

過去最長の GW、6 割の人が前向きでない回答も、 「旅行の達人」は 64% が肯定的 ～10 連休、意識調査～

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3月に日本全国の3,051人を対象に、暦上では10連休となるゴールデンウィークの過ごし方についてリサーチを実施、独自に判定した「旅行の達人」*にフォーカスして分析を行いました。航空運賃の高騰や道路、交通機関、観光スポットの混雑などが予想される中、「旅行の達人」のゴールデンウィークへの意識や、予定の行動とは？

*「旅行の達人」の定義は末尾に記載

[ポイント]

- ◆ 「旅行の達人」は大型連休「楽しみ」 ～6割超が今年のGW「楽しみ」ー全体では4割どまり
- ◆ 「旅行の達人」は大型連休もやっぱり「旅行」 ～予定トップは「泊りがけの国内旅行」
ー全体トップは「自宅で過ごす」
- ◆ 「旅行の達人」は大型連休もしっかり「休む」 ～4割が休みは「10日以上」ー全体では3割どまり
- ◆ 「旅行の達人」は「先手必勝」 ～3割が3月時点で「計画済み」ー全体では2割弱どまり

2019年ゴールデンウィークカレンダー

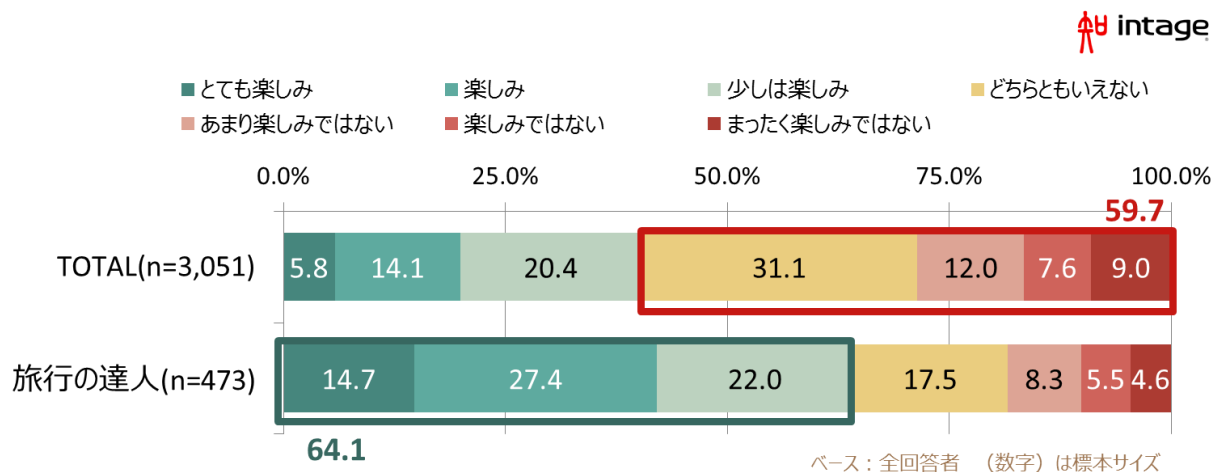
月	火	水	木	金	土	日
4/ 22	23	24	25	26	27	28
29 昭和の日	30 国民の休日	5/ 1 即位の日	2 国民の休日	3 憲法記念日	4 みどりの日	5 こどもの日
6 振替休日	7	8	9	10	11	12

大型連休を楽しみにするのが、旅行の達人

平成の終わり・令和の始まりにかけての10連休。過去最長となるゴールデンウィーク(GW)をどの程度楽しみにしているのかを聞いたところ、調査した人のうち、「どちらともいえない」～「まったく楽しみではない」という回答がなんと6割を占めました(図表1)。病院や金融機関の長期休業をはじめ、サービス業や配送業の人手不足、日給や時間給で働く人々の収入減といった懸念も相次いで指摘される中、異例のまとまった休みに対してもなかなか前向きになれない姿が浮き

彫りになっています。そんな中、この大型連休を歓迎しているのが「旅行の達人」たち。旅慣れ/旅に詳しい/旅好きといった旅行に対する関与度から旅行者をレベル分けし、インテージが独自に判定した「旅行の達人」たちは6割以上がGWを楽しみにしているという、調査対象全体とはまったく逆の結果となりました。

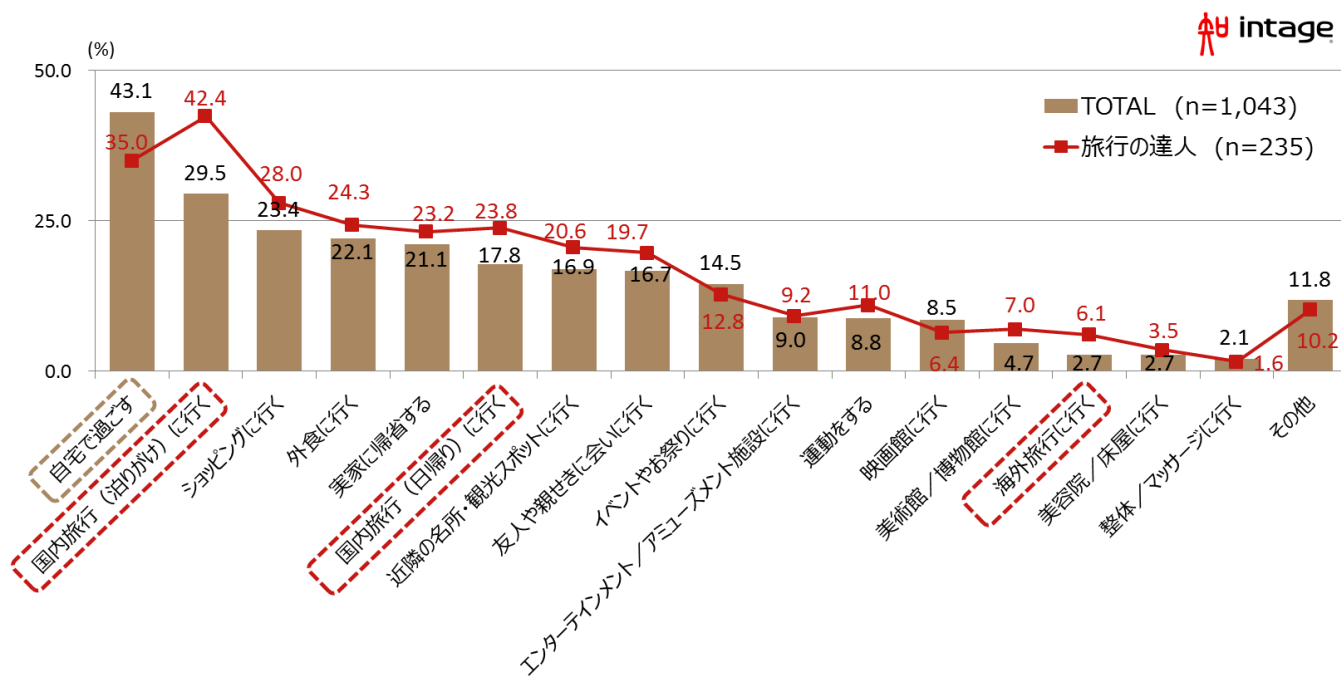
図表 1



GW はやっぱり旅行に行くのが、旅行の達人

ではGWを楽しみにしている旅行の達人は、どのような予定を立てているのでしょうか。全体では「自宅で過ごす」が43.1%と1番多かったのですが、達人は「国内旅行(泊りがけ)」の割合が42.4%で最多でした(図表2)。料金が高くても、混雑が予想されても、旅行に行くという姿勢が強うかがえます。また「国内旅行(日帰り)」、「海外旅行」も含めて旅行を予定している人の割合が総じて全体よりも高く、せっかくの機会である大型連休を有効に使うという意向が示されました。

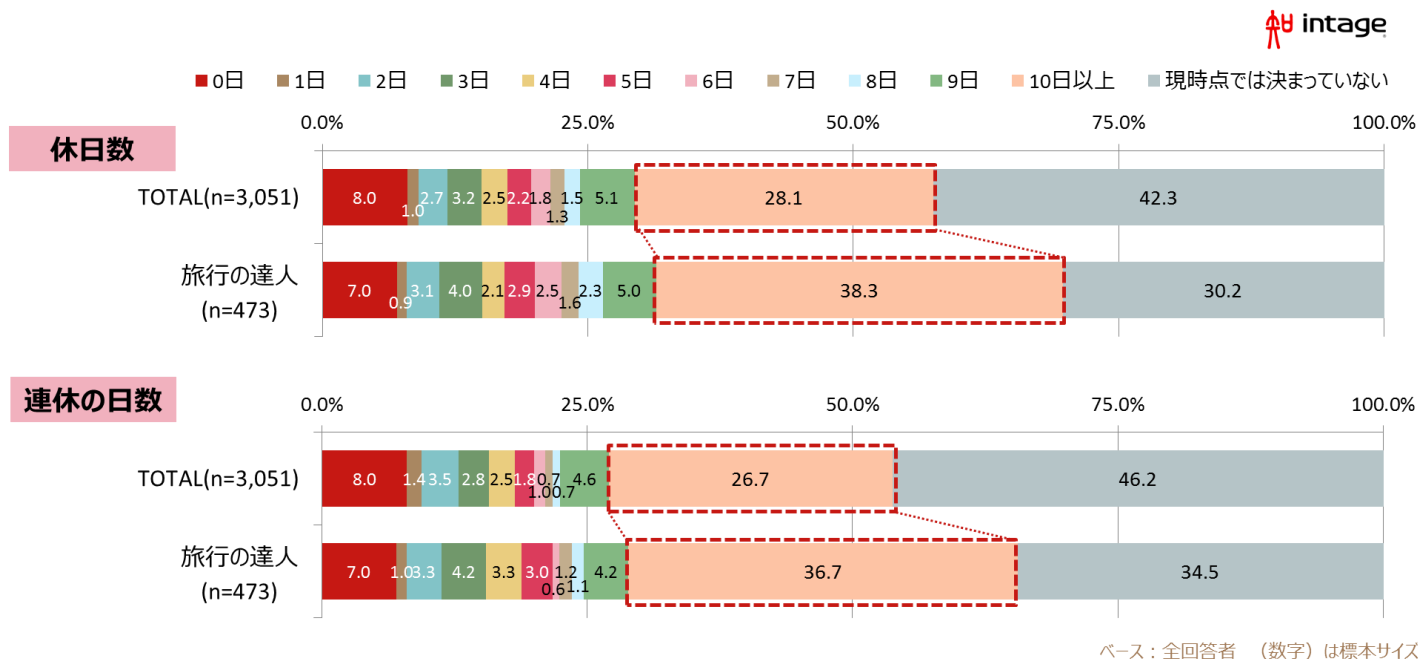
図表 2



しっかり休むのが、旅行の達人

旅行の達人の休日数も見てみましょう。10日以上休む人の割合は38.3%と、全体より10ポイント高く出ています(図表3)。また連休の日数についても「10日以上」と答えた人が36.7%と、全体を10ポイント上回っていて、旅行の達人は多く、長く休みを取る傾向があるようです。そして、もう1つ注目されるのが、現時点では休みの日数や連休の日数が決まっていない人の割合。これらの数字は全体より10ポイント以上低くなっています。旅行の達人は計画的に長い休みを獲得できるように動いていることが推測されます。

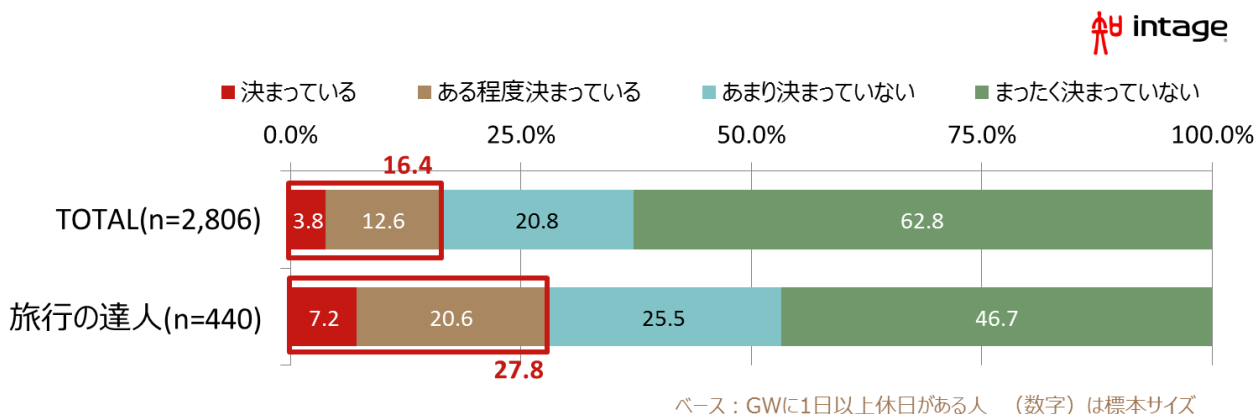
図表 3



先手を打つのが、旅行の達人

さらに予定を組む時期を見てみると、旅行の達人が早くから動いていたことが分かります。GW1 か月以上前に実施した調査にもかかわらず、予定が「決まっている」「ある程度決まっている」と答えた人の合計は27.8%と4分の1以上に達し、全体を10ポイント以上上回っています(図表4)。混雑により、ホテル予約や公共交通機関のチケットが取れないなどの事態を避けるために、先手必勝で予定を立てて、希望に沿う形での旅が実現できるように動いているようです。

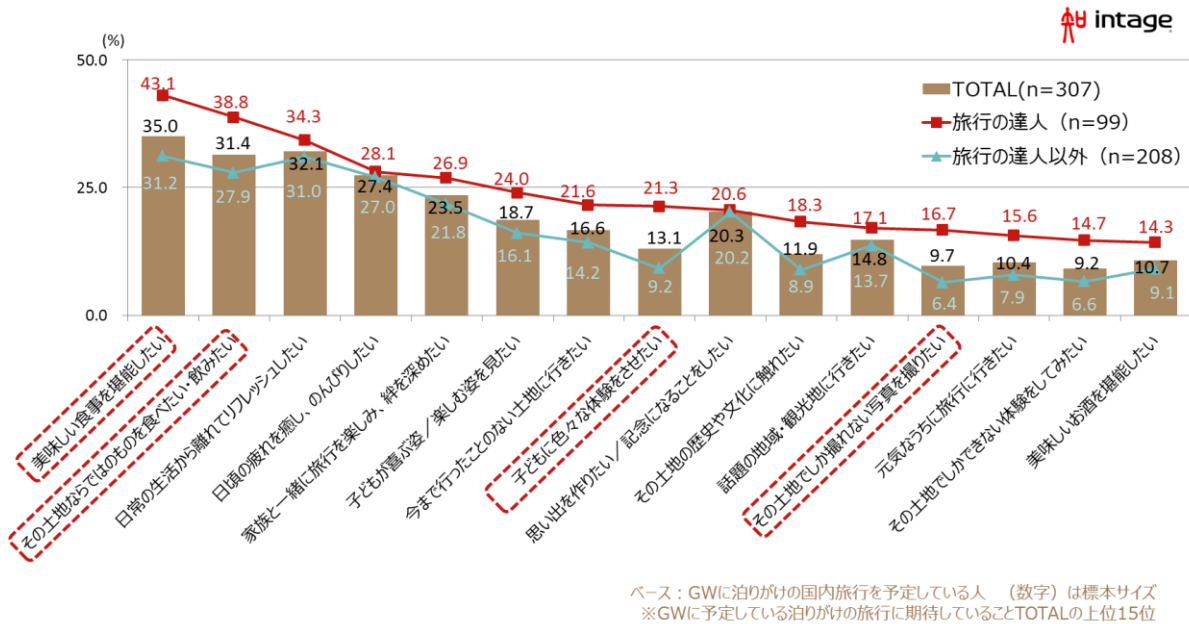
図表 4



また、泊りがけの国内旅行を予定している人たちへの質問では、旅行の達人は「その土地ならではのものを食べたい・飲みたい」や「その土地でしか撮れない写真を撮りたい」など、そこでしか経験できないことを期待しているという割合が、

旅行の達人ではない一般の人たちを 10 ポイント以上上回っていました(図表 5)。

図表 5



旅行・レジャー業界リサーチチームのリーダー、チーフアナリスト 金森史郎のコメント

旅行の達人は自身が達人だという自負があります。人から旅行の相談を受けることも多く、自分から発信したいと考えています。そういったエバンジェリスト的な特性があるからこそ、達人である自身が大型連休に旅行に行かないという選択肢は自ずとなくなるのでしょう。また、達人は普段から旅行に関する情報収集をしていて、次の旅行先を常に探しているという特徴もあります。そのため、GW 直前になって慌ただしく行き先から検討するであろう一般の人よりも、達人は先んじて計画を立てられると言えます。人が多い観光地を避けたり、人が多くても楽しめる術を知っているからこそ、達人は旅行を通じてさらに旅行愛を深めていくのではないのでしょうか。

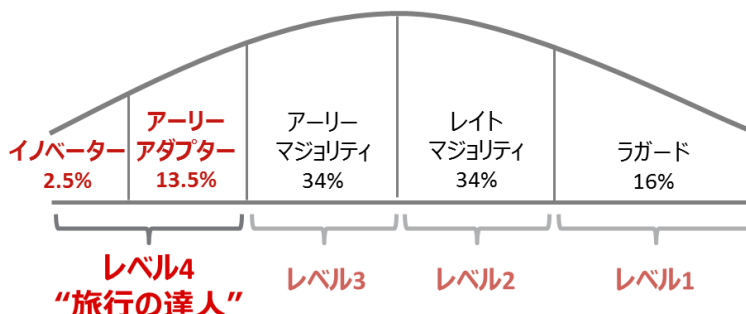
旅を愛し、旅に詳しい旅行の達人たち。そんな達人たちの意識や行動の中に、旅を通じて、まとまった休日をより充実して過ごすヒントがありそうです。

ここに掲載していないデータを含む記事をインテージのオウンド・メディア「Intage 知る gallery」で公開しています。
 「ゴールデンウィーク 2019 10 連休の予定は？」をあわせてご参照ください。<https://www.intage.co.jp/gallery/>

旅行の達人とは

旅慣れ/旅に詳しい/旅好きといった旅行に対する関与度から、旅行者をレベル分けし、旅行のイノベーター層・アーリーアダプター層である「旅行の達人」を判定。「情報収集力」「実施力」「先行性」「発信力」「計画力」「旅行愛」の6つの要素に紐づく15の指標を構築、アンケートの回答結果からスコアを算出しています。「旅行の達人」の旅行行動・意識を捉えることで、次に流行りそうなエリア・観光資源・ニーズが推測できるので、今後の商品造成やコミュニケーション戦略の示唆が得られます。

社会学者のエヴェリット・ロジャースが提唱したイノベーションの普及プロセスに照らし合わせて、スコアによってレベル分け。上位16%を「レベル4：旅行の達人」と定義



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: 15～69 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

ウェイトバック: 性年代構成比を、2015 年度実施国勢調査データをベースにウェイトバック

標本サイズ: n=3,051

調査実施時期: 2019 年 3 月 14 日(木)～2019 年 3 月 19 日(火)

※インテージでは、「うご-kit」というサービスで定期的に旅行の自主企画調査を実施しています。

旅行の市場実態・ニーズを精緻に捉えたり、「旅行の達人」の深掘り分析も可能ですので、お気軽にお問合せください。

■株式会社インテージ DCG・サービス事業本部 旅行・レジャー担当チーム

メールアドレス: travel-support@intage.co.jp

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

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)は、「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」を事業ビジョンとして掲げ、さまざまな業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、共に生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【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:星/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/>