

日本人のアウトバウンド旅行動向2004 (IPK調査)

非公開

本研究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カ国以上で共通の設問構成で実施している旅行市場調査「トラベルモニター」を利用し、日本人のアウトバウンド旅行市場と、ヨーロッパなど、異なる休暇・旅行習慣を持つ国における海外旅行市場との比較を行うことを目的としたものである。

2004年度の研究では、トラベルモニターによる、ドイツ、イギリス、フランス3カ国のアウトバウンド旅行市場の実態データと、わが国市場のトラベルモニターによる実査数値を比較し、市場の違いとその意味について検討を行った。また、2003暦年のわが国アウトバウンド旅行市場の実態調査を継続して実施した。これについては概ね3カ年を目処に継続して実施し、トラベルモニター独自の調査項目である、行先国における滞在期間、訪問地、活動内容などのデータを蓄積することで、わが国旅行市場のさらなる比較・研究を深めることを狙ったものである。

●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2004 (IPK調査) 報告書』

目次 ◆◆◆◆

- 1章 研究全体の枠組み
- 2章 日欧アウトバウンド市場の国際比較
 - 1. 研究の目的・方法
 - 2. 基礎データの検討
 - 3. アウトバウンド市場の比較
 - 4. わが国アウトバウンド市場への示唆
- 3章 トラベルモニター2003実施結果
 - 1. 調査方法
 - 2. 実施結果
 - 3. JTBLレポートとの時系列比較

1. はじめに

本研究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カ国以上で共通の設問構成で実施している旅行市場調査「トラベルモニター」を利用し、海外の旅行市場と比較して、わが国のアウトバウンド市場がどのような特徴を持っているのか検討するために実施したものである。

アウトバウンド旅行の市場特性はその国の経済社会や文化を背景に形づくられる。わが国と欧米の旅行市場に相違点が存在するのは当然である。欧州などは外国と陸続きであり、マイカーで容易に外国へ行けるなど、旅行の前提となる条件が全く異なっている。だが、市場の相違について、何がどの程度違うのか、実証的に研究することは容易ではない。この意味で、主なアウトバウンド送り出し国において共通の設問構成による実態調査が行われているトラベルモニターのようなデータベースは貴重であり、極めて精度の高い比較を可能にするものである。

また、本研究の隠れた目的として、国際比較を通じ、わが国アウトバウンド市場の潜在的な成長の可能性を検討することがある。90年代半ば以降、停滞が続いているわが国のアウトバウンド市場において、どのようなタイプの旅行が未開発・未発達であるのか、国際比較を通じて明らかにすることができれば、マーケティングの具体的なヒントとなる。彼我の市場が違うということを言うだけに止まらず、その知見が何に役立つのか考えることを、本研究では重視している。

2. 研究の方法

研究ではまずIPKのトラベルモニターの設問構成による旅行市場調査をわが国において実施し、このデータとIPKがドイツ、イギリス、フランスで実施したトラベルモニターの結果数値を比較分析した。比較年次については、2001年以降相次いで発生したテロ、SARSなど、旅行市場に大きなダメージを与えた事件の影響を避けるため、2000年(暦年)の数値を基本にすることとした。ただし、トラベルモニター独自の設問構成によるデータは、本研究に着手した2003年度(データとしては2002暦年の実態を調査したもの)以降のものしか存在しな

い。このため、日本市場のデータについては2002年の実査数値を基本とした。

3. アウトバウンド市場の比較

1 近距離圏・長距離圏

最初に本稿で比較する欧州3カ国とわが国のアウトバウンド旅行の概要を見ておきたい(表1)。わが国の2000年のアウトバウンドは1,782万人、これを人口で除した出国率は14.0%である。一方、欧州3カ国の出国率は、ドイツ90.3%、イギリス95.5%、フランス33.7%と、わが国の2~4倍近くの水準である。

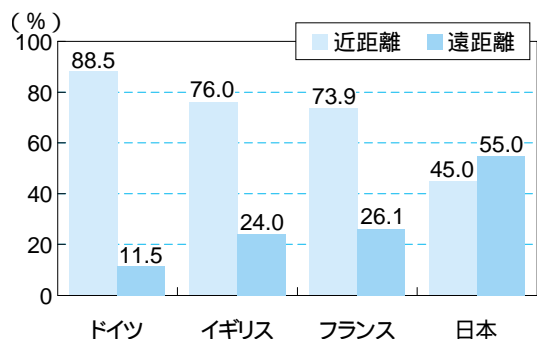
このような格差があるのはなぜなのか。最大の要因は近距離圏への旅行にある。欧州3カ国のアウトバウンドは全体の7~8割近くが近距離圏への旅行で占められている(図1)。一方、わが国では、ハワイ、ヨーロッパ、北米、オーストラリアなど遠距離デスティネーションへの旅行が多い。また東アジアなど近距離圏への旅行も、泊数や旅費、旅行先での過ごし方、宿泊、交通、手配などさまざまな側面で欧州3カ国のものとは大きく異なっている。

以下では、わが国と欧州3カ国の市場を比較しつつ、わが国市場の課題点を明らかにしていく。なお、これ以降の比較ではビジネス旅行を除外している。これはビジネス旅行を別にしないと市場の特徴がシャープに出ないためである。また、ビジネス旅行の比率はいずれの国においても1~2割

表1 出国者数と出国率(2000年)

	ドイツ	イギリス	フランス	日本
出国者数(万人)	7,440	5,684	1,989	1,782
人口(万人)	8,235	5,950	5,904	12,693
出国率	90.3%	95.5%	33.7%	14.0%

図1 近距離・遠距離別のアウトバウンド市場構成



日本については東アジア、東南アジア、グアム・サイパンの旅行を近距離に分類

に止まり、アウトバウンドのコアとなる市場にはなっていない。

2 旅行先・旅行泊数

欧州3カ国の旅行先は欧州圏内が7～8割を占めるが、その中でも欧州南部や欧州中部(該当エリアは図の注を参照)への旅行が大きな割合を占めている(図2)。南部への旅行と中部への旅行の違いは、前者は11泊以上の長い旅行が多く、後者は週末がらみの1～3泊程度を含む短期旅行が多いことである。この関係をドイツ発の旅行を例に示したものが図3である。

一方、わが国の市場では、近距離の東アジア(韓国、中国、台湾、香港・マカオ等)、東南アジア(ベトナム、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン等)への旅行シェアは、欧州3カ国の1/2～1/3程度である(図4)。旅行泊数は短くてバリエーションに乏しい(図5)。例えば、ドイツ、日本それぞれの近場である東アジアと欧州中部とを比べると、東アジアは全体の76.7%が1～3泊に集中しているのに対し、欧州中部の1～3泊は38.5%である。わが国のアウトバウンドで11泊以上の割合が少ないのは休暇環境の違いなどを反映したものと見えるだろうが、旅行ゾーンごとに特定の泊数に集中が見られるのは旅行商品の設定泊数に偏りがあることを示していると考えられる。

3 旅行先での過ごし方

図6はドイツ発の近距離圏の旅行について旅行先での過ごし方のタイプを示したものである。この中で、相対的に短期の旅行が多い欧州中部では、スキーなどのウィンターリゾートや山や高原でのレクリエーションなどの割合が多く、他のエリアに比べ多様な過ごし方が見られる。同じエリアでも、イギリス発の市場では田園地域でのレクリエーションが多く、フランス発の市場ではスポーツ目的のタイプが目立つ。しかし、欧州中部では他エリアに比べ多様な過ごし方が選択されている、という点は共通する。これには、近場で最も行きやすいエリアに都市やスキー、ハイキングなど、さまざまなレクリエーションのフィールドがあることも、大きな要因となっているものと推測される。

一方、日本の場合、東アジア、東南アジア、ハワイへの旅行について同様のタイプ分類をすると、都

市での滞在、周遊観光、ビーチリゾートの3タイプ以外の旅行は極めて少ない(図7)。わが国の市場においては、近距離圏における各種アクティビティを目的とする旅行が、市場を成長させる大きな潜在性を持っていると考えられる。

図2 欧州3ヶ国市場の旅行先 (%)

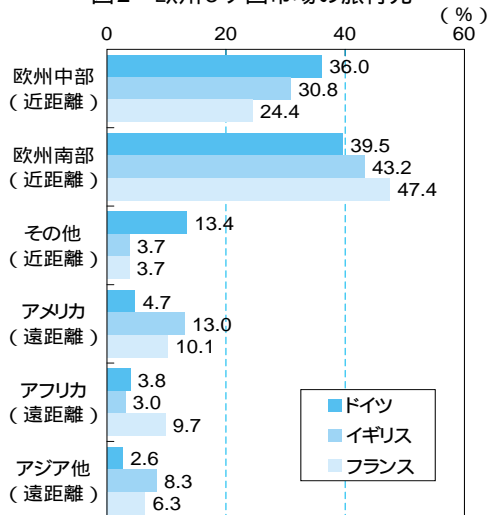


図3 旅行先別の泊数構成 (ドイツ) (%)

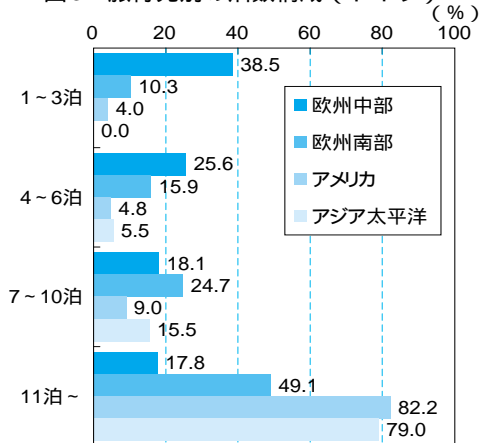
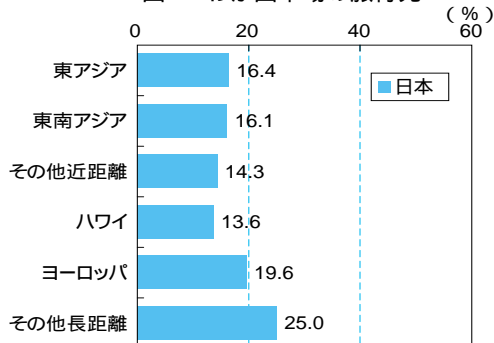


図4 わが国市場の旅行先 (%)



欧州中部：イギリス、アイルランド、フランス、ドイツ、ベネルクス3国、スイス、オーストリア等
 欧州南部：スペイン、ポルトガル、イタリア、ギリシャ、トルコ、キプロス等

4 旅行単価

近距離圏への旅行シェアが大きいことは、欧州3カ国の旅行単価にも大きな影響を及ぼしている。図8は欧州3カ国と日本の旅行単価の分布である。

ドイツ、フランスでは750ユーロ未満(約10万円未満)の旅行が6割以上を占める。イギリスでも750ユーロ未満が最も多いが、そのシェアは36.3%で、ドイツ、フランスの1/2程度である。この差は、イギリスが島国で、ドイツ、フランスに比べ、飛行機を利用する旅行が多いためである(図10参照)。一方、わが国の市場は10万円台(35.1%)、20~30万円台(37.2%)が中心で、欧州を大きく上回る。

ドイツなどでも、欧州南部への11泊を超える長い旅行では、平均の旅費が約900ユーロ(約12万円)に上昇し、飛行機を利用する割合が高いイギリス発の旅行では約1,500ユーロ(約20万円)に達する。しかしこれも1泊あたりの単価にすると1万円前後で、短期旅行よりじつは割安であることが分かる。一方、わが国の1泊あたり単価は近距離、遠距離にかかわらず3万円前後で、欧州3カ国とは基本的なところで大きな差がある。高水準の単価自体が近距離市場の成長障壁になっている可能性も否定できない。高単価の要因には、短期の旅行が多い、飛行機利用が大半(図10参照)、ホテル以外の宿泊施設利用率が低い(図9参照)等が挙げられるが、いずれも簡単には変わらないものばかりである。ローコストエアラインの乗り入れなどをきっかけに平均滞在期間が伸びて単価が下がる、といったサイクルが起き、近距離市場をめぐる環境に変化が起きることに期待したい。

(注)わが国の旅行費用は2割以上がショッピング支出である。純然たる旅費部分の比較を行うために、図8のわが国の旅行単価については、ショッピングを除外した数値を用いている。

5 宿泊施設・交通機関

わが国の場合は、利用宿泊施設(図9)ではホテル(86.8%)が極めて多く、交通機関(図10)は98.7%が飛行機である。

欧州3カ国では宿泊利用のバリエーションが大きく、交通機関については、ドイツ、フランスで自動車利用の割合が高い。特にドイツでは、アウトバウンドの利用交通機関の中で自動車(44.4%)が最も

図5 旅行先別の泊数構成(日本)

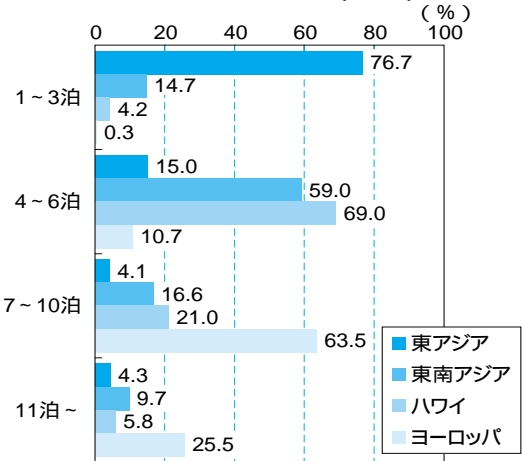


図6 近距離圏における過ごし方タイプ(ドイツ)

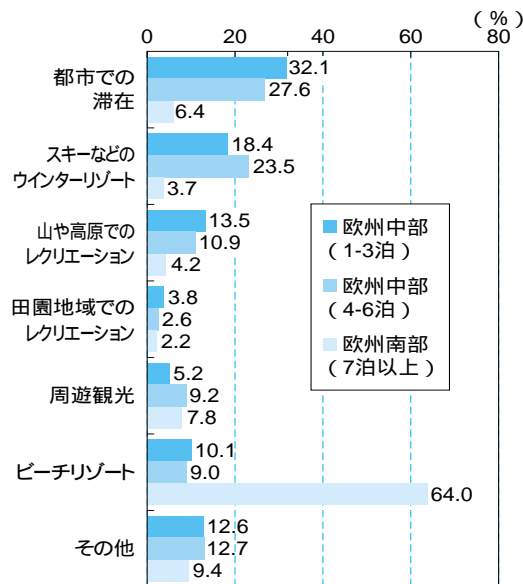
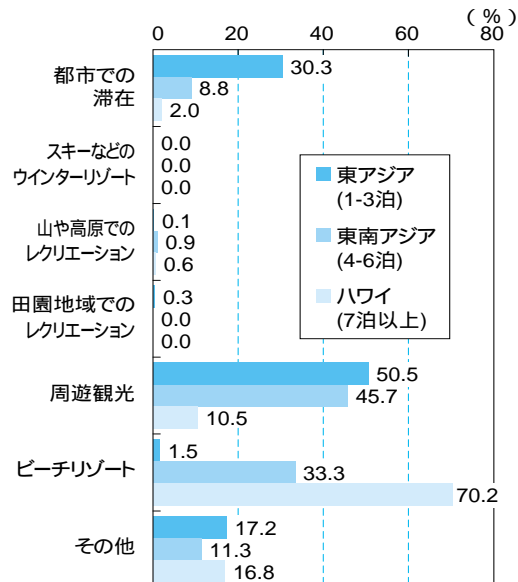


図7 近距離圏における過ごし方タイプ(日本)



大きなシェアを占めている。

6 旅行手配の形態

わが国はパッケージツアーの利用比率(48.0%)が高い。ただし、この中には添乗員が同行しないフリータイム型が半分程度含まれている。イギリスもパッケージツアーが42.7%あるが、これはボリュームゾーンである欧州南部への旅行でパッケージツアーが多いためである。ドイツ、フランスでは事前予約をしないものが3割あるが、これは自動車利用の旅行に多い。

4. まとめ

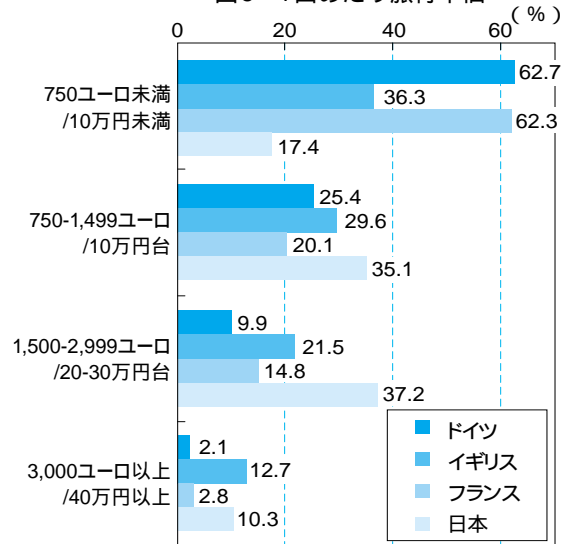
わが国と欧州3カ国の市場の差は近距離圏への旅行の質的な差によるところが大きい。特に、旅行泊数が一様に短いこと、過ごし方のバリエーションが乏しいこと、単価の水準が高いことなどが、近距離圏市場を延ばしていく上での課題である。

この課題の隠れた要因として近距離圏に対する「心理的距離」の差が指摘できるように思う。例えば、直手配の比率は、欧州3カ国では近距離圏で高く(2~3割)、遠距離への旅行では低くなる(1~2割)。馴染みの近場では直手配が増えるというわけである。ところがわが国の市場では、遠距離圏の直手配が15.9%であるのに対し、近距離圏では10.7%と、逆転している。これは、わが国市場の旅行経験が遠方のデスティネーションで育まれてきたことを物語るものといえるだろう。

今後、リタイア層の市場が拡大すると、低廉で期間的に長い旅行への需要が生じてくると期待される。近距離圏においても、このようなニーズを狙ったデスティネーション開発が検討されるべきであろう。また、ウォーキングやハイキングといった身近なアクティビティを目的とする短期旅行にも可能性が広がってくるものと考えられる。

この3~4年ほどの間に、東アジアへの旅行でも1週間程度かけてゆったりと周遊する商品が登場し、これが市場で高い評価を受けている。低迷が続くわが国アウトバウンドの成長力を回復させるためには、近距離圏の旅行のバリエーションを豊かにし、旅行者数を延ばしていくことが最善の方策と考えられる。

図8 1回あたり旅行単価



日本の旅行単価はショッピングを除いたもの

図9 利用宿泊施設

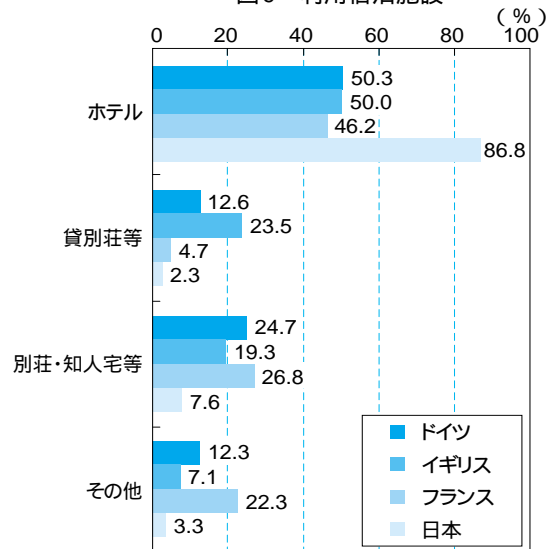


図10 利用交通機関

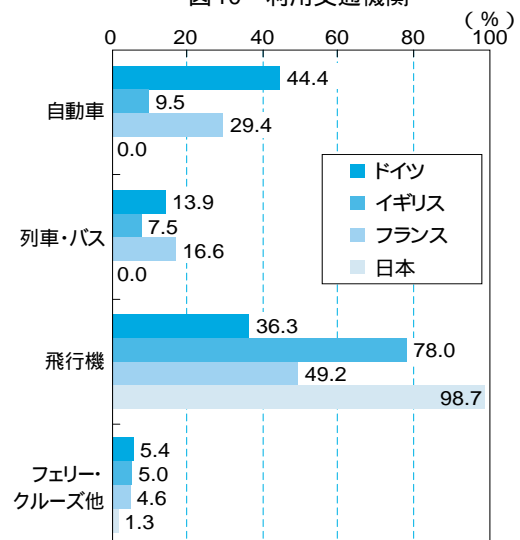


表2 アウトバウンド市場の比較(ドイツ・イギリス・フランス・日本)

(%)

		ドイツ	イギリス	フランス	日本
旅行目的	合計	100.0	100.0	100.0	100.0
	休暇・観光	62.1	58.7	53.3	67.0
	友人親族訪問	23.6	7.3	19.5	6.3
	他の個人的旅行	5.5	15.6	11.5	9.0
	ビジネス旅行	8.8	18.3	15.7	17.6
旅費	合計	100.0	100.0	100.0	100.0
	10万円未満	63.2	38.8	61.2	7.9
	10万円台	24.6	28.5	21.2	25.2
	20～30万円台	10.0	20.4	14.4	43.9
	40万円以上	2.2	12.3	3.2	23.0
	平均旅費(万円)	9.4万円	16.9万円	9.9万円	30.4万円
	1泊あたり旅費(万円)	1.0万円	2.0万円	1.1万円	3.8万円
旅行泊数	合計	100.0	100.0	100.0	100.0
	1～3泊	21.8	17.3	19.8	24.6
	4～6泊	18.9	14.1	19.4	39.1
	7～10泊	21.2	32.3	30.6	23.6
	11泊～	38.0	36.3	30.2	12.7
	平均泊数	9.3泊	8.6泊	8.6泊	8.0泊
近距離圏 / 遠距離圏	合計	100.0	100.0	100.0	100.0
	ショートホール	88.5	76.4	74.3	34.1
	ロングホール	11.5	24.1	26.3	65.9
旅行タイプ	合計	100.0	100.0	100.0	100.0
	ビーチリゾート	36.1	46.5	34.9	22.6
	周遊観光	11.1	13.3	31.6	46.4
	都市での滞在を楽しむ	16.0	16.7	7.2	15.9
	田園地域でのレクリエーション	4.0	12.4	4.7	0.5
	山や高原でのレクリエーション	8.1	1.4	3.7	1.3
	保養・健康増進・美容のため	2.0	0.0	0.1	2.0
	スキーなどのウインターリゾート	9.6	2.4	0.9	0.5
	その他のスポーツ活動	3.6	0.1	1.0	3.2
	クルーズ	1.0	3.1	1.1	0.5
	小型船による船旅	0.3	0.0	2.0	0.2
	テーマパーク・レジャー施設	0.4	0.1	5.0	1.4
	個人的用件	2.3	0.0	2.5	3.8
その他	5.3	4.0	4.7	1.6	
宿泊タイプ	合計	100.0	100.0	100.0	100.0
	ホテル(4つ星以上)	23.9	54.6	19.6	34.0
	中級クラス(3つ星)	16.5	0.0	22.3	36.5
	エコノミークラス(2つ星以下)	13.1	0.0	9.5	16.3
	貸別荘・コンドミニアム	11.6	20.9	5.0	2.3
	B&B等	0.8	2.4	1.9	1.6
	キャンプ場	5.6	1.5	3.2	0.1
	船・ボート	1.8	1.5	7.9	0.2
	ユースホステル	0.8	0.8	6.2	0.8
	会員制リゾートクラブ	2.7	0.4	0.9	0.5
	本人所有別荘	3.2	1.6	11.0	1.3
	友人宅	18.0	13.1	9.1	4.2
	その他	2.0	3.3	3.6	2.1
交通手段	合計	100.0	100.0	100.0	100.0
	自家用車	41.7	8.8	27.6	
	レンタカー	1.3	0.5	1.2	
	飛行機	37.7	78.4	51.1	98.9
	船(定期航路)	0.2	2.4	1.5	0.8
	船(クルーズ)	0.9	0.8	0.9	0.2
	その他	17.8	8.8	16.9	0.1
	列車	4.0	3.5	9.1	
	バス	9.6	3.4	6.6	
	自転車・バイク	0.7	0.2	0.3	
	その他	3.4	1.8	0.7	
	交通手段なし	0.4	0.2	0.7	

(注)ドイツ、イギリス、フランスの旅費は1ユーロ135円で換算したもの

(注)近距離圏は英独仏発の旅行では欧州圏内の旅行、日本発の旅行では東アジア、東南アジア、グアム・サイパンまで、それ以遠を遠距離圏とした

(注)この表の数値はビジネス目的の旅行を含むもので、本文中の国の数値(ビジネスを除く)と一致しない