

博報堂 D Y グループの株式会社 LGBT 総合研究所、調査レポート第 3 弾を発表。

第 3 回は消費に関する意識調査-旅行編-

-LGBT 層の国内・海外旅行支出金額は、非 LGBT 層に比べ 2 倍以上-

博報堂 D Y グループの、LGBT を含む性的マイノリティ（以下、LGBT）に関する専門マーケティングエージェンシーである株式会社 LGBT 総合研究所（東京都港区、代表取締役社長：森永貴彦）は、2016 年度 5 月に実施した、全国 20～59 歳の LGBT 該当者 828 人および非 LGBT 該当者 208 人を対象にした『LGBT 意識行動調査』の結果分析を順次公開しております。第 3 弾は、LGBT 層と非 LGBT 層で消費支出に大きな差異があった、旅行に関する意識行動実態の結果を発表致します。なお、本公表に合わせて調査結果の説明会も実施致しますので、ぜひご参加くださいませ。（詳細は最終ページに記載）

調査結果サマリー ※調査概要は 5 ページに記載

【支出金額】-----

旅行に関する支出金額は、国内・海外ともに LGBT 層において 2 倍以上高い傾向。

- LGBT 層
 - ・国内旅行の支出金額（年間）：207,720 円
 - ・海外旅行の支出金額（年間）：251,112 円
- 非 LGBT 層
 - ・国内旅行の支出金額（年間）：96,288 円
 - ・海外旅行の支出金額（年間）：92,724 円

【旅行頻度】-----

旅行頻度においても、LGBT 層が高い傾向。とくに海外旅行では、3 倍近い差異が見られる。

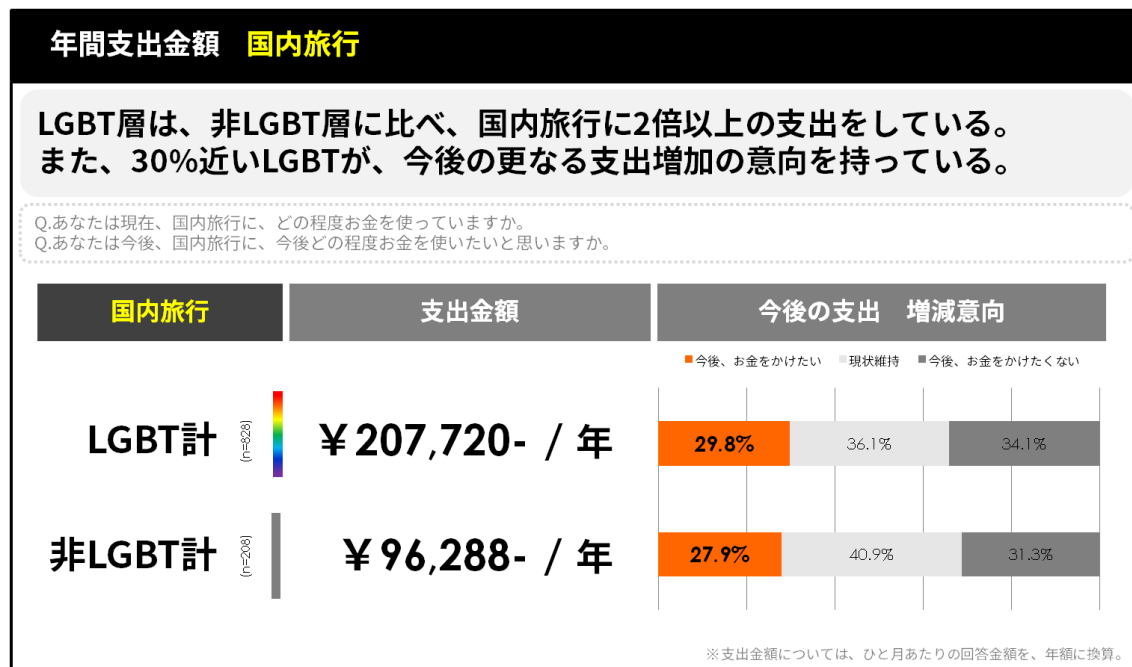
- LGBT 層
 - ・国内旅行（日帰り）の頻度：半年に 1 回以上が 54.1%
 - ・国内旅行（宿泊）の頻度：半年に 1 回以上が 40.9%
 - ・海外旅行の頻度：1 年に 1 回以上が 18.8%
- 非 LGBT 層
 - ・国内旅行（日帰り）の頻度：半年に 1 回以上が 45.2%
 - ・国内旅行（宿泊）の頻度：半年に 1 回以上が 28.8%
 - ・海外旅行の頻度：1 年に 1 回以上が 6.7%

【意識・行動】-----

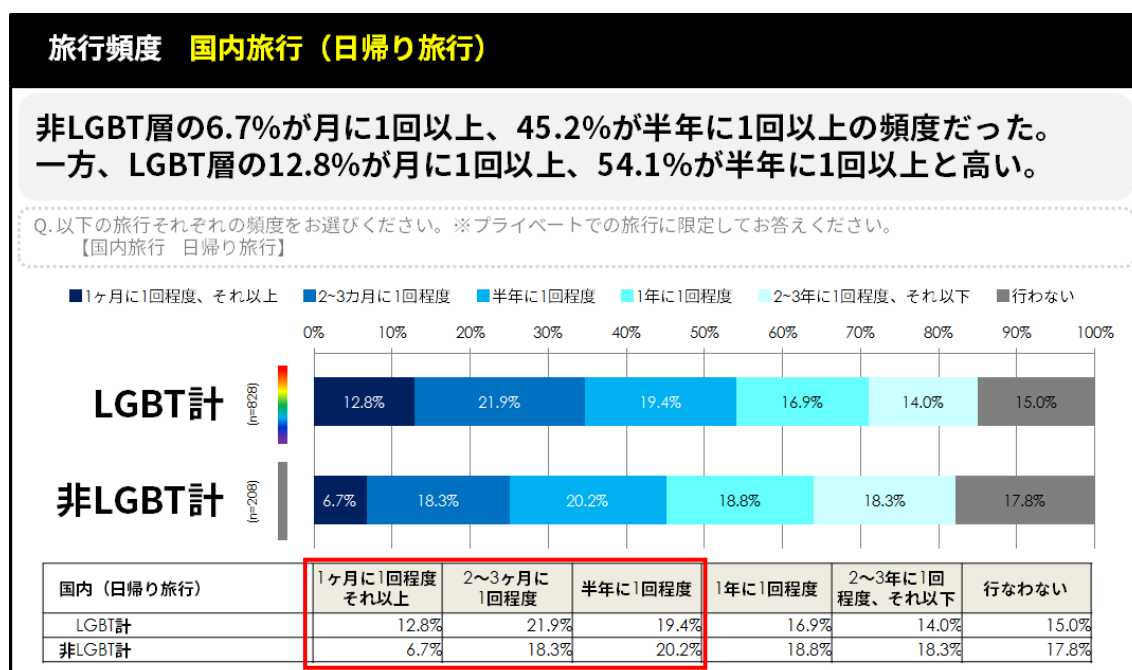
- ・旅行に関する意識行動では、LGBT 層は旅行のための貯金や、事前計画にも熱心。
- ・何度も同じ旅行先に行くことも多く、現地での消費や交流にも積極的な傾向。
- ・旅行の目的においては、非 LGBT 層に比べ LGBT 層は、日常を忘れたり、異文化の体験や刺激を味わうこと、芸術鑑賞などを重視する傾向が高い。

【参考資料】

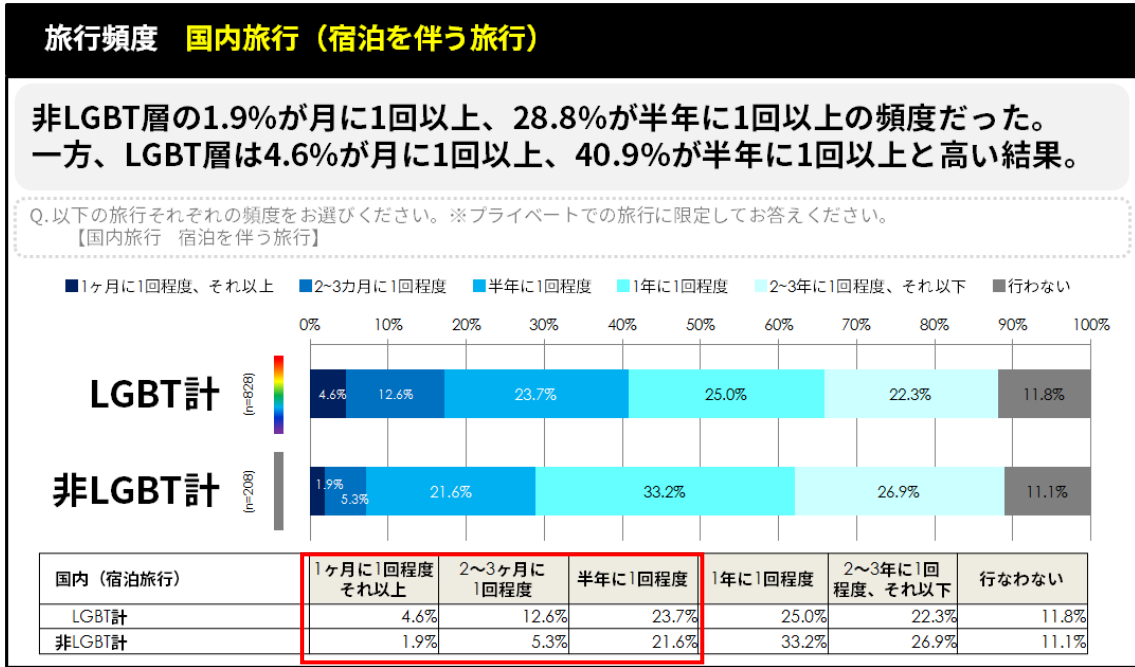
国内旅行の1年あたりの支出金額では、非LGBT層が96,288円に対し、LGBT層では207,720円と2倍以上高い支出傾向が見られた。今後の支出についても、LGBT層の29.8%がより多くのお金をかけたいと回答。国内旅行の支出を重要視している傾向が伺える。



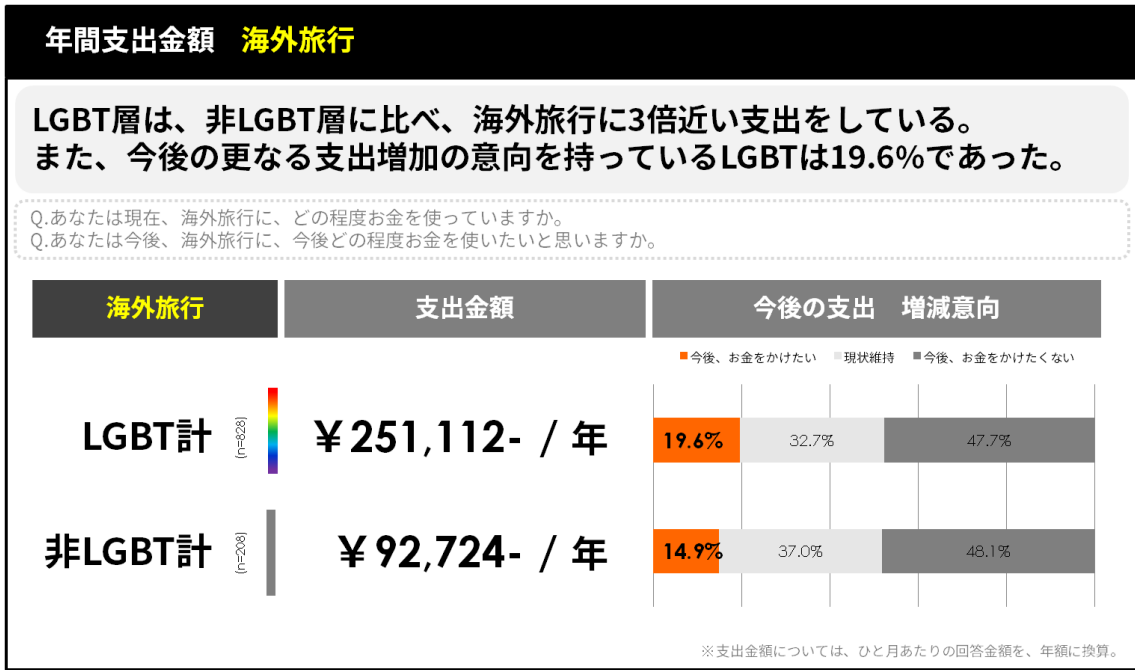
高い消費支出を見せた国内旅行だが、実際に、旅行頻度を見ると、LGBT層は高頻度で旅行をしている実態が浮き彫りになった。日帰りの国内旅行では、1ヶ月に1回程度以上の旅行が、非LGBT層が6.7%に対し、LGBT層では12.8%と高い。半年に1回程度以上でも、LGBT層が高かった。



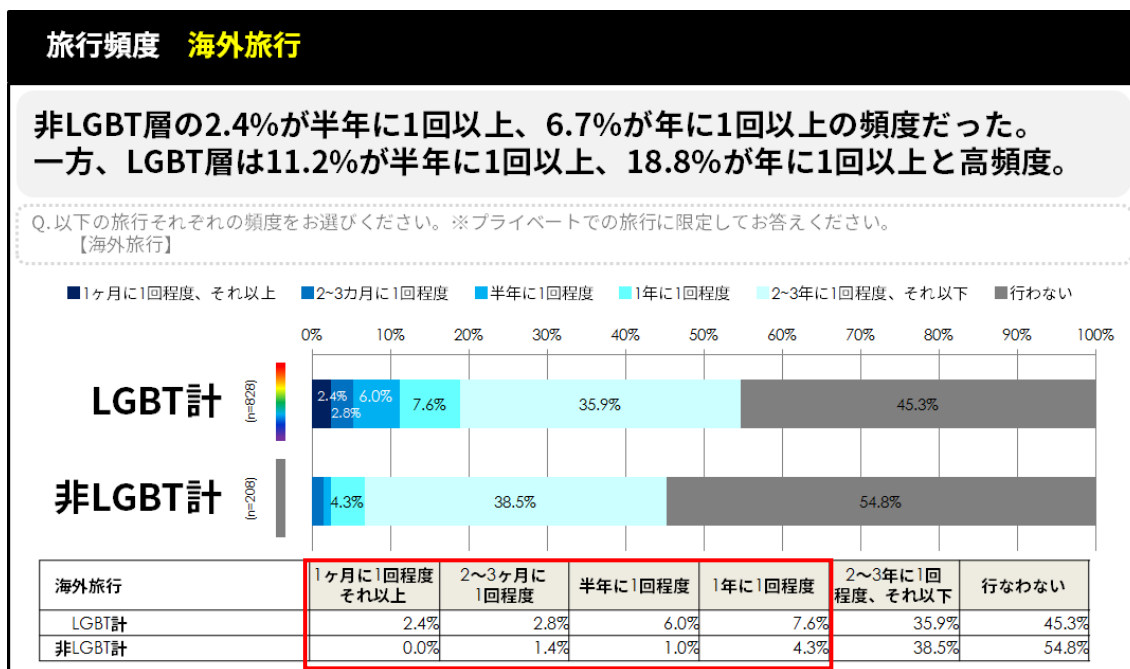
また、宿泊を伴う旅行においても、LGBT 層の旅行頻度は高く、1 ヶ月に 1 回程度以上の旅行者は、非 LGBT 層が 1.9%に対し、LGBT 層では 4.6%。半年に 1 回程度以上では、非 LGBT 層が 28.8% に対し、LGBT 層は 40.9%と高い傾向を見せた。



海外旅行においても、非 LGBT 層に比べ、LGBT 層の消費支出金額が高い結果であった。1 年あたりの消費支出金額では、非 LGBT 層が 92,724 円だったのに対し、LGBT 層は 251,112 円とかなり高い。今後の支出についても、LGBT 層の 19.6%が、より多くのお金をかけたいと回答しており、非 LGBT 層の 14.9%に比べて高い意向を見せている。



海外旅行においても、LGBT 層の旅行頻度の高さが伺える。1 年に 1 回程度以上の旅行者の割合は、非 LGBT 層が 6.7%であったのに対し、LGBT 層は 18.8%と 3 倍近くに上る。



旅行に関する意識・行動について、LGBT 層と非 LGBT 層での差異が大きかった点を見ると、「旅行先で無駄なく過ごすため、事前に計画する」「航空券とホテルを一緒に予約出来るプランがいい」「同じ旅行先に行くことが多い」「旅行のための貯金をしている」「旅行先で現地の人と仲良くなる人が多い」などが挙がる。

旅行に関する意識・行動

LGBT層は、旅行のための貯金や、事前計画にも熱心である。
また、同じ旅行先に行くことも多く、現地での消費や交流に積極的な傾向。

Q. 以下の旅行に関する考え方や行動について、あてはまるものをお選びください。

	LGBT計 (n=828)		非LGBT計 (n=208)
旅行プランは、WEBで色々と調べる方だ	55.9%	>	52.4%
旅行先でのショッピングはよくする方だ	46.1%	>	41.8%
旅行先で無駄なく過ごすため、事前に計画をする	46.0%	>	38.9%
航空券とホテルを一緒に予約できるプランがいい	41.4%	>	33.2%
旅費や宿泊費が、当初決めていた予算を越えることが多い	35.1%	>	30.3%
同じ旅行先に行くことが多い	32.7%	>	24.0%
旅行のための貯金をしている	30.0%	>	20.2%
旅行先で現地の人と仲良くなる人が多い	23.2%	>	12.0%

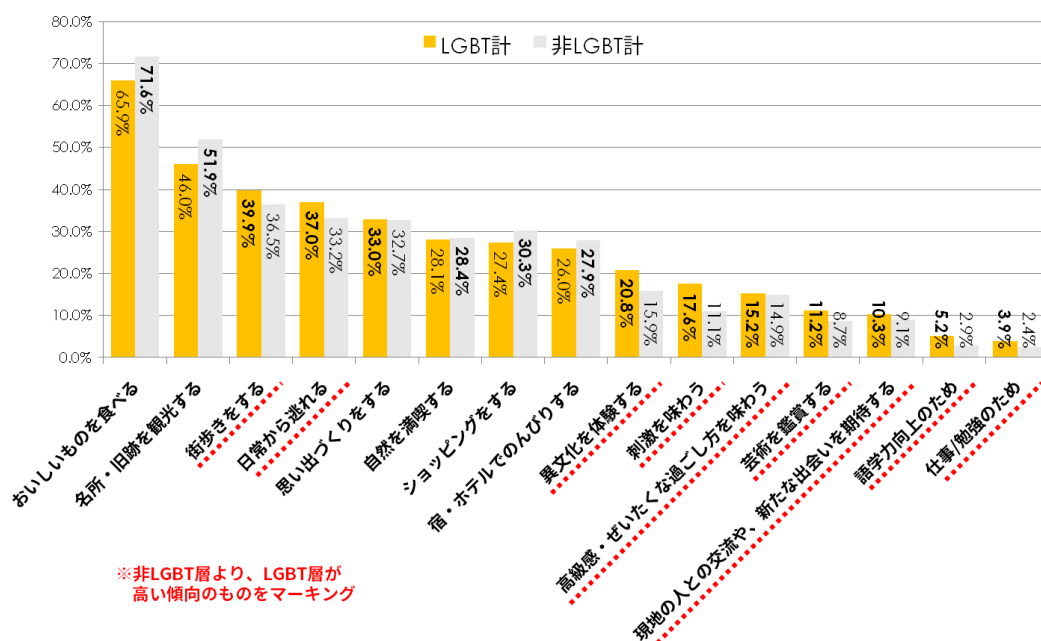
旅行に行く目的で重視する点を比較すると、非 LGBT 層に比べ、LGBT 層が高かったものは、「街歩きをする」「日常から逃れる」「異文化を体験する」「刺激を味わう」「高級感・ぜいたくな過ごし方を味わう」「芸術を鑑賞する」「現地の人との交流や、新たな出会いを期待する」などが挙げた。

日常を離れ、現地の文化や芸術、人との交流に積極的でアクティブな姿勢が伺えた。

旅行の目的・重視点

旅行に求めることでは、非LGBT層に比べ、LGBT層は日常を忘れたり、異文化の体験、刺激を味わう、芸術鑑賞などを目的として重視する傾向。

Q. 旅行について、あなたが旅行に行く目的で重視するものは何ですか。次のうち、あてはまるものを全てお選びください。



<「LGBT 意識行動調査」概要>

- ・調査対象：20～59 歳の個人 1,036 人
- ・割付設計：LGBT 層該当者 828 人／非 LGBT 該当者 208 人
- ・調査対象エリア：全国
- ・調査時期：2016 年 5 月 19 日～21 日
- ・調査手法：インターネット調査

上記調査の詳細を御用命の方は、弊社ウェブサイトからご連絡下さい。

調査説明会では、消費に関する意識・行動に関する調査結果レポートを無償でご提供させていただきますと共に、より詳細にご説明させていただきます。

※ご参考

[第一回：職場環境に関する意識調査](#)

[第二回：消費に関する意識調査-ファッション・理美容編-](#)

■LGBT 総合研究所「LGBT 意識行動調査」調査説明会概要

※企業関係者・報道関係者対象となります

※お申し込みが多数の場合は、先着順とさせていただきますのでご了承ください。

日時：2017 年 5 月 23 日(火) 18:00～19:30

会場：赤坂パークビル 6 階 説明会会場

内容：①LGBT 意識行動調査、消費意識・行動に関する調査結果の共有

②海外先行企業の取り組み事例分析

③特別講演『海外の LGBT ツーリズムの現状と日本の未来』

講師：小泉伸太郎（SK トラベルコンサルティング株式会社代表取締役社長）

④LGBT マーケティングメソッド のご紹介

費用：無料（先着 50 名様まで）

※当日の詳細なご案内につきましては、ご参加いただける皆様に、別途ご案内いたします。

※お問い合わせ、参加ご希望の方は、下記ご連絡先までご連絡下さい。

・mail：contact@lgbtri.co.jp

■株式会社 LGBT 総合研究所 会社概要

・社名：株式会社 LGBT 総合研究所

・本社所在地：〒107-0052 東京都港区赤坂 6-1-20 国際新赤坂ビル西館

・資本金：4300 万円（準備金を含む）

・代表取締役社長：森永 貴彦（もりなが たかひこ）

<プロフィール>

2011 年、株式会社大広入社。戦略プランナーとして、化粧品、トイレタリー、製薬企業など数多くの企業のマーケティング戦略立案、事業開発、リサーチなどを担当。博報堂 D Y グループの AD+VENTURE プログラムを勝ち抜き、2016 年に同社を設立。LGBT 当事者として、セクシャルマイノリティに向き合う企業をマーケティング視点でサポートし、ダイバーシティ社会の形成を実現していくことを目指す。

・設立日：2016 年 5 月 9 日

・ホームページはこちら <http://www.lgbtri.co.jp>

・mail：contact@lgbtri.co.jp

※株式会社 LGBT 総合研究所は、博報堂 D Y グループ横断社内公募型ビジネスアイデア募集・育成プログラム「AD+VENTURE（アド+ベンチャー）」から生まれた社内ベンチャーです。博報堂 D Y ホールディングス傘下の出資目的子会社である AD plus VENTURE 株式会社が設立いたしました。

【参考】「AD+VENTURE（アド+ベンチャー）」について

2010 年に、博報堂 D Y ホールディングスが事業会社である博報堂、大広、読売広告社、博報堂 D Y メディアパートナーズとともに開始し、現在は博報堂 D Y グループ傘下の 54 社を横断する社内公募型ビジネスアイデア募集・育成プログラム。