

子どもおでかけメディア2社で共同調査を実施

昨夏と今年の意識の差が鮮明に！最新調査も進行中！

「1570人に聞いた with コロナの夏遊び計画」を情報誌で特集！

昨夏、自宅で過ごした=64%、帰省しなかった家庭が8割

～国内最大級の子どもおでかけ情報サイト「いこーよ」と「家族でおでかけ」の共同アンケートから～

株式会社昭文社ホールディングス（本社：千代田区麹町、代表取締役社長 黒田茂夫、東証コード：9475）とその子会社である株式会社昭文社（本社：千代田区麹町、代表取締役清水康史、以下昭文社）は、アクトインディ株式会社（本社：品川区西五反田、代表 下元敬道）が企画運営する、国内最大級の子どものおでかけ情報サイト「いこーよ」（<https://iko-yo.net>）と、当社が発行するファミリー層向け夏のおでかけ情報誌「家族でおでかけ 夏休み号」編集部が共同で、昨年と今年の夏の家族旅行の意識調査*を実施しましたことをお知らせいたします。



*本調査は、2021年3月19日（金）～2021年3月31日（水）の間に、「いこーよ」の登録ユーザーおよび「家族でおでかけ」の読者（過去の読者アンケートの回答者など）を対象に、昨夏およびこの夏の家族おでかけに関して行ったアンケート調査（有効回答数：1570 サンプル）です。

コロナ禍の下、より厳しい外出自粛が叫ばれた昨夏と、ワクチン接種が進みながらも一進一退を続ける感染状況を意識した今夏のおでかけ意識の違いが顕著に表れました。トピックスを発表いたします。

- ◆ 昨年の夏休みは、64%と2/3近くが「自宅で過ごしました」と回答
- ◆ 昨年の夏休みは、帰省しなかった家庭が、8割近くにのぼった
- ◆ （2021年3月時点で）今年の夏に「子どもとやりたいこと」は、
1位「旅行」、2位「花火」、3位「プール」

※現在、最新の夏のおでかけ意識調査を2社で実施中です。7月中に発表する予定です。

)) 調査結果を掲載している商品の概要 ((

シリーズ名 : 「まっふる 家族でおでかけ」シリーズ

商品名 : 『関東・首都圏発 夏休み号』
『京阪神・名古屋発 夏休み号』

体裁・頁数 : A4 変判、本体 184 頁

発売日 : 2021年6月17日
全国の主要書店で販売

定価 : 首都圏版 660円
(本体600円+税10%)
京阪神版 880円
(本体800円+税10%)

出版社 : 株式会社 昭文社



<左：首都圏版、右：京阪神版の各表紙>

【リリースに関するお問合せ】 株式会社 昭文社ホールディングス 広報担当：竹内、張

TEL：03-3556-8124 | FAX：03-3556-8164

昭文社ホールディングスホームページ

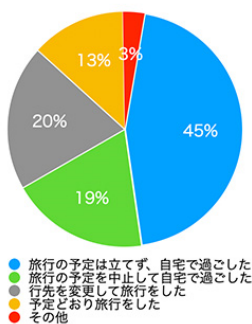
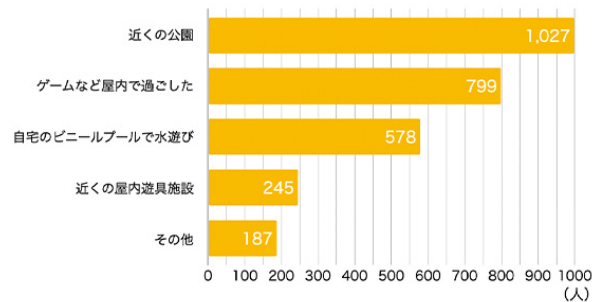
<https://www.mapple.co.jp/>

)) 昨年の夏休みの過ごし方は？ ((
Q：「昨年の夏休みはどう過ごしたか？」 ⇒ A：64%と2/3近くが「自宅で過ごした」

新型コロナウイルス感染症の影響で全国の小中学校で夏休みが短縮されることになり、おでかけの予定を立てなかったり、取りやめたりして、自宅で過ごすことを選択せざるを得ない状況となりました。昨年の夏休みの過ごし方を質問したところ、**45%**が「旅行の予定は立てず、自宅で過ごした」、**19%**が「旅行の予定を中止して自宅で過ごした」と回答しました。

Q：「(休み中) 普段は何をしていましたか？」 ⇒ A：多くの家庭は近場の公園や自宅で過ごした

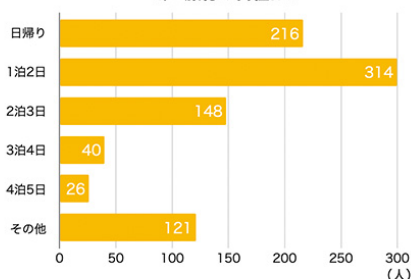
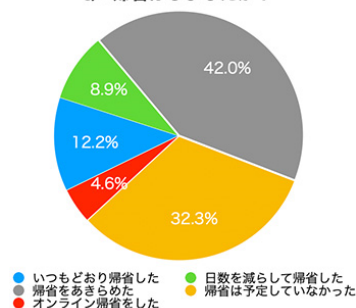
せつかくの夏休みでも外出自粛が要請されるなど世の中の流れもあり、「近くの公園 (1,027人)」や「ゲームなど屋内で過ごした (799人)」「自宅のビニールプールで水遊び (578人)」など、自宅周辺で過ごす家庭が多かったことがうかがえます。また、屋内遊具施設などで運動不足を解消しようとしていたり、ずっと自宅で過ごすことによる子どものストレスを発散させたり、していたことがわかります。

Q：去年の夏休みはどう過ごした？

Q：普段は何をしていましたか？

)) 昨年の夏休みの旅行・帰省は？ ((
Q：「旅行の日程は？」 ⇒ A：日帰りや1泊2日の短期旅行が大多数を占める

2020年7月から東京を除いて「Go To トラベル」キャンペーンがスタートしました。それにより人の流れが増えていきましたが、旅行先に選んだのは、日帰り (216人) や 1泊2日 (314人) などの近場が大多数を占めたことがわかりました。感染予防の観点から、マイカーで移動できる範囲の旅行が主流でした。

Q：「帰省しましたか？」 ⇒ A：8割近くの家庭が昨年帰省をしなかった

夏休みのおでかけの定番の一つである帰省。おじいちゃんおばあちゃんと会うのを楽しみにしている子どもも多い中、感染リスクを考慮し、全体の8割近くが「帰省をあきらめた (42%)」、「帰省は予定していなかった (32.3%)」と回答しました。メディア報道などで多く取り上げられていたオンライン帰省をした人は、全体の**4.6%**にとどまりました。

Q：旅行の日程は？

Q：帰省はしましたか？


)) 今年の夏休みの予定は？ ((

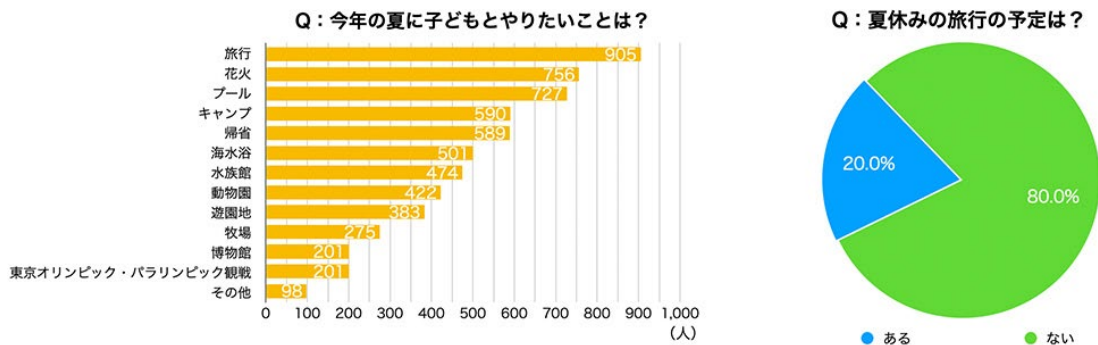
2021年のゴールデンウィークは昨年比で約**1.9倍**の人が国内旅行をしたとの統計結果が出ています。これは新型コロナウイルス感染症の影響がなかった2019年と比べると、約4割程度の水準にとどまりますが、おでかけができる環境が昨年よりは戻ってきたといえます。

Q:「今年の夏に子どもとやりたいことは？」 ⇒ A: 1位は「旅行」

年始以降に発令された2回目・3回目の緊急事態宣言では、休校が要請されなかったことから、今年は今のところ、例年どおりの夏休み期間が設けられる予想となっています。多くの施設で感染予防対策がきちんも行われることもあり、**旅行(1位)**、**花火(2位)**、**プール(3位)**、**キャンプ(4位)**、**帰省(5位)**等、おでかけを考えている家庭が多いようです。

Q:「夏休みの旅行の予定は？」 ⇒ A: 2割の家庭は既に予定を立てている

新型コロナウイルス感染症の収束見通しが立たず、変異株の出現など先が見えない日々が続いている中、**8割**の家庭から「予定を立てていない」との回答を得た一方、**2割**の家庭は春の時点で既に夏休みの旅行の予定を立てていることがわかりました。

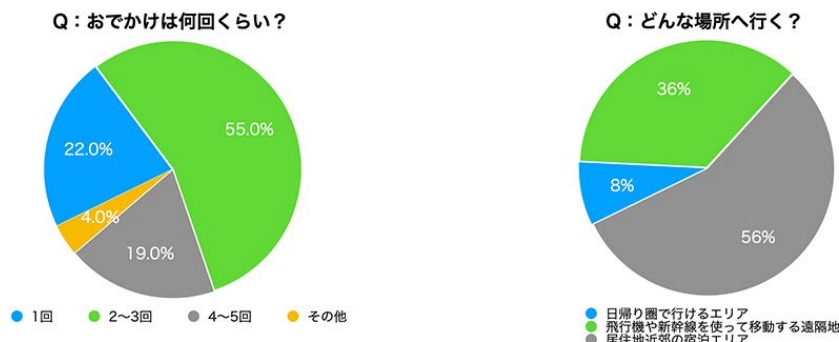

Q:「おでかけは何回くらい？」 ⇒ A:「2~3回」が過半数(55%)を占める

旅行期間を短くしつつ、複数回でかけたいと考えている家庭が多いようです。もっとも多いのは**2~3回(55%)**、2位は**1回(22%)**でした。

Q:「どんな場所へ行く？」 ⇒ A: 9割以上は泊まりがけでの旅行を予定

予定を立てている家庭のうち、**9割以上**が泊まりがけでの旅行を予定しています。その半数以上(**56%**)が居住地から1~2時間圏内へ旅行する「マイクロツーリズム (小さな、近隣への旅行)」が好まれる傾向にあるようです。都府県をまたぐ移動の自粛下でもでかけられるエリアとして選ばれているのでしょう。

一方、遠隔地への移動を考える家庭も**36%**と一定数あることもわかりました。状況次第では遠くへ旅をしたい、という思いがあることもうかがえます。



)) コロナ禍のおでかけで気になるのは？ ((
Q:「どんなところなら安心？」⇒ A:感染対策が万全なところ

そのほか、密を避けやすい公園や牧場などの屋外施設や、混雑具合をホームページなどで確認できる遊戯施設・博物館・美術館などの屋内施設、または目的地への所要時間の短さ、などを意識する方が多いことがわかります。

Q:「どんな宿泊施設を利用したいですか？」⇒ A:部屋食&貸切風呂が利用できる宿が断トツ

泊まりがけの旅行で一番気になるのは宿泊施設です。温泉などを楽しみながらも、人との接触を極力避けるため、食事は部屋食で貸切風呂があること、を利用条件にしている方が非常に多くなっています。そのほか、郊外にあるキャンプ場やコテージなども人気です。

)) 本調査結果の全貌を WEB サイトでも公開中！ ((

今回の調査では、選択肢だけでなく記述式の自由回答なども多数ありました。ここに記載し切れない調査の全貌を、昭文社ホールディングスの公式サイトにて公開中です。ぜひこの夏のおでかけのご参考に、御覧ください。

|| MAPPLE×新しいスタイル:1570 人に聞いた with コロナの夏遊び計画 <みんなどこいく?なににする?> 「いこーよ」+「家族でおでかけ」共同アンケート結果を公開⇒URL

現在、今回アンケートにお答えいただいた方を対象に、**最新の夏のおでかけ意識調査**を実施中です。今回発表いたしました3月時点の意識からの変化を含め、**2021年7月中に発表**させていただきます。予定です。

【参考情報】
)) いこーよとは？ ((

アクトインディ株式会社が運営する、国内の約8割の子育て層が利用する、国内最大級のファミリー向けおでかけ情報サイト。掲載スポット数 85000 件以上、口コミ数 55000 件以上 (2021年5月現在)。

)) 家族でおでかけとは？ ((

昭文社が長年発行している、子ども (主に0歳~小学校低学年) のいる首都圏、京阪神、名古屋近郊在住のファミリー層向けおでかけ情報誌です。



<調査結果の掲載例>