

2023年1月26日

報道関係者各位

GMO リサーチ株式会社

海外旅行に関する意識調査〈第2弾〉を欧米・オセアニアで実施

～APACにおける海外旅行の意向と結果に大きな差～

GMO インターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開する GMO リサーチ株式会社（代表取締役社長 細川 慎一 以下、GMO リサーチ）は、世界 53 の国と地域にオンラインリサーチが可能な自社のパネル^(※1) ネットワークを利用して、北米およびヨーロッパ、オセアニアの 6 カ国のモニター合計 3,000 名を対象に「海外旅行に関する意識調査」を実施しました。今回の調査は、同じく自社が保有するパネルネットワーク「ASIA Cloud Panel」^(※2) を利用して、アジア 10 カ国・地域のモニター合計 3,328 名を対象に 2022 年 10 月に実施された海外旅行の意識調査^(*) の第 2 弾とし、欧米・APAC 間で調査結果にどのような差が見られるのかを探りました。



- 調査テーマ：海外旅行に関する意識調査 第2弾
 - 調査地域：アメリカ・カナダ・イギリス・ドイツ・フランス・オーストラリア
 - 調査対象：20～69歳の男女 計3,000名
(アメリカ500名、カナダ500名、イギリス500名、ドイツ500名、フランス500名、オーストラリア500名)
 - 調査期間：2022年11月22日～25日・12月23日～28日
 - 調査方法：インターネット調査（クローズド調査）
- * 2022年10月度に実施したアジアにおける海外旅行意識調査の詳細は[こちら](#)。

(※1) パネルとは、モニターの集合体。モニターとは、アンケート協力の承諾を得ている会員一人ひとりのこと。

(※2) 「ASIA Cloud Panel」は、インターネットリサーチサービス「GMO リサーチ・クラウド・パネル」における、アジア地域に特化した消費者パネルの総称。

【調査結果のポイント】

- 欧米ではヨーロッパが旅行先として人気が高い一方、アジアでは日本・韓国への興味関心が高い。
- 海外旅行に慎重な姿勢を見せる国が多いアジアに比べ、欧米ではすでに海外渡航に意欲的。
- 海外旅行の情報収集源は国によって差があり、北米は SNS を情報源とする声が少ない。

【調査結果】

■ 欧米で人気の旅行先はヨーロッパに次いでアジアの日本

近い将来もっとも行きたい国を聴取したところ、北米ではイタリア（10.5%）、イギリス（9.0%）、オーストラリア・日本（同率 6.8%）^(※3)、ヨーロッパではアメリカ（10.2%）、スペイン（9.3%）、イタリア（7.7%）が上位 3 カ国を占める結果となった。一方、APAC では日本（20.3%）、韓国（6.6%）、アメリカ（5.4%）が上位 3 カ国にランクインしている。国別に見ると、アメリカではイタリア（14.1%）が、イギリス・フランス・カナダではアメリカが（14.2%・9.7%・18.8%）、ドイツではスペイン（10.9%）が、オーストラリアではニュージーランド（11.0%）が行きたい国 1 位という結果になった（図 1）。ちなみに、前回行った [アジア 10 カ国における海外旅行調査](#)では、日本はアメリカ・台湾（同率）、それ以外の 9 カ国・地域は日本が行きたい国 1 位という結果となっている。

近い将来もっとも行きたい国



(図 1) 近い将来もっとも行きたい国

■行きたい国 1 位に選ばれた国の理由





行きたい国 1 位に選ばれた国の理由をそれぞれ見ていくと、アメリカを選んだ理由としては、「観光名所が多い」(25.4%)、「独自の文化体験」(13.5%)、「独自の自然景観」(9.9%) の順に回答数が多い(図 2)。国土の広いアメリカには、最先端のトレンドが生まれるニューヨークや映画の聖地ロサンゼルスといった大都市からグランドキャニオンなどの国立公園まで、州によって異なる魅力がある。また、「ビーチリゾート」を理由に挙げる回答も一定数いることから、ハワイの人気の高さもうかがえる。

イタリアを選んだ理由で回答数が多かったのが、「伝統料理」(29.0%)、「独自の文化体験」(24.2%)、「歴史的建造物・史跡」(12.6%)。世界的に人気の高いイタリア料理を本場で楽しみたいと考える回答者が多く、世界遺産の登録件数が多いイタリアの歴史的建造物への関心も高いと考えられる。一方、スペインを選んだ理由としては「ビーチリゾート」(36.1%) の回答数が圧倒的に多く、地中海や大西洋に浮かぶ島々での滞在を目的とした旅行に高い需要があることが推測される。

日本を選んだ理由で多かったのは、「独自の文化体験」(22.6%)、「伝統料理」(18.5%)、「観光名所が多い」(14.4%)。寺社仏閣などの建築物、世界的に人気の高い日本食など、日本独自の文化に魅力を感じている人が多いと考えられる。

そのほか、ニュージーランドを選んだ理由は「独自の自然景観」(23.3%)、「独自の文化体験」(16.2%)、「観光名所が多い」(15.7%)、台湾を選んだ理由には「独自の文化体験」(29.6%)、「伝統料理」(29.4%) の回答が多かった。

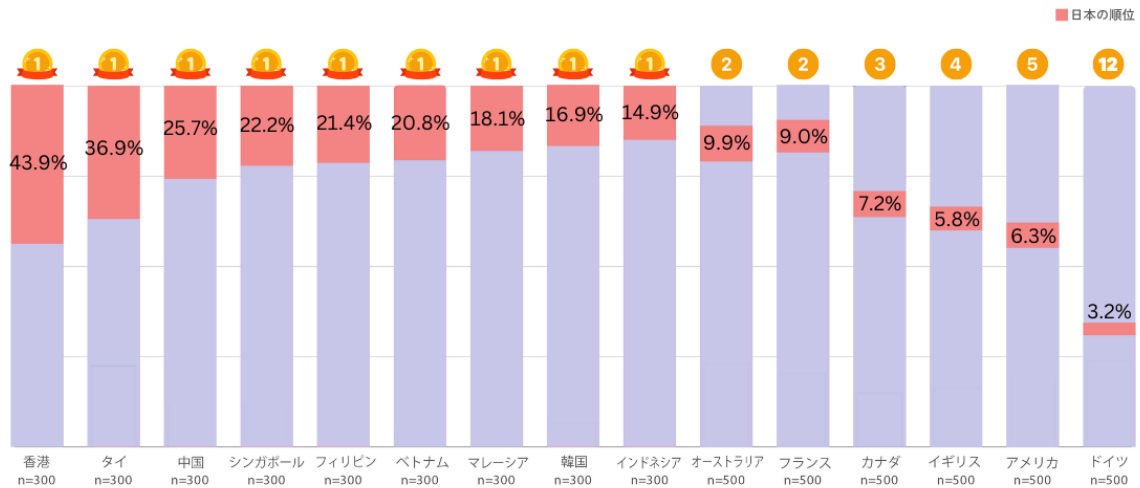
行きたい国を選んだ理由

| |  アメリカ |  イタリア |  スペイン |  日本 |  ニュージーランド |  台湾 |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 1 | 観光名所が多い | 伝統料理・郷土料理 | ビーチリゾート | その国独自の文化体験 | その土地ならではの自然景観 | その国独自の文化体験 |
| 2 | その国独自の文化体験 | その国独自の文化体験 | その土地ならではの自然景観 | 伝統料理・郷土料理 | その国独自の文化体験 | 伝統料理・郷土料理 |
| 3 | その土地ならではの自然景観 | 歴史的建造物や史跡 | その国独自の文化体験 | 観光名所が多い | 観光名所が多い | 観光名所が多い、コロナ対策がしっかり取られている |
| 4 | 伝統料理・郷土料理 | 観光名所が多い | パンデミックがほぼ収束している | その土地ならではの自然景観 | 伝統料理・郷土料理 | 友人・知人からすすめられた |
| 5 | 友人・知人からすすめられた | 友人・知人からすすめられた | 友人・知人からすすめられた | 治安が安定している | 友人・知人からすすめられた | その土地ならではの自然景観 |

(図 2) 行きたい国を選んだ理由

なお、意識調査第 2 弾では、アメリカ・カナダ・イギリス・フランス・オーストラリアの 5 カ国において、もっとも行きたい国 5 位以内にアジアの中で唯一、日本がランクインしている(図 3)。行きたい国に日本を選んだ回答者を対象に、日本を訪れたらどんな体験をしたいかという質問に対しては、全体では「日本食を食べる」「自然・景勝地の観光」「歴史的建造物の観光」「四季を体感」「ギャラリーや美術館を訪れる」が上位 5 位となった。さらに、「農山漁村体験」への関心も各国において高いほか、アメリカ・カナダでは「ポップカルチャー体験」への票が多く、オーストラリアでは「温泉」「ショッピング」の回答が多数見られた。

各国で日本が「行きたい国」上位にランクイン



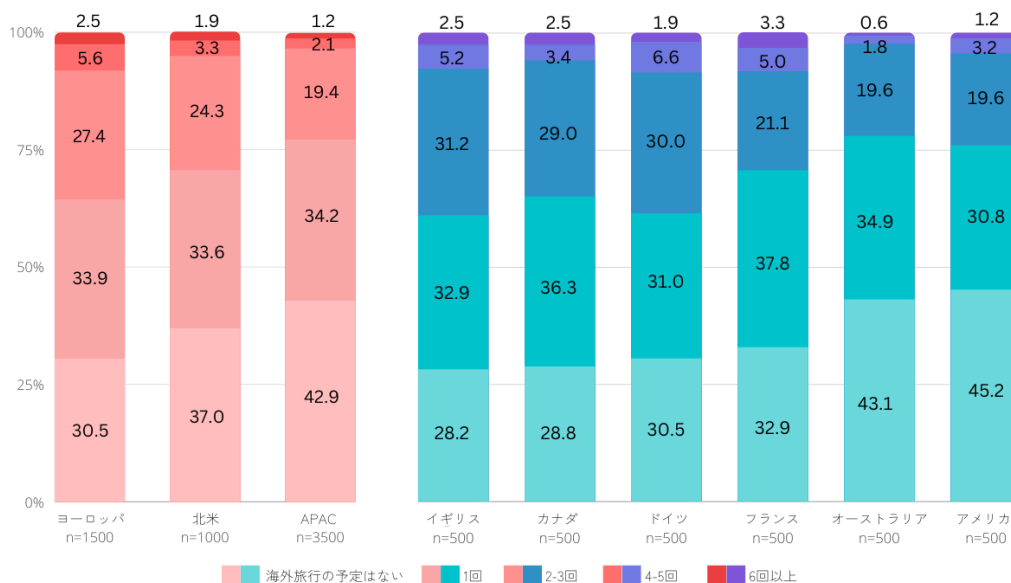
(図 3) 各国で日本が「行きたい国」上位にランクイン

(※3) 北米内の渡航は除く（もっとも行きたい国にカナダを選んだアメリカの回答者は 8.6%、アメリカを選んだカナダの回答者は 18.8%）。

■ 欧米はアジアに比べて海外旅行に意欲的

今後 1 年間における海外旅行の頻度に関しては、エリア別に見ると、北米では 63.1%、ヨーロッパでは 69.4%、APAC では 56.9%が「1 回以上」（1 回・2~3 回・4~5 回・6 回以上を合算）と回答した（図 4）。国別に見てみると、イギリス・ドイツ・フランス・カナダでは「2 回以上」の回答が 3~4 割を占めており、海外旅行に対する意欲の高さがうかがえる。また、欧米圏では「海外旅行の予定はない」がアメリカ・オーストラリアで 4 割程度に留まっている一方で、前回のアジアにおける調査結果では日本（88.6%）とインドネシア（73.2%）で 7 割以上が「海外旅行の予定はない」と回答しており、アジアではまだ海外旅行に慎重な声が多いと考えられる。

今後1年間における海外旅行の頻度



(図 4) 海外旅行の頻度

海外旅行の情報収集で利用する情報源については、全体でも国別でも「Web 検索」「友人・知人などの口コミ」の回答数が多く、続いて「旅行ブログ」「旅行予約サイト」が多く見られた。国別では、日本・中国・韓国・香港・インドネシア・タイ・ドイツ・フランスで「SNS」の回答が一定数いた一方、それ以外の国では SNS を情報源とする回答は少なく、北米では SNS から情報収集を行う回答者がほとんどいないことが分かった。また、中国・香港・シンガポール・タイ・フィリピン・ベトナムの 6 カ国では、ほかの国・地域と比べて「インターネットのバナー広告」を参考にすると回答が多かった。

【総論】

近い将来行きたい旅行先として全体的に実現可能な近隣の国を選ぶ傾向がある中でも、アメリカは全方面から人気が高いことを再認識する結果となりました。一方、アジアにおける人気はもちろん、北米やヨーロッパにおいても旅行先の候補として日本が上位にランクインする結果となり、世界的に見ても訪日旅行への関心が高まっていることが分かりました。

今後予想される本格的なインバウンド回復に向けて、宿泊施設や観光地の受け入れ環境整備、魅力的なコンテンツの造成、感染拡大防止のためのガイドライン作成といった取り組みの推進が各国において急務であると GMO リサーチは考えます。

【GMO リサーチ株式会社について】

GMO リサーチは「想いを、世界に」をフィロソフィーに掲げ、企業と生活者の関係の再構築を実現する、新しいオーディエンス・エンゲージメント・プラットフォームを普及させる事業を展開しています。

アジア 16 の国と地域で約 5,327 万人^(※4) のモニターを保有する「ASIA Cloud Panel」を含む、世界 53 の国と地域の消費者にオンラインリサーチが可能なパネルネットワークを活用して、日本のみならず世界各国の企業から調査依頼を受けています。

(※4) 2023 年 1 月末時点。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

- GMO リサーチ株式会社
グローバル経営管理本部 白鳥
TEL : 03-5962-0037 (代表)
- GMO インターネットグループ株式会社
グループコミュニケーション部
広報担当 新野
TEL : 03-5456-2695 E-mail : pr@gmo.jp

【本件に関するお問い合わせ先】

- GMO リサーチ株式会社
事業開発本部/営業開発部 北澤
TEL : 090-7214-8641
E-mail : shingo.kitazawa@gmo-research.jp

【GMO リサーチ株式会社】 (URL : <https://gmo-research.jp/>)

| | |
|---------|------------------------------------|
| 会 社 名 | GMO リサーチ株式会社 (東証グロース 証券コード : 3695) |
| 所 在 地 | 東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー |
| 代 表 者 | 代表取締役社長 細川 慎一 |
| 事 業 内 容 | ■ インターネットリサーチ事業 |
| 資 本 金 | 2 億 9,903 万円 |

【GMO インターネットグループ株式会社】 (URL : <https://www.gmo.jp/>)

| | |
|---------|--|
| 会 社 名 | GMO インターネットグループ株式会社 (東証プライム 証券コード : 9449) |
| 所 在 地 | 東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー |
| 代 表 者 | 代表取締役グループ代表 熊谷 正寿 |
| 事 業 内 容 | ■ インターネットインフラ事業 ■ インターネット広告・メディア事業 ■ インターネット金融事業 ■ 暗号資産事業 |
| 資 本 金 | 50 億円 |