
DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 第2回 新型コロナ影響度 特別調査
テーマ別分析 第2回

日常消費行動に基づくセグメンテーション (訪日経験がある中華圏消費者)

2021年10月11日
公益財団法人日本交通公社
観光政策研究部

柿島 あかね／池知 貴大※／園部 容子／山本 奏音／塩谷 英生
※本レポート担当者

1 | 本レポートの目的 p3

2 | 調査結果の概要 p4

3 | 分析結果(詳細) p5

4 | 本分析に活用した調査データ p10

1 | 本レポートの目的

▶ 本レポートの目的

本レポートでは、「DBJ・JTBFアジア欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第2回 新型コロナ影響度 特別調査)※」のデータを活用して、日本に関連した消費行動に基づくセグメンテーション分析(似たような消費行動をするターゲットをグルーピング)を実施した。この分析は、日常における日本に関連した消費行動と旅行意識・行動との関係性を探り、コロナ収束後の訪日インバウンド市場再開に向けたターゲット戦略の参考資料とすることを目的としている。

なお、日常的な消費行動については文化の差が大きいため、本レポートでは渡航制限が解除された後の訪日旅行意欲が高いと考えられる中華圏(中国、香港、台湾)在住者に限定して分析を実施した。

※調査概要については、p10参照

コロナ禍における日本に関連した消費



渡航制限後の訪日旅行意識・行動



- コロナ禍では、海外旅行が世界的に制約され、日本と同様に海外でもいわゆる「おうち時間」や「国内レジャー需要」が増加した。
- コロナによる渡航制限が解除された後は、こうした日常における消費行動が旅行意識・行動に影響を与える可能性はあるが、日常における消費行動と旅行行動の関係性については、先行研究が薄い状況にある。

✓ 訪日経験のある中華圏(中国、香港、台湾)在住者を対象に、コロナ禍における日常的な日本に関連した消費行動をベースにしたセグメンテーション(クラスター分析)を実施したところ、5つのグループが発見された。

日本文化そのものへの興味が高く、訪日意向も非常に高い

クラスター①: 日本大好き

- 日常的に日本に関するあらゆる消費をしており、特に自国でも日本文化を体験していることが特徴である。
- 年代や性別、国・地域での差は小さい。
- 訪日意向が高い。

「日本のエンタメ」ファンは、特に訪日旅行関連の情報収集を行うわけではないが、訪日意向は非常に高い

クラスター②: 日本エンタメ好き

- 日本のエンタメ(テレビ番組、映画、アニメ、音楽、ゲーム、書籍等)に日常的に触れていることが特徴である。
- 日本食や日本製品も購入頻度は高い。
- 一方で、その他の日本文化にはあまり興味がない。
- やや若い世代が多いが、大きな差はない。性別や国・地域での差は小さい。
- 訪日意向が高い。

本レポートで特に注目

コロナ禍でも多岐にわたるアクティビティへの意欲が高く、積極的に旅行計画を立てる傾向にある

クラスター③: 訪日旅行想定

- コロナ禍で訪日旅行に関する情報を収集したり、日本好きオンラインコミュニティに参加する割合が比較的高いことが特徴である。
- 一方で日本食や日本製品を買っている割合は少ない。
- 女性・若い世代・中国在住者の割合が多く、台湾在住者の割合は低い傾向にある。
- 訪日意向が高い。

クラスター④: 日本興味なし

- 日常的に日本に関する消費が少ない傾向にある。
- 高年齢層に多く、若い世代に少ない。
- 香港在住者の割合が高く、中国在住者の割合は低い。
- 他のグループと比べて、訪日意向は低い。

日本に限らず、アクティビティ全般に対する意欲が小さい

クラスター⑤: 日本食好き

- 日本食は食べに行く(店舗での飲食、テイクアウトの両方含む)が、その他の日本に関する消費は少ない傾向にある。
- やや高年齢層に多い。
- 他のグループと比べて、やや訪日意向は低い。

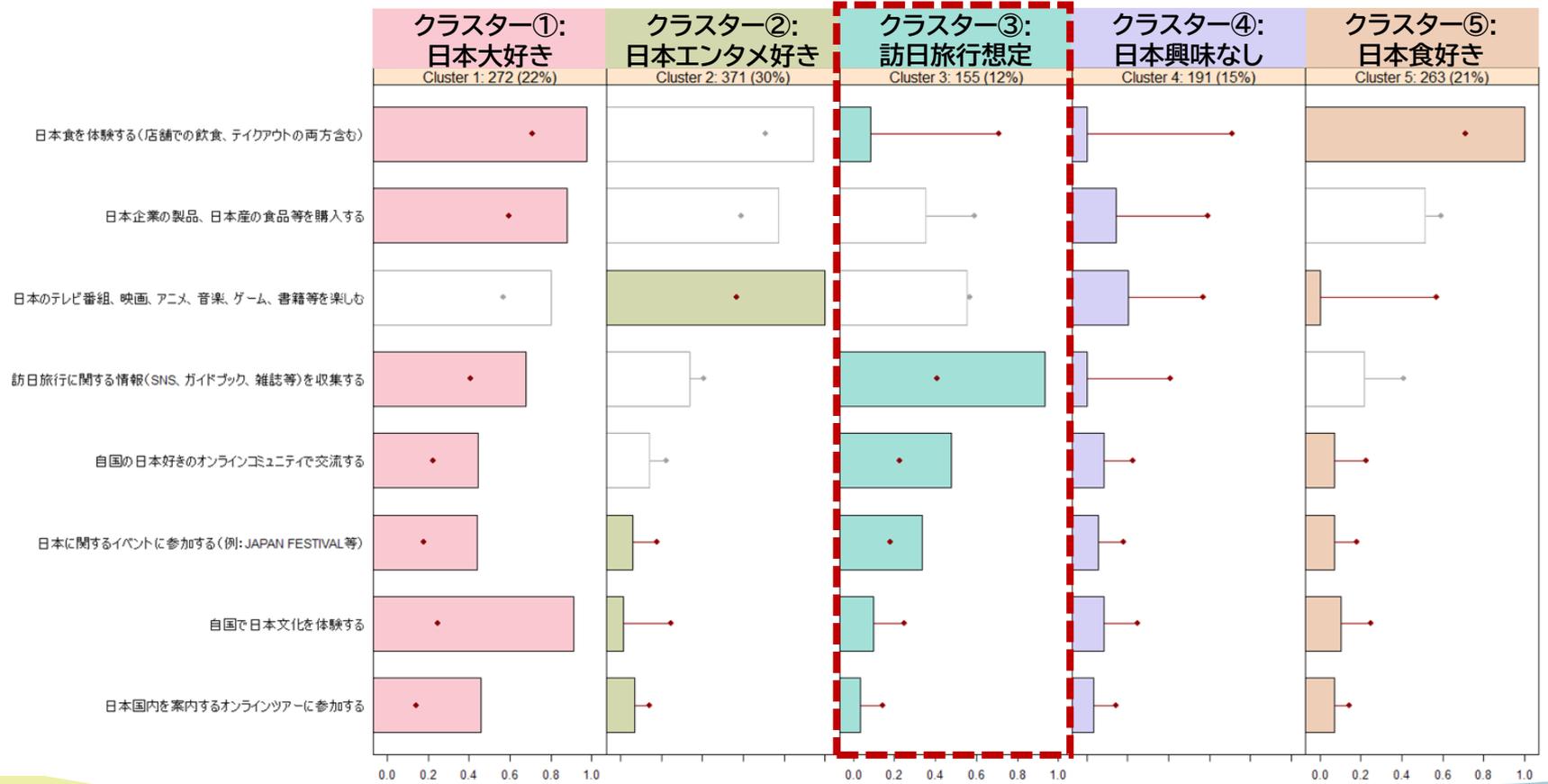
「日本食」の日常的な消費は、他の消費行動と比較して訪日意向に繋がらない傾向にある

3| 分析結果:各クラスターの消費行動

- ✓ **クラスター③「訪日旅行想定」は、訪日旅行への具体的な情報収集を始めとして、訪日旅行を具体的に想定したような動きが特徴的である。**
- ✓ **クラスター②「日本エンタメ好き」は日常における日本のコンテンツ(アニメ等)消費が、クラスター⑤「日本食好き」は日常における日本食消費が、それぞれのグループを特徴づけている。**

図の見方

それぞれのセグメントにおける横棒は、それぞれのセグメントにおける各項目の選択割合(仮に全員選べば1、だれも選ばなければ0)。また、各セグメントの間で共通している赤点は、サンプル全体における各質問項目の平均選択割合。



3| 分析結果:各クラスターのデモグラフィック等

- ✓ クラスタ③「訪日旅行想定」は女性・若い世代・中国在住者が多いという特徴を持ち、訪日意向も高い。
- ✓ このグループは、具体的な訪日旅行のための情報収集を進めており、渡航制限が解除された後、近いうちに訪日する可能性が高い。

表の見方

デモグラフィック等の設問について、各クラスター内での割合。

デモグラフィック		n	クラスター名				
			クラスター① 日本大好き	クラスター② 日本エンタメ好き	クラスター③ 訪日旅行想定	クラスター④ 日本興味なし	クラスター⑤ 日本食好き
性別	男性	600	53.3%	48.8%	38.1%	46.1%	48.3%
	女性	651	46.7%	51.2%	61.9%	53.9%	51.3%
	その他	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
年齢	20-24歳	97	7.4%	9.4%	10.3%	4.2%	6.8%
	25-29歳	189	15.8%	14.3%	27.1%	10.5%	11.8%
	30-34歳	201	16.2%	16.7%	25.2%	10.5%	13.7%
	35-39歳	147	9.9%	13.7%	10.3%	11.5%	11.8%
	40-44歳	186	15.8%	17.8%	7.1%	15.2%	14.1%
	45-49歳	125	8.8%	9.7%	3.9%	15.7%	11.0%
	50-54歳	181	18.0%	9.7%	10.3%	19.9%	16.0%
55-59歳	126	8.1%	8.6%	5.8%	12.6%	14.8%	
国・地域	中国	406	34.9%	32.6%	58.1%	17.8%	25.1%
	台湾	422	36.0%	35.6%	18.1%	30.9%	39.9%
	香港	424	29.0%	31.8%	23.9%	51.3%	35.0%
訪日意向	訪日意向無し	229	14.7%	15.5%	17.7%	33.3%	23.3%
	訪日意向有り	932	85.3%	84.5%	82.3%	66.7%	76.7%

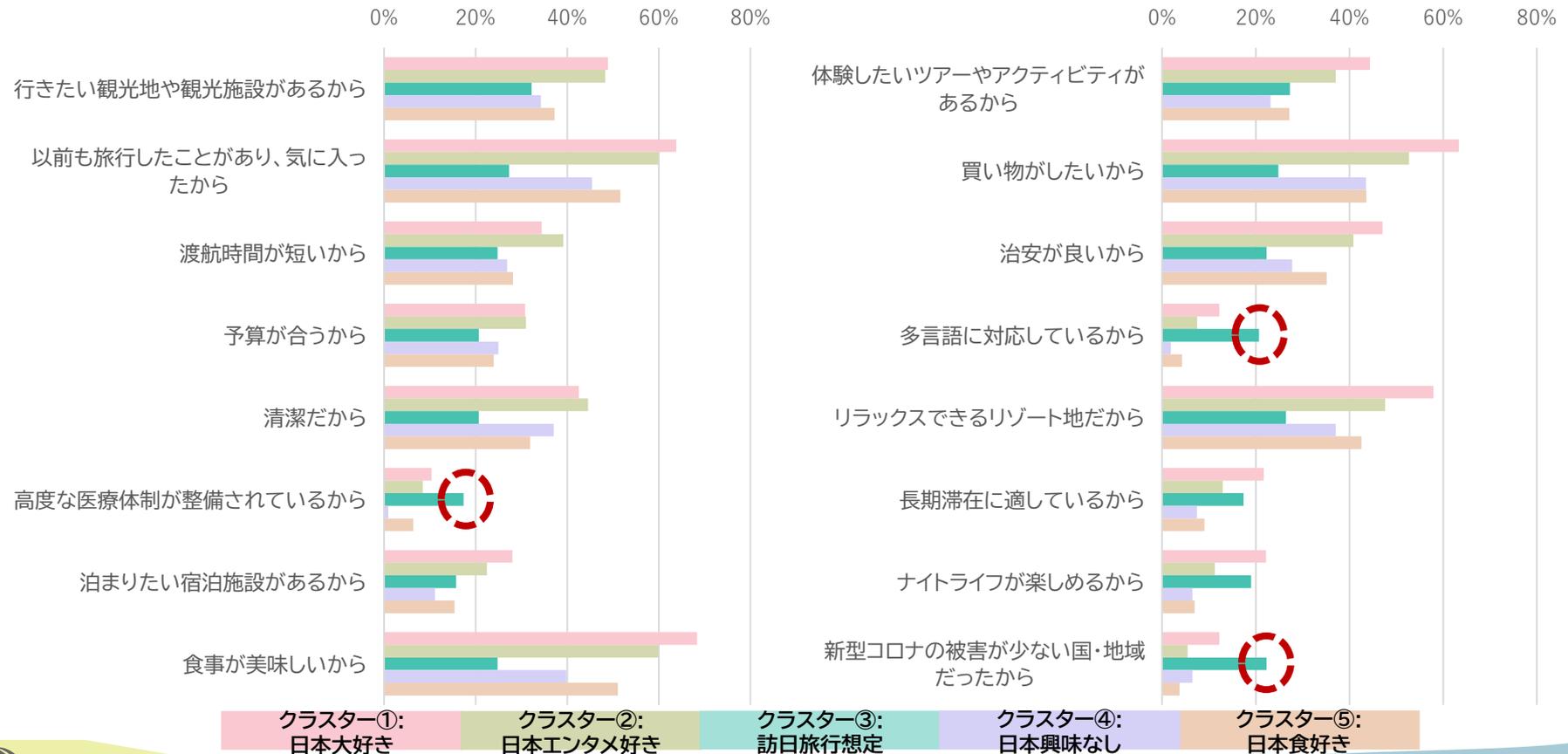
※全て、カイニ乗検定にて有意差あり(p<0.05)

3| 分析結果:日本を観光のために訪問したい理由

- ✓ クラスタ③「訪日旅行想定」は、新型コロナの被害の少なさを含む、日本のインバウンド受入体制が選択されている割合が高い。
- ✓ このグループは、具体的な訪日旅行計画を考えているため、他のグループと比較して日本の受入体制が訪日理由となっている傾向にあると考えられる。

グラフの見方

「あなたが次に、日本を観光のために訪問したい理由は何ですか(複数回答)」の設問における各選択肢について、各クラスター内で選択された割合。



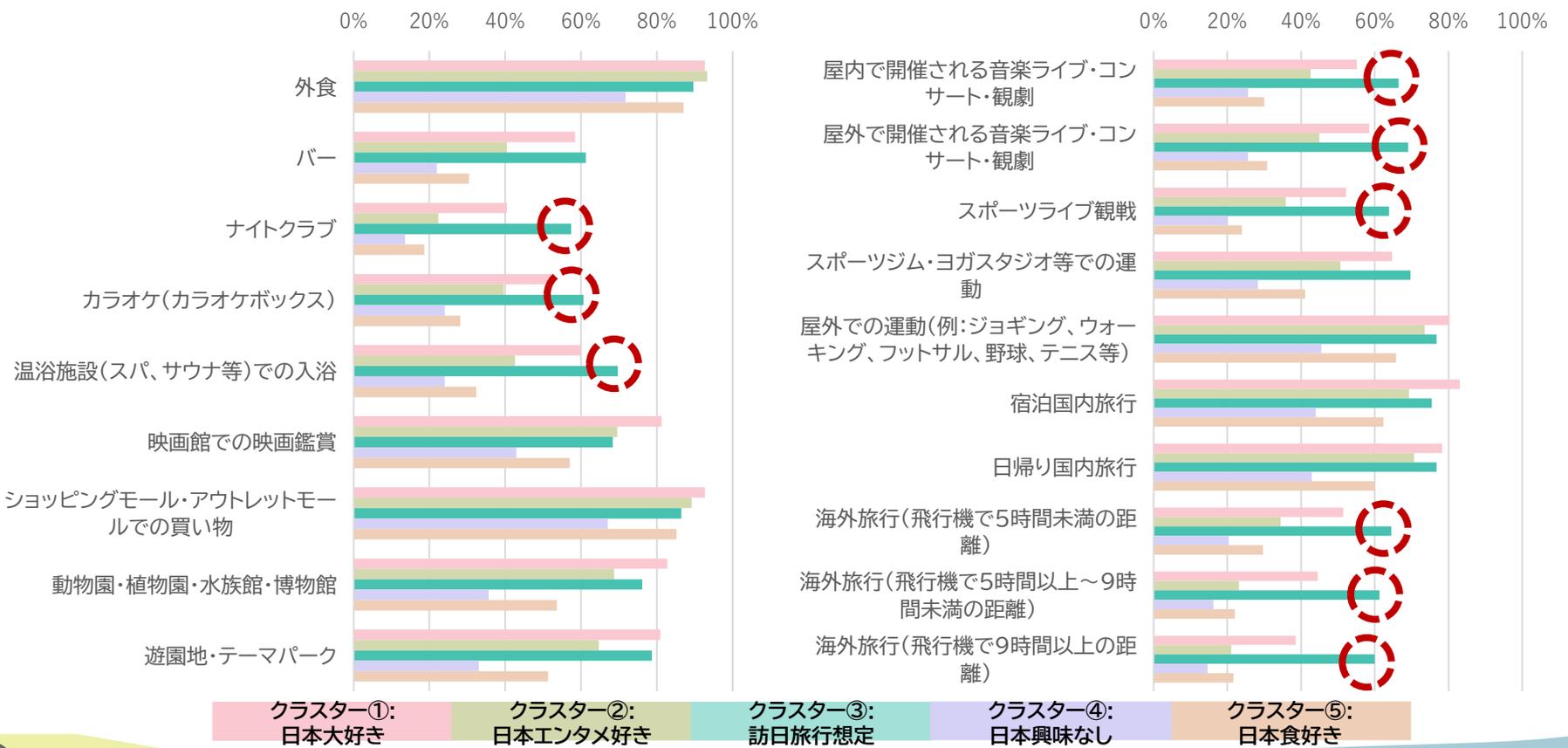
※「予算が合うから」以外の選択肢については、カイニ乗検定にて有意差あり(p<0.05)

3| 分析結果:今後6カ月の間に実施するであろうレジャー全般

✓ クラスタ③「訪日旅行想定」は、あらゆるアクティビティに積極的であり、特にコロナ禍において敬遠されがち/制約されていたアクティビティ(ナイトクラブ、イベント参加、海外旅行等)への高い実施意向が特徴である。

グラフの見方

「今後6カ月の間に実施するであろうレジャー全般(海外旅行以外の身近で楽しむレジャーも含む)についてあてはまるものを選んでください」の選択肢5段階(実施する～実施しない)の内、「実施する/おそらく実施する」を選択した人の各クラスター内における割合。



3| 分析結果:安心して旅行をするために計画段階で最も必要だと感じる情報(訪日意向者のみ)

- ✓ クラスタ③「訪日旅行想定」は、「訪問したい地域の混雑時期や混雑予測」や「外国人旅行者に対する日本人の意識」を選択した割合が高い傾向にある一方で、観光関連事業者や日本人が日常的に実施している感染防止対策を選択した割合は低い傾向にあった。
- ✓ このグループは、感染症対策については自身で対応可能と考えているため比較的情報の必要性を感じず、むしろ自身でコントロールできない住民感情等を気にしていると考えられる。

表の見方

「あなたが次に観光目的で訪日する場合、安心して旅行をするために計画段階で最も必要だと感じる情報をお選び下さい(単一回答)」の設問について、各クラスター内で選択された割合。

		クラスター名					
		n	クラスター① 日本大好き	クラスター② 日本エンタメ好き	クラスター③ 訪日旅行想定	クラスター④ 日本興味なし	クラスター⑤ 日本食好き
(新型コロナ関連) 必要な情報	訪問したい地域の感染者数や死亡者数	69	6.8%	9.2%	5.8%	4.6%	8.0%
	訪問したい地域の感染防止に対する政策	123	14.9%	11.6%	14.9%	12.0%	13.3%
	訪問したい地域の混雑時期や混雑予測	50	5.4%	4.4%	11.6%	3.7%	3.7%
	観光関連事業者(宿泊施設、飲食店、交通機関、レジャー施設など)の営業状況	101	15.8%	10.5%	10.7%	7.4%	7.4%
	観光関連事業者(宿泊施設、飲食店、交通機関、レジャー施設など)の感染防止対策	166	21.7%	19.7%	9.1%	16.7%	16.5%
	日本人が日常的に実施している感染防止対策	182	15.8%	22.1%	14.0%	25.0%	20.2%
	外国人旅行者に対する日本人の意識	72	3.6%	5.1%	19.8%	7.4%	9.0%
	日本滞在中、体調が悪くなった際に相談できる場所(医療機関や相談サービスなど)	105	13.1%	10.9%	14.0%	8.3%	9.6%
	その他	2	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.5%
	特に必要だと感じる情報はない	62	2.7%	6.1%	0.0%	14.8%	11.7%

※カイ二乗検定にて有意差あり(p<0.05)

4| 本分析に活用した調査データ

調査名	DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第2回 新型コロナ影響度 特別調査）
調査方法	インターネットによる調査
調査実施時期	2020年12月1日～2020年12月12日
調査地域	韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの12地域 ※中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京50%：上海50%） ※アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの4地域は2016年度調査から追加
調査対象者	20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者 ※中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州各国間の旅行については、海外旅行経験から除く
有効回答数	上記各地域に居住する住民計6,139人 ※内訳は下図参照

(人)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体			
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
男性	3,097	2,061	259	264	250	251	264	258	254	261	1,036	260	264	252	260
女性	3,034	2,061	271	272	249	248	251	255	255	260	973	243	241	253	236
その他	8	5	1	1	1	0	1	1	0	0	3	0	2	1	0
総計	6,139	4,127	531	537	500	499	516	514	509	521	2,012	503	507	506	496

本分析に活用しているデータについて

当財団（JTBF）と株式会社日本政策投資銀行（DBJ）では、多様化するインバウンド市場において、自治体や事業者がインバウンド施策を実施する際の基礎資料となるデータを広く発信することを目的として、2012年より継続的にアジア・欧米豪12地域の海外旅行経験者を対象にインターネットによるアンケート調査「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」を毎年実施している。

2020年12月には、新型コロナウイルス感染症が外国人旅行者の海外旅行意向に与えた影響や、感染収束後のインバウンド市場の潜在需要を調査するため、「第2回新型コロナ影響度 特別調査」を実施し（第1回調査は「2020年度 新型コロナ影響度 特別調査」として2020年6月に実施）、**本レポートは「第2回 新型コロナ影響度 特別調査」のデータを活用したものである。**調査データの詳細は以下の通り。

- ▶ **DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第2回新型コロナ影響度特別調査）**
<https://www.jtb.or.jp/research/theme/inbound/asiaeuro-survey-2021-covid19-2/>
- ▶ **DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第1回 新型コロナ影響度特別調査）**
<https://www.jtb.or.jp/research/theme/inbound/asiaeuro-survey-2020/>
- ▶ **DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2019年以前は以下を参照してください）**
<https://www.jtb.or.jp/research/theme/inbound/inbound-trend/#DBJ-JTBF>

DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査
第2回 新型コロナ影響度 特別調査
テーマ別分析 第2回

日常消費行動に基づくセグメンテーション (訪日経験がある中華圏消費者)

2021年10月11日発行

公益財団法人日本交通公社
観光政策研究部

柿島 あかね／池知 貴大※／園部 容子／山本 奏音／塩谷 英生

※本レポート担当者

- 本資料は著作物であり著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い引用する際は 必ず出所を明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する場合は著作権者の許諾が必要です。下記お問合せ先 までご連絡ください。

公益財団法人日本交通公社 観光文化振興部
電話番号：03-5770-8360
Website：https://www.jtb.or.jp/