

2025年の 旅行動向予測

福岡県居住者の「旅行」に関する調査

2025年4月

Research & Consulting
G:COM

株式会社ジーコム

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～79歳の男女

3. 調査時期

2025年3月14日（金）～3月21日（金）

4. 調査規模

424サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	153	36.1
女性	271	63.9
全体	424	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	9	2.1
30代	69	16.3
40代	88	20.8
50代	93	21.9
60代	102	24.1
70代	63	14.9
全体	424	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	229	54.0
福岡市以外都市圏	91	21.5
その他福岡県	104	24.5
全体	424	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	111	26.2
公務員	10	2.4
団体職員・病院勤務	14	3.3
経営者・会社役員	8	1.9
派遣社員・契約社員	28	6.6
商工自営	17	4.0
農林漁業	0	0.0
自由業	8	1.9
学生	3	0.7
パート・アルバイト	69	16.3
専業主婦(主夫)	93	21.9
無職	60	14.2
その他	3	0.7
全体	424	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身(離死別含む)	117	27.6
既婚で末子に小学生以下の子ども	74	17.5
既婚で末子に中学生以上の子ども	44	10.4
既婚(子育て終了)	135	31.8
既婚で子どもなし	54	12.7
全体	424	100.0

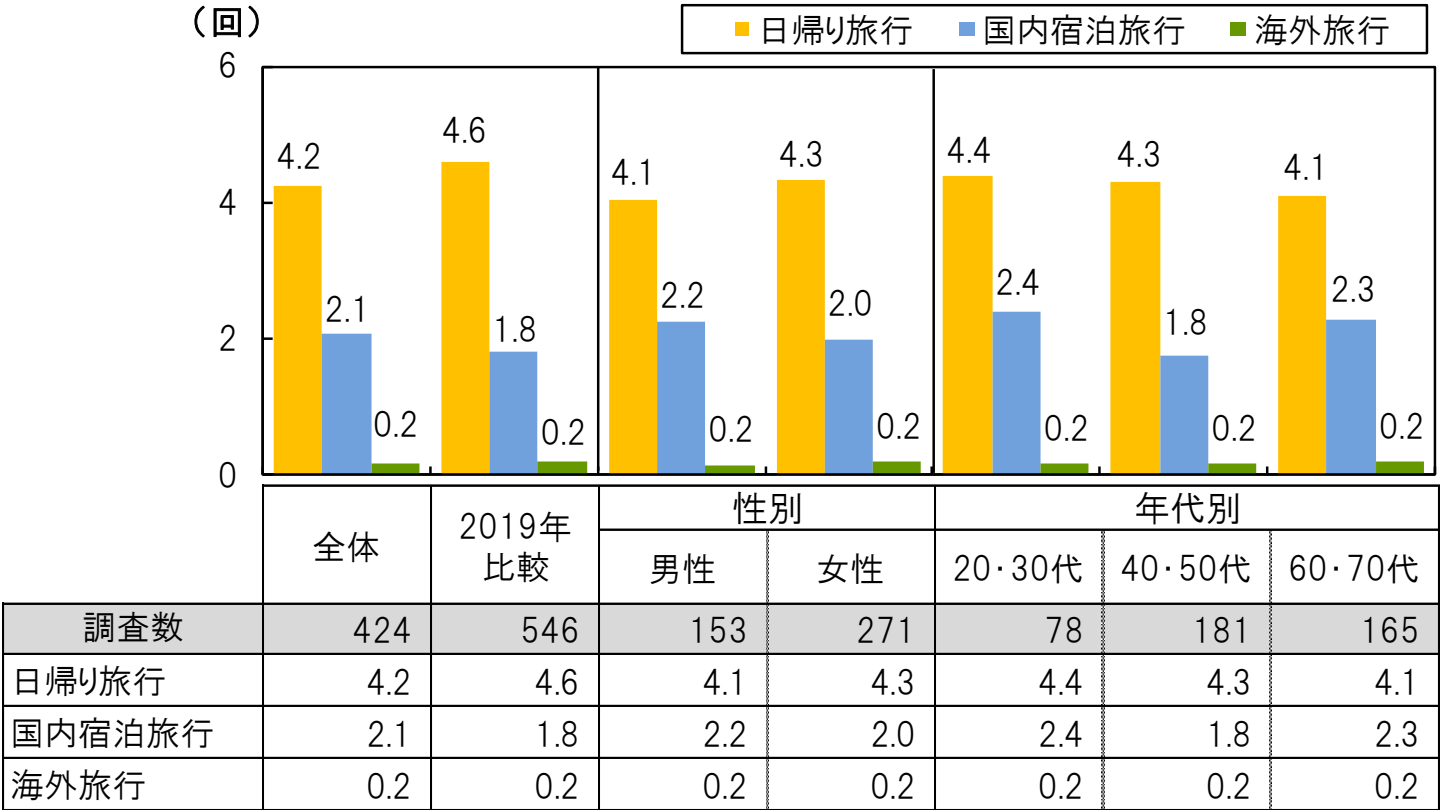
■世帯年収(*学生除く)	件数	構成比(%)
200万円未満	39	9.3
200～300万円未満	51	12.1
300～400万円未満	53	12.6
400～500万円未満	43	10.2
500～600万円未満	45	10.7
600～700万円未満	28	6.7
700～800万円未満	27	6.4
800～900万円未満	24	5.7
900～1000万円未満	16	3.8
1000～1500万円未満	16	3.8
1500万円以上	4	1.0
わからない	75	17.8
全体	421	100.0

【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 of の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

- 旅行タイプ別の年間平均旅行回数は、日帰り旅行が4.2回、国内宿泊旅行が2.1回、海外旅行が0.2回である。
- 国内宿泊旅行は40・50代が他の年代に比べて回数が少ない。
- 2019年調査と比較しても大きな差はなく、旅行の回数はコロナ禍前の水準まで回復したとみられる。

◆年間平均旅行回数（単一回答）

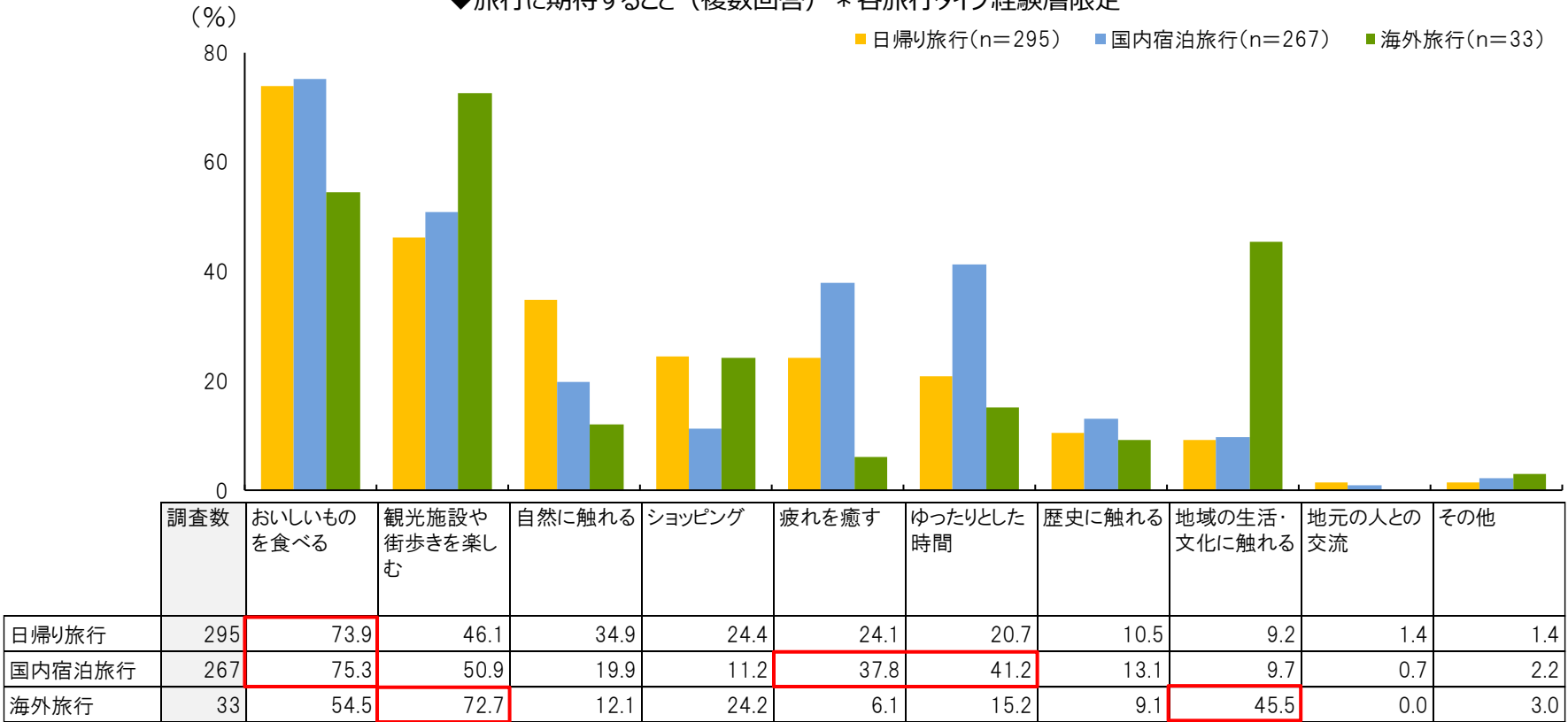


* 年間平均旅行回数：「週1回以上」=52、「月2～3回」=30、「月1回程度」=12、「2～3ヶ月に1回程度」=4.8、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1、「2、3年に1回程度」=0.4、「5年に1回程度」=0.2、「それ以下」=0.1、「この旅行は行かない」=0として加重平均値を算出。

- 日帰り旅行と国内宿泊旅行に期待することの1位は「おいしいものを食べる」であるが、海外旅行では「観光施設や街歩きを楽しむ」が1位である。
- また、国内宿泊旅行は「疲れを癒す」「ゆったりとした時間」の割合が他と比較して高く、リラックスすることが重視されている。一方海外旅行では「地域の生活・文化に触れる」の割合が他と比較して顕著に高く、異文化体験への期待が高いといえる。

◆旅行に期待すること（複数回答）＊各旅行タイプ経験層限定

■ 日帰り旅行(n=295) ■ 国内宿泊旅行(n=267) ■ 海外旅行(n=33)



- 日帰り旅行への期待について、20・30代は他の年代に比べて「観光施設や街歩きを楽しむ」の割合が高い。
- 国内宿泊旅行への期待について、女性は男性に比べて「観光施設や街歩きを楽しむ」「ゆったりとした時間」の割合が高い。
- また、40・50代は他の年代に比べて「おいしいものを食べる」の割合が高い。

◆日帰り旅行に期待すること（複数回答）＊日帰り旅行経験層限定

		【%】										
		調査数	おいしいものを食べる	観光施設や街歩きを楽しむ	自然に触れる	ショッピング	疲れを癒す	ゆったりとした時間	歴史に触れる	地域の生活・文化に触れる	地元の人との交流	その他
全体		295	73.9	46.1	34.9	24.4	24.1	20.7	10.5	9.2	1.4	1.4
性別	男性	96	69.8	42.7	32.3	24.0	22.9	15.6	13.5	10.4	2.1	3.1
	女性	199	75.9	47.7	36.2	24.6	24.6	23.1	9.0	8.5	1.0	0.5
年代別	20・30代	55	80.0	61.8	36.4	23.6	20.0	14.5	3.6	16.4	0.0	0.0
	40・50代	130	75.4	42.3	31.5	26.2	29.2	22.3	8.5	6.2	0.8	1.5
	60・70代	110	69.1	42.7	38.2	22.7	20.0	21.8	16.4	9.1	2.7	1.8

◆国内宿泊旅行に期待すること（複数回答）＊国内宿泊旅行経験層限定

◆国内宿泊旅行に期待すること（複数回答）＊国内宿泊旅行経験者限定

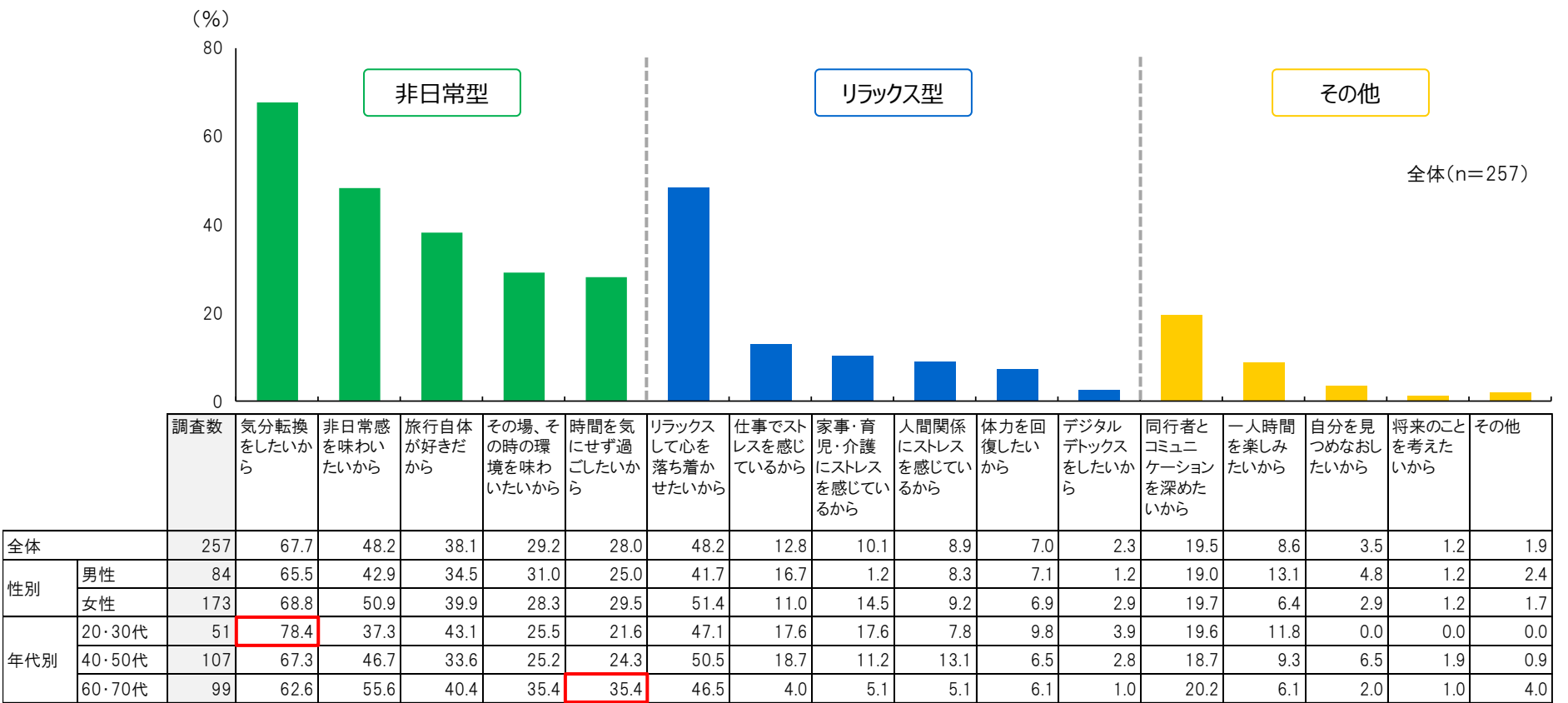
		調査数	おいしいものを食べる	観光施設や街歩きを楽しむ	自然に触れる	ショッピング	疲れを癒す	ゆったりとした時間	歴史に触れる	地域の生活・文化に触れる	地元の人との交流	その他	【%】
全体		267	75.3	50.9	19.9	11.2	37.8	41.2	13.1	9.7	0.7	2.2	
性別	男性	86	72.1	39.5	24.4	10.5	34.9	33.7	12.8	15.1	0.0	4.7	
	女性	181	76.8	56.4	17.7	11.6	39.2	44.8	13.3	7.2	1.1	1.1	
年代別	20・30代	56	69.6	58.9	19.6	14.3	48.2	41.1	3.6	8.9	0.0	0.0	
	40・50代	112	83.9	52.7	15.2	16.1	30.4	41.1	13.4	8.0	0.9	1.8	
	60・70代	99	68.7	44.4	25.3	4.0	40.4	41.4	18.2	12.1	1.0	4.0	

3. 旅行に「癒し」を求める理由

Q3：あなたが、日帰り旅行や国内旅行に「ゆったりとした時間」「自然に触れる」「疲れを癒す」のいずれかを期待する理由を教えてください。 5

- 旅行に「癒し」を求める理由 1 位は「気分転換をしたいから」、2 位は同率で「リラックスして心を落ち着かせたいから」と「非日常感を味わいたいから」である。
- 20・30代は「気分転換をしたいから」、60・70代は「時間を気にせず過ごしたいから」の割合が他の年代に比べて高い。

◆旅行に「癒し」を求める理由（複数回答）
* 旅行への期待で「ゆったりとした時間」「自然に触れる」「疲れを癒す」選択層限定



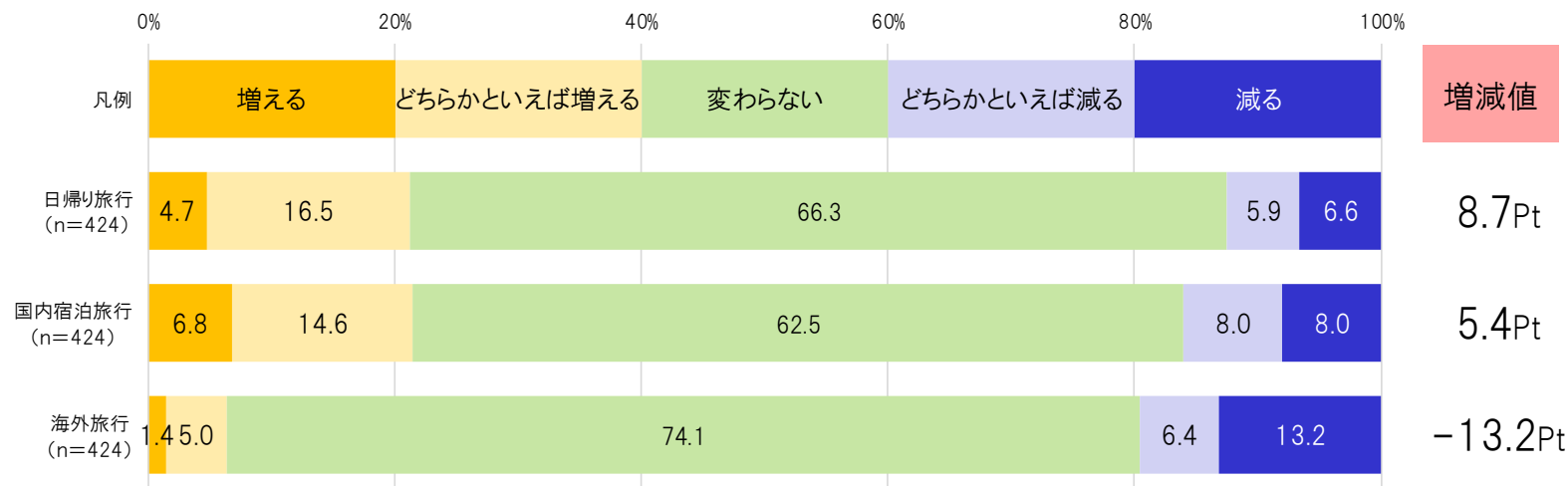
4. 2025年の旅行回数の増減予想

Q4：2025年は2024年と比べて、あなたご自身の各旅行タイプの回数はどのように変化したいと思いますか。(日帰り旅行/国内宿泊旅行/海外旅行)

6

- 日帰り・国内宿泊旅行は「増加層」-「減少層」の増減値が高く、旅行回数が増加することが予想される。
- 一方「海外旅行」は増減値がマイナス13Ptと減少幅が大きい。
- 40・50代で日帰り・国内宿泊旅行者が伸びることが予想される一方、20・30代はどの旅行タイプも消極的である。

◆2025年旅行タイプ別の増減予想(単一回答)



◆日帰り旅行の増減予想(単一回答)

		調査数	増加層	減少層	増減値
			【%】	【Pt】	
全体		424	21.2	12.5	8.7
性別	男性	153	17.0	10.5	6.5
	女性	271	23.6	13.7	10.0
年代別	20・30代	78	21.8	21.8	0.0
	40・50代	181	22.1	8.8	13.3
	60・70代	165	20.0	12.1	7.9

◆国内宿泊旅行の増減予想(単一回答)

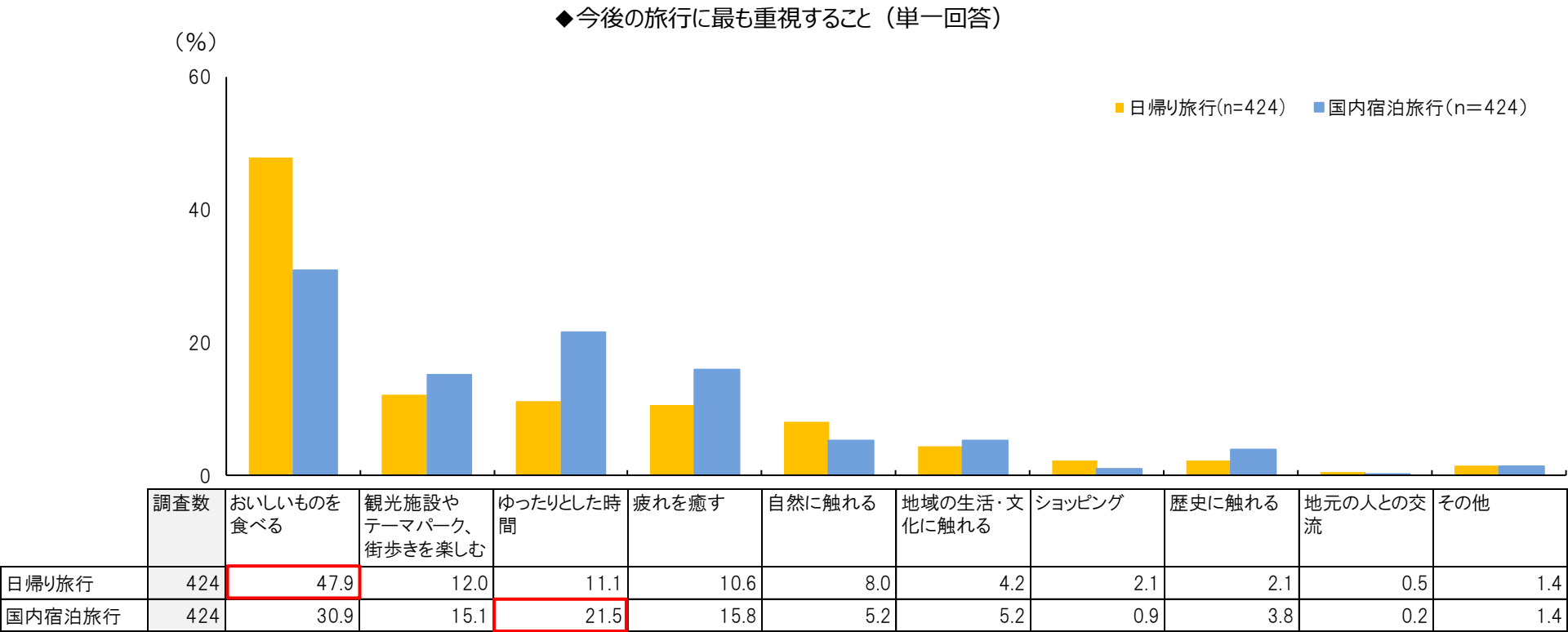
		調査数	増加層	減少層	増減値
			【%】	【Pt】	
全体		424	21.5	16.0	5.4
性別	男性	153	15.7	12.4	3.3
	女性	271	24.7	18.1	6.6
年代別	20・30代	78	14.1	25.6	-11.5
	40・50代	181	26.5	14.4	12.2
	60・70代	165	19.4	13.3	6.1

◆海外旅行の増減予想(単一回答)

		調査数	増加層	減少層	増減値
			【%】	【Pt】	
全体		424	6.4	19.6	-13.2
性別	男性	153	5.2	19.0	-13.7
	女性	271	7.0	19.9	-12.9
年代別	20・30代	78	3.8	29.5	-25.6
	40・50代	181	8.3	13.3	-5.0
	60・70代	165	5.5	21.8	-16.4

* 増加層 = 「増える」+「どちらかといえば増える」、減少層 = 「減る」+「どちらかといえば減る」、増減値 = 「増加層」-「減少層」

- 現在期待していることと同様、日帰り旅行は「おいしいものを食べる」、国内宿泊旅行は「ゆったりとした時間」の割合が顕著に高い。



**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、35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