

アジアインサイトレポート 第9弾 『ベトナム市場実態調査 旅行編』
 北部のハノイ、中部のダナン、南部のホーチミンでは、旅行のスタイルに違いがある
 国内旅行のニーズは南部ほど高い
 国内旅行の相手は、ホーチミン・ダナン市民は“友人や同僚”、ハノイ市民は“家族”が多い

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、アジアの人々の意識や行動を探るため、インテージグループ各社と協力し、アジア地域の人々を対象にさまざまなテーマで実施した自主企画調査をもとにした「アジアインサイトレポート」を発行しています。第9弾のレポートでは、『ベトナム市場実態調査 旅行編』を発表します。今回は、インテージグループのベトナム法人の INTAGE VIETNAM LLC.が 2014年6月にハノイ、ダナン、ホーチミン各都市 150人の 18~40才の一般男女を対象に実施した訪問面接調査「Viettrack」*の結果をもとに、ベトナム市場を分析しました。

分析者: INTAGE VIETNAM LLC. ビュウ ティ タン

◆はじめに

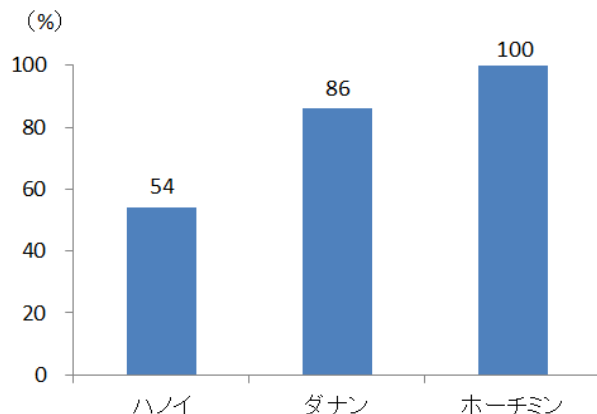
ベトナムの人々は生活水準の向上にともない、これまで以上に旅行にお金を使うようになってきた。以前は旅行というと、親戚の家を訪ねるか短期間の社員旅行でビーチに行くかが定番だった。しかし、現在ではより良いライフスタイルを求め、多様な旅行の在り方がベトナムの観光業界に新しい図式を生み出している。

そこで、「ベトナム消費者がどのような旅行をするのか？」を、北部のハノイ、中部のダナン、南部のホーチミンの3都市別に比較・分析した。

1. 現在のベトナム消費者の国内旅行状況

直近1年以内にベトナム国内旅行をしたと回答した人は、ハノイ市民54%、ダナン市民86%、ホーチミン市民は100%であった。この結果から、南部ほど国内旅行ニーズが高いことがわかる。

[図1]直近1年以内にベトナム国内旅行をしたことがある人



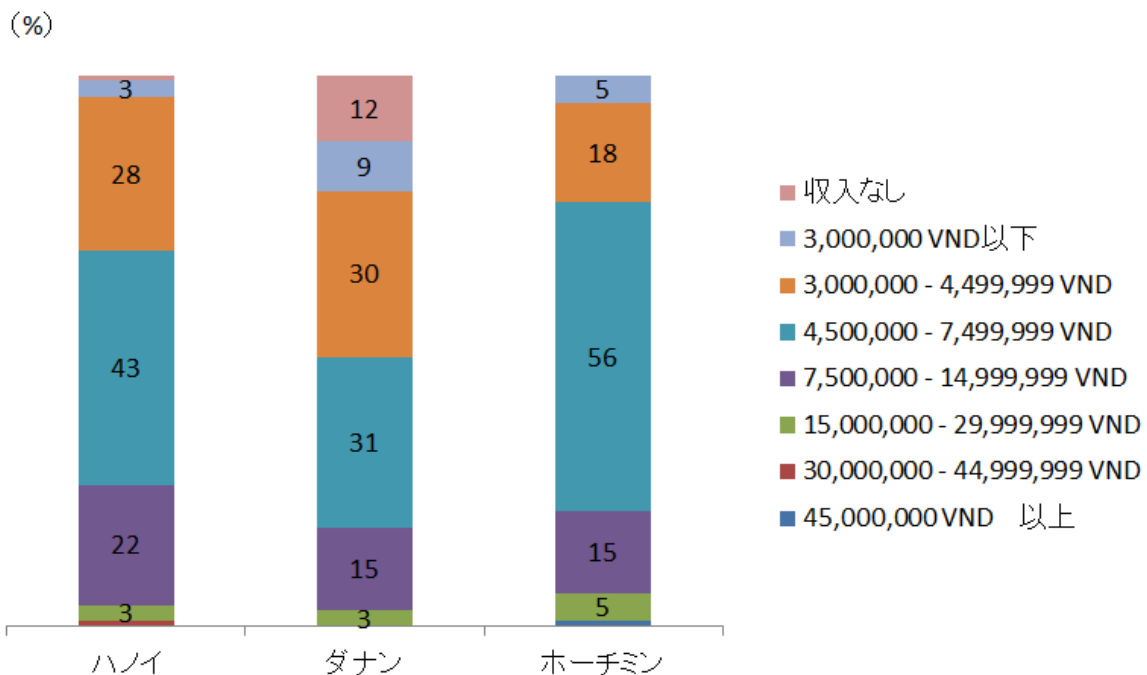
2. 国内旅行の行先

直近3年間に行ったことがある「国内旅行先」のトップ5は、3都市いずれも近隣の回答が多い。特にダナン市民はトップ5全てがダナン市の位置するベトナム中部のエリアとなった。理由としては、予算の制限や交通の不便さが大きな要因と考えられる。また、属性分析で個人の月収を見てみると、ダナンは他地域よりも収入が低い傾向がみられた。

【図2-1】 国内旅行先ランキングトップ5(直近3年間に行ったことがある観光スポット)

ハノイ市民(北部)	%	ダナン市民(中部)	%	ホーチミン市民(南部)	%
Ba Na Hill (Middle)	37	Pho co Hoi An (Middle)	93	Vung Tau (South)	75
Nghe An - Cua Lo Beach (North)	34	Ba Na Hill (Middle)	88	Khanh Hoa - Nha Trang (South)	43
Lao Cai - Sa pa (North)	31	Kinh thanh Hue (Middle)	77	Ho Xuan Huong (Middle)	41
Hai Phong - Do Son Beach (North)	28	Bai Bien Lang Co (Middle)	68	Mui Ne (South)	35
Pho co Hoi An (Middle)	25	Ngu Hanh Son (Middle)	67	Thung Lung Tinh Yeu (Middle)	29

【図2-2】 3都市別個人月収

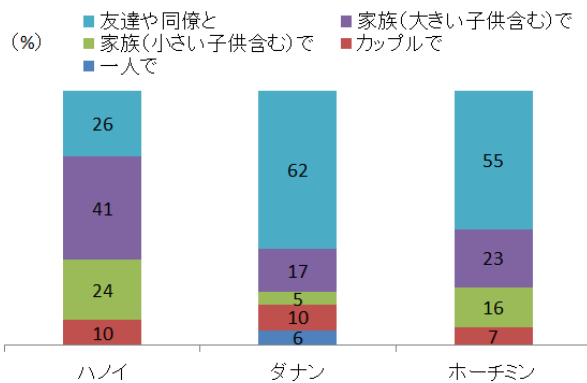


※1パーセント以下は非表示

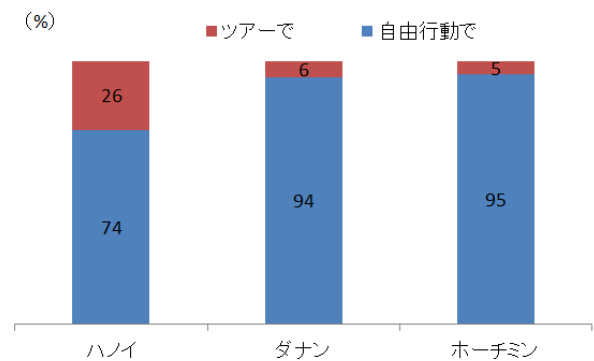
3. 国内旅行のスタイル

国内旅行について、「誰と一緒に」「ツアーか自由行動か」の2つの視点から見ると、ホーチミン市民とダナン市民は、友人や同僚でのグループ旅行が最も高く、約95%の人が自分で計画を立てる自由行動で旅行すると回答しており、意識が類似していることがわかる。一方、ハノイ市民は同行相手として最も高いのは家族(65%)と回答、ツアーが他の地域より高い割合を占める。

[図3-1] 誰と一緒に国内旅行するか



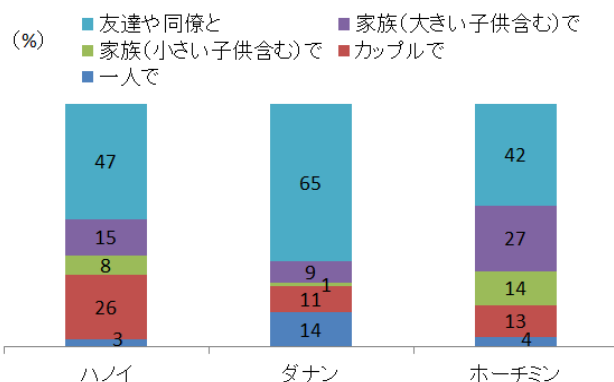
[図3-2] ツアーか自由行動か



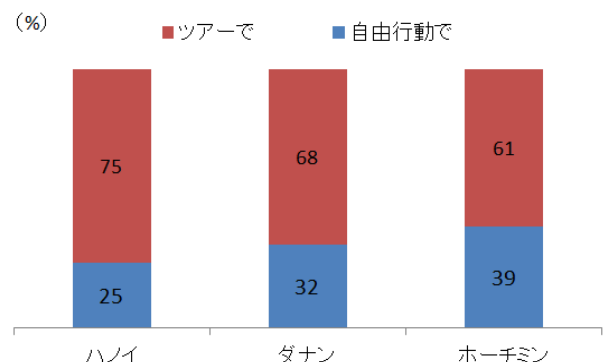
4. 海外旅行のスタイル

海外旅行について、「誰と一緒に」「ツアーか自由行動か」の2つの視点から見ると、3都市とも同行者は友人や同僚でのグループが最も多いが、ハノイ市民はカップルでの海外旅行意向も他地域より割合が高い。また、3都市ともツアーを好む傾向があるが、ホーチミン市民は自由行動の意欲も他地域に比べ若干高い。

[図4-1] 誰と一緒に海外旅行するか



[図4-2] ツアーか自由行動か



近年、日本への観光旅行者が多くなっているベトナム消費者だが、今後は、地域ごとの国民性に合わせたコミュニケーションや観光シーンを訴求することが重要になるであろう。

調査概要

調査方法: 訪問面接調査 Viettrack

調査時期: 2014 年 6 月

調査対象者: ハノイ、ダナン、ホーチミンの 18~40 才の一般男女 450 人(各都市 150 人)

調査実施機関: INTAGE VIETNAM LLC.

※Viettrack とは

インテージグループのベトナム法人の INTAGE VIETNAM LLC.が、定期で実施している自主企画調査です。経済、流行、商品、サービスなどの観点から、ベトナム消費者の意見、評価、認知をお届けすることが目的です。当調査は ISO 20252:2006 に準拠し実施しています。

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社: 東京都千代田区、代表取締役社長: 石塚 純晃)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。生活者とお客様を「情報」でつなぎ、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の生活者の暮らしを豊かにすることを目指します。

【この件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当

担当: 小関(おぜき) / 佐藤(さとう)

TEL: 03-5294-6000 FAX: 03-5294-8318

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>