

2019年2月20日
JTB 国内仕入商品事業部

ゴールデンウィーク10連休の観光業界にもたらす影響及び旅行動向について

1. 2019年における旅行動向の見通し

(1) 2019年の市場環境

2019年は、5月の新天皇陛下即位と改元と10月からの消費税増税もあり、「暮らし」に関わる大きな行事・イベントを控えている年です。

2019年のゴールデンウィークは即位関連行事の関係で4月27日(土)から10連休となり、祝賀ムードとともに、レジャーショッピングへの意欲を喚起することが期待できます。

また、2014年4月に消費税率8%に引き上げられた際の日本人の宿泊旅行は、その2か月後から影響が始め、冬期まで前年割れが続きましたが、今回の増税は10月からということもあり、旅行消費を左右する日本経済は緩やかな回復傾向の中では、年内における消費税増税の影響は軽微で大きく影響しないと考えられます。

(2) 消費者の旅行支出意向 (JTB ニュースリリースより)

経済環境から暮らし向きは長い景気回復期間で徐々に改善し、旅行支出には意欲的であると言えます。

<参照>JTB実施の調査「今後一年間の旅行支出について」

「増やしたい」(15.9%)・「現状維持」(58.6%)が共に前年比1.9ポイント増加

「減らしたい」(25.4%)で前年比4.0%ポイント減少

(3) 旅行商品展開の方向性

2019年は、大型連休を取りやすいカレンダーであり、旅行商品としても需要喚起できる展開が可能です。ゴールデンウィークは4月27日(土)から10連休となり、夏休みの8月11日は山の日が日曜日のため3連休となり、旧盆を含む夏休みに組み込まれると9連休になります。年末年始は、12月28日(土)年始含めて最大9連休となります。週末の3連休は8回となり、2018年と同様ですが、大型連休効果からの旅行マーケット活性が期待できます。また、国の政策の旗振りで各企業での働き方改革も推進されると考えられますので、就労者の休暇が取りやすい環境となり、それによる旅行需要も増えると期待されます。

2. ゴールデンウィーク旅行動向見通し

(1) 2019年春休み&ゴールデンウィークの企画商品販売状況

春休み期(3月後半)から5月末までの12週間における販売動向ですが、ゴールデンウィーク期間中の販売は大きく伸びていますが、その前後の販売が伸び悩んでいる状況です。(表1)

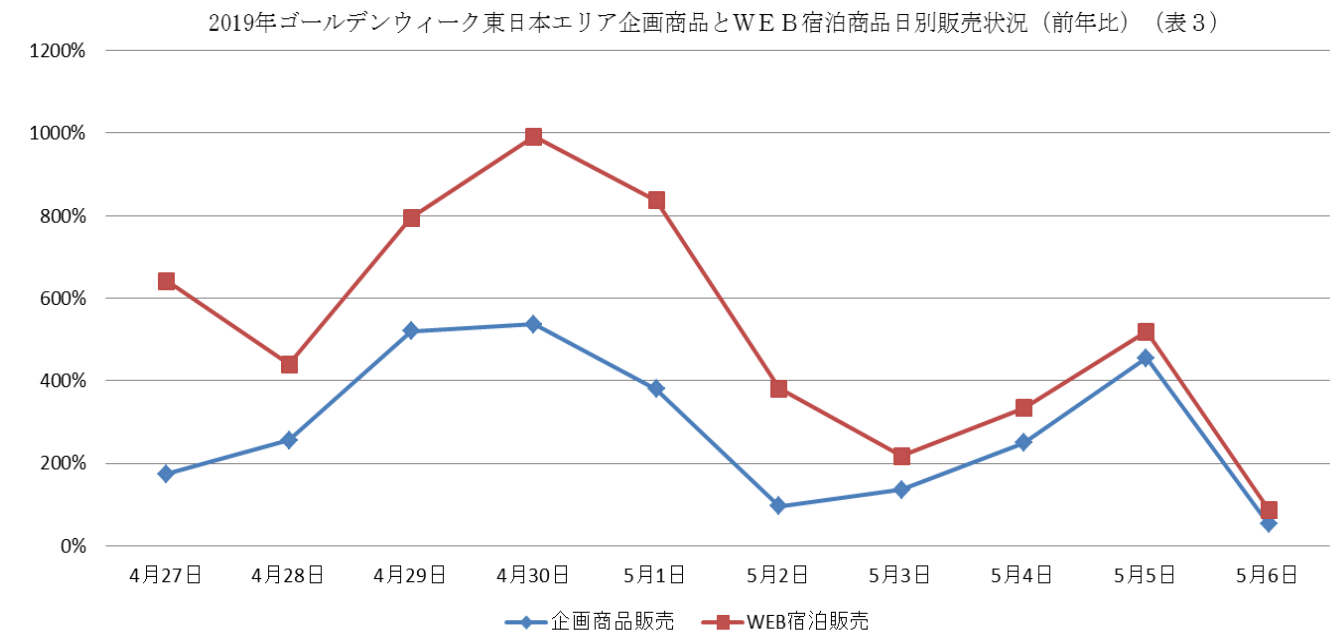
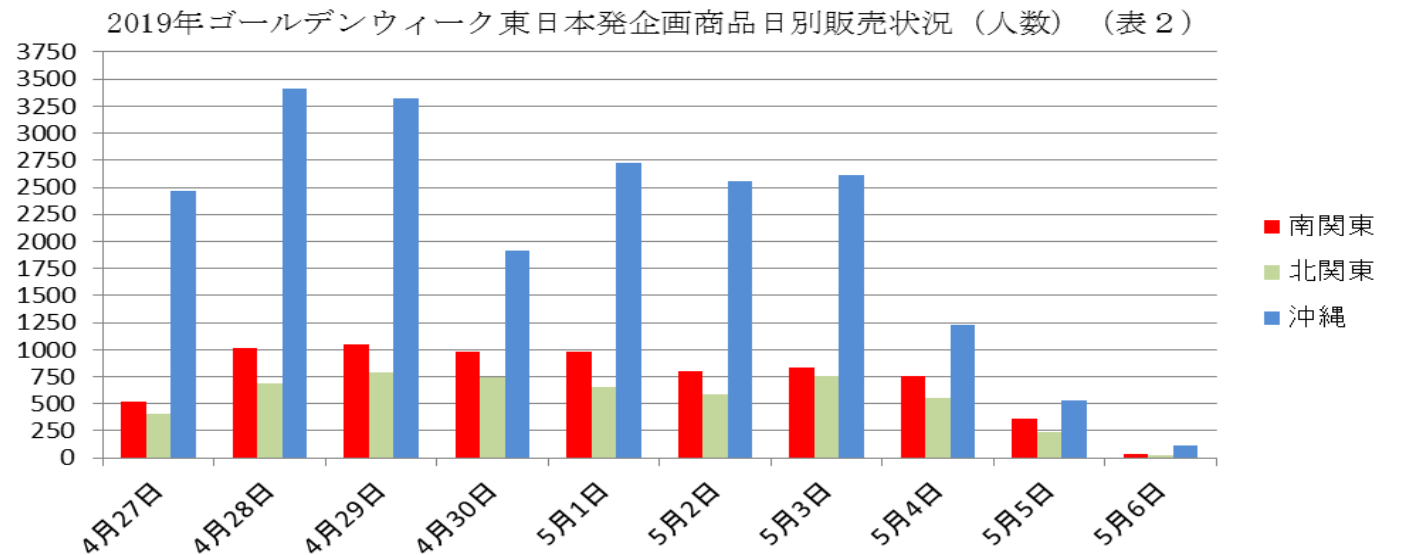
●2019年度 春休み&GW 企画商品販売人員状況(前年比)(表1)

方面	3/23~4/8	4/9~4/26	4/27~5/6	5/7~5/31	計70日間
北関東	76%	101.3%	198.7%	89.6%	106.8%
南関東	82.2%	91.2%	185.3%	85.9%	101.5%
沖縄	101.6%	99.7%	239.4%	137.1%	131.4%
全国計	90.9%	91.4%	221.2%	96.4%	118.9%

(2) 2019年ゴールデンウィーク(4月27日~5月6日出発)の販売状況

ゴールデンウィークの企画商品での日別販売状況(表2)は、1・2泊短期滞在需要の北・南関東においては、4月28日・29日の宿泊申込が多く、長期滞在型の沖縄においても4月28日・4月29日の出発が多くなっており旅行需要全体は4月出発が高い傾向です。

2018年のゴールデンウィーク旅行需要との比較(表3)ですが、企画商品とWEB宿泊販売の共に4月29日・4月30日の出発を大きく伸ばしWEB宿泊販売においては、その傾向が顕著に表れていると言えます。



3. まとめ

2019年ゴールデンウィークは、観光業界において大きな好機であり、4月最終週の需要はまだ伸びると想定され、5月3日の需要の伸びも期待できます。旅行会社としては、ゴールデンウィーク内での2回の需要と特に5月2日需要の活性化に向けて、観光地域の皆様と共にマーケットを盛り上げていきます。