

# 年代別と学生・会社員別にみる「女子旅」の実態と目的の把握

## How Purpose and Style of “Joshiabi” Diverse by Their Age and Occupation

齋藤 朱莉\*・相 尚寿\*\*・東 秀紀\*\*  
Akari Saito \*, Hisatoshi Ai \*\*, Hideki Azuma \*\*\*

### 摘 要

女子旅という旅行形態あるいは現象が近年にわかに注目を集めている。しかし、その明確な定義はなされておらず、むしろその曖昧性や概念の広さが女子旅の特徴とも言える。本研究では、ウェブアンケートを通じて主に回答者の年代と学生・会社員の別に着目し、女子旅の実態や目的を把握して、属性別の共通点や差異を抽出した。旅行会社などの供給側が主たる客層と考える30代よりも20代のほうが活発に女子旅を行っており、年間の消費額も多いと見られた。女子旅とは曖昧で広い概念ながら、全般的に「女子会」の延長として同窓会としての要素が強く影響していると考えられる。就職前後で女子旅の形態や回数に大きな変化はない一方、学生は同行者との時間を相対的に重視するのに対し、会社員そして30代とライフステージが上がる、特定のコンテンツへの支出が増える旅行形態へと変化する傾向が見出された。

### I. はじめに

近年「女子旅」という言葉がにわかに注目を集めている。Google Trends で検索キーワードとしての「女子旅」の注目度を概観すると、2011年頃から急速に注目度が上昇しており、季節的と見られる変動はあるものの、大局的には現在まで上昇傾向にあるといえる。

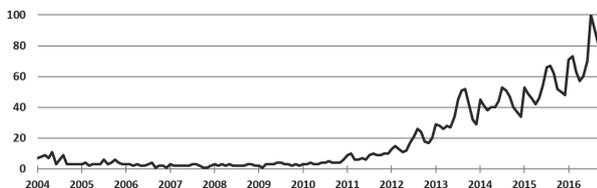


図1 女子旅の検索傾向を表す Google Trends のグラフ

用語や概念として女子旅が出現するのは2011年頃であると考えられるものの、それ以前に女性が旅をしていなかったわけではない。例えば、山本(2010)は近世末期に女性が行っていた旅について分析し、女性のみの旅グループが存在したことも紹介している。今日的な女子旅につながる現象と考えられるのが、岡田(2003)が指摘した、1970年代に登場したファッション雑誌が行った海外ロケが読者である女性の旅行を誘発したとする現象である。20世紀末になるとファッション雑誌の中から従来の常識にとらわれず大人の女性に

\*首都大学東京 自然・文化ツーリズムコース 2015年度卒業  
〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1

TEL: 042-677-2664 コース事務室

\*\*東京大学 空間情報科学研究センター

\*\*\*首都大学東京 自然・文化ツーリズムコース 元教授

対しても個性的でかわいらしい服装を提案する流れが生じ、これが今日的な使われ方での「女子」や「女子力」の概念の形成に影響したと考えられる(米澤, 2014に詳しい)。また、2010年には「女子会」という言葉が、『ユーキャン新語・流行語大賞』トップテン入りを果たしている。本研究で対象とする女子旅は、用語の登場時期を勘案すると、上記の女子や女子会の使われ方の延長に位置し、必ずしも年少女性や女子学生による旅を表すのではなく、広く女性が行う旅を指す概念であると考えられる。しかし、女性が行う旅であればすべて女子旅の概念に含まれるのであろうか。

柘植(2014)が「女子力」という語について、使われ方が多様であり、一方で定義が曖昧であると述べているが、「女子旅」という語についても同様の傾向があると考えられる。女子と旅という語は、いずれも日常的に使われる言葉であり、特別な定義を与えずともその意味を理解しイメージを持つことができる。しかし、女子と呼ぶときの年齢層や旅のスタイルなど、その詳細については個々人の価値観や経験に依存する面が強くその多様化も著しいため、女子旅というものの解釈やイメージには個人差が存在すると考えられる。修学旅行、家族旅行、温泉旅行、ドライブ旅行、研修旅行などの語は、旅行の同行者、行き先、目的のいずれかが明確であるのに対し、女子旅は同行者が女性に限られるであろうこと以外は明確ではなく、概念的にはかなりの広がりを持つ旅のジャンルであると言える。

冒頭に述べたように女子旅は 2011 年頃から注目を集め始めた比較的新しい概念であり、例えば CiNii で「女子旅」をキーワードとした論文検索でも最も古い文献が 2011 年であることから示されるように、女子旅の実態に関する既往研究が十分に蓄積された状況には至っていない。その中で代表的なものとして友原(2014)や友原(2015)がある。前者は女子旅を旅行商品として開発、宣伝する供給側の視点に立ち、パンフレット類などの分析を行っている。後者は需要側である旅行者に対して調査を行い、女子旅のイメージや実態を論じている。しかし、調査対象が出雲にきている旅行者に限られているため、女子旅は行うものの出雲は訪れない層やあまり女子旅をしない層の意見が反映されないという限界がある。

そこで本研究では、女子旅には明確な統一された定義が存在せず、概念的にはやや抽象的で広がりを持つものであると仮定しつつ、既往研究より広範囲にウェブアンケートによる調査を行い、女子旅の実態や目的に一定の傾向があるかを明らかにしたい。女子旅は最近 5 年間で注目度が上昇しており、概念形成として黎明期にあると考えられる。その黎明期における女子旅の概要を把握しておくことは、今後女子旅が一層定着した場合やそのスタイルが変化した場合においても、記録として重要な意味を持つであろう。

## II. 調査設計

### 2.1 分析対象者の絞り込み

旅の実態や目的を把握するにあたって、年代やライフステージによる差異が存在することが想定される。ライフステージとしては、就学、就職、結婚、出産などを境とした変化が考えられる。このうち、就学については自己資金と自由意思で旅行する年代を勘案すると未就学段階を考慮する必要性は低いと考えられる。

就職については、時間的制約は比較的少ないものの金銭的制約の多い学生から、時間的制約があるものの可処分所得は大きくなる社会人へと制約条件が逆転するような変化であり、自己資金と自由意思で旅行する年代になって最初の大きな変化であるとも考えられる。

結婚や出産に関しては、晩婚化の影響もありこれらの変化が生じる年代の個人差が大きくなっている(図 2)ため、ライフステージの変化による旅行実態の違いを論じる際に、年代の違いによる背景知識や価値観の違いも考慮する必要がある。アンケート調査による分析では各類型で十分なサンプル数を得るため、非常に多くの回答が必要となる。また、若生ら(2001)による

と結婚や出産を経ると女性は友人よりも家族との旅行が増えると報告されており、男性である夫が含まれるため女子旅ではない旅行が増えると考えられる。

以上の理由から、本研究では、年代とライフステージの変化がほぼ連動しており、限られたアンケート回答数であっても分析が可能である、就職前後による変化、すなわち学生と会社員の差異に注目しながら、女子旅の実態把握を試みる。

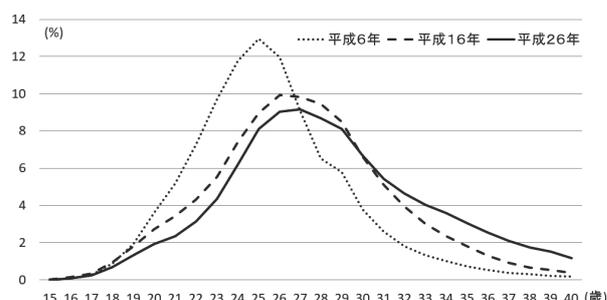


図 2 女性の初婚年齢別婚姻件数の割合

※『平成 28 年版少子化社会対策白書』第 1-1-9 図から女性のみ抜粋

### 2.2 ウェブアンケートの概要

ウェブアンケート調査は Google 社が提供する Google フォームの機能を用いて作成、実施した。回答受付期間は 2015 年 10 月 30 日から同年 12 月 12 日までとし、回答は女性に限定して依頼した<sup>(補注)</sup>。

質問項目は表 1 に挙げたとおりで、個人属性のほか、女子旅の経験、女子旅に対するイメージや想定する年齢層、女子旅の実態、目的や重視項目、さらに行き先などが含まれる。なお、本研究では、女子旅が広

表 1 女子旅に関するウェブアンケートの質問項目

全員回答	個人属性	年代 職業 未婚/既婚	択一 択一 択一
	女子旅の経験	女子旅を聞いたことがあるか 国内女子旅経験の有無 海外女子旅経験の有無	択一 択一 択一
	女子旅のイメージ	女子旅と聞いてイメージする旅 女子旅というときの年齢層 女子というときの年齢層 読んでいる雑誌	自由記述 複数選択 複数選択 選択+記述
国内女子旅経験者	女子旅の実態	最近 1 年間の女子旅回数 直近の女子旅の同行人数 直近の女子旅の同行者との関係 直近の女子旅の期間 上記の宿泊日数のときの予算	択一 択一 択一 択一 択一
	女子旅の行き先や目的	行き先 旅行目的 重要視するもの(1位~3位)	自由記述 複数選択 各々択一
	旅行計画	旅の計画で参考にしている情報源	複数選択
	感想	女子旅の感想 今後の女子旅意欲	自由記述 択一
海外女子旅経験者	行き先	自由記述	
女子旅未経験者	女子旅しない理由	自由記述	

い概念であることを仮定しているため、アンケート中に女子旅の定義は示さず、回答者自身が女子旅であると考えた旅行について回答してもらうこととした。

### Ⅲ. 回答者属性と分析対象の絞り込み

調査期間中に 247 件の回答を得た。このうち女子旅という言葉聞いたことがあると回答し、女子旅のイメージに関する項目への回答も得られたのが 201 件であった。さらに、このうち国内への女子旅経験があり、女子旅の実態や目的に関する項目の回答を得られたのが 158 件であった。有効回答を回答者の年代別および職業別に整理した結果を表 2 に示す。過半を 20 代が占めており、30 代がそれに次いで多い。

表 2 回答者の年代と職業

	学生	会社員	その他	合計
10代	21	0	0	21
20代	79	63	8	150
30代	0	21	11	32
40代	0	8	11	19
50代以上	0	4	21	25
合計	100	96	51	247

本研究では、年代別の回答者数、第 1 章で示したライフステージの変化との関連、および供給側である旅行会社や出版社が女子旅の主たるターゲットとして捉えているのが 30 代あるいは 30 歳前後のアラサー世代の女性であること(齋藤, 2016)から、この年代までの、10 代、20 代、30 代を主たる分析対象とする。また、20 代を学生と会社員に区別した集計も行い、両者の回答傾向の違いについても考察する。

全体では学生と会社員の回答者数はほぼ同数であり、20 代についても学生と会社員双方の回答が得られている。10 代の回答者は全員が学生であり、30 代の回答者に学生はおらず多くが会社員である(表 3)。

表 3 国内女子旅経験者の年代と職業

	学生	会社員	合計
10代	6	-	6
20代	53	53	106
30代	-	15	15
合計	59	68	127

※分析対象とする 10 代～30 代の学生か会社員のみ集計した

### Ⅳ. 女子旅の実態

本章では、女子旅の実態、旅行形態に関する回答について、全体の傾向と、年代別および学生・会社員別の回答の傾向を概観する。

#### 4.1 女子旅をしたことがあるか

これまでに国内へ女子旅をしたことがあるかの質

間に対する回答結果をまとめたものが図 3 である。前章で述べたとおり、分析対象とする 10 代、20 代、30 代の回答のみを示している。ただし、20 代については全体のほか学生のみ、会社員のみ、回答も個別に棒グラフとして示している。

20 代と 30 代では、これまでに女子旅をしたことがあるとの回答が 8 割程度と高水準であった。10 代および分析対象からは除外した 40 代と 50 代ではこの割合が 6 割から 7 割とやや低いことから、最も女子旅経験者が多いのは 20 代と 30 代であることがうかがえる。

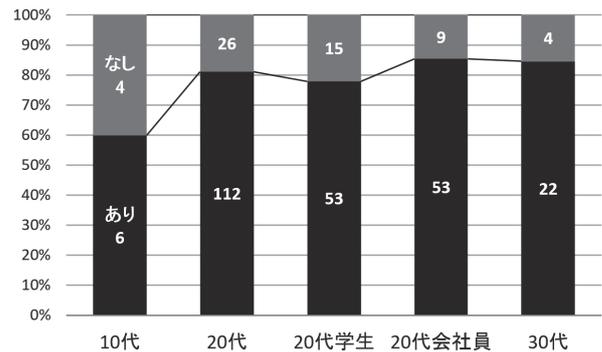


図 3 女子旅をしたことがあるか

#### 4.2 最近 1 年間に女子旅をした回数

最近 1 年間に女子旅をした回数を年代別にまとめたものが図 4 である。30 代では過半が 0 回と回答しており、30 代の多くが最近 1 年間に女子旅をしていないとの結果が得られた。これに対して 20 代の 8 割、10 代の全員が最近 1 年間に少なくとも 1 回は女子旅をしていることが読み取れる。特に 20 代では 3 回と 4 回以上という回答を合わせると 3 割近くを占めており、活発に女子旅をしている状況がうかがえる。20 代の中で学生と会社員を比較すると、0 回こそ会社員がやや多くなる傾向はあるものの、4 回以上との回答も学生より会社員のほうが多い。一般には学生よりも会社員のほうが時間的制約は大きいと考えられるものの、必ずしも会社員が学生と比べて女子旅をしていないという状況ではないことが読み取れる。

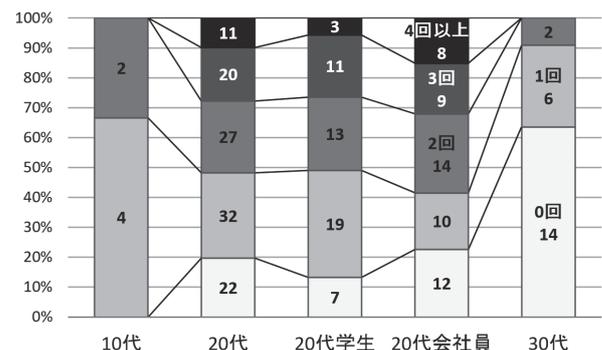


図 4 最近 1 年間に女子旅をした回数

### 4.3 直近の女子旅における旅行日数

旅行日数に関する質問項目では、本来的には標準的な旅行日数を把握することが狙いではあるものの、今回の調査では直近の女子旅に関する状況を回答することとした。その理由として、質問中に標準的あるいは平均的との制約を設けると回答者の負担が増してしまい、回答率や回答の正確性の低下を招く恐れがあることと、複数の質問項目間での回答の関連性を分析する際には、同一旅行における状況を回答してもらうと有利であることが挙げられる。観光庁『旅行・観光消費動向調査』においても本研究のアンケートと同様に「一番最近の旅行」についての回答を依頼しており、調査設計としては妥当であると考えられる。

結果は図5の通りで、大半が宿泊を伴っており、1泊と2泊を合わせると概ね9割程度を占めている。3泊以上の回答は、絶対数そのものが少ないために特定の傾向を見出すことは困難であるものの、20代学生に関しては3泊以上の回答が一定数存在しており、割合も高いことから、学生のほうが長い期間を確保して女子旅をしやすいとの傾向があると示唆される。これは女子旅に限らず旅行全般に共通する事項であろう。

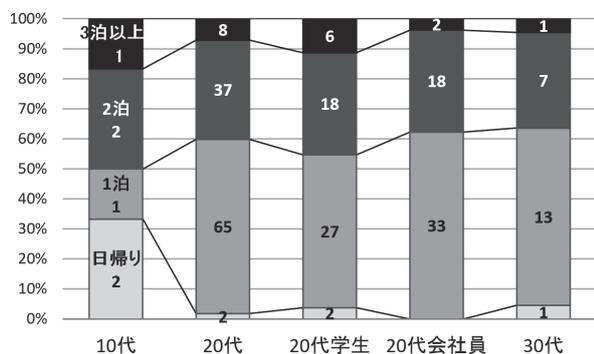


図5 女子旅の旅行日数

### 4.4 直近の女子旅における旅費

旅費の質問項目も本来的には標準的な値を把握したいものの、旅行日数の質問と同様の理由から直近の女子旅における状況を回答するよう依頼した。

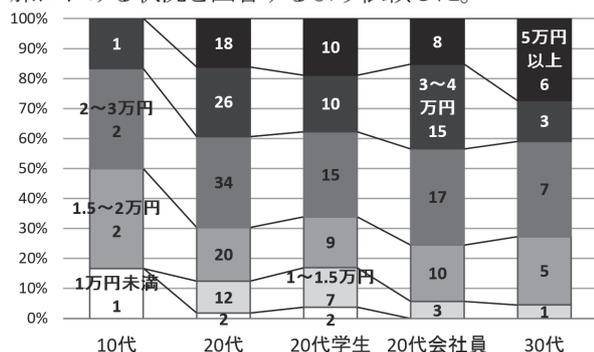


図6 女子旅の旅費 (4~5万円の回答はゼロ)

10代は全般に他の年代よりも少ない旅費を回答する人が多く、あまり旅費支出が多くないことが読み取れる。20代と30代では、選択肢の中では最高の5万円以上と回答した人も2割程度おり、特に30代でその割合が高い。

旅費については、旅行日数の大小による影響が大きいと考えられること、および年代によって旅行日数にやや差異が見られたことから、旅行日数1日あたりの旅費も算出した。ただし、旅行日数、旅費ともに具体的な数値の回答を得ているわけではなく、選択肢からの択一で回答を得ているため、旅行日数で「3泊以上」と回答した人の旅行日数は4日と仮定し、旅費については回答者が選択した階級の中央の値であると仮定した。例えば「1~1.5万円」と回答した人の旅費は12,500円であると仮定した。また、「1万円未満」は5,000円、「5万円以上」は6万円であると仮定して、旅行日数と旅費のクロス集計表をもとに、年代別の1日あたりの平均旅費を算出した。その結果、年代が上がるほど、また20代の中では学生よりも会社員のほうが1日当たりの旅費は大きいことが示された。

表4 年代別・職業別の1日当たり旅費 (円)

10代	20代			30代
	全体	学生	会社員	
9444.4	12057.3	11501.6	12853.8	14128.8

### 4.5 直近の女子旅における同行者

本項目も同様に直近の女子旅について、同行者の人数および回答者と同行者の関係について回答を依頼した。

直近の女子旅における、回答者自身を含めた同行者の人数の傾向を概観すると、2人との回答と3~5人との回答が大半を占めており、両者はほぼ同数を占める状況にある。一方、回答者単独の女子旅を意味する1人との回答はどの年代でも1割に満たず少数派であると言える。また、6人以上との回答もほとんど見られない。

同行者との関係としては、高校あるいは大学の友人と回答する人の割合が高く、職場関係との回答は20代会社員や30代で2割程度にとどまっている。20代学生はすなわち大学生であると想定される人で同行者を高校の友人と答えた人が48人、大学の友人と答えた人が53人となっており、ほぼ同数であった。20代会社員の場合、大学の友人が26人、高校の友人も16人

であり、学生時代の友人と回答した人数が職場関係の9人を大きく上回っている。職場関係よりも学生時代の友人が多いという傾向は30代でも同様である。

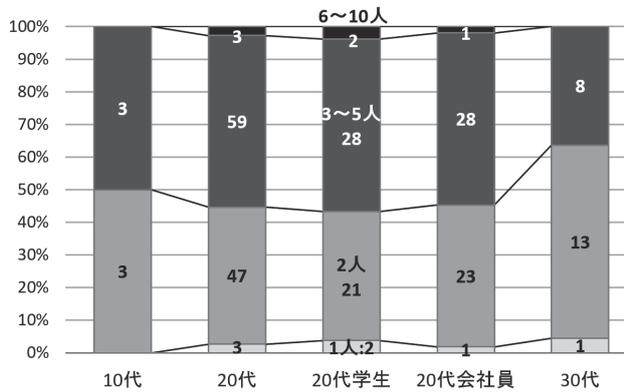


図7 女子旅の同行人数

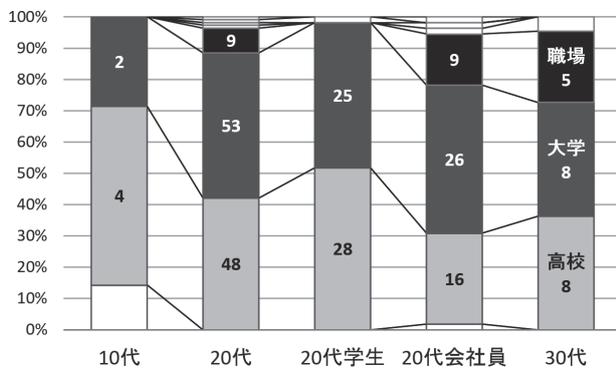


図8 女子旅の同行者との関係 (高校・大学・職場)

表5 女子旅の同行者との関係 (全選択肢への回答)

	一人	高校	大学	職場	趣味	家族	親戚	ネット	ママ友	合計
10代	0	4	2	0	0	0	0	0	0	6
20代	1	48	53	9	1	1	1	1	0	115
20代学生	0	28	25	0	0	0	1	0	0	54
20代会社員	1	16	26	9	1	1	0	1	0	55
30代	0	8	8	5	1	0	0	0	0	22
合計	1	60	63	14	2	1	1	1	0	143

## V. 女子旅の目的や重視項目

### 5.1 女子旅の目的

女子旅の旅行目的は、アンケート中に示した候補の中から複数回答を許容して選択してもらう回答方式とした。表6に示したとおり、年代を問わず多くの人が回答しているのが「思い出づくり」であった。概ねこれに次ぐのが「日頃のストレス解消」である。10代では回答者数が少ないという点に留意しなければならないものの、「同行者との友情を深めたい」が「思い出づくり」と同数であることも特徴である。

表6 女子旅の目的別の回答者の割合

	10代	20代全体	学生	会社員	30代
国内女子旅経験者	6	112	53	53	22
同行者との友情深めたい	67%	31%	28%	34%	41%
思い出づくり	67%	78%	85%	70%	68%
目新しいこと	50%	20%	19%	23%	27%
有名な遺産や建築物	50%	30%	32%	30%	32%
新しい人との出会い	-	2%	-	4%	-
ストレス解消	33%	57%	47%	68%	64%
自然との触れ合い	-	21%	21%	21%	23%
気ままに楽しみたい	17%	38%	28%	45%	18%
自己成長させたい	-	4%	6%	2%	5%

### 5.2 女子旅で重視する項目

女子旅で重視する項目は、アンケート中に候補を示した上で、最も重視する項目、2番目に重視する項目、3番目に重視する項目を各々択一で選択してもらった。本節では回答の全体的な傾向を把握するため、回答者が何番目の重視項目として回答したかは考慮せず、実質的に3つまで選べる複数回答の結果として分析した。年代を問わず高い回答率を示したのは「食事」であった。年代が高いほど、また学生よりも会社員のほうが多く回答する傾向があったものとしては「宿泊施設」が挙げられる。回答数そのものは少ないものの、「エステ・スパ」や「パワースポット」も同様の傾向が見られる。これに対して年代が高くなると回答が減少する傾向が見られるものとして「ゆっくりする」「友人とのおしゃべり」が挙げられる。

表7 女子旅で重視する項目別の回答者の割合

	10代	20代全体	学生	会社員	30代
国内女子旅経験者	6	112	53	53	22
エステ・スパ	-	5%	-	9%	18%
パワースポット	-	6%	4%	9%	18%
ゆっくりすること	67%	42%	49%	32%	14%
温泉	-	28%	21%	34%	18%
スイーツ	17%	4%	6%	2%	9%
スポーツ	-	-	-	-	5%
季節・イベント	33%	22%	28%	19%	18%
交通手段	-	11%	8%	13%	14%
宿泊施設	33%	42%	38%	49%	68%
食事	67%	76%	79%	72%	77%
友人とのおしゃべり	50%	42%	42%	40%	36%

### 5.3 女子旅の計画を立てるとき特に参考にする情報源

女子旅の計画を立てるとき、特に参考とする情報源をアンケートに示した選択肢の中から選択してもらったところ、どの年代でも一定の回答が見られたのは「雑誌」であった。一方、近年情報発信のツールとして注目を浴びている「SNS」を回答した人は年代を問わず2割程度であった。

表 8 女子旅計画時の情報源別の回答者の割合

	10代	20代		30代
		全体	学生	会社員
国内女子旅経験者	6	112	53	53
テレビ	-	17%	15%	19%
雑誌	50%	82%	83%	79%
観光地のウェブ	100%	42%	43%	42%
旅行会社のウェブ	33%	29%	36%	25%
旅行会社の窓口	17%	11%	11%	11%
SNS	17%	21%	17%	23%
口コミ	33%	26%	28%	25%
感想	-	-	-	-

## VI. 女子旅の特徴に関する考察

本章では第4章と第5章で概観したウェブアンケート回答結果をもとに、既往研究の中から、空間的特性が主眼ではあるものの女性の結婚や出産に基づくライフステージ別の旅行実態を調査した若生ら(2001)や対象に社会人を含まないもののテキストマイニングにより大学生の新知の観光需要を整理した田中・井出(2011)の報告および近年の統計調査の結果を比較しながら、女子旅の特徴の抽出を試みる。

### 6.1 旅行の回数と日数

観光庁『旅行・観光消費動向調査』2015年1~12月期(確報)(以下、消費動向調査)によると、1年間の宿泊旅行が0回と回答した人は、最少の20代でも32%で、10代の40%、30代の42%は0回と回答している。4.3節で述べたとおり女子旅の大半は宿泊を伴っており、消費動向調査の対象となっていると考えられる。30代に関してはウェブアンケートでも1年間の女子旅0回との回答が過半であり、消費動向調査と類似した傾向であると考えられる。10代と20代については消費動向調査とウェブアンケートで結果が大きく異なった。この差異が生じる要因は、ウェブアンケートの協力を依頼する際に、女子旅に関する内容であることを明示しているため、女子旅に興味を持ち実際に女子旅をしている人が比較的多く回答した結果ではないかと考えられる。なお、消費動向調査で1年間の宿泊旅行が3回または4回以上と回答した人の割合は、20代が他の年代よりも大きくなっており、20代が頻繁に旅行しているという結果はウェブアンケートと共通であった。

若生ら(2001)が報告したライフステージ別の年間平均観光行動回数では未婚者が最大で、末子が未就学児の場合が最小となっているものの、その差は年間1回程度である。一方同行者として友人・知人を挙げるのが未婚者は70%で、既婚者は最大でも30%に留まっており家族という回答が増える。同行者の家族には男性

である夫が含まれる可能性が高いため、女子旅の多くは未婚女性によって行われており、4.2節の結果から就職というライフステージの変化が直ちには女子旅の回数には影響しないことが示唆された。

旅行日数について考察すると、3連休の期間をも超えてしまう3泊以上という回答は学生に多く見られた。本稿冒頭の図1で示した、検索キーワードとしての「女子旅」の注目度は、大局的には増加傾向ながら、周期的な変動を見せている。図9は2011年以降の注目度のグラフを拡大したもので、縦方向の目盛線は各年1月と7月に該当する。図9から、注目度が極大を迎えるのが概ね1~2月と7~8月であり、学生の夏休みと春休みの直前の時期に対応していると読み取れる。「女子旅」という語で検索が多く行われている時期と、10代や20代学生については旅行会社のウェブを比較的情報源として重視しているという結果を考慮すると、学生は講義のない休み期間を利用して女子旅をしており、これが旅行日数の長さにつながっているのではないかと。一方、会社員については連続した休暇取得が学生に比べて難しいことから大半が3連休を利用できる2泊以内に収まっている。限られた時間の中で積極的に女子旅をしているとも解釈できるのではないかと。

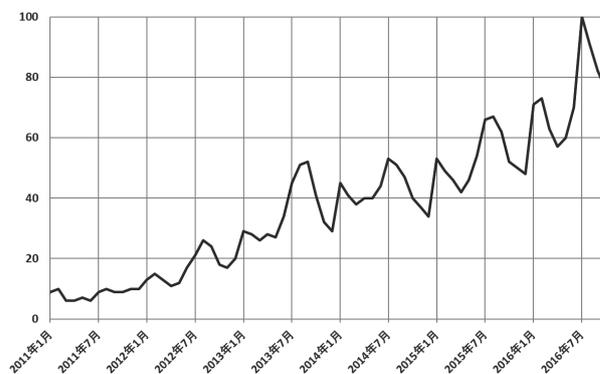


図9 女子旅の Google Trends における季節変動

### 6.2 女子旅1回あたりの旅費と旅行支出額

旅費に関する選択肢の中では最高額の分類である5万円以上を選択する人の割合は30代で最も高くなっており、支出額の多い年代が供給側の主たるターゲット層になっていることがうかがえる。しかし、旅行回数の項で述べたとおり、30代では過半が過去1年間に女子旅をしていないとの結果を得ている。これに対して20代は大半が過去1年間に1回以上女子旅をしており、3回や4回以上など頻繁に女子旅をしている人の割合も高い。消費動向調査では過去1年間に宿泊旅行をしていない人の割合について、ウェブアンケート

ほど20代と30代との間に差異は見られなかったものの、20代が頻りに旅行している傾向があることは前節で考察したとおりであり、これらを総合すると20代の年間の旅行消費額は30代に匹敵するか、もしくは上回る規模であると考えられる。

消費動向調査では、年代別かつ男女別の旅費消費額の集計は示されていないため、10代、20代、30代それぞれ男女合計の旅行消費額を実旅行者数で除した1人あたりの旅行消費額を算出すると表8のようになり、20代が最も大きいことが読み取れる。この数値は、観光・リクリエーション目的の国内宿泊旅行に限定して算出したため、本研究のウェブアンケートと状況は近いと考えられる。

旅行回数だけでなく旅行消費額の観点からも、供給側が主たるターゲット層と考える30代やアラサーではなく、20代が女子旅の主要層ではないかと考えられる。

表8 年代別の旅行消費額と実旅行者数

	10代	20代	30代
旅行消費額(百万円)	751,236	1,211,871	1,295,161
実旅行者数(千人)	6,831	7,668	9,034
1人あたり(円)	109,975	158,043	143,365

出典：観光庁『旅行・観光消費動向調査』2015年1～12月期(確報)

### 6.3 女子旅の同行者と重視項目

5.2節で述べたとおり、女子旅で重視する項目には、食事のように年代を超えて共通するものと、一部の年代で特に重視されているものが見られた。食事がどの年代においても、また表10に示したように同行者がどのような属性であっても重視されること、職場関係の同行者を除いて友人とのおしゃべりも重視されていることから、女子旅には女子会の延長としての側面があると考えられる。

さらに、女子旅の同行者は学校の友人と回答する人が圧倒的に多く、その傾向は大学生が高校時代の友人と回答する場合や現役学生ではない20代会社員や30代が回答する場合でも同様であったことから、女子旅には同窓会としての要素が強く内在していると考えられる。

10代や20代学生など低い年代で比較的重視されているものとしては、「ゆっくりする」や「友人とのおしゃべり」など、旅行先に依存しない時間の過ごし方が挙げられている。田中・井出(2011)の報告で、一部の属性における女性の観光ニーズとして「リフレッシュ」

や「友人と一緒に」という項目が挙げられることと一致する。また田中・井出(2011)では「友人と一緒に」との回答が、旅行に対しては消極派で回数が少ない属性のニーズとして示されている。本研究のアンケートでの同行者の回答結果と組み合わせると「どこで何をするか」よりも「誰とどう過ごすか」に重点が置かれており、女子旅とは同窓会の場として旅行という形が選択されているという一面があると考えられる。

これに対して20代会社員や30代になると女子旅で重視する項目で「宿泊施設」という回答も多くなり、割合としては必ずしも多くはないものの「エステ・スパ」「パワースポット」という回答が現れる。田中・井出(2011)の研究は大学生が対象であったものの、その中で指摘された「リフレッシュ」に通じる要素である。また、同行者との時間の過ごし方の重要度に対する「どこで何をするか」の相対的な重要度が上昇していると考えられる。これを換言すれば女子旅において消費するコンテンツの比重が上昇しているとも考えられる。コンテンツの消費は、交通費や宿泊費など旅行においてはほぼ必然的に発生する費用以外への支出額が増える可能性を意味しているため、このような女子旅の重視項目の違いが、供給側が主たるターゲット層として30代を想定している要因であろう。

表9 同行者別に見る旅行目的の回答率(%)

	同行者	思い出	ストレス	建築物	自然	気ままに
高校	44	81	64	30	16	33
大学	29	71	49	29	21	38
職場	21	68	68	42	32	11
趣味	57	57	71	43	29	29

注：旅行目的は左から順に「同行者との友情を深める」「思い出づくり」「ストレス解消」「有名な遺産や建築物」「自然とのふれあい」「気ままに過ごす」である。

表10 同行者別に見る重視項目の回答率(%)

	エステ	スパ	ゆっくり	温泉	季節	宿泊	食事	友人
高校	3	6	51	21	21	44	68	49
大学	8	3	32	29	27	44	79	46
職場	16	16	21	21	26	63	84	21
趣味	0	14	29	29	14	86	71	43

注：重視項目は左から順に「エステ・スパ」「パワースポット」「ゆっくりする」「温泉」「季節・イベント」「宿泊施設」「食事」「友人とのおしゃべり」である。

## 6.4 女子旅計画時の情報媒体

この質問項目においては、通常の旅行計画と比較して、女子旅の計画を立てる際に特に参考とする媒体について回答を依頼した。年代を問わず雑誌との回答が多く、女子旅における情報源としての雑誌の重要性が指摘される。一方で近年情報媒体として注目されるSNSを挙げる人は、いずれの年代でも2割程度にとどまっており、必ずしも重要性が高くないとの結果が得られた。これは多様な情報の収集や発信がすでにSNSを介して行われており、その中の話題の一つとして女子旅の情報も流通しているため、女子旅に関する情報収集において特別にSNSの活用を意識することはないという状況が現れているものと考えられる。それに対して雑誌は、名称や特集の設定によって読者に内容を訴えること、およびそれらを見て読者自身が手に取って得る情報であることから、女子旅に興味を持った人が効率良く情報を収集できる媒体になっていると考えられる。

## VII. おわりに

本稿では、女子旅に関するウェブアンケートの回答結果を分析し、女子旅の概要把握を試みた。また、就職というライフステージの変化に着目して、回答者の年代と学生・会社員別に着目し、それらの属性によって女子旅の実態や目的に差異が見られるかを考察した。

20代は女子旅で同行者との時間を重視し、旅行としてではなく女子会の場として女子旅を行っている一面があると示唆された。一人旅は少なく、概ね2人～5人のグループで女子旅をしているという人数規模もこの仮説を支持するのではないかと考えられる。また、同行者に学生時代の友人が多いことから女子旅は同窓会としての要素も強いと考えられる。これらの傾向は20代であれば学生と会社員との間に大きな差異は見られないことも特徴であった。時間制約から20代会社員は3泊以上にわたる女子旅を行うことは難しいものの、就職というライフステージの変化が必ずしも女子旅の回数や形態には大きく影響しないと示唆された。

30代は20代と比較して女子旅の回数がやや減少し、エステ・スパやパワースポットなど旅行中に何らかのコンテンツを消費する傾向が見られた。後者は供給側である旅行会社が商品としての女子旅の主たる客層として30代を捉える要因ではないかと考えられた。しかし、女子旅の回数は30代よりも20代のほうが多く、1日当たりの旅費は20代のほうがやや少ないものの、年間の総額としては20代が30代を上回る可能性が示

唆された。20代の中では学生も会社員も旅行回数や旅費支出額に大きな差異はなく、女子旅という旅行形態の浸透あるいは概念醸成において、20代の価値観や行動パターンが大きく影響すると考えられる。

一方で、米澤(2014)も述べているように、アラサー程度の年齢層を「女子」と呼んだファッション誌に端を発する今日的な「女子」が指す年齢層は30代、40代、50代と拡大を続けている。その間には、本研究では対象外とした結婚や出産、さらには子供の就学や就職、独立といった変化も生じ、あるいは母娘という形態の女子旅も存在しうるようになる。女子の概念が拡大するに連れて女子旅も多様化し概念が拡大するのか、あるいは概念醸成が進み何らかの方向性が導かれるのか、年齢層などによる差異は生じるのか、今後も分析対象者を拡大しつつ時系列的な観察が必要であろう。

### 補注

ウェブアンケートは、著者らの知人、卒業生を含む所属学生を中心に依頼した。このため、回答者の大半は本稿で分析対象とした10～30代であり、多くが東京を中心とした関東地方に在住あるいは在学していると推察される。回答者には首都大学東京都市環境学部自然・文化ツーリズムコースおよび同大学院都市環境科学研究科観光科学域の関係者が多いと考えられること、女子旅のアンケートであると明示して協力を依頼していることから、旅行に対して積極的な層の回答者がやや多いと考えられるものの、本稿においては基本的に女子旅経験者に限定した分析を展開しているため、旅行回数など一部の項目を除いてその影響は小さいと考えられる。また、回答者の多くが各地への高速交通網の起点や結節点となっている東京周辺の居住者であり、旅行先の多様性や広範性に影響する可能性はあるものの、本稿では旅行先を分析していない。

### 謝辞

本稿は、2015年度首都大学東京都市環境学部自然・文化ツーリズムコース卒業論文「個人属性別にみる女子旅の特徴や認識の実態把握」(著者：齋藤朱莉、指導教員：東秀紀)を再構成したものである。ウェブアンケート回答者の皆様、観光情報学会の口頭発表でご意見をいただいた皆様、有意義なコメントをくださった匿名の査読者にお礼申し上げます。

### 参考文献

岡田章子 2003. 女性雑誌における東アジア観光都市のイメージ、マス・コミュニケーション研究, 62, 82-97.

- 観光庁 2016. 旅行・観光消費動向調査 2015 年 1～12 月期(確報).
- 齋藤朱莉 2016. 個人属性別にみる女子旅の特徴や認識の実態把握. 首都大学東京都市環境学部自然・文化ツーリズムコース 2015 年度卒業論文.
- 田中良典・井出明 2011. テキストマイニングによる若者の観光需要の推定～大学生のライフスタイルに着目して～, 情報処理学会研究報告, CH-90(10), 1-8.
- 柘植結月 2014. 大学生が考える「女子力」とは? 男女間の認識の相違. 2013 年度名古屋大学学生論文コンテスト.
- 友原嘉彦 2014. 女子旅と出雲. 四日市大学総合政策学部論集, 14(1・2), 95-108.
- 友原嘉彦 2015. 高学歴『アラサー』女性の観光. 四日市大学総合政策学部論集, 15(1), 51-65.
- 内閣府 2016. 『平成 28 年版 少子化社会対策白書』, 婚姻・出産等の状況, 11-12. (第 1-1-9 図)
- 米澤泉 2014. 「女子」の誕生, 勁草書房.
- 山本志乃 2010. 旅日記にみる近世末期の女性の旅 「旅の大衆化」への位置づけをめぐる一考察, 国立歴史民俗博物館研究報告, 155, 1-19.
- 若生広子・高橋伸夫・松井圭介 2001. ライフステージからみた女性の観光行動における空間的特性 -仙台市北部住宅地の居住女性を事例として-, 新地理, 49(3), 12-33.