

2022年のGWは去年よりもアクティブに！

- ・「旅行」「エンタメ」「友人と会う」は対前年3倍以上。「自宅で過ごす」は16ポイント減
- ・予算も前年1.5倍以上の16,407円。約6,000円も増加

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、ゴールデンウィーク(GW)について、全国の15歳から79歳の男女を対象に2022年4月4日~4月6日に実施した調査結果を公開します。

[ポイント]

【GWの予定】「自宅で過ごす」に次ぐ「ショッピング」「外食」「国内旅行」はいずれも昨年より2倍以上増加。過去2年、緊急事態宣言下のGWとは異なり、外出行動や消費意欲は回復の兆し。

【GW期間中に休める日数】カレンダー通りの休日日数である「8日」は有職者では2割に満たず。7割弱は7日以下。最長連休は、カレンダー通りの「3連休」が3割で最多。4連休以上の人も4割存在。

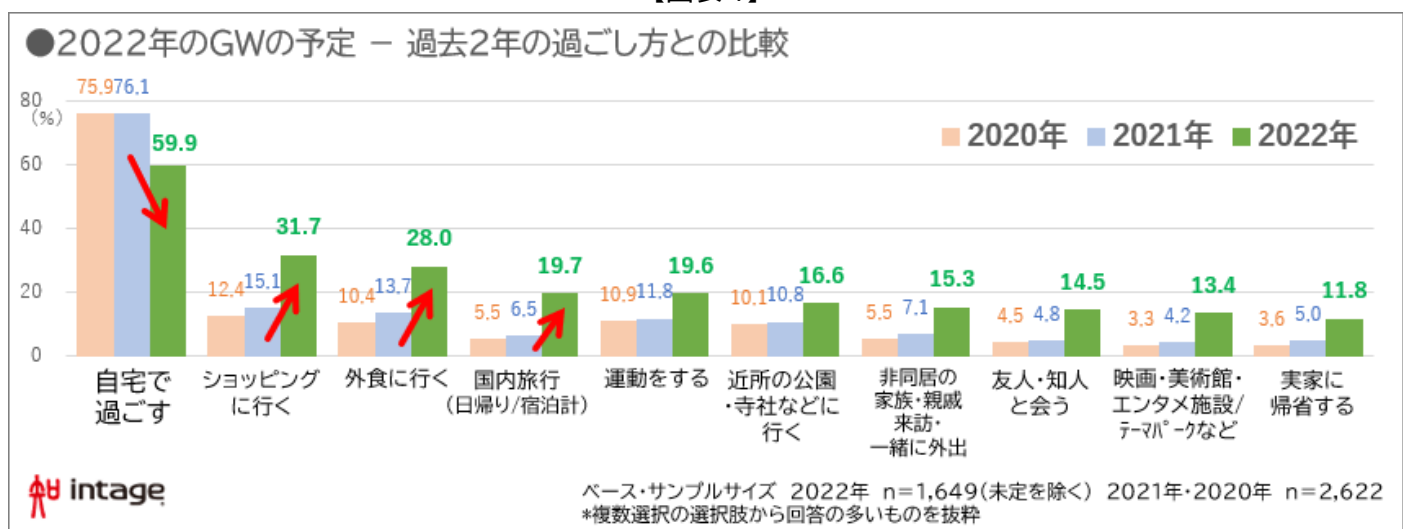
【GWの自宅での予定】「自宅で過ごす」は昨年より16ポイントと大幅減。

【GWにかける金額】今年のGW予算金額は16,407円。昨年から約6,000円アップ(前年比156.7%)。

コロナ下でのゴールデンウィーク(GW)も今年で3度目を迎えます。今回のGWの予定を質問したところ、今年も「自宅で過ごす」が6割と最も多い回答となりました。しかしながら、昨年に「自宅で過ごした」回答率より16ポイント減少しており、緊急事態宣言下だったこれまでのGWとは異なり、「久しぶりに楽しみたい」という意向が見て取れます。

ランキングをみると「ショッピング(32%)」、「外食(28%)」、「国内旅行(20%)」といった外出を伴う予定が上位を占めており、それぞれスコアも大きく伸びています。これまでのGWとは異なり、外出や旅行などが一定の回復を見せるアクティブなGWとなりそうです。【図表1】

【図表1】



また、「非同居の家族・親類の来訪・一緒に外出」や「実家に帰省する」といった項目も大きく増加しており、久しぶりのリアルなコミュニケーションを郷里の両親や親類たちと楽しみたいという想いを感じます。そして、「友人・知人と会う」「映画・美術館・エンタメ施設/テーマパークなど」も対前年3倍以上と大きく増加していることもアクティブなGWを予感させる回答となっています。

現在、一部の地域によってはリバウンドの兆しらしき動きもありますが、今年こそは少しでも家族や友人とのリアルな交流が実現できるGWになることを期待したいと思います。

今年のゴールデンウィーク(GW)は3連休が2回あり、5月2日(月)を休むと7連休、5月6日(金)を休むと6連休、両方休むと10連休と長期の休みが取得しやすいカレンダーとなっています。また、昨年、一昨年とは異なり、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置も発令されておらず、久しぶりにゆっくりと休めるGWとなりそうです。

〈参考〉ゴールデンウィークカレンダー 2020~2022年

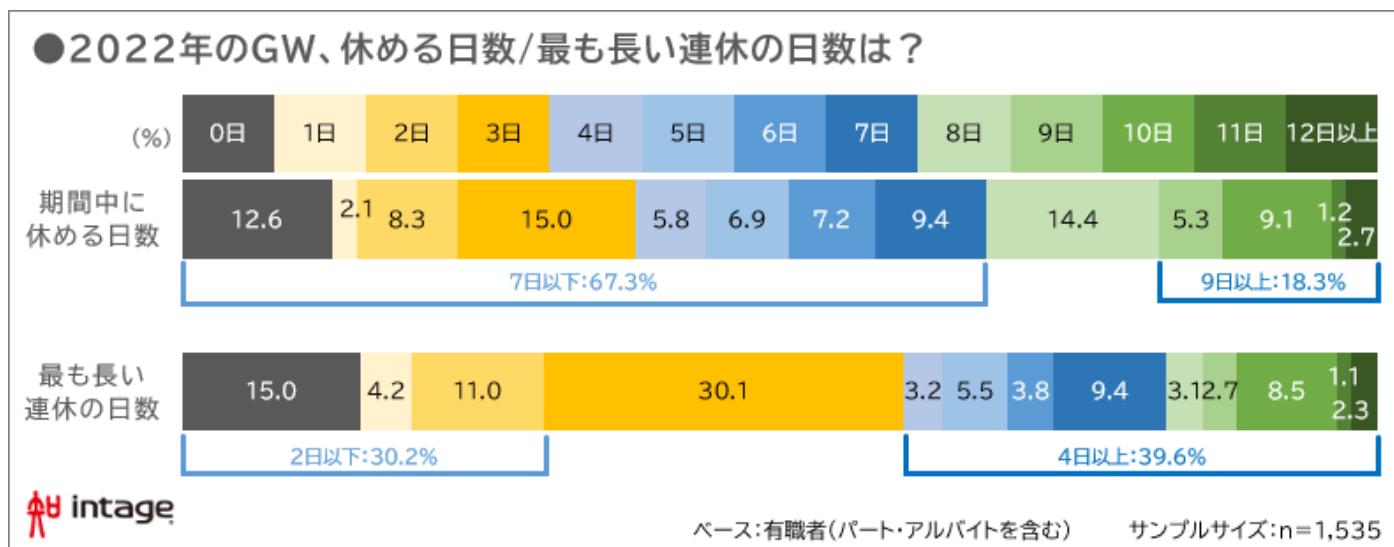
	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
2022年	4/25	26	27	28	29	30	5/1	2	3	4	5	6	7	8
					昭和の日				憲法記念日	みどりの日	こどもの日			
2021年 緊急事態 宣言中	4/26	27	28	29	30	5/1	2	3	4	5	6	7	8	9
				昭和の日					憲法記念日	みどりの日	こどもの日			
2020年 緊急事態 宣言中	4/27	28	29	30	5/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
			昭和の日					憲法記念日	みどりの日	こどもの日	振替休日			

実際にどれくらいの日数休める予定なのか、働いている人に聞いた結果です。【図表2】

GW期間中の休める日数のトータルではカレンダー通りの「8日」は14%に留まり、7割弱は「7日以下」となっています。休日にも仕事の予定がある人が多いようです。一方で「9日以上」と回答した人は2割弱でした。

GW期間中の最も長い連休日数については、カレンダー通りの「3連休」が最も多く3割となっています。一方で、平日の休みを加えて3連休以上の休暇を取得する人も4割存在していました。アクティブなGWに備え、休暇をしっかり確保している人々の姿も浮かんできます。「ワーク・ライフ・バランス」の提唱により、積極的な連休取得が勧められている企業も増えているようです。そうした風潮も「4割は4日以上」という追い風になっているのかもしれない。

【図表2】

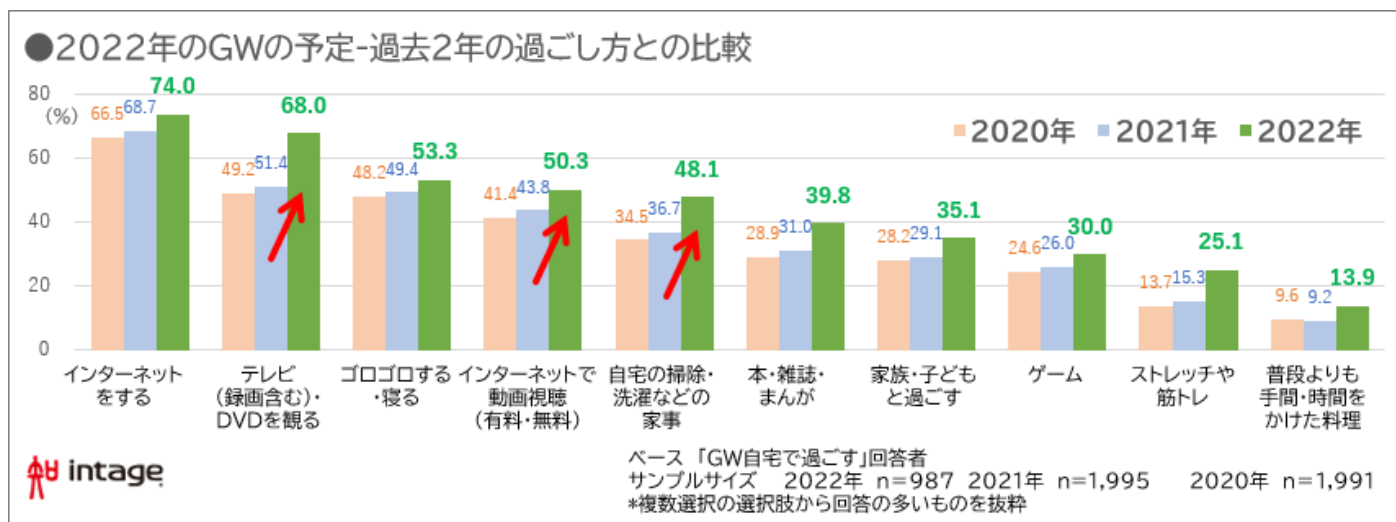


自宅でのように過ごす予定なのか、また、昨年と一昨年に自宅でどう過ごしたかを聞いた結果が【図表 3】です。

上位には「インターネットをする」「テレビや DVD を観る」「インターネットで動画視聴」といったテレビやスマホ、パソコンとともに余暇を過ごす項目が並びました。中でも「テレビや DVD を観る」は 16.6 ポイント、「インターネットで動画視聴」も 6.5 ポイントと大きく増加しており、コロナ下、家の中で過ごす時間が増えたことによるメディアへの接触時間を物語る結果となっています。また、外出予定の人が増えた一方で今年も自宅で過ごすインドア派はテレビやインターネット動画好きな人の割合が高いのかもしれませんが。

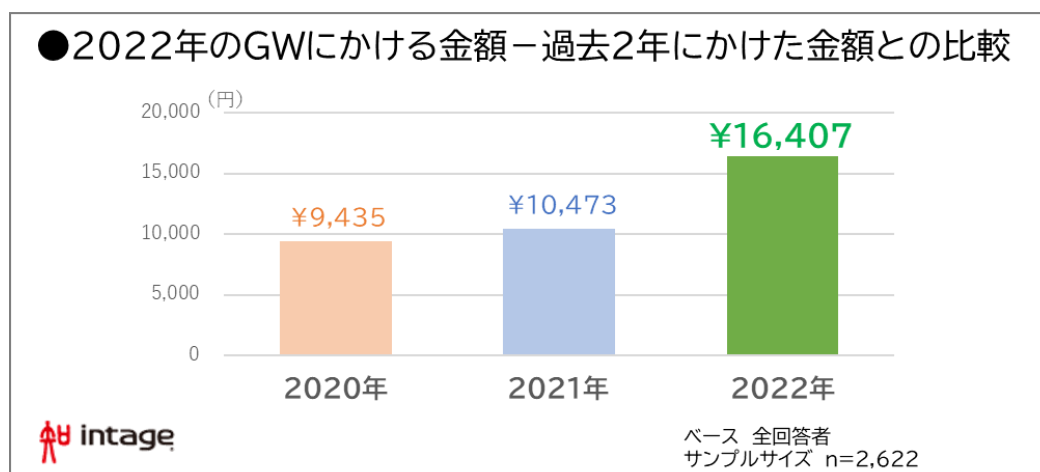
「自宅の掃除・洗濯などの家事」や「普段よりも手間・時間をかけた料理」なども、昨年、一昨年よりも回答率が増しており、普段は忙しくて十分にできていなかった家事や料理に時間を充てたいという想いや、長引くコロナ下、自宅をより快適にしたいキモチも浮かんできます。

【図表 3】



今年のGWにはどのくらいの予算を準備しているかを聞いたところ、平均金額は 16,407 円となりました。緊急事態宣言下だった昨年のおおよその支出金額は 10,473 円と回答していることから、約 6,000 円の増加、前年比では 156.7%の増加となっており、昨年、一昨年よりも今年は「アクティブに過ごしたい」、という想いを反映した結果となっています。

【図表 4】



調査結果から浮かぶ新しい景色

生活者研究センター センター長 田中 宏昌

久しぶりに緊急事態宣言下ではないGW。リバウンドの足音に怯えながらも、連休を心待ちにする生活者の心を反映して、これまでよりもアクティブにGWを楽しみたいといった気持ちが映し出された結果になっています。その一方で、「自宅で過ごす」という回答も依然として多く、「アクティブ」とはいえ、「ショッピング」や「外食」といった手軽なものが目立ちます。そして、GWの代名詞である「旅行」については「国内旅行」が大きく増えていました。また、「実家への帰省」については少ないながらも昨年よりも増えており久しぶりの里帰りを楽しみにしている人も多いのでは。

—今年のGWこそは、それなりにアクティブに楽しくを過ごしたい！とはいえ…安心・安全に近場で手軽に—
リバウンドを気にしつつ、GWの動きを見守りたいと思います。

使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/research/net/>

調査地域：日本全国

対象者条件：15～79歳の男女

標本抽出方法：「マイティモニター」より母集団構成比にあわせて抽出しアンケート配信

標本サイズ：n=2,622

調査実施時期：2022年4月4日(月)～4月6日(水)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは1960年に創業。世界11の国と地域に拠点をもちマーケティングリサーチ/インサイト事業でアジア No.1*のインテージグループを牽引し、国内外の企業・団体のマーケティング活動をトータルサポートしています。「生活者理解の深化」と「データ活用の高度化」により顧客ビジネスの未来創造を支え、「Create Consumer-centric Values ～お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」という事業ビジョンの実現を目指しています。

*「ESOMAR Global Market Research 2021」ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies に基づく(グループ連結売上高ベース)

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当：西澤/下河原

TEL：03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>