

報道関係者各位

株式会社 OKB総研

「若者の旅行に関する意識調査」

OKBグループのシンクタンク(株)OKB総研(岐阜県大垣市郭町2-25 社長 五藤義徳)は、
標題の調査結果を取りまとめましたのでご案内します。

当社では、OKB大垣共立銀行がお取引先企業の新入社員向けに開催している研修会の参加者を対象として、「新入社員の意識調査」を実施しています。今年度は、定例の質問に加えて、旅行に関する意識について調査しました。なお、定例部分を含む調査結果の全文は、7月14日発刊の当社の機関誌「レポート vol.162」に掲載しています。

《要約》

(1) 旅行の頻度

国内日帰り旅行は年3回以上、国内宿泊旅行は年1回程度が平均像

(2) 国内旅行の目的(→旅行目的となるコンテンツ)

「定番」は温泉、自然、グルメ

「リピーター」化が期待できるのはスポーツ、まち歩き、アウトドア、野外フェスティバル、コンサート

あまり旅行をしない層の「きっかけ」になり得るのは「聖地巡礼」、ローカル鉄道、工場見学

(3) 国内旅行の予算

日帰り旅行は3万円以内、宿泊旅行は5万円以内が目安

(→観光庁の旅行・観光消費動向調査における平均旅行単価と同水準かそれ以上)

(4) 国内旅行の情報収集手段

回答者の7割がインターネット上のまとめサイトや掲示板を利用

(5) 国内旅行体験のSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)での情報発信

回答者の6割近くが「発信する・発信したい」派

(6) まとめ

- ・近年、少子化や消費・レジャーの多様化などを背景に「若者の旅行離れ」が指摘されているが、若者の多くは一定程度の旅行体験があり、平均並みかそれ以上の出費をする傾向もうかがえる。
- ・地方の観光地などが、他の地域と差別化した若者の誘客を考える際、コンテンツによる支持層の違いに着目するのは手法の一つだと考えられる。

資料配布：名古屋金融記者クラブ 大垣市政経済記者クラブ

【本件に関するお問合せ先：(株)OKB総研 名古屋オフィス 中村 絃子 Tel.052-564-1520】

*調査の概要

- (1)調査対象：岐阜県・愛知県・三重県・滋賀県所在の企業 295 社の新入社員
 (2)調査期間：2016 年(平成 28 年)3 月 16 日～4 月 8 日
 (3)調査方法：OK B大垣共立銀行主催の新入社員研修会受講者(1,161 人)に無記名方式で実施
 (4)有効回答者数：1,131 人(有効回答率 97.4%)
 (5)回答者属性：

		全体	男性	女性
有効回答者数		1,131名	617名	514名
平均年齢		21.2歳	21.4歳	21.1歳
最終学歴	高校卒業	37.4%	35.6%	39.6%
	専門学校卒業	9.2%	9.6%	8.6%
	短期大学卒業	5.5%	1.6%	10.2%
	4年制大学卒業	45.3%	49.3%	40.6%
	その他	2.6%	3.9%	1.0%
居住地	岐阜県	49.7%	45.6%	54.7%
	愛知県	40.0%	42.6%	36.9%
	三重県	2.8%	3.3%	2.2%
	滋賀県	1.1%	1.3%	0.8%
	その他	6.4%	7.2%	5.5%
業種	建設業	10.5%	14.4%	5.8%
	製造業	41.9%	48.2%	34.4%
	卸売業、小売業	14.5%	11.5%	18.2%
	医療・福祉	10.3%	5.0%	16.8%
	サービス業	8.1%	6.3%	10.2%
	その他	14.6%	14.7%	14.6%

(注) 端数を四捨五入しているため、合計は100%にならない場合がある(以下同じ)。その他には不明を含む。

(1) 旅行の頻度

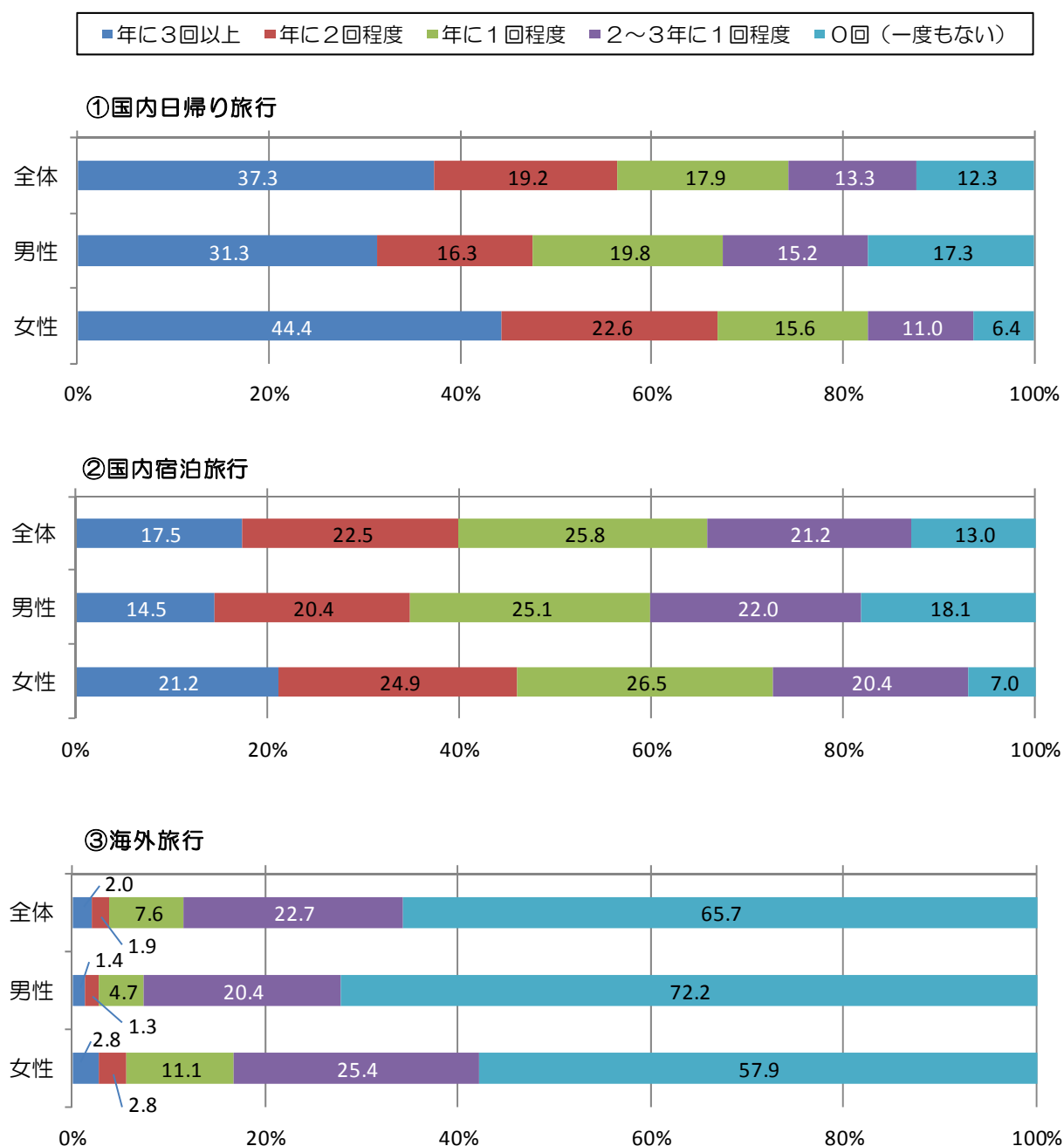
…国内日帰り旅行は年3回以上、国内宿泊旅行は年1回程度が平均像

「現在（または直近の学生時代）、観光やレジャー、知人訪問などで国内旅行や海外旅行をどのくらいしていますか」と尋ねたところ、国内日帰り旅行は「年に3回以上」（37.3%）、国内宿泊旅行は「年に1回程度」（25.8%）と答えた人が最も多かった。海外旅行は「0回（一度もない）」（65.7%）が最も多かった（図表1）。

年に複数回行く人は、国内日帰り旅行は56.5%、国内宿泊旅行は40.0%に上った。一方、「0回（一度もない）」と答えた人は国内日帰り、国内宿泊とも10%台前半にとどまっている。

男女別では、女性の方が国内日帰り、国内宿泊、海外のいずれも旅行頻度が高い傾向が見られる。

◆図表1 旅行の頻度



(2) 国内旅行の目的

…「定番」は温泉、自然、グルメ

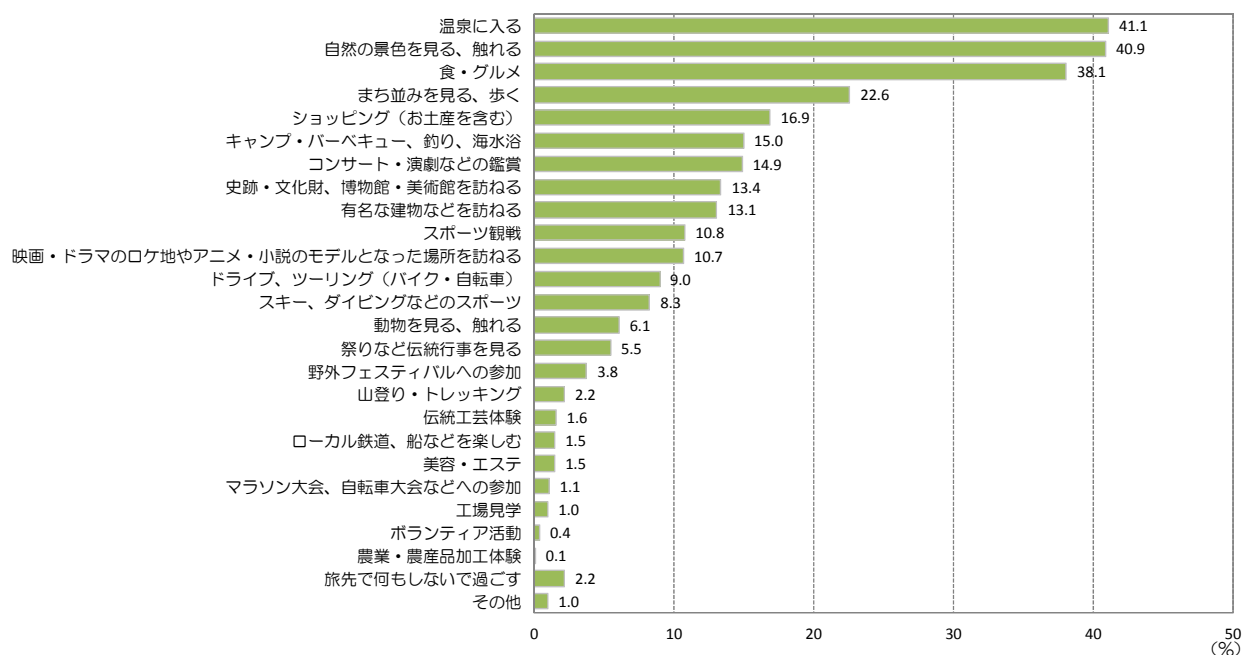
…「リピーター」化が期待できるのはスポーツ、まち歩き、アウトドア、野外フェスティバル、コンサート

…あまり旅行をしない層の「きっかけ」になり得るのは“聖地巡礼”、ローカル鉄道、工場見学

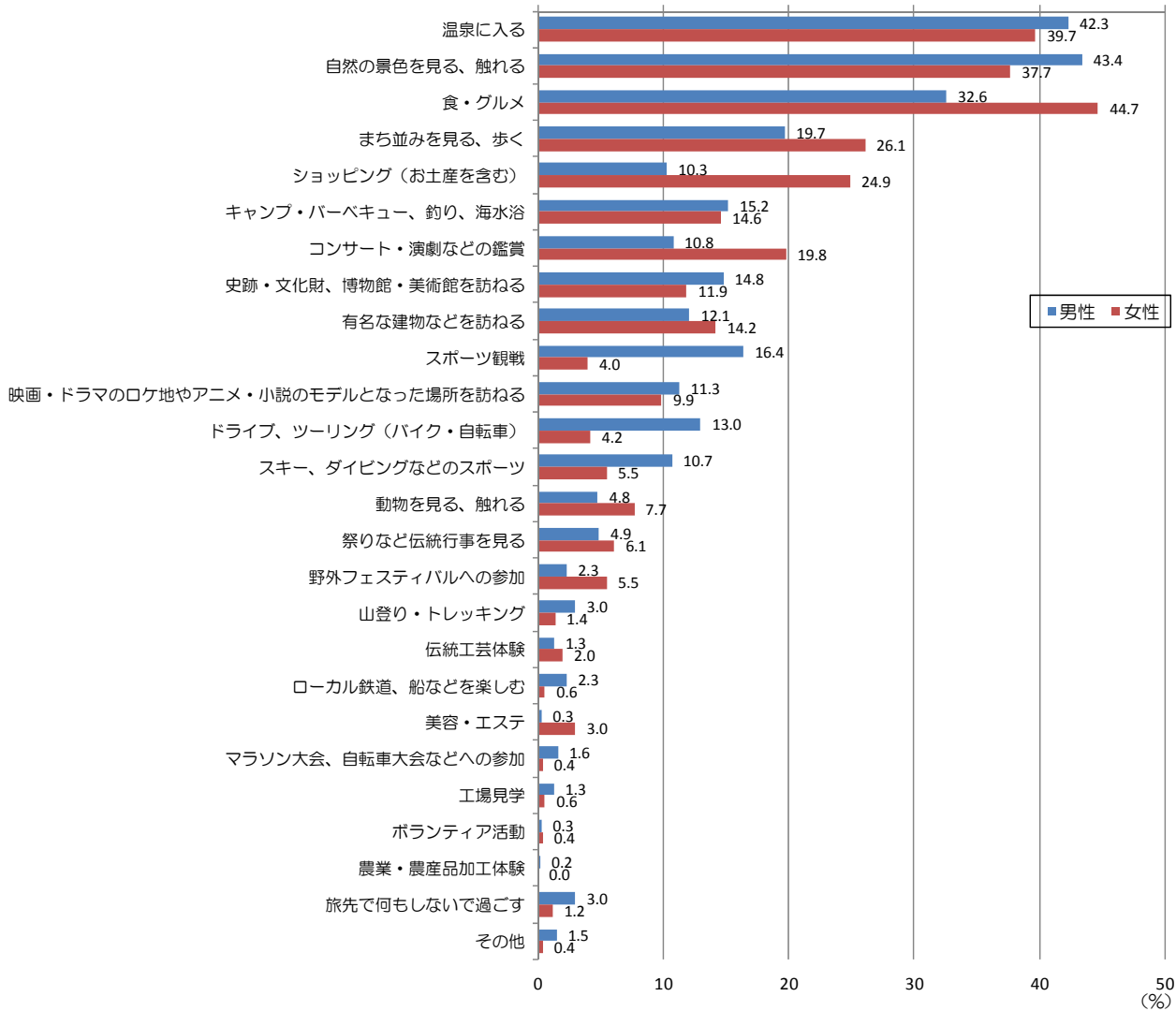
「あなたは今後、国内旅行で何をしたいですか（3つまで選択）」と尋ねたところ、1位は「温泉に入る」（41.1%）、2位は「自然の景色を見る、触れる」（40.9%）、3位は「食・グルメ」（38.1%）となった。これら上位3項目は、回答率が突出して高かった（図表2）。

男女別に見ると、上位3項目以外で、男性の回答率が女性より目立って高かったのは、「スポーツ観戦」（16.4%）、「ドライブ、ツーリング（バイク・自転車）」（13.0%）、「スキー、ダイビングなどのスポーツ」（10.7%）などとなった。一方、女性の回答率が男性より目立って高かったのは、「まち並みを見る、歩く」（26.1%）、「ショッピング（お土産を含む）」（24.9%）、「コンサート・演劇などの観賞」（19.8%）などだった（図表3、4）。

◆図表2 国内旅行で何をしたいか（全体） ※複数回答



◆図表3 国内旅行で何をしたいか（男女別） ※複数回答



◆図表4 国内旅行で何をしたいか（男女別トップ10）

順位	男性	女性
1	自然の景色を見る、触れる	食・グルメ
2	温泉に入る	温泉に入る
3	食・グルメ	自然の景色を見る、触れる
4	まち並みを見る、歩く	まち並みを見る、歩く
5	スポーツ観戦	ショッピング（お土産を含む）
6	キャンプ・バーベキュー、釣り、海水浴	コンサート・演劇などの鑑賞
7	史跡・文化財、博物館・美術館を訪ねる	キャンプ・バーベキュー、釣り、海水浴
8	ドライブ、ツーリング（バイク・自転車）	有名な建物などを訪ねる
9	有名な建物などを訪ねる	史跡・文化財、博物館・美術館を訪ねる
10	映画・ドラマのロケ地やアニメ・小説のモデルとなった場所を訪ねる	映画・ドラマのロケ地やアニメ・小説のモデルとなった場所を訪ねる

さらに、旅行回数と旅行目的の相関を探るため、旅行頻度とのクロス集計を行った（図表5）。

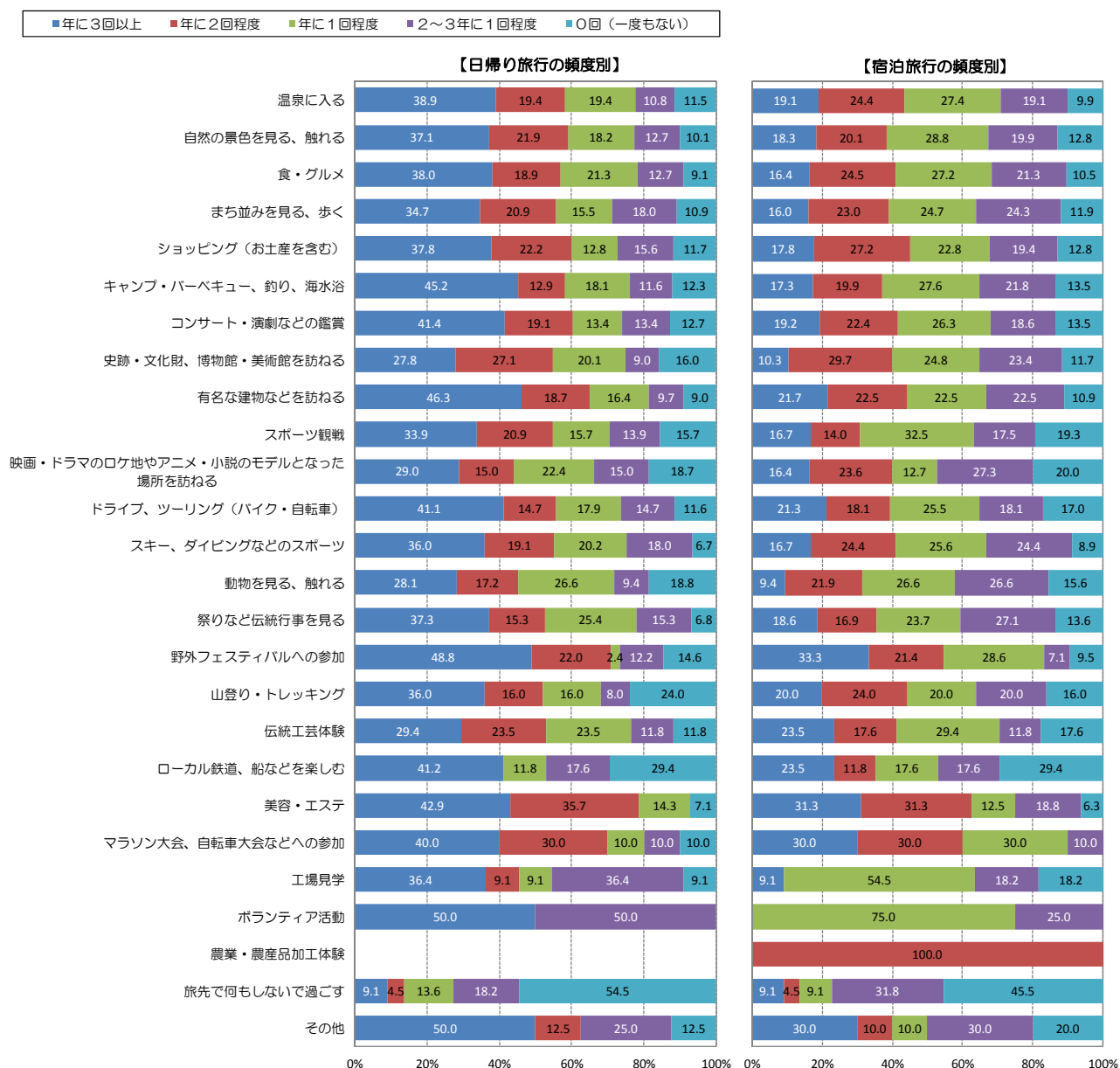
まず、日帰り旅行の回数が「年に3回以上」と答えた人が占める割合が高かった旅行目的は、「野外フェスティバルへの参加」（48.8%）、「有名な建物などを訪ねる」（46.3%）、「キャンプ・バーベキュー、釣り、海水浴」（45.2%）などとなった（※「旅先で何もしないで過ごす」「その他」と、回答者数が少なかった「ボランティア活動」「農業・農産品加工体験」を除く。以下同じ）。

宿泊旅行では、「野外フェスティバルへの参加」（33.3%）、「美容・エステ」（31.3%）、「マラソン大会、自転車大会などへの参加」（30.0%）などだった。

逆に、日帰り旅行の回数が「2～3年に1回程度」または「0回（一度もない）」と答えた人が占める割合が高かった旅行目的は、「ローカル鉄道、船などを楽しむ」（合わせて47.0%）と「工場見学」（同45.5%）だった。

宿泊旅行では、「映画・ドラマのロケ地やアニメ・小説のモデルとなった場所を訪ねる」（合わせて47.3%）、「ローカル鉄道、船などを楽しむ」（同47.0%）などとなった。

◆図表5 国内旅行で何をしたいか（旅行頻度別） ※複数回答



以上の分析結果から、国内の様々な観光地で楽しむことができる温泉、自然、グルメは、若者にとっても旅行目的の「定番」であることが見て取れる。

また、男性はスポーツ観戦やスポーツ活動、女性はまち歩きやコンサートなどに対する支持が高い。さらに、旅行回数が多い層は、野外フェスティバルやキャンプなどに対する支持が高いことから、スポーツ、まち歩き、アウトドア、野外フェスティバル、コンサートなどは、若者の「リピーター」化が期待できるコンテンツだと考えられる。

一方、旅行回数が少ない層において、映画・ドラマのロケ地などを訪ねるいわゆる“聖地巡礼”、ローカル鉄道、工場見学などに対する支持が高かった。これらは、普段あまり旅行をしない若者が、旅行をする「きっかけ」になり得るコンテンツであることがうかがえる。

(3) 国内旅行の予算

…日帰り旅行は3万円以内、宿泊旅行は5万円以内が目安

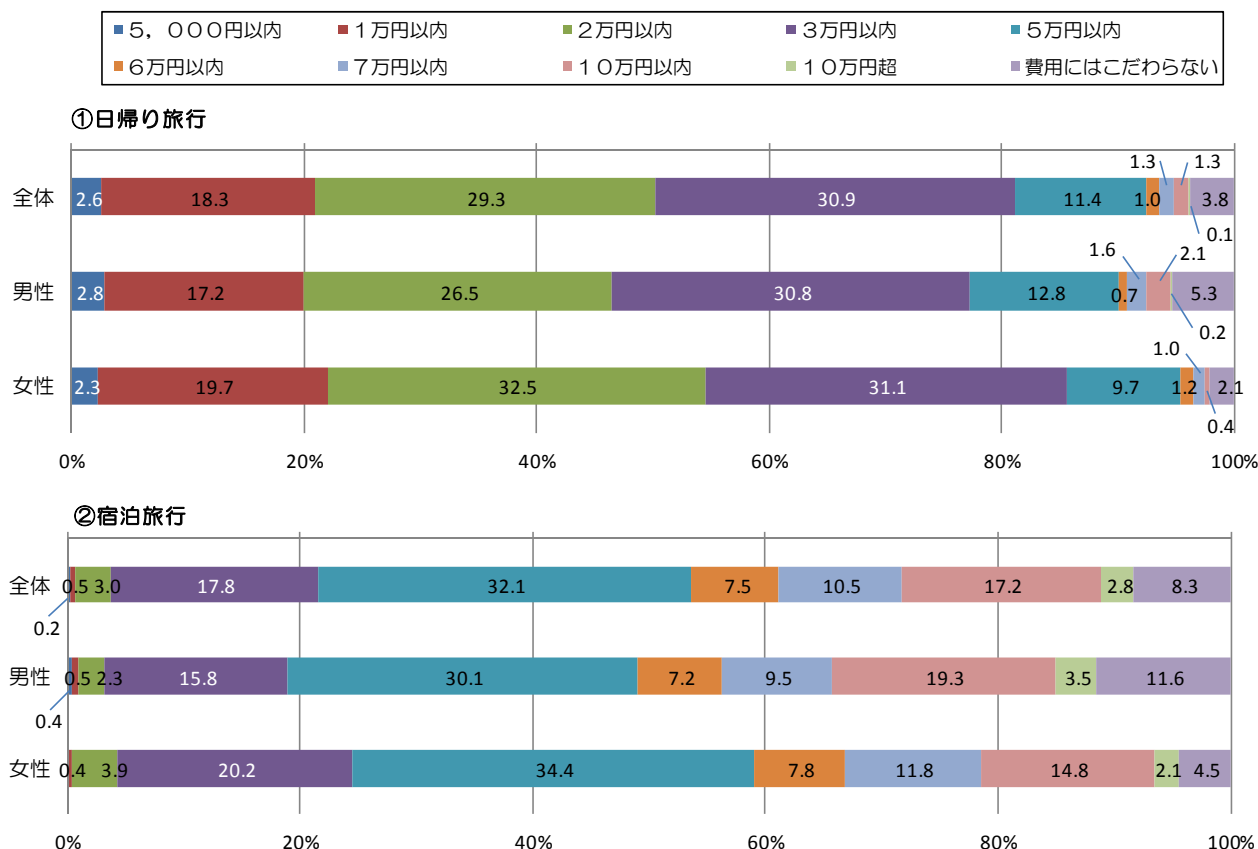
「あなたは国内旅行をする際、どのくらいの費用を考えますか」と尋ねたところ、日帰り旅行は「3万円以内」(30.9%)、宿泊旅行は「5万円以内」(32.1%)と答えた人が最も多かった(図表6)。

日帰り旅行は、「2万円以内」(29.3%)、「1万円以内」(18.3%)と答えた人も多く、3万円以内までの回答が全体の約8割を占めた。

一方、宿泊旅行は、5万円以内までの回答が全体の約5割だったのに対し、5万円を超える回答(「6万円以内」「7万円以内」「10万円以内」「10万円超」の回答者数の合計)も4割近くに上った。

男女別では、日帰り旅行、宿泊旅行ともに大きな傾向の違いは見られなかった。

◆図表6 国内旅行の予算



(4) 国内旅行の情報収集手段

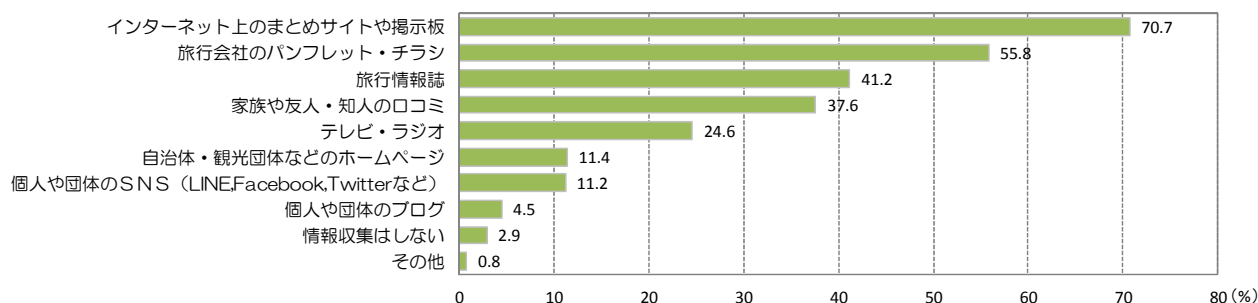
…回答者の7割がインターネット上のまとめサイトや掲示板を利用

「あなたは国内旅行についての情報を探したり、行先を考えたりする際、何を用いて情報収集しますか(3つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「インターネット上のまとめサイトや掲示板」(70.7%)となり、回答率も突出して高かった。2位は「旅行会社のパンフレット・チラシ」(55.8%)、3位は「旅行情報誌」(41.2%)、4位は「家族や友人・知人の口コミ」(37.6%)となった(図表7)。

まとめサイトや掲示板は、ネット上の情報を特定のテーマに即して集約したもので、集められた情報を読んだ人が投稿したコメントなども一覧できるサイトが多い。

旅行に関するまとめサイトや掲示板は、行きたい地域でちょうど話題になっている観光スポットなどの情報が得られる点や、読者のコメントを通じて実際に訪れた人の評価が分かる点が支持されると見られる。スマートフォン(スマホ)などの利用が多い若者にとって、まとめサイトや掲示板が、欲しい情報を気軽に収集できる手段になっていることがうかがえる。

◆図表7 国内旅行の情報収集手段 ※複数回答



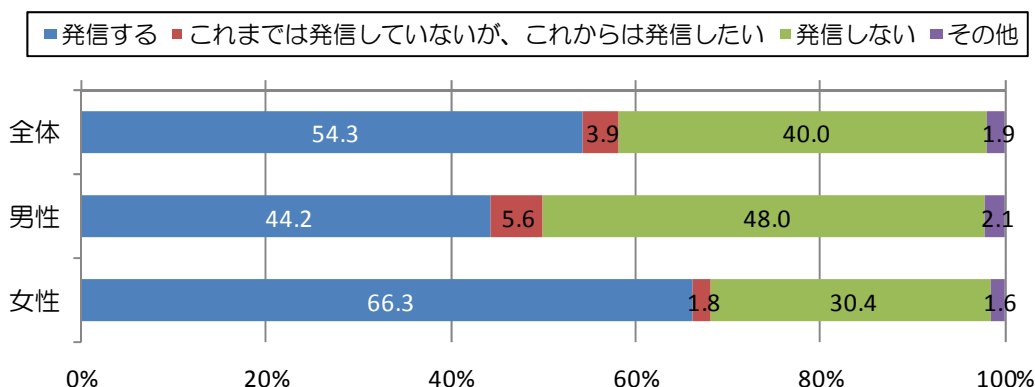
(5) 国内旅行体験のSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)での情報発信

…回答者の6割近くが「発信する・発信したい」派

「あなたは国内旅行をする際、旅先でSNS(LINE、Facebook、Twitterなど)を使って、自分の体験を情報発信しますか」と尋ねたところ、「発信する」(54.3%)と「これまでは発信していないが、これからは発信したい」(3.9%)と答えた人が、合わせて全体の6割近くになった(図表8)。

男女別に見ると、男性は「発信する」または「発信したい」派と、「発信しない」派がほぼ半数ずつだったのに対し、女性は「発信する」または「発信したい」派が全体の7割近くに上った。女性の方が、SNSを使った旅行体験の情報発信に積極的な傾向が見られる。

◆図表8 国内旅行体験のSNSでの情報発信



(6) まとめ

国内旅行の頻度については、日帰り旅行は年3回以上、宿泊旅行は年1回程度が平均的な傾向となり、若者の多くは一定程度の旅行体験を持っていることがうかがえる。

国内旅行の目的については、温泉、自然、グルメが旅の定番的な楽しみであることが見て取れる。ただ、これらは各地の観光地が有する魅力でもあり、観光地の側からすると競合する地域が多い。

今回の調査結果からは、スポーツ、まち歩き、アウトドア、野外フェスティバル、コンサートなどが、若者のリピーター化が期待できるコンテンツとして浮かび上がった。一方、“聖地巡礼”やローカル鉄道などは、旅行への関心が低い（旅行以外のことに関心がある）若者に対して、旅行のきっかけになり得るコンテンツとして見えてきた。

従って、地方の観光地などが、他の地域と差別化した若者の誘客を考える際、こうしたコンテンツによる支持層の違いに着目するのは手法の一つだと考えられる。

国内旅行の予算については、日帰り旅行は3万円以内、宿泊旅行は5万円以内とする回答が多かった。

観光庁の旅行・観光消費動向調査では、中部5県（岐阜、愛知、三重、静岡、福井）に住む人の1人1回当たりの平均国内旅行単価（観光・レクリエーション目的、2014年）は、日帰り旅行17,054円、宿泊旅行52,097円となっており、今回の調査結果からは、若者も旅行に対して、平均並みかそれ以上の出費をする傾向がうかがえる。旅行回数の傾向を含めて、「若者の旅行離れ」が指摘される中でも、工夫次第で若者の旅行需要は喚起できると思われる。

国内旅行の情報収集手段や、国内旅行体験のSNSでの情報発信については、スマホの普及などを背景に、インターネットやSNSを多く活用する若者の姿が改めて浮かび上がった。

以上