

500人
アンケート

“地域”を中心に聞いてみた

10人中7人が
「わかりやすくなった」という
サイトリニューアルのポイントとは？

～ 旅行系サイト編 ～

全国のインターネットユーザー500人を対象に、旅行系サイトにおける
地域情報についてアンケートを実施しました。

サイバーエリアリサーチ株式会社
2009年4月14日

調査概要

調査方法: インターネットリサーチ

調査対象: 過去半年以内に旅行系サイトで地域に関わる情報を利用したことがある全国のインターネットユーザー

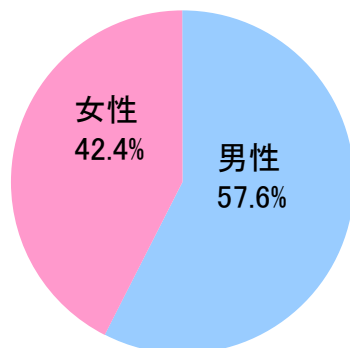
調査期間: 2009年2月24日～25日

有効回答数: 500件

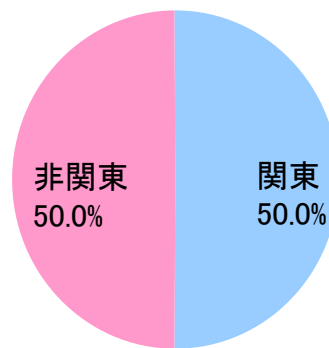
調査会社: ネットマイルリサーチ

回答者属性:

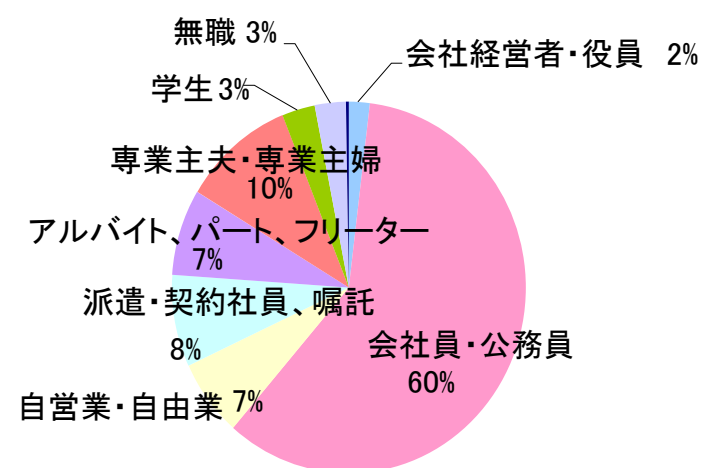
性別(N=500)



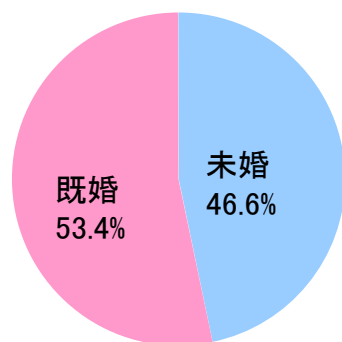
地域(N=500)



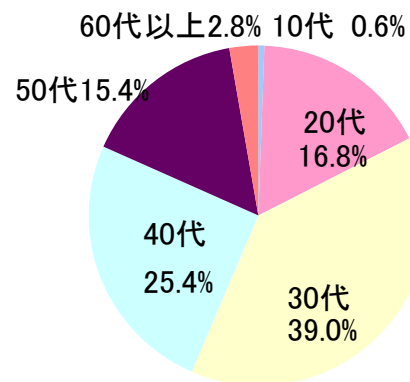
職業(N=500)



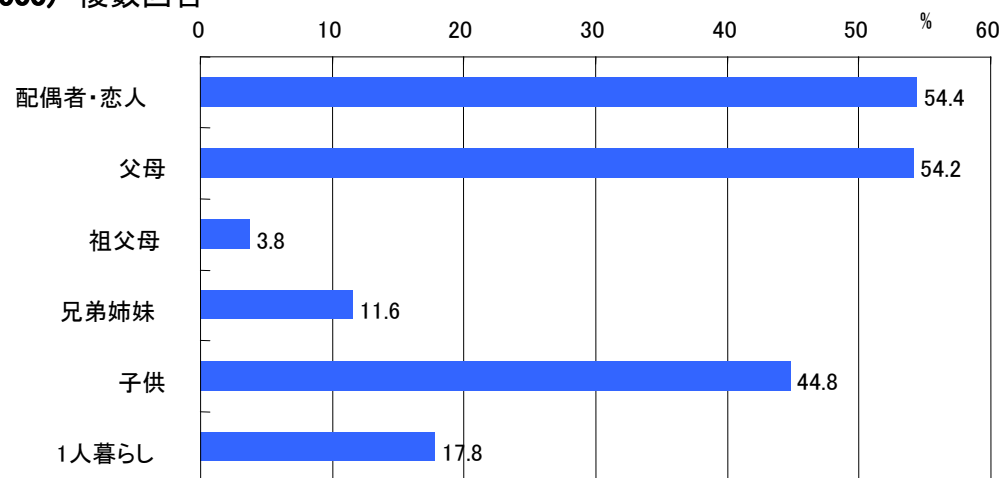
既婚・未婚(N=500)



年代(N=500)

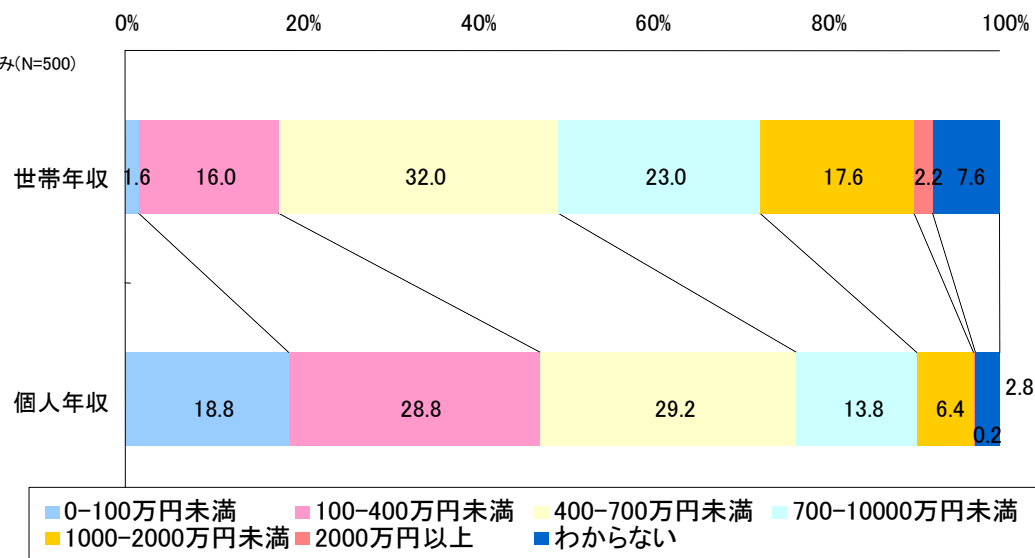


家族構成(N=500) 複数回答



年収(N=500)

世帯年収、個人年収
※税込み、ボーナス込み(N=500)



■旅行系サイトの利用目的

- ・約6～8割が情報収集
- ・サイトでの予約・購入が約6割

■旅行系サイト訪問時に重視する項目と満足度

- ・7～8割がサイトの機能や全体的な情報量を重視。サイト機能への満足度は比較的高い
- ・同じく7～8割が、情報の見つけやすさ・到達しやすさを重視
一方で満足しているのは3～4割でギャップが大きい
- ・半数以上がユーザー付近から出発のツアーやサービス情報を重視。満足している割合は3割程度

■旅行系サイト上の地域情報の現状からわかるニーズ

ユーザーは

1. 多くの地域情報を求めている
2. 自分の周辺情報だけあればよい
3. 地域情報を素早く見つけて到達したい

■地域情報のニーズを満たした場合

- ・サイトの魅力アップに加え、サイトを提供する企業の印象も良くなる
- ・他サイトとの差別化に役立つ

■エリアターゲティングによる地域情報の最適化を取り入れたサイト

- ・ユーザーの6割程度がこの機能に魅力を感じる
- ・実際に利用したサイトでは、約7割が「わかりやすくなった」「便利になった」と回答
半数以上が「興味が高まる」「サイト利用機会が増える」と回答

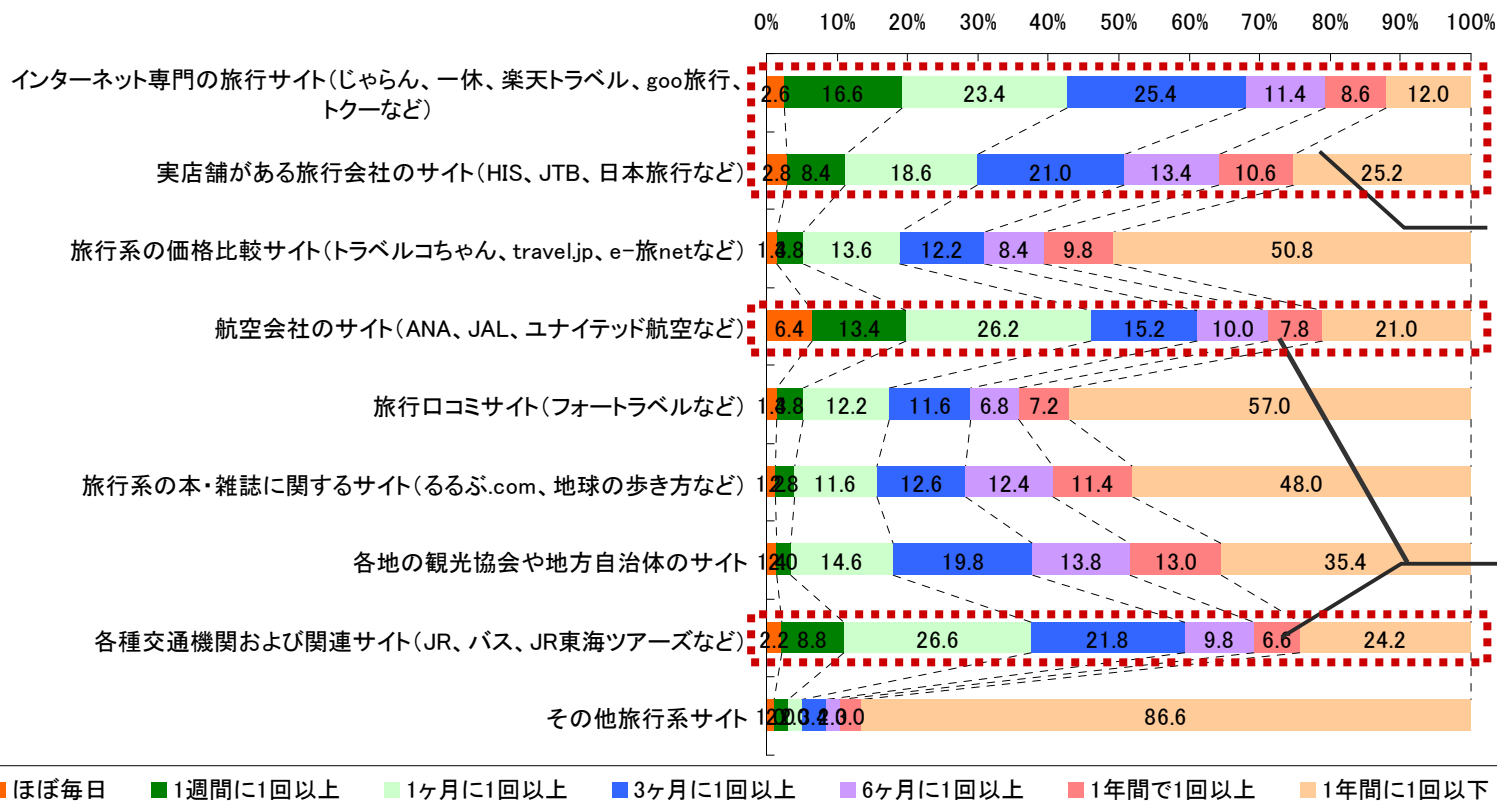
旅行系サイトにおける地域情報の有用性について

調査結果 詳細

PART1. 実態を知る

現状のサイトでユーザーは何をしている？どう感じている？

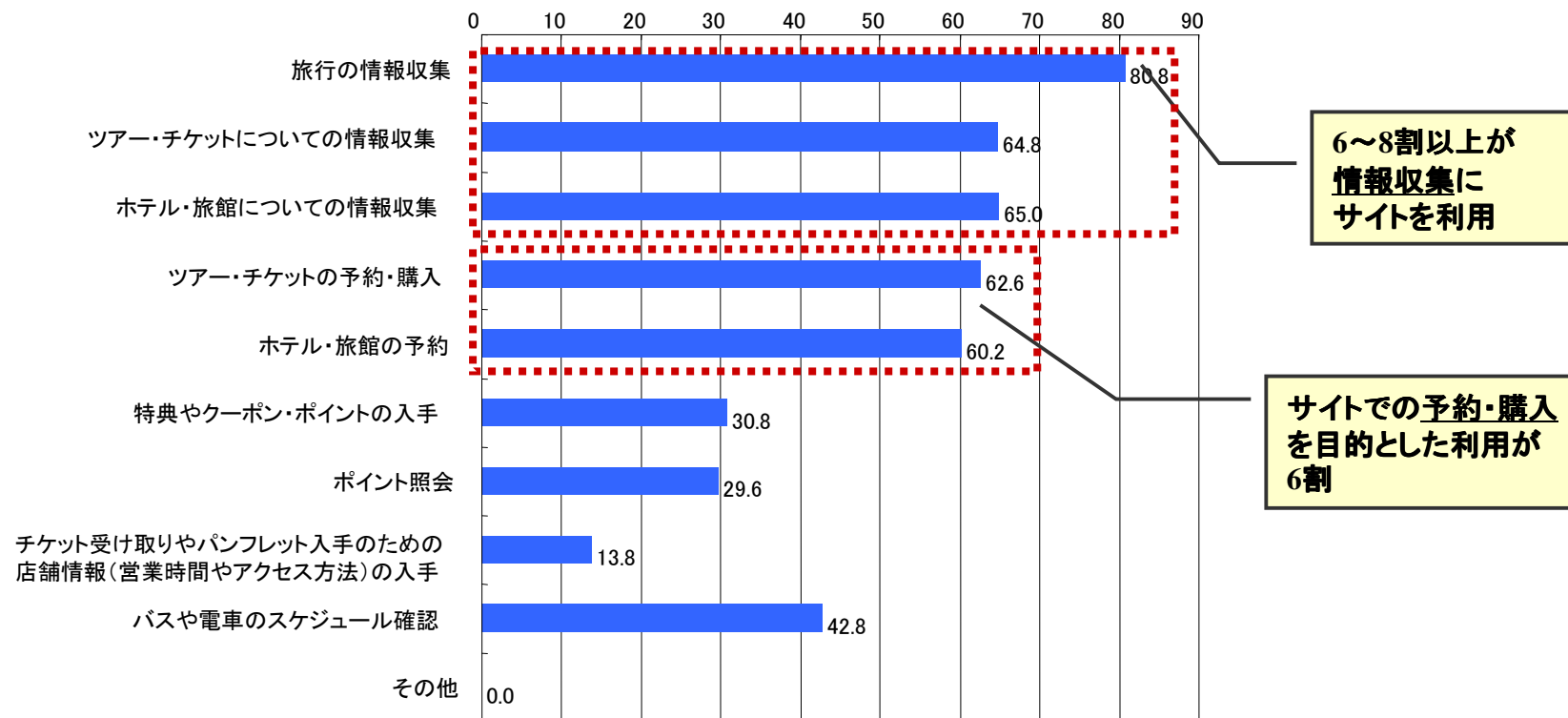
Q1. 普段インターネットで下記の“旅行系サイト”をどの程度の頻度で利用していますか(N=500)



旅行サイトの人気が高い

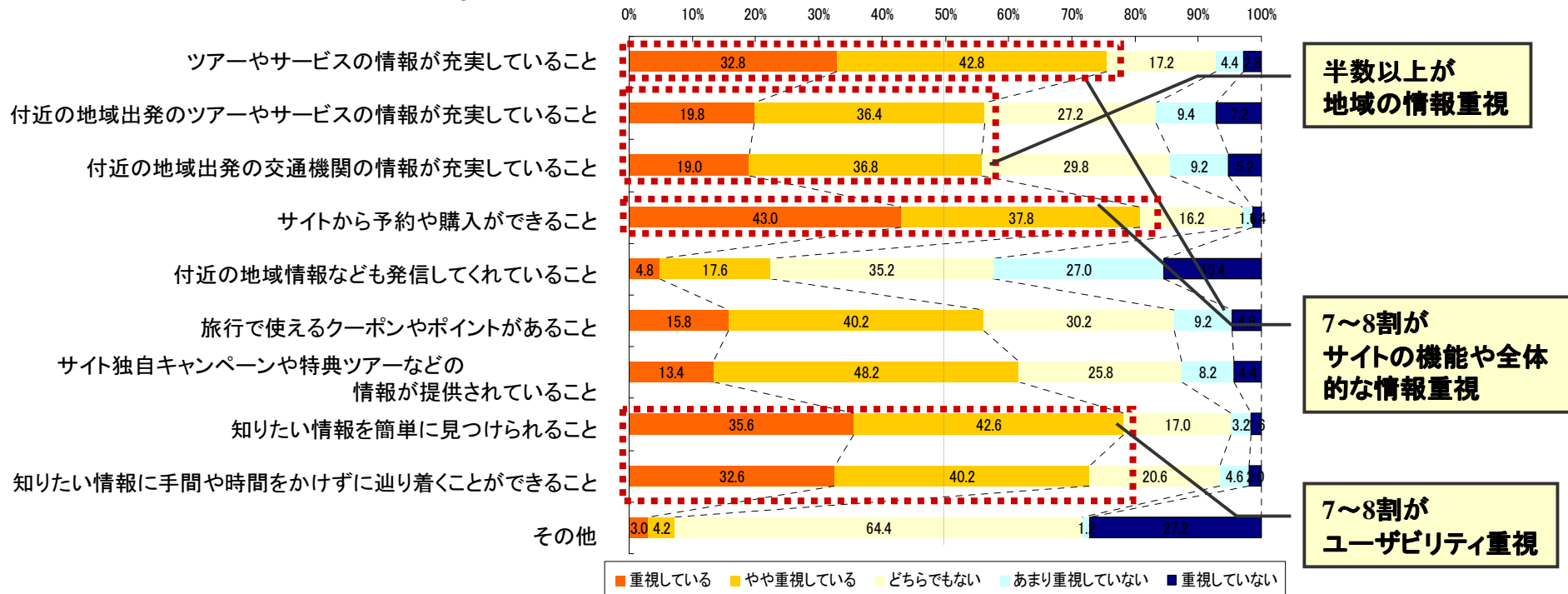
交通機関サイト利用も多い

Q2. 普段、「旅行系サイト」をどのような目的で閲覧・利用することが多いですか。(N=500) 複数回答



■サイトで重視する項目

Q3. あなたが“旅行系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目をどの程度重視していますか。(N=500)

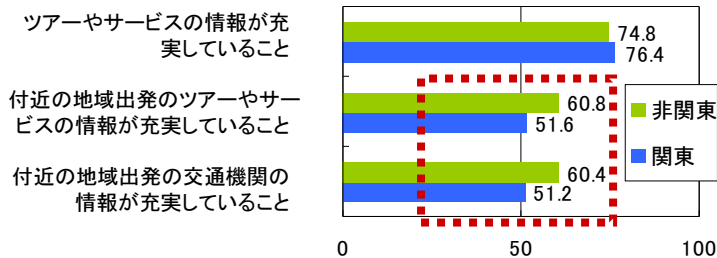


半数以上が
地域の情報重視

7~8割が
サイトの機能や全体的な情報重視

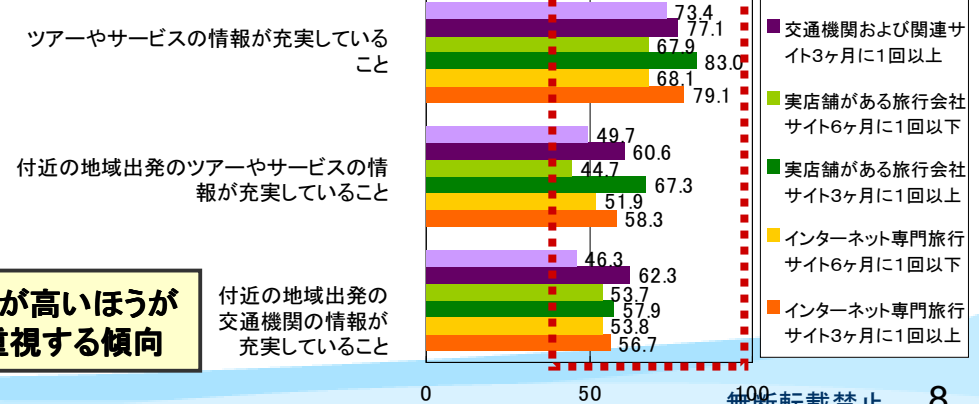
7~8割が
ユーザビリティ重視

【地域別】「重視している・やや重視している」と回答した割合



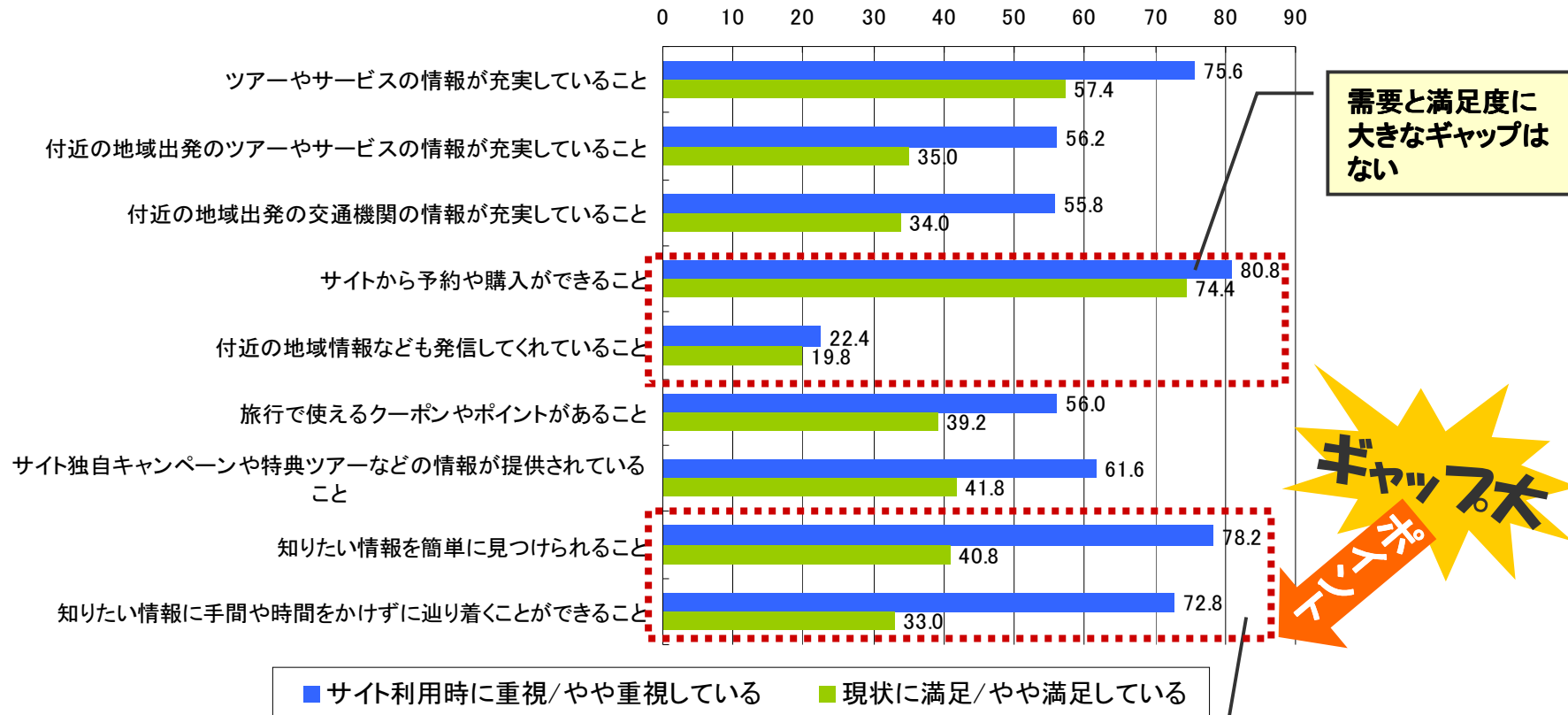
関東圏以外のユーザーのほうが、
地域情報の充実をより重視する傾向

【サイト利用頻度別】「重視している・やや重視している」と回答した割合



サイト利用頻度が高いほうが
情報の充実を重視する傾向

Q4. あなたが“旅行系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目にどの程度満足していますか。(N=500)

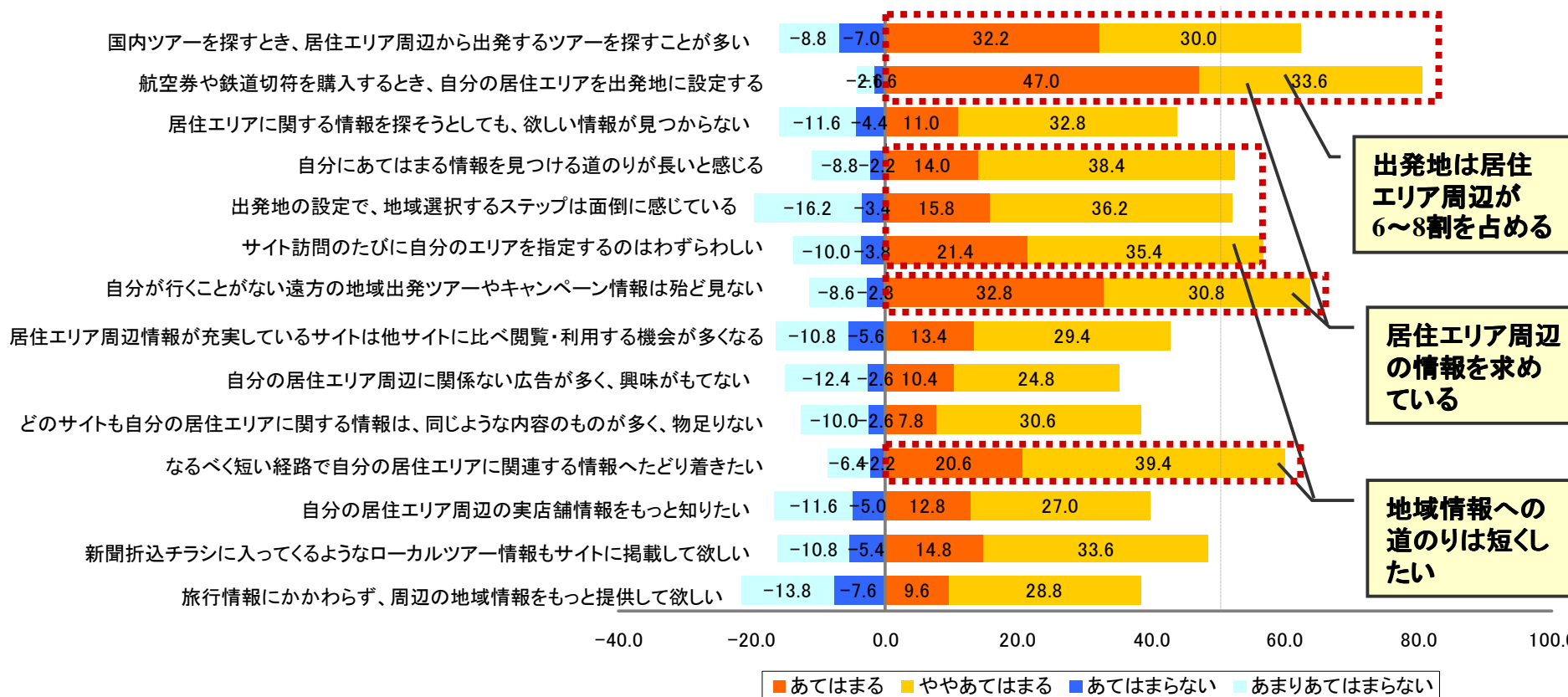


需要と満足度に大きなギャップはない

ギャップ大
ポイント

これらの項目を重視しているユーザーが多いにもかかわらず、満足しているユーザー割合は低い
⇒ 情報を見つけやすくすることの重要性が高い！

Q5. あなたが“旅行系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目についてどのように感じていますか。(N=500)



ユーザーは

1. 多くの地域情報を求めている
2. 自分の周辺情報だけあればよい
3. 地域情報を素早く見つけて到達したい



Q6. “旅行系”サイトを利用している際に、不便さや不満を感じていることは何ですか

回答者の7割が何らかの不满を持つ

- ・情報を見つけにくい
- ・検索しにくい
- ・サイトが重い

などの意見が多く、欲しい情報への到達しやすさに不満が集中した。

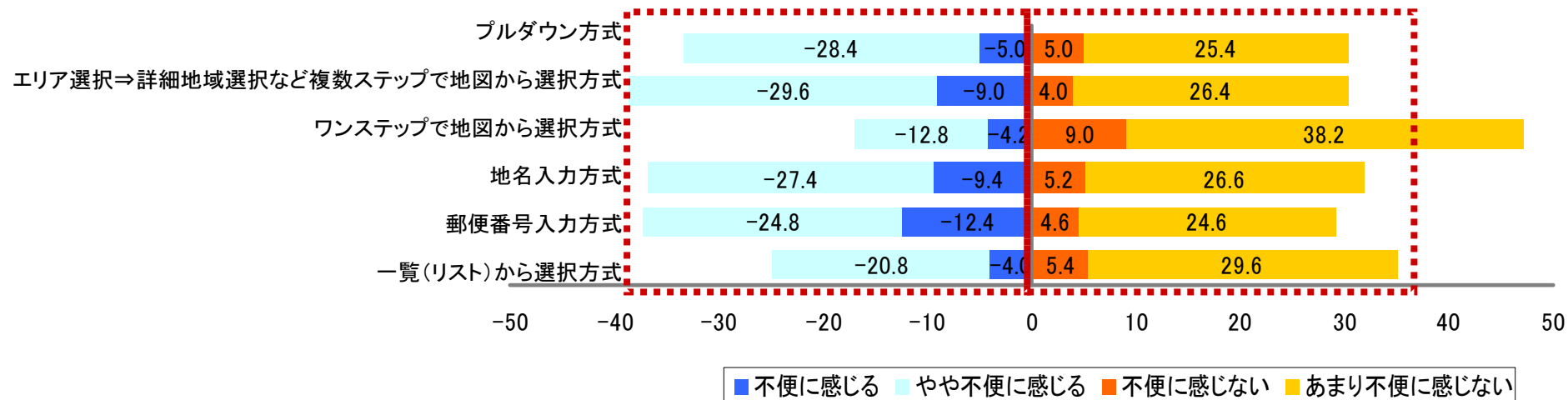
Q7. “旅行系”サイトを利用している際に、「地域の情報」について不便さや不満を感じていることは何ですか

回答者の約半数が何らかの不满を持つ

「地方の情報が少ない」と回答したのは全体の2割。一方で、「首都圏の情報は多いので不便は感じない」との声も。

「情報が多すぎて、欲しい情報を見つけにくい」との回答もあり、身近な地域情報の検索しやすさや見つけやすさへの不満も多い。

Q8. 普段あなたが“旅行系”サイトを利用する際、以下のエリア指定方法にどの程度不便さを感じていますか。(N=500)



不便を感じる人と感じない人の割合は、ほぼ半々。
地図からのワンステップ選択は負荷が少ない

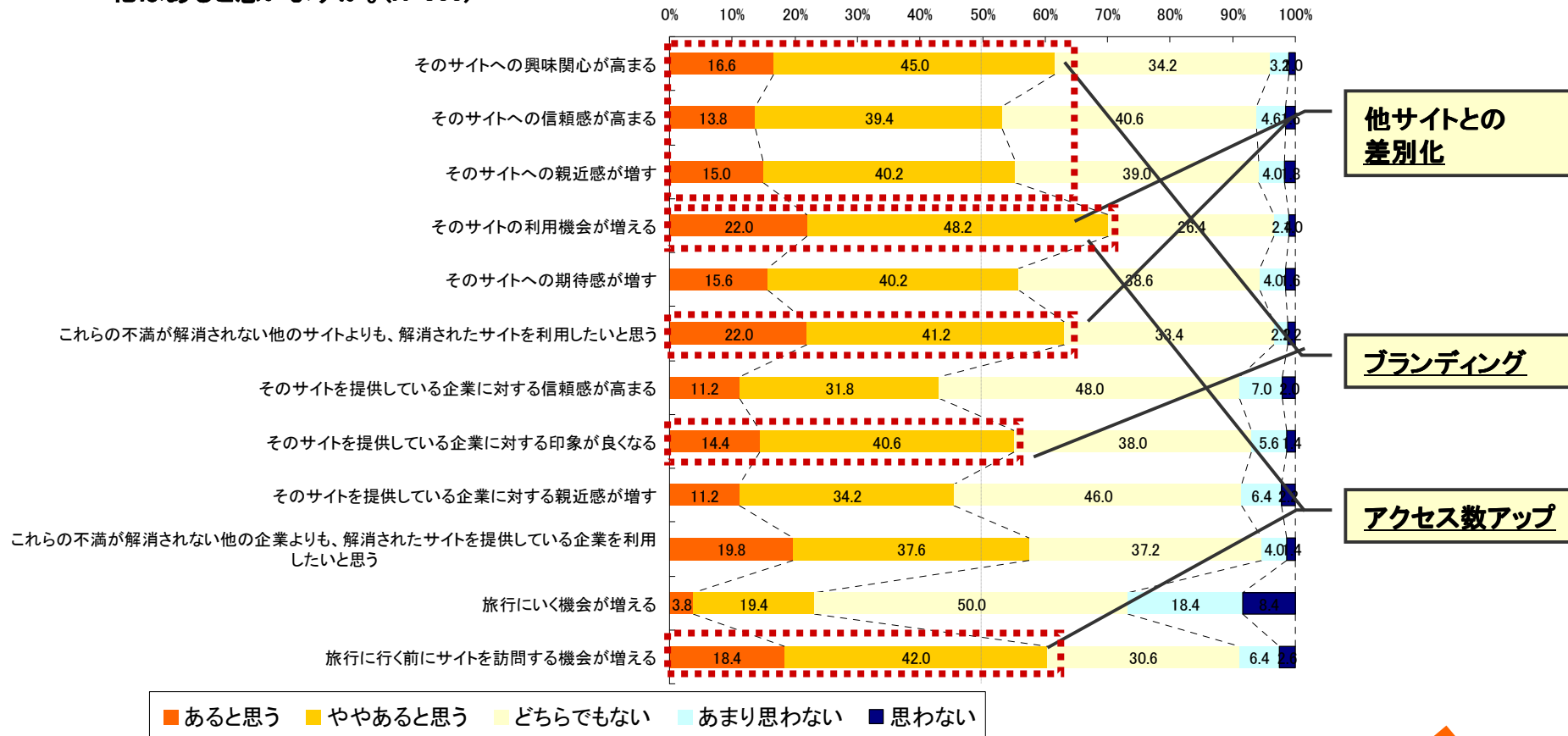
旅行系サイトにおける地域情報の有用性について

調査結果 詳細

PART2. 地域情報は必要か？

もし、現状のサイトに感じている不満が解消されたら??

Q9. 前設問のような不便さや不満が解消された場合に、その“旅行系サイト”および、サイト提供企業に対する意識や態度に変化はあると思いますか。(N=500)



ユーザーは
 1. 多くの身近な地域情報を求めている
 2. 自分の周辺情報だけあればよい
 3. 地域情報を素早く見つけて到達したい

これらのニーズを満たすことで、
サイトの魅力アップに加え
サイトを提供する企業の印象も良くなる



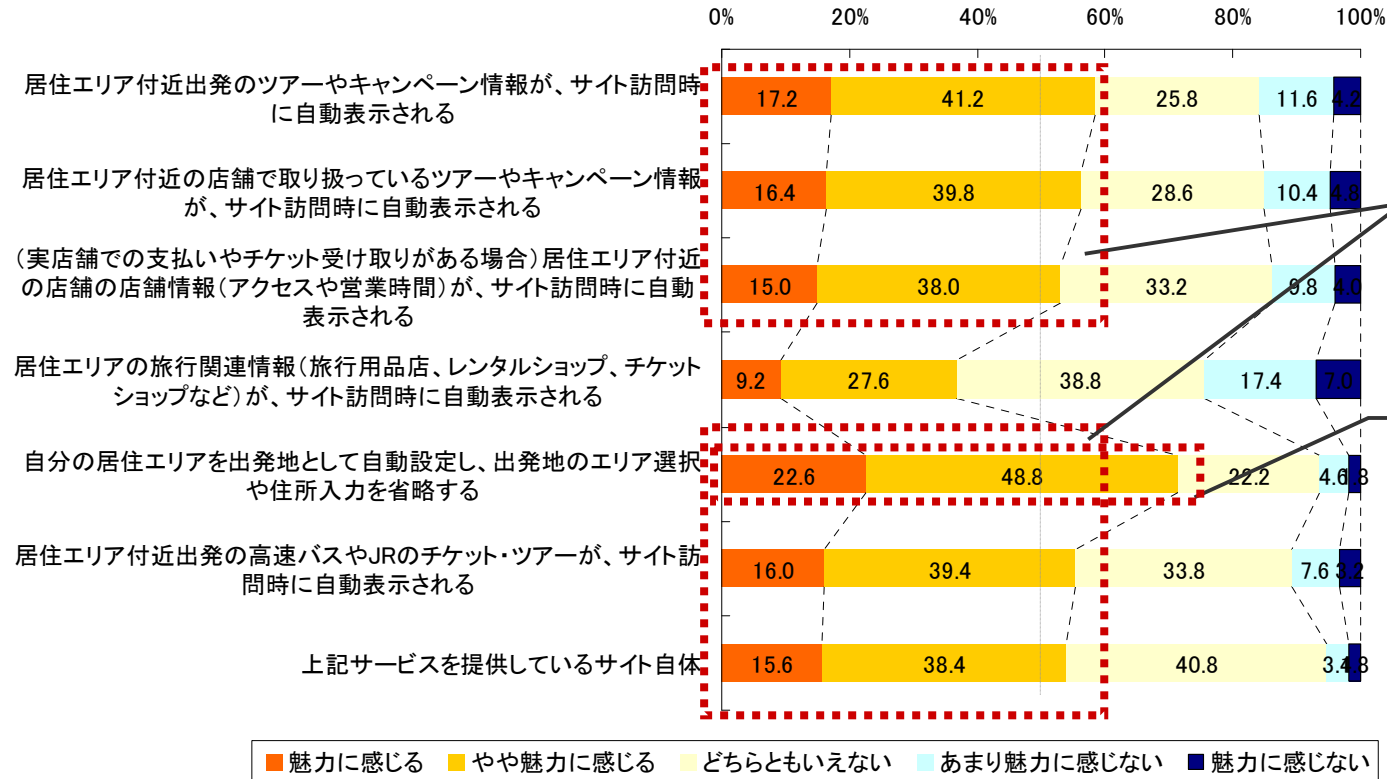
旅行系サイトにおける地域情報の有用性について

調査結果 詳細

PART3. 地域情報の配信方法

情報を増やすだけでなく、“見つけやすくすること”と“使いやすさを追求すること”が効果的

Q10. 以下のサイトのサービスとして、どの程度魅力に感じますか。(N=500)



半数以上が魅力を感じる

特に
エリア選択の自動化へのニーズが高く
7割が魅力を感じる

ユーザーは
1. 多くの身近な地域情報を求めている
2. 自分の周辺情報だけあればよい
3. 地域情報を素早く見つけて到達したい

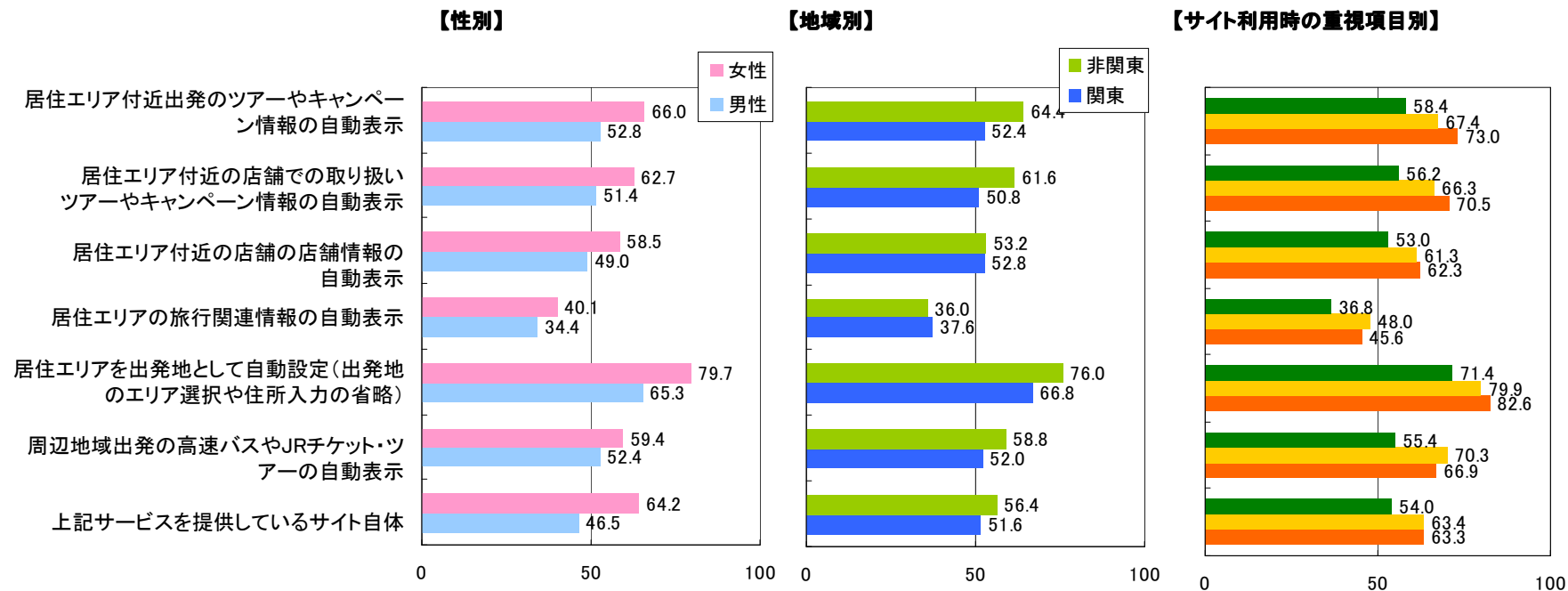
2、3のニーズを満たすために
エリアターゲティング*を実施すると、
この機能に半数以上が魅力を感じる

ヒント

* エリアターゲティング: ユーザーの位置情報に応じて、サイトのコンテンツを自動で切り替える仕組み

Q10. 以下のサイトのサービスとして、どの程度魅力に感じますか。(N=500)

「魅力を感じる・やや魅力を感じる」と回答した割合



男性よりも女性のほうが、エリアターゲティングを魅力に感じる割合が高い

関東圏以外のユーザーは、エリアターゲティングをより魅力に感じる傾向

特に、サイト利用時に「情報の充実」を重視しているユーザーが、エリアターゲティングに魅力を感じる

■エリアターゲティングを実施したサイト

Q11. こんなサイトがあったらどうでしょうか？(N=500)

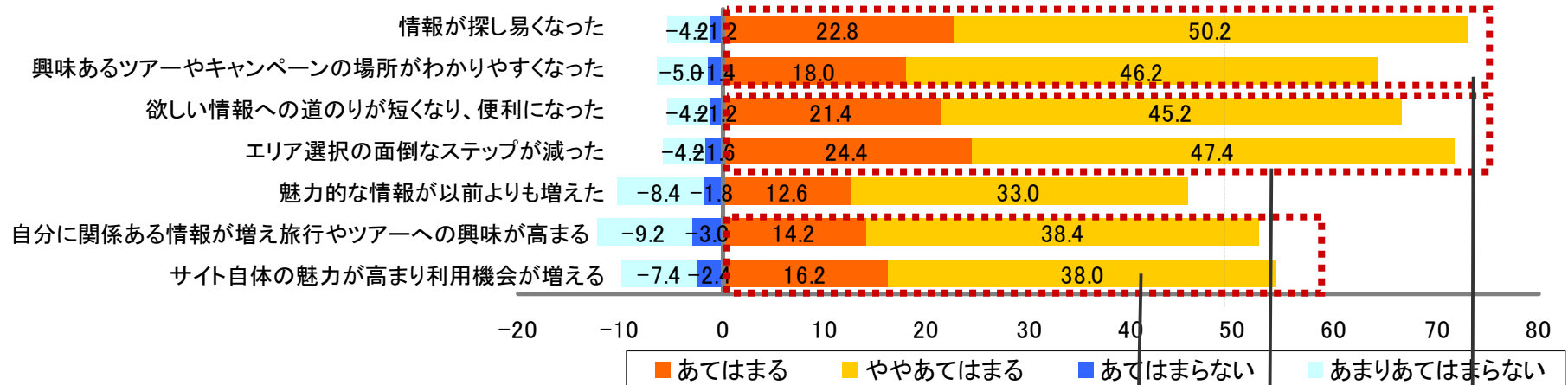
The screenshot shows a travel website interface with several key elements annotated with red circles and numbers:

- ①** A navigation bar at the top with regional tabs: 東京発, 北海道発, 東北発, 新潟発, 北陸発, 静岡発, 名古屋発, 関西発, 中国発, 四国発, 九州発, 沖縄発, 全国のX.Y.Z営業所.
- ②** A large banner for "茨城県発 今週の日帰りオススメツアー♪" (Ibaraki Prefecture Depart This Week's Day Return Recommended Tour♪) with a "直前予約だから50%OFF!!" (Last-minute booking, 50% off!!) offer.
- ③** A search form with fields for "行き先" (Destination), "出発地" (Origin: 茨城), and "出発日" (Departure Date: 2009年3月 01日).
- ④** A "ツアー検索" (Tour Search) button.
- ⑤** A sidebar titled "お近くの営業所" (Nearby Branches) listing 水戸支店, 土浦支店, and つくば支店 with their phone numbers.
- ⑥** A weather check section titled "お出かけ前のお天気チェック" (Weather Check Before Going Out) showing current weather in 水戸 (11°C / -1°C) and destination weather in 那覇 (23°C / 19°C).
- ⑦** A bottom banner for "旅行用品・スーツケース レンタルなら" (Travel Items/Suitcase Rental) with a link to "茨城のレンタル店" (Ibaraki Rental Store).

ユーザーの地域を判別して
地域情報を最適化!

- ①地域タブの切り替え
- ②④ユーザーの地域周辺発のキャンペーンやセールツアー情報
- ③出発地を自動入力
- ⑤近くの店舗情報を表示
- ⑥地域情報を使ったおまけコンテンツ
- ⑦広告の地域配信

Q11. こんなサイトがあったらどうでしょうか？(N=500)



半数以上が、「興味が増す」「サイト利用が増える」と回答。サイト利用の動機付けが可能に。

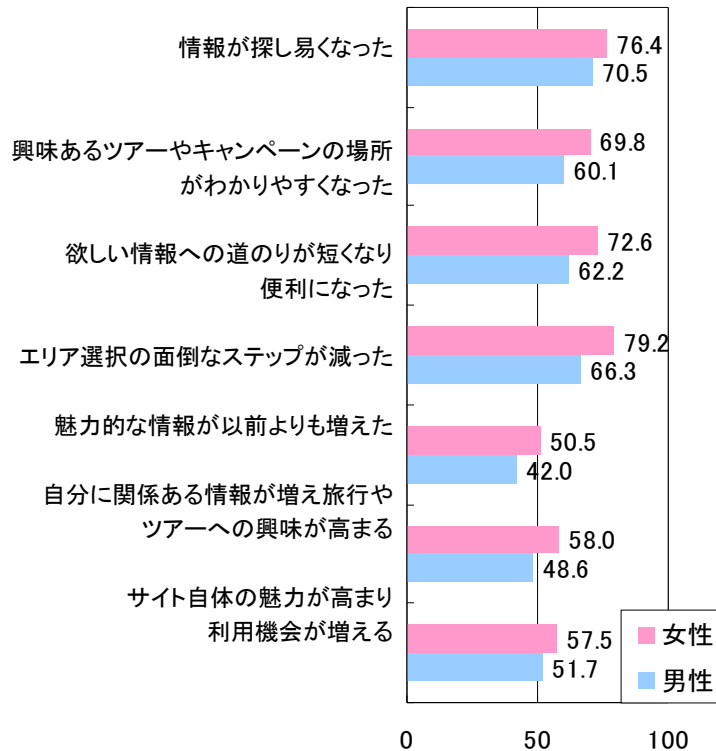
「面倒なステップが減った」「便利になった」が約7割。サイトユーザビリティが向上

「情報を探し易くなった」「わかりやすくなった」が約7割。地域情報の切り替えで、ユーザー負荷を軽減

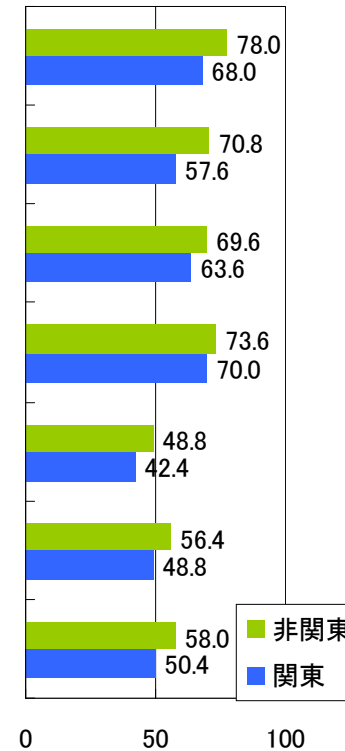
エリアターゲティングは
サイトの集客強化 と
ユーザビリティ向上
 に役立つ！

Q11. こんなサイトがあったらどうでしょうか？(N=500)

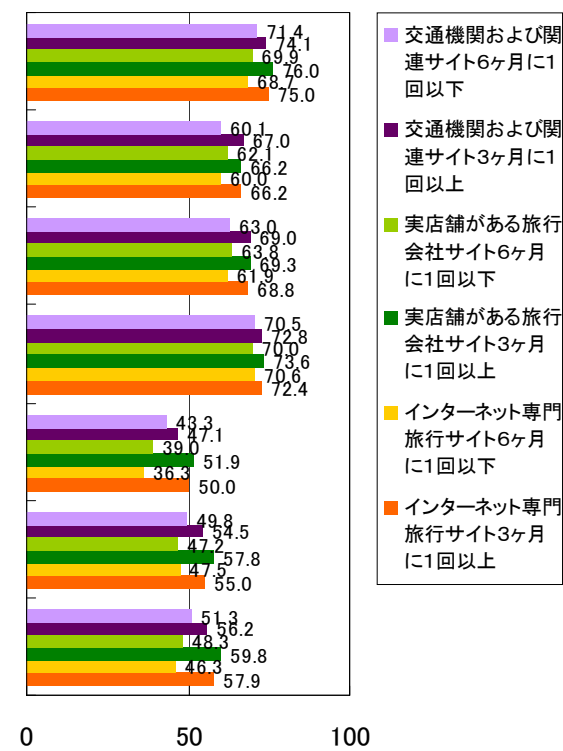
「あてはまる・ややあてはまる」と回答した割合
【性別】



【地域別】



【サイト利用頻度別】



エリアターゲティングは、特に
女性ユーザー
関東圏以外のユーザー
利用頻度が高いユーザー
からの評価が高い

おわりに

～サイバーエリアリサーチの提案～

要望1 ユーザーは
身近な旅行情報を
もっと欲しい



まずは

地域情報を充実!

要望2 情報が多くなっても
自分に関係ある情報だけ
を見たい

要望3 自分に関係ある情報を
簡単に見つけて
たどりつきたい

地域情報の充実は、ブログで簡単に実現!

地方店舗があるなら、店ごとにブログを作って各店舗から直接地域情報を発行・更新できる仕組みを。

エリアターゲティングによって地域の情報がトップページに出ることで、地方の従業員が自社サイトを活用するモチベーションもUP!

要望1 ユーザーは
身近な旅行情報を
もっと欲しい

要望2 情報が多くなっても
自分に関係ある情報だけを見たい

要望3 自分に関係ある情報を
簡単に見つけて
たどりつきたい



そして

ユーザーの地域に応じて
コンテンツを切り替える

エリアターゲティング
で、
適切な情報をユーザーにお届け

- ▶コンテンツが増えても、迷うことなくユーザーを各地域の情報へ導くことが可能に
- ▶身近な地域コンテンツを充実させ、情報を見つけやすいサイトにすることで他サイトとの差別化を
- ▶初回訪問のユーザーから自分に合った情報を得ることが可能に

引用・転載について

本調査結果に掲載している資料は、ご自由にお使いいただけます。
ただし、掲載資料(文書全体または一部)を他に引用する際には、
それらがサイバーエリアリサーチ調査資料からの引用である旨を必ず明記して
ください。

なお、WEBサイトで引用いただく場合は、サイバーエリアリサーチサイト
(<http://www.arearesearch.co.jp/?id=rr>)へのリンクを貼ってください。

本調査に関する お問い合わせ



サイバーエリアリサーチ株式会社

■本社 静岡県三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4F

TEL 055-991-5544 FAX 055-991-5540

■東京支社 東京都中央区日本橋1-2-10 東洋ビル5F

TEL 03-3243-1070 FAX 03-3243-1074

■URL <http://www.arearesearch.co.jp/>

SURFPOINT™
<http://www.arearesearch.co.jp/ip/>

 rakulog.com
らくろぐ解析
<http://www.arearesearch.co.jp/web/rakulog/>

 どんどこ
<http://www.arearesearch.co.jp/web/docodoco/>

**IPGeolocation が
新たなビジネスバリューを構築します！**

 顧客開拓
kaitaku.biz
<http://www.arearesearch.co.jp/web/kaitaku/>