

トリップアドバイザー、「トリップバロメーター 旅行者の心理」調査結果を発表 --「旅を予約する時」が、日本人が最も興奮する瞬間！ --

世界最大の旅行口コミサイト「TripAdvisor®」（トリップアドバイザー、本社：マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ:TRIP、CEO：ステファン・カウファー、日本語版サイト：<http://www.tripadvisor.jp/>）では年2回、世界最大規模の旅行動向調査「トリップバロメーター」を発表しています。本年2回目となる今回は、旅行者の心理に注目し、「トリップバロメーター 旅行者の心理」と題して調査を実施しました。

【主な調査項目】

1. 旅行に行く動機
2. 旅行の各フェーズにおける旅行者の気持ち
3. 旅行がもたらす影響、旅行後の日常生活の変化

【調査概要】

実施機関： 調査会社 Ipsos がトリップアドバイザーの委託を受けて実施
 集計期間： 2014年7月17日～8月5日の間にオンラインで実施
 対象国・地域： 世界7エリア・32の国と地域
 対象者： 世界の一般消費者 39,721名と宿泊施設代表者 14,083名の計 53,804名
 （うち、日本の一般消費者は 1,963名、宿泊施設代表者 158名の計 2,121名）
 特記事項： 前回の調査結果との整合性を図るため、調査データには世界のオンライン人口比を、全体、及び各国・地域別にも加重

1) 旅行に行く動機

旅行者の心理を深く掘り下げるため、「人生を思う存分楽しむ」「現地の生活や文化に溶け込む」などの16の要素の中から、旅行に求めるものとして最もよく当てはまる要素を2つ選んでもらいました。そして、選択肢となっている要素を組み合わせ、「旅に行く動機」を8つに分類しました。にこちらの調査は、IPSOS社がこれまで実施してきた調査の知見をもとに設計されています。

旅行に行く動機	旅行に求める要素	
自由・解放 =	人生を思う存分楽しむ	+ 心配事を忘れて心からくつろぐことができる
浸ること =	現地の生活や文化に溶け込む	+ 新しい人たちに会って思い出を作る
関係 =	大切な人たちと一緒に特別な時間を楽しむ	+ 身近な人たちとの関係を深める
協調 =	調和とバランスの感覚を回復させる	+ 気配りをされていると感じる
秩序 =	人生について考え、コントロールする力を取り戻す	+ すべての手配が整っていて、あわてる必要がない
視野を広げる =	ユニークで興味深い体験を得る	+ 知識を広め、世界に対する理解を深める
豪華・贅沢 =	うらやましがられるような体験をする	+ 自分は特別な存在であると感じ、気ままな時間を過ごす
興奮 =	うきうきとした気分になれる	+ 何か新しいことに挑戦する気にさせる

世界の旅行者は、71%が「視野を広げる」ことを旅行の主な動機として選択しており、次いで「自由・解放」(62%)を挙げています。一方、日本の旅行者は、70%が「自由・解放」を、66%が「視野を広げる」こと、52%が「興奮」と

回答しました。「興奮」の項目については、日本人は世界で一番高いスコアを出しており(52%)、次いでトルコ(48%)、中国(44%)という順でした。

旅行に行く動機 世界と日本の比較

	自由・解放	浸ること	関係	協調	秩序	視野を広げる	豪華・贅沢	興奮
世界	62%	47%	47%	21%	21%	71%	22%	31%
日本	70%	39%	41%	18%	26%	66%	11%	52%

2) 旅行の各フェーズにおける旅行者の気持ち 世界と日本の比較

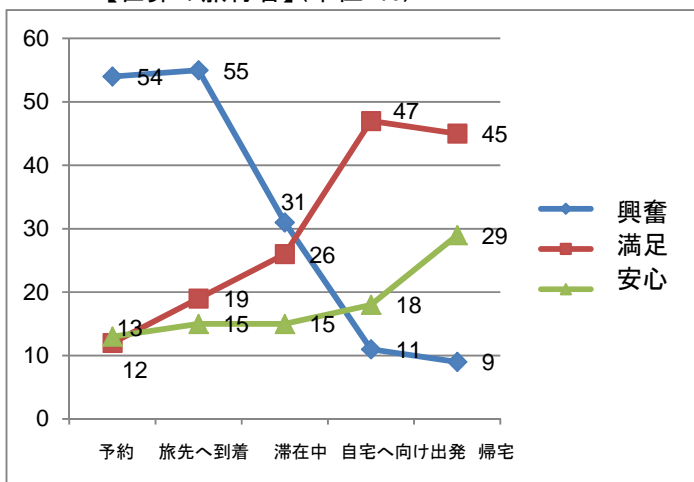
今回のトリップバロメーターでは、旅行における5つのフェーズ(予約、到着、滞在、出発、帰宅)において、どのような気持ちになるかを尋ねています。世界の旅行者の傾向としては、予約から旅先への到着時にかけて「興奮」がピークに上り、自宅へ向けて出発する時に一番「満足」という結果が出ています。

興味深いポイントとして、日本人は予約時に最も「興奮」と回答しており、その割合は77%に上ります。これは、世界平均の54%と比較してもかなり多いと言えます。予約時の「興奮」度合いが高い国は、ブラジル(68%)、オーストラリア(66%)が続きます。

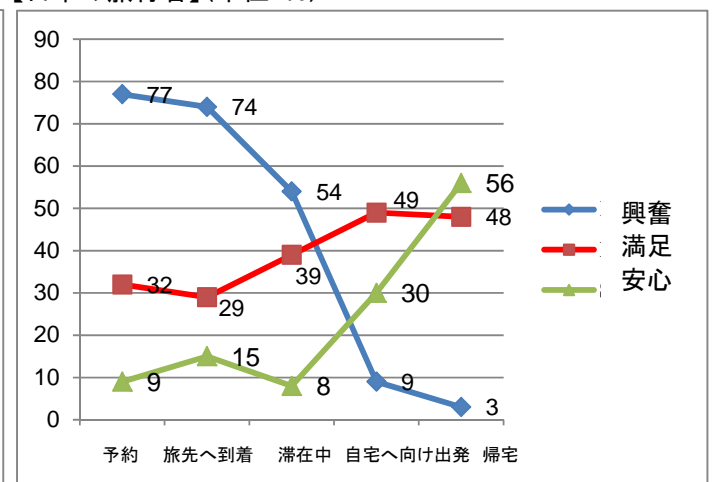
日本人は、旅先へ到着時にも「興奮」を感じており、到着時の「興奮」世界平均は54%に対し、74%と予約時に引き続き高い割合を示しています。この興奮度合いは到着時をピークに旅行の終了に向けて徐々に低下し、帰宅時には3%にまで落ち込みます。世界平均の帰宅時の「興奮」は9%であるのに対して、日本人の帰宅時の「興奮」度合いは世界の中で最も低くなっています。

「安心」に関する結果も興味深い曲線を示しています。予約時に安心感を得る日本人はわずか9%ですが、無事に到着し予約が問題なく取れていたことが判明することもあるか、到着時には、より多くの人(15%)が安心するようです。滞在中に安心感を得る日本人はわずか8%に留まる一方で、自宅に向け出発する際には30%まで戻り、帰宅すると「安心」感を感じる日本人は56%に達します。これは世界平均(29%)を上回り、調査対象国の中で最も高くなっています。

● 「興奮」、「満足」、「安心」を感じる旅行の各フェーズ 【世界の旅行者】(単位:%)



【日本の旅行者】(単位:%)



トリップアドバイザー株式会社代表取締役の原田静織は次のようにコメントしています。

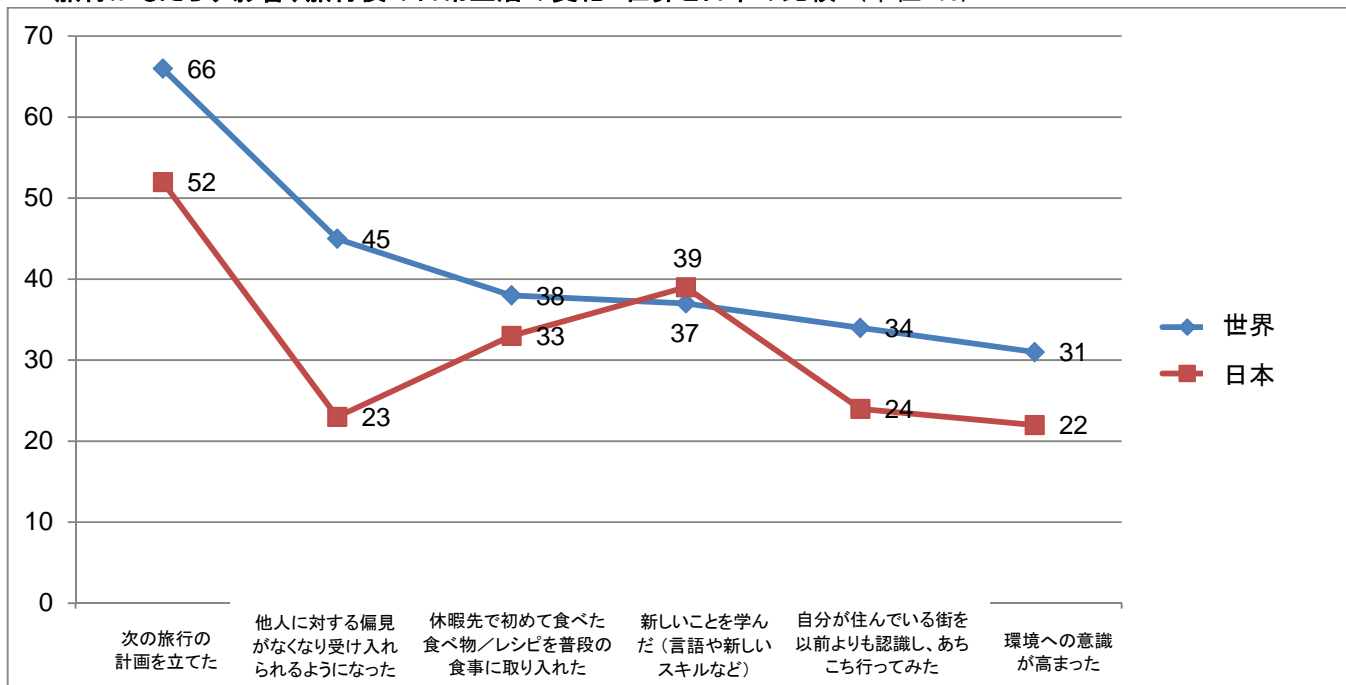
「『興奮』と『安心』の数値は、日本人の特徴を反映していると言えます。日本は他の国々に比べて休暇が少ないため、休暇を最大限に楽しむ傾向にあることが、以前実施した『有給休暇と休暇中の仕事に関する国際比較調査』でも明らかになっています。旅を計画している瞬間がこれから始まるバケーションのことを思っ一番興奮する瞬間となっています。旅行が終わってしまうと次の休暇が取れるまでしばらく時間があるので、気持ちがちょっと落ち込んでしまうのかもしれませんが。その反面、日本は安全な国なので、特に海外旅行から帰宅すると、ほんと安心するのではないのでしょうか。」

3) 旅行がもたらす影響、旅行後の日常生活の変化

旅行の思い出としてお土産を買うことがあります。旅行は終わった後でどのような変化をもたらしてくれるでしょうか。旅行から戻った後、普段の生活にどのような影響があるかを尋ねたところ、世界の旅行者の66%、日本人も52%が「次の旅行の計画を立てた」と回答しました。ひとつの旅の終わりは、また次の旅へと気持ちを掻き立てます。同時に、3人に1人は旅行から帰ってくると言語など「新しいことを学んだ」と回答しました(世界の旅行者37%、日本人旅行者39%)。旅行は新しいことを始めるきっかけとなりそうです。

特筆すべきは、旅行から帰って来た後に「他人に対する偏見がなくなり受け入れられるようになった」と回答した人が、世界の旅行者では45%であるのに対し、日本人では23%に留まっている点です。同様に、「自分が住んでいる街を以前よりも認識し、あちこち行ってみた」(世界34%、日本24%)、「環境への意識が高まった」(世界31%、日本22%)も、世界と比較して低いスコアとなりました。

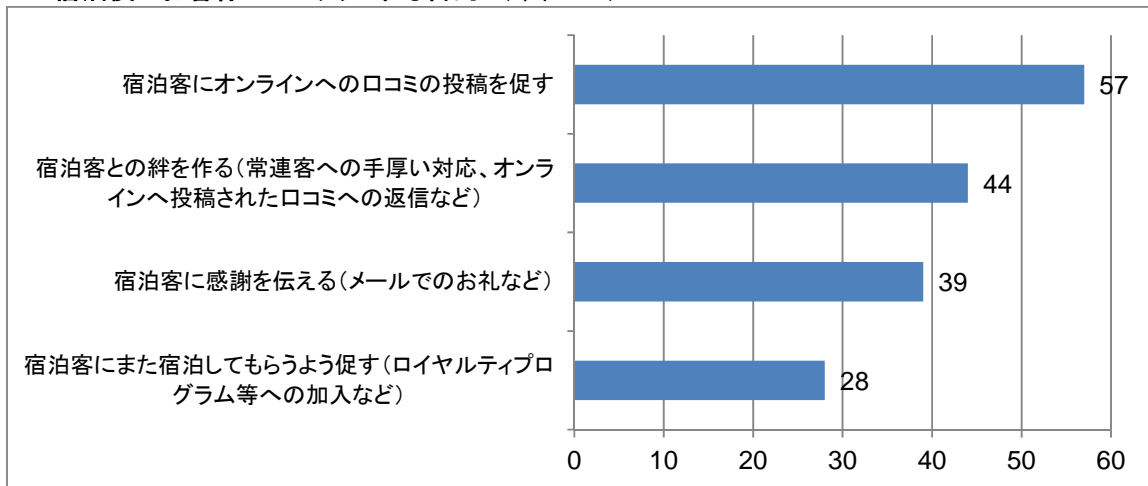
● 旅行がもたらす影響、旅行後の日常生活の変化 世界と日本の比較 (単位:%)



世界の宿泊施設側に、宿泊後にお客様へコンタクトする目的を尋ねたところ、過半数にあたる57%がオンラインの口コミサイトへの投稿を、28%が家族や友人にその施設を勧めてもらうようにしていることも分かりました。前

述の通り、旅行者は帰宅すると新たな旅行の計画を立てる傾向にあることから、宿泊施設のこのような動きは非常に賢明であると言えます。

● 宿泊後にお客様へコンタクトする目的（単位：％）



トリップアドバイザー・フォー・ビジネス代表取締役のマーク・シャロンは次のようにコメントしています。「今回の調査は、各国の特徴が反映された結果と言えるでしょう。ホテル経営者は、旅行者が何を感じているかを考え、理解し、より良いサービスにつなげていただきたいと思います。今回の調査結果が、その手助けになることを願って止みません。」

■トリップバロメーターの詳細は下記の URL からご覧いただけます。

www.TripAdvisor.jp/tripbarometer

トリップアドバイザーとは:

トリップアドバイザー(本社:米国マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ:TRIP)は、旅行者が最高の旅行を計画し実行するための世界最大*の旅行サイト。旅行者の実体験に基づくアドバイスと、幅広い旅行の選択肢および予約ツールとシームレスにつながったプランニング機能を提供しています。世界最大の旅行者のコミュニティとして、世界 44 カ国でサイトを展開し、世界 400 万軒を超えるホテル、レストラン、観光スポットに対して 1 億 7000 万件以上の口コミ情報を掲載しています(中国は daodao.com として運営)。月間ユニークユーザー数は約 2 億 8000 万人**。

TripAdvisor, Inc. は、トリップアドバイザーブランドサイトのほか以下の 24 の旅行関連サイトを運営しています:

www.airfarewatchdog.com, www.bookingbuddy.com, www.cruisecritic.com, www.everytrail.com,
www.familyvacationcritic.com, www.flipkey.com, www.gateguru.com, www.holidaylettings.co.uk,
www.holidaywatchdog.com, www.independenttraveler.com, www.jetsetter.com, www.lafourchette.com,
www.niumba.com, www.onetime.com, www.oyster.com, www.seatguru.com, www.smartertravel.com,
www.tingo.com, www.travelpod.com, www.tripbod.com, www.vacationhomerentals.com, www.viator.com,
www.virtualtourist.com, www.kuxun.cn

*出典: comScore Media Metrix for TripAdvisor Sites, worldwide 2014 年第 1 四半期

**出典: Google Analytics, worldwide data 2014 年第 2 四半期 (daodao.com へのトラフィック除く)

お問合せ先

<報道機関の方のお問い合わせ先>

トリップアドバイザー広報事務局(オズマピーアール内) 担当 長田、松林、磯崎
Tel: 03-4531-0214 または 080-9368-5457 / E-mail: tripadvisor@ozma.co.jp

<報道機関およびその他のお問い合わせ先>

トリップアドバイザー株式会社 広報担当 東(ヒガシ)
Tel: 03-6416-5275 または 090-7251-6384 / E-mail: mhigashi@tripadvisor.com