

Tanabe City Kumano Tourism Bureau's Foreign Visitors Questionnaire
田辺市熊野ツーリズムビューロー外国人訪問者アンケート集計結果

What: Questionnaire for foreign visitors to Tanabe and southern Wakayama.
 このアンケートは、田辺と紀南全域への外国人訪問者を対象に行いました。

The questionnaire period is broken down into 3 parts:
 このアンケートは、3つの期間に分けて行います。(6ヶ月×3回=1年半)

- October 2006 to March 2007 2006年10月から2007年3月
- April 2007 to September 2007 2007年4月から2007年9月
- October 2007 to March 2008 2007年10月から2008年3月

Survey area: 対象施設(対象エリア)

- hotels, minshukus, ryokans and campgrounds in Tanabe city
 田辺市内のホテル、民宿、旅館、キャンプ場
- Tourist information centers in Tanabe, Shirahama, Nachi and Shingu.
 観光案内所は、田辺、白浜、那智勝浦、新宮
- 122 places
 合計122施設で実施

Number of people and country: 国の数とサンプル数

- 79 people from 20 different countries 20カ国で79人のサンプル

Key Points Results: 集計結果のポイント

Good 良かった点

- Friendly & helpful people 友好的で親切な人柄
- Beautiful scenery 美しい景色
- Delicious Food 美味しい食物
- Onsen 温泉

Bad 悪かった点

- Little information in English for Transportation 英語による交通情報が少ない
- Need more signs in English 英語のサインがもっと必要

(Visitors from non-English speaking countries also requested English information. English is a world standard at international tourist destinations. Not only people from Australia, USA and Canada requested more information in English but people from non-English speaking countries- France, Singapore, India, Taiwan, German, Belgium, Norway, and China- did as well.)

(英語を話さない国からの来訪者でも、英語の情報を求めていました。英語は国際的な観光地の世界規格です。オーストラリア、米国、カナダなど英語圏だけでなく、フランス、シンガポール、インド、台湾、ドイツ語、ベルギー、ノルウェー、中国など英語圏以外の人々でも英語情報をリクエストしていることが特徴です)

Highlights 要 点

-59% between ages 21-40 (younger travelers)

59%が年齢21-40歳。(若い旅行者)

-36% live in Japan (foreigners living in Japan important target-especially for repeaters)

36%は、日本在住。リピータに繋がる重要なターゲットです。

-33% repeaters

33%がリピータ

-Train and Bus mostly

列車とバスを利用した人がほとんど

-Internet, guide book, word of mouth (order of where most information came from)

インターネット、ガイドブック、口コミ(どこの情報をもとに来訪したか)

-84% people rated their visit as excellent or good

84%の人々から「素晴らしい」や「良かった」の評価をいただきました

(Numbers are important, but the satisfaction factor is more important in building high quality, sustainable tourism destination, especially in regards to the power of word-of-mouth)

特に口コミパワーを活かして持続可能な観光地を目指すためには、数も重要ですが、旅行者を満足させるための高い品質や根本的な条件がより重要だと考えています。

What we are doing? ビューローの取組み

Put more detailed travel information online, including bus/train stations, on our Homepage as well as at the local information center and station. Work towards getting more Romaji/ English on signs. Try to educate people on how to incorporate English into their companies. Support local people in helping to deal with foreign visitors- this year we are planning to hold workshops at various places around the city.

ツーリズムビューローのホームページ(英語版)では、細かい英語情報を掲出しており、今後もさらにレベルアップを目指して取り組んでいきます。また、ホームページだけではなく観光案内センターや紀伊田辺駅にも、バスや鉄道の詳細情報の資料を置いています。そして、より多くのサイン類がローマ字や英語で表記されるよう関係機関に働きかけています。市民の皆さん向けの取組みとしては、地域の会社など関係機関の人たちに、英語表記の重要性を説明しながら色んなサポートをしています。今年度は、市内の様々な場所でワークショップ形式の学習機会を持ち、外国人の訪問者に対応するためのレベルアップ講習を行います。