

インバウンドコラム

Google インド旅行者インサイト

次の巨大市場インド 旅行者の姿は？

世界第2位、5億のインターネットユーザーのいるインドでは、旅行のルサーチにデジタルの果たす役割はとて大きくなっています。Googleと米Bain&Company社が共同でインド旅行者について調査し、5つのセグメントに分類し、それぞれの購買過程を分析しています。セグメントは、会社役員など頻りに旅行する層、中間管理職や自営業者など低予算のビジネス客層、体験を重視する若者層、家族や友達と低予算でレジャーを楽しむ層、親類や知り合いを訪ねる家や低価格の宿に滞在する層の5つ。(参照※1、グラフa)旅行の動機や情報収集、旅行中にオンライン情報に影響を受ける人は実に10人中9人にのぼります。国内・海外旅行あわせてインドの旅行支出は、2018年は960億米ドル、2021年までには1360億米ドルに成長する予測です。(参照※1)東アジアに大きく依存する日本の訪日観光客数。リスク回避のため、成長市場インドも対策の必要があるのではないのでしょうか？

グラフa インド旅行者5つのセグメント



出典元: Think with Google

※1 インド旅行者インサイト - Think with Google

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/country/india/attracting-indian-travelers-5-major-shifts-travel-brands-need-make/>