

報道関係者各位

2017年7月27日
ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社

海外旅行の新トレンド！オリジナルを楽しむ「カスタム旅行」の時代に？ 自分で創るカスタム旅行、期待と満足度のギャップ値が高いと判明 ～ブッキング・ドットコム、「日本人の海外旅行に関する意識調査」発表～

[2017年7月27日：日本発表] 世界最大のオンライン宿泊予約サイト Booking.com (ブッキング・ドットコム) の日本法人 ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社(本社：東京都港区 代表：アダム・ブラウステイン 以下：ブッキング・ドットコム)は、パッケージ旅行やオンライン旅行会社(Online Travel Agency, 以下「OTA」)を利用して海外旅行をしたことのある日本在住の男女 600 人を対象に、『日本人の海外旅行に関する意識調査』を実施し、その結果を発表いたします。



2017年、訪日観光客が過去最高記録を更新しましたが、日本政府観光局の推計によると(※1)、日本人出国者数も、2017年5月1ヶ月間で、131万5千人、前年比6.6%増加し好調な推移をみせています。海外旅行への需要が再び高まる中で、ブッキング・ドットコムは、『日本人の海外旅行に関する意識調査』を実施しました。海外旅行経験者のなかで、パッケージ旅行の利用者は53.3%、OTAによるカスタム旅行(※2)の利用者は20.8%となり、パッケージ旅行に比べOTAによるカスタム旅行の利用者は少ないという結果になりました。また、OTAによるカスタム旅行の方が、旅行前後の期待満足度のギャップ値(※3)が高いという結果となりました。つまり、OTAによるカスタム旅行の方が「旅行前に期待していたよりも実際は満足度が高かった」ということが読み取れます。さらに、「今後は、パッケージかOTAによるカスタム旅行のどちらを選びたいか？」の質問に対し、約6割がOTAによるカスタム旅行を希望していることが分かりました。この結果から、パッケージ旅行ではなく、自分で選ぶカスタム旅行が旅の新しいスタイルになっていくと考えられます。

(※1) http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/

(※2) OTAを利用したパッケージ旅行の予約は含まない

(※3) 旅行前の期待値と旅行後の満足度の差

<調査リリース トピックス>

- 海外旅行経験者の53.3%はパッケージ旅行利用経験がありと回答。一方で、OTAによるカスタム旅行の利用経験者は20.8%。
- 自分で創るカスタム旅行が人気！約6割がOTAによるカスタム旅行を希望。
- 旅行への情熱度が最高得点の10点を選んだ7割以上が、OTAによるカスタム旅行を希望。
- OTAによるカスタム旅行の方が、旅行前後の期待満足度のギャップ値が高い。
- 高所得者は旅行リテラシーが高い！高所得者はOTAによるカスタム旅行を希望する割合が高い。

■過去の海外旅行はパッケージ旅行が過半数、OTAによるカスタム旅行の割合は2割。

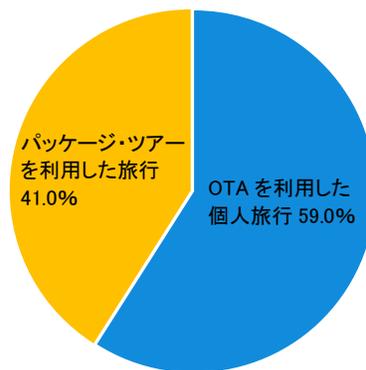
若い世代はよりOTAによるカスタム旅行の経験が高い。

海外旅行経験者の53.3%はパッケージ利用経験があり、20.8%がOTAによるカスタム旅行の経験者であることが分かり、かつてはパッケージ旅行が主流だったことが分かります。しかし、20代男性、30代は男女ともに全体より10%以上OTAによるカスタム旅行の利用率が高いという結果となり、女性の75.5%はOTAによるカスタム旅行の利用シーンの約9割が「プライベートのみ利用」と回答しています。若い世代、かつプライベートでの旅行に関しては、「OTAによるカスタム旅行」の利用が増えていくと考えられます。

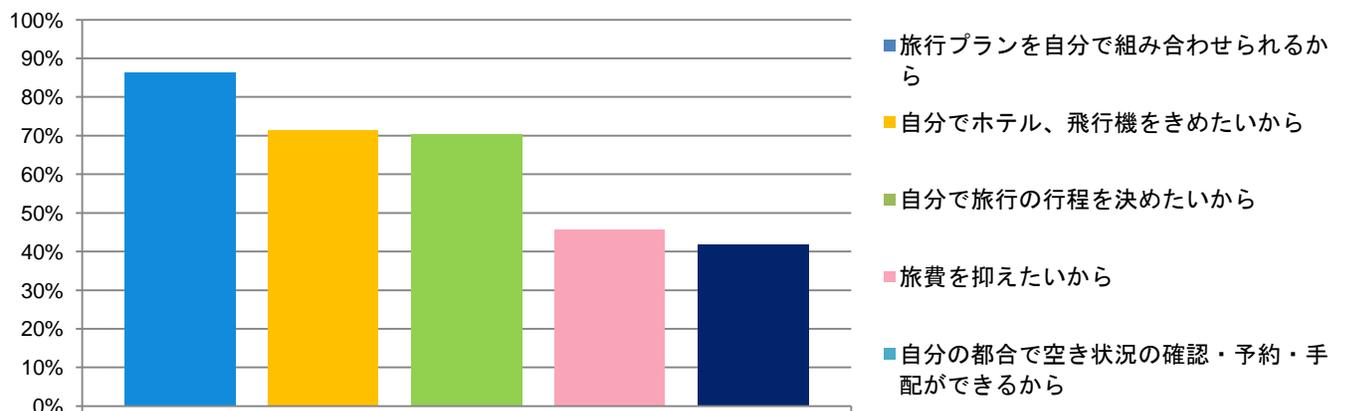
■自分で創るカスタム旅行が人気！約6割がOTAを利用したカスタム旅行を希望。

「今後は、パッケージかOTAによるカスタム旅行のどちらを選びたいか？」の質問に対し、約6割がOTAによるカスタム旅行を希望しているという結果から、主体的にプランを決めた旅行をしたいと考える人が多いことが考えられます。OTAによるカスタム旅行の選択理由について最も高いのは、「旅行プランを自分で組み合わせられるから」の86.4%次いで、「自分でホテル、飛行機等を決めたいから」71.5%、「自分で旅行の行程を決めたいから」70.3%、「旅費を抑えたいから」45.8%と続きました。

Q) 今後は、パッケージかOTAによるカスタム旅行のどちらを選びたいですか？n=600



Q)OTAによるカスタム旅行の選択理由は何ですか？n=354



■旅行への情熱度が最高得点の10点を選んだ7割以上が、OTAによるカスタム旅行を希望。

旅行への情熱度が最高得点の10点を選んだ7割以上が、OTAによるカスタム旅行を希望している一方で、旅行への情熱度が平均以下の4点を選んだ7割以上が、パッケージ旅行を希望していることが分かりました。情熱を持って旅行をする人は、自由に旅行ができるOTAによるカスタム旅行を選択する傾向にあると考えられます。

■OTAによるカスタム旅行の方が、旅行前後の期待満足度のギャップ値が高い。

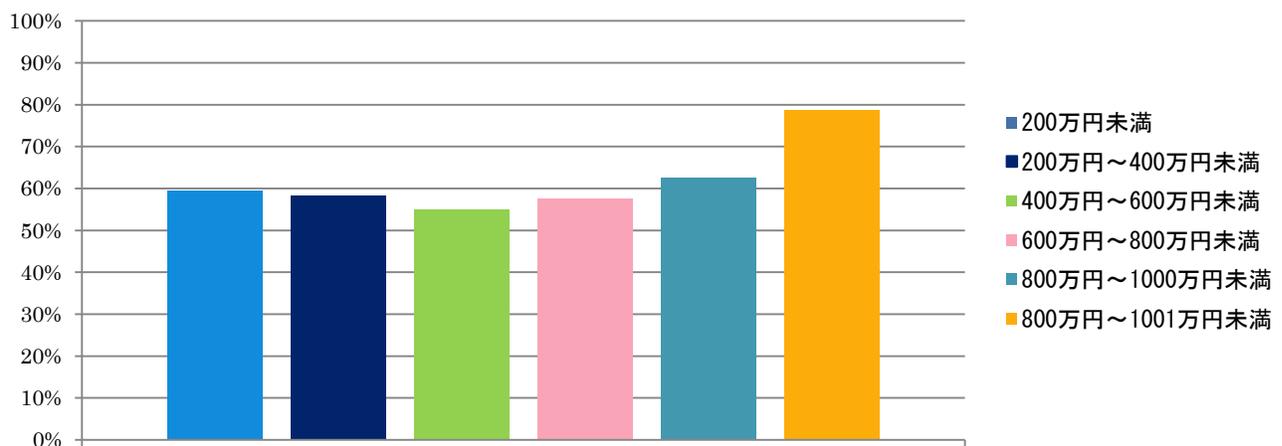
旅行前の期待値と旅行後の満足度をパッケージ旅行とOTAによるカスタム旅行で比較すると、OTAによるカスタム旅行の方が各分野においてパッケージより満足度のギャップ値が高いという結果になりました。OTAによるカスタム旅行の中でも、特にホテルが8.3%と期待満足度のギャップ値は突出しており、他の項目と比べ満足度が高いことが分かります。次に、食事が5.2%、アクティビティが4.0%と続きます。OTAによるカスタム旅行で自身の好きな旅行スタイルを選択することで、自分の納得した旅行ができ、結果的に満足度も高くなっているのではないかと考えられます。

評価項目	旅行前後の期待満足度のギャップ値	
	パッケージ・ツアー	OTA
飛行機	15.3%	10.8%
ホテル	5.8%	8.3%
食事	0.5%	5.2%
観光スポット	-3.8%	0.5%
アクティビティ	3%	4%

■高所得者は旅行リテラシーが高い！高所得者はOTAによるカスタム旅行を希望する割合が高い。

収入別にみると年収1,000万円以上の方は自由に宿泊先や、飛行機を選択できるOTAによるカスタム旅行を希望する割合が全体よりも20%近く高く、その割合は8割弱にのぼることが分かりました。

Q)次回海外旅行に行く場合パッケージかOTAによるカスタム旅行とどちらを利用したいですか？n=484



これまでパッケージ旅行を選択した人の中でも、徐々にブッキング・ドットコムのような OTA によるカスタム旅行を選択する人が増えています。実際に、OTA を利用したカスタム旅行は旅行前後での期待満足値のギャップ値が高く、自分で選ぶ旅行に関し高い満足度を得られている人が多いようです。特にホテルは期待満足値のギャップが高く、ブッキング・ドットコムなどの OTA を使うことで、理想のホテルに出会うことができます。

日本地区統括リージョナル・マネージャーアダム・ブラウステイン氏は次のように述べています。「自分で手配するのではなく、決められたパッケージ旅行が主流の時代から、自らカスタマイズできる「カスタム旅行」への時代に人気シフトしていると言えます。ブッキング・ドットコムは、世界最大のオンライン宿泊予約サイトとして今後もデジタル分野に力を入れ、より多くの方にカスタム旅行を楽しんでいただけるよう進化していきます。」

【調査概要】

日本人の旅行の実態調査

1. 調査の方法: WEB アンケート
2. 調査機関: 株式会社ネオマーケティング
3. 調査地域: 全国
4. 調査実施日: 2017 年 6 月 28 日(水)~2017 年 6 月 29 日(木)
5. 対象者: 20 歳以上の男女 600 人

日本におけるブッキング・ドットコム

2009 年に渋谷に最初のオフィスを開業。現在約 350 名の従業員が日本国内のオフィスで働いており、内 200 名がインハウスのカスタマーサービスのスタッフです。国内に、6 つのオフィス(東京に 2 ヶ所、大阪、福岡、札幌、沖縄)があります。現在、国内では約 12,000 軒以上の宿泊施設の予約が可能(2017 年 6 月時点)です。

ブッキング・ドットコムについて

1996 年にアムステルダムにて設立されたブッキング・ドットコムは、オランダの小さなスタートアップ企業から、世界最大のオンライン宿泊予約サイトに成長しました。プライスライングループ(NASDAQ:PCLN)の一部であるブッキング・ドットコムは現在、世界 70 カ国・199 のオフィスを設け、15,000 人以上の従業員が所属しています。世界中の人々に世界を体験していただくことを使命とし、気軽な旅を実現できるよう、最新の技術を取り入れています。ブッキング・ドットコムでは、アパートメント、家族経営の B&B(ベッド&ブレックファスト)スタイルの施設から、5 つ星の高級リゾート、ツリーハウス、さらにはイグルーに至るまで、世界最大の宿泊施設数を提供しています。ブッキング・ドットコムのウェブサイトとモバイルアプリは、40 以上の言語で利用でき、世界 130 万軒以上の施設を、227 ヶ国と地域で 11 万以上の都市で提供しています。毎日、140 万部屋以上が予約されており、お客様は 24 時間いつでも 43 の言語でサポートを受けることができます。ビジネスやレジャー等の用途に限らず、ブッキング・ドットコムで簡単に理想的な宿泊施設の予約が無料で行えます。

1996 年に設立した、Booking.com B.V.は Booking.com™(<http://www.booking.com>)の運営会社で、The Priceline Group(NASDAQ:PCLN)グループのメンバーです。さらに詳しい情報は、<http://www.booking.com> をご参照ください。また、Twitter、Instagram、Facebook、Pinterest の公式アカウントを開業しています。