

Visa データからみる「2024 MAMA AWARDS」

～華やかさや感動とともに活発な消費活動を促す～

ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:シータン・キトニー、以下 Visa)は、2024年11月22日並びに23日に大阪で開催された、世界最大級のK-POP受賞式である、「2024 MAMA AWARDS」(“本イベント”)のデータ分析結果*1を発表いたします。

本イベントは、その壮大なパフォーマンスとスターが勢ぞろいしたラインナップで観客を魅了してきましたが、それだけにとどまらず、華やかさと魅力を超えて、本イベント参加者の行動と経済的影響に関するインサイトがそこから明らかになりました。

1. イベント来場者

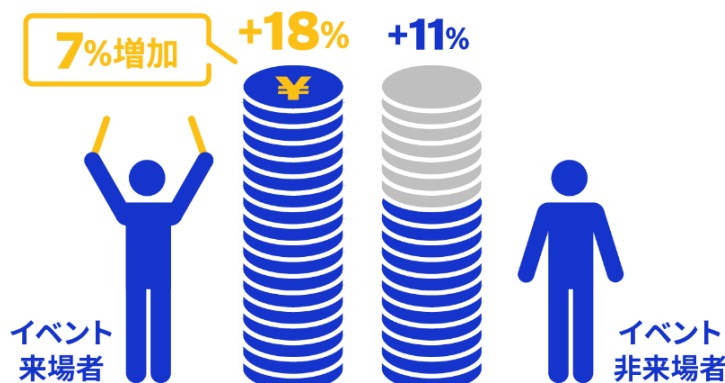
2日間にわたる本イベントの来場者を Visa データから見ると、94%が日本国内の方(“国内イベント来場者”)で、6%がインバウンド旅行者(“インバウンド来場者”)で占められていました。本イベントの来場者の出身地域は、26以上ものマーケットにわたり、上位5つのマーケットは、中国、台湾、韓国、香港、米国となっています。このことから、世界中の多くの人に注目されているイベントであることがうかがえます。

また、インバウンド来場者の日本滞在期間は長く、平均的な滞在期間は、17日間で、特にヨーロッパからの来場者は、3週間程度の滞在をしている場合もあり、例えば、フランスやノルウェーからのインバウンド来場者は、平均24日間、英国は21日間という結果も見えてきました。

2. 消費のインパクト

イベントの経済的な効果も明らかになりました。イベントの期間*2の稼働カード1枚当たりの消費額は、昨年の同期間と比べ、18%増でした。全体的な平均消費額の増加率(自然増)は11%で、この差である7%消費増は、イベントによる消費効果とみられます。

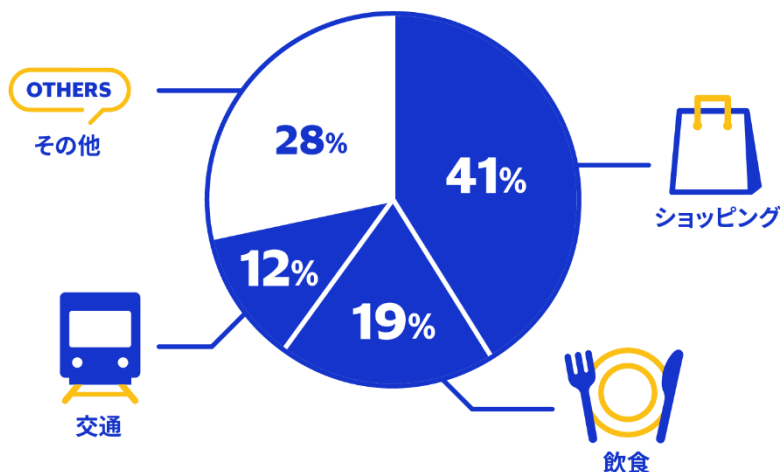
イベントの期間※における稼働カード1枚当たりの
消費額 



*1 イベントの期間とは、イベント開催当日の前後3日間ずつ(トータル8日間:11月19日から11月26日)を指す。昨年の同期間とは、昨年と同じ期間を指す。

しかも、その増加はイベント・チケットによる増加分だけではなく、それ以外の業種での波及効果も見られました。イベントの期間*2、イベント来場者が特にデパート、アパレル/アクセサリ、電子機器を含むショッピングと、飲食で多く支払いをしていることがわかりました。例えば、支払いの内訳をみると、ショッピングが 41%を占め、続いて飲食が 19%、そして、交通に 12%という結果でした。

イベント来場者の支払い内訳 🔍



インバウンド来場者についてしてみると、イベントの期間*2、国内イベント来場者よりも稼働カード 1 枚あたりの消費額が 26%多いことがわかりました。特にショッピングと飲食においては顕著な差が見られました。ショッピングにおいてはインバウンド来場者が国内イベント来場者に比べて、90%多く消費しており、飲食においては、30%と、イベントに来場するのみだけでなく、滞在を楽しみながら、より高額の消費をしていることが明らかになりました。

国内来場者と比較したインバウンド来場者の消費額 🇯🇵



3. タッチ決済利用状況

データからは、Visa のタッチ決済による取引の普及についての興味深い結果も見えてきました。イベント来場者は、イベント非来場者に比べて、イベントの期間*2、対面決済において Visa のタッチ決済を利用した割合が多いことがわかりました。国内イベント非来場者が 27%の利用に対して、国内イベント来場者の場合は、41%と大きな差が見られました。さらに、インバウンド来場者の場合は、対面決済の約 6 割(58%)がタッチ決済で行われていることがわかりました。約 200 の国と地域で利用でき、全世界の Visa の対面決済のうち、70%以上*3 がタッチ決済で行われている中、自国

で当たり前の決済手段となっている、便利で安心・スピーディな決済方法を自国以外でも利用することで、よりスムーズな決済体験を利用する人が多いことがうかがえます。

**イベントの期間*における対面決済の
タッチ決済利用率** 



*イベントの期間とは、イベント開催当日の前後3日間ずつ（トータル8日間：11月19日から11月26日）を指す。昨年の同期間とは、昨年と同じ期間を指す。

4. 交通機関でのタッチ決済の利用

イベントの期間*²を含む2週間(11月19日から12月2日)と、イベントの期間前の通常の2週間(11月5日から11月18日)で、交通機関でのタッチ決済の利用を比較したところ、国内イベント来場者では、イベントの期間*²を含む2週間は通常の2週間にくらべて、約2%増加していることがわかりました。一方、国内イベント非来場者の場合は、タッチ決済の交通機関での利用はわずか、0.06%増加したにすぎません。イベント会場でのタッチ決済の認知向上の活動が、イベント会場以外の交通機関でのタッチ決済の利用に貢献したと考えられます。

上記のように、VisaNet のデータを活用して、イベントの影響や効果、消費者行動やその消費パターンについても分析が可能となり、政府機関や民間事業者に対して、マーケティング戦略や戦略企画に役立てていただけるよう、Visa コンサルティング & アナリティクス・チームが支援させていただいております。

Visa は、今後もさらなる顧客サービスの向上の一助になれるよう努めてまいりたいと思います。

*¹ VisaNet データに基づく

*² イベントの期間とは、イベント開催当日の前後3日間ずつ(トータル8日間:11月19日から11月26日)を指す。昨年の同期間とは、昨年と同じ期間を指す。

*³ 2024年9月末時点

###

【Visa について】

Visa は電子決済の世界的リーダーとして、世界 200 以上の国と地域における決済取引によって消費者、加盟店、金融機関や政府機関をつないでいます。Visa のミッションは、最も革新的かつ利便性や信頼性が高く安全な決済ネットワークで世界を結び、個人や企業、そして経済の繁栄に貢献することです。私たちは、世界中のすべての人にとっての包括的な経済こそが、世界中の人々の生活を向上させ、経済へのアクセスが決済の未来へつながると信じています。詳しくは、Visa.com(英語サイト)または www.visa.co.jp(日本語サイト)をご覧ください。