

日本人のアウトバウンド旅行動向 (IPK調査)

本編は非公開

本研究では、ドイツに本社をおくツーリズム関連の国際的な調査会社IPKが世界50カ国以上で実施している World Travel Monitor 調査と共通の調査票を用い、日本人のアウトバウンド旅行動向を把握・分析した。研究の狙いは、世界各国で実施されている調査票を用いて得られたデータをJTBレポート*が蓄積してきたデータと比較し、同時に、他の国におけるワールド・トラベル・モニターの実査数値と比べることで、我が国のアウトバウンド・マーケットの特徴を把握することである。2003年度の研究は、JTBレポート調査と大きく異なる調査票による実査結果を既存のデータと比較検証するとともに、JTBレポート調査による既存データの経年的変化を解析し、構造変化の中にある日本人アウトバウンド・マーケットの現状を整理することにも力点を置いた。

●黒須宏志 小林英俊

本編『日本人のアウトバウンド旅行動向(IPK調査)報告書』

目次 ◆◆◆◆

研究の方法・設計

1. 本研究の枠組み
2. トラベルモニターの特徴
3. 実査の方法

本編 実査結果の比較・分析

1. 海外旅行経験回数
2. 1年間の海外旅行回数
3. マーケットセグメント
4. 旅行先の選択と滞在期間、及び訪問地
5. 旅行目的
6. 旅行タイプ
7. 活動内容
8. 旅行期間(泊数)
9. 旅行費用
10. 旅行手配の形態
11. 利用した宿泊施設
12. 旅行手配とインターネットの利用
13. 今後3年以内の旅行計画
14. まとめ

附属資料

*JTBレポート…… ジェイティービー監修、 ツーリズムマーケティング研究所発行の日本人の海外旅行に関するレポート。2001年版まで当財団で分析・編集を担当。

1. はじめに

本研究では、トラベルモニターの実査データの解析から、アウトバウンド・マーケットについて、JTBレポート調査では把握できなかった事実や概念規定など、さまざまな知識を得ることができた。

また、比較検証のベースとなるJTBレポート調査のデータについても、単年度の実査数値だけを対象としていては、トラベルモニターと同様の誤差を持っている可能性があり、トラベルモニターに對置する基準として使えない。そこで、97年から02年までの6年間のデータを整理しなおし、経年的な変化についても検討を加えることで、トラベルモニターとの比較検討をより確かなものとした。

本稿では、調査項目ごとに、トラベルモニターの実査で分かったことと、JTBレポート調査データの解析により整理されたポイントをあわせて記述している。なお、図表中では、トラベルモニターをTM、JTBレポート調査をJTBRと表記している。本稿の図表は特に出典表記がない限り、トラベルモニターにもとづくデータである。

2. トラベルモニターの特徴と実査の方法

トラベルモニターの特徴は旅行者の客観的な行動内容の把握に重点を置いている点である。旅行目的や現地での行動内容に関してきめ細かい質問を設定しており、中国、オーストラリア、アメリカ、カナダ、フランス、ドイツ、イタリア、スペインなど9カ国については、訪問国内での滞在地なども尋ねている。一方、JTBレポートの調査票にある、旅行の動機、旅行に対する態度など、旅行者の価値観に関わる項目については、ほとんど設問がない。JTBレポートが主として発マーケットの分析を目的に設計された経緯を持つのに対し、World Travel Monitorの主な利用顧客はNTO（政府観光局）であるため、設問設計にも、着地での行動内容に対する関心が強く表れたものとなっている。

トラベルモニターは2002年1年間に海外旅行に行った15歳以上の個人を母集団としたアンケート調査である。調査対象地域には東京、名古屋、大阪の3大都市とともに、札幌、仙台、水戸、宇都宮、前橋、新潟、長野、金沢、広島、徳島、高松、松山、高知、福岡などの地方都市も含まれている。

サンプリングは対象地域ごとに性・年代別の出国者数に応じたサンプル数を電話調査で抽出し調査票を送付している。回収率の差により生じるサンプルのゆがみは、性・年代別の旅行者数の構成比で補正し、集計している。実査方法はJTBレポート調査で採用されているものと同じであるが、JTBレポート調査は東京、名古屋、大阪の3大都市の居住者だけが対象となっている。また、JTBレポートでは、サンプルのゆがみに対する補正は行われていない。本研究では、経年的変化の解釈を行う必要上、JTBレポート調査、及びトラベルモニターのデータの両方について、補正を加えた上で比較を行った。

3. 海外旅行経験回数

旅行者の経験度を知ることは、旅行者の選択行動や志向を分析する上で大変有効な視点である。特に90年代後半以降、総旅行者数の伸びにプレーキがかかってから、経験度の高い旅行者の比率が増加し、このことが海外旅行市場のさまざまな変化を引き起こしている。このような状況の下において、旅行経験度は、今日の市場を分析する上で最も重要な軸のひとつとなっている。

経年変化を見る上で重要なのは、経験回数1回、つまり初めて海外旅行に行った人の割合と、経験回数が10回以上ある高経験度の人の割合である。JTBレポート調査では、経験回数1回の割合は97年の6.5%から02年の3.8%へと低下、10回以上の割合は44.2%から57.2%へ上昇している。これは、海外旅行に行く人の内訳が、旅行経験の多い人にますます偏ってきていることを意味している。

87年、及び92年時点の旅行者の経験回数は97年と比べ大幅に低い。この頃は、海外旅行が初めての人の割合が13～15%もあり、経験回数10回未満の層の中でも経験回数のより低い層のパーセンテージが高い。これは当時の市場が初めての海外旅行や経験回数の少ない人の旅行によって急速に拡大していたことを物語っている。ちなみに、海外旅行者数の伸び率は87年が対前年24%増、92年が11%増、一方、97年は1%増である。

トラベルモニターとJTBレポート調査の結果を比較すると(表1)、トラベルモニターの方が、経験値が低く出ている。これは、トラベルモニターが、

表1 海外旅行者の旅行経験回数

経験回数	JTBR	TM02		
	2002	全サンプル	大都市	除大都市
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
1回	3.8%	5.6%	3.8%	9.0%
2～3回	10.9%	14.3%	12.6%	17.7%
4～5回	11.3%	12.2%	11.0%	15.0%
6～9回	16.7%	18.5%	17.9%	20.9%
10回以上	57.2%	49.4%	54.9%	37.6%
平均回数	18.7	17.1	18.3	13.3

大都市部以外のサンプルを含んでいることによるものである。トラベルモニターの大都市（東京、名古屋、大阪）のみの集計値では、経験回数1回の比率は3.8%、10回以上は54.9%で、JTBレポート調査との差は小さい。しかし除大都市（地方都市／詳細は実査の方法の項目を参照）の集計値では、経験回数1回が9.0%、10回以上が37.6%となっており、大都市との開きが極めて大きいことを示している。

4. 1年間の海外旅行回数

1年間の海外旅行回数は旅行経験により大きな格差がある。回数が多い人の場合はビジネス目的の旅行の割合が増えるが、休暇・観光で複数回旅行する人も決して少数派ではない。

JTBレポート調査から97年から02年までの変化をみると、旅行回数1回の比率が66.1%から61.8%に下がってきており、年間に2回以上旅行する人の比率が増えている。平均回数も1.62回から1.76回に上昇している。このような変化は、旅行経験値の上昇と同様の要因によるものと推定される。

トラベルモニターの方が、JTBレポート調査に比べ、旅行回数が少なく出ている。これは、旅行経験と同様に、トラベルモニターとJTBレポートのカバーする調査地域の差によるものと考えられる。

5. マーケットセグメント

本研究では、性別、年代に加え、未既婚、有職・無職の4軸を組み合わせて、海外旅行の市場をセグメント化している。この分類はJTBレポートのセグメンテーションに概ね倣ったものである。

女性の旅行者数は有職未婚女性（15-29歳）と熟年女性（45-59歳）の2つのセグメントでピークをなす

ふた山型の分布となっている。また男性の旅行者数は熟年男性（45-59歳）をピークとするひと山型の分布である。女性がふた山型になるのは、44歳以下の既婚女性の旅行者が少なく、44～59歳女性の旅行者が多いためである。子育て期にある女性の海外旅行が減少することが44歳以下の既婚女性の割合を減らす一要因であるが、同時に、44歳以下の既婚女性の中でも、年齢的に上の世代と下の世代では、旅行者数にかなり差があるものと推定される。一方、44～59歳女性の旅行者が多い要因は、1949年出生をピークとする団塊世代がこのセグメントに含まれていることと、この年代の女性が、子育て期の終了とともに海外旅行市場に再流入、もしくは新規参入していることによるものである（2002年時点で1949年生まれは52～53歳）。

トラベルモニターの大都市部のサンプルを除く集計結果では、有職未婚女性（15-29歳）、未婚女性（30-44歳）、有職未婚男性（15-44歳）の比率が、大都市部に比べ2～3ポイント低くなっている。一方、高年女性（60歳以上）、熟年男性（45-59歳）は、大都市を除くエリアの方が2～3ポイント高い比率である。これは、相対的にいって大都市の方が若年人口の比率が高いことによるものと推測される。

97年以降のJTBレポートのデータをみると、マーケットセグメント規模は、女性では、一方のピークをなす有職未婚女性（15-29歳）が減少し、未婚女性（30-44歳）と有職既婚女性（15-44歳）が増加する傾向にある。また男性では、既婚男性（15-44歳）が減少し、熟年男性（45-59歳）が増加している。こうした変化の背景には、海外旅行活発層を含む2つのベビーブーマー層の加齢が大きな要因として働いているものとみられる。女性の変化は1972年出生をピークとする第2次ベビーブーム世代、男性については1949年出生をピークとする団塊世代の加齢が、要因として指摘できる。各マーケットセグメントの規模の変化は年代効果より世代効果がより大きく反映されているものと推測される。

6. 旅行先の選択と滞在期間、及び訪問地

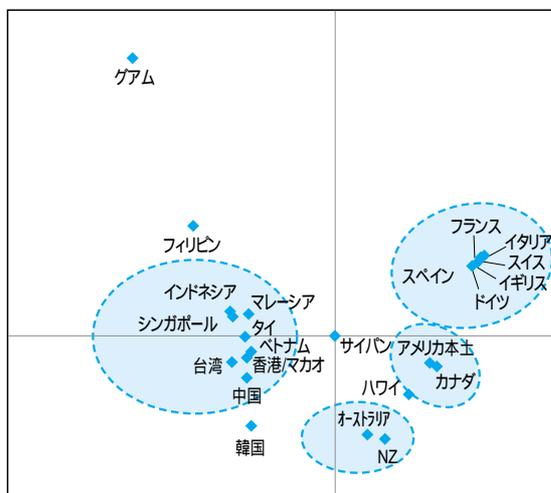
日本人の海外旅行はいくつかの国を訪問する周遊型の旅行が多いことが特徴である。そこで、どのような国が組み合わせで旅行されるか、訪問国を数量化Ⅲ類で解析すると、ヨーロッパ、アジアな

どの国グループがクラスターとなって示される。図1でクラスターを形成している国々は組み合わせになりやすい国であり、ハワイ、サイパン、フィリピン、グアムなど、他の国と離れてプロットされているものは、他の国と組み合わせになることの少ない国、つまり、単独で目的地となりやすい国である。韓国がアジアの国々の中で少し離れた位置にプロットされているのは、日本に最も近い国であるため、韓国を訪れる旅行では、韓国だけが訪問国となるケースが多いことを意味している。

このデータから日本人の訪問国選択行動を分析すると、単独の国を訪問するモノ・デスティネーション型（以下、モノデス）の旅行と、幾つかの国をセットでまわる周遊型旅行に分類される。訪問国も、どのタイプの旅行が多いかによってグループ分けすることができる（表2）。ヨーロッパへの旅行では総じて周遊型旅行が多く、中でも東欧はその傾向が強い。アジア・オセアニアでは、日本から距離的に近い国とリゾート色の強い国でモノデス型旅行が多くなる。東南アジアでは、隣接する国のリゾート、観光地の訪問やトランジットなどの条件により、周遊型とモノデス型の間期的な位置づけとなる国が多い。

平均的な旅行泊数は行先方面によって大体決まっているので、周遊型旅行が多い国々では、限られた泊数を相互に分け合う構図になっている。トラベルモニターでは行先国だけでなく、その国における泊数を把握しており、こうした構造を実際に

図1 訪問国の選択パターン



(注) 訪問国の選択パターンを数量化Ⅲ類で処理したものの

表2 周遊型旅行が多い訪問国と
モノデス型旅行が多い訪問国

周遊型旅行が多い訪問国（2～3カ国周遊） オーストリア、オランダ、ベルギー、ドイツ、スイスなど
周遊型旅行が多い訪問国（2カ国未満） イタリア、スペイン、イギリス、フランスなど
周遊型とモノデス型の間期的な訪問国 マレーシア、シンガポール、ベトナム、インドネシア タイ、香港・マカオなど
モノデス型旅行が多い訪問国・地域 フィリピン、台湾、中国、韓国 ハワイ、グアム、サイパン、オーストラリア、ニュージーランド 米本土、カナダなど

(注) 周遊する国の数の平均値が1.0以上～1.5未満を「周遊型とモノデス型の中間」、1.5以上～2.0未満を「周遊型旅行が多い(2カ国未満)」に分類した

分析することができる。これを、チェコとイタリアを例に説明する。

チェコを訪問する日本人旅行者は平均3.4カ国（チェコを含む）を周遊しており、チェコ国内での宿泊日数は2.3泊である。これは旅行全体の泊数8.9泊の約1/4に過ぎない。残る3/4はオーストリア、ハンガリー、ドイツなどが分け合う形となっている。一方、イタリアを訪問する日本人旅行者は平均1.5カ国（イタリアを含む）しか周遊しない。このため、泊数で見ると、旅行全体の泊数9.7泊のうち3/4以上はイタリア国内での滞在である。イタリアはヨーロッパにありながらモノデス型の旅行が多い国といえる。チェコを訪れる日本人の約9割はチェコ国内での泊数が3泊以下と短期間だが、イタリアを訪れる日本人は約9割がイタリア国内で7泊以上している。イタリアを訪れる者は、フランスやドイツ、イギリス訪問者と比較しても7泊以上の割合が高いのが特徴だ。

国内訪問地のデータを比較すると、イタリアを訪れる日本人は、ローマ、フィレンツェ、ミラノ、ベネチアといったイタリア国内の各地域を周遊する傾向が強い。これはドイツやフランス、イギリス国内における訪問地と比べてもはっきりとした差になっている。こうした周遊行動の差が、イタリア国内での滞在期間を長くしている要因だといえよう。

7. 旅行目的

トラベルモニターでは、旅行目的について、その旅行が個人的な余暇を活用したものか (Leisure travel) 仕事目的のものか (Business travel) によって2分割し、個人的旅行についてはこれをさらに、「休暇・観光 (Holiday)」、「休暇・観光を兼ねた友人訪問 (VFR×Holiday)」、及び「他の個人的旅行」の3類型に分割する考え方をとっている (本稿では、休暇・観光、VFR、他の個人的旅行、と表記)。その他の個人的旅行には、語学や技術習得などを目的とする短期留学、もっぱら友人・親戚訪問を目的とする旅行、療養を目的とする旅行、宗教的理由による旅行、及びこの他の仕事目的を除く全ての旅行が含まれている。

トラベルモニター (表3) では「友人もしくは親戚への訪問を兼ねた休暇・観光」の割合が10.3%となっており、JTBレポートの「家族・友人訪問」5.7%を大きく上回る。この差は、本調査の選択肢が「友人親戚訪問を兼ねた休暇観光」という表現を採用したことによるものと考えられる。本調査でもVFRを単独の目的とする旅行の比率は1.1%に過ぎない。このことは、潜在的な旅行動機に海外の友人親戚という存在が加わった時、それが旅行につながる有力な動機づけとして働くようになってきていることを示唆するものである。

またトラベルモニターでは、会議・見本市関連の選択肢として「会議、セミナー、会社の行事などへの参加」「コンベンションなどへの参加」「展示会、見本市会などへの参加」など3つの選択肢を設定

表3 トラベルモニターの旅行目的区分

旅行目的		構成比
休暇・観光	純然たる休暇・観光のみ	61.4%
VFR	友人親戚訪問を兼ねた休暇・観光	10.3%
他の個人的旅行	友人もしくは親戚への訪問のみ	1.1%
	語学や技術習得目的で	1.5%
	療養目的で	0.1%
	宗教関係で	0.2%
	その他	3.0%
ビジネス旅行	お得意先訪問	2.1%
	会社の支店などへの訪問	1.1%
	その他の仕事目的で	7.2%
	会議、セミナー、会社の行事参加	4.0%
	コンベンションなどへの参加	1.2%
	展示会、見本市会参加	1.1%
	仕事上の報奨・招待旅行	2.2%
無回答		3.4%

(注) VFRとは“ Visit Friends and relatives ”の略

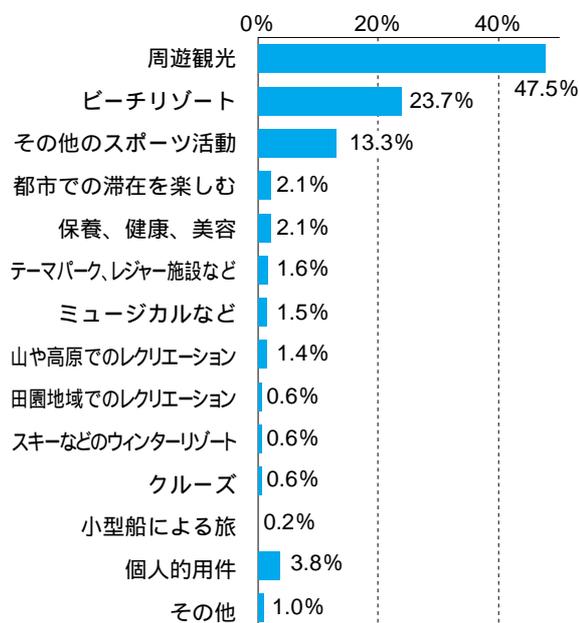
しており、その比率は合計6.3%であった。選択肢に「会議、セミナー、会社行事」「コンベンション」「展示会、見本市」など具体的な言葉が入っているのが特徴である。これに対し、JTBレポートの「学会・業界等の会議出席」の比率は1.4%である。

国際見本市目的が多いと思われるドイツへの旅行では、会議・見本市の割合は17.7%、一方、JTBレポートの「学会・業界等の会議」の割合は2.8%であった。JTBレポートでは業務など他の目的に含まれている旅行が、本調査では「コンベンション」「見本市」などの言葉により、会議・見本市関連の旅行として抜き出されているものと考えられる。

8. 旅行タイプ

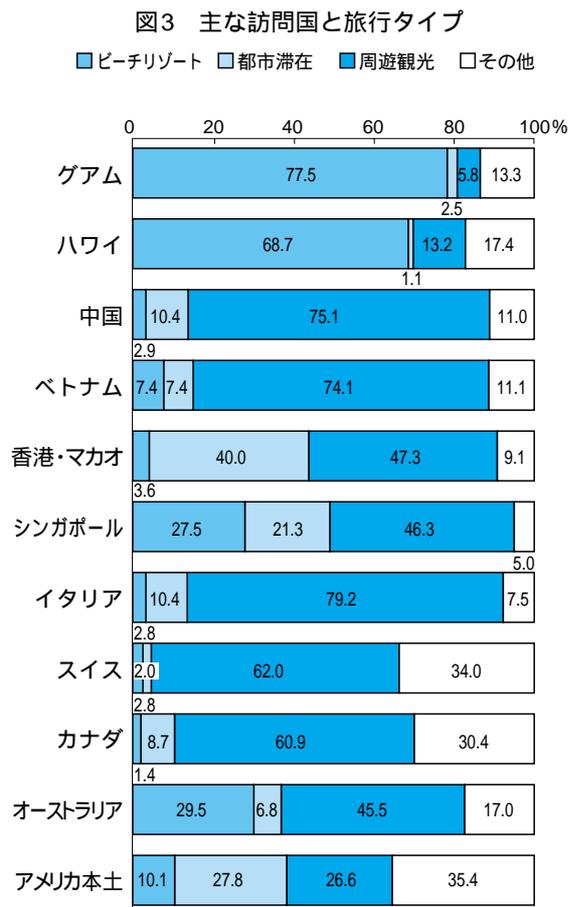
これはトラベルモニターに固有の調査項目である。旅行タイプは旅行内容に関する質問だが、旅行中に行った個別の活動を尋ねるのではなく、ビーチリゾートでの滞在、周遊旅行、山や高原でのレクリエーションなどといった旅行全体の特徴を選択肢式 (複数選択は不可) で回答させる形を取っている。こうした設問を旅行先での具体的な活動内容を尋ねる設問とは別に設けることで、周遊型の旅行かリゾート滞在型の旅行かといった大まかなタイプ分類が可能となり、デスティネーションの特徴を分析する際にも役立つ情報となっている。

図2 旅行タイプ



実査の結果(図2)、日本人の海外旅行では、14の旅行タイプの中で「ビーチリゾート」「周遊観光」「都市での滞在を楽しむ」の上位3タイプが全体の8割以上を占めることが分かった(本設問はシングルアンサー方式)。これら3タイプを除く他のタイプの割合はいずれも5%未満である。この選択肢構成は、全世界共通のものであり、基本的には欧米の旅行者の活動類型を分類する上で最も適切な設計になっているものと推測される。上位3タイプだけで8割以上が占められるということは、欧米各国の市場に比べ、日本の海外旅行は、多様性に欠けているのではないかと推測される。

旅行タイプを、主な行先国別にみると(図3)、グアムやハワイなどではビーチリゾートの割合が圧倒的である。アジアでは、中国、ベトナムなどの周遊観光比率が高い。香港・マカオ、シンガポールでは都市滞在の比率も多い。ヨーロッパの国は周遊観光の割合が高い。スイスではその他の比率が34%と高いが、これはハイキングなどを目的とする「山や高原でのレクリエーション」の割合が22.0%を占めることによるものである。



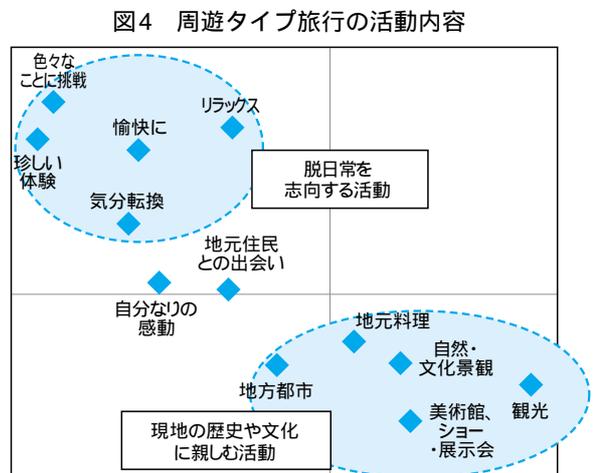
オーストラリアでは周遊観光だけでなくビーチリゾートの割合も高い。カナダとアメリカ本土ではその他の割合が3割程度ある。カナダでは、冬季のスキー目的の旅行が11.6%あり、アメリカ本土は「テーマパーク、レジャー施設」が18.4%ある。

9. 活動内容

活動内容もトラベルモニターに特徴的な調査項目である。JTBレポート調査にも訪問先での活動に関する設問があるが、トラベルモニターの設問構成は、延選肢数が179に上る。

活動内容は、旅行目的が休暇・観光、VFR、及び仕事上の報奨・招待旅行に該当する者に対するサブ設問で、旅行タイプごとに関連する活動内容の選択肢リストが用意されている。

旅行タイプのうち最も多いのは周遊観光タイプで全体の47.5%を占めている。この旅行タイプの行動内容については15種類の選択肢が設定されており、上位12種類(図4の「観光」から「色々なことに挑戦する」までの12種類)の活動内容の選択パターンを数量化Ⅲ類で解析した結果、周遊観光タイプの旅行の場合、現地での行動は大きく2つの類型に区分されることが分かった。これを仮に「現地の歴史や文化に親しむ活動」と「脱日常を志向する活動」と名づけた。JTBレポートなどを利用したこれまでの研究から、前者の活動類型は熟年・高年層との関係が深く、後者は有職層や子育て期にある若年層との関係が深いことが分かっている。今回、活動内容の選択パターンの解析結果で、大まかに2つのグループを認めることができたのも、



(注) 活動内容の回答パターンを数量化Ⅲ類で解析したものの

年代やセグメントによる、このような活動内容の差があることを示すものと考えられる。

10. 旅行期間(泊数)

JTBレポート調査のデータによると、97年以降、海外旅行の期間は徐々に短くなる傾向が続いている。平均の泊数は98年には8.8泊であったが、02年には6.8泊と2.0泊分、短縮している。これは1～3泊の割合が増加し、7～10泊、及び11泊以上の比率が微妙に減少していることによるものである。この背景には、旅行先、旅行内容、マーケットセグメント、及び旅行目的などの変化がある。例えば、東アジアや東南アジア、中国など相対的に日本に近いエリアへの旅行比率が増加していることが、旅行期間が徐々に短くなっている一因と考えられる。これらのエリアへの旅行期間はヨーロッパやアメリカ本土などへの旅行に比べ短いからである。さらに、これらのエリアの中でも中国への旅行に着目すると、上海など都市滞在型の短期旅行が増加したために中国への旅行の期間そのものが短くなっている。これは旅行内容の変化によるものだが、同時に、中国への旅行者のマーケットセグメントが変化しつつあることを示唆するものと言えよう。

11. 旅行費用

JTBレポート調査の97年から02年までのデータをもとに、旅行1回あたり費用の経年的変化をみると、平均費用は次第に低下する傾向にある。

このうち、ショッピング消費額の経年的変化をみると、休暇・観光を目的とする旅行の平均は、97年に旅行1回あたり96,000円であったものが02年には約2/3の67,000円まで下がっている。休暇・観光旅行の1回あたり費用は過去6年で326,000円から48,000円下がって278,000円になっている。このうちショッピング消費額のマイナス分は29,000円、約6割に相当している。

一方、残る4割の減少幅は、ショッピングを除く、旅行費用そのものの減少に起因するものであり、主な要因は、旅行期間の短縮だと思われる。休暇・観光を目的とする海外旅行の、ショッピングを除く1泊あたり消費額は、過去6年でほとんど変化していない。これは、旅行費用の減少が、主として旅

行期間の短縮に起因することを示すものである。

12. 旅行手配の形態

この項目では、海外旅行にパッケージツアーで行ったのか、個人旅行(FIT)で行ったのか、といった、旅行手配の形態が把握の対象となっている。しかし、JTBレポート調査とトラベルモニターとで、設問の基本的な考え方やワーディングに大きな違いがある。

JTBレポート調査の基本的な関心は、その旅行がパッケージなのか、オーガナイザーによる団体旅行なのか、それとも個人旅行なのか、という点に注がれている。これは旅行会社の営業部門の構成に対応した設問設計だといってよいだろう。

一方、トラベルモニターの設問は旅行予約をどのような機関を通じて行ったかという点に着目した設計となっている。設問の主な狙いは、エージェントなどを経由した手配と、航空会社やホテルなどのサプライヤーに対する直手配とを識別することにある。これは、サプライヤーが、代売者(つまりエージェント)を介した販売と直販とのバランスを考える際に役立つように設計されたものといえる。

日本では、エージェントの作成した商品やエージェントを介した手配で旅行する者の割合が9割近くに上る。個人旅行や個人旅行的なスタイルのパッケージツアーの割合が増加しつつあるが、航空会社や海外のホテル、ランドオペレーターなどへ直接予約を入れる者の割合は1割程度にとどまっている。今後、日本でも、個人旅行を楽しむ人々がさらに増加し、結果として直手配の比率も次第に上昇していくと考えられる。直手配比率の動向は、個人旅行が増加していく過程を追っていく上で、注目していくべき指標値だといえるだろう。

13. 利用した宿泊施設

トラベルモニターでは海外旅行中に利用した宿泊施設のタイプを尋ねている。設問は一般のホテルだけでなくレンタルルームや別荘、リゾートクラブ、友人宅など多様な形態の宿泊施設の選択を想定して設計されている。しかし日本の海外旅行では、全旅行の約9割がエージェントなどを介した旅行手配によるものであり、一般のホテル以外の宿泊

施設を選択する比率は少ない。また、ホテルの選択については、高級クラス、中級クラス、エコノミークラスと3階級に分けて回答を求めている。利用宿泊施設に関する設問はJTBレポート調査には含まれておらず、海外旅行の形態が多様化しつつある下では、このような視点も次第に重要性を増してくるものと考えられる。

14. 旅行手配とインターネットの利用

トラベルモニターでは、調査対象期間に行った海外旅行について、ネットを利用した旅行予約の有無、予約を行っている場合はその内容、及び情報収集の際に利用されているサイトについて把握を行っている。JTBレポート調査でも、旅行手配の方法、及び旅行を計画する際に参考にした情報について、ネットの利用の有無を尋ねているが、トラベルモニターの設問構成は、JTBレポート調査に比べ、充実度が高い。

トラベルモニターのデータによると、ネット予約を行った比率は全体の10%である。ネット予約の内容は、宿泊施設と航空券の予約が約半数で、パッケージツアーがこれに続いている。これら以外のものに関するネット予約の利用率は低い。ネット予約の活用度は個人旅行で高い。個人旅行では、ホテルや航空券の手配を別々に自分で行う。ネット予約はこのような需要に応える手段として活用されている。個人旅行は旅行経験値の高い層で多い旅行形態である。経験値の高い、個人旅行を好む旅行者の増加に伴い、ネット予約の活用率も急速に上昇しつつある。また旅行会社のサイトの充実が進んでおり、パッケージツアーのネット予約も次第に増加していくものと考えられる。

15. 今後3年以内の旅行計画

旅行計画に関する把握はJTBレポート調査でも行われているが、この部分に関する実査は15歳以上の日本人全体を母集団とする社会調査になっている。一方、トラベルモニターは、調査対象となる1年間に海外旅行に行った人が対象である。

1年間に海外旅行に行く人の割合は全人口の1割前後で、繰り返し海外旅行に行く人が占める割合が次第に増えている。このような環境の下では、

旅行に行く可能性のある全ての人を対象とする調査だけでなく、海外旅行に実際に行っている人の意識をより詳しく分析しておく必要がある。トラベルモニターのデータはこうした意味で価値のあるものと考えられる。また、JTBレポート調査は今後1年間の旅行予定を尋ねており、トラベルモニターは今後3年間を対象である。

トラベルモニターとJTBレポート調査の結果を比較すると、ヨーロッパやハワイ、アメリカ本土、オーストラリアなどが上位にある点は共通しているが、トラベルモニターで5位の中国は、JTBレポートでは10位である。またヨーロッパではトラベルモニターではイタリアが首位、JTBレポートではフランスが首位である。トラベルモニターの順位は、実際の旅行者数を尺度とした人気度に近いものがある。一方、JTBレポート調査の順位は、旅行の対象として具体的に検討されているというより、国のイメージが一人歩きして順位を上げている観がある。こうした差は、調査枠組みの差に起因するものと考えられる。

16. まとめ

2003年度の研究では、トラベルモニターの実査結果がJTBレポート調査と概ね一致することが確認できた。また、経験、目的、費用、訪問国の選択パターンなど、アウトバウンド旅行の属性を記述する上で最も基本的と考えられる部分を、既存のJTBレポート調査のデータをもとに、経年的な変化を含めて整理した。JTBレポートでは、どちらかというと単年度調査の結果分析に重点を置いているため、経年的な変化の解釈にもとづく市場変化の構造分析が少ない。今年度の研究結果は、国際比較のベースとなるだけでなく、今後の日本人アウトバウンド研究の基礎資料として役立つものと考えられる。