

Around50 アラフィフマーケット研究会
国内旅行についての定量調査

2018年3月

【調査目的】 アラフィフ女性が求める旅へのニーズ・スタイル、どんな情報源をどのように活用しているか、旅行代理店や旅行サイトをどのように利用しているかを、他の世代と比較しながら調査し、どのような旅の切り口やスタイルをどんな情報源で提供するのが効果的かをさぐる。

【実施日時】 2018年2月8日～13日

【調査対象】 リビングWebでのWeb調査 全国女性、集計数：1359
39歳以下：483 40歳～44歳：209 45歳～49歳：209 50歳～54歳：161
55歳～59歳：125 60歳～64歳：71 65歳～69歳：56 70歳以上：45

※各データは小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがある

設 問

Q1. 昨年1年間で、宿泊を伴うレジャー目的の国内旅行に何回行きましたか？

Q2. 5年前と比べて、昨年1年間、国内旅行に行った回数に変化はありますか？

Q2-1. 国内旅行に行った回数が「増えた」「減った」と回答した方に、その理由を教えてください。

Q3. 昨年1年間に行った国内旅行について、最も高額だった旅行の1人分の費用はいくらぐらいでしたか？

Q3-1. 最も高額だった旅行についてうかがいます。費用に対して内容は満足できましたか？理由も合わせて教えてください。

Q4. 国内旅行には誰と一緒にいくことが多いですか？多い順に3つまで選んでください。

Q5. 現在、国内旅行に行く際にあなたが重視するポイントは何ですか？優先順位が高いものを5つまで選んでください。

Q5-1. 重視するポイントで「文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する」を選んだ方へ。
旅先ですること、またはしたいこと、優先順位が高いものを3つまで下記から選んでください。

Q5-2 重視するポイントで「その土地ならではの料理を食べる」を選んだ方へ。
旅先でよく食べるもの、または食べたいもの、優先順位が高いものを3つまで下記から選んでください。

Q5-3 重視するポイントで「癒し（温泉・エステなど含む）」を選んだ方へ。
旅行先のどんな場所、どんなことで、癒しを感じる人が多いか、または感じたいか、優先順位の高いものを3つまで下記から選んでください。

Q6. 旅の目的や重視するポイントは、一緒に旅をする相手によって変わりますか？

Q7. これから先にしたい国内旅行はどんな旅ですか？優先順位が高いものを5つまで選んでください。

Q8 国内旅行の次の各項目について、あなたはA・B、どちらの方に近いですか？

- A せっかくの旅なので、なるべく多くの所を見たり、訪ねたりしたい
- B 見る所・訪ねたりする所は厳選して、ゆっくり、のんびり楽しみたい

- A 地元のガイドや専門家などに案内してもらい、学んだり・体験したりしたい
- B 自分の好きなように、自由に見てまわりたい

- A 宿・食事など、なるべく、ローコストで済ませたい
- B 多少、高くても宿や食事などは上質にこだわりたい

- A 観光は少なめで、温泉・エステ、食事など、宿での滞在時間もたっぷり楽しみたい
- B 宿は寝泊まりがメインなので、観光や体験などアクティブに過ごしたい

- A 食事は宿でゆっくり食べたい
- B 食事は地元の人が行くような、街の飲食店に行きたい

- A 旅先では、普段食べられない、地場の豪華食材を食べたい
- B 旅先では、地元の人が普段食べているような庶民的な地場食品を食べたい

設 問

Q9. 国内旅行でパッケージツアーを利用することはありますか？ 理由も合わせて教えてください。

※パッケージツアーとは、鉄道や飛行機などの交通、現地の宿泊先、観光などが総合手配されている 旅行会社が企画する旅行

Q10. 定期的にメールやカタログなどの旅行情報が届いたり独自の特典があったりする、旅行会社などの企業が運営する会員組織に入っていますか？ 入っている方は具体的な企業名（または組織名）を総てご記入ください。

Q11. 国内旅行を検討する際に利用する情報源は何ですか？ あてはまるものをいくつでも選んでください。

Q12. あなたが、最も参考にしている国内旅行の情報源を1つだけ選んでください。

Q13. 利用する情報源で「旅行会社などのメールマガジン」を選択した方にうかがいます。

旅行情報のメールマガジンは、何種類登録していますか？

Q14. 利用する情報源で「旅行会社などのメールマガジン」を選択した方にうかがいます。

メールマガジンの内容はどの程度読んでいますか？

Q15. 利用する情報源で「旅行会社などのメールマガジン」を選択した方にうかがいます。

メールマガジンに、どんな情報・内容があったら、より、読みたくなりますか？

Q16. 利用する情報源で「旅行会社などのメールマガジン」を選択した方にうかがいます。

あなたが、一番活用している・よく見ている旅行情報メールマガジンの発行者名と、その理由を教えてください。

Q17. 国内旅行の予約・申し込みをする際に、あなたが利用するものを下記から選んでください。それぞれの具体的な名称

Q18. 国内旅行で、次の交通手段の利用頻度を教えてください。

Q19 「観光・リゾート列車」を利用したことはありますか？ ある方は具体的な列車名と感想を教えてください

Q20. 「観光・リゾート列車」での旅に興味・関心はありますか？

Q21. 国内旅行以外、趣味や関心があること全般についてうかがいます。あなたの趣味や特に興味があることを下記から3つまで選んでください。

アラウンド50（40代後半～50代前半）、50代後半の レジャーを目的とした国内旅行の実態

■ 国内旅行の頻度〈14P〉

昨年1年間に行った国内旅行の回数は、「1～3回」が5割台～7割台でボリュームゾーン。

「4～6回+7回以上」の高頻度層は40代後半でいったんやや、少なくなるものの、50代から少しずつ上昇する。

■ 5年前との旅行頻度の変化〈15P〉

50代前半は40代後半に比べ「増えた」「減った」が両方とも上昇。50代後半から「減った」は減少していく傾向。

40代後半～50代前半は、「子どもの部活・受験」「子どもの進学費用がかかる」→旅行回数が減った

「子どもが独立して自分の時間ができた」「教育費の負担がなくなった」→旅行回数が増えた



子どもの年齢・成長次第で、「増減」が分かれる世代

■ 旅行費用〈16P〉

最も最高額だった国内旅行の費用は、40代後半までは5万円未満が5割を超えるが、50代は前半・後半とも5万円～10万円が、10ポイント以上増加。

■ 一緒に行く相手〈17P〉

一緒に行く相手は「夫」がダントツのトップ。40代後半から「家族みんなで」が減りはじめ、50代前半からは「夫」が3割を超える。

2番目に多い相手は50代前半までは分散するが、50代後半は「友達」が23.2%とやや高くなる。

■ 末子の学齢×昨年の国内旅行の回数、回数の変化、同行者、費用〈18P〉

子どもの学齢、状況と、国内旅行の回数や費用には、相関が見られる。子どもが中学生になると、国内旅行に行く回数が減り、高校生になると増え始める。

そして、高校、大学と進む間に、家族旅行から自分のための旅行へ、旅のスタイル自体が切り替わっていく。

アラウンド50（40代後半～50代前半）、50代後半の 国内旅行に求めるポイント

■ 国内旅行に行く際に重視するポイント 〈19P〉

3世代共通で、重視するポイントは「その土地ならではの料理を食べる」。

40代後半は「癒し（温泉・エステなどを含む）」がトップ3に入る。

50代になると、前半・後半とも、「癒し（温泉・エステなどを含む）」をわずかに押さえて「豊かな自然や美しい景色を見る」が上位に。

「花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ」も50代から3～4割を超えるようになり、**自然志向が高まる。**

旅の目的によって一緒に行く相手が変わるかどうか聞いたところ、ほぼ全項目で「夫」がトップだが、「最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる」

「街歩き」「癒し（温泉・エステなど含む）」は「友達」もやや、高くなっている。〈23P〉

■ 「文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する」ジャンルでのニーズ 〈20P〉

1番の人気は「史跡や遺跡を訪ねる」、2番目に「美術館・博物館を観覧する」。**「工芸など手作り体験をする」は40代前半以下の世代に人気。**

■ 「その土地ならではの料理を食べる」ジャンルでのニーズ 〈21P〉

一番の人気は、「地場の農産物・海産物を使った料理」で、「豪華食材の料理」より上位。**B級グルメに関心があるのは、50代前半まで。**

■ 「癒し（温泉・エステなど含む）」ジャンルでのニーズ 〈22P〉

どの世代でも「温泉」は不動のトップ。**年齢が上がるにつれ、「自然」「ゆったり過ごせる宿」を重視する傾向が強くなる。**

■ これから先の国内旅行で楽しみたいポイント 〈24～26P〉

40代後半は「癒し（温泉・エステなどを含む）」がトップ3に入る。

50代になると、前半・後半とも、「癒し（温泉・エステなどを含む）」をわずかに押さえて「豊かな自然や美しい景色を見る」が上位に。

「花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ」も50代から3～4割を超えるようになり、自然志向が高まる。

また、**「文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する」「特別な宿」が2割～3割と、今後の旅の目的の上位に新たに加わってくる。**

■ 旅の嗜好・スタイル 〈27～28P〉

見る所・訪ねる所は厳選してゆっくり、のんびり。多少高額でも、**宿や食事は上質にこだわり**、街に出るよりも**宿で地場の豪華食材を楽しみたい**。

ゆっくり、のんびりとはいっても、**宿にずっといるのではなく、アクティブに動きまわりたいのが**、アラフィフ+50代後半が求める旅のスタイル。

アラウンド50（40代後半～50代前半）、50代後半の 国内旅行の手配、情報源

■ パッケージツアーの利用 〈29～30P〉

パッケージツアーの利用は、60%前後。その内、「たまに利用する」が45%前後なので、**個人手配とパッケージツアーを上手く使い分けている**のではないかと推察される。利用理由は割安感が約7割とトップだが、**「効率よく回れる」「個人手配では体験できないプラン」も4割～5割と人気の理由**になっている。

■ 旅の会員組織への加入状況 〈31P〉

会員組織への入会状況は、50代前半で25.5%と1/4を超え、**50代後半から4割前後とぐっと増加**。旅行頻度別に見ると旅行の回数が多いほど、組織入会率が増えて行く傾向がある。

■ 国内旅行の情報源 〈32～33P〉

各世代とも「テレビの旅番組」が圧倒的。40代後半から50代は、以下「雑誌」「旅行会社店頭のパフレット・チラシ」「旅行会社のサイト」。

印刷物、Webサイトの両方をバランスよく活用している。

「旅行会社の会報誌・情報誌」「旅行会社などのメールマガジン」の利用は、組織への入会率がグッと上がる50代後半から上の世代からだが、特に「旅行会社などのメールマガジン」利用は、さほど高くない。旅行ブログ・SNSの利用は1割を切る。

■ 旅情報のメールマガジン利用 〈34～37P〉

メールマガジンの利用者は、全体で196名、アラフィフ+50代後半で72名と少数。しかし、**利用者の5割～7割は2～4種類のメールマガジンを登録しており、5割～6割が「件名を見て気になったら開封」**している。利用理由のFAでは、情報の幅の広さ、見やすさ、信頼感がキーワード。

旅行の頻度別に見ると、毎回開封する人の割合は、年に4～6回旅行に行く人に多く、53.3%。

欲しいコンテンツを旅行頻度別で見ると、年7回以上の人たちは、特に「お得なツアー情報」を求める傾向がある。4～6回層はいろいろな情報に関心があり、1～3回層は名所・見どころ、グルメ、イベント情報が半数超。

■ 予約・申し込み手段 〈38～39P〉

「旅行予約サイト」の利用が50%を超え、最も高い。ただし、具体的な名称を挙げてもらったFAを見ると、ウェブサイトは旅行代理店・旅行予約サイト・旅行比較サイトが混在しており、回答者の中での区別が曖昧なことがわかる。

旅行代理店の利用は「店舗」が30%台を占め、40代後半、50代前半では「店舗」が「旅行代理店のウェブサイト」より約5ポイント上回っている。

旅行頻度別に見ると、頻度が高いほうがWebサイトを、低いほどリアルな窓口を利用する傾向がある。

■ 交通手段と観光・リゾート列車への興味・関心 〈40～41P〉

アラフィフの鉄道利用率は80%。50代後半は「車」の利用が若干上がり、鉄道の利用がやや下がる。「観光・リゾート列車」の利用経験は10%を切り少ないが、**80%台が興味がある**と回答していることから、情報の届け方次第では、まだまだ可能性はありそう。

年代別 特徴

44歳以下

- ▶子どもが小学生に成長すると、「家族旅行」の頻度がアップ
- ▶旅の目的に「テーマパークやレジャースポット」がランクイン
- ▶「工芸品など手作り体験」に関心が高い
- ▶最も参考にする旅の情報源は、「雑誌」がテレビ、ウェブサイトを上回る

45～49歳

- ▶子どもの成長とともに「家族旅行」が減り始める
- ▶お疲れ気味の40代後半、他の世代に比べ“癒し”を求める率が高い
- ▶宿・食事はローコスト派が半数超
- ▶旅の情報源は、紙（印刷物）とWebをバランスよく利用
- ▶予約・申し込みはリアルな店舗も36.8%が利用
- ▶「散歩・街歩き・山歩き」への関心が高まるのはこの世代から

50～54歳

- ▶旅行と一緒に行くのはもっぱら「夫」
- ▶旅の予算、40代に比べと少しアップ
- ▶“自分のための旅”が復活し始める
- ▶「B級グルメに関心あり」はこの世代まで
- ▶旅に求めるポイント、「豊かな自然・景色、花、紅葉」など、自然志向が高まりはじめる
- ▶旅のスタイルは、「のんびり、ゆっくり」が6割を超えるが、宿でまったり過ごすのではなく、観光を楽しみたい
- ▶上質な、宿・食事を求めるはじめる世代
- ▶下の世代に比べ、パッケージツアーを「たまに利用する」が増加傾向。「効率の良さ」「個人では手配できない体験」が求められている

55～59歳

- ▶子どもがそろそろ独立。旅に時間も費用もかけられるようになる
- ▶「夫」との旅が多いが、「友達」と行くことも多い
- ▶今後の旅に求めるポイントは、「癒し」「観光地」「グルメ」を押さえて「豊かな自然や美しい景色」
- ▶旅の会員組織への入会がぐっと増える世代
- ▶交通手段では、車の利用がやや増える

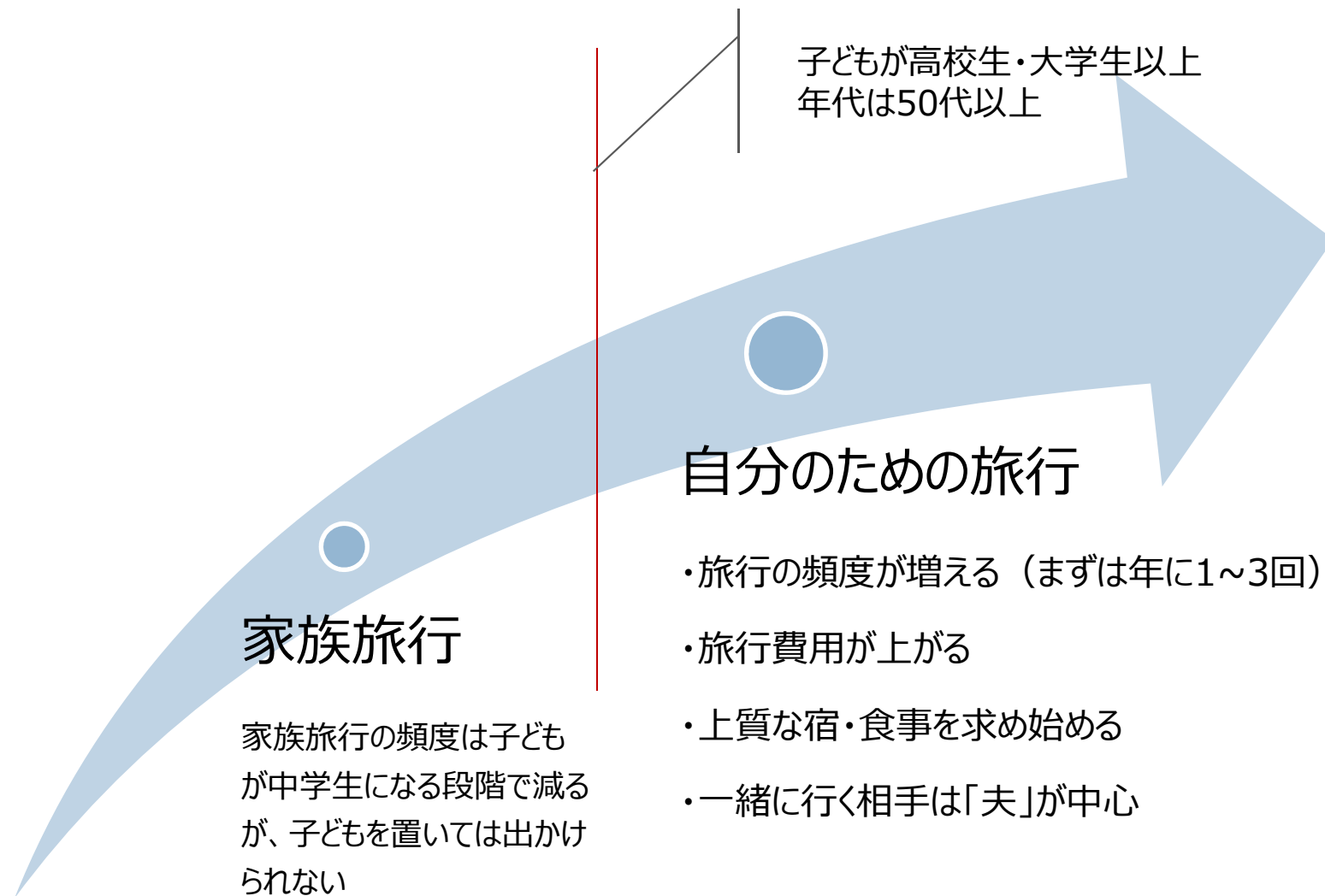
60～64歳

- ▶50代より、自然志向はさらにアップ
- ▶旅に求めるポイント、「美術館・博物館観覧」が最も高い世代
- ▶下の世代に比べ、地元ガイドや語り部から学ぶことに興味あり
- ▶旅の情報源、「新聞」が3割を超えはじめる世代（複数回答）

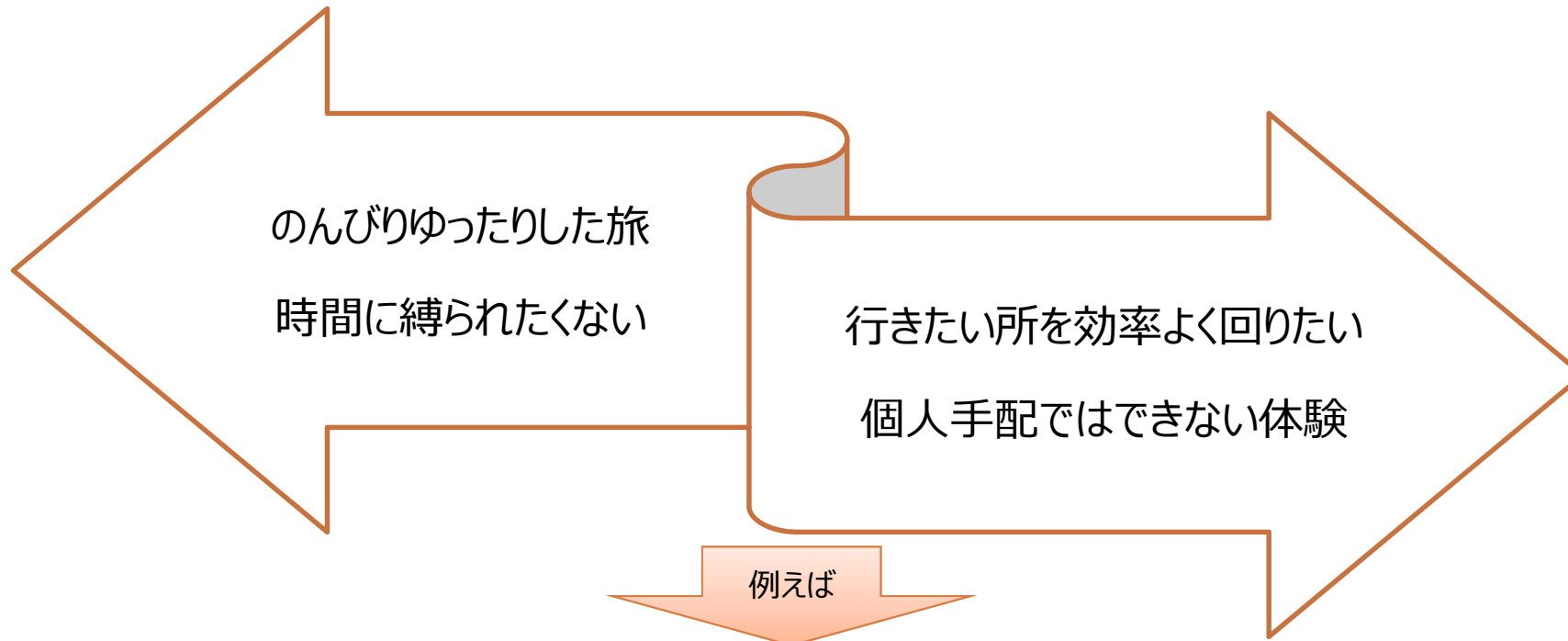
65歳以上

- ▶「食」への関心が下がり始める
- ▶パッケージツアーは約4割が利用
- ▶旅の情報源は「旅行会社の会報誌・情報誌」を活用

ターゲットは、自分のための旅行を再開する女性



求められるのは、のんびりぶらぶら、でも、欲張りに楽しむ旅



◆フリープラン（上質の宿）+現地オプションツアーの提案

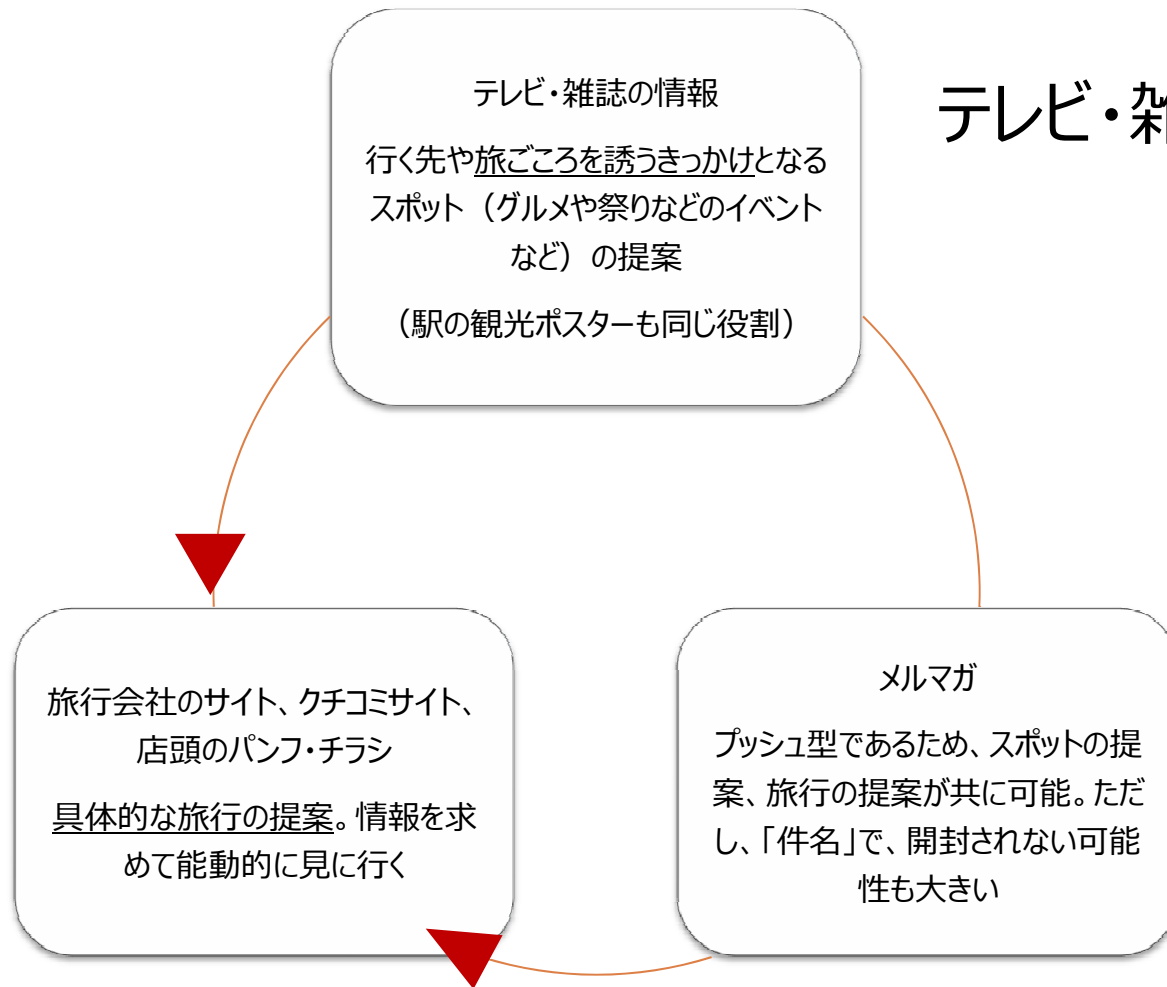
オプションツアー（これからの旅のテーマ）

- : 自然や景色、季節限定の花など
- : 文化・芸術・歴史 その時だけ公開している秘仏など
- : 自力ではなかなか行くことができない、予約が取れない、その地域ならではの店

◆“私”に合った旅をプランニングしてくれるコンシェルジュサービス

- : スポット、見たいもの、体験したいことなど希望を伝えると、交通・移動手段も含めたモデルプランを提案してくれる、“コンシェルジュサービス”

旅ごころを誘う情報を入り口に、具体的なプランへ誘導



テレビ・雑誌 > 各Webサイト

(メルマガコンテンツの構成)

旅に出るきっかけ情報 > 具体的な旅行情報

特に安い旅行商品への注目度は高い

それ以外では、
シズル感の高い（テレビや雑誌のような）

「美しい」

「おいしそう」

「絶景」

など、

「心を動かす」スポット情報で、旅のきっかけを
作り出す役割

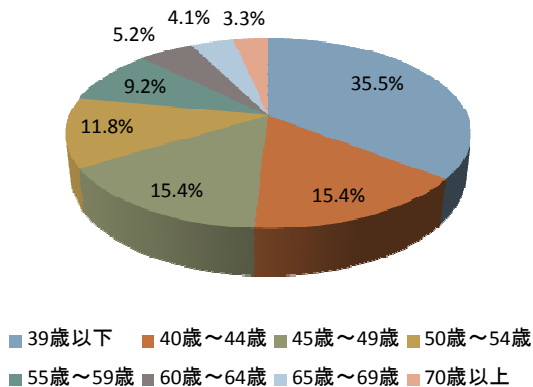


行きたい先を印象付けた後に、具体的な旅行の情報
へ誘導を図る

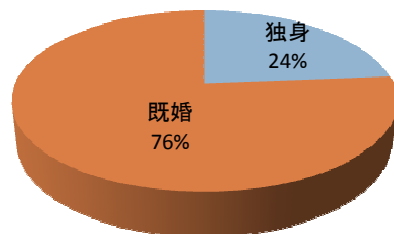
集計データ（全年代）

プロフィール

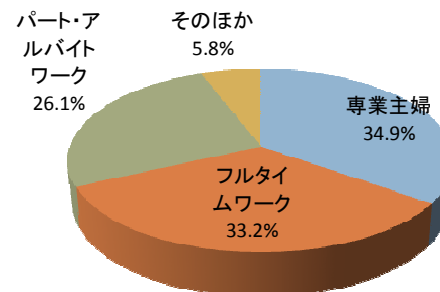
〈年代〉



〈未既婚〉



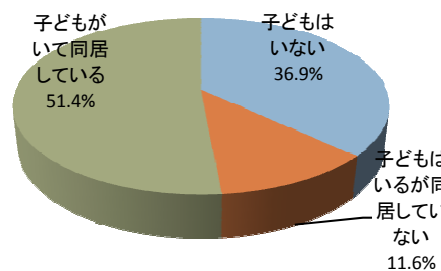
〈働き方〉



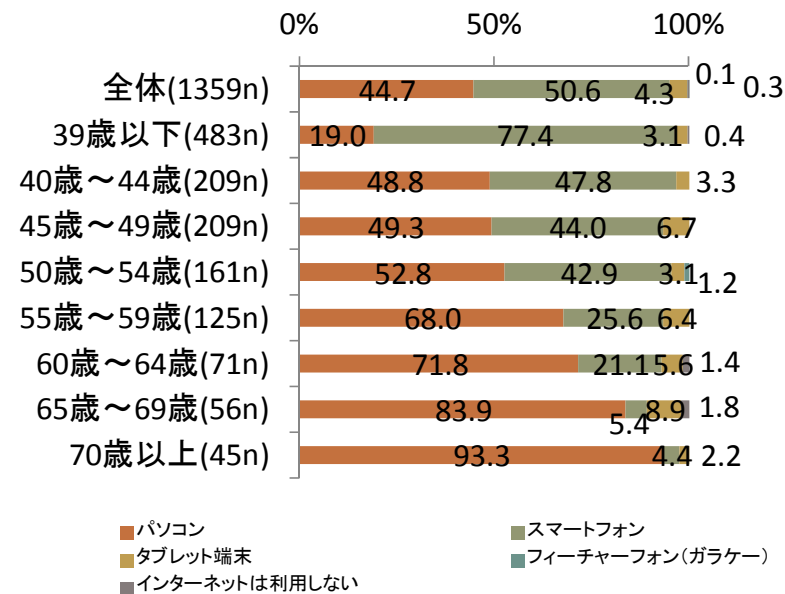
〈居住地〉

都道府県	n	滋賀県	10
北海道	59	京都府	28
岩手県	5	大阪府	181
宮城県	39	兵庫県	155
秋田県	3	奈良県	5
福島県	16	和歌山県	10
茨城県	4	鳥取県	2
栃木県	8	島根県	2
群馬県	6	岡山県	23
埼玉県	52	広島県	30
千葉県	96	山口県	1
東京都	237	徳島県	2
神奈川県	137	香川県	7
新潟県	3	愛媛県	7
石川県	9	高知県	1
山梨県	4	福岡県	39
長野県	3	佐賀県	2
岐阜県	10	長崎県	1
静岡県	7	熊本県	18
愛知県	94	大分県	4
三重県	6	鹿児島県	31
		沖縄県	2
		全体	1359

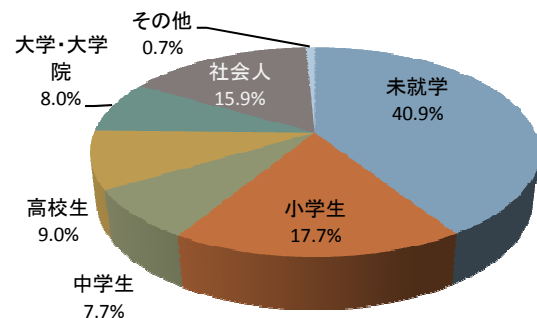
〈子どもの状況〉



〈インターネットの利用デバイス (最も多いもの)〉



〈同居している子ども 末子の学齢 n=699〉

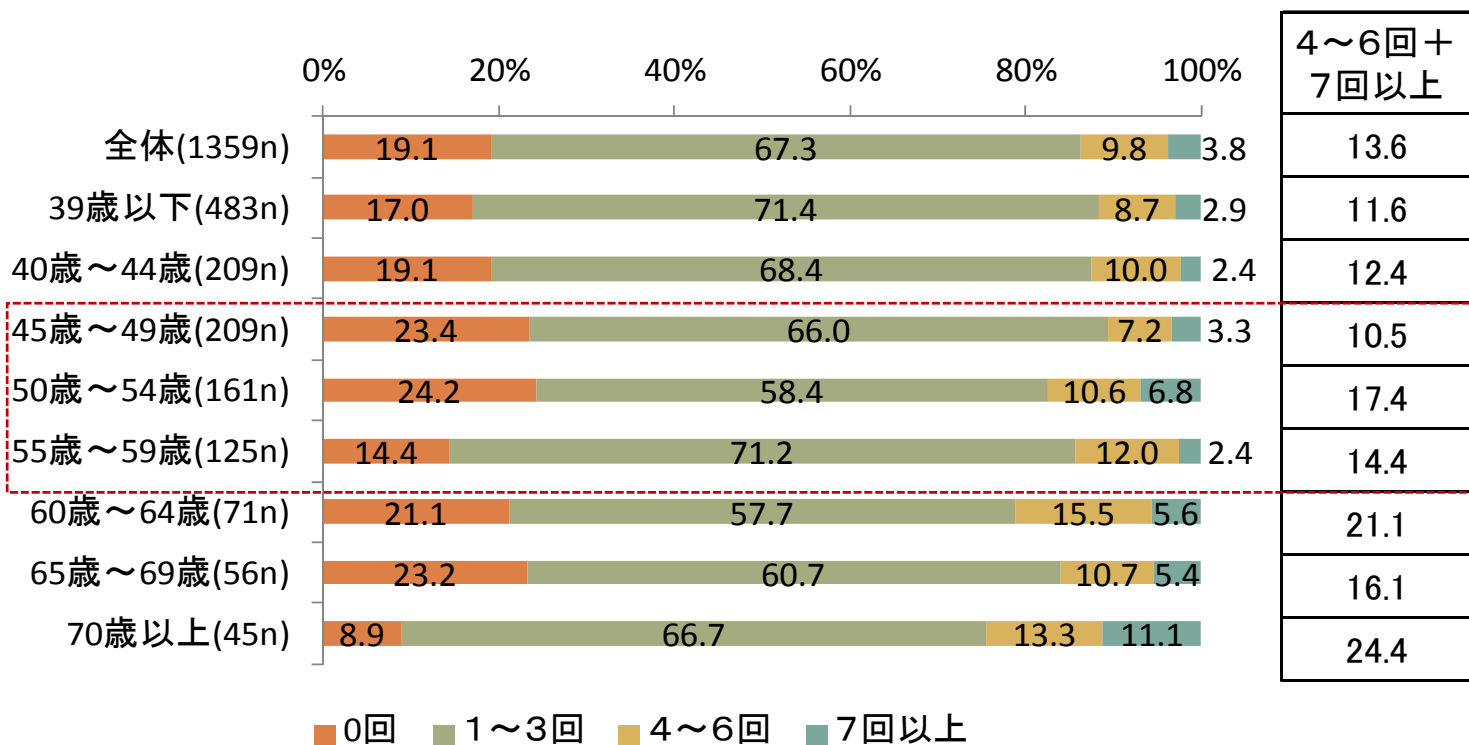


昨年の国内旅行の頻度

Q1. 昨年1年間で、宿泊を伴うレジャー目的の国内旅行に何回行きましたか？

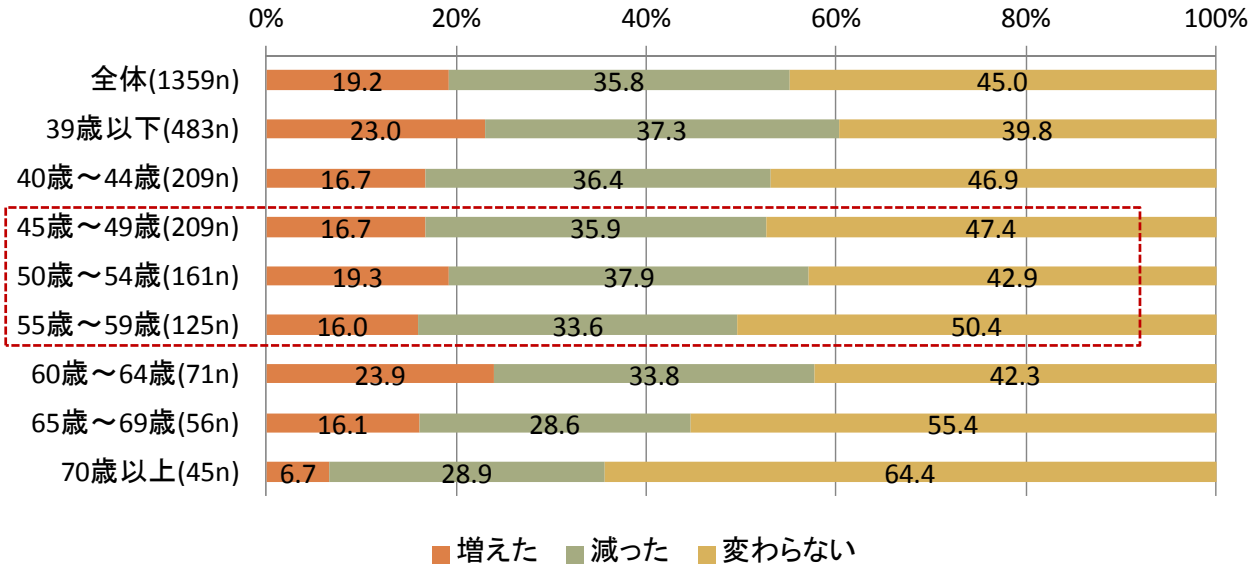
どの年代も、「1～3回」は、半数超～7割。

「4～6回+7回以上」の高頻度層は40代後半でいったんやや、少なくなるものの、50代から少しずつ上昇する。



5年前と比較した国内旅行頻度の変化

Q2. 5年前と比べて、昨年1年間、国内旅行に行った回数に変化はありますか？ 増えた・減った場合の理由



どの年代も、「変わらない」が4～6割と最も多い。

年代別では、50代前半は40代後半に比べ「増えた」「減った」が両方とも上昇。
50代後半から「減った」は減少していく傾向。

「増えた」理由としては、39歳以下、40～44歳は子どもが小学生くらいになり、旅行に行きやすくなった。40代後半からは、「子どもが独立して自分の時間ができた」「教育費の負担軽減」「海外より国内の方が安全」など。

40代後半から上の「減った」理由としては、「中高生の子どもがいる場合は部活、受験、教育費がかかる」「夫婦旅行が増え、友達と行く機会が減った」「介護」「出不精になった」などが散見される。

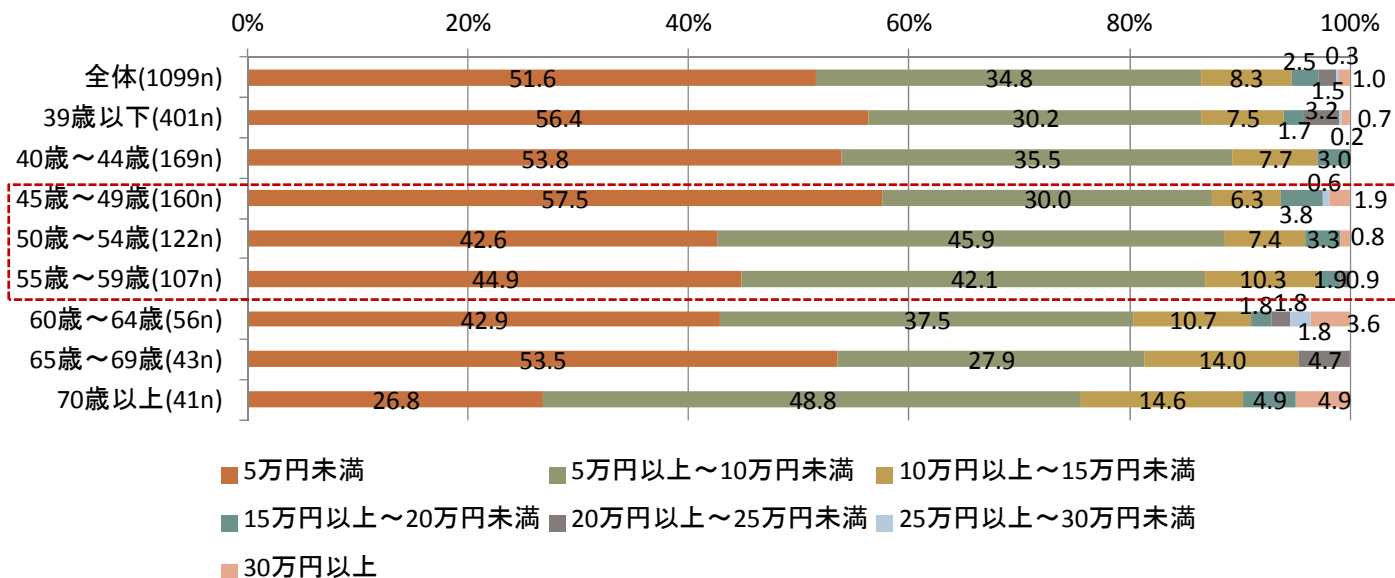
年齢	国内旅行に行く回数が「増えた」理由
47	子供が大きくなるにつれ自由な時間がとれるようになった
48	子供たちと行かなくなり夫婦二人の休みならあわせやすい
48	子供が社会人になり手がかからなくなり 自分の時間が増えたこと
49	娘が大学生になってからアルバイトを始め、収入があるので、一緒に旅行に出かける余裕が出来たから。
50	子供が大きくなったので一人でや夫婦で出かけられるようになったので
51	こどもの学費がかからなくなったから
52	海外より国内の方が、安全で、ホッとすると思うようになったので。
57	時間に余裕ができたことと、行きたい所が次々とできたため。
57	子供にお金がかからなくなり、少し旅行に使うお金が増えた。
59	主人が、第一線を退き、会社を休めるようになったから。
60	一人旅をするようになったので、一緒に行く人の予定と合わせる必要がなくなり、行きたくなったらすぐに行けるようになったから
60	主人が定年になったらゆっくり行こうと思っていたのですが、親の介護が目前になってきたので、行けるうちになるべく行きたいと思って。
60	5年前はフルタイムで働いていたが、4年前に 退職したから。
61	主人の余裕が出来たので 旅行に行きたがる
61	自由時間が増え、元気なうちに行きたいという気持ちが高まった
62	自分の自由時間が増えたからです。
62	母と年2回、旅行するようになった。
64	治安悪化で海外旅行に行かない分、国内旅行が増えた

年齢	国内旅行に行った回数が「減った」理由
45	高校生の子供の部活動、親の介護で減りました。
45	長男長女の部活で家族みんなのスケジュールが立てられない
46	子供の受験でお金がいるから
48	仕事が忙しい、また資金不足のためです。
48	子供の勉強が忙しくなったのと、教育費にお金がかかり自由なお金が減った。
49	子供がついてこない。夫婦で行くのが面倒。
50	子供の部活や塾などがあり夫の休みに合わせられなくなったため。
50	子供たちの教育費がここ数年かなりかかっているの、レジャーにお金がかけれないため
53	子供たちがそれぞれ大きくなり、友人も仕事を始めた人が多く互いに時間が合う日が少なくなってしまったから。
54	行くキツカゲが減った様な。
55	年齢のせい、年々出不精になって来ました。
56	友達が夫婦で旅行に行くようになり、その分が一緒に行っていた回数が減った
57	末子が大学進学のため経済的に苦しくなり、私も仕事を増やすこととなって、まとまった余暇時間を取りにくくなった。
59	母を介護するようになり、宿泊を伴う旅行に行きにくくなった
62	旅に対しての本気度が減少…。行く！と決めたら道は開かれる！のに…単に歳のせいなのか…。
65	ペットの加齢により余り家を開けられなくなりました。

昨年行った国内旅行の最高額と満足度

Q3. 昨年1年間に行った国内旅行について、最も高額だった旅行の1人分の費用はいくらぐらいでしたか？

(昨年、1回以上国内旅行に行ったと回答した人対象)

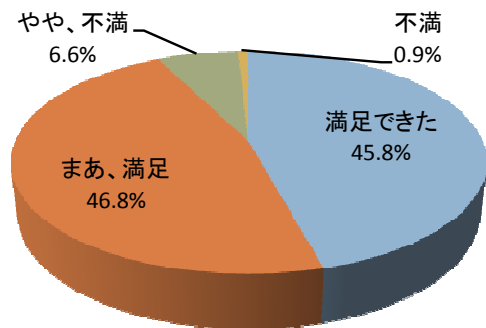


40代後半までは、5万円未満が5割を超えるが、50代は前半・後半とも5万円～10万円が、10ポイント以上増加。60代も10万円未満が主流だが、10万円以上は他の年代より高い。

高額だった旅行への満足度（満足+まあ、満足）は92.6%と高い。

やや不満、不満の理由で散見されるのは、宿泊施設への不満、交通費の高さ、繁忙期の価格高など。

Q4. 最も高額だった旅行についてうかがいます。費用に対して内容は満足できましたか？



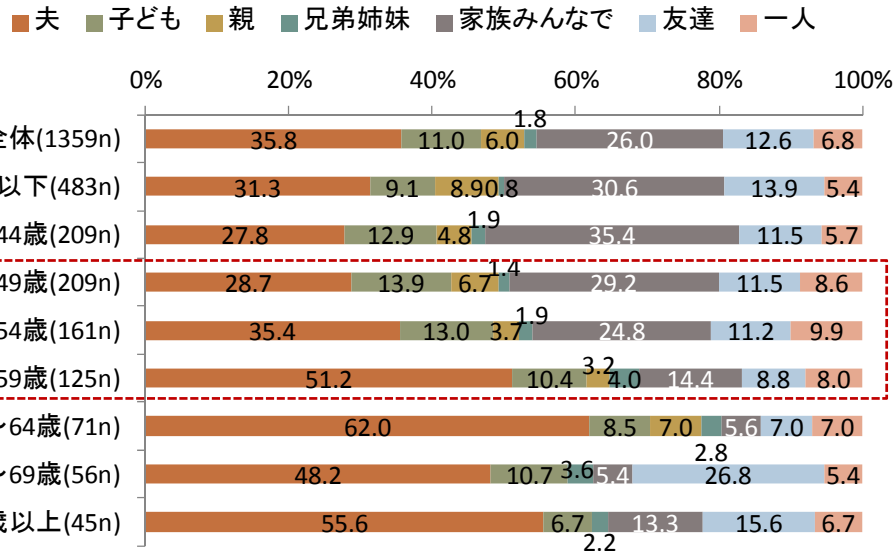
年齢	やや不満、不満だった理由
45	ホテルの部屋が狭かった
45	交通費が高い。
46	土日が含まれると高くなるから
47	移動時間が長い、料理が普段食べているものと全く違うものなので少々口に合わなかった(仕方がないですが。。)
47	お金をかけた割には宿泊施設がよくなかったからです。
48	ツアーじゃないと思うように動けない
49	とても混んでいて思うように楽しめなかった。
49	食事付きでなかったため、朝食だけでも宿泊ホテルでしたかった。
49	繁忙日の金額差が大きい
49	大浴場なのに、湯船が一つ。露天風呂などない。
50	追加料金の料理がいまいちだった
52	週末や年末年始、長期休みの割り増し料金が高すぎる。

年齢	やや不満、不満だった理由
52	航空券代を安くすると、運行時間に満足できない。またホテルも安くしたいがために、普段よりかなり不便な場所になった。
52	宿泊費、交通費が大半を占めて、他に自由に使える余裕がなかった。
53	ツアーでなく個人手配だったので、思ったより高価になってしまった
54	飛行機代が思ったより高かった。
55	スケジュールが、ハードで、移動時間が長かった。
58	交通費が高いので、他に回せる費用があまりない。
68	旅館が料金の割には しょぼかった。

国内旅行に一緒に行く相手

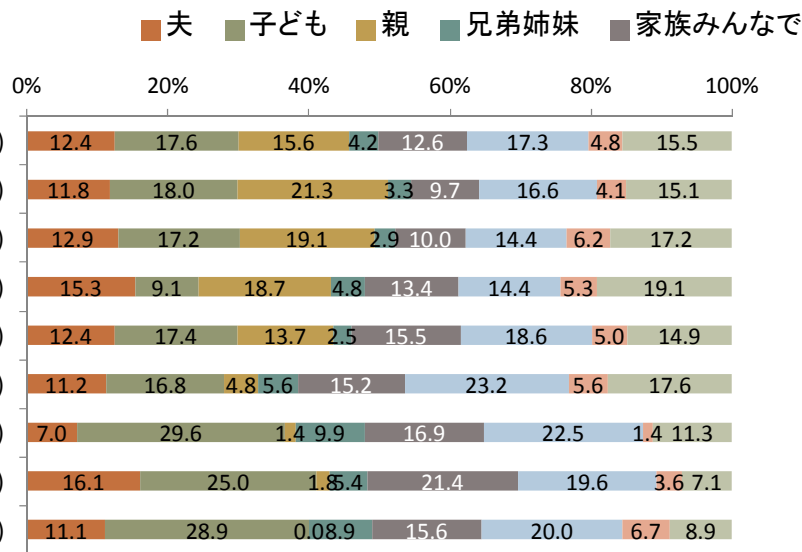
Q4. 国内旅行には誰と一緒にいくことが多いですか？ 多い順に3つまで選んでください。

〈1番目〉

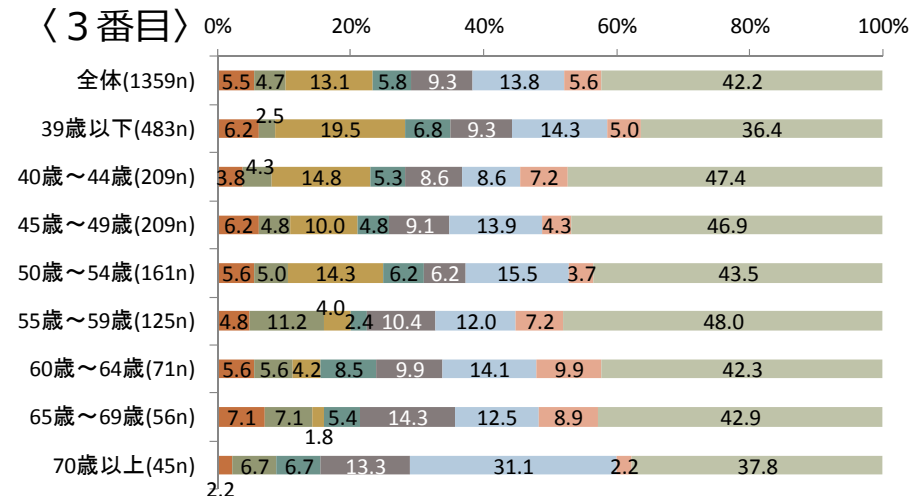


40代前半までは「家族みんなで」が3割を超えるが、40代後半から減りはじめ、50代前半からは「夫」が3割を超え、トップになる。
2番目に多い相手は50代前半までは分散するが、50代後半は「友達」、60代からは「子ども」が高くなる。

〈2番目〉



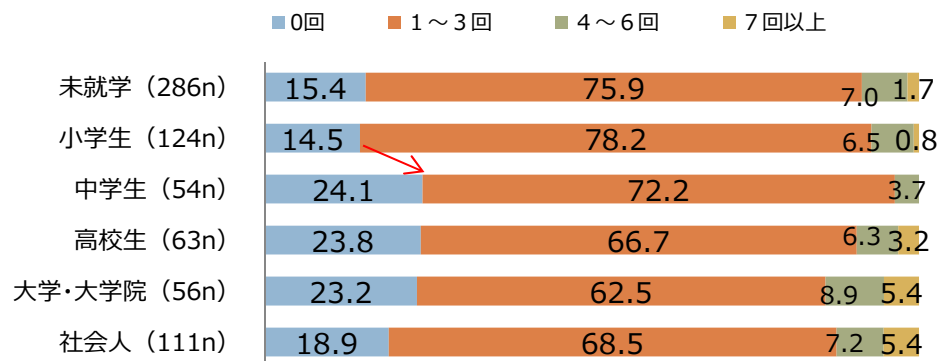
〈3番目〉



※末子の学齢別 昨年の国内旅行の回数、回数の変化、同行者、費用

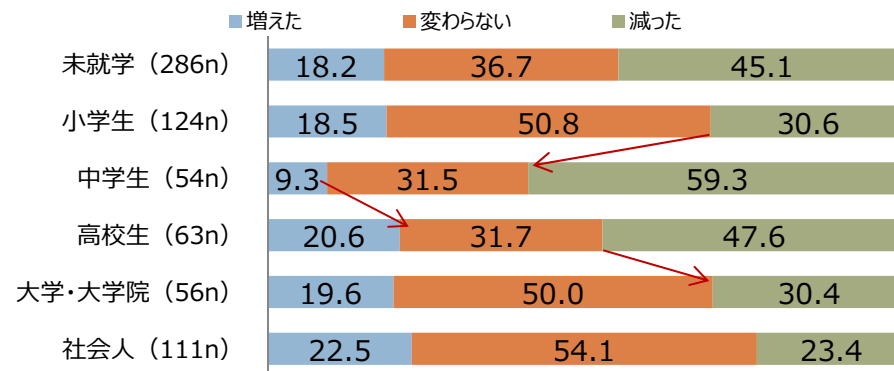
子どもの学齢、状況と、国内旅行の回数や費用には、相関が見られる。子どもが中学生になると、国内旅行に行く回数が減り、高校生になると増え始める。そして、高校、大学と進む間に、家族旅行から自分のための旅行へ、旅のスタイル自体が切り替わっていく。

Q1.末子の学齢別 昨年1年間の国内旅行の回数



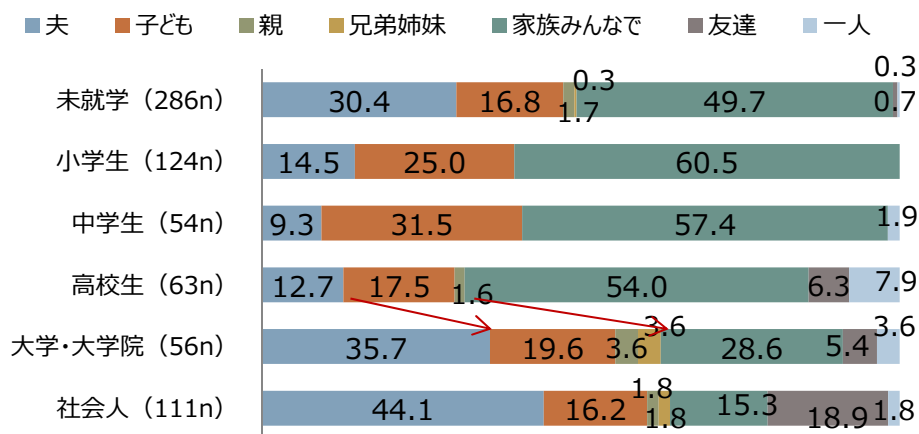
Q2.末子の学齢別 5年前と比較して

昨年1年間の国内旅行の回数は変化したか？



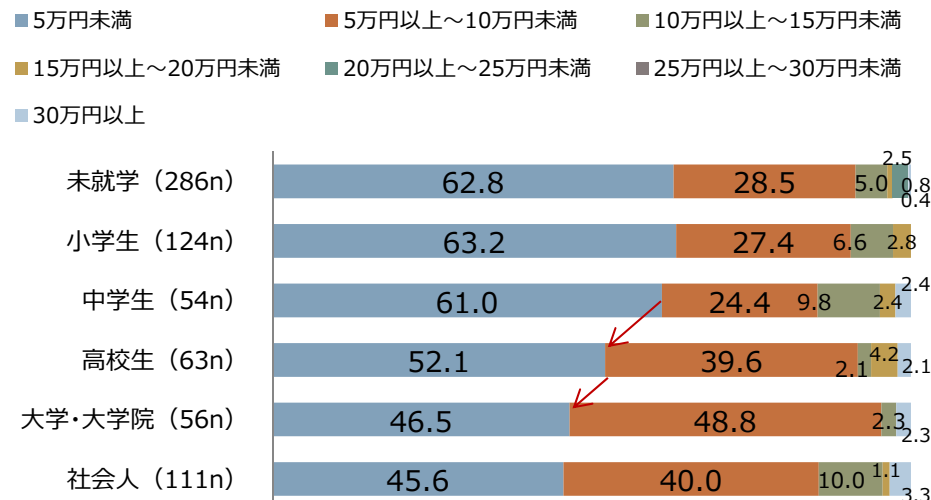
Q4.末子の学齢別 国内旅行は誰と行くことが多いか？

最も多い相手



Q3.末子の学齢別 昨年1年間のうち最も高額だった

国内旅行の一人分の費用



〈現在〉国内旅行で重視するポイント

Q5. 現在、国内旅行に行く際にあなたが重視するポイントは何ですか？ 優先順位が高いものを5つまで選んでください。

■年代別、ポイントが20%以上の項目

年代	1	2	3	4	5	6	7	8	9
39歳以下(483n)	その土地ならではの料理を食べる 63.1	有名な観光地を訪ねる 61.5	癒し(温泉・エステなど含む) 50.1	豊かな自然や美しい景色を見る 45.8	テーマパークやレジャースポット 43.3	街歩き 27.1	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 26.7	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 25.5	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 21.5
40歳～44歳(209n)	有名な観光地を訪ねる 62.2	その土地ならではの料理を食べる 61.2	癒し(温泉・エステなど含む) 57.4	豊かな自然や美しい景色を見る 44.5	テーマパークやレジャースポット 35.4	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 30.6	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 24.4	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 23.4	街歩き 23.4
45歳～49歳(209n)	その土地ならではの料理を食べる 61.7	癒し(温泉・エステなど含む) 52.2	有名な観光地を訪ねる 50.7	豊かな自然や美しい景色を見る 47.8	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 31.1	テーマパークやレジャースポット 29.2	街歩き 24.9	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 22.0	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 20.6
50歳～54歳(161n)	有名な観光地を訪ねる 58.4	その土地ならではの料理を食べる 57.8	豊かな自然や美しい景色を見る 51.6	癒し(温泉・エステなど含む) 47.2	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 32.3	街歩き 31.7	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 31.7		
55歳～59歳(125n)	その土地ならではの料理を食べる 64.0	有名な観光地を訪ねる 63.2	豊かな自然や美しい景色を見る 56.0	癒し(温泉・エステなど含む) 53.6	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 40.0	街歩き 25.6	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 21.6		
60歳～64歳(71n)	豊かな自然や美しい景色を見る 71.8	その土地ならではの料理を食べる 57.7	有名な観光地を訪ねる 52.1	癒し(温泉・エステなど含む) 52.1	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 47.9	街歩き 29.6	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 26.8		
65歳～69歳(56n)	豊かな自然や美しい景色を見る 71.4	有名な観光地を訪ねる 66.1	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 58.9	癒し(温泉・エステなど含む) 50.0	その土地ならではの料理を食べる 39.3	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 33.9	街歩き 26.8		
70歳以上(45n)	豊かな自然や美しい景色を見る 77.8	癒し(温泉・エステなど含む) 73.3	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 62.2	有名な観光地を訪ねる 57.8	その土地ならではの料理を食べる 57.8	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 33.3	街歩き 22.2		

60代前半までの各世代に共通している重視ポイントは「その土地ならではの料理を食べる」。

40代前半以下は家族旅行が多いこともあり、「テーマパークやレジャースポット」が3割～4割。

40代後半までは、「癒し(温泉・エステなどを含む)」トップ3に入る。

50代は、前半・後半とも「癒し(温泉・エステなどを含む)」をわずかに押さえて「豊かな自然や美しい景色を見る」が上位に。

60代から、「豊かな自然や美しい景色」「花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ」が上位に入りはじめ、60代後半から「その土地ならではの料理を食べる」の優先度は下がる。

「文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する」優先順位が高い項目

Q 5-1. 「文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する」を選んだ方へ。旅先ですること、またはしたいこと、優先順位が高いものを3つまで。

1番の人気は「史跡や遺跡を訪ねる」、2番目に「美術館・博物館を観覧する」。「工芸など手作り体験をする」は40代前半以下の世代に人気

40代後半・50代が、全体と比較して5ポイント以上高い
40代後半 「史跡や遺跡を訪ねる」「神社仏閣に詣でたり、御朱印集めをする」

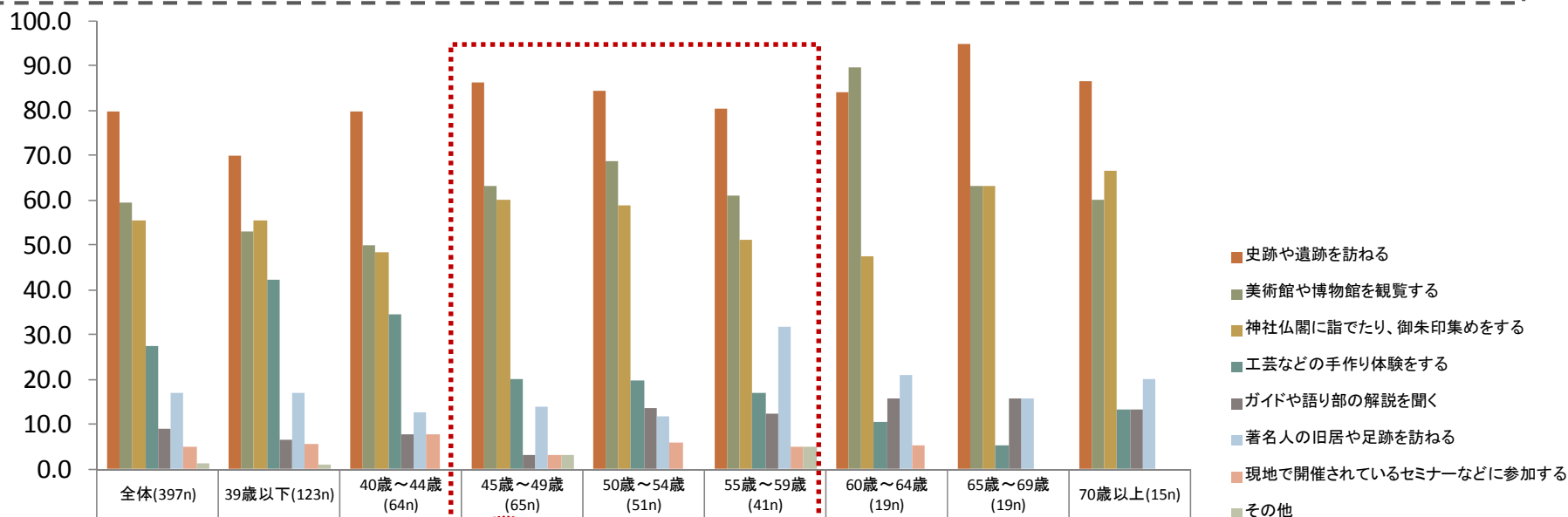
50代前半 「史跡や遺跡を訪ねる」「美術館・博物館を観覧する」

50代後半 「美術館・博物館を観覧する」「著名人の旧居や足跡を訪ねる」

40代後半・50代が、全体と比較して5ポイント以上低い
40代後半 「工芸など手作り体験をする」「ガイドや語り部の解説を聞く」

50代前半 「工芸など手作り体験をする」「著名人の旧居や足跡を訪ねる」

50代後半 「工芸など手作り体験をする」



	全体(397n)	39歳以下(123n)	40歳～44歳(64n)	45歳～49歳(65n)	50歳～54歳(51n)	55歳～59歳(41n)	60歳～64歳(19n)	65歳～69歳(19n)	70歳以上(15n)
史跡や遺跡を訪ねる	79.6	69.9	79.7	86.2	84.3	80.5	84.2	94.7	86.7
美術館や博物館を観覧する	59.4	52.8	50.0	63.1	68.6	61.0	89.5	63.2	60.0
神社仏閣に詣でたり、御朱印集めをする	55.4	55.3	48.4	60.0	58.8	51.2	47.4	63.2	66.7
工芸などの手作り体験をする	27.5	42.3	34.4	20.0	19.6	17.1	10.5	5.3	13.3
ガイドや語り部の解説を聞く	8.8	6.5	7.8	3.1	13.7	12.2	15.8	15.8	13.3
著名人の旧居や足跡を訪ねる	16.9	17.1	12.5	13.8	11.8	31.7	21.1	15.8	20.0
現地で開催されているセミナーなどに参加する	5.0	5.7	7.8	3.1	5.9	4.9	5.3	0.0	0.0
その他	1.3	0.8	0.0	3.1	0.0	4.9	0.0	0.0	0.0

全体より5ポイント高い 全体より5ポイント低い ※小数点1位以下切り捨て

「その土地ならではの料理を食べる」優先順位が高い項目

Q 5-2 「その土地ならではの料理を食べる」を選んだ方へ。旅先でよく食べる、または食べたいもの、優先順位が高いものを3つまで選んでください。

一番の人気は、「地場の農産物・海産物を使った料理」で、「豪華食材の料理」より上位。B級グルメに関心があるのは、50代前半まで。

40代後半・50代が、全体と比較して5ポイント以上高い
40代後半 「地元から全国に発信するB級グルメ」

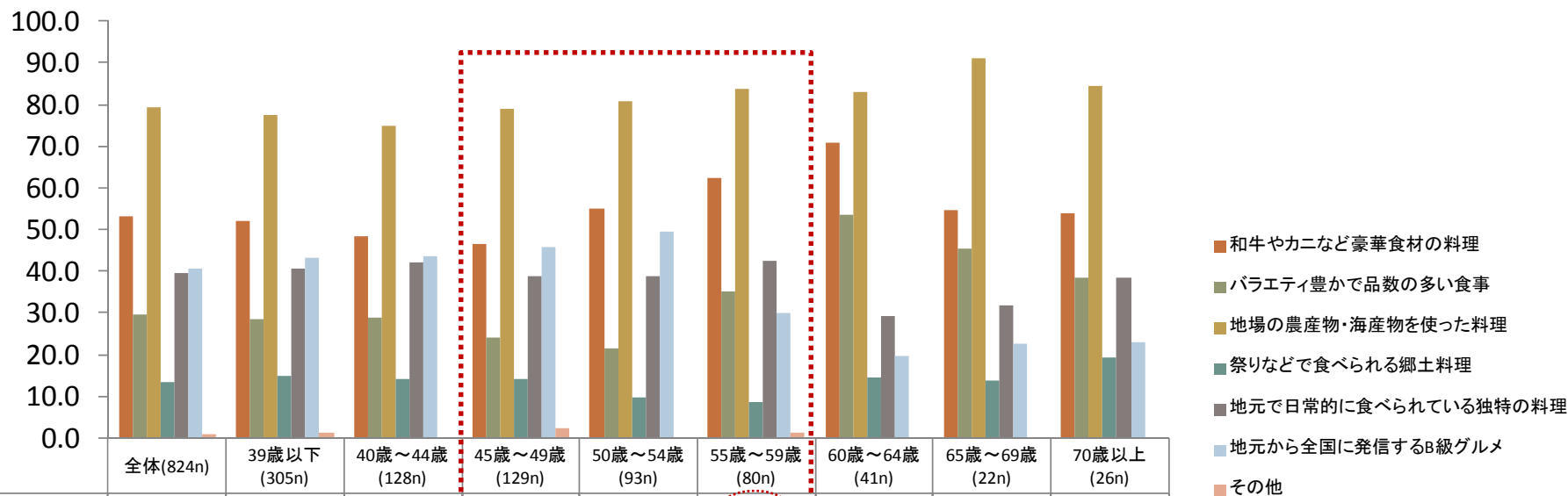
40代後半・50代が、全体と比較して5ポイント以上低い
40代後半 「バラエティ豊かで品数の多い食事」

50代前半 「地元から全国に発信するB級グルメ」

50代前半 「バラエティ豊かで品数の多い食事」

50代後半 「和牛やカニなど豪華食材の料理」「バラエティ豊かで品数の多い食事」

50代後半 「祭りなどで食べられる郷土料理」「地元から全国に発信するB級グルメ」



	全体(824n)	39歳以下(305n)	40歳~44歳(128n)	45歳~49歳(129n)	50歳~54歳(93n)	55歳~59歳(80n)	60歳~64歳(41n)	65歳~69歳(22n)	70歳以上(26n)
和牛やカニなど豪華食材の料理	53.0	52.1	48.4	46.5	54.8	62.5	70.7	54.5	53.8
バラエティ豊かで品数の多い食事	29.7	28.5	28.9	24.0	21.5	35.0	53.7	45.5	38.5
地場の農産物・海産物を使った料理	79.1	77.4	75.0	79.1	80.6	83.8	82.9	90.9	84.6
祭りなどで食べられる郷土料理	13.5	14.8	14.1	14.0	9.7	8.8	14.6	13.6	19.2
地元で日常的に食べられている独特の料理	39.7	40.7	42.2	38.8	38.7	42.5	29.3	31.8	38.5
地元から全国に発信するB級グルメ	40.8	43.3	43.8	45.7	49.5	30.0	19.5	22.7	23.1
その他	1.0	1.3	0.0	2.3	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0

全体より5ポイント高い 全体より5ポイント低い ※小数点1位以下切りすて

「癒し（温泉・エステなど含む）」優先順位が高い項目

Q 5-3 「癒し（温泉・エステなど含む）」を選んだ方へ。

旅行先のどんな場所、どんなことで、癒しを感じる人が多いか、または感じたいか、優先順位の高いものを3つまで選んでください。

どの世代でも「温泉」は不動のトップ。年齢が上がるにつれ、「自然」「ゆったり過ごせる宿」を重視する傾向が強くなる

40代後半・50代が、全体と比較して5ポイント以上高い
40代後半 「きれいな空気」

40代後半・50代が、全体と比較して5ポイント以上低い
40代後半 「美しい自然」

50代前半 「温泉」「川・海・湖」

50代後半 「パワースポット」

50代後半 「温泉」「美しい自然」「森林浴」「ゆったり過ごせる宿」



○ 全体より5ポイント高い ○ 全体より5ポイント低い ※小数点1位以下切りすて

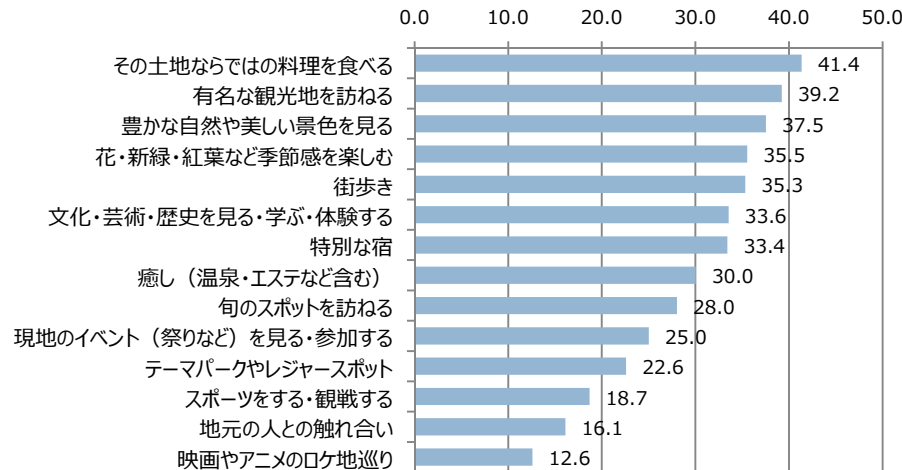
旅の目的×一緒に行く相手

Q6. 旅の目的・重視するポイントによって、一緒に行く相手は変わりますか？

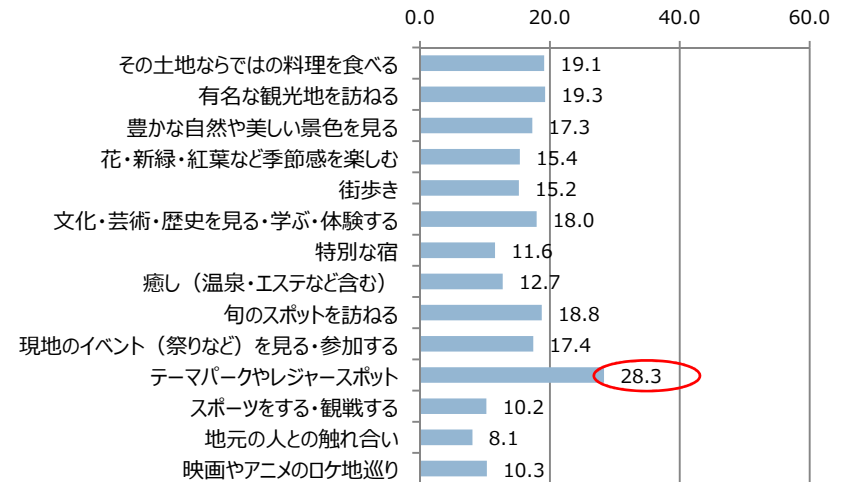
「テーマパークやレジャースポット」を除く13項目で、一緒に行く相手のトップは「夫」。

「最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる」「街歩き」「癒し（温泉・エステなど含む）」は「友達」の割合が、やや高くなっている。

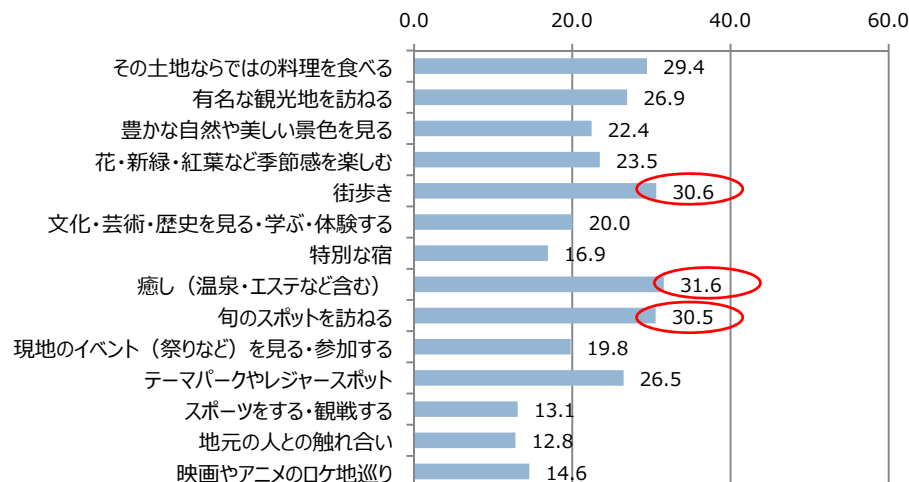
夫



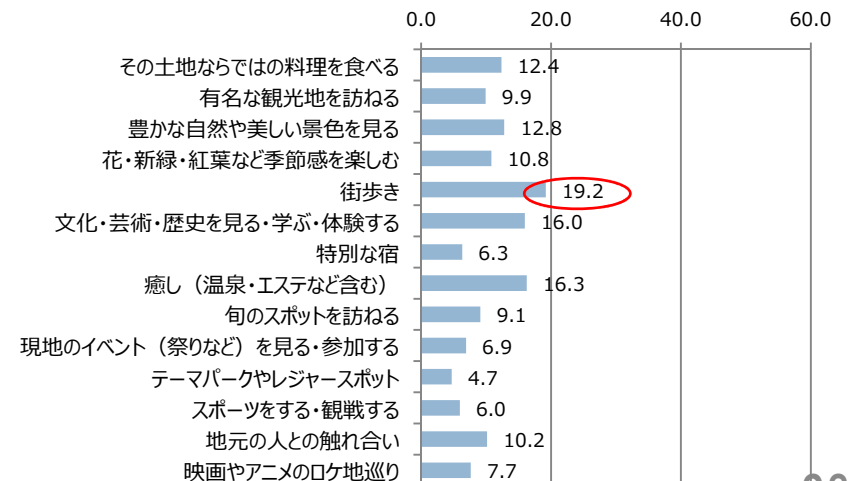
子ども



友だち



ひとりで



これから先にしたい国内旅行の目的

Q7. これから先にしたい国内旅行はどんな旅ですか？ 優先順位が高いものを5つまで選んでください。

■年代別、ポイントが20%以上の項目

年代	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
39歳以下(483n)	その土地ならではの料理を食べる 55.1	癒し(温泉・エステなど含む) 52.2	有名な観光地を訪ねる 52.0	豊かな自然や美しい景色を見る 46.6	テーマパークやレジャースポット 38.5	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 33.5	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 31.5	街歩き 26.9	特別な宿 24.8	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 23.8
40歳～44歳(209n)	癒し(温泉・エステなど含む) 60.3	その土地ならではの料理を食べる 55.5	有名な観光地を訪ねる 50.2	豊かな自然や美しい景色を見る 47.8	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 40.2	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 30.1	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 28.7	街歩き 27.8	テーマパークやレジャースポット 27.8	特別な宿 23.0
45歳～49歳(209n)	癒し(温泉・エステなど含む) 57.9	その土地ならではの料理を食べる 54.5	有名な観光地を訪ねる 49.8	豊かな自然や美しい景色を見る 47.8	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 37.3	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 32.1	特別な宿 32.1	街歩き 26.8	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 22.5	
50歳～54歳(161n)	有名な観光地を訪ねる 55.3	癒し(温泉・エステなど含む) 49.7	その土地ならではの料理を食べる 49.1	豊かな自然や美しい景色を見る 49.1	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 39.8	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 34.8	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 26.1	街歩き 24.2	特別な宿 23.6	
55歳～59歳(125n)	豊かな自然や美しい景色を見る 60.0	有名な観光地を訪ねる 56.8	癒し(温泉・エステなど含む) 54.4	その土地ならではの料理を食べる 47.2	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 44.8	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 43.2	特別な宿 24.8	街歩き 24.0	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 23.2	
60歳～64歳(71n)	豊かな自然や美しい景色を見る 59.2	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 54.9	その土地ならではの料理を食べる 49.3	癒し(温泉・エステなど含む) 47.9	有名な観光地を訪ねる 40.8	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 32.4	特別な宿 31.0	街歩き 29.6	現地のイベント(祭りなど)を見る・参加する 25.4	最近話題になっている、旬のスポットを訪ねる 21.1
65歳～69歳(56n)	豊かな自然や美しい景色を見る 67.9	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 60.7	有名な観光地を訪ねる 55.4	癒し(温泉・エステなど含む) 42.9	その土地ならではの料理を食べる 39.3	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 37.5	街歩き 28.6	特別な宿 23.2		
70歳以上(45n)	豊かな自然や美しい景色を見る 73.3	癒し(温泉・エステなど含む) 73.3	花・新緑・紅葉など季節感を楽しむ 62.2	その土地ならではの料理を食べる 53.3	文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する 51.1	有名な観光地を訪ねる 44.4	特別な宿 28.9	街歩き 22.2		

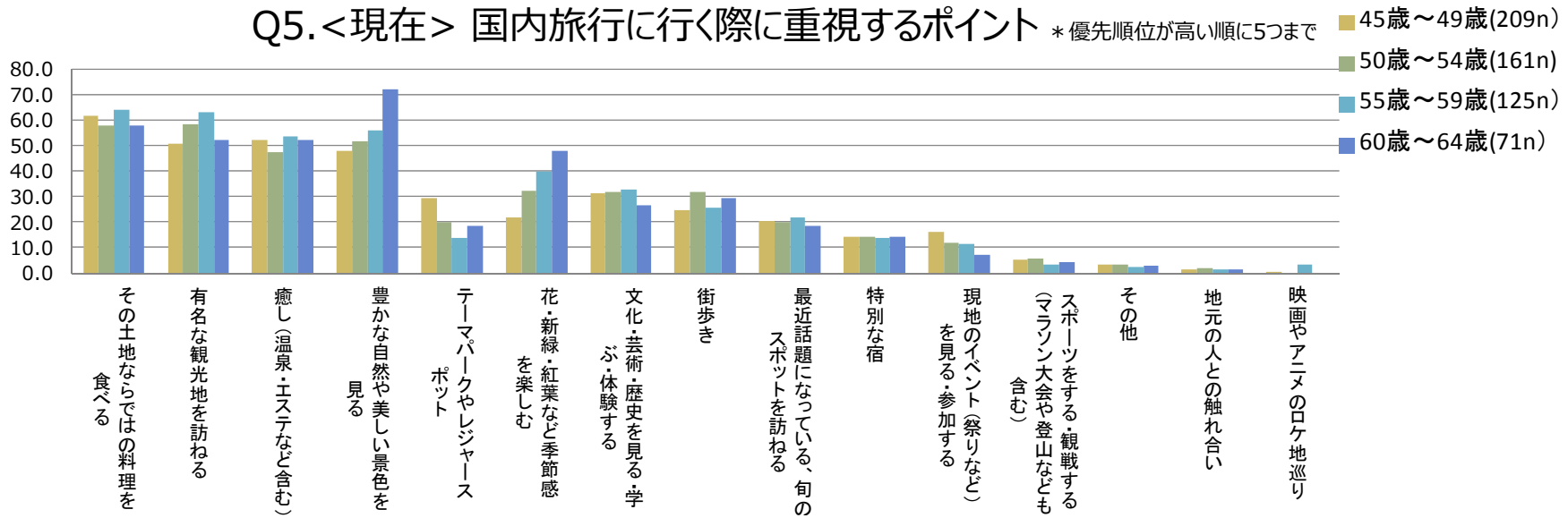
Q5と同じ選択肢で、これから先にしたい国内旅行を聞いたところ、「文化・芸術・歴史を見る・学ぶ・体験する」が3割台を超えるようになり、上位、5位～6位にランクイン。

またQ5では20%以上にならなかった「特別な宿」が挙がっている。

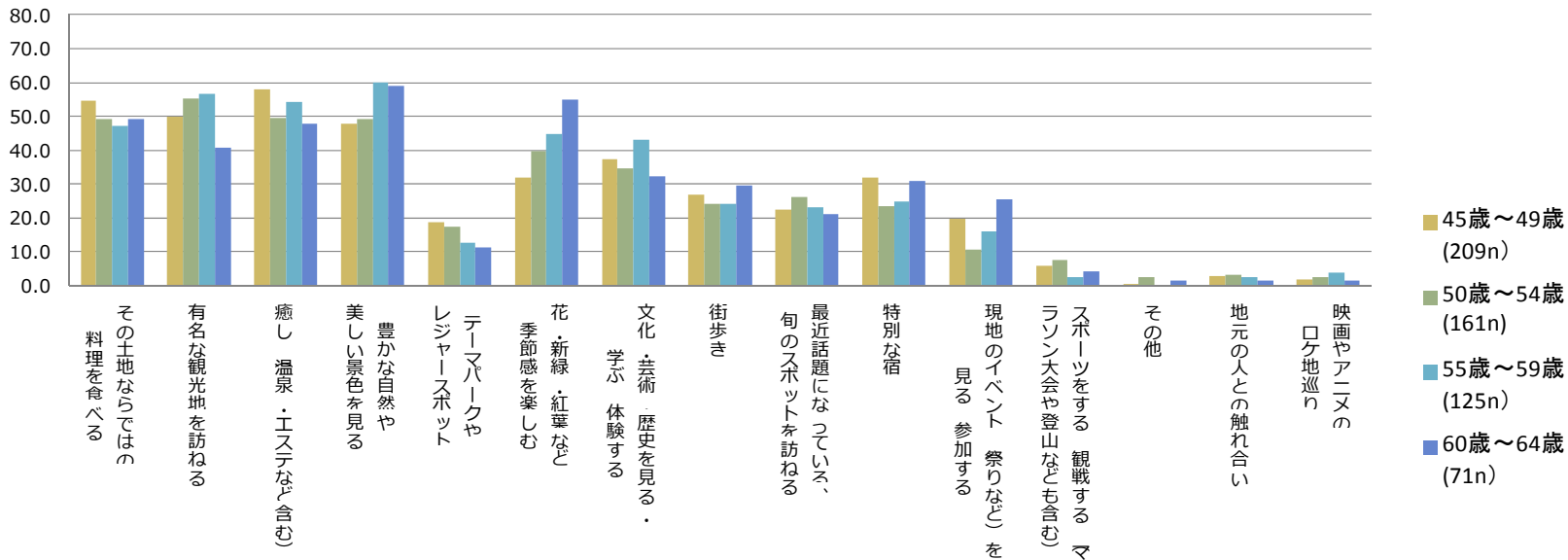
選択肢の幅 = これから楽しみたいことが増えて分散している分、「その土地ならではの料理を食べる」は4割～5割とポイントは高いものの、Q5に比較するとウエイトは低くなっている。

※AR50～60代前半 旅に求めることの変化

Q5.<現在> 国内旅行に行く際に重視するポイント * 優先順位が高い順に5つまで



Q7.<これから先> 国内旅行に行く際に重視したいポイント * 優先順位が高い順に5つまで



※ AR50～60代前半 旅に求めることの変化

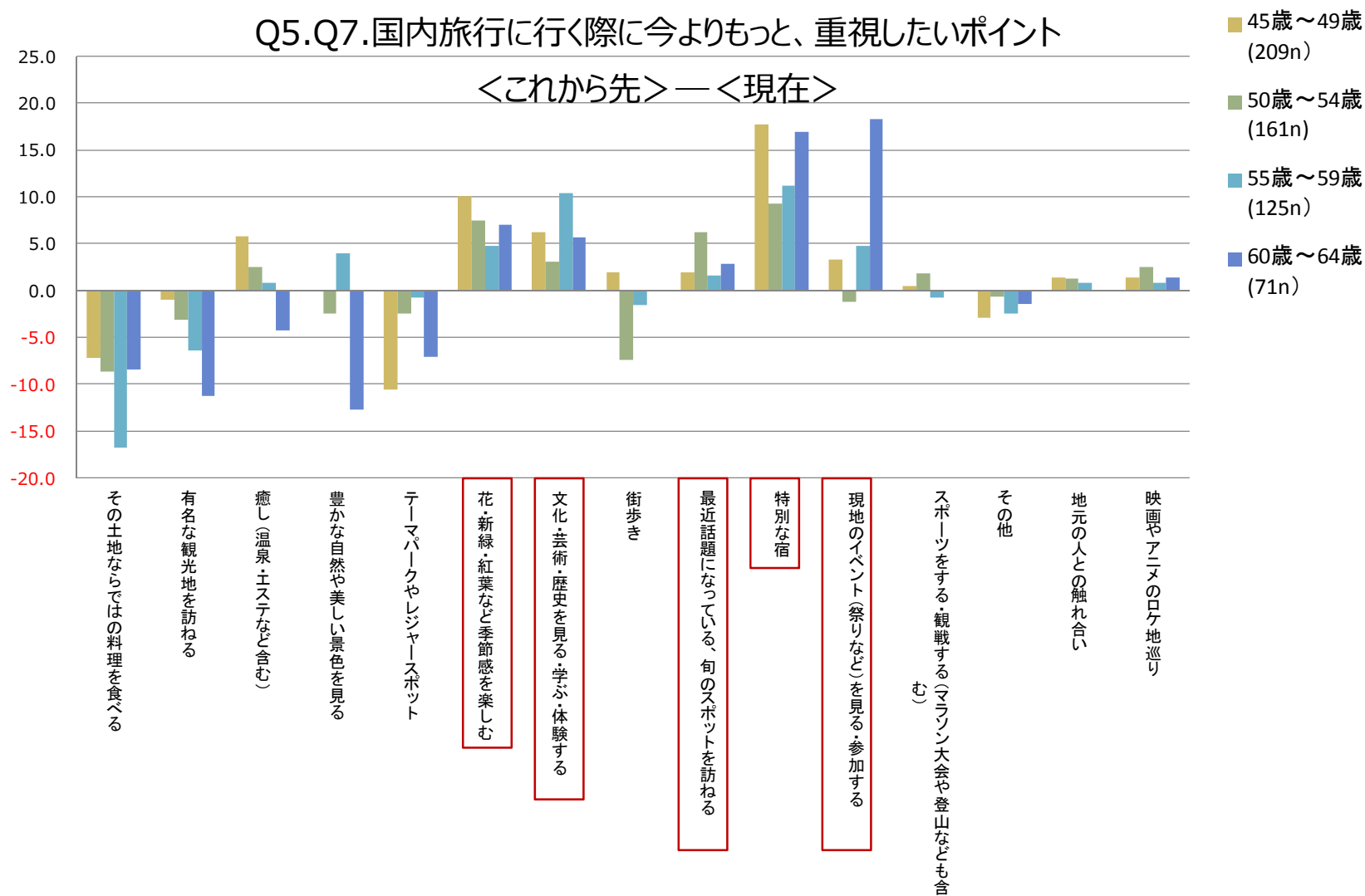
これから先に行きたい旅について、現在より重視したいポイントを見るためにQ5、Q7を年代別に比較した。

「土地ならではの料理」「観光地」は、「これから行く旅」では、現在よりもウエイトが下がる。

全年代で期待されているのは「特別な宿」「花や緑など季節感」「文化・芸術・歴史」。

50歳～54歳は「街歩き」のウエイトが下がる一方で、「旬のスポット」がやや増える。

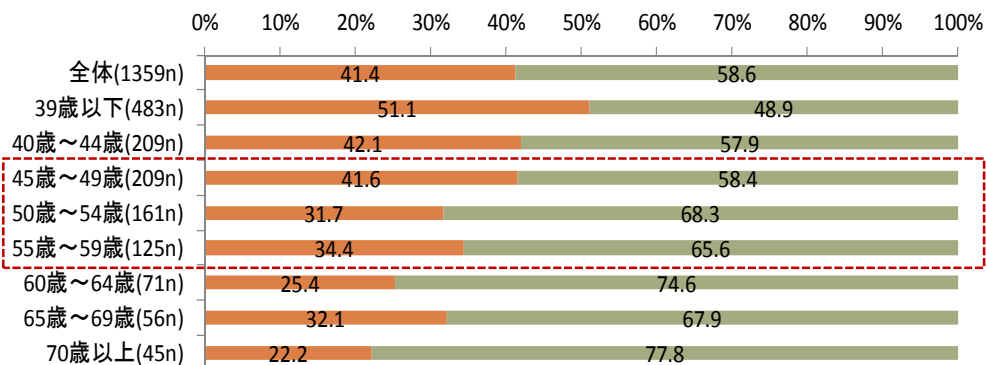
Q5.Q7.国内旅行に行く際に今よりもっと、重視したいポイント



旅行の嗜好・スタイル

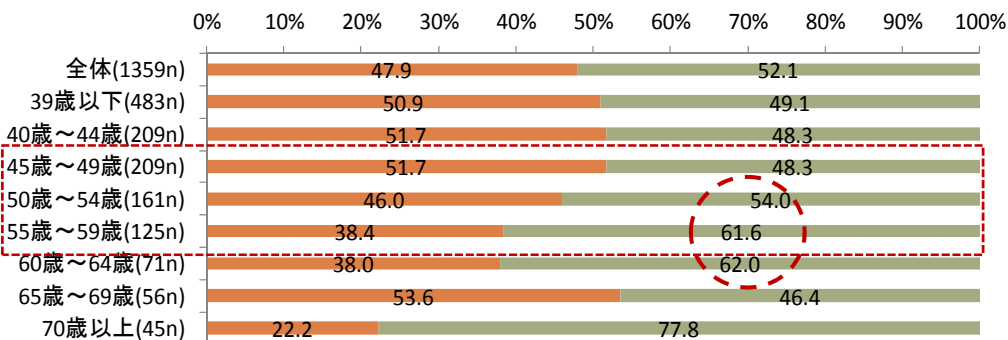
Q8 国内旅行の各項目について、あなたはA・B、どちらの方に近いですか？

- A せっかくの旅行なので、なるべく多くの所を見たり、訪ねたりしたい
- B 見る所・訪ねたりする所は厳選して、ゆっくり、のんびり楽しみたい

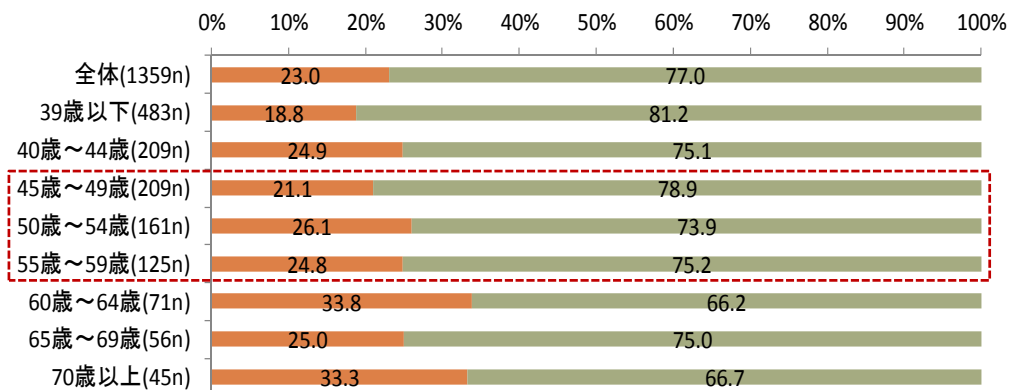


50代前半から、「ゆっくり、のんびりタイプ」は6割超え。
 50代前半～60代前半は、「上質な宿・食事にこだわる」が54.0%から62.0%と40代以下より高くなる。
 「ガイドや専門家の案内してもらいたい」とするのは、50代で約1/4程度。

- A 宿・食事など、なるべく、ローコストで済ませたい
- B 多少、高くても宿や食事などは上質にこだわりたい



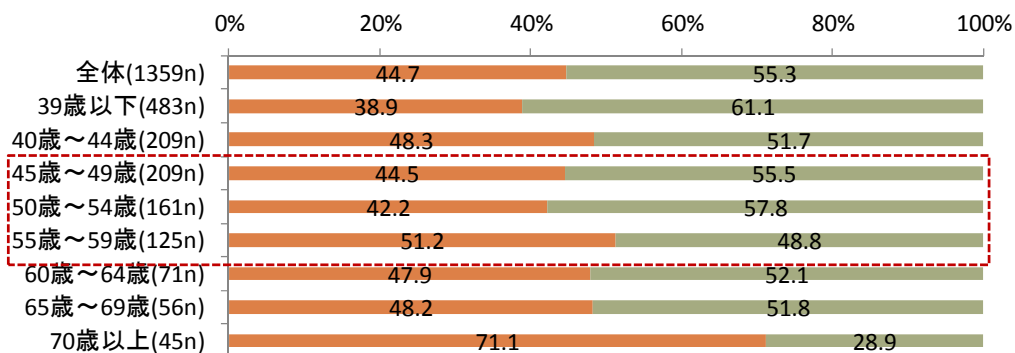
- A 地元のガイドや専門家などに案内してもらい、学んだり・体験したりしたい
- B 自分の好きなように、自由に見てまわりたい



旅行の嗜好・スタイル

Q8 国内旅行の各項目について、あなたはA・B、どちらの方に近いですか？

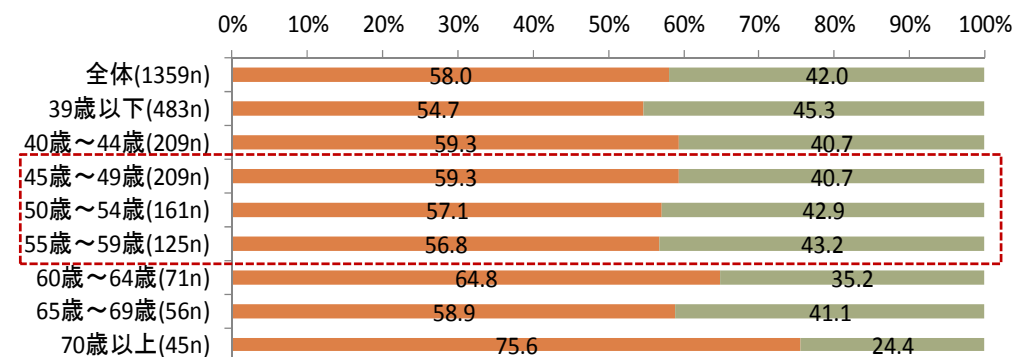
- A 観光は少なめで、温泉・エステ、食事など、宿での滞在時間もたっぷり楽しみたい
- B 宿は寝泊まりがメインなので、観光や体験などアクティブに過ごしたい



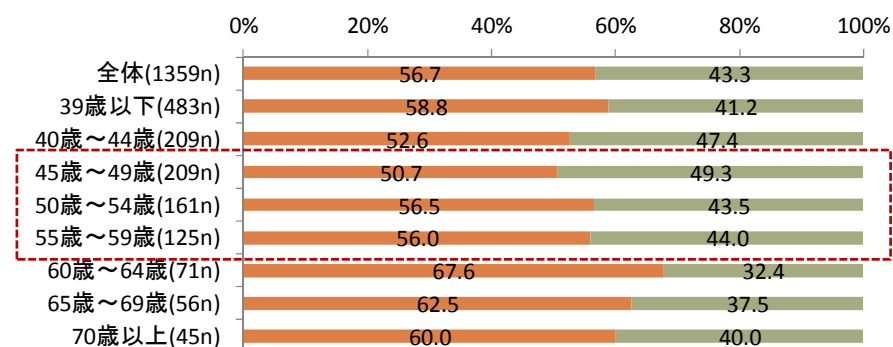
宿泊施設の滞在を楽しみたいかどうかは、A・Bがほぼ拮抗する数字だが、40代後半、50代前半は約10ポイント、「観光や体験をアクティブに過ごしたい」BがAを上回っている。

食事は、「宿でゆっくり、地場の豪華食材を食べたい派」（いずれもA）が、半数を超える。

- A 食事は宿でゆっくり食べたい
- B 食事は地元の人が行くような、街の飲食店に行きたい



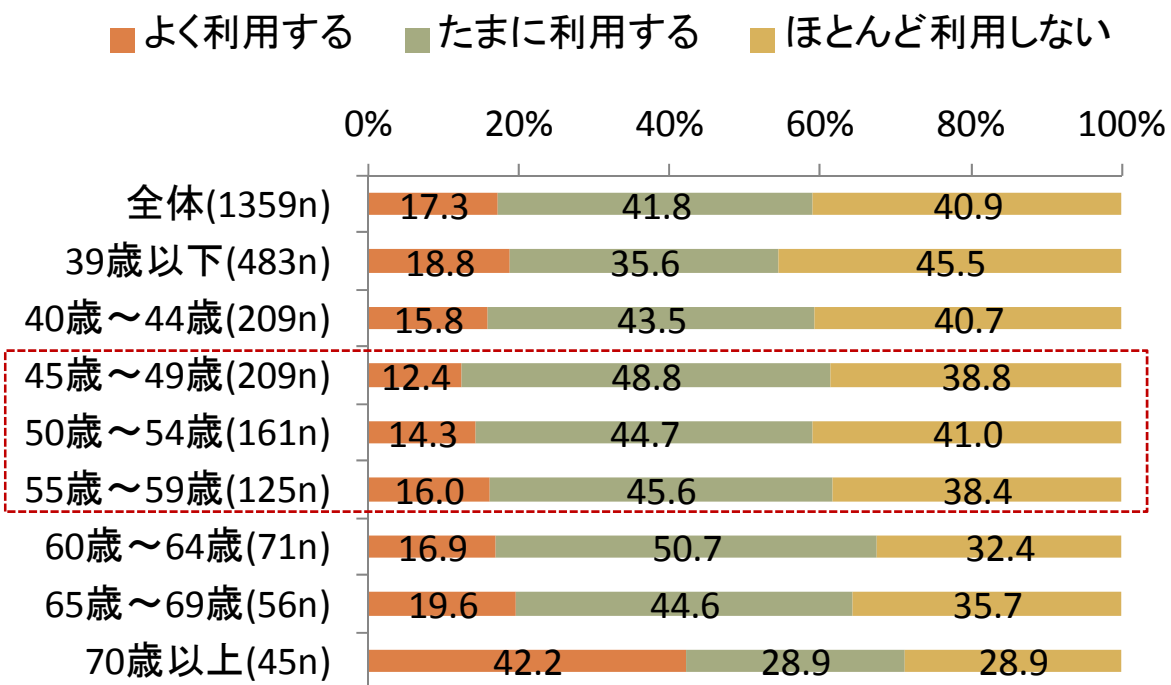
- A 旅先では、普段食べられない、地場の豪華食材を食べたい
- B 旅先では、地元の人が普段食べているような庶民的な地場食品を食べたい



パッケージツアーの利用

Q9. 国内旅行でパッケージツアーを利用することはありますか？

※パッケージツアーとは、鉄道や飛行機などの交通、現地の宿泊先、観光などが総合手配されている 旅行会社が企画する旅行



パッケージツアーを「よく利用する」は、40代後半が全年代の中で一番低く、年代が上がるにつれ、わずかずつ上がっていく。「たまに利用する」が4割台で、上手く使い分けているようだ。

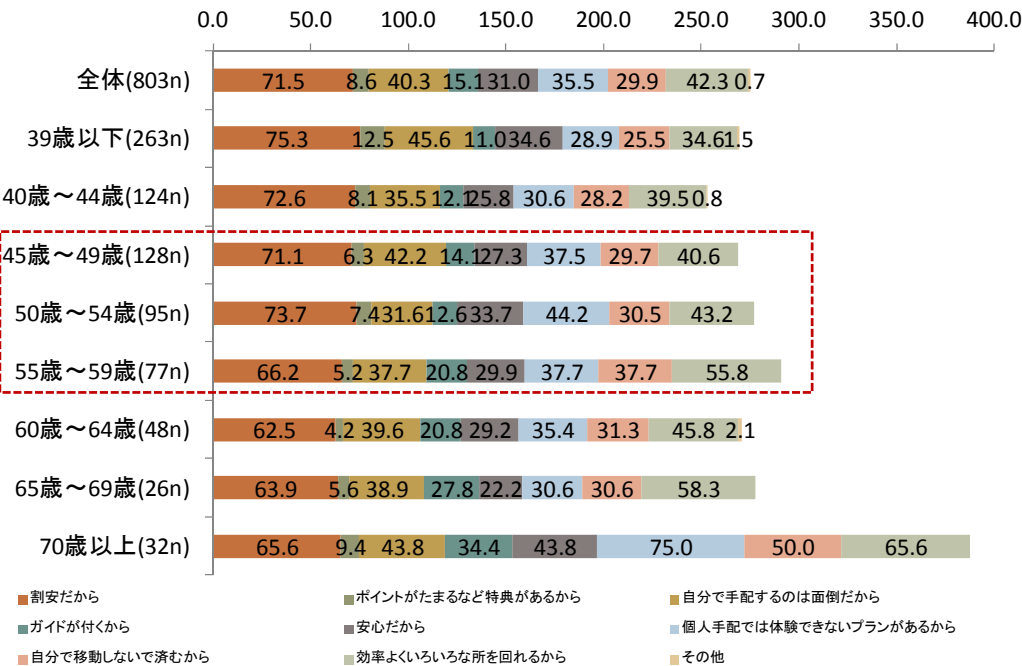
「よく利用する」+「たまに利用する」理由のトップ5（次ページ）を見ると、「割安」がダントツのトップだが、「効率よく回れる」「個人手配では体験できないプラン」が人気の理由。

一方、「利用しない」理由は、40代後半から50代まで上位4位までは同じ。「時間に縛られたくない」が6割から7割と最も多くなっている。

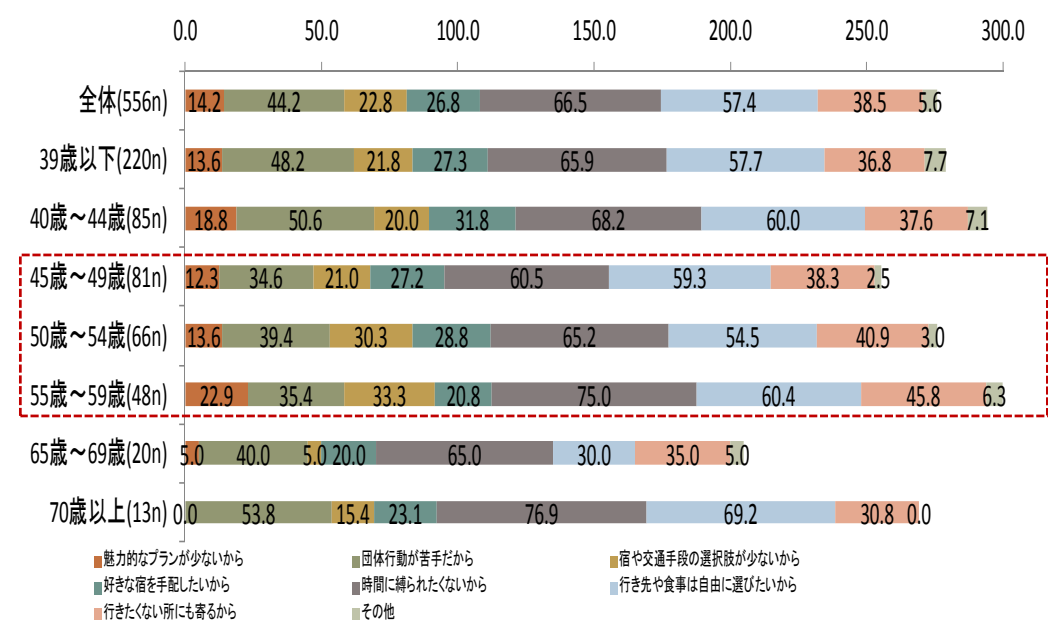
パッケージツアーを利用する理由・利用しない理由

Q9. 国内旅行でパッケージツアーを利用する理由、利用しない理由

〈よく利用する+たまに利用する理由〉



〈ほとんど利用しない理由〉



■「よく利用する」+「たまに利用する」理由のトップ5

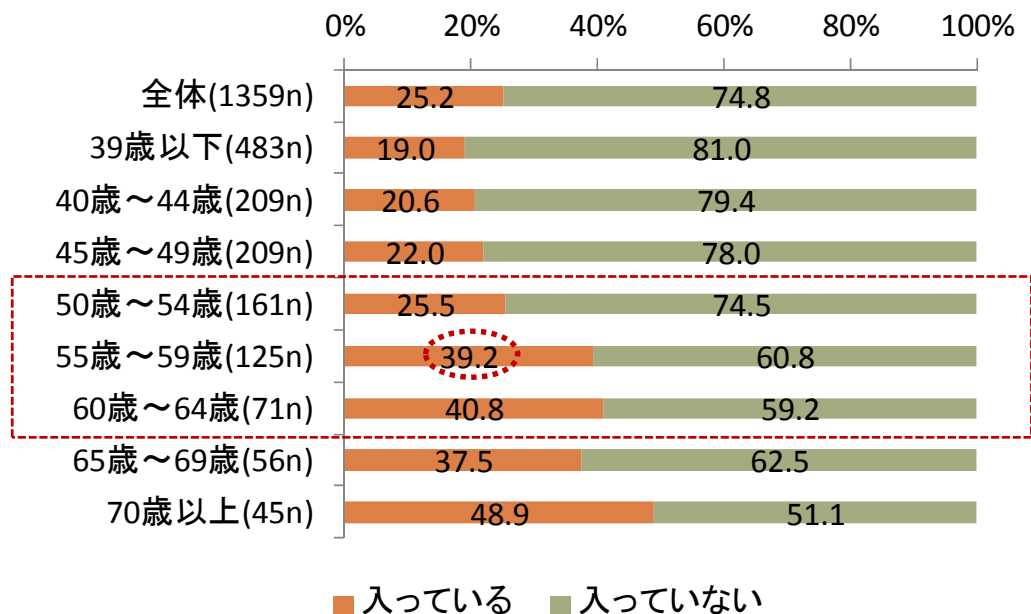
	45～49歳		50～54歳		55～59歳
割安だから	71.1	割安だから	73.7	割安だから	66.2
自分で手配するのは面倒だから	42.2	個人手配では体験できないプランがあるから	44.2	効率よくいろいろな所を回れるから	55.8
効率よくいろいろな所を回れるから	40.6	効率よくいろいろな所を回れるから	43.2	自分で手配するのは面倒だから	37.7
個人手配では体験できないプランがあるから	37.5	安心だから	33.7	個人手配では体験できないプランがあるから	37.7
自分で移動しないで済むから	29.7	自分で手配するのは面倒だから	31.6	自分で移動しないで済むから	37.7

■「ほとんど利用しない」理由のトップ5

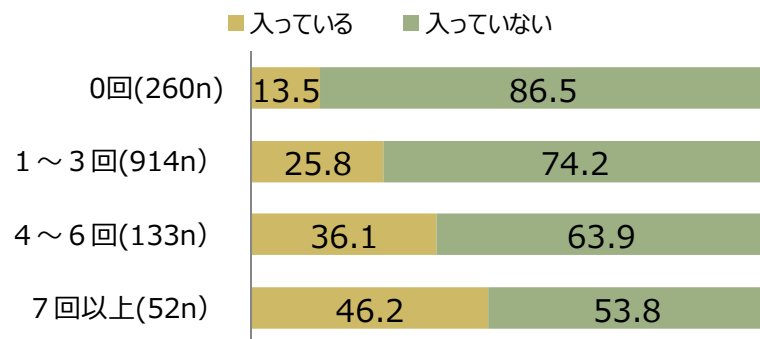
	45～49歳		50～54歳		55～59歳
時間に縛られたくないから	60.5	時間に縛られたくないから	65.2	時間に縛られたくないから	75.0
行き先や食事は自由に選びたいから	59.3	行き先や食事は自由に選びたいから	54.5	行き先や食事は自由に選びたいから	60.4
行きたくない所にも寄るから	38.3	行きたくない所にも寄るから	40.9	行きたくない所にも寄るから	45.8
団体行動が苦手だから	34.6	団体行動が苦手だから	39.4	団体行動が苦手だから	35.4
好きな宿を手配したいから	27.2	宿や交通手段の選択肢が少ないから	30.3	宿や交通手段の選択肢が少ないから	33.3

旅の会員組織への加入状況

Q10. 定期的にメールやカタログなどの旅行情報が届いたり独自の特典があったりする、旅行会社などの企業が運営する会員組織に入っていますか？



Q10.旅行頻度別 旅の会員組織入会の有無



■会員組織名、自由記述295件（全年代）からカウント

阪急交通社・トラピックス	92
クラブツーリズム	63
J T B	61
じゃらんnet	29
楽天トラベル	27
H.I.S	20
ゆこゆこ	19
近畿日本ツーリスト	14
読売旅行	14
JRグループ	13
日本旅行	13
るるぶ	13
A N A	12
J A L	6
一休	6

会員組織への入会状況は、50代前半で25.5%と1/4を超え、50代後半から4割前後とぐっと増加する。

旅行の頻度別に見ると、旅行の回数が多いほど、組織加入率が増えて行く傾向がある。

旅の情報源 複数回答

Q11 国内旅行を検討する際に利用する情報源は何ですか？ あてはまるものをいくつでも

国内旅行の情報源は、各世代とも「テレビの旅番組」が圧倒的。40代後半から50代は、以下「雑誌」「旅行会社店頭のパンフレット・チラシ」「旅行会社のサイト」は、ほぼ共通。「旅行会社の会報誌・情報誌」「旅行会社などのメールマガジン」は、組織への入会率がグッと上がる50代後半からだ、2割台とさほど高くない。「旅行会社の会報誌・情報誌」は、60代後半～70歳以上によく利用されている。

旅行ブログ・SNSの利用は1割を切る。

新聞広告は年代があがるにつれ増加していき、特に60代以降は3割を超える。

39歳以下(483n)	%	40～44歳(209n)	%	45～49歳(209n)	%	50～54歳(161n)	%	55～59歳(125n)	%	60～64歳(71n)	%	65～69歳(56n)	%	70歳以上(45n)	%
雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	56.1	テレビの旅番組	54.5	テレビの旅番組	52.6	テレビの旅番組	59.0	テレビの旅番組	60.0	テレビの旅番組	50.7	テレビの旅番組	51.8	旅行会社の会報誌・情報誌	57.8
テレビの旅番組	49.3	旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	47.8	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	45.9	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	47.8	旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	48.0	旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	49.3	旅行会社の会報誌・情報誌	37.5	テレビの旅番組	55.6
旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	40.8	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	46.9	旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	40.2	旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	44.1	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	37.6	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	35.2	新聞広告	33.9	新聞広告	42.2
旅行会社のサイト	37.1	旅行会社のサイト	36.4	旅行会社のサイト	31.6	旅行会社のサイト	33.5	新聞広告	31.0	新聞広告	31.0	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	25.0	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	35.6
フリーペーパー・マガジン	30.6	旅のクチコミサイト	31.6	旅のクチコミサイト	26.3	旅のクチコミサイト	26.1	旅行会社のサイト	35.2	旅行会社のサイト	25.4	旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	25.0	旅行会社の店頭においてあるパンフレット・チラシ	35.6
旅のクチコミサイト	30.6	フリーペーパー・マガジン	27.3	フリーペーパー・マガジン	25.4	フリーペーパー・マガジン	25.5	フリーペーパー・マガジン	25.6	旅行会社の会報誌・情報誌	23.9	旅行会社などのメールマガジン	21.4	旅行会社のサイト	35.6
友人・知人の口コミ	29.0	友人・知人の口コミ	26.3	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	20.1	新聞広告	21.1	新聞広告	22.4	旅行会社の会報誌・情報誌	23.9	旅行会社・店舗(窓口)	19.6	友人・知人の口コミ	35.6
地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	18.0	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	23.4	友人・知人の口コミ	19.1	友人・知人の口コミ	19.3	旅行会社の会報誌・情報誌	20.8	友人・知人の口コミ	20.8	旅行会社のサイト	17.9	旅行会社・店舗(窓口)	33.3
地方自治体や観光協会などのサイト	15.3	地方自治体や観光協会などのサイト	18.2	新聞広告	16.7	旅行会社・店舗(窓口)	18.6	旅行会社などのメールマガジン	20.0	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	21.1	友人・知人の口コミ	17.9	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	31.1
旅行会社・店舗(窓口)	15.1	旅行会社・店舗(窓口)	15.8	地方自治体や観光協会などのサイト	14.8	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	17.4	旅のクチコミサイト	20.0	旅行会社・店舗(窓口)	19.7	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	16.1	旅行会社などのメールマガジン	31.1
旅行会社などのメールマガジン	11.2	新聞広告	12.9	旅行会社・店舗(窓口)	13.9	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	15.5	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	18.4	友人・知人の口コミ	19.7	旅のクチコミサイト	10.7	フリーペーパー・マガジン	22.2
旅行会社の会報誌・情報誌	10.8	旅行会社の会報誌・情報誌	12.9	旅行会社の会報誌・情報誌	10.5	旅行会社などのメールマガジン	15.5	旅行会社・店舗(窓口)	16.0	旅のクチコミサイト	16.9	フリーペーパー・マガジン	8.9	地方自治体や観光協会などのサイト	20.0
新聞広告	9.3	旅行会社などのメールマガジン	12.9	旅行会社などのメールマガジン	10.5	旅行会社の会報誌・情報誌	11.8	地方自治体や観光協会などのサイト	15.2	地方自治体や観光協会などのサイト	9.9	地方自治体や観光協会などのサイト	7.1	旅のクチコミサイト	4.4
ブログ	8.7	ブログ	10.5	ブログ	6.7	ブログ	4.3	その他	4.0	地方自治体や観光協会などのサイト	9.9	その他	3.6	ブログ	2.2
Facebook	4.8	その他	1.9	その他	2.4	Facebook	3.1	ブログ	2.4	その他	4.2	地方自治体や観光協会などのサイト	7.1	Facebook	1.8
LINE	3.3	Facebook	1.4	LINE	1.4	その他	3.1	LINE	1.6	LINE	0.0	その他	3.6	LINE	2.2
その他	2.7	LINE	1.0	Facebook	1.4	LINE	0.6	Facebook	1.6	Facebook	0.0	その他	3.6	LINE	0.0
														Facebook	0.0

旅の情報源 単数回答

Q12. あなたが、最も参考にしている国内旅行の情報源を1つだけ選んでください。

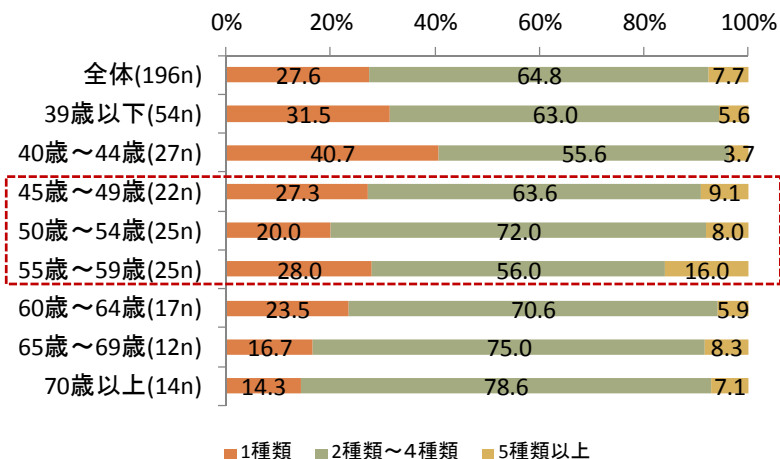
最も参考にしている情報源を1つ選んでもらったところ、年代別ランキングは下表のとおり。テレビの他は、「雑誌」「旅行会社店頭のパンフレット・チラシ」「旅行会社のサイト」が上位。アラフィフから60代前半までは、印刷物、ウェブサイトの両方をバランスよく活用している印象。

「旅行会社などのメールマガジン」は、1割台と低い。n数は少ないが60代後半以降の方が高くなっている。

39歳以下(483n)	%	40~44歳(209n)	%	45~49歳(209n)	%	50~54歳(161n)	%	55~59歳(125n)	%	60~64歳(71n)	%	65~69歳(56n)	%	70歳以上(45n)	%
雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	23.6	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	21.1	テレビの旅番組	17.2	テレビの旅番組	23.0	テレビの旅番組	26.4	テレビの旅番組	14.1	テレビの旅番組	19.6	旅行会社の会報誌・情報誌	35.6
テレビの旅番組	13.0	テレビの旅番組	18.7	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	15.3	旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	15.5	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	12.8	旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	12.7	旅行会社の会報誌・情報誌	19.6	旅行会社・店舗(窓口)	11.1
旅行会社のサイト	12.8	旅行会社のサイト	11.5	旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	13.9	旅行会社のサイト	14.9	旅行会社のサイト	10.4	旅行会社の会報誌・情報誌	12.7	旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	14.3	旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	11.1
旅のクチコミサイト	12.2	旅のクチコミサイト	10.5	旅行会社のサイト	12.4	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	11.2	旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	8.8	旅行会社のサイト	11.3	新聞広告	8.9	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	8.9
旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	11.6	旅行会社の店頭に置いてあるパンフレット・チラシ	10.0	旅のクチコミサイト	12.0	旅のクチコミサイト	8.1	旅行会社の会報誌・情報誌	7.2	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	9.9	旅行会社などのメールマガジン	8.9	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	8.9
友人・知人の口コミ	7.2	友人・知人の口コミ	6.2	地方自治体や観光協会などのサイト	6.7	地方自治体や観光協会などのサイト	5.6	地方自治体や観光協会などのサイト	7.2	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	9.9	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	7.1	旅行会社などのメールマガジン	8.9
フリーペーパー・マガジン	3.9	地方自治体や観光協会などのサイト	4.3	友人・知人の口コミ	6.7	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	3.7	地方自治体や観光協会などのサイト	7.2	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	9.9	雑誌(旅行雑誌や女性誌の特集)	7.1	友人・知人の口コミ	6.7
地方自治体や観光協会などのサイト	3.9	旅行会社の会報誌・情報誌	3.8	新聞広告	3.8	友人・知人の口コミ	3.7	旅のクチコミサイト	6.4	旅のクチコミサイト	7.0	旅行会社のサイト	5.4	旅行会社のサイト	6.7
旅行会社の会報誌・情報誌	2.9	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	3.3	旅行会社の会報誌・情報誌	2.9	新聞広告	2.5	新聞広告	4.8	友人・知人の口コミ	7.0	友人・知人の口コミ	5.4	テレビの旅番組	4.4
地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	2.3	旅行会社などのメールマガジン	3.3	フリーペーパー・マガジン	2.4	フリーペーパー・マガジン	2.5	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	4.8	新聞広告	4.2	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	3.6	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	4.4
旅行会社・店舗(窓口)	2.1	旅行会社・店舗(窓口)	2.9	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	2.4	旅行会社の会報誌・情報誌	2.5	友人・知人の口コミ	3.2	旅行会社・店舗(窓口)	4.2	旅行会社・店舗(窓口)	5.4	地方自治体や観光協会が発行している観光ガイド	4.4
ブログ	1.2	旅行会社・店舗(窓口)	2.9	旅行会社・店舗(窓口)	1.4	ブログ	2.5	その他	2.4	旅行会社・店舗(窓口)	4.2	友人・知人の口コミ	5.4	新聞広告	2.2
旅行会社などのメールマガジン	1.0	ブログ	2.4	旅行会社などのメールマガジン	1.4	旅行会社の会報誌・情報誌	2.5	旅行会社・店舗(窓口)	1.6	フリーペーパー・マガジン	2.8	旅行会社・店舗(窓口)	5.4	旅のクチコミサイト	2.2
新聞広告	0.8	新聞広告	1.0	旅行会社・店舗(窓口)	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	1.9	旅行会社・店舗(窓口)	1.6	旅行会社などのメールマガジン	2.8	旅行会社・店舗(窓口)	5.4	地方自治体や観光協会などのサイト	2.2
その他	0.6	フリーペーパー・マガジン	1.0	旅行会社・店舗(窓口)	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	1.9	旅行会社などのメールマガジン	1.6	地方自治体や観光協会などのサイト	1.4	フリーペーパー・マガジン	0.0	その他	2.2
LINE	0.4	LINE	0.0	旅行会社・店舗(窓口)	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	1.9	Facebook	1.6	地方自治体や観光協会などのサイト	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	0.0	フリーペーパー・マガジン	0.0
Facebook	0.2	Facebook	0.0	旅行会社・店舗(窓口)	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	1.9	フリーペーパー・マガジン	0.8	LINE	0.0	旅行会社・店舗(窓口)	0.0	旅行会社のサイト	0.0
		その他	0.0	旅行会社・店舗(窓口)	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	1.9	LINE	0.0	Facebook	0.0	LINE	0.0	LINE	0.0
		Facebook	0.0	旅行会社・店舗(窓口)	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	1.9	ブログ	0.0	ブログ	0.0	Facebook	0.0	Facebook	0.0
				旅行会社・店舗(窓口)	1.4	旅行会社・店舗(窓口)	1.9	その他	0.0	その他	0.0	ブログ	0.0	ブログ	0.0

旅情報のメールマガジン利用事情

Q13. 利用する情報源で「旅行会社などのメールマガジン」を選択した方に。旅情報のメールマガジンは、何種類登録していますか？



Q12複数回答で、「旅行会社などのメールマガジン」を選択した196nへの設問。

n数が少ないので、参考値だが、メールマガジンを利用している人は、2～4種類登録しており、毎回開封も27.3%～44.0%とよく見ている。

年齢別では、年齢が上の方が「毎回、開封」率が高くなる。

Q16. よく見ているメールマガジン

■自由記述185件（全年代）からカウント上位5位

阪急交通社・トラピックス	58
JTB	27
じゃらんnet	19
楽天トラベル	16
クラブツーリズム	14

■よく見ている理由抜粋

〈阪急交通社〉

●情報豊富／格安から上質まで多彩／高頻度

年齢	理由
30	みやすく、海外から国内まで豊富な情報が載っているから
31	手頃な価格で、美味しいものが食べられるツアーを多く企画している
40	頻繁にメールが届く事と、内容が豊富に感じられます
44	メールマガジンだけでなく、パンフや冊子など、頻繁に届きます。情報量が多いので、検討しやすい。
44	国内と国外など、目的別にメールマガジンが配信されて読みやすいから
50	頻繁に届いて、興味のある情報がけっこうある
52	旅行以外のイベントもあるから
55	豪華な、キャンペーンやプレゼント企画を沢山して頂けるので
57	価格が手頃で旅行会社からのきめ細かな対応が気に入っている
64	品質が高い
65	回数が多いので見る回数も多くなるし、情報量も多いので
68	上質なツアーがある
68	いろいろなグレードの情報を得ることが出来る
70	価格がリーズナブルだし、何度か利用して楽しかったので
71	幅が広くて内容もあり価格も安い
72	比較的格安でコース等も豊富

〈JTB〉

●安心／信頼感／大手／ポイント／キャンペーン

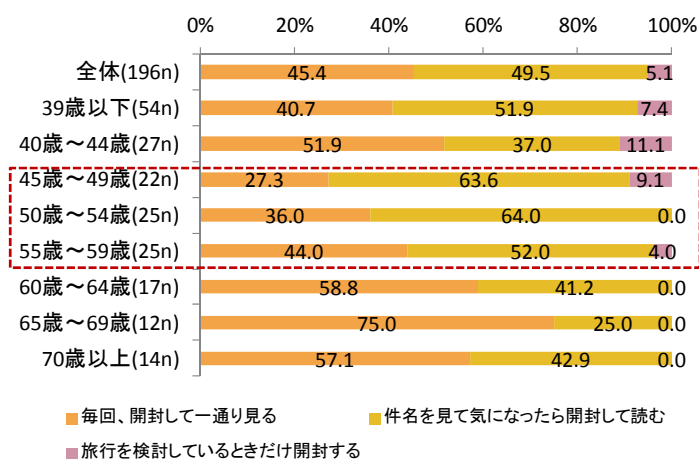
年齢	理由
37	旬の旅行情報やキャンペーン情報があるから
38	ちょっと高めだけど、内容的もgoodだし安心して申し込めるから
40	JTBをよく利用しており、予約検討しやすいので
41	昔からある安心できる会社なので
46	キャンペーンが参考になるから。
47	国内最大の信用のおける会社だからです
48	自分にあったツアーがある
48	情報の更新が速く、量も多い。大手なので信頼できる
49	多彩な商品
50	わかりやすく見やすいから
55	ポイントがたまる
57	手軽に利用できそうだから。往復交通セットのプランがあるから
70	店が近くにある
76	一番内容がいい

〈じゃらんnet〉

●情報豊富／リーズナブル／クチコミが充実／タイムリー／ポイント／クーポン

年齢	理由
31	頻繁にメールマガジンが届くため、旅行を計画しているときタイムリーな情報が含まれる
34	アクティビティのクーポンがついていることが多いから。子供も少し大きくなって、体を動かさしたいので安いプランがあるとチェックします。空き状況など表示されてネットで見れるのが助かります
36	格安のプランがあるから
40	掲載している宿が豊富で、口コミがとでも参考になる。あと、ポイントがついて、使える
47	いろいろなタイプで幅広い価格帯が掲載されているから
50	近場の情報もあるから
56	クチコミも含めて、どこに宿泊するか、どこを観光するか、などを検討することが、総合的に出来るから
60	わかりやすいし、いろいろな情報が得られる
64	割引クーポンが充実している。口コミが充実している。ポイントが貯まる

Q14. メールマガジンの内容はどの程度読んでいますか？



旅行頻度×メールマガジン利用実態

Q13メルマガの登録数、Q14メルマガの読み方について、旅行の頻度でクロス集計を行った。

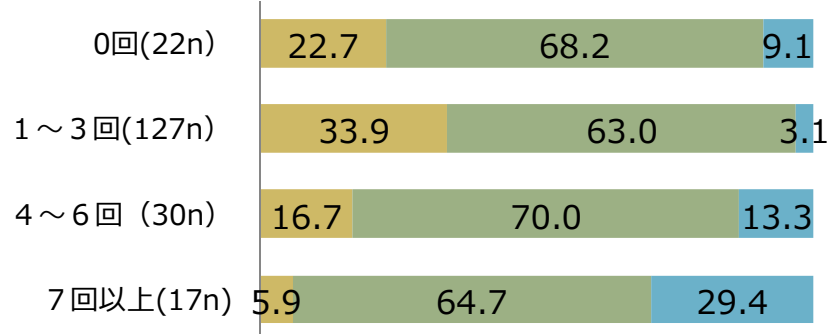
メルマガの登録数は、旅行の回数が多いほど、増えて行く傾向がある。

メルマガの読み方では、毎回開封する人の割合は、年に4~6回旅行に行く人に多く、53.3%。数が少ないため参考値だが、37ページのQ15を見ても、4~6回層は、旅行情報の収集に積極的な傾向がある。

Q13. (情報源にメルマガを含む人)

旅行頻度別 メールマガジン登録数

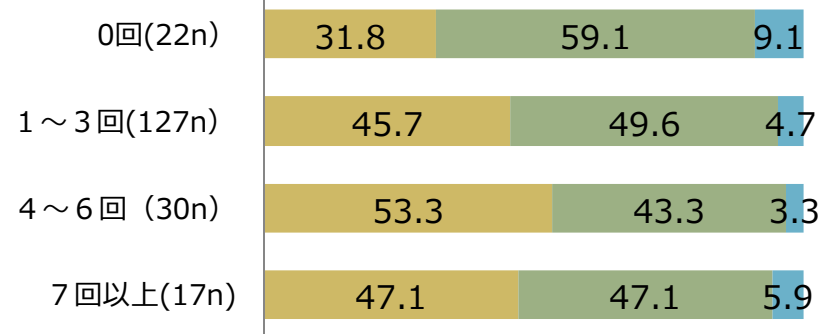
■ 1種類 ■ 2種類~4種類 ■ 5種類以上



Q14. (情報源にメルマガを含む人)

旅行頻度別 メールマガジンをどの程度読んでいるか

■ 毎回、開封して一通り見る
 ■ 件名を見て気になったら開封して読む
 ■ 旅行を検討しているときだけ開封する



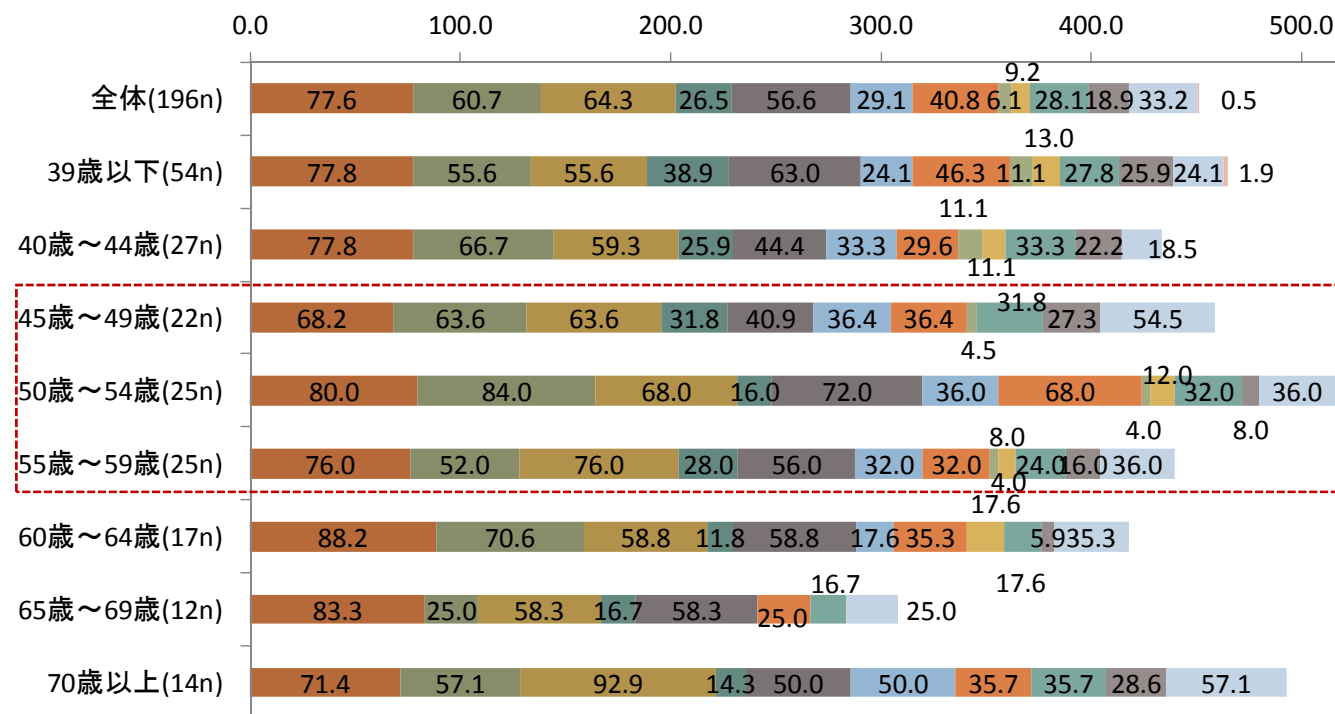
旅情報のメールマガジンに求めるコンテンツ

Q15. メールマガジンに、どんな情報・内容があったら、より、読みたくなりますか？

Q12複数回答で、「旅行会社などのメールマガジン」を選択した196nへの設問。

「会員限定のお得なツアー情報」の他には、「グルメ情報」「名所・見どころ情報」「季節ごとのイベント情報」。「旅心を誘われる美しい写真」は40代後半、50代後半で上位5位内にランクイン。

	1位	2位	3位	4位	5位
45～49歳	メールマガジン会員だけのお得なツアー情報	旅先の名所・見どころ情報	旅先のグルメ情報	旅心を誘われる美しい写真	旅先の季節ごとのイベント情報
	68.2	63.6	63.6	54.5	40.9
50～54歳	旅先のグルメ情報	メールマガジン会員だけのお得なツアー情報	旅先の季節ごとのイベント情報	旅先の名所・見どころ情報	旅先で体験できるメニュー紹介
	84.0	80.0	72.0	68.0	68.0
55～59歳	メールマガジン会員だけのお得なツアー情報	旅先の名所・見どころ情報	旅先の季節ごとのイベント情報	旅先のグルメ情報	旅心を誘われる美しい写真
	76.0	76.0	56.0	52.0	36.0
60～64歳	メールマガジン会員だけのお得なツアー情報	旅先のグルメ情報	旅先の名所・見どころ情報	旅先の季節ごとのイベント情報	旅先で体験できるメニュー紹介
	88.2	70.6	58.8	58.8	35.3



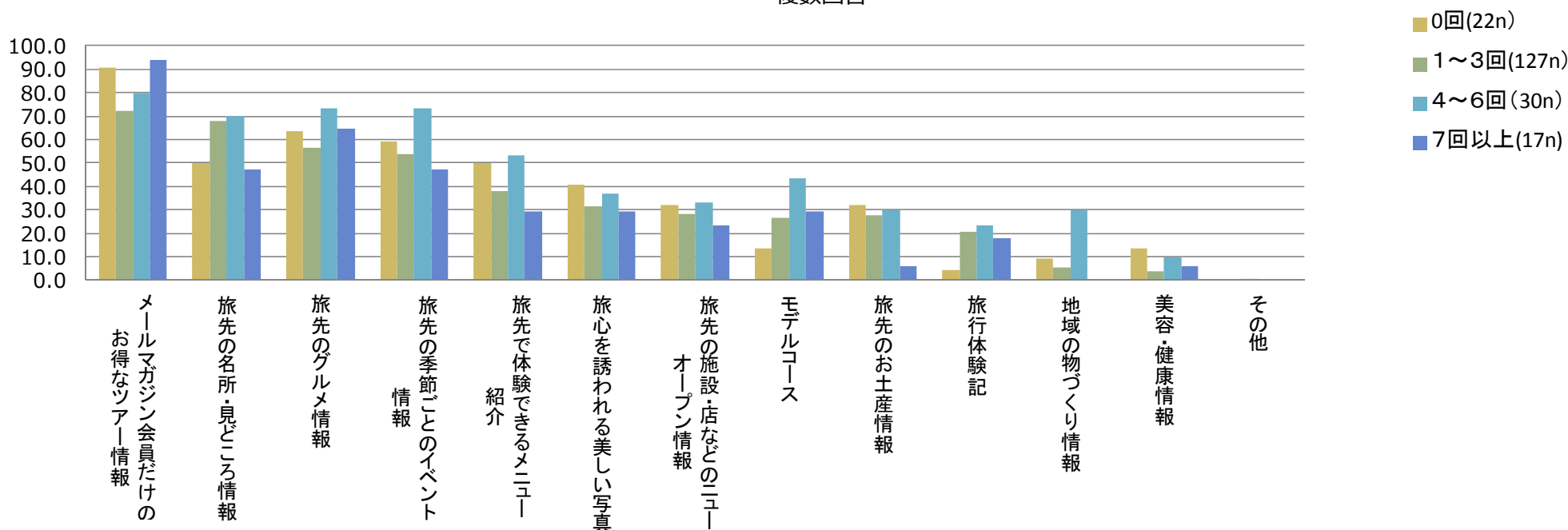
- メールマガジン会員だけのお得なツアー情報
- 旅先のお土産情報
- 旅先のグルメ情報
- 旅先の名所・見どころ情報
- 旅先で体験できるメニュー紹介
- 旅先の季節ごとのイベント情報
- 美容・健康情報
- 旅先の施設・店などのニューオープン情報
- モデルコース
- 地域のお物づくり情報
- 旅行体験記
- 旅心を誘われる美しい写真
- その他

旅行頻度×メールマガジンで読みたい内容

Q15メールマガジンで読みたい内容について、旅行の頻度でクロス集計を行った。
 年7回以上の人たちは、特に「お得なツアー情報」を求める傾向がある。4～6回層は、他の層に比べ、いろいろな情報に関心がある。1～3回層は、名所・見どころ、グルメ、イベント情報が半数超。

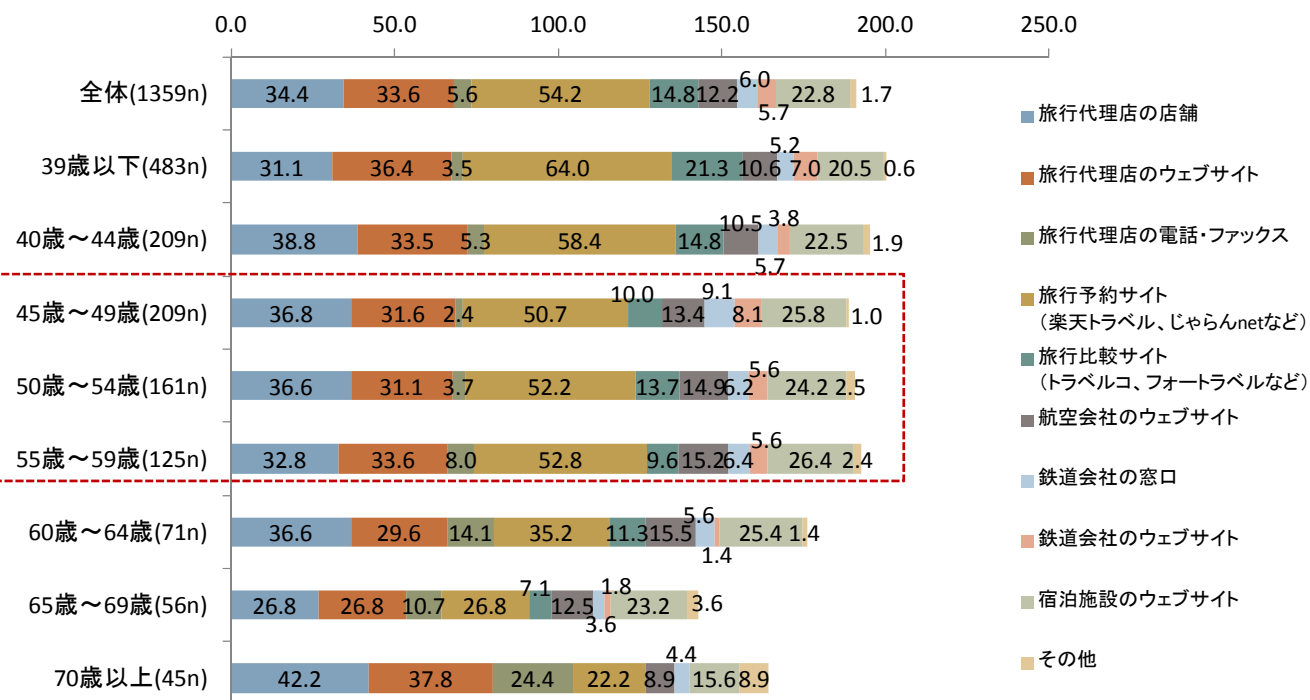
Q15. (情報源にメルマガを含む人) 旅行頻度別 読みたいメルマガの内容

*複数回答



国内旅行の予約・申し込み手段

Q17. 国内旅行の予約・申し込みをする際に、あなたが利用するものを選んでください。



	全体	39歳以下	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70歳以上
旅行代理店の店舗	34.4	31.1	38.8	36.8	36.6	32.8	36.6	26.8	42.2
旅行代理店のウェブサイト	33.6	36.4	33.5	31.6	31.1	33.6	29.6	26.8	37.8
旅行代理店の電話・ファックス	5.6	3.5	5.3	2.4	3.7	8.0	14.1	10.7	24.4
旅行予約サイト (楽天トラベル、じゃらんnetなど)	54.2	64.0	58.4	50.7	52.2	52.8	35.2	26.8	22.2
旅行比較サイト (トラベルコ、フォートラベルなど)	14.8	21.3	14.8	10.0	13.7	9.6	11.3	7.1	0.0
航空会社のウェブサイト	12.2	10.6	10.5	13.4	14.9	15.2	15.5	12.5	8.9
鉄道会社の窓口	6.0	5.2	5.7	9.1	6.2	6.4	5.6	3.6	4.4
鉄道会社のウェブサイト	5.7	7.0	3.8	8.1	5.6	5.6	1.4	1.8	0.0
宿泊施設のウェブサイト	22.8	20.5	22.5	25.8	24.2	26.4	25.4	23.2	15.6
その他	1.7	0.6	1.9	1.0	2.5	2.4	1.4	3.6	8.9

全体より5ポイント低い ※小数点1位以下切りすて

50代後半までは、「旅行予約サイト」の利用が半数を超え、最も高い。

旅行代理店の利用では、「店舗」が3割台。40代後半、50代前半では「店舗」が「旅行代理店のウェブサイト」より約5ポイント上回っている。

具体的な名称を挙げてもらったFAを見ると、ウェブサイトは旅行代理店・旅行予約サイト・旅行比較サイトが混在しており、回答者の中での区別が曖昧なことがわかる。

◆旅行代理店の店舗 (45歳～59歳・167FAから10件以上をカウント)

JTB	96
日本旅行	27
阪急交通	20
近畿日本 ツーリスト	19
H.I.S	16

◆旅行代理店のウェブサイト (45歳～59歳・149FAから10件以上をカウント)

楽天トラベル	96
じゃらん	92
JTB	46
阪急交通	25
近畿日本 ツーリスト	18
H.I.S	15
クラブツーリズム	13
日本旅行	11

◆旅行予約サイト (45歳～59歳・241FAから10件以上をカウント)

じゃらん	133
楽天	102
るるぶ	12

◆航空会社ウェブサイト (45歳～59歳・69FAから10件以上をカウント)

ANA	35
JAL	42

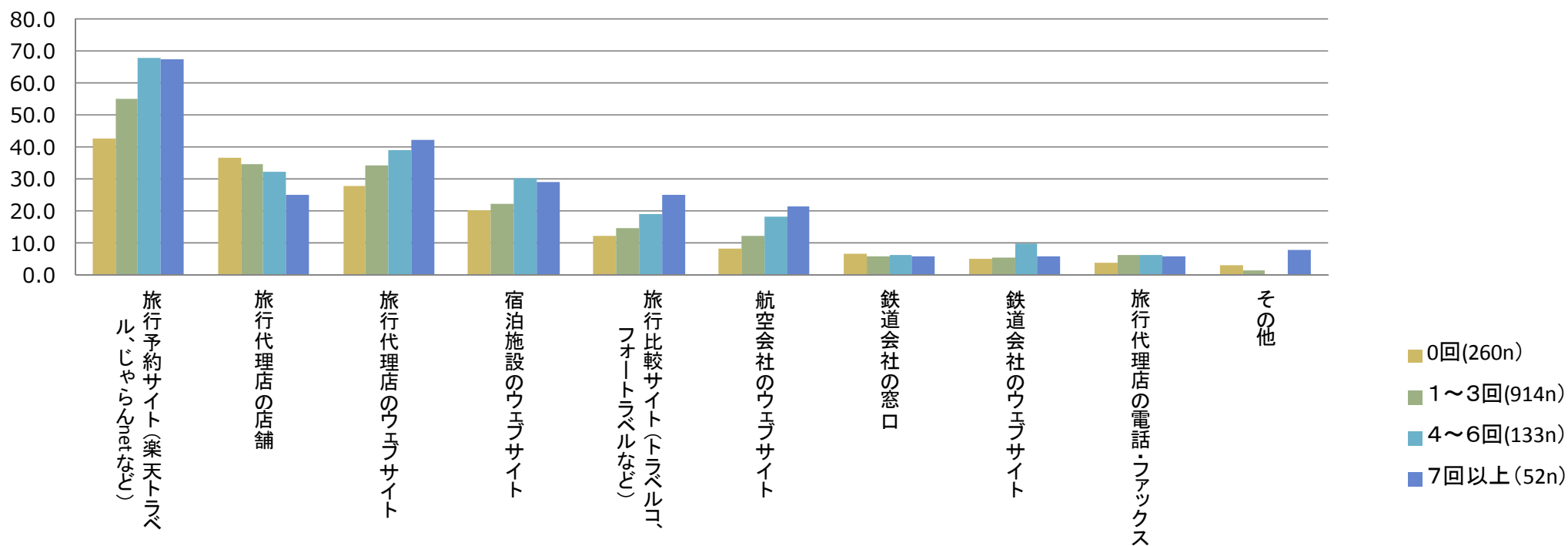
◆旅行比較サイト (45歳～59歳・53FAから10件以上をカウント)

トラベルコ	30
トリバゴ	10

◆旅行代理店への電話&FAX (45歳～59歳・21FA) は、少数のため省略
◆鉄道会社窓口 (45歳～59歳・37FA)、鉄道会社ウェブサイト (45歳～59歳・33FA) は、ほとんどがJRグループ

Q17 予約・申し込みに利用する方法について、旅行の頻度でクロス集計を行った。
 旅行頻度が高いほうが、Webサイトを、低いほどリアルな窓口を利用する傾向がある。特に年4回以上の人たちは、7割近くが「旅行予約サイト」を利用している。

Q17.旅行頻度別 予約・申し込みをする際に利用するもの *複数回答



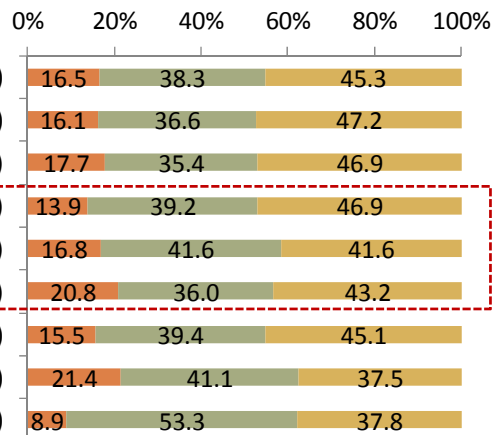
国内旅行での各交通手段の利用頻度

Q18. 国内旅行で、次の交通手段の利用頻度を教えてください

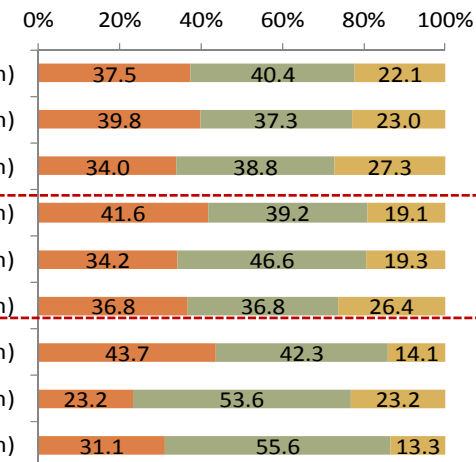
「飛行機」は、70代を除き、年代による大きな差異はない。「鉄道」は、40代後半、50代前半は80.8%（よく利用する+時々利用する）の利用。50代後半は「車」の利用が若干上がるためか、鉄道の利用率は低くなるが、60代になると86.0%に上昇。「観光バス」は60代からの利用がぐっと増える。

よく利用する 時々利用する ほとんど利用しない

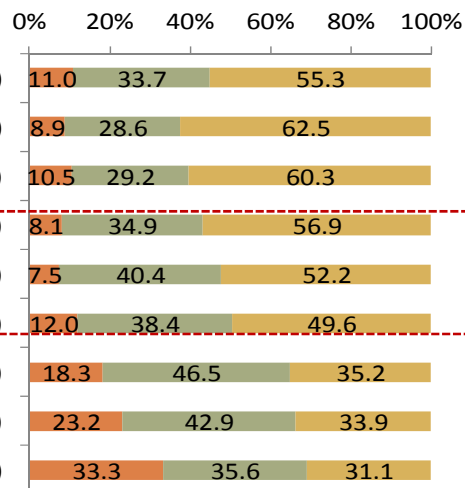
〈飛行機〉



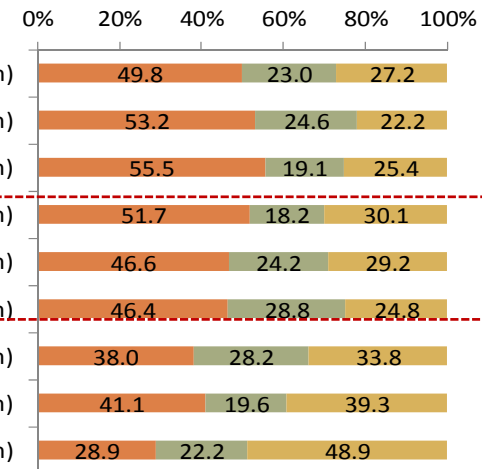
〈鉄道〉



〈観光バス〉

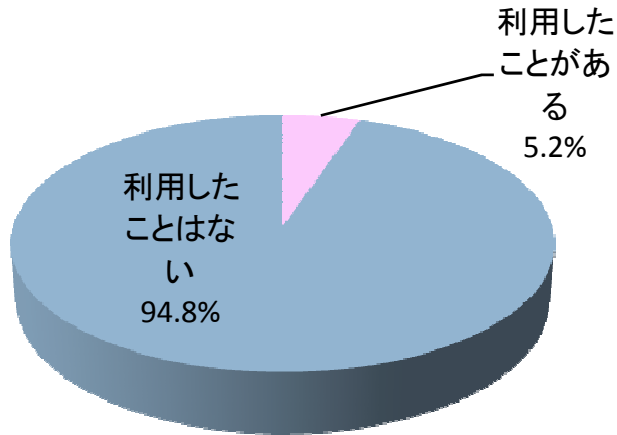


〈車（自家用車、またはレンタカー）〉



観光・リゾート列車の認知、興味・関心

Q19 「観光・リゾート列車」を利用したことはありますか？



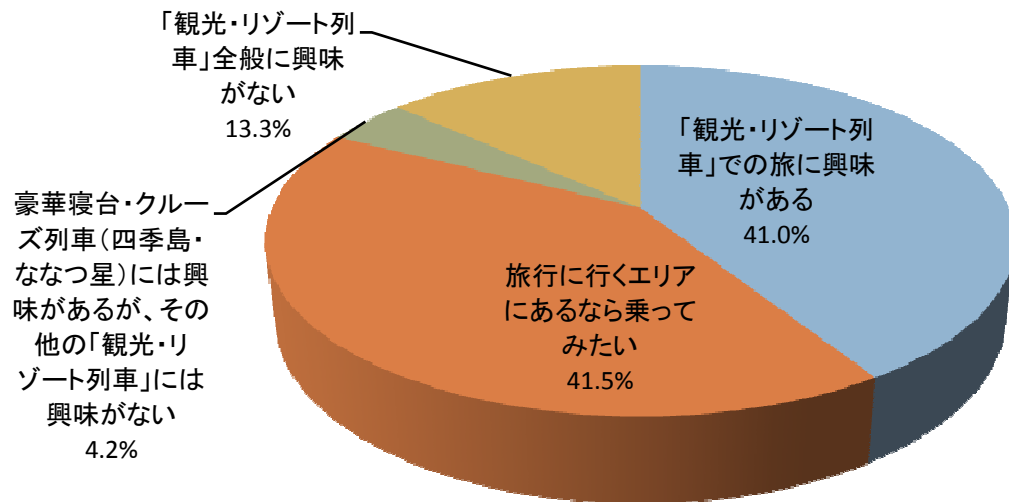
	利用したことがある	利用したことはない
全体(1358n)	5.2	94.8
39歳以下(483n)	5.8	94.2
40歳～44歳(208n)	3.8	96.2
45歳～49歳(209n)	6.7	93.3
50歳～54歳(161n)	5.6	94.4
55歳～59歳(125n)	1.6	98.4
60歳～64歳(71n)	7.0	93.0
65歳～69歳(56n)	0.0	100.0
70歳以上(45n)	11.1	88.9

※不明1を除く

「利用したことはない」が9割以上とほとんどだが、特に50代後半は鉄道利用がやや減ることもあり、「利用したことがある」が1.6%と最も低い。

興味・関心では、「興味がない」は10%台と少数派。80%台が「観光・リゾート列車」に興味があると回答していることから、情報の届け方次第では、まだまだ可能性はありそう。

Q20.「観光・リゾート列車」での旅に興味・関心はありますか？



	「観光・リゾート列車」での旅に興味がある	旅行に行くエリアにあるなら乗ってみたい	豪華寝台・クルーズ列車(四季島・ななつ星)には興味がある	「観光・リゾート列車」全般に興味がない
全体(1352n)	41.0	41.5	4.2	13.3
39歳以下(480n)	46.5	37.1	4.2	12.3
40歳～44歳(208n)	38.9	42.8	3.8	14.4
45歳～49歳(208n)	43.3	40.9	4.3	11.5
50歳～54歳(160n)	35.0	49.4	3.1	12.5
55歳～59歳(125n)	40.0	42.4	3.2	14.4
60歳～64歳(71n)	31.0	52.1	4.2	12.7
65歳～69歳(55n)	30.9	41.8	9.1	18.2
70歳以上(45n)	33.3	37.8	6.7	22.2

※不明7を除く

国内旅行以外、趣味や興味・関心があること

Q21. 国内旅行以外、趣味や興味があること全般についてうかがいます。あなたの趣味や特に興味があることを3つまで選んでください。

全26の選択肢をあげ、趣味・興味があることを3つまで選んでもらった。年代別、上位10項目が下表。

「グルメ・食べ歩き」は60代前半までは3割～4割台。

50代前半、50代後半は、他の世代と比較して「スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング」への関心が、やや高めの傾向。

40代後半から、「散歩・街歩き・山歩き」への関心が、やや高くなる。

■年代別上位10項目

39歳以下	%	40～44歳	%
グルメ・食べ歩き	48.7	観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	42.6
観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	31.1	グルメ・食べ歩き	39.7
料理・お菓子作り	28.0	温泉・銭湯	29.7
温泉・銭湯	22.8	読書	26.3
読書	13.7	料理・お菓子作り	18.2
ショッピング・ウインドウショッピング	13.5	散歩・街歩き・山歩き	15.3
おしゃれ・ファッション	13.5	スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	14.4
散歩・街歩き・山歩き	12.4	ショッピング・ウインドウショッピング	12.4
スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	12.0	音楽演奏・ダンス・演劇などパフォーマンス	11.0
手芸・クラフト・アート・DIY	10.6	おしゃれ・ファッション	9.1

45～49歳	%	50～54歳	%	55～59歳	%
グルメ・食べ歩き	45.9	観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	54.7	観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	44.0
観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	41.1	グルメ・食べ歩き	46.0	グルメ・食べ歩き	37.6
読書	26.3	温泉・銭湯	27.3	温泉・銭湯	27.2
温泉・銭湯	22.5	散歩・街歩き・山歩き	21.1	読書	22.4
散歩・街歩き・山歩き	19.6	読書	18.6	スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	16.0
料理・お菓子作り	17.2	スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	17.4	散歩・街歩き・山歩き	16.0
スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	12.0	料理・お菓子作り	14.9	料理・お菓子作り	14.4
音楽演奏・ダンス・演劇などパフォーマンス	10.5	ペットを育てる・遊ぶ	8.1	ショッピング・ウインドウショッピング	13.6
ショッピング・ウインドウショッピング	10.0	音楽演奏・ダンス・演劇などパフォーマンス	7.5	手芸・クラフト・アート・DIY	12.0
テレビ・DVD	9.1	テレビ・DVD	7.5	ガーデニング・菜園	12.0

60～64歳	%	65～69歳	%	70歳以上	%
観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	52.1	観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	53.6	観劇・音楽・映画・芸術鑑賞	44.4
グルメ・食べ歩き	40.8	温泉・銭湯	30.4	読書	40.0
温泉・銭湯	35.2	グルメ・食べ歩き	26.8	温泉・銭湯	40.0
ガーデニング・菜園	18.3	読書	21.4	散歩・街歩き・山歩き	28.9
散歩・街歩き・山歩き	18.3	手芸・クラフト・アート・DIY	19.6	グルメ・食べ歩き	28.9
スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	14.1	散歩・街歩き・山歩き	19.6	ガーデニング・菜園	26.7
読書	14.1	ガーデニング・菜園	17.9	スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	17.8
手芸・クラフト・アート・DIY	14.1	音楽演奏・ダンス・演劇などパフォーマンス	14.3	音楽演奏・ダンス・演劇などパフォーマンス	8.9
料理・お菓子作り	14.1	スポーツ観戦・スポーツ・トレーニング	10.7	手芸・クラフト・アート・DIY	6.7
ショッピング・ウインドウショッピング	8.5	ラジオを聞く	10.7	料理・お菓子作り	6.7