

インド市場ターゲットの特徴

		ターゲットA		ターゲットB	
		30～40代 世帯可処分所得上位50% (400万円/年以上) 家族・親族		25～49歳 世帯可処分所得上位50% (400万円/年以上) 夫婦・パートナー	
		n=250 (直近の訪日旅行 n=175)		n=200 (直近の訪日旅行 n=134)	
		項目	(%)	項目	(%)
市場シェア(100% =海外旅行実施者)*		10.7% (270万人)		8.9% (220万人)	
デ モ グ ラ	年代	30代	65.6	30代	58.5
		40代	34.4	40代	21.5
	世帯可処分所得	11,000,000～15,000,000 INR	15.2	11,000,000～15,000,000 INR	14.0
		2,500,000～3,300,000 INR	15.2	9,000,000～11,000,000 INR	13.0
22,000,000 INR以上		12.8	15,000,000～18,500,000 INR	11.5	
			5,500,000～7,500,000 INR	11.5	
訪 日 旅 行 経 験 等	訪日旅行経験率	訪日経験有(1回)	30.8	訪日経験有(1回)	38.0
		訪日経験有(2回以上)	39.2	訪日経験有(2回以上)	29.0
	訪日ファンル	無認知	12.0	無認知	12.7
		認知	1.9	認知	3.3
		興味関心	30.4	興味関心	29.3
比較検討	55.7	比較検討	54.7		
地方エリア訪問希望率	84.8		79.5		
旅 行 時 の 特 性	同行者	配偶者・パートナー	88.0	配偶者・パートナー	100.0
		20歳未満の子ども	75.4	友人	8.2
		自身の親、配偶者・パートナーの親	36.0	兄弟・姉妹	3.7
	旅行形態	個人手配	42.9	個人手配	43.3
		オーダーメイド旅行	30.9	FITパッケージ	28.4
FITパッケージ		23.4	オーダーメイド旅行	26.9	
滞在日数	7.7日		7.5日		
旅行単価(円換算)	321,000円		307,000円		

※JNTO 22市場ターゲット調査(アンケート調査)による。上記サンプル数は同調査によるものである。(ただし、項目名の後に「*」がついている項目はJNTO 22市場基礎調査による。)

各調査の概要・各項目の説明は別添「調査の概要」「用語の説明 ターゲットの特徴」を参照。

※旅行時の特性は、黒字の項目・スコアは直近の訪日旅行、青字の項目・スコアは直近の日本以外への海外旅行の調査結果