

2024年4月1日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

『春夏の旅行需要に関する調査』

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

全体の約4割に春夏の旅行意向があり、10代が最も高い
キーワードは「国内」「家族」「2泊以下」

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、10～60代の方を対象に調査した「春夏の旅行需要に関する調査」（実施期間：2024年3月1日～3月4日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜6:00～6:30放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

【調査結果】

・TOPICS 1

全体の約4割に旅行意向があり、10代が最も高い

・TOPICS 2

行きたい旅行先は「国内」が半数を超える。旅行時期は夏休みシーズンの需要が高い

・TOPICS 3

希望の旅行相手は「家族」が全ての年代でトップ。10代では「友人」、20代では「恋人・パートナー」が他の年代より高い

・TOPICS 4

2泊以下の短期旅行が人気。ゴールデンウィークと夏休みの旅行の「予約はまだ」がそれぞれ8割以上

・TOPICS 5

旅行しない理由トップは「経済的な余裕がない」。旅行に代わる支出はなく、節約志向が伺える

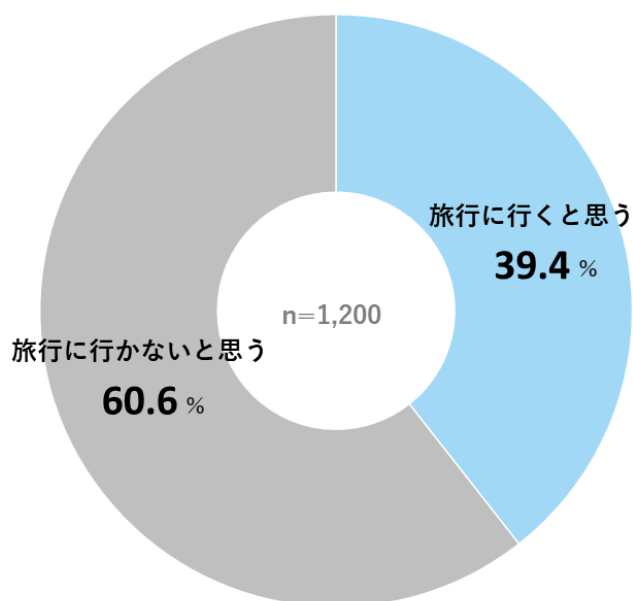
【調査結果詳細】

■TOPICS 1

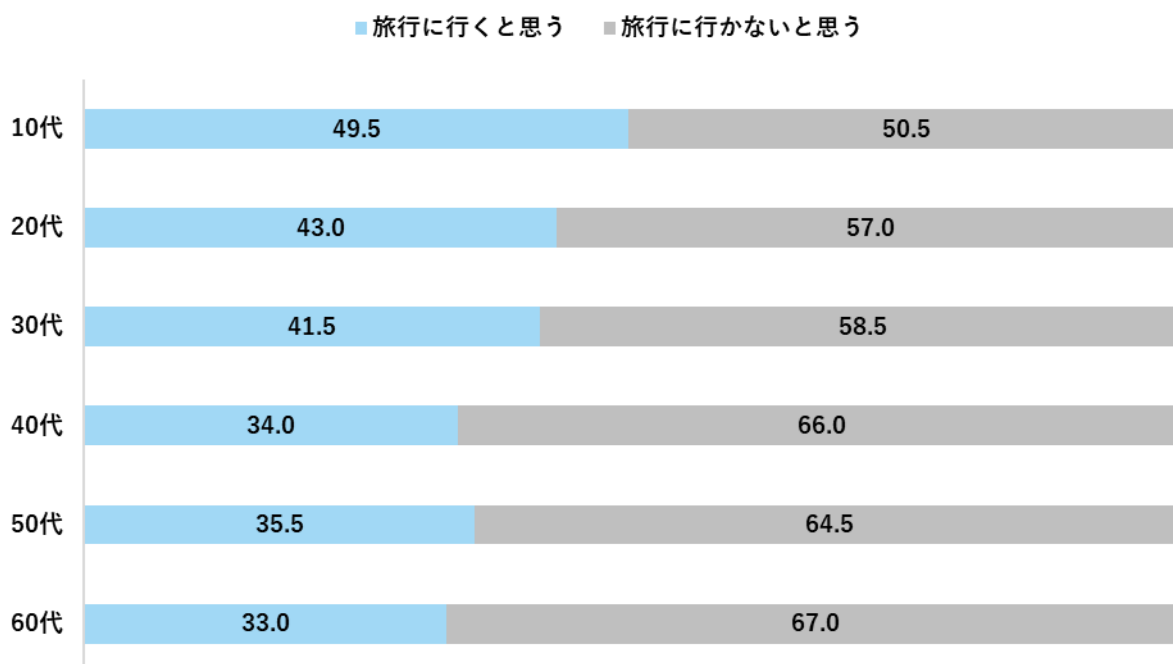
全体の約4割に旅行意向があり、10代が最も高い

今年の「春休み」「ゴールデンウィーク」「夏休み」の旅行意向を聴取した。全体では「旅行に行くと思う」が39.4%、「旅行に行かないと思う」が60.6%となった。約4割に旅行意向が見られた。年代別で見ると、若年層の方が旅行意向が高く、10代では約半数を占めている。

▼今年の「春休み」「ゴールデンウィーク」「夏休み」の旅行意向 | 全体



▼今年の「春休み」「ゴールデンウィーク」「夏休み」の旅行意向 | 年代別 (%) (n=1,200)



■TOPICS 2

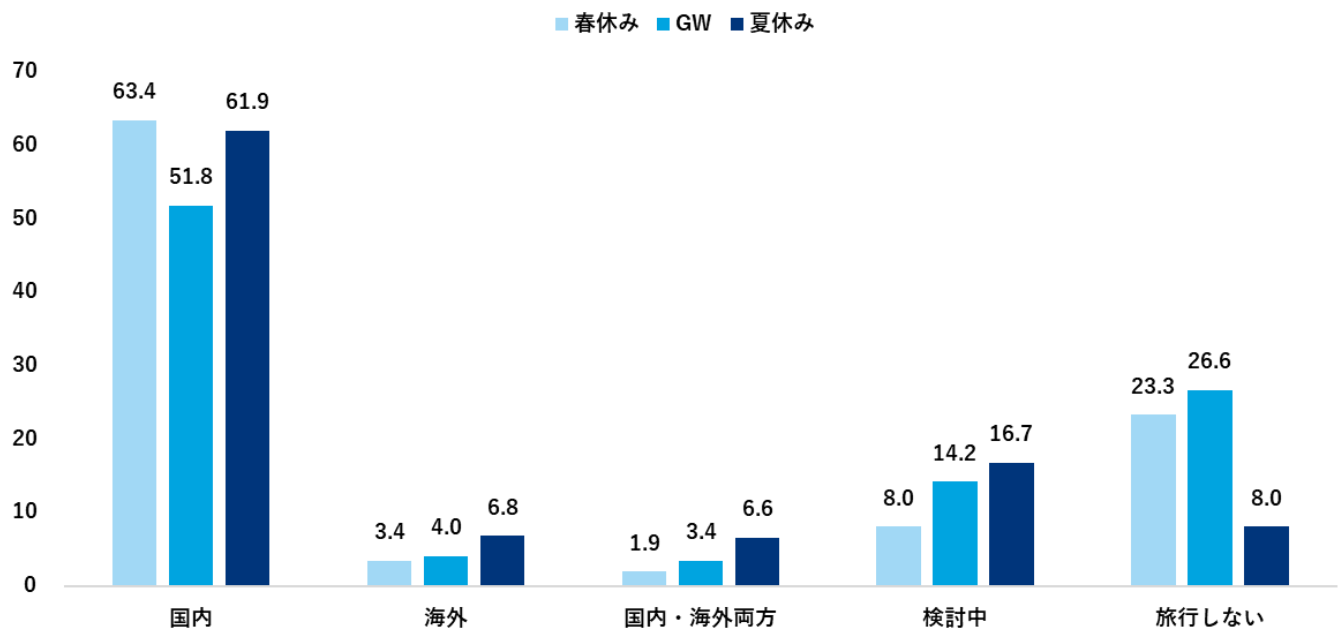
行きたい旅行先は「国内」が半数を超える。旅行時期は夏休みシーズンの需要が高い

今年の「春休み」「ゴールデンウィーク」「夏休み」の「旅行意向あり」と回答した方を対象に、行きたい旅行先を聴取した。「春休み」「ゴールデンウィーク」「夏休み」全てで「国内」が半数を超えトップだった。

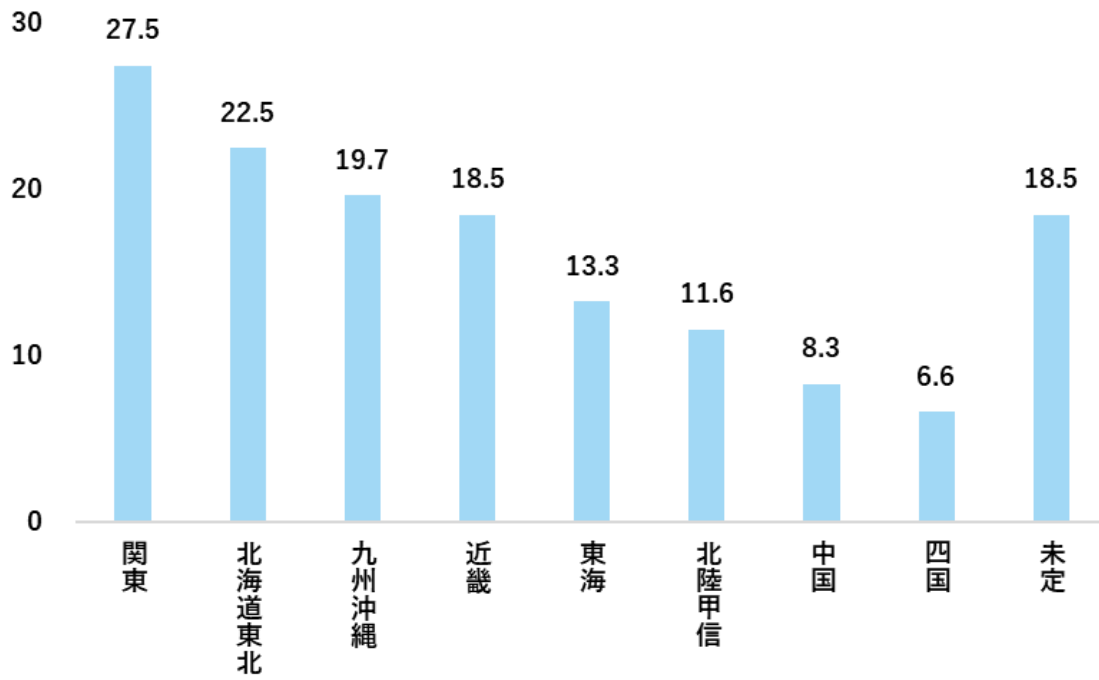
また、夏休みに「旅行しない」が最も低いことから、旅行時期は夏休みシーズンの需要が高いことが読み取れる。

旅行の目的地は、国内では「関東」「北海道東北」、海外では「ヨーロッパ」「アジア」が上位だった。

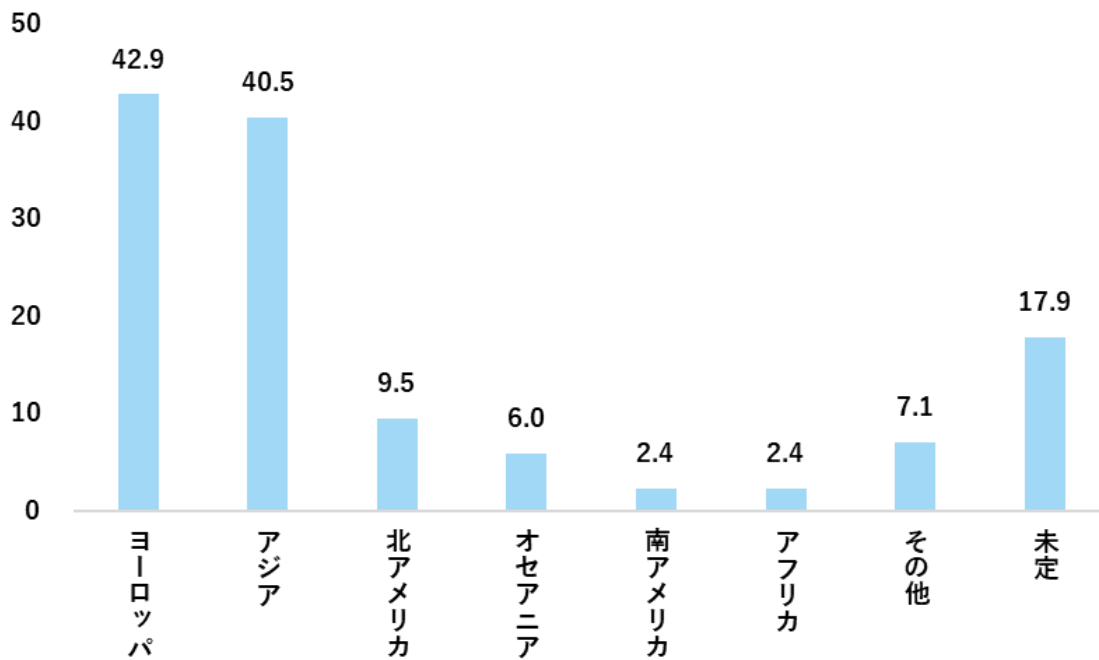
▼今年の「春休み」「ゴールデンウィーク」「夏休み」に行きたい旅行先 (%) (n=473)



▼国内旅行の目的地 ※複数回答 (%) (n=422)



▼海外旅行の目的地 ※複数回答 (%) (n=84)

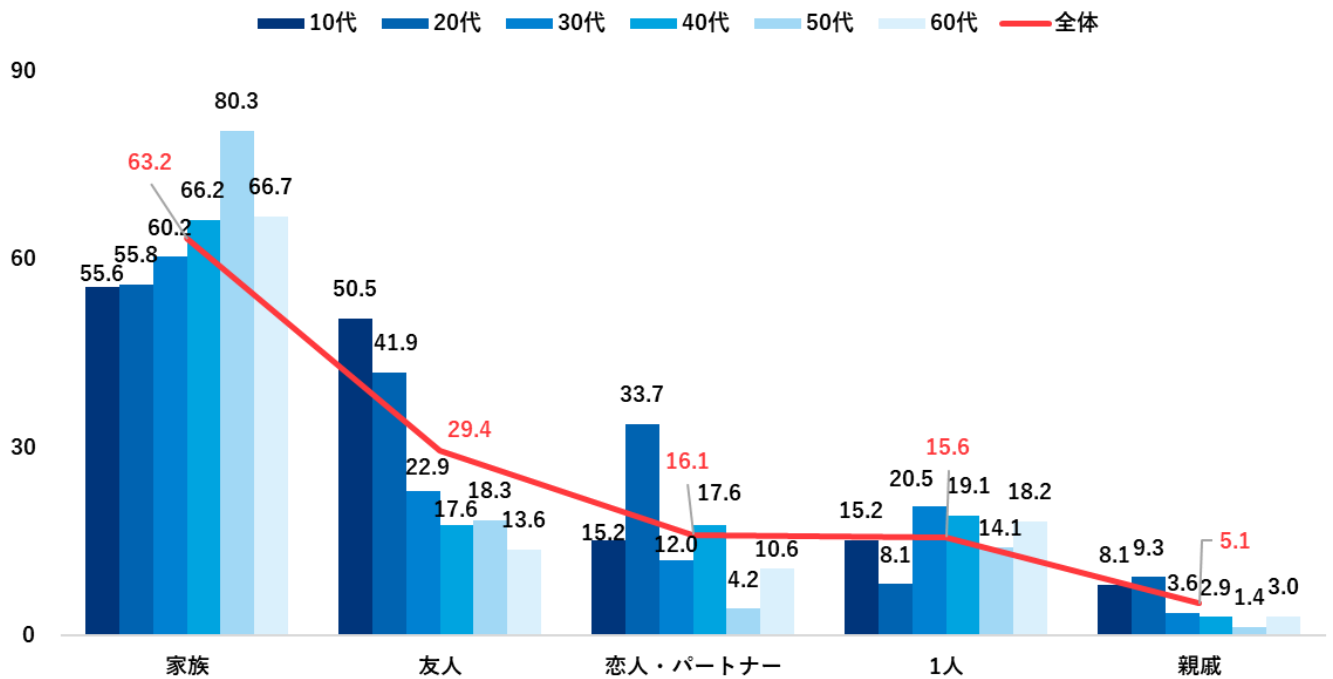


■TOPICS 3

希望の旅行相手は「家族」が全ての年代でトップ。10代では「友人」、20代では「恋人・パートナー」が他の年代より高い

「旅行意向あり」と回答した方を対象に、誰と旅行に行きたいか聴取した。「家族」が全体の63.2%となり、全ての年代でトップだった。10代では「友人」が約5割、20代では「恋人・パートナー」が約3割で他の年代と比較して高い。

▼誰と旅行に行きたいか（上位5位まで表示） ※複数回答（%）（n=473）



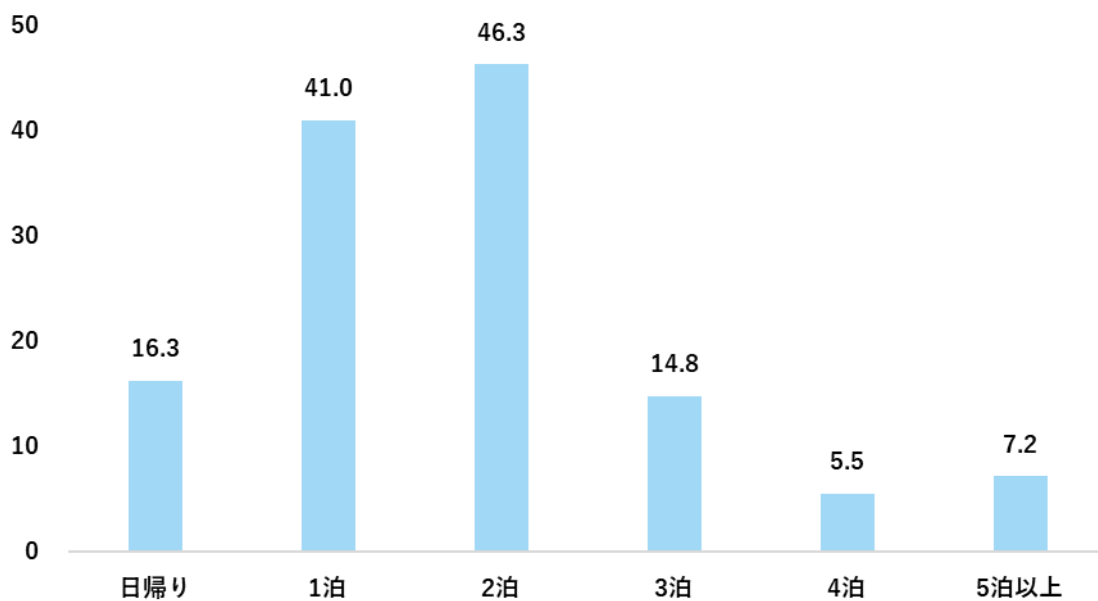
■TOPICS 4

2泊以下の短期旅行が人気。ゴールデンウィークと夏休みの旅行の「予約はまだ」がそれぞれ8割以上

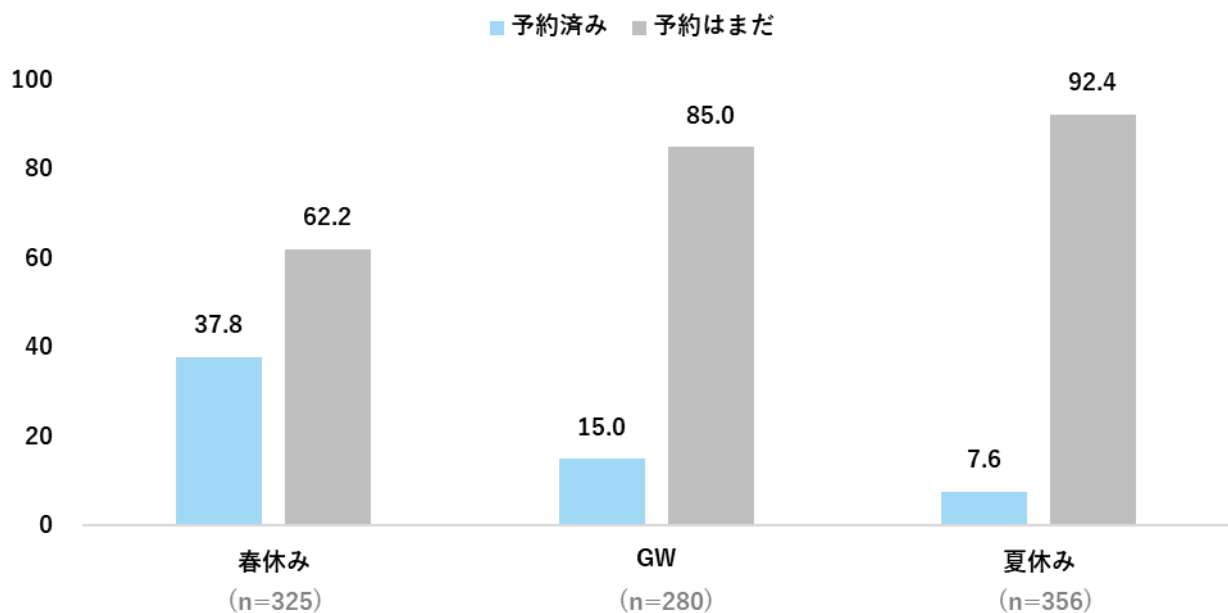
「旅行意向あり」と回答した方を対象に、理想の宿泊数を聴取した。「2泊」が46.3%でトップ、次いで「1泊」が41.0%だった。「3泊」「4泊」「5泊以上」はそれぞれ15%以下となっており、短期間の旅行人気が高い。

予約状況については、調査時期から最も近いシーズンの春休みでも予約済みは約4割に留まり、ゴールデンウィークと夏休みにおいては8割以上がこれから旅行予約を行う様子が伺えた。

▼理想の宿泊数 ※複数回答 (%) (n=473)



▼旅行予約状況 (%)



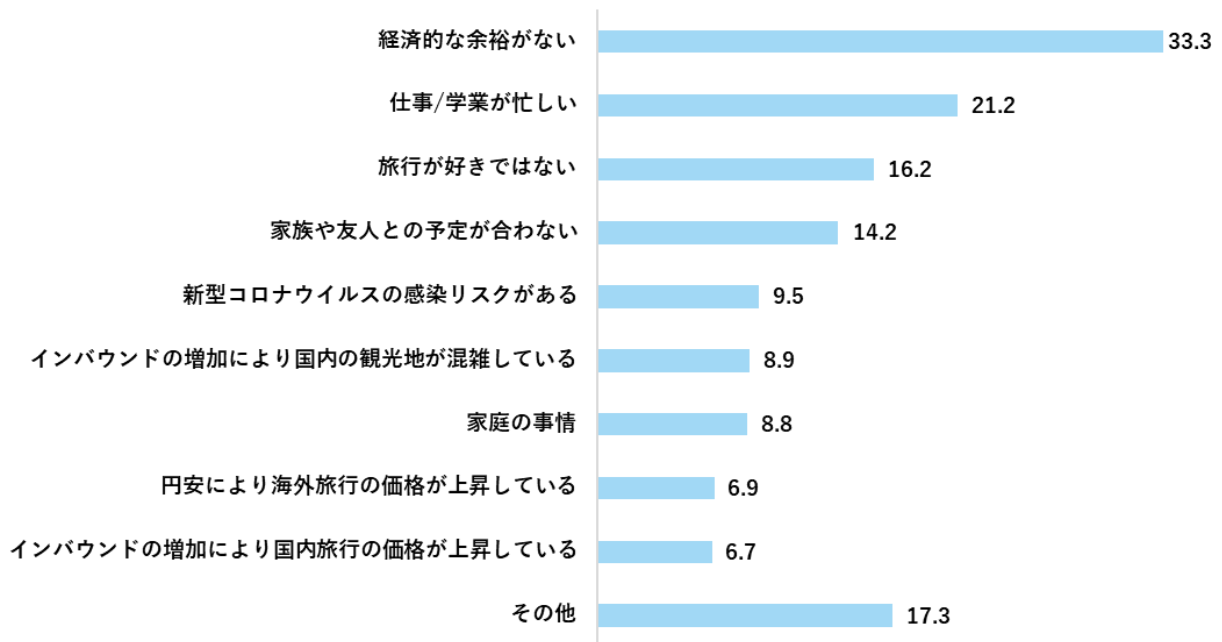
■TOPICS 5

旅行しない理由トップは「経済的な余裕がない」。旅行に代わる支出はなく、節約志向が伺える

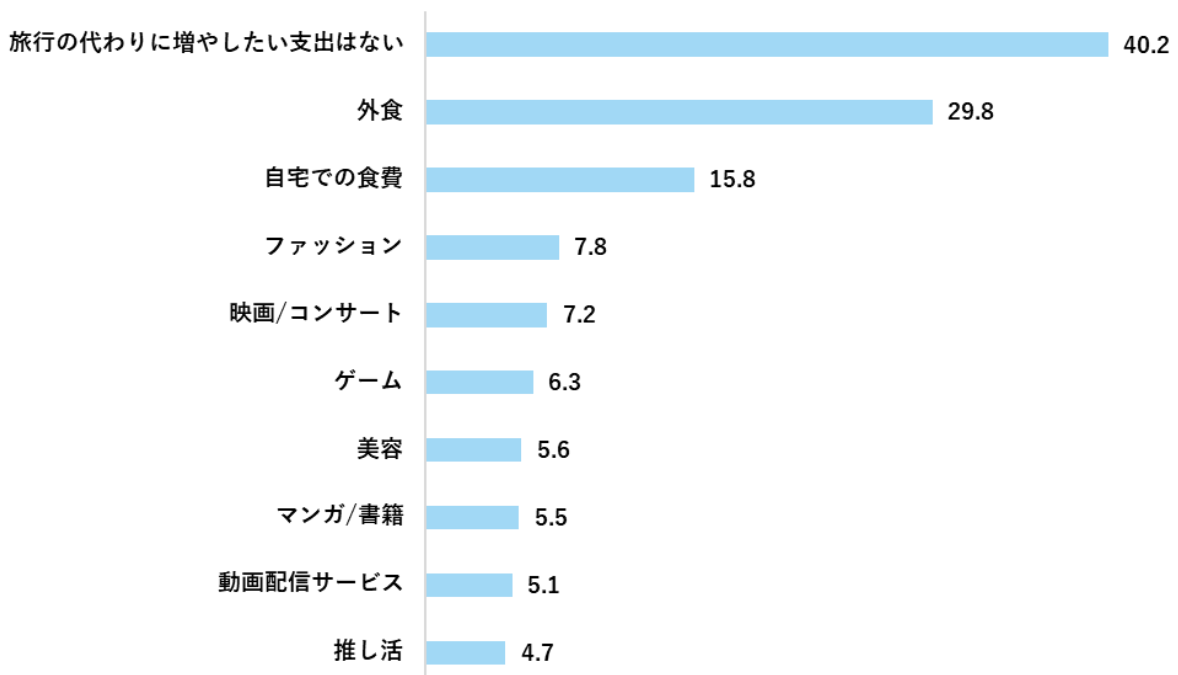
「旅行に行かないと思う」と回答した方を対象に、旅行しない理由を聴取したところ「経済的な余裕がない」が33.3%でトップだった。次いで「仕事/学業が忙しい」が21.2%、「旅行が好きではない」が16.2%で続く。

また、旅行の代わりに増やしたい支出については「ない」が40.2%で最も高かった。経済的余裕のなさや、旅行に代わる支出を増やす予定がないなど、消費者の節約志向が見受けられた。

▼旅行しない理由 ※複数回答 (%) (n=727)



▼旅行の代わりに増やしたい支出 (上位 10 位まで表示) ※複数回答 (%) (n=727)



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

外出制限のあったコロナ禍のリベンジ消費として、旅行のニーズは高いものの、2年弱実質賃金がマイナスの状況が続いていて、依然節約志向も強いいため、夏休みまでの旅行意向が4割というのはまさに世相を表す調査結果となっている。旅行意向がある方でも、ゴールデンウィークや夏休みの"予約はまだ"が8割に達している。春闘を終えた4月からの賃金の状況を見ながら、身の丈にあった旅行を検討している事が伺える。賃上げが進み、夏休みの旅行意向者が半数、さらには6割を超えるような世の中になってほしいなと思います。

以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2024年3月1日～3月4日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住 10～60 代の方

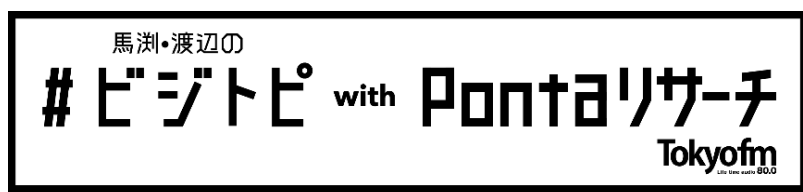
有効回答数 : 1,200 名 ※性年代別に各 100 サンプル回収

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、「ロイヤリティ マーケティング」調べ」とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の# Bizトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。Bizトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つBizトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~6:30

出演者 : 馬淵磨理子（経済アナリスト）、渡辺広明（消費経済アナリスト）

番組HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載） : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。