

I-1 日本人の旅行市場の概況

1 旅行者数

国内旅行平均回数:宿泊旅行1.13回/人、日帰り旅行1.01回/人
国内旅行平均泊数:2.43泊/人回

日本人の旅行市場を「国内宿泊旅行」「国内日帰り旅行」「海外旅行」の3領域に大別し、旅行者数を概観する。なお、2020年に引き続き、2021年中に実施された海外旅行に係る調査結果のうち、観光庁の公開する統計が欠損値(データなし)である部分について、本稿の本文では記述を省略し、図表では「-」として表示した。

●旅行平均回数

2021年の日本人の旅行平均回数は、国内宿泊旅行全体では1.13回/人、国内日帰り旅行全体では1.01回/人であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図I-1-1左を参照。

●平均泊数

2021年の日本人の旅行における平均泊数は、国内宿泊旅行全体では2.43泊/人回であった。各旅行の観光、帰省、出張の内訳については、図I-1-1右を参照。

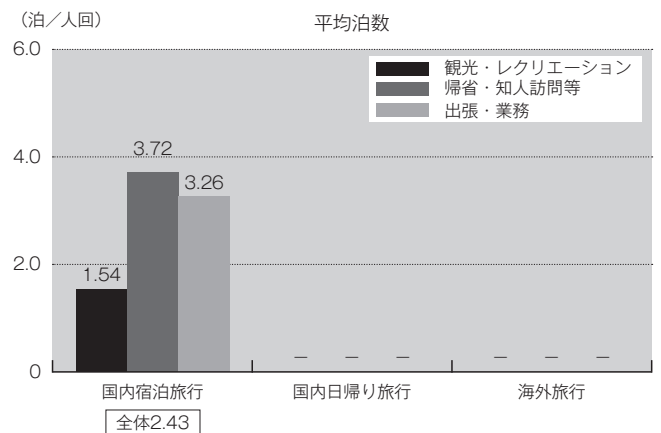
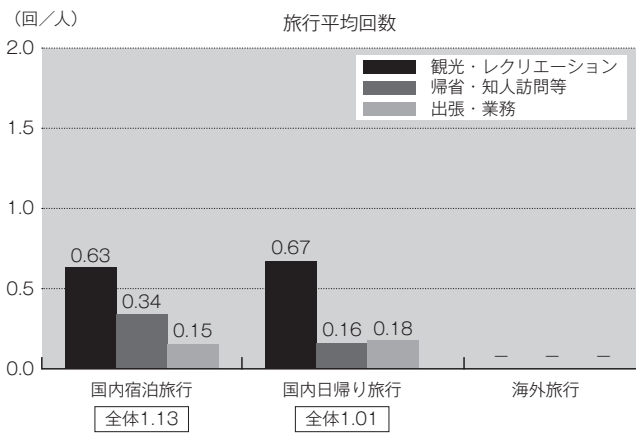
●延べ旅行者数

2021年の日本人の延べ旅行者数は、国内宿泊旅行全体では1億4,177万人、国内日帰り旅行全体では1億2,644万人であった。国内宿泊旅行の目的は観光・レクリエーションが56.2%、帰省・知人訪問等が30.2%、出張・業務が13.7%であった。国内日帰り旅行の目的は観光が66.3%、帰省・知人訪問等が16.0%、出張・業務が17.7%であった(図I-1-2左)。

●延べ泊数

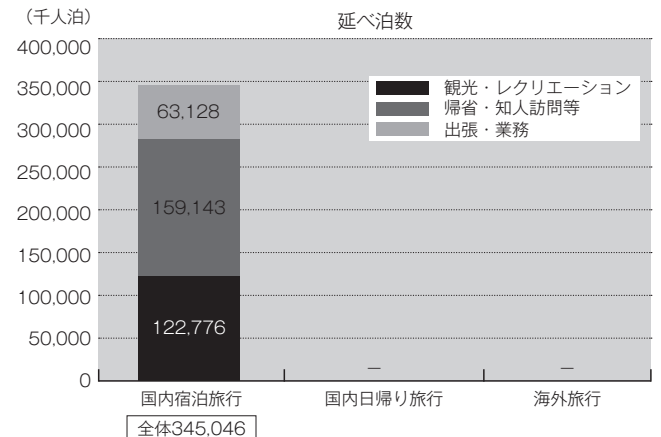
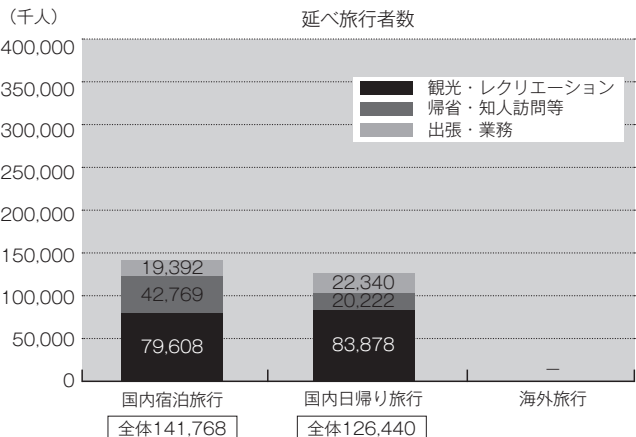
2021年の日本人の延べ泊数については、国内宿泊旅行全体では3億4,505万人泊であった。旅行目的は観光・レクリエーションが35.6%、帰省・知人訪問等が46.1%、出張・業務が18.3%であった。(図I-1-2右)

図 I-1-1 旅行平均回数および平均泊数(2021年)



資料:いずれも観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図 I-1-2 延べ旅行者数および宿泊者の延べ泊数(2021年)



資料:いずれも観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

2 旅行市場区分 (全体)

個人負担の個人旅行が増加

(1) 費用負担および旅行形態からみた旅行市場

第一に、旅行内容と旅行形態(団体・個人)に着目し、旅行市場を「個人で実施する観光旅行」「帰省や家事のための旅行」「組織が募集する団体旅行」「出張や業務旅行」「会社がらみの団体旅行」の5種類に区分した。この5つの市場区分について、延べ旅行者数(単位:人回)をベースとしてそれぞれのシェアを算出すると、「個人で実施する観光旅行」が最も大きなシェアを占めており、国内旅行で68.4%を占めた。次点は「帰省や家事のための旅行(12.8%)」、第3位は「出張や業務旅行(10.1%)」であった(表I-1-1)。

第二に、旅行市場の構造を「費用負担者」と「旅行形態」の2つの視点から検討した。

まず旅行の費用負担者として「個人負担」と「法人負担」を想定し、それぞれの占める割合を延べ旅行回数(単位:人回)ベースで算出した。国内旅行においては全体の83.9%が個人負担により実施された旅行で、12.4%が法人負担により実施された旅行であった(表I-1-2)。

次に旅行形態として「個人旅行」と「団体旅行」を想定し、それぞれの占める割合を延べ旅行者数(単位:人回)ベースで算出した。国内旅行全体では個人旅行が91.2%、団体旅行が5.1%を占めた(表I-1-3)。

最後に、「費用負担者」と「旅行形態」の2つの軸によって、旅行市場を4つに区分した(図I-1-3)。国内旅行では、個人負担によって行われる個人旅行が81.1%を占め、前年(72.9%)から8ポイント以上上回った。

表 I-1-1 旅行形態に着目した旅行市場区分シェア(2021年)

(単位:%)

市場区分	定義	国内旅行	海外旅行
個人で実施する観光旅行	個人で実施する観光旅行。スポーツ旅行。旅行会社のバック旅行に参加した場合も含める。	68.4	—
帰省や家事のための旅行	帰省や冠婚葬祭関連の旅行。(帰省ついでに行った観光旅行は観光・レクリエーション旅行)	12.8	—
組織が募集する団体旅行	町内、農協、郵便局、信金、宗教団体、サークルなどが募集する旅行。	2.8	—
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	10.1	—
会社がらみの団体旅行	職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。	2.3	—
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	3.7	—

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表 I-1-2 旅行費用の負担者別にみるシェア(2021年)

(単位:%)

費用負担者	市場区分	国内旅行	海外旅行
個人負担	個人で実施する観光旅行	83.9	—
	帰省や家事のための旅行		
	組織が募集する団体旅行		
法人負担	出張や業務旅行	12.4	—
	会社がらみの団体旅行		
	その他の旅行	3.7	—

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

表 I-1-3 旅行形態別にみるシェア(2021年)

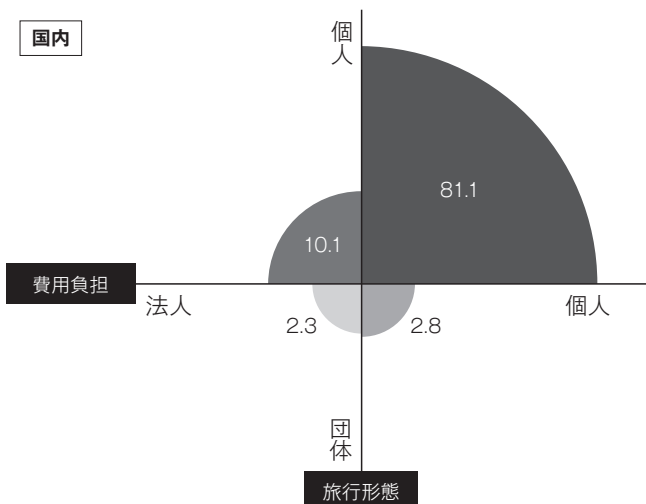
(単位:%)

旅行形態	市場区分	国内旅行	海外旅行
個人旅行	個人で実施する観光旅行	91.2	—
	帰省や家事のための旅行		
	出張や業務旅行		
団体旅行	組織が募集する団体旅行	5.1	—
	会社がらみの団体旅行		
	その他の旅行	3.7	—

資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図 I-1-3 国内旅行の負担者別・旅行形態別のシェア(2021年)

(単位:%)



資料:(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

3 旅行市場区分（観光・レクリエーション）

「夫婦・カップル旅行」38.7%、「家族旅行」28.8%、
「ひとり旅」16.6%

(1) マーケットセグメント別の市場シェア

旅行は「誰と行くか」によって、内容が大きく左右される。特に家族旅行の場合、子どもの有無や年齢によって、旅行の内容は大きく変化する。そこで旅行マーケットのセグメンテーションとして、まず「旅行の同行者」を軸にして『家族旅行』『夫

婦・カップル旅行』『友人旅行』『ひとり旅』に大きく区分し、さらにその旅行者の「ライフステージ（配偶者や子どもの有無、子どもの年齢）」を軸として、17のセグメント（3世代家族旅行は除く）に細分化した（表I-1-4）。

セグメントごとのシェアを概観すると、国内旅行では「夫婦・カップル旅行」のシェア38.7%と最も高く、次いで「家族旅行」が28.8%、「ひとり旅」が16.6%となった。マーケットセグメント別にみると、「子育て後の夫婦での旅行」が16.4%を占めた。

国内旅行におけるセグメント別分析の詳細は、31～37ページに掲載した。

表 I-1-4 観光・レクリエーション旅行の市場区分

マーケットセグメント		旅行の同行者	ライフステージ
家族旅行	乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行(小中高生を含まない)	子ども連れ	乳幼児の子あり
	小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	子ども連れ	小中高生の子あり
	18歳以上のみの家族旅行	子ども連れ 親を連れて	末子が18歳以上 —
	※内、3世代家族旅行	3世代で	—
夫婦・カップル旅行	カップルでの旅行	カップルで	—
	夫婦での旅行(子どもなし)	夫婦で	子どもなし
	子育て中の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳未満
	子育て後の夫婦での旅行	夫婦で	末子が18歳以上
友人旅行	未婚男性による友人旅行	友人や知人と	未婚男性
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	友人や知人と	既婚男性・子どもなし
	子育て中の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の男性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
	未婚女性による友人旅行	友人や知人と	未婚女性
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	友人や知人と	既婚女性・子どもなし
	子育て中の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳未満
	子育て後の女性による友人旅行	友人や知人と	末子が18歳以上
ひとり旅	男性のひとり旅	自分ひとりで	—
	女性のひとり旅	自分ひとりで	—

※3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。

資料：(公財)日本交通公社作成

表 I-1-5 観光・レクリエーション旅行の市場区分別のシェア

(単位：%)

マーケットセグメント		国内旅行	海外旅行
家族旅行		28.8	—
	乳幼児の子どもと一緒にの家族旅行(小中高生を含まない)	5.6	—
	小中高生の子どもと一緒にの家族旅行(乳幼児連れも含む)	12.4	—
	18歳以上のみの家族旅行	10.8	—
	※内、3世代家族旅行	6.1	—
夫婦・カップル旅行		38.7	—
	カップルでの旅行	11.1	—
	夫婦での旅行(子どもなし)	9.7	—
	子育て中の夫婦での旅行	1.5	—
	子育て後の夫婦での旅行	16.4	—
友人旅行		14.3	—
	未婚男性による友人旅行	3.6	—
	既婚男性による友人旅行(子どもなし)	0.8	—
	子育て中の男性による友人旅行	0.8	—
	子育て後の男性による友人旅行	1.8	—
	未婚女性による友人旅行	3.1	—
	既婚女性による友人旅行(子どもなし)	1.0	—
	子育て中の女性による友人旅行	0.2	—
子育て後の女性による友人旅行	2.9	—	
ひとり旅		16.6	—
	男性のひとり旅	10.9	—
	女性のひとり旅	5.7	—
その他		1.6	—
全体		100.0	—

※3世代家族旅行は、子どもの年齢にかかわらず3世代で行った旅行であり、家族旅行の3セグメントと重複する。

※16歳未満の旅行者はアンケート調査の対象となっていないため、上記シェアからは除外。

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

(2)性・年代別にみる同行者別の市場シェア

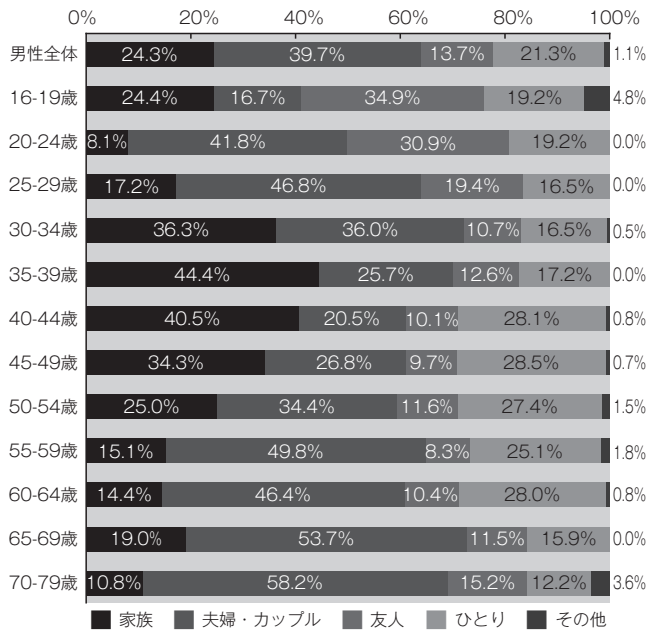
同行者は、年代の移り変わりに伴って変化する。国内旅行についてみると、男女ともに10代後半は家族や友人との旅行が中心で、20代前半は夫婦・カップルや友人との旅行が7割程度を占める。20代後半以降は家族の割合が高まり、30代後半から40代前半でピークとなる。特に女性では30代後半で家族との旅行が6割を占めている。40代後半以降は、家族との旅行が徐々に減少し、再び夫婦・カップルでの旅行が増加する傾向にあるが、男性40～60代前半では、ひとりで旅行する割合が2.5～3割とやや高く、女性と異なる。

向にあるが、男性40～60代前半では、ひとりで旅行する割合が2.5～3割とやや高く、女性と異なる。

20代では恋愛・交友関係の広がり、30～40代では結婚・出産・子育て、50代では子どもの独立など、年代ごとのライフステージの変化によって同行者の違いがみえてくることわかる(図I-1-4、図I-1-5)。

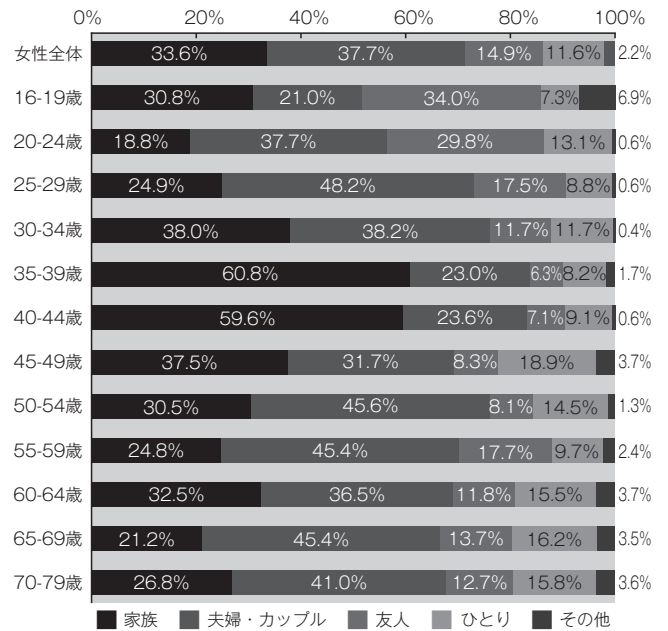
(仲七重)

図 I-1-4 国内旅行における年代別同行者(男性)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図 I-1-5 国内旅行における年代別同行者(女性)



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」