

# 旅行や観光に対する意識調査 DMOターゲット層抽出

2021年3月10日

津山市・（公社）津山市観光協会（津山版DMO候補法人）

# 調査の概要

## 調査の背景及び目的

新型コロナウイルス感染症が本市の経済にも大きな影響をもたらす中、消費者の動向にどのような変化が見られるのかを分析し、市内観光事業者が対策を考え再興・実行していくための判断材料とするため、調査を実施したものの。

## 調査期間

第1回 2020年6月20日(土)～7月5日(日)

第2回 2020年10月1日(木)～10月11日(日)

## 調査方法

無記名でのWebアンケート方式

## 調査対象

津山市及び津山市外の市民、津山市職員

→津山市公式LINE及びフェイスブックでの発信、津山珈琲倶楽部会員等、各種メール登録者へのダイレクトメールにて周知。また、津山市職員向け掲示板でも同様の調査を行いました。

## 調査実施主体

津山市、（公社）津山市観光協会

## 回答数

第1回 1,021名（推定総リーチ数に対する回答率 約9.5%）

第2回 977名（推定総リーチ数に対する回答率 約8.8%）

## 備考

本調査は、あくまで調査時点での消費者の状況・心情を踏まえた回答結果となります。

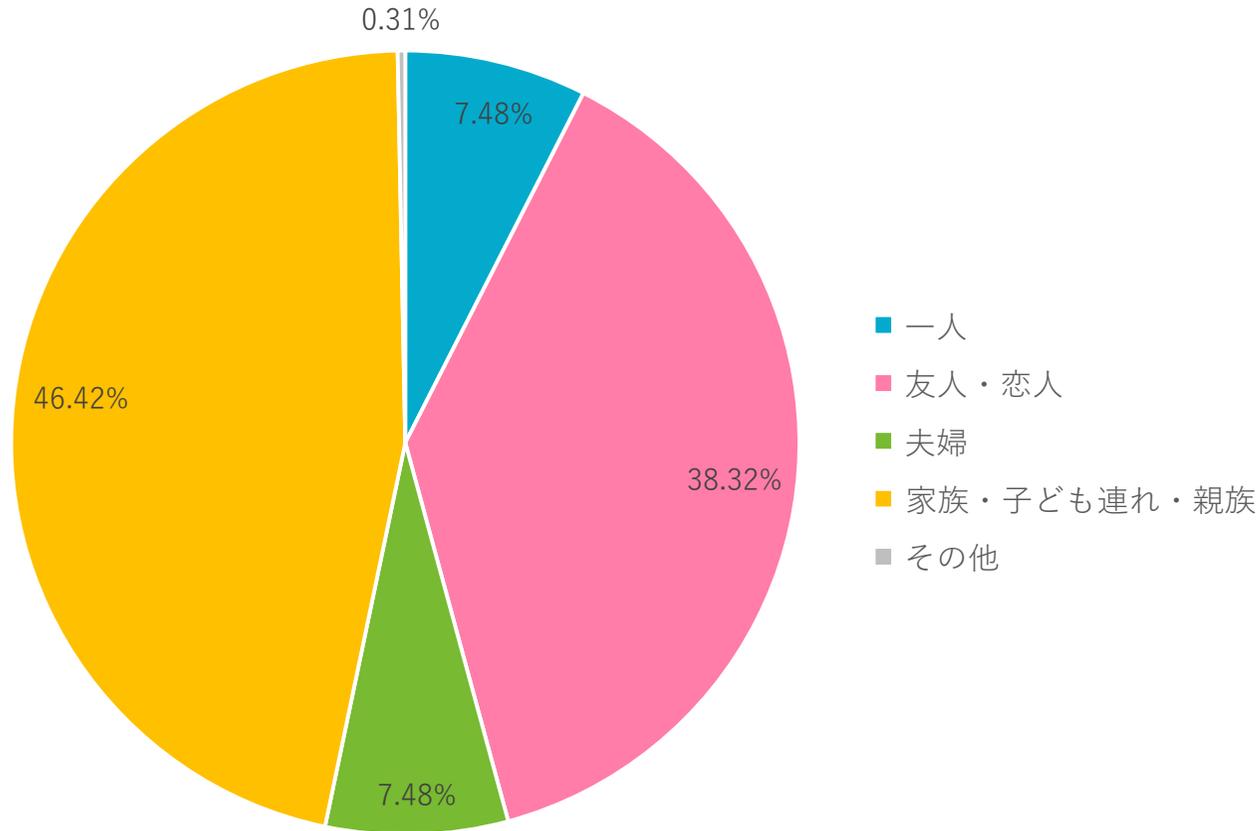
## F1層

10～20代、30代女性を抽出。

第1回調査：総回答数の19.29%（197名）

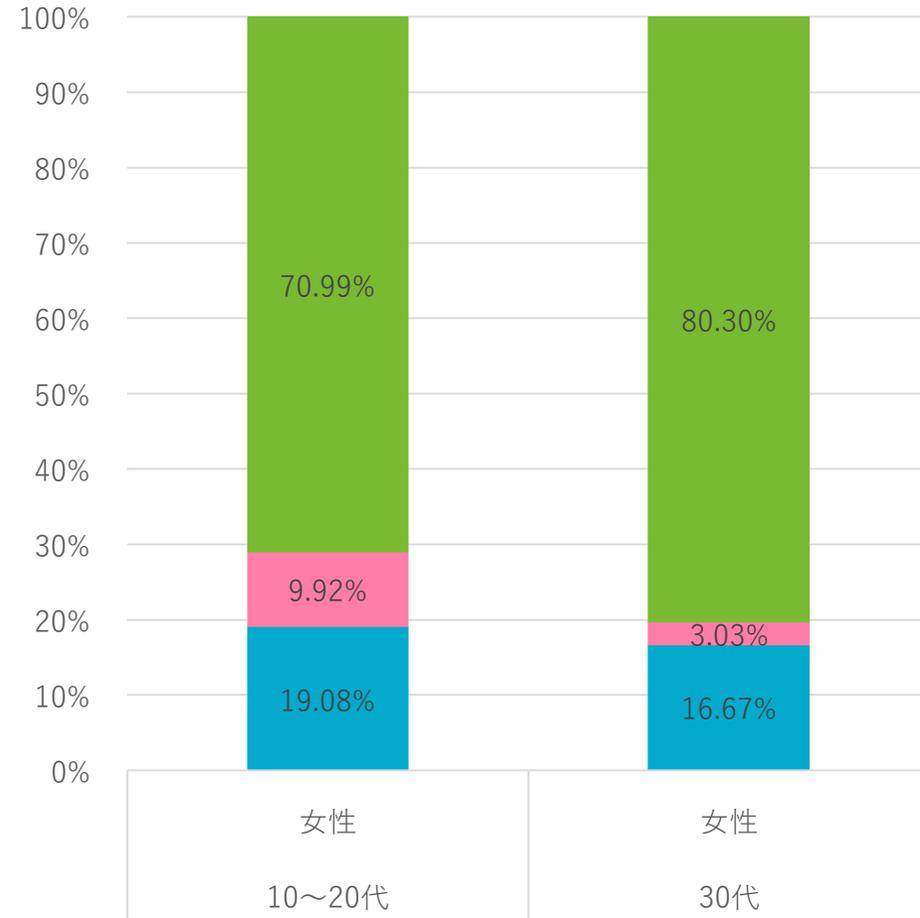
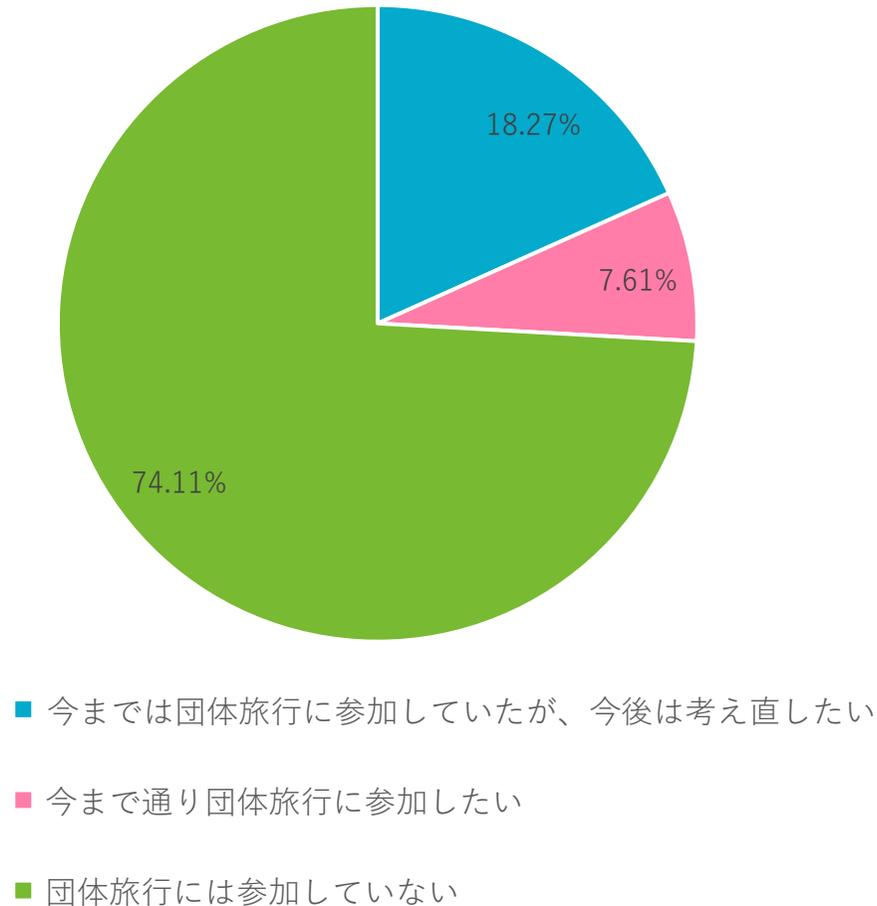
第2回調査：総回答数の12.69%（124名）

# 誰と旅行に行くことが多いか



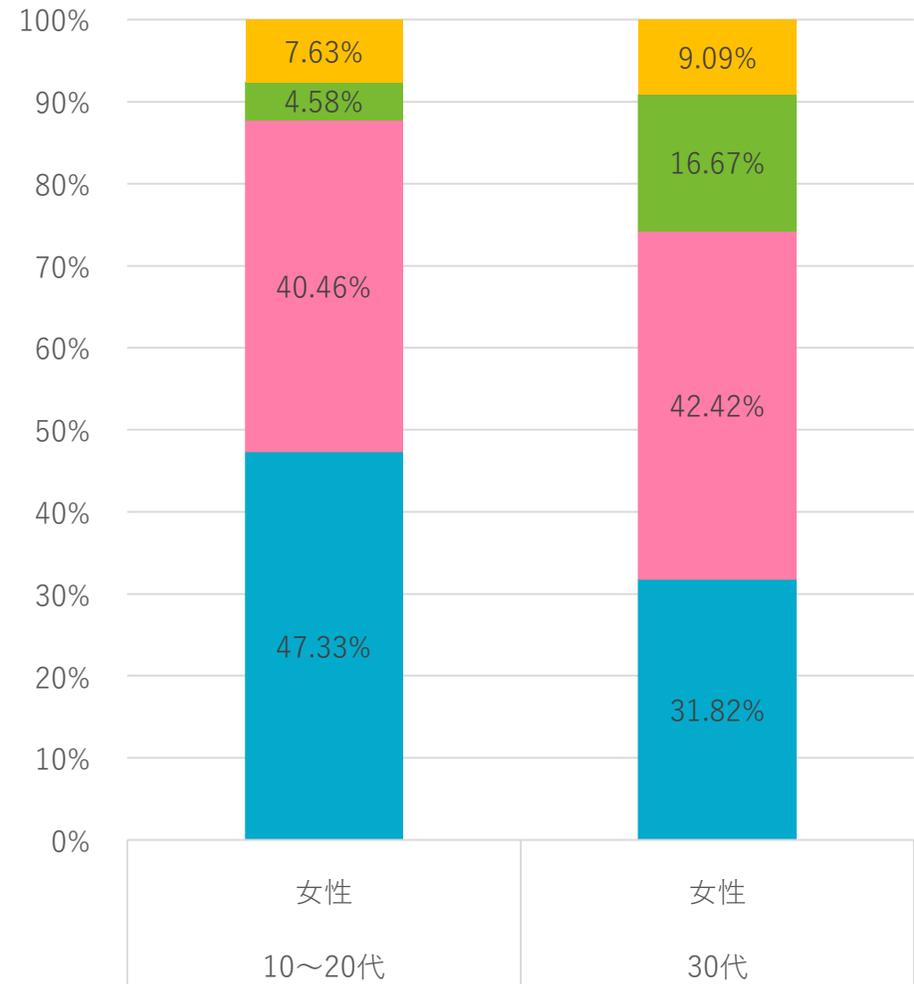
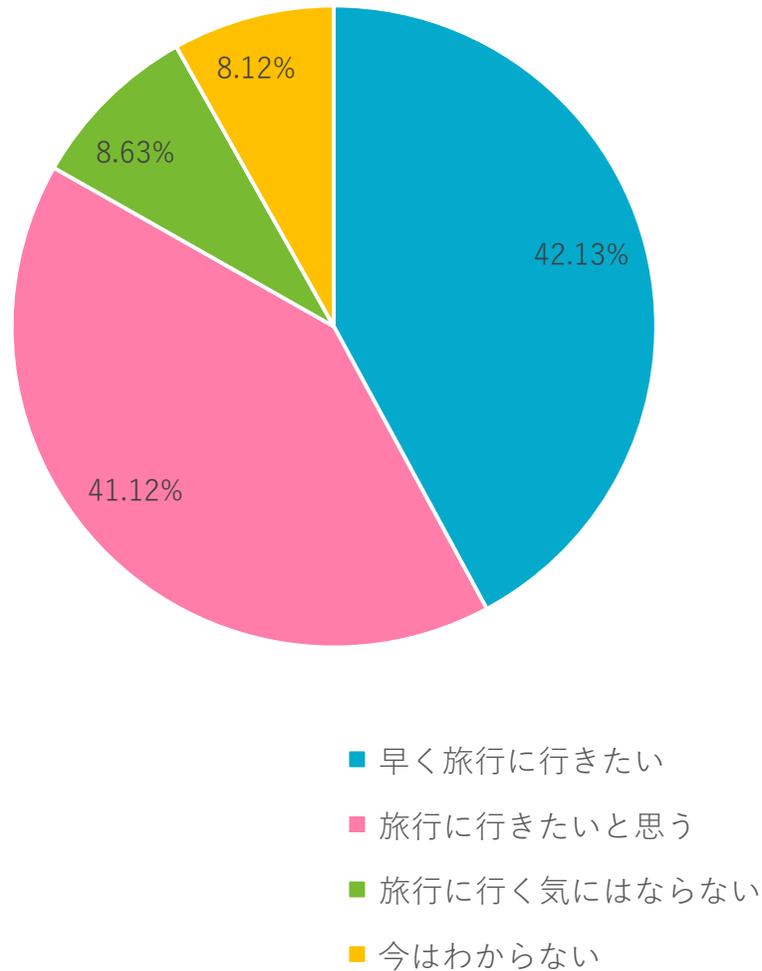
「家族・子ども連れ・親族」の比率は全年齢でのものとほぼ同じ結果となっているが、「友人・恋人」との旅行をする人も多い。対して夫婦だけでの旅行はあまり多くない。友人同士での女子旅や、家族旅行への関心が高いと思われる。

# 団体旅行への参加について



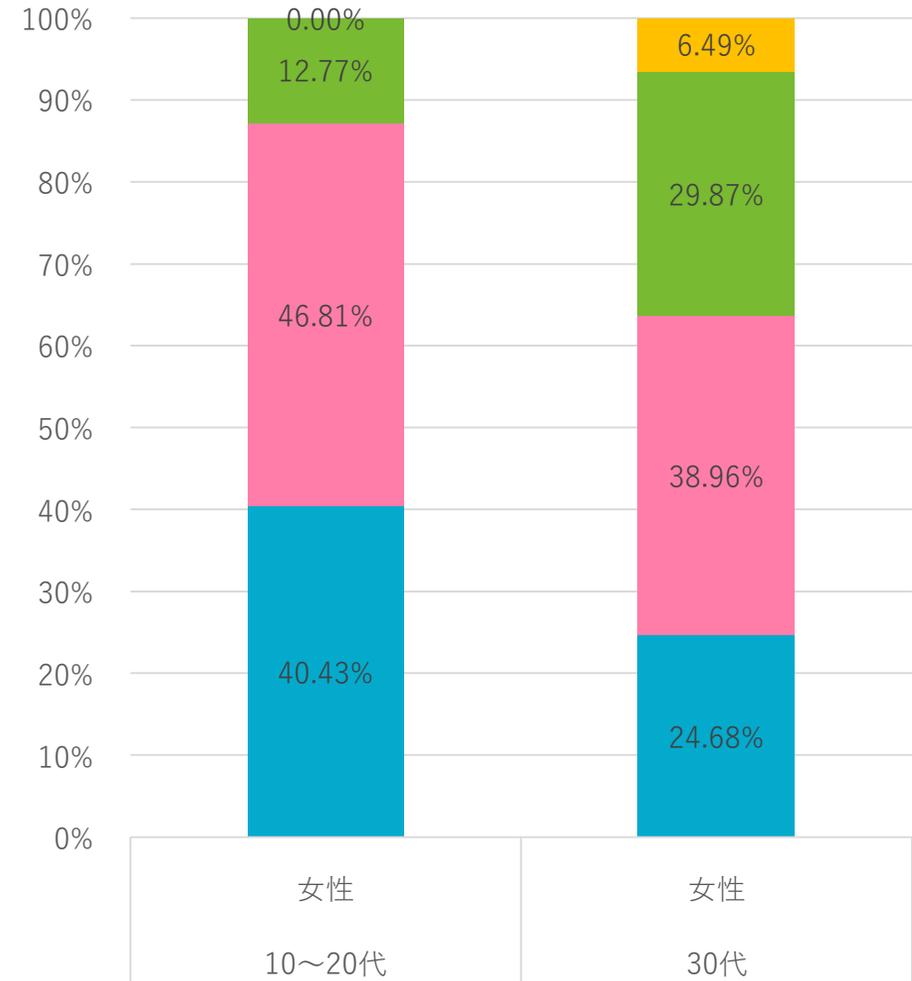
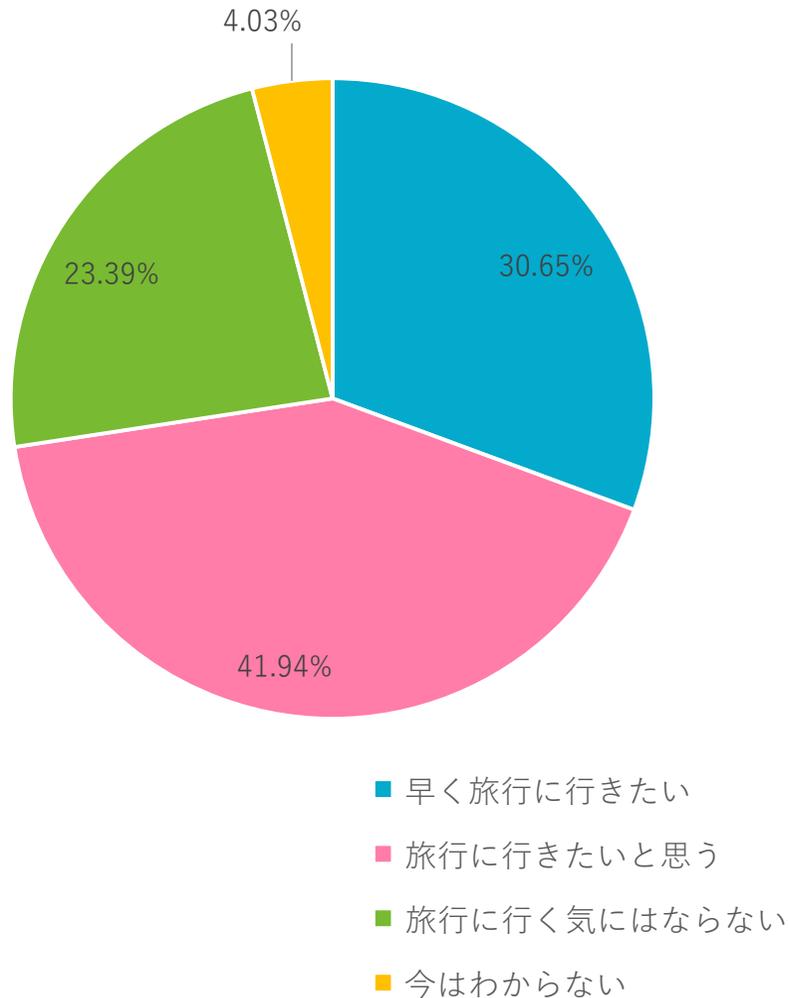
約3/4がそもそも団体旅行に参加していない。コロナ禍もあり、団体旅行が最初から選択肢にない世代がさらに増えると思われる。

# 旅行意欲の有無（6～7月）



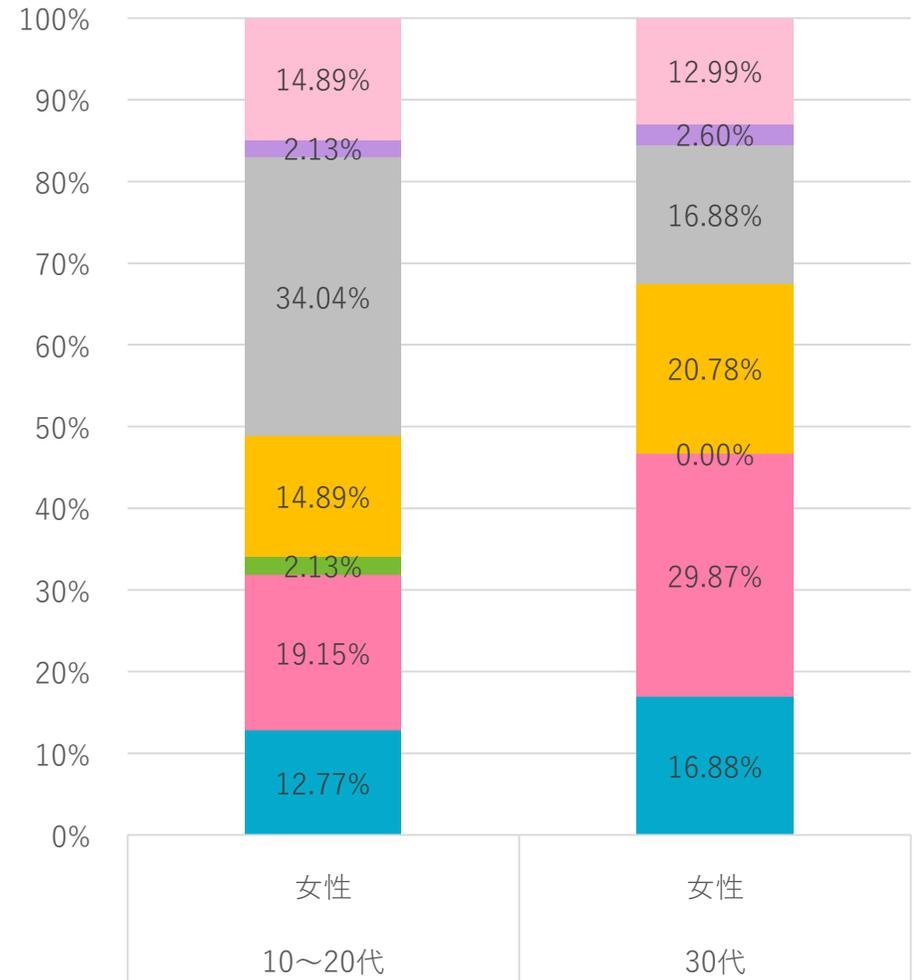
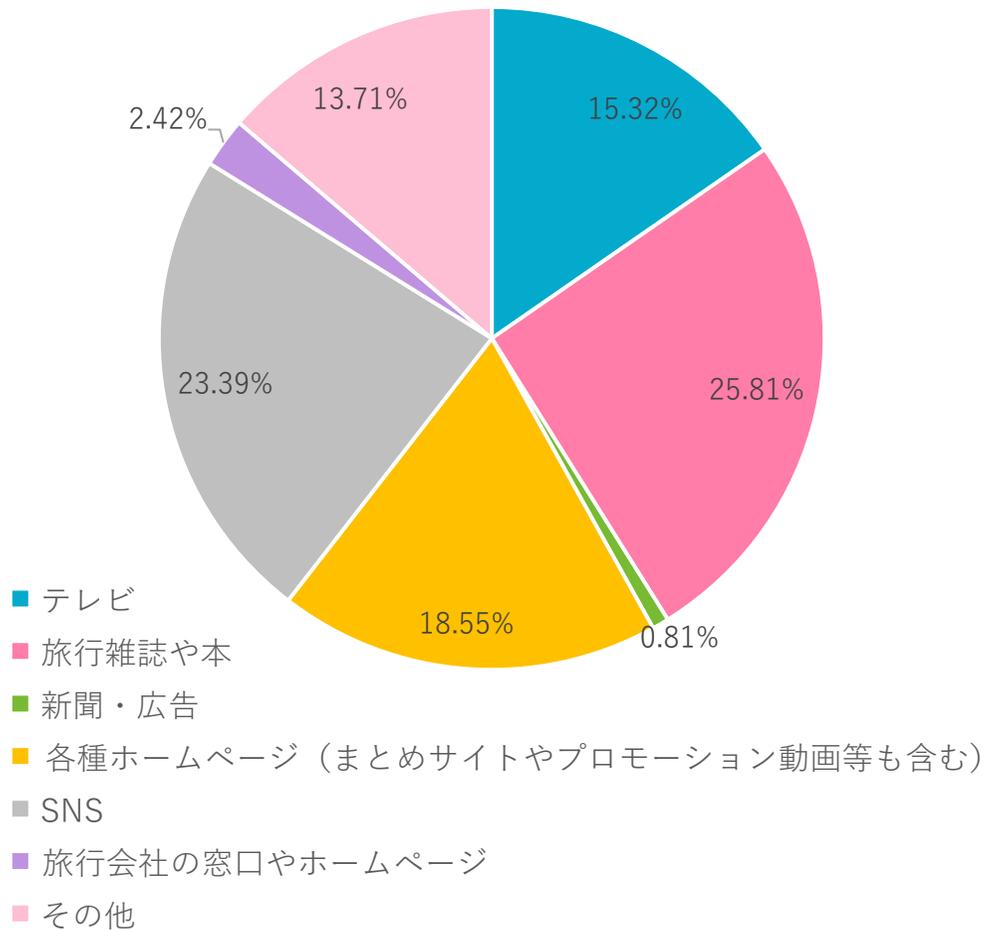
第1回調査では、この年代の女性は83.25%が旅行への意欲があると回答している。特に若い世代の旅行意欲は高く、「早く旅行に行きたい」の比率の他、意欲ありと回答した人が約9割を占めている。

# 旅行意欲の有無（10月）



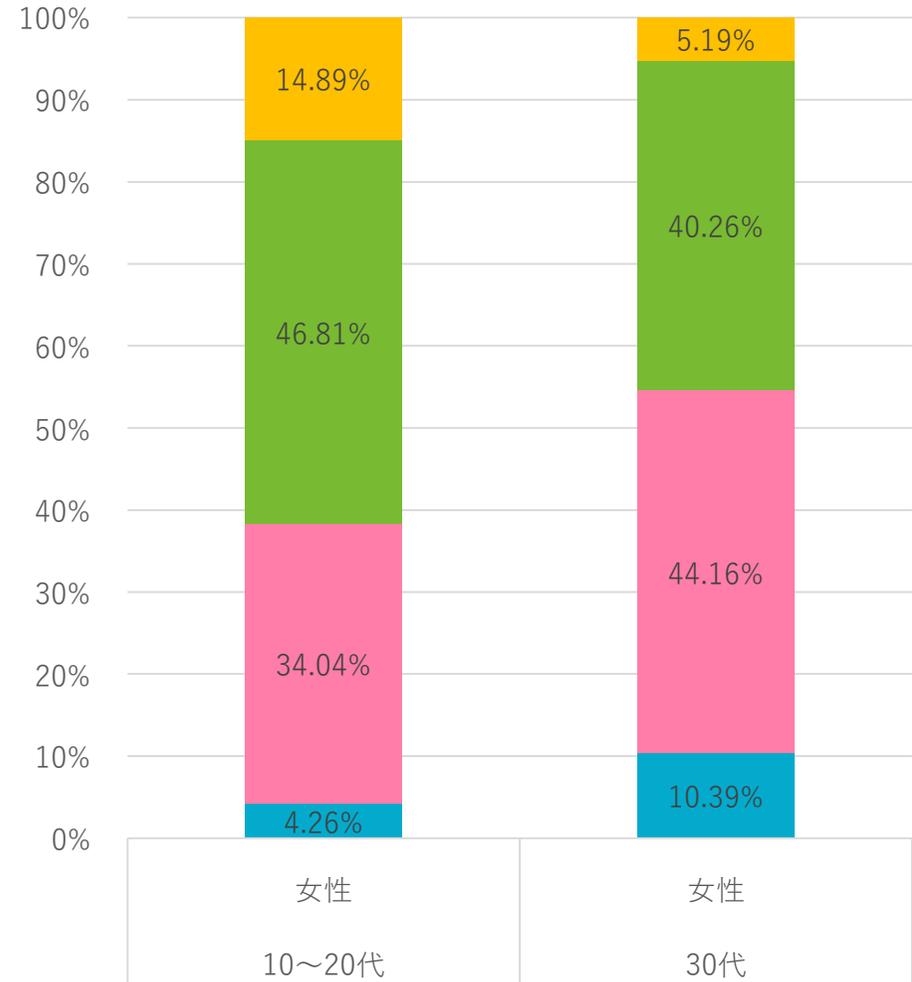
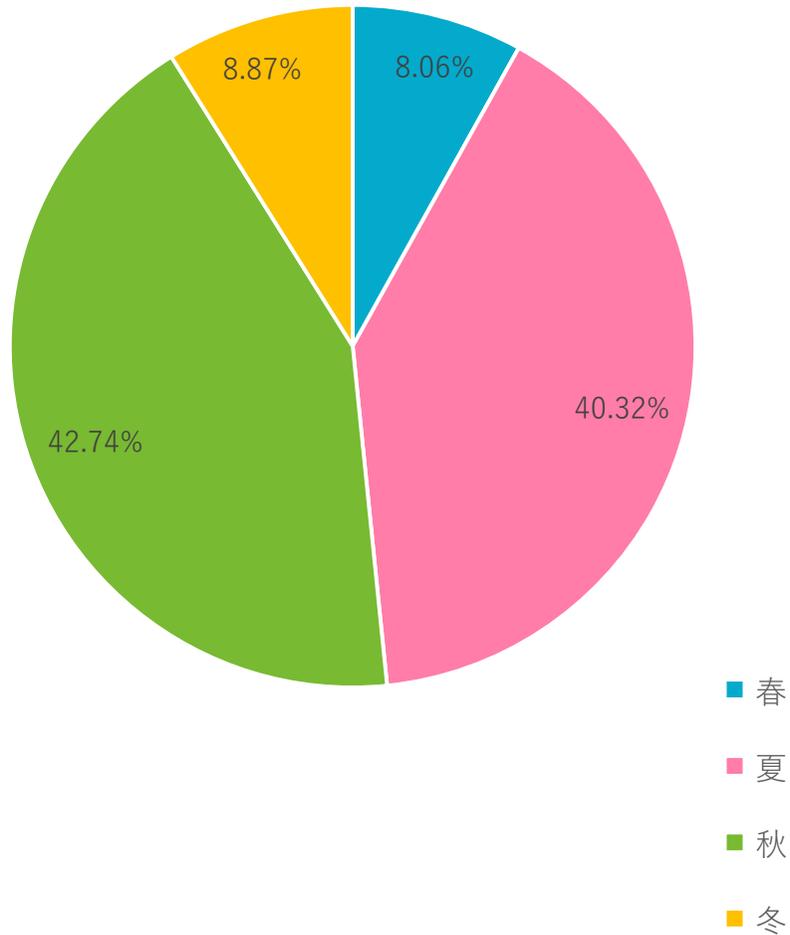
「旅行に行く気にはならない」が前回と比べ14.76%増加している。とはいえ旅行意欲がある人は72.59%にのぼっており、また「旅行に行きたいと思う」の比率はほとんど変わらない結果となっている。

# 旅行先を決めるきっかけ



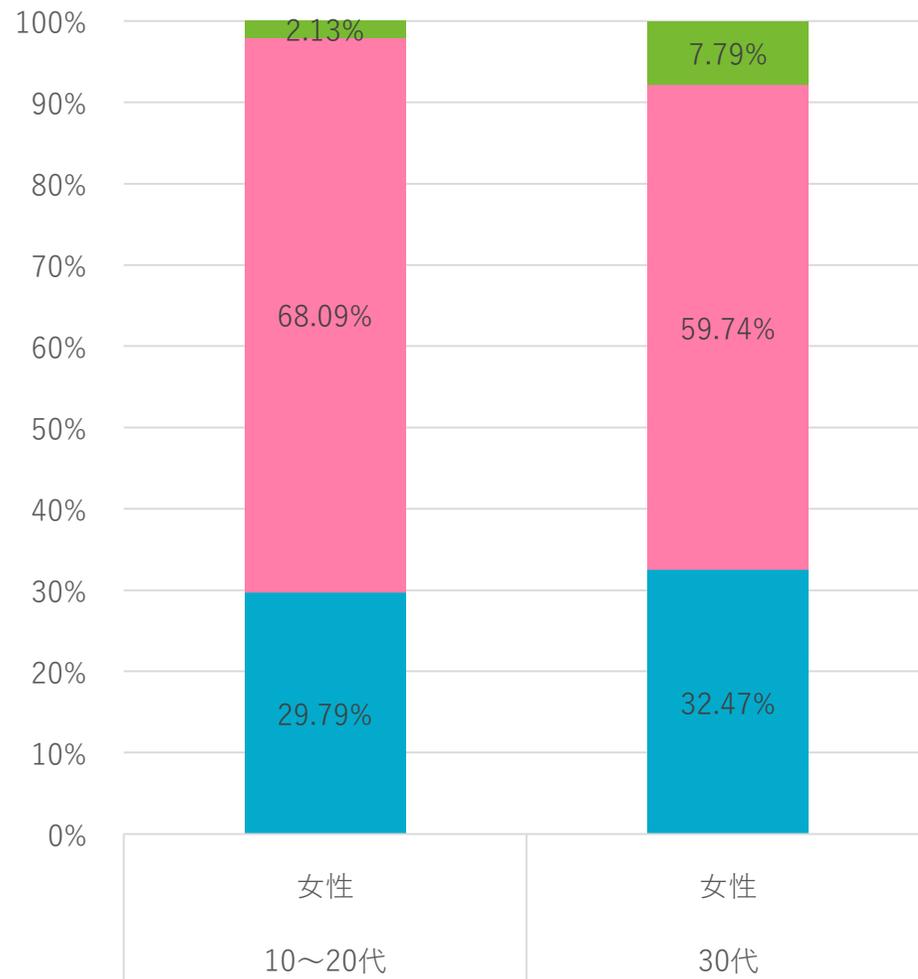
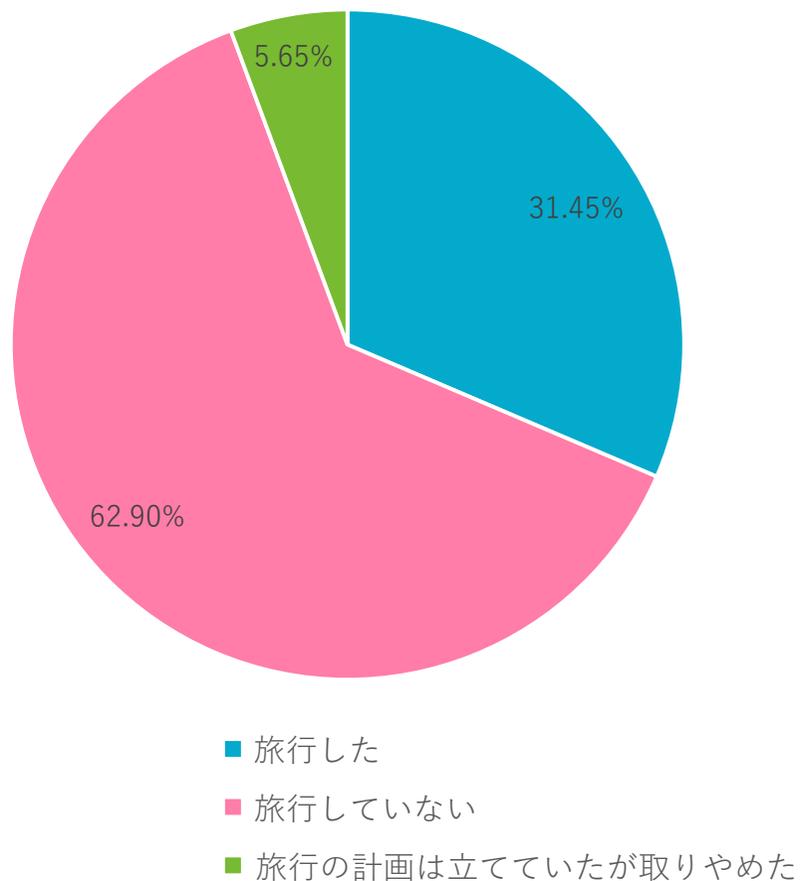
特に10~20代でのSNS利用が大きい。全体としては「旅行雑誌や本」「各種ホームページ」もよく使われている。「新聞・広告」「旅行会社の窓口」はほとんど使われていない。

# 旅行する季節



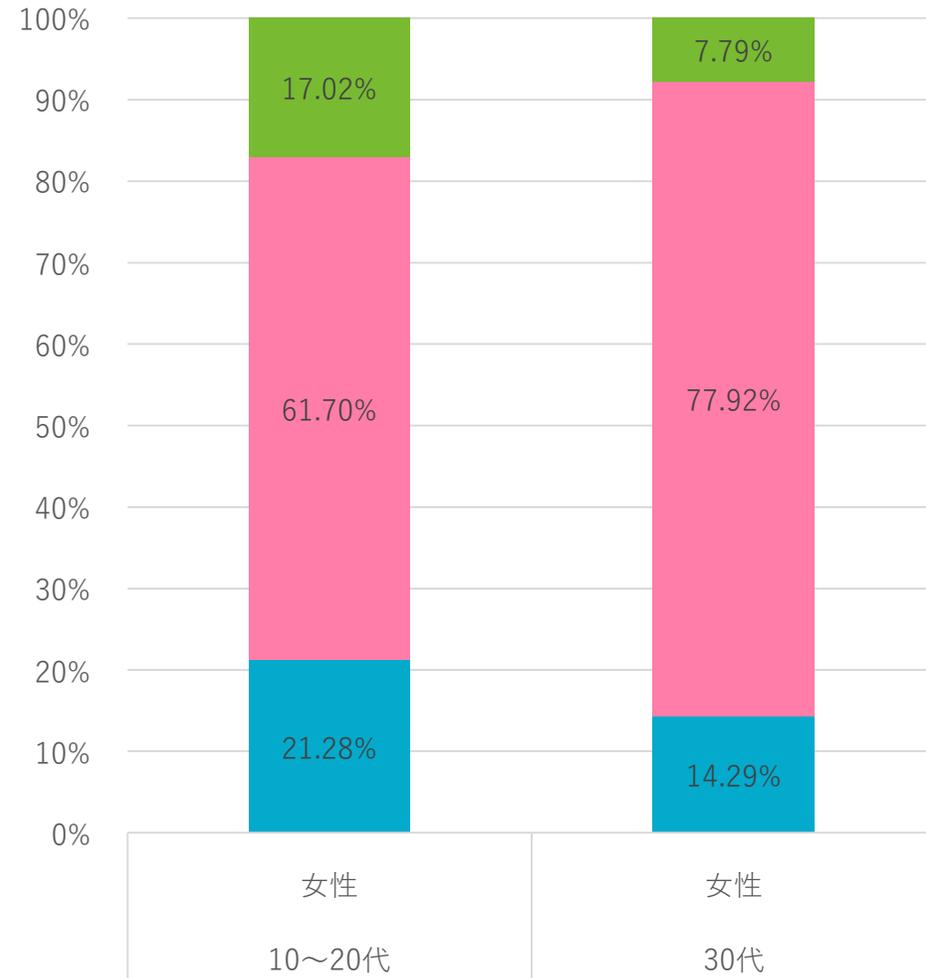
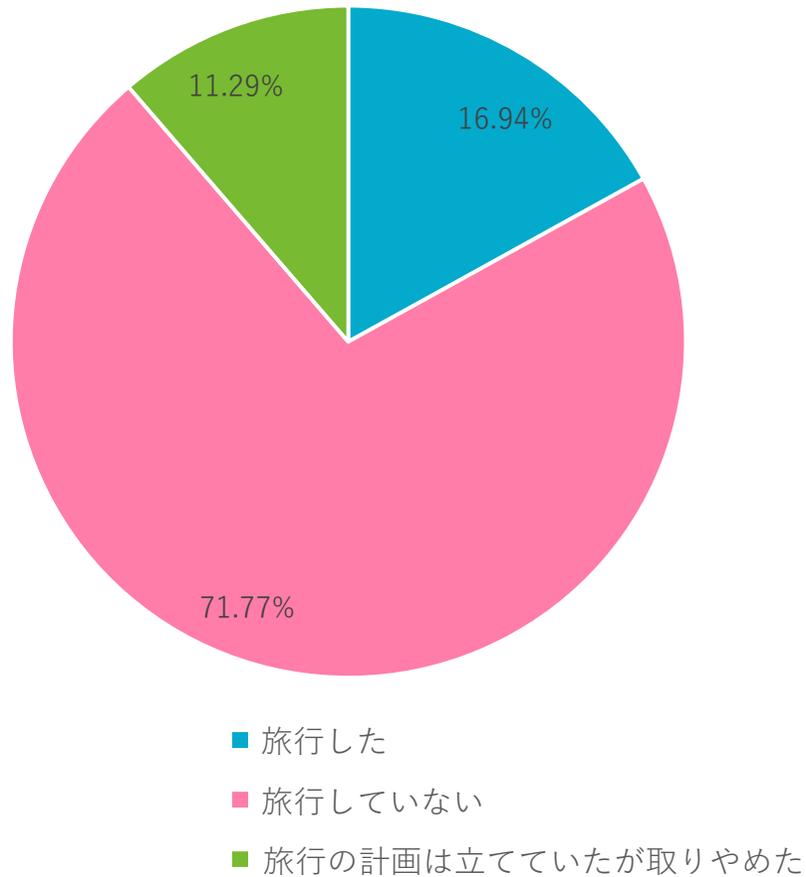
お盆に帰省する世代であり、休みが取りやすいと思われる夏の旅行も多い。帰省 = 旅行になっているとも考えられる。

# 6月20日以降、近隣エリアへ旅行したか



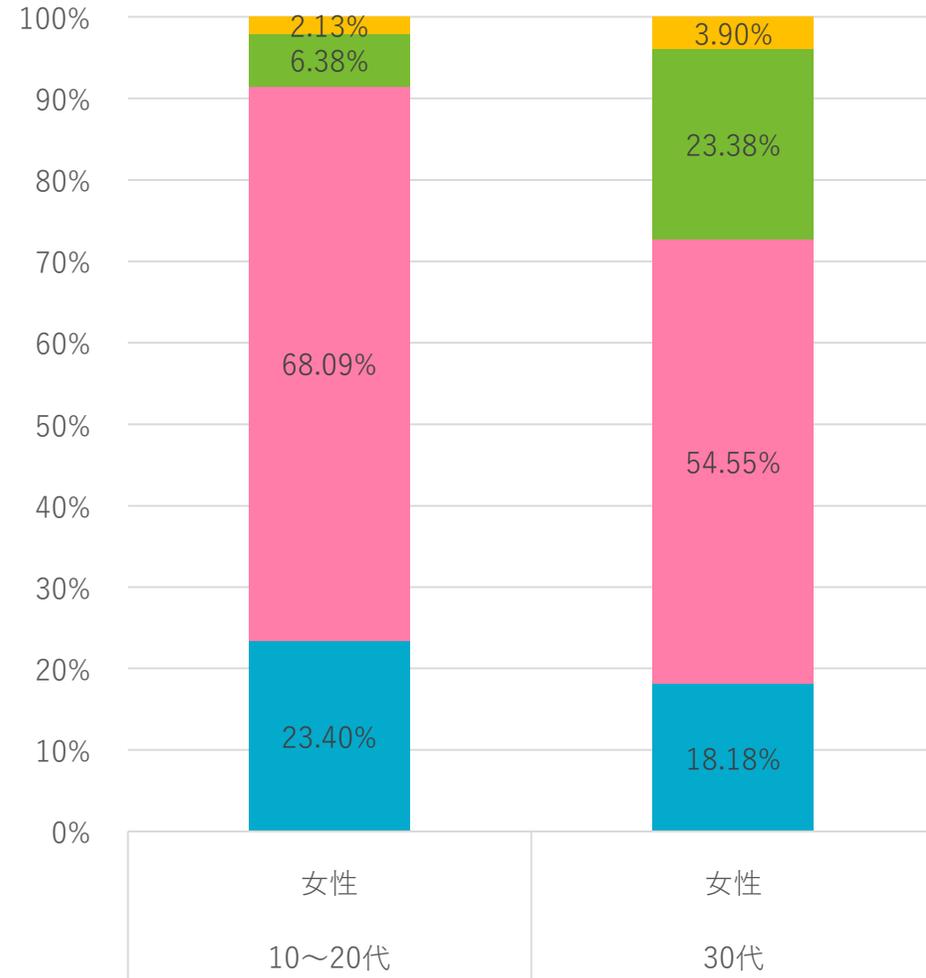
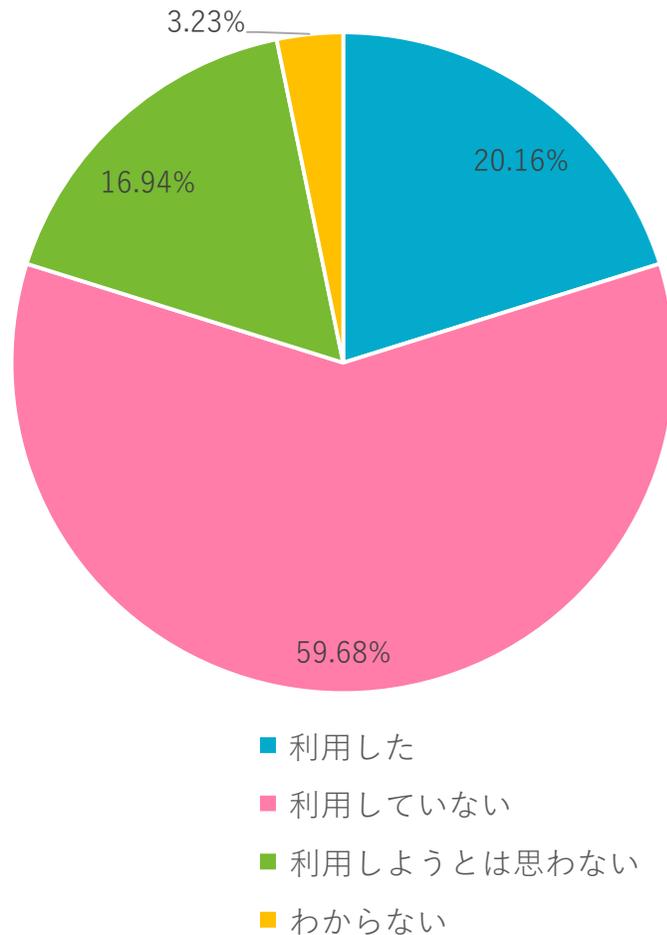
近隣エリアであっても、旅行したのは30%程度にとどまっている。ただし、あくまで「旅行」なので、外出・移動も含めるとさらに増えると思われる。

# 6月20日以降、遠方（国内）へ旅行したか



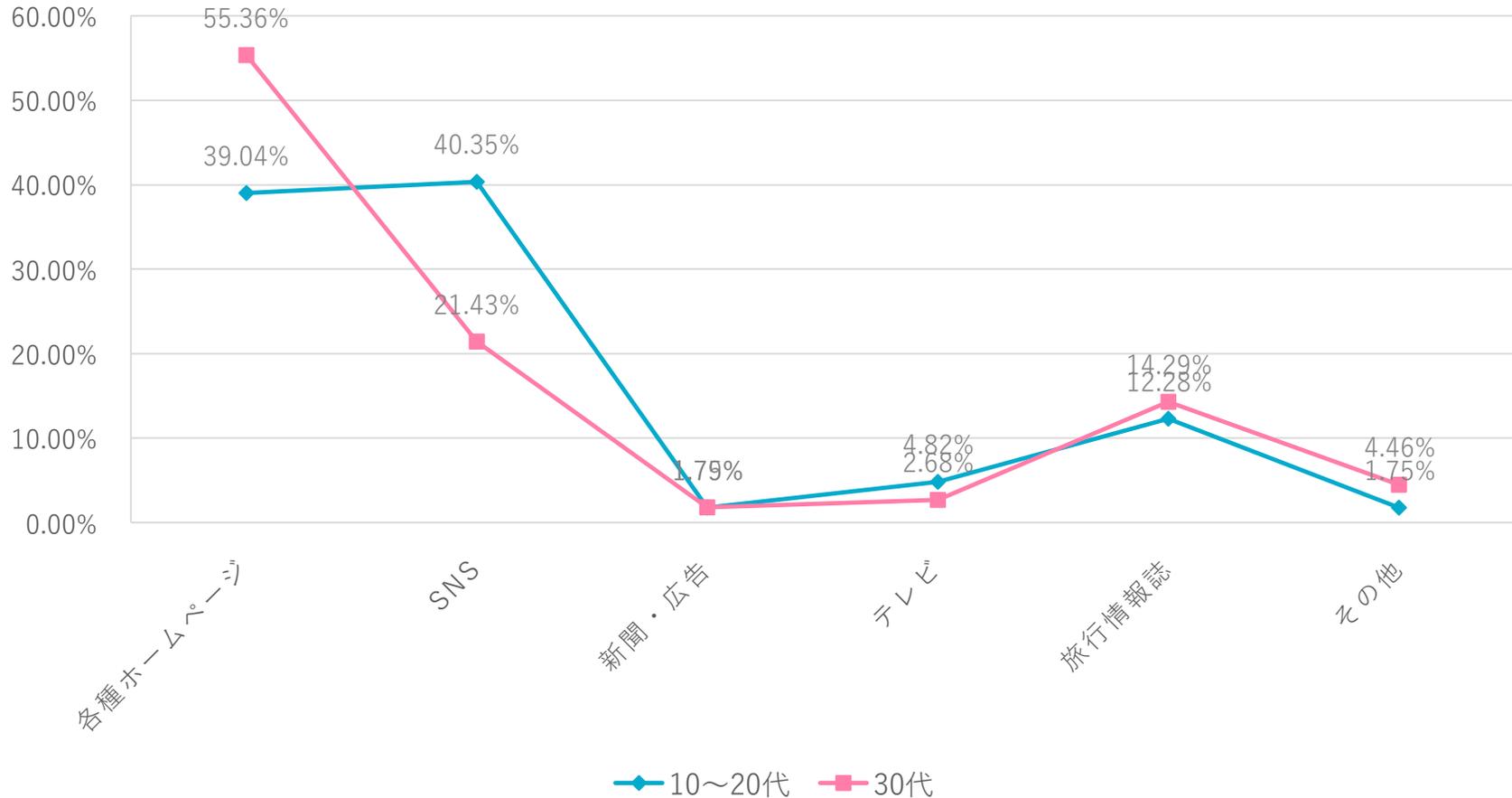
県境をまたぐ移動になると、旅行した人は15%程度となる。計画を立てていたが取りやめたという人も、近隣エリアと比べて増えており、やはり旅行への意欲は高いと思われる。

# Go Toキャンペーンの利用状況



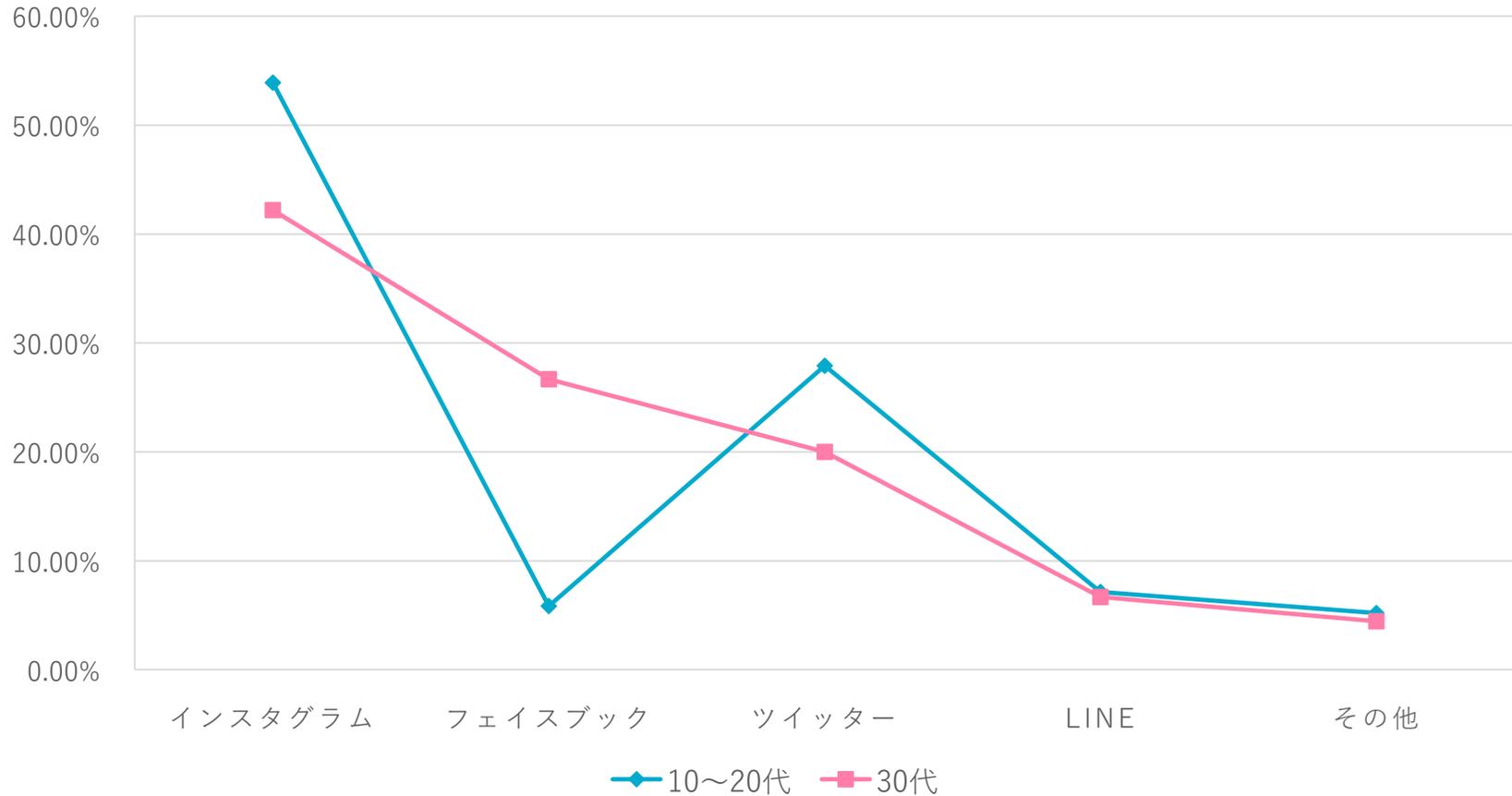
意欲のある人は7割を超えているにもかかわらず、半数以上が国のキャンペーンを利用していない。※利用予定はあるがまだ利用していない場合も含む

# 情報収集の手段



旅行をするきっかけになるのはテレビや旅行情報誌も多かったが、旅行情報の収集については各種ホームページやSNSの利用が目立っている。自分の好みの情報を検索できるためと考えられ、パッケージツアーや団体旅行ではなく個人旅行が好まれる傾向とも一致している。

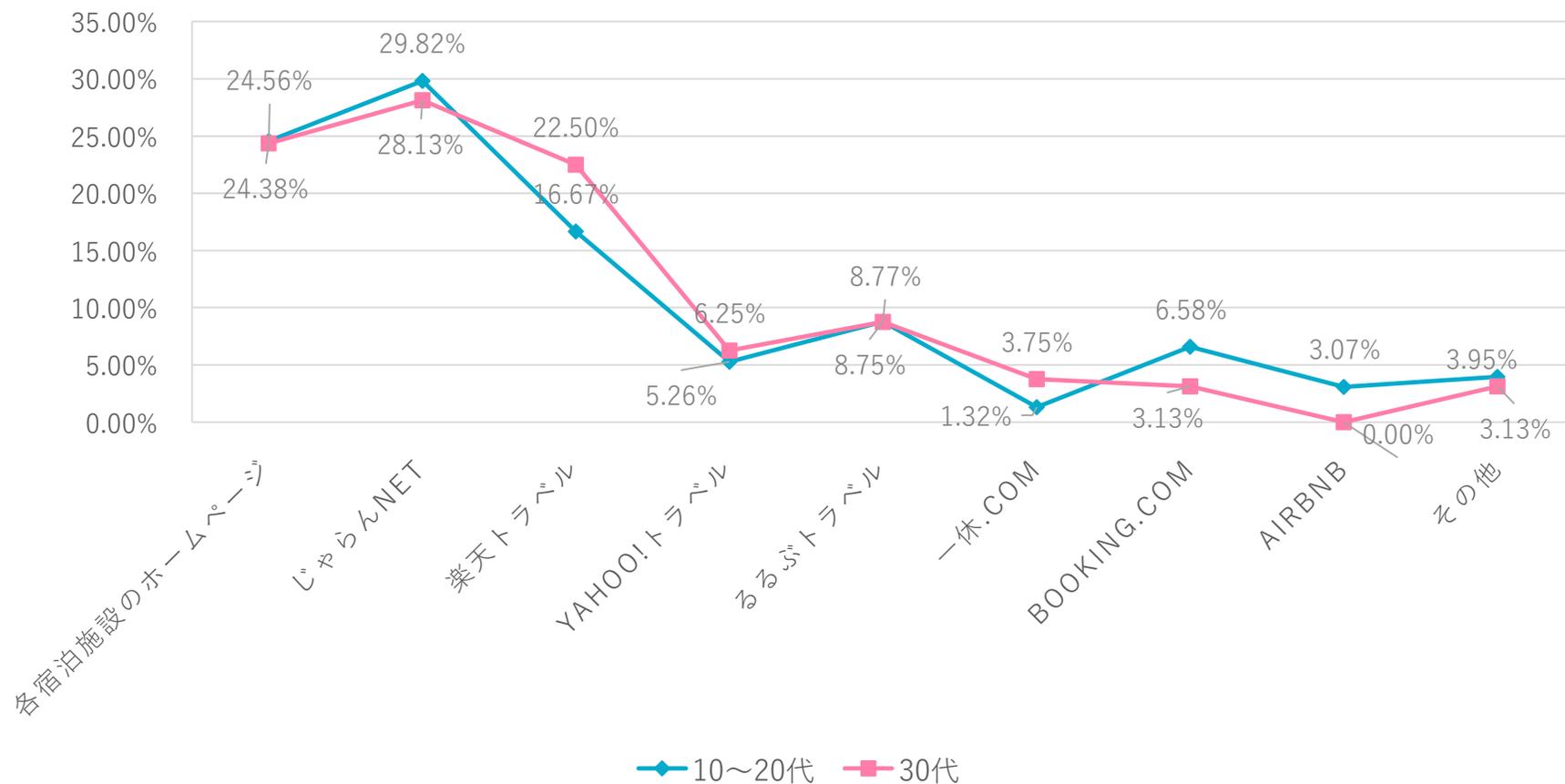
# 情報収集に使うSNS



インスタグラムが圧倒的に多く、ツイッターもよく使われている。対してフェイスブックは10~20代ではほとんど使われていない。

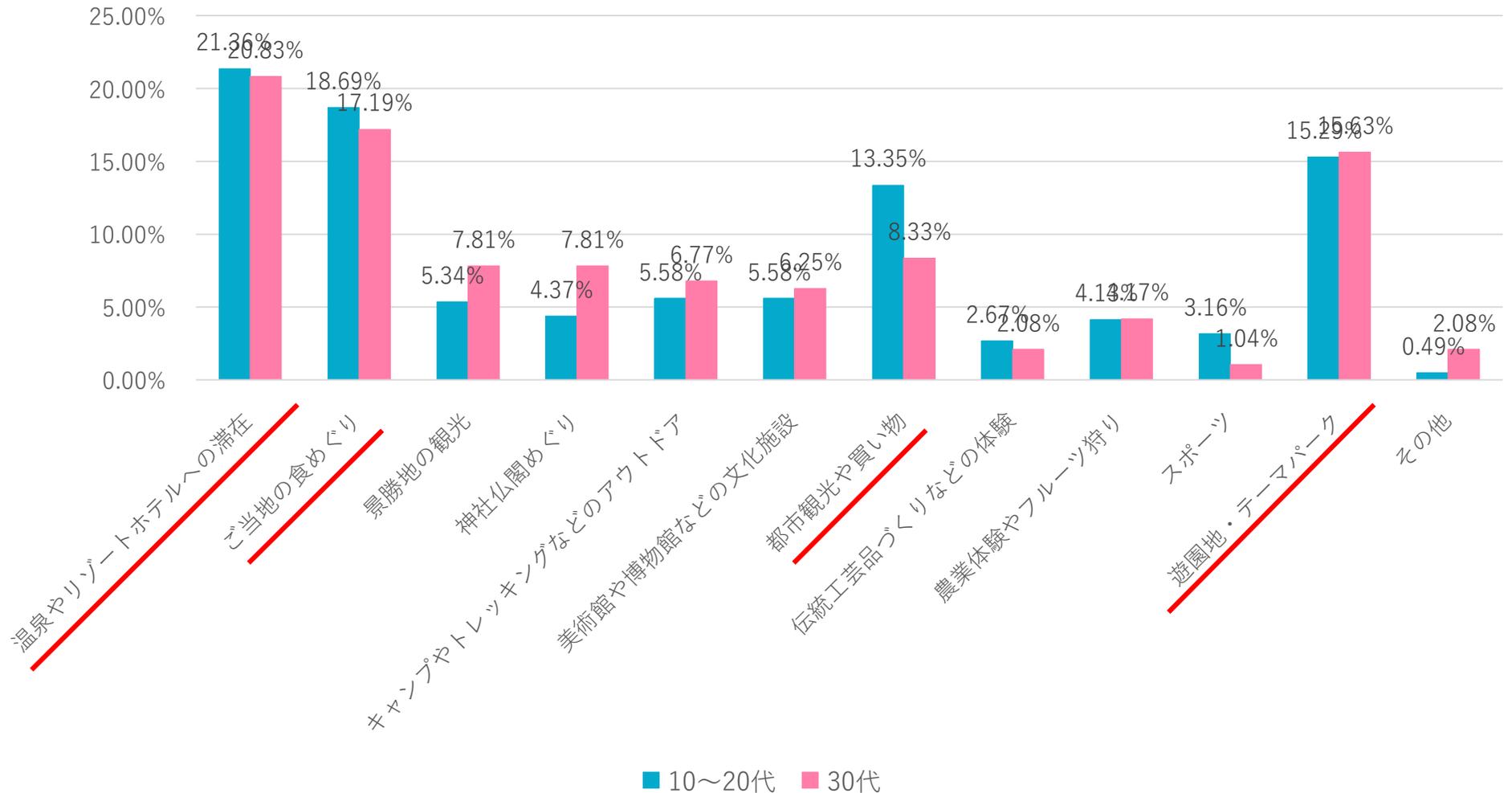
LINEは情報収集のツールというよりは連絡手段の一つとして使われていると考えられる。

# 宿泊施設の情報収集に使うホームページ



この年代では各施設のホームページよりも大手比較・予約サイトの方がよく使われている。旅行以外にも日常生活で使えるポイントがたまる、複数の比較ができる等も理由になっていると考えられる。

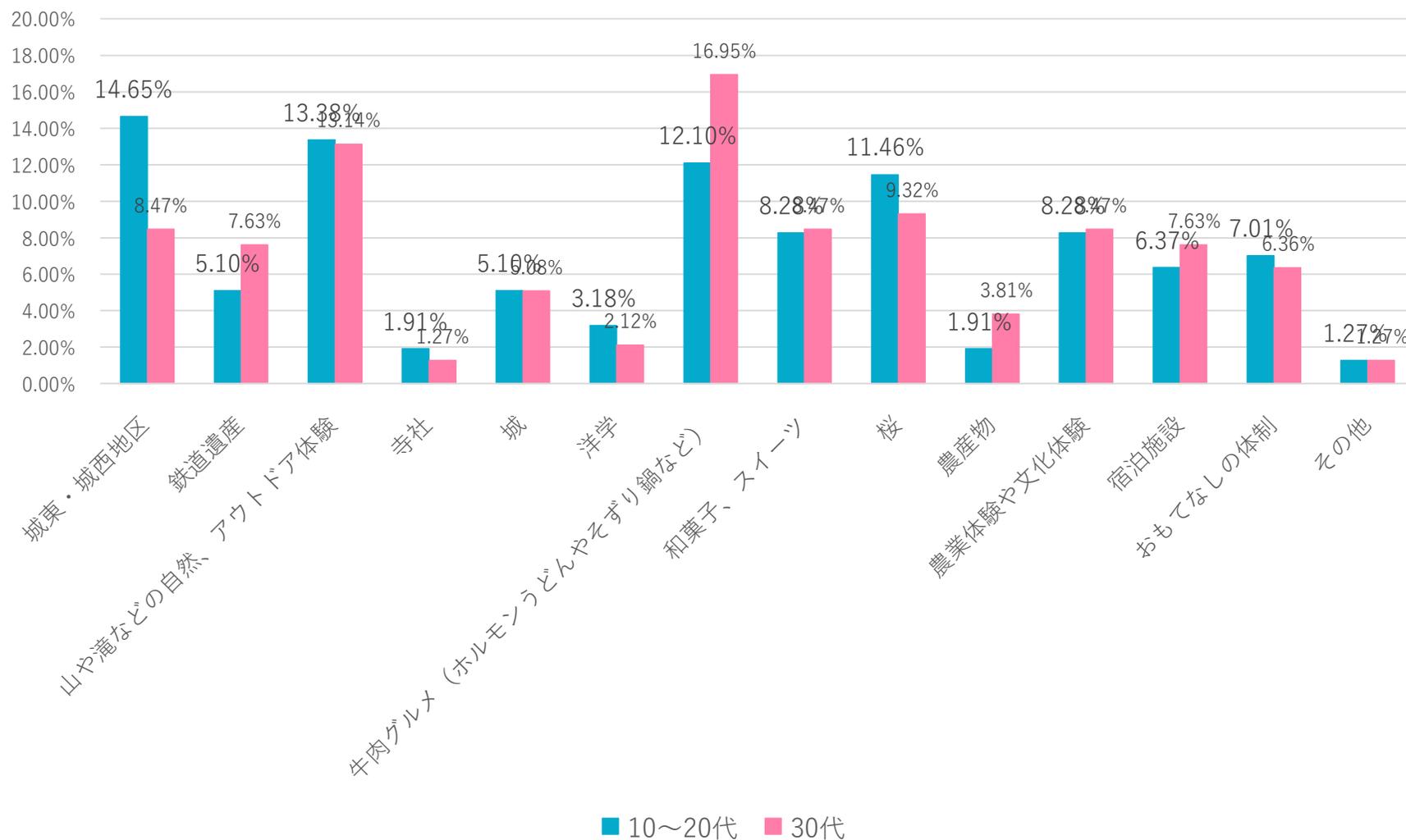
# 今後の旅行でやりたいこと



温泉・リゾート×食="ちょっといい宿"×食

前項の結果から見ても、F1層は観光地・観光施設で旅行先や宿泊施設（観光地に行きやすいか等）を選ぶのではなく、宿そのもの、「やりたいこと」で旅行先を選ぶ傾向が見られる。

# 津山市でこれから伸ばしていきたいと思うもの



津山市への期待値であり、寺社が少ないからといって需要が少ないのか、知られていない（できるとおもわれていない）のかは不明。自然、グルメへの関心が高い。

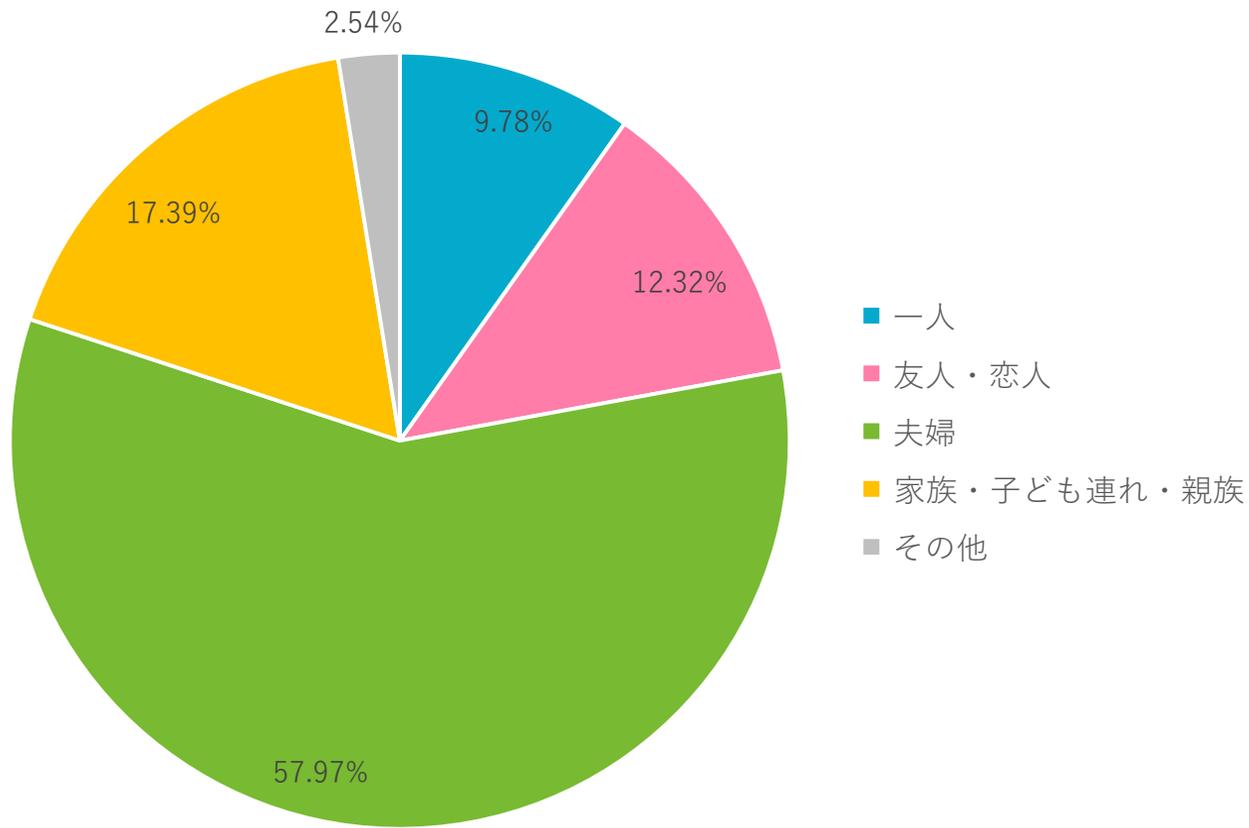
## アクティブシニア層

60代、70代及びそれ以上を抽出。

第1回調査：総回答数の10.57%（108名）

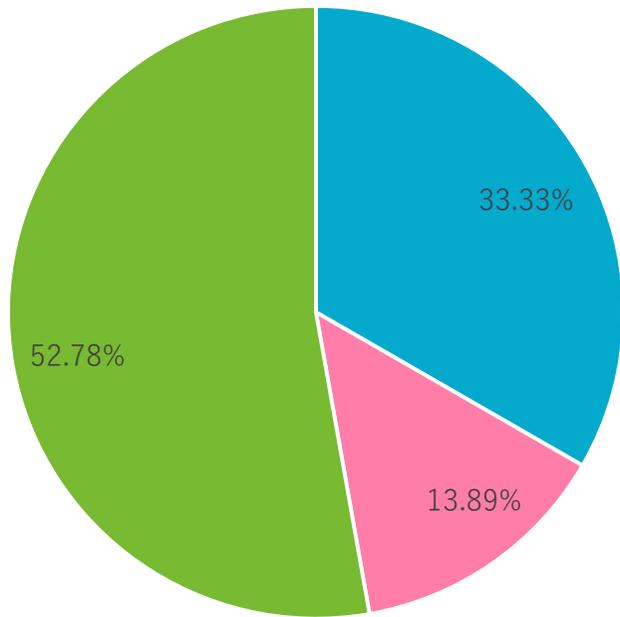
第2回調査：総回答数の17.19%（168名）

# 誰と旅行に行くことが多いか

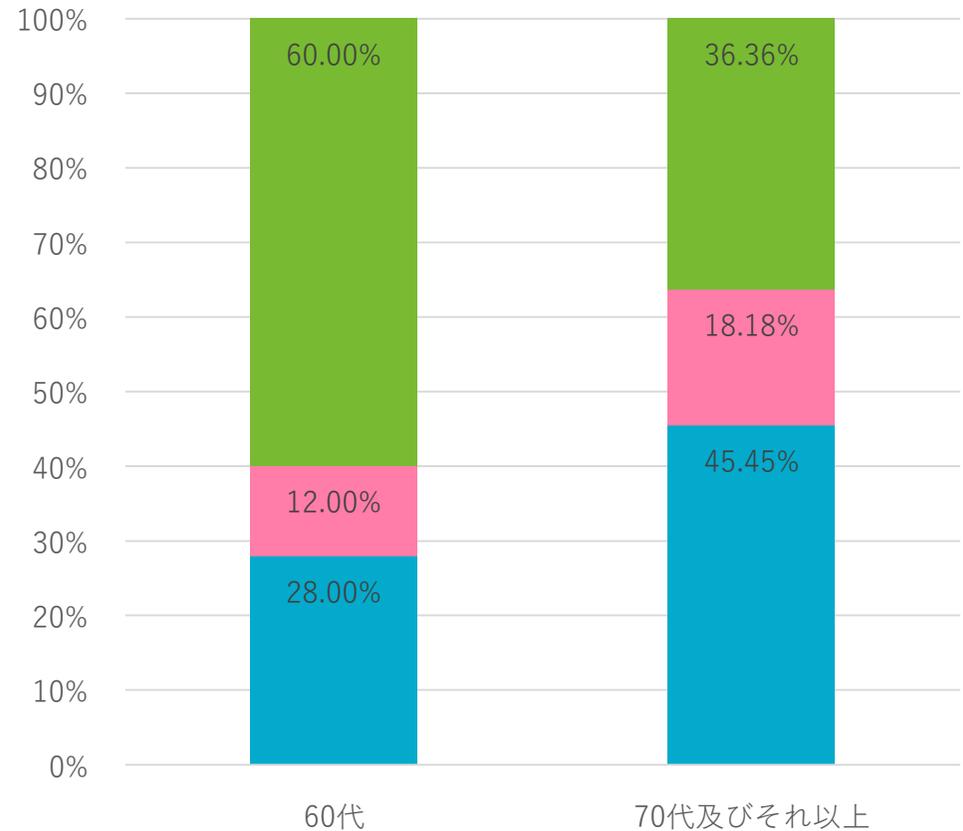


圧倒的に夫婦での旅行が多い。家族構成の変化が旅行の形態にも影響している。

# 団体旅行への参加について

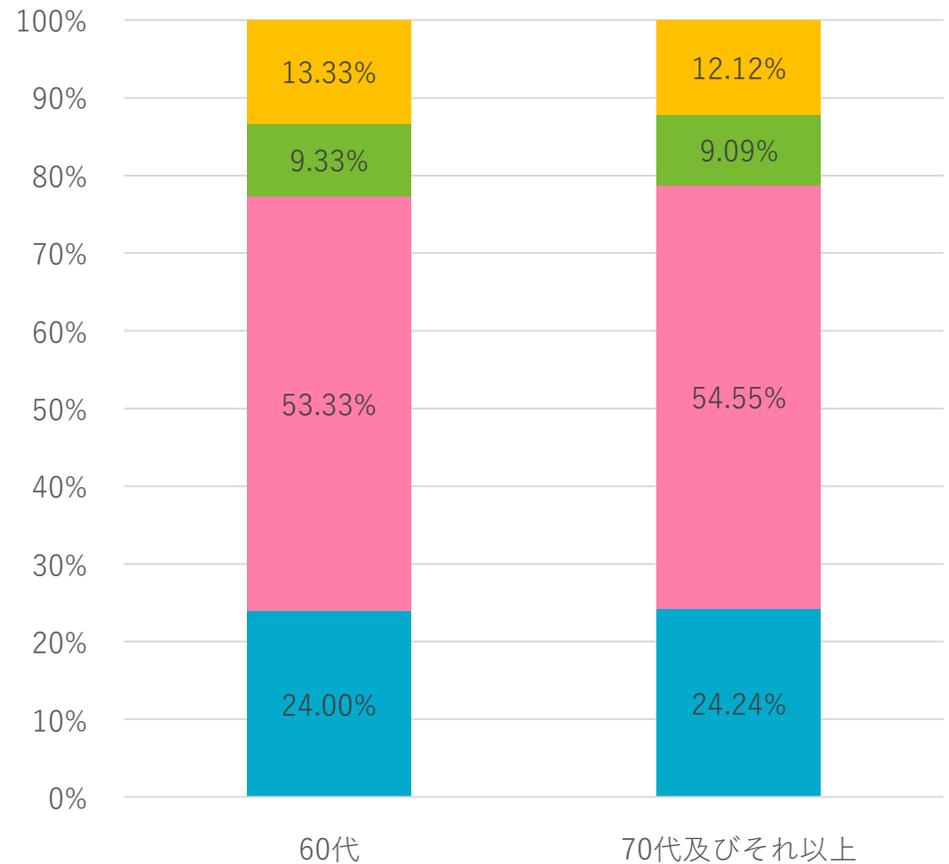
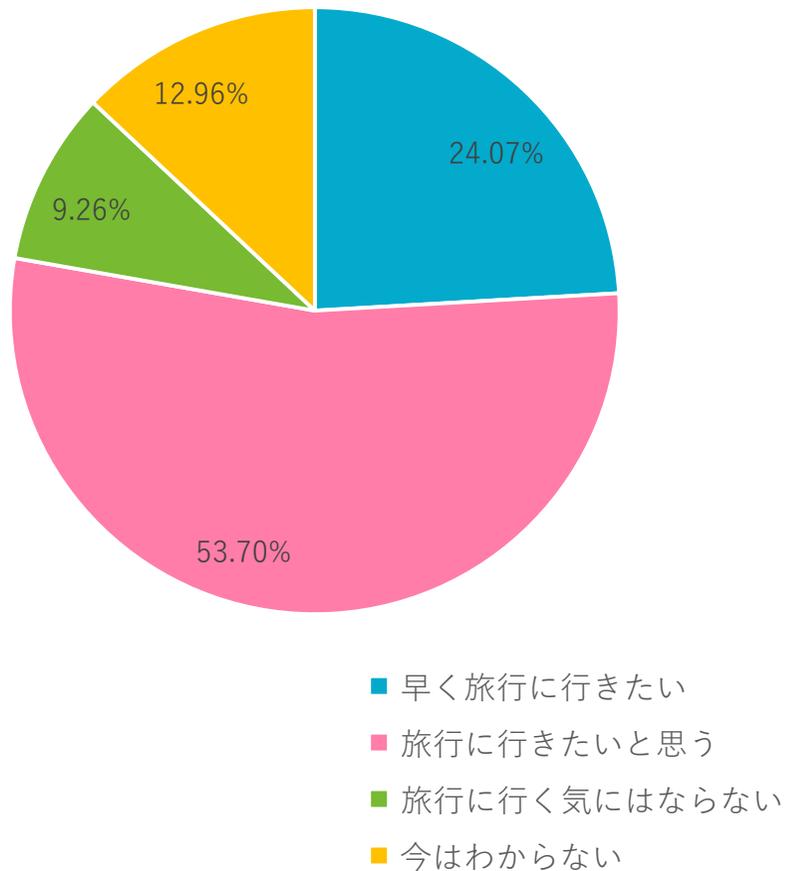


- 今までは団体旅行に参加していたが、今後は考え直したい
- 今まで通り団体旅行に参加したい
- 団体旅行には参加していない



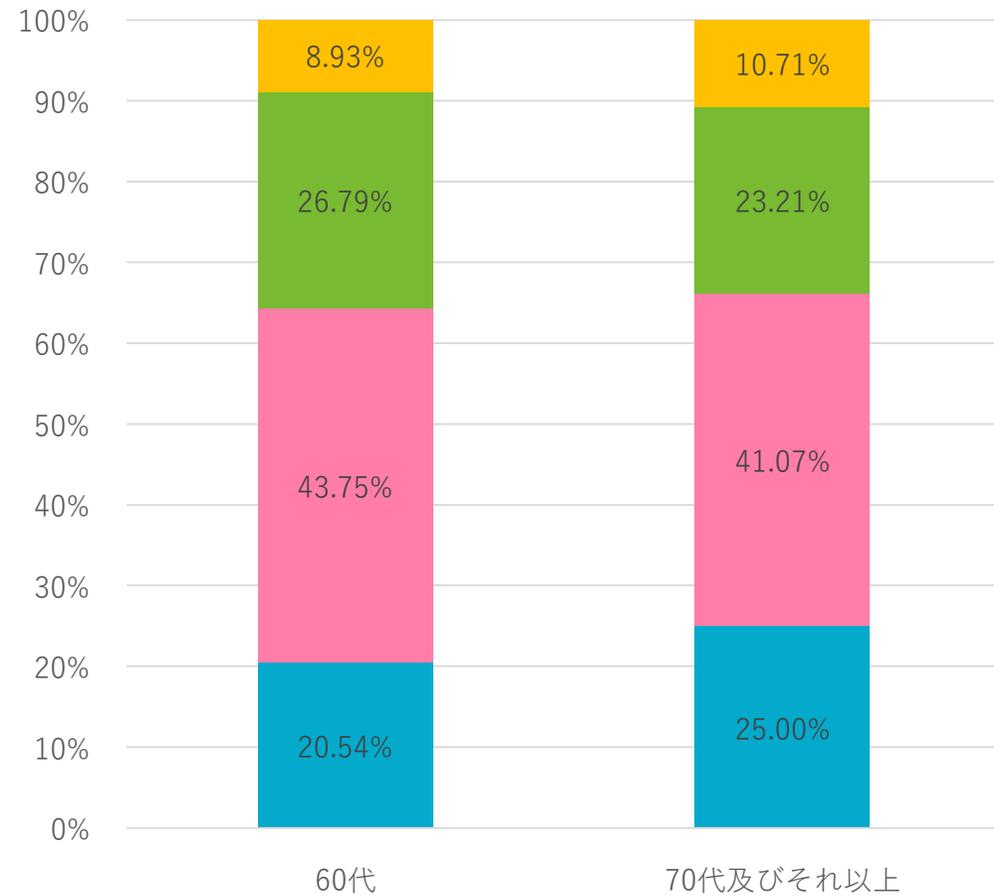
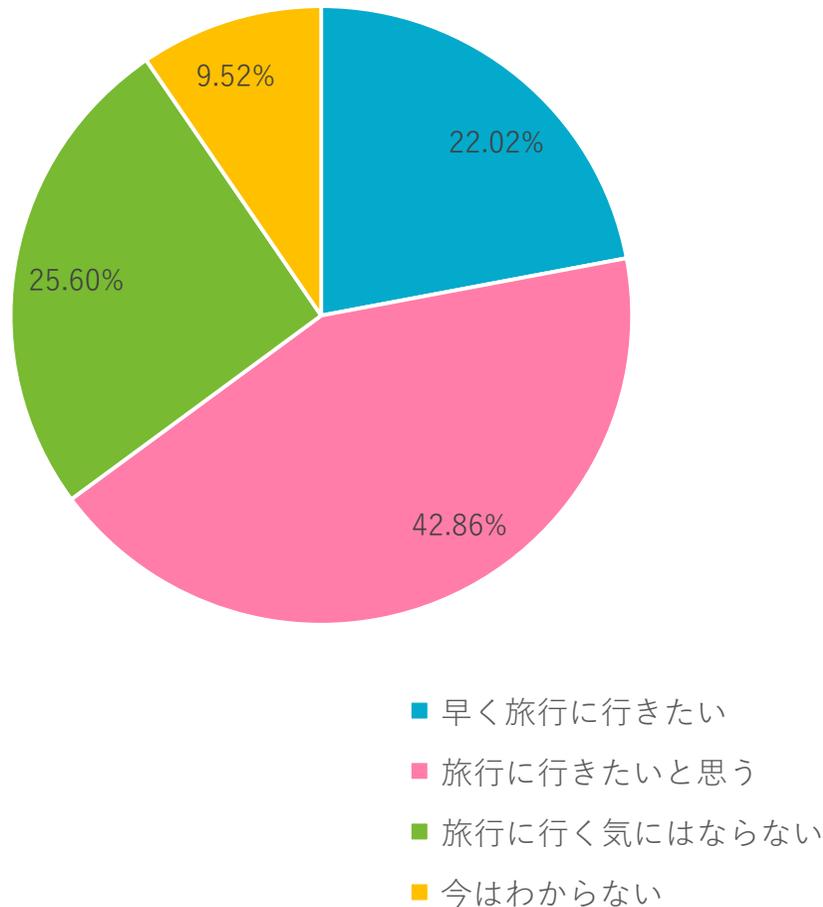
60代では40%、70代以上では63.63%がこれまで団体旅行に参加していた。全体で見ると半数以上が「団体旅行には参加していない」と回答しているが、70代以上だと逆転する。従来の大型バス等によるツアー形態に慣れ親しんできた世代であり、全て任せておけばよいツアーと違い自分で旅程等を組み立てることに慣れていない・公共交通機関の乗り継ぎや自家用車での旅行をしにくい世代と思われる。

# 旅行意欲の有無（6～7月）



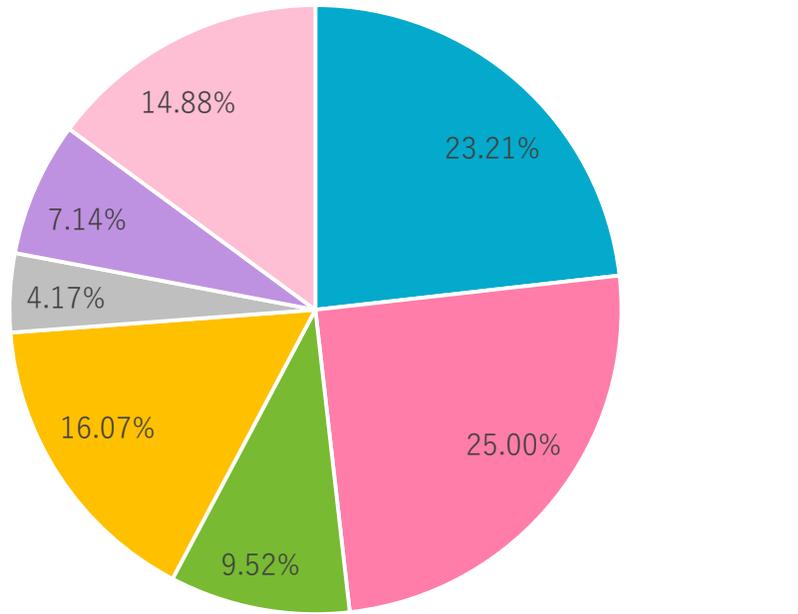
第1回調査の時点では、77.77%が旅行に意欲があると回答している。  
また、年代による回答の差はほとんどない。

# 旅行意欲の有無（10月）

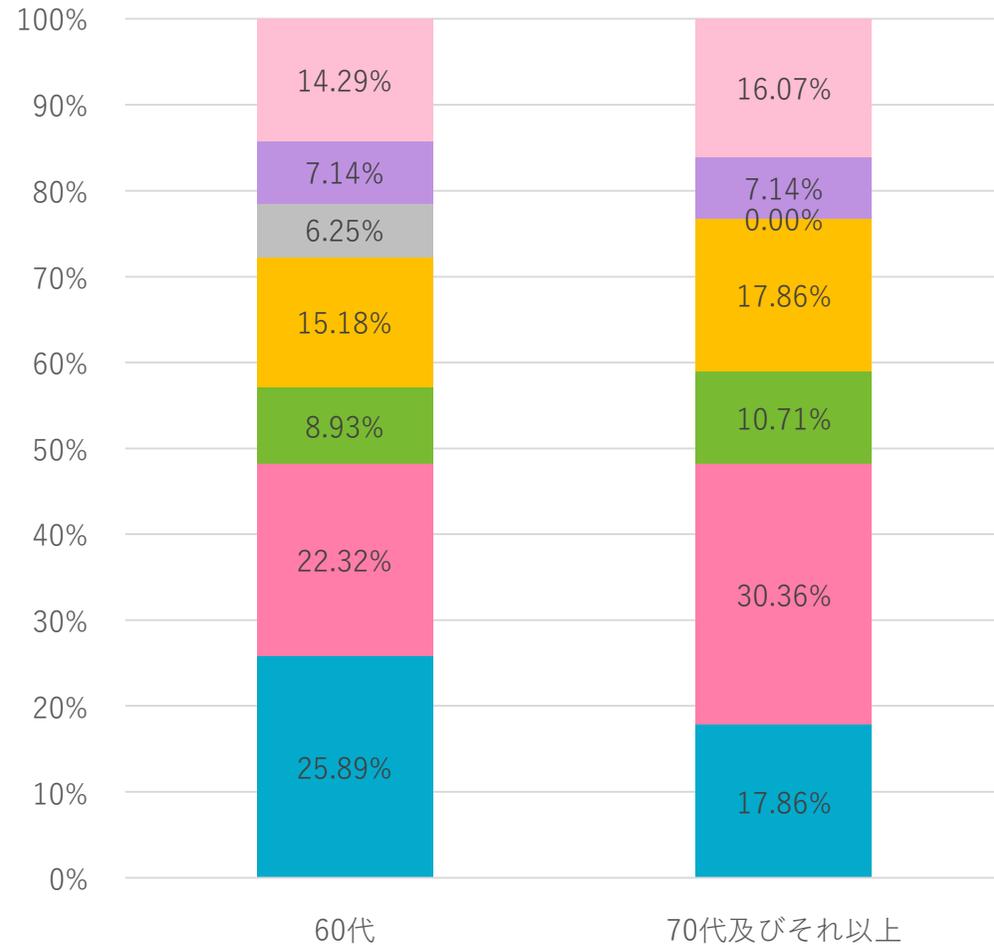


10月の第2回調査では、「旅行に行く気にはならない」が前回と比べて16.34%増加している。F1層と比べても増加の幅が大きく、また旅行意欲がある人も64.88%と過半数を超えてはいるものの、F1層（72.59%）よりも少なくなっている。自粛の長期化及びリスクが高いとされる年代になってくることが原因と思われる。

# 旅行先を決めるきっかけ

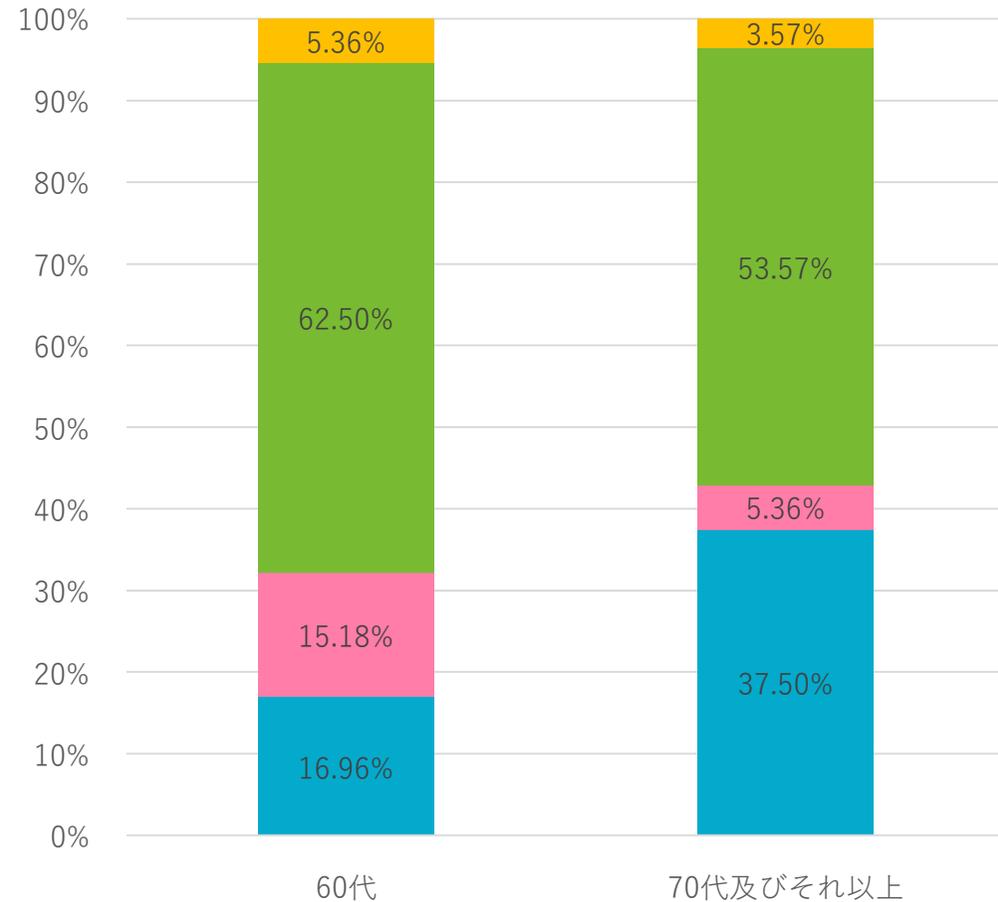
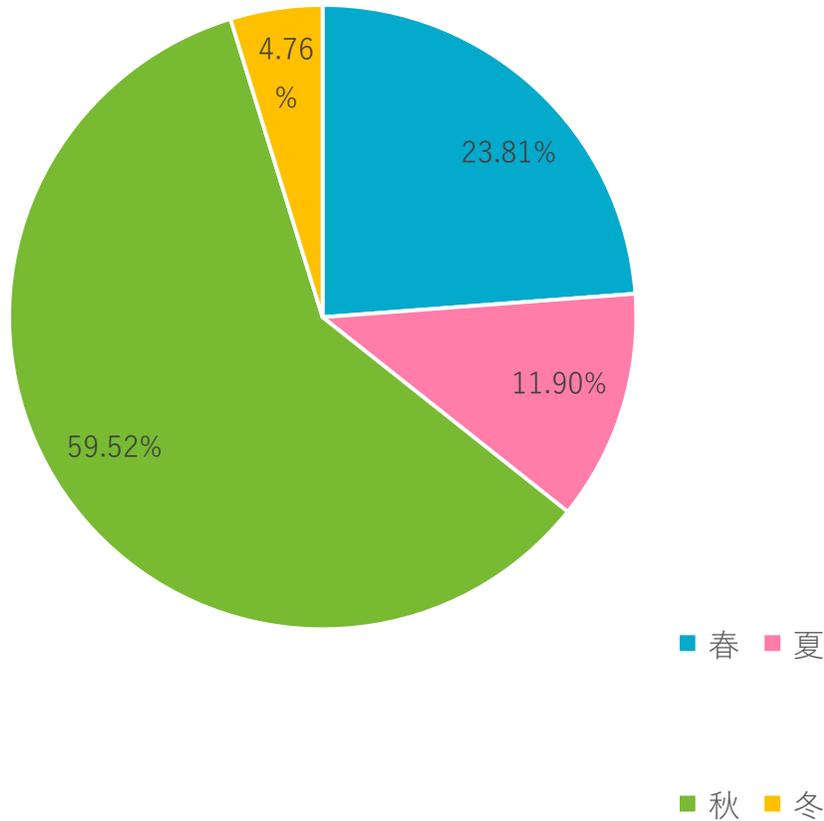


- テレビ
- 旅行雑誌や本
- 新聞・広告
- 各種ホームページ（まとめサイトやプロモーション動画等も含む）
- SNS
- 旅行会社の窓口やホームページ
- その他



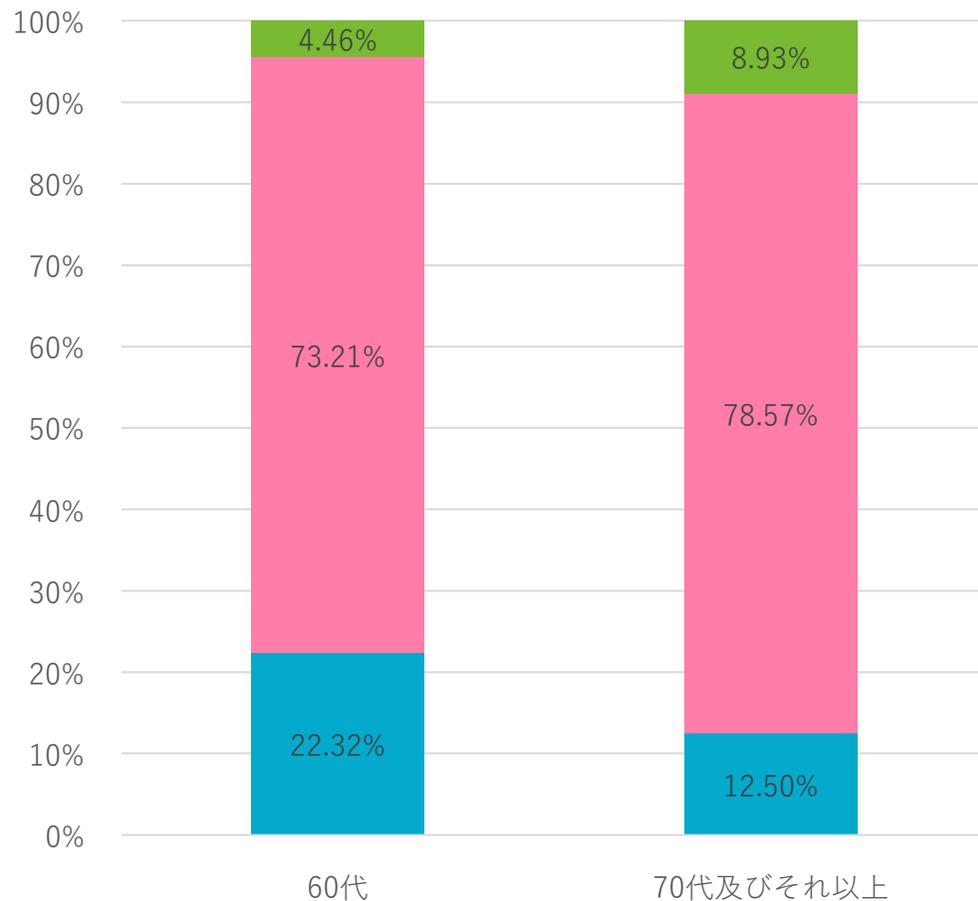
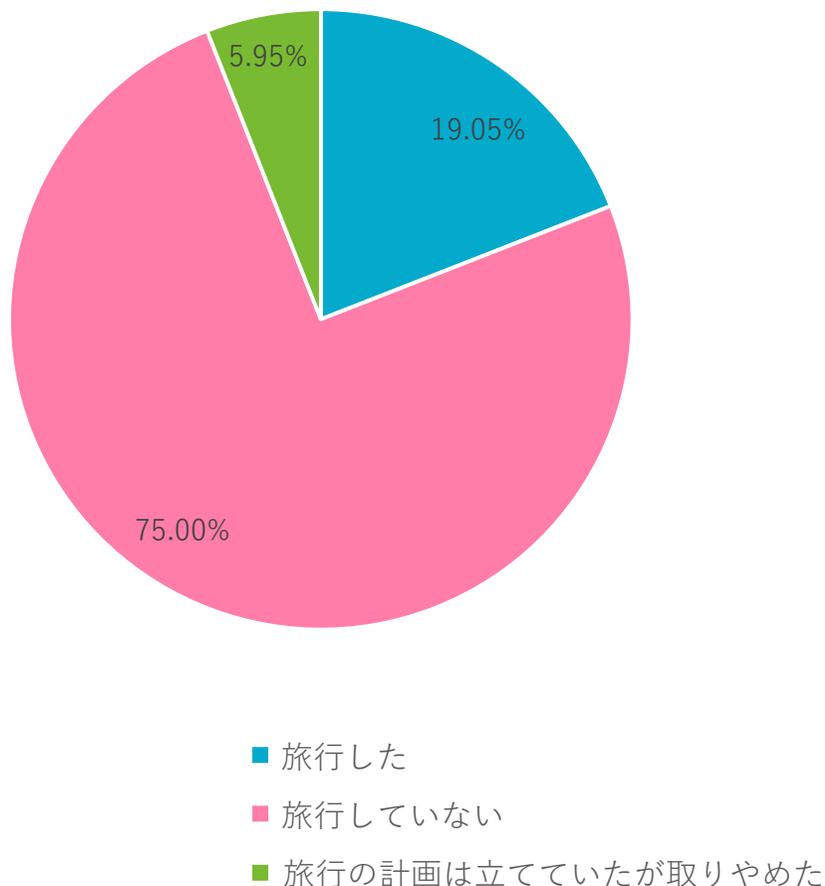
F1層とは異なり、旅行先決定のきっかけとしてはSNSは比率が最も低くなっており、逆に新聞や広告を利用する人は増えている。「旅行雑誌や本」が最も利用されているが、テレビによる情報もほぼ同じくらい旅先を決めるきっかけとなっている。

# 旅行する季節



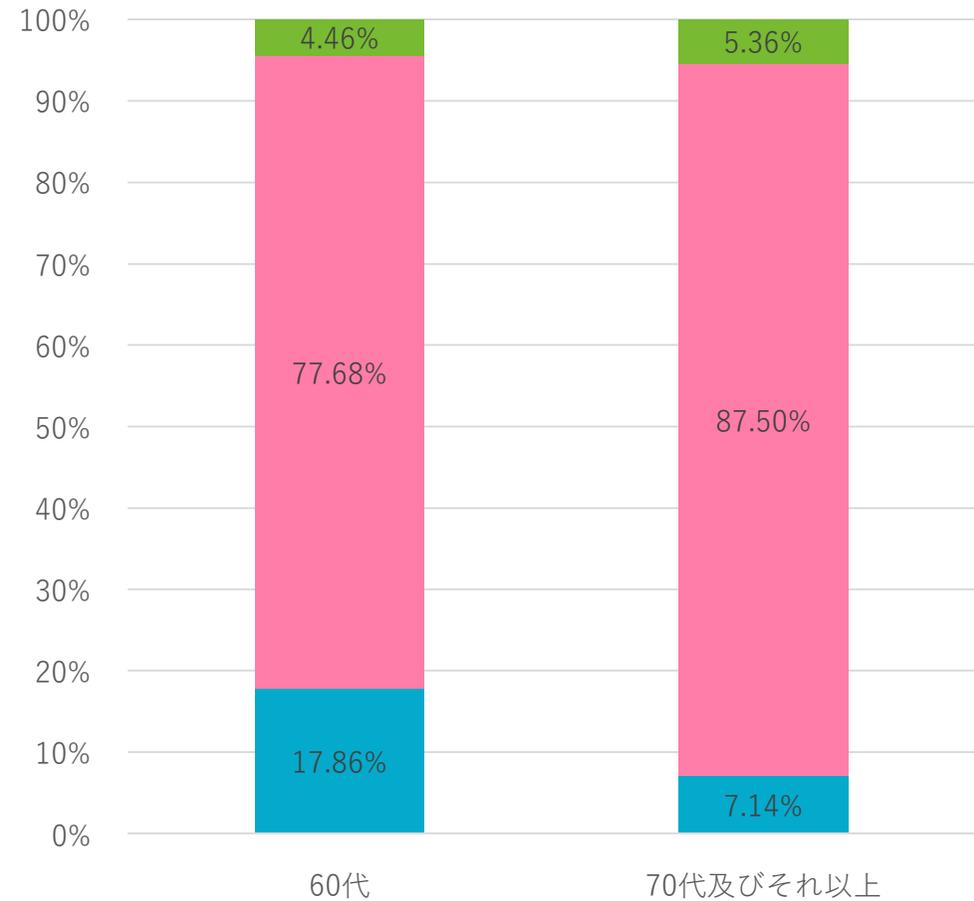
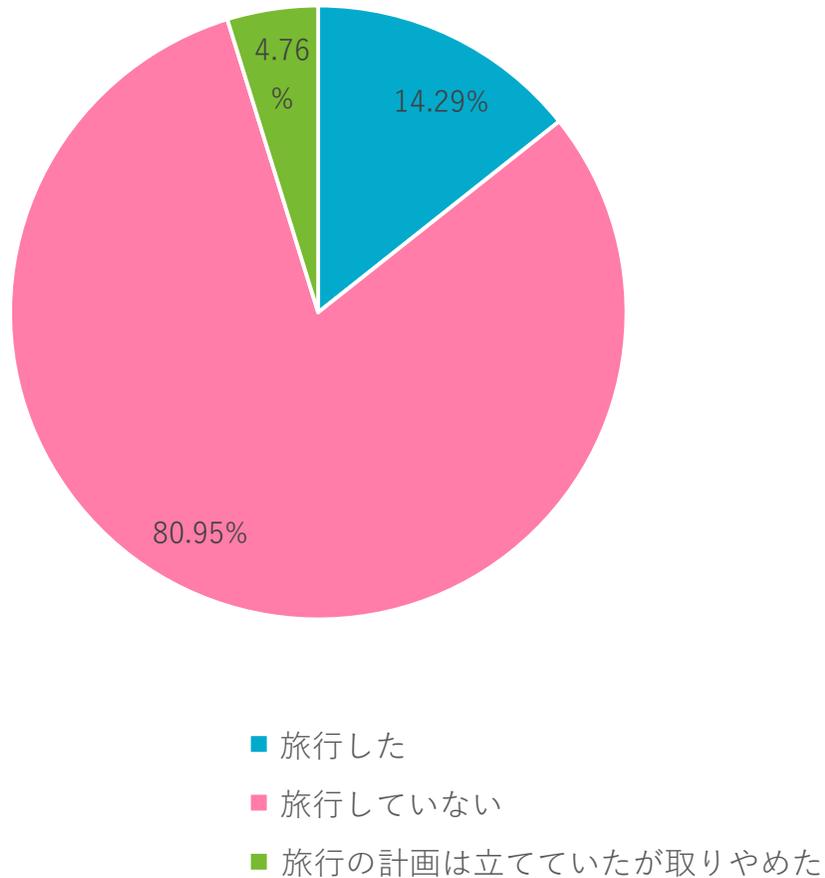
秋に旅行すると答えた人が圧倒的に多く、F1層では2番目に多かった「夏」は3番目となる。夏が少ないのはこの年代がお盆休みに帰省される側であることが理由であると考えられる。70代以上では「春」も多くなっているが、年度の変わり目である等の影響が少なく、時間的にも余裕ができるからだと考えられる。

# 6月20日以降、近隣エリアへ旅行したか



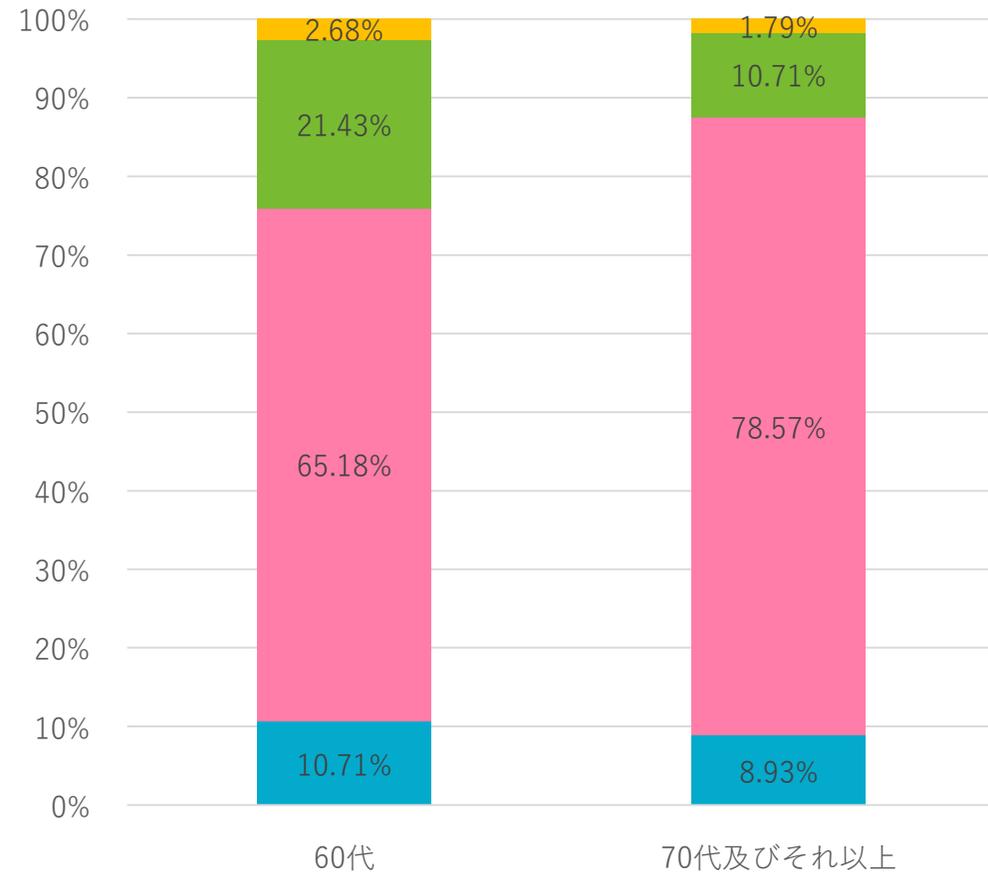
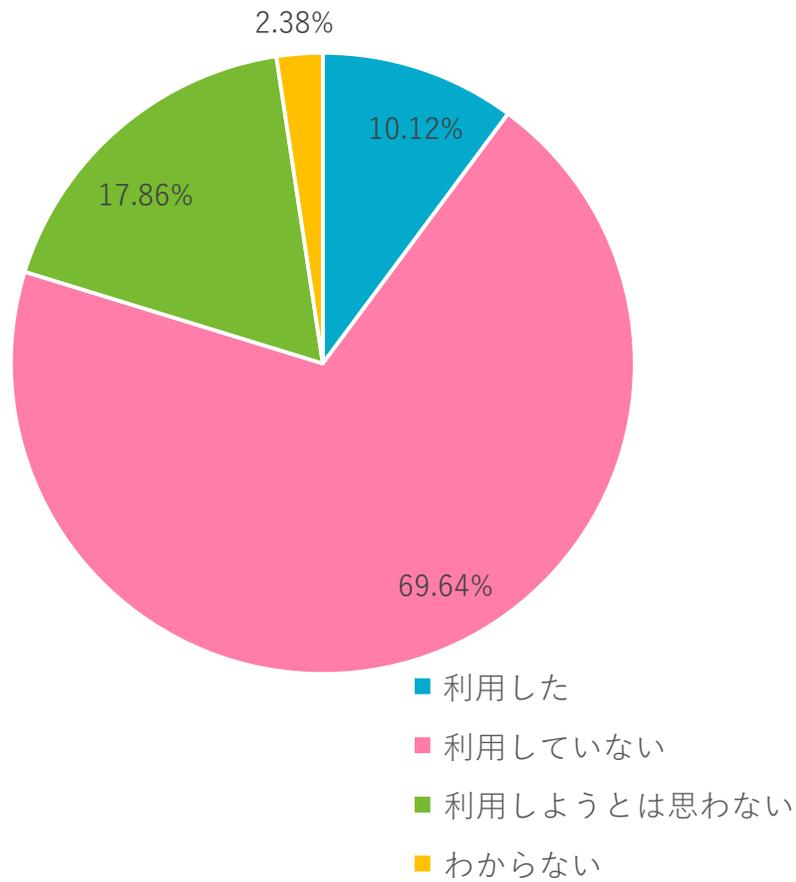
「旅行していない」が多数となっている。年代ごとに分けてみると、60代と70代以上では「旅行した」に約10%の差があり、また「旅行の計画は立てていたが取りやめた」では70代以上の数値は60代の2倍程度となっている。旅行意欲の有無の項目ではほとんど差がなかったことを踏まえると、年齢が上がり新型コロナウイルス感染に係るリスクが高くなるに伴い、近隣エリアであっても観光目的の旅行は控えていることが窺える。

# 6月20日以降、遠方（国内）へ旅行したか



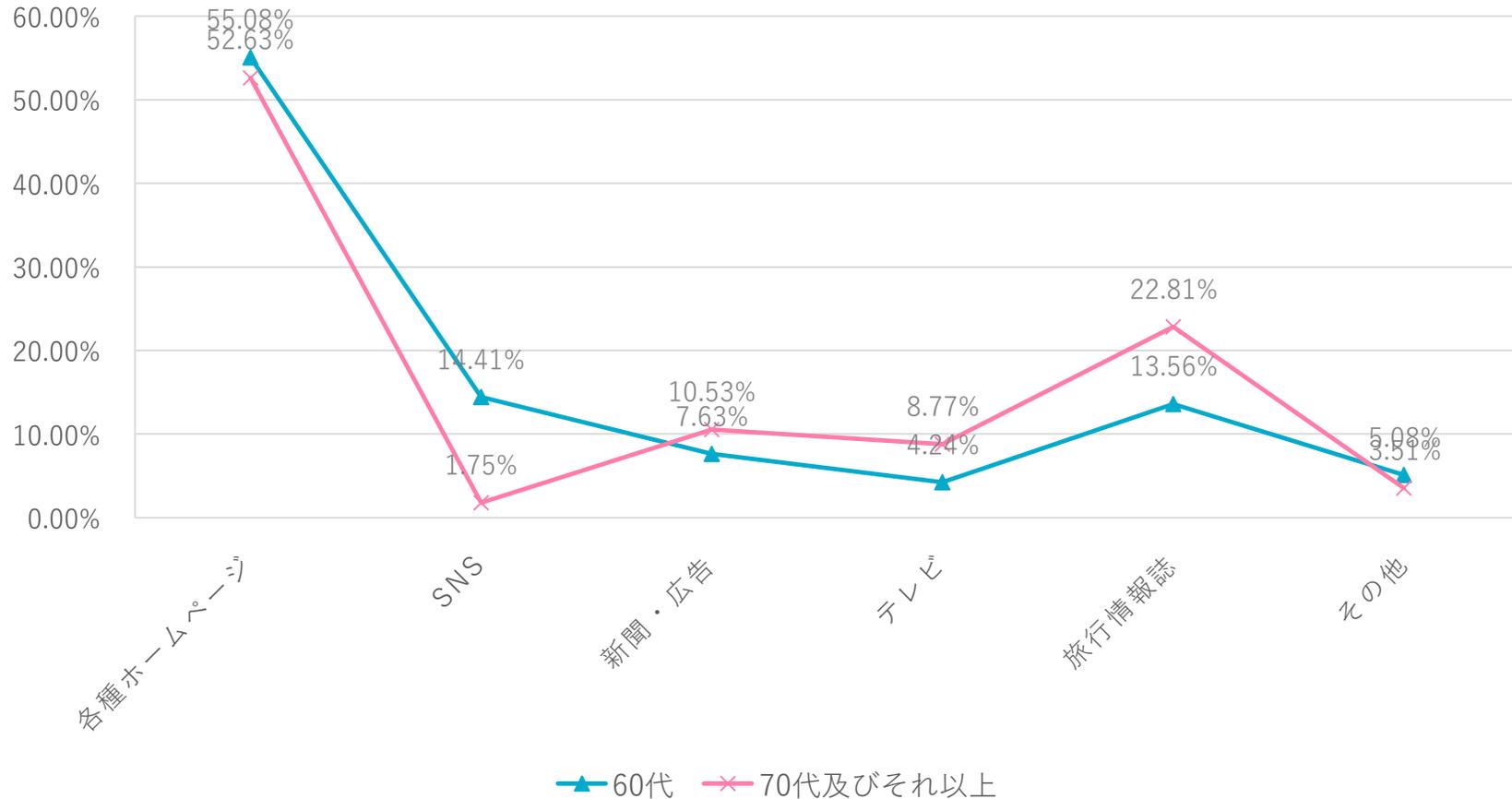
F1層と同じく、県境をまたぐ移動になると、旅行した人は15%程度となる。計画を立てていたが取りやめたという人はF1層よりも少なく、旅行意欲はある人が多いものの、遠方の旅行は避けられる傾向が強い。

# Go Toキャンペーンの利用状況



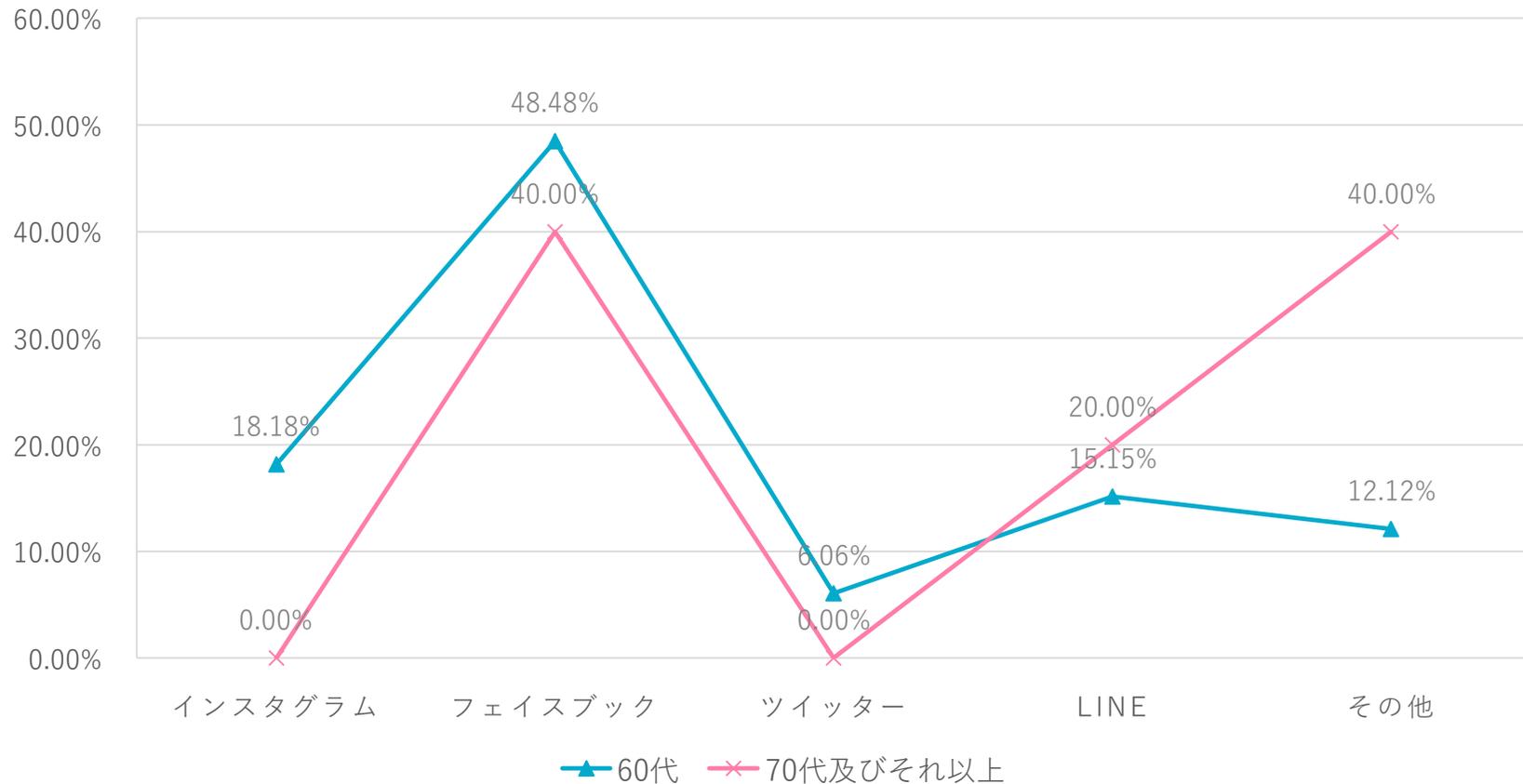
意欲のある人は6割を超えるにもかかわらず、半数以上が国のキャンペーンを利用していない。※利用予定はあるがまだ利用していない場合も含む

# 情報収集の手段



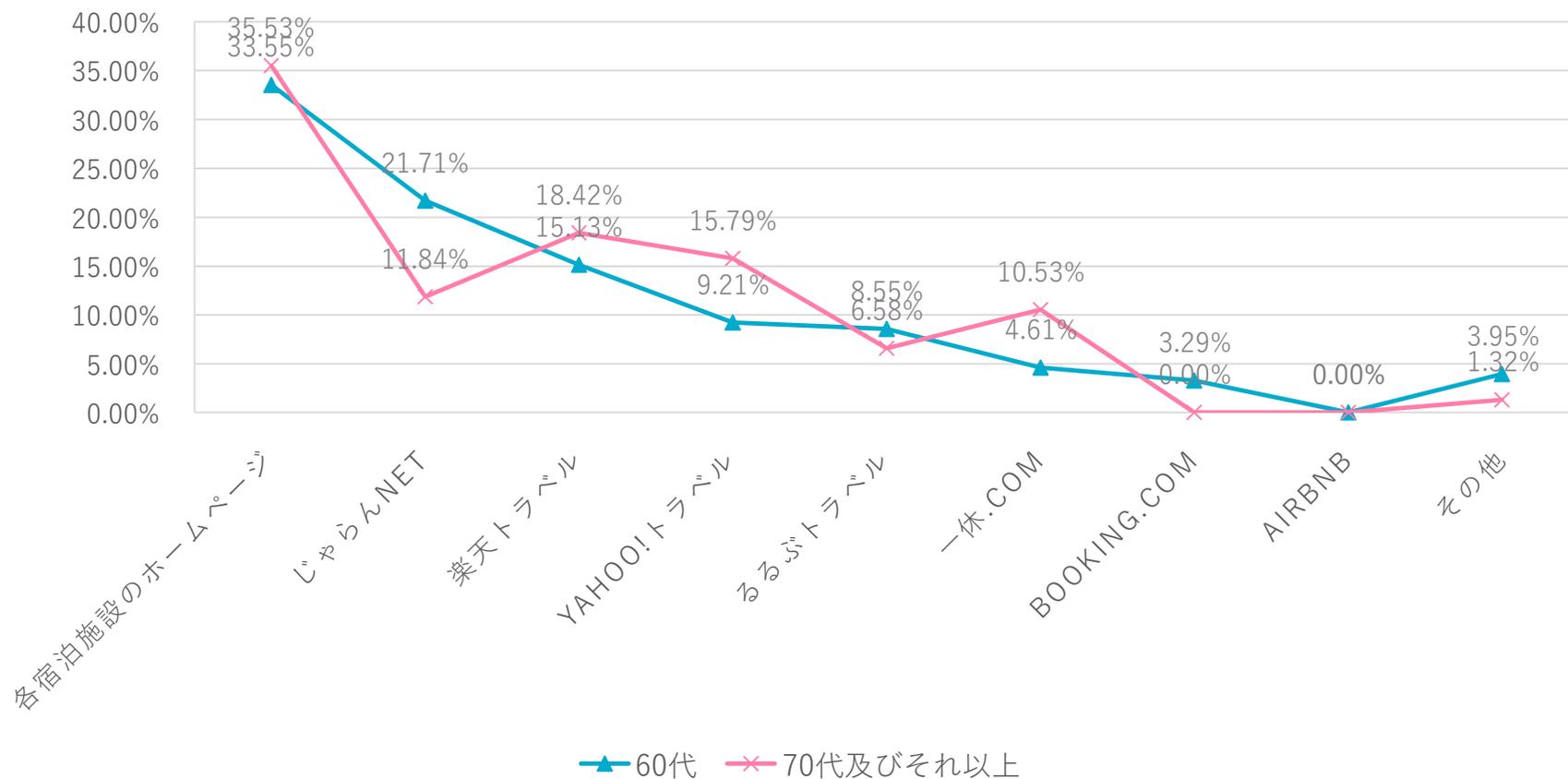
F1層、その中でも特に若い層に好まれていたSNSは年代が上がるほどに使われなくなっていく。ホームページの利用率は両方の年代において最も多く、「シニア層は紙媒体」という固定観念を改めていく必要がある。

# 情報収集に使うSNS



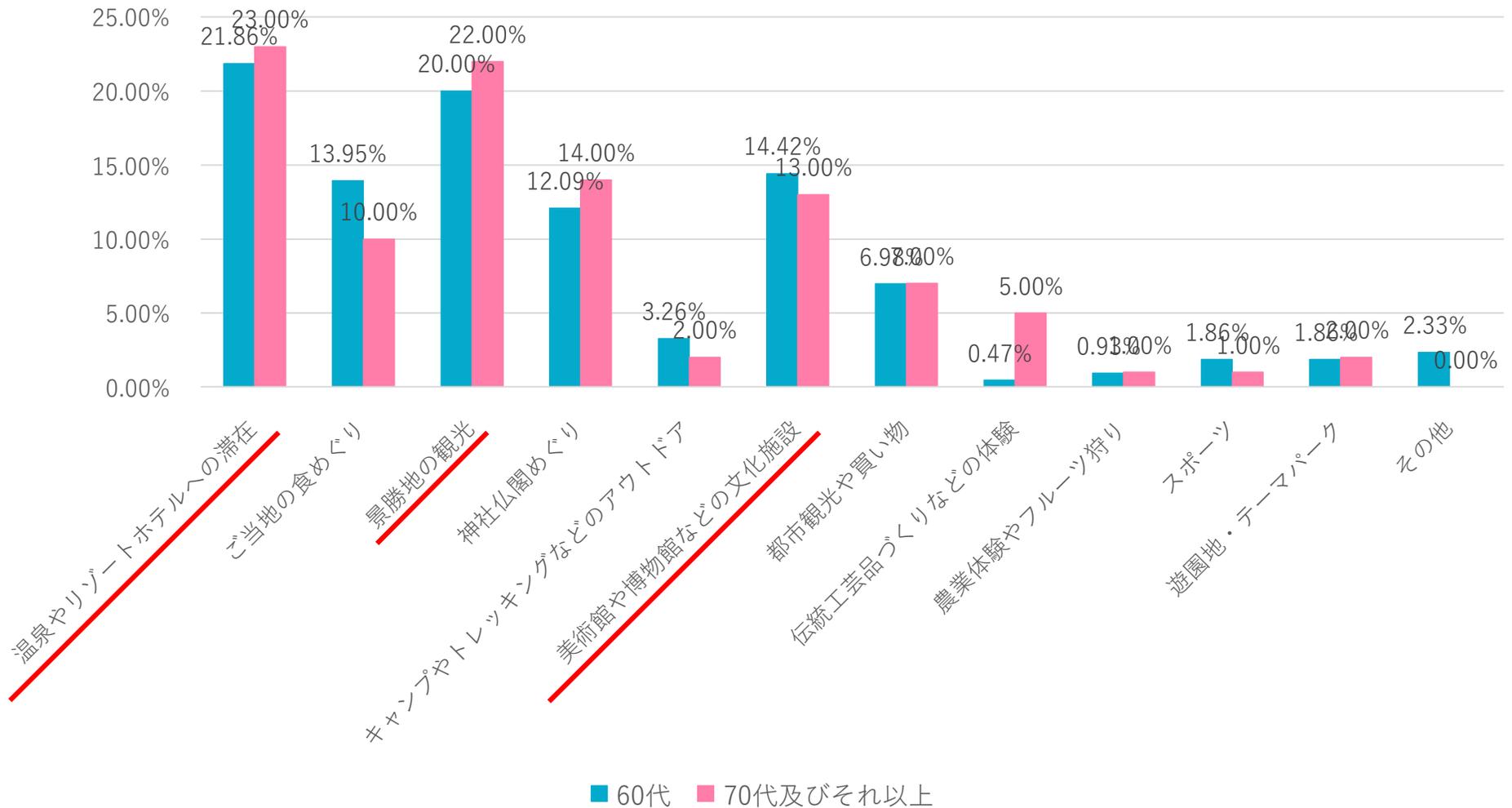
そもそもSNSを使うという回答が少ない（N=38）ため、この結果がアクティブシニア層全体の傾向とは言えないが、フェイスブックが圧倒的に使われていることがわかる。

# 宿泊施設の情報収集に使うホームページ



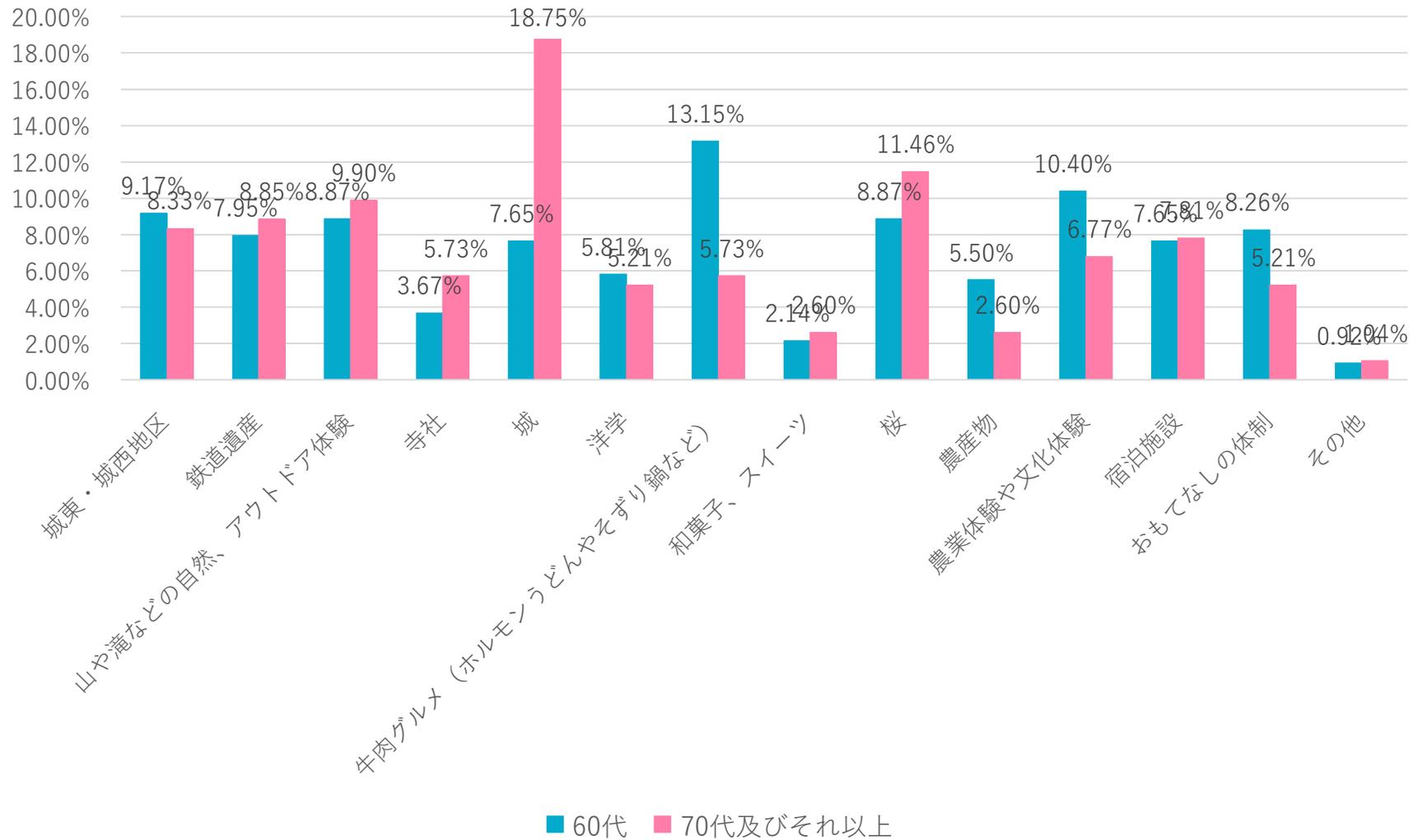
この年代ではF1層と異なり、各施設のホームページがより重視される傾向にある。

# 今後の旅行でやりたいこと



温泉・リゾート×景勝地の傾向。また景勝地（いわゆる観光地）には博物館等の文化施設、各種宿泊施設等もそろっていることが多いと考えられるが、この年代では行き先（景勝地）を先に決め、そこでの滞在を基準に宿を選ぶ傾向があるのではないかと考えられる。

# 津山市でこれから伸ばしていきたいと思うもの



70代以上では城が圧倒的に多いが、60代では城の回答数は多くない。また、逆に60代で最も多い牛肉グルメは70代以上では少ない。F1層とは対照的な回答となっている。

# 総括

現在津山市及び津山版DMOでは、アクティブシニア層及びF1層をターゲットに設定して観光施策を進めています。F1層とアクティブシニア層では、今回、過去2回の調査結果からそれぞれの年代について抽出したところ、そもそも旅行の動機や宿泊施設を選ぶ基準が年代によって異なっているのではないかと見えてきました。

F1層においては、「泊まりたい宿」「したい体験」に重点が置かれています。基準が「観光地」ではないので、必ずしも景勝地やいわゆる観光地に行くとは限らない世代であり、したいことができる場所から足を伸ばせる範囲の観光地に行く傾向が見られます。

対してアクティブシニア層については、「行きたい観光地」に重点を置いていると思われます。有名な観光地を訪れたいという意欲が強く、観光に便利な宿、かつ観光地の中にある温泉宿を選ぶ傾向が見られます。

こういった情報を元に、PR方法、観光施設等の魅力向上を考えていく必要があります。

## 二次利用等について

この調査内容及び結果について、許可なく二次利用することを禁じます。

また、調査結果については、津山市及び（公社）津山市観光協会（津山版DMO候補法人）で行う施策に活用いたします。その際、関係機関等に調査内容及び結果を提供することがあります。

## 問合せ先

津山市産業文化部観光振興課

電話 0868-32-2082

メール [kankou@city.tsuyama.lg.jp](mailto:kankou@city.tsuyama.lg.jp)