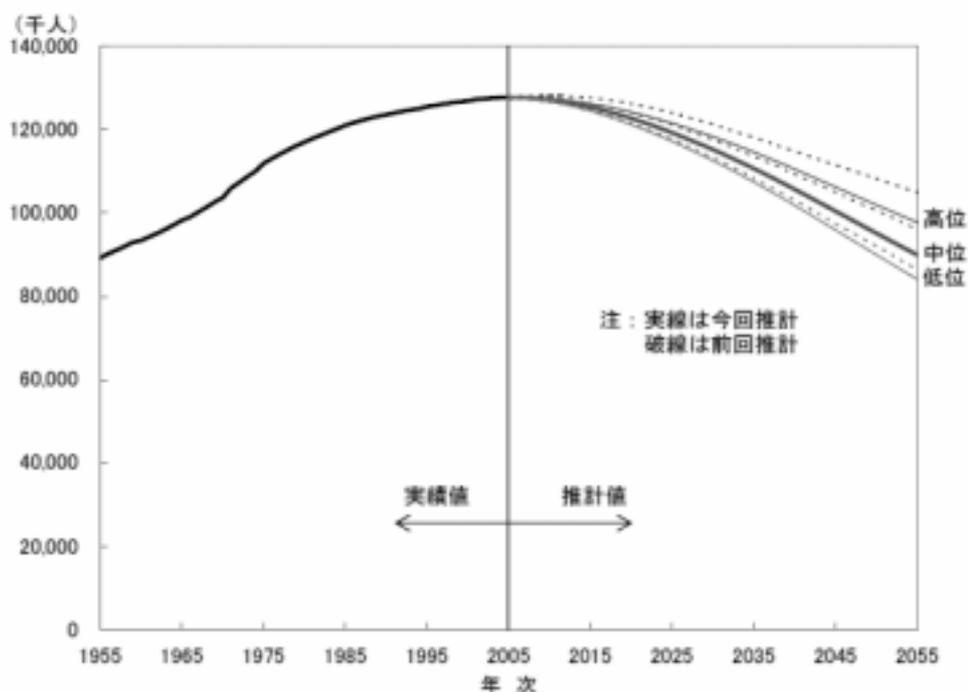


# 第 1 章 . 日本の国内旅行需要の動向

- 1 - 1 . 国内旅行量の動向
- 1 - 2 . 国民生活あるいは余暇にしめる旅行の位置づけ
- 1 - 3 . 旅行の動機と旅行をしない理由
- 1 - 4 . 国内旅行市場の構造変化

## 1 - 1 . 国内旅行量の動向

図表 1 - 1 日本の将来推計人口



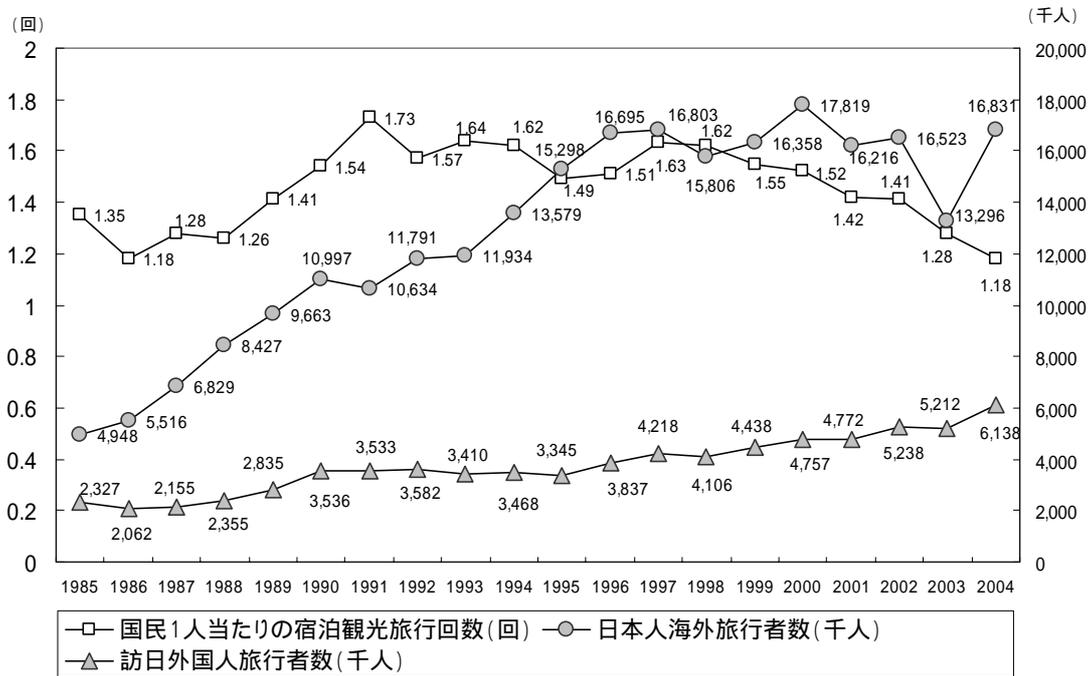
出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」  
<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/suikai07/index.asp>

平成 19 年 10 月 1 日現在、日本の総人口は 1 億 2,777 万人 1 千人であり前年同月比でほぼ横ばい、同じく日本人人口は 1 億 2,608 万 5 千人で前年同月比マイナス 6 万 9 千人（「人口推計月報」平成 20 年 3 月、総務省統計局）となっている。国立社会保障・人口問題研究所によると、日本の将来推計人口（平成 18 年 12 月推計）は 2005 年をピークに漸減傾向にあると予想されている（図表 1 - 1）。

また、年少人口・生産年齢人口の減少と、老年人口の増加から「少子・高齢化」が日本の人口構造の特徴であると考えられる。この背景としては女性の社会進出やライフスタイルの多様化により、女性一人あたりの生涯出産数が減少していることや、医療の発達により平均寿命が伸びたこと、少子化の進展と高齢者の増加によって高齢化率が高まったことが要因として考えられている。

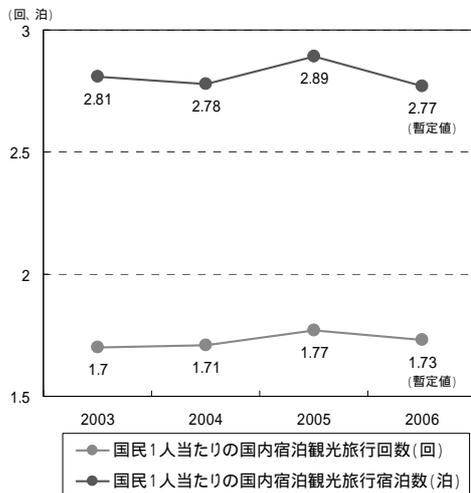
このように、日本の人口全体が漸減傾向にあること、また少子・高齢化が進展していることを受け、旅行市場も中長期的に縮小する傾向を示すものと考えられる。

図表 1 - 2 わが国の国内旅行・海外旅行・訪日旅行



資料：平成 19 年版観光白書

図表 1 - 3 国民 1 人当たりの国内宿泊旅行回数 ( 1 ) <sup>1</sup>



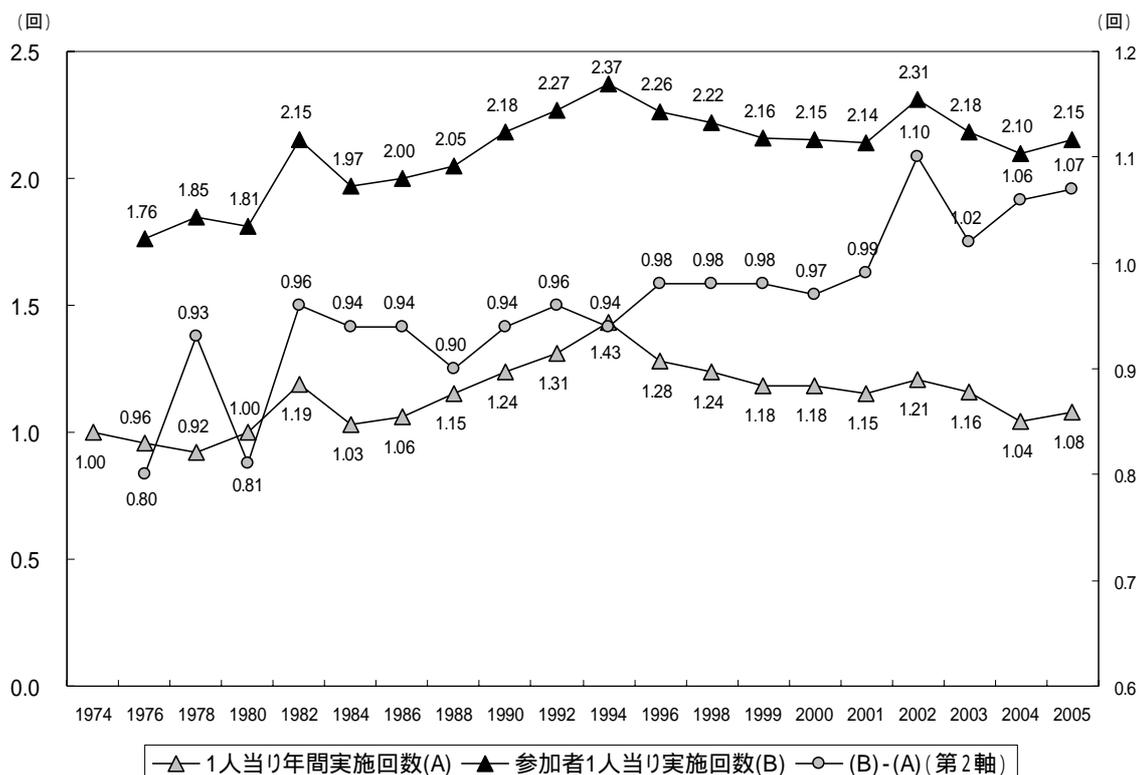
次に、わが国における各種旅行量を見てみると、国民の海外旅行や外国人の訪日旅行が堅調に推移している一方、国民の国内宿泊旅行については漸減傾向にあることが分かる（図表 1 - 2、3）。2004 年（平成 16 年）の国民 1 人当たりの宿泊観光旅行回数は 1.18 回 / 年で、ピークとなった 1991 年（平成 3 年）の 1.73 回 / 年と比較して概ね 3 割程度の減少となっている。

観光立国推進基本計画においても、「観光立国の実現に関する目標」の一つとして、日本人の国内観光旅行による 1 人当たりの宿泊数を 2006 年度（平成 18 年度）の 2.77 泊からもう 1 泊増やし、2010 年度（平成 22 年度）までに年間 4 泊にすることを掲げている。このように国内観光旅行の促進に国が取り組む背景には、国民の観光旅行の促進によって、健康的でゆ

国民の国内宿泊観光旅行については 2003 年度から TSA に基づく統計となったため、上図での同数値は 2004 年度までの表記となっている。そのため経年での比較も連続性のある 1991 年と 2004 年でやっている。

とりある生活を実現すること、また、観光客を受け入れる地域にとっては、少子・高齢化が進み定住人口の拡大が難しい状況となったなか、交流人口の拡大を通じた地域の活性化などの効果に対する期待がある。

図表 1 - 4 国民 1 人あたりの国内旅行回数 ( 2 )



△ 1人当り年間実施回数(A) ▲ 参加者1人当り実施回数(B) ○ (B)-(A)(第2軸)

1人当り実施回数...旅行に参加していない人も対象として算出  
参加者1人当り実施回数...旅行に参加した人を対象に算出

資料：日本観光協会「観光の実態と志向(第25回)'06(平18)年12月

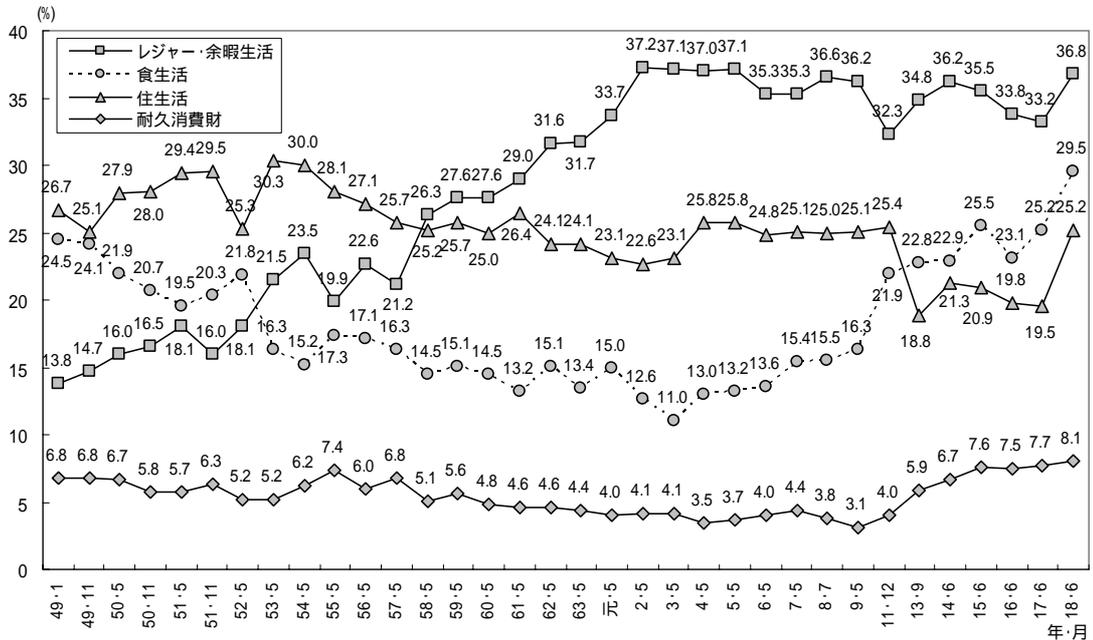
図表 1 - 4 から国内旅行に参加していない人も含めた平均値 ( A ) と国内旅行に参加した人だけの平均値 ( B ) とともに伸び悩んでいることが分かる。

( B ) - ( A ) の数値 ( 第 2 軸 ) を見ると、その数値の差は拡大しており、このことから、「旅行をする人」と「まったく旅行をしない人」の格差が広がっていることが分かる。

以上のことから、海外旅行や訪日外国人旅行は堅調に推移している一方で、国内旅行は低迷しているといえる。

## 1 - 2 . 国民生活あるいは余暇にしめる旅行の位置づけ

図表 1 - 5 今後の生活の力点の推移



資料：内閣府大臣官房政府広報室（国民生活に関する世論調査）

内閣府大臣官房政府広報室の「国民生活に関する世論調査」によると、調査を開始した昭和 49 年には「今後の生活の力点」を「住生活」に置きたいと考えている人が最も多く、次いで、「食生活」「レジャー・余暇生活」「耐久消費財」の順となっていた。

しかし、昭和 58 年の調査では調査開始以来、1 位だった「住生活」を抜き、「レジャー・余暇生活」が 1 位となった。この背景には可処分所得や余暇時間の増大など、人びとの余暇活動を後押しする要因があったと考えられる。

その後の調査でも今後の生活の力点を「レジャー・余暇生活」に置きたいと考えている人は年々増加傾向にあり、現代では生活に占める「レジャー・余暇生活」の比重は高まっていると考えられる。

図表 1 - 6 余暇活動の参加希望率

| 順位 | 余暇活動種目                 | 全体   | 男性   | 女性   |
|----|------------------------|------|------|------|
| 1  | 国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)     | 72.4 | 66.7 | 77.8 |
| 2  | 外食(日常的なものを除く)          | 58.3 | 52.8 | 63.4 |
| 3  | ドライブ                   | 47.4 | 49.6 | 45.3 |
| 4  | 海外旅行                   | 40.8 | 36.7 | 44.6 |
| 5  | パソコン(ゲーム、趣味、通信など)      | 38.8 | 42.9 | 34.9 |
| 6  | 宝くじ                    | 37.3 | 38.8 | 35.8 |
| 7  | 映画(テレビは除く)             | 37.0 | 32.9 | 40.8 |
| 8  | 動物園、植物園、水族館、博物館        | 36.9 | 31.5 | 42.0 |
| 9  | カラオケ                   | 33.1 | 32.4 | 33.7 |
| 10 | ピクニック、ハイキング、野外散歩       | 31.8 | 29.9 | 33.6 |
| 11 | 音楽会、コンサートなど            | 30.9 | 22.5 | 38.8 |
| 12 | 園芸、庭いじり                | 30.2 | 26.6 | 33.6 |
| 13 | ビデオの鑑賞(レンタルを含む)        | 29.7 | 31.8 | 27.7 |
| 14 | 音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど) | 28.2 | 27.5 | 28.8 |
| 15 | 遊園地                    | 26.6 | -    | 31.2 |
| 16 | バー、スナック、パブ、飲み屋         | 25.1 | 31.1 | -    |
| 17 | 催し物、博覧会                | 23.5 | -    | 26.9 |
| 18 | ジョギング、マラソン             | 22.6 | 26.4 | -    |
| 19 | 帰省旅行                   | 22.5 | -    | 24.3 |
| 20 | テレビゲーム(家庭での)           | 22.2 | 27.7 | -    |

資料：(財)社会経済生産性本部(レジャー白書 2007)

図表 1 - 7 余暇活動の参加人口

| 順位 | 余暇活動項目                 | 参加人口(万人) | 参加率(%) | 1回当たり費用(円) |
|----|------------------------|----------|--------|------------|
| 1  | 外食(日常的なものを除く)          | 7,160    | 64.9   | 3,360      |
| 2  | 国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)     | 5,720    | 51.8   | 32,000     |
| 3  | ドライブ                   | 5,110    | 46.3   | 2,360      |
| 4  | 宝くじ                    | 4,600    | 41.7   | 2,870      |
| 5  | カラオケ                   | 4,290    | 38.9   | 1,490      |
| 6  | ビデオの鑑賞(レンタル含む)         | 4,160    | 37.7   | 410        |
| 7  | パソコン(ゲーム、趣味、通信など)      | 4,080    | 37.0   | 390        |
| 8  | 映画(テレビは除く)             | 3,870    | 35.1   | 1,410      |
| 9  | 動物園、植物園、水族館、博物館        | 3,820    | 34.6   | 3,580      |
| 10 | 音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど) | 3,690    | 33.4   | 160        |
| 11 | バー、スナック、パブ、飲み屋         | 3,370    | 30.5   | 4,990      |
| 12 | 園芸、庭いじり                | 3,260    | 29.5   | 380        |
| 13 | テレビゲーム(家庭での)           | 3,110    | 28.2   | 220        |
| 14 | ドラッグ、オセロ、カルタ、花札など      | 2,790    | 25.3   | 60         |
| 15 | 遊園地                    | 2,760    | 25.0   | 7,820      |
| 16 | ピクニック、ハイキング、野外散歩       | 2,620    | 23.7   | 900        |
| 17 | ボウリング                  | 2,510    | 22.7   | 1,850      |
| 18 | 音楽会、コンサートなど            | 2,440    | 22.1   | 3,520      |
| 19 | 帰省旅行                   | 2,420    | 21.9   | 23,580     |
| 20 | ジョギング、マラソン             | 2,390    | 21.7   | 140        |

資料：(財)社会経済生産性本部(レジャー白書 2007)

余暇活動の参加希望率では「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」が全体で72.4%を占め、活動種目中でも1位となっている。

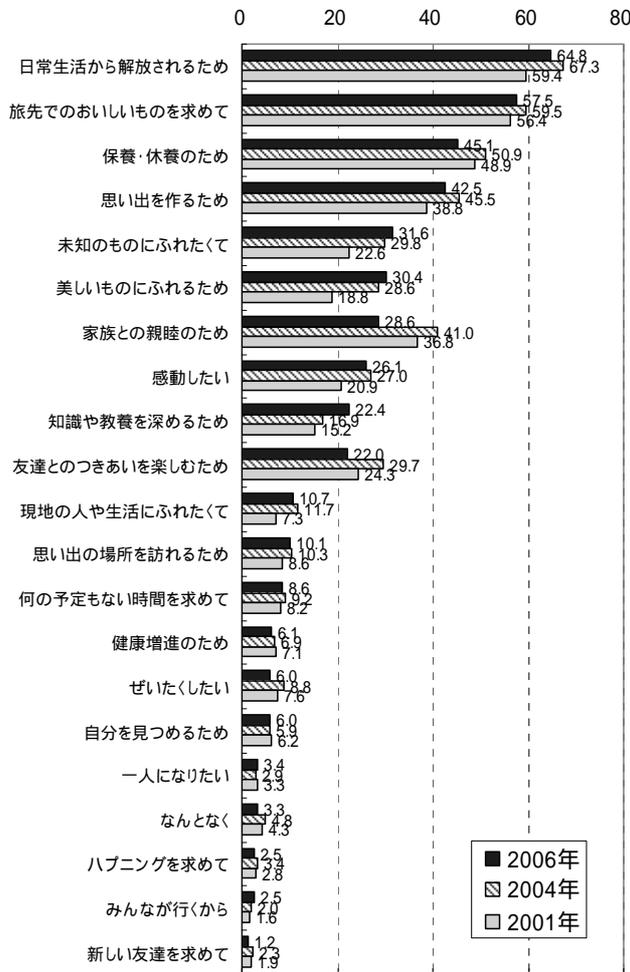
余暇活動の参加希望率は「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」が1位である一方で、実際に参加した人の割合は51.8%(参加率)となっており、参加希望率との乖離が大きい。このことから国内旅行には高い潜在需要があると考えられるが、実際に国内旅行に参加することには結びついていないことが現状である。

この背景には、生活に占める余暇の比重は向上している一方で、図表1-6と図表1-7の結果からも分かる通り、余暇活動の選択肢が多様化しており、旅行の位置づけが相対的に低下していることが考えられる。

今後、国内観光旅行の需要を喚起し、促進するためには、国内観光旅行への高い参加希望率と国内旅行への参加率の乖離を埋めていく方を検討していく必要があると考えられる。

### 1 - 3 . 旅行の動機と旅行をしない理由

図表 1 - 8 旅行の動機（複数回答）



資料：(財)日本交通公社（旅行者動向 2007）

(財)日本交通公社の「旅行者動向 2007」によると、最も回答の多い旅行動機は「日常生活から解放されるため」で、毎年 6 割近くの回答率となっている。次いで「旅先でのおいしいものを求めて」がやはり毎年 6 割近くの回答率となっている。このことから「日常生活からの解放」と「食」の魅力は旅行を動機づける大きな要因となっていることがわかる。また、その他の特徴として、今回（2006 年）の調査では「家族との親睦のため」と回答した人が 28.6% となっており、2004 年の 41.0% と比べて減少傾向にあるといえる。同じく「友達とのつきあいを楽しむため」も今回（2006 年）の調査では 22.0% となっており、2004 年の 29.7% と比較して減少傾向にあるといえる。

その一方で、「未知のものにふれたくて」や「美しいものにふれるため」「知識や教養を深めるため」などが前回の調査と比較して上昇し

ており、家族や仲間間での親睦を深めるため、また、日常からの解放のための「手段」としての旅行動機よりも、旅行先での魅力を対象とした旅行動機が目立ってきた点が特徴であるといえる。旅行が「手段」となる場合は、旅行動機は旅行者に依る部分が大いだが、旅行先での魅力が旅行動機に関係していると考えられる場合は、観光地側での魅力増大等が旅行者の旅行動機に影響すると考えられる。

図表 1 - 9 旅行の動機（性・年代別）

男性20代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 59.8  |
| 2位  | 思い出を作るため       | 48.9  |
| 3位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 44.6  |
| 4位  | 未知のものにふれたくて    | 38.0  |
| 5位  | 保養、休養のため       | 32.6  |
| 6位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 30.4  |
| 7位  | 知識や教養を深めるため    | 29.3  |
| 8位  | 感動したい          | 20.7  |
|     | 家族の親睦のため       | 20.7  |
| 10位 | 美しいものにふれるため    | 19.6  |

女性20代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 76.9  |
| 2位  | 思い出を作るため       | 72.1  |
| 3位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 69.4  |
| 4位  | 保養、休養のため       | 49.7  |
| 5位  | 未知のものにふれたくて    | 38.8  |
|     | 感動したい          | 38.8  |
| 7位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 34.0  |
|     | 美しいものにふれるため    | 34.0  |
| 9位  | 知識や教養を深めるため    | 27.2  |
| 10位 | 家族の親睦のため       | 23.1  |

男性30代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 68.0  |
| 2位  | 思い出を作るため       | 56.9  |
| 3位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 54.9  |
| 4位  | 保養、休養のため       | 41.2  |
| 5位  | 家族の親睦のため       | 39.9  |
| 6位  | 未知のものにふれたくて    | 28.8  |
| 7位  | 知識や教養を深めるため    | 22.2  |
| 8位  | 感動したい          | 20.9  |
| 9位  | 美しいものにふれるため    | 20.3  |
| 10位 | 友達とのつきあいを楽しむため | 15.0  |

女性30代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 76.2  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 64.9  |
| 3位  | 思い出を作るため       | 48.0  |
| 4位  | 保養、休養のため       | 47.7  |
| 5位  | 家族の親睦のため       | 35.1  |
| 6位  | 美しいものにふれるため    | 25.2  |
| 7位  | 感動したい          | 24.8  |
| 8位  | 未知のものにふれたくて    | 24.5  |
| 9位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 17.2  |
| 10位 | 知識や教養を深めるため    | 15.2  |

男性40代

|     |               | 2006年 |
|-----|---------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため | 69.6  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて | 53.3  |
| 3位  | 保養、休養のため      | 44.6  |
| 4位  | 思い出を作るため      | 38.0  |
| 5位  | 家族の親睦のため      | 34.2  |
| 6位  | 未知のものにふれたくて   | 33.7  |
| 7位  | 美しいものにふれるため   | 23.9  |
| 8位  | 感動したい         | 19.0  |
| 9位  | 知識や教養を深めるため   | 18.5  |
| 10位 | 何の予定もない時間を求めて | 13.0  |

女性40代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 78.1  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 62.3  |
| 3位  | 保養、休養のため       | 50.7  |
| 4位  | 思い出を作るため       | 38.4  |
| 5位  | 家族の親睦のため       | 33.6  |
| 6位  | 美しいものにふれるため    | 29.5  |
| 7位  | 未知のものにふれたくて    | 24.7  |
| 8位  | 感動したい          | 24.0  |
| 9位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 20.2  |
| 10位 | 知識や教養を深めるため    | 16.8  |

男性50代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 64.0  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 56.1  |
| 3位  | 保養、休養のため       | 46.3  |
| 4位  | 思い出を作るため       | 27.4  |
| 5位  | 家族の親睦のため       | 26.2  |
| 6位  | 未知のものにふれたくて    | 25.0  |
| 7位  | 美しいものにふれるため    | 23.8  |
| 8位  | 知識や教養を深めるため    | 20.1  |
| 9位  | 感動したい          | 18.3  |
| 10位 | 友達とのつきあいを楽しむため | 12.2  |

女性50代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 70.5  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 64.5  |
| 3位  | 保養、休養のため       | 50.0  |
| 4位  | 美しいものにふれるため    | 39.7  |
| 5位  | 思い出を作るため       | 35.0  |
| 6位  | 感動したい          | 31.6  |
| 7位  | 未知のものにふれたくて    | 31.2  |
| 8位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 25.6  |
| 9位  | 家族の親睦のため       | 22.6  |
| 10位 | 知識や教養を深めるため    | 20.9  |

資料：(財)日本交通公社（旅行者動向 2007）

## 男性60代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 50.9  |
| 2位  | 未知のものにふれたくて    | 40.1  |
|     | 日常生活から解放されるため  | 40.1  |
| 4位  | 思い出を作るため       | 40.1  |
| 5位  | 保養、休養のため       | 37.7  |
| 6位  | 美しいものにふれるため    | 36.8  |
| 7位  | 感動したい          | 31.1  |
| 8位  | 家族の親睦のため       | 28.3  |
| 9位  | 知識や教養を深めるため    | 26.9  |
| 10位 | 友達とのつきあいを楽しむため | 22.6  |

## 女性60代

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 日常生活から解放されるため  | 67.1  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 62.9  |
| 3位  | 保養、休養のため       | 49.3  |
| 4位  | 美しいものにふれるため    | 42.1  |
| 5位  | 思い出を作るため       | 38.6  |
| 6位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 36.4  |
| 7位  | 未知のものにふれたくて    | 34.3  |
| 8位  | 感動したい          | 32.9  |
| 9位  | 知識や教養を深めるため    | 27.1  |
| 10位 | 家族の親睦のため       | 20.7  |

## 男性70歳以上

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 保養、休養のため       | 41.1  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 36.3  |
| 3位  | 日常生活から解放されるため  | 35.5  |
| 4位  | 思い出を作るため       | 34.7  |
| 5位  | 未知のものにふれたくて    | 33.9  |
| 6位  | 知識や教養を深めるため    | 33.1  |
| 7位  | 美しいものにふれるため    | 25.0  |
|     | 家族の親睦のため       | 25.0  |
| 9位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 22.6  |
| 10位 | 感動したい          | 18.5  |

## 女性70歳以上

|     |                | 2006年 |
|-----|----------------|-------|
| 1位  | 美しいものにふれるため    | 46.8  |
| 2位  | 旅先のおいしいものを求めて  | 45.6  |
| 3位  | 未知のものにふれたくて    | 41.8  |
| 4位  | 日常生活から解放されるため  | 40.5  |
| 5位  | 友達とのつきあいを楽しむため | 35.4  |
|     | 思い出を作るため       | 35.4  |
| 8位  | 保養、休養のため       | 35.4  |
|     | 感動したい          | 31.6  |
| 9位  | 知識や教養を深めるため    | 29.1  |
| 10位 | 家族の親睦のため       | 19.0  |

2001年の回答比率より10ポイント以上増加したもの  
 2001年の回答比率より10ポイント以上減少したもの

資料：(財)日本交通公社(旅行者動向 2007)

2006年調査では、「家族の親睦のため」や「友達とのつきあいを楽しむため」など人との交流を旅行動機にあげる割合が減少した。性・年代別にみると、30代以上の男性全般と女性30代で大きく減少していることが全体の結果にも影響していると考えられる。

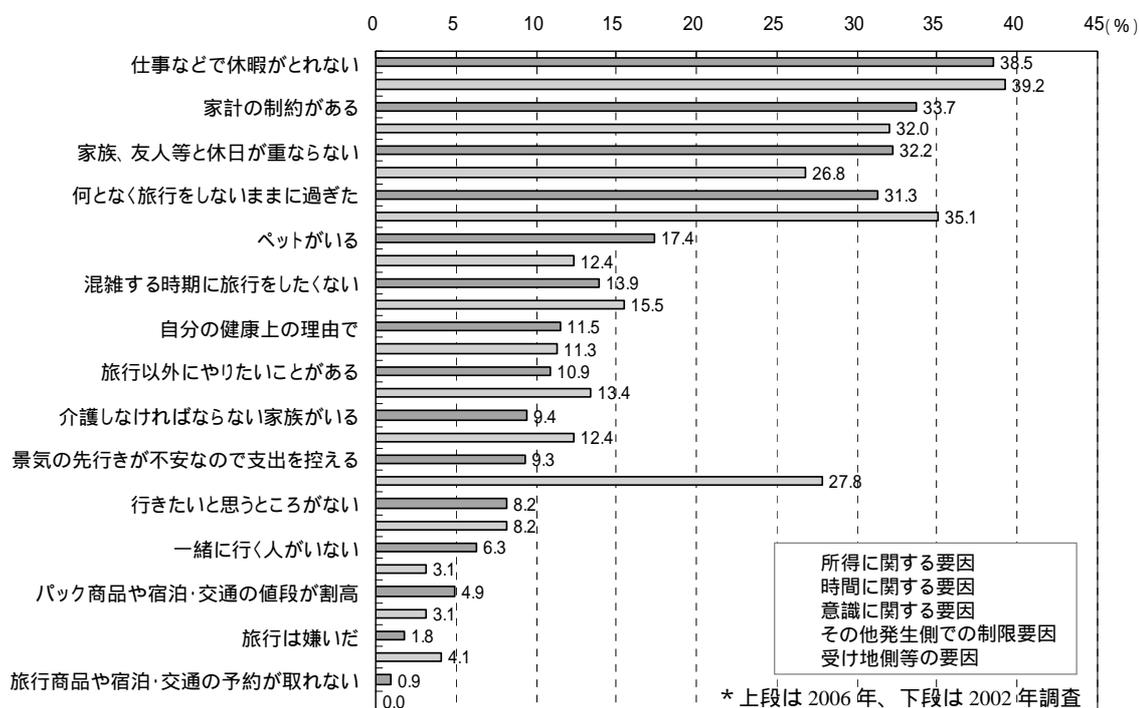
次に、性/年代別で旅行の動機を見てみると、20代～50代の男女ともに旅行動機の1位は「日常生活から解放されるため」となっている。性別で見ると、各年代とも男性よりも女性の方が「日常生活から解放されるため」と答えている割合が多く、最もその割合が高いのは40代の女性で78.1%となっている。

同様に「旅先のおいしいものを求めて」も性別・年代を問わず高い割合(全ての属性で3位までに入っている)となっており、全体の「旅先のおいしいものを求めて」が6割程度の旅行動機となっていることに影響しているものと考えられる。

20代の男女は「日常生活から解放されるため」に次いで「思い出を作るため」、次いで「旅先のおいしいものを求めて」となっており、性差はない。

全体的に「保養・休養のため」は属性を問わず高い割合であるが、70歳代以上の女性(35.4%)、男性60代(37.7%)、男性20代(32.6%)では比較的低い結果となった。

図表 1 - 10 旅行をしなかった理由（複数回答）



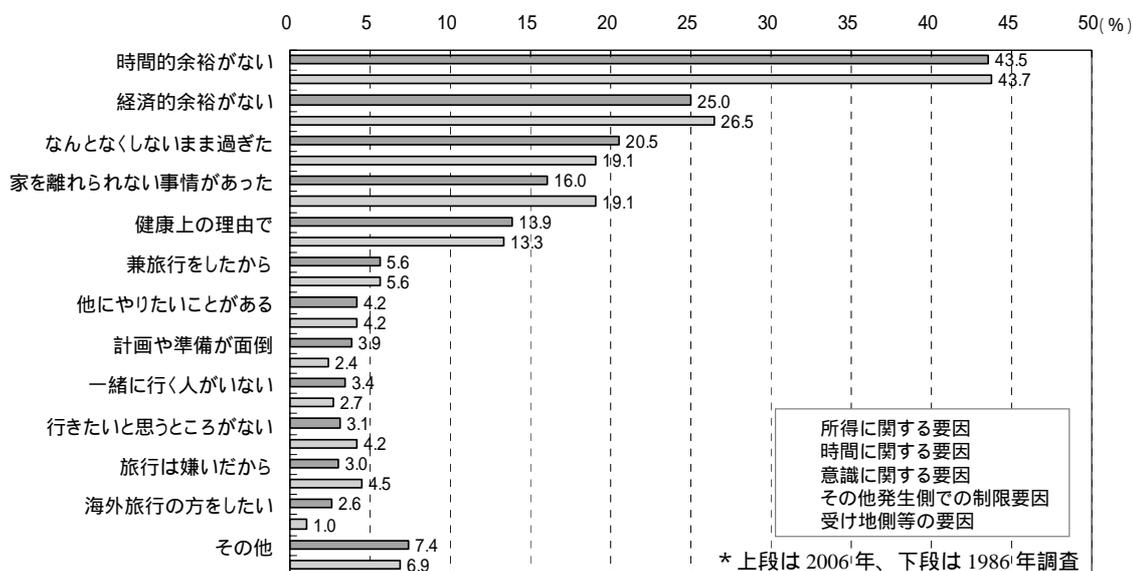
資料：(財)日本交通公社（旅行者動向 2007）

一方で、(財)日本交通公社の同調査から「旅行しなかった理由」を見てみると図表 1 - 10 のようであった。これは過去 1 年間に国内または海外での宿泊観光レクリエーション旅行をしなかった理由をたずねたもので、グラフの上段は 2006 年を、下段は 2002 年の結果を表している。

項目別に見ていくと、「休暇がとれない」「家族等と休日が重ならない」など時間に関する要因と、「家計の制約」に代表される所得に関する要因が上位に並んでいる。一方で「なんとなく旅行をしないままに過ぎた」という意識に関する要因と判断できる回答も 3 割以上見られた。

次に 2006 年の調査結果と 2002 年の調査結果を比較してみると、「景気の先行きが不安なので支出を控える」が 2002 年には 27.8%であったのに対し、2006 年には 9.3%となっており、大幅に減少していることが特徴的である。この背景には景気動向等も関係していると考えられるが、一方で「家計の制約がある」は 2006 年に 33.7%、2002 年には 32.0%となっており、大差は見られなかった。このことから、旅行しない理由としてみた「家計の制約」は景気動向の影響をさほど受けずに一定程度存在しているものと考えられる。

図表 1 - 11 宿泊観光旅行を実施しなかった理由（複数回答）



資料：(社)日本観光協会（観光の実態と志向）

同様に、(社)日本観光協会の「観光の実態と志向」では、過去1年間に国内での宿泊レクリエーション旅行をしなかった理由は図1-11のような結果となっている。なお、グラフの上段は2006年を、下段は1986年の結果を表している。

「時間的余裕がない」とする回答が圧倒的に多く、「経済的余裕がない」とする回答と20ポイント近い開きがある。また「なんとなくしないままに過ぎた」という回答が2割前後見られる。

図表1-10と図表1-11の結果より、旅行をしない要因は所得に関する要因、時間に関する要因、意識に関する要因、その他の制限要因（物理的障害など）などの発地側で検討すべき「旅行者側の要因」と、観光地の魅力不足、観光地に受入体制不足など着地側で検討すべき「観光地側の要因」に分けて考えることができる。以上のことから旅行をしない理由は多様化していることが分かる。

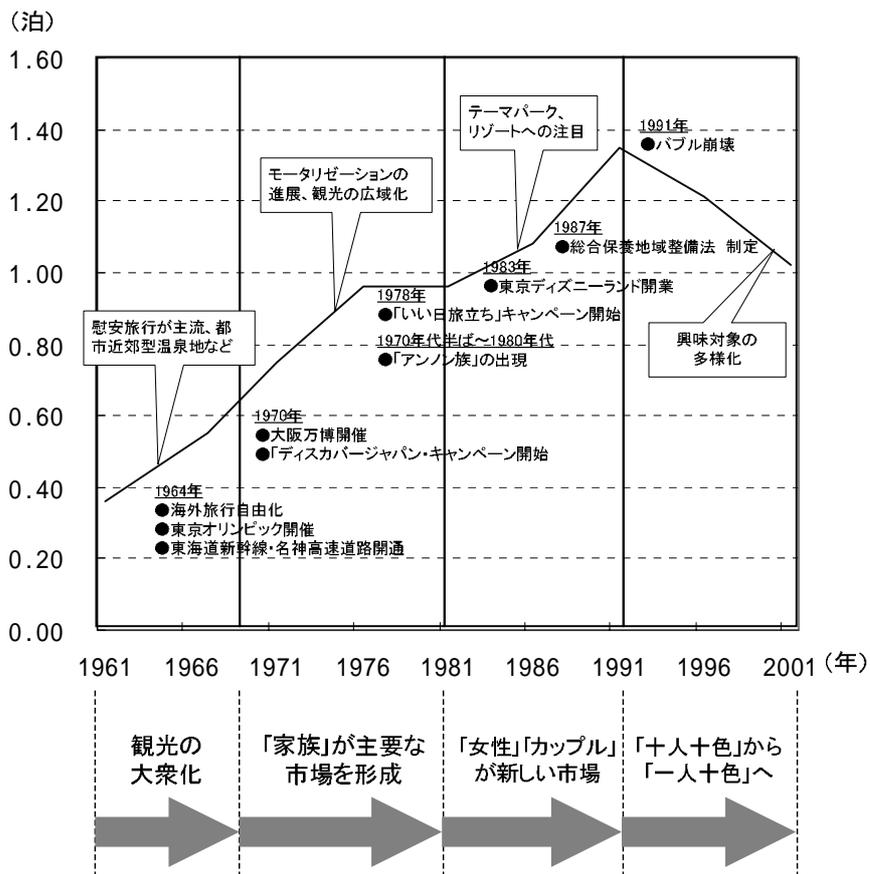
## 1 - 4 . 国内旅行市場の構造変化

### ( 1 ) 国内旅行需要の推移

日本の国内宿泊旅行は、高度経済成長と歩調を合わせる形で右肩上がりに成長してきた。好調な経済状況のもと、多くの市民が旅行に対して共通の夢を持っていたと言える。

しかし 1990 年代前半をピークに国内宿泊旅行は漸減～横ばい傾向に転じている。この背景には、社会が成熟し、余暇生活に対する価値観が多様化したことが大きいと考えられ、同時に、同じ一人の旅行者が同行者やシチュエーションに応じて異なる旅行スタイルを選択する、いわば“一人十色”とも言える状況が生まれている。インターネットを含めた情報の有り様の変化や、携帯電話を中心とした人と人とのコミュニケーションのあり方なども影響していよう。

図表 1 - 12 国内宿泊旅行の需要推移と関連トピック

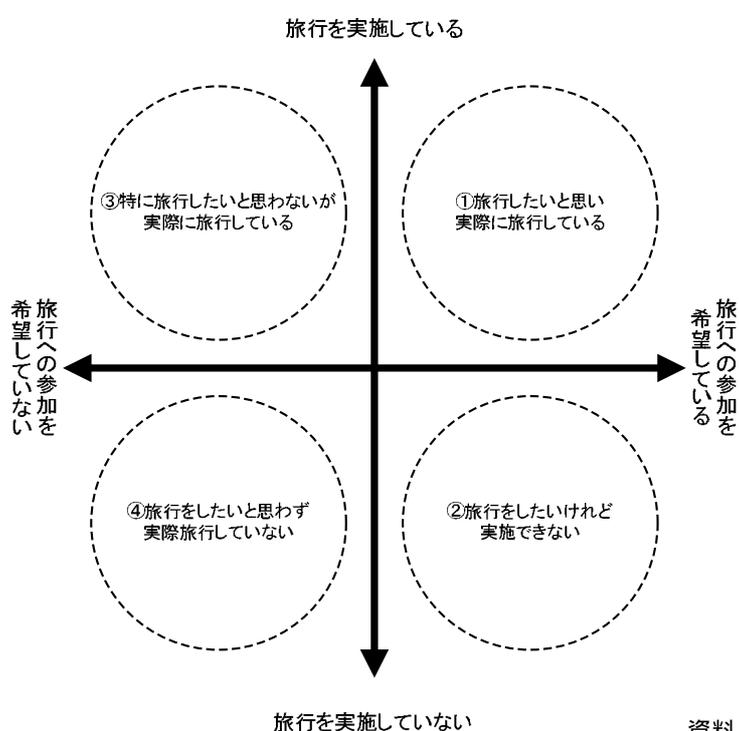


資料：国土交通省「観光レクリエーションの実態」等から（財）日本交通公社作成

## (2) 国内旅行市場の4つのセグメント

旅行への参加を希望しているか、または旅行への参加を希望していないかという「意識」と、旅行を実施している、旅行を実施していない「経験」の2つの軸で国内旅行市場を「旅行したいと思い実際に旅行している」、「旅行をしたいけれど実施できない」、「特に旅行したいと思わないが実際に旅行している」、「(出張など) 旅行をしたいと思わず、実際旅行していない」4つのセグメントに区分した。

図表1 - 12 国内旅行市場の4つのセグメント



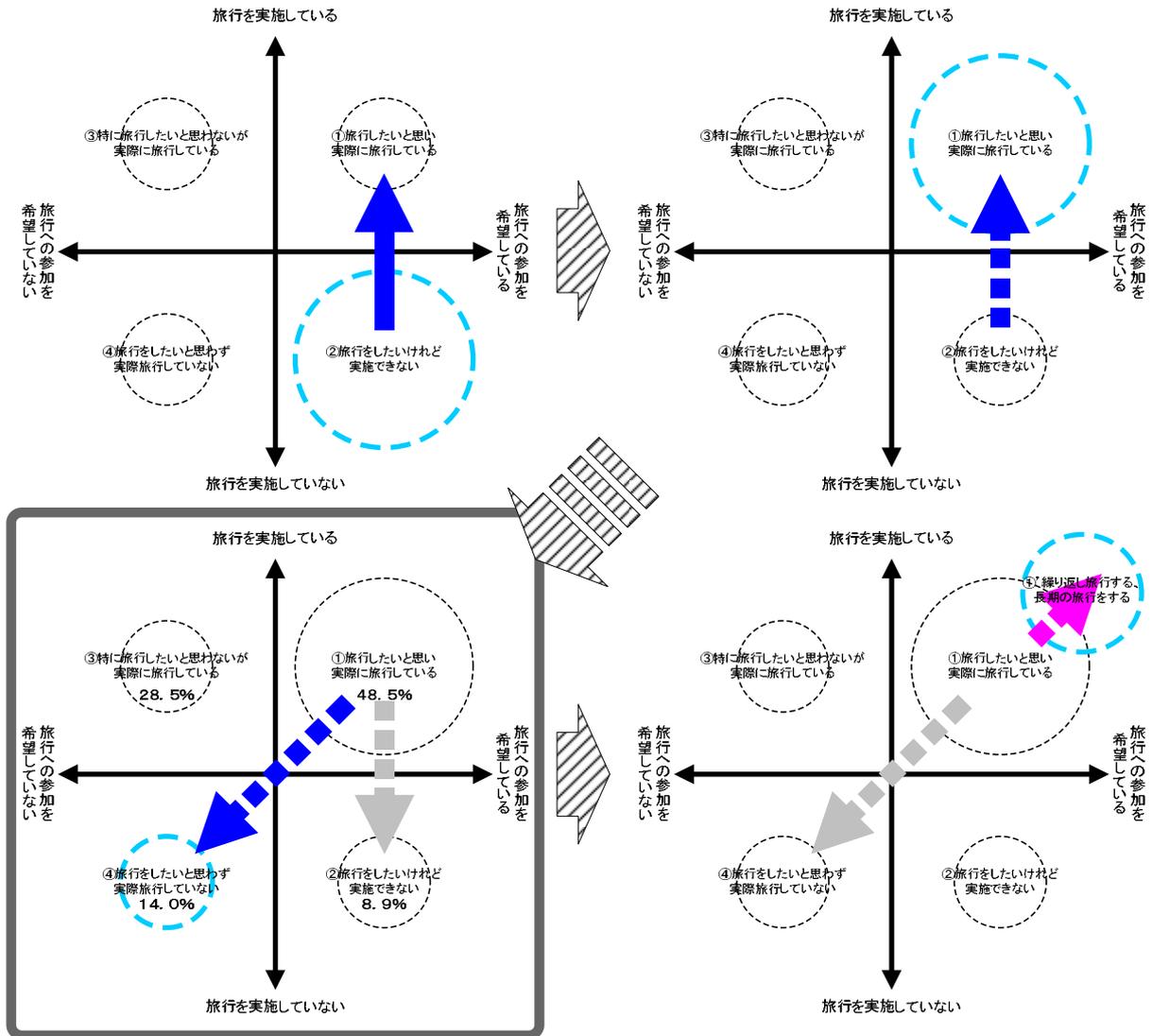
資料：(財)日本交通公社

以下、これら4つのセグメントのバランスが時代の変遷とともにどのように推移してきたかを整理する。

- 1) 国内旅行に出かけるための物理的障壁の低減(交通体系の整備、旅行料金の低廉化...)により「旅行に行きたいと思う人は旅行に行ける」状況が生まれ、国内旅行市場は成長を続けた。<図表1 - 13 左上>
- 2) その結果として、「旅行をしたいけれど実施できない」層は相対的に減少していった。<図表1 - 13 右上 = 1960年代 ~ 1980年代>
- 3) 社会が成熟するとともに余暇活動の多様化が進んで“旅行は数ある余暇活動の一選択肢”という位置づけとなり、国内旅行市場も成熟化・停滞の局面を迎えた(さらに旅行の

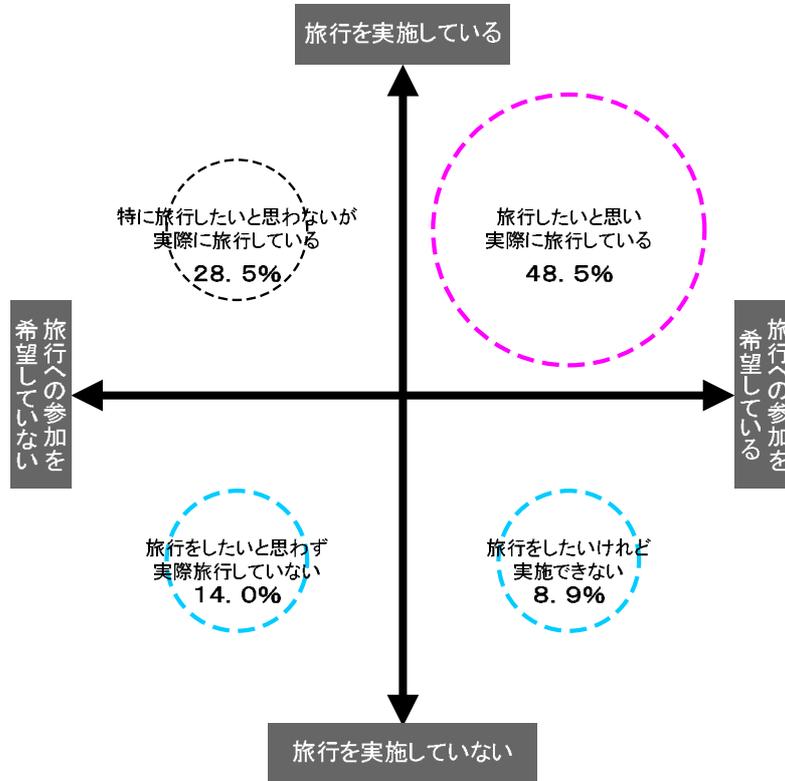
位置づけが相対的に低下すると、国内旅行市場は縮小)。その中で、「特に旅行をしたいと思わない」層が増加した可能性も想定される。＜図表1-13左下=1990年代～現在＞  
 4) 現在「旅行をしたい」と思っている層を重要視し、(新規市場開拓にも増して)リピーター対策等に取り組む必要があると考えられる。＜図表1-13右下=今後＞

図表1-13 国内旅行市場セグメントのバランスの変遷



(3) 国内旅行市場の各セグメントのボリューム

図表1-13 国内旅行市場のボリューム



資料：(財)日本交通公社

次に国内旅行市場の各セグメント別のボリュームを前出の「旅行者動向」のデータをもとに見てみると、「旅行したいと思い実際に旅行している」回答者（第一象限）が48.5%と大きいことから、現状では旅行したいと思っている人の多くは、何らかの形で旅行を実施していると考えられる。

その一方で「旅行をしたいけれど実施できない」（第四象限）に含まれる回答者は全体の8.9%にとどまっており、旅行をしたいと思っているのに、旅行をできていない層は比較的限られていると言える。