

「旅に求めることについての調査」 ～旅における「非日常」とは～

- 旅とは、「リフレッシュ・気分転換(56.4%)」、「癒し・リラックス(49.8%)」、「楽しみ・喜び(47.2%)」、「思い出づくり(39.1%)」、「非日常(38.4%)」
- 旅の中で「非日常を感じる瞬間があった」と感じる人は全体の約 8 割
- 旅における「非日常」とは、普段の仕事や家事から解放される時間や空間、子どもにとっての初めての体験など。最近の時勢を反映して、海外からの旅行者との触れあいにも「非日常」を感じる
- 若い世代ほど、旅行先ありきではなく、「現地でやりたいこと」から旅行先を探す傾向
- コロナ禍後は、「混んでいる時期に旅行しなくなった」

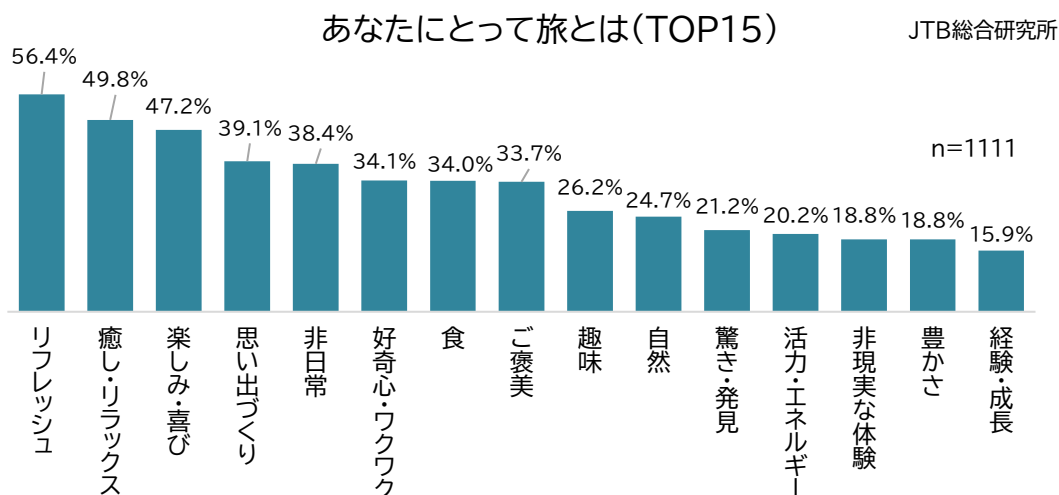
「旅の魅力とは何ですか？」という問いを投げかけると、多くの人は、リフレッシュや楽しみ、といったことと合わせて、「非日常」という言葉を口にします。しかしながら、気軽に旅行ができなかった時代から、旅はより身近な存在となりました。インターネットを介せば、世界中の情景が目に入る現代において、旅先で体験する「非日常」の意味合いが、徐々に変化してきているようにも感じます。では、今の旅行者は、旅にどのようなことを求めているのでしょうか？

株式会社JTB総合研究所(東京都品川区 代表取締役社長執行役員 風間 欣人)は、アンケート調査とインタビュー調査を交え、「旅に求めることについての調査」をまとめました。

【調査結果】

(1)旅とは、「リフレッシュ・気分転換(56.4%)」、「癒し・リラックス(49.8%)」、「楽しみ・喜び(47.2%)」、「思い出づくり(39.1%)」、「非日常(38.4%)」

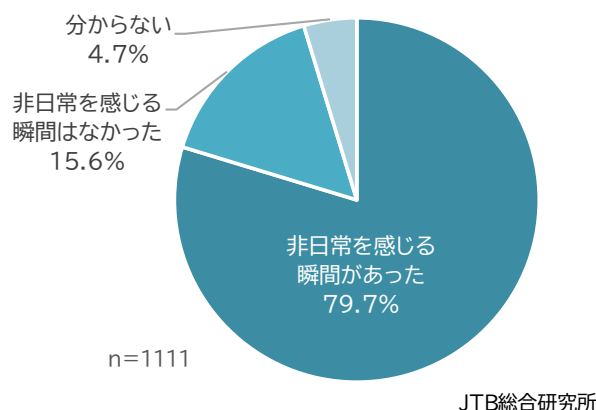
「あなたにとって旅とは？」という質問をしたところ、最も多かった回答は、「リフレッシュ(56.4%)」でした。続いて、「癒し・リラックス(49.8%)」、「楽しみ・喜び(47.2%)」、「思い出づくり(39.1%)」、「非日常(38.4%)」が上位となりました。



(2)旅の中で「非日常を感じる瞬間があった」と感じる人は全体の約 8 割

旅に求めることとして、「リフレッシュ」、「癒し」といった、気分に関わる要素以外に上位となったのは、「非日常」です。そこで、直近の旅行で「非日常」を感じたかどうかを聞いたところ、約 8 割の人は、「非日常を感じる瞬間があった」と回答しました。

直近の旅行で「非日常」を感じたか



(3)旅における「非日常」とは、普段の仕事や家事から解放される時間や空間、子どもにとっての初めての体験など。最近の時勢を反映して、海外からの旅行者との触れあいからも「非日常」を感じる

では、具体的に旅の中での「非日常」とは、どのような体験を指すのでしょうか？

今回の調査では、より具体的な旅行者の関心事を深掘りするために、アンケートだけでなく、インターネット上のチャット形式でのインタビュー調査でひとりひとりの旅行の体験について、詳細を聞きました。

具体的な発言内容をみると、男性は「仕事」、女性は「家事」など、日々の忙しさから解放された瞬間、子ども連れの旅行の場合は、「子供にとっての初めて」を一緒に体験することに「非日常」を感じるという回答が多くありました。普段から身の回りにも存在する夜景やカフェ、街並み、電車の駅なども、旅行先では一味違う趣があるようです。また、こここのところの訪日外国人旅行者の増加を反映して、海外の旅行者との関わりから「非日常」を感じるといった声も聞かれました。

旅行先で見る夜景はいつもと違うように感じます。これまでの人生を振り返る感じでエモい気持ちに浸れます。(女性30代)

テレビや雑誌でよく見る場所に到着した瞬間は非日常を感じる。(男性30代)

日本海で子供が初めての海水浴を体験したり、子供にとって初めての場所や体験が非日常を感じる瞬間だった。(女性40代)



いつもは自宅での食事だけどホテルの朝食(バイキング)や駅前のカレー屋さんでの昼食、市内の路面電車、帰りの駅までの歩いたの散策等々、全てが日常では得られない事ばかり。。。 (女性60代)

のんびり過ごすたくさんの人々を見た。また、のんびり食事をする事ができた。日々食事の時間すらない。昨日は朝食べた後、夜11時まで食事時間をとらせてもらえなかったくらい。座ってのんびり食べられるだけで非日常。(男性50代)

海で子どもとヤドカリを見つけたこと(女性30代)

カモメに餌をやり、カモメと触れ合えたことが一番非日常を感じました。海の近くに住んでないのでよりそう感じたのかもしれません。(女性30代)

平日の昼間からお酒を飲む(女性30代)

家の生活圏内では、核家族から進んでおり、人との関わりが疎遠になっています。なので何気ない自然な関わりが増える事は非日常的で面白いと感じることが多いです。(女性40代)

政令都市にはない豊かさを実感できるところが、非日常的で時間がゆっくり流れてる印象。(女性40代)

おしゃれなカフェに主人と一年ぶり訪問して美味しい物を沢山頂き、珍しいドイツパンを食べ、お土産に珍しいパンも買って帰りました(女性60代)

推し活ライブをしたとき(女性20代)

評判のいいレストランに行ったら自分たち以外全員外国人観光客だった。(男性50代)

都内の再開発が行われている地域など、次に訪れるのを楽しみにしながら、歩きました。(女性50代)

羽田空港での散策・食事外国人が多く、それだけで非日常感知らない街を歩くだけで楽しめる。(女性50代)

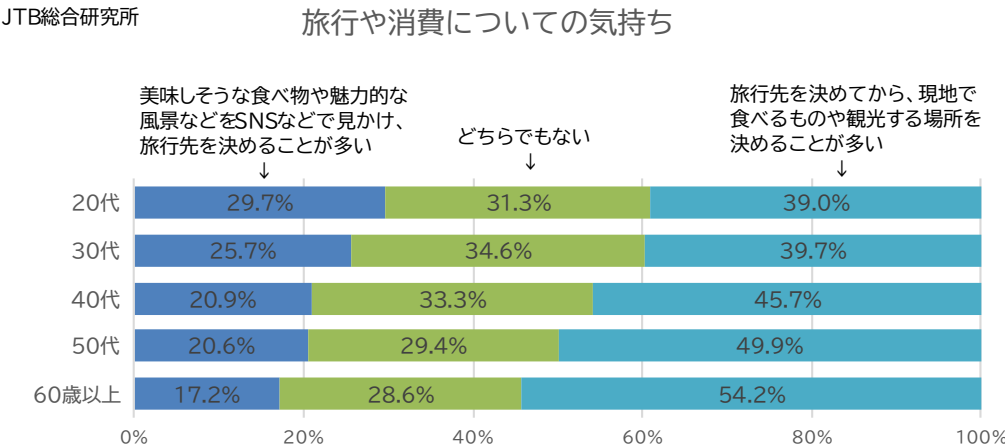
旅先に夜に寄ったバーで外国人観光客と盛り上がった(男性40代)



普段乗らない電車に乗ったり、露天風呂やサウナに入ったり(男性30代)

(4)若い世代ほど、「現地でやりたいこと」から旅行先を探す傾向

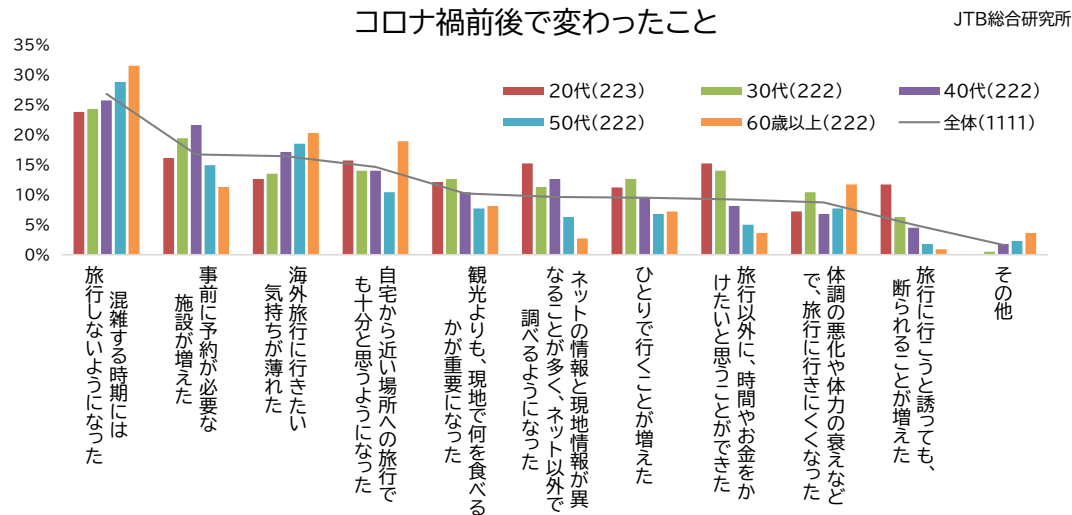
旅に対する考え方の変化は、旅行先を決める意思決定段階にも影響を与えています。旅行をする場合のプロセスとして、「美味しそうな食べ物や魅力的な風景などを SNS などで見かけ、旅行先を決めることが多い」、「旅行先を決めてから、現地で食べるものや観光する場所を決めることが多い」のどちらに近いかを聞いたところ、全体としては、「旅行先を決めてから、現地で食べるものや観光する場所を決めることが多い」という回答が多かったものの、若い世代になるほど、「美味しそうな食べ物や魅力的な風景などを SNS などで見かけ、旅行先を決めることが多い」という回答率が高くなる傾向がみられました。特に若い人にとっては、「どこへ行くか」ではなく、「何をするか」が重要になってきていると考えられます。



(5)コロナ禍後は、「混雑する時期には旅行しないようになった」

また、長く続いたコロナ禍による行動制限は、旅行に対する意識や行動を変えました。「コロナ禍前後で変わったこと」を聞いたところ、最も多かった回答は、「混雑する時期には旅行しないようになった(26.8%)」で、「事前に予約が必要な施設が増えた(16.7%)」、「海外旅行に行きたい気持ちが薄れた(16.4%)」が続きました。特に年代が上がるにつれ、「混雑する時期には旅行しないようになった」、「海外旅行に行きたい気持ちが薄れた」の回答率が高まります。

一方、20代では、「ネットの情報と現地情報が異なることが多く、ネット以外で調べるようになった」、「旅行以外に、時間やお金をかけたいと思うことができた」、「旅行に行こうと誘っても断られることが増えた」の回答率が高い傾向がみられました。



(まとめ)

旅における「非日常」とは、仕事や家事から解放される時間や空間。普段から身の回りにあるものでも、旅先では一味違う魅力を感じる

インタビュー調査の結果から、旅において「非日常」を感じるのは、仕事や家事など、日々の生活に追われる時間や空間から解き放たれ、ゆったりとした時の流れに身を置くことや、何気ない自然な人との関わりであることがわかりました。具体的に「非日常」を感じることは、普段から身の回りにあるカフェや夜景、駅なども旅の中でみるものは、新鮮に感じようです。

昨年実施した「旅先で惹かれるものに関する調査」(<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2024/08/destination-attractive/>)では、「その土地のカフェ・喫茶店」、「レトロな建物・お店」などについつい惹かれて足を運んでしまう、といった結果が出ましたが、そういった場所に足を運ぶことで、「非日常」を感じたい、といった意識もあるのかもしれません。

若い世代ほど、「どこへ行くか」より「なにをするか」を重視

SNS を中心とした、文字情報から画像や動画情報へのシフトは、旅行先の選び方にも影響を与えているようです。今回の調査結果から、若い世代になるほど、「美味しそうな食べ物や魅力的な風景などを SNS などで見かけ、旅行先を決めることが多い」という回答率が高くなりました。

「スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査(2024)」(<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2024/12/smartphone-2024/>)の調査結果では、情報の検索手段として、キーワード検索はまだ主流ではあるものの、「地図アプリ」や「動画検索」の利用割合が増加していました。気になった画像や動画の場所を地図で確認する、あるいは、最初から何かしたいことを見つけるために動画を検索する、といった行動が増えたことが背景として考えられます。

コロナ禍の収束後も、密を避けたい傾向は継続

長く続いたコロナ禍は、旅行への考え方や旅行行動にも変化を与えています。コロナ禍が落ち着き、テレワークではなく、オフィスに出社する機会も増えていますが、「満員電車に乗るのがつらい」といった声も耳にします。「密」を避け、ゆったりとした時間や空間を持つことの快適さを手放したくない人も少なくないようです。

【調査概要】

調査方法: インターネット調査会社が保有しているモニター対して、web アンケート調査／インタビュー調査を実施

対象者: スクリーニング調査: 日本国内に居住する 20 歳以上の男女(10,982 名)

本調査: 過去 1 年以内に、1 回以上、泊りがけの観光旅行をした経験がある人。(1,111 名)

インタビュー調査: 本調査と同条件で、インターネット上のチャット形式で実施(28名)

調査時期: 2025 年 3 月 18 日～22 日

【お問い合わせ】

株式会社 JTB 総合研究所 経営企画部 広報担当

お問合せフォーム: <https://www.tourism.jp/contact/>