

**平成30年度**

**訪日外国人旅行者市内実態調査**

---

**横浜市文化観光局観光振興課**

**平成31年3月**

# 目次

<b>1. 調査実施の背景と目的</b>	<b>・・・ 3</b>
<b>2. 調査の全体設計と手法</b>	<b>・・・ 4</b>
<b>3. 基礎調査</b>	
<b>(1) デスクリサーチ</b>	<b>・・・ 9</b>
<b>(2) 横浜への来訪者の全体量調査</b>	<b>・・・ 19</b>
<b>(3) 横浜への来訪者の来訪目的調査</b>	<b>・・・ 24</b>
<b>4. テーマ型調査</b>	
<b>クルーズ旅客調査</b>	<b>・・・ 48</b>

# 1. 調査実施の背景と目的

- ✓ 横浜市内の外国人延べ宿泊者数は近年微増にとどまっている。
- ✓ 日帰りのみで来訪する訪日外国人の全体量が把握できていない。
- ✓ 横浜へのさらなる誘客のためには、ターゲットの明確化などデータに基づく施策を検討する必要性がある。
- ✓ 横浜市中期4か年計画（2018年-2021年）の推進に伴い、今後どのような施策が必要か検討するため、横浜に来訪する訪日外国人の実態調査を行う。

## 2. 調査の全体設計と手法

### <実施事項>

### <調査ステップ>

#### 基礎調査

1. 世界の旅行市場、今後予測されるトレンドを明らかにする
2. 日本への来訪状況、予測されるトレンドを明らかにする
  - 世界の旅行市場および日本への来訪動向
  - 各状況より今後予測されるトレンド
3. 横浜への来訪状況を明らかにする
  - 横浜への来訪動向、今後予測されるトレンド
  - 来訪者の全体量
  - 来訪者の来訪目的

STEP1  
デスク  
リサーチ

STEP2  
全体量調査

STEP3  
来訪目的調査

#### テーマ型調査

1. クルーズ船の旅客の実態を明らかにする
  - 来訪経路、横浜への立ち寄り状況

STEP4  
客船調査

# (参考) デスクリサーチの実施概要

実施目的	横浜市訪日外国人調査を効果的に行うため、公開データで確認できる事項と、調査による追加確認事項を明らかにする
調査手法	デスクリサーチ
調査内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・横浜市での訪日外国人のトレンド、トレンド理由</li><li>・横浜市来訪者の年齢層、来訪目的等</li><li>・その他 横浜市訪日に関する事項</li></ul>
参考資料	<ul style="list-style-type: none"><li>・ UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition (UNWTO)</li><li>・ 月別・年別統計データ (JNTO)</li><li>・ JNTO DATABOOK2018 (JNTO)</li><li>・ 宿泊旅行統計調査 (2015年から2017年) (国土交通省観光庁)</li><li>・ RESAS (経済産業省)</li><li>・ 神奈川県外国人観光客実態調査 (平成29年/2017年3月) (神奈川県)</li><li>・ 神奈川県外国人観光客実態調査 (平成30年/2018年3月) (神奈川県)</li><li>・ パシフィコ横浜で開催されたMICE による経済波及効果測定調査及び費用便益分析</li><li>・ 平成28年/2016年 横浜市に関わる意識・生活行動実態調査 (文化観光局企画課)</li><li>・ 平成30年/2018年 横浜市に関わる意識・生活行動実態調査 (文化観光局企画課)</li></ul>

# (参考) 全体量調査の実施概要

実施目的	横浜市に来訪する訪日外国人の全体量を把握する
調査手法	ローミングデータ（NTTドコモ）利用者数の観測
調査対象	2018年1月から9月までに横浜市内に昼間時間（10時台-17時台）、夜間時間（2時台-4時台）に2時間以上滞在した訪日外国人人口の計測（2018年1月から3月、4月から6月、7月から9月の合計値）
データ上の留意事項	<ul style="list-style-type: none"><li>• サンプルは、入国してから出国するまでに捕捉できたデータをベースとして、法務省のデータを活用して拡大推計を行なっている。</li><li>• 計測されている人数は2時間以上滞在した外国人のユニーク人数。複数日滞在した人も1人と見なされる。</li><li>• 2時間未満で横浜市から退出した人は滞在人口とみなさない。</li><li>• 対象となるサンプル数が小さく、個人が特定される可能性がある場合には、秘匿処理を行なっている。そのため横浜市内全数データと、国別データの合計値にはずれが生じる可能性がある。</li></ul>

# (参考) 来訪目的調査の実施概要

実施目的	横浜市に来訪する訪日外国人の来訪理由など来訪の内容を把握する
調査手法	オンライン定量調査（インターネットによるアンケート調査）
調査対象	2018年1月から12月の間に横浜を訪れたと回答した、次の国に居住する20歳以上の男女個人（旅行業、市場調査業、メディア、広告業を除く）  米国、英国、中国、台湾、韓国、タイ、インドネシア、マレーシア
調査期間	2019年1月下旬～2月
サンプル数	米国、中国 各200 s、その他の国各100 s 合計1,000 s (設計)
設問数と調査内容	22問程度（15分以内） <ul style="list-style-type: none"><li>・ 横浜への主な来訪目的</li><li>・ 横浜で行なったこと</li><li>・ 横浜に来訪するにあたっての情報源</li><li>・ 横浜の前後で立ち寄った都市 など</li></ul>

## (参考) クルーズ旅客調査の実施概要

調査目的	近年増加する、また横浜市としても誘客している外国客船に乗船するクルーズ旅客について、来訪や横浜観光の実態と意向について明らかにする。
調査主体	横浜市文化観光局 観光振興課
実施時期	2018年9月25日、30日、10月8日、12日、11月10日
実施場所	大さん橋国際客船ターミナル
調査対象	横浜港から出港する客船（ダイヤモンド・プリンセス、セレブリティ・ミレニアム）へ乗船するクルーズ旅客 うち、北米、オーストラリア、英国などの地域客を中心にヒアリング
集計対象 回答数	240サンプル
備考	回答者には謝礼として、横濱001グッズのメモ帳を贈呈



### **3. 基礎調査**

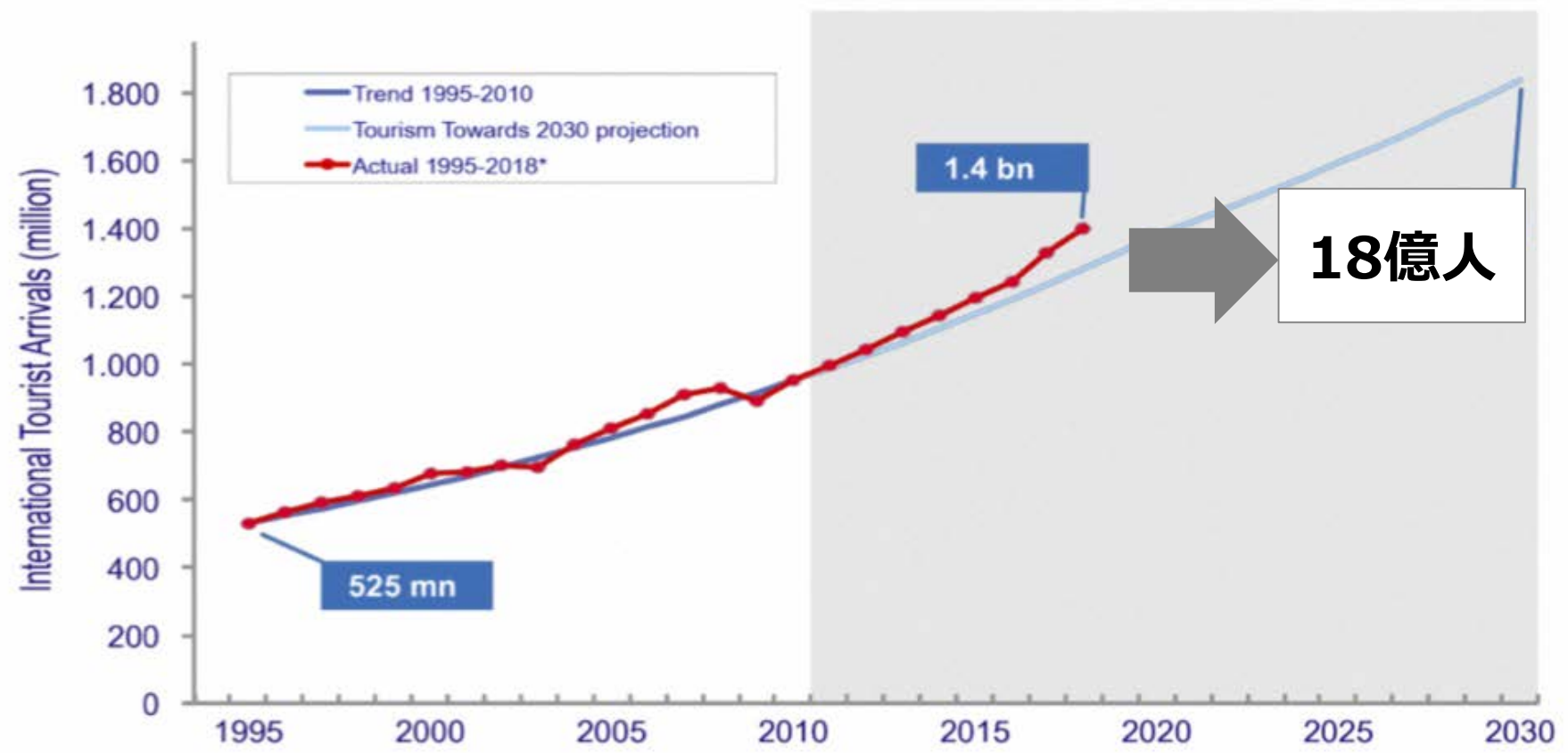
#### **(1) デスクリサーチ**

#### **ア 世界の旅行市場と 日本への来訪状況**

# ア) 世界の旅行人口予測

世界の旅行人口は2030年には18億人に達する予想となっている。

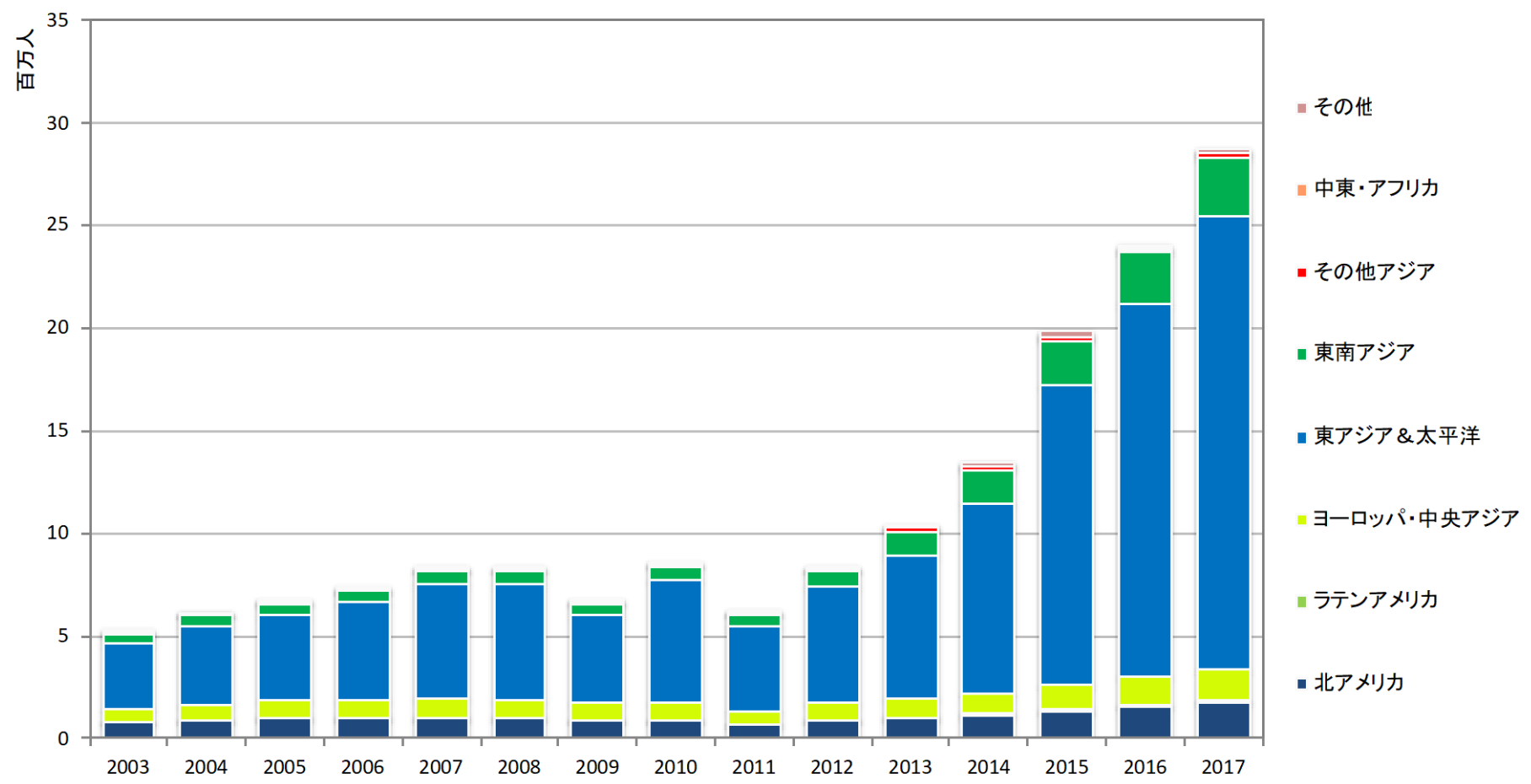
一方、世界の旅行人口の実態は予測を超えて成長しており、2018年の旅行人口は予測よりも2年早く14億人を達成する形となっており、**2030年よりも早い段階で18億人に達する可能性もある。**



出典： UNWTO International Tourism Results 2018 and Outlook 2019 (presentation)より抜粋

# イ) 日本への来訪トレンド

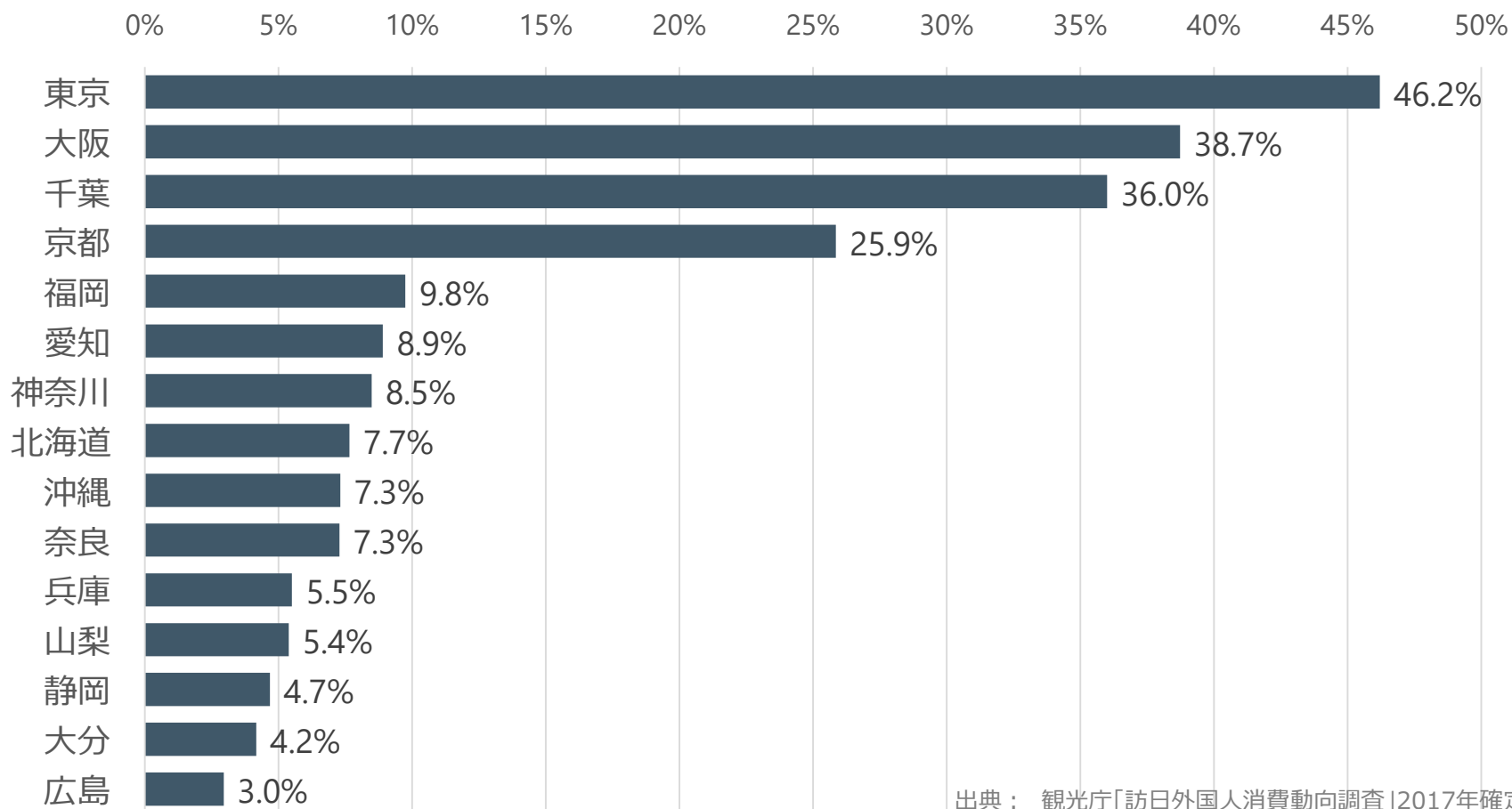
アジア・パシフィック内からの旅行者数が増えている傾向と比例して、日本への来訪者数も継続して増えている。



出典： JNTO「月別・年別統計データ」を元に作成（2018年データが揃ってなかったため、2017年データまで）

## ウ) 訪日外国人訪問率上位の都道府県

2017年の訪日外国人の訪問率の上位は東京（46.2%）、大阪（38.7%）、千葉（36.0%）、京都（25.9%）。**横浜を含む神奈川への訪問率は8.5%**となっている。



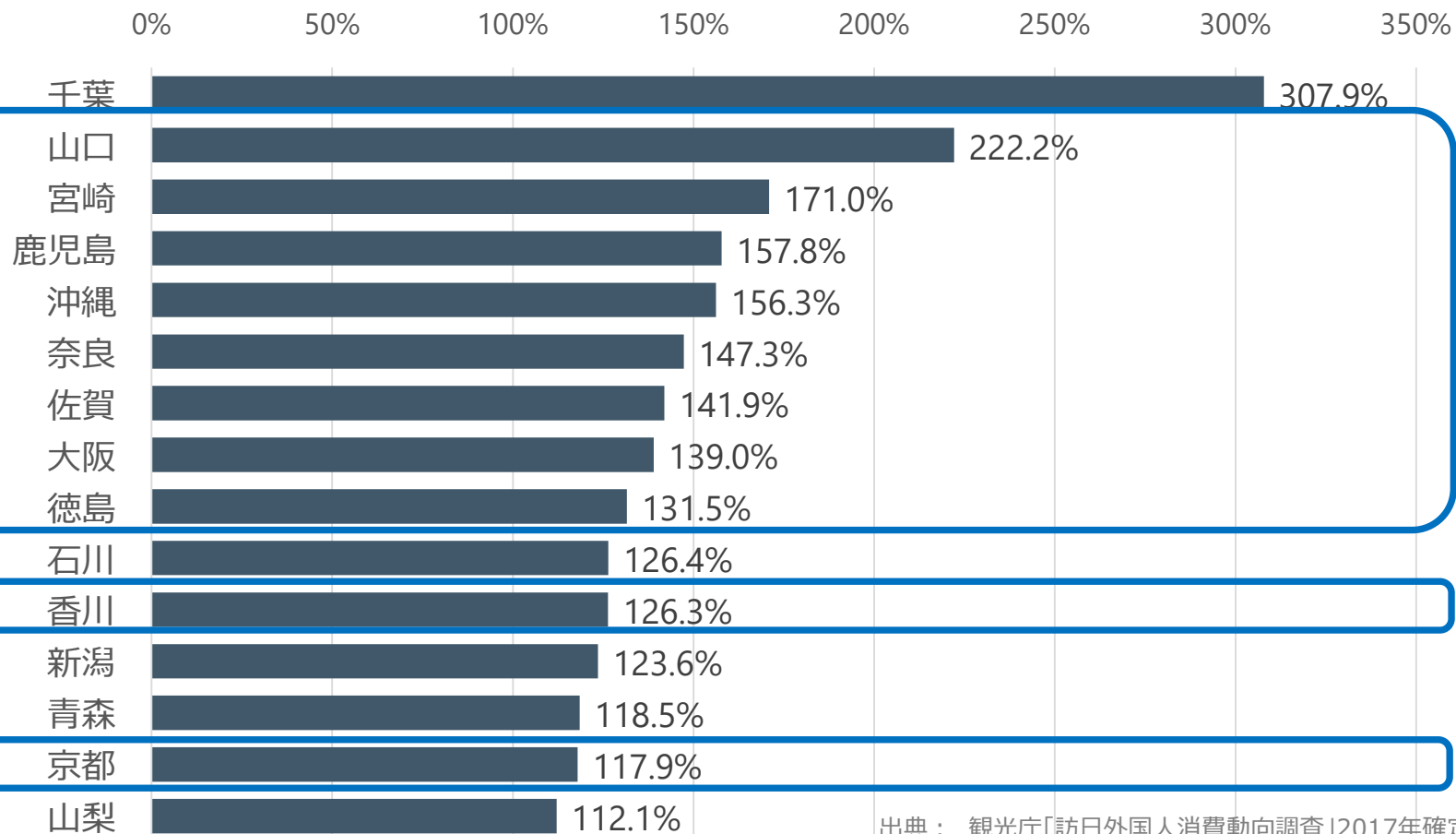
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2017年確定値

## 工) 訪日外国人訪問 増加率上位の都道府県 (2014→2017)

STEP1  
デスクリサーチ

2014年（直近で最後にビザ緩和が行われた年（対インドネシア））と比較して、2017年で特に来訪率が増えたのは、千葉県で約3倍、次いで山口県（222%）、宮崎県（171%）と続く。

**全体として西日本への訪問率が増えていることがわかる。**



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2017年確定値

西日本

# ア 世界の旅行市場と日本への来訪状況 <まとめ>

## <世界の動向>

- 世界の旅行人数は増え続けており、今後も増加していく見込み。

## <日本・神奈川県動向>

- 日本への旅行人口についても増加傾向で、特に東アジア & 太平洋地域と東南アジアからの来訪が増えている。
- 2017年時点で訪日外国人の訪問率が最も高い都道府県は、46%の東京で約2人に1人は訪れている。神奈川県の訪問率は8.5%で7番目に高い。

### **3. 基礎調査**

#### **(1) デスクリサーチ**

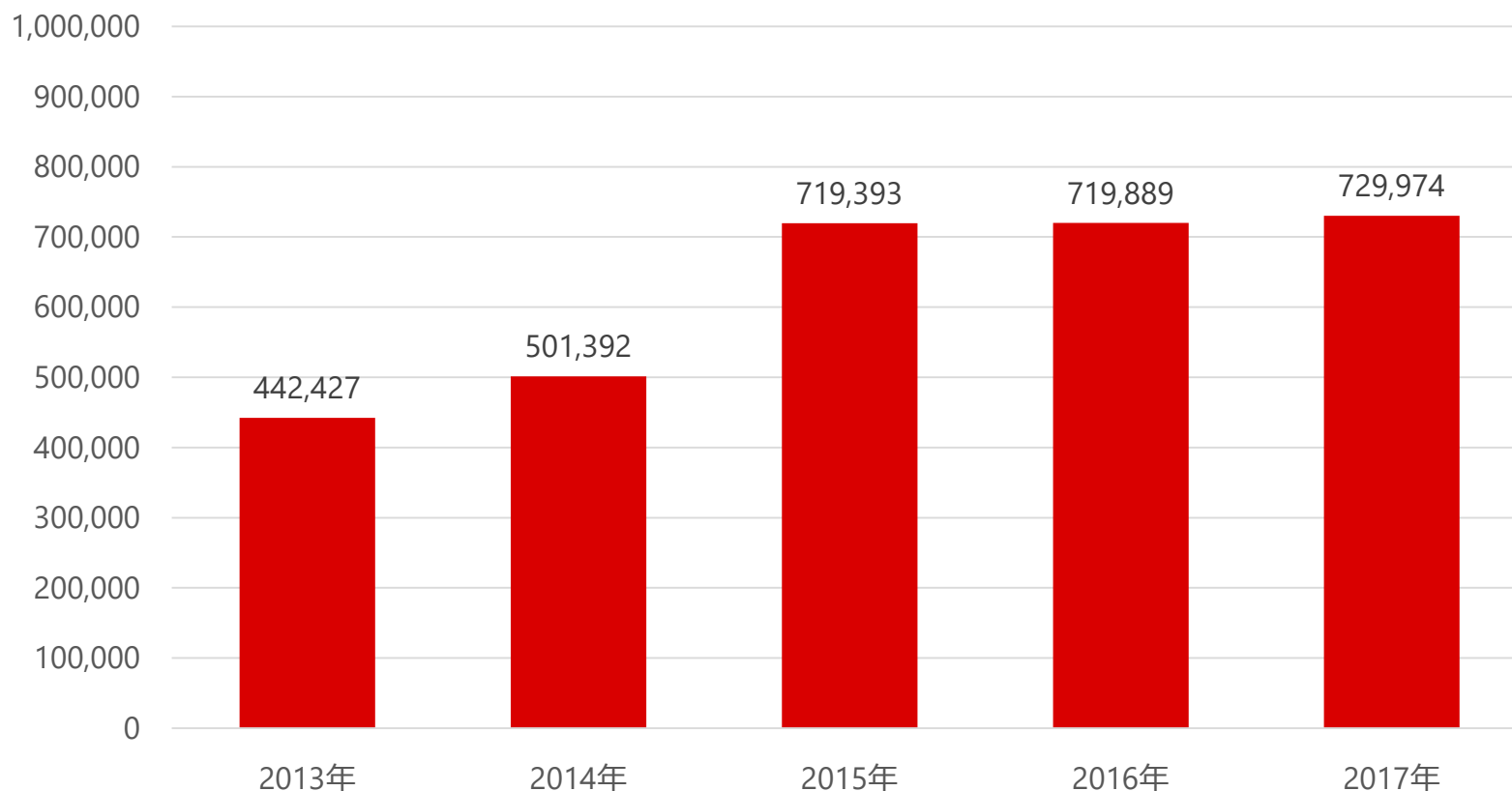
##### **イ 横浜への来訪動向（トレンド）**

## ア) 横浜への来訪動向（外国人延べ宿泊者数）

横浜への来訪（延べ宿泊者数）は2015年まで継続して増加。2015年以降は維持傾向。

※延べ宿泊者数=宿泊人数×泊数

（人泊）

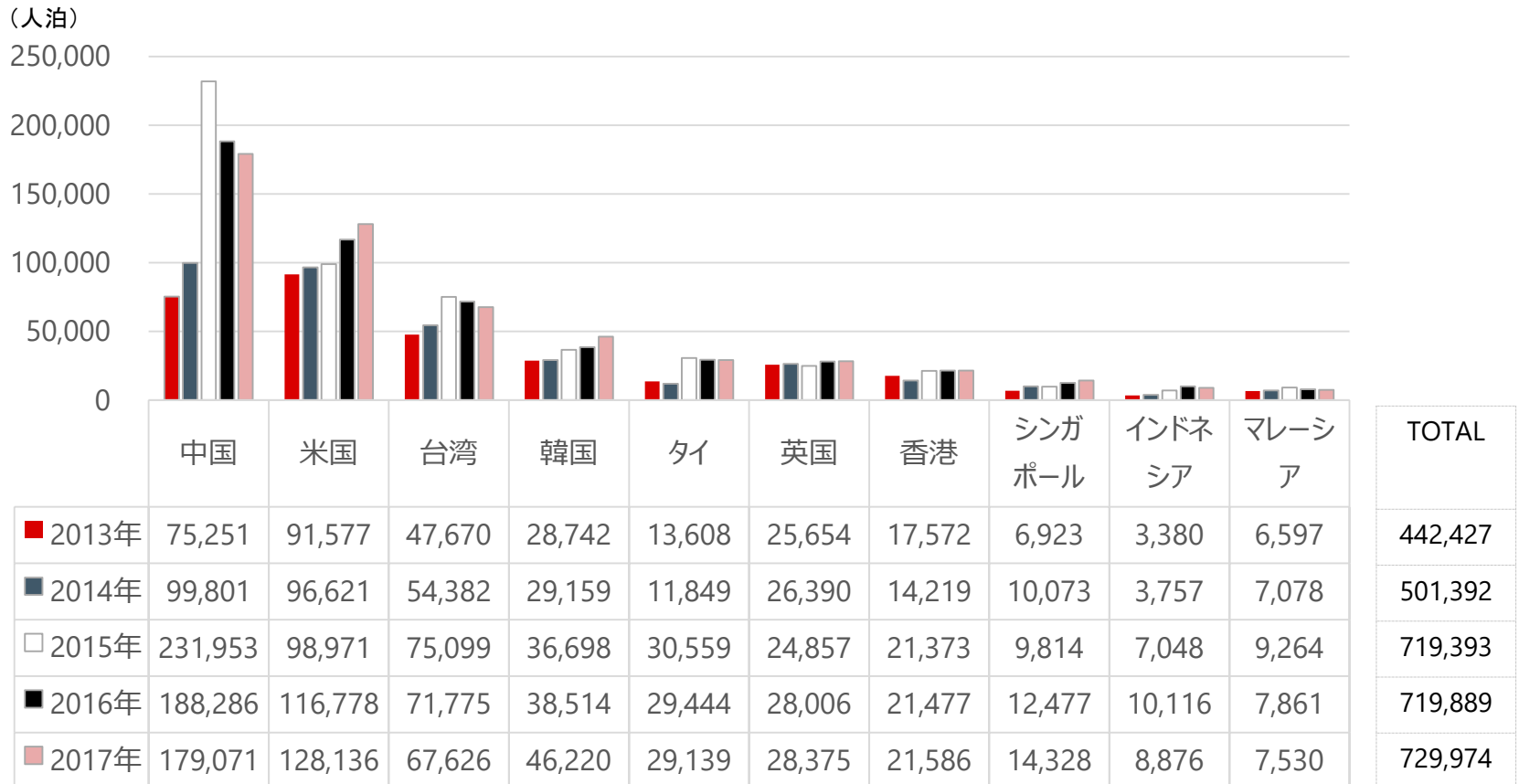


出典：観光庁 宿泊旅行統計調査「横浜市内の地域別外国人延べ宿泊者数年別推移」



# イ) 横浜市 訪日外国人国別宿泊者数

横浜市に宿泊する外国人の数は連続して増加をしている。中国については3年前をピークに減少傾向にあるが米国、韓国などは増加傾向。



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査  
TOTALには、ドイツ、カナダ、フランス、オーストラリア、インド、その他も含む

# イ 横浜への来訪動向（トレンド） <まとめ>

## <横浜への来訪状況>

- 横浜への来訪者数（延べ宿泊者数）は、近年では増加率が停滞しているものの数としては増えている。

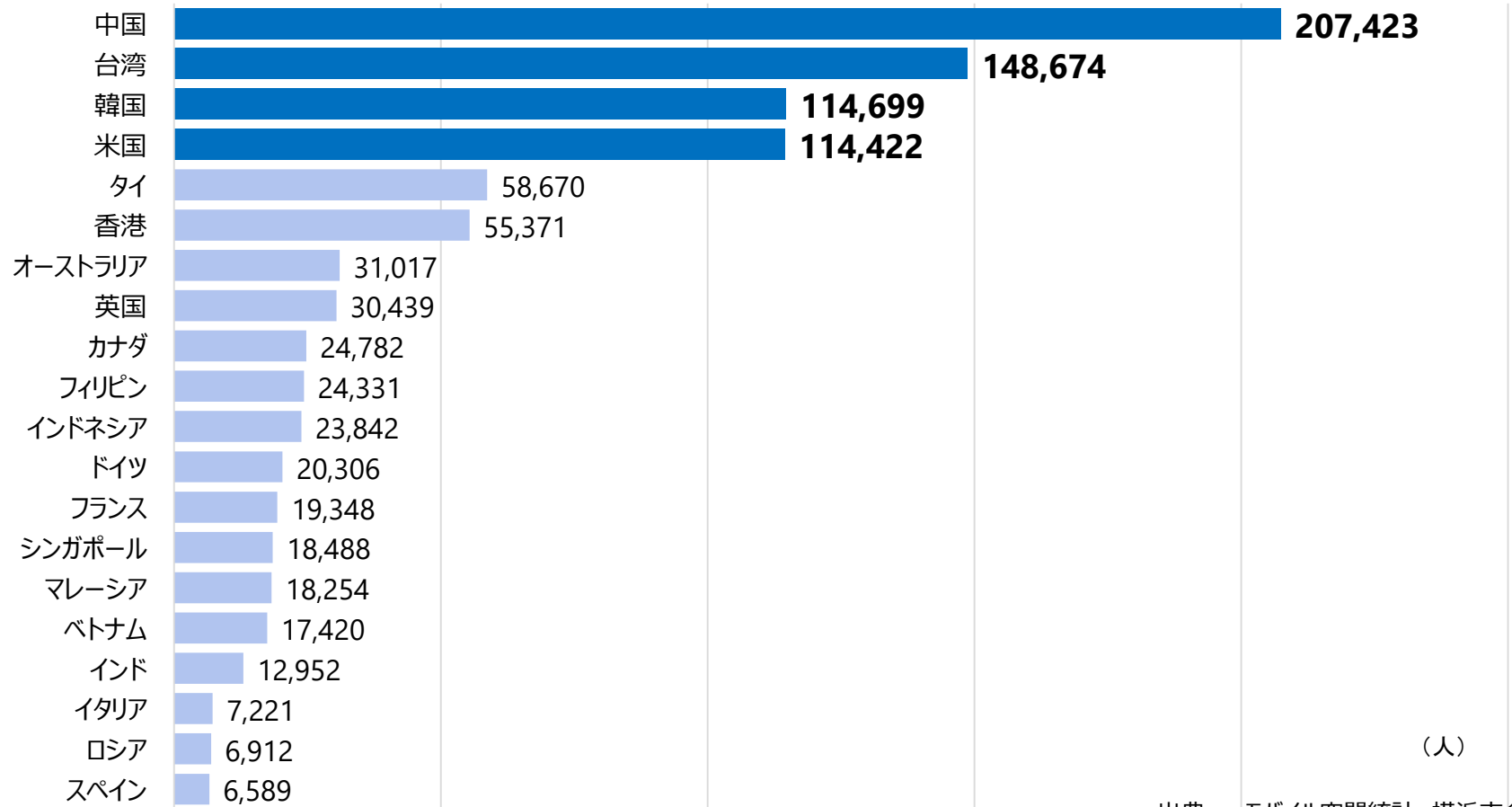
### **3. 基礎調査**

#### **(2) 横浜への来訪者の全体量 調査**

**「横浜への来訪者の全体量と  
滞在時期・時間帯」**

# ア 2018年1月から9月の国別来訪人数（昼間人口・上位20位）

- 横浜市全体の昼間人口で最も多いのは中国。9か月合計で約207千人。
- 次いで台湾（149千人）、韓国（115千人）、米国（114千人）と続く。

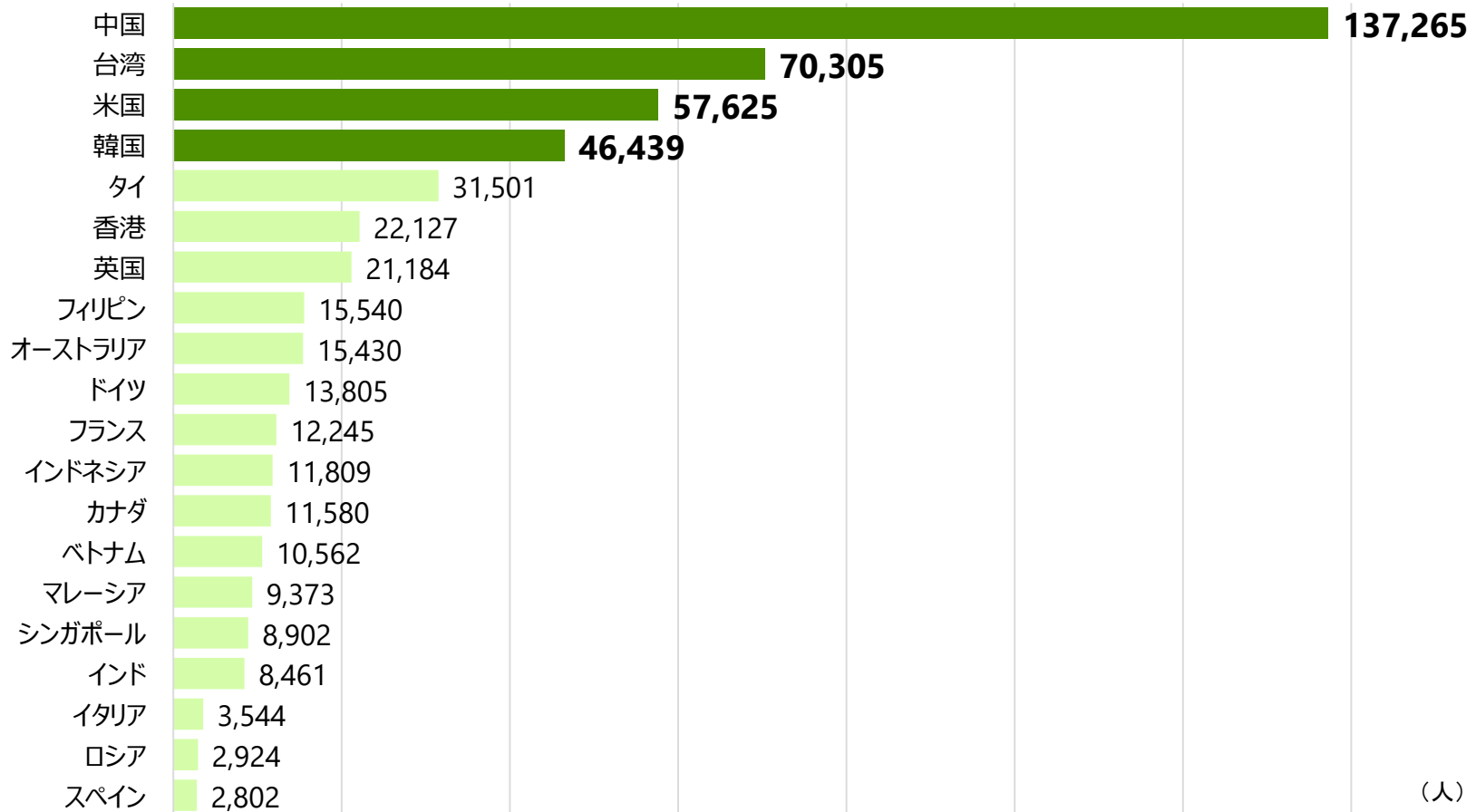


出典：モバイル空間統計 横浜市全数

(人)

# イ 2018年1月から9月の国別来訪人数（夜間人口・上位20位）

- 横浜市全体の夜間人口で最も多いのは中国。9か月合計で約137千人。2番目に多い台湾と約2倍の差がある。
- 次いで台湾（70千人）、米国（58千人）、韓国（46千人）と続く。

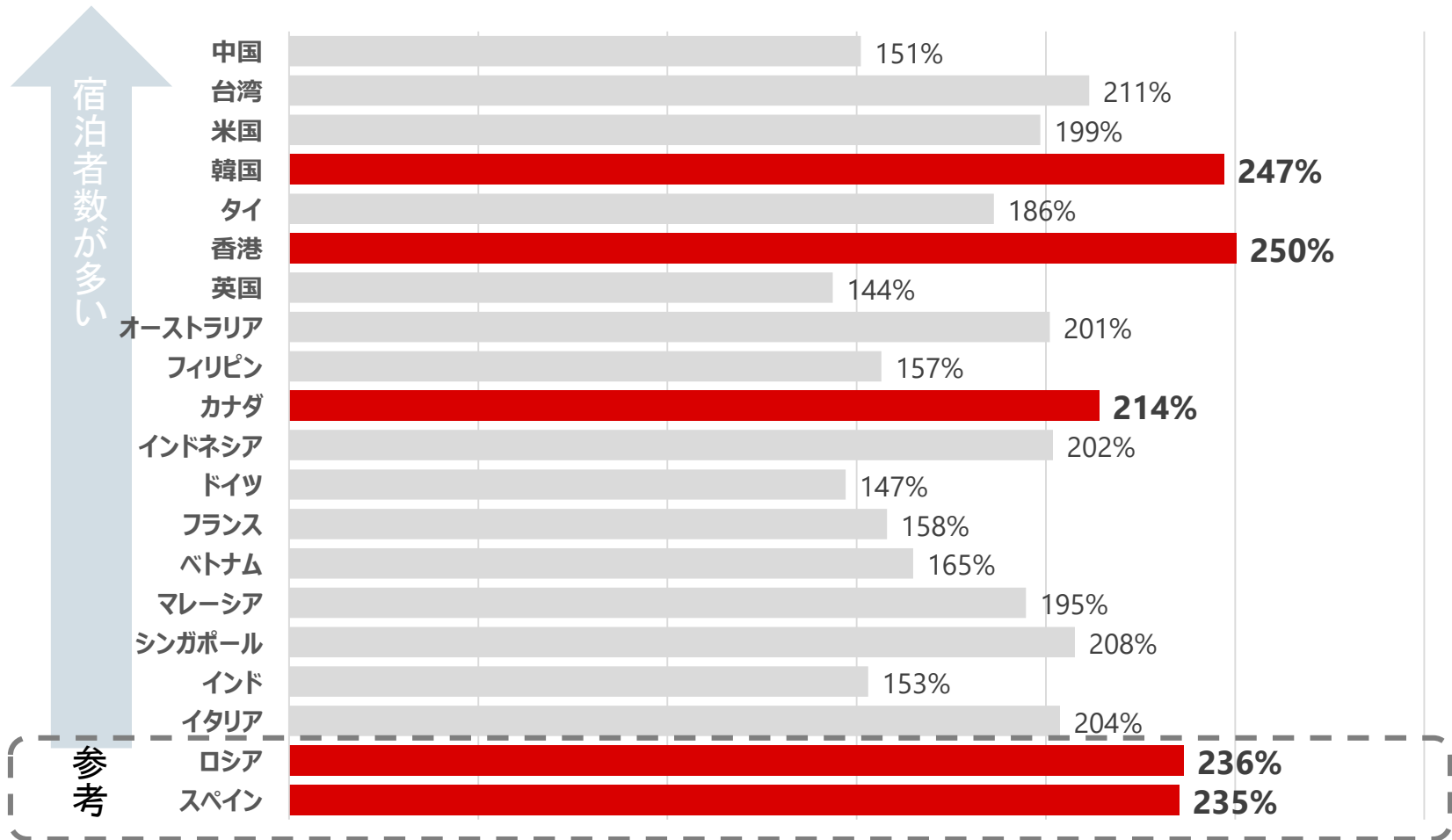


(人)

出典：モバイル空間統計 横浜市全数

# (参考) 上位20の国の昼間人口割合

- 昼間人口率が最も高いのは香港。香港からの昼間来訪者は夜間の2.5倍となっており、日帰り旅行者が多いと考えられる。次いで韓国が2.47倍、カナダ2.14倍となっている。



出典： モバイル空間統計 横浜市全数

# 「横浜への来訪者の全体量と滞在時期・時間帯」<まとめ>

## <横浜への来訪状況>

- 横浜への来訪者数の合計は、昼間1,022千人、夜間543千人。**宿泊旅行統計調査（観光庁）で捕捉できない昼間の来訪者が多い。**
- 横浜への来訪が最も多いのは中国、次いで台湾、米国、韓国。  
昼間は韓国と米国が同程度滞在しているが、夜になると韓国の滞在数が減る。**日本全体と比較すると、東アジアからの来訪割合が低く、米国からの来訪割合が高い。**
- 日本への来訪回数が多い東アジアの中でも、韓国と香港は昼間滞在人口の割合が高い。

## **3. 基礎調査**

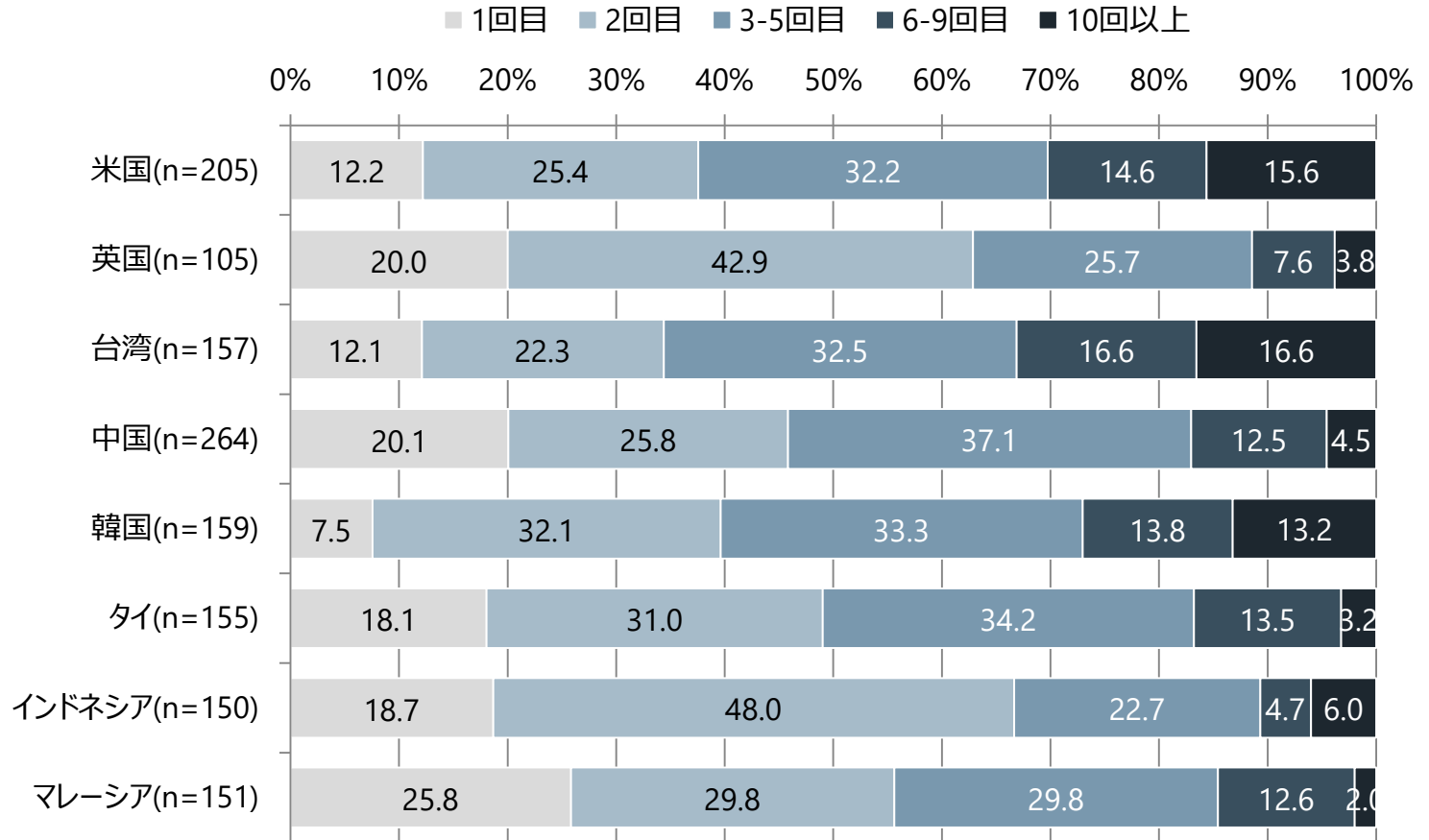
### **(3) 横浜への来訪者の来訪 目的調査**

#### **「横浜への来訪目的・滞在内容」**

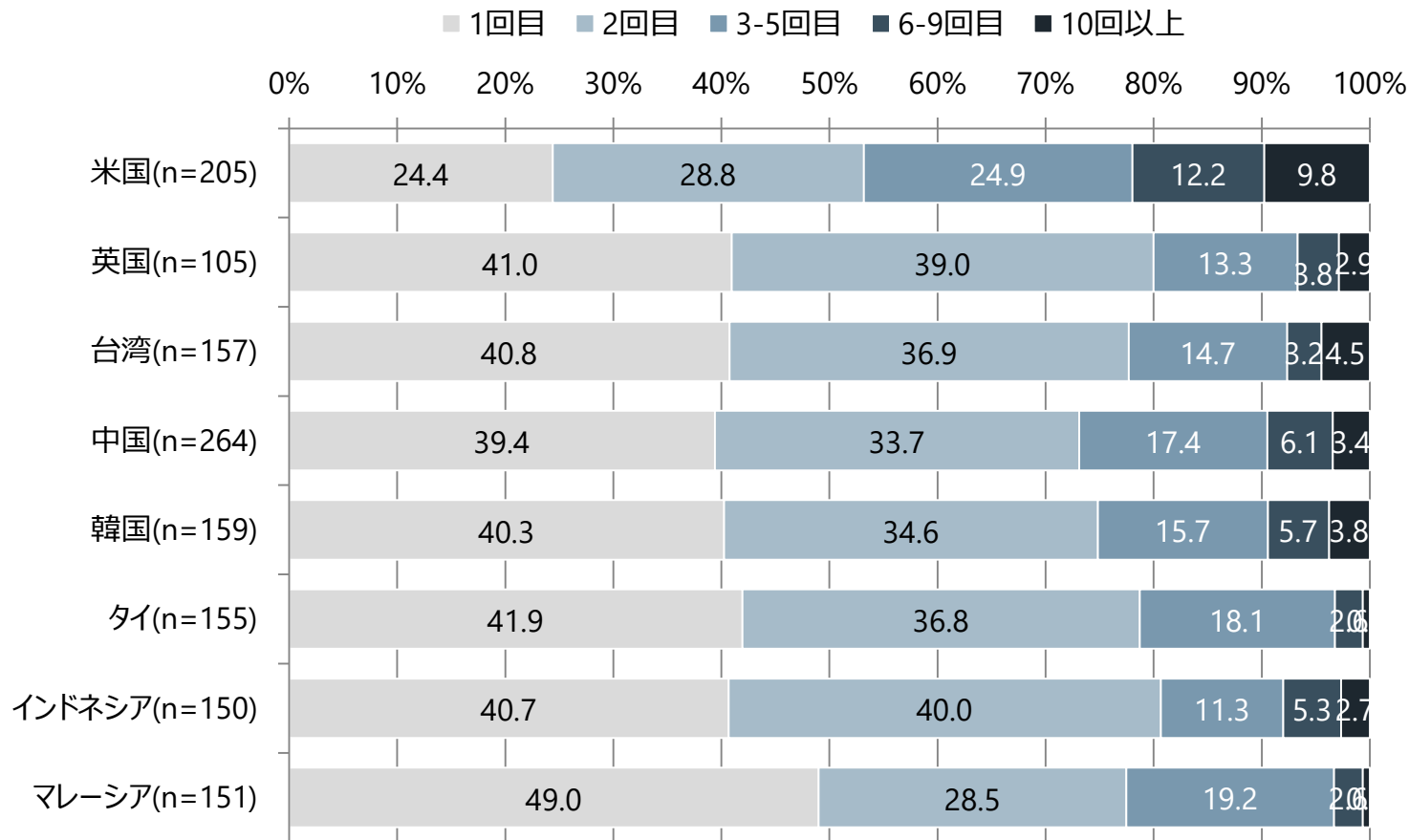
TOTAL値はウエイト集計(全体量調査における対象国の昼間出現数に準拠)を実施



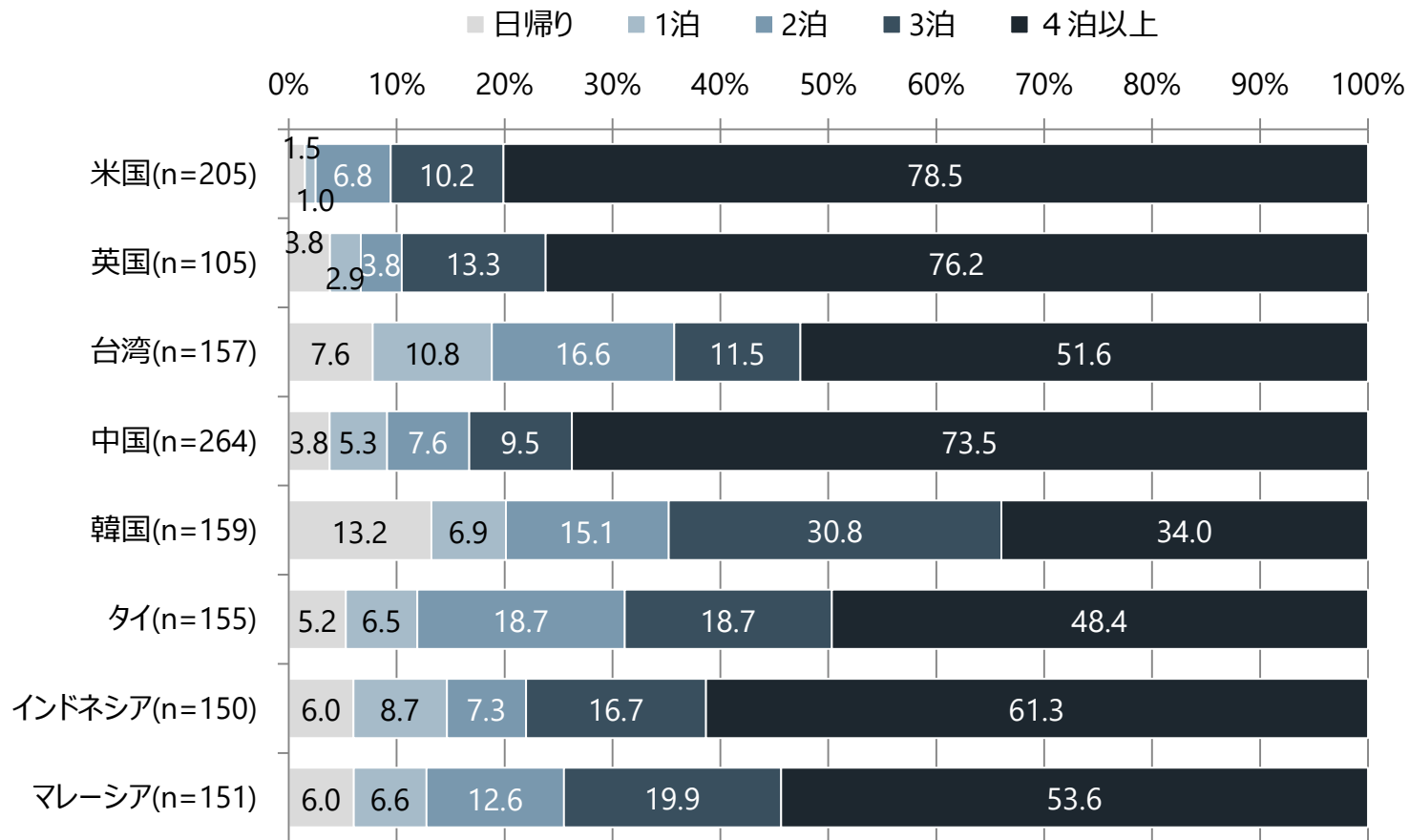
# ア 回答者属性 ①日本への来訪回数



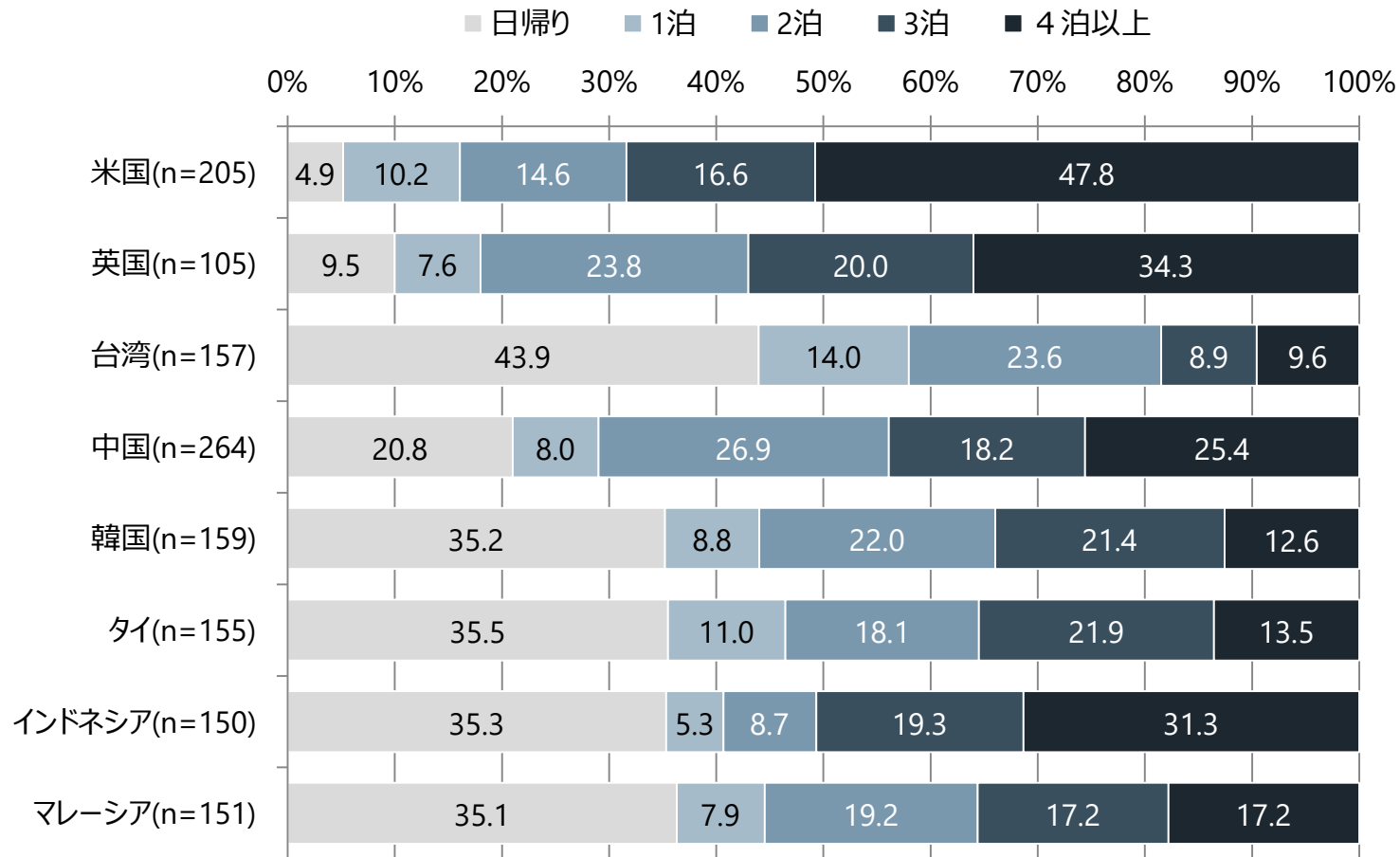
# ア 回答者属性 ②横浜への来訪回数



# ア 回答者属性 ③日本への滞在

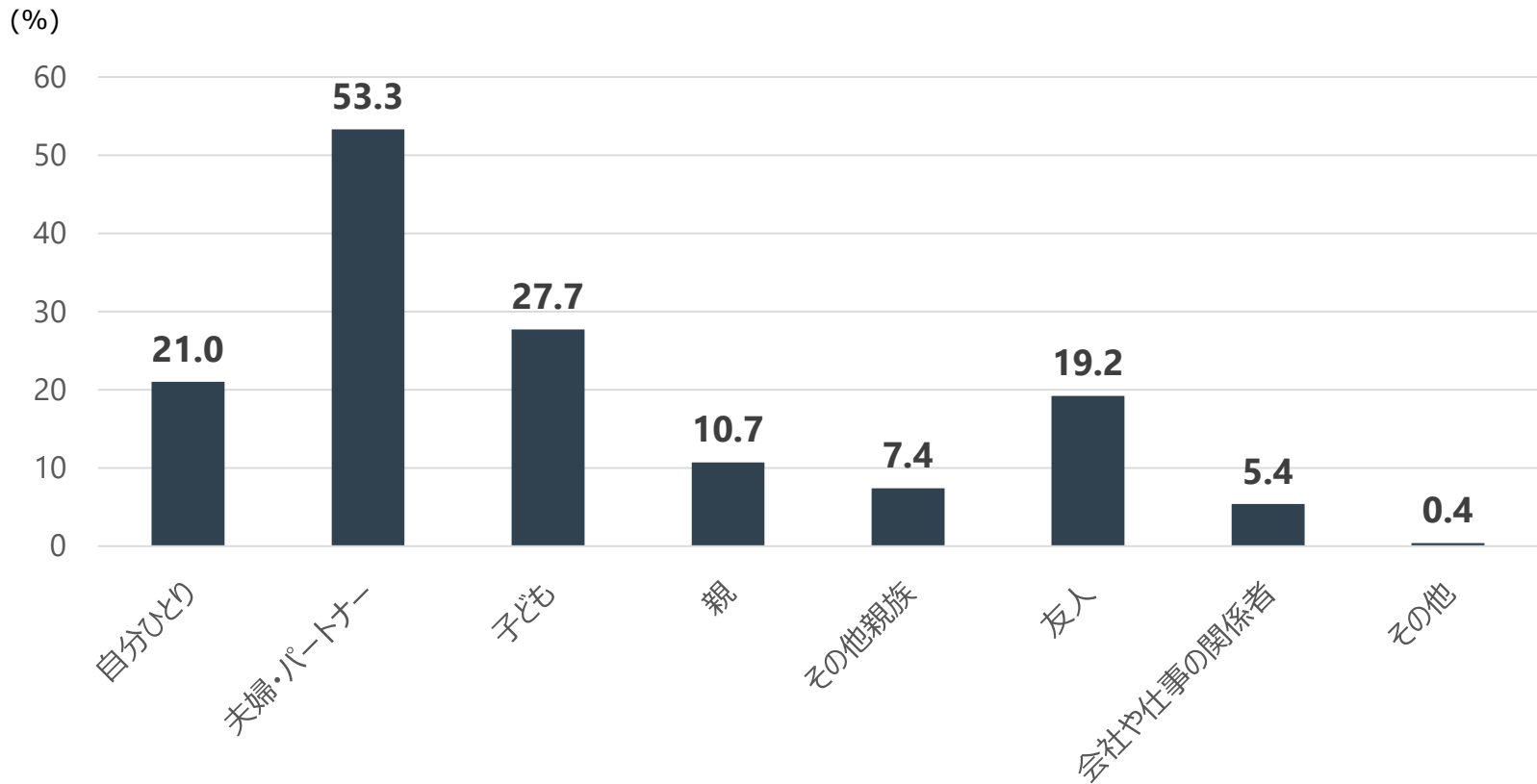


# ア 回答者属性 ④横浜への滞在



# イ 来訪時の同行者 ① 全体

- 横浜への来訪は、夫婦・パートナーでの来訪が多い。
- 子どもとの来訪が3割弱あり、ファミリーでの来訪も一定数あることがわかる。



# イ 来訪時の同行者 ② 国別

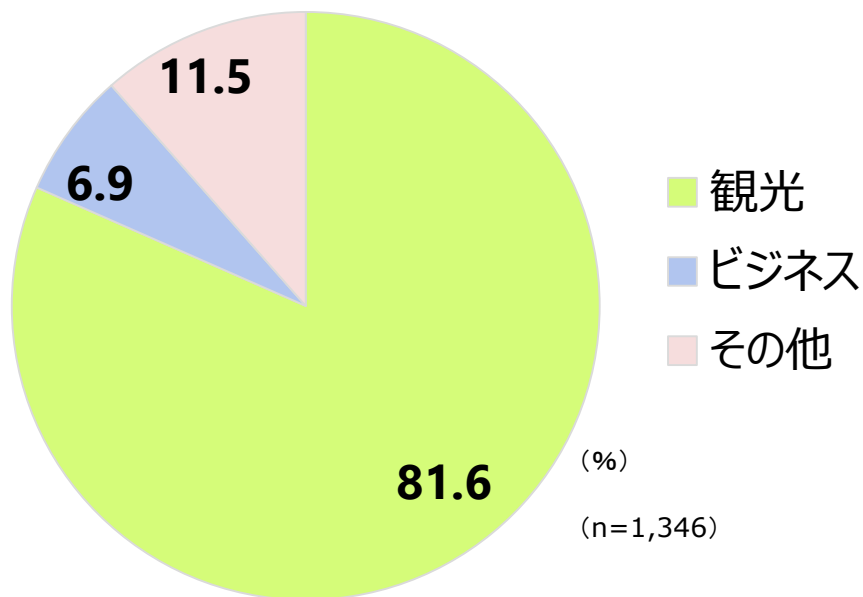
- 全ての国で最も多いのは、「夫婦・パートナー」。特に、「夫婦・パートナー」との来訪が多いのが、タイとインドネシア。タイ、インドネシアは子どもの回答率も高く、ファミリーでの来訪が一定数あることもわかる。
- 米国は他の国と比較して「自分ひとり」の来訪が特に多いのが特徴。

	n=	自分ひとり	夫婦・パートナー	子ども	親	その他親族	友人	会社や仕事の関係者	その他	(%)
米国	205	<b>37.6</b>	45.4	23.4	3.4	4.4	9.3	4.4	0.5	
英国	105	25.7	61.0	28.6	2.9	1.9	9.5	9.5	0.0	
台湾	157	12.1	52.2	32.5	16.6	13.4	23.6	6.4	0.6	
中国	264	27.7	52.3	20.8	8.0	1.1	18.2	4.2	0.0	
韓国	159	15.1	51.6	22.6	3.8	3.1	27.7	4.4	1.3	
タイ	155	3.9	<b>65.2</b>	<b>45.8</b>	29.7	25.2	21.9	5.8	0.0	
インドネシア	150	9.3	<b>72.7</b>	<b>48.7</b>	20.7	9.3	16.0	11.3	0.7	
マレーシア	151	12.6	59.6	36.4	21.9	23.8	15.9	9.3	0.0	

# ウ 2018年横浜への主な来訪目的 全体

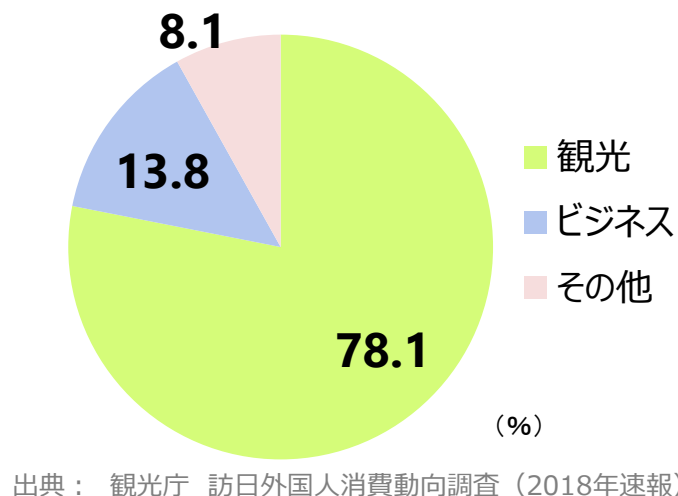
- 来訪目的調査に回答した人のうち、観光で横浜に来訪したのは約80%、ビジネスが約7%となっている。
- 訪日外国人消費動向調査と比較するとビジネスの割合が低いが、ビジネス来訪が多いヨーロッパ等が調査対象に入っていないことを鑑みると、国全体の傾向と大きな違いはないと考えられる。

## <横浜への主な来訪目的>



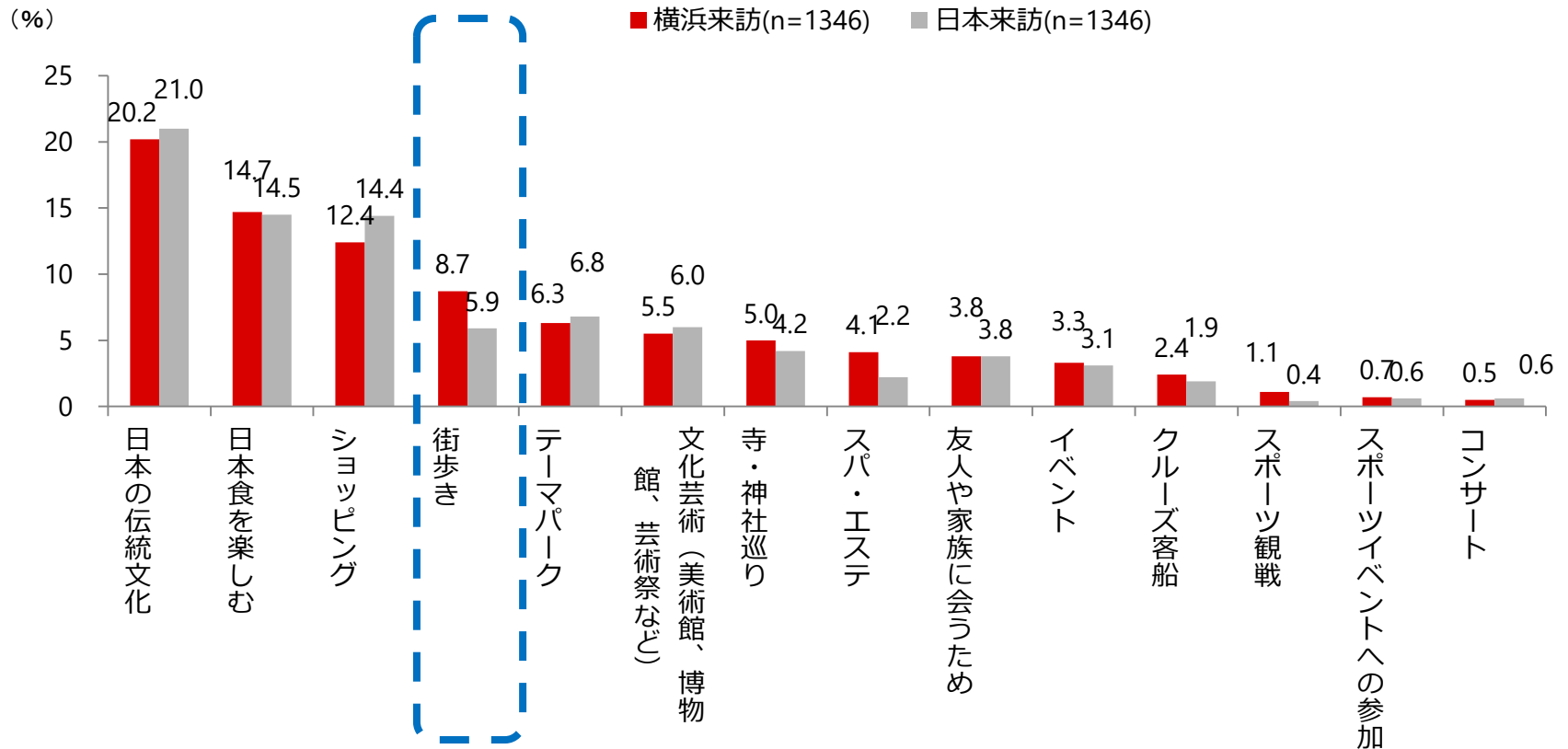
## <参考>

### <国への主な来訪目的>



# ウ 2018年横浜への主な来訪目的（観光目的・横浜と日本）

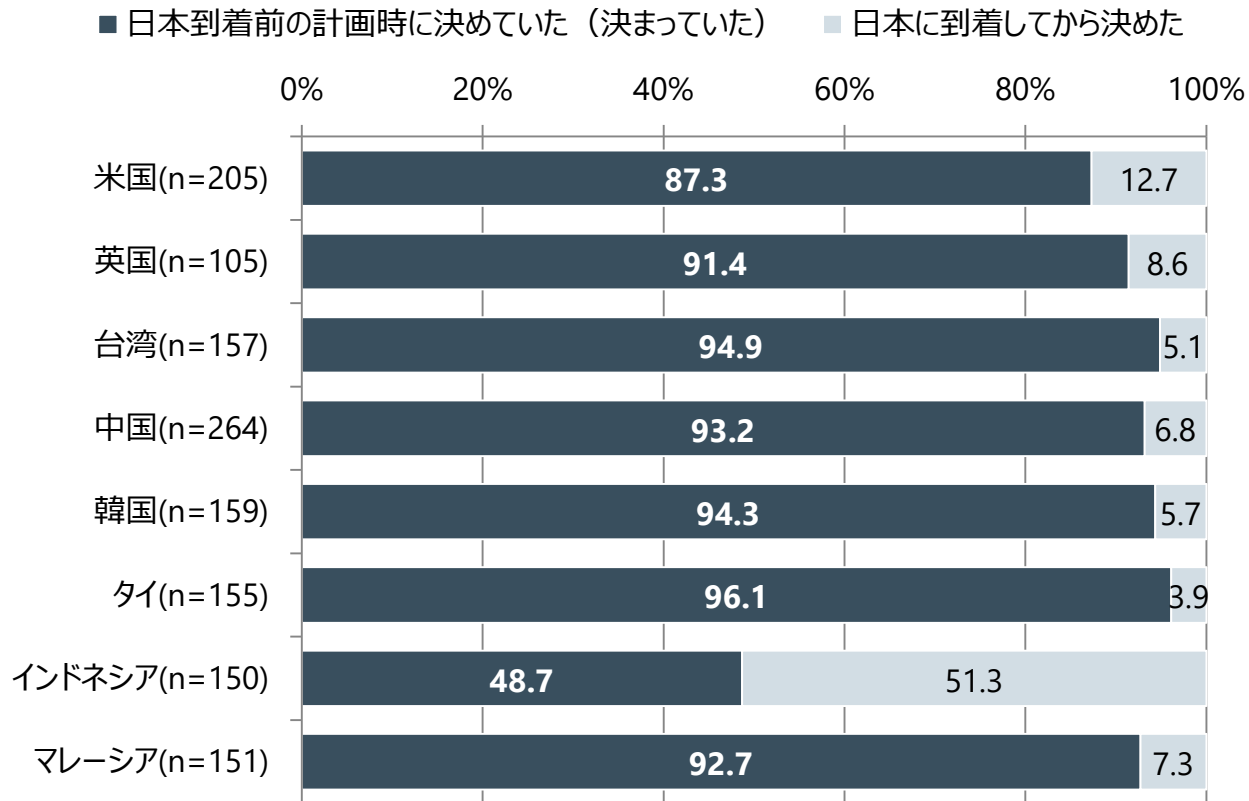
- 横浜に観光を主として来訪した人のうち、最も多かった回答が「日本の伝統文化」。次いで、「日本食を楽しむ」、「ショッピング」と続いており、同回答者が日本を訪れた理由と変わりはない。
- 特に横浜における主目的で、回答率が上位かつ、日本を訪れた理由よりもやや回答率が高くなっているのは、「街歩き」で2.8pt高い。





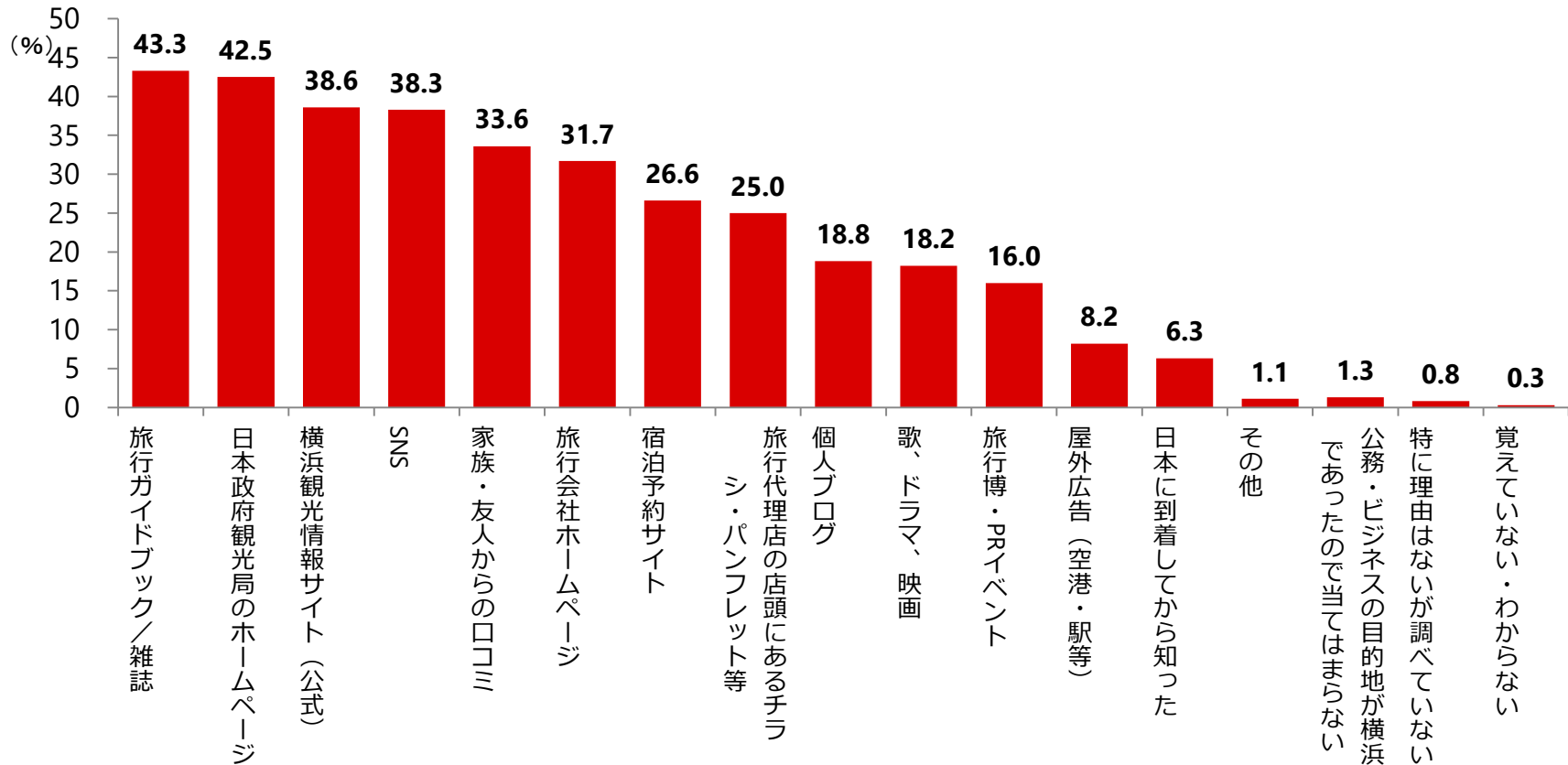
# エ 横浜に立ち寄るのを決めるタイミング

- 横浜に立ち寄るのを決めたタイミングは「日本到着の前に決めていた（決まっていた）」が大勢。
- インドネシアでは日本に到着してから決めた割合が高い。



## オ 横浜に立ち寄る決め手になった情報（複数回答）

- 横浜に立ち寄る決め手として最も多いのは旅行ガイドブック（43.3%）、次いで日本政府観光局のホームページ（42.5%）、横浜観光情報サイト（38.6%）となっている。



# 力 横浜滞在中に活用した情報 ①中国以外・上位媒体

- 中国を除く全体でよく使われているのはFacebookだが、台湾では横浜観光情報サイトも同程度閲覧されている。韓国とインドネシアではInstagramの回答が最も多い。

	TOTAL (n)	Facebook	横浜観光 情報サイト (公式)	Instagram	TripAdvisor	Google map	観光案内 所	(%)
米国	205	<b>62.4</b>	42.4	50.2	47.3	38.0	25.4	
英国	105	<b>52.4</b>	36.2	38.1	49.5	16.2	26.7	
台湾	157	51.0	<b>55.4</b>	34.4	33.1	45.2	27.4	
韓国	159	42.8	34.0	<b>47.8</b>	27.0	31.4	27.0	
タイ	155	<b>76.1</b>	57.4	56.1	44.5	37.4	39.4	
インドネシア	150	67.3	58.7	<b>72.7</b>	60.7	38.0	38.0	
マレーシア	151	<b>67.6</b>	60.9	45.7	63.6	45.0	39.1	

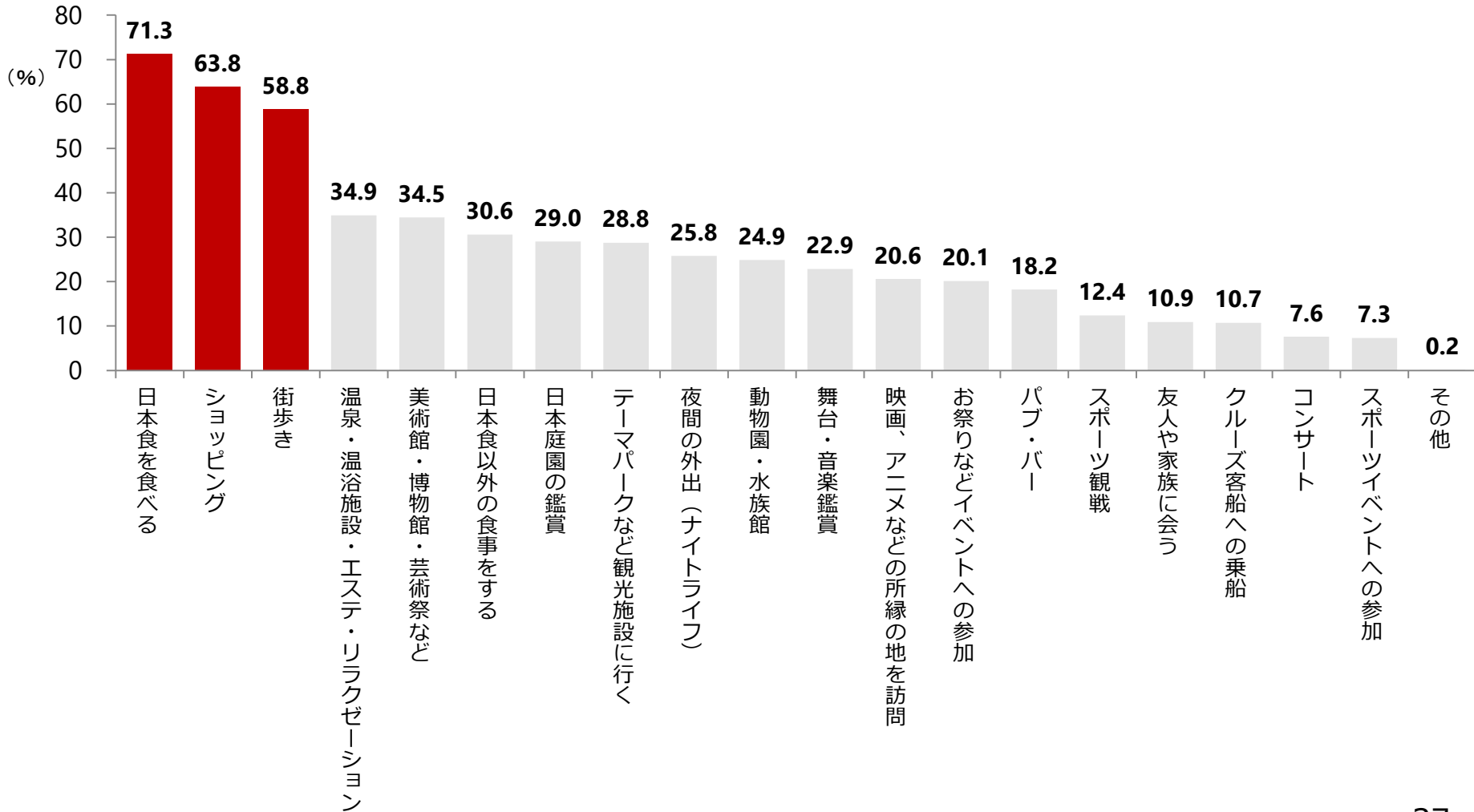
## カ 横浜滞在中に活用した情報 ②中国・上位媒体

- 中国で最も利用されているのは、Wechat（66.7%）、次いでCtrip（60.6%）。

	TOTAL (n)	Wechat	Ctrip	横浜観光情報サイト(公 式)	马蜂窝 (mafengwo)	Google map	(%)
中国	214	66.7	60.6	46.6	31.4	27.3	

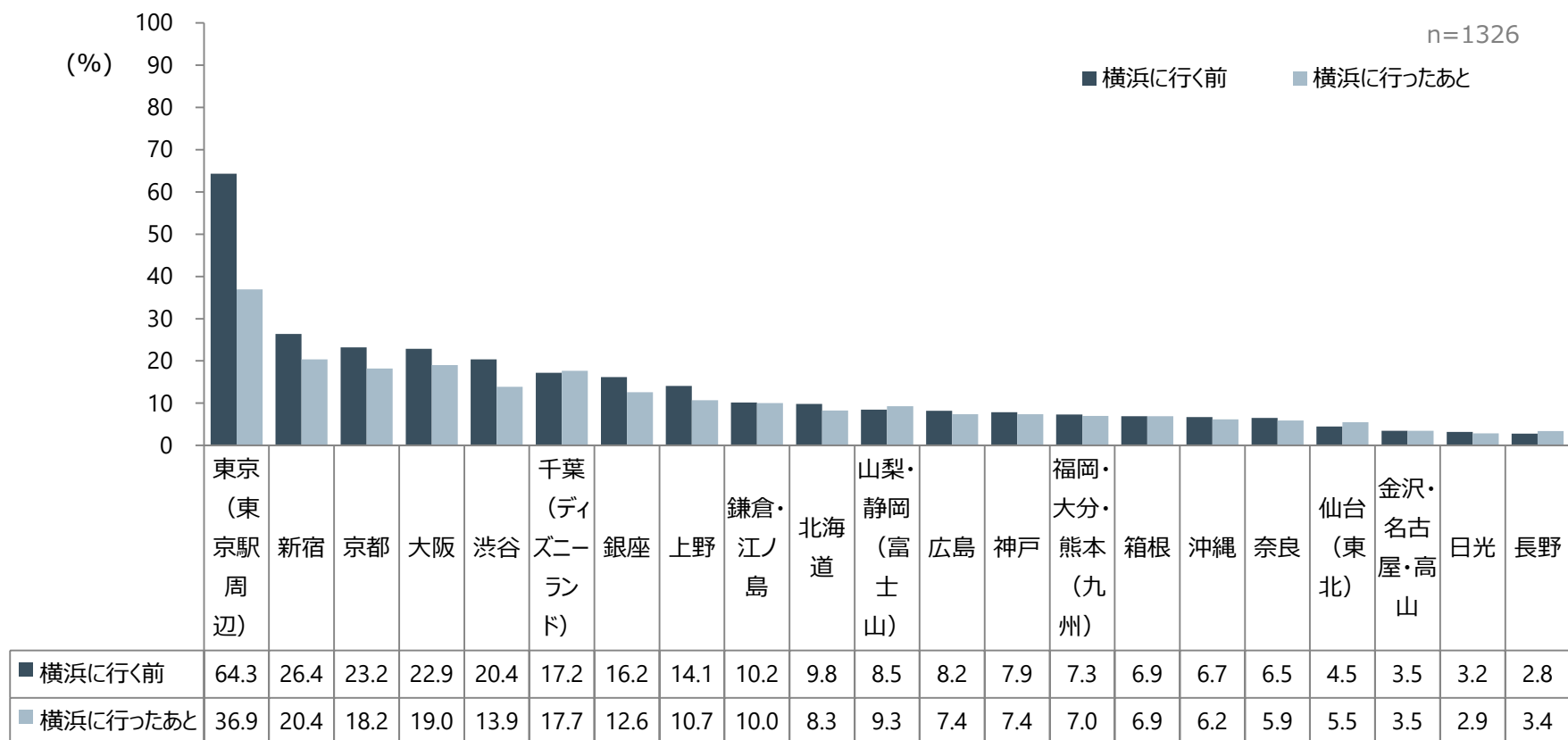
# キ 横浜で行ったこと（複数回答）

- 横浜来訪の主目的とは別に、横浜で行ったことを確認すると最も多いのは「日本食を食べる」次いで「ショッピング」、「街歩き」となっている。
- これら3つについては回答した人の2人に1人は横浜で体験したことになっている。



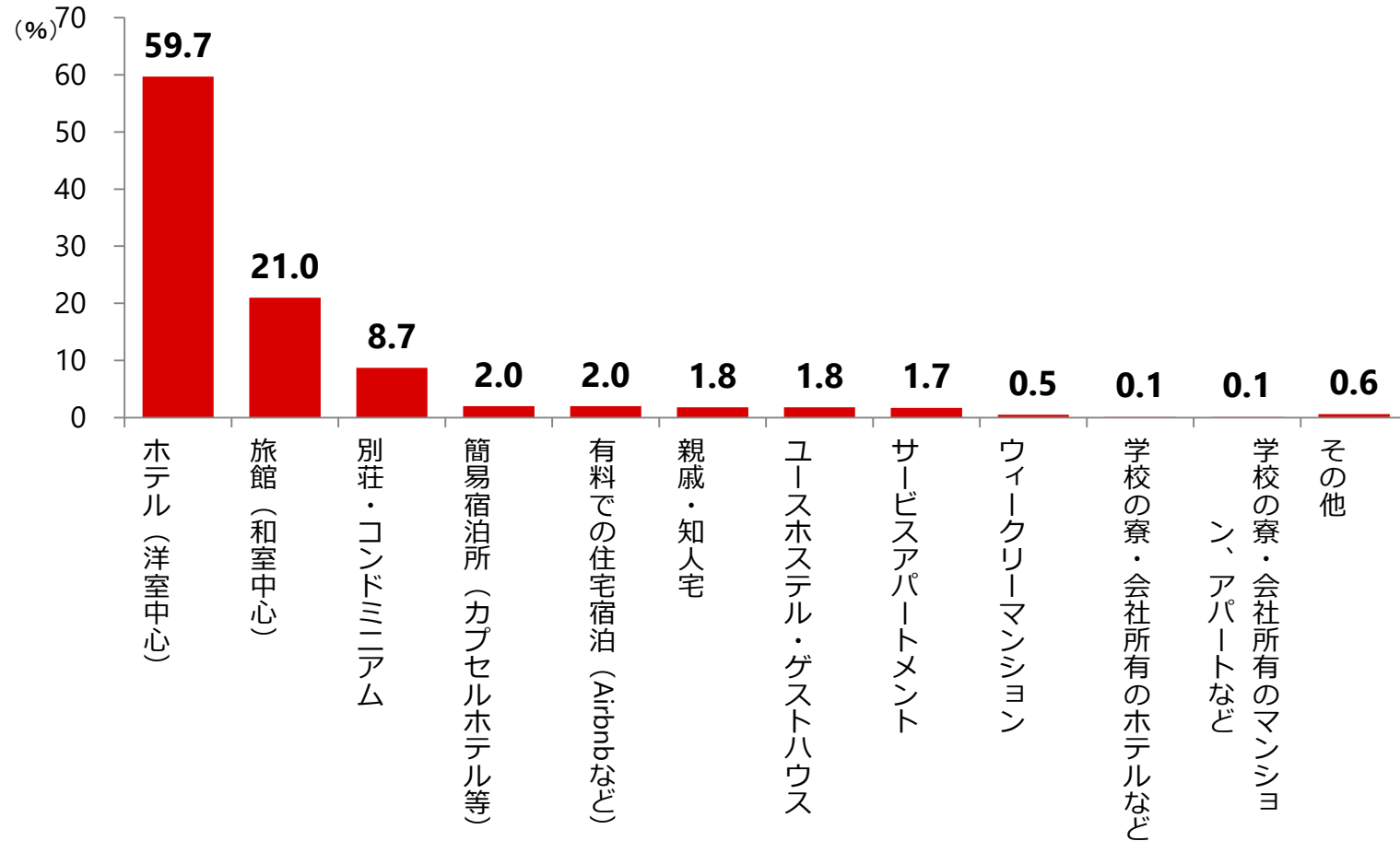
# ク 横浜の前後に立ち寄った場所

- 横浜を訪れる前に立ち寄った場所として最も多いのは、東京（東京駅周辺）（64.3%）、次いで新宿（26.4%）となっている。
- 事後に訪れるのは東京、新宿と同様の結果だが、千葉（ディズニーランド）への立ち寄りがやや増えているのが特徴。



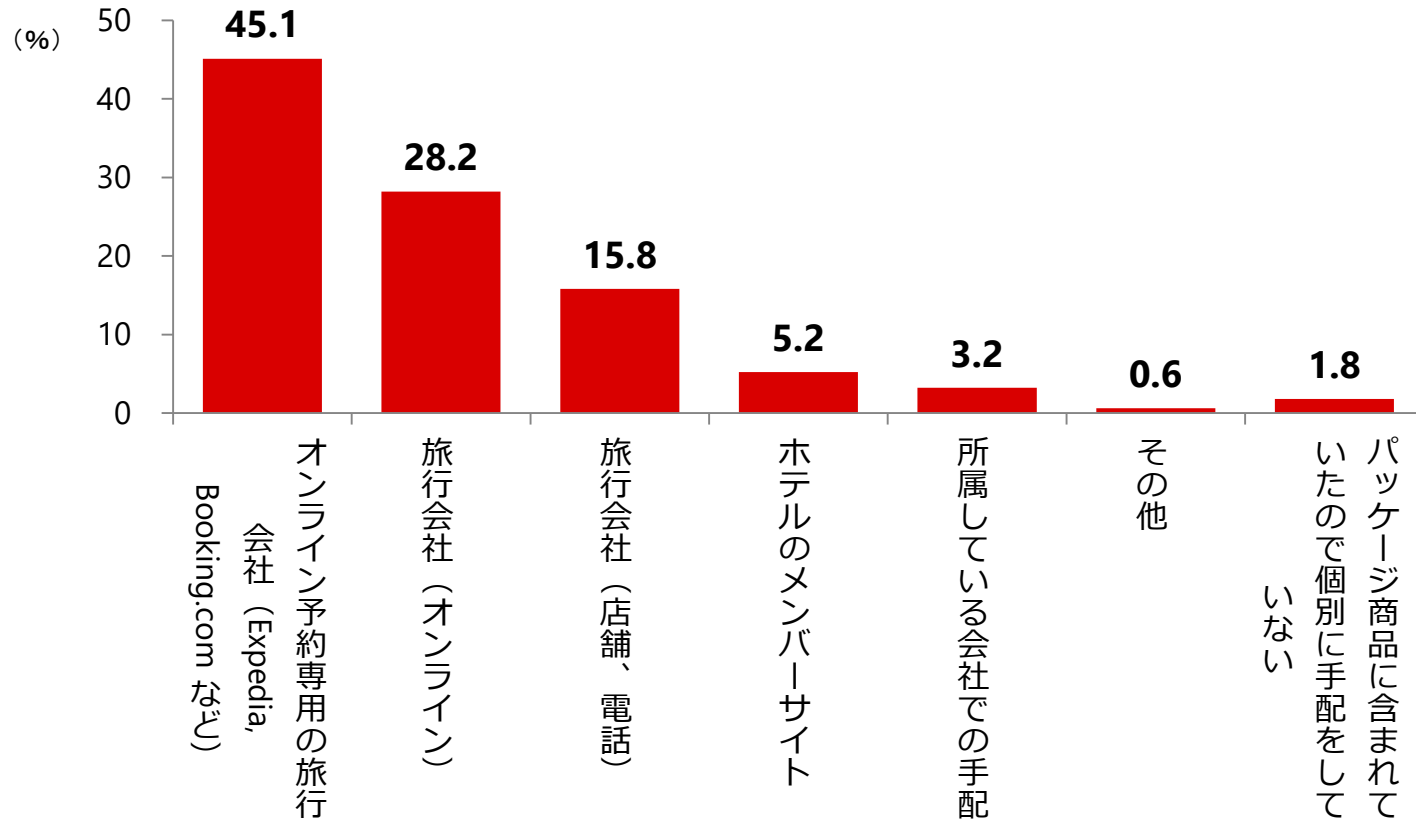
# ケ 横浜での宿泊場所

- 横浜に宿泊した人の宿泊場所は、ホテル（洋室中心）が最も多い。
- 一方、別荘・コンドミニウムが1割弱、Airbnb、親戚・友人宅がそれぞれ約2%あり、宿泊旅行統計にて捕捉できていない宿泊形態が一定程度あることがわかる。



## コ 横浜での宿泊場所予約方法

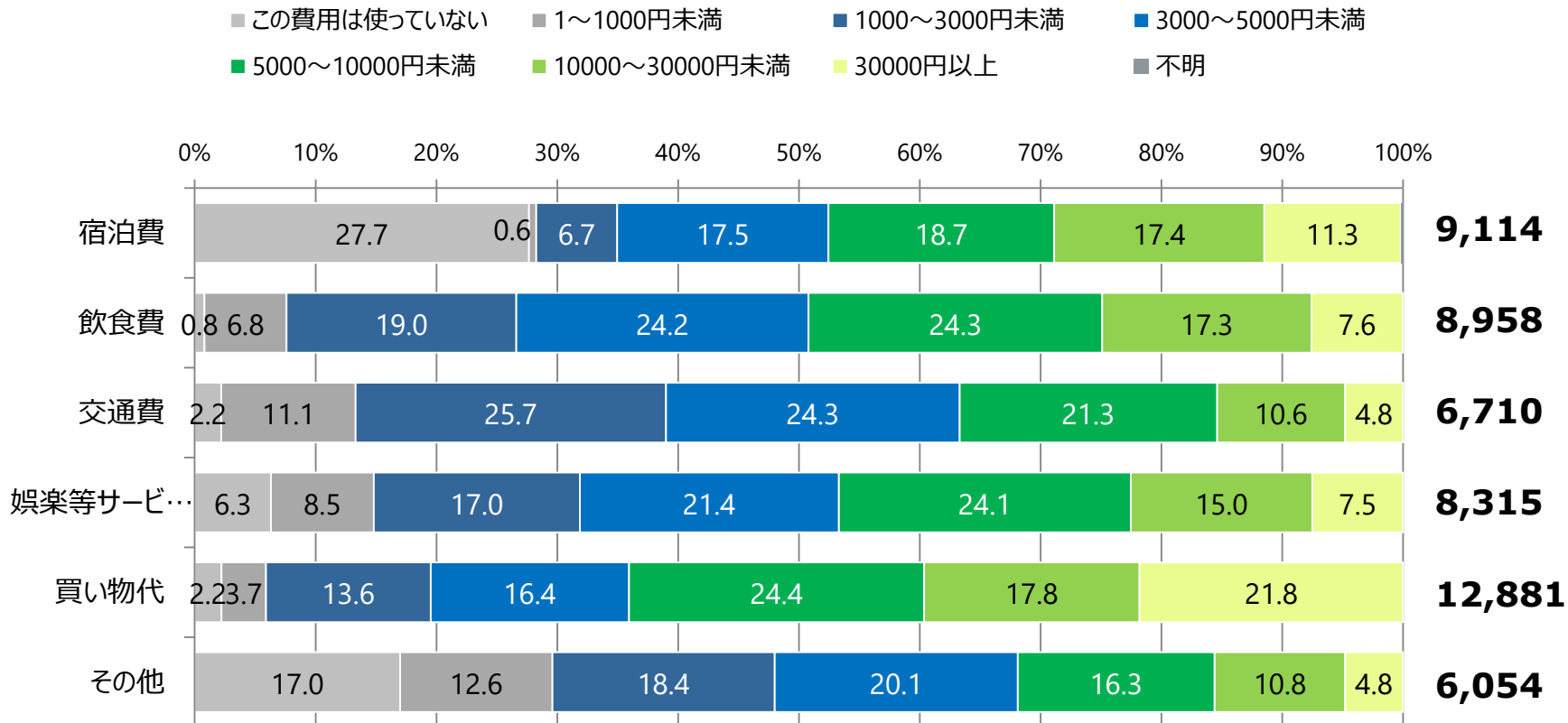
- 横浜での宿泊場所予約方法で最も多いのは「オンライン予約専用の旅行会社」で45.1%。次いで、旅行会社（オンライン）が28.2%となっている。
- 全体の7割近くがオンラインで予約されている状況。





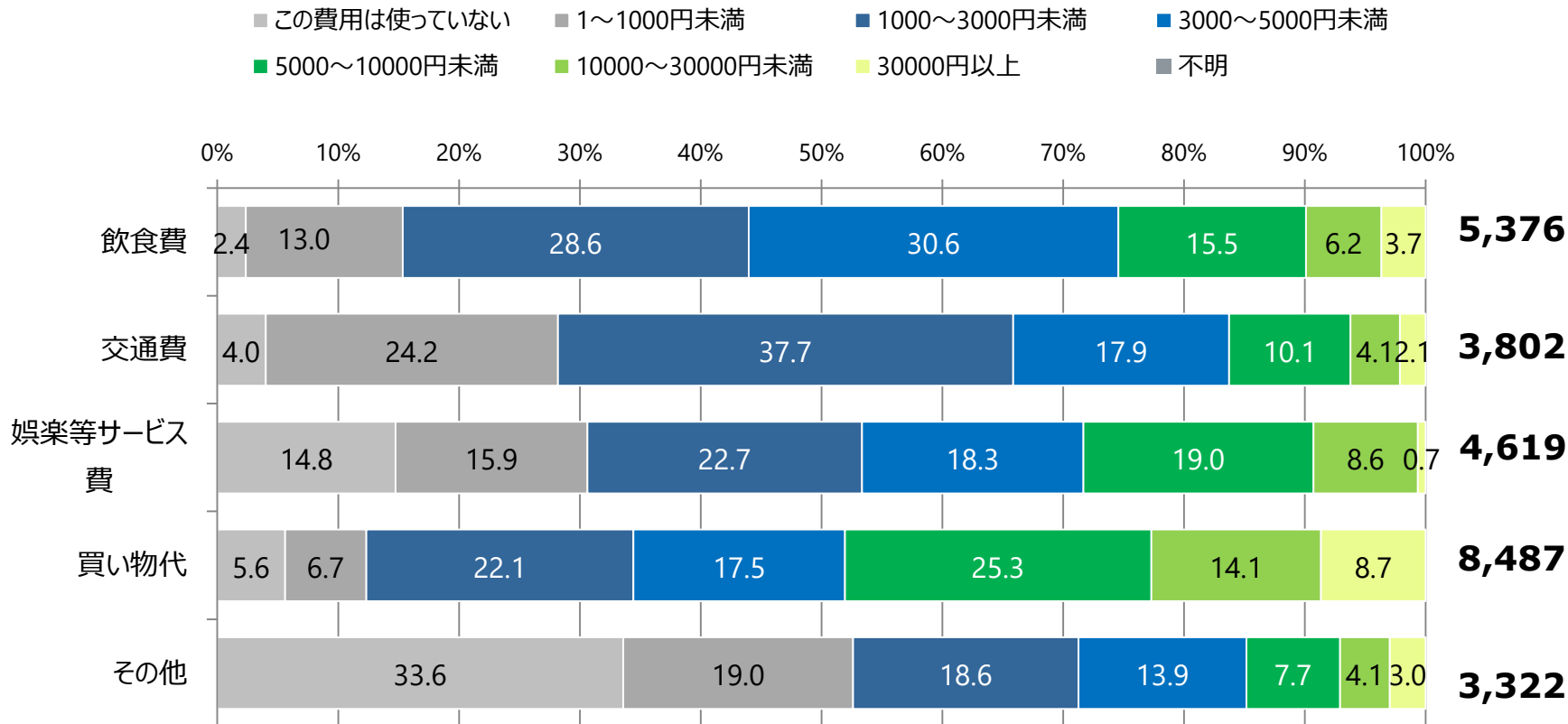
# (参考) 横浜での消費

- 本調査の回答者による、横浜市内での消費額は以下の通り。



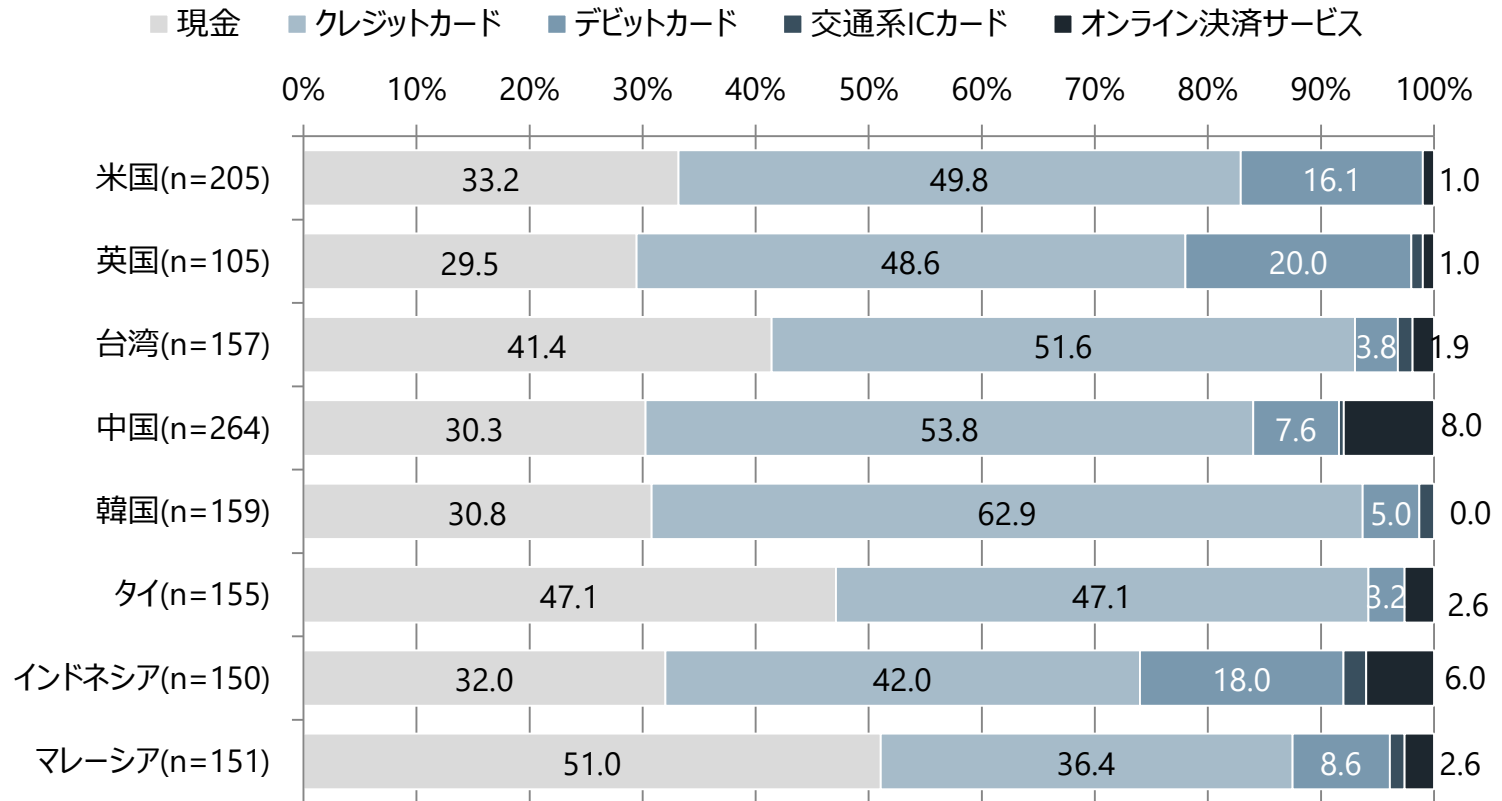
# (参考) 横浜での消費 (日帰り)

- 日帰りで横浜を訪れた外国人が回答した消費額は以下の通り。宿泊も含めた全体と比較すると「この費用は使っていない」の割合が高くなっており、平均額も半分程度になっている。



# サ 普段の生活での決済方法

- 普段の生活での決済方法について、各国とも現金での支払いは3割程度でタイとマレーシアでやや現金払いが多い。
- キャッシュレスの種類としては、クレジットカードが最も多い。



# 「横浜への来訪目的・滞在内容」<まとめ>

## <横浜への来訪目的>

- 横浜への来訪はほとんどが観光目的となっており、ビジネスでの来訪が多い国の傾向は、日本全体と同程度である。
- 回答した国のうち、米国はビジネス来訪の割合が高いことが特徴。
- 横浜に来訪した人の主な目的としては「日本の伝統文化」や「日本食」などが上位に挙がるが、日本への来訪主目的と比較すると「街歩き」がやや高く、横浜での実施率も高い。

## <情報>

- 横浜に来訪する前はガイドブックや日本政府観光局、横浜観光情報サイトを見て来訪をしているが、滞在中はFacebookやInstagramなどSNSの割合が高まる。
- 更に、市内の地図情報については、訪日回数が多い東アジアで特に、Googlemapと回答した割合が多くなっている。

# 「横浜への来訪目的・滞在内容」<まとめ>

## <横浜での滞在>

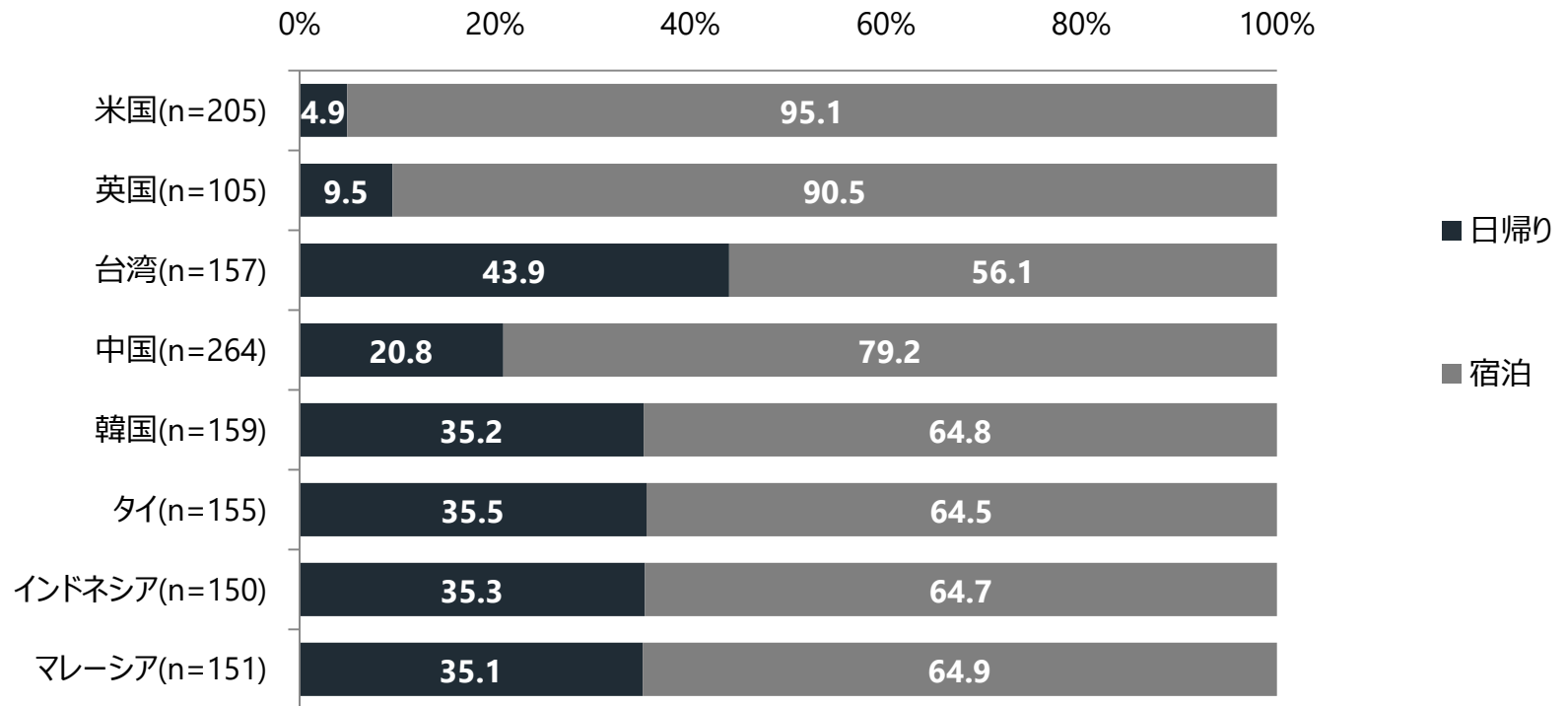
- 今回の調査で横浜に宿泊したと回答した人のうち半数は洋室中心のホテルに滞在しているが、別荘やコンドミニアム、Airbnbなど住宅宿泊、友人・知人宅を合わせると約1割ほどあり、宿泊旅行統計で捕捉できていない滞在も一定量ある。
- 消費額は参考値だが、概ね各支出について5,000円から8,000円程度は支出されている。一方、日帰り客の場合、消費額は約半分になっていることから域内消費の観点で考えれば、訪日外国人においても宿泊客を増やすことが必要。

## <その他>

- 自国での普段の決済方法は、約7割がキャッシュレス決済となっていた。

# (参考) 回答者の日帰り・宿泊割合

- 本調査の回答者における日帰りの割合は、アジアで約3割となっている。
- 全体で数値を見る場合には、ウエイト値がかかるが、日帰りに関する回答は、アジアの国の回答の影響を多く受ける。



## (参考) 来訪目的調査 ウェイト値

	回収数	来訪構成比	ウェイト値	ウェイト後数値
中国	264	29.0%	1.476	390
台湾	157	20.8%	1.779	279
韓国	159	16.0%	1.355	215
米国	205	16.0%	1.049	215
タイ	155	8.2%	0.711	110
英国	105	4.2%	0.545	57
インドネシア	150	3.3%	0.299	45
マレーシア	151	2.5%	0.227	34

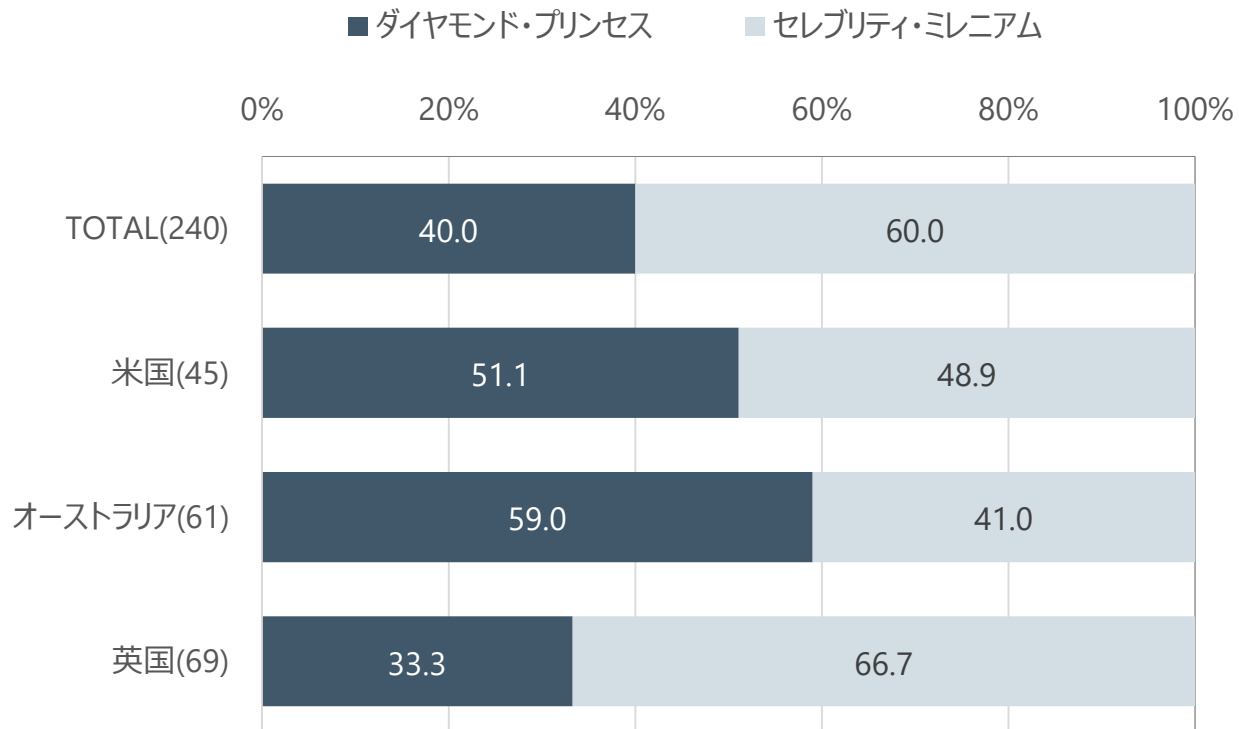
※来訪構成比は、モバイル空間統計1月から9月の昼間滞在人数構成比を基準としている。

## 4. テーマ型調査 クルーズ旅客調査



# (1) 回答者属性 ① 国別乗船する船の割合

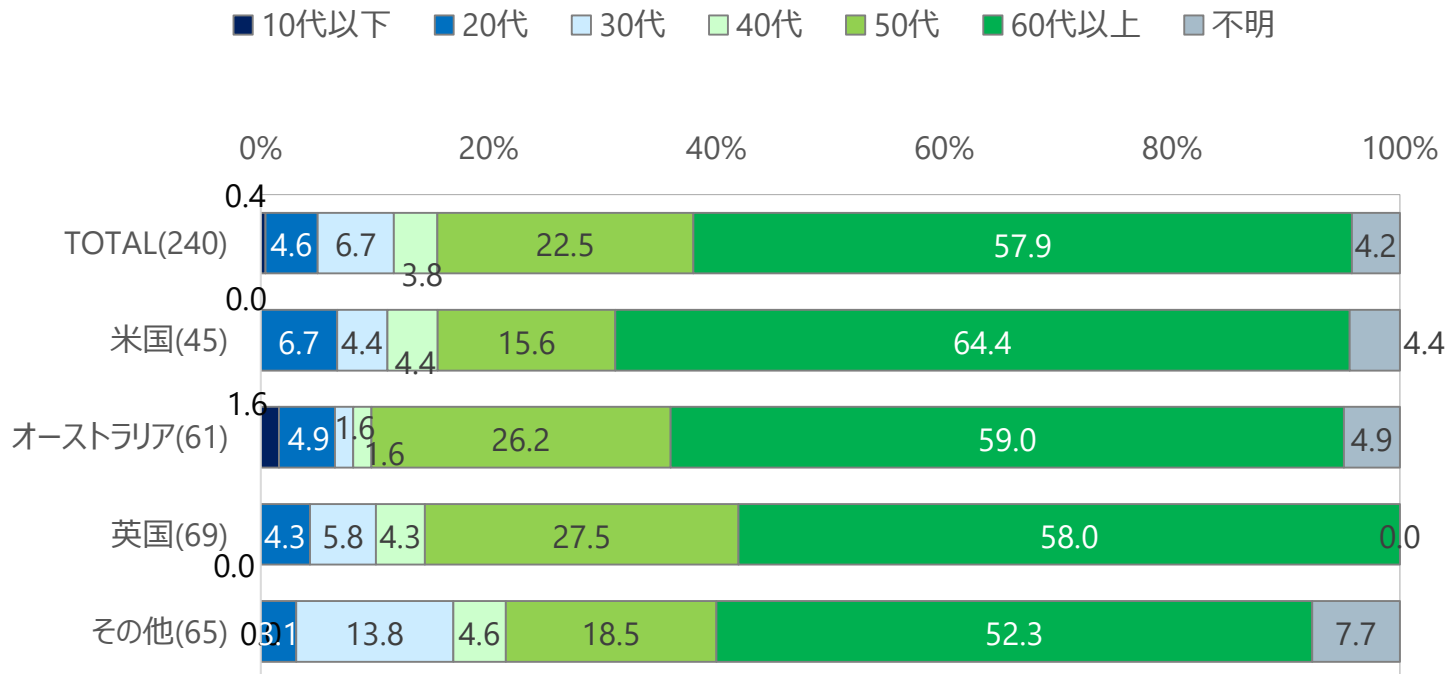
英国は、セレブリティ・ミレニアムの割合が高い



# (1) 回答者属性 ②年齢層 (国別)

各国とも、60歳代以上の割合が5割超と多い。

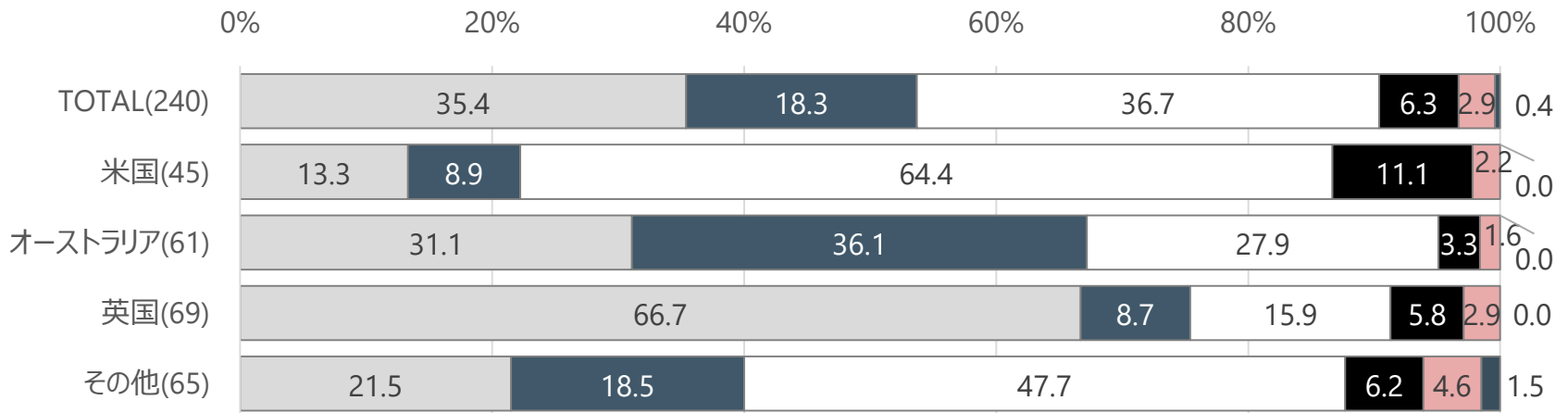
特に60歳代以上の割合が高いのは米国で、64.4%と全体と比べて約7pt高い。



## (2) クルーズの手配方法 国別

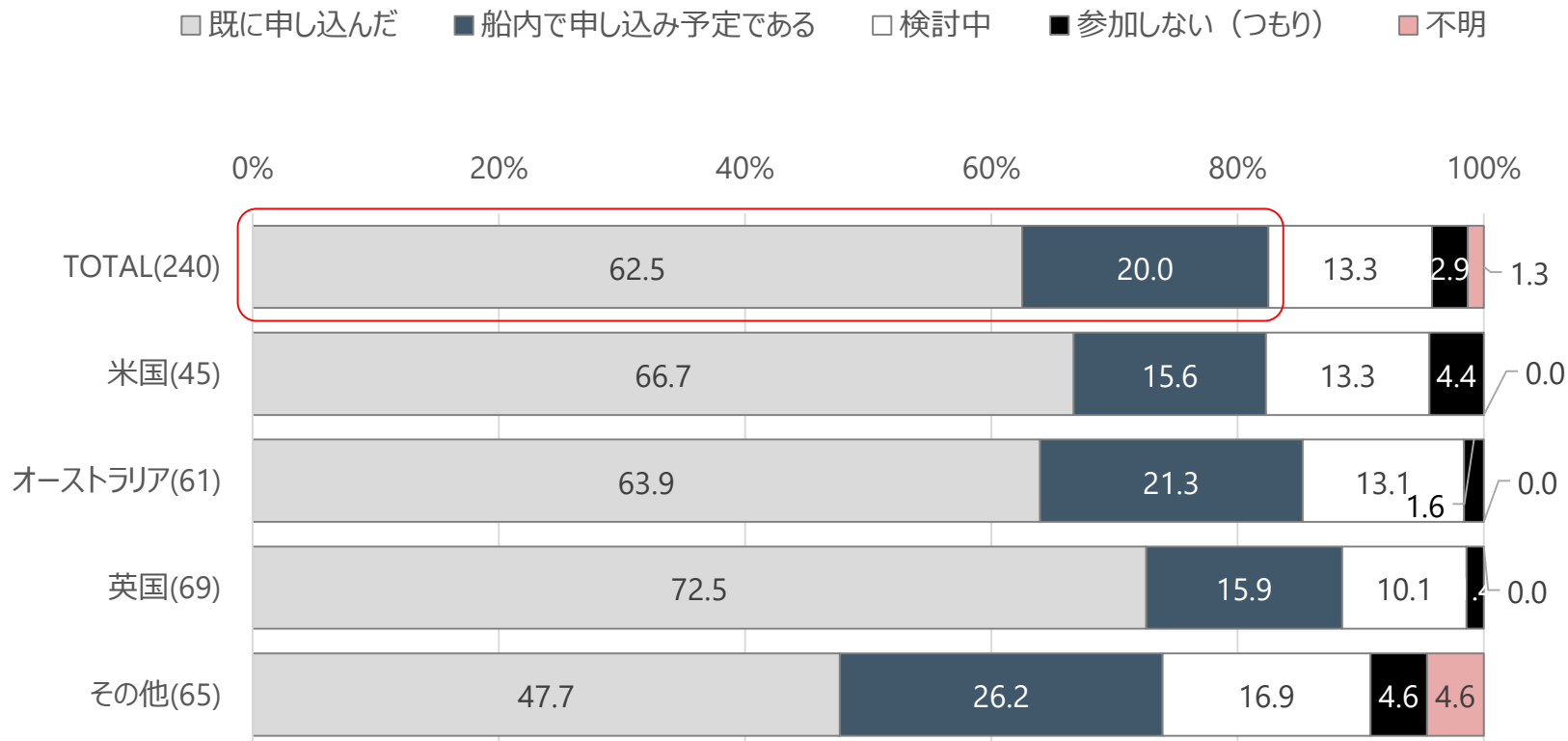
全体では、すべてセットの商品、それ以外の手配方法が 1 / 3 ずつの割合となっているが英国では、すべてセットでの商品割合が7割と高い。

- クルーズと航空券、ホテルがセットになった商品を旅行会社から購入した
- クルーズに合わせ、航空券やホテルの手配を旅行会社へ依頼した
- クルーズ、航空券やホテルの手配を自らオンライン上で行った
- その他
- 自分で手配していないのでわからない
- 不明



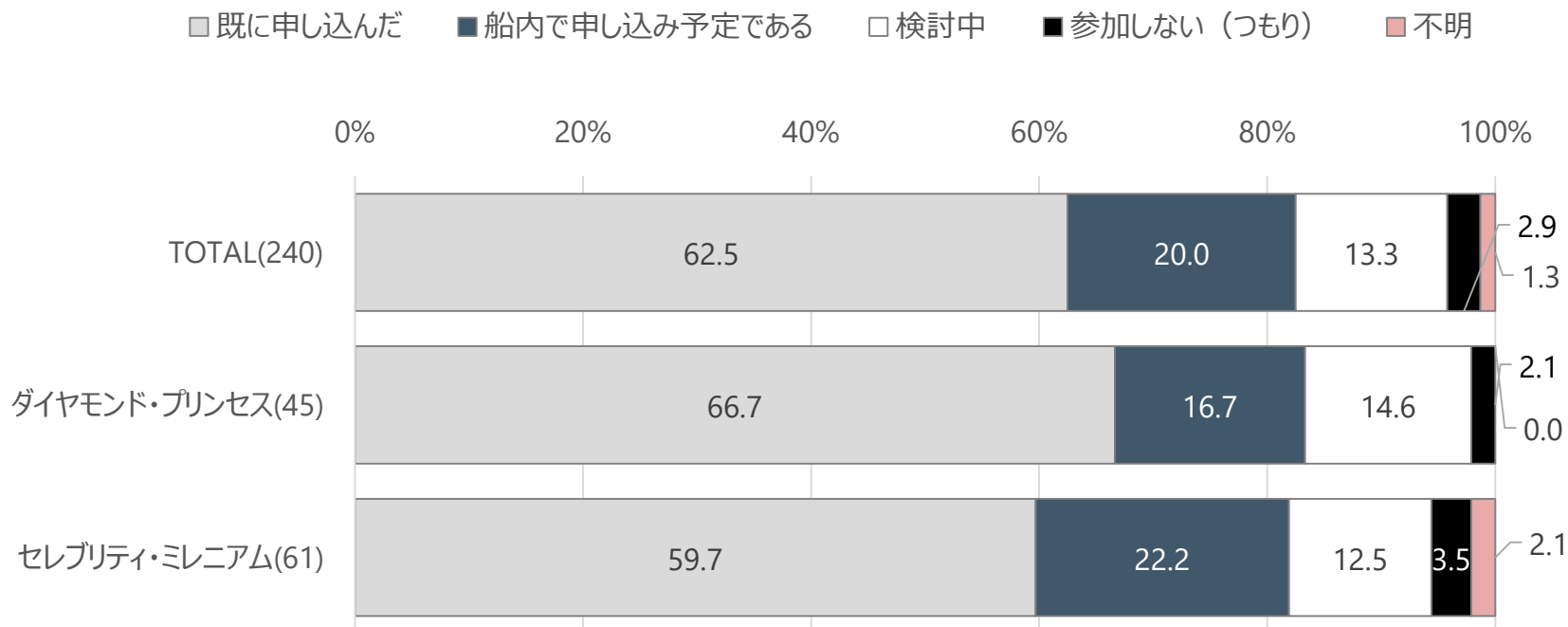
### (3) ショアエクサクション参加予定 ①国別

ショアエクサクション（寄港地ツアー）は乗船前に半数以上が申し込んでいる。  
船内申し込み予定を合わせると全体の8割は、ショアエクサクションに参加している。



### (3) ショアエクスカージョン参加予定 ②船別

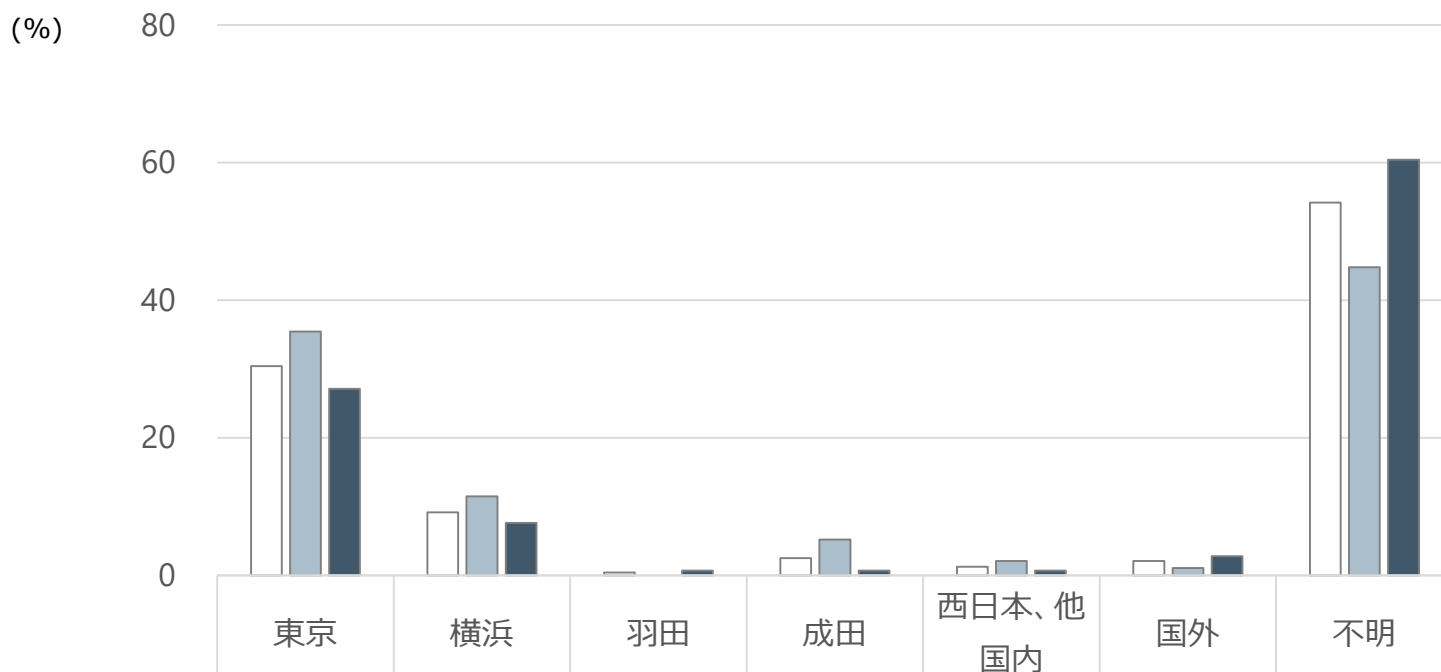
ショアエクスカージョンの申し込み意向は両船とも大きくは変わらない。



## (4) 乗船前の宿泊地 (船別)

乗船前の宿泊地は東京都内の割合が高く、次いで横浜となっている。

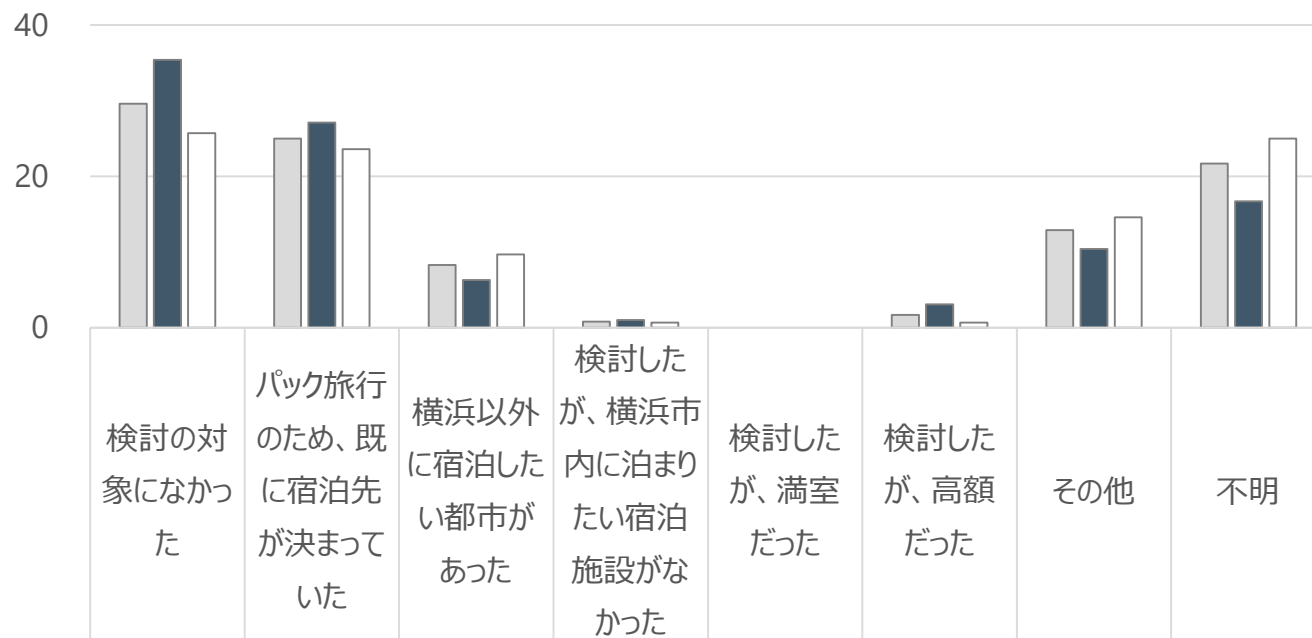
乗船者のうち約3割は東京に宿泊しており、横浜は1割程度に留まっている。



□ TOTAL(240)	30.4	9.2	0.4	2.5	1.3	2.1	54.2
■ ダイヤモンド・プリンセス(96)	35.4	11.5	0.0	5.2	2.1	1.0	44.8
■ セレブリティ・ミレニアム(144)	27.1	7.6	0.7	0.7	0.7	2.8	60.4

## (5) 横浜に宿泊しなかった理由（船別）

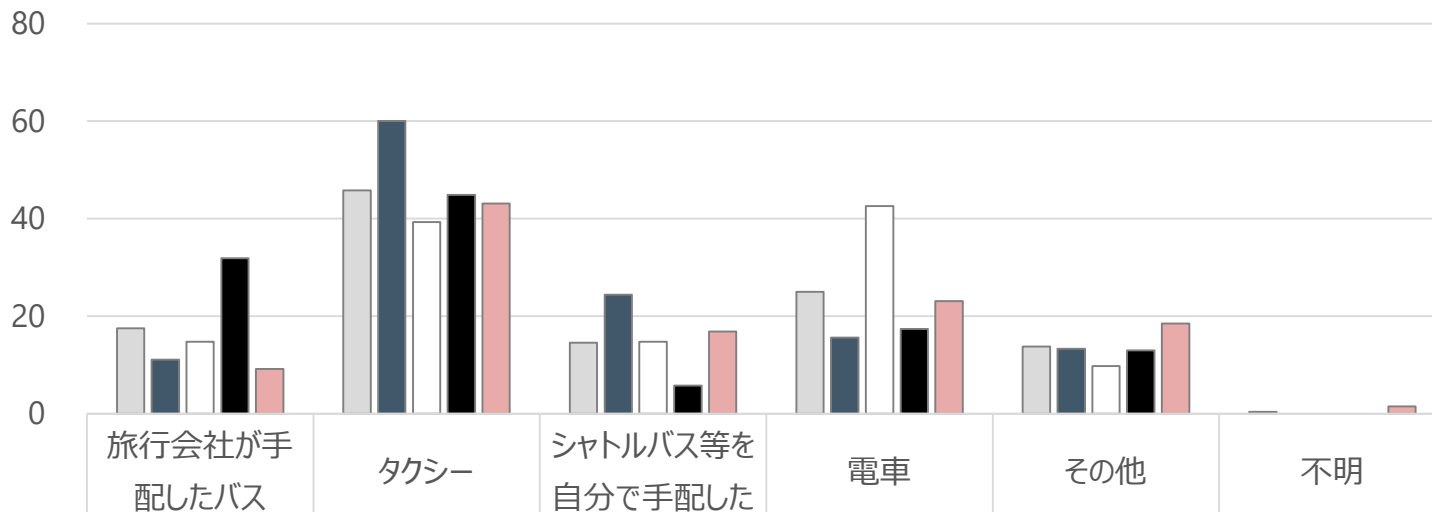
ダイヤモンド・プリンセスの乗客の方が、「検討しない」「宿泊先が決まっていた」の割合がやや高い。



■ TOTAL(240)	29.6	25.0	8.3	0.8	0.0	1.7	12.9	21.7
■ ダイヤモンド・プリンセス(96)	35.4	27.1	6.3	1.0	0.0	3.1	10.4	16.7
□ セレブリティ・ミレニアム(144)	25.7	23.6	9.7	0.7	0.0	0.7	14.6	25.0

## (6) 横浜港までの交通手段 ①国別

最も多いのは「タクシー」、次いで「電車」、「旅行会社が手配したバス」となっている。  
 多くの人は、自己手配で横浜港にたどり着いている。

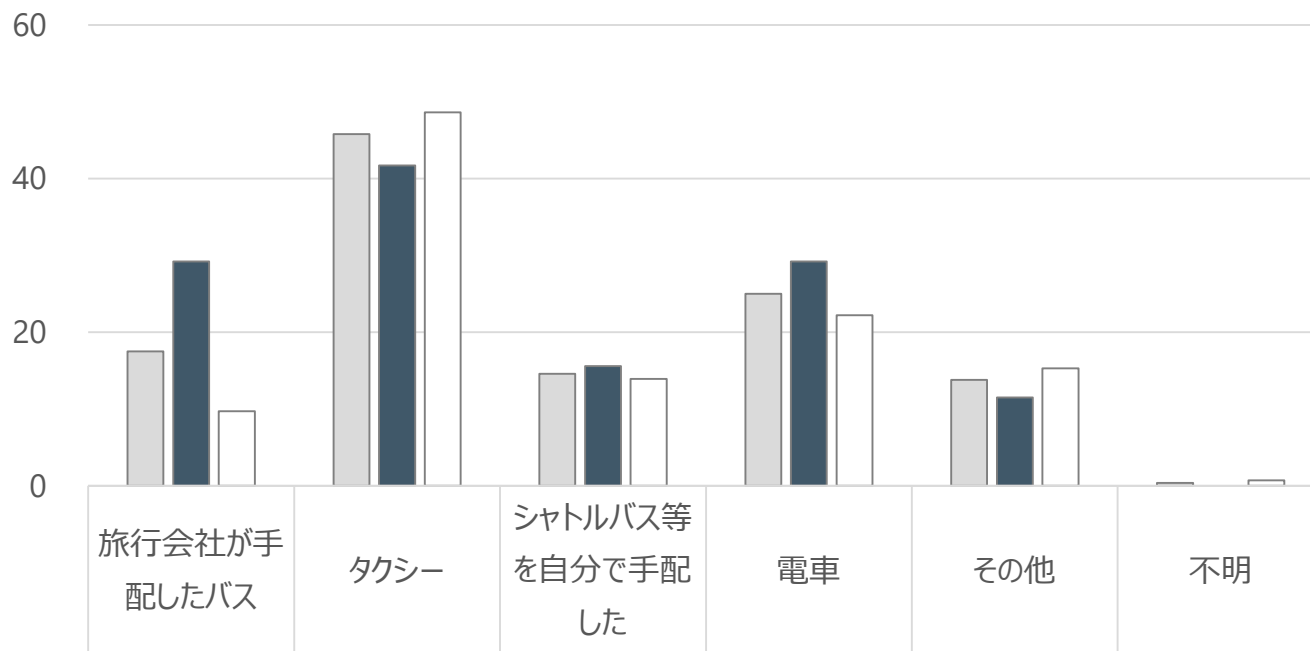


	旅行会社が手配したバス	タクシー	シャトルバス等を自分で手配した	電車	その他	不明
■ TOTAL(240)	17.5	45.8	14.6	25.0	13.8	0.4
■ 米国(45)	11.1	60.0	24.4	15.6	13.3	0.0
□ オーストラリア(61)	14.8	39.3	14.8	42.6	9.8	0.0
■ 英国(69)	31.9	44.9	5.8	17.4	13.0	0.0
■ その他(65)	9.2	43.1	16.9	23.1	18.5	1.5



## (6) 横浜港までの交通手段 ②船別

ダイヤモンド・プリンセスは「旅行会社が手配したバス」を利用した割合がセレブリティ・ミレニアムに比べて高い。

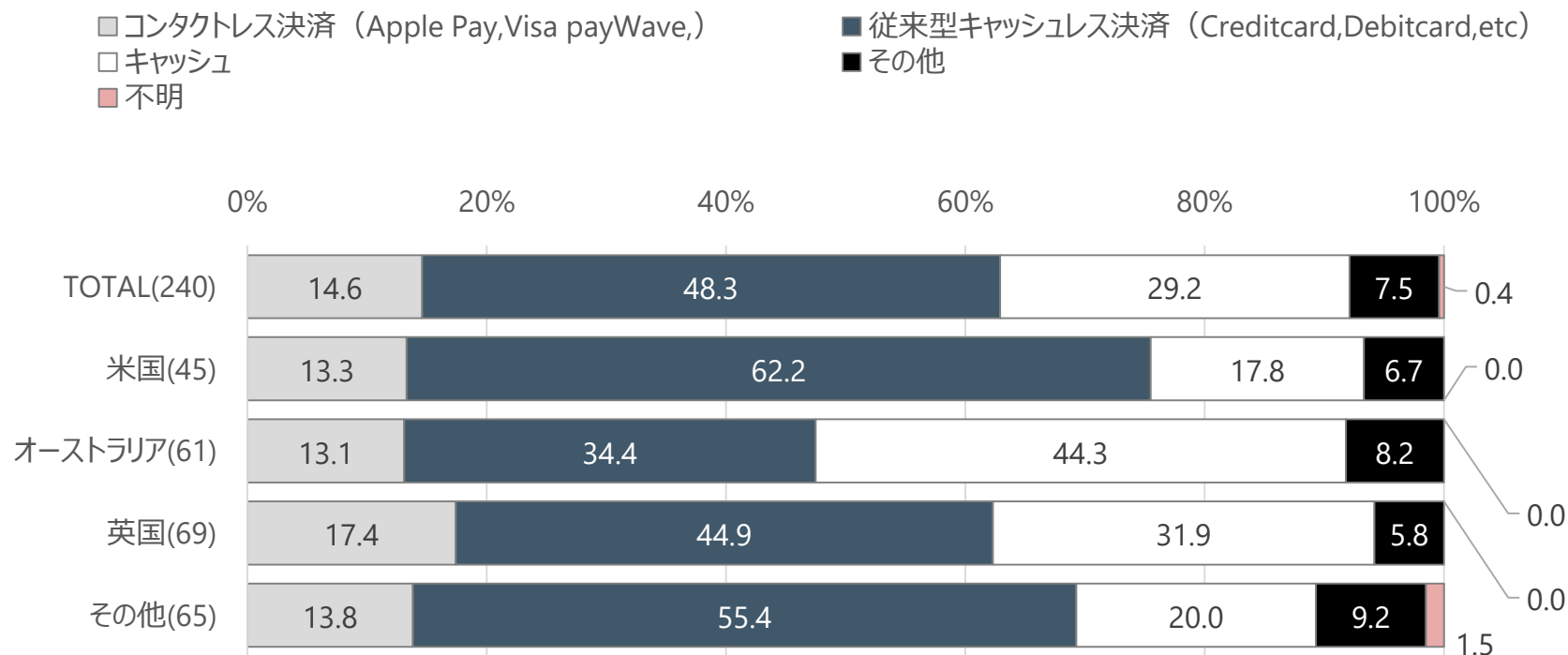


■ TOTAL(240)	17.5	45.8	14.6	25.0	13.8	0.4
■ ダイヤモンド・プリンセス(96)	29.2	41.7	15.6	29.2	11.5	0.0
□ セレブリティ・ミレニアム(144)	9.7	48.6	13.9	22.2	15.3	0.7

## (7) 寄港地において望ましい決済方法

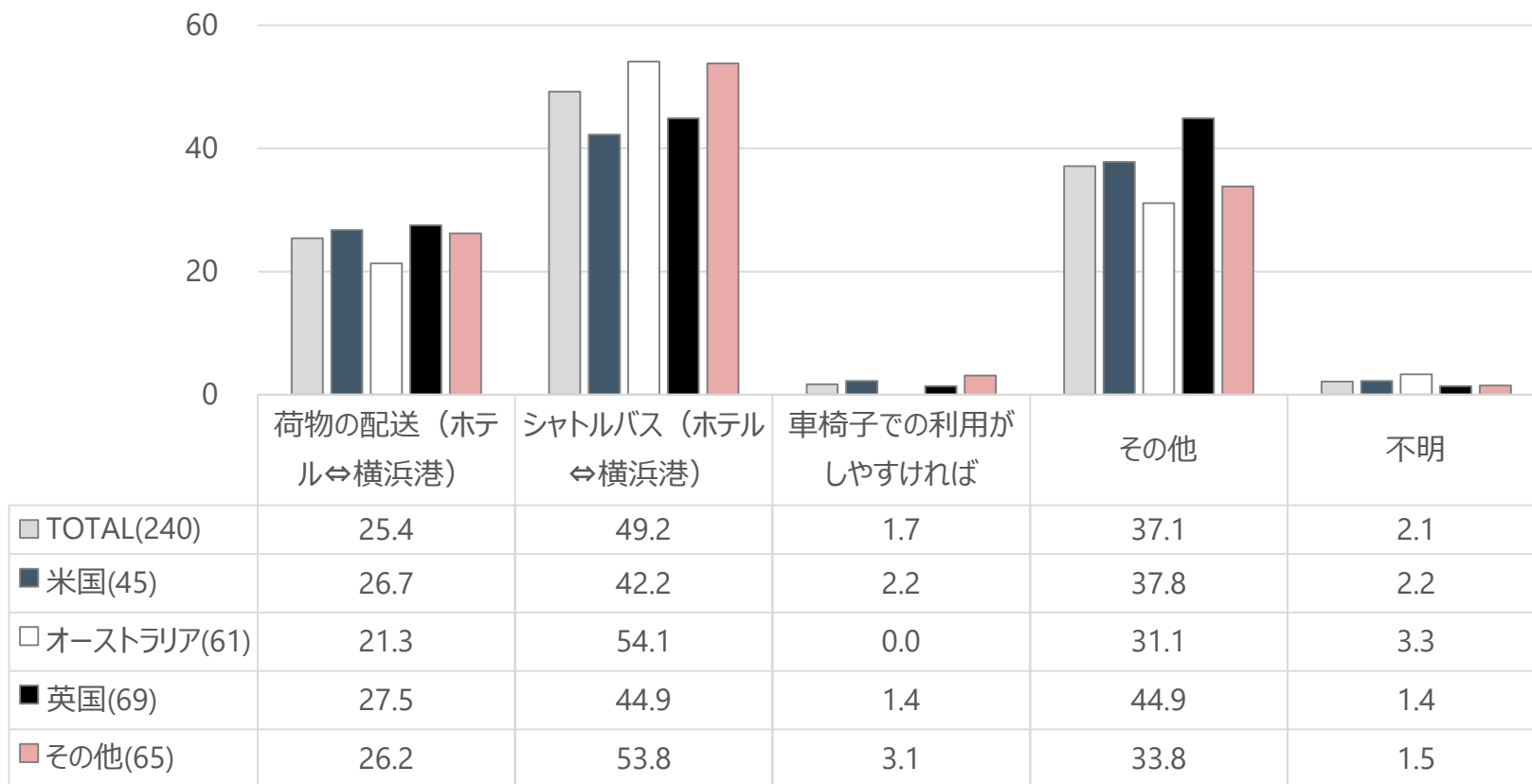
キャッシュ以外の決済方法を選ぶ人の割合が、すべての国で5割超。

今後の技術の発展、普及を鑑みれば、キャッシュレス、コンタクトレスに対応した場所が増えることが望ましい。



## (8) 宿泊意欲を向上させるサービス

最もニーズが高いのは、シャトルバス（ホテル⇄横浜港）となっている。



## クルーズ旅客調査 <まとめ>

- ✓ クルーズ旅客は観光目的の訪日外国人と比較して、60歳代以上の割合が高い。
- ✓ 米国は自身での手配の割合が高く、イギリスはすべてパッケージを購入する人の割合が高い。
- ✓ ショアエクサクションへの申し込みは半数以上が事前申し込みであるため、事前の 프로모ーションが重要。
- ✓ 横浜に宿泊をしない理由は「検討外」である割合が高く、横浜に滞在することの魅力を発信して宿泊を促進する必要がある。
- ✓ 寄港地における支払方法では、従来の現金を望む人も5割弱あるが、技術の発展・普及を鑑みるとキャッシュレス対応ができることが望ましい。