

インバウンド観光におけるInstagramの役割

2017



~9%

2017年の訪日外客数 約2,800万人のうち
旅行の計画や実施に
Instagramが関わっていた割合*



約3747億円

2017年にInstagramが関わっていた
訪日外客による経済効果(推定*)
33.8億米ドル相当(2017年2月末レート換算)



46%

定期的に旅行する人のうち
「休暇の計画を立てる際にInstagramを使う」と
回答した人の割合



51%

「Instagramはあまり知られていない
旅行先や体験の情報源だ」と
回答した旅行者の割合



31%

旅行の計画を立てる際に
ハッシュタグ、位置情報、アカウントなどを
Instagramで検索する旅行者の割合

43%

「Instagramの投稿がきっかけで国外から
顧客が訪れたことがある」と回答した中小企業の割合



56%

「Instagramはウェブサイトにはできない方法で
旅行業界に役立っている」と回答した中小企業の割合



45%

「Instagramは他の都市や地方、
国外の顧客を見つける上で役に立つ」と
回答した中小企業の割合



57%

「Instagramは実店舗への
集客に役立つ」と回答した中小企業の割合



43%

「観光客や旅行者が
Instagramを通じて自社を発見した」と
回答した中小企業の割合



調査方法

Instagramより調査の依頼を受け、Ipsosは割当法に基づき13歳以上の国内Instagram利用者3,023人ならびに中小企業（従業員250人未満）のInstagramをビジネス活用している500人にオンラインでインタビューを実施。中小企業のサンプルに関しては85人の事業主ならびに創業者にインタビューを行なった。中小企業のサンプルは、自社の広告、マーケティング、PR、コミュニケーション活動の責任を単独または共同で負い、かつ会社名義でInstagramを使用している企業が対象。インタビューは2018年9月4日から17日にかけてオンライン上で実施した。

調査対象

Instagram利用者3,023人：男性(n=1523)、女性(n=1500)、35歳未満(n=1878)、35歳以上(n=1145) 定期的に旅行をする利用者[過去3年間に3-5回の旅行]
(n=753)、定期的に旅行をしない利用者[1-2回の旅行] (n=728)、頻繁に旅行をする利用者[5回以上の旅行] (n=718)

中小企業：事業主／創業者 (n=85)

35歳未満 (n=187)、35歳以上 (n=313)、観光関係の事業者 (n=81)、毎日Instagramを利用する利用者 (n=192)、毎週Instagramを利用する利用者 (n=132)、それ以下の頻度でInstagramを利用する利用者(n=176) 本資料の統計データは調査対象者を代表するものである。

