
2008年1～12月 澤の屋旅館
訪日外国人宿泊客調査
報告書

2009年3月

澤の屋旅館

旅の販促研究所
Travel Business Institute

<目次>

調査概要	2
主要結果	
1. 澤の屋旅館宿泊客の訪日旅行回数	4
2. 澤の屋旅館利用回数	5
3. 訪日旅行目的	6
4. 旅行総日数／訪日旅行日数／澤の屋旅館宿泊日数	7
5. 出入国空港	9
6. 訪日旅行の同行者	10
7. 澤の屋旅館選択理由	12
8. 訪日旅行理由	13
9. 澤の屋旅館予約方法	15
10. 日本の情報源	16
11. 旅行内容決定のタイミング	17
12. 日本の観光資源認知状況	18
13. 興味のある観光資源	19
14. 今回の旅行で経験した(する)コト	20
15. 過去の訪日旅行で経験したコト	21
16. 交通機関利用時に迷った経験とストレス度	22
17. 街歩き時に迷った経験とストレス度	23
18. 飲食店でのコミュニケーションとストレス度	24
19. 土産物店でのコミュニケーションとストレス度	25
20. 澤の屋旅館でのコミュニケーションとストレス度	26
21. 訪日外国人観光客を増加させるには	27
22. 訪日旅行満足度	28
23. 澤の屋旅館満足度	29
24. 外国人が楽しめる観光要素(自由回答)	30
25. 訪日旅行の感想／日本へのアドバイス(自由回答)	33

<調査概要>

1. 調査目的:

澤の屋旅館に宿泊した外国人旅行者を対象に、訪日旅行の目的や内容、訪日旅行への期待と満足度、今後訪日旅行を促進していくためのアイデア等を確認し、宿泊施設におけるインバウンド対策に留まらず、外国人旅行者に対する接遇の方向性を検討するための資料とすることを目的に実施した。

2. 調査対象者

澤の屋旅館に宿泊した外国人旅行者

3. 調査方法

宿泊客に協力依頼/自記式調査票利用

4. サンプル数

有効回収数 723 サンプル

※904組の宿泊者に協力依頼/回収率80.0%

<内訳>

※性×年代別

	合計	男性	女性	(s)
合計	723	404	307	
29歳以下	207	108	99	
30代	230	137	93	
40代	110	66	44	
50歳以上	159	90	69	
年齢/性別不明	17			

※国籍別

全体	723	(s)
アメリカ・カナダ	202	
ヨーロッパ	370	
アジア	39	
オセアニア	106	
その他	5	
国籍不明	1	

※国別(上位10カ国)

順	国名	%	順	国名	%	(%)
1	アメリカ	20.5	6	ドイツ	5.0	
2	フランス	18.3	7	イタリア	3.7	
3	オーストラリア	13.0	8	スペイン	3.6	
4	イギリス	8.3	9	スイス	2.1	
5	カナダ	7.5	9	スウェーデン	2.1	

5. 調査期間 2008年1月～12月

6. 分析 (株) ジェイ・アイ・シー 旅の販促研究所

※職業構成 (標本数:723)

企業経営者	15.4	(%)
公務員・軍関連	2.1	
店主	0.8	
セールスマン・秘書	6.5	
技術者・エンジニア	13.0	
農林水産業	0.3	
学者・教員	18.7	
聖職者・宗教家	0.6	
航空・船舶関連	0.6	
医師	2.9	
ライター・ジャーナリスト	2.1	
主婦	1.1	
学生	9.0	
退職者	5.8	
その他	19.9	
無回答	1.4	

※国籍別構成 (標本数:723)

アメリカ	20.5	(%)
フランス	18.3	
オーストラリア	13.0	
イギリス	8.3	
カナダ	7.5	
ドイツ	5.0	
イタリア	3.7	
スペイン	3.6	
スイス	2.1	
スウェーデン	2.1	
オランダ	1.8	
シンガポール	1.7	
ニュージーランド	1.7	
フィンランド	1.4	
デンマーク	1.1	
ベルギー	1.1	
マレーシア	1.0	
アイルランド	0.8	
韓国	0.7	
香港	0.6	
ポーランド	0.6	
オーストリア	0.6	
中国	0.4	
台湾	0.3	
タイ	0.3	
グアテマラ	0.3	
南アフリカ	0.3	
スロバキア	0.1	
セルビア	0.1	
チェコ	0.1	
トルコ	0.1	
ノルウェイ	0.1	
ポルトガル	0.1	
インド	0.1	
インドネシア	0.1	
ベトナム	0.1	
マカオ	0.1	
アルゼンチン	0.1	
不明	0.1	

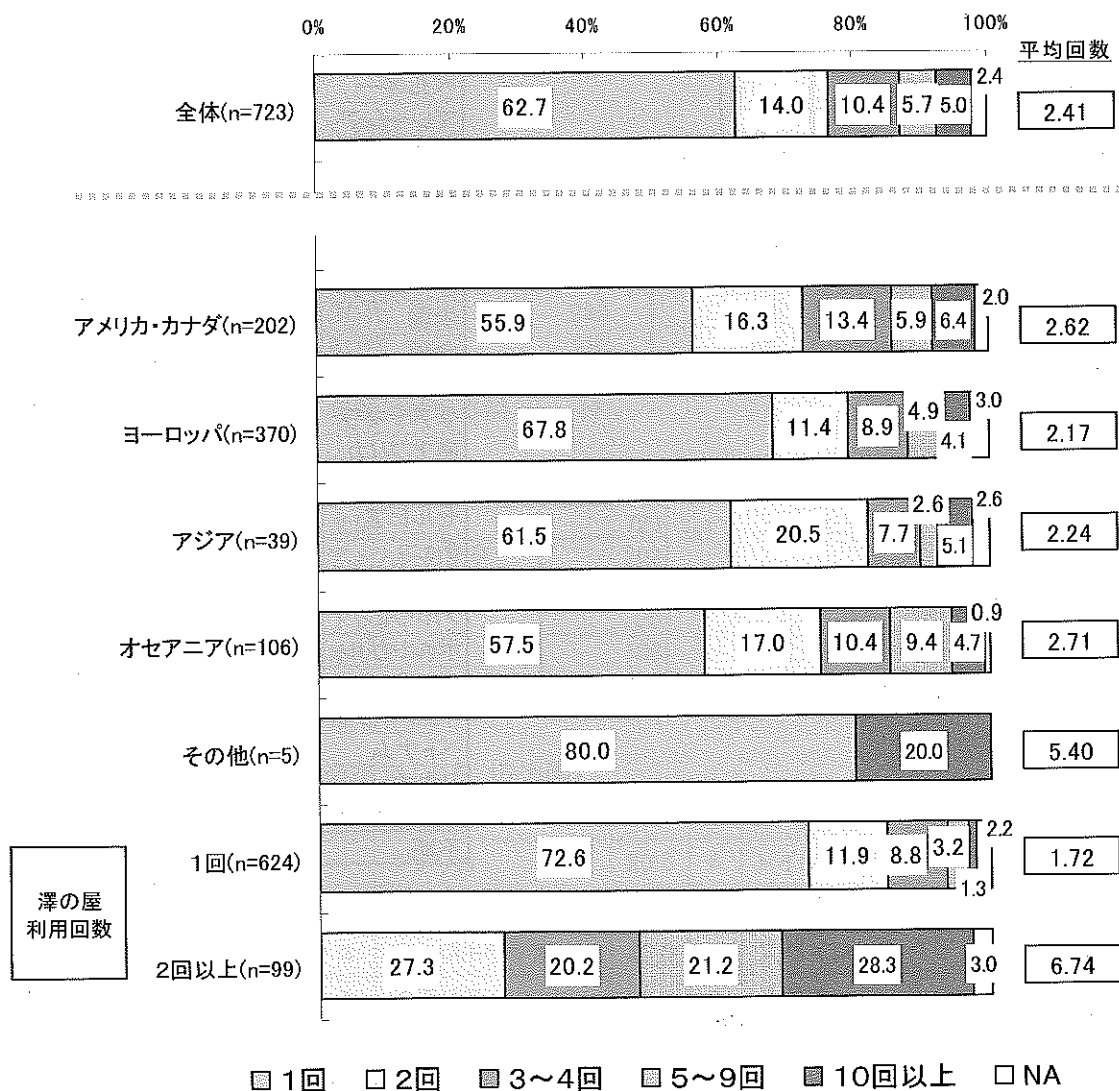
1. 澤の屋旅館宿泊客の訪日旅行回数

澤の屋旅館宿泊客の訪日旅行回数の平均は2.4回で、1回（今回が初めて）が62.7%、2回以上のリピーターが35.1%となっている。

回答者の国籍別の傾向を見ると、いずれのエリアでも平均は2回を上回っているが、ヨーロッパでは1回が67.8%とやや多くなっている。

なお、澤の屋旅館のリピーターでは平均が6.7回となっており、5回以上の訪日旅行者が半数を占めている。

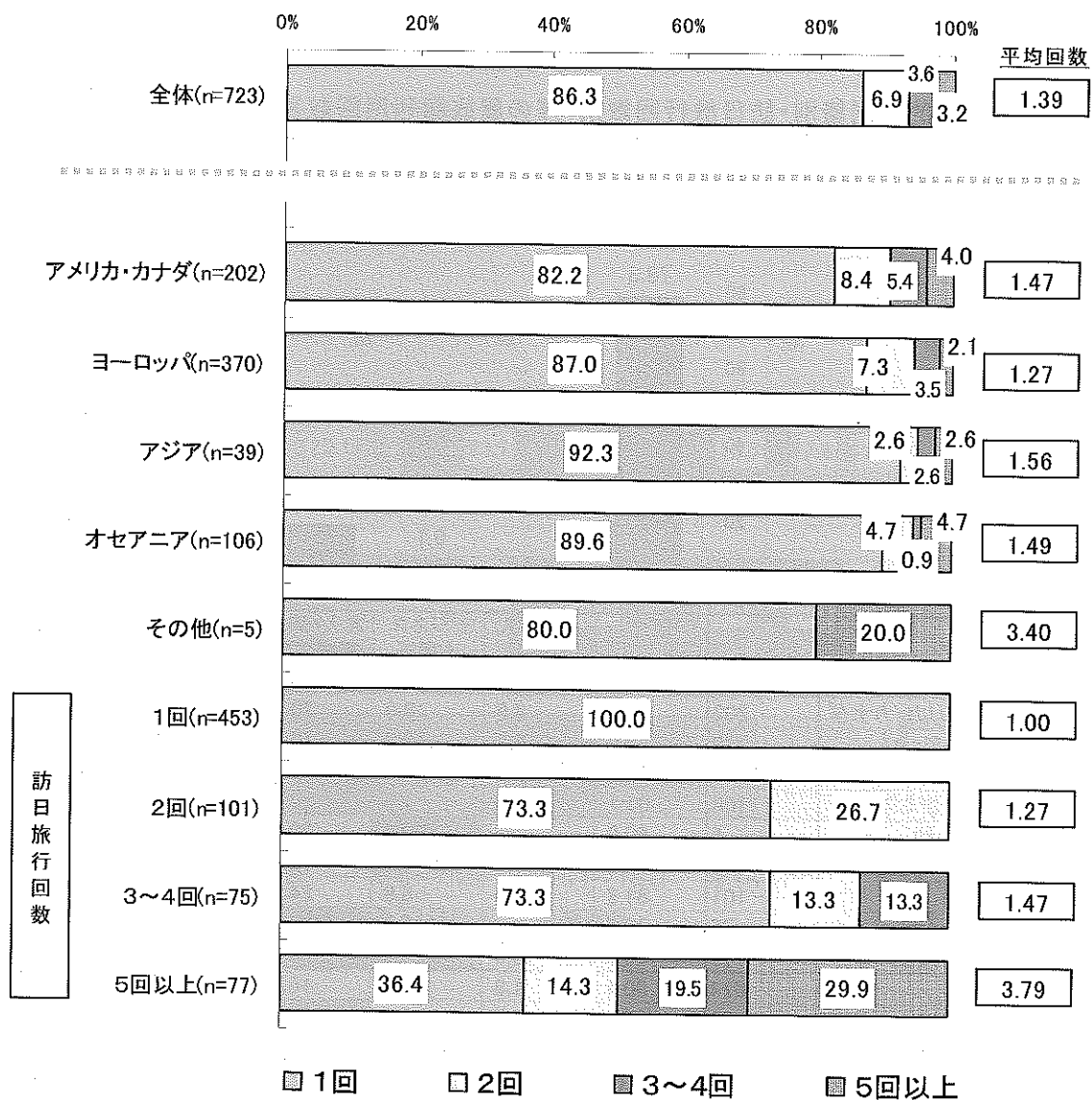
訪日旅行回数／国籍・澤の屋旅館利用回数別



2. 澤の屋旅館利用回数

澤の屋旅館の利用回数は全体平均で1.4回であり、1回が86.3%を占めている。訪日旅行回数別の傾向を見ると、2～4回の訪日旅行者では3割弱、5回以上では6割以上がリピーターとなっている。

澤の屋利用回数／国籍別・澤の屋旅館利用回数別



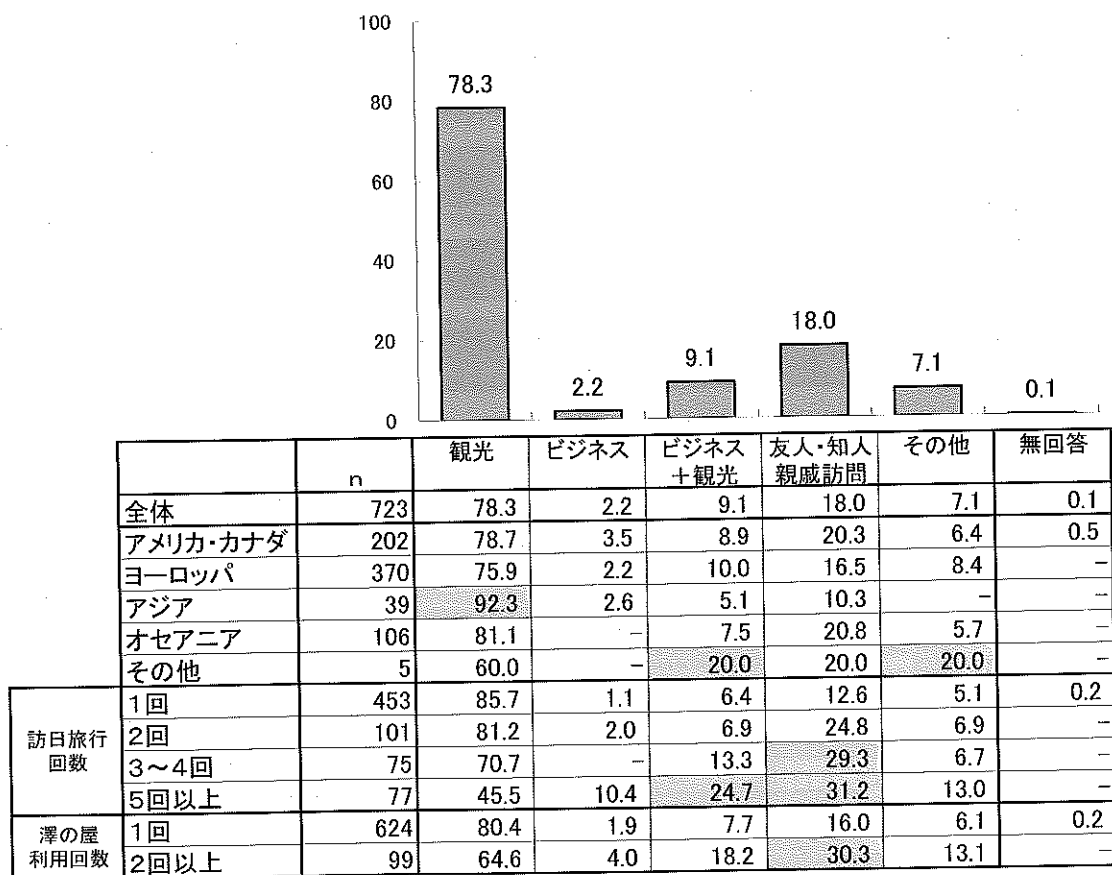
3. 訪日旅行目的

訪日旅行の目的は、「観光」が78.3%で最も多く、以下、「友人・知人・親戚訪問」18.0%、「ビジネス+観光」9.1%が次いでいる。

訪日旅行回数の高頻度層ほど、「観光」目的のみでの旅行者は少なくなり、「友人・知人・親戚訪問」、「ビジネス+観光」目的での旅行者が多く見られる。

なお、澤の屋旅館のリピーターでは「友人・知人・親戚訪問」が30.3%、「ビジネス+観光」が18.2%と全体の結果を上回っている。

訪日旅行目的／国籍別・訪日旅行回数別・澤の屋旅館利用回数別



※ 全体を10%以上上回る値

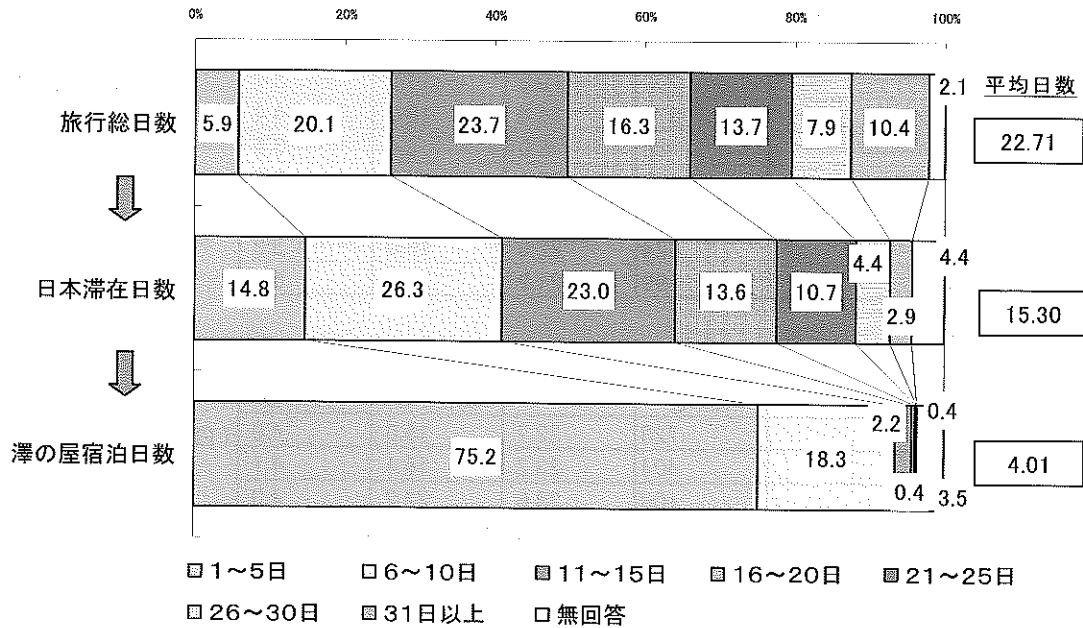
4. 旅行総日数／訪日旅行日数／澤の屋旅館宿泊日数

澤の屋旅館を利用した際の旅行の総日数は全体平均で22.7日と非常に長く、10日以内が26.0%、11～20日が40.0%、20日～30日が21.6%、31日以上も10.4%と多く見られる。

その内、日本での滞在日数は全体平均で15.3日で、10日以内が41.1%、11～20日が36.6%、21日以上が18.0%となっており、日本以外の国への旅行を兼ねて訪日旅行を楽しんでいる人が多いことが分かる。

日本滞在中に澤の屋旅館の利用日数は平均で4.0日で、5日以下が75.2%を占めているが、6日以上も2割以上と比較的多く見られる。

旅行総日数⇒訪日旅行日数⇒澤の屋旅館宿泊日数 (標本数:723s)



4. 旅行総日数／訪日旅行日数／澤の屋旅館宿泊日数

<旅行日数／属性別傾向>

対象者の国籍別に旅行日数の傾向を見ると、オセアニアの平均が28.8日と最も長く、ヨーロッパが24.4日、アメリカ・カナダが19.3日となっているのに対し、アジアは9.0日程度となっている。

日本滞在日数はヨーロッパの平均が18.3日と最も長く、オセアニアが14.2日、アメリカ・カナダが11.9日となっており、いずれも日本+αの旅行者が多くなっているのに対し、アジアは8.4日とトータルでの旅行日数とほぼ同様の結果となっており、ほとんどが日本のみの旅行者であることが分かる。

なお、澤の屋旅館の滞在日数は国籍別、その他属性別に大きな傾向の差は見られない。

旅行総日数⇒日本滞在日数⇒澤の屋旅館滞在日数の平均日数

	標本数	旅行総日数	日本滞在日数	澤の屋滞在日数	(日)
全体	723	22.7	15.3	4.0	
アメリカ・カナダ	202	19.3	11.9	3.7	
ヨーロッパ	370	24.4	18.3	4.4	
アジア	39	9.0	8.4	3.6	
オセアニア	106	28.8	14.2	3.5	
その他	5	12.8	10.2	4.0	
1回	624	22.9	15.0	3.8	
2回以上	99	21.2	17.4	5.2	

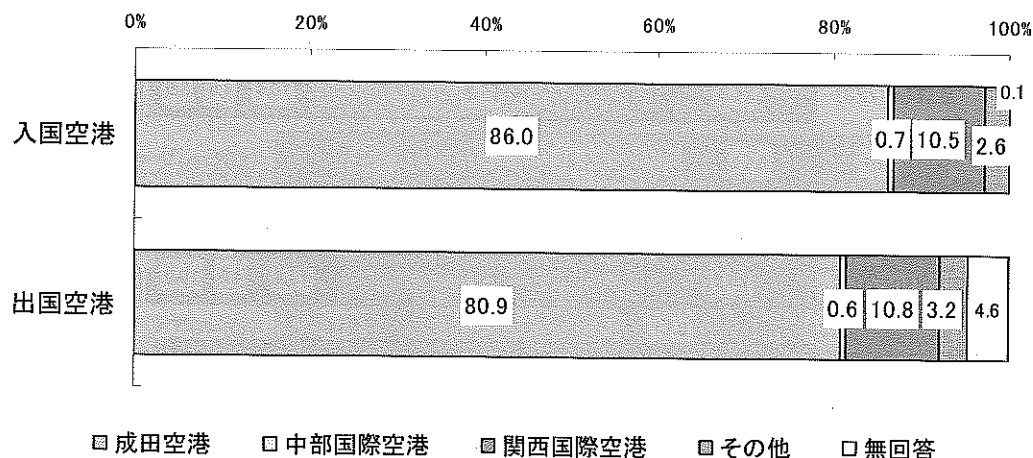
	標本数	旅行総日数	日本滞在日数	澤の屋滞在日数	(日)
全体	723	22.7	15.3	4.0	
男性計	404	23.2	16.1	4.1	
～20代	108	28.6	22.2	4.0	
30代	137	23.0	13.4	4.1	
40代	66	19.4	14.2	4.3	
50代以上	90	20.1	14.4	4.3	
女性計	307	21.8	14.2	3.9	
～20代	99	22.0	14.4	3.5	
30代	93	18.5	11.6	3.6	
40代	44	22.1	14.3	4.5	
50代以上	69	25.8	17.3	4.3	

5. 出入国空港

出入国時に利用した空港としては、入国時は成田空港が 86.0%、関西国際空港が 10.5%、中部国際空港が 0.7%、その他が 2.6%となっている。

出国時に利用する予定の空港としては成田空港が 80.9%とやや減少するが、それ以外の空港は入国時とほぼ同様の結果となっており、大半は出入国ともに同じ空港を利用しているといえる。

入出国空港（標本数：723）



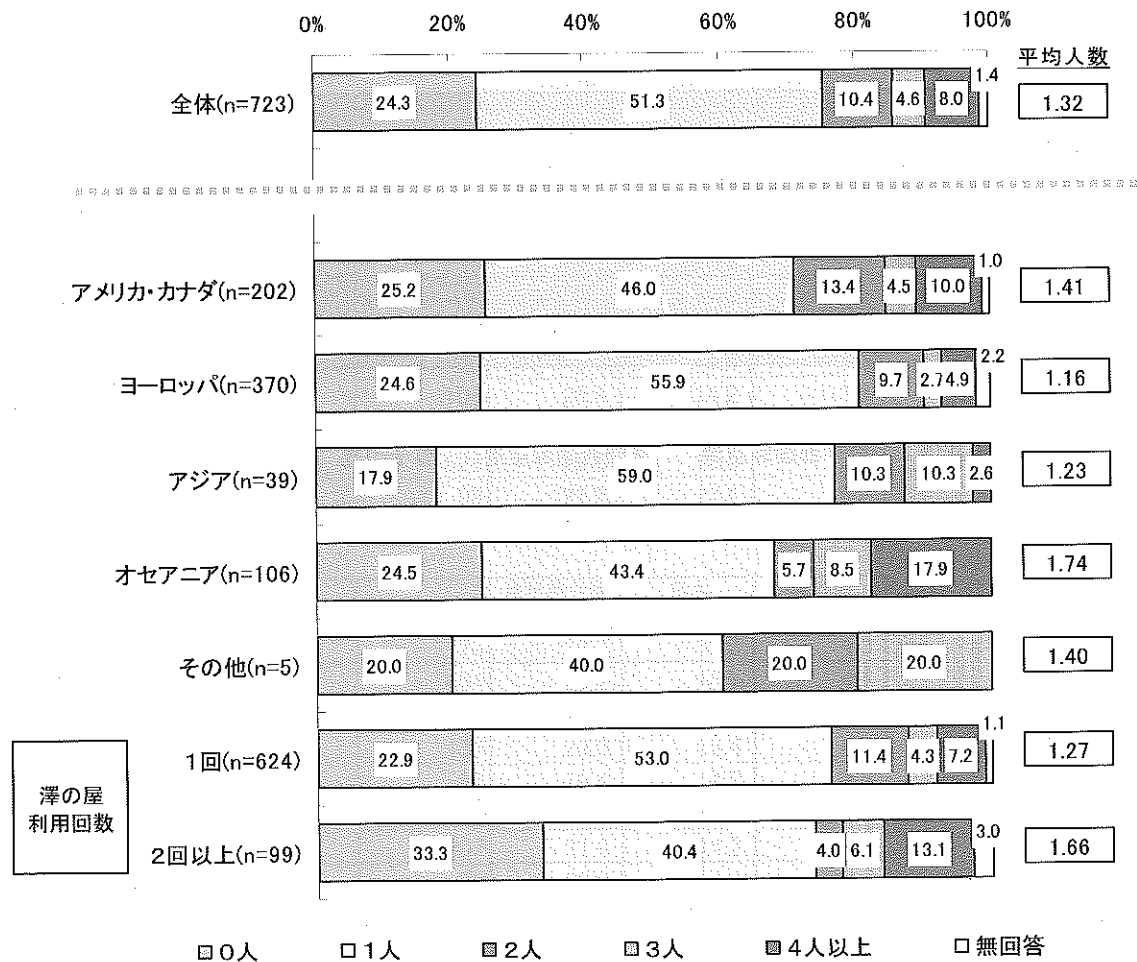
6. 訪日旅行の同行者 <人数>

同行者の人数は全体平均で1.3人であり、同行者1名=2人での旅行者が51.3%と最も多く、自分1人だけの旅行者が24.3%、同行者2人以上が23.0%となっている。

国籍別の傾向を見ると、オセアニアでは同行者4人以上のグループでの旅行者が17.9%と比較的多く見られ、平均も1.7人と全体平均を大きく上回っている。

また、澤の屋旅館のリピーターでは1人での旅行者が33.3%と多く見られる。

訪日旅行の同行者(人数)／国籍別・澤の屋旅館利用回数別

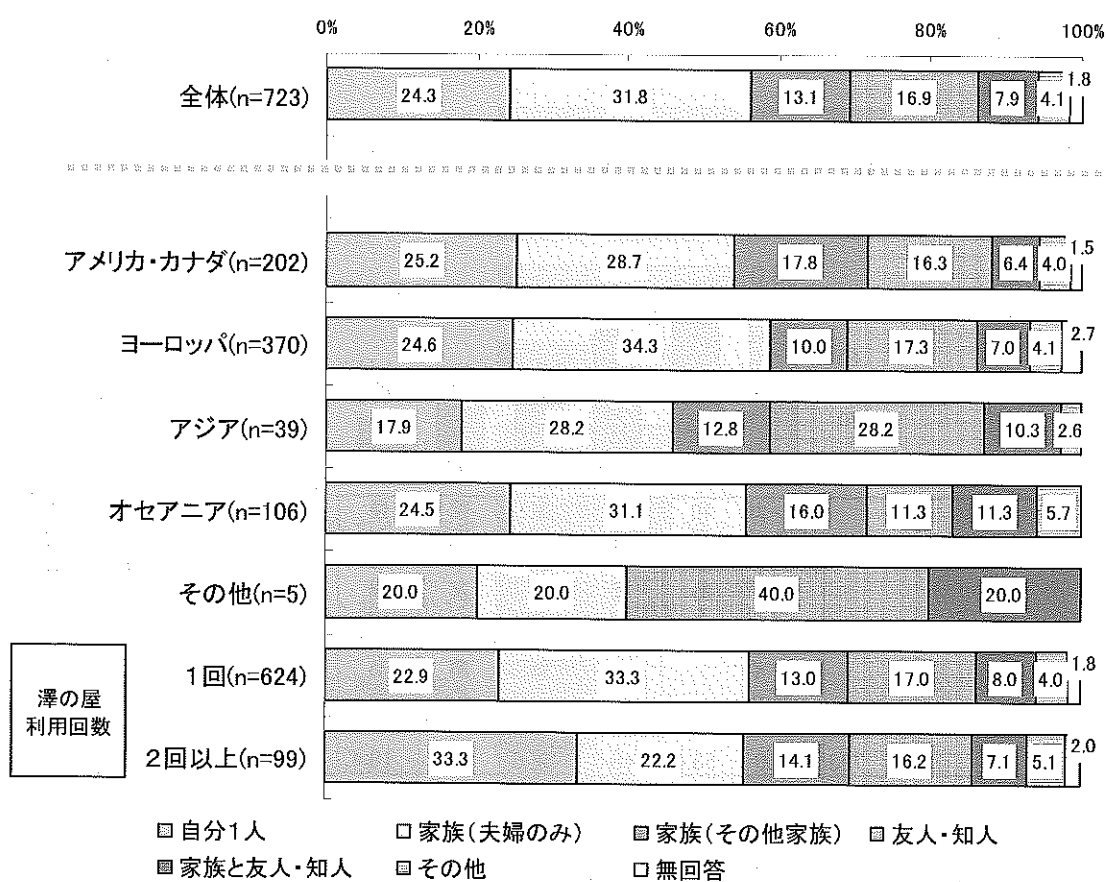


6. 訪日旅行の同行者＜構成＞

同行者の構成を見ると、「家族（夫婦のみ）」が31.8%と最も多く、以下、1人旅が24.3%、「友人・知人」が16.9%、「家族（その他家族）」が13.1%となっている。

国籍別の傾向を見ると、アジアでは一人旅が17.9%と少なく、「友人・知人」が28.2%と多く見られる。

訪日旅行の同行者（構成）／国籍別・澤の屋旅館利用回数別

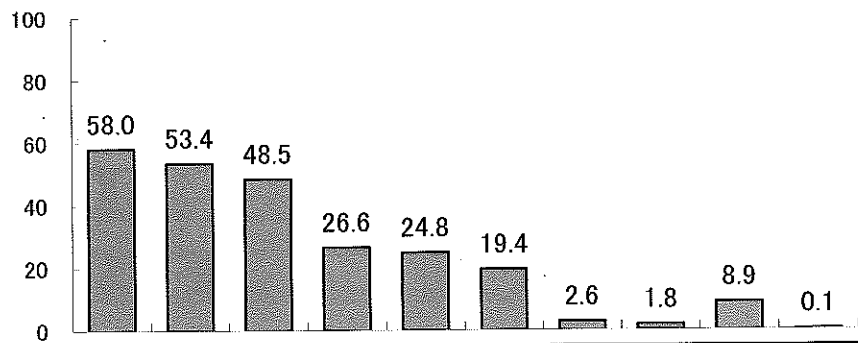


7. 澤の屋旅館選択理由

澤の屋旅館の選択理由を確認したところ、全体では、「ガイドブックやインターネットで見つけた」が58.0%と最も多く、その他、「和室がある」53.4%、「料金が安い」48.5%等が主な理由となっている。

また、澤の屋旅館のリピーターでは、「家庭的な雰囲気」55.6%、「便利な場所にある」33.3%等も評価されている。

澤の屋旅館選択理由／国籍別・澤の屋旅館利用回数別



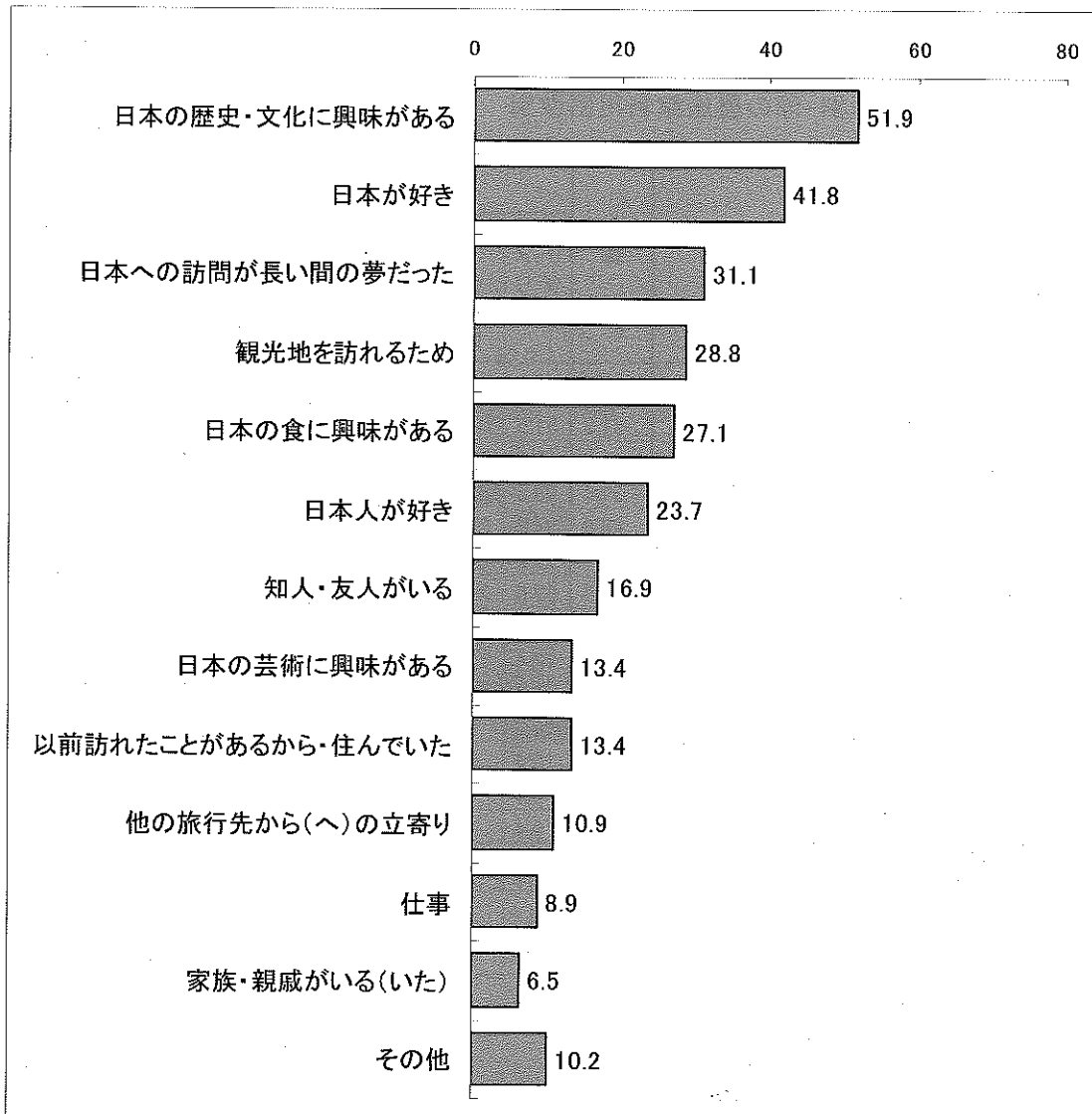
	n	ガイドブックやインターネットで見つけた	和室がある	料金が安い	家庭的な雰囲気	家族や友人の薦め	便利な場所にある	旅行会社等の薦め	多くの外国人が泊まっている	その他	無回答	
全体	723	58.0	53.4	48.5	26.6	24.8	19.4	2.6	1.8	8.9	0.1	
アメリカ・カナダ	202	56.9	60.9	60.4	24.8	24.3	19.3	3.0	1.0	11.4	-	
ヨーロッパ	370	59.2	50.0	41.4	28.4	25.4	18.9	3.0	1.6	8.9	-	
アジア	39	69.2	53.8	53.8	25.6	7.7	15.4	2.6	7.7	10.3	-	
オセアニア	106	50.0	50.0	48.1	23.6	30.2	22.6	0.9	1.9	3.8	0.9	
その他	5	80.0	80.0	60.0	40.0	20.0	20.0	-	-	-	-	
澤の屋 利用回数	1回	624	63.1	53.2	46.5	22.0	24.5	17.1	2.7	2.1	6.7	0.2
	2回	99	25.3	54.5	61.6	55.6	26.3	33.3	2.0	-	22.2	-

※ 全体を10%以上上回る値

8. 訪日旅行理由

訪日旅行の理由としては、「日本の歴史・文化に興味がある」が 51.9%と最も多く、以下、「日本が好き」41.8%、「日本への訪問が長い間の夢だった」31.1%、「観光地を訪れるため」28.8%、「日本の食に興味がある」27.1%等が上位に挙げられている。

訪日旅行理由（標本数:723）



8. 訪日旅行理由②

対象者の国籍別の傾向を見ると、アメリカ・カナダでは「観光地を訪れるため」、ヨーロッパでは「日本の歴史に興味があるから」、「日本への訪問が長い間の夢だったから」が全体の結果を大きく上回っている他、アジアでは「日本の食に興味があるから」が46.2%でトップになっている。

また、澤の屋旅館のリピーターでは「日本が好きだから」の他、「日本人が好きだから」、「以前訪れたことがあるから・住んでいたから」等が多く見られ、日本に好意的な人が多いことが分かる。

訪日旅行理由／国籍別・澤の屋旅館利用回数別

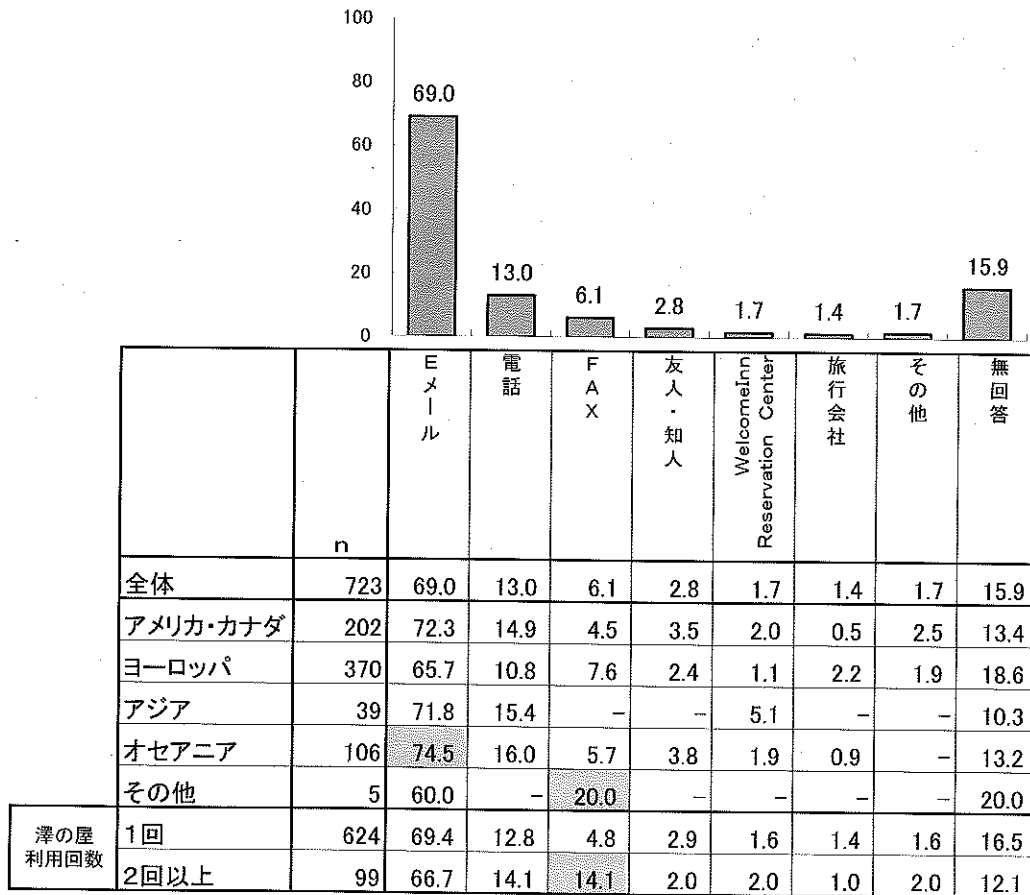
	全体	国籍別					澤の屋 利用回数	
		カナ メ ダ リ カ	ヨ ー ロ ッ パ	ア ジ ア	オ セ ア ニ ア	そ の 他	1 回	2 回 以 上
n	723	202	370	39	106	5	624	99
日本の歴史・文化に興味があるから	51.9	51.5	57.3	33.3	40.6	60.0	51.9	51.5
日本が好きだから	41.8	39.6	45.1	43.6	34.0	40.0	39.7	54.5
日本への訪問が長い間の夢だったから	31.1	23.3	37.8	30.8	20.8	80.0	35.4	4.0
観光地を訪れるため	28.8	37.6	23.8	41.0	25.5	20.0	29.6	23.2
日本の食に興味があるから	27.1	27.2	24.1	46.2	31.1	20.0	26.9	28.3
日本人が好きだから	23.7	22.8	26.5	12.8	19.8	20.0	21.8	35.4
知人・友人がいるから	16.9	20.3	14.3	10.3	21.7	20.0	15.5	25.3
日本の芸術に興味があるから	13.4	12.4	15.4	10.3	10.4	-	12.7	18.2
以前訪れたことがあるから・住んでいたから	13.4	15.3	12.2	10.3	15.1	20.0	9.8	36.4
他の旅行先から(へ)の立寄り	10.9	16.3	5.4	2.6	23.6	-	11.7	6.1
仕事のため	8.9	10.4	9.5	5.1	3.8	40.0	7.7	16.2
家族・親戚がいる(いた)から	6.5	8.4	5.1	5.1	7.5	-	6.4	7.1
その他	10.2	9.4	8.4	10.3	17.0	40.0	9.8	13.1

※ 全体を5%以上上回る値

9. 澤の屋旅館予約方法

日本以外からの澤の屋旅館の予約方法は、「Eメール」が 69.0%で中心となっており、「電話」が 13.0%、「F A X」が 6.1%程度となっている。

澤の屋旅館予約方法／国籍別・澤の屋旅館利用回数別



※ 全体を5%以上上回る値

10. 日本の情報源

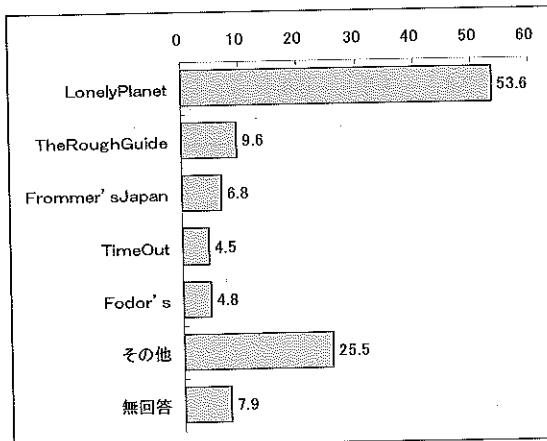
日本についての情報源は、「書籍（ガイドブック・本・雑誌・地図など）」80.0%と、「インターネット」73.4%の利用が中心となっており、「知人・友人（口コミ）」が33.3%で3位となっている。ヨーロッパ国籍の旅行者では「書籍」が85.9%、アジアでは「インターネット」が84.6%と多く見られる。

日本の情報源

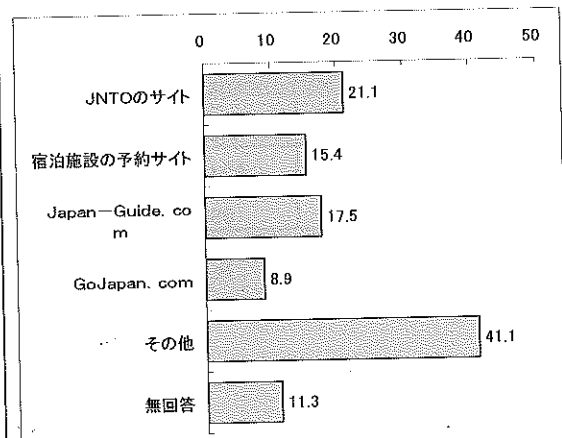
	全体	国籍別				
		カナダ	アメリカ	ヨーロッパ	アジア	オセアニア
n	723	202	370	39	106	5
書籍(ガイドブック、本、雑誌、地図など)	80.8	77.2	85.9	69.2	74.5	60.0
インターネット	73.4	75.7	70.5	84.6	76.4	60.0
知人・友人(口コミ)	33.3	32.7	34.3	30.8	32.1	40.0
日本に住んでいた・前回訪れた経験から	10.0	14.4	7.6	-	13.2	20.0
ツーリスト・インフォメーション	8.9	8.9	8.4	17.9	6.6	20.0
家族・親戚(口コミ)	8.4	9.4	7.3	7.7	11.3	-
JNTO	5.7	5.4	6.2	10.3	2.8	-
テレビ	3.3	2.0	4.3	5.1	0.9	20.0
旅行代理店	2.5	2.0	2.7	-	2.8	20.0
その他	2.2	4.0	1.4	-	2.8	-

※ 全体を5%以上上回る値

<書籍内訳 標本数:584s>



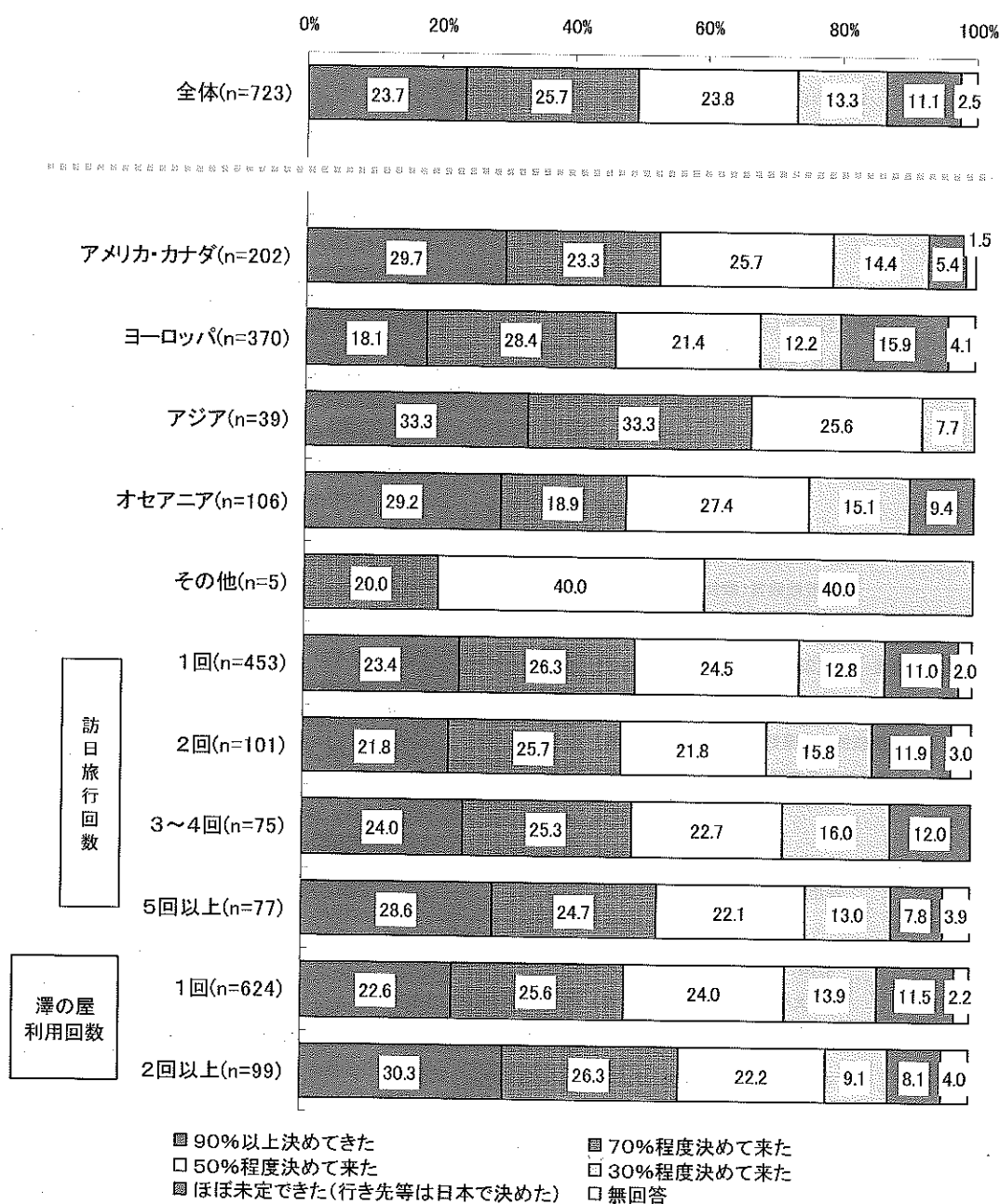
<インターネット内訳 標本数:531s>



11. 旅行内容決定のタイミング

訪日旅行内容の旅行前の決定状況を確認したところ、90%以上の旅行内容を事前に決めてきたという人は23.7%程度で、50~70%決めてきた人が半数程度、3割程度決めてきた人が13.3%、ほとんど決めていない人も11.1%と比較的多く見られる。訪日旅行者の多くが、日本に訪れてから旅行内容を決めていることが分かる。

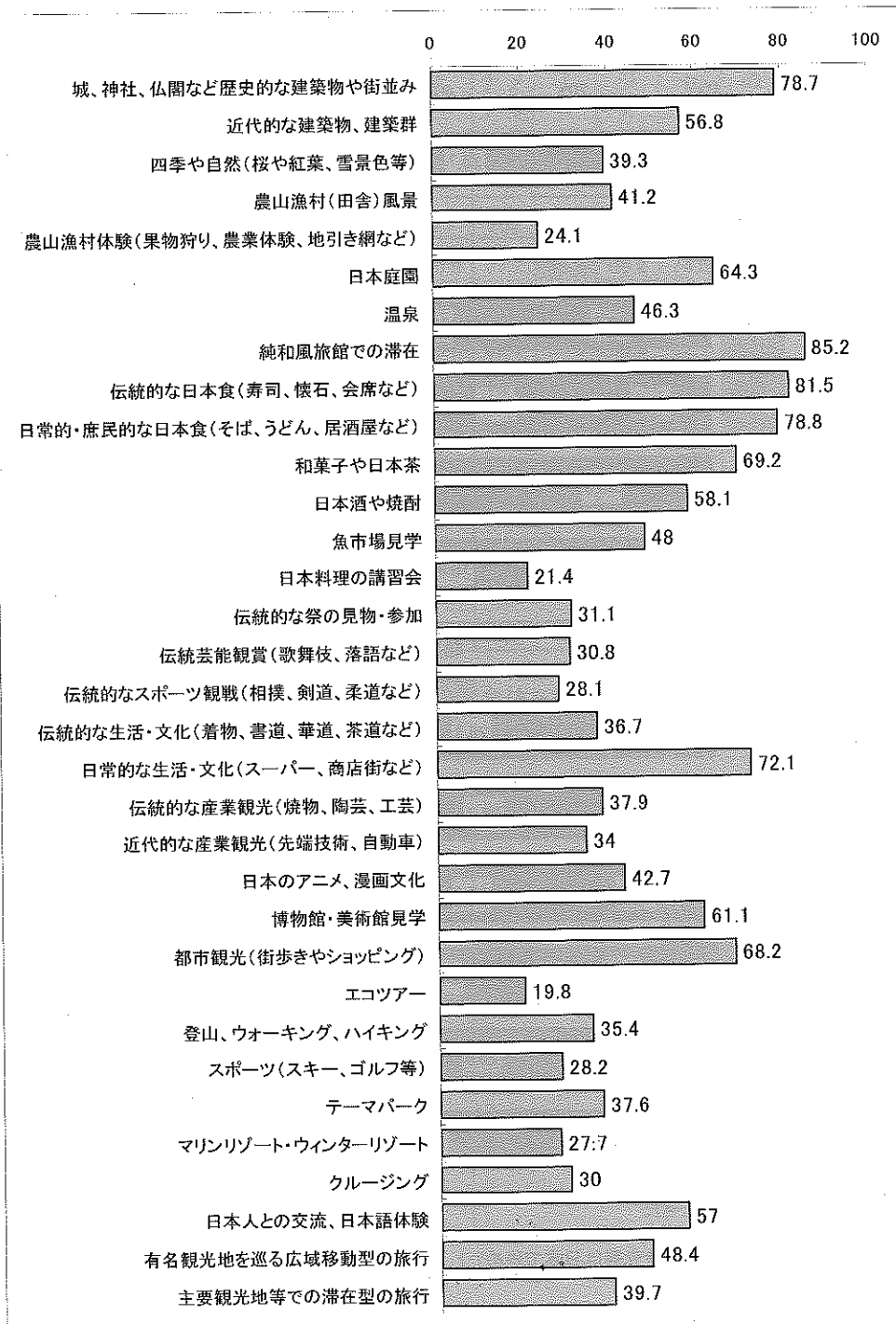
旅行前の旅行内容決定状況



12. 日本の観光資源認知状況

日本の各種観光資源を提示して認知状況を確認したところ、「純和風旅館での滞在」85.2%、「伝統的な日本食（寿司・懐石・会席など）」81.5%、「日常的・庶民的な日本食（そば・うどん・居酒屋など）」78.8%、「城・神社・仏閣など歴史的な建築物や街並み」78.7%などが上位に挙げられている。

日本の観光資源の認知状況 (標本数: 723s)



13. 興味のある観光資源

興味のある日本の観光資源を確認したところ、「伝統的なスポーツ観戦（相撲・剣道・柔道など）」52.0%、「四季や自然（桜や紅葉・雪景色など）」51.9%、「伝統芸能観賞（歌舞伎・落語など）」51.3%、「伝統的な祭の見物・参加」、「伝統的な生活・文化（着物・書道・華道・茶道など）」50.2%、「農山村（田舎）風景」47.9%、「温泉」45.0%等が上位に挙げられている。

また、これら上位に続いて、「農山漁村体験（果物狩り・農業体験・地引き網など）」、「日本料理の講習会」、「登山・ウォーキング・ハイキング」、「エコツアー」、「日本人との交流、日本語体験」等の体験型のツアーが挙げられており、訪日外国人に対する今後のプロモーションの方向性として考えられる。

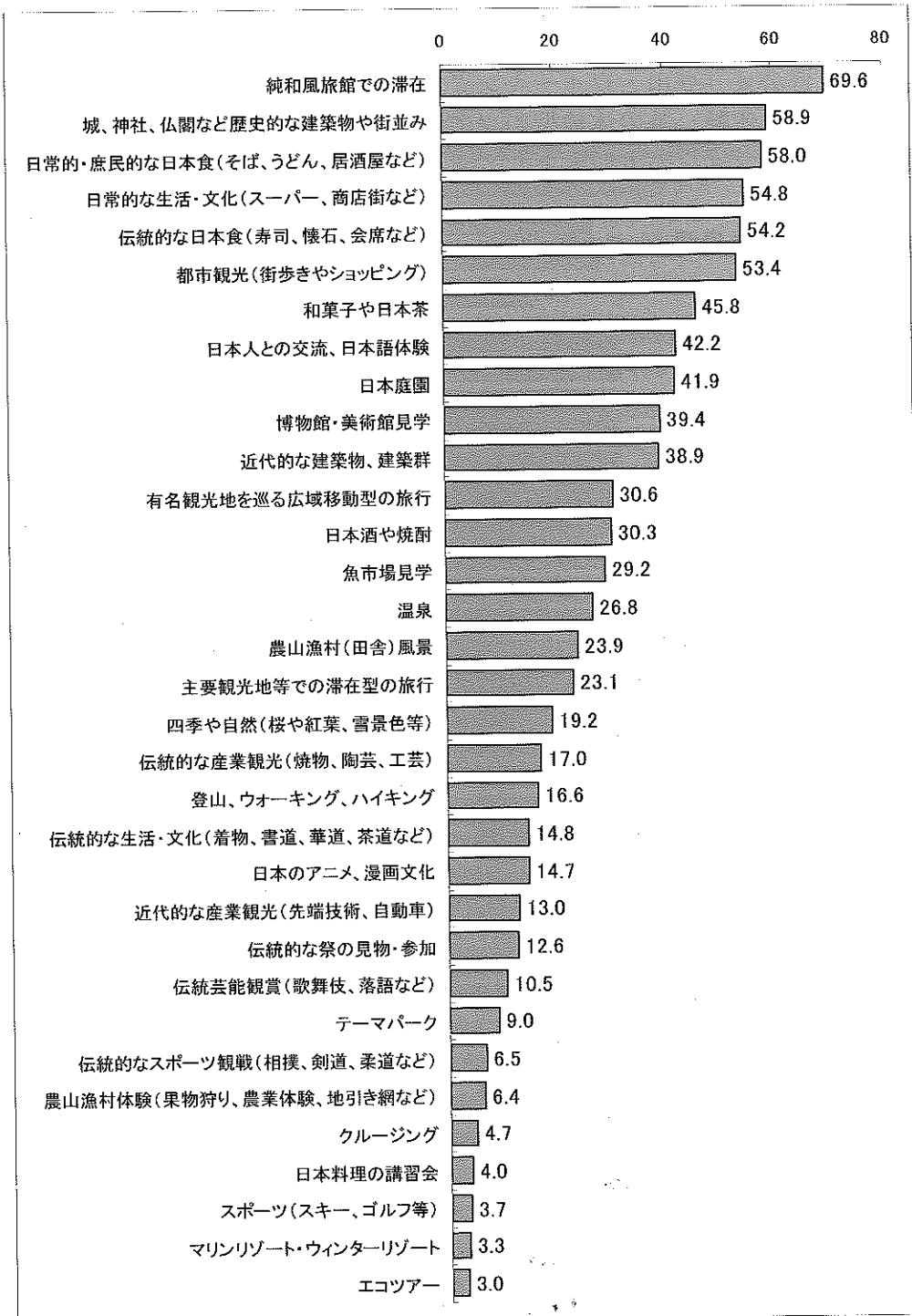
興味のある日本の観光資源 （標本数：723s）



14. 今回の旅行で経験した(する)コト

澤の屋旅館を利用した今回の旅行で経験した(する予定の)内容は下図の通り。

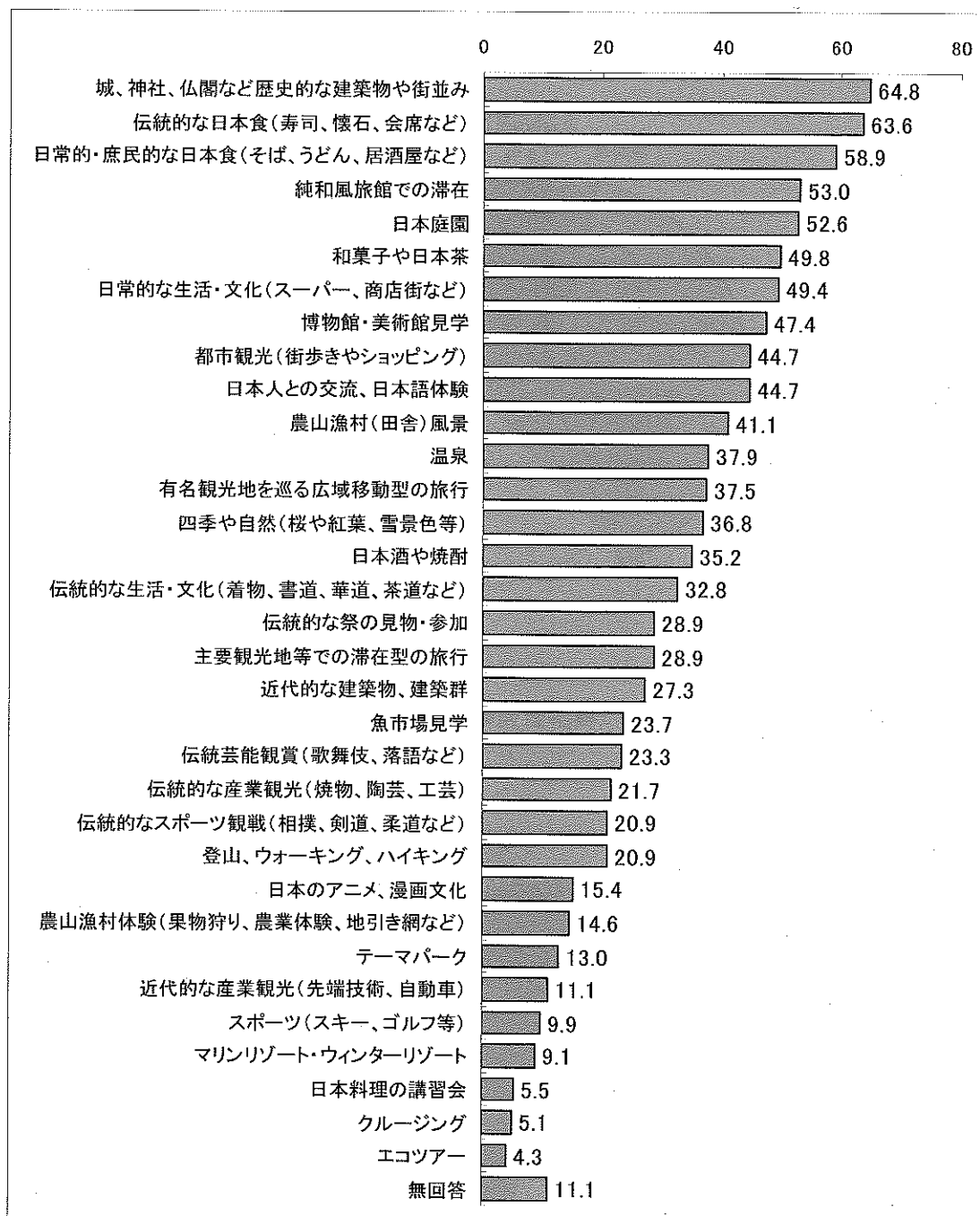
今回の旅行で経験した(する予定)のコト (標本数:723s)



15. 過去の訪日旅行で経験したコト

過去の訪日旅行で経験した旅行内容は下図の通り。

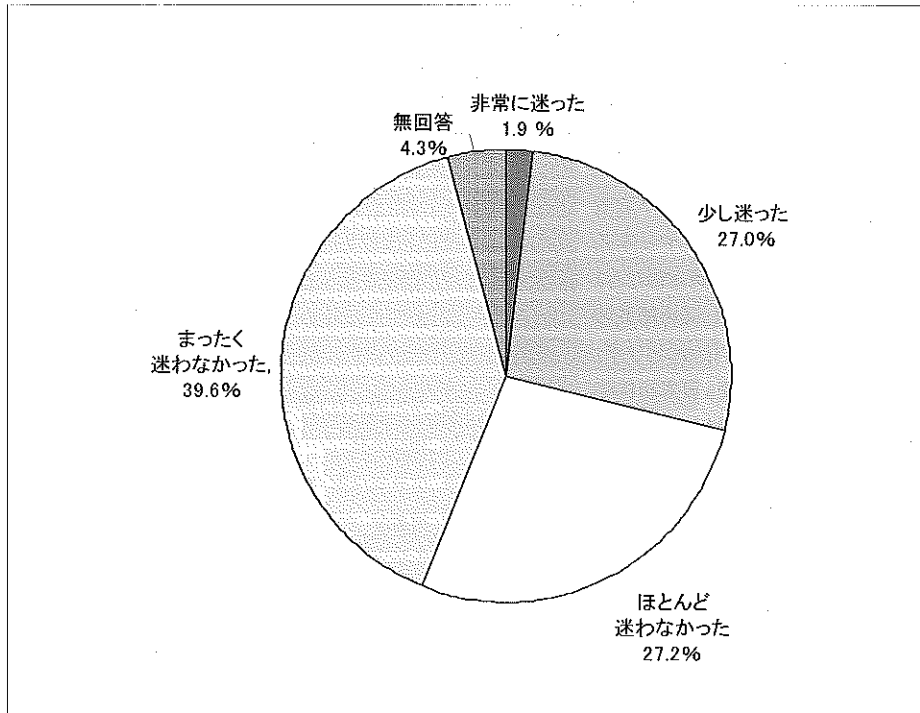
過去の訪日旅行で経験した旅行内容 (n=253)※過去訪日旅行経験者ベース



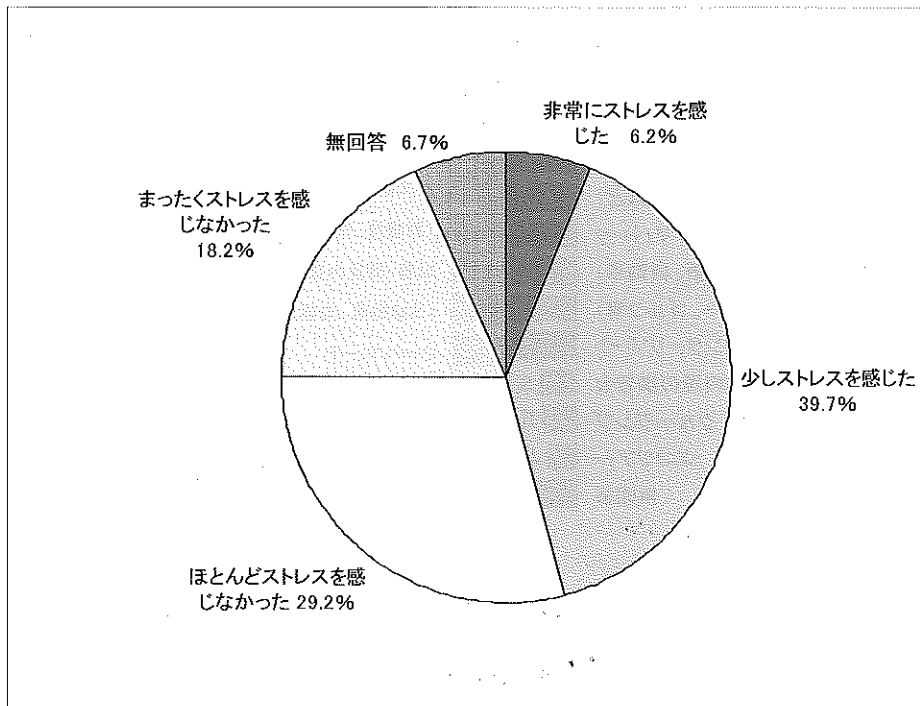
16. 交通機関利用時に迷った経験とストレス度

日本の交通機関を利用した際に迷った経験がある人は全体の28.9%程度で、その大半は「少し迷った」程度となっている。その内、45.9%がストレスを感じたとしている。

交通機関利用時に迷った経験 (標本数:723)



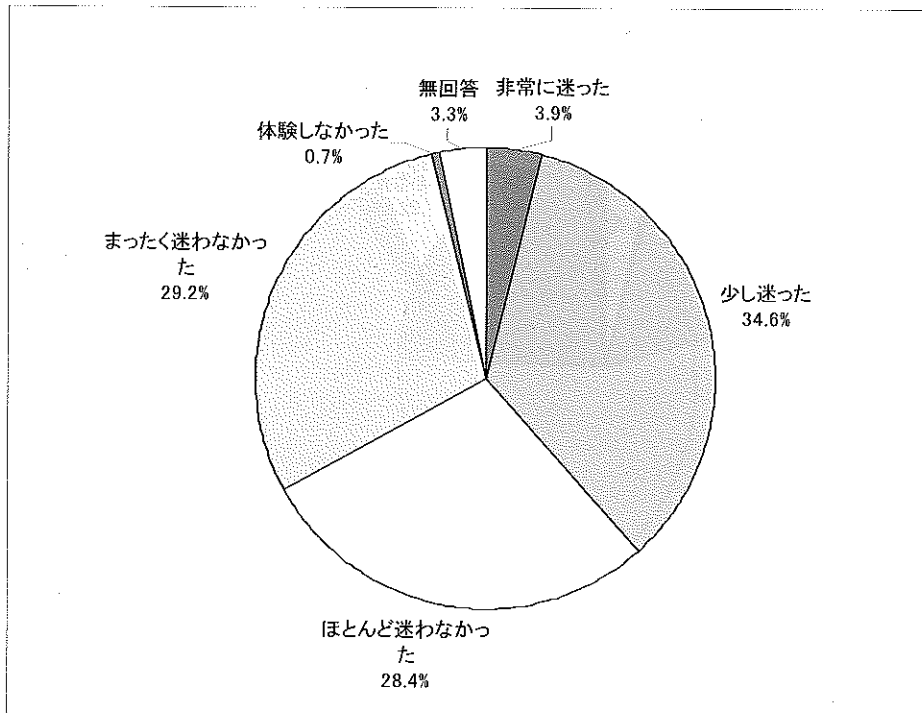
交通機関に迷った際のストレス度 (標本数:209)



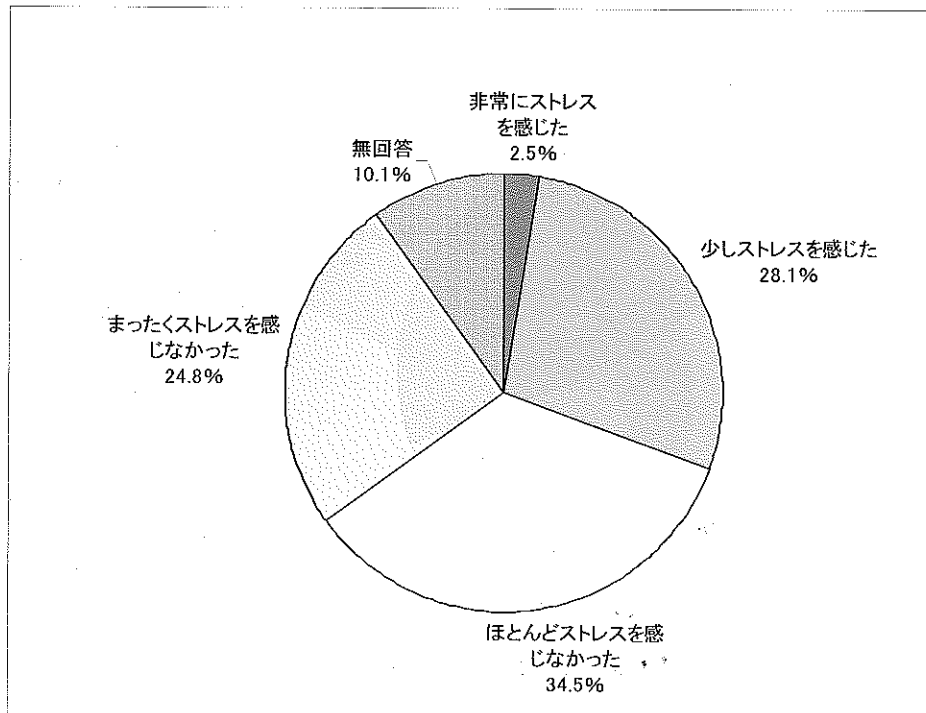
17. 街歩き時に迷った経験とストレス度

街歩きの際に迷った経験のある人は全体の 38.5%であり、「非常に迷った」という人は 3.9%程度と僅かである。その内、30.6%がストレスを感じたとしている。

街歩き時に迷った経験 (標本数:723)



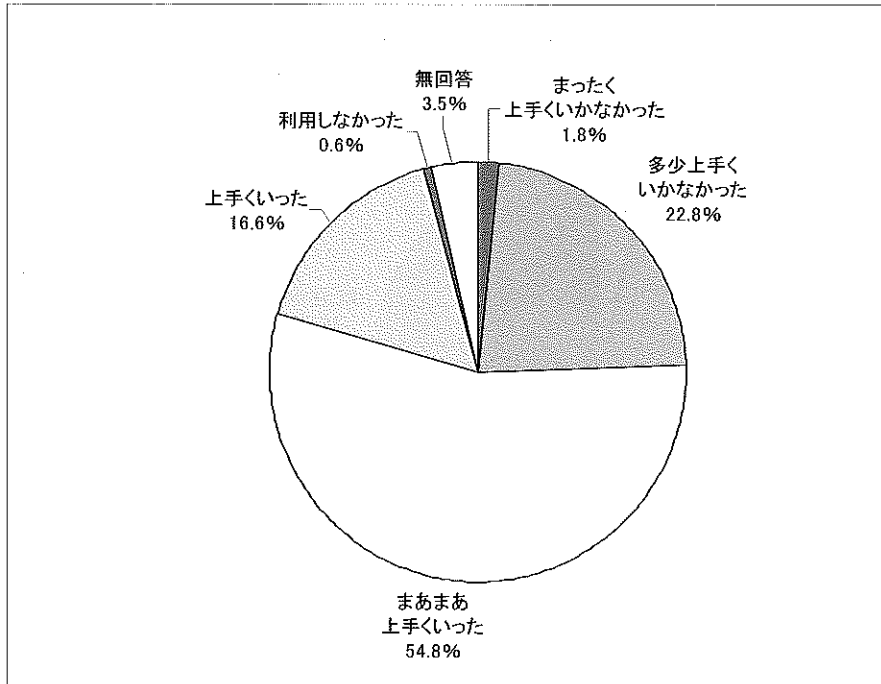
街歩き時に迷った際のストレス度 (標本数:278)



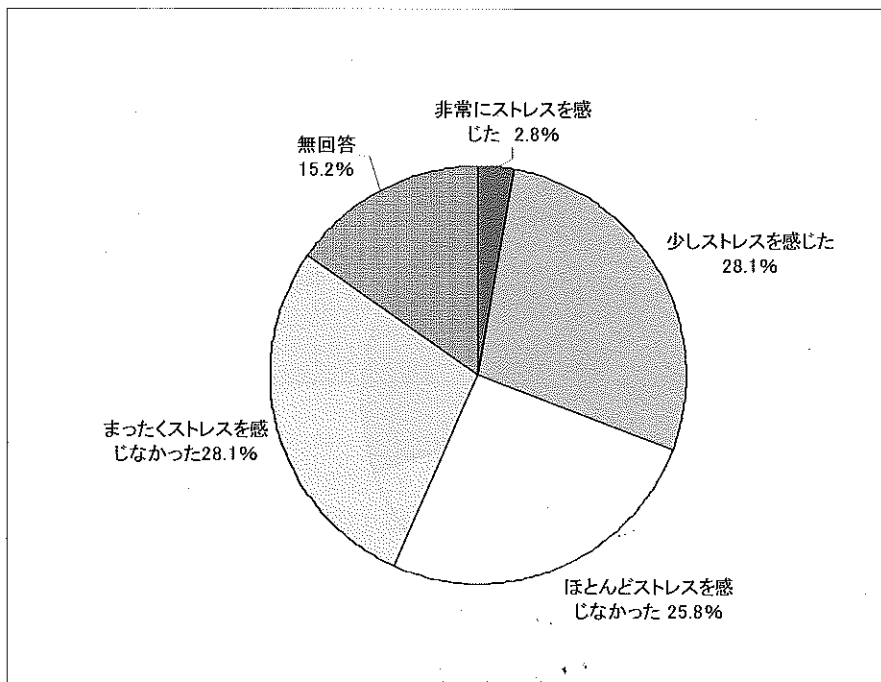
18. 飲食店でのコミュニケーションとストレス度

飲食店利用時にコミュニケーションが上手くとれなかった経験のある人は全体の24.6%程度であり、その内、ストレスを感じたとしている人は30.9%程度となっている。

飲食店でのコミュニケーションが上手くいかなかった経験 (標本数:723)



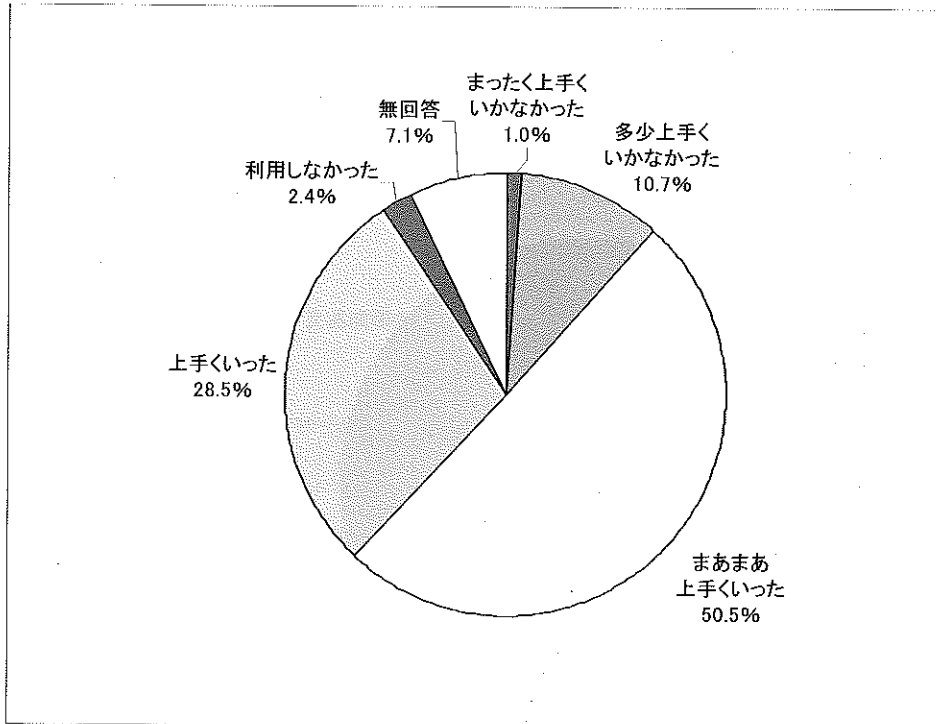
飲食店でのコミュニケーションが上手くいかなかった際のストレス度 (標本数:178)



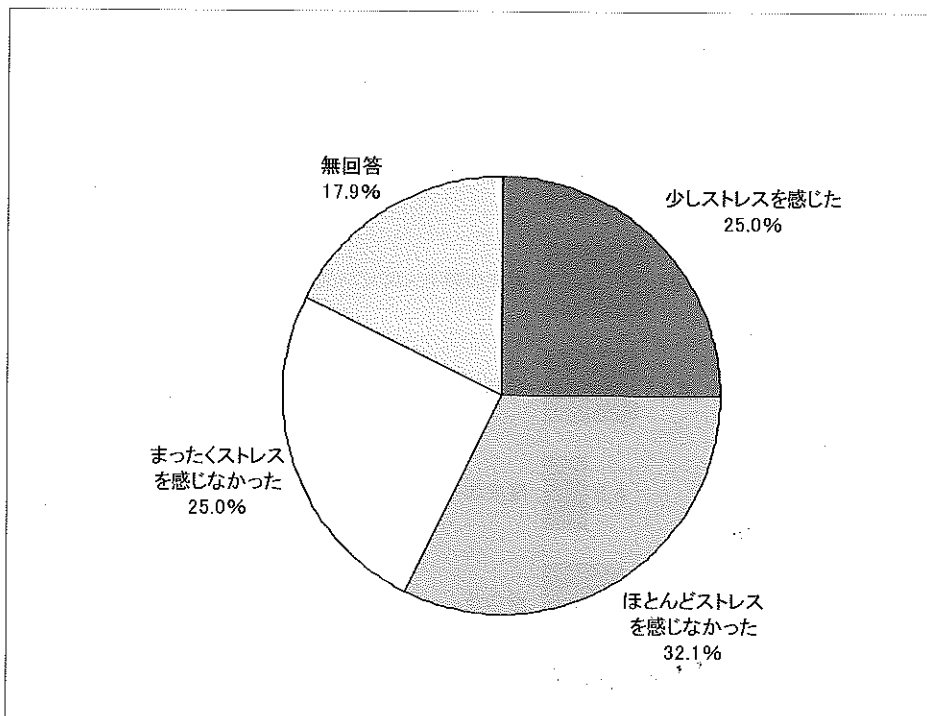
19. 土産物店でのコミュニケーションとストレス度

土産物店利用時にコミュニケーションが上手くとれなかった経験のある人は全体の11.7%程度と僅かであり、その内、ストレスを感じたとしている人は25.0%程度となっている。

土産物店でのコミュニケーションが上手くいかなかった経験 (標本数:723)



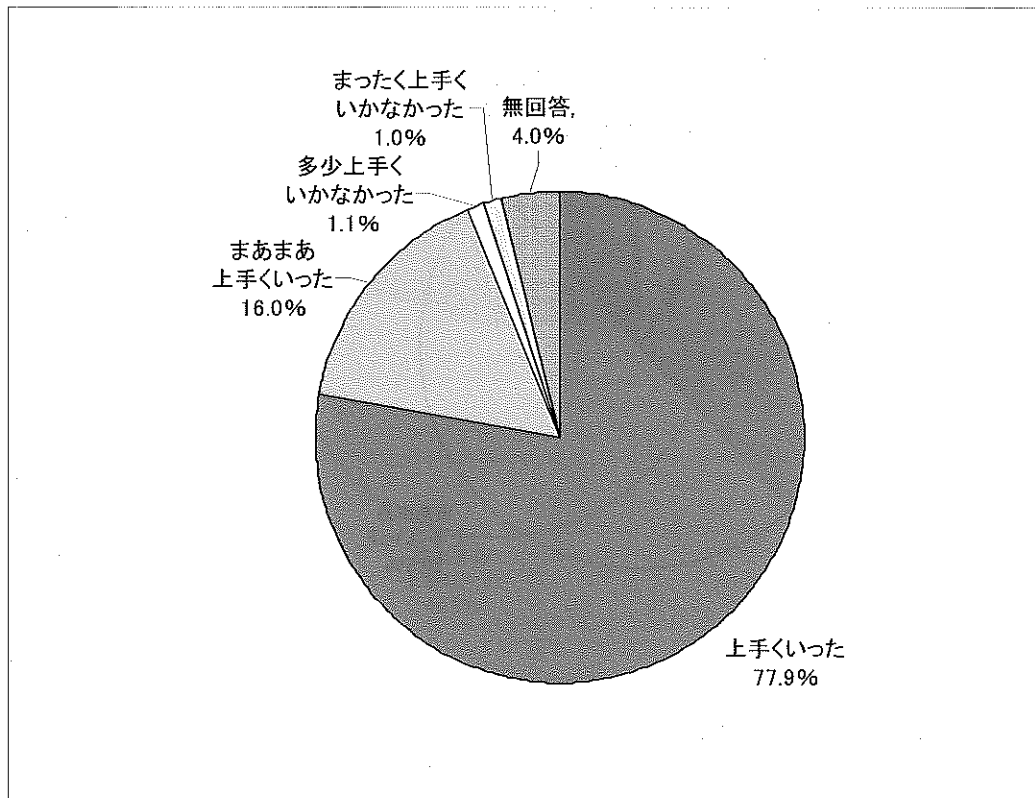
土産物店でのコミュニケーションが上手くいかなかった際のストレス度 (標本数:84)



20. 澤の屋旅館でのコミュニケーションとストレス度

澤の屋旅館でのコミュニケーションについては、大半が上手くいったとしており、ストレスを感じたとしている人もほとんど見られない。

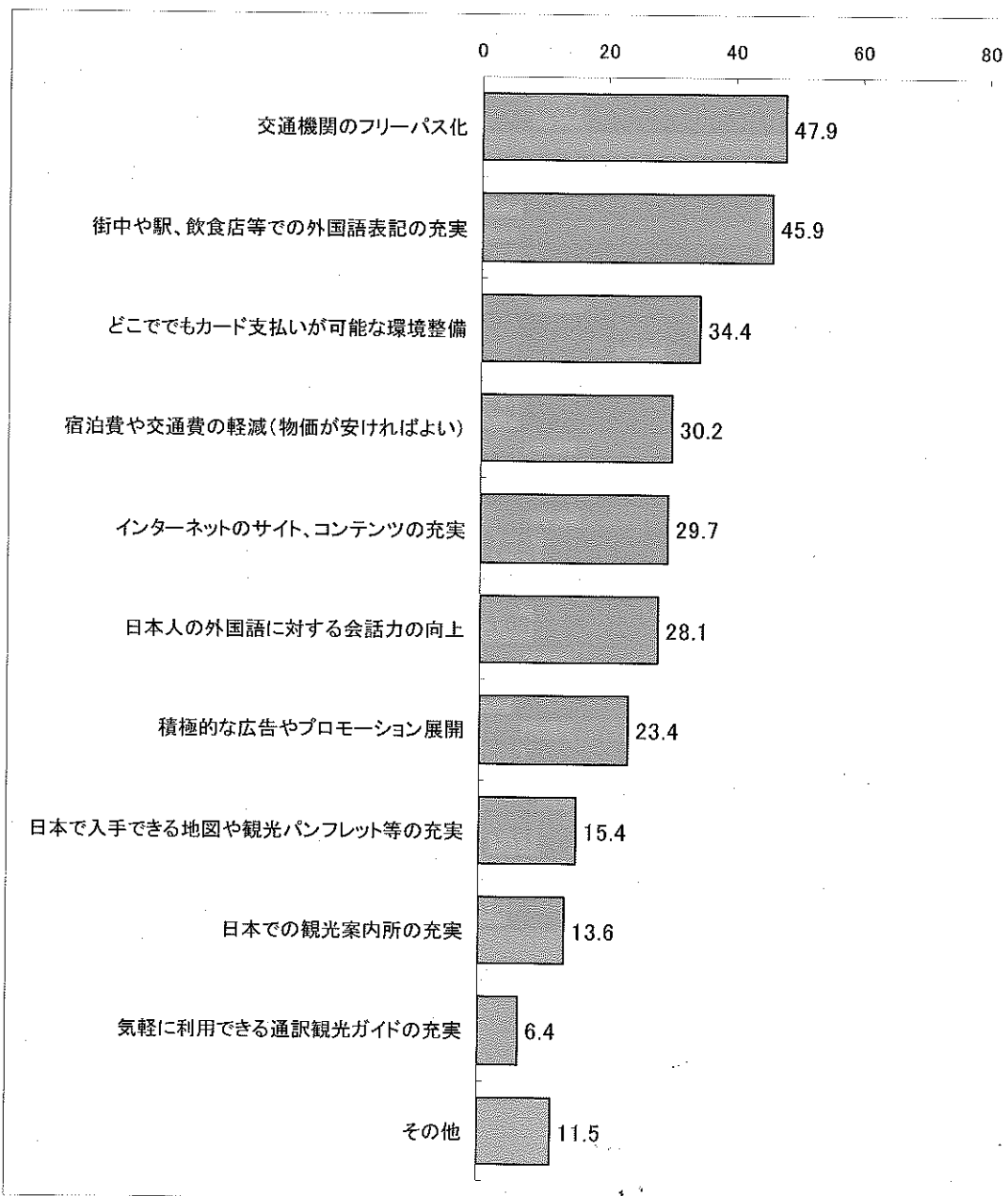
澤の屋でのコミュニケーションが上手くいかなかった経験 (標本数: 723)



21. 訪日外国人観光客を増加させるには

今後、訪日旅行客を増加させるための施策としては、「交通機関のフリーパス化」47.9%、「街中や駅、飲食店等での外国語表記の充実」45.9%が多く見られ、以下、「どこでもカード支払いが可能な環境整備」34.4%、「宿泊費や交通費の軽減（物価が安ければよい）」30.2%、「インターネットのサイト、コンテンツの充実」29.7%等が次いでいる。

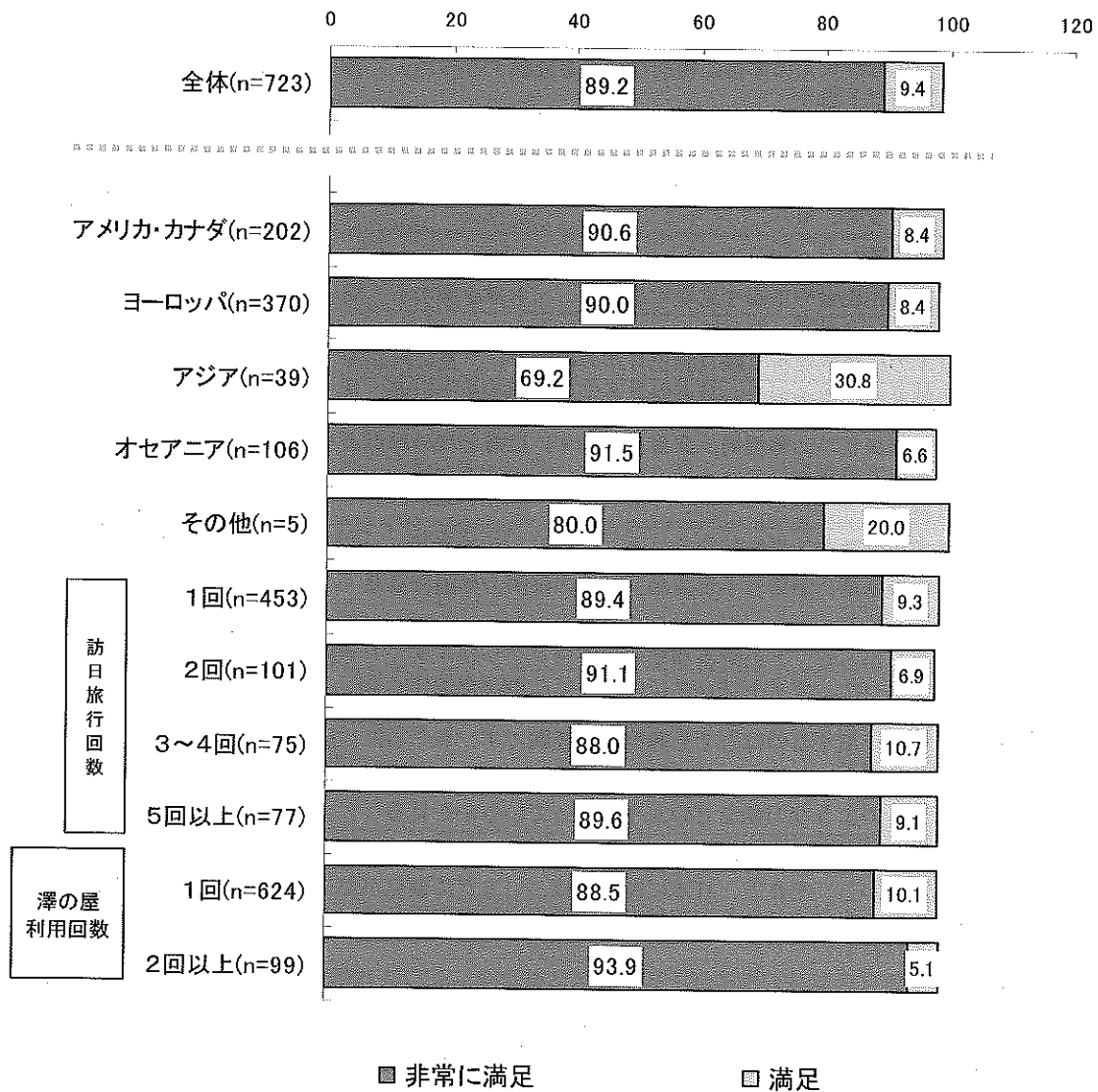
訪日外国人観光客を増加させるための施策（標本数：723）



23. 澤の屋旅館満足度

澤の屋旅館についても大半が満足したとしており、「非常に満足」とする積極的評価が9割を占める。訪日旅行の満足度と同様、アジア国籍の旅行者での積極的満足度が7割程度とやや低めになっている。

澤の屋旅館満足度／国籍別・訪日旅行回数別・澤の屋利用回数別



24. 外国人が楽しめる観光要素(自由回答)

主要コメント

		<国籍>
伝統文化	旅行中に参加できる武道の地元道場	アメリカ
	「お茶の国」をこの目で見て確かめるーここには、是非行ってみたい	アメリカ
	3日～4日間の相撲観戦バックツアーが欲しい。私は4回相撲部屋を訪問した。(東京、名古屋、大阪、福岡場所ーいずれでもOK.)	アメリカ
	多くのアメリカ人にとって、日本はエキゾチックな国で、私達が慣れ親しんでいるものとは非常に異なる文化、伝統、光景のある国。だから、一般的には、日本のステキな人達との出会いを経験する、美しい国、神社、寺院等を見て、みなさんの非常に特別な文化を経験するのが、アメリカ人にとっては魅力的だと思う	アメリカ
	城。相撲。日本酒醸造元ツアー	アメリカ
	寺院を訪ねて、宗教的生活を体験する	アメリカ
	日本の音楽、尺八	イギリス
	座禅体験	イギリス
	工芸製作現場や工場を見学する。例： 木綿を染める、織る。書や華道のワークショップ	フランス
	日本の伝統的な折り紙（お正月用の鶴など）。夏には花火、花火は美しい。太鼓フェスティバル。日本の日常生活に関する手引書。日本語の基礎、日本の日常生活に慣れていない人達が街中で行きたい場所（スーパーマーケット、コンビニ、郵便局、交番、・・・）にたどりつけるよう指示してくれるガイドブック	フランス
	町屋	ドイツ
	必ず和紙製造工場を訪ねること	オーストラリア
	日本の美術、彫刻、手工芸品。日本の映画、舞踊、音楽	オーストラリア
	私は人形収集家です。昨日の人形博物館やお店を見に行く岩槻への旅は本当に楽しかった。この町を発見するには、インターネットで検索しなければならなかった。ガイドブックにはのってなかった	オーストラリア
	宿坊で一泊するのはとても興味深い経験です。もちろん、旅行者の好みにもよりますが	その他
	「刀」のような刀剣をどのように作っているかを見る	その他
私の意見ですが、もっと歴史や文化を紹介すること。なぜなら、あまりにも異なるから。それと、日本に関しては、いまだに偏見があると思う。これは日本側から生まれたものではなく、この文化を理解していない他の文化から生まれたもの	その他	
アーティストたちが芸術的な手工芸や浮世絵を学んだり、試してみるチャンスを持てれば、本当に楽しめると思う。もしそれが可能なら、私は一回の旅につき一つの芸術的なお試し体験のためだけに再来日する	フランス	

24. 外国人が楽しめる観光要素(自由回答)

		＜国籍＞
現代文化	日本のアーティストによるニュー・ミュージックのプロモーション (特にロック、ジャズ、クラシック)	アメリカ
	ポップ・カルチャー観光ー日本のテレビ、ポップ・ミュージック、若者文化、ファッション・メディア観光ー日本映画、美術、広告、テレビ、ウェブ、アニメーション	アメリカ
	文化交流活動ー私の夫はアーティスト。今後 (日本を) 訪問する際、医療センターやアーティストのスタジオを訪問したい	カナダ
	テレビゲーム関連 (任天堂、ソニー等)。モダンなポップ・カルチャー (原宿等)	イギリス
	現代日本デザインとアーバン・デザイン	オーストラリア
	モダン・アートのギャラリーを訪ねるー交通も含めて企画する	オーストラリア
	日本の洋服のデザイン、「end-out」ショップのデザイン	フランス
	ポップ/ロック・ミュージックのショー (Zepp、Studio Coast、UNIT、等)	その他
	ゲーム文化 (タイトーステーション、セガクラブ、ナムコランド等)	その他

日常生活体験	街中で散歩できる / (ガイド付きではなく) 一人で歩ける興味深い周辺地域	アメリカ
	私達が知っている外国人旅行者の大半は、日本人が当たり前だと見過ごしている普通の日常的な活動に興味を持っている。そういった経験をするには、澤の屋旅館のある近隣地域は最高です	カナダ
	日本の家族と生活し、家事を手伝う	カナダ
	もっと多くの日本人達と、日常の状況で交流する。日本の方々の家庭に招待してもらうなど	カナダ
	素晴らしくて、親しみやすい、おもてなしを体験する	イギリス
	日本の大学もしくは小中高校訪問	オーストラリア
	このあたりの小さなお店が大好きでした、洗濯屋さん、自転車店、綿の布地のお店は良かった	オーストラリア

グルメ	グルメ、グルメ、グルメ!	アメリカ
	食べ物をベースにしたツアーがあればステキ	アメリカ
	澤の屋旅館での料理のレッスンーとんかつ、うどん、天ぷら	アメリカ
	日本人と一緒に慣れない食べ物を食べる。日本人の費用は私達のお客様ということで、私達が支払う	アメリカ
	地元の小さなレストランへ訪問	カナダ
	旅館やホテルが、例えば日本料理のレッスンを提供する (例: 寿司作りの基礎編) あるいは、ツアーを計画	オーストラリア
	家庭料理のクラス、サラリーマンと日本酒を飲む、書道のクラスをもう少し安く、果物狩り、都市のオートバイ・ツアー	オーストラリア

24. 外国人が楽しめる観光要素(自由回答)

<国籍>

その他	超高速で便利な新幹線に乗る	ドイツ
	澤の屋が提供して下さったような、都市の自転車に関する説明：素晴らしい！電車システムに関する情報（歴史、技術）：東京メトロ、JR、地下鉄	ドイツ
	国立公園を訪ねるのも楽しんでもらえるかもしれない	アメリカ
	急流でのサーフィン、クルーズ、ダイビング	カナダ
	とてもとても簡単な日本語を学ぶための小型本に興味があります、それがあれば、迷子になった時など日本人々に「私を助けてください」と礼儀正しくお願いできるから	フランス
	絶対に広島を訪ねて、記念館を経験すべき。とても感動的のためになる	オーストラリア
	日本には経験できることが豊富にあり、日本人々は旅行者をととても温かくもてなしてくれる。	その他
	美しい風景。火山+火山の低木地帯の散策。原生林にある古い大木（杉など）を訪ねる	オーストラリア
	富良野の観光協会が外国人旅行者のために地元の人々で行う活動を幾つか開催してくれ た。例：ウェルカム・ナイト（へそ踊りのダンサー、舞妓）と、日本の芝居の観劇—この二つはとても良かったし、旅行者たちもとても気に入っていた。もっとこういうのをやると良い	オーストラリア
	澤の屋はほとんど全てを取り込んでおられました。温泉は外国人の大半が興味をもつものの一つ。特に露天風呂。非常に特徴的	アメリカ
スパ、ヘルスクラブ	その他	

25. 訪日旅行の感想／日本へのアドバイス(自由回答)

澤の屋旅館を利用した今回の訪日旅行の感想・日本へのアドバイスについて、自由回答により確認した。道路、交通機関や飲食店での看板・メニューなどの英語表記を求めるコメントが多く見られた他、JR・地下鉄等交通機関の観光用共通チケットや、外国のカードが利用できるATMの充実などを求めるコメントも見られる。

また、“パリでは日本の広告を一度もみたことがない”といったコメントのように、各国での日本に関する情報の少なさに関するコメントも多く見られた。

		＜国籍＞
地図 各種表示 表記	ローマ字表記の地図があれば役に立つ。「diddlefinger」の地図はとても役に立ったが、全てが漢字表記	アメリカ
	地域エリアの地図。地域エリアのバスの時刻表をもっと入手しやすくしてほしい—インターネット、または都市の大きめの観光案内所で	オーストラリア
	近隣地域の地図で、散策ルートを線で書き入れたもの—散歩ツアー、歩行距離、散策に要する時間を提示する。ただの一般的な地図ではなく、具体的な地図、実際に通る道やルートを示したもの	アメリカ
	漢字だけではなく、仮名かローマ字表記の看板、メニュー等があれば、とても役に立つ—私達には漢字はかなり難しい！	イギリス
	道路の看板を英語付の看板に改善して	アメリカ
	簡単にわかる交通機関の看板やその他の看板を英語で	アメリカ
	公共の交通機関で移動するのは、東京の方が大阪よりずっと簡単だとわかった。看板や地図は東京のほうが優れている	アメリカ
	地図上や道路で通りの名前を見つけだすのは難しい	アメリカ
	地下鉄の駅には、切符の買い方と運賃について、もっと英語の情報を	カナダ
	より簡単に歩ける/乗れる/運転できるように、もっと道路標識が欲しい	イギリス
	ローマ字で書かれた看板を増やす、美術館ではもっと説明文（英語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、イタリア語の）を増やす	フランス
	東京以外の街（京都はOK、他の都市は難しい）では、英語またはローマ字による情報（看板、地図、人々）を増やす	フランス
	もっと英語のメニュー、地図、看板・・・があると助かることもある。特に日本レストラン（小さい店）には英語のメニューがない！	ドイツ
	地下鉄駅間の距離に関する情報。地下鉄（駅）のエレベーター・アクセスは、ベビーカー/車椅子利用者には助かる。地下鉄駅の出口番号を提示した地図	オーストラリア
	もっと多く英語の情報を日本語の情報と併記する	オーストラリア
	英語の地図、あるいは、場所名の英語表示がないエリアに、観光案内所を設置する	オーストラリア
	地図は日本語（漢字）と英語（ローマ字）の併記が必要、そうすれば助けを求められるし、その際、両者が読めるので、なにを頼んでいるのかを理解してもらえる。地下鉄運賃—東京の最高の地下鉄システムにおける地下鉄の—駅間、駅と駅間の運賃—に関して同じ	オーストラリア
	地下鉄の駅には一般的な英語の地図はあるが、運賃が載っているのは日本語のしかない—ということは、運賃がいくらを見るには、自分の駅がどこかを推測するしかない。特に新宿駅では圧倒されてしまった—自分がどこへ行くのかを見つけ出すのは至難の業だった	イギリス

25. 訪日旅行の感想／日本へのアドバイス(自由回答)

		＜国籍＞
情報	英語圏のホームページで宣伝しているホテルの大半は非常に高い。こういったホームページで澤の屋のようなホテルがもっと見られたら、もっと多くの人達がよりお手ごろな宿泊施設について認識できる	アメリカ
	空港と都市間の簡単な行き方を載せたシンプルなホームページー各美術館/寺院に最も近い地下鉄駅名を表記。「下町美術館とガイド」は素晴らしい!	アメリカ
	大々的なテレビや広告キャンペーンが手助けになるかもしれない。アメリカ人にとって日本をもっと親しみやすいものにするよう努力する、そうすれば私達も来日を検討できる。多くのアメリカ人が外国へ行こうと考えるとき、日本のことを思い浮かべることすらしないかもしれない	アメリカ
	国立公園、山々や海岸地域のような自然地域をもっと宣伝する	アメリカ
	ネイティブが翻訳した英語の情報がもっと欲しい、そして、JNTO(日本政府観光局)の情報ホームページへのリンク、若者向けの日本のホームページと情報源、日本語入門へのリンクがもっと多く欲しい!	アメリカ
	伝統文化、現代文化の両方に関する情報がもっと欲しい。行儀作法、儀式、信念、芸術、伝統、歴史の詳細を分かち合ってほしい	アメリカ
	日本の歴史と信じがたい自然美を宣伝すること。東京のような都市はどこにも類がないことを見せる、それでいて、日本人はとても親しみやすく、礼儀正しいことも見せる、そうすれば誰もがここはとても安全だと感じられると思う	イギリス
	もっと多くの英語/諸外国語のホームページを、そして、ショー、演劇等のチケットを海外から予約できる可能性を増やす	フランス
	積極的な広告を開発する。パリでは、私は日本の広告を一度も見たことがない	フランス
	地元の人々や地元文化との交流をプロモーションする→富良野ではとても楽しかった	オーストラリア
	交通システム/チケット・システムは簡略化するよう改善が必要。日本のホームページの多くは、言語オプションとして日本語だけになっている、特に宿泊施設や一部の観光スポット	オーストラリア
ヨーロッパでは知られていない地元の観光スポット(民芸館のような美術館等)を宣伝すること	その他	

交通機関	多くの地下鉄の駅は利用する際に階段を上り下りしなければならないことを知らせておくべき。荷物を軽くしておく必要があるから!	アメリカ
	日本の電車は素晴らしい!時刻表がホテルで入手できると、また、ホテルやインターネットで座席が予約ができると助かる	アメリカ
	なにもかも素晴らしかった。ただ、地下鉄の駅でどうすればいいのかわからず困った、でもそれだけ	アメリカ
	JRとその他の電鉄会社の両方に使える観光用チケットがあるべき	イギリス
	ジャパン・レール・パス(JR全線フリーパス)をもっと宣伝すべき、このパスは素晴らしい!	イギリス
	全ての地下鉄会社に対応できる1週間有効の交通カードを作ってください。オネガイシマス	フランス

25. 訪日旅行の感想／日本へのアドバイス(自由回答)

		＜国籍＞
会話	多くの西洋人は言葉の壁を脅威だと感じていて、日本に知り合いがいるか、ガイドがいなければこの国を旅することはできないと考えていると思う。しかし、私達はほとんど日本語が話せないが、いままでのところ大成功の旅りができた。どうにかして、日本は「西洋人/英語」に優しい国だというメッセージを広める必要がある	アメリカ
	もっと日本語が話せたらよかったのにーそれしか言えない。次回はもっと日本語を学び、磨いてきたい。ありがとう	アメリカ
	みんなに私に英語で話してほしいなどと、私は期待してません。だってここは日本なので。言語の違いがあるのが普通です。日本人がカナダに来て、私は日本人に日本語で話すことはできません。だから、英語を話してくださいれば有難いとは思いますが、みんなに私に英語で話してほしいなどと期待はしません	カナダ
	困難なのは言語だけ。ほとんど誰も英語を話せない	フランス
	将来的には、香港やシンガポールと同じくらい英語が話せる人がいるようになるといい、そうなれば日本を訪れる外国人にはとても助けになる	その他

物価	日本はとても高価であることがわかりました	アメリカ
	アメリカ人は日本に興味がある。ただひとつの問題はコスト、お金持ちのアメリカ人なら別だけど	アメリカ
	日本はそれほど高くないこと、都会ではローマ字の看板が十分出ているし、親切な人がいることを、みんなに話します	アメリカ
	カナダ人は日本は非常に高くつくと考えがちですが、もし日本人のように生活するのにわなければ、必ずしも高くつくわけではない。お手ごろ価格の宿泊施設、食事、電車等々を利用した旅行の費用を宣伝する	カナダ
	日本は言われているほど高くはない。この点を人々に認識させるよう努力すること。東京はロンドンやパリより安い	イギリス
	日本はいまだにとっても高い。物価がもう少し安ければ、もっと頻繁に来たい	フランス
	なにもかも初めての経験をしたいと思っている若者達には物価が高い。旅行者用の「お手ごろ値段ガイド」があれば素晴らしい。コスト面以外は日本は美しい、人々は親しみやすい、交通機関は速い、食べ物は美味しい、見るものはものすごく沢山ある	オーストラリア
	日本の人たちが親切だという点、そして、必ずしも高くつく休暇にはならないという点を強調すること	オーストラリア

ATM 両替等	お金を入手するのが難しい。もっとクレジットカードとATMでの受け入れを増やす	アメリカ
	外国のカードを受け付けてくれるATMがもっと必要（他のほとんどの国にはあります）	アメリカ
	両替施設がもっと欲しい	その他

25. 訪日旅行の感想／日本へのアドバイス(自由回答)

<国籍>

宿関連 & 澤の屋旅館	私は旅館に泊まりたかったが、オンラインで手配したかった。他の旅館は電話する必要があったが、澤の屋はeメールが使えた。その点がとても助かった	アメリカ
	日本文化を体験するために旅館に泊まったが、チェックイン・チェックアウト・タイム、そして、旅館から退出していなければいけない時間に制約されていると感じた	アメリカ
	澤の屋とても居心地がよい、「もう一つの我が家」という雰囲気、洗濯機と乾燥機が必要です！みなさんは旅行者の人生を楽で居心地の良いものにしてくださっています！	アメリカ
	澤の屋は観光客にとっては素晴らしい経験です。温かく歓迎して下さる環境、伝統的な生活と文化の体験、それに、「ディスカバー・東京」に出かけていく際に参考になるアドバイス！	カナダ
	私達は澤の屋でステキな時間を過ごせました。私はまた絶対に日本に、特に澤の屋に、戻ってきたい。みなさんととても親切で、歓迎してくれました。友人や家族に日本に来てこちらに泊まるように話します。本物の日本を経験できました。ありがとう	カナダ
	こちらにきてまだ2日しか経っていないが、すでに親切で歓迎してくださっている人達に囲まれているという素晴らしい気分を味わっているーこれは、一人旅をしている時にはとても重要なことです！みなさまのおかげです	フランス
	澤の屋では大歓迎されていると感じました。お部屋はステキだったし、インターネットが無料で使えるのと、コーヒー、紅茶と水が置いてあるのは素晴らしい。お風呂もステキ。素晴らしい滞在をありがとう	オーストラリア
もうこれ以上他の人たちに澤の屋旅館のことを話さないで、でないと高くなりすぎちゃう！（じょうだんです）一人での滞在を、とてもリラックスできて楽しいものにしてくれてありがとうーみなさんのお仕事ぶりは素晴らしい	オーストラリア	