

# 海外旅行者満足度・意識調査報告(概要版)

---

平成20年7月  
国土交通省総合政策局観光事業課

## 1. 目的

平成19年1月に施行された観光立国推進基本法に基づき、同年6月に閣議決定された観光立国推進基本計画において、観光立国の実現のための基本的な目標として「日本人の海外旅行者数を平成22年までに2千万人にすることを目標とし国際相互交流を拡大させる」ことが掲げられ、日本人海外旅行の促進は国の重要な施策の一つとして位置付けられた。本調査の目的の一つとして、海外観光旅行に関する満足度・意識を調査し、海外旅行者数増加に向けた官民による海外旅行の推進施策に活用されることが挙げられる。

## 2. 調査対象

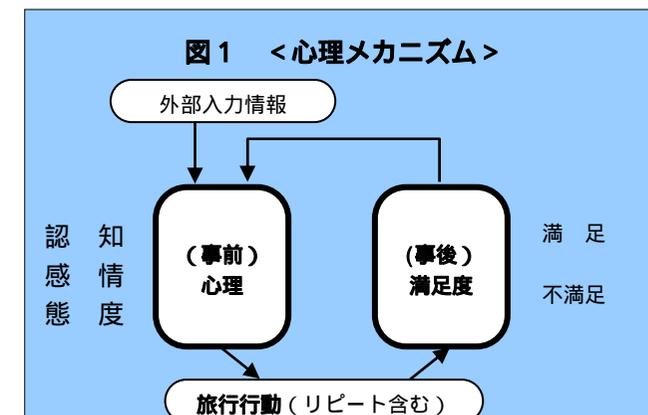
過去3年間に海外観光旅行に行った人および過去3年間に海外観光旅行に行っていない人

## 3. 調査期間

2008年2月8日(金)～2008年2月13日(水)

## 4. 調査票設計上の視点

従来の満足度調査は、サービス提供後(旅行後)に、提供されたサービスについて評価したものであるため、購買行動全体を説明するには不十分な点があった。消費者が旅行を決断する要因には様々なものがあり、例えばテレビ番組や旅行専門誌に影響を受けたり、旅行業者の勧めでパッケージツアーに参加するなど、サービス提供前の心理要因が大きく作用していると言える。海外観光旅行行動を導く心理メカニズムは、図1のように示すことが出来る。そこで、従来の顧客満足度(狭義のCS)に、事前段階(旅行前)、過程段階(旅行中)を加え、広義の旅行満足度調査として定義することとした。

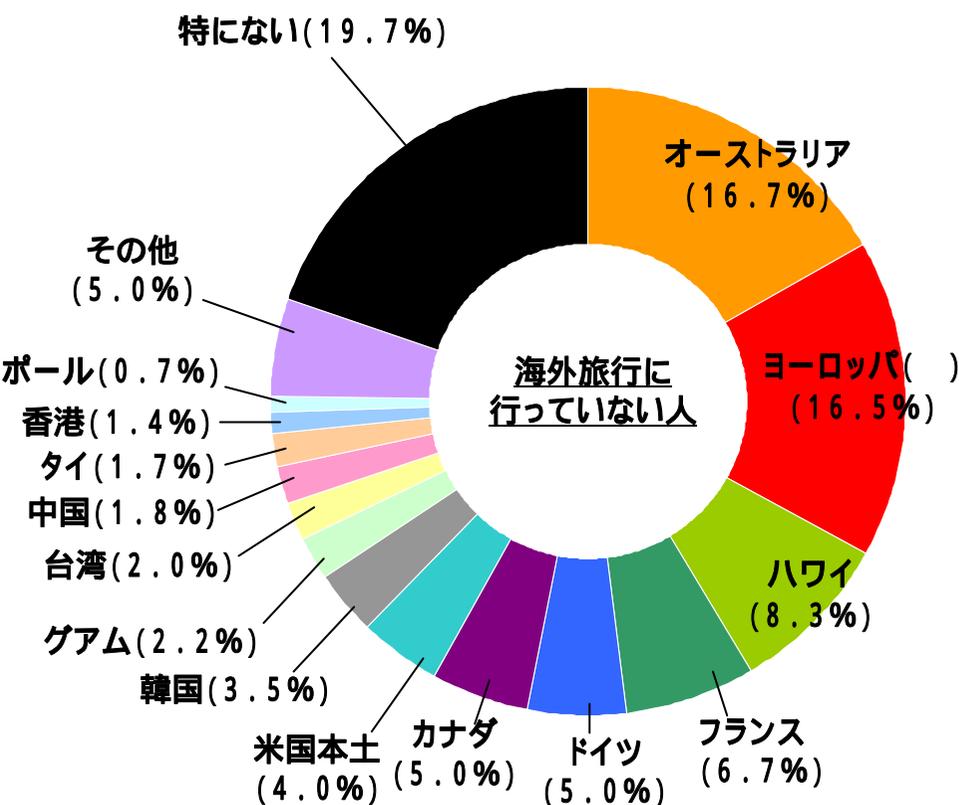
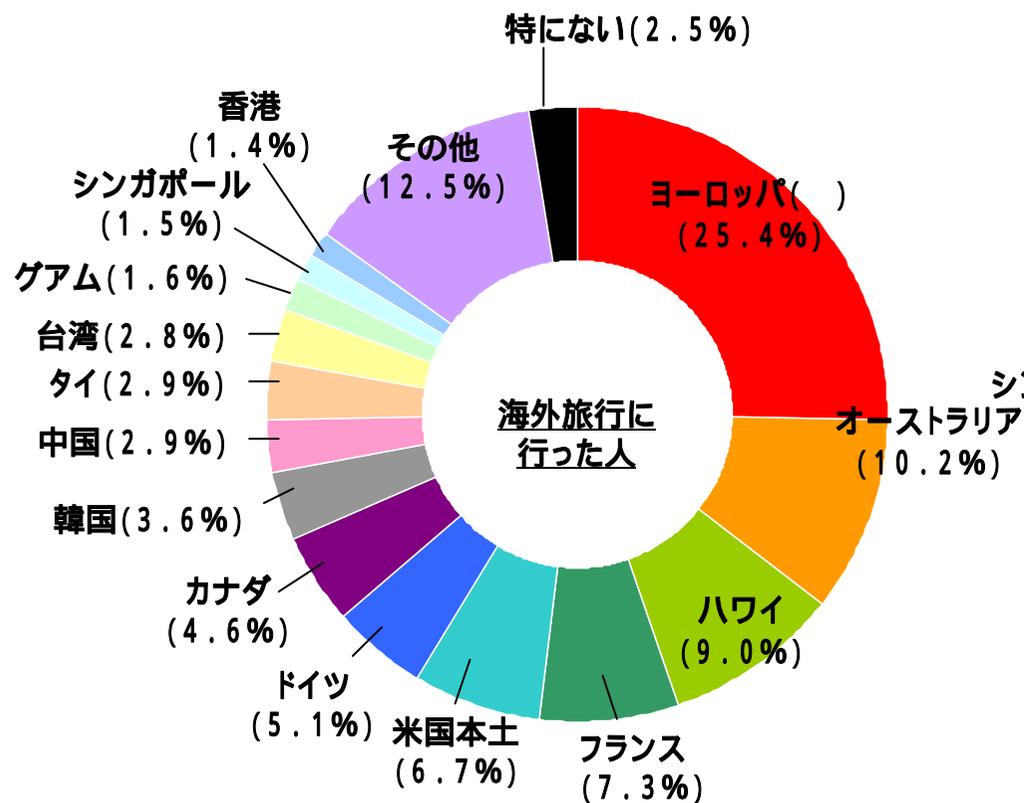


$$\text{広義CS} = \text{心理要因(事前)} + \text{狭義CS(事後)}$$

## 5. その他

- ・本調査及び報告(概要)においては、過去3年間の観光目的の海外観光旅行経験回数を尋ね、経験回数1回以上と回答した人を、“海外旅行に行った人” 経験回数0回と回答した人を“海外旅行に行っていない人”と表現。また、海外観光旅行は、“海外旅行”と表記。
- ・設問における国・地域の選択肢は、(独)国際観光振興機構(JNTO)による統計報道発表資料(平成19年12月26日付)による受入国統計最新数値から、日本人訪問者数上位15地域をとり、その他のアジア,その他のヨーロッパ(ロシアを含む),その他の国・地域を加えた。

海外旅行に行った人・海外旅行に行っていない人いずれも、ヨーロッパ、オーストラリア、ハワイの人気の高いが、海外旅行に行っていない人では、「特にない」が最も多くなっている。



# 今後最も行きたい国・地域(世代別)

「今後最も行きたい国・地域」を世代別に見ると、ハワイは20代～40代、米国本土・香港は30代、オーストラリアは50代、カナダは50代～70歳以上、中国は70歳以上が、その他の年代に比べて相対的に多い。

< 海外旅行に行った人 >

国・地域	年代					
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
韓国	4.8%	4.0%	3.8%	3.4%	2.3%	3.3%
中国	3.1%	2.4%	2.2%	2.4%	3.3%	5.2%
香港	2.3%	2.7%	1.2%	0.7%	0.6%	0.6%
台湾	2.7%	4.0%	3.2%	2.5%	1.8%	1.8%
タイ	3.1%	3.7%	3.0%	2.7%	1.6%	3.3%
シンガポール	2.7%	1.7%	0.8%	1.2%	0.8%	2.1%
その他アジア	6.3%	6.4%	5.6%	3.2%	3.3%	6.1%
ドイツ	5.0%	4.4%	5.8%	5.9%	4.7%	4.6%
フランス	7.8%	8.1%	6.8%	6.6%	8.6%	4.9%
その他のヨーロッパ (ドイツ・フランスを除く。ロシアを含む。)	21.0%	20.4%	23.6%	27.8%	31.3%	29.8%
米国本土	7.1%	8.3%	8.2%	7.1%	3.7%	5.2%
ハワイ	10.7%	10.8%	11.8%	8.3%	4.9%	7.0%
グアム	1.9%	2.7%	2.0%	0.5%	1.2%	1.2%
カナダ	1.9%	2.0%	3.2%	6.5%	7.6%	7.0%
オーストラリア	10.5%	8.6%	7.6%	12.4%	12.3%	9.4%
その他の国・地域	6.9%	6.6%	9.2%	6.8%	9.8%	4.9%
特になし	2.1%	3.2%	2.2%	1.9%	2.2%	3.6%
計	100%	100%	100%	100%	100%	100%

< 海外旅行に行っていない人 >

国・地域	年代					
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
韓国	3.5%	7.3%	0.0%	3.7%	3.2%	2.7%
中国	1.2%	0.9%	1.1%	1.9%	1.1%	4.5%
香港	0.0%	3.7%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%
台湾	1.2%	0.9%	1.1%	0.9%	3.2%	4.5%
タイ	0.0%	1.8%	2.2%	0.9%	2.1%	2.7%
シンガポール	0.0%	0.0%	1.1%	0.9%	0.0%	1.8%
その他アジア	1.2%	1.8%	4.3%	1.9%	2.1%	1.8%
ドイツ	14.0%	1.8%	6.5%	3.7%	4.3%	1.8%
フランス	8.1%	9.2%	4.3%	2.8%	6.4%	8.9%
その他のヨーロッパ (ドイツ・フランスを除く。ロシアを含む。)	15.1%	19.3%	17.4%	17.8%	14.9%	14.3%
米国本土	4.7%	7.3%	3.3%	2.8%	3.2%	2.7%
ハワイ	9.3%	10.1%	9.8%	8.4%	6.4%	6.3%
グアム	2.3%	1.8%	4.3%	1.9%	2.1%	0.9%
カナダ	3.5%	3.7%	2.2%	9.3%	4.3%	6.3%
オーストラリア	10.5%	14.7%	17.4%	23.4%	16.0%	17.0%
その他の国・地域	1.2%	2.8%	2.2%	0.9%	7.4%	3.6%
特になし	24.4%	12.8%	19.6%	18.7%	23.4%	20.5%
計	100%	100%	100%	100%	100%	100%

調査票に個別に項目を設けた国のうち、サンプル数の小さかったインドネシア、フィリピンは「その他アジア」に含めて集計している。

# 再来訪希望率(直近の旅行者が「最も行きたい」と答える割合)

	今回(直近)の旅行先															
	韓国	中国	香港	台湾	タイ	シンガポール	その他アジア	ドイツ	フランス	その他のヨーロッパ	米国本土	ハワイ	グアム	カナダ	オーストラリア	その他の国・地域
韓国	10.9%	2.4%	2.0%	1.7%	3.7%	0.0%	3.2%	1.5%	3.4%	2.4%	2.3%	2.9%	4.7%	1.6%	2.9%	1.3%
中国	3.4%	10.2%	7.8%	4.4%	1.2%	5.0%	0.9%	1.5%	0.8%	2.4%	1.4%	1.3%	1.6%	0.0%	2.9%	0.7%
香港	1.9%	1.6%	5.9%	3.9%	1.8%	2.5%	0.9%	1.5%	4.2%	0.3%	0.5%	0.3%	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%
台湾	5.3%	3.1%	2.9%	11.0%	3.1%	2.5%	1.8%	0.0%	0.8%	1.4%	0.9%	2.1%	1.0%	1.6%	1.4%	0.7%
タイ	2.7%	2.8%	2.9%	1.1%	17.8%	6.3%	5.0%	0.0%	0.8%	1.4%	2.3%	0.8%	2.6%	0.0%	0.7%	0.7%
シンガポール	2.7%	2.8%	2.0%	1.1%	1.2%	5.0%	0.5%	0.0%	0.8%	0.7%	0.9%	1.3%	1.6%	0.0%	0.7%	2.0%
その他アジア	3.7%	5.9%	7.8%	5.5%	8.0%	5.0%	19.8%	4.5%	0.8%	1.7%	4.7%	2.3%	2.1%	3.3%	2.9%	3.9%
ドイツ	4.0%	3.1%	4.9%	6.1%	3.7%	6.3%	2.7%	14.9%	10.2%	6.8%	4.2%	3.7%	5.2%	13.1%	3.6%	5.9%
フランス	6.6%	7.9%	9.8%	5.5%	5.5%	7.5%	3.6%	9.0%	15.3%	8.2%	9.3%	8.1%	4.7%	6.6%	8.6%	3.9%
その他のヨーロッパ (ドイツ・フランスを除く、ロシアを含む。)	17.5%	30.7%	17.6%	22.1%	18.4%	21.3%	25.2%	38.8%	34.7%	44.7%	25.7%	18.8%	18.7%	31.1%	29.3%	23.0%
米国本土	6.1%	3.5%	7.8%	4.4%	6.1%	3.8%	5.4%	9.0%	3.4%	5.8%	19.2%	8.9%	9.8%	4.9%	2.1%	1.3%
ハワイ	11.1%	2.4%	10.8%	8.3%	8.6%	10.0%	2.3%	0.0%	6.8%	4.4%	3.3%	20.9%	15.5%	4.9%	10.0%	9.9%
グアム	2.4%	0.0%	2.0%	0.6%	0.0%	1.3%	0.9%	0.0%	0.8%	0.0%	0.5%	4.7%	1.6%	2.1%	1.3%	1.3%
カナダ	2.9%	6.3%	2.9%	6.1%	2.5%	2.5%	1.8%	9.0%	3.4%	4.8%	3.7%	4.2%	3.1%	11.5%	10.7%	6.6%
オーストラリア	9.0%	10.2%	9.8%	10.5%	9.8%	17.5%	7.7%	0.0%	10.2%	7.5%	7.9%	15.1%	15.5%	6.6%	11.4%	7.2%
その他の国・地域	8.0%	4.7%	1.0%	3.9%	6.7%	1.3%	17.1%	7.5%	2.5%	6.1%	10.7%	3.7%	6.7%	8.2%	3.6%	25.0%
特になし	1.9%	2.4%	2.0%	3.9%	1.8%	2.5%	1.4%	3.0%	0.8%	1.4%	2.3%	1.6%	2.6%	4.9%	6.4%	5.9%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

調査票に個別に項目を設けた国のうち、サンプル数の小さかったインドネシア、フィリピンは「その他アジア」に含めて集計している。

## < 再来訪希望率順位 >

1位	その他のヨーロッパ (ドイツ・フランスを除く、ロシアを含む。)	44.7%
2位	ハワイ	20.9%
3位	その他アジア	19.8%
4位	米国本土	19.2%
5位	タイ	17.8%
6位	フランス	15.3%
7位	ドイツ	14.9%
8位	カナダ	11.5%
9位	オーストラリア	11.4%
10位	台湾	11.0%
11位	韓国	10.9%
12位	中国	10.2%
13位	香港	5.9%
14位	シンガポール	5.0%
15位	グアム	4.7%

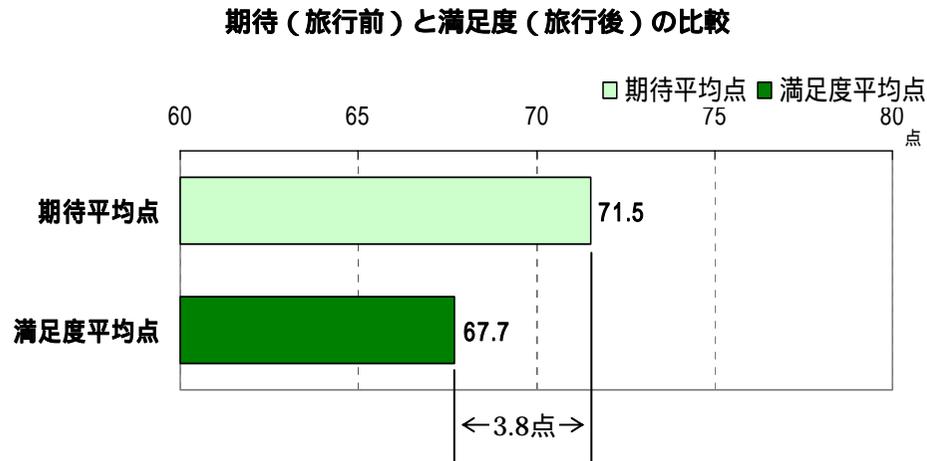
ヨーロッパが高いリピート希望率を示しているほか、ハワイ、米国本土、タイなどが上位。

## 期待と満足度のギャップ

### (1) 期待ギャップ全体 1

期待(旅行前)と満足度(旅行後)の平均値を比較したところ、海外旅行全体としては、期待値を満足度が下回る結果となっていた。

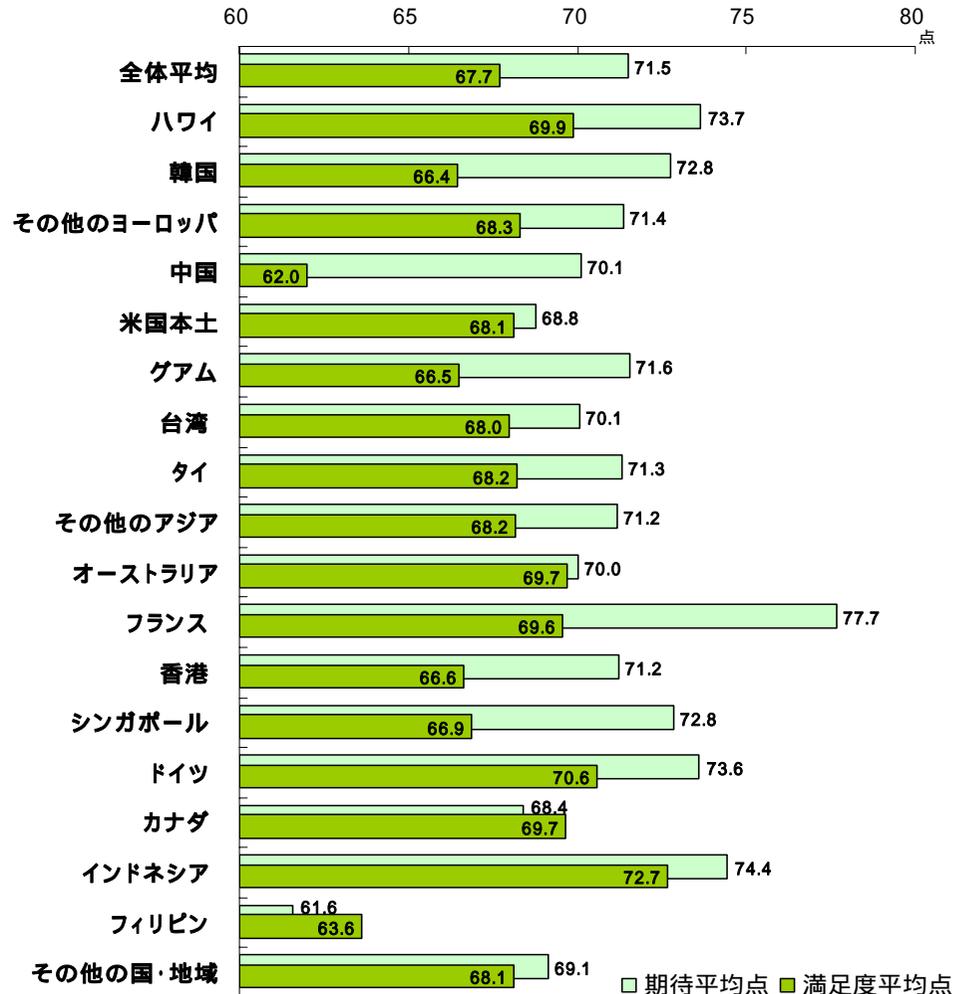
1: 満足度の値は、期待(旅行後)と比較可能な「ホテル」「レストラン」「ショッピング」「観光・遊び」に関する項目の平均値。



### (2) ディスティネーション別期待ギャップ

ディスティネーション別に見ると、下図のように「カナダ」「フィリピン」を除くすべての国・地域で、期待値を満足度が下回る結果となっていた。特にギャップが大きいのは「中国」「フランス」で、ギャップが小さいのは、「米国本土」「オーストラリア」「カナダ」「インドネシア」となっていた。

ディスティネーション別期待(旅行前)と満足度(旅行後)の比較



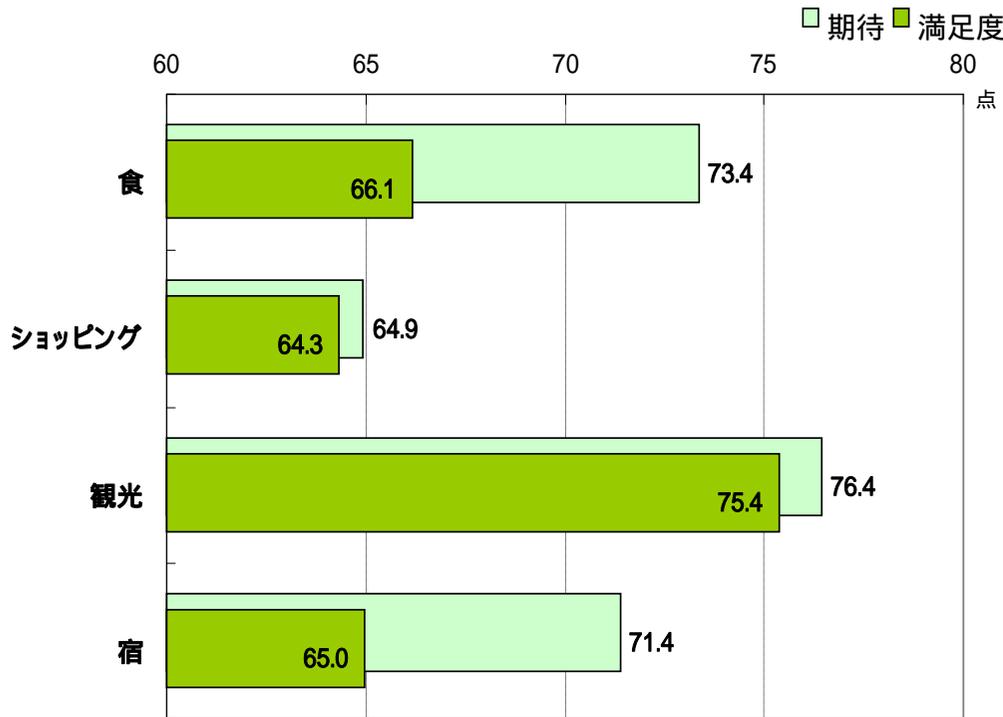
□ 期待平均点 ■ 満足度平均点  
国・地域の並び順は、訪問者数の多い順。

# 海外旅行に行った人の心理と満足不満足

## (3) 旅行分野別 期待ギャップ

分野別に期待値と満足度を比較したところ、『食』と『宿』のギャップが大きかった。つまり、海外旅行へは『観光』『食』『宿』『ショッピング』という順で期待を持って出かけ、『観光』と『ショッピング』は事前の期待に見合う満足を得たが、『食』と『宿』はかなりのギャップ(期待したほどではなかった)をもって帰ってきた結果となっている。

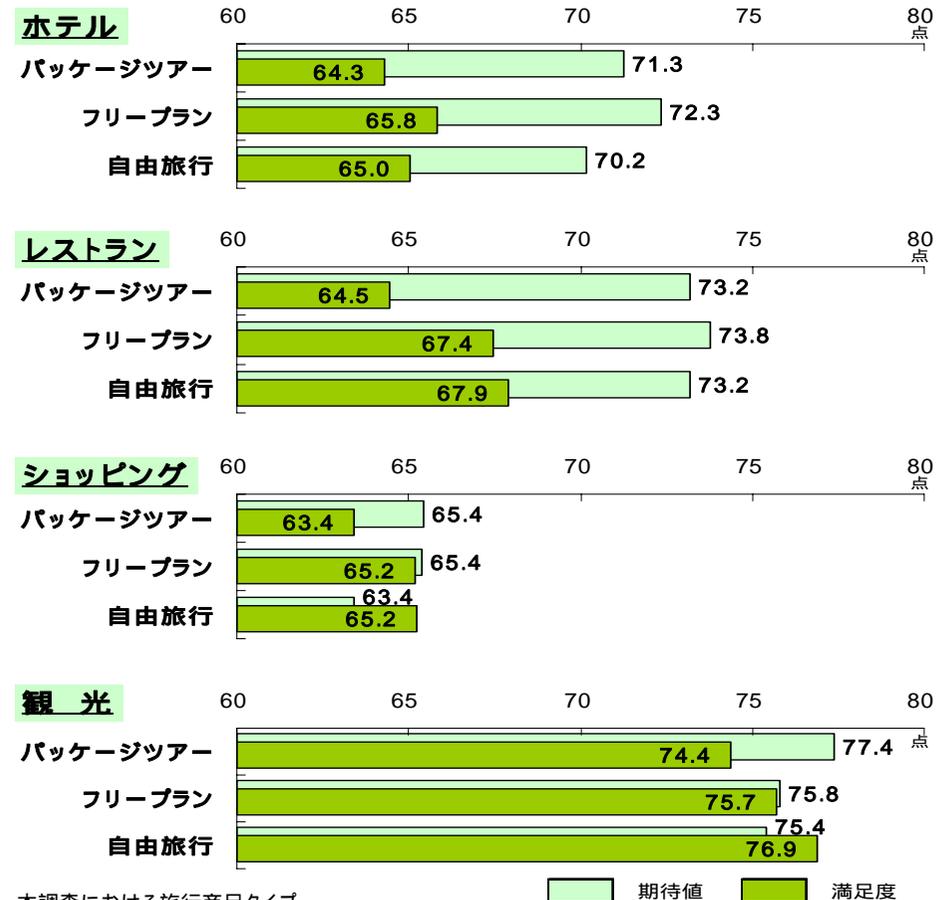
旅行構成要素別 期待値と満足度の比較



## (4) 旅行商品タイプ別期待ギャップ

旅行商品タイプ別にギャップの大きさ(期待 - 満足度)はパッケージツアー > フリープラン > 自由旅行となっていた。

ショッピング、観光分野では、自由旅行の場合:期待 < 満足 となっていたことが注目される。



本調査における旅行商品タイプ  
 パッケージツアー = 旅程を一括して旅行会社が管理  
 フリープラン = 旅行会社を通じて、交通と宿泊のみ手配  
 自由旅行 = 旅行会社を通さずに、旅行者自身が計画し、無予約あるいは部分的予約で自由に旅行する。

# 海外旅行に行った人の心理と満足不満足

## (5)旅行商品タイプ別・ディスティネーション別期待ギャップ

旅行前の期待と、旅行後の満足度のギャップ(期待 - 満足度)の大きさを、ディスティネーション別、旅行商品タイプ別に集計し、下表にまとめた。

### 期待ギャップ (旅行先×商品)

平均値	ハワイ	韓国	その他のヨーロッパ	中国	米本土	グアム	台湾	タイ	その他の国・地域	その他のアジア	オーストラリア	フランス	香港	シンガポール	ドイツ	カナダ	インドネシア	フィリピン
-----	-----	----	-----------	----	-----	-----	----	----	----------	---------	---------	------	----	--------	-----	-----	--------	-------

### ホテル

パッケージツアー	-7.0	-6.6	-9.4	-7.4	-10.0	-1.7	-11.0	-5.7	-7.6	-5.2	-1.8	-2.5	-11.8	-6.1	-5.5	-10.2	0.5	-2.7	-11.6
フリープラン	-6.5	-6.6	-6.9	-4.4	-10.8	-2.5	-9.3	-6.1	-3.9	-11.0	-10.2	-0.7	-16.2	-5.2	-7.8	6.2	-3.6	-5.8	-7.8
自由旅行	-5.1	-6.7	-6.0	-3.0	-14.5	-7.0	-3.7	1.8	-0.8	0.3	-8.5	0.1	-12.1	0.0	-0.5	-7.9	0.0	2.4	2.3

### レストラン

パッケージツアー	-8.8	-7.4	-10.8	-10.0	-12.7	-4.4	-8.2	-4.6	-9.1	-6.1	-5.8	-4.4	-14.7	-8.8	-9.6	-12.1	-6.6	-9.3	-18.8
フリープラン	-6.3	-6.2	-5.9	-5.0	-8.8	0.7	-14.5	-7.0	-2.2	-5.6	-8.8	-5.6	-10.3	-2.7	-3.3	-3.9	-6.8	-8.4	1.3
自由旅行	-5.3	-6.2	-7.3	-4.1	-9.4	-6.2	-4.5	-2.3	-6.2	-4.5	-3.5	-0.4	-5.9	-1.7	-1.4	-12.5	-1.1	0.4	2.2

### ショッピング

パッケージツアー	-2.0	-1.6	-6.0	-0.4	-4.0	1.8	0.9	2.4	-5.0	2.8	0.7	2.2	-11.4	-3.7	-10.2	-0.8	7.7	-9.0	3.2
フリープラン	-0.2	-1.1	1.7	0.6	-3.0	3.6	-2.9	1.7	2.9	-2.1	-1.8	-2.6	-7.0	1.1	-0.5	7.0	1.2	-2.7	2.3
自由旅行	1.8	-1.5	-1.7	4.3	-8.0	3.0	11.1	8.0	2.2	6.7	2.3	4.4	-0.6	-1.7	3.9	-2.3	7.3	11.9	10.1

### 観光・遊び

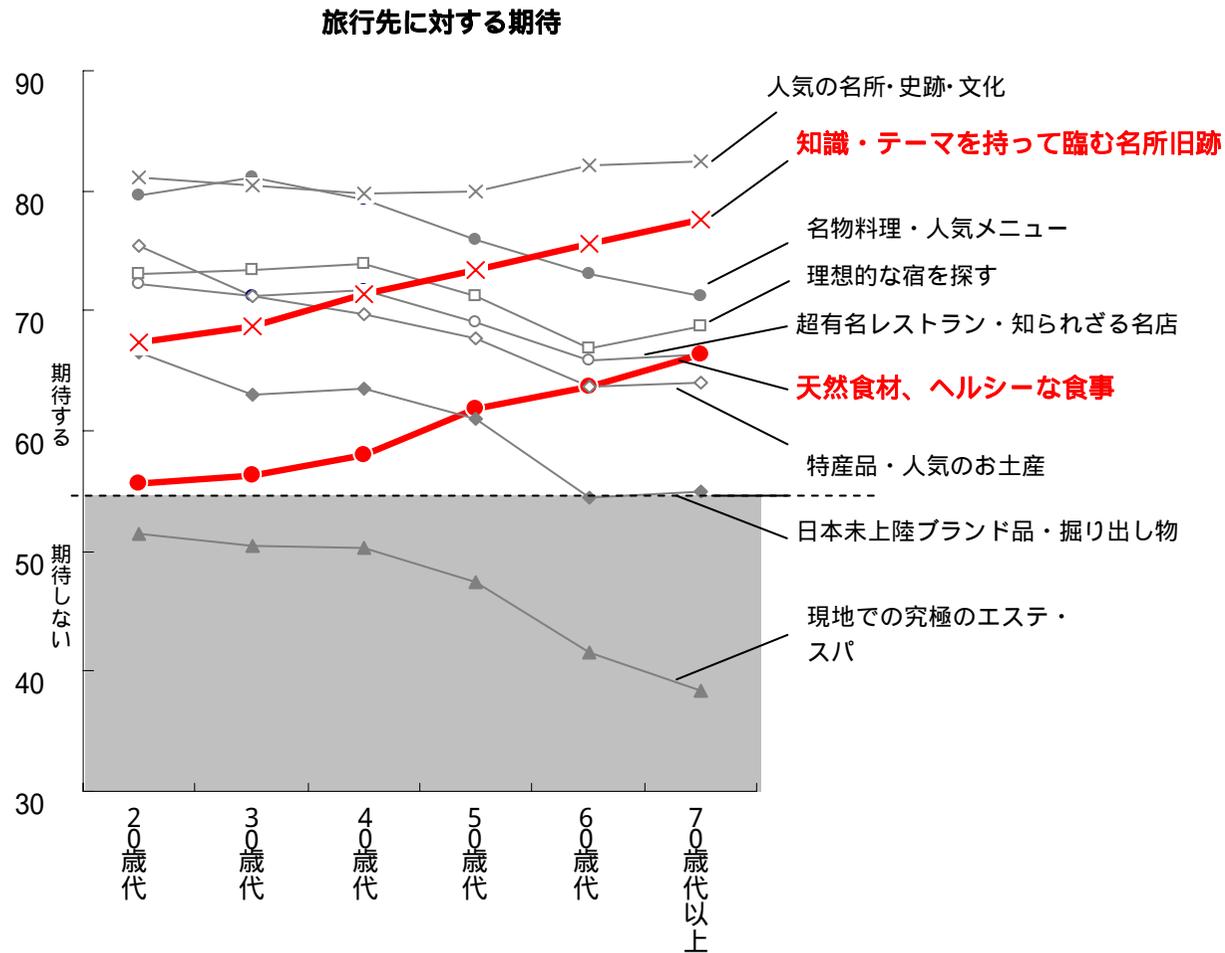
パッケージツアー	-3.0	-1.4	-7.0	-2.2	-6.5	1.2	0.0	-4.8	-3.1	4.6	-1.3	5.0	-6.0	-9.2	-12.1	1.7	-0.4	-5.2	3.0
フリープラン	-0.1	-0.4	-3.1	0.7	-6.8	2.6	-2.2	-0.7	-0.1	3.9	0.5	3.4	-5.0	-0.2	1.5	7.5	7.2	10.8	5.7
自由旅行	1.5	3.0	-5.5	2.1	-2.0	3.3	6.8	-1.4	6.0	1.7	2.6	2.2	1.4	-2.6	3.5	-0.2	5.2	0.0	4.3

期待を大きく上回る

期待を大きく下回る

# 年代別の海外旅行者ニーズの変化

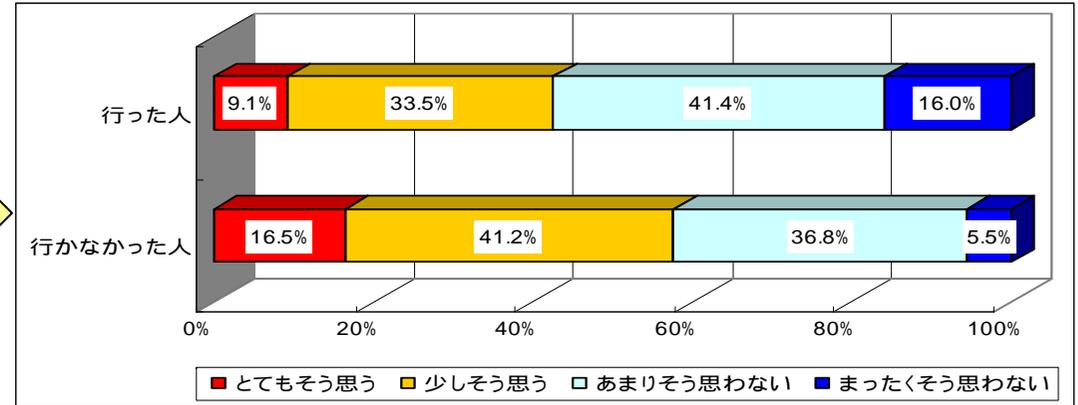
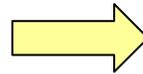
年代が高くなるとともに、旅行先に対する期待値が全般的に低下傾向を示す中で、“天然食材、ヘルシーな食事”“知識・テーマを持って臨む名所旧跡”については、年代とともに期待が高まっていた。



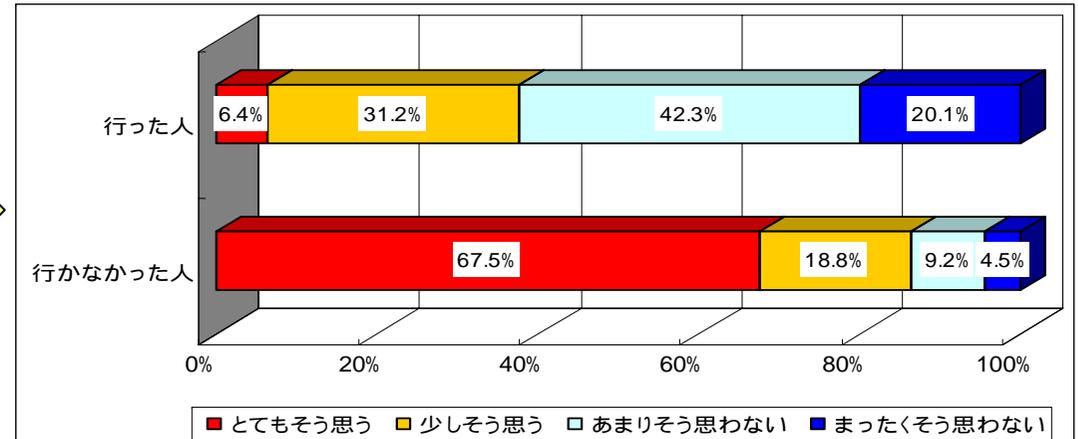
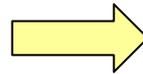
# 海外旅行に行かなかった人の心理 (行った人との比較)

## 海外旅行心理要因の比較(割合)

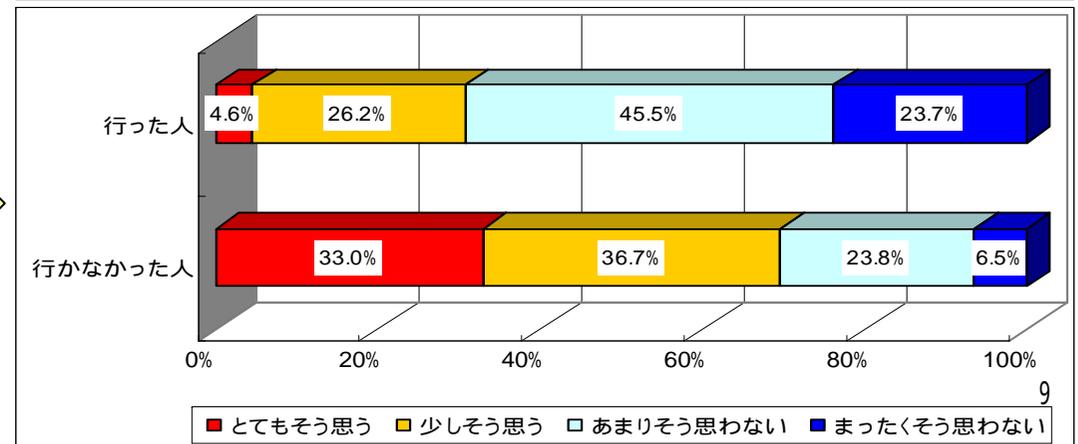
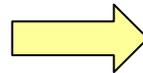
海外旅行を決める際に、為替や航空運賃等の経済環境に強く影響を受けるか。



海外旅行を決める際、テロや戦争、感染症、風土病などについて、強い不安を感じるか。



旅行を決める際に、言葉や文化などの違いによる、不安感や負担感を強く感じるか。



行った人 = 過去3年海外旅行に行った人  
 行かなかった人 = 過去3年海外旅行に行かなかった人

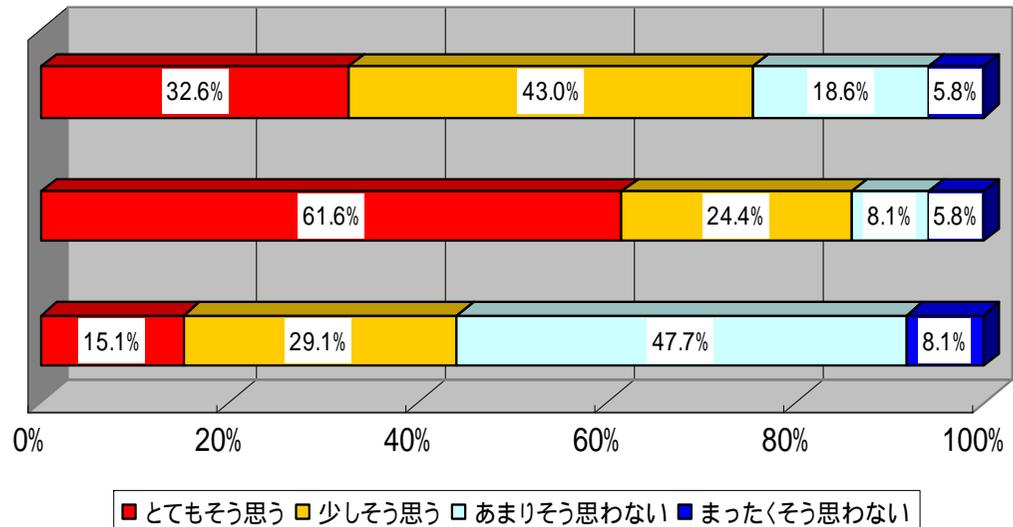
# 海外旅行に行かなかった人の心理 (20歳代)

海外旅行に行かなかった若者(20歳代)について見ると、「テロ・戦争」や「言葉や文化の違い」についての不安感・負担感が強い。また、男性は余暇の過ごし方として海外旅行に時間を割きたいとあまり思っていないのに対し、女性は余暇の過ごし方として約57.2%(男性は31.7%)の人が海外旅行に時間を割きたいと思っている。

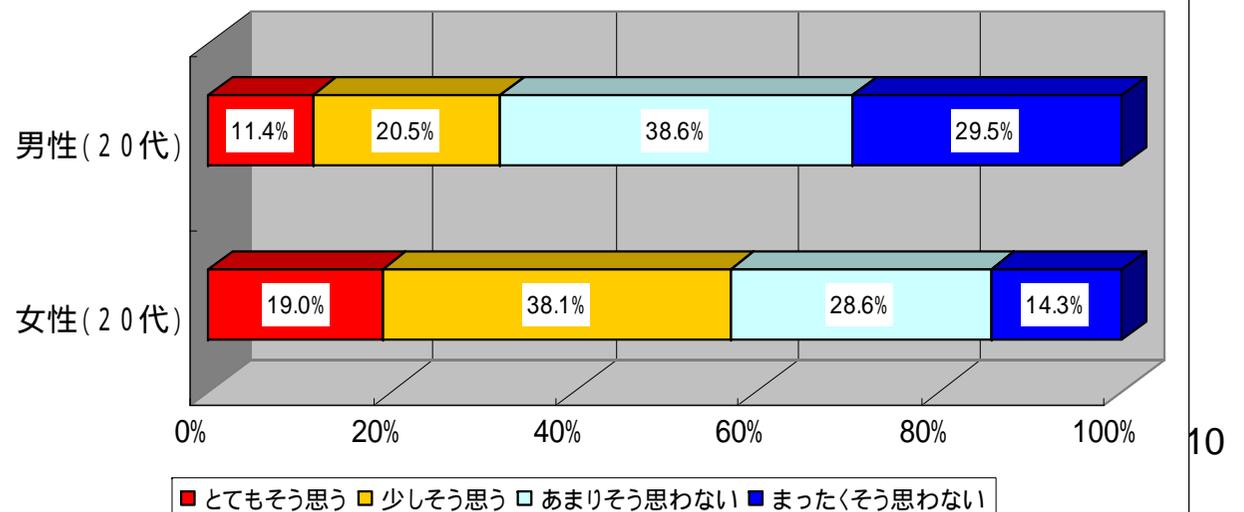
言葉や文化などの違いによる、不安感や負担感を強く感じるか。

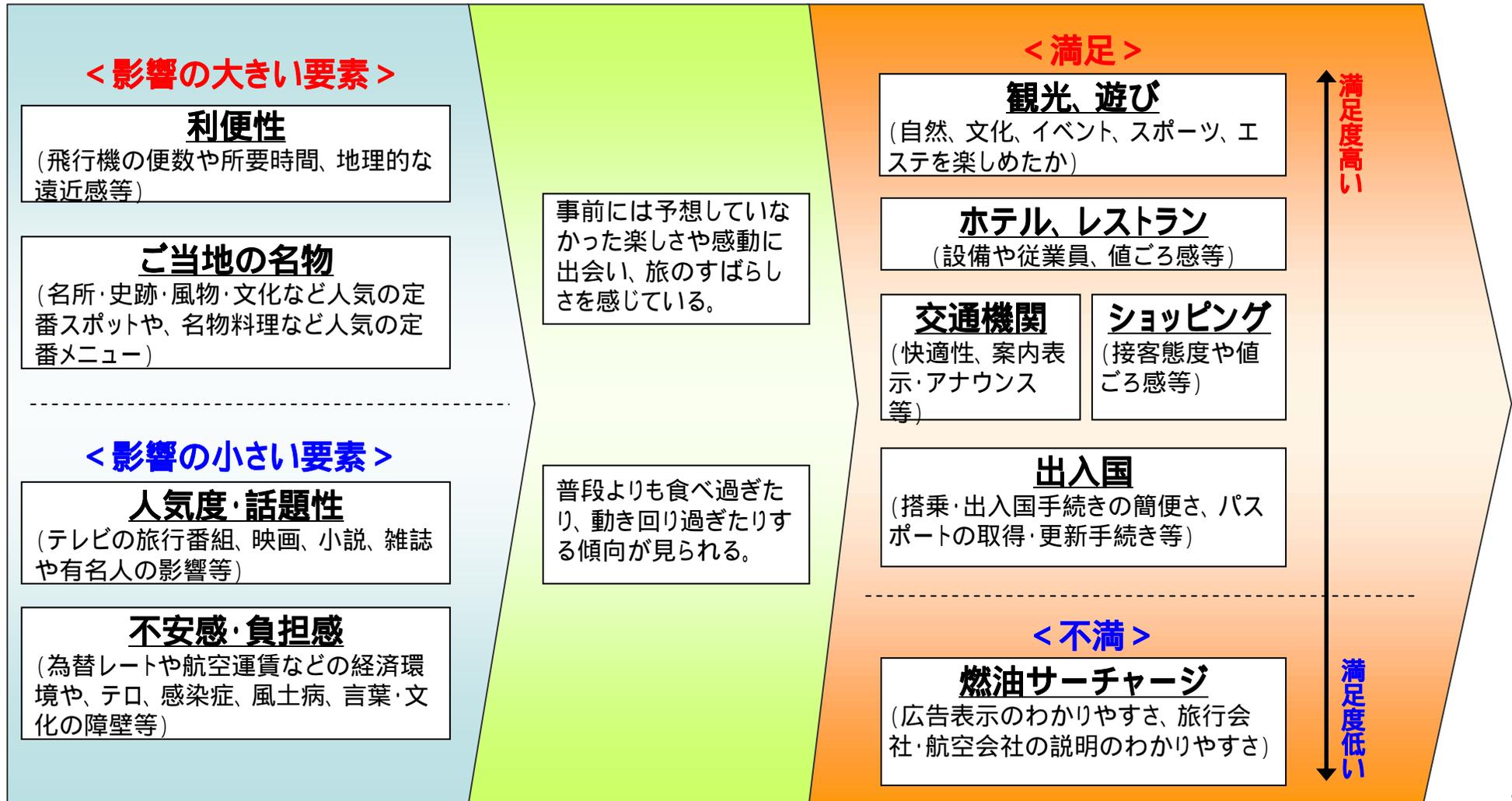
テロや戦争、感染症、風土病などについて、強い不安を感じるか。

為替や航空運賃等の経済環境に強く影響を受けるか。



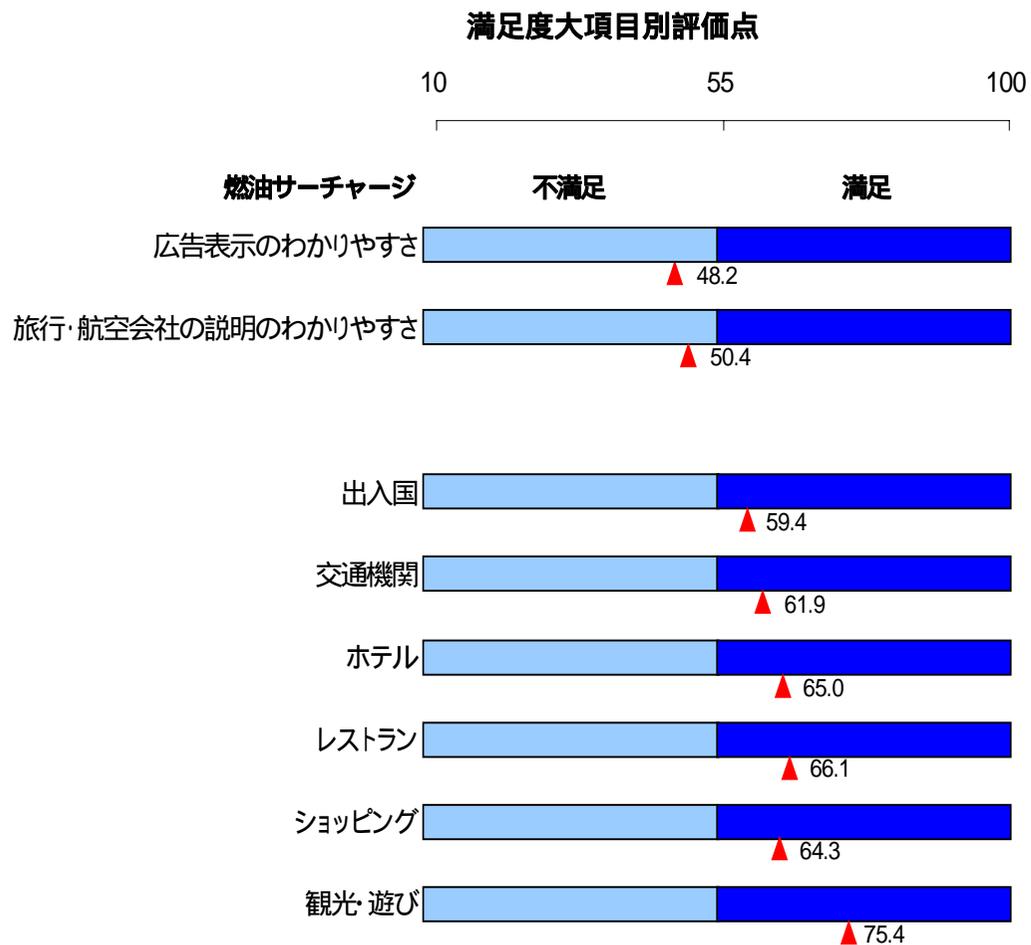
余暇の過ごし方として海外旅行に時間を割きたいか。



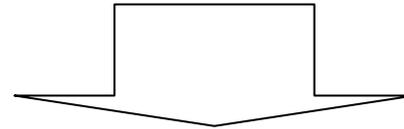


# その他満足度大項目別評価点

直近の海外旅行に関する満足度評価(事後的機能評価)によると、「燃油サーチャージに関する広告などの表示、旅行・航空会社の説明」についての評価が最も低く、50点を下回る大きな不満が存在していた。



海外旅行者の旅先決定が、どのような要因にどの程度影響されて決められているかを解明するため、旅先決定に関する代理変数として、ディステーション別訪問希望率 ( $y_i$ ) に着目して、 $y_i$  が本調査で測定された多数の項目別スコアの中で、どの項目スコアにどの程度依存して決定されるか、多変量解析を試みた。



各ディステーションに対する訪問希望率は、「せっかく行くのでご当地自慢の名所・史跡・風物・文化など、人気の定番スポットへ是非とも行きたい」という定番型観光に対する期待感と、「ご当地の名物料理、定番メニュー、有名レストラン、地元の名店等への期待感と実際に行き感じた満足度（店の雰囲気、接客態度、料理の味、量、価格値ごろ感等の平均値）との差」である食に対する期待ギャップに、82%依存して決められていた。

また、定番観光期待と食に対する期待ギャップは、訪問希望率に対してほぼ同程度の影響度（1.50と1.62）を持っていた。

$$Y = 1.50X22 + 1.62X41 - 103.0$$

$$R^2 = 0.82$$

Y: 訪問希望率

X22 : 定番観光期待値

X41 : 食ギャップの値( = 食CS値 - 食期待値\* )

\* 定番型食期待値とこだわり型食期待値の平均値

R<sup>2</sup> : 決定係数(説明変数Xの変動が目的変数Yの変動の何%を説明しているかを表わす)