

# 来熊外国人観光客アンケート

## 調査結果報告書

熊本商工会議所

2025年12月

＜本調査のお問合わせ＞

熊本商工会議所 商工観光国際部 商工観光国際課  
TEL：354-6688 E-mail：info@kmt-cci.or.jp

# 熊本商工会議所

## 来熊外国人観光客アンケート調査

### INDEX

1. 調査概要.....	p2
2. 結果概要.....	p3
3. 調査結果.....	p4
4. 考察.....	p19

<参考> 鶴屋百貨店 免税カウンター 内訳  
(商店街の委託型免税店26店の実績も含む)

# 1. 調査概要

## 1. 調査目的

円安やTSMCの熊本進出による認知度向上を背景に、熊本を訪れる外国人観光客は急増している一方、観光消費額は九州内でも下位にとどまっており、外国人観光客のニーズを十分に捉えきれていない状況がうかがえる。

そこで、外国人観光客が熊本を訪れる動機やニーズ、滞在中の行動、満足度および消費行動の実態を把握・分析することにより、観光商品・サービスの改善点や新たな展開の可能性を明確にし、今後の観光振興および小規模事業者の販売促進に資することを目的とする。

**2. 調査対象者** 調査期間中に、熊本市中心部を訪れた外国人観光客

**3. 調査期間** 令和7年10月8日（水）～10月11日（土）

**4. 調査方法** 多言語対応可能なスタッフによる対面での直接ヒアリング調査

**5. 調査地点** 桜の馬場 城彩苑、くまモンスクエア、サクラマチクマモト、  
熊本市中心部アーケード、鶴屋百貨店（免税カウンター前）

**6. 回答件数** 459件

**7. 調査機関** 熊本商工会議所、株式会社くまもとDMC

## 2. 結果概要

### <主な結果概要>

#### 1. 熊本滞在中にしたこと（する予定）

「ショッピング」が最も多く、観光客の89%が回答。

- ショッピング：89%
- 日本食を食べる：81%
- 熊本ローカルフード・郷土料理を食べる：72%
- 自然・景勝地観光：71%
- 日本のポップカルチャーを楽しむ：53%

#### 2. 熊本滞在中に購入した商品

「食品・菓子・飲料」が最多で、観光客の27%が回答。

- 食品・菓子・飲料：27%
- くまモン関連：24%
- 記念品・お土産・スーベニア：17%
- 医薬品・コスメ：16%
- 衣類・靴・ファッション小物：16%

#### 3. 熊本滞在中に飲食した中で最もおいしかったもの

「ラーメン・麺類」がトップで、観光客の25%が回答。

- ラーメン・麺類：25%
- とんかつ：16%
- 馬肉料理：13%
- 焼肉：9%
- 寿司・海鮮料理：8%

#### 4. 熊本で訪問した（する予定の）場所

「熊本城」が最も多く、観光客の91%が回答。

- 熊本城：91%
- 桜の馬場 城彩苑：67%
- 阿蘇（大観峰・中岳火口・阿蘇神社など）：65%
- くまモンスクエア：46%
- 水前寺成趣園：32%

#### 5. 熊本滞在中で不満を感じたこと・困ったこと

「不満を感じたこと・困ったことはなかった」が55%と最も多い結果となった。

一方で、残りの回答は分散しているものの、「ゴミ捨て場所が少ない」と回答した人が最も多かった。その他、「バスの利用方法（乗り方・支払方法）」、「行きたい場所への行き方が分かりづらい」、「市電の利用方法（乗り方・支払方法）」、「レンタカーの利用方法」「PASMO・Suicaなどの全国交通系ICカードが使えない」をはじめ交通に関する不満から、「興味はあるが入店しづらい店がある（ルールが分からないため）」「店舗・観光施設で外国語を話せる人が少ない」「外国語の通じる飲食店情報の入手」をはじめ言語に関する不満から、外国語表記や交通情報に対する課題が見える結果となっている。

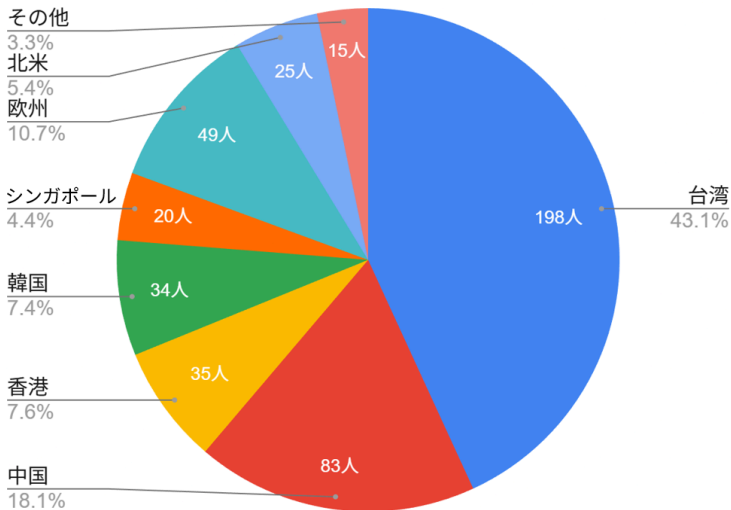
- ゴミ捨て場所が少ない：36%
- バスの利用方法（乗り方・支払方法）：16%
- 行きたい場所への行き方がわかりづらい：11%
- 興味があっても入店しづらいお店がある：11%
- 店舗・観光施設で外国語を話せる人が少ない：10%

### 3. 調査結果

#### A. あなたご本人について

##### A1. どの国・地域にお住まいですか？

(回答：459件)



##### 欧州の内訳：

ドイツ 14人 (3.1%), フランス 9人 (2.0%), スイス 5人 (1.1%), オランダ 4人 (0.9%), イギリス 4人 (0.9%), チェコ 3人 (0.7%), ベルギー 2人 (0.4%), スペイン 2人 (0.4%), スウェーデン 2人 (0.4%), オーストリア 2人 (0.4%), デンマーク 1人 (0.2%), イタリア 1人 (0.2%)

##### 北米の内訳：

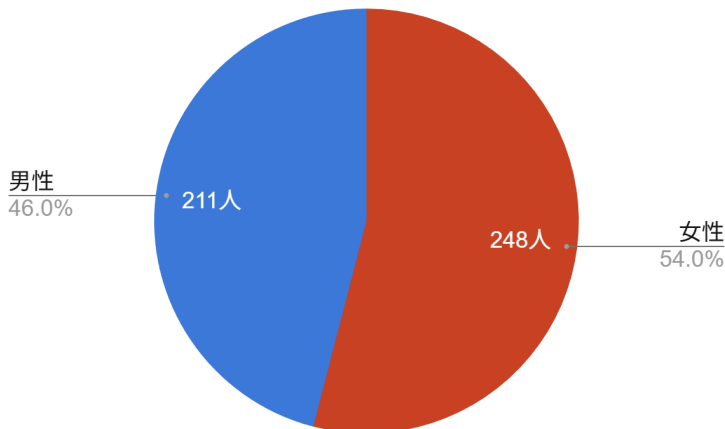
アメリカ 17人 (3.7%), カナダ 8人 (1.7%)

##### その他：

マレーシア 5人 (1.1%), チリ 4人 (0.9%), イスラエル 4人 (0.9%), ニューージーランド 2人 (0.4%)

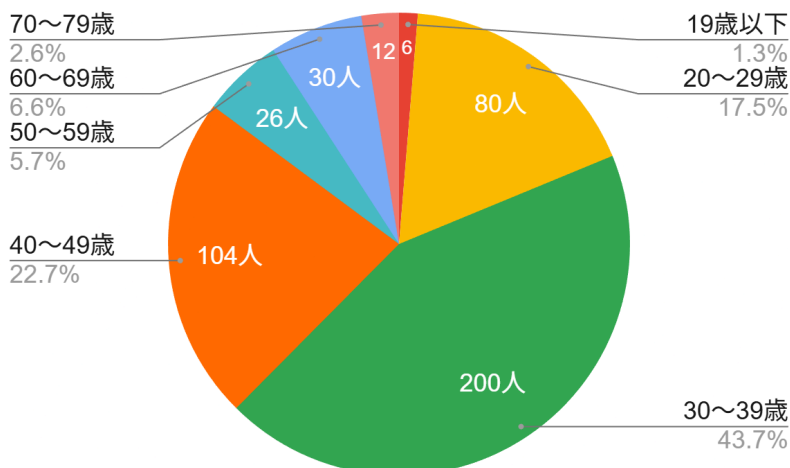
##### A2. 性別

(回答：459件)



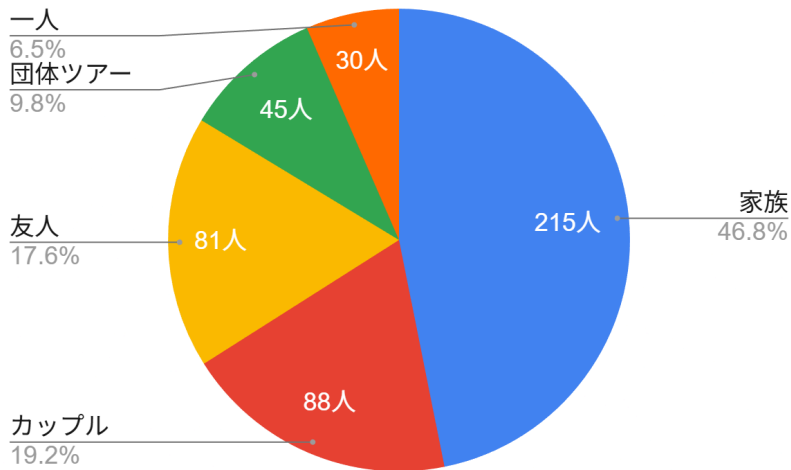
##### A3. 年齢

(回答：459件)



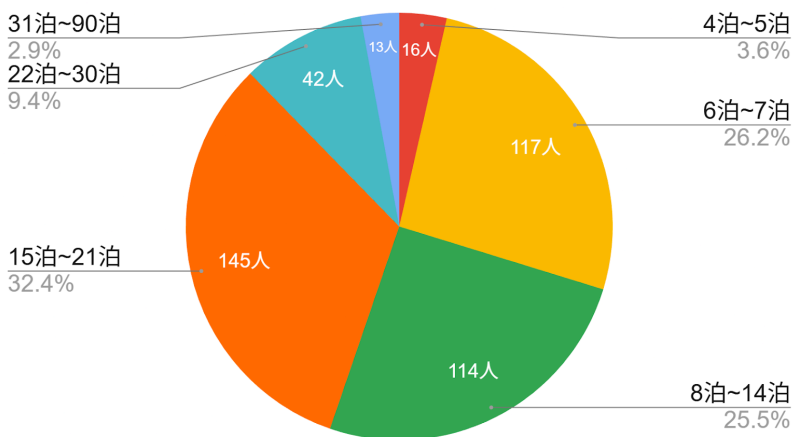
#### A4. 旅行単位

(回答：459件)



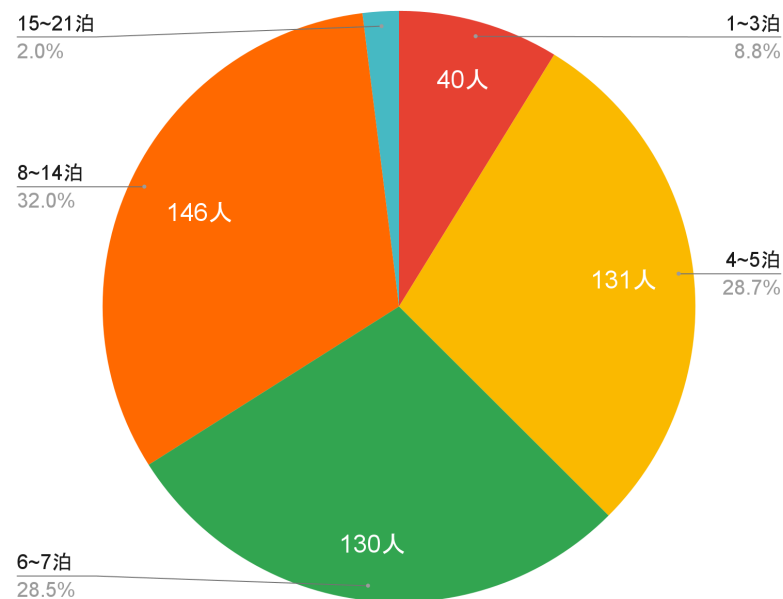
#### A5. 日本での宿泊日数

(回答：459件)



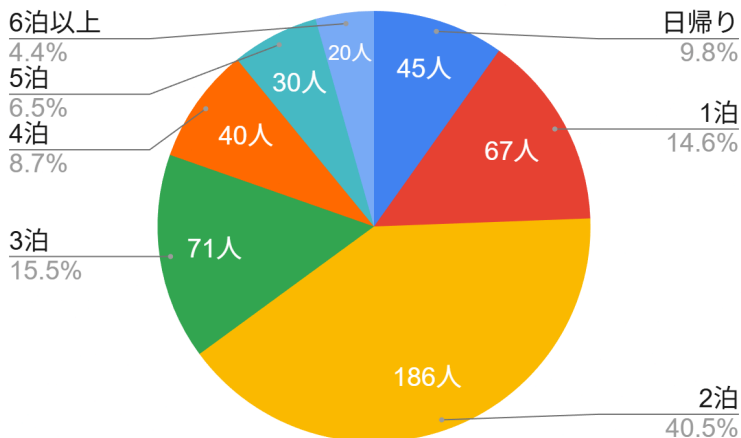
#### A6a. 内、九州での宿泊日数

(回答：459件)



### A6b. 内, 熊本での宿泊日数

(回答：459件)



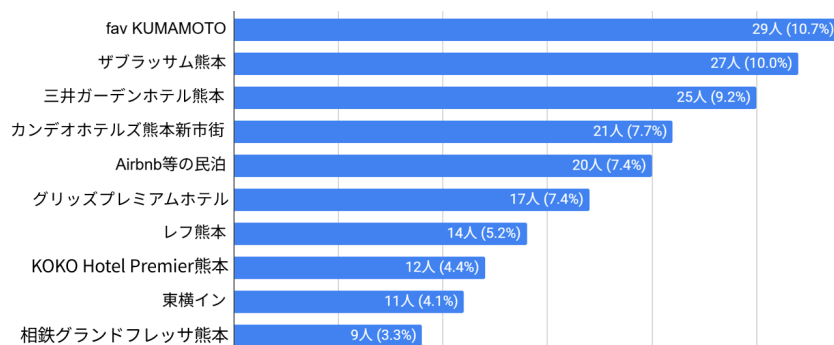
### A5-6. 宿泊日数 (中央値・地域別ヒートマップ)

(回答：459件)

国・地域名	日本全体	九州	熊本
台湾	6.5泊	6.5泊	2泊
中国 (大陸)	7泊	6泊	2泊
香港	7泊	7泊	2泊
韓国	5泊	5泊	3泊
シンガポール	10泊	10泊	1.5泊
欧州	20泊	7泊	2泊
北米	20泊	7泊	2泊
その他	10泊	9泊	2泊

### A7. 熊本での宿泊施設名

(回答：271件)

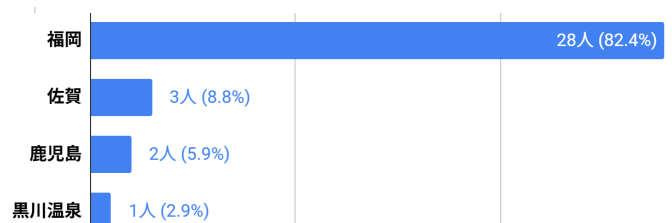
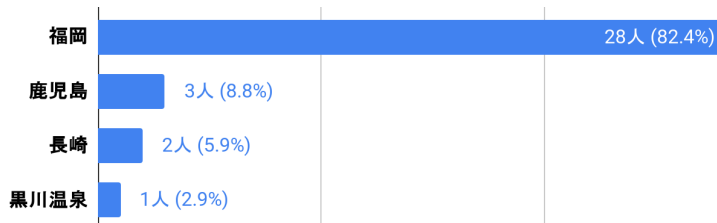


#### その他の回答：

親戚の家 (8), ワン・ステーションホテル熊本 (7), ホテルマイステイズ熊本 (7), ダイワロイネット (6), 熊本ワシントンホテルプラザ (5), ホテルルートイン熊本駅前 (5), ホテルウィング インターナショナルセレクト熊本 (5), ドーミーイン熊本 (5), OMO5熊本 (5), アークホテル熊本城前 (4), 湯の宿入船 (3), ホテル カーナA (3), 阿蘇市に宿泊 (2), 玉木旅館 (2), 熊本東急REIホテル (2), 快活CLUB (2), ベッセルホテル熊本空港 (2), ネストホテル熊本 (2), EASTERN CRUISE (2), 友人の家 (1), ホテルザゲート 熊本 (1), アンドコンフィホテル熊本城ビュー (1), YOUR ROOM 熊本駅 (1), ANAクラウンプラザホテル熊本ニュースカイ (1)

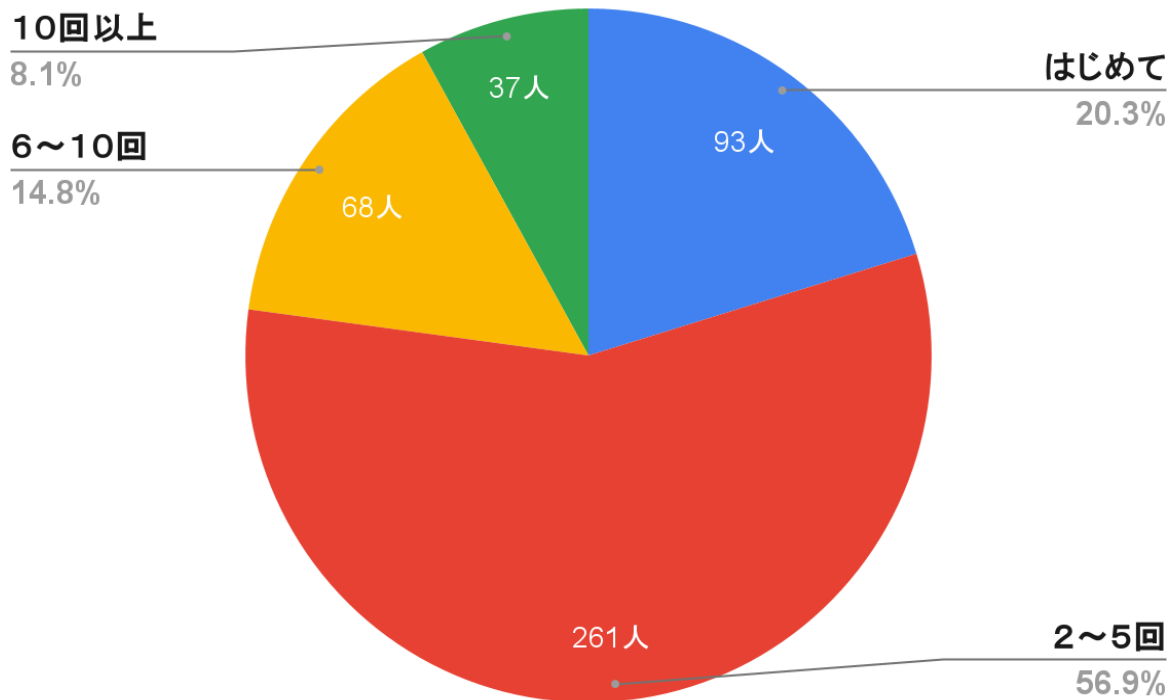
### A7b. 日帰りの場合、前泊地 (34件)

### A7b. 日帰りの場合、後泊地 (34件)



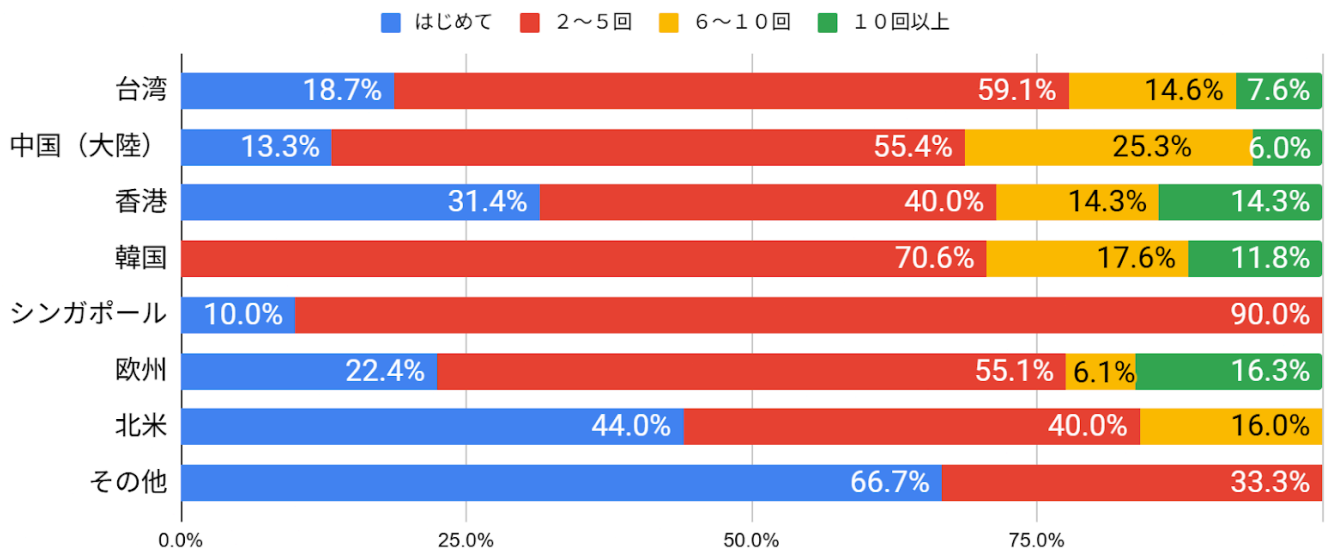
A8. 日本の訪問回数（全体）

（回答：459件）



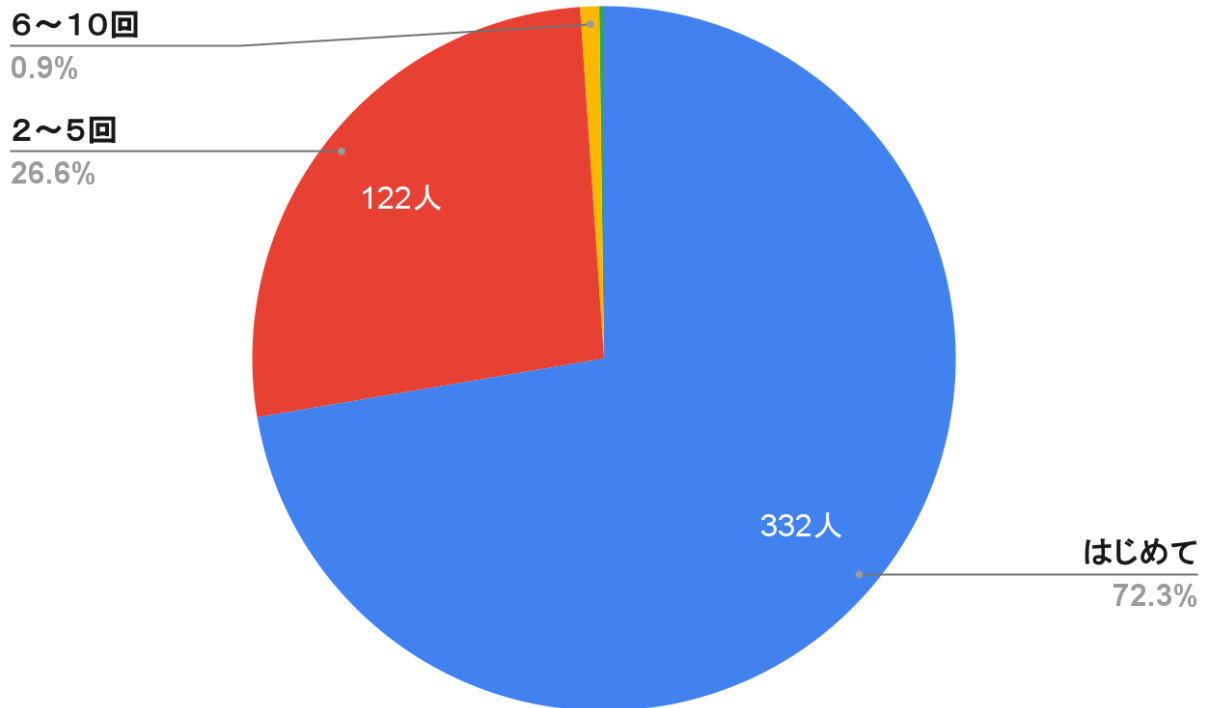
A8. 日本の訪問回数（国・地域別）

（回答：459件）



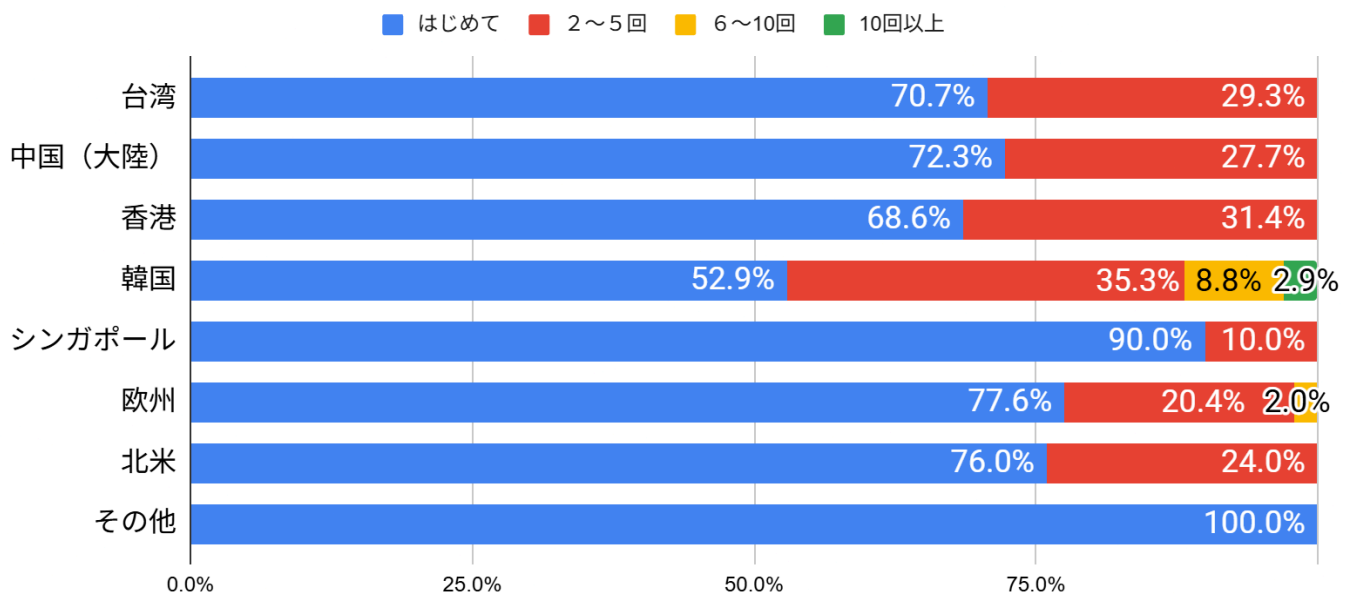
A9. 九州の訪問回数（全体）

(回答：459件)



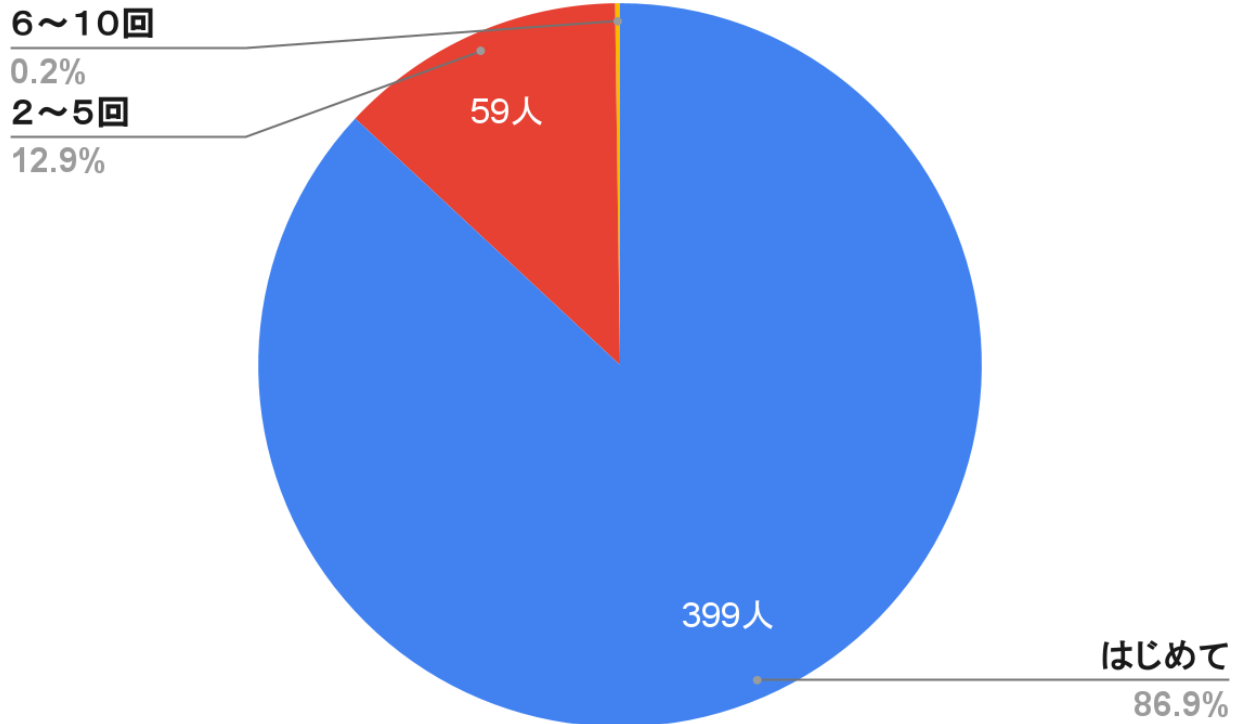
A9. 九州の訪問回数（国・地域別）

(回答：459件)



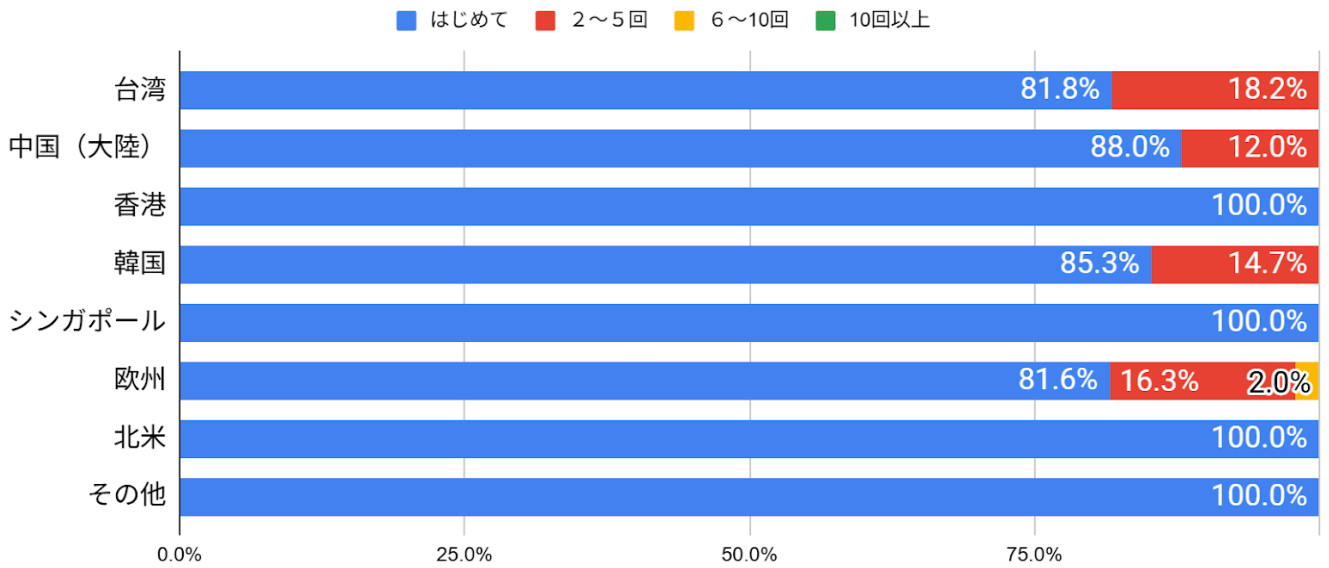
A10. 熊本の訪問回数

(回答：459件)



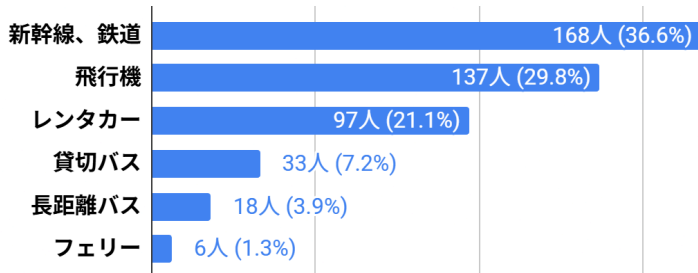
A10. 熊本の訪問回数

(回答：459件)



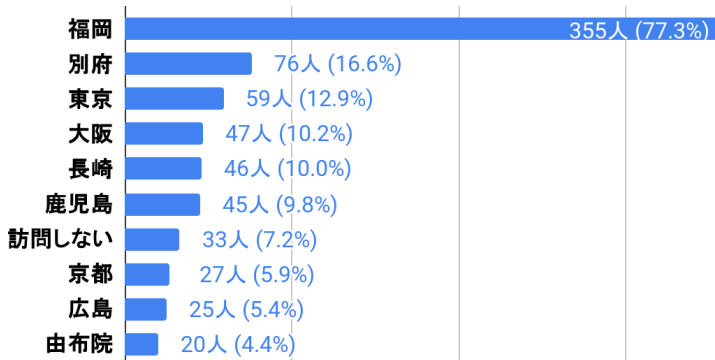
A11. どのように熊本にきたか

(回答：459件)



A12. 今回の旅で熊本以外で滞在する地域は？

(回答：459件)

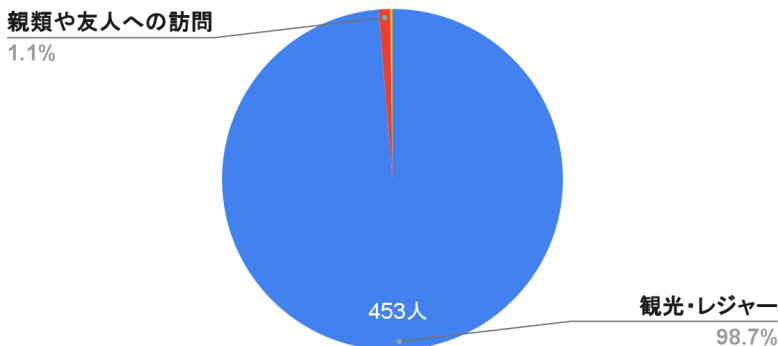


その他の回答：

佐賀 (17), 沖縄 (12), 宮崎 (11), 大分 (11), 高千穂 (9), 箱根 (7), 指宿 (7), 島原 (7), 屋久島 (7), 小倉 (7), 神戸 (6), 岡山 (6), 大韓民国 (5), 姫路 (4), 奈良 (4), 名古屋 (4), 札幌 (3), 富士山 (3), 北九州 (3), 中華人民共和国 (3), 霧島 (2), 関西 (2), 関東 (2), 門司 (2), 石垣島 (2), 松山 (2), 有田 (2), 明石 (2), 尾道 (2), 小豆島 (2), 奄美大島 (2), 大洲 (2), 和歌山 (2), 佐世保 (2), 今治 (2), 中山道 (2), 下関 (2), ベトナム (2), しまなみ海道 (2), 鳥取 (1), 長野 (1), 草津 (1), 松本 (1), 日光 (1), 島根 (1), 宇治 (1), 四国 (1), ロサンゼルス (1)

A13. 今回の旅の主な目的は何ですか？

(回答：459件)

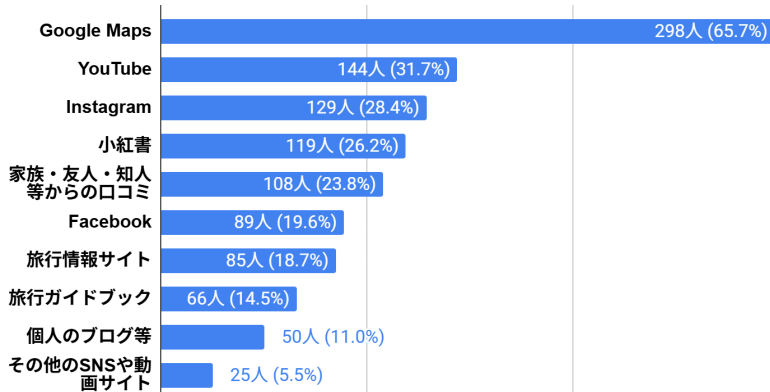


その他の回答：

出張 (1)

A14. 今回の旅行で事前に参考にした情報源は何ですか？

(回答：454件)



その他の回答：

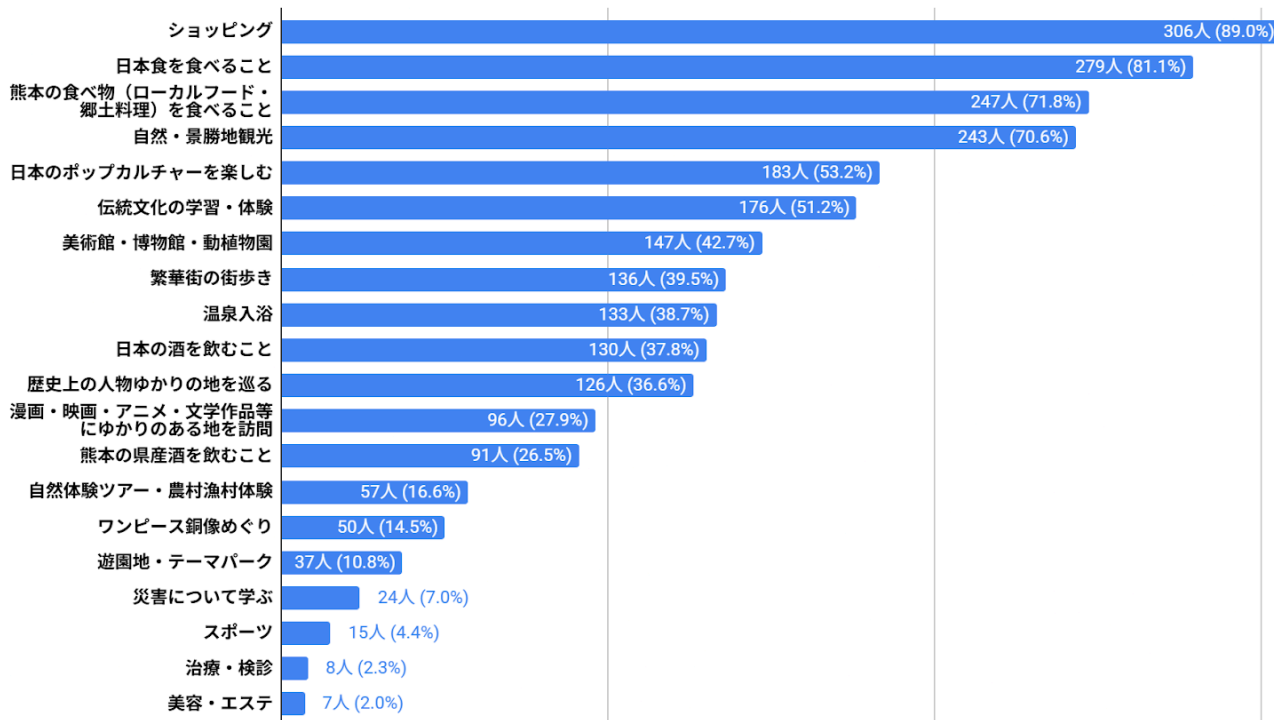
- 抖音 - 18人 (4.0%)
- 大衆点評 - 18人 (4.0%)
- TikTok - 10人 (2.2%)
- Chat GPT - 10人 (2.2%)
- Reddit - 6人 (1.3%)
- Japan Guide - 3人 (0.7%)

※「小紅書」  
中国発のEC機能を有したSNS

## B. 熊本で訪問・体験したこと

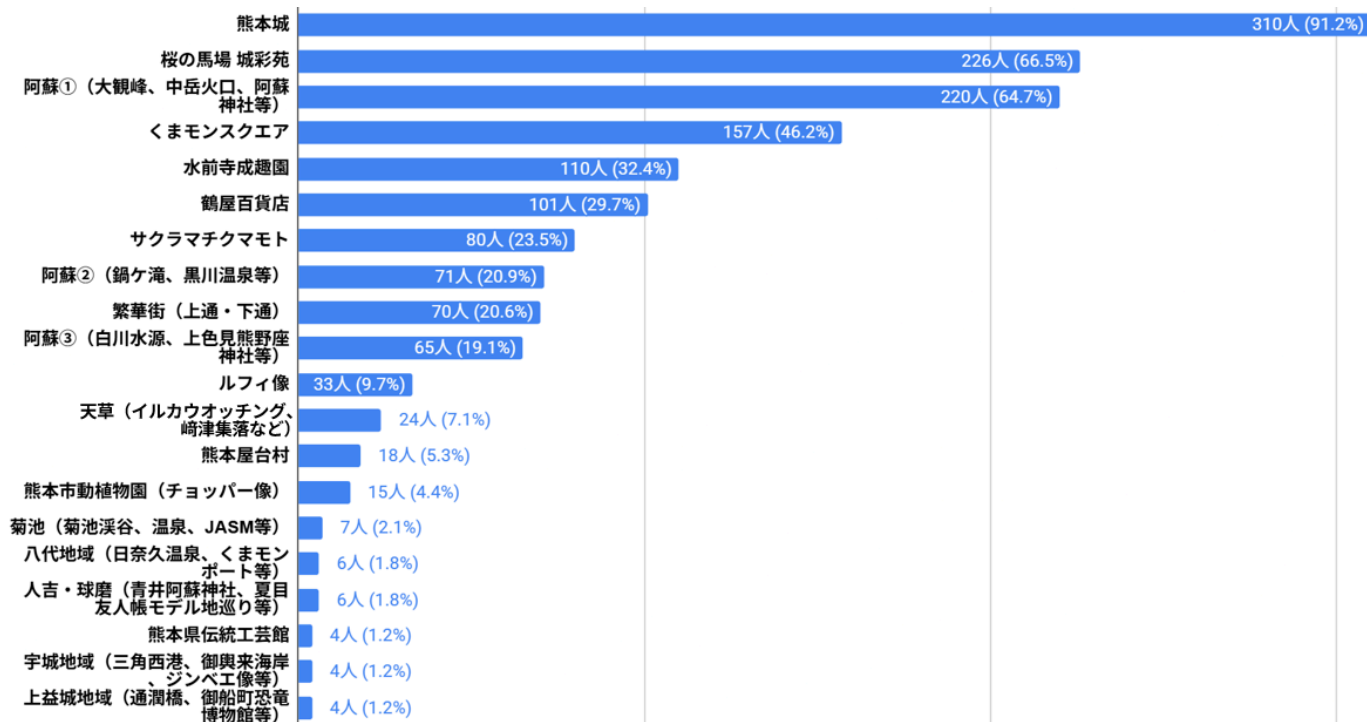
### B1. 熊本で体験したこと

(回答: 344件)



### B2. 熊本ではどこを訪問しましたか（する予定ですか）

(回答: 340件)



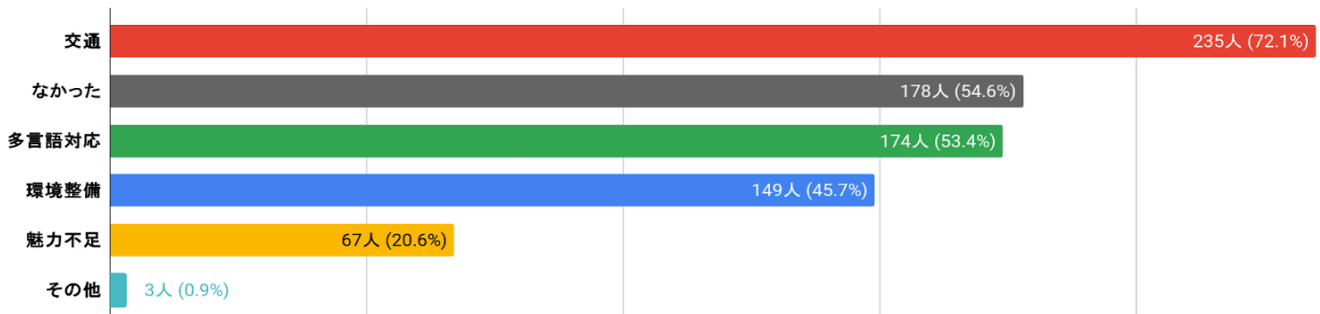
#### その他の回答：

マンガアーツ (3)、高千穂 (2)、霊巖洞 (2)、金峰山 (2)、熊本市現代美術館 (2)、島田美術館 (2)、アミュプラザくまもと (2)、荒尾（万田坑、グリーンランドなど） (1)、熊本県立美術館 (1)、湯前まんが美術館 (1)、山鹿（八千代座、平山温泉など） (1)

## C. 熊本で不満を感じたこと、困ったこと

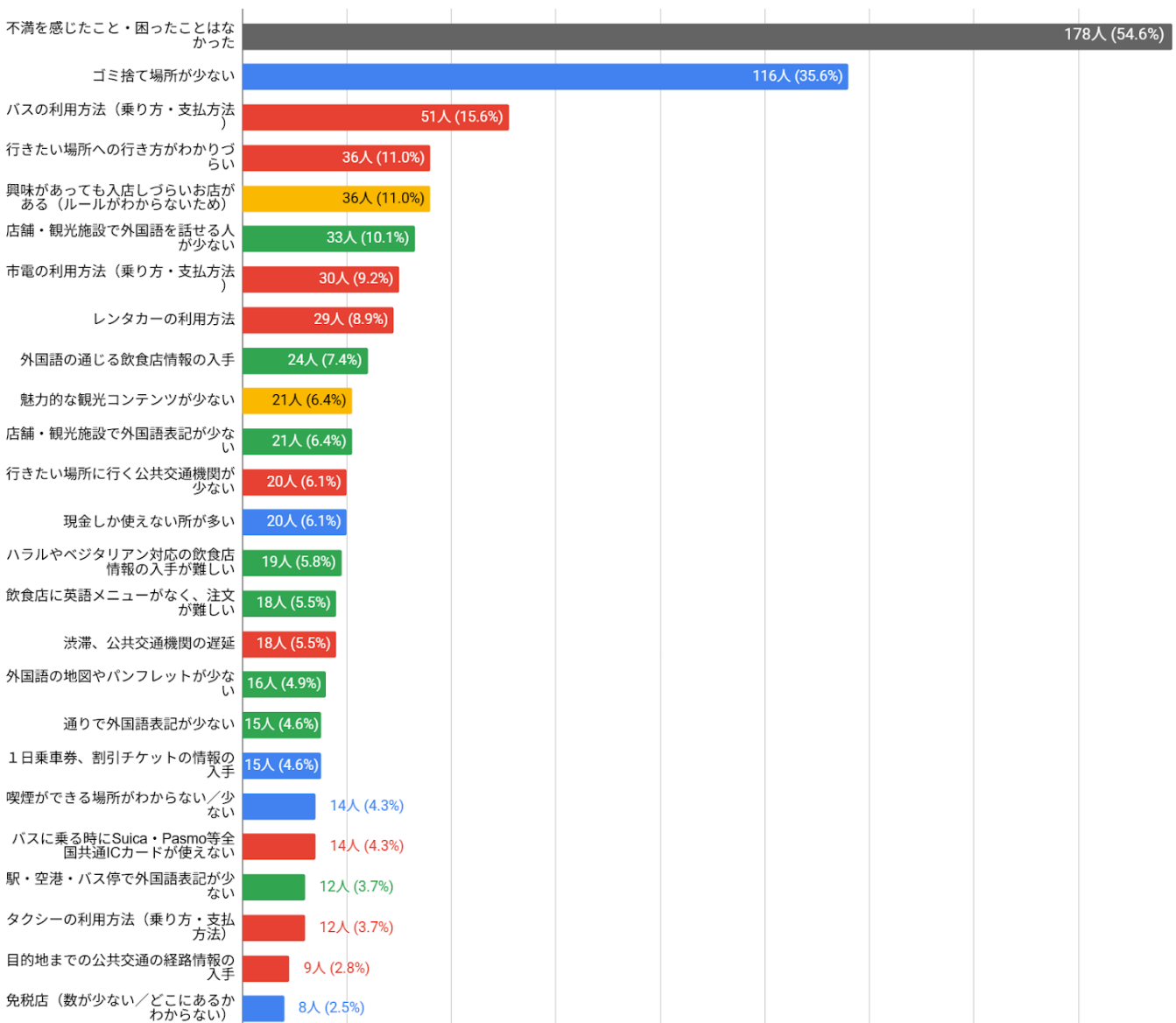
### C1. 熊本滞在で不満を感じたこと、困ったこと（カテゴリー別）

(回答：326件)



### C1. 熊本で不満を感じたこと、困ったこと（トップ25）

(回答：326件)



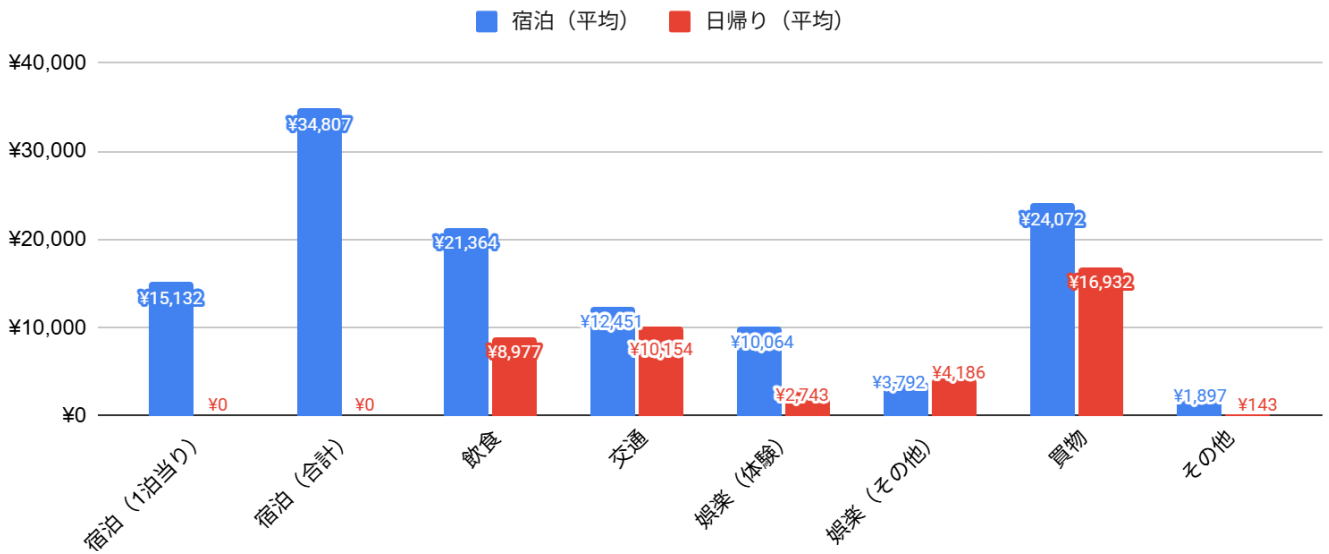
#### その他の回答：

人が冷たい(8)、観光案内所（数が少ない／どこにあるかわからない）(7)、無料公衆無線LAN（Wi-Fi）スポットが少ない(7)、熊本城に英語表記がない(6)、ハラルやベジタリアン対応の飲食店の数が少ない(5)、駐車が難しい(4)、生活や買い物が不便で、街中であまり人を見かけない(4)、モデルコースなど、何をすればよいかの情報を見つけにくい(3)、飲食店は予約が必要なところが多い(2)、観光案内所で外国語が通じない(2)、多くの場所に冷房がない(2)、魅力的な宿泊施設が少ない(1)、ルールを破ってしまいそうで不安だった(1)、ビーガン対応の飲食店情報の入手が難しい(1)、ビーガン対応の飲食店の数が少ない(1)、バッグを盗まれた。治安の強化を望む。(1)

## D. 熊本滞在中の支出について

### D1. 熊本滞在中に支出した金額（平均）

（回答：320件）



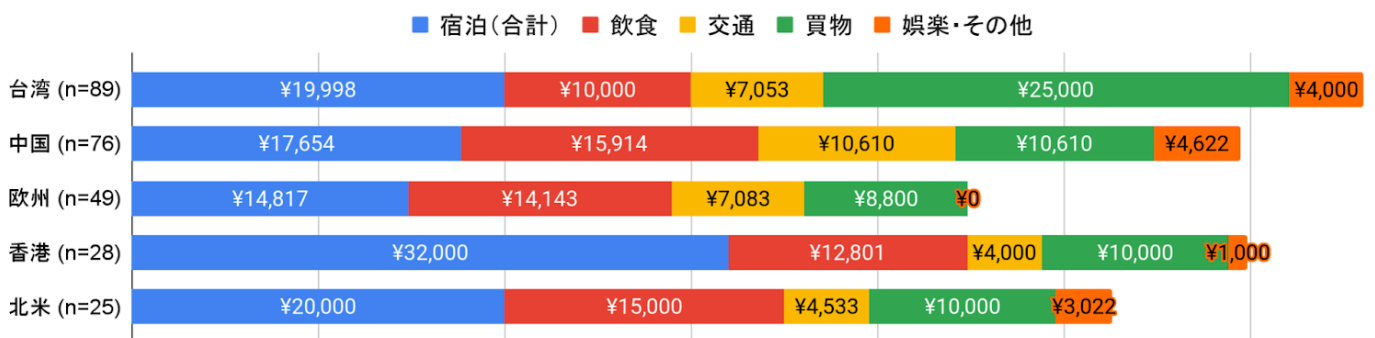
### D1. 熊本滞在中の支出について（中央値・地域別ヒートマップ）

（回答：320件）

国・地域	宿泊（1泊当り）	宿泊（合計）	飲食	交通	娯楽（体験）	娯楽（その他）	買物	その他
台湾 (n=89)	¥10,000	¥19,998	¥10,000	¥7,053	¥3,699	¥2,000	¥25,000	¥0
中国 (n=76)	¥8,657	¥17,654	¥15,914	¥10,610	¥4,622	¥0	¥10,610	¥0
欧州 (n=49)	¥5,667	¥14,817	¥14,143	¥7,083	¥2,266	¥500	¥8,800	¥0
香港 (n=28)	¥15,000	¥32,000	¥12,801	¥4,000	¥1,000	¥0	¥10,000	¥0
北米 (n=25)	¥9,972	¥20,000	¥15,000	¥4,533	¥3,022	¥2,500	¥10,000	¥0
シンガポール (n=20)	¥5,559	¥11,118	¥8,339	¥1,876	¥2,974	¥0	¥0	¥0
韓国 (n=18)	¥6,015	¥30,075	¥12,500	¥5,000	¥2,950	¥10,620	¥25,000	¥0

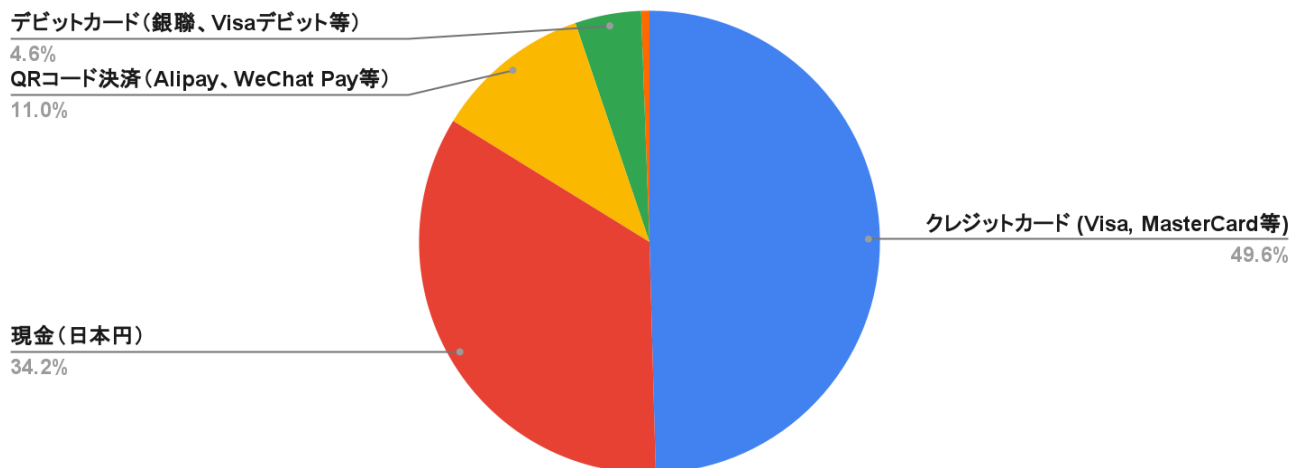
### D1. 熊本滞在中の支出について（トップ5地域・中央値）

（回答：320件）



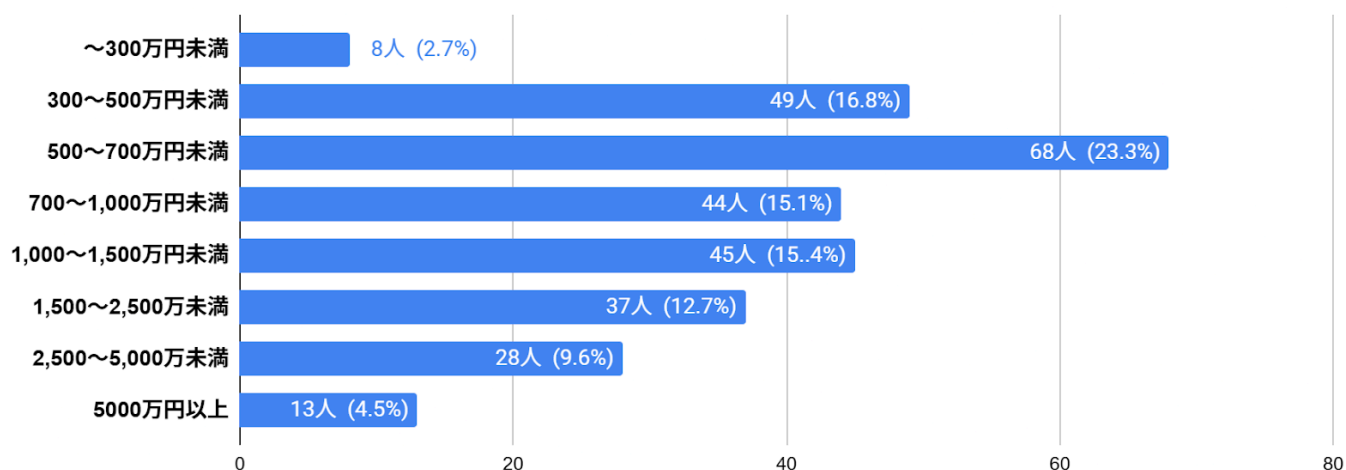
## D2. 熊本滞在中の決済手段は主に何を使いましたか（1つだけ）

(回答：345件)



## D3. 世帯年収

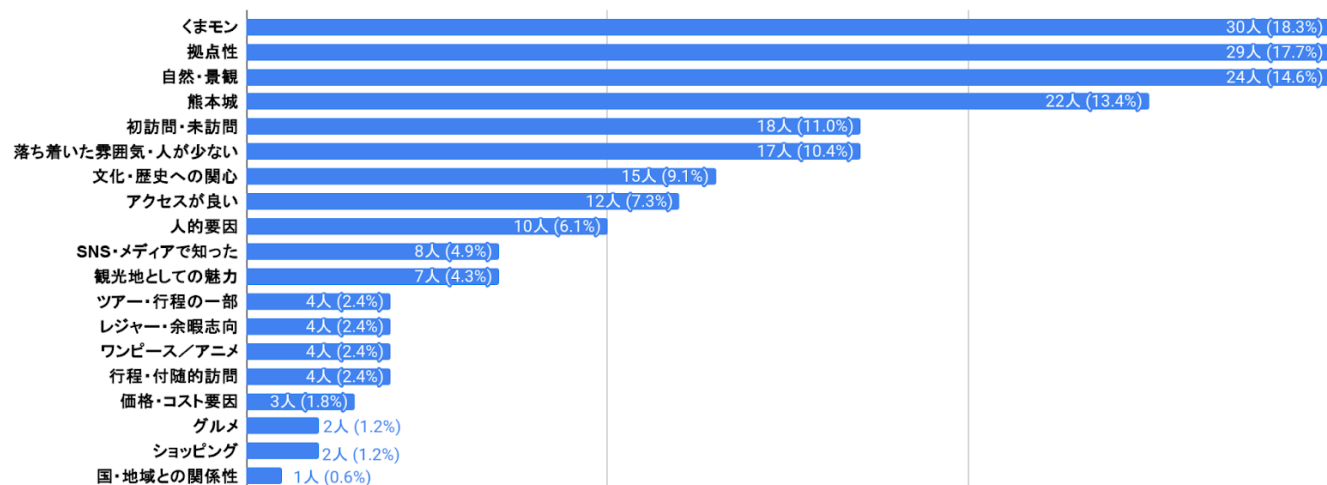
(回答：292件)



## F. 自由回答（ヒアリング）

### F1. 熊本を旅行先として選んだ理由

(回答：164件)

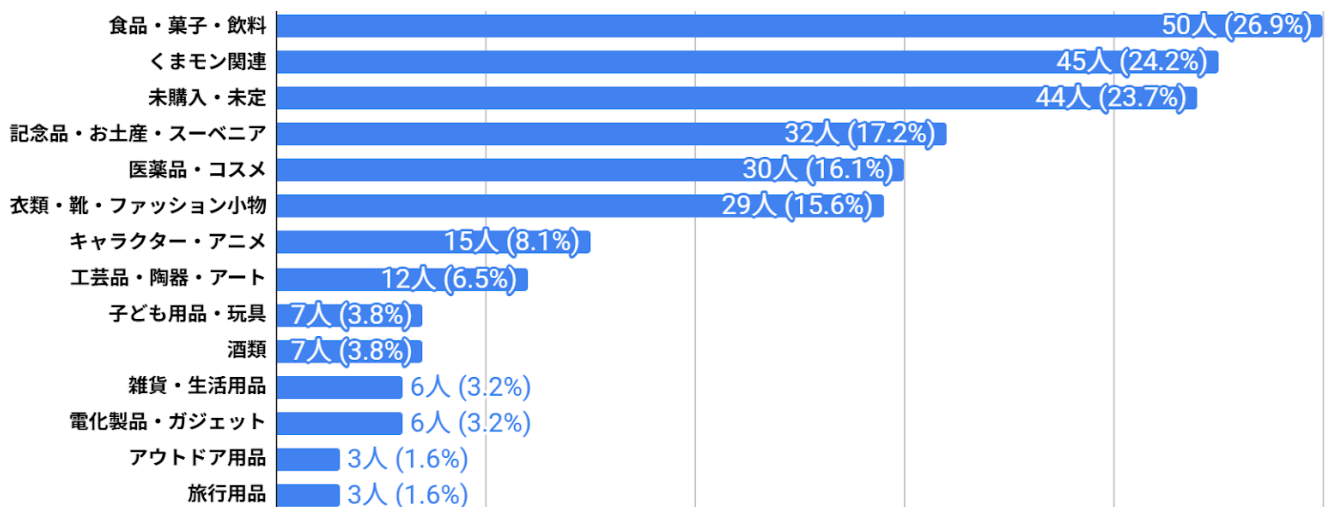


【自由回答の記述（抜粋）】

- くまモンに触れた自由回答：くまモン(16人), くまモンを見るために(5人), くまモンと熊本城(3人), くまモンが好きだから(2人), くまモンが大好きだから(1人), 友人の勧め。九州は初訪問。くまモンは知っていて、自然が美しいと聞いていました。(1人), 自然、都会とくまモン(1人), 文化を体験し、くまモンを見るために(1人)
- 拠点性に触れた自由回答：九州旅行の拠点として便利そうだったから(13人), 九州のすべての都市を訪れたかったから(1人), 九州で2番目に大きい都市として知っていたから(1人), 熊本は長崎と指宿の間で便利な場所にあるから(1人), 由布院も訪問するので熊本が中間地点にあるから(1人), 九州の真ん中だから(1人), 熊本がちょうど中央にあり、福岡・阿蘇・宮崎などへのアクセスが良い拠点だから(1人), 九州を見たくて(1人), 九州を旅行しているから(1人), 九州を旅行したくて、主要都市の一つだった, 九州を一周旅行したかったから(1人),
- 自然・景観に触れた自由回答：自然の景観を見たかった/自然の景観が多いから(13人), 阿蘇山に行きたいから(3人), 火山があるから(2人), 海を見たかった(1人), 自然と都市の両方がある(1人), イルカウォッチングのため(1人)
- 未訪問だったことを理由に挙げた自由回答：行ったことがなかったから(15人), 日本の全県を訪れる計画の一環として(1人), 日本の主要都市の一つだから(1人)
- 落ち着いた雰囲気・人の少なさに触れた回答：落ち着いた雰囲気(5人), 小さな町の観光(1人), 小さな町で静かだが自由な雰囲気(1人), ブログやネット情報で「大きいけれど落ち着いた街」と知り(1人), この地域を知っていて、観光客に対して優しい雰囲気がまだある(1人), 人が少ない(1人), のんびりした雰囲気(1人), 文化的な雰囲気が好きだから(1人), 田舎だから(1人), 熊本はリラックスした雰囲気でも有名だから(1人), 日本の城が見たくて、大阪城は混んでるので熊本城がいいと思った(1人), 九州は観光地化されすぎていないので訪れた(1人)
- アクセスに触れた自由回答：近いから(1人), 直行便があるから(2人), 台湾に近いから(2人), 飛行機が便利だったから(1人), 上海に近いから(1人), 上海から飛行機で来るのはとても便利だから(1人), フライト時間が短いから(1人)
- 人的要因に触れた回答：親戚に会うため(2人), 友人を訪ねるため(2人), 熊本に住んでいる息子を訪ねるため(2人), 友人に勧められたから(1人), 友人がここで英語を教えているため(1人), 友人が熊本出身だから(1人)
- SNS・メディアに触れた回答：YouTuberのおすすめを見て(2人), ネット記事でおすすめされていたから(1人), チャットGPTが勧めてくれたから(1人), YouTubeで見て魅力的だと思った(1人), TikTokで熊本城を見て興味を持って、旅行計画中に旅行サイトでもおすすめされていたので訪れた(1人), Japan Guideで見て北部九州を周遊したかったから(1人)
- 文化・歴史への関心を示唆した回答：熊本の文化を体験したかった(2人), 歴史や文化に興味があるから(2人), 文化的な雰囲気が好きだから(1人), 文化的な理解を深め、見聞を広めるため(1人), 文化体験(1人), 懐かしいから(1人), 宮本武蔵や日本の伝統文化に関係があるから(1人), 地元の文化(1人), 伝統文化を感じたかったから(1人), 伝統文化を体験したいから(1人), 伊万里や有田の陶磁器に興味があるから(1人)
- 価格・コスト要因を示唆した回答：市内の宿泊施設は阿蘇より安い(1人), 宿泊費が福岡より安いから(1人), 安かったから(1人)

F2. 熊本に滞在中に購入（予定の）商品

(回答：186件)

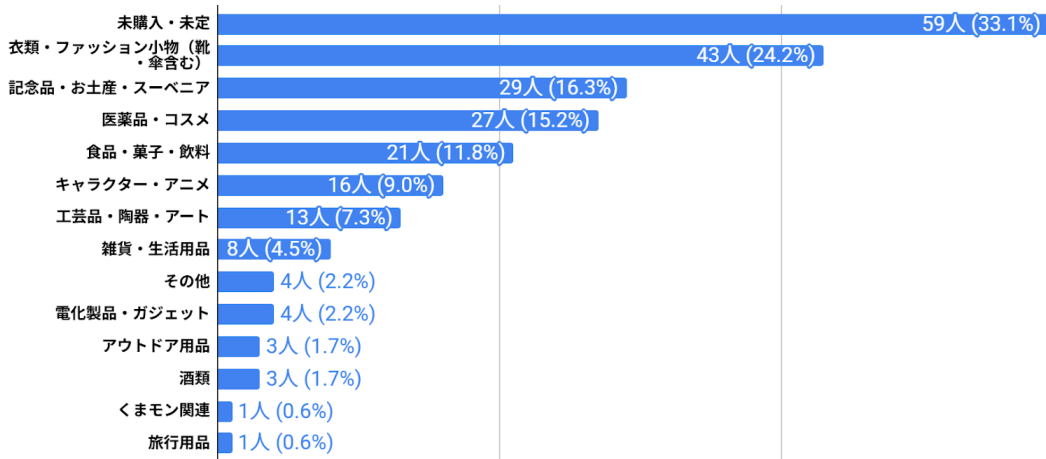


【自由回答の記述（抜粋）】

- 食品・菓子・飲料：食品(9人), 地域の特産品(7人), お菓子(5人), 熊本のお菓子(陣太鼓)(2人), 地域限定キットカット(1人), キットカット(ドン・キホーテ)(1人), お茶(1人), 馬肉(1人), 食品のお土産(1人), 食べ物(1人), 阿蘇牛乳(1人), 醤油(1人), 辛子蓮根(1人), 茶葉(1人), 熊本のお菓子など(1人), 棒ラーメン(1人), 柚子胡椒(1人), 松風(1人), 杉養蜂園の柚子はちみつ(1人), 抹茶(1人), 峰楽饅頭(1人), 天草のエビせんべい(1人), 地元の食品(1人), 味噌漬け豆腐(1人), わさび(1人), チョコがけ米菓(1人), せんべい(1人), クッキーや焼き菓子(1人), うどん(1人)
- くまモン関連：くまモングッズ(34人), くまモンのTシャツ(2人), くまモン(2人), くまモン塩3種類セット(1人), くまモン商品(1人), くまモンのネクタイ(1人), くまモンのぬいぐるみやキーホルダー(1人), くまモンのお土産(1人), くまモンケーキ(1人)
- 未購入：買うつもりがない(33人), まだ買っていない・まだ分からない(10人), モールで気に入ったものを自由に購入(1人)
- 記念品・お土産・スーベニア：お土産(14人), 記念品(6人), スーベニア(マグネットやキーホルダー)(6人), 熊本のグッズ(2人), お守り(2人), 御朱印(1人), ポストカード(1人)
- ドラッグストア・医薬品・コスメ：ドラッグストア商品(17人), 化粧品(7人), スキンケア(2人), 医薬品(2人), スキンケア(ギャツビー、キュレル)(1人), 風邪薬(1人), タトゥーカバーシール(1人)
- 衣類・ファッション：衣類(12人), 衣類(ユニクロ)(5人), アクセサリー(2人), 傘(1人), 靴(1人), 衣類(ユニクロエアリズム)(1人), 衣類(H&M)(1人), 衣類(CELINE)(1人), ウォーキングシューズ(1人), 日傘(1人), 熊本のヘアアクセサリー(1人), 日本らしいピアス(1人)
- キャラクター・アニメ：限定ちいかわ(1人), ワンピースのグッズ(1人), ワンピースのグッズやクッキー(1人), 夏目友人帳のグッズ(1人), 夏目友人帳のストラップ(1人), ジブリグッズ(1人), クレヨンしんちゃんのグッズ(1人), アニメグッズ(1人), アニメグッズ(ハイキュー)(1人), キャラクターぬいぐるみ(1人), キティちゃん(1人), ガチャポン(1人), フィギュア(1人)
- 工芸品・陶器・アート：陶器(5人), 包丁(3人), 置物(小さな像)(1人), 宮本武蔵の絵の複製や竹に鳥の絵(1人), 北斎の富士山画(1人), 掛け軸(1人), 工芸品(三國屋)(1人)
- 酒類：日本酒(4人), 地酒(1人), 熊本の地酒(1人), 焼酎(1人), 地ビール(1人), バーボン(1人)
- 子供用品・玩具：玩具(3人), 子ども用おもちゃ(2人), ビックカメラで購入したおもちゃ(1人), ガチャポン(1人)
- 雑貨・生活用品：生活用品(2人), スマホンホルダーストラップ(1人), 日用品(1人), 小物(1人), かわいい雑貨(1人)
- 電化製品・ガジェット：電化製品(2人), 電子タバコ(1人), 充電器(1人), ドライヤー(1人), チェキ(インスタントカメラ)(1人)
- アウトドア用品：モンベルの商品(1人), ナイフ(ハンティングナイフ)(1人), アウトドア用品(1人)

F3a. 日本滞在中で熊本以外の場所で購入（予定の）商品

(回答：178件)

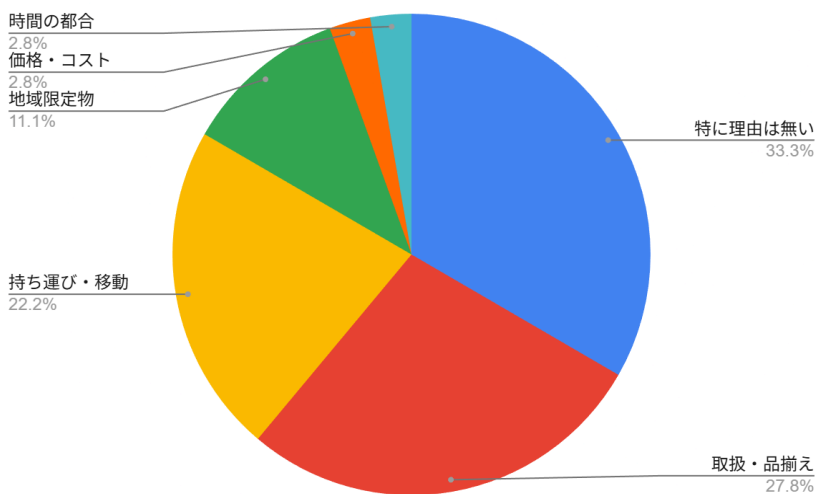


【自由回答の記述（抜粋）】

- 未購入・未定：特になし(45人), まだ分からない(10人), 現時点で計画なし(1人), 特に決めていない(1人), まだ分からない／特に決まっていない(1人), まだ他の地域に行っていない(1人)
- 衣類・ファッション：衣類(16人), 衣類(ユニクロ)(3人), 衣類(BEAMS)(2人), GU(衣類)(1人), THE NORTH FACE(衣類)(1人), ジーンズ等の衣類(1人), スポーツ系の衣類(1人), セリーヌ(CELINE)の商品(1人), 日本のファッションブランドの衣類(1人), 流行中のストリートブランド衣類(潮牌)(1人), 桜島のTシャツ(1人), 着物(1人), 衣類(無印良品)(1人), バッグ(1人), 靴(4人), 靴(オニツカタイガー)(2人), 靴(コンバース)(1人), スニーカー(ナイキ)(1人), パーカー(ミズノ), Tシャツ(1人)
- 記念品・お土産・スーベニア：お土産(8人), 記念品(8人), 他地域の特産品(4人), お守り(1人), 太宰府のお守り(1人), キーホルダー(1人), スーベニア(2人), 家族へのスーベニア(マグネット)(1人), 小さな置物のスーベニア(1人), 福岡タワーのグッズ(1人)
- ドラッグストア・医薬品・コスメ：ドラッグストア商品(11人), 医薬品(5人), 化粧品(4人), スキンケア(3人), メイク用品(1人), 虫よけ(スキンベープ)(1人)
- 食品・菓子・飲料：食品(6人), お菓子(2人), お茶(3人), お菓子を購入予定(1人), ゴールデンカレー(1人), チョコレート(1人), 九州のご当地グルメ(1人), 出汁(島原)(1人), 明太子せんべい(1人), 漬物(1人), 無印良品の食品(1人), 食べ物(1人), 食品のお土産(1人), 黒豚味噌(1人)
- キャラクター・アニメ：フィギュア(2人), 漫画・アニメ関連のグッズ(2人), 漫画(カラオケ行こ!)(2人), アニメ・ゲーム関連商品を購入予定(1人), アニメグッズ(ハイキュー)(1人), アニメのぬいぐるみストラップ(1人), グッズ(1人), ジブリのグッズ(カレンダー、ノート、ステッカー、ピアス、バッグ、フィギュア)やワンピースのフィギュア(1人), ぬいぐるみ(1人), 地域限定ピカチュウ(ラーメン柄/ポケモンセンター)(1人), 漫画・アニメグッズ(1人), 漫画家関連の本(1人), 福岡のポケモンセンター(1人)
- 雑貨・生活用品：布・生地(2人), カトラリー(1人), はさみ(1人), 手拭い(1人), 文房具(1人), 洗剤などの日用品(ドン・キホーテはどこにでもあるため)(1人), 爪切り(1人)
- 工芸品・陶器・アート：包丁(2人), 陶器(2人), 大工道具(1人), 革細工用の特製包丁(1人), 職人向け道具(1人), 梅壺(1人), 箱根の木箱(1人), 茶器(1人), 食器(陶器)(1人), 風呂敷(1人), 風鈴(1人)
- その他：本(3人), レコード(1人)
- アウトドア用品：モンベルの商品(2人), モンベルの登山用品(1人)

F3b. で購入（予定）のもので熊本で買おうと思わなかった理由

(回答：38件)

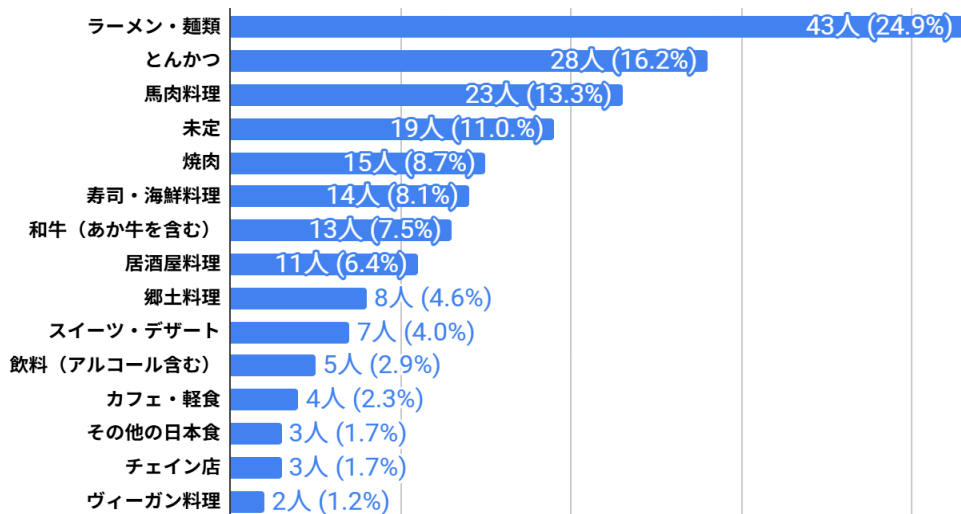


【自由回答の記述（抜粋）】

- 取扱・品揃え  
熊本では取り扱いはないから(3人), 熊本より他都市のほうが選択肢が多いから(2人), 熊本では品揃えが少ないから(1人), 熊本では欲しいものが見つからないから(1人), 熊本では買えないと思ったから(1人), 熊本で販売情報がなかったため(1人), 熊本に店舗がないため(1人)
- 持ち運び・移動  
荷物が増える・重くなるから(6人), スーツケースが福岡にあるから(1人), 帰国便は大阪発だから(1人), 持ち運びが不便だから(1人), 福岡に泊まっているから(1人)
- 地域限定物  
他地域限定の商品をみたいから(4人), 福岡のポケモンセンターで限定品を購入したため(1人)

F4. 熊本滞在中に飲食した中で最も美味しかったもの（まだ飲食していない場合、一番楽しみにしている料理・お店）

(回答：173件)

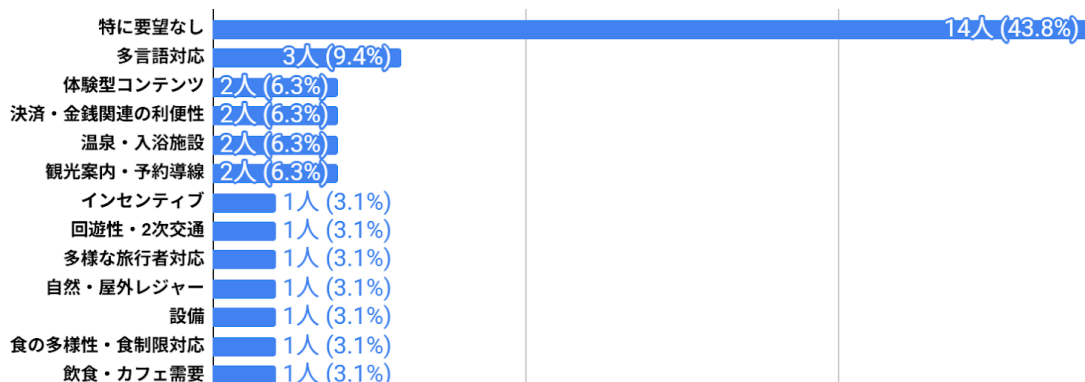


【自由回答の記述（抜粋）】

- ラーメン・麺類**：ラーメン(15人), 熊本ラーメン(黒亭)(5人), ラーメン(一蘭)(5人), 黒にんにくラーメン(2人), 熊本ラーメン(紅組)(3人), 熊本ラーメン(2人), 豚骨ラーメン(1人), 熊本ラーメン(麵屋山むら)(1人), 熊本ラーメン(豚美)(1人), 熊本ラーメン(味干)(1人), 熊本ラーメン(ライフイズジャーニー)(1人), 熊本ラーメン(こむらさき)(1人), 大蒜ラーメン(1人), つけ麺(魚雷)(1人), つけ麺(つけ麺おんのじ)(1人), うどん(三笠うどん アミュプラザくまもと店)(1人), うどん(1人)
- とんかつ**：とんかつ(勝烈亭)(19人), とんかつ(7人), かつ丼(2人)
- 馬肉料理**：馬肉(9人), 馬刺し(4人), 馬肉鍋(1人), 馬肉寿司(菅乃屋 城彩苑)(1人), 馬肉メンチカツ(菅乃屋 城彩苑)(1人), 馬肉コロッケ(1人), 馬刺し(駅前の居酒屋)(1人), 馬刺し(菅乃屋)(1人), 馬刺し(ねぎぼうず)(1人), 馬肉料理(馬桜)(1人)
- 未定**：まだ分からない(11人), 特に決めていない(6人), 食べ物の選択肢が少なく、馬肉を食べる勇気がない(1人), 着いたばかりでまだ食べていない(1人)
- 焼肉**：焼き肉(5人), 焼き肉(叙々苑)(4人), 焼き肉(宮崎牛)(2人), 焼き肉(焼き肉ライク)(1人), 焼き肉(和牛焼き肉LIEBE)(1人), 焼き肉(和牛のたか)(1人), 焼き肉(ホルモン彦ちゃん)(1人)
- 寿司・海鮮料理**：刺身(3人), 鰻丼(2人), 寿司(2人), 回転寿司(スシロー)(2人), 海鮮料理(食家 蟹)(1人), 海鮮丼(魚と巻き串のお店 弥酒)(1人), 寿司(鮨 銀座ふくじゅ)(1人), 寿司(牛深丸)(1人), 回転寿司(1人)
- 和牛（あか牛を含む）**：あか牛(5人), 和牛(3人), あか牛丼(2人), 赤身の和牛(1人), すき焼き(1人), あか牛丼(阿蘇はなびし アミュプラザくまもと店)(1人)
- 居酒屋料理**：焼き鳥(2人), 餃子(1人), 玉子焼き(1人), 屋台村(1人), 居酒屋料理(酒湊)(1人), 居酒屋料理(1人), 居酒屋(1人), もつ鍋(1人), 鶏刺し(1人), 唐揚げ(1人)
- 郷土料理**：くまもと揚げかりふわ(五木屋本舗 熊本城店)(3人), 高菜飯(1人), 郷土料理(花雅)(1人), 熊本の郷土料理(1人), だご汁(1人), 揚げ豚足(1人)
- スイーツ・デザート**：黒ごまアイス(1人), 陣太鼓ソフト(1人), 蜂蜜ソフト(1人), 牧場のミルクソフトクリーム(1人), パフェ(1人), くまモンの人形焼(1人), アイスクリーム(1人)
- 飲料（アルコール含む）**：阿蘇牛乳(1人), 福田農場のビール(1人), ビール(福田農場)(1人), 抹茶(1人), カフェラテ(ファミリーマート)(1人)
- カフェ・軽食**：本と朝ごはんのお店 TSUBOI SOUP(1人), 卵サンド(熊本県立美術館本館 喫茶室 桜Cafe)(1人), スーパーのお惣菜(1人)
- その他の日本食**：おにぎりセット(日々麴舎本店)(1人), 懐石料理(ホテル内レストラン)(1人), カレーライス(1人)
- チェーン店**：マクドナルド(1人), 牛丼(吉野家)(1人), カツカレー(CoCo壱番屋)(1人)
- ヴィーガン料理**：ヴィーガンピビンバ(銀杏釜めし)(1人), ヴィーガンアイスクリーム(城彩苑)(1人)

F5. あったら良かったサービスや体験、商品

(回答：32件)

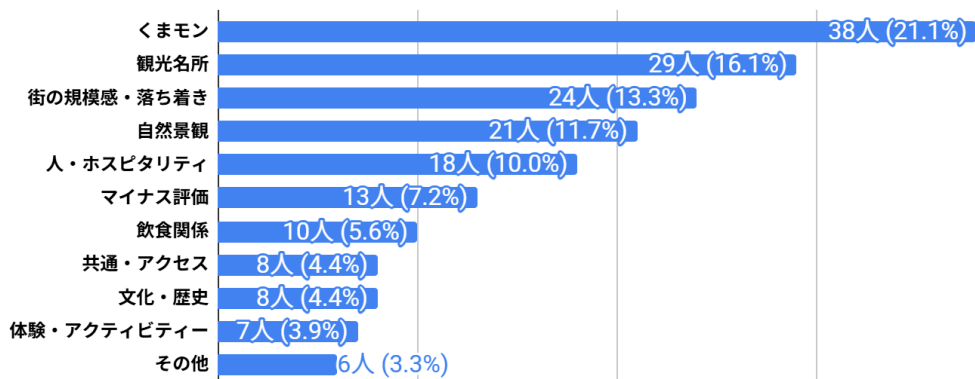


【自由回答の記述（抜粋）】

- 多言語対応：外国語対応サービス(2人), 英語力向上(1人)
- 体験型コンテンツ：宿泊と地域体験が一体化したプラン(1人), 体験がもっとあると良い(例：阿蘇山ツアーなど)(1人)
- 決済・金銭関連の利便性：モバイル決済(QRコードなど)がもっと普及してほしい(1人), お金の両替(1人)
- 温泉・入浴施設：街中に温泉施設の場所が分からない(1人), 熊本駅の近くに温泉があると良い(1人)
- 観光案内・予約導線：熊本発の日帰り旅行・体験・イベントを案内する施設(1人), 公式ウェブサイトで体験等の予約方法(1人)
- インセンティブ：ポイントを貯められる仕組み(スタンプカードなど)(1人)
- 回遊性・2次交通：すべてのワンピース像を見たかったが時間が足りなかった。鉄道で回れると良い(1人)
- 多様な旅行者対応：家族向けのレストランを見つけるのが難しい(1人)
- 自然・屋外レジャー：ビーチ(海水浴場)(1人)
- 設備：熊本城にゴミ箱があると良い(1人)
- 食の多様性・食制限対応：ベジタリアン向けの店を見つけるのは困難で、メニューの中で何が食べられるか判断するのも難しい(1人)
- 飲食・カフェ需要：カフェ(1人)

F6. 特に熊本で印象的だったこと

(回答：180件)



【自由回答の記述（抜粋）】

- くまモン関連：くまモン(23人), くまモンがあちこちにいる(8人), くまモンがかわいい(1人), さまざまなデザインのくまモン(1人), くまモン関連の商品が多い(1人), くまモンと阿蘇火山(1人), くまモンと水前寺公園(1人), JR駅のくまモンが印象的(1人), くまモン本人に会えた(1人)
- 観光名所：熊本城(20人), 熊本城や神社が良かった。時間は少なかったが熊本城と桜の馬場城彩苑が特に印象的。1日では足りないのでもたまたま来た(1人), 熊本城は他の城とは異なり、復旧工事の姿が印象的。阿蘇も良かった(1人), 熊本城の復旧工事が見られて良かった。それに関する英語の案内も分かりやすかった(1人), 熊本城のガイド説明がとても良かった(1人), 熊本城と阿蘇山(1人), 熊本城がとても良い(1人), 熊本城。規模がとても大きい(1人), 水前寺公園が良かった(1人), 博物館(1人), 加藤神社(1人)
- 街の規模感・落ち着き：穏やかで落ち着いている(2人), 静かで落ち着いた街だが、観光地過ぎず活気も感じられる(1人), 静かで良い雰囲気(1人), 静か(1人), 観光客が少ない(1人), 街の通りが心地よい(1人), 落ち着いて心地よい雰囲気。小さな街を楽しめた(1人), 落ち着いていて充実している(1人), 美しく、静かで、観光客が少ない(1人), 素朴で静か(1人), 素敵な街です。もっと時間があればよかった(1人), 福岡に比べて小規模で静かな街(1人), 熊本は落ち着いた雰囲気です。リラックスできる(1人), 混みすぎず、ほどよい活気がある。青森は衰退している印象だったが、熊本は住めそうに感じた(1人), 景色が良く、静かで落ち着いた雰囲気。市内にショッピングセンターや神社があり、次回は車を借りて回りたいと思った(1人), 思っていたより大きな街で、混雑していない。ホテルも多い(1人), 思っていたより大きな街だが、静かな印象。水前寺公園と熊本城に多くの観光客がいて驚いた(1人), 思った以上にぎやか(1人), 居心地の良さ(1人), 他の地域より静かで落ち着き、観光客が少ない。地方都市らしい雰囲気(1人), 人が少なく川沿いを走るのが気持ちいい。台湾は人が多いが、熊本は静か(1人), にぎやか(1人), のんびりして(1人)
- 自然景観：景色が美しい(2人), 風景(1人), 阿蘇山(1人), 阿蘇を楽しみにしている(1人), 阿蘇は美しい静かな景観がある(1人), 阿蘇の自然(1人), 阿蘇が美しく、地獄温泉もとても良い(1人), 自然環境が良い(1人), 自然が多く観光客が少ない、心地よいバランス(1人), 美しい景色(1人), 空と空気がきれい(1人), 環境が良い(1人), 環境がきれいで、阿蘇山が最高(1人), 火山(1人), 清潔で、バイクがなく、駐車場が多く、環境が良い(1人), 水が美味しい(1人), 人が親切で、景色が美しい。特に霊巖洞近くのカフェが良かった(1人), 景観(造園)が美しい(1人), 景色が良い(1人), 天気が良かった(1人)
- 人・ホスピタリティ：親切(2人), 人が親切(2人), 風土や人情(1人), 親切で礼儀正しい(1人), 親切で清潔な街(1人), 街が清潔で、人々が親切(1人), 地元の人がとても親切(1人), 困ったときに親切に助けてくれる。英語で話そうとする人も多い(1人), 人が親切で、食べ物が美味しく、牛乳も美味しい(1人), 人が親切で、景色がきれい(1人), 人がとても親切(1人), 人々が親切に助けてくれる(1人), 人々が親切でかわいらしい(1人), 人々がとても親切で丁寧。説明もわかりやすく、忍耐強く対応してくれる(1人), みんなとても親切(1人), おもてなし(1人)
- マイナス評価：とても暑い(3人), 電車が特徴的だが少し遅い(1人), 京都や大阪にも行ったが、熊本は少し静かで退屈に感じた(1人), 街が小さく交通が不便(1人), 渋滞(1人), 暑い(1人), 店の閉店時間が早く不便。建物のデザインが似ている。宿泊施設にはスタッフがいない。ゴミ箱が少ない(1人), 夜はあまりすることがない(1人), 地下鉄がない(1人), イルカが見られなかった(1人), イオン熊本でバッグを盗まれた(1人)
- 飲食関係：食べ物(2人), 馬肉寿司(1人), 馬肉がとても美味しい(1人), 食事を楽しめた(1人), 美味しい(1人), 牧場のミルクソフトクリームが美味しかった(1人), 地鶏の炭火焼き(とても黒い)(1人), ラーメン(1人), 食べ物が美味しい(1人)
- 共通・アクセス：電車(1人), 路面電車(1人), 熊本駅(1人), 熊本城行きの無料バスが便利(1人), 気候が涼しく、新幹線でアクセスしやすい(1人), 便利な街。主要な場所が近くにあり、ホテルや駅は少し離れているが、市電と徒歩で移動できる(1人), 便利(1人), 住みやすくて便利(1人)
- 体験・アクティビティ：阿蘇火山、上色見熊野座神社、温泉体験(1人), 祭りやイベント(1人), 熊本城の特別イベント(1人), 熊本でのパフォーマンス(1人), 侍のパフォーマンス(1人), イルカを見た(1人)
- 文化・歴史：親切さ、伝統的な雰囲気(1人), 自然や文化・アートが魅力的(1人), 美しい街、鉄砲隊(1人), 現代と古都が融合している(1人), 川やブティック、中古店、古い建物がある美しい街で、熊本城も素敵(1人), 外国人が少なく、日本らしさを強く感じられた(1人), 八千代座(劇場)(1人), 伝統的な建築が多く、広々として人が少ない。人々がとても親切(1人)
- その他：熊本城の復旧努力が印象的(1人), 日本が大好き、熊本が大好き(1人), すべてをじっくり見る時間が足りず、もっと滞在したいと感じた(1人), カラス(1人), 素晴らしい(1人), 熊本でもっと時間を過ごしたかった(1人)

## 4. 考察

### 1. 回答者の属性

#### 回答者の属性（国・地域）

- 東アジア4地域以外からの回答者の割合は、前回調査（2018年度）の7%から今回調査では23.7%へと増加しており、来熊者の国・地域構成が多様化してきている可能性がうかがえる。
- 全体の2位に上がった「中国」の回答者増加については、調査実施時期の影響も考えられる。調査期間が10月上旬であったことから、国慶節期間中または直後に該当している点に加え、上海便が運航中であったことが影響を与えた可能性がある。

#### 『日本旅行経験者・九州周遊型』旅行者

- 熊本を訪れている来訪者の大多数は、日本への渡航経験が2～5回以上あり、九州は今回が初めてという層が大多数を占めていた。
- また、設問A12「今回の旅で熊本以外に滞在する地域」においては、福岡をはじめとする九州各地を訪れる回答が大多数を占め、熊本のみを旅行する来訪者は7.2%だった。
- さらに、設問A6の回答を見ると、九州全体での宿泊日数は8～14泊が最も多かったのに対し、熊本での宿泊日数は2泊が最多であった。
- 設問F1の回答において、熊本を選んだ理由として「拠点性」を挙げる声もあった。
- これらを踏まえ、熊本旅行のリピーターが次の訪問先として地方都市を検討する過程で九州旅行を選択し、その中で熊本の情報に接触し、拠点性に着目して、熊本を訪問先として選ぶという行動パターンが浮かび上がる。今後は、「日本旅行経験者：九州への関心層」を一つのターゲットとして、熊本の拠点性や周遊のしやすさを軸にした発信を展開することが有効である可能性が考えられる。

### 2. 「熊本で不満を感じたこと、困ったこと」について

#### 多言語対応と交通分野で見える課題

- 熊本滞在中で不満を感じたこと、困ったことは「不満を感じたこと・困ったことはなかった」がトップで54.6%が回答しており、前回調査（2018年度）の55%と同等の結果となった。
- 2番目以降に挙げる不満内容には、前回調査（2018年度）からの変化が見られる。前回調査（2018年度）では、不満や困りごとを挙げた回答は分散していたものの、その中で最も多かったのは「Wi-Fiスポットが少ない」で、16%の旅行者が回答していた。これに対し、今回の調査では「Wi-Fi」に関する不満は2%にとどまっている。背景としては、観光地における無料Wi-Fi整備の進展に加え、レンタルWi-FiやeSIMの普及により、来訪者側の無料Wi-Fiに対するニーズ自体が低下している可能性が考えられる。
- 残りの45%の人が感じた不満や困ったことは分散したものの、その中で「ゴミ捨て場所が少ない」と回答した人が最も多い結果（35.6%）
- その他、「バスの利用方法（乗り方・支払方法）」「行きたい場所への行き方が分かりづらい」、「市電の利用方法（乗り方・支払方法）」「レンタカーの利用方法」「PASMO・Suicaなどの全国交通系ICカードが使えない」といった交通に関する不満や、「興味はあるが入店しづらい店がある（ルールが分からないため）」「店舗・観光施設で外国語を話せる人が少ない」「外国語の通じる飲食店情報の入手」といった言語に関する不満が多く見られる。これらの結果から、外国語表記の拡充や交通情報の提供の仕方に大きな課題があることが浮き彫りとなっている。公共交通機関の利用方法と料金、目的地へのアクセスの分かりにくさは前回調査（2018年度）から継続して不満、困りごとになっている。熊本は「魅力的なコンテンツ（食・城・くまモン）は充実しているものの、それをストレスなく楽しむための移動や情報のインフラ、そして基本的なマナーを支える設備（ゴミ箱）が追いついていない」という構造的な問題を抱え続けているといえる。
- 交通関連の不満（バス、ICカード、分かりづらさ等）を合算すると、「困ったことはなかった」という回答数を上回り、交通分野の課題が来訪者の多くに意識されている領域であることがうかがえる。

### 3. マーケティングの可能性：情報収集、旅行の決め手、熊本の印象

#### Chat GPTをはじめとする生成AIツールの普及について

- 設問A14「今回の旅行で事前に参考にした情報源」および設問F1「熊本を旅行先として選んだ理由」において、SNSや各種メディアを参考にしたという回答に加え、Chat GPTを情報源として挙げる回答が挙げられた点は注目される。選択肢として提示していなかったにもかかわらず、自由記述として自発的に挙げられており、情報収集手段の変化を示している。
- 生成AIは、オンライン情報を横断的に参照・整理する仕組みであることから、自治体や事業者によるSEOを意識した情報発信や、質の高い記事コンテンツの蓄積は、間接的にAIを介した情報接触にも影響を及ぼすと考えられる。そのため、今後はこうした点も踏まえた情報発信の強化が求められる。

#### 「落ち着いた街」熊本

- F1「熊本を旅行先として選んだ理由」では、「くまモン」「拠点性」がいずれも18%と最も多く、次いで「自然・景観」（15%）「熊本城」（13%）が挙げられた。
- こうした定量的な結果に加え、東京や京都などでのオーバーツーリズムが海外でも認識される中、あえて地方都市や落ち着いた雰囲気を求めて熊本を選んだという回答も一定数見られた。これらは、回答者のうち約9%が、設問上で直接問われていないにもかかわらず自発的に挙げていた点が特徴的である。
- これらの回答から、熊本の自然環境や拠点性に加え、「観光過多ではない、落ち着きがありつつも活気のある地方都市」というイメージそのものが、今後のブランディングやマーケティング戦略において有効な訴求軸となり得ることが示唆される。

#### 4. 消費行動について

##### 飲食について

- 前回調査（2018年度）においても、ラーメン、とんかつ、寿司・刺身、馬肉・馬刺し、焼肉といった主要ジャンルが上位を占めており、今回の結果もこれと概ね同様の傾向を示している。
- その中でも「勝烈亭」は前回調査（2018年度）においてもとんかつジャンルの中で高い想起率を示しており、コロナ禍前後でも、長期的に高い認知度を維持していることがうかがえる。
- 「焼酎」という語を用いた回答は、1件のみであった。熊本を訪問する層においても、焼酎の認知度は必ずしも高くないことがうかがえる。
- F4. 熊本滞在中に飲食した中で最も美味しかったもの（まだ飲食していない場合、一番楽しみにしている料理・お店）への回答のうち「まだ分からない」「特に決めていない」といった回答が約11%だった。熊本という目的地に到着した後でも、食に関しては具体的な計画やイメージを持たない来訪者が一定数存在することが分かる。
  - このような層は、事前計画よりも現地での偶発的な判断によって行動する可能性が高い。そのため、Googleマップ対策に加え、店頭での「入りやすさ」の演出、提供内容が直感的に伝わる表示、そして入店をためらわせない雰囲気づくりが来店行動を左右すると考えられる。
  - 実際に、C1の別設問においても「興味はあるが入りづらい店がある」と回答した人が11%にのぼっており、明確な機会損失が生じている状況がうかがえる。

##### 衣類の買い物について

- 衣類は、県内での購入カテゴリーとしては6位（15.6%）にとどまる一方、県外での購入では「未定」を除くと最も多く、24.2%となっている。熊本滞在中は食品・菓子類を中心に購入し、衣類については福岡・関西・首都圏など県外でまとめて購入する傾向がうかがえる。
  - 一方で、衣類・ファッションはカテゴリーとして存在感を増している。前回調査（2018年度）では衣類は回答者の約8%にとどまっていたが、今回の調査では熊本県内での購入においても15.6%まで増加しており、関心の高まりが見られる。
  - また、自由記述では、中国語圏の回答者から『潮牌』（人気ストリートファッションを指す表現）という語が挙げられたほか、欧米の回答者からは「オニツカタイガー」（2005年に上映された映画「キル・ビル」をきっかけに認知されたブランド）への言及も見られた。海外では購入しにくい単価の高い日本発の先端的なファッションブランドに対する関心は一定程度存在していると考えられる。
  - それにもかかわらず、F3bへの回答から見えるように、こうしたファッション関連の購買が県外で行われる理由としては、「熊本で取り扱いがないと思っていた」「荷物になるため」といった認識や判断が背景にある可能性がある。
  - 実際には、熊本には「わさもん文化」を背景に、「上通・上乃裏」や「シャワー通り」等のエリアに個性的なファッションブランドを扱う店舗が集積しており、近年はアパレル店舗を多く含む商業施設も増設されてきた。
  - しかしながら、今回の結果では、インバウンド来訪者の間では、「熊本＝ファッションの街」という認識は形成されていないことがうかがえる。ファッションブランドや購買スポットを軸に、外国人視点で分かりやすく整理した情報発信を行うことで、本来熊本でも取り込める可能性のある需要を県内で喚起できる余地があると考えられる。

##### 「キャラクター・アニメ」グッズの購買について

- アニメグッズは、前回調査（2018年度）と比較して新たに浮上したジャンルであり、今回は16人（9.0%）が回答している。この背景としては、ワンピース銅像の設置や『夏目友人帳』をはじめとするコンテンツの認知・人気の高まりにより、アニメファン層の熊本来訪が増加している可能性が考えられる。

##### 支払方法はキャッシュレス化が進展

- 前回調査（2018年度）では6割以上（61%）を占めていた現金決済は、今回は約3割（34.2%）まで減少。一方で、クレジットカードが約5割（49.6%）に達して首位に躍り出たほか、モバイル・QR決済も4%から11.0%へと3倍近く急増している。インバウンド需要を取り込むためには、支払い方法に応じた

環境整備が重要であり、具体的には、世界的に普及しているクレジットカードの『タッチ決済』に加え、アジア圏のQRコード決済とも連携している『PayPay』などの導入が求められる。

#### 欧州からの旅行者の宿泊費用について

- ドイツをはじめとする欧州旅行者については、熊本滞在中の支出において、1泊当たりの宿泊費が他地域と比較して低い水準（中央値：5,667円）にとどまっている点が特徴的である。
- この背景として考えられる要因の一つが、日本滞在日数の長さである。本調査では、日本国内での平均宿泊日数は、東アジア4か国が6.5泊なのに対し、欧州が22.6泊と大きな差が見られた。
- 欧州からの訪日旅行者は、訪日観光客の中でも比較的長期滞在型の傾向が強く、滞在日数が長くなる分、1泊当たりの宿泊費に対して価格感度が高くなると考えられる。その結果、全体として宿泊単価を抑える行動につながっている可能性がある。
- また、ショッピング分野における支出額も他地域と比較して低く、これが全体の消費額を押し下げる要因となっている。
- 欧州では長期休暇を取得しやすい文化的背景があるため、高額な航空運賃を支払ってでも長期間日本に滞在する一方、現地での支出は抑制するという消費行動が生じていると推察される。
- ただし、すべての費目で消費額が低いわけではなく、飲食分野では、滞在中の支出額の中央値が約14,000円と比較的高水準にあり、欧州旅行者が「食」を重視して消費している傾向がうかがえる。
- 一般に「欧州＝高単価・富裕層市場」と捉えられがちであるが、実際の消費行動は必ずしも一様ではなく、長期滞在を前提とした支出配分が特徴的である。
- 今後の対策としては、消費額が相対的に低いことのみをもって評価するのではなく、その特性を正しく理解した上で、欧州旅行者のニーズに即した商品・サービスの提案を行うことが重要である。

#### 『記念品・お土産・スーベニア』というカテゴリについて

- 買い物カテゴリーの一つとして「記念品・お土産・スーベニア」があり、インタビューを通じて、回答者の中にはこれらを使い分けて認識しているケースが見られたため、英語や中国語での回答に見られた「souvenir」や「記念品」は、あえて一律に「お土産」とは訳していない。
  - 英語での聞き取り調査では、回答者自身が“omiyage”と表現するケースも確認され、「omiyage」という日本語が一定程度認知されていることが分かった。この場合に想起されているのは、日本特有の文化としての「omiyage」であり、主に個包装された菓子類を指す理解である。
  - 一方で、英語での「souvenir」や中国語での「記念品」という語からは、訪問地を象徴するフリッジマグネット（冷蔵庫に張るようなマグネット）、はがき、キーホルダーといった小物類が強く想起される傾向が見られた。これらは、主に家族や友人に向けて気軽に配る、形が残る記念性の高いアイテムとして認識されている。
  - このことから、フリッジマグネットやキーホルダーといった記念品となる小物類には、一定の需要があるといえる。それに加え、従来は日本人旅行者を想定していた個包装の菓子類についても、店頭POPでの説明や商品名・名札の多言語化といった施策を行うことで、外国人観光客の購買につながると考えられる。

## <参考資料>

鶴屋百貨店 免税カウンター 内訳

※商店街の委託型免税店26店の実績も含みます

### ①中国の大型連休期間

2025年10月2日(木)～6日(月)

	全体
件数	764

国籍	全体
中国	402
台湾	212
韓国	75
香港	21

性別	全体
男	292
女	472

年代	全体
10代	0
20代	136
30代	335
40代	158
50代	84
60代	43
70代	6
80代	2

消費額	全体
昨年対比	108.9%

※同日同期間対比

### ②調査期間

2025年10月8日(水)～11日(土)

	全体
件数	441

国籍	全体
中国	132
台湾	162
韓国	67
香港	34

性別	全体
男	157
女	284

年代	全体
10代	1
20代	59
30代	188
40代	110
50代	58
60代	23
70代	2
80代	0

消費額	全体
昨年対比	210.7%

※同日同期間対比

### <購入商品>

化粧品、婦人服、スポーツ用品、ラグジュアリー 他