

## With コロナ時代の旅行は「超個人型」！！ 『コロナ影響による旅行の意識調査』アンケートの結果について

株式会社日本旅行（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小谷野悦光）の研究部門である日本旅行総研は、毎月2日に日本旅行公式サイトで開催している「日本旅行の日」のキャンペーンにおいてサイトを訪問されたお客様に対し任意の『コロナ影響による旅行の意識調査』のアンケートを実施しました。

昨年6月のコロナ禍からこれまで5回にわたり、サイトを訪問されたお客様にアンケートを行ってきました。長期化したコロナ禍で、「旅行」というコンテンツが消費者にどのように捉えられているか、調査内容をまとめました。中でも特徴的だった設問をピックアップしてご紹介します。

### 《 アンケート調査概要 》

#### ◆実施時期

- 第1回：2020年6月2日～6月7日
- 第2回：2020年10月2日～10月7日
- 第3回：2021年3月2日～3月7日
- 第4回：2021年7月2日～7月7日
- 第5回：2021年9月2日～9月7日

#### ◆有効回答数

- 第1回：501件
- 第2回：731件
- 第3回：1,893件
- 第4回：441件
- 第5回：2,809件

#### ◆アンケート実施方法

当社のキャンペーンサイト内にて実施



# 調 査 結 果

## ▼ Q これからの旅行選びで魅力的な形態は？ ※複数回答あり

Q	これからの旅行選びで魅力的な形態は？	2020年6月	2020年10月	2021年3月	2021年7月	2021年9月
1	3密を避けられるマイカー、レンタカーでの移動	17%	16%	18%	18%	18%
2	感染対策を取られた公共交通機関での移動	20%	22%	21%	20%	21%
3	感染対策を取られた宿泊施設での宿泊	28%	27%	28%	27%	27%
4	離れ等、プライベート感のある宿泊施設での宿泊	15%	16%	16%	13%	15%
5	グランピングなど、オープンエアな環境での宿泊	6%	6%	5%	8%	5%
6	観光地へ行かずとも、館内で充実して過ごせるプラン	8%	8%	6%	8%	6%
7	料金が多少高くても、安心安全の徹底されたプラン	5%	4%	7%	5%	8%

### ■感染対策は当たり前！

今回実施した5回の調査では、いずれも「感染対策を取られた宿泊施設での宿泊」、「感染対策を取られた公共交通機関での移動」の順に回答が多くありました。このことから、交通機関や宿泊先での感染対策や、他人との接触を避けたいとする声は一貫して上位を占めており、旅行者の感染対策への意識は高いことがわかります。

宿泊施設の感染対策を気にする声は27～28%と多く見受けられますが、マイカー・レンタカーと公共交通機関を合わせた「移動手段」における感染対策（合計37～39%）も重要なポイントの1つであると捉えています。また、自由記述では「感染対策は当たり前のことなので気にしていない」という声もあり、ウィズコロナ時代の旅行は感染対策なしでは成り立たないと考えられます。

そのほかにも、**ワクチン接種者への割引、PCR 検査サービス**とコロナ禍を意識したサービスを求める声もありました。

## ▼ Q 次の旅行は何がしたいですか？ ※複数回答あり

Q	次の旅行は、何がしたいですか？	2020年6月	2020年10月	2021年3月	2021年7月	2021年9月
1	温泉でのんびりと過ごしたい	22%	26%	27%	25%	27%
2	ロングステイをしてみたい	7%	9%	5%	9%	9%
3	イベントを楽しみたい	5%	3%	4%	3%	3%
4	体験を楽しみたい	12%	4%	14%	7%	4%
5	グランピングなどでアウトドアを楽しみたい	16%	4%	16%	4%	3%
6	テーマパーク・遊園地で遊びたい	11%	5%	10%	5%	3%
7	景勝地や名所などの王道観光地をめぐるたい	3%	13%	3%	13%	14%
8	グルメ旅を満喫したい	4%	15%	3%	13%	16%
9	海や山などの自然を満喫したい	9%	9%	9%	11%	10%
10	アートを楽しみたい	3%	2%	3%	2%	3%
11	ショッピングを楽しみたい	4%	3%	3%	3%	3%
12	宿泊施設での滞在を楽しみたい	4%	7%	3%	6%	7%

### ■グルメ旅を満喫したい！

今回実施した5回の調査ではいずれも「温泉でのんびりと過ごしたい」と答えた方が最も多く、旅での「癒し」「寛ぎ」は重要な要素であることがわかります。

続いて9月の調査で2番目に高い数値となった旅の要素は、「グルメ旅を満喫したい」でした。コロナ禍で外食の楽しみを制限されていたことから、グルメ旅による外でおいしいものを食べたいという志向が強まっている傾向にあります。さらに、自由記述では大浴場やレストランの人数制限を求める声や、露天風呂付客室や部屋食、個室での食事を求める声が多くあり、個人や小グループのみの空間で安心してゆったり過ごしたいというニーズが読み取れます。

▼ Q 次の旅行での懸念点はどんなことですか？（第5回のみで調査） ※複数回答あり

Q	次の旅行での懸念点はどんなことですか？	2021年9月
1	公共交通機関での移動で3密にならないか	19%
2	公共交通機関の感染対策が万全か	10%
3	観光地での混雑で3密にならないか	13%
4	宿泊先での感染対策が万全か	15%
5	旅行日数が長くないか（長期ではなく日帰りなど）	1%
6	移動時間が長くないか（遠方ではなく近場など）	2%
7	出発前の感染や濃厚接触によるキャンセル料	12%
8	同行者との予定調整や意識合わせ	3%
9	予定通りに楽しめるかどうか	7%
10	旅行先の感染拡大状況	14%
11	旅行先の人の目や周りの人の目	5%

■ 出発前の感染や濃厚接触によるキャンセル料の取り扱いを懸念

2021年9月の調査では「次の旅行での懸念点」を聞いたところ、「公共交通機関での移動で3密にならないか」が最も多く、次いで「宿泊先での感染対策」、「旅行先の感染拡大状況」、「観光地での混雑」の回答がありました。「これからの旅行選びで魅力的な形態」と同様に公共交通機関や宿泊先、観光地での感染リスクを懸念される方が多いことがわかります。

これらの懸念点に加え、今回のアンケートで日本旅行が着目したポイントは、自分や同行者が感染もしくは濃厚接触者となった場合の**キャンセル料**でした。また、自由記述でも「キャンセル料がかかるからと無理して旅行する人がいないか心配」という声もありました。万が一、出発前に感染等が発覚した場合にキャンセル料相当のお見舞金支払われる商品を選ぶなど、心理的負担を軽減し安心して旅行の予約ができる環境を整えることも安全な旅行につながると考えられます。

▼ Q あなたにとっての旅行の目的はどのようなことですか？（第5回のみで調査） ※複数回答あり

Q	あなたにとっての旅行の目的はどのようなことですか？	2021年9月
1	その地域ならではの食事	22%
2	その地域ならではの自然景観、観光	20%
3	その地域ならではの体験、アクティビティ	5%
4	その地域ならではの物品購入	9%
5	時期や地域を限定したイベントや企画	4%
6	地域や様々な業種が連携したイベントや企画	2%
7	特別な体験、経験ができること	5%
8	地域の人々との交流	2%
9	地域への貢献、応援	2%
10	自身のリフレッシュができること	15%
11	家族や同行者に喜んでもらえること	10%
12	家族との絆を深めること	4%

■ 「地域ならではの」を求めるものの、「密」になるイベント参加は敬遠傾向

2021年9月の調査では旅行の目的についての調査を行いました。

この結果からは「地域ならではの食事」や「地域ならではの自然景観、観光」を楽しみにしている方が多い結果となりました。また、「自分自身のリフレッシュ」や「家族や同行者に喜んでもらう」ことを目的にあげた方も多く、自粛生活や日々の疲れからリフレッシュすることを望んでいると考えられます。

一方、コロナ前ではニーズの高かったイベント参加については、旅行の目的から敬遠される傾向がみられました。感染リスクを鑑みて多くの人が集まる場所・時期を避けたいという意識や、感染拡大によるイベント中止のリスクが懸念されていることが背景にあるようです。

## ■総括

しっかりと感染対策が取られている交通機関や宿泊施設を選び、密を避ける行動はウィズコロナ時代における旅行のスタンダードとなります。そのうえで他人との接触は最低限に抑えることと、個人や家族などの小規模グループで温泉や食事、観光を楽しむことの両立を求める「超個人型」ニーズが高いことがわかりました。

コロナ疲れからのリフレッシュを求める「心を満たすような旅行」を求める傾向が強まり、長引く自粛生活もワクチン接種の拡大等により、旅行環境に変化が訪れるのではないかという期待感もうかがえます。

消費者の価値基準そのものが変化し、消費行動の中のコンテンツである「旅行」に求めるものに注目できる結果となりました。緊急事態宣言の解除、行動制限の緩和の動きを受け、少しずつ始まった新しい日常での旅行需要の回復は個を中心としたスモールスケールな楽しみを求める「**超個人型**」がキーワードになりそうです。