

4. 居住地別のマーケット特徴

居住地別の調査結果を比較すると、以下の特徴が挙げられます。

中国

- ・来日回数「1回目」が他の国・地域と比較して突出して多い(72.0%)。
- ・「観光・レジャー」目的での来訪が多い(79.2%)。
- ・「東京都」、「大阪府」、「京都府」など、ゴールデンルート上の他の大都市圏への訪問率が高い。
- ・「温泉」への訪問割合が高い(50%以上)。
- ・他の国・地域と比較して、「名古屋都心エリア」への訪問率が低く、免税店の利用率が高い。
- ・「調理機器家電」、「カメラ・ビデオカメラ・時計」の購入割合が他の国・地域と比較して若干高い。
- ・ラーメンを食べた人の割合が高い(71.6%)が、一方で手羽先を食べた割合が低い(17.2%)
- ・「旅行会社に勧められた」ことをきっかけに愛知県を訪問した割合が高い。
- ・満足した点として、「接客サービスの対応が良い」と回答した割合が他と比較して高い(54.2%)。

台湾

- ・「観光・レジャー」目的での来訪が多い(61.9%)。
- ・「旅館」の利用割合が高い(40%以上)。
- ・愛知県以外には「岐阜県」、「長野県」への訪問割合が高く、ゴールデンルート上の他の大都市圏へはあまり行っていない。
- ・「調理機器家電」の購入割合が他の国・地域と比較して若干高い。
- ・満足した点として、「接客サービスの対応が良い」と回答した割合が他と比較して高い(49.6%)。
- ・「フリーWi-fiの整備不足」を不満点として挙げた率が突出して高い(71.8%)

香港

- ・来日回数「3回目以上」のリピーター率が他の国・地域と比較して突出して高い(86.5%)。
- ・「観光・レジャー」目的での来訪が多い(96.3%)。
- ・愛知県以外では「岐阜県」に次いで、「大阪府」への訪問割合が高い(26.3%)。
- ・愛知県で使った費用の合計を「10万円以上」と回答した割合が最も高く、25%は飲食代に5万円以上をかけている。
- ・「大須商店街」での買い物割合が他の国・地域と比較して高い(28.0%)。
- ・「服(和服以外)・かばん・靴」の購入割合が高い(58.0%)。
- ・「知り合いに勧められた」ことをきっかけに愛知県を訪問した割合が高い(30.4%)。
- ・「焼肉」を食べた人の割合が他の国・地域と比較して高い(47.1%)。

韓国

- ・「栄エリア」で買い物した率が高い(他の国・地域は栄より名駅エリアで買い物した率が高い)。
- ・他のアジア各国・地域と比較して、「みそかつ」及び「ひつまぶし」を食べた人の割合が高い。
- ・「ノリタケの森」への訪問率が、他の国・地域と比較して若干高い(16.9%)。

アメリカ

- ・ビジネス客が60%以上を占める。
- ・愛知県への平均滞在日数が最も多い(平均7.7日)。
- ・「トヨタ博物館」への訪問率が比較的高い(21.2%)。
- ・「抹茶」、「地酒」を飲んだ人がそれぞれ40%以上を占め、一方で「ひつまぶし」を食べた率は低い(5.6%)。
- ・「免税店」の利用率が低い。

タイ

- ・「ビジネス」、「友人・知人訪問」、「会議」など、「観光・レジャー」以外の目的での訪問割合が他のアジア各国・地域と比較して高い。
- ・100円ショップ利用率が高い(40.4%)。
- ・その他東南アジアと共通で「インターネット・SNS」をきっかけに愛知県を訪問した割合が高い。

その他東南アジア

- ・「免税店」、「コンビニエンスストア」の利用割合が他のアジア各国・地域と比較して低い。
- ・「熱田神宮」、「トヨタ博物館」を訪問した割合が他の国・地域と比較して若干高い。
- ・「携帯電話・パソコン」の購入割合が高い(30.8%)。
- ・タイと共通して「インターネット・SNS」をきっかけに愛知県を訪問した割合が高い。

ヨーロッパ

- ・ビジネス客が半数以上を占め、「三重県」や「静岡県」を訪問する人が他と比較して多い。
- ・日本での平均滞在日数が最も多い(平均 18.6 日)
- ・「抹茶」を飲んだ人が半数以上を占め、「地酒」、「焼魚」、「みそかつ」を食べた人の割合が他と比較して高い。一方で「ひつまぶし」を食べた割合は低い(1.6%)。
- ・「陶磁器」の購入割合が他の国・地域と比較して若干高い(19.3%)。

その他

- ・中国、台湾、香港、韓国に共通して、「夜間に楽しめる場所が少ない」を不満点として回答した率が欧米等と比較して高い。