

## NEWS LETTER (調査レポート)

報道関係各位

## ビジネスパーソンの旅のテクニックに関する調査2017

今年の夏旅予算は約9万円、昨年より約1.9万円上昇

やってみたい旅テク 1位は4年連続「ネット割」トリバゴ効果? 「ホテル料金比較サイト」が初登場2位  
 ビジネスパーソンが旅テクを教えてほしい芸能人 「イモトアヤコさん」と「タモリさん」が突出

モバイルリサーチ (http://www.mobile-research.jp/) を展開するネットエイジア株式会社 (http://www.netasia.co.jp/) (本社: 東京都中央区、代表取締役: 三清 慎一郎、以下ネットエイジア) は、2017年6月26日~6月27日の2日間、今年で4回目となる「ビジネスパーソンの旅のテクニックに関する調査」をインターネットリサーチにより実施し、全国の30歳~59歳のビジネスパーソン2,000名の回答を集計いたしました。

今後もネットエイジアでは、世の中の関心が高いテーマの調査、今後のトレンドを占える調査など、マーケティングシーンで役立つさまざまな情報をモバイルリサーチによりタイムリーに提供してまいります。

## Index

## 《旅行計画編: この夏の旅行計画、旅行予算は?》 P.2-4

- ・「今年の夏は旅行に行く予定・行きたい」73%、今年は一転上昇! 昨年より7.3ポイントアップ
- ・今年の夏旅 行き先ランキング 「北海道」が1位に返り咲き、「関東」が2位に後退
- ・今年の夏旅予算は約9万円、昨年より約1.9万円上昇

## 《旅行テクニック編: やってみたい旅テク、パートナーとの旅行ではゴメンだと思ふ旅テクとは?》 P.5-11

- ・“やってみたい”旅テク 1位は4年連続「ネット割」トリバゴ効果? 「ホテル料金比較サイト」が初登場2位  
「マイルを貯めて特典航空券(無料航空券)と交換」も根強い人気! 昨年に続いて4位をキープ
- ・「特典航空券の取りやすさ」は4年連続 JAL に軍配、評価を分けたのは「キャンペーンのお得さ」
- ・“今後流行しそうな旅テク”はネットを使ってお得・快適に旅行できるテクニック  
1位「ネット割」2位「ホテル料金比較サイト」3位「機内 Wi-Fi」
- ・“パートナーとの旅行ではゴメンだと思ふ旅テク” 1位「漫喫・ネカフェで宿泊」2位「車中泊」3位「個人宅に宿泊」
- ・「旅行でパートナーに惚れ直したことがある」5割半
- ・男性が旅行で相手に惚れ直すシーン 1位「旅行計画をしっかりと」2位「はしゃぐ姿」3位「荷物まとめが上手」
- ・旅行先でパートナーとケンカ ビジネスパーソンの4割半が経験
- ・旅行先でのケンカの原因 男女とも1位「わがまま・自分勝手な行動」2位「『疲れた』を連呼」
- ・ビジネスパーソンが旅テクを教えてほしい芸能人 「イモトアヤコさん」と「タモリさん」が突出

## 調査概要・回答者属性 P.12

## NEWS LETTER (調査レポート)

### 《旅行計画編:この夏の旅行計画、旅行予算は?》

#### ◆「今年の夏は旅行に行く予定・行きたい」73%、今年は一転上昇! 昨年より7.3ポイントアップ

まず、全国の30歳~59歳のビジネスパーソン2,000名(全回答者)に対し、今年の夏、旅行に行く予定があるか聞いたところ、「旅行に行く予定がある」が36.5%、「予定はないが、行きたいと思っている」が36.0%で、旅行に行く予定がある・または行きたいと思っているビジネスパーソンの割合(以下、「旅行意向率」)は72.5%となった。

昨年までの調査結果(※)と「旅行意向率」を比較すると、2014年72.3%→2015年69.5%→2016年65.2%→2017年72.5%と、2014年の調査開始以降、下降傾向が続いていたが、今年は一転して上昇となり、3年前に並ぶ水準となった。今年はお盆休暇として扱われることが多い8月13日が日曜日と重なっているものの、昨年から導入された山の日(8月11日)が金曜日であり、昨年より“ひならび”がいいことが少なからず影響しているのではないだろうか。

※2014年7月発表「ビジネスパーソンの旅のテクニックに関する調査」

[http://www.mobile-research.jp/investigation/research\\_date\\_140722.html](http://www.mobile-research.jp/investigation/research_date_140722.html)

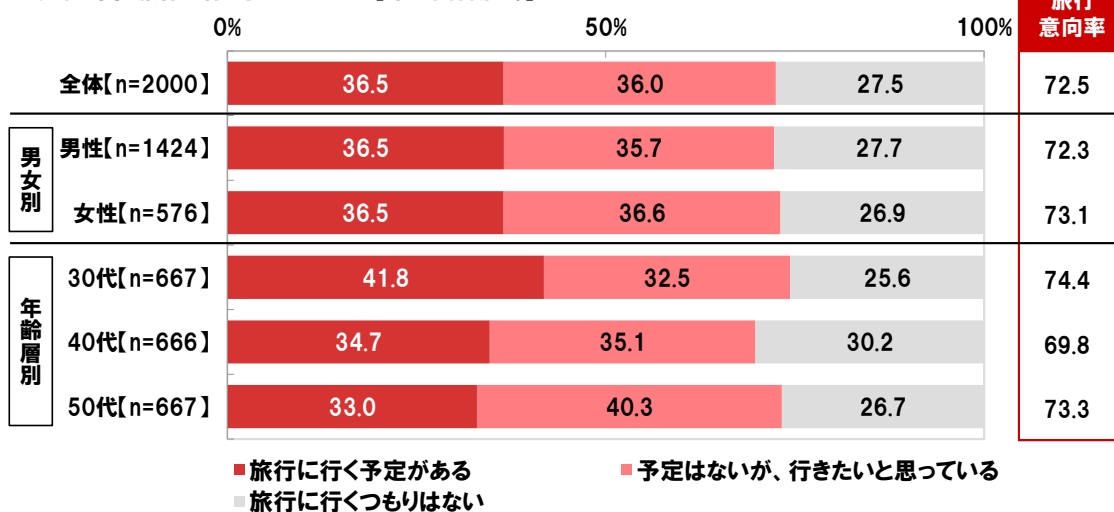
2015年7月発表「ビジネスパーソンの旅のテクニックに関する調査2015」

[http://www.mobile-research.jp/investigation/research\\_date\\_150729.html](http://www.mobile-research.jp/investigation/research_date_150729.html)

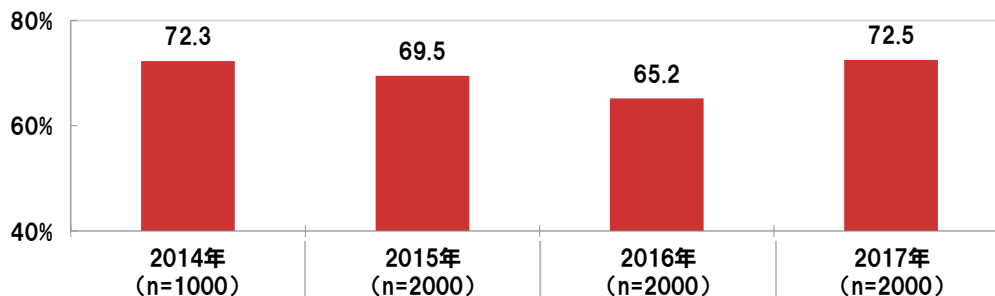
2016年7月発表「ビジネスパーソンの旅のテクニックに関する調査2016」

[http://www.mobile-research.jp/investigation/research\\_date\\_160721.html](http://www.mobile-research.jp/investigation/research_date_160721.html)

#### ◆今年の夏、旅行に行く予定があるか [単一回答形式]



#### ◆夏の旅行意向率の推移(2014年~2017年)

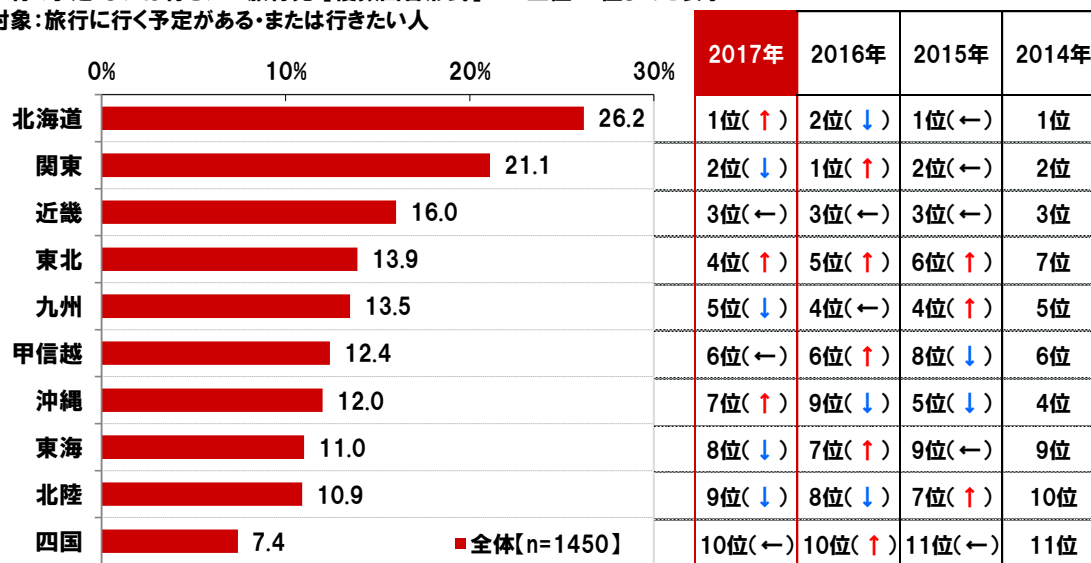


## NEWS LETTER (調査レポート)

### ◆今年の夏旅 行き先ランキング「北海道」が1位に返り咲き、「関東」が2位に後退

次に、旅行に行く予定がある・または行きたいビジネスパーソン 1,450 名に対し、行く予定・または行きたい旅行先を聞いたところ、最も多かったのは「北海道」で 26.2%、次いで、「関東」が 21.1%、「近畿」が 16.0%、「東北」が 13.9%、「九州」が 13.5%で続いた。昨年 2 位の「北海道」が 1 位に返り咲き、昨年 1 位の「関東」が 2 位に後退した。「北陸」は、北陸新幹線開業の 2015 年は前年より順位を上げたが、昨年・今年と 2 年連続で順位を落としており、新幹線効果が薄れてしまっている様子が窺える。

◆行く予定・または行きたい旅行先 [複数回答形式] ※上位10位までを表示  
対象: 旅行に行く予定がある・または行きたい人



## NEWS LETTER (調査レポート)

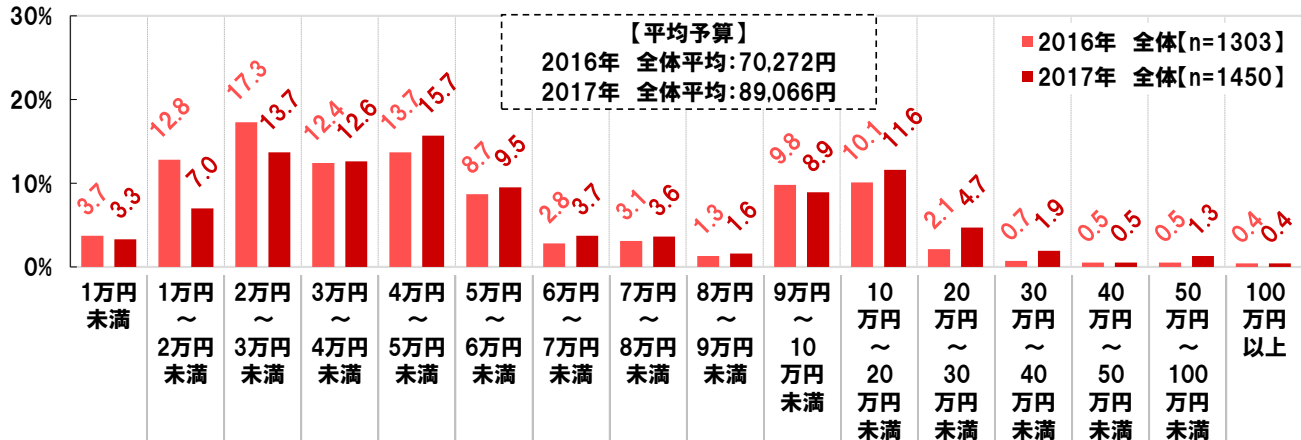
### ◆今年の夏旅予算は約9万円、昨年より約1.9万円上昇

さらに、旅行に行く予定がある・または行きたいビジネスパーソン 1,450 名に、今年の夏の旅行は、一人あたりいくらかの予算を考えているか聞いたところ、『2万円～5万円未満』と『9万円～20万円未満』に回答が集まるM字型となり、一人あたりの予算の平均額は89,066円だった。

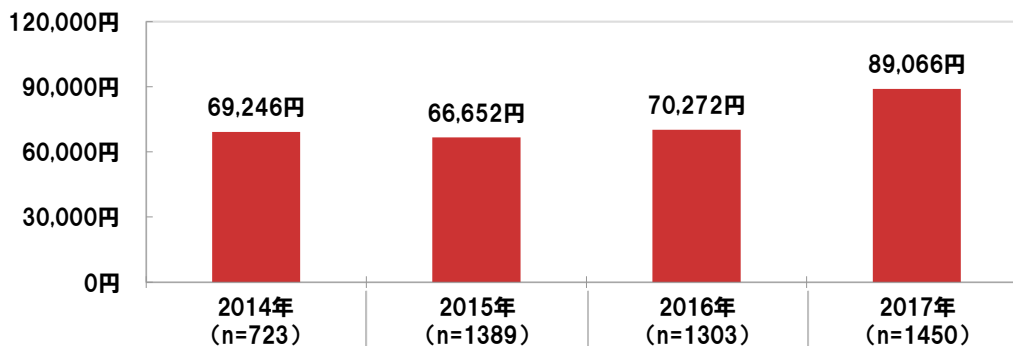
昨年までの調査結果と平均額を比較すると、2014年 69,246円→2015年 66,652円→2016年 70,272円→2017年 89,066円と、今年は昨年と比べ約1.9万円(18,794円)上昇し、2014年に調査を開始して以来の最高額となった。景気拡大の長さがバブル経済期を抜いて戦後3番目の長さになっても“実感なき景気回復”といわれているものの、夏休みの旅行を奮発しようと考えているビジネスパーソンもいるのではないだろうか。

#### ◆今年の夏の旅行は、一人あたりいくらかの予算を考えているか [単一回答形式]

対象：旅行に行く予定がある・または行きたい人



#### ◆夏の一人あたりの旅行予算 全体平均の推移(2014年～2017年)



## NEWS LETTER (調査レポート)

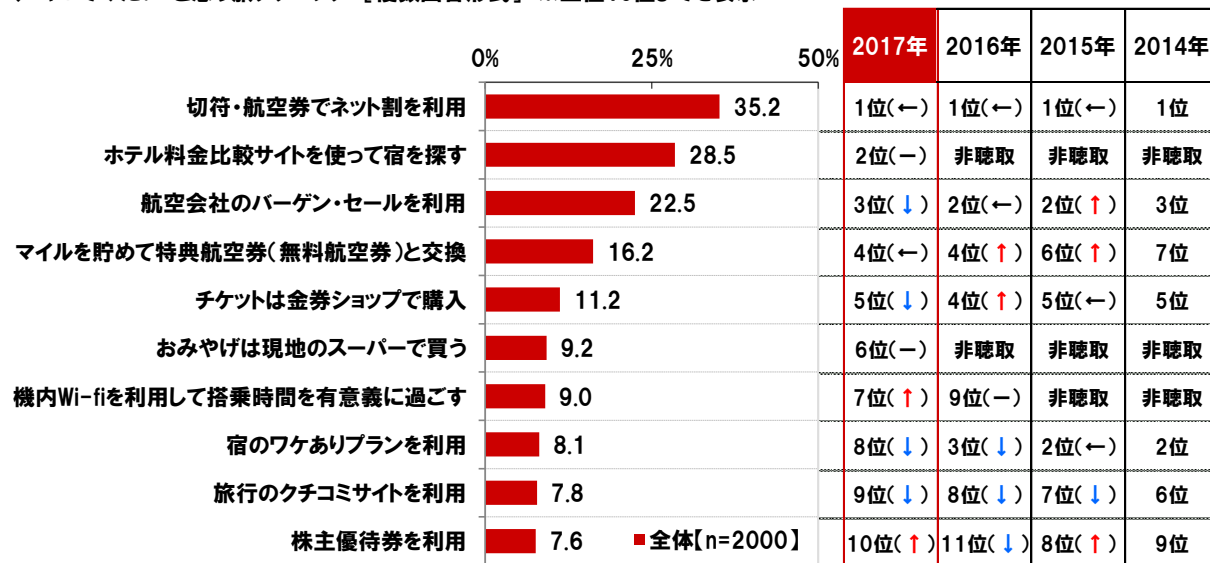
《旅行テクニック編: やってみたい旅テク、パートナーとの旅行ではゴメンだと思ふ旅テクとは?》

◆“やってみたい”旅テク 1位は4年連続「ネット割」トリバゴ効果? 「ホテル料金比較サイト」が初登場 2位 「マイルを貯めて特典航空券(無料航空券)と交換」も根強い人気! 昨年に続いて4位をキープ

続いて、全回答者(2,000名)に、「やってみたい」と思う旅行テクニックを聞いたところ、1位は「切符・航空券でネット割を利用」(35.2%)で調査開始以来4年連続での1位となり、2位「ホテル料金比較サイトを使って宿を探す」(28.5%)、3位「航空会社のバーゲン・セールを利用」(22.5%)、4位「マイルを貯めて特典航空券(無料航空券)と交換」(16.2%)、5位「チケットは金券ショップで購入」(11.2%)が続いた。上位5つのうち4つが切符や航空券をお得に入手するテクニックとなっており、交通費をできるだけ安く抑えて旅行を楽しみたいと思っているビジネスパーソンが多い様子が窺える。

また、「トリバゴ」などの広告宣伝の効果か「ホテル料金比較サイトを使って宿を探す」が初登場で2位となった。その結果、「航空会社のバーゲン・セールを利用」(2016年2位→2017年3位)は順位を落としたが、「マイルを貯めて特典航空券(無料航空券)と交換」は今年も4位をキープした。調査を開始した2014年以降順位を落していないのは、4年連続1位の「切符・航空券でネット割を利用」と「マイルを貯めて特典航空券(無料航空券)と交換」(2014年7位→2015年6位→2016年4位→2017年4位)の2つだけとなった。

◆“やってみたい”と思う旅行テクニック [複数回答形式] ※上位10位までを表示

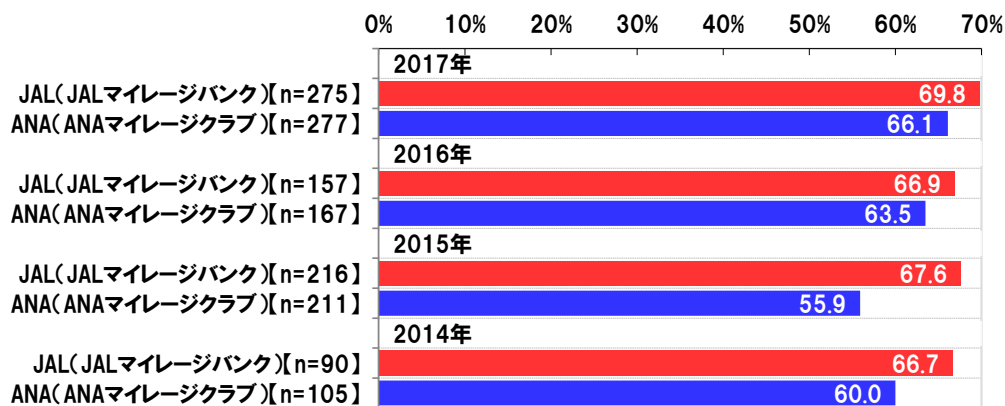


# NEWS LETTER (調査レポート)

## ◆「特典航空券の取りやすさ」は4年連続 JAL に軍配、評価を分けたのは「キャンペーンのお得さ」

それでは、特典航空券が取りやすいのはどの航空会社なのだろうか。それぞれの航空会社で特典航空券に交換したことがあるビジネスパーソンの評価をみると、≪特典航空券(無料航空券)が取りやすい(予約しやすい)と思う≫は「JAL」が69.8%、「ANA」が66.1%と、今年も僅差ながら JAL が ANA を上回る結果となった。JAL が ANA を上回るのは、調査開始以来4年連続である。

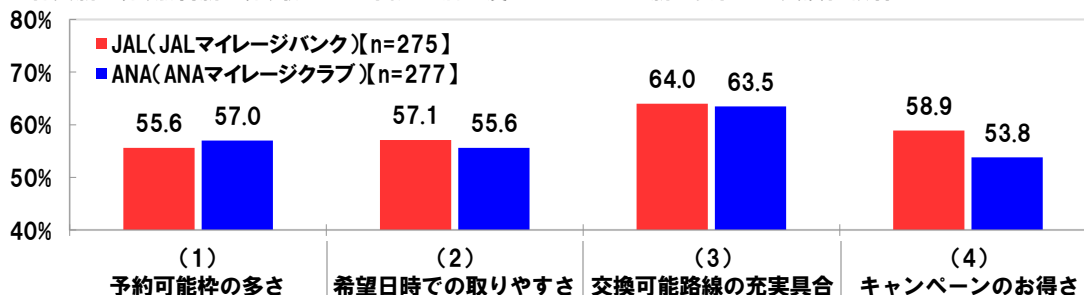
◆特典航空券(無料航空券)が取りやすい(予約しやすい)と思う割合  
※それぞれの航空会社での交換経験者がベース



特典航空券の取りやすさは4年連続で JAL が ANA を上回る結果となったが、特典航空券の交換経験者は、両者のどのような点を評価しているのだろうか。

特典航空券の取りやすさ関連の満足度について、「予約可能枠の多さ」、「希望日時での取りやすさ」、「交換可能路線の充実具合」、「キャンペーンのお得さ」の4つについて聞いたところ、「予約可能枠の多さ」(JAL55.6%、ANA57.0%)では ANA が JAL を上回り、「希望日時での取りやすさ」(JAL57.1%、ANA55.6%)と「交換可能路線の充実具合」(JAL64.0%、ANA63.5%)では JAL が ANA を上回った。しかし、いずれも僅差で、同レベルといえる程度であった。他方、「キャンペーンのお得さ」は JAL58.9%、ANA53.8%となり、JAL のほうが5.1ポイント高くなった。JAL では、行き先は自分で決められないものの、通常の半分以下のマイルで特典航空券と交換できる“どこかにマイル”というサービスを行っているが、このような通常より少ないマイル数で特典航空券と交換できるといったサービス・キャンペーンの満足度が、特典航空券の取りやすさの評価につながっているのではないだろうか。

◆特典航空券(無料航空券)取りやすさ関連の満足度 ※それぞれの航空会社での交換経験者がベース



それぞれ以下の内容であてはまるマイルサービスを聴取し算出  
 (1)特典航空券の予約可能枠が多いと思う (2)希望の日・時間の特典航空券が取りやすいと思う  
 (3)特典航空券に交換可能な路線が充実していると思う (4)キャンペーン(ディスカウントなど)で特典航空券がお得に取れると思う

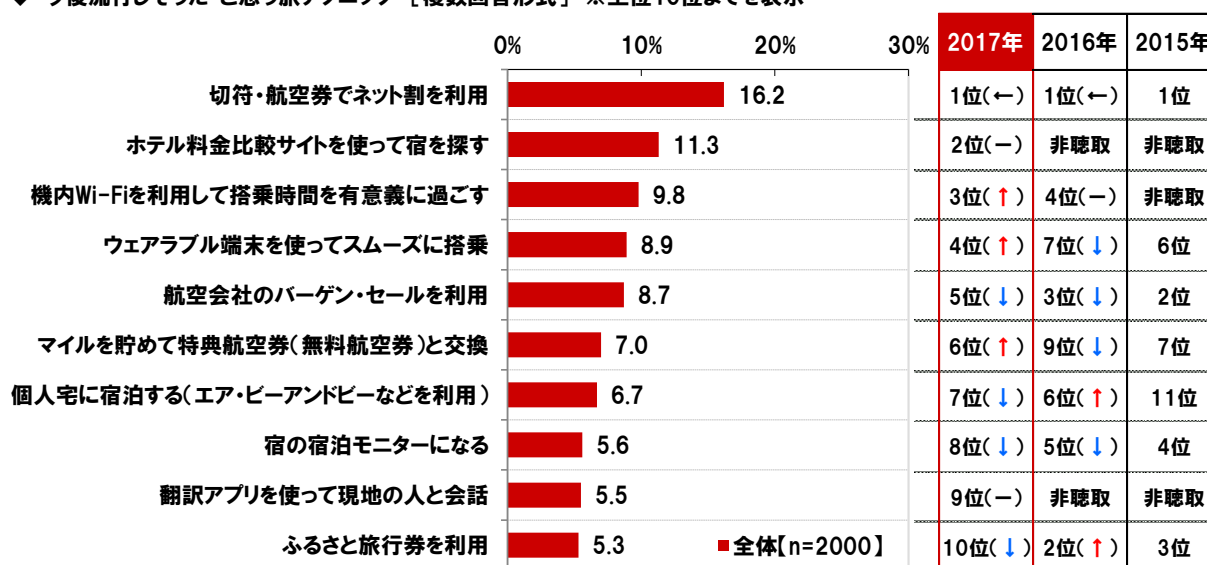
## NEWS LETTER (調査レポート)

### ◆“今後流行しそうな旅テク”はネットを使ってお得・快適に旅行できるテクニック

1位「ネット割」2位「ホテル料金比較サイト」3位「機内Wi-Fi」

次に、全回答者(2,000名)に、「今後流行しそうだ」と思う旅テクニックを聞いたところ、1位は「切符・航空券でネット割を利用」(16.2%)、2位「ホテル料金比較サイトを使って宿を探す」(11.3%)、3位「機内Wi-Fiを利用して搭乗時間を有意義に過ごす」(9.8%)、4位「ウェアラブル端末を使ってスムーズに搭乗」(8.9%)、5位「航空会社のバーゲン・セールを利用」(8.7%)となった。「ネット割」や「ホテル料金比較サイト」「機内Wi-Fi」といったネットを使って、お得に、快適に旅行するテクニックに注目が集まっているようだ。

#### ◆“今後流行しそうだ”と思う旅テクニック [複数回答形式] ※上位10位までを表示

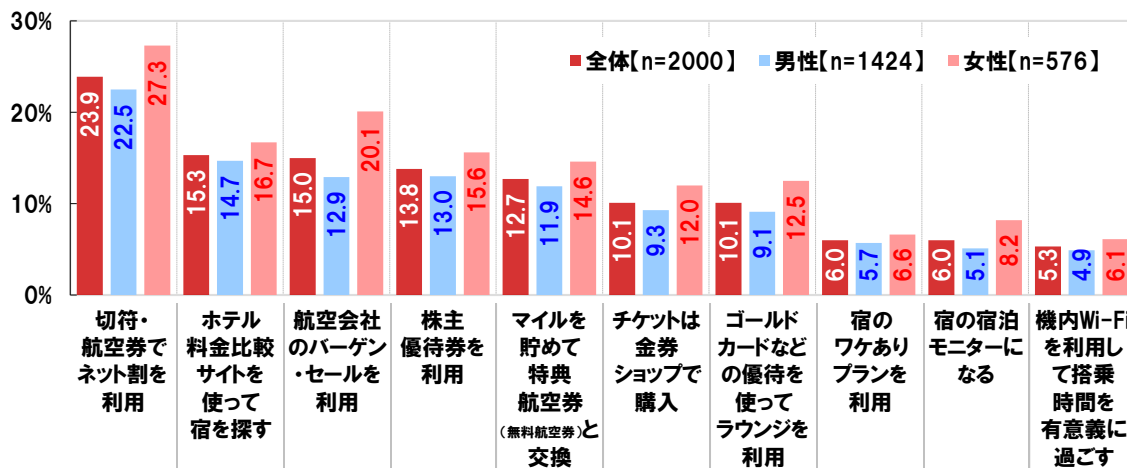


## NEWS LETTER (調査レポート)

### ◆“パートナーとの旅行ではゴメンだと思ふ旅テク” 1位「漫喫・ネカフェで宿泊」2位「車中泊」3位「個人宅に宿泊」

また、全回答者(2,000名)に、「同行者が使って(知って)いたら、頼りになる」と思う旅テクニックを聞いたところ、1位は「切符・航空券でネット割を利用」(23.9%)、2位「ホテル料金比較サイトを使って宿を探す」(15.3%)、3位「航空会社のバーゲン・セールを利用」(15.0%)、4位「株主優待券を利用」(13.8%)、5位「マイルを貯めて特典航空券(無料航空券)と交換」(12.7%)となった。旅行の費用を安く抑えるテクニックを知っていると頼りにされそうである。

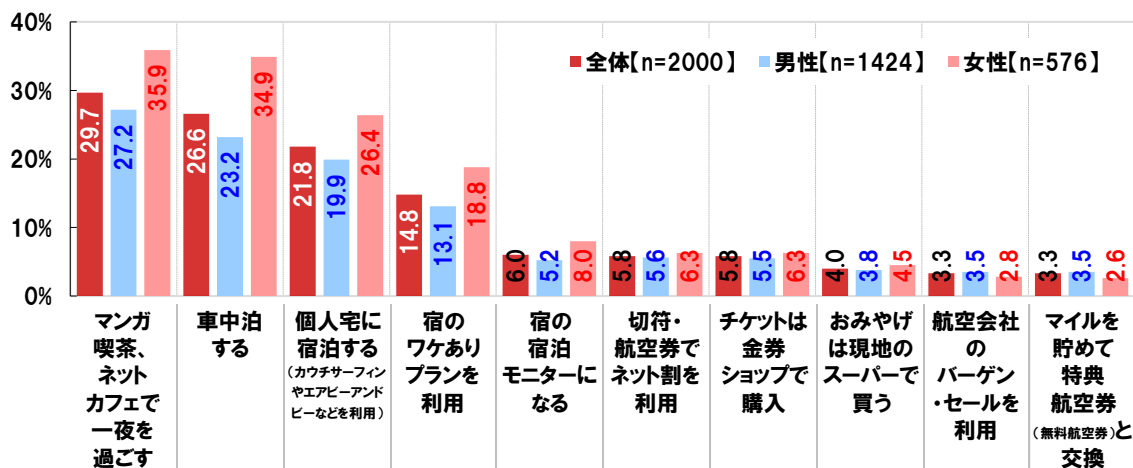
◆“同行者が使って(知って)いたら、頼りになる”と思う旅テクニック [複数回答形式] ※上位10位までを表示



さらに、全回答者(2,000名)に、「パートナー(恋人や配偶者)との旅行ではゴメンだ」と思う旅テクニックを聞いたところ、1位「マンガ喫茶、ネットカフェで一夜を過ごす」(29.7%)、2位「車中泊する」(26.6%)、3位「個人宅に宿泊する(カウチサーフィンやエアビーアンドビーなどを利用)」(21.8%)となった。ホテルや旅館以外の場所に宿泊するテクニックは、旅行の費用が安く抑えられたとしてもカップルでの旅行には不向きなようだ。

男女別にみると、「車中泊する」(男性 23.2%、女性 34.9%)は女性のほうが10ポイント以上も高くなった。

◆“パートナー(恋人や配偶者)との旅行ではゴメンだ”と思う旅テクニック [複数回答形式] ※上位10位までを表示





## NEWS LETTER (調査レポート)

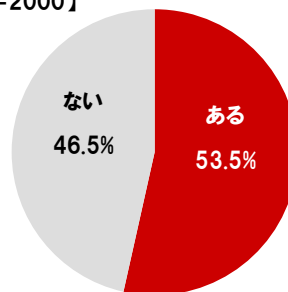
### ◆「旅行でパートナーに惚れ直したことがある」5割半

### ◆男性が旅行で相手に惚れ直すシーン 1位「旅行計画をしっかりと」2位「はしゃぐ姿」3位「荷物まとめが上手」

全回答者(2,000名)に、パートナーとの旅行で相手を惚れ直したことがあるか聞いたところ、惚れ直したことがあるビジネスパーソンは53.5%であった。旅行は、パートナーの良さに気づく良い機会になっているようだ。

それでは、デート旅行中のどのような行動が、パートナーの惚れ直しにつながったのだろうか。パートナーとの旅行で惚れ直したことがある1,071名の回答をみると、男性では、1位「旅行計画をしっかりと練っていた」(21.9%)、2位「はしゃぐ姿や感動している姿などがみられて微笑ましかった」(20.9%)、3位「荷物のまとめ方や片つけが上手だった」(20.6%)、4位「突然のトラブルにも動じなかった」(19.5%)、5位「旅行の手配や段取りが上手で効率的だった」(18.3%)となった。旅行の計画・準備段階からしっかりとつつ、旅行先で思いっきり楽しむ女性に惚れ直す男性が多い様子が窺える。一方、女性では、1位「旅行の手配や段取りが上手で効率的だった」(26.3%)、2位「突然のトラブルにも動じなかった」(25.1%)、3位「道案内や荷物持ちなど、さりげないサポートがあった」(24.8%)、4位「旅行計画をしっかりと練っていた」(22.3%)、5位「人見知りや物怖じをせず、行動的だった」(18.3%)となった。旅行の計画・準備をしっかりとしている相手を惚れ直す傾向は男性と同様であるが、トラブル時も落ち着いていたり、物怖じしなかったりといった堂々とした態度や、荷物を持つといったさりげないやさしさをみせる男性に惚れ直す女性が多いようだ。

◆パートナーとの旅行で相手を  
惚れ直したことがあるか  
全体【n=2000】



◆パートナー(恋人や配偶者)との旅行で、惚れ直したこと [複数回答形式] ※男女各上位10位まで表示  
対象:パートナー(恋人や配偶者)との旅行で、惚れ直したことがある人

| 男性【n=748】 |                             |      | 女性【n=323】 |                          |      |
|-----------|-----------------------------|------|-----------|--------------------------|------|
| 順位        | 内容                          | %    | 順位        | 内容                       | %    |
| 1位        | 旅行計画をしっかりと練っていた             | 21.9 | 1位        | 旅行の手配や段取りが上手で効率的だった      | 26.3 |
| 2位        | はしゃぐ姿や感動している姿などがみられて微笑ましかった | 20.9 | 2位        | 突然のトラブルにも動じなかった          | 25.1 |
| 3位        | 荷物のまとめ方や片つけが上手だった           | 20.6 | 3位        | 道案内や荷物持ちなど、さりげないサポートがあった | 24.8 |
| 4位        | 突然のトラブルにも動じなかった             | 19.5 | 4位        | 旅行計画をしっかりと練っていた          | 22.3 |
| 5位        | 旅行の手配や段取りが上手で効率的だった         | 18.3 | 5位        | 人見知りや物怖じをせず、行動的だった       | 18.3 |
| 6位        | 賢く節約術をつかいこなしていてお得な気分が味わえた   | 15.6 | 6位        | 会話の継続や沈黙の時間が苦にならなかった     | 16.7 |
| 7位        | 人見知りや物怖じをせず、行動的だった          | 15.2 | 7位        | 荷物のまとめ方や片つけが上手だった        | 16.1 |
| 8位        | 会話の継続や沈黙の時間が苦にならなかった        | 13.1 | 8位        | TPOをわきまえたマナーや服装ができていた    | 15.8 |
| 9位        | 好奇心旺盛で、楽しい思いつきが多かった         | 12.8 | 9位        | 外国語が堪能で頼りになった            | 15.2 |
| 10位       | TPOをわきまえたマナーや服装ができていた       | 11.4 | 10位       | 好奇心旺盛で、楽しい思いつきが多かった      | 14.9 |

## NEWS LETTER (調査レポート)

### ◆旅行先でパートナーとケンカ ビジネスパーソンの4割半が経験

### ◆旅行先でのケンカの原因 男女とも1位「わがまま・自分勝手な行動」2位「『疲れた』を連呼」

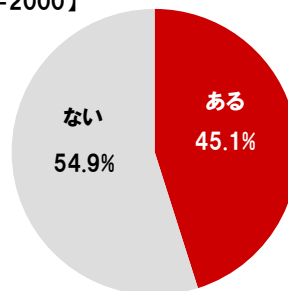
半数以上のビジネスパーソンが、旅行先でパートナーを惚れ直したという経験をしていることが明らかになったが、それとは逆に、残念ながらパートナーとケンカをしてしまったという経験を持つビジネスパーソンはどのくらいいるのだろうか。

全回答者(2,000名)に、旅行先でパートナーとケンカになったことがあるか聞いたところ、ケンカをしたことがあるビジネスパーソンは45.1%であった。

では、どのようなことでケンカをしてしまったのだろうか。旅行先でパートナーとケンカになったことがある902名の回答をみると、男女とも、「わがまま・自分勝手な行動」(男性17.9%、女性24.0%)と「『疲れた』を連呼」(男性16.6%、女性17.0%)が1位、2位となった。旅先での“わがまま”や“『疲れた』の連呼”は、せっかくのデート旅行をシラケさせてしまうのではないだろうか。また、男性では、「支度時間の長さ」(15.1%)が3位にランクインした。女性はメイクやヘアセットなど男性より支度に時間がかかってしまうものであるが、待たされて機嫌を損ねてしまった男性は少なくないのではないだろうか。一方、女性では、3位に「旅行先での段取りの悪さ」(16.0%)、5位に「旅先での予定を決める際の非協力的態度」(14.2%)がランクインした。段取りの悪さや非協力的な態度に女性はイラツとしてしまうのではないだろうか。

#### ◆旅行先でパートナーとケンカになったこと

全体[n=2000]



#### ◆旅行先でのパートナーとのケンカの原因 [複数回答形式] ※男女各上位10位まで表示

対象:旅行先でパートナーとケンカをしたことがある人

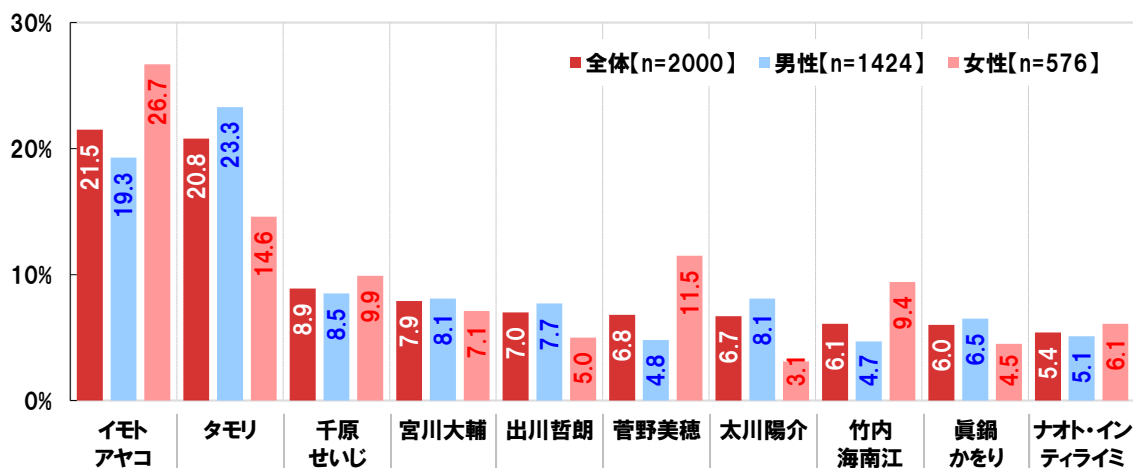
| 男性[n=614] |                    |      | 女性[n=288] |                    |      |
|-----------|--------------------|------|-----------|--------------------|------|
| 順位        | 原因                 | %    | 順位        | 原因                 | %    |
| 1位        | わがまま・自分勝手な行動       | 17.9 | 1位        | わがまま・自分勝手な行動       | 24.0 |
| 2位        | 「疲れた」を連呼           | 16.6 | 2位        | 「疲れた」を連呼           | 17.0 |
| 3位        | 支度時間の長さ            | 15.1 | 3位        | 旅行先での段取りの悪さ        | 16.0 |
| 4位        | 観光スポットの混雑のイライラ     | 14.0 | 4位        | テンションの低さ           | 14.9 |
| 5位        | 行きたい観光スポットの意見の相違   | 12.5 | 5位        | 観光スポットの混雑のイライラ     | 14.2 |
| 6位        | 交通機関の混雑のイライラ       | 12.4 |           | 旅先での予定を決める際の非協力的態度 | 14.2 |
| 7位        | 余裕のないスケジュール        | 11.7 | 7位        | 交通機関の混雑のイライラ       | 13.5 |
| 8位        | 旅行先での段取りの悪さ        | 11.2 | 8位        | 行きたい観光スポットの意見の相違   | 11.8 |
| 9位        | 旅先での予定を決める際の非協力的態度 | 10.4 | 9位        | 食事の意見の相違           | 10.8 |
| 10位       | テンションの低さ           | 9.8  | 10位       | 全く意見を聞かない態度        | 10.1 |
|           |                    |      |           | 旅先でもケータイ・スマホをずっと触る | 10.1 |

## NEWS LETTER (調査レポート)

## ◆ビジネスパーソンが旅テクを教えてほしい芸能人「イモトアヤコさん」と「タモリさん」が突出

最後に、全回答者(2,000名)に、旅のテクニックを教えてもらいたい芸能人を聞いたところ、1位は「イモトアヤコさん」(21.5%)、2位は僅差で「タモリさん」(20.8%)となり、この2人が突出する結果となった。そして、3位以降についてもみると、3位は「千原せいじさん」(8.9%)、4位は「宮川大輔さん」(7.9%)、5位は「出川哲朗さん」(7.0%)となった。上位5人は、テレビ番組で世界中や日本中を旅している芸能人であるが、上位5人中3人が“イッテQメンバー”となった。

◆旅のテクニックを教えてほしいと思う芸能人〔複数回答形式〕 ※上位10位までを表示



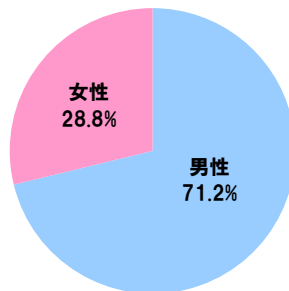
**NEWS LETTER (調査レポート)**

◆調査概要◆

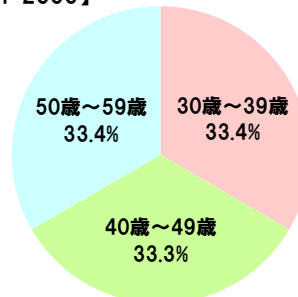
- ◆調査タイトル : ビジネスパーソンの旅のテクニックに関する調査2017
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする  
30歳～59歳のビジネスパーソン（アルバイト・パートを除く有職者）
- ◆調査期間 : 2017年6月26日～6月27日
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 2,000名（各年齢層が概ね均等になるように抽出）
- ◆実施機関 : ネットエイジア株式会社

回答者属性

◆性別  
全体【n=2000】



◆年齢  
全体【n=2000】



**NEWS LETTER (調査レポート)**

本ニュースレターは報道関係の皆様に向けて発信する報道用の調査レポートとなります。  
本ニュースレターに含まれる全ての情報や調査結果を、ネットエイジア株式会社の許可を得ることなく、広告宣伝や広報・PR 活動等のために無断で転用することを禁止します。

**■報道関係の皆様へ■**

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、  
「ネットエイジアリサーチ調べ」と付記のうえ  
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

**■本調査に関するお問合せ窓口■**

ネットエイジア株式会社 マーケティング事業本部  
TEL : 03-3552-8041  
FAX : 03-3552-8042  
E-mail : mobile-press@netasia.co.jp

**■ネットエイジア株式会社 会社概要■**

組織名 : ネットエイジア株式会社  
代表者名 : 代表取締役 三清 慎一郎  
設立 : 2005年2月  
所在地 : 東京都中央区新川一丁目27番8号 新川大原ビル7階  
資本金 : 3億1,552万円  
主な業務内容 : ネットリサーチ事業  
URL : <http://www.mobile-research.jp/>