

A.来訪外国人アンケート関連

調査期間 令和6年11月下旬～12月下旬（4日間、濃飛バスセンター待合室、古い町並エリア）
調査手法 対面アンケート調査（調査票：英語）回収数：412
設問 1)個人属性、2)高山における観光行動・消費行動、3)旅行の個別・総合満足度、4)飲食施設利用時の評価

本発表内容

1. 高山市・来訪満足度に関する分析

被説明変数 ⑫来訪全体の満足度
説明変数 ⑫満足度各要因
分析方法 回帰分析

2. 飲食施設の満足度に関する分析

（別途実施した飲食店・経営者側アンケートとの対比を念頭）

被説明変数 ⑫満足度-飲食店
説明変数 ⑮飲食店の取組み重要度 ⑯飲食店の情報入手 ⑰飲食店で困ったこと ⑪期待・体験・満足
分析方法 回帰分析

12. 高山訪問における満足度はどの程度ですか。↵	
※利用したものについて回答をお願いします。↵	
※5：とても満足～1：とても不満（5段階）↵	
旅行全体の満足度↵	5・4・3・2・1↵↵
宿泊施設↵	5・4・3・2・1↵↵
飲食施設↵	5・4・3・2・1↵↵
商業施設↵	5・4・3・2・1↵↵
交通機関・移動手段↵	5・4・3・2・1↵↵
町並み↵	5・4・3・2・1↵↵
観光案内所↵	5・4・3・2・1↵↵
言語対応（コミュニケーション）↵	5・4・3・2・1↵↵
おもてなし↵	5・4・3・2・1↵↵

1. 高山市・来訪満足度に関する分析

- 来訪した外国人旅行者:412名の個人回答データを利用.

後の分析で,総合評価に大きな影響を及ぼすとされる要因

- 国籍・地域別の満足度平均値 (5点:とても満足⇔1点:とても不満)

	総合評価	宿泊施設	飲食施設	商業施設	交通機関・ 移動手段	町並み	観光 案内所	言語対応 (コミュニケーション)	おもてなし
全サンプル	4.79	4.72	4.50	4.33	4.41	4.75	4.60	4.44	4.77
中国	4.78	4.51	4.20	4.15	4.15	4.79	4.39	4.18	4.51
シンガポール	4.77	4.75	4.29	3.95	4.19	4.61	4.33	4.21	4.78
台湾	4.86	4.84	4.49	4.49	4.63	4.77	4.62	4.51	4.77
香港	4.83	4.56	4.54	4.16	4.36	4.73	4.67	4.43	4.80
豪州	4.80	4.77	4.59	4.52	4.37	4.81	4.59	4.64	4.66
米国	4.75	4.74	4.67	4.42	4.54	4.88	4.68	4.56	4.81

※国籍・地域別に評価が異なるが,サンプル数が少ないことに留意が必要.

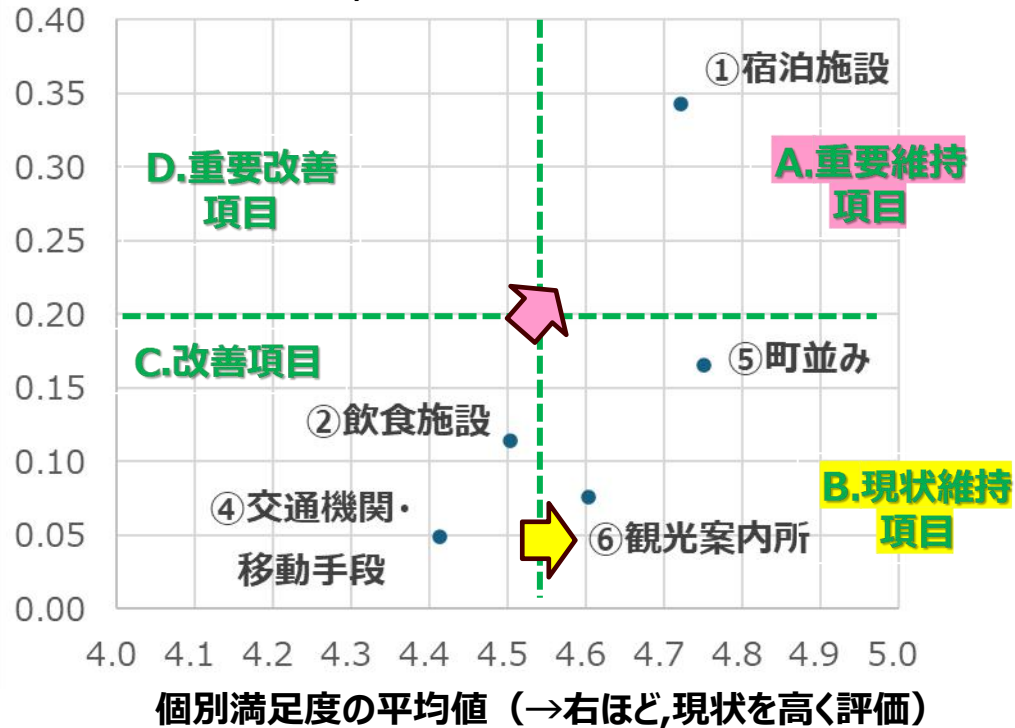
- 総合評価 : 全サンプル:4.79で,非常に評価が高い.
- 個別要因 : 宿泊施設,町並み,おもてなしが高い.
商業施設,交通機関,言語対応,飲食施設が若干低い傾向.

総合評価への影響度合いを確認する必要がある.

1. 分析結果

- CSポートフォリオ（有意な変数のみ掲載・全国籍・地域を対象）

回帰分析・係数（↑上ほど、総合評価に強く影響）



- ・左図：現状評価(横軸)と影響度合い(縦軸)から改善点の優先順位を示すもの。
- ・4象限(A～D)や緑・点線は、任意の基準で設定。
- ・高い評価の①宿泊施設は水準維持が最も重要で、⑤町並み、⑥観光案内所も現状維持が望ましい。
- ・②飲食施設、④交通手段は改善の余地があるためBもしくはAを狙った取組が考えられる。
- ・③商業施設、⑦言語対応、⑧おもてなしは、係数が有意でなかったため割愛。

飲食施設の満足度を向上するために、何に取り組めばよいのか？

2. 飲食施設の満足度への影響分析

$$Y = a + b1 \times X1 + b2 \times X2 \dots$$

飲食店満足度 係数 ⑰断られた 係数 ⑰営業時間外

個人単位で、飲食施設の満足度にどのような要因が影響するのか分析した。

←満足度が減少 増加→

- 分析手法 回帰分析
- 被説明変数 ⑫飲食施設の満足度
(5点:とても満足⇔1点:とても不満)
- 説明変数 個人属性
(国籍等,性別,同行者,滞在日数)
⑪高山での体験
⑮飲食店で重要な取組み
⑯飲食店の情報入手
⑰飲食店で困ったこと
- 回帰モデルで、妥当なモデルを導出。
有意な変数のみを使用した(右表)→

結果

- マイナス要因
困ったこと:営業時間外,受入不可,多様な食対応
- プラス要因
2日以上滞在,情報提供(チラシやGoogleMap)

変数	モデル1	モデル2	
中国人		-0.30	評価が厳しい傾向を示す2カ国
シンガポール人		-0.28	
同行者なし(自分ひとり)	-0.34	-0.34	2日以上滞り実体験者の評価が高い
高山2日滞在	0.46	0.42	
高山3日滞在	0.33	0.31	
高山4日以上滞在	0.47	0.47	
⑪実際に体験:郷土料理	0.27	0.27	
⑮飲食店での重要な取組: 多言語メニュー	-0.07	-0.07	SNS,HP,が伊ブツより、有意な評価
⑯情報入手:チラシ	0.52	0.47	
⑯情報入手:Google Map	0.17	0.14	直面した困難が満足度低下に大きな影響を与える
⑰困ったこと:店が営業時間外	-0.49	-0.47	
⑰困ったこと:受入を断られた	-0.53	-0.55	
⑰困ったこと:多様な食への対応がなされていない(ベジタリアン、ヴィーガン等)	-0.41	-0.40	
定数項	4.11	4.23	
決定係数	0.19	0.22	

2. 飲食施設の満足度に関する分析

- ⑮ 飲食店で重要と考えられる取組み 国籍・地域別の平均値を導出。
(5段階評価,5点:とても重要⇔1点:あまり重要でない)

	全サンプル	中国	シンガポール	台湾	香港	豪州	米国	
クレジットカード決済	4.29	3.79	4.65	4.33	4.23	4.42	4.41	飲食施設の満足度に大きな影響を及ぼすとされた要因
英語等の多言語メニュー	4.21	4.19	4.41	3.65	4.38	4.14	4.27	
洋式トイレ	3.77	3.86	3.93	3.88	4.05	3.49	3.48	重要な項目
店内フリーWiFi	3.75	4.06	3.80	3.71	4.49	3.09	2.96	
ネット予約	3.51	3.93	3.36	3.83	4.22	3.26	2.87	重要な項目
フードロスの取組	3.39	3.40	3.12	3.35	3.89	3.24	3.00	
食の多様性対応(ベジタリアン・ヴィーガン対応等)	3.25	3.37	3.09	3.02	3.33	3.03	3.32	重要な項目
セルフオーダーシステム	3.18	3.39	3.16	3.65	3.70	2.80	2.39	
QRコード決済	2.86	4.07	2.60	3.15	3.34	2.49	1.65	

- 全サンプル・平均値の高いものから列挙したところ、クレジットカード、多言語メニューが上位となった。
- 中国と香港は回答の傾向が類似しているとも考えられる。
- 上記取組みの中から、優先順位や費用対効果を踏まえた導入を検討する必要がある。

2. 飲食施設の満足度に関する分析

- ⑩飲食店の情報入手 国籍・地域別の利用割合を導出.

	全サンプル	中国	シンガポール	台湾	香港	豪州	米国
重要な項目 Google Map	66%	63%	59%	77%	58%	73%	82%
SNS (Facebook・Instagramなど)	55%	73%	59%	56%	65%	38%	46%
ガイドブック (外国人旅行者向け)	13%	18%	7%	12%	13%	5%	21%
自店舗ウェブサイト	6%	6%	4%	12%	5%	8%	7%
ガイドブック (日本人旅行者向け)	2%	2%	0%	2%	0%	5%	0%
重要な項目 チラシ	2%	0%	2%	5%	0%	3%	4%

国籍等による差異は,あまり大きくない.

2. 飲食施設の満足度に関する分析

- ⑰飲食店で困ったこと 国籍・地域別の経験した割合.

	全サンプル	中国	シンガポール	台湾	香港	豪州	米国
重要な項目							
店が営業時間外だった	26%	29%	33%	19%	33%	25%	21%
店に行ったが満席で入れない・長時間待った	14%	33%	11%	7%	5%	22%	18%
店が見つからなかった/見つけるのに苦労した	7%	14%	13%	5%	0%	0%	4%
店に行ったが言語対応が不十分だった	5%	10%	0%	2%	0%	6%	4%
重要な項目							
多様な食への対応がなされていない (ベジタリアン、ヴィーガン等)	3%	4%	4%	0%	3%	8%	0%
料理の値段が高い	3%	2%	2%	5%	0%	3%	0%
日本独特のマナーが理解出来ない	2%	0%	2%	0%	0%	3%	7%
決済がしにくかった	2%	10%	0%	0%	0%	0%	0%
歓迎されていないと感じた	2%	0%	0%	2%	0%	11%	4%
重要な項目							
店に行ったが受入を断られた	1%	0%	2%	0%	0%	3%	11%
滞在できる時間が短い	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
特に無し	59%	37%	59%	74%	63%	64%	61%

- ・来店が営業時間外が26%であり,4人に1名が経験している。
また,満席で入れないも,一部の国籍で2割を超える。→情報提供方法・要検討
- ・緑枠で示した経験率10%以上の事象も注視する必要があるといえる。
- ・「特になし」が他の国・地域よりも中国人が低く(4割),問題の発生が懸念される。

A.来訪外国人アンケート関連 まとめ

高山市の満足度評価について、次の点が明らかとなった。

- 総合評価は4.8と評価が高く、個別評価では宿泊施設、町並み、おもてなしが高いのに対して、商業施設、交通機関、言語対応、**飲食施設**が若干低い。
- 回帰分析より、総合評価に影響する要因は、宿泊施設、町並み、**飲食施設**、観光案内所、交通となった。これより飲食施設の重要性を確認できた。

高山市における**飲食関連事項**として、次の点が明らかとなった。

- 高山での体験は、**郷土料理が最も高く**、2位以降は温泉、町並み、自然観光となった。
- 飲食店で**重要な取組み**上位3位は、**クジットカード**、**多言語メニュー**、**洋式トイレ**となった。
- 飲食店の**情報入手**では**GoogleMap**、**SNS**が5割を超え、国籍等による差異は大きくない。
- 飲食店で困ったことでは、**来店が営業時間外(26%)**、**満席で入れない(14%)**が多い。
- 回帰分析から、飲食施設の満足度に影響する要因として下記が抽出された。
 - マイナス要因 困ったこと (**営業時間外**、**受入不可**、**多様な食対応**)
 - プラス要因 2日以上滞在、**情報提供(チラシやGoogleMap)**

→飲食施設の満足度向上には、**上記青色要因**への対応が重要と考えられる。

これら外国人来訪者の意向に対して、経営者の認識はどうなっているか→**Bの分析へ**

B.飲食店対象アンケート調査関連

個店の実態ならびに外国人旅行者受入れに関する意向

- 調査目的 飲食店受入れ状況及び今後の受入れ余地の意向把握
調査手法 高山市内飲食店（421店舗）への留置き調査（回収：418店舗）
調査期間 2024年10月1日～11月30日
調査項目 1)個店特性(営業日・時間等),2)受入数・稼働状況,3)受入状況と余地・経営方針

分析に先立ち,②個店の所在地,⑨お客様の受入れ状況,⑬外国人の受入意向,
⑭外国人来訪のメリット,⑮外国人来訪への懸念
⑦店舗で導入・整備している事項,⑧情報発信 を集計した.

②個店の所在地

未記入4軒含めて合計418軒.
中心市街地が約6割を占める.
※未記入があるため100%にならない.

	高山 市街地	中心 市街地	奥飛騨	支所 地域	全体
店舗数	93	266	17	38	414
割合(%)	22.2	63.6	4.1	9.1	99.0

⑭外国人来訪のメリット

(数値:指摘率,%)

客数の確保が上位である一方,メリットがないとの回答が2~4割が見られる.

	高山 市街地	中心 市街地	奥飛騨	支所 地域	全体
客数の確保・向上	39.8	57.9	64.7	50.0	53.1
客単価が高い	11.8	22.6	11.8	10.5	18.4
将来性が高い	12.9	7.9	17.6	7.9	9.3
多文化交流	18.3	16.2	5.9	13.2	16.0
その他	1.1	4.9	-	5.3	3.8
メリットはない	38.7	26.3	29.4	21.1	28.7
無回答	4.3	3.0	-	13.2	4.3

⑮外国人来訪への懸念

(数値:指摘率,%)

上位から,言語対応,ベジタリアン等への対応,マナーが指摘される.

また,奥飛騨で他地域より指摘率が高い傾向がある.

	高山 市街地	中心 市街地	奥飛騨	支所 地域	全体
言語対応	47.3	48.9	70.6	57.9	50.5
トラブル対応	21.5	20.7	29.4	15.8	20.6
ベジタリアン等への対応	32.3	32.3	58.8	44.7	34.4
滞在時間の長さ	10.8	9.4	29.4	5.3	10.3
決済方法の違い	8.6	6.0	5.9	21.1	7.9
マナー	12.9	24.4	52.9	28.9	23.4
従業員への負荷	20.4	13.5	5.9	15.8	15.3
単価が低い	7.5	12.0	11.8	5.3	10.3
その他	4.3	8.3	11.8	7.9	7.4
特に懸念はない	29.0	28.9	11.8	23.7	27.5

飲食施設の満足度に
大きな影響を及ぼす
とされた要因

重要項目

上記は,平均的な傾向がわかるものの,指摘する回答の組み合わせに傾向はないか?

→**潜在クラス分析** による分析 ※グループ数:9が妥当と判断.

潜在クラス分析・分析結果

■:25%以上 ■:50%以上

		受入:比較的積極的					初タイプ		中立	単純集計 (指摘率,%)	
クラス		1	2	3	4	5	6	7	8		9
割合		10%	25%	13%	6%	9%	6%	8%	13%	10%	
Q14. 外国人旅行者・来店のメリット		メリット多い⇨ 多くの不安	客数・単価⇨ 多くの不安	客数・単価⇨ 懸念なし (実行:低)	客数⇨言語, マナー、単 価低	客数・交流⇨ 懸念なし	交流⇨言語、 ヴィーガン	メリット無し⇨ 全てが不安	メリット無し⇨ 言語が不安	メリット無し⇨ 懸念なし	
	客数の確保・向上	83%	84%	89%	100%	63%	17%	0%	0%	0%	53.1
	客単価が高い	26%	37%	34%	0%	13%	19%	0%	0%	0%	18.4
	将来性が高い	39%	17%	4%	0%	5%	4%	0%	0%	0%	9.3
	多文化交流	52%	5%	11%	10%	27%	66%	13%	0%	0%	16.0
	その他	0%	2%	3%	0%	9%	16%	12%	0%	0%	3.8
	メリットはない	0%	0%	0%	0%	0%	0%	76%	94%	100%	28.7
Q15.外国人旅行者 の受入への懸念等	言語対応	80%	75%	0%	40%	23%	42%	82%	82%	0%	50.5
	トラブル対応	42%	36%	0%	0%	0%	14%	68%	10%	0%	20.6
	ヴィーガン等の対応	68%	52%	0%	1%	17%	63%	86%	20%	0%	34.4
	滞在時間の長さ	15%	13%	0%	0%	8%	0%	39%	11%	2%	10.3
	決済方法の違い	31%	4%	0%	4%	0%	0%	41%	2%	0%	7.9
	マナー	37%	37%	0%	33%	5%	8%	70%	17%	3%	23.4
	従業員への負荷	24%	28%	0%	0%	0%	0%	56%	12%	0%	15.3
	単価が低い	16%	6%	0%	54%	5%	7%	35%	2%	2%	10.3
	その他	15%	2%	0%	20%	6%	25%	15%	7%	0%	7.4
	特に懸念はない	0%	0%	100%	0%	35%	15%	0%	0%	99%	27.5

満足度にマイナス

飲食施設の満足度に影響を及ぼすとされる要因

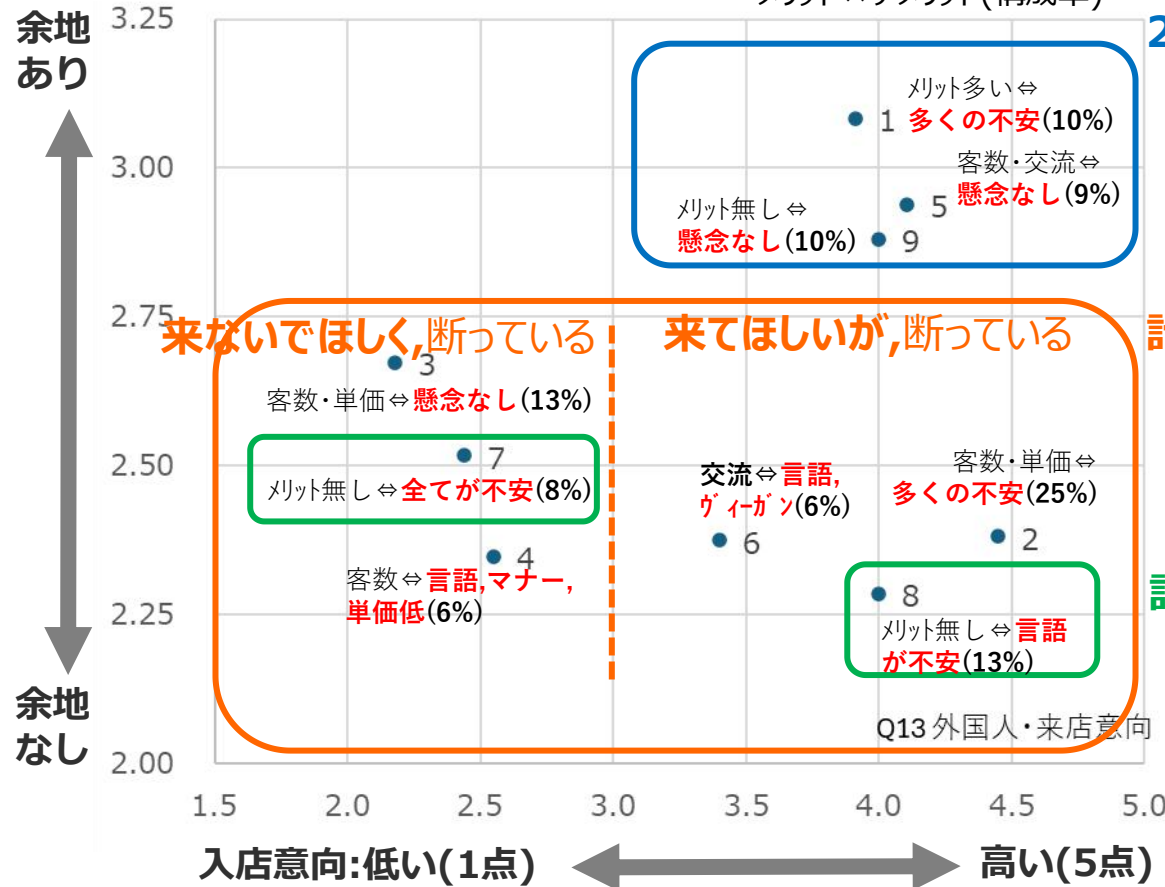
満足度にマイナス

飲食施設の満足度に影響を及ぼすとされる要因

クラスと「⑨受入れ状況×⑬外国人の受入意向」との関係

⑨受入れ状況(休日,5点⇔1点)

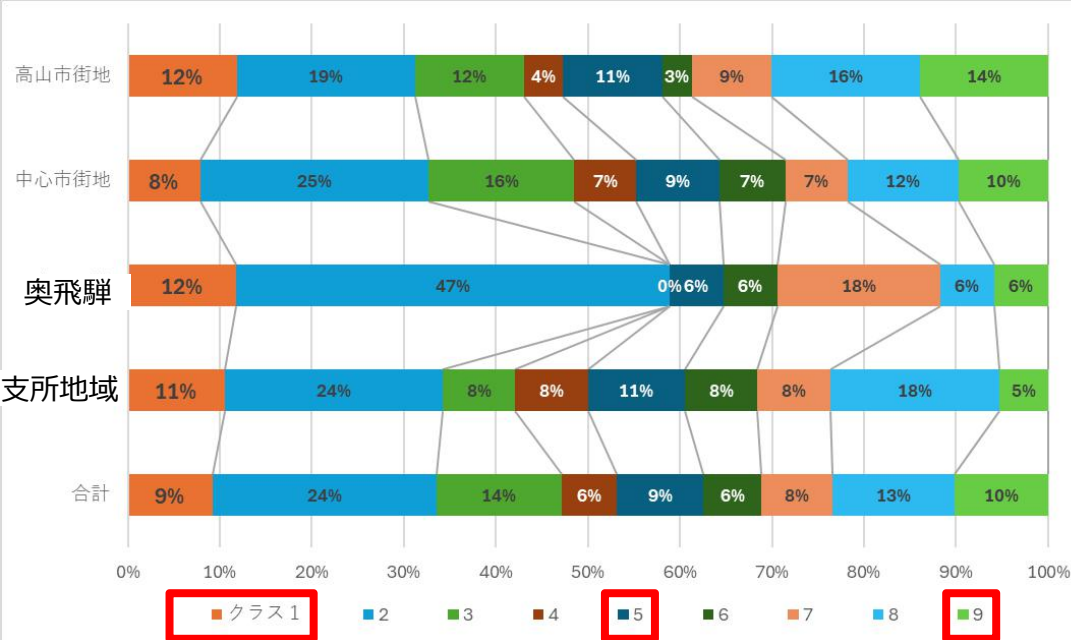
凡例 プロットの数値:クラス,
メリット⇔デメリット(構成率)



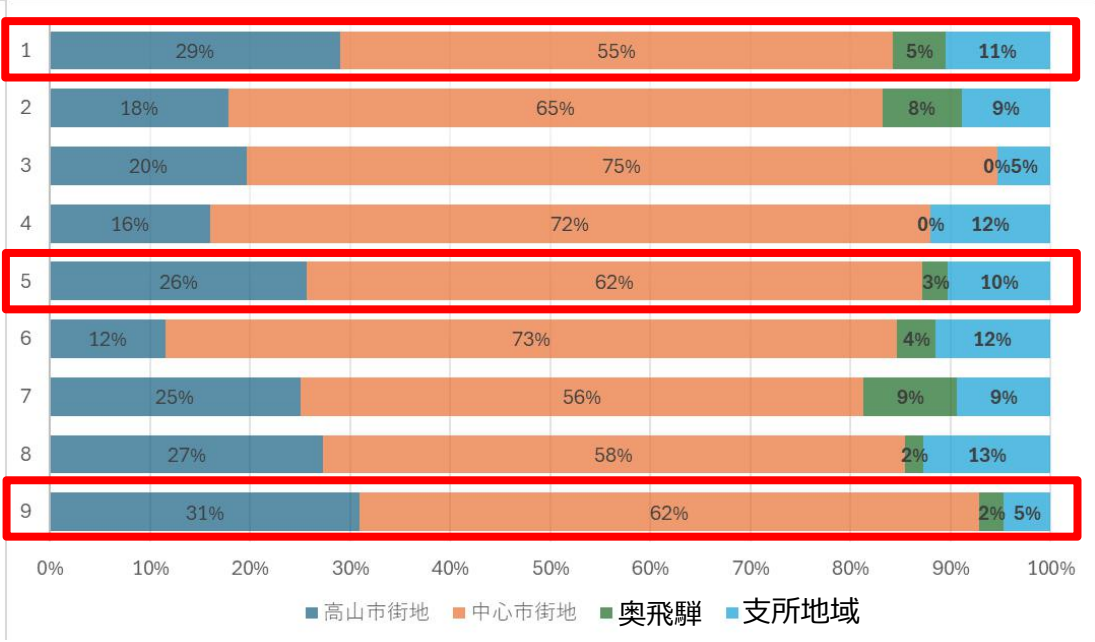
上記対応と合わせて,下記の外国人来訪者の評価特性を踏まえる必要がある。

- ・マイナス要因 困ったこと (営業時間外,受入不可,多様な食対応) ▶ ①グループで要対応
 - ・プラス要因 2日以上滞在,情報提供(チラシやGoogleMap) ▶ ②グループで要対応
- 飲食施設の満足度向上には,上記青色要因への対応が重要と考えられる。

1-1 地域別クラス割合



1-2 クラス別地域割合



受入意向と受入余地いずれも高いクラス1・5・9は特定の地域に集中するものではなく、いずれのクラスの構成率も全域で同様な傾向を示す。

2. クラス別受入余地・人数

- 人数が大きいクラスとして、**クラス1,2,4,8**が該当する。
- クラス1** 受入意向と余地:大
- クラス2,8** 受入意向:大
- クラス4** 受入意向と余地:小

クラス	平・朝	平・昼	平・夜	平・計	割合	休・朝	休・昼	休・夜	休・計	割合	合計
C1	20	649	161	830	47%	20	566	103	689	62%	1,519
C2	18	294	282	594	33%	0	134	98	232	21%	826
C3	0	35	25	60	3%	0	5	5	10	1%	70
C4	0	50	40	90	5%	0	20	20	40	4%	130
C5	0	18	29	47	3%	0	15	23	38	3%	85
C6	0	10	15	25	1%	0	0	31	31	3%	56
C7	0	5	19	24	1%	0	0	14	14	1%	38
C8	0	45	38	83	5%	0	20	15	35	3%	118
C9	0	5	20	25	1%	0	5	20	25	2%	50
合計	38	1,111	629	1,778	100%	20	765	329	1,114	100%	2,892

【参考】

インバウンド客の夕食・需要の概算

- 宿泊者の**7割**:「宿泊施設で夕食をとらない」

“**夕食難民**”となった可能性がある外国人旅行者の概数
11～12月頃（閑散期）

- 被験者の**14%**:満席で入れない

958～1,372 × 14% ÷ **134～192名**

※週末のピークが未考慮。

10月頃（繁忙期）

- 繁忙期/閑散期比率

24.10月/23.12月比 ÷ **1.67（仮定）**

134～192名 × **1.67** ÷ **224～321名**

※さらに,日本人来訪者,地元客も考慮する必要。

インバウンド高山来訪者数(日平均)ほか

月	①日平均 来訪者数 (人/日)	比率	②日平均 宿泊者数 (人/日)	比率	③ ②×0.7
2023年12月	1,579	1.00	1,369	1.00	958
2024年1月	1,609	1.02	1,261	0.92	882
2024年2月	1,740	1.10	1,417	1.03	992
2024年3月	2,026	1.28	1,630	1.19	1,141
2024年4月	2,384	1.51	1,861	1.36	1,303
2024年5月	1,917	1.21	1,546	1.13	1,082
2024年6月	1,437	0.91	1,335	0.98	934
2024年7月	1,700	1.08	1,487	1.09	1,041
2024年8月	1,900	1.20	1,591	1.16	1,113
2024年9月	2,315	1.47	2,020	1.48	1,414
2024年10月	2,520	1.60	2,287	1.67	1,601
2024年11月	1,965	1.25	1,960	1.43	1,372

◀ 想定する施設
外での夕食需要
(仮定)

◀ 想定する施設
外での夕食需要
(仮定)

※出典:お出かけウォッチャー。直近1年間。
データによる誤差もあるため,取扱い注意。

受入余地がある席数(夕食)-前頁参照

平日 合計:629/余裕のある店舗:210

休日 合計:329/余裕のある店舗:146

※回答数が少ないため,あくまでも目安です。

B.飲食店対象アンケート調査関連まとめ

アンケートの主要な設問から、下記が明らかとなった。

- ・店舗を対象としたアンケート（有効回収アンケート414）では、中心市街地の立地が約6割を占めた。
- ・外国人・お客様の受入れ状況と外国人の受入意向から、3種類に分類できる。
 - ①満員でさらなる受入が不可な店舗
対応案：営業時間外来訪や混雑による受入不可事象の削減に向けた情報提供の充実
 - ②受入意向:高かつ受入余地:高の店舗
空き情報の提供(旅行者の自発行動を誘発)や当該店舗への送客等
 - ③単に外国人の来店を断っている店舗
供給増加に向けた経営の変容
- ・外国人来訪のメリットでは、「客数の確保」が最多である一方、「メリットがない」が2～4割が見られた。
- ・「外国人来訪への懸念」の上位では、言語対応、ベジタリアン等への対応、マナーが指摘された。
また、奥飛騨で他地域より指摘率が高い傾向があった。

外国人来訪のメリット・デメリットの認識を潜在クラス分析したところ、下記が導かれた。

- ・9クラスに分類され、受入にポジティブな6クラス、ネガティブな2クラス、中立な1クラスが抽出された。
- ・9クラスと「受入状況×受入意向」との対応関係を整理し、各クラスの懸念事項を示した。