

2012年11月29日  
株式会社オールアバウト

【生活トレンド研究所レポート】  
**「最新の旅行トレンドに関する調査」を実施**  
～20代も旅に積極的！5割以上が「国内一人旅」を経験～  
～「LCC」経験者はまだ1割程度～

株式会社オールアバウト(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO:江幡哲也)が運営するマーケティング・チャンネル「生活トレンド研究所」は、第三弾のレポートとして、All About『旅の準備・お得・便利』ガイドの村田和子氏を研究員ガイドに迎え、「最新の旅行トレンド」に関するアンケート調査を実施しました。

調査協力は、株式会社マクロミル。調査期間は2012年11月12日(月)～2012年11月13日(火)、2年以内に国内・海外にそれぞれ1回以上旅行経験のある20～60代の男女700人から有効回答を得ました。

■「生活トレンド研究所」のURL:[http://allabout.co.jp/trend\\_lab/](http://allabout.co.jp/trend_lab/)

【調査結果のポイント】

1)	<p><b>“旅行離れ”と言われる若年層(20代)の 5割以上が「国内一人旅」を、3割以上が「海外一人旅」を経験</b></p> <p>最新旅行トレンドである「クルーズ」や「LCC」などに対する実施意欲も、20代は高い傾向。 2012年に話題となったLCCの経験者は1割超程度。まだまだ伸びしろが期待できる。</p>
2)	<p><b>旅先で感じる不満は国内よりも海外が多い 特に多いのは「移動」、「治安」、「トイレ」/女性は健康面に不満</b></p> <p>国内での不満は「価格が高い」が多い。 女性は男性よりも「便秘/下痢になりやすい」、「乾燥などによる肌荒れ」などで不満を抱える。</p>
3)	<p><b>一人旅経験者の3割以上が「旅行中SNSの投稿が増える」 “ぼっち旅”の手持ち無沙汰感はSNSで解消？</b></p> <p>普段利用しているSNSツールは「フェイスブック」が4割以上で1位。 一人旅は2人以上の旅よりもSNSへの投稿頻度が「増える」と回答。</p>
4)	<p><b>旅行情報の収集は「パンフレット」、「ガイドブック」、「関連企業のHP」がトップ3 60代は特に「新聞記事」、「新聞広告」を参考にする傾向が高い</b></p> <p>全年代で「テレビ番組」も高かった。20～40代では「クチコミサイト」も4割以上と高かった。</p>
5)	<p><b>2013年に体験したいことは「国内一人旅」が49.6%でトップ</b></p> <p>「LCC(国内)」、「島旅」も4割以上が「体験したい」と回答し、関心が高い。</p>

## 1) “旅行離れ”と言われる若年層(20代)の5割以上が「国内一人旅」を、 3割以上が「海外一人旅」を経験

最新の旅行トレンドに対し、“経験”と“実施意欲(体験してみたいかどうか)”を聞いてみたところ、“経験”では「国内一人旅」が56.9%と一番高く、次に「海外一人旅(39.3%)」、「島旅(28.8%)」と続きました。“実施意欲”では、「国内一人旅」、「クルーズ」、「LCC(国内)」、「島旅」について、7割以上が「実施したい」と回答していました。

さらに年代別で見ると、特に“旅行離れ”と言われる若年層(20代)でも36.4%が「海外一人旅」を経験しており、さらに半数以上の56.4%が「国内一人旅」を経験していることが明らかになりました。また、実施意向に関しても20代はおしなべて高いポイントとなっていました。【グラフ1】【グラフ2】

## 2) 旅先で感じる不満は国内よりも海外が多い／特に多いのは「移動」、「治安」、「トイレ」 女性は健康面に不満

旅先で感じた不満については、国内旅行よりも海外旅行で感じるほうが多い傾向にあり、特に「移動が長い(51.1%)」、「治安が悪い(46.4%)」、「トイレが少ない(40.4%)」の3項目は国内よりも海外のほうが3割以上多い結果となりました。また、男女別で見ると、女性のほうが男性よりも健康面で不満を抱えることが多く、特に海外旅行では「便秘／下痢になりやすい(30.3%)」、「乾燥などで肌が荒れやすい(33.1%)」の2項目が挙げられていました。【グラフ3】【グラフ4】

## 3) 一人旅経験者の3割以上が「旅行中 SNS の投稿が増える」

### “ぼっち旅”の手持ち無沙汰感は SNS で解消？

今回の調査対象者(2年以内の国内外に1回以上旅行している人)に普段使用している SNS ツールを聞いたところ、「フェイスブック(44.0%)」が一番多く、次に「ツイッター(30.7%)」、「ミクシィ(29.0%)」が続きました。さらに何らかの SNS を使用している人に「旅行中における SNS への投稿頻度」を聞いたところ、「投稿が増える」と回答した人は「2人以上の旅(国内外)」よりも「一人旅(国内外)」のほうが1割以上多いことがわかりました。“ぼっち旅”で感動を共有したり手持ち無沙汰感を解消する役割は、SNS が担っているのかもしれませんが。【グラフ5】【グラフ6】

## 4) 旅行関連情報は「パンフレット」、「ガイドブック」、「関連企業の HP」がトップ3 他世代に比べて 60代は「新聞記事」、「新聞広告」が多い

旅行に関する情報を調べる際に参考にするツールは、「旅行パンフレット」、「ガイドブック」といった旅行専門の紙媒体がトップ2となり、インターネット関連では3位に「交通・旅行関連企業のホームページ」がラインクインしていました。また、テレビ番組から影響を受ける人も少なくないことも明らかになっています。さらに年代別に見ると、特に60代は「新聞記事」や「新聞広告」が3割以上と他の年代よりも高いポイントとなりました。【グラフ7】

## 5) 2013年に体験したいことは「国内一人旅」が半数

今年の年末年始は例年よりも休みになる日が多くなるということですが、来年(2013年)に体験したいこととして多く挙げられたのは、「国内一人旅(49.6%)」、「LCC(国内)(44.4%)」、「島旅(40.4%)」でした。【グラフ8】

## ■「旅の準備・お得・便利」ガイド 村田 和子氏のコメント

結果から「若年層」と「一人旅」が注目のキーワードとして浮かび上がります。

「若者は旅に行かない」といわれますが、本調査の結果を見る限り若年層……特に 20 代は旅行トレンドに敏感で、旅への意欲が高いようです。経験値についても「LCC(国内および海外)」「週末海外」は他の年代をおさえてトップとなりました。「一人旅」は年代や性別問わず人気が高く、国内では 56.9%、海外では 39.3%が既に経験済みという結果に。今後の実施意欲も高く、特に 20 代、30 代の積極的な姿が印象的です。

このような傾向の要因として「SNS」が深く関連していると思われます。旅行は「費用」と「時間」が必要なのに、触れて価値を確かめることができません。その為、楽しい反面、不安も多く、特に経験の少ない方や不安の多い一人旅などは、計画途中で挫折しがちでした。しかし SNS を利用すればコミュニケーションをすることで不安を事前に解消できること。SNS で旅先の経験や感動を共有する人も多く、そういった情報に触れることで、旅への憧れ、旅の需要喚起へ繋がることも多いと思われます。また、卒業旅行や週末海外に特化したツアー、一人用の宿泊プランなど、「行きたい」というニーズの受け皿となる環境整備が進んだことも大きいでしょう。

2013 年は、「国内一人旅」「LCC(国内)」「島旅」の利用意欲が高い結果となりました。LCC は一人旅とも相性がよく、沖縄や北海道など「安遠短」の一人旅も来年は増えるかもしれません。島旅については、「瀬戸内国際芸術祭 2013」が開催され人気を呼びそうです。また島といえばアクセスは船。来春から夏にかけて安価な海外のクルーズ船が、日本発着で運航を多く予定しています。「クルーズ」の実施意欲が高いという結果も出ており、「船旅」も注目を集めそうです。

## ■調査概要

- ・調査期間： 2012 年 11 月 12 日(月)～2012 年 11 月 13 日(火)
- ・調査対象： 過去 2 年以内に国内・海外にそれぞれ 1 回以上旅行をした経験がある人  
(マクロミルモニタ会員)
- ・有効回答数： 700 名
- ・属性： 20～60 代男女 各 70 名
- ・調査方法： インターネットリサーチ
- ・調査機関： マクロミル

## 「生活トレンド研究所」について [http://allabout.co.jp/trend\\_lab/](http://allabout.co.jp/trend_lab/)

「生活者のトレンドと未来をひも解くマーケティング・チャネル」であることをミッションに掲げ、総合情報サイト「All About」で活躍する住宅、マネー、健康、グルメ、一般消費財等、様々な領域における専門家(=ガイド)が研究員となって、企業と生活者がより良い関係性を構築するための調査、市場分析を行なっていきます。その分野における高い専門性はもちろんのこと、生活者・実務家としての考えや想いも兼ね備えた「All Aboutガイド」ならではの分析・考察を重ねることで、表面的な定量データでは捉えられない新たな潮流や課題を浮き彫りにしていきます。

### 本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当： 柏原、大竹

TEL:03-6362-1309 FAX:03-6682-4229 E-mail: [pr@staff.allabout.co.jp](mailto:pr@staff.allabout.co.jp)

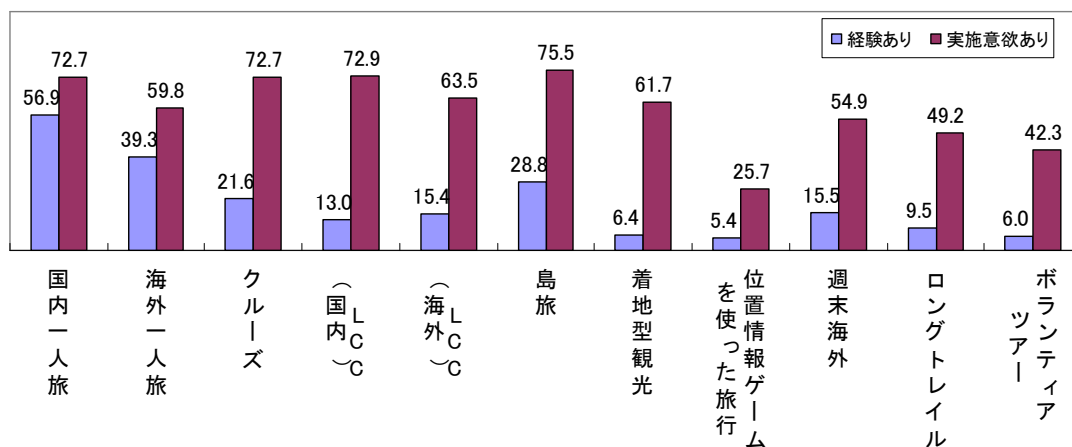
### 《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載の際は、必ず「生活トレンド研究所の調査」である旨を示すクレジットを明記していただけますようお願い申し上げます。

【参考資料】

■調査結果グラフ

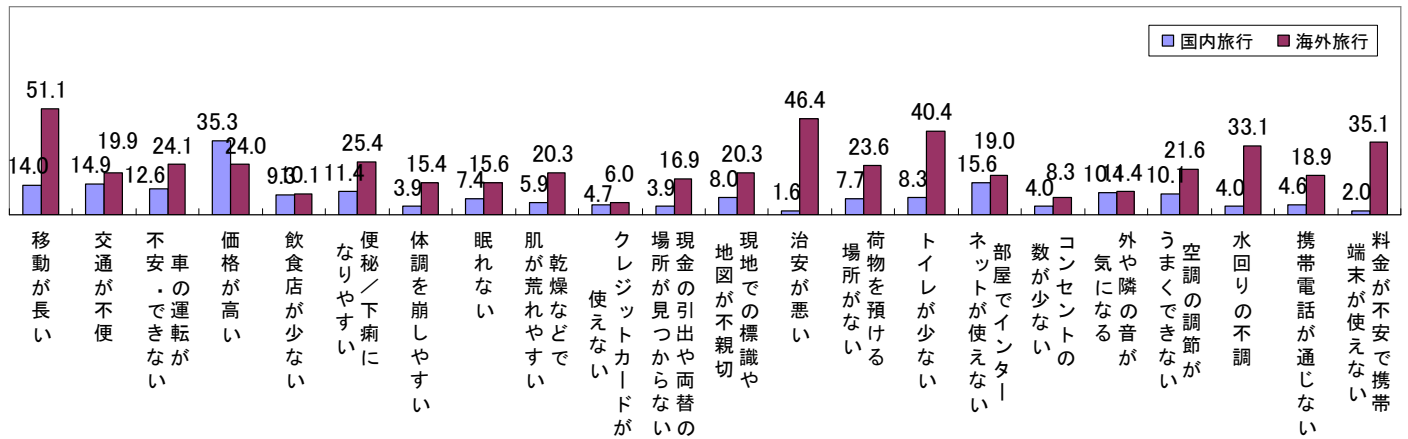
【グラフ1】 最新旅行トレンドの経験／実施意欲(n=700、%)



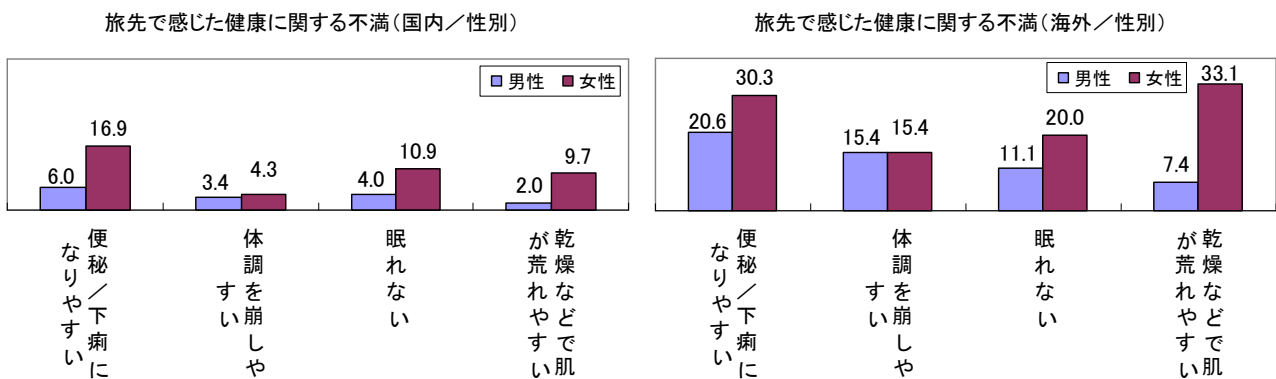
【グラフ2】 最新旅行トレンドの経験／実施意欲(年代別、各年代n=140、%)



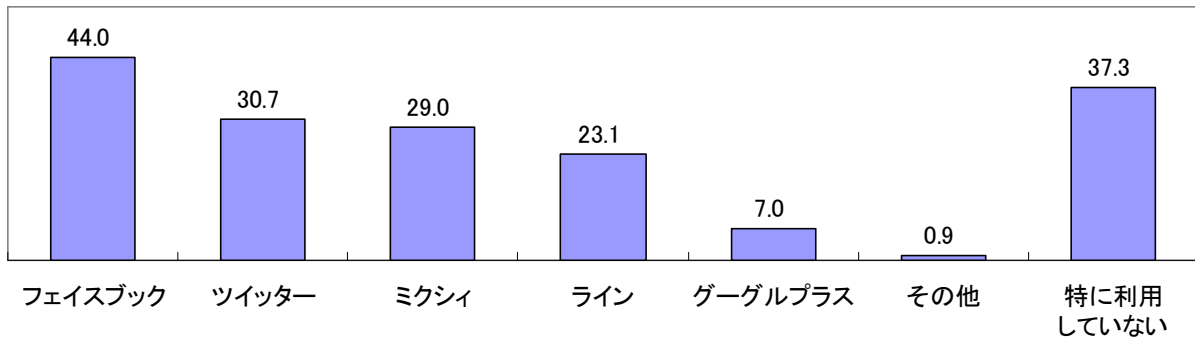
【グラフ3】 旅先で感じた不満(n=700、%)



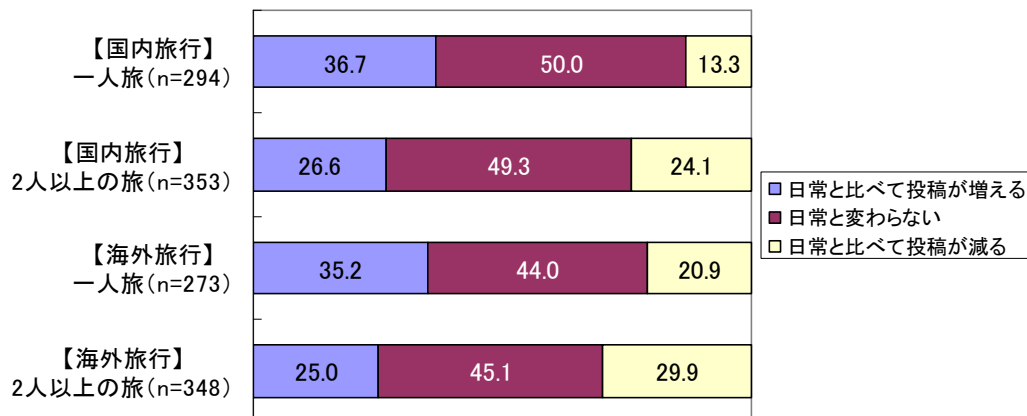
【グラフ4】 旅先で感じた不満(健康面、男女別各n=140、%)



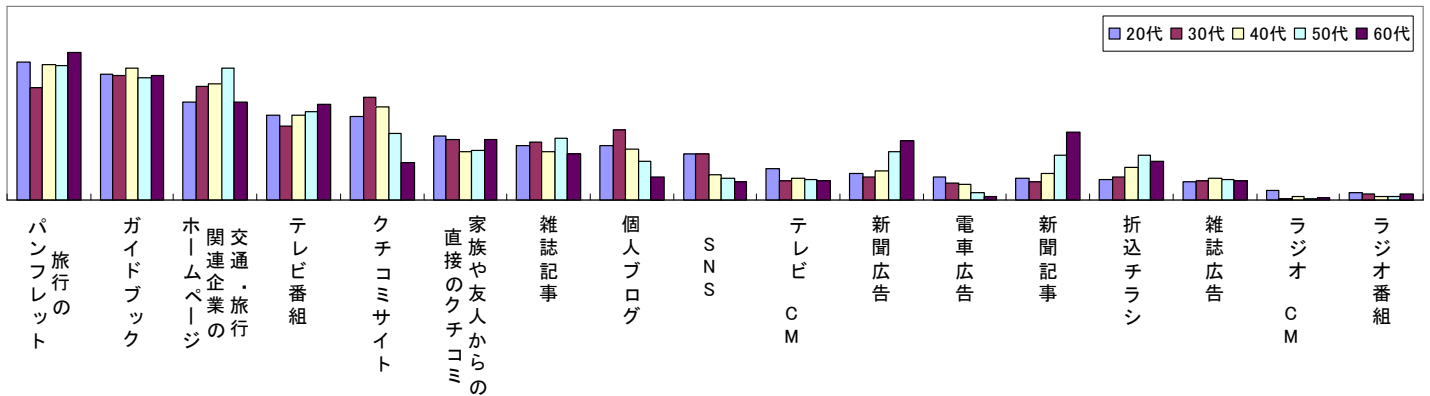
【グラフ5】 普段利用しているSNSツール(n=700)



【グラフ6】 旅行中のSNSへの投稿頻度(%)



【グラフ7】 旅行に関する情報を調べる際に参考にするツール(年代別、各n=140、%)



	旅行のパンフレット	ガイドブック	交通・旅行関連企業のHP	テレビ番組	クチコミサイト	家族や友人からの直接のクチコミ	雑誌記事	個人ブログ	SNS	テレビCM	新聞広告	電車広告	新聞記事	折込チラシ	雑誌広告	ラジオCM	ラジオ番組	その他
20代	71.4	65.0	50.7	43.6	42.9	32.9	27.9	27.9	23.6	16.4	13.6	12.1	11.4	10.7	9.3	5.0	3.6	0.7
30代	57.9	64.3	58.6	37.9	52.9	31.4	30.0	36.4	23.6	10.0	12.1	8.6	9.3	12.1	10.0	0.7	2.9	2.1
40代	70.0	67.9	60.0	43.6	47.9	25.0	25.0	26.4	12.9	11.4	15.0	7.9	13.8	17.1	11.4	2.1	2.1	1.4
50代	69.3	62.9	67.9	45.7	34.3	25.7	32.1	20.0	11.4	10.7	25.0	3.6	22.9	22.9	10.7	0.7	2.1	2.1
60代	76.4	64.3	50.7	49.3	19.3	31.4	23.6	12.1	9.3	10.0	30.7	2.1	35.0	20.0	10.0	1.4	2.9	2.9

【グラフ8】 2013年に体験したいこと(n=700、%)

