

2025 年 4 月 25 日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

旅行費の高騰と旅行機会に関する調査

約 8 割が旅行費の高騰を実感。国内外の旅行頻度が減少した人は約 4 割

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、20～60 代の方を対象に調査した「旅行費の高騰と旅行機会に関する調査」（実施期間：2025 年 3 月 7 日～3 月 12 日）の結果をご報告いたします。

【調査結果】

・ TOPICS①

約 8 割が旅行費の高騰を実感している。国内外の旅行頻度が減少した人は約 4 割

・ TOPICS②

インバウンドの増加によって約 6 割が「観光地の混雑」を、過半数が「宿泊費」の高騰を感じている

・ TOPICS③

過半数が国内旅行に年 1 回以上行く一方、海外旅行は 8 割以上が「ほとんど行かない」

・ TOPICS④

約 6 割が旅行にかかる費用において節約を意識している。節約方法は「交通手段を安いものにする」が 35.5%

【調査結果詳細】

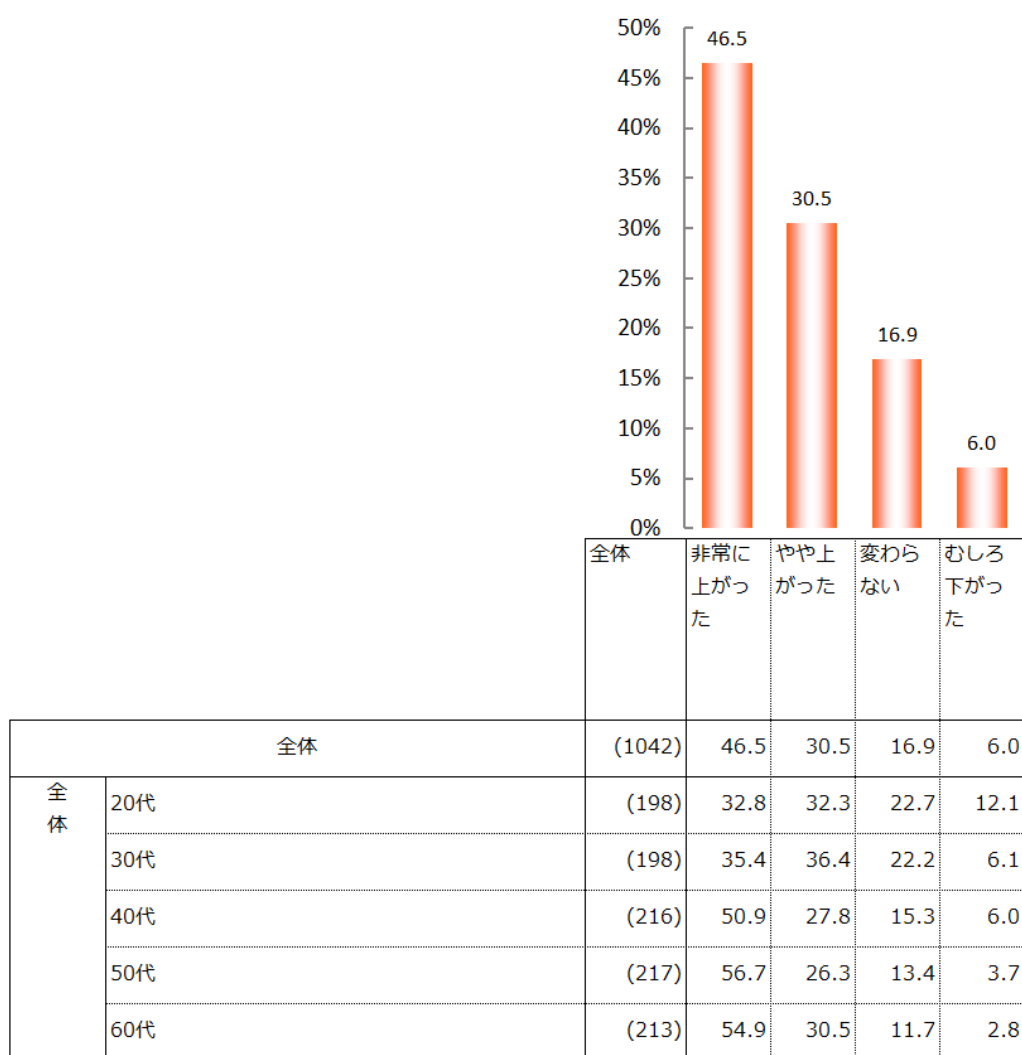
■TOPICS①

約 8 割が旅行費の高騰を実感している。国内外の旅行頻度が減少した人は約 4 割

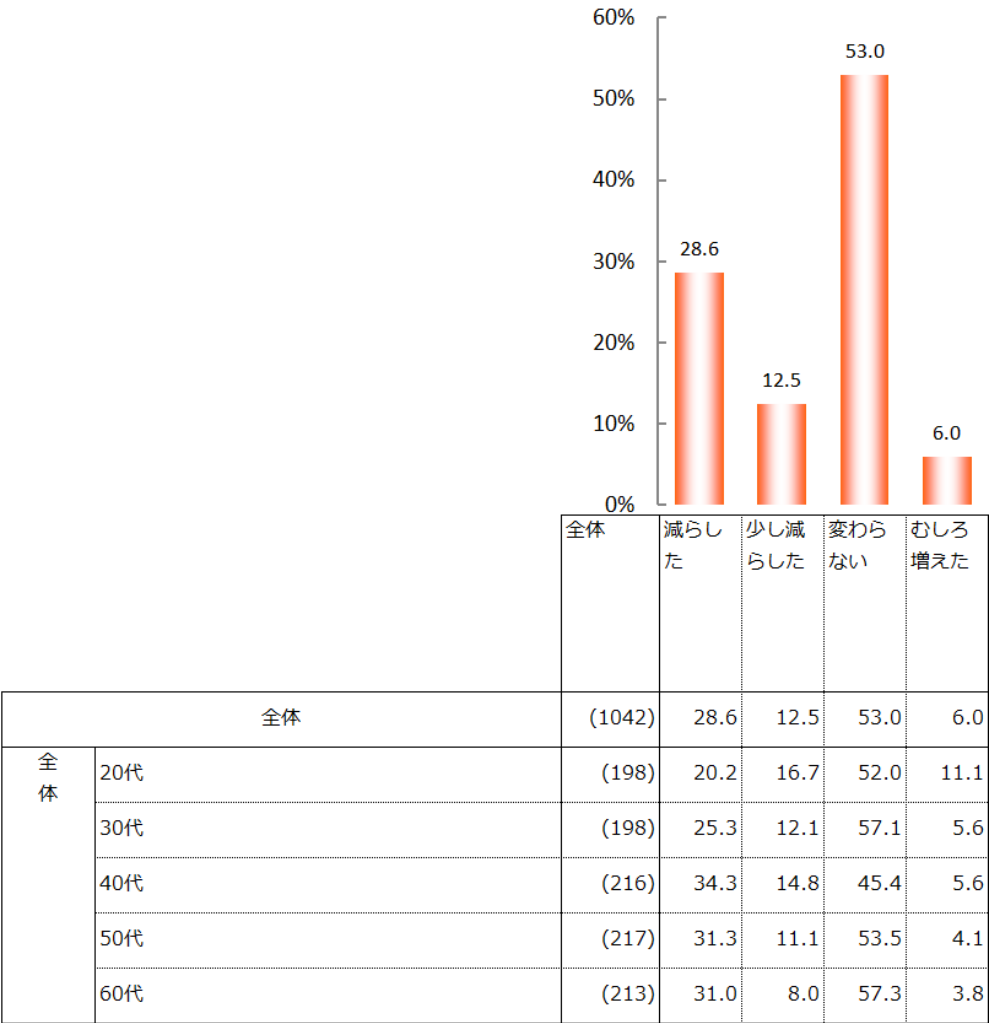
宿泊費・交通費などの「旅行費」について、以前と比べて上がったと感じるかを聴取したところ、「非常に上がった」が 46.5%、「やや上がった」が 30.5%となった。合わせると全体の約 8 割が高騰を実感している。

旅行費の高騰の影響で、国内旅行の回数を「減らした」が 28.6%、「少し減らした」が 12.5%となり、合わせると 41.1%だった。海外旅行について「減らした」が 34.1%、「少し減らした」が 4.8%となり、合わせると 38.9%が回数を減少させていた。

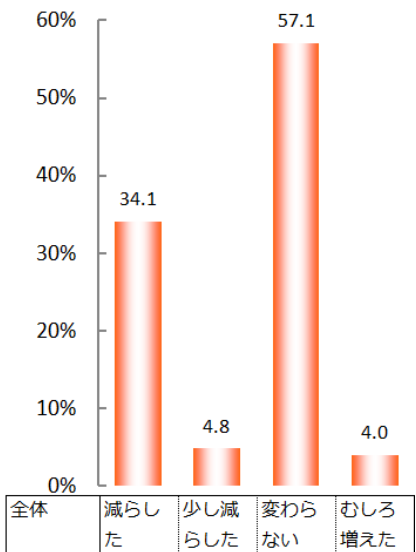
▼旅行費（宿泊費・交通費など）が以前と比べて上がったと感じるか



▼旅行費の高騰により、「国内旅行」の回数に変化があったか



▼旅行費の高騰により、「海外旅行」の回数に変化があったか



		全体	減らした	少し減らした	変わらない	むしろ増えた
		(1042)	34.1	4.8	57.1	4.0
全体	20代	(198)	18.7	8.6	64.1	8.6
	30代	(198)	27.8	4.5	61.1	6.6
	40代	(216)	39.8	3.7	53.7	2.8
	50代	(217)	35.9	3.2	59.0	1.8
	60代	(213)	46.5	4.2	48.4	0.9

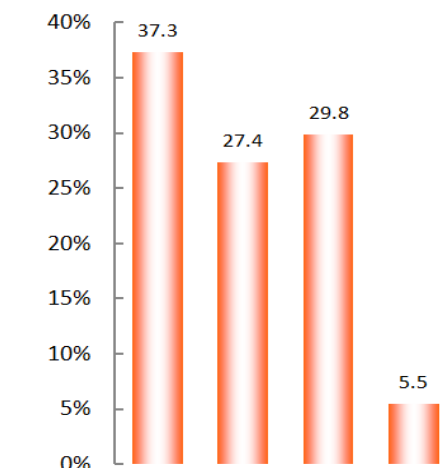
■TOPICS②

インバウンドの増加によって約6割が「観光地の混雑」を、過半数が「宿泊費」の高騰を感じている

インバウンドの増加によって、観光地の混雑を感じるか伺ったところ、「以前より混雑を強く感じる」が全体の37.3%、「多少混雑を感じる」が27.4%となり、合わせると64.7%だった。

また、インバウンド需要の影響で価格が上がったと感じる旅行費の内訳は、「宿泊費」が全体の55.1%で過半数を占め、全ての年代でトップだった。次いで「飲食費」が全体の48.0%、「交通費」が24.8%となった。

▼インバウンドの増加によって、観光地の混雑を感じるか



		全体	以前より混雑を強く感じる	多少混雑を感じる	変わらない	空いていると感じる
全体		(1042)	37.3	27.4	29.8	5.5
全体	20代	(198)	26.8	24.7	38.4	10.1
	30代	(198)	28.3	27.3	36.9	7.6
	40代	(216)	35.2	29.6	30.1	5.1
	50代	(217)	44.2	29.5	23.0	3.2
	60代	(213)	50.7	25.4	22.1	1.9

▼インバウンド需要の影響で旅行費が上がったと感じる部分 ※複数回答



■TOPICS③

過半数が国内旅行に年1回以上行く一方、海外旅行は8割以上が「ほとんど行かない」

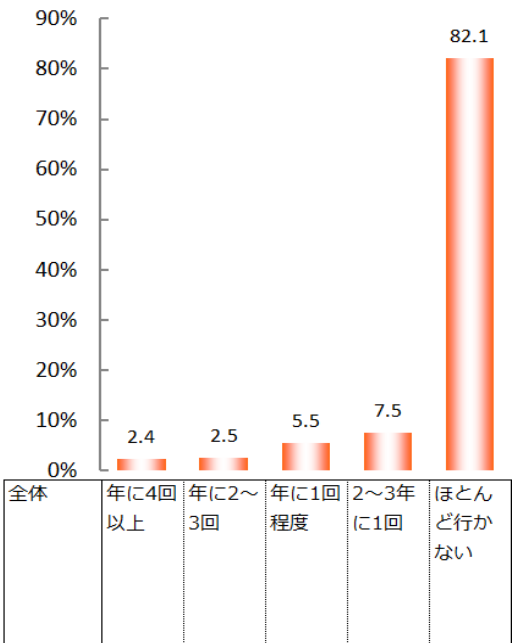
近年（過去3年間）における国内旅行の頻度は「ほとんど行かない」が37.6%だった。「年に4回以上」が14.0%、「年に2～3回」が21.8%、「年に1回程度」が19.3%となり、合わせると55.1%だった。過半数が年1回以上、国内旅行をしている。

一方、海外旅行は「ほとんど行かない」が82.1%と突出している。年代別で見ても、全ての年代で7割以上を占めた。

▼近年（過去3年間）における国内旅行の頻度



▼近年（過去３年間）における海外旅行の頻度



全体		(1042)	2.4	2.5	5.5	7.5	82.1
全 体	20代	(198)	4.5	5.1	6.1	7.1	77.3
	30代	(198)	3.0	3.0	7.1	10.1	76.8
	40代	(216)	1.4	1.9	6.5	6.0	84.3
	50代	(217)	1.4	1.4	4.6	8.3	84.3
	60代	(213)	1.9	1.4	3.3	6.1	87.3

■TOPICS④

約 6 割が旅行にかかる費用において節約を意識している。節約方法は「交通手段を安いものにする」が 35.5%

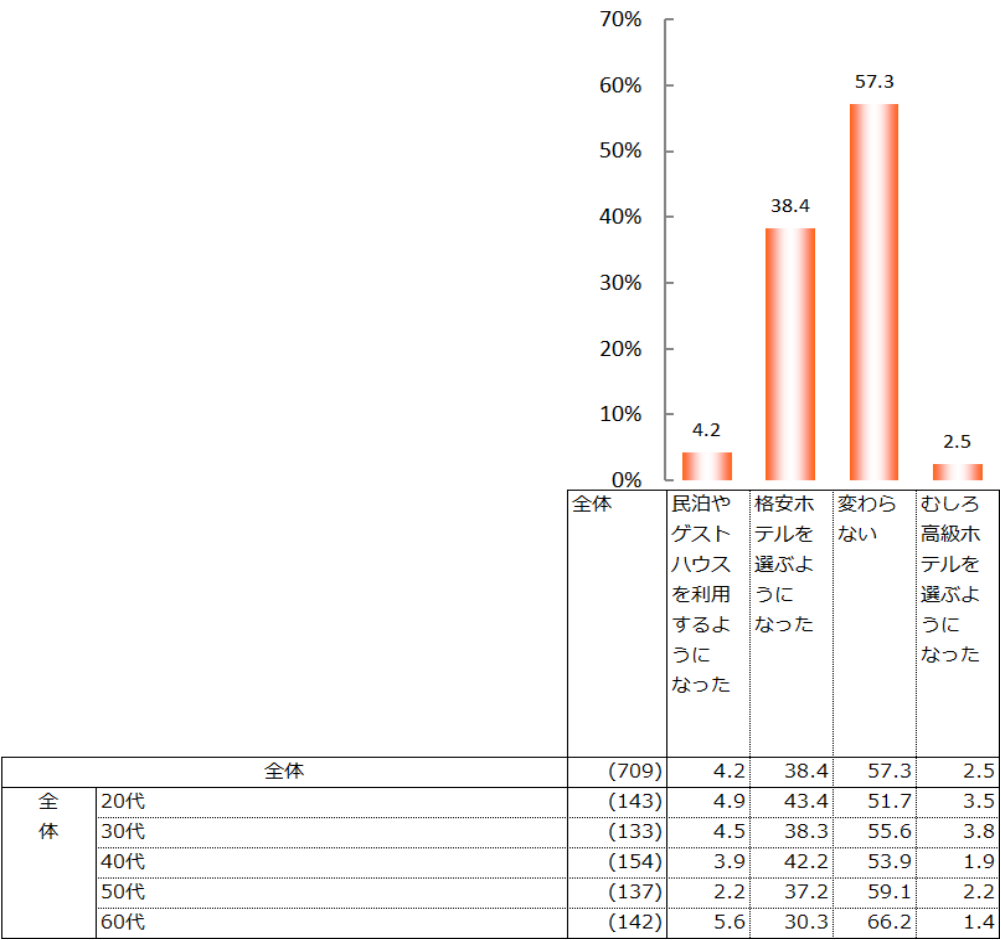
旅行費の高騰を受け、旅行にかかる費用において何らかの節約をしている割合は、全体の約 6 割だった。「交通手段を安いものにする」が 35.5%、「観光地での支出を減らす」が 28.3%、「宿泊施設のグレードを下げる」が 27.2%だった。

また、宿泊施設の選び方については「変わらない」が 57.3%となり、次いで「格安ホテルを選ぶようになった」が 38.4%だった。

▼旅行費の高騰を受けて、節約をしているか（対象：旅行予定者）※複数回答



▼旅行費の高騰の影響で、宿泊施設の選び方に変化があったか（対象：旅行予定者）※複数回答



以上

【調査概要】

調査方法 ： インターネット調査
調査期間 ： 2025 年 3 月 7 日～3 月 12 日
パネル ： 「Ponta リサーチ」会員
 （Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をされている方）
調査対象 ： 国内在住 20～60 代の方
有効回答数 ： 1,042 名
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。