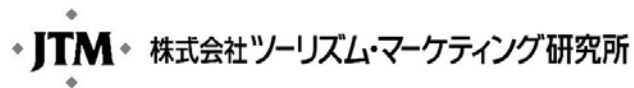


JATA国際観光会議2007における 事前アンケート調査報告書

2007年8月16日



©Copyright JTM 2007

0. 目次

- I. 調査目的
- II. 調査概要
- III. 調査結果
 - ～ 日本発海外旅行市場のポジショニングについて ～
 - ～ 日本のビジネススタンダードとグローバルスタンダードの差異について ～
 - ～ 日本発海外旅行市場の活性化について ～
- VI. その他

—  Japan Tourism Marketing Co. —

©Copyright JTM 2007

I. 調査目的

<調査目的>

日本人海外旅行市場がグローバルな市場環境の変化の中で健全な発展をしていくために、「送り手(日本旅行会社)」と「受け手(サプライヤー、政府観光局等)」の双方の視点から「2010年日本人海外旅行者数2000万人」実現に向けた課題を抽出する。

JTM Japan Tourism Marketing Co.

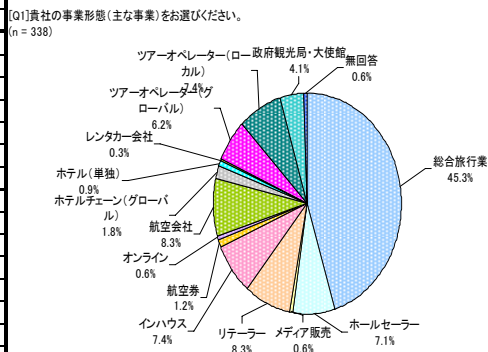
©Copyright JTM 2007

II. 調査概要

<調査概要>

調査方法・・・インターネット法(一部在外企業はfax通信利用)
 サンプル数・・・トータル338件(旅行会社238件/サプライヤー98件)

事業形態(主な事業)	[Q1]貴社の事業形態(主な事業)をお選びください。 (n = 338)	
	N	%
総合旅行業	153	45.3
ホールセラー	24	7.1
メディア販売	2	0.6
リテラー	28	8.3
インハウス	25	7.4
航空券	4	1.2
オンライン	2	0.6
航空会社	28	8.3
ホテルチェーン(グローバル)	6	1.8
ホテルチェーン(ローカル)	0	0.0
ホテル(単独)	3	0.9
レンタカー会社	1	0.3
ツアーオペレーター(グローバル)	21	6.2
ツアーオペレーター(ローカル)	25	7.4
政府観光局・大使館	14	4.1
無回答	2	0.6
全体	338	100



JTM Japan Tourism Marketing Co.

©Copyright JTM 2007

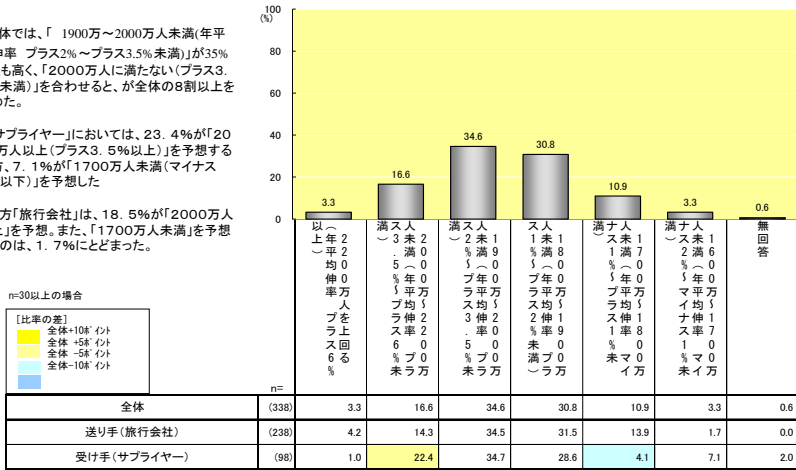
Ⅲ. 調査結果 ～日本発海外旅行市場のポジショニングについて～

2006年の日本人海外旅行者数は1750万人でした。2010年の日本発海外旅行者数はどのくらいになると思いますか？

全体では、「1900万～2000万人未満(年平均伸率 プラス2%～プラス3.5%未満)」が35%と最も高く、「2000万人に満たない(プラス3.5%未満)」を合わせると、が全体の8割以上を占めた。

「サプライヤー」においては、23.4%が「2000万人以上(プラス3.5%以上)」を予想する一方、7.1%が「1700万人未満(マイナス1%以下)」を予想した

他方「旅行会社」は、18.5%が「2000万人以上」を予想。また、「1700万人未満」を予想したのは、1.7%にとどまった。

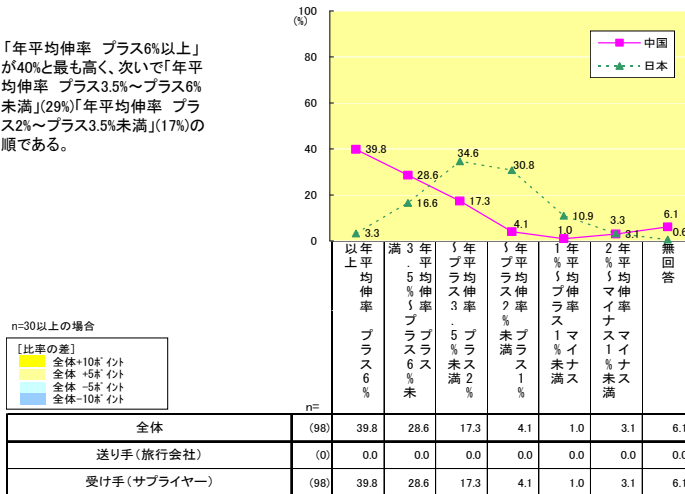


©Copyright JTM 2007

Ⅲ. 調査結果 ～日本発海外旅行市場のポジショニングについて～

中国のアウトバウンド市場において、2010年までの中国発アウトバウンド旅行者数の年平均伸率はどれくらいになると思いますか？

「年平均伸率 プラス6%以上」が40%と最も高く、次いで「年平均伸率 プラス3.5%～プラス6%未満」(29%)「年平均伸率 プラス2%～プラス3.5%未満」(17%)の順である。



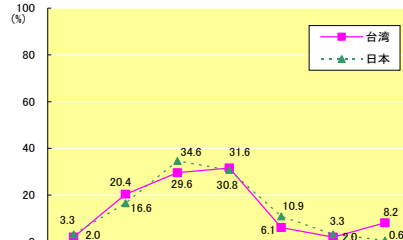
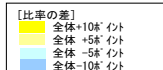
©Copyright JTM 2007

III. 調査結果 ～日本発海外旅行市場のポジショニングについて～

台湾のアウトバウンド市場において、2010年までの台湾発アウトバウンド旅行者数の年平均伸率はどれくらいになると思いますか？

「年平均伸率 プラス1%～プラス2%未満」が32%と最も高く、次いで「年平均伸率 プラス2%～プラス3.5%未満」(30%)、「年平均伸率 プラス3.5%～プラス6%未満」(20%)の順である。

n=30以上の場合



	n=	以上年平均伸率 プラス6%	満3年平均伸率 プラス6%未	年平均伸率 プラス3%未	年平均伸率 プラス2%未	年平均伸率 プラス1%未	年平均伸率 プラス1%未満	2年平均伸率 マイナス1%未満	無回答
全体	(98)	2.0	20.4	29.6	31.6	6.1	2.0	8.2	
送り手(旅行会社)	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
受け手(サプライヤー)	(98)	2.0	20.4	29.6	31.6	6.1	2.0	8.2	

©Copyright JTM 2007

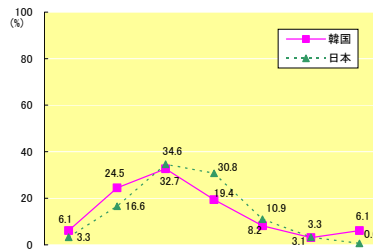
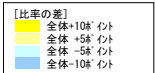
6

III. 調査結果 ～日本発海外旅行市場のポジショニングについて～

韓国のアウトバウンド市場において、2010年までの韓国発アウトバウンド旅行者数の年平均伸率はどれくらいになると思いますか？

「年平均伸率 プラス2%～プラス3.5%未満」が33%と最も高く、次いで「年平均伸率 プラス3.5%～プラス6%未満」(24%)、「年平均伸率 プラス1%～プラス2%未満」(19%)の順である。

n=30以上の場合



	n=	以上年平均伸率 プラス6%	満3年平均伸率 プラス6%未	年平均伸率 プラス3%未	年平均伸率 プラス2%未	年平均伸率 プラス1%未	年平均伸率 プラス1%未満	2年平均伸率 マイナス1%未満	無回答
全体	(98)	6.1	24.5	32.7	19.4	8.2	3.1	6.1	
送り手(旅行会社)	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
受け手(サプライヤー)	(98)	6.1	24.5	32.7	19.4	8.2	3.1	6.1	

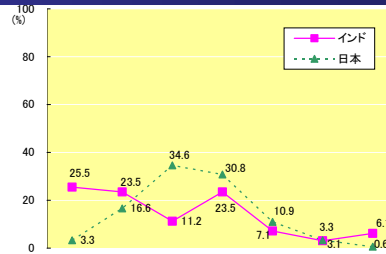
©Copyright JTM 2007

7

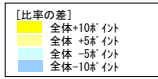
Ⅲ. 調査結果 ～日本発海外旅行市場のポジショニングについて～

インドのアウトバウンド市場において、2010年までのインド発アウトバウンド旅行者数の年平均伸率はどれくらいになると思いますか？

「年平均伸率 プラス6%以上」が26%と最も高く、次いで「年平均伸率 プラス3.5%～プラス6%未満」(23%)、「年平均伸率 プラス1%～プラス2%未満」(23%)の順である。



n=30以上の場合



	n	年平均伸率 プラス6% 以上	年平均伸率 プラス3.5% ～プラス6% 未満	年平均伸率 プラス2% ～プラス3% 未満	年平均伸率 プラス1% ～プラス2% 未満	年平均伸率 プラス0% ～プラス1% 未満	年平均伸率 マイナス1% ～マイナス2% 未満	年平均伸率 マイナス2% 未満	無回答
全体	(98)	25.5	23.5	11.2	23.5	7.1	3.1	6.1	
送り手(旅行会社)	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
受け手(サプライヤー)	(98)	25.5	23.5	11.2	23.5	7.1	3.1	6.1	

©Copyright JTM 2007

8

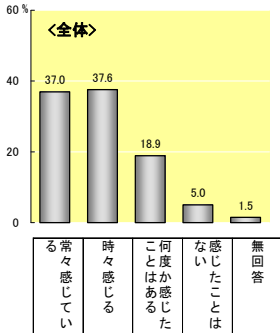
Ⅲ. 調査結果

～日本のビジネススタンダードとグローバルスタンダードの差異について～

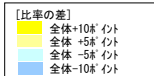
日本の取引習慣が世界の他の国々で行われている取引習慣と違っていると感じたことはありますか？

全体の9割以上が何らかの違いを認識。サプライヤーは5割以上が「常々感じている」

一方旅行会社は「常々」は約3割、「時々感じる」が約5割。「総合旅行業」は「時々感じる」(48%)が最も高かった。



n=30以上の場合



	n	常々感じる	時々感じる	何度か感じた	感じたことはない	無回答
全体	(338)	37.0	37.6	18.9	5.0	1.5
送り手(旅行会社)	(238)	30.7	41.2	22.3	5.9	0.0
受け手(サプライヤー)	(98)	53.1	29.6	11.2	3.1	3.1
事業形態(主な事業)						
総合旅行業	(153)	28.1	47.7	19.0	5.2	0.0
ホールセラー	(24)	41.7	20.8	25.0	12.5	0.0
メディア販売	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
リテラー	(28)	32.1	32.1	28.6	7.1	0.0
インハウス	(25)	28.0	36.0	32.0	4.0	0.0
航空券	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
オンライン	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
航空会社	(28)	46.4	39.3	3.6	10.7	0.0
ホテルチェーン(グローバル)	(6)	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0
ホテルチェーン(ローカル)	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ホテル(単独)	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
レンタカー会社	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ツアーオペレーター(グローバル)	(21)	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0
ツアーオペレーター(ローカル)	(25)	48.0	28.0	20.0	0.0	4.0
政府観光局・大使館	(14)	50.0	35.7	0.0	0.0	14.3

©Copyright JTM 2007

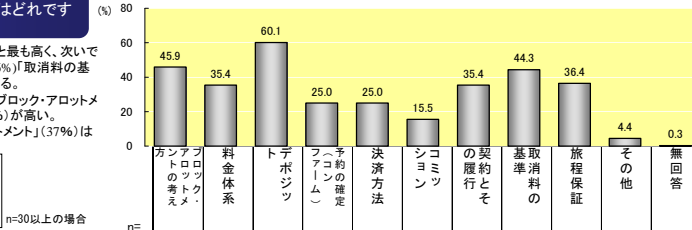
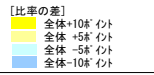
9

Ⅲ. 調査結果

～日本のビジネススタンダードとグローバルスタンダードの差異について～

日本と他の国々との旅行取引慣習の違いとして感じたことのあるものはどれですか？

全体としては、「予約の確定」が60%と最も高く、次いで「ブロック・アロートメントの考え方」(46%)、「取消料の基準」(44%)、「旅程保証」(36%)の順である。
 サプライヤーでは、全体に比べて「ブロック・アロートメントの考え方」(57%)、旅程保証(47%)が高い。一方総合旅行業の「ブロック・アロートメント」(37%)は全体に比べて低かった。



事業形態 (主な事業)	n	n=30以上の場合															
		全体	送手(旅行会社)	受け手(サプライヤー)	総合旅行業	ホールセラー	メディア販売	リテラー	インハウス	航空券	オンライン	航空会社	ホテルチェーン(グローバル)	ホテルチェーン(ローカル)	ホテル(単独)	レンタカー会社	ツアーオペレーター(グローバル)
全体	(316)	45.9	35.4	60.1	25.0	25.0	15.5	35.4	44.3	36.4	4.4	0.3					
送手(旅行会社)	(224)	40.6	33.0	61.2	23.7	21.0	15.2	33.5	41.5	32.1	2.7	0.0					
受け手(サプライヤー)	(92)	58.7	41.3	57.6	28.3	34.8	16.3	40.2	51.1	46.7	8.7	1.1					
総合旅行業	(145)	37.2	32.4	98.6	24.1	22.8	11.7	31.0	42.1	34.5	2.8	0.0					
ホールセラー	(21)	61.9	38.1	52.4	23.8	9.5	23.8	47.6	47.6	42.9	0.0	0.0					
メディア販売	(2)	100.0	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	50.0	100.0	50.0	0.0	0.0					
リテラー	(26)	42.3	23.1	69.2	23.1	30.8	19.2	26.9	50.0	26.9	0.0	0.0					
インハウス	(24)	37.5	41.7	79.2	12.5	4.2	25.0	33.3	25.0	12.5	4.2	0.0					
航空券	(4)	50.0	50.0	25.0	100.0	25.0	25.0	50.0	25.0	50.0	0.0	0.0					
オンライン	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0					
航空会社	(25)	52.0	60.0	44.0	32.0	20.0	40.0	20.0	48.0	28.0	8.0	4.0					
ホテルチェーン(グローバル)	(6)	83.3	16.7	50.0	33.3	50.0	0.0	50.0	33.3	33.3	0.0	0.0					
ホテルチェーン(ローカル)	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0					
ホテル(単独)	(3)	0.0	100.0	0.0	33.3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0					
レンタカー会社	(1)	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0					
ツアーオペレーター(グローバル)	(21)	66.7	14.3	76.2	14.3	61.9	9.5	71.4	71.4	76.2	4.8	0.0					
ツアーオペレーター(ローカル)	(24)	62.5	45.8	79.2	29.2	25.0	8.3	20.8	50.0	50.0	8.3	0.0					
政府観光局・大使館	(12)	50.0	33.3	33.3	41.7	25.0	8.3	50.0	50.0	50.0	25.0	0.0					

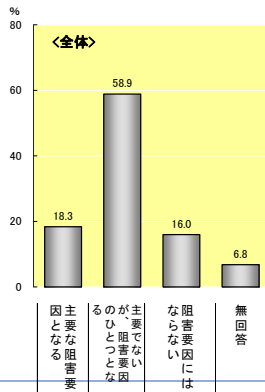
©Copyright JTM 2007

Ⅲ. 調査結果

～日本のビジネススタンダードとグローバルスタンダードの差異について～

日本と他の国々との旅行習慣の違いは、今後日本発海外旅行を拡大を図る上で、阻害要因になると感じますか？

全体としては、「主要でないが、阻害要因のひとつとなる」が59%と最も高く、次いで「主要な阻害要因となる」(18%)の順である。
 旅行会社は「主要な阻害要因となる」が13%に留まる一方、サプライヤーは32%が「主要な阻害要因となる」とした。



事業形態 (主な事業)	n	n=30以上の場合			
		全体	送手(旅行会社)	受け手(サプライヤー)	総合旅行業
全体	(338)	18.3	58.9	16.0	6.8
送手(旅行会社)	(238)	13.0	65.1	16.0	5.9
受け手(サプライヤー)	(98)	31.6	44.9	16.3	7.1
総合旅行業	(153)	12.4	64.1	18.3	5.2
ホールセラー	(24)	16.7	66.7	4.2	12.5
メディア販売	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0
リテラー	(28)	14.3	71.4	7.1	7.1
インハウス	(25)	4.0	68.0	24.0	4.0
航空券	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0
オンライン	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0
航空会社	(28)	7.1	53.6	25.0	14.3
ホテルチェーン(グローバル)	(6)	33.3	66.7	0.0	0.0
ホテルチェーン(ローカル)	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0
ホテル(単独)	(3)	0.0	33.3	66.7	0.0
レンタカー会社	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0
ツアーオペレーター(グローバル)	(21)	76.2	19.0	4.8	0.0
ツアーオペレーター(ローカル)	(25)	32.0	52.0	12.0	4.0
政府観光局・大使館	(14)	21.4	42.9	21.4	14.3

©Copyright JTM 2007

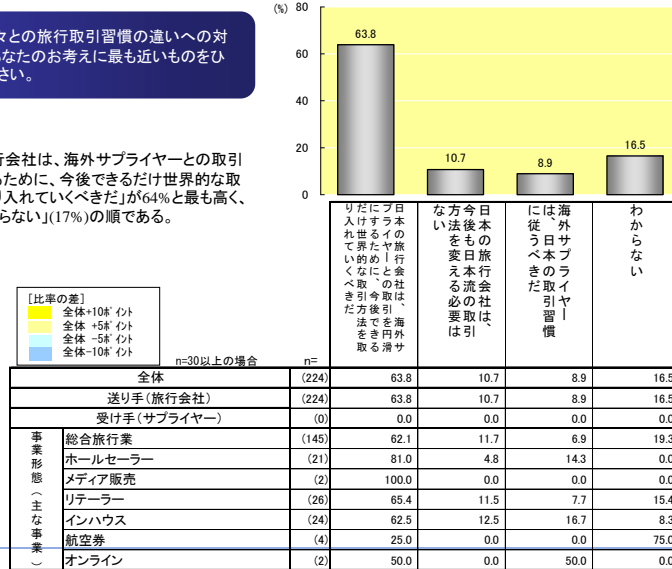
Ⅲ. 調査結果

～日本のビジネススタンダードとグローバルスタンダードの差異について～

日本と他の国々との旅行取引習慣の違いについて、あなたのお考えに最も近いものをひとつ選んでください。

【全体】

「日本の旅行会社は、海外サプライヤーとの取引を円滑にするために、今後できるだけ世界的な取引方法を取り入れていくべきだ」が64%と最も高く、次いで「わからない」(17%)の順である。



©Copyright JTM 2007

12

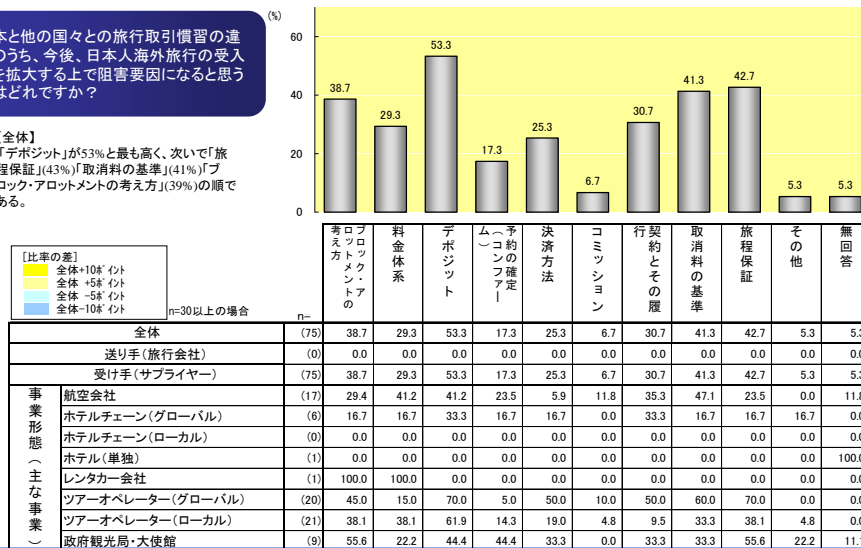
Ⅲ. 調査結果

～日本のビジネススタンダードとグローバルスタンダードの差異について～

日本と他の国々との旅行取引習慣の違いのうち、今後、日本人海外旅行の受入れを拡大する上で阻害要因になると思うのはどれですか？

【全体】

「予約」が53%と最も高く、次いで「決済方法」(43%)「取消料の基準」(41%)「プロット・アロケーションの考え方」(39%)の順である。



©Copyright JTM 2007

13

