

円高が海外旅行に与える影響についての調査

円高メリットは、海外旅行に出かけてから実感する

■約3割が、円高で海外旅行に出かけたり、行き先を変更した

旅行日数を長くした	41.5%
ホテルのグレードを上げた	32.6%
国内から海外に行き先を変更した	12.8%

■半数以上が、「海外旅行に行って、円高で得をした」と実感

得をした分の使い道は、買い物(25.9%)、ホテル(13.8%)

ハワイ、グアム、韓国、イタリア渡航者は、円高で得をしたと実感

中国、香港・マカオ、ドイツ渡航者の半数以上は、メリットを感じなかった

日本の半額であれば、海外で買い物をする

■約4割が、旅行先を選ぶときに、国内と海外を比較する

海外で比較する場所は、圧倒的にハワイ

20代女性は、休みが3日あり、3～5万円あれば、海外旅行を検討する

今年の海外旅行者数は 2000 年の 1,782 万人を超え史上最高の 1,800 万人台に達する見込みです。その大きな要因として「円高」が挙げられています。各旅行会社の販売状況からも、円高が海外旅行の追い風になっているようです。では実際のところ、海外旅行に円高はどれだけの影響をもたらしているのでしょうか。

JTB は、2010 年以降に観光目的で海外旅行に出かけた人を対象に、円高の影響を調査しました。

調査の概要は以下のとおりです。

<調査方法>

調査実施期間： 2012 年 10 月 19 日～25 日

調査対象： 首都圏(東京、神奈川、埼玉、千葉)、愛知県、京阪神(京都、大阪、兵庫)在住の男女で
2010 年 1 月 1 日以降、観光目的で海外旅行に行った人

男性 20 代	100 名	女性 20 代	100 名
男性 30 代	100 名	女性 30 代	100 名
男性 40 代	100 名	女性 40 代	100 名
男性 50 代	100 名	女性 50 代	100 名
男性 60 代	100 名	女性 60 代	100 名

計 1,000 名

調査方法： オンライン WEB 調査

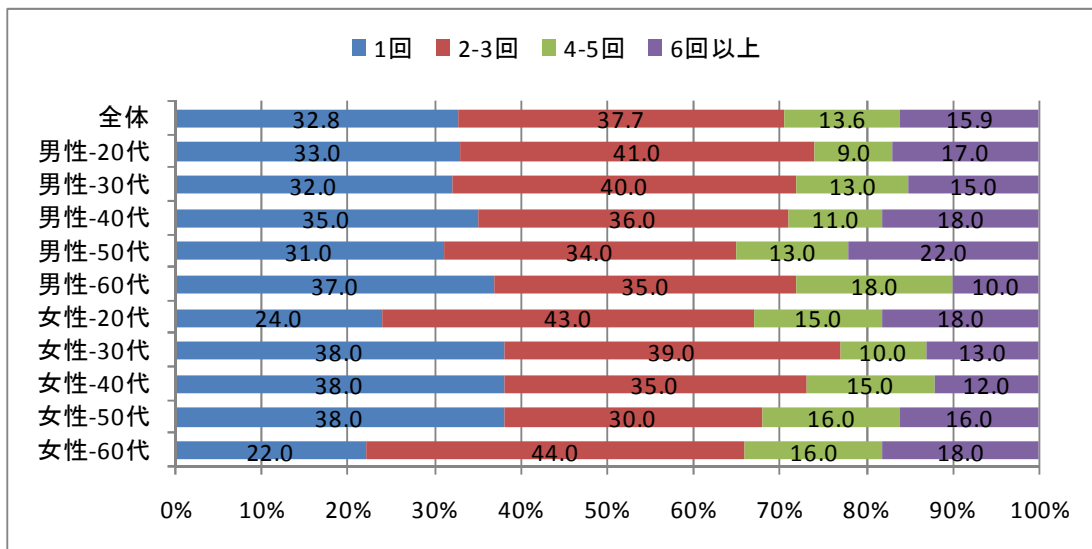
1. 回答者の海外旅行経験(2010年以降)

図1は、回答者が2010年以降の約2年半に何回くらい観光目的で海外旅行に出かけたか、という経験数を示したものです。

全体では1回が32.8%、2～3回が37.7%、4回以上は29.5%です。

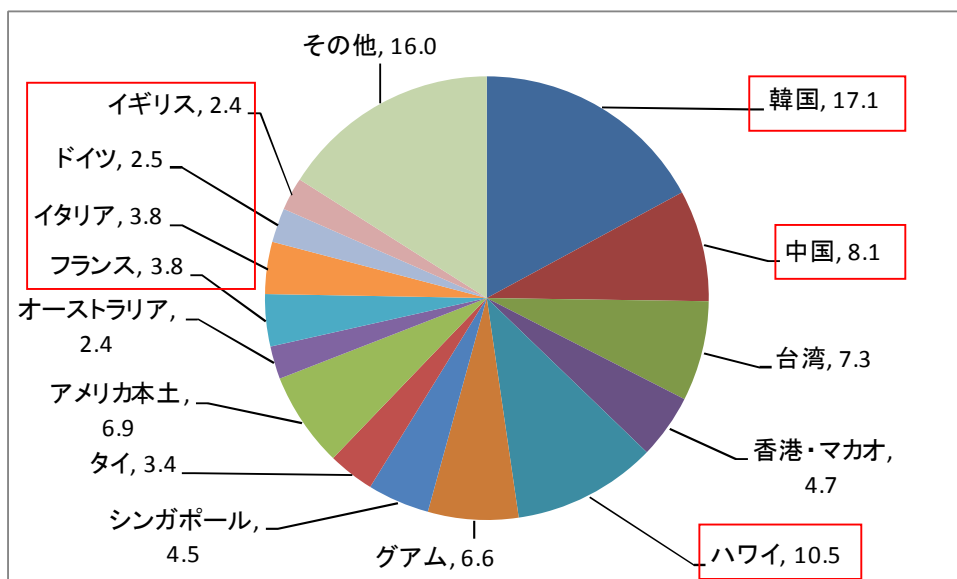
世代別では、4回以上の回数が多いのは男性50代(35.0%)、女性60代(34.0%)、女性20代(33.0%)、女性50代(32.0%)の順となっています。

図1 回答者の2010年以降の海外旅行経験回数(観光目的)



直近に出かけた海外旅行先は、韓国が17.1%、ハワイが10.5%、中国が8.1%の順となっています。また、ヨーロッパはフランス、イタリア、ドイツ、イギリスを合計すると12.5%となります。

図2 回答者の直近の海外方面(選択肢による)



2. 31.3%の人が、海外旅行のきっかけや、行き先の決定に円高が影響したと回答 円高を意識して、変更した内容は、「旅行日数を長くした」が41.5%

図3は回答者が直近の海外旅行に行くことや行き先を決める際に、円高が「強く影響した」「多少影響した」と回答した比率を示したものです。全体では「強く影響した」が6.0%、「多少影響した」が25.3%で、合計31.3%の人が、円高が影響したと回答しています。

図3 海外旅行に行く、方面を決める際の円高の影響

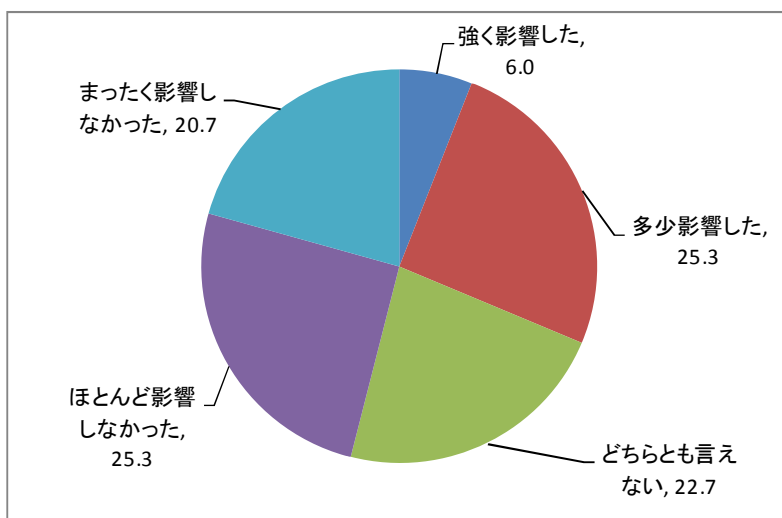
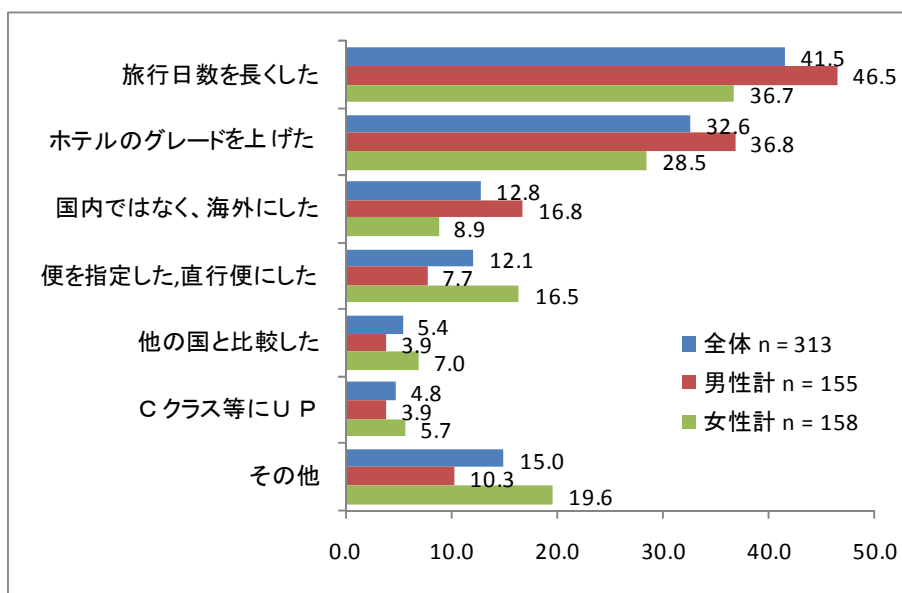


図4は図3で海外旅行のきっかけや旅行先の決定に円高が「強く影響した」「多少影響した」と回答した人に対して、直近の旅行の内容の変更について質問したものです。

全体では「旅行日数を長くした」が41.5%、「ホテルのグレードを上げた」32.6%、「国内ではなく海外に(旅行方面を変更)した」人が12.8%となりました。

図4 円高の影響によって、直近の旅行で変更したこと



旅行経験別に見ると、海外旅行回数の少ない人は「国内ではなく海外に(旅行の行き先を変更)した」という回答が比較的多くなり、海外旅行回数が多くなると「(航空機の)便を指定した、直行便にした」「(航空機の座席を)Cクラス等にUPした」という、移動時の利便性や快適性を重視した回答が見られる傾向がありました。

表1 円高の影響によって、直近の旅行で変更したこと(性・海外旅行経験別) 複数回答(%)

海外旅行経験	回答者数(n)	国内ではなく、海外にした	他の国と比較した	旅行日数を長くした	ホテルのグレードを上げた	便を指定した、直行便にした	Cクラス等にUP	その他
全体	313	12.8	5.4	41.5	32.6	12.1	4.8	15.0
男性-1回	38	18.4	5.3	44.7	26.3	5.3	-	18.4
男性-2-3回	63	19.0	3.2	50.8	39.7	4.8	-	7.9
男性-4-5回	18	16.7	5.6	33.3	11.1	22.2	11.1	11.1
男性-6回以	36	11.1	2.8	47.2	55.6	8.3	11.1	5.6
女性-1回	46	10.9	4.3	26.1	21.7	15.2	-	26.1
女性-2-3回	51	9.8	3.9	35.3	23.5	13.7	3.9	23.5
女性-4-5回	29	6.9	17.2	37.9	31.0	24.1	3.4	10.3
女性-6回以	32	6.3	6.3	53.1	43.8	15.6	18.8	12.5

3. 直近の旅行で、円高のメリットを実感した人は52.9%

円高メリットは、実際に海外旅行に行ってから実感する

本アンケートの回答者は、直近の旅行では、全体の52.9%の人が円高によって得をしたと実感しています。場面別に聞いたところ、「現地で支払った買い物費」35.1%、「現地で支払った飲食費」26.5%、「日本出発前に支払った旅行費用」21.8%となっています。海外旅行をするきっかけや旅行先の決定に円高が影響した人は31.3%と前述しましたが、円高のメリットは、実際に海外旅行をしてみれば、さらに実感できるものなのでしょう。国別ではハワイ、グアム、韓国、イタリアの買い物でメリットを実感した人が多数みられました。

一方、「特になし」と回答した人は全体で47.1%でした。国別では、中国(65.4%)、香港・マカオ(61.7%)、台湾(54.8%)に行った人の回答が多い結果となりました。

表2 円高で思ったより得をしたと感じたもの(複数回答)

訪問国(直近)	回答者数	出発前旅行費用	現地支払宿泊費	現地支払飲食費	現地支払交通費	現地支払旅行費用	買い物費	その他	特になし
全体	1000	21.8	12.5	26.5	11.7	9.1	35.1	0.4	47.1
韓国	171	24.6	12.9	32.7	14.6	5.8	43.9	0.6	38.0
中国	81	14.8	13.6	16.0	13.6	6.2	16.0	0.0	65.4
台湾	73	16.4	16.4	28.8	15.1	5.5	23.3	0.0	54.8
香港・マカオ	47	27.7	10.6	14.9	8.5	10.6	21.3	0.0	61.7
ハワイ	105	23.8	11.4	37.1	10.5	17.1	51.4	0.0	31.4
グアム	66	15.2	4.5	34.8	9.1	21.2	43.9	0.0	40.9
シンガポール	45	15.6	17.8	26.7	11.1	6.7	37.8	0.0	51.1
タイ	34	23.5	11.8	23.5	8.8	5.9	29.4	0.0	47.1
アメリカ本土	69	23.2	18.8	26.1	11.6	8.7	42.0	2.9	40.6
オーストラリア	24	33.3	8.3	20.8	8.3	12.5	25.0	0.0	50.0
フランス	38	18.4	18.4	34.2	15.8	7.9	39.5	0.0	44.7
イタリア	38	36.8	5.3	26.3	7.9	13.2	42.1	0.0	36.8
ドイツ	25	20.0	8.0	16.0	4.0	0.0	20.0	4.0	56.0
イギリス	24	41.7	12.5	16.7	8.3	4.2	37.5	0.0	33.3
その他	160	18.1	11.9	20.0	11.9	7.5	28.8	0.0	57.5

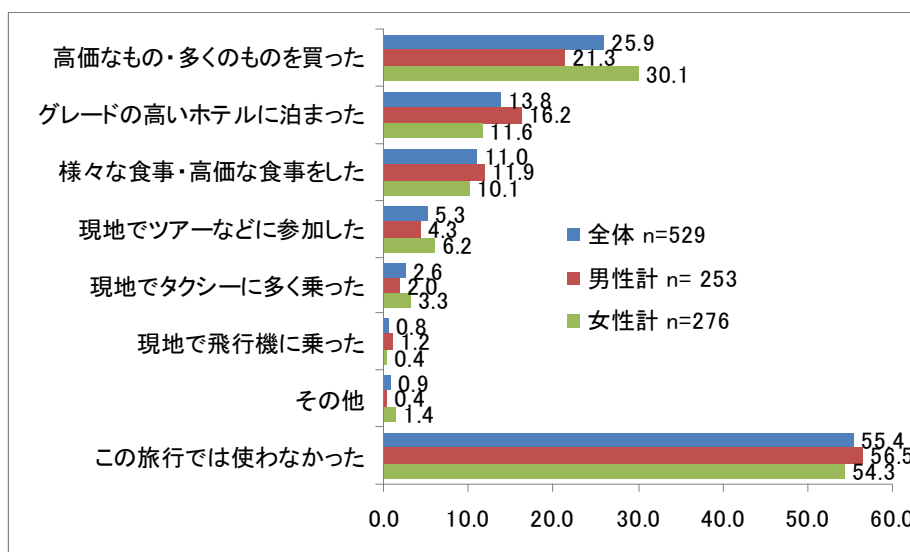
4. 円高で得をした分は「買い物」、「ホテル」、「食事」に使う

次に実際に円高で得をしたと実感した人は、円高差額分を何に使ったのかを調査しました。

全体では「高価なもの・多くのものを買った」25.9%、「グレードの高いホテルに泊まった」13.8%、「様々な食事・高価な食事をした」11.0%で、買い物・宿泊施設・食事に使われています。あまり買い物をしないと思われる男性でも「高価なもの・多くのものを買った」が21.3%を占めています。

一方、円高を実感したが、得した分は「この旅行では使わなかった」という人が55.4%ありました。

図5 円高で得した分の使い道(複数回答)



5. 日本の概ね半額であれば海外で購入

円高で得をした分の使い道は買い物という回答が多いのですが、どれくらい安いと購買意欲が高まるのでしょうか？

購入したいと思う商品が、海外でいくらで販売されていれば買いたいと思うかを質問したところ、日本での金額が30,000円の品であれば15,161円、50,000円の品であれば24,794円と、全体の平均値から、概ね半額であれば買いたいという結果が出ました。

2010年以降の海外旅行回数別に見ると、男女とも回数の多い人の方が「買いたいと思う価格」が高くなっています。これは、海外旅行経験の多い人の方が、自分の欲しいと思う商品の海外での価格を概ね理解しているからとも考えられます。

表3 海外での希望購入価格(回答者の平均 単位:円)

		購入したいものの価格			
		30,000	50,000	70,000	100,000
海外旅行 経験 回数	全体	15,161	24,794	33,656	47,080
	男性-1回	13,583	22,000	30,536	42,685
	男性-2-3回	13,949	23,358	32,113	44,538
	男性-4-5回	15,281	25,078	35,375	49,609
	男性-6回以上	16,394	27,970	35,945	50,780
	女性-1回	15,156	23,894	31,663	44,006
	女性-2-3回	15,602	25,147	34,131	48,047
	女性-4-5回	16,743	28,410	39,111	53,500
	女性-6回以上	17,552	28,325	38,182	54,753

6. 韓国へ行く人と円高

近年訪問者が大きく増えている韓国について、円高との関係聞いてみました。韓国へ行く人は円高と比例して増加していますが、本アンケートの中では、2008年以降、韓国へ行ったことがある回答者は35.5%で、韓国に行ったことのない人も44.4%います。

図6 日本人の韓国訪問者数の推移

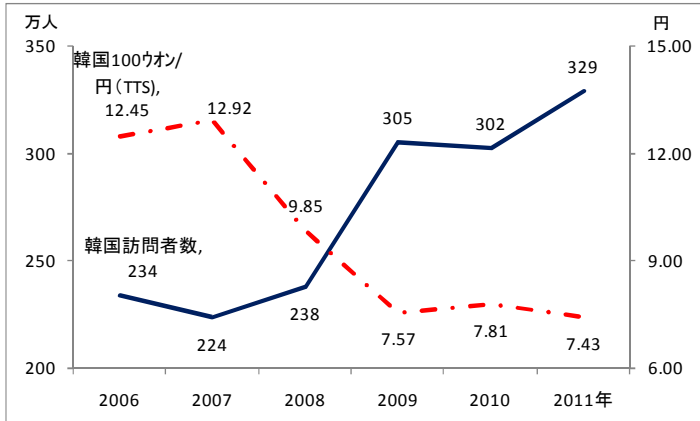
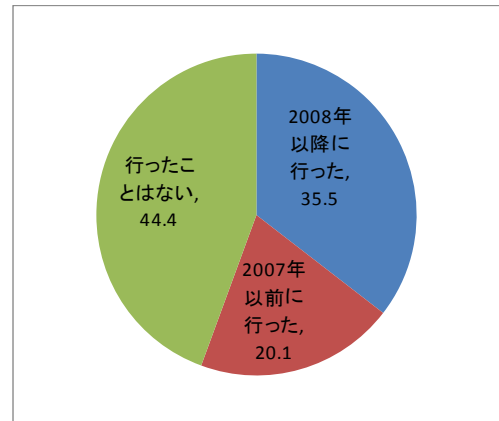


図7 回答者の韓国訪問経験(観光目的)

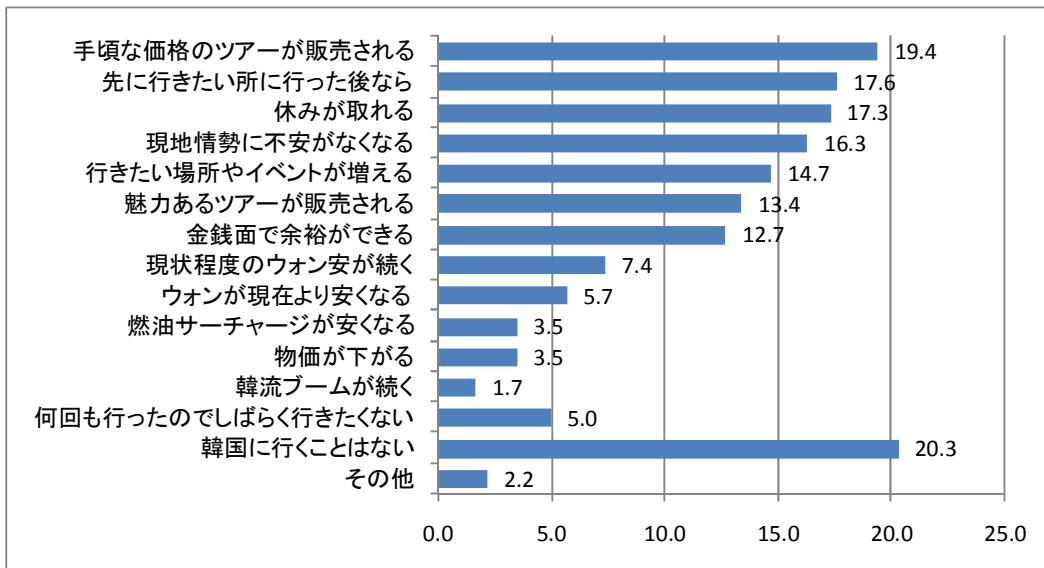


資料:韓国観光公社、三菱UFJ銀行

全回答者に、今後、どのような状況になれば韓国に行くと思うかについて聞いてみると、「手頃なツアーが販売される」19.4%、「先に行きたい所に行ったあとなら」17.6%、「休みが取れる」17.3%、「現地情勢に不安がなくなる」16.3%などの回答が上位を占め、手頃な価格で気軽に行ける安全な旅行先としての韓国を求めている人が多いと見ることができます。

一方で「韓国ウォンが現在より安くなる」は5.7%、「韓流ブームが続く」は1.7%と高くありません。円高や韓流ブームは韓国訪問の大きな要因となったのは事実ですが、さらなるウォン安や韓流ブームの継続が韓国へ行きたくなる魅力だと考えている人は少ないことがわかります。

図8 今後、どのような状況になれば韓国に行くと思うか？(n=100 複数回答)



7. 回答者の 41.4%が旅行先を選ぶ際に、国内旅行と海外旅行を候補として比較

海外格安商品の登場や羽田国際化、LCCの普及などが要因となり、国内旅行と海外旅行の垣根が低くなってきていると言われています。海外旅行に出かける人のうち、実際どれくらいの人が旅行先を選ぶ際に、国内旅行と海外旅行を候補として比較しているのでしょうか？

全体では、アンケート回答者(2010年以降に観光目的で海外旅行を経験)のうち、「よく比較する」人は11.1%、「たまに比較する」は30.3%で計41.4%が国内と海外を旅行先として比較すると回答しています。

表4 海外旅行経験別 国内と海外の観光地を候補として比較するか？(単一回答)

海外旅行経験 (2010年1月～)	回答者数 (n)	よく比較 する (A)	たまに比 較する(B)	小計 (A)+(B)	あまり比 較しない (C)	ほとんど 比較しない (D)	小計 (C)+(D)
全体	1,000	11.1	30.3	41.4	29.7	28.9	58.6
1回	328	9.1	33.2	42.4	31.7	25.9	57.6
2-3回	377	8.5	30.5	39.0	32.1	28.9	61.0
4-5回	136	11.8	27.9	39.7	28.7	31.6	60.3
6回以上	159	20.8	25.8	46.5	20.8	32.7	53.5

8. 国内・海外の旅行先で比較候補にあがるのは、海外はハワイ、国内は沖縄・北海道

次に「よく比較する」「たまに比較する」「あまり比較しない」と答えた711名の回答者に、具体的にどの国・方面を比較するかを聞きました。

海外の方面では、ハワイ(40.4%)との比較が一番多く、次いで韓国(27.4%)、台湾(26.9%)などが国内の観光地と比較されています(図12)。これに対し、比較する国内方面は沖縄(63.6%)、北海道(58.5%)が半数を超えています。

国内と比較される海外の方面は、旅行費用や距離との兼ね合いにより、韓国や台湾、グアムなどの近隣エリアと考えられることが多いのですが、実際はハワイと比較するとの回答が多い結果となりました。これは、日本人の海外渡航の希望先として、ハワイが常に上位に入っている事が理由の一つとして考えられます。また渡航先としての再訪意欲も高く、海外旅行＝ハワイというイメージが定着しているとも言えるでしょう。

図12 国内の方面と比較する海外の国方面

(n = 711 複数回答 3つまで)

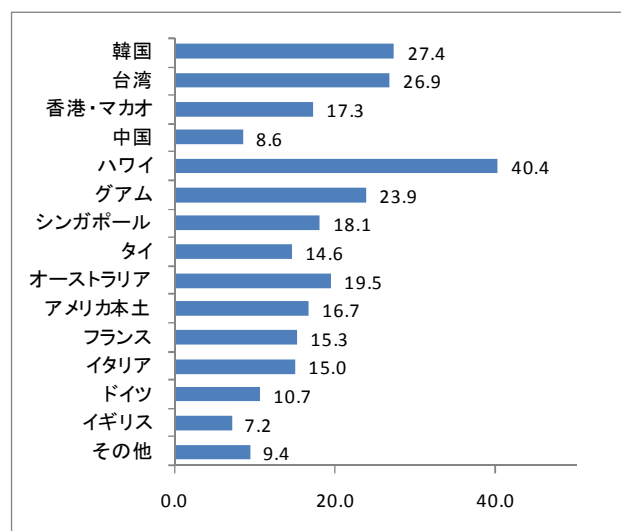
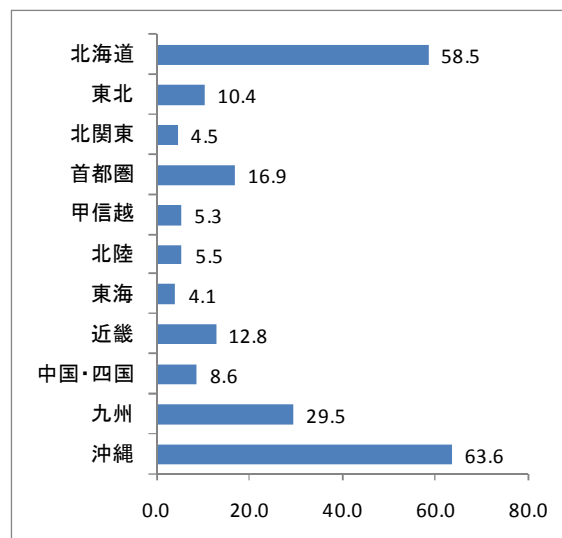


図13 海外の方面と比較する国内の方面

(n = 711 複数回答 3つまで)



9. 国内と海外を比較する際の旅行日数

次に、旅行がどれくらいの日数になると、行き先として国内と海外を比較するのでしょうか。

回答者全体では「5日」が37.2%、「4日」が34.5%、「3日」が30.9%と、概ね3日以上で国内・海外の行き先を比較しています。

年代別では、女性20代の52.6%、男性30代の43.2%が「3日」と回答しています。

60代は男女とも「7日以上」が最も多く、旅行に十分な日数をかけることのできる人が多いことがわかります。

表5 国内と海外の行き先を比較する際の旅行日数(複数回答)

	回答者数	旅行日数 (休みがとれる日数)						
		1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日以上
全体	414	5.3	10.6	30.9	34.5	37.2	17.4	27.3
男性-20代	55	9.1	14.5	30.9	43.6	41.8	20.0	18.2
男性-30代	44	13.6	22.7	43.2	45.5	38.6	22.7	15.9
男性-40代	38	2.6	7.9	34.2	44.7	47.4	18.4	23.7
男性-50代	46	4.3	6.5	13.0	34.8	23.9	10.9	26.1
男性-60代	41	0.0	0.0	17.1	24.4	31.7	24.4	41.5
女性-20代	38	10.5	28.9	52.6	42.1	36.8	13.2	15.8
女性-30代	47	0.0	6.4	36.2	17.0	38.3	19.1	25.5
女性-40代	40	5.0	10.0	32.5	45.0	47.5	10.0	27.5
女性-50代	28	3.6	7.1	32.1	17.9	42.9	14.3	39.3
女性-60代	37	2.7	0.0	18.9	24.3	24.3	18.9	48.6

10. 国内と海外を比較する際の旅行費用

続いて、どれくらいの旅行費用なら、行き先として国内と海外を比較するかについて調べました。

全体としては7-10万円未満が最も多い結果となりました。女性20代では3-5万円未満が44.7%と半数近くになり、若い女性は安価に行ける韓国や台湾などと比較していると考えられます。一方、7日以上で国内と海外を比較するとした男女60代では、旅行費用では15万円以上が45%以上を占めました。

表6 国内と海外の行き先を比較する際の旅行費用(複数回答)

	回答者数	1人あたりの旅行費用					
		3万円未満	3万円～5万円未満	5万円～7万円未満	7万円～10万円未満	10万円～15万円未満	15万円以上
全体	414	9.4	25.8	28.5	30.9	24.4	26.1
男性-20代	55	10.9	20.0	49.1	30.9	16.4	18.2
男性-30代	44	11.4	38.6	38.6	54.5	25.0	20.5
男性-40代	38	13.2	23.7	21.1	21.1	34.2	31.6
男性-50代	46	0.0	21.7	21.7	21.7	26.1	23.9
男性-60代	41	0.0	7.3	14.6	34.1	26.8	46.3
女性-20代	38	21.1	44.7	36.8	21.1	18.4	10.5
女性-30代	47	14.9	36.2	25.5	38.3	17.0	19.1
女性-40代	40	12.5	32.5	22.5	32.5	32.5	15.0
女性-50代	28	7.1	25.0	21.4	25.0	28.6	39.3
女性-60代	37	2.7	8.1	24.3	24.3	24.3	45.9