

GWが10連休は17.9%！“連休がうれしい”は昨年から7.1Ptダウン！ 連休の予定はインバウンドの影響か「国内旅行」が下降し「家事」が上昇

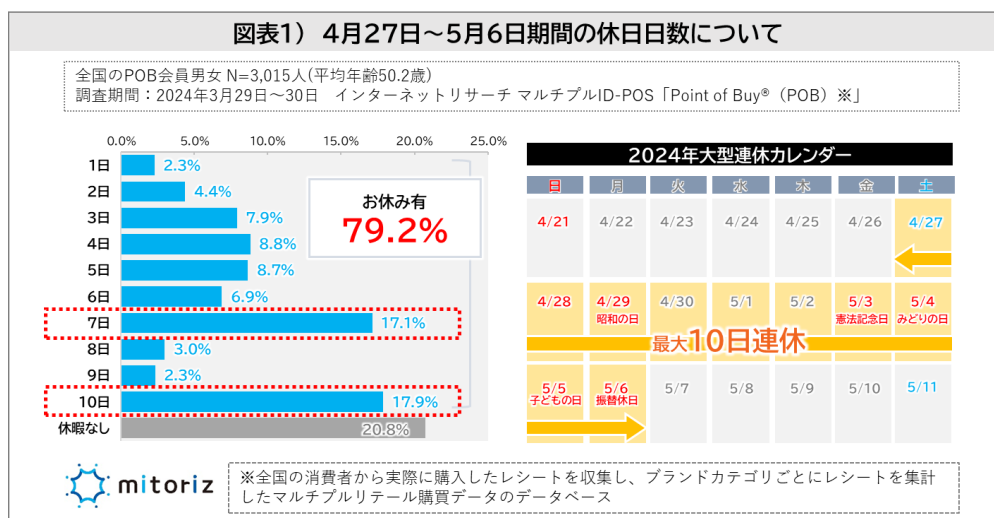
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,015人に「大型連休に関する調査」を実施致しました。

新型コロナによる制限は緩和されましたが、訪日観光客の増加や物価上昇が続く中、今年の大規模連休（最大10連休）に対する消費者の受け止め方について、休みの日数や過ごし方、想定予算などを調査しました。

《調査サマリー》

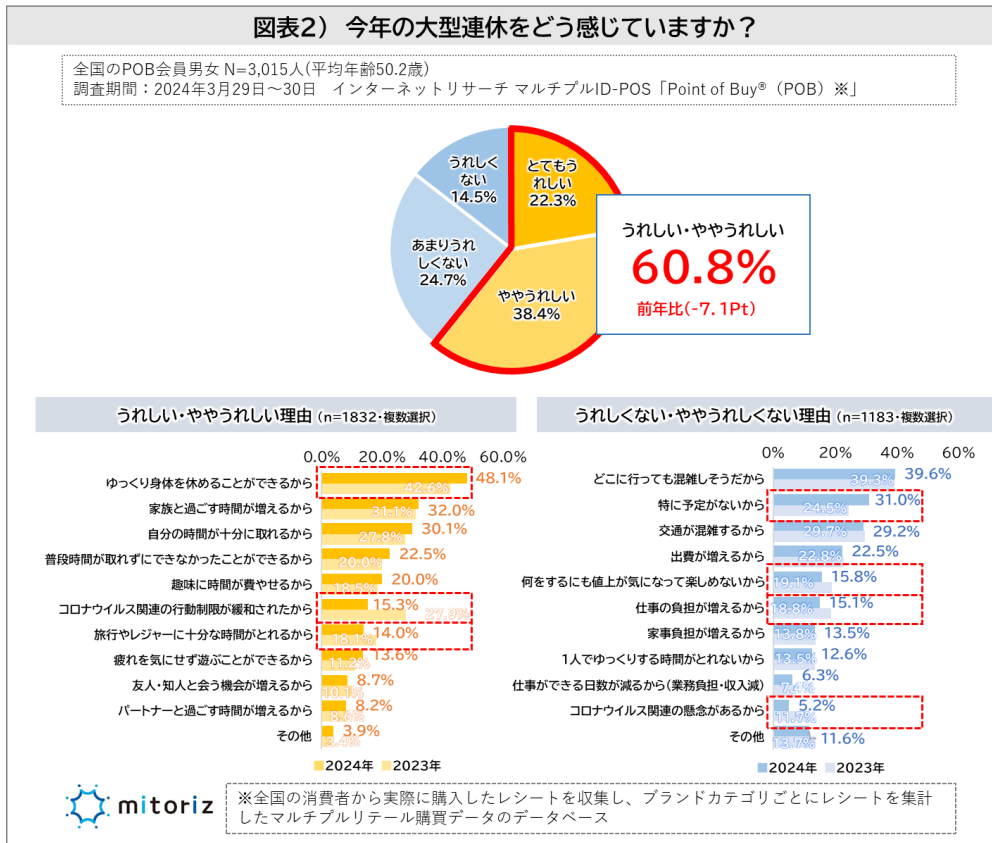
- ・2024年の大規模連休は17.9%が10日休みと回答！次いで7日が17.1%で続く
- ・大規模連休をうれしいと思っている人は60.8%！2023年比で7.1Ptダウン
- ・大規模連休の過ごし方は「国内旅行」は減少し「何もせずゆっくり」や「家の片づけ・家事」が上位に
- ・大規模連休で使う想定予算は2023年に引き続き5,000円未満が最も多い結果に
- ・大規模連休に向け購入予定の日用品は「UV・日焼け止め」「マスク」「虫よけ」などレジャー関連が増加

2024年の大規模連休は17.9%が10日休みと回答！次いで7日が17.1%で続く



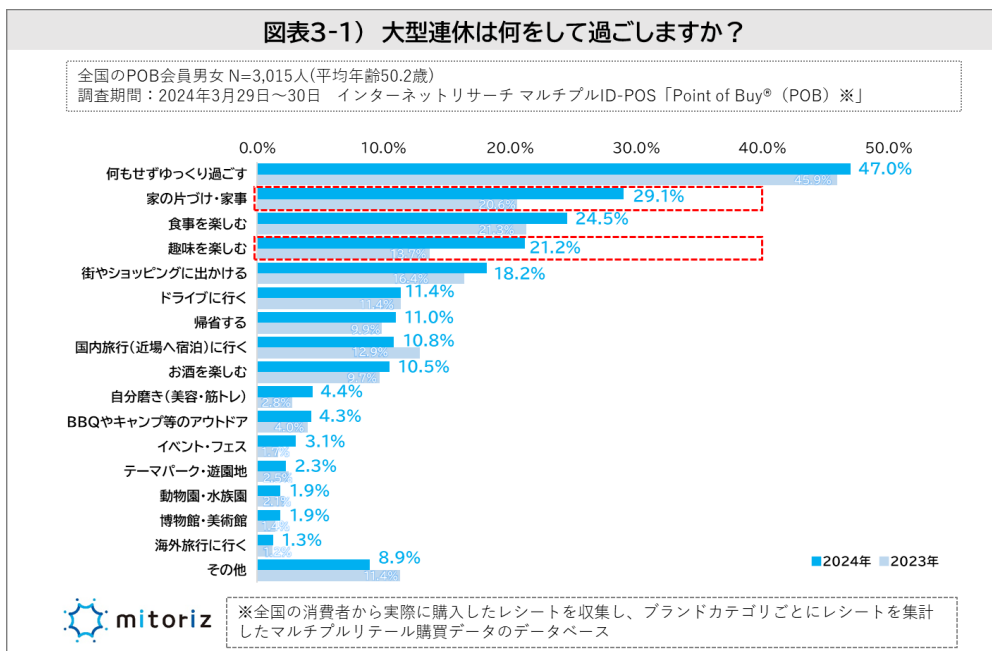
2024年の大規模連休は、4月27日（土）～4月29日（月）の3連休と5月3日（金）～5月6日（月）の4連休が隣接し、4月30日～5月2日の平日を休みにすれば最長10連休にすることができます。この期間の休日日数を尋ねたところ「10日（17.9%）」が最も多く、「7日（17.1%）」「4日（8.8%）」と続きました（図表1）。

大型連休をうれしいと思っている人は60.8%！2023年比で7.1Ptダウン

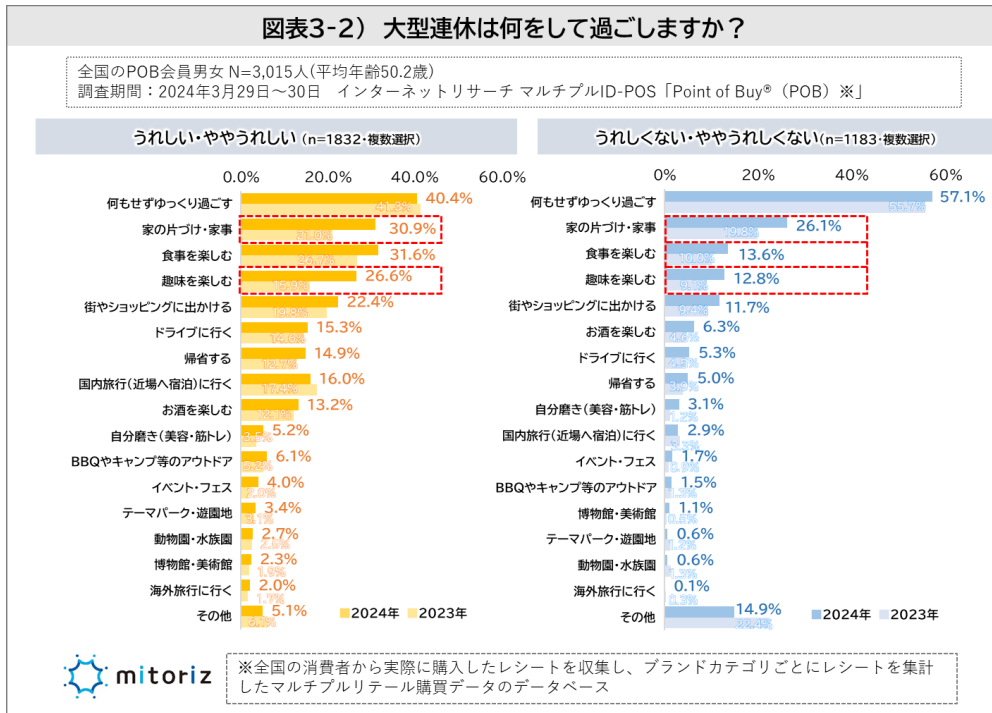


「今年の大型連休をどう感じていますか？」と尋ねたところ6割の人が「うれしい・ややうれしい」と回答しましたが、2023年と比べて7.1Pt減少しています。2023年は新型コロナウイルス感染症の5類移行を目前に、ようやく行動制限のない連休を迎えられることへの期待感が高く、その反動で減少している可能性が考えられます。うれしい理由は「ゆっくり身体を休めることができるから（48.1%）」が最も多く過半数に迫ります。2023年が祝日と土日で5連休だったのに対して、2023年は4連休で1日少ないことも影響してか「旅行やレジャーに十分な時間がとれるから(-4.1Pt)」も減少しています。うれしい、うれしくないに関わらず、コロナに関連した理由は大きく数値を下げており、気にしている人が減っている様子が伺えます（図表2）。

大型連休の過ごし方は「国内旅行」は減少し「何もせずゆっくり」や「家の片づけ・家事」が上位に

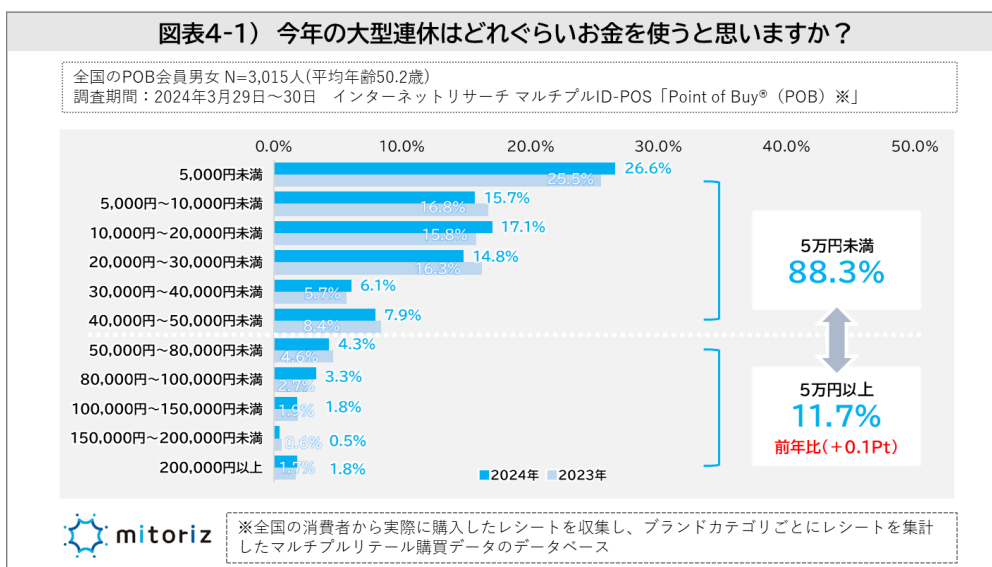


大型連休の過ごし方は、「何もせずゆっくり過ごす(47.0%)」が最も多く、次に「家の片づけ・家事(29.1%)」「食事を楽しむ(24.5%)」と続きました。2023年に比べ「家の片づけ・家事(+8.4Pt)」が順位を上げており「食事を楽しむ(+3.2Pt)」「趣味を楽しむ(+7.5Pt)」「街やショッピングに出かける(+1.8Pt)」といった項目が上昇しています(図表3-1)。



連休がうれしい人、うれしくない人では上位の過ごし方は大きく変わらず「何もせずゆっくり過ごす」が最多となりましたが、全体的にうれしい人の方が数値が高く、何かしらの予定を立てている人が多いことがわかります。うれしくない人は「その他」の回答が多く、コメントでは「特に予定がなく何も考えていない」や「祝日関係なく仕事」「子どもの習い事」といった理由が挙げられました(図表3-2)。

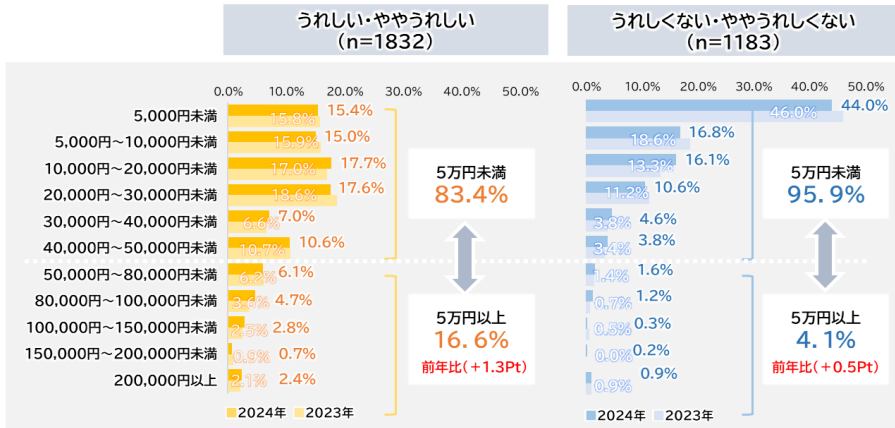
大型連休で使う想定予算は2023年に引き続き5,000円未満が最も多い結果に



大型連休の予算について尋ねたところ、2023年と比較して5万円以上の比率がわずかに増えているものの、2023年と同様に最も多い回答は5,000円未満(26.6%)となり、全体的に2023年と大きくは変わらない結果となりました(図表4-1)。

図表4-2) 今年の大型連休はどれぐらいお金を使うと思いますか？

全国のPOB会員男女 N=3,015人(平均年齢50.2歳)
調査期間：2024年3月29日～30日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

連休がうれしいと人に限れば、10,000円以上～20,000円未満(17.7%)で最も多く、20,000円以上～30,000円未満(17.6%)もほぼ同じ比率となっています。一方でうれしくない人は予算5,000円未満(44.0%)が最も比率が高く過半数に迫ります(図表4-2)。

大型連休に向け購入予定の日用品は「UV・日焼け止め」「マスク」「虫よけ」などレジャー関連が増加

図表5) 大型連休に向けて購入する日用品で当てはまるもの

大型連休に向けて日用品を購入する予定のある全国のPOB会員男女(平均年齢50.2歳)
調査期間：2024年3月29日～30日 インターネットリサーチ マルチプルID-POS「Point of Buy® (POB) ※」

	2024年	2023年	前年差異
UV関連・日焼け止め	52.8%	42.6%	+10.2 ↑
マスク	22.6%	24.7%	-2.1 ↓
虫よけ関連	19.6%	11.8%	+7.9 ↑
ウエットティッシュ	18.6%	16.7%	+1.9 ↑
制汗剤	16.2%	12.0%	+4.3 ↑
ボディシート	16.0%	11.3%	+4.7 ↑
熱中症予防対策商品(熱中症対策水、塩飴、瞬間冷却剤)	14.7%	13.6%	+1.1 ↑
目・鼻・口・のどに関する医薬品類	11.3%	6.1%	+5.3 ↑
除菌スプレー・ジェル	10.6%	10.9%	-0.3 ↓
ビタミン・栄養剤	10.5%	8.4%	+2.1 ↑
基礎化粧品(化粧水・乳液等)	10.1%	13.1%	-3.0 ↓
リップクリーム	9.1%	7.4%	+1.7 ↑
住居用洗剤	7.9%	6.9%	+1.0 ↑
ハンドクリーム	7.6%	8.1%	-0.4 ↓
ヘアケア用品(シャンプー、ワックス、オイル等)	7.5%	6.6%	+0.9 ↑
皮膚に関する医薬品類	6.7%	8.1%	-1.4 ↓
胃腸に関する医薬品類	6.5%	5.2%	+1.3 ↑
ヘアカラー	5.5%	6.4%	-0.9 ↓
消臭剤	5.5%	7.7%	-2.3 ↓
カミソリ・除毛・脱毛クリーム等	5.2%	3.5%	+1.6 ↑
滋養強壮関連(指定医薬部外品)	5.0%	2.9%	+2.2 ↑
ポイントメイク(口紅、アイブロウ、アイライナー、マスカラ、チーク等)	4.9%	10.9%	-6.0 ↓
口中衛生用品	4.1%	4.9%	-0.8 ↓
その他	6.1%	6.9%	-0.8 ↓



※全国の消費者から実際に購入したレシートを収集し、ブランドカテゴリごとにレシートを集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

大型連休に向けて購入する予定の日用品を調査したところ「UV・日焼け止め(52.8%)」「マスク(22.6%)」「虫よけ関連(19.6%)」が上位に続きました。2023年と比較すると「UV・日焼け止め(+10.2Pt)」「虫よけ関連(+7.9Pt)」をはじめとするレジャーや外出に関連する商品の購入予定が増加傾向にあります。また、5月は花粉飛散にもまだ注意が必要なため「目・鼻・口・のどに関する医薬品類(+5.3Pt)」が伸長、「マスク」も花粉症対策のほか、引き続き感染症予防を必要とする声もあり2割が購入予定と回答しています(図表5)。

【アンケート調査概要】

調査期間：2024年3月29日～3月30日

調査対象：mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）
POB会員（平均年齢50.2歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,015件）

消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy®：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ：<https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 広報：田中（たなか）

TEL：03-6328-0052 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@mitoriz.co.jp

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：1億円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。