

アフターコロナに向けて ～不安解消が海外旅行復活のカギ～ 『新型コロナウイルス感染拡大の影響による海外旅行への意識調査』の結果について

株式会社日本旅行（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小谷野悦光）の研究部門である日本旅行総合研究所は、毎月2日に日本旅行公式サイトで開催している「日本旅行の日」のキャンペーンにおいてサイトを訪問されたお客様に対し任意の『新型コロナウイルス感染拡大の影響による海外旅行への意識調査』のアンケートを実施し、この程調査結果をまとめましたので発表いたします。

コロナ禍の昨年2月から12月まで3回にわたり、サイトを訪問されたお客様にアンケートを行うことにより定点観測をしてきました。新型コロナによる渡航制限が緩和される中で「海外旅行」というコンテンツが消費者にどのように捉えられているか、調査内容を今月まとめました。

中でも特徴的だった設問をピックアップしてご紹介します。

《 アンケート調査概要 》

◆実施時期

- 第1回 2022年2月2日～2月9日
- 第2回 2022年7月2日～7月9日
- 第3回 2022年12月2日～12月8日

◆有効回答数

- 第1回 2,197件
- 第2回 1,108件
- 第3回 1,879件

◆アンケート実施方法

当社のキャンペーンサイト内にて実施

日本旅行総合研究所とは・・・

日本旅行総合研究所は、地域の魅力を最大限に引き出し、活力ある地域づくりをサポートすることを目的に立ち上げた株式会社日本旅行の研究機関です。各地でコンサルティングや地域ブランディングに携わるほか、調査・研究事業も手掛けています。



このリリースに関するお問い合わせ先

株式会社日本旅行

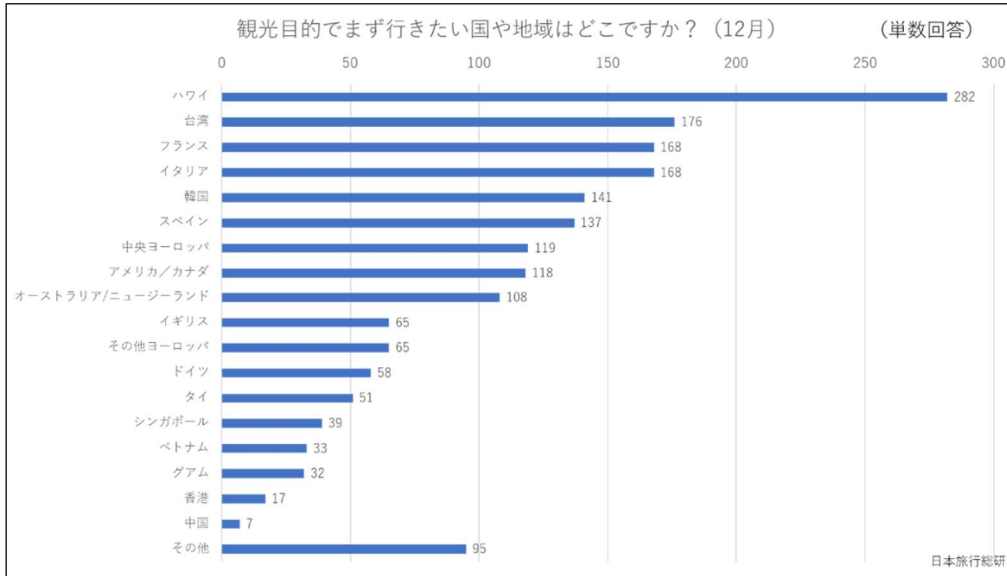
秘書広報部 広報担当 TEL 03-6895-7860

東京都中央区日本橋 1-19-1 日本橋ダイヤビルディング 12階

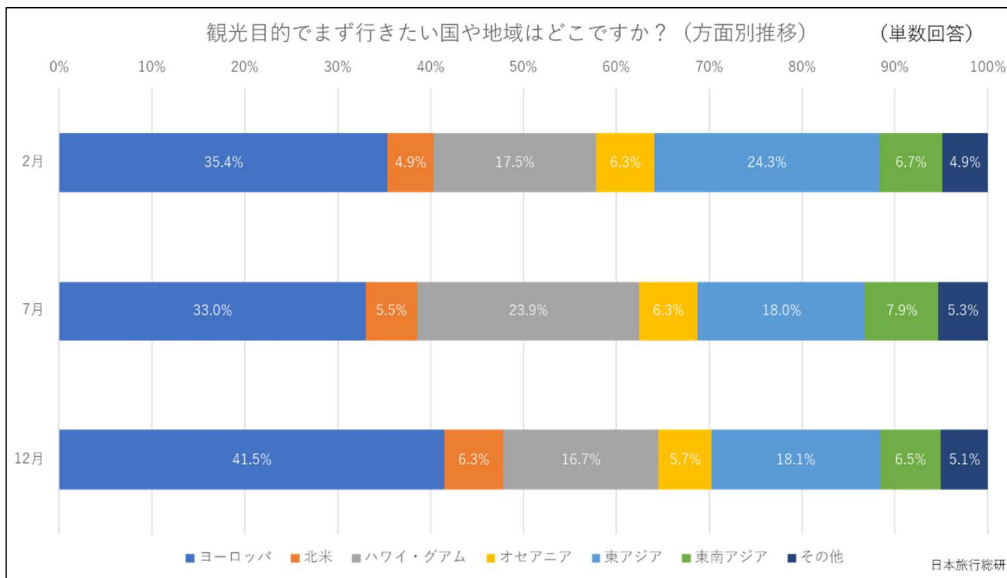
調査結果

1. 観光目的でまず行きたい国や地域はどこですか？

図①【直近の調査結果】2022年12月 実施（国・地域別）



図②【過去3回の比較】2022年2月/7月/12月 実施（方面別）



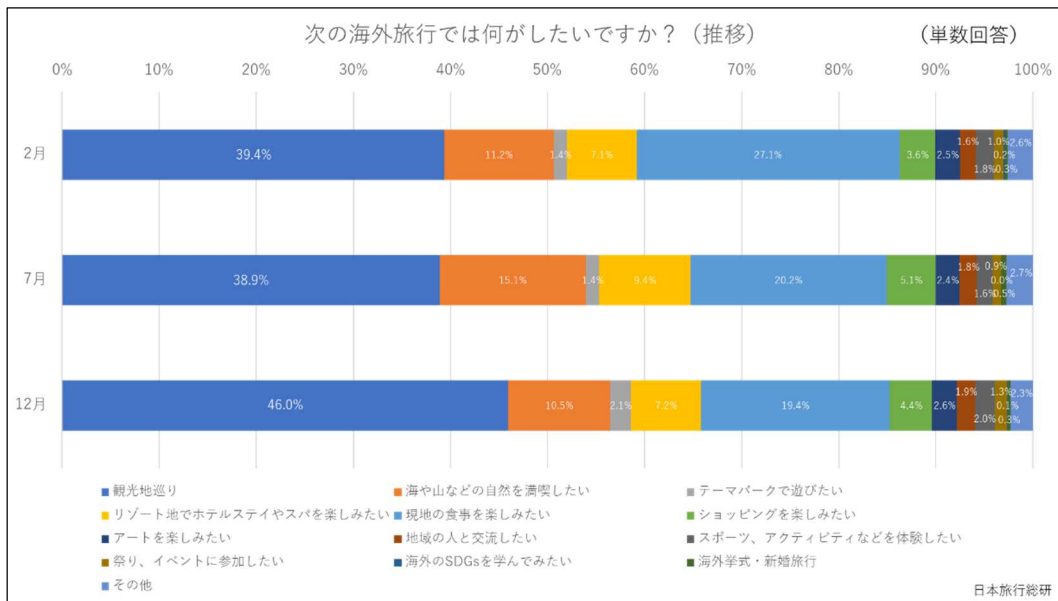
王道の人気はコロナ前と変わらず

「観光目的でまず行きたい国や地域」について聞いたところ、2022年12月に実施した調査では図①（国・地域別調査）のとおりハワイが圧倒的人気という結果でした。次いで台湾、フランス、イタリア、韓国とコロナ前に人気であった目的地が並び、コロナ前と比較し大きな変化はないようです。

参考までに、方面別に集約をしたうえで過去3回の変化を見ると（図②）、ヨーロッパのシェアが高まっていることがわかります（2022年7月と比較し2022年12月は9.5ポイント上昇）。旅行先として近場へのニーズ、遠方へのニーズともに存在しますが、やや遠方への旅行ニーズの増加が見られました。

2. 次の海外旅行では何がしたいですか？

図③【過去3回の比較】2022年2月／7月／12月 実施

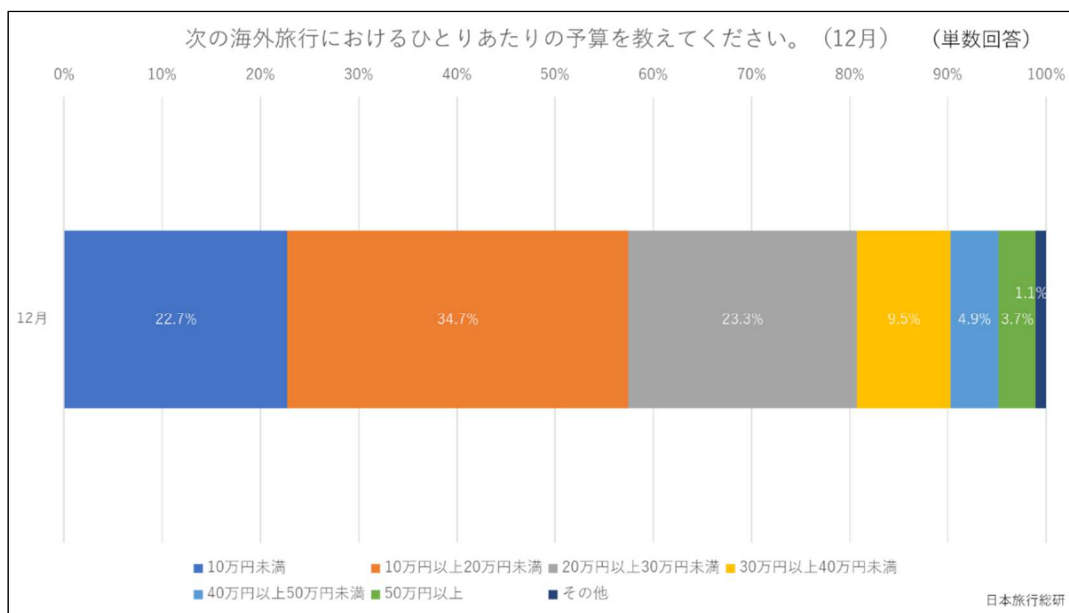


旅行先では「観光地巡り」へ

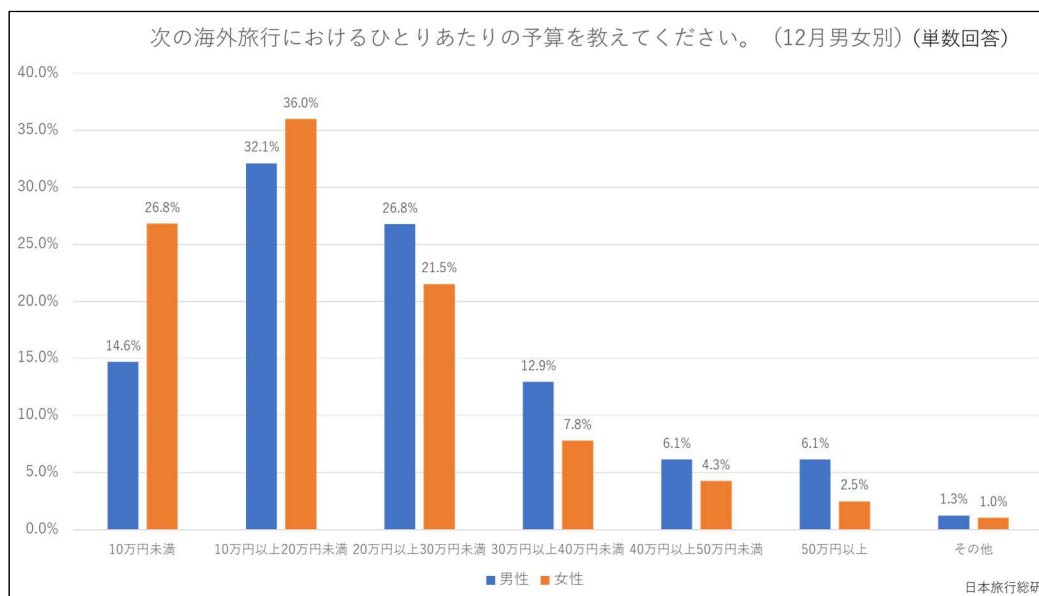
2022年12月の調査では、前回から7.1ポイント増加し約半数である46.0%方が「観光地巡り」を選択しています。次いで19.4%の「現地の食事を楽しみたい」が選択されました。「観光地巡り」が選ばれる理由としては、行きたい方面としてヨーロッパが増えていることや、withコロナスタイルへと変化する中で、人々の旅先での行動がアクティブになってきていることが背景に考えられます。「海や山などの自然を満喫したい」「リゾート地でホテルステイやスパを楽しみたい」という回答が減少している点からも旅の過ごし方の変化を伺うことができます。

3. 次の海外旅行におけるひとりあたりの予算を教えてください。

図④【直近の調査結果】2022年12月 実施



図⑤【直近の調査結果】2022年12月 実施



予算は半数以上の方がひとり「20万円未満」を想定

次の海外旅行でのひとりあたりの予算については、約35%の方が10万円以上20万円未満を選択しました。次いで20万円以上30万円未満、10万円以下が選ばれています。これらの結果、約60%の方が20万円未満、約80%の方が30万円未満で考えていることがわかります。コロナ前の2019年の観光を目的とした海外旅行の平均消費額が約26万円（観光庁/旅行・観光消費動向調査）であることから、コロナ前後では予算感に変化は見られない結果となりました。

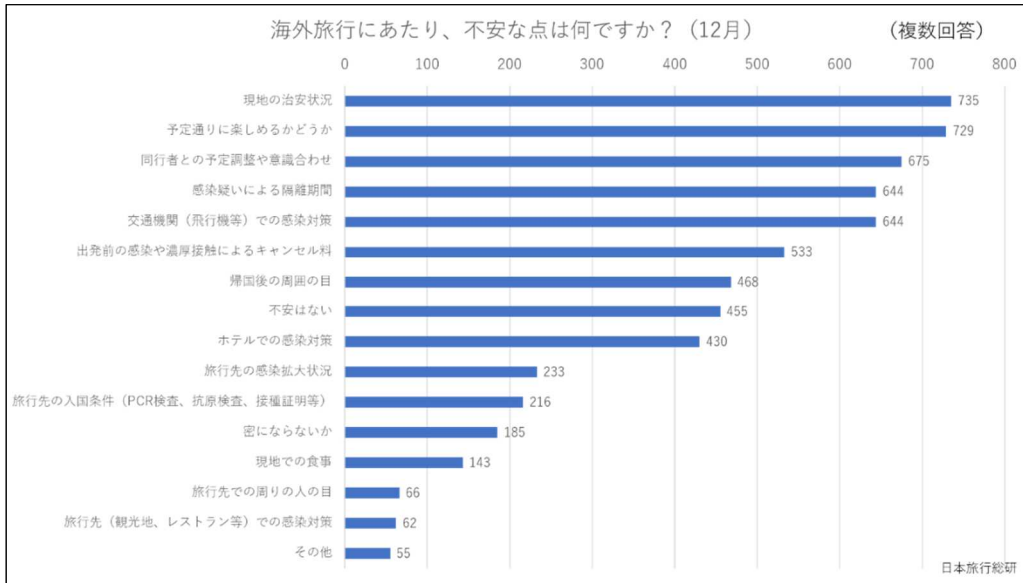
現在の海外旅行は移動の制限が緩和されたことによる航空需要の増加、原油高にともなう燃油サーチャージの高騰に加え、物価高や人件費高騰、さらに円安による宿泊費や飲食費を含む現地滞在費の高騰により海外旅行にかかる費用はコロナ前よりも増加傾向にあります。

そのため旅行各社から発売されているパッケージツアーも高額になりつつありますが、海外旅行保険の組み込みや、日本語コールセンター設置のほか、出発直前のキャンセルでもキャンセル料が一定額まで補償される「取消料サポート」を付帯するなど、コロナ前とは違った「安心」に重きを置いた商品が多くみられます。その一方でLCCを利用し比較的価格を抑えたな商品もあります。

これからの旅行プラン選びは、これまで以上に個人の価値観に合わせて選択されることが予想されます。

4. 海外旅行にあたり、不安な点は何ですか？

図⑥【直近の調査結果】2022年12月 実施



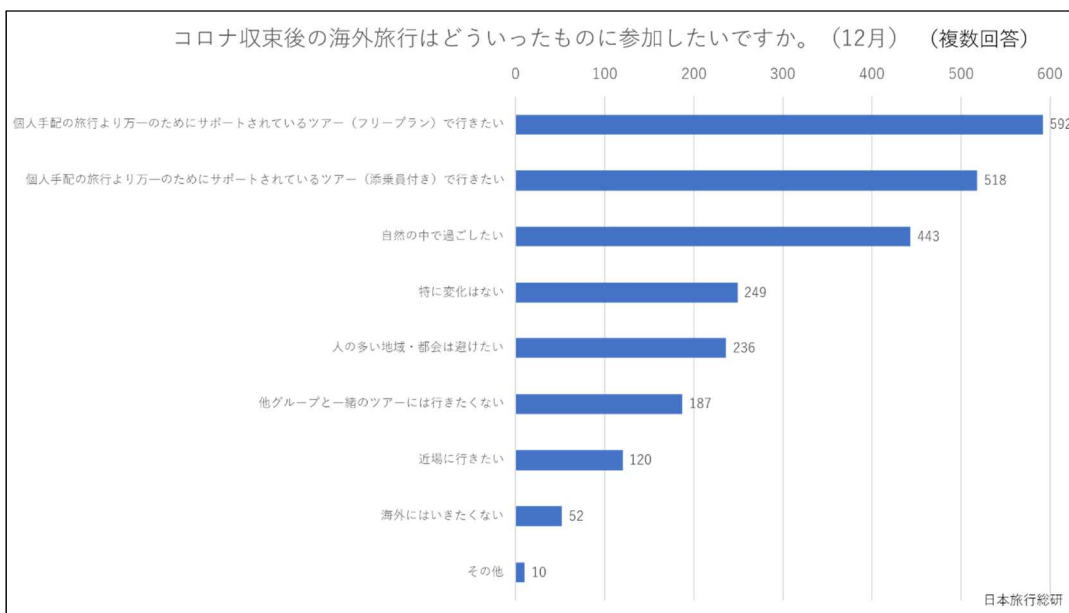
不安要素は治安、現地でのイレギュラー

不安なことを聞くと、約40%にあたる735名の方が「現地の治安状況」、729名の方が「予定通りに楽しめるかどうか」をあげました。「現地の治安状況」については、新型コロナウイルスの影響に加え、ウクライナ情勢が大きく影響していると考えられ、特に女性で選択された方の割合が多い結果となりました。また、「予定通りに楽しめるかどうか」は予定していた観光スポットやショッピング、飲食店などが新型コロナウイルスの影響で閉まってしまわないかなど、年齢層が若いほど懸念点としてあげる方が多いようです。

「不安はない」を455名の方が選択しているものの、ほとんどの方は他の項目も合わせて選択しており、調査で用意した選択肢が全体的に多く選ばれていることから、旅行会社には不安解消に繋がる取り組みが求められていると言えます。

5. コロナ終息後の海外旅行はどういったものに参加したいですか。

図⑧【直近の調査結果】2022年12月 実施



万が一の安心サポートを希求

アフターコロナの旅行形態には「個人手配よりも万が一のためにサポートされているツアー」が望まれていることがわかります。フリープランもしくは添乗員付きプラン、または両方を選択した方は1,014名おり、実に54%の方が「万が一のためにサポートされているツアー」を望んでいます。

これらを年代別に見ると60歳代では約60%、70歳以上では約70%と年齢層が上がるにつれ高くなる傾向にあります。このような商品を選ぶ利用者は、「安心」を付帯したプランに価値を置くため、一定のニーズを感じ取ることができます。

むすびに

2022年に実施した3回の調査では、2月から7月、7月から12月とそれぞれ意識の変化が表れており、海外旅行に対する意欲の高まりが感じ取れました。「海外旅行復活元年」になるであろう2023年は、日本発着の国際線が急速に回復しており、座席供給量が増大することが期待できます。また一部航空会社では4月以降の燃油サーチャージが引き下げられるなど、旅行者にとってプラスとなる状況になってきました。

一方、世界的な物価高や円安による旅行代金の高騰は旅行者にとって大きな懸念点であることも事実です。さらに新型コロナが世界的に流行したことによりもたらされた不安は大きく、コロナ前にはなかったサポートや日々変化する各国の正確な情報が求められています。旅行を検討しているお客様に対して、これらの不安を解消する取り組みをすることが旅行会社の存在価値に繋がるのではないのでしょうか。

日本政府が新型コロナの分類を変更するなど、ようやくコロナ禍も終わりを迎えようとしています。そして迎えるゴールデンウィークに向けて、国内では人々の動きが活発化しています。かつてのようにリアルでしか感じるできない価値を求めて人々の往来が活発となり、海外旅行が復活することを期待したいと思います。

以上