

東アジア6都市生活者の日本旅行に対する意識
(台北、香港、ソウル、北京、上海、広州)

■ 台北・香港・ソウル生活者の一番人気の旅行先は、いずれの都市でも「日本」。

- ・ 東日本大震災前よりも訪問意向高まる。
- ・ 台北では9割以上、香港は8割以上が「日本に行きたい」。日本旅行の情報源や訪問目的も多岐にわたる。

■ 旅行者拡大の期待がかかる中国生活者の日本旅行への関心は、他都市と比べ限定的。魅力アピールの余地あり。

博報堂では、グローバル市場でのマーケティング戦略に活用するためのオリジナル生活者調査『Global H A B I T (グローバルハビット)』を2000年より毎年、アジアと欧米の主要34都市で中・上位収入層を対象に実施しています。

今年も、最新(2011年実施)のGlobal H A B I T 調査のデータをもとに様々な角度から分析を行い、日本企業がグローバル市場で戦うためのヒントを全10回シリーズでご紹介します。

第2回のレポートでは、日本に地理的に近く、旅行客誘致の期待がかかる東アジア6都市(台北、香港、ソウル、北京、上海、広州)にフォーカスを当て、日本旅行に対する意識についての分析を行った結果をご報告いたします。

1. 「今後訪問したい旅行先」 台北、香港、ソウルでは日本が一番人気、震災後も伸長

今後訪問してみたい旅行先では台北・香港・ソウルで「日本」がトップ。台北の「日本」への訪問意向者(以後「訪問意向者」)の割合は91.7%、香港で83.8%に上ります。中国の都市では他の訪問先との競争が激しい状況です。

震災前後の訪問意向を比較すると、台北・香港・ソウルは震災前と比べ、日本への訪問意向者の割合は大きく伸びています。一方、中国では震災前後で同程度の結果となりました。

2. 「情報源」 多数の情報源を駆使して積極的に情報収集する台北、香港

台北の訪問意向者の内、半数以上が挙げた日本旅行の情報源をみると、「旅行ガイドブック」「旅行雑誌」「旅行番組」「家族や知人」「旅行会社のパンフレット」「旅行専門サイト」「ブログや口コミサイト」「旅行会社のホームページ」といった多数の情報源が挙げられます。台北に次いで多くの情報源が挙がるのは香港の訪問意向者で、これらの都市ではマスメディア、口コミ、インターネットを駆使して積極的に日本旅行に関する情報を得ようとしていることが分ります。

3. 「訪問目的」 文化的歴史的建造物、食事など、多岐にわたる

各都市、日本への訪問目的は多岐にわたります。特に台北、香港の訪問意向者は「文化的歴史的建造物の見物」「食事を楽しむ」「温泉につかる」「雄大な自然を見物」「洋服、ファッション小物などの買い物」「テーマパークで遊ぶ」「現代的な都市の見物」などが挙がり、日本の歴史や文化、自然、エンターテインメントなどを幅広く楽しみたいという気持ちが伺えます。

4. 中国生活者には、まだまだ「日本」アピールの余地あり

今後ますます旅行者が増えることが予想される中国では、日本旅行に関する情報源や訪問目的が台北・香港・ソウルと比べると限定されています。中国の生活者に対し、日本の魅力をアピールする余地がまだまだありそうです。

1. 各都市の今後訪問したい地域

- 各都市の今後訪れたい地域(出張を含む)では、台北・香港・ソウルで「日本」がトップとなりました。特に台北では9割、香港で8割を超える回答者に「日本」への訪問意向があり、2位以下に拵がった地域に大きな差をつける結果となっています。
- 台北・香港・ソウルでは東日本大震災前に実施した調査の結果と比べ、訪問意向者の割合が大きく伸びています。
日本政府観光局のニュースリリース(2012年1月20日付)*では、これらの都市で震災後行われた航空運賃やツアー料金的大幅値下げ、交通の便の改善(航空便の増加、高速船の就航など)が訪日旅行者回復へのプラス要因として挙げられています。震災直後の調査であったにも関わらず、日本訪問への意向が大きく高まったことはこのような要因が背景にあるのではないかと考えられます。
- 中国の都市の日本への訪問意向は、震災前後でほぼ同程度となっています。「香港」「マカオ」「台湾」のみならず「韓国」「アメリカ合衆国」「シンガポール」も「日本」と同程度または上位に入る結果となり、競争の激しさが伺えます。

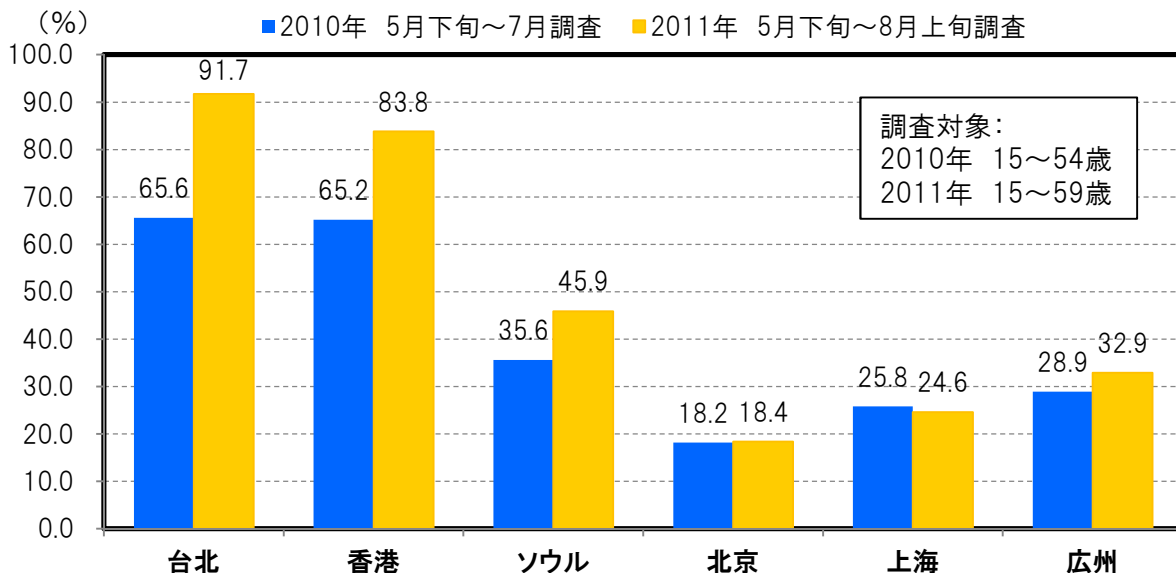
*出典：http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/12.0120_monthly.pdf

今後訪問したい地域 トップ10 (36地域中)

Q:あなたは過去に行ったことがある/ないに関わらず、今後次の地域に行きたいと思いませんか？(仕事上の出張を含む) (複数回答)

	台北(%)		香港(%)		ソウル(%)		北京(%)		上海(%)		広州(%)	
①	日本	91.7	日本	83.8	日本	45.9	香港	38.1	香港	49.6	香港	62.4
②	アメリカ合衆国	58.4	オーストラリア	50.8	アメリカ合衆国	38.7	マカオ	33.8	台湾	37.8	マカオ	56.9
③	フランス	51.2	UK	44.4	オーストラリア	38.0	台湾	29.7	マカオ	37.0	日本	32.9
④	イタリア	48.7	フランス	40.9	フランス	36.9	シンガポール	24.9	日本	24.6	韓国	26.3
⑤	UK	47.6	韓国	37.3	UK	34.4	アメリカ合衆国	24.1	韓国	21.3	台湾	22.9
⑥	ニュージーランド	47.4	イタリア	36.2	スイス	34.1	日本	18.4	アメリカ合衆国	19.5	シンガポール	20.3
⑦	スイス	46.4	台湾	35.3	イタリア	33.3	韓国	13.8	シンガポール	16.5	タイ	17.3
⑧	カナダ	45.9	アメリカ合衆国	34.1	ニュージーランド	29.3	オーストラリア	13.5	タイ	16.2	オーストラリア	15.1
⑨	オーストラリア	42.1	スイス	33.7	スペイン	27.6	マレーシア	11.9	オーストラリア	12.2	ニュージーランド	13.4
⑩	ドイツ	39.4	スペイン	31.4	カナダ	25.2	タイ	11.8	マレーシア	10.0	アメリカ合衆国	12.7

今後の日本への訪問意向 2010年と2011年調査結果の比較



2. 日本旅行に関する情報源

- 各都市の半数以上の訪問意向者が挙げた日本旅行に関する情報源に注目すると、台北では「旅行ガイドブック」「旅行雑誌」「旅行番組・情報番組」「家族や友人・知人に尋ねる」「旅行会社のパンフレット」「ネットの旅行専門サイト」「ブログやロコミサイト」「旅行会社のホームページ」といった多数の情報源が挙げられました。台北に次いで多くの情報源が挙がるのは香港の訪問意向者です。これらの都市では、マスメディア、ロコミ、インターネットを駆使して、積極的に日本旅行に関する情報を得ようとしていることが分ります。
- インターネットの普及が進むソウルでは、「ブログやロコミサイト」が2位に入っています。台北でも56.4%が参考にする回答しており、ロコミ上で日本の話題を喚起することが一つのキーとなりそうです。
- 中国の都市では、日本旅行に関する情報源が他の都市と比べ限定されています。インターネット利用者数世界一、かつロコミが重視されるといわれる中国で、日本の魅力が話題に挙がるための工夫がますます必要なようです。

日本旅行に関する情報源 トップ10（16項目中）

Q.（今後日本に行きたいと思っている方へ）旅先の情報などを集めるのにどのような情報源を参考にしようと思いますか。（複数回答）

ベース：日本への訪問意向者

* 回答者の割合が50%を超えた項目に網掛け

		台北 (%)		香港 (%)		ソウル (%)		北京 (%)		上海 (%)		広州 (%)	
1	旅行ガイドブック	76.2	家族や友人・知人に尋ねる	80.5	旅行ガイドブック	63.3	旅行ガイドブック	38.9	旅行ガイドブック	53.6	旅行ガイドブック	48.3	
2	旅行雑誌	74.8	旅行ガイドブック	79.8	ブログやロコミサイト	53.6	旅行番組・情報番組 / 家族や知人に尋ねる	31.7	家族や友人・知人に尋ねる	36.2	旅行会社の店員に尋ねる	39.3	
3	旅行番組・情報番組	69.8	旅行雑誌	69.9	家族や友人・知人に尋ねる	48.8	ネットの検索サイト	29.3	ブログやロコミサイト	31.3	家族や友人・知人に尋ねる	39.0	
4	家族や友人・知人に尋ねる	64.1	旅行会社のパンフレット	55.4	観光施設のホームページ	42.7	ネットの旅行専門サイト / ブログやロコミサイト	22.8	旅行雑誌	29.9	旅行番組・情報番組	37.7	
5	旅行会社のパンフレット	63.4	旅行番組・情報番組	54.5	旅行会社のホームページ	39.5	映画やテレビドラマ	20.4	旅行番組・情報番組	27.7	旅行会社のパンフレット	31.0	
6	ネットの旅行専門サイト	56.5	宿泊施設のホームページ	51.5	ネットの旅行専門サイト	30.6	旅行会社の店員に尋ねる	19.8	ネットの旅行専門サイト	24.1	旅行雑誌	30.0	
7	ブログやロコミサイト	56.4	観光施設のホームページ	47.3	ネットの検索サイト	30.2	旅行会社のパンフレット / 旅行雑誌	19.2	ネットの検索サイト	23.2	ブログやロコミサイト	28.0	
8	旅行会社のホームページ	50.9	旅行会社の店員に尋ねる	43.1	旅行番組・情報番組	28.6			旅行会社の店員に尋ねる	20.5	ネットの旅行専門サイト	24.7	
9	旅行フェア	44.5	ネットの旅行専門サイト	39.7	旅行雑誌	27.4			旅行会社のパンフレット	20.1	映画やテレビドラマ	23.7	
10	ネットの検索サイト	41.8	旅行会社のホームページ	39.5	旅行会社の店員に尋ねる	27.0			映画やテレビドラマ	19.6	ネットの検索サイト	18.7	

3. 日本への訪問目的

- 各都市の半数以上の訪問意向者が挙げた日本への訪問目的をみると、台北・香港で「文化的歴史的建造物の見物」「食事を楽しむ」「温泉につかる」「雄大な自然を見物」「洋服、ファッション小物などの買い物」「テーマパークで遊ぶ」「現代的な都市の見物」など多くの目的が挙げられ、日本の歴史や文化、自然、エンターテインメントなどを幅広く楽しみたいという気持ちが伺えます。
- 中国の都市、特に北京、上海では、半数以上の訪問意向者が挙げる訪問目的が他の都市と比べ限られており、全国各地に楽しみどころを備えた日本の魅力をまだまだアピールできそうです。

日本への訪問目的 トップ10（24項目中）

Q. あなたは日本へ旅行してどんなことをしたいですか。（複数回答）

ベース：日本への訪問意向者
*回答者の割合が50%を超えた項目に網掛け

	台北(%)	香港(%)	ソウル(%)	北京(%)	上海(%)	広州(%)
1	文化的歴史的建造物などの見物 85.3	名物の食事を楽しむ 90.7	名物の食事を楽しむ 85.1	文化的歴史的建造物などの見物 65.9	文化的歴史的建造物などの見物 55.4	文化的歴史的建造物などの見物 62.0
2	名物の食事を楽しむ 83.3	温泉につかる 84.5	温泉につかる 72.6	雄大な自然を見物 40.1	温泉につかる 51.3	温泉につかる 50.7
3	温泉につかる 78.2	文化的歴史的建造物などの見物 77.7	文化的歴史的建造物などの見物 62.9	温泉につかる 37.1	雄大な自然を見物 39.3	名物の食事を楽しむ 50.3
4	雄大な自然を見物 77.7	雄大な自然を見物 77.3	雄大な自然を見物 53.6	名物の食事を楽しむ 34.1	現代的な都市を見物 38.4	雄大な自然を見物 50.0
5	買物(洋服、ファッション小物など) 56.4	テーマパークで遊ぶ 61.7	現代的な都市を見物 52.0	現代的な都市を見物 32.3	名物の食事を楽しむ 34.4	現代的な都市を見物 49.3
6	テーマパークで遊ぶ 56.1	買物(洋服、ファッション小物など) 60.9	テーマパークで遊ぶ 42.3	テーマパークで遊ぶ 24.6	登山、ハイキングなどを楽しむ 29.0	テーマパークで遊ぶ 39.0
7	現代的な都市を見物 54.1	現代的な都市を見物 53.3	買物(洋服、ファッション小物など) 36.7	買物(家電製品) 21.6	テーマパークで遊ぶ 24.1	日本のアニメ、コミック、ゲームイベントやショップに行く 31.7
8	能や歌舞伎など伝統芸能を楽しむ 44.5	買物(家電製品) 49.2	買物(家電製品) 33.1	ナイトライフを楽しむ 19.8	買物(洋服、ファッション小物など) 22.8	買物(洋服、ファッション小物など) 26.3
9	買物(化粧品、スキンケア用品、サプリメントなど) 41.0	買物(化粧品、スキンケア用品、サプリメントなど) 43.6	買物(時計、アクセサリーなど) 25.4	登山、ハイキングなどを楽しむ 19.2	ナイトライフを楽しむ 22.3	ナイトライフを楽しむ / 買物(化粧品、スキンケア用品、サプリメントなど) 24.0
10	買物(家電製品) 40.7	スキーを楽しむ 39.9	能や歌舞伎など伝統芸能を楽しむ / ナイトライフを楽しむ / 買物(化粧品、スキンケア用品、サプリメントなど) 24.6	買物(洋服、ファッション小物など) 18.0	買物(化粧品、スキンケア用品、サプリメントなど) 17.9	

<参考資料>

訪問経験のある地域 トップ10 (36地域中)

Q. 今までに、次の地域に旅行その他で行ったことがありますか。(仕事上の出張、親族訪問を含む)(複数回答)

	台北(%)		香港(%)		ソウル(%)		北京(%)		上海(%)		広州(%)	
①	日本	58.1	中国	92.3	日本	46.7	香港	15.0	香港	18.1	香港	86.1
②	香港	56.9	マカオ	75.9	中国	38.0	マカオ	9.5	マカオ	11.9	マカオ	74.8
③	中国	54.9	台湾	61.3	タイ	26.9	タイ	6.8	タイ	5.1	タイ	16.8
④	タイ	44.2	タイ	57.7	アメリカ合衆国	24.8	シンガポール	5.3	日本	4.7	マレーシア	7.3
⑤	マカオ	32.7	日本	44.7	香港	20.9	マレーシア	3.7	シンガポール	4.3	シンガポール	7.1
⑥	シンガポール	30.3	韓国	42.0	フィリピン	19.8	日本	2.9	マレーシア	3.4	韓国	5.3
⑦	韓国	29.3	マレーシア	30.2	フランス	13.1	韓国	2.8	台湾	3.3	台湾	4.7
⑧	アメリカ合衆国	28.0	シンガポール	27.7	シンガポール	12.4	アメリカ合衆国	2.4	韓国	1.9	日本	2.5
⑨	マレーシア	26.0	フィリピン	19.2	オーストラリア	12.2	台湾	2.1	カナダ	1.0	フィリピン	1.4
⑩	インドネシア	20.9	UK	16.4	カナダ/イタリア	10.9	オーストラリア	1.4	フランス	0.9	オーストラリア	1.1

<「東アジア6都市生活者の日本旅行に対する意識」レポート 調査概要>

【調査都市】台北、香港、ソウル、北京、上海、広州

【調査対象】15～59歳男女

【サンプル数】台北 N=900 香港 N=900 ソウル N=540 北京 N=909 上海 N=910 広州 N=912

(日本への訪問意向者:台北 N=825 香港 N=754 ソウル N=248 北京 N=167 上海 N=224 広州 N=300)

【調査時期】2011年5月下旬～8月上旬

博報堂のグローバル生活者調査

Global H A B I T[®]

Global H A B I Tは、2000年から世界の主要34都市で毎年実施している博報堂オリジナルの生活者調査のデータベースです。都市間での比較はもちろん、同一都市の時系列比較も可能です。Global H A B I T調査では、「同一の生活者」(シングルソース)に、ライフスタイル、価値観からメディア接触、購入態度、様々なカテゴリーのブランド使用状況や意識を聞いています。そのため、ブランドユーザーはもちろん、意識レベルでのブランド支持者(購入意向者・好意者・ファン等)の分析が可能です。

<「Global H A B I T 2011」調査概要>

調査都市:中国(上海/北京/広州)、香港、台湾(台北)、タイ(バンコク)、韓国(ソウル)、シンガポール、マレーシア(クアラルンプール)、フィリピン(メロマンラ)、インドネシア(ジャカルタ)、ベトナム(ホーチミンシティ)、インド(デリー、ムンバイ)、ロシア(モスクワ)

*中国(大連/瀋陽/武漢/成都/杭州/寧波/西安/福州)、オーストラリア(シドニー)、ドイツ(フランクフルト及び周辺、ベルリン)、フランス(パリ)、イタリア(ミラノ)、スペイン(マドリッド)、アメリカ(ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ)、イギリス(ロンドン)、ブラジル(サンパウロ)、は2010年以前に調査。

調査対象:15～59才男女で各都市540～900名

*上海/北京/広州については、「中国パワー生活者」(世帯月収15,000元以上、25～59才の男女2,100名)を追加

*デリー/ムンバイについては、「インドパワー生活者」(SEC A2以上、世帯月収30,000ルピー以上、25～59才の男女1,200名)を追加

サンプルは、世帯収入によってスクリーニングされた各都市の中上位収入層(都市人口の50～90%程度)が対象

調査時期:2011年5月下旬～8月上旬

調査方法:訪問面接(香港・台北・韓国以外のアジア、ロシア)
会場での個人面接(香港・台北・韓国)

主要調査項目(※一部の項目はアジア・中国のみ):

<デモグラフィック / ライフスタイル>

- デモグラフィック ●ライフスタイル ●環境意識 ●カントリーイメージ ●メディア/情報接触
- 買い物 ●趣味 ●スポーツ ●耐久財所有 ●カテゴリー知覚 ●旅行 ●住居

<商品・サービスの使用状況>

- 保険 ●クレジットカード ●コンビニエンスストア ●エアライン ●自家用車 ●二輪車 ●AV製品
- 家電製品 ●携帯電話/スマートフォン ●PC/プリンタ ●デジタルカメラ/デジタルビデオカメラ
- 複写機 ●時計 ●TVゲーム ●アルコール/非アルコール飲料 ●食品(インスタント食品、菓子)
- トイレタリー ●化粧品 ●パーソナルケア商品 ●生理用品/紙オムツ

本件に関するお問合せ

博報堂	広報室	大野・山野	Tel:03-6441-6161
博報堂	研究開発局	大橋	Tel:03-6441-6153