



お店は旅行前には決めていなかったのか！？
旅行中にお店を決める訪日中国人旅行者は6割以上！

～フルスピード訪日中国人旅行者街頭アンケート調査結果～

訪日アンケート調査レポート

2017.02.01

本アンケートの目的

訪日中国人旅行者が
「いつ」「どのように」
意思決定を行うのか

「タイミング」

と

「場所」

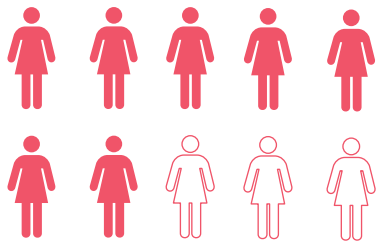
を調査

※春節時期の2017/2/1(水)に実施

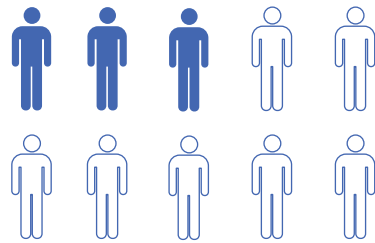


属性データ

男女比

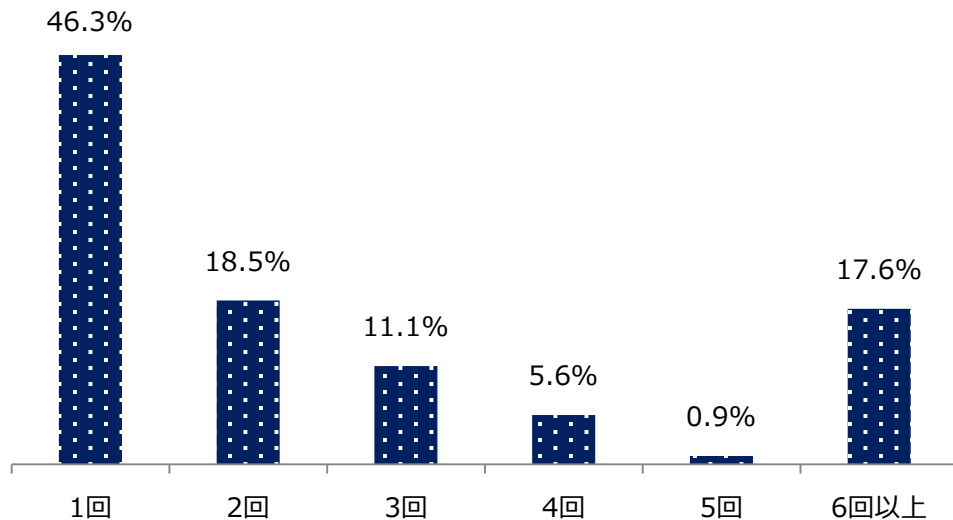


女性 **65%**



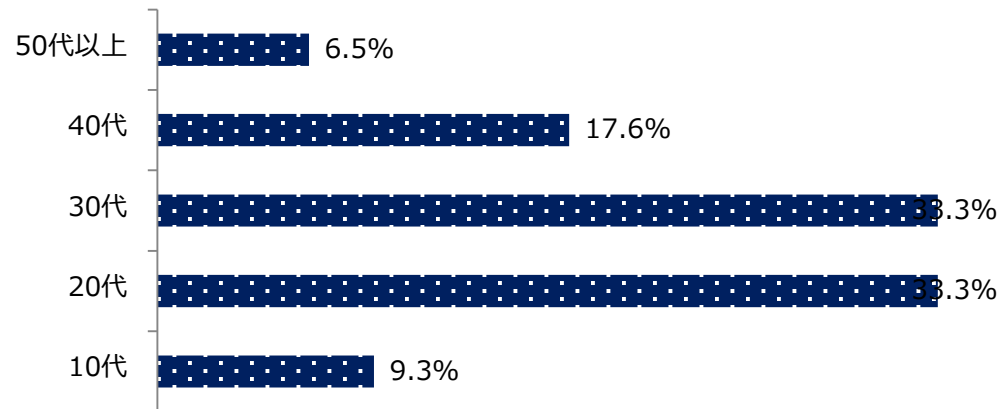
男性 **35%**

訪日回数



年齢別

※n=108(全カテゴリ)



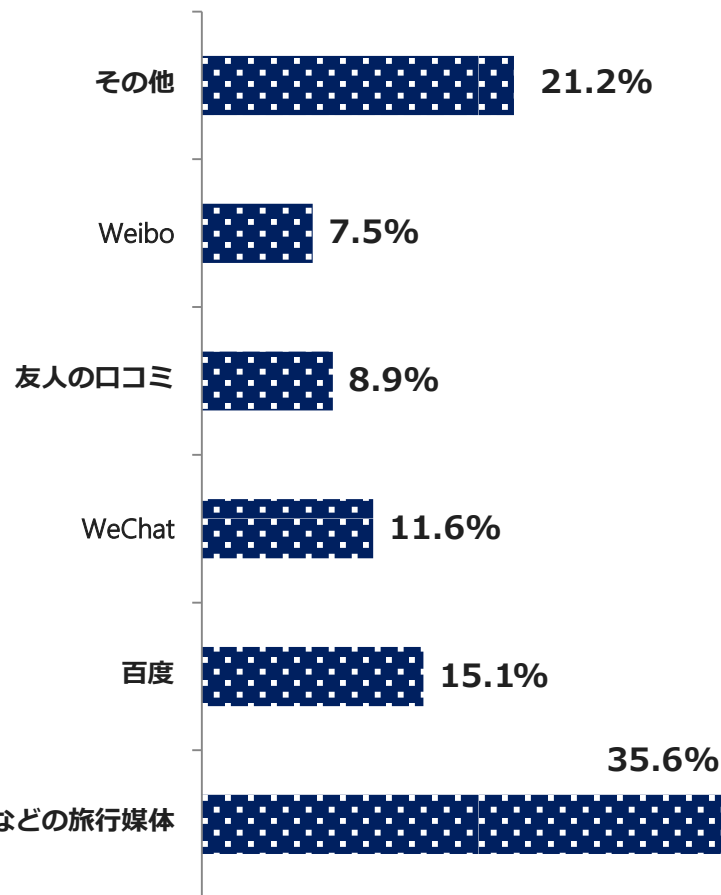
調査場所



Q.1

日本旅行に来ることを何を見て決めましたか。

50%以上がWebの旅行媒体・検索などで情報収集



Summary

訪日中国人旅行者が日本に来る意思決定をした際、何を見て決めたのかという質問をしたところ、約35%がWebで検索、中国で有名な旅行攻略情報の媒体を見てと回答した。

Wechat、WeiboなどのSNSと回答したのは約19%であった。次に友人からの口コミが約8.9%となった。なお、パンフレットやチラシを見てと答えたのはわずか約2.05%であった。

この結果から、情報収集はWeb経由で積極的に行っていることが読み取れる。

Others

その他日本に来ることを決めたものとして以下のような回答が挙げられた

- ・ Ctrip、GoJapan（去日本）、穷游、蚂蜂窝などの旅行メディア
- ・ ホテル予約サイト（Booking.com）
- ・ 大众点评（中国のグルメ口コミサイト）
- ・ 旅行代理店のプラン通り
- ・ パンフレットやチラシを見て
- ・ Yelp
- ・ 十六番（中国国内の国内外旅行のBBS（社区）メディア）

Q.2

旅行が決定してから訪日するまでの間で、いつ情報を収集しましたか

情報を収集しはじめる時期は**圧倒的に2カ月前**

50.5%

19.3%

10.1%

7.3%

3.7%

3.7%

5.5%

2カ月前

1カ月前

2週間前

1週間前

1年前

していない

その他

Summary

日本への旅行が決定した後、いつ情報を収集し始めたか、という質問を行ったところ、2か月前～1か月前と答えた人数が最も多く、約70%の回答がこの時期に該当した。回答者の年齢、訪問回数などによって偏りはなかった。

この結果から、訪日中国人旅行者に対して2か月程度先を見越したプロモーション活動を行うことが効果的であるということが言える。

また少数意見として、

「旅行する場所を決めたら、あとは現地に行ってから情報収集をするので事前にはあまりやらない。」

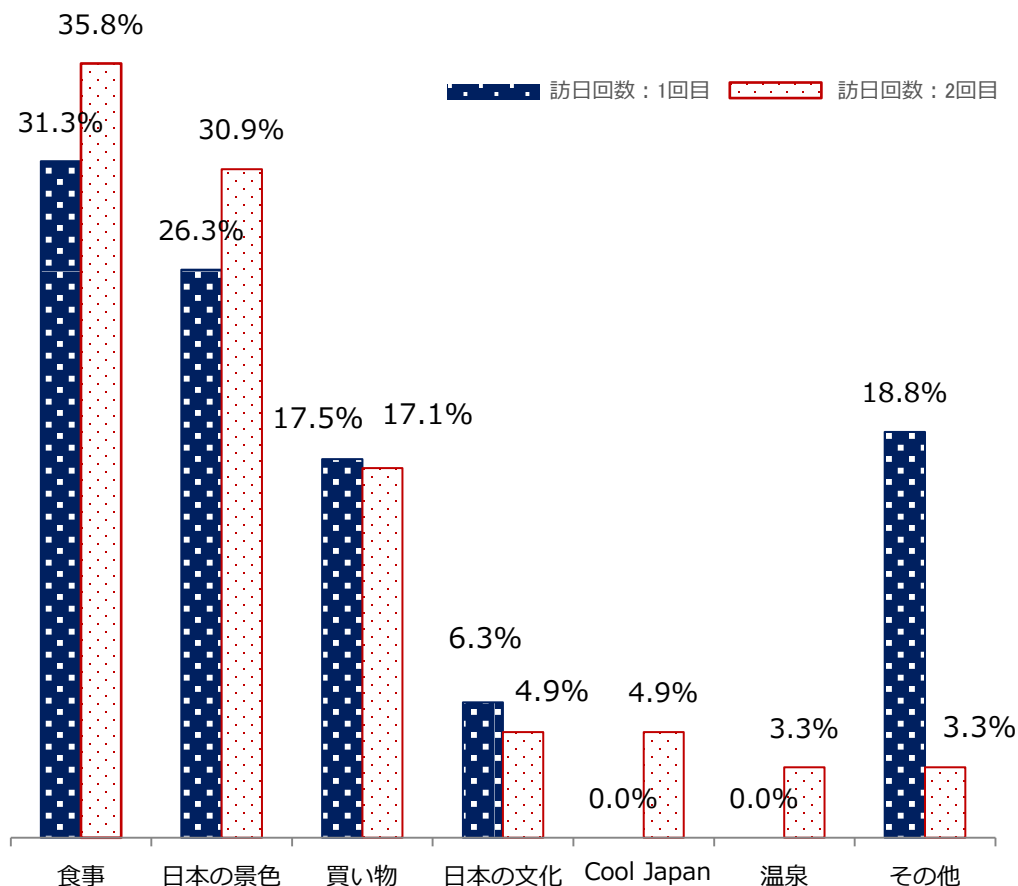
というものもあった。

一方半年前から、との回答もいくつかあり、綿密に計画を立てて訪れる人とそうでない人の差が大きいことがわかる結果となった。

Q.3

何を魅力的に感じて日本旅行にきましたか

食事と景色 買い物目的は20%未満



Summary

日本の何を魅力に感じて旅行に来たか、という質問に対して約34%が「食事」と答え、昨今の和食やラーメンをはじめとする日本食ブームを色濃く映し出す結果となっている。

また、「買い物」と答えた割合が約17%にとどまったのに対して「日本の景色」や「文化」と答えた割合が約36%という結果からも、爆買いブームの終焉が明確化してきている事、「モノ」から「コト」へと訪日目的の移り変わりつつあることが、見て取れる結果となった。

なお、訪日回数別では、2回目以上になるとCool Japan(フィギュアなど)を求めていることや、温泉という回答が出てくる事から、中国国内で日本の情報収集をしている所にまで届けきれていない情報がまだまだあるということが言えるのではないだろうか。

Others

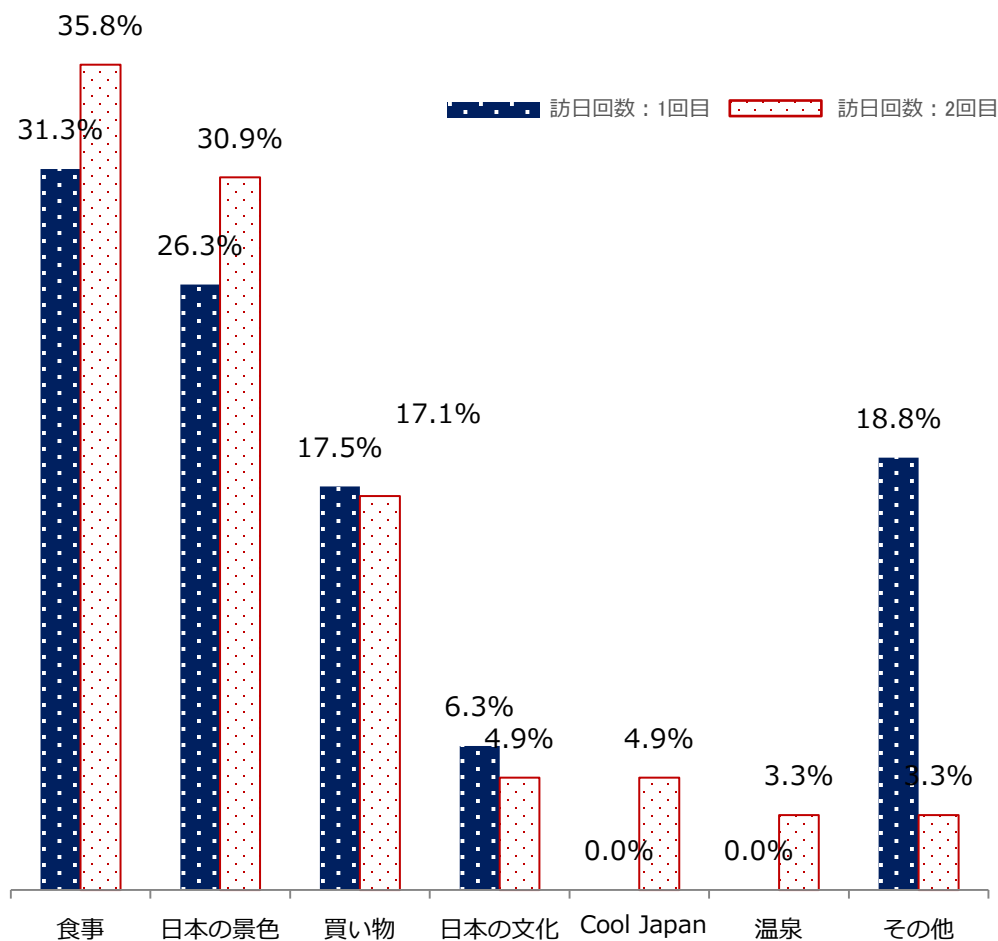
その他以下のような回答が得られた。

- ・ジブリ（美術館など）
- ・スキー（雪）
- ・ディズニーランド
- ・東京の美術館・博物館
- ・美容整形（※美容整形においては、どこのクリニックがいいか？など調査中に多く質問を受けた。）

Q.3

日本の何を魅力的に感じて旅行にきましたか

食事と景色 買い物目的は20%未満



Summary

日本の何を魅力に感じて旅行に来たか、という質問に対して約34%が「食事」と答え、昨今の和食やラーメンをはじめとする日本食ブームを色濃く映し出す結果となっている。

また、「買い物」と答えた割合が約17%にとどまったのに対して「日本の景色」や「文化」と答えた割合が約36%という結果からも、爆買いブームの終焉が明確化してきている事、「モノ」から「コト」へと訪日目的の移り変わりつつあることが、見て取れる結果となった。

なお、訪日回数別では、2回目以上になるとCool Japan(フィギュアなど)や、温泉という回答が出てくる事から、中国国内で日本の情報収集をしている所にまで届けきれていない情報がまだまだあるということが言えるのではないだろうか。

Others

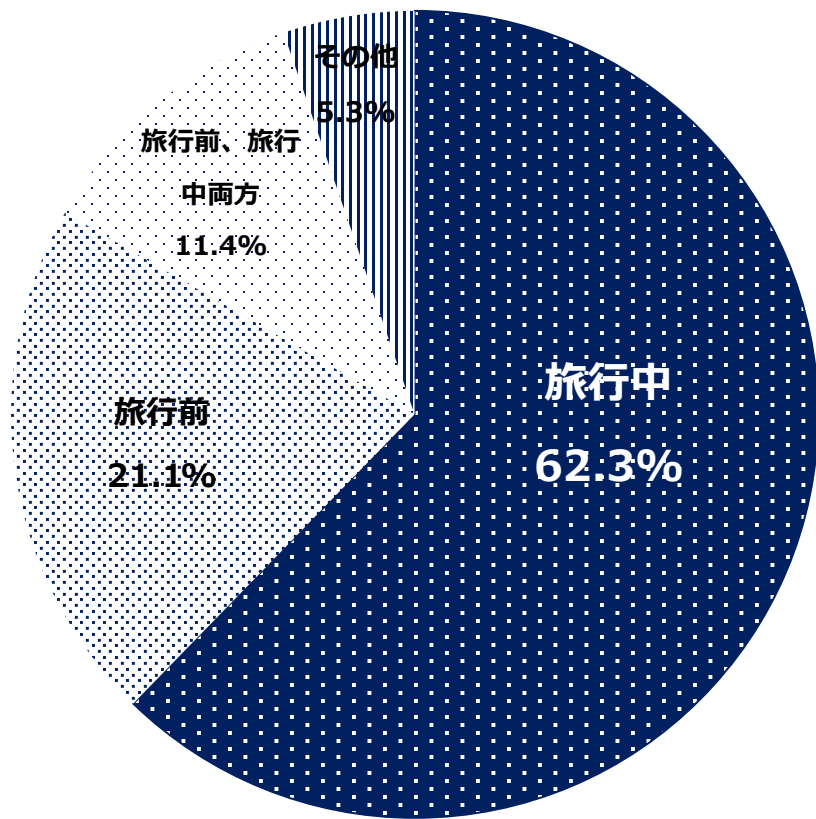
その他以下のような回答が得られた。

- ・ジブリ (美術館など)
- ・スキー (雪)
- ・ディズニーランド
- ・東京の美術館・博物館
- ・美容整形 (※美容整形においては、どこのクリニックがいいか？など調査中に多く質問を受けた。)

Q.4

旅行中に行きたい飲食店をどのタイミングで決めましたか

「旅行中に決める」という回答が62%



Summary

日本を旅行中に行きたい飲食店をどのタイミングで決めるか、という質問に対し、62%が「旅行中」と回答した。「旅行前」と答えたのは21%で旅行中と答えた人数の3分の1の割合であった。この結果から事前に行きたい飲食店を選ぶよりも、旅行中に目的地や現在地に応じて選ぶ傾向にあることがわかる。

また、有名店、高級店の場合は予約をする事もあるとのことだったが、そう回答したのは全体のわずか3%にとどまった。

Q.5

旅行前に飲食店を決める際、何を見ましたか

中国の有名グルメ口コミサイト「大众点评」が人気、友人の口コミ、SNSと**情報収集の方法は様々**

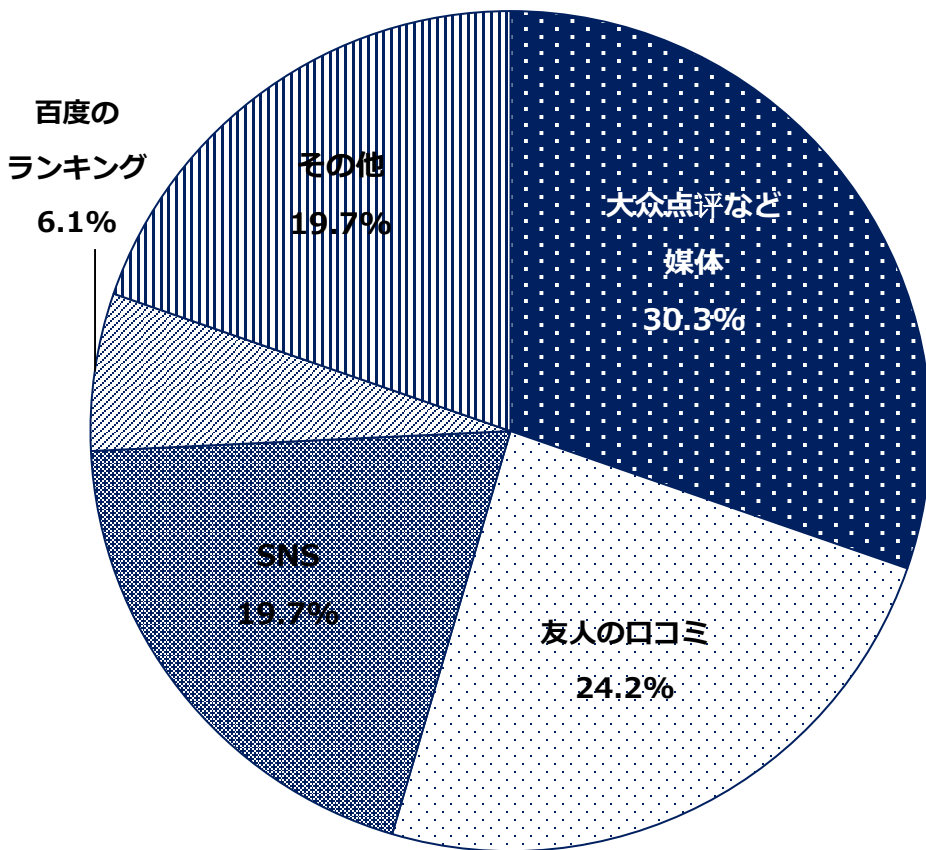
Summary

旅行前に飲食店を決める際、何を見て決めたかという質問に対し、「大众点评（dianping.com）」などの中国国内の有名グルメ口コミサイトを参考に見ているという回答が最も多く、全体の30%となった。友人の口コミと回答したのは24%で、日本に何度も訪れている友人らの意見は重要な情報源のようだ。次いでSNSが20%、中国の検索ポータルサイト百度（バイドゥ）の公開しているランキングを参考にしてなどの意見が続いた。その他の意見の中には、日本のガイドブックや本を見ている、ブログを読んで決めるなど様々な方法で旅行前の情報収集をしているようだ。

Others

その他の意見は以下の通り

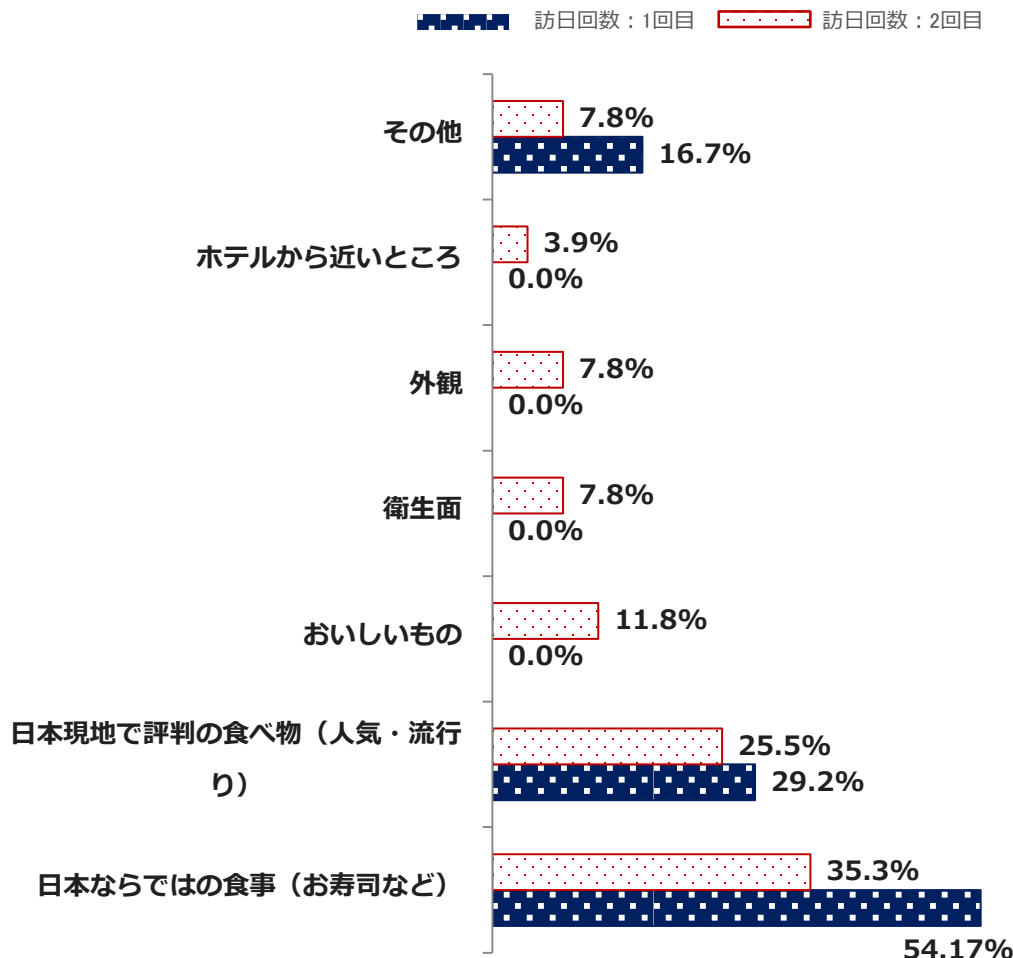
- ・本を見て決めている
- ・Tripadvisor
- ・ブログ
- ・GoJapan（去日本）、穷游、蚂蜂窝など
- ・東京美食
- ・日本のGoogle



Q.6

旅行前に飲食店を決める際、何を重視しましたか

日本ならではの食事や、人気の飲食店を重視 「外観」や「衛生面」なども意識



Summary

旅行前に飲食店を決める際、何を重視したか、という質問の結果であるが、「日本ならではの食事」という回答が訪日回数に関係なく最も多く、特に初訪日の人は54%と半数を超えた。

「日本で評判の食べ物」との回答は25%~30%で日本で流行している食べ物や人気のレストランなどを重視する人たちも平均的にいることがわかる。

訪日2回目以上となると、選択肢は増え、「外観」「衛生面」といったホスピタリティを重視するような回答や、「ホテルから近い所」など、食事よりも行きたい場所などの旅行計画を優先していると想定できる回答もあった。

Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・ 値段が安いところ
- ・ 並んでない所
- ・ 旅行ルート内にあるかどうか
- ・ 今半（すき焼き）
- ・ 懐石料理

飲食店を決める意思決定のタイミングは「旅行中にフラッと」（看板をみて）

Summary

次に、旅行中の意思決定のタイミングを調査すべく、旅行中に飲食店を決める際、何を見て決めるかと質問してみたところ、「フラッと入る」という回答が43%にのぼった。Q4で明らかになった通り、飲食店を決めるタイミングは「旅行中」が多いため、買い物や行きたい場所を優先する方であれば、今いる場所から探して、フラッと入ることが多いようだ。

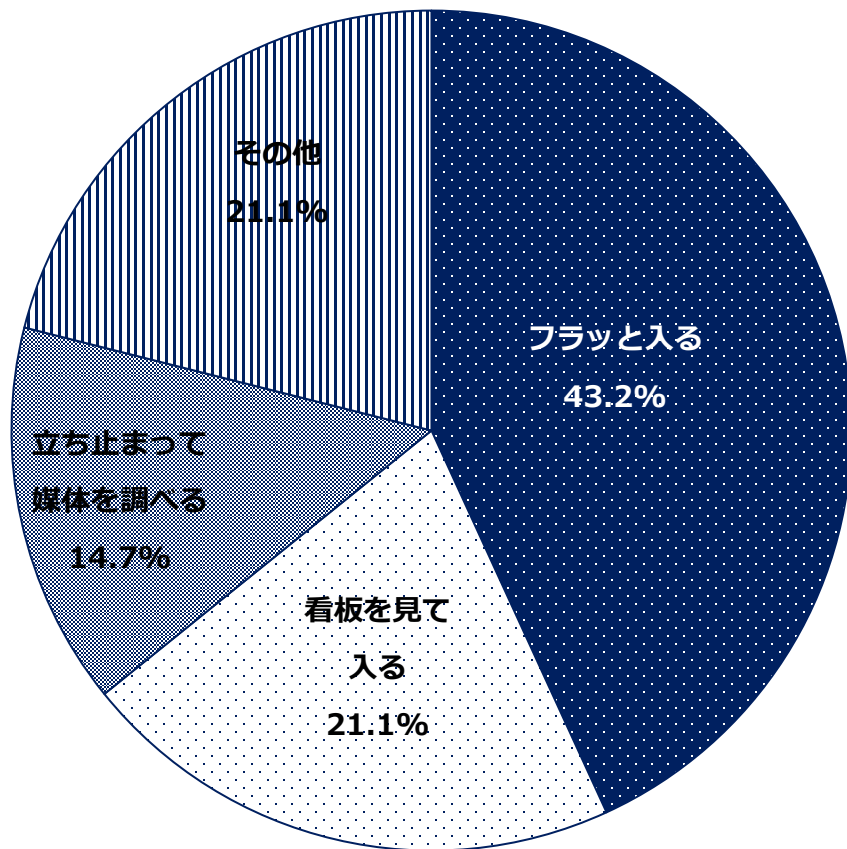
「看板をみて入る」と回答した21%の人達も上記と同じ理由だった。以前はしばしば見られた「旅行リスト」を持参している旅行者は今回ほとんど見られなかった。綿密に計画を立てていなくても、訪れたスポットやその周辺で柔軟に意思決定を行っている旅行者が増えてきているのではないだろうか。

入る前の看板や展示物は意思決定最後の後押しになっているようだ。

Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・ SNSを見る
- ・ 友人に聞く
- ・ GoJapanで探す
- ・ Yelp
- ・ 店内展示が綺麗
- ・ おいしそう
- ・ 小紅書
- ・ 百度



Q.8

旅行中に飲食店を決める際、何を重視しましたか

「その日の気分」「今の場所からすぐ近く」など旅行中ならではの重視ポイントも

Summary

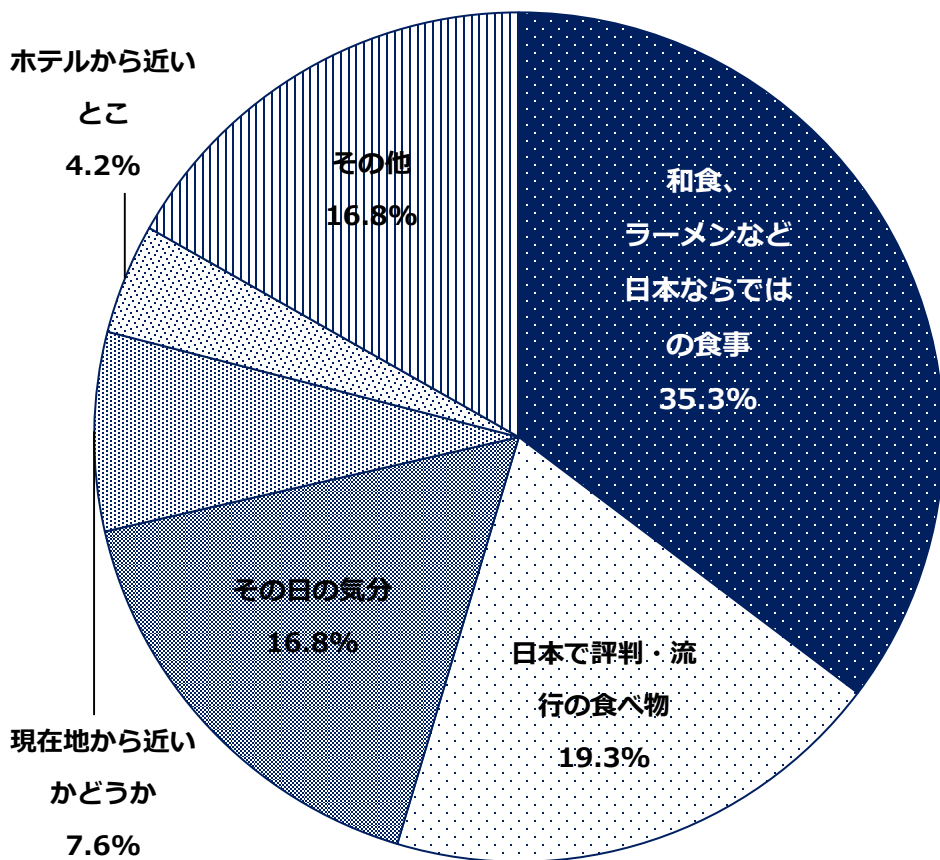
旅行中に飲食店を決める際、何を重視して決めるか、という質問をした。その結果「日本ならではの食事」と35%の人が回答した。次いで「人気・流行の飲食店」が19%となった。傾向としては旅行前に重視するポイントと変わらないが、「その日の気分」「現在地から近いかどうか」でなど手軽さや便利さで決定する旅行者の割合も想像以上に多い結果となった。

調査中、特に目立った意見として「行列に並ぶのは好ましくない」と回答する人が多かった。そこで、実際に行列に並んでいる人にヒアリングすると、「旅行前に行く決めていたから」との理由が多くを占めていた。「並んでいるから行ってみよう」という事にはあまりならないようだ。

Others

その他以下のような回答が得られた。

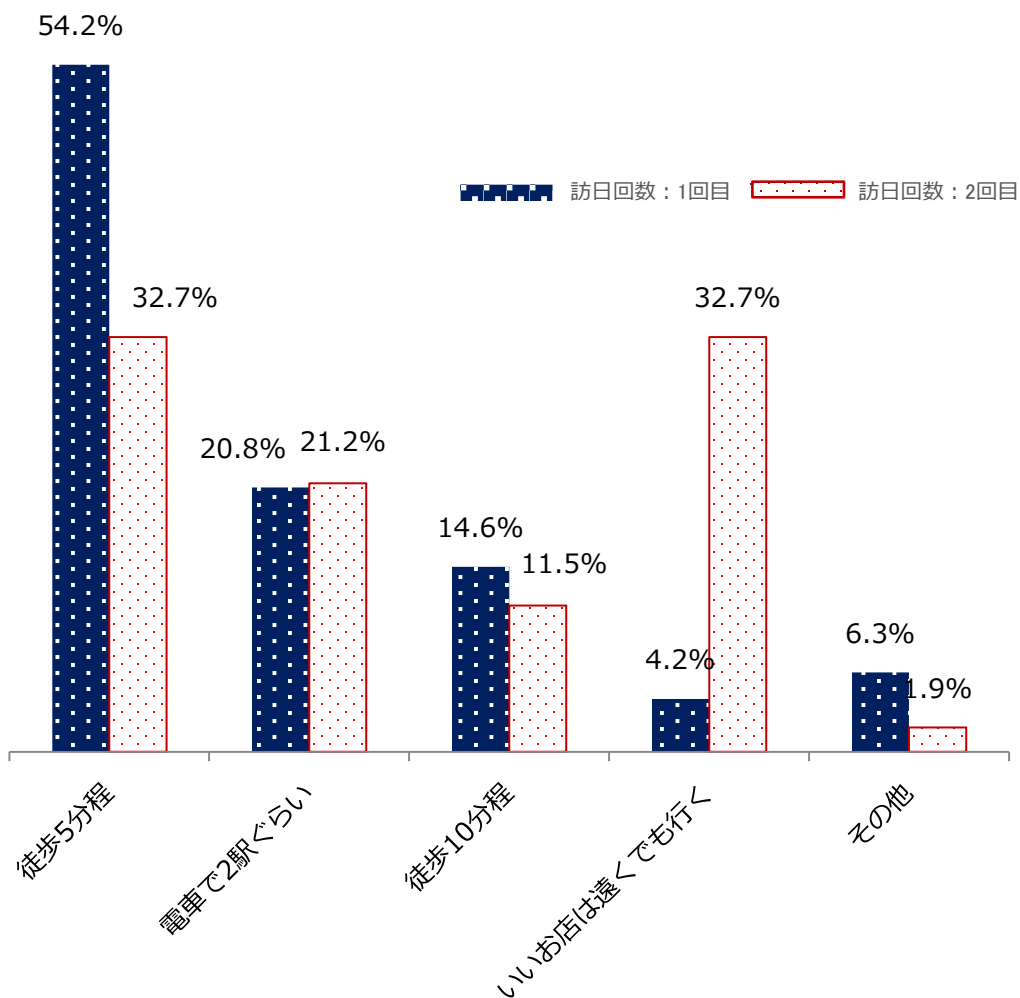
- ・ おいしいもの
- ・ 衛生面
- ・ 外観
- ・ ジャンルで選ぶ
- ・ 人が少ないところ
- ・ 大戸屋
- ・ 友達の口コミ



Q.9

飲食店が現在地からどのぐらいの距離であればこれから行ってもよいと思えますか

初訪問者は「近場」を好み、訪日2回目以上は「**いいお店なら遠くでも行く**」



Summary

飲食店が現在地からどのぐらいの距離であればこれから行ってもよいと思えるか、という質問に対して「徒歩5分ほど」の回答が訪日1回目で約54%、2回目以降で32%。と2割近く回答に差が出た。この差の理由として明確なのは、「いいお店は遠くでも行く」回答が訪日1回目の人よりも2回目以降の人が圧倒的に多い事ではないかと読み取れる。日本を何度か訪れるうちに「よりいいものを体験したい」という思いがリピーター客には強くあるのではないだろうか。買い物から体験へニーズが移っていると言われているが、それはこのような回答の差にも現れている。旅行中にフラッと入るという意見が多い反面、事前に“いいお店”と知っていれば多少遠くても行く傾向があるようだ。

Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・タクシーで20分ぐらいなら行く
- ・場合による、旅行ルート次第

飲食店を決める意思決定のタイミング

62%が

旅行中に決める

54%が

日本ならではの食事
日本で評判の食べ物

を求めている

64%が

旅行中に

- ・フラッと入る
- ・看板をみて入る

しかし
訪日2回目以上の

32%が

いいお店ならば
遠くても行く



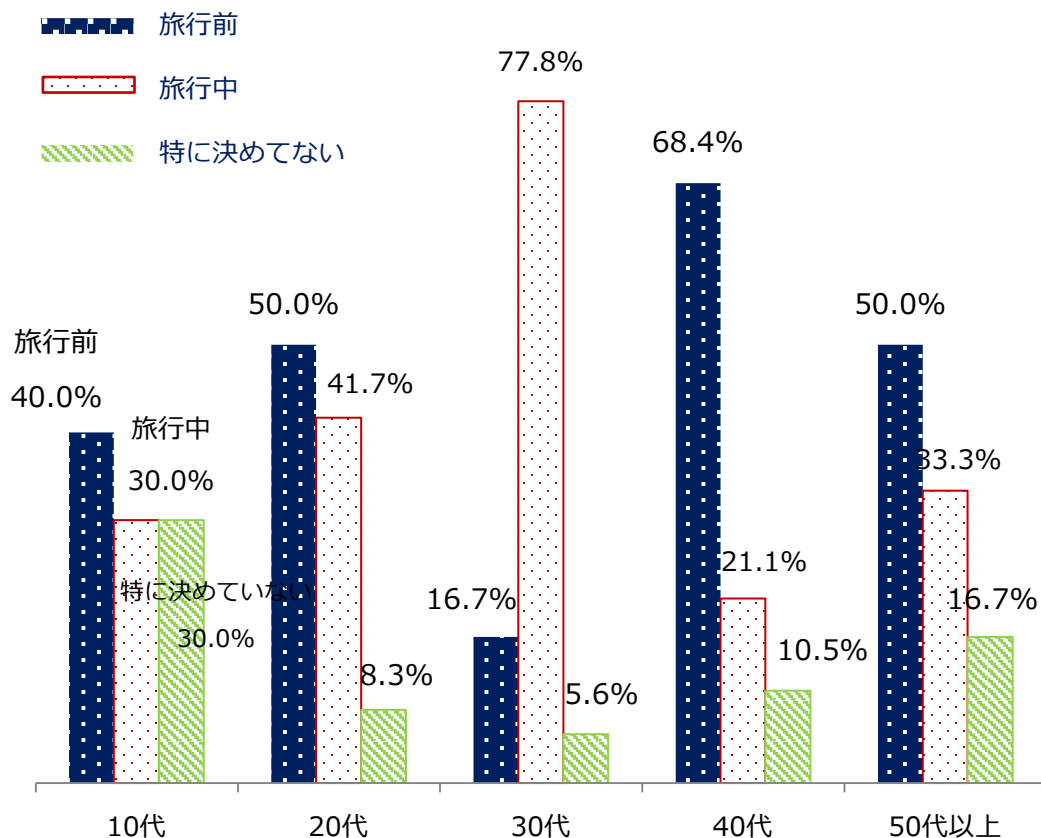
このような旅行リストを
持っている方は今回いなかった。

←-----

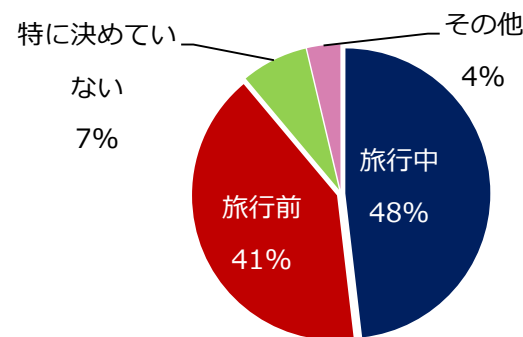
Q.10 ショッピングする店はどのタイミングで決めましたか

旅行前、旅行中と同比率。年齢別では**30代が旅行中**と答えた割合が高かった

年齢別



全体比率



Summary

ショッピングをする店はどのタイミングで決めましたか？という質問に対して全体の結果は「旅行前」48%、「旅行中」41%となった。年齢別では、30代だけが77.8%という圧倒的な割合で「旅行中」と回答した。他の年代は平均して「旅行前」との回答が多い結果となった。

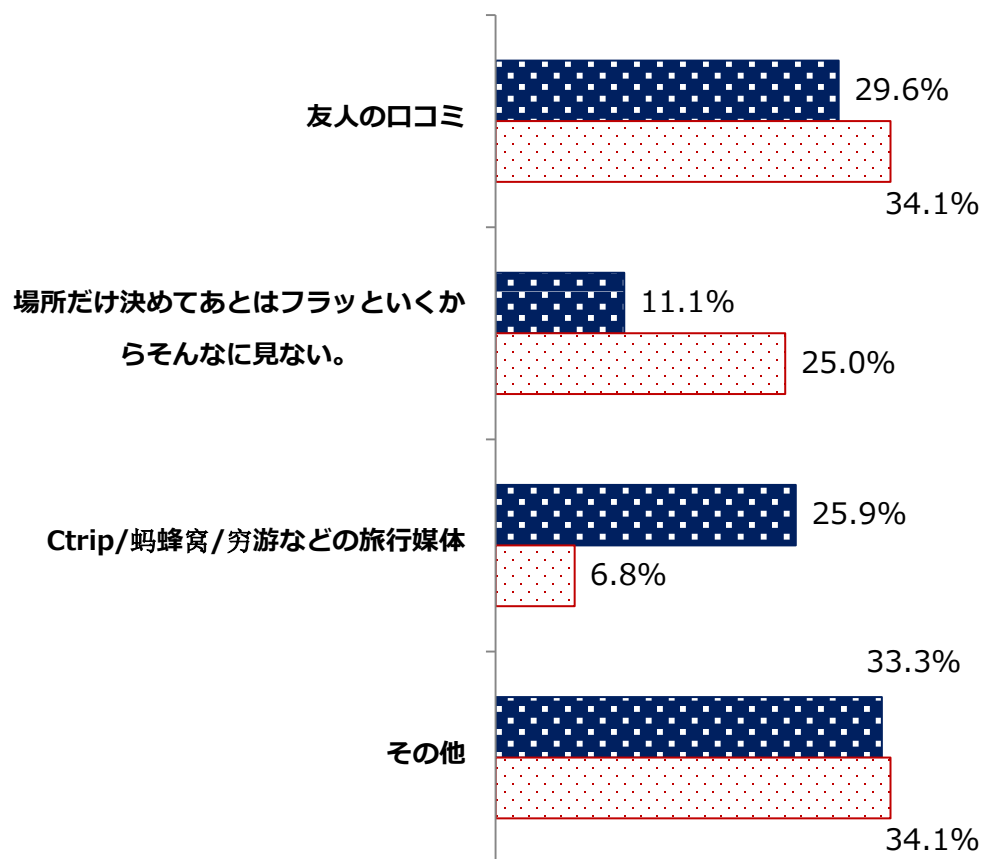
Q.11

旅行前にショッピングする店を決める際、何を見ましたか

「口コミ」に続いた回答は「場所だけ決めてあとは現地でフラッと、だから特に見ない。」

■ 訪日回数：1回目 ■ 訪日回数：2回目

Summary



旅行前、ショッピングする店を決める際、なにを見て決めましたか。という質問を行ったところ、回答として最も多かったのは「友人の口コミ」であった。割合は、初訪問者で約29.6%、2回目以上は約34.1%にのぼった。一方「旅行媒体」を見て決めるといった回答の割合には差があり、初訪問者は25.9%であったが、2回目以上はわずか6.8%であった。その分「場所だけ決めてあとは現地で」という回答が25%超となり、一度日本を訪れた事のある人たちは、前回の情報を頼りにフラッと日本を訪れているような人も多くいることがわかる。この回答結果は、当アンケートの回答者属性（P.3）を見ると「訪日6回目以上」の回答者17.6%という割合だった事も一因かもしれない。深く質問をすると、“行きたい店舗”や“行きたい場所”を媒体や口コミで調べてから「訪れる場所」を決める傾向があることもわかった。

Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・本を見て決めている
- ・検索
- ・特になし：知っているため
- ・日本のGoogle
- ・GoJapan（去日本）、穷游、蚂蜂窝などの旅行メディア
- ・高島屋、伊勢丹の情報をみる
- ・SNS（Weibo, Wechatなど）

Q.12 旅行中、ショッピングする場所をどのように決めますか

「歩いていて、良さそうなお店があれば、フラッと入る」

Summary

今度は旅行中の意思決定のタイミングについて質問をしてみた。旅行中にショッピングする場所をどのように決めますか、と質問したところ最も多かった回答が「歩いていて、良さそうなお店があればフラッと入る」がほぼ半数の49%であった。その理由を聞いてみたところ、どうしても行きたい店舗には最初からそこを目指していくが、それ以外は、今いる場所から行きやすいところ、というのが基準になる事が多いからだという事。

また、「目的の店舗を目指しても辿り着けないときもある。」といった意見もあった。

訪日客が目的の店舗にきちんとたどり着けるよう、詳細な情報提供を心掛ける必要があると言える。

Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・ [GoJapanで調べる](#)
- ・ [Googleで調べる](#)
- ・ [SNS\(Weibo/WeChatなど\)で調べる](#)
- ・ [宿泊先ホテルのおすすめ](#)
- ・ [百度で調べる](#)

立ち止まって
媒体を見て決

める

14.1%

その他

14.1%

歩いていて
良さそうな
お店があれば、フラッ
と入る

48.4%

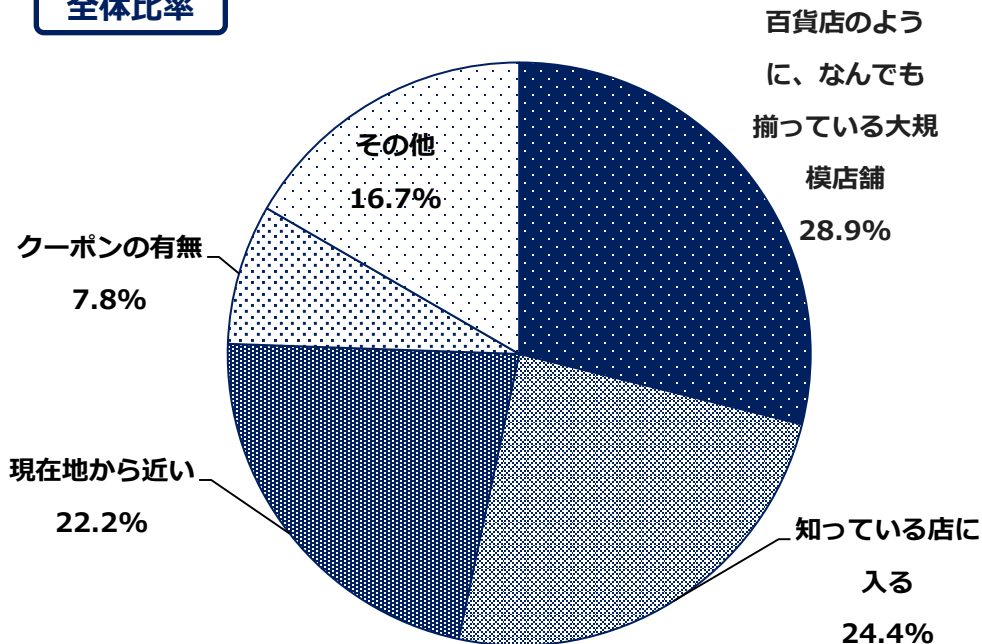
百貨店・
ショッピング
モールなど大
規模店を一通
り廻る

23.4%

Q.13-1 ショッピングする店を決めるときは何を重視しますか

「何でもそろう」「知っている店に入る」「現在地から近い」

全体比率



回答場所別比率

「百貨店のよう に、なんでも揃っている大規模店舗」と回答した方の場所別比率

銀座	空港	渋谷/新宿
76.9%	15.4%	7.7%

Summary

次に、ショッピングする店を決めるときは何を重視するかを調査した。結果は「百貨店のよう に何でも揃っている大規模店舗」が29%、「知っている店に入る」が24%、「現在地から近い」が22%と回答が分散しているように見える。しかしこれを回答を得た場所別でみると、銀座ではほとんど「百貨店・大規模店舗」と答えたが、他の場所では明らかに少なかった。また、どの場所にも共通だったのが「事前に知っている店」「どこかで見たことがある店」というものであった。旅行前になにかしら見たことがある。というのが意思決定の大きなポイントになるようだ。

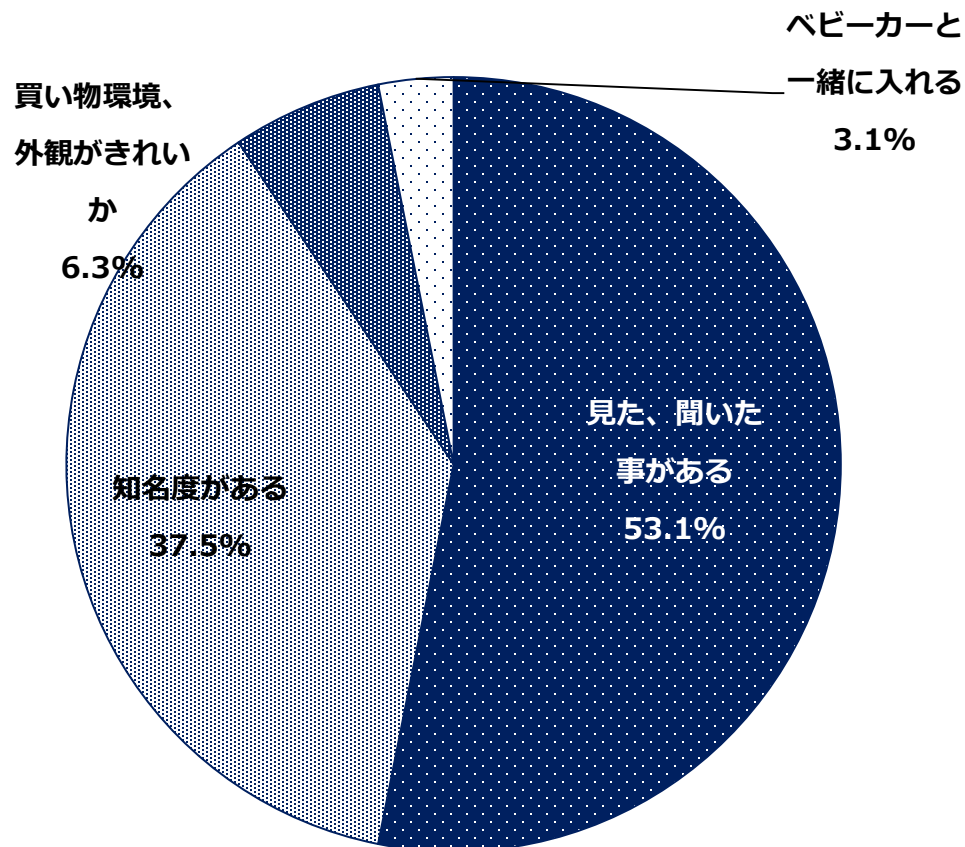
目的地を決めていても、結局辿り着かないことも多いため、フラッと歩いているときに、知っている店があれば、目的にはなかったが、入る、というような回答もいくつか得た。

Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・ホテルを決めてから買い物をする所を決めている
- ・電化製品やおもちゃを売っている
- ・特色があるかどうか
- ・買い物環境、外観がキレイかどうか
- ・中国で知名度があるかどうか
- ・使っているブランドを固定しているため目的地は決まっている

事前に知っているかどうかを選定基準



Summary

Q13-1の質問に対して「場所だけ決めてフラットとお店に入る」と回答した人に「ではフラットとお店に入る基準は何か？」という質問を試みたところ。「見たことある、聞いた事がある店」が53%、「知名度がある店」が38%とそれぞれを合計すると90%近くにのぼった。やはり事前に知っているかどうかはおおきな判断基準になり、訪日客の流れは知名度に大きく左右されている事がわかる。

Q.14

ショッピングする店が現在地からどのぐらいの距離であればこれから行ってもよいと思えますか

全体的に「近場」を好み、訪日2回目以上は「**いいお店なら遠くでも行く**」

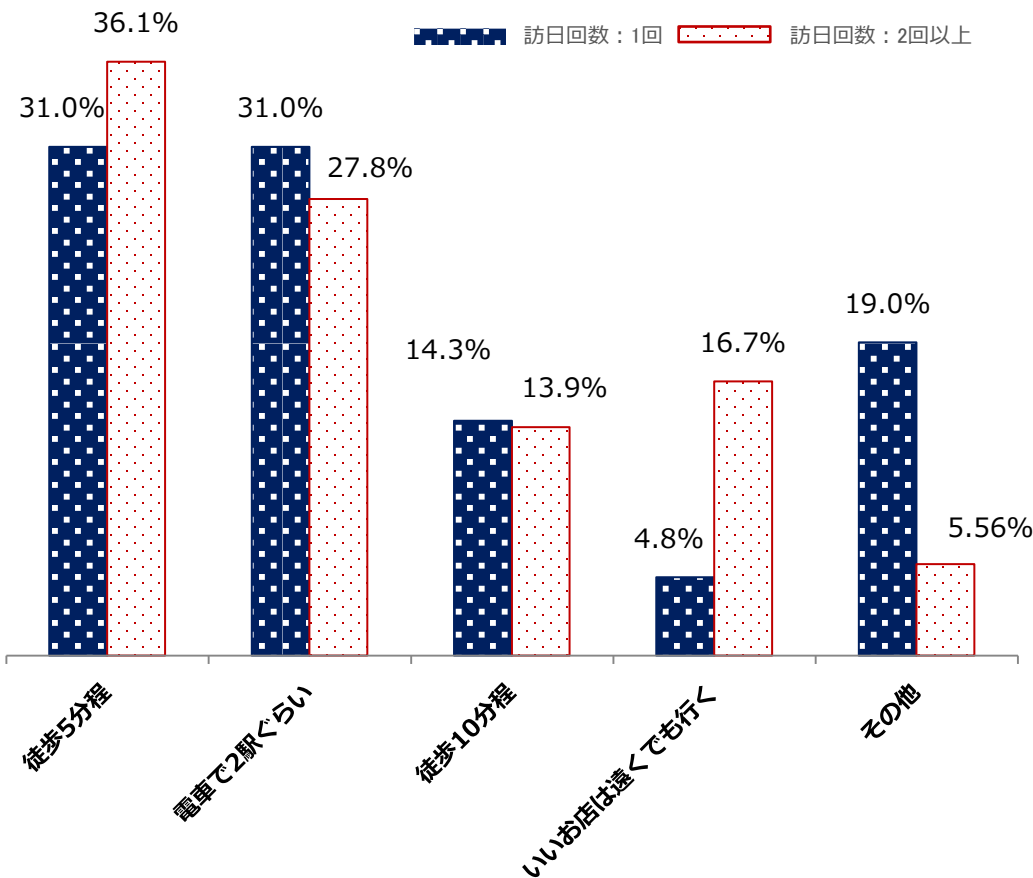
Summary

ショッピングに利用する店が、どのぐらいの距離であればこれから行ってもよいと思えるか？という質問を行ったところ、「徒歩5分程度」という回答が全体を通して最も多く、30～36%となった。次いで「電車で2駅程度」の回答が同じく30%前後となった。飲食店同様、訪日2回目以上はショッピング店「いいお店は遠くでも行く」という意見が多かった。

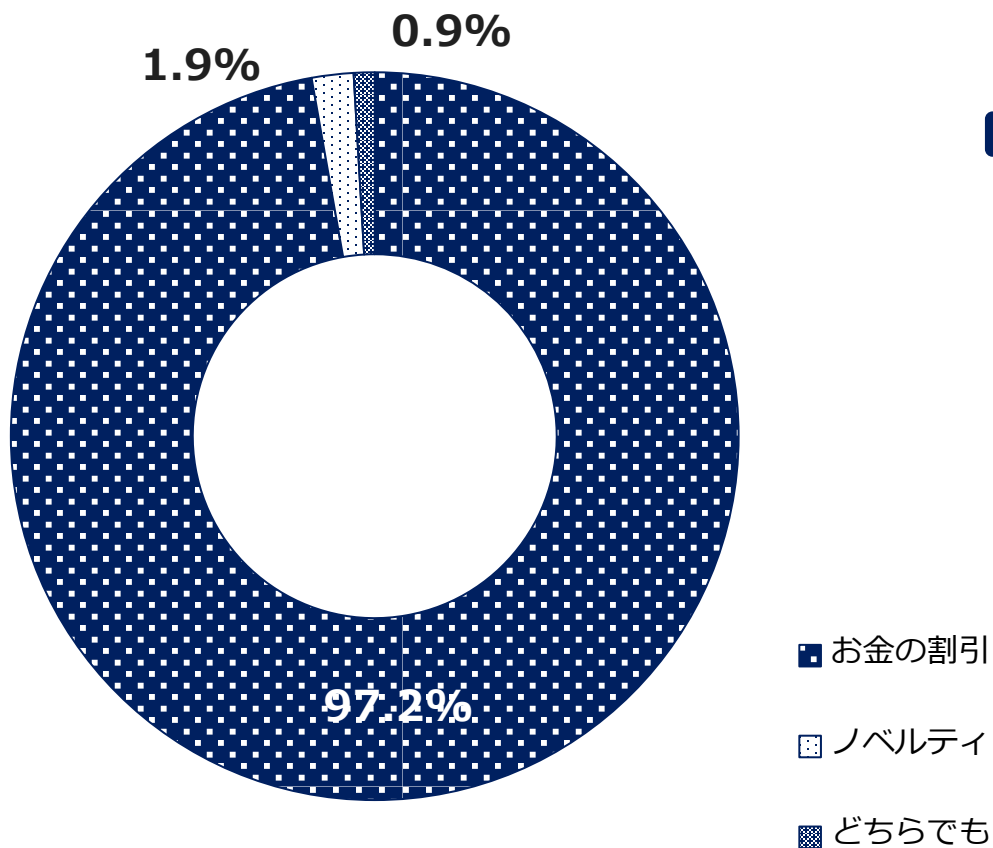
Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・タクシーで20分
- ・近くでないと行けない
- ・観光ルートに入っているところ
- ・遠い所には行きたくない



97%が「お金の割引」クーポンと回答



Summary

グラフをご覧いただくと一目瞭然の結果となったこの質問。訪日中国人旅行者の方々は「お金の割引」のクーポン以外には興味がないことがわかった。ごく一部の意見では、「子供がいるので、子供用のノベルティであれば欲しい」という意見もあった。

訪日向けプロモーションとしてクーポンを配信する際は割引や、値引きなどの直接お得になる内容を考慮する必要があるが、ノベルティや追加サービスなどのインセンティブ系クーポンを考える必要が無いという事も明確なので、プロモーション施策を考えやすいと言える結果である。

クーポンは行先の決め手と**ならない**

Summary

クーポンが行先の決め手となる事はあるかどうかと質問したところ80%が「No」と答える結果となった。クーポンの有無は行先の決め手とならないのだ。補足の意見として、「たまたま寄ったお店にクーポンがあればいい」というのがあり、バックに大量の印刷したクーポンを持っていた方もいた。またある程度の有名店は元々クーポンがあるものと認識しているため、それが行き先の決め手とはならないというのが旅行者の意見だ。

中国からの旅行者はクーポンをよく使う文化があると思われているが、実際にヒアリングをしてみると、以下の2パターンに分かれることがわかった。

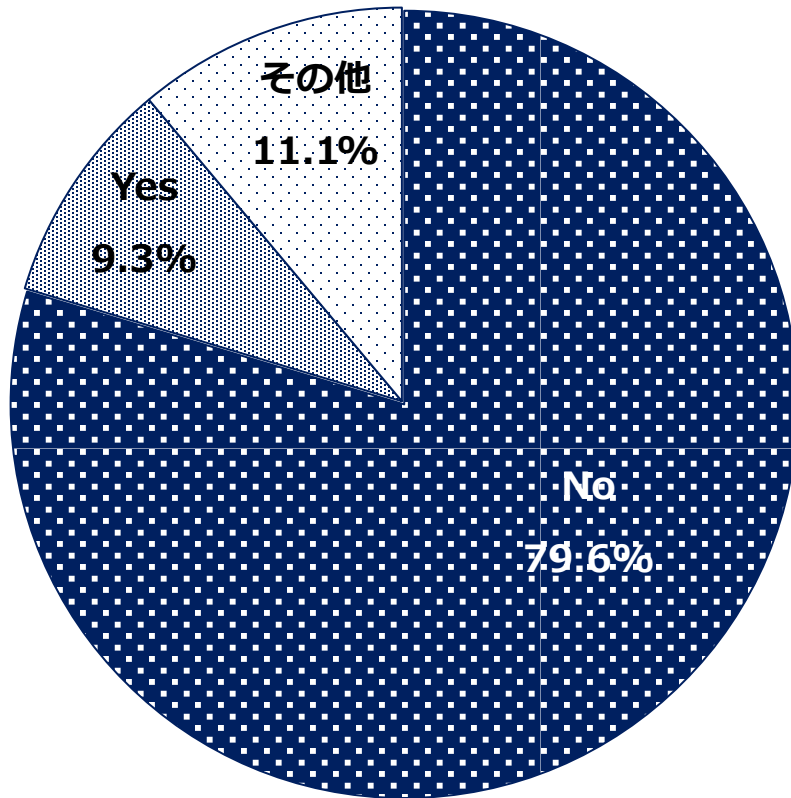
- ・ たまたま寄った店にあればいい。
- ・ あるのが当たり前だと思っている。

いずれにしても、クーポンがあるからココの店に行く（優先される）という感覚は誰も持ち合わせていないという事が明確になる結果となった。

Others

詳細な回答は以下の通り

- ・ No (割引があっても、安いといえない)
- ・ No (割引の大きさと距離による)
- ・ No (時間がないため)
- ・ Yes (ヨドバシ・ビックカメラなら)



ショッピング店を決める意思決定のタイミング



フラット入るお店を選ぶのに意識すること



所感・その他

◇調査中に受けた質問

- ・「**美容整形**手術を受けるならどこの病院がいいか。」という質問を非常に多く受けた。
- ・東京湾が見える夜景のキレイな場所はどこか。
- ・百貨店の場所（三越、京王百貨店など）
- ・スイーツが買える場所はどこにあるか。
- ・免税できる所はどこか？
- ・100円ショップはどこか？道が分からない。
⇒その他、毎回のように行き先などの道案内を求める方が多かった。

◇意見／要望

- ・英語さえも通じず困っている。
- ・為替レートが高くなったため、日本での買い物はあまりが魅力なくなっている
- ・**買いたいものがあれば、クーポンなしでもいい**

◇交通面で困っている方の行動について

- ・百度地図で中国語で道や路線を調べようとしていた。
⇒**今いる場所から、次に行きたい場所への行き方を探すのは大変そうな人が多かった。**
- ・JRの路線図を写真を撮って持っている人もいた。
ただ、**JRと地下鉄が路線図が分かれているのを知らなかった人も多かった。**

本資料についてのお問い合わせ・ご相談は下記までご連絡ください。

Full Speed

Ad Technology & Marketing Company

■発行元

株式会社フルスピード

■所在地

150-0044

東京都渋谷区円山町3-6 E・スペースタワー8F

■担当者

アジアビジネス支援部 三島・矢島

■TEL

03-5457-7707

■MAIL

asia@fullspeed.co.jp