

around20女子の「国内旅行」に関する意識調査

旅行は年平均3回。「家族」との旅行、「予算は30,000円未満」が最多
約80%はパッケージツアーを利用せず。旅行中の「気分」で決定するプランも多い
旅程の情報収集もInstagramを活用。「#(ハッシュタグ)+地名」などで情報を収集
行きたい旅行先ベスト3は「1位・北海道」「2位・九州」「3位・沖縄」

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：木村 知郎)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』はaround20と定義する20歳前後の女性を対象に、「国内旅行」に関する意識調査を行いました。1都3県を対象としたWEB調査と、SHIBUYA109渋谷館内のグループインタビューの結果をお知らせいたします。



【around20女子の「国内旅行」に関する意識調査 トピックス】

- 【1】 旅行は年平均3回。「家族」との旅行、「予算は30,000円未満」が最多
- 【2】 約80%はパッケージツアーを利用せず。旅行中の「気分」で決定するプランも多い
- 【3】 旅程の情報収集もInstagramを活用。「#(ハッシュタグ)+地名」などで情報を収集
- 【4】 行きたい旅行先ベスト3は「1位・北海道」「2位・九州」「3位・沖縄」

●国内旅行の実態

around20は旅行に年間平均3.2回に行き、一緒に行く相手は家族が多いと回答。予算は30,000円未満の回答が最多となりました。もっともお金をかけることは「食事」。

●旅程の組み方

旅程は旅行会社のパックツアーを利用せず、約80%が「自分たちでゼロから旅程を組み立てる」と回答。「宿と訪れたい場所を1～2カ所だけ決めておき、それ以外は現地で決める」人が約半数。

●情報収集

旅行前も旅行中も、SNSで情報収集。Instagramの「#(ハッシュタグ)検索」や「ストーリーズの質問機能」などを駆使。

●行きたい旅行先

第1位「北海道」、第2位「九州エリア」、第3位「沖縄」という結果に。各都道府県の「食」や「自然」に期待。また好きなアイドル、YouTuber、アニメなどが動機に繋がっていることが分かります。

詳細は次頁以降をご覧ください。

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

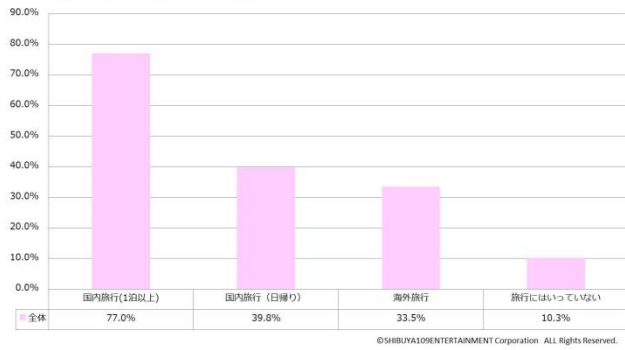
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

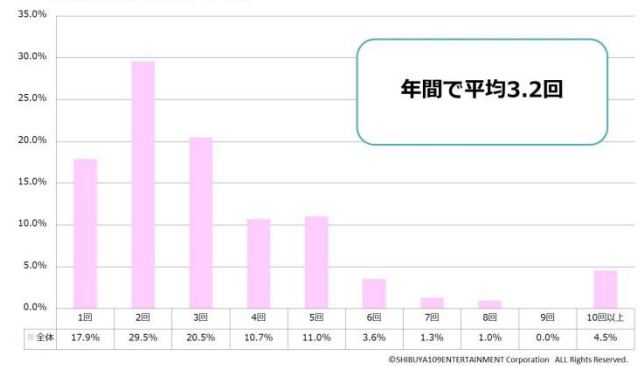
【1】旅行は年平均3回。「家族」との旅行、「予算は30,000円未満」が最多

around20女子を対象に直近1年以内に経験した旅行を聞いてみたところ※図1、77.0%が国内旅行(1泊以上)を経験していました。一人あたり年間平均3.2回国内旅行に行っていることとなります。※図2

※図1 Q.あなたの直近1年以内に経験した旅行を教えてください。(複数回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=400



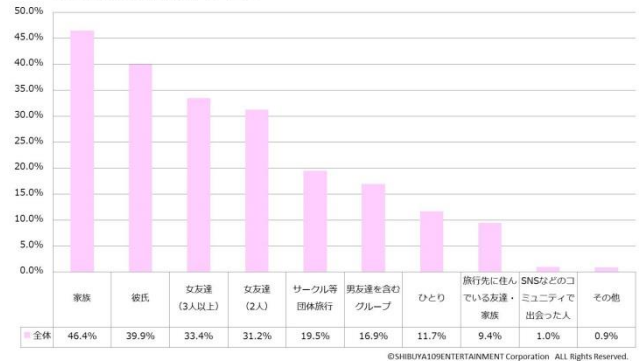
※図2 Q.国内旅行について、あなたが直近1年で行った回数を教えてください。(単一回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=308



国内旅行へ一緒に行く相手として最も多いのは「家族(46.4%)」、次いで「彼氏(39.9%)」「女友達(3人以上)(33.4%)」という結果となりました。※図3

昨年実施した「海外旅行に関する調査」と比較すると、海外旅行については「女友達(2人)(43.6%)」が最も多い回答となっており、海外旅行と国内旅行では一緒に行く相手が異なるようです。

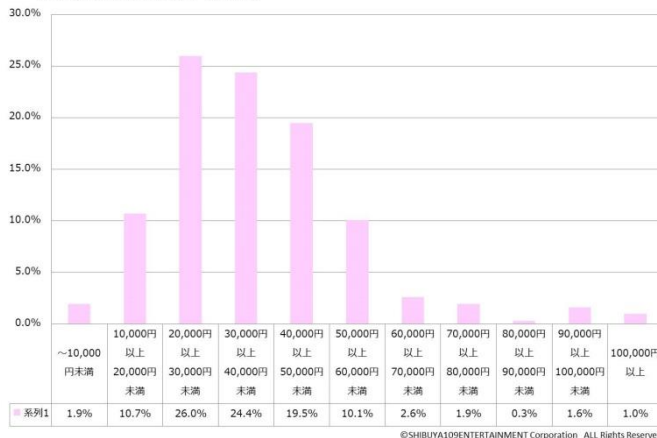
※図3 Q.国内旅行には誰と行きましたか、もしくは行こうとしていますか？(複数回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=308



国内旅行の予算は※図4、「20,000円以上30,000円未満(26.0%)」が最も多く、次いで「30,000円以上40,000円未満(24.4%)」「40,000円以上50,000円未満(19.5%)」という結果となりました。旅行中にお金をかけたいものについて聞くと※図5、第一位は「食事(80.2%)」次いで「観光・レジャー(63.6%)」、「自分のためのショッピング(34.7%)」という結果となりました。対して、できるだけ節約したい費用には「移動手段(飛行機や新幹線など)」「現地での移動」といった移動費があがっています。

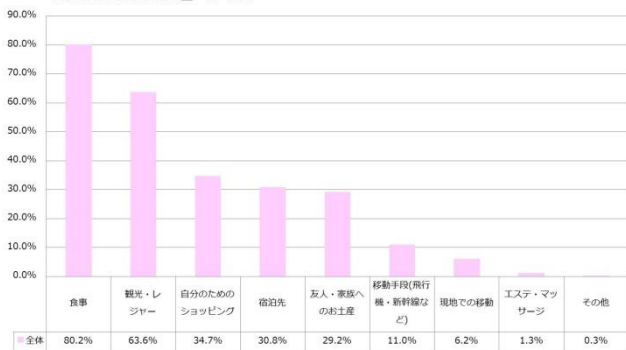
around20は、旅行以外においても、「食」を念頭に置いた遊びの予定を立てる傾向が多くみられます。また、国内での旅行先を決める際は※図6「そこでしか味わえない体験ができること」を重視していることから、その土地でしか味わえない観光やレジャーにお金をかけたいと考えているようです。

※図4 Q.あなたが1度の国内旅行にかける予算または想定している予算を教えてください。(単一回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=308

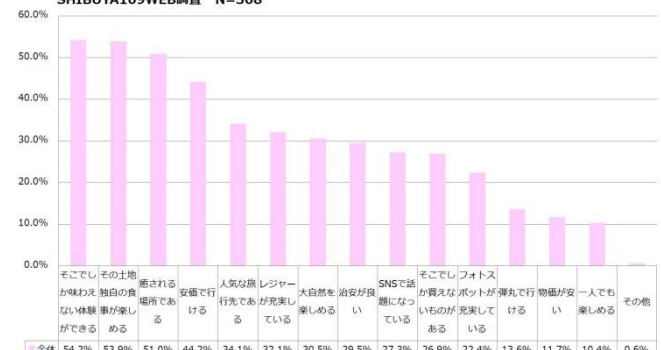


※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>
※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

※図5 Q.あなたが旅行中にお金をかけたいものを教えてください。(複数回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=308



※図6 Q.あなたが旅行先を決める時に重視している点を教えてください。(複数回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=308



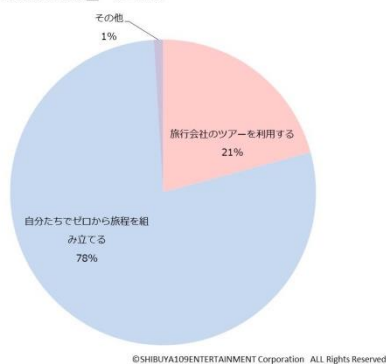
【2】約80%はパッケージツアーを利用せず。旅行中の「気分」で決定するプランも多い

国内旅行の旅程の組み方は※図7、「自分たちでゼロから旅程を組み立てる」と回答した方が78.2%という結果となりました。

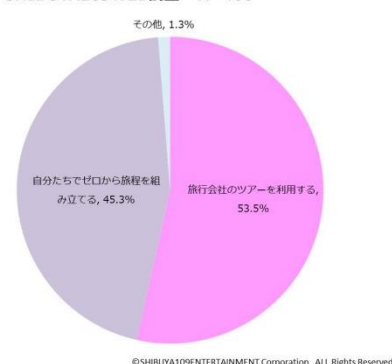
海外旅行に関する調査※図7では「旅行会社のツアーを利用する」と回答した方が53.5%、「自分たちでゼロから旅程を組み立てる」方は45.3%となっており、海外旅行と比較すると、国内旅行はツアーよりも独自で旅程を組む方が多い事が分かります。

※図7 国内旅行・海外旅行の旅程の組み方比較

Q.あなたの国内旅行の旅程の立て方を教えてください。(単一回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=308



Q.海外旅行の旅程の立て方は？(単一回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=400

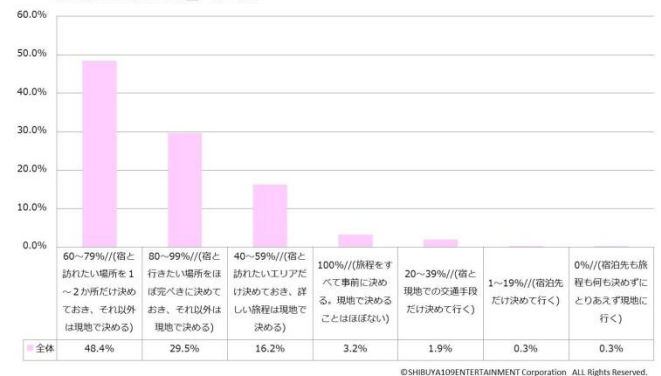


また「国内旅行の旅程をどのくらい確定させて国内旅行に行くか」※図8を聞くと、「旅程の60～79%（宿と訪れたい場所を1～2カ所だけ決めておき、それ以外は現地で決める）」と回答した方が48.4%と最も多い結果になりました。

その理由として、グループインタビューでは「海外旅行は国内旅行と比べてお金もかかるし限られた時間の中で行動しなければならないので、ほぼ100%旅程を確定させて行く。国内旅行は海外旅行よりも言語が通じるし時間的にもあるから、どうにかなるという気持ちが強い」という意見。気持ちと時間に余裕があることが、国内旅行の旅程の余白を作っていることが分かります。

また「現地でマップを開いて現地から近い場所に行きたい」という声も多くみられ、その理由として「事前に情報収集をしても土地勘がないため位置関係が把握しづらい」という意見があがりました。旅行以外でも、行きたいカフェがいくつもありInstagramで保存をしているけれど、位置関係が分からず結局近くにいっても行きそびれてしまうという事も多いようです。最近では、Instagramで見つけたカフェをGoogle MAP上に「行きたい場所」として保存しておき、そのエリアに訪れた際に参考にするaround20も増えてきています。

※図8 Q.あなたが国内旅行に行く前に、どの程度旅程を確定させて行くか教えてください。(単一回答)
SHIBUYA109WEB調査 N=308



※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

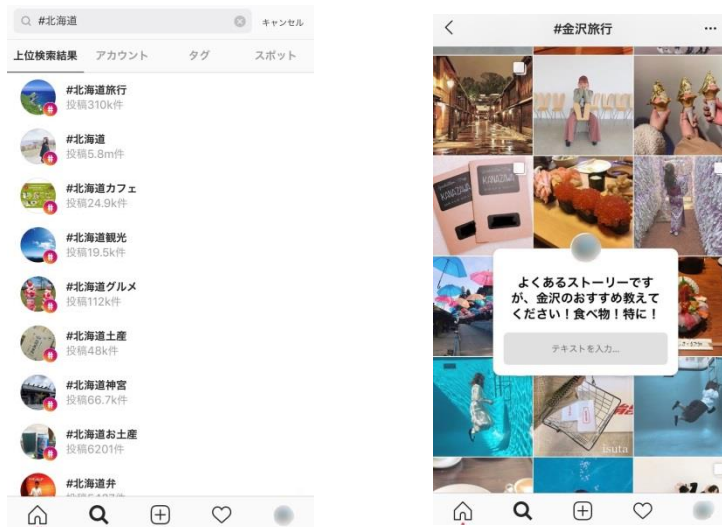
【3】 旅程の情報収集もInstagramを活用。「#(ハッシュタグ)+地名」などで情報を収集

旅程は6～7割だけ決めて国内旅行をするaround20の旅行前・旅行中の情報収集について聞いてみたところ、旅行前の情報収集手段として最も多かったのは「WEBサイト(77.3%)」次いで「Instagramのハッシュタグ検索(43.5%)」、「ガイドブックを買う(38.6%)」という結果となりました。これに対して旅行中の情報収集手段としては「WEBサイト(70.8%)」「Instagramの#(ハッシュタグ)検索(46.4%)」に続き、「Twitter(23.1%)」が旅行中は使い慣れているSNSで情報を収集する傾向にあるようです。

Instagramでの検索ワードとしては「#京都旅行」「#金沢旅行」など「地名+旅行」で調べるケースが多く、食事については「#●●(地名)カフェ」「#●●グルメ」と検索。

また最近ではInstagramのストーリーズの質問機能を使い、現地から「●●に来てはいるんだけど、おすすめ場所おしえて！」と友達に呼びかけ、食事や訪れる場所の参考にするaround20も増えてきており、今後旅行中はSNSを駆使してほぼノープランで国内旅行をするaround20も増えるかもしれません。

※図9 Instagramの活用事例



【4】 行きたい旅行先ベスト3は「1位・北海道」「2位・九州」「3位・沖縄」

行ってみたい国内旅行先ベスト3は※図10、第1位「北海道(74.4%)」第2位「九州エリア(67.5%)」第3位「沖縄(67.5%)」という結果でした。

それぞれの理由を自由回答にて聴取した結果が下記となります。

●北海道

- ・自然やそこでしか味わえないグルメを堪能したい
- ・北海道で海鮮を食べたい

●九州エリア

- ・ご飯がおいしそう
- ・好きなYouTuberの出身地だから行ってみたい
- ・YouTubeを見て、食べてみたいものがある

●沖縄

- ・海でスカイダイビングをしてみたい
- ・現地の人と話したり踊ったりして、楽しく過ごしたい
- ・AKB48の楽曲「#好きなんだ」のMVを見て行ってみたいと思った

やはり各都道府県の「食」や「自然」を楽しみたいという声が多くあげられています。また九州エリア、沖縄の回答でもみられるように、好きなアイドルやYouTuber、アニメなどのコンテンツとの関係が、そのエリアを訪れてみたいという動機に繋がっていることが分かります。

また「47都道府県制覇したい」という回答が多数を占めており、グループインタビューで聞いてみたところ、「Japan Complete」などの旅行した都道府県を記録するアプリを使って管理をしている人もいます。

※図10 Q.あなたが行ってみたいと思っている国内旅行先を教えてください。(複数回答)
SHIBUYA109ガールズ調査 N=308



※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【5】アンケート調査概要

①WEBアンケート調査

調査期間：2019年5月

調査対象：1都3県在住 20～24歳 女性 職業：学生

有効回答数：N=400

②SHIBUYA109ガールズグループインタビュー

調査期間：2019年5月

調査対象：女性 around20(18～21歳)女性

有効回答数：N=4

調査実施・分析：SHIBUYA109 lab.(運営：株式会社SHIBUYA109エンタテインメント)

※本調査内の「国内旅行」は、1泊以上の宿泊を伴う旅行を指しています。

【6】SHIBUYA109 lab.所長より



around20は、国内旅行について、旅行中にSNSを駆使して、現地で行き先を決めることが多いようです。したがって彼女たちへの観光スポットPRは、「Instagram」などで観光スポットが検索にひっかかってくるよう、SNSを上手に活用していくことがカギとなりそうです。また彼女たちの行動の軸の一つとなっている「ヲタ活」も旅行へのモチベーションの一つとなります。コンテンツを全力で楽しめる旅行を提案することも消費のきっかけとなりそうです。 SHIBUYA109 lab.所長／長田 麻衣

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

■SHIBUYA109 lab. 概要



株式会社SHIBUYA109エンタテインメントに設立された、新しい世代に特化するマーケティングチーム。SHIBUYA109のターゲットである「around20(20歳前後の若者)」を中心に彼ら・彼女たちの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。
設立：2018年5月17日
所長：長田 麻衣 (株式会社SHIBUYA109エンタテインメント所属)
ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

■株式会社SHIBUYA109エンタテインメント 概要



SHIBUYA109渋谷（東京都・渋谷区）を中心とした5つの施設を運営（子会社での運営を含む）。「Making You SHINE!」の企業理念を掲げ、これからの担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、不動産賃貸業に留まらない事業展開を行う。
設立年月日：2017年4月3日
代表取締役：木村知郎
ホームページ：<http://www.shibuya109.co.jp/>