



2013年3月7日

株式会社リクルートライフスタイル

じゃらん国内線LCC利用実態調査(2013)

- 直近1年間の飛行機利用者(旅行、帰省)のうち、LCC利用者は7%で、関西居住者の割合が高い。
- 認知度、満足度ナンバーワンは「ピーチ・アビエーション」。
- LCC利用者の今後の意向は96%。非利用者でも63%と高い。

株式会社リクルートライフスタイル(本社：東京都千代田区 代表取締役社長 富塚優)に設置された観光に関する調査・研究、地域振興機関「じゃらんリサーチセンター(以下JRC)」(<http://jrc.jalan.net/> センター長：沢登次彦)は、この度、全国の、国内旅行・帰省で飛行機を利用した方を対象に、国内線LCC(ローコストキャリア=格安航空会社)に関する調査を実施しました。その結果をお知らせいたします。

…主な調査結果…

【国内線LCC利用実態】

**利用者出現率は7%、男女とも20代の「若年層」で出現率が1割以上。
最初のLCC就航エリア「関西」、ついで「九州・沖縄」居住者の利用率が高い。
満足度は、認知率がトップで、若者イメージが高めの「ピーチ・アビエーション」が1位。**

- 直近1年間のLCC利用者の出現率は、7%。男女とも20代では1割を超える出現率。
- 最初の就航エリアである関西や九州・沖縄居住者の割合が高い。
- LCC各社の評価は、「ピーチ・アビエーション」が満足度9割でトップ。3社中最下位の「エアアジア・ジャパン」も7割で、全体的に満足度は高い。ターゲット層に重なる「若者向けの」イメージは「ピーチ・アビエーション」が36%と最も高い。「ピーチ・アビエーション」は認知率も76%と高く、LCC各社の中では一歩抜きん出た評価。
- LCCのイメージは「全体的に価格が安い」「コストパフォーマンスが良い」など。「マイレージやポイントプログラム」「座席の広さ」「遅延・欠航のリスクが少ない」などは、利用の有無にかかわらず「あてはまらない」と認識されている。

【今後のLCC利用意向】

**利用者の今後のLCC利用意向は96%に達する。非利用者でも6割を超える。
「男性20代」や今後就航が予定される「東北エリア」で高い傾向。**

- 利用者における今後の利用意向は96%。非利用者でも63%と高い。
- 男性20代で利用意向が9割以上。「ピーチ・アビエーション」の就航を控える東北では「積極的に利用したい」が34%、利用意向は86%と他エリアよりも高め。

【LCCのマーケットへの影響】

**LCCは旅行意欲の促進効果あり。
「浮いたお金」のうち、7割が旅行市場(交通費除く)で消費が増加したと推測される**

- 「LCCがなければ利用していた交通機関」は、既存航空会社が7割。
- 「今まで飛行機を利用したことがなかったがLCCをきっかけに初めて利用した」人は16%。「今まで飛行機を利用したことがあり、LCCをきっかけに飛行機の利用回数が増えた」(54%)、など促進効果あり。
- LCC利用で「得をした」という意識は高い。浮いたお金は「現地滞在の買い物や食事などで少し贅沢した」が41%。なんらかの形で浮いたお金を使う意向がある人が7割。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社リクルートライフスタイル 広報担当 西川裕子
TEL: 03-6835-6590 E-mail: press_rls@r.recruit.co.jp



【調査対象】

- スクリーニング調査：全国の20～69歳の男女 40,000人回収（回収率22.6%）
 - ※回収時に性別年代別および地域ブロック別（下記6セグメント）の国勢調査（平成22年）比率に割付を実施
北海道、関東、関西、九州、沖縄、その他（東北・中部・中国・四国）
性別（2セグメント）×年代別（5セグメント）×地域ブロック別（6セグメント）= 60セグメントによる割り付け
- 本調査：この1年間（2012年2月～2013年1月）で1回以上、飛行機で国内旅行または帰省をした人
調査対象者数：1,337人 回収数：948人回収（回収率70.9%） 集計対象数：930人

●対象者内訳

下記3つの対象者についてスクリーニング結果の出現率を元に全体値にウエイトバックをかけている

本調査対象者	エリアの条件	調査対象者数	集計対象数
国内線LCCを利用した人	※地域別の割り付けなし	605人	530人
国内線LCCを利用しなかった人	就航エリア居住者（北海道・関東・関西・九州・沖縄）居住者	556人	300人
	未就航エリア居住者（東北・中部・中国・四国）居住者	176人	100人

※本調査でのLCCは、エアアジア・ジャパン、ジェットスター・ジャパン、ピーチ・アビエーションのいずれかと定義する

※就航に関しては、いずれも調査時点での就航エリアと定義する

※ANA(全日空)、JAL(日本航空)、スターフライヤー、スカイマーク、エア・ドゥ、ソラシドエア、エアアジア・ジャパン、ジェットスター・ジャパン、ピーチ・アビエーションのいずれにも該当しない「その他」の航空会社のみを利用した人は本調査の対象としていない。

●ウエイトバック数値

	スクリーニング調査		本調査		WB値	
	出現数	構成比(%)	回答者数	構成比(%)		
国内線LCCを利用した人	606	7.3	530	57.0	0.12833	
国内線LCCを利用しなかった人	就航エリア居住者	5830	70.4	300	32.3	2.18115
	未就航エリア居住者	1850	22.3	100	10.8	2.07639
過去1年間に飛行機で国内旅行・帰省した人・合計	8286	100.0	930	100.0		

【調査方法】

- インターネット調査（マクロミルの調査モニターを使用）

【調査期間】

- スクリーニング調査 2013年1月11日（金）～23日（水）
- 本調査 2013年1月18日（金）～23日（水）

【参考】LCC就航状況（国内線）

航空会社名	運航拠点空港	就航路線	就航時期
エアアジア・ジャパン	成田国際空港	東京(成田) - 札幌(新千歳)	2012年8月1日
		東京(成田) - 福岡	2012年8月1日
		東京(成田) - 沖縄(那覇)	2012年8月3日
		名古屋/中部 - 福岡	(2013年3月31日就航開始予定)
		名古屋/中部 - 札幌/新千歳	(2013年4月26日就航開始予定)
ジェットスター・ジャパン	成田国際空港 関西国際空港	東京(成田) - 札幌(新千歳)	2012年7月3日
		東京(成田) - 福岡	2012年7月3日
		東京(成田) - 大阪(関西)	2012年7月9日
		東京(成田) - 沖縄(那覇)	2012年7月9日
		大坂(関西) - 札幌(新千歳)	2012年8月24日
		大坂(関西) - 福岡	2012年8月24日
		大坂(関西) - 沖縄(那覇)	2012年10月28日
		東京/成田 - 大分	(2013年3月31日就航開始予定)
		東京/成田 - 鹿児島	(2013年5月31日就航開始予定)
		名古屋/中部 - 福岡	(2013年3月31日就航開始予定)
名古屋/中部 - 札幌/新千歳	(2013年3月31日就航開始予定)		
名古屋/中部 - 鹿児島	(2013年5月31日就航開始予定)		
ピーチ・アビエーション	関西国際空港	大阪(関西) - 札幌(新千歳)	2012年3月1日
		大阪(関西) - 福岡	2012年3月1日
		大阪(関西) - 長崎	2012年3月25日
		大阪(関西) - 鹿児島	2012年4月1日
		大阪(関西) - 沖縄(那覇)	2012年10月18日
		大阪/関西 - 仙台	(2013年4月12日就航開始予定)
		大阪/関西 - 新石垣	(2013年6月14日就航開始予定)
		沖縄/那覇 - 新石垣	(2013年9月13日就航開始予定)



- 直近1年間に飛行機で国内旅行または帰省をした人のうち、LCC利用率は、7%。
- 男女とも20代では1割を超える出現率。就航エリアである関西、北海道、九州・沖縄では利用率が1割以上。

- ◆直近1年間の飛行機を利用した国内旅行および帰省において、LCCを利用した人は、全体の7%。
- ◆性・年代別に出現率をみると、男性の20代（15%）、女性の20代（10%）、および居住地別では、就航エリアである関西（15%）、北海道（12%）、九州・沖縄（11%）が高い。

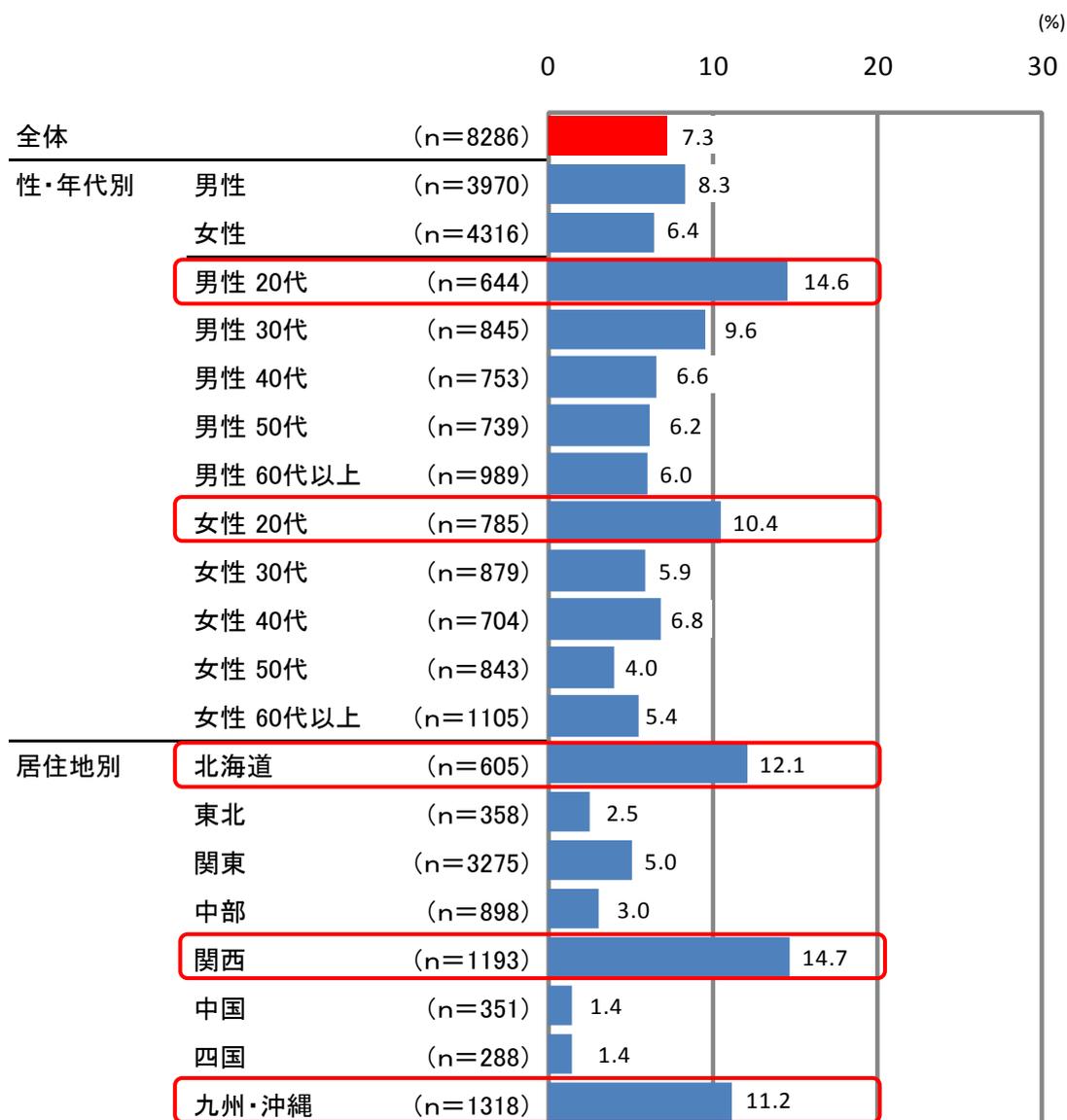
※本調査では、調査対象者全体を「直近1年間に飛行機で国内旅行および帰省した人」とする。

LCC利用者別の定義については以下の通りとする

「LCC利用者」=過去1年間に飛行機で国内旅行または帰省をした際に、LCC利用経験のある人

「LCC非利用者」=過去1年間に飛行機で国内旅行または帰省をした際に、LCC利用経験のない人

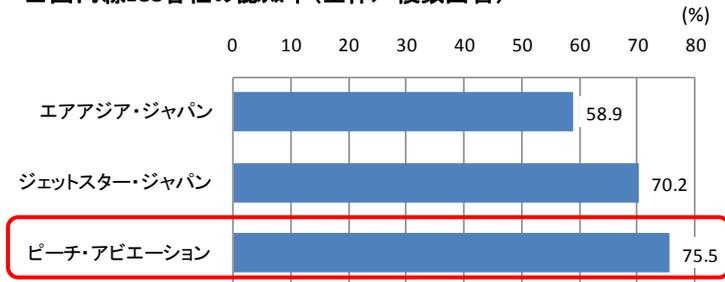
■直近1年間の国内線LCC利用率(スクリーニング調査より 全体/単一回答)



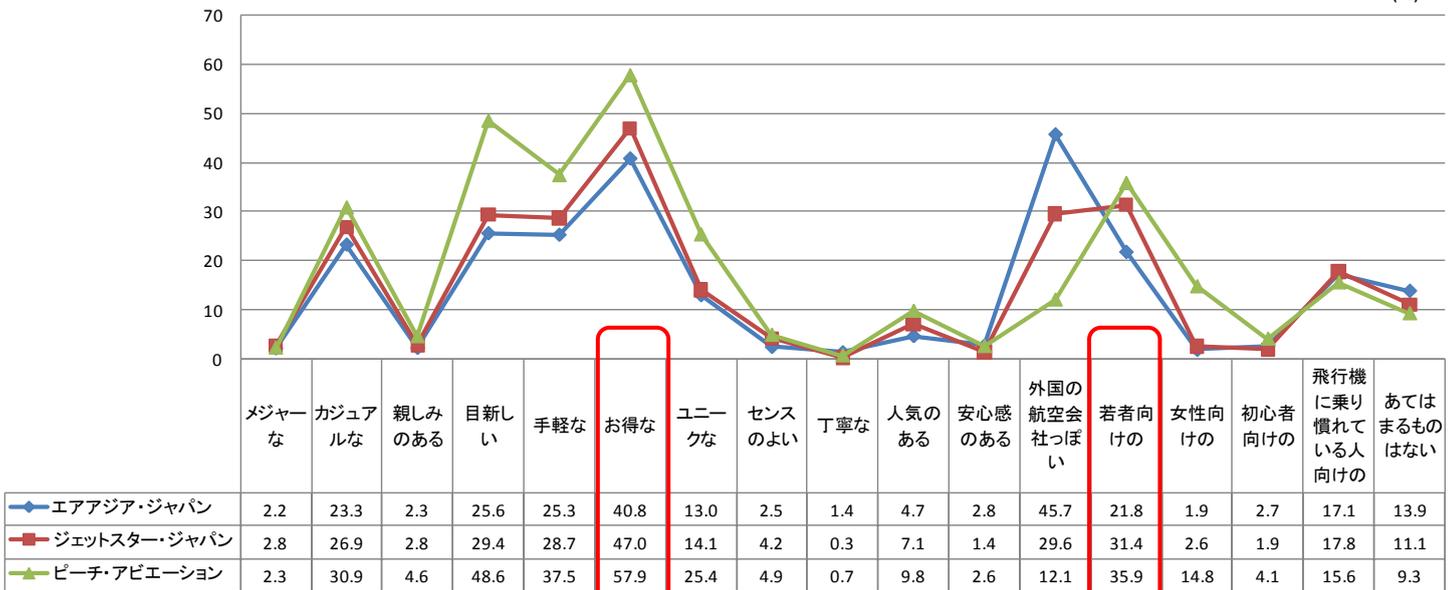


- 認知率トップは「ピーチ・アビエーション」で76%。満足度でも9割でトップ。「エアアジア・ジャパン」も7割で、全体的に満足度は高い。
- LCCメインユーザーである「若者向けの」、「お得な」イメージは、「ピーチ・アビエーション」が36%と高く、ターゲット層に近いイメージを獲得。
- ◆ 国内線LCCの認知率は、「ピーチ・アビエーション」がトップで76%。次いで「ジェットスター・ジャパン」(70%)、「エアアジア・ジャパン」(59%)。
- ◆ 各社のイメージを比較すると、「ピーチ・アビエーション」はLCCの出現率の高い「若者向けの」イメージが36%と高く、ターゲット層に近いイメージを獲得できている。
- ◆ 各社の満足度は、いずれの利用者も「非常に満足している」が3割前後、「やや満足している」をあわせると7割から9割と高い満足度。特に「ピーチ・アビエーション」は「非常に満足している」が34%、「やや満足している」(53%)も合わせると、9割と高い満足度を達成している。

■ 国内線LCC各社の認知率(全体/複数回答)

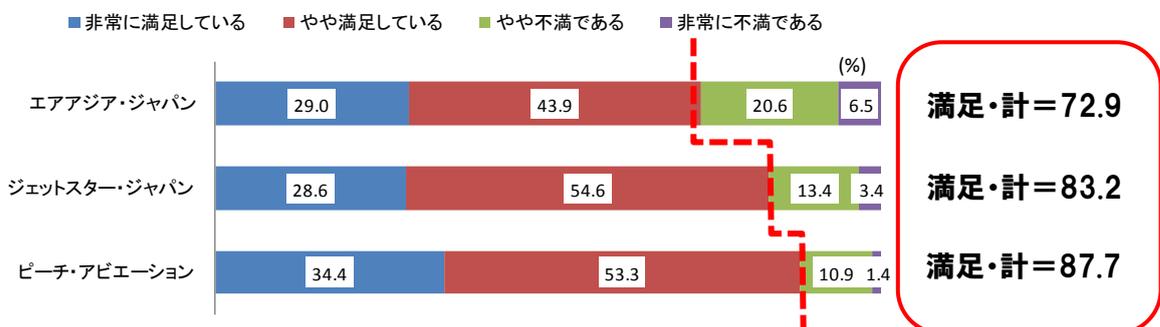


■ 国内線LCC各社のイメージ(各航空会社認知者/複数回答)



■ 国内線LCC各社の満足度

(過去1年以内各航空会社利用者/各単一回答)

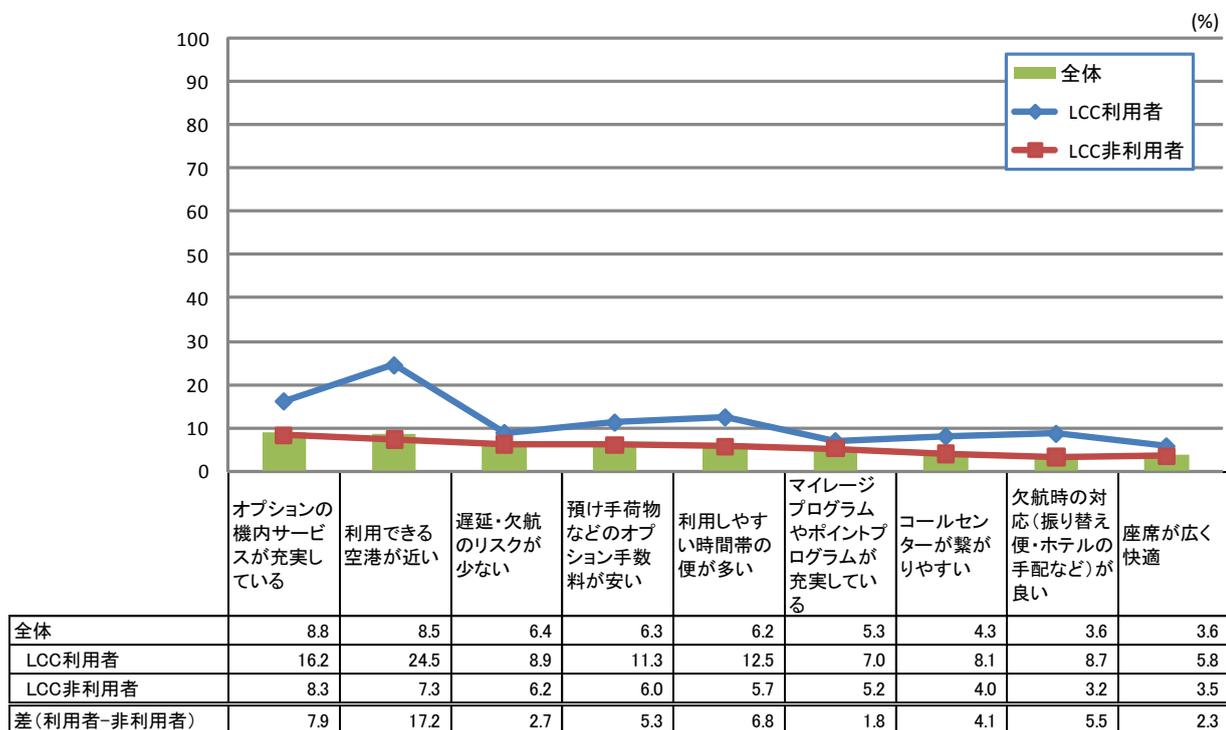
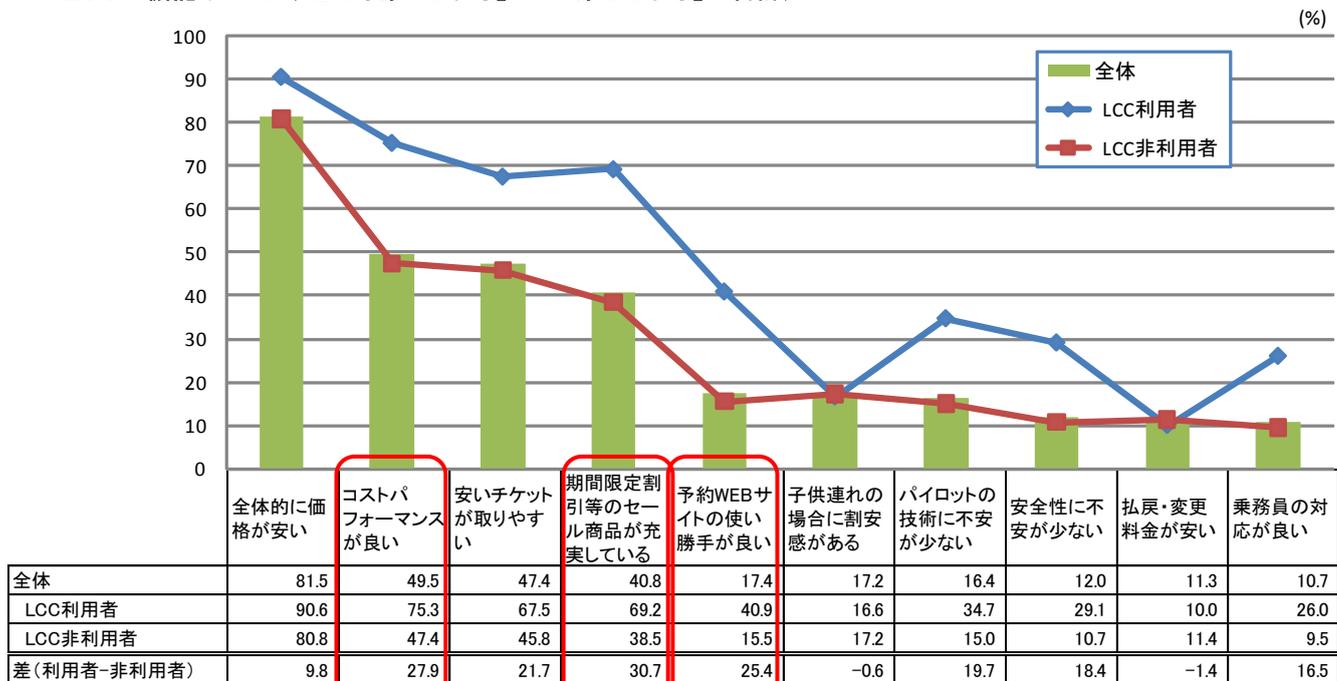




■利用者と非利用者のイメージで差の大きい項目は、「セール商品」「コストパフォーマンス」「WEBサイトの使い勝手」など。一方、「マイレージやポイントプログラム」、「座席の広さ」「遅延・欠航のリスクが少ない」などについては、利用の有無に関わらず「あてはまらない」と認識されている。

◆LCCの機能イメージについて尋ねたところ、あてはまると回答した割合が高いのは「全体的に価格が安い」「コストパフォーマンスが良い」など料金についてのもの。利用者とは非利用者とは差が大きいのは「期間限定割引等のセール商品が充実している」「コストパフォーマンスが良い」「予約WEBサイトの使い勝手が良い」「乗務員の対応が良い」など。一方下位項目（あてはまらなれないと思われる特徴）の「払戻・変更料金が安い」「マイレージプログラムやポイントプログラムが充実している」「座席が広く快適」「遅延・欠航のリスクが少ない」などは両者の差が小さく、利用に関わらず「あてはまらなれない」と広く認知されているようだ。

■LCCの機能イメージ（「とてもあてはまる」「ややあてはまる」の合計）



※「各機能について」「とてもあてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」の5段階で尋ねている。上記で使用している数値は「とてもあてはまる」「ややあてはまる」の合計値。



■利用者における今後のLCC意向は96%とほぼ全数に達する勢い。非利用者でも6割を超える。

■男性20代で利用意向が9割以上。「ピーチ・アビエーション」の就航を控える東北では「積極的に利用したい」が34%、利用意向は86%。

◆国内線・国際線にかかわらず、今後LCCを利用したいかどうか尋ねたところ、「積極的に利用したい」が15%、「やや利用したいと思う」（51%）をあわせた利用意向（「利用したい・計」）は66%であった。

◆LCC利用者に関しては、「積極的に利用したい」が5割、「やや利用したいと思う」（46%）をあわせた利用意向は96%と全数に達する勢い。非利用者でも利用意向は6割を超えている。

◆性・年代別にみると、男性20代で利用意向が9割と高い。対して女性の40代以降では利用意向は相対的に低いが、半数は超えている。

◆居住地別にみると、東北で「積極的に利用したい」が34%、利用意向は86%と高い。「ピーチ・アビエーション」の仙台空港への就航予定の影響もあると思われる。

■今後のLCC利用意向（全体／単一回答）

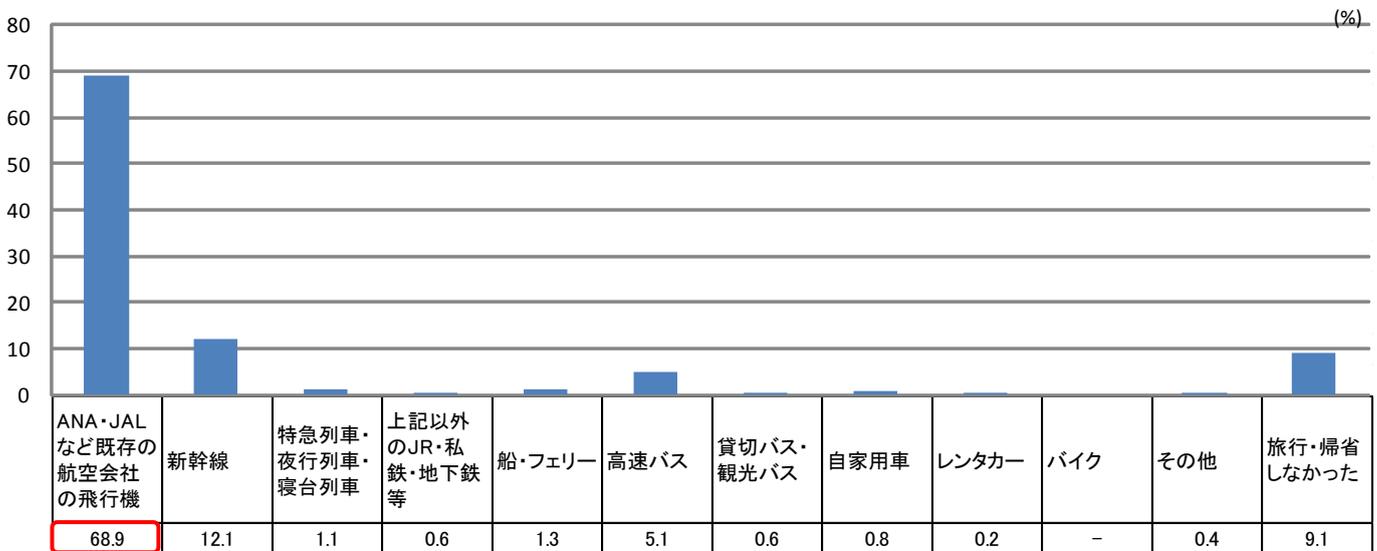
		利用したい・計				利用したくない・計								
		積極的に利用したい		やや利用したいと思う		あまり利用したいと思わない		まったく利用したいと思わない		利用したい・計	利用したくない・計	加重平均値		
		(4)	(3)	(2)	(1)	(点)								
凡例		[Blue]		[Light Blue]		[Orange]		[Pink]				(点)		
全体		15.0%	50.8	28.1	6.1	65.8	34.2	2.75						
【LCC利用セグメント別】	LCC利用者	49.8				46.2				3.8	0.2	96.0	4.0	3.46
	LCC非利用者	12.3	51.2	30.0	6.5	63.4	36.6	2.69						
【性・年代別】	男性	17.1	54.2	24.8	3.8	71.3	28.7	2.85						
	女性	13.0	47.6	31.2	8.2	60.6	39.4	2.65						
	男性20代	20.8	70.4	8.8		91.2	8.8	3.12						
	男性30代	16.5	54.4	26.7	2.4	70.9	29.1	2.85						
	男性40代	15.6	56.9	24.1	3.4	72.5	27.5	2.85						
	男性50代	22.4	44.4	27.6	5.6	66.8	33.2	2.84						
	男性60代	8.4	56.4	31.3	3.9	64.8	35.2	2.69						
	女性20代	28.6	42.1	26.2	3.0	70.7	29.3	2.96						
	女性30代	11.5	58.3	27.2	3.1	69.7	30.3	2.78						
	女性40代	8.7	41.4	41.6	8.3	50.1	49.9	2.50						
	女性50代	4.5	53.7	31.9	9.9	58.2	41.8	2.53						
	女性60代	14.3	37.5	32.3	15.8	51.9	48.1	2.50						
【居住地別】	北海道	17.6	48.4	28.3	5.6	66.1	33.9	2.78						
	東北	33.5	52.5	14.0		86.0	14.0	3.20						
	関東	13.6	50.7	28.1	7.7	64.3	35.7	2.70						
	中部	7.7	54.5	35.6	2.2	62.2	37.8	2.68						
	関西	17.3	55.5	21.7	5.5	72.8	27.2	2.85						
	中・四国	6.0	60.1	28.3	5.7	66.1	33.9	2.66						
	九州・沖縄	19.9	39.0	33.8	7.3	58.9	41.1	2.72						

※加重平均値は、表中の「積極的に利用したい」=4点、「やや利用したい」=3点、「あまり利用したいと思わない」=2点、「まったく利用したいと思わない」=1点を点数化して算出している。



- “LCCがなければ利用していた交通機関”は、既存航空会社が7割。利用者のうち71%が「利用していた航空会社からLCCに乗り換えるようになった」とも回答しており、既存航空会社と競合している。
- LCCの登場によって、飛行機の利用回数や飛行機での旅行意向が促進されている。
- ◆もしLCCがなければ、何の交通機関を利用していたか尋ねたところ、「ANA・JALなどの既存の航空会社の飛行機」が7割で突出している。
- ◆LCCの旅行マーケットへの影響度を探るため、LCCを実際に利用した人に、LCCの登場によって旅行等への考え方などに変化があったどうかを尋ねたところ、「今まで飛行機を利用したことがあり、利用していた航空会社からLCCに乗り換えるようになった」について71%が「はい」と回答しており、LCCの登場によって、既存航空会社と競合が起きている。
- ◆「今まで飛行機を利用したことがなかったがLCCをきっかけに初めて利用した」人は16%。「今まで飛行機を利用したことがあり、LCCをきっかけに飛行機の利用回数が増えた」（54%）、「今まで飛行機を利用したことがあり、LCCをきっかけに飛行機での旅行・帰省が増えた」（49%）など、飛行機の利用や、飛行機を利用した旅行を促進する様子もみられた。

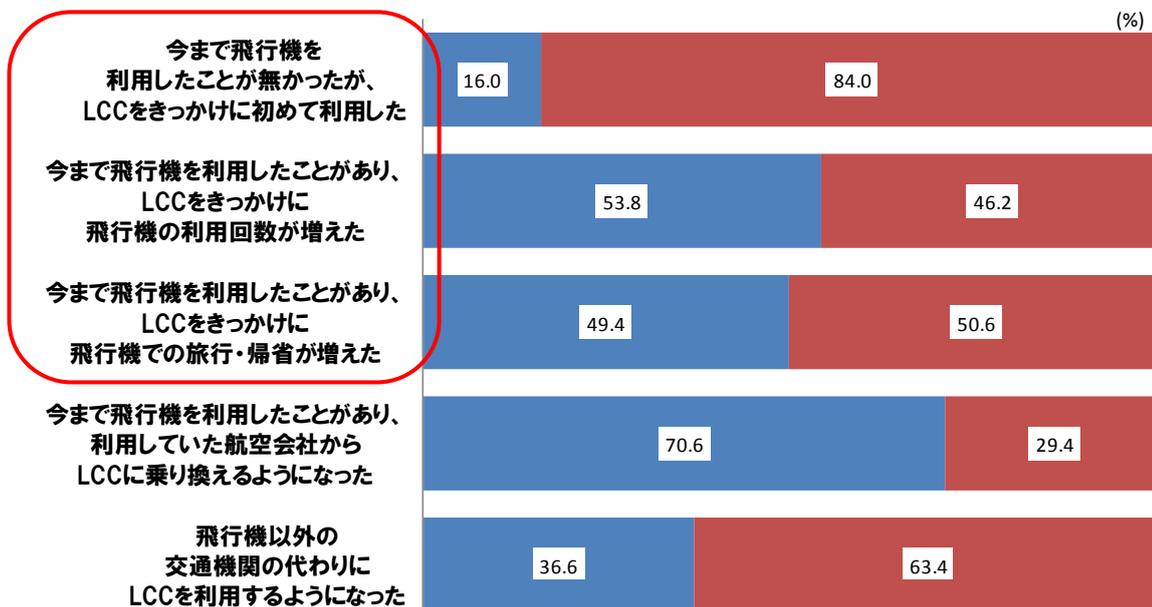
■LCCがなければ何の交通機関を使用したと思うか（LCC利用者／単一回答）



※一番最近LCCを利用したときのことについて回答。

■LCC利用をきっかけに変わったこと（LCC利用者／単一回答）

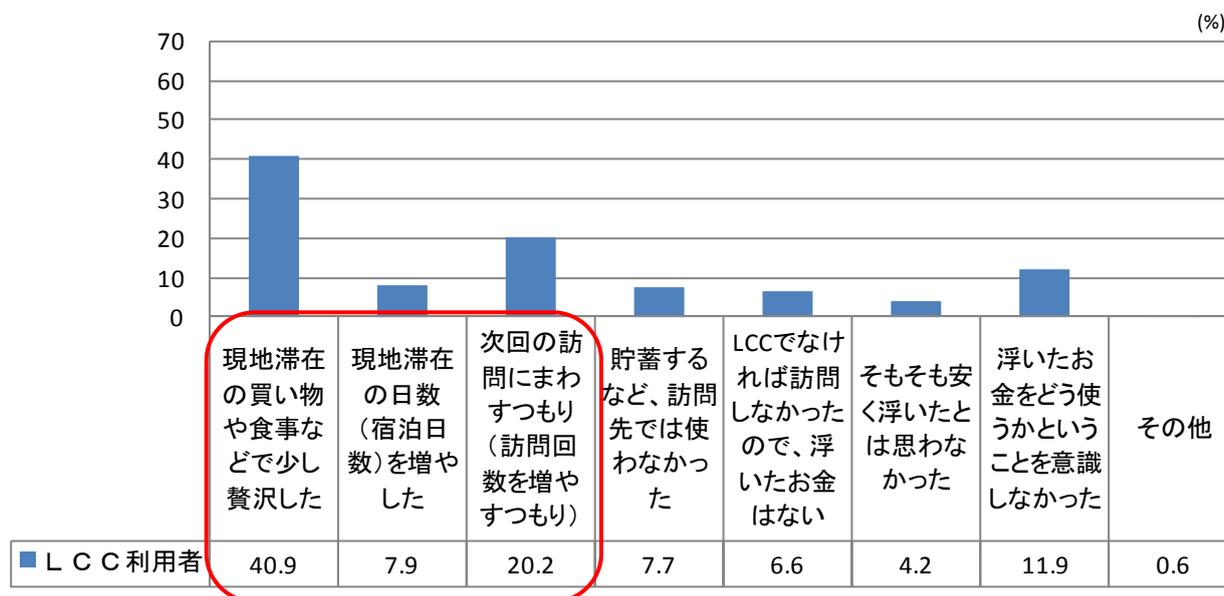
■ はい ■ いいえ





- LCCで「浮いたお金」は「現地滞在の買い物や食事などで少し贅沢した」が41%。LCCによって「浮いたお金」のうち旅行市場(交通費除く)で消費が増加したと推測される割合は、あわせて7割。
- 「そもそも安く浮いたとは思わなかった」「浮いたお金をどう使うかということ意識しなかった」などの割合は低く、LCC利用で“得をした”という意識は高い。
- ◆ LCC利用者に、LCC利用によって浮いたお金を何に使ったか尋ねたところ、「現地滞在の買い物や食事などで少し贅沢した」が41%と突出している。次いで「次回の訪問にまわすつもり」(20%)が続く。「現地滞在の日数(宿泊日数)を増やした」(8%)をあわせ、旅行市場(交通費除く)で消費が増加したと推測される割合は、あわせて7割。一方「浮いたお金をどう使うかということ意識しなかった」(12%)、「そもそも安く浮いたとは思わなかった」(4%)などの回答は低く、LCC利用によって“得をした”という意識は強いようだ。
- ◆ LCCを利用する際に、いくらくらいなら「低価格」と感じるかを尋ねたところ、LCC利用者と非利用者では価格に大きな差がみられた。「近距離」ではLCC利用者が平均4,802円であるのに対し、非利用者では6,171円。遠距離についてはLCC利用者が8,085円であるのに対し、非利用者は10,986円。

■ LCCを利用して安く浮いたお金はどうしましたか。以下の中で最も近いものを一つだけお選びください。(LCC利用者／単一回答)



(参考)LCC利用時に低価格だと感じる価格(実数回答を平均値で掲載)

	近距離 (成田～関西国際空港間、 関西国際空港～福岡間など)	遠距離 (成田～福岡間、成田～札幌間、 関西国際空港～沖縄間など)
LCC利用者	4,802円	8,085円
LCC非利用者	6,171円	10,986円