

インテージ、2023年のGW「意識と行動」を調査 予算は前年比1.7倍 制限大幅緩和で買い物、外食、旅行が復調

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、全国の15歳から79歳の男女を対象に2023年3月31日~4月3日に実施した「ゴールデンウィーク」に関する調査結果を公開します。

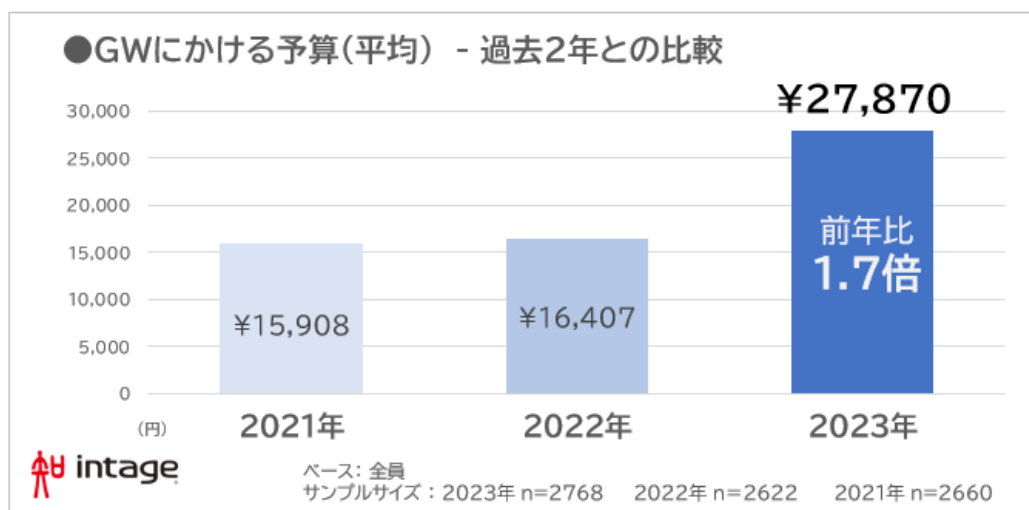
[ポイント]

- ・今年のゴールデンウィーク(GW)にかかる予算は平均27,870円と、前年比1.7倍に増加。市場規模は2兆7,114億円と予測。新型コロナウイルス関連の制限が緩和される中「今年はGWを楽しみたい」という意識が追い風に。
- ・具体的な予定(複数選択)としては「ショッピング(24%)」が増加、「外食(19%)」「国内旅行(14%)」も回復の兆しをみせた。「自宅で過ごす(35%)」が回答数としては最も多いが、昨年と比較すると減少。
- ・「国内旅行」者の予定宿泊数は、「1~2泊」が7割弱と短め。
- ・一緒に旅行する相手は、「家族」が最も多い。女性は「友人・知人(25%)」、男性は「1人で(21%)」が目立つ。

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27,870円となりました。昨年の支出予想金額は16,407円であったことから、予算的には約11,500円の増加、前年比では1.7倍もの増加です(図表1)。今回の調査結果と15~79歳の推定人口(※)から「GW市場規模」を試算したところ、2023年の見込みは2兆7,114億円で2022年の1兆5,874億円より1兆1,240億円多くなりました。(※使用した推定人口は、2020年の国勢調査データをもとに人口動態などを加味したインテージ独自の母集団人口データ)

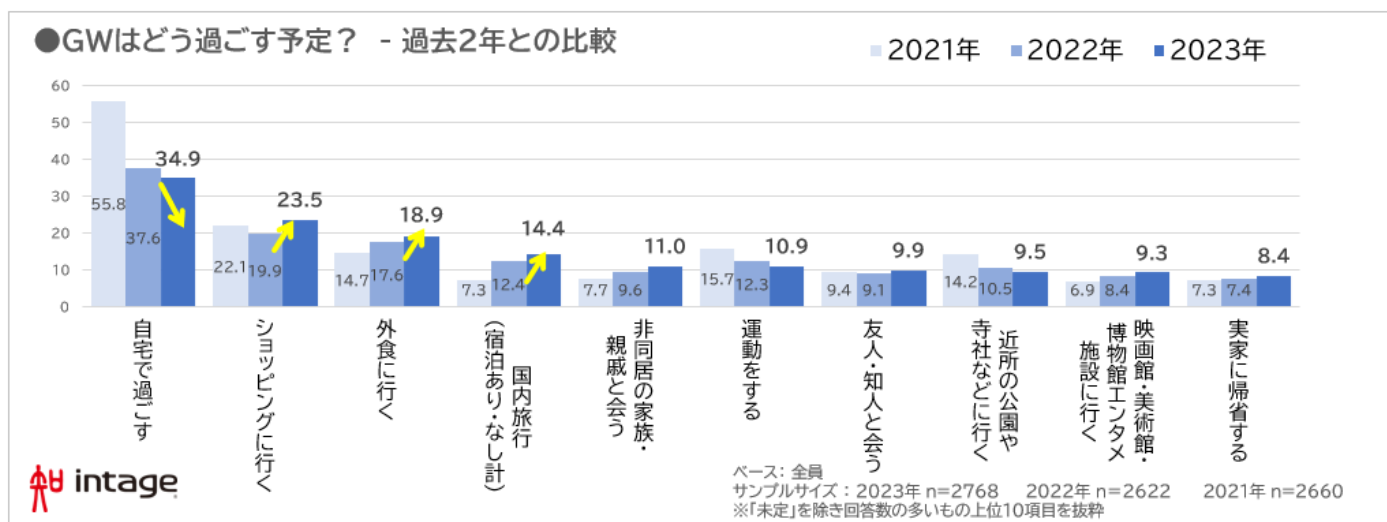
今年はお財布の紐もそれなりに緩めて、「アクティブに過ごしたい」という想いを反映したとも言える結果となりました。

図表1



次に、今年のGWの過ごし方(予定)を複数回答で質問しました。こちらは「未定(38%)」を除くと、過去2年の結果同様に「自宅で過ごす(35%)」が最も多い回答となりました。昨年と比較して3ptほど減少しているものの、依然として最も多く、制限が緩和されても慎重に過ごしたい、ひとまず自宅にいる、といった層も一定いると推察されます。一方では「ショッピング(24%)」、「外食(19%)」、「国内旅行(14%)」が上位を占めており、それぞれスコアも伸びています。また、10位以内には入りませんでした、「海外旅行(1%)」も昨年のおよそ2倍となっていました。これまでのGWとは異なり、自宅から出たのショッピングや旅行などの消費行動、人と会う外向きな動きが復調するGWとなりそうです(図表2)。

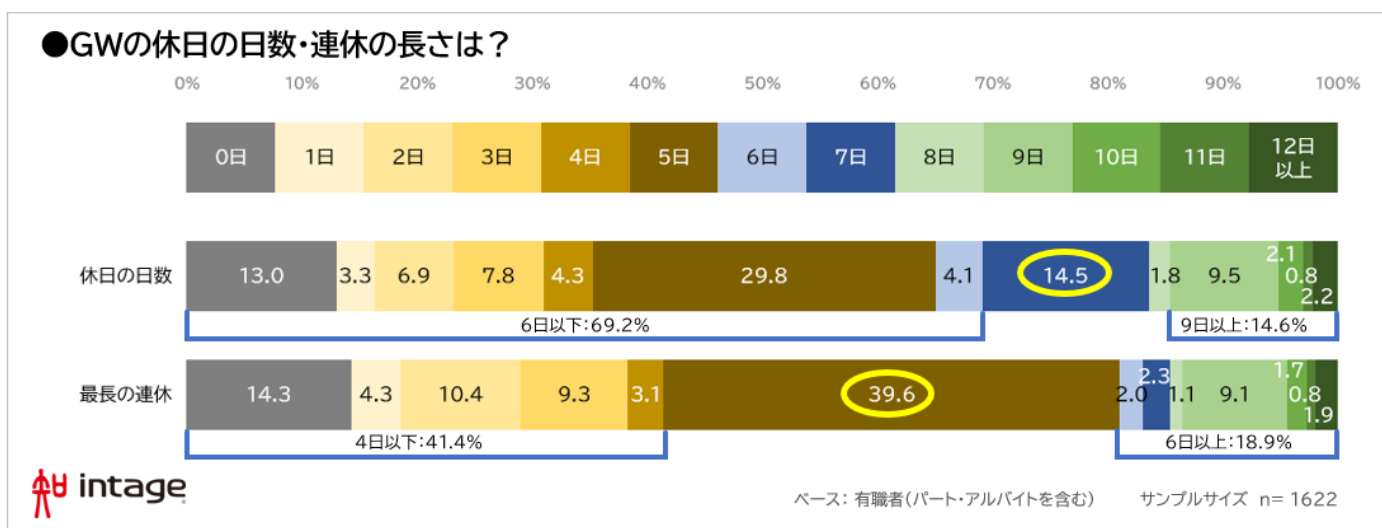
図表 2



それでは、実際にどれくらいの日数休める予定なのでしょうか。働いている人に聞いてみました。

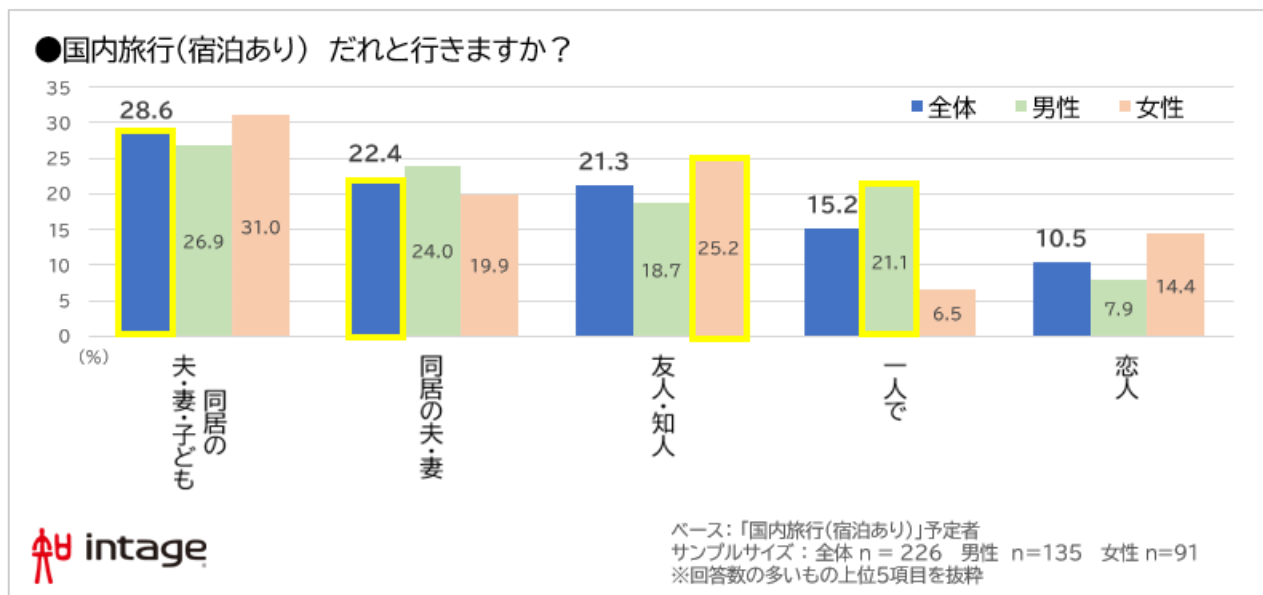
GW期間中「休める日数のトータル」については、カレンダー通りの「7日」は15%に留まり、回答者の7割は「6日以下」と回答。その一方で「9日以上」の長期の休みを取得予定の方も15%ほど存在していました。GW期間中の「最も長い連休日数」については、カレンダー通りの「5連休」が4割と最も多くなっています。また、平日の休みを加えて6連休以上の休暇を取得する人も2割弱存在しており、6割程度が5日以上の連休を取得できる予定となっています(図表3)。

図表 3



さらに、復調の兆しのみられた「国内旅行(宿泊あり)」について「だれと一緒に行くか」を尋ねたところ、「同居している夫・妻・子ども」が3割強と最も多く、次いで「同居している夫・妻」、「友人・知人」が2割強となっていました。「友人・知人」については、女性の方が男性よりも7ptほど高い結果に。また、「1人で」も15%と高く、こちらは男性の方が女性よりも3倍ほど多くなっていました(図表4)。

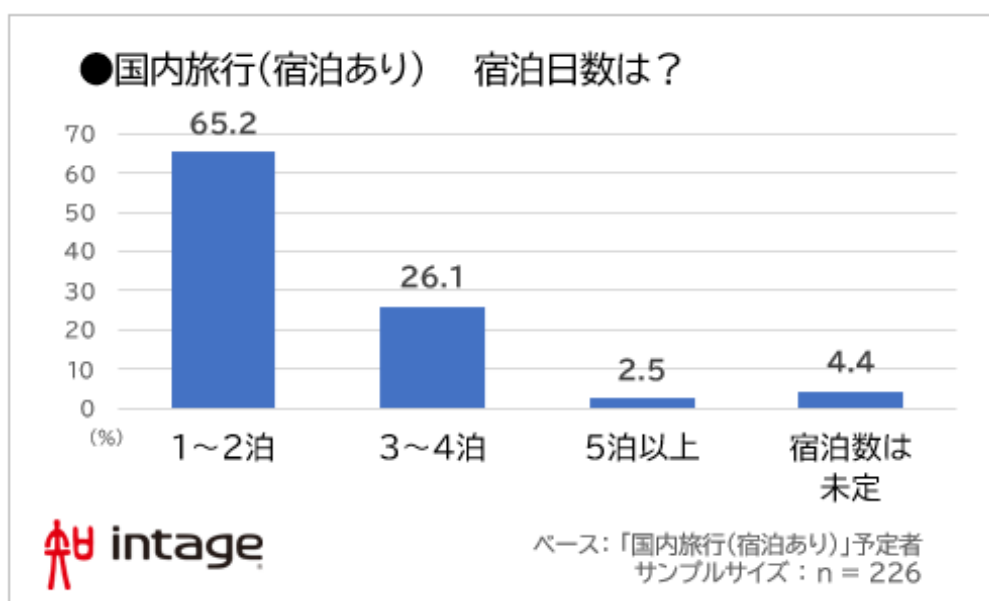
図表4



国内旅行の宿泊日数については、「1~2泊」が65%と、短めの宿泊数が人気となっています。また、「3~4泊」は26%と4人に1人、「5泊以上」は3%とわずか。一方で「未定」も4%ほど存在していました(図表5)。

図表3の通り、連続した休暇日数について「5日間」が最も多く、回答者の2割は「6日以上」取得予定でした。一方宿泊日数は「1~2泊」が多いということと合わせて考えると、まだ長期間の宿泊への抵抗感や、昨今の物価高や経済状況を受けて短期間に抑える、といった意識が働いている側面があるのかもしれません。

図表5



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

マスク着用ルールの緩和や新型コロナの感染症法上の分類が2類から5類へと変わる動きもあり、今年のGWはこれまでとは様相が変わりそうです。多くの商品・サービスが値上がりして、家計のやりくりは大変になっていることが想像できますが、GWにかける予算は1.7倍に増加しています。また、予定もわずかながら、「旅行」、「ショッピング」、さらには「外食」も昨年より増加しているようです。

「4月」という新しい季節を迎え、「今年は昨年よりもお出かけもアクティブに！」という動きが活発になりそうです。

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: 弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

標本サイズ: n=2768 ※ウエイトバック集計あり

調査実施時期: 2023年3月31日(金)~4月3日(月)

【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9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's Global Top-50 Insights Companies 2022」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: 下河原(しもがわら)/依田(よだ)

TEL: 03-5294-6000

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