

『ゴールデンウィークの過ごし方に関する調査』ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

ゴールデンウィークは「自宅で過ごす」が5割超

10～20代は「動画視聴」、30～40代は「掃除」、50～60代は「テレビ視聴」が1位

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：長谷川 剛、以下「LM」）は、10～60代の方を対象に調査した「ゴールデンウィークの過ごし方に関する調査」（実施期間：2024年4月1日～4月3日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～6:30 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

【調査結果】

・ TOPICS①

連休の間にある平日3日間の休暇予定者は各日約2割。最大10連休は少数派の見込み

・ TOPICS②

ゴールデンウィークの予定は、1位「自宅で過ごす」（56.0%）、2位「近所・近場のおでかけ」（26.6%）、3位「日帰り旅行」（12.3%）

・ TOPICS③

自宅での過ごし方は、10～20代では「動画配信サービス視聴」、30～40代では「掃除・片付け」、50～60代では「テレビ番組視聴」がトップとなり、年代による違いが見られる

・ TOPICS④

近所での過ごし方は「ショッピング」「外食、カフェ」がそれぞれ5割を超える

・ TOPICS⑤

一緒に過ごしたい相手は、1位「家族」が約6割、2位「一人」が約3割

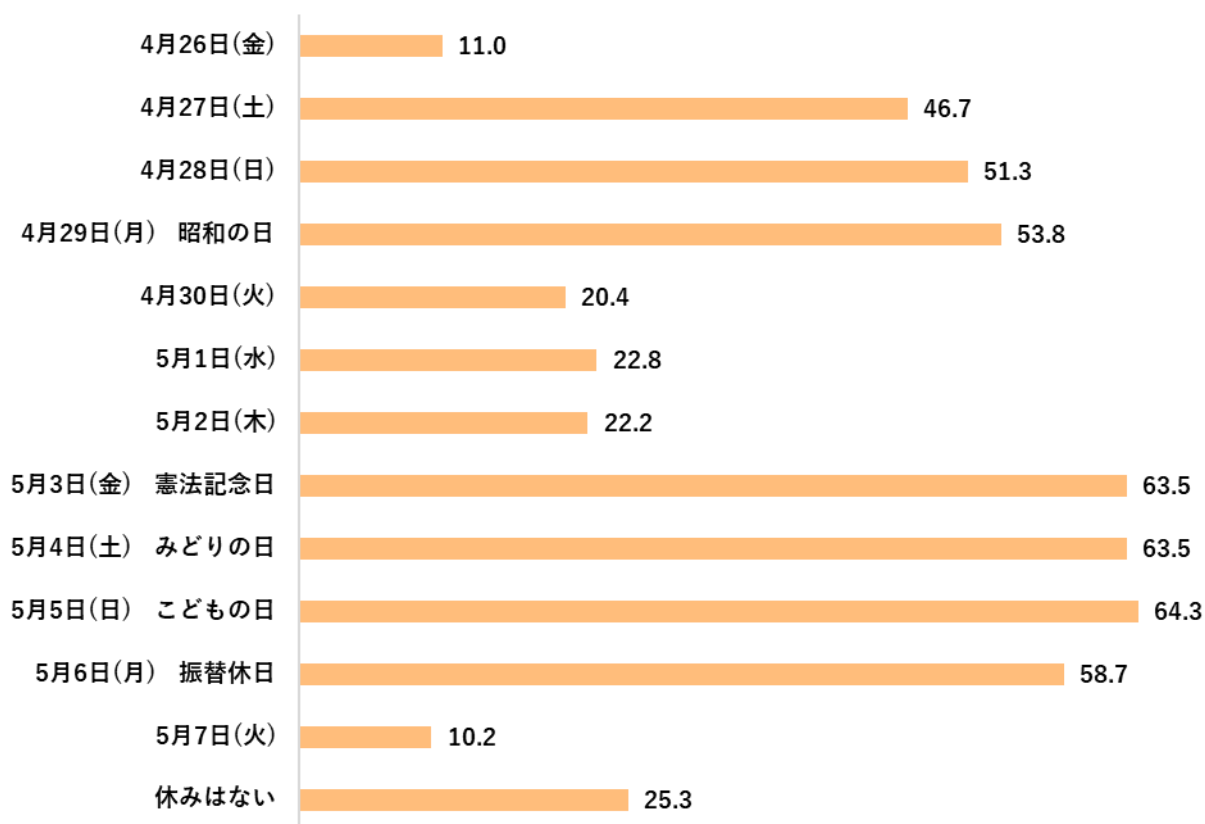
【調査結果詳細】

■TOPICS①

連休の間にある平日3日間の休暇予定者は各日約2割。最大10連休は少数派の見込み

今年のゴールデンウィークの休暇予定日を聴取した。5月の祝日(3~5日)の休暇予定者が多く、各日で約6割が休む予定であることが分かった。4月30日(火)~5月2日(木)の平日3日間を休むと最大10連休になるが、休暇予定の割合は各日約2割に留まった。

▼ゴールデンウィークの休暇予定日 (%) (n=1,200)



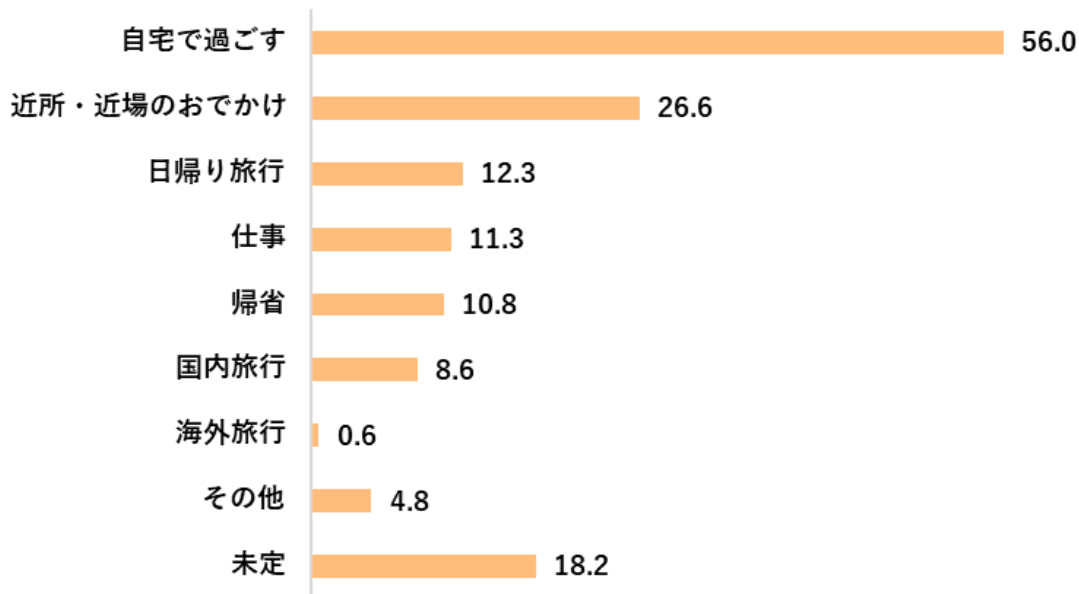
■TOPICS②

ゴールデンウィークの予定は、1位「自宅で過ごす」(56.0%)、2位「近所・近場のおでかけ」(26.6%)、3位「日帰り旅行」(12.3%)

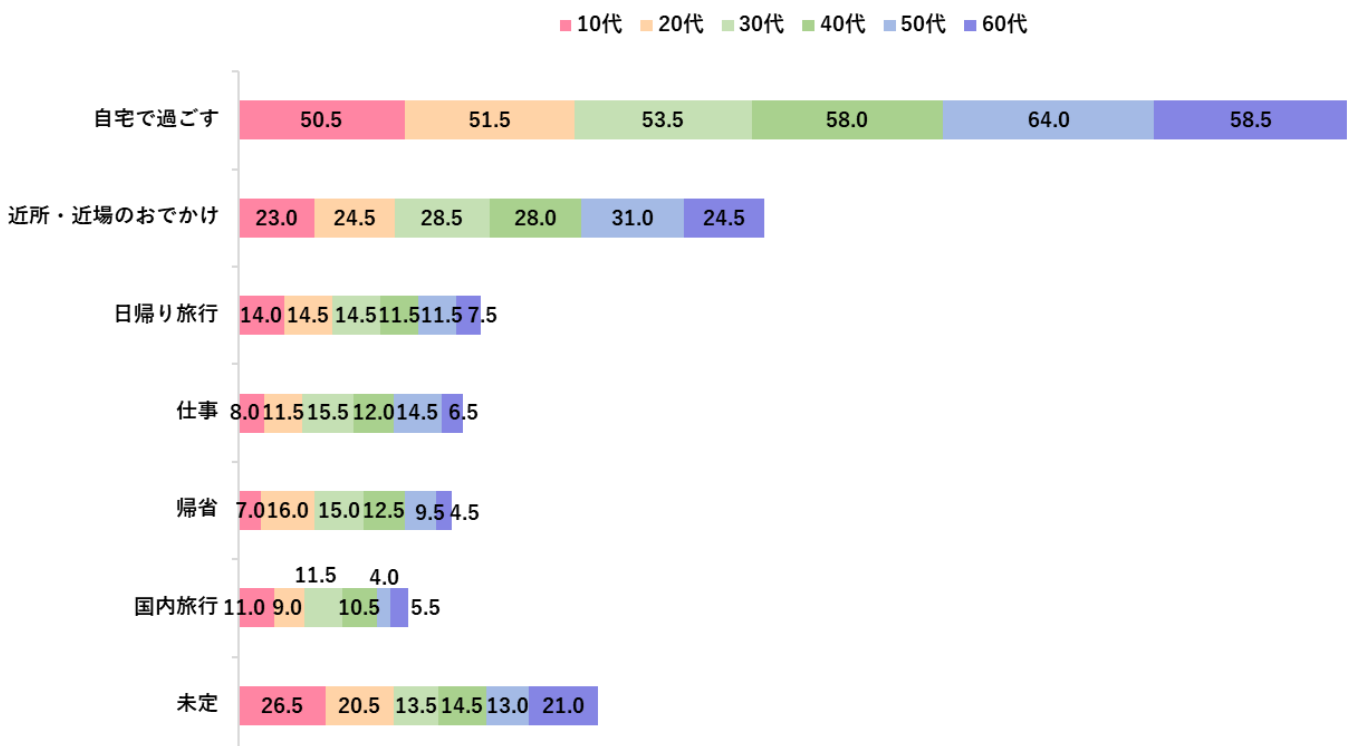
ゴールデンウィークの予定は、「自宅で過ごす」が全体の56.0%で最も高く、次いで「近所・近場のおでかけ」が26.6%、「日帰り旅行」が12.3%だった。

年代別で見ると、全ての年代で「自宅で過ごす」が半数を超えた。

▼ゴールデンウィークの予定 | 全体 (%) (n=1,200)



▼ゴールデンウィークの予定 | 年代別 (上位7位まで表示) ※複数回答 (%) (n=1,200)

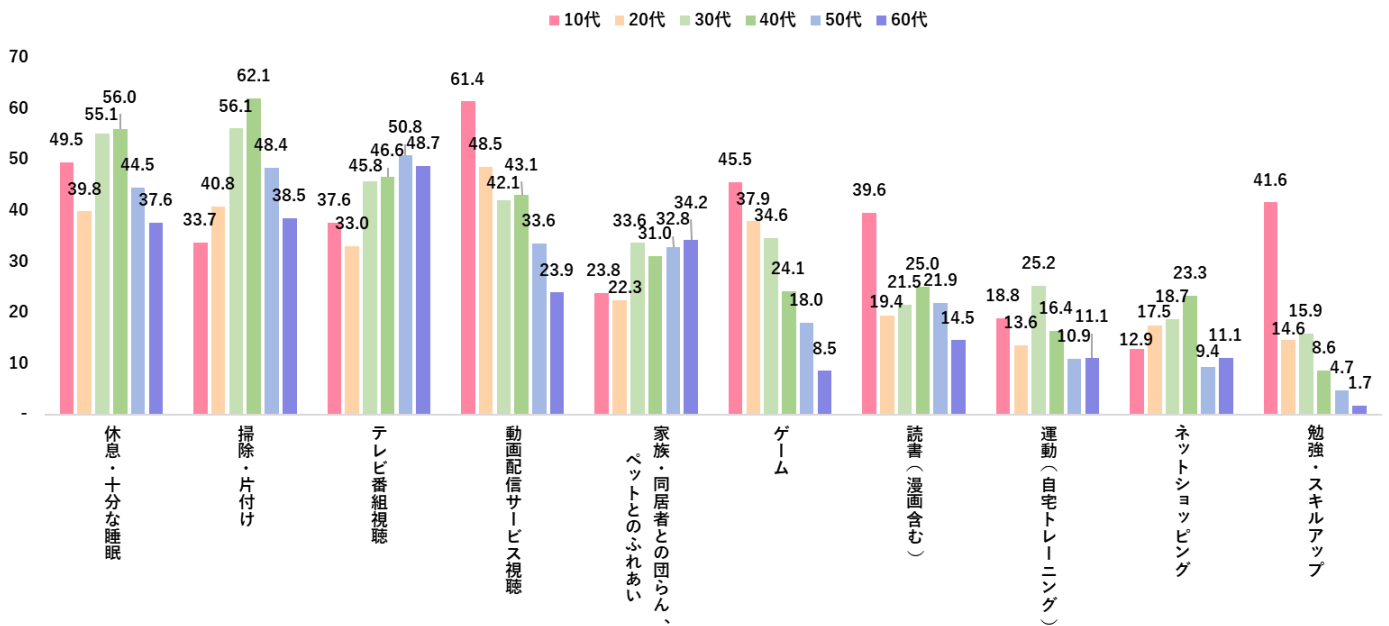


■TOPICS③

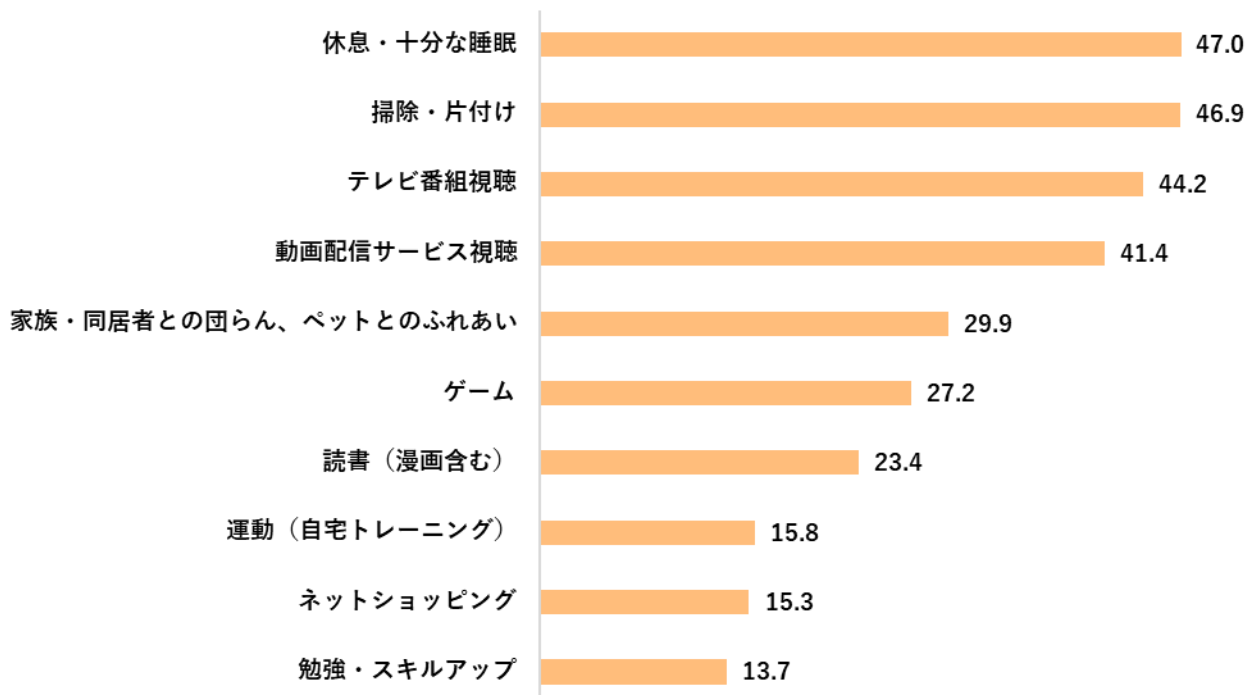
自宅での過ごし方は、10～20代では「動画配信サービス視聴」、30～40代では「掃除・片付け」、50～60代では「テレビ番組視聴」がトップとなり、年代による違いが見られる

ゴールデンウィークの予定について「自宅で過ごす」と回答した方を対象に、自宅での過ごし方を聴取した。年代別で見ると10～20代では「動画配信サービス視聴」、30～40代では「掃除・片付け」、50～60代では「テレビ番組視聴」がそれぞれトップとなり、年代による違いが見られた。全体では「休息・十分な睡眠」「掃除・片付け」が上位となり、それぞれ約5割だった。

▼自宅での過ごし方 | 年代別（上位10位まで表示） ※複数回答（%）(n=672)



▼自宅での過ごし方 | 全体（上位10位まで表示） ※複数回答（%）(n=672)



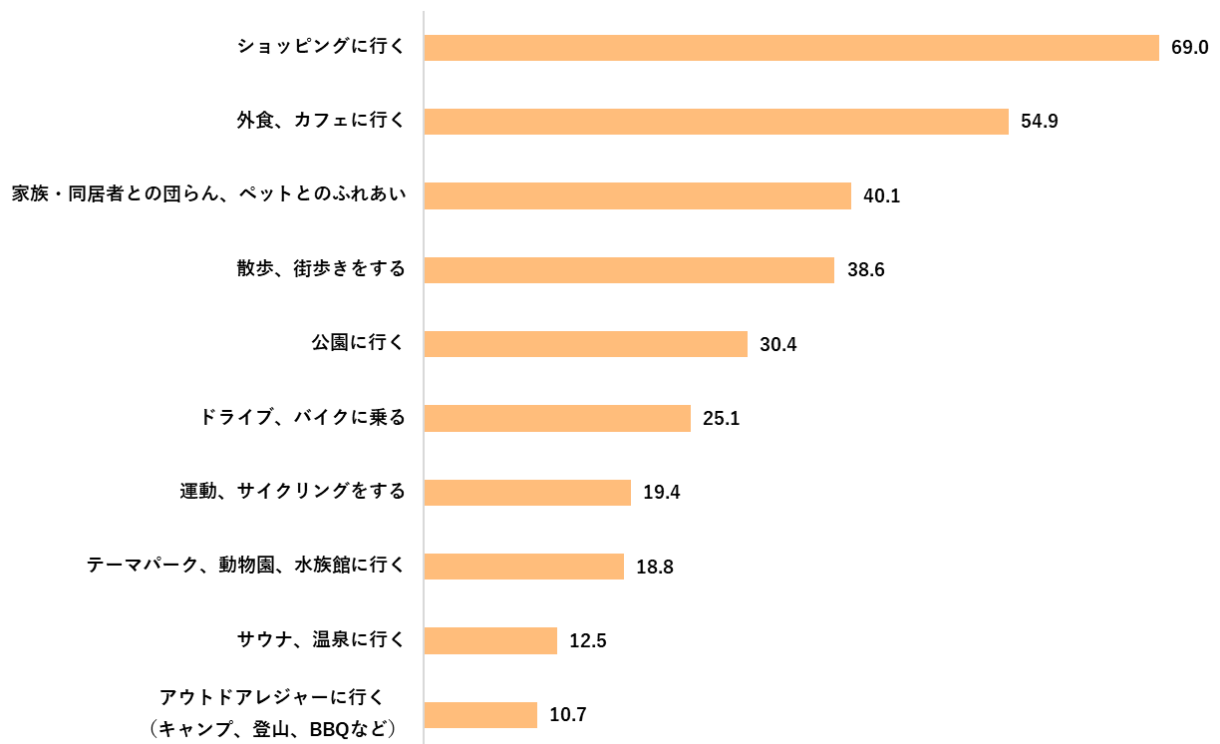
■TOPICS④

近所での過ごし方は「ショッピング」「外食、カフェ」がそれぞれ5割を超える

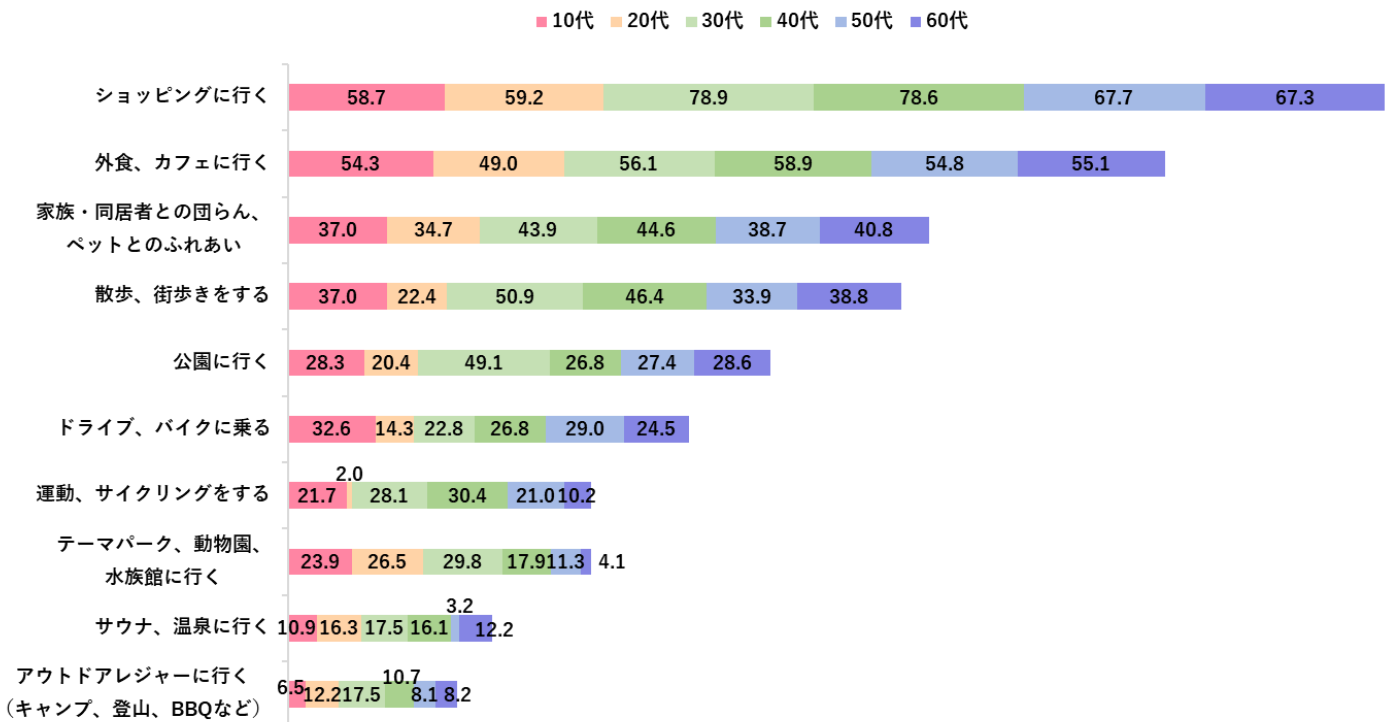
ゴールデンウィークの予定について「近所・近場のおでかけ」と回答した方を対象に、近所・近場での過ごし方を聴取したところ、「ショッピングに行く」「外食、カフェに行く」がそれぞれ全体の5割を超えた。

年代別で見ても、全ての年代で「ショッピングに行く」がトップ、次いで「外食、カフェに行く」となった。

▼近所・近場での過ごし方 | 全体（上位10位まで表示） ※複数回答（%）（n=319）



▼近所・近場での過ごし方 | 年代別（上位 10 位まで表示） ※複数回答（%）(n=319)

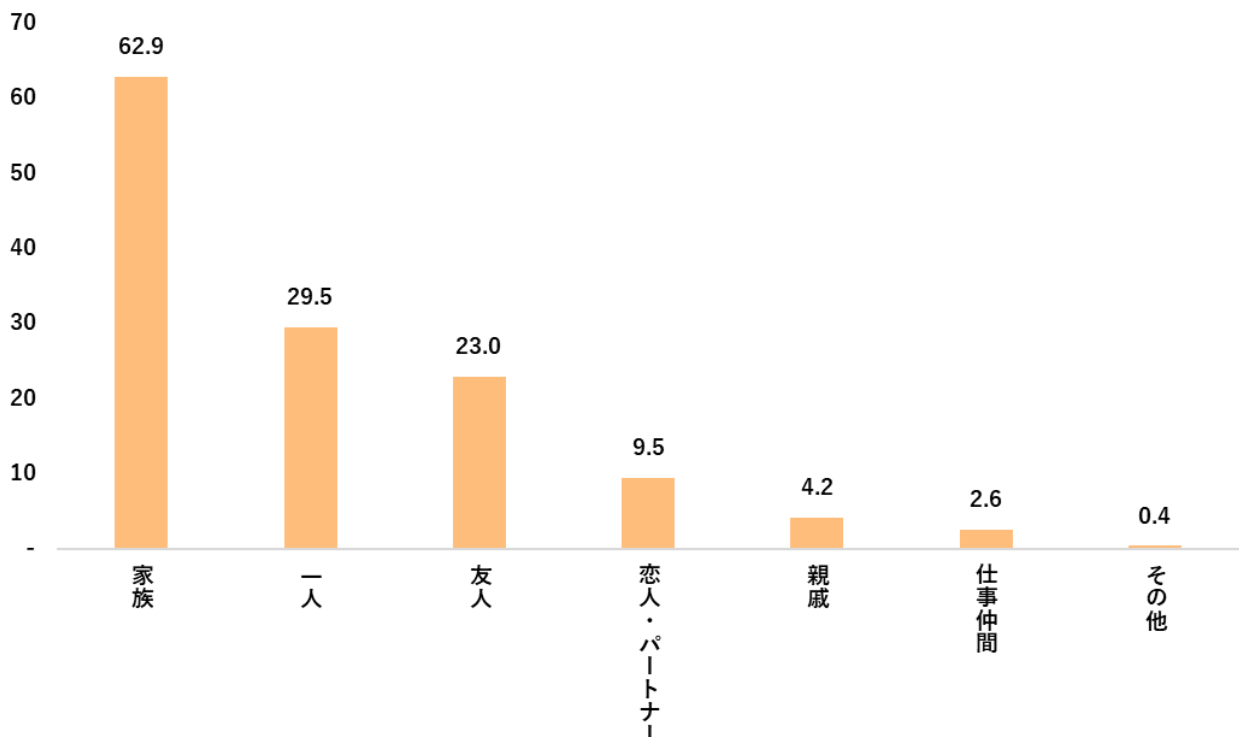


■TOPICS⑤

一緒に過ごしたい相手は、1位「家族」が約6割、2位「一人」が約3割

ゴールデンウィークを誰と過ごしたいかについて聴取した。「家族」が約6割で最も高く、次いで「一人」が約3割だった。

▼ゴールデンウィーク中は、誰と過ごしたいか ※複数回答(%) (n=1,200)



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

ゴールデンウィークの過ごし方で、56%が「自宅で過ごす」という結果は想定よりも多い数字となった。物価高に加えて、全国的には賃金上昇の恩恵を受けているのは一部の層であることから、「節約意識」が高まっている。近所・近場へのお出かけや、日帰り旅行の数も多いが、宿泊をともなわない旅行では、大きな経済効果を期待できない。加えて、オーバーツーリズムによる混雑が外出を敬遠させている。賃金上昇だけでなく、今後は、休みの分散化も消費を促す上で重要なテーマとなりそうだ。

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

アフターコロナの日本人の余暇の過ごし方が、より鮮明になったともいえるアンケート結果となっている。自宅や近所、日帰りがベスト3を独占していて個人消費の観点からは寂しい状況ではあるものの、「安近短」が今後の余暇の過ごし方の基本となりそうだ。自宅の過ごし方について10～20代では「動画配信サービス視聴」が圧倒的にNo.1なのは、まさにコロナ禍が作り出したトレンドが定着したと言えるだろう。外資のプラットフォーマーに独占されている市場のため、日本の企業にもこの市場を取り込むべく頑張りを期待したい。近所での過ごし方に関しては「ショッピング」「外食、カフェ」が5割を超えるのは、郊外型ショッピングモールなど、平成において買い物をする場所が都心部から郊外エリアに拡大したことで、近場で休日を過ごすことに満足できる地域が広がっているとも言えそうだ。

また、平日の4月30日(火)～5月2日(木)の休みが2割強に留まっているのは面白い結果だ。国内ではオーバーツーリズムの問題が発生しており、ゴールデンウィークや年末年始、お盆に集中しない長期休暇の分散も日本の課題となっている。いつでも休みを取れる環境への移行はワークライフバランスの面からも、これからより重要性を増していきそうだ。

以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2024年4月1日～4月3日

パネル : 「Pontaリサーチ」会員

(Ponta会員で「Pontaリサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住10～60代の方

有効回答数 : 1,200名 ※性年代別に各100サンプル回収

※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、“「ロイヤリティ マーケティング」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。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : https://twitter.com/biztopi_tfm

■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。