

ジーコム独自調査レポート NO.161

アフターコロナの 宿泊旅行ニーズ

福岡県居住者の「旅行」に関する調査

2022年9月

Research & Consulting
G:COM

株式会社ジーコム

調査概要

1. 調査方法

当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歳以上の男女

3. 調査時期

2022年8月19日（金）～8月26日（金）

4. 調査規模

454サンプル

■性	件数	構成比 (%)
男性	206	45.4
女性	248	54.6
全体	454	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20代	18	4.0
30代	96	21.1
40代	83	18.3
50代	79	17.4
60代	118	26.0
70代以上	60	13.2
全体	454	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	246	54.2
市外都市圏	100	22.0
その他福岡県	108	23.8
全体	454	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	109	24.0
既婚・子どもなし	54	11.9
既婚・子どもが小学生以下	86	18.9
既婚・子どもが中学生以上で扶養	47	10.4
既婚・子育て終了	158	34.8
全体	454	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	119	26.2
公務員	16	3.5
団体職員・病院勤務	14	3.1
経営者・会社役員	10	2.2
派遣社員・契約社員	33	7.3
商工自営	19	4.2
農林漁業	-	-
自由業	9	2.0
学生	3	0.7
パート・アルバイト	70	15.4
専業主婦（主夫）	94	20.7
無職	65	14.3
その他	2	0.4
全体	454	100.0

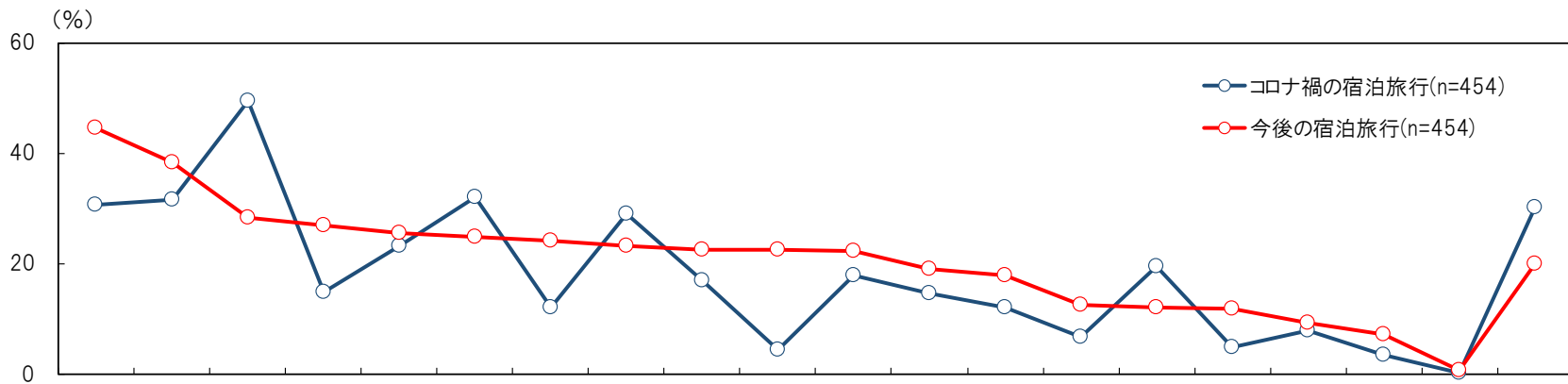
【報告書の見方】

- ・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. コロナ禍、及び今後の宿泊旅行の重視点

●今後の宿泊旅行では「ご当地ならではの食事」「街歩き」「定番スポットの観光」「遠方で楽しむ」がコロナ禍に比べて大きく増加しており、積極的に行動する意向が高いことが伺える。

◆コロナ禍、及び今後の宿泊旅行の重視点（複数回答）



調査数	ご当地ならではの美味しい食事	自然や景観	近場で楽しむ	街歩き	同行者との時間	ホテルや旅館で過ごす時間	観光の定番スポットの観光	観光名所・旧跡などの定番スポットの観光	低予算で行ける	特産品や土産物品の買い物	遠方で楽しむ	穴場スポットの観光	沢する（グレードを上げる）	料理やホテルなど費	歴史や文化を感じる	レジャーパークや施設	一人の時間	祭りやイベント	スポーツやアウトドア	体験プログラムやアクティビティ	その土地ならではの	その他	特になし・宿泊旅行には行かない
コロナ禍の宿泊旅行	454	30.6	31.5	14.8	23.1	31.9	11.9	29.1	17.0	4.4	17.8	14.5	12.1	6.6	19.4	4.8	7.9	3.3	0.2	30.2			
今後の宿泊旅行	454	↑44.5	38.3	↑26.9	25.6	24.9	↑24.0	23.1	22.5	↑22.5	22.2	18.9	17.8	12.6	11.9	11.7	9.3	7.0	0.7	19.8			

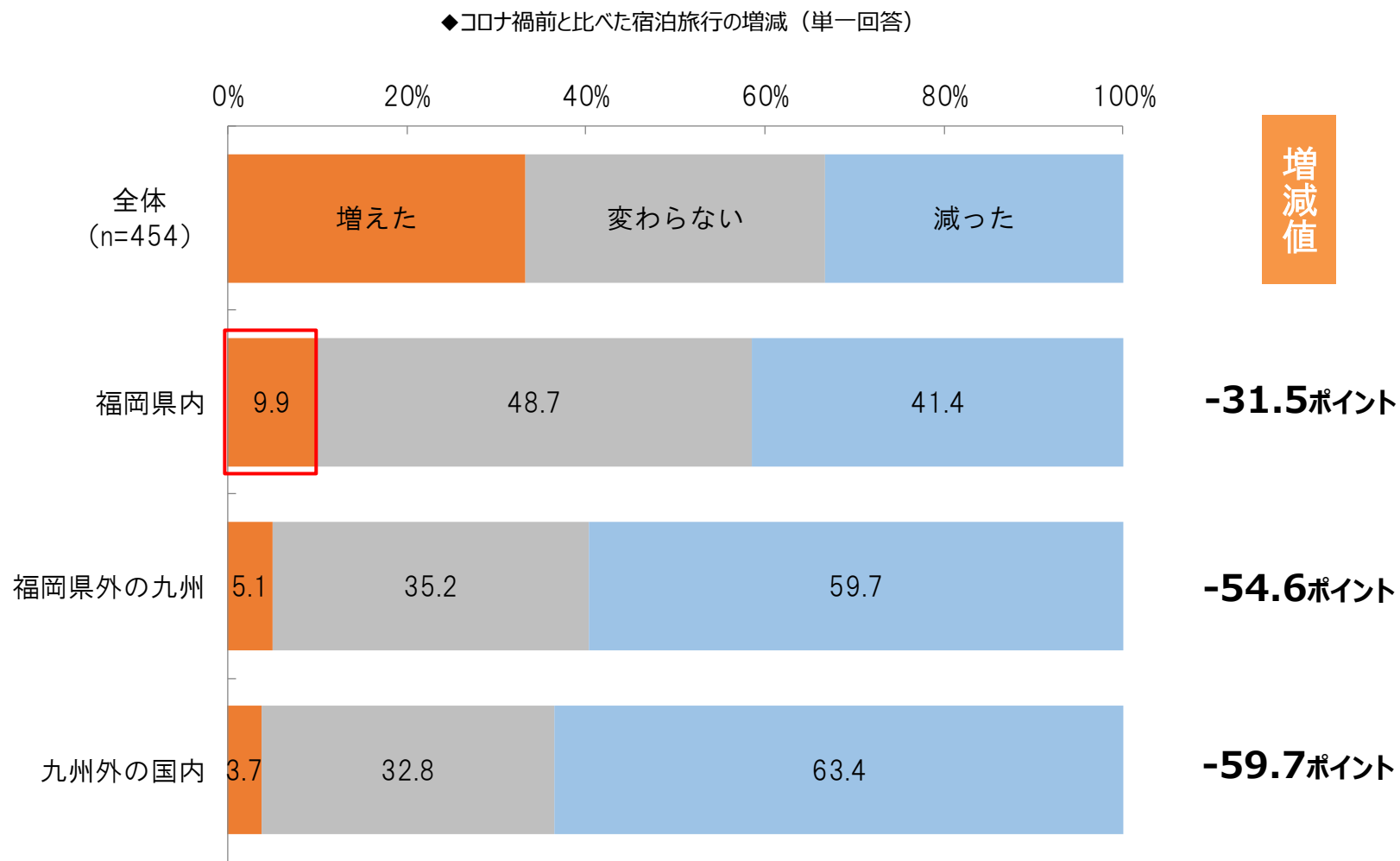
- コロナ禍でも今後でも男性は「一人の時間」を重視する割合が高いが、今後では「同行者との時間」の割合も高い。
- 今後の宿泊旅行では、女性は「穴場スポットの観光」、20・30代は「遠方で楽しむ」の割合が他の層に比べて高い。

◆コロナ禍、及び今後の宿泊旅行の重視点（複数回答）

		調査数	美味しい食事	ご当地ならではの	自然や景観	近場で楽しむ	街歩き	同行者との時間	ホテルや旅館で過ごす時間	定番スポット・旧跡などの観光	観光名所・旧跡などの観	低予算で行ける	遠方で楽しむ	買物	特産品や土産物の	穴場スポットの観光	する（グレイドを上げ	料理やホテルなど贅沢	歴史や文化を感じる	レジャーパークや	一人の時間	祭りやイベント	スポーツやアウトドア	体験プログラムや	その土地ならではの	その他	特になし・宿泊旅行に	【%】
全体		454	30.6	31.5	49.3	14.8	23.1	31.9	11.9	29.1	4.4	17.0	17.8	14.5	12.1	6.6	19.4	4.8	7.9	3.3	0.2	30.2						
性別	男性	206	27.2	31.1	46.6	16.5	22.3	29.6	12.1	32.0	4.4	14.6	14.1	13.1	12.1	3.9	25.2	3.4	8.3	2.4	0.5	29.6						
	女性	248	33.5	31.9	51.6	13.3	23.8	33.9	11.7	26.6	4.4	19.0	21.0	15.7	12.1	8.9	14.5	6.0	7.7	4.0	-	30.6						
年代別	20・30代	114	32.5	25.4	51.8	11.4	23.7	33.3	10.5	26.3	7.9	20.2	25.4	14.0	13.2	13.2	21.1	7.0	9.6	5.3	-	26.3						
	40・50代	162	33.3	29.6	42.6	15.4	24.1	30.2	13.6	30.2	4.3	20.4	16.0	13.0	11.7	6.8	20.4	4.9	9.9	3.7	-	31.5						
	60代以上	178	27.0	37.1	53.9	16.3	21.9	32.6	11.2	29.8	2.2	11.8	14.6	16.3	11.8	2.2	17.4	3.4	5.1	1.7	0.6	31.5						
全体		454	44.5	38.3	28.2	26.9	25.6	24.9	24.0	23.1	22.5	22.5	22.2	18.9	17.8	12.6	11.9	11.7	9.3	7.0	0.7	19.8						
性別	男性	206	42.2	39.8	28.6	25.7	30.6	24.3	22.8	25.7	19.4	18.4	16.0	15.5	19.9	10.7	17.0	10.7	9.2	5.3	0.5	19.9						
	女性	248	46.4	37.1	27.8	27.8	21.4	25.4	25.0	21.0	25.0	25.8	27.4	21.8	16.1	14.1	7.7	12.5	9.3	8.5	0.8	19.8						
年代別	20・30代	114	46.5	28.1	28.1	23.7	23.7	23.7	21.1	20.2	31.6	22.8	25.4	14.9	12.3	15.8	12.3	10.5	10.5	4.4	-	18.4						
	40・50代	162	45.7	38.3	27.8	25.3	25.9	22.8	27.2	22.8	17.9	24.1	23.5	19.1	17.9	16.7	13.6	14.8	12.3	11.7	-	21.6						
	60代以上	178	42.1	44.9	28.7	30.3	26.4	27.5	23.0	25.3	20.8	20.8	19.1	21.3	21.3	6.7	10.1	9.6	5.6	4.5	1.7	19.1						

2. コロナ禍前と比べた宿泊旅行の増減

- コロナ禍前と比べた宿泊旅行の増減について、いずれのエリアも「増えた」から「減った」を減じた増減値は大きくマイナスであるが、福岡県内については「増えた」が1割みられ、コロナ禍のため近距離エリアへの旅行へとスイッチしたと考えられる。



* 増減値:「増えた」-「減った」

●各エリアの増減値について、20・30代はマイナスではあるものの他の年代に比べて高い。

◆コロナ禍前と比べた宿泊旅行の増減（単一回答）

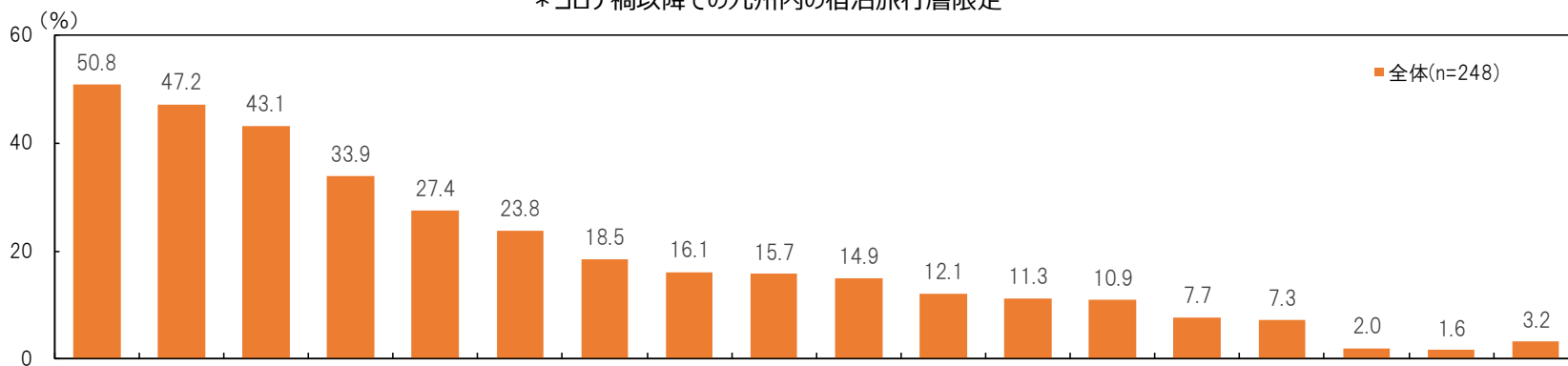
		調査数	【%】			【ポイント】	
			増えた	変わらない	減った	増減値	
福岡県内	全体	454	9.9	48.7	41.4	-31.5	
	性別	男性	206	8.3	50.0	41.7	-33.5
		女性	248	11.3	47.6	41.1	-29.8
	年代別	20・30代	114	14.0	57.9	28.1	-14.0
		40・50代	162	8.6	43.2	48.1	-39.5
		60代以上	178	8.4	47.8	43.8	-35.4
福岡県外の九州	全体	454	5.1	35.2	59.7	-54.6	
	性別	男性	206	6.8	36.4	56.8	-50.0
		女性	248	3.6	34.3	62.1	-58.5
	年代別	20・30代	114	7.0	42.1	50.9	-43.9
		40・50代	162	5.6	31.5	63.0	-57.4
		60代以上	178	3.4	34.3	62.4	-59.0
九州外の国内	全体	454	3.7	32.8	63.4	-59.7	
	性別	男性	206	3.4	35.9	60.7	-57.3
		女性	248	4.0	30.2	65.7	-61.7
	年代別	20・30代	114	4.4	39.5	56.1	-51.8
		40・50代	162	3.7	34.0	62.3	-58.6
		60代以上	178	3.4	27.5	69.1	-65.7

*増減値:「増えた」-「減った」

3. 近場での宿泊旅行で満足したこと

- 福岡県内や九州内の近場での宿泊旅行について、「食事」「同行者との時間」「ホテルや旅館で過ごす時間」で満足した割合が4～5割で上位である。キャンペーンの利用や交通費が抑えられたためか、「低予算で行けた」「料理やホテルなど贅沢できた」の割合も2割半ばと高い。
- 男性は「低予算で行けた」「一人の時間」、女性は「ホテルや旅館で過ごす時間」「穴場スポットの観光」の割合が高い。
- 60代以上は「自然や景観」の割合が他の年代に比べて高い。

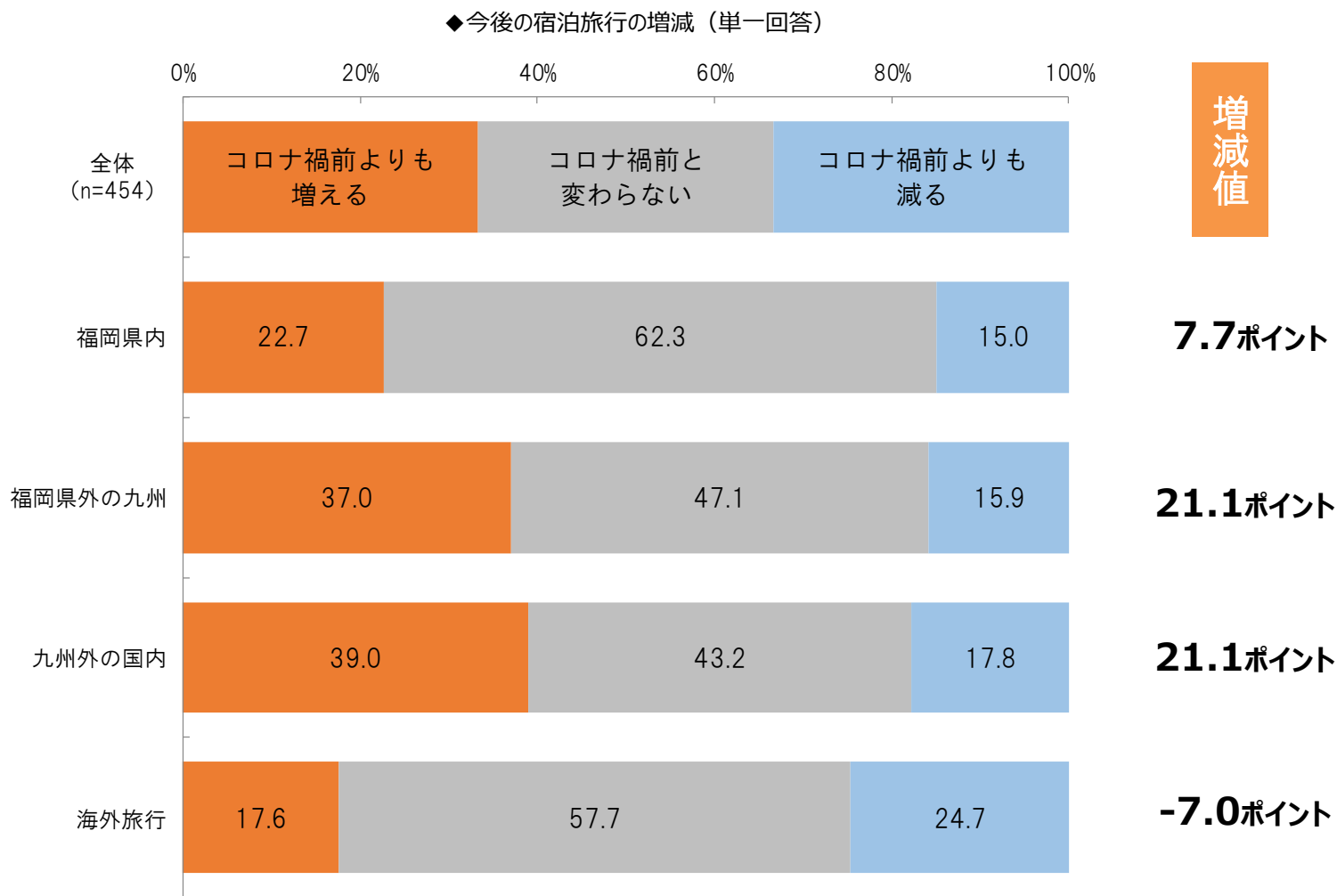
◆近場での宿泊旅行で満足したこと（複数回答）
*コロナ禍以降での九州内の宿泊旅行層限定



調査数	美味し い食 事	ご当 地な らで はの 時 間	同 行 者 と の 時 間	ホ テ ル や 旅 館 で 過 ご す 時 間	自 然 や 景 観	低 予 算 で 行 け た	で き た (グ レ イ ド を 上 げ た)	料 理 や ホ テ ル な ど 贅 沢 で き た	定 番 名 所 ・ 旧 跡 な ど の 観 光	街 歩 き	買 い 物 特 産 品 や 土 産 物 品 の	穴 場 ス ポ ッ ト の 観 光	感 じ ら れ た 歴 史 や 文 化 を	一 人 の 時 間	こ と が で き た 近 場 の 魅 力 に 気 づ く	レ ジ ャ ー 施 設 テ ー マ パ ー ク や	ス ポ ー ツ や ア ウ ト ド ア	祭 り や イ ベ ン ト	ア ク テ ィ ビ テ ィ ム や そ の 土 地 な ら で は の	特 に な し
全体	248	50.8	47.2	43.1	33.9	27.4	23.8	18.5	16.1	15.7	14.9	12.1	11.3	10.9	7.7	7.3	2.0	1.6	3.2	
性別																				
男性	115	51.3	49.6	36.5	30.4	33.9	23.5	15.7	14.8	16.5	7.8	12.2	17.4	7.0	5.2	7.8	2.6	2.6	3.5	
女性	133	50.4	45.1	48.9	36.8	21.8	24.1	21.1	17.3	15.0	21.1	12.0	6.0	14.3	9.8	6.8	1.5	0.8	3.0	
年代別																				
20・30代	65	47.7	47.7	47.7	27.7	23.1	24.6	21.5	20.0	20.0	20.0	4.6	13.8	10.8	18.5	15.4	6.2	1.5	1.5	
40・50代	83	57.8	44.6	38.6	27.7	24.1	14.5	18.1	15.7	14.5	15.7	14.5	8.4	18.1	4.8	3.6	1.2	3.6	3.6	
60代以上	100	47.0	49.0	44.0	43.0	33.0	31.0	17.0	14.0	14.0	11.0	15.0	12.0	5.0	3.0	5.0	-	-	4.0	

4. 今後の宿泊旅行の増減

- コロナの影響が落ち着いた際の宿泊旅行の増減について、福岡県外の九州、九州外の国内の増減値が20ポイント以上プラスとなった。福岡県内もプラスであり、コロナ禍の反動もあってか、近場、遠方ともに旅行への関心は高い。
- 一方、海外旅行は増減値が唯一のマイナスであり、コロナ禍がひと段落してもしばらくは様子見の状態が続くと思われる。



* 増減値: 「コロナ禍前よりも増える」-「コロナ禍前よりも減る」

● 男性は女性に比べて、海外旅行の増減値が低い。

◆ 今後の宿泊旅行の増減（単一回答）

【%】 【ポイント】

		調査数	【%】			増減値	
			増える コロナ禍前よりも	変わらない コロナ禍前と	減る コロナ禍前よりも		
福岡県内	全体	454	22.7	62.3	15.0	7.7	
	性別	男性	206	21.8	63.6	14.6	7.3
		女性	248	23.4	61.3	15.3	8.1
	年代別	20・30代	114	24.6	62.3	13.2	11.4
		40・50代	162	24.1	58.6	17.3	6.8
		60代以上	178	20.2	65.7	14.0	6.2

		調査数	【%】			増減値	
			増える コロナ禍前よりも	変わらない コロナ禍前と	減る コロナ禍前よりも		
福岡県外の九州	全体	454	37.0	47.1	15.9	21.1	
	性別	男性	206	35.0	48.5	16.5	18.4
		女性	248	38.7	46.0	15.3	23.4
	年代別	20・30代	114	33.3	49.1	17.5	15.8
		40・50代	162	36.4	46.9	16.7	19.8
		60代以上	178	39.9	46.1	14.0	25.8

【%】 【ポイント】

		調査数	【%】			増減値	
			増える コロナ禍前よりも	変わらない コロナ禍前と	減る コロナ禍前よりも		
九州外の国内	全体	454	39.0	43.2	17.8	21.1	
	性別	男性	206	35.4	46.6	18.0	17.5
		女性	248	41.9	40.3	17.7	24.2
	年代別	20・30代	114	38.6	43.9	17.5	21.1
		40・50代	162	34.6	48.1	17.3	17.3
		60代以上	178	43.3	38.2	18.5	24.7

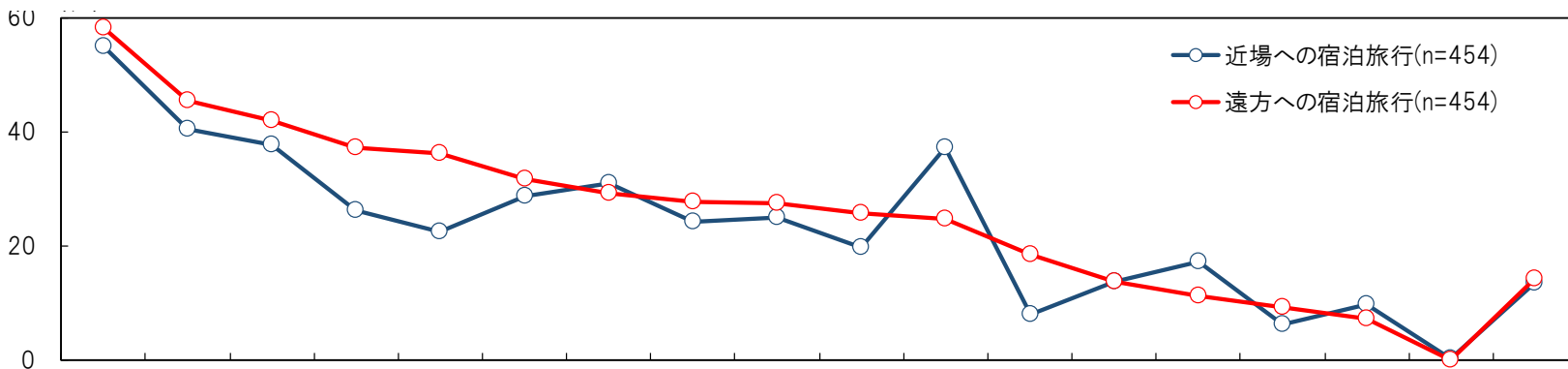
		調査数	【%】			増減値	
			増える コロナ禍前よりも	変わらない コロナ禍前と	減る コロナ禍前よりも		
海外	全体	454	17.6	57.7	24.7	-7.0	
	性別	男性	206	11.7	61.7	26.7	-15.0
		女性	248	22.6	54.4	23.0	-0.4
	年代別	20・30代	114	18.4	59.6	21.9	-3.5
		40・50代	162	16.7	59.3	24.1	-7.4
		60代以上	178	18.0	55.1	27.0	-9.0

* 増減値:「コロナ禍前よりも増える」-「コロナ禍前よりも減る」

5. 近場、及び遠方の宿泊旅行で重視したいこと

- 近場でも遠方でも重視することの上位は変わらず、「食事」「自然」「同行者との時間」である。
- 近場では「低予算で行ける」、遠方では「特産品の購入」「定番スポットの観光」「テーマパークやレジャー施設」の割合が他方に比べて10ポイント以上高く、遠方エリアまで来た分、そこでしか味わえないことを満喫したい意識がみえる。

◆ 近場、及び遠方の宿泊旅行で重視したいこと（複数回答）



調査数	美味しい食事	自然や景観	同行者との時間	特産品や土産物の買い物	観光名所・旧跡などの定番スポット	街歩き	ホテルや旅館で過ごす時間	贅沢する(ホテルなど)	料理やホテルなど	穴場スポットの観光	歴史や文化を感じる	低予算で行ける	テーマパークやレジャー施設	祭りやイベント	一人の時間	その土地ならではの体験(プロگرامやアクティビティ)	スポーツやアウトドア	その他	特になし
近場への宿泊旅行	454	54.8	40.5	37.7	26.2	22.5	28.9	31.1	24.2	25.1	19.8	37.2	7.9	13.7	17.2	6.2	9.7	0.2	13.4
遠方への宿泊旅行	454	58.1	45.4	42.1	37.2	36.3	31.7	29.3	27.8	27.5	25.8	24.7	18.5	13.7	11.2	9.3	7.3	-	14.3

- 近場、遠方ともに女性は男性に比べて「食事」「特産品」といった、食に関する関心が高い。また、年代が上がるにつれて「自然や景観」の割合が高くなる。
- 近場への宿泊旅行では、女性は男性に比べて「穴場スポットの観光」の割合が高く、すでに旅行経験のあるエリアのためか新鮮さを求めている。

◆近場、及び遠方の宿泊旅行で重視したいこと（複数回答）

		調査数	ご当地ならではの美味しい食事	自然や景観	同行者との時間	特産品や土産物の買	観光名所・旧跡などの定番スポットの観光	街歩き	ホテルや旅館で過ごす時間	料理やホテルなど贅沢する（グレードを上げる）	穴場スポットの観光	歴史や文化を感じる	低予算で行ける	テーマパークやレジャー施設	祭りやイベント	一人の時間	その土地ならではの体験プログラムやアクティビティ	スポーツやアウトドア	その他	特になし	【%】
近場への 宿泊旅行	全体	454	54.8	40.5	37.7	26.2	22.5	28.9	31.1	24.2	25.1	19.8	37.2	7.9	13.7	17.2	6.2	9.7	0.2	13.4	
	性別	男性	206	48.5	40.8	38.8	19.4	22.3	26.2	29.1	20.9	18.0	23.3	34.5	5.3	12.1	20.4	3.9	11.7	0.5	16.0
		女性	248	60.1	40.3	36.7	31.9	22.6	31.0	32.7	27.0	31.0	16.9	39.5	10.1	14.9	14.5	8.1	8.1	-	11.3
	年代別	20・30代	114	49.1	28.9	34.2	26.3	17.5	21.1	32.5	24.6	30.7	10.5	36.8	14.9	17.5	19.3	8.8	9.6	-	17.5
		40・50代	162	59.3	40.1	37.0	29.6	24.7	30.9	32.1	21.6	28.4	21.0	34.6	6.8	17.3	17.9	6.2	13.6	-	12.3
		60代以上	178	54.5	48.3	40.4	23.0	23.6	32.0	29.2	26.4	18.5	24.7	39.9	4.5	7.9	15.2	4.5	6.2	0.6	11.8
	遠方への 宿泊旅行	全体	454	58.1	45.4	42.1	37.2	36.3	31.7	29.3	27.8	27.5	25.8	24.7	18.5	13.7	11.2	9.3	7.3	-	14.3
性別		男性	206	52.4	43.2	45.1	28.2	31.1	27.2	29.6	25.7	24.8	25.7	25.7	15.0	12.6	13.1	5.8	8.3	-	17.0
		女性	248	62.9	47.2	39.5	44.8	40.7	35.5	29.0	29.4	29.8	25.8	23.8	21.4	14.5	9.7	12.1	6.5	-	12.1
年代別		20・30代	114	57.9	33.3	43.0	39.5	35.1	33.3	26.3	22.8	26.3	16.7	28.9	26.3	18.4	14.9	10.5	14.0	-	17.5
		40・50代	162	59.9	43.8	40.1	42.0	38.3	27.2	28.4	26.5	32.1	24.1	19.1	24.7	16.0	12.3	12.3	6.8	-	14.2
		60代以上	178	56.7	54.5	43.3	31.5	35.4	34.8	32.0	32.0	24.2	33.1	27.0	7.9	8.4	7.9	5.6	3.4	-	12.4

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、30年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

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

inq@gcom-net.co.jp