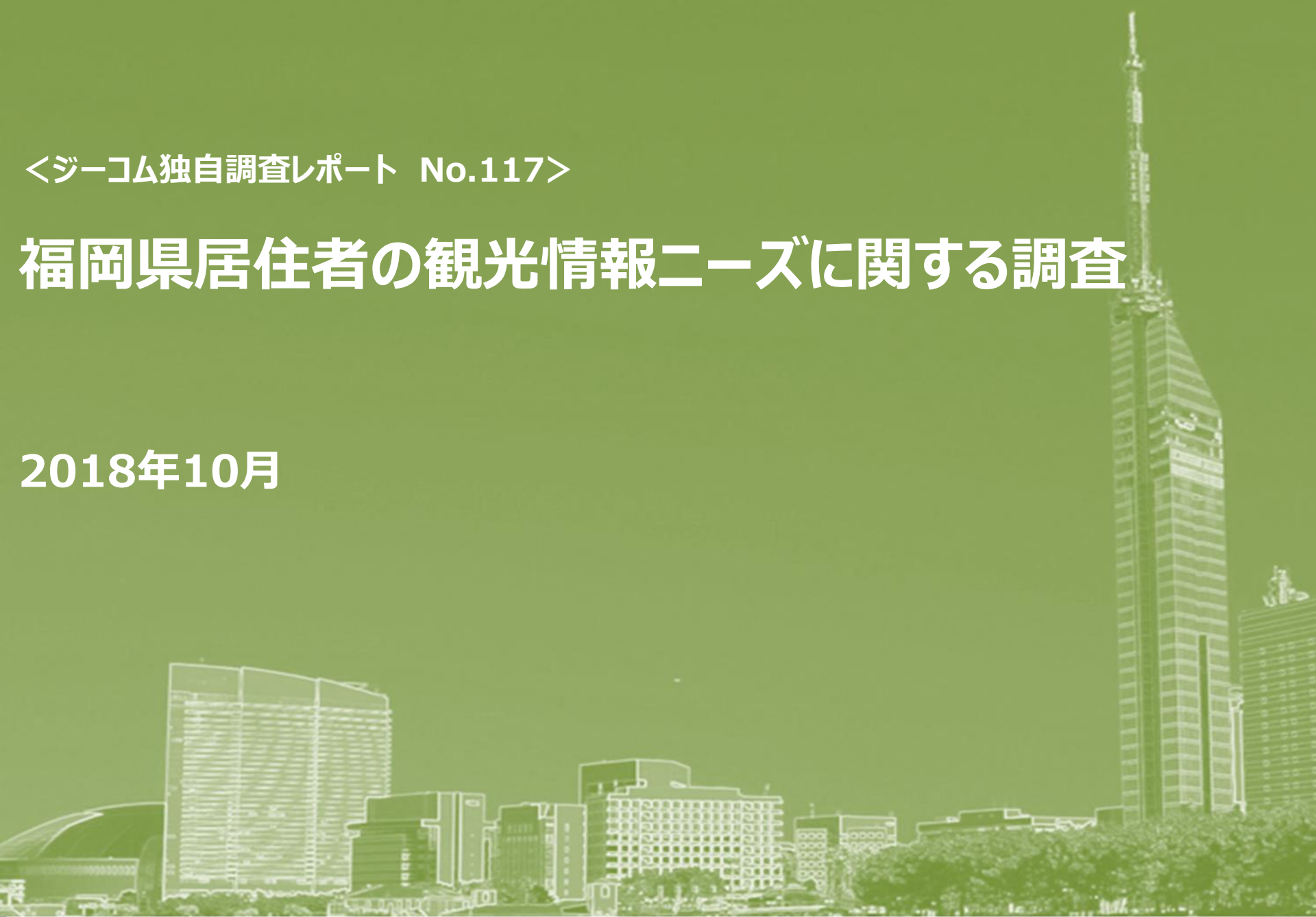


<ジーコム独自調査レポート No.117>

福岡県居住者の観光情報ニーズに関する調査

2018年10月



1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上男女

3. 調査時期

2018年9月21日（金）～9月28日（金）

4. 調査規模

594サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	240	40.4
女性	354	59.6
全体	594	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	58	9.8
30代	103	17.3
40代	133	22.4
50代	124	20.9
60代以上	176	29.6
全体	594	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市内	335	56.4
市外都市圏	127	21.4
その他福岡県	132	22.2
全体	594	100.0

■未婚	件数	構成比(%)
未婚（離死別含む）	139	23.4
既婚	455	76.6
全体	594	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	166	27.9
公務員	15	2.5
団体職員	10	1.7
会社役員	9	1.5
派遣社員・契約社員	32	5.4
商工自営	27	4.5
農林漁業	1	0.2
自営手伝い	10	1.7
自由業	11	1.9
学生	5	0.8
パート・アルバイト	93	15.7
主婦（主夫）専業	159	26.8
無職	56	9.4
全体	594	100.0

【報告書の見方】

- 本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- 報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. 旅行の計画を始める時期

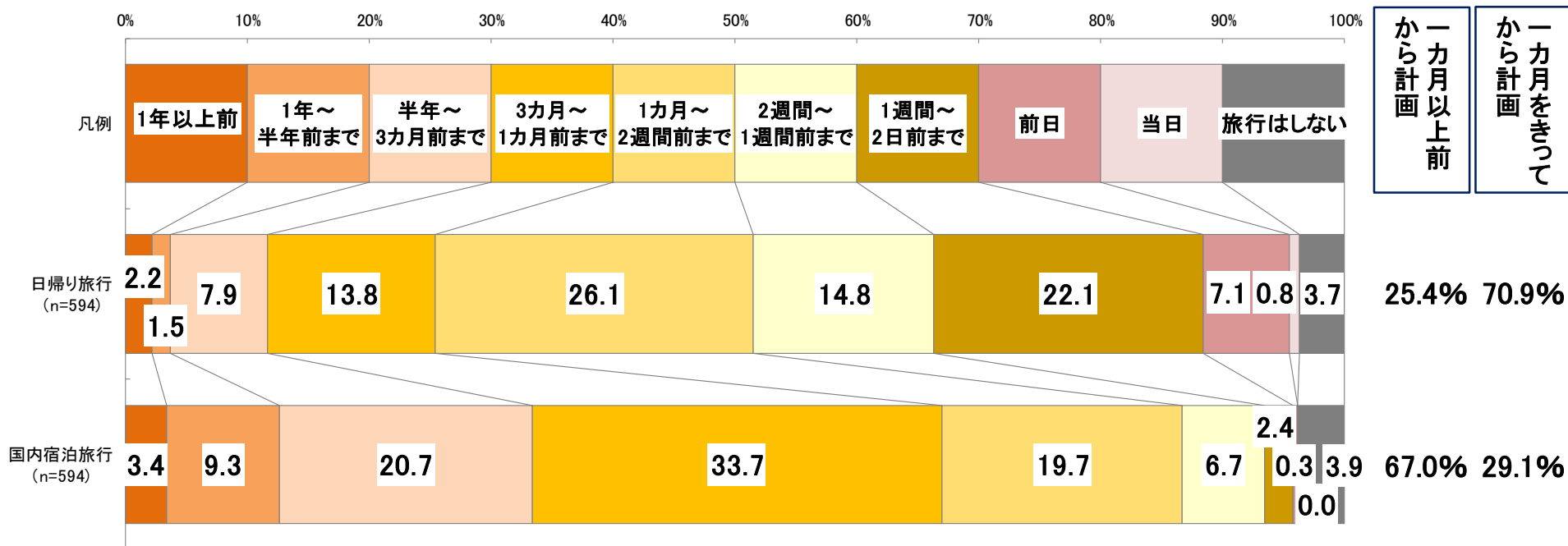
7割が、日帰り旅行では1カ月をきってから、国内宿泊旅行では1カ月以上前から計画を始める。

日帰り旅行では1週間をきってからの計画も3割に及び、その手軽さがうかがえる。

旅行の計画を始める時期は日帰り旅行で「1カ月～2週間前まで」の割合が26.1%で最も高く、次いで「1週間～2日前まで」22.1%、「2週間～1週間前まで」14.8%の順である。約7割が1カ月をきってから計画を開始している。

国内宿泊旅行では「3カ月～1カ月前まで」の割合が33.7%で最も高く、次いで「半年～3カ月前まで」20.7%、「1カ月～2週間前まで」19.7%の順である。約7割が1カ月以上前から計画を開始している。

◆旅行の計画を始める時期【単一回答】



* 1カ月以上前から計画:「1年以上前」+「1年～半年前まで」+「半年～3カ月前まで」+「3カ月～1カ月前まで」
 1カ月をきってからの計画:「1カ月～2週間前まで」+「2週間～1週間前まで」+「1週間～2日前まで」+「前日」+「当日」

2. 旅行計画時の情報取得経路

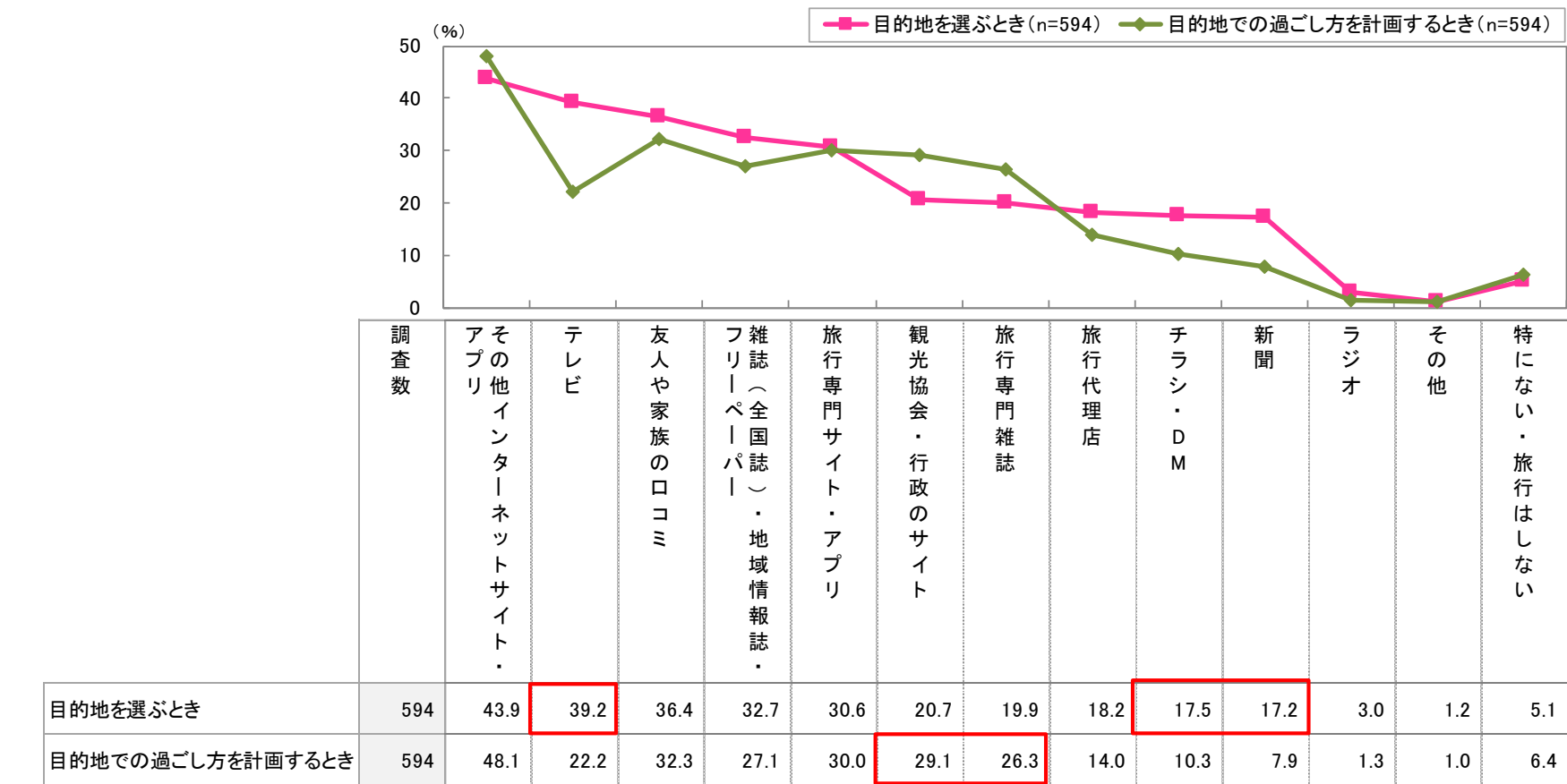
目的地を選ぶ際はテレビや新聞などのマス媒体の割合が高い。

また、目的地での過ごし方を計画する際は観光協会や旅行専門雑誌など、より具体的な情報を得られる媒体の割合が高い。

旅行計画時の情報取得経路について、目的地を選ぶときは「その他インターネットサイト・アプリ」の割合が43.9%で最も高く、次いで「テレビ」39.2%、「友人や家族の口コミ」36.4%の順である。目的地での過ごし方を計画するときに比べて「テレビ」、「チラシ・DM」、「新聞」の割合が高い。

目的地での過ごし方を計画するときは「その他インターネットサイト・アプリ」の割合が48.1%で最も高く、次いで「友人や家族の口コミ」32.3%、「旅行専門サイト・アプリ」30.0%の順である。目的地を選ぶときに比べて「観光協会・行政のサイト」、「旅行専門雑誌」の割合が高い。

◆ 旅行計画時の情報取得経路【複数回答】



・目的地を選ぶときは、年代が上がるにつれて「観光協会・行政のサイト」「チラシ・DM」「新聞」の割合が高くなる。

・目的地での過ごし方を計画するときは、年代が下がるにつれて「雑誌（全国誌）・地域情報誌・フリーペーパー」「旅行専門サイト・アプリ」、年代が上がるにつれて「観光協会・行政のサイト」「チラシ・DM」の割合が高くなる。

◆旅行計画時の情報取得経路【複数回答】

		【%】														
		調査数	その他インターネット サイト・アプリ	テレビ	友人や家族のロコミ	雑誌（全国誌）・フリーペーパー・地域情報誌	旅行専門サイト・アプリ	観光協会・行政のサイト	旅行専門雑誌	旅行代理店	チラシ・DM	新聞	ラジオ	その他	特にない・旅行はしない	
目的地を選ぶとき	全体	594	43.9	39.2	36.4	32.7	30.6	20.7	19.9	18.2	17.5	17.2	3.0	1.2	5.1	
	性別	男性	240	50.0	34.2	28.3	30.4	29.2	21.3	20.0	12.1	14.2	21.3	4.2	1.7	6.3
		女性	354	39.8	42.7	41.8	34.2	31.6	20.3	19.8	22.3	19.8	14.4	2.3	0.8	4.2
	年代別	30代以下	161	46.0	41.6	42.2	33.5	36.0	↓15.5	18.0	16.8	↓6.8	↓4.3	1.2	0.6	6.2
		40・50代	257	47.9	39.3	33.1	36.6	30.0	↓19.8	22.2	16.3	↓18.3	↓19.1	3.9	1.2	5.1
		60代以上	176	36.4	36.9	35.8	26.1	26.7	↓26.7	18.2	22.2	↓26.1	↓26.1	3.4	1.7	4.0
目的地での過ごし方を計画するとき	全体	594	48.1	22.2	32.3	27.1	30.0	29.1	26.3	14.0	10.3	7.9	1.3	1.0	6.4	
	性別	男性	240	47.9	22.9	24.6	25.0	27.1	24.2	22.1	11.3	9.6	7.9	2.1	1.3	9.2
		女性	354	48.3	21.8	37.6	28.5	31.9	32.5	29.1	15.8	10.7	7.9	0.8	0.8	4.5
	年代別	30代以下	161	50.9	19.9	36.0	↑31.7	↑37.3	↓21.7	24.8	14.3	↓4.3	5.0	0.6	0.6	6.2
		40・50代	257	50.6	24.5	29.2	31.1	30.4	↓30.7	30.7	14.4	↓9.3	5.8	1.6	0.4	7.0
		60代以上	176	42.0	21.0	33.5	↑17.0	↑22.7	↓33.5	21.0	13.1	↓17.0	13.6	1.7	2.3	5.7

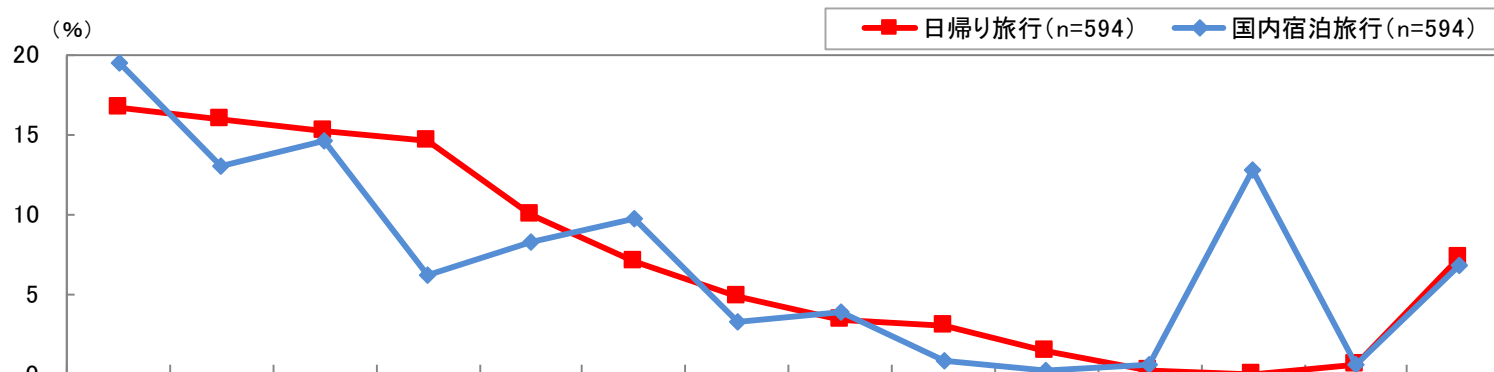
3. 目的地選択時の重視点

国内宿泊旅行と比べて日帰り旅行では、食事が重要視されやすい。

目的地選択時の重視点について、日帰り旅行では「家族や同伴者みんなで楽しめる」の割合が16.7%で最も高く、次いで「興味のあるイベント、催事がある」16.0%、「観光スポットが充実している」15.2%の順である。国内宿泊旅行と比べると「地元ならではの食事ができる」の割合が高い。

国内宿泊旅行では「家族や同伴者みんなで楽しめる」の割合が19.5%で最も高く、次いで「観光スポットが充実している」14.6%、「興味のあるイベント、催事がある」13.0%の順である。

◆目的地選択時の重視点【単一回答】



	調査数	家族や同伴者みんなで楽しめる	興味のあるイベント、催事がある	観光スポットが充実している	地元ならではの食事ができる	公共交通機関で行くことができる	のんびりできる	自然が豊かである	知人のおすすめ・経験談	特産品・お土産がある	体験プログラムが充実している	都会を感じられる	雰囲気の良い宿がある	その他	特にない・旅行はしていない
日帰り旅行	594	16.7	16.0	15.2	14.6	9.9	7.1	4.9	3.4	3.0	1.3	0.2	0.0	0.5	7.2
国内宿泊旅行	594	19.5	13.0	14.6	6.2	8.2	9.8	3.2	3.9	0.8	0.2	0.5	12.8	0.5	6.7

- ・日帰り旅行では、性別や年代別で大きな差は見られない。
- ・国内宿泊旅行では、年代が下がるにつれて「家族や同伴者みんなで楽しめる」の割合が高くなる。

◆目的地選択時の重視点【単一回答】

		調査数	家族や同伴者みんなで楽しめる	興味のあるイベント、催事がある	観光スポットが充実している	地元ならではの食事ができる	公共交通機関で行くことができる	のんびりできる	自然が豊かである	知人のおすすめ・経験談	特産品・お土産がある	体験プログラムが充実している	都会を感じられる	雰囲気の良い宿がある	その他	【%】 いない・旅行はしていない
日帰り旅行	全体	594	16.7	16.0	15.2	14.6	9.9	7.1	4.9	3.4	3.0	1.3	0.2	0.0	0.5	7.2
	性別															
	男性	240	16.7	10.4	12.5	15.4	10.8	10.8	6.3	2.9	2.9	1.3	0.0	0.0	0.8	9.2
	女性	354	16.7	19.8	16.9	14.1	9.3	4.5	4.0	3.7	3.1	1.4	0.3	0.0	0.3	5.9
	年代別															
	30代以下	161	22.4	18.0	14.9	11.8	13.7	2.5	3.1	1.9	2.5	1.9	0.0	0.0	0.6	6.8
国内宿泊旅行	40・50代	257	15.2	16.0	17.1	14.0	8.2	7.0	5.8	3.5	3.9	1.2	0.4	0.0	0.0	7.8
	60代以上	176	13.6	14.2	12.5	18.2	9.1	11.4	5.1	4.5	2.3	1.1	0.0	0.0	1.1	6.8
	全体	594	19.5	13.0	14.6	6.2	8.2	9.8	3.2	3.9	0.8	0.2	0.5	12.8	0.5	6.7
	性別															
	男性	240	20.0	12.1	10.4	8.8	7.9	12.5	3.3	1.7	1.3	0.4	0.4	11.7	0.8	8.8
	女性	354	19.2	13.6	17.5	4.5	8.5	7.9	3.1	5.4	0.6	0.0	0.6	13.6	0.3	5.4
	年代別															
	30代以下	161	26.1	14.3	12.4	5.6	11.2	9.3	1.2	3.1	0.0	0.0	0.6	8.7	0.6	6.8
	40・50代	257	19.8	12.8	17.1	6.2	5.8	7.8	3.5	2.7	1.6	0.4	0.0	13.6	0.0	8.6
	60代以上	176	13.1	11.9	13.1	6.8	9.1	13.1	4.5	6.3	0.6	0.0	1.1	15.3	1.1	4.0

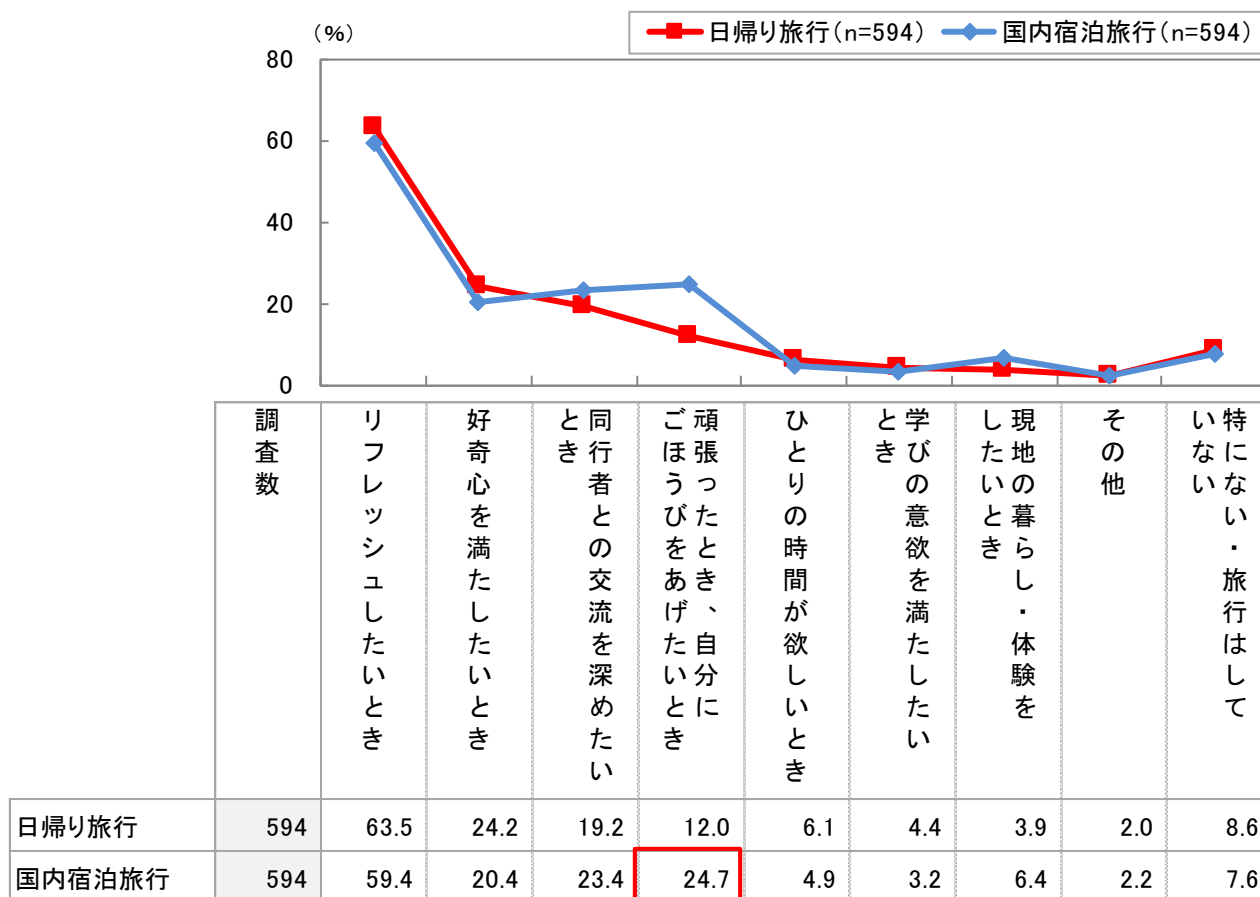
4. 旅行の動機

若年層は仕事などのごほうび、比較的時間に余裕のある高齢層は同行者との交流が国内宿泊旅行の動機となる傾向がある。

旅行の動機について、日帰り旅行では「リフレッシュしたいとき」の割合が63.5%で最も高く、次いで「好奇心を満たしたいとき」24.2%、「同行者との交流を深めたいとき」19.2%の順である。

国内宿泊旅行では「リフレッシュしたいとき」の割合が59.4%で最も高く、次いで「頑張ったとき、自分にごほうびをあげたいとき」24.7%、「同行者との交流を深めたいとき」23.4%の順である。日帰り旅行と比べると「頑張ったとき、自分にごほうびをあげたいとき」の割合が高い。

◆旅行の動機【複数回答】



・日帰り旅行では、性別や年代別で大きな差は見られない。

・国内宿泊旅行では、年代が上がるにつれて「同行者との交流を深めたいとき」、年代が下がるにつれて「頑張ったとき、自分にごほうびをあげたいとき」の割合が高くなる。

◆旅行の動機【複数回答】

		調査数	リフレッシュしたいとき	好奇心を満たしたいとき	同行者との交流を深めたいとき	頑張ったとき、自分にごほうびをあげたいとき	ひとりの時間が欲しいとき	学びの意欲を満たしたいとき	現地の暮らし・体験をしたいとき	その他	特にない・旅行はしてない	【%】	
日帰り旅行	全体	594	63.5	24.2	19.2	12.0	6.1	4.4	3.9	2.0		8.6	
	性別	男性	240	63.3	23.3	17.5	10.0	7.1	3.8	3.8	0.8		10.4
		女性	354	63.6	24.9	20.3	13.3	5.4	4.8	4.0	2.8		7.3
	年代別	30代以下	161	65.2	26.7	18.6	13.7	6.8	4.3	6.8	5.6		7.5
		40・50代	257	64.6	23.0	15.6	13.6	7.8	3.9	1.9	0.4		8.6
		60代以上	176	60.2	23.9	25.0	8.0	2.8	5.1	4.0	1.1		9.7

国内宿泊旅行	全体	594	59.4	20.4	23.4	24.7	4.9	3.2	6.4	2.2		7.6	
	性別	男性	240	62.9	22.9	21.3	22.1	6.7	4.6	5.8	0.4		9.2
		女性	354	57.1	18.6	24.9	26.6	3.7	2.3	6.8	3.4		6.5
	年代別	30代以下	161	57.1	20.5	19.9	31.1	3.7	2.5	7.5	2.5		8.7
		40・50代	257	61.1	21.8	20.6	24.9	7.0	2.7	7.0	1.9		7.4
		60代以上	176	59.1	18.2	30.7	18.8	2.8	4.5	4.5	2.3		6.8

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL : <https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail : inq@gcom-net.co.jp