

大学生の国内旅行スタイルに関する研究

小島一宏（文教大学情報学部広報学科）

1. 調査研究の背景と目的

私は、海外旅行に行ったことがない。それは、言葉の壁や不安などにより影響されているのが主な原因だが、昔から家族と国内旅行しか行かなかったということもあり、海外旅行に行こうと思わない。

私の中で旅行に行く目的は、観光や、思い出づくりや、学割を使って格安で旅行できることである。

例を上げるとスキーやスノーボードに行く場合、インターネットや旅行会社のホームページを見ていくと普通に行けば高いプランも、学割を使えば安くなるプランや、現在高速道路や新幹線の開通のより日帰りで帰ってこれるようになり今まで高くてあまりいけなかった場所へも日帰りではあるが、十分楽しんで友達と遊びに行けるようになった。好きなところに旅行に行けるようになり、なおかつ安く友達と思い出が作れるようになったことが大学生の旅行増加へとつながっていると思われる。

また近年、国内旅行者が増加している。主な要因としては、景気の持ち直しや地方の交通機関の普及により、旅行需要を促す出来事が旅行者数増加につながっていると考えられる。それに伴い日帰り旅行については、宿泊旅行以上に好調であり、国内延旅行者数は、約3億1,053万人と、前年比より4.5%増加となっている（公益財団法人日本交通公社「旅行年報2014」）。かつては宿泊しなければ行くことができなかった観光地への日帰り旅行が高速道路や新幹線の開通のより可能になったことで、今まで積極的に力を入れてこなかった旅行会社も日帰り旅行のプランに力を入れ始めている。今まで力を入れてこなかったのは、単価が低く、手間を掛けて旅行の企画や手配を行っても採算が取れにくいことに加え、今まではマイカー中心の旅行が主流であったため、宿泊を伴わないことから、予約業務を中心とした旅行会社のビジネスモデルに適応しにくいというのが、主な理由であった（一般社団法人 日本旅行業協会）。

現在旅行会社で期待されているのは、女優の吉高由里子が西武鉄道のCMで放映されている女性グループを中心とした近場で楽しむ日帰り旅行や、テーマパークや日帰り入浴施設等への家族・グループでの旅行、スキーをはじめとす

る日帰りのスポーツレクリエーションなど、日帰り旅行市場は、さらに拡大の可能性をもっている。また、宿泊旅行に比べて単価が低いことから、宿泊旅行から日帰り旅行へのシフトが進むことも予想される。

私は友達と二人など少人数で旅行することが多い。主な理由は、インターネットで宿泊先だけ予約し、行きたい場所を言い合い、プランを練るといった自由な行動がとりやすい旅行が好きだからである。また、サークルなどで団体旅行をする際は、自由な行動が取りにくく話がまとまらないので最初からプランができていた旅行会社のパッケージツアーを選択することが多かった。

大学生活を通し、一つ一つの旅行において宿泊先を予約したり、旅行先の情報収集をしたりすることでインターネットを使うことは必然的に多かった。インターネットを利用することによる観光業界の将来性が期待される。

国内旅行マーケットの実態と旅行者の志向の調査によれば「パッケージツアーを利用しない旅行」における「ネット専門旅行予約サイト」を利用した申し込みのシェアが最も多く2010年から増加の傾向がみられている（旅行者動向2013年の公益財団法人日本交通公社）。だが、2012年は減少しており、その分が「宿泊施設に直接電話」に回っている。また、「ネットの検索サイト」の利用率は最大で6割を占めており、これは半数以上が情報収集源として利用したり予約したりするためにインターネットを使用していると言える。

現在、旅行会社 予約サイトなどでは交通機関と宿泊がパックになってお得な情報が掲載されていたり、旅行会社を会員登録したりLINEで旅行会社の公式アカウントを追加しておいたりすると、宿泊施設等の予約が簡易的になったり、支払いが出来たり、ポイントが貯まったりといったネット上でしか取り扱っていない割引クーポンが使用出来る。その結果、旅行会社同士で競争となっている。さらには、サイトの場合、口コミや充実度で選んだり、気兼ねなく価格で選んだりすることもそうだが、何より自分自身のタイミングで予約できるのが良いとされている。また、航空会社共同サイトや旅行会社共同サイトというような企業間の連携サイトによる販売チャンネルの拡大も進められてきているとともに、各航空会社の運賃を比較して購買できるサ

イトも生まれている。このように、インターネット取引は急速に拡大しており利用者の利便促進をもたらしている。

そこで、インターネットは旅行にどのような影響をもたらしているのか、またインターネットを利用することでどのようなメリットがあるのかという事を調査しようと考えた。

2. 調査研究方法

2-1. 調査研究の経緯

4～6月	調査テーマ討論・文献調査
7月	第1回 調査実施・回収・集計報告(予備調査)
11月	第2回 調査実施・回収・単純集計報告(本調査)
12月	第3回 調査実施・回収・単純集計報告(本調査)
1～2月	報告書作成

2-2. 調査の概要

(1) 調査の意図・仮説

調査の意図

- ・年間旅行回数
文教大学湘南キャンパスに在学している学生を対象に、宿泊旅行、日帰り旅行頻度。
- ・旅行の際情報収集源
旅行をする際、情報収集は何が多く利用されているのか。

仮説

- ・宿泊旅行より日帰り旅行の方が大学生は利用率が高い。
- ・旅行前・旅行中によって情報収集に男女差があるのではないかと明らかにする。

(2) 調査対象者と方法

調査場所：文教大学湘南キャンパス

調査対象：文教大学湘南キャンパス生

- ・「現代日本の諸問題」を受講している生徒
- ・「メディア社会学」を受講している生徒
- ・調査方法：質問紙による集合調査を実施。調査対象

者の選出は、有意抽出法による。その中から不備が多かったものは除外して分析している。

*問7において回答に記入漏れが生じているなど

(3) 調査回答者概要

依頼数

:207枚 (現代日本の諸問題:112枚 メディア社会学:95枚)

有効回答数

:171枚 (現代日本の諸問題:103枚 メディア社会学:68枚)

*調査対象者も選出は有意抽出法による。その中から不備が多い質問紙を除外して分析したため、分析対象者は171名となった。

	1年生	2年生	3年生	4年生	合計
回答者	104 (60.8)	51 (29.8)	15 (8.8)	1 (0.6)	171 (100)

	男性	女性	合計
回答者	60 (35.1)	111 (64.9)	171 (100)

(4) 主な質問項目

- ・旅行回数
大学生は、宿泊旅行と日帰り旅行のどちらの方が行く機会が多いのか。宿泊、日帰り別に(「1回」から「6回以上」)に旅行に行った度合いを尋ねた。
- ・旅行目的
大学生は、どういった旅行をして何を求めているのか「楽しむため」「寛ぎ」「勉強」などといった選択項目を用いて尋ねた。旅行目的を尋ねる質問が大学生の旅行意識に変化に影響があると思われる。
- ・性別、学科、学年について尋ねた。
- ・旅行をするにあたり、メディアの利用が旅行者のスタイルにどういった影響があるのか。

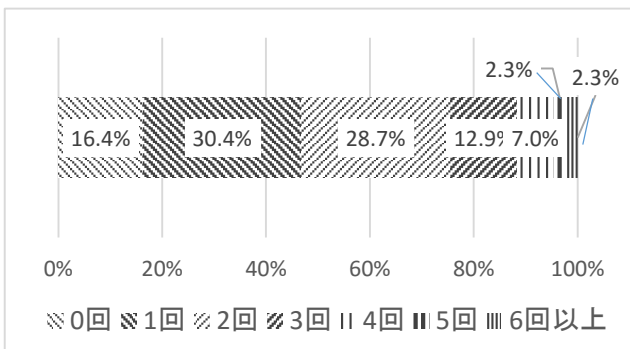
3. 調査研究の結果

3-1. 大学生全体の旅行スタイル

(1) 大学生における宿泊旅行回数

大学生における1年間に宿泊旅行に行く回数を調べるため、「0回」から「6回以上」までの選択肢で尋ねた。その結果が図3-1-1である。「0回」16.4%、「1回」が30.4%、「2回」が28.7%、「3回」が12.9%、「4回」が7.0%、「5回」が2.3%、「6回以上」が2.3%となった。約8割の大学生は1年間に少なくとも1回は宿泊旅行に行くことが分かった。

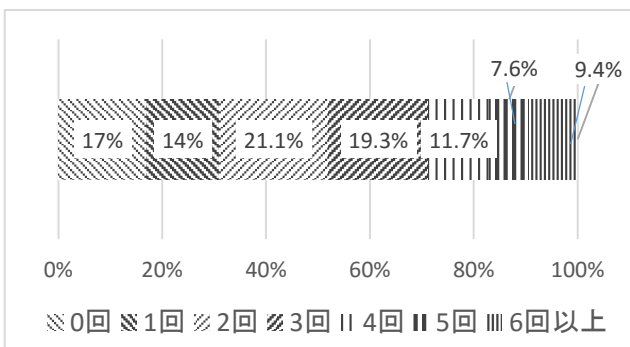
図3-1-1 宿泊旅行数 (n=171, 単位：%)



(2) 大学生における日帰り旅行回数

大学生における1年間に日帰り旅行に行く回数を調べるため、「0回」から「6回以上」までの選択肢方式で尋ねた。その結果が図3-1-2である。「0回」が17.0%、「1回」が14.0%、「2回」が21.1%、「3回」が19.3%、「4回」が11.7%、「5回」が7.6%、「6回以上」が9.4%となった。約8割の大学生は1年間に少なくとも1回は日帰り旅行に行くことが分かった。また、宿泊旅行に比べ日帰り旅行は旅行費があまりかからないためか「5回」「6回以上」と旅行に行く人が多い。

図3-1-2 日帰り旅行数 (n=171, 単位：%)

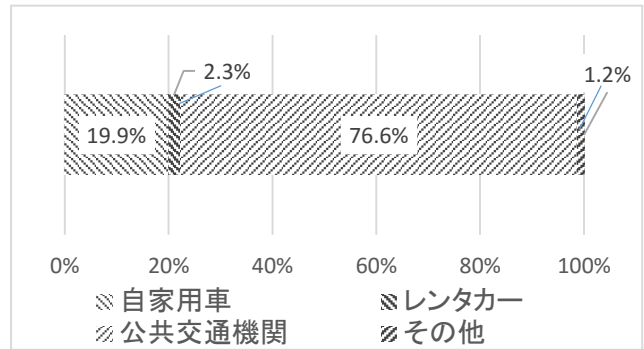


(3) 大学生における日帰り旅行交通手段

日帰り旅行に行くときの、目的地までの交通手段を調べた結果が図3-1-3である。「公共交通機関」が76.6%、「自家用車」が19.9%、「レンタカー」が2.3%、「その他」が1.2%であった。

約8割の大学生は公共交通機関を利用して日帰り旅行の目的地に向かっていることがわかる。

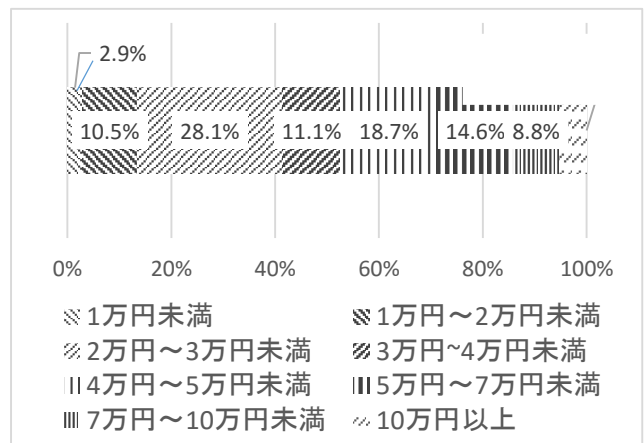
図3-1-3 日帰り旅行交通手段 (n=171, 単位：%)



(4) 大学生における宿泊旅行金額

宿泊旅行に行く際、旅行費をいくらまで出せるのか調べた結果が図3-1-4である。「2万円～3万円未満」が28.1%、「4万円～5万円未満」が18.7%、「5万円～7万円未満」が14.6%、「3万円～4万円未満」が11.1%、「1万～2万円未満」が10.5%、「7万円～10万円未満」が8.8%、「10万円以上」が5.3%、「1万円未満」が2.9%となった。この結果から、2万円～3万円未満の金額が多いという事は、宿泊旅行でも「安くて」「近くて」「短い」日数で旅行が好んでいる人が多いという事がわかる。

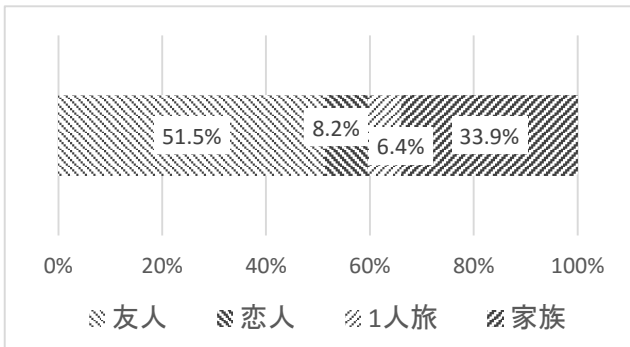
図3-1-4 宿泊旅行費 (n=171, 単位：%)



(5) 大学生における旅行に行く相手

宿泊旅行、日帰り旅行共に誰と行く機会が多いか調べた結果が、図3-1-5である。「友達」と答えたのが51.5%、「家族」と答えたのが33.9%、「恋人」と答えたのが8.2%、「1人旅」と答えたのが6.4%であった。この結果から約半分の学生は友達と旅行に行くことが多いが、約3割の学生は家族との旅行も大切にしているという事がわかった。」

図3-1-5 旅行に行く相手 (n=171, 単位：%)



(6) 大学生における旅行先

宿泊旅行、日帰り旅行を通して一番思い出に残っている旅行先を自由記述で回答してもらい、アフターコーディングした。その結果が、図3-1-6である。思い出に残っている県1位は、「神奈川県」(20.8%)、2位は、「大阪府」(9.1%)、3位は、「千葉県」(9.1%)となった。神奈川県が最も選ばれ回答として多かったのは、箱根やみなとみらいといった観光地が多く選ばれていた。また、「2位」と「3位」の大阪府と千葉県は、県内にテーマパークが存在するため今回ランクインしたと考えられる。」

図3-1-6 思い出に残る旅行 (n=171, 単位：%)

1位	2位	3位	その他
神奈川県	大阪府	千葉県	
32人	15人	14人	110人
20.8	9.7	9.1	60.4

(7) 学年別による旅行機会

宿泊旅行と日帰り旅行どちらに行く機会が多いかについて、学年による違いが見られるかについて検証するために、カイ2乗検定を行った。その結果、5%水準で有意差がみられた。 $(\chi^2(3) = 7.85, p < .05)$ 図3-1-7で示されているように、行く機会において1年生は宿泊旅行に比べ日帰り旅行に行っている割合が圧倒的に多い。2年生においては宿泊、日帰り旅行共に同等であった。学年問わずとして大学生は日帰り旅行している割合が高いことがわかる。

図3-1-7 行く機会 (n=171, 単位：%)

		宿泊旅行	日帰り旅行	合計
学年	1年	31	73	104
		29.8%	70.2%	100%
	2年	25	26	51
		49.0%	51.0%	100%
	3年	4	11	15
		26.7%	73.3%	100%
	4年	1	0	1
		100%	0%	100%
合計		61	110	171

(8) 性別による日帰り旅行費

日帰り旅行費について性別による違いが見られるかについて検証するために、カイ2乗検定を行った。その結果、統計的に有意差は見られなかったが、男女別に表を比較してみると(図3-1-8)男性は、最も日帰り(使用する目安として多いのは、「1万円～2万円未満」で41.7%であった。女性の方も同様に「1万円～2万円未満」で45.9%であった。よって、大学生の性別による日帰り旅行費として最も多いのは、「1万円～2万円未満」であった。

(9) 性別による宿泊旅行費

「宿泊旅行費について性別による違いが見られるか」について検証するために、カイ2乗検定を行った。その結果、有意差は見られた。 $(X^2(7)=14.4, p<.05)$ それを示したのが図3-1-8である。

男女別に表を比較してみると男性は、宿泊旅行で使用のお金の目安として多いのは、「2万円～3万円未満」

(26.7%)であった。女性も同様に「2万円～3万円未満」(28.8%)であった。よって、大学生の性別による宿泊旅行費として最も多いのは、「2万円～3万円未満」であった。しかし、表全体を見ていくと男性の2番目に多いのは、「1万円～2万円未満」であり、女性は、「4万円～5万円未満」つまり、男性は宿泊旅行する際、1泊2日のようななるべくお金をかけない短期宿泊旅行が最も多いことがわかる。

一方女性の方は、2泊以上の宿泊旅行をしている可能性が金額からわかる。少し多く出しても旅行を長期化し、満喫しようという傾向にあることから女性の方が男性よりも旅行にかける費用が多いことがわかる。

図3-1-8 日帰り旅行費 ($X^2(7)=14, N.S.$)

	1万円未満	1万円～2万円未満	2万円～3万円未満	3万円～4万円未満	4万円～5万円未満	5万円～7万円未満	7万円～10万円未満	10万円以上	合計
男性	17 28.3%	25 41.7%	8 13.3%	3 5.0%	1 1.7%	1 1.7%	3 5.0%	2 3.3%	60 100%
女性	18 16.2%	51 45.9%	28 25.2%	4 3.6%	4 3.6%	5 4.5%	0 0.0%	1 0.9%	111 100%
合計	35	76	36	7	5	6	3	3	171

図3-1-9 宿泊旅行費

	1万円未満	1万円～2万円未満	2万円～3万円未満	3万円～4万円未満	4万円～5万円未満	5万円～7万円未満	7万円～10万円未満	10万円以上	合計
男性	3 5.0%	12 20.0%	16 26.7%	3 5.0%	10 16.7%	6 10.0%	6 10.0%	4 6.7%	60 100%
女性	2 1.8%	6 5.4%	32 28.8%	16 14.4%	22 19.8%	19 17.1%	9 8.1%	5 4.5%	111 100%
合計	5	18	48	19	32	25	15	9	171

図3-2-1 旅行前情報収集源 ($X^2(10)=14, N.S.$)

	インターネット	ガイドブック	旅行会社のパンフレット	TVの旅行番組	旅行雑誌	旅行会社のホームページ	友人等の体験談	ブログなどの体験談	県などのホームページ	その他	特になし	合計
男性	55 91.7%	33 55.0%	24 40.0%	10 16.7%	17 28.3%	10 16.7%	9 15.0%	5 8.3%	1 1.7%	2 3.3%	14 23.3%	60
女性	107 96.4%	63 56.8%	23 20.7%	21 18.9%	37 33.3%	11 9.9%	32 28.8%	9 8.1%	6 5.4%	6 5.4%	16 14.4%	111
合計	162	96	47	31	54	21	41	14	7	8	30	171

3-2. 旅行とメディアの利用状況

(1) 旅行前情報収集ランキング

旅行に行く前に、情報収集源として大学生はどのようなものを利用するのか、選択肢から選んでもらい、1位から3位まで順位をつけてもらった。

図3-2-1は、結果を多重回答で整理し、男女別に示したものである。有意差はなかったが、男性で最も多く選ばれたのは「インターネット」(91.7%)であった。次に「ガイドブック」(55.0%)であった。次には「旅行会社のパンフレット」(40.0%)であった。

女性で最も多く選ばれたのは、「インターネット」(96.4%)。次に、「ガイドブック」(56.8%)。次に「旅行雑誌」(33.3%)であった。

(2) 旅行中情報収集ランキング

旅行している最中に、情報収集源として大学生はどのようなものを利用するのか、選択肢から選んでもらい、1位から3位まで順位をつけてもらった。図3-2-2は、結果を多重回答で整理し、男女別に示したものである。有意差はなかったが、男性で最も多く選ばれたのは「観光スポットの情報」(80.0%)であった。次には「食事・名物料理の情報」(58.3%)であった。その次には「お土産・名産品・ショッピング」(41.7%)と「移動手段・公共交通・その他の交通機関」(41.7%)であった。

一方女性の方で最も多く選ばれたのは、「観光スポットの情報」(79.1%)であった。

次に「食事・名物料理の情報」(68.2%)であった。その次に「移動手段・公共交通・その他の交通機関」(53.6%)であった。

この結果、男女共に同じものを旅行中に調べていること

がわかった。また、今回選択式で回答してもらった中にひとつも選ばれないものはなかった。つまり、旅行中男女問わずとして何かしらで調べていることがわかる。

スマートフォンの普及により、手軽にインターネットが使用できるようになったことで「インターネット」を選ぶ人が多かった。だが、その次に選ばれたものは、「ガイドブック」「旅行雑誌」であった。インターネットには及ばないが、紙媒体も利用する人は多いことがわかる。

また、注目すべきは「友人等の体験談」である。女性は男性よりも「友人等の体験談」を旅行の際、重視して旅行していることがわかった。

図3-2-2 旅行中情報収集源 (X²(9)=0.9, N.S.)

	観光 スポッ トの情 報	お土 産・名 産品・ ショッ ピング	食事・ 名物料 理の情 報	移動手段・ 公共交通・ その他の交 通機関	電車・飛 行機など の切符や チケット	銀 行・ ATM	宿泊す る都市 の情 報	ホテ ル・宿 泊施 設	トラブ ル時 の情 報	その 他・プロ グ更新 方法	合 計
男 性	48 80.0%	25 41.7%	35 58.3%	25 41.7%	13 21.7%	2 3.3%	9 15.0%	16 26.7%	3 5.0%	4 6.7%	60
女 性	87 79.1%	52 47.3%	75 68.2%	59 53.6%	26 23.6%	2 1.8%	5 4.5%	16 14.5%	3 2.7%	5 4.5%	110
合 計	135	77	110	84	39	4	14	32	6	9	171

図 3-2-3 情報収集端末

	パソコン*	スマート フォン	タブレット *
男性(n=60)	4.35	4.60	2.22
女性(n=111)	3.73	4.77	1.39

図 3-2-4

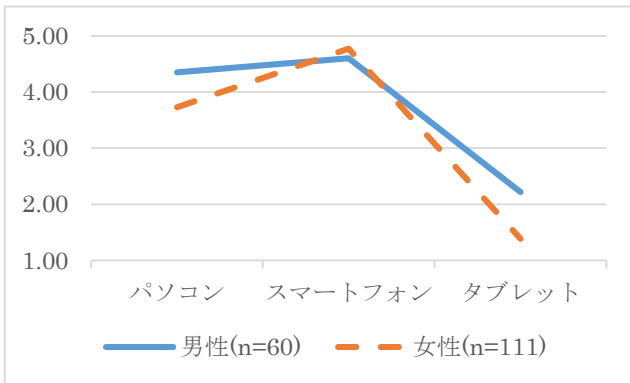
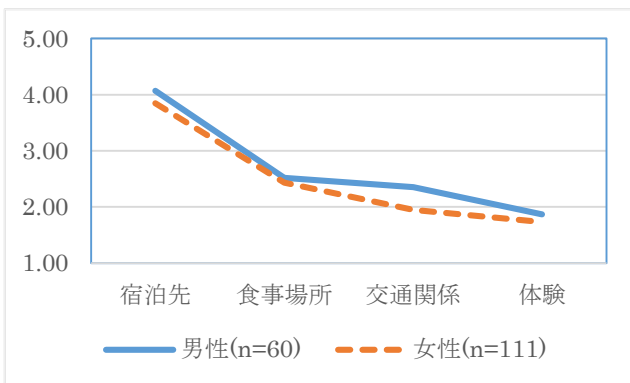


図 3-2-5 予約利用率

	宿泊 先	食事場 所	交通関 係	体験
男性 (n=60)	4.07	2.52	2.35	1.87
女性 (n=111)	3.85	2.43	1.95	1.73

図 3-2-6



(3) 情報収集端末利用率

各項目の平均値を男女別に示したものが図 3-2-3 と図 3-2-4 である。

旅行先の情報収集する際の 3 つの端末の使用率を示している。利用端末別に見て有意差が見られたのは、「パソコン」「タブレット」の項目だ。全体的にみて「パソコン」に関しては、平均値が高い事がわかる。「タブレット」に関しては平均値が低く、旅行において使用率は高くないが、旅行中調べ物をする際、大きさから調べやすいというのは「タブレット」を利用する人の特徴ではないかと考えられる。「スマートフォン」に関しては有意差が見られず、平均は 4.6 とほとんどの人が「スマートフォン」を利用して旅行の情報収集していることがわかる。

(4) インターネット予約利用率

各項目の平均値を男女別に示したものが図 3-2-5 と図 3-2-6 である。

旅行前や旅行中に各種予約する際のインターネットを使用した予約率を示している。予約別に見て有意差が見られたものはなかった。だが全体的に平均値が低い中、「宿泊先」に関しては、平均値が高い事がわかる。少なくとも「宿泊先」に関しては、予約する場合、インターネットを利用して予約している人が男女問わずとして多くいることがわかる。また、今回、大学生を対象に調査し、ほとんどの大学生が日帰り旅行を多いため、宿泊に関してあまり利用感がないというのも有意差が出なかった原因の一つではないかと考えられる。

3-3. インターネット利用時の重要項目

表1 因子分析結果 (8 因子)

旅行前や旅行中にインターネットを利用する上で重視することについて28個の項目別に「5. 当てはまる」「4. やや当てはまる」「3. どちらでもない」「2. あまり当てはまらない」「1. 当てはまらない」の5件法で、それぞれの項目をどれだけ重要だと思うか尋ねた。その結果を男女別で示したのが、表1である。どの項目についても回答の平均が「1. 当てはまらない」に寄ったものはなかった。「2. あまり当てはまらない」に寄ったものは、「インターネット・テレビや動画共有サイトで旅行特集をやっている

とみる機会が多い」「旅行中の天気が調べられる」「ランキング形式で旅行地の有名な場所が記載されているとみる」であった。「3. どちらでもない」に寄ったものは、「旅行地のおいしくて有名な食べ物を調べられる」「交通手段がわかる」「アプリで旅のしおりを作成できる」「旅行地の歴史を調べられる」「目的地情報を得やすくなり、旅行計画を工夫できるのがいい」であった。それ以外の項目は比較的重要視されていると言える。

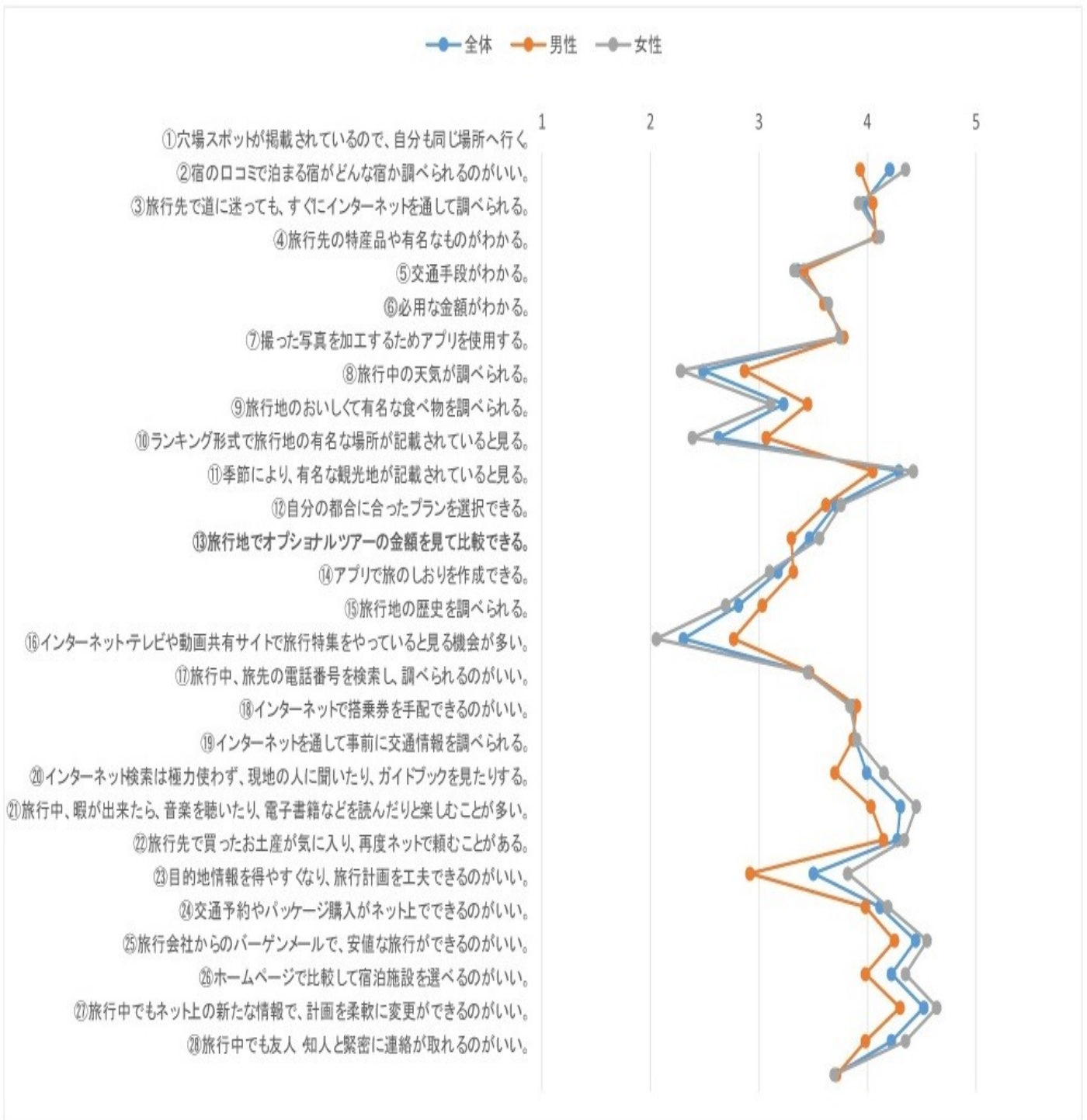
また、男女間で有意差が見られるかt検定を行ったところ、「宿のロコミ泊まる場所がどんな宿か調べられるのがいい」において男女間に有意差がみられた

($t=2.420, df=169, p>05$)。回答の平均値が男性「3.9」女性「4.3」であることから女性は男性よりも、「宿のロコミ」や評価を重視することがわかった。その他にも「旅行先で道に迷っても、すぐにインターネットを通して調べられる」において有意差がみられた ($t=2.626, df=91.7, p<.05$)。回答の平均値が男性「4.3」女性「4.6」であることから女性は男性よりも、道に迷った場合インターネットを通して調べていることなどがわかった。

因子(平方和、寄与率)	因子の内容
旅行情報総まとめ(3.3 11.8%)	旅行先歴史、アプリで旅のしおりの作成、現地の人・ガイドブックで旅行、お土産を再度購入、旅行特集を見る、旅先の電話番号を調べる、穴場スポットへ行く
場所検索(3.1 11.2%)	旅行地の有名な食べ物調べる、どんな宿か調べる、道に迷っても調べられる、季節と観光地の比較、ランキングで有名な旅行地を見る
予定変更(3.0 10.9%)	計画を柔軟に変更、事前に交通情報を調べる、搭乗券を事前に手配する、旅行中に連絡が取りあえる、ホームページで旅行先比較、情報得やすく旅行計画工夫
格安旅行(2.0 7.32%)	バーゲンメールで安値な旅行、交通予約パッケージ購入、オプションツアーを比較
旅行目的(2.0 7.29%)	交通手段調べられる、必要な金額調査、特産品や有名なもの
都合(1.8 6.74%)	都合に合うプラン選択
写真(1.4 5.28%)	写真加工
時間潰し(1.1 4.19%)	暇なとき曲や本を聞いたり読んだりして楽しむ、天気を調べられる

図3-3-1 男女別 インターネット利用別重要項目

(全体：n=171 男性：n=60 女性：n=111)



当てはまらない ← → 当てはまる

本節では、人々が旅行をする際、満足のいく旅行をするために、いかにメディアを利用し、旅行しているかについて述べていく。また、男性と女性別に、考え方の違いが見られるのではないかという観点から、この問題を明らかにしたい。

旅行の際、大学生のインターネット利用状況を28項目のそれぞれについて平均得点を算出し、バリマックス回転を用いて、主成分分析による因子分析を行った。

第1の因子として、旅行先歴史、アプリで旅のしおり作成、現地の人・ガイドブックで旅行、お土産を再度購入、など、「旅行情報総まとめ」に関わるものなどが高い因子寄与率で抽出された。

第2の因子は、旅行地の有名な食べ物調べる、どんな宿が調べる、道に迷っても調べられる、など、旅行する場所を調

べるものがきっかけとなっており、「場所検索」の因子である。

第3の因子は、計画を柔軟に変更、事前に交通情報を調べる、搭乗券を事前に手配する、など、旅行をする際に、「予定変更」に関わる因子である。

第4の因子は、バーゲンメールで安値な旅行、交通予約パッケージ購入、オプションツアーを比較、など、安く旅行することをき

かきかけとなつて

いるため「格安旅行」の因子である。
第5因子は、交通手段調べられる、必要な金額調査、特産品や有名なもの、など、旅行をする上で最低限の必需品であるため「旅行目的」の因子である。

第6因子は、都合に合うプラン選択という「都合」という因子である。

第7因子は、写真加工する上での写真に関するものなので「写真」という因子である。

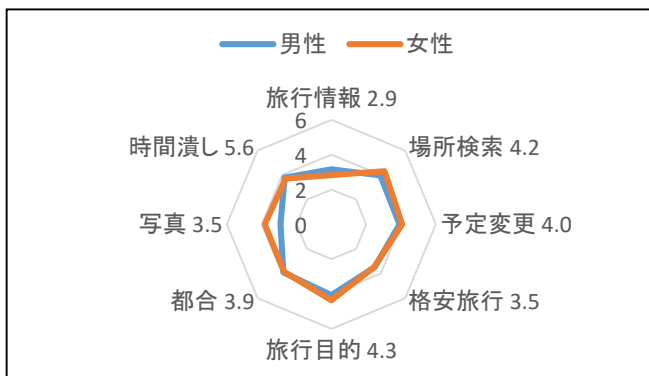
第8因子は、暇なとき曲や本を聴いたり、読んだりして楽しむ、天気を調べられる、といった旅行中にできた時間に関する事なので、「時間潰し」の因子である。

この結果人々は旅行に対し、各種メディアを利用することで自分の思い描いた欲求を充足していることがわかる。しかし、各種メディアを利用することで依存

	旅行情報	場所検索	予定変更	格安旅行	旅行目的	都合	写真	時間潰し
旅行先歴史	.737	.064	.173	-.144	.090	.191	-.141	.173
アプリで旅のしおり作成	.695	-.113	-.076	.367	.111	.196	.102	-.012
現地の人・ガイドブックで旅行	.685	.019	.067	.073	-.004	-.021	-.035	.004
お土産を再度購入	.618	.010	.039	.305	-.192	-.021	.237	.074
旅行特集を見る	.558	.138	.462	.104	.037	.218	.009	-.017
旅先の電話番号を調べる	.489	.257	.316	.177	.168	.066	.202	-.202
穴場スポットへ行く	.464	.395	-.076	.128	-.083	.046	.300	-.331
旅行地の有名な食べ物調べる	.021	.703	.196	-.034	.049	.232	.061	-.006
どんな宿が調べる	.090	.684	.135	.228	.102	-.060	.048	.123
道に迷っても調べられる。	-.123	.585	.159	.015	.296	.117	.076	.055
季節と観光地の記載	.205	.574	.247	.058	-.081	.574	.000	-.013
ランキングで有名な旅行地を見る。	.211	.532	.237	-.088	.107	.516	.179	-.029
計画を柔軟に変更	.155	.155	.713	.134	.048	.288	.051	.202
事前に交通情報調べる	.096	.222	.647	-.204	.251	-.207	-.013	.050
搭乗券を事前に手配する	.155	.147	.598	.239	.105	.055	.114	-.329
旅行中に連絡がとりあえる	-.119	.158	.583	-.006	.047	.153	.473	.075
ホームページで宿泊先比較	.000	.137	.582	.446	.184	.122	-.179	.284
情報得やすく旅行計画工夫	.286	.391	.448	.282	.030	.131	-.062	.147
バーゲンメールで安値な旅行	.231	.034	.066	.741	.017	.092	.116	.076
交通予約パッケージ購入	.153	.230	.481	.617	-.007	.084	.116	-.120
オプションツアーを比較	.400	.219	.025	.447	.210	.355	.102	-.076
交通手段調べられる。	-.027	.232	.099	.068	.857	-.040	-.008	-.003
必要な金額調査	.101	-.119	.212	-.074	.704	.373	.153	.114
特産品や有名なもの	.052	.502	.086	.143	.610	.039	.024	-.076
都合に合うプラン選択	.129	.164	.072	.249	.152	.780	.025	.007
写真加工	.047	.167	.069	.179	.134	.069	.771	-.028
暇なとき曲や本を聴いたり読んだりして楽しむ。	.391	-.140	.011	-.052	-.137	-.083	.532	.515
天気を調べられる。	.038	.443	.170	.149	.099	.040	.039	.631

したり、旅のスタイルに変化を齎したりすることも考えられる。旅行の際メディアを利用することは、旅行情報を消費し、消費内容に見合う機能を満たす事で、満足と期待へ繋がると考えられる。男女別には大きな差は見られなかった。だが、第3因子の「予定変更」において「友達と連絡が取りあえる」といった予定変更と少々ずれた項目も含まれている。これは、以前に比べ携帯電話の普及により旅行中連絡が取りやすくなったことと、インターネットの普及により予約後も柔軟に予定を変更しやすくなった時代との関係性があると思われる。

図3-3-3 旅行時、インターネット利用別



4 調査研究まとめと今後の課題

4-1. 調査研究まとめ

今回の調査で、大学生の国内旅行利用率に関する調査を実施した。まず、宿泊旅行と日帰り旅行の利用者では、どちらの方が多く利用しているか調査すると、差がみられた。大学生は、宿泊旅行に比べ日帰り旅行を多く利用する傾向にあった。つまり大学生は「安く」「近く」「短い」日数でより多くの場所に行く旅行を満喫していることがわかる。

両旅行に共通していえることが、宿泊旅行日帰り旅行に行く人は普段のお金の使い道において「趣味・遊び・レジャー・スポーツ・旅行」に多く使っていることがわかった。つまり、旅行という日常生活から離れていない場所でなくても普段の休日に運動スポーツといった室外で活動が多い人ほど旅行に行くという結果となった。

今回の調査で、旅行前・旅行中において情報収集源に男女による差が見られると考え述べてきたが、情報

収集において大きな差は見られなかった。だが、女性は、男性に比べ口コミの評価を気にしている傾向が見られた。女性は、同調圧力に影響される傾向にあるとわかった。

また、移動手段として公共交通機関の利用が最も多かったのだが、車を利用している大学生は全体の2割を占めていたり、日帰り旅行の交通手段の中に「その他」を選択肢として入れ、見てみると、自転車を使って旅行していたり、ヒッチハイクを利用して日帰り旅行している者もいた。大学生は、あまりお金をかけずにより多くの場所へ行き満喫しているのがわかった。結果、旅行の仕方に男女に差はなく旅行形態に統一して同じ考えがあることがわかった。

4-2. 今後の課題

今後の課題としては、インターネットを通して宿泊予約している者は多かった。今後はカードの所有率、使用率などの観点から調査していくとさらに旅行の仕方に差が見られると考えられる。今回の調査をするにあたり、調査内容を様々な点から見る事ができる項目は多く作っていたが、深く追及する項目が欠けていた。よりよい調査をする上では質問項目を掘り下げて作っていくべきであったと感じた。

参考文献

[文献]

- ・コミュニケーション・モデルズ
ーマス・コミ研究のために 松籟社
 - ・公益財団法人日本交通公社「旅行年報2014」
 - ・旅行者動向2013年の公益財団法人日本交通公社
 - ・ハツ橋ゼミ 保科陽子 国内旅行とインターネット
- [WEB]
- ・一般社団法人 日本旅行業協会
https://www.jata-net.or.jp/membership/info-japan/research/03_1st.html
 - ・調査データ | じゃらんリサーチセンター
<http://jrc.jalan.net/j/surveys.html>
 - ・「じゃらん宿泊旅行調査2014」[PDF 2072Kb]PDF (2014年7月25日発表)
http://jrc.jalan.net/jrc/files/research/jalasyuku_20140725.pdf
 - ・旅の予約に関する調査/ネットリサーチ DIMSDRIVE の公開アンケート調査 ...

<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2008/080908>

/

- ・旅行についてのアンケートランキング

http://chosa.nifty.com/travel/chosa_report_A2012

[0706/6/](http://chosa.nifty.com/travel/chosa_report_A2012)

- ・観光旅行の動向と課題に関する分析結果を取りまとめ

ました - 国土交通省

<http://www.mlit.go.jp/common/000057872.pdf>

- ・シニアと若者でこれだけ違う旅行検討プロセス

<http://mamion.net/>

大学生の旅行の調べ方に関するアンケートについて

2015年11月
 調査項目作成・実施：文教大学情報学部広報学科「社会調査Ⅲ」
 調査員氏名：小島一宏
 担当教員：日吉昭彦

【ご記入にあたってのお願い】

このアンケートは国内旅行に関するアンケートです。皆様のご回答に基づき、大学生の旅行の調べ方について調査しようと考えております。得られたデータは全て統計的に処理します。プライバシーの保護には十分に配慮し、本調査の目的以外には使用致しません。ご協力の程よろしくお願いたします。
 尚、1泊以上するものを宿泊旅行、日をまたがないものを日帰り旅行といたします。
 テーマパークに行くのは日帰り旅行に含みます。但し、帰省は含めずにお答えください。

問1から問4の設問は、下記の例題のようにお答えください。

(例題) 年間、旅行に何回くらい行きますか。選択肢の中からそれぞれ一つ選び解答してください。

【選択肢】

A. 0回 B. 1回 C. 2回 D. 3回 E. 4回 F. 5回 G. 6回以上

宿泊 旅行	解答 D
日帰り 旅行	解答 C

問1 年間、旅行に何回くらい行きますか。選択肢の中からそれぞれ一つ選び解答してください。

【選択肢】

A. 0回 B. 1回 C. 2回 D. 3回 E. 4回 F. 5回 G. 6回以上

宿(16.4%) (30.4%) (28.7%) (12.9%) (7.0%) (2.3%) (2.3%)
 日(17.0%) (14.0%) (21.1%) (19.3%) (11.7%) (7.6%) (9.4%)

宿泊 旅行	解答
日帰り 旅行	解答

問2-1 1年以内に旅行に行った際、どの地域に行きましたか。
 印象に残っているものをそれぞれ選択肢の中から全てお選びください。(複数回答)
 行ったことない方は空欄にしてください。

【選択肢】

A 北海道 B 東北 C 関東・甲信越 D 東海 E 北陸
 宿 (3.5%) (6.7%) (23.5%) (5.9%) (3.0%)
 日 (0.3%) (3.0%) (34.0%) (3.2%) (1.1%)
 F 近畿 G 中国 H 四国 I 九州 J 沖縄
 宿 (7.0%) (0.5%) (0.5%) (2.7%) (2.2%)
 日 (1.6%) (0.5%) (0.3%) (0.3%) (0.3%)

宿泊 旅行	解答
日帰り 旅行	解答

問 2-2 旅行する際、どくらいいった目的で旅行をしますか。それぞれ選択肢の中からあてはまるものを全てお選びください。(複数回答)

- 【選択肢】
- A 周遊観光 宿 (12.5%)
 - B ゆったり過ごす 宿 (7.5%)
 - C 都市観光 宿 (6.1%)
 - D 温泉 宿 (7.4%)
 - E イベント・祭り 宿 (2.9%)
 - F テーマパーク 宿 (4.0%)
 - G グルメ旅行 宿 (3.7%)
 - H スポーツ 宿 (1.1%)
 - I 自然を楽しむ(キャンプ・山歩き・釣りなど) 宿 (3.6%)
 - J 海水浴 宿 (0.6%)
 - K わいわい過ごす 宿 (4.4%)
 - L その他() 宿 (1.9%)
 - M その他() 宿 (0.4%)
 - N その他() 宿 (0.3%)

宿泊 旅行	解答
日帰り 旅行	解答

問 2-3 旅行で最も多く利用する交通手段はどれですか。それぞれ選択肢の中から一つお選びください。

- 【選択肢】
- A 自家用車 宿 (24.0%)
 - B レンタカー 宿 (4.7%)
 - C 公共交通機関 宿 (69.6%)
 - D その他() 宿 (1.8%)
 - E その他() 宿 (2.3%)
 - F その他() 宿 (76.6%)
 - G その他() 宿 (1.2%)

宿泊 旅行	解答
日帰り 旅行	解答

問 2-4 旅行に行こうと思う時のきっかけは何ですか。それぞれ選択肢の中からあてはまるもの全てお選び下さい。(複数回答)

- 【選択肢】
- A 誘われたから 宿 (9.2%)
 - B 大学生の時期にしか行けないと思ったから 宿 (8.8%)
 - C お金が貯まったから 宿 (3.0%)
 - D 短期間で行けるから 宿 (2.1%)
 - E インターネットや雑誌で情報を見たから 宿 (3.5%)
 - F お祝い事があったから 宿 (4.7%)
 - G 春休みや夏休みによる長期間の休みの計画 宿 (2.0%)
 - H 自分へのご褒美やリフレッシュなど 宿 (3.3%)
 - I 安い旅行プランを見つけたから 宿 (1.4%)
 - J 家族行事の一環 宿 (0.9%)
 - K その他 宿 (1.7%)
 - L その他 宿 (6.8%)
 - M その他 宿 (0.6%)
 - N その他 宿 (3.0%)
 - O その他 宿 (11.8%)
 - P その他 宿 (5.5%)
 - Q その他 宿 (5.0%)
 - R その他 宿 (8.3%)
 - S その他 宿 (1.2%)
 - T その他 宿 (0.6%)
 - U その他 宿 (1.2%)

宿泊 旅行	解答
日帰り 旅行	解答

問 2-5 宿泊施設はどのようなところに泊まることが最も多いですか。選択肢の中から一つお選びください。

- 【選択肢】
- A 旅館・民宿 宿 (24.0%)
 - B ホテル 宿 (67.3%)
 - C ペンション・ロッジ 宿 (3.5%)
 - D 貸別荘 宿 (0%)
 - E 野宿・キャンプ 宿 (2.3%)
 - F 車中泊・機内泊 宿 (1.2%)
 - G その他() 宿 (1.8%)

宿泊 旅行	解答
宿泊 旅行	解答

問 2-6 旅行をする際、旅行費はいくらまで出せますか。それぞれ選択肢の中から一つお選びください。

い。

【選択肢】

- A. 1万円未満 (2.9%)
- B. 1万円～2万円未満 (10.5%)
- C. 2万円～3万円未満 (28.1%)
- D. 3万円～4万円未満 (11.1%)
- E. 4万円～5万円未満 (18.7%)
- F. 5万円～7万円未満 (14.6%)
- 宿 (4.1%)
- 日 (2.9%)
- G. 7万円～10万円未満 (8.8%)
- H. 10万円以上 (5.3%)
- 宿 (1.8%)
- 日 (1.8%)

宿泊 旅行	解答
日帰り 旅行	解答

問 3 宿泊旅行と日帰り旅行どちらの方が行く機会が多いですか。選択肢の中から一つお選びください。

【選択肢】

- A 宿泊旅行 B 日帰り旅行 (35.7%) (64.3%)

解答

問 4 旅行の際、誰と旅行に行く機会が多いですか。選択肢の中から一つお選びください。

【選択肢】

- 1. 友人 (51.5%) (8.2%)
- 2. 恋人 (6.4%) (33.9%)
- 3. 1人旅 (6.4%) (33.9%)
- 4. 家族 (0%)
- 5. その他 (0%)

解答

***ここからは、最近いった宿泊旅行と日帰り旅行中で一番思い出に残っている旅行を思い**

い浮かべてお答えください。*

問 5-1 1年以内に宿泊旅行・日帰り旅行に行った際、どこの都道府県のどのような地域に行き、何をしましたか。思い出せる限り解答してください。(例：神奈川県 横浜 赤レンガ倉庫)

県 _____ 市町村 _____ したこと： _____

問 5-2 最近一番思い出に残っていて旅行に行く前、情報収集に役立った情報源は何ですか。順位立ててお答えください。

- A インターネット (73.7%) (11.7%)
- B ガイドブック (4.7%) (1.2%)
- C 旅行会社のパンフレット (15.8%) (29.2%)
- D TVの旅行番組 (7.6%) (13.5%)
- E 旅行雑誌 (5.3%) (15.2%)
- F 旅行会社のホームページ (9.4%) (9.4%)
- G 友人等の体験談 (1.8%) (0.6%)
- H ブログなどの体験談 (16.4%) (6.4%)
- I 県などのホームページ (0.6%) (0.6%)
- J その他 (1.2%) (0.6%)
- K 特になし (2.3%) (0.6%)
- 欠損値.6 (4.7%) (2.9%)
- 欠損値.6 (2.9%) (1.40%)

1位 _____ 2位 _____ 3位 _____

問 5-3 旅行先の情報収集をする際に以下のうち、どれを利用しましたか。1から5までの利用度合いを教えてください。

問 7 インターネットの利用時について当てはまるものを下記の五段階から一つ選び、お答えください。

	当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	当てはまらない
①穴場スポットが掲載されているので、自分も同じ場所へ行	6.4%	8.8%	14.0%	49.7%	21.1%
く。					
②宿の口コミで泊まる宿がどんな宿が調べられるのがいい。	2.9%	4.1%	7.6%	38.6%	46.8%
③旅行先で道に迷っても、すぐにインターネットを通して調べ	1.2%	1.2%	4.7%	30.4%	62.6%
られる。					
④旅行先の特産品や有名なものがわかる。	1.2%	4.7%	14.6%	29.8%	49.7%
⑤交通手段がわかる。	1.8%	2.9%	7.6%	24.6%	63.2%
⑥必用な金額がわかる。	2.3%	4.7%	14.6%	35.7%	42.7%
⑦撮った写真を加工するためアプリを使用する。	16.4%	9.9%	15.8%	22.8%	35.1%
⑧旅行中の天気調べられる。	2.9%	2.3%	11.1%	31.6%	52.0%
⑨旅行地のおいしくて有名な食べ物調べられる。	1.8%	4.1%	11.1%	28.1%	55.0%
⑩ランキング形式で旅行地の有名な場所が記載されている	6.4%	7.6%	12.3%	27.5%	46.2%
と見る。					
⑪季節により、有名な観光地が記載されていると見る。	7.6%	8.2%	14.6%	26.9%	42.7%
⑫自分の都合に合ったプランを選択できる。	7.0%	8.8%	12.3%	35.1%	36.8%
⑬旅行地でオプショナルツアーの金額を見て比較できる。	11.1%	12.9%	22.2%	26.9%	26.9%

⑭アプリで旅のしおりを作成できる。	39.8%	23.4%	14.0%	12.3%	10.5%
⑮旅行地の歴史を調べられる。	27.5%	16.4%	18.1%	23.4%	14.6%
⑯インターネットテレビや動画共有サイトで旅行特集をやっ	18.7%	18.7%	15.8%	19.9%	26.9%
ていると見る機会が多い。					
⑰旅行中、旅先の電話番号を検索し、調べられるのがいい。	15.8%	10.5%	14.0%	30.4%	29.2%
⑱インターネットで搭乗券を手配できるのがいい。	9.4%	11.1%	17.5%	23.4%	38.6%
⑲インターネットを通して事前に交通情報を調べられる。	2.3%	4.1%	10.5%	28.1%	55.0%
⑳インターネット検索は極力使わず、現地の人に聞いたり、	27.5%	26.9%	14.6%	17.5%	13.5%
ガイドブックを見たりする。					
㉑旅行中、暇が出来たら、音楽を聴いたり、電子書籍などを	18.1%	19.3%	11.7%	23.4%	27.5%
眺めたり楽しむことが多い。					
㉒旅行先で買ったお土産が気に入り、再度ネットで頼むこと	35.7%	18.7%	19.3%	14.0%	12.3%
がある。					
㉓目的地情報を得やすくなり、旅行計画を工夫できるのいい。	8.2%	8.2%	18.1%	30.4%	35.1%
㉔交通予約やパッケージ購入がネット上でできるのいい。	8.8%	11.7%	21.1%	25.1%	33.3%
㉕旅行会社からのバーゲンメールで、安値な旅行ができるの	12.3%	17.5%	18.7%	25.1%	26.3%
がいい。					
㉖ホームページで比較して宿泊施設を選べるのいい。	2.3%	7.6%	11.7%	33.9%	44.4%
㉗旅行中でもネット上の新たな情報で、計画を柔軟に変更が	3.5%	9.4%	15.8%	29.8%	41.5%
できるのいい。					
㉘旅行中でも友人・知人と緊密に連絡が取れるのいい。	4.7%	4.1%	9.9%	28.7%	52.6%

問 8 私生活において、あなたはお金をどれに費やしますか。一つお選びください。

- A 趣味・遊び・レジャー・スポーツ・旅行(54.4%)
- B 通信費(携帯電話、インターネットなど)(1.2%)
- C グルメ・外食 (19.3%)
- E 貯金 (1.8%)
- など) (11.1%)
- G 習い事・資格取得(1.2%)
- I その他(1.2%)
- D 交際費・デート費(7.6%)
- F 服装・美容(美容・理容院、化粧品、エステ)
- H 家具・インテリア・雑貨(2.3%)

問 9 あなたの性別を教えてください。

A 男 B 女
(35.1%) (64.9%)

問 10 あなたの学年を教えてください。

A. 1 年 B. 2 年 C. 3 年 D. 4 年以上
(60.8%) (29.8%) (8.8%) (0.6%)

問 11 あなたの学部を教えてください。

A 情報学部 B 国際学部 C 健康栄養学部 D 経営学部
(40.4%) (59.6%) (0%) (0%)

ご協力ありがとうございました。