



本調査の概要

調査名	じゃらん宿泊旅行調査2016(2016年4月調査実施)
調査方法	インターネット(一般パネル)による調査
調査内容	昨年度1年間(2015年4月～2016年3月)の国内宿泊旅行(出張・帰省・修学旅行などを除く)の有無等について
調査対象	全国20～79歳の男女
サンプル数	15,584件(うち、同居家族モニター31件、旅行件数ベース30,951件)

集計・分析手法について
はじめに国勢調査平成27年10月1日現在の人口速報集計(総務省統計局発表)および1次調査結果を用いて、全国の宿泊旅行者の母集団を推計した。次に、2次調査の集計・分析にあたり、推計された宿泊旅行者の母集団における都道府県別、性・年代別構成比に基づいてウェイトバックを行い、構成比のずれを補正している。
また、60歳以上の登録モニター数が少ない県について、60歳以上の家族と同居している登録モニターに代理回答を実施、2次調査の調査対象として追加した。

ニッポン人の旅行2016

『じゃらん宿泊旅行調査2016』ほか
各種データで徹底検証
増え続ける独身一人旅、
家計の変化で旅行自粛……?」

『じゃらん宿泊旅行調査』は、毎年1万5000人の国内宿泊旅行者を対象にじゃらんリサーチセンター(JRCC)が行っている大規模な国内旅行市場動向調査。その最新の調査結果を紹介するとともに、他のさまざまな統計データも活用しながら、国内旅行市場をめぐるさまざまな事情を読み解いていく。



国内旅行の最新動向と、その背景をデータで探る
調査の意義は、日ごろ肌感覚としてとらえている市場の動向を、確認・検証できる点にある。『じゃらん宿泊旅行調査』では今年も、旅行単価の上昇や1人旅の増加など、市場のトレンドを感じさせる結果を得ることができた。さらにこうした結果の背景に何があるかというところまで踏み込めれば、より有効な打ち手への可能性が広がるはずだ。そこで今回は、同調査で分かった国内旅行市場の最新動向を確認しつつ、主だったピックアップについては、調査結果のより細かい分析や、他の調査結果も交えつつ、「なぜそうなったのか」という背景にも迫ってみたい。

心を動かす、
日本を元気にする
観光・レジャーのプロデューサー
応援情報誌

とーりまかし

vol. 45

2016年9月号

目次

- 増え続ける独身一人旅、家計の変化で旅行自粛……? 『じゃらん宿泊旅行調査2016』ほか
各種データで徹底検証
- 2 ニッポン人の旅行
- 観光資源となるローカル線、路線を「変える」路線バス、コンパクトなまちづくり…
- 16 二次交通からみる地方創生
- 河瀬直美、ナガオカケンメイ、みうらじゅんに訊く!
- 24 地域に必要なものってなんですか?
- From Local
32 線香花火 (山梨県)
- 他業界から学ぶマーケティング事例
30 Marketing Crossing
スマホ世代の情報発信は文字から写真へ
ビジュアルコミュニケーションを学ぶ

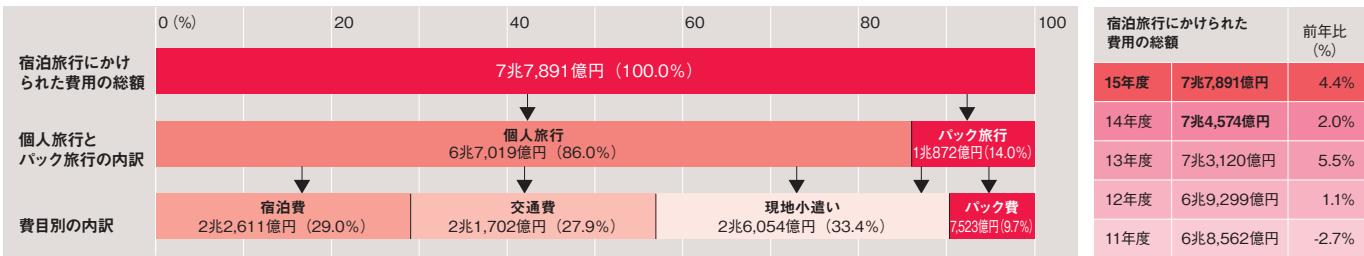
連載

とーりまかし Terima Kasu

インドネシア語で「ありがとう」の意。

日頃からお世話になっているクライアントのみなさまにありがとう、読者のみなさまにありがとう、そして私たちに知恵を提供してくれるすべてのみなさまにありがとう、という感謝の気持ちを込めて、この名前をつけました。ちなみに、じゃらん「alan」もインドネシア語で、「道」「プロセス」の意味です。「jalan jalan」で、「散歩する」「ブラブラ出かける」「旅行する」などの意味になります。

図2 宿泊旅行にかけられた費用総額



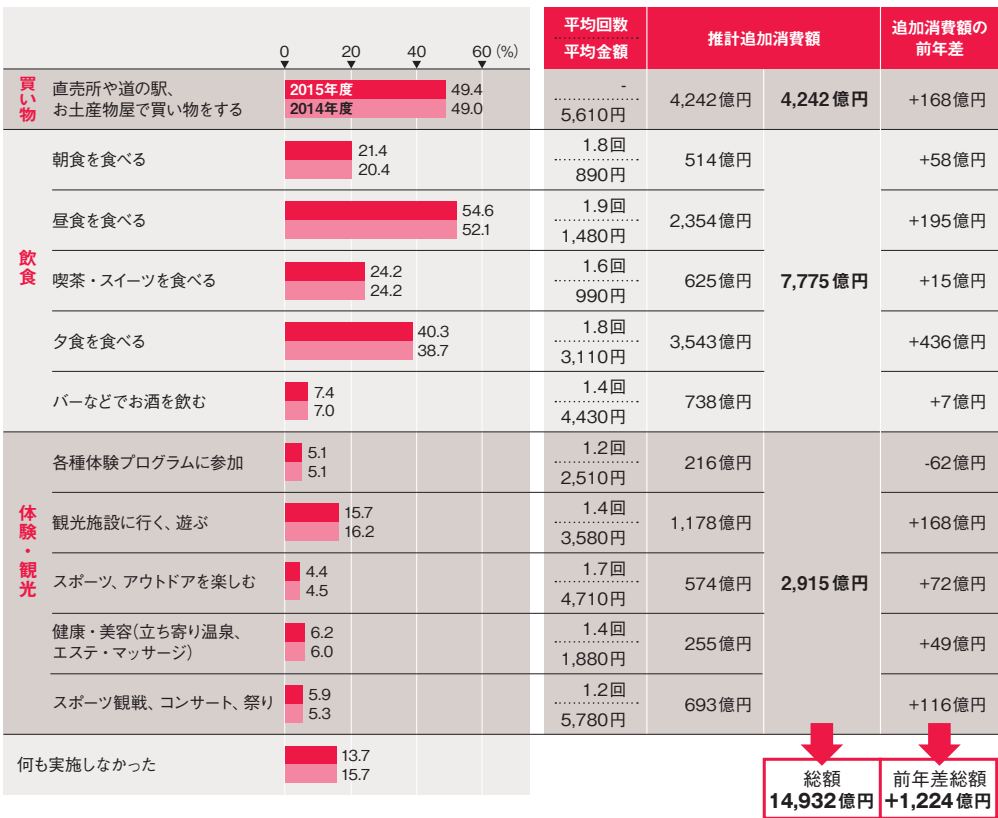
※集計データより、性・年代別に個人旅行とバック旅行の延べ宿泊者数、旅行費用の平均値(単価)を推計し、性・年代別・手配方法(個人、バック)別に費用総額を算出
※宿泊1回あたりの費用、宿泊先のエリアブロック別1回あたりの費用など、宿泊旅行に関する費用を総合的に推計し、総額を算出

図3 1回の宿泊旅行にかかった費用(大人1人あたり) ※全国0.5%トリム平均

	0	20,000	40,000	60,000 (円)	0	20,000	40,000	60,000 (円)	0	20,000	40,000	60,000 (円)
15年度	宿泊+交通 33,800円	現地小遣い 17,000円	総額 50,800円	前年差 +1,600円	宿泊費 16,500円	交通費 15,800円	現地小遣い 16,600円	総額 48,900円	バック費 47,000円	現地小遣い 20,900円	総額 67,900円	前年差 -700円
14年度	宿泊+交通 32,800円	現地小遣い 16,400円	総額 49,200円		宿泊費 15,700円	交通費 15,400円	現地小遣い 15,700円	総額 46,800円	バック費 46,600円	現地小遣い 22,100円	総額 68,600円	
13年度	宿泊+交通 30,800円	現地小遣い 16,000円	総額 46,800円		宿泊費 14,800円	交通費 14,300円	現地小遣い 15,200円	総額 44,300円	バック費 43,500円	現地小遣い 22,400円	総額 65,900円	
12年度	宿泊+交通 30,600円	現地小遣い 17,000円	総額 47,600円		宿泊費 14,700円	交通費 14,300円	現地小遣い 16,300円	総額 45,400円	バック費 42,400円	現地小遣い 22,600円	総額 65,000円	
11年度	宿泊+交通 29,800円	現地小遣い 16,800円	総額 46,600円		宿泊費 14,600円	交通費 14,000円	現地小遣い 16,200円	総額 44,800円	バック費 40,400円	現地小遣い 21,700円	総額 62,100円	
	全旅行者				個人旅行				バック旅行			

※百の位までの四捨五入で示しているため、合計が合わない場合がある
※トリム平均とは…… データ全体の上限と下限から一定の割合のデータをカットした残りのデータの平均のこと
ここでは、全体の上下合計0.5%の範囲にあるデータをカットした。金額の高すぎる回答が平均値に大きな影響を与えることを避けるためである

図4 宿泊エリアでの消費行動(宿泊プラン・ツアー以外で行ったこと、複数回答)と推計追加消費額



総額 14,932億円
前年差総額 +1,224億円

※体験・観光に関する5つの項目「各種体験プログラムに参加」「観光施設に行く、遊ぶ」「スポーツ、アウトドアを楽しむ」「健康・美容(立ち寄り温泉、エステ・マッサージ)」「スポーツ観戦、コンサート、祭り」については、20の活動を5分類に括って算出した割合となっている。平均回数・金額も同様。
※「平均金額」は、「1回目に支払った大人1人分の金額」の平均。「買い物」のみ、「1旅行中主な宿泊地で支払った総額の大人1人分の金額」の平均。
※金額が0円の場合は回数に含めない。
※推計消費額の算出方法は①回答者それぞれについて、各消費行動の回数×1回目の単価で各消費行動の消費額を算出。②各消費行動の平均消費額を算出。③全国の延べ宿泊旅行者数に各消費行動の実施割合を乗じて各実施者数を算出。更に各行動の平均消費額を乗じて、消費総額を推計。エリア内での移動費用など上記の項目以外の消費行動や、周遊先や移動中など主な宿泊エリア以外での消費行動は含まれていないため、図2の「現地小遣い」(約2.5兆円)とは値が異なる。また、四捨五入の関係で見かけ上の計算と合わない場合がある。

回数、単価の上昇で旅行者減でも市場は拡大
2015年度の宿泊旅行実施率（1年間に宿泊旅行を実施した人の割合。図1）は前年度より微減の56・4%。東日本大震災後の2012年度に次ぐ低さで、10年前と比べると約10ポイントの減少となった。性・年代別では20〜34歳女性の減少幅が目立つが、実施率自体は6割以上とこの層が最も高い。一方で50〜79歳のシニア層については今回も減少し、ここ10年で約10ポイント減となった。実施率低下の反面、宿泊旅行を実施した人の中での年間旅行回数、宿泊旅行1回あたりの宿泊数はどちらも微増。宿泊旅行に行く人は減ったが、行く人はより多く、長く旅をするという二極化傾向が今年も見られる。この結果、延べ宿泊旅行者数は1億5313万人回、延べ宿泊数は2億6903万人泊

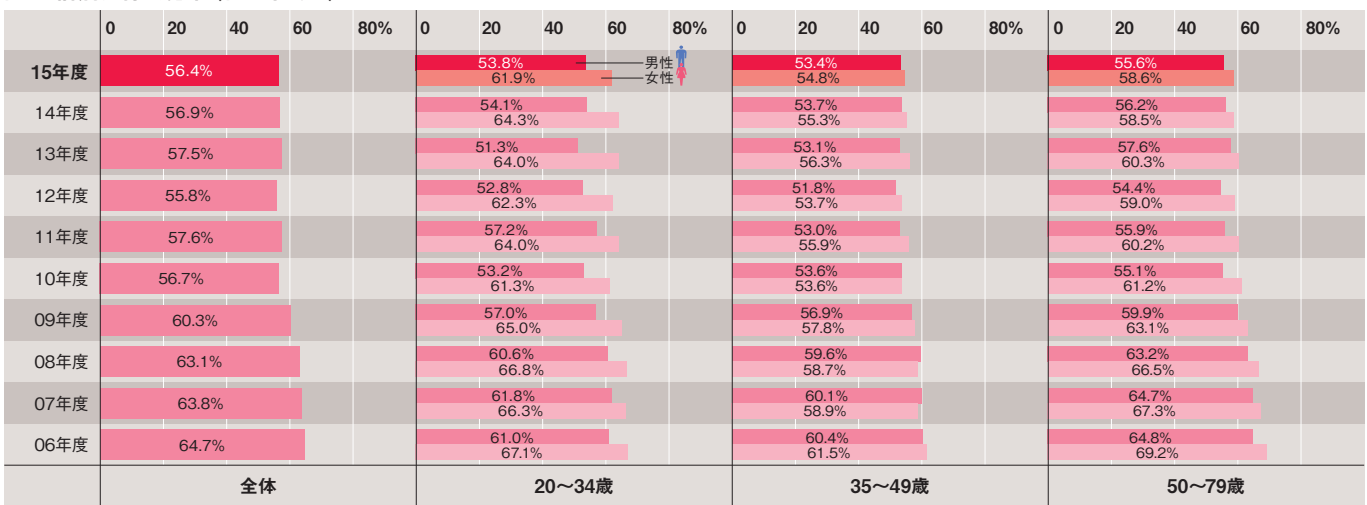
となり、前年度比5・9%増となった(表1)。さらに1回の宿泊旅行にかかった費用の全旅行者平均も5万800円と大幅増(図3)。これにより、宿泊旅行にかけられた費用総額も前年度比4・4%増の7兆7891億円と、市場としては拡大する結果になった(図2)。個人旅行者の宿泊旅行1回あたりの費用(図3)では、宿泊費が+800円、交通費が+400円、現地小遣いが+900円とすべての項目で増加。現地での消費行動(図4)では、朝食、昼食、夕食でそれぞれ実施率が上昇し、単価も前年度に引き続き高い水準を保っていて、旅先での食消費の旺盛さを感じさせる。また、昨年度の国内旅

表1 全国の宿泊旅行の実態

	15年度	14年度	13年度	12年度	11年度
各年10月1日現在人口推計(万人)	9,498	9,520	9,557	9,598	9,646
宿泊旅行実施率(%)	56.4	56.9	57.5	55.8	57.6
実宿泊旅行者数(万人)	5,358	5,420	5,491	5,354	5,561
宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数(回)	2.86	2.79	2.84	2.71	2.64
延べ宿泊旅行者数(万人回)	15,313	15,110	15,599	14,505	14,686
宿泊旅行実施者の1回の旅行あたり平均宿泊数(泊)	1.75*	1.68*	1.60	1.61	1.63
延べ宿泊数(万人泊)	26,903	25,397	24,972	23,445	23,987

※推計値(太字)の算出は四捨五入していない実データで行った。「宿泊旅行実施者の1回の旅行あたり平均宿泊数」については今年度から集計方法を変更。そのため、*印部分の数値については前年度までとの比較はできない(前年度までの数値は参考値として掲載)

図1 宿泊旅行実施率(性・年代別)



旅行市場概観

実施率ダウン、回数・単価はアップ
「行く人は行く」「二極化傾向は今年も」
全国の20〜79歳のうち、どれくらいの人々が宿泊旅行をしているのか？
1回あたり何泊くらい旅行をし、いくらくらい使っているのか？
まずは旅行市場の全体像について、今年度の状況を見てみよう。

業界では、国の交付金を利用した『ふるさと割』が話題となったが、実施率への影響は小さかったものの、旅行回数や現地消費を増やすことにつながり、市場全体に対してはプラスの刺激になったということができそうだ。

図6 宿泊旅行の同行者（単一回答） ※ベース：宿泊旅行件数

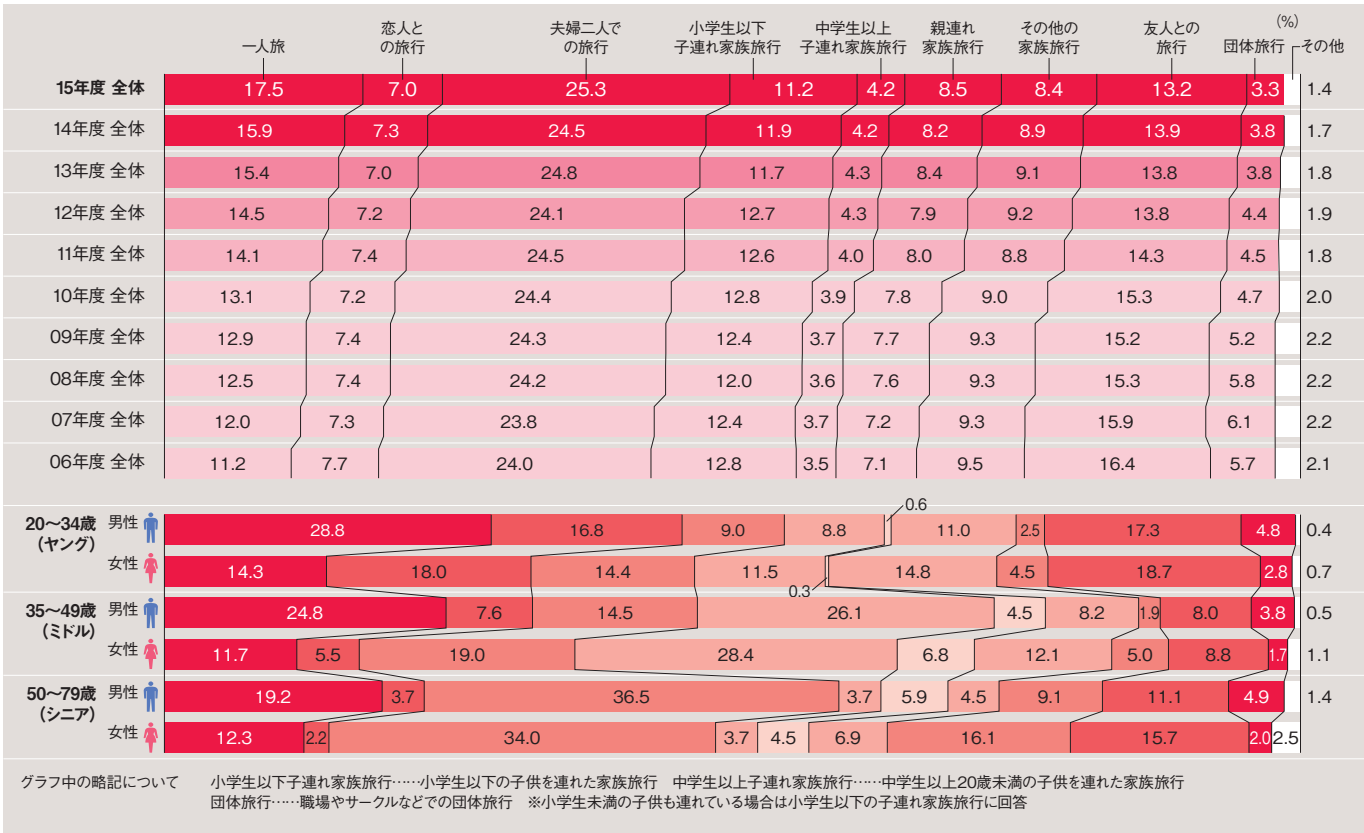
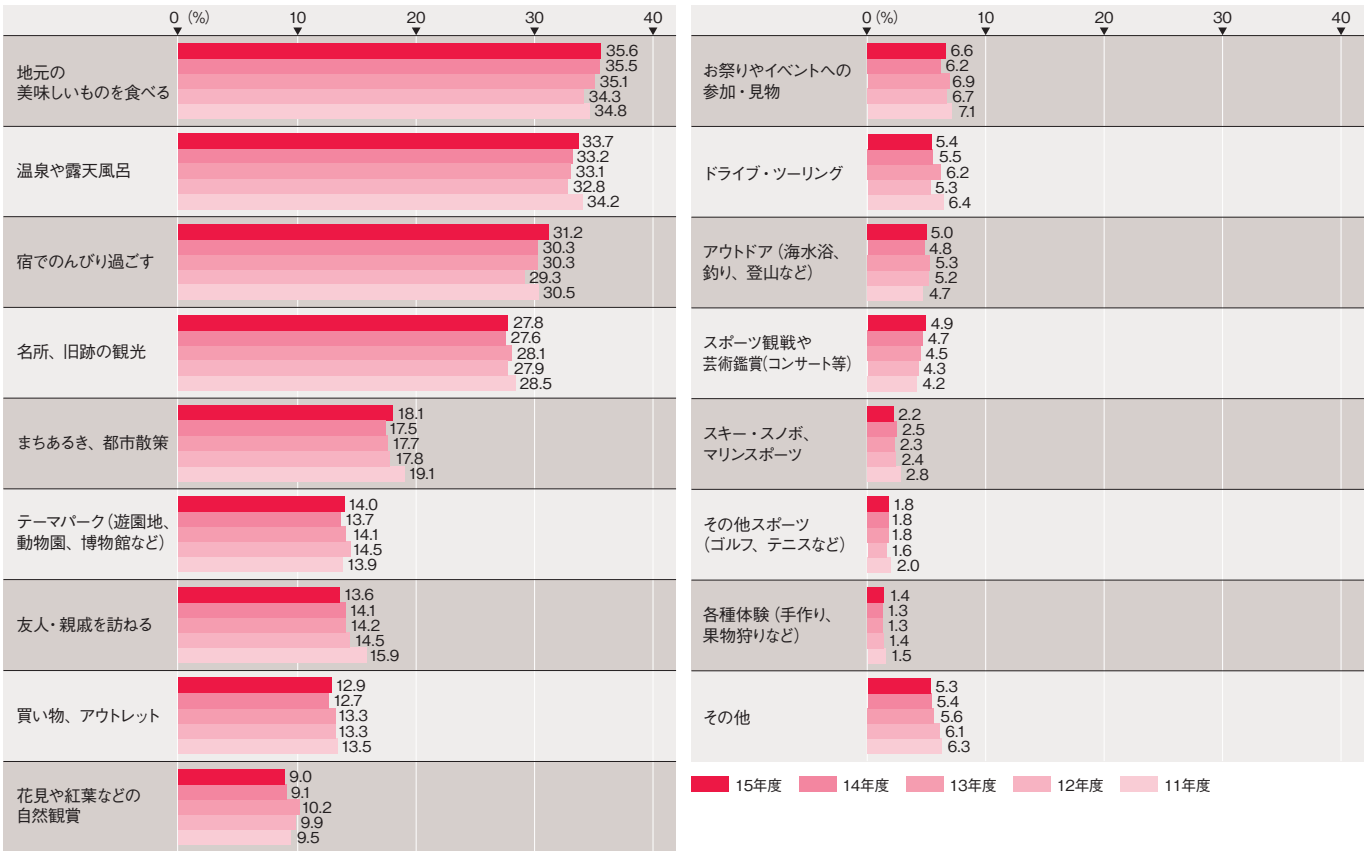


図7 宿泊旅行の目的（複数回答） ※ベース：宿泊旅行件数



ビジネスホテル人気の一方、温泉、宿でのんびり派も

旅行の際に利用された宿泊施設では、今年度もビジネスホテルが好調。前年度に20%を超え、今回は長年トップの座にあった旅館に迫る勢いだ（表2）。目的地までの交通手段（一次交通）については、自家用車が引き続きトップだが経年では減少傾向。逆に飛行機は今年も増加傾向が続いた（表3）。

延べ宿泊旅行者数（図5）は全体で前年度比203万人増とやや持ち直し。性・年代別では20～34歳の男女で減少しているが、2010年度からの5年間の比較では、人口減より旅行者減の方が少ないというデータもある。伸び幅が最も大きいのは35～49歳男性だった。宿泊旅行の同行者（図6）では、今回も1人旅の伸びが顕著。調査開始時（2004年度）には10.5%だったのが、今回は17.5%

表2 宿泊施設のタイプ（単一回答） ※ベース：宿泊旅行件数

	15年度	14年度	13年度
1 ↓ 旅館	22.2	22.5	22.8
2 ↑ ビジネスホテル	22.0	21.7	19.8
3 ↓ リゾートホテル	21.1	21.2	21.6

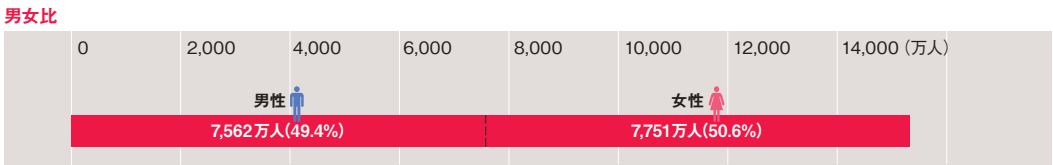
ビジネスホテルは今年も続伸。2010年度には旅館と7ポイント差があったがほぼ同率まで迫っている

表3 目的地までの交通手段（単一回答） ※ベース：宿泊旅行件数

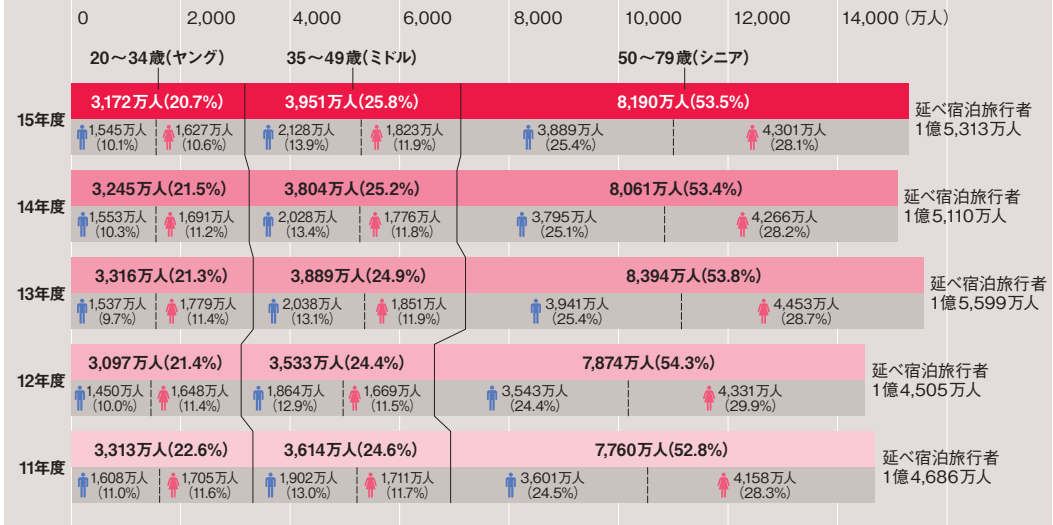
	15年度	14年度	13年度
1 ↓ 自家用車	41.0	41.2	42.5
2 ↓ 飛行機	20.4	19.9	19.0
3 ↓ 新幹線・特急列車	19.6	19.3	18.8

飛行機の内訳は、日本航空や全日空の飛行機15.8%、LCC3.5%、その他飛行機1.1%。昨年度と比べてLCCが0.5ポイントアップ

図5 延べ宿泊旅行者数の構成（推計）



年齢比&男女比



※推計値の算出は四捨五入していない実データで行ったため、見かけ上の計算が合わない場合がある

表6-2 項目別に見た評価の高い都道府県ランキング

魅力のある特産品や土産物が多かった都道府県		
全体平均(前年度 47.4%) → 48.8%		
第1位	沖縄県	69.0%
2	高知県	63.7
3	北海道	62.7
4	石川県	61.4
5	熊本県	60.8
6	青森県	60.7
7	京都府	60.2
8	富山県	60.0
9	鹿児島県	59.9
10	新潟県	59.3
地域らしさ、わかりやすさが強みに		
沖縄県は2005年度以来連続1位。「ちんすこう」「泡盛」「シーサー」などが不動の人気を誇る。7位→2位の高知県は「かつお」「かつお加工品」「芋けんぴ」、圏外から5位に入った熊本県は「くまもんグッズ」が人気。10位の新潟県は「日本酒」「地酒」が挙げた。		
子供が楽しめるスポットや施設・体験が多かった都道府県		
全体平均(前年度 23.1%) → 23.4%		
第1位	千葉県	53.2%
2	沖縄県	41.3
3	和歌山県	39.6
4	長崎県	35.1
5	大阪府	30.2
6	三重県	28.9
7	栃木県	28.7
7	新潟県	28.7
9	北海道	26.0
10	福井県	25.4
テーマパークやレジャースポットに評価		
トップ3までは8年連続で同じ顔ぶれ。テーマパークやレジャー施設の具体的な名前が理由に挙がるが、8連続1位の千葉県ではホテル内のプールや子供向けの部屋についてのコメントが見られた。新たにランクインした新潟県では「スキー場」「海水浴場」などが挙げた。		
現地で良い観光情報を入手できた都道府県		
全体平均(前年度 25.3%) → 27.5%		
第1位	沖縄県	46.1%
2	奈良県	41.1
3	京都府	37.3
4	青森県	36.9
5	島根県	35.9
6	北海道	35.7
7	高知県	35.5
8	長崎県	33.7
9	広島県	33.3
10	愛媛県	33.2
地元の人に聞く情報が評価される傾向		
上位3府県は前年度と変わらず、島根県と高知県がトップ10入り。おすすめの店や名所に関する情報のほか、おトクな買い物方法や地元文化の由来、観光地が混雑しない時間帯についての情報が人気で、とくに地元の人から情報を得られると評価が高くなる傾向があった。		

地元ならではのおいしい食べ物が多かった都道府県		
全体平均(前年度 57.9%) → 59.0%		
第1位	石川県	76.0%
2	北海道	75.1
3	沖縄県	74.7
4	富山県	74.3
5	香川県	73.4
6	鹿児島県	73.1
7	高知県	72.4
8	長崎県	71.6
9	広島県	71.5
10	福岡県	71.4
旅行者増と同時に石川県がトップに		
石川県は「海鮮・魚介類」が人気を集め前年度6位から大きく上昇。8位長崎県は「ちゃんぽん」「海鮮・魚介類」に次いで「佐世保バーガー」も人気。10位福岡県は各種ラーメンに加えて「もつ鍋」「明太子」なども評価された。高知県は2年連続1位からランクダウン。		
若者が楽しめるスポットや施設・体験が多かった都道府県		
全体平均(前年度 25.4%) → 25.8%		
第1位	千葉県	52.3%
2	沖縄県	49.9
3	大阪府	41.6
4	長崎県	37.7
5	東京都	31.7
6	和歌山県	28.4
7	北海道	27.9
8	神奈川県	27.8
9	福岡県	27.2
10	三重県	26.8
メディアで話題のスポットが人気に		
上位3府県は2005年以来変わらず、5位までは前年度と同順位。4位長崎県はテーマパークのイルミネーションや、メディアで多く報道された軍艦島（端島）などが新たに人気を集めたとみられる。『初TABI in 伊勢』などで若年層獲得に取り組んできた三重県も10位に。		
地元の人のホスピタリティを感じた都道府県		
全体平均(前年度 23.1%) → 24.4%		
第1位	沖縄県	46.5%
2	長崎県	34.3
3	高知県	34.1
4	岩手県	33.1
5	鹿児島県	32.0
6	宮崎県	31.7
7	山形県	31.6
8	徳島県	30.7
9	熊本県	30.5
10	北海道	30.3
地元の人の「優しさ」「気さくさ」がカギ		
沖縄県は2005年度以来連続の1位。『(人が)優しい』とのコメントが目立った。6位→2位の長崎県、8位→3位の高知県では、「気さく」「人当たりがいい」などの評価。新顔は7位山形県、8位徳島県、10位北海道。北海道には「観光客に慣れている」というコメントも。		

魅力的な宿泊施設が多かった都道府県		
全体平均(前年度 41.5%) → 42.7%		
第1位	大分県	57.4%
2	沖縄県	56.0
3	熊本県	53.1
4	和歌山県	52.6
5	千葉県	51.9
6	愛媛県	51.8
7	北海道	51.1
8	岐阜県	49.3
9	山形県	48.7
10	三重県	48.3
老舗vs過ごし方、双方魅力になりうる		
前年2位から返り咲いた大分県では別府や由布院の有名老舗宿の名が挙がる。3位熊本県はコストパフォーマンス、食事のおいしさなど、過ごし方の魅力が評価された。6位愛媛県は道後温泉が人気。10位三重県はリゾートホテルなど具体的な施設名への言及が目立つ。		
大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった都道府県		
全体平均(前年度 39.2%) → 39.5%		
第1位	千葉県	55.7%
2	沖縄県	54.8
3	長崎県	50.7
4	京都府	49.1
5	奈良県	46.9
6	島根県	46.0
7	大阪府	45.5
8	和歌山県	43.0
9	広島県	42.5
10	北海道	41.9
北海道では早くも函館に注目が集まる		
順位の変動はあったがトップ5は同じ顔ぶれ。3位長崎県は「若者が楽しめる」と同様テーマパークのイルミネーションや軍艦島（端島）ツアーが人気。10位の北海道では「温泉」「すすきの」に次いで函館のスポットが挙がり、新幹線開通に向けた注目度を感じさせた。		
現地へのアクセスがよかった都道府県		
全体平均(前年度 47.2%) → 48.6%		
第1位	神奈川県	65.3%
2	東京都	64.6
3	大阪府	61.3
4	福岡県	60.7
5	京都府	58.7
6	兵庫県	54.4
7	宮城県	54.2
8	愛知県	51.8
9	石川県	50.9
10	滋賀県	50.5
10	広島県	50.5
都市部のほか、新幹線停車エリアに評価		
1位～6位までは前年度と変わらず、交通の便のよい都市部が評価を集めた。新規ランクインしたのは石川県、滋賀県、広島県。石川県については北陸新幹線開業による関東方面からのアクセス改善が影響したとみられる。		

表4 都道府県別延べ宿泊旅行者数増加率ランキング

14年度⇒15年度	増加率	増加数
1	富山県	25.4%
2	岡山県	21.4
3	宮城県	16.8
4	埼玉県	15.6
5	山形県	15.3
6	愛知県	14.7
7	茨城県	14.5
8	鳥取県	13.9
9	石川県	12.6
10	長野県	12.4
11	兵庫県	12.3
12	滋賀県	9.5
13	奈良県	9.2

都道府県別総合満足度ランキング（表6-1）では、調査開始以来1位の沖縄県が今年もトップをキープ。今年も9割以上という圧倒的な急増による宿の取りにくさや宿泊費高騰の問題もあり、こうしたこととの関係もありそうだ。

その他、テーマ別の評価ポイントについては各表の下にまとめたので、自地域の取り組みへの参考としていただきたい。

宿泊旅行者の増加率を都道府県別に比較すると（表4）、最も大きく伸びたのは富山県。9位に石川県も入っていて、2015年3月に開業した北陸新幹線の影響は明らかだ。ブロック別の増減数（表5）を見てみても、甲信越・北陸ブロックへの旅行者が前年度比161万人とびぬけて多い。居住ブロックは旅行者の居住地、つまり旅行者が「こから出かけたか」

を示しているが、とくに目立つのは関東から甲信越・北陸の流入。このことも、東京ー金沢間を結んだ北陸新幹線効果を如実に物語っているといえよう。一次交通の変化が宿泊旅行者の増減に与える影響の大きさが改めて浮き彫りになった形で、今後は、この春開業した北海道新幹線の影響にも注目が集まりそうだ。なお、増加率4位の埼玉県、7位の茨城県、12位の滋賀県、13位の奈良県など、東京、大阪の近郊エリアで宿泊旅行者数が増えているのも一つの傾向。東

的な支持を集めた。一方で2位の愛媛県（前年度29位）、6位の高知県（同32位）、9位の和歌山県（同21位）など、急上昇によるランキングを果たした県もある。なお、総合満足度とテーマ別の満足度（表6-2）の関係を分析してみると、最も高い相関があったのは「特産品や土産物」。次に「宿泊施設」「ホスピタリティ」「食」と続く。総合的な満足度は、その後のリピートにつながる重要な指標だが、魅力的な特産品や土産物の開発は満足度アップの糸口として、取り組んでみる価値があるかもしれない。一方で、「現地へのアクセス」は総合的な満足度との相関が非常に低く、アクセスの良し悪しと満足度にはあまり関係がないこともわかる。

表6-1 総合的な満足度の高かった都道府県ランキング

全体平均(前年度 83.2%) → 82.3%		
第1位	沖縄県	93.1%
2	愛媛県	89.1
3	北海道	88.9
4	熊本県	87.6
5	京都府	87.1
6	高知県	87.0
7	長崎県	86.3
8	富山県	86.1
9	和歌山県	85.3
10	大分県	85.2

表5 居住ブロック別にみた宿泊先ブロック別の延べ旅行者数の増減数（14年度→15年度）（単位：万人）

		宿泊先ブロック								
		北海道	東北	関東	甲信越・北陸	東海	関西	中四国	九州	沖縄
居住ブロック	全体 15年度	1,069	1,395	4,001	2,083	1,760	2,492	1,535	1,789	449
	14年度	1,064	1,316	4,022	1,922	1,761	2,461	1,455	1,843	515
	13年度	1,027	1,381	4,187	1,972	1,950	2,500	1,462	1,879	496
	15-14年度増減	5	79	-21	161	-1	31	80	-54	-66
	北海道	-5	4	16	-4	-5	3	4	3	-1
	東北	-2	39	-18	7	8	-9	3	4	-6
	関東	27	20	-14	119	1	39	-14	-55	-14
	甲信越・北陸	-1	12	18	19	17	-13	10	-6	-8
	東海	-17	15	-5	20	-6	-3	12	7	-14
	関西	2	-16	-10	-8	-6	20	10	-8	-15
	中四国	3	4	-29	1	-6	3	20	-10	-2
	九州	-3	6	23	6	-5	-7	32	2	-4
	沖縄	-1	-5	-1	1	0	-2	3	9	-2

全体増減のうち+100万人以上の項目に薄黄色の網掛け、ブロック別増減のうち+30万人以上の項目に薄黄色の網掛け、-30万人以上のものにオレンジの網掛けをした

図9 居住ブロック別宿泊旅行実施率

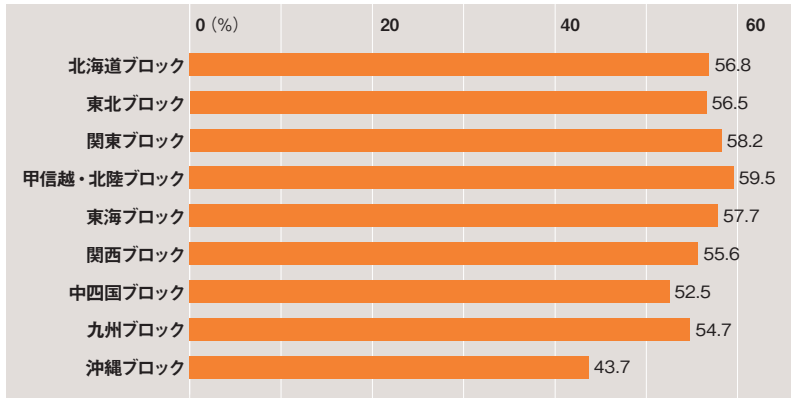
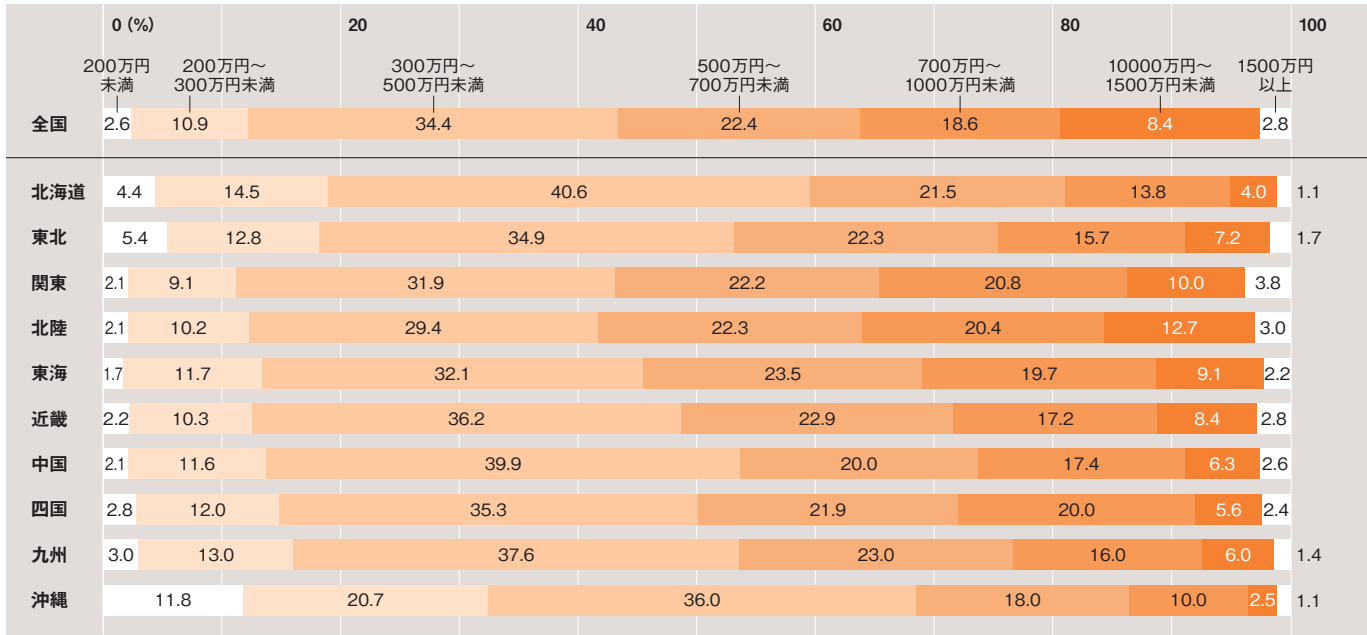


表8 住所地別日本人出国率

トップ10			2015年出国率	前年比	ボトム10			2015年出国率	前年比
1	東京	25.9 %	-1.4 %		1	青森	2.8 %	-4.4 %	
2	神奈川	19.5	-3.8		2	秋田	3.1	-6.7	
3	千葉	15.7	-4.5		3	岩手	3.3	-8.7	
4	大阪	14.5	-5.1		4	鹿児島	3.8	-9.4	
5	愛知	14.4	-4.7		5	島根	3.8	-8.3	
6	兵庫	14.3	-5.3		6	宮崎	3.9	-11.1	
7	京都	14.2	-4.6		7	山形	4.1	-9.0	
8	奈良	13.3	-7.5		8	高知	4.2	-7.5	
9	滋賀	13.0	-5.8		9	福島	5.1	-7.9	
10	埼玉	12.9	-4.9		10	新潟	5.2	-7.3	

法務省入国管理局「日本人出国者数」、航空新聞社「日刊旅行通信」2016年4月27日号より
出国率は、2015年の出国者数を2014年10月現在の人口で割った数値

図10 地方別年間収入階級分布（二人以上世帯）



総務省「平成27年家計調査」よりニッセイ基礎研究所作成
高齢者は世帯年収が低いため、都市部と比べて高齢化率の高い地方では年収が低く出やすい傾向がある

に北陸、関東、東海となり、宿泊旅行実施率の高さとも重なる。ちなみに、北陸地方で世帯年収が高いのは、夫婦ともにフルタイムで勤務する共働き家庭が多いため。その他は、東京、名古屋、大阪といった大都市圏で世帯年収、宿泊旅行実施率とも高い。アベノミクスの円安、株高政策で恩恵を受けた企業は南関東と東海に集中していると言われるが、こうした地域間の経済格差は宿泊旅行実施率の

差にもつながっている。同様の傾向は海外旅行についても見られる。日本人の出国率（表8）を見ると、トップ10を占めるのは大都市またはその近郊。ビジネスでの出国を含む数字であるため、大企業の本社が集中する大都市圏で数値が高くなる点には留意が必要だが、大都市圏と地方の経済格差が、旅行する人・しない人を分けている可能性は十分考えられる。

すでにここ10年続いている宿泊旅行実施率の低下傾向。市場としては拡大しているとはいえ、「旅行しない人」が増えているのは気がかりだ。では「旅行しない」理由は何なのか？「旅行に行かなかった」と答えた人に理由を尋ねたところ、「何となく」に続く全体2位に「家計の制約」が入った（表7）。性・年代別では、35歳～49歳女性で3割近くと最も高く、その他も、20～34歳男性、35～49歳男性を除き「旅行に興味なかった」を「家

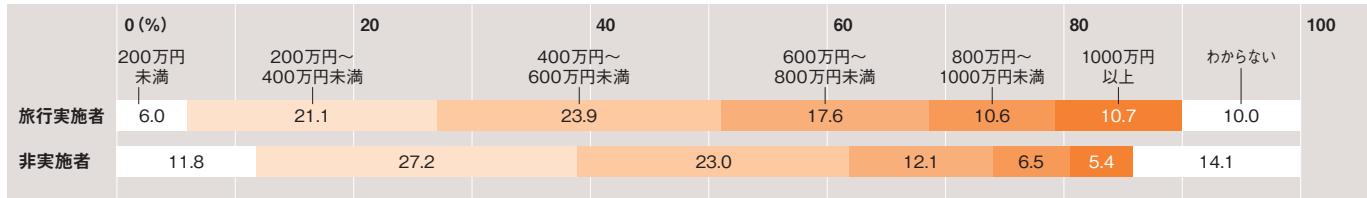
計の制約」が上回る。「行きたい気持ちはあるが経済的事情で行けない」人が一定数いるわけだ。実際、旅行に行った人と行かなかった人それぞれの世帯年収を比較すると、行った人の方が総じて年収が高い（図8）。宿泊旅行実施率の差は、居住地ブロック別にも見られる（図9）。実施率が高いトップ3は甲信越・北陸、関東、東海。交通アクセスのよさなどの理由も考えられるが、実はこれらの地方は世帯年収の高い地方でもある。総務省のデータをもとに、二人以上世帯の年間世帯収入（図10）を見てみると、年収500万円以上の世帯が多い順

表7 この1年間に旅行に行かなかった理由全体トップ10（複数回答）
（ベース：1次調査回答者のうち、この1年間に国内宿泊旅行に行かなかったと回答した人）

(単位：%)	全体	20～34歳		35～49歳		50～79歳	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性
何となく旅行をしないまま過ぎた	33.1	36.2	30.0	31.7	29.6	33.8	35.1
家計の制約で旅行にお金がかけられなかった	19.9	12.3	20.7	17.9	28.3	20.2	19.1
旅行に興味なかった	15.6	30.0	16.3	21.1	10.7	14.4	9.2
休みが取れなかった	15.2	12.6	12.8	19.1	14.8	19.3	11.2
ペットがいた	8.0	1.9	5.1	3.9	10.5	6.5	14.4
将来が心配で支出を抑えたかった	6.2	6.1	5.5	5.8	6.8	6.0	6.7
旅行したい人とスケジュールが合わなかった	5.7	3.4	6.6	4.7	7.3	5.3	6.7
一緒に行く人がいなかった	5.5	6.3	5.9	7.1	3.3	5.7	5.2
自分の健康上の理由（治療などの必要）があった	5.0	3.0	3.9	2.8	4.7	5.3	7.7
介護しなければいけない家族がいた	4.9	0.8	1.7	1.6	3.4	5.5	10.2

全体構成比より3ポイント以上高いものにオレンジ色の網掛けをした。

図8 旅行実施有無別の世帯年収分布（単一回答、ベース：1次調査回答者）



旅行する人の二極化、1人旅の増加の注目トピックス背景分析

Topics 1 二極化

旅行する人・しない人の差はどこに？旅行に行かない理由2位に「家計の制約」

宿泊旅行実施率の低下に旅行しない人が増えているということ。娯楽の選択肢が広がるなか、旅への興味喚起が足りていないこと以外に、経済的事情による二極化の可能性が懸念される。

ここからは、『じゃらん宿泊旅行調査2016』の結果から、注目の4トピックスをピックアップ。関連する他の調査のデータも交えつつ、背景にある事情を検証していく。「ニッポン人の旅行」の今を知るためのヒントとしていただきたい。

※P10～15のデータについて、出典表記のないものはすべて「じゃらん宿泊旅行調査2016」による

今回、国内旅行市場全体が拡大したのは、旅行者1人あたりの旅行実施回数と1回あたりの旅行費用の増加による。宿泊費（個人旅行の場合）についても、2014年度と比較して800円、2013年度との比較では1700円と、この2年で大きく上昇した。考えられている理由の一つが、インバウンドの急増に伴う客室不足と、これを背景とした強気の価格設定。実際、一部の都市では、出張で訪れたビジネスマンが、会社の支給額の範囲で宿泊できないという事態も問題となった。

訪日外客数は2013年に100万人を超えて以来、2014年には1300万人、2015年には1900万人を突破。外国人宿泊者数も連動して加速度的に伸びている（図13）。とくに外国人

客室稼働率全国トップは
外国人宿泊数も多い大阪

Topics
3
インバウンド
影響

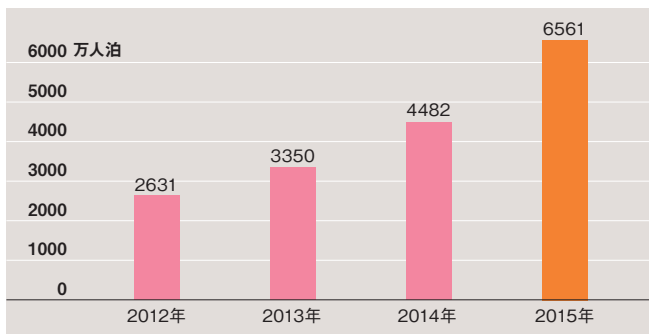
「予約しづらさ」が国内旅行離れを生む？

インバウンドの増加は歓迎だが、そのことが国内旅行への意欲を削いでいるとしたら？実際にインバウンドがどの程度影響しているのか、ヒントになりそうなデータを集めてみた。

宿泊者数が多いのは東京、大阪とその近郊（表10）。客室稼働率（表11）もこれにはほぼ連動する形で高い水準となっていて、インバウンドが客室不足の原因となっていることは間違いないさそうだ。とくに東京と比べて供給量の少ない大阪ではこの傾向が顕著。P8で紹介した都道府県別延べ宿泊者数増加率ランキングでは、東京、大阪近郊の地域が多くランクインしていた（P8表4参照）が、このことから都心部で宿泊できなかった人が近郊に流れた可能性も読み取れる。今後は近隣地域のインバウンドのニーズをにらみつつ、地域に宿泊客を誘導する戦略もあり得そうだ。

一方で直近では、ホテルの単価が上がりすぎたことにより、稼働率の低下傾向も見え始めているという。インバウンドと国内旅行者のバランスをどう取るのかは、今後も大きな課題といえるだろう。

図13 外国人延べ宿泊者数の推移



観光庁「平成27年宿泊旅行統計調査」より作成

表10 都道府県別
外国人延べ宿泊者数トップ10

1	東京都	1,756万人泊
2	大阪府	897
3	北海道	564
4	京都府	458
5	沖縄県	368
6	千葉県	350
7	福岡県	236
8	愛知県	235
9	神奈川県	216
10	静岡県	174

観光庁「平成27年宿泊旅行統計調査」より作成

表11 都道府県別客室稼働率全体トップ10

	全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿泊所
全国	60.3	37.0	56.0	74.2	79.2	27.1
1 大阪府	84.8	50.5	89.8	86.8	86.8	57.8
2 東京都	82.6	59.0	74.4	85.3	83.6	63.4
3 千葉県	71.4	41.0	82.9	71.9	81.2	29.5
4 京都府	71.3	49.3	53.0	83.2	85.7	36.4
5 愛知県	71.2	31.0	56.4	78.0	82.6	43.6
6 福岡県	68.4	30.2	66.0	71.4	81.0	31.7
7 神奈川県	66.8	46.0	60.1	79.4	82.0	44.6
8 埼玉県	66.7	24.7	35.6	75.6	79.6	24.8
9 沖縄県	66.7	11.9	75.0	75.6	80.8	34.8
10 石川県	65.1	56.7	55.0	77.4	79.0	22.8

観光庁「平成27年宿泊旅行統計調査」より作成

Topics
2
1人旅増

35歳～49歳でも増える男性一人旅背景に親元暮らし独身者の増加？

1人旅の増加は、ここ10年の国内旅行業界の大きなトレンドの一つ。もともとヤング男性に多い1人旅だが、30代・40代でも増えている背景にはこの年代の男性のライフステージの変化が影響しているそう。

未婚率アップに伴って
家族旅行→1人旅へ変化

『じゃらん宿泊旅行調査』開始以来、毎年増加しているのが1人旅。ここ1年で宿泊旅行を実施した人に1人旅に行ったかどうかを聞いた質問にも、20～34歳男性では2人に1人近く、35～49歳男性でも3人に1人以上が「行った」と答えている（図11）。一方で減少しているのが、小学生以下の子連れ家族旅行。調査開始時の2004年度と2015年度を比較すると、全体で14.6%↓11.2%と約3ポイント減。35～49歳男性では、35.3%（04年度）↓26.1%（15年度）と9.2ポイントも減少している。

背景として考えられるのは、この年代の男性の未婚率の上昇だ（図12）。1980年代には1ヶ台だった35歳～49歳男性の未婚率は、2010年の段階で、35～39

歳で35.6%、40～44歳で28.6%、45～49歳で22.5%まで上昇。まもなく発表される2015年の結果では、34歳以下については横ばい、35歳～49歳についてはさらに増加が見込まれている。核家族化が進み、兄弟も少ない現代の実家は居心地がよいせい、か、親との同居率が高いのも特徴。30代であれば親も現役で働いている可能性も高く、金銭的な負担も少なそうだ。気ままな一人旅が増えるのも無理はない。

国内旅行業界を支えてきた「家族旅行」というジャンルが縮小するのは気がかりだが、1人旅を選ぶ旅行者の心理は決してネガティブではない。この1年間に1人旅に行った理

図11 宿泊旅行実施者のうち、この1年間に一人旅をした率

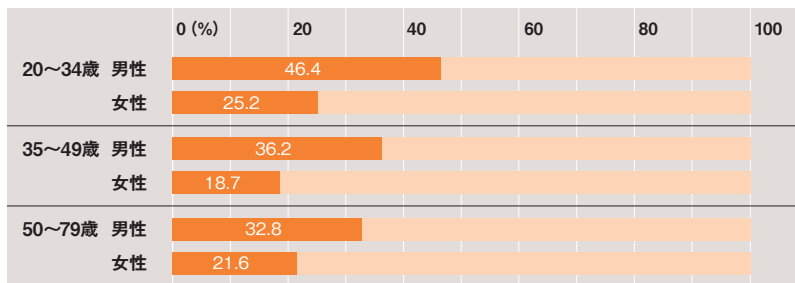
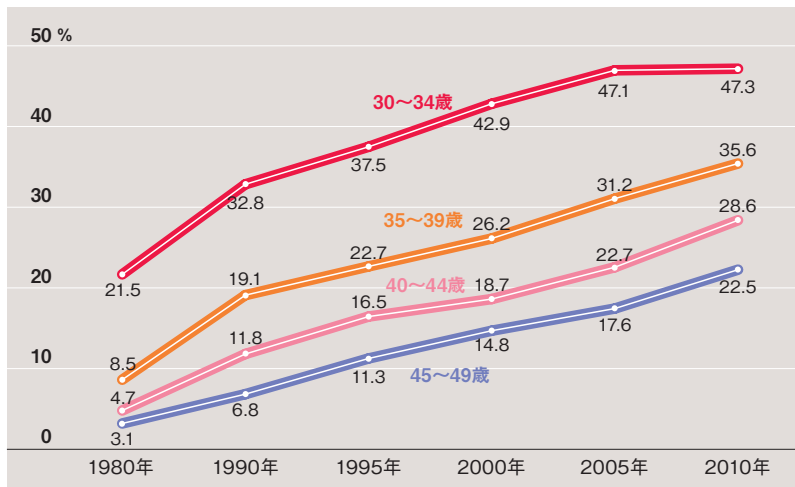


図12 未婚率の推移(男性)



国立社会保障人口問題研究所「人口統計資料集(2016)」からニッセイ基礎研究所作成

表9 この1年間に「1人旅」に行った理由（ベース:「1人旅」実施者、複数回答）

第1位	ひとりの方が自由で気楽に旅ができるから	67.0%
2	自分の興味を深めるにはひとりの方が適しているから	34.3
3	一緒に行く人がいなかったから	20.1

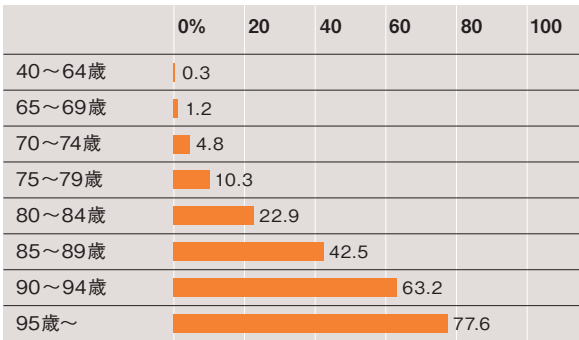
けやすく、アベノミクス初期の株高期に百貨店消費が増える原動力ともなったとされる。だが一方で、株安期には消費を手控える傾向もある。現役で職に就いている人を除き、あくまでストックで生活しているため、消費には慎重でもあるのだ。

さらに、シニアの消費の中心は日常消費。老後の生活で重視したいことを聞いた調査（図16）では、健康維持や家族との生活が重視され、国内旅行を挙げる人は5割を切った。コンビニのシニア向け製品が大ヒットを飛ばす一方、団塊世代が60歳、65歳の節目を迎える際、退職金による非日常消費が全く振るわなかったことも、日常重視の消費傾向を裏付けている。

こうした点に加え、子世代の経済的な安定感のなさも、シニアの消費にブレーキをかけている可能性がある。若年層の非正規雇用（図17）は年々増え、25〜34歳の男性でも2割に近づいている。いざというとき子供に頼れないという環境では、親世代も慎重にならざるを得ないだろう。

また『じゃらん宿泊旅行調査』では、旅行をしない理由として「介護しなければならぬ家族がい

図18 年代別要支援・要介護者の割合



厚生労働省「介護給付費実態調査月報」における要支援・要介護認定者数、および総務省「人口推計月報」（いずれも平成28年2月分）より作成

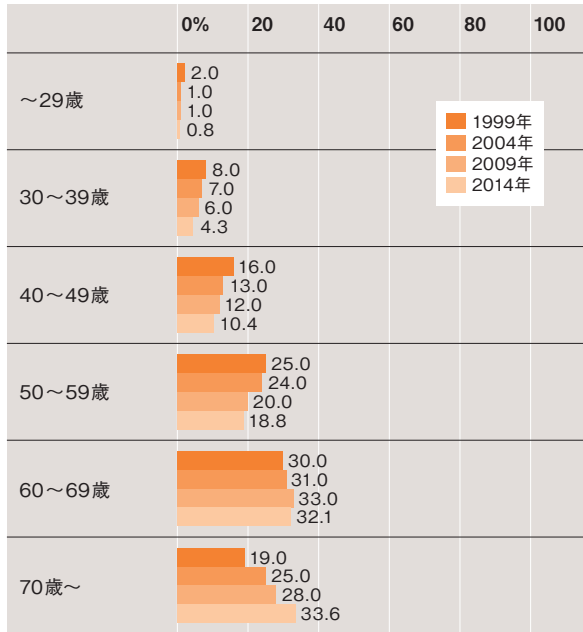
た」を挙げた人がシニア女性で1割を超えた（P10表7参照）。要支援・要介護者の割合を年代別に見てみると（図18）、75歳〜79歳で1割に達しその後は5歳ごとに倍増。ちょうど旅行に動けるシニア層の親世代が、介護を必要としていることになる。

そもそも日常重視の消費傾向を持つていることに加え、子世代、親世代それぞれに問題を抱えている現代のシニア層。それでも人口が多いためマーケットとしてはまだまだ存在感を放っているが、今後のシニア戦略には、こうしたさまざまな事情への理解も欠かせないといえそうだ。

た」を挙げた人がシニア女性で1割を超えた（P10表7参照）。要支援・要介護者の割合を年代別に見てみると（図18）、75歳〜79歳で1割に達しその後は5歳ごとに倍増。ちょうど旅行に動けるシニア層の親世代が、介護を必要としていることになる。

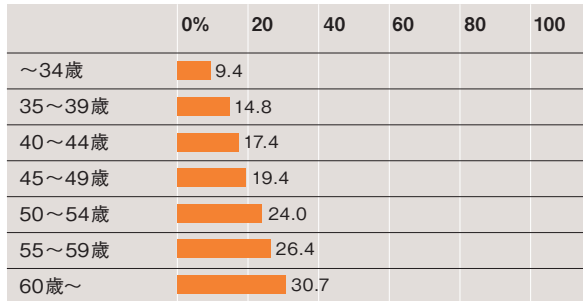
そもそも日常重視の消費傾向を持つていることに加え、子世代、親世代それぞれに問題を抱えている現代のシニア層。それでも人口が多いためマーケットとしてはまだまだ存在感を放っているが、今後のシニア戦略には、こうしたさまざまな事情への理解も欠かせないといえそうだ。

図14 年齢別金融資産保有割合の推移



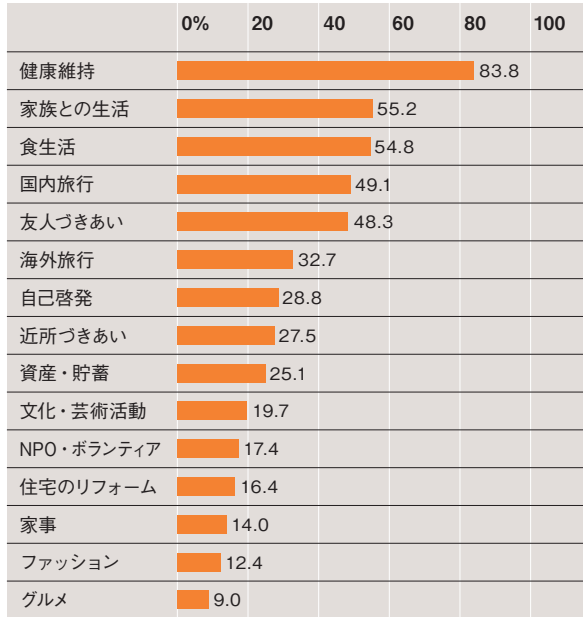
総務省「全国消費実態調査」より作成

図15 世帯主の年齢別二人以上世帯の有価証券保有率



総務省「平成26年全国消費実態調査」より作成

図16 老後の生活で重視したいこと



ニッセイ基礎研究所「平成22年度リタイアメント・マーケット調査」より作成

シニア消費は日常優先 家族の不安でさらに手控え？

シニア層といえは、国内旅行市場において大きなボリュームを占める、重要なターゲットと認識されてきた。しかしP4でも紹介したように、シニアの宿泊旅行実施率は、ここ10年の間に1割近く低下しているのが現実だ（P4図1

参照）。

こうした変化の理由を探るために、シニア層というのはどういう人たちなのかをさまざまなデータから見ていこう。

年齢別の金融資産保有割合（図14）を見ると、シニアⅡお金を持っている世代というイメージについては間違っていない。とくにここ15年の推移をみると、40代以下

の金融資産が相対的に減る一方で70代の金融資産が増え、今や60代以上が全体の6割以上の資産を持つていることが分かる。高齢化に伴い、70代以降になってから親や配偶者の財産を相続する人が増えていることも理由の一端だろう。株式などの有価証券保有率（図15）も年齢とともに上昇。このためシニアの消費は株価の影響を受

Topics 4

シニア旅

旅行実施率低下傾向の背景に、貯蓄生活×子世代の経済的不安定

シニアⅡ旅行好きというイメージは果たして正しいのか？
彼らの経済事情や消費傾向をデータで見えていくと、
シニア世代の宿泊旅行実施率低下の理由が見えてくる。

Column

若者も高齢者も不安な今、働く機会を得てお金を持った女性の消費性向の高さに期待

注目トピックス背景分析でアドバイスをいただいた久我尚子さんは、統計と消費者行動の専門家。今後の国内旅行の可能性についても聞いてみた。



ニッセイ基礎研究所
生活研究部主任研究員
久我尚子さん

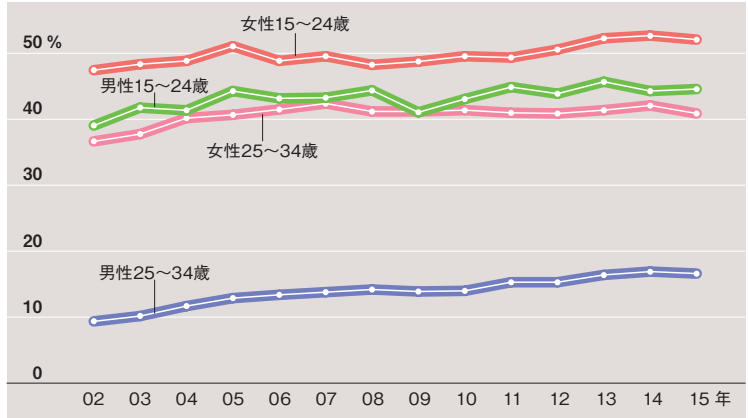
早稲田大学大学院理工学研究科を修了後、NTTドコモで調査を担当、その後東京工業大学大学院で統計学を学ぶ。専門は消費者行動、心理統計、金融マーケティング。著書に「若者は本当にお金がないのか？」（光文社新書）

国内旅行をする人の減少には人口動態も影響していると思います。高齢化が進み「旅行できる年齢の人」が減っている。これに加えて家計の変化もありますね。とくに消費増税以降は、全年代で消費が冷え込んでいます。

実は今の20代〜30代の若者は、お金がないというわけではありません。バブルの頃は銀行の初任給でも10万円台でしたが、今はコンビニのバイトでも月20万円稼げます。さらに昔と比べて廉価かつ高品質なものが手に入りやすく、お金を使わなくても楽しく生きられます。ただ今はよくても将来は不安。年240万円の収入は、親元暮らしの独身者には十分でも、結婚して家庭を持つには足りません。若い世代の収入が伸びても消費に回らないのはこうした不安によるものでしょう。不安といえばシニアも同じ。年金の受給年齢は引き上げられるし医療費の負担は増す。これでは、ストックで生活しているシニアはお金を使えません。そうした中でお金を使ってくれ

そうなのはやはり女性です。まず、男性と比べると女性は消費性向が高い。男性がお金を持つと、住居や自動車などの大物には使うのですが日常生活は変わりません。これに対して女性では、全部の支出がまんべんなく増えます。働く女性の場合、独身→妻→母→ライフステージが進むにつれ、自分のための消費から家族のための消費にシフトしますが、そんな中でもファッション消費は変わらず上位。独身時代から変わらない趣味やおしゃれを楽しむ価値観があるんですね。今後、政府の女性活用の流れが進み、働く女性が増えてお金に余裕ができれば、旅行にも動いてくれるのではないのでしょうか。

図17 若年層の非正規雇用者の推移



総務省「労働力調査」より作成