

「土産品に関するアンケート調査」

結果報告書

～観光地（東大寺）での需要調査～

2019年2月

奈良商工会議所

調査の概要

1. 調査内容

実際に奈良を訪れた国内外の観光客が、土産品に対してどのようなイメージをもたれているのかを調査し、奈良の新たな特産品の開発や、観光地での奈良の土産品の販促活動に活かすヒントを探る目的で、東大寺前で外国人観光客および日本人観光客に、土産品全体に関する調査を実施した。

2. 調査方法

東大寺を訪れた観光客に対し、調査票を元に聞き取り調査を行う。

3. 調査の時期・回収サンプル数

2018年11月中旬に実施し、外国人観光客49件、日本人観光客51件を回収した。

回答者の属性

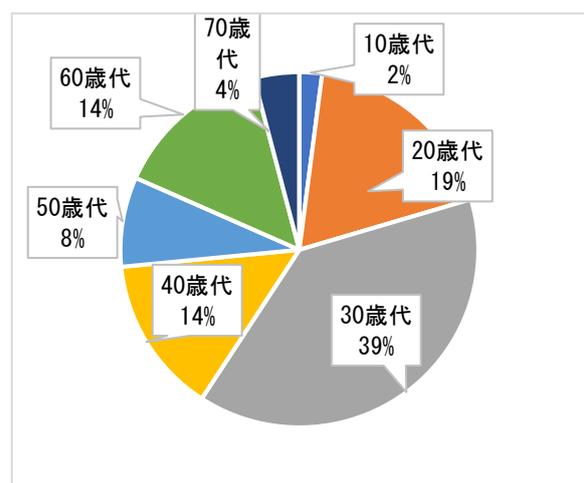
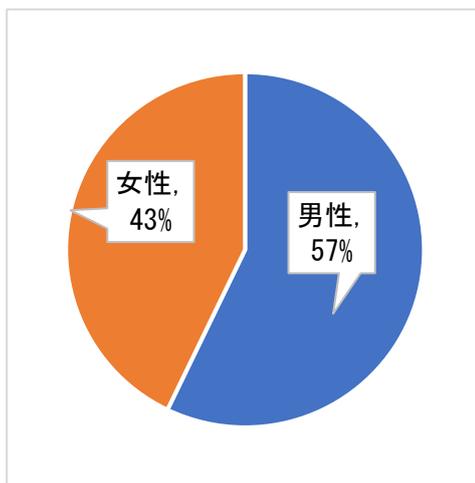
I. 外国人観光客

1. 性別

「男性」(57%)の割合が「女性」(43%)に比べて高い。

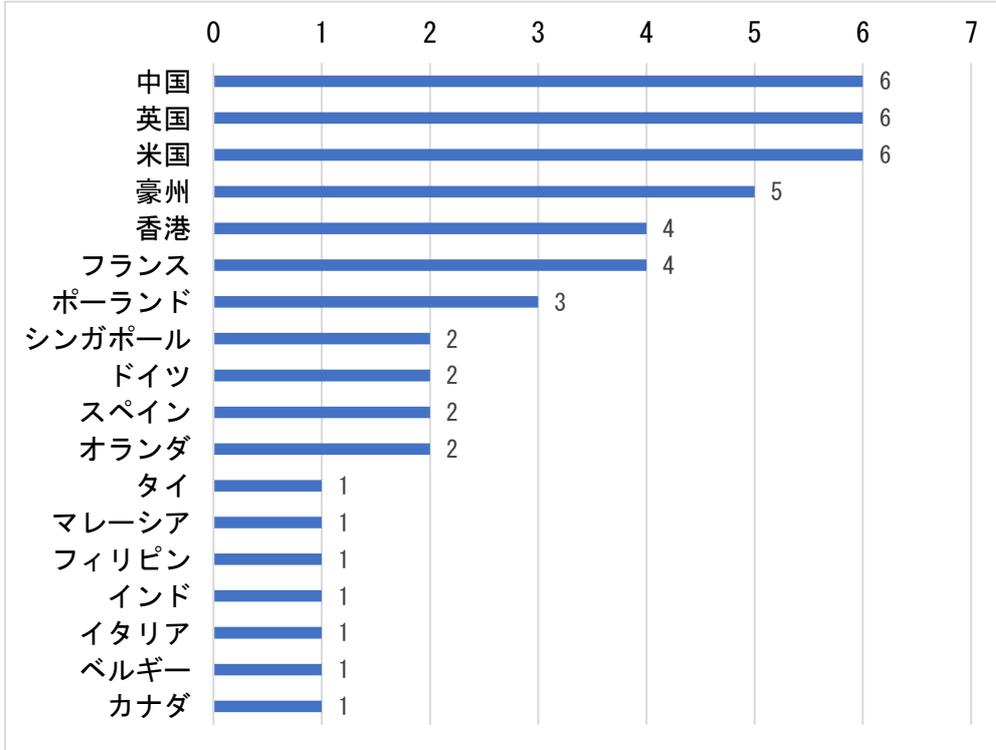
2. 年代別

「30歳代」(39%)、「20歳代」(19%)が多く、「40歳代」(14%)、「60歳代」(14%)、「50歳代」(8%)と続いている。外国人観光客には比較的若い人が多い。



3. 出身地

外国人観光客の出身地上位6地域は、中国（6人）、イギリス（6人）、アメリカ（6人）、オーストラリア（5人）、香港（4人）、フランス（4人）であった。



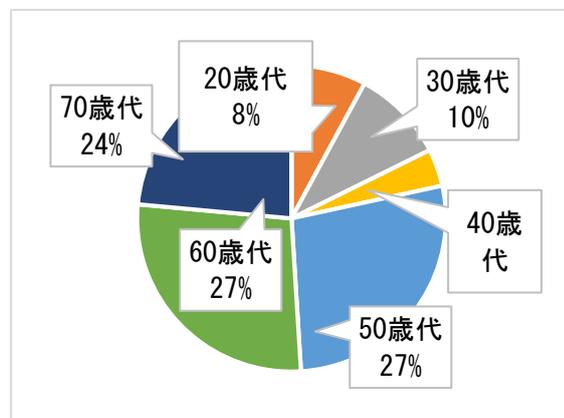
II. 日本人観光客

1. 性別

「女性」（67％）の割合が「男性」（33％）に比べて高い。

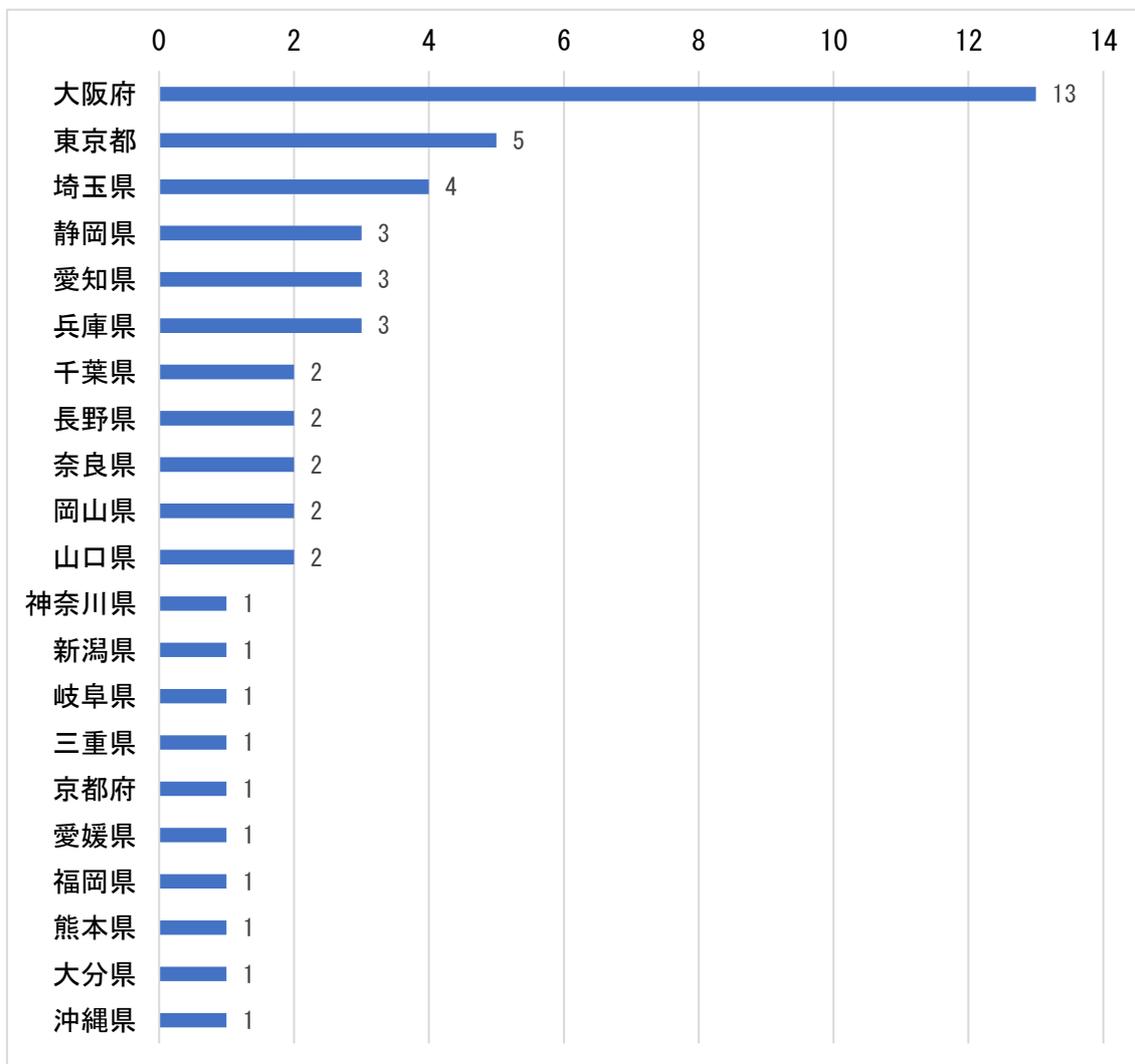
2. 年代別

「50歳代」（27％）、「60歳代」（27％）が多く、「70歳代」（24％）、「30歳代」（10％）、と続いている。日本人観光客には中高年齢者が多い。



3. 住まい

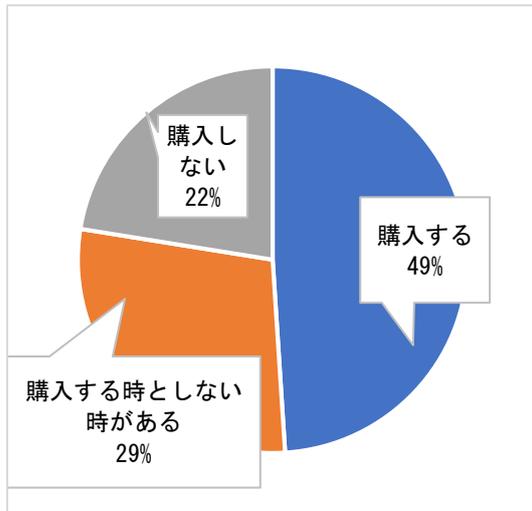
日本人観光客の住まいの上位6都道府県は、大阪府（13件）、東京都（5件）、埼玉県（4件）、静岡県（3件）、愛知県（3件）、兵庫県（3件）であった。



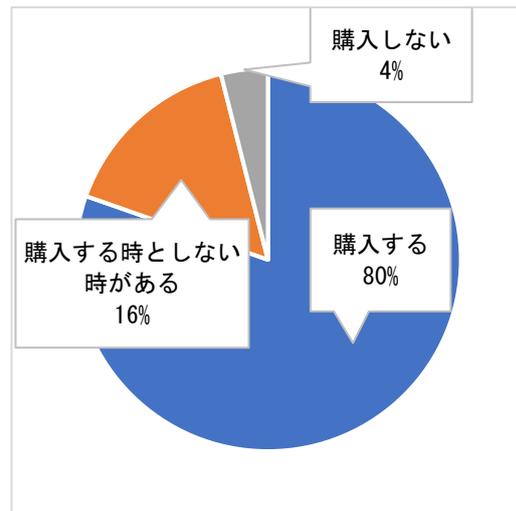
土産品全般に関する調査結果

1. 旅行時にお土産を購入する比率

外国人観光客の場合、「購入する」(49%)、「購入する時としない時がある」(29%)、「購入しない」(22%)であった。一方日本人観光客の場合は、「購入する」(80%)、「購入する時としない時がある」(16%)、「購入しない」(4%)であった。日本人観光客の方がお土産を購入する比率が高いことがわかる。

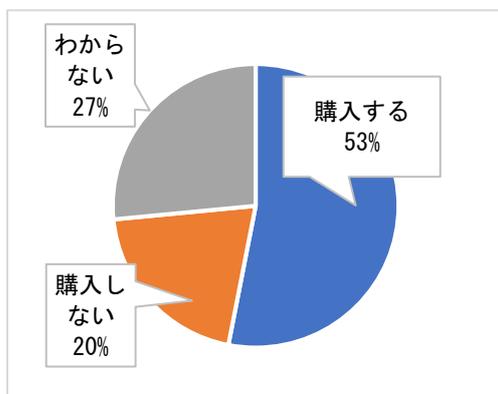


外国人観光客

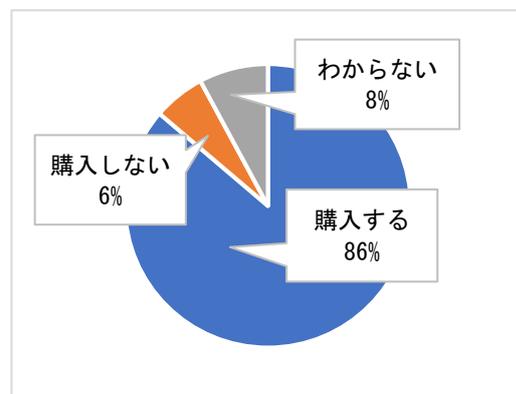


日本人観光客

また、今回の旅行でお土産を購入するかどうかを尋ねたところ、外国人観光客の場合、「購入する」(53%)、「わからない」(27%)、「購入しない」(20%)であった。一方、日本人観光客の場合は、「購入する」(86%)、「わからない」(8%)、「購入しない」(6%)であった。今回の旅行でも、日本人観光客の方がお土産を購入する比率が高いことがわかる。



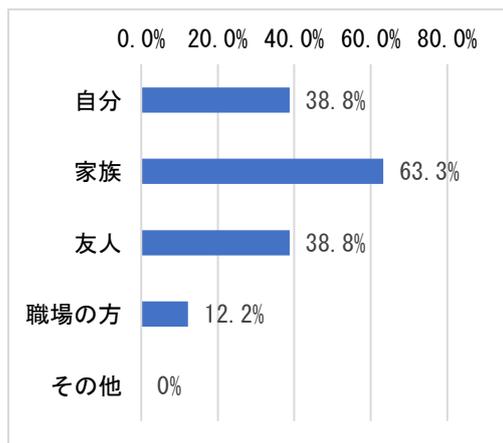
外国人観光客



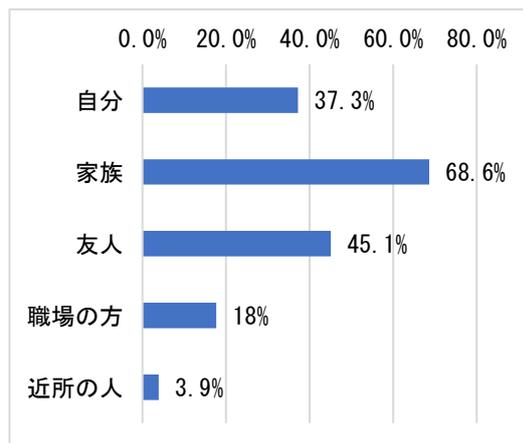
日本人観光客

2. 誰のためにお土産を購入するか（複数回答）

外国人観光客の場合、「家族」（63.3%）、「友人」（38.8%）、「自分」（38.8%）、「職場の方」（12.2%）の順であった。一方、日本人観光客の場合は、「家族」（68.6%）、「友人」（45.1%）、「自分」（37.3%）、「職場の方」（18.0%）、「近所の人」（3.9%）の順であった。複数回答が多く、外国人、日本人ともに同様の傾向を示しており、自分や家族に加えて、お世話になっている他人への贈答目的で購入されていることがうかがえる。



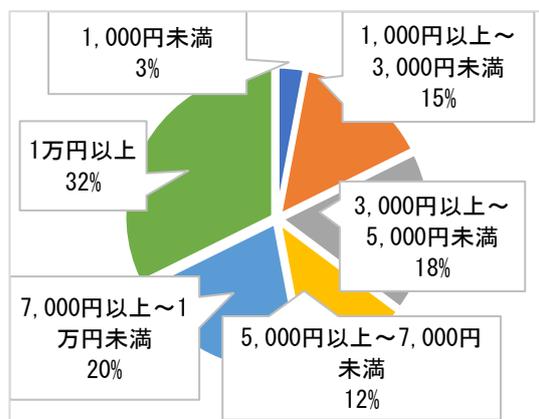
外国人観光客



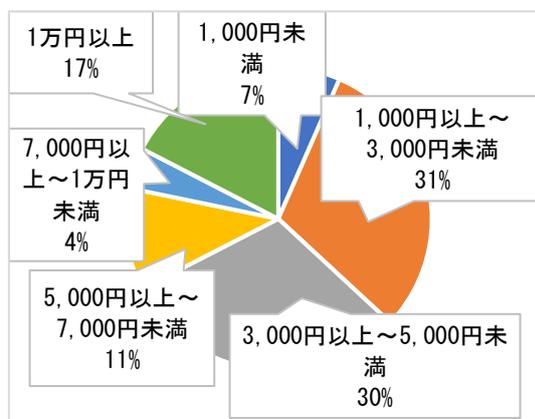
日本人観光客

3. お土産の予算

外国人観光客の場合、「1,000円未満」（3%）、「1,000～3,000円未満」（15%）、「3,000～5,000円未満」（18%）、「5,000～7,000円未満」（12%）、「7,000～1万円未満」（20%）、「1万円以上」（32%）。一方、日本人観光客の場合、「1,000円未満」（7%）、「1,000～3,000円未満」（31%）、「3,000～5,000円未満」（30%）、「5,000～7,000円未満」（11%）、「7,000～1万円未満」（4%）、「1万円以上」（17%）という結果になった。外国人観光客の方が日本人観光客に比べて、お土産に多くに予算を当てていることがわかる。



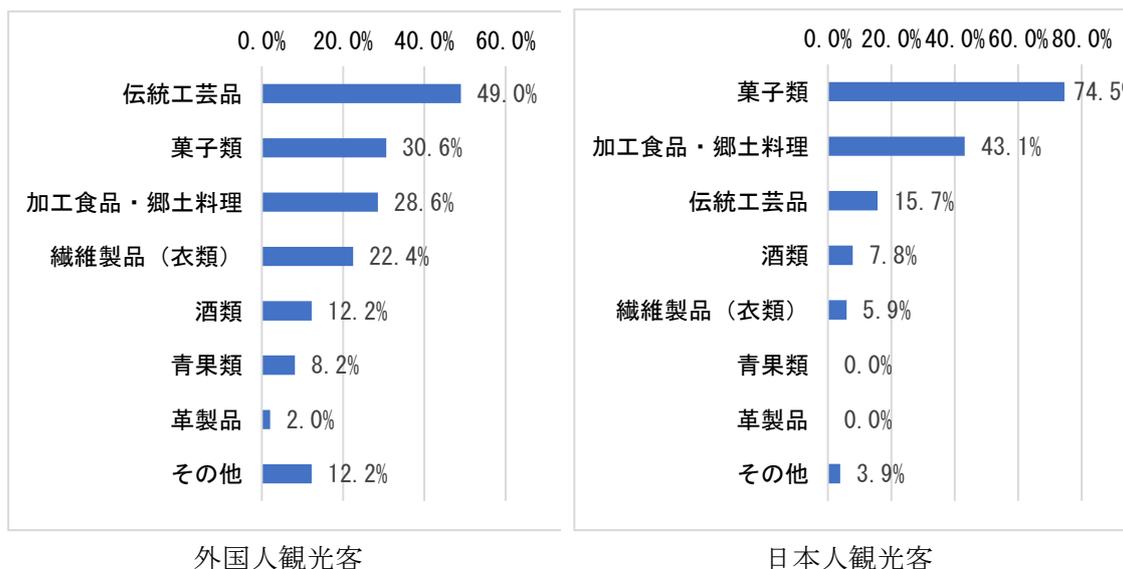
外国人観光客



日本人観光客

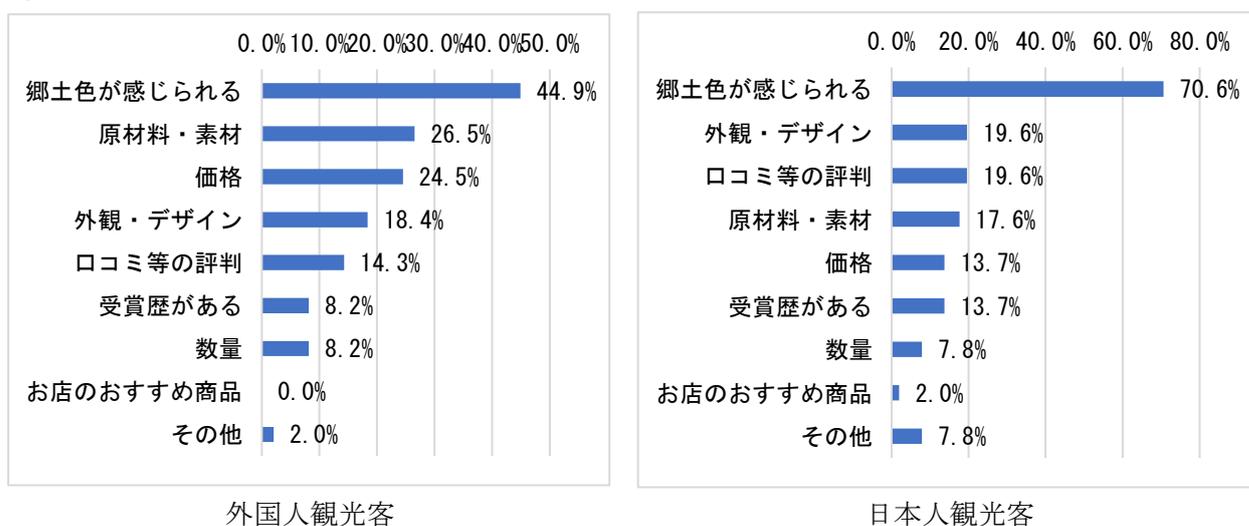
4. 購入する商品カテゴリー（複数回答）

上位4項目は、外国人観光客の場合、「伝統工芸品」（49.0%）、「菓子類」（30.6%）、「加工食品・郷土料理」（28.6%）、「繊維製品（衣類）」（22.4%）であった。日本人観光客の場合は、「菓子類」（74.5%）、「加工食品・郷土料理」（43.1%）、「伝統工芸品」（15.7%）、「酒類」（7.8%）であった。外国人観光客は形に残る伝統工芸品や繊維製品に、日本人観光客は食べ物に興味を惹かれる割合が高いことがうかがえる。



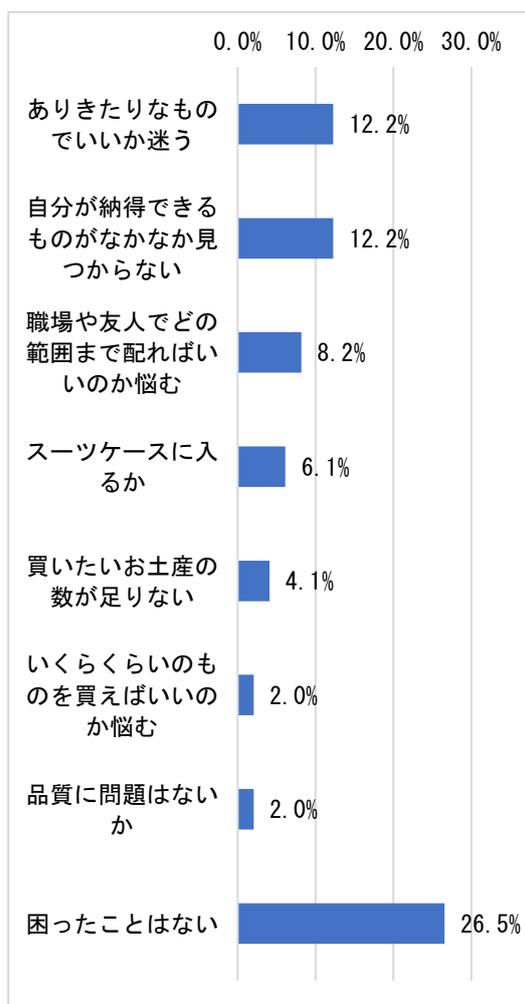
5. 購入時に重視する点（複数回答）

上位4項目は、外国人観光客の場合、「郷土色が感じられる」（44.9%）、「原材料・素材」（26.5%）、「価格」（24.5%）、「外観・デザイン」（18.4%）であった。日本人観光客の場合は、「郷土色が感じられる」（70.6%）、「外観・デザイン」（19.6%）、「口コミ等の評判」（19.6%）、「原材料・素材」（17.6%）であった。郷土色を重視する点は共通している。

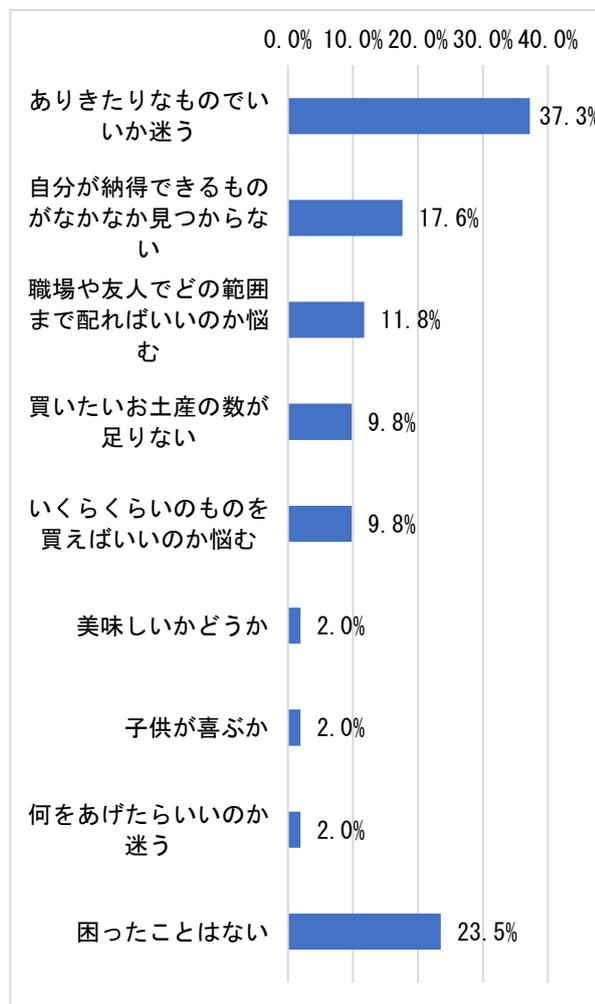


6. 購入時に困ること（複数回答）

「困ったことはない」を除く上位3項目は、外国人観光客の場合、「ありきたりなものでいいか迷う」（12.2%）、「自分が納得できるものがなかなか見つからない」（12.2%）、「職場や友人でどの範囲まで配ればいいのか悩む」（8.2%）の順となった。日本人観光客の場合も同様に、「ありきたりなものでいいか迷う」（37.3%）、「自分が納得できるものがなかなか見つからない」（17.6%）、「職場や友人でどの範囲まで配ればいいのか悩む」（11.8%）の順となった。お土産にありきたりのものが多く、気に入るものがなかなかみつからないということかもしれない。他では手に入らない特徴のあるものをしっかりアピールすることが重要と思われる。



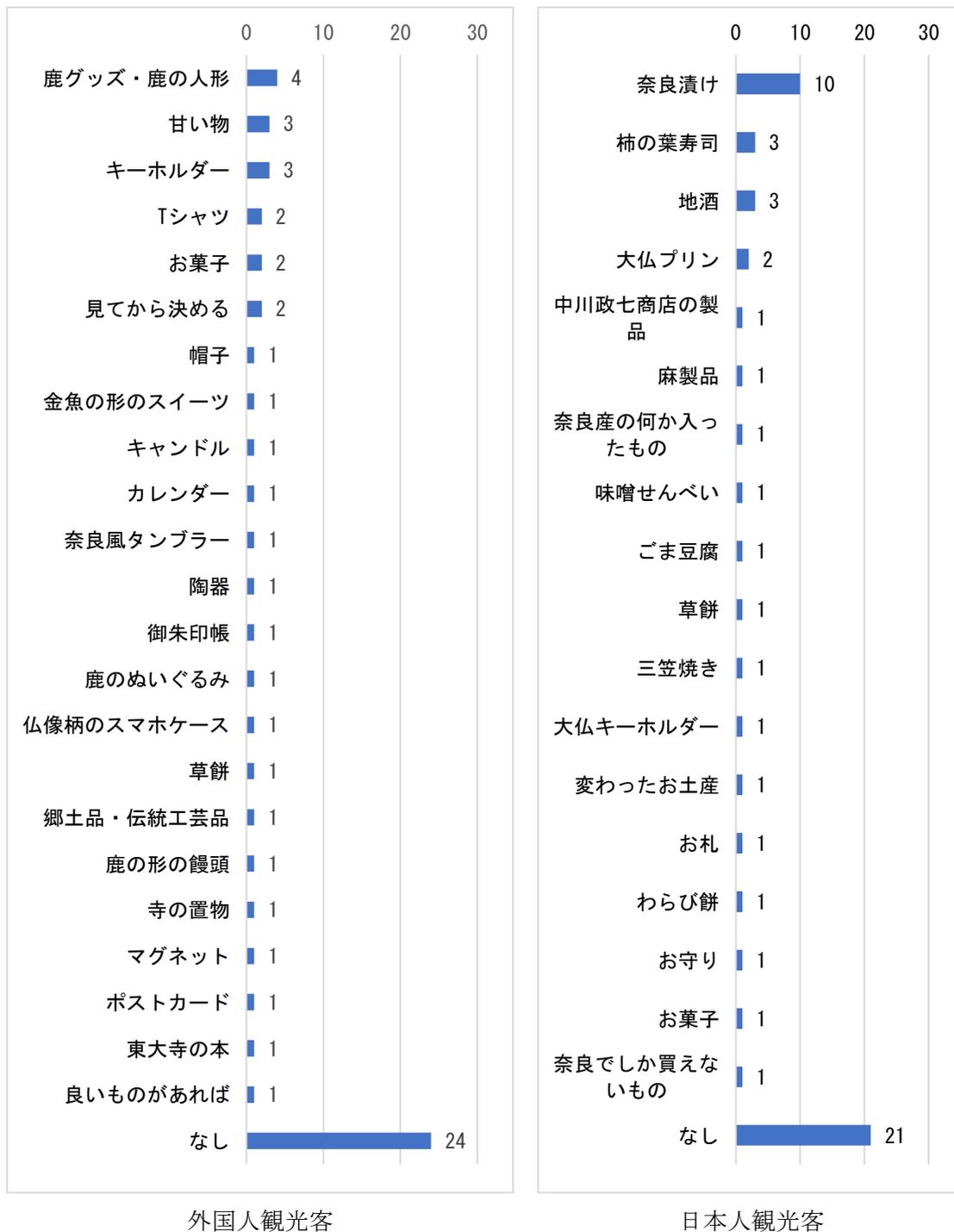
外国人観光客



日本人観光客

7. 奈良県のお土産で買いたい商品（自由記述）

「なし」を除く上位4項目は、外国人観光客の場合「鹿グッズ・鹿の人形」（4件）、「甘い物」（3件）、「キーホルダー」（3件）、「Tシャツ」（2件）の順となった。日本人観光客の場合は、「奈良漬け」（10件）、「柿の葉寿司」（3件）、「地酒」（3件）、「大仏プリン」（2件）の順であった。



総括

土産品全般に関する調査

観光地を訪れた際に、その土地柄に合った土産品を、家族や日頃お世話になっている人のために購入したいという気持ちは、国内外を問わず共通して抱いているが、奈良らしくて特徴のあるお土産品を探すのに苦労している様子が見えてくる。

こうした観光客の気持ちに応える土産品の開発をさらに進めることも必要だが、既存の土産品の価値をしっかりと伝え切れていない側面があるように思える。観光地での「見る」、「聞く」、「食べる」、「体験する」等としっかりと関連づけて土産品をアピールしたり、外国人観光客向けには外国語表記をするなどして、土産品の特徴に加え、家族や贈答者の喜ぶ姿がイメージできるようなPRが重要と思われる。