



もし1カ月の休暇が取れば「1週間程度」「2～3泊程度」の旅行意向 『国内宿泊旅行ニーズ調査 2024 夏』から

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）の観光に関する調査・研究、地域振興機関『じゃらんリサーチセンター』（センター長：沢登 次彦、以下 JRC）は、国内宿泊旅行マーケット全体の活性化への貢献を目的に、旅行者の旅行意欲や行動予定を定期的に聴取しており、このたび『国内宿泊旅行ニーズ調査 2024 夏』の結果の抜粋をご報告致します。

■ もし1カ月の休暇が取れるなら何日くらい旅行に行きたいですか？ 「1週間」と「2～3泊」に回答が集中

このたび『JRC』では、2024年現在の人口構成比モデルに沿うように抽出したアンケート対象者に対して、1カ月間休暇が取得できる場合、国内旅行・海外旅行の限定はせずに、何日間旅行に行きたいかを聴取しました。全体としては「1週間程度」が24.1%、「2～3泊程度」が23.2%であり、旅行希望者に関してはどの世代もおおむねこの2つに集中する傾向がありました。また「2週間程度」については11.1%で、「旅行には行かない」は18.0%でした。

Q.「もしあなたが1カ月間の休暇（家事・育児・介護・ペットの世話などもしないでよい状況）を取得できた場合、何日くらい旅行をしたいですか。」（単一回答）

	調査数	日帰り 旅行	1泊程度	2～3泊 程度	4～6泊 程度	1週間 程度	2週間 程度	3週間 程度	1か月 程度	旅行には 行かない
全体	6,534	2.4	4.4	23.2	7.9	24.1	11.1	3.7	5.2	18.0
男性計	3,280	2.8	4.5	22.3	7.6	23.1	11.0	3.2	5.3	20.2
10代/20代	449	4.9	5.8	20.7	8.7	16.5	9.6	2.2	4.7	26.9
30代	583	3.6	5.5	21.6	7.4	17.7	9.8	3.9	5.8	24.7
40代	842	3.1	3.6	22.2	7.7	22.9	12.2	2.6	5.9	19.7
50代	733	1.5	5.2	21.4	7.1	27.6	11.3	4.0	4.8	17.2
60代	673	1.6	3.4	25.3	7.4	27.8	11.0	3.1	4.9	15.5
女性計	3,254	2.1	4.2	24.0	8.2	25.0	11.3	4.1	5.2	15.9
10代/20代	452	3.3	4.6	24.8	10.6	16.8	12.4	4.2	4.4	18.8
30代	636	1.4	3.8	23.7	9.1	22.8	13.8	4.6	5.0	15.7
40代	736	2.3	4.8	23.8	7.6	26.6	10.6	3.4	5.6	15.4
50代	810	2.6	3.2	23.6	6.0	27.2	10.2	4.3	6.0	16.8
60代	620	1.1	4.8	24.7	9.2	28.4	10.2	4.2	4.2	13.2

(%)

※数表の色分けは0%（白）～30%（緑）にてグラデーションとした。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>



本調査担当
JRC 研究員
五十嵐 大悟

《研究員解説》

1泊2日の旅行はやはり短い

「+1日」の有給休暇取得が国内旅行活性の後押しになる？

よく「日本人は長期の旅行をしない」と耳にしますが、その要因は判然としていません。休暇が少ないからなのか、旅行にあまり関心がないのか、長期休暇の制度化がなされていないのか、想定される要因はさまざまです。

今回、日本人口に沿ったモデルに対して「もし1カ月の休暇が取得できたら？」という仮定条件下で、国内旅行・海外旅行の限定をせず何日くらい旅行をしたいかを聴取しました。結果としては「1週間程度」が首位で、次点が「2～3泊程度」となりました。『JRC』が実施している、旅行実態を把握する「じゃらん宿泊旅行調査」(※)において、「1泊2日」の旅行が占める割合が多いという現状よりは、若干長期の旅行を希望しているようです。この結果と旅行需要の分散化の視点を踏まえれば、まずは「2泊3日程度の旅行を気軽にできるような社会の風潮」が望ましいと考えます。旅行に使える可処分所得の増加も重要と考えられますが、「働き方改革」にも沿うものとして、有給休暇の取得促進も必要です。特に、パートナーや子どもと休日異なるケースなど多様な家族形態に対応した休暇取得も望まれます。将来的には、1週間以上の連続休暇も一般的となると、旅行やレジャーはもちろん、その他の私生活の充実も図れる社会に近づくものと思われまます。

なお、旅行マーケットの活性化という視点でいくと、「旅行には行かない」の回答は若年の男性で比較的多く見られたため、マーケットの変化や生活者の本当に求めているものは何かを見極めることもますます重要であると思われまます。

※「じゃらん宿泊旅行調査」 https://jrc.jalan.net/surveys/accommodation_travel/

■ 調査概要

調査対象者：インテージのインターネット調査モニター（マイティモニター）

スクリーニング調査：18歳～69歳 6,534人（2020年度の国勢調査を基にインテージが独自に算出した2024年現在の人口構成比モデルに沿うように、全国9ブロックごとに、性別（男性／女性）および、年齢（18～34歳／35～49歳／50～69歳）の割り付けを実施）

調査時期：2024年5月9日（木）～5月13日（月）

より詳細な調査報告書は「リクルート」プレスリリースウェブサイト

(<https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/>)にて公開しています。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>