

# 旅の効能調査【調査結果サマリー】

---

2009年1月



RECRUIT

\*転載・引用の場合は当センターまでご連絡ください  
\*無断転載を固く禁じます

本調査では、国内旅行を実施することによって得られる効能を調べた。

結果、以下の14の効能が認められ、それぞれの効能において、効能が出やすい旅行スタイルも分かった。主な結果は以下の通りである。

### 国内旅行によって得られる効能

#### 【恋愛】美術館・博物館デートは、恋に効く

じっくり話せる、美術館・博物館デート旅行は「生活の中の恋愛面を充実させたい」効果あり。

#### 【親子関係】宿でゆったり、美味しいものを食べてると、 親孝行しなきゃ！って思う

宿の中にこもり、地元や旬の美味しいものを食べるような旅行は、「親孝行したいと思う」効果あり。

#### 【喫煙】旅行に行くと、タバコの本数が減る！？

「タバコを吸う」量や頻度が減る旅は、禁煙にも効果的！

#### 【写真】旅先で写真を撮ると、帰ってからも「写真を撮る」ようになる

旅行をきっかけに写真の趣味が増えるかも。

#### 【親子関係】旅先での「語り合い」は、親を思い出させる効果あり？

同行者とじっくり話して、お土産を買って帰る旅行は親孝行の効果あり。

#### 【癒し】怒りっぽい自分が嫌になったら、地元密着の旅へ

地元の人と触れ合う旅行は、「他人に対して優しくする」効果あり。

#### 【恋愛】友人との恋バナ(恋愛話)旅行が、恋愛偏差値を上げる！

同行者との密なコミュニケーション旅行で「生活の中の恋愛面が充実する」。

#### 【刺激】色浴衣はテンション上げる魔法のコスチューム

旅先で綺麗な浴衣を着ると、その後の日常生活でも「気分が盛り上がっている」。

#### 【友情】優雅な休暇で、友人関係も向上する！？

地元の人と触れ合い、美術館・博物館に行き、いつもより贅沢なショッピングをする旅行で「友人関係が深まる」効果あり。

#### 【生活】療養目的の温泉旅行で早寝・早起になる

宿滞在型の温泉旅で規則正しい生活にリセット。

#### 【友情】賑やか1泊旅行が友達気分を高める

写真を撮って、他のお客さんと交流する、手軽な1泊旅行で「友人関係を深めたい」。

#### 【生活】盛りだくさんのアクティブ旅行が日常生活の満足度を高める

テーマパークと自然鑑賞は「日常生活に満足」させる効果あり。

#### 【お酒】お酒を飲まない若者は、グループ旅行に連れ出そう

同行者とじっくり話せる賑やか旅行で「お酒を飲む」ようになる。

#### 【友情】新しい友達を作るなら旅先で

地元の人と触れ合うことで「新しい友達・知り合いができる」

## 調査の目的、概要

### ■調査の背景

- 旅行には様々な効能があると考えられる。温泉に入ってリラックスする、知らないところへ旅をして新しい刺激を得る、美味しいものを食べて満足する…。このような効能について、本研究では、一見旅行とは関係のない効能も調べることで、より旅行者にとって魅力的な新たな効能が発掘できるのではないかとこの考えの下、調査研究を実施することとした。

### ■調査目的

- 国内旅行の持つ、心理的・身体的・社会的な効能を証明する。その結果を市場へ広めることにより、より国内旅行市場が活性化することを目指す。

### ■調査方法

- インターネットモニター（Yahoo!リサーチモニター）を使用したアンケート調査を実施した。本調査前に、仮説検証のため、事前調査としてデブスインタビューを行っている。
- 本調査に関しては、対象者に二回調査を行い、その間に旅行に行ったグループと行かなかったグループに分けて効能を測定。旅行による効能の有無を調べた。

### ■調査期間

- 一次調査
  - ・2008年8月1日（金）～8月5日（火）
- 二次調査（スクリーニング調査）
  - ・2008年9月22日（月）～9月24日（水）
- 二次調査（本調査）
  - ・2008年9月26日（金）～9月29日（月）
  - ・二次調査があることは、一次調査の時点で事前に対象者には知らせていない。

### ■調査対象者

- 全国の25～44歳の有職独身女性
  - ・※「アルバイト・パート」「フリーランス・自由業」「自営業」は除く
  - ・事前調査により、ライフステージなどが効能の出方に影響することが判明したため、できる限り同じような属性に絞って調査を実施した。今回は、恋人と、両親と、友人と、様々なパターンで旅行に行くことの多い独身女性を、国内旅行市場のメインターゲットと捉え調査対象とした。更に実際に行った旅行の体験と効能の関係をより明確に調べるために下記のような条件を更に設けている。

表1 本調査対象者条件

・一次調査時点より過去2ヶ月以内（2008年6月～7月）に、国内旅行・海外旅行いずれも行っていない（直近の旅行についての効能を調べるため）
・一次調査～二次調査の間（2008年8月5日～9月21日）に海外旅行に行っていない（海外旅行の影響を制御するため）
・【旅行者】一次調査～二次調査の間（2008年8月5日～9月21日）に国内宿泊旅行に1回行った。かつ海外旅行に行っていない
・【非旅行者】一次調査～二次調査の間（2008年8月5日～9月21日）に国内宿泊旅行・海外旅行いずれにも行っていない
・国内旅行以外の要因による効能への影響を防ぐため、ライフステージ・心理状況に大きな変化があった人は調査対象から除く（「転職した」「結婚した」「恋人ができた」「恋人と別れた」「住宅を購入した」「引っ越した」「車を購入した」「友人・知人・家族・親戚の冠婚葬祭に出席した」該当者を除いている）

### ■調査数

- 分析対象数は1740名
- 比較のため、【旅行者】と【非旅行者】は同数にした（各870名）。年代構成も極力同じ割合とした。調査配信数、回収数は以下。

表2 対象者と回収率

	一次調査	二次調査	
		スクリーニング調査	本調査
配信数	149,831	19,917	2,174
回収数	38,595	14,779	1,746
回収率	25.8%	74.2%	80.3%

## ■調査対象とした「効能」

- 今回分析対象とした効能は、41項目。実際に事実が確認される「事実効能」と、気持ちの状態を示す「気持ち効能」それぞれを、事前調査によって旅行体験との因果関係が確認された効能を整理した上で、41効能を抽出した。

表3 調査対象とした効能 「※」はマイナス効能

### ◆事実効能

タバコを吸う※
マッサージやエステに行く
運動をする
嫌いな食べ物がある※
外食をする
料理のレパートリーが増える
お酒を飲む
旅行記(ブログ)・エッセイなどを書く
写真を撮る
家具・インテリア用品を買ったり、インテリアを変える
親孝行する
他人に対して優しくする
ちょっとしたことで怒る※
生活の中の恋愛面が充実する
友人関係が深まる
やりたいことが見つかる
普段買わないもの(車・関連商品、カメラなど)を買う
普段よりも贅沢な買い物や行動をする
友人・知人などに他の人ができないようなことを自慢する
新しい友達・知り合いが出来る

### ◆気持ち効能

運動をしたい
国内旅行に行きたい
テーマパークなどのスポットや祭り・イベントに行きたい
仕事や家事に前向きに取り組んでいる
早寝・早起きである
ストレスが溜まっている※
生活の中の恋愛面を充実させたい
結婚したいと思う
子供が欲しいと思う
家具・インテリア用品を買ったり、インテリアを変えたい
親孝行したいと思う
他人に優しくしたいと思う
興味を持って勉強してみたいテーマがある
日本人に生まれて良かったと思う
普段買わないもの(車・関連商品、カメラなど)を買いたい
普段よりも贅沢な買い物や行動をしたい
友人関係を深めたい
体調が良い
最近、財布の紐が緩い
日常生活に満足している
気分が盛り上がっている

## ■調査委託機関

- 株式会社アンド・ディ

## ■監修

- 本研究については、首都大学東京の朝野熙彦(統計解析)教授に監修いただいている。

### ・職歴、学会、委員など

- －首都大学東京大学院社会科学部研究科経営学専攻 研究者養成プログラム
- －マーケティング・サイエンス特論、マーケティング特殊研究
- －日本リサーチセンター理事、専修大学教授、都立大学教授を経て、現在に至る
- －日本感性工学会(前)魅力工学部会長、日本行動計量学会理事、日本マーケティングサイエンス学会編集委員、サービス産業生産性協議会委員

### ・著書・論文

- －「魅力工学の実践」で日本感性工学会出版賞、他に「Rによるマーケティング・シミュレーション」「新製品開発」「入門共分散構造分析の実際」等

## ■ 【分析STEP1 効能の抽出】

- 一次調査から二次調査の間に国内旅行に行った【旅行者】と、行かなかった【非旅行者】の2グループ間で、41個の効能の変化状況を比較する。【旅行者】において有意に高くかつ上昇した効能を、国内旅行体験により発生・上昇した効能とみなす。

### ● 分析方法

- 【旅行者】【非旅行者】の比較に入る前に、より正確な検定を行うため、ロジスティック回帰分析\*1を使用して、国内旅行への行きやすさを「国内旅行傾向スコア\*2」として算出。この度合いの高さによって【旅行者】【非旅行者】をそれぞれ分類し、同じような「国内旅行への行きやすさ」の人どうしで比較して、【旅行者】においてより高い効能が見られるものを旅の効能として判定するという手順を踏んだ。

#### 1. ロジスティック回帰分析

- 「1年間の間に実施した国内旅行の回数」を目的変数、それ以外の調査項目を交絡変数\*3として、「1年間に国内旅行に行く確率＝国内旅行傾向スコア」を算出した。この数値が高ければ高いほど、国内旅行に行く傾向の強い人（行きやすい人）ということになる。

#### 2. 効能の測定・判断

- 41個の効能について、それぞれ以下のような手順を踏み、国内旅行の実施により発生したとみられる効能を検証した。

- 効能があったと回答した人の割合を、【旅行者】【非旅行者】全体で比較した場合、【旅行者】の方が高い効能
  - 効能得点が、【旅行者】【非旅行者】全体で比較して、【旅行者】が【非旅行者】よりも高い(t検定による平均値の差の検定を行っている)
  - 効能得点が、国内旅行傾向スコア別に比較して、過半数の層で【旅行者】の方が高い。かつ、いずれの層でも【非旅行者】が逆転し【旅行者】よりも有意に高くならない(t検定による平均値の差の検定を行っている)
- ※効能得点は、以下の選択肢に得点を与えた上で算出している。

#### \*注釈

- \*注1\_ロジスティック回帰分析  
旅行に行ったか行かなかったか(Yes or No)のように、2値を従属変数の実績値として用い、説明変数を用いてその発生確率を説明する方法。
- \*注2\_傾向スコア  
交絡変数があるとき、原因と結果の因果関係を分析するために用いるスコア(条件付き確率。ロジスティック回帰分析によって、各サンプルに与えられるモデル値を傾向スコアとする)。傾向スコアは第三の要因を吸収して真の効果を測定するのに有力な方法論である。
- \*注3\_交絡変数  
因果関係の分析において、分析者が着目している原因以外のその他の第三の変数のこと。交絡の影響をコントロールする方法として、傾向スコアが提案されている。
- \*注4\_CHAID(決定木分析)  
AID分析のひとつで、グループ間の差ができるだけ大きくなるようにサンプル全体をツリー状に分割していく方法。説明変数間の交互作用が自動的に検出できるのでAID(automatic interaction detector)の名称がつけられた。CHAIDの名称は尤度比chi-square(カイ二乗)統計量に基づくAIDであることによる。

表4 効能の得点配分

◆事実効能	
増えた(するようになった)	+1点
変わらない	0点
減った(しなくなった)	-1点
◆気持ち効能	
その気持ちが強まった	+1点
変わらない	0点
その気持ちが弱まった	-1点

\*マイナス効能は、スコアを反転して算出している

## ■ 【分析STEP2 効能のみられる旅行パタン】

- STEP1で認められた効能について、最もその効能が多く出現する旅行体験のパタンを探し、旅先でどのような旅行体験をするとその効能が出やすいのかを確認する。

#### 1. 決定木分析(CHAID)\*4

「効能あり」と判断された効能について、その効能に最も影響する要因を、影響度の強い順に明らかにしていく。分析対象とした旅行体験は以下の通り。

表5-1 旅行の内容 4項目

直近の旅行日数(宿泊数)
同行者の有無
旅行先の新規・リピート状況
宿泊先の新規・リピート状況

表5-2 旅行での具体的体験 35項目

1 温泉や大きなお風呂に入った	19 トレッキング・登山を楽しんだ
2 良い宿泊施設や良い部屋に泊まった	20 海水浴・釣り・マリンスポーツをした
3 宿泊施設で良いサービスを受けた	21 その他スポーツをした
4 ゆっくりした	22 テーマパーク・遊園地・水族館・動物園に行った
5 上げ膳・据え膳(至れり尽くせりのサービスを受けた)	23 美術館・博物館に行った
6 マッサージやエステをした	24 各種体験(手作り・果物狩りなど)をした
7 湯治・療養した	25 その他趣味・習い事・資格取得をした
8 宿泊施設で旬や地元の美味しい物を食べた	26 同行者とじっくり話した
9 周辺のお店で旬や地元の美味しい物を食べた	27 同行者とワイワイ過ごした
10 祭りやイベントを見た、参加した	28 静かに過ごした
11 世界遺産を訪ねた	29 自由気ままに行動した
12 紅葉・花など自然鑑賞をした	30 旅先で困難なことにチャレンジした(高い山に登ったスポーツで記録に挑んだ、ダイエツトしたなど)
13 名所・街並みの観光をした	31 お土産を買った
14 神社・仏閣・城の観光をした	32 綺麗な浴衣を着た
15 宿泊施設の近くを散策した	33 旅行先の宿泊先やお店で美しいインテリアを見た
16 他の旅行者と交流した	34 旅行先で買い物した
17 地元の人と触れあった	35 普段より、豪華な食事や高価なものを買った
18 写真を撮影した	

#### 旅行者のプロフィール確認

最も「効能あり」の出現率が高いパタンで旅行をした人について、どのような属性の人か、更に具体的な旅行の実施内容などを確認する。

# 結果① 国内旅行に行きやすい人の属性とは？

## ■傾向スコア別に見た対象者の特性

●旅行の行きやすさを示す傾向スコア別に対象者を分析してみたところ、下記のような結果となった。旅行に行きやすい人(傾向スコアの高い人)ほど、年収・可処分所得が高く、家族との同居率が高く、趣味や習い事が多くなり、休日・休暇もとりやすく、睡眠時間も長めで、付き合っている恋人があり、一緒に旅行に行くような友人もいる、というような結果となった。

表6 国内旅行傾向スコア別に見たプロフィールの比較

	調査数	■年齢 (歳)				平均年齢	■年収 (%)					■可処分所得(一ヶ月あたり) (%)			
		25~29歳	30~34歳	35~39歳	40~44歳		200万円未満	200~300万円未満	300~400万円未満	400~600万円未満	600万円以上	2万円未満	2~4万円未満	4~6万円未満	6万円以上
全体	1740	37.6	32.3	20.5	9.7	32.05	19.5	35.7	27.0	14.5	3.3	21.5	35.7	20.6	22.1
旅行者	870	37.6	33.3	19.5	9.5	31.95	17.4	34.1	28.9	16.4	3.2	17.6	33.8	23.6	25.1
傾向スコア															
0.9~	80	47.5	31.3	11.3	10.0	30.93	5.0	31.3	27.5	25.0	11.3	2.5	13.8	28.8	55.0
0.8~0.9未満	398	41.5	35.2	16.3	7.0	31.38	12.8	30.9	34.2	18.6	3.5	8.3	30.9	29.6	31.2
0.7~0.8未満	252	34.1	29.8	24.6	11.5	32.54	21.4	38.5	25.0	14.3	0.8	22.6	44.0	19.0	14.3
0.6~0.7未満	75	25.3	34.7	28.0	12.0	33.20	25.3	44.0	18.7	8.0	4.0	44.0	30.7	12.0	13.3
0.6未満	65	29.2	36.9	20.0	13.8	32.98	35.4	29.2	24.6	10.8	—	43.1	40.0	10.8	6.2
非旅行者	870	37.6	31.3	21.4	9.8	32.15	21.7	37.4	25.1	12.5	3.3	25.4	37.7	17.7	19.2
傾向スコア															
0.9~	40	52.5	25.0	15.0	7.5	30.85	7.5	27.5	30.0	22.5	12.5	5.0	15.0	22.5	57.5
0.8~0.9未満	293	41.0	36.9	15.7	6.5	31.45	17.1	32.4	25.9	18.8	5.8	10.2	33.8	23.2	32.8
0.7~0.8未満	273	38.1	30.0	22.7	9.2	32.07	20.5	39.6	26.7	10.6	2.6	23.4	45.8	20.5	10.3
0.6~0.7未満	129	36.4	28.7	20.2	14.7	32.75	24.8	44.2	22.5	8.5	—	43.4	35.7	10.1	10.9
0.6未満	135	25.9	25.9	34.1	14.1	33.64	35.6	40.0	20.7	3.7	—	51.1	38.5	5.9	4.4

■ 全体値よりも5ポイント以上高い数値  
 ■ 全体値よりも10ポイント以上高い数値  
 # 全体値よりも10ポイント以上低い数値

### ■同居者

	調査数	同居者 (%)					同居あり・計 (%)		家族と同居・計 (%)	
		親	兄弟姉妹	友人・知人	その他	一人暮らし	同居あり・計	家族と同居・計		
全体	1740	54.0	26.3	1.4	11.7	37.8	62.2	55.9		
旅行者	870	54.7	26.1	2.0	12.6	36.2	63.8	56.4		
傾向スコア										
0.9~	80	62.5	32.5	2.5	11.3	28.8	71.3	63.8		
0.8~0.9未満	398	55.3	25.9	2.0	12.6	34.7	65.3	56.3		
0.7~0.8未満	252	52.0	25.0	2.0	14.7	39.7	60.3	54.4		
0.6~0.7未満	75	62.7	25.3	1.3	14.7	28.0	72.0	66.7		
0.6未満	65	43.1	24.6	1.5	4.6	50.8	49.2	44.6		
非旅行者	870	53.3	26.4	0.9	10.7	39.4	60.6	55.4		
傾向スコア										
0.9~	40	70.0	32.5	2.5	27.5	22.5	77.5	70.0		
0.8~0.9未満	293	56.7	27.0	1.7	12.3	35.5	64.5	58.0		
0.7~0.8未満	273	52.4	28.2	0.7	9.5	41.8	58.2	54.6		
0.6~0.7未満	129	46.5	23.3	—	10.1	45.7	54.3	48.8		
0.6未満	135	49.6	23.0	—	5.2	42.2	57.8	53.3		

### ■趣味・習い事数

	平均回答個数
全体	5.65
旅行者	6.05
傾向スコア	
0.9~	11.05
0.8~0.9未満	6.36
0.7~0.8未満	4.93
0.6~0.7未満	4.61
0.6未満	3.58
非旅行者	5.24
傾向スコア	
0.9~	10.43
0.8~0.9未満	6.15
0.7~0.8未満	4.96
0.6~0.7未満	3.89
0.6未満	3.37

### ■休日・休暇のとりやすさ

	3ヶ月間の平均回数
全体	8.69
旅行者	8.76
傾向スコア	
0.9~	9.05
0.8~0.9未満	8.98
0.7~0.8未満	8.66
0.6~0.7未満	8.39
0.6未満	7.82
非旅行者	8.62
傾向スコア	
0.9~	10.63
0.8~0.9未満	8.88
0.7~0.8未満	8.23
0.6~0.7未満	8.61
0.6未満	8.24

### ■1日の睡眠時間

	平均時間
全体	6.03
旅行者	6.02
傾向スコア	
0.9~	6.15
0.8~0.9未満	6.11
0.7~0.8未満	6.00
0.6~0.7未満	5.81
0.6未満	5.57
非旅行者	6.04
傾向スコア	
0.9~	6.43
0.8~0.9未満	6.11
0.7~0.8未満	5.95
0.6~0.7未満	5.96
0.6未満	6.01

### ■現在付き合っている異性の有無

	いる (%)	いない (%)
全体	41.8	58.2
旅行者	47.5	52.5
傾向スコア		
0.9~	95.0	5.0
0.8~0.9未満	61.1	38.9
0.7~0.8未満	26.2	73.8
0.6~0.7未満	24.0	76.0
0.6未満	15.4	84.6
非旅行者	36.1	63.9
傾向スコア		
0.9~	92.5	7.5
0.8~0.9未満	56.0	44.0
0.7~0.8未満	22.0	78.0
0.6~0.7未満	30.2	69.8
0.6未満	10.4	89.6

### ■一緒に旅行に行く友人の有無

	いる (%)	いない (%)
全体	75.4	24.6
旅行者	81.0	19.0
傾向スコア		
0.9~	100.0	—
0.8~0.9未満	98.2	1.8
0.7~0.8未満	81.3	18.7
0.6~0.7未満	38.7	61.3
0.6未満	—	100.0
非旅行者	69.8	30.2
傾向スコア		
0.9~	100.0	—
0.8~0.9未満	98.0	2.0
0.7~0.8未満	82.4	17.6
0.6~0.7未満	42.6	57.4
0.6未満	—	100.0

## 結果② 国内旅行によって得られる効能

### ■【分析STEP1の結果＝国内旅行によって認められた効能】

●先述した基準で効能として認められたものは、下記の通り。有意水準5～30%で有意差が見られた効能は以下の通り14効能。物理的な効能よりは、他人との関係が向上するといったような社会的・心理的な効能がより多く見られる結果となった。

#### ◆検定結果により認められた旅の効能【気持ち効能】

+1.00点「効能あり/増加」 0.00点「変化なし」 -1.00点「効能なし/減少」 調査数	生活の中の恋愛面を充実させたい	親孝行したいと思う	気分が盛り上がっている	早寝・早起きである	友人関係を深めたい	日常生活に満足している
--	-----------------	-----------	-------------	-----------	-----------	-------------

#### ▼加重平均値(点)

	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定			
計	870	870	0.27	0.21	★	0.25	0.20	★	-0.06	-0.11	☆	0.02	-0.01	○	0.21	0.19	△	-0.04	-0.07	△

#### -国内旅行傾向スコア別比較

年間国内旅行確率	傾向スコア	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定
		0.9～	80	40	0.28	0.23		0.26	0.30		-0.03	-0.10		0.08	-0.18	★	0.21	0.30		-0.03	-0.03
0.8～0.9未満	398	293	0.29	0.27		0.30	0.23	★	-0.06	-0.10	△	0.02	-0.01		0.24	0.20	△	-0.03	-0.04		
0.7～0.8未満	252	273	0.28	0.20	☆	0.20	0.19		-0.10	-0.13		0.01	0.02		0.22	0.20		-0.06	-0.05		
0.6～0.7未満	75	129	0.24	0.22		0.20	0.22		0.03	-0.10	☆	-0.01	-0.02		0.17	0.16		0.01	-0.13	★	
～0.6未満	65	135	0.20	0.10	△	0.20	0.13	△	-0.14	-0.12		0.02	-0.04		0.11	0.12		-0.11	-0.10		

#### ▼「効能あり」の割合(%)

旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者
870	870	32.2	28.7	26.7	23.8	11.3	9.1	11.4	10.8	25.4	23.0	10.1	8.2

#### 表の見方

- : 高い方に網掛け
- ★ : 有意水準5%
- ☆ : 有意水準10%
- : 有意水準20%
- △ : 有意水準30%

各効能の水準については以下の通り。

◎有意水準5%で【旅行者】の効能が【非旅行者】よりも高い。

○有意水準10%で【旅行者】の効能が【非旅行者】よりも高い。国内旅行傾向スコア別に比較すると、過半数の層で【旅行者】が【非旅行者】を上回る。

△有意水準20～30%で【旅行者】の効能が【非旅行者】よりも高い。

※有意水準とは・・・どの程度の正確性をもって「偶然とは考えにくい」を表す定数。例えば、有意水準5%で有意の場合、95%の確率で偶然ではないといえる。

#### ◆検定結果により認められた旅の効能【事実効能】

+1.00点「効能あり/増加」 0.00点「変化なし」 -1.00点「効能なし/減少」 調査数	タバコを吸う ※	写真を撮る	親孝行する	他人に対して優しくする	生活の中の恋愛面が充実する	友人関係が深まる	お酒を飲む	新しい友達・知り合いが出来る
--	----------	-------	-------	-------------	---------------	----------	-------	----------------

#### ▼加重平均値(点)

	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定						
計	870	870	0.07	0.04	★	0.03	-0.06	★	0.06	0.02	★	0.05	0.00	★	-0.02	-0.08	★	0.06	0.03	☆	0.00	-0.03	○	0.02	-0.01	○

#### -国内旅行傾向スコア別比較

年間国内旅行確率	傾向スコア	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定	旅行者	非旅行者	差の検定		
		0.9～	80	40	0.08	0.03		0.06	0.13		0.04	0.03		0.10	0.00	○	0.00	-0.08		0.06	0.05		-0.03	0.05		-0.04
0.8～0.9未満	398	293	0.08	0.03	☆	0.03	-0.07	☆	0.06	0.07		0.03	0.02		-0.01	-0.05		0.08	0.06		0.00	-0.03		0.02	0.00	
0.7～0.8未満	252	273	0.07	0.05		0.03	-0.04	☆	0.07	0.02	☆	0.06	-0.01	☆	-0.04	-0.04		0.08	0.06		0.02	-0.03	△	0.04	0.03	
0.6～0.7未満	75	129	0.08	0.02	△	0.03	-0.13	★	0.04	-0.02	△	0.04	0.00		0.03	-0.16	★	0.09	-0.04	★	0.01	-0.05		0.03	-0.03	
～0.6未満	65	135	0.08	0.05		0.02	-0.04		0.03	-0.03	○	0.03	-0.01		-0.11	-0.13		-0.09	-0.07		-0.08	-0.06		-0.03	-0.07	

#### ▼「効能あり」の割合(%)

旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者	旅行者	非旅行者
870	870	9.8	8.2	12.0	6.8	8.6	6.8	7.2	5.1	7.7	5.2	11.8	9.7

## 結果③ 各効能ごとの、効能がより多く出やすい旅行パタンの分析

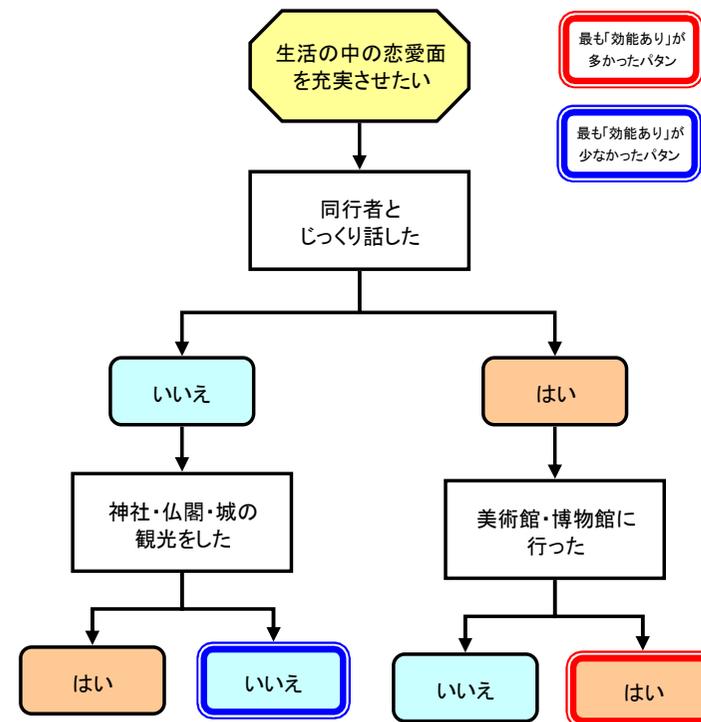
### ■【分析STEP2の結果＝効能のみられる旅行パターン】

●認められた効能について、効能が出ている人が多い旅行パターンは、どのような旅行が多いのか、決定木分析(CHAID)によって分析をした。右の図は、上から順に、その効能に影響力の大きい旅行体験が示されている。最終的に最も効能があった者が多かったパターン(赤)と最も少なかったパターン(青)を導き出している。

### ■恋愛を充実させるなら、パートナーとじっくり話せる、美術館・博物館デート旅行が効果的

●「生活の中の恋愛面を充実させたい」(気持ち効能)に最も影響する旅行体験は、「同行者とじっくり話した」という体験であり、この行動を伴った者のうち、更に「美術館・博物館に行った」体験をした者が、最もこの効能が高いという結果になった。非掲載データとなるが、効能が最も高い層については詳しく見ていくと、同行者は4割が「恋人」であった。事前に旅程を考えたり、打ち合わせしたりなど、旅行に向けての期待が高い傾向が見られた。

図1 「生活の中の恋愛面を充実させたい」効能の決定木分析結果

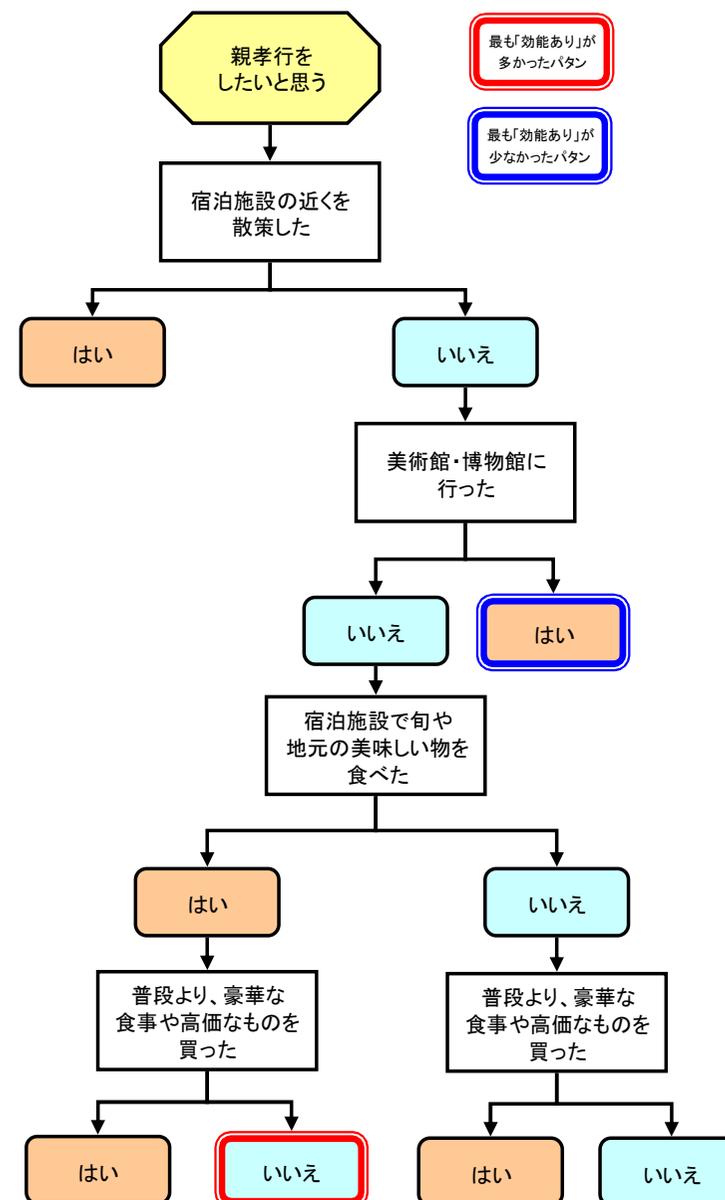


※「タバコを吸う」(旅行に行くと本数や量が減る)効能は、喫煙者のサンプルが少なく、決定木分析は割愛した。

## ■宿でゆったり過ごす旅行は、親孝行モードを高める

●「親孝行したいと思う」(気持ち効能)には、「宿泊施設の近くを散策した」について「いいえ」、次いで「美術館・博物館に行った」について「いいえ」、「宿泊施設で旬や地元の美味しい物を食べた」について「はい」、「普段より、豪華な食事や高価なものを買った」について「いいえ」と答えたパタンの人で最も効能が高く出た。実際には親と同行しているケースは2割強と高くはないため、知人との旅行で、宿の外の体験をあまりせず、宿の中で美味しいものを食べてゆっくりし、贅沢品などのショッピングもしないで、ゆったり過ごすような旅行の場合に効能が出やすいと言えそうだ。

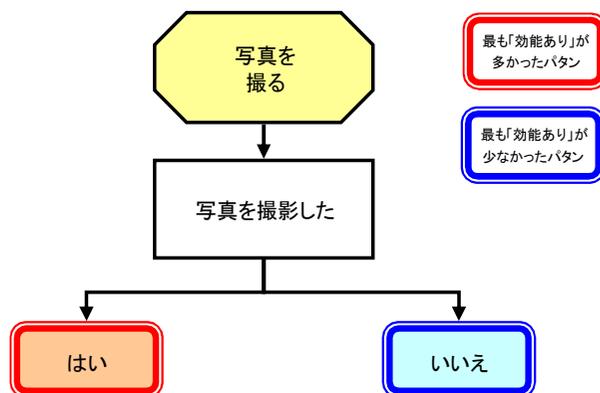
図2 「親孝行をしたいと思う」効能の決定木分析結果



### ■旅行先で写真を撮ると、その後日常生活でも撮るようになる

- 「写真を撮る」(事実効能)は、「写真を撮影した」体験がある人で最も効能が高い。

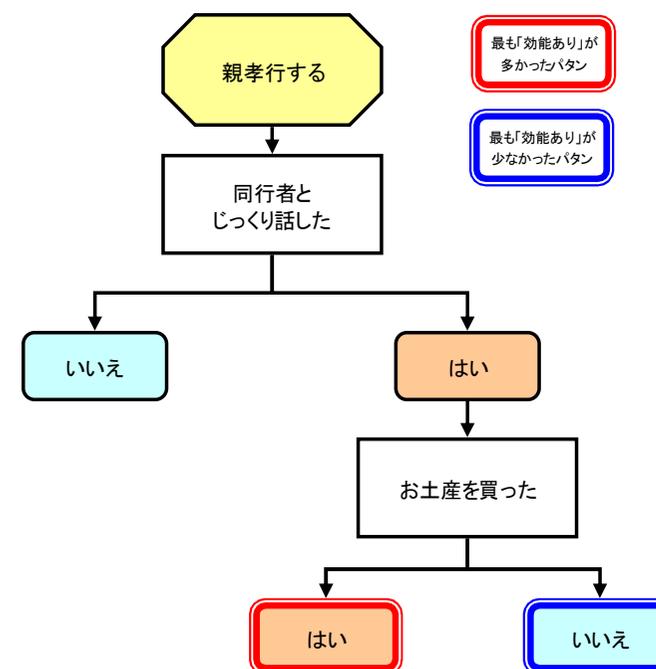
図3 「写真を撮る」効能の決定木分析結果



### ■同行者との密なコミュニケーションから、親への気遣いが生まれる

- 「親孝行する」(事実効能)は、「同行者とじっくり話した」について「はい」、次いで「お土産を買った」について「はい」と答えた人で最も効能が多く見られた。親の同行が多い旅行をしているわけではなく、友人・知人や恋人との旅行の方が多く、一人旅が極端に少ない傾向がある。知人との密なコミュニケーションがとれる旅行では、会話の中などで親の存在を意識したり、親を連れて行きたいと思ったりするきっかけがあったと推測される。

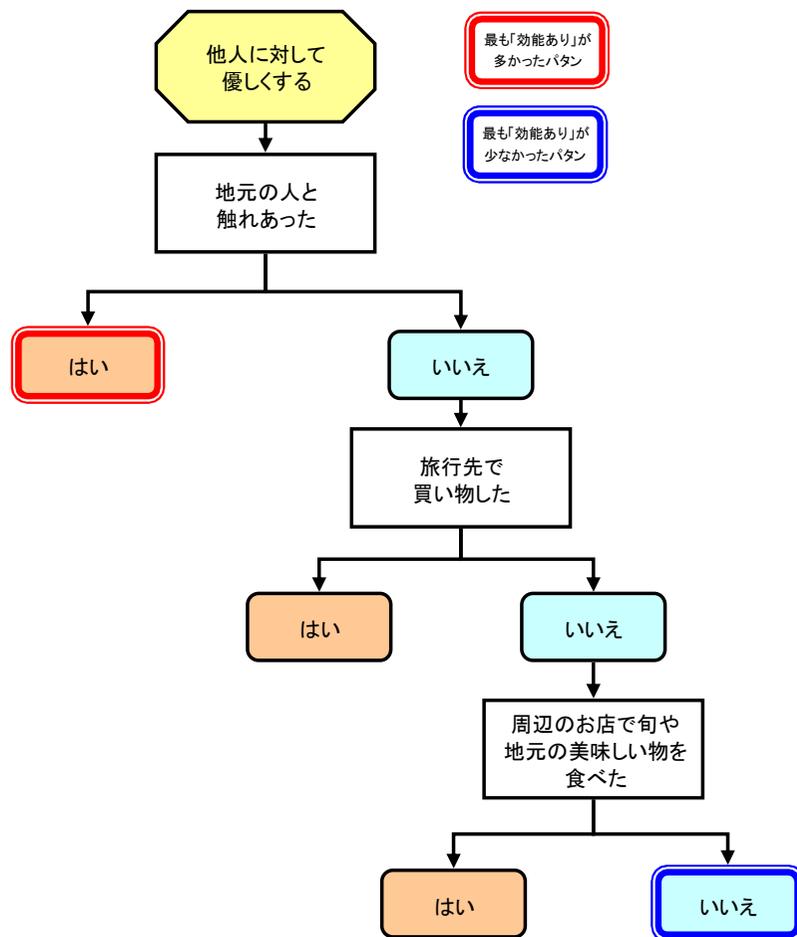
図4 「親孝行する」効能の決定木分析結果



### ■3泊前後のマイペース旅行で、優しい自分になれる

- 「他人に対して優しくする」(事実効能)は、「地元の人と触れ合った」体験をしている人で最も効能が高い。この層のプロフィールを調べると、2泊から3泊とやや長めの旅行を体験している人が多く、旅行者全体に比べて恋人同行者が少ないことがわかった。一人旅の実施率も旅行者全体に比べるとやや高いことから、マイペースな旅行であったことが推測される。

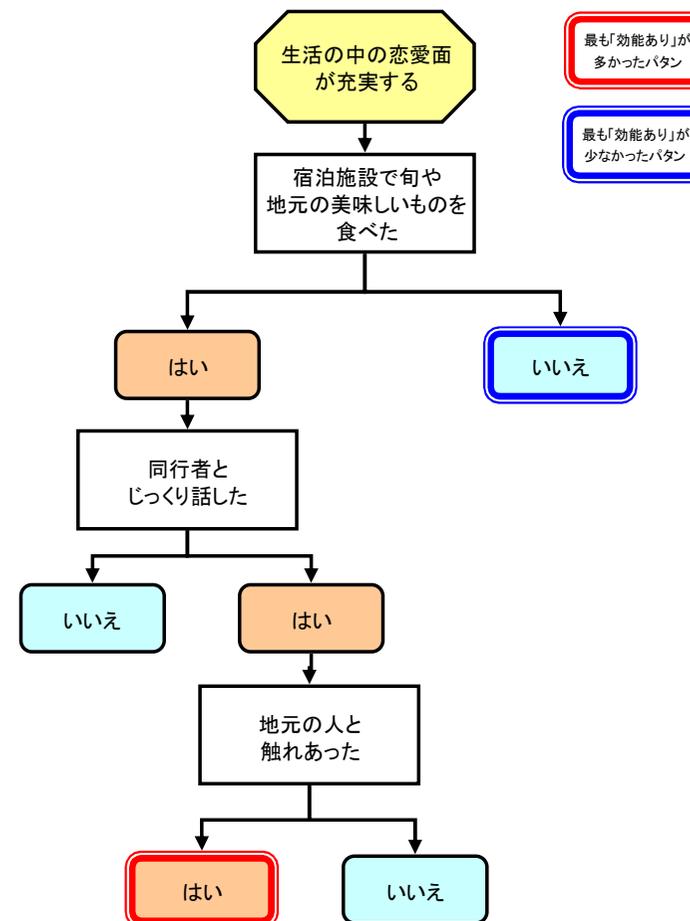
図5 「他人に対して優しくする」効能の決定木分析結果



### ■友人との「恋バナ＝恋愛話」旅行が、恋愛を活性化させる

- 「生活の中の恋愛面が充実する」(事実効能)は、「宿泊施設で旬や地元の美味しい物を食べた」について「はい」、「同行者とじっくり話した」について「はい」、更に「地元の人と触れ合った」について「はい」と回答した人で最も効能が多く見られた。知人・友人との旅行が最も多く3割であることから、友人との旅行でも、美味しいものを食べ、じっくり話し込み、地元の人と触れ合うなどの仲良い旅行を体験することで、恋愛偏差値が上がる、ということが言えそう。

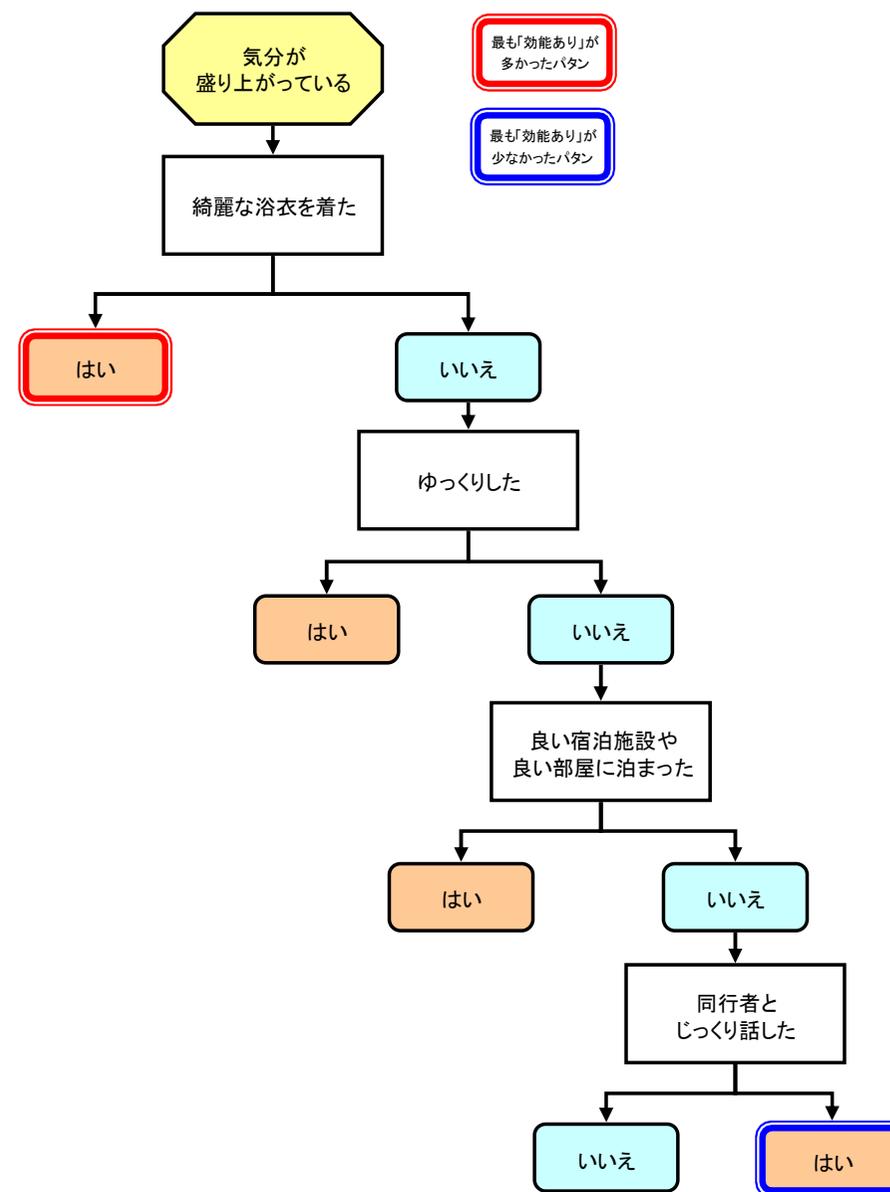
図6 「生活の中の恋愛面が充実する」効能の決定木分析結果



## ■色浴衣を着ると、テンションが上がる

●「気分が盛り上がっている」(気持ち効能)は、「綺麗な浴衣を着た」体験が最も効能に影響する結果となった。旅行の同行者は「恋人」が4割強と多く、温泉や大きなお風呂に入ったり、美味しい物を食べたり、良い宿泊施設や良い部屋に泊まったなどの傾向があった。また宿の外でも名所・史跡・自然の観光や地元の食事など比較的幅広く体験している。やや奮発した温泉旅行で、パートナーと良い宿に泊まり、観光も押さえて、といったデート旅行の様子が読み取れる。

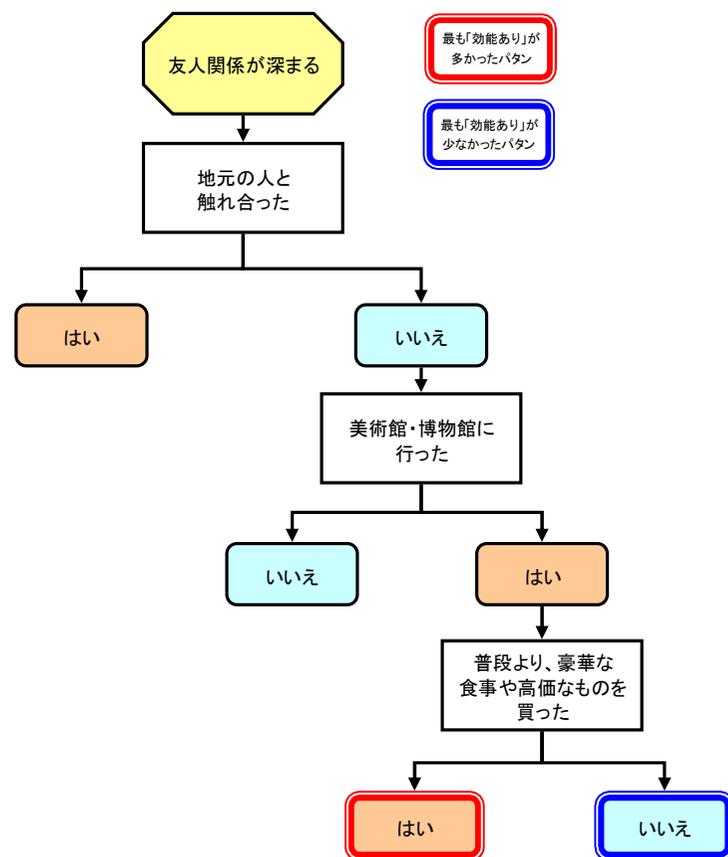
図7 「気分が盛り上がっている」効能の決定木分析結果



### ■恋人との優雅な休暇で、友人関係も向上する

●「友人関係が深まる」(事実効能)は、「地元の人と触れ合った」について「いいえ」、「美術館・博物館に行った」について「はい」、「普段より、豪華な食事や高価なものを買った」について「はい」と回答した人で最も効能が多く見られた。同行者は恋人が最も多く4割を占めている。2泊程度の比較的ゆったりした期間で、あまり他の人と接触せず、二人の空間を重視した少し贅沢な旅行をしているようだ。これらの体験を旅行後に友人たちと共有するなどの機会があったのかもしれない。

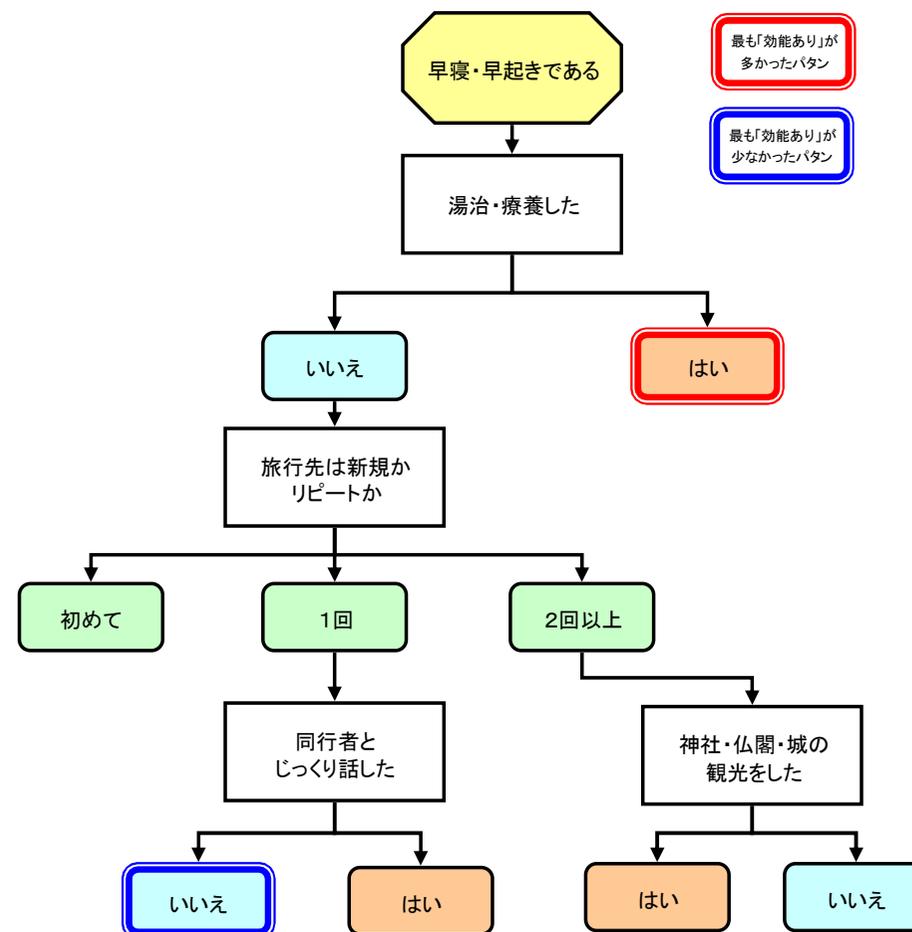
図8 「友人関係が深まる」効能の決定木分析結果



### ■早寝早起きになるなら、「湯治・療養」が効果的

●「早寝・早起きである」(気持ち効能)には、「湯治・療養した」という体験が最も影響しており、この行動を伴った者で最も効能が高い。日常生活において「仕事に追われていて時間的にも精神的にも余裕がない」という人が5割程度と多い。旅行先での体験は、温泉に入ったり、美味しいものを食べるなど宿の中の体験が多く、温泉を中心とした宿滞在型の旅行が効果を高める傾向があるようだ。

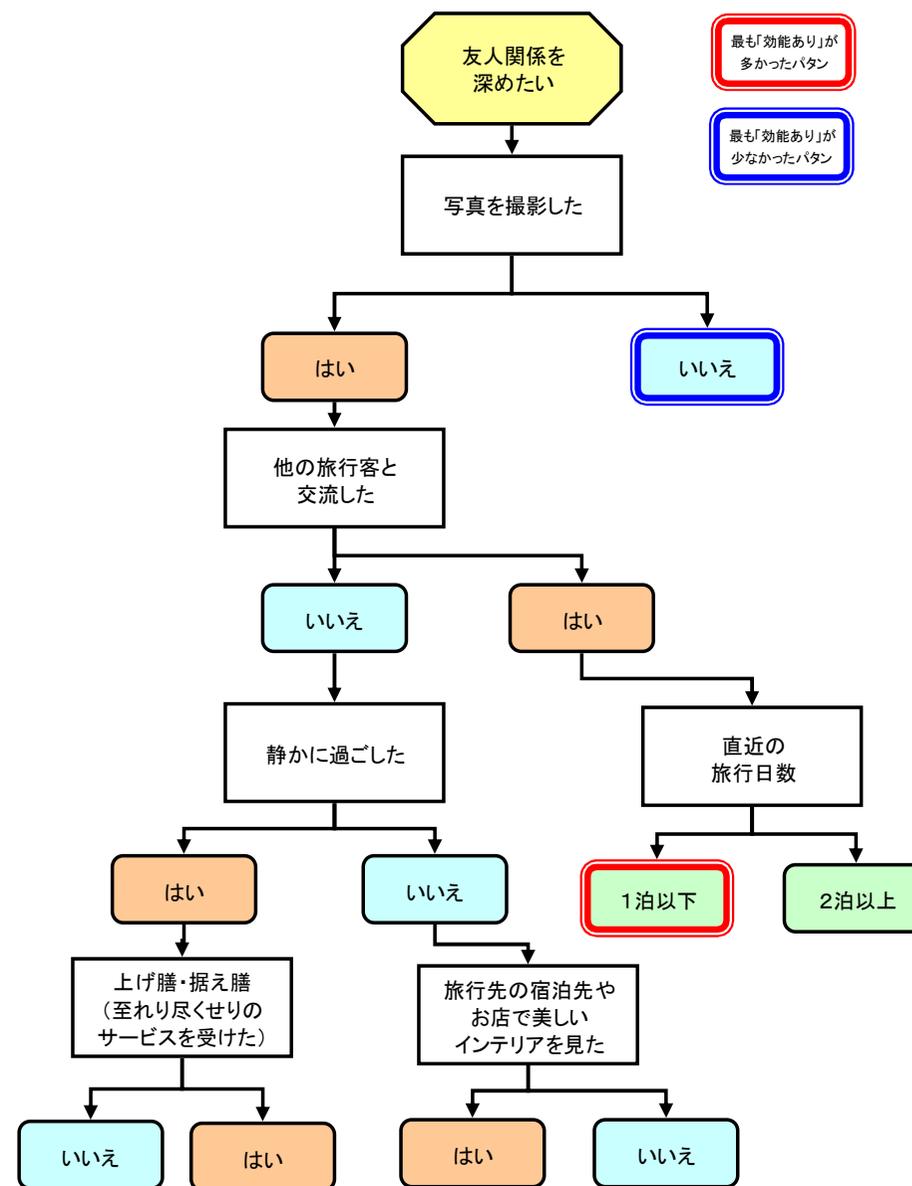
図9 「早寝・早起きである」効能の決定木分析結果



■ 写真を撮ったり、他の旅行客と交流したり、賑やか1泊旅行が友達気分を高める

● 「友人関係を深めたい」(気持ち効能)は、「写真を撮影した」体験を伴い、かつ「他の旅行客と交流した」について「はい」、「直近の旅行日数」が「1泊以下」のパタンで最も高い。旅行者全体と比べて、同行者との距離が縮まった、普段言えないことが言いやすくなったといった項目が特徴的に高く、旅先で友情が深まっている様子が伺える。

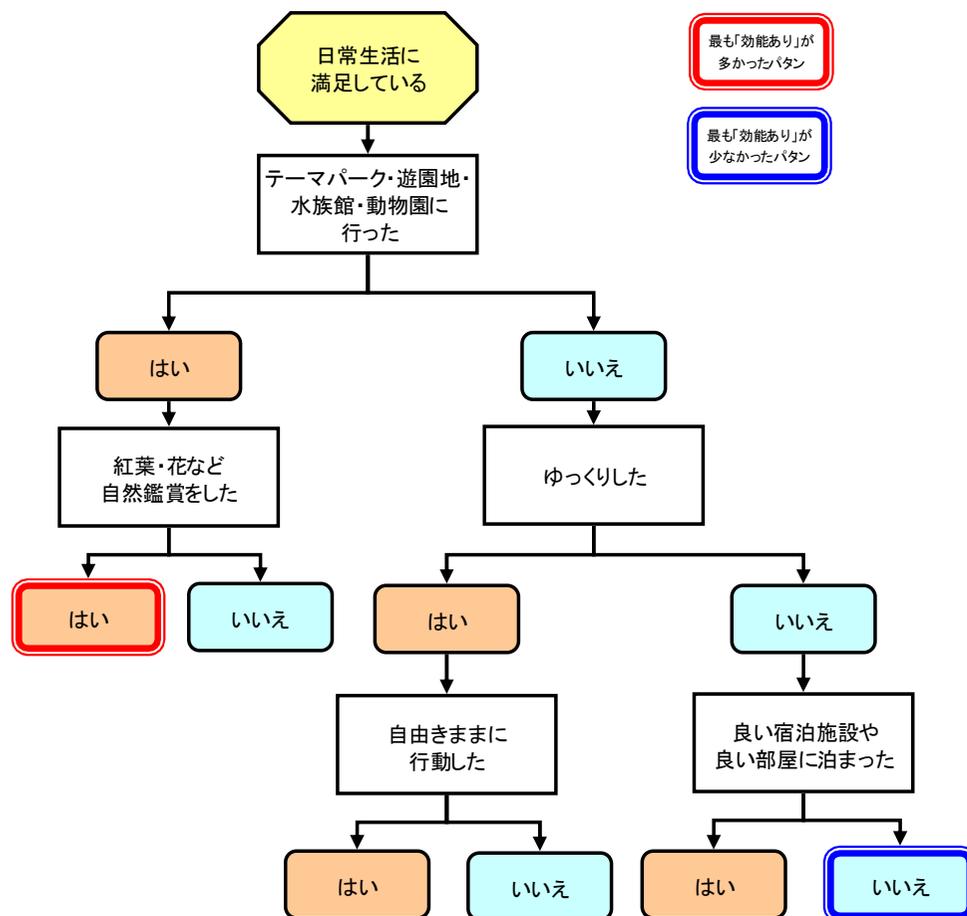
図10 「友人関係を深めたい」効能の決定木分析結果



## ■テーマパーク、自然鑑賞...盛りだくさんのアクティブ旅行は日常生活の満足度を上げる

- 「日常生活に満足している」(気持ち効能)は、「テーマパーク・遊園地・水族館・動物園に行った」体験をし、「紅葉・花など自然鑑賞をした」人で最も効能が高い。これらの人は旅先での旅行体験も非常にアクティブなものが多く、名所・街並みの観光や旅先での買い物、海水浴・釣り・マリンスポーツなど、アクティビティも旅行者全体に比べて高く、盛りだくさんの観光旅行をしているケースが多いようだ。

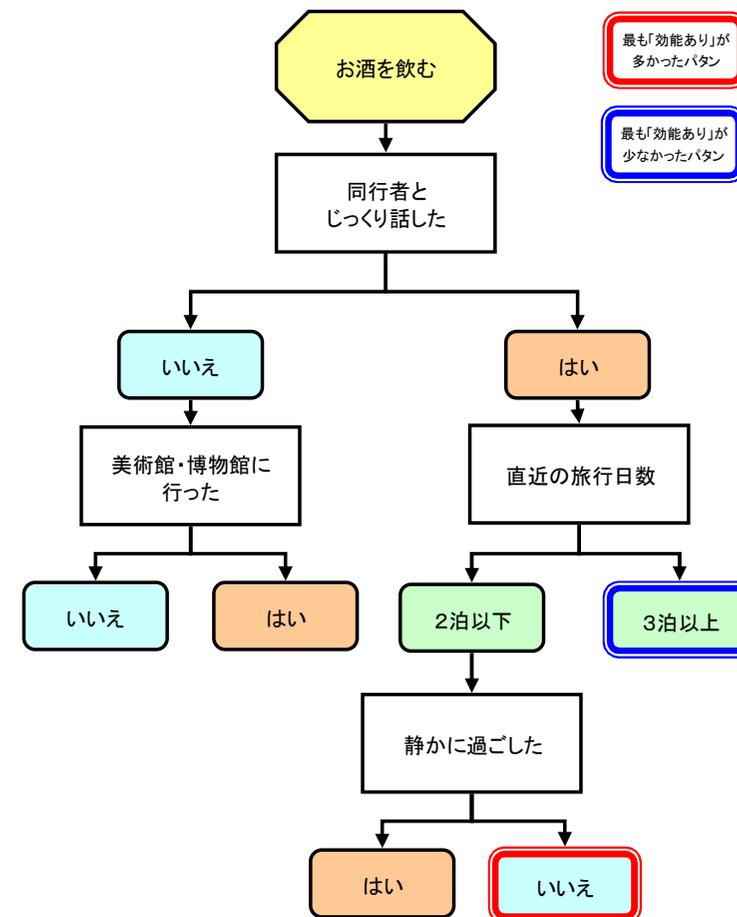
図11 「日常生活に満足している」効能の決定木分析結果



## ■お酒を飲まない若者は、グループ旅行に連れ出すのが得策か

- 「お酒を飲む」(事実効能)は、「同行者とじっくり話した」について「はい」、「直近の旅行日数」が「2泊以下」、「静かに過ごした」に「いいえ」と回答している人で最も効能が出ている。要するに同行者と2泊以下の旅行でワイワイ騒ぐような旅行をすると、お酒を飲む量が増えるということになる。効能の見られた層では、友人・知人との旅行、3人以上のグループ旅行などもやや目につくことから、友達との水入らずの旅行といったところだろう。

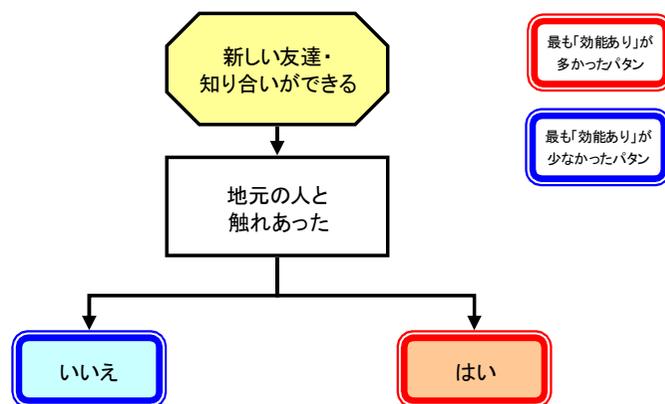
図12 「お酒を飲む」効能の決定木分析結果



## ■ やや長めのマイペース旅行で、新しい友達を見つける

- 「新しい友達・知り合いができる」(事実効能)は、「地元の人と触れ合った」体験が最も影響しており、「はい」と答えた人で最も効能も多く見られたことから、地元の人と知り合ったということが推測される。また、この層の特徴は「他人に対して優しくする」効能のパターンと同様で、3日程度のやや長めの旅行で、マイペースに過ごしている様子が伺える。

図13 「新しい友達・知り合いができる」効能の決定木分析結果



## 考察～調査を終えて～ 観光産業は、「幸せ産業」である

本研究で、様々な国内旅行による効能が認められた。結果が認められたのは主に恋愛や友人関係、親子関係といった、他者との関係性を向上する効能が多かった。著者は本研究をテーマに置いた際、「旅行で痩せる」「旅行に行く」と健康になる」といったような、一聴してすぐに試してみたいような即効性のある効能が見られることを期待していたが、逆にこのような結果が出たことにむしろ旅行の大きな可能性を感じる事ができた。

### ●旅行は、【人間らしさ】を取り戻すための、文字通りの「旅」である

なぜなら、これはある意味で、急速にデジタル化されつつある現代への警告でもあるかのように見えるからだ。即効性のあるダイエットや、すぐに身につく能力開発といった書籍やテーマが採り上げられることが多い中で、今回認められた効能は他者との関係向上、人に優しくなる、といった人間らしい生活を後押しする、「アナログ」な効能ばかりである。いわば旅行は、【人間らしさ】を取り戻すための、文字通りの「旅」なのである。殺伐とした日常から体を休めて英気を養う、仲良しの友人と騒いで思い出を作る、恋人と出かけてより愛を深める…いずれも時間を要し、手間隙がかかり、面倒なことばかりだ。しかし、デジタルが溢れる現代ゆえに希薄になり、今こそ必要とされるはずの、人と人との絆を築いていく大切な過程である。旅行にはこのような人の絆を作り上げる効能があり、統計的にも、そのことが今回証明された。私たちは「旅行」という商品について、もっと自信を持って、もっと可能性を信じてもいいのではないだろうか。

### ●幸せな人が行く旅行から、幸せになるために行く旅行へ

そのことを示す結果がもう一つある。傾向スコア別に見たときのプロフィール(表6)を思い出していただきたい。旅行に行きやすい人たちというのは、時間があって、お金があって、恋人がいて、友達もいて、趣味も多くて、ゆっくり眠る時間もあつ、要するに、幸せな人たちである。旅行に行けるといふことは、それだけで幸福を意味する。私たちの関わる観光産業は、いわば「幸せ産業」なのである。このことを忘れてはならない。そして、人の絆を紡ぐ「旅の効能」が認められたならば、私たちがすべきことは次にある。旅行を一部の幸せな人たちのものにしておくのではなく、「幸せになるために旅行に行く」人を増やすことだ。旅行に行ける人が幸せなら、旅行は幸せへの第一歩のはずだ。旅で人間らしさを取り戻し、絆を強めることで幸せを感じる。旅行に行く人が増えれば、もっと幸せな人が増える。そのような幸せの好サイクルが生まれてくれば、おのずと世界は変わってくる。

私たちの観光産業は余暇産業であるがゆえに、不況に弱い。世の中を変えようと思っても、その手段は直接的ではなく、間接的だ。しかし、間接的にでも、少しずつでも変えられるものはある。そのためには人間の心理と良心に語りかけ続けることだ。まずは明日やってくるお客さんを笑顔で迎えることから始めよう。彼らはきっと、幸せになるためにやってくるのだから。

文責/じゃらんリサーチセンター 研究員 森戸香奈子