

旅行意向
アクティブ層
中庸層
休眠層
…追跡研究

定性調査「新型コロナウイルス感染症による旅行意識の変化」より

ターゲット別にみる
旅行市場
復帰への壁

コロナ禍により旅行市場は苦戦を強いられているが人々の心から「旅したい気持ち」が消えてたわけではない。その気持ちをばばむ「壁」の正体と、打ち砕く手を旅行意向別のモニター調査から探りたい。

調査協力／株式会社アンド・ディ

旅行意向別に有効な施策を
探るべくモニター調査を実施

弊誌前号(2021年3月号)では調査「新型コロナウイルス感染症の拡大による旅行価値観の変化」を基に、コロナ禍による人々の価値観の変化と、今後の旅行市場が進むべき道筋を考える特集記事を掲載した。同記事では調査結果の考察から、これからの旅行施策を考える際はターゲットのセグメントを旅行意向(Ⅱ国内旅行に対する意欲)によって3層に分類する手法を提案している(図1)。旅行意向の高低により、旅行に対する意識や行動が異なること

が浮かび上がった前回の定量調査。ターゲット層の気持ちをより詳細に知るため、今回は6名のモニターに対する定性調査を行った。
モニターに選んだのは旅行意向「大」「中」「小」それぞれに対応する「アクティブ層(コロナ禍での宿泊旅行2回以上)」「中庸層(同1回)」「休眠層(同0回)」の各2名。モニター数が少ないため調査精度が高いとは言えないが、前号で提言した仮設の検証、そして旅行市場回復に向けた施策を考える材料として役立てたい。聞き取り調査をしてみたところ、コロナ禍の受け止め方や、旅に対する想い・行動は3層ごとに異なると

調査概要
調査名 「新型コロナウイルスによる旅行意識の変化<定性調査>」
調査実施期間 2021年3月8日～15日にオンライン会議システムを利用してインタビュー
調査対象者 1都3県在住の25～59歳・男女(未婚・既婚、有職・無職問わず)に事前調査を行い、コロナ禍前(2020年3月以前)に国内宿泊旅行に年2回～4回の頻度で行っていた人を抽出。かつコロナ禍後(2020年春以降)に国内宿泊旅行に行った頻度、今後の意向などで本調査(インタビュー)対象者6名を選定した
※本記事内の「旅行」はすべて国内旅行を示す

「気をつけながら旅をする」、
新たな旅行スタイルへ

今回のモニター6名はいずれもコロナ禍前には年2回～4回の宿泊旅行

おり興味深い結果となった。では、その内容を見ていこう。

図1 現在の旅行意向と今回の定性調査のモニター振り分け

現在の旅行意向		今回の定性調査のモニター振り分け	
施策を打たずとも動く層	旅行意向 大 22.7%	アクティブ層 コロナ禍の宿泊旅行2回以上	Aさん 女性32歳(会社員、一人暮らし) Bさん 男性35歳(会社員、妻と子4歳・1歳の4人暮らし)
施策次第で動くフォロー	旅行意向 中 43.2%	中庸層 コロナ禍の宿泊旅行1回	Cさん 男性41歳(会社員、妻と子4歳・0歳の4人暮らし) Dさん 女性51歳(パート、夫と大学生の子2人の4人暮らし)
拒否感が強く動いてもらうのは困難	旅行意向 小 34.0%	休眠層 コロナ禍の宿泊旅行0回	Eさん 女性54歳(主婦、夫と2人暮らし) Fさん 女性53歳(パート、夫と2人暮らし)

「現在の旅行意向」は調査「新型コロナウイルス感染症の拡大による旅行価値観の変化」(2020年7月31日～8月2日調査)より。「コロナ禍における現在の旅行意向」を「すでに行くことを決めた=10/行きたくて仕方がない=9/…/行きたくない=1/まったく行きたくない=0」と11段階で回答。0～3を旅行意向「小」、4～7を旅行意向「中」、8～10を旅行意向「大」に分類した

行をしていた人々。その旅行実態をみてみると(図2)、アクティブ層・中庸層・休眠層という層によって顕著な違いはない様子。3層共に、自然にふれ、観光や食事を満喫し、どちらかというところ動き回るタイプの旅を楽しむ旅行者像が浮かび上がってくる。休眠層にのみ、親族や友人との再会を兼ねた旅行スタイルがみられる点特徴的ではある。この点が、「休眠(Ⅱコロナ禍では旅行しない)」に至る伏線とも言えるので心に留め置いてほしい。

さて、そんな彼らのコロナ禍以降の旅行実態はどうなったか。アクティブ層2名は2020年の8月・10月・12月と2021年3月に計5回、中庸層2名は2020年9月に計2回の宿泊旅行を実施していた。これらの時期はおおむね緊急事態宣言が解除され、GoToトラベルが実施されていた期間。年末年始に旅を計画していた人も2名いたが、いずれも感染の拡大と二度目の緊急事態宣言発出を受けて旅行を中止した。アクティブ層1名が緊急事態宣言下の2021年3月にも1回旅行をしているが、「当初は宣言が解除されるはずの時期だったので予約していた(しかし宣言が期間延長に)」という。コロナ禍以降に旅をしている層

図2 コロナ禍による旅行実態の変化

コロナ禍前の旅行実態

	アクティブ層	中庸層	休眠層
目的	温泉宿でゆっくりする/効率よく観光地をあちこち見て回る(宿は寝るだけ、ビジネスホテル)/子どもが興味を持つスポットを訪ねる	子どもが興味を持つスポットを訪ねる/あちこちを見て回り、夕食も外で食べる(宿は素泊まりや朝食付きのみ)/食欲に観光を楽しみ、行ったことのない地域へ/施設の充実した大型の宿に泊まる	観光地をあちこち見て回る(宿は寝るだけ、リーズナブルな価格を重視)/世界遺産や神社仏閣を訪ねる/屋久島や宮古島などの自然に癒やされる(宿はサービスのよいリゾートホテル、高価格帯)/友人に会う、なじみの場所でゆっくり過ごす(宿は友人と合流しやすい立地を重視)
旅行スタイル	同行者 一人/友人・恋人/家族 交通手段 鉄道/バス/レンタカー 動向 観光地めぐり/温泉/グルメを楽しむ/お寺めぐり/果物狩り/バスツアー	同行者 家族、友人 交通手段 鉄道/飛行機/自家用車 動向 海やプール/テーマパーク、博物館/スキー&温泉/観光地めぐり/バスツアー	同行者 家族(夫婦、両親を連れて) 交通手段 鉄道/飛行機/自家用車 動向 かつて住んだ地域を訪ねて友人と再会/帰省を兼ねて温泉旅行/親の出身地の九州や弟が住む北海道はたびたび訪問/趣味のドライブ/テーマパーク/アウトレットで買い物/グルメを楽しむ
旅に求めるもの	その土地ならではの自然や観光地を見て癒やされる/その土地ならではの食事を楽しむ/子どもが楽しめる・大人(自分)も楽しめる	その土地ならではの自然や観光地を見る/子どもが楽しめる、スケジュールに流動性があり子どもに合わせられること/家族みんなの思い出作り	その土地ならではの自然や観光地を見る/なじみの人とのふれあい/なじみの土地を再訪する/両親が楽しめること

コロナ禍以降の旅行実態

	アクティブ層	中庸層	休眠層
目的	温泉宿でゆっくりする/観光地を見て回る/子どもが興味を持つスポットを訪ねる	子どもが楽しめる敷地内アクティビティがあるホテルに泊まる/温泉宿に泊まり、周辺観光スポットを訪ねる	コロナ禍で旅には行かない、行けない…
旅行スタイル	同行者 友人・恋人/家族 交通手段 鉄道/レンタカー 動向 観光地めぐり/温泉/グルメを楽しむ/お寺めぐり/動物園、博物館	同行者 家族 交通手段 鉄道/自家用車 動向 ホテル敷地内から出ずに過ごす/観光地めぐり/温泉	
旅に求めるもの	友人・恋人と共に過ごす時間/リフレッシュ 人と一緒に遊びに行けるありがたみをすごく感じるようになったので、せっかくなら人と会う時間を大切にしたいと思うようになった(Aさん) 20年3月の旅行をキャンセルして以降は旅行しておらず、そろそろ行きたいねと禁断症状が出てきた(Bさん)	アクティビティも食事も宿の敷地内で完結できる環境/子どもが楽しめること/リフレッシュ/部屋や個室で食事ができて風呂も客室露天風呂がある宿や、人けの少ない観光地など人との接触が少ないこと 子どもを楽しませるために旅行を決めた。こういう時期(20年9月)にふらふら出歩くのはばかられるのでホテル敷地内で過ごした(Cさん) コロナ禍により家事負担が増え、外出もできずストレスが蓄積。憂さ晴らしも兼ねて旅行を決めた(Dさん)	相手方がどう思うか、住んでいる東京の周囲の人がどう思うかというしがらみもある。隠れてまで行こうというふうには思わない(Eさん) 宿泊も日帰りも旅はしていない。接客業なので感染するのはかなりまずいため自粛。東京から行くと相手(旅先の人)も嫌がるだろうし…(Fさん)

も、緊急事態宣言下か否かは気にしないで旅行時期を決めているようだ。旅に求めるものにも変化が起きてくる(図2)。「友人・恋人と共に過ごす時間」「リフレッシュ」はいずれもコロナ禍前にはなかった欲求であり、コロナ禍によって強いられる抑制した生活に対するストレス発散の手段として旅を役立てていることがうかがえる。もともと年に数回の旅行を楽しんでいた人々であるため、「旅したい禁断症状が出てきた(アクティブ層Bさん)」というように、旅行できないこと自体がストレスになっており、その解消のために旅を決めたケースもあった。

感染症に対する意識が影響し旅のカタチは3層3様に

現在の人々の旅行意向に影響を与えているのは新型コロナウイルス感染症の存在である。ではターゲット層ごとの感染症に対する意識はどのように違うのか。「感染症に対する情報源(図3・I)」はテレビのニュースや情報番組を中心にネットやSNSなどで、ターゲット層による違いはあまりない。情報に対する感受性(判断基準、信頼性)は今回の調査を見る限り、「基本的にはニュースの情報に信頼(アクティブ層Aさん

ん・女性)」「NHKのニュースは信頼(休眠層Eさん・女性)」「テレビは情報早いし受動的で楽。ネットではまでは調べない(休眠層Fさん・女性)」と女性は受動的に情報を信頼しており、「信じるのは数値だけ(アクティブ層Bさん・男性)」「全般的に信頼していない。自分で調べれば騒ぎ過ぎだとわかる(中庸層Cさん・男性)」と男性は与えられる情報に懐疑的で能動的に調べている。そしてターゲット層によらず、政府や自治体の情報に信頼を寄せていることも浮かび上がった。

「感染症に対する意識(図3・II)」はやはりターゲット層により異なる。アクティブ層は感染症への恐怖は抱きつつ「こうすれば大丈夫」という自分なりの基準があるため、「基準をクリアした↓旅行OK」という行動につながっているようだ。中庸層は世間や会社からの評価、夫の意向など、自分の意思というよりも周囲の意向に合わせるために行動を変化・制限している姿が見えてくる。そして休眠層。「恐怖度」は自己評価のため他の層より突出して高いわけではないが、実際に聞き取り調査をしてみると「サバイバルしている(Eさん)」「他人事じゃない(Fさん)」と、かなり強い警戒心をもって

図3 感染症に対する意識およびコロナ禍以降の旅行意向

	アクティブ層 	中庸層 	休眠層 			
	Aさん	Bさん	Cさん	Dさん	Eさん	Fさん
I 感染症に関する情報収集	<input type="checkbox"/> 情報源 テレビのニュース番組/ネットニュース/友人、会社の人 <input type="checkbox"/> 情報の判断基準、信頼性 基本的にはニュースの情報に信頼。政府の言うことを聞いてほしいのかと思う(Aさん) 信じるのは(感染者数などの)数値だけ。専門家などの意見は個人的見解なのであまり重きをおかない(Bさん) 政府や自治体の情報を公的なものとして信頼	<input type="checkbox"/> 情報源 テレビのニュース番組、情報番組/友人、家族/ウェブで調べたり、Twitterの情報 <input type="checkbox"/> 情報の判断基準、信頼性 個人的には全般的に信用していない。インフルエンザなどと同様だと思うのに騒ぎすぎ、調べればそれはわかる。しかし会社の立場上、建前として順守する(Cさん) テレビの情報をベースに、友人からの話も総合して自分で何がよいのか選択。情報をそのまま鵜呑みにはしない(Dさん) 各種情報を鵜呑みにしない	<input type="checkbox"/> 情報源 テレビのニュース番組/ネットニュース/居住する自治体(都や区町)のFacebookやLINEによる情報発信 <input type="checkbox"/> 情報の判断基準、信頼性 NHKのニュースは信頼。あとは自分がいざ感染した際にどうしたらよいのか具体的に書いてあるので、自治体(住んでいる区や町の支所)の情報は一番信頼している(Eさん) あおらずに、わかりやすく事実を伝えてくれる医師・専門家の話は信憑性があるように思う。テレビは情報が早いし受動的で楽。ネットではまでは調べない(Fさん)			
II 感染症に対する意識	〈恐怖度:3〉 ●マスクをしていれば安心(マスク着用により濃厚接触者と判定されなかった経験から) ●長時間、換気をしていない場所はうつろうリスクがありそう。バス、カラオケ、ライブハウスは怖い●旅行の話をするのは親しい友人のみ。会社には言えない	〈恐怖度:7〉 ●通勤電車は若干、怖い(感染リスクを感じる)●自分のことより家族にうつるのが怖い(子どもに後遺症が出たらと思うと怖い。家族が感染したことによる家事負担が大変だと同僚から聞いた)●周囲の目はあまり意識していない。会社でも旅行の話をする(感染者が少ない時期を選んで行ったので問題ないと考えている)	〈恐怖度:5〉 ●普通に言われたことをやる程度。前向きにやるわけではなく仕方なく●ワクチンの効果はさほど期待していない、それで終わりにしようとする世間の波に乗るだけ●感染はそんなに恐れていないが、他人に不快感を与えたり、会社に迷惑をかけることは気にしているので行動変化につながっている●立場上(感染症対策を企画する役割)、会社では旅行の話はしない	〈恐怖度:7〉 ●マスク、スプレーなど最低限、気を付けるぐらい●夫(会社の対策が徹底)のほうがりテラシーが高いので合わせている●母親は心臓に疾患があり、うつろすリスクは避けたい	〈恐怖度:8〉 ●感染者が多い地域に住んでるので警戒している●危険な場所をピンポイントで把握、サバイバルしている●うがい、手洗い、洋服をよく洗濯するなど以前より身につくろくに注意	〈恐怖度:7〉 ●周りでかかった人がいて他人事じゃない。多くの人と対面する仕事なので気を遣う。母親が病気もちということもあり、うつろすリスクを気にする(母親に会うのも控えている)●外食はほぼしない。緊急事態宣言下はテイクアウト程度●もともと神経質で潔癖症。つり革、手すりなど触りたくない
III コロナ禍以降の旅行・宿選びに対する意識	●価格帯が感染症対策の安心度の判断基準(高いところは清潔で安全性が高く、安いと雑なイメージ)。ゲストハウスなどよりホテル・旅館を選ぶ ●写真を見て清潔感のあるところを選ぶ(古い施設は抗菌仕様ではなさそう)●バスは換気が悪く感染しそう●テーマパークや人出の多い街は避ける(人が少なく自然豊かな、海や山なら感染リスクはないと思う)●旅先の人は売上はほしいと思う、自分は投資・応援してあげたい気持ち	●食事環境は気になる。部屋食か、広間でも対策されている宿●クチコミ、行った人の意見を重視。感染症対策に対してネガティブ意見があると避ける●行き帰りの電車は混雑する時間帯や便を避ける。飛行機は密なので怖い、新幹線は換気しているので大丈夫だと思う(中吊り情報)。観光する際も室内は避けて屋外を選ぶ●下の子が1歳でマスクができないので感染リスクは避けたい●宿のチェックイン時に首都圏から来たことをどう思われるかは気になった●旅行業界は大打撃を受けているのかと思う	●宿チェックイン時に「東京」や「大阪」が引ける●現地の人の目が気になり、大きな荷物を持って歩きたくない(旅行者だとバレたら嫌だ)●東京と地方の意識の違いを感じる(妻の実家の話を聞くと、東京に行ったら人は2週間隔離されるらしい)●宿泊先で「生活がかかっている来てほしい」と話も聞いたので、行ってみたいのかと思う。ただ大手の宿はそう思うのだが、個人の小さな宿は現地の住民同様に受け入れ意識が違う(拒否感がある)のかとも思う	●夫へ旅の計画をプレゼンしてOKもらう(食事や風呂が部屋で済む、人混みを避ける、部屋数が少ない、移動距離が短い…などの条件を出された)●大型の宿のほうが大勢の人と会うので感染リスクが高そうなので避ける。小さい宿のほうで柔軟に細やかな対応をしてくれると思う●予約サイトのクチコミをチェック(対応状況、スプレーの有無、写真など)●うつろすは最終的に自己責任だととらえており、感染リスクがないような旅を自己判断している	旅行をしていないのは… ●行き先に住む親族や友人が「今は来ちゃダメ」と言う。都合はバイキンのように都合されている●行く先々に友人がいる旅のスタイルなので、旅の恥はかき捨てにならない●住まいの周辺、行く先々の人のしぐらみがある。隠れてまで行こうとは思わない●旅行したい気持ちは大きい。旅先の人(旅行業関係者)も生活がかかっているかもしれないが、やはり命のほうが大事。無理に行ってお金を落としても現地のためになるのか?と疑問	旅行をしていないのは… ●旅行したい気持ちはあるし、旅行業界を応援したい気持ちはあるけど…●多くの人に会う仕事なので感染リスクを避けたい●恐怖感の割合は「自分分がうつる」5、「うつす」3、「母親への影響」2、「医療への迷惑」2、「現地の人の目」1。母親に何かあって自分が動かなければならない時に感染しているわけにもいかない●東京から行くかと嫌がられるイメージ、その気持ちは理解できるし行こうという気に全然ならない
IV 今後の宿泊旅行意向	〈旅行意向:8〉 ●旅行のGOサインは…ワクチン接種が進み国民の7~8割が受けたら行きやすい●緊急事態宣言下では旅行しない●Go To トラベルは「旅行したい」という国ののお墨付きという感じ●海外に行けないぶん、行ったことのない国内を訪ねたい	〈旅行意向:9〉 ●旅行のGOサインは…緊急事態宣言が解除されており、感染者が増えていないこと●国の方針には従う●Go To トラベルは予算感に影響。利用できないなら電車移動なので近場になる。まずは新幹線で2~3時間くらいのところに行きたい	〈旅行意向:6〉 ●旅行のGOサインは…国や会社などがOKを出し、受け入れ側(旅先の人)の印象も悪くなくなったら●ワクチン接種が進んだら許されるのではと思う。その前段階ならGo To トラベルがGOサイン●まずは片道1時間半ほどの近場、ホテル周辺のみで完結し、ふらふら歩かず済む旅がしたい●ごみごみした場所をより前よりもストレスに感じようになったので、自然に囲まれてゆっくりできる場所がいい	〈旅行意向:7〉 ●旅行のGOサインは…Go To トラベルは一つの判断指標だが、政府がGoといっても鵜呑みせず最終的には感染者数などを見て自己判断●ワクチン接種、夫や医療従事者の友人の意見が重要●こそそ行っても楽しくないので世間的に許される状況になったら行きたい●まずは近場で1泊くらいしたい	〈旅行意向:6〉 ●旅行のGOサインは…ワクチンが普及し、政府だけでなく医師会の先生やかかりつけ医(医療専門家)もOKを出すこと●不安がりながら旅行しても本当の意味でのリフレッシュにならない●まずは実家の墓参りを兼ねて温泉旅行をして現地の親族仲間になったら行きたい●北海道や宮古島でゆっくり、五感をリフレッシュしたい	〈旅行意向:6〉 ●「県をまたいで移動するな」と言われていたら協力する。たとえドライブで人と接しなくても交通事故を起こせば医療機関に迷惑をかけてしまう●緊急事態宣言が解除され、Go Toトラベルが始まってコロナ禍が収束したわけではないので動くのは警戒する●ワクチンが行きわたっても万全ではない、様子見をする●21年内は旅行は無理だろうと夫婦で話している

※恐怖度:新型コロナウイルス感染症に対する恐怖度を10段階(0:まったく恐ろしくない~9:最大の恐怖)で自己評価した事前調査より
 ※旅行意向:現在の旅行意向を10段階(0:まったく行きたくない~9:行きたくて仕方がない)で自己評価した事前調査より




生活している。その背景を探つてみると、居住地(感染者数が多い)、職業(多くの人と対面する)、家族関係(母親に持病あり)、性格(神経質、潔癖症)などが影響しているようだ。生活環境や性格は、外部からの働きかけで容易に変えられるものではない。そう考えると、休眠層の感染症に対する意識(強い警戒感)を変えるのは難しいと言えるだろう。こうした感染症に対する意識が表出したものが「コロナ禍以降の旅先・宿選びに対する意識(図3・III)」だ。アクティブ層は自分なりの基準を満たす旅先・宿を選ぶため、ネット検索をして価格帯を調べたり施設の写真を見たり、クチコミで感染症対策がなされているかチェックしている。他者の目・周囲の意向を気にする中庸層は、その懸念点をクリアできる旅先・宿を選ぶ。「旅行者だとバレたくないで」大きな荷物を持つて歩きたくない」と話すCさんは、コロナ禍以降の旅ではアクティブイも食事も敷地内で完結できるホテルに宿泊。コロナ禍前は買い物や観光、食事にと街をめぐる旅を楽しんでいたというから大きな変化だ。夫の要望に合うように人混みを避けて部屋数が少ない宿への旅を計画・実行したDさんは、以前は施設の充

実した大型の宿を好んでいた。しかしいまや「大型の宿のほうが大勢の人と会うので感染リスクが高そうなので避ける」と考えているそうだ。

「感染リスクのみならず周囲の目」が休眠の要因に

休眠層はコロナ禍以降の現在そして今後も旅行したい気持ち(旅行意向)はありながらも、強い警戒心から旅行に踏み切れないと考えている。その警戒心をもつ背景には、感染リスク意識もさることながら、「他者の目、旅先の人の拒否反応を気にする意識」が大きく存在することが図3・IIIから見取れる。このような意識はアクティブ層と中庸層も抱いているが、それが最大化したのが休眠層だろう。印象的なのが「行く先々に友人がいる旅のスタイルなので、旅の恥はかき捨てにならない」というEさんの言葉。P25で「休眠層にのみ、親族や友人との再会を兼ねた旅行スタイルがみられ、これが休眠に至る伏線とも言える」と述べたのはこのことだ。旅先に限らず、生活圏でも人間関係が密接で周囲に旅行したことが明らかになりやすいような、しがらみが大きな生活スタイルの場合も、休眠層になりやすいかもしれない。

図4 ターゲット別の旅行意識まとめ

	アクティブ層 	中庸層 	休眠層 
コロナ禍における旅行許容意識	●基本的なルールを守れば大丈夫。自分なりの判断基準を持ち、それがクリアできれば旅行してよい(例)マスクをしていれば大丈夫/価格がいい宿はちゃんと対策している/人混みはダメ、屋外ならよい●判断基準は接する情報で左右される(例)新幹線は換気しているとか中吊りを見たので大丈夫/写真がきれいな宿だから清潔そう	●感染症そのものに対する恐怖もあるがそれと同時に、社会的立場(仕事)や周囲の意見により行動が制限されている●自分の意思だけでなく、会社のルールや他者の目、家族や友人の意見も判断基準にして旅行するかどうか決める	●感染症に対する恐怖心・サバイバル意識が強く、コロナ禍では旅行しようという気にならない●しがらみや世間の目もあり、隠れてまで行きたくない●不安がりながら旅行しても楽しくない
旅行するタイミング	●基本は国や自治体の方針に従い、緊急事態宣言が解除されてから動く●感染者が減少していたら緊急事態宣言下でも自己判断で行く可能性も●Go To トラベルは旅行したいという国ののお墨付きである。実施されたら予算が増やせる●旅行業界を支援したい気持ちも旅行を後押し	●緊急事態宣言下は旅行しない●Go To トラベルが実施されて(=国がGOサインを出して)周りが動き出すこと、会社や家族がOKサインを出したら旅行したい●様子を見ながら近場から行く。密は気になる	●緊急事態宣言下はもちろんのこと、Go To トラベルが実施されても旅行していいわけじゃない●ワクチンが普及し、安心な世の中になるまで旅行は不安●本当の意味で楽しめる時まで行けない

彼らの旅行意識から浮かび上がる打ち手

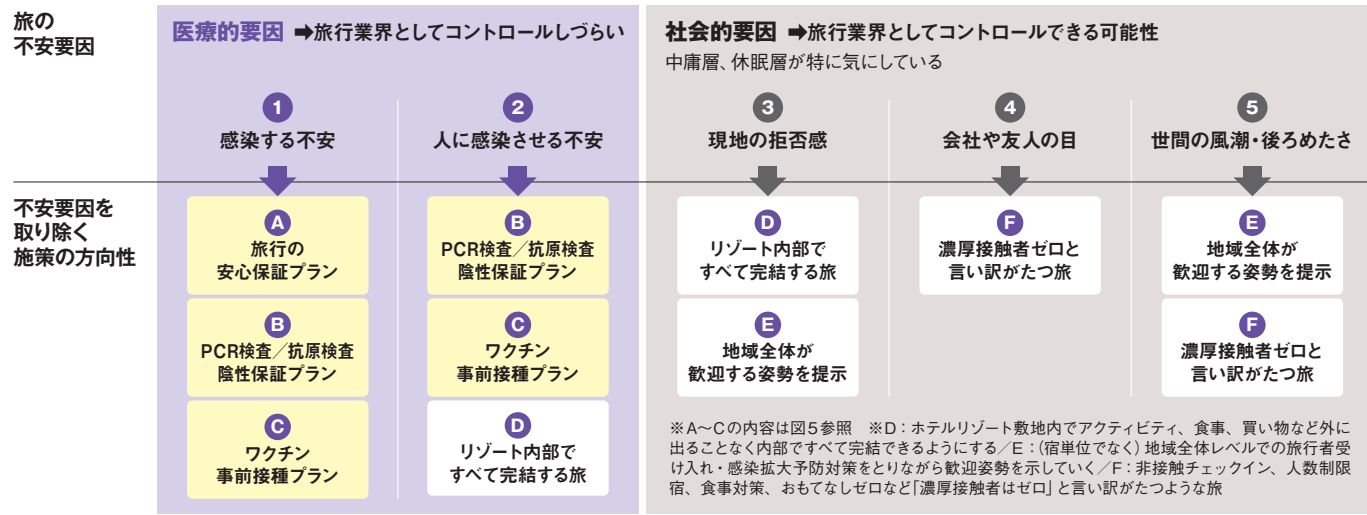
- 新しく安心な情報をきちんと届ける
- 交通機関、宿(人数制限、食事の場、清掃、フロント接触なし)の感染対策の内容を数字的な裏付けを含めて示し、信頼性のある情報を提供
- 自社ウェブサイト、広告・広報媒体、クチコミを広めてもらえる仕組みの構築

- アクティビティ、食事、買い物などが移動せずに1カ所ですべて完結できる旅
- 非接触チェックイン、宿泊人数制限、食事対策など、「濃厚接触者はゼロ」と言い訳がたつプラン
- 世間の風潮や現地の拒否感に敏感なので、(宿レベルでなく)地域全体レベルで「受け入れ歓迎」の姿勢を見せていく
- 手荷物配達込みの手ぶらプランなど、旅行者と悟られない工夫

- ワクチンが普及するまでこの層を動かすのは困難
- 現地の人との動画交流、オンラインツアーなどで現地への興味を惹きつけるブランディング
- オンラインツアーは非日常感や五感に響く演出に。現地支援意欲を満たせる物産品の販売を入れる手も

Go To トラベルは「行ってよし」の合図と受け止め

図6 旅行市場復帰への「壁(不安要因)」と施策の方向性



担当研究員より

「できること」に注力する

茫洋とした「コロナ不安を整理し」

コロナに対するリテラシーは個人によって異なる。例えばママ友どうしの会話ではまず「お宅はどうしてる？」と対策のレベルを確認してから雑談に入るといったような話もあるらしい(気にしているお宅の子どもは遊びに誘わないようにする、などの配慮が必要だ)。

このようなリテラシーの違いは接している情報や属性によるものかと思っていだけれど、どうやら性格や環境に起因する部分が多いようだ。リテラシーを分類する軸がわかれば対応策が考えられると思っただけだが、その軸が変えられない・変えにくい要素ならばどうにもならない。

つまり睡眠層と名付けた彼らに再び旅行に行ってもらえるのはまだまだ先というわけで、ならば結局、我々はアクティブ層と中庸層への働きかけを維持し、少なくともあと1年くらいは彼らに何度も行ってもら

うというのが現実的な戦略となる。いわゆる一種の「選択と集中」だ。そして新たな発見は、特に中庸層に目立った、他人の目を気にするという側面が、かなり大きそうだということ。密を避ける習慣が身に付いたことで、密な場所への恐怖心が出てきたというコメントにも注目したい。持続可能な観光地の視点から必要とされてきた「分散化」は、旅行者の需要の視点からも必須となる。余計な風評被害を呼ばないためにも、人数制限など集客コントロールの旅前告知をして、快適に旅行ができるということを地域の付加価値にしていきたい。

まだまだ先の見えないトンネルが続くものの、旅行者の復帰への「壁」の要因が整理されたことで、「できること」「できないこと」が多少はスッキリしたのではないだろうか。我々は「できること」に注力し、いつか「壁」を超えてもらえる日のために、引き続き新たな対策を練ることにしよう。



じゃらんリサーチセンター 研究員 森戸香奈子 もりど かなこ

図5 ウイズコロナ時代のニューノーマルな旅行スタイルの受容性

コロナ禍における旅行商品としてどう思うか、仮定の商品内容を提示してモニターの反応を探った。

旅行をはばむ「壁」を除外する 打ち手が見えてきた

コロナ禍に対応した旅行商品を考える際、まず思いつくのは感染症対策に関するものだろう。しかし図5のように、換気や消毒、あるいは陰性証明やワクチン接種を取り入れた商品例に対する印象を調査してみると、3層いずれからもさほど肯定的な反応はなかった。消毒などはやっぱり当たり前で付加価値と言えるほどではないという意見、さらに対策をしても感染はする、PCR検査やワクチンも信用しきれないといった懐疑的な反応も。安心材料にはなるが、不安がすべて消えるほどではなさそうだ。こうした反応は、彼らが抱く旅の不安要因「壁」が、「感染する・させる」という感染症そのものに関するものだけでなく、「他者の目、旅先の人の拒否反応」といった社会的要

旅行の安心保証プラン
「感染拡大予防対策(検温、換気、消毒など)の基準をクリアしている」と旅行サイトや交通機関・自治体などが認証した、お墨付きの旅行プラン(宿泊、バックツアー)

アクティブ層
ちょっと先の話になるだろうが、安心感はある/bタイプは信用しきれない面もあり不安は残る

中庸層
興味がない。現地の人の目が気になるだけで自分の安心についての保証は必要ない/先に受けたとは思わない。ワクチンの効果をそこまで信じていない/オリンピックなど時期が限定されていてどうしても参加したい場合ならいいかも…

睡眠層
旅行のために優先的に受けるのは自分勝手。aタイプはできない/bタイプは保証された施設以外で感染する可能性は残る。危険を冒してまで旅行しても楽しめない/aタイプはワクチン接種の副反応の可能性を考えると旅行前に行うのは適さない/bタイプは安心感はあるが、なぜ優先接種できるのか疑問はある。ワクチンは無料なので費用をプラスするのはナン

▶安心材料の一つにはなるが、優先接種に対して否定的な印象

旅行の安心保証プラン
「都民も大歓迎」と言ってくれたほうが行きやすい。人と接しない(非難の目にふれない)プランもいいかも/魅力に感じない。どこもしている対策/同様の飲食店向けステッカーがあるが感染は広がる。効果に疑問/人数制限のある宿はいいと思う。個室仕様の食事などサービスが付加されていたら、少し高めでもアリ

睡眠層
検温や換気はどこもやっている。「お墨付き」といっても感染することはあり得る非現実的な気がする/ちょっと安心感はあるが、継続して本当に対策されているのか?と不安も。第三者がしっかり確認してくれるのなら…/そのために費用はプラスできて1000円くらいまで

▶安心材料としては弱い、旅先を検討する際の情報の一つとして評価される面はある

PCR検査/抗原検査陰性保証プラン
[aタイプ]は旅行者に検査キットが事前に送付され、診断書が発行される旅行プラン。[bタイプ]は施設スタッフ全員が検査済みで陰性であることが証明された旅行プラン

中庸層
aタイプもbタイプも興味はない。自分がうつることよりも周りの目が気になるだけなので/本人が知らないうちにつずリスクはあるのでaタイプはいいと思う。ただ検査時期は直近でない信頼できない。プラン費用は通常プラス3000円~5000円程度なら許容/bタイプもあったほうがいいと思うが、常に検査を更新しないと意味がない

睡眠層
aタイプは単なる自己満足。移動中に感染することもある/aタイプもbタイプも、そこまでして行かない。葬式などどうしても行かねばならない時ならアリ/aタイプはないよりは安心。検査が発直前ならば。費用はプラス2000円程度まで/bタイプも検査頻度によるが、いいと思う。費用はプラス2500円くらいなら

▶安心材料の一つにはなる。旅行する際の免罪符に?

因が大きいことに由来するだろう。調査から見えた旅の不安要因を5つに分類したのが図6だ。不安要因①②はいわば医療的要因で、医療の専門家ではない旅行業界がこの壁(不安)を排除するには限りがある。しかし図5に挙げた商品例にも可能性はあるし、消毒・換気など基本的対策は行つてしかるべきだろう。そして前述したようにコロナ禍以降の人々は旅行準備としてネット検索やクチコミチェックなど従来以上の情報収集を行つている(図3・III参照)。正しく、わかりやすい情報を発信していくことが大切であり、彼らが信頼を置いていると調査から判明した、自治体など公的機関による情報発信を積極的に行うことも重要だ。

①②以上に人々の心を占めていた不安要因③④⑤は社会的要因と言え

るもので、こちらは旅行業界としてコントロールできる可能性が高い。彼らが「壁」と感じる「世間の目」を気にせず済む環境を整えたり、あるいは「現地の拒否感」を感じさせない「歓迎ムード」を示すのも一つの手段だ。ただし受け入れ側となる地域住民の感情を無視した誘客策は、また別の問題の種となるので慎重に行いたい。警戒感が強く旅行できる気分に至っていない睡眠層に対する直截的な誘客も、拒否反応を招く危険がある。短期的効果を狙って「今すぐ来て」と呼び込むのではなく、「いつ来ていただきたいでもいいようにできる対策・準備を整えている」と伝える、オンラインツアーで旅情を誘う観光資源を見せるなど、旅行市場に心をつなぎ留めておくための長期的視点に立った施策を考える時だろう。