進化し領域を拡大する日本人の国内旅行(2019)

ＪＴＢ総合研究所が調査研究

JTB総合研究所は、調査研究「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）」をこのほどまとめた。社会や人々の意識の変化を踏まえて国内旅行の現状を捉え、人口減少が進む中での日本人の国内旅行の活性化へのヒントを探っている。同調査を抜粋して紹介する。

調査は9月10～13日にインターネットで、過去1年間に1泊以上の国内旅行をした20～69歳の男女2062人に行った。

「最近の国内旅行について感じること」について聞いてみたところ、見えてきたのは、20代を中心とするミレニアル世代、ジェネレーションZ（ポストミレニアル世代）と、上の世代との考え方のギャップだった。インターネットやスマートフォン、SNSが子供の頃から身近にあった彼らは、各人の情報ネットワークや人とのつながりを持ち、今後の行動や消費に影響を与える世代として世界的に注目されている。

訪日外国人旅行者が急増したことへの考え方＝図1。「混雑する観光地に行かなくなった（28・2％）」「自然環境が悪化するので増えてほしくない（23・4％）」が全体で上位となったが、こういったネガティブな意識は年齢が高いほど上がる傾向が見られた。一方、「日本の良さを再認識した」「経済面で地域活性化するので増えてほしい」というポジティブな考えは若くなるほど高い傾向となり、ミレニアル世代、ジェネレーションZの特徴を表していると言えるだろう。

旅行資源の多様化＝図2。「泊まってみたい個性的な宿泊施設が増えた（26・9％）」「乗ってみたい観光列車が増えた（21・7％）」が全体では上位となった。宿泊施設に関しては20代、30代が高い結果となり、逆に観光列車は50代、60代が高く、年代で違いが出た。また「訪れてみたいライブやイベントが増えた」と感じている人は全体で9・2％だったが、20代、30代に、より高い傾向が見られた。全体としては少数だが、「ボランティアを目的として旅行するようになった」も20代、30代が高い結果となった。

旅行目的の多様化＝図2。名所旧跡巡りや温泉など従来からある旅行目的の他に思っていることを聞いたところ、「ある目的に特化した旅行をするようになった」が9・0％、特に20代（11・7％）、30代（10・1％）が高い結果となった。また「SNSでの発信を目的に旅行するようになった」は全体では3・8％とわずかだが、やはり若い世代が高い傾向があり、20代は8・7％となった。

デジタル化の影響＝図2。「情報があふれすぎてどう旅行先を選べばよいか分からないことが増えた（20・7％）」については、年代別の差異はみられなかった。「SNSで、あまり知られていない旅行先の情報を得られるようになった（16・5％）」は若い世代は上の世代に比べ、かなり高い傾向にあり、20代で29・4％だった。一方で、わずかだが、「人やAIなどにお任せして楽に旅行先を決めたいと思うことが増えた（3・8％）」も高く、20代で5・7％、30代で5・4％と、意思決定の煩わしさを感じている人が、若い世代により多いことが分かった。

若い世代を中心に「泊まってみたい個性的な宿泊施設が増えた」と感じている割合が高いことが分かった。そこで、具体的にどのような宿泊施設に関心があるのか、宿泊施設の利用実態と今後への意向を聞いた＝図3。

「今後の利用を増やしたい」という割合が、「過去1年間に利用した」の割合を超えているものをみると、「温泉旅館」「シティホテル」「民宿、ペンションなど」が上位だった。新しい形態の宿泊施設に関する利用意向をみると、全体では「都市型旅館（星のやや東京、Hotel zen tokyoなど和モダンをコンセプトとする宿）」が高く、20・7％だった。年齢別には、「都市型旅館」の利用意向は、特に20代女性と30代男女で高く、「テーマ性のある宿泊施設（泊まれる本屋など）」は20代と40代女性、「古民家、町屋」は40代女性で高くなった。20代女性は民泊を除き、全体的にどの施設にも利用意向が高い傾向があるようだ。

観光の志向の変化に伴い、地域と旅行者の関係は「観光エリアでの旅行者の囲い込み」から「地域の生活エリアでの交流や触れ合い」に変わってきた。その結果、特定の地域に対して「深く知りたい」「支援したい」という思いが生じ、旅行者の再訪意向が高まっていると考えられる。特に20代を中心としたミレニアル世代やジェネレーションZは、他の世代と比べてこういった意識が高いことから、消費者としての旅行者に留まらない、地域活性化の担い手となる「関係人口」としても期待が集まる。ここでは「拠点を持つ」ことに関連し、移住、長期滞在、二拠点居住などへの意識を聞いた。

全体として関心のある滞在の形態としては、「二拠点居住（20・7％）」「長期滞在（19・2％）」が上位となった。性年代別にみると、「二拠点居住」は男性の40～60代で高く、「長期滞在」や「移住（Uターン）」は20代、30代の男性で高い結果だった。総じて、長期的な滞在に関しては、女性より男性の関心が高いようだ。

長期的な滞在をしたい理由としては、「自然が豊かなところに住みたい」「生活費が安い場所で暮らしたい」「その場所が好きだから」などだった。

性年代別では、60代男性で「自然が豊かなところに住みたい」が高く、20代女性は「生活費が安い場所で暮らしたい」「家族、知人の近くに住みたい」「環境の良いところで子育てしたい」が高くなった。20代男性は「第二の仕事場を持ちたい」「環境の良い場所で子育てしたい」「起業したい」など、長期滞在先で仕事を持ちたい、という意識がみられた。長期的な滞在ができない理由としては、「仕事がない（43・6％）」「今の仕事を辞めたくない、辞められない（27・1％）」と、仕事関連の理由が上位だった。「なんとなく踏ん切りがつかない」は男女とも60代で突出して高くなった。若い世代は、仕事の問題さえなければ熟年世代より動きが軽いようだ。

次に、業務旅行で観光も実施する「ブリージャー」や休暇中に業務を実施する「ワーケーション」について詳しくみてみる。

国内の宿泊業務旅行の実施中に、付随して実施した旅行で最も多かったのは、「名所旧跡などを巡る観光旅行（26・7％）」で、「音楽やスポーツイベント参加など特定目的の旅行（5・8％）」「家族友人訪問（5・8％）」が続いた。男女別に比較すると、男性より女性の方が付随した観光を実施している割合が高いことが分かった。

過去1年間の間に業務旅行をした経験がある人に対し、ワーケーションやブリージャーについての意識を聞いた結果では、全体としては「仕事で行った旅行に休暇を付けられれば、もっと休暇が取りやすくなる（30・5％）」の回答が「プライベートで行った先である仕事が会社から業務として認められれば、もっと休暇が取りやすくなる（27・0％）」を上回り、ブリージャーの方がより休暇が取りやすくなると考える人が多い傾向となった＝図4。しかし年齢別にみると、20代は全体の傾向とは異なり、「プライベートで行った先でする仕事が会社から業務として認められれば、もっと休暇が取りやすくなる（38・1％）」が最も高くなった。

また、フルタイムで仕事をしている人に対し、プライベートでの旅行中にどの程度、仕事をした経験があるかを聞いた結果では、仕事をした（合算）の割合は28・1％となり、約3割の人は何らかの仕事をしたことがある、と回答した＝図5。また、内容についても、メールのチェックや電話連絡だけでなく、書類作成などの作業や電話会議など、多岐にわたっている。

過去に世界経済フォーラムがまとめた観光競争力ランキングで、ビジネス旅行からプライベート旅行へとつなげる取り組みが課題とされたこともあるように、日本では業務にプライベートをつなげることに「気が引ける」といった風潮があった。しかし働き方が多様化する中で、若い世代を中心にブリージャーやワーケーションも広がってきていることが調査結果から分かった。そこで、そのような動きから、今後の観光旅行拡大の可能性を考えるため、今回の調査結果と「旅行・観光消費動向調査（観光庁）」のデータ（延べ旅行者数と1泊当たりの消費単価）を元に、延べ業務旅行に付随して観光旅行をしている人数を推計したところ、延べ旅行者数は1472万5千人（延べ業務旅行者の約31・8％）だった＝図6。消費額は4856億円で、宿泊観光消費額全体の13兆395億円の3・7％となった。仮に、延べ業務旅行者数の半数が観光を実施した場合の消費額は7625億円（プラス2769億円）となる。今後、業務旅行に観光を付随する動きが広がれば、一定の経済効果が期待できると考えられる。

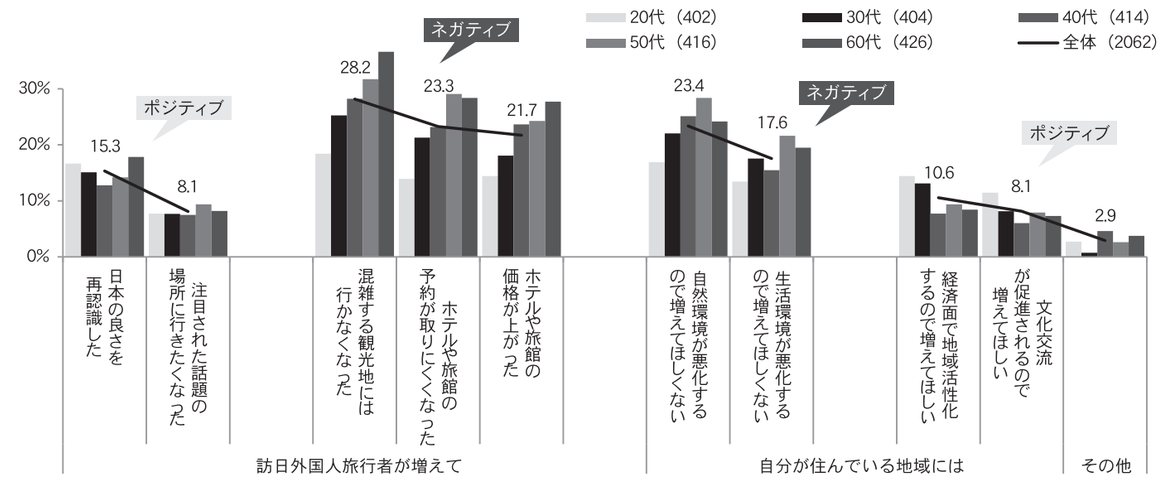
2019年4月、京都府舞鶴市の赤れんがパークに「Coworkation Village MAIZURU」がオープンした。「仕事をしに旅に出る」をコンセプトにしたこの施設は、「働く」という行為を通じて、地域との継続的な交流の促進を目指すものだ。このような地域での「観光」を超えた交流を促す試みも増えている。

本文で述べてきたように、若い世代を中心に、「暮らす」と「泊まる」「出張」と「観光」がボーダレスになり、「旅行」の概念は広がりつつある。二拠点居住のようなライフスタイルも生まれてきた。今後、日本人の人口減少はさらに進み、国内市場は小さくなると考えられるが、「旅行・観光」は領域を拡大し、市場を広げる可能性があるのではないか。

業務旅行に観光を付随する動き
一定の経済効果が期待

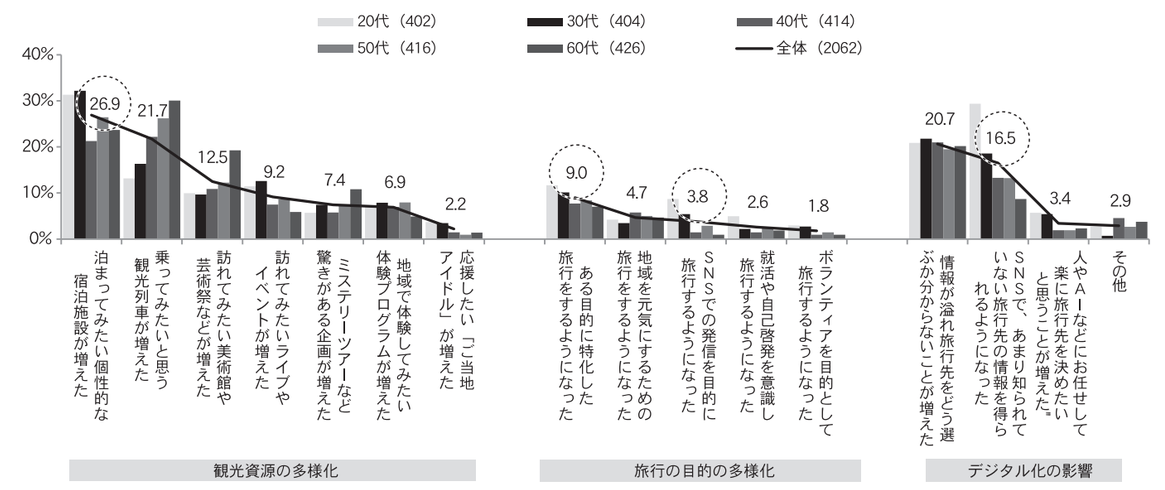
JTB総合研究所　（複数回答）

図１　最近、国内旅行について感じること（訪日外国人旅行者の増加による影響）



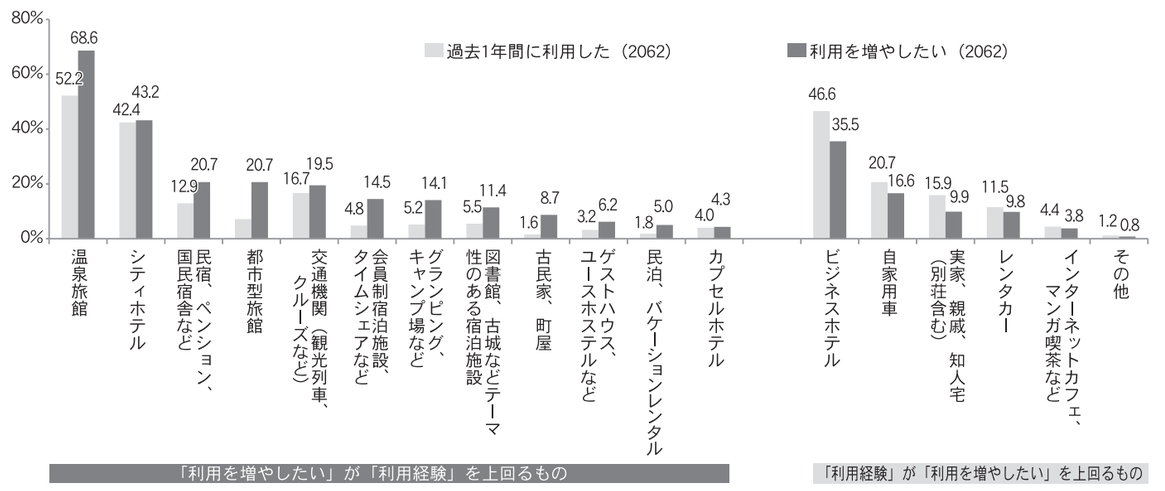
JTB総合研究所　（複数回答）

図２　最近、国内旅行について感じること



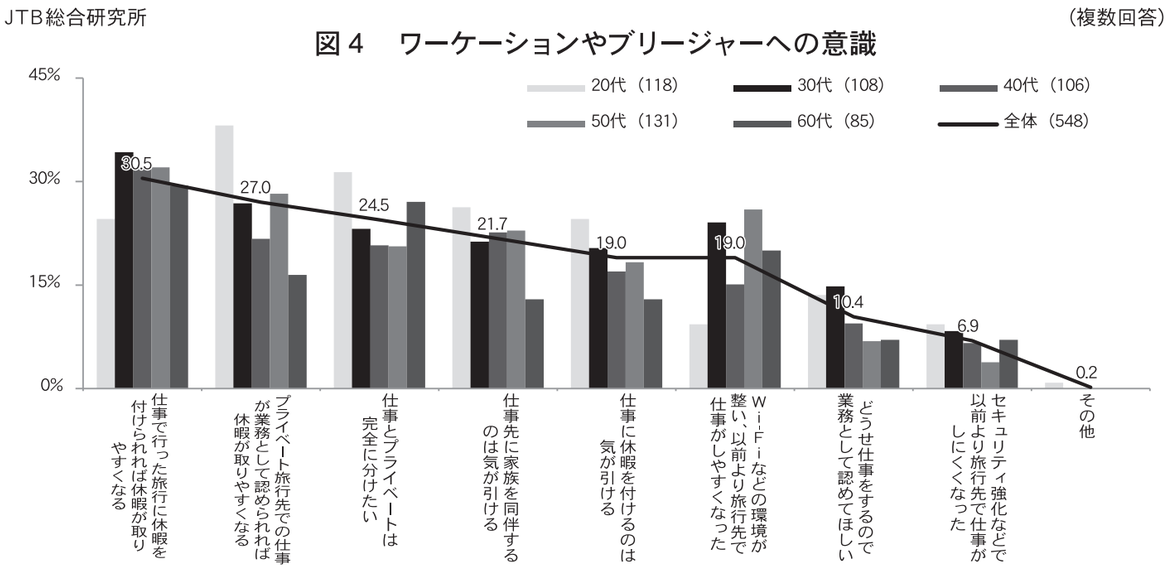
JTB総合研究所　（複数回答）

図３　過去1年間に利用した宿泊施設と今後利用を増やしたい宿泊施設



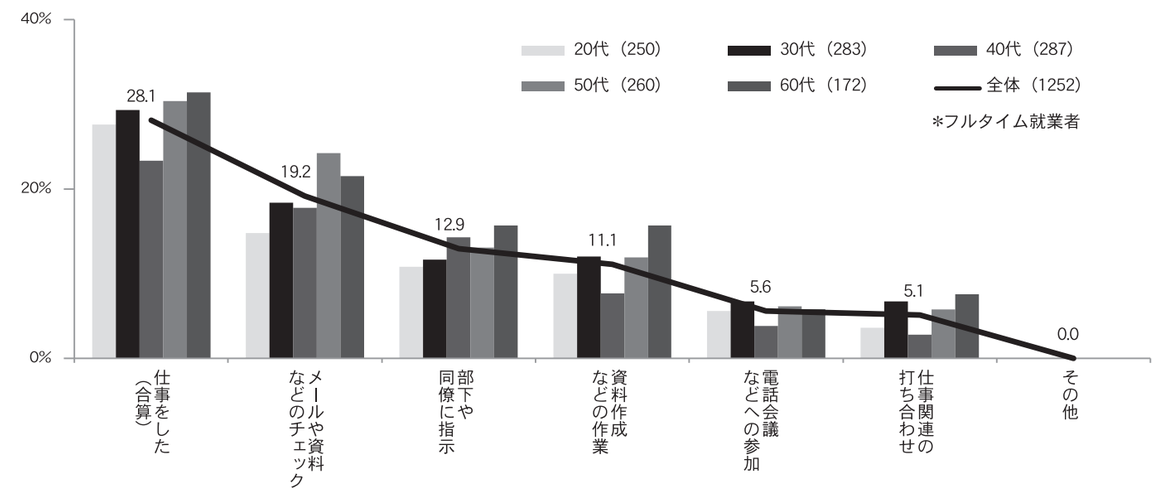
JTB総合研究所　（複数回答）

図４　ワーケーションやブリージャーへの意識



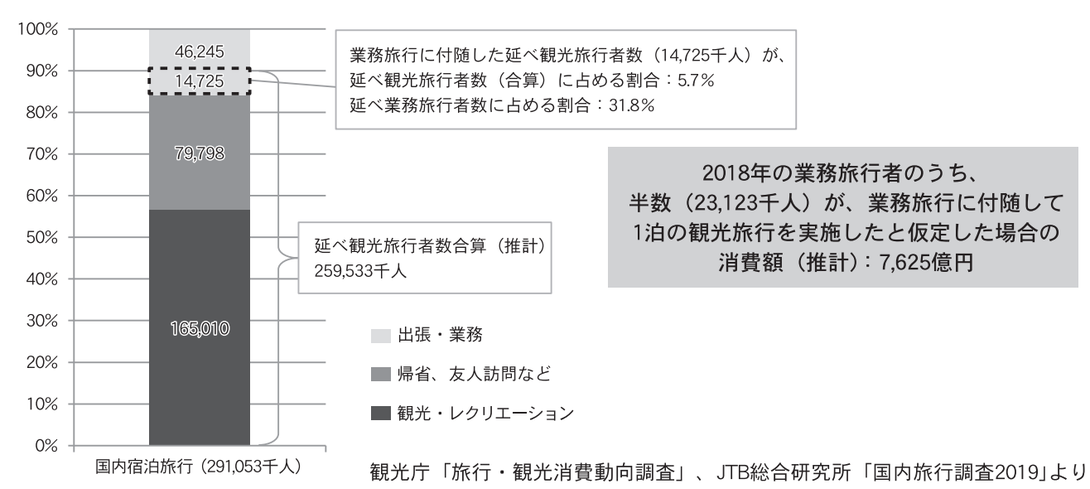
JTB総合研究所　（複数回答）

図５　プライベートでの旅行中に仕事をした経験と内容



JTB総合研究所　（複数回答）

図６　業務旅行に付随する延べ観光旅行者数の推計



観光庁「旅行・観光消費動向調査」、JTB総合研究所「国内旅行調査2019」より