

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の観光に関する調査・研究、地域振興機関『じゃらんリサーチセンター』（センター長：沢登 次彦）は、このたび、全国の20～69歳の方3,000人を対象に「じゃらん 日帰り旅行に関する調査」を実施しました。本結果よりみえた、トピックスについてお知らせします。

私が解説します



じゃらんリサーチセンター 研究員 森戸 香奈子

調査研究担当、研究冊子『とーりまかし』デスク。2007年4月より現職。「じゃらん宿泊旅行調査」や「2030年観光の未来需要予測研究」、「三方よしの観光地経営」などを担当。

## 調査結果の考察～日帰り旅行市場のポテンシャルとは？

### 温泉などリラックス要因の強い宿泊旅行に対し、日帰り旅行は目的志向型でアクティブ 新たな地域資源開発やサービス開発市場として有望なマーケット

宿泊旅行は温泉を中心としたリラックス要因が強いのにに対し、日帰り旅行は目的志向性が強くアクティブな様子が見えられます。つまり、地域の観光資源を新たに開発しようとなった際に、実は宿泊旅行市場よりも日帰り旅行市場のほうが、市場として適している可能性があるのではないのでしょうか。また、日帰り旅行は若年層で活発で、若いほど県内や近隣県への旅行が多い上、消費金額も高いことがわかりました。滞在時間が短く戦略市場として優先順位の低くなりがちな日帰り旅行ですが、地域にとっては次世代ターゲットの育成と、新たな地域資源開発や新サービス開発の市場として捉え、宿泊旅行市場とうまく組み合わせて観光戦略を立てていくことが有効ではないのでしょうか。

## 追加分析～パーソナリティ特性によって旅行者をタイプ分類！

### 持続可能な観光を実現する？「知的好奇心層」に注目

地域が日帰り旅行を推進していくにあたって必要な視点は何なのか、そのヒントを得るためにパーソナリティ特性によってタイプ分類をしてみました。旅行頻度の高い人たちは以下の4つのタイプです。

	旅大好き層	映え層	知的好奇心層	堅実体験層
出現率 (%)	12.0	28.8	14.2	22.8
男女比 (%)	54.4 : 45.6	55.6 : 44.4	48.2 : 51.8	46.7 : 53.3
平均年齢	37.42歳	43.01歳	43.33歳	47.99歳
因子特性	トレンド因子・知的因子・オリジナル因子いずれも高い	オリジナル因子に対する反応が高い	知的因子、トレンド因子が高め	知的因子が高い
旅行頻度	宿泊旅行・日帰り旅行ともに群を抜いて高い	旅行回数は平均的。日帰り旅行は3番目に高い	宿泊旅行・日帰り旅行ともに2番目に高い	宿泊旅行は3番目に高い
その他	若年層が多く、世帯年収が最も高い	年収は平均的	40代以下のシェアがやや高め	女性比率が高く年齢層はやや高め

注目したいのは「知的好奇心層」。彼らは、旅に対する要求は「旅大好き層」ほど高くはなく、一方で地域資源に強い関心を持っています。このようなターゲットが存在することは、メジャーな観光資源を持たない地域や、大規模な観光開発が難しい地域にとっては朗報です。無理のない持続可能な観光開発を前提に、地域に寄り添った視点を持ったターゲットをマッチングさせることが、旅行者と観光事業者、さらに地域住民にとっての三方よしを実現させるのではないのでしょうか。目的志向性の強い日帰り旅行市場をうまく活用して、地域の独自性と持続可能性を実現できる観光の姿を目指していくことが望まれます。

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

# Appendix : 追加分析の詳細

## 【分析方法】

パーソナリティ特性に関する項目についてそれぞれ5段階で「あてはまる」～「あてはまらない」の回答をしてもらった結果を利用して、因子分析を行った。得られた3つの因子についてそれぞれ①トレンド因子、②知的因子、③オリジナル因子と解釈し、その因子得点の出方によってクラスター分析を行い、6つのクラスターに分類した。

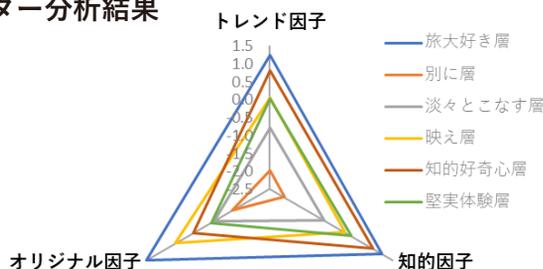
## ■ 因子分析結果

	因子		
	トレンド	知的	オリジナル
サイトや雑誌で紹介されたモノや場所を利用することが多い	0.834	-0.100	0.081
せっかく行動を起こすならなるべく盛りだくさんにしたい方だ	0.737	0.090	-0.070
気になるモノや場所があればすぐに行ってみる方だ	0.471	0.105	0.207
知識にふれて自分のモノの見方が変わることが好きだ	0.137	0.815	-0.145
勉強することは苦にならない (少し難しい本でも読むことが苦にならない)	-0.165	0.751	0.163
自己実現やセルフブランディングは大事だと思う	0.223	0.396	0.188
行動を起こす前にじっくり慎重に検討する方だ	0.293	0.359	-0.145
SNSでたくさんの「いいね!」や♥、リツイートがされないと何となく物足りない	0.004	-0.078	0.861
皆が良いと言っているモノやスポットは取外す外す方だ	0.056	0.261	0.368

因子抽出法: 最尤法

回転法: Kaiser の正規化を伴うプロマックス法/6 回の反復で回転が収束

## ■ 因子得点を使用したクラスター分析結果



最終クラスター中心

	クラスター					
	旅大好き層	別に層	淡々とこなす層	映え層	知的的好奇心層	堅実体験層
トレンド因子	1.21986	-1.98730	-0.79224	0.04333	0.79032	0.00932
知的因子	1.12639	-2.03404	-0.74432	-0.07311	0.85148	0.15488
オリジナル因子	1.49804	-1.27789	-0.69221	0.55205	-0.01137	-0.59576

## ■ クラスター出現率

			旅大好き層	別に層	淡々とこなす層	映え層	知的的好奇心層	堅実体験層
●凡例								
全体	(n=3,000)		12.0%	8.2	14.0	28.8	14.2	22.8
性年代別	男性・計	(n=1,500)	13.1	7.9	12.0	32.0	13.7	21.3
	女性・計	(n=1,500)	10.9	8.4	16.1	25.6	14.7	24.3
	男性・20代	(n=300)	26.0	8.0	3.7	32.7	13.7	16.0
	男性・30代	(n=300)	16.3	8.3	10.7	36.3	14.7	13.7
	男性・40代	(n=300)	12.0	7.0	13.0	35.3	14.7	18.0
	男性・50代	(n=300)	6.3	7.0	16.3	28.0	11.7	30.7
	男性・60代	(n=300)	4.7	9.3	16.3	27.7	14.0	28.0
	女性・20代	(n=300)	18.3	7.7	12.0	31.3	16.3	14.3
	女性・30代	(n=300)	14.3	6.7	12.0	26.0	19.7	21.3
	女性・40代	(n=300)	8.3	10.7	19.3	25.7	12.0	24.0
女性・50代	(n=300)	7.3	11.3	16.0	21.3	11.7	32.3	
女性・60代	(n=300)	6.3	5.7	21.0	23.7	14.0	29.3	
世帯年収別	200万円未満	(n=341)	11.7	15.5	16.4	26.7	9.7	19.9
	400万円未満	(n=585)	10.8	7.0	15.6	30.6	13.8	22.2
	600万円未満	(n=614)	14.8	5.5	11.2	29.5	13.0	25.9
	800万円未満	(n=396)	10.4	4.5	15.4	29.0	20.7	19.9
	1,000万円未満	(n=216)	17.6	3.7	7.4	25.9	19.4	25.9
	1,200万円未満	(n=128)	20.3	0.8	12.5	23.4	18.0	25.0
	1,200万円以上	(n=125)	22.4	4.0	11.2	19.2	21.6	21.6
	わからない・答えたくない	(n=595)	5.5	14.3	16.5	31.6	9.9	22.2

# Appendix : 追加分析の詳細

## 【クラスターの特性データ】

各クラスターの主な結果と特性を以下にまとめた。「旅行のゴール」では、宿泊旅行は温泉を中心としたリラックス要因が高いが、日帰り旅行はイベント性やテーマ性を求める割合も高く、要望は多岐にわたる。さらに「知的的好奇心層」では、「少しでも見知らぬ場所を味わいたい・理解したい」が高く、宿泊旅行においては67.5%、日帰り旅行ではさらに上がって74.3%となった。

### ■ 各クラスターの特性

	旅大好き層	別に層	淡々とこなす層	映え層	知的的好奇心層	堅実体験層
男女比 (%)	54.4 : 45.6	48.6 : 51.4	42.8 : 57.2	55.6 : 44.4	48.2 : 51.8	46.7 : 53.3
平均年齢	37.42歳	44.83歳	48.47歳	43.01歳	43.33歳	47.99歳
宿泊旅行実施率と平均回数	58.3% 1.54回	12.2% 0.55回	18.3% 0.52回	26.7% 0.64回	38.2% 0.88回	28.7% 0.72回
日帰り旅行実施率と平均回数	56.1% 1.78回	7.8% 0.35回	12.4% 0.50回	22.6% 0.57回	33.7% 0.99回	17.6% 0.53回
特性まとめ	旅行頻度が最も高く、若い世代の多い旅行ファン。年収も高めで消費額も高い。旅行回数も群を抜いて多い。	旅行への関心が最も弱い層。若干女性が多め。世帯年収は低め。	平均年齢が最も高く、女性比率も高い。世帯年収は若干低め。	2番目に若いセグメントで、男性比率が高い。オリジナル因子に対する反応が高い。年収や旅行回数は平均的。	知的因子、トレンド因子が高め。40代以下の層が若干多い。宿泊・日帰りともに旅行頻度は高い。	女性比率が高く、平均年齢はやや高め。各因子のバランスは知的的好奇心層に近似している。旅行回数は少ない。

### ■ 旅行のゴール

		定期的、季節的な定番イベントを行う	入学、就職、長期の仕事など、日常生活に区切りをつける	日常のアレコレから解放されてホッとしたい	温泉、食事を楽しみたい	自分の好きなことや趣味を楽しみたい	少しでも見知らぬ場所を味わいたい・理解したい	自分の成長につながることを、きっかけになることがあるとよい	自分の日常をSNSにアップしたい	後々他の人にも話せるような思い出を作りたい	一緒に行く人が楽しめるものになりたい
宿泊旅行・全体 (n=907)		34.5	29.5	64.5	69.6	53.0	51.3	36.1	24.6	39.6	63.6
パ ー ソ ナ リ テ ィ	旅大好き層 (n=210)	71.4	70.5	78.6	80.5	78.1	76.7	68.6	66.7	76.2	82.9
	別に層 (n=30)	13.3	13.3	53.3	56.7	26.7	20.0	6.7	13.3	10.0	50.0
	淡々とこなす層 (n=77)	9.1	7.8	61.0	71.4	33.8	27.3	10.4	5.2	9.1	57.1
	映え層 (n=231)	27.3	22.1	40.3	42.4	38.5	33.3	24.2	16.9	29.9	35.5
	知的的好奇心層 (n=163)	36.2	26.4	78.5	85.9	64.4	67.5	45.4	16.6	49.7	77.3
堅実体験層 (n=196)		15.3	8.2	69.4	77.6	45.4	45.9	21.9	4.6	19.9	69.4
日帰り旅行・全体 (n=732)		41.1	33.9	60.9	60.7	57.0	55.5	43.2	33.3	44.5	64.9
パ ー ソ ナ リ テ ィ	旅大好き層 (n=202)	71.3	68.8	82.7	80.2	80.2	83.7	75.2	73.8	78.7	82.7
	別に層 (n=19)	15.8	5.3	21.1	31.6	26.3	15.8	15.8	5.3	5.3	31.6
	淡々とこなす層 (n=52)	11.5	3.8	42.3	57.7	36.5	36.5	7.7	3.8	19.2	65.4
	映え層 (n=195)	28.2	24.6	37.4	37.9	35.9	26.7	25.6	24.6	25.1	37.9
	知的的好奇心層 (n=144)	41.7	27.8	72.9	68.8	67.4	74.3	55.6	24.3	55.6	79.9
堅実体験層 (n=120)		27.5	15.0	62.5	60.8	53.3	46.7	22.5	7.5	22.5	65.8

※全体値より10pt以上高い数値 ■ / 5pt以上高い数値 ■ / 5pt以上低い数値 ■ / 10pt以上低い数値 ■ で網掛け

(%)