

**【2024年国内旅行の意識調査】生活者約1,600人に聞いた！  
旅行の目的や以前との違いとは？6割が「国内旅行の旅費が高くなったと感じる」**

CCCMK ホールディングス株式会社(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：高橋誉則)は、全国20～74歳の男女1,559名を対象に、インターネット上での意識調査「Vアンケート」によって、『2024年国内旅行の意識調査』を実施しましたので、お知らせいたします。



**■2024年国内旅行の意識調査ダイジェスト**

- 国内旅行の目的1位は「グルメ」
- 国内旅行の情報収集は「旅行予約サイト・施設の公式サイト」参考派が多数
- 以前と比べて国内旅行は「高い」「宿が取れない」「観光地が混雑している」と感じている
- 国内旅行へ行くときに意識することは「いかに快適な旅行ができるか」

夏休みなどの長期休みの際に旅行に出かける方も多いのではないのでしょうか。円安の影響で海外旅行をあきらめ、国内旅行を検討されるケースも見込まれています。また、旅行事業関連の方は、顧客に「自社サイト経由で予約をしてほしい」というお悩みもあるのではないのでしょうか。

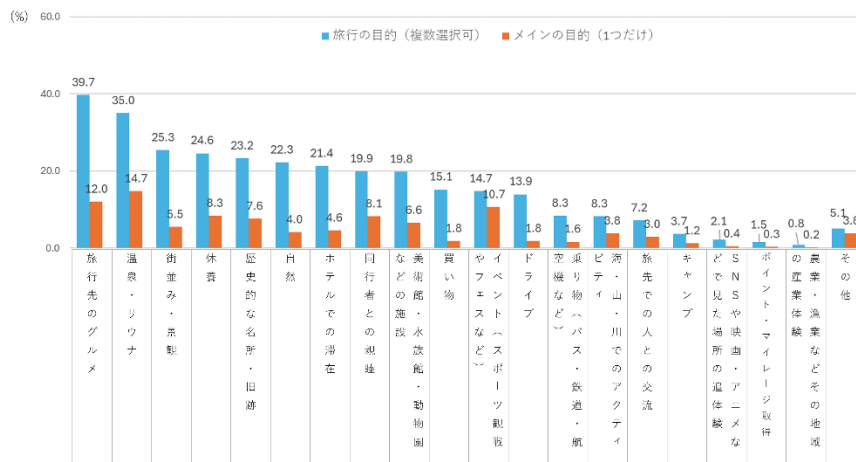
今回は、V会員の国内旅行に対する意識やアイデアについて調査しました。「2024年国内旅行の意識調査」より、旅行の目的や旅行情報の調べ方、以前と比較した最近の旅行に対する変化について分析結果をご紹介します。

## 旅行の目的 1位は「グルメ」

最初に、直近での国内旅行の目的を聞いてみました。1位は「旅行先のグルメ」で39.7%、2位は「温泉・サウナ」が35.0%という結果となりました。旅先だからこそ味わえる食事や、ご当地の温泉・サウナを楽しむ傾向が高いようです。

また、そのなかでメインの目的を1つだけ選んでもらったところ、「温泉・サウナ」「旅行先のグルメ」に続いて「イベント（スポーツ観戦やフェスなど）」が3位で10.7%でした。自分のお気に入りのチームやアーティストなどの「**押し活**」を目的とした国内旅行の需要も感じられる結果となりました。

Q.直近で行った国内旅行の目的（複数回答）、旅行のメインの目的（1つだけ選択）（n=1,559）

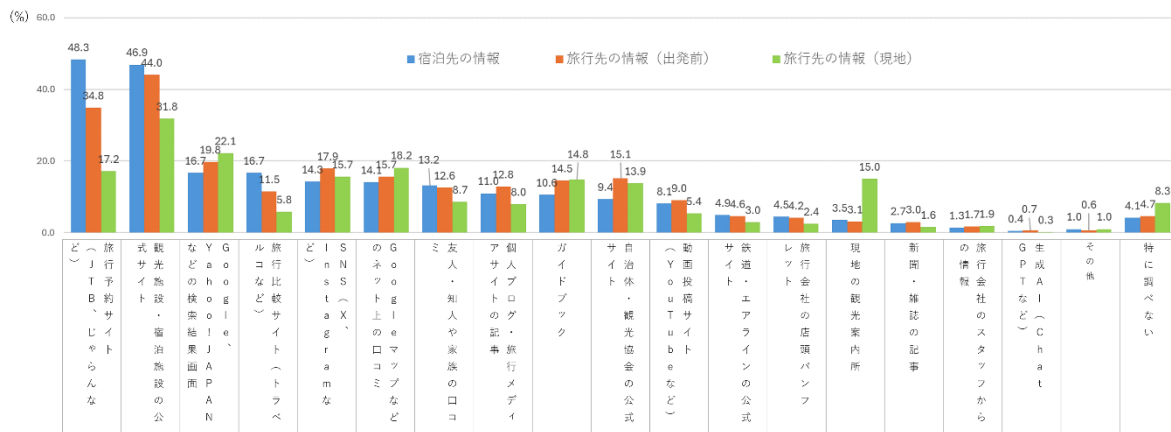


※「旅行の目的（複数選択可）」の回答の多い順に表示

## 国内旅行の情報収集は「旅行予約サイト・施設の公式サイト」参考派が多数

続いて、国内旅行で参考にしている情報をどこから取得するか聞きました。宿泊先の情報は「**旅行予約サイト**」が48.3%、「**観光施設・宿泊施設の公式サイト**」が46.9%と多く利用されていることがわかりました。旅行者の率直な感想が反映されやすい「SNS」は14.3%、「**個人ブログ・旅行メディアサイトの記事**」が11.0%、「**動画投稿サイト**」が8.1%という結果となりました。

Q.普段国内旅行に行くとき、宿泊先や旅行先の情報をどこで調べますか。（複数回答、n=1,559）



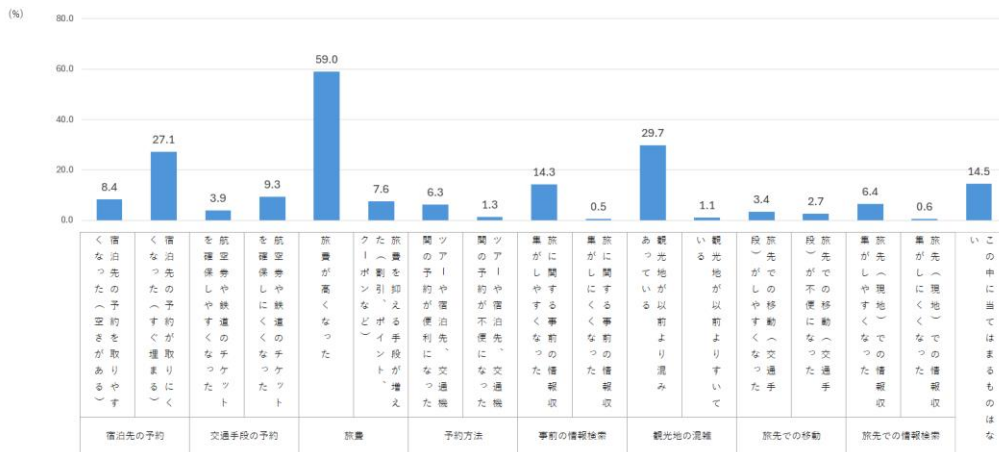
※「宿泊先の情報」の回答の多い順に表示

## 以前と比べて国内旅行は「高い」「宿が取れない」「観光地が混雑している」と感じている

以前と比較してこの1年での国内旅行で感じた変化を聞きました。約6割の方が「旅費が高くなった」と回答しました。続いて「観光地が以前より混みあっている」「宿泊先の予約が取りにくくなった（すぐ埋まる）」という回答が多くみられました。価格高騰のみならず、宿泊先の予約が困難な状況になっていることがうかがえます。

※複数回答可能

Q.この1年での国内旅行では、以前と比べて以下のような変化はありましたか。（複数回答、n=1,559）

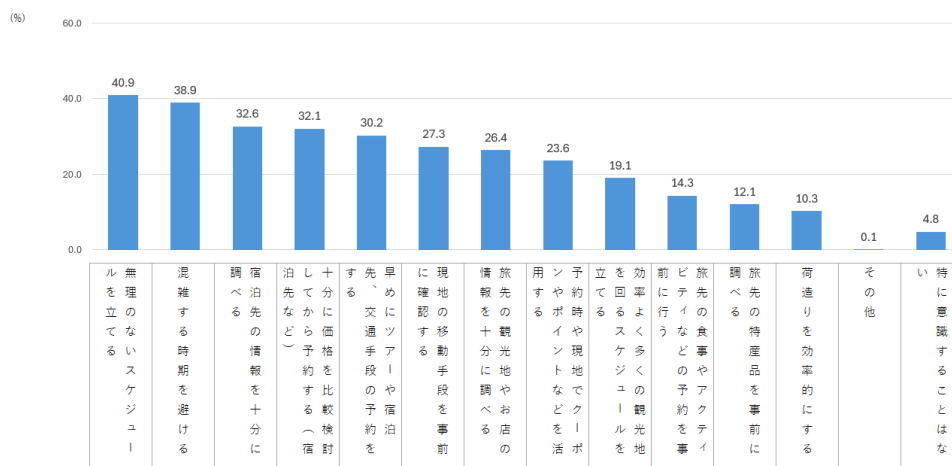


## 国内旅行へ行くときに意識することは、いかに快適な旅行ができるか

生活者が国内旅行へ行くときに意識することは何かを聞いてみました。「無理のないスケジュールを立てる」が40.9%、「混雑する時期を避ける」が38.9%、「宿泊先の情報を十分に調べる」が32.6%、「十分に価格を比較検討してから予約する（宿泊先など）」は32.1%という結果となりました。金銭面を考慮しながら、いかに快適な旅行ができるかどうかに関心を持つ生活者が多いことがわかりました。旅行時期についても、「ゴールデンウィークやお盆、年末年始」などの混雑時期を避ける意識も比較的高いようです。

※複数回答可能

Q.今後国内旅行に行く際に意識しておきたいことはありますか。（複数回答、n=1,559）



## 210 のアイデアを読み解き！スムーズに旅行の準備を進めるためには？

国内旅行の準備では、混雑する時期を避け、宿泊先の情報を調べて無理のないスケジュールを立てる生活者が多く見受けられました。一方、こうした準備は面倒になる傾向があり、いざ旅行に行くと予定通りにいかないこともあるのではないのでしょうか。

今回、そうした面倒ごとを解決するためのアイデアを生活者のリアルな本音が聞ける「Blabo!」で募集しました。「荷造りだけじゃない！？めんどろな旅行の準備あれこれ、スムーズに進められるコツを教えて!」というお題を提示したところ、「レジカゴバッグ」の使用や「朝から夜まで家で使用したものをメモしておく」などのアイデアが集まりました。

### ■共創コミュニティサイト「Blabo!」(<https://bla.bo/>)

2.7万人を超える生活者がプランナーとして企業や行政の課題解決に参加する「Blabo!」は「生活者の本音」からインサイトを導き出すための共創コミュニティサイトです。企業が知りたい内容を、生活者が回答しやすい「お題」として掲載。WEBサイトやアプリを通じて生活者の声を集めることができます。まさにその様子は、オンラインで行う企画会議のよう。自由でオープンな意見交換を通じて、生活者のインサイトを抽出し、本当に世の中に必要とされる商品・アイデアコンセプトメイクを伴走いたします。

今回の調査結果から、**グルメや温泉などはもちろんのこと、「推し活」を目的とした国内旅行の需要や、旅先の情報収集で「旅行予約サイト・観光宿泊施設の公式サイト」を参考にする人が多いこと**などがわかりました。

### ■本調査詳細データのご案内

CCCMKホールディングスでは国内旅行に関する意識や行動に関するマーケティングのご相談も承っています。こちらの資料では、今回のレポートに掲載しきれていない調査の詳細をご紹介します。無料でダウンロードいただけますので、ぜひご覧ください。

<https://www.cccbiz.jp/columns/research6>



※CCCMK ホールディングスでは、セキュリティ上厳重に管理された環境のもと、個人を特定できない状態でマーケティング分析を行っております。

※本コラムに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

※本記事を引用・転載をご希望の方は、事前にお問い合わせよりご連絡ください。

#### ■調査概要

調査方法：インターネット（V アンケート）

調査期間：2024年6月13日（木）～2024年6月19日（水）

調査地域：全国

調査対象者：男女20～74歳のV会員

サンプル数：1,559サンプル

※性別・年代別の構成が日本の人口構成比に近くなるようにサンプルを回収しています。

---

本件に関するお問い合わせ：

CCCMKホールディングス株式会社 広報：牧野  
TEL：03-6800-4464