

羽田空港国際線増便でますます世界中に広がる渡航先 日常との環境ギャップはストレスのもと ホテルなど衛生面にこだわる人が9割、それでも現地で戸惑う「トイレ環境」

「仕方ない」と諦めない！事前準備のコツ紹介、携行に便利な困り事解消衛生グッズも登場

旅行ジャーナリスト村田和子氏監修 海外旅行の準備に関する調査結果より

2014年3月30日より羽田空港発着の国際線が増便され海外旅行の利便性が高まることを受け、海外旅行に関するニーズを調べるため、マーケティング&リサーチ会社である株式会社シタシオンジャパン（所在地：東京都中央区、代表取締役会長兼社長：小出紘道）は、旅行ジャーナリスト村田和子氏監修の下、「海外旅行の準備に関する調査」を実施いたしました。

【調査実施期間：2014年3月14日～16日、調査対象者：1年以内に海外旅行経験のある20～60代男女1,000名】

調査の結果、宿泊先などをこだわって準備する人が多い反面、旅行先で何らかの困り事に遭遇する人が多いことが分かりました。また男女を問わず衛生面にこだわるものの、海外で日本と同レベルの環境を得るのは難しく、特にトイレに関して困る人が多いことが分かりました。

この結果を受けて調査監修者である村田和子氏は、日常生活で当たり前になっていることほど「仕方ない」と思いながらも割り切れず、渡航先の環境とのギャップがストレスになっていると分析します。衛生面での不具合は体調不良の原因にもなり、せつかくの旅行も台無しになりかねません。来る春休み～ゴールデンウィークの旅行にいち早く取り入れて携行したい便利グッズも紹介いたします。

【旅行ジャーナリスト村田和子氏監修 調査結果サマリー】

■ 身近になった海外旅行、それでも8割の人が旅の前に不安アリ

旅行者が海外旅行の前に不安に思うのは「犯罪」「遺失」「コミュニケーション」。
8割の旅行者は事前に何らかの不安を抱えながら旅に出かけている。

■ 9割の人がこだわる「衛生面」、それでも行ってから戸惑う「トイレ環境」

男女問わず旅先でも大事にしたい衛生面、ホテルも四つ星ランク以上を予約する人が多いものの、衛生面の整備がされておらず戸惑いを感じる旅行者も多い。また衛生面と関連し、シャワートイレがなくて困ったという旅行者も多い。

女性より男性の方がトイレにこだわる！？日本では当たり前のシャワートイレがなくて「困った！」

年代が上がるにつれてシャワートイレは欠かせないアイテムで、60代では約半数の旅行者が困った経験をしている。またすべての年代で、男性の方が女性よりもシャワートイレにこだわる人が多い結果となった。

日常的にシャワートイレを利用し習慣化している人にとっては切実な問題であることが浮き彫りに。

旅行ジャーナリストが衛生面の海外旅行お役立ちグッズを紹介

調査結果を受けて、旅行ジャーナリスト村田和子氏が、特に海外で戸惑うことの多い衛生面におけるお役立ちグッズを紹介。

■ 身近になった海外旅行、それでも8割の人が旅の前に不安アリ

近年の渡航者数は年間およそ1,700万人と、1964年の海外旅行自由化から50年が経ち、いまや珍しいことではなく身近になった海外旅行。それでも、渡航前には何らかの不安を抱えている人がおよそ8

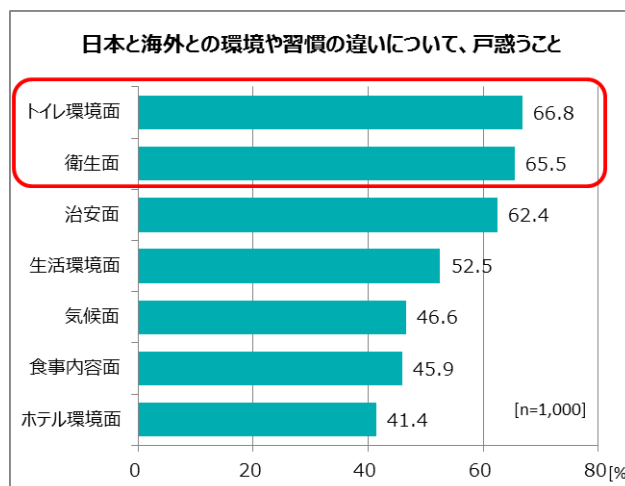
割に上ることが分かりました。心配事のトップ3は「犯罪に遭う」(51.0%)、「重要物の紛失」(43.6%)、「言葉や文化などの違い」(42.6%)でした。

渡航前に、不安に思っていたこと

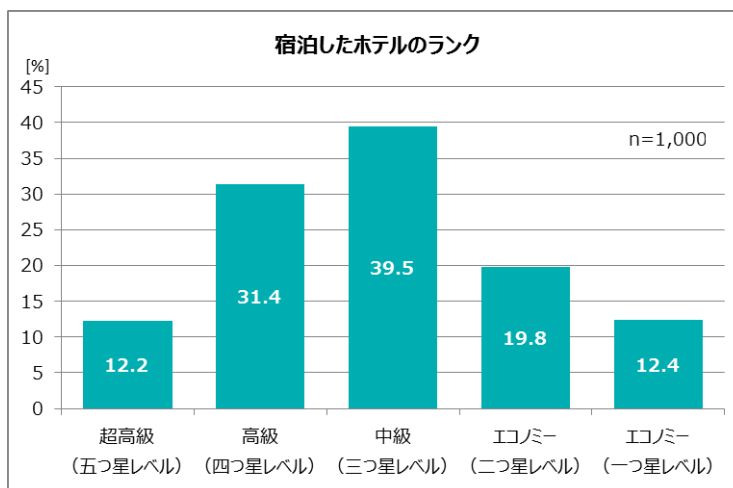
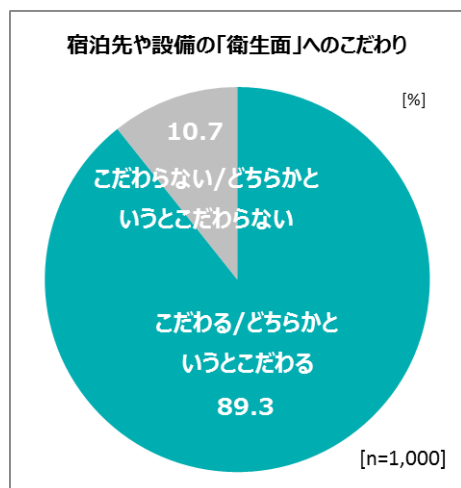
1	窃盗やひったくりなどの犯罪、カードスキミングなどの事件に遭う	51.0%
2	金銭やパスポート等重要物の紛失	43.6%
3	言葉や文化などの違い	42.6%
-	特になし	19.6%

■ 9割の人がこだわる「衛生面」、それでも行ってから戸惑う「トイレ環境」

では実際に、海外旅行の際にどんなことに困るのか、「海外旅行の際に戸惑うこと」を尋ねたところ「トイレ環境面」という回答が66.8%と最も多く、次いで「衛生面」(65.5%)、治安面(62.4%)と続く結果となりました。治安や食事などよりも「清潔さ」について、日ごろの生活とのギャップに戸惑っていることが分かりました。特にトイレ環境においては、旅行前の不安としては上位に上がっていないことから、「想定外の現地で気になる困りごと」であることが分かります。



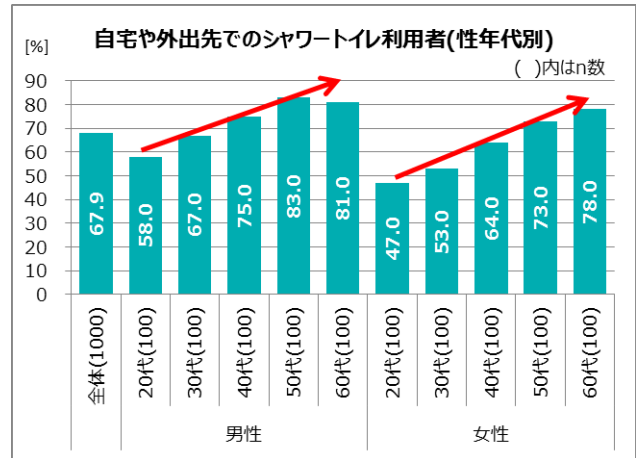
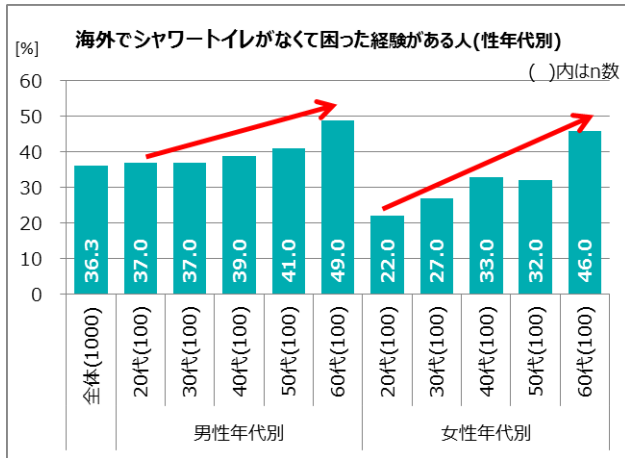
海外旅行者が戸惑うことの多い衛生面ですが、では旅の前に衛生面に配慮せずに出かけているかといえばそんなことはなく、「宿泊先や設備の衛生面についてこだわる」という人は全体のおよそ9割(89.3%)に上ります。このことは宿泊したホテルのランクが高級(四つ星レベル)以上の方が半数近くという結果にも表れています。多くの海外旅行者が、「衛生面に配慮した計画をしているが、それでも渡航先では戸惑っている」という実態が明らかになりました。



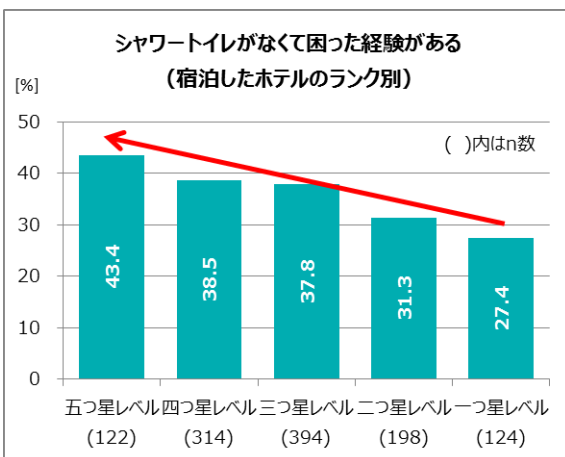
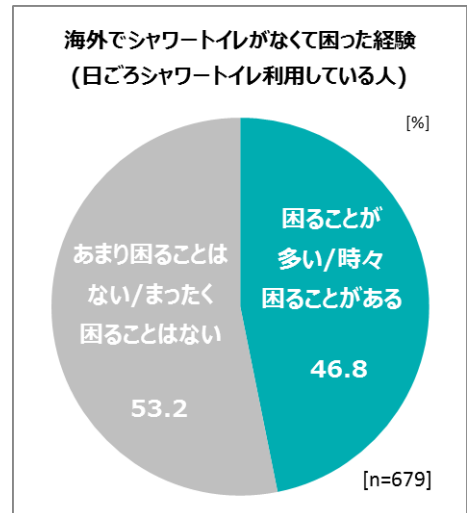
この結果に対して村田氏は、「旅の楽しみ方は一人十色の時代、渡航先の国も多様化しています。また、旅先でも世界遺産や自然体験などを目的に、環境が比較的整った観光客向けの街中以外の地域へも足を延ばすケースが増えています。その為、衛生面で世界トップクラスの日本との違いに戸惑う人は多いのではないのでしょうか？日常生活とのギャップはストレスになり、体調不良へもつながりかねません。旅を楽しむ為にも注意が必要です」とコメントしています。

■ 女性より男性の方がトイレにこだわる！？ 日本では当たり前シャワートイレがなくて「困った！」

トイレ環境面については、「シャワートイレがなくて困った経験がある」という人が36.3%と4割近くになりました。性年代別に見ると、男女いずれも年代が上がるにつれて「困った」という人は多くなり、



60代の海外旅行者ではおよそ半数が、シャワートイレがないことに困った経験をしています。また全体的に女性よりも男性の方が困った経験を持つ人が多い傾向があることが分かりました。これらはいずれも、シャワートイレの日常的な利用率と傾向を同じくしており、日常的にシャワートイレを利用している人の約半数(46.8%)が、海外旅行の期間においても「シャワートイレがなくて困った」と回答しています。これらのことからシャワートイレが習慣化している人にとっては、旅でも切実な問題であることが伺えます。



また、シャワートイレがなくて困った経験の有無を宿泊ホテルのランク

別に見ると、高級なホテルに宿泊している人ほど困った経験を持つ人が多い傾向にあります。「高級なホテルなのだから、あるのが当然」と期待が高い分、シャワートイレがないことに対して現地で驚き戸惑う様子が伺えます。日本での普及率が7割を超え¹、もはや日本人にとって「当たり前」とも言えるシャワートイレですが、海外ではほとんど普及していないため、日常的に使っている人ほど渡航先で困っていると考えられます。

村田氏は「海外では、日本のようなシャワートイレの普及はまだ進んでおらず、都市部でも少ないのが現状です。高級ホテルも例外ではありません。旅行会社によっては“シャワートイレ付きのホテル”の情報を持っていたり、宿泊予約サイトでは、シャワートイレの有無で検索ができるサイトもあったりします。『せめてホテルのトレイだけでも』という人は、旅の計画時に希望を出して探してもらい、あるいは条件で検索することも検討を」とコメントしています。

■ 旅行ジャーナリストが衛生面の海外旅行お役立ちグッズを紹介

今回の調査結果を受け、村田氏は衛生面における海外旅行時のオススめグッズとして、下記の商品を

¹ 内閣府消費動向調査より

挙げています。

折りたためる携帯用コップ「UGUP（ウガップ）」（有限会社南海堂）

「ホテルやレストランによっては、コップがついていないところや、ついていても衛生面から使いたくないような場合もあるため一つ持っている便利な『UGUP』。フタがピルケースにもなっているので、毎日薬を飲む必要がある人なども必携です。」

（税抜き価格 475 円）



携帯用おしり洗浄器「ハンドイトワレ・スリム」（パナソニック株式会社）

「今回の調査ではシャワートイレを日常的に利用している人の約半数が、海外旅行という短い期間でも、なくて困ったことがあると回答しています。残りの半数の方についても満足しているのではなく『海外のトイレはそんなもの』と諦めている人が多いのではないのでしょうか。『ハンドイトワレ・スリムは』230g と軽量、折り畳み傘ぐらいのサイズなのでどこへでも持って行くことができます。昨今の多様な旅スタイルとも相性のよいグッズです」

（電池式、オープン価格）



■調査監修者：旅行ジャーナリスト 村田 和子 氏

All About「旅の便利・お得情報（現：旅の準備・お得・便利）」ガイド。自らのプロフィール（働く女性、主婦、母、一級販売士 etc.）を活かし、消費者視点から執筆。旅行ジャーナリストとして、テレビ・新聞・雑誌等の媒体で、旅行者視点の情報提供や、旅行サイト、グッズのアドバイザーなどを務める。2007年より、三世代旅行、子連れ旅行、女性ひとり旅などをテーマに、講演および、宿・地域のコンサルティング業務を開始。2008年4月より旅行のクチコミサイトフオートラベルのアドバイザーに就任。
総合旅行業務取扱管理者（国家資格）／国内旅行業務取扱管理者（国家資格）



■調査実施概要

「海外旅行の準備に関する調査」

調査対象者： 直近1年以内に海外旅行に行った経験のある全国の20～60代男女1,000名

調査方法： インターネット調査

調査実施会社： 株式会社シタシオンジャパン

調査実施期間： 2014年3月14日（金）～16日（日）

■株式会社シタシオンジャパンのご紹介 < <http://www.citation.co.jp/> >

シタシオンジャパンは、総合マーケティング&リサーチ会社です。「調査」「コンサルティング」に留まることなく、現状課題や目的達成という企業の課題解決フローを「総合的」に支援することを目指しており、1)マーケティング・リサーチ事業、2)マーケティングコンサルテーション事業、3)診断事業の3つを軸としたクライアント協業型のマーケティング支援活動を実施しています。

<本リリース資料全般に関する報道関係者様 お問い合わせ先>
株式会社シタシオンジャパン「羽田増便直前の海外旅行に関する調査」広報事務局
ブルーカレント・ジャパン株式会社 担当：芳賀（はが）、池内
Tel：03-6204-4141 Email：kimishige.haga@bluecurrentgroup.com