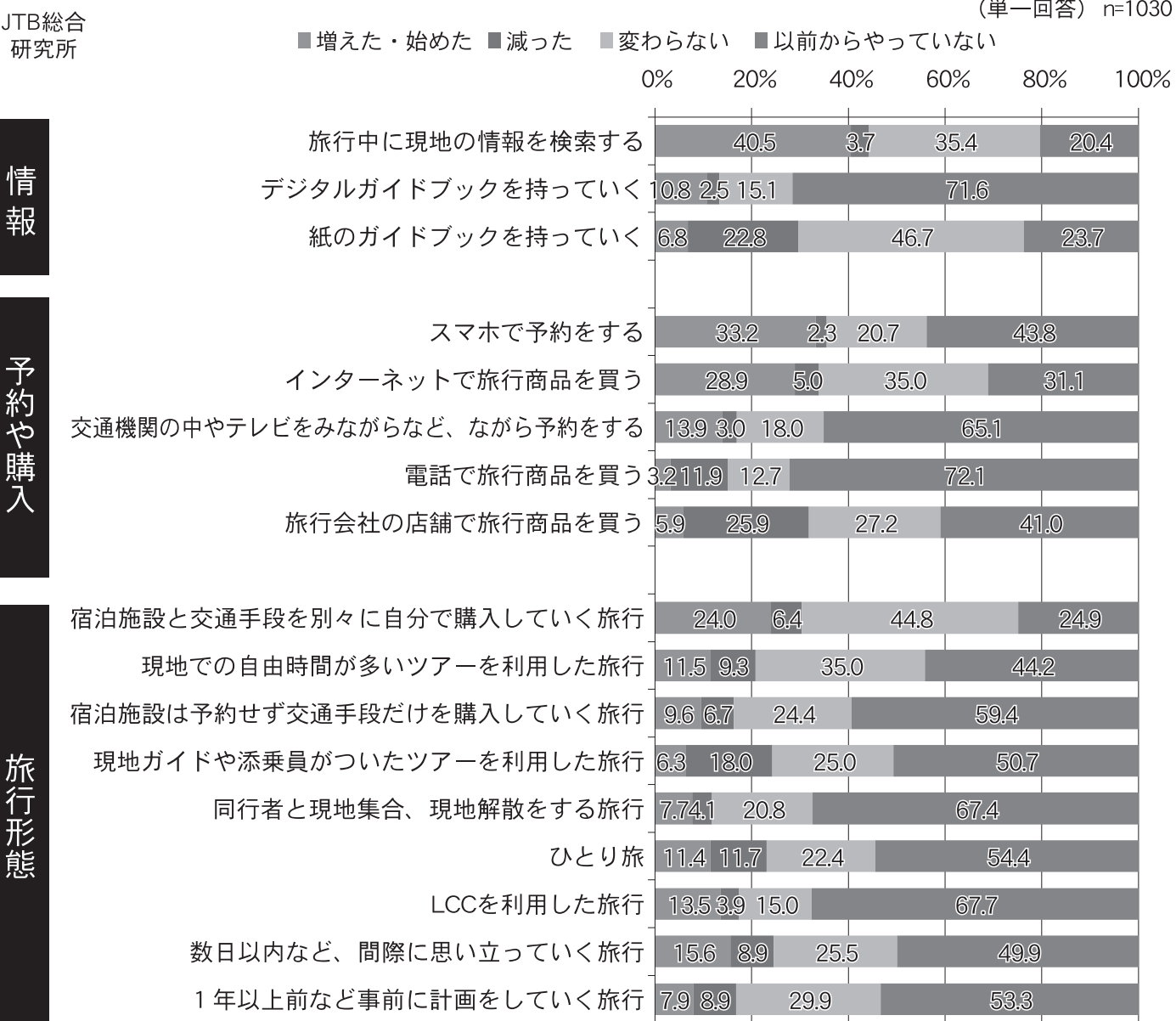


デジタル化による旅行スタイルの変化

図1 旅行スタイルが変わったこと(3年くらい前と比べて)



情報

予約や購入

旅行形態

図2 旅先でのシェアリングサービス利用経験と意向

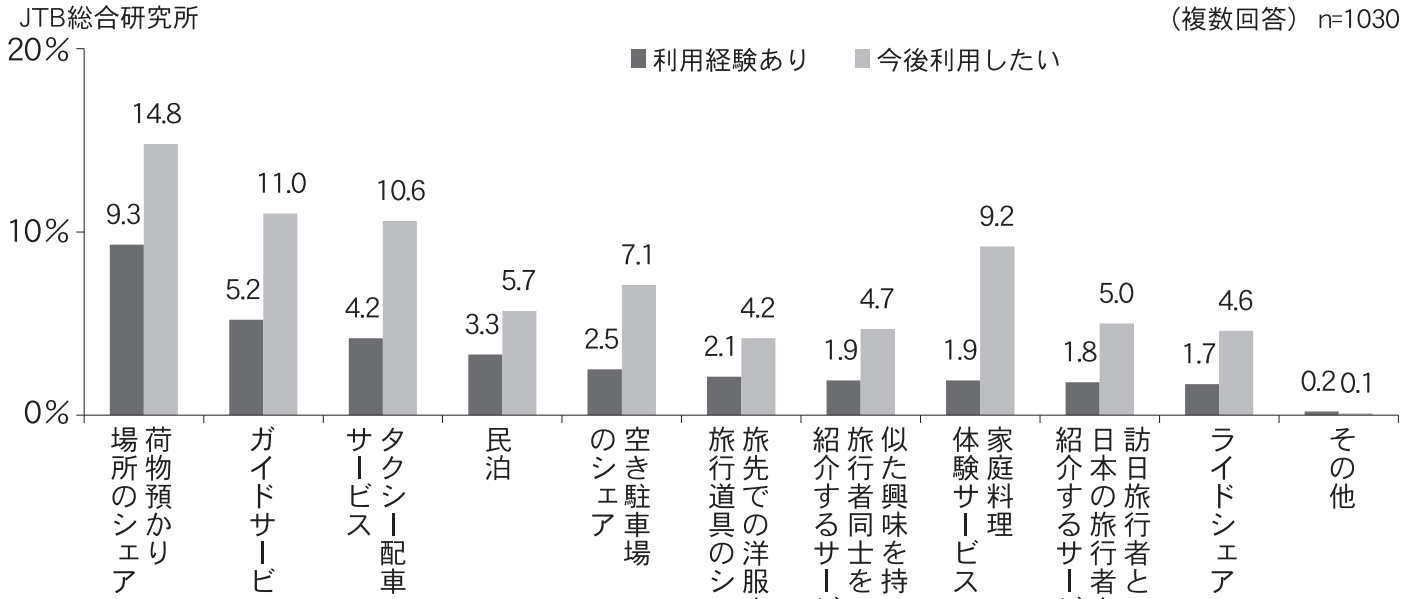


図3 旅先で今後利用したいシェアリングサービス(性年齢別)

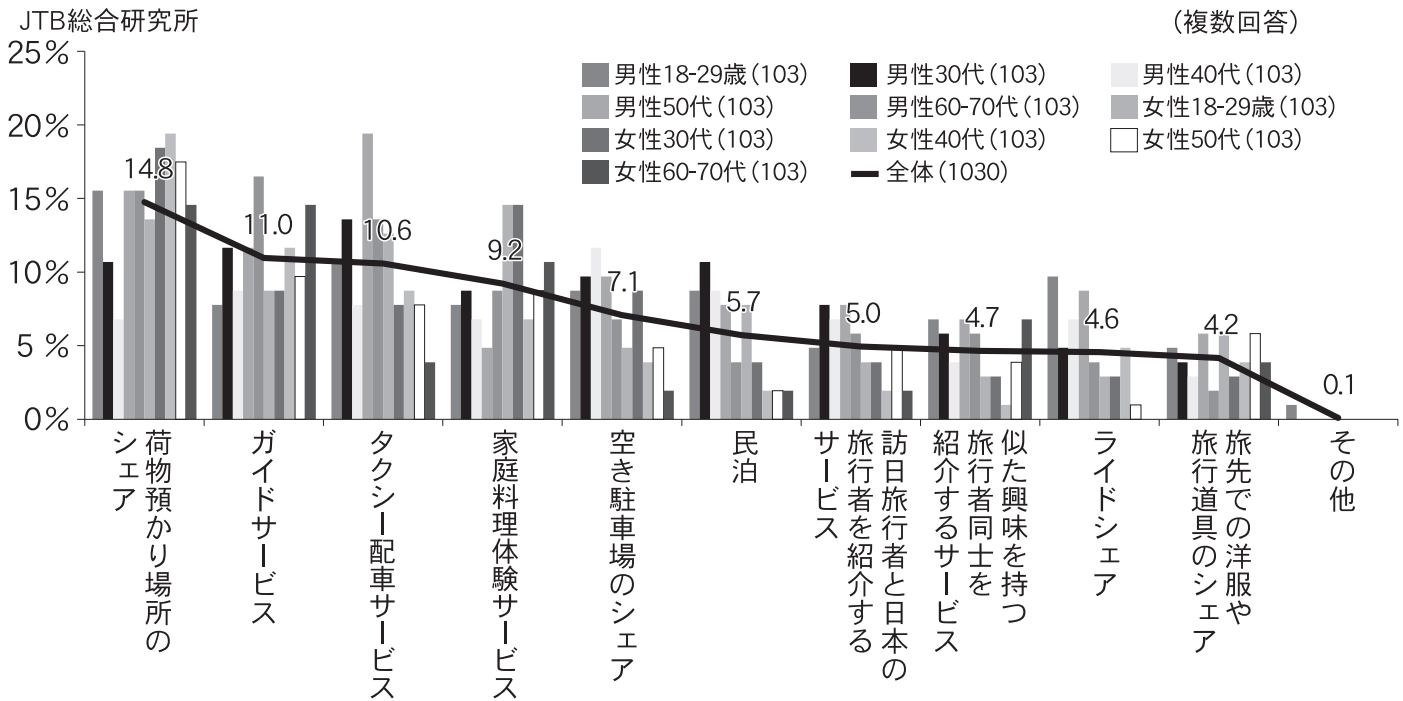


図5 旅行会社の店舗で相談しない理由

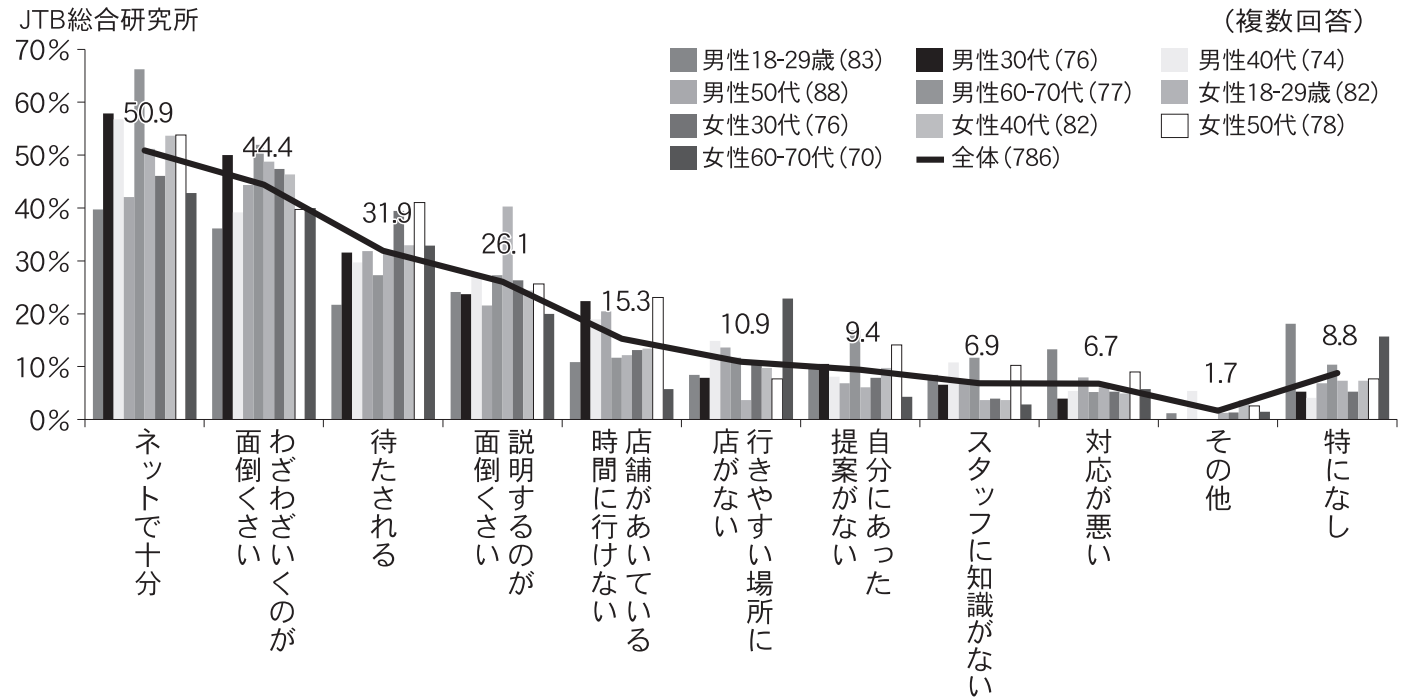


図4 旅行を探す方法(プロセス別 国内旅行)

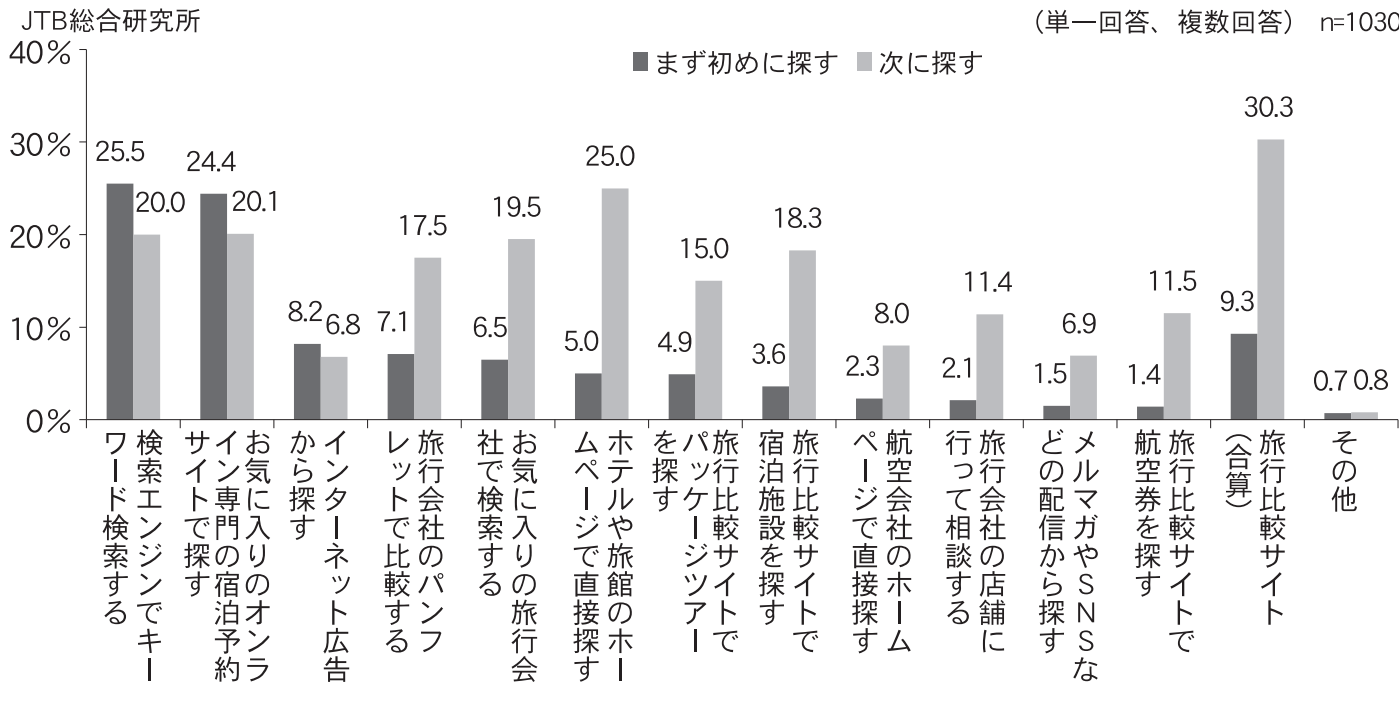
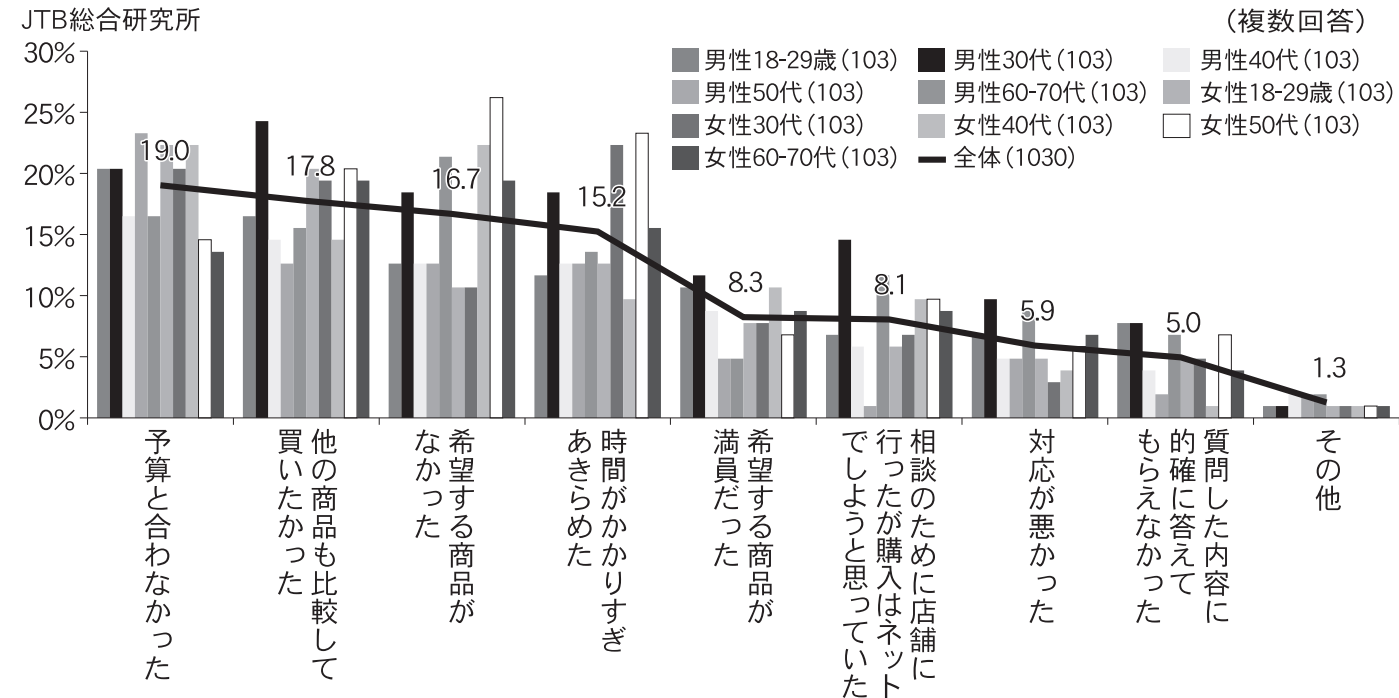


図6 店舗に行ったが店舗で買わずに他の方法で購入した理由



JTB総合研究所が調査

デジタル化は旅行や観光の分野と親和性が高いと言われている。旅行語となった「インスタ映え」も、旅行や外出で目的や旅行スタイルに変化をもたらしている。そこでJTB総合研究所は、「デジタル化による旅行スタイルの変化」についての調査結果をまとめた(このほか)を発表した。

3年くらい前と比較して、旅行スタイルは大きく変化した。旅行(24.0%)、現地での自由行動が多いツアー(11.5%)、旅行中に現地情報を検索する(40.5%)、デジタルガイドブックを持っていく(10.8%)、紙のガイドブックを持っていく(6.8%)、スマホで予約をする(33.2%)、インターネットで旅行商品を買う(28.9%)、交通機関の中やテレビをみながらなど、ながら予約をする(13.9%)、電話で旅行商品を買う(3.2%)、旅行会社の店舗で旅行商品を買う(5.9%)、宿泊施設と交通手段を別々に自分で購入していく旅行(24.0%)、現地での自由時間が多いツアーを利用した旅行(11.5%)、宿泊施設は予約せず交通手段だけを購入していく旅行(9.6%)、現地ガイドや添乗員がついたツアーを利用した旅行(6.3%)、同行者と現地集合、現地解散をする旅行(7.7%)、ひとり旅(11.4%)、LCCを利用した旅行(13.5%)、数日以内など、間際に思い立っていく旅行(15.6%)、1年以上前など事前に計画をしていく旅行(7.9%)。

旅行先でのシェアリングサービス利用経験と意向。利用経験ありは9.3%、今後利用したいは14.8%。ガイドサービスは5.2%、今後利用したいは11.0%。タクシー配車は4.2%、今後利用したいは10.6%。民泊は3.3%、今後利用したいは5.7%。空き駐車場のシェアは2.5%、今後利用したいは7.1%。旅行道具の洋服や旅先での洋服や旅行道具のシェアは2.1%、今後利用したいは4.2%。訪日旅行者と日本の旅行者を紹介するサービスは1.9%、今後利用したいは4.7%。似た興味を持つ旅行者同士を紹介するサービスは1.9%、今後利用したいは9.2%。家庭料理体験サービスは1.8%、今後利用したいは5.0%。ライドシェアは1.7%、今後利用したいは4.6%。その他は0.2%、今後利用したいは0.1%。

旅行を探す方法(プロセス別 国内旅行)。まず初めに探す方法として、検索エンジンでキーワード検索する(25.5%)、旅行会社のパンフレットで比較する(24.4%)、旅行会社のウェブサイトから探す(8.2%)、インターネット広告(7.1%)、お気に入りの旅行会社で検索する(17.5%)、ホテルや旅館のホームページで直接探す(5.0%)、旅行比較サイトで(25.0%)、バスツアーやパッケージツアーを探す(4.9%)、旅行比較サイトで(2.3%)、航空会社のホームページで直接探す(2.1%)、旅行会社の店舗に行つて相談する(1.5%)、メルマガやSNSなどの配信から探す(1.4%)、航空券を探す(9.3%)、旅行比較サイト(含み算)(30.3%)、その他(0.7%)。

店舗に行ったが店舗で買わずに他の方法で購入した理由。予算と合わなかった(19.0%)、他の商品も比較して買いたかった(17.8%)、希望する商品がなかった(16.7%)、希望する商品がなかった(15.2%)、時間がかりすぎ(8.3%)、満員だった(8.1%)、希望する商品が(5.9%)、相談のために店舗に行つたが購入はネットですら思つて(5.0%)、質問した内容に的確に答えてもらえなかった(1.3%)、その他(0.8%)。

旅行中に情報を検索

スマホで予約、ネットで購買

旅行中に現地の情報を検索する(40.5%)、デジタルガイドブックを持っていく(10.8%)、紙のガイドブックを持っていく(6.8%)、スマホで予約をする(33.2%)、インターネットで旅行商品を買う(28.9%)、交通機関の中やテレビをみながらなど、ながら予約をする(13.9%)、電話で旅行商品を買う(3.2%)、旅行会社の店舗で旅行商品を買う(5.9%)、宿泊施設と交通手段を別々に自分で購入していく旅行(24.0%)、現地での自由時間が多いツアーを利用した旅行(11.5%)、宿泊施設は予約せず交通手段だけを購入していく旅行(9.6%)、現地ガイドや添乗員がついたツアーを利用した旅行(6.3%)、同行者と現地集合、現地解散をする旅行(7.7%)、ひとり旅(11.4%)、LCCを利用した旅行(13.5%)、数日以内など、間際に思い立っていく旅行(15.6%)、1年以上前など事前に計画をしていく旅行(7.9%)。

旅行先でのシェアリングサービス利用経験と意向。利用経験ありは9.3%、今後利用したいは14.8%。ガイドサービスは5.2%、今後利用したいは11.0%。タクシー配車は4.2%、今後利用したいは10.6%。民泊は3.3%、今後利用したいは5.7%。空き駐車場のシェアは2.5%、今後利用したいは7.1%。旅行道具の洋服や旅先での洋服や旅行道具のシェアは2.1%、今後利用したいは4.2%。訪日旅行者と日本の旅行者を紹介するサービスは1.9%、今後利用したいは4.7%。似た興味を持つ旅行者同士を紹介するサービスは1.9%、今後利用したいは9.2%。家庭料理体験サービスは1.8%、今後利用したいは5.0%。ライドシェアは1.7%、今後利用したいは4.6%。その他は0.2%、今後利用したいは0.1%。

旅行を探す方法(プロセス別 国内旅行)。まず初めに探す方法として、検索エンジンでキーワード検索する(25.5%)、旅行会社のパンフレットで比較する(24.4%)、旅行会社のウェブサイトから探す(8.2%)、インターネット広告(7.1%)、お気に入りの旅行会社で検索する(17.5%)、ホテルや旅館のホームページで直接探す(5.0%)、旅行比較サイトで(25.0%)、バスツアーやパッケージツアーを探す(4.9%)、旅行比較サイトで(2.3%)、航空会社のホームページで直接探す(2.1%)、旅行会社の店舗に行つて相談する(1.5%)、メルマガやSNSなどの配信から探す(1.4%)、航空券を探す(9.3%)、旅行比較サイト(含み算)(30.3%)、その他(0.7%)。

店舗に行ったが店舗で買わずに他の方法で購入した理由。予算と合わなかった(19.0%)、他の商品も比較して買いたかった(17.8%)、希望する商品がなかった(16.7%)、希望する商品がなかった(15.2%)、時間がかりすぎ(8.3%)、満員だった(8.1%)、希望する商品が(5.9%)、相談のために店舗に行つたが購入はネットですら思つて(5.0%)、質問した内容に的確に答えてもらえなかった(1.3%)、その他(0.8%)。