口湖ステーションホテル、グリーンプラザ箱根
説明不足	富士山に年中登れるものと勘違い	大池ホテル
	溶岩や植物持ち帰り	環境省

表 2-18 旅行事業者へのヒアリング調査結果(1/2)

No.	旅行事業者	外国人利用者の動向										外国人旅行者との対応				外国人旅行者への取り組み								
		ツアー名前	ツアーで意識している事	行程	宿泊地	ツアー実施時期	利用人数	利用者が多い国と割合			外国人旅行者の増加・減少傾向	1年間を通じた増減の傾向	個人と団体の比率	現地案内の付添	外国人旅行者からの主な質問事項	外国人旅行者の対応で困ったこと	外国人旅行者への対応として取り組んでいること	外国人旅行者への対応として今後、取り組むこと						
								順位	国名	割合														
1	近畿日本ツーリスト	ゴールデンルートはシリーズ商品として通年実施。	中国、ベトナムではいまだにゴールデンルートが主流。その旅程の中で、富士山・箱根は必ず立ち寄る。宿泊地は河口湖、山中湖、石和、箱根。熱海もある。観光地を数多く入れるがため、そもそも旅程がかなりタイトなので、熱海以南の宿泊は難しい。	富士・箱根地区	河口湖 山中湖 石和 箱根 熱海	通年	1団体 平均30~40名 概算値	1位 中国 40%	2位 ベトナム 30%	3位 フィリピン 20%	4位 インドネシア 5%	5位 タイ 5%	×	—	×	—	増加傾向 前年比20~30%。	全体的に増加傾向 各国の旅行シーズンと合致。	個人:団体 2:8	必ず付く	特になし	特になし	外国人旅行者の仕入強化	外国人旅行者の仕入強化
2	株式会社 JTBグローバルマーケティング&トラベル	富士・箱根 日帰りツアー	日本の象徴である mt.fuji及び日本で最も有名な温泉地の1つである箱根をできるだけ多くの外国人に紹介すること。	富士山周辺(五丁目、ビジターセンター)芦ノ湖、駒ヶ岳ロープウェイ	日帰り	通年	約50,000名 概算値	1位 オーストラリア	2位 アメリカ	3位 シンガポール	4位 フィリピン	5位 日本在住	×	—	把握していない	増加傾向	アジア圏からの旅行者が欧米からの旅行者に比べ増加傾向	個人:団体 10:0	必ず付く	都内のオススメの夕食レストラン(回答:ガイド(英語や中国語等)が適宜回答。)	バス車内でのゴミ取扱いマナー	顧客満足度の向上にむけて、日々努力している。	回答不可	
3	日本旅行	年間、数千本のツアー(団体・個人)に箱根、富士箱根は数多く含まれているが、数えられない。	富士山五合目、箱根レイクホテル、箱根ロープウェイ、大涌谷、芦ノ湖	箱根	把握していない	把握していない	1位 フランス 27%	2位 イギリス 15%	3位 イタリア 13%	4位 オーストラリア 10%	5位 スイス 8%	×	(PITマーケットの比率)	—	把握していない	増加傾向	欧州からは春、秋(イタリアは夏)、北南米日系人は冬場も(冬祭りなど)個人客は2月(中国以外)、6月除いて平均的に多く、増加率も高い。全方面、個人、団体共に多くなり、宿泊が取れないほど。	把握していない	把握していない	BtoBをメインにしており、旅行者個人からの質問は直接受けていないが、富士山地域については登山可能時期などについて、現地旅行会社より多数の質問を受ける。	・宿泊施設が足りない ・個人客の見積もり依頼が多過ぎ、対応しきれない。	安定的に高品質なサービスを提供できる仕組みづくり	安定的に高品質なサービスを提供できる仕組みづくりの継続を行っている。	
4	はとバス	R368 英語 富士・箱根 R345 中国語 富士 R357 中国語 箱根	富士山が見える観光地を重視 中国語コースは温泉	富士山五合目(5月~10月)、富士ビジターセンター(11月~4月)、忍野八海、大涌谷、紅富士の湯、小涌園ユネッサン、箱根ロープウェイ	日帰り	通年	約10,000名 概算値	1位 把握していない	2位 —	3位 —	4位 —	5位 —	×	—	把握していない	全体的に増加傾向	2月、10月は、中国人が多い。年間を通じて、英語よりも中国語コースの割合が多い。	個人:団体 9:1	必ず付く	・富士山が見えるか(回答:天気により、見えない場合がある。) ・食事内容(回答:ベジタリアン対応、ブッフェの昼食)	時間通りに集合しない	季節感のあるコースの実施 タイムリーな話題、箇所を盛り込む。	引き続き、季節感のあるコースの実施 タイムリーな話題、箇所を盛り込む。	
5	小田急トラベル	無	新宿⇄箱根の交通+現地宿泊をセットにした個人旅行向け商品。※箱根フリーバスオプション可	箱根(芦ノ湖、大涌谷周辺)	日帰り	平成26年4月~平成27年3月	約8,000名 概算値	1位 中国 40.0%	2位 台湾 25.0%	3位 香港 10.0%	4位 韓国 5.0%	5位 シンガポール 5.0%	×	—	増加している。	増加している。 中華圏を中心に約1.5倍	春節時期に集中している。3~4月の「桜」の季節の需要も比較的多い。	個人:団体 10:0	付かない	・箱根山内の交通機関に対する運賃・料金について ・宿泊施設の客室やアメニティの詳細について ・食事の内容について	天候異常時などの全般的な対応	小田急グループを通じた箱根への誘客を行っている。	東京~箱根/富士山を周遊する個人型商品の深堀。	
6	彩里旅遊	無	冬季は富士山五合目に行けるチャンスが少ないため、代替え地を考慮せざるを得ない。忍野八海や富士五湖、御殿場アウトレット等になる。	富士山五合目、忍野八海、御殿場アウトレット、大涌谷、芦ノ湖、小田原、鎌倉	河口湖 箱根 熱海	冬季	約50名 概算値	1位 中国 60%	2位 台湾 20%	3位 マレーシア 20%	4位 —	5位 —	×	—	増加している。	一年を通して増加。春節時期、桜の季節、秋の紅葉の季節が中心。GWお盆はあまりない。どちらかと言えば夏場に客詰めが起こる。	個人:団体 7:3	付かない 事が多い	都内のマンションの価格の質問。(回答:4LDK100m2で4000万~8000万円)	バスの手配、ホテルや旅館の手配。予約が取れない。	全国の通訳案内士団体とネットワークで繋がっているため、外国語対応の心配がない。	VIP個人向け商品の充実		
7	ビッグホリデーインターナショナル	無	比較的、宗教上の制約が多い国からの旅行者が多いので、食事や習慣。禁煙ルームやダブルベッドルームの確保を行っている。	大涌谷、芦ノ湖遊覧、彫刻の森美術館、御殿場アウトレット、富士山五合目	箱根 富士五湖	春(桜)、秋(紅葉)、12月(アジア)	約3,000名 概算値	1位 イスラエル 30%	2位 中国 30%	3位 フィリピン 20%	4位 インド 10%	5位 他 10%	×	—	増加傾向	3、4月及び9、10、11月が多い。上記の期間が混んでいるため、前後の月にずれ込む傾向	個人:団体 3:7	付く事が多い	特になし	・訪日後の変更が多い。 ・喫煙ルームやツインルーム(希望はダブル)で了解を得ているにも関わらず、現地(ホテル)で揉める。(現地旅行会社と旅行者の連絡が不徹底)	全体として需要に供給が追いついていないので、仕入れ自体の強化	全体として需要に供給が追いついていないので、仕入れ自体の強化		

※内容については、ヒアリング先の確認を得たうえで報告書に掲載している

表 2-18 旅行事業者へのヒアリング調査結果(2/2)

No.	会社名	外国人利用者の動向										外国人旅行者との対応			外国人旅行者への取り組み								
		ツアー名前	ツアーで意識している事	行程	宿泊地	ツアー実施時期	利用人数	利用者が多い国と割合			外国人旅行者の増加・減少傾向	1年間を通した増減の傾向	個人と団体の比率	現地案内の付添	外国人旅行者からの主な質問事項	外国人旅行者の対応で困ったこと	外国人旅行者への対応として取り組んでいること	外国人旅行者への対応として今後、取り組むこと					
								順位	国名	割合													
8	クラブツーリズム	箱根周遊とアウトレット	特になし	箱根海賊船、ロープウェイ、大涌谷、御殿場アウトレット	日帰り	通年	未回答	1位 香港 40%	2位 台湾 10%	3位 タイ 10%	4位 マレーシア 10%	5位 シンガポール 10%	×	—	—	増加傾向	箱根、富士山エリアは時期関係なく安定の集客力 2・4月がピーク。7・8月は少ない。	個人:団体 10:0	付かない事が多い	・ベジタリアンだが食事を別手配できるかどうか (回答:バイクのためNG) ・アウトレットで離回希望 (回答:その後の交通の手配はできないが可能) ・1泊2日プランにアレンジできるかどうか (回答:できない)	・食事リクエストに関して、ベジタリアンなら対応できるが、ハラルは難しい。 ・日本人との混載の場合、時間にルーズなこと。	・有名どころ"must see"をいれるのはもちろんだが、リピーターも多いので、穴場スポットなども取り入れて造成している。 ・フルーツ狩りや花鑑賞は人気なので、できるかぎり工程に入れ込む。	特になし
9	日本ワールドエンタープライズ株式会社	無	東京→箱根→富士山1泊2日でシーズンによって内容を変更する。 春は桜、富士桜、河口湖ラベンダー、果物狩り 冬はスキー場や雪間など 普段は五合目に行ける。	箱根、芦ノ湖、大涌谷、富士五湖、富士山五合目、富士ビジターセンター、平和公園、御殿場アウトレット	山中湖 河口湖	通年	未回答	1位 シンガポール 60%	2位 香港 20%	3位 フィリピン 6%	4位 ベトナム 4%	5位 中国・台湾 —	×	—	—	増加している。	全体的に20%程度増加している。	個人:団体 8:2	付かない事が多い	五合目までいけるか (回答:雪等天候の事情で行けない時もある)	天候によって富士山が見えない時、旅行者をどう慰めるか。	特になし	・大涌谷での土産店の営業時間が短い。(17:00~18:00まで営業してほしい) ・五合目の除雪作業をもっと改善してほしい

※:内容については、ヒアリング先の確認を得たうえで報告書に掲載している

表 2-19 交通事業者へのヒアリング調査結果

No	会社名	対象の路線名	外国人旅行者の動向						外国人旅行者との対応				外国人旅行者への取り組み		
			利用人数		利用者が多い国と割合		外国人旅行者の増加・減少傾向	1年間を通じた増減の傾向	個人と団体の比率	外国人観光客が主に利用しているルート	外国人観光客が主に乗降している場所	外国人旅行者からの主な質問事項	外国人旅行者の対応で困ったこと	外国人旅行者への対応として取り組んでいること	外国人旅行者への対応として今後、取り組むこと
			外国人の利用人数	日本人の利用人数	国名	割合									
1	富士急行	富士急行線	平成25年度 40,000人 当該路線を利用した外国人の概算値	把握していない	—	—	増加傾向 本年度はアジア系外国人が特に増加している。	年間を通じて増加している。	ほとんど個人旅行者	富士急行線全線	大月、富士山、河口湖(春は下吉田)	・富士山(5合目)への行き方 ・都内への乗継、所要時間、運賃 ・路線バスの乗り方 (回答:時刻表、運賃表を基準にご案内を行っている)	・駅トイレの利用マナー ・英語圏以外の外国人対応	・サイン類、外国語による自動放送は順次導入中 ・外国語スタッフを駅に配置	より多各国の言語による旅案内の整備
					—	—									
					—	—									
					—	—									
					—	—									
2	富士急山梨バス	バス、河口湖駅	月平均約3,500人 当該路線を利用した外国人の概算値	把握していない	タイ	24.0%	増加傾向	3月から9月にかけて増加している。10月から2月にかけては減少傾向がある。2月から5月の間はアジア系外国人が多い。	把握していない	・河口湖 ・西湖周遊バス(レトロバス)	カチカチ山ロープウェイ 河口湖自然生活環	・河口湖、西湖周遊バスの料金、時間について ・周辺施設について ・夏季は富士山五合目線の料金、時間について	中国語などアジア系の言語しか通じない外国人の対応(英語が全く通じない方の対応)	・バスターミナル内の案内看板の英語、中国語、韓国語表記の充実化(英語が全く通じない方の対応) ・音声案内の外国語化	特になし
					台湾	11.0%									
					中国(簡体)	7.0%									
					シンガポール	6.0%									
					香港	5.0%									
—	—														
3	箱根登山鉄道	箱根登山鉄道	把握していない	把握していない	—	—	増加傾向	年間を通じて台湾、中国が多い。タイ、マレーシアは増加傾向。春節時期は中国人が多い。	個人:団体 8:2	小田原駅から箱根湯本駅や行き、強羅駅へ向かうルート	箱根湯本駅 強羅駅	・大涌谷、芦ノ湖への行き方(回答:電車・ケーブルカー・ロープウェイを乗継) ・手荷物の預け方(回答:コインロッカーの案内、キャリーサービスの案内) ・バス停の場所(回答:駅前停留所の案内)	・増加する東南～南アジア圏(非英語旅行者)への対応(言語) ・予約団体の時間に対する感覚(ルーズな面がみられる)	・グループ全体の多言語表記(統一) ・Wi-Fiの設置 ・多言語対応パンフレットの配布	・従業員の語学レベルの向上 ・わかりやすいルート案内
					—	—									
					—	—									
					—	—									
					—	—									
4	箱根登山バス	全路線	把握していない	把握していない	—	—	増加傾向 詳細は不明	把握していない	把握していない	把握していない	把握していない	特になし	言葉が通じない(コミュニケーションが取れない)	・パンフレット ・WEB ・外国語版展開	特になし
					—	—									
					—	—									
					—	—									
					—	—									
5	伊豆箱根バス株式会社 小田原営業所(小田原・箱根地区担当)	伊豆箱根バス(株)小田原箱根線	月平均1,629人 外国人旅行者乗車人員	把握していない	英語	35.0%	把握していない	把握していない	把握していない	小田原駅から小涌谷へ行き、湖尻・箱根園へ向かうルート 小田原駅から小涌谷へ行き、元箱根・関所跡へ向かうルート	湯本駅、小涌谷、大涌谷、箱根園、元箱根	特になし	・言葉が通じないため、案内が不十分 ・英語の話せる職員を1名から2名に増員	・乗合車両にWi-Fiの設置 ・フリー乗車券に多言語表記	大手旅行会社へ箱根のご案内。自社商品の多言語表記の掲載依頼
					韓国	29.0%									
					中国(繁体)	20.0%									
					中国(簡体)	16.0%									
					—	—									

※:内容については、ヒアリング先の確認を得たうえで報告書に掲載している

表 2-20 宿泊施設へのヒアリング調査結果(1/3)

No.	施設名	外国人旅行者の動向							外国人旅行者との対応				外国人旅行者への取り組み				
		利用人数		外国人の宿泊		利用者が多い国と割合			外国人旅行者の増加・減少傾向	1年間を通じた増減の傾向	対応できる言語	個人と団体の比率	現地案内の付添	外国人旅行者からの主な質問事項	外国人旅行者の対応で困ったこと	外国人旅行者への対応として取り組んでいること	外国人旅行者への対応として今後、取り組むこと
		外国人の利用人数	日本人の利用人数	泊数	宿泊日数の割合	順位	国名	割合									
1	石和びゆーほてる	(年間・グループ全体) 110,000人 宿泊者データより算出	把握していない	1泊	100	1位	台湾	50.0%	増加している。 (ビザの緩和、円安進行による。年間を通じて、東南アジアからのお客様の増加の季節、概、全体的に増加)	台湾、中国は、1月～2月、7月～8月に増加している。タイは、3月～5月、10月に増加している。マレーシアは、3月～4月、11月～12月に増加している。シンガポール→5月～6月、11月～12月に増加している。カナダは、3月～4月、6月～9月に増加している。ベトナムは、3月、4月、10月に増加している。インドネシアは、6月、7月、8月、12月、1月に増加している。	英語 中国語	個人: 団体 3: 97	100%	・ホテル周辺の、薬局、スーパーマーケット、コンビニエンスストアの場所と営業時間 ・富士山が見える方向 ・Wi-Fiについて	・大浴場での利用マナー(温泉はトラブルが多い) ・大声でしゃべる	・食事は宗教上の理由で変える場合があるが、表示などの多言語対応、会席料理は外国人観光客向けにアレンジし、ツアーガイドに説明をお願いしている。 ・直前のキャンセルやノーショウを防ぐためには、無理をせず、信頼の置けるエージェントに絞っている。 ・館内案内など、日本語で説明して添乗員に翻訳してもらう。食事会場や風呂の場所、避難経路などの確認は、同行してもらう。	アンケート調査票(簡単な選択式程度) ホームページの多言語化
				2泊	0	2位	タイ	30.0%									
				3泊	0	3位	中国	約10%									
				4泊	0	4位	マレーシア	約10%									
				5泊	0	5位	シンガポール	約10%									
				0	0	—	—	—									
2	富ノ湖ホテル	平成26年 43,525人 宿泊者データより算出	年間 14,529人 宿泊者データより算出	1泊	95	1位	中国	37.0%	増加傾向 相当数の問い合わせを断っている状況が続いている	中国は昨年非常に増えている。タイをはじめ東南アジアは、春と秋に、以前は多かったが最近では通年問い合わせがある。	英語 中国語	個人: 団体 5: 95	95%	・見学場所について(回答: 外国語のパンフレットを用意説明。) ・Wi-Fiが使用できるかどうか(回答: 現在はロビーのみ利用可能(部屋設備はなし)) ・宗教の関係で食べられない肉がある。(回答: きちんと表示する。ベジタリアンには銘々に違う料理を用意する) ・コンセントの差し込み口が違う(回答: プラグ変換アダプターをフロントに用意)	入浴マナーについての問題が外国人旅行者を受け入れている施設では常にある。ガイド通り入浴の仕方を説明し、館内に入浴方法の案内図を置き案内しているがなかなか守らない。 特に国内の宿泊者からお叱りを受けるケースがたびたびある。	・宿泊者の国の言葉でお出迎え、お見送りをしている。 ・前述のとおり中国の勢いが強い他、アジアの国々との取引が弱まっている傾向がある。一国依存のリスクを避けるためにも多くの国と取引するよう掛けている。	・客室にWi-Fiの設置 ・人材の育成 ・宿泊料金の値上げ(検討中)
				2泊	5	2位	タイ	24.0%									
				3泊	0	3位	台湾	12.0%									
				4泊	0	4位	香港	6.0%									
				5泊	0	5位	インドネシア	5.0%									
				0	0	—	—	—									
3	富士レークホテル	年間 5,000人 概算値	年間 40,000人 宿泊者データより算出	1泊	80	1位	タイ	26.7%	増加傾向	4月、10月はタイ、2月は中国の比率が顕著。中国が年間通じて増加傾向。	英語	個人: 団体 8: 2	20%	・周辺飲食施設(1泊朝食のお客様)(回答: 周辺レストランマップを渡し、いくつか紹介する。) ・富士山への行き方や、次の訪問先への交通手段(回答: 時刻表を見せながら説明、インターネットをプリントアウトし渡す)	・宗教上の理由で食べられない食材(牛肉・豚肉など)やベジタリアン対応 ・大浴場のマナー(中国系) ・NO SHOWのリスクがやや高い ・ネット予約上の人数相違 ・香水臭の消臭対応 ・クリーニング対応(通常なし)	・予約、フロントでの対応マニュアル ・館内案内図や館内表示の英語化 ・外国語HP ・全館Wi-Fi対応 ・facebook英訳	レストラン会場での会話マニュアルの作成
				2泊	20	2位	中国	19.3%									
				3泊	0	3位	アメリカ	8.5%									
				4泊	0	4位	台湾	6.9%									
				5泊	0	5位	オーストラリア	5.8%									
				0	0	—	—	—									
4	ハイランドホテルリゾートアンドスパ	年間 3,078人 宿泊者データより算出	年間 78,012人 宿泊者データより算出	1泊	60	1位	台湾	14.0%	増加している (前年比186%。前々年比366%)	4月はタイ、シンガポール等東南アジア系が多く、中国系は9～12月に多い。欧米系は3.4月、10～12月に多い傾向になっている。2.8月は全体的に少ない。	中国語	個人: 団体 7: 3	30%	・周辺施設、富士山、バス停などへの行き方について ・Wi-Fiの利用できる場所について(回答: ホテル内で利用可) ・レストランメニューについて(回答: 和・洋・中のレストランがあることを説明) ・京都への行き方について(回答: 新幹線・夜行バスであることを説明)	・中国人については、英語・日本語ともに通じないことが多い ・温泉に入館する際、くつを履いたままの欧米人が多い	・館内サイン、レストランメニューなどの三カ国表記 ・英語自社WEBサイトの設立	ムスリム対応メニューを増加予定(レストラン)
				2泊	35	2位	中国	13.4%									
				3泊	4	3位	アメリカ	12.6%									
				4泊	1	4位	オーストラリア	11.1%									
				5泊	0	5位	タイ	9.8%									
				0	0	—	—	—									
5	ホテル湖龍	(平成26年4月～平成27年1月) 8,800人 概算値	把握していない	1泊	99	1位	中国	26.0%	増加している 7～9月 富士登山目的のFIT増加	4月は桜シーズン各国増加している。8月はインドネシア増加している。10～11月は台湾、香港、中国増加している。	英語 中国語	個人: 団体 99: 1	90%	・成田空港から当館へのアクセス(回答: 到着時間にもよるが、「成田エクスプレス→東京都内→新宿駅→新宿西口BT→HUB河口湖(駅からPICKU)」) ・富士山5合目または山頂までいけるか(回答: ネットでサバルライン状況を教える。現地で到着してから再確認を願う。)	入浴マナーが周知されていない(中国田舎地方) 例: 着衣のまま入る、シャンプー・リンス、ボディソープ等をバスタブ内で利用する	和食、朝夕ともに宗教上・民族上の制限等特に配慮 ※ベジタリアン、ムスリム等対応可能	多国受け入れている為、随時いろいろなことに迅速かつフレキシブルに対応できる環境設備
				2泊	1	2位	タイ	19.0%									
				3泊	0	3位	インドネシア	16.0%									
				4泊	0	4位	シンガポール	10.0%									
				5泊	0	5位	ベトナム	8.0%									
				0	0	—	—	—									
6	山岸旅館	年間 8,587人 宿泊者データより算出	把握していない	1泊	90	1位	中国	32.0%	増加している。 個人での予約が非常に多い。	2月は中国が多くなっている。3・4月の問い合わせが多く断るケースも増えている	英語 中国語	個人: 団体 3: 7	団体ツアーは 100%	・Wi-Fiのパスワードを聞かれる ・売店の品は日本製かどうか(回答: ほとんどが国産だが、一部中国産もある。商品のタグをみて案内) ・周辺の観光施設について(回答: 英語・中国語、韓国語のパンフレットで説明) ・チェックアウト後の荷物の預かりと駅の送迎が出来るかどうか(回答: 荷物預かり及び駅送迎は随時行っている) ・富士山の方向及び日の出の時間	・事前にベジタリアンであることの連絡がなく、直前に肉・魚がダメと言いつつ。料理に困ったことがある ・2食付なのにチェックインが遅く、夕食に間に合わないケースがある。 ・団体客の入浴マナーの悪さに困っている。先月はスリッパを履いたまま湯船に入り国内のお客様からお叱りを受けた	・大浴場の入浴マナーの徹底 ・団体においてはガイドを通じ入浴マナーを説明してもらう ・入浴マナー案内図設置(大浴場、客室)	客室へのWi-Fi設置、外国人予約サイトへの参画
				2泊	10	2位	タイ	10.0%									
				3泊	0	3位	台湾	9.0%									
				4泊	0	4位	インドネシア	7.0%									
				5泊	0	5位	香港	5.0%									
				0	0	—	—	—									
7	富士之堡華園ホテル	年間 87,000人 宿泊者データより算出	把握していない	1泊	90	1位	台湾	57.6%	増加している。	旧正月(春節)に向けてさらに増加する。	中国語	個人: 団体 9: 1	100%	特になし	入浴時の利用者のマナー	団体様チェックインの際にボードに中国語、タイ語を含む説明のイラストを見せる(お風呂の入り方、浴衣の着方)	HPを充実させる
				2泊	10	2位	タイ	25.4%									
				3泊	0	3位	中国	9.1%									
				4泊	0	4位	日本	3.8%									
				5泊	0	5位	インドネシア	2.3%									
				0	0	—	—	—									
8	河口湖ステーションイン	年間 7,000人 宿泊者データより算出	把握していない	1泊	50	1位	タイ	41.0%	増加している。	7.8月は登山目的の欧米の人が多い。タイの旅行者は7、8月は少ないが、4月と秋(11.12月の前半まで)に多く、数年前まで少なかった1月も増加している。	英語	個人: 団体 9: 1	なし	・観光場所について ・次の訪問地への行き方 ・夕食の場所	イスラム教徒が礼拝前に手足を洗う場所	館内施設の利用を平易にするための案内。近隣の店舗のガイドマップ作成。ソフとしてはチェックイン、アウトの際の声掛け。「どこかへ行く予定ありますか?」「今日はどちらへ向かいますか?」	ガイドマップの充実。声掛けの徹底、ホームページ更新
				2泊	40	2位	台湾	6.0%									
				3泊	10	3位	シンガポール	6.0%									
				4泊	0	4位	アメリカ フランス オーストラリア 香港	5.0%									
				5泊	0	—	—	—									
				0	0	—	—	—									

※:内容については、ヒアリング先の確認を得たうえで報告書に掲載している

表 2-20 宿泊施設へのヒアリング調査結果(2/3)

No.	施設名	外国人旅行者の動向										外国人旅行者との対応				外国人旅行者への取り組み		
		利用人数		外国人の宿泊		利用者が多い国と割合		外国人旅行者の増加・減少傾向	1年間を通じた増減の傾向	対応できる言語	個人と団体の比率	現地案内の付添	外国人旅行者からの主な質問事項	外国人旅行者の対応で困ったこと	外国人旅行者への対応として取り組んでいること	外国人旅行者への対応として今後、取り組むこと		
		外国人の利用人数	日本人の利用人数	泊数	宿泊日数の割合	順位	国名										割合	
9	ケイズハウスmt富士	年間9,700人データより算出	年間1,113人データより算出	1泊 平均1.4泊	1位 タイ 26.4%	2位 マレーシア 8.6%	3位 オーストラリア 8.0%	4位 フランス 7.5%	5位 アメリカ 6.8%	増加している。前年比111%	夏は欧米、春秋はアジア、冬はオーストラリア、アジア、4月はタイが多い。中国人は少ない。	英語	個人:団体 10:0	なし	交通、観光、レストランについて	英語が通じない	英語ホームページ	特になし
10	大池ホテル	年間5,000人宿泊者データより算出	把握していない	1泊 85	1位 タイ 40.0%	2泊 10	2位 カナダ 30.0%	3泊 5	3位 中国 10.0%	増加している。富士山が世界遺産になってから(2年前)増加している。	特に4月、9月はタイの旅行者が多い。	英語 中国語 タイ語	個人:団体 8:2	20%	・食事場所の問い合わせ(回答:オリジナルマップを渡し、説明) ・富士山に登りたい(年中登れると思っている)(回答:冬場はクローズとご案内) ・手荷物の預かり場所(回答:河口湖ロッカールーム案内)	インターネット予約にて、(部屋タイプ等の)予約が間違っているのに自分の非を認めない。(主に中国人。自己主張が強く、言葉が通じないフリをする)	館内サイン、風呂の入り方等の充実	河口湖町をあげての食事、ショッピング、観光マップ
11	ロイヤルホテル河口湖	年間15,661人宿泊者データより算出	年間11,339人宿泊者データより算出	1泊 95	1位 中国 35.0%	2泊 4	2位 タイ 25.0%	3泊 1	3位 フランス 20.0%	増加している。円安の良い影響をしている。	一年を通じて、お越しいただいている。強いて言えば、桜の時期と紅葉の時期がトップシーズン。春節は一年の中で一番稼働が高い。	英語	個人:団体 4:6	60%	・周辺の飲食店について(回答:英語の飲食店マップを作っている。それを渡し利用してもらっている。) ・交通について(回答:予約段階では英語版の案内をメールで送る。現地では行き先をパソコンで調べ、英語のものをプリントアウトし渡している。)	ノイズに対してとても敏感なので、エレベーターの機械音やボイラーの音等の対策が大変。	外国語HP(英語、中国語、タイ語)を作っている。	海外のプロガーを宿泊させ、当館の情報を世界に発信させる事を取り組み始めた。
12	箱根富士屋ホテル	2013年度4,246名データより算出	把握していない	1泊 —	1位 アメリカ 26.2%	2泊 —	2位 イギリス 8.5%	3泊 —	3位 オーストラリア 7.4%	増加している。震災前の状況にほぼ戻った状況。	富士屋ホテルについては欧米が圧倒的に多い。特に4月が毎年多い	英語 中国語 韓国語	個人:団体 7:3	30%	・目的地的な交通案内 ・入浴方法	・温泉の入り方 ・声大きい(特に中国の方) ・ホテル側がスタッフ、看板等多言語に対応できない	Wi-Fi環境の整備	特になし
13	富士箱根ゲートハウス	年間約8,000人概算値	年間約2,000人感覚値	1泊 65	1位 オーストラリア 10.0%	2泊 30	2位 フランス 10.0%	3泊 5	3位 イギリス 7.0%	増加している。	2月は中国系が多い、春～秋は欧米系が主流	英語 中国語 フランス語	個人:団体 9:1	10%	アクセスに関する質問が多い(回答:電車バスの乗り方を案内)	異文化摩擦(考え方、価値観の相違)	ブッキングサイトの充実	HPの改善
14	小田急(仙石原)箱根ハイランドホテル	年間約400名概算値	把握していない	1泊 99	1位 台湾 50.0%	2泊 1	2位 中国 40.0%	3泊 0	3位 他 10.0%	増加している。前年に比べると約2倍に増加	冬場は中国・台湾などのアジア系団体が多くなる。	英語	個人:団体 1:1	50%	・観光案内 ・Wi-Fi使用方法	・英語が通じない ・大声でしゃべる ・お風呂でのマナー	インバウンドのWEBサイトへの展開	語学カアップへの勉強会など(まずは英語か)
15	パレスホテル箱根	年間約5,000人概算値	把握していない	1泊 60	1位 中国 —	2泊 30	2位 アメリカ —	3泊 10	3位 カナダ —	増加傾向	夏以降、中国多くなっている。夏は、アメリカが多くなる。	英語	個人:団体 3:7	70%	周辺観光案内、食事処案内(回答:マップを見せながら回答)	温泉でのマナーが伝わりにくい	到着時、温泉・館内案内を渡している	引き続き今の取り組みを続ける予定
16	塔ノ沢ノ湯本宿	年間8,254人宿泊者データより算出	把握していない	1泊 90	1位 日本 55.6%	2泊 10	2位 台湾 10.2%	3泊 —	3位 香港 5.7%	増加している。対前年117%の増加	2月春節時期は中国系が多い。4月イースターは欧米系、タイ人が多い。	英語	個人:団体 9:1	10%未満	観光・交通案内(回答:あらかじめ用意した英語版の案内を使い説明)	・旅館への来館時間が夕食開始時刻に間に合わない ・箱根で夕食対応できる飲食店が少ない ・スーツケースの負担(手ぶら観光させてあげたい)	・売店を免税店申請し、許可されたがロゴマーク使用の許可待ちの状態。 ・芸者芸能体験プランの継続にむけての取り組み(2015年4月末日まで)	・免税店対応PRと商品の充実 ・芸者芸能体験プランの継続にむけての取り組み
17	ロッジ富士見苑	年間8,000人宿泊者データより算出	年間8,687人データより算出	1泊 60	1位 中国 16.0%	2泊 30	2位 シンガポール 8.8%	3泊 5	3位 タイ 8.4%	増加傾向。重点的な取り組みをした結果4年前より増加している。	1～2月は中国系、4月はタイ及び欧米、10、11月は全体的に多い。	英語	個人:団体 10:0	5%	・交通案内が中心 ・近郊食事場所の案内 ・忘れ物の件など ・富士山への行き方や観光など	・入浴マナー ・食事予約の件 ・時間を守らない	ネットエージェントの開拓	英語表記の徹底

※:内容については、ヒアリング先の確認を得たうえで報告書に掲載している

表 2-20 宿泊施設へのヒアリング調査結果(3/3)

No.	施設名	外国人旅行者の動向										外国人旅行者との対応			外国人旅行者への取り組み			
		利用人数		外国人の宿泊		利用者が多い国と割合		外国人旅行者の増加・減少傾向	1年間を通じた増減の傾向	対応できる言語	個人と団体の比率	現地案内の付添	外国人旅行者からの主な質問事項	外国人旅行者の対応で困ったこと	外国人旅行者への対応として取り組んでいること	外国人旅行者への対応として今後、取り組むこと		
		外国人の利用人数	日本人の利用人数	泊数	宿泊日数の割合	順位	国名										割合	
18	グリーンプラザ箱根	年間9,000人宿泊者データより算出	把握していない	1泊	90	1位	台湾	30.0%	本年度は130%で推移しており、昨年比では200%の伸び率	2月の春節期間は台湾と中国の利用者が大半を占める。8月、11月、年末年始の高単価期間の利用は少ない。	英語	個人: 団体 7:3	30%	<ul style="list-style-type: none"> 個室露天風呂はないのか？ (回答: 自社では持ち合わせてない為、当日空室があれば露天風呂付き客室を案内) 大浴場は本当に裸で入るものなのか (回答: 入浴マナーの案内を渡して理解してもらおう) 	<ul style="list-style-type: none"> 大浴場の利用マナー(タオルを巻いての入浴、カメラ持ち込み、水着の着用) 禁煙ルームでの喫煙(灰皿がなくても、窓から吸殻を捨てる) 食事制限の発生(事前手配であればある程度対応できるが、突発的な発生が多数) 	<ul style="list-style-type: none"> 自社HP、外部サイトでの富士山を軸とした自社の魅力を訴求 営業マンによる海外営業の活動(月1回程度のペースで出張) ホテルfacebookページの活用(今日の富士山、四季折々の植物画像のアップ等) 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人スタッフの採用(本社・現地ともに) 英語パンフレット、アクセスマップの作成(空港からのアクセス方法等) 	
				2泊	10	2位	中国											20.0%
				3泊	0	3位	香港											12.0%
				4泊	0	4位	シンガポール											6.0%
				5泊	0	5位	アメリカ											4.0%
				×	0	×	—											—
19	箱根ホテル小涌園	年間21,000人宿泊者データより算出	把握していない	1泊	99	1位	中国	25.0%	増加している。	平成25年年間利用約17,000名	英語 中国語	個人: 団体 42:58	100% 団体は必ず同行有	<ul style="list-style-type: none"> Wi-Fiについて (回答: ホテル内無料で接続可(パスワード要)) 富士山への行き方 (回答: 御殿場までバス有り。乗り換え) お勧めの観光スポット (回答: 芦ノ湖、大涌谷、彫刻の森、箱根神社) 禁煙への強いリクエスト 交通案内 	<ul style="list-style-type: none"> マナー: 入浴方法(タオルを湯に浸ける、大声で話す、カメラ・食べ物等を持ち込む) 食事対応: 宗教的なNG食材、ベジタリアン、ビーガン 言葉が通じない: 母国語のみで英語が話せない 	<ul style="list-style-type: none"> 当社の場合、本社藤田観光として、ホテル内スタッフの専任窓口等設置を推進している 	特になし	
				2泊	1	2位	台湾											23.0%
				3泊	0	3位	韓国											12.0%
				4泊	0	4位	アメリカ											10.0%
				5泊	0	5位	香港											7.0%
				×	0	×	—											—

※:内容については、ヒアリング先の確認を得たうえで報告書に掲載している

表 2-21 案内所へのヒアリング調査結果

No	施設名	外国人旅行者の動向									外国人旅行者との対応		外国人旅行者への取り組み		
		利用人数		利用者が多い国と割合			外国人旅行者の増加・減少傾向	1年間を通じた増減の傾向	個人と団体の比率	現地案内の付添	情報提供している観光ルート	外国人旅行者からの主な質問事項	外国人旅行者の対応で困ったこと	外国人旅行者への対応として取り組んでいること	外国人旅行者への対応として今後、取り組むこと
		外国人の利用人数	日本人の利用人数	順位	国名	割合									
1	富士河口湖観光総合案内所	平成25年度 77,012人 当該施設を訪問した外国人利用者数の集計結果	把握していない	1位	タイ	29.0%	増加傾向	4月が最も多く、続いて11月が多い。(半数がタイからの旅行者) 7月8月の登山シーズンになると欧米系が増加。 1月2月は利用者が少ない。	把握していない	把握していない	河口湖駅から出ている周遊バスで観光スポットを巡っている。人気スポットは河口湖遊覧船、ロープウェイ、絶景ポイント。他には四季折々のシーズンイベントの紹介をしている。	・富士山の絶景ポイント (回答:カチカチ山ロープウェイを利用したビューポイントの紹介や、レトロバスを利用したビュースポットへの紹介。) ・富士山へ行く方法 (回答:富士スバルラインを走る富士山5合目バスの紹介。(冬期はほとんど無理)) ・色々な観光スポットの行き方 (回答:周遊レトロバスの紹介。)	中国系の旅行者に多く、言葉が通じないこと、とにかく安くお得に旅する方法を知りたいといった国民性に困ることがある。	なるべく詳しく次の観光地への行き方などを心を込めて伝えている。	今後の取り組みは町で検討している。
				2位	台湾	13.0%									
				3位	中国	10.0%									
				4位	シンガポール	5.0%									
				5位	オーストラリア	4.0%									
				×	—	—									
2	富士ビジターセンター	平成25年度 147,144人 入館記録の外国人利用者数の集計結果より算出	平成25年度 135,871人 入館記録の日本人利用者数の集計結果より算出	1位	中国	34.7%	増加している (前年比138%)	3月と4月が多く、続いて12月が多い。(半数が中国からの旅行者)	把握していない	把握していない	富士山への行き方	富士山への行き方	特になし	外国人観光客が利用しやすい施設	ビジターセンターが管理するわけではないが、敷地内に世界遺産センター(仮)を建設する予定
				2位	タイ	7.2%									
				3位	アメリカ	3.6%									
				4位	台湾	2.8%									
				5位	香港	2.7%									
				×	—	—									
3	箱根町総合観光案内所	年間 21,477人 当該施設を訪問した外国人利用者数の集計結果	把握していない	1位	中国	11.0%	増加している (前年比133.6%)	4月が最も多い。(欧米系が多い) 10月は中国の国慶節があるため中国人客が増加している。 11月、12月はシンガポールからの旅行者が多い。(学校が長期休みに入るため)	把握していない	把握していない	小田急発行の「箱根フリーパス」を使った箱根周遊ルート。乗り物の待ち時間や混雑を避けるため、箱根湯本から芦ノ湖(箱根関所、箱根神社)へ行き、海賊船で桃源台へ行く。 箱根ロープウェイで大涌谷、早雲山、箱根登山ケーブルカーで強羅へ行き、箱根登山電車で箱根湯本駅をめぐるルートを案内している。	・地理、交通関連 ・見どころや日帰り温泉施設 ・インターネットやATM、外貨両替、トイレなど生活一般 ・宿泊施設の斡旋 ・交通機関や宿泊施設での忘れ物	年に数回、全く英語の話せない旅行者が来所した際の対応に困ることがある。 (対応として、筆談や身振り手振り、観光情報の迅速な更新とスタッフ間での共有。)	・わかりやすく誤解のない案内を心掛けている。 ・観光情報の迅速な更新とスタッフ間での共有。	現状の案内方法の改善点を検討
				2位	韓国	8.3%									
				3位	アメリカ	8.2%									
				4位	シンガポール	6.9%									
				5位	オーストラリア	6.2%									
				×	—	—									
4	大門市観光案内所	日平均 約10人 当該施設を訪問した外国人利用者数の概算値	日平均 約50人 多くて約100人 当該施設を訪問した日本人利用者数の概算値	1位	中国	—	増加傾向 以前に比べて韓国人が減少、中国人が増加している。	年間を通して東南アジア系の外国人が多い。	個人:団体 9:1	把握していない	富士山五合目までの行き方、季節に合わせたイベント(冬花火、イルミネーション)行き方	地図を用意し、目的地までの行き方を案内する。	・(宿の斡旋)で、こと細かな要求が多く、納得させるまでの労力がとても大変。 ・言葉が通じない。	・Wi-Fi配布 ・折鶴のプレゼント ・外国語表記のマップ配布	案内板の外国語表記・飲食店メニューや接客を外国人対応にしたい
				2位	台湾	—									
				3位	タイ	—									
				4位	マレーシア	—									
				5位	—	—									
				×	—	—									
5	大涌谷インフォメーションセンター 管理者(公財)神奈川県公園協会	月平均 約450人 当該施設を訪問した外国人利用者数の概算値	年間 約1,500人 当該施設を訪問した外国人利用者数の概算値	1位	—	—	増加傾向 中国、韓国、台湾が多いが、最近タイ、マレーシアも増加している。	年間を通じてはあまり増減の変化ない。 冬期にはやや減少。	個人:団体 1:9 アジア系はほとんど団体	把握していない	把握していない	・箱根大涌谷での見どころ ・レストラン、喫煙場所、トイレの場所 ・観光地への行き方 (回答:大涌谷エリアマップや箱根全体マップを提供して、今いる場所を示し目的地まで案内している。)	・言葉が通じない。(何を質問されているか理解できないことがある) ・交通機関の運行状況や天候による情報の提供ができていない。 ・ケガ人が出た場合の対応。特に軽いけがの場合、どこまで面倒をみればいいのかかわからない。	・英語力の向上(対応者個人の努力に頼っている) ・情報入手先の拡大	外国語表記 英語版ハイキングマップの作成
				2位	—	—									
				3位	—	—									
				4位	—	—									
				5位	—	—									
				×	—	—									

※:内容については、ヒアリング先の確認を得たうえで報告書に掲載している

3. 富士箱根地域における外国人旅行者の意向の把握

当該地域を訪れる外国人旅行者がどのような地点や活動に関心を持っているか、また、それらの地点や活動における満足度や不満等について以下の方法により把握した。

3-1 アンケート調査

(1) 調査目的

本調査は、富士箱根地域を訪れる外国人旅行者がどのような地点や活動に関心を持っているか、また、それらの地点や活動における満足度や不満等を把握することを目的とする。

(2) 調査対象施設

富士箱根地域へ来訪した「個人」及び「団体」の外国人旅行者の意向を把握するために以下に示す4施設でアンケート調査を実施した。

表 3-1 調査対象施設の設定

No	施設名	住所	地域	個人・団体	選定理由
1	富士ビジターセンター	〒401-0301 山梨県南都留郡富士河口湖町船津 6663-1	富士山地域	団体	当該施設は、富士山地域を訪れる団体の外国人旅行者が訪れる。
2	河口湖駅バス待合所周辺	〒401-0301 山梨県南都留郡富士河口湖町船津 3641	富士山地域	個人	当該施設は、富士山地域を訪問する個人の外国人旅行者が利用する。
3	大涌谷くろたまご館	〒250-0631 神奈川県足柄下郡箱根町仙石原 1251	箱根地域	団体	当該施設は、箱根地域を訪れる団体の外国人旅行者が訪れる。
4	箱根町総合観光案内所周辺	〒250-0311 神奈川県足柄下郡箱根町湯本 706-35	箱根地域	個人	当該施設は、箱根町を訪問する個人の外国人旅行者が利用する。



図 3-1 調査箇所位置

(3) 調査日時

平成 27 年 1 月 28 日から 2 月 10 日の間に実施し、回収票数 1,035 票のアンケート票を回収した。各施設の調査日時、回収票数は以下に示す通りである。

表 3-2 調査箇所別の調査日時及び回収票数

No	施設名	調査日	時間帯	回収票数
1	富士ビジターセンター	平成 27 年 1 月 28 日 (水) ～2 月 10 日 (火)	9 時 30 分 ～17 時	295
2	河口湖駅バス待合所周辺	平成 27 年 1 月 28 日 (水) ～2 月 6 日 (金)	9 時 30 分 ～17 時	217
3	箱根町総合観光案内所 周辺	平成 27 年 2 月 2 日 (月) ～2 月 10 日 (火)	9 時 30 分 ～17 時	267
4	大涌谷くろたまご館	平成 27 年 2 月 2 日 (月) ～2 月 10 日 (火)	10 時 ～17 時	256
			計	1,035

(4) 調査方法

調査員による聞き取り方式のアンケート調査方法で実施した。調査票は、英語版と中国語（繁体字、簡体字）を作成した。なお、韓国語版は作成しなかったが、韓国語については、調査員による聞き取り方式で対応した。

外国人旅行者アンケート

箱根へ ようこそ!

“おもてなし”をもっとよくしていくために **Q1 (1) 国籍・居住地(国)を記入** ください。

Q 1. あなたのプロフィールをお答え下さい。【**択一回答**】

(1) 国籍：(具体的に) **中国** 居住地(国)：**中国**
 (2) 年齢：①20歳未満 ②**20**歳代 ③30歳代 ④40歳代 ⑤50歳代 ⑥60歳代 ⑦70歳以上
 (3) 性別：①**女性** ②男性
 (4) 旅行形態：①個人 (**数字**名) ②**団体** (**5**名) **Q1 (2) ~ (5) 択一及び数字を記入**
 (5) 来日回数：①初めて ②2回目 ③3回目 ④4回目 ⑤5回目以上 (**数字**)回目

Q 2. 箱根に何泊しますか。訪問先の□にチェックを入れてから選択して下さい。【**択一回答**】

箱根に 宿泊します 宿泊しません
 ①**1泊** ②2泊 ③3泊 ④4泊 ⑤5泊以上 (**数字**)泊程度

Q 3. 箱根に、どのような交通手段で来ましたか。【**複数回答**】

①**ツアーバス** ②**新幹線** ③電車 ④高速バス ⑤路線バス ⑥レンタカー
 ⑦タクシー ⑧知人のクルマ ⑨その他 (具体的に：**具体的に記入**)

Q 4. 今回、箱根に来る前にどこにいましたか。また、箱根を観光した後、どこに訪問する予定ですか。下の表から番号を選択してご記入下さい。【**複数回答**】

ここに来る前にいた場所	現在地	これから行く予定の場
①、 横浜、小田原	調査地点	⑥、③、神戸

Q4 複数回答
下表より選択。選択肢にない場合は具体的に記

【表】選択肢
 ①東京 ②大阪 ③京都 ④福岡 ⑤北海道 ⑥富士山周辺
 ⑦その他 ()

Q 5. 箱根の観光情報や交通手段の情報をどこで調べましたか。【**複数回答**】

a. **web** サイト (具体的なサイト名：**トリップアドバイザー**) **Q5 複数回答**
 b. **ガイドブック** (具体的なサイト名：**ロンリープラネット**) **具体的に内容を記入**
 c. **パンフレット**
 d. 旅行会社に聞いた
 e. その他 ((具体的に) **具体的に記入**)

Q 6. 箱根が国立公園ということをご存知ですか。【**択一回答**】

①国立公園ということを知っている ②**国立公園ということを知らなかった** **Q6 択一回答**

Q 7. 箱根の観光地についてお伺いします。

【主な観光地】

①芦ノ湖 ②大涌谷 ③箱根神社 ④箱根関所 ⑤美術館 ⑥観光船
 ⑦ロープウェイ（大涌谷） ⑧ロープウェイ（駒ヶ岳） ⑨登山電車 ⑩金時山
 ⑪大観山 ⑫神山 ⑬駒ヶ岳 ⑭仙石原湿原 ⑮ススキ草原
 ⑯その他（ ） ⑯を選択した場合は、具体的に記入

(1) 今回の旅行中に来訪する(した)観光地はどこですか。上記の主な観光地からお選び下さい。
【複数回答】（観光地番号： ①、②、⑥） Q7(1) 複数回答
⑯は具体的に内容を記入

(2) 箱根にまた来訪したいですか。その理由も教えてください。
①また来訪したい ②来訪したいとは思わない ③わからない Q7(2) 択一回答
具体的な理由も記入
 具体的な理由： _____

(3) 再来訪したい方に伺います。箱根で、次の旅行で来訪したい観光地はどこですか。
【複数回答】（観光地番号： _____） Q7(3) 複数回答
【再来訪した方のみ】
⑯は具体的に内容を記入

Q 8. 今回の旅行では、何を目的に来ましたか。【複数回答】

①登山（金時山や神山などの山頂を目指す） ②自然散策（園地や歩道を散策する）
③景色 ④温泉 ⑤食事 ⑥伝統文化 ⑦美術館めぐり
 ⑧その他（ 具体的に記入 ） Q8 複数回答
⑧は具体的に内容を記入

Q 9. 今回の旅行について、満足度はいかがですか？

Q9 択一回答
各設問の満足度を1つ選択

	どの程度満足しましたか？				
	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満
景色	5	4	3	2	1
食事	5	4	3	2	1
接客 (ホテル、店等)	5	4	3	2	1
移動 (バス、鉄道等の交通機関)	5	4	3	2	1
文化 (温泉、祭り、歴史館等)	5	4	3	2	1
総合	5	4	3	2	1

Q10. 今までの旅行で困ったことはありましたか？【複数回答】

①Wi環境が整備されていない ②言葉が通じない ③英語の情報がない
 ④案内板が少ない ⑤案内板がわかりにくい ⑥どんな見どころがあるのか情報が少ない
⑦その他（ ゴミ箱がなく、ごみを捨てられなかった ） Q10 複数回答
⑦は具体的に内容を記入

Q11. 今回の旅行で外国人への対応や、景観等について、満足したこと、不快に思ったことについて具体的に教えてください。

(温泉が良かった。富士山がとてもきれいだった。)

☆☆ 調査内容は以上です。ご協力、ありがとうございました。

Q11
具体的に内容を記入

(5) 集計結果

1) 調査箇所別回収状況

- ・合計 1,035 票を 4 か所から概ね均等に回収した。

表 3-3 調査箇所別回収状況

	票数(件)	割合(%)
富士ビジターセンター	295	28.5
河口湖駅バス待合所周辺	217	21.0
箱根町総合観光案内所周辺	267	25.8
大涌谷くろたまご館	256	24.7
合計	1,035	100

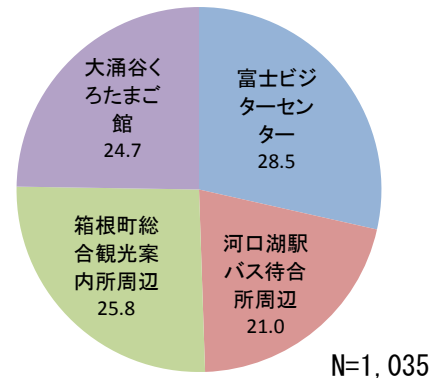


図 3-2 調査箇所別回収状況

2) 国・地域のグループ分け

- ・回答者 1,035 人の国、地域別の構成比は右の表の通りであり、中国が過半数を占め、次いで台湾が約 15% を占めている。
- ・それ以外は国・地域別の回収票数が 71 票以下であり、半数以上の国地域の回収票数は 1 ケタとなっている。
- ・以降の分析にあたっては、言語に着目しつつ、統計的に妥当なサンプル数に配慮し、グループ化して集計することとする。
- ・具体的には、次ページに示す通り、中国語系 (723 サンプル)、中国語以外のアジア系 (韓国・東南アジア、同 103 サンプル)、欧米系及びその他 (209 サンプル) の 3 グループとした。

表 3-4 国・地域のグループ分け

国名	票数(件)	割合(%)	グループ分け
中国	564	54.5	中国・台湾・香港
台湾	154	14.9	中国・台湾・香港
オーストラリア	71	6.9	欧米系・その他
イギリス	36	3.5	欧米系・その他
マレーシア	36	3.5	韓国・東南アジア
タイ	31	3.0	韓国・東南アジア
アメリカ	21	2.0	欧米系・その他
カナダ	14	1.4	欧米系・その他
シンガポール	14	1.4	韓国・東南アジア
フランス	12	1.2	欧米系・その他
韓国	10	1.0	韓国・東南アジア
スペイン	9	0.9	欧米系・その他
ドイツ	8	0.8	欧米系・その他
インドネシア	7	0.7	韓国・東南アジア
インド	5	0.5	欧米系・その他
香港	5	0.5	中国・台湾・香港
オランダ	6	0.6	欧米系・その他
ニュージーランド	4	0.4	欧米系・その他
フィリピン	4	0.4	韓国・東南アジア
イタリア	3	0.3	欧米系・その他
スイス	3	0.3	欧米系・その他
デンマーク	3	0.3	欧米系・その他
ブラジル	3	0.3	欧米系・その他
ポーランド	2	0.2	欧米系・その他
ノルウェー	2	0.2	欧米系・その他
アラブ首長国連邦	1	0.1	欧米系・その他
カンボジア	1	0.1	欧米系・その他
スウェーデン	1	0.1	欧米系・その他
フィンランド	1	0.1	欧米系・その他
ペルー	1	0.1	欧米系・その他
ポルトガル	1	0.1	欧米系・その他
メキシコ	1	0.1	欧米系・その他
ルーマニア	1	0.1	欧米系・その他
合計	1,035	100.0	欧米系・その他

3) 国・地域のグループ分け

- ・全体では回答者の7割が中国・台湾・香港、2割が欧米系その他、1割が韓国・東南アジア系となっている。
- ・箇所別にみると「河口湖駅バス待合所周辺」では中国・台湾・香港が86.4%を占め、富士ビジターセンターでは中国語系が相対的に少なく、韓国・東南アジア系と欧米系・その他で半数近くを占めている点が特徴的である。

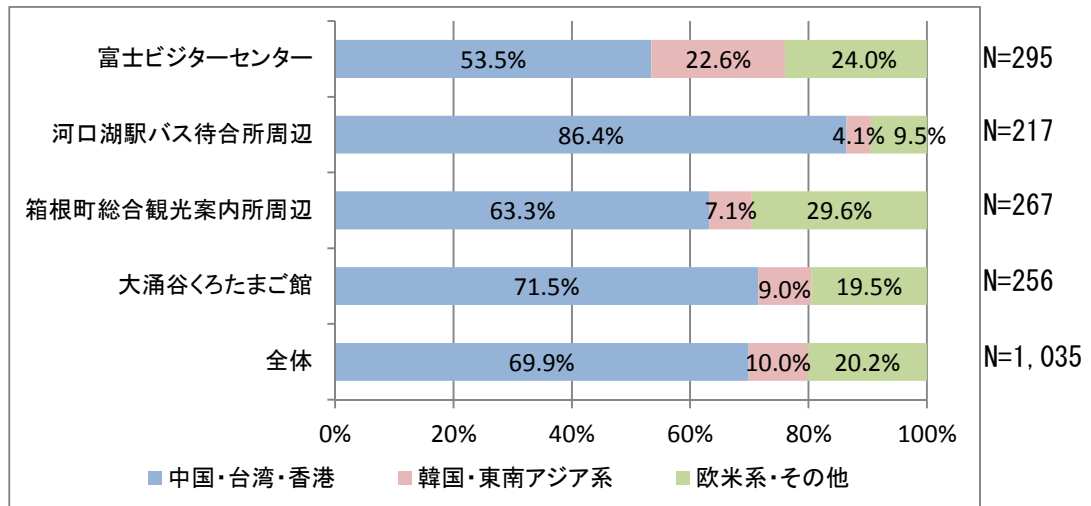


図 3-3 調査箇所別の国・地域別構成

表 3-5 調査箇所別の国・地域別構成

(票数)

	中国・台湾・香港	韓国・東南アジア系	欧米系・その他	計
富士ビジターセンター	116	49	52	217
河口湖駅バス待合所周辺	255	12	28	295
箱根町総合観光案内所周辺	169	19	79	267
大涌谷くろたまご館	183	23	50	256
全体	723	103	209	1,035

(割合)

	中国・台湾・香港	韓国・東南アジア系	欧米系・その他	計
富士ビジターセンター	53.5%	22.6%	24.0%	100.0%
河口湖駅バス待合所周辺	86.4%	4.1%	9.5%	100.0%
箱根町総合観光案内所周辺	63.3%	7.1%	29.6%	100.0%
大涌谷くろたまご館	71.5%	9.0%	19.5%	100.0%
全体	69.9%	10.0%	20.2%	100.0%

4) 調査箇所別の年齢構成

・ 回答者の半数が30歳未満。特に富士ビジターセンターでは20歳未満が多い。

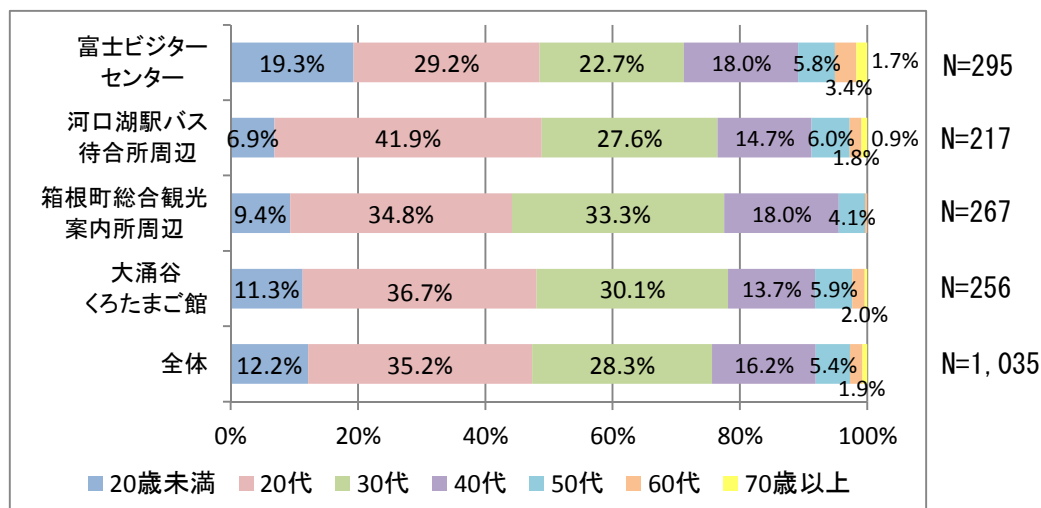


図 3-4 調査箇所別の年齢別構成

表 3-6 調査箇所別の年齢別構成

(票数)

	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	計
富士ビジターセンター	57	86	67	53	17	10	5	295
河口湖駅バス待合所周辺	15	91	60	32	13	4	2	217
箱根町総合観光案内所周辺	25	93	89	48	11	1	0	267
大涌谷くろたまご館	29	94	77	35	15	5	1	256
全体	126	364	293	168	56	20	8	1,035

(割合)

	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	計
富士ビジターセンター	19.3%	29.2%	22.7%	18.0%	5.8%	3.4%	1.7%	100%
河口湖駅バス待合所周辺	6.9%	41.9%	27.6%	14.7%	6.0%	1.8%	0.9%	100%
箱根町総合観光案内所周辺	9.4%	34.8%	33.3%	18.0%	4.1%	0.4%	0.0%	100%
大涌谷くろたまご館	11.3%	36.7%	30.1%	13.7%	5.9%	2.0%	0.4%	100%
全体	12.2%	35.2%	28.3%	16.2%	5.4%	1.9%	0.8%	100%

5) 国・地域別の年齢別構成

- ・ 3地域とも 20代が最も多い。
- ・ 30代以下が約 76%を占めている。

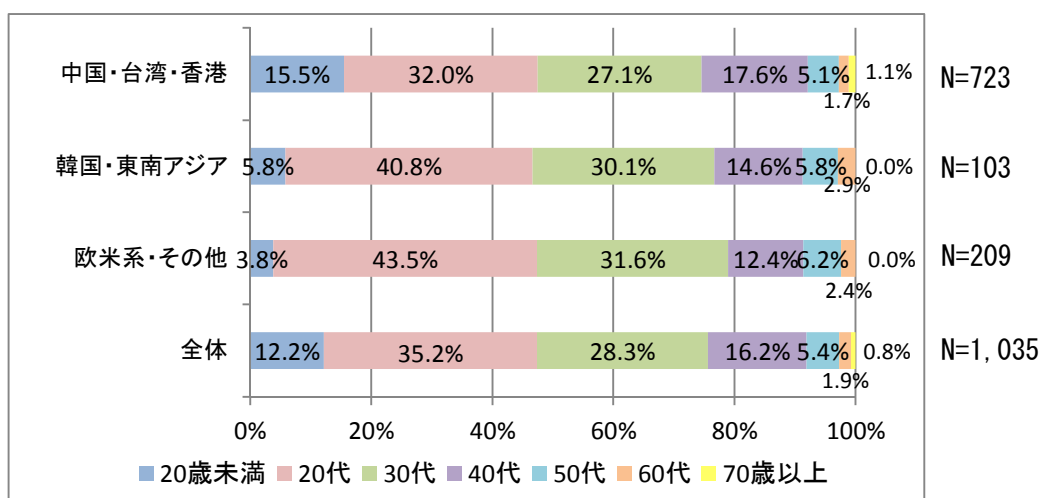


図 3-5 国・地域別の年齢別構成

表 3-7 国・地域別の年齢別構成

(票数)

	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	計
中国・台湾・香港	112	231	196	127	37	12	8	723
韓国・東南アジア	6	42	31	15	6	3	0	103
欧米系・その他	8	91	66	26	13	5	0	209
全体	126	364	293	168	56	20	8	1,035

(割合)

	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	計
中国・台湾・香港	15.5%	32.0%	27.1%	17.6%	5.1%	1.7%	1.1%	100%
韓国・東南アジア	5.8%	40.8%	30.1%	14.6%	5.8%	2.9%	0.0%	100%
欧米系・その他	3.8%	43.5%	31.6%	12.4%	6.2%	2.4%	0.0%	100%
全体	12.2%	35.2%	28.3%	16.2%	5.4%	1.9%	0.8%	100%

6) 調査箇所別の性別別構成

- ・ 全体では男性 52.4%、女性 47.6%とあまり差はない。
- ・ 河口湖駅バス待合所周辺と大涌谷くろたまご館では男性の方が多く、富士ビジターセンターと箱根町総合観光案内所では女性の方が多い。

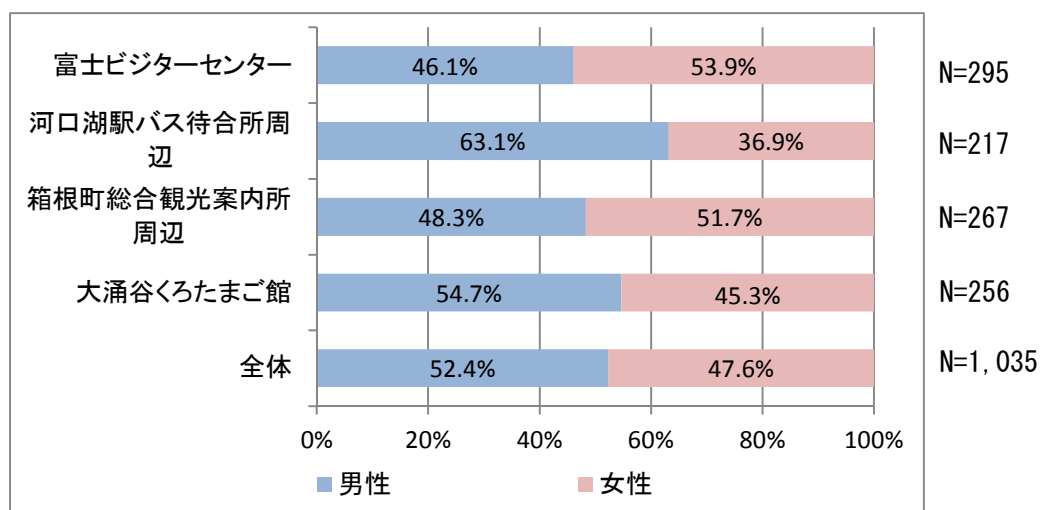


図 3-6 調査箇所別の性別別構成

表 3-8 調査箇所別の性別別構成

(票数)

	男性	女性	計
富士ビジターセンター	136	159	295
河口湖駅バス待合所周辺	137	80	217
箱根町総合観光案内所周辺	129	138	267
大涌谷くろたまご館	140	116	256
全体	542	493	1,035

(割合)

	男性 (%)	女性 (%)	計 (%)
富士ビジターセンター	46.1%	53.9%	100%
河口湖駅バス待合所周辺	63.1%	36.9%	100%
箱根町総合観光案内所周辺	48.3%	51.7%	100%
大涌谷くろたまご館	54.7%	45.3%	100%
全体	52.4%	47.6%	100%

7) 国・地域別の性別別構成

- ・ 欧米系・その他では、男性 64.6%と男性が多い傾向がある。
- ・ 中国・台湾・香港では、女性 51.2%と女性が多い傾向がある。

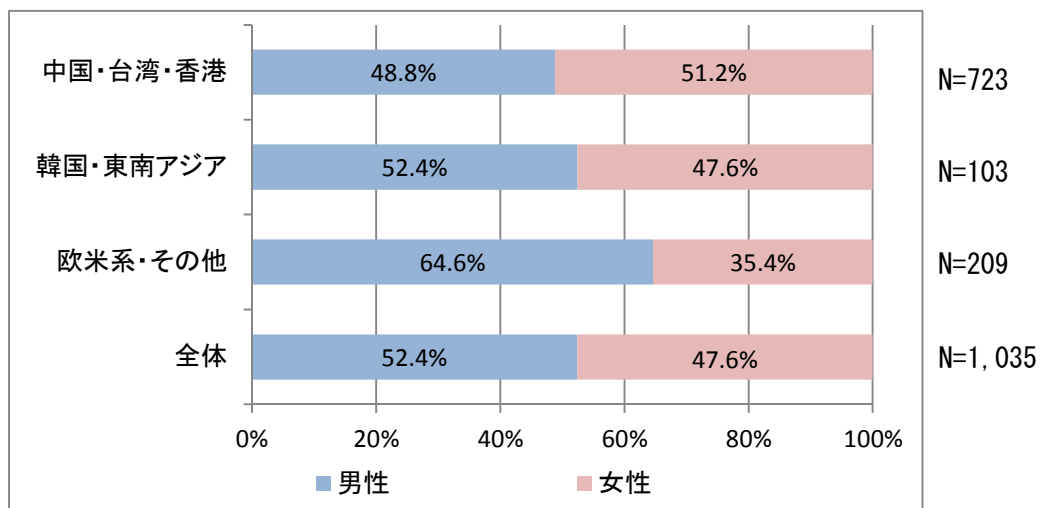


図 3-7 国・地域別の性別別構成

表 3-9 国・地域別の性別別構成

(票数)

	男性	女性	計
中国・台湾・香港	353	370	723
韓国・東南アジア	54	49	103
欧米系・その他	135	74	209
全体	542	493	1,035

(割合)

	男性	女性	計
中国・台湾・香港	48.8%	51.2%	100%
韓国・東南アジア	52.4%	47.6%	100%
欧米系・その他	64.6%	35.4%	100%
全体	52.4%	47.6%	100%

8) 国・地域別の旅行形態（個人・団体）別構成

- ・全体では、約6割の旅行形態が「個人」。
- ・「中国・台湾・香港」では「個人」と「団体」はほぼ同じ割合である。
- ・「韓国・東南アジア」及び「欧米系・その他」では「個人」が全体のおよそ8割以上を占める。

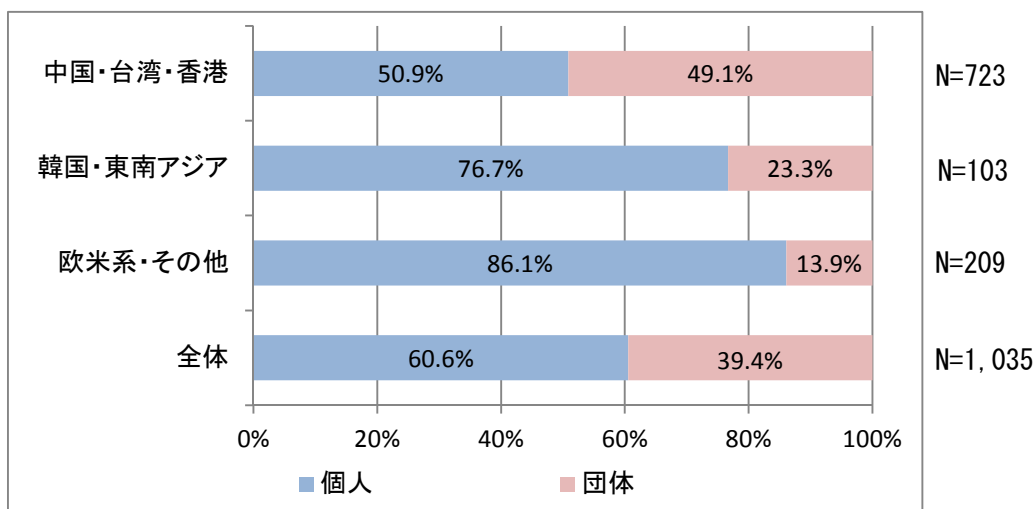


図 3-8 国・地域別の旅行形態（個人・団体）別構成

表 3-10 国・地域別の旅行形態（個人・団体）別構成

(票数)

	個人	団体	計
中国・台湾・香港	368	355	723
韓国・東南アジア	79	24	103
欧米系・その他	180	29	209
全体	627	408	1,035

(割合)

	個人	団体	計
中国・台湾・香港	50.9%	49.1%	100%
韓国・東南アジア	76.7%	23.3%	100%
欧米系・その他	86.1%	13.9%	100%
全体	60.6%	39.4%	100%

■富士山地域

- ・富士山地域では、個人に比べ団体旅行がやや多い。
- ・中国、台湾、香港は、個人：団体の比が、1：2
- ・韓国、東南アジア、欧米系、その他は、個人：団体の比が、4：1

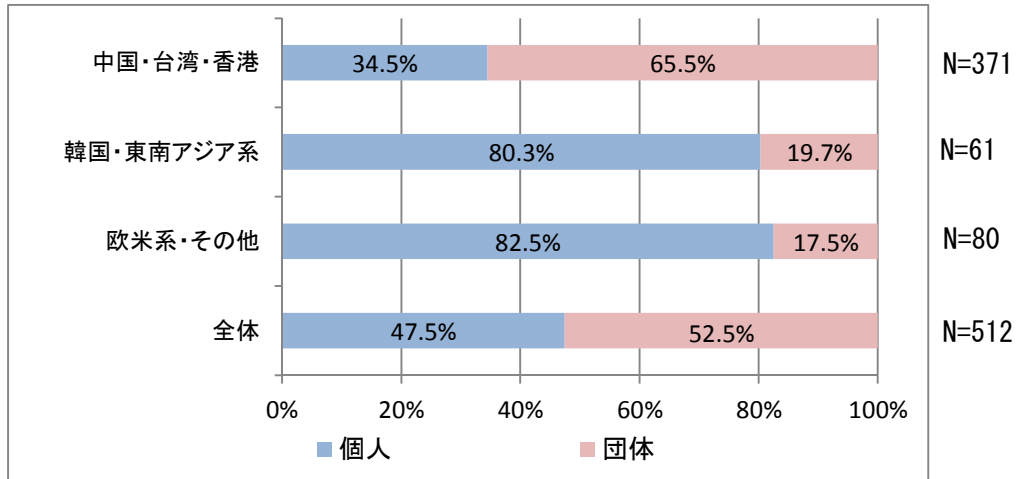


図 3-9 国・地域別の旅行形態（個人・団体）別構成

表 3-11 国・地域別の旅行形態（個人・団体）別構成

(票数)

	個人	団体	計
中国・台湾・香港	128	243	371
韓国・東南アジア	49	12	61
欧米系・その他	66	14	80
全体	243	269	512

(割合)

	個人	団体	計
中国・台湾・香港	34.5%	65.5%	100.0%
韓国・東南アジア	80.3%	19.7%	100.0%
欧米系・その他	82.5%	17.5%	100.0%
全体	47.5%	52.5%	100.0%

■箱根地域

- ・箱根地域では、7割は個人旅行者となっている。
- ・特に欧米系その他では、9割が個人旅行者となっている。

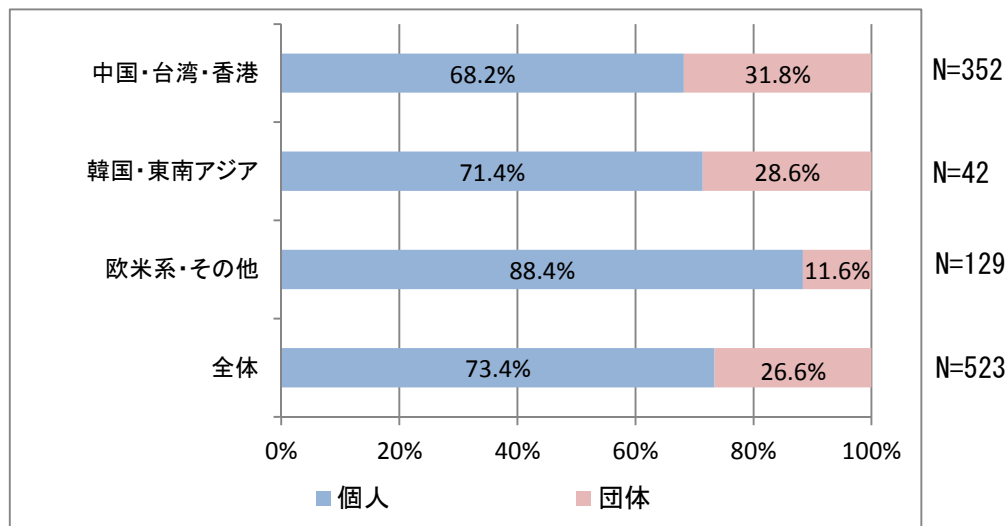


図 3-10 国・地域別の旅行形態（個人・団体）別構成

表 3-12 国・地域別の旅行形態（個人・団体）別構成
(票数)

	個人	団体	計
中国・台湾・香港	240	112	352
韓国・東南アジア	30	12	42
欧米系・その他	114	15	129
全体	384	139	523

(割合)

	個人	団体	計
中国・台湾・香港	68.2%	31.8%	100%
韓国・東南アジア	71.4%	28.6%	100%
欧米系・その他	88.4%	11.6%	100%
全体	73.4%	26.6%	100%

9) 国・地域別の来日回数構成

- ・全体の約3分の1が初めての訪日である。
- ・再訪日率が高いのは「韓国・東南アジア」である。

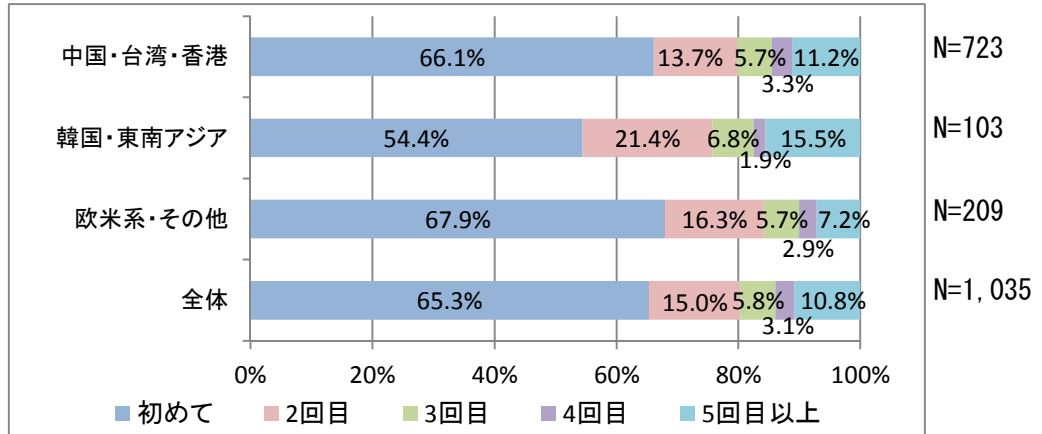


図 3-11 国・地域別の来日回数構成

表 3-13 国・地域別の来日回数構成

(票数)

	初めて	2回目	3回目	4回目	5回目以上	計
中国・台湾・香港	478	99	41	24	81	723
韓国・東南アジア	56	22	7	2	16	103
欧米系・その他	142	34	12	6	15	209
全体	676	155	60	32	112	1,035

(割合)

	初めて	2回目	3回目	4回目	5回目以上	計
中国・台湾・香港	66.1%	13.7%	5.7%	3.3%	11.2%	100%
韓国・東南アジア	54.4%	21.4%	6.8%	1.9%	15.5%	100%
欧米系・その他	67.9%	16.3%	5.7%	2.9%	7.2%	100%
全体	65.3%	15.0%	5.8%	3.1%	10.8%	100%

10) 調査箇所別の宿泊・日帰り構成

- ・全体の約7割が「現地に宿泊していない（日帰り）」である。
- ・いずれの調査箇所も「現地に宿泊」より「日帰り」のほうが多い。

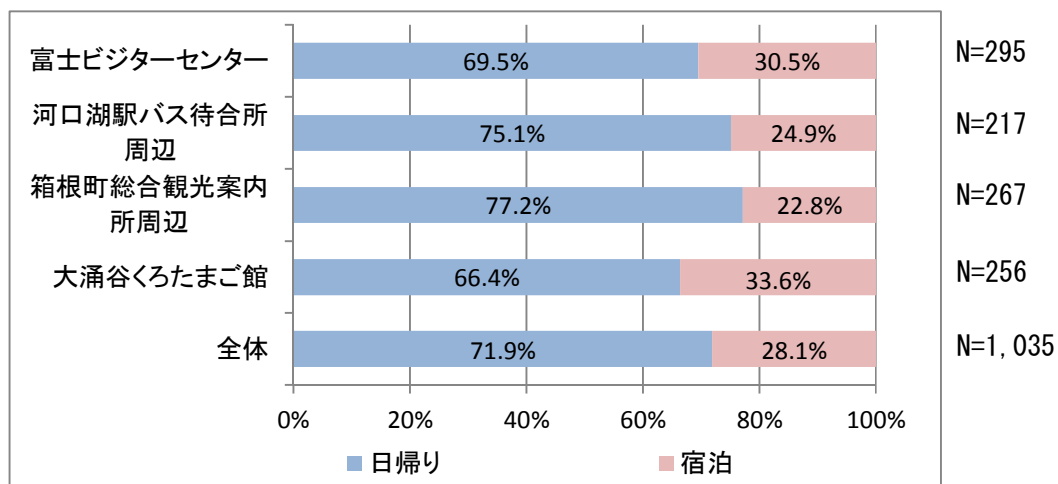


図 3-12 調査箇所別の宿泊・日帰り構成

表 3-14 調査箇所別の宿泊・日帰り構成

(票数)

	日帰り	宿泊	計
富士ビジターセンター	205	90	295
河口湖駅バス待合所周辺	163	54	217
箱根町総合観光案内所周辺	206	61	267
大涌谷くろたまご館	170	86	256
全体	744	291	1,035

(割合)

	日帰り (%)	宿泊 (%)	計 (%)
富士ビジターセンター	69.5%	30.5%	100%
河口湖駅バス待合所周辺	75.1%	24.9%	100%
箱根町総合観光案内所周辺	77.2%	22.8%	100%
大涌谷くろたまご館	66.4%	33.6%	100%
全体	71.9%	28.1%	100%

11) 国・地域別の宿泊・日帰り構成

- ・全体の約7割が「日帰り」である。
- ・いずれの国・地域も「宿泊」より「日帰り」のほうが多い。
- ・「欧米系・その他」では、「日帰り」54.5%、「宿泊」45.5%と、両者の開きが9%と小さい。
- ・「中国・台湾・香港」では、「日帰り」78.0%、「宿泊」22.0%と、両者の開きが56%と大きい。

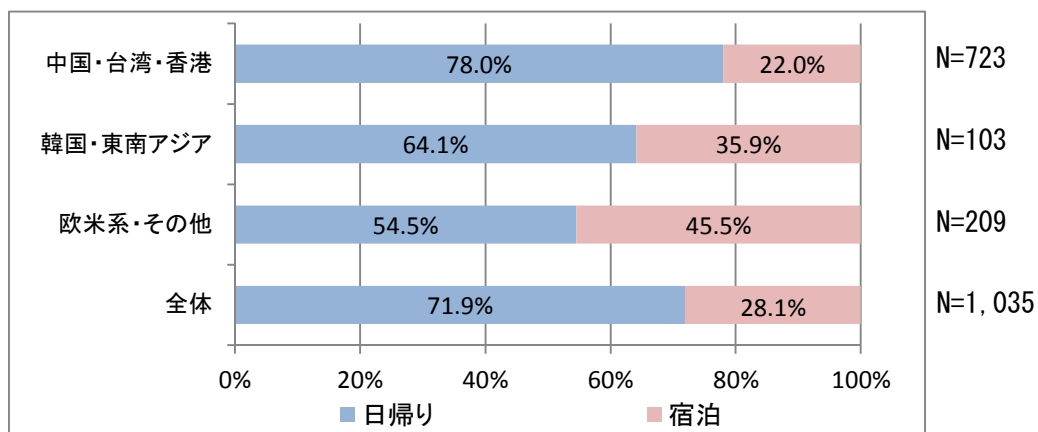


図 3-13 国・地域別の宿泊・日帰り構成

表 3-15 国・地域別の宿泊・日帰り構成

(票数)

	日帰り	宿泊	計
中国・台湾・香港	564	159	723
韓国・東南アジア	66	37	103
欧米系・その他	114	95	209
全体	744	291	1,035

(割合)

	日帰り (%)	宿泊 (%)	計 (%)
中国・台湾・香港	78.0%	22.0%	100%
韓国・東南アジア	64.1%	35.9%	100%
欧米系・その他	54.5%	45.5%	100%
全体	71.9%	28.1%	100%

12) 国・地域別の宿泊数構成

- ・全体の約7割が現地には1泊のみ。
- ・1泊の傾向が最もみられるのは「中国・台湾・香港」(75.9%)である。
- ・「欧米系・その他」では、「1泊」または「2泊」の傾向がみられる。

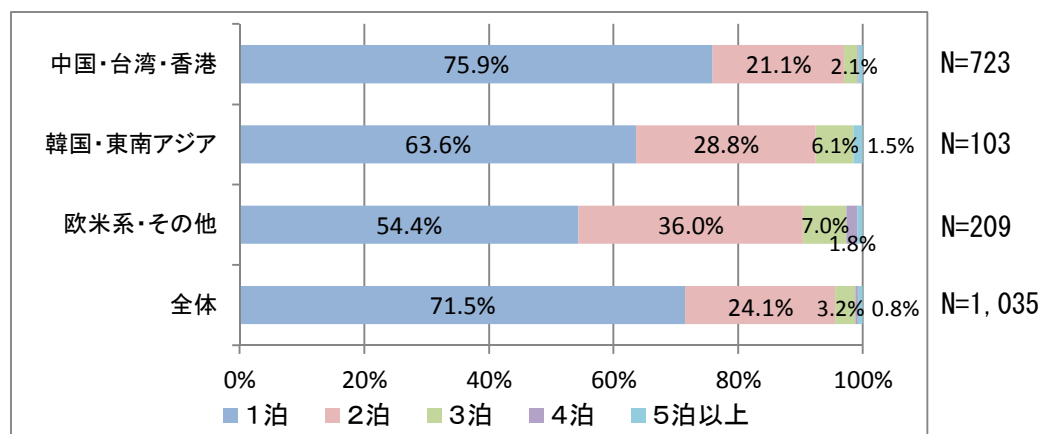


図 3-14 国・地域別の宿泊数構成

表 3-16 国・地域別の宿泊数構成

(票数)

	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上	計
中国・台湾・香港	428	119	12	1	4	564
韓国・東南アジア	42	19	4	0	1	66
欧米系・その他	62	41	8	2	1	114
全体	532	179	24	3	6	744

(割合)

	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上
中国・台湾・香港	75.9%	21.1%	2.1%	0.2%	0.7%
韓国・東南アジア	63.6%	28.8%	6.1%	0.0%	1.5%
欧米系・その他	54.4%	36.0%	7.0%	1.8%	0.9%
全体	71.5%	24.1%	3.2%	0.4%	0.8%

13) 調査箇所別の交通手段構成

- ・「富士ビジターセンター」への交通手段のほとんどがツアーバス。
- ・「箱根町総合観光案内所」へは、ツアーバスが低く、「電車」および「新幹線」が多い。

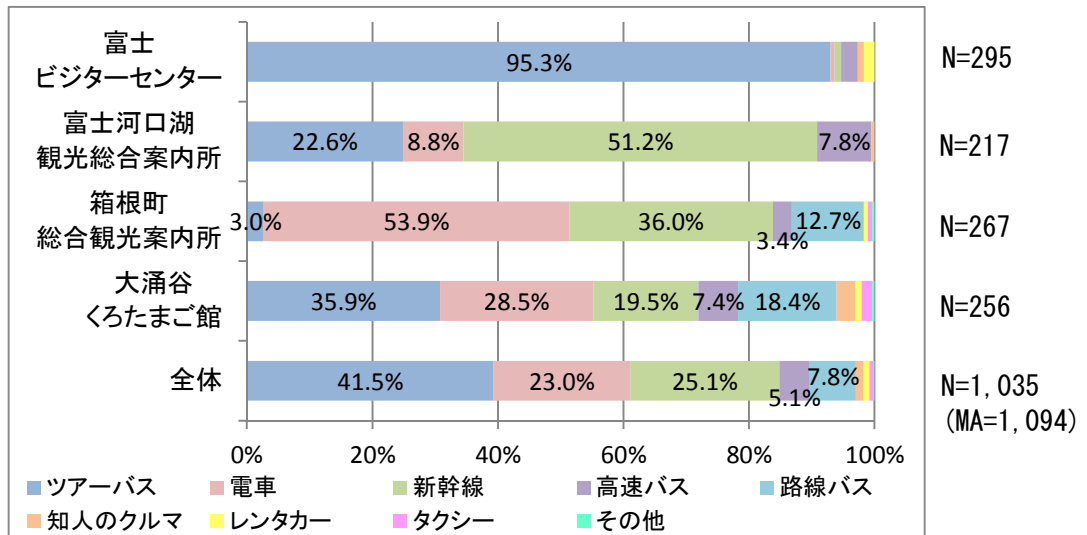


図 3-15 調査箇所別の交通手段構成

表 3-17 調査箇所別の交通手段構成

(票数)

	ツアーバス	電車	新幹線	高速バス	路線バス	知人のクルマ	レンタカー	タクシー	その他	計
富士ビジターセンター	281	2	3	8	0	3	5	0	0	302
富士河口湖観光総合案内所	49	19	111	17	0	1	0	0	0	197
箱根町総合観光案内所	8	144	96	9	34	0	2	2	1	296
大涌谷くろたまご館	92	73	50	19	47	9	3	5	1	299
全体	430	238	260	53	81	13	10	7	2	1,094

(割合)

	ツアーバス	電車	新幹線	高速バス	路線バス	知人のクルマ	レンタカー	タクシー	その他
富士ビジターセンター	95.3%	0.7%	1.0%	2.7%	0.0%	1.0%	1.7%	0.0%	0.0%
富士河口湖観光総合案内所	22.6%	8.8%	51.2%	7.8%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%
箱根町総合観光案内所	3.0%	53.9%	36.0%	3.4%	12.7%	0.0%	0.7%	0.7%	0.4%
大涌谷くろたまご館	35.9%	28.5%	19.5%	7.4%	18.4%	3.5%	1.2%	2.0%	0.4%
全体	41.5%	23.0%	25.1%	5.1%	7.8%	1.3%	1.0%	0.7%	0.2%

14) 国・地域別の交通手段構成

■富士山地域

- ・富士山地域では「ツアーバス」が最も多く、全体の約6割。
- ・富士山地域への「ツアーバス」を利用する「中国・台湾・香港」の割合（74.4%）は、「韓国・東南アジア」（24.6%）と「欧米系・その他」（33.8%）の2倍以上。

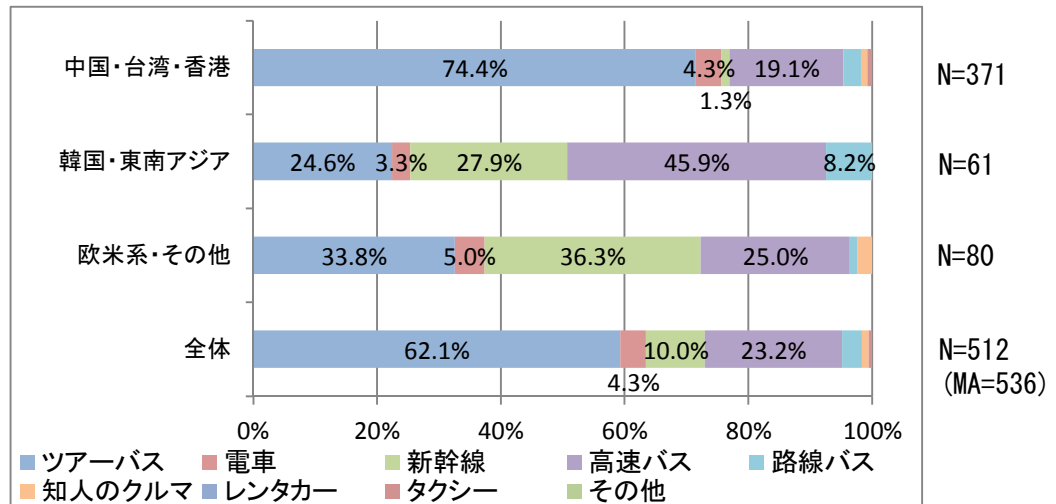


図 3-16 国・地域別の交通手段構成

表 3-18 国・地域別の交通手段構成

(票数)

	ツアーバス	電車	新幹線	高速バス	路線バス	知人のクルマ	レンタカー	タクシー	その他	計
中国・台湾・香港	276	16	5	71	11	4	0	3	0	386
韓国・東南アジア	15	2	17	28	5	0	0	0	0	67
欧米系・その他	27	4	29	20	1	2	0	0	0	83
全体	318	22	51	119	17	6	0	3	0	536

(割合)

	ツアーバス	電車	新幹線	高速バス	路線バス	知人のクルマ	レンタカー	タクシー	その他
中国・台湾・香港	74.4%	4.3%	1.3%	19.1%	3.0%	1.1%	0.0%	0.8%	0.0%
韓国・東南アジア	24.6%	3.3%	27.9%	45.9%	8.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
欧米系・その他	33.8%	5.0%	36.3%	25.0%	1.3%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	62.1%	4.3%	10.0%	23.2%	3.3%	1.2%	0.0%	0.6%	0.0%

■箱根地域

- ・箱根地域では「新幹線」が最も多く、全体の約4割。
- ・箱根地域への「新幹線」を利用する「中国・台湾・香港」の割合（31.0%）は、「韓国・東南アジア」（69.0%）と「欧米系・その他」（61.2%）の約半分。

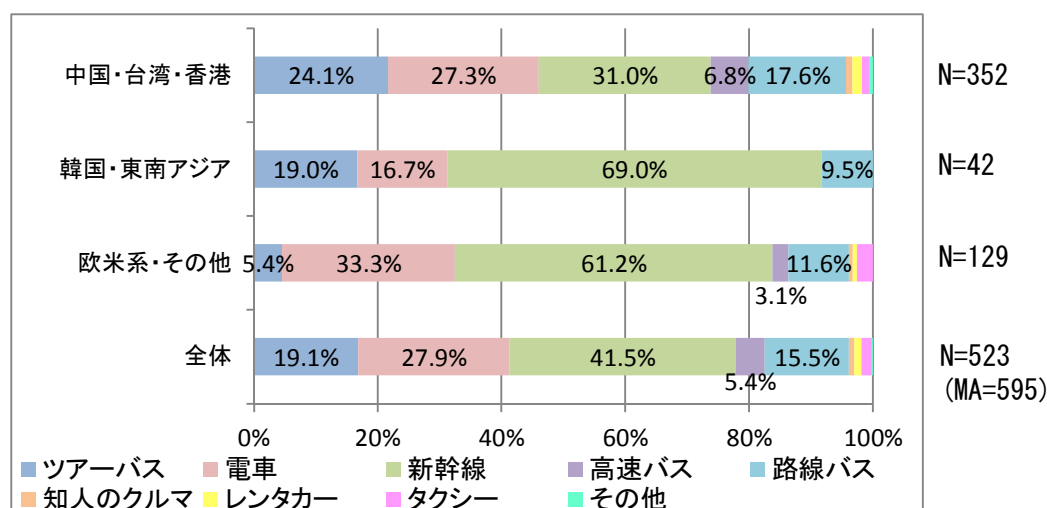


図 3-17 国・地域別の交通手段構成

表 3-19 国・地域別の交通手段構成

(票数)

	ツアーバス	電車	新幹線	高速バス	路線バス	知人のクルマ	レンタカー	タクシー	その他	計
中国・台湾・香港	85	96	109	24	62	4	6	5	2	393
韓国・東南アジア	8	7	29	0	4	0	0	0	0	48
欧米系・その他	7	43	79	4	15	1	1	4	0	154
全体	100	146	217	28	81	5	7	9	2	595

(割合)

	ツアーバス	電車	新幹線	高速バス	路線バス	知人のクルマ	レンタカー	タクシー	その他
中国・台湾・香港	24.1%	27.3%	31.0%	6.8%	17.6%	1.1%	1.7%	1.4%	0.6%
韓国・東南アジア	19.0%	16.7%	69.0%	0.0%	9.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
欧米系・その他	5.4%	33.3%	61.2%	3.1%	11.6%	0.8%	0.8%	3.1%	0.0%
全体	19.1%	27.9%	41.5%	5.4%	15.5%	1.0%	1.3%	1.7%	0.4%

15) 外国人旅行者の移動傾向（どこから来て、どこに行くか）

■富士山地域

- ・「個人」では、東京との往來の比率が最も多く半分近く。
- ・「団体」では、東京から大阪に向かう比率が最も多く23.4%。

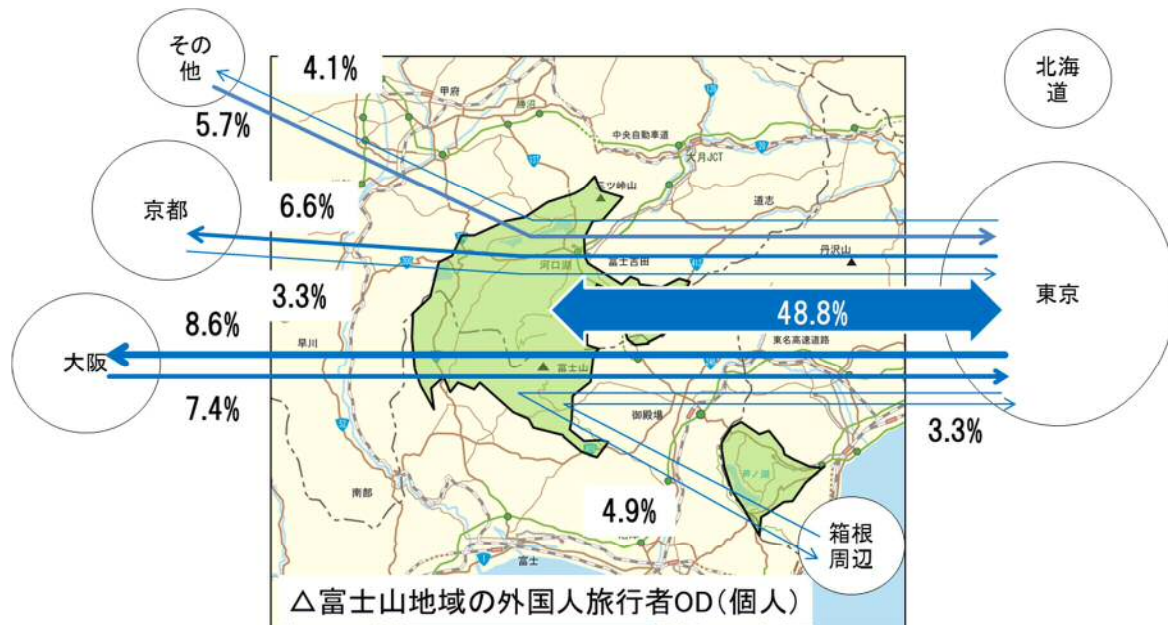


図 3-18 外国人旅行者の移動傾向（個人）

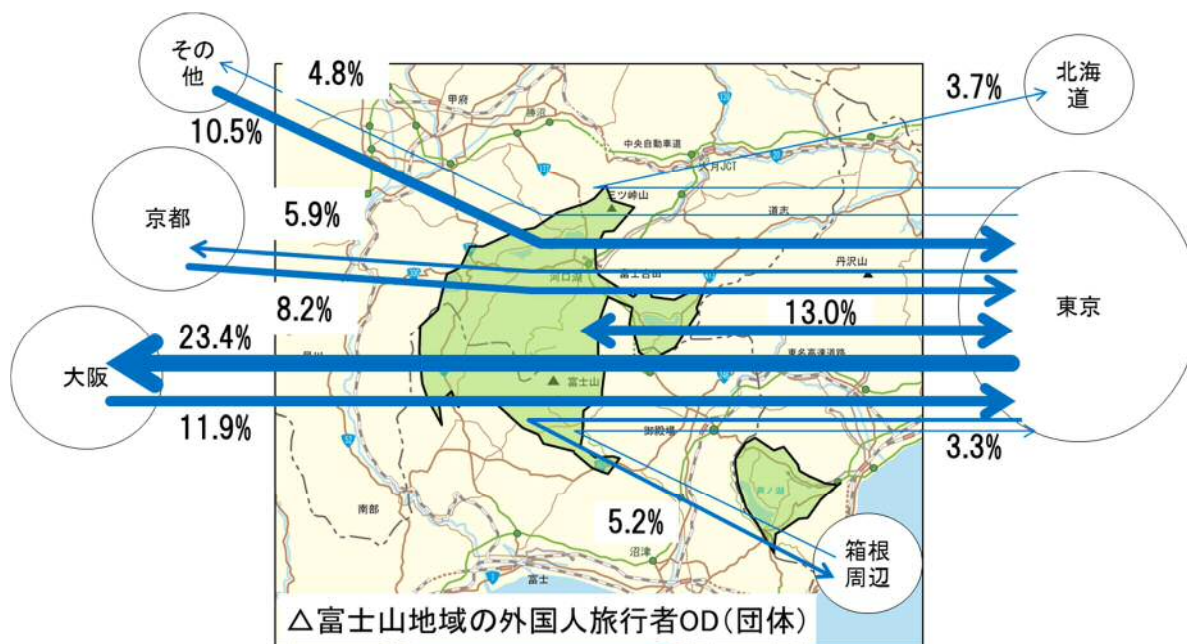


図 3-19 外国人旅行者の移動傾向（団体）

■箱根地域

- ・「個人」では、東京との往来の比率が半分を占める。
- ・「個人」では、全体の約1割が「東京」から「京都」方面へ行く
- ・「団体」では、東京との往来約3割を占める。
- ・「団体」では、全体の約2割が「東京」から「京都」・「大阪」方面へ行く。

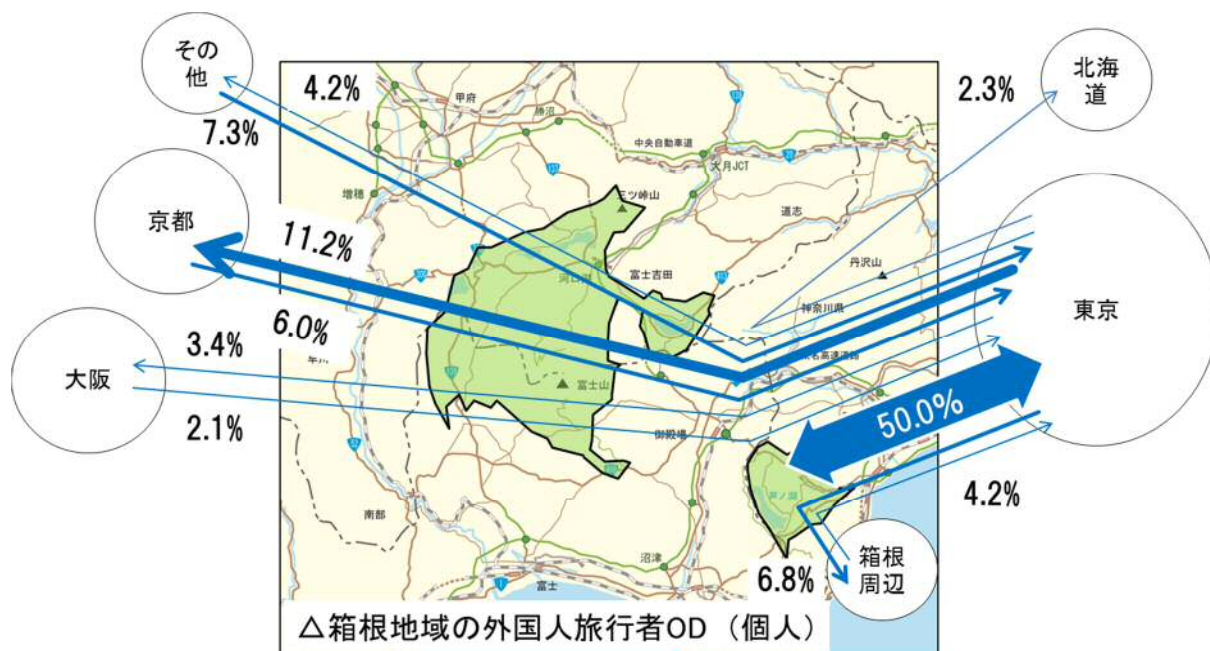


図 3-20 外国人旅行者の移動傾向（個人）

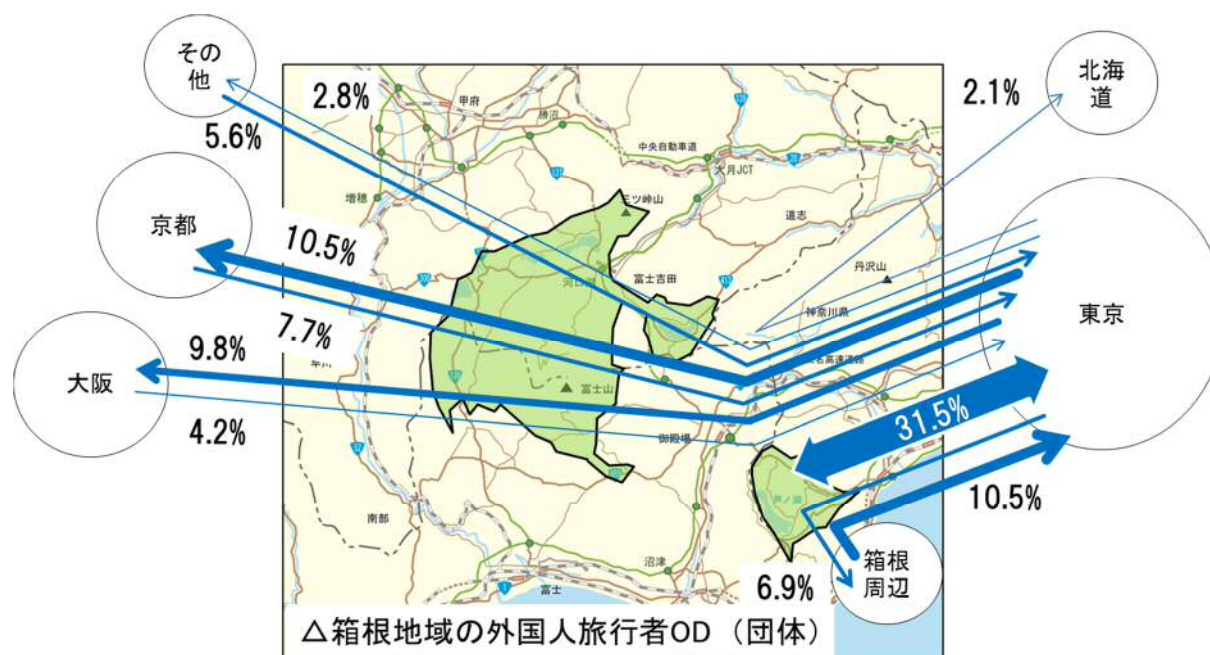


図 3-21 外国人旅行者の移動傾向（団体）

16) 国・地域別の情報収集源の構成

- ・全体では、「旅行会社に聞いた」が最も多く 46.4%である。
- ・「韓国・東南アジア」では、「パンフレット」があまり利用されない。
- ・web サイト利用率が最も高いのは「欧米系・その他」で、28.7%。
- ・「中国・台湾・香港」では、web サイト利用率が最も低い。

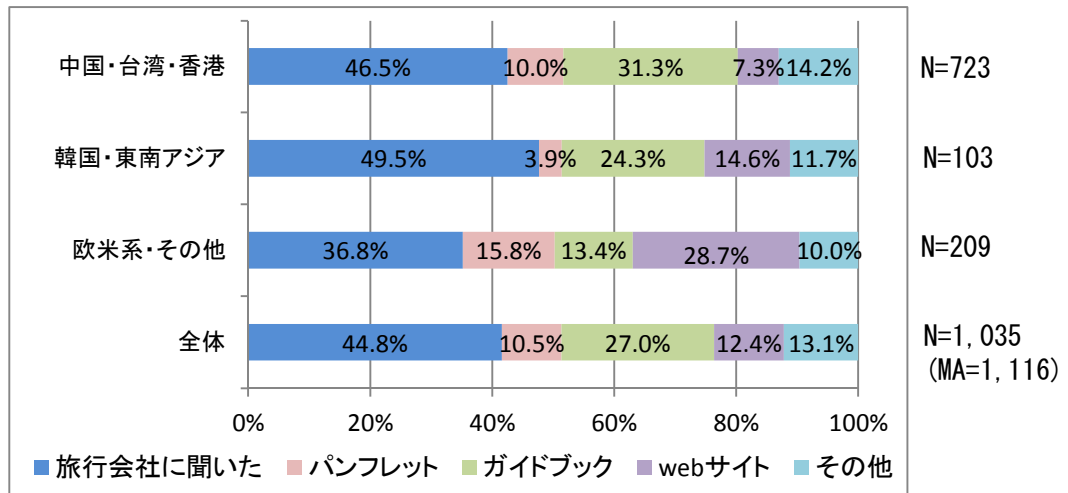


図 3-22 国・地域別の情報収集源の構成

表 3-20 国・地域別の情報収集源の構成 (票数)

	旅行会社に聞いた	パンフレット	ガイドブック	webサイト	その他	計
中国・台湾・香港	336	72	226	53	103	790
韓国・東南アジア	51	4	25	15	12	107
欧米系・その他	77	33	28	60	21	219
全体	464	109	279	128	136	1,116

(割合)

	旅行会社に聞いた	パンフレット	ガイドブック	webサイト	その他
中国・台湾・香港	46.5%	10.0%	31.3%	7.3%	14.2%
韓国・東南アジア	49.5%	3.9%	24.3%	14.6%	11.7%
欧米系・その他	36.8%	15.8%	13.4%	28.7%	10.0%
全体	44.8%	10.5%	27.0%	12.4%	13.1%

表 3-21 利用したガイドブック・web サイト

	ガイドブック		webサイト	
		件数		件数
中国・台湾・香港	ロンリープラネット	5	グーグル	28
	東京の遊び方	3	ヤフー	17
	るるぶ	2	小田急サイト	15
	その他	44	その他	138
韓国・東南アジア	ロンリープラネット	3	グーグル	13
	日本ニッコニコ	1	ジャパンガイドドットコム	5
	タイガイドブック	1	小田急サイト	3
	その他	9	その他	23
欧米系・その他	ロンリープラネット	33	グーグル	13
	モンド	1	ジャパンガイドドットコム	7
	Tour PAM	1	トリップアドバイザー	5
	その他	7	その他	43

■富士山地域

- ・富士山地域では、全体として旅行会社から情報を得る割合が4割、ガイドブックが3割となっている。
- ・国地域別の特徴としては、中国、台湾、香港はガイドブック、韓国、東南アジア系は旅行会社、欧米系はwebサイトから情報を入手する割合が、他の国地域に比べ高い。

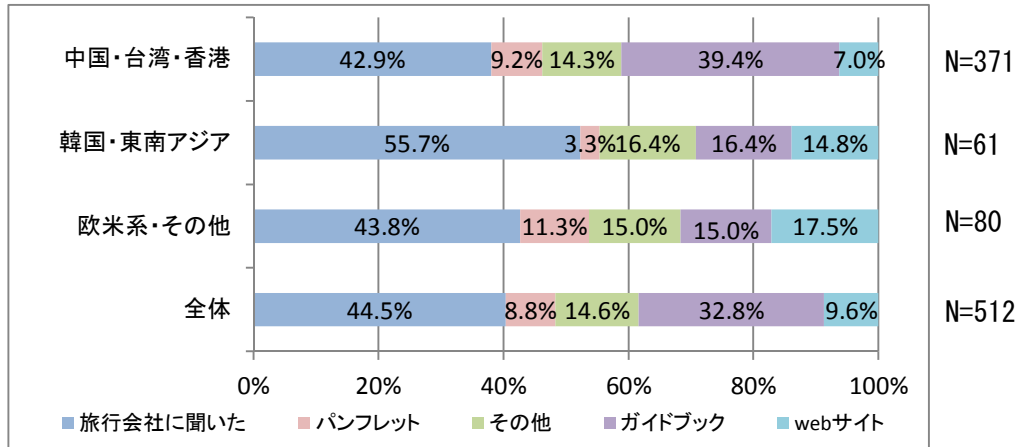


図 3-23 国・地域別の情報収集源の構成

表 3-22 国・地域別の情報収集源の構成

(票数)

	旅行会社に聞いた	パンフレット	ガイドブック	webサイト	その他	計
中国・台湾・香港	177	38	50	80	27	372
韓国・東南アジア	17	2	2	15	6	42
欧米系・その他	42	24	9	16	46	137
全体	236	64	61	111	79	551

(割合)

	旅行会社に聞いた	パンフレット	ガイドブック	webサイト	その他
中国・台湾・香港	50.3%	10.8%	14.2%	22.7%	7.7%
韓国・東南アジア	40.5%	4.8%	4.8%	35.7%	14.3%
欧米系・その他	32.6%	18.6%	7.0%	12.4%	35.7%
全体	45.1%	12.2%	11.7%	21.2%	15.1%

■箱根地域

- ・箱根地域では、全体として旅行会社から情報を得る割合が4割、ガイドブックが2割となっている。
- ・国地域別の特徴としては、中国、台湾、香港は旅行会社、韓国、東南アジア系はガイドブック、欧米系はwebサイトから情報を入手する割合が、他の国地域に比べ高い。

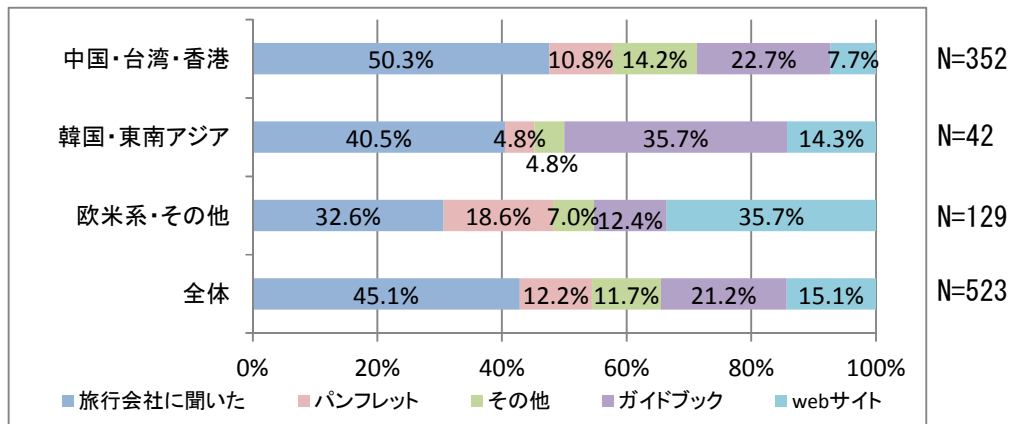


図 3-24 国・地域別の情報収集源の構成

表 3-23 国・地域別の情報収集源の構成

(票数)

	旅行会社に聞いた	パンフレット	ガイドブック	webサイト	その他	計
中国・台湾・香港	159	34	53	146	26	418
韓国・東南アジア	34	2	10	10	9	65
欧米系・その他	35	9	12	12	14	82
全体	228	45	75	168	49	565

(割合)

	旅行会社に聞いた	パンフレット	ガイドブック	webサイト	その他
中国・台湾・香港	42.9%	9.2%	14.3%	39.4%	7.0%
韓国・東南アジア	55.7%	3.3%	16.4%	16.4%	14.8%
欧米系・その他	43.8%	11.3%	15.0%	15.0%	17.5%
全体	44.5%	8.8%	14.6%	32.8%	9.6%

17) 国・地域別の「国立公園の認知状況」の割合

■富士山地域

- ・富士山地域では「知っている」が52.1%と半数以上が認知している。
- ・中国・台湾・香港では「知っている」が半数以下である。

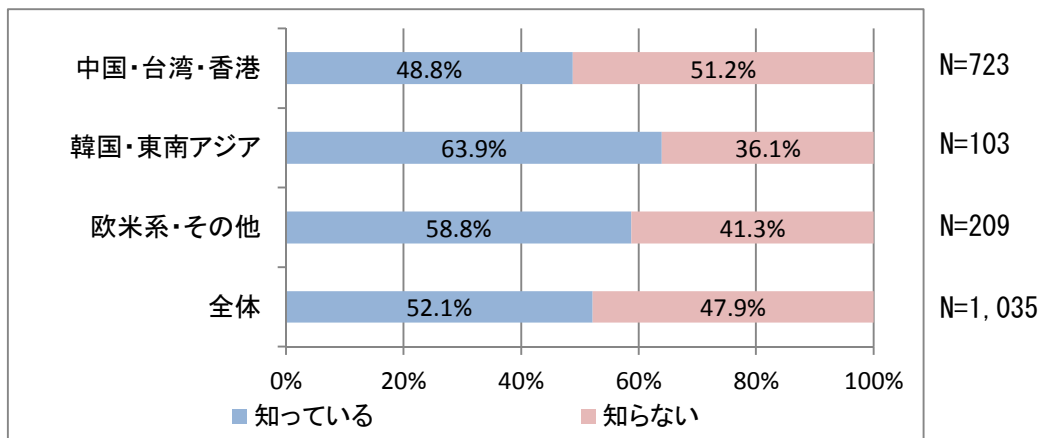


図 3-25 国・地域別の「国立公園の認知状況」の割合

表 3-24 国・地域別の「国立公園の認知状況」の割合
(票数)

	知っている	知らない	計
中国・台湾・香港	181	190	371
韓国・東南アジア	39	22	61
欧米系・その他	47	33	80
計	267	245	512

(割合)

	知っている	知らない	計
中国・台湾・香港	48.8%	51.2%	100%
韓国・東南アジア	63.9%	36.1%	100%
欧米系・その他	58.8%	41.3%	100%
全体	52.1%	47.9%	100%

■箱根地域

- ・箱根地域では「知っている」が41.1%と認知度が半数を下回っている。
- ・欧米系・その他では「知っている」が48.1%で、最も高い。

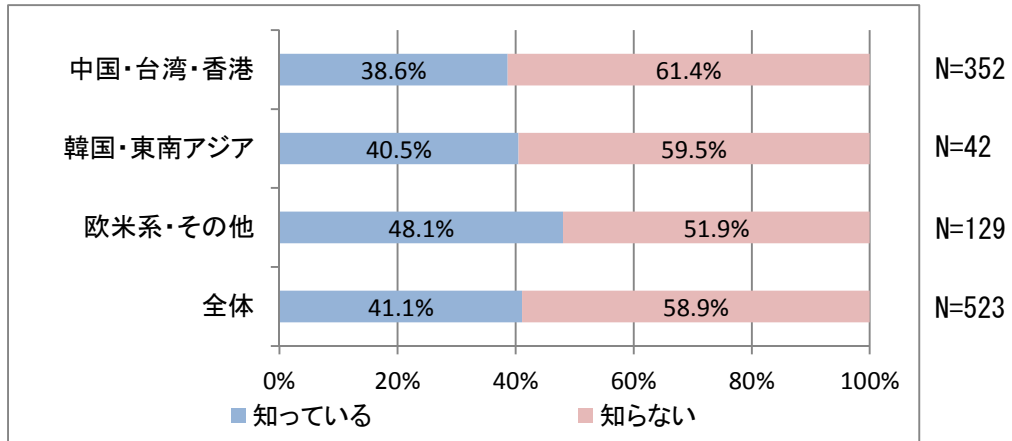


図 3-26 国・地域別の「国立公園の認知状況」の割合

表 3-25 国・地域別の「国立公園の認知状況」の割合
(票数)

	知っている	知らない	計
中国・台湾・香港	136	216	352
韓国・東南アジア	17	25	42
欧米系・その他	62	67	129
計	215	308	523

(割合)

	知っている	知らない	計
中国・台湾・香港	38.6%	61.4%	100%
韓国・東南アジア	40.5%	59.5%	100%
欧米系・その他	48.1%	51.9%	100%
全体	41.1%	58.9%	100%

18) 国・地域別の訪問地構成（富士山地域）

■富士山地域

- ・ 韓国・東南アジア、及び欧米系・その他では、河口湖が最も多く、いずれも約50%が訪問している。
- ・ 韓国・台湾・香港では、忍野八海が48.2%で最も多い。

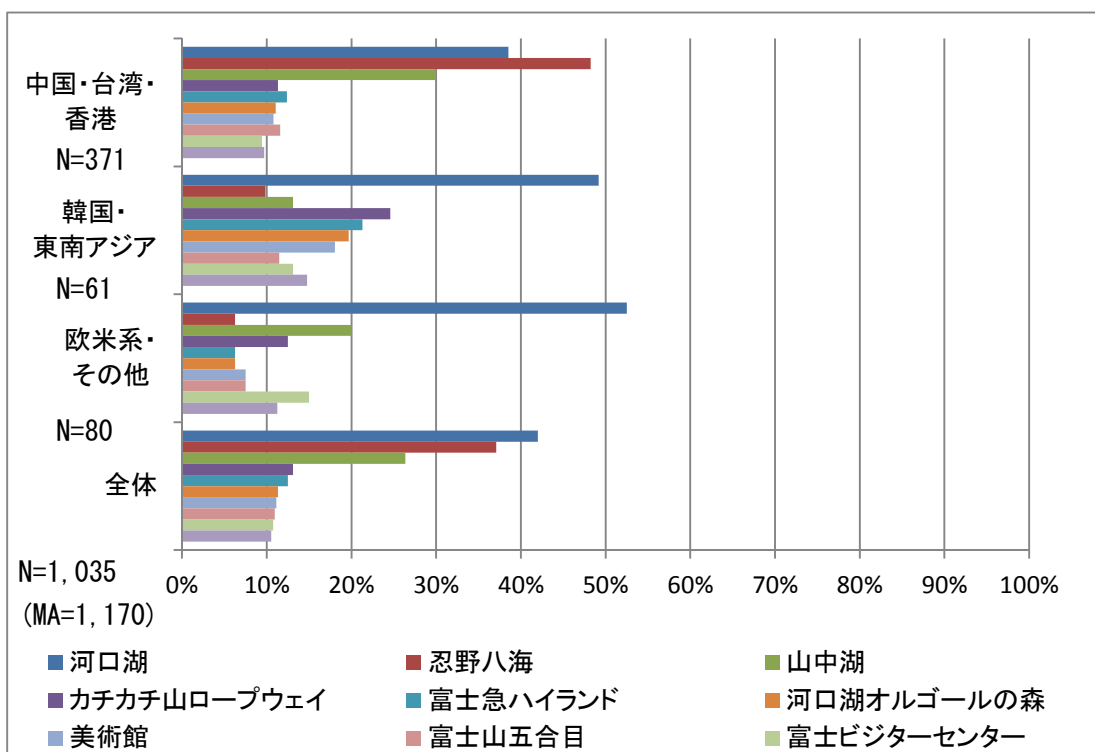


図 3-27 国・地域別の訪問地構成

表 3-26 国・地域別の訪問地構成

(票数)

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
河口湖	143	30	42	215
忍野八海	179	6	5	190
山中湖	111	8	16	135
カチカチ山ロープウェイ	42	15	10	67
富士急ハイランド	46	13	5	64
河口湖オルゴールの森	41	12	5	58
美術館	40	11	6	57
富士山五合目	43	7	6	56
富士ビジターセンター	35	8	12	55
西湖	36	9	9	54
河口湖遊覧船	34	12	6	52
北口本宮富士浅間大社	24	5	5	34
富岳風穴・鳴沢氷穴	15	4	7	26
西湖いやしの里根場	15	3	1	19
青木ヶ原樹海	12	2	2	16
精進湖	11	3	2	16
本栖湖	10	1	0	11
富士山本宮浅間大社	6	2	1	9
田貫湖	6	1	1	8
白糸の滝	5	2	1	8
その他	10	3	7	20

(割合)

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
河口湖	38.5%	49.2%	52.5%	42.0%
忍野八海	48.2%	9.8%	6.3%	37.1%
山中湖	29.9%	13.1%	20.0%	26.4%
カチカチ山ロープウェイ	11.3%	24.6%	12.5%	13.1%
富士急ハイランド	12.4%	21.3%	6.3%	12.5%
河口湖オルゴールの森	11.1%	19.7%	6.3%	11.3%
美術館	10.8%	18.0%	7.5%	11.1%
富士山五合目	11.6%	11.5%	7.5%	10.9%
富士ビジターセンター	9.4%	13.1%	15.0%	10.7%
西湖	9.7%	14.8%	11.3%	10.5%
河口湖遊覧船	9.2%	19.7%	7.5%	10.2%
北口本宮富士浅間大社	6.5%	8.2%	6.3%	6.6%
富岳風穴・鳴沢氷穴	4.0%	6.6%	8.8%	5.1%
西湖いやしの里根場	4.0%	4.9%	1.3%	3.7%
青木ヶ原樹海	3.2%	3.3%	2.5%	3.1%
精進湖	3.0%	4.9%	2.5%	3.1%
本栖湖	2.7%	1.6%	0.0%	2.1%
富士山本宮浅間大社	1.6%	3.3%	1.3%	1.8%
田貫湖	1.6%	1.6%	1.3%	1.6%
白糸の滝	1.3%	3.3%	1.3%	1.6%
その他	2.7%	4.9%	8.8%	3.9%

・ 個人旅行の場合、国地域に関係なく河口湖に集中している。

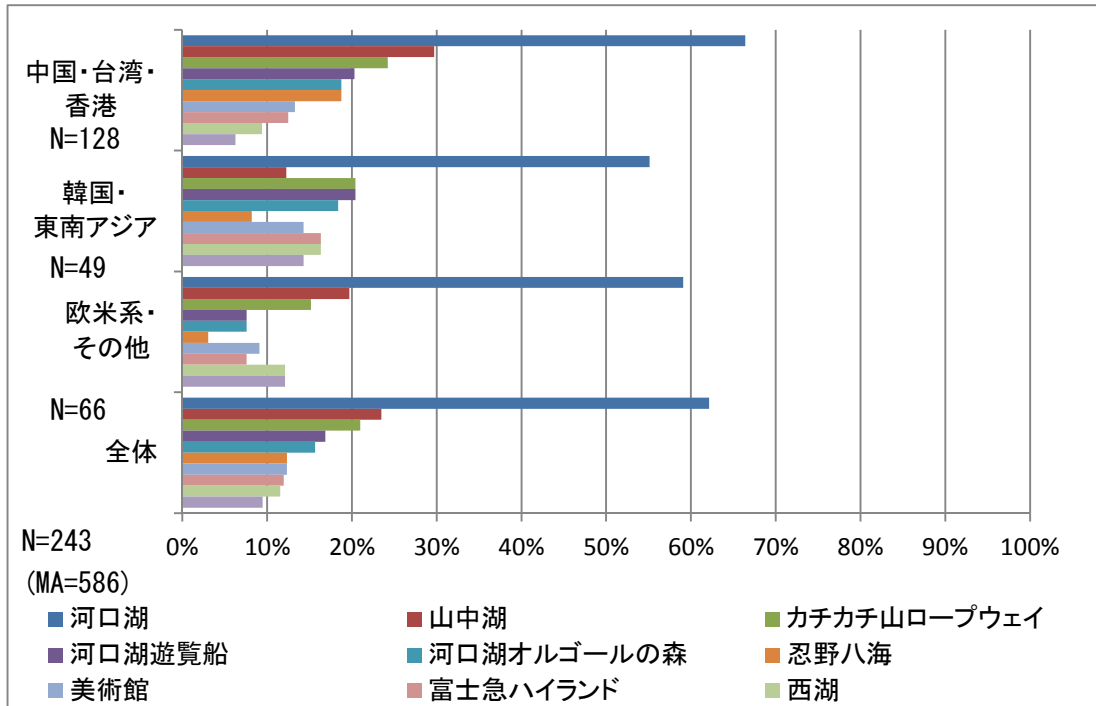


図 3-28 国・地域別の訪問地構成（個人）

- ・ 団体旅行の場合、中国、台湾、香港、欧米系その他からの旅行者は、個人旅行と同じ傾向。
- ・ 韓国、東南アジア系の旅行者は、個人旅行に比べ訪問先が分散している。

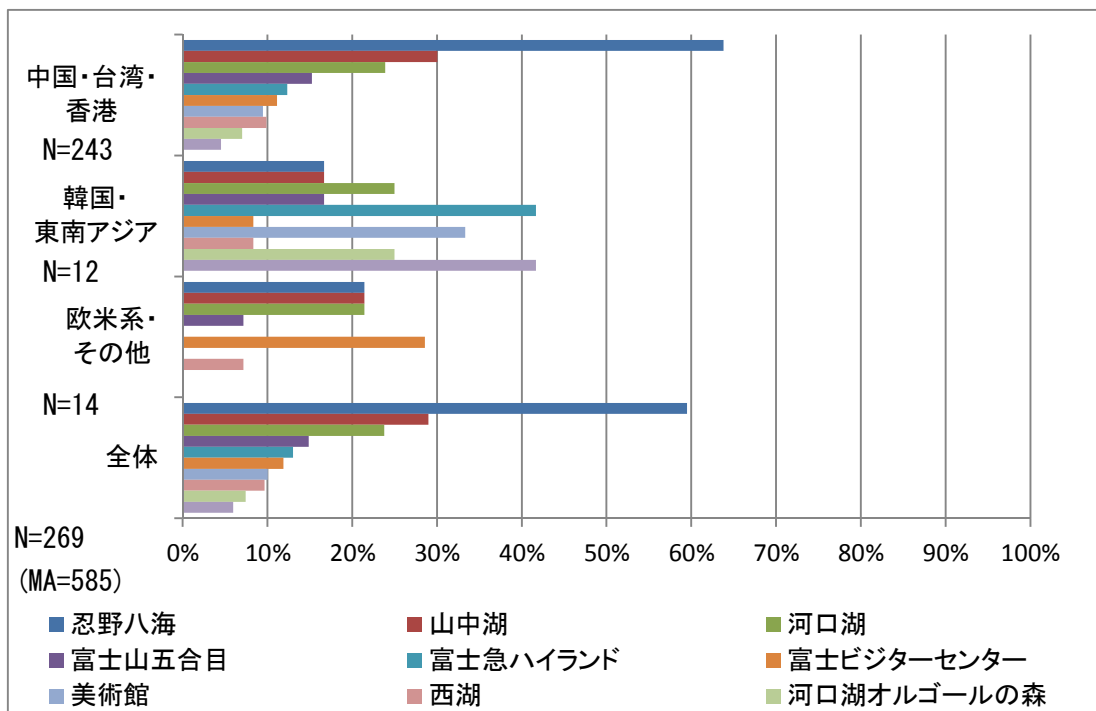


図 3-29 国・地域別の訪問地構成（団体）

表 3-27 国・地域別の訪問地構成（個人）

（票数）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
河口湖	85	27	39	151
山中湖	38	6	13	57
カチカチ山ロープウェイ	31	10	10	51
河口湖遊覧船	26	10	5	41
河口湖オルゴールの森	24	9	5	38
忍野八海	24	4	2	30
美術館	17	7	6	30
富士急ハイランド	16	8	5	29
西湖	12	8	8	28
富士ビジターセンター	8	7	8	23
富岳風穴・鳴沢氷穴	10	3	7	20
北口本宮富士浅間大社	12	2	5	19
富士山五合目	6	5	5	16
西湖いやしの里根場	11	2	1	14
その他	3	3	6	12
精進湖	6	2	2	10
青木ヶ原樹海	3	1	2	6
富士山本宮浅間大社	3	1	0	4
白糸の滝	1	1	1	3
本栖湖	2	0	0	2
田貫湖	1	0	1	2

（割合）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
河口湖	66.4%	55.1%	59.1%	62.1%
山中湖	29.7%	12.2%	19.7%	23.5%
カチカチ山ロープウェイ	24.2%	20.4%	15.2%	21.0%
河口湖遊覧船	20.3%	20.4%	7.6%	16.9%
河口湖オルゴールの森	18.8%	18.4%	7.6%	15.6%
忍野八海	18.8%	8.2%	3.0%	12.3%
美術館	13.3%	14.3%	9.1%	12.3%
富士急ハイランド	12.5%	16.3%	7.6%	11.9%
西湖	9.4%	16.3%	12.1%	11.5%
富士ビジターセンター	6.3%	14.3%	12.1%	9.5%
富岳風穴・鳴沢氷穴	7.8%	6.1%	10.6%	8.2%
北口本宮富士浅間大社	9.4%	4.1%	7.6%	7.8%
富士山五合目	4.7%	10.2%	7.6%	6.6%
西湖いやしの里根場	8.6%	4.1%	1.5%	5.8%
その他	2.3%	6.1%	9.1%	4.9%
精進湖	4.7%	4.1%	3.0%	4.1%
青木ヶ原樹海	2.3%	2.0%	3.0%	2.5%
富士山本宮浅間大社	2.3%	2.0%	0.0%	1.6%
白糸の滝	0.8%	2.0%	1.5%	1.2%
本栖湖	1.6%	0.0%	0.0%	0.8%
田貫湖	0.8%	0.0%	1.5%	0.8%

表 3-28 国・地域別の訪問地構成（団体）

（票数）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
忍野八海	155	2	3	160
山中湖	73	2	3	78
河口湖	58	3	3	64
富士山五合目	37	2	1	40
富士急ハイランド	30	5	0	35
富士ビジターセンター	27	1	4	32
美術館	23	4	0	27
西湖	24	1	1	26
河口湖オルゴールの森	17	3	0	20
カチカチ山ロープウェイ	11	5	0	16
北口本宮富士浅間大社	12	3	0	15
河口湖遊覧船	8	2	1	11
青木ヶ原樹海	9	1	0	10
本栖湖	8	1	0	9
その他	7	0	1	8
精進湖	5	1	1	7
富岳風穴・鳴沢氷穴	5	1	0	6
田貫湖	5	1	0	6
白糸の滝	4	1	0	5
富士山本宮浅間大社	3	1	1	5
西湖いやしの里根場	4	1	0	5

（割合）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
忍野八海	63.8%	16.7%	21.4%	59.5%
山中湖	30.0%	16.7%	21.4%	29.0%
河口湖	23.9%	25.0%	21.4%	23.8%
富士山五合目	15.2%	16.7%	7.1%	14.9%
富士急ハイランド	12.3%	41.7%	0.0%	13.0%
富士ビジターセンター	11.1%	8.3%	28.6%	11.9%
美術館	9.5%	33.3%	0.0%	10.0%
西湖	9.9%	8.3%	7.1%	9.7%
河口湖オルゴールの森	7.0%	25.0%	0.0%	7.4%
カチカチ山ロープウェイ	4.5%	41.7%	0.0%	5.9%
北口本宮富士浅間大社	4.9%	25.0%	0.0%	5.6%
河口湖遊覧船	3.3%	16.7%	7.1%	4.1%
青木ヶ原樹海	3.7%	8.3%	0.0%	3.7%
本栖湖	3.3%	8.3%	0.0%	3.3%
その他	2.9%	0.0%	7.1%	3.0%
精進湖	2.1%	8.3%	7.1%	2.6%
富岳風穴・鳴沢氷穴	2.1%	8.3%	0.0%	2.2%
田貫湖	2.1%	8.3%	0.0%	2.2%
白糸の滝	1.6%	8.3%	0.0%	1.9%
富士山本宮浅間大社	1.2%	8.3%	7.1%	1.9%
西湖いやしの里根場	1.6%	8.3%	0.0%	1.9%

■箱根地域

・箱根地域では、芦ノ湖が最も多く半数以上が訪問している。
 ・次いで、観光船が多く、約35%が訪問している。

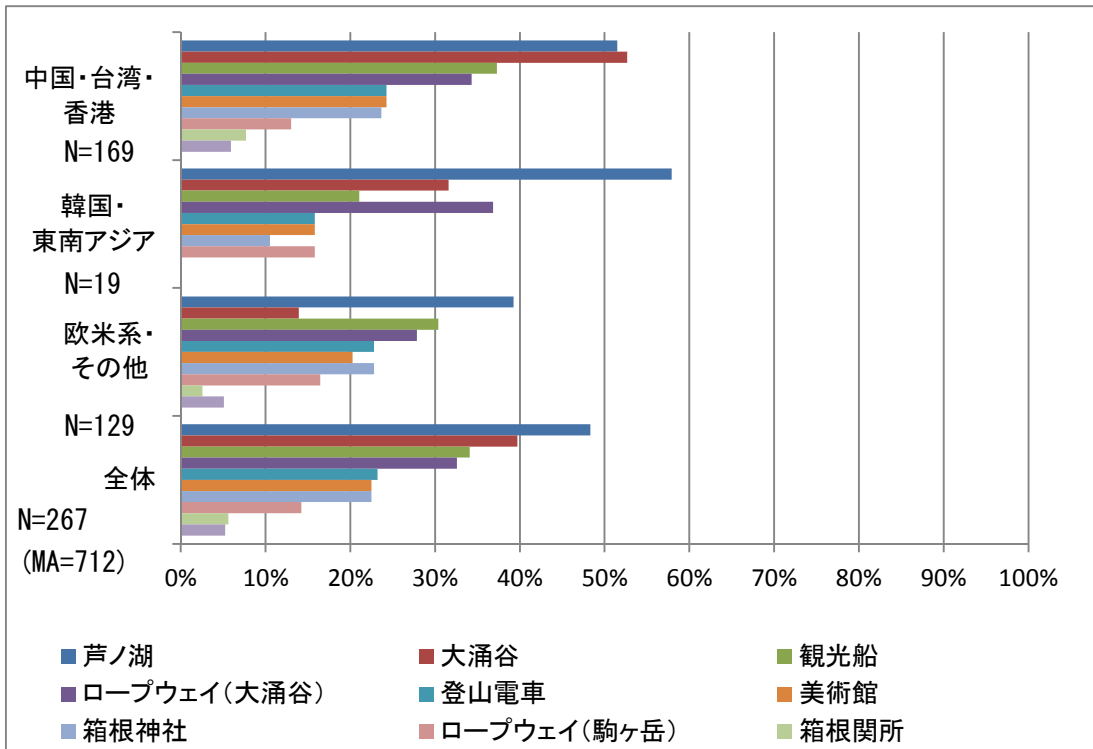


図 2-30 国・地域別の訪問地構成 (箱根町総合観光案内所)

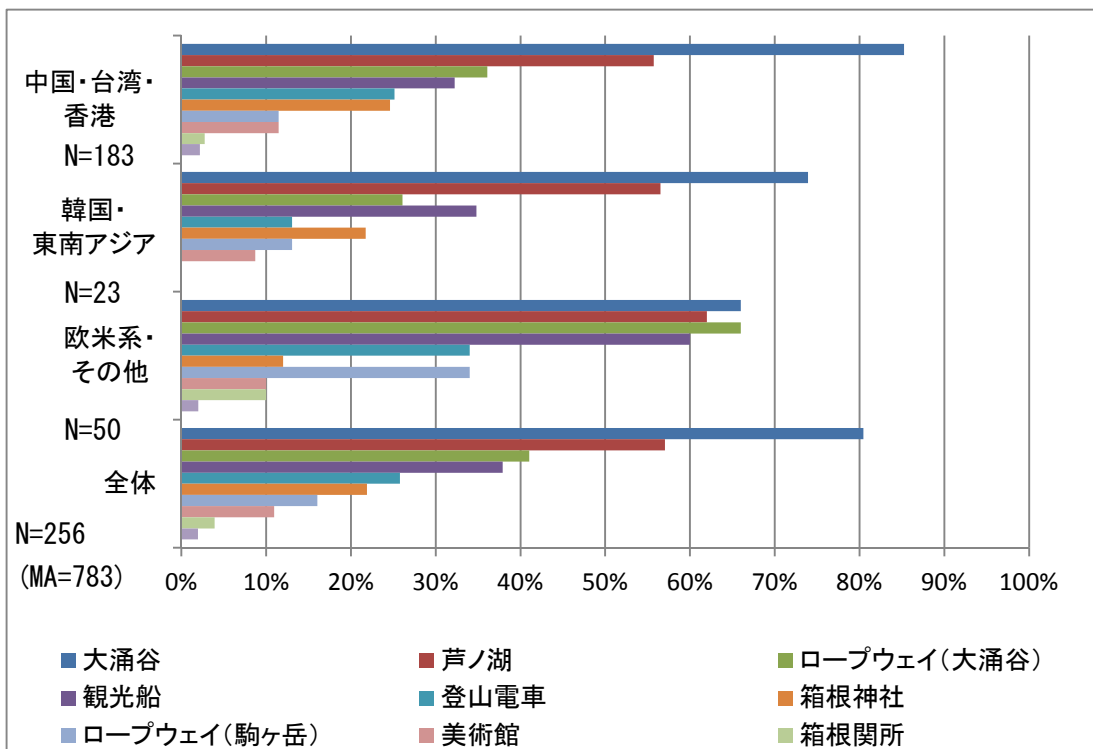


図 2-31 国・地域別の訪問地構成 (大涌谷くろたまご館)

※箱根地域は、調査地点が大涌谷のため調査地点別に集計した。

表 3-29 国・地域別の訪問地構成（箱根町総合観光案内所）

（票数）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
芦ノ湖	87	11	31	129
大涌谷	89	6	11	106
観光船	63	4	24	91
ロープウェイ(大涌谷)	58	7	22	87
登山電車	41	3	18	62
美術館	41	3	16	60
箱根神社	40	2	18	60
ロープウェイ(駒ヶ岳)	22	3	13	38
箱根関所	13	0	2	15
金時山	10	0	4	14
神山	9	0	4	13
大観山	6	0	4	10
仙石原湿原	5	0	0	5
駒ヶ岳	1	1	0	2
ススキ草原	0	0	1	1
その他	3	2	14	19

（割合）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
芦ノ湖	51.5%	57.9%	39.2%	48.3%
大涌谷	52.7%	31.6%	13.9%	39.7%
観光船	37.3%	21.1%	30.4%	34.1%
ロープウェイ(大涌谷)	34.3%	36.8%	27.8%	32.6%
登山電車	24.3%	15.8%	22.8%	23.2%
美術館	24.3%	15.8%	20.3%	22.5%
箱根神社	23.7%	10.5%	22.8%	22.5%
ロープウェイ(駒ヶ岳)	13.0%	15.8%	16.5%	14.2%
箱根関所	7.7%	0.0%	2.5%	5.6%
金時山	5.9%	0.0%	5.1%	5.2%
神山	5.3%	0.0%	5.1%	4.9%
大観山	3.6%	0.0%	5.1%	3.7%
仙石原湿原	3.0%	0.0%	0.0%	1.9%
駒ヶ岳	0.6%	5.3%	0.0%	0.7%
ススキ草原	0.0%	0.0%	1.3%	0.4%
その他	1.8%	10.5%	17.7%	7.1%

表 3-30 国・地域別の訪問地構成（大涌谷くろたまご館）

（票数）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	156	17	33	206
芦ノ湖	102	13	31	146
ロープウェイ(大涌谷)	66	6	33	105
観光船	59	8	30	97
登山電車	46	3	17	66
箱根神社	45	5	6	56
ロープウェイ(駒ヶ岳)	21	3	17	41
美術館	21	2	5	28
箱根関所	5	0	5	10
大観山	4	0	1	5
神山	3	0	2	5
金時山	2	1	1	4
ススキ草原	1	1	1	3
駒ヶ岳	1	0	1	2
仙石原湿原	1	0	0	1
その他	4	2	2	8

（割合）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	85.2%	73.9%	66.0%	80.5%
芦ノ湖	55.7%	56.5%	62.0%	57.0%
ロープウェイ(大涌谷)	36.1%	26.1%	66.0%	41.0%
観光船	32.2%	34.8%	60.0%	37.9%
登山電車	25.1%	13.0%	34.0%	25.8%
箱根神社	24.6%	21.7%	12.0%	21.9%
ロープウェイ(駒ヶ岳)	11.5%	13.0%	34.0%	16.0%
美術館	11.5%	8.7%	10.0%	10.9%
箱根関所	2.7%	0.0%	10.0%	3.9%
大観山	2.2%	0.0%	2.0%	2.0%
神山	1.6%	0.0%	4.0%	2.0%
金時山	1.1%	4.3%	2.0%	1.6%
ススキ草原	0.5%	4.3%	2.0%	1.2%
駒ヶ岳	0.5%	0.0%	2.0%	0.8%
仙石原湿原	0.5%	0.0%	0.0%	0.4%
その他	2.2%	8.7%	4.0%	3.1%

- ・ 個人旅行全体では、大涌谷*と芦ノ湖の割合が高い。
- ・ 中でも中国、台湾、香港からの個人旅行では大涌谷、韓国東南アジア系や欧米系では芦ノ湖の割合が高い。

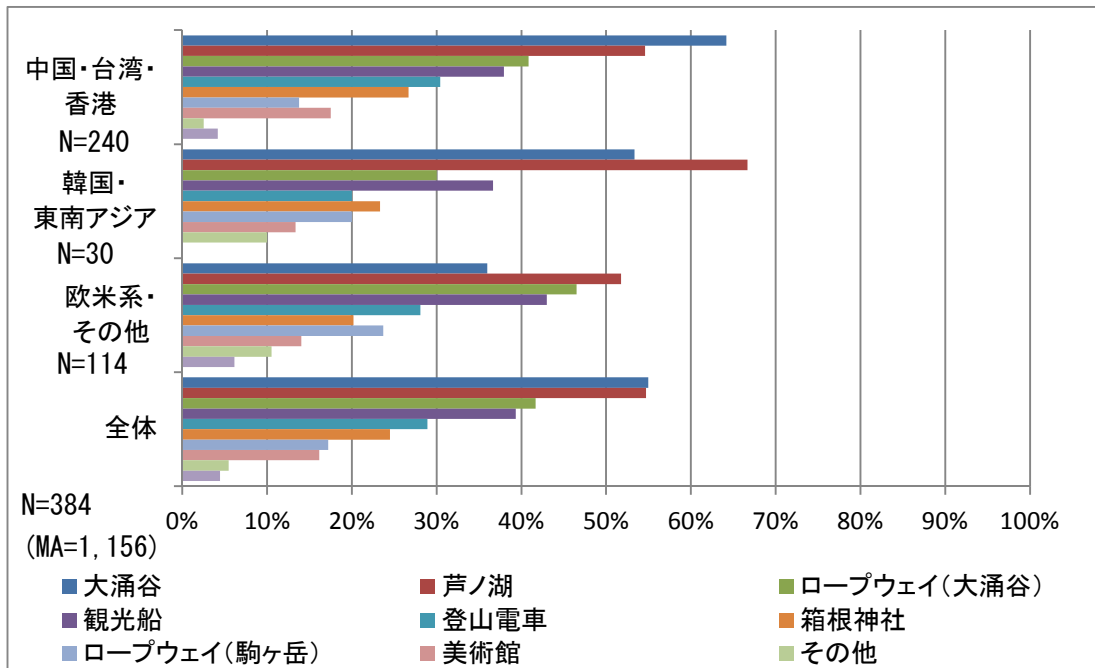


図 3-32 国・地域別の訪問地構成（個人）

- ・ 団体旅行全体では、大涌谷*の割合が高い。
- ・ 中でも中国、台湾、香港、韓国東南アジア系では大涌谷*、観光船、美術館の割合が高い。

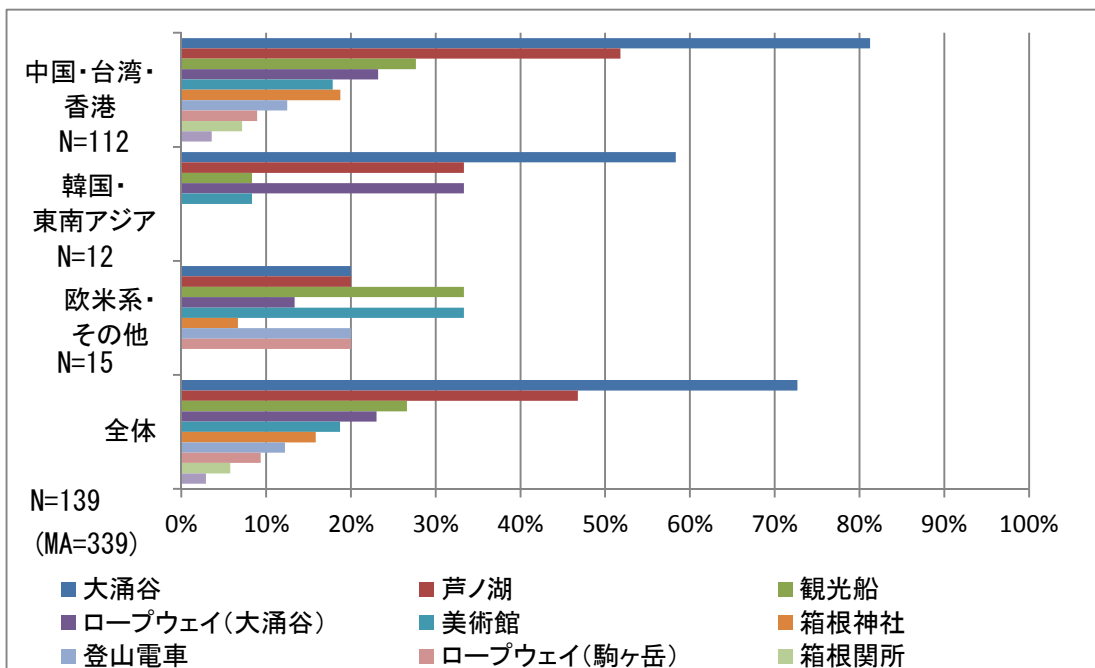


図 3-33 国・地域別の訪問地構成（団体）

※大涌谷は、調査箇所になっているので他地域より訪問地構成が高くなっている。

表 3-31 国・地域別の訪問地構成（団体）

（票数）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	154	16	41	211
芦ノ湖	131	20	59	210
ロープウェイ(大涌谷)	98	9	53	160
観光船	91	11	49	151
登山電車	73	6	32	111
箱根神社	64	7	23	94
ロープウェイ(駒ヶ岳)	33	6	27	66
美術館	42	4	16	62
その他	6	3	12	21
箱根関所	10	0	7	17
金時山	10	1	5	16
神山	8	0	6	14
大観山	6	0	5	11
仙石原湿原	6	0	0	6
ススキ草原	1	1	1	3
駒ヶ岳	1	1	1	3

（割合）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	64.2%	53.3%	36.0%	54.9%
芦ノ湖	54.6%	66.7%	51.8%	54.7%
ロープウェイ(大涌谷)	40.8%	30.0%	46.5%	41.7%
観光船	37.9%	36.7%	43.0%	39.3%
登山電車	30.4%	20.0%	28.1%	28.9%
箱根神社	26.7%	23.3%	20.2%	24.5%
ロープウェイ(駒ヶ岳)	13.8%	20.0%	23.7%	17.2%
美術館	17.5%	13.3%	14.0%	16.1%
その他	2.5%	10.0%	10.5%	5.5%
箱根関所	4.2%	0.0%	6.1%	4.4%
金時山	4.2%	3.3%	4.4%	4.2%
神山	3.3%	0.0%	5.3%	3.6%
大観山	2.5%	0.0%	4.4%	2.9%
仙石原湿原	2.5%	0.0%	0.0%	1.6%
ススキ草原	0.4%	3.3%	0.9%	0.8%
駒ヶ岳	0.4%	3.3%	0.9%	0.8%

表 3-32 国・地域別の訪問地構成（団体）

（票数）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	91	7	3	101
芦ノ湖	58	4	3	65
観光船	31	1	5	37
ロープウェイ(大涌谷)	26	4	2	32
美術館	20	1	5	26
箱根神社	21	0	1	22
登山電車	14	0	3	17
ロープウェイ(駒ヶ岳)	10	0	3	13
箱根関所	8	0	0	8
大観山	4	0	0	4
神山	4	0	0	4
金時山	2	0	0	2
ススキ草原	0	0	1	1
駒ヶ岳	1	0	0	1
仙石原湿原	0	0	0	0
その他	1	1	4	6

（割合）

	中国・台湾・ 香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	81.3%	58.3%	20.0%	72.7%
芦ノ湖	51.8%	33.3%	20.0%	46.8%
観光船	27.7%	8.3%	33.3%	26.6%
ロープウェイ(大涌谷)	23.2%	33.3%	13.3%	23.0%
美術館	17.9%	8.3%	33.3%	18.7%
箱根神社	18.8%	0.0%	6.7%	15.8%
登山電車	12.5%	0.0%	20.0%	12.2%
ロープウェイ(駒ヶ岳)	8.9%	0.0%	20.0%	9.4%
箱根関所	7.1%	0.0%	0.0%	5.8%
大観山	3.6%	0.0%	0.0%	2.9%
神山	3.6%	0.0%	0.0%	2.9%
金時山	1.8%	0.0%	0.0%	1.4%
ススキ草原	0.0%	0.0%	6.7%	0.7%
駒ヶ岳	0.9%	0.0%	0.0%	0.7%
仙石原湿原	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	0.9%	8.3%	26.7%	4.3%

19) 国・地域別のリピート意向構成

- ・全体の約9割が「再訪したい」と回答している。
- ・韓国・東南アジアでは、「再訪したいとは思わない」と回答した人はいなかった。
- ・欧米系・その他は「再来訪したい」割合が9割未満であり、最も低かった。

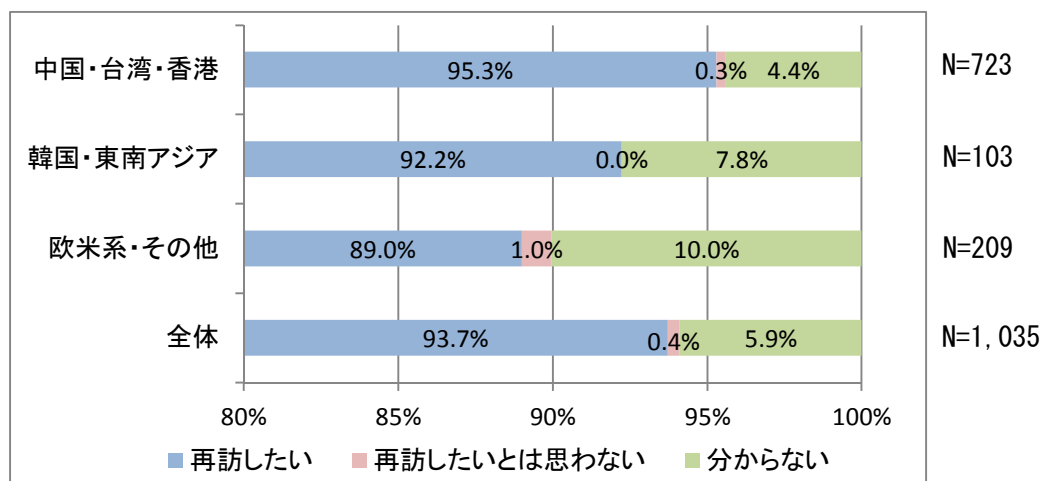


図 3-34 国・地域別のリピート意向構成

表 3-33 国・地域別のリピート意向構成

(票数)

	再訪したい	再訪したいとは思わない	分からない	計
中国・台湾・香港	689	2	32	723
韓国・東南アジア	95	0	8	103
欧米系・その他	186	2	21	209
計	970	4	61	1035

(割合)

	再訪したい	再訪したいとは思わない	分からない	計
中国・台湾・香港	95.3%	0.3%	4.4%	100%
韓国・東南アジア	92.2%	0.0%	7.8%	100%
欧米系・その他	89.0%	1.0%	10.0%	100%
全体	93.7%	0.4%	5.9%	100%

20) 国・地域別の「再来訪したい観光地」構成

■富士山地域

- ・「再来訪したい観光地」としてあげられた場所の割合で最も多かったのは「富士急ハイランド」と「富士山五合目」の18.4%だった。
- ・「富士山五合目」は各地域ともに約18%で総じて多い。
- ・「中国・台湾・香港」で最も多かったのは「富士急ハイランド」である。
- ・「韓国・東南アジア」と「欧米系・その他」で最も多かったのは、「富士山五合目」。

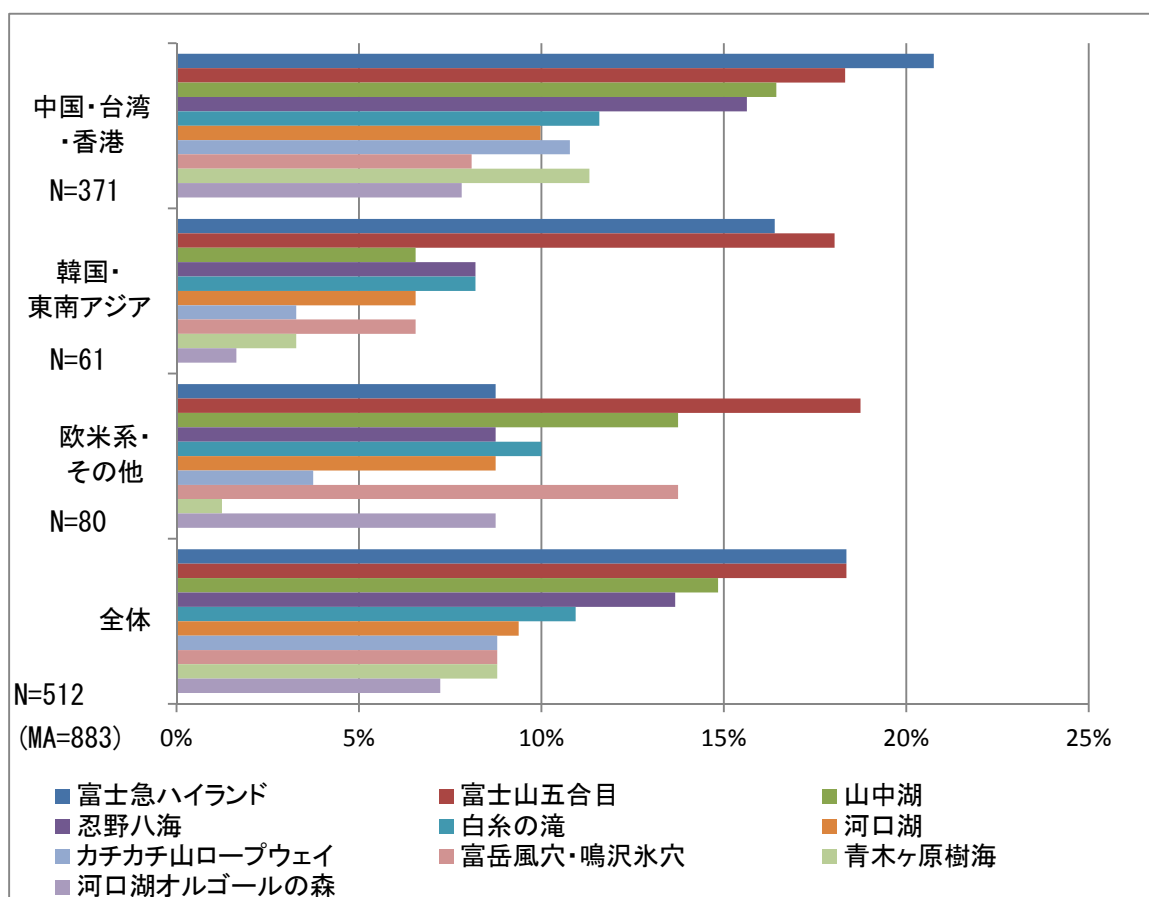


図 3-35 国・地域別の「再来訪したい観光地」構成

表 3-34 国・地域別の「再来訪したい観光地」構成

(票数)

	中国・台湾 ・香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
富士急ハイランド	77	10	7	94
富士山五合目	68	11	15	94
山中湖	61	4	11	76
忍野八海	58	5	7	70
白糸の滝	43	5	8	56
河口湖	37	4	7	48
カチカチ山ロープウェイ	40	2	3	45
富岳風穴・鳴沢氷穴	30	4	11	45
青木ヶ原樹海	42	2	1	45
河口湖オルゴールの森	29	1	7	37
その他	19	6	8	33
西湖	28	3	1	32
河口湖遊覧船	25	2	3	30
富士山本宮浅間大社	23	1	5	29
北口本宮富士浅間大社	22	0	6	28
美術館	18	1	4	23
本栖湖	20	1	2	23
精進湖	15	1	6	22
富士ビジターセンター	13	2	3	18
田貫湖	16	2	0	18
西湖いやしの里根場	17	0	0	17

(割合)

	中国・台湾 ・香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
富士急ハイランド	20.8%	16.4%	8.8%	18.4%
富士山五合目	18.3%	18.0%	18.8%	18.4%
山中湖	16.4%	6.6%	13.8%	14.8%
忍野八海	15.6%	8.2%	8.8%	13.7%
白糸の滝	11.6%	8.2%	10.0%	10.9%
河口湖	10.0%	6.6%	8.8%	9.4%
カチカチ山ロープウェイ	10.8%	3.3%	3.8%	8.8%
富岳風穴・鳴沢氷穴	8.1%	6.6%	13.8%	8.8%
青木ヶ原樹海	11.3%	3.3%	1.3%	8.8%
河口湖オルゴールの森	7.8%	1.6%	8.8%	7.2%
その他	5.1%	9.8%	10.0%	6.4%
西湖	7.5%	4.9%	1.3%	6.3%
河口湖遊覧船	6.7%	3.3%	3.8%	5.9%
富士山本宮浅間大社	6.2%	1.6%	6.3%	5.7%
北口本宮富士浅間大社	5.9%	0.0%	7.5%	5.5%
美術館	4.9%	1.6%	5.0%	4.5%
本栖湖	5.4%	1.6%	2.5%	4.5%
精進湖	4.0%	1.6%	7.5%	4.3%
富士ビジターセンター	3.5%	3.3%	3.8%	3.5%
田貫湖	4.3%	3.3%	0.0%	3.5%
西湖いやしの里根場	4.6%	0.0%	0.0%	3.3%

■箱根地域

- ・全体では上位4か所の「大涌谷」、「ロープウェイ（駒ヶ岳）」、「芦ノ湖」、「美術館」が全体の約6割を占める。
- ・「中国・台湾・香港」で最も多いのは「大涌谷」（17.0%）。
- ・「韓国・東南アジア」で最も多いのは「大観山」（16.7%）。
- ・「欧米系・その他」で最も多いのは「ロープウェイ（駒ヶ岳）」（22.5%）。

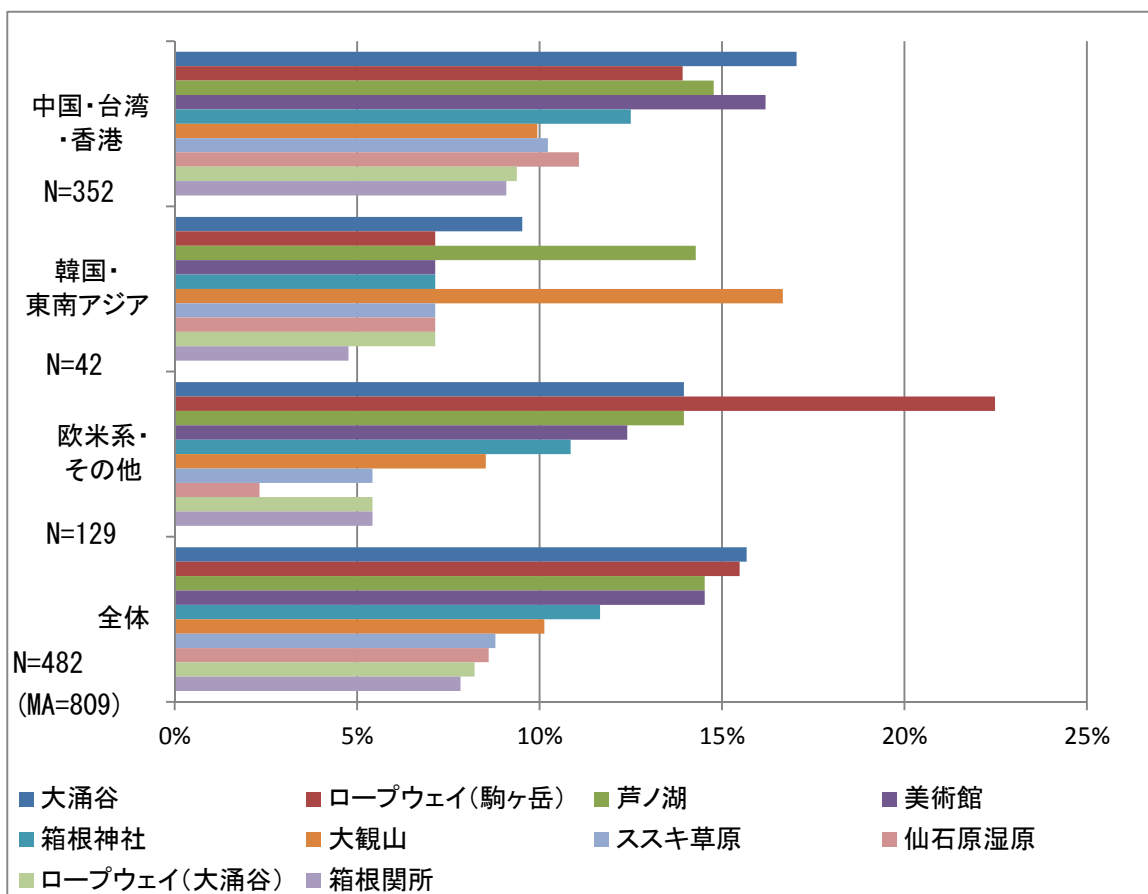


図 3-36 国・地域別の「再来訪したい観光地」構成

表 3-35 国・地域別の「再来訪したい観光地」構成

(票数)

	中国・台湾 ・香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	60	4	18	82
ロープウェイ(駒ヶ岳)	49	3	29	81
芦ノ湖	52	6	18	76
美術館	57	3	16	76
箱根神社	44	3	14	61
大観山	35	7	11	53
スキ草原	36	3	7	46
仙石原湿原	39	3	3	45
ロープウェイ(大涌谷)	33	3	7	43
箱根関所	32	2	7	41
神山	30	4	6	40
金時山	21	5	12	38
観光船	22	4	9	35
登山電車	22	2	11	35
駒ヶ岳	21	3	6	30
その他	11	7	9	27

(割合)

	中国・台湾 ・香港	韓国・ 東南アジア	欧米系・ その他	全体
大涌谷	17.0%	9.5%	14.0%	15.7%
ロープウェイ(駒ヶ岳)	13.9%	7.1%	22.5%	15.5%
芦ノ湖	14.8%	14.3%	14.0%	14.5%
美術館	16.2%	7.1%	12.4%	14.5%
箱根神社	12.5%	7.1%	10.9%	11.7%
大観山	9.9%	16.7%	8.5%	10.1%
スキ草原	10.2%	7.1%	5.4%	8.8%
仙石原湿原	11.1%	7.1%	2.3%	8.6%
ロープウェイ(大涌谷)	9.4%	7.1%	5.4%	8.2%
箱根関所	9.1%	4.8%	5.4%	7.8%
神山	8.5%	9.5%	4.7%	7.6%
金時山	6.0%	11.9%	9.3%	7.3%
観光船	6.3%	9.5%	7.0%	6.7%
登山電車	6.3%	4.8%	8.5%	6.7%
駒ヶ岳	6.0%	7.1%	4.7%	5.7%
その他	3.1%	16.7%	7.0%	5.2%

21) 国・地域別の観光目的構成

- ・全体では「景色」「温泉」の二つが高く、約6割を超えている。
- ・中国・台湾・香港では「温泉」が67.8%で最も高い。
- ・「景色」は韓国・東南アジアで58.3%、欧米系・その他で69.4%と、最も高い割合となっている。

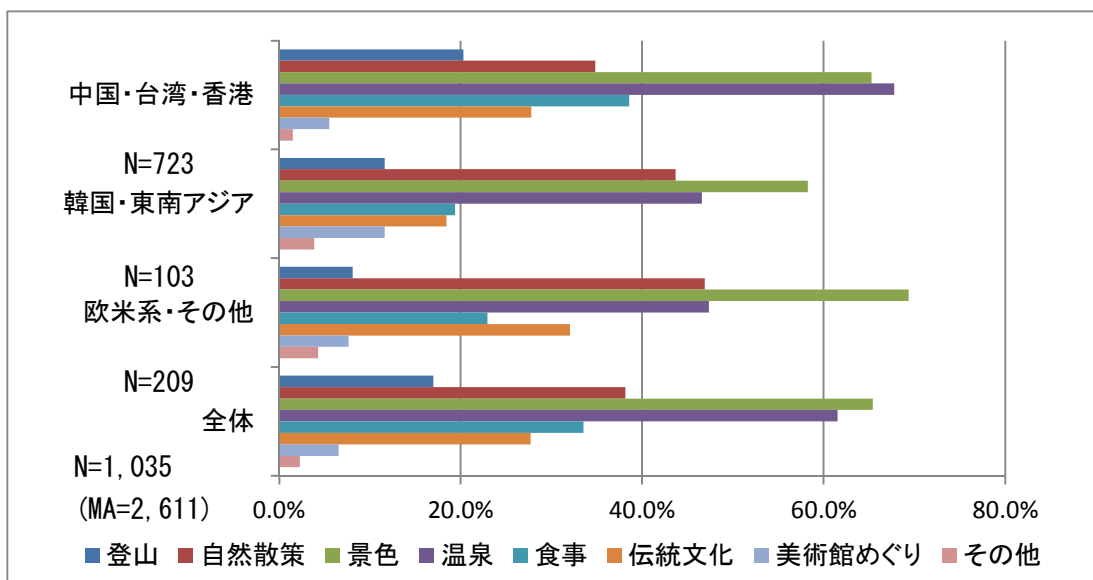


図 3-37 国・地域別の観光目的構成

表 3-36 国・地域別の観光目的構成

(票数)

	登山	自然散策 (園地や歩道を散策する)	景色	温泉	食事	伝統文化	美術館めぐり	その他	計
中国・台湾・香港	147	252	472	490	279	201	40	11	1,892
韓国・東南アジア	12	45	60	48	20	19	12	4	220
欧米系・その他	17	98	145	99	48	67	16	9	499
全体	176	395	677	637	347	287	68	24	2,611

(割合)

	登山	自然散策 (園地や歩道を散策する)	景色	温泉	食事	伝統文化	美術館めぐり	その他
中国・台湾・香港	20.3%	34.9%	65.3%	67.8%	38.6%	27.8%	5.5%	1.5%
韓国・東南アジア	11.7%	43.7%	58.3%	46.6%	19.4%	18.4%	11.7%	3.9%
欧米系・その他	8.1%	46.9%	69.4%	47.4%	23.0%	32.1%	7.7%	4.3%
全体	17.0%	38.2%	65.4%	61.5%	33.5%	27.7%	6.6%	2.3%

22) 調査箇所別の観光目的構成

- ・河口湖駅バス待合所周辺、富士ビジターセンター、大涌谷くろたまご館では「景色」が最も高く、箱根町総合観光案内所では「温泉」が最も高い。
- ・箱根町総合観光案内所周辺では「食事」が42.7%と他の箇所に比べて高い傾向がみられる。

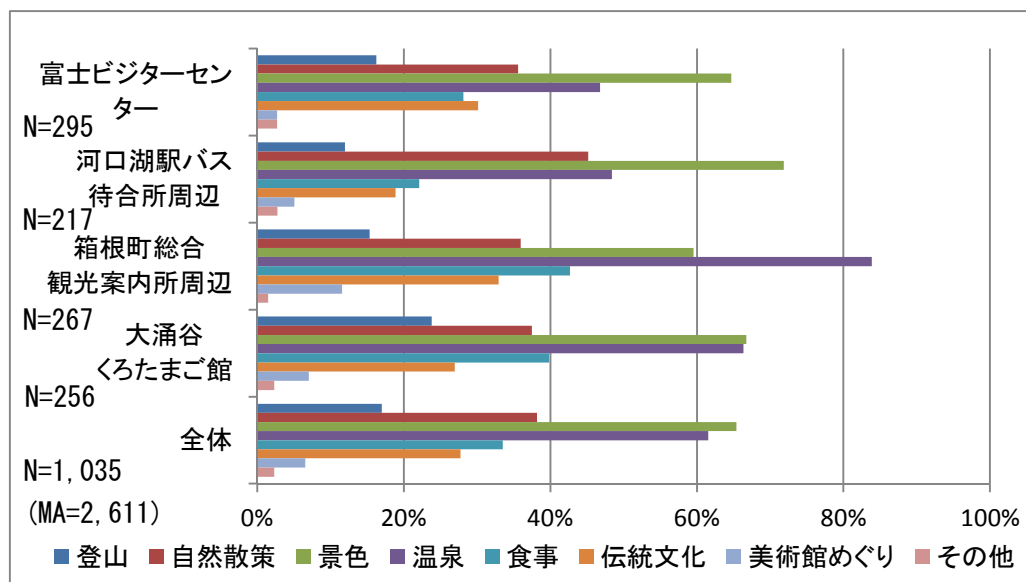


図 3-38 調査箇所別の観光目的構成

表 3-37 調査箇所別の観光目的構成

(票数)

	登山	自然散策 (園地や歩道を散策する)	景色	温泉	食事	伝統文化	美術館めぐり	その他	計
河口湖駅バス待合所周辺	48	105	191	138	83	89	8	8	670
富士ビジターセンター	26	98	156	105	48	41	11	6	491
箱根町総合観光案内所周辺	41	96	159	224	114	88	31	4	757
大涌谷くろたまご館	61	96	171	170	102	69	18	6	693
全体	176	395	677	637	347	287	68	24	2,611

(割合)

	登山	自然散策 (園地や歩道を散策する)	景色	温泉	食事	伝統文化	美術館めぐり	その他
河口湖駅バス待合所周辺	16.3%	35.6%	64.7%	46.8%	28.1%	30.2%	2.7%	2.7%
富士ビジターセンター	12.0%	45.2%	71.9%	48.4%	22.1%	18.9%	5.1%	2.8%
箱根町総合観光案内所周辺	15.4%	36.0%	59.6%	83.9%	42.7%	33.0%	11.6%	1.5%
大涌谷くろたまご館	23.8%	37.5%	66.8%	66.4%	39.8%	27.0%	7.0%	2.3%
全体	17.0%	38.2%	65.4%	61.5%	33.5%	27.7%	6.6%	2.3%

23) 項目別満足度

- ・全体では、「満足」と「やや満足」を合わせて94.8%であり、概ね満足している。
 - ・「食事」では、「満足」「やや満足」を合わせて86.4%と他の項目に比べて少し低い傾向がみられる。
- ※なお、食事については次項で国別の分析をした。

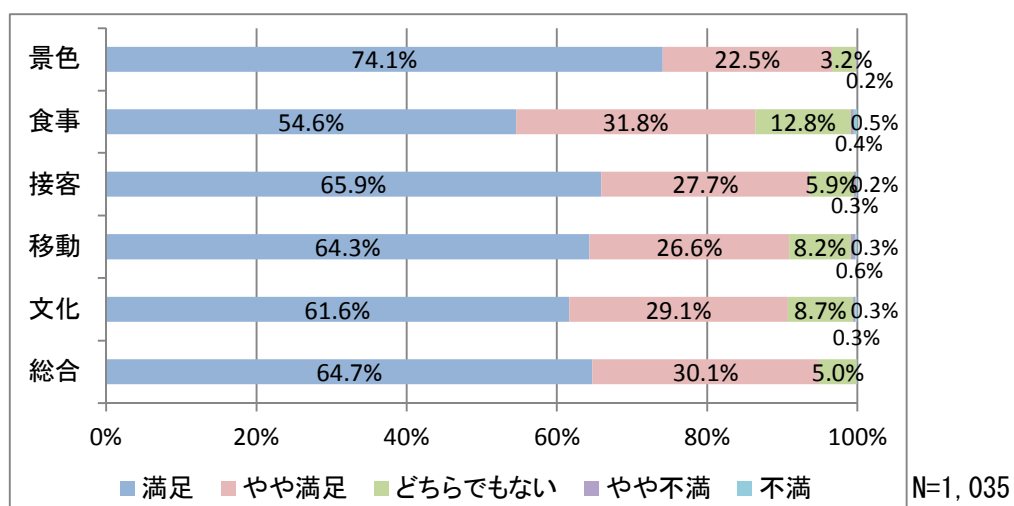


図 3-39 項目別満足度

表 3-38 項目別満足度

(票数)

	景色	食事	接客	移動	文化	総合
満足	767	565	682	666	638	670
やや満足	233	329	287	275	301	312
どちらでもない	33	132	61	85	90	52
やや不満	2	4	3	6	3	0
不満	0	5	2	3	3	1
全体	1,035	1,035	1,035	1,035	1,035	1,035

(票数)

	景色	食事	接客	移動	文化	総合
満足	74.1%	54.6%	65.9%	64.3%	61.6%	64.7%
やや満足	22.5%	31.8%	27.7%	26.6%	29.1%	30.1%
どちらでもない	3.2%	12.8%	5.9%	8.2%	8.7%	5.0%
やや不満	0.2%	0.4%	0.3%	0.6%	0.3%	0.0%
不満	0.0%	0.5%	0.2%	0.3%	0.3%	0.1%
全体	100%	100%	100%	100%	100%	100%

■ 国別の食事満足度

- ・「食事」では、いずれのグループにおいても「満足」が最も高い。
 - ・中国・台湾・香港と欧米系・その他では、半数以上が「満足」と回答しているのに対し、韓国・東南アジアでは、「満足」が39.8%と半数以下にとどまっている。
- ※次項にて、韓国・東南アジアのうち、イスラム圏3か国（マレーシア・インドネシア・インド）の満足度を分析した。

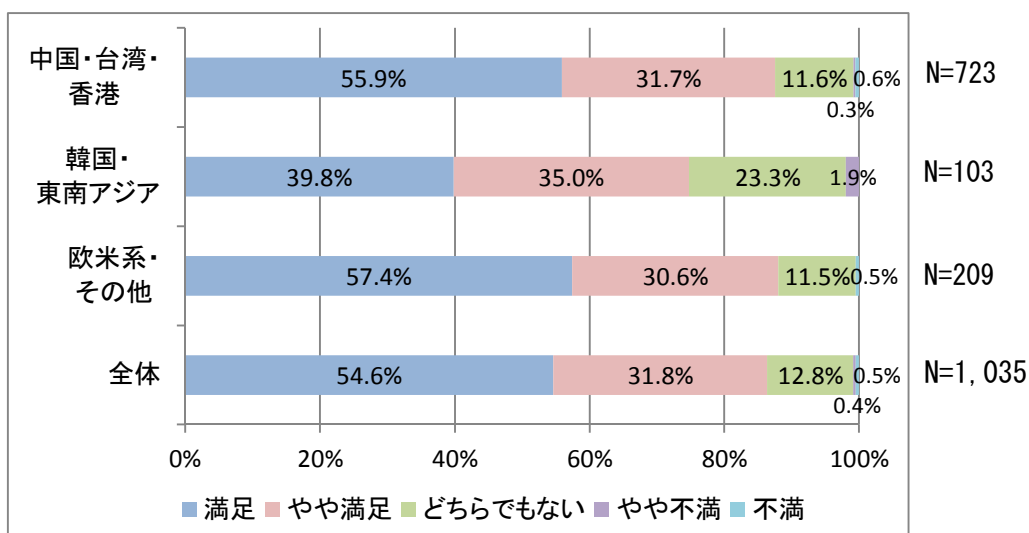


図 3-40 国・地域別の食事満足度

表 3-39 国・地域別の食事満足度

(票数)

	中国・台湾・香港	韓国・東南アジア	欧米系・その他	全体
満足	404	41	120	565
やや満足	229	36	64	329
どちらでもない	84	24	24	132
やや不満	2	2	0	4
不満	4	0	1	5
全体	723	103	209	1,035

(割合)

	中国・台湾・香港	韓国・東南アジア	欧米系・その他	全体
満足	55.9%	39.8%	57.4%	54.6%
やや満足	31.7%	35.0%	30.6%	31.8%
どちらでもない	11.6%	23.3%	11.5%	12.8%
やや不満	0.3%	1.9%	0.0%	0.4%
不満	0.6%	0.0%	0.5%	0.5%
全体	100%	100%	100%	100%

■イスラム圏（マレーシア・インドネシア・インド）の項目別満足度

・「イスラム圏」では、「食事」に対する「不満」はなかったが、「やや不満」が2.8%、「どちらでもない」が23.6%と全体に比べて満足していない割合が高い傾向がみられた。

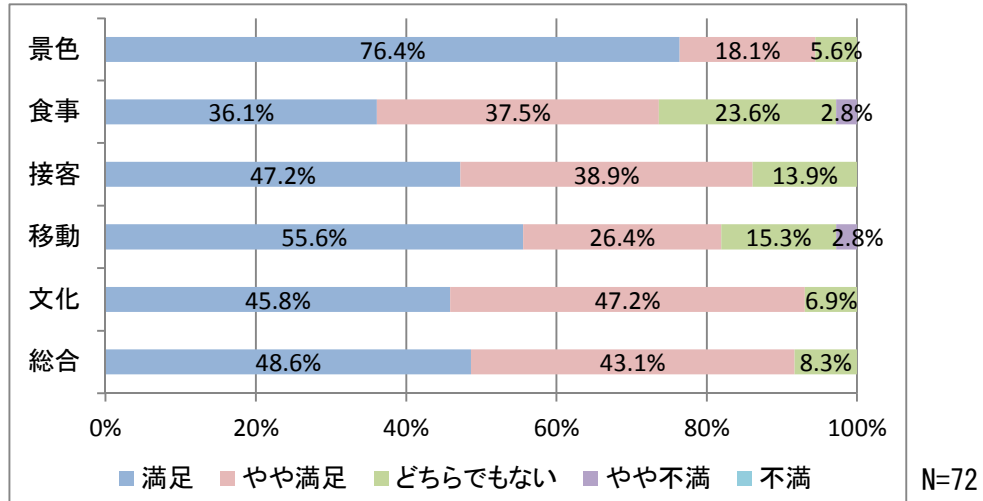


図 3-41 イスラム圏における満足度

表 3-40 イスラム圏における満足度

(票数)

	景色	食事	接客	移動	文化	総合
満足	55	26	34	40	33	35
やや満足	13	27	28	19	34	31
どちらでもない	4	17	10	11	5	6
やや不満	0	2	0	2	0	0
不満	0	0	0	0	0	0
全体	72	72	72	72	72	72

(割合)

	景色	食事	接客	移動	文化	総合
満足	76.4%	36.1%	47.2%	55.6%	45.8%	48.6%
やや満足	18.1%	37.5%	38.9%	26.4%	47.2%	43.1%
どちらでもない	5.6%	23.6%	13.9%	15.3%	6.9%	8.3%
やや不満	0.0%	2.8%	0.0%	2.8%	0.0%	0.0%
不満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

24) 国・地域別の「旅行で困ったこと」の構成

- ・Wi-Fi環境が不十分であることと言葉が通じないことが「旅行で困ったこと」の約半数を占める。
- ・いずれのグループにおいてもWi-Fi環境が不十分であることが最も多かった。
- ・全体に2番目に多かった「言葉が通じない」は、中国・台湾・香港が42.2%で最も高かった。
- ・「案内板が分かりにくい」は、欧米系・その他での指摘（16.7%）が多かった。

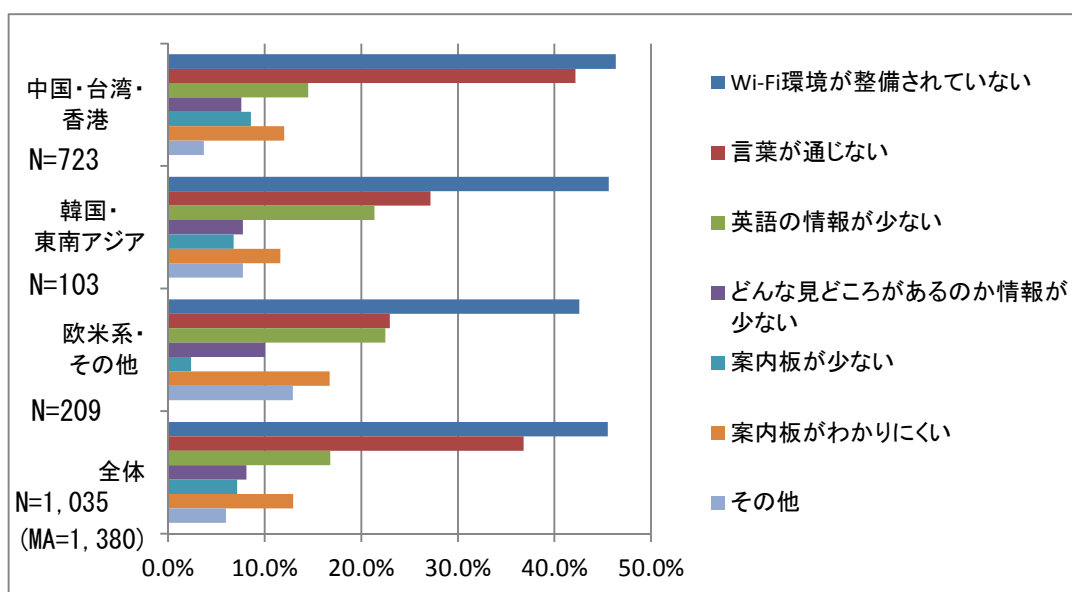


図 3-42 国・地域別の「旅行で困ったこと」の構成

表 3-41 国・地域別の「旅行で困ったこと」の構成

(票数)

	中国・台湾・香港	韓国・東南アジア	欧米系・その他	全体
Wi-Fi環境が整備されていない	335	47	89	471
言葉が通じない	305	28	48	381
英語の情報が少ない	105	22	47	174
どんな見どころがあるのか情報が少ない	55	8	21	84
案内板が少ない	62	7	5	74
案内板がわかりにくい	87	12	35	134
その他	27	8	27	62

(割合)

	中国・台湾・香港	韓国・東南アジア	欧米系・その他	全体
Wi-Fi環境が整備されていない	46.3%	45.6%	42.6%	45.5%
言葉が通じない	42.2%	27.2%	23.0%	36.8%
英語の情報が少ない	14.5%	21.4%	22.5%	16.8%
どんな見どころがあるのか情報が少ない	7.6%	7.8%	10.0%	8.1%
案内板が少ない	8.6%	6.8%	2.4%	7.1%
案内板がわかりにくい	12.0%	11.7%	16.7%	12.9%
その他	3.7%	7.8%	12.9%	6.0%

3-2 ガイドブック等の分析

英語版及び中国語版のガイドブックやホームページで当該地域がどのような形で紹介されているかを調査した。

(1) 対象としたガイドブック等の概要

名称	内容
①Lonely Planet	発行元：ロンリープラネット（発行年月：2013年9月） 1972年の発刊から2014年までに累計で1億2千万冊を売り上げた世界でも最も売れているトラベルガイド。記事は全て現地で取材した記者の責任編集。
②Lonely Planet Hiking in Japan	発行元：ロンリープラネット（発行年月：2009年6月） 北海道の羅臼岳から西表島の縦断路まで日本のあらゆるトレッキングコースを網羅しているガイドブック。
③Japan Guide	URL： http://www.japan-guide.com/ 平成8年から運営。日本各地の観光案内、交通案内、イベント情報などを英語、中国語、韓国語で紹介している。サイトの1ヶ月のページビューは約800万ビュー。日本でも有数のアクセス数を誇る。
④TripAdvisor	URL： http://www.tripadvisor.com/ 旅行者により口コミ情報に重点を置いた旅行情報サイト。NASDAQに上場し、スタンダードアンドプアーズの株価指数ではアメリカを代表する企業500社の一つとして組み込まれている。写真投稿やホテルや航空券の価格比較も可能で、TripAdvisor内でのランキングがホテルの予約数などに大きく反映されると言われる。
⑤「日本旅行 Let's go」(Japan Travel Let's go)	発行元：中国鉄道出版社（発行年月：2013年6月） 北京にある中国大手書店 Xinhua 書店（北京新华书店）によると、昨年下半期で59冊が売れるなど、同店で最も売れている日本向け旅行書のひとつ。ただ事象を紹介するだけでなく、旅行者の視点からの観察を加えていることが特徴で、ガイドブックの丸写しではなく、必ず現地に行った記者が記事を書いているのがアピールポイント。
⑥「日本完全自游宝典」(Japan travel by yourself)	発行元：清华大学出版社（発行年月：2014年1月） 北京にある中国大手書店 Xinhua 書店（北京新华书店）によると、昨年下半期で33冊が売れていて、「日本旅行 Let's go」につぐ売れ行き。団体ではなく、個人旅行者に特化していてチケットの買い方から交通手段、開店（開園）時間など詳細な情報に定評がある。
⑦「東京を100倍楽しむ」(도쿄 100 배 즐기기)	発行元：RH コリア（発行年月：2013年5月） 「100倍楽しむシリーズ」は、知名度は全般的に高いが東京編のみについては「Enjoy 東京」という本に比べて低い。しかし、落ち着いたレイアウト、写真の入れ方全般の編集が簡潔で読みやすい、説明が細かくて分かりやすいという評価がある。

(2) ガイドブックで紹介されている概要

- ・「Lonely Planet」「Lonely Planet Hiking in Japan」「City100 TOKYO (韓国語)」といったガイドブックや、webサイトの「Japan Guide」では、比較的詳しく紹介されている。
- ・一方、中国語のガイドブックの「日本旅行 Let's go」「日本完全自游宝典」や、webサイトの「TripAdvisor」では、情報量が少ない。
- ・ゴミの持ち帰りや禁酒など、マナーについて紹介しているのは「City100 TOKYO (韓国語)」と「Japan Guide」である。



図 3-43 調査したガイドブック等

■富士山地域

媒体名	主な紹介内容
Lonely Planet	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山の紹介(歴史～自然) ・富士山周辺の観光見どころ ・ガイド付きツアー案内 ・観光情報入手の方法(観光案内書の連絡先) ・交通アクセスの案内 ・登山(季節、ルート、高山病対策、安全対策等の案内) ・宿泊、食事の案内
Lonely Planet Hiking in Japan	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山の紹介(歴史～自然) ・お勧めのビュースポットの紹介 ・国立公園に指定されていること紹介 ・ハイキングについて(コースを詳細に案内、時期に応じた登山計画、ルート、高山病対策、安全対策等)の案内 ・観光情報入手の方法(観光案内書の連絡先) ・5合目までのバスの案内
Japan Guide	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山の紹介(歴史～自然、新幹線からの眺め等) ・富士山周辺の観光見どころ ・登山(季節、ルート、高山病対策、安全対策等の案内) ・登山時に「ゴミ箱がないため、持ち帰ることを案内 ・山上は飲食物の値段が高いことをアドバイス ・ガイド付きツアー案内 ・観光情報入手の方法(観光案内書の連絡先) ・交通アクセスの案内、季節の交通事情 ・宿泊、食事の案内
TripAdvisor	<ul style="list-style-type: none"> ・素晴らしい景色、登山者が多いこと、季節によって景観が異なっていること、天候が変わりやすいこと等をアドバイス
日本旅行 Let's Go	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山、その周辺の見どころ、観光スポットを簡単に紹介
日本完全自游宝典	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山および周辺の山々、見どころについて紹介 ・交通アクセスの一部を紹介。料金は間違いのまま。
City100 TOKYO(韓国)	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山の紹介(歴史～自然) ・富士山周辺の観光見どころ、季節 ・登山の案内(簡単に) ・Q&A で登山時の注意に「落石注意、飲酒禁止、ゴミ持ち帰り」記載 ・交通アクセスの案内

■箱根地域

媒体名	主な紹介内容
Lonely Planet	<ul style="list-style-type: none"> ・箱根の紹介(歴史～自然) ・箱根周辺の観光地や宿泊施設、温泉施設などの料金や営業時間、定休日と見どころを紹介 ・交通アクセスの案内
Lonely Planet Hiking in Japan	<ul style="list-style-type: none"> ・箱根の紹介(歴史～自然) ・お勧めのビュースポットの紹介 ・国立公園に指定されていること紹介 ・ハイキングについて(コースを詳細に案内、時期に応じた登山計画、ルート、高山病対策、安全対策等)の案内 ・観光情報入手の方法(観光案内書の連絡先) ・富士登山に関する情報も紹介
Japan Guide	<ul style="list-style-type: none"> ・箱根の観光地をサイトごとに紹介 ・温泉施設の営業時間、入湯料、特徴を紹介 ・大涌谷と芦ノ湖などの歴史やおすすめスポット、交通手段料金を紹介
TripAdvisor	<ul style="list-style-type: none"> ・町一番の温泉や観光地の魅力、素晴らしい眺望など観光地別のアドバイスを掲載
日本旅行 Let's Go	<ul style="list-style-type: none"> ・箱根温泉、温泉地へのアクセス、箱根周辺の観光スポットを簡単に紹介
日本完全自游宝典	<ul style="list-style-type: none"> ・大涌谷の説明(噴煙地、歴史、特産品、毒ガス)と芦ノ湖のおすすめスポットを紹介 ・交通アクセスの一部を紹介。
City100 TOKYO (韓国)	<ul style="list-style-type: none"> ・箱根周辺へのアクセスや現地でのアクセス、モデルコースを紹介 ・箱根フリーパスや富士箱根パス、ユネッサのクーポンを紹介 ・主な観光地ごとに食事やお土産、観光スポットを紹介 ・芦ノ湖では、海賊船を数種類紹介

4. 公園事業施設等の外国語対応状況の把握・整理

当該地域内で外国人旅行者が多数利用している歩道、園地、博物展示施設等の公園事業施設等における外国語表記及び外国人対応スタッフの有無、当該施設の外国人利用者数や内訳、外国人対応上の課題などを、ヒアリングと現地調査により把握した。

4-1 事前ヒアリングの実施

外国語表記及び外国人対応スタッフの有無等について調査票を作成し、施設管理者に送付し回答を得る。得られた回答を整理し、施設の外国語対応状況を取りまとめた。

1) 対象

- ・当該地域内の公園事業施設
- ・駅や観光施設等外国人旅行者が集まる施設

2) 調査項目

表 4-1 調査の概要

	内 容
外国人旅行者の動向	外国人の利用人数及び割合、外国人利用者の増減、団体又は個人、ガイドの有無等
外国人旅行者との対応	外国人旅行者からの主な質問項目、外国人旅行者の対応で困ったこと。
外国人旅行者への取組	外国人旅行者の受入態勢の取組、今後の取組

3) 調査手法

下図の通り、調査票をFAX等で送付後に電話で補足説明し、メール、FAXで回収した。

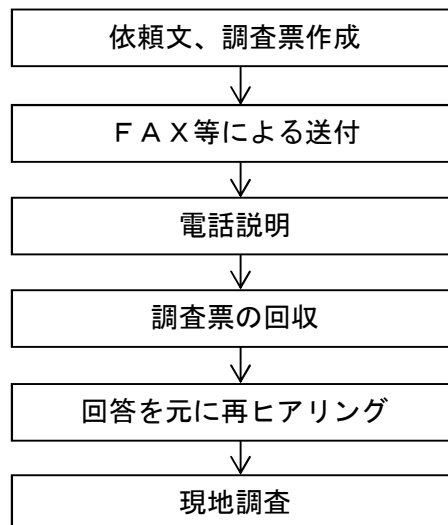


図 4-1 ヒアリング調査手法

表 4-2 現地調査箇所の対象施設

地域		事業等の種類	対象施設
富士山	1	博物展示施設	山梨県立富士ビジターセンター
	2	索道運送施設	カチカチ山 ロープウェイ
	3	歩道	東海自然歩道
	4	鉄道駅	河口湖駅
	5	車道	スパルライン 1 合目駐車場
箱根	6	博物展示施設	箱根ビジターセンター
	7	舟遊場	箱根観光船（桃源台港）、 箱根ロープウェイ（桃源台港）
	8	園地	大涌谷園地、大涌谷くろたまご館
	9	歩道	自然探勝歩道
	10	鉄道駅	箱根湯本駅



図 4-2 現地調査対象箇所

4-2 現地調査

(1) 調査概要

1) 調査日時

富士山地域：平成 27 年 2 月 22 日（日）

箱根地域：平成 27 年 2 月 23 日（月）

2) 調査箇所

調査施設は以下に示す通りである。

箱根地域および富士山地域を来訪する外国人旅行者が多く利用する公園事業施設等を調査箇所として選定した。

表 4-3 調査箇所

地域	No	調査施設	管理者	調査箇所
富士山	1	山梨県富士ビジターセンター	山梨県	案内所
	2	河口湖天上山公園 カチカチ山ロープウェイ	富士急行株式会社	乗り場
	3	東海自然歩道	山梨県	歩道
	4	河口湖駅	富士急行株式会社	駅（改札外）
	5	スバルライン（1合目駐車場）	山梨県道路公社	駐車場
箱根	6	箱根ビジターセンター	環境省	案内所
	7	箱根海賊船（桃源台港）	箱根観光船株式会社	乗り場
		箱根ロープウェイ（桃源台駅）	箱根ロープウェイ株式会社	乗り場
	8	大涌谷園地	神奈川県	園地
		大涌谷くろたまご館	奥箱根観光株式会社	施設
9	大涌谷湖尻自然探勝歩道	神奈川県	歩道	
10	箱根湯本駅	箱根登山鉄道株式会社	駅（改札外）	

3) 調査内容

事前に実施したヒアリング調査結果をもとに、各施設の外国語表記の状況を確認し、表示を写真撮影するとともに、場所を記録する。

また、外国語表記の内容を確認するとともに、多言語化の必要性、見やすさ、わかりやすさ、誤記等の状況も記録した。

4) 評価の考え方

多言語化の必要性、見やすさ、わかりやすさの評価の考え方は以下の通りとする。

表 4-4 評価の考え方

項目	評価
多言語化の必要性	○：必要性有、△：どちらともいえない、×：必要性なし
見やすさ・わかりやすさ	○：みやすい・わかりやすい、△どちらともいえない、 ×：みにくい・わかりにくい
位置	○：位置が良い、△：どちらともいえない、×：位置が悪い

4-3 調査結果

概要は以下のとおりであり、箇所別のヒアリング及び現地調査結果は次項以降に示す通りである。

- ・ 博物展示施設（ビジターセンター等）や船乗場、鉄道や索道の駅など来訪者が多い施設では、ピクトサインや英語を中心として多言語化が進んでいる。
- ・ ただし、博物展示施設でも避難誘導表示の位置の改善が必要な個所あり。
- ・ また、船やロープウェイの乗り方案内について多言語化が必要。
- ・ 自然探勝歩道や東海自然歩道など園地・歩道においては、誘導板や解説看板が日本語のみのケースが多くみられ、外国人旅行者には伝わらない状況にある。

■ 自然探勝歩道の例



大涌谷の誘導が日本語のみ

■ 東海自然歩道の例



日本語のトイレ表記
(ピクトサイン必要)



青木ヶ原樹海の解説が日本語のみ

施設毎に概要と現地調査を行うに当たって確認した外国人利用者数や外国人旅行者への対応と現地調査結果を整理した。

(1) 富士ビジターセンター

1) ヒアリング結果

<施設概要>

富士ビジターセンターは、富士山及び富士北麓地域を訪れる方々の活動の拠点となり、自然への理解と自然への親しみを通して、自然の貴さや自然保護の大切さを学んでもらうとともに、観光地の適正な利用方法の普及並びに来訪者の利便性を図るため、山梨県全体の観光情報を提供する施設として山梨県が設置したもの

<外国人利用者数>

・(平成 25 年度)年間 147,144 人 (個人旅行者が多い)

通年で利用者数を見ると、3月と4月が多く、続いて12月が多い。どちらの月もほぼ半数が中国からの旅行者である。

1位:中国、2位:タイ、3位:アメリカ、4位:台湾、5位:香港

<外国人旅行者対応>

- ・スタッフ:英語、中国語
- ・パンフレット:英語、中国語、韓国語
- ・聞かれること:富士山への行き方
- ・困ったこと:特になし
- ・取組んでいること:利用しやすい施設
- ・今後、取り組むこと:ビジターセンターが管理するわけではないが、敷地内に世界遺産館を建設する予定。

ヒアリング対象:富士ビジターセンター センター長


ヒアリング実施日:平成 27 年1月 29 日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。

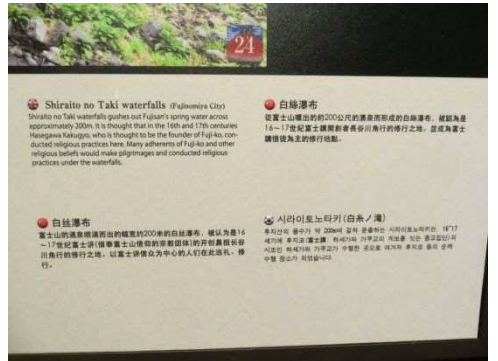



図 4-3 富士ビジターセンターの位置


2) 現地調査結果


施設出入口案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		


受付案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		


展示(解説板等)		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		


トイレ案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

レストラン等案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	「売店」は「매점」の表記だと「お菓子など軽く食べられるお店」という意味になってしまう。正しい表記は「기념품 판매」	

食事メニュー案内		
表示されている言語	日・英・中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

Wi-Fi 案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・中(繁)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	×	
位置	×	
備考	見逃してしまう 入口以外にも案内がほしい	

マナー・ルール案内		
表示されている言語	日・英・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

入口の案内		
表示されている言語	日	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	△	
位置	○	
備考	もっと大きいほうが良い	

凡例
日：日本語
英：英語
韓：韓国語
中(繁)：中国語(繁体字)
中(簡)：中国語(简体字)
ピ：ピクトサイン

(2) カチカチ山ロープウェイ

1) ヒアリング結果

<施設概要>

天上山公園カチカチ山ロープウェイは、山梨県南都留郡富士河口湖町に位置するロープウェイで、運営は富士急行株式会社が行なっている。河口湖畔に聳える「天上山」へのアクセスとして設置されている。「カチカチ山」の名は天上山が、太宰治版の『かちかち山』の舞台になっていることから、2001年(平成13年)のリニューアル時に、ゴンドラや駅に、この話に登場するウサギとタヌキのマスコット像が多く設置された。

<外国人利用者数>

- ・年間 10 万人(個人旅行者が多い)
年々増加傾向、年間を通じてアジア系の利用者が多い(4月はタイ人)
1位:日本、2位:アジア、3位:その他

<外国人旅行者対応>

- ・スタッフ:英語、中国語、タイ語
- ・パンフレット:英語、中国語、タイ語
- ・聞かれること:交通手段について、食事場所について
- ・困ったこと:取組んでいること・待ち列の割り込み、トイレの使用(トイレトーパー流さない)
- ・取組んでいること:Wi-Fi、ホームページ、パンフレット(外国語4ヶ国)
案内看板表記
- ・今後、取り組むこと:外国人スタッフの採用、クレジットカード導入、
案内看板表記

ヒアリング対象:富士急行株式会社 交通事業部 索道営業所


ヒアリング実施日:平成27年2月4日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。





図 4-4 カチカチ山ロープウェイの位置


2) 現地調査結果


施設出入口案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	×	
位置	○	
備考	日本語だけが見やすく、英語が小さい	

誘導案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

時刻表案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	△	
位置	○	
備考		

料金案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

トイレ案内		
表示されている言語	英・ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

危険警告案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		スペルチェック caution bee ⇒ be careful about bee

展示(解説板等)		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		スペルチェック five lakes of fujigoko ⇒ fujigoko(fuji-fivelakes)

凡例

- 日：日本語
- 英：英語
- 韓：韓国語
- 中(繁)：中国語(繁体字)
- 中(簡)：中国語(簡体字)
- ピ：ピクトサイン

(3) 東海自然歩道

1) ヒアリング結果

<施設概要>

東海自然歩道は、「明治の森高尾国定公園」と、大阪の「明治の森箕面国定公園」を結ぶ、緑豊かな自然と貴重な歴史を伝える文化財を訪ね、心身の健康と安らぎを与える総延長 1,697.2km の長距離自然歩道

ヒアリング対象: 山梨県観光部観光資源課管理担当 主任

ヒアリング実施日: 平成 27 年 2 月 12 日

※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。

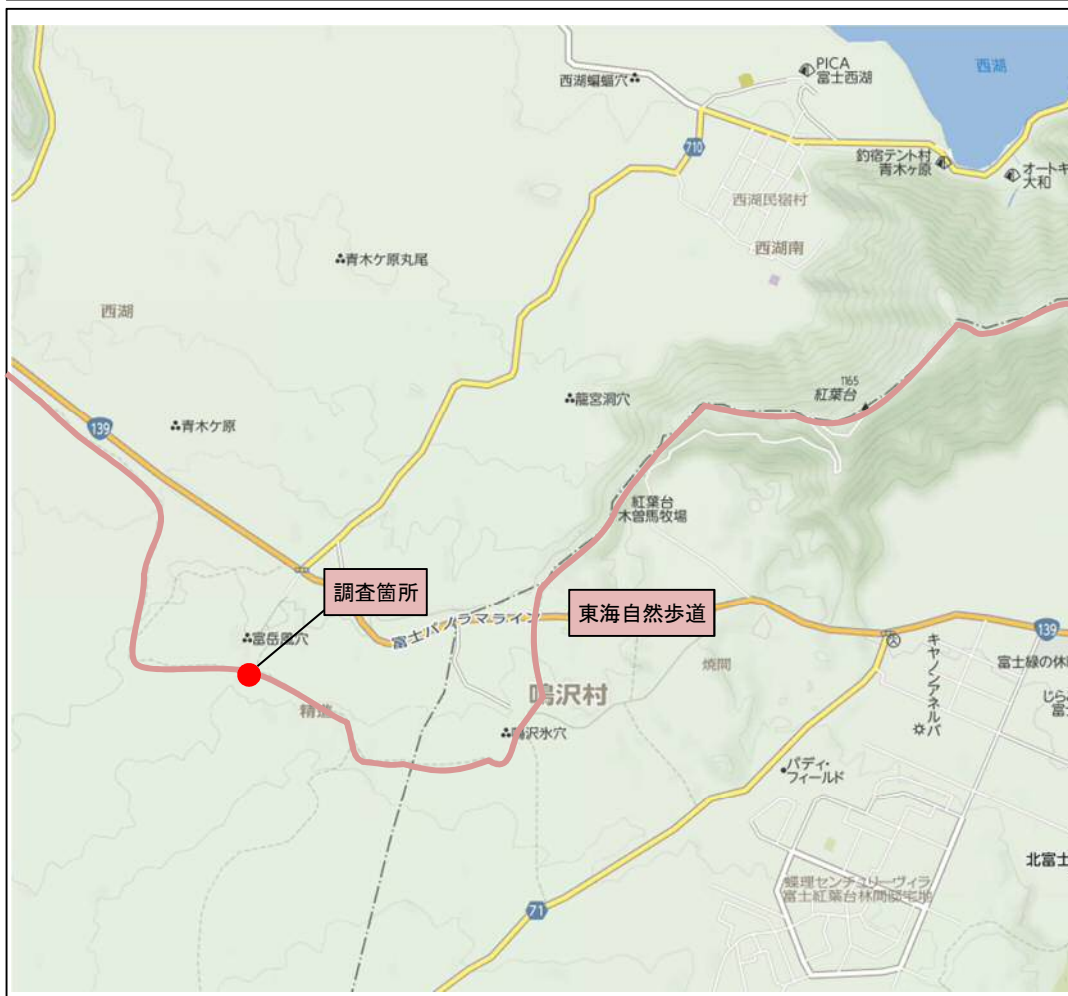




図 4-5 東海自然歩道の調査箇所位置


2) 現地調査結果

誘導案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	<p>koen-park という表現はおかしい。</p> <p>koen(park)など、日本語の音と、その意味を区別したほうが分かりやすい。</p>	

施設全体図		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	<p>三湖台(sanko-dai)、紅葉台(koyo-dai)は意味も分かるように書いてほしい。説明文が分かりやすくできている。</p>	

展示(解説板等)		
表示されている言語	日	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	—	
みやすさ	—	
位置	—	
備考	<p>日本語のみなので全く理解できない</p>	

トイレ案内		
表示されている言語	ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	×	
みやすさ	×	
位置	×	
備考	英語ぐらいは欲しい。 (公衆便所→Toilet) 絵が男性用の絵しかなく、しかも小さいため見えにくい	

マナー・ルール案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	× (英語のみ)	
わかりやすさ	×	
みやすさ	△	
位置	○	
備考	ルールのことを書いている看板に、英語で「車がぶつからないように気を付けること」が書いてあるのは分かりにくい。	

<p>凡例</p> <p>日：日本語</p> <p>英：英語</p> <p>韓：韓国語</p> <p>中（繁）：中国語（繁体字）</p> <p>中（簡）：中国語（簡体字）</p> <p>ピ：ピクトサイン</p>

(4) 河口湖駅

1) ヒアリング結果

<施設概要>

富士急行線の終着駅、河口湖駅は平成 18 年にリニューアルオープンした。富士登山のシーズンにはたくさんのお客さまで賑わっている。また、河口湖駅からも雄大な富士山を見ることができる。駅内にある『ゲートウェイジヤマ』では、「信玄ソフト」や「吉田のうどんたいやき」などのオリジナルスイーツをはじめ、山梨県の名産品などお土産が販売されている。

<外国人利用者数>

・多客期(夏)6,707 人/日、降車 6,594 人/日(平成 26 年8月)

・閑散期(冬)2,693 人/日、降車 2,774 人/日(平成 27 年1月)

6月中旬～9月まで、長期休みの欧米系の旅行者が多いが、他の期間は近場であるアジア圏からの旅客がほとんど

1位:中国、2位:タイ、3位:(中国、タイ)以外のアジア、4位:欧米系

<外国人旅行者対応>

・スタッフ:英語、中国語

・パンフレット:英語、中国語

・聞かれること:ホテルの場所や送迎について、ATM,両替について、富士山のビューポイント、大阪、京都への行き方

・困ったこと:備品を持ち帰る、公共の目を気にしない行動、文化の違いによる違和感

・取組んでいること:英語通訳者が駅員のほか勤務、英語表記乗車券、英語校内放送

・今後、取り組むこと:英語表記の充実、緊急時対応(マニュアル、アナウンス誘導方法等)

ヒアリング対象:富士急行株式会社 交通事業部管理駅駅務係


ヒアリング実施日:平成 27 年2月4日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。




図 4-6 河口湖駅の位置

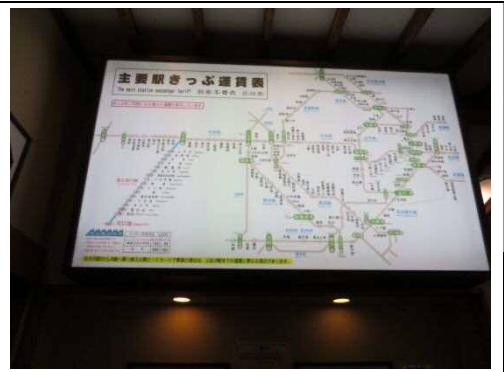
2) 現地調査結果

受付案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

施設レイアウト図		
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	スペルチェック 「お土産の売店」は 「매점」ではなく 「기념품 판매」	

誘導案内		
表示されている言語	日・英・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

料金案内	
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)・ピ°
多言語化の必要性	○
わかりやすさ	○
みやすさ	○
位置	○
備考	



時刻表案内	
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)
多言語化の必要性	○
わかりやすさ	×
みやすさ	○
位置	○
備考	電子掲示板の言語が切り替わる



凡例
日：日本語
英：英語
韓：韓国語
中(繁)：中国語(繁体字)
中(簡)：中国語(简体字)
ピ°：ピクトサイン

(5) 富士スバルライン（一合目駐車場）

1) ヒアリング結果

<施設概要>

富士山有料道路は、富士河口湖町から富士山五合目付近に至る有料道路である。開通時に「富士スバルライン」という名称が付けられた。全線が山梨県道707号富士河口湖富士線となっている。運営は山梨県道路公社が行っている。夏期は交通渋滞の防止と環境保護のため、静岡県側の表富士周遊道路（富士山スカイライン）の登山区間とともにマイカー規制を実施している。

<外国人利用者数>

- ・外国人旅行者は年々増加していると思われる
登山シーズン(7/1～9/15)は各国の旅行者が多いが、登山シーズン以外は中国人が多い印象がある。

<外国人旅行者対応>

- ・スタッフ:英語のみ
- ・パンフレット:英語
- ・聞かれること:バス停の位置と時間、トイレの位置
- ・困ったこと:公共施設(特にトイレ)の使用方法
- ・取り組んでいること:パンフレットについて、日本語+英語を掲示
- ・今後、取り組むこと:日本語、英語、中国語のパンフレットとHPの作成

ヒアリング対象:山梨県道路公社富士山有料道路管理事務所


ヒアリング実施日:平成27年2月5日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。





図 4-7 富士スバルライン（一合目駐車場）の位置


2) 現地調査結果

誘導案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	<p>Pだけで駐車場というのは分かりにくい。 「標高」も英語で書いてほしい。 P→Parking 標高→height</p>	

トイレ案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	<p>スペルチェック 女性 부인→여자, 男性 젠틀맨→남자</p>	

展示(解説板等)		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

危険警告案内		
表示されている言語	日・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	—	
みやすさ	—	
位置	—	
備考		

危険警告案内		
表示されている言語	日・英・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	スペルチェック attention→caution ground freeze→ frozen	

凡例
日：日本語
英：英語
韓：韓国語
中(繁)：中国語(繁体字)
中(簡)：中国語(简体字)
ピ：ピクトサイン

(6) 箱根ビジターセンター

1) ヒアリング結果

<施設概要>

富士箱根伊豆国立公園箱根を訪れた旅行者に対して、公園内の自然情報を展示・解説し、箱根を散策する際の出発点になる施設。

<外国人利用者数>

・年間 200～300 人（個人旅行者が多い）

増加傾向、冬季は少ない

1位:ヨーロッパ、2位:中国、3位:東南アジア、4位:オーストラリア、
5位:アメリカ

<外国人旅行者対応>

・スタッフ:英語のみ

・パンフレット:英語、中国語、韓国語

・聞かれること:ハイキングコース、道案内、地図の説明および提供

・困ったこと:英語が話せない旅行者の対応

ヒアリング対象:箱根ビジターセンター 主任


ヒアリング実施日:平成 27 年2月4日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。





図 4-8 箱根ビジターセンター位置

2) 現地調査結果

施設出入口案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

施設レイアウト案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

トイレ案内		
表示されている言語	ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	×	
みやすさ	×	
位置	×	
備考	トイレが施設の奥にあるので、手前の方に案内がほしい	

非常時・緊急時案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

展示(解説板等)		
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	スペルチェック 箱根の自然 하코네다운- →하코네다음	

凡例

日：日本語
 英：英語
 韓：韓国語
 中(繁)：中国語(繁体字)
 中(簡)：中国語(简体字)
 ピ：ピクトサイン

(7) 箱根海賊船 (桃源台港)

1) ヒアリング結果

<施設概要>

桃源台港、箱根町港、元箱根港の芦ノ湖の3つの港を結ぶ箱根海賊船。桃源台港は、芦ノ湖の北側にあり、箱根ロープウェイ駅とつながっている。

<外国人利用者数>

・年間 500,000 人以上 (団体旅行者の方が多) ※海賊船の利用
春はタイ、秋は中国、冬は中華系、一年を通じて欧米が多い。国策のビザ免除・緩和や円安による割安感の浸透により、増加傾向にある。

1位:台湾、2位:タイ、3位:欧米、4位:中国、5位:韓国

<外国人旅行者対応>

・スタッフ:英語、中国語(一部のみ)、ドイツ語(一部のみ)

・パンフレット:英語

(HPより英語・中国語(簡体字・繁体字)・韓国語・タイ語DL可)

・聞かれること:荷物一時預かり場所について、主要施設へのアクセス方法、次の出航時間、箱根フリーパスについて、船からの富士山の景色

・困ったこと:言葉が通じない(英語が話せない外国人への対応)、時間にルールズ、トイレの使用方法、喫煙マナー

・取組んでいること:Wi-Fiの設置や4カ国語への対応

・今後の取組み:出航時刻表時期の4カ国語表記(現行2カ国語表記)

ヒアリング対象:箱根観光船株式会社 運航部


ヒアリング実施日:平成27年2月13日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。




図 4-9 桃源台港の位置

2) 現地調査結果

施設出入口案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	△	
位置	○	
備考	英語の文字が少し小さい	

受付案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)	
多言語化の必要性	× (英語のみ)	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		


誘導案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		


時刻表案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	日本語のみでしか書かれていない部分があつて分かりづらい	

料金案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	連携サービス等の細かい内容までは理解できない	

コインロッカー案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	△	
位置	△	
備考	奥の方にあるので、目につく場所にある方がいい	

マナー・ルール案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

非常時・緊急時案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	△	
位置	○	
備考	小さくて分かりづらい	

レストラン案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	内容が分かりづらい	

凡例
日：日本語
英：英語
韓：韓国語
中（繁）：中国語（繁体字）
中（簡）：中国語（簡体字）
ピ：ピクトサイン

(8) 箱根ロープウェイ (桃源台駅)

1) ヒアリング結果

<施設概要>

箱根ロープウェイは早雲山駅と桃源台駅を結ぶ全長約4km の日本一営業区間が長い索道。

乗車人員は2008年度に201万を超え、2009年7月9日付でギネスのゴンドラ・リフト部門で世界一に認定されている。

<外国人利用者数>

・2014年度4月～1月までの月平均7,545名

2月は春節があるため、中国人のお客が多い。年間通じて台湾のお客が多い。

1位:台湾、2位:タイ、3位:韓国、4位:中国、5位:アメリカ等

<外国人旅行者対応>

・スタッフ:英語のみ

・パンフレット:英語、中国語、韓国語、タイ語、マレーシア語、インドネシア語

・聞かれること:観光地への道順

・困ったこと:言葉が通じない(英語が話せない外国人への対応)、利用マナー、トイレの利用マナー

・取組んでいること:外国のガイドマップに掲載、職員の英会話学習教室

ヒアリング対象:箱根ロープウェイ株式会社 営業推進部

ヒアリング実施日:平成27年2月4日

※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。



図 4-10 桃源台駅の位置

2) 現地調査結果


施設出入口案内			
表示されている言語	日・英		
多言語化の必要性	○		
わかりやすさ	○		
みやすさ	○		
位置	○		
備考			

誘導案内			
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・中(繁)・ピ		
多言語化の必要性	○		
わかりやすさ	○		
みやすさ	○		
位置	○		
備考			

料金案内			
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)		
多言語化の必要性	○		
わかりやすさ	○		
みやすさ	○		
位置	○		
備考			

トイレ案内			
表示されている言語	日・英・ピ		
多言語化の必要性	必要なし ピクトでわかる		
わかりやすさ	○		
みやすさ	○		
位置	○		
備考			

Wi-Fi 案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

非常時・緊急時案内		
表示されている言語	ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	△	
みやすさ	△	
位置	△	
備考		天井にあるため見えにくい。見やすい場所に設置してほしい。

凡例
日：日本語
英：英語
韓：韓国語
中（繁）：中国語（繁体字）
中（簡）：中国語（簡体字）
ピ：ピクトサイン

(9) 大涌谷園地

1) ヒアリング結果

<施設概要>

今からおよそ 3,000 年前、神山北西斜面で大規模な水蒸気爆発が起こり、そのときの爆裂火口の跡が大涌谷にあたる。大涌谷は、いまなお噴煙があがり、火山活動を間近に観察することができる貴重な場所。

大涌谷は、ロープウェイの発着駅もあり、桃源台や強羅から観光客が大勢くる。さらに、大型観光バスなども上がってきて、大変にぎわっている。

<外国人利用者数>

(大涌谷園地として)把握できていない。

<外国人旅行者対応>

- ・今後、取り組むこと:火山噴火に関する注意事項等、多言語による周知看板設置の検討

ヒアリング対象:神奈川県自然環境保全センター


ヒアリング実施日:平成 27 年2月5日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。





図 4-11 大涌谷園地の位置

2) 現地調査結果

誘導案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

施設全体図		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

展示(解説板等)		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

危険警告案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

(10) 大涌谷くろたまご館

1) ヒアリング結果

<施設概要>

大涌谷の観光拠点としてあった「大涌谷観光センター」が、2014年1月に「大涌谷くろたまご館」としてリニューアルオープン。お土産ショップ、レストラン、ジオパークを併設。

<外国人利用者数>

- ・店舗内利用者 年間約 300,000 人(団体の方が若干多い)
年間を通じて増加傾向、特に2月中国、3～4月タイ、桜シーズン欧米系。
1位:台湾、2位:中国、3位:タイ、4位:韓国、5位:アメリカ

<外国人旅行者対応>

- ・スタッフ:英語のみ
- ・パンフレット:英語、中国語、韓国語
- ・聞かれること:交通手段について、トイレの場所、黒たまごの賞味期限
- ・困ったこと:食べ散らかす、トイレの利用マナー
- ・取組んでいること:外国語表記
- ・今後、取り組むこと:外国語による館内放送(説明)

ヒアリング対象:大涌谷くろたまご館 館長

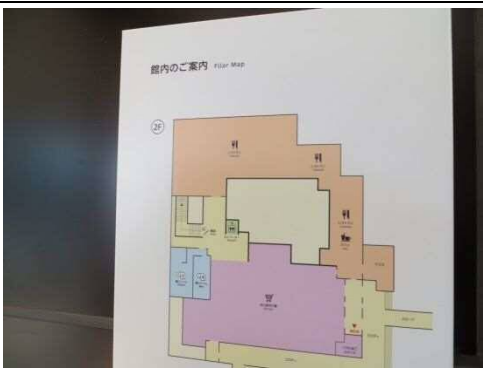
ヒアリング実施日:平成 27 年1月 29 日

※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。





図 4-12 大涌谷くろたまご館の位置

2) 現地調査結果


施設レイアウト案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		


誘導案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	「黒卵」の意味が分かるよう、外国語でも Kurotamago(Black Eggs)のように表記してほしい	

トイレ案内		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

コインロッカー案内		
示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	コインロッカーが施設の奥の方にあるので、場所を示す案内板があったほうがいい	

レストラン等案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	バイキング・値段等の情報も外国語表記してほしい。	

非常時・緊急時案内		
表示されている言語	ピ	
多言語化の必要性	× (ピクトでわかる)	
わかりやすさ	×	
みやすさ	×	
位置	×	
備考	天井についているので気づかない	

案内所看板		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	×	
位置	×	
備考	英語の文字が小さすぎて分からない 場所も奥まっているので分かりやすい位置にしてほしい	

凡例

日：日本語
 英：英語
 韓：韓国語
 中（繁）：中国語（繁体字）
 中（簡）：中国語（簡体字）
 ピ：ピクトサイン

(11) 自然探勝歩道

1) ヒアリング結果

<施設概要>

自然探勝歩道は、箱根ビジターセンターを起点、大涌谷を終点としたルート。このルートは、神山の火山活動によって作られた土石流の堆積地で、現在は森林だが、江戸時代初期のころは仙石原から続くススキ草原であった。

<外国人利用者数>

(大涌谷園地として)把握できていない。

<外国人旅行者対応>

・今後、取り組むこと:火山噴火に関する注意事項等、多言語による周知看板設置の検討

ヒアリング対象:神奈川県自然環境保全センター

ヒアリング実施日:平成27年2月5日

※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。

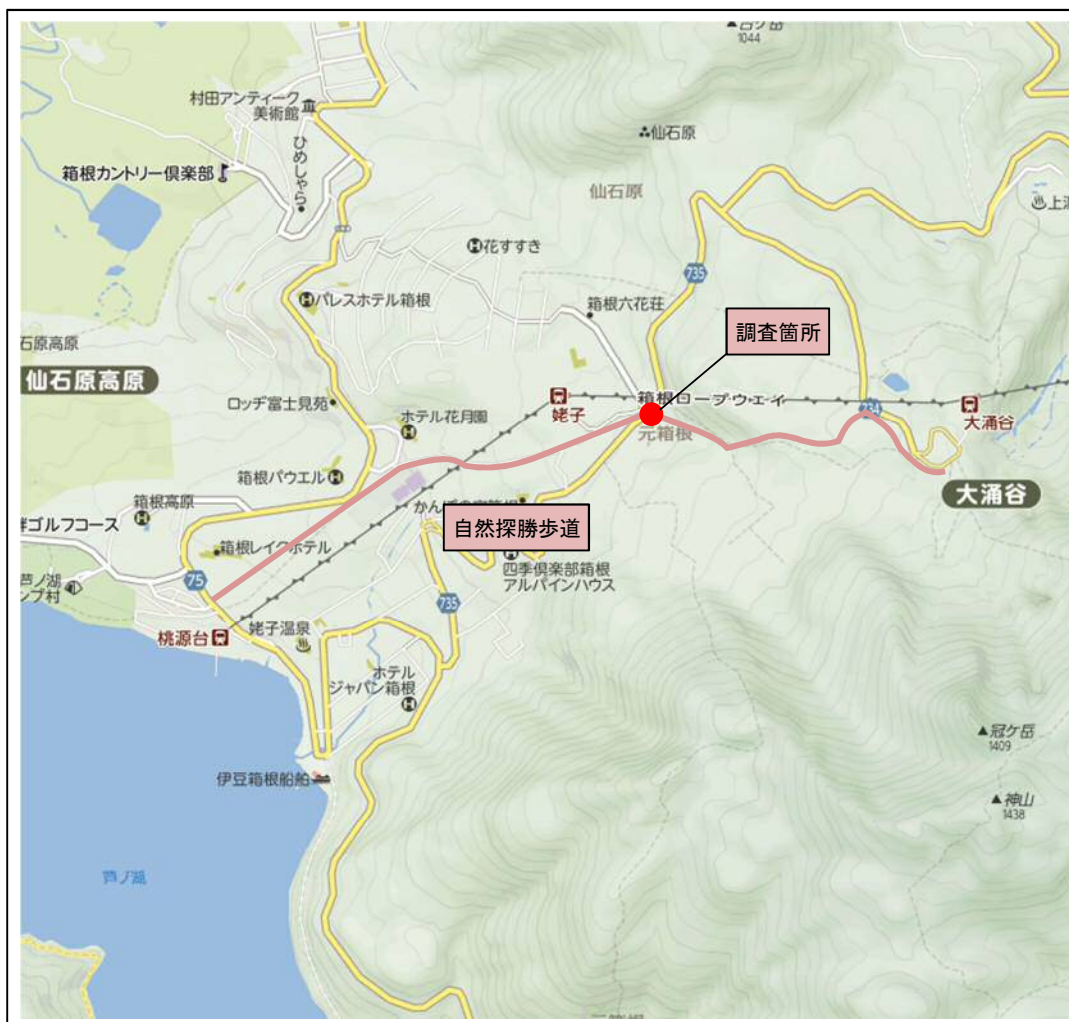


図 4-13 自然探勝歩道の調査箇所の位置

2) 現地調査結果

誘導案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	「分」を「min」に直すだけでも外国人に分かりやすくなる	

施設全体図		
表示されている言語	日・英・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	△	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

危険警告案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考		

危険警告案内		
表示されている言語	日・英	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	×	
みやすさ	×	
位置	○	
備考	壊れているので、全くわからない	

(12) 箱根湯本駅

1) ヒアリング結果

<施設概要>

日本有数の観光地、箱根の玄関駅の一つ。小田急電鉄小田原線から特急ロマンスカーなどが直通運転を行っている。2009年3月に橋上駅舎の供用が開始され、2012年4月、ペDESTリアンデッキの設置により全工事が完了した。

<外国人利用者数>

- ・年間を通じて台湾、中国が多い。
- ・タイ、マレーシアは増加傾向。
- ・春節時期は中国人が多い。
- ・個人旅行者の方が多い。

<外国人旅行者対応>

- ・スタッフ:英語のみ
- ・パンフレット:英語、中国語、韓国語
- ・聞かれること:大涌谷や芦ノ湖への行き方、手荷物の預け方、バス停の場所
- ・困ったこと:増加する東南～南アジア圏(非英語圏旅行者)への対応、予約団体の時間に対する感覚(ルーズな面がみられる)
- ・取組んでいること:グループ全体の多言語表記、Wi-Fi 設備の設置、多言語対応パンフレットの配布
- ・今後、取り組むこと:従業員の語学レベルの向上、わかりやすいルート案内

ヒアリング対象:箱根登山鉄道株式会社 総務部

ヒアリング実施日:平成27年2月12日


※内容については、ヒアリング先の確認を得た上で報告書に掲載している。





図 4-14 箱根湯本駅の位置


2) 現地調査結果

施設出入口案内			
表示されている言語	日・英・ピ		
多言語化の必要性	○		
わかりやすさ	○		
みやすさ	○		
位置	○		
備考			

施設レイアウト案内			
表示されている言語	日・英・ピ		
多言語化の必要性	○		
わかりやすさ	○		
みやすさ	○		
位置	○		
備考			

誘導案内			
表示されている言語	日・英・韓・中(簡)・ピ		
多言語化の必要性	○		
わかりやすさ	○		
みやすさ	△		
位置	○		
備考			

コインロッカー案内		
表示されている言語	日・英・韓・中(繁)・ 中(簡)	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	機械で順を追って使 い方を教えてくれて 非常に分かりやすい	

危険警告案内		
表示されている言語	日・ピ	
多言語化の必要性	○	
わかりやすさ	○	
みやすさ	○	
位置	○	
備考	危険なので、英語以 外の表記も必要	

凡例
日：日本語
英：英語
韓：韓国語
中(繁)：中国語(繁体字)
中(簡)：中国語(簡体字)
ピ：ピクトサイン

5. 外国人旅行者への対応状況の把握

5-1 文献調査

観光パンフレット、ホームページ等から得られる情報をもとに、当該地域における外国人旅行者への取組状況を把握した。

(1) PR活動

- ・各自治体でホームページ、パンフレットとも英語、中国語（簡）、韓国語の整備は進んでいる。
- ・タイからの旅行者が増えていることからタイ語のパンフレットも整備されつつある。
- ・富士河口湖町では、8か国語を併記した総合案内パンフレットを整備。
- ・ただし、ネイティブチェックで翻訳ミスも散見された。（特にHP）

▼ 外国語ホームページの整備状況

市町村	英	中 (簡)	中 (繁)	韓国	フランス	イタリア	スペイン	ポルトガル	タイ	タガログ
富士吉田市	○	○	-	○	-	-	-	○	-	-
富士河口湖町	○	○	-	○	-	-	-	-	-	-
富士宮市	○	○	○	○	-	-	○	○	-	○
御殿場市	○	○	-	○	-	-	-	○	-	-
箱根町	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-

▼ 外国語パンフレットの整備状況

	英	中 (簡)	中 (繁)	韓国	フランス	イタリア	スペイン	ポルトガル	タイ	タガログ
富士吉田市	○	○	-	○	-	-	-	-	○	○
富士河口湖町	○	○	-	○	○	○	○	-	○	○
富士宮市	○	○	○	○	-	-	-	-	-	-
御殿場市	○	○	-	○	-	-	-	-	-	-
箱根町	○	○	○	○	-	-	-	-	○	○



8か国語



図 5-2 箱根町観光パンフレット

図 5-1 富士河口湖町総合案内

1) ホームページ

①富士登山ホームページ

サイト名: 富士登山オフィシャルサイト

URL: <http://www.fujisan-climb.jp/>

管理者: 「富士山における適正利用推進協議会」(事務局: 環境省箱根自然環境事務所、山梨県、静岡県)

対応言語: 英語

The screenshot shows the official Mt. Fuji climbing website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Basic Information', 'Safety and Risk', 'Regulations and Rules', and 'Useful Information'. A prominent red banner reads 'Climbing Mt. Fuji during the snow season is very dangerous!' with a warning icon. Below this, a list of safety notes states: 'Trails are closed from mid-September to early July', 'Toilets are not available during the closure of mountain huts', and 'The wind velocity near the summit can exceed 50m/sec!'. The main content area is titled 'Basic Information for Climbing Mt. Fuji in Summer' and includes several key points: 'Climbing Season' (open from early July to mid-September), 'Ascent' (allow ample time), 'Clothing & Equipment' (rainwear, cold protection, head lamp), 'Weather' (snowfall even in summer), 'Regulations and Conduct' (respect nature and history), 'Mountain Sickness' (drink water regularly), 'Rescue Request' (call 110 or 119), and 'Mountain Trails' (be careful at junctions). A 'Trail Identification' map shows four routes: Yoshida Trail (orange), Subashiri Trail (red), Gotemba Trail (green), and Fujinomiya Trail (blue). To the right, a 'What's new' section lists recent updates, including the 2015 Climbing Season and safety guidelines. Below that, a 'Live Camera' section shows two views of Mt. Fuji. At the bottom, there are sections for 'Access', 'Mountain huts and toilets', and 'Information centers', along with a note about passenger car traffic control in 2014.

表 5-1 掲載内容

項目	内容
交通手段	最寄駅から登山道までの交通手段
宿泊	・山小屋についての概要
マナールール	・登山ルール (トイレ、禁止行為、装備、ガイドライン文書、届け出、等)
緊急時	・119番、110番説明 ・高山病対応説明 ・登山道案内 ・急激な気候の変化時の対応説明

②富士河口湖町ホームページ

サイト名:富士河口湖 総合観光情報サイト

U R L:<http://www.fujisan.ne.jp>

管 理 者:富士河口湖町観光課

対応言語:英語、韓国語、中国語(簡体字)

Guide of Fujikawaguchiko Lodging Eat Experience View Shopping

Feature
Fujikawaguchiko in March

In March, it becomes warmer around Fujikawaguchiko Town.
 As March is a season of school graduation and spring holiday, many students visit the town to enjoy the holiday and make some good memories.

Information more

- 2015.03.06 Information about Tourism Facilities During Winter
- 2015.03.17 [Fujikawaguchiko Winter Festival] Ustream Live Information
- 2015.03.05 42nd Mt. Fuji Photography Contest
- 2014.10.15 Free Entrance to the Kawaguchiko Art Museum the 14th of Every Month
- 2014.06.12 8 language information pages for foreign Independent tourists are available

Event information more

- Fujikawaguchiko Cherry Blossom Festival (April 11th~19th, 2015)
- Kawaguchi Asama Shrine Annual Festival on April 25th
- Fuji Omuro Sengen Shrine Annual Spring Festival on April 25th
- Kawaguchiko "Fujizakura" Cherry blossom & Azalea Festival (April 26th ~ May 4th, 2015)
- Katsuyama Horseback Archery Festival (April 29)

表 5-2 掲載内容

項目	内容
観光案内	<ul style="list-style-type: none"> ・ 四季のイベント情報 ・ ジャンル別スポット検索 ・ エリア別スポット検索 ・ 最新観光情報（お知らせ、イベント）
交通手段	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都内から箱根までの交通手段
食事	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食事ジャンル説明と店舗説明
お土産	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店舗一覧と詳細記載
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> ・ 温泉付他宿泊施設の案内
緊急時	<ul style="list-style-type: none"> ・ 近隣の緊急病院紹介

③富士吉田市ホームページ

サイト名:富士吉田観光

U R L:<http://www.fujiyoshida.net/forms/top/top.aspx>

管理者:(一財)ふじよしだ観光振興サービス

対応言語:英語、韓国語、中国語(簡体字)



表 5-3 掲載内容

項目	内容
観光案内	<ul style="list-style-type: none"> ・ジャンル別(見る、遊ぶ、泊まる、食べる)一覧 ・年間のイベント ・リフレふじよしだエリア情報 ・おススメの見どころ紹介 ・最新のトピックス
交通手段	<ul style="list-style-type: none"> ・Google マップでの交通手段
食事	<ul style="list-style-type: none"> ・食事ジャンル別に店舗説明と案内
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊タイプ別検索より施設案内

④箱根町観光協会ホームページ

サイト名:箱根全山(箱根町観光情報ポータルサイト)

URL:<http://www.hakone.or.jp>

管理者:(一財)箱根町観光協会

対応言語:英語

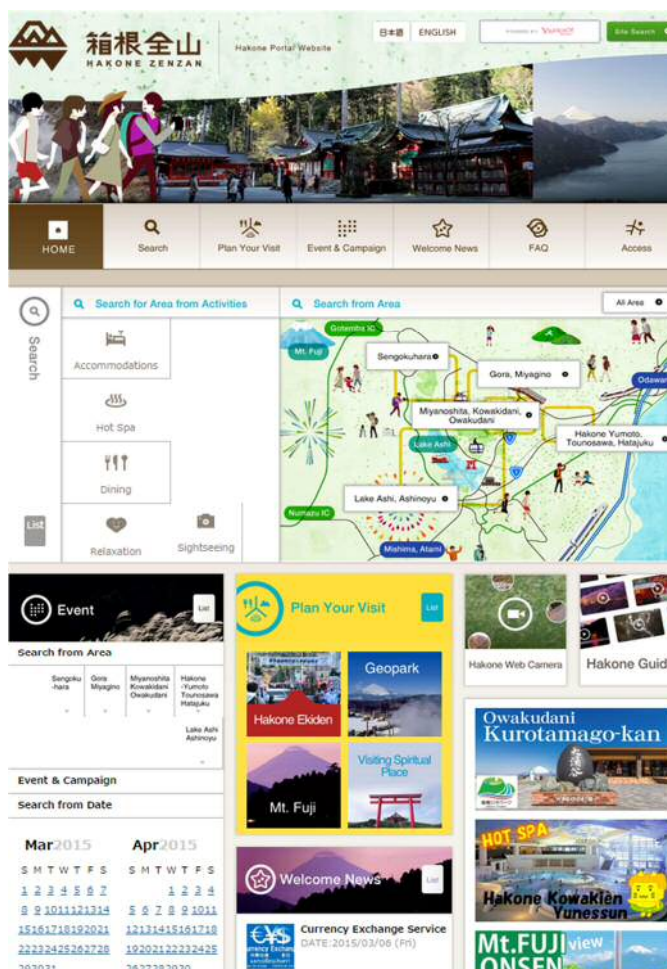


表 5-4 掲載内容

項目	内容
観光案内	<ul style="list-style-type: none"> ・【仙石原】、【強羅、宮城野】、【宮ノ下、小涌谷、大平台】、【箱根湯本、塔ノ沢、畑宿】、【芦ノ湖、芦之湯】エリアからジャンル別スポット紹介 ・箱根の見どころ紹介 (箱根駅伝、ジオパーク、富士山、パワースポット) ・イベント情報 ・お得な耳よりニュース ・カテゴリ「FAQ」、箱根での一般的な観光情報(両替、電話、クレジットカード、季節)
交通手段	都内から箱根までの交通手段
宿泊	ジャンル、エリアからスポット一覧 カテゴリ「FAQ」に箱根での一般的な観光情報
食事	ジャンル・エリアからスポット一覧。また食事別、便利検索で詳細検索可能
お土産	店舗一覧と詳細記載、地図、食事別からもピックアップ可能

2) パンフレット

①富士吉田市パンフレット

資料名:富士五湖情報ガイド

自治体名:富士吉田市

対応言語:英語、中国語(繁体字)、韓国語



表 5-5 掲載内容

項目	内容
観光案内	<ul style="list-style-type: none"> ・西湖いやしの里根湯 ・花の都公園 ・河口湖ハーブ館 ・富士急ハイランド ・さまざまな富士山の顔、ベストスポット ・富岳風穴 ・大石公園 ・久保田一竹美術館 ・観光バス案内 ・忍野八海 ・河口湖オルゴールの森 ・水陸両用 KABA バス ・モデルコース ・桜スポット
交通手段	<ul style="list-style-type: none"> ・新宿からの交通手段 ・五湖周辺の交通手段
食事	<ul style="list-style-type: none"> ・吉田うどん ・ほうとう
緊急時	<ul style="list-style-type: none"> ・110 番、119 番、日本赤十字(山梨)電話番号

②富士山パンフレット

資料名:富士山世界文化遺産総合案内

自治体名:富士河口湖町

対応言語:英語、中国語(簡体字)、韓国語、フランス語



表 5-6 掲載内容

項目	内容
観光案内	<p>【富士山エリア案内説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・富士山域 ・富士御室浅間神社 ・吉田口登山道 ・忍野八海 ・村山浅間神社 ・富士浅間神社(須走浅間神社) ・白糸の滝 ・山頂の信仰遺跡 ・船津胎内樹木型 ・北口本宮富士浅間神社 ・須走口登山道 ・須山浅間神社 ・三保の松原 ・河口浅間神社 ・吉田胎内樹木型 ・御師住宅 ・富士山本宮浅間大社 ・人穴富士講遺跡 <p>【広告】神社結婚式案内</p>
交通手段	<ul style="list-style-type: none"> ・東京、大阪、新宿からの交通手段 ・富士山付近からの交通手段
食事	<ul style="list-style-type: none"> ・【広告】食事処掲載
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> ・【広告】宿泊施設掲載

③富士宮市パンフレット

資料名:富士宮市観光ガイドブック

自治体名:富士宮市

対応言語:英語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、韓国語

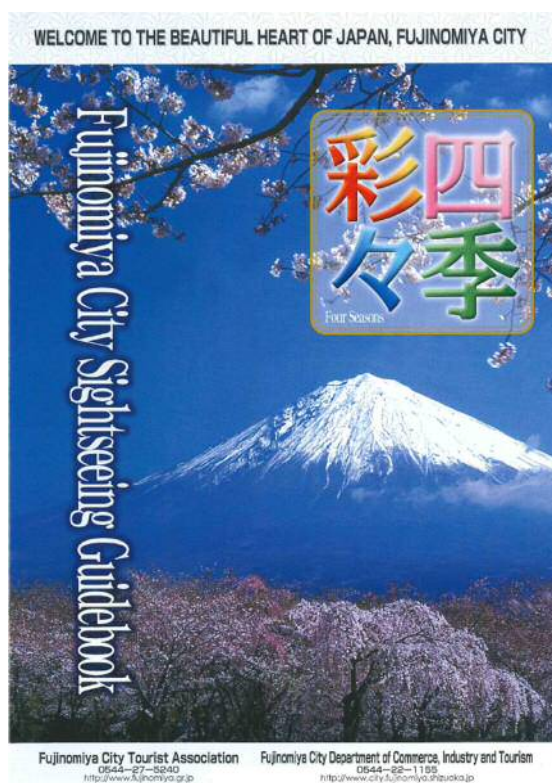


表 5-7 掲載内容

項目	内容
観光案内	<ul style="list-style-type: none"> ・富士宮市の観光案内 ・表富士、各神社の説明 ・浅間大社祭・山宮浅間神社) ・浅間大社マップ・曾我関連地図とモデルコース ・狩宿の下馬桜 (地元ゆかり) ・陣場の滝・眺めのベストポイント ・朝霧高原・山本高原(歴史的エリア) ・富士五山(五寺)・芝川 ・富士山ルート図表示説明(富士宮口) ・モデルコース(富士山森林ハイキングコース)
交通手段	<ul style="list-style-type: none"> ・都内、大阪、長野、山梨、静岡(空港)からの交通手段
食事	<ul style="list-style-type: none"> ・浅間大社のグルメ説明(マップ・モデルコース付) ・地元の食(やきそば、にじます、牛乳、豚、酒関連協会紹介) ・レストラン、物産の連絡先(食事アイコン付)
お土産	<ul style="list-style-type: none"> ・お土産の物産的特徴説明、地図での案内
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊、温泉、キャンプ、レジャー施設連絡先(観光地、駅周辺別)
マナールール	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山スカイライン登山セクションについての注意(Pristine Mountain Slopes and Old Growth Forests)

④箱根町パンフレット

資料名:箱根

自治体名:山梨県、静岡県

対応言語:英語、タイ語

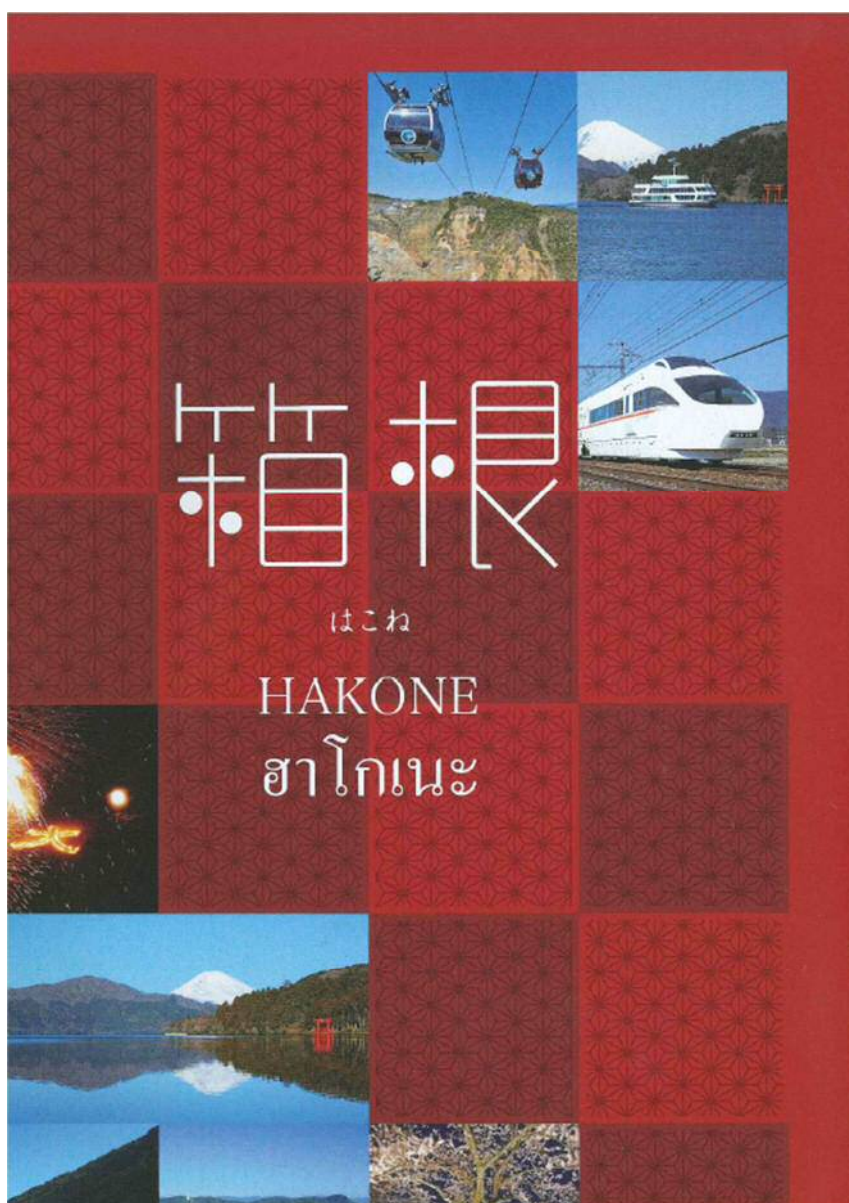


表 5-8 掲載内容

項目	内容
観光案内	<ul style="list-style-type: none"> ・乗り物紹介 ・湯本・塔ノ沢 ・芦ノ湖 ・四季のイベント情報 ・宮ノ下・小涌谷・二ノ平 ・畑宿・箱根旧街道 ・富士山エリア紹介 ・仙石原
交通手段	羽田、成田空港からのアクセス 都内、神奈川県内主要駅からのアクセス
食事	料理の写真
お土産	寄木細工、伝統工芸など写真
宿泊	宿の写真
マナールール	温泉の入浴マナー
緊急時	箱根町総合観光案内所の電話番号

⑤御殿場パンフレット

資料名:御殿場

自治体名:御殿場市

対応言語:英語、中国語(繁体字)、韓国語



表 5-9 掲載内容

項目	内容
観光案内	<p>【御殿場周辺基本案内】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・御殿場口登山道 ・富士山双子山 ・御殿場アウトレット ・東山旧岸邸 ・新橋浅間神社 ・剣ヶ峯 ・幕岩 ・御殿場高原ビール ・乙女駐車場 ・平和公園 ・砂走り ・富士山樹空の森 ・秩父宮記念公園 ・駒門風穴 <p>【温泉】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・御殿場市温泉会館 ・御殿場高原時之栖 ・御胎内温泉
交通手段	<ul style="list-style-type: none"> ・羽田、成田、静岡、セントレア、関空からの交通手段 ・御殿場周辺の交通手段(広域、近域)
食事	<ul style="list-style-type: none"> ・御殿場アウトレット(レストラン) ・御殿場高原ビール(地ビール、特色のある食事)
お土産	<ul style="list-style-type: none"> ・お土産の物産的特徴説明

5-2 ヒアリング調査

地方公共団体等5団体に電話等でヒアリングを行い、当該地域において地方公共団体や観光協会等が、外国人観光客受け入れのための取組や、そのために収集している情報等を把握した。

(1) 調査概要

対象：富士吉田市、富士河口湖町、富士宮市、御殿場市、箱根町
(対象地域へのゲートウェイ的な位置にある自治体を選択)

手法：電話及び訪問

項目：外国人が求めている情報は何か

外国人に確実に伝えなければならない情報は何か

国立公園内における情報提供において国と連携すべき点は何か

(2) ヒアリング結果

各市町のヒアリング結果は、以下に示す通りである。

①富士吉田市

項目	内容
外国人旅行者の動向	集計していない
外国人にPRしたい観光資源	・富士山の麓から登山を推奨 ・登山シーズン以外の登頂に関する注意喚起 ・シーズン中の軽装登山の自粛呼びかけ ・登山時の天候不順による低体温症への注意呼びかけ
外国人へのPR方法	・英語版富士登山ガイドマップの作成 ・看板の設置 ・看板、パンフレット等の外国語表記の名称の統一化
PRなど取り組みの効果	・パンフレット等の需要は多い
今後の取り組み	・ホテル等の宿泊施設が少ないため、麓からの登山客に長く滞在してもらうために山小屋での宿泊を検討 ・安全対策の一環として、外国人を安全に誘導するための緊急避難マニュアルの作成
外国人旅行者に積極的な事業者	富士吉田観光振興サービス

②富士河口湖町

項目	内容
外国人旅行者の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・2014年、宿泊者25万人/年（過去最高） ・中国、タイ、台湾の順に多い ・富士河口湖観光案内所の外国人来訪者数7.7万人/年（過去3年の伸びが顕著） ・鉄道利用の割合が大きく増加（FITの増加を示す）
外国人にPRしたい観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ・景観 ・食 ・アウトドア・アクティビティ
外国人へのPR方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ8か国語 ・多言語パンフレットを各国のJNTOに送る ・各国の観光展や即売会でパンフレット配布（県に依頼する） ・キャラバン（エージェンツ9割、メディア1割）※2月にハノイ訪問
PRなど取り組みの効果	来訪者の増加
今後の取り組み	<p>環境省との連携（お願い）</p> <p>①国立公園として要所には利用拠点を整備し「守る」「楽しむ」の両面から対応してほしい</p> <p>②トレッキングルート等の管理は、自治体だけでは無理。東海自然歩道など代表的なものは国で管理し、枝線は自治体が管理するなどの役割分担が必要。</p>
外国人旅行者に積極的な事業者	ロイヤルホテル

③富士宮市

項目	内容
外国人旅行者の動向	集計していない
外国人にPRしたい観光資源	・富士山の登山
外国人へのPR方法	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾向けの静岡空港ツアー開催 ・富士市と協議会をつくり、主に台湾向けにPR活動 ・海外メディアを呼び、富士山周辺を旅行してもらい、情報発信をしてもらっている
今後の取り組み	<p>環境省との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・富士宮口のトイレが古いため新設してほしい <p>今後の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Wi-Fi設備の設置 ・ホテルでの外国人受入に対する意識改善 ・看板の多言語化
外国人旅行者に積極的な事業者	特になし

④御殿場市

項目	内容
外国人旅行者の動向	集計していない
外国人へのPR方法	・台湾旅行博に参加 ・周辺市町村との共同の取組(東部地域コンベンションビューロー等)
PRなど取り組みの効果	特になし
今後の取り組み	・施設の多言語化 ・Wi-Fi 設備の設置 ・パンフレットの多言語化
外国人旅行者に積極的な事業者	御殿場アウトレットモール

⑤箱根町

項目	内容
外国人旅行者の動向	・平成 25 年 1 月～平成 25 年 12 月 宿泊者数 16.8 万人 全体では、推計値 48 万人 ・昨年は、中国、台湾、観光、アメリカ、香港の順に多く この 5 か国で毎年入れ替わる。 ・中流、富裕層の個人客が増えてきた。 ・季節では 2～3 月は中国、3～4 月はタイ、夏は欧米系の外国人観光客が多い。
外国人にPRしたい観光資源	・富士山が見える場所 ・温泉 ・芸者
外国人へのPR方法	・ホームページが中心。 ・取材の協力を力を入れている。 ・多言語もいいが、見やすさも大事であり 基本は、日本語と英語
PRなど取り組みの効果	・ハイキングコースへの外国人客の増加 ・箱根コンベンションビューローにおける民間企業との観光客への取り組み
今後の取り組み	・4～5月 箱根湯本駅前に 外貨両替機を設置予定。 ・Wi-Fi スポットを自動で入手できるアプリの開発
外国人旅行者に積極的な事業者	一の湯(旅館)

6. 外国人旅行者に対する魅力向上等のための方策の提案

(1) 外国人旅行者受け入れの現状及び課題の整理

本業務で整理した外国人旅行者の動向、ニーズ、ならびに現地の施設や各事業者から収集した情報を踏まえ、「外国人旅行者側の視点」と「受入側の視点」で富士箱根地域における受入れ環境の現状と課題を整理した。

1) 対象地域の外国人旅行者の動向のまとめ

毎年、外国人の宿泊客数を調査している富士河口湖町では、平成 26 年の外国人宿泊者数が約 25 万人と過去最高を記録するなど、富士河口湖町や同じく同調査を実施している箱根町の外国人宿泊者数の推移から、当該地域への外国人旅行者が急増していることがうかがえる。国別、地域別には、中国、台湾に加え、近年はタイ、シンガポール、インドネシアといった東南アジアからの来訪者が増加している。

また、個人旅行者の利用が多い富士河口湖観光総合案内所の外国人来訪者数の急増状況や、交通事業者や宿泊施設のヒアリング結果、外国人旅行者アンケート結果から、個人旅行者が急増していることもわかった。その結果、鉄道で対象地域までアクセスしている人が増加しており、観光エリアが広い対象地域では、鉄道駅からの二次交通の利便性が重要になることが考えられる。

2) 外国人旅行者のニーズのまとめ

外国人旅行者アンケートから、来訪者の国籍に関わらず、概ね外国人旅行者の旅行目的は登山、自然散策が多く、次いで景色、温泉となっており、概ね満足している。

外国人旅行者が当該地域に来る前の情報収集方法としては「旅行会社に聞く」の他に、中国、台湾、香港の旅行者はガイドブックから、欧米系の旅行者は web サイトから情報を得る割合が高いといった傾向がある。その中で、富士山地域や箱根地域が国立公園であることを知らない人のほうが多い状況にあり、外国人旅行者がよく見るガイドブックや web サイトへの適切な情報提供が大事であることがわかった。

また、対象地域においては、来訪者の国・地域に関わらず「外国語の情報が少ない、案内板がわかりにくい」といった現地の外国語対応の不十分さや「Wi-Fi 未整備への不満」が指摘されており、増加傾向にある外国人個人旅行者への円滑な案内の整備が必要となっている。

3) 受入れ側の現状のまとめ

対象地域では、博物展示施設（ビジターセンター等）や船乗場、鉄道やロープウェイ駅など来訪者が多い施設では、ピクトサインや英語を中心として多言語対応がなされている。ただし、避難誘導表示の位置や船やロープウェイの乗り方案内については多言語対応の改善が必要なところも見られた。

自然探勝歩道や東海自然歩道など園地・歩道においては、誘導板や解説看板が外国語対応になっていないところが多々あり、外国人旅行者には伝わらない状況にあることがわかった。また、観光案内所やビジターセンター、公共交通機関、宿泊施設等では、中国語やタイ語などの英語以外の言葉に対応できるスタッフが整っておらず対応に苦慮していることもわかった。

外国人旅行者に情報提供している「Lonely Planet」「Lonely Planet Hiking in Japan」「City100 TOKYO（韓国語）」といったガイドブックや、webサイトの「Japan Guide」では、対象地域の観光情報が比較的詳しく紹介されているが、中国語のガイドブックの「日本旅行 Let's go」「日本完全自游宝典」や、webサイトの「TripAdvisor」では、その情報量が少ないことがわかった。なお、これらのガイドブックやwebサイトで、ゴミの持ち帰りや禁酒などのルールやマナーについて紹介しているのは「City100 TOKYO（韓国語）」と「Japan Guide」のみであり、外国人旅行者にマナーやルールが十分伝えられていないこともわかった。

また、宿泊施設や交通事業者からのヒアリングからは、外国人旅行者の対応で困っている経験（良くあるトラブル）として、言葉、マナーや価値観、文化の違いに起因するものが多いことが判明した。さらに、富士山には年中登れるものと思っている人、登山時に溶岩や植物を持ち帰っていいと持っている人への対処など周知が課題になっていることも判明した。

なお、これらの外国人旅行者への対応は、個々の事業者で行われており、同じ経験を共有して効率的に対応することが求められる。

4) 外国人旅行者の受入れ環境の現状や課題のまとめ

上記を踏まえ、今後の課題として、①「案内板がわかりにくい」、②「案内板等の維持管理ができてない」、③「国立公園の情報が少ない」、④「国立公園の外国人利用実態の把握が不足」、⑤「言葉が通じない」、⑥「英語の情報が少ない」、⑦「ルールマナーの情報提供ができていない」、⑧「Wi-Fiが整備されていない」、⑨「情報の連携や共有が足りない」の9点を抽出した（図6-1）。さらに、抽出した課題を「国立公園としての課題」と「地域としての課題」にわけて整理した（図6-2）。

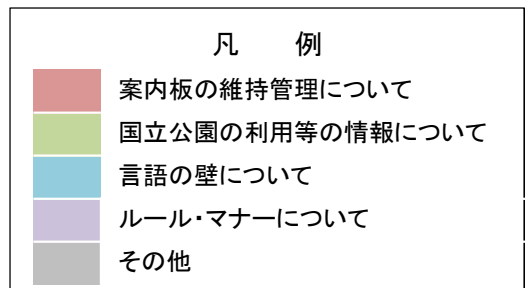
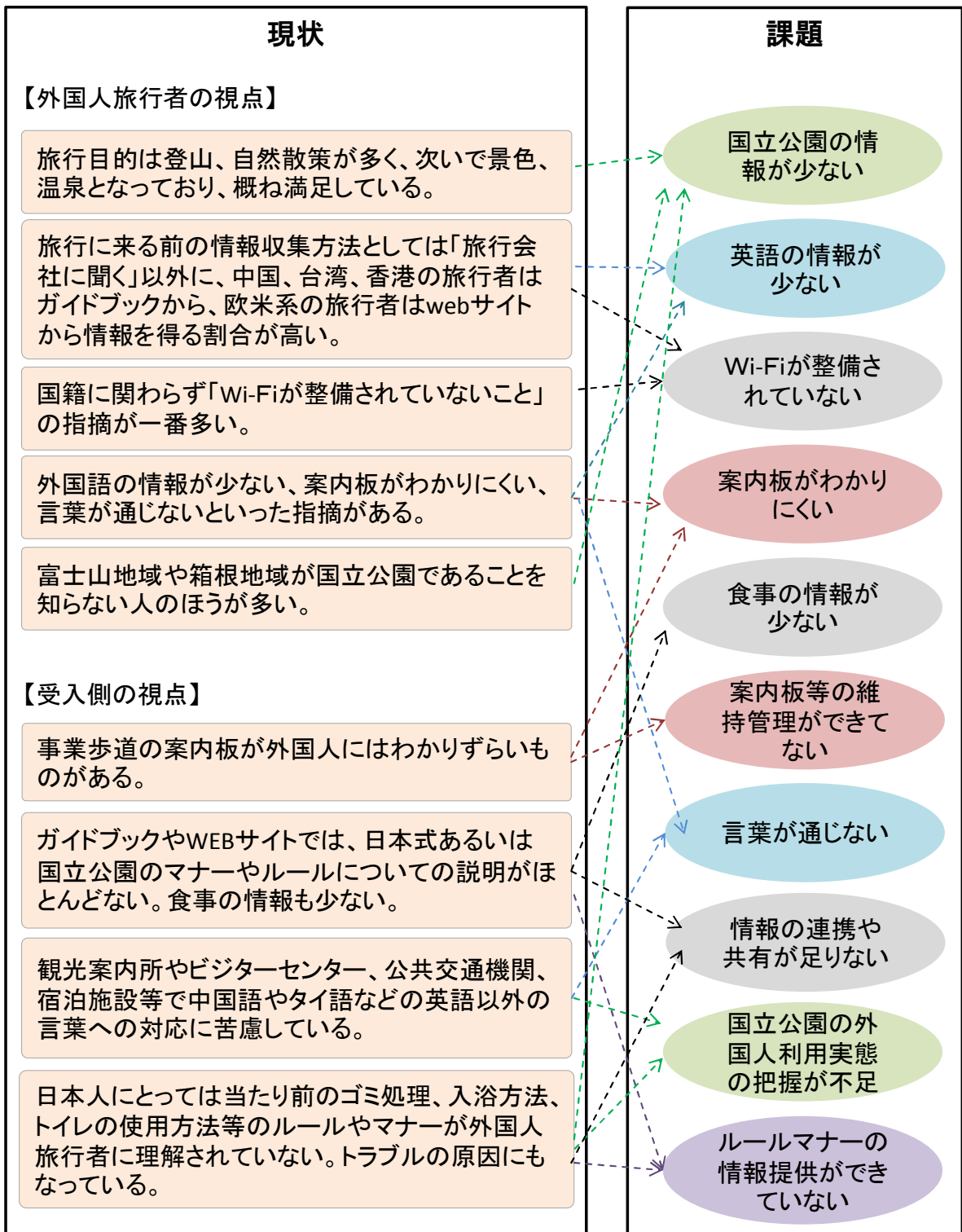


図 6-1 現状と課題の整理

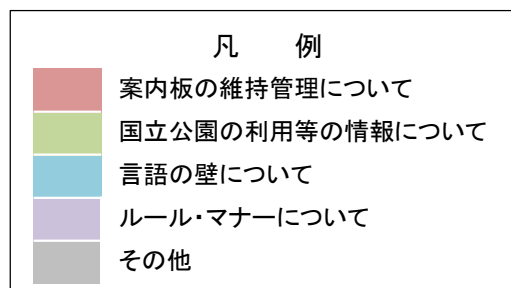
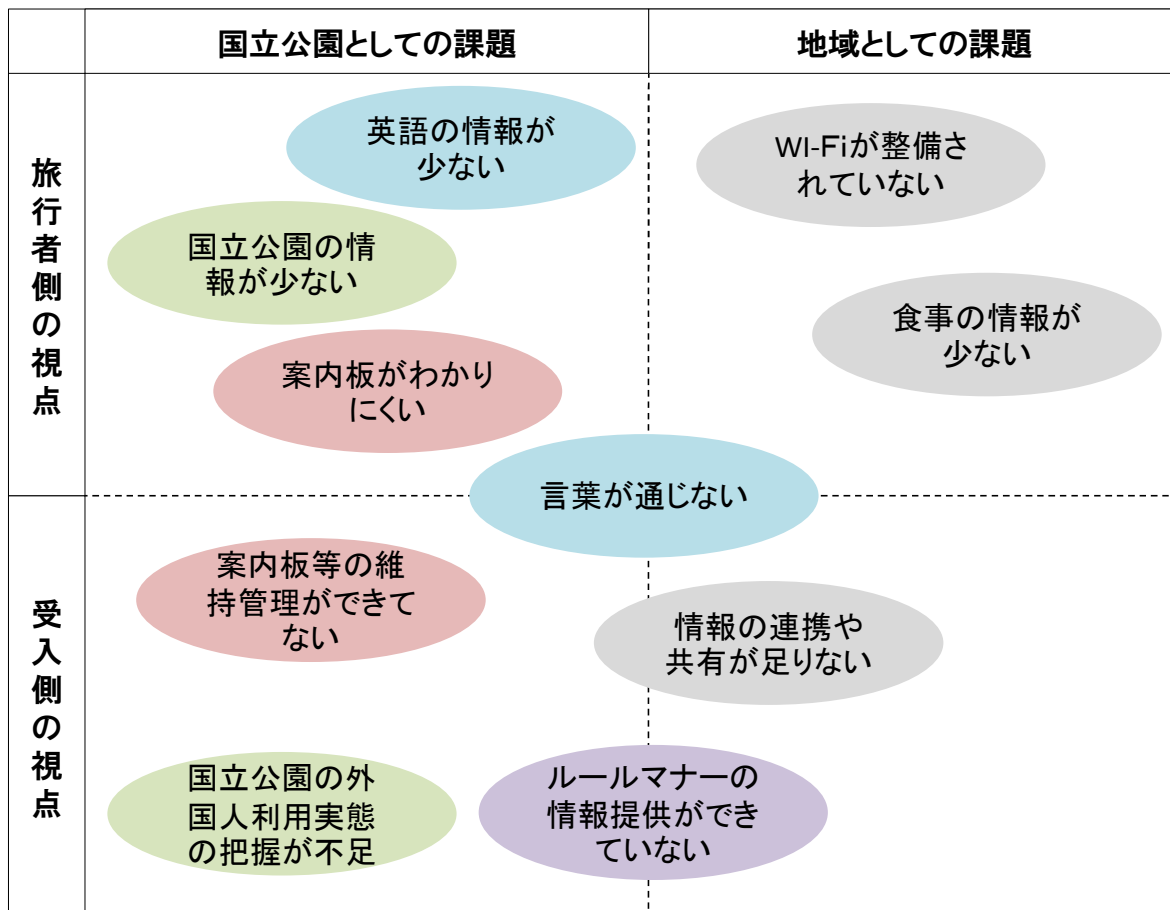


図 6-2 国立公園と地域別の課題

(2) 有識者からの助言

富士箱根地域における外国人旅行者に対する観光や自然公園利用について、有識者から助言を得るために「富士箱根伊豆国立公園箱根地域及び富士山地域における外国人旅行者に対する魅力向上等のための方策についての座談会」を開催した。



開催日時：平成 27 年 3 月 18 日（水）13:30~15:00

開催場所：東京品川インターシティーホール会議室 6

出席者：

氏名	所属・役職
Luke Cummings	Fuji Mountain Guides Head Guide
孔 怡	株式会社天怡 代表取締役
鈴木 庸介	立教大学経済学部講師
寺崎 竜雄	公益財団法人 日本交通公社理事・観光文化研究部長
斎藤 純	近畿日本ツーリスト株式会社 地域誘客事業部 課長
秋月 亮介	環境省箱根自然環境事務所 環境技官
房村 拓矢	環境省富士五湖自然保護官事務所 自然保護官
(進行役)	
宇野 昭弘	株式会社ケー・シー・エス 東京支社 支社長
(事務局)	
柏崎 照夫	株式会社ケー・シー・エス 東京支社 技術副主任
柴田 峰之	株式会社ケー・シー・エス 東京支社 営業部長

<座談会における主要な意見>

- ・受入れ施設および対応が充実した国立公園地域をつくるのが先決。
(寺崎氏)
- ・案内などの外国語表記は、快適とは行かないまでも悩んだり迷うことなく旅行目的が果たせるだけの整備は必要。(寺崎氏)
- ・国立公園という大事な景観を決して壊すような看板の羅列はよくない。
(斎藤氏)
- ・ルールやマナーの説明には、「なぜ、そうしなければならないか」という理由も含めて説明することが大事。(Luke 氏)
- ・自動翻訳の場合、誤った表現になる場合があり、誤解、マイナスイメージになるためチェックが重要。(孔怡氏)
- ・パンフレット等を作るだけでなく、情報をどうやって的確に利用者に届けるか工夫が必要。(孔怡氏)
- ・個人旅行者はインターネットからの情報収集が中心であることから、インターネット対策が最も費用対効果が高い。富士山に関する外国人のブログのまとめサイトを作成してはどうか。(鈴木氏)
- ・外国人旅行者の動向調査は、持続的な調査項目、調査手法の検討が必要。
(寺崎氏)

Luke Cummings 氏の意見

- 登山客から、どうしてゴミ箱がないか、よく聞かれる。
- 注意事項や案内等においては、それをちゃんとロジックで説明してほしい。なぜ、そうしなければならないか、外国人特に欧米系では求められる。
- 外国人は、日本の山小屋のエチケットを知らないなので、教えてあげる必要がある。
- 外国人は、日本に来る前に、日本の文化についてよくリサーチをする。しかし、日本の富士山の山小屋は、アルプスの山小屋と全然エチケットが違うところがわかっていない。そういう情報が載ってない。
- Fuji Mountain Guides では、訪れる登山者に、注意事項を詳しく説明したメモを渡しているが、アメリカ人に対してはこういう対応したりマレーシアの人にはこういう対応したりとがあり、アメリカ人向けに詳しくしている。マレーシア人は、時間にルーズな点があるので、他に比べ何度も何度も情報を伝える努力が要る。
- Tシャツで山頂に登ろうとする人がいるが、他の人のブログを見て真似しているだけ。富士山の登山にどういう整備をしたらいいかという問い合わせに対しては、ちゃんと全部を最初から説明し、実際にTシャツ短パンスニーカーで登れる日はあるが、そのどういう天気になるか全くわからないので、こういう準備をしなければならない。ただし、もしかしたらそれを全部使わないかもしれないということも付け加える必要がある。

※内容については、発言者の確認を得た上で報告書に掲載している

Luke Cummings 氏作成の解説文（英文和訳）

山小屋のエチケット

- あなたが富士登山を開始する前に下記の情報について目を通して下さい。なぜでしょうか？なぜならば日本文化はあなたの国で慣れている事柄よりも非常に違うからです。富士山の山小屋はユニークな文化体験になりますが、外国人は気を付けていないと、知らずに山小屋の暗黙のエチケットを踏みつけているかもしれないのです。
- 必ず相応の時間に5合目を出発して下さい。出発（5合目を13:00、遅くとも15:00）の前に昼食を食べることをお勧めします。8合目の山小屋へ辿り着くには5~6時間程掛かります。ほとんどの山小屋は、21:00を過ぎると夕飯は提供しませんし、それ以降の時間に到着するのはスタッフにとっても、就寝中の他の登山者にとって迷惑になります。一般的な時間（17:00-20:00）までにベストを尽くし到着して、他の人たちを踏むことのないように、寝袋へ入ってください。
- どこに靴を脱ぐのか、場所に注意をしてください。部屋から部屋へのドアを通る前に、周りを良く見渡してください。靴箱があるのか？スリッパなのか？上がりの入り口なのか？それらの指標は靴を脱いでくださいとの意味になります。もし分からなければ、いつも尋ねるのが最適です。“土足禁止”ゾーンを靴で歩くのは無礼とした文化になっています。
- 大声は控えてください。山小屋では「ついに富士山に登る」というとても興奮した気持ちになりますが、あなたは公共の場にありますし、公共の場では人に敬意を表して静かにする傾向が日本人にはあります。大声を出したりすることは、山小屋のスタッフに恥ずかしい思いをさせる事になるでしょう。
- 食事後は、他人も座れるように居間から移動するように言われます。あなたは高い料金を支払い山小屋にいますが、現実には全員にとって十分な部屋は用意されていません。山小屋のスタッフは他の人が来るとあなたを寝室エリアに追いやります。それは個人的な思いではないので、流れに任せましょう。
- 予約をしていて、現地に行かないのは山小屋にとって非常に失礼ですし、日本文化では無礼です。もしあなたが予約をしていて、現地に行けないことを知っていたら、最低でも予約日の3日前までに私たちへメールを送っていただければ、キャンセルをさせていただきます。もし3日前までにメールが出来ない場合は、山小屋へ電話をし、ご自身でキャンセルを行ってください。山小屋が外国人からの予約にしぶしぶ対応しているのは、彼らはあなたがキャンセルの電話をかけている事を理解しているからなのです。山小屋の電話番号はこちらにあります。キャンセル時には、あなたの名前、電話番号、居住地が必要です。

孔 怡 氏の意見

- FIT が益々増える中、全員が全員でここが国立公園っていうことを知らないかもしれないため、いろんな習慣とか、マナー面では、もっといろんな情報を発信する必要がある。
- もともときれいな景色のところなので表示がたくさん増えることによって、景観がそこで壊されたらもったいない。全ての言語を全部羅列すべきとは思わない。例えば、「大涌谷」には中国語をつけなくても、もともとこれ漢字なので、簡体語も繁体語もいらぬ。逆に誤解しやすい日本語は漢字でも訳さなければならない。
- 単語ではなく、注意文章などを一つの看板内で多くの言語に訳すと、どこを見ればいいのか探すのが大変になる。看板はパッとみてわかるようにすべきという趣旨が崩れるので工夫が必要。
- 翻訳機による翻訳が多くみられるが。ものすごくおかしい状態になっており、言葉によっては逆に誤解を与えたり、あるいは悪い影響、マイナスイメージを与えたりしている。チェック機能がない点を改める必要がある。
- パンフレットがあっても、ビジターセンター等、置いている場所に旅行者が寄らなければ意味がなくなる。そこにどういう風に誘導してくるかの工夫が必要。そのため、スマートフォンの活用が大事。情報をどういうふう到的確に利用者に届けるかが課題。
- 翻訳においては、日本人向けに書いているものを、そのまま訳してしまうと伝わらない場合があるため注意が必要。国によって言語によって見てる人たちが全く違い、それぞれの受け止め方があるので、みなさんに興味持ってもらうためには、単なる翻訳ではなく、文化のこともわかった上で詳しい的的な情報を伝えるということが大事。

※内容については、発言者の確認を得た上で報告書に掲載している

鈴木 庸介 氏の意見

- ・国立公園という建前上、仕方ないと思うが、ゴミ箱が一つもないというのがクレームというか、「どうすればいいのか？」という意見が外国人からあった。
- ・ジャパンガイドやその辺のブログについて、現在は、例えば富士山に関しての外国人が書いてあるブログとかそういうもののまとめサイトがないようなので作ってはいかがかと思う。
- ・情報をweb上に置いて、みんなに情報を取ってもらうことになるため、富士山全体としてというよりはその富士山の中にある個々の団体がSEO対策をしっかりして、全体の底上げを図って最終的にその情報が表にどんどん出ていくというやり方しかないと思う。ただし、個々の事業者の場合、SEO対策のしかたを知らない場合が多い。専門業者に頼むと最低でも月15,000円くらいから50,000円くらいかかる。よって中々小規模な事業者では情報発信するのが厳しいのではないか。勉強会を開催しノウハウを身に着けることも必要ではないか。

※内容については、発言者の確認を得た上で報告書に掲載している

寺崎 竜雄 氏の意見

- ・私の推計によると、宿泊客についてはすでに5分の1弱が外国人であり、観光地では言葉が苦手と言っていない状況。
- ・中国も7割ぐらいがすでにFITであり、個人客に合わせた観光地整備をきちんとやっていくべき。右も左もわかんない外国人がひとりでぶらっと富士箱根地域を訪れたとしても、快適とは行かないまでも悩んだり迷うことなく何とか自分の旅行目的が果たせるだけの整備をある程度の水準の目標としてやっていくべき。
- ・外国語表記については、まずはサイン類にかかる徹底対応が必要だが、そのほかの日常的行動に伴う案内物についても、一般利用者の行動様式をシミュレーションしながら、対応が十分か否かを検証していくことが重要。
- ・管理区域内において、国が設置したもの以外のサイン類についても、不具合があれば修正するよう働きかけることが重要。
- ・富士箱根地域は広域的な動きになるため、FIT等は二次交通が重要になる。乗り方、ルートなどきちんとわかるようにしておく必要がある。
- ・富士山の登山は特殊だが、山頂部の明け方の時の状態がどうなっているどれくらい寒い等の一番重要な情報がインターネットでもわからない。富士山の中で実際に役に立つ情報は少ない。
- ・個人客の誘客を想定した対応が重要。広く情報を誰でもアクセスできるようなところに流すべき。
- ・手法としては費用対効果を考慮し、媒体はインターネットに集中しても良い。
 - ・ロコミが重要であり、その点からSNSによる情報発信が効果的。
 - ・そのためにも、来訪者に対して十分な満足感を与えるための整備が重要。
- ・広報だとかセールスプロモーションに力入れるよりも本来きちんとしたサービスが提供できるような国立公園地域をきちんとつくるのが、遠回りにはなるけど結果的には来訪者にいい情報が伝わる。不十分な施設、サービスをそのままに、プロモーションに力をいれすぎることは、逆効果。
- ・地元市町村や、観光庁などの他機関が実施している外国人調査の把握。
 - ・その上で、富士山登山の状況など環境省の独自課題に対応した調査の実施。
- ・外国人旅行者の状況把握の調査については、一時期のものにとどめない。資源のモニタリングと同様に、利用者についても継続してモニタリングしていく。そのためにも、持続可能な調査項目、調査手法を検討すること。

※内容については、発言者の確認を得た上で報告書に掲載している

斎藤 純 氏の意見

- ・外国の方に「〇〇をしてはいけない」と言うのは簡単であるが、なぜそうなのかを説明することが大事。例えばお風呂でタオルを湯船に沈めてはいけない、浴槽の中で体を洗ってはいけないとか、その理由を説明するとわかってくれる。
- ・国立公園のため、要所に目立たない程度の英語の案内は必要と思う。
- ・自然景観を保護するのが大命題。国立公園という大事な景観を決して壊すような看板の羅列はよくない。多言語対応として英語は必須だと思うが、アジアからのお客さんが多いわが国では、中国語の繁体字や簡体字、ハングルの案内が必要か？タイ人の旅行者が増えているからといってタイ語で案内を出す必要はない。(看板で景観を壊すことになりかねないため)
- ・ハイキングコースの案内はきちんと整備すべき。案内が不十分の場合、場合によっては遭難事件に至る危険性が高い。(過去箱根地区で実際に遭難しかけた案件があった)公園内での過剰な露出は反対であるが、ピクトグラム等を活用し、必要最低限の安全を確保した道標の整備は必要。
- ・観光庁の訪日外国人消費動向調査によると、出発前に得た旅行情報源で役立ったものは何かという質問に対し、新聞雑誌、テレビ番組、インターネット、親の口コミ、親戚の 口コミ など様々あるが、その中でもインターネットと検索サイトが圧倒的に多い。富士箱根の大事な情報を、検索サイトにリンクさせることが有効ではないか。協力してくれる現地側の旅行会社のホームページや、観光庁経由で JNTO のサイトにリンクさせる等、情報発信はインターネットに力を入れるべき。
- ・それからスマートフォンの普及率が高いことから、その対応(アプリの整備と告知)が必要。
- ・韓国人に健康志向が流行っていた時期、登山が人気になり、日本の山、南アルプスの縦走とかよくやっていたが、入登山計画書を出さない。そういう周知から始めなければならない。
- ・溶岩持ち出してはいけないとか、ここにはこういう天然記念物の高山植物を持ち帰ってはいけない等の周知が必要。

※内容については、発言者の確認を得た上で報告書に掲載している

(3) 外国人旅行者の増加及び満足度向上のための方策の提案

1) 先進事例

同様に自然公園内に位置する草津温泉（群馬県草津町）では、温泉文化を守りつつ外国人旅行者にもマナーやルールを守って楽しんでもらうために、入浴時の作法をわかりやすくイラストと多言語で説明し、ホームページやパンフレット、チラシ等で周知を図っている。

また、埼玉県長瀨町では、外国人対応ができるスタッフが整っていない町内の飲食店などに「指さし会話集」を配布して、外国人対応をサポートしている。



図 6-3 長瀨町の観光案内所や飲食店に配布している指さし会話集の例



図 6-4 草津温泉がホームページで案内している入浴マナー解説

2) 外国人旅行者の増加及び満足度向上のための方策の提案

① 公園事業施設における外国語対応について

施設等では中国語やタイ語など英語以外の対応も求められるが、それぞれが通訳などを配置することは難しいと考えられるため、よく質問されることや説明が必要なことを指さし会話集などにまとめ、活用する方法が考えられる。特に登山に関しては、登山ができる時期、必要な装備、守るべきルールを伝えることが重要である。

整備にあたっては、受入側の抱える課題には共通な部分が多いため、関係者が共同で制作し活用することが効率的である。

	対応案
箱根ビジターセンター	<ul style="list-style-type: none">●ビジターセンターへの誘導を促進するために情報を検索サイト等にリンク（観光庁、JNTO、海外エージェント等のサイト）●外国人とのコミュニケーションを図るための人材育成●指さし会話集などの整備●外国人旅行者をおもてなしするサービスレベルの向上●Wi-Fi の整備
事業歩道等 その他の事業施設	<ul style="list-style-type: none">●誘導板や案内板の外国語表記（少なくとも英語表記は必要）●危険箇所や災害時の対応などルールの外国語表記●国立公園で行ってはいけないルールの外国語表記●船やロープウェイの乗り方の外国語説明

② 広報・情報提供のあり方について

外国人旅行者に、伝えるべき情報が的確に伝わっていないことによるトラブルや旅行者・受入側双方の不快感を解消するために、外国人旅行者が旅行を検討する段階から実際に当該地域を観光する様々な段階において行う情報収集のための情報源に対し、受入側として適切にわかりやすく情報を載せる（露出する）ことが必要である。次頁に情報入手の段階に応じた情報提供の具体的な方法を取りまとめた。

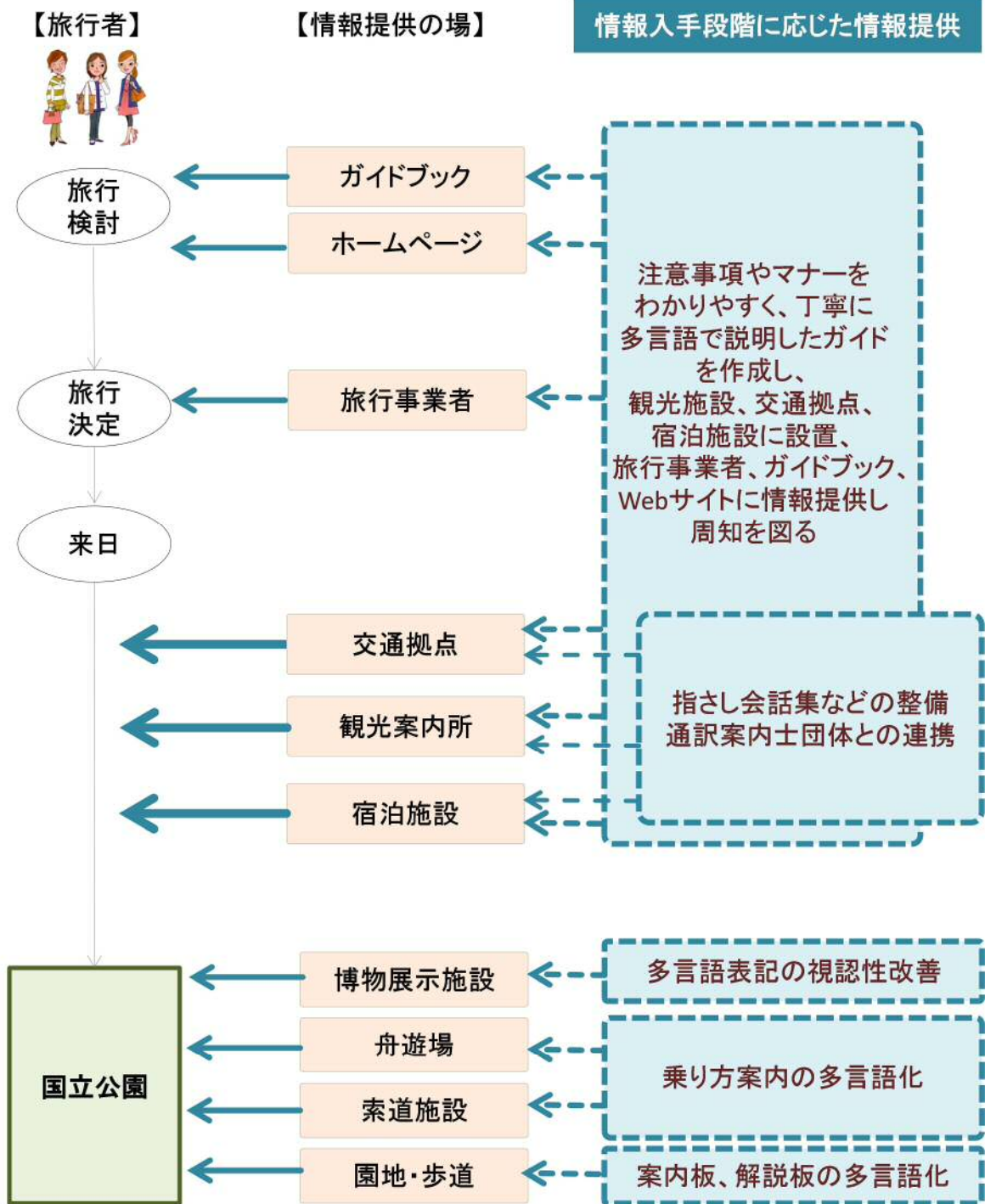


図 6-5 情報入手段階と情報源に応じた情報提供方法（案）

(4) 環境省と地方公共団体や地域の観光団体等の役割分担及び連携のあり方の提案

地方公共団体や地域の観光団体等は、主に観光振興の観点から、外国人旅行者の誘致や情報提供を実施している。一方で、環境省は、国立公園を訪れる外国人旅行者の利便性の向上のために他言語表記や英語での情報発信を実施している。国立公園の事業施設についてもその多くは地方公共団体が執行しており、それらの多言語表記については地方公共団体が独自に実施している。

これらの取組のうち、情報発信については、自然の魅力や自然情報、利用上のルールやマナーなど、内容が重複する部分も多いが、十分な調整や連携は図られていない。また、施設の他言語表記についても、国立公園内で十分な統一は図られていない。

このような状況を踏まえて、環境省と地方公共団体や地域の観光団体等との連携のため、以下のような取組を進めることが臨まれる。

- ・地域が連携して外国人旅行者の誘致や対応を進めるための関係者の情報共有の場の設定
- ・国立公園や宿泊施設内におけるルールやマナーについての統一的な指針の策定及びその発信
- ・国立公園事業施設における他言語表記の指針の作成と、指針に基づく整備に向けた環境省の支援
- ・外国人に向けて、自然の魅力を発信する国立公園のウェブサイトと、地域の観光資源を発信する観光協会等のウェブサイトとの相互リンク

(5) 今後の調査方法の提案

今回の調査により、富士箱根地域における外国人旅行者の動向の概要が把握された。

以下の事項は、今回の調査で把握できなかったことから、今後、調査を行うことが望ましい。

- ・富士山の世界文化遺産登録が、当該地域の外国人旅行者の数や質にどのような影響を与えているか。
- ・富士登山者の外国人の数、国籍、動向
- ・噴火などのリスク情報についての外国人の把握状況

業務名：平成26年度富士箱根伊豆国立公園
箱根地域及び富士山地域における
外国人旅行者動向把握調査業務

受託者：株式会社 ケー・シー・エス

担当者：宇野 昭弘

住 所：東京都文京区小石川 1-1-17
とみん日生春日町ビル

連絡先：03-6240-0597

リサイクル適性の表示：印刷用の紙にリサイクルできます。
この印刷物は、グリーン購入法に基づく基本方針における「印刷」
に係る判断の基準にしたがい、印刷用の紙へのリサイクルに適した
材料〔Aランク〕のみを用いて作製しています。

