

JTB総合研究所「女性の旅行と情報収集についての調査」

図 1 旅行に行きたくなるきっかけ（複数回答）

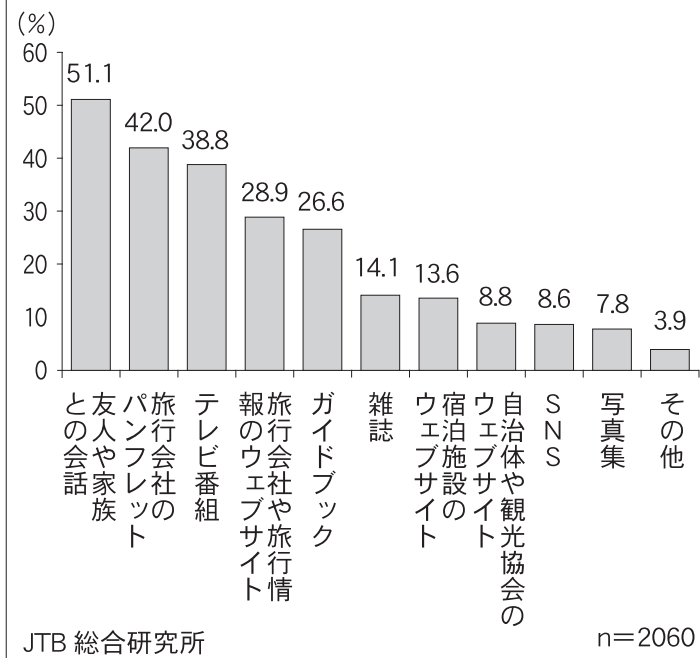


図3 SNSで発信したいので話題になりそうな場所へ行ったことがある(複数回答)

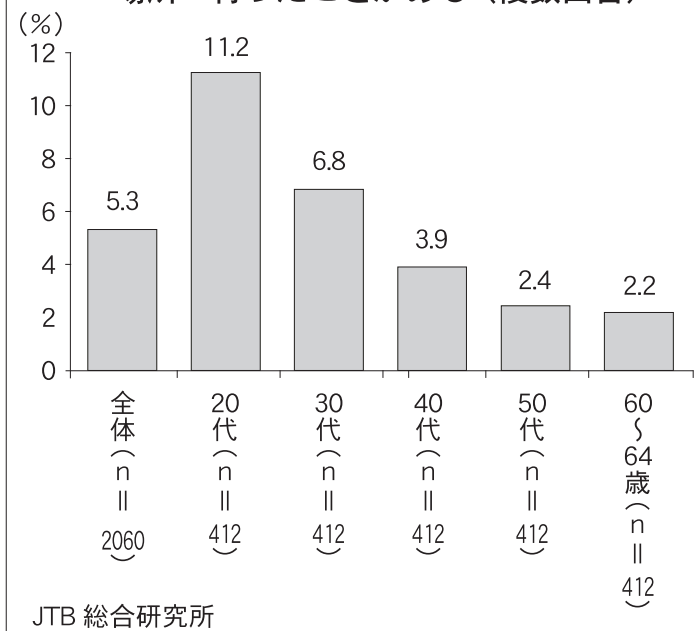


図5 国内旅行の同行者と旅行のタイプ（複数回答）

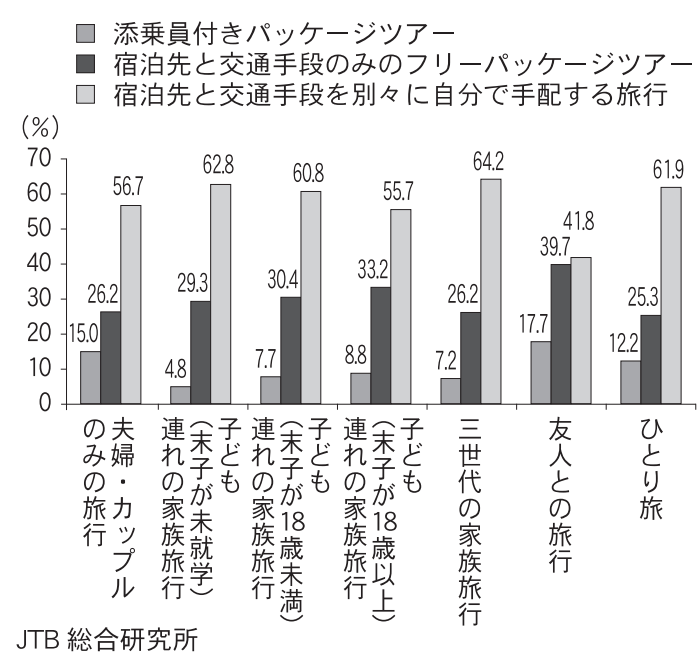


図2 行ってみたい国内旅行（複数回答）

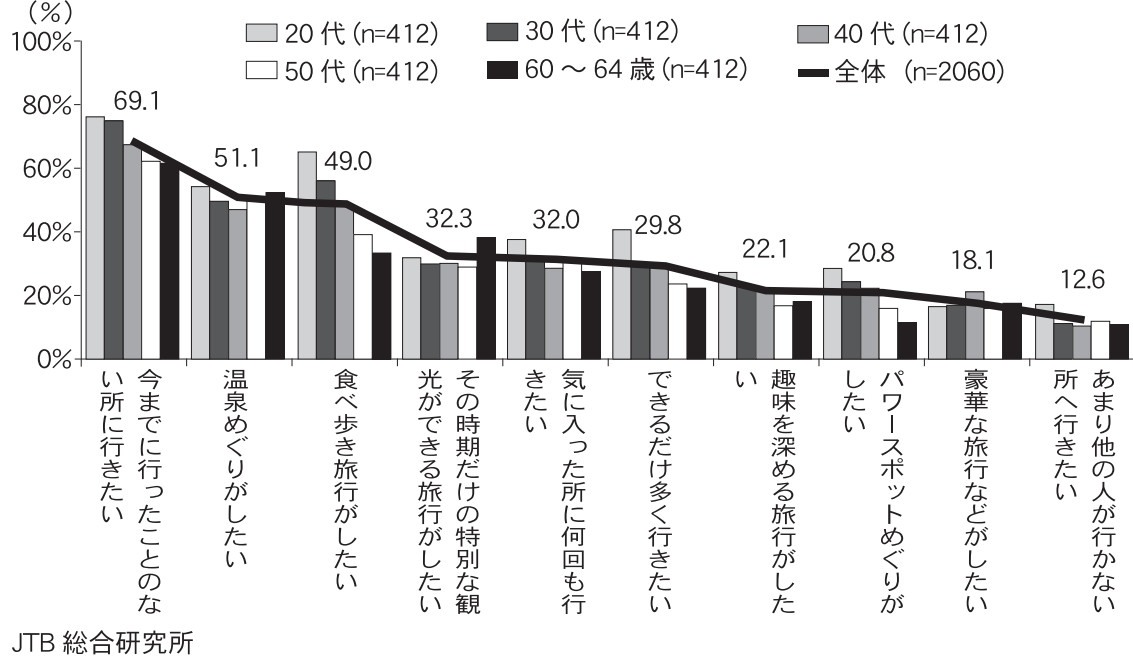


図4 国内旅行のパッケージツアーや宿泊施設を探す手段（単一回答）

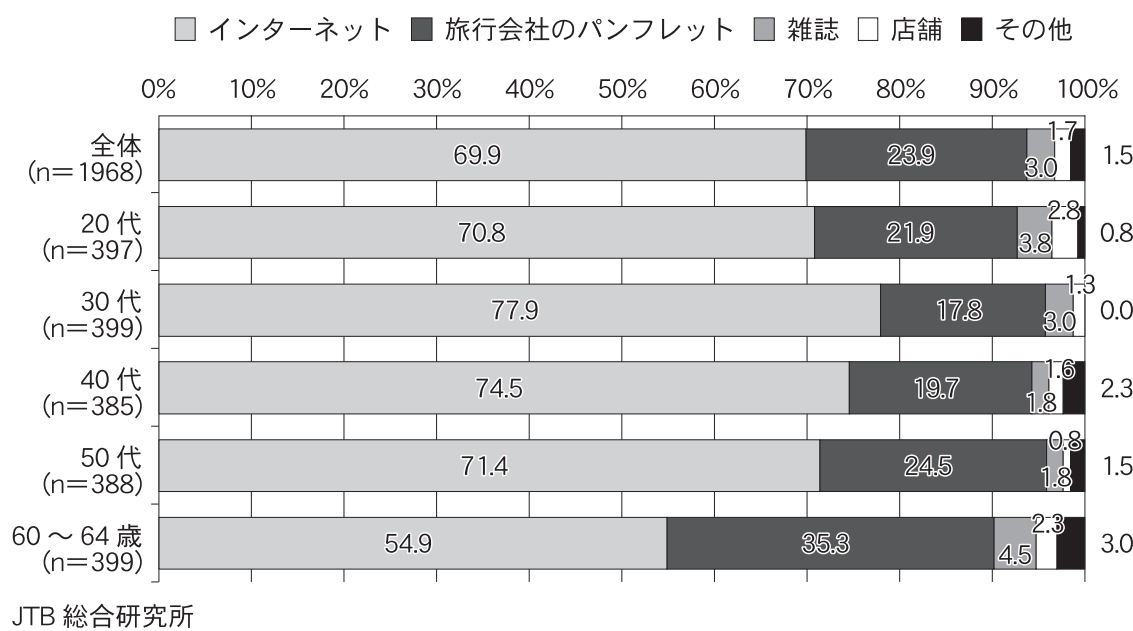


図6 国内旅行のパッケージツアーや宿泊施設を申し込む手段（単一回答）

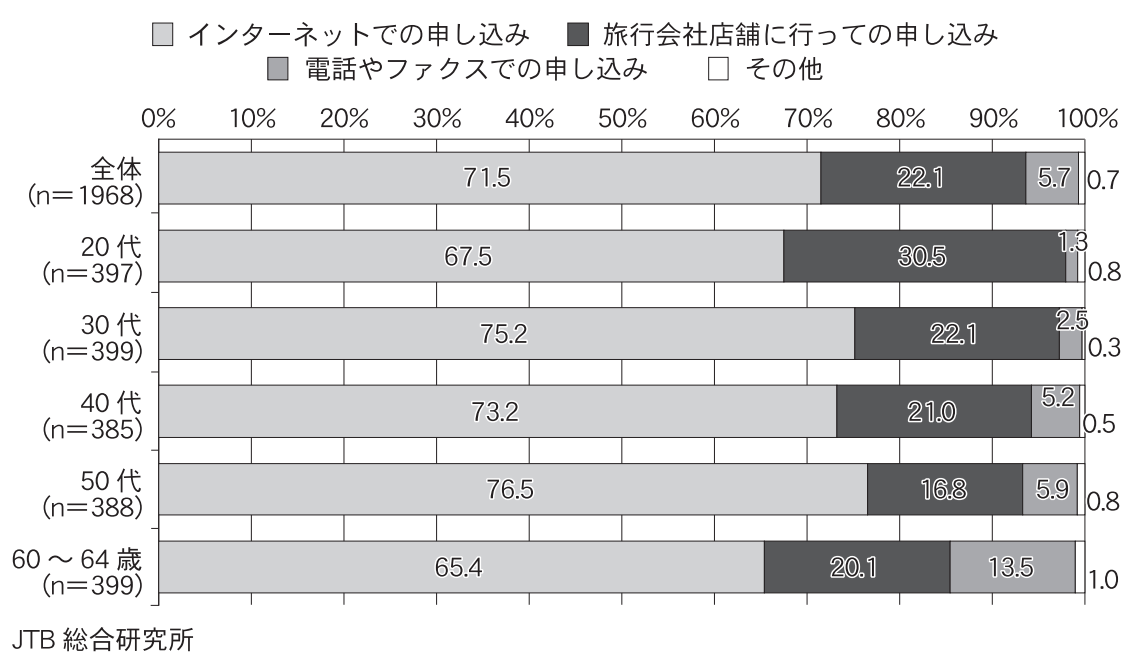


図7 旅行会社の店舗に期待すること（全体）（複数回答）

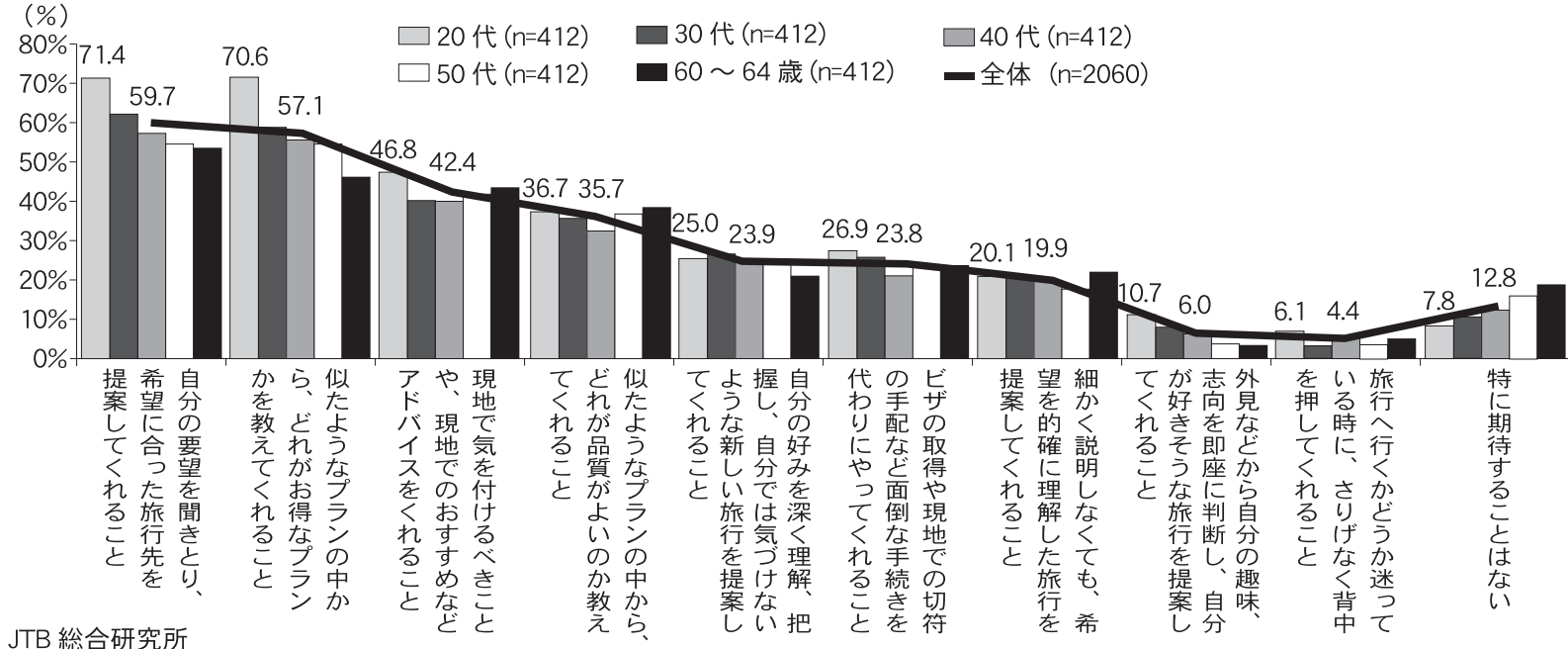


図8 国内旅行の情報源としてよく持っていくもの（複数回答）

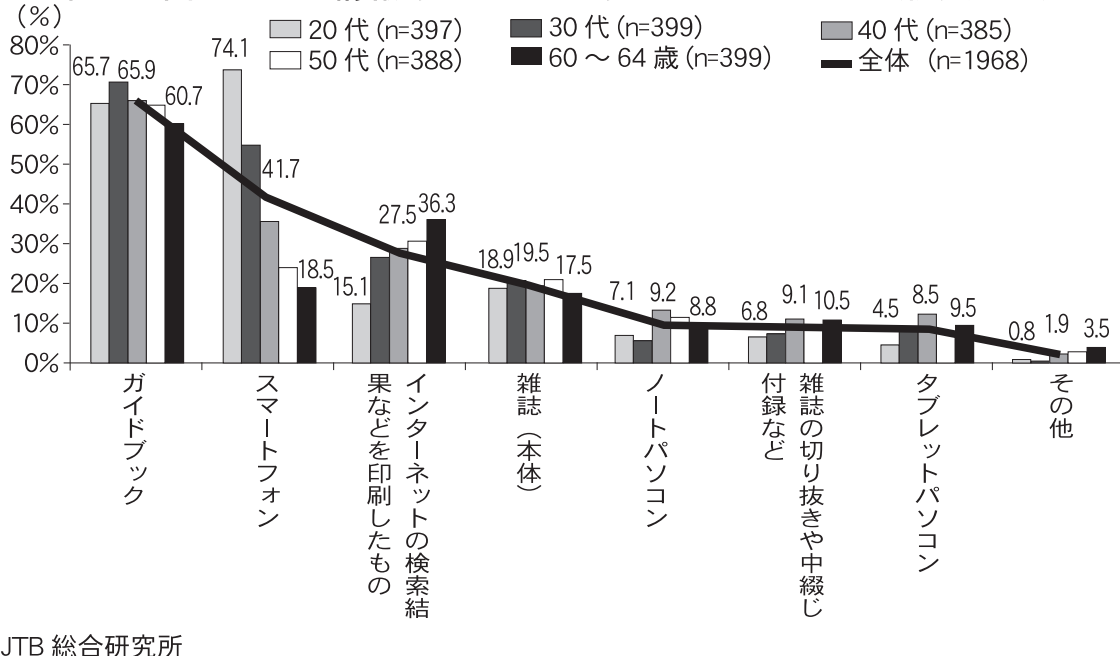


図9 国内旅行でインターネットを利用する目的（複数回答）

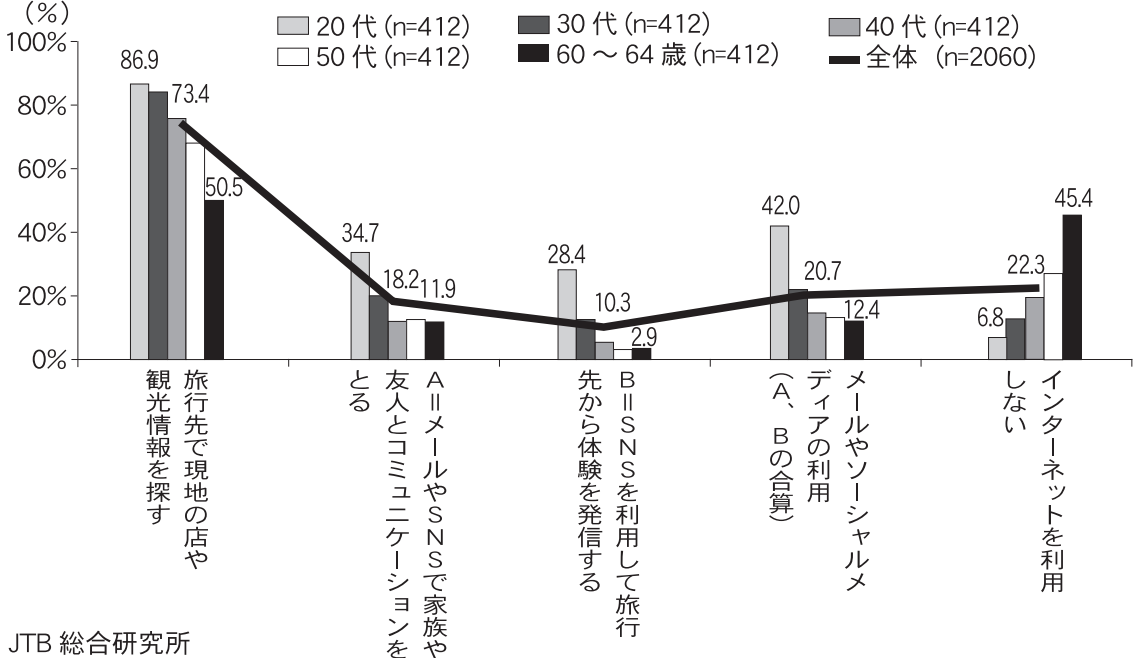
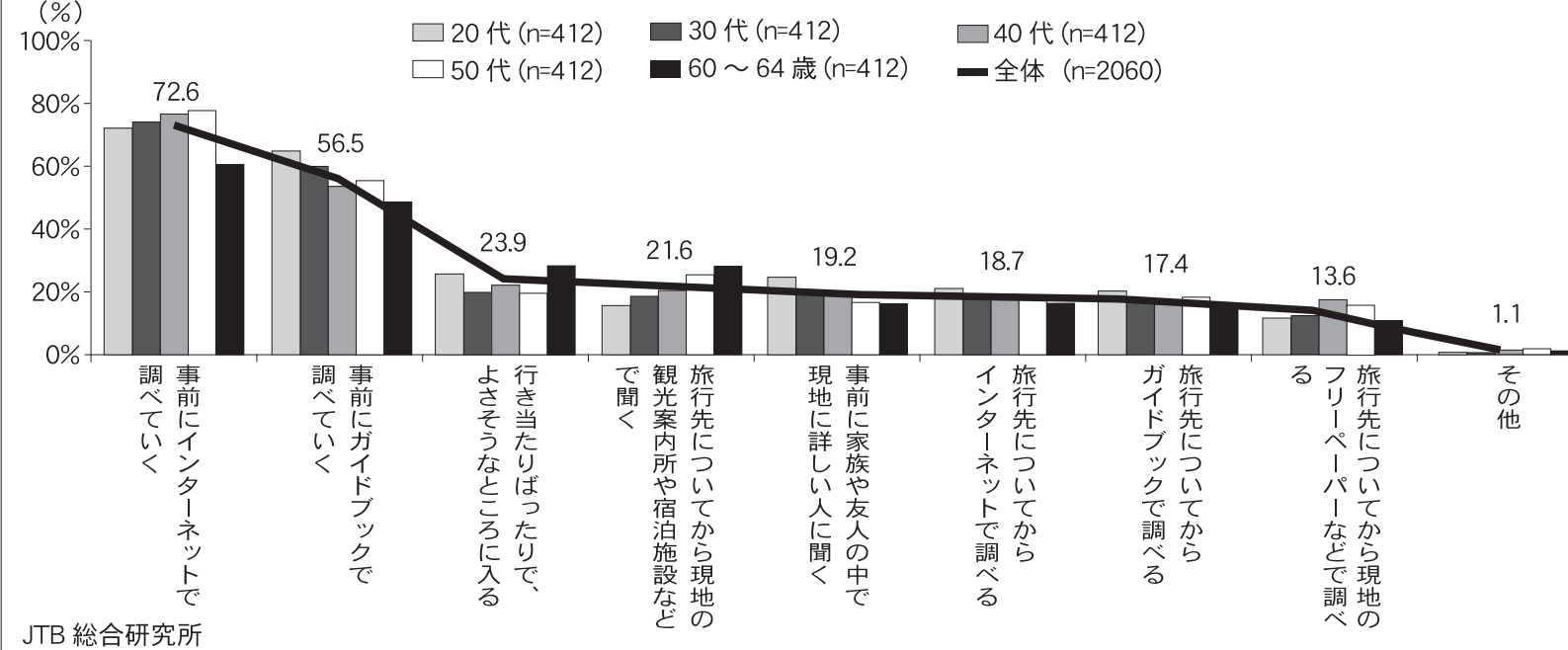


図10 旅行先での食事の調べ方（年代別）（複数回答）



JTB総合研究所は「女性の旅行と情報収集」についての調査を実施した。インターネットやソーシャルメディアが浸透し、旅行を申し込む方法や情報収集、情報発信の在り方は、ICTの進化と共に、想像よりも早いスピードで様変わりをしている。最近の女性たちは、どのように情報収集を行い、どのように旅行を購入しているのかをヒックアップし、まとめた。

旅行に行きたくなくなるまっけについて質問したところ、1位「友人や家族との会話(51・1%)」、2位「旅行会社のパンフレット(42・0%)」、3位「テレビ番組(38・8%)」と続いた(図1)。

旅行会社のパンフレットは駅や街中で見かけることが多く、何気なく手に取ってみることが旅行のきっかけにもなっているようだ。テレビ番組については、ふとした瞬間に目に入った映像が旅行に誘う効果があると考えられる。

行ってみた国内旅行について「今までに行なったことのないところに行きたい」(69・1%)

が一番多い結果となった(図2)。続いて「温泉めぐり」や「食歩き」も高い。また若い世代ほど「食歩き旅行」が高くなり、特

持って行く
情報源

1位

に若い女性にとって「食歩き」は旅行の主目的の一つとなっている。「パワースポットめぐり」が「いい」は20代(22・6%)で高かった。「その時期ならではの特別な観光」は比較的年代が若くなるほど高くなる傾向が見られた。また、ここ数年で急激に浸透

行では69・9%となった（図4）。スマートフォンやタブレットを持て歩く人も増え、ちょっとした空き時間にもインターネットを利用して探されることも日常的に行われていると考えられる。20代は、30代、40代よりタブレットで探す割合が高いのが特徴的だ。

なプランの中から、どれかお得なプランを教えてください」というアンケートとなった。図7・4%が最も高く、割合としては下がるが「SNS（ソーシャルメディア）の利用（20・7%）」が2位となった。図9。

旅行先での食事に関しては「事前にインターネットで調べていく」（72・6%）、「事前でガイドブックで調べていく」（56・5%）」が圧倒的に高く、「いまだたばかったりよさそうなどに入る（23・9%）」、「旅行先についてから現地の観光案内所や宿泊施設などで聞く」（21・6%）」など、現地に行ってから調べる割合はあまり高くなかった。図10。女性に比べて「食」は旅行の重要な要素であるため、失敗しないよう気持ちが強いのかも知れない。年代が高くなるほど「旅行先についてから現地の観光案内所や宿泊施設などで聞く」が高まり、若い世代では「事前にガイドブックで調べて行く」割合が高い傾向も見られた。

・4%」が最も高く、割合としては4%が「SNS（ソーシャルメディア）」の利用20.7%」が2位となった（図9）。

旅行先での食事に関しては「事前でインターネットで調べていく」（72.6%）、「事前でガイドブックで調べていく」（56.5%）」が圧倒的に高く、「いまあたりはそんなにどうかな」というところに入る（23.9%）。「旅行先についてから現地の観光案内所や宿泊施設などで聞く」（21.6%）」など、現地に行ってから調べる割合はあまり高くなかった（図10）。女性にとって「食」は旅行の重要な目的であるため、失敗できない気持ち強いのかも知れない。年代が高くなるほど「旅行先についてから現地の観光案内所や宿泊施設などで聞く」が高まり、若い世代では「事前でガイドブックで調べていく」割合が高い傾向も見られた。