

2021年4月15日（木）
四国ツーリズム創造機構



「東アジアにおけるアフターコロナを踏まえた旅行者分析事業」
オンライン事業報告会

Vpon JAPAN株式会社

新たな旅行者インサイト

WATCHING

1

旅行者を見る



WEBやスマホなどから得られる
ビッグデータ

毎秒のように送られてくるGPSやweb
クリックなど膨大なデータからユーザー
の傾向を分析

LISTENING

2

旅行者に聞く



アンケート調査データ

アンケートリサーチなど、ユーザーに
質問することで得られるデータを分析

ニューノーマルターゲットレポートとは



調査①

アフターコロナの台湾人/香港人の旅行意欲のある人物像



ニューノーマルターゲットレポート



調査②

四国のコンテンツを魅力的だと感じる台湾人/香港人の人物像

四国エリア



調査概要（リサーチ第1回）

調査目的：台湾人/香港人旅行者が、観光に何を求めているのかを明らかにする

調査手法：オンラインアンケートによるリサーチ

調査対象：海外旅行経験のある台湾人700サンプル/香港人500サンプル

分析手法：アンケート結果データを因子分析によって旅行に対する深層ニーズを抽出。その後、クラスター分析によって、ペルソナ（グループ）を策定。

成果物：台湾人/香港人の旅行者のペルソナ

分析結果：3種類のペルソナ

台湾

Vpon



1

旅行に貪欲なアクティブビジネスマン



2

地方都市に住むシニアリッチ層



3

グルメと癒やしの中堅ファミリー

AT


アドベンチャーツーリズム見込み層

旅行に期待する深層ニーズ（全体比較）

台湾


ペルソナ 1

貪欲なアクティブ
ビジネスマン



ペルソナ 2

地方都市の
リッチシニア



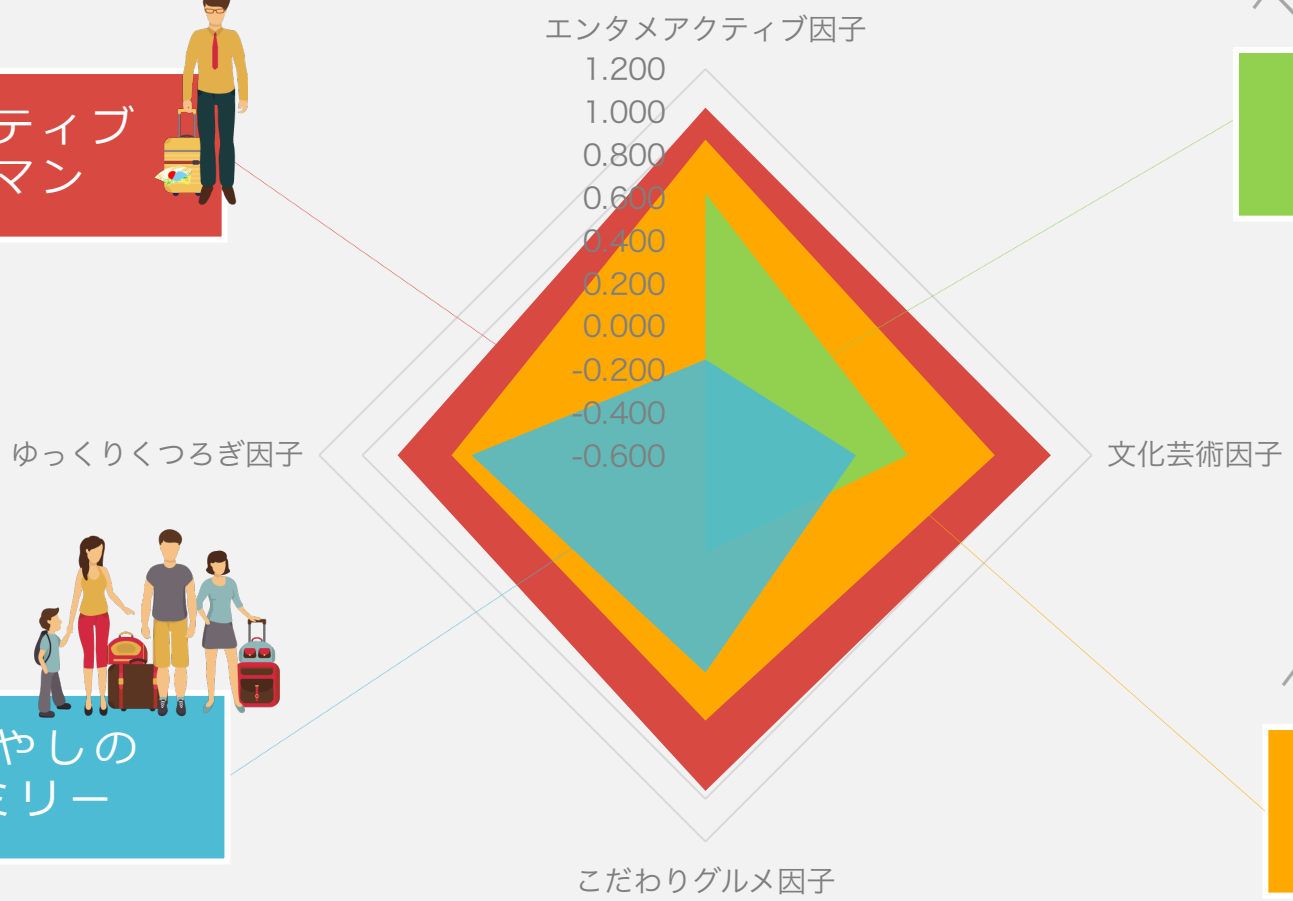

ペルソナ 3

グルメと癒やしの
中堅ファミリー



ペルソナ AT

アドベンチャー
ツーリズム



■ ペルソナ 1 ■ AT ■ ペルソナ 2 ■ ペルソナ 3

アンケート調査データから台湾人の深層心理は、4つの軸が抽出されました。（エンタメアクティブ、文化芸術、こだわりグルメ、ゆっくりくつろぎ）。また、属性データと照合しクラスター分析によるグループ化を行うことで4つの人物像が浮き彫りになりました。

- ・台湾人の旅行ニーズ

元来、日本リピーターや日本好きな人が多い傾向であるため、比較的アクティブでディープな旅行をする要素が強い傾向でしたが、コロナの影響もあってか、自然景色のニーズや世界共通の根本的なニーズであるグルメが全体感としては上位にあがりました。

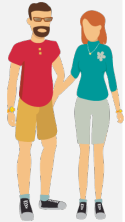
- ・台湾人旅行者のペルソナ

3つのペルソナ（+アドベンチャーツーリズム見込み層）から、旅行に対して幅広いニーズのあるビジネスマン、比較的にリッチなシニア層、またゆったり旅行を好むファミリーが浮き彫りになりました。

分析結果：3種類のペルソナ

香港

Vpon



1

30代前後のアクティブトラベラー



2

文化系大学生



3

グルメと癒やしの30代ファミリー

AT

アドベンチャーツーリズム見込み層

旅行に期待する深層ニーズ（全体比較）

香港

ペルソナ 1

アクティブトラベラー



ペルソナ 2

文化系大学生



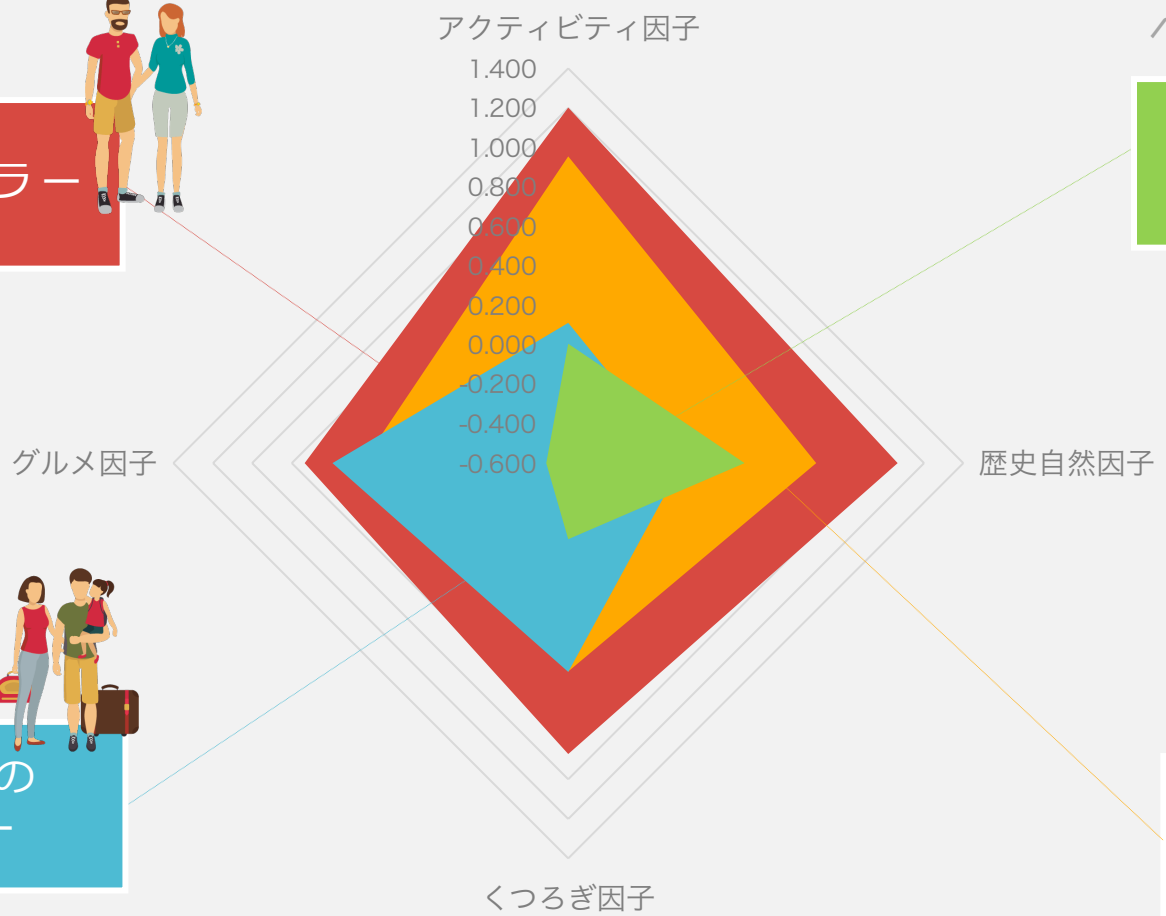
ペルソナ 3

グルメと癒やしの
30代ファミリー



ペルソナ A T

アドベンチャー
ツーリズム



■ペルソナ 1 ■AT ■ペルソナ 3 ■ペルソナ 2

考察（香港人ペルソナ）

アンケート調査データから因子分析を行うことで、香港人の深層心理は、4つの軸が抽出されました。（エンタメアクティブ、自然歴史、ゆっくりくつろぎ、グルメ）。また、属性データと照合しクラスター分析によるグループ化を行うことで4つの人物像が浮き彫りになりました。

・香港人の旅行ニーズ

台湾人と類似の傾向となりましたが、全体のアンケート結果では低位置であったスポーツ系の項目なども深層ニーズとしては、一定の支持者もいる傾向となりました。

・香港人旅行者のペルソナ

金融や高層ビルのイメージが強く、人物像でいうとビジネスマンの印象が強い香港ですが、ペルソナとして分類すると、比較的収入が低めの学生やファミリーなども分離して抽出されました。アドベンチャーツーリズムのニーズも一定数いることが確認でき、ペルソナの中にも近い像が見られています。

調査概要（アクティビティリサーチ）

調査目的：四国の各観光地における台湾人/香港人旅行者のニーズを探る

調査手法：オンラインアンケートによるリサーチ

調査対象：台湾人400サンプル香港人400サンプル

分析手法：アンケートデータから、四国の15箇所の観光地ニーズを調査・分析。

調査対象（観光地リサーチ）

四国の観光地



金刀比羅宮（香川）



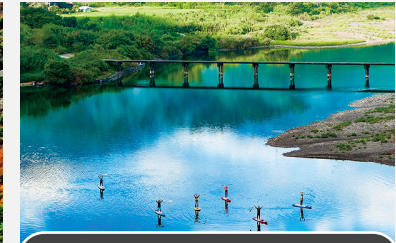
エンジェルロード（香川）



小豆島オリーブ公園（香川）



寒霞溪錦秋（香川）



四万十川（高知）



クジラ（高知）



カルスト（愛媛/高知）



にご淵（高知）



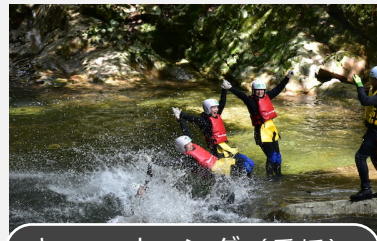
祖谷のかずら橋（徳島）



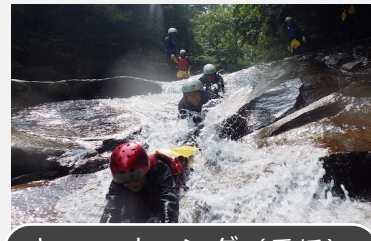
鳴門の渦潮（徳島）



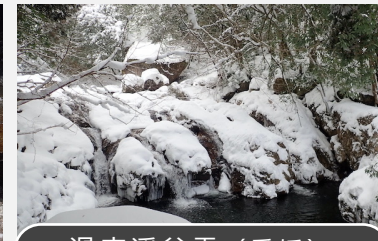
しまなみ海道（愛媛）



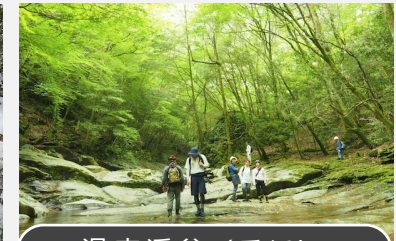
キャニオニング（愛媛）



キャニオニング（愛媛）



滑床溪谷雪（愛媛）



滑床溪谷（愛媛）

15箇所の写真（各県の観光地および自然アクティビティ）

結果（行ってみたい観光地ランキング上位）

台湾

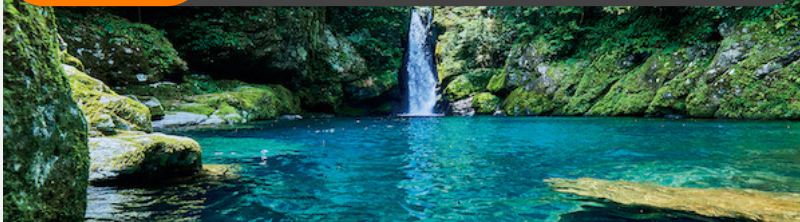
1位 エンジェルロード（香川）



4位 寒霞渓錦秋（香川）



2位 にこ淵（高知）



5位 鳴門の渦潮（徳島）



3位 金刀比羅宮（香川）



6位 滑床溪谷-雪（愛媛）



結果（観光地リサーチ）

台湾

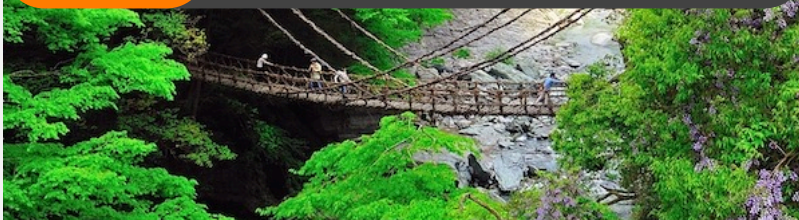
1位

鳴門の渦潮（徳島）



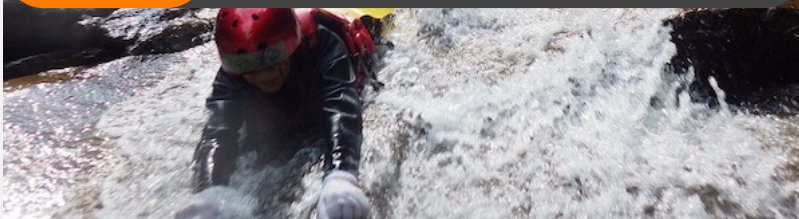
2位

かずら橋（徳島）

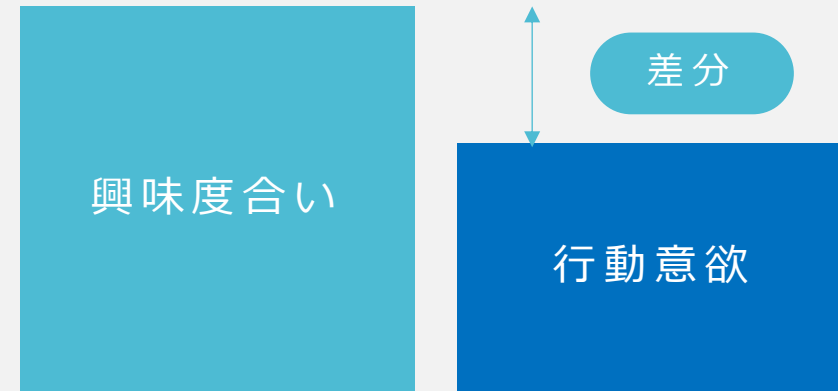


3位

キャニオニング（愛媛）



興味に比べて、行動意欲が低くなっている観光地ランキング



言い換えると興味はあるが実際に行くには小さなハードルを感じているもの

4つのニーズ要素

開放感

自然な景色や青空を
感じる開放感

しまなみ海道
エンジェルロード
四万十川（SUP）

森林感

木々に囲まれた散策
や吊橋を含む森林の
中での冒険的な要素

祖谷のかずら橋
にこ淵
寒霞渓錦秋など

ハード感

キャニオニングをは
じめとする激しいア
クティビティ

キャニオニング
など

希少感

台湾人にとって珍し
い雪景色や渦潮のよ
うな希少な景色

滑床渓谷（雪）
鳴門の渦潮など

結果（観光地リサーチ）

台湾

<四国15の観光コンテンツ>

アクティビティ軸

ハード

ソフト

自然景色軸

海 & 島

森林

文化

<15観光地から4つの深層ニーズ要素>

① 開放感

男性多め

収入高め

歴史遺産

東北経験

② 森林感

収入高め

訪日1回

美術館歴史

中部経験

③ ハード感

30-40代

会社役員

ドキドキ感

地域交流

④ 希少感

20代前半

収入平均

運動ときどき

訪日11回~

結果（行ってみたい観光地ランキング上位）

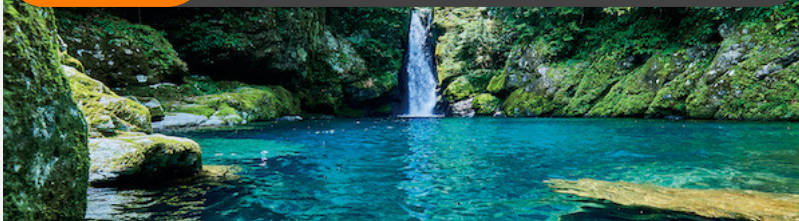
台湾

行動意向が高い観光地

1位 エンジェルロード（香川）



2位 にこ淵（高知）



3位 金刀比羅宮（香川）



興味はあるが訪問には
ギャップがある観光地

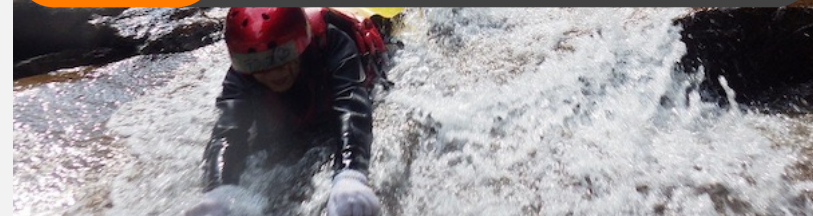
1位 鳴門の渦潮（徳島）



2位 かずら橋（徳島）



3位 キャンオニング（愛媛）



結果（行ってみたい観光地ランキング上位）

香港

1位

にこ淵（高知）



2位

エンジェルロード（香川）



3位

寒霞渓錦秋（香川）



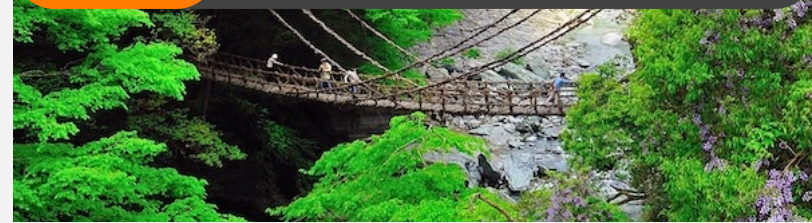
4位

金刀比羅宮（香川）



5位

かずら橋（徳島）



6位

くじら（高知）

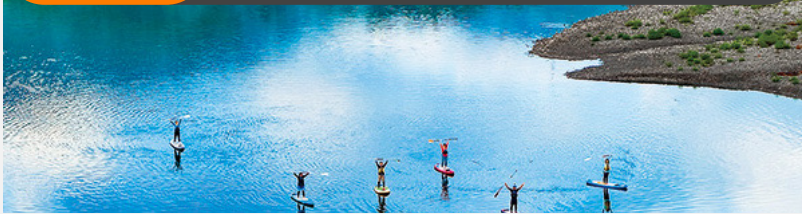


結果（観光地リサーチ）

香港

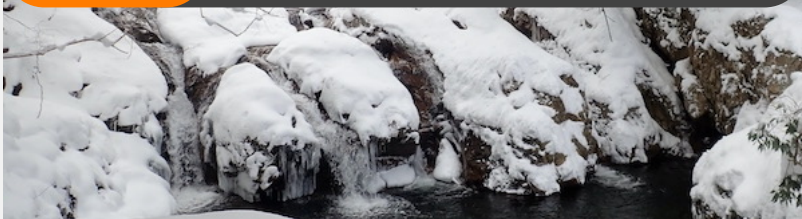
1位

四万十川SUP（高知）



2位

滑床溪谷の雪（愛媛）

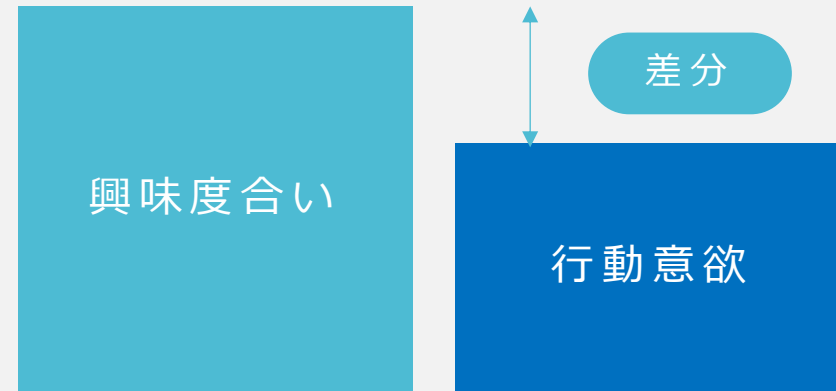


3位

鳴門の渦潮（徳島）



興味に比べて、行動意欲が低くなっている観光地ランキング



言い換えると興味はあるが実際に行くにはハードルを感じているもの

5つのニーズ要素

自然景色感

きれいな空や森
の自然など

にこ淵
エンジェルロード
四万十川（SUP）

希少感

神社/雪/クジラ
のような希少性

滑床溪谷の雪
金刀比羅宮
など

体験感

サイクリングな
どの取り組み易
いアクティビ
ティ

しまなみサイク
リング、小豆島
オリーブ公園
など

ハード感

キャニオニング
をはじめとする
激しいアクティ
ビティ

キャニオン
グなど

散策感

森散策や四国カ
ルストの散策感

四国カルスト
滑床溪谷の森

結果（観光地リサーチ）

香港

<四国15の観光コンテンツ>

アクティビティ軸

ハード

ソフト

自然景色軸

海 & 島

森林

文化

<15観光地から5つの深層ニーズ要素>

① 自然景色感

② 希少感

③ 体験感

④ ハード感

⑤ 散策感

30 - 40 前半

夫婦 / 恋人

沖縄経験

訪日 6 - 10 回

女性多め

歴史遺産

地域生活体験

訪日 6 - 10 回

20代前半

家族

専門職 / 経営者

訪日 2 - 5 回

20代と50代

家族 / 友達

体を動かす

北海道経験

30代～40代

夫婦 / 恋人

ドキドキ

地域交流

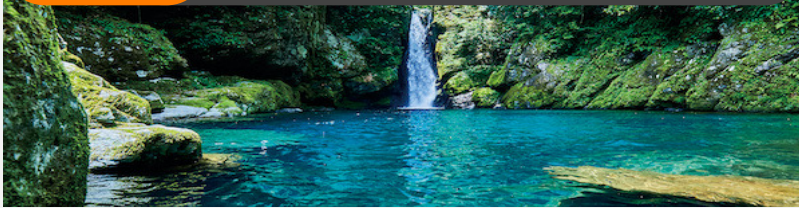
結果（観光地リサーチ）

香港

行動意向が高い観光地

1位

にこ淵（高知）



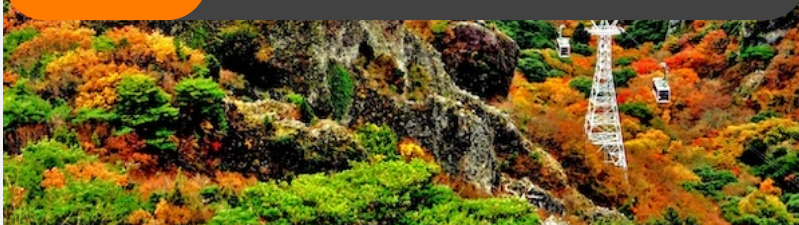
2位

エンジェルロード（香川）



3位

寒霞渓錦秋（香川）



興味はあるが訪問には
ギャップがある観光地

1位

四万十川SUP（高知）



2位

滑床溪谷の雪（愛媛）



3位

鳴門の渦潮（徳島）

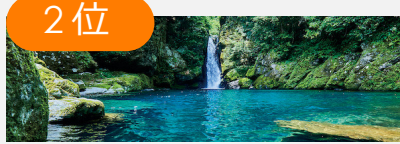


比較（上位ランキング - 台湾と香港 -）

台湾



エンジェルロード（香川）



にこ淵（高知）



金刀比羅宮（香川）



寒霞溪錦秋（香川）



鳴門の渦潮（徳島）



滑床溪谷の雪（愛媛）

香港



にこ淵（高知）



エンジェルロード（香川）



寒霞溪錦秋（香川）



金刀比羅宮（香川）



祖谷のかずら橋（徳島）



ニタリクジラ（高知）

まとめと考察（観光地リサーチ）

四国各地の15箇所の観光コンテンツについて、台湾人と香港人それぞれの調査を行いました。エンジェルロードやにご淵などの人気の傾向は共通している箇所が多かったものの、かずら橋やオリーブ公園など一部違いも見られました。

回答傾向から抽出された深層ニーズについても、概ね共通しておりハード系のアクティビティは（ハード感）、一般的にはややハードルが高い結果になったことや、エンジェルロードなどの海や島を体感できる自然景色は共通した人気となりました。四万十川のサップ体験なども興味はあるが体験してみようという行動意欲が低くなる傾向も同様となりました。

訪日経験でいうと、台湾人のほうが多く香港人のほうが少ない傾向であることや、香港のほうが女性比率が高いなどの属性の違いはあり、個別の深層ニーズごとの違いは多々見られているため、打ち出していく観光コンテンツに合わせたターゲット設定の絞り込みは必要と考えられます。



アジアビッグデータカンパニー

Vpon JAPAN株式会社

東京本社：〒160-0023 東京都新宿区西新宿1-1-6 ミヤコ新宿ビル5F
03-6361-0252

大阪支社：〒541-0051 大阪府大阪市中央区備後町3-4-1 備後町山口玄ビル9F
090-6754-2296