



ASEAN-JAPAN  
CENTRE

# 「ASEAN旅行意識調査」報告書

## －全体編－

2021年3月



国際機関 日本アセアンセンター

調査実施：  
株式会社マーケティング・ボイス  
Tel: 03-3354-3085 FAX: 03-3354-3086  
3th Floor, Baba-bldg, 3-17 Arakicho  
Shinjuku-ku, Tokyo 160-0007



## I 全体編

### 1. 概要

1. 調査の目的・概要
2. 設問内容

### 2. 調査結果

1. 回答者属性 / 旅行意向（予備調査・本調査）
  1. 性別・年齢・年収など基本属性
  2. 今後の海外旅行意向
  3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること
  4. 普段の生活や考え方
2. ASEAN10か国の結果比較（一部抜粋）
  1. 訪問経験率
  2. 各国への訪問で満足したこと／満足できなかったこと
  3. 各国のイメージ

### 3. 今後に向けて

## II 各国別編

### 1. サマリー

### 2. 調査結果

1. 訪問経験の有無（詳細）
2. 【訪問経験者】訪問回数・時期
3. 【訪問経験者】訪問目的・同行者
4. 【訪問経験者】旅行先を決めたきっかけ
5. 【訪問経験者】旅行先で満足したこと
6. 【訪問経験者】満足できなかったこと

### 7. その国のイメージ

### 8. 訪問意向（観光旅行）

### 9. 【訪問意向あり】訪問先で行いたいこと

### 10. 【訪問意向あり】誰と一緒に訪問したいか（同行者）

### 11. 【訪問意向なし】訪問したいと思わない理由

### 12. 観光資源5つの認知度

### 13. イメージ画像の好み



## I 全体編

### 1. 概要

1. 調査の目的・概要
2. 設問内容

### 2. 調査結果

#### 1. 回答者属性 / 旅行意向（予備調査・本調査）

1. 性別・年齢・年収など基本属性
2. 今後の海外旅行意向
3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること
4. 普段の生活や考え方

#### 2. ASEAN10か国の結果比較（一部抜粋）

1. 訪問経験率
2. 各国への訪問で満足したこと／満足できなかったこと
3. 各国のイメージ

### 3. 今後に向けて



# 概要

## 1. 調査の目的・概要

### 調査の 目的・概要

- ウィズコロナ・アフターコロナの旅行喚起を見据え、日本人旅行者（旅行に関心が高い20代～60代一般消費者）の旅行に関する意識調査を行い、ASEAN加盟国の観光促進に活用できるデータを得る

#### 【調査対象10か国】

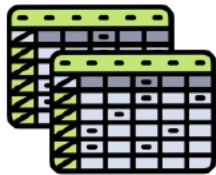
ブルネイ、カンボジア、インドネシア、ラオス、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム

### 全体の流れ

マーケティングリサーチ専門企業による精度の高いインターネット調査を行い、「旅行に関心が高い一般消費者」の旅行意識を調査するため、下記の流れで調査を実施した

1. 目的、調査対象に基づいた調査票を作成
2. インターネット調査を実施
3. 回答データの集計・分析、レポート作成

### 全体の流れ (イメージ)



過去の事例、予備調査をもとに調査票を作成



調査会社にて、インターネット調査を実施



得られた回答データを集計・分析しレポート化

#### \* インターネット調査会社

国内トップの実績を持つマーケティングリサーチ企業である、株式会社マクロミル（東証一部上場）にてインターネットリサーチを実施。

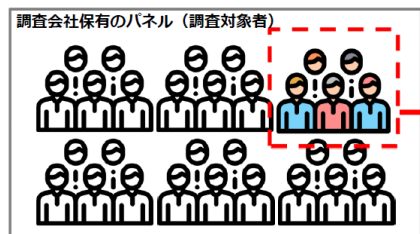


# 概要

## 1. 調査の目的・概要

調査手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネット調査会社（株式会社マクロミル）が保有しているアンケートモニターパネルに対し、インターネットでのスクリーニング調査（事前調査）を実施、対象者に対して本調査を実施した</li> </ul>
調査実施期間	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021年1月22日（金）～23日（土）</li> </ul>
調査対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外旅行頻度が3年に1回以上 かつ 今後の海外旅行意向のある、20歳以上の男女</li> <li>* 各国への訪問経験のある回答者を最低でも30サンプル確保</li> </ul>

### 調査のイメージ



1. 全パネルに対しスクリーニングを行い、条件に合った対象者を抽出

- スクリーニングサンプル数：200,000
- スクリーニング設問数：3

2. 抽出された対象者に対して、本調査を実施

- 回収サンプル数：1,040
- 設問数：18

※本レポートでは、スクリーニング調査のサンプル数200,000のうち、10,000サンプルの結果を掲載

### アンケート回答者割付

割付セル	サンプル数	性別	年齢	海外旅行頻度	訪問経験	今後の海外旅行意向
ブルネイ	31		20歳以上	普通の海外旅行頻度 = 3年に1回以上	あり	今後の海外旅行意向がある (下記いずれかを選択)
カンボジア	31				あり	
インドネシア	31				あり	
ラオス	31				あり	
マレーシア	31				あり	
ミャンマー	31				あり	
フィリピン	31				あり	
シンガポール	31				あり	
タイ	31				あり	
ベトナム	31				あり	
男性20代	73	男性	20代		② 行きたい国・地域の渡航制限が解除されたら、海外旅行に行きたい	
男性30代	73		30代			
男性40代	73		40代			
男性50代	73		50代			
男性60代以上	73		60歳以上			
女性20代	73	女性	20代		③ 新型コロナウイルスのワクチン接種など治療法が確立したら、海外旅行に行きたい	
女性30代	73		30代			
女性40代	73		40代			
女性50代	73		50代			
女性60代以上	73		60歳以上			
合計	1,040					



# 概要

## 2. 設問内容



No	対象者	設問形式*	設問内容(1)	設問内容(2)	設問の目的	
SC1	SC全員	SAMT	普段の旅行頻度(国内・海外別)		本調査の回答者抽出用。海外旅行の頻度が年3回以上の人が対象	
スクリーニング調査 (事前調査)	SC2	SC全員	SAMT	【10か国別】開 経験	本調査の回答者抽出用、開・非開の軸として使用 各国開者の本調査回答者:n=30以上なるように指定	
	SC3	SC全員	SA	海外旅行意向	今後も海外旅行意向があるかを把握。ある人が本調査対象者	
	本調査に進む条件:SC1で直近3年以内に海外旅行をしている人 かつ SC3で海外旅行意向がある人 本調査の回答者数確保の条件:SC2で各国ごとに、開 経験あり:n=30以上					
本調査	Q1	SC2で開 経験がある人 (各国別)	MAMT	過去の開 経験詳細把握	【10か国別】開 回数	対象国への開 回数を把握
	Q2	SC2で開 経験がある人 (各国別)	MAMT	過去の開 経験詳細把握	【10か国別】開 時期	対象国への開 時期を把握(開した時期によって、その国の状況が現在とは異なる可能性もあるため設定)*複数回渡航経験がある人は直近
	Q3	SC2で開 経験がある人 (各国別)	MAMT	過去の開 経験詳細把握	【10か国別】開 目的	渡航目的を把握。 *複数回渡航経験がある人は直近
	Q4	SC2で開 経験がある人 (各国別)	MAMT	過去の開 経験詳細把握	【10か国別】同行者	過去渡航した際の同行者を把握 *複数回渡航経験がある人は直近
	Q5	SC2で開 経験がある人 (各国別)	MAMT	過去の開 経験詳細把握	【10か国別】開 先を決めたきっかけ	旅行先を決めたきっかけを把握 *複数回渡航経験がある人は直近
	Q6	SC2で開 経験がある人 (各国別)	MAMT	過去の開 経験詳細把握	【10か国別】満足 たこと	過去渡航した際に満足ことを把握 *複数回渡航経験がある人は直近
	Q7	SC2で開 経験がある人 (各国別)	MAMT	過去の開 経験詳細把握	【10か国別】満足でなかったこと	*複数回渡航経験がある人は直近
	Q8	全員	MAMT	対象国への意識把握	【10か国別】その国のイメージ	各国ごとに旅行者がもっているイメージを把握
	Q9	全員	SAMT	対象国への意識把握	【10か国別】開 意向	観光での開 意向を把握
	Q10	開 で「開 意向あり」を選択した人(各国別)	MAMT	対象国への意識把握		開 意向者の、その国でやりたいことを把握
	Q11	開 で「開 意向あり」を選択した人(各国別)	MAMT	対象国への意識把握	【10か国別】開 する際の同行者	誰と一緒にいきたいかを把握。家族・一人・友など
	Q12	開 で「開 意向なし」を選択した人(各国別)	MAMT	対象国への意識把握	【10か国別】開 意向しを選択した理由	「選ばれるか」の参考とする
	Q13	全員	SAMT	対象国への意識把握	【10か国別】観光資源認知度	10か国×5つ程度の観光資源について、認知度を把握。
	Q14	全員	SAMT(画像)	対象国への意識把握	【10か国別】イメージ画像の好み	10か国×3枚の画像から、好みのものを選んでもらい、好みの違いなどを把握
	Q15	全員	MA	旅行全般に対する意向	普段の旅行情報の取得方法	旅行に関する情報接点を把握
	Q16	全員	SA	旅行全般に対する意向	旅行形態	FIT・PKGの旅行形態を把握
	Q17	全員	MA/SA	旅行全般に対する意向	旅行先を選ぶ際に重視すること	感染対策の事前告知など、コロナ禍を受けて、旅行先を選択する際に重視されることを把握。重視するものすべてと、最も重視するもの、両方を設定
	Q18	全員	MA	旅行全般に対する意向	生活や行動の変化	旅行者意識の把握

※設問形式 詳細  
SA:単純回答 MA:複数回答 MT:マトリクス形式(表形式)



# I 全体編

## 1. 概要

1. 調査の目的・概要

2. 設問内容

## 2. 調査結果

1. 回答者属性 / 旅行意向（予備調査・本調査）

1. 性別・年齢・年収など基本属性

2. 今後の海外旅行意向

3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること

4. 普段の生活や考え方

2. ASEAN10か国の結果比較（一部抜粋）

1. 訪問経験率

2. 各国への訪問で満足したこと／満足できなかったこと

3. 各国のイメージ

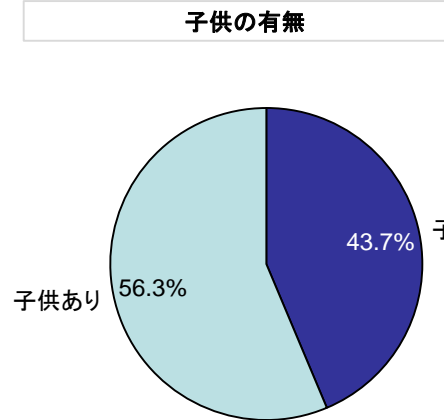
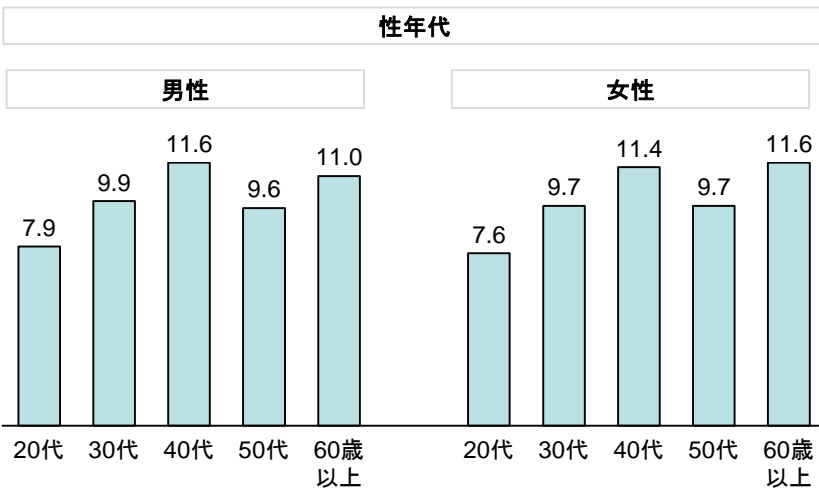
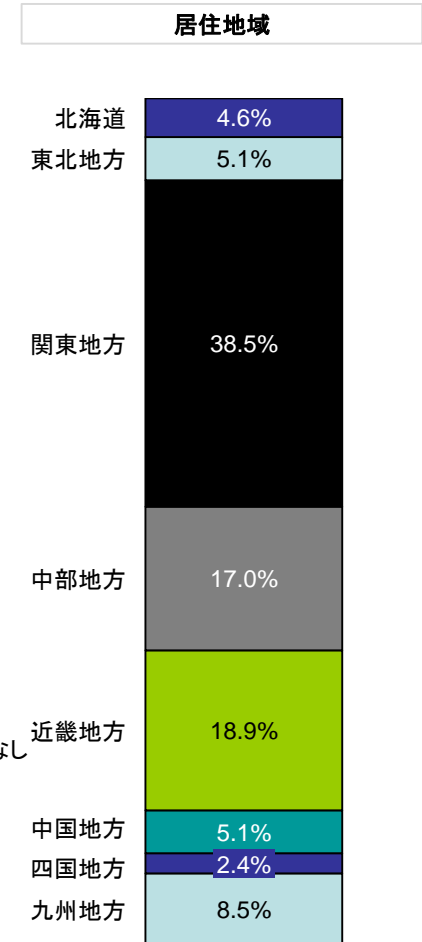
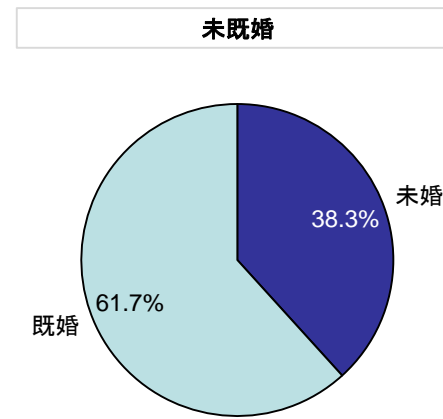
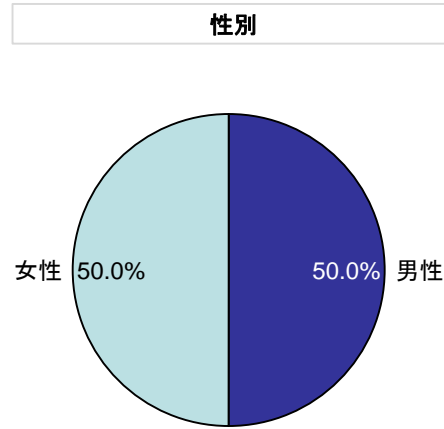
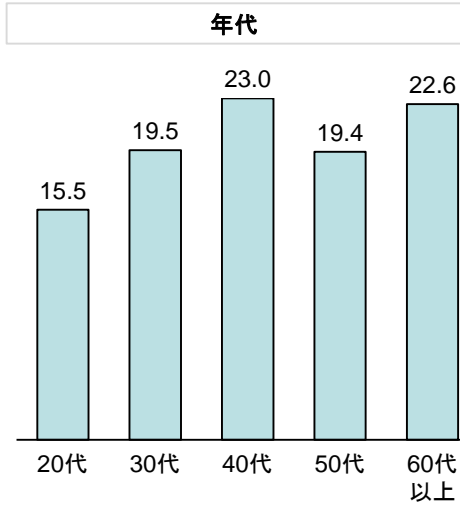
## 3. 今後に向けて



# 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

## 1. 基本属性(スクリーニング調査)

n=10,000  
単位: %





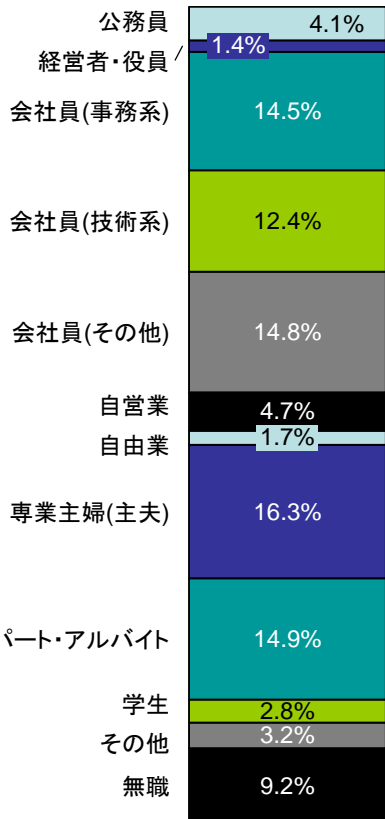


# 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

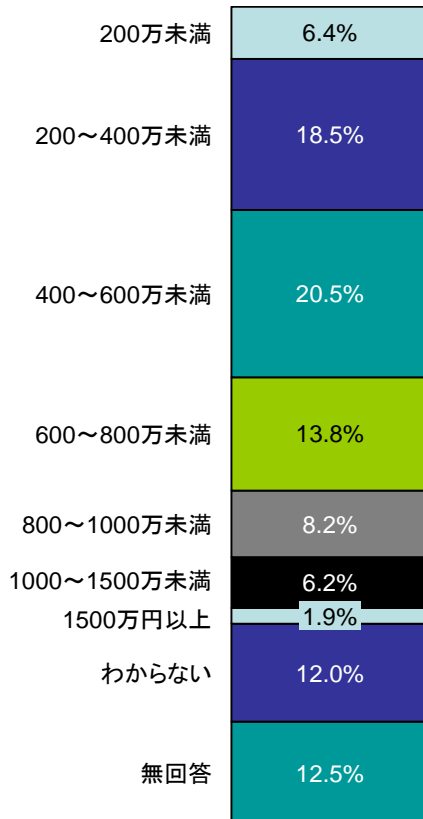
## 1. 基本属性(スクリーニング調査)

n=10,000  
単位: %

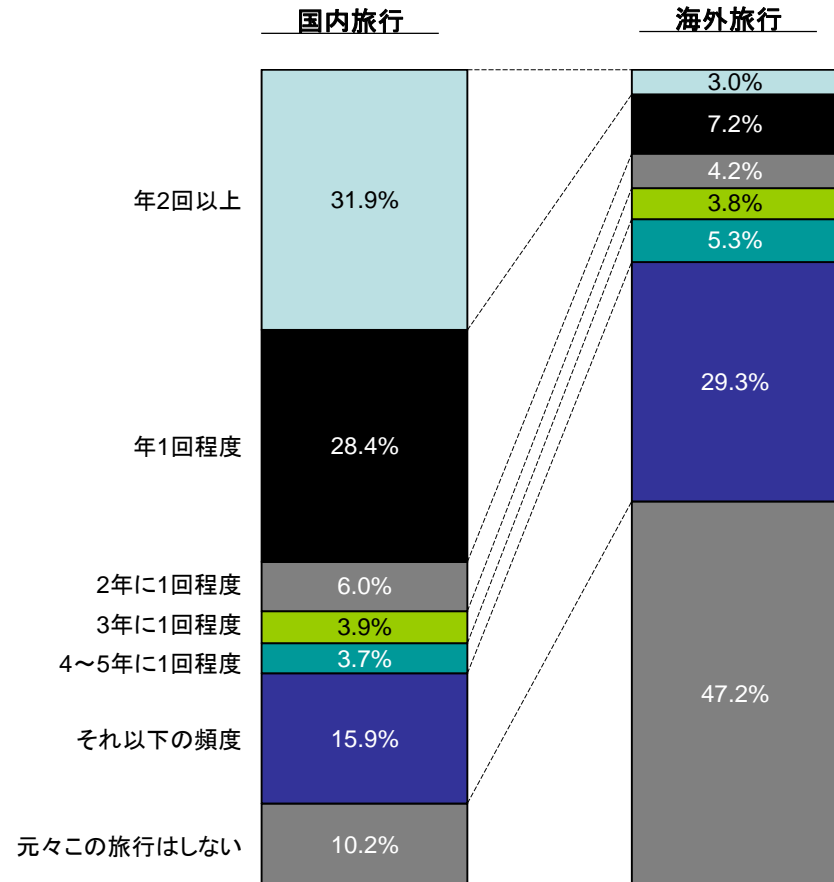
職業



世帯年収



普段の旅行頻度



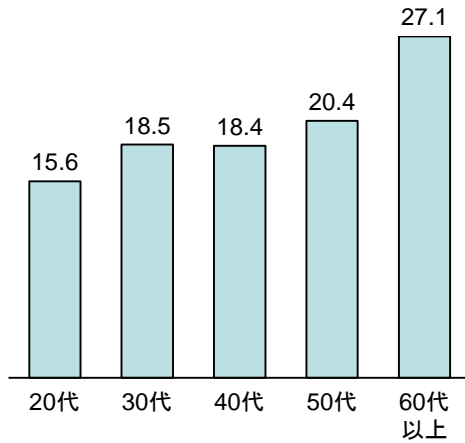


# 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

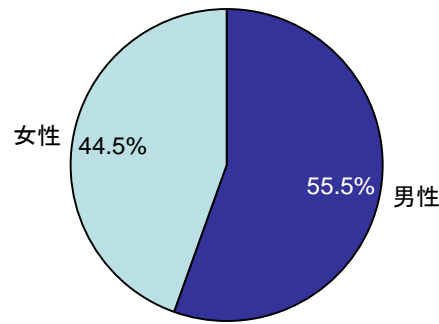
## 1. 基本属性(本調査)

n=1,040  
単位: %

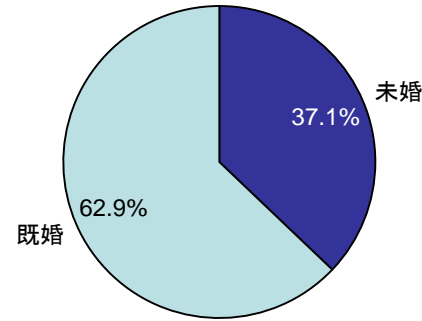
年代



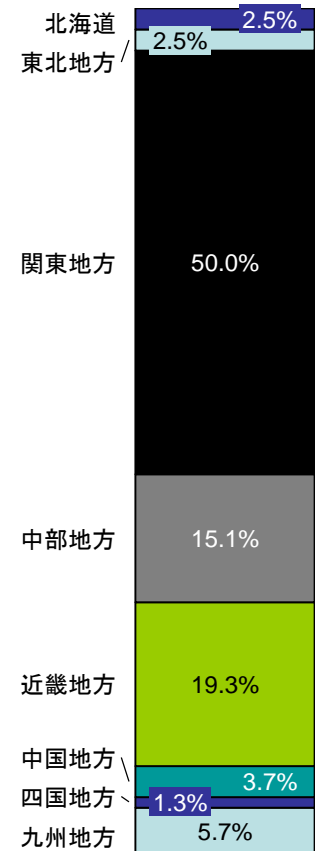
性別



未既婚

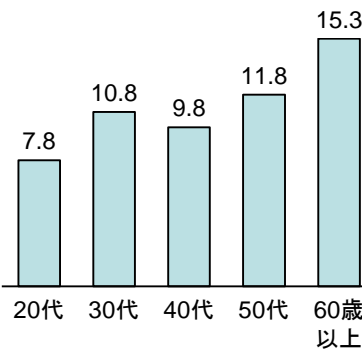


居住地域

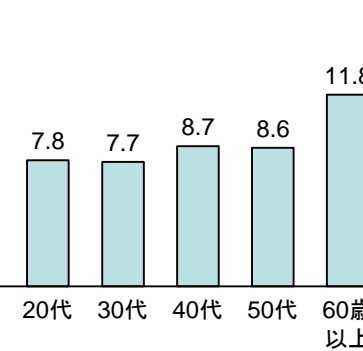


性年代

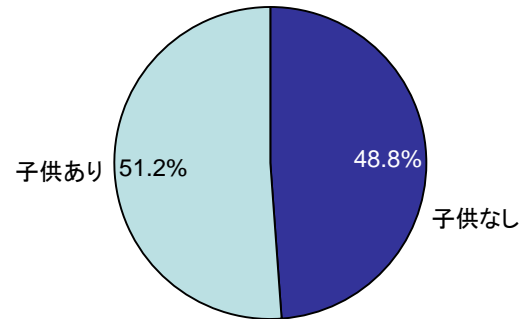
男性



女性



子供の有無



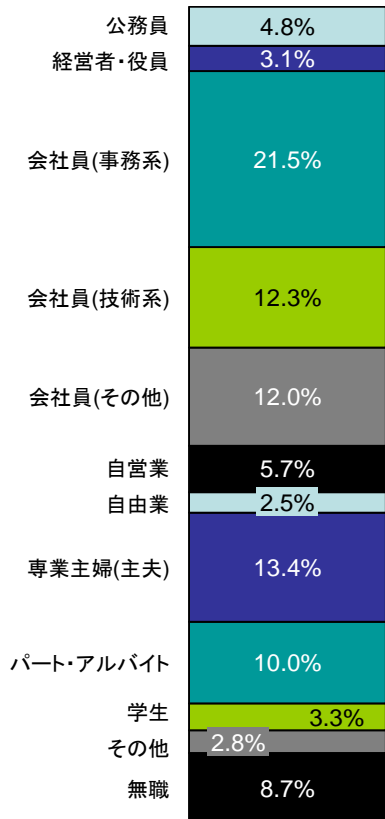


# 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

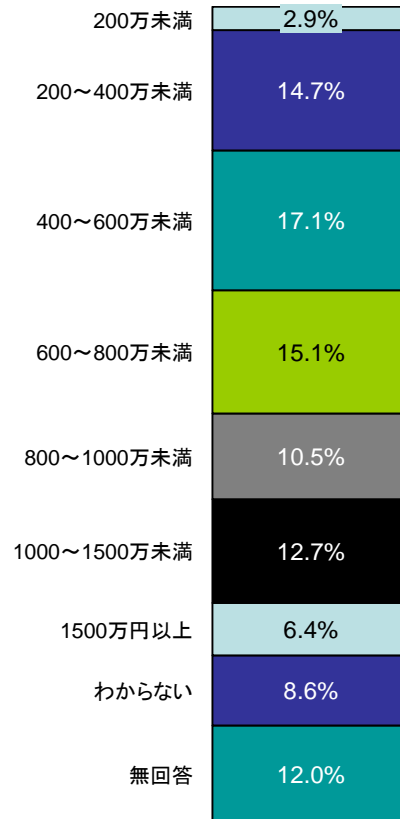
## 1. 基本属性(本調査)

n=1,040  
単位:%

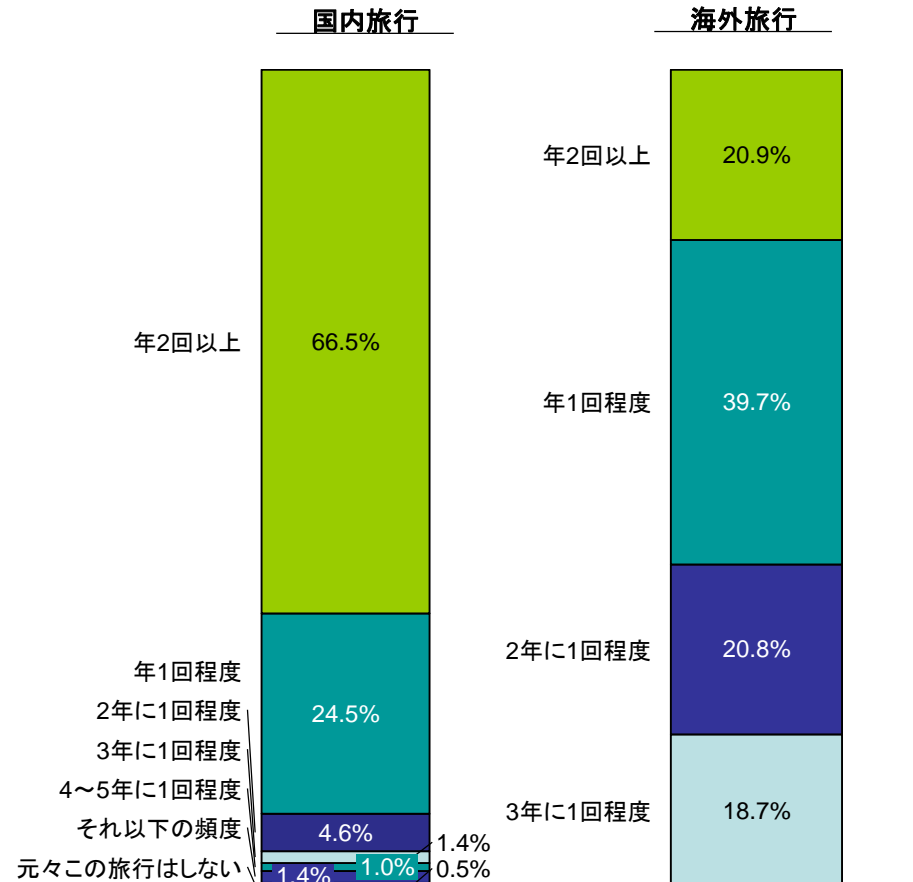
職業



世帯年収



普段の旅行頻度



\* 本調査の回答条件: 海外旅行が3年に1回以上のため、旅行頻度は3年に1回以上のみ



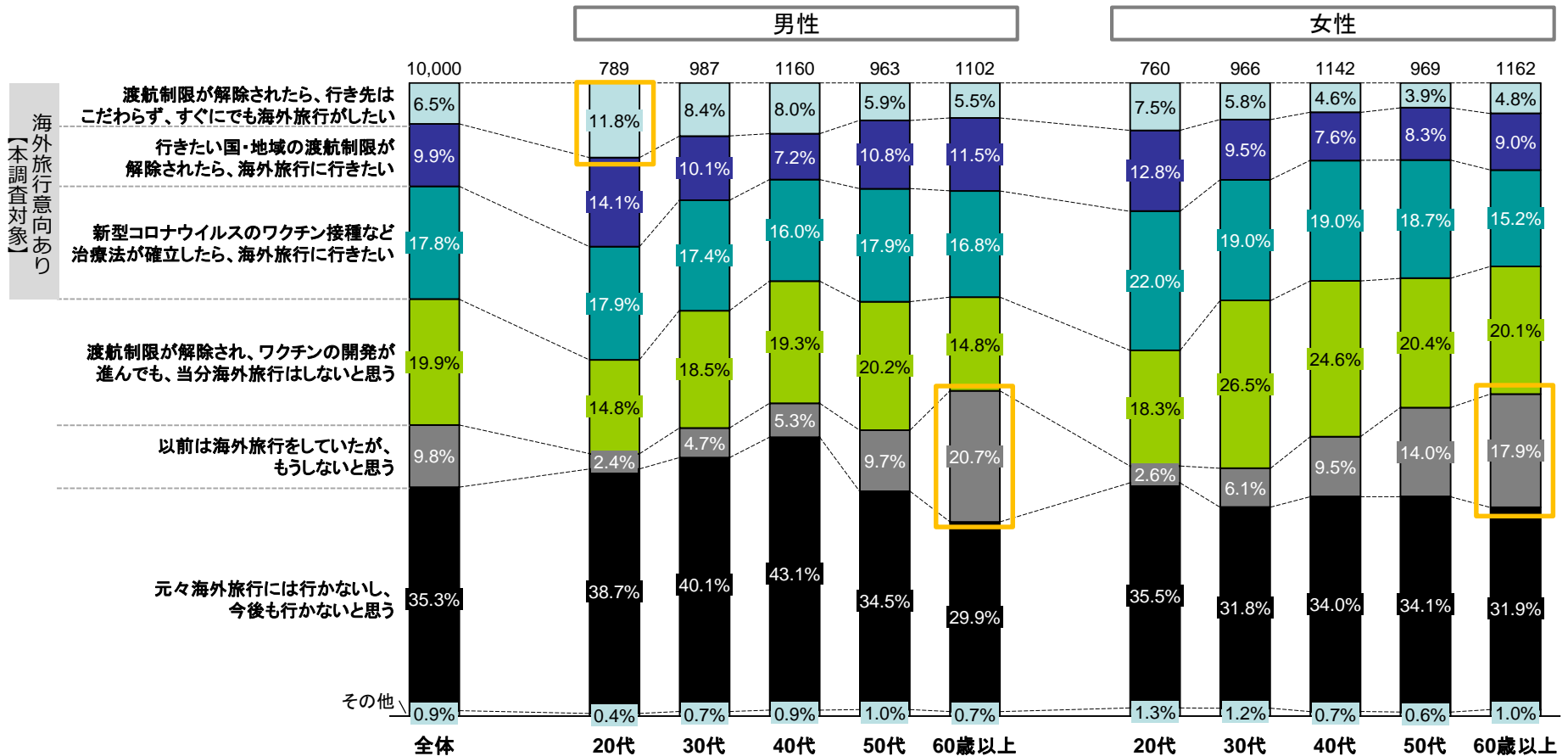
# 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

## 2. 今後の海外旅行意向

- 全国の20歳以上の男女1万人（海外旅行意向のない人含む）に、今後の海外旅行意向を聞いたところ、年代が若いほど旅行意向は高く、「すぐにでも行きたい」は男性20代が11.8%で最も高い。海外旅行が再開した場合、最初に動き出す層となる可能性がある。一方、「以前は海外旅行をしていたが、もうしないと思う」は男女60歳以上で2割程度と高く、旅行が再開しても、シニア層はこれまで通りの海外旅行をしないことも想定される

### 今後の海外旅行意向（スクリーニング調査）

Q.あなたは今後、観光を目的とした海外旅行に行きたいと思えますか。現時点でのあなたのお気持ちに一番近いものを、ひとつお答えください。





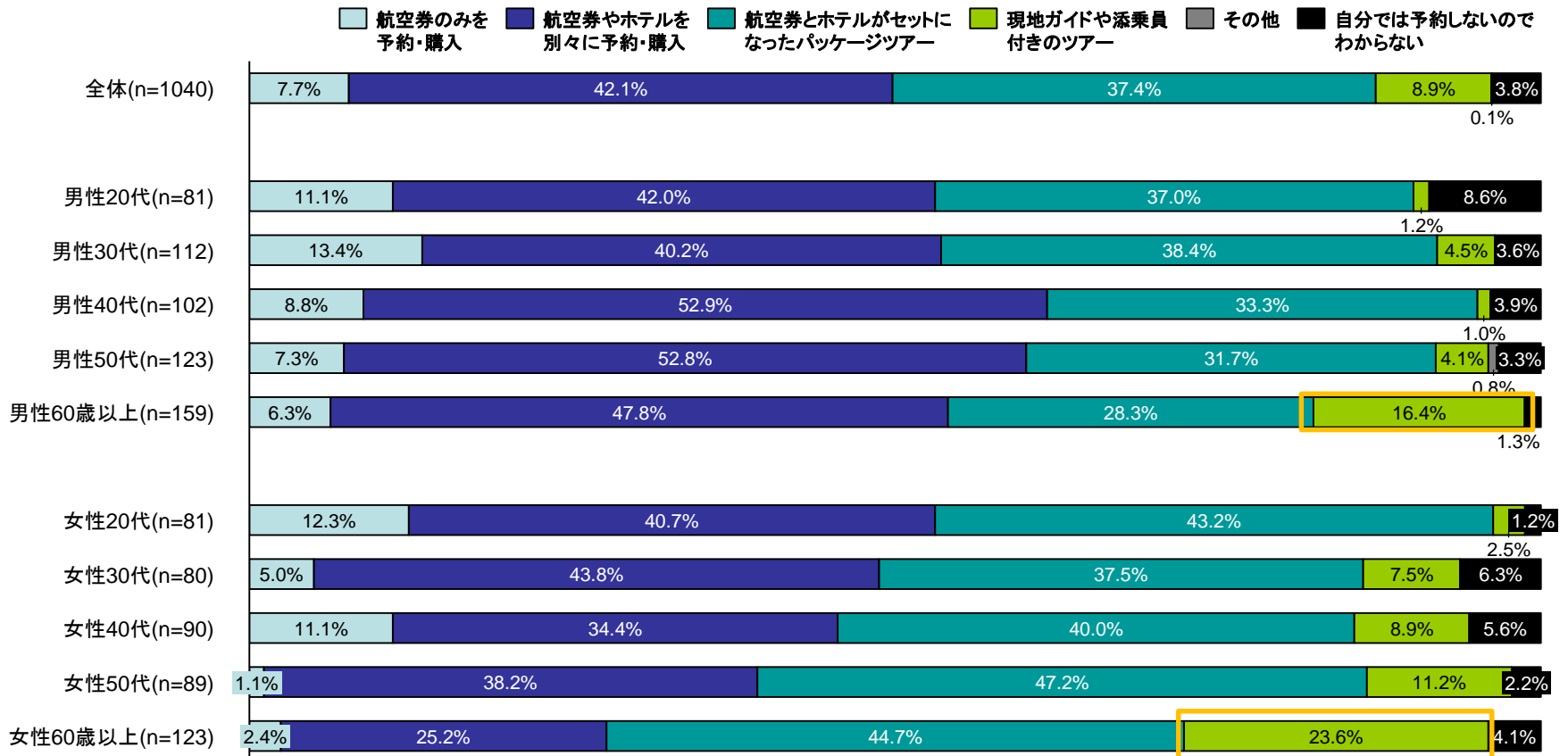
## 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

### 3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること

- 本調査対象者に、普段海外旅行をする際の旅行形態を聞いたところ、「航空券やホテルを別々に予約・購入」が最も高く42.1%、次いで「航空券とホテルがセットになったパッケージツアー」37.4%となった。「現地ガイドや添乗員付きのツアー」は60歳以上で利用率が高く、性別で見ると男性に比べ女性の利用率が高い。男性は「航空券のみを予約・購入」、「航空券やホテルを別々に予約・手配」が女性に比べ高い

#### 普段の海外旅行形態（本調査）

Q.あなたは普段海外旅行をされる際、どのような形態の旅行を利用されますか。最もよく利用するものをひとつだけお答えください。





# 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

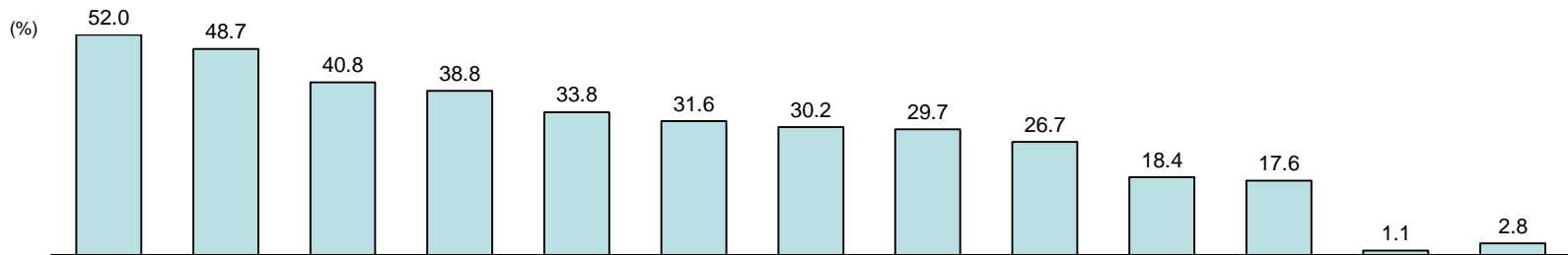
## 3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること



- 本調査で、普段の海外旅行の情報収集方について聞いたところ、「旅行情報誌（電子版含む）」52.0%、「インターネット上のブログや口コミサイト」48.7%と続いた。性年代によって傾向は異なり、女性20代は「SNS」59.3%、「家族・友人知人の口コミ」53.1%の順に高い。男女60歳以上は、他世代に比べ「旅行会社のホームページ」、「新聞記事・広告」が比較的高く、それぞれの世代に合わせたPR先を検討する必要がある。

### 海外旅行の情報収集（本調査）

Q.あなたは普段、海外旅行に関して、どのように情報収集をしていますか。あてはまるものをすべてお答えください。



n=30以上の場合  
[比率の差]

- 全体 +10 ポイント
- 全体 +5 ポイント
- 全体 -5 ポイント
- 全体 -10 ポイント

		n=	旅行情報誌（電子版含む）	インターネット上のブログや口コミサイト	旅行会社のホームページ	家族友人知人の口コミ	TABIZINE GREA (Traveler webなど)	旅行専門ウェブや旅行情報サイト	政府観光局などが発信している観光ウェブページ	テレビ・ラジオ	一般雑誌の旅行特集（電子版含む）	Facebook、Twitter、InstagramなどSNS	旅行会社の窓口	新聞記事・広告	その他	自分ではあまり調べない、海外旅行の情報収集はしない
性別	全体	(1,040)	52.0	48.7	40.8	38.8	33.8	31.6	30.2	29.7	26.7	18.4	17.6	1.1	2.8	
	男性	(577)	51.3	47.0	38.5	31.7	37.8	34.7	29.6	28.1	25.8	17.3	20.6	0.9	3.6	
	女性	(463)	52.9	50.8	43.6	47.5	28.7	27.9	30.9	31.7	27.9	19.7	13.8	1.3	1.7	
年齢	20代	(162)	43.8	37.0	35.2	43.2	35.2	20.4	18.5	25.3	46.3	21.0	14.2	0.0	2.5	
	30代	(192)	51.6	49.5	32.8	42.7	38.0	23.4	22.9	26.0	37.5	19.8	12.0	2.1	4.7	
	40代	(192)	51.6	56.8	40.1	39.1	35.4	32.3	32.8	30.7	28.1	13.0	14.6	0.0	3.1	
	50代	(212)	53.3	56.1	38.7	37.3	36.3	43.4	34.0	37.3	23.1	15.6	17.0	0.9	0.9	
	60歳以上	(282)	56.4	43.6	51.4	34.4	27.0	34.4	37.2	28.4	9.9	21.6	25.9	1.8	2.8	
性年代	男性20代	(81)	38.3	27.2	32.1	33.3	44.4	27.2	19.8	21.0	33.3	19.8	19.8	0.0	3.7	
	男性30代	(112)	51.8	46.4	34.8	33.0	43.8	26.8	26.8	30.4	33.0	16.1	16.1	1.8	5.4	
	男性40代	(102)	52.0	54.9	37.3	39.2	37.3	32.4	32.4	29.4	36.3	14.7	13.7	0.0	5.9	
	男性50代	(123)	51.2	55.3	32.5	29.3	35.0	48.0	30.9	33.3	24.4	15.4	22.0	0.8	1.6	
	男性60歳以上	(159)	57.2	45.9	49.7	27.0	32.7	35.2	34.0	25.2	11.3	20.1	27.7	1.3	2.5	
	女性20代	(81)	49.4	46.9	38.3	53.1	25.9	13.6	17.3	29.6	59.3	22.2	8.6	0.0	1.2	
	女性30代	(80)	51.3	53.8	30.0	56.3	30.0	18.8	17.5	20.0	43.8	25.0	6.3	2.5	3.8	
	女性40代	(90)	51.1	58.9	43.3	38.9	33.3	32.2	33.3	32.2	18.9	11.1	15.6	0.0	0.0	
女性50代	(89)	56.2	57.3	47.2	48.3	38.2	37.1	38.2	42.7	21.3	15.7	10.1	1.1	0.0		
女性60歳以上	(123)	55.3	40.7	53.7	43.9	19.5	33.3	41.5	32.5	8.1	23.6	23.6	2.4	3.3		



# 調査結果＞回答者属性 / 旅行意向

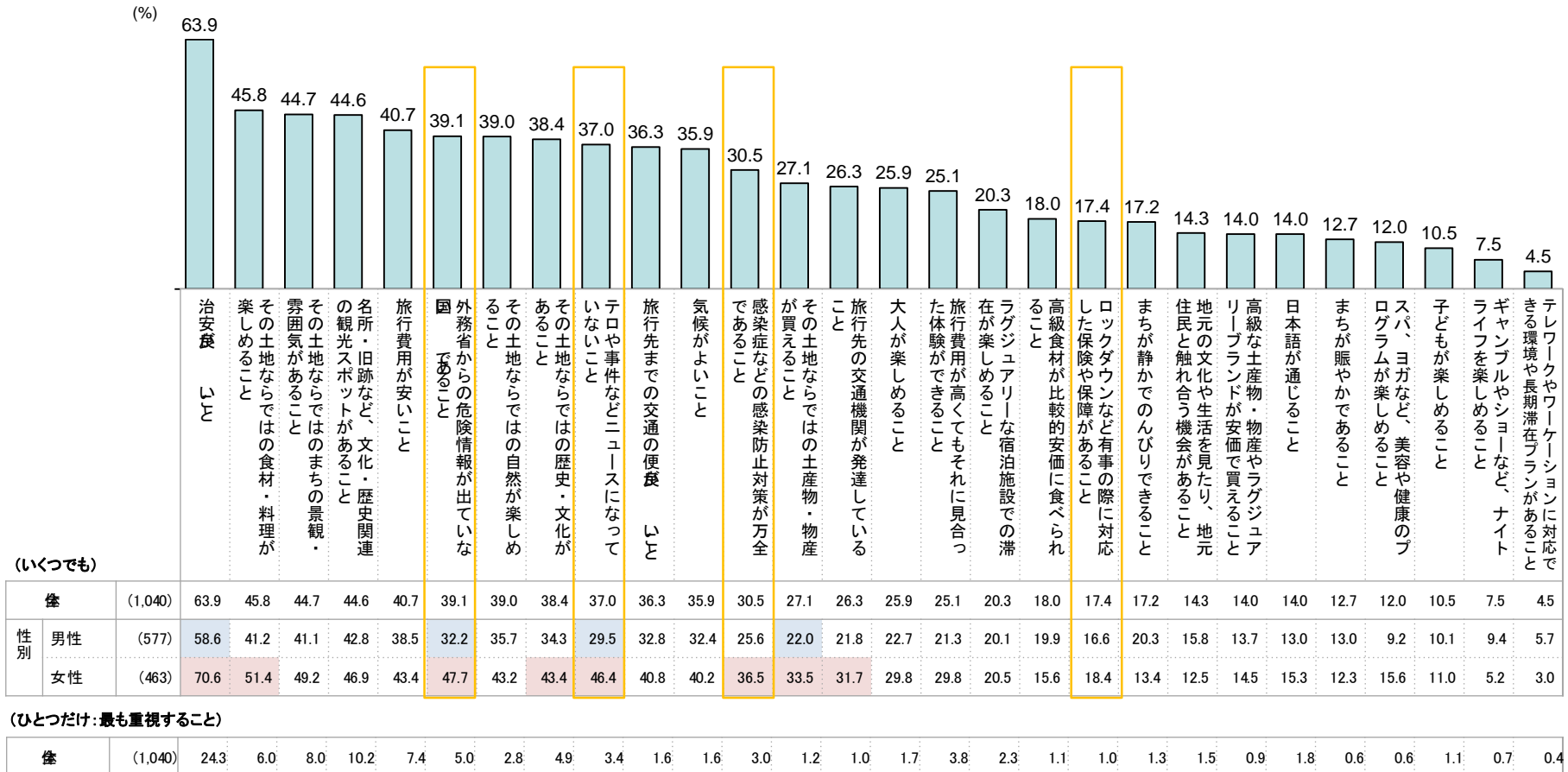
## 3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること



- 海外旅行をする際に重視することは、「治安が良い」が63.9%で最も高く、これは「最も重視すること」でも24.3%で1位となった。治安や感染症対策など、旅行の安心安全に関する項目は特に女性で高く、今後海外旅行が再開される際、これまで以上に現地の安全情報や感染対策などについて、正確な情報を旅行者に届けることが重要と考えられる

### 海外旅行で重視すること（いくつでも/ひとつだけ）（本調査）

Q.あなたが海外旅行をしようと考えたとき、重視するのはどんなことですか。重視することをすべてお答えください。また、その中から、最も重視することをひとつお答えください。





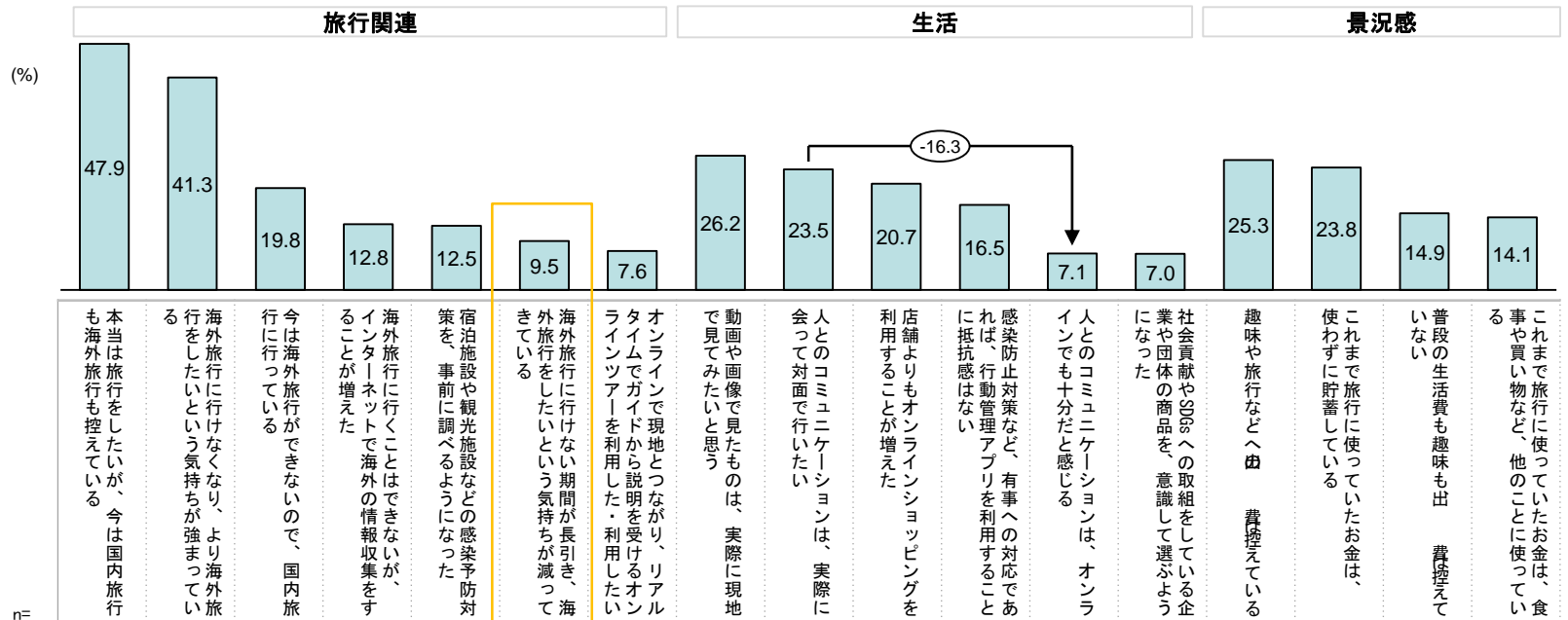
# 調査結果 > 回答者属性 / 旅行意向

## 4. 普段の生活や考え方

- 旅行者の今の気持ちや行動について聞いたところ、「本当は旅行をしたいが、今は国内旅行も海外旅行も控えている」が47.9%で最も高く、年代が上がるほど高い傾向となった。現在旅行は控えているものの、「海外の情報収集をすることが増えた」は男性、女性20代が高い。ただし「海外旅行をしたいという気持ちが減ってきている」も9.5%あり、現時点では行きたいと思っけていても、今後の動きによって旅行意欲が減少していく可能性もある。旅行が出来ない期間においても、情報を発信することで繋がりを持つことの重要性が伺える。また、「コミュニケーションは対面で会って行きたい」は、「人とのコミュニケーションはオンラインで十分」の倍以上の回答率となった

### 今の気持ちや生活・行動について (本調査)

Q.ここ最近、あなたの行動や気持ちに変化はありますか。いまのあなたのお気持ちや行動に近いものを、すべてお答えください。



		旅行関連	生活	景況感
n=		47.9	26.2	25.3
全		47.9	26.2	25.3
性 年 齢	男性20代 (81)	23.5	23.5	23.8
	男性30代 (112)	31.3	21.4	23.2
	男性40代 (102)	43.1	23.5	23.5
	男性50代 (123)	45.5	17.1	13.8
	男性60歳以上 (159)	50.9	23.3	17.6
	女性20代 (81)	43.2	37.0	14.8
	女性30代 (80)	57.5	26.3	22.5
	女性40代 (90)	53.3	26.7	10.0
	女性50代 (89)	67.4	20.2	23.6
	女性60歳以上 (123)	60.2	13.8	17.9





# I 全体編

## 1. 概要

1. 調査の目的・概要
2. 設問内容

## 2. 調査結果

### 1. 回答者属性 / 旅行意向（予備調査・本調査）

1. 性別・年齢・年収など基本属性
2. 今後の海外旅行意向
3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること
4. 普段の生活や考え方

### 2. ASEAN10か国の結果比較（一部抜粋）

1. 訪問経験率
2. 各国への訪問で満足したこと／満足できなかったこと
3. 各国のイメージ

## 3. 今後に向けて

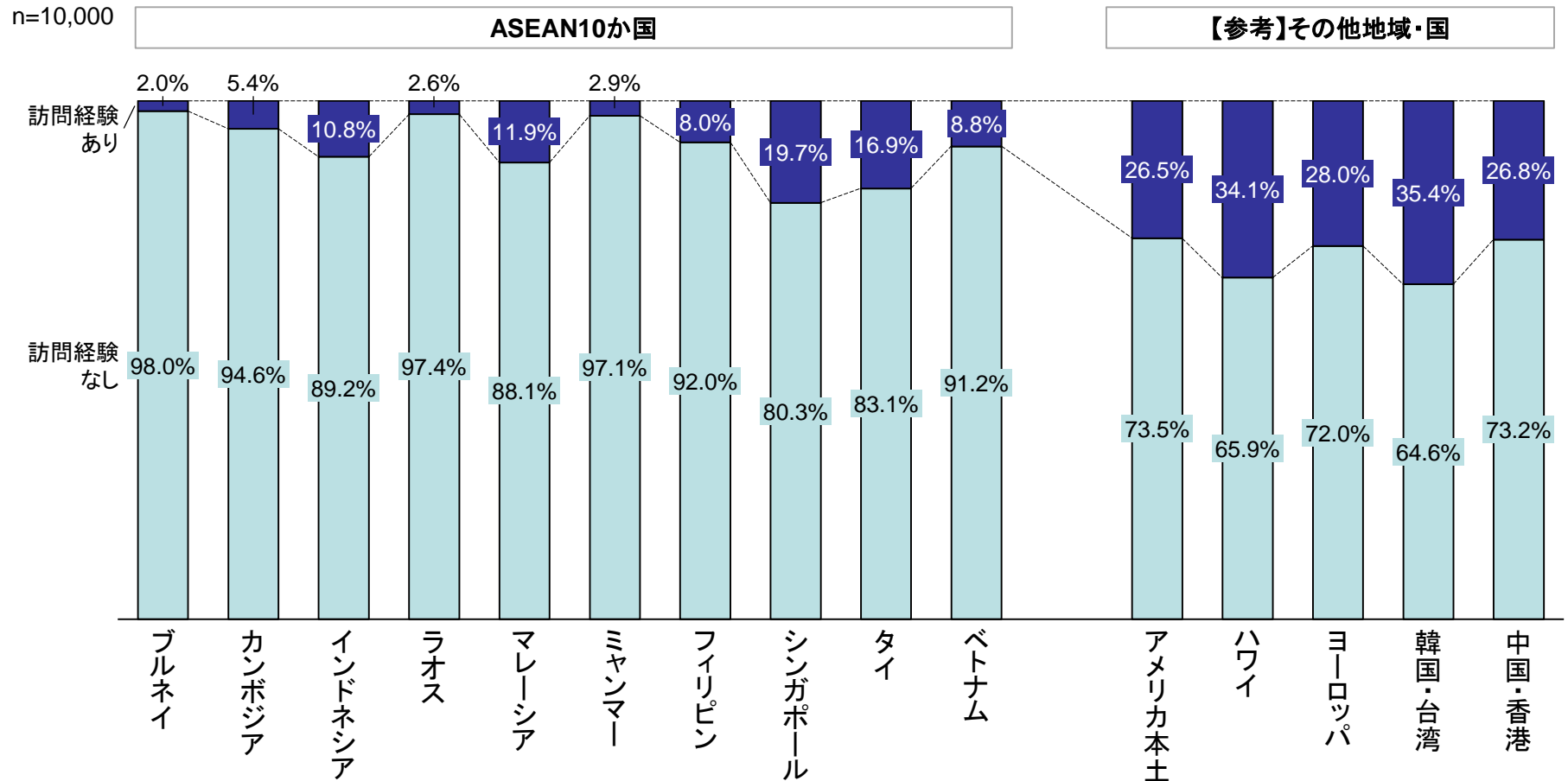


# 調査結果＞全体サマリ

## 1. 各国訪問経験

- 全国の20歳以上の男女1万人（海外旅行意向のない人含む）にASEAN10か国とその他地域・国について、訪問経験を聞いたところ、ASEAN10か国内で最も訪問経験率が高いのはシンガポール（19.7%）で、次いでタイ（16.9%）、マレーシア（11.9%）となった

### 各国訪問経験率（スクリーニング調査）



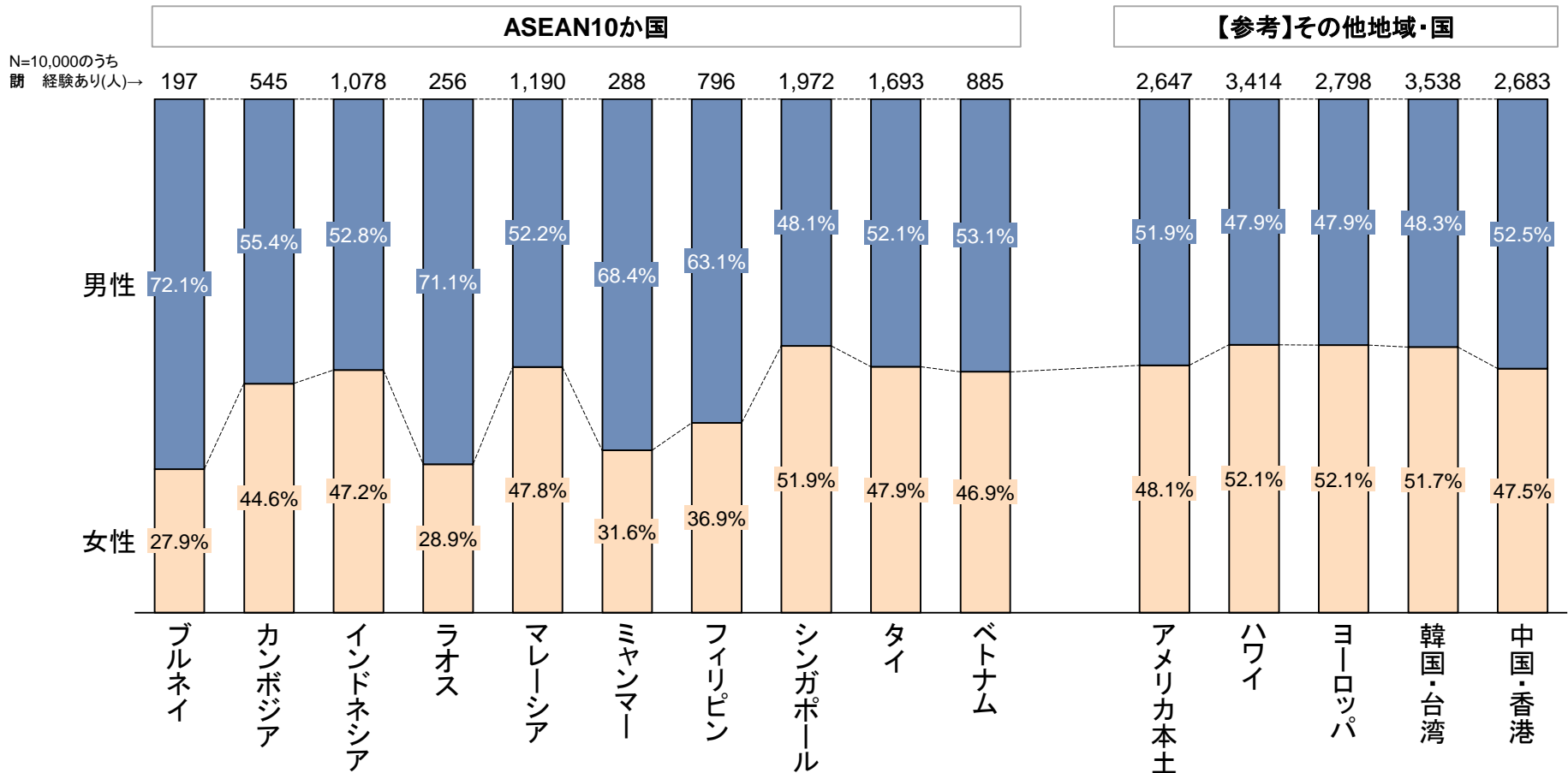


# 調査結果＞全体サマリ

## 1. 各国訪問経験

- 各国へ「訪問経験がある」と回答した人を男女別にみると、ASEAN10か国はシンガポールを除くすべての国で、女性に比べて男性の訪問率が高い結果となった。ブルネイ、ラオス、ミャンマー、フィリピンでは、男性が6割以上と男女の差が大きい。ASEAN以外の国・地域では、ハワイ、ヨーロッパ、韓国・台湾は女性の方が訪問率が高い結果となった

### 各国訪問経験者／性別比率（スクリーニング調査）





## 調査結果＞全体サマリ

### 2. 10か国結果：満足したもの、各国イメージ等

- 各国に訪問したことがある人に対して、その国で満足したこと、満足できなかったことを聞いたところ、「景観・雰囲気」、「食材・料理」、「名所・旧跡」が多くランクインした。この3つは、前問の「海外旅行で重視すること」の上位項目であり、積極的にPRできるものと考えられる。ブルネイ、シンガポールは、「治安」がランクインした
- 満足できなかったことは、すべての国で「特にない」が上位3位までに入った一方、「治安」がランクインしている国が多数ある。今回の調査で、今後の海外旅行で重視することの第1位が「治安が良い」だったことから考えると、治安に対して旅行者が不安に感じないための取組が必要と思われる。

#### 満足したこと・満足できなかったこと 10か国一覧（上位3位）

	ブルネイ	カンボジア	インドネシア	ラオス	マレーシア	ミャンマー	フィリピン	シンガポール	タイ	ベトナム	
訪問者数 (回答者数)	78	222	350	121	381	129	293	561	539	364	
満足した「こと」 訪問者	1位	治安	名所・旧跡	自然風景	歴史・文化	景観・雰囲気	歴史・文化	費用	景観・雰囲気	食材・料理	食材・料理
	2位	食材・料理	歴史・文化	景観・雰囲気	名所・旧跡	自然風景	景観・雰囲気	自然風景	治安	景観・雰囲気	景観・雰囲気
	3位	名所・旧跡	景観・雰囲気	食材・料理	自然風景	食材・料理	名所・旧跡	景観・雰囲気	宿泊施設	名所・旧跡	名所・旧跡
満足できなかった「こと」 訪問者	1位	食材・料理	特にない	特にない	特にない	特にない	特にない	治安	特にない	特にない	特にない
	2位	地元住民との交流・ふれあい	治安	治安	旅行先へのアクセス	おみやげ物・物産	治安	特にない	費用	治安	治安
	3位	特にない	食材・料理	食材・料理	地元住民との交流・ふれあい	治安	地元住民との交流・ふれあい	食材・料理	旅行先での体験・アクティビティ	食材・料理	旅行先での体験・アクティビティ



## 調査結果＞全体サマリ

### 2. 10か国結果：満足したもの、各国イメージ等

- 本調査で、ASEAN各国のイメージを聞いた。「自然・景色が美しい」、「歴史・文化」、「名所・旧跡」など、その国の持つ歴史文化、景観の美しさなどが広く浸透している一方、「特にイメージはない・分からない」が5位までにランクインした国も7か国あり、各国の魅力在今后さらに発信し、確実に旅行者に届けていく必要がある

### 各国のイメージ 10か国一覧（上位5位）

	ブルネイ	カンボジア	インドネシア	ラオス	マレーシア	ミャンマー	フィリピン	シンガポール	タイ	ベトナム
1位	特にイメージはない、分からない	名所・旧跡など魅力的な観光スポットがある	自然・景色が美しい	特にイメージはない、分からない	自然・景色が美しい	特にイメージはない、分からない	魅力的なビーチリゾートがある (1位・2位同率)	街が清潔	歴史・文化がある	食べ物がおいしい
2位	自然・景色が美しい	歴史・文化がある	魅力的なビーチリゾートがある	自然・景色が美しい	特にイメージはない、分からない	歴史・文化がある	特にイメージはない、分からない (1位・2位同率)	治安が良い	食べ物がおいしい	歴史・文化がある
3位	歴史・文化がある	特にイメージはない、分からない	歴史・文化がある	歴史・文化がある	歴史・文化がある	自然・景色が美しい	自然・景色が美しい	街並みが美しい	名所・旧跡など魅力的な観光スポットがある	名所・旧跡など魅力的な観光スポットがある
4位	のんびりできる	自然・景色が美しい	名所・旧跡など魅力的な観光スポットがある	のんびりできる	のんびりできる	名所・旧跡など魅力的な観光スポットがある	賑わいがある	洗練された雰囲気	自然・景色が美しい	自然・景色が美しい
5位	他にはない魅力を持つ場所がある	祭りや伝統芸能がある	特にイメージはない、分からない	名所・旧跡など魅力的な観光スポットがある	食べ物がおいしい	祭りや伝統芸能がある	のんびりできる	高級感がある	魅力的なビーチリゾートがある	その国ならではの雑貨などの買い物を楽しめる



# I 全体編

## 1. 概要

1. 調査の目的・概要
2. 設問内容

## 2. 調査結果

### 1. 回答者属性 / 旅行意向（予備調査・本調査）

1. 性別・年齢・年収など基本属性
2. 今後の海外旅行意向
3. 海外旅行の形態、情報収集、海外旅行で重視すること
4. 普段の生活や考え方

### 2. ASEAN10か国の結果比較（一部抜粋）

1. 訪問経験率
2. 各国への訪問で満足したこと／満足できなかったこと
3. 各国のイメージ

### 3. 今後に向けて



### 3. 今後に向けて

#### 【今後の海外旅行再開に向けて】

- 今回の調査で、今後の海外旅行について今の気持ちを聞いたところ、年代が若いほど海外旅行意向は高く、「渡航制限が解除されたら、行き先はこだわらず、すぐにでも海外旅行がしたい」は全体で6.5%、男性20代で11.8%と高い結果となった。コロナ禍による長引く移動制限により、**行き先や旅行目的にこだわらず「海外旅行をしたい」という旅行者の気持ちの高まり**がうかがえる。観光目的の海外旅行が再開した際、最初に動き出す層となる可能性がある20代・30代は、現在旅行は控えているものの、「旅行に行けなくなり、海外の情報を調べるようになった」との回答も高く、この層に向け、現在のうちから情報発信などを行い、旅行先の候補として認知してもらえることが重要といえる
  - 旅行者の目的は「海外旅行をすること」のため、観光客の受け入れが早めに再開すれば、**これまで旅行先として選択されにくかったニッチな国や地域であっても、行き先として選択される可能性も以前に比べ高い**といえる
- 一方、「以前は海外旅行をしていたが、もうしないと思う」は男女60歳以上で2割程度と高く、**海外旅行が再開しても、シニア層の動きはこれまでと異なる可能性がある**。これまでシニア層向けの旅行展開を行っていた国や地域は、これまでとは異なるシニア向けの施策も検討の余地がある
- 海外旅行をする際に重視することとして、治安や感染症対策など、**旅行の安心安全に関する項目の回答率は、特に女性で高い傾向が見られた**。今回の各国調査結果から、ASEAN各国については、**シンガポールを除くすべての国で女性よりも男性の方が訪問率も高く、各国観光資源の認知度も男性が高い傾向**であることが分かっている。今後海外旅行が再開される際、ASEAN各国が女性をターゲットとする場合は、これまで以上に女性を意識したPRや、リーチしやすい媒体や手法を使い、現地の安全情報や感染対策などについて、正確な情報を旅行者に届けることが重要と考えらえる
  - 普段の海外旅行の情報収集方は女性20代は「SNS」59.3%、「家族・友人知人の口コミ」53.1%の順に高い。男女60歳以上は、他世代に比べ「旅行会社のホームページ」、「新聞記事・広告」が比較的高い
  - 今後の海外旅行においては、各国ごとにそれぞれのイメージや「満足できなかったこと」を意識した上で、**ウィークポイントに対する施策や現地の情報提供をし、旅行者の不安をいかに取り除くことができるか**が重要に
- コロナ禍により、移動制限や自粛生活が長引き、リモートワークやオンライン会議が普及し、デジタルツールの利用なども以前に比べ浸透した。今後の海外旅行意向がある本調査の回答者に、そんな環境下での今の気持ちや行動についてきいたところ、これだけデジタルツールが発達しても、「コミュニケーションは対面で会って行いたい」は、「人とのコミュニケーションはオンラインで十分」の倍以上の回答率で、特に女性で高い結果となった。また「動画や画像で見たものは、実際に現地で見たいと思う」も25%以上の回答率となり、どんなに動画などで情報を得ても、**「実際に現地で見たい」という移動や旅行に対するニーズは消えていない**ことが分かる。ただし**「海外旅行をしたいという気持ちが減ってきている」も9.5%あり、現時点では行きたいと思っ**ていても、**今後の状況によって旅行意欲が減少していく可能性**もある。旅行が出来ない期間においても、情報を発信するなど、旅行者とのつながりをつくり、いかに旅行意欲を継続させるかが重要と考えられる