

白馬村

外国人観光客における
日本の「食」と「文化交流」に関する
アンケート調査報告書

平成 21 年 3 月

特定非営利活動法人長野情報通信研究所

目 次

1 .	はじめに	1
	～ 外国人旅行者ニーズにどう応えるか ～	
2 .	調査の目的と背景	3
3 .	アンケート結果の概要	4
4 .	白馬村来訪外国人の実態及び今回調査のサマリー	38
5 .	フリーコメントに見る本音と対策	45
6 .	白馬來訪外国人旅行者受け入れ事業への方向性	50
7 .	まとめ	52
	～ 訪日外国人旅行者の実態と 来訪外国人誘致に向けた課題と提言 ～	
8 .	参考資料	54
	～ アンケート用紙 ～	

1. はじめに

～ 外国人旅行者ニーズにどう応えるか ～

わが国では、政府による観光立国政策に基づいて外国人旅行者誘致事業（以下 インバウンド事業）が盛んになり、平成 15 年にはビジットジャパンキャンペーンが開始された。これにより年間 500 万人程度であった訪日外国人旅行者の数を 2010 年までに 1 千万人に拡大することが国家目標となった。この結果平成 19 年には 830 万人を超え、4 年間で 300 万人以上の伸びを記録した。さらに、平成 20 年 10 月には国土交通省の外局として観光庁が設置されて外国人旅行者誘致目標も 2020 年 2 千万人とレベルアップになり、さらなる外国人旅行者誘致に国をあげて取り組むことが宣言された。

こうした外国人旅行者の伸びを牽引しているのは、近年の経済的な繁栄を受けて、韓国や台湾、中国、香港、シンガポールといったアジアの国や地域からの旅行者であることはいうまでもない。その数が訪日外国人旅行者全体の 6 割を占めるようになるなど訪日旅行者構造に大きな影響を及ぼしてきた。とりわけ観光客に絞るとこの傾向は顕著である。

また、同時に訪日旅行者が日本に求める内容も多様化しつつある。従来型の日本文化・伝統を見聞きする旅のかたちから食文化や日常生活あるいは現代的な若者文化など興味の対象が広がりを見せている。こうした旅行者のニーズにどう応えてゆくべきかが外国人旅行者 1 千万人時代、あるいはさらに 2 千万人時代に求められている。またこのことはいまだ海外の旅行者に良く知られていない日本の地方への誘導にとって不可欠な要素になるにちがいない。

このような兆しとして、昨今は、季節が逆転する南半球や東南アジアから、日本の冬の環境を求めるスキーヤーを中心とする旅行者が北海道を中心に来訪し、停滞感が強かった各地のスキーリゾートへの刺激となってきた。全国の土地価格が下落する中で一部のスキーリゾート地区ではオーストラリア人の投資による値上がりがニュースとなったのも記憶に新しいところである。

一方で、平成 20 年 9 月、アメリカに端を発した金融危機は世界に大きな影響を及ぼし、世界経済を一気に奈落の底に引き落とすこととなった。世界中に広がった人々の不安は消費を控えるなど経済活動に悪影響を及ぼし続けている。こうした中でも「円」が世界各国通貨に対して高騰を続け、これが人々の消費停滞に加えて外国人による日本旅行の割高感をもたらし、外国人旅行者にとって日本が物価の高い旅行先として位置づけられるという事態が続いている。

先般、松本大学の学生が高山市で取り組んだ外国人旅行者を対象とした聞き取り調

査においても、現在の経済状況が訪日旅行に少なからず影響を及ぼしていることが明らかになっている。

このように訪日外国人旅行市場を取り巻く経済環境はますます不透明感を深めているところであるが、わが国の政府観光局である独立行政法人国際観光振興機構（JNTO）では、平成20年の訪日外国人旅行者数をおよそ840万人と予測し、株や為替レートの大きな変動にもかかわらず一部のアジアの国々を除き訪日旅行の底の堅さを示す内容になっている。このような我が国のいわゆるインバウンド観光を取り巻く状況の中で、訪日外国人の行動や兼ねてより指摘されてきた日本国内の課題が大きく改善されたとはあまり聞かれない。また、かれらの訪日旅行に向けてのニーズの変化などが十分に理解されているのかどうか問われることも多い。

社会経済的状況がどのように変化するにせよ、インバウンド観光の本質にとってこうした課題の解決が重要なことは言うまでもないことだろう。

今回白馬村の委託で、特に冬場に来訪し滞在する外国人旅行者を対象にして、食や文化、あるいは種々な野外活動など滞在中に体験する内容や問題点を調査することにより、今後の白馬村への誘致における改善策を具体的に提言することで国際化の進む白馬村の可能性を拡大することを考えてみることにした。もとよりこの報告書はある一時期を切り取った外国人旅行者動向を調査したもので、通年のものであったり、また日本全体の中での位置づけを行ったものではない。

しかしながら、その内容には外国人旅行者を受け入れる業者や地域にとって多々参考になることが示されている。これらの要素を今後真摯に受け止めて生かしていくことが、将来の外国人旅行者2千万人時代に向けて、さらには通年の外国人旅行先としての白馬村に向けて重要なのではなからうか。ひいてはこうした行動が観光誘致事業における白馬ブランドの確立とアピールにとって有益なものとなるだろう。

特定非営利活動法人 長野情報通信研究所

理事 佐藤 博康（松本大学総合経営学部観光ホスピタリティ学科 教授）

2. 本調査の目的と背景

本調査は、冒頭でふれた我が国のインバウンド事業の進展の中で、今後増加することが予想される訪日旅行者を地方に誘導するために求められる受け入れ態勢の整備に向けて何ができるか、また何をすべきかを理解し、具体的な方向性を示すことが目的である。特に、白馬村の独自性を生かした食と文化交流を通じてこの方向性を考えることを狙いとしている。

併せて、その派生的効果として、外国人旅行者が減少する冬期において、スキーなどのウィンタースポーツや生活文化に強みを発揮する長野県の観光魅力を強調し、停滞する長野県のスキー産業への刺激をもたらすための具体案などにも考慮した。

長野県を訪れる外国人旅行者は年々増加を続けてはいるが、全国的なレベルでの伸びを勘案すると他地域との競争力は伸び悩んでいる状況である。今回の調査でこうした県内の観光情勢の回復や伸展にヒントを提供することも狙いとしている。

3. アンケート結果の概要

本調査の結果の概要は以下のとおりである。

(1) 調査の期間

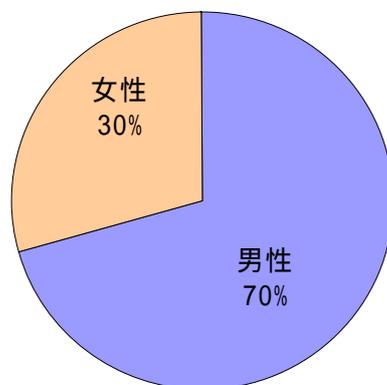
平成 20 年 12 月 26 日 ~ 平成 21 年 2 月 24 日

(2) 回答数

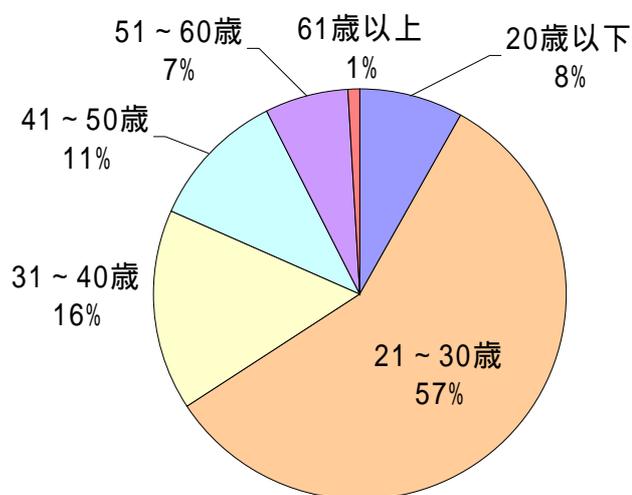
223 件 (アンケート用紙 : 207 件、ウェブサイト : 16 件)

(3) 回答者のプロフィール

性別	N=223	男性	150	67.3%
		女性	63	28.3%
		無回答	10	4.5%

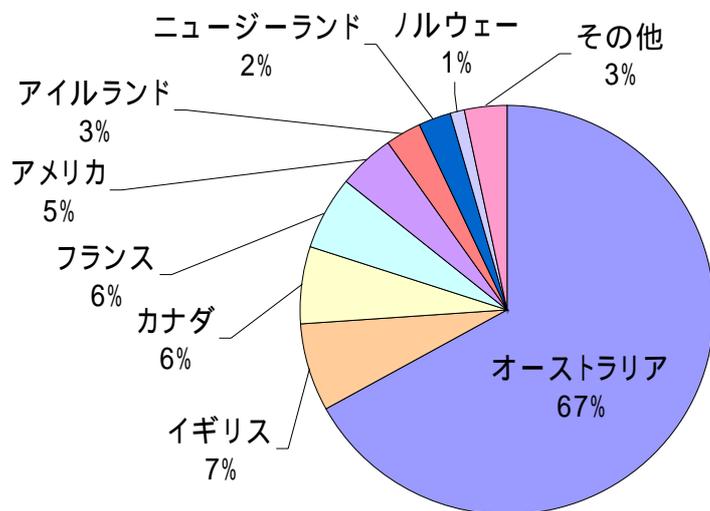


年齢	N=223	20 以下	18	8.1%
		21 - 30	129	57.8%
		31 - 40	35	15.7%
		41 - 50	24	10.8%
		51 - 60	15	6.7%
		61 - 70	1	0.4%
		71 以上	1	0.4%



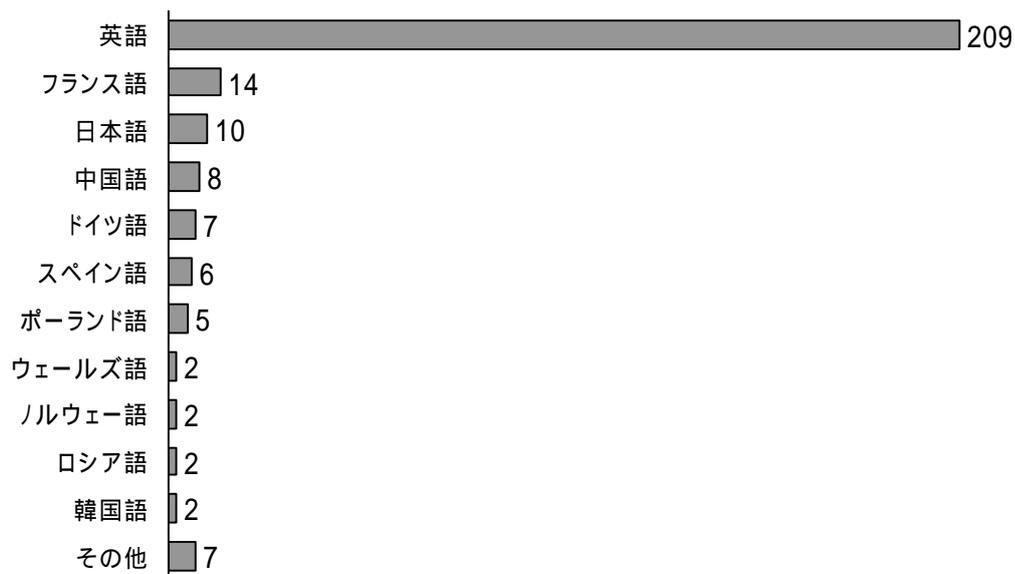
国籍 N=176

オーストラリア	118	67.0%
イギリス	12	6.8%
カナダ	11	6.3%
フランス	10	5.7%
アメリカ	8	4.5%
アイルランド	5	2.8%
ニュージーランド	4	2.3%
ノルウェー	2	1.1%
ロシア、韓国、フィンランド、オランダ、中国、 日本	各1	0.6%



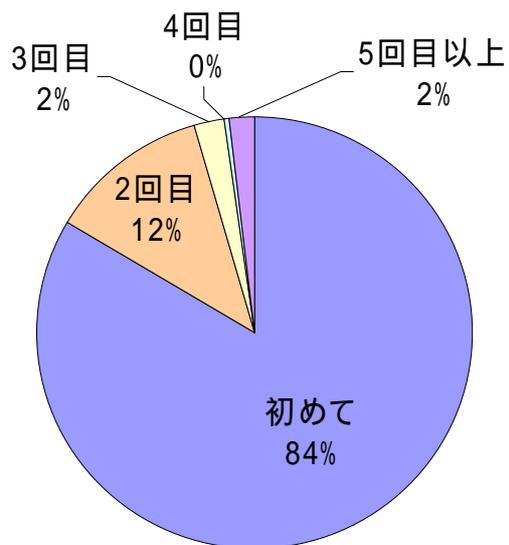
使用言語 N=274

英語	209	76.3%
仏語	14	5.1%
日本語	10	3.6%
中国語	8	2.9%
独語	7	2.6%
西語	6	2.2%
ポーランド語	5	1.8%
ウェールズ語	2	0.7%
ノルウェー語	2	0.7%
露語	2	0.7%
韓国語	2	0.7%
その他	7	2.6%



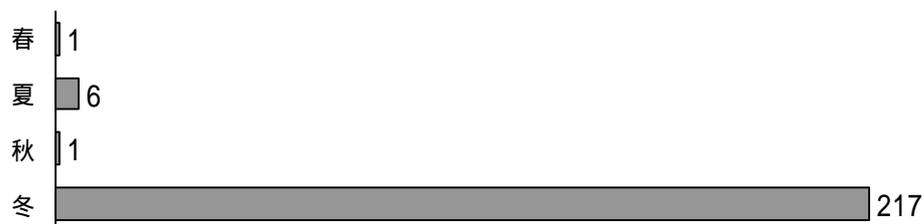
訪問経験 N = 221

初めて	185	83.7%
2回目	26	11.8%
3回目	5	2.3%
4回目	1	0.5%
5回以上	4	1.8%



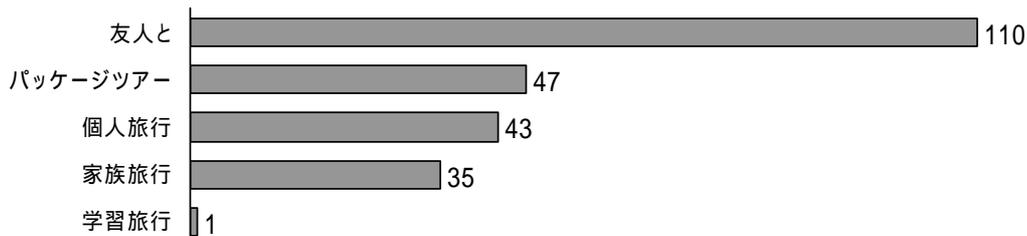
季節 N=225

春	1	0.4%
夏	6	2.7%
秋	1	0.4%
冬	217	96.4%



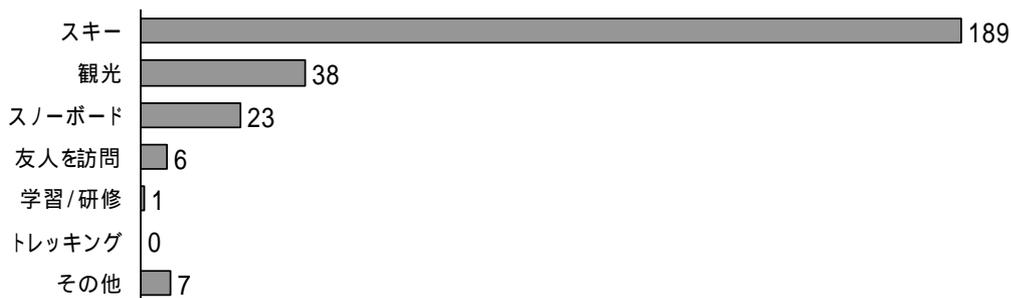
旅行形態 N=236

友人と	110	46.6%
パッケージツアー	47	19.9%
個人旅行	43	18.2%
家族旅行	35	14.8%
学習旅行	1	0.4%



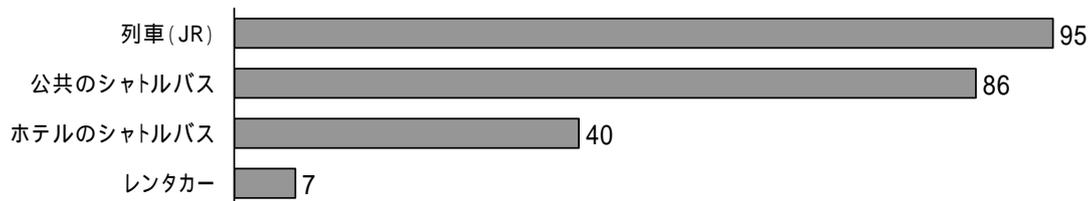
旅行目的 N=264

スキー	189	71.6%
観光	38	14.4%
スノーボード	23	8.7%
友人訪問	6	2.3%
学習/研修	1	0.4%
トレッキング	0	0.0%
その他	7	2.7%



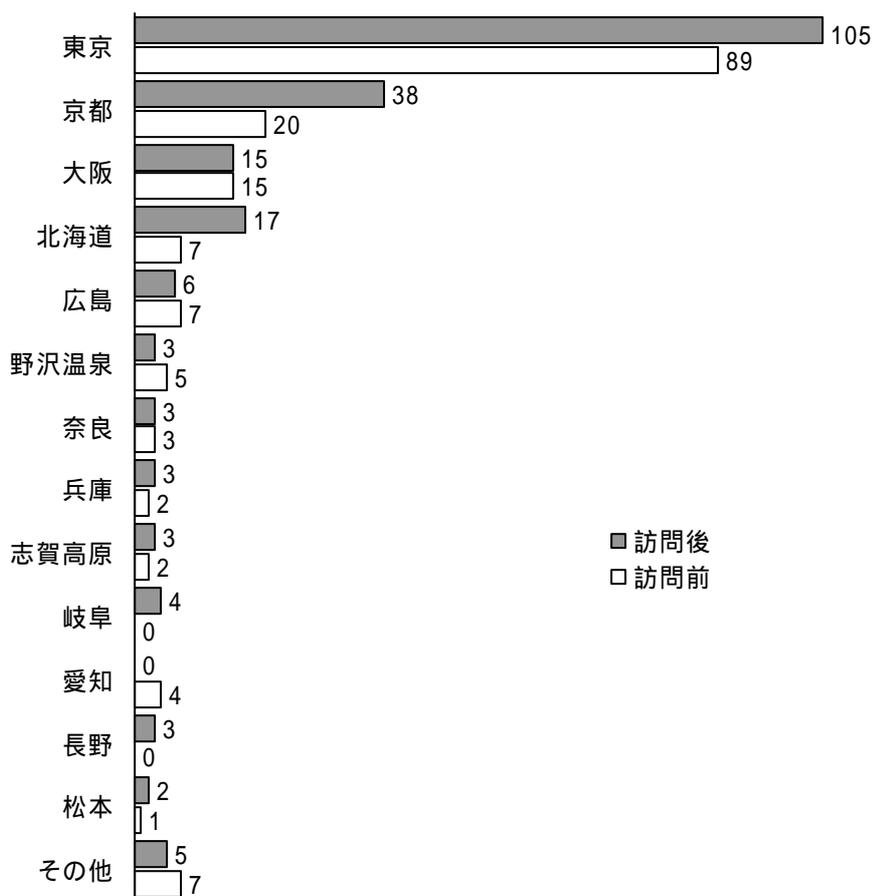
旅行手段 N=228

JR	95	41.7%
公共のシャトルバス	86	37.7%
ホテルシャトルバス	40	17.5%
レンタカー	7	3.1%

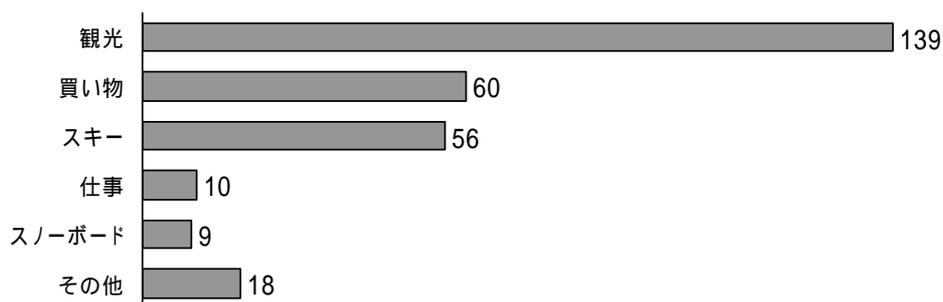


旅程（白馬以外の滞在地）N=187

滞在地	前		後	
	人数	割合	人数	割合
東京	105	56.1%	89	47.6%
京都	38	20.3%	20	10.7%
大阪	15	8.0%	15	8.0%
北海道	7	3.7%	6	3.2%
広島	6	3.2%	7	3.7%
野沢温泉	3	1.6%	5	2.7%
奈良	3	1.6%	3	1.6%
兵庫	3	1.6%	2	1.1%
志賀高原	3	1.6%	2	1.1%
岐阜	4	2.1%	0	0.0%
愛知	0	0.0%	4	2.1%
長野	3	1.6%	0	0.0%
松本	2	1.1%	1	0.5%
その他	5	2.7%	7	3.7%



他地域への訪問目的	N=292		
観光	139	47.6%	
買い物	60	20.5%	
スキー	56	19.2%	
仕事	10	3.4%	
スノーボード	9	3.1%	
その他	18	6.2%	

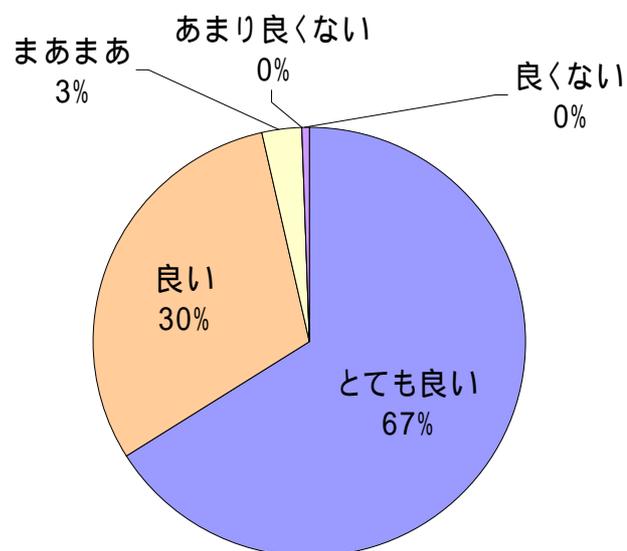


(4) 満足度等について

1. 白馬の環境について

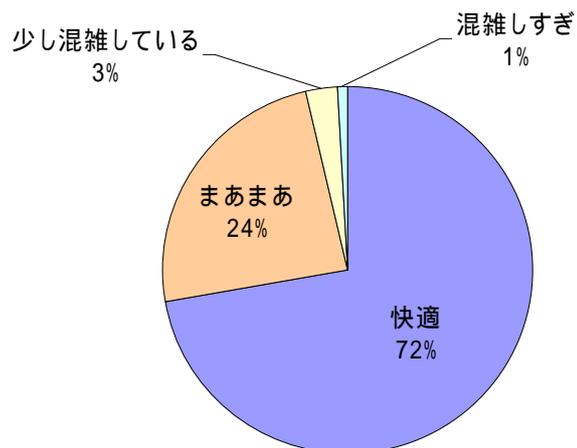
地勢	N=219	
とても良い	145	66.2%
良い	66	30.1%
まあまあ	7	3.2%
あまり良くない	0	0%
良くない	1	0.6%

5段階評価で平均すると4.62



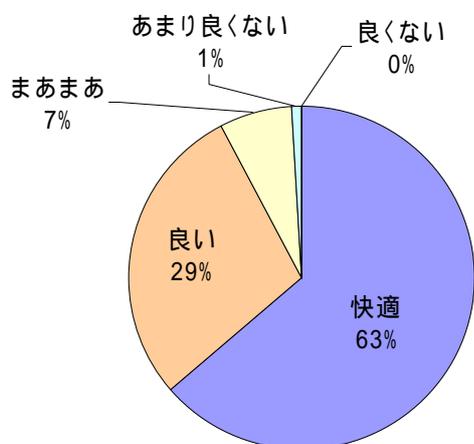
混雑度	N=219	
快適	158	72.1%
まあまあ	53	24.2%
少し混雑している	6	2.7%
混雑しすぎ	2	0.9%

4段階評価で平均すると3.68

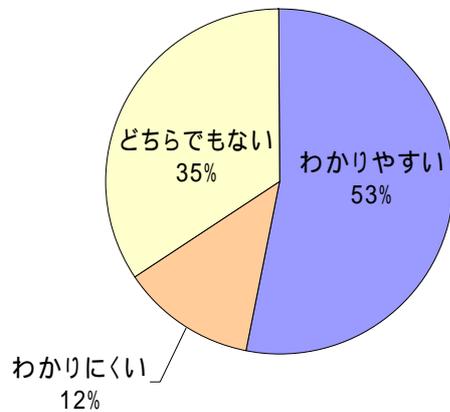


快適性	N=217	
とても良い	138	63.6%
良い	62	28.6%
まあまあ	15	6.9%
あまり良くない	2	0.9%
良くない	0	0%

5段階評価で平均すると4.53

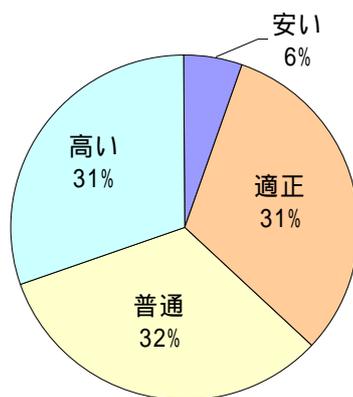


アクセス	N=217	
わかりやすい	115	53.0%
わかりにくい	27	12.4%
どちらでもない	75	34.6%



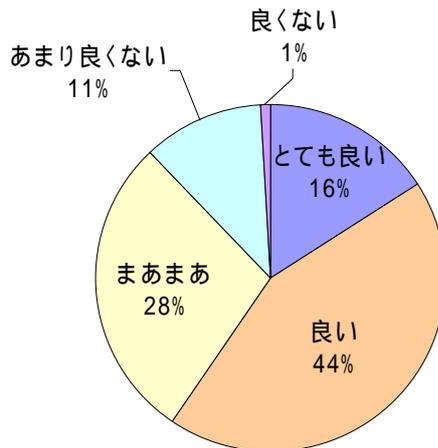
旅行費用	N=216	
安い	12	5.6%
適正	68	31.5%
普通	70	32.4%
高い	66	30.6%

4段階評価で平均すると2.12



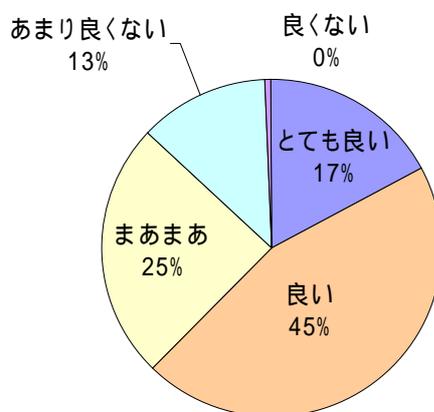
観光情報の量	N=215	
とても良い	34	15.8%
良い	94	43.7%
まあまあ	61	28.4%
あまり良くない	24	11.2%
良くない	2	0.9%

5段階評価で平均すると3.62



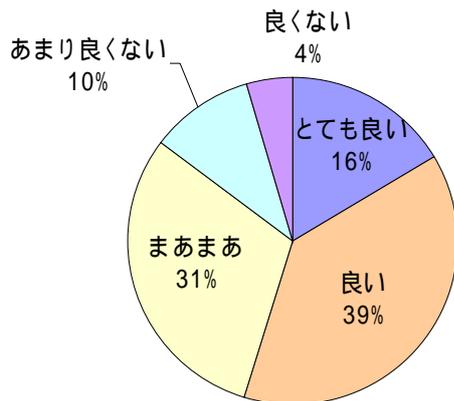
観光情報の質	N=214	
とても良い	37	17.3%
良い	96	44.9%
まあまあ	53	24.8%
あまり良くない	27	12.6%
良くない	1	0.5%

5段階評価で平均すると3.66



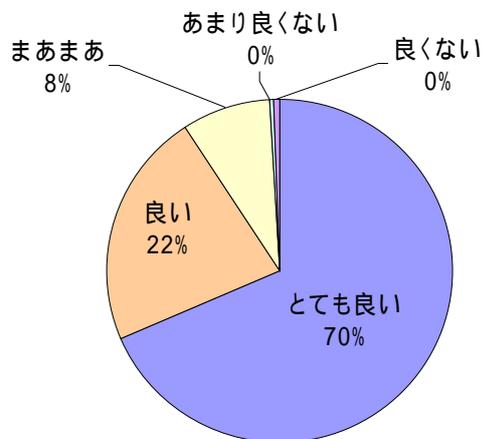
ウェブの質	N=203	
とても良い	33	16.3%
良い	78	38.4%
まあまあ	62	30.5%
あまり良くない	21	10.3%
良くない	9	4.4%

5段階評価で平均すると3.52



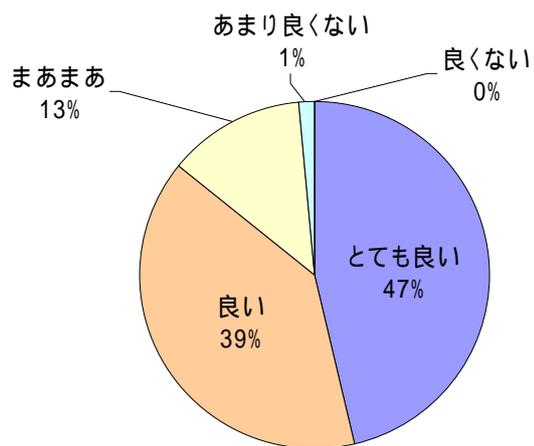
おもてなし	N=216	
とても良い	148	68.5%
良い	48	22.2%
まあまあ	18	8.3%
あまり良くない	1	0.5%
良くない	1	0.5%

5段階評価で平均すると4.58



公衆トイレ	N=211	
とても良い	98	46.4%
良い	83	39.3%
まあまあ	27	12.8%
あまり良くない	3	1.4%
良くない	0	0.0%

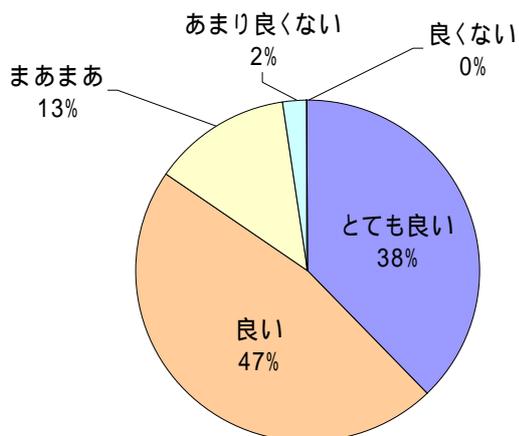
5段階評価で平均すると4.31



2. 宿泊施設について

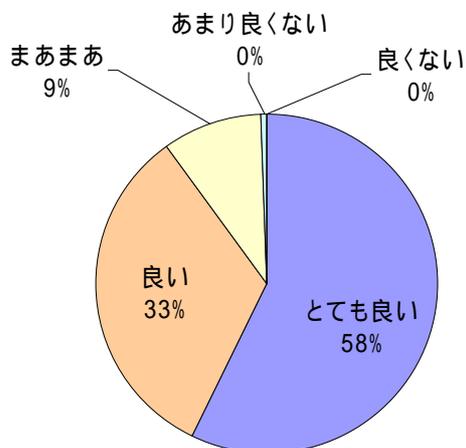
ロケーションと設備	N=212	
とても良い	80	37.7%
良い	99	46.7%
まあまあ	28	13.2%
あまり良くない	5	2.4%
良くない	0	0.0%

5段階評価で平均すると4.15



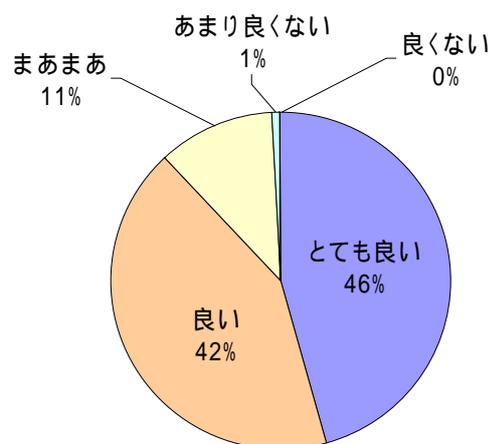
従業員のサービス	N=211	
とても良い	121	57.3%
良い	69	32.7%
まあまあ	20	9.5%
あまり良くない	1	0.5%
良くない	0	0.0%

5段階評価で平均すると4.47



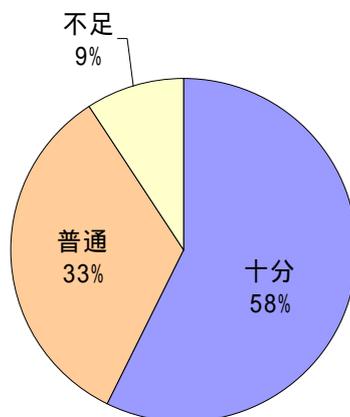
食事の質と味	N=208	
とても良い	95	45.7%
良い	88	42.3%
まあまあ	23	11.1%
あまり良くない	2	1.0%
良くない	0	0.0%

5段階評価で平均すると4.33



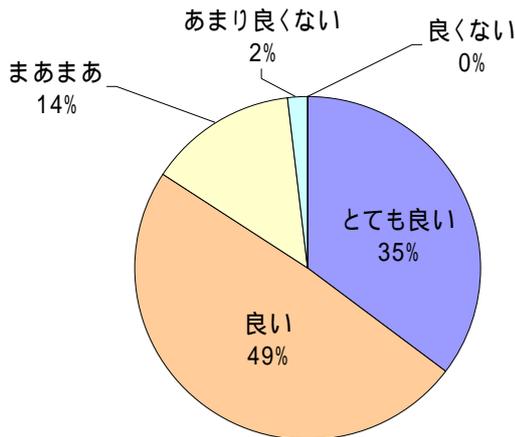
3. レストランについて

店舗数	N=215	
十分	123	57.2%
普通	72	33.5%
不足	20	9.3%



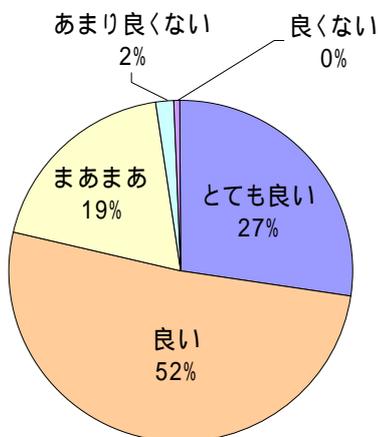
メニューと質	N=215	
とても良い	76	35.3%
良い	105	48.8%
まあまあ	30	14.0%
あまり良くない	4	1.9%
良くない	0	0.0%

5段階評価で平均すると4.18



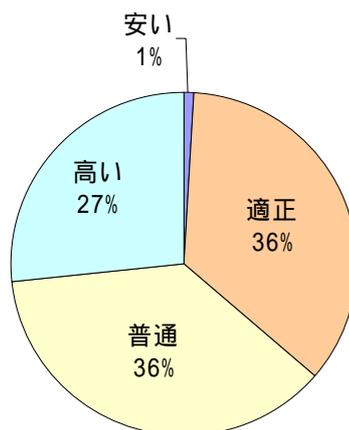
広さ	N=215	
とても良い	59	27.4%
良い	110	51.2%
まあまあ	41	19.1%
あまり良くない	4	1.9%
良くない	1	0.5%

5段階評価で平均すると3.95



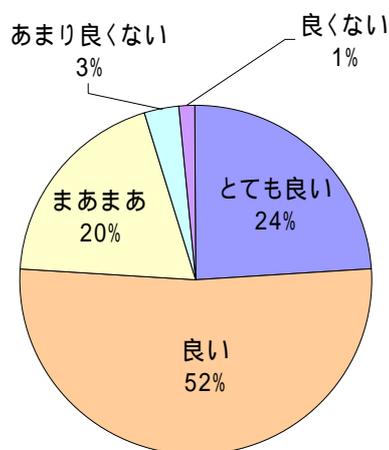
価格	N=214	
安い	2	0.9%
適正	76	35.5%
普通	79	36.9%
高い	57	26.6%

4段階評価で平均すると2.11



アクセス	N=214	
とても良い	52	24.3%
良い	110	51.4%
まあまあ	42	19.6%
あまり良くない	7	3.3%
良くない	3	1.4%

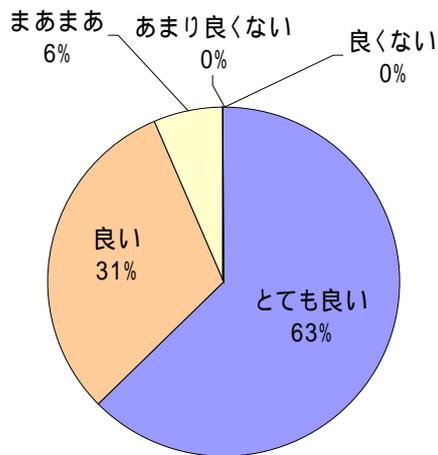
5段階評価で平均すると3.94



4. 日本食について

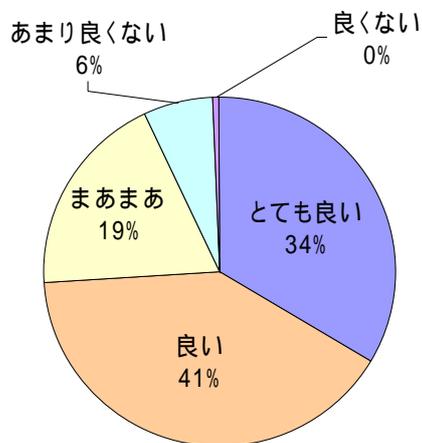
味	N=203	
とても良い	127	62.6%
良い	63	31.0%
まあまあ	13	6.4%
あまり良くない	0	0.0%
良くない	0	0.0%

5段階評価で平均すると4.56

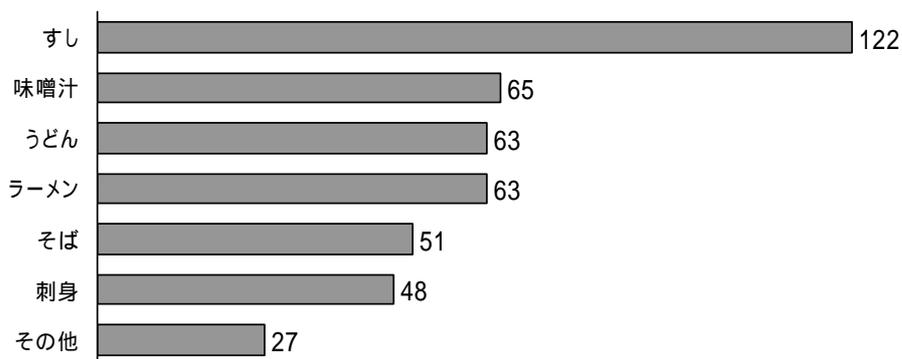


品質	N=202	
とても良い	68	33.7%
良い	81	40.1%
まあまあ	39	19.3%
あまり良くない	13	6.4%
良くない	1	0.5%

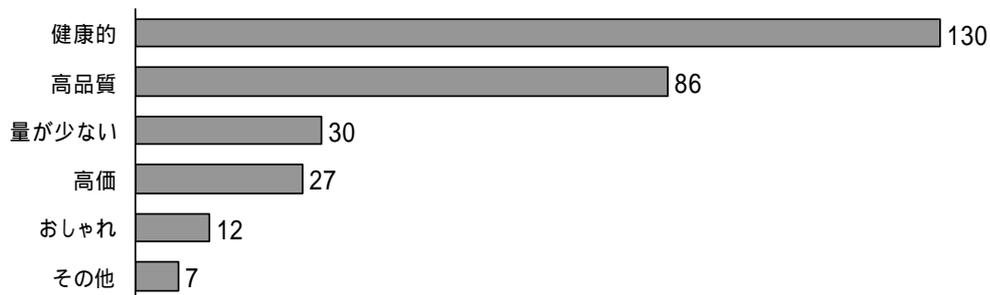
5段階評価で平均すると4.31



好きな日本食	N=200	
すし	122	27.8%
味噌汁	65	14.8%
うどん	63	14.4%
ラーメン	63	14.4%
そば	51	11.6%
刺身	48	10.9%
その他	27	6.2%



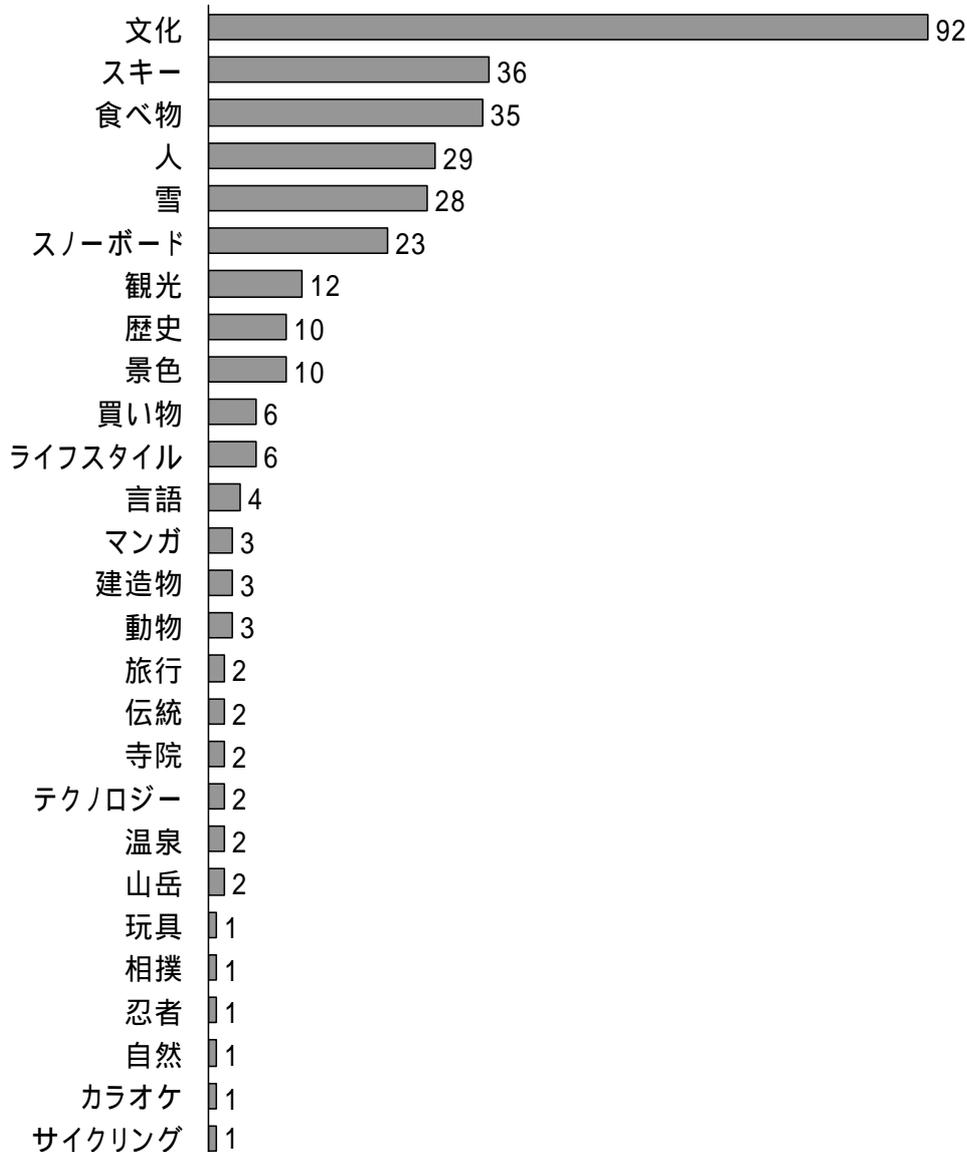
日本食の印象	N=292	
健康的	130	44.5%
高品質	86	29.5%
量が少ない	30	10.3%
高価	27	9.2%
おしゃれ	12	4.1%
その他	7	2.4%



5. 文化交流体験について

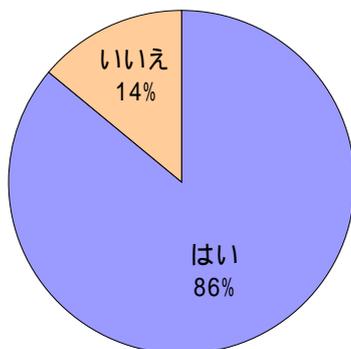
日本の何に興味がありますか N=318		
伝統文化	108	34.0%
生活・食文化	74	23.3%
アクティビティ	60	18.9%
自然・景観	44	13.8%
観光・ショッピング	20	6.3%
POPカルチャー	4	1.3%
建築物	3	0.9%
現代文化	3	0.9%
温泉	2	0.6%

(各項目の内容詳細は次グラフを参照)



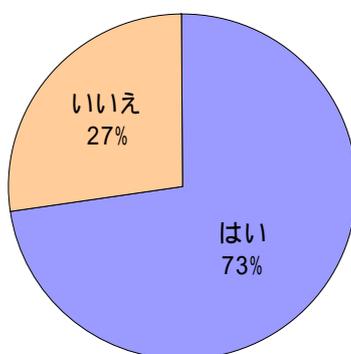
地元の人との交流を望みますか N=207

はい	178	86.0%
いいえ	29	14.0%



日本で働いてみたいと思いますか N=208

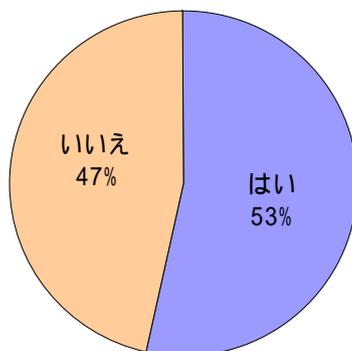
はい	151	72.6%
いいえ	57	27.4%



日本文化に関するアクティビティに挑戦しましたか

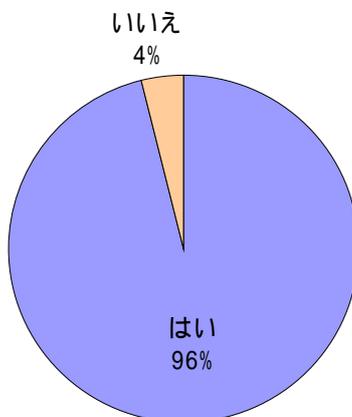
N=210

はい	112	53.3%
いいえ	98	46.7%



日本文化を体験したいですか N=209

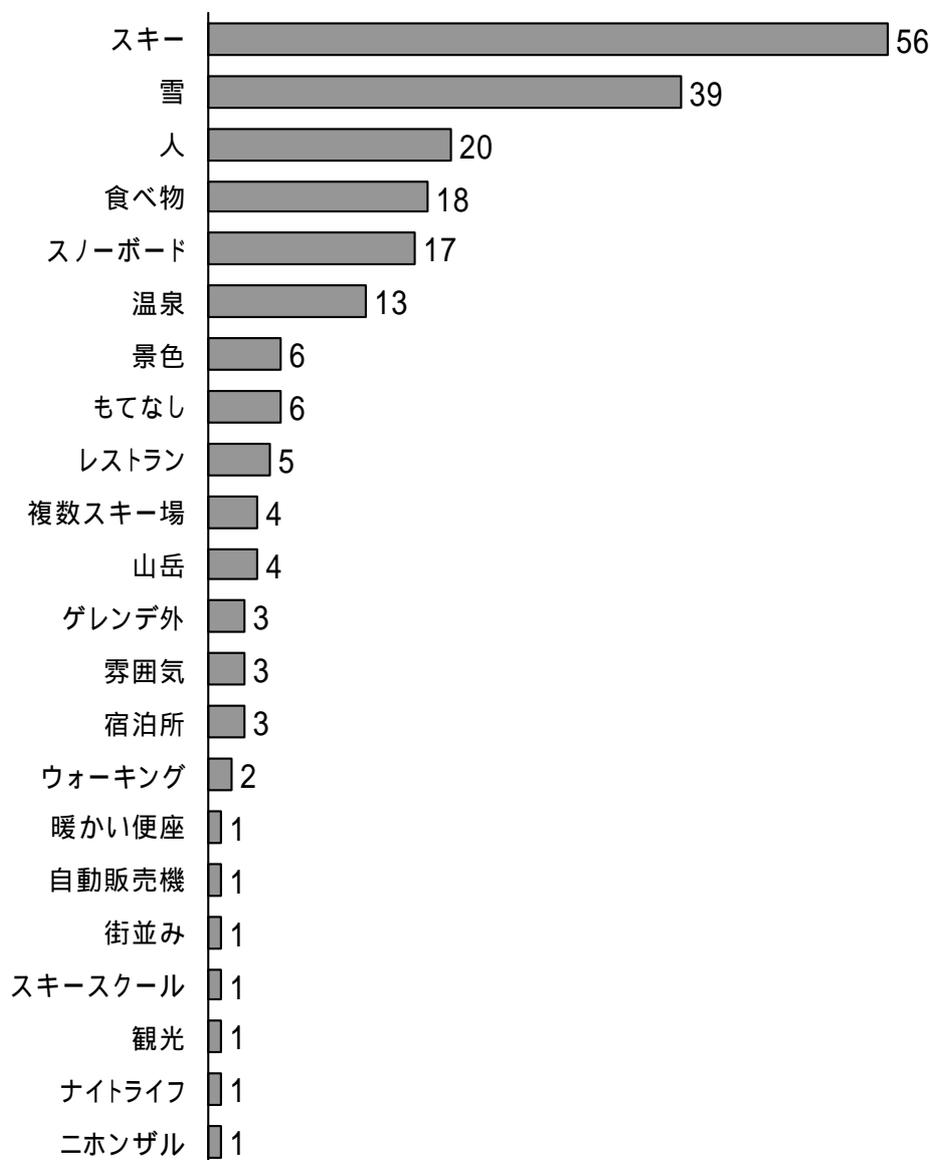
はい	201	96.2%
いいえ	8	3.8%



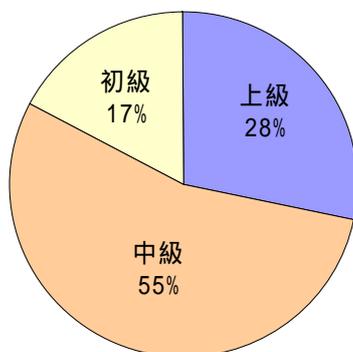
6. スキーヤーの方へ

滞在中に、最も楽しんだこと N=206

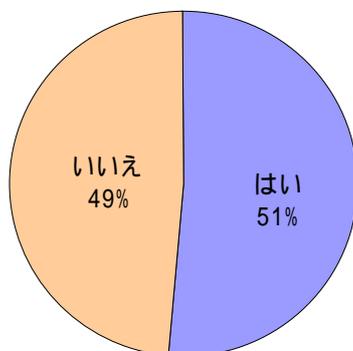
スキーなどの活動	76	36.9%
自然・景観	49	23.8%
生活・食文化	43	20.9%
温泉	13	6.3%
スキーゲレンデ	12	5.8%
宿泊施設	9	4.4%
観光・ショッピング	2	1.0%
現代文化	2	1.0%



スキーのスキル		N=209
上級	59	28.2%
中級	114	54.4%
初級	36	17.2%

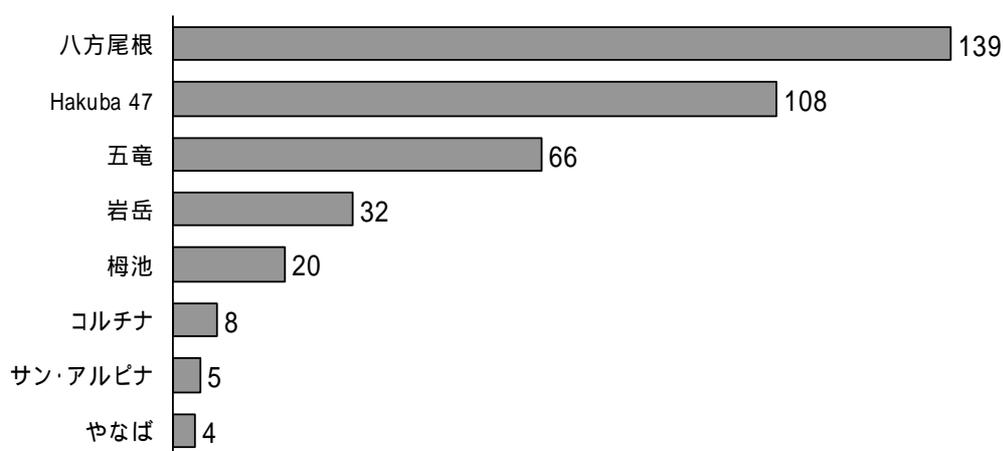


スキー用具を持参しましたか		N=210
はい	108	
いいえ	102	



どこでスキーをしましたか（白馬内） N=382

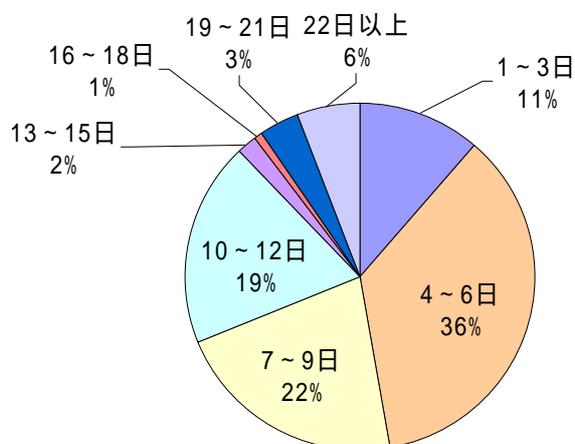
八方尾根	139	36.4%
Hakuba47	108	28.3%
五竜	66	17.3%
岩岳	32	8.4%
梅池	20	5.2%
コルチナ	8	2.1%
サン・アルピナ	5	1.3%
やなば	4	1.0%



何日間スキーをしますか（しましたか） N=203

1～3	23	11.3%
4～6	73	36.0%
7～9	44	21.7%
10～12	38	18.7%
13～15	4	2.0%
16～18	2	1.0%
19～21	7	3.4%
22以上	12	5.9%

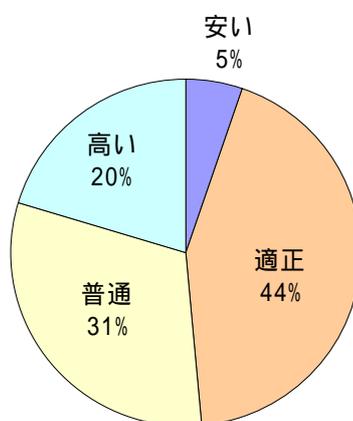
平均 10 日間。標準偏差 11 日



リフト券の価格についてどう思いますか N=206

安い	11	5.3%
適正	89	43.2%
普通	64	31.1%
高い	42	20.4%

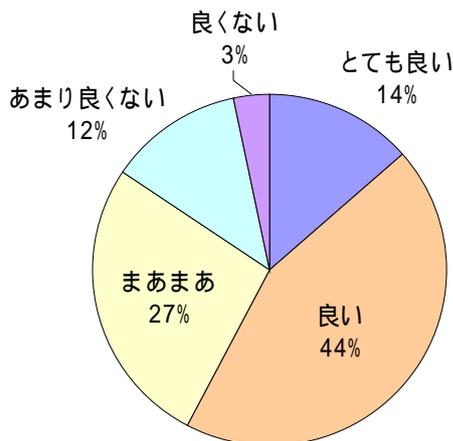
4段階評価で平均すると 2.33



スキー場内の案内システムについての評価 N = 206

とても良い	28	13.6%
良い	91	44.2%
まあまあ	55	26.7%
あまり良くない	25	12.1%
良くない	7	3.4%

5段階評価で平均すると3.52

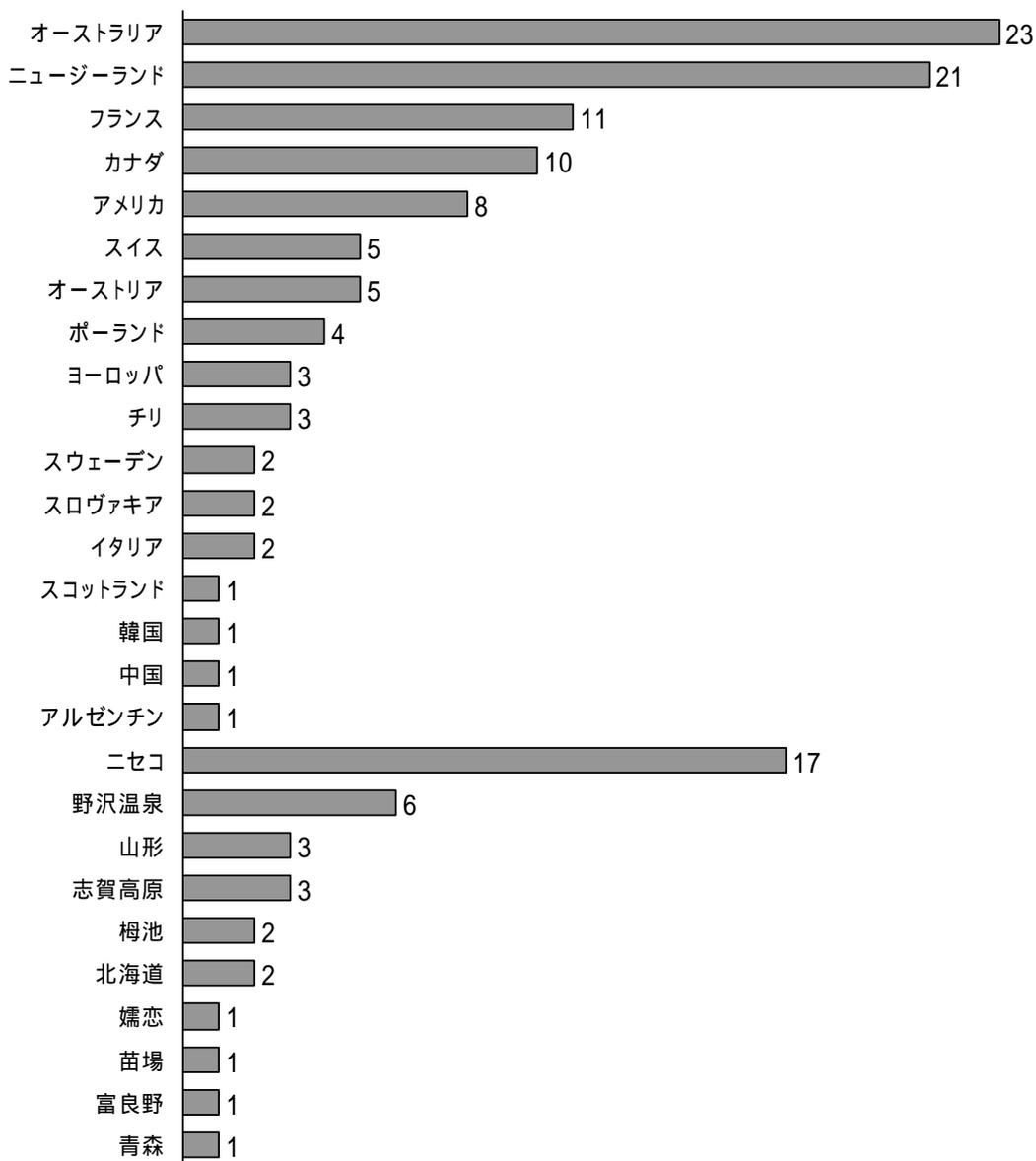


白馬以外でスキーをした場所 N=140
(海外)

オーストラリア	23	16.4%
ニュージーランド	21	15.0%
フランス	11	7.9%
カナダ	10	7.1%
アメリカ	8	5.7%
スイス	5	3.6%
オーストリア	5	3.6%
ポーランド	4	2.9%
ヨーロッパ	3	2.1%
チリ	3	2.1%
スウェーデン	2	1.4%
スロヴァキア	2	1.4%
イタリア	2	1.4%
スコットランド	1	0.7%
韓国	1	0.7%
中国	1	0.7%
アルゼンチン	1	0.7%

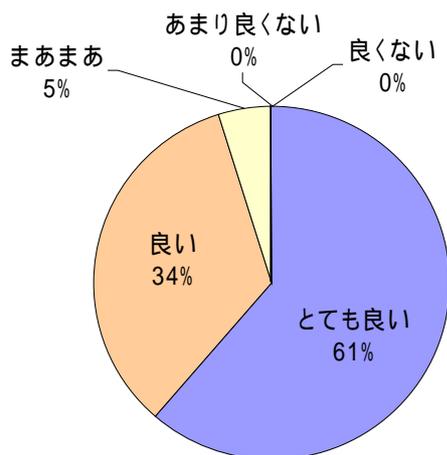
(日本)

ニセコ	17	12.1%
野沢温泉	6	4.3%
山形	3	2.1%
志賀高原	3	2.1%
梅池	2	1.4%
北海道	2	1.4%
嬬恋	1	0.7%
苗場	1	0.7%
富良野	1	0.7%
青森	1	0.7%



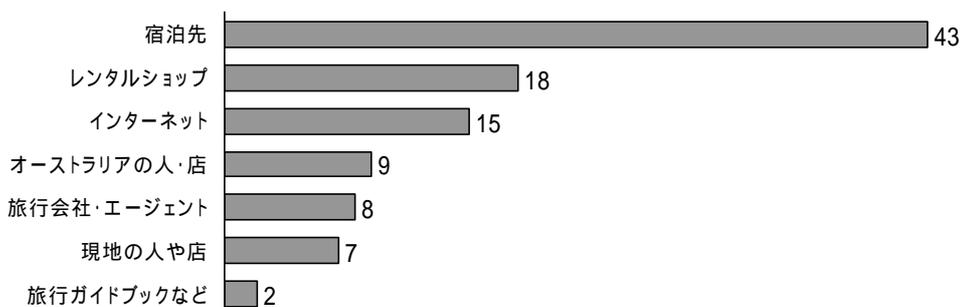
スキー場従業員のもてなし	N = 208	
とても良い	127	61.1%
良い	71	34.1%
まあまあ	10	4.8%
あまり良くない	0	0.0%
良くない	0	0.0%

5段階評価で平均すると4.56



7. スキーレンタル利用者

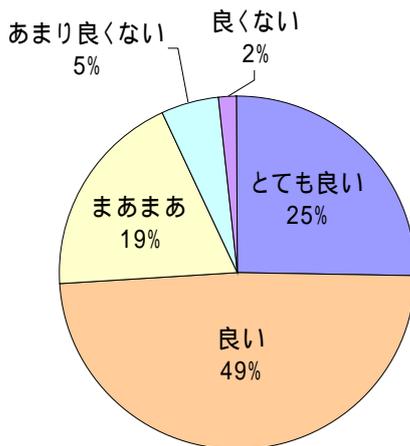
どこで情報を入手しましたか	N=102	
宿泊先で入手	43	42.2%
レンタルショップで	18	17.6%
インターネットで	15	14.7%
オーストラリア人や		
オーストラリア人経営の店で聞いた	9	8.8%
旅行会社・エージェント	8	7.8%
現地の人や店で聞いた	7	6.9%
旅行ガイドブックなど	2	2.0%



レンタル商品の品そろえと質 N=117

とても良い	29	25.2%
良い	56	48.7%
まあまあ	22	19.1%
あまり良くない	6	5.2%
良くない	2	1.7%

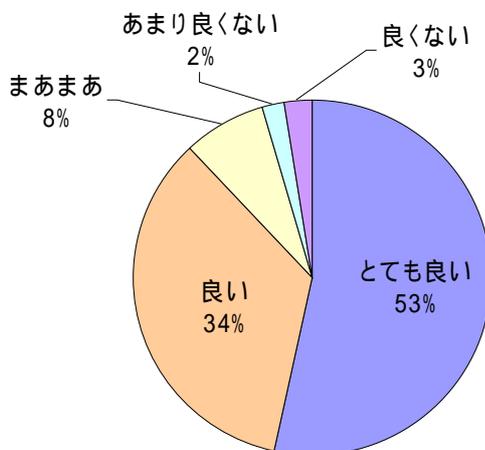
5段階評価で平均すると3.90



レンタルショップ従業員のもてなし N=116

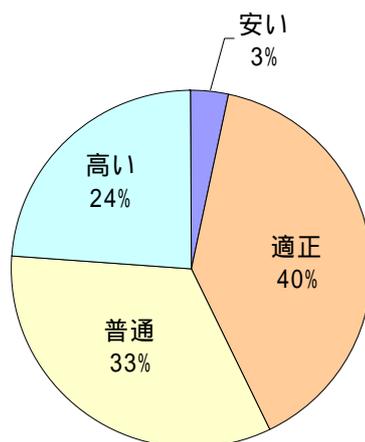
とても良い	62	53.4%
良い	40	34.5%
まあまあ	9	7.8%
あまり良くない	2	1.7%
良くない	3	2.6%

5段階評価で平均すると4.34



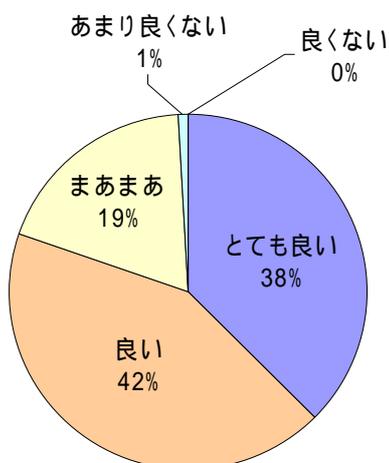
レンタル価格	N=117	
安い	4	3.4%
適正	46	39.3%
普通	39	33.3%
高い	28	23.9%

4段階評価で平均すると2.22

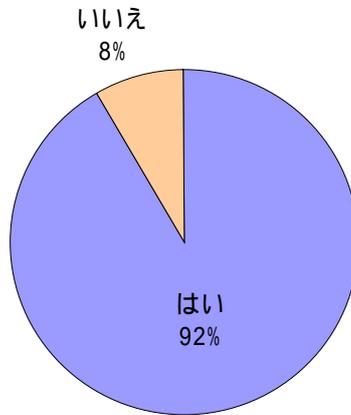


レンタルショップの場所	N=112	
とても良い	42	37.5%
良い	48	42.9%
まあまあ	21	18.8%
あまり良くない	1	8.9%
良くない	0	0.0%

5段階評価で平均すると4.17



利用レンタルショップの再利用		N=109
はい	100	91.7%
いいえ	9	8.3%



4. 白馬村来訪外国人の実態および今回調査のサマリー

長野県を訪れる外国人旅行者数はここ5年間で大きな伸びを見せてきた。当然のことではあるが、訪日外国人総数が増えることが長野県への旅行者を増やすことにつながっている。したがって昨今の経済危機の影響は訪日旅行者の減少となりそれがやがて長野県を訪れる旅行者の減少につながる危険性が出てきている点をまずもって理解しておくべきだろう。

(1) 他の調査との比較

表1は長野県を訪れた外国人の国籍別宿泊数、表2はその外国人が県内のどこに滞在しているかを示したものである。ここでは長野市と松本市そしてなによりも白馬村に滞在する外国人が増えていることがわかる。また、国籍別に見て、訪れる県内地域と、長野県全体を訪れる外国人の割合が異なっていることにも気づかれるであろう。

表3は、先日同じ時期に山ノ内町で実施した調査の結果から抜粋したものである。また図1は長野県観光協会の行った外国人旅行者調査のからのコメントである。いずれも冬場の長野県来訪者に対する調査であるが、昨今の来訪外国人旅行者の構成を反映しており、オーストラリアからの来客が調査対象の中心になっている。

表1 長野県来訪外国人宿泊数(2008年)

国籍	宿泊者数	構成比%	2007年	対前年比%
台湾	109,758	39.0	32,173	141.5
韓国	33,973	12.1	3,893	112.9
香港	20,946	7.4	9,971	190.9
中国	15,657	5.6	7,435	190.4
タイ	4,538	1.6	3,758	581.8
シンガポール	4,343	1.5	2,195	202.2
アメリカ	17,442	6.2	5,045	140.7
カナダ	1,506	0.5	225	117.6
イギリス	4,613	1.6	1,434	145.1
ドイツ	3,498	1.2	246	107.6
フランス	2,857	1.0	904	146.3
オーストラリア	20,703	7.4	9,405	183.2
その他	41,635	14.8	20,730	199.2

長野県観光部プレスリリースより

表 2 長野県来訪外国人の滞在先（2008年）

国籍	白馬村	松本市	長野市	山ノ内町
台湾	5,539	4,308	32,223	683
韓国	11,563	3,184	3,107	1,298
香港	2,113	656	1,097	3,131
中国	653	6,085	1,381	459
タイ	252	1,027	90	101
シンガポール	1,733	552	112	591
アメリカ	3,090	3,723	3,339	2,079
カナダ	134	196	442	171
イギリス	287	1,336	565	622
ドイツ	146	560	328	189
フランス	1,009	502	246	387
オーストラリア	12,139	550	840	4,916
その他	2,309	15,052	9,851	1,807

長野県観光部プレスリリースより

表 3 国籍別来訪者調査結果（山ノ内町）（2008年1月～3月末）

国籍	割合%
オーストラリア	46.0
ニュージーランド	1.1
カナダ	3.4
アメリカ	14.9
イギリス	5.7
フランス	5.7
ドイツ	1.1
ロシア	2.3
香港	1.1
シンガポール	1.1
タイ	1.1
その他	11.5

地獄谷野猿公苑外国人来訪者アンケートより

図1 長野新潟スキーリゾートアライアンス実行委員会の行った調査(2008)から

回答者は県全体の約70%がオーストラリア人。
白馬村では81%の回答者がオーストラリア人。
オーストラリア人の訪問回数は、初めてが全体で87.5%。白馬村では84.8%。
オーストラリア人の滞在日数は、白馬で平均8.5日、県全体では7.7日。
満足度は、5段階評価に換算して、長野県全体および白馬村はいずれも4.5となった。

「長野県スキーリゾート来訪者調査報告書」(2008.7月)

(2) 本調査のサマリー

以上の関連データとの比較を念頭に今回の調査結果を分析してみると、冬場に白馬村を訪れる外国人旅行者の実態は以下のようにまとめることができる。

- (1) 冬期の来訪外国人にはオーストラリア人が約7割を占める。その影響が県内各地の観光地にも及んでいると考えられる。
- (2) 年齢構成では21歳から30歳のいわゆる青年層が6割を占めた。
- (3) 使用言語は圧倒的に英語が多い。
- (4) 白馬村を初めて訪れた旅行者は84%。一方2回以上訪れている者が16%に達していることは注目する必要がある。
- (5) 旅行形態ではツアー客が2割となり、他のデータから指摘されている個人旅行者傾向から若干差を認めることができる。スキーツアーについては手配などの便利なパッケージ旅行が適していることの表れであろうか。
- (6) 旅行の目的は圧倒的にウィンタースポーツとなった。
- (7) 空港からの旅行手段はJRとバスが中心で、車利用者は少ない。
- (8) 東京経由が約半数を占め、関西地方の滞在中も2割を占める。また、白馬以外の県内滞在中も野沢温泉、志賀高原とスキー場関連である。
- (9) 滞在中の他地域への移動については観光目的が半数で、残りは買い物やほかのスキー場でのスキーとなった。

また、白馬村の諸施設やサービスに関する回答からは、以下のような反応が指摘された。

- (1) 環境や快適性に対しては高い評価であるが、混雑しているとの印象が持たれている。
- (2) 料金や費用面で高いと感じる旅行者が多い。
- (3) 域内の観光情報の量や提供方法について否定的な反応を読み取ることが

できる。

- (4) その一方で、人的なサービスやホスピタリティは高い評価を得ている。
- (5) 施設面では、公衆トイレや宿泊施設に対して一応合格点が出されているがまだ改良の余地が見られるようだ。
- (6) 食の面では、質や味には合格点が出されているがレストランのスペース、価格、アクセスの面で評価が低い。
- (7) 日本食への反応は、味の良さ、健康的であること、高品質であることなどの点で高い評価がある一方で、量が少ない、高いといった反応があることに注意が必要であろう。
- (8) 文化面で伝統文化に高い興味を示す一方、生活や地域の食文化あるいは現代的な文化などにも興味を示す結果となった。その顕著な表現として、地元住民との交流を強く望んでいることが示された。
- (9) 半数の人がなんらかの日本文化を体験している。また、体験したいと答えたものが 96%に達している。住民との交流に加えて現在の日本を知りたいという希望が強く表れた結果となっている。
- (10) 滞在中の活動として、スキー以外の多様な活動を楽しんでいる様子が見えてくる。このことは、海外のスキーヤーがスキー場でどのような楽しみ方をしているのかを理解する上で大変参考になるだろう。
- (11) スキーの技術面では客観的な評価は難しいが、海外にまで出かけてスキーをするというレベルから中級以上のものが8割を超えている。コメントの中で、コース外の滑走を可能にしてほしいという要望が多かったが、これもスキー技術レベルを反映したものといえよう。
- (12) レンタルスキーの利用者は約半数である。駅前でも数多くの外国人旅行者が大きなスキーパッケージを担いでいる姿を見かけた。レンタルスキーの利用の評価は高いので、今後レンタルスキーを広く利用してもらうようにするためには、レンタル用品の価格をできるだけ下げて質の高さを訴える必要があるように思われる。
- (13) 利用スキー場では白馬地域が中心であるが、そのためか共通リフト券の導入について希望がある。
- (14) 滞在期間は12日までが9割で、我が国を訪れる訪日旅行者の滞在日数の平均より長い。平均は10日だった。
- (15) スキー場内のリフト券の価格や設備あるいは案内システムなどに関しては、改善の余地が大きい事が指摘されている。
- (16) 来訪のスキーヤーの多くが海外のスキー場を経験している者が多く、そうしたスキーヤーを受け入れているという覚悟のようなものが白馬村にも求められているような内容である。また、白馬村との競合あるいは競争関係としては北海道の二世コや野沢温泉などが指摘できる。

(3) 利用者満足度の分析

ここで、本調査における利用者満足度を以下のように評価しておきたい。

「とてもよい」から「良くない」までを5段階に計量化して平均したものが以下の数値である。いずれの項目も満足度を示すものになっており、数値の高いほど満足度が高いということがいえる。

地域の地勢	4.62
快適性	4.53
観光情報量	3.62
観光情報質	3.66
ウェブの質	3.52
おもてなし	4.58
公衆トイレ	4.31
宿泊施設の場所と施設	4.15
従業員サービス	4.47
食事の質と味	4.33
メニューと質	4.18
広さ(レストラン)	3.95
アクセス	3.94
日本食 味	4.56
品質	4.00
スキー場案内システム	3.52
スキー場従業員もてなし	4.56
レンタル品揃え質	3.90
レンタル従業員もてなし	4.34
レンタル場所	4.17
平均	4.14

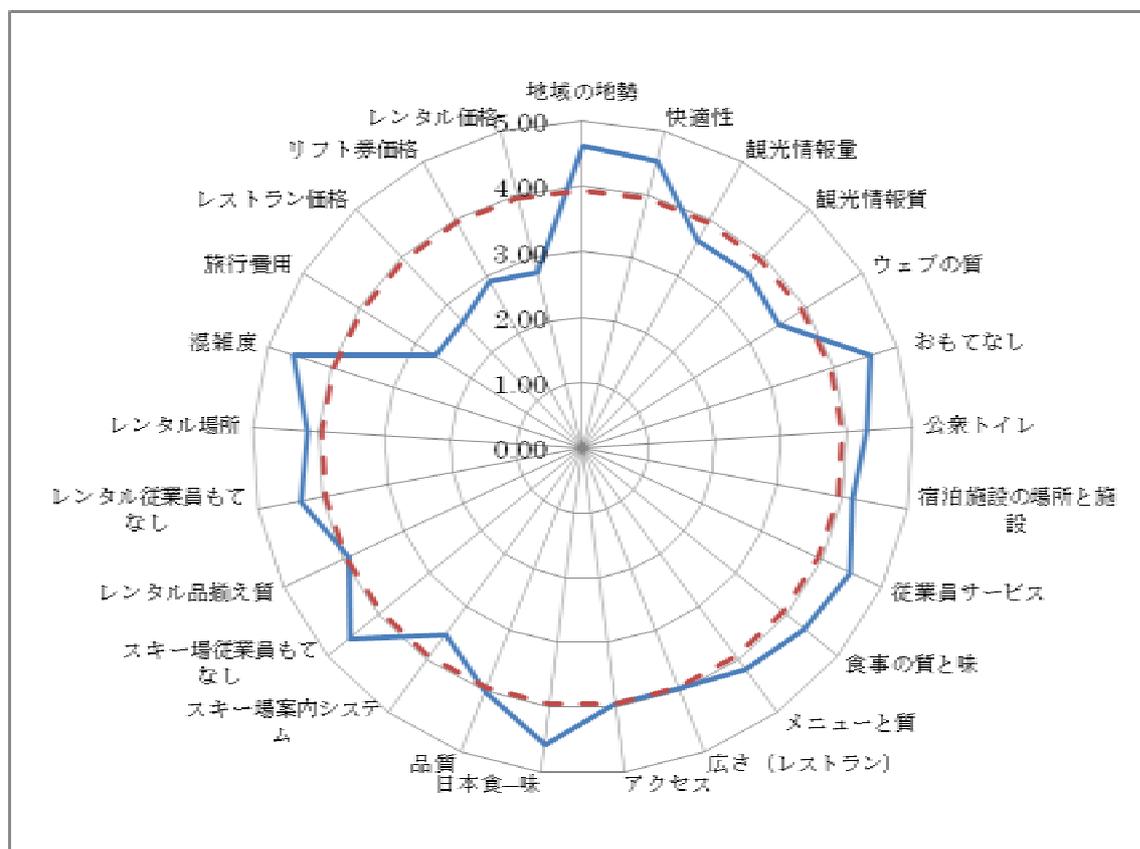
以下の項目は調査用紙中4段階で評価される項目である。おもに価格に関するもので、これを5段階で評価しなおしたものが換算数値である。

	4段階評価	5段階換算
混雑度（快適 混雑しすぎ）	3.68	4.60
旅行費用（安 高）	2.12	2.64
レストラン価格（安 高）	2.11	2.64
リフト券価格（安 高）	2.33	2.91
レンタル価格（安 高）	2.22	2.78
平均	2.49	3.11

満足度に関する質問項目に対する評価（4段階のものを5段階表に換算）を図にしたものが以下のものである。

この評価の平均は3.94ポイントで、この数値を上回るものは好評価であり、数値以下の項目は、評価が低いとみなしてよい。

これによれば、設備や人的サービスに関係する項目は平均値より高く、価格に関するものが低い評価になっている。また、情報提供の質や量の面で評価が低いのが気になるところである。



(実線はデータの表示。破線は平均を表示。)

なお、今回のアンケート調査からは、国籍別の訪日頻度や消費性向、食の好みやレジャー傾向などについてのクロスデータが見えてこないが、今後こうしたデータ処理を行って、より詳しい情報をまとめることが実際にマーケティング戦略を企てるうえで利用可能な調査結果につながるものと思われる。

また、アンケートの収集方法についても今回は、Webによるアンケート収集と現地におけるアンケート用紙による直接収集とを併用した。Webによるアンケートは、オーストラリアの旅行エージェント企業1社からしか周知することが出来なかったため、回答数が限定的となり課題を残した。

しかしながら、各種観光情報ホームページなどからのリンクによる通年を通じた情報収集手段として活用すれば長期にわたる調査が可能であるし、過去白馬を訪れたが、今年は訪れなかった人からの回答など、直接収集では得られない多面的な情報収集ができる可能性もあり、今後の活用について希望が持てる取り組みとなったのではないだろうか。

アンケート用紙による現地での調査については、日本の食と文化をテーマとしていることもあり、現地のレストランで収集する方法を主体としたことが特徴的であったといえる。選択式の質問への回答だけでなく、多くのコメントを記述してもらえた背景には、レストランに外国人観光客が訪れるタイミングが、一日の活動の中でも比較的余裕がある時間帯と思われること、オーダー後の待ち時間が利用できたことで、回答に対するストレスが下げられたためではないかと予想でき、今後の同様の調査に役立てることの出来る良い事例となったのではないかと考えている。

5 . フリーコメントに見る本音と対策

調査項目ではなかなか見えてこない回答者の本音は、フリーコメントの中から窺い知ることができる。このフリーコメントの中にこそ、旅行者を受け入れる側にとって重要な情報やビジネスチャンスとなるヒントが隠されていると考えてよい。

そこで今回のフリーコメントを分類してみると以下のような内容になった。

【 言語障壁 】

- ・ スキー場や雪情報（天気を含む）を英文で（6）
- ・ もっと英語による情報提供を（6）
- ・ スキー場設備にもっと英語表記を（5）大きく（1）
- ・ 英語のコミュニケーションができるように改善すべき（4）
- ・ もっと英語のサインを（4）（リフトにも）
- ・ 英語のできるスタッフをもっと配置（4）
- ・ バスの時刻表や表示に英文併記すべき（2）
- ・ もっと英語を（2）
- ・ 日本人はホスピタリティいっぱいなのだが対話ができない（2）
- ・ 域内や域外へのバス停の情報を英文で
- ・ 外国人のガイドを使ってはどうか
- ・ 日本語クラスを設置して（無料で）

【 レストランと食 】

- ・ メキシカンレストランを推薦（5）
- ・ もっと野菜食のレストランや料理を（5）
- ・ もっと寿司屋を（3）
- ・ カバーチャージを請求するのはおかしい（2）
- ・ 英語のメニューを（2）（外にも）
- ・ メニューや料理の説明を分かりやすく（2）写真などを使って
- ・ 禁煙席を設置すべき（2）
- ・ 禁煙に
- ・ もっとサラダを（2）
- ・ 山のレストランはひどいです（2）改善の必要あり
- ・ 簡単で安い蕎麦屋がほしい
- ・ ピッツァやパスタの店を
- ・ マクドナルドはないのだろうか

- ・料理が加工されすぎているようで、添加物が多いのではないかと
- ・量を多く
- ・ビーフステーキを
- ・正しく健康な食事を料理する方法を指導して
- ・地元の料理を食べたい
- ・テリヤキ料理の店を
- ・もっといろいろなレストランを
- ・ヘルシーメニューがあまりない
- ・ベジタリアン食メニューを
- ・レストランの外でのメニューを改善して
- ・英語のできるスタッフを

【 宿泊施設 】

- ・ホテルの公共スペースにもう少しスペースがほしい
- ・自分でお茶などを飲めるように、もっと温水が使えるように。また、電子レンジが使えるように

【 交通機関 】

- ・もっとバス（シャトルを含む）情報が欲しい（４）
- ・夜のシャトルの無料化（２）
- ・東京からのシャトルバスが団体用に安かった
- ・もっとシャトルバスを
- ・バスの使い方をわかりやすく（慣れるまでに時間がかかった）
- ・夜間のサービスをもっと拡大して
- ・バスのネットワークが分かりにくい
- ・元気号のバス代が高すぎる
- ・スキーリゾートを結ぶ広域のバスルート
- ・リフト券を広域で共通に
- ・バス内の情報をわかりやすく（つまり英語で）
- ・バスシステム案内が複雑でわかりにくい
- ・バスの運転手が英語を理解できるように
- ・シャトルバス情報を改善

【 観光情報 】

- ・もっとごみ箱の設置を（６）
- ・もっと地域やスキー場の地図が欲しい（５）（簡単なもので良いから）
- ・もっと外国人が利用できる ATM の設置を（３）

- ・情報センターには英語のできるスタッフをもっと配備すべし(2)
- ・もっと雪がほしい(2)
- ・スキーのできる山々の情報がほしい(2)
- ・無線 LAN の不足(2)
- ・禁煙環境を(2)
- ・外国のカードが使えるような ATM を設置して(2)
- ・もっとナイトライフが楽しめるように(2)
- ・歩道を整備せよ(2)
- ・レンタルショップの店員が不親切。それに、道具類があまりよくない(2)
- ・分かりやすい地域の地図を(スーパーや ATM なども表記した)
- ・スキー場内の情報システムを統一すべき
- ・ごみ箱に英語の表示を
- ・日本語のできない旅行者が増えるのだから英語のできるスタッフをもっと配置すべき
- ・八方の情報センターが閉まっている場合の情報提供
- ・野沢に比べてレンタルショップが不親切
- ・洗濯設備
- ・日本的な夜の過ごし方ができるようなアトラクションを。アメリカ化が進みすぎ
- ・円高で滞在が例年よりきつかった
- ・食べ物やリフト券などもっと安く
- ・あまり自分たちを悪く言わないように
- ・なんでも高すぎる
- ・アルコール類が高い
- ・スーパーマーケットで英語表示を
- ・スキー場がつながっていないことが不便。連携すべきである
- ・日本文化の情報がほしい
- ・英語をもっと学ぶべき
- ・価格が高い
- ・オーストラリア人が多すぎる。白馬が乗っ取られる

【 スキー場 】

- ・もっと一般コース外の林間コースを設置・開放して(6)
- ・コース内の情報を(方向など)改善(3)
- ・リフトに安全バーを設置すべし(特に子供用)(3)
- ・英語のスキー場情報をウェブサイトで(2)
- ・一般コース外(0Bでも)でのスキーやボードを可能にして欲しい(2)
- ・リフトの近代化(2) およびフットレストを設置(2)

- ・リフト券はどこでも使えるように共通化（２）
- ・日本のスキー場初心者向けに全体が理解できるようなコースを作ってみてはどうか
- ・スロープ内の案内をもっと多く設置すべき
- ・ゲレンデの安全の確保を
- ・粉雪の多いバックカントリーコースを開放すべき
- ・コースの難易度をもっと分かりやすく表示して

【 その他のコメント 】

- ・宿泊したキャビンは最高でした。ホストもなにもかも（３）
- ・このままで（２）
- ・日本語を勉強しなくては
- ・大変よかった。問題なし
- ・ホスピタリティは最高でした
- ・交通システムは快適だった
- ・かんぺきです
- ・なにもかもすごかった。ありがとう
- ・みんな素敵な人ばかりでした。不満はありませんでした
- ・大変気に入りました
- ・すべてよかった
- ・白馬大好き
- ・もっと日本食のPRを。おいしい
- ・日本人は大変親切だしよい人々だ
- ・日本人はとてもよい。また来年来ます
- ・何もかもが気に入りました。言葉の問題はありますがそれも冒険の一部です
- ・日本が大好き。このままで。英語のサインを少し改善して
- ・日本は本当に安全なところだ
- ・日本旅行をいつも楽しいでいます。人々はいつも親切で協力的です。仲間のオーストラリア人たちがちょっと無作法なのが申し訳ない。こちらまで恥ずかしくなります
- ・あまり変わらないようにお願いします。訪れる理由がなくなるから
- ・このままで結構です。日本人は親切で歓迎してくれますから
- ・なんの問題はない。どうもありがとう
- ・白馬の雰囲気が良い
- ・雪質が素晴らしい

【 全体的なコメント 】

- ・ 英語能力を改善すべき (9)
- ・ 英語のできる従業員をもう少し (2)
- ・ もっと英語の情報を (2)
- ・ もっと英語のサインを (2)
- ・ 日本文化を体験できる機会を (3)
- ・ 観光地へのツアーを出して
- ・ もっと英語のガイドを
- ・ コース外のスキーを可能に (5)
- ・ 安いビールやチーズ
- ・ 全域内の共通パスを
- ・ 旅行者の苦情をよく聞いていないのではないか (共通パスなど)
- ・ サービスをもっと柔軟に
- ・ ホテルのチャックアウトをもっと遅く
- ・ 白馬地域の連携を高めて利用者に利便性を
- ・ もっと音声ガイドを
- ・ 元気号は無料に
- ・ もっと英文化ウェブサイトを
- ・ レストランのメニューを英文併記に
- ・ 雪情報の充実化
- ・ もっとレストランを
- ・ もっと寿司を
- ・ スキー場内は禁煙に
- ・ 日本食にもっと説明を (2)
- ・ 枕が少ない
- ・ 夜遅くてもシャトルサービスを
- ・ ATM やクレジットカードの使えるように (2)
- ・ 村の外から来る人々にもっと理解を
- ・ スキー場のレストランでもっと安くおいしい飲食物を
- ・ もっと温泉設備を
- ・ 日本の主要な駅に白馬に行くための交通手段の説明と英語の地図を用意して
- ・ ウェブ情報を拡充
- ・ もっとウェブ情報を snowJapan.com のように
- ・ 西欧化しないように。日本文化を維持して (4)
- ・ もっと安く旅行ができるように
- ・ タクシー料金を安く
- ・ 道路の交通規則を変えて車が右側通行にすべき

6. 白馬来訪外国人旅行者受け入れ事業への方向性

(1) 満足度の改善

外国人旅行者の誘致においては、その事業の内容として大きく分けると、送り出し国側における動機付け事業と来訪した旅行者の満足度を上げることの二つに分けることができる。

今回の調査から推測しようとするのは、後者の事業を通してイメージの改善とサービス向上の可能性である。これによって、日本（白馬）への旅行の魅力度を上げて将来の誘客に結びつけることが期待できるだろう。

この視点から考えると、基本的には、訪問者満足度を上げる努力が求められていることがわかる。

具体的には、今回調査対象となった項目に対して、旅行者が残したコメントで示されている不満や不便さをできるだけ解消し、その一方でポジティブなコメントの内容を丁寧にPRすることということになる。

(提言例)

5段階評価で示された満足度の評価において、「あまり良くない」「良くない」を0にすること。

4段階評価で示された評価の中で、価格に関連するものを平均で3.0に引き上げること。及び「高い」という反応を限りなく減少させること、及びなんらかの付加価値を加えることで高いという印象を減少させる努力を行うこと。

各種コメントでも指摘されているように、改善の方向性はほぼ以下の諸点に集約できる。

(2) スキー場について

リフト券の扱いを広域にすること。できれば長野県全体での共通券。

スキー場内の案内表示を英文表記などわかりやすく表示する。

リフトなどのスキー場設備の近代化。

コース外滑走の可能性の研究と、不可能な場合の説明。

(3) 食およびレストランについて

健康食、特に野菜食の充実。(豆腐料理やサラダバーの導入、また漬物などをもっとアピールしても良いのではないか)

レストラン環境の禁煙化。

メニュー（添加物を含む）や料金などのわかりやすい説明。
メニューを写真で表示する。

（４）文化体験などについて

地域住民の隠れた技能や才能を生かした体験プログラムの開発が期待されている。

各種文化体験プログラム（実費負担型）の開発。
海外滞在経験者を活用したボランティアガイド制度。
ホームビジット制度の導入。

（５）域内交通システムについて

基本的には村内における足回りの改善が要望されており、車生活中心の海外からの旅行者にとってシャトルバスは不可欠であり、今後のシステム改善が求められている。

村内シャトルバスの無料化あるいは無料自転車（雪の場合は困難）の導入。
村内住民によるボランティア輸送制度などの検討。
バスの利用に関する英文案内。
ドライバーのコミュニケーション能力の向上またはコミュニケーションが不要な情報提供システムの開発。

（６）基盤施設について

わが国特有の現金利用環境を緩和し、現金消費が一般的でない外国人旅行者の利便性を高めることが求められており、ATM およびクレジットカードの利用環境の改善への要望が高い。

（７）その他

情報センターを機能的に。たとえば白馬の Virgin 案内所のような仕組みを域内数か所に設置する。
情報提供システムを IC 化する。携帯電話の提供とモバイル情報の提供。
インターネット上でわかりやすい HP を開設。
ホームビジット制度を開設して家庭での交流を図る。
場内案内アナウンスメントは英語も使う。
各種外国人ディスカウントを導入。

7. まとめ

訪日外国人旅行者の実態と来訪外国人誘致に向けた課題と提言

今回の調査が実施された社会的な背景は、冒頭でも触れたとおり、突然発生した未曾有の世界経済不況という予測の出来ないものであった。国際旅行者にとっては、航空燃料やその他の費用の高騰に伴うオイルサーチャージや通貨不安から円高が著しく進み旅行動機にブレーキがかかった。

この結果、我が国を訪れる旅行者にも大きな影響が及び、平成20年後半は平成19年までの旅行者数の伸びに陰りを見せ、年末には大幅な減少に転じている。今後経済不況がどこまで訪日旅行者に影響を及ぼすか先が見えないところであるが、景気の回復をまつ状態が続くものと思われる。

独立行政法人国際観光機構が公表しているいくつかのデータの中から参考のためにこうした経済的な影響を受ける以前に把握された訪日外国人旅行者の特徴を以下に示しておきたい。

- (1) インバウンド旅行者市場の6割がアジア諸国からの旅行者が占める。
- (2) 訪問先では国際空港の位置する大都市に集中している。
- (3) 移動の範囲も従来型の主要な観光地に集中する傾向がある。
- (4) 訪日旅行へのリピータが増加しつつある。
- (5) 訪日動機の内容、つまり訪日観光へのニーズが多様化し、現代的魅力や各種体験が求められている。
- (6) 食や文化体験の要望が強まっている。
- (7) 欧米からの旅行者は9割近くが個人旅行者になっている。

また、平成20年版観光白書によれば、平成18年の段階で一人当たりの消費額は約18万5千円で日本滞在日数も5日平均が71.5%、10日以内16.7%となって9割近くが10日以内の滞在となっていることが知られている。

さらに、訪日旅行の課題として、今回の白馬村ばかりではなく日本全国において常にかのポイントが指摘されてきたことは取り上げてよいだろう。

- (1) 言葉が通じないなどの言語問題
- (2) 日常の移動に伴う交通費の高さ
- (3) 訪問地内外の情報提供システムの不足や異言語環境の不整備
- (4) 食や文化などへの説明不足

(5) 円以外の通貨に対する配慮不足

平成 19 年 1 月 1 日から観光立国推進基本法が施行され、これに基づいて国は観光庁を設置して観光政策を本格化させている。

この法律の中では外国人旅行者を誘致するための戦略として文化や伝統、自然や特色など日本各地の観光素材に国際競争力を持たせることを中心にすえ、地域の主体的な取り組みに期待している。さらに、2020 年までに外国人旅行者数を 2 千万人に到達させるためには首都圏ばかりではなく地方への誘導が不可欠であるため、地方の受け入れ態勢の整備がこれまで以上に重要になってきた。

こうした国の施策を受けて、長野県でも平成 19 年度から長野県観光振興審議会を立ち上げて、各種の観光政策を実施に移している。この中で、5 年をめどに長野県を訪れる外国人旅行者の数を倍増させ 37 万人とすることを目的に定め行動を開始した。

その結果、海外におけるプロモーション活動や国の対外 PR 活動への参加など積極的なセールスが開始されている。

こうした活動によって今後増加することが見込まれる外国人旅行者の受け入れについて、より具体的かつ総合的な対応が県内各地でも要求されることになる。

今回は冬期かつ厳しい経済情勢の中での訪日旅行者を対象にしたため、最近数年の外国人旅行者の動きとはやや異なる構成となっており、回答者の多くをオーストラリア人の訪問者が中心となった。

しかしながら来訪した旅行者にとっては、当然ながら時間と費用をかけた以上訪問結果の満足を得たいと思うのは当然で、この点では経済的な影響はさほど関係のないことであろう。したがって、彼らのコメントや反応は尊重に値しよう。

そこで行動の手始めとして、本報告中で提案した目標を満たすことをまずもって手がけていただきたいと思います。

その意味では今回の白馬村での調査結果は限定された条件の下での調査であるとはいえ、他の地域へも参考になるのではなかろうか。

8. 参考資料 : アンケート用紙



Questionnaires for Foreign Visitors to the Hakuba Area
Questionnaires about Japanese food and culture

Welcome to Hakuba!
 Thank you very much for your cooperation for questionnaire about Hakuba.
 We believe you enjoy beautiful nature, mountain sports activity and Japanese cultural experience in Hakuba.
 We will do the approach of the continuing improvement so that you are satisfied more than now.
 Please answer the questionnaire and give us your valuable opinion.

*This project is operated by Hakuba public office and supported by Japanese Government.

About you

Q1. Sex	Female	Male		
Q2. Age	~20	21~30	31~40	41~50
	51~60	61~70	71~	
Q3. Nationality				
<small>*Multiple answers allowed</small>				
Q4. Language	English	Korean	Chinese	Spanish
	Russian	French	German	Japanese
	Other ()			
Q5. Times of Visit	First	Second	Third	Fourth
	Fifth and more			
<small>*Multiple answers allowed</small>				
Q6. Season	Spring	Summer	Autumn	Winter
<small>*Multiple answers allowed</small>				
Q7. Type of Travel	Package tour	Individual	Family trip	W./Friends
	School excursion(trip)			
Q8. Purpose of Visit	Sightseeing	Skiing	Trekking	Study/Inspection
	Visit friend(s)			
	Other ()			
Q9. Transportation to Hakuba area	Public Shuttle	Rent-a-car	JR Train	Hotel Shuttle
Q10. Plan of visiting other places before or after staying Hakuba	Before ()			
	After ()			
<small>*Multiple answers allowed</small>				
Q11. Purpose for visiting those Places	Shopping	Skiing	Sightseeing	Business
	Other ()			

Environment

Q1 Area Landscape	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q2 Area Congestion	Comfortable	Not bad	A little crowded	Too much	
Q3 Area Comfort	Comfortable	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q4 Accessibility to Hokuba	Comprehensible	Complicated	Not bad		
Q5 Area cost of travel	Bargain	Reasonable	Acceptable	Expensive	
Q6 Area tourist information Quantity	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q7 Area tourist information Quality	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q8 Hokuba's Web Quality	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q9 Hospitality	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q10 Public Toilet	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor

Any recommendations	
---------------------	--

Facilities

Accommodations

Q1 Location and Facilities	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q2 Employees service	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q3 Quality and taste of meals	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor

Restaurants

Q1 Number	Sufficient	Acceptable	Not enough		
Q2 Menu and Quality	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q3 Space	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q4 Price	Bargain	Reasonable	Acceptable	Expensive	
Q5 Access	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor

Any recommendations	
---------------------	--

Japanese Food

Q1.Taste	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q2.Quantity	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
*Multiple answers allowed					
Q3.Favorite Japanese food	Soba-noodle	Sushi	Ramen-noodle	Udon-noodle	
	Miso-soup	Raw Fish	Other ()		
Q4.Expression to the Japanese food?	Healthy	High quality	Fashionable		
	Expensive	Small amount	Other ()		
Any recommendations					

Cross Cultural Experience

Q1.What are you interested in Japan most?		
Q2.Do you like to communicate in Japanese with local people?	Yes	No
Q3.Would you like to working in Japan?	Yes	No
Q4.Have you ever tried any Japanese cultural activities?	Yes	No
Q5.Would you like to experience Japanese culture?	Yes	No

For Skiers

Q1.What did you enjoy the most during your stay in Hakuba?					
Q2.What level would you categorize yourself in terms of your skiing skill?	Expert	Intermediate	Novice		
Q3.Did you bring your own ski equipment with you from your home?	Yes	No			
Q4.Where did you ski in Hakuba Area?					
Q5.How many days did/do you ski in the Hakuba Area?		days			
Q6.What do you think of the lift ticket price in Hakuba Area?	Bargain	Reasonable	Acceptable	Expensive	
Q7.How would you rate the information system in the skiing?	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q8.Have you skied in areas other than Hakuba? If so please write the names.					
Q9.Staff hospitality	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor

For Rental Ski Users

Q1. Where did you get the Rental shop information?					
Q2. Quality and variety of rental gears	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q3. Hospitality of rental shop employee(s)	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q4. Price of the rentals	Bargain	Reasonable	Acceptable	Expensive	
Q5. Rental shop location	Very Good	Good	Acceptable	Not so good	Poor
Q6. Would you use that rental shop again?	Yes		No		

In general

Q1. Please advise us of anything in order for us to improve our hospitality and increase guest satisfaction.					
Q2. Japan is now trying to improve her hospitality in order to perfectly satisfy visitors from overseas. What would be your recommendations for the Japanese tourism industry?					