

実践『ペルソナ』通信 (No. 38)

「実践女子大生の旅行に対する意識」に関する調査結果

～在学中に旅行に行った割合は89%、半数以上の学生が友人と行っている～

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に、「旅行に対する意識」についてアンケート調査を実施しました。有効回答者数は49サンプルでした。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計科学（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、「マーケティング（担当：斎藤明）」の3つの分野のゼミ生を中心に組織され、実践女子大生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を科学する研究会です。

総括

渋谷キャンパスに所属する実践女子大生の旅行に対する意識調査を49サンプルの実践女子学生から回答を得た。

同学生の在学中に旅行に行った割合は89%であり、なかでも「1～3回」と答えた学生が50%だった62%と半数以上の学生が「友人」と旅行に行っており、「夏の時期」に45%の学生が旅行に行っていた。旅行先選びのポイントは、「観光スポットの有無」が44%を占めているが、旅行の目的としては71%の学生が「観光スポットを訪れる」と答えていた。国内旅行の予算は「30,001～40,000」が39%を占め、国外旅行の予算は倍以上の「90,001～100,000」が25%と一番多かった。また、卒業旅行は国外旅行を希望している学生が81%を占め、情報収集の方法として情報番組と答えた学生が24%いた。さらに広告を見て旅行に行きたくなくなるか質問したところ「はい」と答えた学生が84%を占めた。

調査結果のポイント

(1) 実践女子大生の89%が在学中に旅行に行っている。

旅行へ行った回数は「1～3回」（50%）が最も多く、8回以上と答えた人は全体で9%ほどという結果となった。（図1-1）（図1-2）

(2) 実践女子大生の半数以上が友人と旅行に行っている。

旅行の際一緒に行く相手が一番多かったのは「友人」が62%と半数以上だった。旅行する時期は夏が一番多く（45%）長期休暇を利用しているのがわかる。旅行先は国内が91%と大半を占めており、1泊2日で旅行に行く人が53%と半数以上だった。国外の場合は一番多かったのは2泊3日の36%であった。（図2-1）（図2-2）（図2-3）（図2-4）

(3) 実践女子大生における旅行先選びの基準と予算

国内旅行の予算で一番多かったのは「30,001～40,000円」で39%だった。全体を見ても50,000円以下が87%だった。国外の場合は国内の倍以上の「90,001～100,000円」が25%と一番多かった。旅

行先選びのポイントは「観光スポットの有無」が44%、旅行の目的は「観光スポットを訪れる」が71%と半数以上だった。(図3-1) (図3-2) (図3-3) (図3-4) (図3-5)

(4) 実践女子大生における卒業旅行と旅行先の情報収集

卒業旅行先を聞いたところ、国外が81%と半数以上だった。また旅行先の情報の仕入先は「情報番組」が24%と一番多かった。広告から旅行へ行きたいかどうかの質問には「はい」と回答した人が84%、「いいえ」と回答した人が16%だった。(図4-1) (図4-2) (図4-3)

調査結果について

<調査概要>

1. 調査対象： 実践女子大生2年～4年生(短大生含む、渋谷キャンパス在生)
2. 調査方法： 質問紙によるアンケート
3. 調査期間： 2016年12月14日～12月20日
4. 有効回答者数： 49人
5. 回答者の属性：【実践女子大学生：学年】2年：22%、3年：56%、4年：22%、

本件調査担当

実践「ペルソナ」研究会

3年 上村 真由

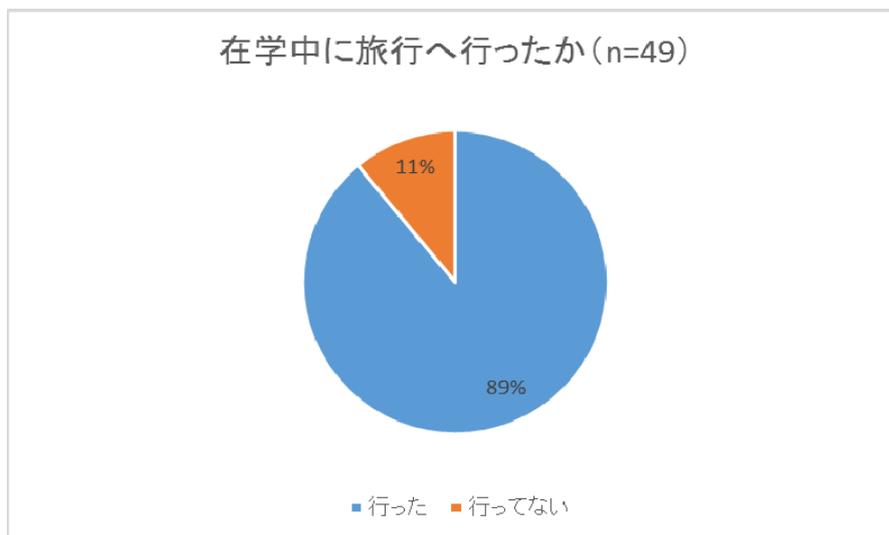
3年 柴田 冬香

3年 白倉 由梨

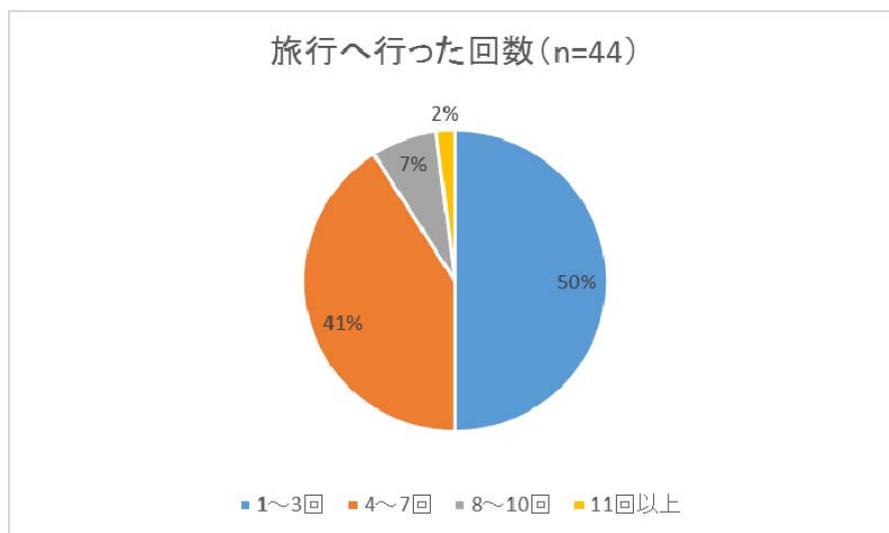
(1) 実践女子大生における旅行の現状

大学生になってから旅行に行ったと回答した人は全体の 89%であった。行った回数は、「1~3回」が 50%と半数だった。次いで「4~7回」が 41%、「8~10回」が 7%、「11回以上」が 2%という結果となった。

【図 1-1】 実践女子大生における旅行の現状 (n=49)



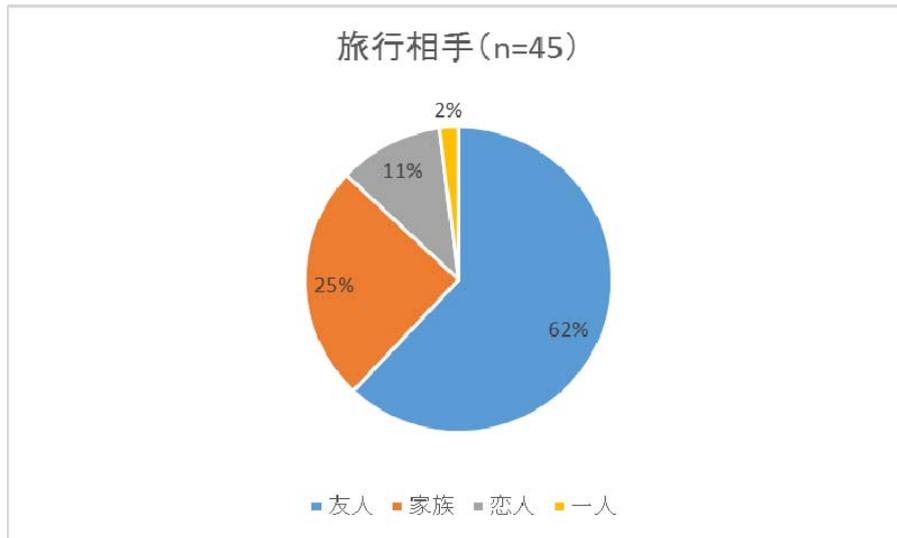
【図 1-2】 実践女子大生における旅行に行った回数 (n=44)



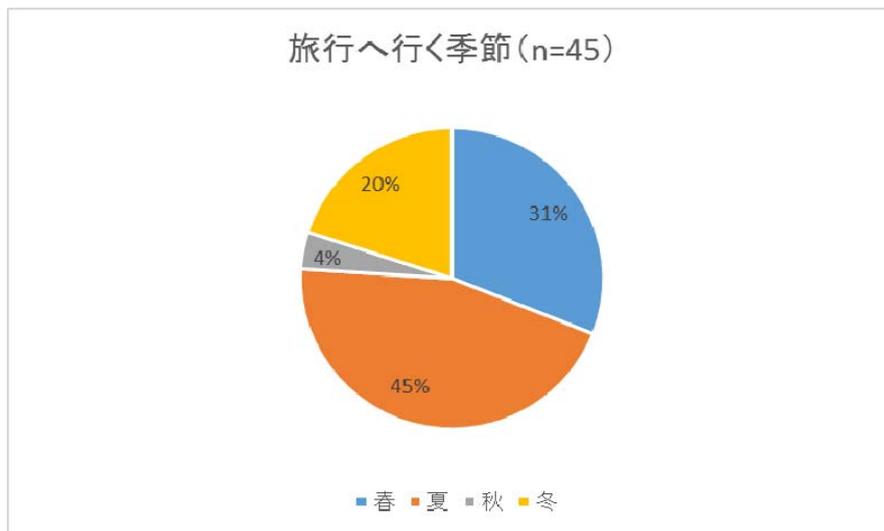
(2) 実践女子大生における旅行の実態

旅行の際一緒に行く相手が一番多かったのは「友人」が 62%と半数以上だった。旅行する時期は夏が一番多く（45%）長期休暇を利用しているのがわかる。旅行先は国内が 91%と大半を占めており、1泊 2日 で旅行に行く人が 53%と半数以上だった。国外の場合は一番多かったのは 2泊 3日の 36%であった。

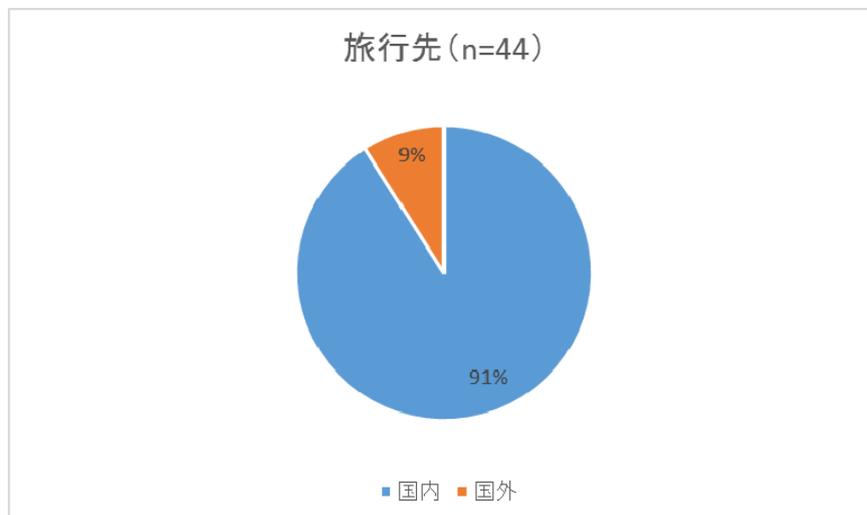
【図 2-1】 実践女子大生における旅行相手 (n=45)



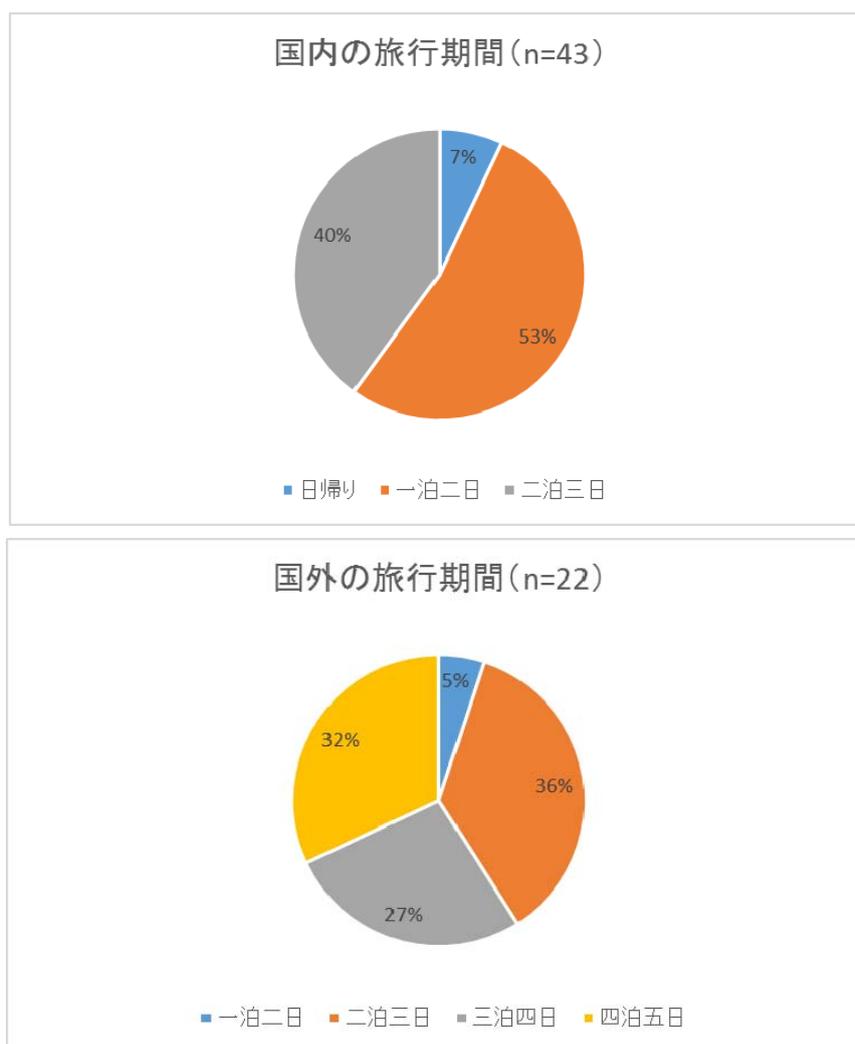
【図 2-2】 実践女子大生における旅行する季節 (n=45)



【図 2-3】 実践女子大生における旅行先 (n=44)



【図 2—4】 実践女子大生における宿泊期間—国内 (n=43) と国外 (n=22)



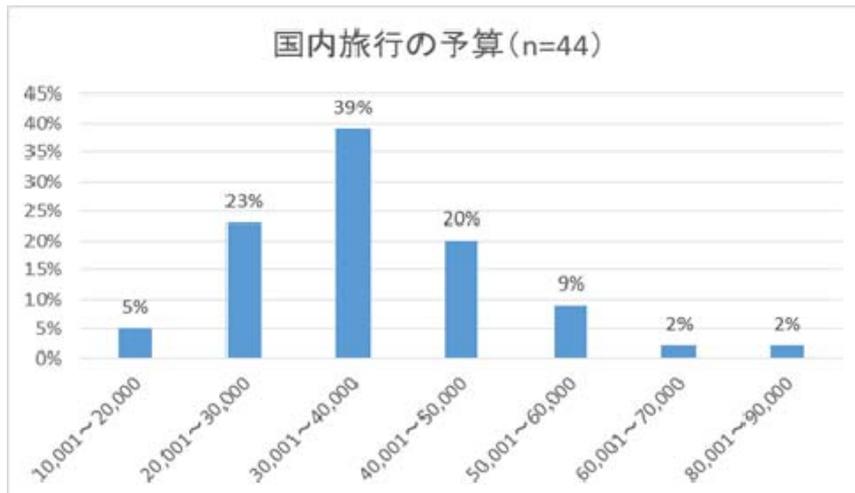
(3) 実践女子大生における旅行先選びの基準と予算

国内旅行の予算で一番多かったのは「30,001～40,000円」で39%だった。全体を見ても50,000円以下が87%だった。国外の場合は国内の倍以上の「90,001～100,000円」が25%と一番多かった。

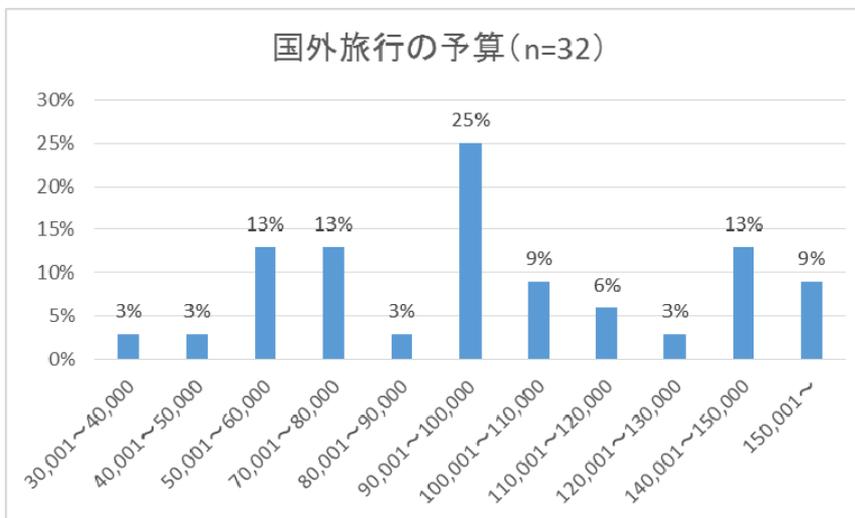
旅行の目的は「観光スポットを訪れる」が71%と半数以上だった。また、その他と回答した人の共通の理由は「ライブ・コンサートのついで」であった。

旅行先選びのポイントは「観光スポットの有無」が44%、次いで「金額」が24%だった。旅行に求める効果は「癒されたい」が39%と一番多く、「発散」が17%、「感動」が16%だった。

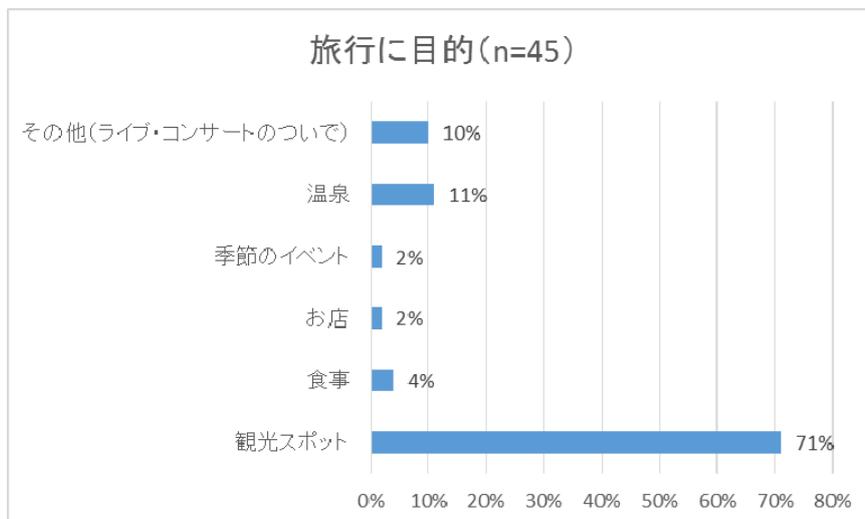
【図 3-1】 実践女子大生における国内旅行の予算 (n=44)



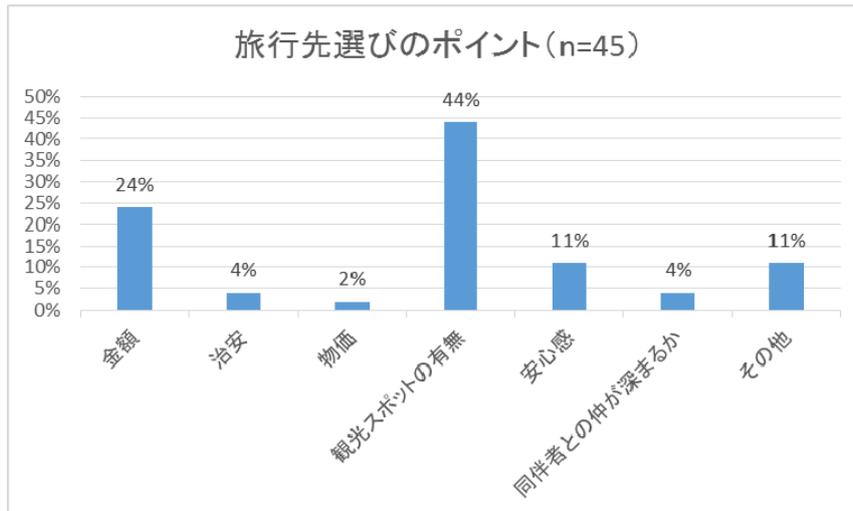
【図 3-2】 実践女子大生における国外旅行の予算 (n=32)



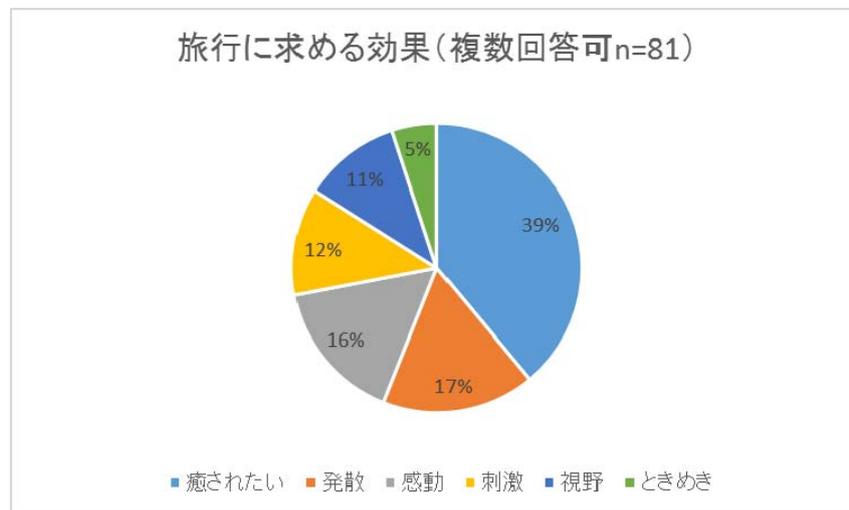
【図 3-3】 実践女子大生における旅行の目的 (n=45)



【図 3—4】 実践女子大生における旅行先選びのポイント (n=45)



【図 3—5】 実践女子大生における旅行に求める効果 (複数回答可 n=81)



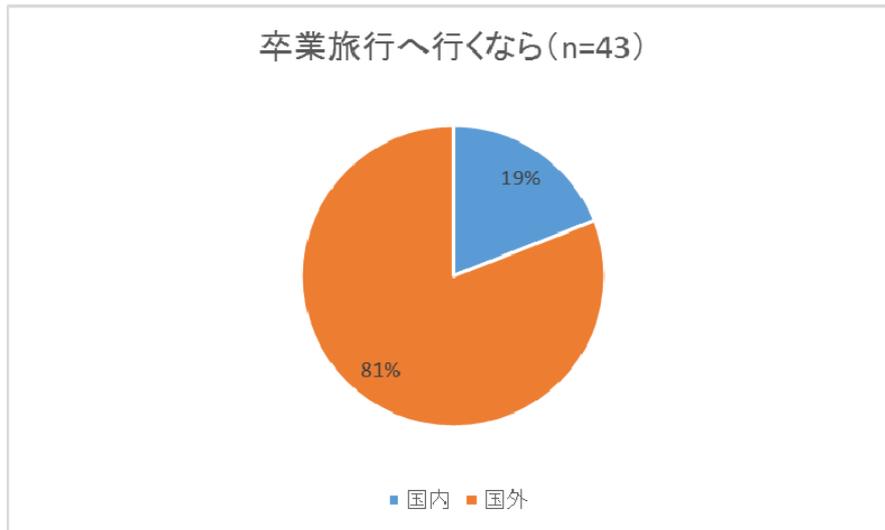
(4) 実践女子大生における卒業旅行と旅行先の情報収集

卒業旅行先を聞いたところ、国外が 81%と半数以上だった。国ごとに見ると「ハワイ」が 7 人、次いで「沖縄」が 4 人、「ドイツ・ヨーロッパ」が 3 人、「北海道・シンガポール・バリ・韓国・台湾」が 2 人だった。

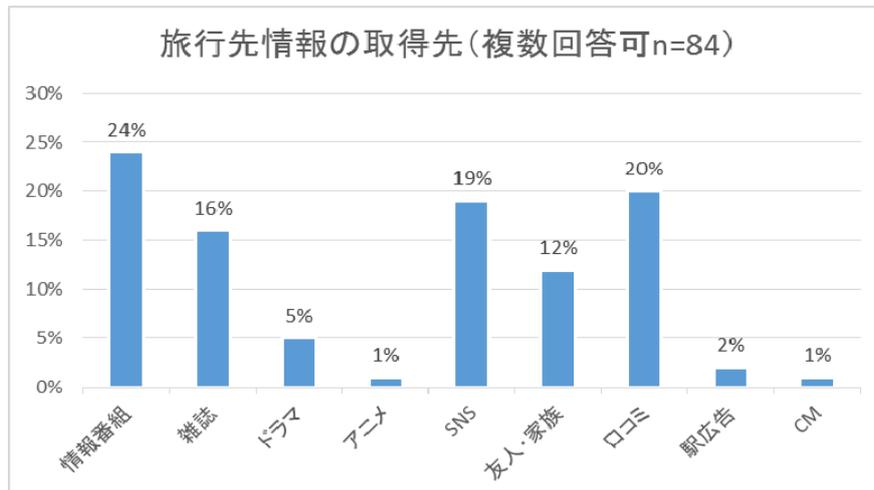
旅行先の情報の仕入先は「情報番組」が 24%と一番多く、「口コミ」20%、「SNS」19%と続いた。

広告から旅行へ行きたいかどうかの質問には「はい」と回答した人が 84%、「いいえ」と回答した人が 16%だった。

【図 4-1】 実践女子大生における行きたい卒業旅行先 (n=43)



【図 4-2】 実践女子大生における旅行に関する情報の仕入れ元 (複数回答可 n=84)



【図 4-3】 実践女子大生における広告の旅行への影響 (n=49)

