

報道関係者各位

2014年1月23日

フォートラベル株式会社

フォートラベル「2013-2014年 年末年始の旅行動向調査」

- ◇ **国内旅行堅調！国内の魅力再発見の機会が目白押し。SNSも旅行の需要喚起に。**
- ◇ **年末年始は、飛行機、車の利用が上昇。移動手段はより多彩で魅力的に。**
- ◇ **旅行で参考にするメディアは「旅行情報サイト」がトップ。SNS・ブログの影響も高く。**

フォートラベル株式会社(本社:東京都渋谷区 代表取締役社長 井上英樹、以下:フォートラベル)は、運営する「旅行のクチコミサイト フォートラベル(<http://4travel.jp/>)」にて、会員を対象に「2013-2014年 年末年始の旅行動向調査」を実施いたしました。調査結果を以下にご報告いたします。

【1】調査結果概要(基本データのご報告)

【2】調査結果解説/執筆:弊社アドバイザー、旅行ジャーナリスト 村田和子

1. 国内旅行堅調！国内の魅力再発見の機会が目白押し。SNSも旅行の需要喚起に。
2. 年末年始は、飛行機、車の利用が上昇。移動手段はより多彩で魅力的に。
3. 旅行で参考にするメディアは「旅行情報サイト」がトップ。SNS・ブログの影響も高く。

【3】調査実施概要(回答者プロフィール等)

【4】フォートラベル株式会社について

【5】データ利用について

【1】 調査結果概要(基本データのご報告)

➤ 【年末年始の休暇取得状況概要】

年末年始の連続休暇日数は平均8.4日で、昨年(8.0日)より0.4日増加した。休暇日数の分布をみると、「9日」がもっとも多く47.8%。昨年在「6日」「9日」を頂点としたM字型の分布であるのに対して、今年は「9日」が突出する形となった。昨年・今年とも休暇の取りやすい暦の並びで、平均休暇日数は例年と比較し多い傾向にある。特に今年に至っては、有給等を利用しないで元々の休暇が9日間とする企業も多く、半数近い人が9日間の休暇を取得する要因となった。

➤ 【年末年始の過ごし方概要】

年末年始の過ごし方は「自宅中心で過ごした」人がもっとも多く37.8%。続いて「帰省」(18.4%)、「海外旅行」(18.0%)、「国内旅行」(16.4%)、「日帰り」(5.7%)となった。昨年と比較すると、「海外旅行」が2.9ポイント減少、国内旅行が1.6ポイント増加した。「日帰り旅行」や「帰省」を含めた、「旅行をした人」は58.5%となり、昨年(59.3%)より0.8ポイントと、わずかに減少した。旅行の手配は動きが非常に早く、海外旅行では3ヶ月前に55.6%、1ヶ月前には90.9%が予約を終えており、暦の並びから、予定が立てやすかったことが伺える。国内旅行も1ヶ月前には66.9%が予約を完了しており、対昨年で7.0ポイント上昇した。

➤ 【海外旅行概要】

海外旅行の旅行期間の平均は7.0日で、昨年より0.2日減少した。旅行費用の平均は22.2万円で、昨年より0.7万円増加。旅行先は「アジア」の人气が高く58.5%。続いて「ヨーロッパ」(19.6%)、「オセアニア・ミクロネシア」(8.2%)、「北米」(7.9%)、「中南米」(2.3%)となった。昨年調査と比較すると、「アジア」は3.4ポイント増、「北米」は2.6ポイント増。一方、「ヨーロッパ」は2.6ポイント減、「オセアニア・ミクロネシア」は0.5ポイント減、「中南米」は0.6ポイント減という結果に。人気の旅行先を国別にみると、「タイ」、「台湾」、「韓国」の順となった。「タイ」については、不安定な情勢による旅行者への影響が懸念されたが、本調査ではその影響は感じられない。また、昨年、領土問題などの影響で順位を落とした「韓国」が3位に浮上した。旅行の出発日のピークは「12月28日」(18.1%)で、帰着日のピークは「1月4日」(13.8%)だった。

➤ 【国内旅行概要】

国内旅行の旅行期間の平均は3.6日で、昨年より0.2日増加した。旅行費用の平均は5.5万円で、昨年より0.1万円増加。人気旅行先のトップは「東京都」、2位は「北海道」、3位には「神奈川県」「沖縄県」が、5位には「静岡県」「京都府」が、それぞれ同率で並んだ。国内旅行先のトップ5の顔ぶれは昨年とほぼ変わらないが、順位には変動があり、昨年1位だった沖縄は3位になり、東京都、北海道が1位、

2位という結果となった。旅行の出発日については、「12月28日」が15.0%、「12月31日」が13.5%と二つのピークがみられた。帰着日のピークは「1月4日」(13.9%)だが、12月30日から帰着が増加しており、休暇が長いため、年内に戻るケースも多かったようだ。また、国内旅行の利用交通手段については、「飛行機」が27.3%で、昨年(26.9%)を0.4ポイント上回り、「車(レンタカーを含む)」は47.9%で、昨年(42.5%)を5.4ポイント上回る結果となった。

(表1) 旅行動向と休暇の概要

		2013-2014年 年末年始 (昨年対比)[n=1973]	2012-2013年 年末年始 [n=1179]
連続休暇日数の平均	全体	8.4日(+0.4)	8.0日
	海外旅行	9.8日(+0.1)	9.7日
	国内旅行	8.6日(+0.8)	7.8日
	帰省	8.2日(+0.2)	8.0日
	日帰り	7.9日(+1.0)	6.9日
	自宅中心	7.7日(+0.6)	7.1日
過ごし方	海外旅行	18.0%(▼2.9)	20.9%
	国内旅行	16.4%(+1.6)	14.8%
	帰省	18.4%(▼0.1)	18.5%
	日帰り	5.7%(+0.6)	5.1%
	自宅中心	37.8%(+1.0)	36.8%
	その他	3.7%(▼0.2)	3.9%
旅行費用の平均	海外旅行	22.2万円(+0.7)	21.5万円
	1日当たり旅行費用	3.2万円(+0.2)	3.0万円
	国内旅行	5.5万円(+0.1)	5.4万円
	1日当たり旅行費用	1.5万円(▼0.1)	1.6万円
旅行日数の平均	海外旅行	7.0日(▼0.2)	7.2日
	国内旅行	3.6日(+0.2)	3.4日

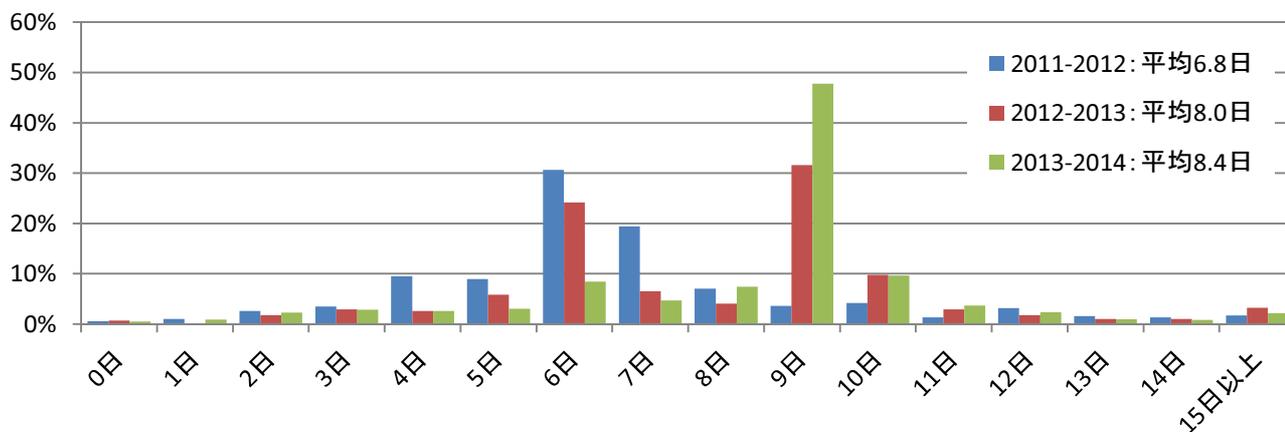
(表2) 海外人気旅行先

	エリア	% (昨年対比)
1位	アジア	58.5% (+3.4)
2位	ヨーロッパ	19.6% (▼2.6)
3位	オセアニア・ミクロネシア	8.2% (▼0.5)
4位	北米	7.9% (+2.6)
5位	中南米	2.3% (▼0.6)

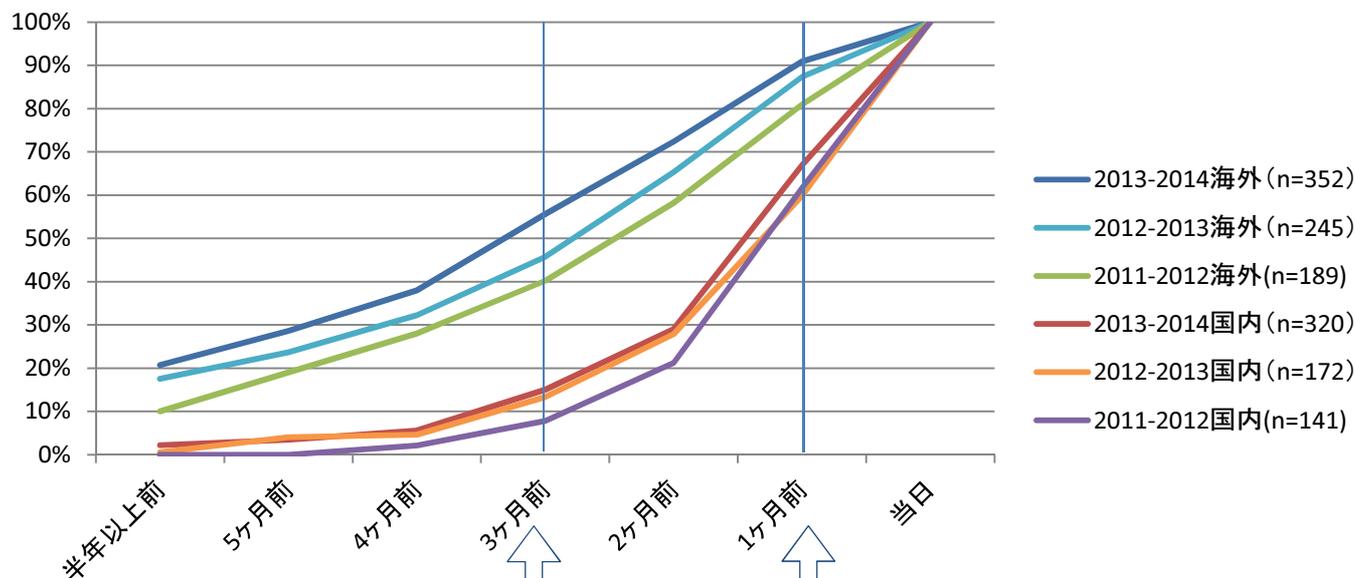
(表3) 国内人気旅行先

2013-2014年未年始		2012-2013年未年始	
1位	東京都	1位	沖縄県
2位	北海道	2位	東京都
3位	神奈川県 沖縄県	3位	北海道
		4位	京都府
5位	静岡県 京都府	5位	神奈川県

(グラフ1) 年末年始の連続休暇日数



(グラフ2) 年末年始の海外・国内旅行 予約完了率



【3ヶ月前の予約完了率】

2013-2014 海外 55.6%
2012-2011 海外 45.7%
2011-2012 海外 40.2%

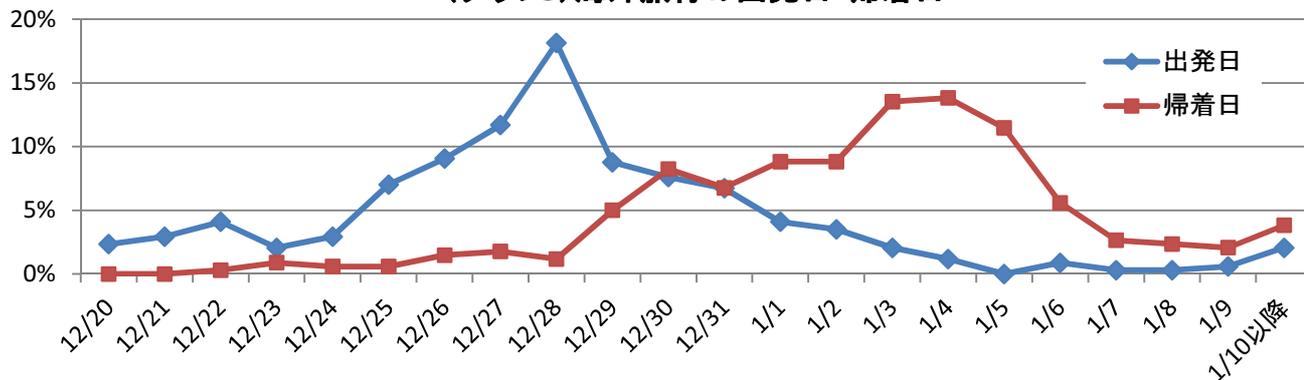
2013-2014 国内 15.0%
2012-2011 国内 13.4%
2011-2012 国内 7.8%

【1ヶ月前の予約完了率】

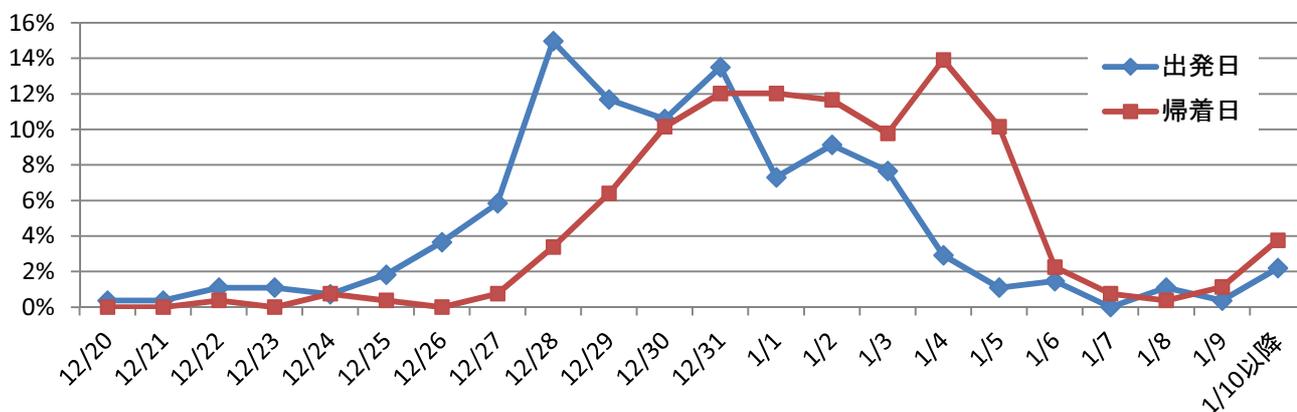
2013-2014 海外 90.9%
2012-2013 海外 87.3%
2011-2012 海外 81.0%

2013-2014 国内 66.9%
2012-2013 国内 59.9%
2011-2012 国内 61.7%

(グラフ3) 海外旅行の出発日・帰着日



(グラフ4) 国内旅行の出発日・帰着日



【2】 調査結果解説

執筆:弊社アドバイザー 旅行ジャーナリスト 村田和子

※本コラムの内容を引用、転載等する場合は、執筆者の明記(旅行ジャーナリスト 村田和子)をお願い致します。

国内旅行の快進撃がとまらない。本調査でも2012年夏の調査以降、対昨年同時期でプラスの状態が続いている。2012年夏といえば、中国や韓国との領土問題が勃発し、海外旅行が避けられる風潮が始まった時期と重なる。その影響が未だにある点是否定しないが、それ以上に国内旅行への興味関心の高まりが大きいと考える。それらも踏まえ、この年末年始を振り返りつつ今後の展望についても述べる。

■ 国内旅行堅調！国内の魅力再発見の機会が目白押し。SNSも旅行の需要喚起に。

昨年は、富士山の世界文化遺産登録、2020年東京オリンピック開催決定、和食のユネスコ無形遺産登録など、改めて日本の魅力を感じる機会に多く恵まれたことは、ご存じの通りだ。これらは間違いなく国内旅行の伸びに大きく影響している。また、SNS等により、知人の旅行の様子やダイレクトな思いに触れ、身近だと思っていた国内の知られざる魅力を再発見する機会が増えたことも旅の需要喚起に繋がっているだろう。

この傾向は今後も益々強くなると考えられる。折しも、今年には1964年の東京オリンピックから50周年。懐かしい映像等に触れる機会も増えそうだ。昨今旅行需要を牽引している団塊世代を中心に、昭和レトロやルーツを探る旅など、懐かしい時代や日本の原点を回顧するような旅も人気の兆しがある。若者に新しい魅力として受け入れられることも期待できそうだ。

■ 年末年始は、飛行機、車の利用が上昇。移動手段はより多彩で魅力的に。

国内旅行堅調の要因としてもう一つ重要なのが交通網の整備だ。2013-2014 年末年始については、飛行機および車での移動が伸びた。飛行機については、休暇が長いことから遠方への旅のニーズが高かったことに加え、LCCという選択肢が増え比較的予算も抑えられたことが大きいだろう。2012 年に国内線に台頭した LCC は、時間と費用の両面で遠方の旅を身近にし、昨年に入っても就航先を拡大し続けている。

車については、休暇が長いことから、移動に時間をかける余裕があったこと、あるいは直前でも宿泊さえ確保できれば旅ができる手軽さなども影響しているようだ。また、2012 年には新東名高速道路が開通するなど、利便性も常に向上しており、昨今は道の駅や PA・SA なども単に休憩する場所ではなく、楽しめるスポットへと変化してきている。休日は ETC 割引も充実しており、大人数での移動では交通費が割安になることから、ファミリー層を中心に利用者が多い。

また昨年は、外国船クルーズや、JR九州のクルーズトレイン「ななつ星」等の、新しい移動スタイルが注目された。高速バスについても事故をきっかけとした法改正により、より安全性が強化され、また個性的なバスも注目を集める。国内の移動が便利になる一方で、移動そのものが旅の要素として重視され楽しみとなりつつある点も、国内旅行にはプラス要因となっているだろう。

■ 旅行で参考にするメディアは「旅行情報サイト」がトップ。SNS・ブログの影響も高く。

国内、海外問わず、旅先を決定する際、あるいは旅先を決定した後の情報収集先として、「旅行情報サイト」がトップとなった(表 4、表 5)。ただし対昨年で見ると、海外旅行については利用率が減少し、国内旅行では、反対に利用率が上昇している。その理由として海外旅行については、旅行先決定前に「媒体は参考にしない」という人が 24.4%で、対昨年で 8.5 ポイントと大幅に上昇。加えて「テレビ」を参考にするという人も増加していることから、海外旅行については、日常の中で触れた情報により、既に旅先や目的を決めている傾向もありそうだ。

対して、国内旅行については、昨今体験型の旅が人気なことからもわかるように、どのように過ごすかという点が重視される傾向にあり、その選択肢も多彩となっている。単に訪れるだけではなく自分なりのオリジナリティのある過ごし方をしたいという思いから、旅行情報サイト等を活用した情報収集の意欲が強くなっているのではないだろうか。

「ブログ・SNS」については、情報収集に使われる率も全般的に上昇しており、特に海外旅行の「旅先決定前」、および国内旅行の「旅先決定後」では、3 割以上が参考にしており、SNS は非常に旅行の動向を左右するツールと考えており、今後もその動向に注目したい。

(表4) 旅行先決定前に参考にするメディア ※複数選択

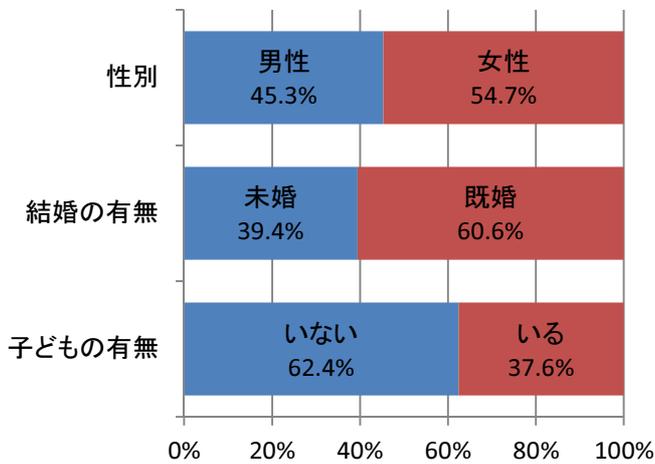
海外旅行			国内旅行		
	%	対昨年		%	対昨年
旅行情報サイト	57.6	-7.3	旅行情報サイト	45.0	3.7
ブログ・SNS	39.6	-0.2	参考にしない	25.6	-2.3
ガイドブック	33.5	-5.8	ブログ・SNS	23.8	4.6
参考にしない	24.4	8.5	ガイドブック・書籍	13.8	-2.0
テレビ	11.1	2.5	知人・友人	13.4	-2.3

(表5) 旅行先決定後に参考にするメディア ※複数選択

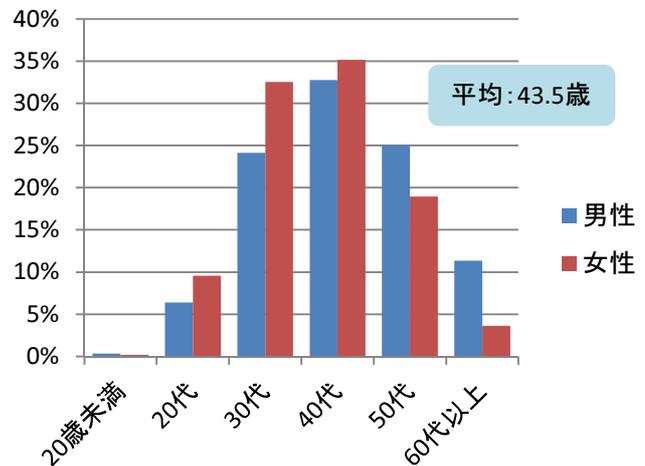
海外旅行			国内旅行		
	%	対昨年		%	対昨年
旅行情報サイト	48.3	-4.4	旅行情報サイト	56.3	8.0
ガイドブック	29.1	4.5	ブログ・SNS	30.0	2.7
ブログ・SNS	27.3	2.8	ガイドブック	26.9	-2.2
旅行専門雑誌	17.0	-0.1	参考にしない	16.9	-2.3
友人・知人	12.2	-2.9	旅行専門雑誌	15.0	4.5

【3】 調査実施概要(回答者プロフィール等) (n=1973)

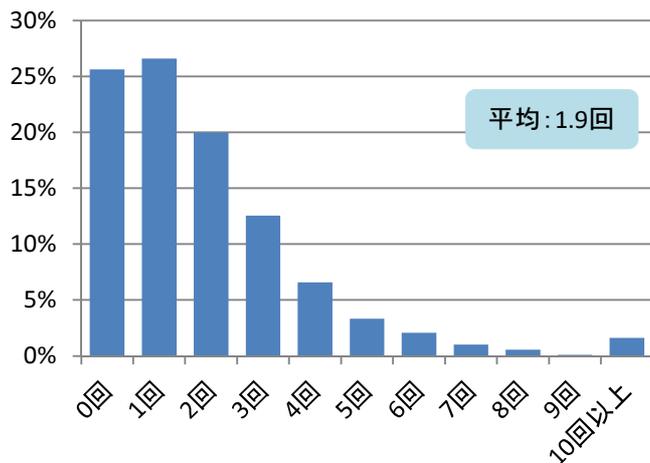
回答者プロフィール



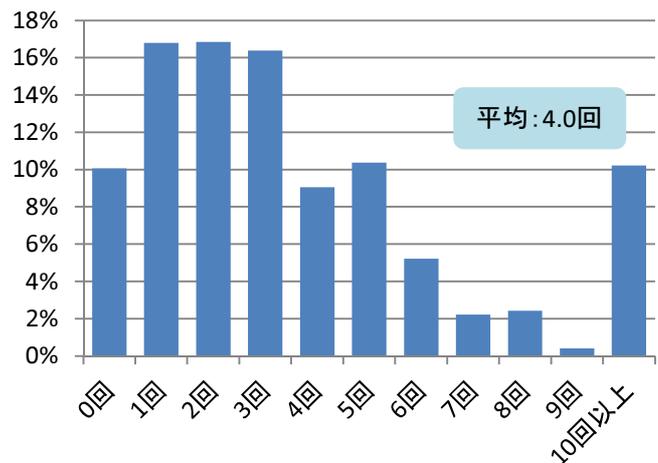
年齢



最近1年の海外旅行回数



最近1年の国内旅行回数



<調査目的>

旅行好きのフォートラベルユーザーが年末年始の休暇をどう過ごしたか、旅行消費・動向にどのような影響があるのか、実態を把握する。

<調査期間>

2013年12月26日 - 2014年1月6日の12日間

<調査対象>

フォートラベル会員(有効回答数: 1973件)

【4】 フォートラベル株式会社について

事業内容: 旅行総合情報サイト「旅行のクチコミサイト フォートラベル」の企画・運営

所在地: 東京都渋谷区恵比寿南3-5-7 恵比寿アイマークゲート6F

代表取締役社長: 井上 英樹

投稿数:【クチコミ】914,512件【旅行記】713,452件(2014年1月23日現在)

アクセス数: ページビュー数 31,848,852 PV/月 サイト利用者数 4,887,918 人/月 (2013 年 12 月 31 日現在)

2004 年 1 月にサイトを開設。今年 10 周年を迎えた旅行クチコミサイト。登録ユーザーが旅先での経験をクチコミとして投稿できるサービス、旅行写真をブログ形式で投稿できる旅行記作成サービス、ツアー・ホテル・航空券などの旅行商品を一括で比較・検索できるサービスなどを提供。

【5】 データ利用について

1. 掲載に際しては「旅行のクチコミサイト フォートラベル(<http://4travel.jp/>)調べ」と必ず明記をしてください。

※「【2】調査結果解説」内記事を掲載の際は、「旅行ジャーナリスト 村田和子」と必ず明記をしてください。

2. 掲載前に必要事項をご記載の上、弊社にご連絡をお願いいたします。なお、ご連絡頂く際は、以下について明記をお願いいたします。必要事項: 会社名、担当者名、連絡先(メールアドレス、電話番号)、使用用途、発売日/掲載日

3. 本レポートは情報提供を目的としています。掲載したデータ及び当該データを加工したグラフ等の正確性・確実性については、その内容を完全に保証するものではありません。また、本調査結果の利用者がこれらの情報を用いて行う判断の一切について責任は負いません。

4. 本レポートのご利用にあたっては、以下の事項を禁止いたします。

- ・本レポートを改竄して使用すること。
- ・本レポートを第三者に対し有償で提供すること。
- ・本レポートの複写・複製・転記載・抄録要約、磁気媒体・光ディスクへの入力等をフォートラベル株式会社の許諾なく行うこと。

【本件に関する報道機関からのお問い合わせ先】

フォートラベル株式会社 広報担当: 谷津

mail: press@4travel.jp