

国内旅行調査：情報収集は生成 AI が従来メディア・SNS 超え、 宿泊予約は「OTA 独占」が崩れる

物価高や価値観の変化で旅行離れが進む一方、推し活は1割を超え一人旅が友人旅を上回る結果に
宿泊予約サービスはTOP3に波乱。公式サイト利用が前回比3倍に急伸

店舗集客や販促を目的とした企業のOMOアプリ開発やマーケティング支援、ソリューション導入において300以上の実績を持つ株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）は、15歳から69歳の男女2,139名を対象に「国内旅行に関するアンケート」を実施し、調査結果をまとめましたのでお知らせします。

2024年に実施した前回調査以降、生成AIなどのテクノロジー浸透により情報収集や手配の手段も幅広くなる中、国内旅行における実態や意識・情報収集行動の変化を把握するべく、調査を実施しました。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/content/report_japan-domestic-travel-2026/

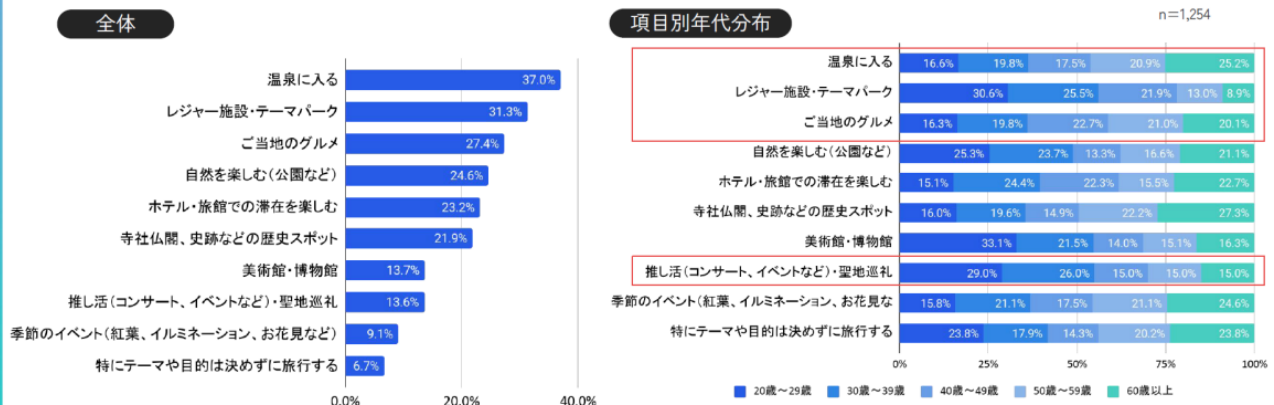
■ 調査結果ダイジェスト

- ・物価高や価値観の変化で旅行離れの一方、「推し活」や「一人旅」が新たな定番に
- ・情報収集では生成AIがテレビやInstagramを上回るも、最終確認は「公式情報」を重視
- ・宿泊予約サービスはTOP3に波乱。OTA独占を崩し、公式サイト利用が前回比3倍に急伸

■ 物価高や価値観の変化で旅行離れの一方、「推し活」や「一人旅」が新たな定番に

旅行のテーマ・目的

Q.あなたはどんなテーマや目的で国内旅行に行くことが多いですか？（3つまで）



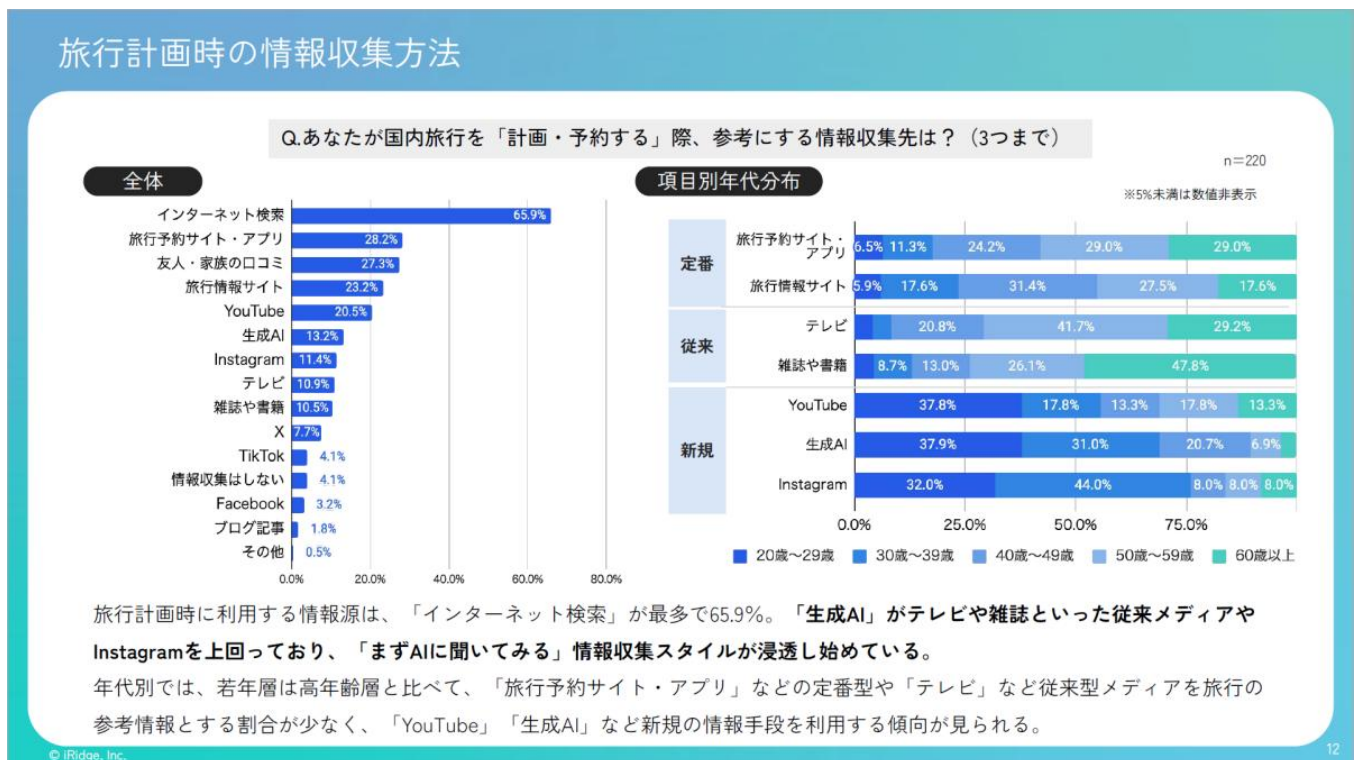
旅行の目的は「温泉」「レジャー施設・テーマパーク」「ご当地グルメ」が上位。「推し活」や「聖地巡礼」といったコンテンツ文脈での旅行が13.6%（1割以上）あり、新しい旅行のスタイルとして注目される。

年代別では若年層ほど「レジャー施設・テーマパーク」多く、また「推し活」の割合も20～30代で半数以上を占める。年代があるにつれ「温泉」や「ご当地のグルメ」など従来型の楽しみ方をしている。

直近 1 年以内に国内旅行をした割合は 58.6%で、2024 年調査の 68.8%から大きく減少しました。旅行に行かない理由は「旅行に興味がない」よりも「旅行費用が高い」が上回り、特に 40 代のファミリー層を中心に物価高による経済的制約が旅行控えを招いています。

一方で、旅行の同行者は「夫婦・パートナー」「家族」に次いで「1人」が 25%となり、「友人」を上回りました。また、若年層を中心に「推し活」や「聖地巡礼」目的の旅行が 1 割以上見られ、誰かと予定を合わせるより自身のペースやタイプ（時間効率性）を優先する多様なスタイルが定着しています。

■ 情報収集では生成 AI がテレビや Instagram を上回るも、最終確認は「公式情報」を重視



旅行計画時に利用する情報源として、若年層を中心に「生成 AI」がテレビや雑誌などの従来メディアや Instagram などの SNS を上回り、まず AI に聞いてみる情報収集スタイルの浸透がうかがえます。

しかし、情報の信頼度においては「公式サイトや公式 SNS の情報」が 57%で最も高く、「生成 AI の回答」への信頼度は最下位の 10.9%に留まりました。情報過多の中で、比較検討には生成 AI や SNS を利用しつつも、最終的な確認や意思決定は「確かな公式情報」を信頼するという使い分けが推察されます。

情報収集方法の利用目的

Q.どのような目的で情報収集先を使いますか？

n=211

- =各メディアで1位の利用目的
- =2位の利用目的

	探索	比較検討		計画	予約・手配		
	行き先や旅行先の候補を見つける	良さそうな旅行先を比較する	実際の口コミや評判を確認する	現地の雰囲気を確認する	日程など旅行計画を立てる	宿泊施設を探す・比較する	宿泊施設や交通手段を予約する
インターネット検索	●	●	●				
雑誌や書籍	●	●					
テレビ	●				●		
YouTube			●		●		
Instagram			●	●			
生成AI		●			●		
旅行情報サイト	●						●
旅行予約サイト・アプリ						●	●

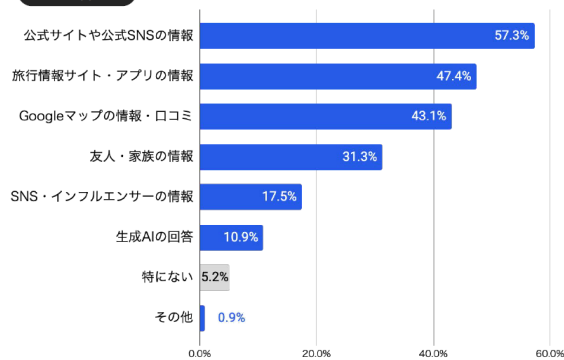
「行き先や旅行先の候補を見つける」という用途では「インターネット検索」「雑誌」「テレビ」「旅行情報サイト」など従来型のメディアが利用されている。最終的な予約時は定番である旅行情報サイトが利用されるが、比較検討の過程では、YouTubeやInstagramで口コミや現地の雰囲気を確認し、新たに加わった生成AIでは比較や計画立てに利用するなどフェーズごとの使い分けがより多様化された。

情報収集先の信頼性

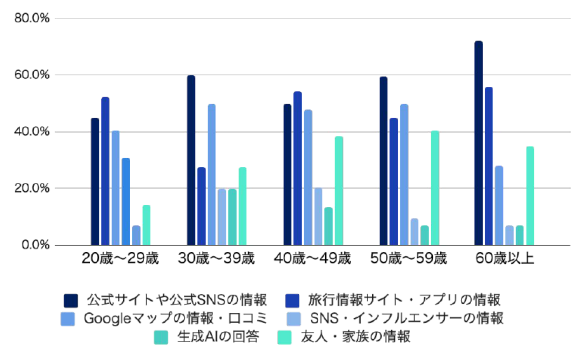
Q.あなたは国内旅行の情報収集をするとき、どのような情報が信頼できると感じますか？

n=211

全体



年代別



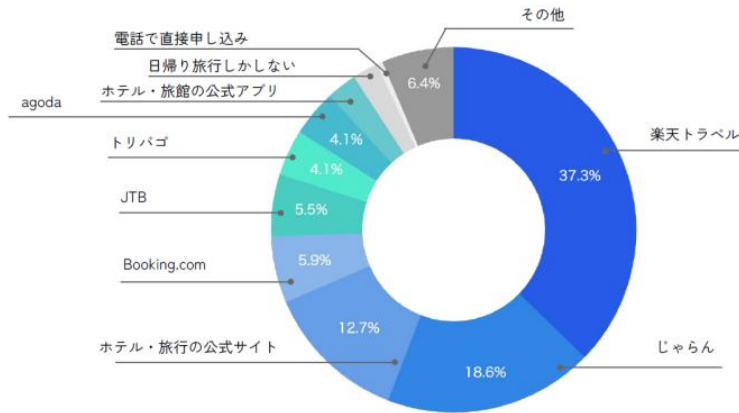
最も信頼されている情報源は「公式サイトや公式SNSの情報」で57%。次いで「旅行情報サイト・アプリ」「Googleマップの口コミ」で、公式や専門メディアの情報や口コミへの信頼が高い。一方で「生成AIの回答」は10.9%にとどまっており、情報収集での活用が進んでいるものの信頼度は低い。また、SNS情報も17.5%と低く、情報過多になっているなか相対的に公式情報の信頼性が上がっていると考えられる。年代別では、若年層ほどSNSの信頼度が高く、生成AIは業務利用しているためか30~40代が多い。

■ 宿泊予約サービスは TOP3 に波乱。OTA 独占を崩し、公式サイト利用が前回比 3 倍に急伸

宿泊予約時に利用するサービス

Q.国内旅行での「宿泊施設（ホテル・旅館など）」はどこで予約しますか？

n=220



旅行の予約先は「楽天トラベル」が最多で37.3%、次いで「じゃらん」「ホテル・旅館の公式サイト」。2024年度の調査ではOTAが上位3位を占めていたが、公式サイト利用率が4%から12.7%に伸長している。また、全体の1位「じゃらん」2位「楽天トラベル」だったが逆転した。年代別に見ても、全年代1位は楽天トラベル。

15

宿泊予約サービスは、「楽天トラベル」と「じゃらん」が全体の 55%を占め上位となりました。注目すべき変化として、「ホテル・旅館の公式サイト」での予約が前回の 4%から 12.7%へと 3 倍に伸長しています。公式サイトが選ばれる理由は「価格が安いから」が多く見られ、価格面を強みに利用者を伸ばしていると考えられます。

■ コメント

今回の調査から、旅行目的や情報収集手段が多様化する一方で、生成 AI による回答など不確実性の高い情報が溢れる現在だからこそ、ユーザーが原点回帰として「確かな公式情報」を信頼する傾向が見えてきました。さらに、宿泊予約においても価格メリットなどを理由に直接公式サイトを利用するユーザーが急増しています。このような自社チャネルへの回帰の動きを確実に取り込むため、AIO（AI 検索最適化）や MEO（マップエンジン最適化）の強化が今後必須となるでしょう。

また、公式サイトでの直接予約で獲得した新規顧客をリピーターへと育成する鍵となるのが公式アプリです。アプリならではの最適なタイミングでのプッシュ通知やロイヤルティプログラム、滞在中のリッチな体験提供により、顧客エンゲージメントを飛躍的に高めることができます。

アイリッジでは今後も、アプリを通じた最適な顧客コミュニケーションを実現する「APPBOX」やUI/UX 支援を通じて、企業の課題解決とビジネス成長に貢献してまいります。

■ 調査項目

- ・ 国内旅行状況
- ・ 旅行のテーマ・目的
- ・ 旅行同行者
- ・ 旅行の行き先で重視すること
- ・ 旅行に行かない理由
- ・ 情報収集方法別の利用目的
- ・ 情報収集先の信頼性
- ・ 宿泊予約時に利用するサービス
- ・ 宿泊予約サービスを利用する理由
- ・ 旅行計画時に重視する価値観

■ 調査概要

調査名	国内旅行に関するアンケート（計2回実施） ①国内旅行の状況調査 ②直近1年間の国内旅行実態調査
調査対象	①20歳～69歳の男女 ②直近1年間に国内旅行を実施した20歳～69歳の男女
サンプル数	①2,139名 ②220名
調査期間	①2026/5/12～5/19 ②2026/5/19～5/20
調査方法	インターネットリサーチ

APPBOX（アップボックス）について (<https://iridge.jp/service/appbox/>)

「APPBOX」は、外部システムや各種他社ツールとの連携を前提とした設計思想を持つ、拡張性に優れたアプリビジネスプラットフォームです。必要なモジュール（SDK）を組み合わせることで、「標準機能で素早いアプリ立ち上げ」「工数/工期を抑えたカスタマイズ」「ベンダーフリーで内製化も妨げない機能拡張」「高速 PDCA を可能にするマーケティング支援機能」「『APPBOX コネクト』をはじめとする柔軟な他社連携・カスタマイズ」の5つの価値を提供します。

アイリッジのアプリ成長支援サービスについて (https://iridge.jp/service/app_growth/)

アプリマーケティングやアプリの体験価値向上を目的として、データに基づいた戦略策定から実行支援、UX改善までをワンストップで提供します。行動データと定量・定性データ分析を組み合わせることで、最適なユーザー体験を設計し効果的なマーケティング施策でアプリの成長を加速させるご支援サービスを提供しています。

■ 主なご支援内容

・ アプリマーケティング伴走支援

アプリの立ち上げやリニューアルを含む戦略支援から、リリース後のマーケティング戦略及びコミュニケーション設計・マーケティング運用の伴走支援など、スポットからトータルまで、アプリの成長を幅広くサポートします。

・ UXリサーチ、UXコンサルティング

ユーザー調査やアプリのUI/UXに特化したエキスパートレビュー、ユーザー行動データ分析などから課題を可視化し、最適なユーザー体験設計をサポート。UXリサーチやUI/UX改善、アプリ利用体験向上のためのコンサルティングを行います。

株式会社アイリッジ 概要 (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、スマートフォンアプリを活用した企業のOMO（Online Merges with Offline）支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS等のDXを推進しています。アプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」をはじめ月間アクティブユーザー数1億超のプロダクトを提供するとともに、グループ会社のQoilと連携したビジネスプロデュースにより、戦略立案から開発、マーケティング施策までを一気通貫で支援します。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社アイリッジ 広報担当 Email: pr@iridge.jp TEL: 03-6441-2325