

## 訪日観光客は日本人海外旅行に比べオンラインの情報活用比率が高いことが判明

～旅行者共通のモチベーションは交流と文化体験、さらに日本人は海外に現実逃避を求める傾向～

ビザ・ワールドワイド(以下 Visa、代表取締役:ジェームス・ディクソン、所在地:東京都千代田区)は、海外旅行の動向と旅行行動をグローバルに調査した「Visa Global Travel Intentions Study 2015(2015 年 Visa 世界旅行意識調査)」より、訪日観光客<sup>1</sup>と日本人海外旅行者<sup>2</sup>の比較分析結果を発表しました。

今後 1 年間に最も訪れる可能性の高い渡航先について尋ねたところ、日本はアメリカに続いて 2 位に選ばれるなど人気の高い国ですが、訪日観光客と日本人海外旅行者にはいくつかの点で大きな違いがあることがわかりました。

まず、旅行全般の情報収集については、訪日観光客の 91%が旅行の計画にオンラインでの情報源を活用している一方、日本人海外旅行者によるオンラインの活用は 68%と諸外国に比べ低い結果となりました。旅行計画の際のオンラインでの情報収集をツール別に分析したところ、訪日観光客は PC の使用が多いものの、モバイルやタブレットによる検索も約 3 割見受けられました。一方、日本人海外旅行者は、PC での情報収集が突出しており、モバイル端末やタブレットの使用は訪日観光客の半分以下となっており、情報収集において大きな差があることが判明しました(図 1 参照)。

旅行で得た経験や写真などのオンラインを通じてのシェアについて、訪日観光客は 83%がブログや SNS でシェアをしている一方(図 2 参照)、日本人海外旅行者は 45%とおよそ半分ほどの比率であり(図 3 参照)、訪日観光客に比べ自身の経験等を日本人は、あまりシェアをしたがらない傾向が見られました。

さらに、旅行におけるモチベーションについて比較した結果、訪日観光客と日本人海外旅行に共通してみられるのは、約半数は交流及び文化体験を重要視していることがわかりました(図 4、図 5 参照)。その一方で、日本人は旅行に身を任せ存分に楽しむという回答が最も高く、また、諸外国の旅行者と比べて日本人の旅行は海外旅行に現実逃避を求めている割合が 2 倍以上高いことが判明しました。

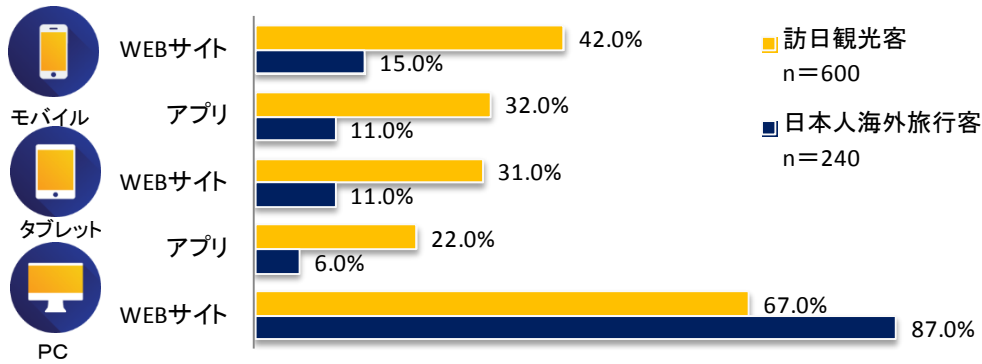
今後増え続ける訪日観光客に対する集客施策を考える上では、訪日観光客の情報収集源であるオンライン上の情報拡充や、さらには、経験をよりシェアしたいと思うような文化経験や交流の機会を増やしていくことも重要になってくると思われます。

<sup>1</sup> 次の条件に該当する回答者に対して調査を実施: 過去 2 年以内に日本に旅行をした 727 名

<sup>2</sup> 次の条件に該当する回答者に対して調査を実施: 過去 2 年以内に海外旅行をした日本人 420 名

【図 1: 旅行計画段階におけるツール別オンライン情報の活用】

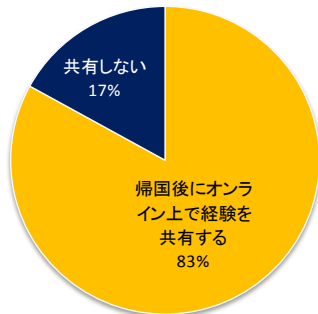
Q: あなたはどのツールを使用してオンライン上で情報を収集しますか？



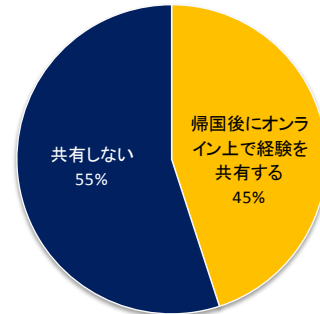
【図 2: 訪日観光客の旅行後における経験共有】

【図 3: 日本人観光客の旅行後における経験共有】

Q: あなたは家に戻ったら、オンラインであなたの経験/意見を共有しますか？



n=718  
最近、日本に旅行した外国人

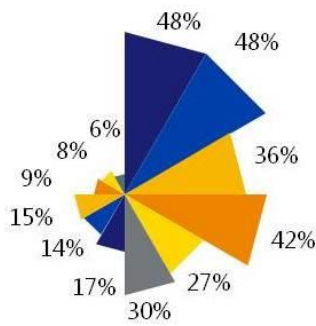


n=420  
2年以内に海外旅行をした日本人

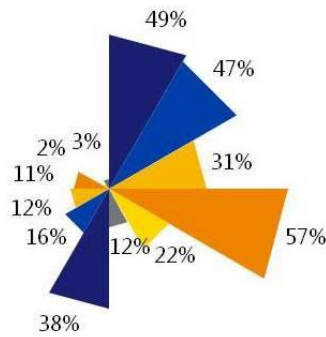
【図 4: 訪日観光客の旅行におけるモチベーション】

【図 5: 日本人の旅行におけるモチベーション】

Q: あなたが最近旅行をする上で、そこを訪れる際に重要視している3点は何ですか？



n=718  
最近、日本に旅行した外国人



n=420  
2年以内に海外旅行をした日本人

- 交流・交遊
- 文化体験
- 休息&リラックス
- 存分に楽しむ
- 旅行熱・冒険
- 自己研磨
- 現実逃避
- 個人的な情熱
- 流行を追いかける
- 目的地の熟知
- 自己顕示
- 還元

## 【調査概要】

調査名 : Visa Global Travel Intentions Study 2015  
実査期間 : 2015年1月～2月  
調査方法 : インターネット調査(エジプト、クウェート、モロッコ、サウジアラビアは訪問面接調査)  
調査地域 : アフリカ・中東:エジプト、クウェート、モロッコ、サウジアラビア、南アフリカ、アラブ首長国連邦  
アメリカ:ブラジル、カナダ、メキシコ、アメリカ合衆国  
アジア太平洋:オーストラリア、中国、香港、インド、インドネシア、日本、韓国、マレーシア、シンガポール、台湾、タイ  
ヨーロッパ:フランス、ドイツ、ロシア、イギリス  
調査対象 : 24ヶ月以内に海外旅行をしたことがあるまたは今後24ヶ月以内で海外旅行に行く予定がある18歳以上の男女13,603名

###

## ビザ・ワールドワイドについて

ビザ・ワールドワイド(以下、Visa)は、世界規模のペイメントテクノロジーを提供する企業です。世界の200以上の国と地域において、迅速、安全かつ信頼のおける電子決済で消費者、企業、金融機関、政府機関を結ぶ役割を果たしています。毎秒65,000件を超す取引を処理できるVisaNetは世界でも最先端の情報処理ネットワークで、電子通貨の基盤であると同時に、消費者を詐欺や不正行為から守り、加盟店への確実な支払いを可能にしています。Visaの事業の特色として、カード発行、融資、会費や利息の設定を消費者に直接行わないことが挙げられます。Visaは取引先金融機関を通じて、デビットカードによる即時決済、プリペイドカードによる事前決済、クレジットカードによる事後決済といった多彩な選択肢を提供しています。詳しくは [www.corporate.visa.com](http://www.corporate.visa.com) (英語サイト) または [www.visa.co.jp](http://www.visa.co.jp) (日本語サイト) をご覧ください。