第40回　観光の実態と志向
結果速報詳細

令和３年６月10日

公益社団法人日本観光振興協会　総合調査研究所

公益社団法人日本観光振興協会は、過去1年間の国民の宿泊観光旅行の実態と今後の希望についての調査である「観光の実態と志向」調査を今年度も実施しました。

今回も前回に引き続き「コロナ禍における観光旅行に対する意識・実態」について特別に調査しましたので、主な結果についてご紹介いたします。

なお、本調査の報告書は令和3年9月ごろ発行予定です。

＜お問い合わせ先＞
公益社団法人 日本観光振興協会 総合調査研究所
〒105-0001 東京都港区虎ノ門 3-1-1 虎の門三丁目ビルディング6階
TEL : 03-6435-8333 E-mail : soken@nihon-kankou.or.jp

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

Summary

1. 国内宿泊観光旅行参加率および希望率の変化

・令和2年度の国内宿泊観光旅行への参加率は新型コロナウイルス感染症の影響で29.2%と例年に比べて大幅ダウン。

・今後1年間の国内宿泊観光旅行への参加希望率は過去最低の54.3%となったものの、依然として半数以上は旅行への参加を希望している。

2. 旅行に関する割引キャンペーンの利用状況・意向

・令和2年度は「Go To トラベルキャンペーン」を利用して旅行した人が多く、今後も利用したいという人が多い。

・割引キャンペーン実施期間中もキャンペーンを利用せずに旅行する人が一定数いるがなぜ利用しないのか、何を契機に旅行実施に至ったのか、キャンペーン後も継続的に旅行する可能性のある層として今後の動向は注目に値する。

3. コロナ禍での旅行に対する思いの変化

・移動が制限された反動からか、今まで以上に旅行に行きたくなった人が多い。

・居住地から近いエリアでの旅行が増えたこともあり、コロナ禍で、自分が住んでいる近くの場所の魅力を発見した人が約1割となっている。

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

Summary

4. 旅先での人との関わり方に対する意向

・今後1年間くらいの旅行では、旅行先での人との関わりを必要最低限に抑えたいという人が半数以上であり、コロナ禍が続くなか、引き続き非対面・非接触でのサービスの提供が求められる。

・一方で、約1割は、旅の醍醐味である「地元の方との積極的な交流」を希望。この希望を消さないため、新たな旅のエチケットのもとでの交流の継続が求められる。

5. コロナ禍の旅行で必要な情報および入手ルート

・コロナ禍での旅行先決定には、観光地や宿泊施設の混雑状況がポイントとなる。

・自治体や観光協会などの公式サイトから必要な情報を入手する人が多い。

・「SNS」から情報を入手する若者が多いため、若者向けには「SNS」の活用も必要。

6. オンライン旅行体験の有無

・令和2年度にオンライン旅行体験をした人は2.5%のみだが、参加者においてはオンライン旅行体験が今後実際の旅行につながるという感想を持っている人が多い。

・体験内容としては、国内の文化財見学をメインとしたツアーへの参加が最も多く、海外よりも国内を「行先」としている人が多い。

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

1. 国内宿泊観光旅行参加率および希望率の変化

令和2年度（令和2年4月～令和3年3月）の国内宿泊観光旅行への参加率は29.2%と、50%前後で推移していた例年に比べて大幅な減少となった。新型コロナウイルス感染症の影響で外出自粛をしている人が多いことが主な要因となっている（宿泊観光旅行非参加者のうち約7割が旅行をしなかった理由として「外出自粛のため」と回答）。

今後1年間の国内宿泊観光旅行への参加希望率は54.3%で、過去最低値となった。同じくコロナ禍での調査（令和2年9月25日～10月1日に調査実施）である令和元年度の結果と比べても6.8ポイント減少している。しかし、実態が令和元年度から18.2ポイント減少していることを鑑みると、希望においてはその減少幅は小さく、令和2年度においても依然として、半数以上が今後1年間の旅行への参加を希望している。

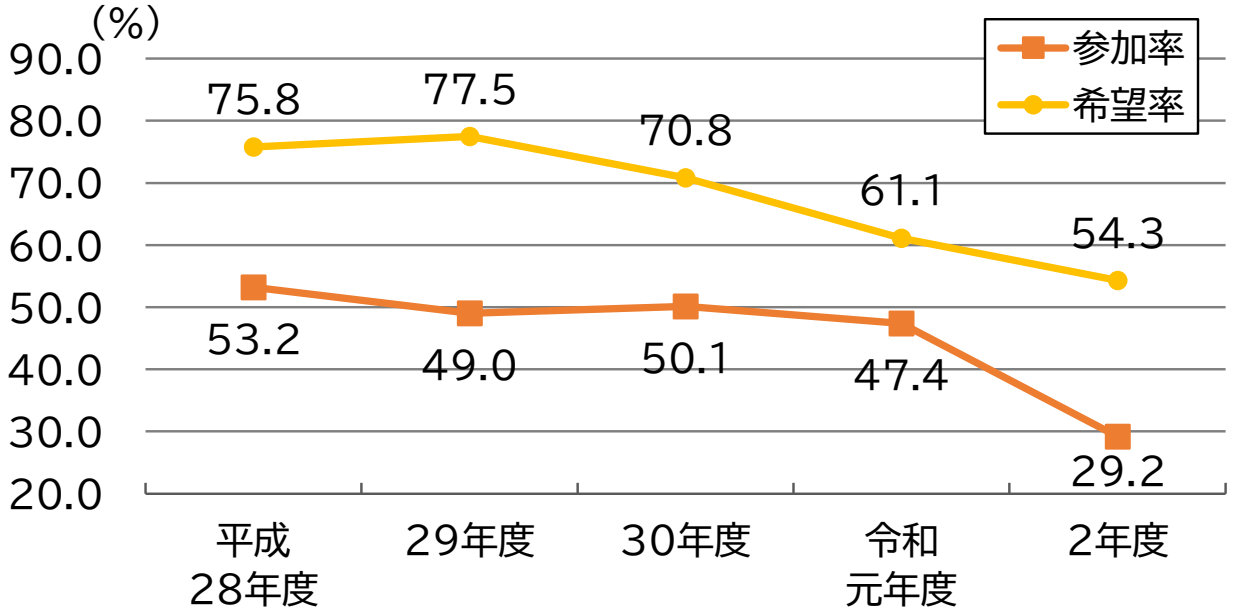


図 1　国内宿泊観光旅行の参加率と参加希望率の推移

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

2. 旅行に関する割引キャンペーンの利用状況・意向

令和2年度に宿泊観光旅行に参加した人に対して、旅行に関する割引キャンペーンの利用有無を尋ねたところ、「Go To トラベルキャンペーン」の実施期間内においては、多くの人が当該キャンペーンを使って旅行をしていることがわかった。特に、東京都が対象となった10月から利用者が急増している。一方で、キャンペーン実施期間内であっても、キャンペーンを利用せずに旅行をしている人が一定数存在する。この人たちがなぜキャンペーンを利用しなかったのか、予定している旅行と条件が合わなかったのか、あるいは、キャンペーンの有無にかかわらず旅行に出かける層なのか、キャンペーン終了後の継続的な旅行参加を促進していくにあたってのカギとなる層とも考えられ、今後、引き続き、調査・分析を進めていくこととする。

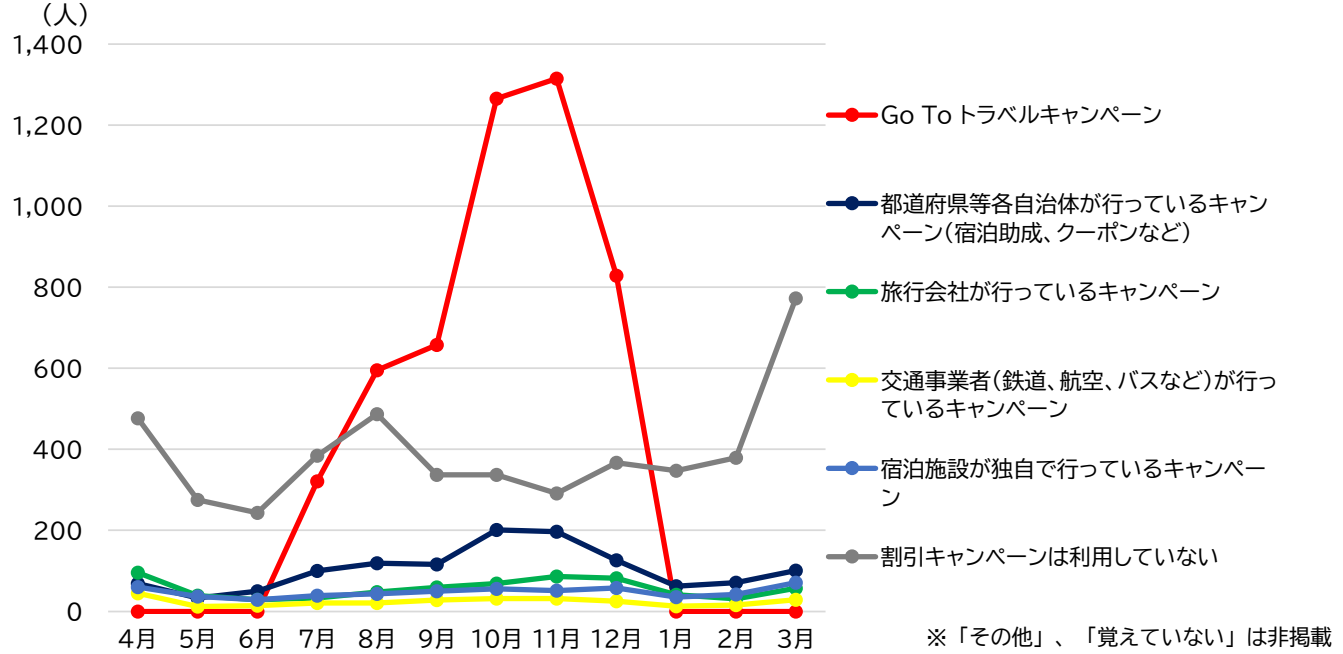


図 2　令和2年度における旅行に関する割引キャンペーンの利用状況

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

2. 旅行に関する割引キャンペーンの利用状況・意向

今後、国内宿泊観光旅行をする際に、割引キャンペーンの利用を希望するか尋ねたところ（割引キャンペーンの実施を想定して回答）、半数以上が「今後（コロナが収束するまでは）旅行する予定・意向はない」という回答だったものの、旅行予定・意向がある人においては、「Go To トラベルキャンペーン」の利用を希望している人が多かった。図2の通り、令和2年度において、実際の利用はあまり多くはなかったものの、「各自治体が行っているキャンペーン」の利用を希望している人も21.1%となっている。なお、5.4%の「割引キャンペーンを利用せず旅行する」層は、上記の利用実態同様、今後注目に値する層として調査・分析を進めていくこととする。

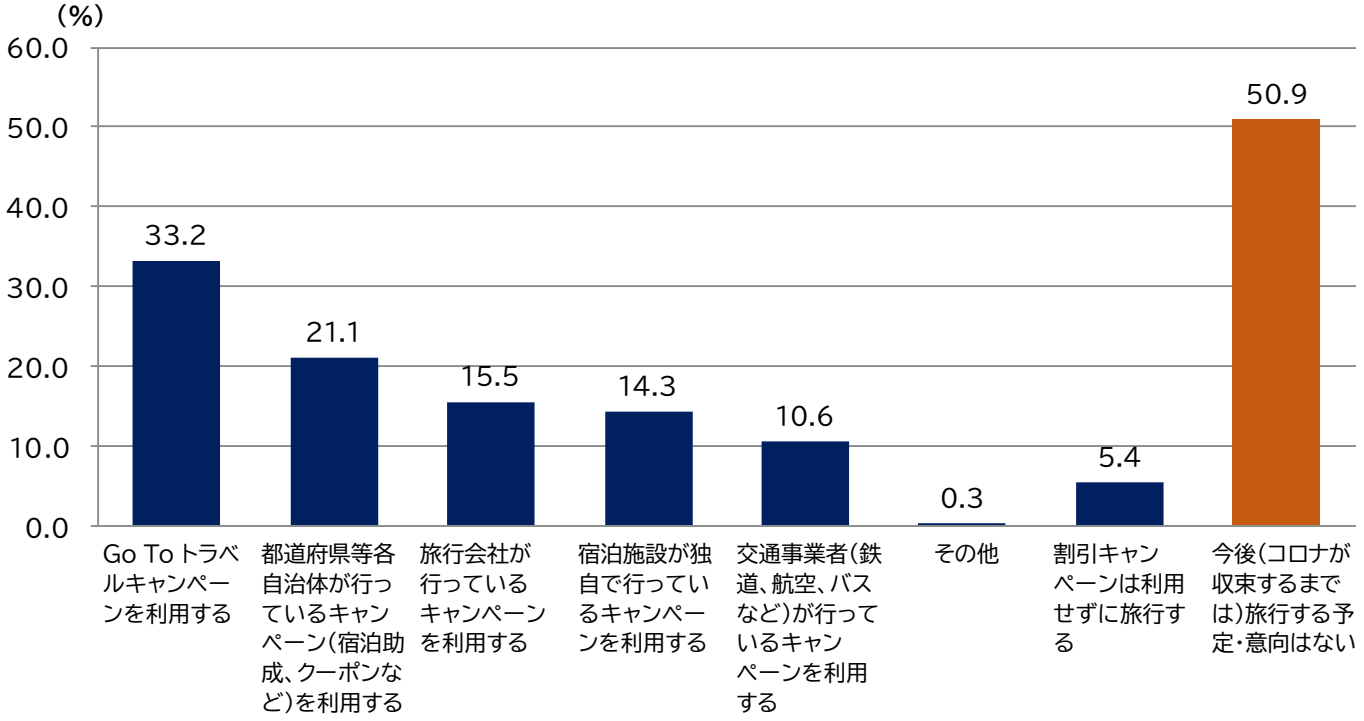


図 3　今後の国内宿泊観光旅行における割引キャンペーンの利用意向（n=20,000）（複数回答）

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

3. コロナ禍での旅行に対する思いの変化

コロナ禍において移動が制限される中、旅行に対する思いの変化があったか尋ねたところ、何らかの変化があった人が半数以上となり、その中でも「今まで以上に旅行に行きたくなった」という人が多かった。思い通りに旅行ができない分、その需要が高まってきていることがわかる。

また、「自分が住んでいる近くの場所の魅力を発見した」という人が約1割となっている。移動が制限されるコロナ禍において、自分が住んでいる都道府県内や近隣エリア内を目的地とした旅行が多くなり、身近なもののなかにある旅の要素の再発見、気づきにつながったと考えられる。

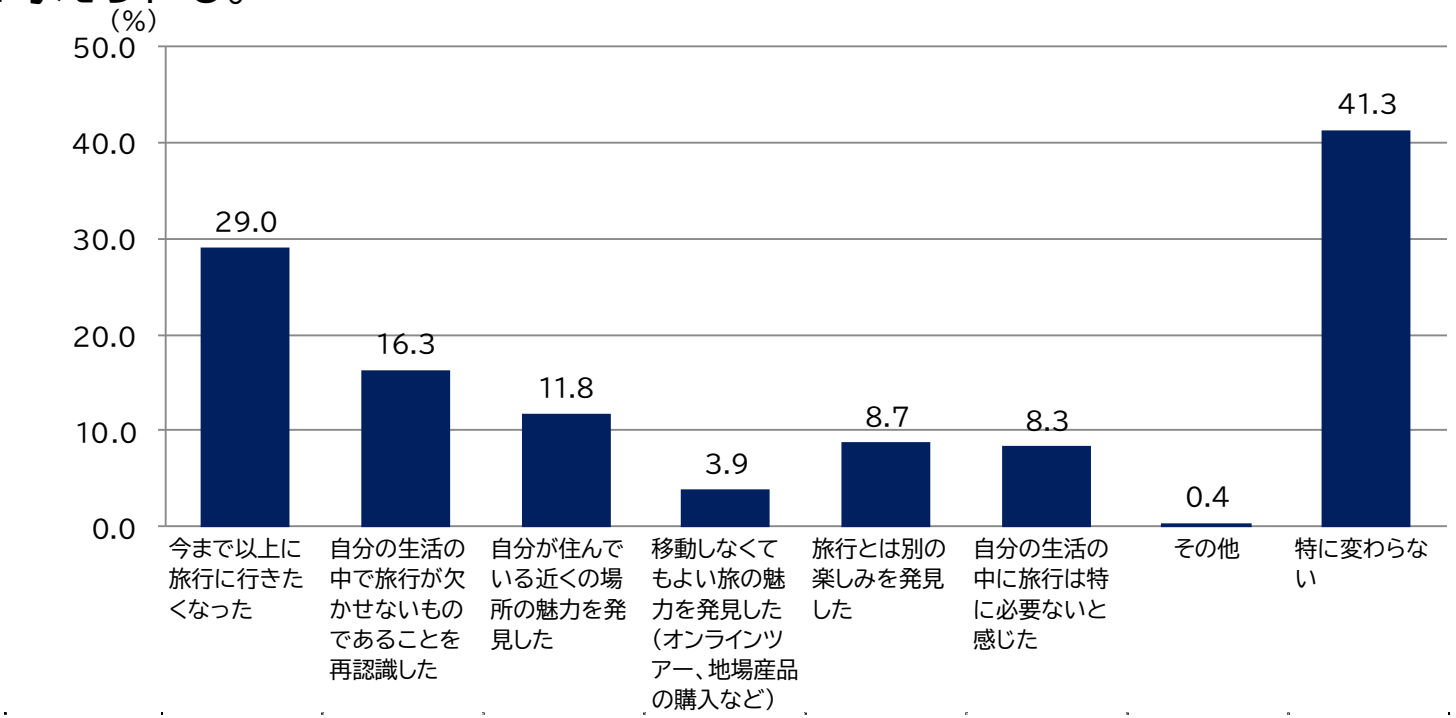


図 4　旅行に対する思いの変化(n=20,000)(複数回答)

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

4. 旅先での人との関わり方に対する意向

今後１年間くらいの間に旅行に出かけると想定した場合、旅行先ではどの程度人との関わりを求めるか尋ねたところ、半数以上の人が「必要最低限の関わりに抑えたい」と回答した。また、「旅行先の人とは全く関わりたくない」と回答した人も20.6%で、特に、10代、20代、40代の男性において、全く関わりたくないという人が多くなっている。こうしたニーズに対応するため、コロナ禍では、引き続き非対面・非接触でのサービスの提供が求められる。

一方で、「積極的に旅行先の人と関わりたい」という人は10.1%となっている。本来、旅行先での人との関わりは旅行の醍醐味の一つであり、このような思いを持つ人たちを無くさない、コロナ禍においても増やしていくことが、コロナ収束後の観光の復活に向けては重要である。旅行者と受入側双方が感染対策を万全に行う、新たな旅のエチケットのもとでの、安全・安心な交流の場づくりが引き続き求められる。

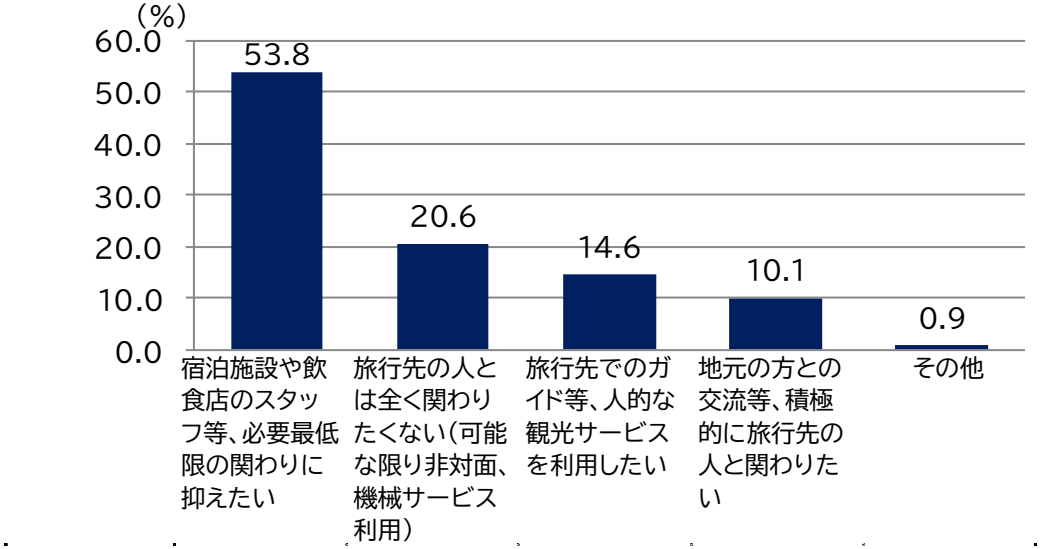


図 5　今後1年間の旅行における旅行先での人との関わり（n=20,000）（単回答）

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

5. コロナ禍の旅行で必要な情報および入手ルート

コロナ禍での旅行先決定の際に必要な情報について尋ねたところ、最も多かったのは、前回調査同様「観光地の混雑状況」であり、59.1%と過半数を超える結果となった。続いて「宿泊施設の混雑状況」となっており、密集・密接状態を避けるために、観光地や宿泊施設の混雑状況を気にしている人が多いことがうかがえる。

「コロナに関する特別な情報は必要ない」と答えた人は10.6%で、令和元年10月上旬に実施した前回調査の結果から10%以上下がっており、旅行先決定に際して、コロナに関する情報の必要性が高まっていることがわかる。

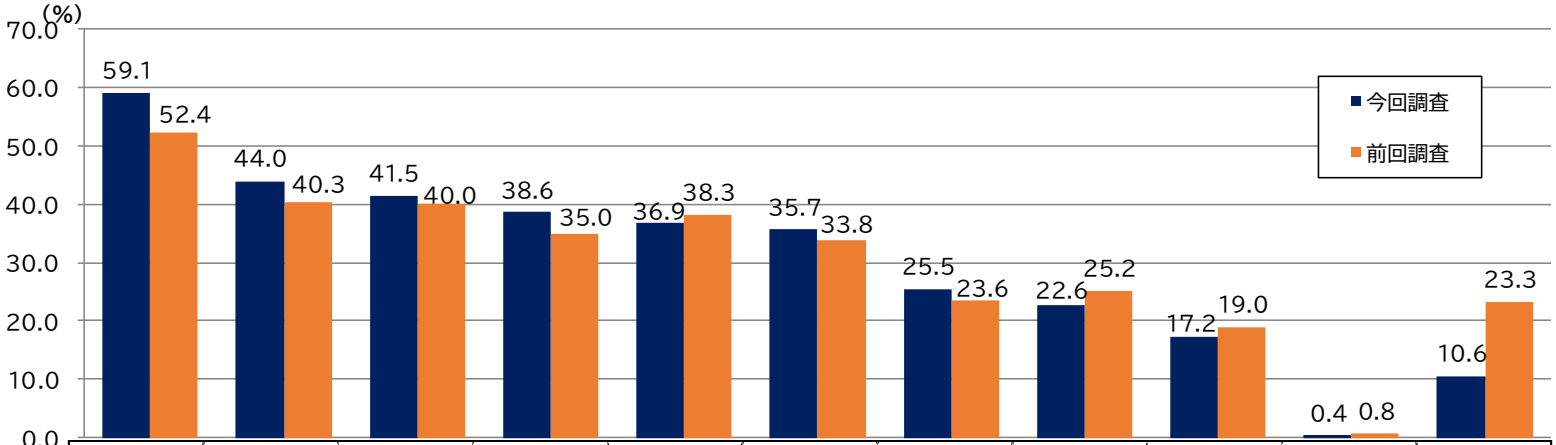
また、回答には性別による差が見られ、「コロナに関する特別な情報は必要ない」を除き、全般的に女性の方が高い割合となっており、男性に比べてより多くの情報を必要としていることを示す結果となっている。（図6）

必要な情報の入手先（希望含む）として最も多かったのは、「旅行先の自治体のホームページ」で50.2%となっている。次に「旅行先の観光協会のホームページ」（41.0%）、「旅行会社のホームページ」（36.6%）と続いている。こうした機関・企業においては、従来の観光情報に加えてコロナに関する情報も掲載していくことや、コロナ関連情報をより充実させることが引き続き求められる。

入手先については、年代による差が見られ、10代、20代の若い世代では、より気軽に情報が得られる「SNS」を利用するという割合が高くなっているため、若者向けの情報提供においては、こうした媒体を活用していくことも必要である。（図7）

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

5. コロナ禍の旅行で必要な情報および入手ルート



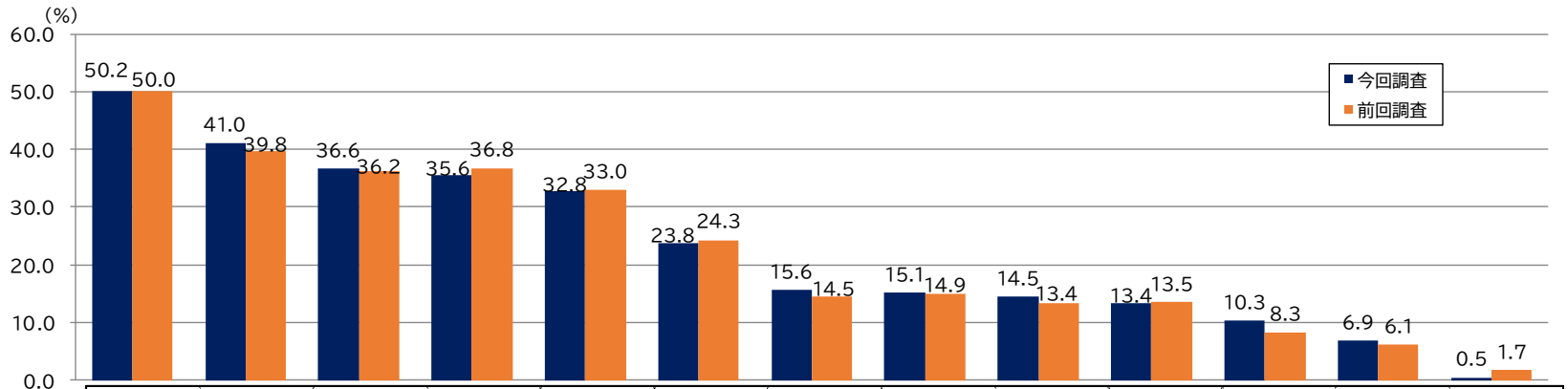
：全体より+10pt以上
：全体より +5pt以上
：全体より −5pt以上
：全体より−10pt以上

		観光地(観光・商業施設、飲食店、街中など)の混雑状況	宿泊施設の混雑状況	観光地(観光・商業施設、飲食店、街中など)の感染症対策状況	旅行先の感染者数	宿泊施設の感染症対策状況	交通機関の混雑状況	割引キャンペーンなどの実施状況	交通機関の感染症対策状況	旅行先の医療体制	その他	コロナに関する特別な情報は必要ない
全 体	(n=9,812)	59.1	44.0	41.5	38.6	36.9	35.7	25.5	22.6	17.2	0.4	10.6
参考 前回全体	(n=20,000)	52.4	40.3	40.0	35.0	38.3	33.8	23.6	25.2	19.0	0.8	23.3
男性 計	(n=5,340)	55.7	41.7	37.9	32.5	31.9	33.6	22.9	19.4	14.5	0.3	12.9
10代	(n=351)	53.6	37.9	35.0	32.8	26.8	39.0	16.5	22.2	16.0	0.3	9.7
20代	(n=682)	51.9	35.9	33.7	27.4	25.2	36.2	18.6	18.3	13.8	0.0	11.9
30代	(n=882)	56.0	41.4	34.7	30.0	27.3	36.8	22.9	21.9	15.4	0.3	13.6
40代	(n=948)	59.2	39.2	32.0	28.3	26.8	34.3	23.5	18.4	12.1	0.1	13.6
50代	(n=789)	52.5	40.2	33.7	29.7	28.9	30.3	23.3	15.6	12.4	0.5	15.6
60代	(n=988)	57.1	44.7	42.9	35.5	38.6	31.3	24.6	18.1	14.0	0.4	13.3
70代以上	(n=700)	57.3	50.1	53.1	44.7	47.7	30.1	26.9	23.1	19.6	0.7	9.9
女性 計	(n=4,472)	63.1	46.8	45.8	46.0	42.9	38.3	28.6	26.5	20.5	0.4	8.0
10代	(n=308)	63.0	46.4	37.7	41.9	34.7	43.2	20.8	24.0	14.9	0.0	4.5
20代	(n=655)	61.4	41.2	38.0	38.2	33.3	38.0	23.4	21.4	16.0	0.2	9.0
30代	(n=716)	68.2	45.1	43.3	45.0	40.8	39.2	30.3	26.4	19.6	0.1	9.5
40代	(n=783)	60.7	44.8	41.9	41.8	37.5	34.7	28.6	23.2	19.9	0.4	10.1
50代	(n=613)	65.7	47.3	50.4	47.5	48.0	39.2	32.1	31.3	22.2	1.1	9.0
60代	(n=798)	61.8	50.4	48.7	50.6	50.9	37.1	31.1	28.9	22.7	0.6	6.5
70代以上	(n=599)	61.4	52.8	58.1	55.6	51.1	40.1	29.0	29.7	25.4	0.2	5.0

図 6 コロナ禍において旅行先決定の際に必要な情報(複数回答)

©公益社団法人日本観光振興協会 禁無断転載・複製

5. コロナ禍の旅行で必要な情報および入手ルート



：全体より+10pt以上
：全体より +5pt以上
：全体より −5pt以上
：全体より−10pt以上

		旅行先の自治体(行政)のホームページ	旅行先の観光協会のホームページ	旅行会社のホームページ	観光・商業施設や宿泊施設の公式サイト	インターネットでの書込情報(施設評価、口コミサイトなど)	テレビ・ラジオの番組	家族・友人の話	新聞・雑誌の記事	自治体や旅行会社など公的なのSNS からの情報	観光案内所・情報センター	個人など私的なSNS からの情報	ブログからの情報	その他
全 体	(n=8,768)	50.2	41.0	36.6	35.6	32.8	23.8	15.6	15.1	14.5	13.4	10.3	6.9	0.5
参考 前回全体	(n=15,347)	50.0	39.8	36.2	36.8	33.0	24.3	14.5	14.9	13.4	13.5	8.3	6.1	1.7
男性 計	(n=4,653)	49.7	41.9	37.3	34.1	32.4	22.6	13.5	15.7	13.1	13.3	8.7	7.2	0.5
10代	(n=317)	52.4	29.0	28.1	26.2	25.6	21.8	17.7	10.7	17.0	9.1	15.8	9.1	0.0
20代	(n=601)	46.9	33.4	32.1	25.3	32.1	17.3	15.1	9.5	18.3	7.8	18.6	9.3	0.0
30代	(n=762)	51.7	38.7	38.8	30.3	37.1	19.9	15.4	10.5	16.7	9.8	13.1	11.3	0.3
40代	(n=819)	49.3	40.3	36.4	31.4	34.1	21.4	14.8	13.1	13.6	11.5	8.4	8.9	0.9
50代	(n=666)	49.8	44.7	38.4	35.0	34.2	20.7	12.5	14.4	7.5	10.7	5.4	6.2	0.2
60代	(n=857)	49.2	49.0	39.2	41.3	30.3	24.7	9.7	17.5	9.3	17.4	2.3	4.2	0.5
70代以上	(n=631)	49.6	49.9	42.6	43.7	29.3	32.0	11.9	32.6	12.2	24.1	2.9	2.2	1.4
女性 計	(n=4,115)	50.7	39.9	35.7	37.3	33.3	25.1	18.0	14.3	16.0	13.5	12.1	6.5	0.6
10代	(n=294)	45.2	29.3	31.6	28.2	30.3	23.5	18.4	6.8	22.8	8.8	27.2	5.4	0.0
20代	(n=596)	47.0	29.2	30.4	28.9	33.1	19.5	18.1	6.4	27.7	5.7	29.7	4.7	0.3
30代	(n=648)	53.4	37.3	33.0	37.2	35.8	22.5	18.5	6.9	18.7	9.9	15.9	9.3	0.5
40代	(n=704)	51.3	41.6	35.1	36.8	35.9	21.0	15.5	9.2	14.1	12.9	9.4	9.2	0.6
50代	(n=558)	54.1	45.0	36.6	45.2	40.1	27.1	17.9	13.6	10.6	15.4	6.3	7.3	0.9
60代	(n=746)	50.1	46.6	41.8	42.6	29.6	27.7	17.3	21.0	10.3	16.9	3.1	4.7	0.7
70代以上	(n=569)	50.8	43.2	38.5	36.6	26.9	34.1	21.4	33.2	12.7	22.8	2.5	3.7	0.7

図 7 コロナ禍において必要な情報の入手経路(複数回答)

©公益社団法人日本観光振興協会 禁無断転載・複製

6. オンライン旅行体験の有無

令和2年度に、オンライン旅行体験をしたかどうか尋ねたところ、「体験したことがある」と回答したのは、全体で2.5%のみであった。年代によってオンライン旅行体験への参加割合、興味度合いには若干の差があり、特に10代、20代の若い世代において、体験者や興味を持っている人が多い。

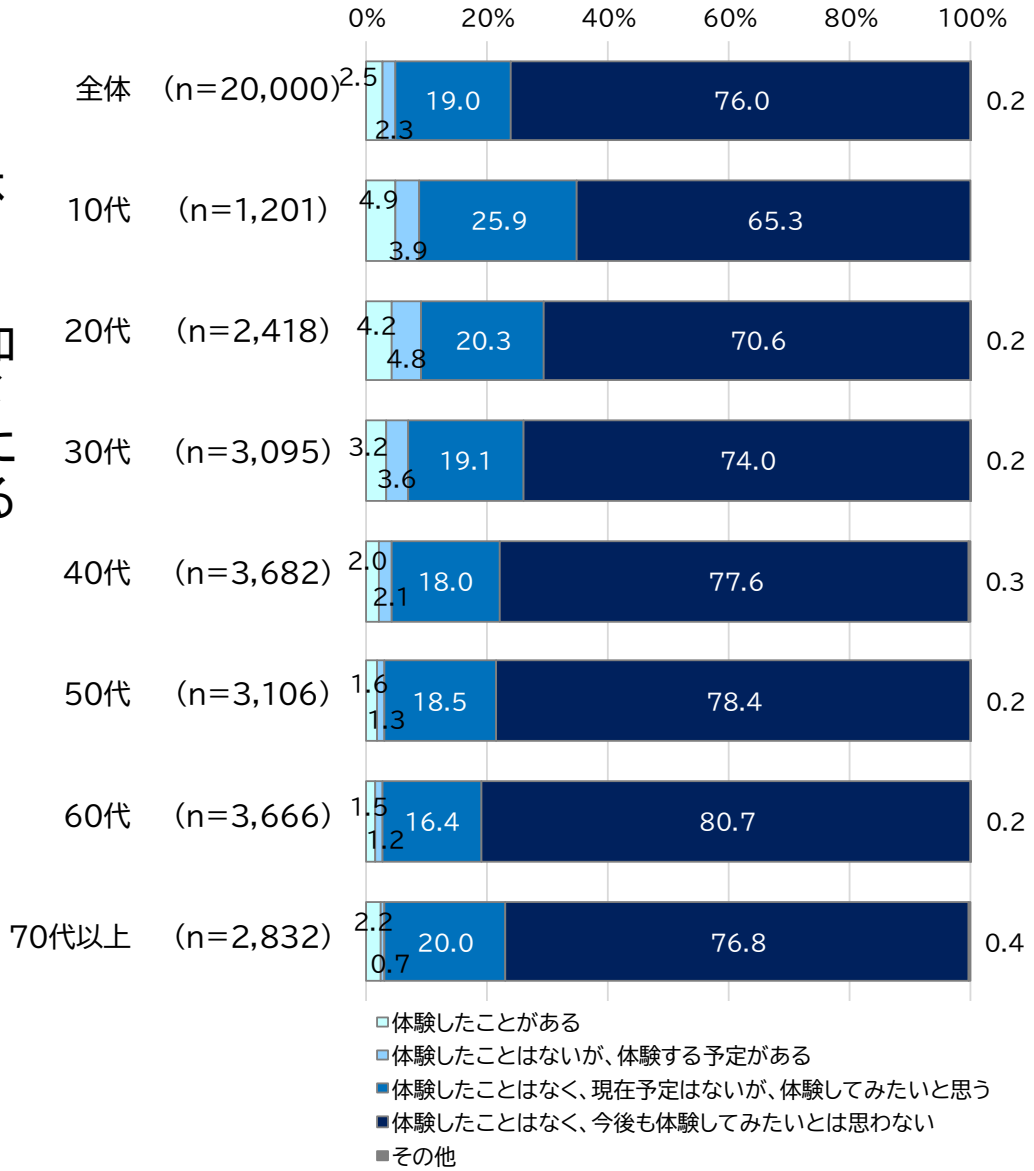


図 8 オンライン旅行体験の有無(単回答)

©公益社団法人日本観光振興協会 禁無断転載・複製

6. オンライン旅行体験の有無

実際にオンライン旅行体験をしてみた感想として、全体で7割以上がオンラインでの体験から、現地に行ってみたい、実際に体験してみたいと回答している。一方、70代以上では「現実とは別のものとして、今後もオンライン上で体験をしたい」が30.2%と、他の年代に比べて多くなっている。

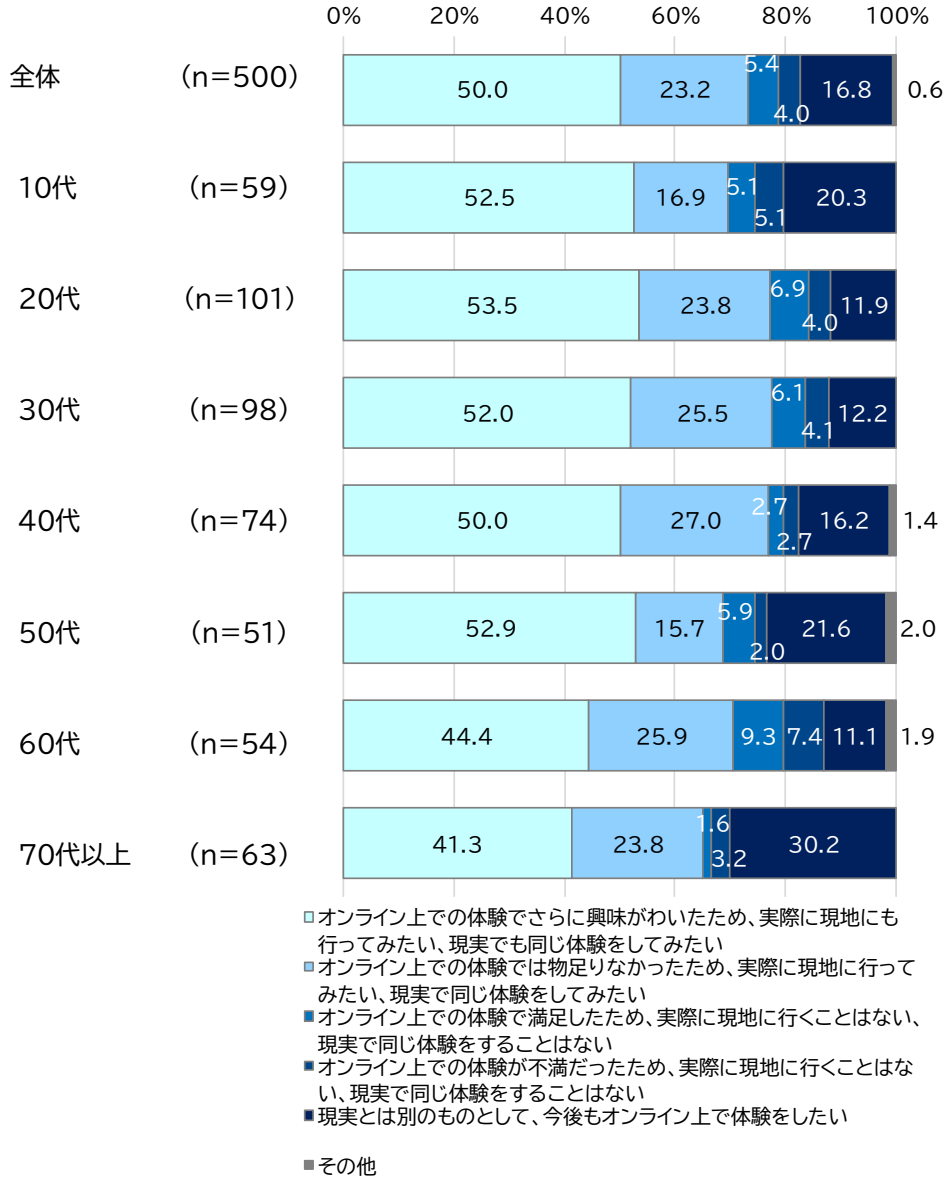


図 9 オンライン旅行体験の感想(単回答)

©公益社団法人日本観光振興協会 禁無断転載・複製

6. オンライン旅行体験の有無

実際にオンライン旅行をした人の体験内容として最も多かったのは、「国内の文化財見学」であり、次に「国内の自然見学」が続く。「行先」を海外とした場合は「自然見学」が「文化財見学」をやや上回る結果となっている。オンラインツアーはパスポートが要らず、費用も低額で、海外旅行のハードルが下がるものの、「地元の方とのコミュニケーション」以外の項目においては、国内を「行先」とした割合が高くなっている。

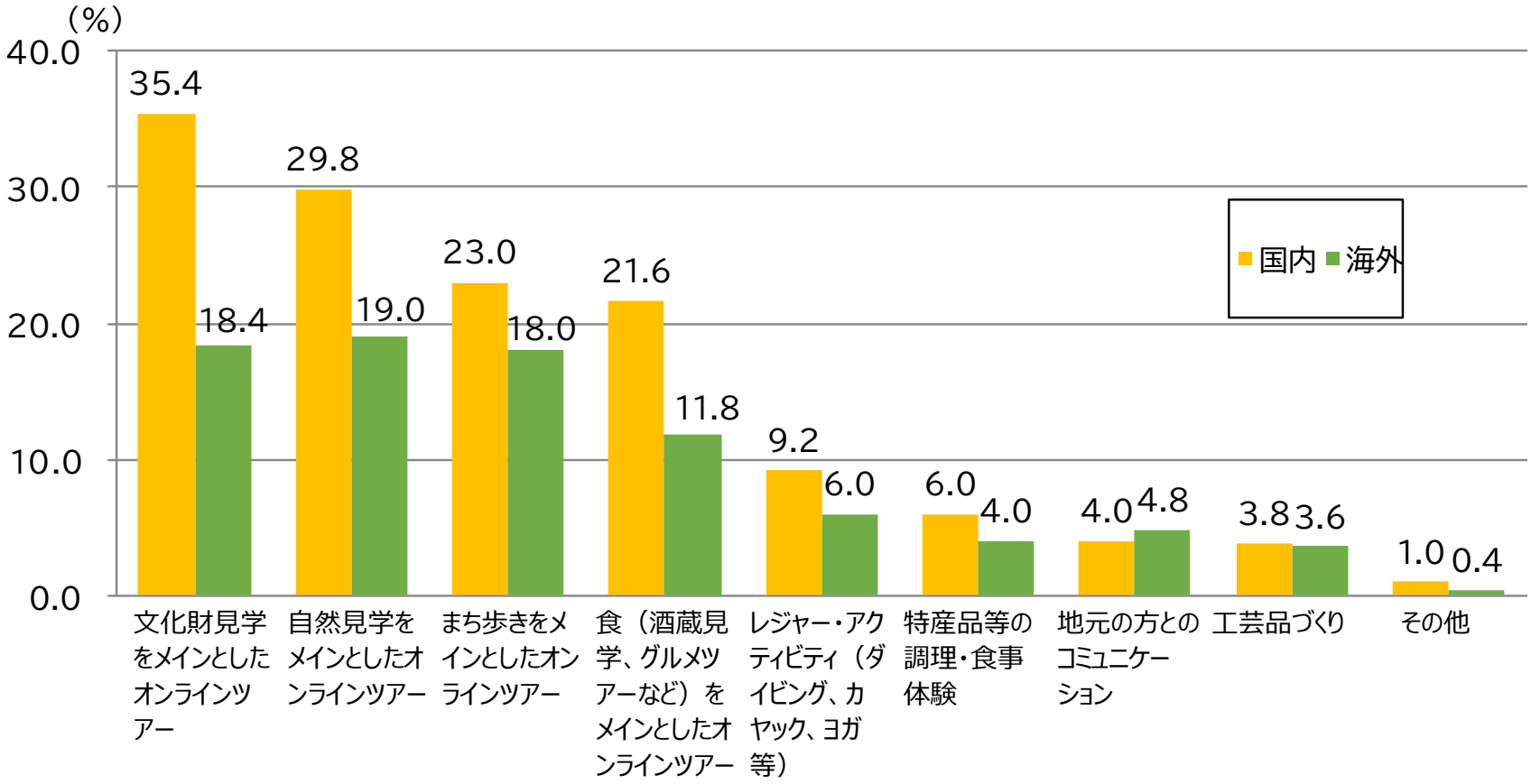


図 10　オンライン旅行体験の内容（n=500）（複数回答）

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

第40回　観光の実態と志向　調査概要

1. 調査目的：国民の観光旅行の動向を明らかにし、
諸施策を推進するための基礎資料の作成を目的とする。

2. 調査項目：（1）過去1年間（令和2年4月～令和3年3月）の宿泊旅行の概要
（2）過去1年間の宿泊観光旅行
（3）今後の観光旅行の志向
（4）その他

3. 調査設計：（1）対象地域　　全国（47都道府県）
（2）調査対象　　インターネットモニター
（3）対象者条件　　15歳以上の男女個人
（4）設計標本数　　20，000
（5）標本抽出方法　都道府県別、性年代別人口構成比に準拠して割付
（平成27年度国勢調査結果を使用）
（6）調査方法　　インターネット調査
（7）調査時期　　令和3年4月22日～5月6日

4. 調査担当：株式会社サーベイリサーチセンター

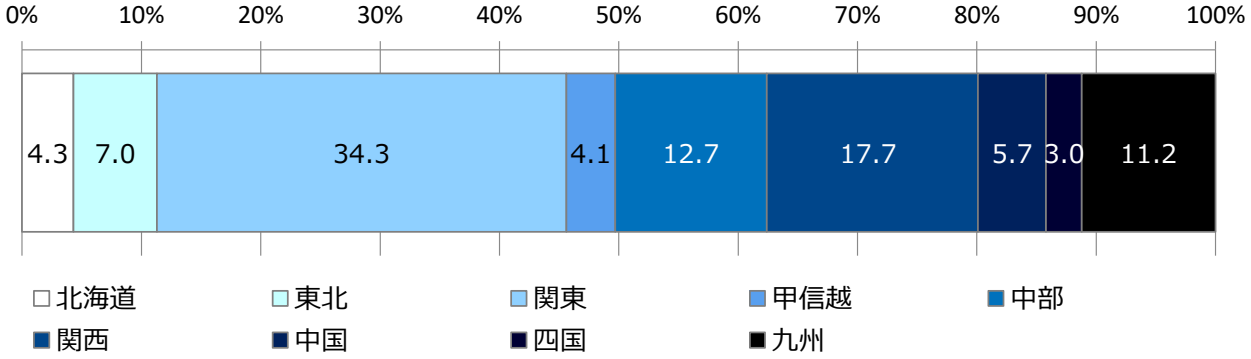
5. 回収結果：有効回収数　　20，000

©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製

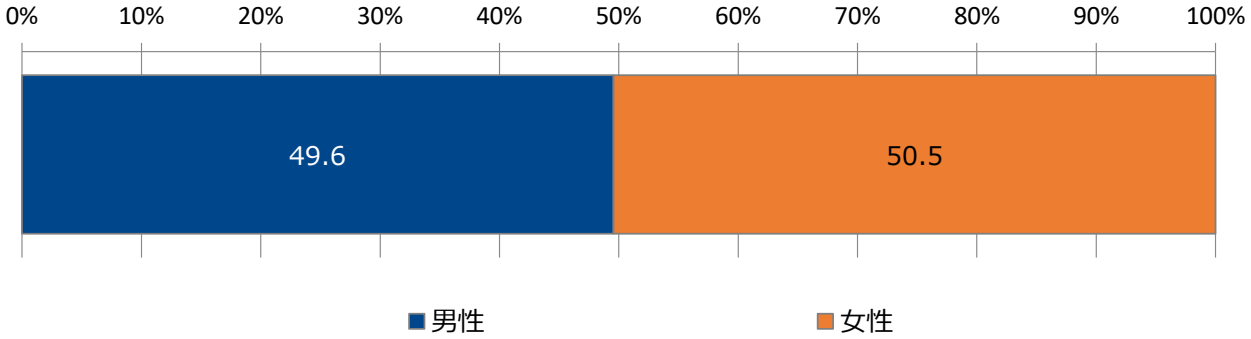
第40回　観光の実態と志向　調査概要

【回答者プロフィール】

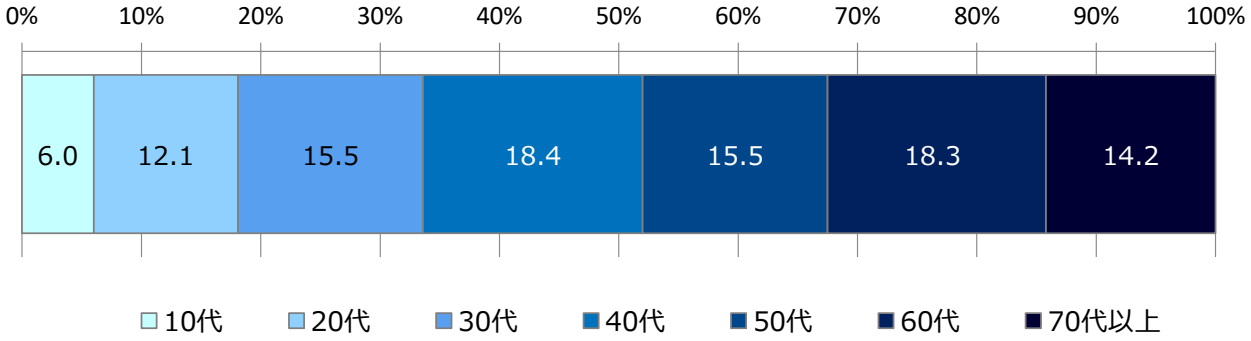
居住地域
（n＝20,000）



性別
（n＝20,000）



年代
（n＝20,000）



©公益社団法人日本観光振興協会　禁無断転載・複製