

3

「市場調査」

節目旅行の消費者意識と参加実態

人々は、どのような人生の節目に旅行をしているのか

観光地域研究部 主任研究員

吉谷地裕

実際に一般消費者は、過去にどのような節目において旅行に参加し、どのような旅行をしてきたのだろうか。

本章では、その実態や特徴を整理するため、一般消費者を対象とした調査の結果に基づいて考察する。

本調査(表)では、基本属性(年齢、性別、年収、居住地、家族構成など)と、普段の旅行頻度、人生の節目における旅行(以降、節目旅行という)の経験率と種類を尋ね、さらに、節目旅行の経験がある人に対して、特に思い出し残っている節目旅行の実施年代、行き先、旅行への参加動機、過ごし方、支払い意向などを尋ねた。

1. 節目旅行の参加経験と今後の実施意向

性別・年代を問わず幅広く節目旅行

を経験している

全員に、想定されるいくつかの節目旅行の経験を尋ねた結果が図I-1である。節目旅行全体の経験率は65・8%だった。性年代によって若干の差があるものの、性別・年代を問わず幅広く節目旅行に参加している。

おおむね年代が上がるほど経験率が高くなる傾向を示しており、70代の経験率は男女とも7割以上である(注1)。また、最も経験率が高いのは女性20代で、79・2%と際立って高い点は注目される。性別では男性が63・4%に対して女性が68・1%でやや女性の経験率が高い。

「結婚」・「卒業」が、旅行につながる代表的な節目。他のさまざまな節目も旅行につながる

過去に旅行を行った経験がある節目

が図I-2である。大手旅行会社などが

商品化している「結婚(新婚旅行)」が58・7%、「卒業(卒業旅行など)」が37・7%と突出して高い。次いで、「恋人との記念日(周年など)」が並ぶ。また、これら以外にも、さまざまな節目に旅行が行われていることが分かる。記念日などのお祝いに限らず、退職・引退・閉業、転職、子どもの自立、親の介護の終了といったライフステージの変わり目や、厄年、失恋、離婚などのような、比較的ネガティブに捉えられる節目も旅行につながる場合があるようだ。

※「誕生日は、「年祝(還暦、古希など)」「厄年(前厄、本厄、後厄など)」「成人」を除く

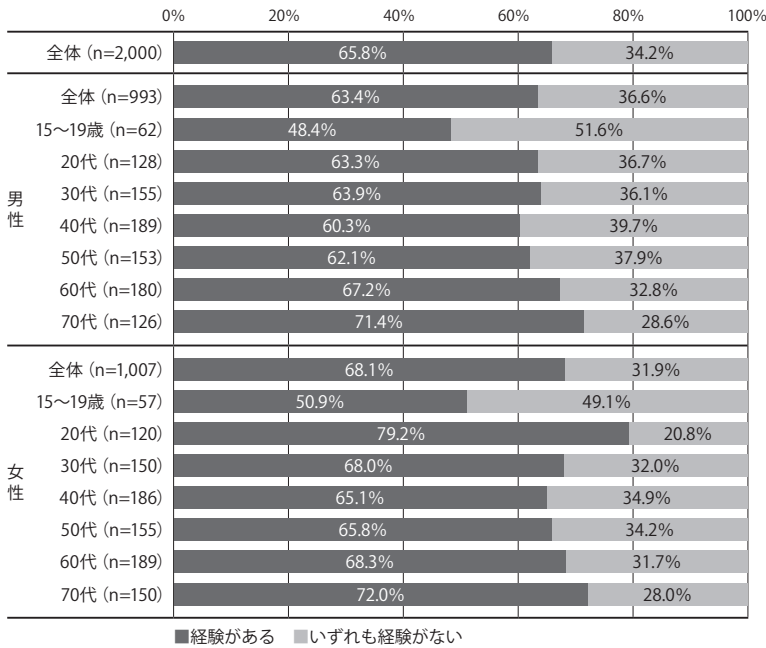
普段旅行に行かない人も一定の経験あり。今後の参加も約3割が前向き

節目旅行の経験率を、普段の旅行頻度別に集計したのが図I-3である。あ

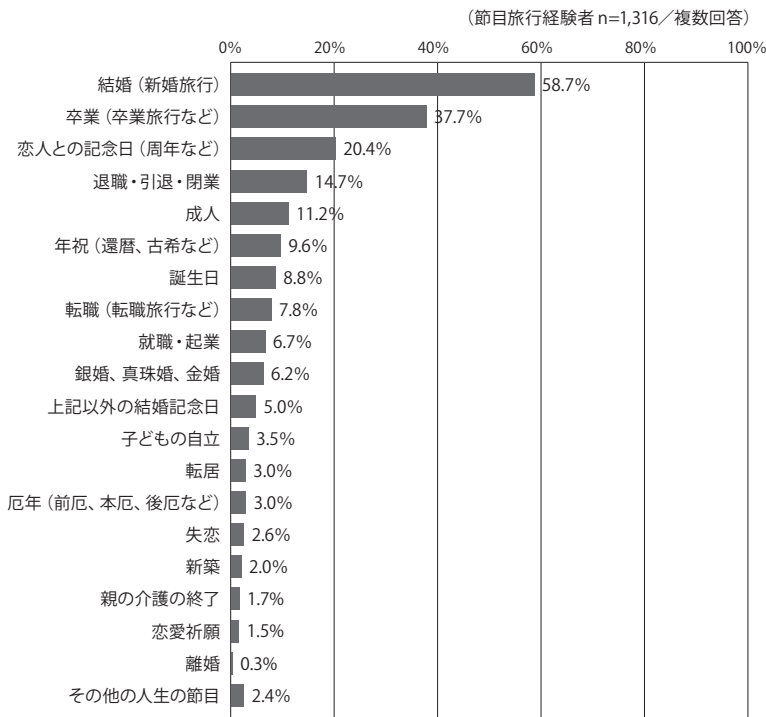
表 調査概要

調査名	節目旅行に関する消費者意識調査							
調査目的	消費者一般における、節目旅行の参加経験、内容、今後の実施意向を把握するために実施。							
調査対象	全国15歳～70代までの男女2,000サンプル(楽天リサーチモニター)。人口構成比(性・年代別)で割り付け・回収。							
		15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代
	男性	3.1%	6.4%	7.8%	9.5%	7.7%	9.0%	6.3%
	女性	2.9%	6.0%	7.5%	9.3%	7.8%	9.5%	7.5%
調査方法	インターネットによるアンケート調査							
調査期間	2017年11月20日(月)～21日(火)							

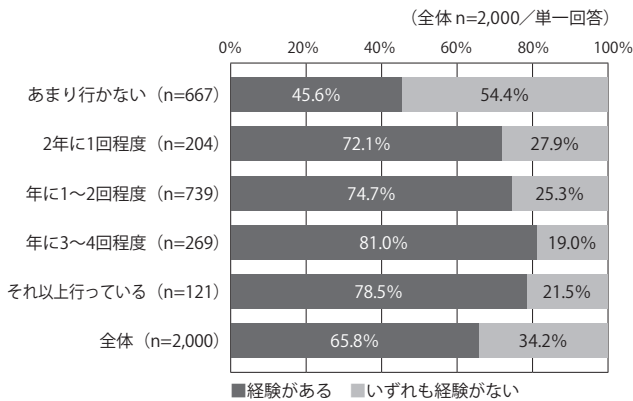
図I-1 節目旅行の経験率



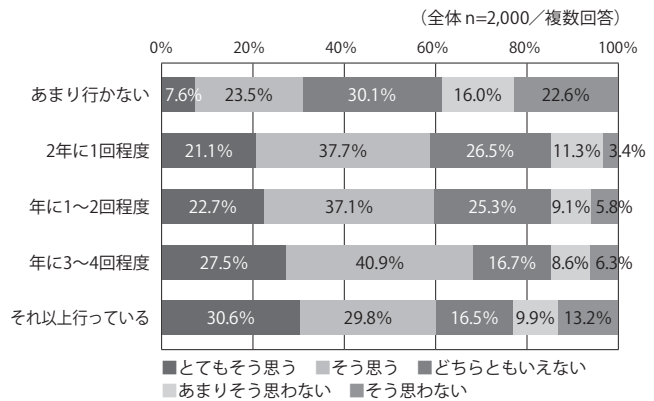
図I-2 過去に旅行を行った経験がある節目



図I-3 普段の旅行頻度別の節目旅行の経験率



図I-4 節目旅行への今後の参加意向



る程度旅行をすると回答している人 (2年に1回程度以上) では7割以上が経験している。普段の旅行頻度が低い人 (あまり行かない) でも、4割強が何らかの経験がある。

また、図I-4は、節目旅行の具体例 (図I-2の選択肢と同じ) を挙げ、節目旅行への今後の参加意向 (参加したと思うか) を聞き、普段の旅行頻度別に集計したものである。「2年に1回

II. 節目旅行の内容

では、それぞれの人生の節目で、どのような旅行がなされているのか。本

程度」以上旅行をする人では、約6割が「とてもそう思う」「そう思う」という前向きな回答をしている。「あまり(旅行に)行かない」と回答した人でも、約3割が前向きな回答をしている。

調査では、特に思い出に残っている節目旅行について尋ねた(注2)。

本節では、回答が多かった6つの人生の節目「結婚(新婚旅行)」「卒業(卒業旅行など)」「恋人との記念日(周年など)」「退職・引退・閉業」「誕生日」「結婚記念日」を取り上げて、特徴を明らかにしていきたい(なお、本節では、トリップ単位「注3」で集計・分析を

1 結婚（新婚旅行）

〜20代までに9割が実施。二人でのんびりリゾート。初めての経験と時間

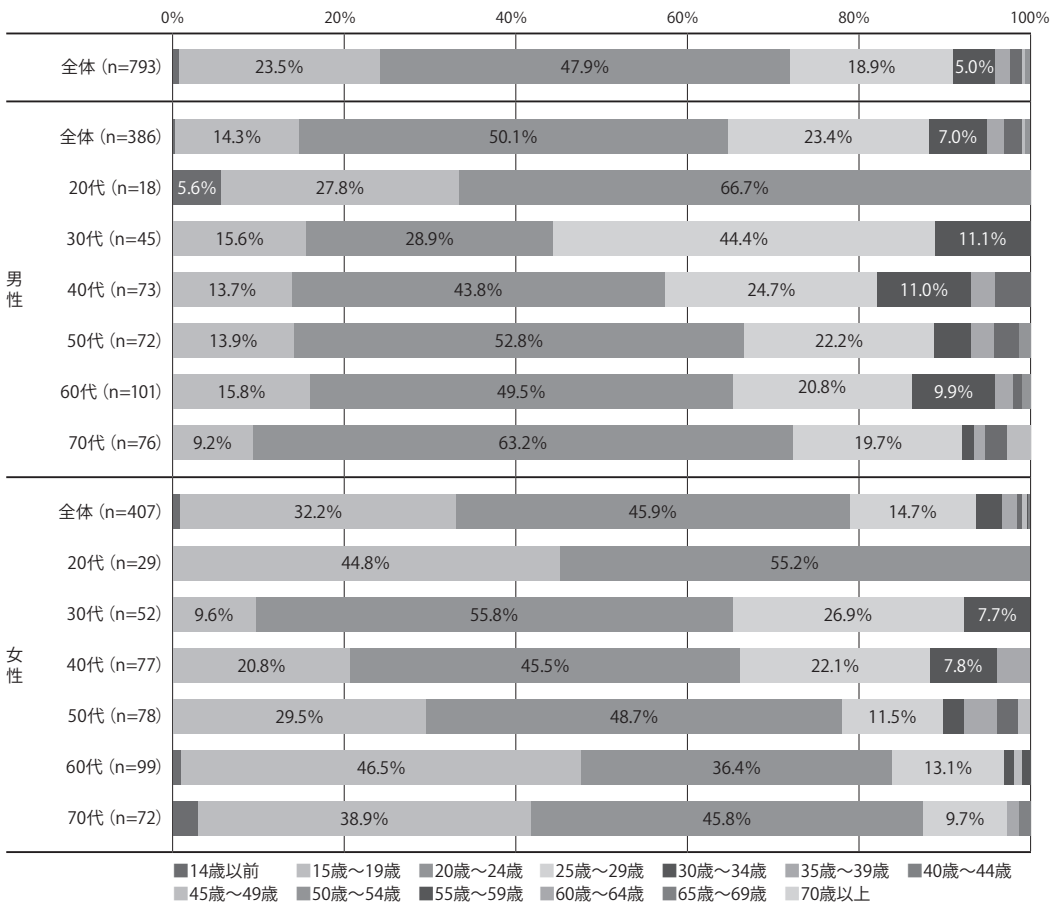
「結婚（新婚旅行）」を経験した年代（図II-1-1）は、全体では20〜24歳が最多（47.9%）である。次いで、その前後の15〜19歳、25〜29歳が多く、15〜29歳までで全体の9割を占めている。若い世代ほど遅くなっているが、晩婚化の影響などが考えられる。旅行先（図II-1-2）は、「海外▽国内」の傾向があり、50代以下の世代では海外が6〜7割を占めている。具体的には、海外は、ハワイ、オセアニア・太平洋、グアム・サイパンなどのリゾートが、国内は、九州、北海道、沖縄や東京ディズニーリゾート（TDR）などが志向されている。旅行の動機（図II-1-4）は、男女とも、「同行者との関係や思い出を深めるため」が最も多く、女性は「この節目に旅行をすること自体に憧れていたため」の回答がやや多い。旅行費用（図II-1-5）は、「通常の旅行よりも多く」支払うとする人が多く（59.1%）、「やや多く」とする回答と合わせると、約9割が通常の旅行よりも多



く支払う意向がある。男性のほうが「多く」の割合がやや高く、より特別な旅行と意識されていると考えられる。また、「思い出に残っている過ごし方（自由回答より）」では、「初めて（の海外旅行、の飛行機、のゴルフ、のグリーン車、他）」、「ゆっくり／ゆったり／のんびり（旅行、温泉、二人で、過ごした・巡った、とした行程、他）」などの単語が多く挙げられており、二人の特別な（初めての）経験や時間が思い出に残っていると考えられる。

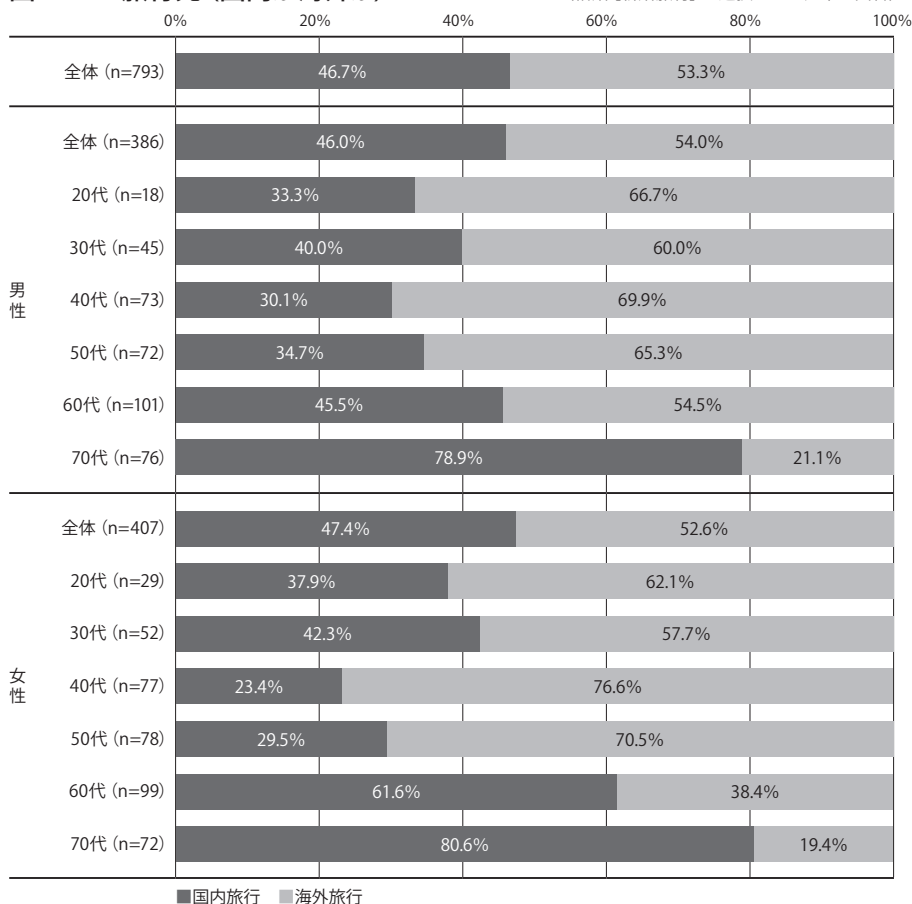
図II-1-1 旅行を経験した年代

（結婚【新婚旅行】を選択 n=793 / 単一回答）



図Ⅱ-1-2 旅行先（国内か海外か）

（結婚〔新婚旅行〕を選択 n=793／単一回答）



■具体的な行き先（上位5位まで）

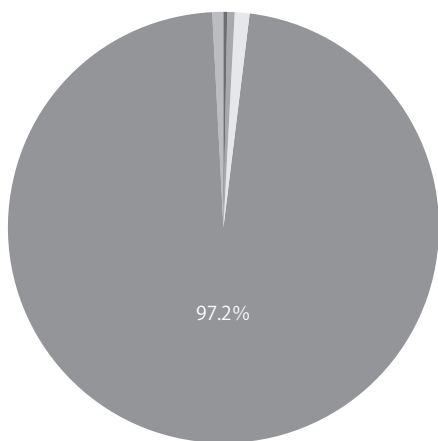
国内 n=370		割合
1	九州	30.3%
2	北海道	20.3%
3	関東	16.8%
4	関西	15.1%
5	沖縄	15.1%

海外 n=423		割合
1	ハワイ	35.2%
2	欧州・ロシア	20.8%
3	オセアニア・太平洋	12.5%
4	北米	12.5%
5	グアム・サイパン	7.6%

※国内は自由回答から抽出・整理、海外は選択肢から複数回答

図Ⅱ-1-3 旅行の同行者

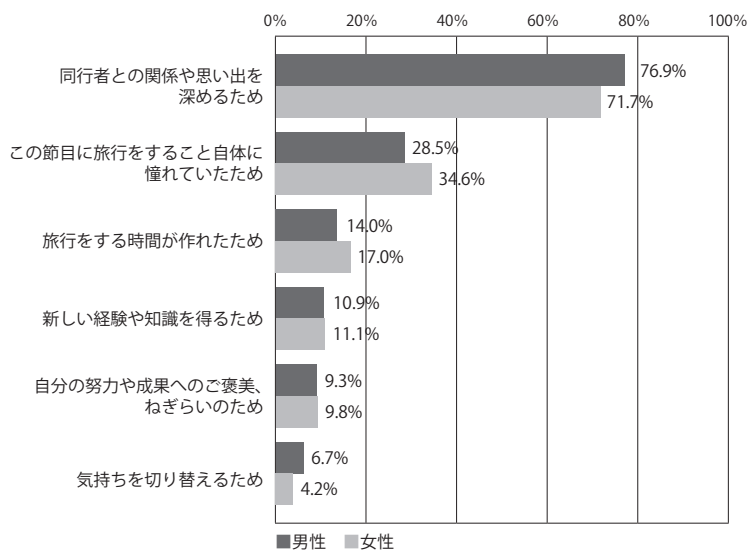
（結婚〔新婚旅行〕を選択 n=793／単一回答）



- 小中高生の子ども・孫を連れた家族旅行（乳幼児連れも含む）
- 乳幼児の子ども・孫を連れた家族旅行（小中高生を含まない）
- 18歳以上のみの家族旅行
- 夫婦での旅行
- カップルでの旅行
- 友人や知人との旅行
- 自分ひとりでの旅行
- その他

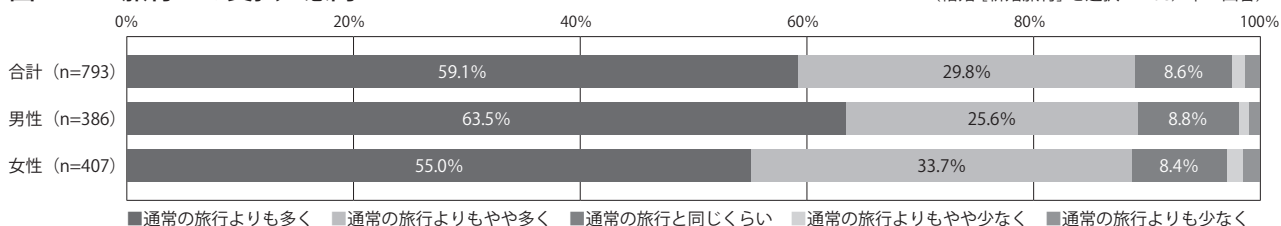
図Ⅱ-1-4 旅行の動機

（結婚〔新婚旅行〕を選択 n=793／複数回答）



図Ⅱ-1-5 旅行への支払い意向

（結婚〔新婚旅行〕を選択 n=793／単一回答）



2 卒業（卒業旅行など）

20代までに9割が実施。友達と自由にわいわい周遊

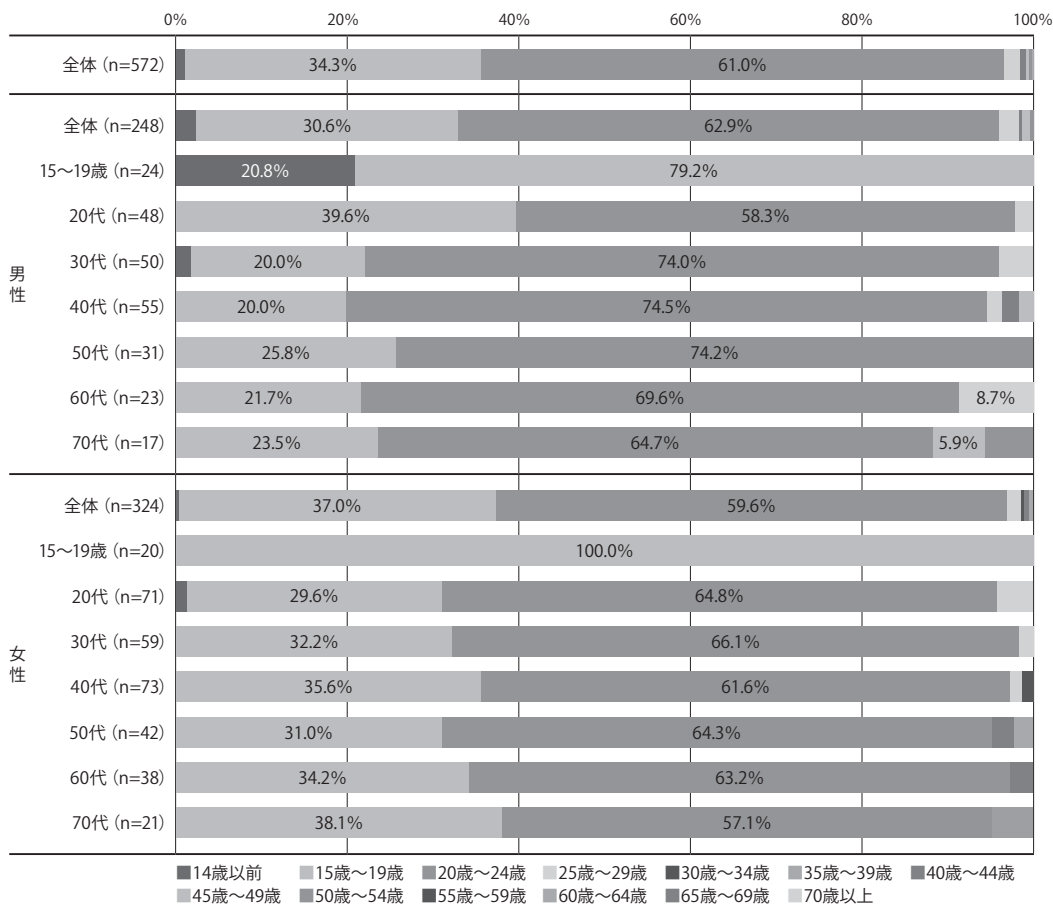
「卒業（卒業旅行など）」を経験した年代（図Ⅱ-2-1）は、全体では20～24歳が最多（61.0%）で、次いで15～19歳が多い（これら以外の年代ではあまり見られない）。学校の卒業に合わせて実施されるケースが大半と考えられる。旅行先（図Ⅱ-2-2）は、「国内V海外」の傾向があるが、50代以下の世代では海外が3～4割を占めている。具体的には、海外は、欧州・ロシア、北米などが挙げられており、周遊型の観光が志向されていると推察される。国内は、関東、関西などが挙げられ、具体名として、東京、TDR、沖縄（石垣島他）、京都、大阪などが挙がる。旅行の動機（図Ⅱ-2-4）は、「同行者との関係や思い出を深めるため」が最も多く、次いで「自分の努力や成果への褒美、ねぎらいのため」である。旅行費用（図Ⅱ-2-5）は、「通常の旅行と同じくらい」とする人が最も多い。



また、「思い出に残っている過ごし方（自由回答より）」では、「自由／わいわい／友達（自分たち、同級生、仲間）」とともに、「周遊／いろいろ／体験」などの単語が挙げられており、友達と自由で解放された時間を過ごしたことが思い出に残っていると考えられる。また、50代、60代では「安い／自炊」といった言葉も見られ、世代によって卒業旅行のあり方にも変化が生じていると推察される。

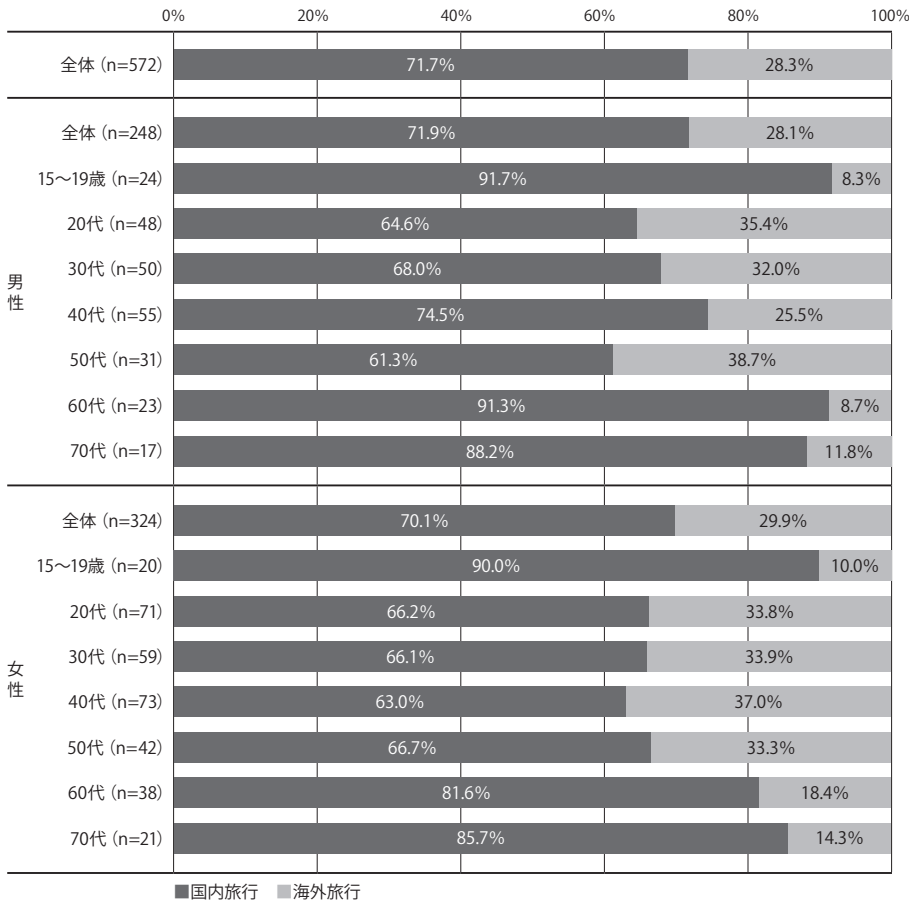
図Ⅱ-2-1 旅行を経験した年代

（卒業 [卒業旅行など] を選択 n=572 / 単一回答）



図Ⅱ-2-2 旅行先（国内か海外か）

（卒業 [卒業旅行など] を選択 n=572 / 単一回答）



■具体的な行き先（上位5位まで）

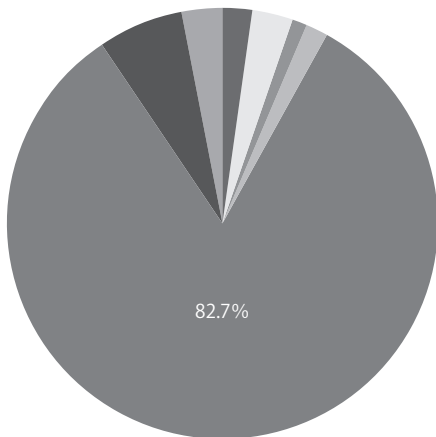
国内 n=410		割合
1	関東	24.7%
2	関西	18.5%
3	九州	12.4%
4	北海道	11.9%
5	中部・北陸	11.5%

海外 n=162		割合
1	欧州・ロシア	27.8%
2	ハワイ	21.0%
3	北米	14.2%
4	Guam・サイパン	11.7%
5	その他アジア	9.3%

※国内は自由回答から抽出・整理、海外は選択肢から複数回答

図Ⅱ-2-3 旅行の同行者

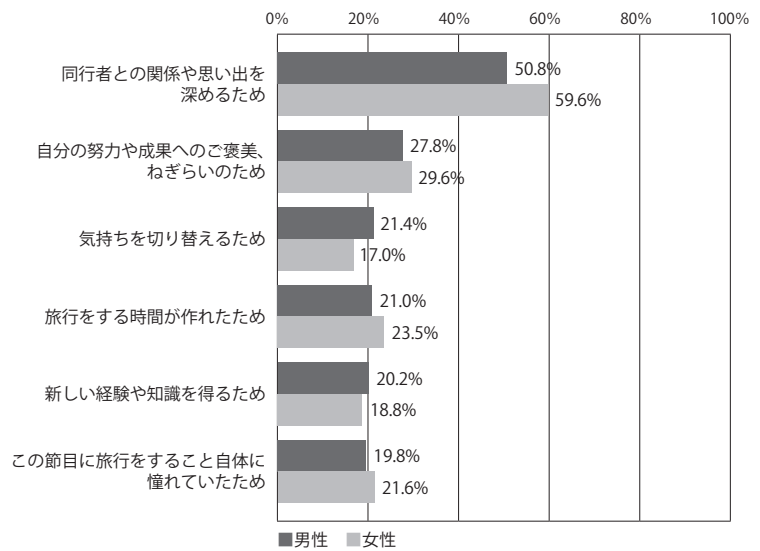
（卒業 [卒業旅行など] を選択 n=572 / 単一回答）



■小中高生の子ども・孫を連れた家族旅行 (乳幼児連れも含む)
 ■乳幼児の子ども・孫を連れた家族旅行 (小中高生を含まない)
 ■18歳以上のみの家族旅行 ■夫婦での旅行 ■カップルでの旅行
 ■友人や知人との旅行 ■自分ひとりでの旅行 ■その他

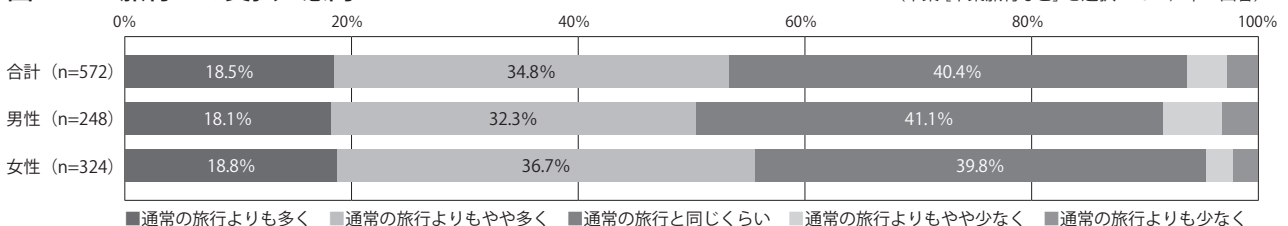
図Ⅱ-2-4 旅行の動機

（卒業 [卒業旅行など] を選択 n=572 / 単一回答）



図Ⅱ-2-5 旅行への支払い意向

（卒業 [卒業旅行など] を選択 n=572 / 単一回答）



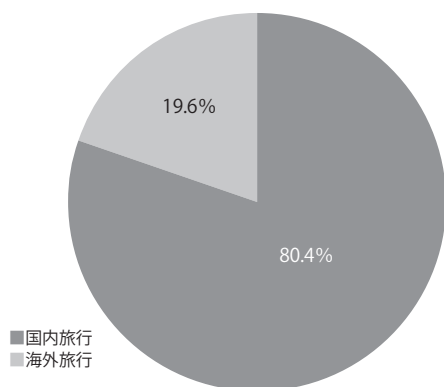
3 恋人との記念日(周年など)

～二人の特別な時間。男性の支払い意向高～

「恋人との記念日(周年など)」での旅行先(図Ⅱ-3-1)は、「国内✓海外」の傾向がある。海外は、ハワイ、その他アジア、北米、国内は、関東(東京、TDR他)、関西(大阪、京都他)が、比較的多く挙げられている。旅行の動機(図Ⅱ-3-2)は、「同行者との関係や思い出を深めるため」が最も多い。旅行費用(図Ⅱ-3-3)は、「通常の旅行よりもやや多く」とする人が多い。男性のほうが「多く」「やや多く」の割合がやや高く、より特別な旅行と意識されていると考えられる。「思い出に残っている過ごし方(自由回答より)」では、「サプライズ」「夜景」「レストランディナー」などが挙げられ、二人の特別な時間を過ごしたことが思い出に残っていると考えられる。

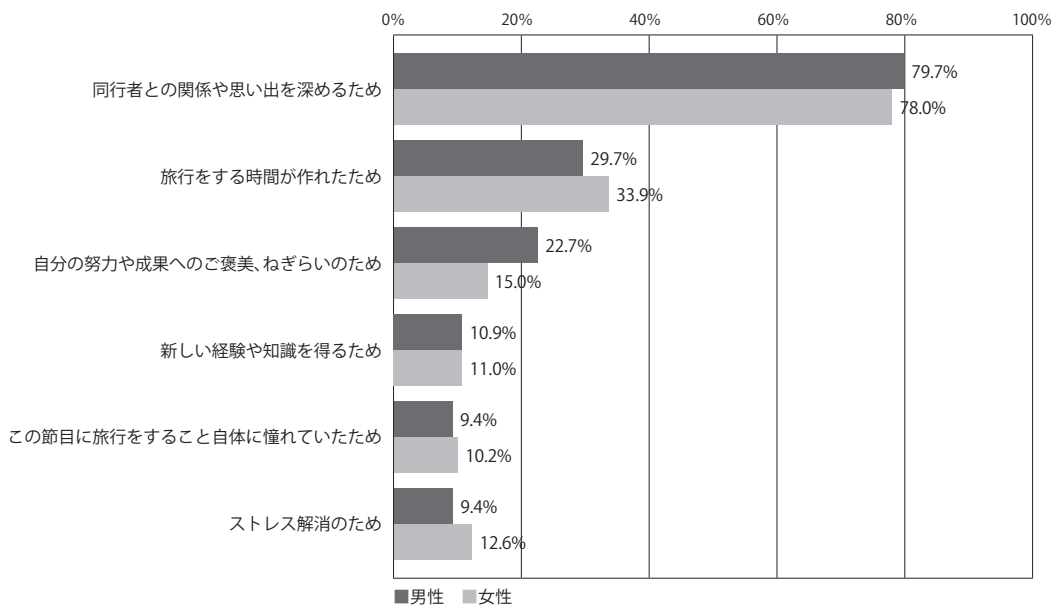
図Ⅱ-3-1 旅行の行き先

(恋人との記念日[周年など]を選択 n=255/単一回答)



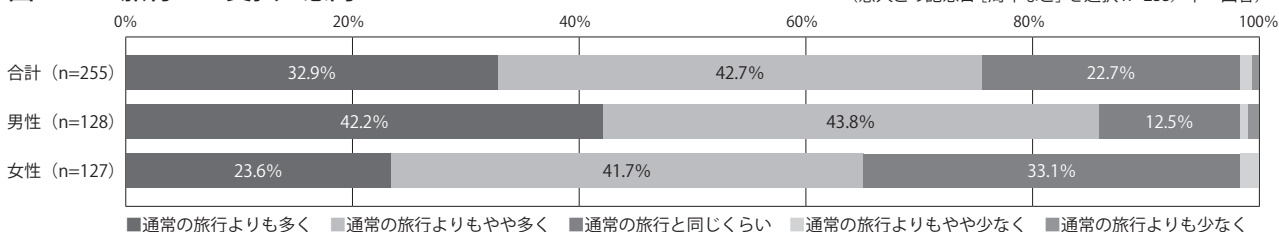
図Ⅱ-3-2 旅行の動機

(恋人との記念日[周年など]を選択 n=255/複数回答)



図Ⅱ-3-3 旅行への支払い意向

(恋人との記念日[周年など]を選択 n=255/単一回答)



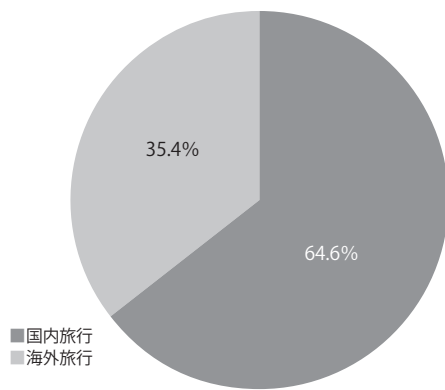
4 退職・引退・閉業

～自分へのご褒美と同行者との思い出づくり。自由気まままでぜいたくな時間～

「退職・引退・閉業」での旅行先(図Ⅱ-4-1)は、「国内・海外」の傾向がある。海外は、欧州・ロシア、ハワイ、国内は、北海道(洞爺湖他)が比較的多く挙げられている。旅行の動機(図Ⅱ-4-2)は、「自分の努力や成果へのご褒美、ねぎらいのため」「旅行をする時間が作れたため」「同行者との関係や思い出を深めるため」が多い(同行者は夫婦、友人が多い)。旅行費用(図Ⅱ-4-3)は、8割が普段の旅行よりも多く支払う意向がある。新婚旅行に次ぐ特別な機会と捉えられていると推察される。「思い出に残っている過ごし方(自由回答より)」では、「気まま／長期／三昧／堪能／満喫」「クルーズ／ビジネスクラス／高級ホテル」などの単語が挙げられ、自由気ままでぜいたくな時間を過ごしたことが思い出に残っていると考えられる。

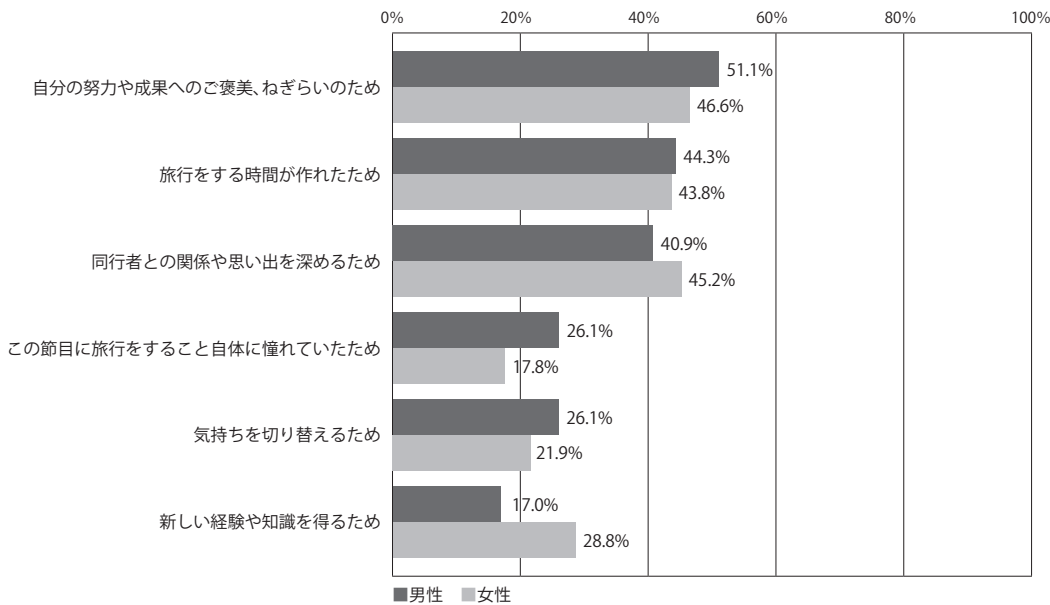
図Ⅱ-4-1 旅行の行き先

(退職・引退・閉業を選択 n=161/単一回答)



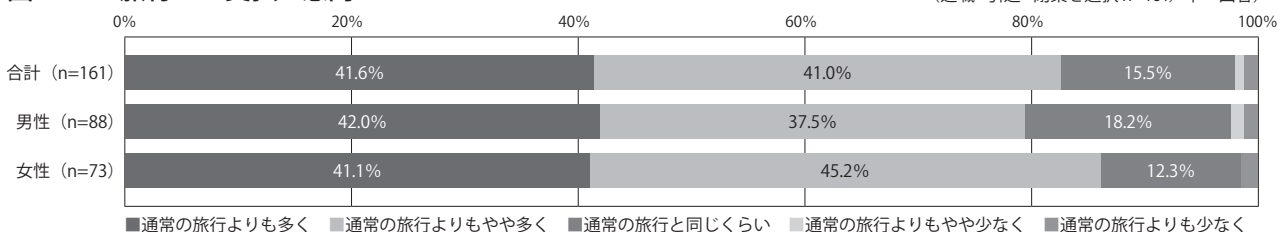
図Ⅱ-4-2 旅行の動機

(退職・引退・閉業を選択 n=161/複数回答)



図Ⅱ-4-3 旅行への支払い意向

(退職・引退・閉業を選択 n=161/単一回答)



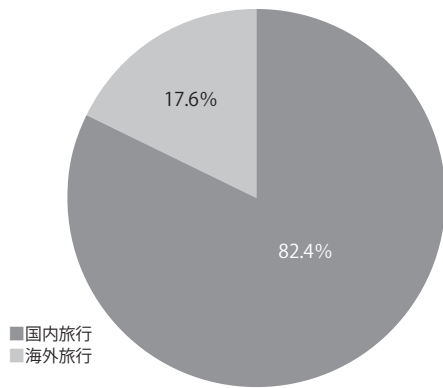
5 誕生日

「二人のぜいたくな時間とサプライズ。男性の支払い意向高」

「誕生日」での旅行先(図II-5-1)は、「国内・海外」の傾向がある。海外は、欧州・ロシア、香港・マカオ、国内は、関東(東京、TDR他)、関西(京都他)が比較的多く挙げられている。旅行の動機(図II-5-2)は、「同行者との関係や思い出を深めるため」が多い(同行者はカップル、夫婦が多い)。旅行費用(図II-5-3)は、7割が普段の旅行よりも多く支払う意向がある。男性のほうが「多く」の割合がやや高く、より特別な旅行と意識されていると考えられる。「思い出に残っている過ごし方(自由回答より)」では、「のんびり／お祝い」「コースディナー／高級ホテル」などの単語が挙げられ、ぜいたくな時間や、誕生日サプライズが思い出に残っていると考えられる。

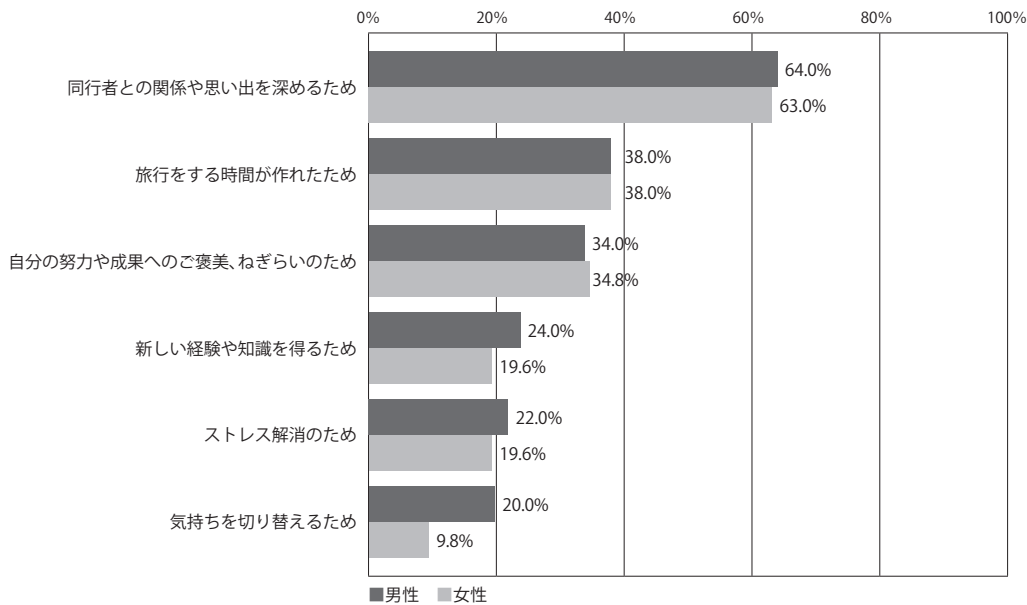
図II-5-1 旅行の行き先

(誕生日を選択 n=142/単一回答)



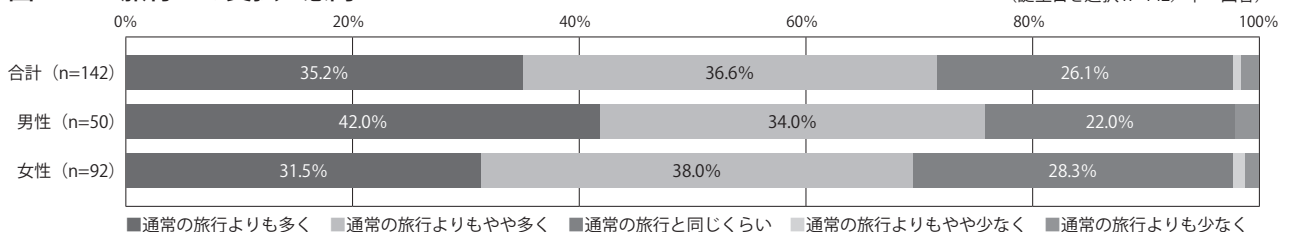
図II-5-2 旅行の動機

(誕生日を選択 n=142/単一回答)



図II-5-3 旅行への支払い意向

(誕生日を選択 n=142/単一回答)



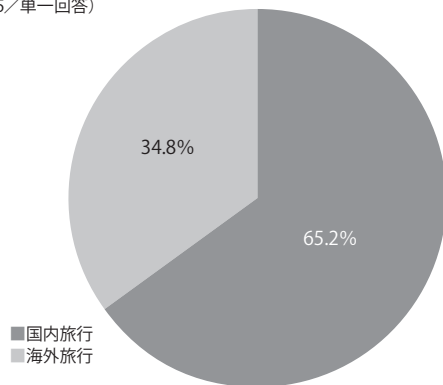
6 結婚記念日

のんびりぜいたくな時間。銀婚、真珠婚、金婚の節目は支払い意向高

「結婚記念日」での旅行先(図Ⅱ-6-1)は、「国内・海外」の傾向がある。恋人との記念日や誕生日より海外志向が高い。海外は、欧州・ロシア、ハワイ、国内は、関東(東京、箱根他)、関西(京都他)が比較的多く挙げられている。旅行の動機(図Ⅱ-6-2)は、「同行者との関係や思い出を深めるため」が多い。旅行費用(図Ⅱ-6-3)は、8割が普段の旅行よりも多く支払う意向がある(銀婚、真珠婚、金婚の節目は、通常の結婚記念日より多く支払い意向が高い)。「思い出に残っている過ごし方(自由回答より)」では、「のんびり/ゆっくり/お祝い」「ぜいたく/豪華ホテル」などの単語が挙げられ、のんびりぜいたくな時間を過ごしたことが思い出に残っていると考えられる。

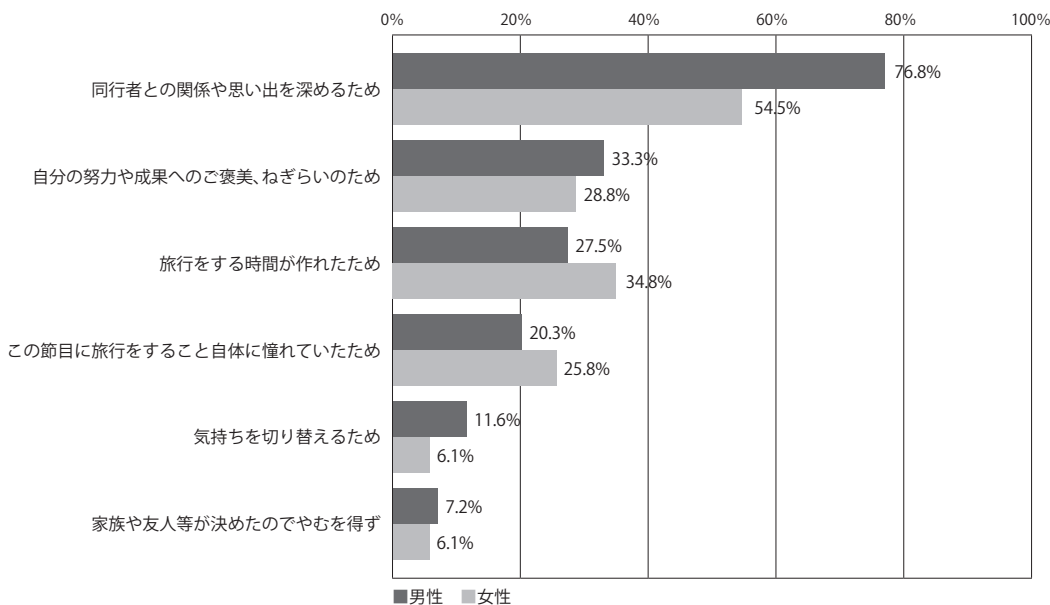
図Ⅱ-6-1 旅行の行き先

(銀婚、真珠婚、金婚および上記以外の結婚記念日を選択 n=135/単一回答)



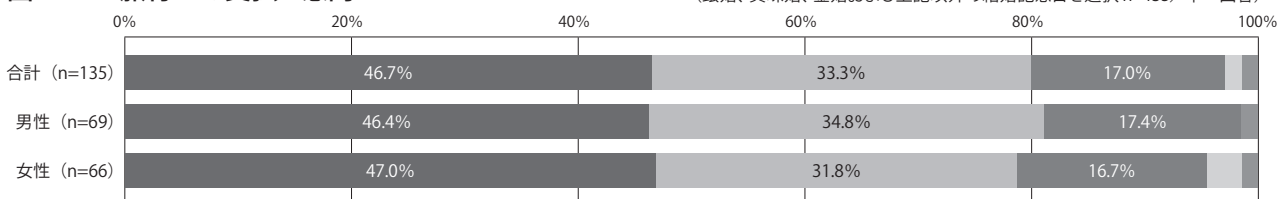
図Ⅱ-6-2 旅行の動機

(銀婚、真珠婚、金婚および上記以外の結婚記念日を選択 n=135/単一回答)



図Ⅱ-6-3 旅行への支払い意向

(銀婚、真珠婚、金婚および上記以外の結婚記念日を選択 n=135/単一回答)



■通常の旅行よりも多く ■通常の旅行よりもやや多く ■通常の旅行と同じくらい ■通常の旅行よりもやや少なく ■通常の旅行よりも少なく
 旅行への支払い意向について、「銀婚、真珠婚、金婚 (n=78)」に限ると「通常よりも多く56.4% (男性55.3%、女性57.5%)」「やや多く29.5% (男性34.2%、女性25.0%)」「同じくらい11.5% (男性7.9%、女性15.0%)」であった。

Ⅲ. 考察

以上から、「節目旅行」の消費者意識と参加実態を俯瞰すると、以下のよう
なことが見えてきた。

人生の節目に旅行をする人は少なくない

多くの人が、何らかの節目旅行の経験がある。このことは決して自明のことではなく、人生の節目と旅行とのつながりが深さを表していると考えられる。お祝いを伴うような記念日だけではなく、退職・引退・閉業、転職、子どもの自立、親の介護の終了といったライフステージの変わり目も旅行につながっている。このことは、旅行は、単純な娯楽であることを超えて、ライフステージの変化に影響を与える能動的な営みであることを示しているかもしれない。

節目の種類によらず、「同行者との関係や思い出を深める」ことは重要な動機である

今回、特に取り上げた6つの節目では、いずれも「同行者との関係や思い出を深める」ことが動機の上位となっており、「退職・引退・閉業」以外では動機の1位となっている。「卒業(卒業旅行など)」は、友達と「わいわい」しな

から、「結婚(新婚旅行)」「恋人との記念日(周年など)」「誕生日」「結婚記念日(金婚・銀婚・真珠婚他)」では、伴侶(または恋人)とのんびり二人の時間を過ごしながら、関係や思い出を深めたことが特に思い出に残っていることとして挙げられている。逆に言えば、「同行者との関係や思い出を深める」ための大義名分として「旅行」が使われているのではないだろうか。

なお、「退職・引退・閉業」においても、「同行者との関係や思い出を深める」とは上位の動機であるが、それ以上に長年勤めた自分へのご褒美として、時間やコストの制約からできるだけ解放され、自由気ままにせいたくなく時間を過ごしたことが、特に思い出に残っていると考えられる。

節目旅行には、普段の旅行よりも多く支払う傾向がある

上記の6つの節目では、全般に普段よりも多く支払うとする回答が多い。普段はなかなかできないせいたくや豪華な体験(クルーズ、ディナー、ビジネスクラスなど)が志向されており、節目が「特別」な機会であると捉えられていることを示していると考えられる。また、特に、男性においては、「結婚

(新婚旅行)」「恋人との記念日(周年など)」「誕生日」「結婚記念日(金婚・銀婚・真珠婚他)」などで、比較的多く支払うとする回答が多い。旅行のイニシアチブは女性が握ることが多いと言われるが、節目旅行においては、男性は女性以上に普段以上の支出を容認する傾向がある。日常生活のリカバリーに充てて信頼関係を回復したいという事情や、記念日には伴侶(または恋人)を喜ばせる自分でありたいという、男性側の欲求が背景にあるのかもしれない。

旅行を通じて「なりたいた姿」を求め、それにながう過ごし方が求められている

以上のように、節目旅行の参加実態と消費者の意識を俯瞰すると、娯楽としての旅行を超えて、消費者が旅行を通じて「なりたいた姿」との結びつきが感じられる。

例えば、結婚(新婚旅行)で「思い出に残っている過ごし方(自由回答より)」を見ると、「初めて」という言葉が特徴的である。二人の「新たな門出」にあたり、どちらか一方が優位に立つのではなく、旅行を通じて、二人が共に「初めての経験をすること」で、同じスタートラインに立ち、共に歩み出すことが求められているのではないだろうか。

また、卒業(卒業旅行など)では、「わいわい」という言葉が使われている。卒業後は、学生時代のように、気心の知れた友人と、いつでも一緒にいることは難しくなる。卒業旅行は、そうした時間を名残惜しみつつ、これからも「ずっと友達」であることを確認し合うことが求められているかもしれない。だからこそ、時間を惜しむように周遊し、はしゃいだり失敗したりすることが心に残るのではないかと。

同様に、恋人との記念日(周年など)では、「サプライズ」や「夜景」「レストランディナー」、退職・引退・閉業では、「自由気まま」「長期」「三昧」など、誕生日では「のんびり」「お祝い」など、結婚記念日では「のんびり」「せいたく」などが挙げられているが、それぞれに、旅行を通じて「なりたいた姿」を求めて、目的地や過ごし方が志向され、それにながう過ごし方が思い出に残っているのではないかと。

(よしやち ゆたか)

(注1) 一般に、旅行の経験率は年代が上がるほど高くなる。本特集で扱う「節目旅行」も、おおむねその範囲で捉えられると考えられる。

(注2) 3つまで選択。ただし卒業旅行と新婚旅行の経験は必須回答とした。

(注3) 各旅行(トリップ)を単位とした(例:1人が2回旅行をすれば2単位とカウント)。