

ビジネスパーソンの「夏休み」と「シルバーウィーク」に関する調査2017

～ 長期休暇における行き先などの旅行起案者は本人が約7割。その旅行に対する満足度は？ ～

幼少の頃、夏休みといえば非日常的な自由時間の使い道をほぼ自分ひとりで計画し、アツという間に消費してしまったのですが、ビジネスパーソンの長期休暇は、限られた貴重な時間の中での事前計画（行き先、費用等）が大切です。その一方で、年代、家族構成などによって誰がどうやって計画を立てるのかは異なります。自分で計画した旅行としなかった旅行でどのくらい満足度に差がでるのでしょうか。また年代によって傾向の差はあるのでしょうか。

4回目を迎える今回は、ビジネスパーソン1,000人の定点観測データに加え、休暇に対するビジネスパーソンのココロの中（ホンネ）もウォッチしていきます。

※P2以降のグラフではシルバーウィークを「SW」と省略しています。

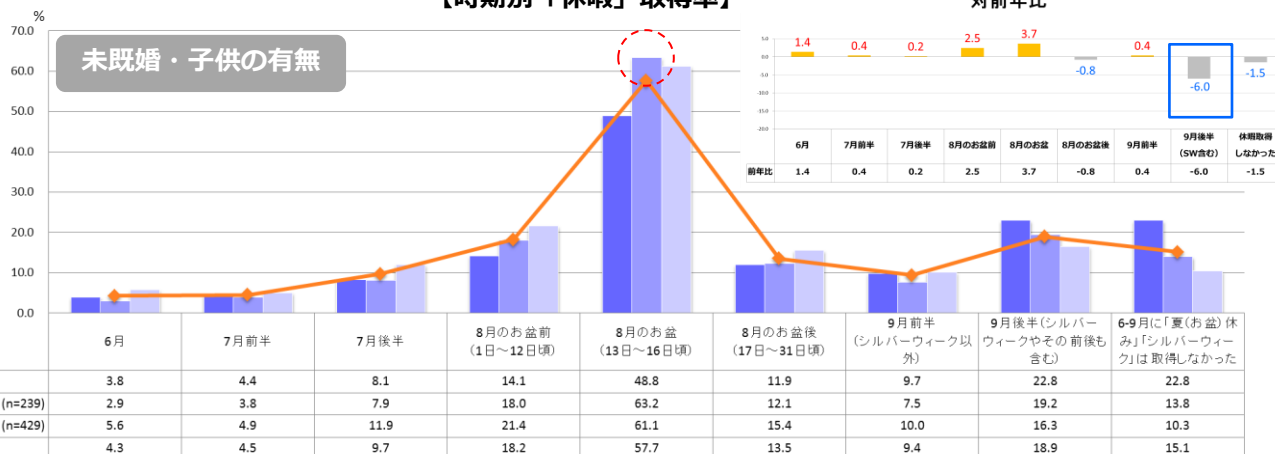
【調査結果詳細】

シルバーウィーク時期での休暇取得率は昨年より6.0%減少。取得時期では「8月のお盆」が最も高く、既婚者（子供無）で特に高い。

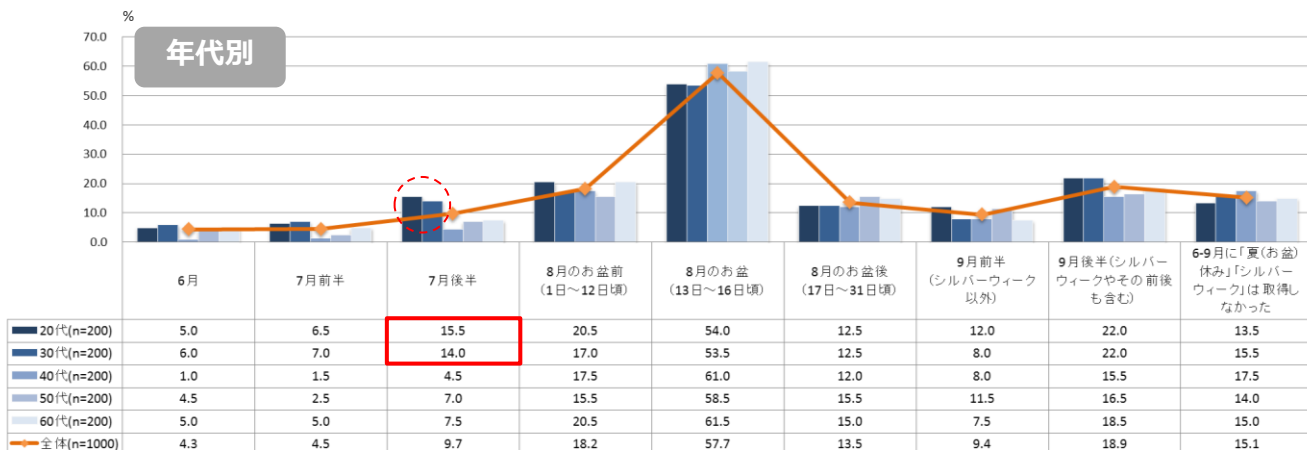
昨年同様に6～9月の間の休暇取得は、「8月のお盆」が突出して高く57.7%（対前年3.7%増）で、今年は子供無し既婚が高くなる結果となった。「9月後半（SW含む）」での取得率は、昨年よりさらに6.0%低く18.9%。若年層は、「7月後半～お盆前」に休暇を取得する傾向が他の年代に比べてやや強い

【時期別「休暇」取得率】

※MA/n=1,000



年代別



6～9月時期における平均休暇日数は、4.5日と昨年より微減。どの時期も昨年より減少（または同スコア）となり、全体的に平均休暇日数が少なくなっている。8月のお盆時期以外に取得する休みの日数が2014年より少しずつ減少する傾向にあることが窺える。

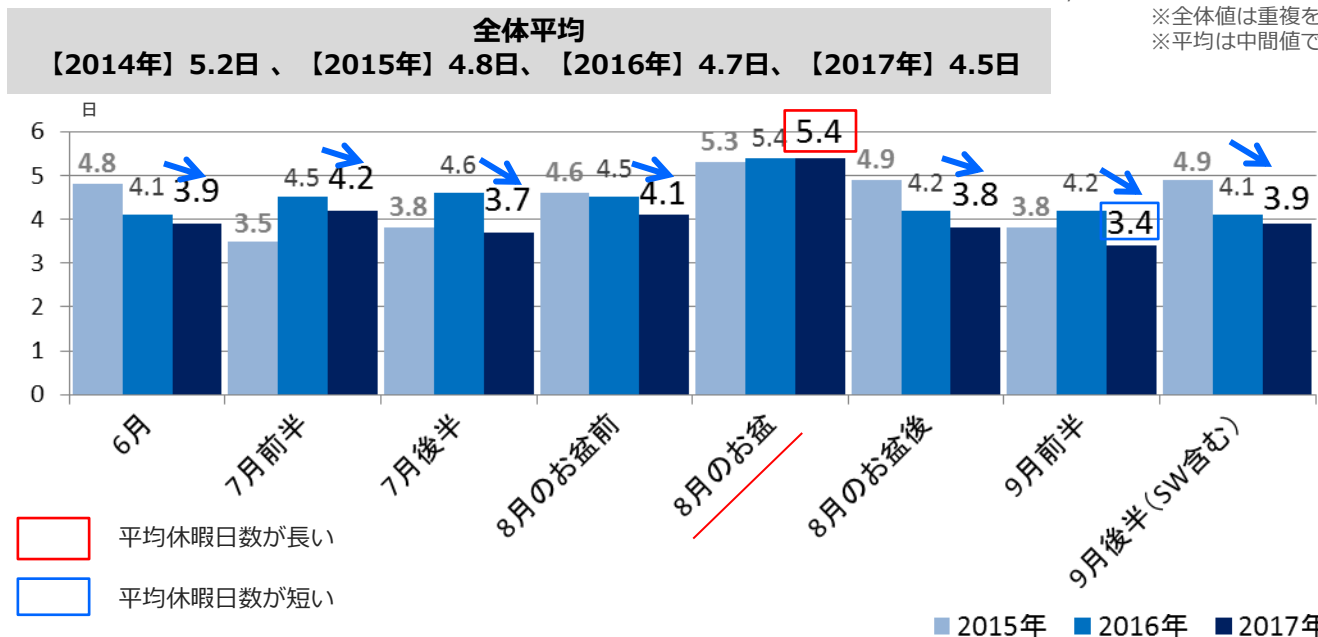
最も平均休暇日数の長い「お盆」と、短い「9月前半」との差は2.0日となった。昨年比較すると、「お盆」以外はすべて減少しており、全体的に平均休暇日数が短い。経年比較すると、長期休暇時における平均休暇日数が少なくなっている

【時期別「休暇」平均日数】

※SA/n=その時期に休みをとった方

※全体値は重複を含む

※平均は中間値で算出



6～9月休暇取得者における国内旅行時の平均消費金額は63,417円。時期別では「8月のお盆」での消費額が最も低く、「7月後半」で最も高い。

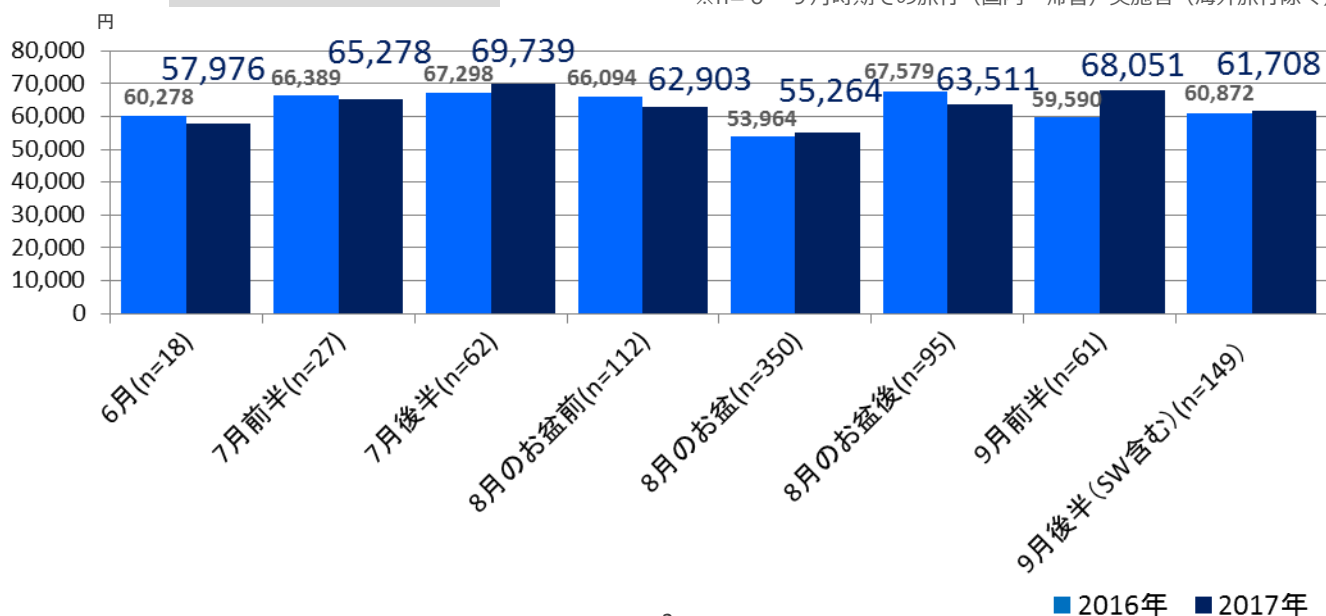
交通費・宿泊費を含めた国内旅行時の消費金額（海外旅行を除く）は「8月のお盆」が最も低く、55,264円（前年より1,300円増）。最も消費額が高いのは「7月後半」。経年でみても、帰省割合の高いお盆では消費額が低くなる傾向にある

全体平均
63,417円(n=856)

【時期別「消費」金額】

※平均は中間値で算出

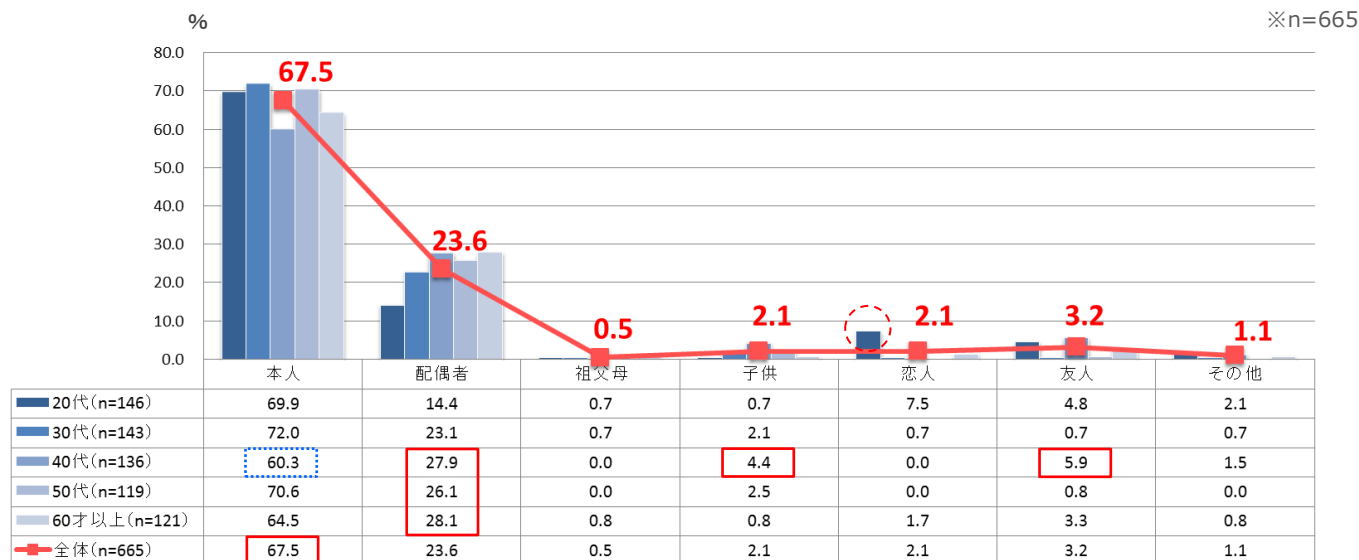
※n=6～9月時期での旅行（国内・帰省）実施者（海外旅行除く）



旅行の起案者は「本人」が67.5%。20代では「配偶者」の割合が他の年代より低く、「恋人」の割合が若干高い。

旅行の行き先や内容などを起案する人は「本人」が約7割で、以下「配偶者」23.6%、「友人」3.2%と続く。年代別で比較すると、20代では「配偶者」が低く、「恋人」がやや高い。40代では「本人」が低い

【旅行の「起案」者】
※6-9月で最も長い長期休暇を取得した方



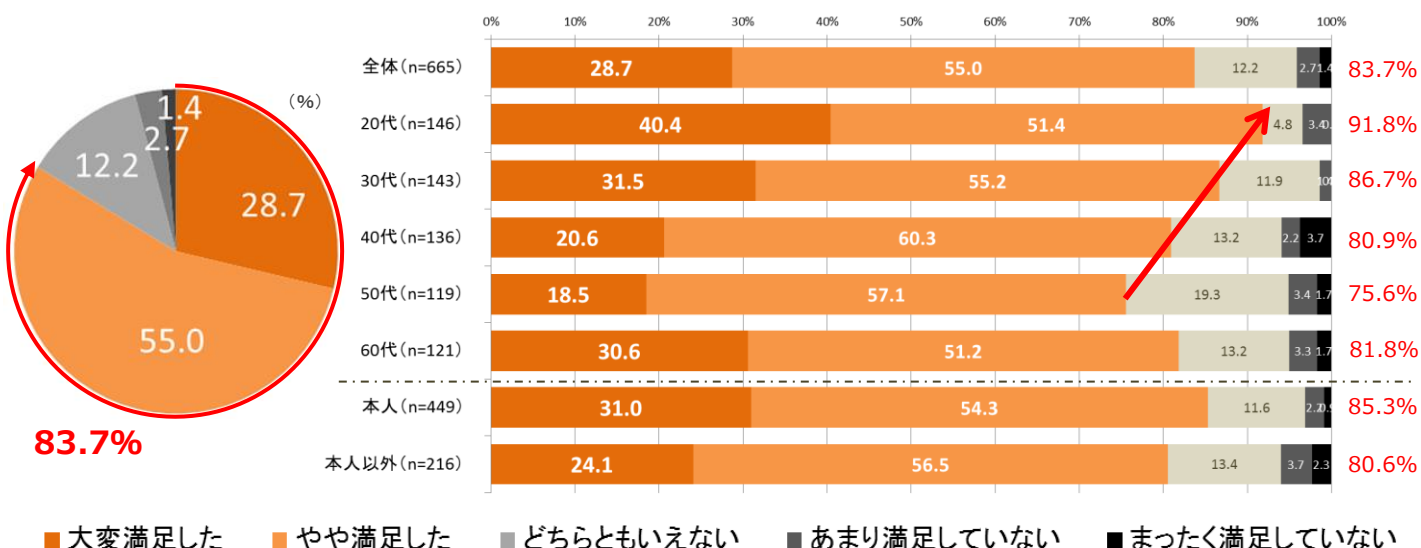
長期休暇に対する“満足度”※は全体で83.7%。若年層の満足度は40代以上を上回る。また、長期休暇での旅行起案者・非起案者によって大きな差は見られない。

※「大変満足した」+「やや満足した」の合計

長い休暇に対する満足度は全体で83.7%。年代別で見ると若年層で高く、20代で91.8%と最も高い一方で、50代では75.6%と最も低い。旅行起案者の違い（本人／本人以外）で比較すると、満足度は4.7ポイントの差に過ぎない

【長期休暇に対する「満足」度】

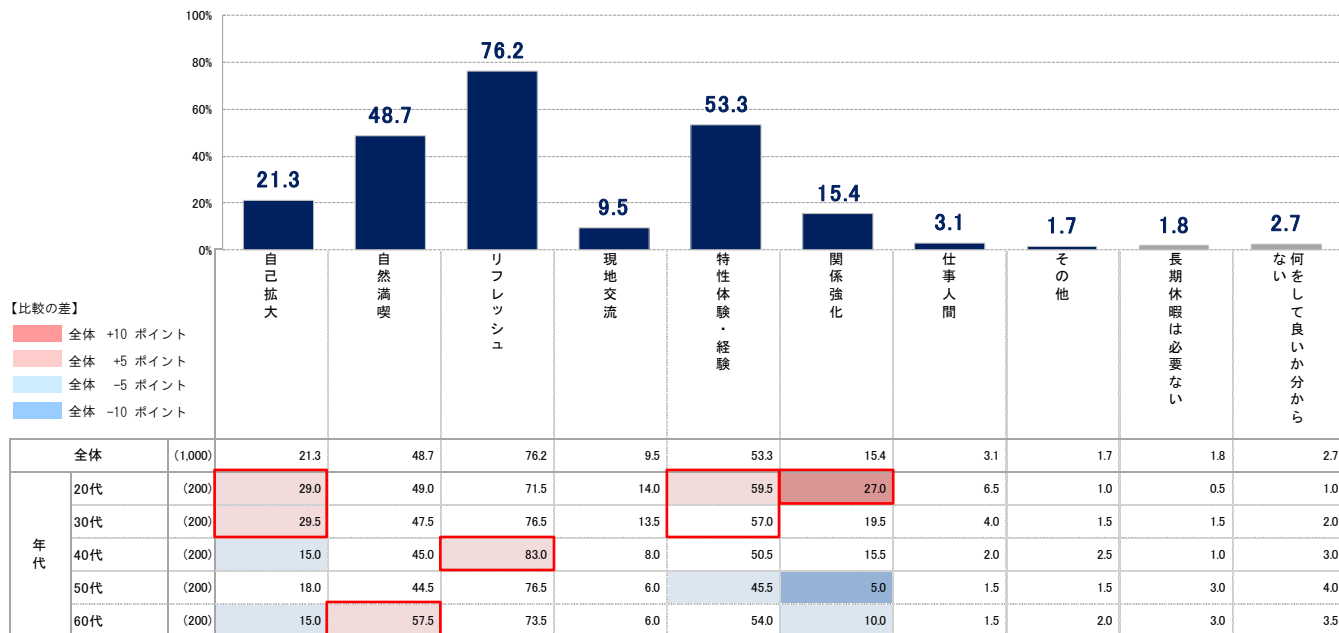
※n=665



もしも、自分で長期休暇を自由計画できる場合、その休暇に求める内容のトップは「リフレッシュ」で76.2%。以下、「特性体験・経験」53.3%、「自然満喫」48.7%と続く。また、求める内容は年代によって違いが見られる。

「仮に、自身1人で長期休暇を自由計画出来るとしたらその休暇に求める内容」としては「リフレッシュ」が最も高く76.2%。年代別で見ると、40代で「リフレッシュ」が他の年代と比べて高く、「特性体験・経験」や「自己拡大」「関係強化」は若年層（20代/30代）で相対的に高い。また「自然満喫」は60代が高く、年代によって重視度が異なる

【長期休暇に求める内容】

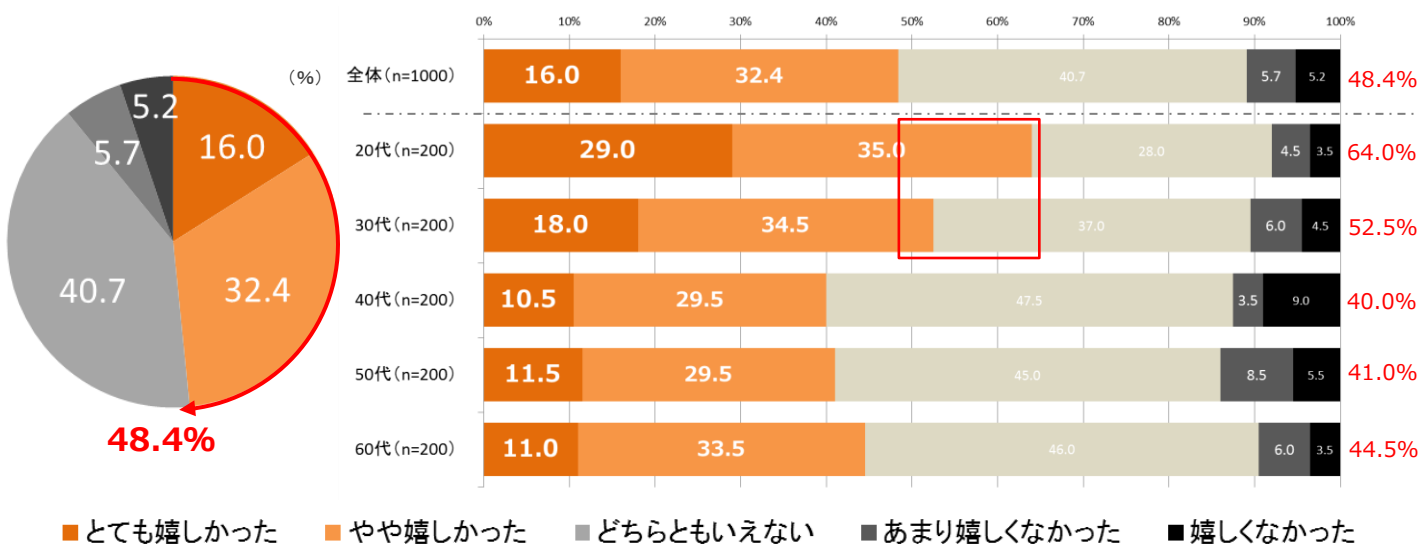


昨年制定された「山の日」に対する印象は“嬉しかった”※が全体で48.4%。若年層でその割合が高い。

※「とても嬉しかった」+「やや嬉しかった」の合計

山の日制定に対する印象は「とても嬉しかった」「やや嬉しかった」を合計すると48.4%。一方で、ネガティブな印象は約10%程度。年代別で見ると、20代で64.0%、30代で52.5%と、40代以上は約40%程度で新規設定された休暇に対する意識が若年層と高年齢層で異なることが分かる

【「山の日」制定への印象】



● 調査結果から

過去4年間の調査結果から、全体の傾向としては、6～9月時期における“平均休暇日数”は全体的に微減傾向にあることが分かります。また、「シルバーウィーク時期」での休暇取得日数は、曜日配列の関係で減少した昨年をさらに下回る結果となりました。“休暇取得率”の高い時期は4年連続「8月のお盆」がトップで、目的としては帰省の割合が高まります。ただ、同時期での消費金額は最も低く、国内や海外旅行の割合が高い時期に比べると経済的に過ごされるようです。

今年取得した最長休暇での“旅行起案者”は「本人」が67.5%、ついで「配偶者」（23.6%）となり、7割近くの方が自分で計画を立てています。また、“その休暇に対する満足度”は旅行を自分で計画したかそうでないかで目立った違いはなく、どちらも約8割の方が満足していました。このことから、自分で計画を立てなくても旅行自体には満足されていることが確認できます。「仮に自分ひとりで長期休暇を自由に計画できるとしたらどんな内容を求めたいか」という質問に対しては、「リフレッシュ」が最も高く76.2%。年代別で見ると、40代で「リフレッシュ」、60代では「自然満喫」が他の年代に比べると高いなど、求める内容が異なるようです。

「山の日制定」に対する印象としては、“嬉しかった”と回答した人が全体で48.4%。特に、若年層で高い傾向（20代_64.0%、30代_52.5%）が見られました。長期休暇に対する満足度も若年層が高いなど、余暇時間や旅行に対するモチベーションが他の年代に比べると高い事が窺えます。他にも、若年層に顕著な傾向がいくつか見られました。まず、「7月後半」時期に休暇取得する割合が他の年代よりも高く、比較的落ち着いたシーズンに取得するようです。次に、長期休暇での旅行起案者は、「配偶者」が他の年代と比較すると低く、「恋人」はやや高い結果となりました。また、旅行時のコト消費が注目される中、“その場所でしかできない経験をしたい”などの「特性体験・経験」や、“知人・友人と語り合いたい”といった「関係強化」は、他の年代に比べて高いことから、旅行先（着地）での体験コンテンツに対する意識の高さが見られます。

調査概要

調査方法	インターネットリサーチ
調査地域	首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県） 東海圏（愛知県、岐阜県、三重県） 関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県）
調査対象	20歳～69歳の男女ビジネスパーソン（マクロミルモニタ会員）
割付方法	エリア（首都圏、東海圏、関西圏）× 年代（20,30,40,50,60代）を均等に回収 / 合計1,000サンプル
調査日時	2017年11月7日（火）～11月8日（水）
調査機関	株式会社ジェイアール東海エージェンシー 株式会社マクロミル
その他調査項目	・会社制度の有無 ・長期休暇での行き先・内容

＜調査結果の引用・転載、取材などに関するお問い合わせ先＞

株式会社ジェイアール東海エージェンシー コミュニケーションデザイン部 担当：法花・糟谷
TEL: 03-6688-5009 e-mail: h-hokke@jrta.co.jp