

# 女性の一人旅への動機と不安

窪村 麻里子<sup>1)</sup>, 矢部 直人<sup>2)</sup>, 倉田 陽平<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> オークラヤ住宅株式会社

<sup>2)</sup> 上越教育大学大学院学校教育研究科人文・社会教育学系

<sup>3)</sup> 首都大学東京大学院都市環境科学研究科観光科学域

[yabe@juen.ac.jp](mailto:yabe@juen.ac.jp)

**概要**：本研究では、女性の一人旅の実態を概観した上で、その動機と不安要素について明らかにする。既存の統計によると、一人旅をする旅行者はシェア自体は少ないものの、近年増加傾向にある。宿泊施設への聞き取り調査からは、減少する宿泊客への対策として一人旅のリピーターや一人旅の外国人が注目されていることが分かった。また、旅行会社への聞き取り調査では、女性の一人旅が新たなマーケットとして意識され、女性一人旅のニーズを組み上げた旅行商品の開発が進められていることが明らかになった。さらに、東京大都市圏在住の女性に対するアンケート調査を行った結果、一人旅の動機に「失恋」を挙げる割合は1.6%と極端に少なく、一般的な社会通念とは異なる結果となった。一人旅の不安要素では、「旅行中の寂しさ」、「一人で食べるご飯」などの回答が目立った。

**Keywords**：女性一人旅、観光動機、一人旅への不安、国内観光旅行

## 1. はじめに

この数十年の間に、女性の労働を巡る環境や消費行動は変化してきている。1986年に男女雇用機会均等法が施行され、キャリア指向の女性が増加し、男性と対等な立場で働く女性が増えている。さらに消費行動に関しては、男性よりも「女性優位」な消費社会が形成されていると考えることもできる。たとえば男女間の消費意欲の差に着目してみると、男性は低成長期の中で消費意欲がしぼんでいくのに対して、女性は男性よりも消費意欲の減退が小さいために、結果として女性優位な消費社会が形成されていることが指摘されている[1]。

1990年代以降の低成長期における女性の消費は、観光旅行の分野においても存在感を發揮している。1990年代以降、日本からの海外旅行者数の増加に寄与してきたのは、20～30代の女性であった[2]。また、日本観光振興協会が実施した平成22年度版『観光の実態と志向』調査でも、女性の旅行参加の不況に対する強さが明らかになっている[3]。具体的には、性・年代別の宿泊観光旅行への

参加率は、男性が対前年比-0.6%の49.7%であったのに対して、女性は+0.3%の49.6%であった。さらに、男性は40代を除いた全ての年代において宿泊観光旅行への参加率が対前年比で減少しているが、対照的に女性は40代を除く全ての年代において対前年比で増加した。特に20、30代は宿泊観光旅行への参加率がそれぞれ+4.5%、+3.2%で顕著な増加傾向がみられる。このように低成長期における宿泊観光旅行マーケットでも、特に20～30代の女性が牽引役となっていると言えるであろう。

近年では、この20～30代の女性の消費形態が変化していることが注目される。それは、「おひとりさま消費」の増加である。おひとりさま消費とは、かつてはハードルの高かったレストランでの食事などを、一人で行う消費行動である。日常の消費行動だけでなく、まとまった金額が必要な耐久消費財の購入においても、シングル女性が単身向けマンションを購入する事例が増加している[4]。このように女性のおひとりさま消費は、さまざまな財・サービスに及んでいる。

観光旅行におけるおひとりさま消費という点、一人旅がそれに該当しよう。観光旅行における一人旅の構成比の推移を確認すると、男女を問わず増加する傾向にある(図1)。しかしながら一人旅の内訳を性・年代別にみると、女性の一人旅は同年代の男性に比べ4~7割の量に留まっているのが現状である(図2)。

なぜ、女性の一人旅は男性よりも少ないのだろうか。観光旅行の動機に関しては多くの既存の研究があり、たとえば佐々木[5]は、緊張解消、娯楽追求、関係強化、知識増進、自己拡大の五つの動機を提唱している。しかしながら、女性の一人旅に限った観光動機の研究は管見の限りされておらず、なぜ女性の一人旅が男性の一人旅よりも少ないのか、その要因は分かっていない。まだ女性が社会進出を果たす以前は、女性の一人旅といえば、失恋などのショックによる傷心旅行と思われる風潮があった。そのような社会通念があるため、日本では女性の一人旅に限った観光動機の研究がされていないとも考えられる。しかし、本当にそのような動機で女性の一人旅が行われているのだろうか。今まで述べてきたように、現在は女性も男性と対等に社会で活躍し、その可処分所得も増加し、女性の方がマーケットの牽引役と言われている時代である。当然、一人旅についても男性と並ぶか、それ以上の需要をもたらす可能性も十分にあるはずである。では、いったい何が女性の一人旅を妨げる要因なのだろうか。

人旅を妨げる要因なのだろうか。

本研究では、女性一人旅の現状把握を行い、その動機と一人旅の障害となる不安要素について明らかにする。これにより、女性一人旅マーケットの活性化へ貢献することもできよう。なお、本研究では、女性の国内一人旅を主な対象とする。

本論文の構成は以下の通りである。まず、2章では既存の統計データから女性の一人旅の実態を概観する。3章、4章では、宿泊施設と旅行会社に聞き取り調査を行い、供給側から女性一人旅マーケットの現状と課題について考察する。そして5章では、東京大都市圏在住の女性に対しアンケート調査を行い、需要側から女性一人旅の動機と不安要素について考察を行う。

## 2. 既存の統計調査による女性一人旅の概観

じゃらんリサーチセンターが発行している「観光会議 きゅうしゅう」という雑誌の2010年秋号で「年々増えるひとり旅。その傾向と対策を探る!」という特集が組まれた[6]。本章ではそこに掲載されていた旅行統計データを用いて、一人旅の実態を概観する。なおこの調査のサンプル数は、日本全国に居住する約1万4000人であった。

一人旅の旅行実施時期は、平日のみが35.8%であるのに対して、土日祝日を含む旅行は51.6%、夏休み・GW・年末年始を含む旅行は12.7%であった。一人旅では、一般的に旅行が多い長期休暇

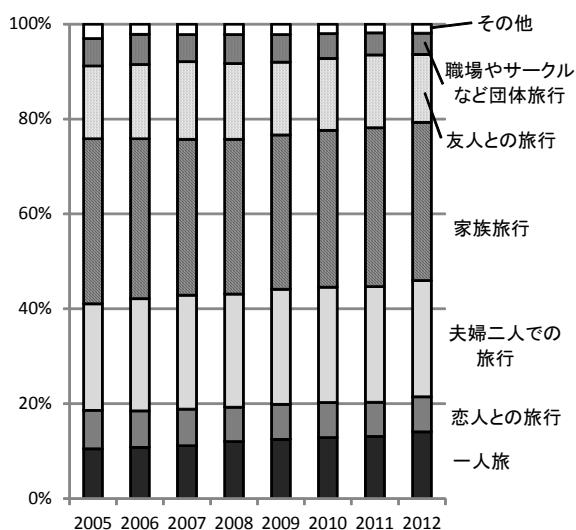


図1 国内宿泊旅行における同行者の推移  
資料；じゃらんリサーチセンター『じゃらん宿泊旅行調査2012』

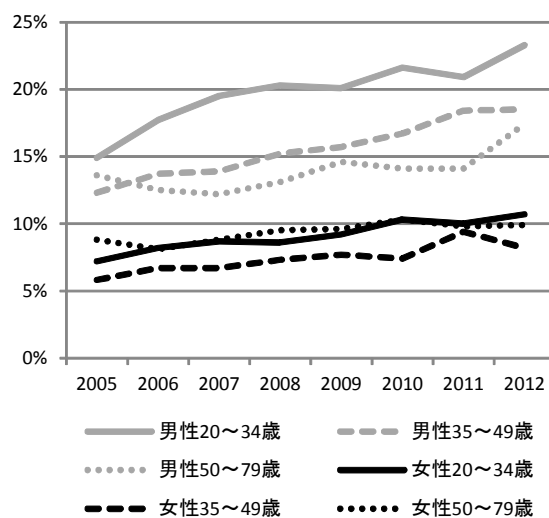


図2 国内宿泊旅行に占める一人旅の推移  
資料；じゃらんリサーチセンター『じゃらん宿泊旅行調査2012』

の時期を避ける傾向がみられる。このため、一人旅マーケットを活性化させることは、年間を通じた旅行需要の平準化につながることを期待できる。なお、旅行時期に関しては男女間での大きな差は見られなかった。

一人旅の宿泊数は、1泊～2泊が77.8%と大半を占める。しかし、3泊以上の比較的長い旅行が22.2%と、一人旅以外の旅行形態(12.7%)と比べて高いのが特徴的である。他人と時間を調整する制約がなく自由な旅をできるため、一人旅において長期の旅行が多く見られるものと思われる。男女別では、20～34歳において差異は見られないが、35歳以上になると男性に比べて女性は1泊旅行の割合が減り、2泊、3泊旅行の割合が高くなる。

一人旅で利用される宿泊施設の種類の種類は、ビジネスホテルが39.8%と、他と大差をつけて1位に挙げられる。次いで知人宅が20.5%、シティホテルが18.5%である。これは、一人で宿泊しても他人の目が気にならないような宿、また宿泊コストをなるべく抑えて他の目的に当てていると予想される。また、一人旅で利用される宿泊施設を男女別に見てみると、20～34歳の女性では、知人宅が1位で36.9%を占めている。これは若い女性が一人で宿に宿泊するのは抵抗があるためではないだろうか。

また、宿泊のタイプとして、一人旅では1泊2食付きの宿泊形態の割合が低い(宿泊旅行全体の54.2%に比べ、一人旅では17.7%と最も低い値となっている)。一方で、1泊朝食付き、素泊まりはともに、一人旅以外の旅行形態と比べても大きな割合を占めている。このデータから、一人で食事をとることが一人旅のハードルの高さの一つと予想される。

旅行目的は「友人・親戚を訪ねる」、「スポーツ観戦や芸術鑑賞」、の二つの旅行目的が、他の同行者のいる旅行形態に比べても高い割合を占めている。男女別にみても、女性に比べ男性が大きな割合を占める旅行目的は、「宿でのんびり過ごす」、「温泉宿や露天風呂」、「地元の美味しいものを食べる」、「ドライブ・ツーリング」の四つである。その一方で、男性に比べ女性が大きな割合を占める項目は、「テーマパーク(遊園地、動物園、博物館など)」、「買い物・アウトレット」、「お祭りやイ

ベントの参加」、「スポーツ観戦や芸術鑑賞(コンサートなど)」、「友人・親戚を訪ねる」、の五つである。この結果をみると、男性のほうが癒し目的の旅をしているのに対し、女性は買い物やイベント参加、芸術鑑賞など、アクティブな要素が強いことがわかる。また、友人・親戚を訪ねる目的が男性に対して15.2%の差をつけて上回っていることも特徴的である。男性は一人旅ではゆったり一人になる目的、女性は一人旅で他の誰かと集う目的というように、男女間での一人旅に対する目的意識に差があることが推察される。

男性の一人旅旅行者数は、どの年代においても女性を上回っている。一方、女性の友人同伴旅行率は常に男性を上回っている。この点に関して、特に20～34歳の働く女性にとって、友人との旅行は予定調整が困難なことも予想される。この層へ一人旅の有効な提案ができれば、一人旅マーケットの活性化につながるのではないだろうか。

### 3. 宿泊施設への聞き取り調査

女性一人旅マーケットの供給側の現状把握を目的として、一人旅の受け入れ側である宿泊施設に聞き取り調査を行った。調査対象一件目のS旅館(群馬県四万温泉)は、観光読売2011年12月号に「一人客歓迎の温泉宿」として掲載されていた。二件目のHホテル(栃木県日光中善寺温泉)は、現地で一人旅が多いという話を聞いたため、調査を実施した。調査内容は、一人客を受け入れ始めたきっかけ、一人旅の客層、問題点、今後の展望についてである。

宿側が一人客を受け入れるようになったきっかけは二つ挙げられる。まず一つ目は、世間的に一人旅が一般化してきたことにある。当初から一人客のリクエストはあったが、「旅は2人以上ですもの」という考え方が定着していた。聞き取り調査でも、特に女性の一人客については、「なにかあったのではないかと心配することもあったと話している。しかし、最近一人旅が増加して社会的に一般化してきたことにより、宿側も安心して受け入れられるようになった。二つ目のきっかけは、宿側の経営対策である。不況が続く中、客足が遠のいてきた状況を改善しようと、今まで受け入れていなかった一人客を受け入れ始めた。空室を出

さないため、またプランや客層に幅を持たせるためである。長引く不況により、風当たりの強い宿泊施設にとっては、一人客の受け入れが一つの手段となっている。積極的に一人客を取り込もうという動きよりは、取らざるを得なくなってきた環境が、一人客受け入れの背景にあると考えられる。今後は一人客を受け入れる宿、また受け入れざるを得ない宿が増えてくると予想される。

客層は、S 旅館では 30～40 代以上、H ホテルでは若い年代から 60 代までである。年代は、立地の違いにより直接比較することはできない。しかし、どちらも一人客はリピーターが多いと話していた。観光地や宿泊施設にとってリピーターの確保は重要である。一人客は 1 泊あたりの利益でいえば、2 名以上の客に劣るが、リピーターの確保としては有益である可能性がある。

#### 4. 旅行会社への聞き取り調査

女性一人旅マーケットの供給側の現状把握を目的として、旅行会社へのインタビュー調査を行った。調査対象は N 社と A 社の 2 社である。2011 年 9 月 21 日の日本経済新聞で、女性一人旅を応援する旅行会社として紹介されていたため、この 2 社を選定した。調査内容は、女性一人旅プラン誕生の経緯、プラン内容、利用客層、プランを組む上での注意点などである。

この 2 社ではプラン誕生の経緯が異なる。N 社は顧客からの要望により、女性一人旅に焦点を当てたプランを生み出した。一方 A 社は、自社の顧客層のうち弱い部分を強化していく手段として、女性一人旅プランを展開している。しかし両社とも、女性一人旅のニーズ、また集客効果を見込み、プランを作成した点においては同じである。

ツアー・プランの内容では、両社とも旅行先は似通っている。近隣で気軽に行きやすいアジア、人気の高いヨーロッパ方面である。女性が好みそうな美容やグルメ、ショッピングといった目的が叶う場所が設定されている。しかし、ツアーの形態は 2 社で異なっている。N 社はパッケージツアーで、現地添乗員が付き効率よく観光地や土産物屋をまわる、最低催行人数 1 名のツアーである。A 社は交通と宿のみのセットで、それ以外は自由に過ごすことのできるフリープランである。

プランを組む上で両社ともに「一人でも旅行しやすいこと」に気をつけているという。A 社のプランでは、添乗員がつかない本当の一人旅である。そのため、一人でも安心できるように、現地でのケアに気を配っているとのことであった。

利用客層は、N 社で若年層（学生やシングルで働いている人）、熟年層が多い。A 社は熟年層の利用者もいるが、30～40 代が中心である。共通しているのは、女性だけでなく男性の利用者も多い点である。

2 社に共通して挙げられているプランの問題点は、認知度の向上と、より幅広い層をカバーできるツアー・プランの開発である。

#### 5. 東京大都市圏在住女性へのアンケート調査

女性一人旅の動機や不安要素を調査するため、東京大都市圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）在住の女性に対して WEB を利用したアンケート調査を行った。具体的な調査方法は、SNS mixi のコミュニティサイト「女海外一人旅」、「ひとりたび×がくせい」で WEB アンケートのトピックを書き込み、サンプルを募った。このアンケート調査では、宿泊を伴う一人旅を対象に質問しており、日帰りの一人旅は含まれない。質問項目は、一人旅のきっかけ、目的、不安要素、旅の手配方法、旅行先などである。質問項目の選択肢は、事前に一人旅経験者の女性に聞き取り調査をして設定した。調査実施期間は 2011 年 12 月 7 日～2012 年 1 月 10 日である。調査の結果、回収数は 501 名であった。

回答者の年代は 20 代 (32.1%)、30 代 (19.2%)、40 代 (16.7%)、50 代 (14.3%)、60 代 (17.7%) となっている。回答者の就業状況は、有職者が (48.5%)、専業主婦が (33.7%)、学生が (17.8%) である。

##### 5. 1 一人旅の経験

一人旅をしたことがある、と回答したのは全体の 38.5% であり、残り 61.5% は一人旅については未経験であった。一人旅経験者に対してこれまでの一人旅の実施回数を尋ねたところ、1 回と回答した人が 28.8% であったが、2～3 回が 35.6%、4 回以上が 35.6% と、一人旅を複数回実施している

表1 女性一人旅のきっかけ（複数回答）

	経験者		未経験者 (興味あり)	
	N	%	N	%
一緒に行く人との 予定調整が大変	20	10.4	27	16.7
一人旅に憧れて	40	20.8	81	50.0
そこに住んでいる 知人に会うため	44	22.9	26	16.0
どうしても行きたい場 所, 見たいもの, 食べた いものなどがあった	66	34.4	62	38.3
車, 二輪車などの 免許を取った	2	1.0	4	2.5
もともと一人行動が 好き	38	19.8	50	30.9
時間があった	39	20.3	43	26.5
一人で自分と 向き合うため	19	9.9	50	30.9
仕事などの 日常生活に疲れて	17	8.9	41	25.3
非日常を 味わいたくなって	23	12.0	75	46.3
仕事や学校を辞めて	6	3.1	5	3.1
失恋	3	1.6	4	2.5
一緒に行く人がいない	16	8.3	16	9.9
好きな人の故郷	0	0.0	3	1.9
突発的に, 衝動的に	33	17.2	65	40.1
その他	21	10.9	0	0.0
合計	192		162	

資料; アンケート調査

人も多くいることが分かった。一方、一人旅の未経験者に対して一人旅に興味があるか尋ねたところ、52.9%が「興味がある」と回答し、残りの47.1%は「興味がない」と回答した。一人旅を経験していない女性のほぼ半分は、一人旅の潜在的なマーケットとみなすことができよう。

## 5. 2 一人旅への動機

本節では、一人旅経験者と、一人旅未経験者のうち一人旅に興味ありと回答した人について、一人旅の動機となるきっかけと目的についてみていく。なお、一人旅未経験者に関しては、「もし一人旅をするとしたら」という仮定の質問に対して回答させた。

一人旅のきっかけを複数回答で尋ねたところ、

表2 女性一人旅の目的（複数回答）

	経験者		未経験者 (興味あり)	
	N	%	N	%
宿でのんびり過ごす (エステ, スパなど)	17	8.9	63	38.9
温泉や露天風呂	22	11.5	105	64.8
地元の美味しいものを 食べる	52	27.1	122	75.3
花見や紅葉などの 自然観賞	27	14.1	76	46.9
名所, 旧跡の観光	77	40.1	94	58.0
テーマパーク (遊園地, 動物園, 博物館など)	6	3.1	2	1.2
買い物, アウトレット	19	9.9	31	19.1
お祭りやイベントへの 参加・見物	14	7.3	18	11.1
スポーツ観戦	4	2.1	2	1.2
アウトドア (海水浴, 釣り, 登山など)	5	2.6	13	8.0
まちあるき, 都市散策	71	37.0	99	61.1
各種体験 (手作り, 果物 狩りなど)	5	2.6	18	11.1
スキー・スノボ, マリンスポーツ	4	2.1	5	3.1
その他スポーツ (ゴルフ, テニスなど)	0	0.0	1	0.6
芸術鑑賞 (美術館, コン サートなど)	23	12.0	30	18.5
ドライブ・ツーリング	2	1.0	5	3.1
友人・知人を訪ねる	43	22.4	28	17.3
その他	21	10.9	5	3.1
合計	192		162	

資料; アンケート調査

一人旅経験者で「失恋」を挙げた人はわずか1.6%に留まり、一般的な社会通念を覆す結果となった(表1)。以前からあった「女性の一人旅は傷心旅行」という概念は今や成り立っていないと言えるであろう。経験者の一人旅のきっかけとして多いのは、「どうしても行きたい場所, 見たいもの, 食べたいものなどがあった(34.4%)」、「そこに住んでいる知人に会うため(22.9%)」、「一人旅に憧れて(20.8%)」、「時間があった(20.3%)」の順となった。それに対して未経験者では、「一人旅に憧れて」が最も多く、次いで「非日常を味わいたくなって」、「突発的に, 衝動的に」と続く。経験者の回答からは、もともと何か強い目的意識を持って

表3 女性一人旅の不安要素（複数回答）

	経験者		未経験者 (興味あり)		未経験者 (興味なし)	
	N	%	N	%	N	%
旅行中のさびしさ	40	20.8	55	34.0	109	75.2
一人で食べるご飯	66	34.4	53	32.7	67	46.2
宿（防犯）	35	18.2	75	46.3	35	24.1
宿（幽霊）	8	4.2	41	25.3	17	11.7
地図が読めない	14	7.3	23	14.2	12	8.3
乗り継ぎなどの移動	42	21.9	32	19.8	19	13.1
宿，交通などの手配	16	8.3	37	22.8	22	15.2
現地でのコミュニケーション	24	12.5	31	19.1	23	15.9
コスト，金銭的なこと	40	20.8	37	22.8	33	22.8
病気や事故などのアクシデント	30	15.6	67	41.4	24	16.6
特になし	22	11.5	2	1.2	0	0.0
その他	5	2.6	4	2.5	11	7.6
合計	192		162		145	

資料；アンケート調査

いて、時間ができた時にふと突然思い立って一人旅に出るという一つの行動パターンが連想できる。一方、未経験者で多く回答された項目を経験者と比較してみると、未経験者の回答項目は、仮定の質問ということもあり、ぼんやりとした抽象的な動機が多い。実際に一人旅に踏み込むには、「どうしても達成したい」という明確で強い目的意識があることが必要なのかもしれない。

つづいて、一人旅の目的を複数回答で尋ねると、経験者では「名所、旧跡の観光（40.1%）」、「まちあるき、都市散策（37.0%）」、「地元のおいしいものを食べる（27.1%）」、「友人・知人を訪ねる（22.4%）」が上位を占めた（表2）。しかし、一人旅未経験者の多くが選んだ「宿でのんびり過ごす」「温泉や露天風呂」「地元の美味しいものを食べる」「花見や紅葉などの自然観賞」は、実際に宿泊旅行に行かなくても都内で楽しめるものである。最近ではご当地の食を扱うレストランや、女性をターゲットにしたスパや入浴施設が都内でも充実している。きっかけと併せて考えると、実際に一人旅へと踏み出す動機となるのは、どうしてもその場所へ行かなければ達成できない、不安を上回る強い目的意識があることと考えられる。逆に後

者の目的で一人旅をしてみたいという興味がある人は、その興味よりも不安のほうが上回ってしまい、実際に行動を起こすまでには至らないケースがあると予想される。

### 5.3 一人旅への不安要素

ここでは一人旅への不安要素を、回答者を一人旅経験者、未経験者（一人旅に興味あり）、未経験者（一人旅に興味なし）の三グループに分けて分析する。なお、未経験者に関しては、「もし一人旅をするならば」という仮定の質問となっていることに留意されたい。

全体的にみると、経験者では不安要素への回答が少ない（表3）。一度一人旅を経験すると、不安要素が全体的に減るのであろう。それでも「一人で食べるご飯」は最も多くの人不安に思っている。「食事をする」という行為は一定の時間、定位置に一人で他のグループと同じ空間にいるため、一人で街を散策することなどよりも精神的負担が大きいと考えられる。そのため、今回聞き取り調査を行った宿泊施設でも、一人客を受け入れる際には部屋食のサービスなどを行っているという。これは一人で食事を取ることを不安に思っている

一人旅女性にとって有益なサービスであろう。

未経験者（興味あり）で多い不安要素は、「宿（防犯）」、「病気や事故などのアクシデント」、「旅行中の寂しさ」などである。また経験者と比べると、「宿、交通などの手配」、「宿（幽霊）」などへの不安も多い。

未経験者で一人旅に興味がない人は、現地での移動や手続きなど細かい不安はさほど抱いていない。それよりも、一人でいることに対する精神的不安が高いのが特徴的である。一人旅をしようと思わない女性の74%が「旅行中のさびしさ」を不安に思っている。実際に一人旅をする際に生じてくる技術的不安以前に、一人旅をしようと思う際に生じる精神的不安により、一人旅への興味が湧かないと考えられる。

#### 5. 4 旅の手配方法

旅の手配方法に関しては、一人旅経験者が「自分で宿を手配する」が74.5%と最も多く、「旅行会社を使う（25.5%）」と回答した割合を大きく上回った。未経験者では「もし一人旅をしたら」という仮定のものとの質問であるが、「旅行会社を使う」が47.5%と経験者を大きく上回った。未経験者では旅行会社に頼る可能性が高いことが示唆される。

#### 5. 5 旅行先

一人旅の旅行先では、経験者で海外（26.0%）、近畿（22.9%）、東海（9.9%）が多い結果となった。未経験者（興味あり）の、「もし一人旅をしたら」という仮定の質問では、旅行先は、近畿（38.7%）が最も多く、次いで沖縄（12.7%）、北海道（12.0%）となった。

### 6. おわりに

本研究では、女性一人旅マーケットを供給側、需要側の二つの側面から調査した。供給側の宿泊施設や旅行会社では、女性の一人旅を新たなマーケットとして注目し、取り組みが始められた段階であることがわかった。以前は、社会一般的な通念として女性の一人旅は傷心旅行なのではないかと敬遠されがちであった。しかし、少なくとも現在の女性一人旅は一般的なものへと変化している。

アンケート調査の結果からも、佐々木[5]が挙げている五つの観光動機に相当するような動機が多く回答されている。

需要側に関しては、一人旅をしたいが不安要素があるために実行に移すことができていない層が潜在している。男性と比べて女性の一人旅が少ない要因は、この不安要素が少なからずあると思われる。この層に向けて、不安要素を解消するようなサービスを提供することで、女性一人旅マーケットの活性化を図ることができよう。未経験者（興味あり）で多く回答された、一人旅の不安要素では、旅行会社の対応により解消できると思われる要素もいくつか挙げられていた。「病気や事故などのアクシデント」、「宿（防犯）」、「宿、交通などの手配」などは、まさに宿泊施設や旅行会社が対応することで解消ができるのではないだろうか。

今後の課題としては、何に影響されて一人旅をするのか、もしくは興味をもつのかを探ることである。本研究のアンケート調査のきっかけで目立って回答されたのは「一人旅に憧れて」である。何を見て、または聞いて一人旅に憧れを抱いたのかを明確にすることにより、一人旅マーケットをさらに拡大、供給できる可能性がある。まさに、女性一人旅マーケットの時代はこれからである。

### 謝辞

アンケート調査にご協力いただいた女性の皆様、聞き取り調査にご協力いただいた宿泊施設、旅行会社の皆様、快く資料をご提供いただいたじゃらんリサーチセンター様、この場を借りて厚くお礼申し上げます。

### 参考文献

- [1] 博報堂生活総合研究所：消費の二極化現象と「女性優位」消費社会の到来，地銀協月報，Vol. 2002, No. 4, pp. 11-21 (2002)
- [2] 田中 靖：日本人の海外旅行と訪日外客の動向，オペレーションズ・リサーチ：経営の科学 Vol. 50, No. 1, pp. 10-16 (2005)
- [3] 日本観光振興協会：『観光の実態と志向』，日本観光振興協会，(2011)
- [4] 由井義通・若林芳樹・中澤高志・神谷浩夫：働く女性の居住地選択と都市空間，*E-journal*

*GEO* Vol. 2, No. 3, pp. 139-152 (2007)

[5] 佐々木土師二：『観光旅行の心理学』，北大路書房，(2007)

[6] じゃらんリサーチセンター：年々増えるひとり旅—その傾向と対策を探る—，観光会議きゅうしゅう， No. 26, pp. 2-7 (2010)