

属性別 国内オンラインツアーの利用率・利用意向

属性	利用経験あり	今後の利用意向	
		経験者 今後も利用する	未経験者 今後利用してみたい
全体	11.3% (N=6581)	42.0%	25.5% (N=5840)
年代別	20~29歳	25.2% (N=1204)	35.2% (N=900)
	30~39歳	15.5% (N=1357)	29.8% (N=1147)
	40~49歳	8.5% (N=1393)	25.9% (N=1274)
	50~59歳	4.7% (N=1430)	20.5% (N=1363)
	60歳以上	3.4% (N=1197)	19.3% (N=1156)
国内旅行頻度	年1回未満	7.8% (N=2525)	19.6% (N=2327)
	年3回以上	14.4% (N=1513)	31.3% (N=1295)
2020年4~9月の国内旅行実施	旅行はしていない	7.1% (N=4875)	23.5% (N=4528)
	旅行をした	23.1% (N=1706)	32.6% (N=1312)

寄稿



JTB総合研究所 主任研究員 早野陽子氏

コロナ禍は、私たちのライフスタイルや価値観を大きく変えた。オンライン旅行や土産物のネット通販が急に進み、働く場所や買い物をする場所は様変わりし、自由にお出かけができない、人と会えない状況が続いている。しかしながら、このような環境変化の中にあっても「変わらないもの」の一つが、「知らないものを見てみたい」「今をまとめておきたい(14.3%)」などを集めておきたい(14.3%)という回答が、「旅行外乗せ」にまで伸び、旅行外乗せという「旅への意欲」ではないかと考える。

環境が変化する中でも 変わらない「旅」への意欲

「趣味や旅行など、必要性の低い消費の一回あたりの単価を減らしている」という回答も減少し、旅行への消費意欲が徐々に高まりつつある様子が見えてくる。今後は我々の時期で、このコロナ禍を経て、旅行意欲は衰えておらず、むしろ実際に旅行したい気持ちが高まっていると見えてくる。

また、別の設問ではあるが、「入念に準備期間を設けておく」という回答も増加傾向にある。これは、国内旅行のオンラインツアー経験者が全体の11.3%、未経験者の25.5%が「今後利用してみたい」とのコミュニケーションはオンラインでも十分だと感じているという回答と関係している。デジタル化が進む中で、実際に体験したり、月やお盆に家族が帰省できず、残念がっていた祖父母を誘ってオンラインツアーに参加しても喜ばれた。

「趣味や旅行など、必要性の低い消費の一回あたりの単価を減らしている」という回答も減少し、旅行への消費意欲が徐々に高まりつつある様子が見えてくる。今後は我々の時期で、このコロナ禍を経て、旅行意欲は衰えておらず、むしろ実際に旅行したい気持ちが高まっていると見えてくる。

また、別の設問ではあるが、「入念に準備期間を設けておく」という回答も増加傾向にある。これは、国内旅行のオンラインツアー経験者が全体の11.3%、未経験者の25.5%が「今後利用してみたい」とのコミュニケーションはオンラインでも十分だと感じているという回答と関係している。デジタル化が進む中で、実際に体験したり、月やお盆に家族が帰省できず、残念がっていた祖父母を誘ってオンラインツアーに参加しても喜ばれた。

「趣味や旅行など、必要性の低い消費の一回あたりの単価を減らしている」という回答も減少し、旅行への消費意欲が徐々に高まりつつある様子が見えてくる。今後は我々の時期で、このコロナ禍を経て、旅行意欲は衰えておらず、むしろ実際に旅行したい気持ちが高まっていると見えてくる。

また、別の設問ではあるが、「入念に準備期間を設けておく」という回答も増加傾向にある。これは、国内旅行のオンラインツアー経験者が全体の11.3%、未経験者の25.5%が「今後利用してみたい」とのコミュニケーションはオンラインでも十分だと感じているという回答と関係している。デジタル化が進む中で、実際に体験したり、月やお盆に家族が帰省できず、残念がっていた祖父母を誘ってオンラインツアーに参加しても喜ばれた。

「趣味や旅行など、必要性の低い消費の一回あたりの単価を減らしている」という回答も減少し、旅行への消費意欲が徐々に高まりつつある様子が見えてくる。今後は我々の時期で、このコロナ禍を経て、旅行意欲は衰えておらず、むしろ実際に旅行したい気持ちが高まっていると見えてくる。

また、別の設問ではあるが、「入念に準備期間を設けておく」という回答も増加傾向にある。これは、国内旅行のオンラインツアー経験者が全体の11.3%、未経験者の25.5%が「今後利用してみたい」とのコミュニケーションはオンラインでも十分だと感じているという回答と関係している。デジタル化が進む中で、実際に体験したり、月やお盆に家族が帰省できず、残念がっていた祖父母を誘ってオンラインツアーに参加しても喜ばれた。

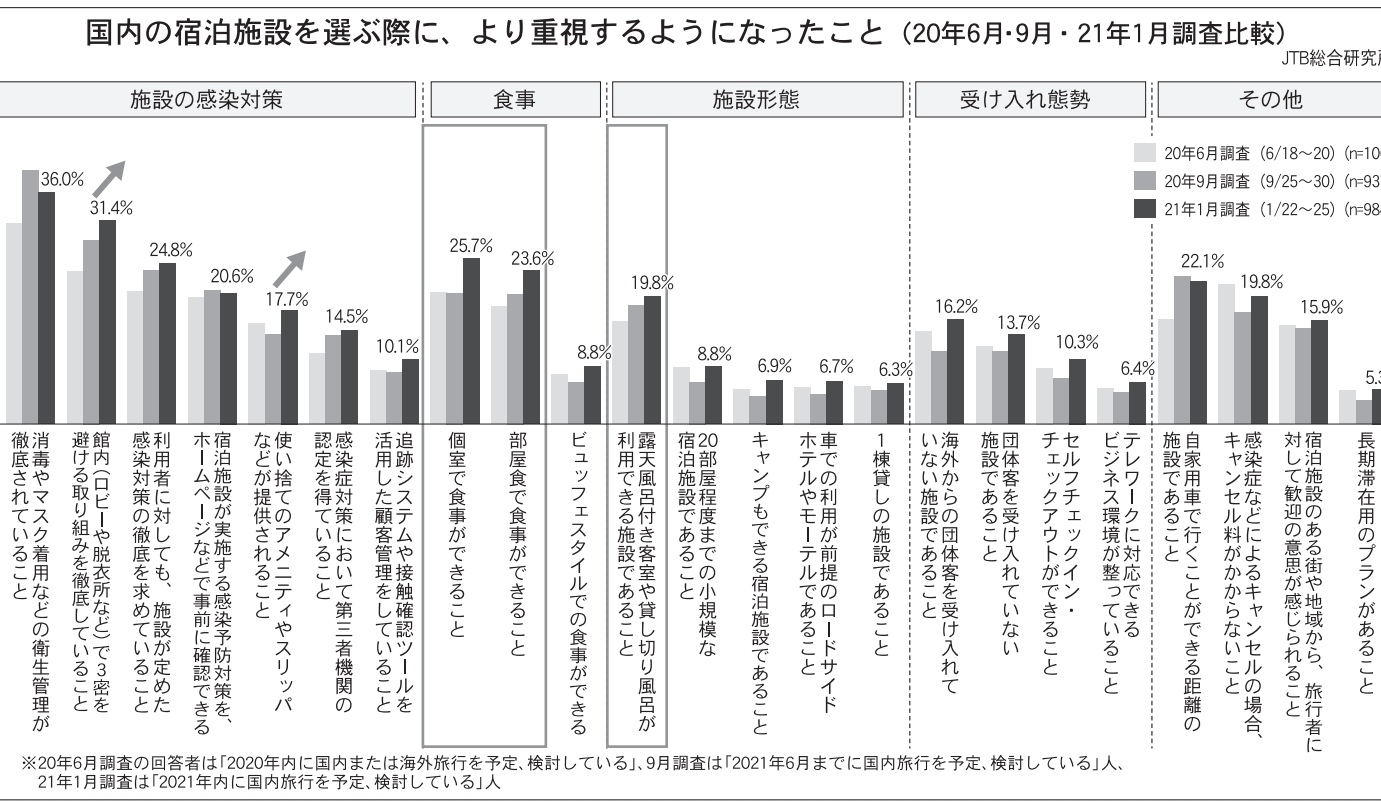
今は将来の旅行のための準備期間 旅行者と継続的にコミュニケーションを

「趣味や旅行など、必要性の低い消費の一回あたりの単価を減らしている」という回答も減少し、旅行への消費意欲が徐々に高まりつつある様子が見えてくる。今後は我々の時期で、このコロナ禍を経て、旅行意欲は衰えておらず、むしろ実際に旅行したい気持ちが高まっていると見えてくる。

また、別の設問ではあるが、「入念に準備期間を設けておく」という回答も増加傾向にある。これは、国内旅行のオンラインツアー経験者が全体の11.3%、未経験者の25.5%が「今後利用してみたい」とのコミュニケーションはオンラインでも十分だと感じているという回答と関係している。デジタル化が進む中で、実際に体験したり、月やお盆に家族が帰省できず、残念がっていた祖父母を誘ってオンラインツアーに参加しても喜ばれた。

「趣味や旅行など、必要性の低い消費の一回あたりの単価を減らしている」という回答も減少し、旅行への消費意欲が徐々に高まりつつある様子が見えてくる。今後は我々の時期で、このコロナ禍を経て、旅行意欲は衰えておらず、むしろ実際に旅行したい気持ちが高まっていると見えてくる。

また、別の設問ではあるが、「入念に準備期間を設けておく」という回答も増加傾向にある。これは、国内旅行のオンラインツアー経験者が全体の11.3%、未経験者の25.5%が「今後利用してみたい」とのコミュニケーションはオンラインでも十分だと感じているという回答と関係している。デジタル化が進む中で、実際に体験したり、月やお盆に家族が帰省できず、残念がっていた祖父母を誘ってオンラインツアーに参加しても喜ばれた。



提言

2020年の初頭から発生した新型コロナウイルスの流行は、当初の想定を超え、未だに私たちの生活に大きな影響を及ぼしている。特に緊急事態宣言が出された地域においては、3密回避、テレワーク、デリバリー、インターネットショッピングの利用が増えるなど、新たな生活様式が定着した。その一方で、実際に旅行先へ行って体験することができず、人と直接会うコミュニケーションが断たれてしまった。この状況を打開し、旅行意欲を高め、旅行を再開させるためには、旅行者と事業者とのコミュニケーションを継続的に取り、旅行の再開に向けた準備期間を設けることが重要である。

※20年6月の調査の回答者は「2020年内に国内または海外旅行を予定、検討している」、9月調査は「2021年6月までに国内旅行を予定、検討している」、21年1月調査は「2021年内に国内旅行を予定、検討している」人