

報道関係各位

2026年2月25日  
株式会社クロス・マーケティング

## 直近1年間の日帰り・宿泊の国内旅行の実施率は半数 訪日外国人観光客へは、マナーを順守してほしい声があがる

－ 旅行に関する実態・意識調査（2026年2月定点ココロスタイルリサーチ） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2026年2月、全国18～79歳の男女3,000名を対象に「旅行に関する実態・意識調査（2026年2月定点ココロスタイルリサーチ）」を行いました。本調査は、生活者の意識やライフスタイルの変化の兆しを捉えることを目的として、定点で実態・意識調査を実施するものです。今回は旅行編として、直近1年間の旅行の実施と回数、旅行・レジャーに関する考え方や行動、訪れたい場所、訪日外国人観光客の増加により思うことを中心に分析をしました。

### ■ 調査結果（一部抜粋）

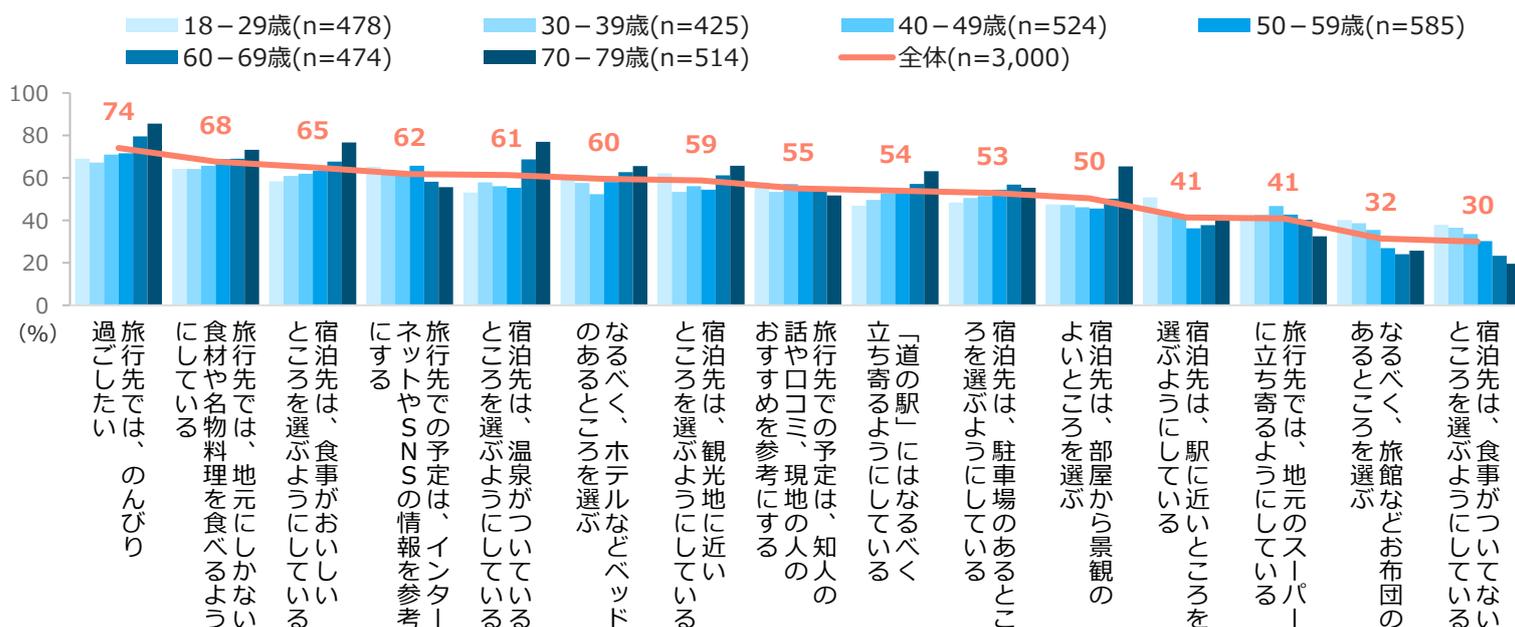
- ✓ **【直近1年間の旅行・レジャー実施率】** この1年間の「日帰りの旅行・レジャー」実施率は49%、実施者の平均回数は4.2回、「宿泊をとまなう国内旅行」は50%、平均回数2.8回、「海外旅行」は8%、平均回数は1.7回と昨年と大きな変わりはない。「日帰りの旅行・レジャー」「宿泊をとまなう国内旅行」は60代で実施率が高い。＜図1＞
- ✓ **【旅行・レジャーに関する考え方や行動】** 考え方や行動を4段階評価で聴取した。非常に＋そう思う割合は、「旅行先では、のんびり過ごしたい」74%、「旅行先では、地元にはかない食材や名物料理を食べるようにしている」68%、「宿泊先は、食事がおいしいところを選ぶようにしている」65%が上位にあがる。宿泊先への食、温泉、景観に対する項目は、70代の割合が高い。＜図2＞ 二者択一で確認した考え方や行動では、「旅行先の行動は、事前に調べて綿密な計画を立てている」が66%、「旅行先の観光スポットは、数箇所をじっくり見て回るようにしている」63%、「お土産は、自分用も含めて購入している」61%がTOP3。18～29歳と30代は「旅行・レジャーにはお金をかけるようにしている」、加えて18～29歳では「旅行・レジャーは遠方に行くようにしたい」「旅行先の観光スポットは、もれなく回るようにしている」「旅行先の行動は、当日に決めることが多い」が他年代より高い。＜図3＞
- ✓ **【今後訪れたい場所】** 今後訪れたい場所は、日帰り旅行・レジャーでは、テーマパーク、温泉、観光地での散策や食べ歩き、神社仏閣の拝観。宿泊をとまなう国内旅行は、北海道、沖縄、京都、東京など国内観光地。海外旅行では、ハワイ、台湾、韓国、イタリア、アメリカ、フランスなどがあがった。＜図4＞
- ✓ **【訪日外国人観光客の増加】** 訪日外国人については、「文化遺産への落書きはやめてほしい」「路上飲み、禁煙場所での喫煙、ごみのポイ捨てはやめてほしい」「無許可での写真撮影や私有地の立ち入りをやめてほしい」「訪日外国人観光客で混雑している観光地へは行きにくい」が4割とネガティブなイメージが昨年同様に高い結果であった。＜図5＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20260225kokoro>

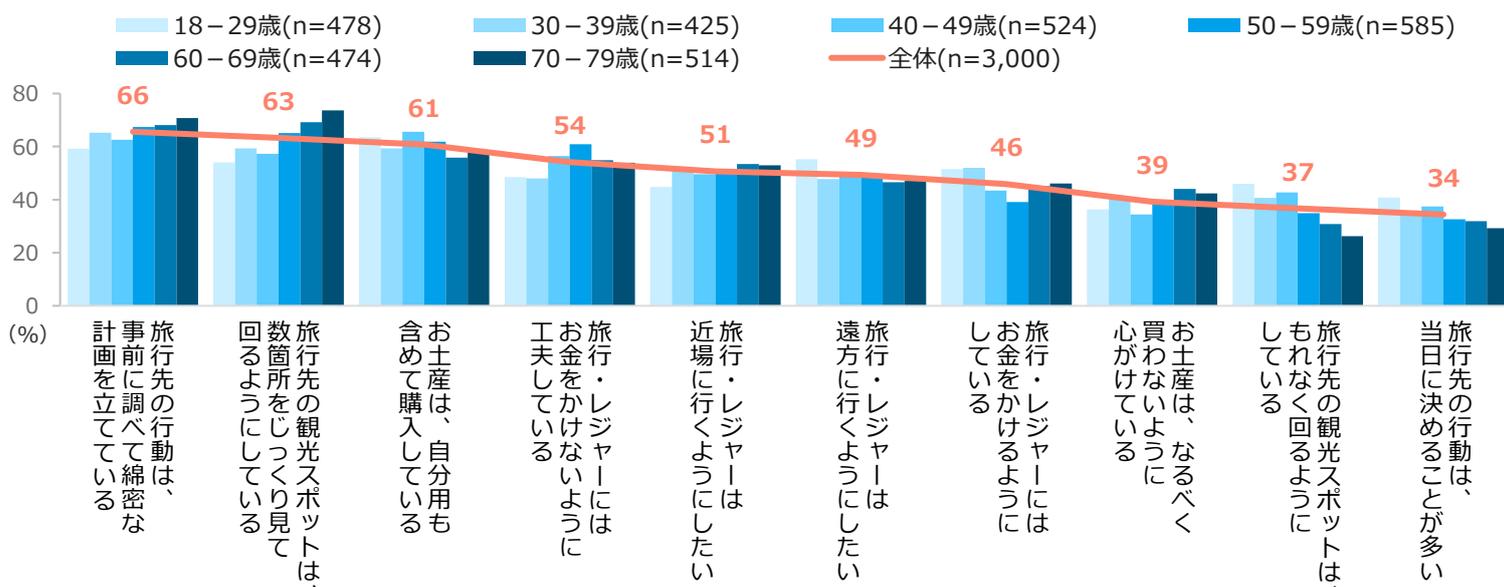
＜図1＞ 直近1年間の旅行・レジャー実施率・平均回数（実施率：単一回答 平均回数：実数回答 ※実施者ベース）

	n=	日帰りの旅行・レジャー		宿泊をとまなう国内旅行		海外旅行	
		(%)	平均(回)	(%)	平均(回)	(%)	平均(回)
2025年全体 (3,000)		45	4.3	47	2.8	8	1.7
<b>2026年全体 (3,000)</b>		<b>49</b>	<b>4.2</b>	<b>50</b>	<b>2.8</b>	<b>8</b>	<b>1.7</b>
18～29歳 (478)		49	3.9	52	2.7	13	1.9
30～39歳 (425)		45	3.8	49	2.6	8	1.5
40～49歳 (524)		47	4.6	48	2.7	7	1.8
50～59歳 (585)		48	4.7	47	2.8	7	1.6
60～69歳 (474)		52	3.9	54	2.9	9	1.8
70～79歳 (514)		49	4.1	49	3.1	6	1.6

＜図2＞ 旅行・レジャーに関する考え方や行動①（各単一回答：4段階評価で聴取／非常に+まあそう思う割合）※上位15項目を抜粋



＜図3＞ 旅行・レジャーに関する考え方や行動②（各単一回答：二者択一で聴取）



＜図4＞ 今後訪れたい場所と理由（各2つまでの自由回答抜粋）

### 日帰り旅行・レジャー

- ・ テーマパークで遊びたい  
東京ディズニーリゾート、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、ハウステンボス、ジャングリア沖縄、ジブリパーク
- ・ 温泉でリフレッシュ  
草津、箱根、熱海、伊豆、有馬
- ・ 観光地で散策と食べ歩き  
祇園で抹茶パフェ、鎌倉、中華街
- ・ 神社仏閣に行きたい  
伊勢神宮、出雲大社、日光東照宮
- ・ 富士山が観たい、周辺をドライブしたい

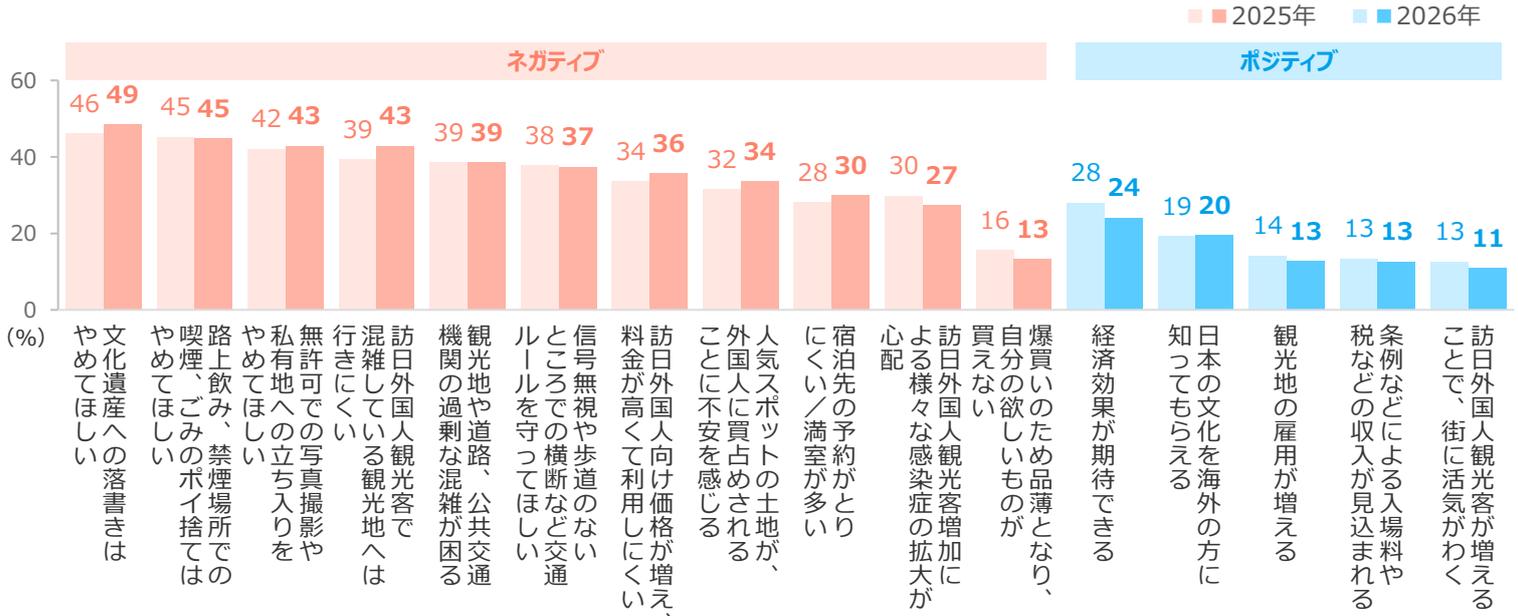
### 宿泊をとまなう国内旅行

- ・ 北海道の雪質の良いグレンデでスノーボードを楽しみ、美味しいものを食べる
- ・ 海を見たり、美ら海水族館でジンベエザメを見たい
- ・ 京都でのんびりと寺院・仏閣を見学して京料理を楽しみたい
- ・ 東京で、はとバスに乗りたい
- ・ 鹿児島島の宿泊施設で桜島を眺めながら温泉につかる
- ・ 四国でお遍路したい
- ・ 福岡で太宰府天満宮や屋台に行く

### 海外旅行

- ・ ハワイで美しい海や南国の雰囲気やハワイの味覚を楽しむ
- ・ 台湾の夜に九份に行き、千と千尋の神隠しの世界観を堪能したい
- ・ K-POPの聖地に行きたい、本場の韓国グルメが食べたい
- ・ 本場のイタリア料理を食べたり、歴史的価値のある建築や美術品を見たい
- ・ アメリカでNBA観戦、MLB観戦
- ・ フランスでモン・サン・ミッシェルを観光してルーブル美術館に行く

<図5> 訪日外国人観光客の増加に対して思うこと (複数回答：n=3,000) ※上位16項目を抜粋



■レポート項目一覧

□ 属性設問

(性別/年齢/未婚/居住地/子どもの有無/同居人数/同居家族/同居子ども・孫の学齢/職業/住まい/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)

□ 調査結果サマリー

▼調査結果：景況感・生活全体の意識

- 生活満足度
- 生活領域別満足度/注力度
- 生活価値観・意識
- 生活関連の意識
- 現在の暮らし向き

▼調査結果：旅行について

- 直近1年間の旅行・レジャー回数
- 旅行・レジャーの同行者
- 旅行先の情報収集をする際に利用する情報源
- 直近の旅行における宿泊施設の予約方法
- 旅行・レジャーに関する考え方や行動
- 旅行・レジャーの増減意向
- 旅行先で行いたいこと/興味・関心があること
- 旅行先までの移動手段で好きなもの
- 旅行・レジャーをあきらめる1人当たりの費用

- 訪日外国人観光客の増加に対して思うこと
- 日帰り旅行・レジャーで訪れたい場所 (自由回答)
- 宿泊をともなう国内旅行・レジャーで訪れたい場所 (自由回答)
- 海外旅行で訪れたい国・地名 (自由回答)

▼時系列データ集

▼参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL) について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/20260225kokoro>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 18~79歳の男女、人口構成比に合わせて割付

調査期間 : 2026年2月4日(水)~6日(金)  
 有効回答数 : 本調査3,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」