

「観光旅行の実態に関する トレンド分析2017」

～第36回観光の実態と志向調査結果から～

公益社団法人日本観光振興協会

総合調査研究所

第36回 観光の実態と志向 調査概要

<調査時期>

- 平成29年9月末～10月上旬

<設計標本数>

- 10,000人（有効回収数：11,891人）

<調査項目>

- 過去1年間（平成28年4月～平成29年3月：平成28年度）の宿泊旅行の概要
- 過去1年間の宿泊観光旅行
- 今後の観光旅行の志向（今後1年間ぐらい）

Contents

1. トレンド分析

- (1) 全体傾向
- (2) 属性別傾向

2. 都道府県別満足度・再来訪意向度分析

- (1) 満足度
- (2) 再来訪意向

3. 特集：観光旅行とSNS

- (1) 旅行×情報源
- (2) SNS×現状・意向

1. トレンド分析 サマリー

【全体傾向】

- 観光旅行の参加率、参加回数については昨年度よりも減少したものの、長期的に見れば大きな変化はない。
- 今年観光旅行に参加しなかった理由において、「経済的な余裕がない」、「時間的余裕がない」が昨年度より増加。前者は減少傾向にあるが、後者は過去5年間で最高値を記録。
- 今後1年の参加意向は、参加希望率、平均参加希望回数ともに過去5年間で最低値となっている。

【属性別傾向】

- 性年代別にみると、ほとんどの年代で昨年度よりも参加率が減少。特に男性の若い世代で減少幅が大きい。参加意向については、女性70代以上を除くすべての年代において、昨年度よりも減少している。
- 世帯別では、夫婦だけの世帯において参加率が微増傾向にある。参加意向については、すべての世帯で過去5年間の最低値を記録。
- 雇用形態別では、派遣社員において参加率の減少幅が大きい一方、参加回数は増加傾向にある。参加意向は、派遣社員において大幅に減少しており、無職については減少傾向が見られる。

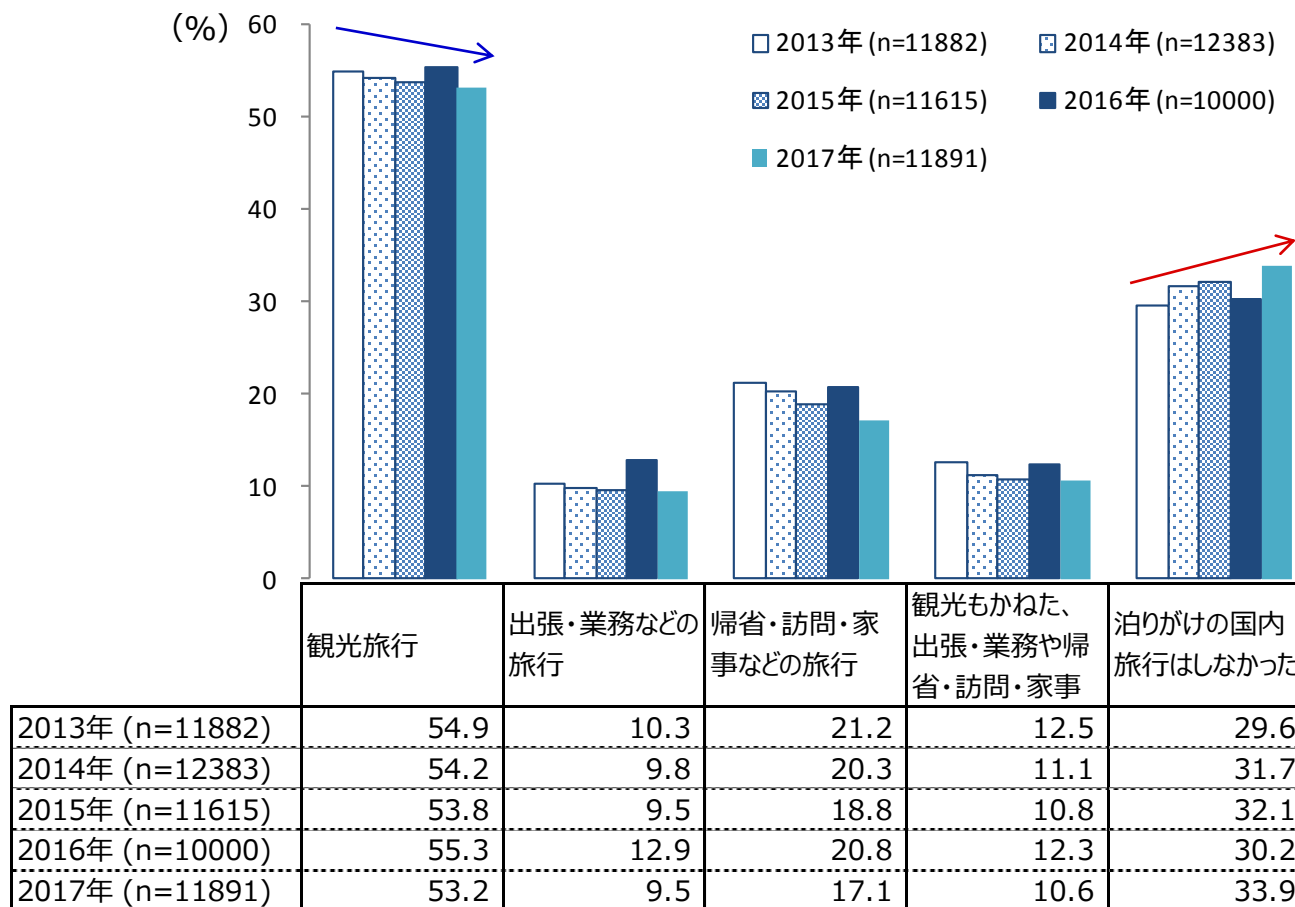
1. トrend分析

(1) 全体傾向

1.トレンド分析 (1) 全体傾向

① 宿泊旅行参加率の推移

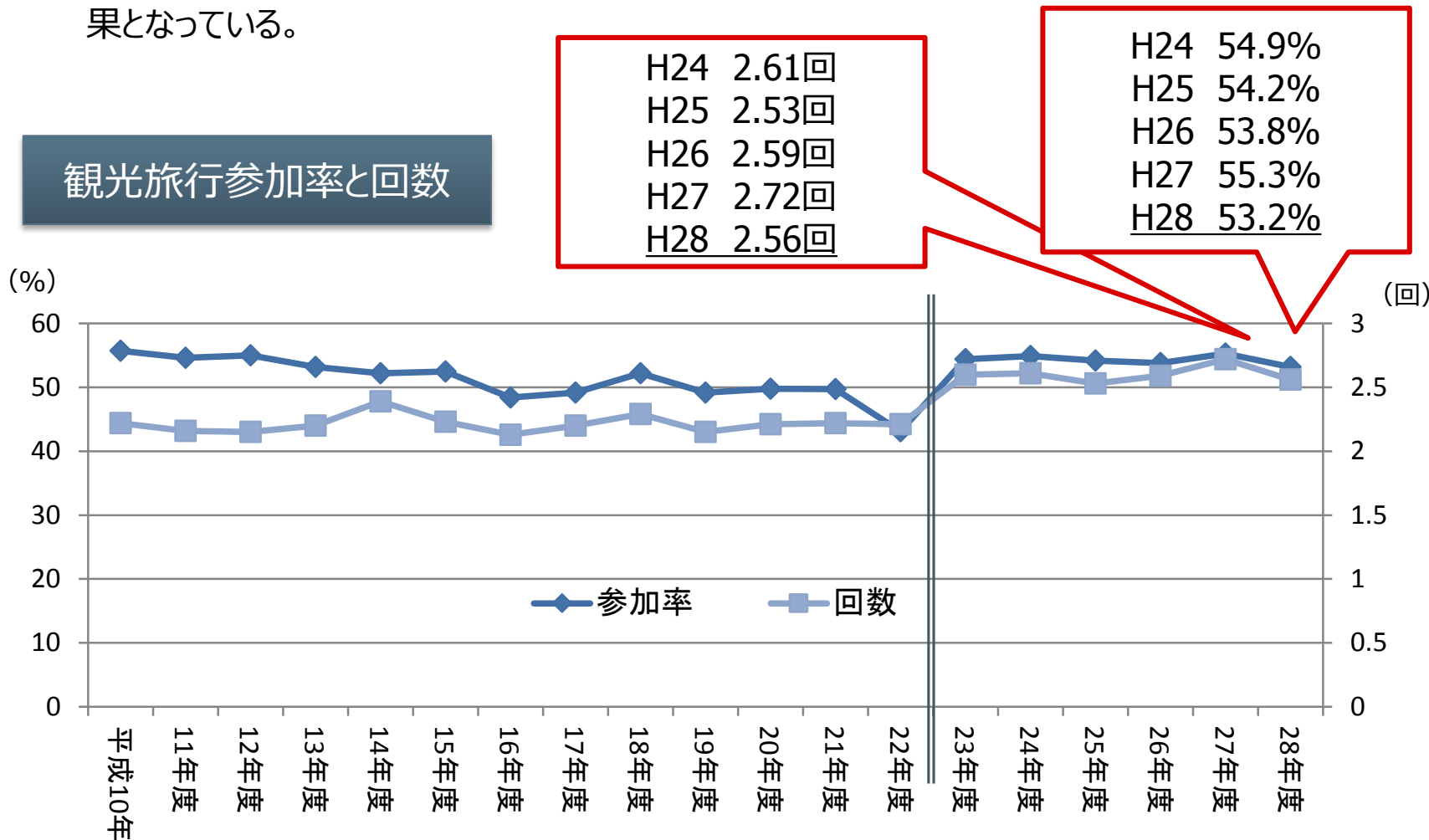
- 宿泊旅行の参加率の推移を見ると、宿泊旅行の参加内訳ではすべての項目で昨年度よりも減少しており、出張業務を除く3つの項目で、過去5年間のうち最低値を記録。
- 一方、「泊りがけの国内旅行はしなかった」の回答率は前回よりも3.7pt増加し、過去5年間で最高。



1.トレンド分析 (1) 全体傾向

② 参加率と参加者の参加回数 経年変化

- 参加率は、H27年度より2.1pt減少し、参加回数も0.16pt減少。
- 長期的に見ると大きな変化はないものの、過去最高を記録した昨年度からはどちらも減少する結果となっている。

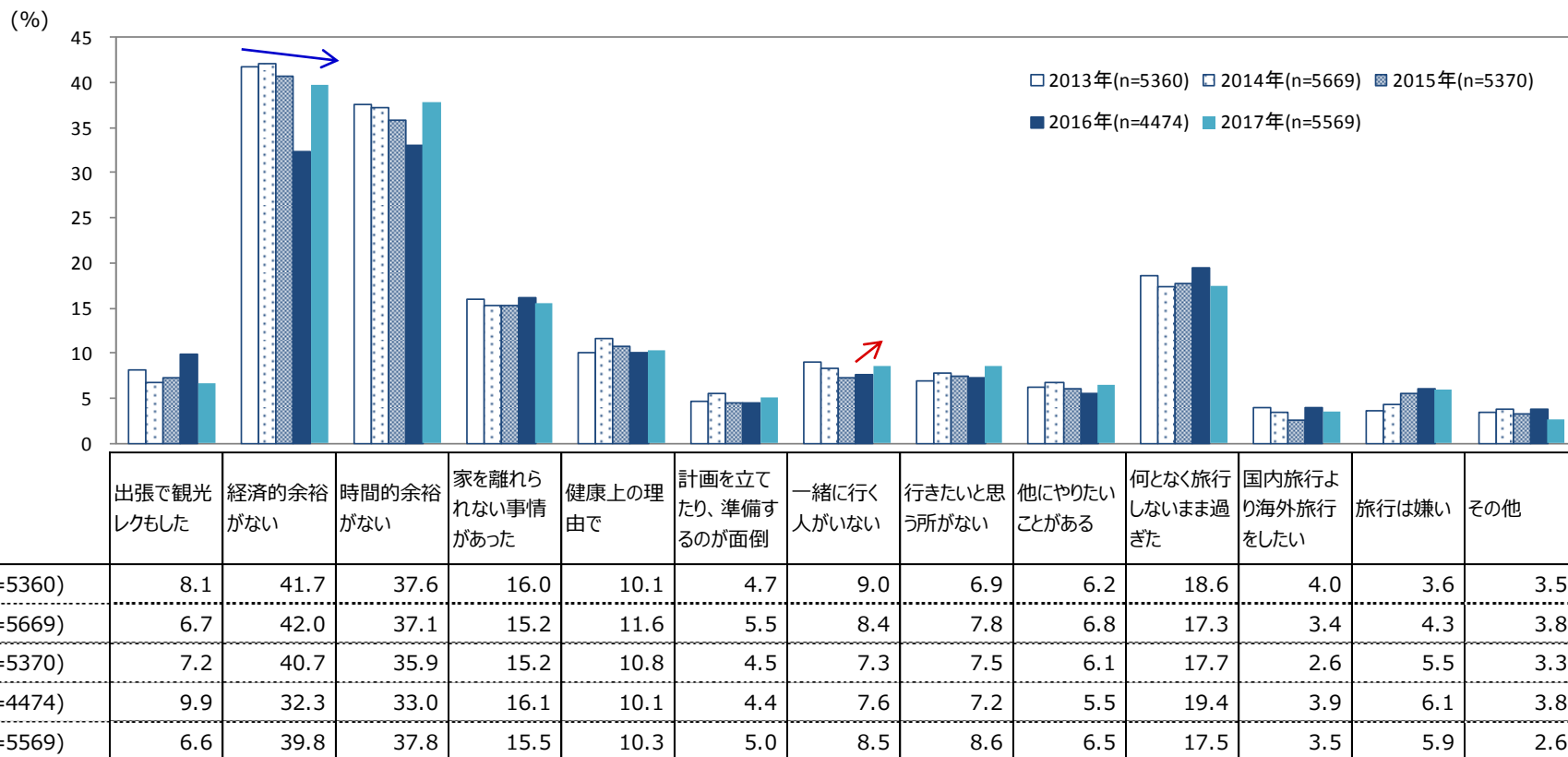


※ 本調査は、平成23年以降インターネット調査に切り替えて調査を行っている

1.トレンド分析 (1) 全体傾向

③ 今年観光旅行に参加しなかった理由

- 今年観光旅行に参加しなかった理由では、回答率が高い「経済的余裕がない」、「時間的余裕がない」が昨年度より大幅に増加。「経済的余裕がない」については長期的にみれば減少傾向だが、「時間的余裕がない」については、2017年は過去5年間で最高。
- 「一緒に行く人がいない」が2016年より1pt近く増え、微増傾向。
- 減少傾向にあった「行きたいと思う所がない」が2016年よりも1.4pt増加。

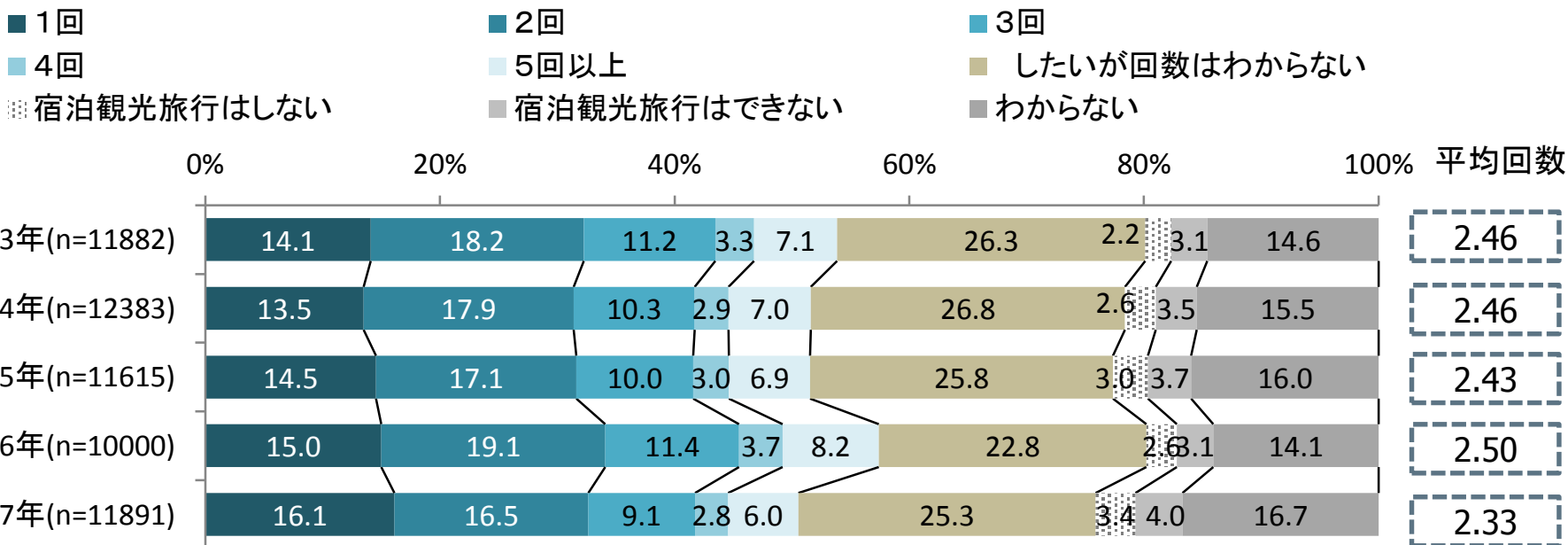


1.トレンド分析 (1) 全体傾向

④ 今後の参加意向 経年変化

- 今後1年間で希望する宿泊観光旅行の平均回数については、2016年より0.17pt減少し、過去5年間で最低値を記録。参加希望率についても75.8%で最低値。
- 回数は「1回」が増加し、2回以上は減少（いずれも過去5年間で最低値）。
- 「宿泊観光旅行はしない」「宿泊観光旅行はできない」の回答率は2016年より1.7pt増加し、過去5年間で最高値を記録。

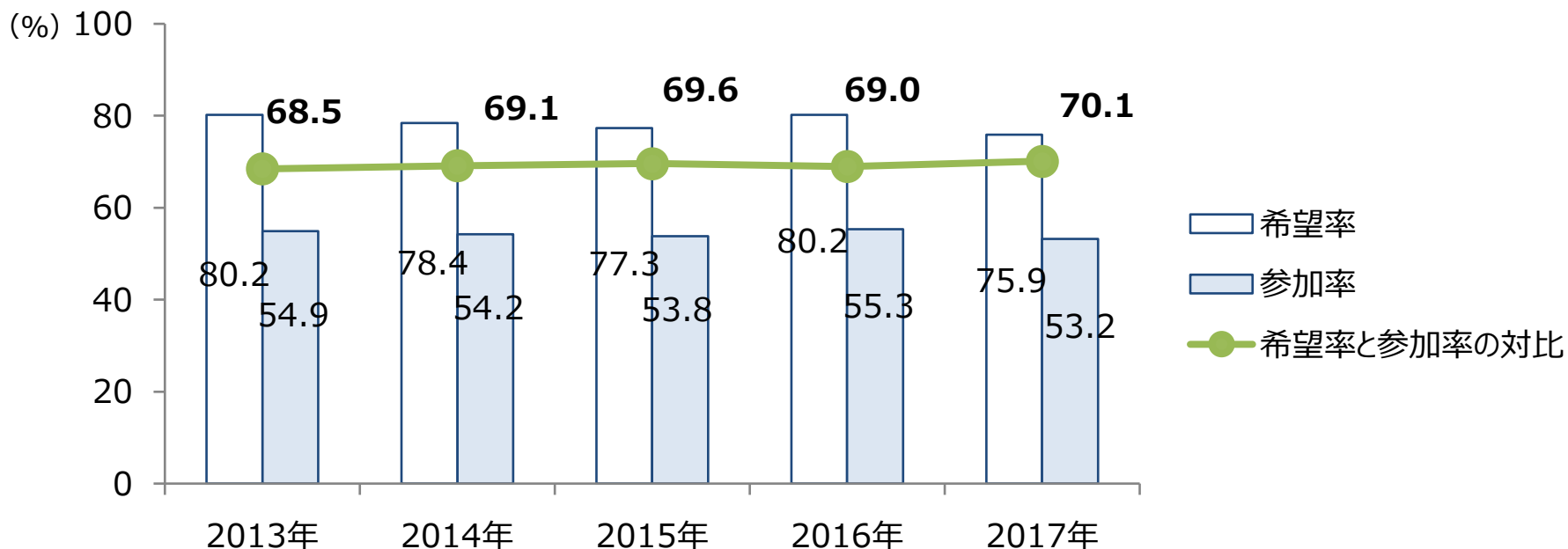
今後1年間の宿泊観光旅行



1.トレンド分析 (1) 全体傾向

⑤ 観光旅行参加率と希望率

- 旅行の参加率と希望率ともに2016年よりも減少し、ともに過去5年間で最低値を記録。特に2016年に回復した希望率は、4.3ptと大幅な減少。
- 希望率の大幅な減少により、希望率と参加率の対比を見ると2016年より増加している。「希望している人に対して参加している人の割合が高くなっている」=「希望と実態のギャップ」が狭まる傾向がみられる。



1. トレンド分析

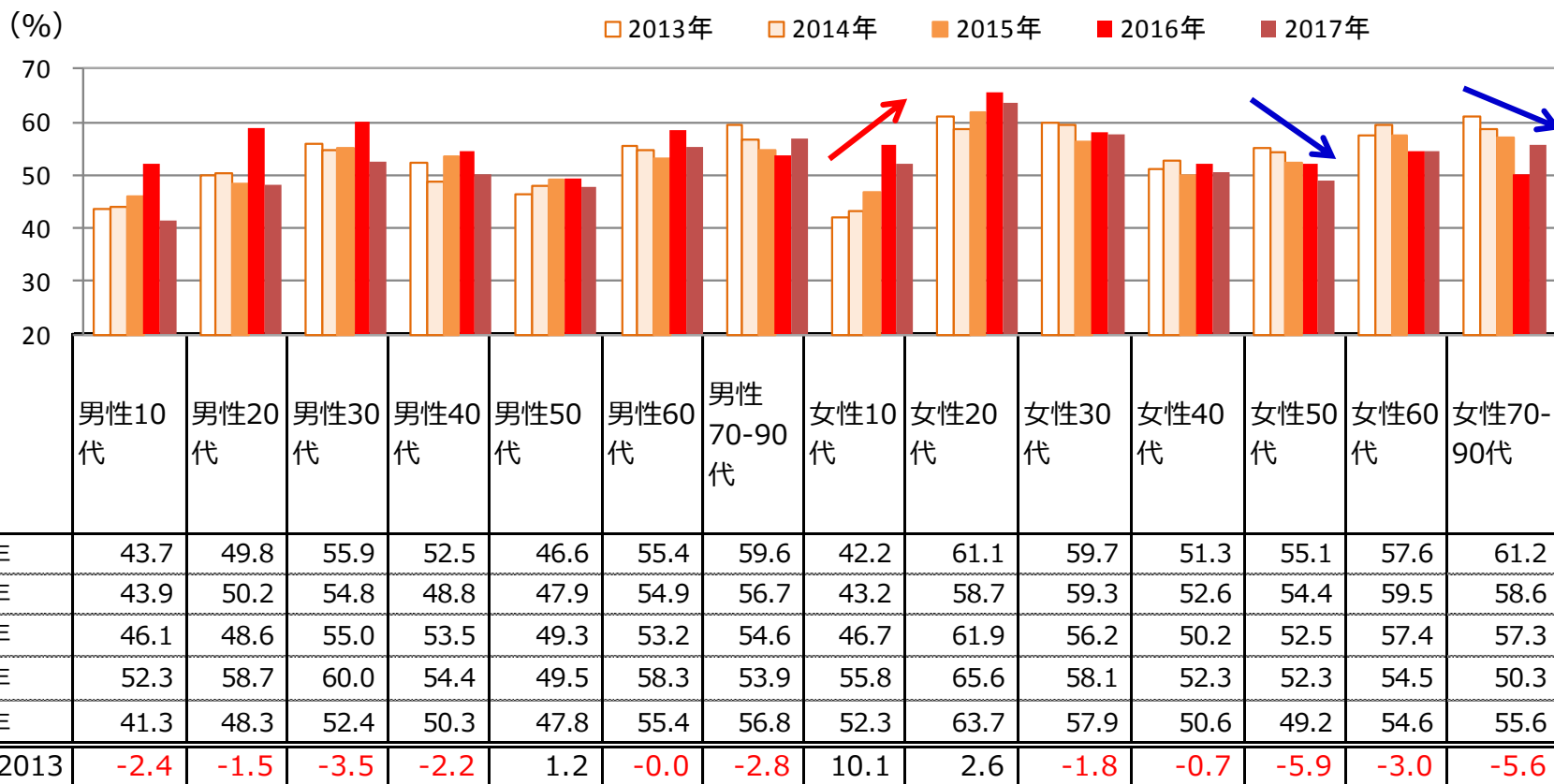
(2) 属性別傾向

1.トレンド分析（2）属性別傾向

① 参加率の変化と理由（性・年代別）

- 2016年に減少していた男性70代以上、女性60代以上は、2016年よりも増加、それ以外の年代では減少している。特に男性の10代、20代では10pt以上の減少。
- 女性の10代は長期的にみれば増加傾向。一方女性の50代、70代以上は減少傾向にある。

年代別観光旅行参加率

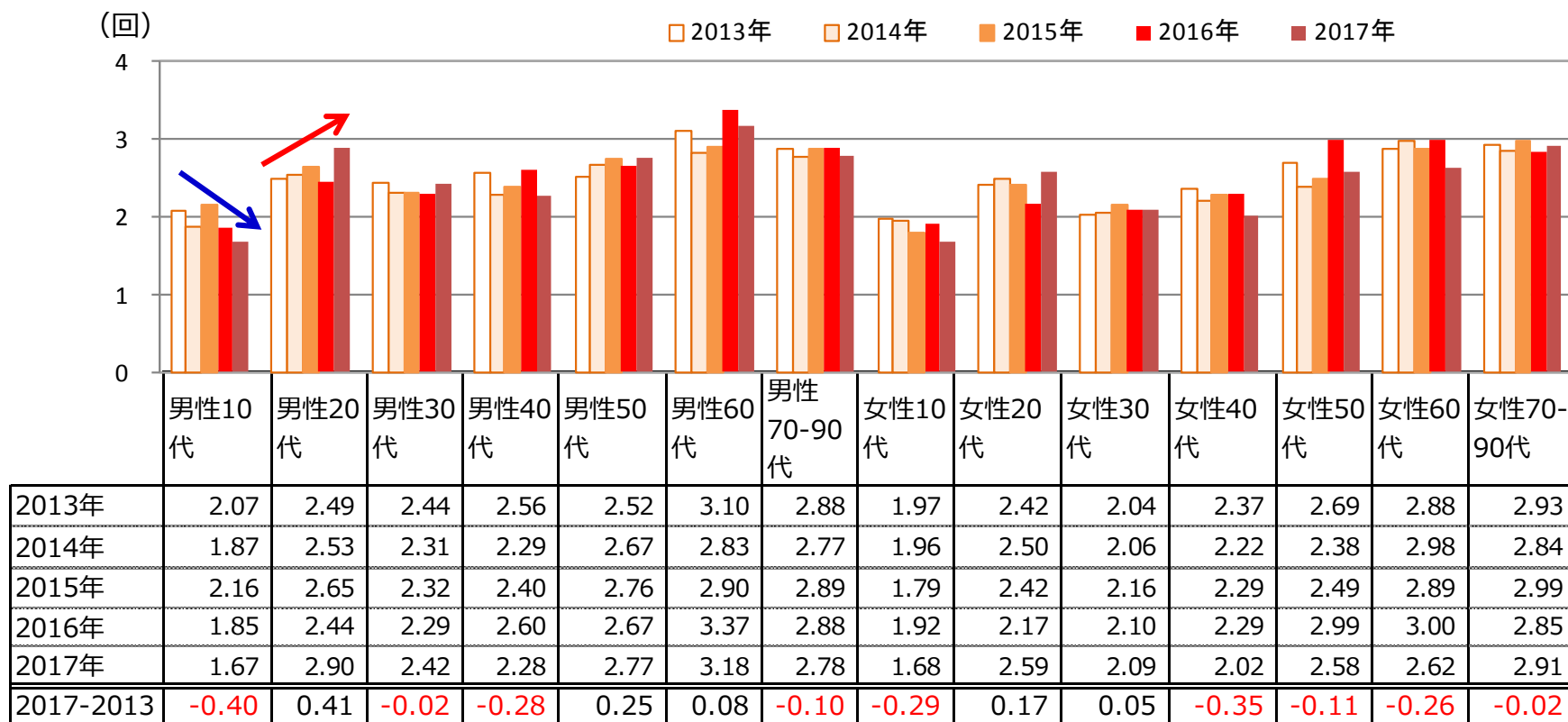


1.トレンド分析（2）属性別傾向

② 参加回数の変化（参加者）（性・年代別）

- 参加回数については、長期的にみれば大きな変化は見られない年代が多いが、男性20代や、女性50代のように、いくつかの年代では2016年と比べて0.4pt以上の差がある。
- 男性10代は参加回数が減少傾向にある一方で、20代では増加傾向がみられる。

性年代別観光旅行参加回数



1.トレンド分析（2）属性別傾向

③ 宿泊観光旅行に参加しなかった理由（性年代別）

- 「経済的余裕がない」において、2013年より5pt以上減少している年代が多い。「何となく旅行しないまま過ぎた」についても男女70代以上以外のすべての年代で減少している。
- 一方、女性はすべての年代で「時間的な余裕がない」が増加しており、特に10代では10pt以上の増加がみられる。「旅行は嫌い」については女性10代以外のすべての年代で増加している。

宿泊観光旅行に参加しなかった理由

※ 数値は、2017年-2013年の差分
■ : 2013年より5pt以上増加している
■ : 2013年より3pt以上増加している

※2017-2013のみ

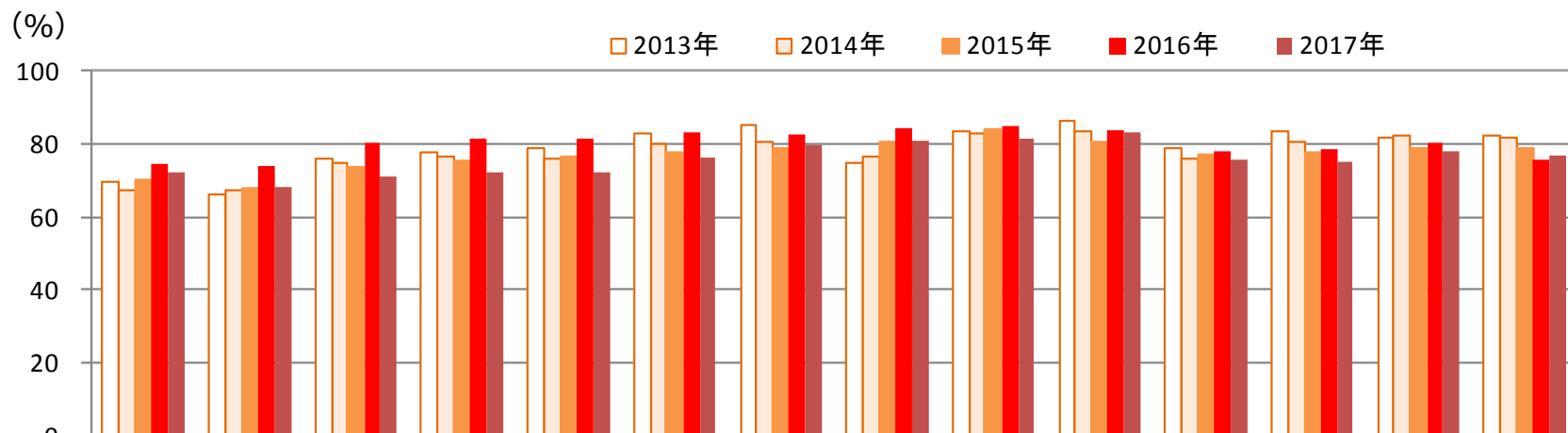
	出張で観光レクもした	経済的余裕がない	時間的余裕がない	家を離れられない事情があった	健康上の理由で	計画を立てたり、準備するのが面倒	一緒に行く人がいない	行きたいと思う所がない	他にやりたいことがある	何となく旅行しないまま過ぎた	国内旅行より海外旅行をしたい	旅行は嫌い	その他	
TOTAL	5569	-1.5	-1.9	0.2	-0.5	0.2	0.3	-0.5	1.7	0.3	-1.1	-0.5	2.3	-0.9
男性10代	199	0.4	-5.2	-4.9	-0.6	0.5	-2.2	0.9	-2.7	-1.7	-1.7	0.4	2.4	2.0
男性20代	372	0.1	-1.0	-0.9	2.0	3.3	-1.0	-0.5	0.6	-1.9	-2.8	0.6	2.5	-1.0
男性30代	386	-0.2	-1.7	0.7	0.4	-1.0	-2.6	-1.4	1.8	-0.8	-1.2	0.9	5.7	-0.7
男性40代	509	2.3	0.2	-1.6	0.9	2.7	1.5	-0.3	0.2	-1.2	-1.2	-0.4	1.3	-1.8
男性50代	454	-1.1	-5.1	-1.2	-3.2	-1.0	1.4	-3.5	0.1	2.1	-2.9	0.5	3.6	-1.7
男性60代	424	-0.2	-6.5	1.4	-3.8	-2.4	1.4	1.3	1.6	5.1	-0.9	-0.9	1.6	-1.4
男性70-90代	543	-5.5	3.1	1.2	1.3	-2.2	2.2	1.8	5.1	0.1	2.5	-1.6	2.7	-2.2
女性10代	155	-1.2	-7.6	10.8	-4.0	0.2	-3.8	-3.1	-0.7	1.5	-4.1	3.8	-0.8	-1.1
女性20代	239	-2.8	1.4	1.1	1.4	-0.9	-0.6	-4.4	8.9	2.8	-1.4	-0.1	3.0	-0.8
女性30代	342	-2.7	4.0	1.5	1.5	0.4	-0.2	-1.1	-0.9	1.7	-0.4	-3.5	3.9	-0.6
女性40代	493	-0.7	-4.1	2.5	0.0	0.8	1.7	1.7	2.8	-0.4	-5.5	-3.3	1.2	-0.6
女性50代	431	-3.6	4.8	3.2	-5.0	1.7	0.1	0.9	-1.3	-0.9	-1.2	-0.2	3.4	-1.6
女性60代	440	-2.4	-1.4	3.4	-2.1	-0.3	1.1	0.2	3.8	-0.5	-1.3	-3.7	0.6	0.4
女性70-90代	582	-2.0	0.3	0.4	-2.5	-6.1	0.7	-1.2	3.4	-0.9	1.3	3.7	1.7	-1.1

1.トレンド分析（2）属性別傾向

④ 今後の参加意向（性・年代別）

- 参加意向が最も高いのは女性30代。
- 女性の70代以上を除くすべての性・年代で2016年よりも参加意向が減少。
- 男女とも若い世代を除き、長期的に見て減少傾向にある。

性年代別観光旅行参加意向



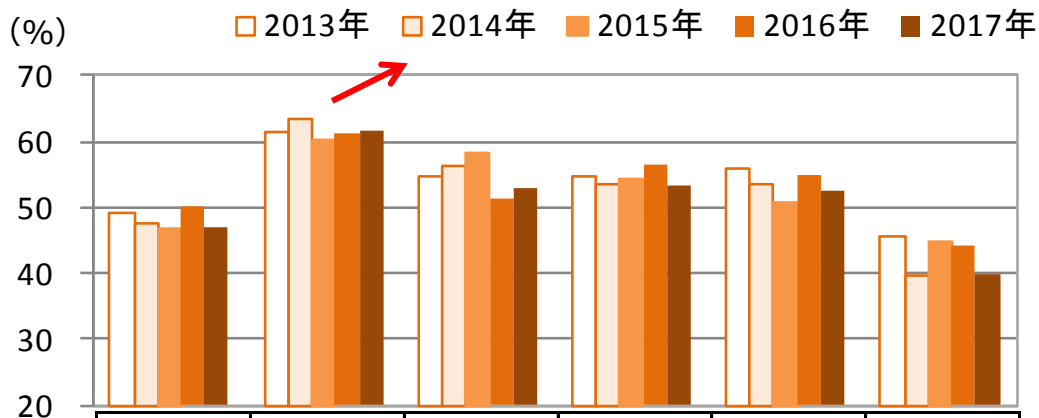
	男性10代	男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代	男性70-90代	女性10代	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代	女性70-90代
2013年	69.5	66.1	76.0	77.8	78.7	83.1	85.2	74.7	83.7	86.2	78.9	83.5	81.9	82.2
2014年	67.5	67.3	74.6	76.7	76.1	80.0	80.4	76.4	82.7	83.5	76.2	80.7	82.3	82.0
2015年	70.1	68.0	73.7	75.4	76.5	77.5	78.9	80.4	84.1	80.7	77.4	78.0	79.1	78.6
2016年	74.6	73.9	80.1	81.4	81.2	83.1	82.4	84.4	85.2	83.9	78.1	78.8	80.4	75.4
2017年	72.0	68.1	71.3	72.4	72.3	76.1	79.5	80.9	81.3	83.1	75.5	75.1	78.0	77.0
2017-2013	2.5	2.0	-4.7	-5.4	-6.4	-7.0	-5.7	6.2	-2.4	-3.1	-3.4	-8.4	-3.9	-5.2

1.トレンド分析（2）属性別傾向

⑤ 参加率の経年変化（世帯別）

- 旅行参加率は、夫婦だけの世帯で増加傾向。
- 一方で、増加傾向にあった夫婦と子ども世帯（2世代世帯）については、2016年よりも減少し過去5年間で最低となっている。

世帯別観光旅行参加率



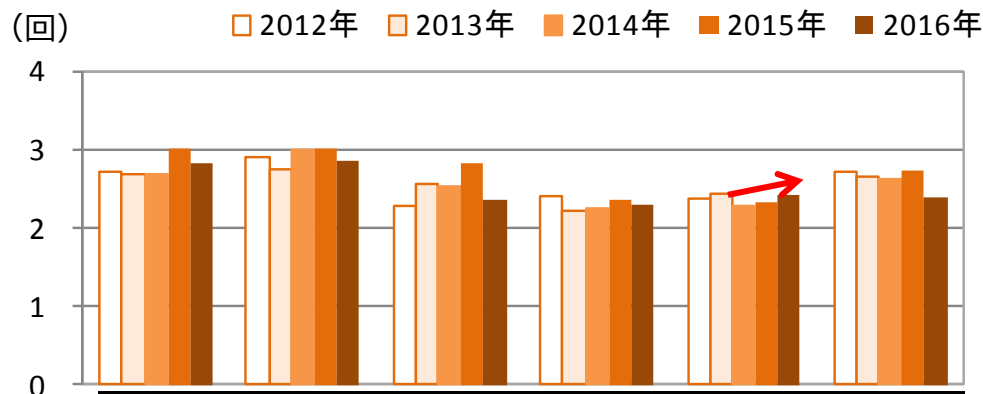
	単身世帯 (1人世帯)	夫婦だけの世帯 (1世代世帯)	夫婦と親の世帯 (2世代世帯)	夫婦と子どもの世帯 (2世代世帯)	親と夫婦と子どもの世帯 (3世代世帯)	その他
2013年	49.2	61.4	54.9	54.6	56.0	45.7
2014年	47.6	63.4	56.3	53.5	53.7	39.7
2015年	46.7	60.2	58.1	54.3	50.8	44.8
2016年	50.2	61.3	51.2	56.6	55.0	44.4
2017年	47.1	61.7	53.0	53.1	52.7	39.9
2017-2013	-2.1	0.3	-1.9	-1.5	-3.3	-5.8

1.トレンド分析（2）属性別傾向

⑥ 参加回数の変化（参加者）（世帯別）

- 親と夫婦と子どもの世帯（3世代世帯）で参加回数が微増傾向にある。
- 夫婦と親の世帯（2世代世帯）では長期的に見れば大きな変化はないものの、2016年に比べて参加回数が大きく減少している。

世帯別観光旅行参加回数



	単身世帯 (1人世帯)	夫婦だけの世帯 (1世代世帯)	夫婦と親の世帯 (2世代世帯)	夫婦と子どもの世帯 (2世代世帯)	親と夫婦と子どもの世帯 (3世代世帯)	その他
2013年	2.72	2.91	2.28	2.39	2.36	2.70
2014年	2.68	2.75	2.56	2.23	2.42	2.65
2015年	2.68	2.99	2.52	2.26	2.29	2.61
2016年	3.02	3.02	2.81	2.37	2.32	2.72
2017年	2.81	2.84	2.35	2.28	2.42	2.39
2017-2013	0.09	-0.07	0.07	-0.11	0.06	-0.31

1.トレンド分析（2）属性別傾向

⑦ 宿泊観光旅行に参加しなかった理由（世帯別）

- すべての世帯で「出張で観光レクもした」「一緒に行く人がいない」が減少。特に「一緒に行く人がいない」では親と夫婦と子どもの世帯（3世代世帯）で減少幅が大きい。
- 夫婦と親の世帯（2世代世帯）において「家を離れられない事情があった」が大きく減少。
- すべての世帯で「旅行は嫌い」が増加しており、特に夫婦と親の世帯（2世代世帯）、親と夫婦と子どもの世帯（3世代世帯）で大きく増加している。

宿泊観光旅行に参加しなかった理由

※ 数値は、2017年-2013年の差分
■ : 2013年より5pt以上増加している
■ : 2013年より3pt以上増加している

※2017-2013のみ

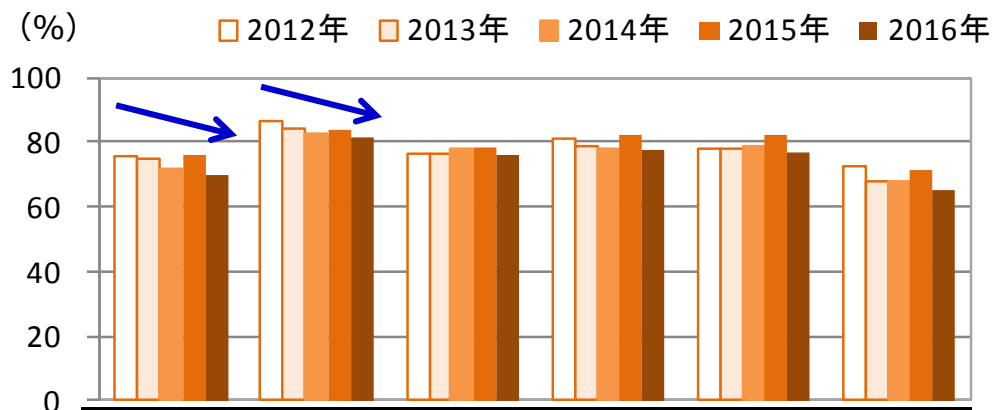
	出張で観光レクもした	経済的余裕がない	時間的余裕がない	家を離れられない事情があった	健康上の理由で	計画を立てたり、準備するのが面倒	一緒に行く人がいない	行きたいと思う所がない	他にやりたいことがある	何となく旅行しないまま過ぎた	国内旅行より海外旅行をしたい	旅行は嫌い	その他	
TOTAL	5569	-1.5	-1.9	0.2	-0.5	0.2	0.3	-0.5	1.7	0.3	-1.1	-0.5	2.3	-0.9
単身世帯（1人世帯）	1092	-1.3	-4.1	-1.1	0.3	0.9	-1.1	-0.4	0.7	-0.9	-2.1	0.4	2.4	0.7
夫婦だけの世帯（1世代世帯）	1262	-3.1	-0.1	1.2	1.5	-2.1	1.6	-0.2	4.2	0.7	-1.5	-1.0	2.3	-1.0
夫婦と親の世帯（2世代世帯）	357	-1.4	3.6	-2.9	-6.2	1.9	-0.5	-0.6	0.8	1.7	-3.7	0.5	3.7	0.5
夫婦と子どもの世帯（2世代世帯）	1873	-0.7	-4.0	0.2	-0.2	1.3	0.4	-0.5	1.2	0.1	-0.5	-1.2	1.3	-2.0
親と夫婦と子どもの世帯（3世代世帯）	304	-0.8	-1.7	2.1	-3.8	-3.3	-0.4	-3.3	-1.5	2.1	3.4	0.9	3.4	0.1
その他	681	-0.9	1.0	2.2	-0.4	0.2	-0.1	-1.3	1.3	-0.4	-2.1	-0.5	3.4	-1.6

1.トレンド分析（2）属性別傾向

⑧ 今後の参加意向（世帯別）

- 最も参加意向が高いのは夫婦だけの世帯（1世代世帯）。
- すべての世帯で過去5年間の最低値を記録。特に単身世帯（1人世帯）では2013年からの減少幅が大きく、夫婦だけの世帯（1世代世帯）とともにゆるやかな減少傾向にある。

世帯別観光旅行参加意向



	単身世帯 (1人世帯)	夫婦だけの世帯 (1世代世帯)	夫婦と親の世帯 (2世代世帯)	夫婦と子どもの世帯 (2世代世帯)	親と夫婦と子どもの世帯 (3世代世帯)	その他
2013年	75.4	86.1	76.4	80.7	78.2	72.8
2014年	74.6	84.2	76.2	78.9	78.0	68.2
2015年	71.8	82.4	78.2	78.2	79.0	67.9
2016年	76.2	83.4	78.5	81.9	82.1	71.1
2017年	69.5	81.4	75.8	77.7	76.4	65.5
2017-2013	-5.9	-4.7	-0.6	-3.0	-1.8	-7.3

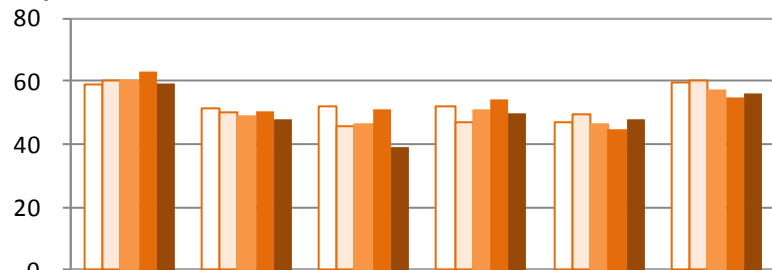
1.トレンド分析（2）属性別傾向

⑨ 参加率・参加回数の経年変化（雇用形態別）

- 参加率を雇用形態別に見ると、減少傾向にあった無職では2016年より参加率が増加しているが、それ以外はその他を除き減少。特に派遣社員の減少幅が大きい。
- 一方、参加回数においては派遣社員において増加傾向が見られ、唯一平均が3回以上となっている。

観光旅行参加率

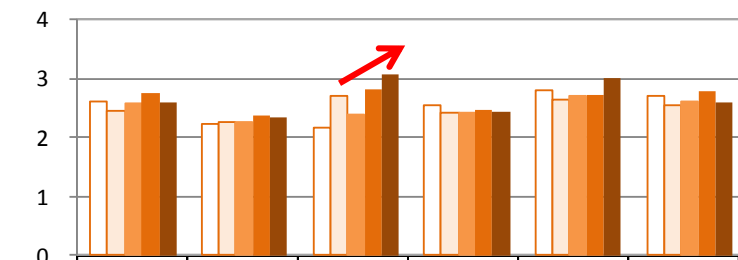
(%) 2012年 2013年 2014年 2015年 2016年



	正規の職員・従業員	パート・アルバイト	労働者派遣事務所の派遣社員	契約社員・嘱託	その他	無職
2013年	58.7	51.4	51.8	51.8	47.2	59.6
2014年	60.1	49.8	45.9	46.9	49.4	60.2
2015年	60.4	49.0	46.5	50.8	46.2	57.0
2016年	63.1	50.6	50.9	54.3	44.5	55.0
2017年	59.4	48.1	39.2	49.6	48.1	56.1
2017-2013	0.7	-3.3	-12.6	-2.2	0.9	-3.5

観光旅行参加回数

(回) 2012年 2013年 2014年 2015年 2016年



	正規の職員・従業員	パート・アルバイト	労働者派遣事務所の派遣社員	契約社員・嘱託	その他	無職
2013年	2.62	2.24	2.15	2.56	2.79	2.69
2014年	2.45	2.27	2.69	2.43	2.64	2.55
2015年	2.58	2.25	2.39	2.43	2.71	2.60
2016年	2.75	2.37	2.83	2.46	2.73	2.79
2017年	2.61	2.32	3.06	2.44	2.99	2.60
2017-2013	-0.01	0.08	0.91	-0.12	0.20	-0.09

1.トレンド分析（2）属性別傾向

⑩ 宿泊観光旅行に参加しなかった理由（雇用形態別）

- 派遣社員において各項目増減の幅が大きい。「出張で観光レクもした」「一緒に行く人がいない」においては10pt以上の減少、「経済的な余裕がない」では15pt以上の増加がみられる。
- 「経済的余裕がない」「時間的余裕がない」は正規の職員・従業員では減少しているものの、派遣社員や契約社員・嘱託では大幅に増加している。

宿泊観光旅行に参加しなかった理由

※ 数値は、2017年-2013年の差分
■ : 2013年より5pt以上増加している
■ : 2013年より3pt以上増加している

※2017-2013のみ

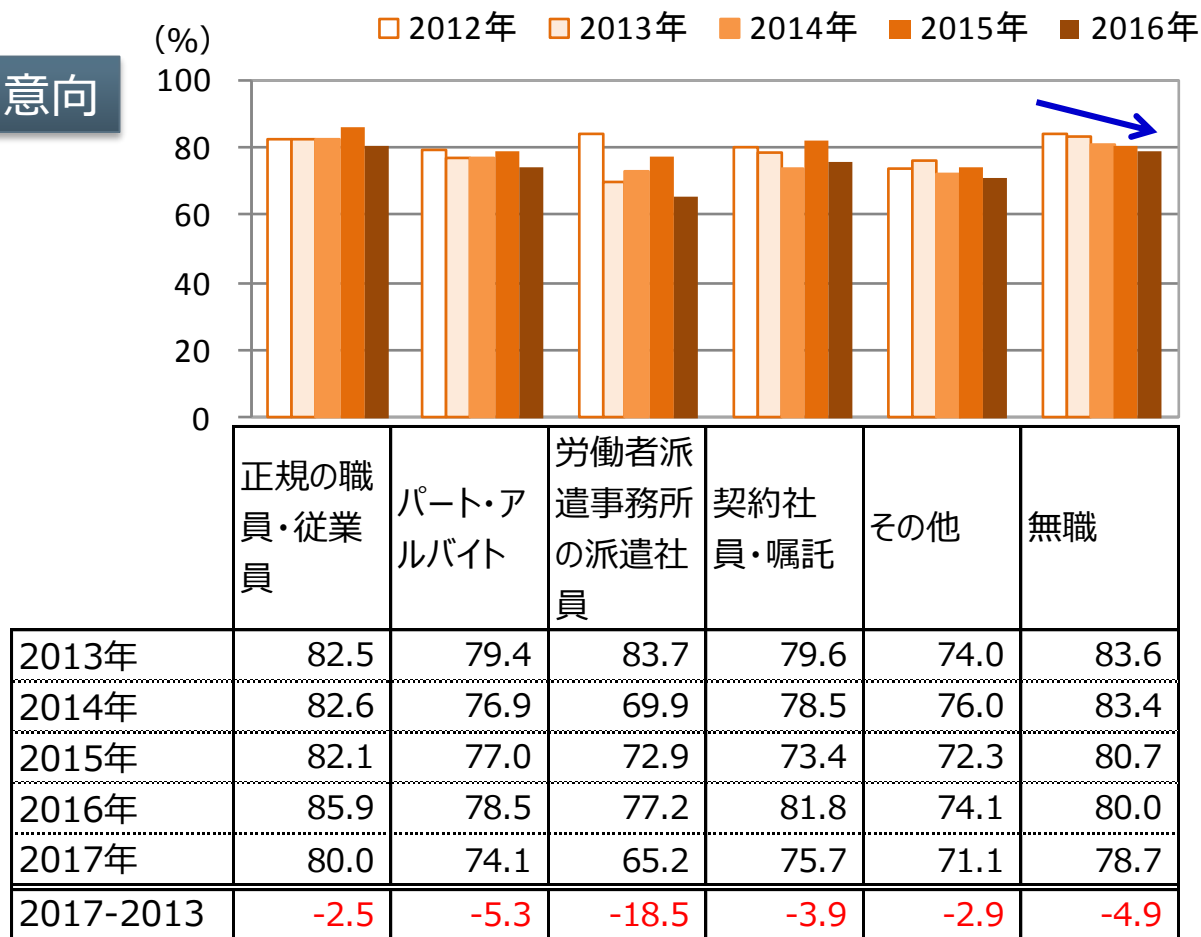
	出張で観光レクもした	経済的余裕がない	時間的余裕がない	家を離れられない事情があった	健康上の理由で	計画を立てたり、準備するのが面倒	一緒に行く人がいない	行きたいと思う所がない	他にやりたいことがある	何となく旅行しないまま過ぎた	国内旅行より海外旅行をしたい	旅行は嫌い	その他	
TOTAL	3715	-2.0	-2.3	-4.3	-1.4	3.5	0.9	0.1	2.4	1.0	-0.9	-0.9	2.9	-1.2
正規の職員・従業員	1391	-0.1	-2.6	-0.4	-0.2	-0.7	0.6	-0.2	-0.7	-0.7	-1.9	0.1	2.8	-1.0
パート・アルバイト	800	-1.1	-1.1	0.8	1.2	1.6	-0.1	-0.9	1.0	1.6	-1.4	-1.4	2.6	-0.3
労働者派遣事務所の派遣社員	110	-10.3	15.6	3.5	2.1	5.8	2.0	-10.9	1.5	-9.2	-4.0	-8.2	1.6	-2.9
契約社員・嘱託	228	1.1	4.3	8.1	-5.3	1.6	-0.5	-1.3	3.7	-1.6	-3.5	-0.1	0.2	0.0
その他	203	-0.2	-1.2	0.8	-2.6	-3.2	-1.1	-2.2	1.8	5.2	0.4	-0.2	2.3	-5.1
無職	983	-2.3	-2.7	1.5	-2.1	-0.3	1.1	0.0	4.4	0.7	0.0	-0.8	1.2	-2.1

1.トレンド分析（2）属性別傾向

⑪ 今後の参加意向（雇用形態別）

- 参加意向が最も高いのは、正規の職員・従業員。
- 派遣社員では、2013年からの減少幅が大きい。
- 無職では参加意向が減少傾向にある。

雇用形態別観光旅行参加意向



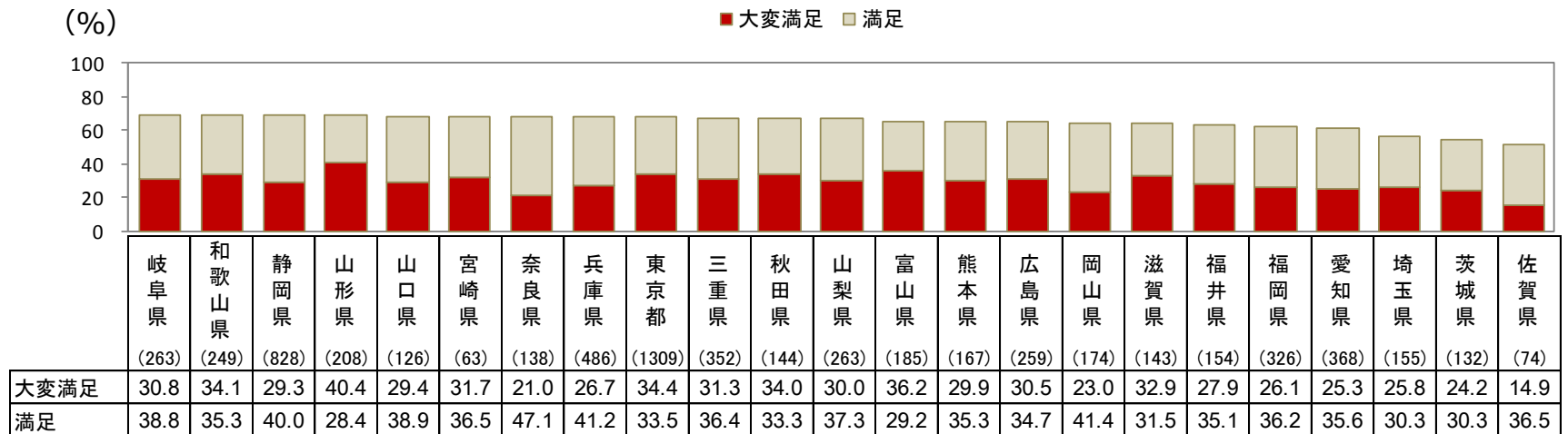
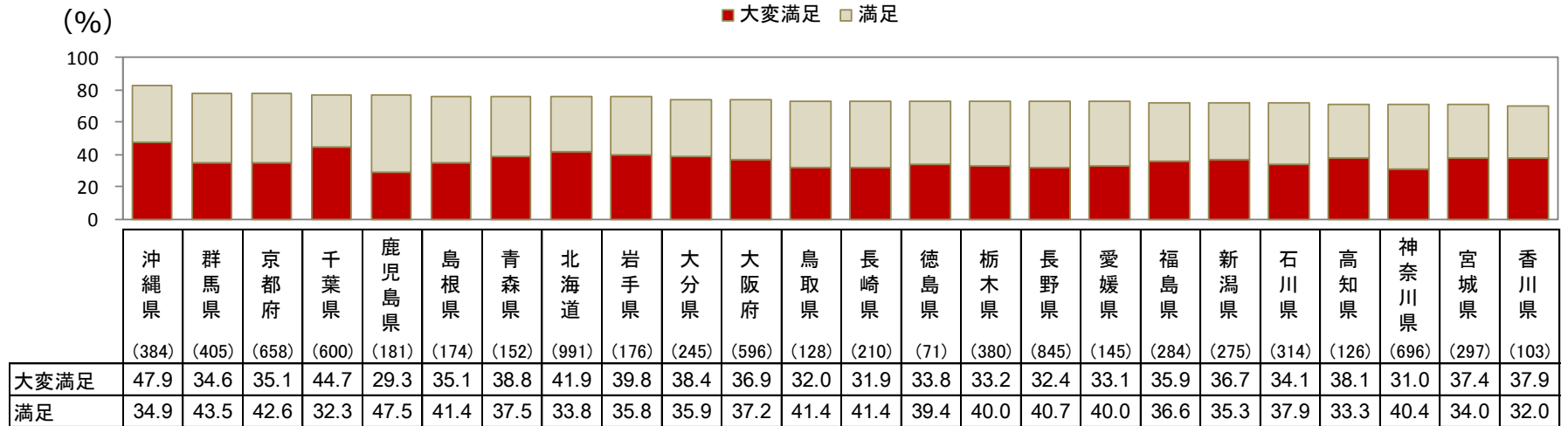
2. 都道府県別満足度・再来訪意向度分析

(1) 満足度

2.都道府県別分析 都道府県別満足・再来訪意向度分析 (1) 満足度

① 都道府県別満足度【母数：来訪回数回答者】

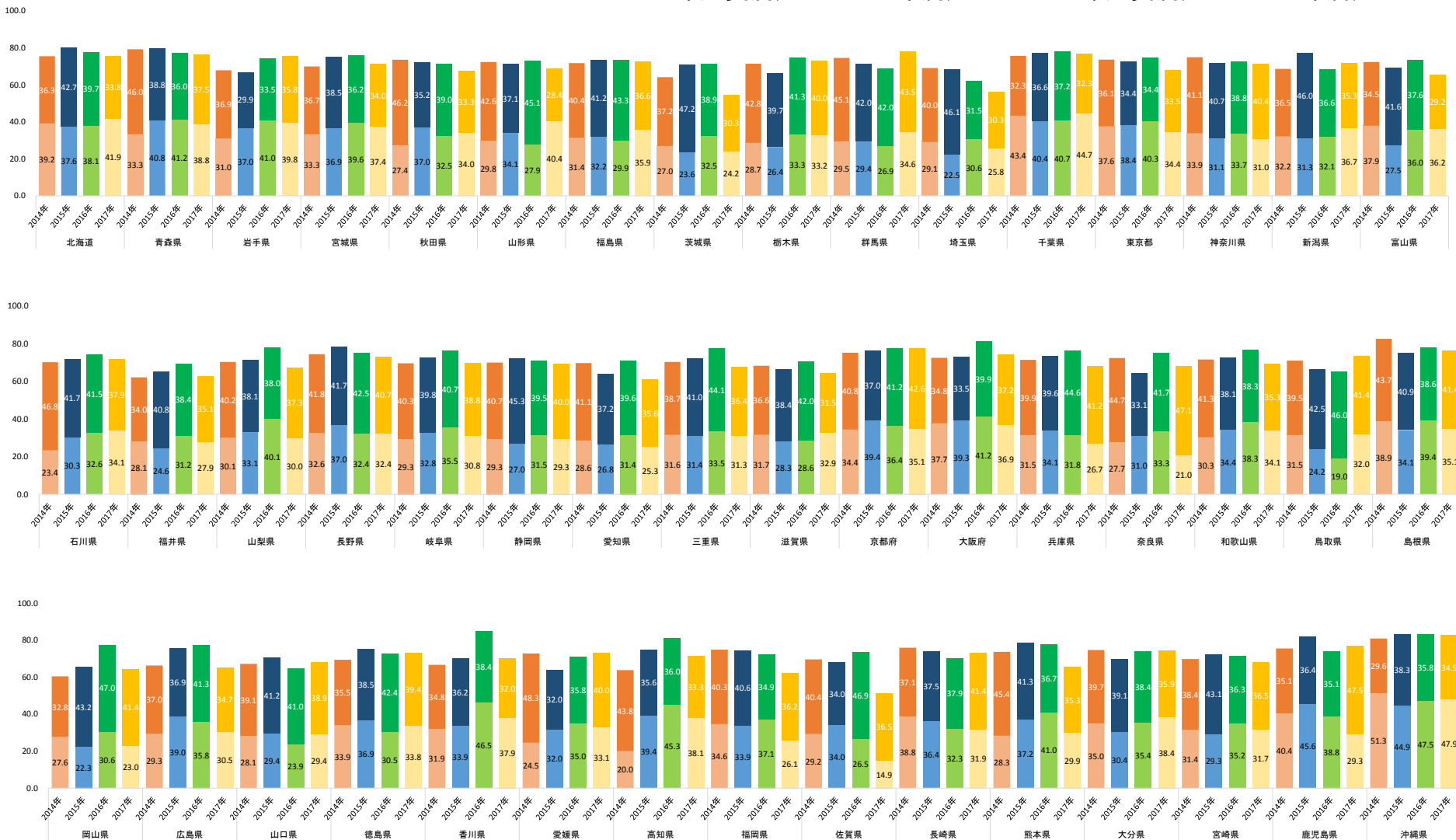
- 満足度（大変満足＋満足）が最も高いのは沖縄県、次いで群馬県という結果。
- 「大変満足」のみを見ると、沖縄県、千葉県、北海道、山形県においては40%以上を記録。



2.都道府県別分析 都道府県別満足・再来訪意向度分析 (1) 満足度

② 都道府県別満足度の経年変化

■ 2014年大変満足 ■ 2014年満足 ■ 2015年大変満足 ■ 2015年満足
■ 2016年大変満足 ■ 2016年満足 ■ 2017年大変満足 ■ 2017年満足



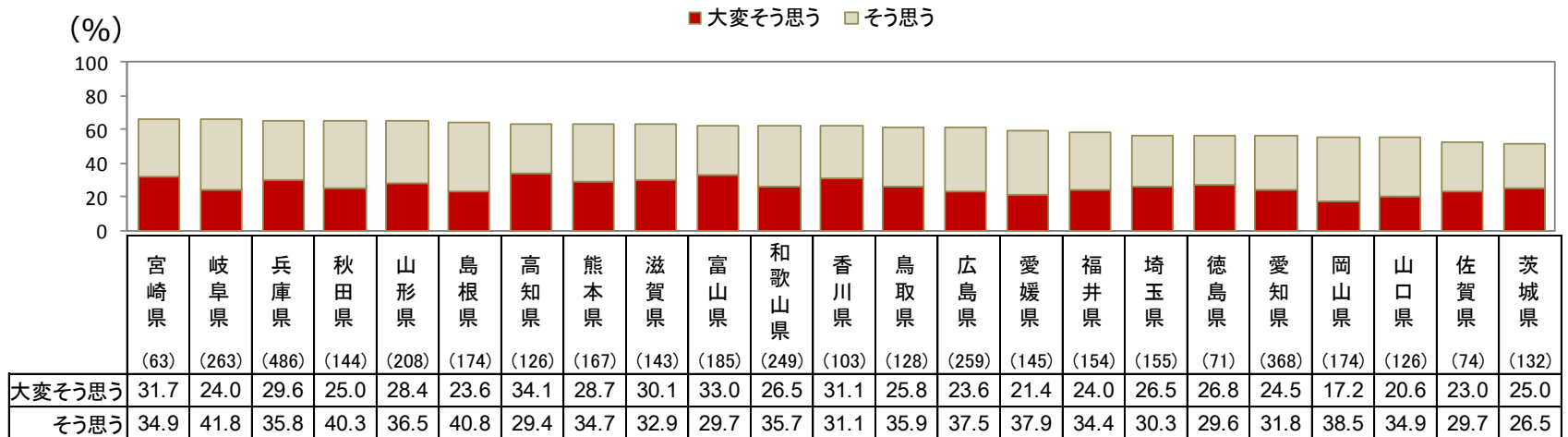
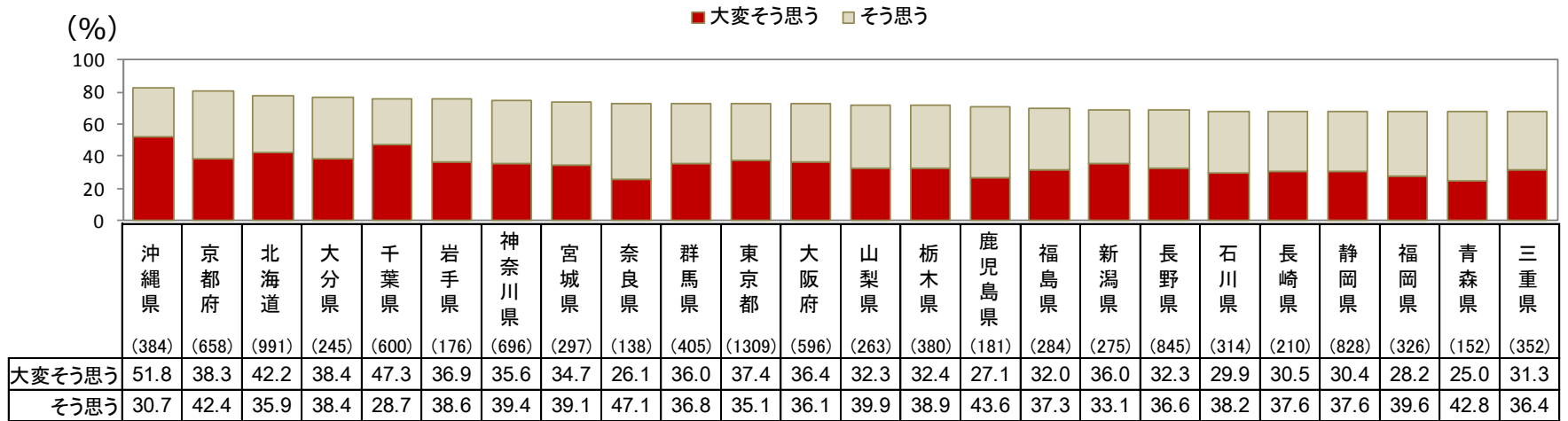
2. 都道府県別満足度・再来訪意向度分析

(2) 再来訪意向

2.都道府県別分析 都道府県別満足・再来訪意向度分析 (2) 再来訪意向

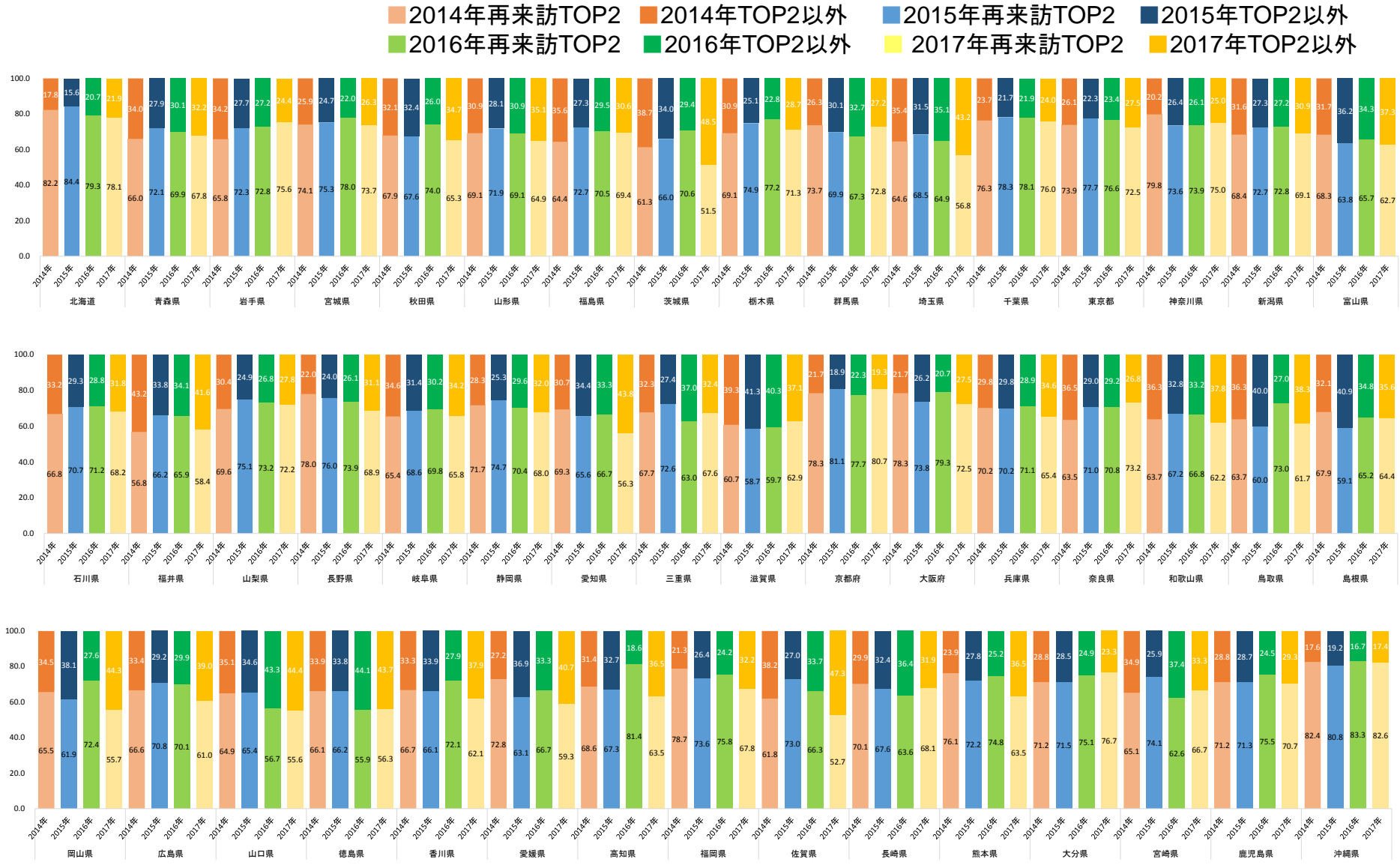
① 都道府県別再来訪意向【母数：来訪回数回答者】

- 再来訪意向（大変そう思う＋そう思う）が最も高いのは沖縄県、次いで京都府、北海道という結果。
- 満足度同様、沖縄県が最も高いが、必ずしも満足度と再来訪意向が比例の関係にない。



2.都道府県別分析 都道府県別満足・再来訪意向度分析 (2) 再来訪意向

② 都道府県別再来訪意向の経年変化



3. 特集：観光旅行とSNS

(1) 旅行×情報源

3. 特集：観光旅行とSNS (1) 旅行×情報源

① 旅行を検討する際に参考とする情報源

- 男性60代以上、女性10代および60代以上を除き、「インターネットでの書込情報」が最も利用されている。
- 女性の10代、20代では「SNS」を旅行を検討する際に参考としている。

	男性10代 (n=253)	男性20代 (n=549)	男性30代 (n=668)	男性40代 (n=857)	男性50代 (n=735)	男性60代 (n=841)	男性70~90代 (n=1148)
1	インターネットでの書込情報 39.9	インターネットでの書込情報 48.1	インターネットでの書込情報 50.4	インターネットでの書込情報 53.8	インターネットでの書込情報 46.1	ガイドブック 37.7	パンフレット 36.8
2	携帯電話・スマートフォン 37.5	ガイドブック 43.4	ガイドブック 43.7	ガイドブック 41.4	インターネットでの書込情報 41.2	ガイドブック 37.7	ガイドブック 36.0
3	ガイドブック 37.2	携帯電話・スマートフォン 33.7	旅行専門雑誌 27.5	パンフレット 23.6	インターネットでの広告 30.3	インターネットでの広告 33.5	インターネットでの広告 32.4
4	家族・友人の話 36.0	家族・友人の話 30.2	家族・友人の話 27.4	旅行専門雑誌 22.4	パンフレット 24.5	パンフレット 31.4	新聞・雑誌の記事 27.8
5	パンフレット 24.5	旅行専門雑誌 28.6	パンフレット 23.2	家族・友人の話 20.5	旅行専門雑誌 22.0	テレビ・ラジオの番組 23.5	インターネットでの書込情報 26.1

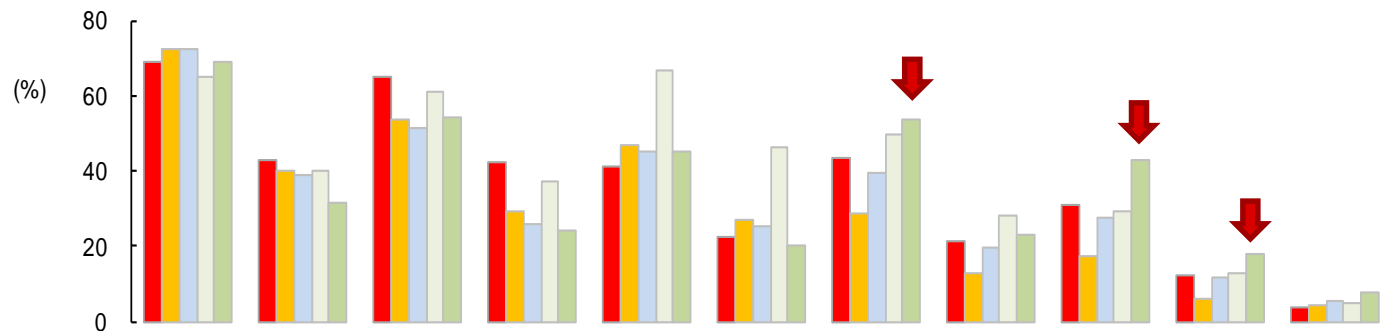
	女性10代 (n=257)	女性20代 (n=566)	女性30代 (n=711)	女性40代 (n=829)	女性50代 (n=732)	女性60代 (n=883)	女性70~90代 (n=1206)
1	ガイドブック 45.1	インターネットでの書込情報 53.2	インターネットでの書込情報 57.1	インターネットでの書込情報 53.9	インターネットでの書込情報 48.9	ガイドブック 39.1	家族・友人の話 40.2
2	携帯電話・スマートフォン 42.0	ガイドブック 51.6	ガイドブック 54.4	ガイドブック 49.3	家族・友人の話 47.7	パンフレット 37.3	パンフレット 38.8
3	インターネットでの書込情報 40.1	家族・友人の話 46.6	家族・友人の話 40.8	家族・友人の話 35.2	パンフレット 35.9	ガイドブック 34.8	ガイドブック 33.4
4	SNS (FaceBook、Twitter等)からの情報 37.4	携帯電話・スマートフォン 35.0	パンフレット 32.8	パンフレット 29.4	家族・友人の話 35.2	インターネットでの書込情報 28.9	新聞・雑誌の広告・チラシ 24.6
5	家族・友人の話 35.4	SNS (FaceBook、Twitter等)からの情報 32.3	旅行専門雑誌 27.1	旅行専門雑誌 23.5	インターネットでの広告 25.7	テレビ・ラジオの番組 27.1	新聞・雑誌の記事 22.8

3. 特集：観光旅行とSNS (1) 旅行×情報源

② 旅行を検討する際に参考とする情報源の活用方法

- SNSは他の情報源に比べ、「滞在先での食事の決定」「来訪エリアでのお土産の検討/決定」において活用されている。
- 全般的に「決定」よりも「検討」において情報源を活用している。

■ ガイドブック ■ パンフレット ■ 家族・友人の話 ■ インターネットでの書込情報(施設評価、口コミサイトなど) ■ SNS (FaceBook、Twitter、Instagram等)からの情報



	n=	訪れるエリアの検討	訪れるエリアの決定	具体的に訪れる場所やルートを検討	具体的に訪れる場所やルート決定	宿泊する場所の検討	宿泊する場所の決定	滞在先での食事の検討	滞在先での食事の決定	来訪エリアでのお土産の検討	来訪エリアでのお土産の決定	わからない・覚えていない
ガイドブック	4313	69.0	42.9	65.0	42.5	41.1	22.6	43.6	21.3	31.2	12.4	4.0
パンフレット	3139	72.3	40.3	53.5	29.5	46.9	26.8	29.0	13.1	17.7	6.4	4.2
家族・友人の話	3101	72.2	38.8	51.3	25.9	45.3	25.4	39.5	19.5	27.6	12.0	5.8
インターネットでの書込情報(施設評価、口コミサイトなど)	4214	65.2	40.3	60.8	37.4	66.9	46.6	49.6	28.2	29.6	13.1	5.1
SNS(FaceBook、Twitter、Instagram等)からの情報	911	68.9	31.5	54.0	24.1	45.3	20.3	53.6	23.2	43.0	18.1	8.0

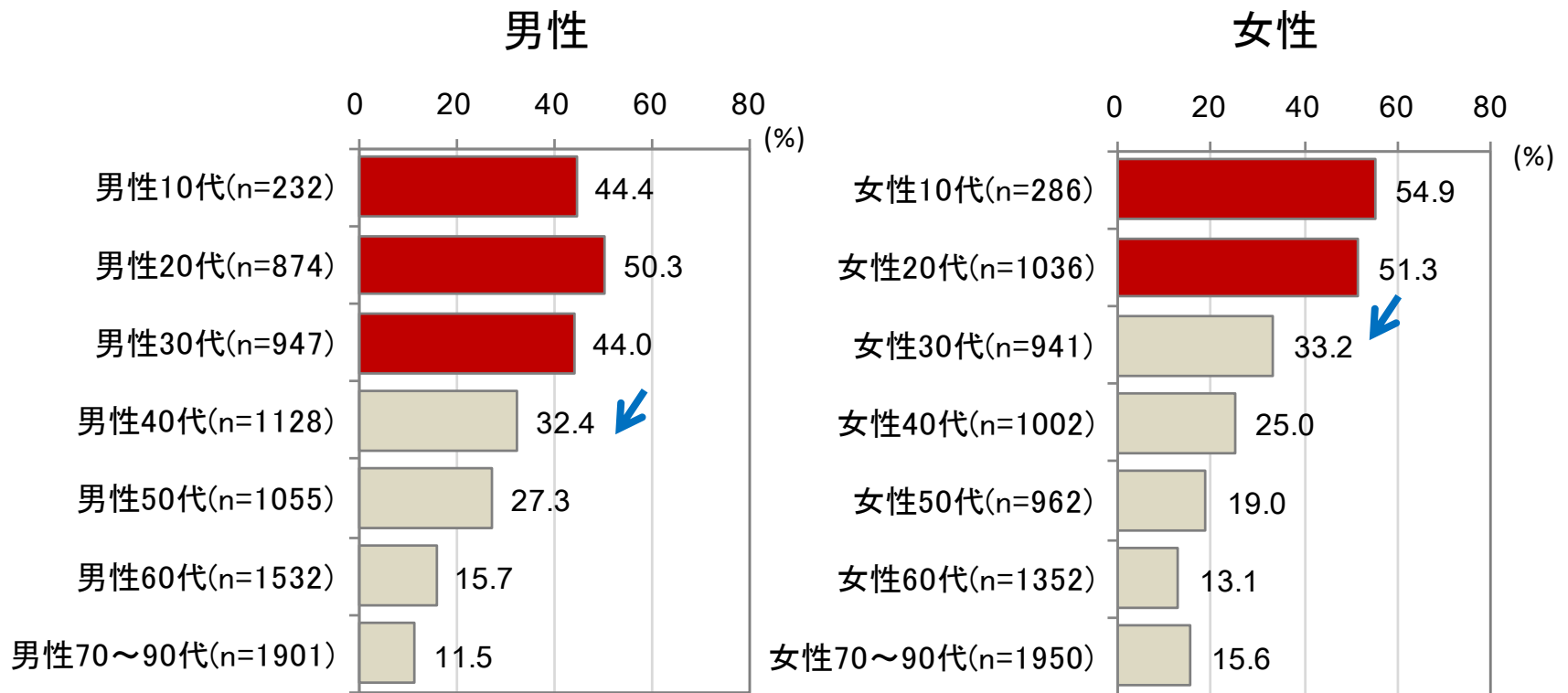
3. 特集：観光旅行とSNS

(2) SNS×現状・意向

3. 特集：観光旅行とSNS (2) SNS×現状・意向

① 宿泊観光旅行における年代別SNSの活用状況

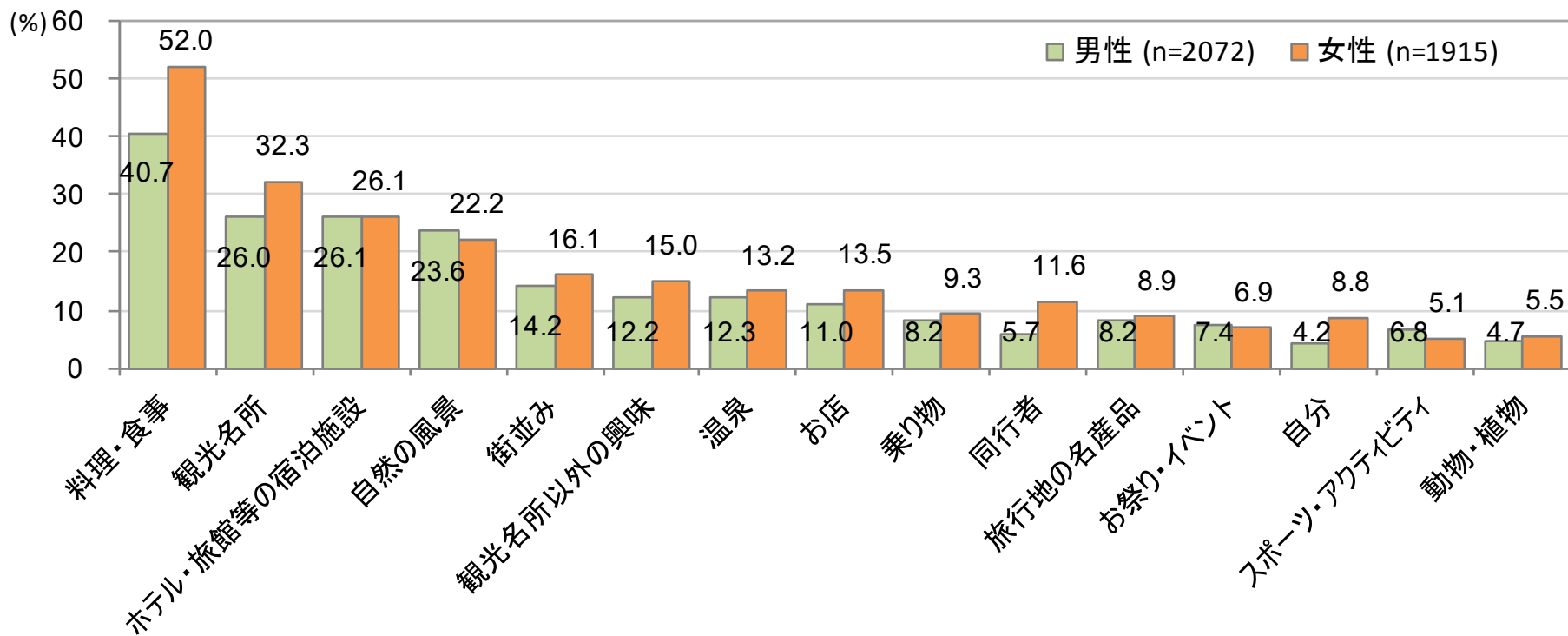
- 男性20代、女性10代、20代においては、国内宿泊観光旅行参加者の半数以上がSNSに投稿している。
- 男女とも若い世代において投稿率が高く、年代が上がるにつれて投稿率が減少する傾向。
- 男性では30代と40代の間、女性では20代と30代の間で投稿率に大きな差が見られる。



3. 特集：観光旅行とSNS（2）SNS×現状・意向

② SNSに投稿した内容【母数：SNS投稿者】

- 男女ともに「料理・食事」に関する投稿が最も多く、特に女性では半数以上が投稿。
- 「同行者」や「自分」など、女性は男性よりも、来訪先に関係しない内容について投稿している人が多い。



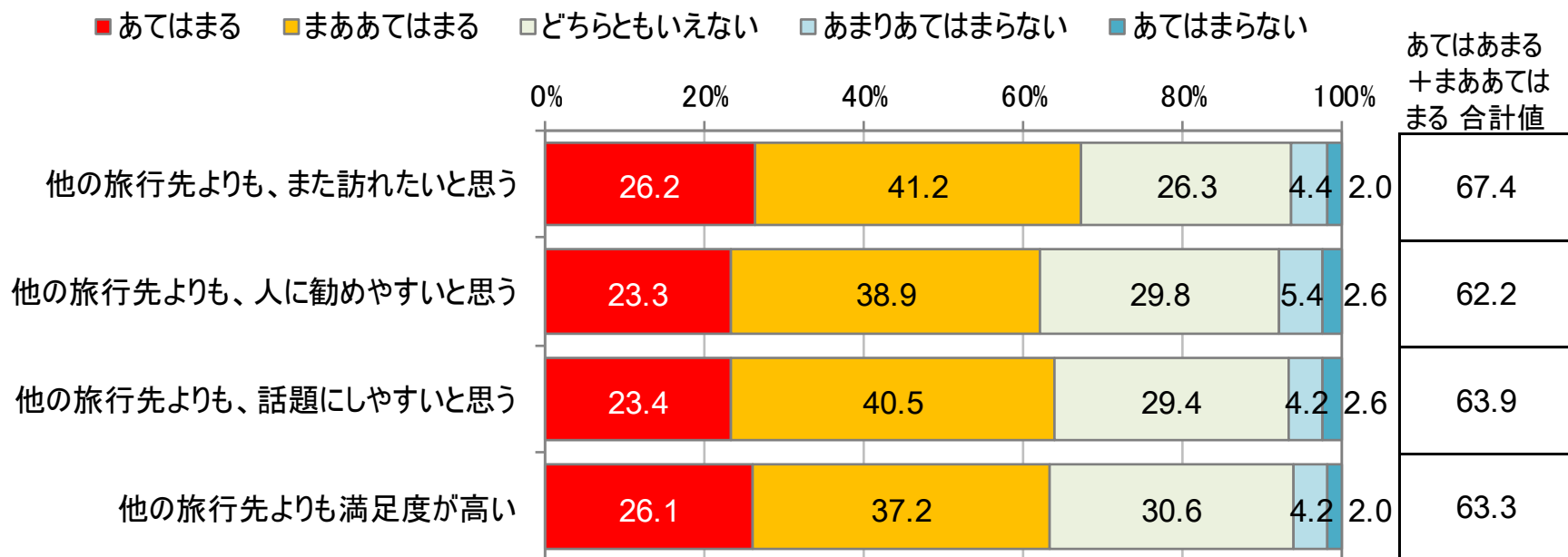
* 上位15位まで掲載

3. 特集：観光旅行とSNS (2) SNS×現状・意向

③ SNSに投稿した旅行についての考え方

【母数：SNSへの投稿回数が1回】

- SNSへ投稿した旅行の方が、投稿していない旅行よりもポジティブに捉えられている。
- 特に、再来訪意向への影響が強い。



3. 特集：観光旅行とSNS (2) SNS×現状・意向

④ SNSへ投稿し反応が多かった旅行に対する意向

【母数：SNSへの投稿回数が2回以上】

- SNSで投稿した旅行先に対して、反応が多かった旅行【A】と比較的反応が少なかった旅行【B】への意向を聞いたところ、すべての項目において【A】の方が多い結果となった。
- 投稿への反応の多さによって、その旅行先に対する意向が異なる。

