

日田市インバウンド向け 旅中調査2025

日田市観光協会

2026年1月14日

日田市インバウンド向け旅中調査(2025)

調査目的

日田市を訪れる外国人観光客の属性や旅行形態、満足度、消費動向を多言語調査で把握し、インバウンド戦略立案の基礎資料とすることを目的とする。収集したデータに基づき、観光資源の磨き上げや受入環境の整備、効果的なプロモーション手法を検討することで、滞在時間の延長と観光消費額の拡大を目指す。また、多様化する訪日外国人のニーズに対応した、持続可能な観光地域づくりの最適化を図るための指標とする。



宿泊施設や観光施設等に協力していただき、アンケートサイトにつながるQRコードを設置。回答者にはペットボトルの水をプレゼント。一部、豆田町にて調査員による街頭調査も実施。

調査時期 2025/8月～12月

調査システム Googleフォーム（インターネットアンケート回答サイト）

調査設計実査 日田市文化スポーツ観光部観光課/日田市観光協会

集計分析 日田市観光協会/マーケティングコンサルティング・TOKYO

回答者 435人

1. インバウンド市場：韓国・福岡への依存

日田市のインバウンド市場は、特定の地域と経路に強く依存。

- **居住地:** 韓国からの訪問者が71.0%と圧倒的で、2位の台湾（12.0%）を大きく引き離しています。
- **入国経路:** 83.0%が「福岡空港」から入国しており、日田市は「福岡という玄関口」からの流入に完全に依拠。
- **属性:** 20代（35.9%）と30代（26.9%）で6割を超え、若年層中心が中心。

2. 旅行形態と消費：個人旅行の主流化と低予算傾向

- **手配方法:** 全体の70.1%が個人手配（FIT）であり、団体ツアー（24.6%）を大きく上回る。ただし、台湾のみ80.8%が団体ツアーという極端な傾向が見られる。
- **予算:** 日田市内での予定予算は、52.6%が「1万円未満」。特に韓国は57.2%が1万円未満と低めだが、中国／香港は37.5%が「5万円以上」と回答しており、地域によって購買力に大きな開きがある。
- **滞在時間:** 「宿泊」は32.6%に留まり、残りの約6割は日帰り（短時間滞在）。

3. プロモーションメディア：SNSの独走と「訪日サイト」の形骸化

- **有効な媒体:** 情報収集はSNS（64.1%）が主流で、特にInstagram（39.0%）とYouTube（33.6%）の影響力が大きい。
- **媒体のミスマッチ:** 「訪日外国人向けサイト（MATCHA、乐吃购！日本等）」は、85.6%が「使っていない」と回答しており、既存のインバウンド専用メディアが一般観光客にリーチできていない。

4. コンテンツ：特定IP（進撃の巨人）と温泉の二極化

- **訪問理由:** 全体では「福岡から近いため（49.6%）」が最多だが、目的別では「進撃の巨人（36.1%）」が「温泉（26.2%）」より多い。
- **層による違い:** 30歳未満は50.3%が「進撃の巨人」を目的に掲げる一方、欧米豪の73.1%は「温泉」を求めている。
- **活動内容:** ワードクラウドでも「進撃の巨人」「温泉」「豆田町」「サイクリング」が主要なキーワードとして出現。

5. 受入環境：ボトルネックとなるポイント

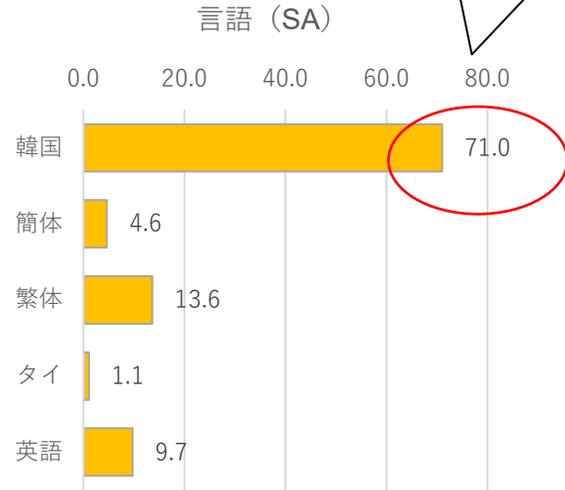
満足度は高い（再訪意向94.1%）ものの、以下の実務的な課題が明確になっています。

- **インフラの不備:** 「ゴミ箱の不足（22.2%）」と「移動手段の不足（20.3%）」が最大の不満要素。
- **夜間レジャーの欠如:** 18.2%が「夜のスポット・店が少ない」ことを挙げており、特に台湾（37.0%）や中国／香港（26.7%）など、消費意欲の高い層で不満が強くなっている。
- **二次交通:** 移動手段は徒歩（48.0%）やバス（40.6%）が中心ですが、東南アジア層では50.0%が移動の不便さを指摘。

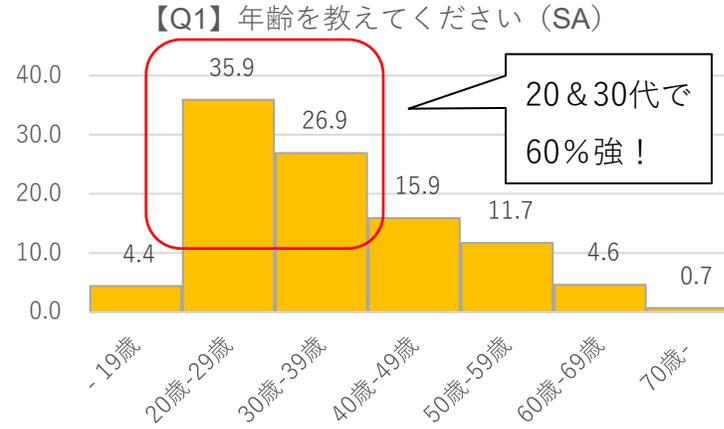
《総括》

- 現状の日田市を客観的に見れば、「福岡空港から入国する韓国人個人旅行者が、SNSを頼りに、進撃の巨人の聖地巡礼や温泉を目的に短時間立ち寄り場所」となっている。
- 高い再訪意向はポテンシャルを示しているが、「低予算かつ短時間滞在」の層が多数派であり、収益性の高い中国・香港層や宿泊意欲の強い欧米豪層を取り込むには、「移動手段の確保」と「夜間営業店の拡充」という物理的・時間的な壁を崩す必要がある。また、「訪日外国人向けサイト」による集客は、現状のターゲット層にはほぼ機能していないと判断するのが妥当。

プロフィール項目 (各SA) ※N=435

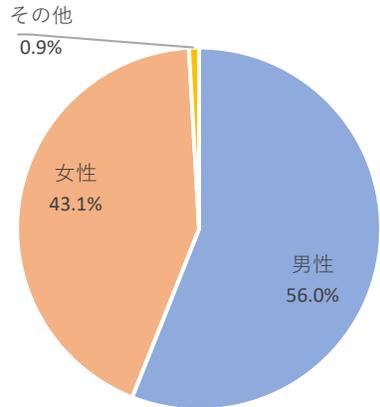


韓国語が約7割

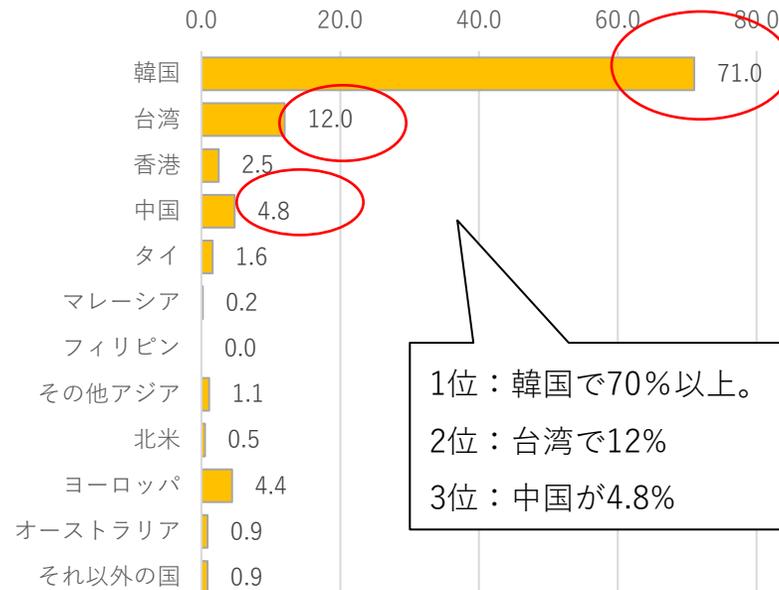


20 & 30代で60%強!

【Q2】性別を教えてください (SA)

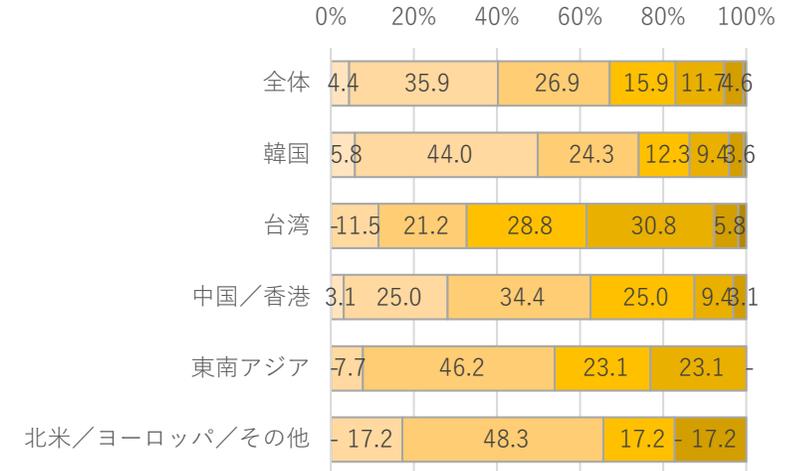


【Q3】どの地域から来ましたか (SA)



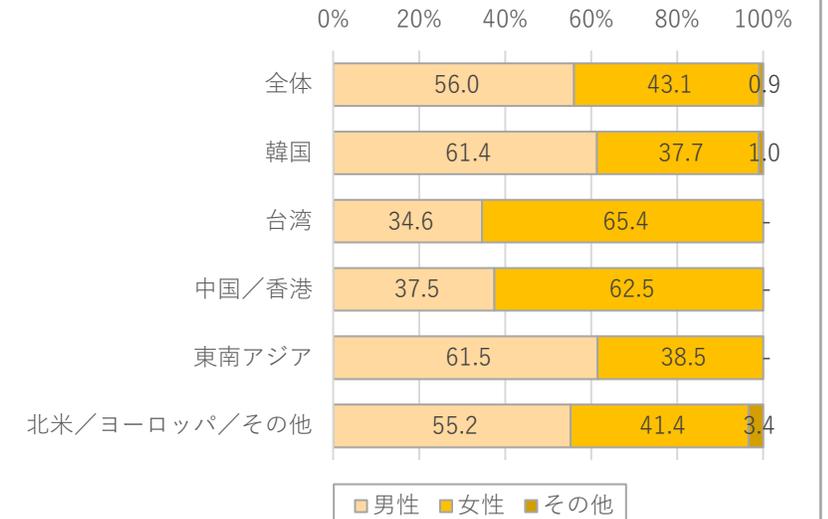
1位：韓国で70%以上。
2位：台湾で12%
3位：中国が4.8%

【エリア】×【年代】



■ -19歳
 ■ 20歳-29歳
 ■ 30歳-39歳
 ■ 40歳-49歳
■ 50歳-59歳
 ■ 60歳-69歳
 ■ 70歳-

【エリア】×【性別】



■ 男性
 ■ 女性
 ■ その他

《分析軸について》

居住地・性別・年代

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%	カテゴリ	件数	%
1	韓国	309	71.0	71.0	韓国	309	71.0
2	台湾	52	12.0	12.0	台湾	52	12.0
3	香港	11	2.5	2.5	中国／香港	32	7.3
4	中国	21	4.8	4.8			
5	タイ	7	1.6	1.6	東南アジア	13	2.9
6	マレーシア	1	0.2	0.2			
7	フィリピン	0	0.0	0.0			
8	その他アジア	5	1.1	1.1	北米／ヨーロッパ／その他	29	6.7
9	北米	2	0.5	0.5			
10	ヨーロッパ	19	4.4	4.4			
11	オーストラリア	4	0.9	0.9			
12	それ以外の国	4	0.9	0.9			
	不明	0	0.0				
	N (%ベース)	435	100	435			

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	男性	243	55.9	56.0
2	女性	187	43.0	43.1
3	その他	4	0.9	0.9
	不明	1	0.2	
	N (%ベース)	435	100	434

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%	カテゴリ	件数	%
1	- 19歳	19	4.4	4.4	20代未満	175	40.30
2	20歳-29歳	156	35.9	35.9	30&40代	186	42.8
3	30歳-39歳	117	26.9	26.9			
4	40歳-49歳	69	15.9	15.9	50歳以上	74	17.0
5	50歳-59歳	51	11.7	11.7			
6	60歳-69歳	20	4.6	4.6			
7	70歳-	3	0.7	0.7			
	不明	0	0.0				
	N (%ベース)	435	100	435			

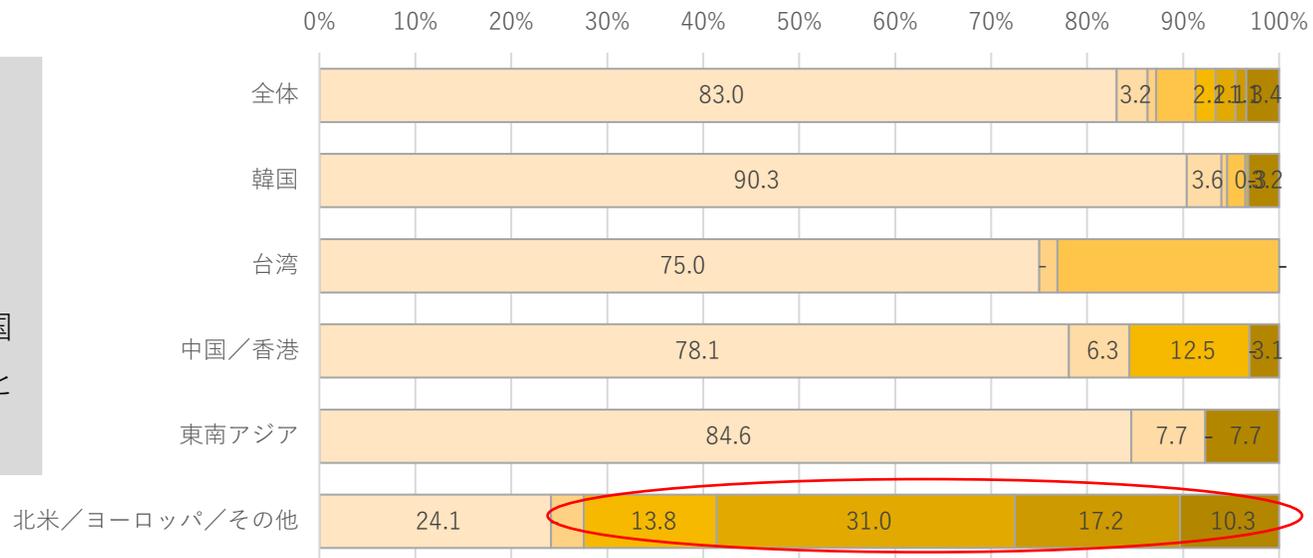
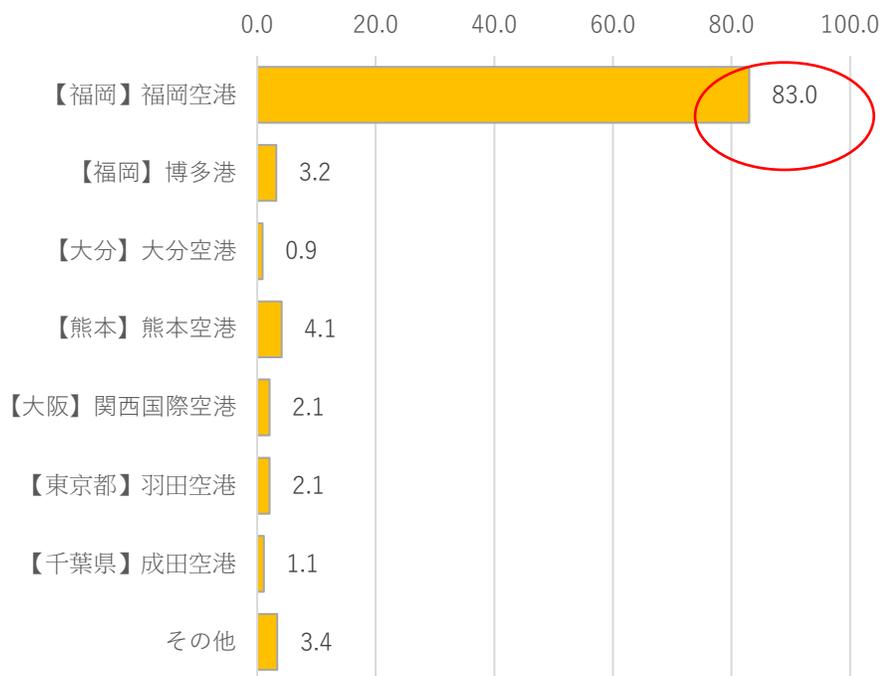


カテゴリ		件数	%
全体		435	100.0
居住地	韓国	309	71.0
	台湾	52	12.0
	中国／香港	32	7.3
	東南アジア	13	2.9
	北米／ヨーロッパ／その他	29	6.7
性別	男性	243	56.0
	女性	187	43.1
年代	20代未満	175	40.3
	30&40代	186	42.8
	50歳以上	74	17.0

【Q4】どこから入国しましたか

入国した場所は、

- 全体では「福岡空港」が83%と圧倒的に多く、「熊本空港」の4.1%、「博多港」の3.2%と続く。
- 入国場所でみると、「福岡空港」は北米／ヨーロッパ等以外では75%～90%が利用しており、「熊本空港」が台湾からの（23.1%）、「関西国際空港」が中国／香港からの12.5%、北米／ヨーロッパ等からの13.8%となっている。

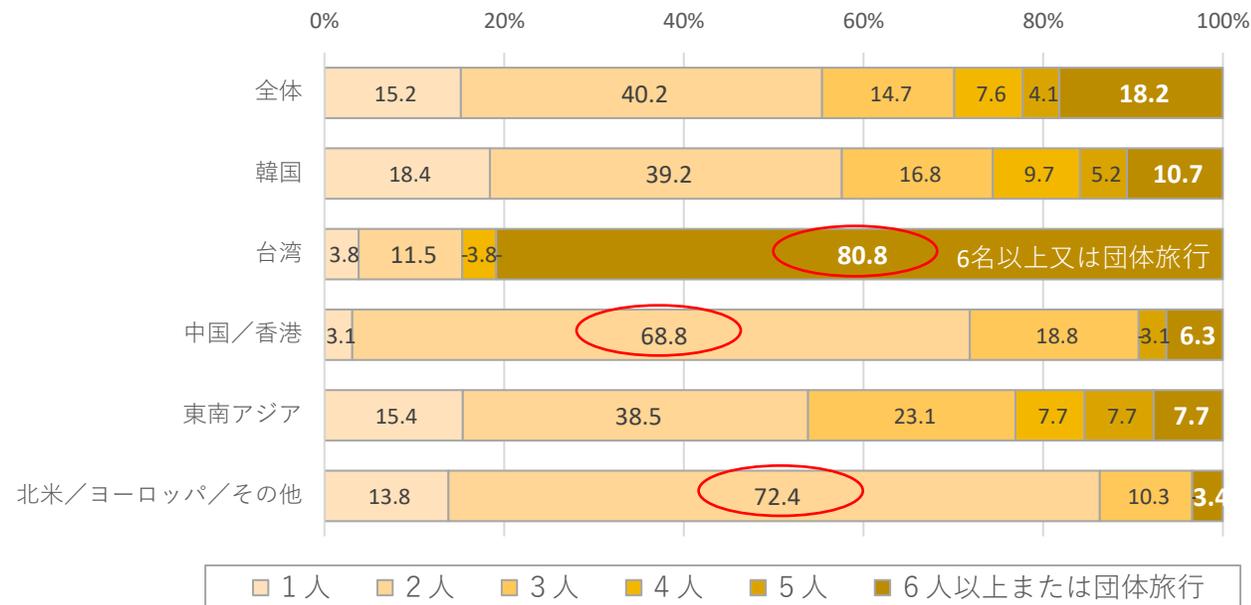
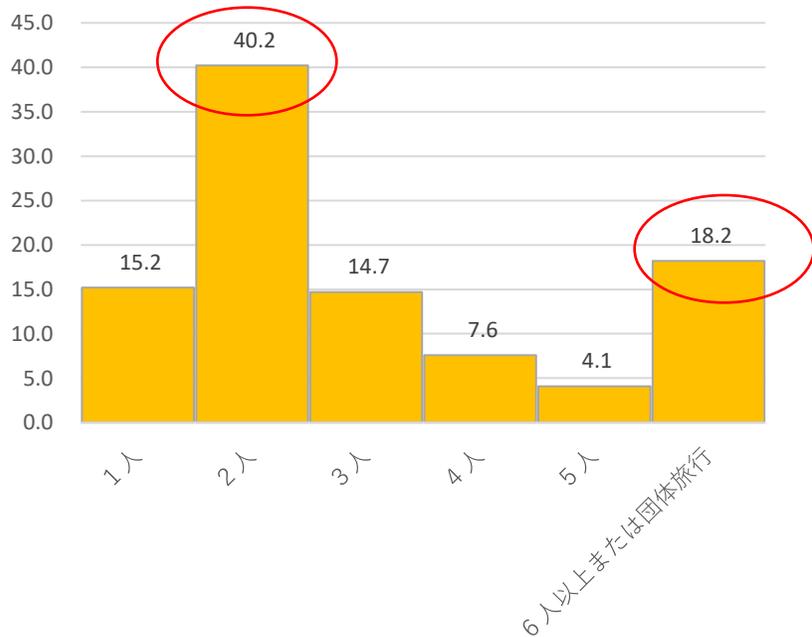


	%	(4)どこから入国しましたか。								
		合計	【福岡】福岡空港	【福岡】博多港	【大分】大分空港	【熊本】熊本空港	【大阪】関西国際空港	【東京都】羽田空港	【千葉県】成田空港	その他
全体		435	83.0	3.2	0.9	4.1	2.1	2.1	1.1	3.4
・地域	韓国	309	90.3	3.6	0.6	1.9	0.3	-	-	3.2
	台湾	52	75.0	-	1.9	23.1	-	-	-	-
	中国/香港	32	78.1	6.3	-	-	12.5	-	-	3.1
	東南アジア	13	84.6	7.7	-	-	-	-	-	7.7
	北米/ヨーロッパ/その他	29	24.1	-	3.4	-	13.8	31.0	17.2	10.3
・性別	男性	243	83.1	4.1	0.8	2.9	1.6	2.5	1.2	3.7
	女性	187	82.4	2.1	1.1	5.9	2.7	1.6	1.1	3.2
	その他	4	100.0	-	-	-	-	-	-	-
・年代	30歳未満	175	88.0	5.1	1.1	1.1	1.7	-	0.6	2.3
	30&40代	186	81.7	1.6	0.5	2.7	3.2	3.2	2.2	4.8
	50歳以上	74	74.3	2.7	1.4	14.9	-	4.1	-	2.7

【Q5】 今日は何人で観光していますか (SA)

観光に来た人数は、

- 全体で多い順で①2人、②6人以上／団体旅行、③1人。
- エリア別では、中国／香港 と 北米／ヨーロッパ等が2人が7割前後と高く、台湾が6人以上または団体旅行が8割と高い。
- 1位の韓国は一人旅が18.4%と多い。
- 年代別では、若年層が少ない人数が多く、50歳以上になると6人以上または団体旅行の割合が増えている。

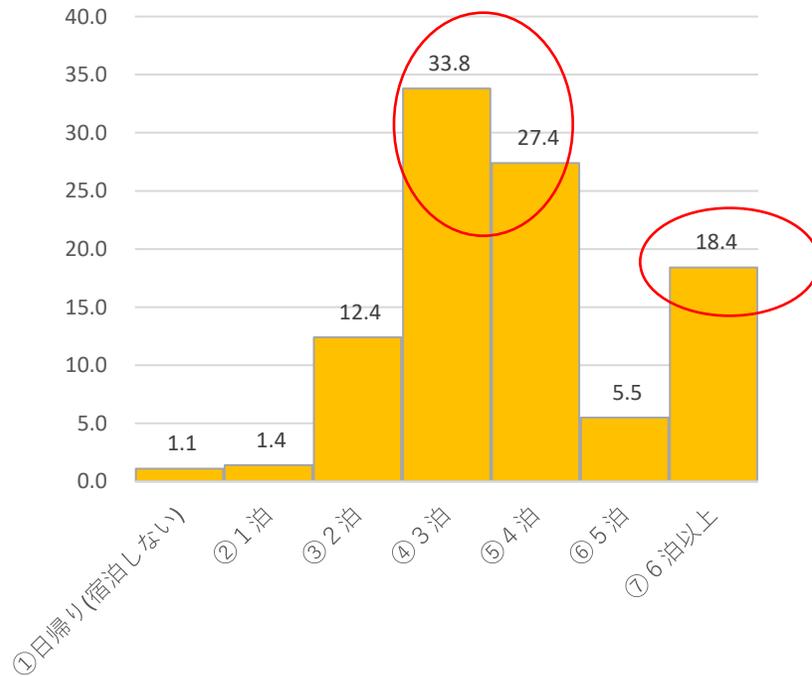


%		(5) 今日は何人で観光していますか。						
		合計	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上または団体旅行
全体		435	15.2	40.2	14.7	7.6	4.1	18.2
・地域	韓国	309	18.4	39.2	16.8	9.7	5.2	10.7
	台湾	52	3.8	11.5	-	3.8	-	80.8
	中国／香港	32	3.1	68.8	18.8	-	3.1	6.3
	東南アジア	13	15.4	38.5	23.1	7.7	7.7	7.7
	北米／ヨーロッパ／その他	29	13.8	72.4	10.3	-	-	3.4
・性別	男性	243	18.9	40.3	15.6	9.1	3.7	12.3
	女性	187	10.7	40.6	13.4	5.9	4.8	24.6
	その他	4	-	25.0	25.0	-	-	50.0
・年代	30歳未満	175	21.1	45.7	16.6	5.7	4.0	6.9
	30 & 40代	186	13.4	41.9	15.6	8.1	2.2	18.8
	50歳以上	74	5.4	23.0	8.1	10.8	9.5	43.2

【Q6】日本に何日宿泊しますか。

宿泊日数は、

- 全体では①3-4日間、②6泊以上となっている。
- エリア別でみると、①北米／ヨーロッパ等と、東南アジア、中国／香港で、6泊以上の割合が高い。



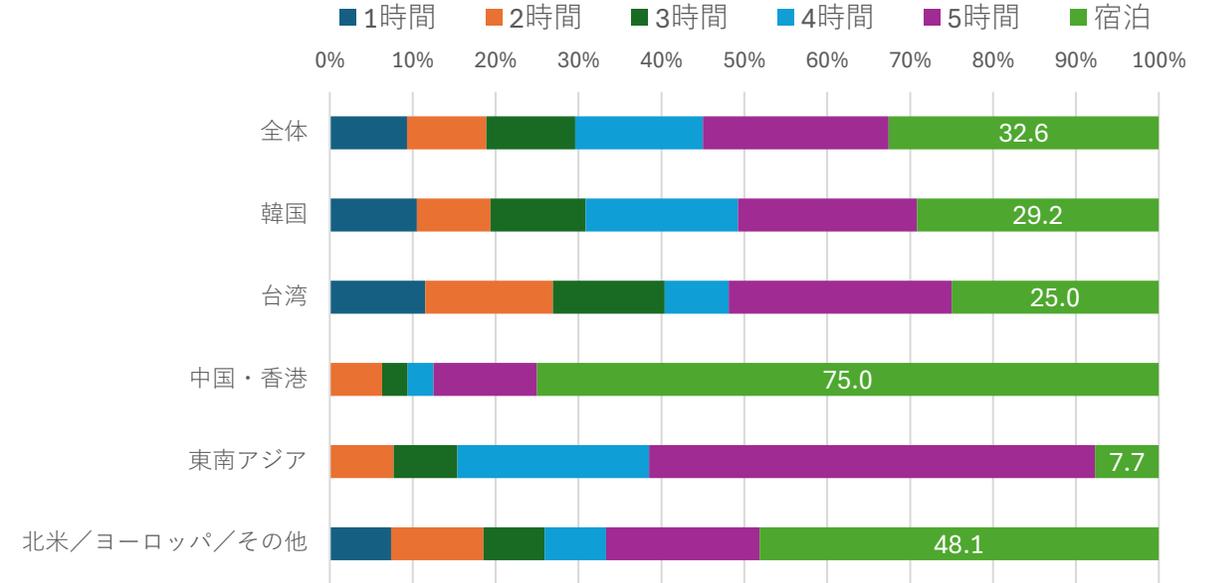
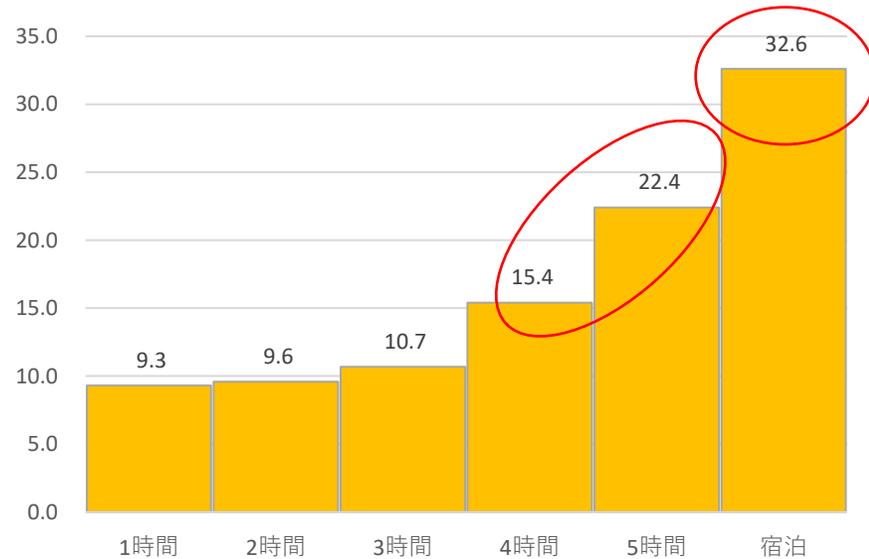
①日帰り(宿泊しない) ②1泊 ③2泊 ④3泊 ⑤4泊 ⑥5泊 ⑦6泊以上

	%	(6)日本に何日宿泊しますか。						
		合計	①日帰り(宿泊しない)	②1泊	③2泊	④3泊	⑤4泊	⑥5泊
全体	435	1.1	1.4	12.4	33.8	27.4	5.5	18.4
・地域								
韓国	309	1.6	1.6	17.5	45.0	23.3	4.2	6.8
台湾	52	-	-	-	1.9	73.1	5.8	19.2
中国/香港	32	-	-	-	18.8	18.8	18.8	43.8
東南アジア	13	-	7.7	-	-	7.7	15.4	69.2
北米/ヨーロッパ/その他	29	-	-	-	3.4	6.9	-	89.7
・性別								
男性	243	1.2	1.2	13.2	35.4	28.0	3.7	17.3
女性	187	1.1	1.6	11.2	31.6	26.7	7.5	20.3
その他	4	-	-	25.0	50.0	25.0	-	-
・年代								
30歳未満	175	1.7	-	13.7	44.6	22.9	4.0	13.1
30&40代	186	1.1	2.7	9.1	27.4	28.5	5.9	25.3
50歳以上	74	-	1.4	17.6	24.3	35.1	8.1	13.5

【Q7】 日田市にどのくらい滞在しますか

日田市への滞在時間は、

- 全体では、①宿泊、②4-5時間
- 全体では日田訪問者の3人に1人が宿泊
- エリア別では、①中国／香港や北米／ヨーロッパ等では「宿泊」の割合が高い。
- 宿泊人数の多い韓国は日田への宿泊は29%と3人に1人。台湾は4人に1人

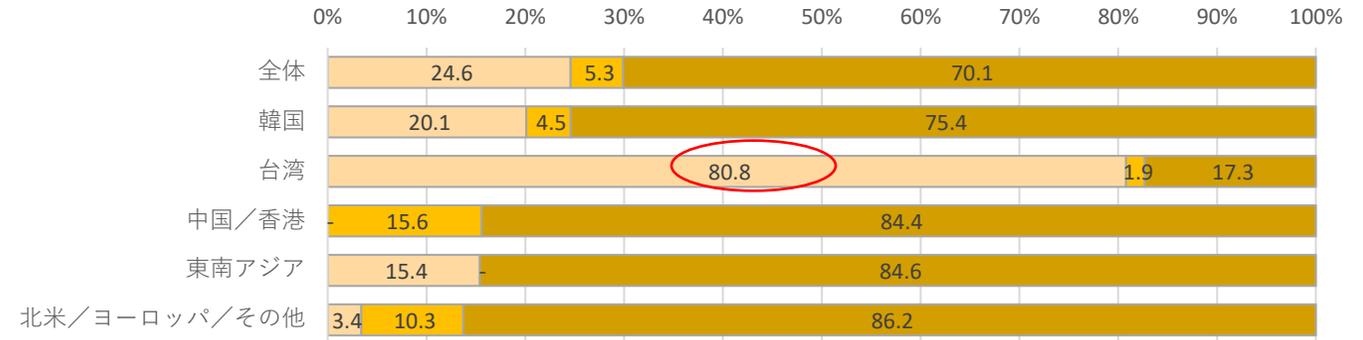


		(7) 日田市にどのくらい滞在しますか						
		合計人数	滞在時間%					
		1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	宿泊	
・ 地域の項目	全体	429	9.3	9.6	10.7	15.4	22.4	32.6
	韓国	305	10.5	8.9	11.5	18.4	21.6	29.2
	台湾	52	11.5	15.4	13.5	7.7	26.9	25.0
	中国／香港	32	-	6.3	3.1	3.1	12.5	75.0
	東南アジア	13	-	7.7	7.7	23.1	53.8	7.7
	北米／ヨーロッパ／その他	27	7.4	11.1	7.4	7.4	18.5	48.1
・ 性別の項目	全体	428	9.1	9.6	10.7	15.4	22.4	32.7
	男性	239	7.9	7.9	8.4	17.2	27.2	31.4
	女性	185	10.8	11.4	13.0	13.0	16.8	35.1
	その他	4	-	25.0	50.0	25.0	-	-
・ 年代の項目	全体	429	9.3	9.6	10.7	15.4	22.4	32.6
	30歳未満	173	9.2	4.0	11.6	21.4	29.5	24.3
	30&40代	185	8.6	14.1	9.2	11.4	18.4	38.4
	50歳以上	71	11.3	11.3	12.7	11.3	15.5	38.0

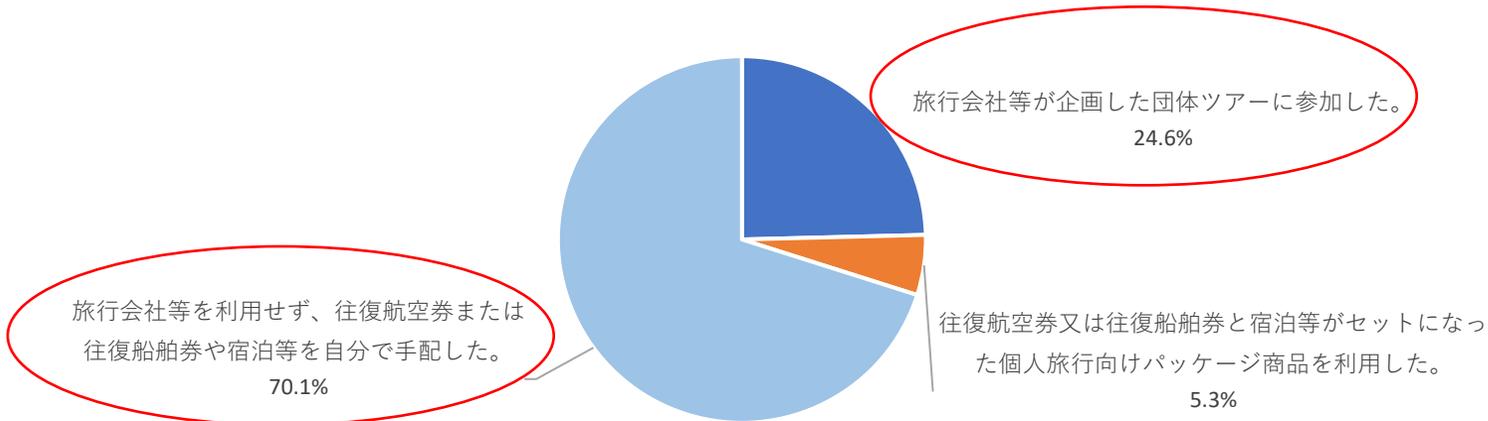
【Q8】 今回の旅行手配方法を選んでください (SA)

旅行の手配方法

- 全体では、
 - ①自分で手配や (70.1%)
 - ②団体ツアーの利用 が特に高い。
- エリア別では、
 - ①台湾のみが団体ツアーが8割強。
 - ②他のエリアでは個人手配が7割以上を占める。



- 旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した。
- 往復航空券又は往復船舶券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した。
- 旅行会社等を利用せず、往復航空券または往復船舶券や宿泊等を自分で手配した。



	%	(8) 今回の旅行手配方法を選んでください。			
		合計	旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した。	往復航空券又は往復船舶券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した。	旅行会社等を利用せず、往復航空券または往復船舶券や宿泊等を自分で手配した。
全体		435	24.6	5.3	70.1
・地域	韓国	309	20.1	4.5	75.4
	台湾	52	80.8	1.9	17.3
	中国／香港	32	-	15.6	84.4
	東南アジア	13	15.4	-	84.6
	北米／ヨーロッパ／その他	29	3.4	10.3	86.2
・性別	男性	243	18.9	5.3	75.7
	女性	187	31.6	4.8	63.6
	その他	4	50.0	-	50.0
・年代	30歳未満	175	13.1	2.9	84.0
	30 & 40代	186	27.4	6.5	66.1
	50歳以上	74	44.6	8.1	47.3

【Q9】使った旅行会社を教えてください (FA)

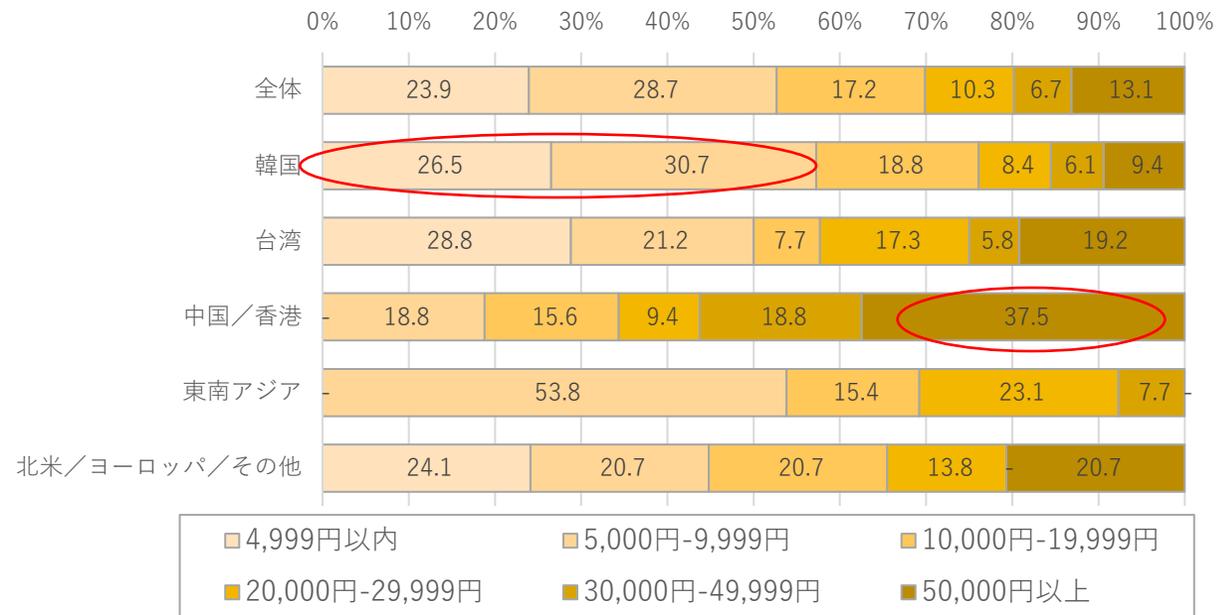
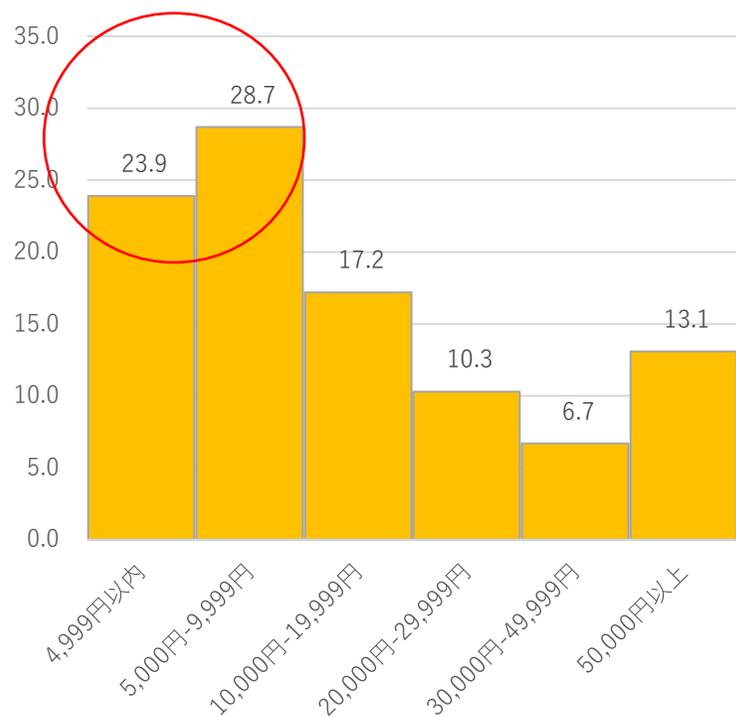
Ranling	行ラベル	個数 / 回答数
1	翔順	9
2	유유투어	8
3	유투어버스	7
4	巨匠	6
5	와쿠와쿠	5
	참좋은여행	5
	하나투어	5
8	유유	4
9	凱興	3
	巨匠旅遊	3
	참좋은여행사	3
	하나투어	3
13	凱興旅行社	2
	天水山庄	2
	不清楚	2
	여행가는길	2
	유유버스투어	2
	유후	2
	투어비스	2
20	Geoplan Berlin	1
	le	1
	Kaien	1
	my real trip	1
	No	1
	no any	1
	Soso	1
	フクコリア	1

Ranling	行ラベル	個数 / 回答数
20	개별	1
	개인 요행사	1
	可樂旅遊	1
	凱興旅遊	1
	凱欣旅行社	1
	巨匠旅行社	1
	順翔	1
	全聯	1
	導遊沒說	1
	雄獅	1
	雄獅旅行社	1
	소소투어	1
	여행가는길	1
	여행사없음	1
	와쿠와쿠	1
	와쿠와쿠 버스	1
	와쿠와쿠버스	1
	와쿠와큐	1
	유	1
	유유투어	1
유유투어버스	1	
유유투어	1	
유투어	1	
유티어버스	1	
참조은여행사	1	
(空白)	327	
總計	435	

【Q10】日田市で使う予定の予算を教えてください (SA)

日田市で使う予算は

- 一番多いのは5000円～9999円で28.7%
- 全体では、1万円未満が52.6%で、5万円以上が13%。
- エリア別では、中国／香港が5万円以上が37.5%と突出。反対に最も金額が低いのが韓国で57.2%が1万円未満。
- 年代別でみると、50歳以上の予定予算の方が他の層よりも高い。

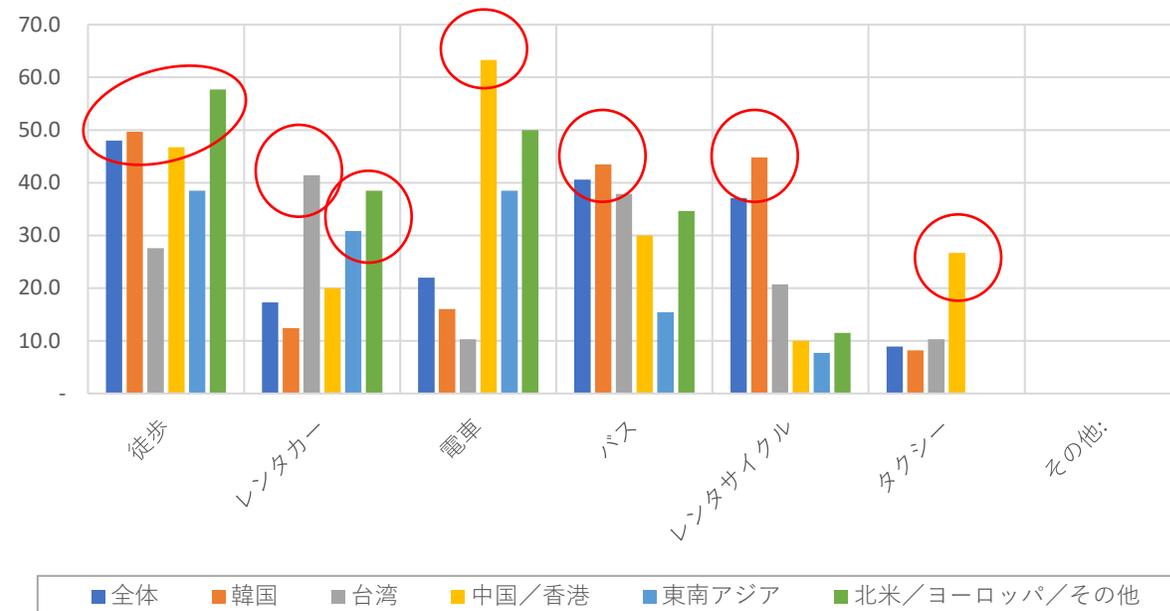
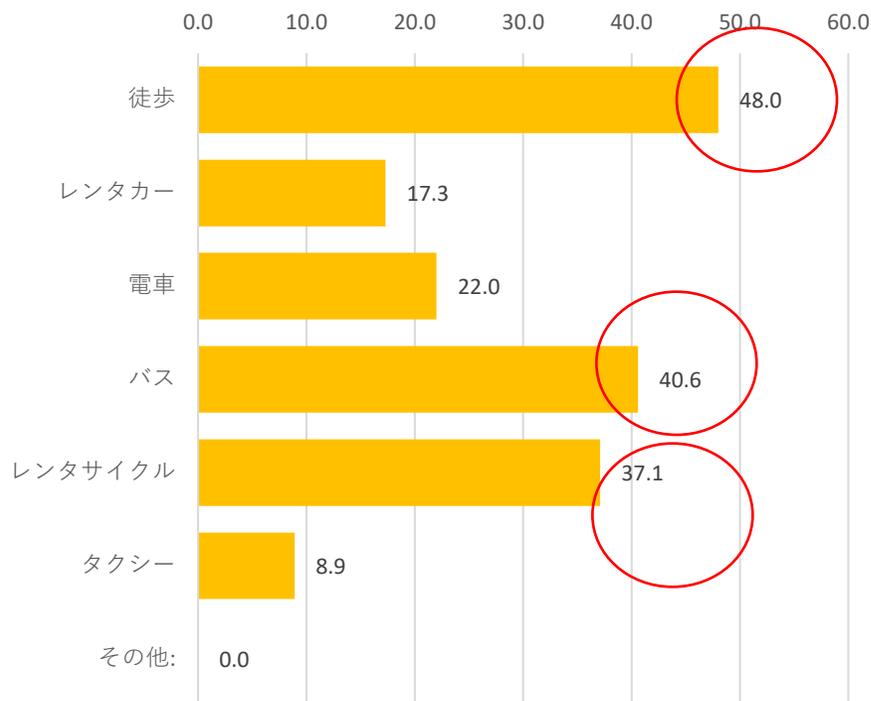


%	(10) 日田市で使う予定の予算を教えてください。							
	合計	4,999円以内	5,000円-9,999円	10,000円-19,999円	20,000円-29,999円	30,000円-49,999円	50,000円以上	
全体	435	23.9	28.7	17.2	10.3	6.7	13.1	
・地域	韓国	309	26.5	30.7	18.8	8.4	6.1	9.4
	台湾	52	28.8	21.2	7.7	17.3	5.8	19.2
	中国／香港	32	-	18.8	15.6	9.4	18.8	37.5
	東南アジア	13	-	53.8	15.4	23.1	7.7	-
	北米／ヨーロッパ／その他	29	24.1	20.7	20.7	13.8	-	20.7
・性別	男性	243	21.8	28.8	20.2	9.1	7.8	12.3
	女性	187	25.7	29.4	13.9	11.2	5.3	14.4
	その他	4	75.0	-	-	25.0	-	-
・年代	30歳未満	175	26.9	33.7	17.7	9.1	5.1	7.4
	30 & 40代	186	21.0	29.0	19.4	8.1	8.6	14.0
	50歳以上	74	24.3	16.2	10.8	18.9	5.4	24.3

【Q11】日田市で使った移動手段をすべて教えてください (MA)

日田市で使った移動手段は、

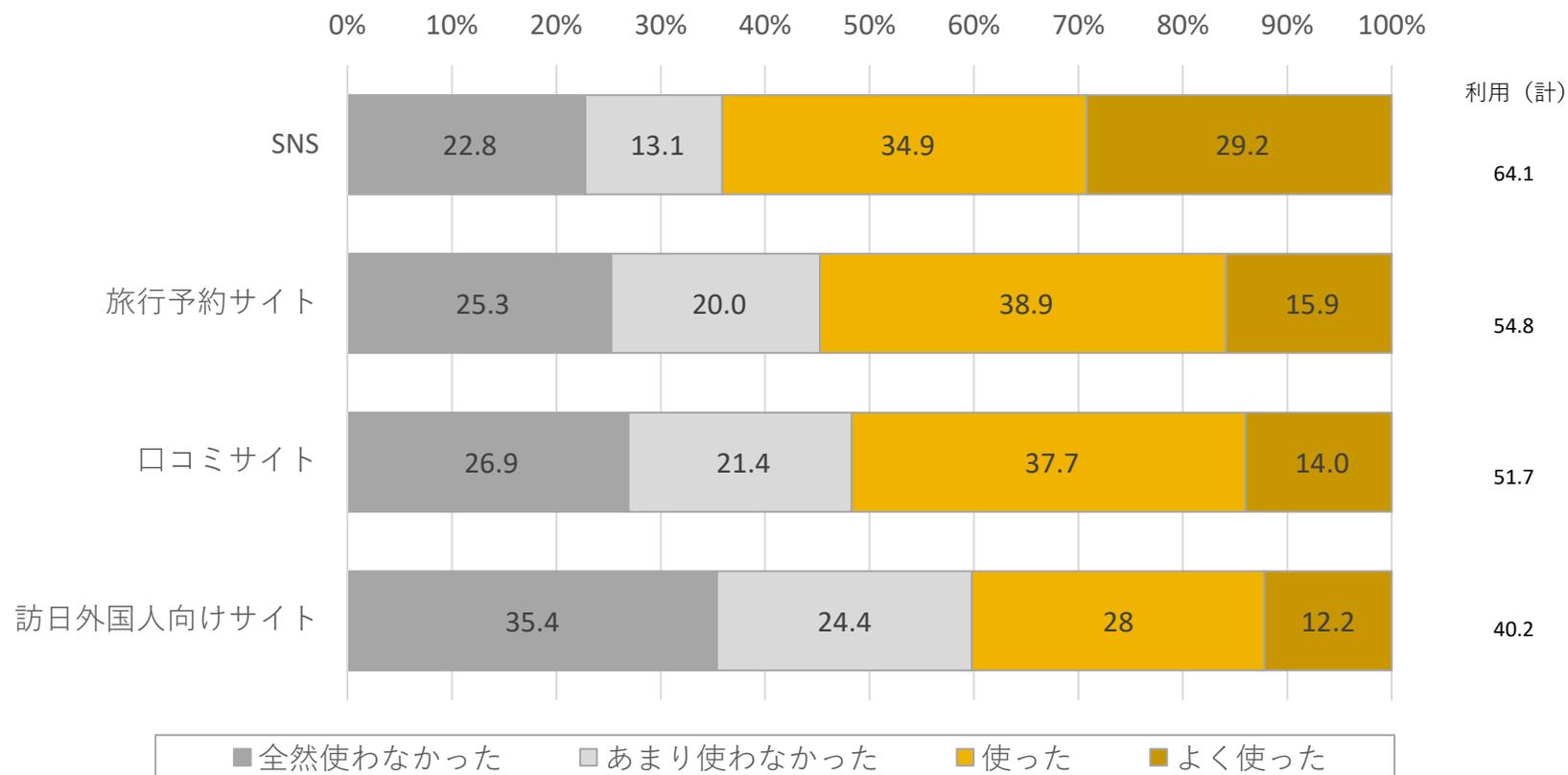
- 全体では①徒歩、②バス、③レンタサイクルの順。
- エリア別では、韓国が「徒歩」「バス」「レンタサイクル」。
台湾が「レンタカー」「バス」「徒歩」。
中国／香港が「電車」「徒歩」「バス」。
北米／ヨーロッパ等が「徒歩」「電車」「レンタカー」の順。
年代では、特に30歳未満の「レンタサイクル」の値が高い。



%	(11) 日田市で使った移動手段をすべて教えてください。(複数選択可能)								
	合計	徒歩	レンタカー	電車	バス	レンタサイクル	タクシー	その他:	
全体	404	48.0	17.3	22.0	40.6	37.1	8.9	-	
・地域	韓国	306	49.7	12.4	16.0	43.5	44.8	8.2	-
	台湾	29	27.6	41.4	10.3	37.9	20.7	10.3	-
	中国／香港	30	46.7	20.0	63.3	30.0	10.0	26.7	-
	東南アジア	13	38.5	30.8	38.5	15.4	7.7	-	-
	北米／ヨーロッパ／その他	26	57.7	38.5	50.0	34.6	11.5	-	-
・性別	男性	234	46.2	18.8	20.9	38.5	42.3	7.7	-
	女性	165	50.9	15.8	23.0	41.8	30.3	10.9	-
	その他	4	25.0	-	50.0	100.0	25.0	-	-
・年代	30歳未満	171	54.4	5.8	21.1	40.4	64.9	8.8	-
	30 & 40代	170	44.7	25.3	25.3	41.2	19.4	8.8	-
	50歳以上	63	39.7	27.0	15.9	39.7	9.5	9.5	-

【Q12】 日田市の観光情報をどの媒体で収集したか（SA/ MAT）

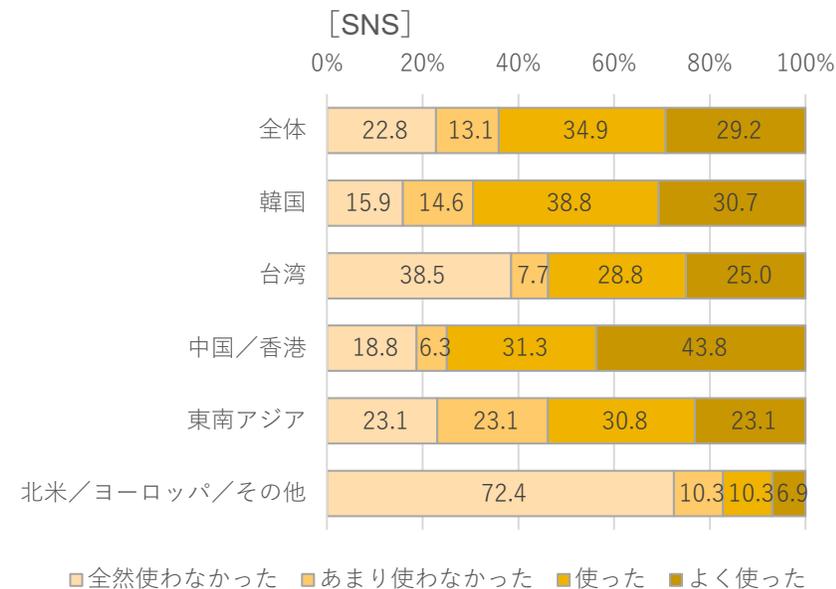
インバウンド観光客の参考情報は、
全体では、①SNS（64.5%）、②旅行予約サイト（54.8%）、③口コミサイト（40.2%）の順で情報収集に利用されている



【Q12】 日田市の観光情報をどの媒体で収集したか (SA/ MAT)

インバウンド観光客の各参考情報をエリア別でみると、

- [SNS] は「韓国」「中国／香港」が高い。
- [旅行予約サイト] は「韓国」「中国／香港」が高い。
- [口コミサイト] は「東南アジア」「韓国」「中国／香港」の値が高く。
- [訪日外国人向けサイト] は「東南アジア」「中国／香港」での利用が多い。



[旅行予約サイト]

0% 20% 40% 60% 80% 100%



■ 全然使わなかった ■ あまり使わなかった ■ 使った ■ よく使った

[口コミサイト]

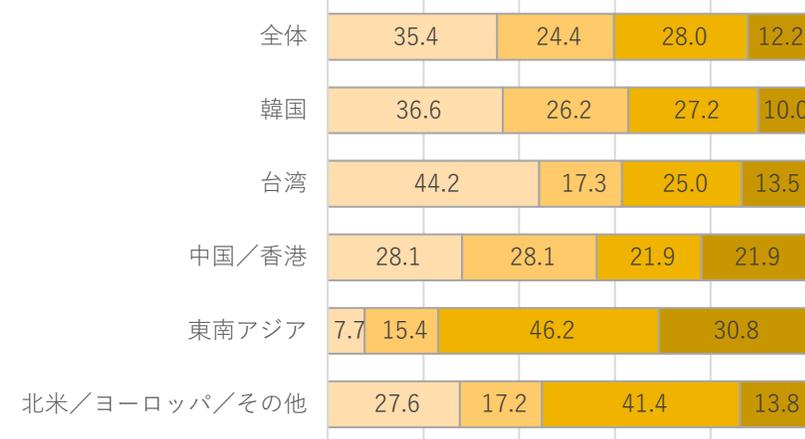
0% 20% 40% 60% 80% 100%



■ 全然使わなかった ■ あまり使わなかった ■ 使った ■ よく使った

[訪日外国人向けサイト]

0% 20% 40% 60% 80% 100%



■ 全然使わなかった ■ あまり使わなかった ■ 使った ■ よく使った

【Q12】日田市の観光情報をどの媒体で収集したか (SA/ MAT)

(12)日田市の観光情報をどの媒体で収集したか

上段:度数 下段: %	合計	全然使わなかった	あまり使わなかった	使った	よく使った
SNS	435 100.0	99 22.8	57 13.1	152 34.9	127 29.2
旅行予約サイト	435 100.0	110 25.3	87 20.0	169 38.9	69 15.9
訪日外国人向けサイト	435 100.0	154 35.4	106 24.4	122 28.0	53 12.2

%	SNS					
	合計	全然使わなかった	あまり使わなかった	使った	よく使った	
全体	435	22.8	13.1	34.9	29.2	
・地域	韓国	309	15.9	14.6	38.8	30.7
	台湾	52	38.5	7.7	28.8	25.0
	中国/香港	32	18.8	6.3	31.3	43.8
	東南アジア	13	23.1	23.1	30.8	23.1
	北米/ヨーロッパ/その他	29	72.4	10.3	10.3	6.9
・性別	男性	243	20.2	14.4	39.1	26.3
	女性	187	26.2	11.8	28.9	33.2
	その他	4	25.0	-	75.0	-
・年代	30歳未満	175	14.3	9.1	40.6	36.0
	30 & 40代	186	25.3	16.1	33.3	25.3
	50歳以上	74	36.5	14.9	25.7	23.0

%	旅行予約サイト					
	合計	全然使わなかった	あまり使わなかった	使った	よく使った	
全体	435	25.3	20.0	38.9	15.9	
・地域	韓国	309	19.1	20.7	44.7	15.5
	台湾	52	44.2	17.3	26.9	11.5
	中国/香港	32	21.9	28.1	18.8	31.3
	東南アジア	13	30.8	15.4	30.8	23.1
	北米/ヨーロッパ/その他	29	58.6	10.3	24.1	6.9
・性別	男性	243	21.4	24.3	42.4	11.9
	女性	187	31.0	15.0	33.2	20.9
	その他	4	-	-	100.0	-
・年代	30歳未満	175	28.0	17.1	44.0	10.9
	30 & 40代	186	21.5	23.1	34.9	20.4
	50歳以上	74	28.4	18.9	36.5	16.2

%	口コミサイト					
	合計	全然使わなかった	あまり使わなかった	使った	よく使った	
全体	435	26.9	21.4	37.7	14.0	
・地域	韓国	309	22.0	22.7	40.8	14.6
	台湾	52	42.3	15.4	30.8	11.5
	中国/香港	32	28.1	28.1	25.0	18.8
	東南アジア	13	23.1	-	46.2	30.8
	北米/ヨーロッパ/その他	29	51.7	20.7	27.6	-
・性別	男性	243	25.9	23.5	39.1	11.5
	女性	187	28.3	18.2	36.4	17.1
	その他	4	25.0	50.0	25.0	-
・年代	30歳未満	175	27.4	21.7	42.3	8.6
	30 & 40代	186	23.1	19.9	39.8	17.2
	50歳以上	74	35.1	24.3	21.6	18.9

%	訪日外国人向けサイト					
	合計	全然使わなかった	あまり使わなかった	使った	よく使った	
全体	435	35.4	24.4	28.0	12.2	
・地域	韓国	309	36.6	26.2	27.2	10.0
	台湾	52	44.2	17.3	25.0	13.5
	中国/香港	32	28.1	28.1	21.9	21.9
	東南アジア	13	7.7	15.4	46.2	30.8
	北米/ヨーロッパ/その他	29	27.6	17.2	41.4	13.8
・性別	男性	243	33.3	25.1	32.5	9.1
	女性	187	39.0	23.0	21.9	16.0
	その他	4	-	50.0	50.0	-
・年代	30歳未満	175	34.3	25.1	32.0	8.6
	30 & 40代	186	33.3	25.3	27.4	14.0
	50歳以上	74	43.2	20.3	20.3	16.2

【Q13】 (12) のSNSのうち、どの媒体を一番使いますか (SA)

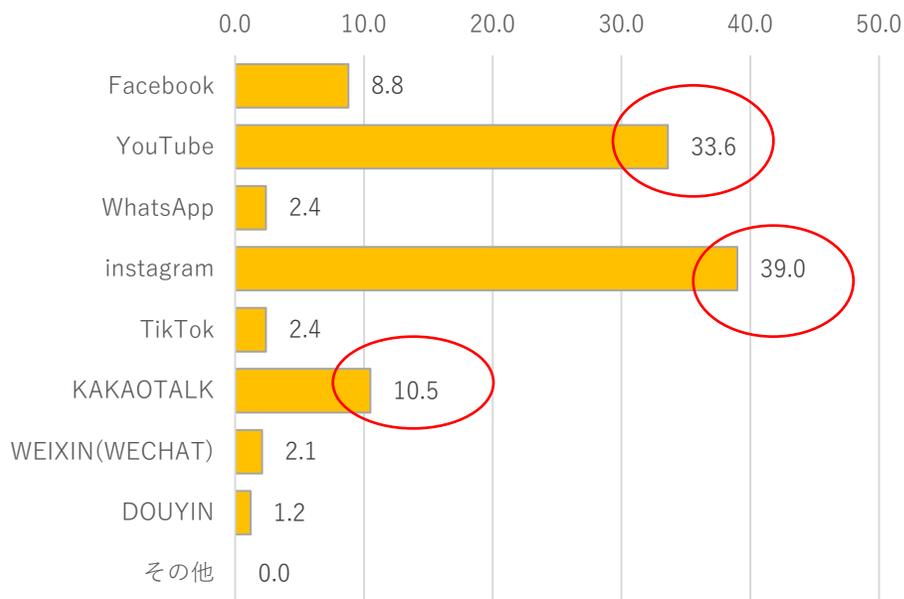
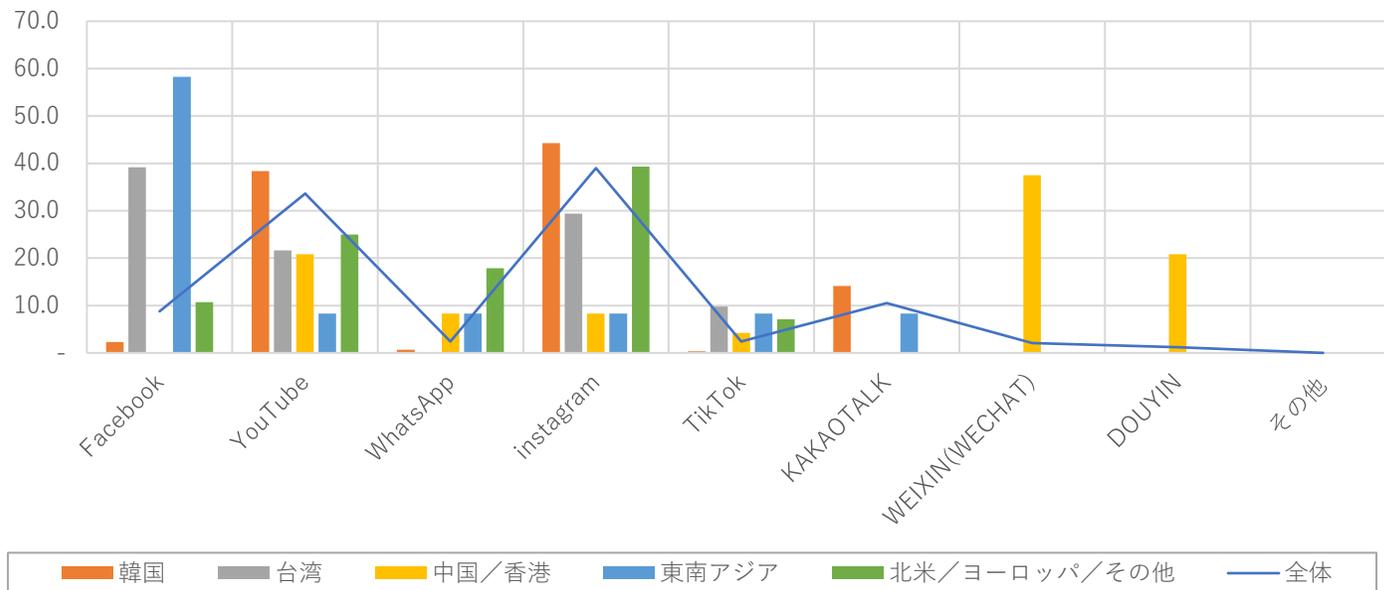
一番使うSNSは、
 全体では、①Instagram、②YouTube、③KAKAOTALK
 エリア別では、

[韓国] ①Instagram、②YouTube、③KAKAOTALK

[台湾] ①Facebook、②Instagram、③YouTube

[中国／香港] ①WECHAT、②DOUYIN、③YouTube

[東南アジア] ①Facebook、②YouTube

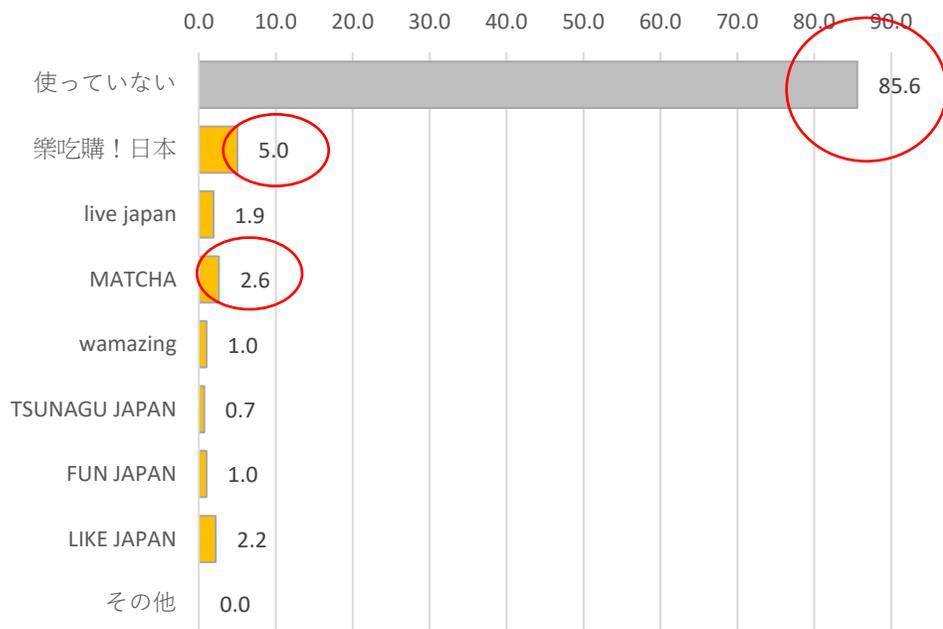
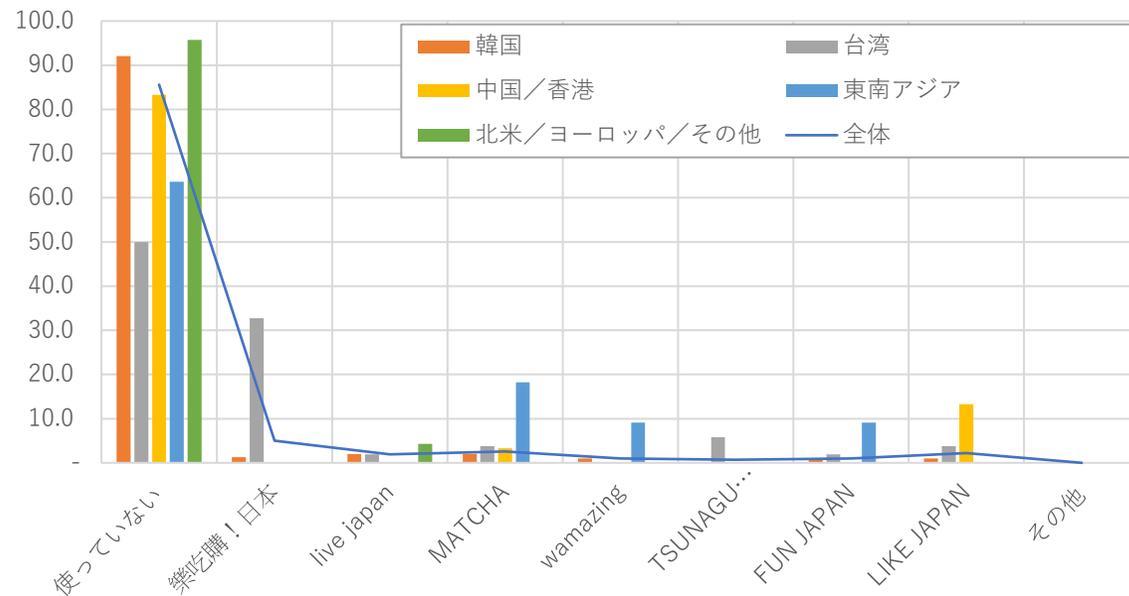


	%	(13)(12) のSNSのうち、どの媒体を一番使いますか。									
		合計	Facebook	YouTube	WhatsApp	instagram	TikTok	KAKAOTAL K	WEIXIN(W ECHAT)	DOUYIN	その他
全体	420	8.8	33.6	2.4	39.0	2.4	10.5	2.1	1.2	-	
・地域	韓国	305	2.3	38.4	0.7	44.3	0.3	14.1	-	-	
	台湾	51	39.2	21.6	-	29.4	9.8	-	-	-	
	中国／香港	24	-	20.8	8.3	8.3	4.2	-	37.5	20.8	
	東南アジア	12	58.3	8.3	8.3	8.3	8.3	-	-	-	
	北米／ヨーロッパ／その他	28	10.7	25.0	17.9	39.3	7.1	-	-	-	
・性別	男性	237	7.6	41.4	2.1	38.8	0.8	8.0	0.4	0.8	
	女性	178	10.7	22.5	2.8	39.9	3.9	14.0	4.5	1.7	
	その他	4	-	50.0	-	25.0	25.0	-	-	-	
・年代	30歳未満	169	2.4	32.5	2.4	52.7	0.6	6.5	2.4	0.6	
	30 & 40代	179	10.6	31.3	1.7	40.2	3.9	8.4	2.2	1.7	
	50歳以上	72	19.4	41.7	4.2	4.2	2.8	25.0	1.4	1.4	

【Q14】 (12)の訪日外国向けサイトのうち、どの媒体を一番使いますか？

訪日外国人向けサイトは、

- 全体では85.6%の層が利用していない。
- エリア別では、「韓国」「中国／香港」では9割以上の層が利用していない。

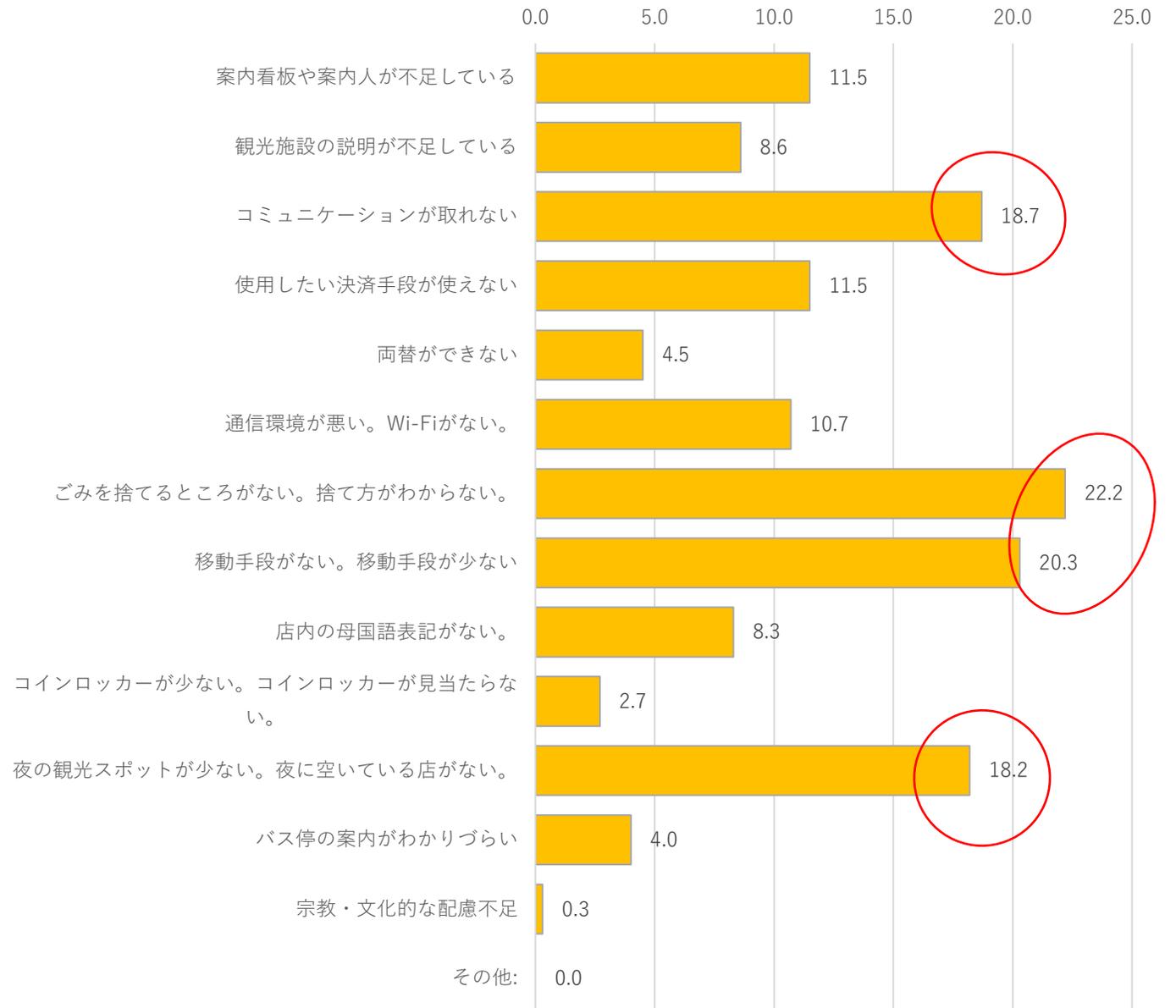


%		(14) (12)の訪日外国向けサイトのうち、どの媒体を一番使いますか。									
		合計	使っていない	楽吃購！日本	live japan	MATCHA	wamazing	TSUNAGU JAPAN	FUN JAPAN	LIKE JAPAN	その他
全体		418	85.6	5.0	1.9	2.6	1.0	0.7	1.0	2.2	-
・地域	韓国	302	92.1	1.3	2.0	2.0	1.0	-	0.7	1.0	-
	台湾	52	50.0	32.7	1.9	3.8	-	5.8	1.9	3.8	-
	中国／香港	30	83.3	-	-	3.3	-	-	-	13.3	-
	東南アジア	11	63.6	-	-	18.2	9.1	-	9.1	-	-
	北米／ヨーロッパ／その他	23	95.7	-	4.3	-	-	-	-	-	-
・性別	男性	235	87.7	3.8	2.1	1.7	1.3	0.4	0.9	2.1	-
	女性	178	83.7	6.7	1.7	2.8	0.6	1.1	1.1	2.2	-
	その他	4	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-
・年代	30歳未満	171	94.2	-	2.3	1.8	0.6	-	-	1.2	-
	30&40代	176	80.7	8.0	1.7	3.4	1.1	1.1	1.1	2.8	-
	50歳以上	71	77.5	9.9	1.4	2.8	1.4	1.4	2.8	2.8	-

【Q15】 日田市を観光した際に困ったことは何ですか（MA）

日田市観光の際に困ったことについて、
全体では下記に困っている模様。

- ①ごみ捨ての場所、ごみの捨て方。
- ②移動手段がない／少ない。
- ③コミュニケーションが取れない。



【Q15】 日田市を観光した際に困ったことは何ですか（MA）

困ったことをエリア別でみていくと、[韓国] では「ごみ捨て」の「場所/方向性」、[台湾] では「夜のスポット/空いている店が無い」、[中国/香港] では「移動手段がない/少ない」、[東南アジア] では「移動手段がない/少ない」、[北米/ヨーロッパ等] でも「移動手段がない/少ない」。



【Q15】 日田市を観光した際に困ったことは何ですか（MA）

%		(15) 日田市を観光した際に困ったことは何ですか。(複数選択可能)														
		合計	案内看板や案内人が不足している	観光施設の説明が不足している	コミュニケーションが取れない	使用したい決済手段が使えない	両替ができない	通信環境が悪い。Wi-Fiがない。	ゴミを捨てるところがない。捨て方がわからない。	移動手段がない。移動手段が少ない	店内の母国語表記がない。	コインロッカーが少ない。コインロッカーが見当たらない。	夜の観光スポットが少ない。夜に空いている店がない。	バス停の案内がわかりづらい	宗教・文化的な配慮不足	その他:
全体		374	11.5	8.6	18.7	11.5	4.5	10.7	22.2	20.3	8.3	2.7	18.2	4.0	0.3	
・地域	韓国	277	12.3	10.1	19.5	11.9	4.3	11.2	22.7	18.4	6.5	3.6	14.4	4.0	0.4	
	台湾	46	8.7	6.5	30.4	8.7	8.7	6.5	17.4	10.9	13.0	-	37.0	4.3	-	
	中国/香港	30	6.7	3.3	3.3	13.3	3.3	16.7	30.0	36.7	6.7	-	26.7	3.3	-	
	東南アジア	12	16.7	-	8.3	-	-	-	8.3	50.0	25.0	-	-	-	-	
	北米/ヨーロッパ/その他	9	11.1	-	-	22.2	-	11.1	22.2	33.3	22.2	-	33.3	11.1	-	
・性別	男性	207	9.7	7.2	22.2	12.1	5.8	8.7	20.8	20.8	8.2	2.9	16.4	3.9	-	
	女性	162	13.6	9.3	14.8	11.1	3.1	13.6	23.5	19.8	7.4	2.5	21.0	3.7	0.6	
	その他	4	-	25.0	-	-	-	-	50.0	25.0	50.0	-	-	25.0	-	
・年代	30歳未満	148	9.5	8.8	16.9	14.2	4.1	11.5	25.7	24.3	7.4	4.7	10.8	4.1	0.7	
	30&40代	162	12.3	8.0	19.8	9.3	3.7	8.0	19.1	19.8	7.4	1.2	25.9	4.3	-	
	50歳以上	64	14.1	9.4	20.3	10.9	7.8	15.6	21.9	12.5	12.5	1.6	15.6	3.1	-	

【Q16】 日田市を訪問した理由・目的 (MA)

日田市を訪問した理由・目的は、

- 全体では、①福岡から近いから、②進撃の巨人、③温泉。

- エリア別では、

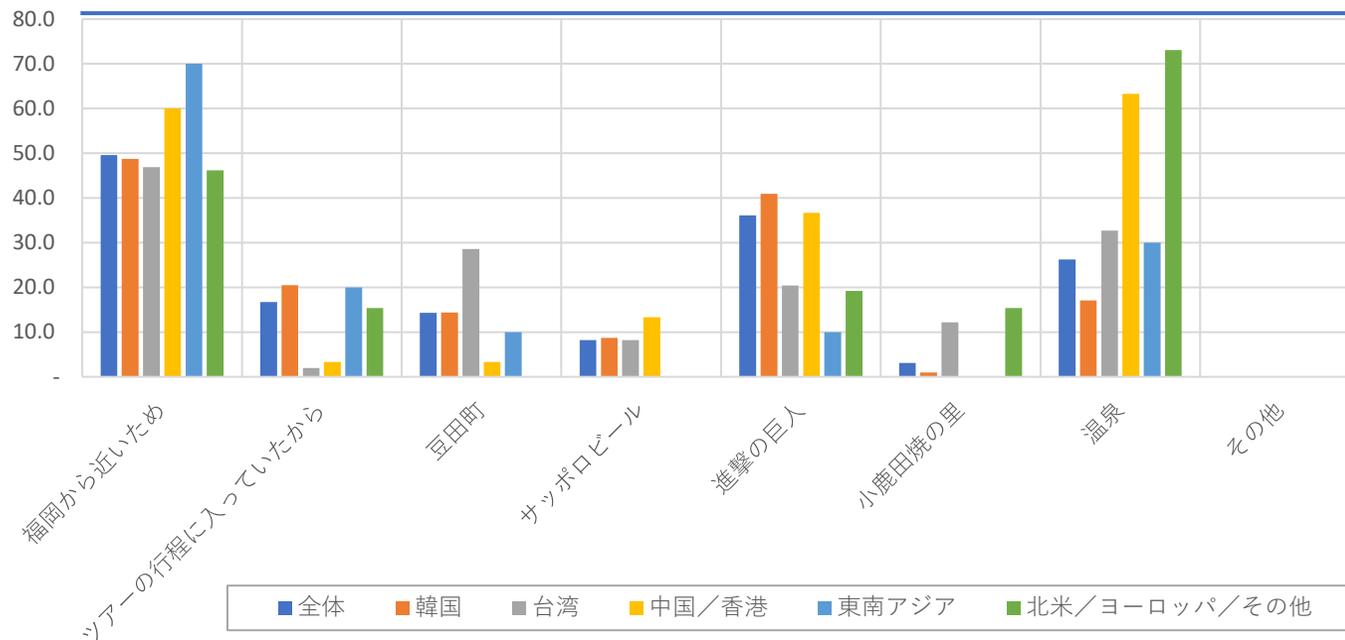
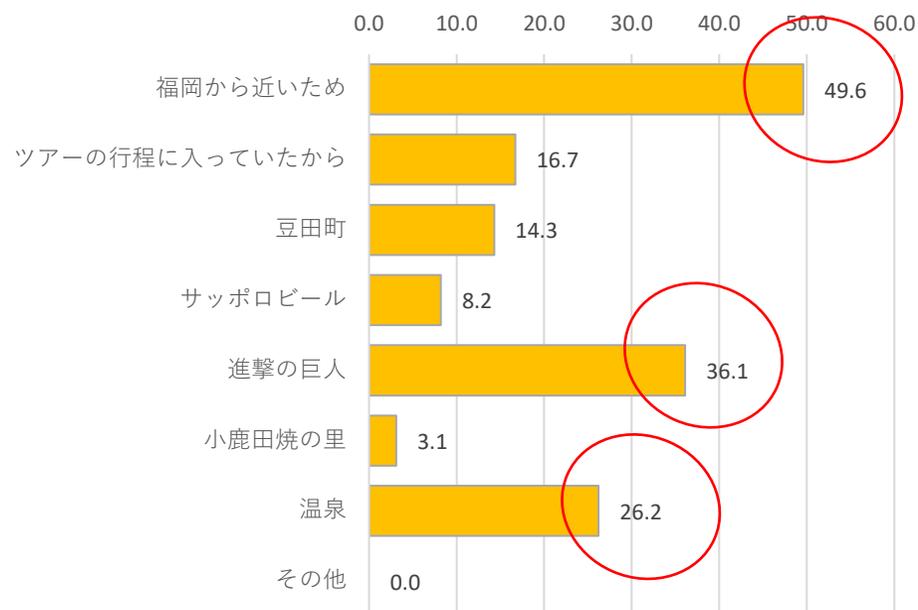
- [韓国] では、①「福岡から近いため」、②「進撃の巨人」

- [台湾] では、①「福岡から近いため」、②「豆田町」

- [中国／香港] では、①「温泉」、②「福岡から近いため」

- [東南アジア] では、①「福岡から近いため」 ②「温泉」

- [北米／ヨーロッパ等] ①「温泉」 ②「福岡から近いため」



%	(16) 日田市を訪問した理由・目的 (複数選択可能)								
	合計	福岡から近いため	ツアーの行程に入っていたから	豆田町	サッポロビール	進撃の巨人	小鹿田焼の里	温泉	その他
全体	413	49.6	16.7	14.3	8.2	36.1	3.1	26.2	-
・地域	韓国	298	48.7	20.5	14.4	8.7	40.9	1.0	17.1
	台湾	49	46.9	2.0	28.6	8.2	20.4	12.2	32.7
	中国／香港	30	60.0	3.3	3.3	13.3	36.7	-	63.3
	東南アジア	10	70.0	20.0	10.0	-	10.0	-	30.0
	北米／ヨーロッパ／その他	26	46.2	15.4	-	-	19.2	15.4	73.1
・性別	男性	234	50.9	17.9	15.0	9.8	43.2	2.1	24.8
	女性	174	48.9	13.8	13.8	6.3	26.4	4.0	28.2
	その他	4	-	50.0	-	-	25.0	-	25.0
・年代	30歳未満	169	43.2	20.7	14.8	6.5	50.3	1.8	15.4
	30&40代	174	56.9	11.5	14.9	12.1	31.0	4.0	32.2
	50歳以上	70	47.1	20.0	11.4	2.9	14.3	4.3	37.1

【Q17】日田市で何をしましたか？ たくさん記述してくれると楽しいです。

《Word Cloud》



1. 観光と進撃の巨人:

進撃の巨人博物館や関連スポットを訪れ、観光を楽しんだ。特に「進撃の巨人博物館を訪れた」「進撃の巨人関連の場所訪問」といった記述が多く見られます。

2. 食事体験:

ウナギや焼きそばなどの地元料理を楽しんだ。「ウナギを食べた」「自転車に乗って焼きそばを食べた」といった具体的な食事の記録が含まれています。

3. 自転車とサイクリング:

自転車を利用した観光が多く、「自転車旅行」「サイクリングツアー」といった表現があり、地域を自転車で巡る楽しさが伝わります。

4. 温泉体験:

温泉に浸かり、リラックスする時間も大切にしており、「温泉に行って、景色や食べ物、そして素敵な人々を楽しんでください」といった記述があります。

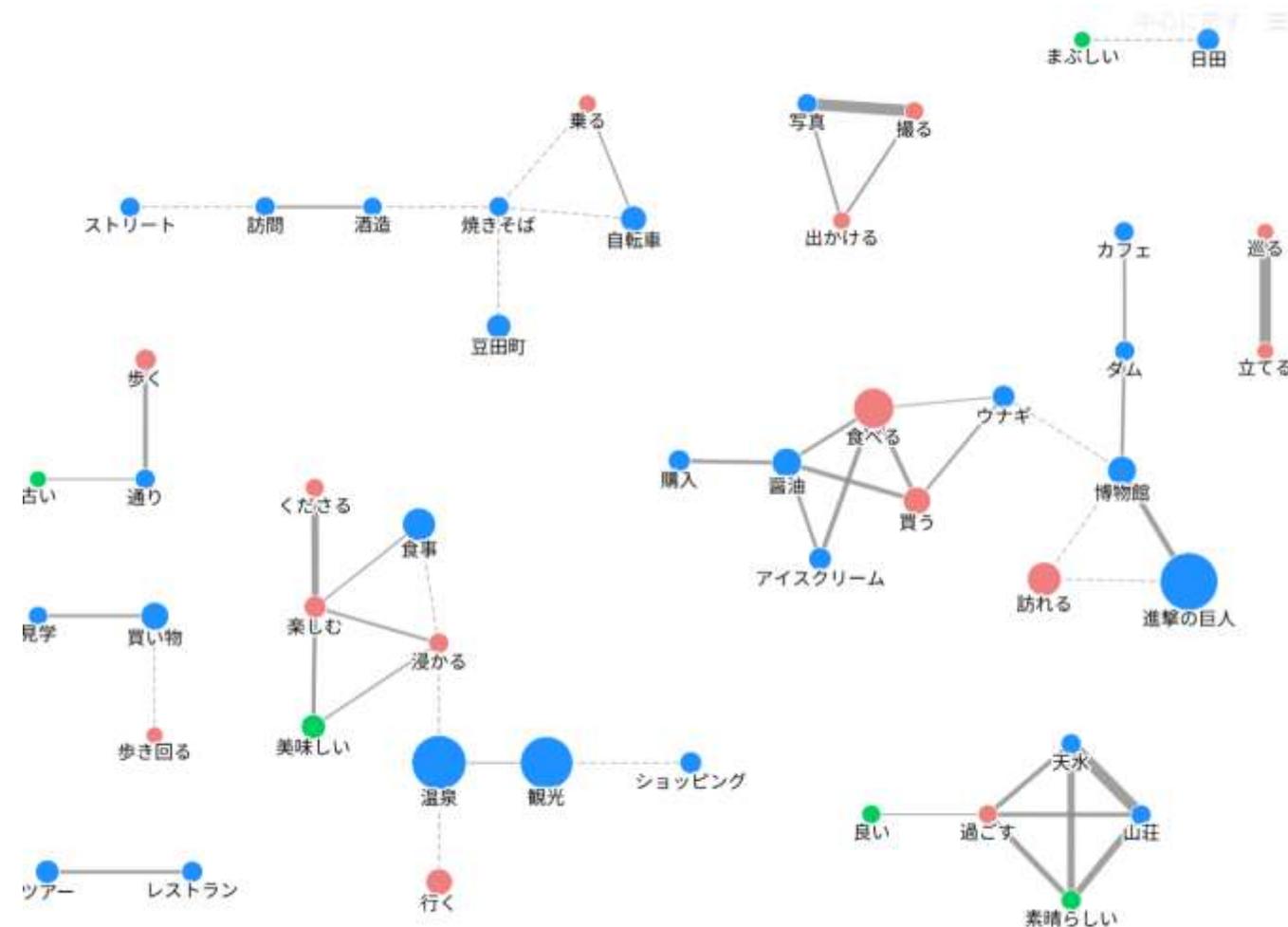
<感想のまとめ>

最後には「たくさん食べて美味しかったので、来年また来るつもりです」とあり、全体的に楽しい旅行体験であったことが強調されています。このように、進撃の巨人に関連する観光、食事、温泉、サイクリングを通じて、充実した旅行体験が描かれています。

【Q7】 日田市で何をしましたか？ たくさん記述してくれると楽しいです。

《共起キーワードMAP》

共起キーワード：文章中に出現する単語の出現パターンが似たものを線で結んだ図です。出現数が多い語ほど大きく、また共起の程度は強い方から順に 太い実線 > 細い実線 > 破線 で描画されます。



《単語出現回数》

Ranking	品詞	単語	出現回数
1	名詞	進撃の巨人	49
2	名詞	温泉	45
3	名詞	観光	43
4	名詞	食事	20
5	名詞	醤油	16
6	名詞	博物館	15
7	名詞	買い物	14
8	名詞	自転車	12
9	名詞	豆田町	10
10	名詞	ツアー	9
11	名詞	日田	8
	名詞	ウナギ	8
	名詞	アイスクリーム	8

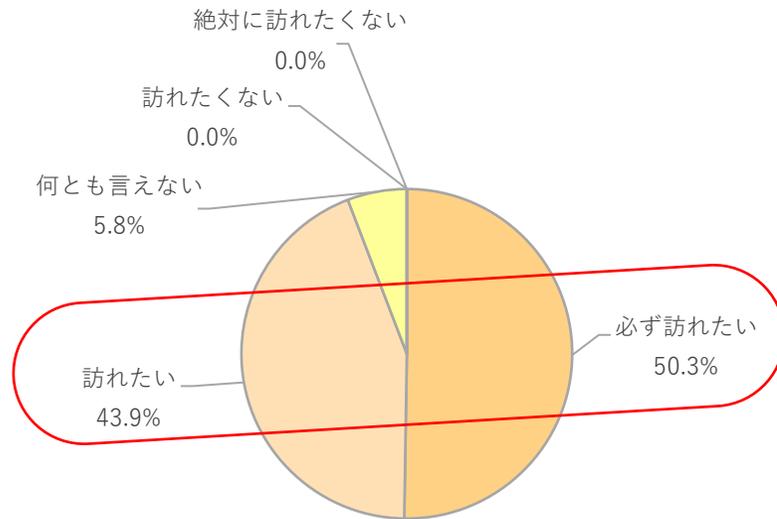
Ranking	品詞	単語	出現回数
1	動詞	食べる	23
2	動詞	訪れる	17
3	動詞	買う	11
4	動詞	行く	10
5	動詞	楽しむ	6
6	動詞	歩く	5
7	動詞	浸かる	4
8	動詞	過ごす	3
	動詞	撮る	3
	動詞	くださる	3
11	動詞	泊まる	2
	動詞	出かける	2
	動詞	乗る	2

《共起回数》

Ranking	単語ペア	単語1	単語2	共起回数
1	博物館 進撃の巨人	博物館	進撃の巨人	12
	買う 食べる	買う	食べる	8
	訪れる 進撃の巨人	訪れる	進撃の巨人	8
	醤油 食べる	醤油	食べる	8
	温泉 観光	温泉	観光	8
6	アイスクリーム 食べる	アイスクリーム	食べる	7
7	買う 醤油	買う	醤油	6
8	購入 醤油	購入	醤油	5
	ツアー 進撃の巨人	ツアー	進撃の巨人	5
	博物館 訪れる	博物館	訪れる	5
	アイスクリーム 醤油	アイスクリーム	醤油	5
	温泉 行く	温泉	行く	5
	天水 山荘	天水	山荘	5
	ウナギ 食べる	ウナギ	食べる	4
14	ウナギ 買う	ウナギ	買う	4
	街 訪れる	街	訪れる	4
	ダム 博物館	ダム	博物館	4
	ダム 進撃の巨人	ダム	進撃の巨人	4
	ショッピング 観光	ショッピング	観光	4
	温泉 訪れる	温泉	訪れる	4
	観光 醤油	観光	醤油	4
	浸かる 温泉	浸かる	温泉	4
	温泉 食事	温泉	食事	4
	良い 過ごす	良い	過ごす	4

【Q18】 また日田市を訪れたいと思いますか (SA)

日田市への再訪問意向は、
 全体では、94.3%が再訪問意向を示している。
 エリア別では「中国／香港」「東南アジア」
 「北米／ヨーロッパ」の意向が少し低め。



■ 必ず訪れたい ■ 訪れたい ■ 何とも言えない ■ 訪れたくない ■ 絶対に訪れたくない

%	(18)また日田市を訪れたいと思いますか						
	合計	必ず訪れた い	訪れたい	何とも言 えない	訪れたく ない	絶対に訪れ たくない	
全体	428	50.2	43.9	5.8	-	-	
・地域	韓国	305	52.1	43.6	4.3	-	-
	台湾	51	58.8	35.3	5.9	-	-
	中国／香港	32	34.4	56.3	9.4	-	-
	東南アジア	12	25.0	66.7	8.3	-	-
	北米／ヨーロッパ／その他	28	42.9	39.3	17.9	-	-
・性別	男性	240	45.4	48.8	5.8	-	-
	女性	183	57.4	36.6	6.0	-	-
	その他	4	-	100.0	-	-	-
・年代	30歳未満	173	56.6	38.2	5.2	-	-
	30&40代	182	45.1	47.8	7.1	-	-
	50歳以上	73	47.9	47.9	4.1	-	-

日田市のインバウンドは、訪問者の71%が韓国人であり、その83%が福岡空港から入国しているという極めて鮮明な市場構造を持っている。この特性を活かしつつ、他国からの高付加価値層を取り込むための施策を展開することが重要。

1. 【韓国】

若年FIT層（個人による旅行手配）向け「進撃の巨人」聖地巡礼×デジタル回遊

韓国人客は20～30代の若年層が中心（約6割）で、訪問目的の第1位（目的別）は「進撃の巨人（40.9%）」です。彼らはSNS（Instagram 44.3%, YouTube 38.4%）を駆使して個人手配（75.4%）で来訪。

- **施策内容：**「進撃の巨人」関連スポット（大山ダム等）を結ぶデジタル回遊ルートの整備。
SNSでの駅前など「映え」を意識したフォトスポットの増設や、スマホで完結するレンタサイクル予約・案内システムの構築。
また日田やきそばなどの韓国語でのメニュー提案。
- **観光地域づくり推奨支援メニュー：「地域公共交通確保維持改善事業」**
 - FIT層が困っている「移動手段の不足（18.4%）」をデジタルで解消。

2. 【台湾】

団体客の満足度向上に向けた「夜間コンテンツ」の開発

台湾人観光客は他国と異なり、80.8%が団体ツアーで訪れます。一方で、彼らの不満第1位は「夜の観光スポットや空いている店が少ない（37.0%）」こと。

- 施策内容：通訳がある屋形船での夜間食事体験や、豆田町のライトアップイベントなど、団体ツアーが宿泊を検討したくなる「夜の楽しみ」の提供。（スナック巡りアテンド）
- 観光地域づくり推奨支援メニュー：「**地域公共交通確保維持改善事業（観光地の二次交通高度化）**」

3. 【中国・香港】

高単価層を狙う「ガストロノミー・ラグジュアリー」

中国・香港層は、予定予算が「5万円以上」という回答が37.5%に達し、他国より多くの購買力を持っています。また、日田市内での宿泊率（香港75%）も非常に高く、滞在時間が長いのが特徴。

- 施策内容：日田の「名水」を活かした日本酒や鰻などの高級食体験プログラムの開発。古民家を改装した高級宿泊施設の整備。
- 観光地域づくり推奨支援メニュー：「**地域資源活用価値創出対策（インバウンド食関連消費拡大型）**」
輸出重点品目等を活用した食コンテンツ開発や、食関連施設（古民家レストラン等）の整備を支援。

4. 【欧米豪】 「温泉×長期滞在」のウェルビーイング・ストーリー

北米・ヨーロッパ・オーストラリア層は、日本での滞在が6泊以上（89.7%）と極めて長く、日田に求めるものは「温泉（73.1%）」に集中しています。

- 施策内容： 温泉を核とした「心身の癒やし」をテーマとする長期滞在プログラムの造成。豆田町の歴史的景観や小鹿田焼、自然（川や滝）を巡るストーリー性のある多言語ガイドツアーの充実。
- 観光地域づくり推奨支援メニュー
「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業」
 - 文化資源の多言語解説の高度化や、ガイドツアー、体験プログラムの実施を支援。

5. 【東南アジア】 二次交通の「リ・デザイン」によるアクセス強化

タイを中心とした東南アジア層は、満足度は高いものの、50.0%が「移動手段がない・少ない」ことに困っており、これが再訪意向を押し下げる要因となっています。

- 施策内容： 交通メニューの多言語対応の徹底。
- 観光地域づくり推奨支援メニュー： 「地域一体となった持続可能な観光地経営推進事業」
 - データに基づき「交通空白」を解消し、外国人客が公共交通機関だけでストレスなく観光できる受入環境を整備します。

