

日本の デジタル 旅行者調査

2017年11月



はじめに



CEOからのメッセージ

トラベルポートのグローバル旅行者調査には、現代の旅行者に関する貴重な情報や知見がたくさん詰まっています。

調査の結果からは、旅行者にとって、旅行前、旅行中、そして旅行後も、デジタルツールが重要な役割を果たしているということがわかります。また全世界で76兆ドル規模に達する旅行・ホスピタリティ業界が、その顧客に対して、迅速かつ的確にサービスを提供していくために、常に進化していかなければならないという点も浮かび上がってきました。

若者から老人まで、また地域を問わず、このようなデジタルツールを提供することはもはや付属品やオマケではなくなっています。旅行の検索から帰宅まで、旅のあらゆるステップにおいて、デジタルツールは現代の旅行者にリーチし関わっていくための、必要不可欠な手段となっています。

トラベルポートのプラットフォームは、旅行業界にこうした機能を提供するためにつくられています。テクノロジー企業として、またデジタルとモバイルの分野で世界をリードする企業として、私たちは旅行商品の販売、購入、そして管理のプロセスをより良いものにしていくことを目指しています。

私たちは年間2億ドル以上の資金をこのための研究開発に投資しています。我々の顧客の皆様が、現代の旅行者のニーズにお応えいただけるよう、今回のサーベイ内容を今後の研究開発にも活かしてまいります。

変化を続ける旅行業界において、皆様が戦略や優先事項を決定する際に、この調査から得られた知見を役立てていただけるものと確信しています。そして、最新のテクノロジーによって生まれる新しいビジネスチャンスを探るうえで役立つものであることも確信しています。

Gordon Wilson

トラベルポート 取締役社長兼CEO

デジタル旅行者リーグの順位表 (2017年)

私たちは、各国の旅行者によるデジタル活用に関する主要な指標を組み合わせることにより、デジタル旅行者リーグの順位表を作成してみました。これを見ると、調査対象国のデジタル依存度がわかります。ここには、国ごとに、スマートフォン、固定回線、モバイルインターネットの浸透レベルが反映されています。

デジタル旅行者の行動には、国によっていくつかの非常に大きな差異が見られます。モバイルテクノロジーへの依存度が非常に高いところもありますし、デジタルへの依存度があまり高くないところもあります。

順位	国
1	インド
2	中国
3	インドネシア
4	ブラジル
5	サウジアラビア
6	メキシコ
7	南アフリカ
8	UAE
9	コロンビア
10	イタリア
11	米国
12	スペイン
13	フランス
14	ロシア
15	カナダ
16	オーストラリア
17	英国
18	日本
19	ドイツ

日本の統計調査

計画



43% が旅行のリサーチの際に音声検索を使用している

48% が航空会社を選ぶ際にはデジタルサービスの質を重視している



71% が旅行のリサーチにレビューサイトを利用する

予約

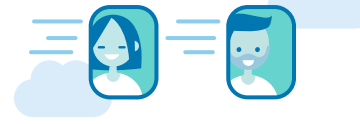


42% がWi-Fiの利用料がかかるホテルを避けている

87% が旅行予約のほとんどをPCで行っている
28% がスマートフォンで予約することはあまりない

41% が旅行のパーツを別々に予約しなければならないのは面倒だと考えている

トラベル



旅行に関しては、他のアジア太平洋地域の国々と比べて、スマートフォンへの依存度は低い

47% がテクノロジーが使えなくなったり、バッテリーの充電が切れてしまうことを心配している

目的地で



アジア太平洋域内では、旅行中に常時オンラインでいたい割合が最も低い **63%**

32% がホテルのチェックインはアプリで済ませるほうがいいと考えている

15% が旅行中のレストランやホテルのレビューをよく書く

旅行中に平均で **14** 種類 (カテゴリー) のアプリを使用している

トラベルポートの「グローバルデジタル旅行者調査」はToluna Research*選んだ旅行者を対象に、2017年8月に行われたオンライン調査です。調査の対象は全世界の19カ国で、昨年中に少なくとも1回は往復便を利用している人に限定しています。19カ国合計で回答者数は11,000人でした。

© 2017 Travelport. All rights reserved. Travelport、Apollo、Galileo、WorldspanおよびTravelportのロゴはTravelportの商標です。その他すべての商標はそれぞれの所有者に所有権があります。

*Toluna Research: www.toluna-group.com

グローバルの状況

レポートのテーマ

デジタルによる旅行者の負担軽減

現在、旅行の計画をサポートし、旅をより楽しいものにするためのオンラインアプリが数多く登場しています。でも、情報量が多すぎるということはないでしょうか？旅行者が決定を下すうえで、役に立つというよりも混乱を助長しているということになっていないでしょうか？

旅行中も常にオンライン

誰でも休暇中はリラックスして過ごしたいものです。でも、インターネットに接続したデバイスが常にポケットの中にあるような状態で、どこにいても誰かからの連絡を受けることができるような状態で、本当にリラックスできますか？ネットに接続しているということの利便性と、ネットから離れて自由になりたいという思いの間に、矛盾が生じているのでは？

世代間のギャップ

旅行の楽しみ方は人それぞれです。それは今に始まったことではありません。でも、旅行の検索や予約といったことに関して言えば、年代によって旅行者の行動に違いがあるのではないのでしょうか？18~24歳の79%が、旅行のプランニングの一环として友達がソーシャルメディアにアップした動画や写真をチェックしている18~24歳の44%が、レビューの内容が本当かどうか疑いを抱いている

デジタル旅行者リーグの順位表

私たちは、各国の旅行者によるデジタル活用に関する主要な指標を組み合わせるにより、デジタル旅行者リーグの順位表を作成してみました。これを見ると、調査対象国のデジタル依存度がわかります。ここには、国ごとに、スマートフォン、固定回線、モバイルインターネットの浸透レベルが反映されています。

デジタルによる旅行者の負担軽減

デジタル旅行者の年齢

近年、旅行関連のスマートフォンアプリの数は急激に増加しています。旅行に際して、旅の目的地探しから、搭乗券のプリントアウトまで様々なタスクをサポートしてくれるアプリが登場しています。旅行者が旅行のときにアクセスするアプリは平均で16種類(カテゴリー)に及んでいます。でも、情報量が多すぎるということはないでしょうか？

たくさんの選択肢

これだけの情報が簡単に集められれば、旅行者はさぞかし安心できると思うかもしれませんが。しかし、調査の結果、入手できる情報量が多すぎて混乱してしまい、決められないうい、という状況が生じる場合もあることがわかりました。

75%がレビューウェブサイトに行きのレビューを記入している

60%がスマートフォンなしでは身動きがとれなくなると回答している

61%がWi-Fiの利用料がかかるホテルを避けている

旅行者が旅行のときにアクセスするアプリは平均で**16種類**(カテゴリー)に及んでいる

選択の問題

レビューサイトはどれもとてもよくできていますが、レビューを書いている人が自分と同じ好みの持ち主であるかどうかはわかりません。そしてもちろん、すべてのレビューが正直に書かれているかどうかはわかりません。ですから、どのレビューを信用すればいいのかわからないのです。

振り出しに戻る

この混乱に満ちた状況の中で旅行者たちが切実に求めているのは、信用できる意見です。旅行者の好みを把握して、たくさんの選択肢の迷路を正しくガイドし、旅行者が間違いなく興味を持つようなオファーを選び出して提示してくれるような、旅行のプロが求められているのです。情報源やサポートの窓口は複数ではなくひとつであるほうがいいでしょう。

旅行中も常にオンライン

ネット接続

旅先でも、様々な理由からオンラインにアクセスする必要が出てきます。目的地やその見どころについて調べたり、翌日の天気を調べるのにも便利です。友達や家族と連絡を取るようにしておきたいという場合もあるでしょうし、オンラインでメッセージを送ったり、旅先での体験や出会った人々、珍しい食事などの写真をアップしたいということもあります。



オフラインの恐怖

ということになると、旅行者が旅先でもインターネットに接続できるようにしておきたいと考えるのも自然なことです。そして無料のWi-Fi接続は必要不可欠な要素となります。スマートフォンがなければどうにも身動きがとれなくなります。テクノロジーが使えなくなったり、バッテリーの充電が切れてしまうのではないかと心配になります。

グローバルの状況

スイッチオフ

友達や家族とつながっていただけること、ソーシャルメディアにアクセスできること、旅先の情報を調べられること、などは多くの人が希望するところですが、一方で潜在的な欲求として、時には接続を切り、現実を忘れてプールサイドで最高にリラックスしたい、という気持ちを持っています。



世代間のギャップ

年の功

年代が上になると、旅行の計画を立てる段階から自分の希望がはっきりしているという傾向が高くなります。過去の楽しかった旅と同じような体験をしたい、という思いがあるので、リサーチにかける時間も少なくなります。ソーシャルメディアからの影響もあまり受けません。以前と同じことの繰り返しでも全く不満はないのです。

若さゆえの優柔不断

一方、若い年代の旅行者は、他の人からのおすすめやアドバイスに依存する傾向が高くなっています。旅行のプランを立てるために、ソーシャルメディアやレビューサイトを使います。しかしながら、これは混乱しているとも言えますが、若い旅行者の多くが、情報が多すぎて誰を信用すればいいのかわからなかった、とも証言しています。

経験者の声

「過ぎたるは及ばざるがごとし」というのが、若い旅行者たちの実感なのです。ひとつの情報源から得られる専門家のアドバイスがあったら、複数のサイトを行き来しながら時間をかけてリサーチする必要もなくなります。本当に有用なのは、旅行のプロが一人ひとりに合わせたアドバイスを提供してくれる、シンプルなプロセスです。これさえあれば、旅行者は正しい決定を下すことができていると考えて安心することができるのです。

デジタル旅行者リーグの順位表

調査対象となった各国におけるデジタル活用の調査の結果として、私たちはリーグ戦の順位表を作成しました。これで、世界のデジタル依存度がわかります。興味深いことに、国によって旅行のデジタル化には大きな違いが見られます。

リーグ上位国: インド

私たちのほとんどが、スマートフォンがないとどうしようもなくなってしまうと考えていますが、旅行の全体を通じて常にスマートフォンを使用し続けるわけではありません。しかしながら、インド人はデジタル化の世界チャンピオンです。インドの人々は明らかにスマートフォンの利便性を好み、予約から飛行機に乗る際のデジタル搭乗券まで、高い頻度で使用しています。

音声検索の利用の拡大

音声検索はまだまだ発達段階にあるテクノロジーですが、有用な情報源として急速に浸透しはじめています。音声検索を使って旅行に関する情報を収集することは、中国では非常に普及してきていて、72%の人が音声検索を活用しています。一方、英国では33%にとどまっています。



18~24歳の**79%**が、旅行のプランニングの一環として友達がソーシャルメディアにアップした動画や写真をチェックしている

18~24歳の**44%**が、レビューの内容が本当かどうか疑いを抱いている

インドの旅行者は予約から飛行機の搭乗までスマートフォンを活用しており、**82%**がデジタル搭乗券を利用することで旅行がより簡単になると回答している

中国はアプリの利用の部門でチャートのトップに位置しており、1回の旅行を通じて使用するアプリは、平均で**20**種類(カテゴリー)となっている

地域別の状況: アジア太平洋

レポートのテーマ - アジア太平洋
アジア太平洋地域のデジタル旅行者
- 世界でもトップクラス
旅行中も常にオンライン

アジア太平洋地域のデジタル旅行者 - 世界でもトップクラス

アジア太平洋地域の旅行者は、旅行関連のウェブサイトやアプリの利用において、世界のリーグでもトップにランクされており、トップ3がインド、中国、インドネシアです。旅行のリサーチの段階では、アジア太平洋地域のビジネス旅行者とレジャー旅行者の大多数（それぞれ82%と71%）が、友達や旅行関連企業がソーシャルメディアにアップした写真や動画を参考にしています。そして、約半数（46%）がモバイル機器を使って旅行の予約をした経験を持っています。ですから、モバイルにも慣れ親しんでいると言えます。

デジタル依存というジレンマ

一方で数多くの情報源から幅広い情報を収集し、比較検討することで、アジア太平洋地域の旅行者たちの混乱の度合いはますます高まり、フラストレーションもかつてないほどにたまってきています。リサーチの最初

の入り口としてピアツーピアのサイトの利用率が高くなっている（82%）ということも驚くべきことではありません。

アジア太平洋地域の旅行者の大多数（80%）が、旅行のプランニングについて旅のプロに相談しています。中国人旅行者（88%）は予約や旅の手配の最初の入り口として旅行のプロを活用しています。このように、対人でのやりとりを好む傾向は、休暇の取り方に関係があるのかもしれませんが、あるいはただ単に、外国語や外国の文化についてはプロに頼ったほうが安心だと考えているということかもしれません。

音声検索 - 電子アシスタントに聞いてみよう
中国とインドネシアでは、この新しいメディアの浸透が急速なスピードで進んでおり、すでに高い利用率に到達しています。Ovum*によると、中国における音声アシスタントの利用数は、2016年末時点ですでに4300万件に到達しています。しかしながら、アジア太平洋地域の旅行者全体を見ると、音声検索の影響力は最も低い部類に属します。音声検索というテクノロジーがまだ若い技術であるということを見ると、これは自然なことかもしれません。

旅行の予約 - 遠隔か、対人か
豊富な情報源に接することができるということは、質の高い選択肢から選ぶことができるということであり、良いアイデアも手に入れることができるということを意味しますが、こうしたデジタルデータには欠点もあり

ます。利用規約の複雑さや、いろいろなサイトを見回っているうちに時間をどんどん消費してしまうということの他に、生身の人間と対話することができないことによりフラストレーションがたまるといった側面もあります。ここから、人間のようなチャットボットのビジネスチャンスが生まれます。

アジア太平洋・アプリとその問題点

アジア太平洋地域の旅行者のアプリ利用率は世界平均を上回っています。アプリ利用率のチャートのトップは中国で、1回の旅行で平均すると約20種類（カテゴリー）のアプリを使用しています。アジア太平洋地域全体の平均では、18種類（カテゴリー）のアプリが使用されていて、最も人気が高いのが地図アプリ、銀行アプリ、そしてソーシャルメディアのアプリとなっています。オンライン搭乗券などのツールも旅行の利便性を高めるものとして認知されています（74%）、その一方で、テクノロジーに依存していると、それが使えない状況になったときに問題が生じるという心配もあります。

旅行中も常にオンライン

インドの旅行者はスマートフォンを多用していて、旅行の予約（51%）や目的地のリサーチ（49%）、旅行後（25%）などに活用しています。オーストラリア（80%）や日本（87%）は、旅行の予約にスマートフォンよりもPCを使う割合が高い国の上位に位置しています。



アジア太平洋地域の旅行者の**80%**が旅のプランニングの段階で旅行のプロに相談している

82%の旅行者がピアツーピアのサイトを情報源として利用している

中国人、インド人、インドネシア人の約**90%**が、友達がアップした動画や写真を参考にしている

58%の旅行者が音声検索を利用しているが、これは新しいテクノロジーとしては大きな割合である

37%が、予約の際に生身の人間と話をすることができないのはマイナスだと感じている

*Ovum: デジタルアシスタント機器および完全音声AI対応機器に関する予測（2016~2021年）

国別の状況日本

レポートのテーマ - 日本

旅行のリサーチ

スマートフォンとアプリ

真面目な日本のビジネス旅行者

旅行のリサーチ

日本の旅行者は、旅行のリサーチに旧来の情報源を利用する傾向が高くなっています。すなわち、旅のウェブサイトや雑誌 (74%)、そして価格比較サイト (67%) などです。また、日本人は旅行のプランニングの際にはピアツピアのサイトもよく利用しており (71%)、これが最も信頼度の高い情報源となっています。友達 (56%) や旅行関連企業 (58%) が投稿したソーシャルメディアの写真や動画を利用する割合は、アジア太平洋地域全体 (76%) と比べると低い数字にとどまっています。しかしながら、旅行のリサーチの際に音声検索を使用している人も43%いて、新しいテクノロジーを試してみたいという関心の高さを反映しています。

旅の目的地を決める際には、中国人と同様に、日本人の場合も観光主体のツアー旅行が好まれる傾向があります (66%)。その理由としては、手配が手軽だからということがあるかもしれませんが、グループで旅行する安心感があるのかもしれませんが、あるいは

この両方が理由になっているのかもしれませんが、これはビーチでのんびりといった自由旅行の人気の高い、世界の他の国々との大きな違いです。

予約 - PC?それともスマートフォン?

旅行のオンライン予約については、日本人旅行者は一般にPCの利用率が高くなっており (87%)、旅行の予約にスマートフォンを使う人の割合は比較的低いです。オーストラリア人も同様の傾向がありますが、日本人旅行者は、旅行前のプランニングの段階でスマートフォンを使用する割合が他のアジア太平洋地域の国々の人よりも低くなっています (23%対30%)。しかしながら、日本は旅行のモバイル化という点では世界で最も成熟した市場のひとつであり、2017年にはオンライン予約の3分の1近くがモバイルを使用したものになると見込まれています。*

スマートフォンとアプリ

スマートフォンテクノロジーに対する依存度の低さは、旅行に出かけてからも変わりません。これが、日本が世界のリーグ順位表で18位という低い順位になっている大きな理由になっています。63%の日本人旅行者が旅行中もオンラインでいたいと考えていますが、アジア太平洋地域全体ではこの数字は76%となります。

日本人旅行者が利用するアプリの種類 (カテゴリ) 数は14で、アジア太平洋地域の平均 (18) を下回っています。さらに、どの国でも



最も人気の高いアプリ地図アプリに次いで、日本で2番目に人気が高いのは航空会社のアプリです。これは、他の国とは全く異なる状況です。他の国々では、人気のアプリはソーシャルメディアのアプリ、銀行アプリ、そして天気予報アプリとなっているからです。

真面目な日本のビジネス旅行者

日本のビジネス旅行者は、アジア太平洋地域全体と比較して、出張の日程を延長してレジャーにあてる割合が低くなっています (40%対62%)。旅行の日数を延長したいとか、家族から離れて一人で余暇の時間を過ごしたいというような欲求は強くありません。したがって、ビジネスとバケーションは分けて考える傾向が高くなっているようです。

40%がオンラインのレビューを信じていかどうか迷っている

43%が旅行のリサーチに音声検索を利用している

日本人旅行者の66%が、ビーチでの休暇やその他の形態の旅行よりも観光主体のツアー旅行のほうが良いと考えている

アジア太平洋地域内では、旅行中に常々オンラインである割合が最も低いのが日本人63%

PCのある家庭86.2%*

スマートフォンのある家庭71.2%*

*Euromonitor International (2016年 - 国別統計)

**PhocusWright's Japan Online Travel Overview Ninth Edition, April 2017

当社のレポート

トラベルポートの「グローバルデジタル旅行者調査」はToluna Research*選んだ旅行者を対象に、2017年8月に行われたオンライン調査です。調査の対象は全世界の19カ国で、昨年中に少なくとも1回は往復便を利用している人に限定しています。19カ国合計で回答者数は11,000人でした。

オーストラリア
ブラジル
カナダ
中国
コロンビア
フランス
ドイツ
インド
インドネシア
イタリア

日本
メキシコ
ロシア
サウジアラビア
南アフリカ
スペイン
UAE
イギリス
米国



www.travelport.com/info

© 2017 Travelport. All rights reserved. Travelport、Apollo、Galileo、WorldspanおよびTravelportのロゴはTravelportの商標です。その他すべての商標はそれぞれの所有者に所有権があります。

*Toluna Research: www.toluna-group.com

