

第39回 観光の実態と志向調査 結果速報

公益社団法人日本観光振興協会（本部：東京都港区 会長 山西 健一郎）は、過去一年間の国民の宿泊観光旅行の実態と今後の希望についての調査である「観光の実態と志向」調査を今年度も実施しました。

今回は新型コロナウイルスの感染拡大にともない、「コロナ禍における観光旅行に対する意識・実態」について特別に調査しました。主な結果は以下のとおりとなります。

（なお、本調査の報告書は令和3年1月に発行する予定です。）

1. 旅行に関する割引キャンペーンの利用状況

約4割が旅行に関する割引キャンペーンを利用（9月末現在、予定も含む）

2. コロナ禍の旅行で必要な情報および入手ルート

コロナ禍に必要な旅の情報は感じ方に男女差、情報入手は公的サイトから

3. 仮想旅行体験の有無

仮想旅行体験（オンラインツアー、VRでの観光体験等）は約3割が希望、特に若年層に多い

4. 今後の観光旅行の予定

今後の宿泊観光旅行の希望は縮小
ワーケーションへの希望は若年層で1割強

1. 旅行に関する割引キャンペーンの利用状況

コロナ禍において旅行需要の回復策として実施されている旅行に関する割引キャンペーンを利用したか、または利用する予定があるかを複数回答可で聴取したところ、何らかのキャンペーンを「利用した・利用予定がある」と回答した人は36.7%となっている。

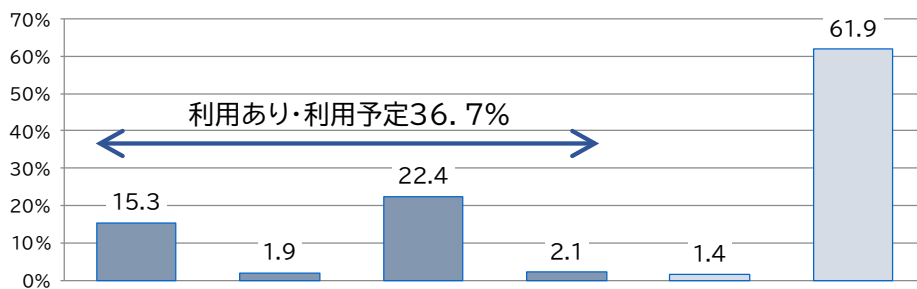
※本調査は9月25日～10月2日のGo To キャンペーンの対象に東京が含まれる直前に実施

実績・予定ともにビジネスよりも個人的な旅行（観光・帰省など）の利用が多い。

既に利用した人は男性20代、男性30代、女性20代で多く見られ、利用を予定している人は男性60代と男性70代以上が多い。（図1）

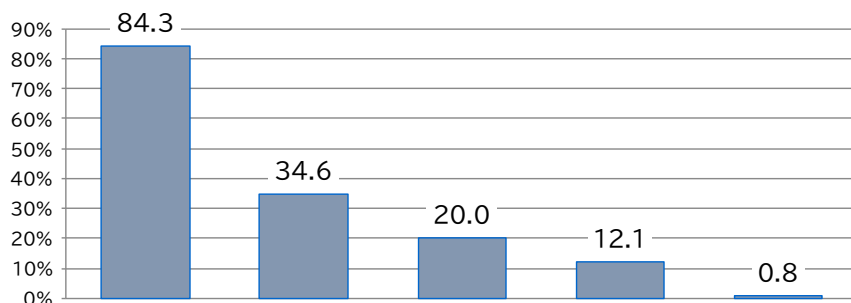
利用及び利用予定の割引キャンペーンの内容は、「Go To トラベルキャンペーン」が84.3%で最も多く、次いで、「都道府県等各自自治体が行っているキャンペーン（宿泊助成、クーポンなど）」（34.6%）となっている。（図2）

図1：割引キャンペーンの利用状況



		全体より+10pt以上	全体より +5pt以上	全体より -5pt以上	全体より-10pt以上	その他	これまで利用済み
n		個人観光に帰省旅行	出張・業務に	個人観光に帰省旅行	出張・業務に	その他	これまで利用済み
全体	20,000	15.3	1.9	22.4	2.1	1.4	61.9
男性計	9,932	15.9	3.1	24.3	3.3	1.0	59.4
10代	608	16.6	2.1	11.5	2.3	0.8	70.4
20代	1,228	21.9	5.0	21.0	3.2	0.4	57.7
30代	1,571	20.3	5.3	21.1	4.7	0.7	58.2
40代	1,860	15.3	3.3	21.2	4.0	0.6	62.2
50代	1,553	13.1	2.8	23.3	3.6	1.0	61.9
60代	1,786	13.8	1.8	30.8	3.0	1.5	55.3
70代以上	1,326	11.5	0.6	33.5	1.6	1.6	55.7
女性計	10,068	14.8	0.7	20.6	0.9	1.8	64.5
10代	594	16.5	1.2	13.3	2.4	1.0	69.2
20代	1,189	21.5	1.6	22.2	1.9	0.4	57.4
30代	1,524	17.9	0.8	17.8	1.1	1.4	64.3
40代	1,822	13.6	0.5	16.7	0.7	1.9	68.8
50代	1,553	12.4	0.4	21.0	1.1	1.5	66.6
60代	1,880	13.4	0.4	23.3	0.4	1.8	63.6
70代以上	1,506	11.5	0.3	26.1	0.2	3.6	61.9

図2：割引キャンペーンの利用内容



		G0	G1	G2	G3	その他
n		個人観光に帰省旅行	出張・業務に	個人観光に帰省旅行	出張・業務に	その他
全体	7,343	84.3	34.6	20.0	12.1	0.8
男性計	3,942	83.7	36.7	21.1	12.6	0.7
10代	175	78.9	26.3	18.9	10.9	0.0
20代	514	80.4	30.2	16.7	13.6	0.8
30代	645	82.5	37.4	20.6	14.0	0.0
40代	692	86.0	31.4	18.1	12.9	0.4
50代	576	82.6	33.5	21.9	12.3	1.2
60代	774	86.7	41.3	23.0	11.4	0.6
70代以上	566	83.9	48.2	26.3	12.2	1.4
女性計	3,401	85.0	32.2	18.8	11.5	0.9
10代	177	76.3	22.6	11.9	11.9	0.6
20代	503	85.5	27.4	14.3	13.5	0.0
30代	522	88.3	26.6	14.4	8.4	1.0
40代	533	87.1	33.6	16.1	11.3	0.8
50代	495	87.1	34.9	21.4	11.1	1.0
60代	651	85.1	34.7	22.0	11.2	1.4
70代以上	520	80.2	38.3	26.5	13.7	1.0

居住都道府県別にみると、利用した割合は、石川県（23.2%）、滋賀県（21.4%）、北海道（21.1%）、秋田県（20.8%）で高くなっており、利用予定の割合は、東京都（29.1%）で高くなっている。（表1）

表1：都道府県別：割引キャンペーンの利用状況

	n	個人的な旅行 (観光、帰省 など) にて利 用した	出張・業務な どの旅行にて 利用した	個人的な旅行 (観光、帰省 など) にて利 用する予定	出張・業務な どの旅行にて 利用する予定	これまで利用 したことがな く、今後利用 する予定もな い	その他
全体	20,000	15.3	1.9	22.4	2.1	61.9	1.4
北海道	868	21.1	2.1	17.4	2.8	61.6	1.0
青森県	210	8.1	1.0	16.2	5.2	73.3	1.0
岩手県	199	12.1	2.5	16.6	1.5	67.8	1.5
宮城県	368	18.8	2.2	16.6	1.9	62.0	1.6
秋田県	159	20.8	0.6	15.1	2.5	66.7	0.6
山形県	174	13.8	3.4	17.8	1.7	65.5	1.7
福島県	298	19.1	2.7	22.1	3.0	59.7	1.0
茨城県	462	15.2	0.6	24.2	0.9	60.2	1.5
栃木県	314	14.3	1.3	20.4	1.9	63.4	1.9
群馬県	308	17.5	0.3	16.6	1.0	66.2	1.6
埼玉県	1,175	14.6	2.0	21.1	2.0	63.2	1.5
千葉県	991	13.8	1.7	24.7	1.7	62.0	1.7
東京都	2,139	9.9	1.6	29.1	2.3	59.7	2.0
神奈川県	1,464	17.7	1.2	26.2	1.7	57.9	0.8
新潟県	363	17.6	2.2	18.7	1.9	63.9	1.4
富山県	165	13.9	1.8	16.4	3.0	66.7	1.2
石川県	181	23.2	2.2	19.3	2.2	61.3	0.0
福井県	122	13.1	2.5	13.9	1.6	68.9	2.5
山梨県	131	9.2	0.8	25.2	2.3	64.1	0.8
長野県	322	13.0	1.2	20.8	1.6	66.8	1.6
岐阜県	317	16.4	2.5	19.9	0.9	64.4	0.9
静岡県	581	14.3	1.9	20.8	1.5	64.0	1.5
愛知県	1,175	16.3	2.3	25.7	2.2	58.1	0.9
三重県	284	16.2	1.4	19.7	0.0	63.4	1.8
滋賀県	220	21.4	2.3	25.0	3.2	54.1	0.9
京都府	407	19.7	2.5	20.9	3.4	59.0	1.5
大阪府	1,390	17.2	2.5	24.4	2.8	59.1	0.9
兵庫県	867	17.0	1.2	22.3	1.8	61.8	0.9
奈良県	218	17.4	1.8	20.2	2.3	64.2	2.3
和歌山県	154	16.2	1.9	15.6	1.9	65.6	3.2
鳥取県	89	11.2	1.1	15.7	0.0	74.2	1.1
島根県	103	9.7	1.0	8.7	1.0	79.6	1.9
岡山県	296	13.5	2.0	24.0	0.7	62.5	0.3
広島県	443	14.2	1.8	23.3	2.0	62.5	0.7
山口県	218	16.5	2.3	20.2	3.2	66.1	0.9
徳島県	116	13.8	3.4	17.2	0.0	69.0	0.9
香川県	150	12.7	4.0	20.7	2.7	63.3	2.0
愛媛県	215	12.6	0.9	18.6	0.9	70.2	1.9
高知県	113	14.2	0.9	19.5	3.5	67.3	1.8
福岡県	797	16.2	2.6	25.5	3.9	55.2	2.5
佐賀県	128	9.4	2.3	22.7	0.8	68.8	1.6
長崎県	213	17.4	1.4	19.7	1.9	63.8	0.9
熊本県	275	12.4	1.1	18.5	1.8	66.5	1.8
大分県	179	16.8	2.2	20.1	1.7	61.5	1.1
宮崎県	170	11.2	2.4	21.8	4.1	66.5	0.6
鹿児島県	250	14.4	2.8	17.6	2.4	64.8	1.6
沖縄県	219	13.2	0.9	16.0	0.9	69.9	1.8

 : 全体より+10pt以上
 : 全体より +5pt以上
 : 全体より -5pt以上
 : 全体より-10pt以上

2. コロナ禍の旅行で必要な情報および入手ルート

コロナ禍において旅行先を決定する際にどのような情報が必要と感じるかを複数回答可で聴取したところ、「観光地(観光・商業施設、飲食店、街中など)の混雑状況」が52.4%で最も多く、次いで、「宿泊施設の混雑状況」(40.3%)、「観光地(観光・商業施設、飲食店、街中など)の感染症対策状況」(40.0%)となっている。

女性においては、前述の「観光地の感染症対策状況」が第2位、「宿泊施設の感染症対策状況」が第3位となっており、「感染症対策状況に関する情報が必要」との認識が強い。

また、混雑状況や感染症対策状況に加えて、旅行先の感染者数や医療体制についても、男性と比べて女性の回答率が高くなっており、男女間で必要とする情報に差がみられる。(図3)

それら必要な情報をどこから入手するかについては、「旅行先の自治体(行政)のホームページ」が50.0%で最も多く、次いで、「旅行先の観光協会のホームページ」(39.8%)、「観光・商業施設や宿泊施設の公式サイト」(36.8%)、「旅行会社のホームページ」(36.2%)となっている。(図4)

宿泊観光旅行に出かける前に参考にするものとしては(2019年度実績)、「インターネットの書込情報」(37.9%)、「旅行先の自治体のホームページ、観光地や施設の公式サイト」(33.0%)、「家族・友人の話」(30.1%)となっており、コロナ禍においては、その必要な情報を公的サイトから求める割合が高くなっている。

また年代別にみると、10代~30代においてSNSを使う傾向が見られるのに対し、70代以上では従来メディア(テレビ・ラジオ・新聞等)や対面情報が利用されている。

図3：コロナ禍において旅行先決定の際に必要な情報

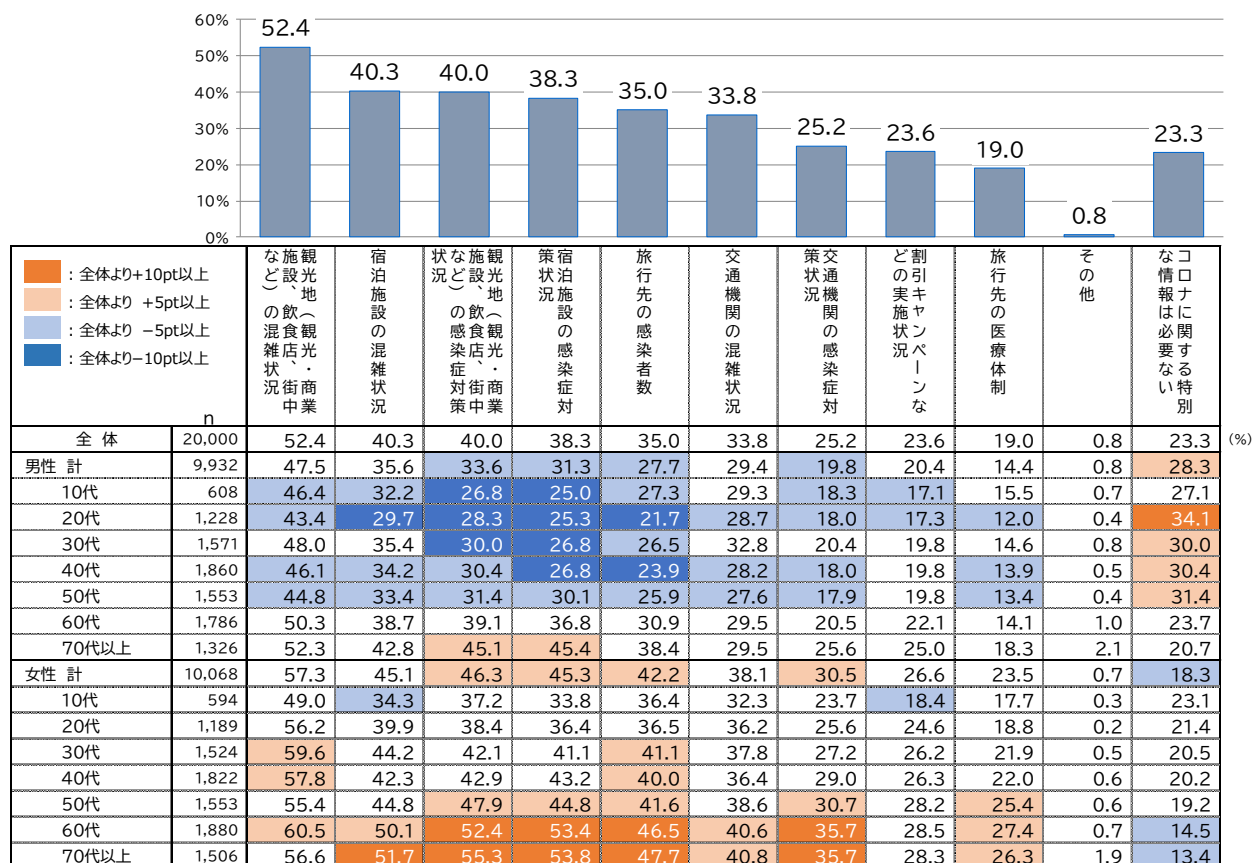
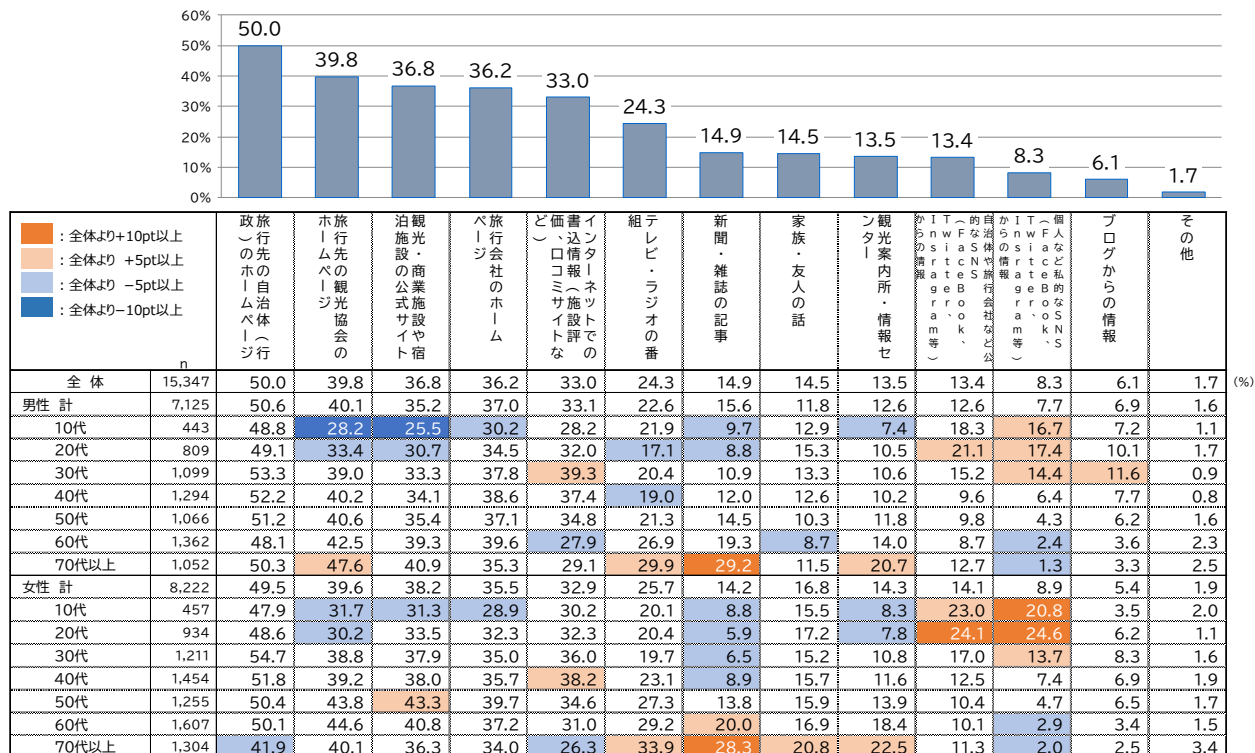


図4：コロナ禍において必要な情報の入手経路



3. 仮想旅行体験の有無

オンラインツアーやオンラインでのアクティビティ体験、VRでの観光体験など、実際に現地に行かずにオンライン上で旅行を楽しむ体験をしたことがあるか、または体験する予定があるかを聴取したところ、「体験したことがある」は2.4%にとどまるものの、「体験したことはないが、体験する予定はある」が2.0%、「体験したことはなく、現在予定はないが、体験してみたいと思う」が25.9%となっており、予定・意向を含めると約3割という結果になっている。（図5）

特に男性10代、20代において体験あり・予定・意向ありの割合が高くなっている。（図6）

また、旅行に対する好み、旅行の頻度別にみても、旅行が好きな人、旅行をよくする人において、体験、予定・意向の割合が高くなっている。（図7）

図5：仮想旅行体験の有無

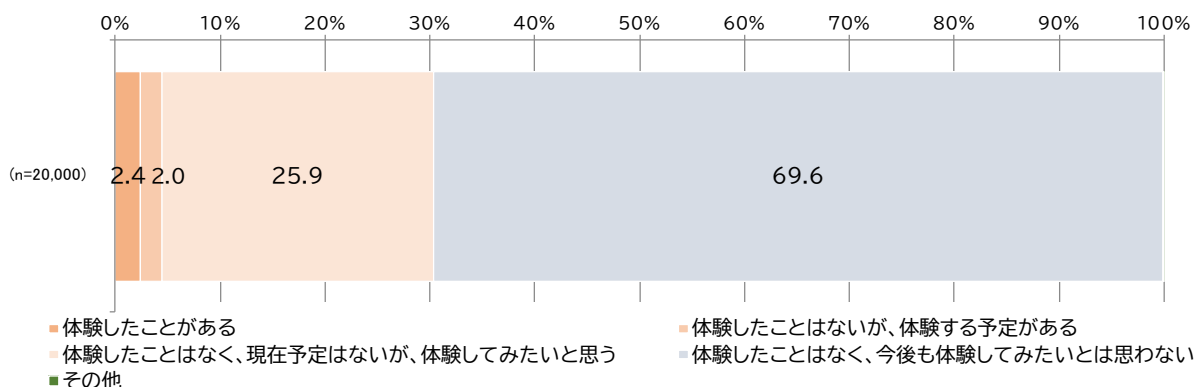
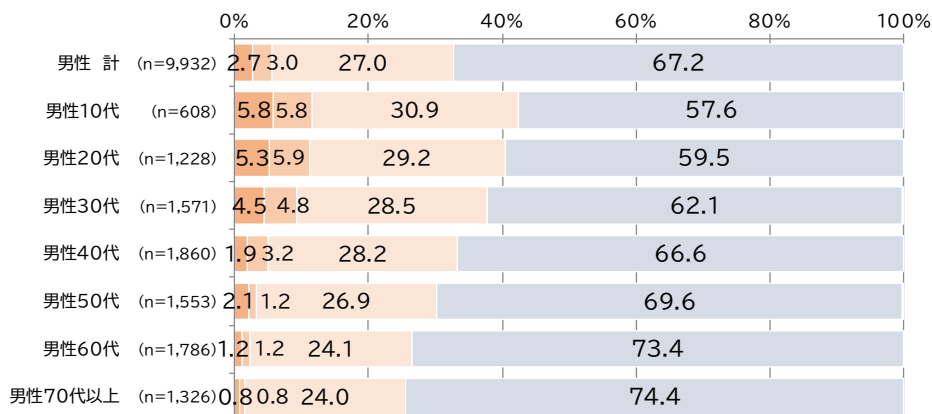
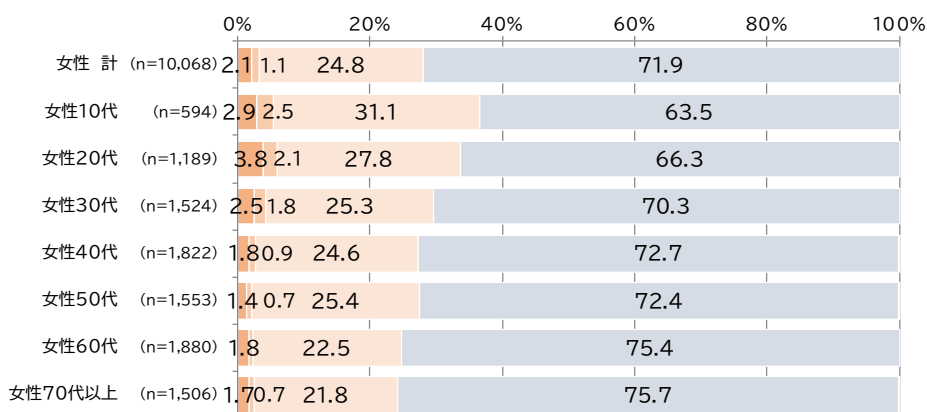


図6：性・年代別：仮想旅行体験の有無

【男性・年代別】



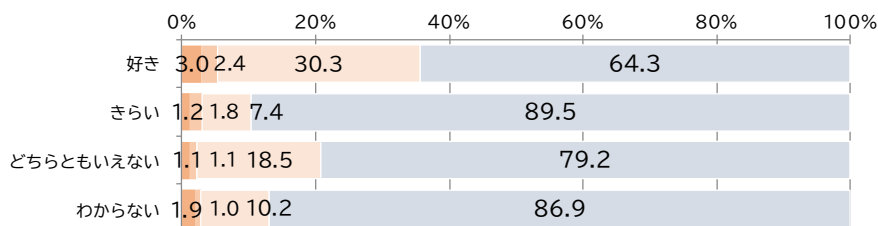
【女性・年代別】



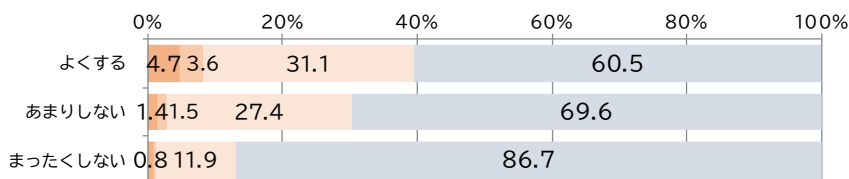
- 体験したことがある
- 体験したことはないが、体験する予定がある
- 体験したことはないが、現在予定はないが、体験してみたいと思う
- 体験したことはないが、今後も体験してみたいとは思わない
- その他

図7：旅行に対する好み、旅行頻度別：仮想旅行体験の有無

【旅行に対する好み別】



【旅行頻度別】



- 体験したことがある
- 体験したことはないが、体験する予定がある
- 体験したことはないが、現在予定はないが、体験してみたいと思う
- 体験したことはないが、今後も体験してみたいとは思わない
- その他

4. 今後の観光旅行の予定

今後 1 年ぐらいの間に泊りがけの国内観光旅行(スポーツを含む)を何回ぐらいしたいと思うかを聴取したところ、回数を回答した人に加えて、「したいが回数はわからない」を含めた『宿泊観光旅行の意向あり』の割合は 61.1%と、前回の 70.8%から 9.7 ポイント減少している。(図 8)

また、『宿泊観光旅行意向者』に宿泊観光旅行のタイプ・目的を提示し、その中からぜひ行きたいと思う旅行を 3 つまで選んでもらったところ、コロナ禍で注目を集めつつある「観光地やリゾートで働きながら休暇をとり、その地域で楽しむ(ワーケーション: ワーク+バケーション)」は 4.8%、「出張に合わせて休暇をとり、業務の前後に出張先等での旅行を楽しむ(ブレジャー: ビジネス+レジャー)」は 1.6%となっている。

性・年齢別にみると、ワーケーションについては、若年層において希望する割合が高くなっており、特に 10 代、20 代女性において高くなっている。(図 9)

職業・勤務先の休日数/月・取得した有給別にみると、ワーケーションは学生の割合が高く、ブレジャーは月の休日が 4 日以下において高くなっている。(図 10)

図 8：宿泊観光旅行の希望回数

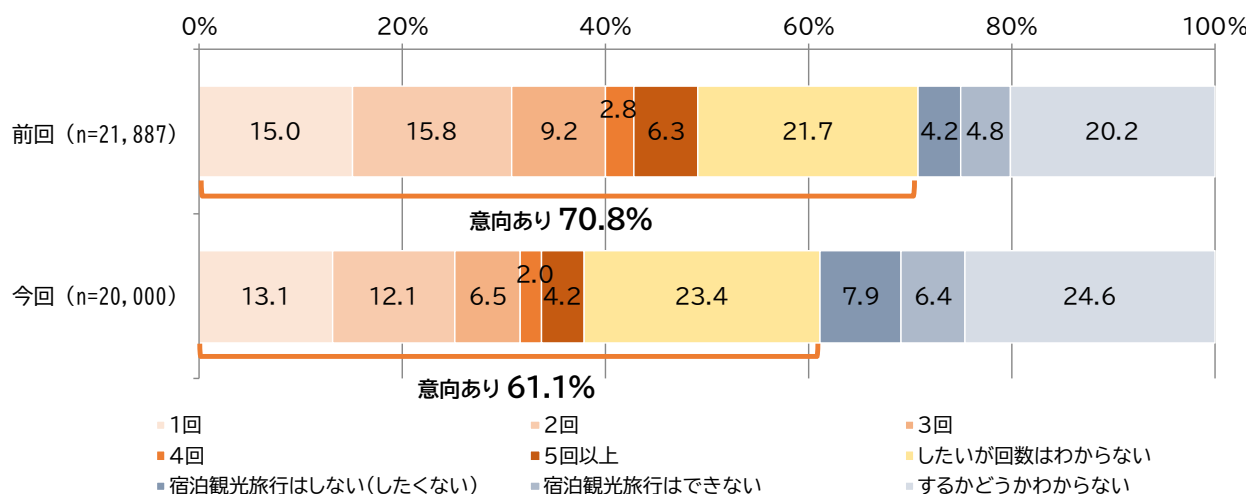
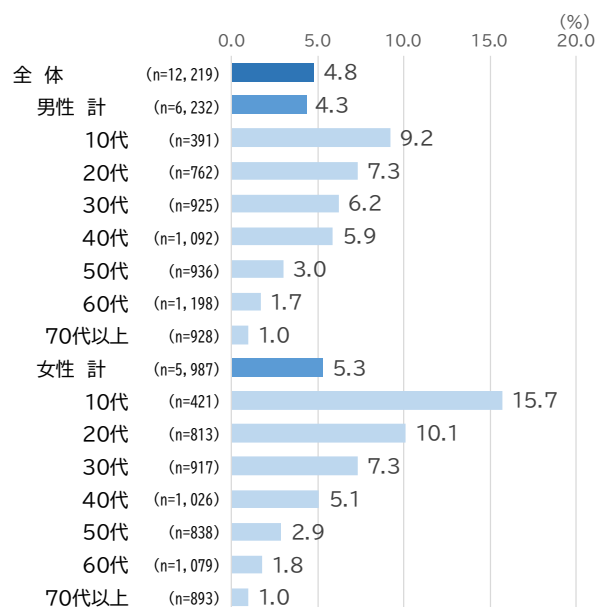


図 9：性年代別：希望する宿泊観光旅行の目的 (ワーケーション、ブレジャー)

【ワーケーション】



【ブレジャー】

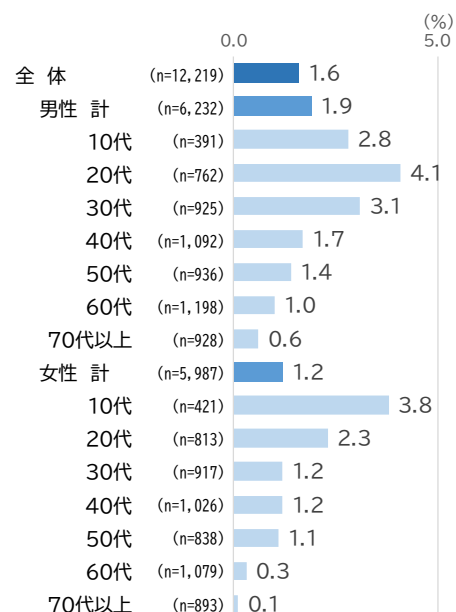
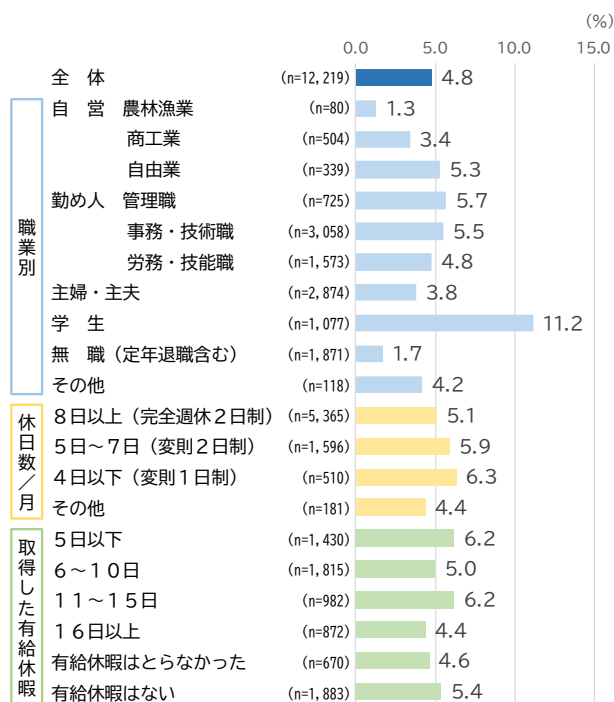
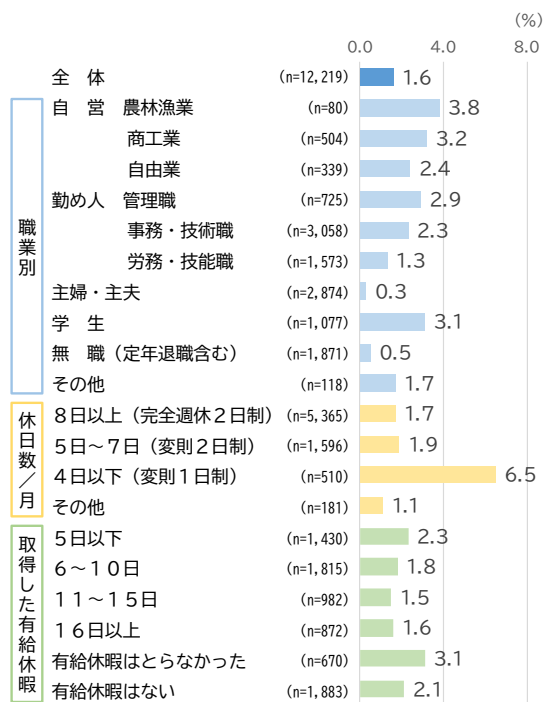


図 10：職業・勤務先の休日数/月・取得した有給別：希望する宿泊観光旅行の目的
(ワーケーション、プレジャー)

【ワーケーション】



【プレジャー】



■第 39 回 観光の実態と志向 調査概要

1. 調査目的 国民の観光旅行の動向を明らかにし、諸施策を推進するための基礎資料の作成を目的とする。
2. 調査項目
 - (1) 過去1年間(平成31年4月~令和2年3月：以下同様)の宿泊旅行の概要
 - (2) 過去1年間の宿泊観光旅行
 - (3) 今後の観光旅行の志向
 - (4) その他
3. 調査設計
 - (1) 対象地域 全 国 (47 都道府県)
 - (2) 調査の対象 インターネットモニター
 - (3) 対象者条件 15 歳以上の男女個人
 - (4) 設計標本数 20,000
 - (5) 標本抽出方法 都道府県別、性年代別人口構成比に準拠して割付 (平成27年度国勢調査結果を使用)
 - (6) 調査方法 インターネット調査
 - (7) 調査時期 令和2年9月25日~10月2日
4. 調査担当 株式会社サーベイリサーチセンター
5. 回収結果 有効回収数 20,000

【回答者プロフィール】

