

公益社団法人藤沢市観光協会 2024年度江の島外国人観光客実態調査 報告書

2025年3月21日
多摩大学グローバルスタディーズ学部
I LOVE 湘南プロジェクト

- 総括・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4
- 提言・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
- 総回答数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
- 回答者属性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
- 回答内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・15

■ 2024年度江の島外国人観光客実態調査

- ・ 実施期間・方法：2024年11月24日、29日、30日の3回に分けて、対面で実施。
- ・ 実施言語：英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字の4言語

■ 回答内訳

- ・ 有効回答は303件。うち、英語190件、韓国語13件、中国語繁体字34件、中国語簡体字66件。
- ・ 回答者の84.2%が旅行者で、出身は中国が27.6%、アメリカが16.1%、次いでオーストラリアとフランスが多い。
- ・ 性別は男性が53.6%で若干多く、年齢層は20代、30代が多い。

■ 回答結果

- ・ 旅行形態：友人、家族・親族、夫婦・パートナーとの旅行が多く見られた。
- ・ 江の島散策、景色、観光名所を訪れることが江の島訪問の主な目的だと回答した人が多い。
- ・ 情報収集方法：全体的にウェブサイト、SNSの利用が目立ち、英語の回答者は旅行ガイドブックや口コミの利用が多い。ただ、利用したウェブサイトが分散しており、特定が困難。
- ・ 利用するSNS：中国語簡体字の回答者はRedbook(小紅書)、WeChat、Weiboの利用が多い。それ以外の言語ではインスタグラム、YouTube、ティックトックの利用が多い。
- ・ 旅行前に、江の島の観光施設・スポット、交通情報、観光名所について情報収集した回答者が多い。中国語簡体字と韓国語の回答者は、食事（グルメ）について情報収集した人が多い。
- ・ 東京の成田空港と羽田空港を利用した／する回答者が8割を超えている。
- ・ 江の島訪問の前日と当日に宿泊する場所は、東京都内がもっと多く、いずれも60%を超えている。藤沢市内（江の島島内を含む）に宿泊した回答者は1割前後。
- ・ 江の島観光に対する満足度:江の島シーキャンドル（灯台）、江島神社、江の島サムエル・コッキング苑が上位。江の島と周辺の観光スポットや施設が分散しており、項目によって「利用なし」と回答した人が少なくなかった。

これまで多摩大学が受託して実施してきた藤沢市外国人観光客アンケート調査の結論と、今回の実態調査の結果を踏まえて、以下のように提言する。

■ 藤沢市全体のブランディング

江の島には魅力的な観光コンテンツが充実しており、実際に訪問した外国人観光客の満足度が高いことが調査で明らかになった。一方、調査結果では島内の各観光スポットや施設、サービスについて「利用なし」と答えた人が多いことが示され、外国人観光客は江の島や藤沢市を一つの観光地として捉えているものの、個々のコンテンツを必ずしも認知しているわけではないことがわかる。言い換えれば、市全体のブランド力を向上させることが、江の島を含む市内広域への訪問促進につながると考えられる。

■ 外国人向け滞在プログラムの作成と宣伝

『藤沢市観光振興計画』（2017年10月改定）によると、江の島訪問の前日・当日・翌日に東京都内に宿泊した回答者が全体の37%と最も多く、次いで「3泊とも神奈川県内」が9%であった。対して、今回の調査では、1割前後の回答者が江の島訪問の前日や当日の宿泊先として藤沢市内（江の島島内を含む）を選んだ。これは、江の島を訪問した外国人観光客の市内滞在率が2016年度から向上していることを示している。今後、魅力的な滞在プログラム（特に夜間観光の充実。ゼミ生の案として、定期的に花火大会を開催すること）のさらなる推進と宣伝は、外国人観光客の滞在率向上に寄与すると期待できる。

■ ターゲット別の情報発信の工夫

情報収集の利用媒体や内容、江の島への満足項目が言語ごとに異なることが明らかになった。英語回答者は自然や散策、お土産に関心が高く、韓国語や中国簡体字回答者は食事への関心が高かった。また、利用したSNSでは、中国語回答者（簡体字・繁体字）はRedbook（小紅書）やWeChat、韓国語回答者はKakaoを多用していることがわかった。外国人観光客により効果的に情報を届けるには、一律の情報を発信するのではなく、言語ごとに適した発信媒体を選び、関心にあった内容を提供することが重要であろう。

■ AI機能を活かした発信の言語多様化

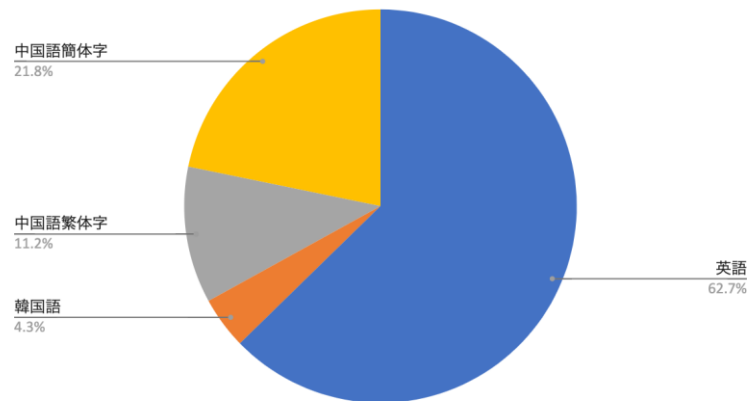
英語回答者の中には、。また、現地調査では「欧米人の顔立ちをしているから英語が話せると判断するのは単純だ」と観光客からご指英語圏出身者ではない人が多かった摘を受けた。この課題に対して、日々進化する生成AIやオンライン自動翻訳を活用することで、より多様な国からの観光客をスムーズに対応し、多様な交流を実現することが可能になる。

1.0 総回答数

アンケート言語	回答数	無効回答	有効回答数	有効回答総数における割合
英語	190	0	190	62.7%
韓国語	14	1	13	4.3%
中国語繁体字	34	0	34	11.2%
中国語簡体字	66	0	66	21.8%
合計	304	1	303	99.7%

総回答数は304件で、うち無効回答が1件あり、有効回答数は303件となった。有効回答率は99.7%であった。最も回答数が多かった言語は英語で190件(62.7%)、次に中国語簡体字が66件(21.8%)、続いて中国語繁体字34件(11.2%)、で、韓国語がもっとも少なく13件(4.3%)であった。

言語別回答数/有効回答における割合



1.1 回答者属性:出身国・地域(設問1)

- 回答者属性 設問1.あなたの出身国・地域はどこですか？

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
オーストラリア	30	0	0	0	30	9.9%
中国	3	0	24	57	84	27.6%
フランス	18	0	0	0	18	5.9%
ドイツ	10	0	0	0	10	3.3%
香港	0	0	4	5	9	3.0%
インド	12	0	0	0	12	3.9%
イタリア	2	0	0	0	2	0.7%
マレーシア	3	0	0	1	4	1.3%
シンガポール	6	0	0	1	7	2.3%
韓国	0	14	0	0	14	4.6%
台湾	0	0	6	1	7	2.3%
タイ	7	0	0	0	7	2.3%
イギリス	5	0	0	0	5	1.6%
アメリカ	49	0	0	0	49	16.1%
ベトナム	1	0	0	1	2	0.7%
インドネシア	0	0	0	0	0	0.0%
フィリピン	6	0	0	0	6	2.0%
カナダ	2	0	0	0	2	0.7%
その他	34	0	0	0	34	11.2%
無回答	2	0	0	0	2	0.7%

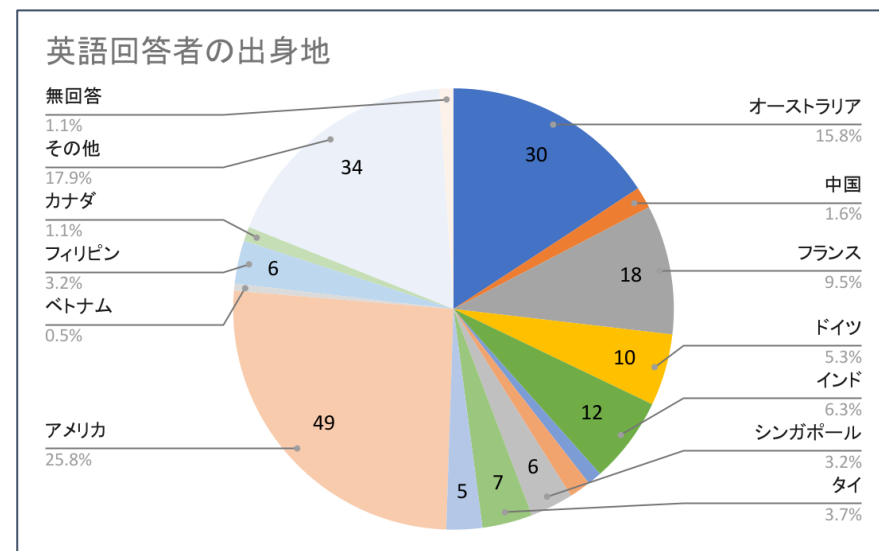
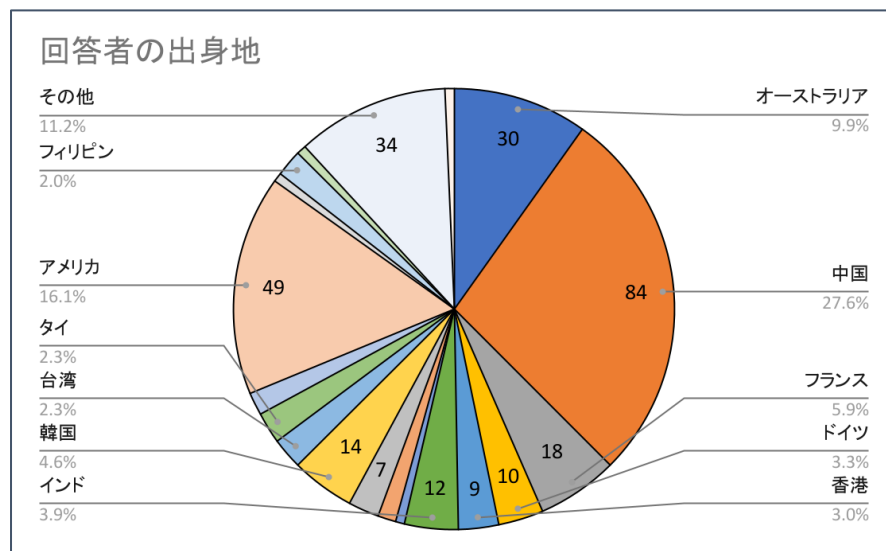
回答者が最も多かったのは中国であり、全体の27.6%を占めている。次いでアメリカ(16.1%)、オーストラリア(9.9%)、フランス(5.9%)と続く。

なお、英語回答者のうち、アメリカ、オーストラリアといった英語圏のほか、フランス、インド、ドイツなどからの回答者も存在している。

1.1 回答者属性:出身国・地域(設問1)

「その他」 の回答者 の出身地	国名	ウクライナ	スペイン	オランダ	リトアニア	ルーマニア	ニュージーランド	ポーランド	ドイツ	シンガポール	メキシコ	
	人数	2	4	2	1	1	2	3	2	1	4	
	国名	アイルランド	ベラルーシ	ノルウェー	デンマーク	ロシア	スコットランド	アイスランド	ネパール	フィンランド	南アフリカ	合計
	人数	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	34

「その他」と答えた回答者は34人いた。スペインとメキシコは4名ずつで最も多かった。注意しなければならないのは、出身地の選択肢はあったが、「その他」を選択した回答者がいた(ドイツとシンガポール)ことである。



1.2 回答者属性:旅行者可否(設問8)

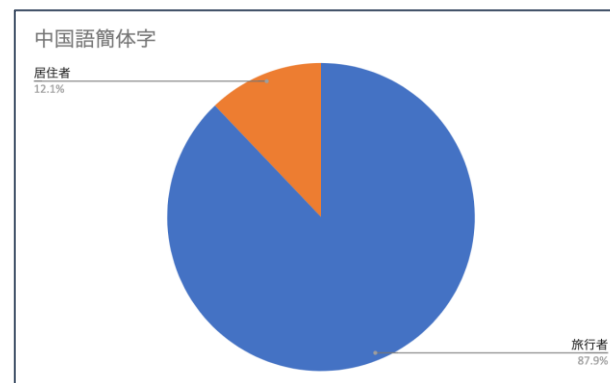
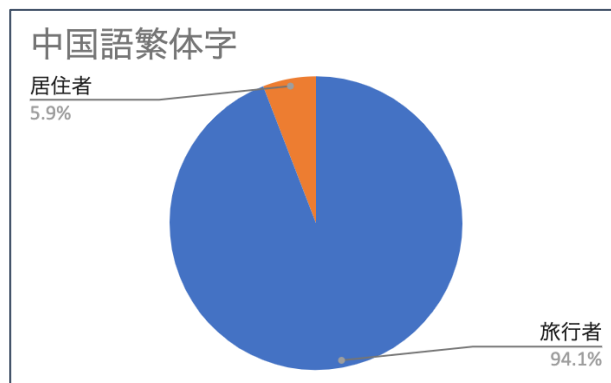
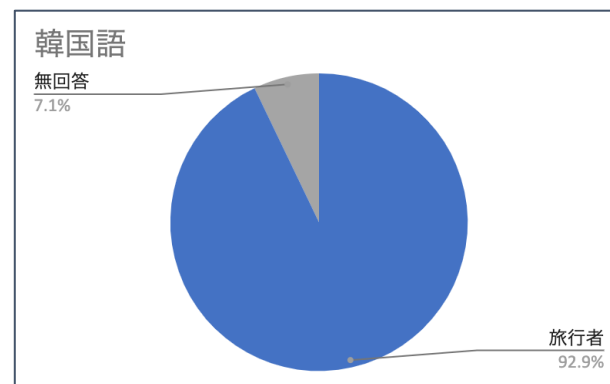
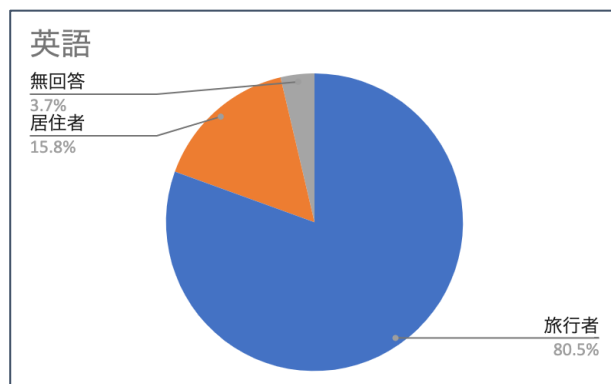
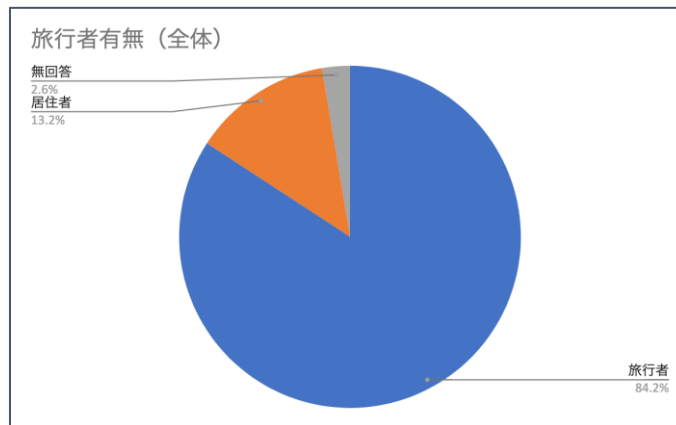
- 回答者属性 設問8. あなたは旅行者(旅行で日本に来ている)ですか?それとも居住者(日本に住んでいる)ですか?

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
旅行者	153	13	32	58	256	84.2%
居住者	30	0	2	8	40	13.2%
無回答	7	1	0	0	8	2.6%
計	190	14	34	66	304	100.0%

全回答の84.2%の人が旅行者(旅行で日本に来ている人)であり、居住者は40人の13.2%を占めている。無回答は2.6%であった。

英語で回答した人の居住者が最も多く、30人(15.8%)いた。韓国語で回答した人のうち、居住者はいなかった。

1.2 回答者属性:旅行者可否(設問8)



1.3 回答者属性:性別(設問9)

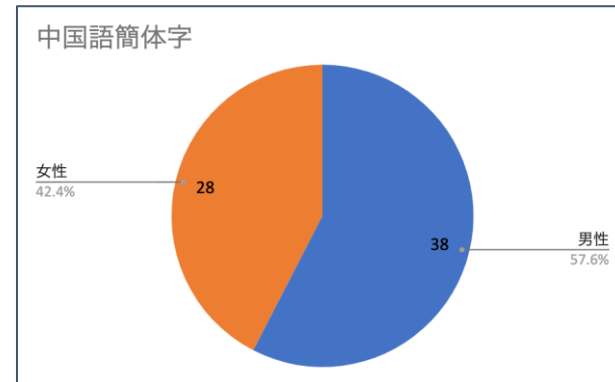
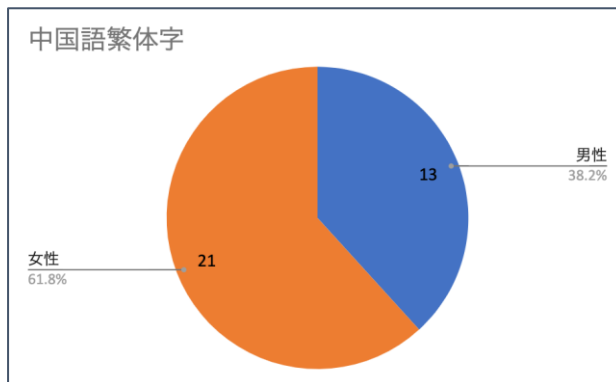
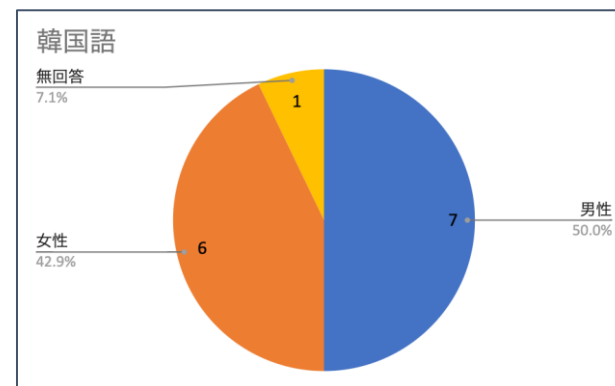
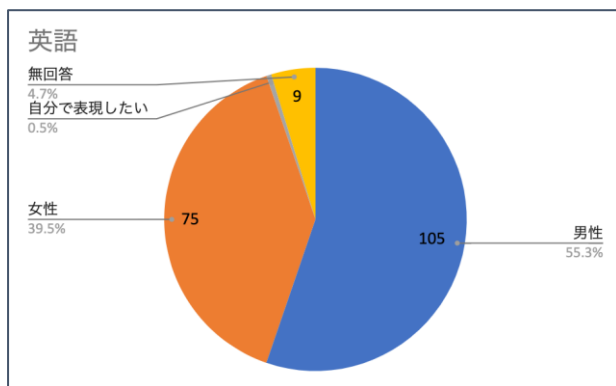
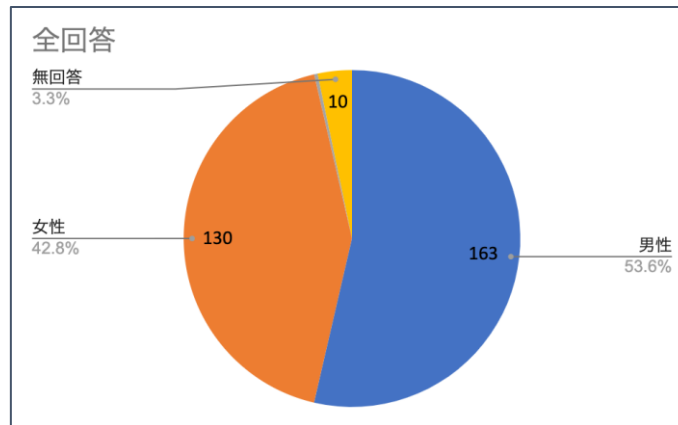
- 回答者属性 設問9. あなたの性別は？

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
男性	105	7	13	38	163	53.6%
女性	75	6	21	28	130	42.8%
自分で表現したい	1	0	0	0	1	0.3%
無回答	9	1	0	0	10	3.3%
計	190	14	34	66	304	100.0%

全回答を見ると、男女はそれぞれ約半数の回答が得られたが、男性のほうが若干多かった(男性53.6%、女性42.8%)。

唯一女性のほうが多かったのが中国語繁体字で、男性の1.6倍となった。また「自分で表現したい」または「無回答」と答えた人が11人おり、全体の3.6%を占めている。全員が英語と韓国語の回答者であった。

1.3 回答者属性:性別(設問9)



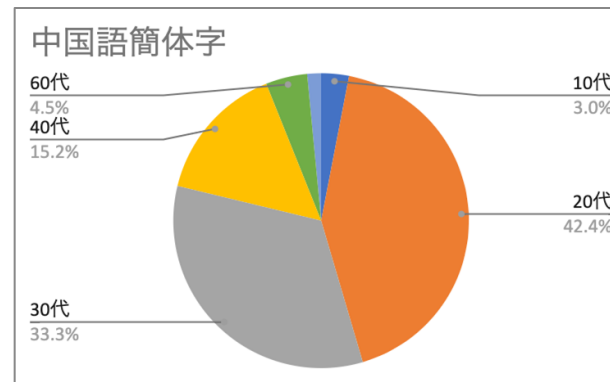
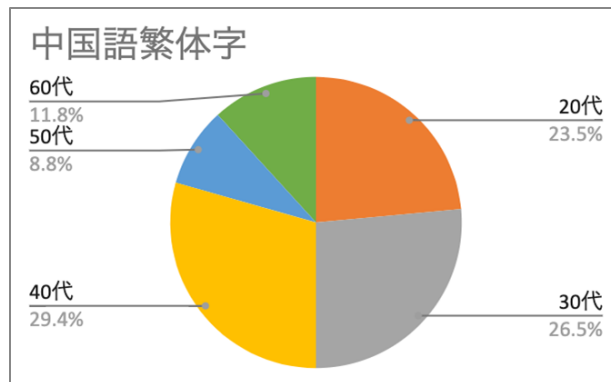
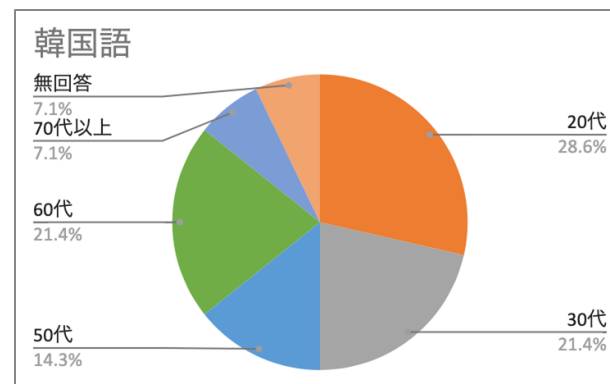
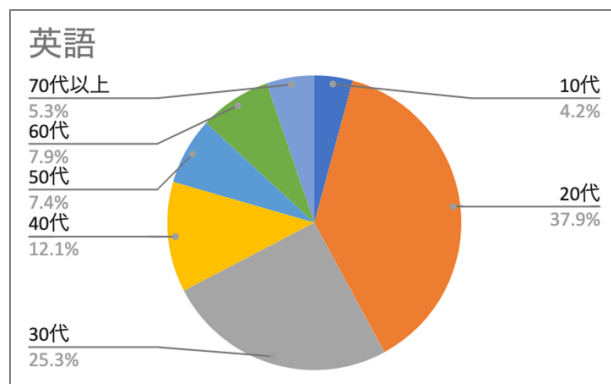
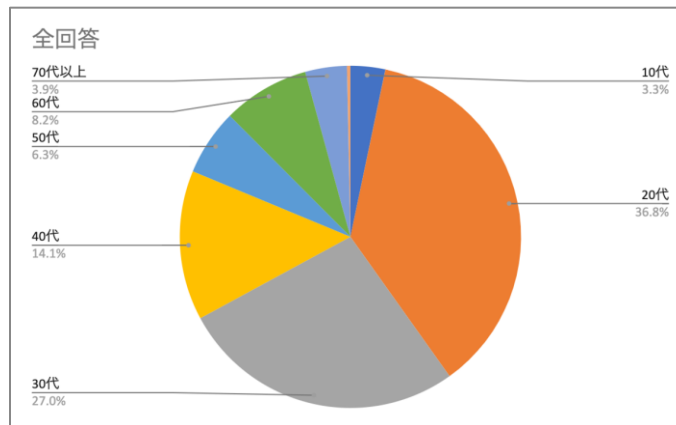
1.4 回答者属性:年齢(設問10)

- 回答者属性 設問10. あなたの年齢は？

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
10代	8	0	0	2	10	3.3%
20代	72	4	8	28	112	36.8%
30代	48	3	9	22	82	27.0%
40代	23	0	10	10	43	14.1%
50代	14	2	3	0	19	6.3%
60代	15	3	4	3	25	8.2%
70代以上	10	1	0	1	12	3.9%
無回答	0	1	0	0	1	0.3%
計	190	14	34	66	304	100.0%

全回答者を見ると、20代が最も多く、全回答者の36.8%を占めており、英語での回答者が特に多い。一方、70代以上や10代の回答者は少なく、全体的な割合も低い。また、中国語(繁体字・簡体字)回答者は20代～40代に集中しており、高齢層の回答者が少ない傾向にある。

1.4 回答者属性:年齢(設問10)



2 旅行形態(設問11)

■ 設問11. 誰と来ましたか？

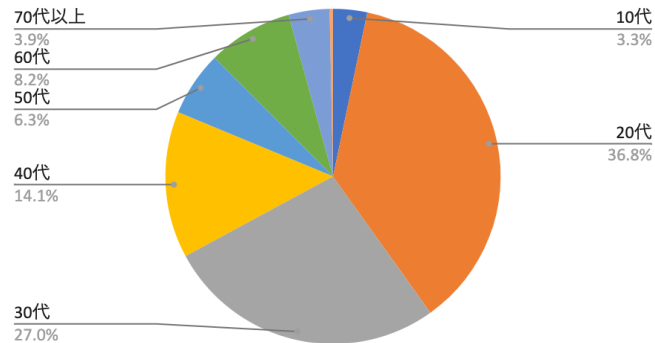
	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
ひとり旅	31	0	5	6	42	13.2%
家族・親族	53	5	11	19	88	27.6%
友人	66	5	12	25	108	33.9%
夫婦・パートナー	32	4	4	8	48	15.0%
同僚	9	0	0	3	12	3.8%
団体旅行	11	0	3	6	20	6.3%
その他	0	0	0	1	1	0.3%
計	202	14	35	68	319	100.0%

旅行形態(旅行の同行者)について、全体的に友人や、家族・親族、夫婦・パートナーなど、自分と親密関係にある人と旅行する傾向が確認された。

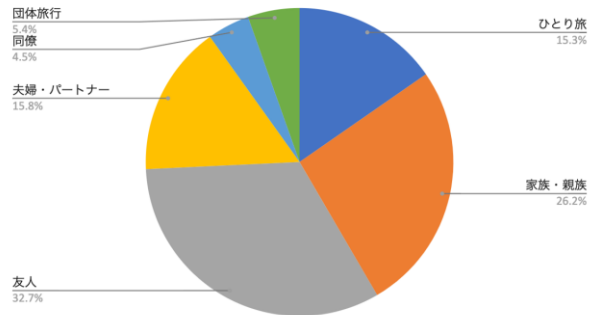
英語回答者のうち、「ひとり旅」と答えた人が31人おり、それ以外の言語より割合が高かった。また、韓国語回答者を除いて、回答者に団体旅行に参加した人がいた。

2 旅行形態(設問11)

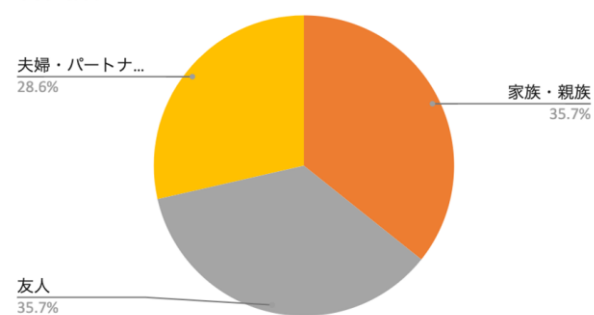
全回答における割合



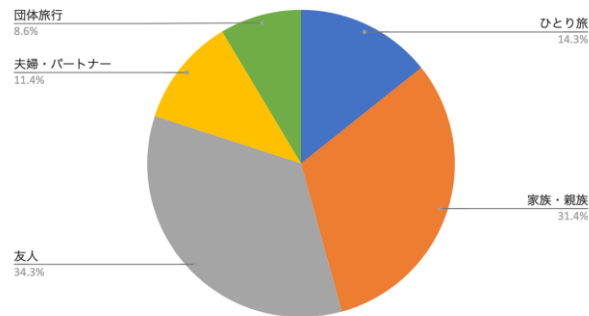
英語



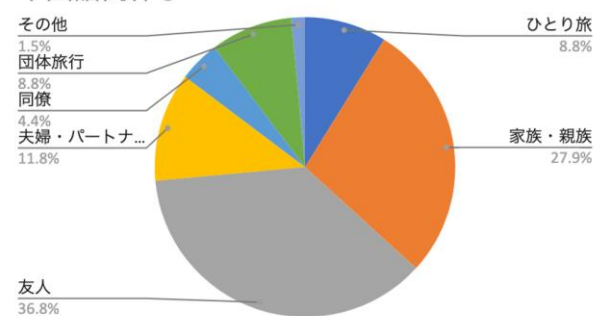
韓国語



中国語繁体字



中国語簡体字



3 訪問目的(設問4)

- 設問4. 江の島訪問の主な目的は？(複数回答可)

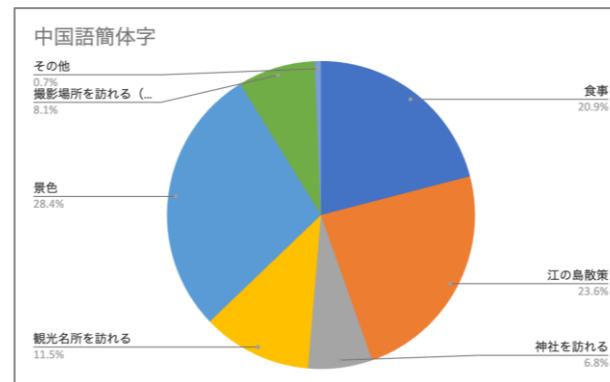
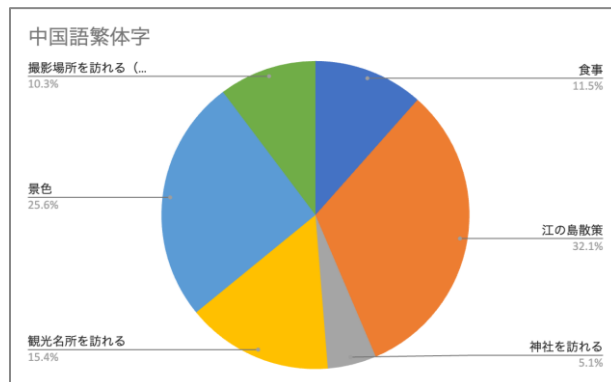
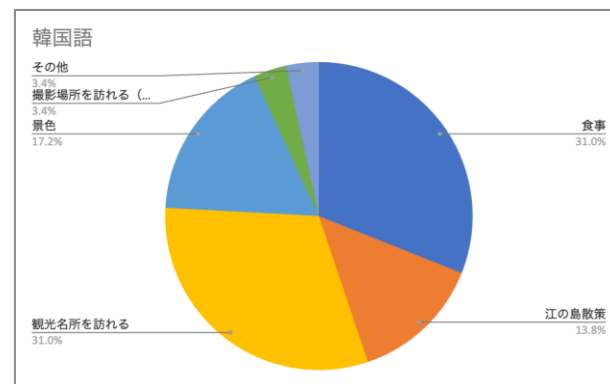
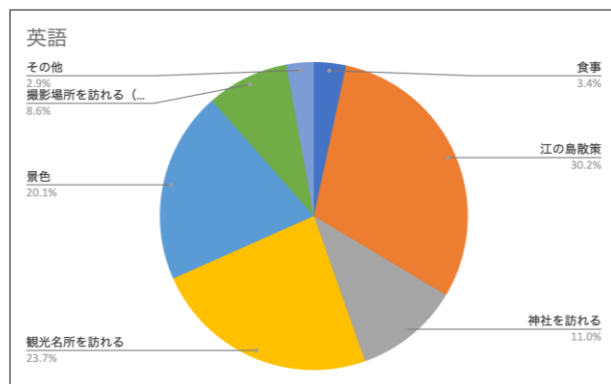
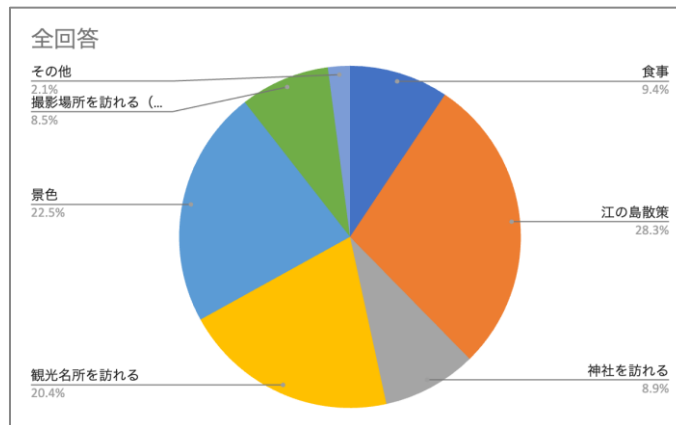
	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
食事	14	9	9	31	63	9.4%
江の島散策	126	4	25	35	190	28.3%
神社を訪れる	46	0	4	10	60	8.9%
観光名所を訪れる	99	9	12	17	137	20.4%
景色	84	5	20	42	151	22.5%
撮影場所を訪れる(アニメ／ドラマ／映画)	36	1	8	12	57	8.5%
その他	12	1	0	1	14	2.1%

全回答を見ると、「江の島散策」が最も多く28.3%を占め、特に英語回答者の関心が高い。「景色」も22.5%と人気があり、中国語簡体字での回答者から多くの支持を得ている。また、「観光名所を訪れる」は20.4%で、英語回答者に特に人気があった。

一方、「神社を訪れる」や「撮影場所を訪れる(アニメ／ドラマ／映画)」は8～9%台と比較的少ない割合を占めているが、文化的な興味を持つ人々が一定数いることがわかった。「食事」は全体の9.4%にとどまったが、中国語簡体字話者からの関心が目立った。「その他」はわずか2.08%と低く、主流の目的が明確に特定されていると言える。

この結果から、自然や景観、歴史的な場所が江の島観光の主な目的となっていることがわかった。

3 訪問目的(設問4)



4.1 情報収集方法・全体(設問2)

- 設問2. 普段、どのような方法で旅についての情報を集めていますか？(複数回答可)

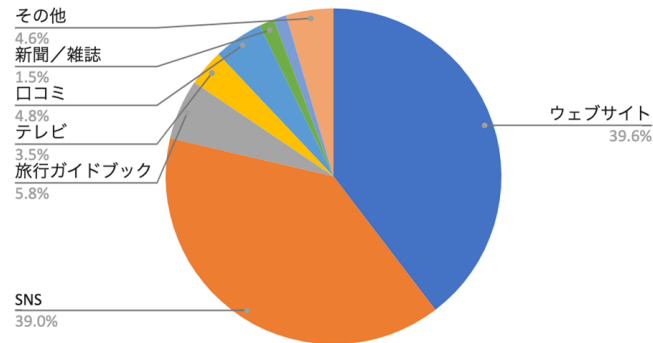
	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
ウェブサイト	145	9	23	14	191	62.8%
SNS	134	5	11	38	188	61.8%
旅行ガイドブック	18	0	4	6	28	9.2%
テレビ	13	0	3	1	17	5.6%
口コミ	17	1	1	4	23	7.6%
新聞／雑誌	6	0	1	0	7	2.3%
リーフレット／パンフレット	4	0	0	2	6	2.0%
その他	16	2	2	2	22	7.2%

全体的に見ると、「ウェブサイト」と「SNS」がそれぞれ62.8%と61.8%を占め、主要な情報源であることがわかった。特に英語話者では、「ウェブサイト」が145件、「SNS」が134件と圧倒的に多く、デジタル媒体が主要な情報源となっている。

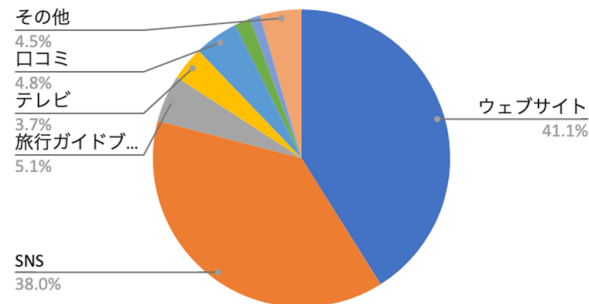
一方で、「旅行ガイドブック」は全体で9.2%、「口コミ」は7.6%にとどまり、従来型の情報源は相対的に少ない利用状況が示されている。「テレビ」や「新聞／雑誌」はそれぞれ5.6%と2.3%と低い。また、「その他」と答えた人は22人いたが、日本での在住経験や、そもそも事前に情報収集しないなどの要因が推測される。

4.1 情報収集方法・全体(設問2)

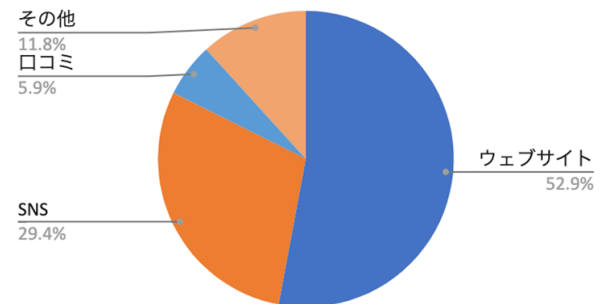
全回答



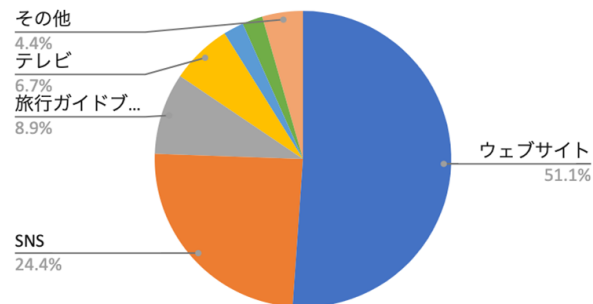
英語



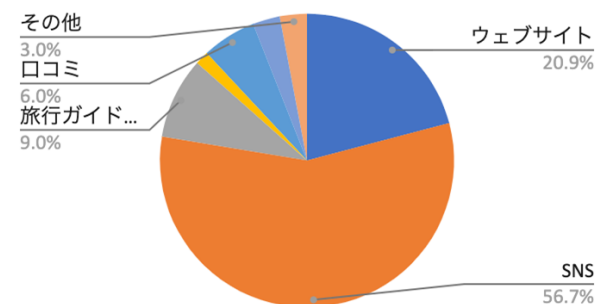
韓国語



中国語繁体字



中国語簡体字



4.2 情報収集方法・ウェブサイト(設問2)

- 利用するウェブサイト

ウェブサイトを利用して情報収集したと答えた回答者は191人おり、全体の62.8%を占めていることから、ウェブサイトの重要性が確認された。

しかし、ウェブサイトを選択したが、詳細なサイト名をチェックしていなかった回答者が非常に多かった(83人、全体の4割を超えている)。最終結果の正確性を考慮して、今回はウェブサイトの内訳分析を省略した。

4.3 情報収集方法・SNS(設問2)

・ 利用するSNS

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
Instagram	91	2	5	9	107	35.2%
Facebook	47	0	4	6	57	18.8%
WeChat	23	0	4	17	44	14.5%
X	27	0	3	6	36	11.8%
YouTube	73	4	4	11	92	30.3%
TikTok	55	0	2	15	72	23.7%
その他	28	1	2	3	34	11.2%

全回答を見ると、最も利用されるSNSの1位と2位はInstagramとYouTubeで、いずれも30%を超えている。

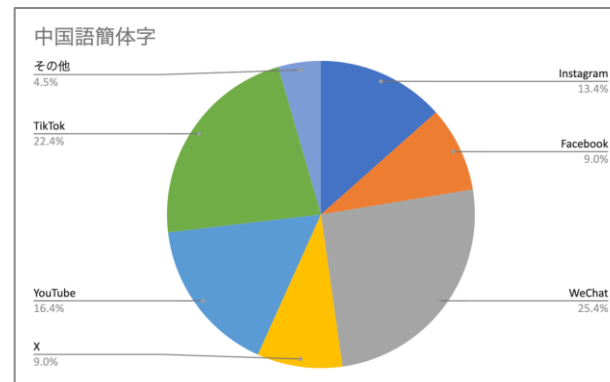
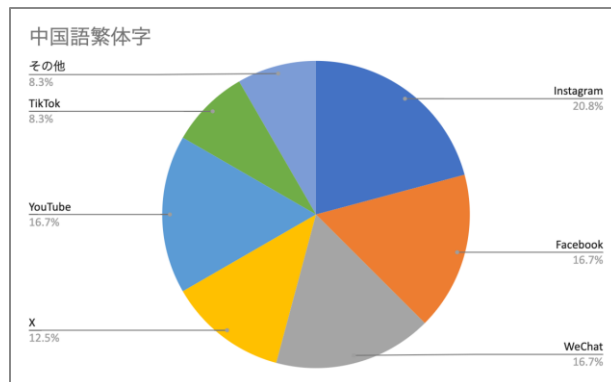
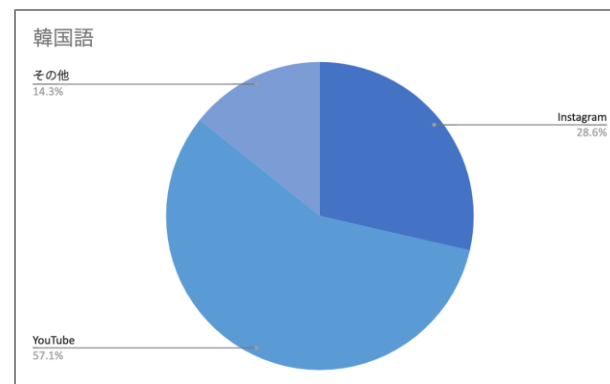
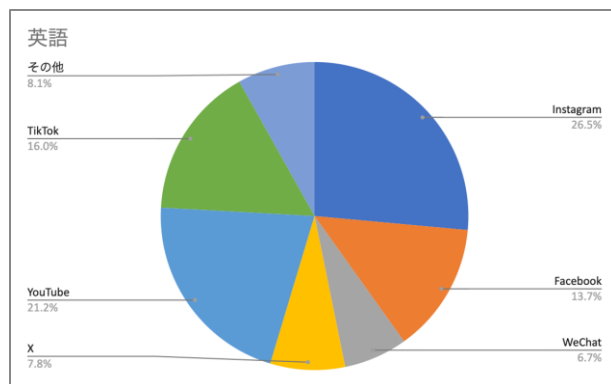
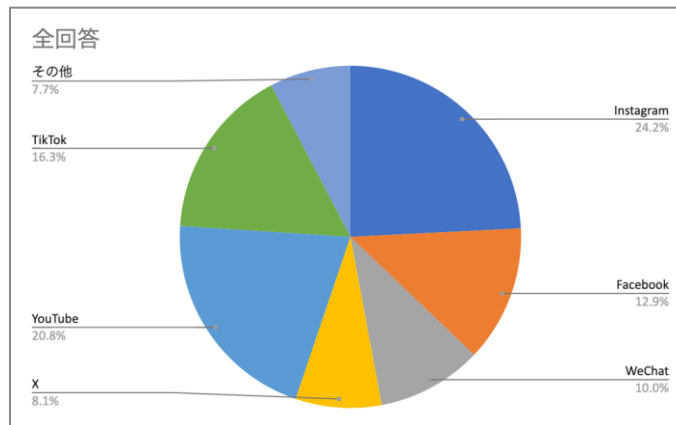
TikTok、Facebookの利用率も高く、2割近くであった。

中国語簡体字の回答者はWeChat、TikTok※、YouTubeの利用者が多かった。また、中国語簡体字の回答者を対象に追加項目(Weibo、Redbook、Telegram、Snapchatの4つ)で質問したところ、Redbook(中国語で「小红书」という)の利用が44人で目立っている。

また、SNSの「その他」の記述部分に対して分析を行ったところ、英語ではReddit、Telegram、Redbook、韓国語ではKakao、中国語繁体字ではRedbook、簡体字ではWhatsAppが使用されていることが明らかになった。

※中国では、TikTokの中国バージョン「抖音(ドウイン)」が一般的に利用されている。

4.3 情報収集方法・SNS(設問2)



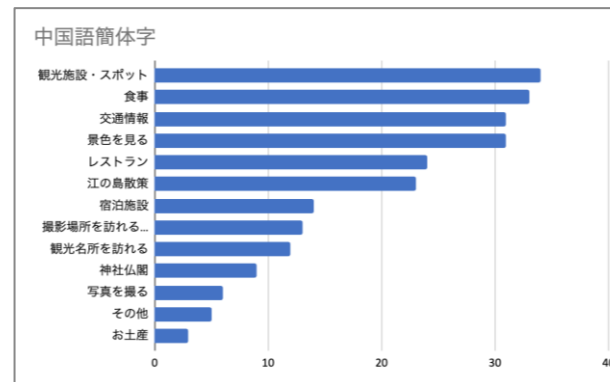
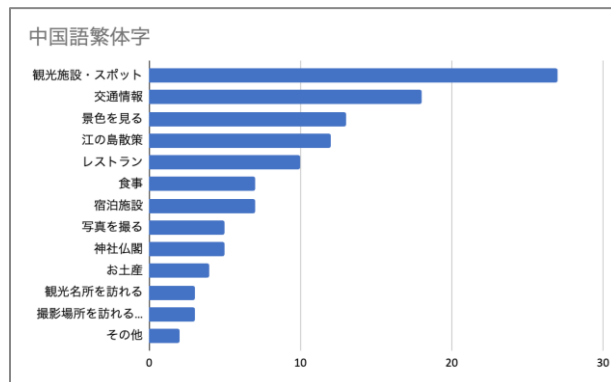
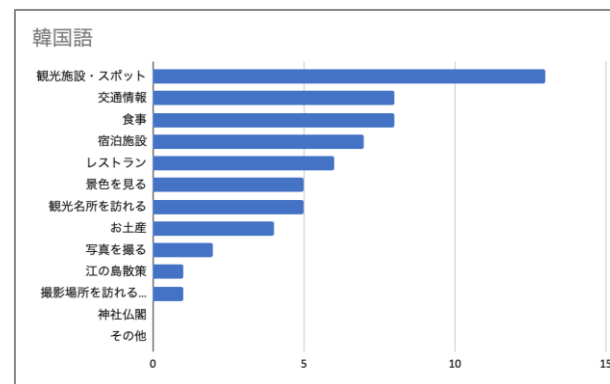
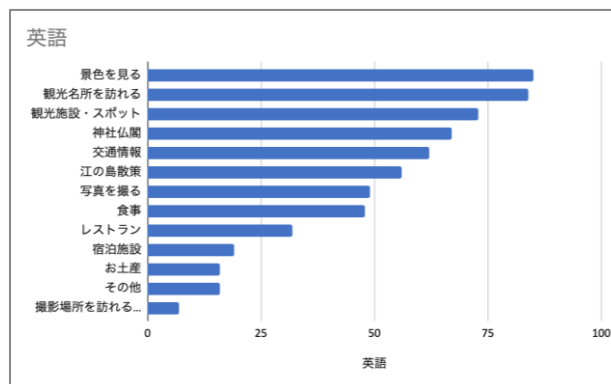
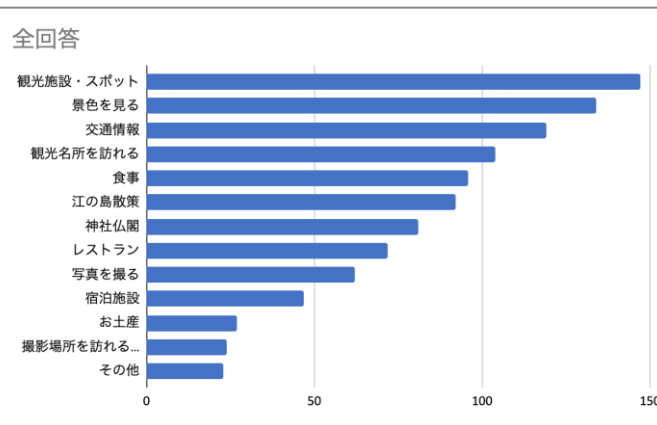
5 収集した情報内容(設問3)

- 設問3. 今回の江の島訪問にあたり、どのような情報を集めましたか？(複数回答可)

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
観光施設・スポット	73	13	27	34	147	14.3%
交通情報	62	8	18	31	119	11.6%
宿泊施設	19	7	7	14	47	4.6%
レストラン	32	6	10	24	72	7.0%
お土産	16	4	4	3	27	2.6%
食事	48	8	7	33	96	9.3%
江の島散策	56	1	12	23	92	8.9%
神社仏閣	67	0	5	9	81	7.9%
観光名所を訪れる	84	5	3	12	104	10.1%
景色を見る	85	5	13	31	134	13.0%
写真を撮る	49	2	5	6	62	6.0%
撮影場所を訪れる(アニメ/ドラマ/映画)	7	1	3	13	24	2.3%
その他	16	0	2	5	23	2.2%

全回答では観光施設・スポット、景色、交通情報、観光名所について情報収集を行なった回答者が多かった。言語別で見ると、英語回答者は景色、韓国語回答者と中国語簡体字回答者は食事に対する関心が高かった。

5 収集した情報内容(設問3)



6 利用空港(設問6)

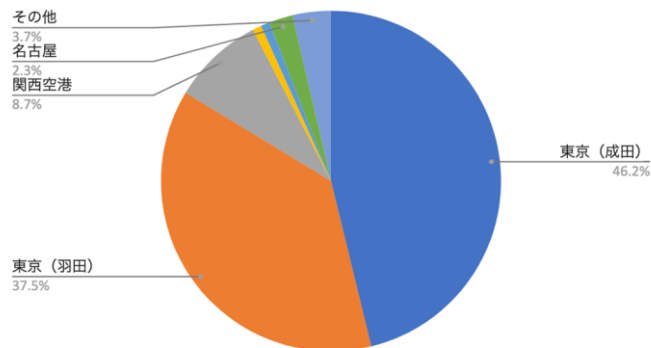
- 設問6. どの空港を利用しましたか／利用しますか？(複数可)

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
東京(成田)	101	6	17	40	164	46.2%
東京(羽田)	88	7	16	22	133	37.5%
関西空港	14	0	7	10	31	8.7%
福岡	3	0	0	0	3	0.8%
仙台	2	0	1	0	3	0.8%
名古屋	3	0	3	2	8	2.3%
その他	8	0	1	4	13	3.7%

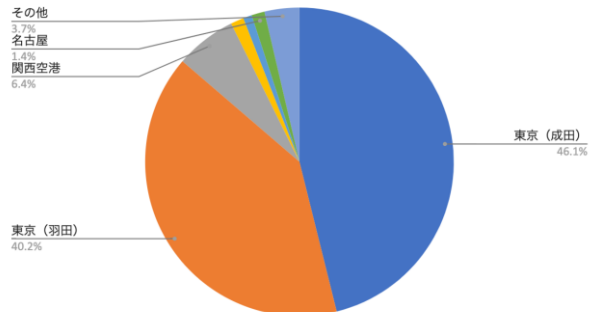
全体的に首都圏2大空港を利用した人が多く、全回答の74%を占めている。続いて関西空港の利用者は31人で、全体の8.7%であった。福岡空港や、仙台空港、名古屋空港を利用した回答者は、数は少ないがいた。また英語回答者の8人は、「その他」と答えたが、なかには横須賀基地が含まれると推測される。

6 利用空港(設問6)

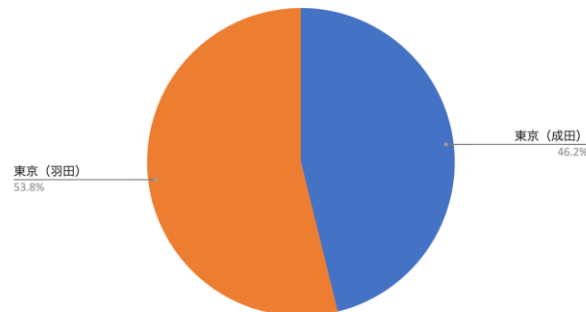
全回答



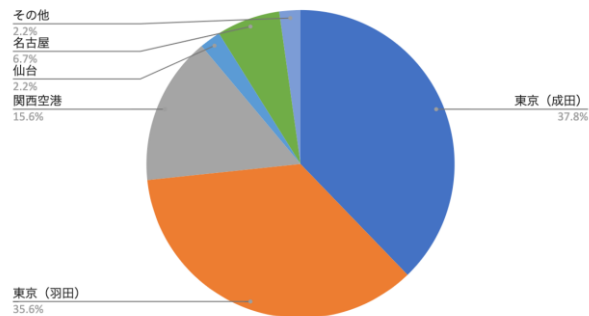
英語



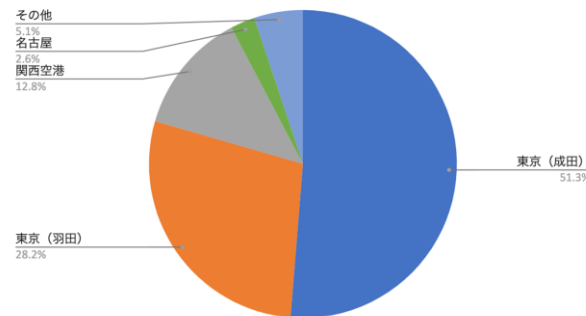
韓国語



中国語繁体字



中国語簡体字



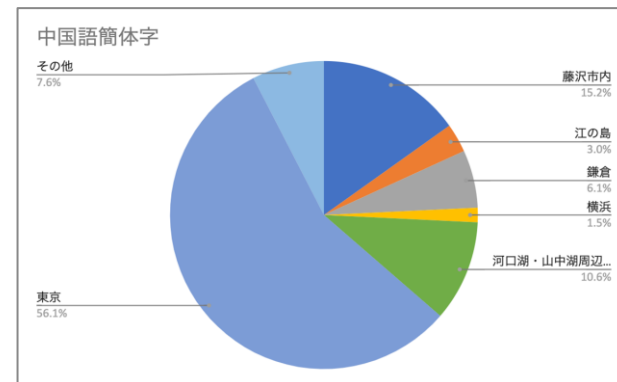
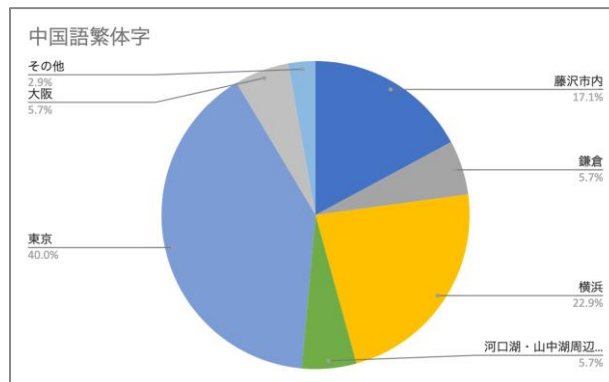
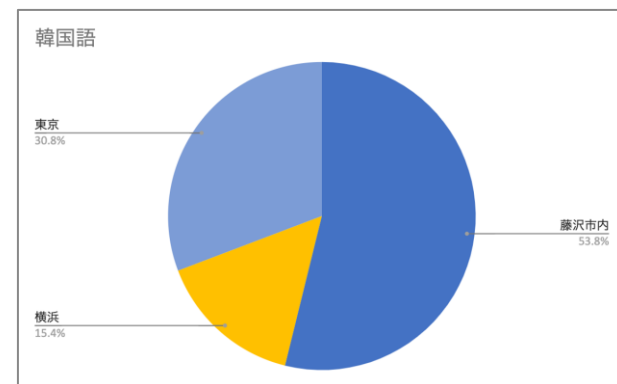
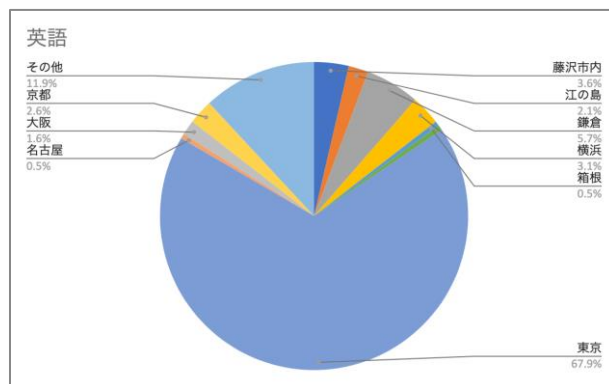
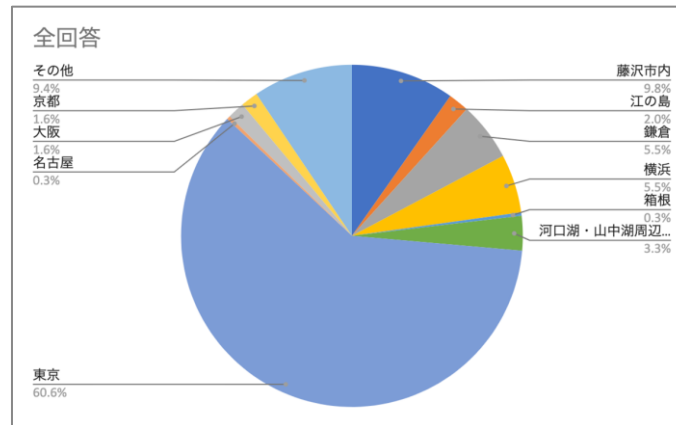
7.1 宿泊先・前日(設問7)

- 設問7. どこに泊まりますか？宿泊場所をお書きください。①昨日泊まった場所

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
藤沢市内	7	7	6	10	30	9.8%
江の島	4	0	0	2	6	2.0%
鎌倉	11	0	2	4	17	5.5%
横浜	6	2	8	1	17	5.5%
箱根	1	0	0	0	1	0.3%
河口湖・山中湖周辺など富士山が見えるエリア	1	0	2	7	10	3.3%
東京	131	4	14	37	186	60.6%
名古屋	1	0	0	0	1	0.3%
大阪	3	0	2	0	5	1.6%
京都	5	0	0	0	5	1.6%
その他	23	0	1	5	29	9.4%

前日に東京都内に宿泊した回答者が最も多く、全体の6割を占めている。藤沢市内と江の島島内に宿泊した人は、全体の1割程度であった。江の島近辺の横浜と鎌倉に滞在した人も少なくなく、合わせて1割を超えている。また、大阪や京都などの遠方から江の島を訪れた回答者もいた。

7.1 宿泊先・前日(設問7)



7.2 宿泊先・当日(設問7)

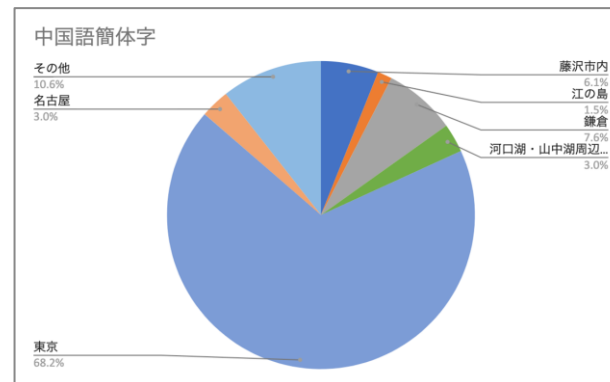
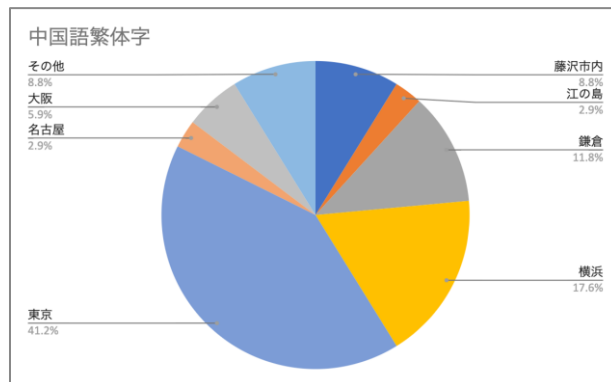
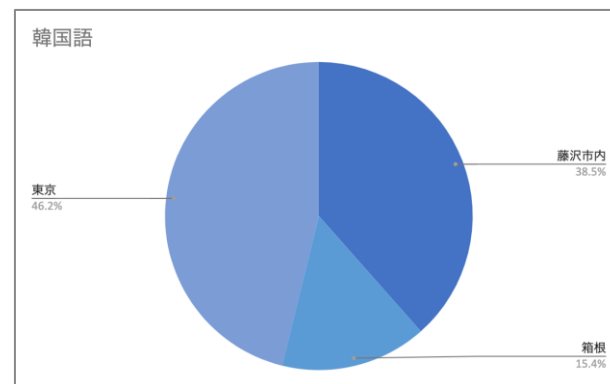
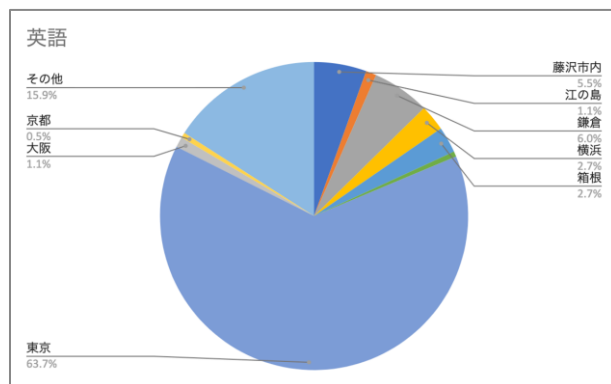
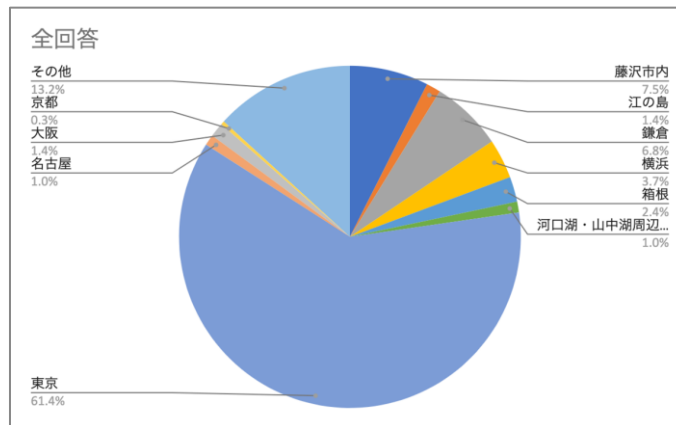
- 設問7. どこに泊まりますか？宿泊場所をお書きください。②今日泊まる場所

	英語	韓国語	中国語繁体字	中国語簡体字	全回答	全回答における割合
藤沢市内	10	5	3	4	22	7.5%
江の島	2	0	1	1	4	1.4%
鎌倉	11	0	4	5	20	6.8%
横浜	5	0	6	0	11	3.7%
箱根	5	2	0	0	7	2.4%
河口湖・山中湖周辺など 富士山が見えるエリア	1	0	0	2	3	1.0%
東京	116	6	14	45	181	61.4%
名古屋	0	0	1	2	3	1.0%
大阪	2	0	2	0	4	1.4%
京都	1	0	0	0	1	0.3%
その他	29	0	3	7	39	13.2%

訪問当日に東京都内に宿泊すると答えた人がいずれの言語においても最も多く、全体の6割を超えている。藤沢市内と江の島島内に泊まると答えた人は29名おり、全体の8.9%を占めている。鎌倉、横浜、箱根に宿泊すると回答する人も少なくなかった。

また、英語回答者のうち、「その他」と答えた人が29人おり、全体の15%も占めている。

7.2 宿泊先・当日(設問7)



8.1 満足度・全体(設問5)

- 設問5. 江の島の以下の項目について満足度を教えてください。

	満足・計		どちらともいえない	不満・計		利用なし	回答なし	満足の割合(%)
	大変満足	満足		不満	大変不満			
江島神社	164	70	15	0	1	48	3	93.6%
江の島サムエル・コッキング苑	120	58	15	0	0	109	2	92.2%
江の島シーキャンドル(灯台)	139	57	12	0	0	95	1	94.2%
龍恋の鐘	88	48	16	1	0	148	3	88.9%
江の島岩屋	95	40	19	0	1	146	1	87.1%
新江ノ島水族館	59	33	20	1	0	186	4	81.4%
べんてん丸	72	38	14	1	0	173	6	88.0%
江の島エスカー	90	37	15	0	0	156	6	89.4%
食事(グルメ)	127	72	16	1	0	83	5	92.1%
ショッピング(お土産)	109	82	18	0	0	90	4	91.4%
周遊券	66	56	11	0	0	163	8	91.7%
クレジットカード・電子マネーの利用	108	59	25	4	0	104	4	85.2%
Free Wi-Fi	78	40	26	3	0	150	6	80.3%

いずれの項目も満足の割合(大変満足、満足の合計が利用あり、回答ありの回答者数に占める割合)が80%を超えており、江の島観光に対する満足度が全体的に高いことがわかった。全体的に満足度の高いのは江の島シーキャンドル(灯台)、江島神社、江の島サムエル・コッキング苑、食事(グルメ)であった。一方、新江ノ島水族館、べんてん丸、周遊券、龍恋の鐘など、少なからずの項目で多くの人が「利用なし」と答えた。

8.2 満足度・言語別(設問5)

	英語			韓国語			中国語繁体字			中国語簡体字			全回答		
	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位
江島神社															
江の島サムエル・コッキング苑															
江の島シーキャンドル(灯台)															
龍恋の鐘															
江の島岩屋															
新江ノ島水族館															
べんてん丸															
江の島エスカー															
食事(グルメ)															
ショップ(お土産)															
周遊券															
クレジットカード・電子マネーの利用															
Free Wi-Fi															

言語別に満足度の高い(大変満足と満足の回答数を基準に)上位3位を見ると、英語回答者は江島神社、ショップ(お土産)、食事(グルメ)に満足していることがわかった。韓国語では江の島シーキャンドル(灯台)、江の島サムエル・コッキング苑が並列して1位となっており、3位は食事であった。中国語繁体字と簡体字の両方において、江島神社が首位を占めている。中国語繁体字回答者は江の島シーキャンドル(灯台)に満足している一方、簡体字は食事(グルメ)に対する関心が若干高かった。中国語繁体字の回答者のみが、江の島エスカーを上位3位にあげており、中国語簡体字の回答者はクレジットカード・電子マネーの利用を3番目に満足している。

	1位
	2位
	3位



- ・ 担当教員

李崗 韓準祐 竹内一真

- ・ 担当学生

深澤風励（4年） 安藤りりお（3年） シュエ ルイ（3年）

舟瀬妃子（3年） 細谷楓恋（3年） 陸俊成（3年）