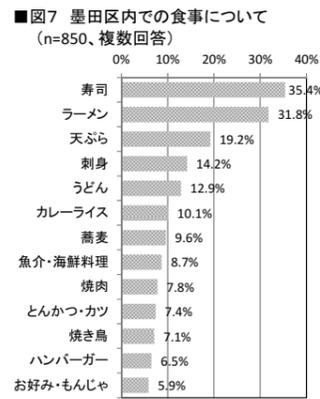


(5)墨田区内でとった食事、これからとりたい食事について【複数回答】(上位のみ抽出)

- ①墨田区内で食べたもの(食べる予定を含む)は、「寿司」(35.4%)と「ラーメン」(31.8%)が30%以上と多い。次いで、「天ぷら」が19.2%、「刺身」が14.2%、「うどん」が12.9%、「カレーライス」が10.1%などとなっている。
- ②前回調査と比較すると、上位2項目は変わらないものの、「寿司」は割合がやや低下している。また、割合が10%以上低下しているものとしては「刺身」と「魚介・海鮮料理」が挙げられ、「寿司」以外の鮮魚を用いた料理が低下している。
- ③「寿司」は香港で50%以上と最も高く、次いでオセアニアと北米で40%以上となっている。
- ④「ラーメン」はほとんどの国籍・地域で高い割合であり、特にオセアニアで47.3%と非常に高くなっている。
- ⑤ただし、全体で24.1%が「墨田区では食事をしていない/する予定はない」と回答しており、近隣の台東区(浅草、上野)などの飲食店等との競合も課題といえる。



4. 墨田区の観光に関する情報について

墨田区内で情報面において困ったこと【複数回答】

- ①「困ったことは特になかった」が7割を占め、受入環境整備が徐々に進んでいることが伺える。
- ②困ったことでは「交通手段が分かり難かった」が11.1%、「通信手段(Wi-Fi)が分かり難かった」が6.2%となっているが、前回調査と比較すると改善が見られる。特に通信手段については、前回調査の28.6%から大きく改善されている。
- ③その他の意見としては「ゴミ箱が少ない」が14件あり、また件数は少ないものの「ハラル対応の飲食店が少ない」、「ATMが見当たらない」などの意見もみられた。

表5 墨田区内で情報面において困ったこと【複数回答】

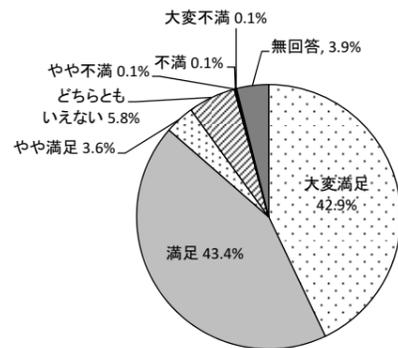
墨田区での滞在中に情報取得において困ったこと	今回調査		前回調査: 訪日サンプル	
	サンプル数	回答割合	サンプル数	回答割合
交通手段が分かり難かった	94	11.1%	68	14.5%
通信手段(Wi-Fi)が分かり難かった	53	6.2%	134	28.6%
観光施設の場所が分かり難かった	26	3.1%	45	9.6%
イベント・ツアーの情報がなかった	20	2.4%	20	4.3%
トイレの場所が分かり難かった	16	1.9%	20	4.3%
飲食店が分かり難かった	14	1.6%	33	7.0%
買い物場所が分かり難かった	6	0.7%	48	10.2%
病院、警察の場所が分かり難かった	1	0.1%	9	1.9%
その他	64	7.5%	22	4.7%
困ったことは特になかった	599	70.5%	-	-
合計	850	100.0%	469	100.0%

5. 墨田区の観光に対する評価について

(1)墨田区の観光に対する満足度

墨田区に対する満足度については、満足との回答が多く、「大変満足」「満足」「やや満足」を合わせると9割が満足と回答。前回調査(82.7%)よりも満足度が向上している。

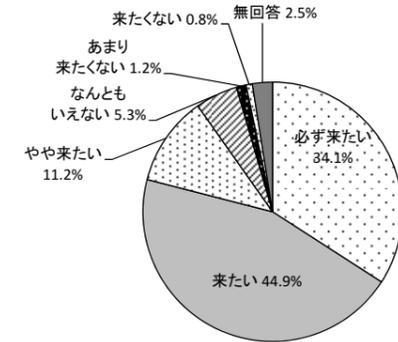
図8 墨田区の観光に対する満足度 (n=850)



(2)墨田区への再来訪意向

墨田区への再訪意向については、また来たいとの回答が多く、「必ず来たい」「来たい」、「やや来たい」を合わせると9割が来たいと回答。前回調査(82.4%)よりも再来訪意向が向上している。

図9 墨田区への再来訪意向 (n=850)



(3)まとめ

- ①墨田区を訪れる外国人の多くは「初めて」の来訪者であり、その割合は前回より増加している。今後の外国人観光客の獲得のためには、新規獲得に加えてリピーターを増加させていくことが重要である。
- ②人気施設を起点として、周辺他施設への訪問につながるよう情報提供等を行うことで、区内回遊性を高めることができると考えられる。
- ③今回調査において宿泊先として、「新宿」に次いで、「墨田区内」と同程度で「浅草」が挙げられている。また、今回調査では墨田区以外への立ち寄り先について触れていないが、同時期に実施した「観光消費額等調査」の調査結果では立ち寄り先として「浅草」、「上野」が挙げられているなど、隣接した台東区への行き来がみられる。このことから近隣区などとの広域的な連携による情報発信をすることで、相乗的に来訪者を増やすことが可能であると考えられる。

外国人観光客等の実態及び観光ニーズ等調査【概要版】

1. 調査の概要

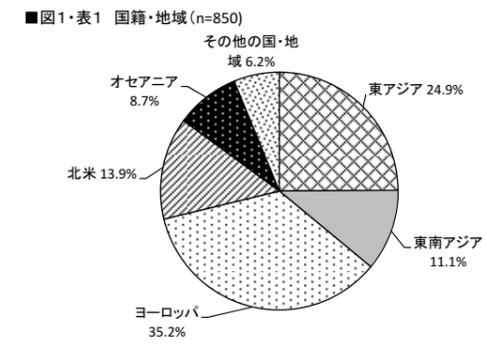
墨田区内の主要観光施設に訪れた外国人観光客を対象に、聞き取りアンケート調査を実施し、外国人観光客等の実態及び観光ニーズ等の把握を行う。また観光庁や東京都が外国人を対象に実施している既往調査結果との比較を通じて、外国人観光客の獲得に係る墨田区の「強み」と「弱み」を明らかにする。

項目	内容
実施場所	①押上駅 ②とうきょうスカイツリー駅 ③産業観光プラザ すみだ まち処 ④すみだ北斎美術館
調査方法	ヒアリング調査
調査実施日	2017年11月14日(火)・15日(水)・16日(木)・17日(金)・20日(月)
回収数	850件

2. 来訪者の属性について

(1)国籍・地域

- ①来訪者の国籍・地域は、東アジアが24.9%、東南アジアが11.1%、ヨーロッパが35.2%、北米が13.9%、オセアニアが8.7%、その他の国・地域が6.2%であった。
- ②個別の国・地域では、米国が11.6%と最も多く、次いで台湾が11.1%、豪州が7.9%、中国が7.1%などとなっている。

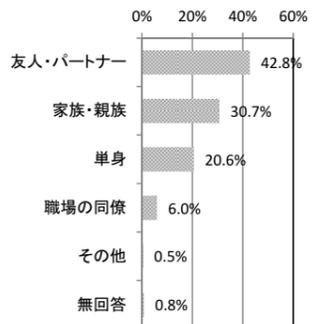


	サンプル数	回答割合(%)
今回調査	850	100.0
東アジア	212	24.9
韓国	24	2.8
台湾	94	11.1
中国	60	7.1
香港	34	4.0
東南アジア	94	11.1
シンガポール	23	2.7
マレーシア	27	3.2
その他	44	5.2
ヨーロッパ	299	35.2
フランス	54	6.4
英国	51	6.0
ドイツ	27	3.2
イタリア	22	2.6
ロシア	22	2.6
その他	123	14.5
北米	118	13.9
米国	99	11.6
カナダ	19	2.2
オセアニア	74	8.7
豪州	67	7.9
その他	7	0.8
その他の国・地域	53	6.2

(2)同行者【複数回答】

- ・「友人・パートナー」が42.8%と最も高く、次いで「家族・親族」が30.7%、「単身」での訪日者が20.6%となっている。前回調査と比較すると、「友人・パートナー」が増加し、「家族・親族」は減少している。

図2 同行者(n=850、複数回答)



(3)墨田区への来訪回数

- ・8割が初めて墨田区を訪れた人々であり、前回調査と比べ、「初めて」の方がやや多くなっている。

図3 墨田区への来訪回数(n=850)

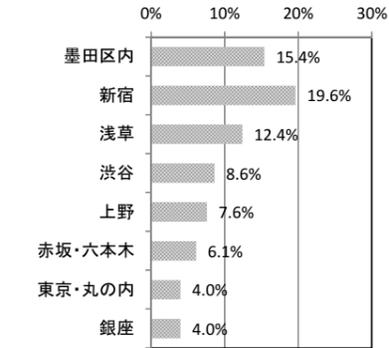


3. 観光行動について

(1) 宿泊場所について【複数回答】

- ① 都内における宿泊場所は、「新宿」が最も多く19.6%、次いで「墨田区内」が15.4%、「浅草」が12.4%、「渋谷」が8.6%、「上野」が7.6%となっている。
- ② 前回調査と比べると「新宿」が増加している。

■図4 都内での宿泊先(n=850、複数回答)



(2) 墨田区への訪問で「今回行ったこと」と「次回訪問時に行いたいこと」について【複数回答】

- ① 墨田区における来訪者の行動は、「日本食を食べること」が最も多く58.9%。次いで「ショッピング」が51.4%、「まち歩き」が48.8%、「公園・庭園めぐり」が18.4%、「美術館・博物館・舞台鑑賞」が16.8%、「寺社、仏閣めぐり」が15.8%などとなっている。
- ② 訪問中の行動を国調査との比較でみると、すべての項目で今回調査が下回っており、特に「日本食を食べること」「ショッピング」「まち歩き」は差が大きい。東京都調査と比較した場合も上位3項目は差がみられる。
- ③ 一方、「美術館・博物館・舞台鑑賞」は国調査を下回るが、都調査をやや上回る結果となった。また、「日本旅館に宿泊」は国調査・都調査と差が大きい、これは対象となる宿泊施設が区内に少ないことが影響していると考えられる。また、今回調査では、「墨田区」で行ったこと、行いたいことを強調して聞いたため、国調査・都調査・前回調査と比べて回答割合が全体的に低かったと考えられる。
- ④ 次回訪問時に行いたいこととしては、今回の行動と同様に「日本食を食べること」「ショッピング」「まち歩き」が上位3項目として挙げられており、今回実施の如何を問わず高くなっている。一方、今回は行わなかったので次回行いたいとするものでは、「寺社、仏閣めぐり」と「相撲観戦」が高い。
- ⑤ 以上のことから、墨田区は「寺社、仏閣めぐり」や「美術館・博物館・舞台鑑賞」「公園・庭園めぐり」などで再来訪意向があり、また他には無い特徴といえる「相撲観戦」「国技館・相撲部屋めぐり」といった観光資源があるため、墨田区の観光振興においては、こうしたニーズに合わせて観光施策を展開していくことが求められる。

■表2 墨田区への訪問で「今回行ったこと」と「次回訪問時に行いたいこと」について【複数回答】

墨田区での行動	今回調査 (サンプル数=850)		国調査※1 (サンプル数=32,365)		東京都調査※2 (サンプル数=12,959)		前回調査:訪日サンプル (サンプル数=469)		
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	
日本食を食べること	501	58.9%	96.1%	87.2%	308	65.7%	501	132	26.3
ショッピング	437	51.4%	83.4%	66.3%	305	65.0%	437	114	26.1
まち歩き	415	48.8%	73.3%	60.7%	282	60.1%	415	76	18.3
公園・庭園めぐり	156	18.4%			193	41.2%	156	24	15.4
美術館・博物館・舞台鑑賞	143	16.8%	24.8%	15.8%	31	6.6%	143	27	18.9
寺社、仏閣めぐり	134	15.8%			180	38.4%	134	21	15.7
名所、旧跡めぐり	79	9.3%			160	34.1%	79	10	12.7
季節を感じる	57	6.7%	11.6%		127	27.1%	57	7	12.3
親族・知人訪問	36	4.2%			50	10.7%	36	8	22.2
温泉入浴	34	4.0%	36.7%		34	7.2%	34	8	23.5
船に乗る	28	3.3%			118	25.2%	28	2	7.1
ビジネス	24	2.8%			23	4.9%	24	3	12.5
日本旅館に宿泊	22	2.6%	34.0%	29.2%	36	7.7%	22	3	13.6
料理体験	20	2.4%					20	2	10.0
芸者体験	19	2.2%			42	9.0%	19	5	26.3
ものづくり体験	15	1.8%			18	3.8%	15	3	20.0
映画・アニメゆかりの地訪問	15	1.8%	4.8%		76	16.2%	15	2	13.3
スポーツ観戦(相撲以外)	10	1.2%			20	4.3%	10	3	30.0
相撲体験	9	1.1%					9	2	22.2
相撲観戦	9	1.1%					9	3	33.3
国技館・相撲部屋めぐり	8	0.9%			54	11.5%	8	2	25.0
スポーツをすること	7	0.8%	1.7%	2.0%	42	9.0%	7	1	14.3
治療・検診	6	0.7%	1.2%		64	13.6%	6	1	16.7

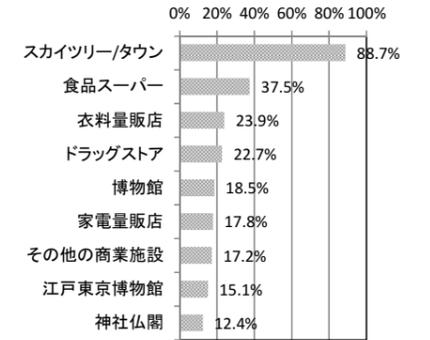
※1 国調査：『平成28年訪日外国人消費動向調査・暦年(1-12月期)』の調査結果から抜粋

※2 東京都調査：『平成28年度国別外国人旅行者行動特性調査』の調査結果から抜粋

(3) 墨田区での立ち寄り地について【複数回答】(上位のみ抽出)

- ① 墨田区内における立ち寄り先及び立ち寄り予定としては、「東京スカイツリー®/スカイツリータウン®」が最も多く88.7%。次いで「食品スーパー」が37.5%、「衣料販売店」が23.9%、「ドラッグストア」が22.7%、「博物館」が18.5%、「家電量販店」が17.8%などとなっている。
- ② 前回調査の訪日サンプルと比較すると、調査期間中に休館期間が重なったこともあり「江戸東京博物館」の立ち寄り率が低下している。
- ③ 国籍・地域別にみると「東京スカイツリー/スカイツリータウン」は台湾、中国、香港や東南アジアで特に高い。「食品スーパー」「衣料販売店」「ドラッグストア」は東アジアで全体的に高い。

■図5 立ち寄り予定地(n=850、複数回答)



■表3 墨田区での立ち寄り予定地(国籍・地域別)【複数回答】

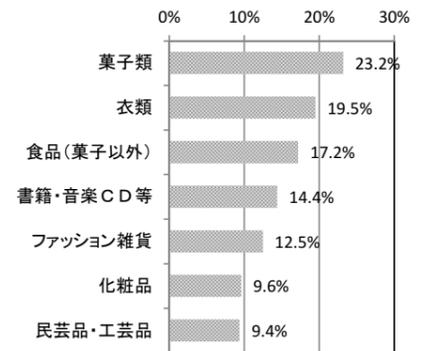
立ち寄り施設 × 国籍・地域	全体	東アジア				東南アジア	ヨーロッパ	北米	オセアニア	その他の 国・地域	
		韓国	台湾	中国	香港						
サンプル数	850	212	24	94	60	34	94	299	118	74	53
東京スカイツリー/タウン	88.7%	92.0%	75.0%	93.6%	95.0%	94.1%	93.6%	84.9%	87.3%	90.5%	88.7%
食品スーパー	37.5%	55.2%	45.8%	64.9%	43.3%	55.9%	36.2%	29.1%	35.6%	29.7%	32.1%
衣料量販店	23.9%	39.6%	33.3%	46.8%	28.3%	44.1%	30.9%	11.4%	23.7%	24.3%	18.9%
ドラッグストア	22.7%	47.6%	33.3%	57.4%	43.3%	38.2%	19.1%	12.0%	20.3%	10.8%	11.3%
博物館	18.5%	16.5%	25.0%	20.2%	11.7%	8.8%	9.6%	21.4%	16.9%	25.7%	18.9%
家電量販店	17.8%	30.2%	20.8%	38.3%	23.3%	26.5%	12.8%	11.7%	16.1%	18.9%	13.2%
その他の商業施設	17.2%	18.4%	25.0%	21.3%	11.7%	17.6%	11.7%	18.4%	17.8%	13.5%	18.9%
江戸東京博物館	15.1%	10.4%	4.2%	14.9%	5.0%	11.8%	16.0%	19.1%	11.9%	12.2%	20.8%
神社仏閣	12.4%	9.4%	8.3%	11.7%	5.0%	11.8%	10.6%	13.0%	12.7%	14.9%	18.9%

***% = 全体比+10%以上 **.*% = 全体比-10%以上

(4) 墨田区内で購入した土産物について【複数回答】(上位のみ抽出)

- ① 墨田区内で購入された土産物は、「菓子類」が最も多く23.2%。次いで「衣類」が19.5%、「食品(菓子以外)」が17.2%、「書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品」が14.4%、「ファッション雑貨」が12.5%などとなっている。
- ② 前回調査とは調査方法や調査時期が異なるため単純な比較は困難であるが、その順位をみると上位2項目は変わらないものの、「食品(菓子以外)」が上昇している。
- ③ 土産物の購入は東アジアで全体的に高く、ヨーロッパとオセアニアでは購入していない割合が高い。
- ④ 品目別にみると、「菓子類」、「衣類」、「食品」は東アジアで高く、特に台湾はいずれも30%以上となっている。また、「化粧品」と「医薬品・健康グッズ」も他の地域に比べて東アジアで高く、総じて実用品・日用品の購入は東アジアが高くなっている。一方、「書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品」は北米で高く、「民芸品・工芸品」は東南アジアで高いなど、記念品的な土産物は東アジアに比べて高くなっている。

■図6 墨田区内で購入のお土産物(n=850、複数回答)



■表4 墨田区内で購入した土産物(国籍・地域別)【複数回答】

墨田区内で購入した土産物 × 国籍・地域	全体	東アジア				東南アジア	ヨーロッパ	北米	オセアニア	その他の 国・地域	
		韓国	台湾	中国	香港						
サンプル数	850	212	24	94	60	34	94	299	118	74	53
菓子類	23.2%	29.2%	29.2%	44.7%	13.3%	14.7%	20.2%	19.4%	28.0%	16.2%	24.5%
衣類	19.5%	28.3%	16.7%	35.1%	18.3%	35.3%	17.0%	13.7%	18.6%	18.9%	24.5%
食品(菓子以外)	17.2%	30.2%	12.5%	35.1%	23.3%	41.2%	17.0%	12.7%	13.6%	6.8%	13.2%
書籍・絵葉書・音楽CD・芸術品	14.4%	10.4%	12.5%	7.4%	11.7%	14.7%	7.4%	16.4%	21.2%	13.5%	17.0%
ファッション雑貨	12.5%	17.9%	29.2%	22.3%	8.3%	14.7%	9.6%	10.7%	10.2%	10.8%	13.2%
化粧品	9.6%	21.7%	4.2%	21.3%	26.7%	26.5%	13.8%	4.0%	5.1%	5.4%	1.9%
民芸品・工芸品	9.4%	7.1%	12.5%	7.4%	3.3%	8.8%	13.8%	10.4%	7.6%	9.5%	9.4%

***% = 全体比+10%以上 **.*% = 全体比-10%以上