

2010年8月26日

ベネッセコーポレーション広報部 発信

<にほん日和 アグレッシブエイジの意識に関する調査レポート vol.4>
～夏とは一味違う？ 秋の国内旅行～
「友人」もしくは「ひとり」で出かける割合が増加

株式会社ベネッセコーポレーションは、活動的な50歳以上の人々「アグレッシブエイジ」の生きがい増大を支援する新規事業「LTV(ライフタイムバリュー)事業」の事業第一弾として「にほん日和」を2010年9月からスタートします。この事業スタートにあたって、「にほん日和」編集室では、7月に首都圏1都3県の50代以上の男女約400名に旅行をはじめとする趣味・生活一般に対する意識調査を行いました。その結果をお届けするレターの4回目です。

さて、夏休みも終わり、秋の気配が近づいてきました。行楽の秋、旅行のシーズンです。今回は、<秋の国内旅行>について、以下の3つのデータをご紹介します。

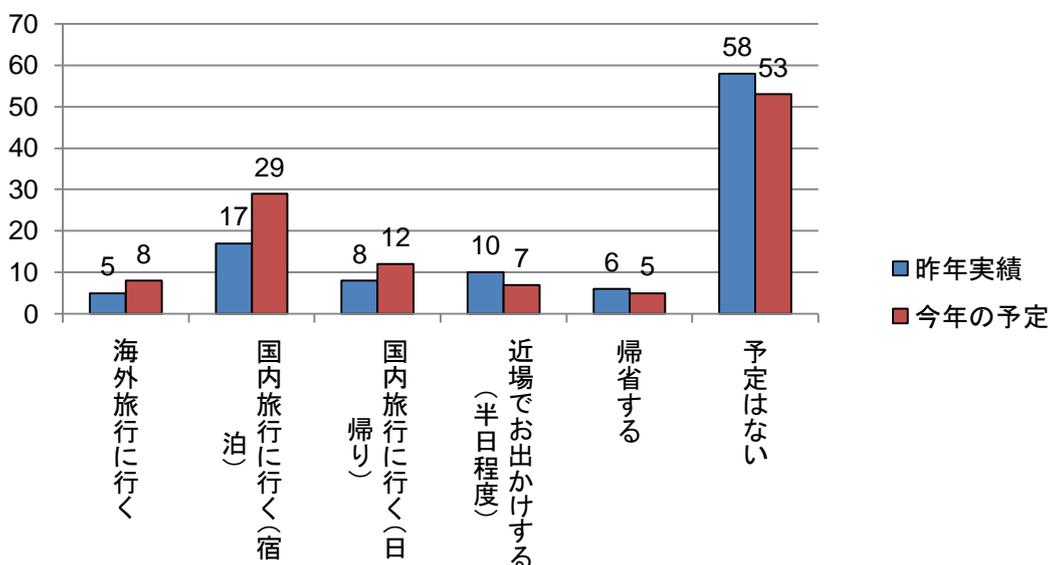
- 1) 秋の旅は「国内旅行」に行きたくなる
- 2) そんな秋の旅は「友人との旅」「一人旅」が増える特徴
- 3) そのころは…「温泉」と「おいしいもの」を「のんびり」楽しみたい

<調査概要>「アグレッシブエイジの意識に関する調査」

◇対象	首都圏(1都3県)在住の50～64歳の既婚者
◇形式	webを使ったアンケート
◇期間	2010年7月
◇人数	400名(男性200・女性200)

1) 秋は国内旅行のシーズン？ 国内旅行(宿泊あり)の意欲アップ

Q:「昨年の秋は旅行に行きましたか？」×「今年の秋は旅行に行きますか？」の比較(数字は%)



昨年・秋は長期の連休「シルバーウィーク」があり、それをどう過ごすかが、大きな話題となりました。今年は昨年ほどの大型連休ではありませんが、アンケートに協力いただいた 400 名を対象に、「昨年の秋は旅行に行きましたか？」(2009 年の旅行実績)と「今年の秋は旅行に行きますか？」(2010 年の旅行予定)の 2 つの質問をし、その結果を比較してみました。

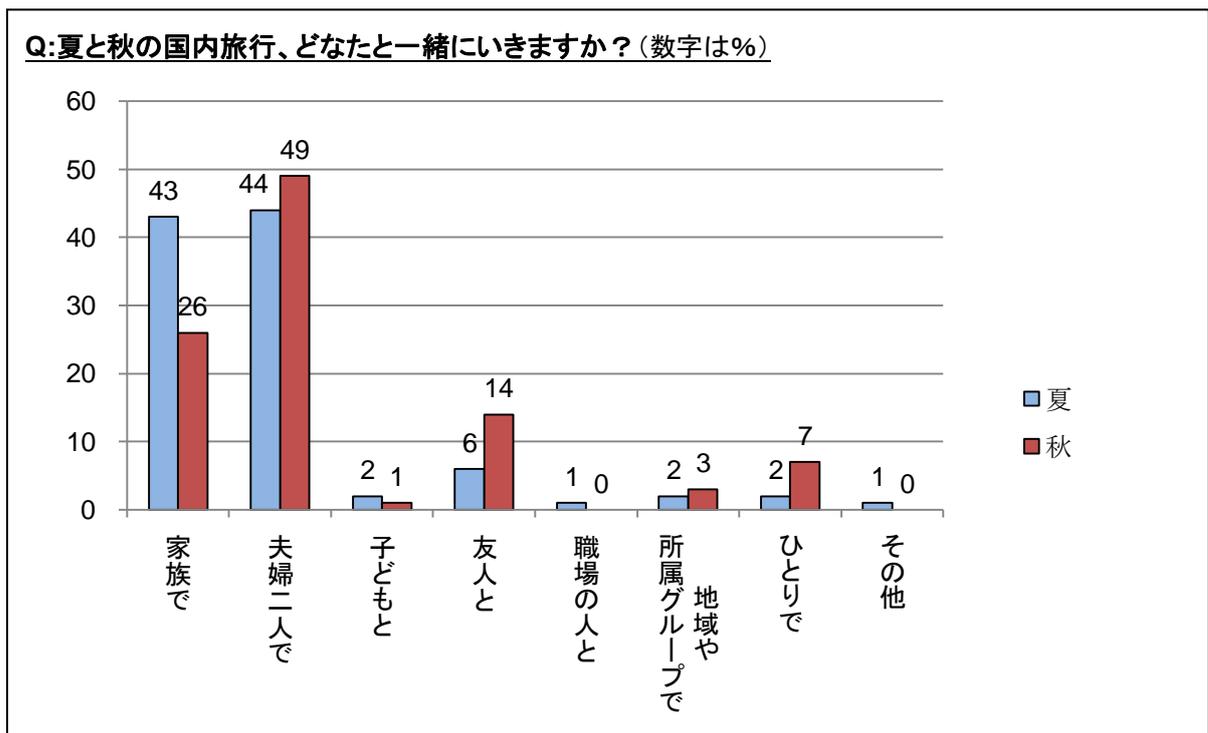
実は、今年 2010 年は昨年実績を上回って「旅行に出かけたい」意欲があるようです。特に国内旅行への意欲が高まっていることが目立ちます。

無論、今年は「意欲」なので、そのまま全員が旅行するわけではないことを差し引かねばなりません。ただ、昨年の秋～冬にかけては不況による家計への影響が大きく騒がれた時期でした。今年はそれを脱した、あるいは少し余裕が出てきた、我慢に飽きた…という状況を示しているのかもしれない。

2) 秋の旅は「友人との旅」「一人旅」が増える傾向

次に、秋に旅の中身について聞いてみました。

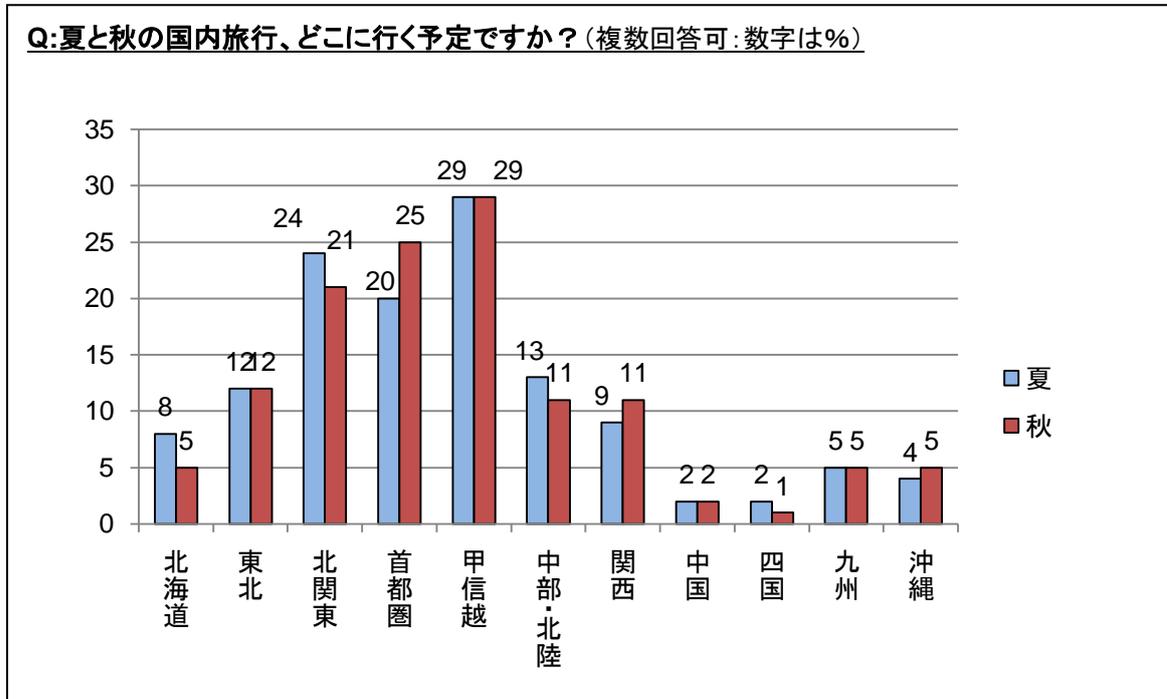
まず、夏に国内旅行の予定のある人(181 名)、秋に国内旅行の予定のある人(114 名)の両方に、「それぞれの国内旅行は誰と一緒にいくのか？」を聞きました。



ご夫婦での二人旅が一番多いのは夏・秋で共通の傾向でした。一方、夏と秋での比較で違いが目立つのは、「家族で」が減少し、「夫婦二人で」「友人」「ひとりで」が増加していることです。「家族で」という選択肢が減少したのは、学校や会社の長期休みがなく、調整が難しいためと思われます。その分、「友人」「ひとりで」など気軽な単位で旅に出る層が多くなるのでしょうか。

子どもへの家族サービスの色合いも強かった夏の旅行に比べると、秋の旅は「夫婦」「友人」など大人同士で、あるいは「ひとりで」落ち着いて楽しみたい…ということでしょうか。

さらに次の質問として、同じ母体に対して「夏と秋の国内旅行、どこに行く予定ですか？」と尋ねたところ、以下のグラフにある通り、夏と秋で行き先には大きな変化がない結果となりました。



秋の旅は、出かける先が特別というわけではないですが、出かける相手がちょっと違って、少し落ち着いた感じ…ということですね。

3) そのところは…「温泉」と「おいしいもの」を「のんびり」楽しみたい

では、最後に、そんな同行者たちと行く秋の旅の目的を聞いてみました。母体は 2)と同じく、秋に国内旅行の予定のある人(114名)です。

Q: 秋の国内旅行の目的は何ですか？(複数回答可:数字は%)

順位	男女合計		男性		女性			
	順位	比率(%)	順位	比率(%)	順位	比率(%)		
1位	温泉につかる	58	1位	温泉につかる	61	1位	温泉につかる	55
2位	おいしいものを食べる	41	2位	おいしいものを食べる	39	2位	おいしいものを食べる	43
3位	のんびりする	40		のんびりする	39	3位	のんびりする	41
4位	自然を楽しむ	37		自然を楽しむ	39	4位	自然を楽しむ	34
5位	名所・旧跡	29	5位	名所・旧跡	25	5位	名所・旧跡	33

男女とも、突出して「温泉につかる」がトップとなりました。その後続く要素は、男性・女性でかかる比重は少し違うようですが、「おいしいものを食べる」「のんびりする」「自然を楽しむ」「名所・旧跡」などが続きます。

「温泉につかって、おいしいものを食べて、のんびり自然や名所・旧跡を楽しむ」…日本人の旅のイメージのスタンダードとでも言うべき模様であり、こうした楽しみの条件がそろそろ季節が秋であるとも言えるでしょう。

4)「にほん日和」編集部より

株式会社ベネッセコーポレーションでは、活動的な 50 代以上の男女(アグレッシブエイジ)の国内旅行への関心に注目し、2010 年 9 月に「にほん日和」を創刊します。

「にほん日和」では、毎月、

- ① 日本国内のいろいろな地域の食や自然、歴史や祭りなどの魅力を紹介する旅雑誌
- ② 特産品の食べくらべセットなど「地域のおいしいもの」の付録
- ③ 「ポケット・ガイド」や「全国いいとこマップ」などの付録

という 3 点をお客様のご自宅に直送し、日本の「地域」の魅力を紹介し、アグレッシブエイジの国内旅行への関心にこたえていきます。

*「にほん日和」編集部も日々、日本中の「おいしいもの」を探しています。

「にほん日和」創刊号は特別 5 点セットで 9/10 頃お届け!



◆「にほん日和」web : <http://ltv.benesse.ne.jp/nihon/>

【本レターに関するお問い合わせ先】

株式会社ベネッセコーポレーション 広報部 担当: 濱野、坂本、西沢、十河(そごう)

TEL: 042-356-0657 FAX: 042-356-0722

* 今回のレターで取り上げた「アグレッシブエイジの意識に関する調査レポート」は、「にほん日和」サイト内の特設ページ (<http://ltv.benesse.ne.jp/nihon/release/>) にバックナンバーを収録していきます。バックナンバーをチェックされたいなどご希望がございましたら、是非一度アクセスをお願いいたします。