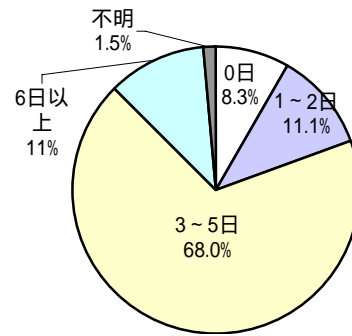


1. ゴールデンウィークの過ごし方

(1) 休暇日数

- ・ゴールデンウィーク休暇(4月下旬~5月上旬)の日数として、「3~5日」が最も多く68.0%であった。
- ・一方、約2割は「0日」または「1~2日」と回答しており、業種要因などで休暇を取得できない人も多いことが分かる。

図表-1 ゴールデンウィークの休暇日数 (n=540)

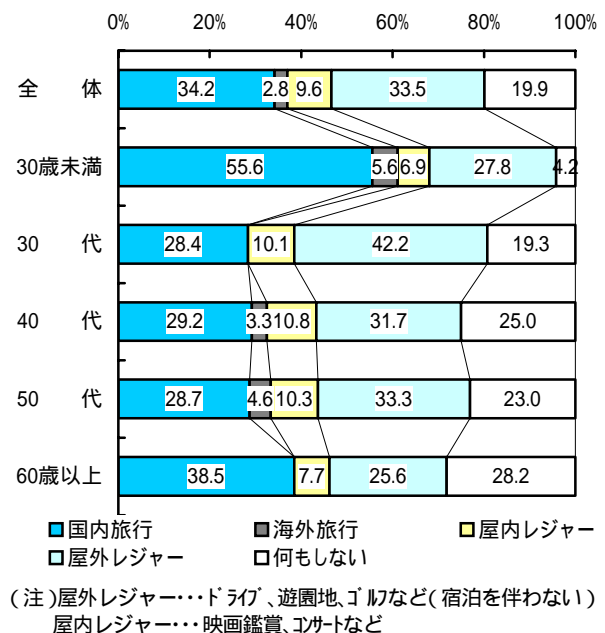


以下の設問は、ゴールデンウィークに休暇を取得できると思われる「休暇日数3日以上」と回答した人を対象に尋ねた。

(2) 過ごし方

- ・全体では「(宿泊を伴う)国内旅行」が34.2%、「屋外レジャー」が33.5%と、近郊への外出を予定している人が多いようだ。
- ・一方で、19.9%が「何もしない」と回答。自宅で過ごす“巣ごもり”型の存在がうかがえる結果となった。
- ・年齢別でみると、30歳未満では「国内旅行」が55.6%と突出している。子供のいる世帯が多いと思われる30~50代では、「国内旅行」よりも「屋外レジャー」を選択する人の割合が高く、日帰りが可能な範囲でのレジャーを考えているようだ。

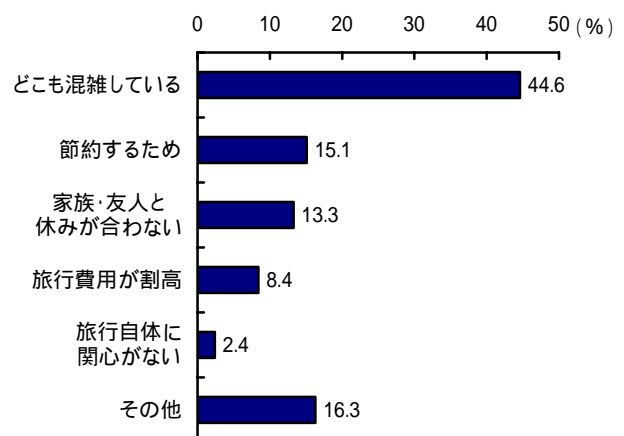
図表-2 ゴールデンウィークの過ごし方 (n=427)



(3) 旅行をしない理由

- ・国内、海外旅行を選択しなかった人にその理由を尋ねると、最も多かったのは「どこも混雑している」(44.6%)であった。次いで「節約するため」(15.1%)、「家族・友人と休みが合わない」(13.3%)となった。
- ・「旅行自体に関心がない」は2.4%に過ぎず、関心はあるものの、その他の要因で避けていることがうかがえる。

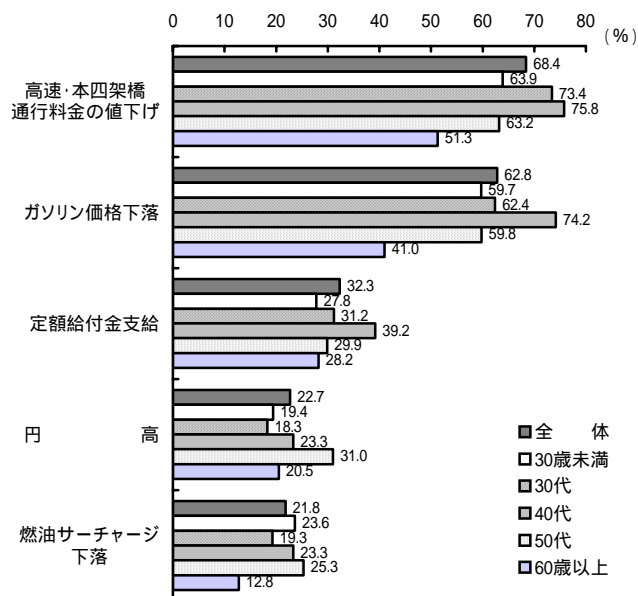
図表-3 旅行しない理由 (n=270)



(4) 休暇計画に影響を与えたこと

- ・「高速・本四架橋通行料金の値下げ」に影響されたとの回答が68.4%で最も多かった。次いで「ガソリン価格下落」が62.8%となっており、これらは旅行需要の喚起に一役買っているようだ。
- ・「定額給付金支給」は32.3%と、支給時期が遅れているにもかかわらず、一定の下支え効果はあるようだ。
- ・年齢別にみると、家族単位で動くことが多いと思われる30～40代では、「高速・本四架橋通行料金の値下げ」が7割を超え、「ガソリン価格下落」との回答も多かった。

図表-4 休暇計画に影響を与えたこと (n=427)

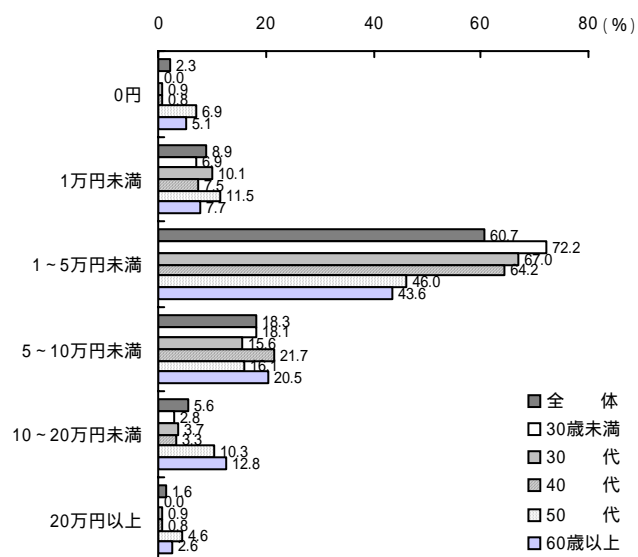


2. ゴールデンウィーク中のレジャー支出

(1) 今年の支出予定金額

- ・「1～5万円未満」との回答が最も多く、60.7%となった。
- ・年齢別にみると、40代までは「1～5万円未満」に集中しており、若年層ほどその傾向は強い。
- ・50代以上では高額帯の回答もみられ、ある程度のお金をかけてレジャーを楽しもうとしているようだ。しかし一方で、「0円」との回答も50代以上の割合が高く、二極化している様子もうかがえる。

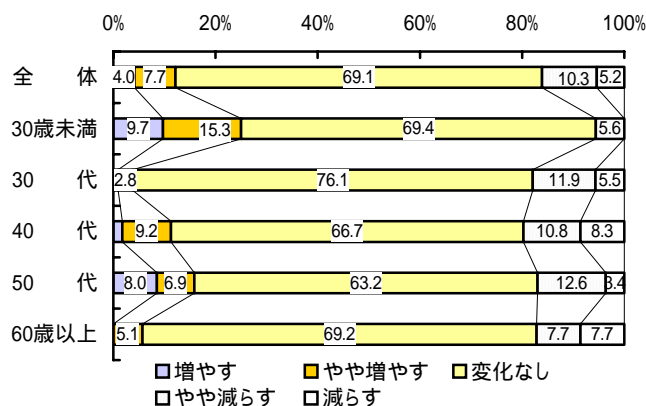
図表-5 レジャー支出予定金額 (n=427)



(2) 昨年と比較した増減

- ・消費者は節約志向を強めていると言われるが、ゴールデンウィーク中のレジャー支出については、昨年と比較して「変化なし」との回答が69.1%と最も多かった。
- ・年齢別にみると、30歳未満で「増やす」が9.7%、「やや増やす」が15.3%と、他の年齢層より支出意欲が高い。一方、40～50代では、「減らす」「やや減らす」との回答が比較的多かった。

図表-6 昨年と比較した増減 (n=427)



3. 大型連休の増加について（全員回答）

- ・大型連休の増加について、「望ましい」が73.0%、「望ましくない」が21.3%、「仕事があり関係ない」が8.7%となった。
- ・30歳未満では86.7%が「望ましい」と回答し、好意的に捉える気持ちが強いようだ。
- ・年齢層が高いほど「望ましくない」と考える割合が増える傾向にあり、60歳以上では27.8%となった。
- ・望ましいと考える理由で最も多かったのは、「心身のリフレッシュができる」で43.9%、次いで「普段できないことに取り組める」が26.6%、「家族と接する時間が増える」が25.9%となった。
- ・望ましくないと考える理由で最も多かったのは、「仕事にしわ寄せがくる」で39.1%、次いで「生活のリズムが狂う」が30.4%、「支出が増えて家計を圧迫する」が28.7%となった。

まとめ

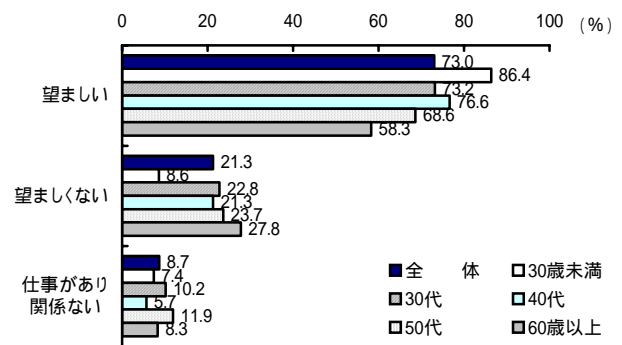
昨今の世界的金融危機は、私たちの生活にも大きな影を落としている。しかしながら、今回の調査結果を見る限り、厳しい環境の中でも旅行やレジャーを楽しもうとする消費者の姿勢がうかがえた。なお、景気対策の1つとして打ち出された高速道路通行料金の値下げなどは、節約意識の強い消費者を心理的に後押ししているようだ。

旅行やレジャーは不要不急の支出であり、景気悪化時には優先的に節約される傾向がある。そこに多少の明るさがみられたことから、低迷する個人消費が少しでも回復することを期待したい。

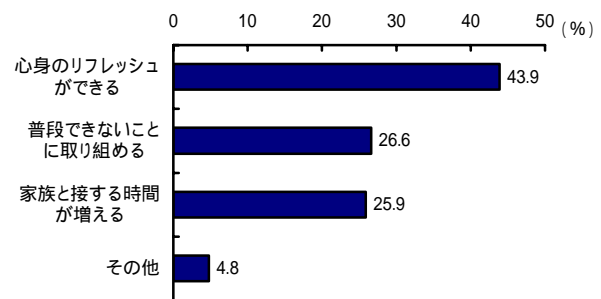
（河野 静香）

図表-7 大型連休の増加について

（年齢層別、複数回答、n=540）



図表-8 増加が望ましい理由（複数回答、n=394）



図表-9 増加が望ましくない理由（複数回答、n=115）

