

報道関係各位

2019年9月18日
株式会社クロス・マーケティング

**日帰り旅行 “手軽さ”で若い世代の消費意欲を喚起。
シニア層は日帰り・宿泊問わず旅行に意欲的。
“じっくりと時間をかけて楽しみたい”**

－日帰り旅行に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、日帰り旅行に対する意識と実態を明らかにすることを目的として、全国47都道府県に在住する18～69歳の男女2000人を対象に「日帰り旅行に関する調査」を実施しました。

■調査結果 (一部抜粋)

日帰り旅行は、プライベートのちょっとした合間に訪れられる「グルメ」や「(近場の)観光名所」を目的に、「土日休み」に利用されることが多く、移動・金銭・時間における「手軽さ」から利用されている。特に、20代までの若年層では、金銭面・時間の面で日帰り旅行が選択される傾向が強いが、50代以上のシニア層では平日にも休暇を取得する割合が高く、「制約があるために日帰り旅行を選択する」というよりも、あえて日帰り旅行を選択するという意欲的な消費スタイルがみられる。

■【直近一年以内の旅行時期】 日帰り旅行は「土日休み」、宿泊旅行は「平日に取得した休み」「連休」に利用

- ・日帰り旅行の半数近くが「土日休み」を利用。一方、宿泊旅行は「平日に取得した休み」や「土日祝日を合わせた連休」「大型連休」を利用する人が多い。<図1>
- ・50歳以上では日帰り・宿泊旅行に関わらず、他年代よりも「平日に取得した休み」を利用する人が多い。

■【旅行の目的】 日帰り旅行では「食べ歩き・グルメ」、宿泊旅行では「温泉」が旅行目的の違いに

- ・日帰り旅行、宿泊旅行ともに「観光名所」、「食べ歩き・グルメ」、「温泉」がトップ3。特に日帰り旅行では「食べ歩き・グルメ」、宿泊旅行では「温泉」が旅行の目的となる傾向が高い。<図2>
- ・日帰り旅行の場合、50～59歳で「街歩き」、60～69歳で「美術館・博物館」、50歳以下では「テーマパーク」が上位。

■【日帰り旅行・宿泊旅行を選んだ理由】 日帰り旅行は「手軽さ」、宿泊旅行は「時間をかけて楽しむため」

- ・日帰り旅行を選んだ理由としては「思い立った時に行ける」、「宿泊よりも気軽に行ける」「行きたい場所が近場だった」がトップ3で手軽さから選ばれている傾向。一方、宿泊旅行は手軽さよりも時間をかけて旅行を楽しむために選択される傾向。<図3>
- ・18～29歳では「休暇が長く宿泊できないから」「宿泊旅行より金額が安く、何度も行けるから」「宿泊費、宿泊旅行のツアー代金が割高だから」が他年代より高く、金銭面・時間的な面で日帰り旅行を選択する傾向。

<図1> 【直近一年以内の旅行時期】

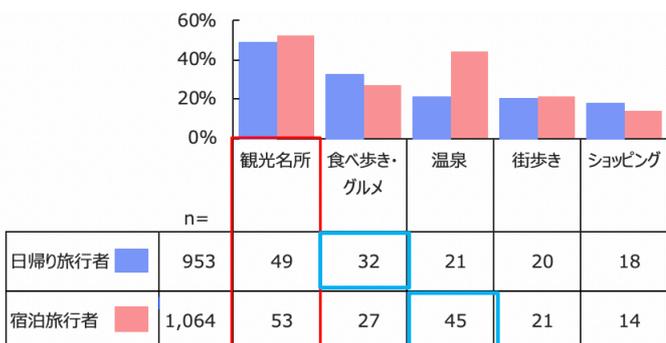
◆自主調査レポートの続きはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/leisure/hr20190918/>



※各旅行者ベース

※日帰り旅行の値を基に降順ソート

<図2>【旅行の目的】



※日帰り旅行者の値を基に降順ソート
※上位5項目まで掲載

<図3>【日帰り旅行・宿泊旅行を選んだ理由】

	日帰り旅行者(n=953)	(%)	宿泊旅行者(n=1064)	(%)
1位	思い立った時に行けるから	38	旅行先でのんびりしたいから	40
2位	宿泊よりも気軽に行けるから	33	行きたい場所が遠方だったから	33
3位	行きたい場所が近場だったから	32	旅行先でじっくり観光したいから	20

※日帰り/宿泊旅行者ベース
※上位3項目まで掲載

■全調査内容

□ 属性設問 (性別・年代・居住地・婚姻状況・同居家族・職業)

▼ 日帰り旅行者/宿泊旅行者 共通設問

- | | |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 直近1年以内の旅行回数 | <input type="checkbox"/> 参考にした情報源 |
| <input type="checkbox"/> 直近1年以内の旅行時期 | <input type="checkbox"/> 旅行予算 |
| <input type="checkbox"/> 旅行に行かなかった理由 | <input type="checkbox"/> 旅行前の支出金額 |
| <input type="checkbox"/> 直近の旅行時期 | <input type="checkbox"/> 旅行先での支出金額 |
| <input type="checkbox"/> 旅行目的 | <input type="checkbox"/> パッケージツアーの利用有無 |
| <input type="checkbox"/> 同行者 | <input type="checkbox"/> 直近の旅行で日帰り旅行を選んだ理由 |
| <input type="checkbox"/> 直近の宿泊旅行泊数 | <input type="checkbox"/> 直近の旅行で宿泊旅行を選んだ理由 |
| <input type="checkbox"/> 利用交通手段 | <input type="checkbox"/> 旅行回数の増減 |
| <input type="checkbox"/> 旅行計画期間 | <input type="checkbox"/> 日帰り/宿泊旅行が増えた理由・減った理由 |

▼ 日帰り旅行者のみ設問

- 日帰り旅行に行こうと思う片道の移動時間
- 日帰り旅行に行きたくなるタイミング
- 日帰り旅行に行ったらやりたいこと

◆全調査項目のレポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/leisure/hr20190918/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 18~69歳の男女
 調査期間 : 2019年8月30日(金)~2019年9月1日(日)
 有効回答数 : 本調査2,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先◆

広報担当 : 遠藤(えんどう) TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」