

2024年2月26日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

『観光における二重価格に関する調査』

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

国内の観光業界における二重価格の設定に、全体の約6割が「賛成」
60代では約半数が反対。10代と20代では旅行意向の高まりにつながる

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、10～60代の方を対象に調査した「観光における二重価格に関する調査」（実施期間：2024年2月1日～2月5日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～6:30 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

今回の調査では、外国人観光客向けに商品やサービスの価格を現地居住者向けより高く設定する、「観光における二重価格」について聴取しました。

【調査結果】

・ TOPICS 1

観光における二重価格を「知っている」（17.8%）、「聞いたことがある気がする」（24.4%）を合わせた認知率は42.2%

・ TOPICS 2

全体の約6割が国内の観光業界における二重価格設定に「賛成」。60代では反対派が約半数

・ TOPICS 3

国内の観光業界に二重価格が設定された場合、10代と20代の約半数で旅行意向が「高まる」

・ TOPICS 4

国内の観光業界の二重価格による訪日客への影響を懸念する人が過半数。「多言語対応」「丁寧なおもてなし」が必要といった声が挙がる

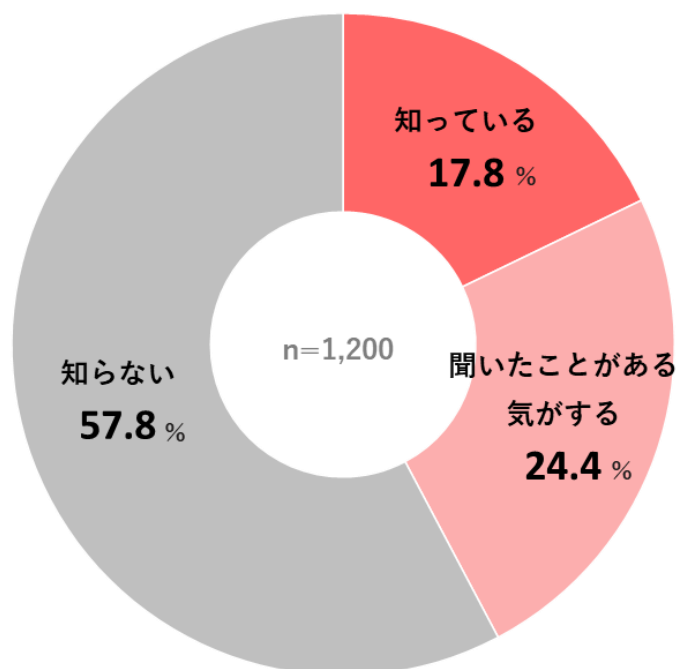
【調査結果詳細】

■TOPICS 1

観光における二重価格を「知っている」(17.8%)、「聞いたことがある気がする」(24.4%)を合わせた認知率は42.2%

海外では、外国人観光客向けに商品やサービスの価格を現地居住者向けより高く設定する「二重価格」が存在する場合があります。このような観光における二重価格を「知っている」が17.8%、「聞いたことがある気がする」が24.4%となり、合わせると認知率は42.2%だった。

▼観光における「二重価格」の認知率



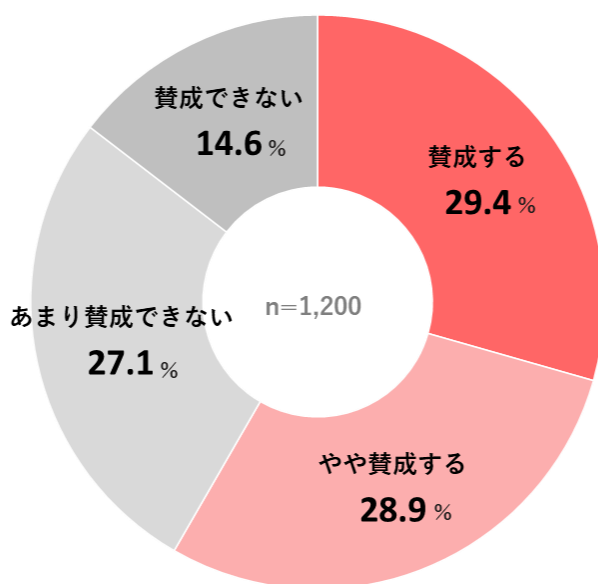
■TOPICS 2

全体の約6割が国内の観光業界における二重価格設定に「賛成」。60代では反対派が約半数

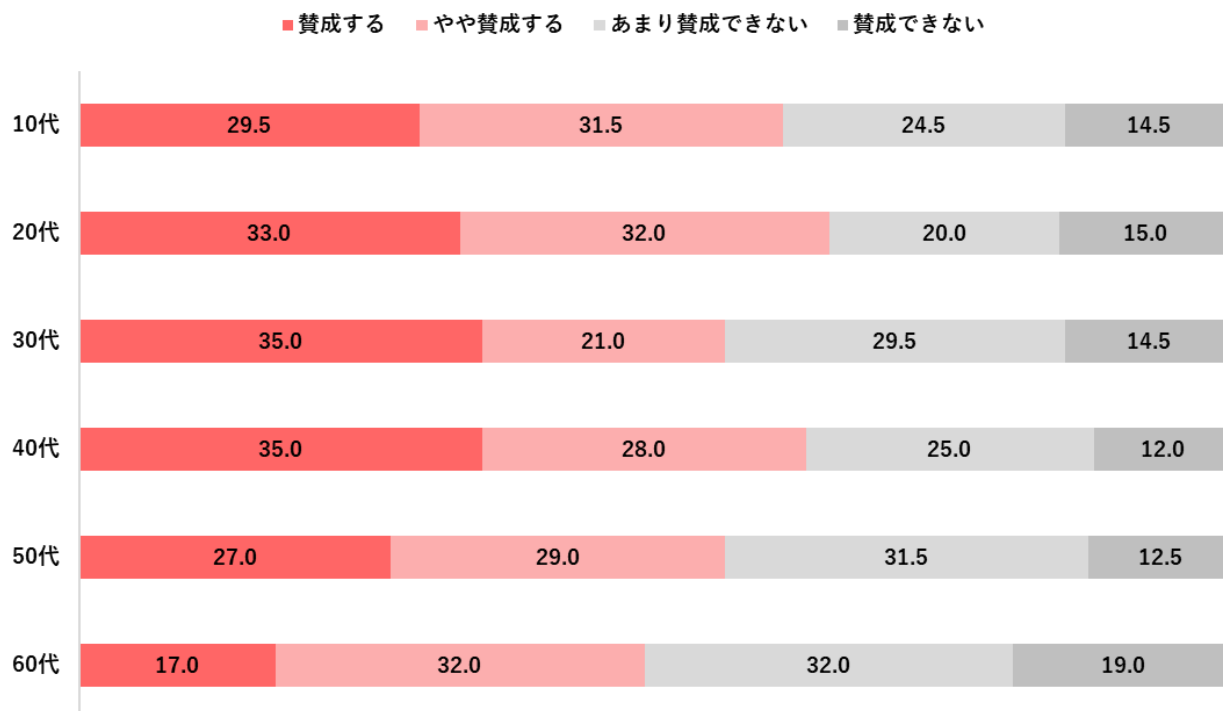
国内の観光業界に二重価格が設定される場合、「賛成する」が29.4%、「やや賛成する」が28.9%となり、合わせると全体の約6割が賛成と回答した。

年代別で見ると、60代では「あまり賛成できない」(32.0%)と、「賛成できない」(19.0%)を合わせた反対派が51.0%となり、他の年代と比較して高い。「賛成できない」と回答した60代のコメントでは、「人によって価格が違うのは不公平」「差別感がある」「アイデアとは言えない。詐欺みたいに感じる」「日本の評判が悪くなる」といった意見が挙がった。

▼国内の観光業界に「二重価格」が設定される場合の賛否 | 全体



▼国内の観光業界に「二重価格」が設定される場合の賛否 | 年代別 (%) (n=1,200)



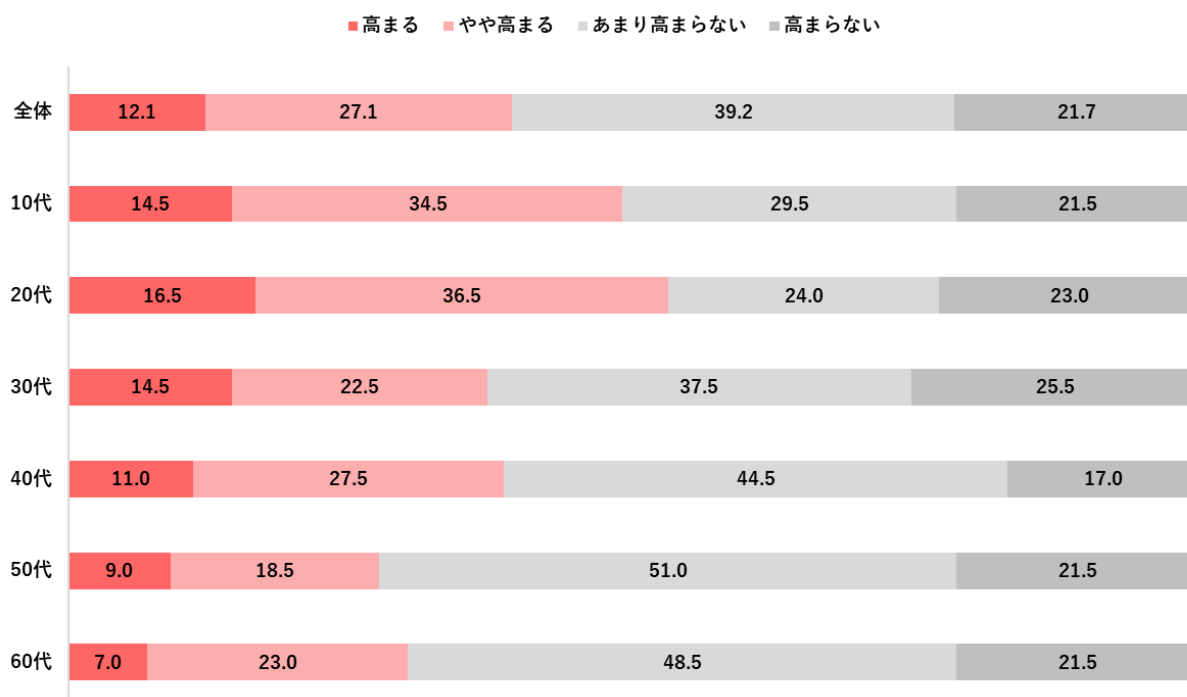
■TOPICS 3

国内の観光業界に二重価格が設定された場合、10代と20代の約半数で旅行意向が「高まる」

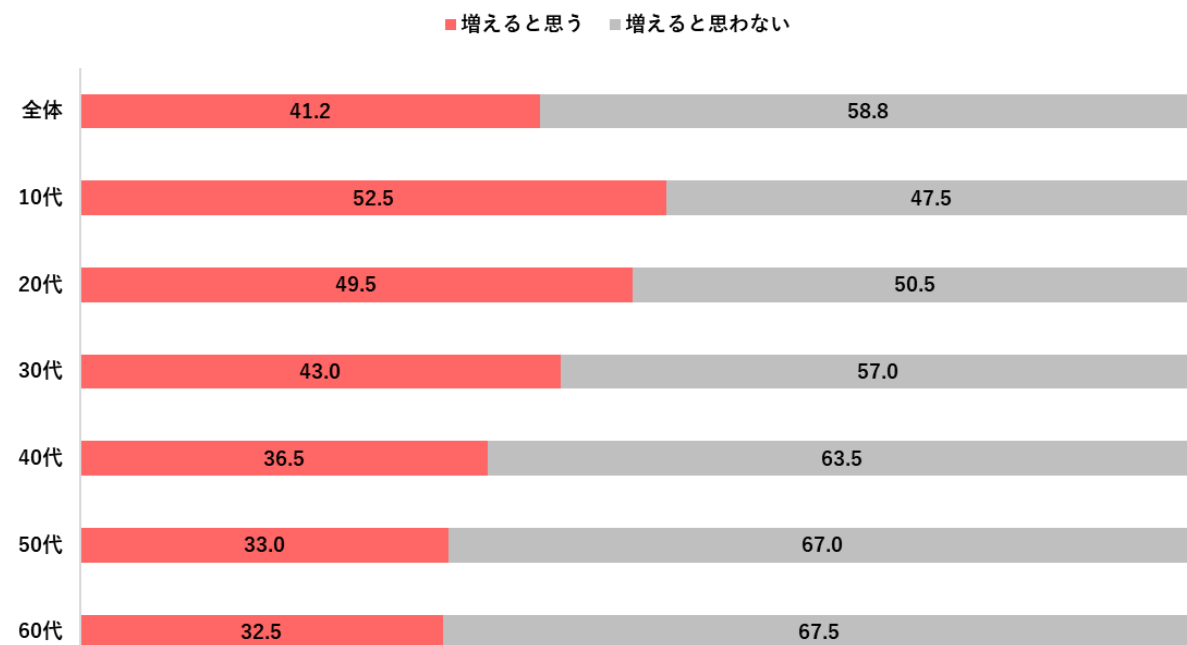
国内の観光業界に二重価格が設定された場合、国内旅行をする意識は高まるか聴取した。全体では「高まる」(12.1%)、「やや高まる」(27.1%)を合わせた「高まる派」は39.2%だった。年代別では10代と20代の約半数が「高まる派」となり、若年層の旅行意向にプラスの影響を及ぼすことが確認された。

また、国内旅行をする機会や選択肢が増えるかについても、年代が低いほど「増えると思う」が高く、10代では52.5%だった。

▼国内の観光業界に二重価格が設定された場合、国内旅行をする意識は高まるか (%) (n=1,200)



▼国内の観光業界に二重価格が設定された場合、国内旅行をする機会や選択肢は増えると思うか (%) (n=1,200)



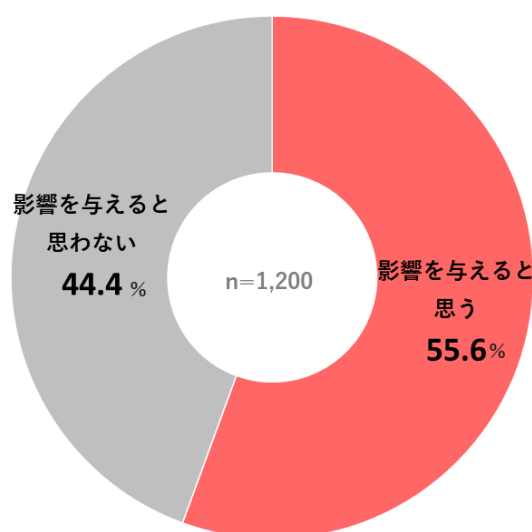
■TOPICS 4

国内の観光業界の二重価格による訪日客への影響を懸念する人が過半数。「多言語対応」「丁寧なおもてなし」が必要といった声が挙がる

国内の観光業界の二重価格設定が外国人観光客の日本への訪問に影響を与えると思うか聴取したところ、「影響を与えると思う」が55.6%だった。

国内の観光業界に二重価格が設定される場合、どのようなサービスや特典が提供されるとよいと思うかについて、「多言語対応」「観光案内」「公共交通機関の一部代金補助」「ポイント還元」「日本の記念になるような特典進呈」「説明や接客が料金に含まれていると思ってもらえるおもてなし」といったコメントが挙がった。

▼二重価格設定が訪日客の日本への訪問に影響を与えると思うか



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

経済の停滞により世界的な物価高に遅れを取り、平成デフレが続く日本は、今後は国内の賃金上昇とともに外食やサービス業中心に訪日外国人客が物価高を後押ししていく可能性が高い。今回のアンケートで約6割が「訪日外国人の観光における二重価格に賛成」との結果は、商品やサービスの価格が上がらなければ賃金が増えないとの認識が、日本において広がった結果とも言える。訪日外国人は安い日本を求めて来日しているが、そうは言っても安すぎる価格になっているという現状があり、価格の引き上げに抵抗はなさそうだ。ただし二重価格にした場合は、例えば外食なら増量やもう一品サービスなど、少しだけメリットを出す工夫が必要になってくるのかもしれない。観光業はインバウンドに限らず、繁忙期のダイナミックプライシングによる価格アップなど、世界的に先行する価格の考え方を取り入れることも考えられる。全従業員の賃金アップを実現し、平成デフレから脱却するタイミングに来ているのは間違いない。

以上

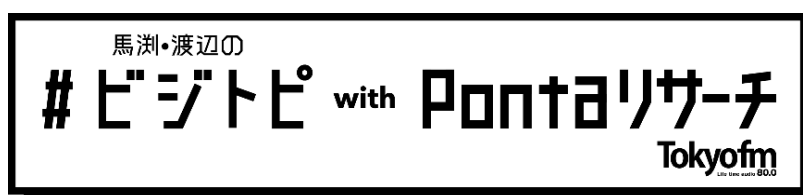
【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2024年2月1日～2月5日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 : 国内在住 10～60 代の方
有効回答数 : 1,200 名 ※性年代別に各 100 サンプル回収
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00～6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。