

20代の8割が1年以内に国内旅行経験あり、 旅行計画はInstagramで、交通手段予約には他年代の2倍アプリを活用 200人を対象にした、国内旅行に関するユーザー行動調査

企業のOMOアプリの開発やマーケティングの支援、ソリューション導入において300以上の実績を持つ株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）は、20代・40代・60代の男女約200名を対象に「国内旅行に関するユーザー行動調査」を実施し、調査結果をまとめましたのでお知らせします。

本調査の背景

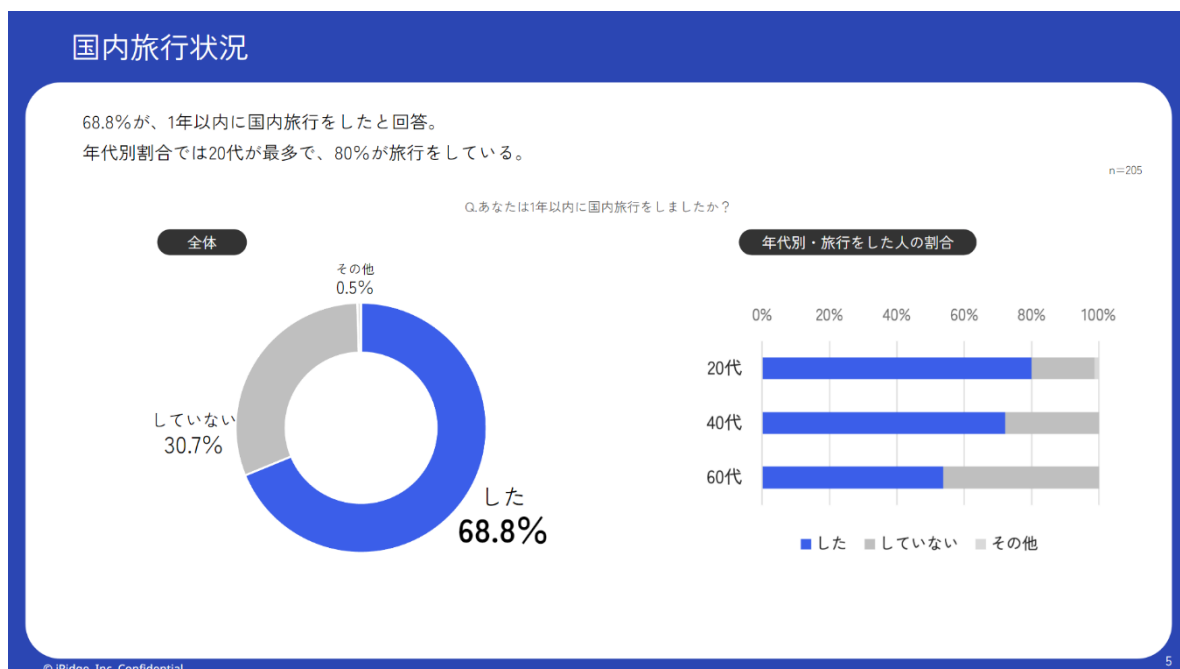
現代社会において消費者は、商品やサービスを認知してから購入や予約・申し込みなどの目的を達成するまでに、オンライン・オフラインを問わず様々なメディアに触れています。その中で今回は国内旅行に焦点を当て、旅行計画時から旅行中に至るまでの消費者の行動やアプリの利用状況について調査をしました。調査結果は一部を本リリースで公開するとともに、ホワイトペーパーとして無料公開いたします。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/whitepaper/japans_domestic_travel/

調査結果ダイジェスト

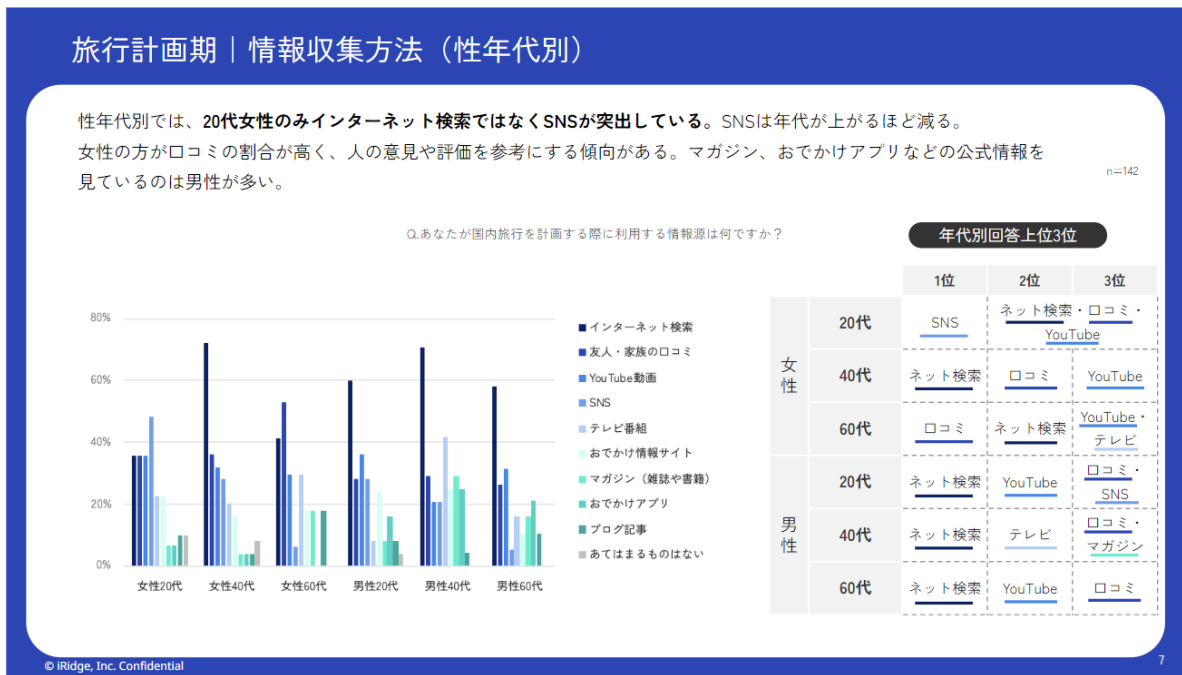
- ・回答者全体の68.8%が、1年以内に国内旅行をしたと回答。年代別では20代の80%が最多だった
- ・旅行計画期の情報収集方法は、20代女性でSNSが突出。利用SNS詳細では、20代はInstagramが1位に
- ・宿泊施設や交通手段の予約方法1位はWebサイトで、90%以上がWebサイトやアプリでのオンライン経由だった
- ・宿泊予約手段は使いやすさやポイントが支持理由に。20代は交通手段予約で他年代の2倍アプリを活用している

■ 回答者全体の68.8%が、1年以内に国内旅行をしたと回答。年代別では20代の80%が最多だった

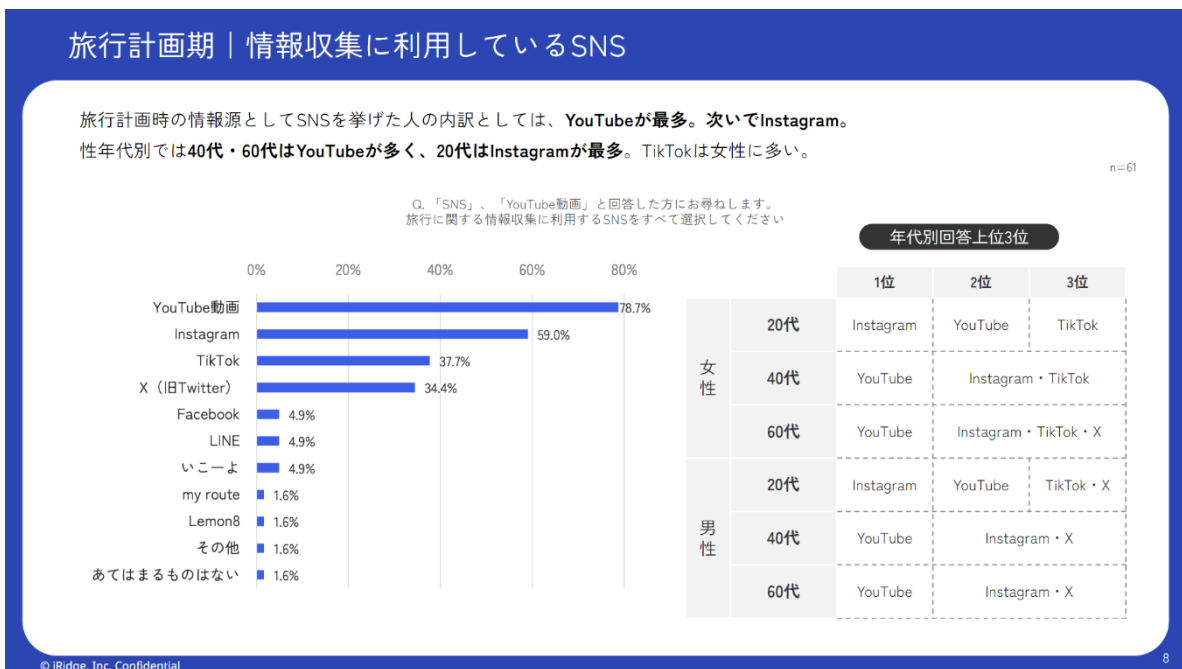


- ・ 回答者全体の 68.8%が 1 年以内に国内旅行をしたと回答。多くの人が国内旅行を楽しんでいることがわかった
- ・ 年代別では、最も多かったのが 20 代の 80%。40 代は 72.1%、60 代では 53.7%が 1 年以内に国内旅行をしていた

■ 旅行計画期の情報収集方法は、20 代女性で SNS が突出。利用 SNS 詳細では、20 代は Instagram が 1 位に

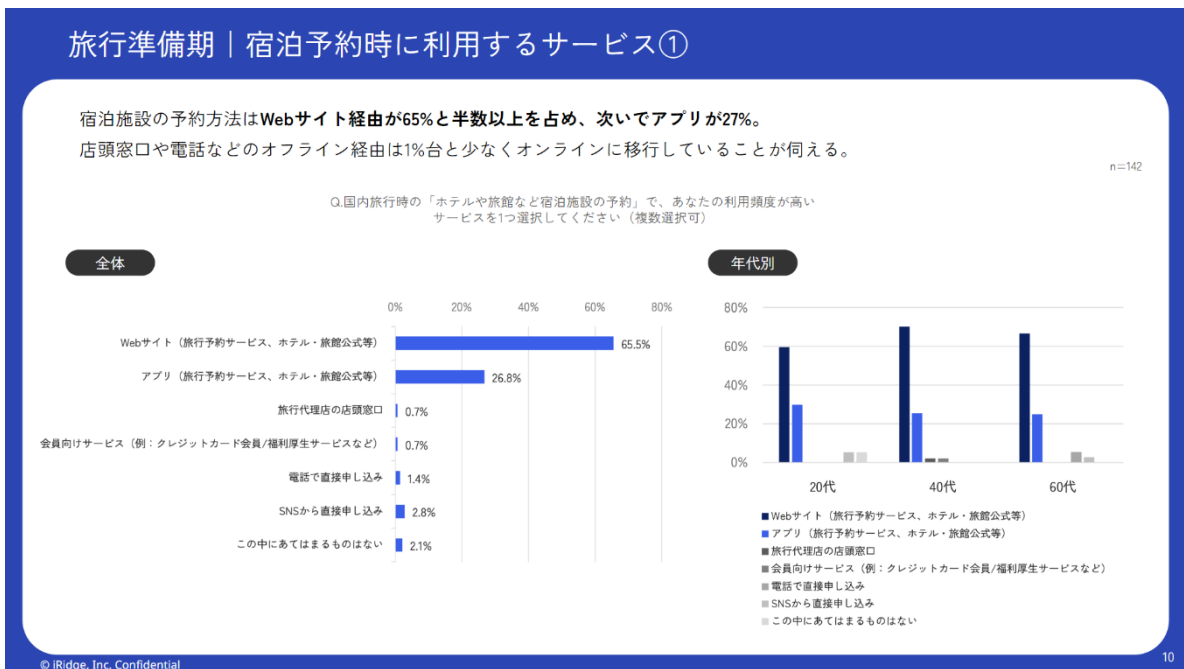


- ・ 旅行計画期の情報収集方法では、幅広い属性で「ネット検索」が 1 位になる中、20 代女性は SNS が突出。約半数が SNS で情報収集していることがわかった
- ・ 女性の方が口コミの割合が高く、男性はマガジンやおでかけアプリなどの公式情報を見ている割合が高かった



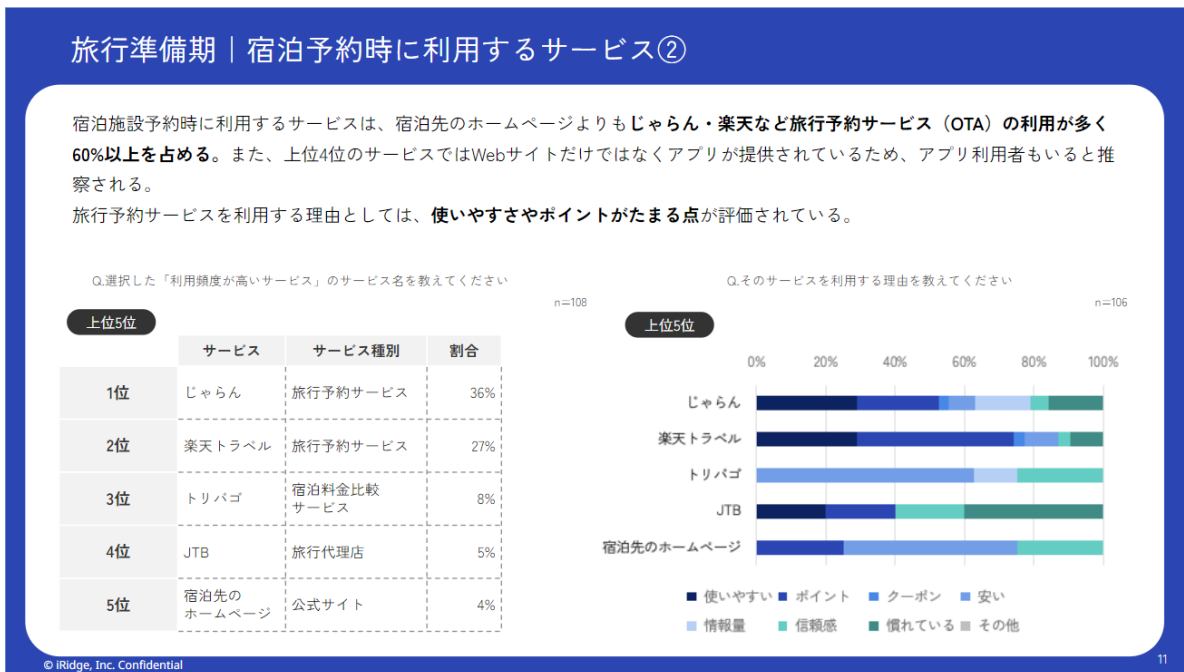
- ・ 旅行計画の情報源に SNS を挙げた人の内訳では、YouTube (78.7%) が最多で、次いで Instagram (59%) だった
- ・ 性年代別では 40 代・60 代は YouTube が多く、20 代は Instagram が最多に。TikTok は女性に多かった

■ 宿泊施設や交通手段の予約方法 1 位は Web サイトで、90%以上が Web サイトやアプリでのオンライン経由だった



- ・ 宿泊施設の予約方法は Web サイト経由が 65%と半数以上を占め、次いでアプリが 27%だった
- ・ 店頭窓口や電話などのオフライン経由は 1%台と少なく、オンラインに移行していることが伺える

■ 宿泊予約手段は使いやすさやポイントが支持理由に。20 代は交通手段予約で他年代の 2 倍アプリを活用している



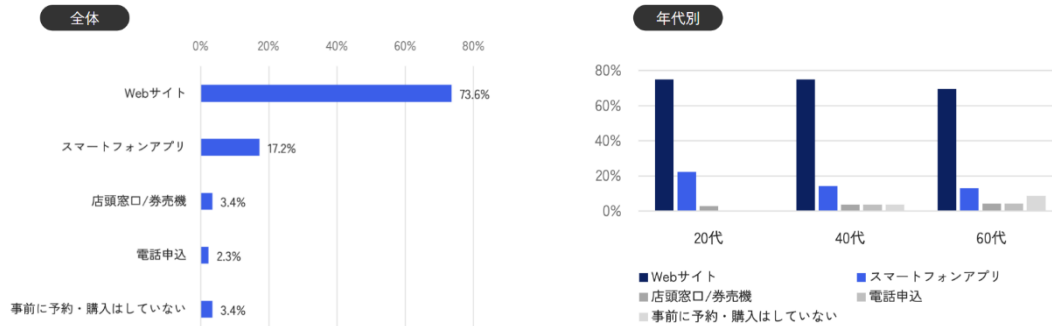
- ・ 宿泊施設予約では、じゃらん・楽天など旅行予約サービス（OTA）の利用が多く 60%以上を占める
- ・ 上位 4 位のサービスでは Web サイトに加えアプリも提供されているため、アプリ利用者もいると推察される
- ・ 旅行予約サービスを利用する理由としては、使いやすさやポイントがたまる点が評価されていた

旅行準備期 | 交通手段の事前手配方法

旅行先までの交通手段の予約方法は、**Webサイト経由が最多で73.6%・次いでアプリが17.2%**。
宿泊予約ほどではないが、オフラインの店頭窓口や電話申し込みは10%を切っており減少傾向。
年代別に見ると、20代は他の年代よりもアプリの割合が高い。

n=87

Q.旅行先までの交通手段について、「事前に予約・購入」したときの
方法を選択してください



© iRidge, Inc. Confidential

12

- ・旅行先までの交通手段の予約方法は、Web サイト経由が最多で 73.6%・次いでアプリが 17.2%だった
- ・宿泊予約ほどではないが、オフラインの店頭窓口や電話申し込みは 10%を切っており減少傾向
- ・スマートフォンアプリでの交通手段予約率は年齢が若いほど高くなり、20 代では他年代の 2 倍以上利用されていた

コメント

調査では、国内旅行の情報収集・計画時から旅行中まで、用途に応じて複数のメディアが使い分けられていることが分かりました。まだ Web の比率が高いものの、各種予約サービスもアプリを提供し始めており、若い世代を中心に、旅行前後の各種体験におけるアプリの関与や観光 DX も進んできています。

宿泊予約サービスの利用理由としては使いやすさとポイントを支持する声が多数となりました。一方ホテルにおいても、自社アプリからの予約に特典を付与することで顧客を囲い込む動きが広がり始めています。予約サービスで探し、予約段階で公式アプリに切り替えるといった消費者もいるようです。ホテルでの顧客体験と、使いやすく特典のあるアプリの提供は、ホテルがリピート利用を獲得していく上での重要なポイントになりそうです。

アイリッジでは、今後もアプリの UI/UX および成長支援を通じて、お客さまのビジネス成長に貢献してまいります。

調査項目

- Q1 過去 1 年以内の国内旅行の有無
- Q2 直近での国内旅行で利用した移動交通手段
- Q3 国内旅行の計画を立てる際に、旅行前に予約や事前購入手配を済ませること
- Q4 旅行先までの交通手段について、「事前に予約・購入」したときの方法
- Q5 国内旅行を計画する際に利用する情報源
- Q6 旅行に関する情報収集に利用する SNS 詳細
- Q7 旅行前に収集した情報のうち、旅行中に参考にした情報
- Q8 国内旅行時の「ホテルや旅館など宿泊施設の予約」で利用頻度が高いサービス
- Q9 Q8 の具体的なサービス名
- Q10 Q9 のサービスを利用する理由

調査概要

調査名	国内旅行に関するユーザー行動調査
対象	20/40/60 代の男女 ※傾向の差が出やすい代表的な年代に絞って調査を実施

調査期間	2024年6月13日～2024年6月14日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	205名(20代:70名、40代:68名、60代:67名)

アイリッジのアプリ成長支援サービスについて (https://iridge.jp/service/app_growth/)

アプリマーケティングやアプリの体験価値向上を目的として、データに基づいた戦略策定から実行支援、UX改善までをワンストップで提供します。行動データと定量・定性データ分析を組み合わせることで、最適なユーザー体験を設計し効果的なマーケティング施策でアプリの成長を加速させるご支援サービスを提供しています。

■主なご支援内容

・アプリマーケティング伴走支援

アプリの立ち上げやリニューアルを含む戦略支援から、リリース後のマーケティング戦略及びコミュニケーション設計・マーケティング運用の伴走支援など、スポットからトータルまで、アプリの成長を幅広くサポートします。

・UXコンサルティング

ユーザー調査やアプリのUI/UXに特化したエキスパートレビュー、ユーザー行動データ分析などから課題を可視化し、最適なユーザー体験設計をサポート。UXリサーチやUI/UX改善、アプリ利用体験向上のためのコンサルティングを行います。

株式会社アイリッジ (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、企業のアプリビジネス支援とビジネスプロデュース支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS、業務支援等、幅広い領域でDXを支援しています。

アプリビジネス支援ではOMO*アプリの企画・開発における業界トップクラスの実績があり、手がけたアプリの月間アクティブユーザー数は国内最大級の9,000万超。開発から機能拡張、マーケティング施策まで行えるアプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」が主カプロダクトです。

*Online Merges with Offline：オンラインとオフラインを統合したマーケティング

ビジネスプロデュース支援では、アプリに限定しない、コミュニケーションデザインの戦略立案からデジタルとリアルを統合した施策の企画・実行までを支援可能。グループ会社のQoilと連携し、プロデューサーとプランナー、クリエイティブディレクター等から成るチームで、“点”の相談を“面”の課題解決に導く独自の価値提供を行います。総合電機メーカーや金融サービス事業者、電気通信事業者等、業界トップ企業の幅広い実績を持ちます。

※記載されている各社の会社名、サービス名、商品名等は、各社の登録商標または商標です。