要約版

# イベントが旅先を決める時代へ
# 女性の65%が
# イベント目的旅行




**生活者インサイト総研**
HERSTORY
ー月刊生活者レポートー


2026
12

## CONTENS 目次


01 アンケート調査①
イベント目的旅行の実態

02 アンケート調査②
イベント目的旅行の経済効果

03 インタビュー調査
よく行くイベントのジャンルと、参加する理由

04 今月の女性トレンド
ピックアップトレンド商品3選

# 01 生活者調査で見えたこと

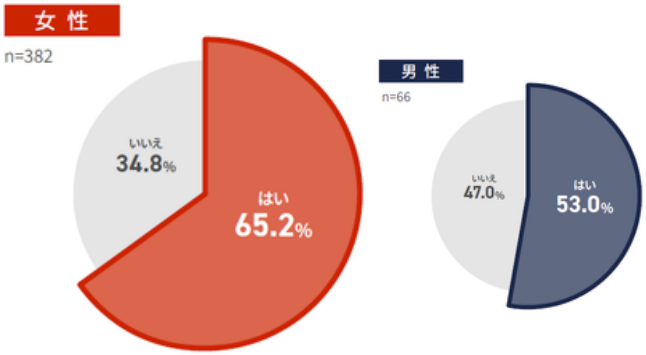
イベント目的のお出かけに関する
アンケート結果

アンケート調査

## イベント目的旅行の実態とは？

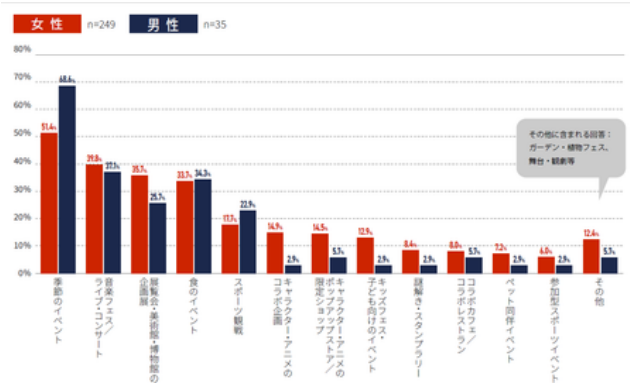
### イベント目的の お出かけ経験

Q.1年以内に「イベント参加」を目的としたお出かけ（日帰り・宿泊問わず）をしましたか？



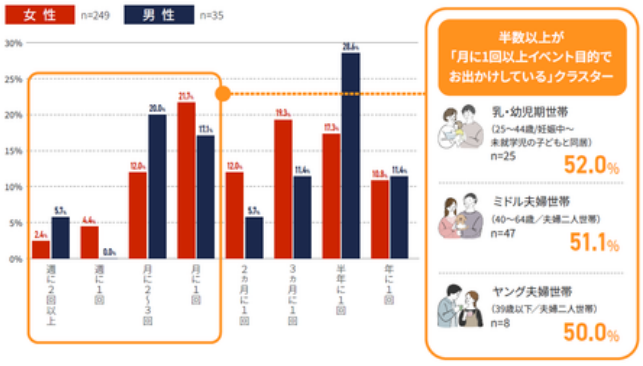

### イベント目的の お出かけ先

Q.1年以内に、どのようなイベント目的でお出かけしましたか？



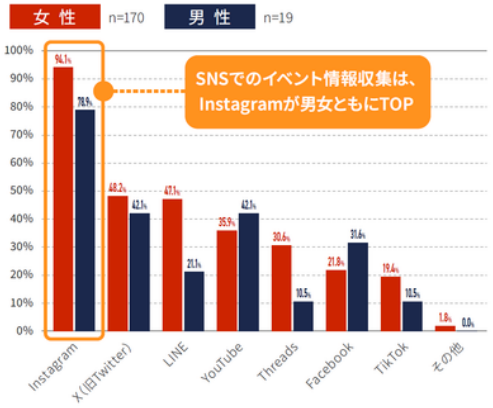

### イベント目的の お出かけ頻度

Q.1年以内に、イベント目的でお出かけした頻度を教えてください。




### イベント情報収集 SNSの内訳

Q.普段イベントの情報を見ているSNSをすべて選んでください



# 02 生活者調査で見えたこと

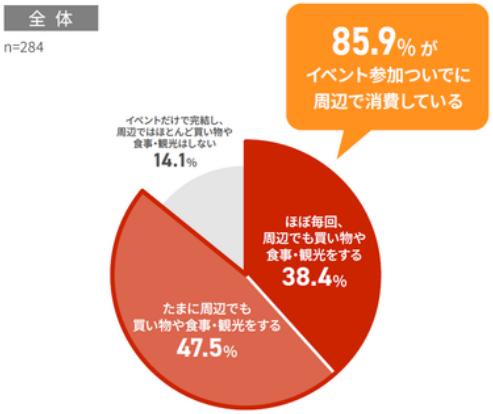
イベント目的のお出かけに関する
アンケート結果

アンケート調査

## イベント目的旅行の経済効果

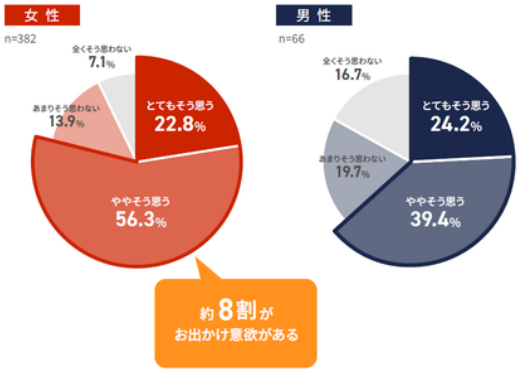
### ついで消費

Q.イベント参加を目的に出かけた際、ついでに周辺で買い物や食事・観光をすることはありますか？




### イベント目的のお出かけ意欲

Q.「限定コラボ」や「期間限定イベント」が開催されている場合、普段は行かない場所（遠方の空港、商業施設、見知らぬ街など）でも行ってみたいと思いますか？




### 考察



過去1年以内にイベント目的でお出かけをした女性は65.2%に上り、男性を12.2ポイント上回りました。女性の約7割が年4回以上出かけており、情報収集にはInstagramが中心的に活用されています。また、参加者の85.9%が周辺で買い物や食事・観光を楽しみ、女性の約8割が限定イベントをきっかけに普段行かない場所への訪問意向を示しています。

# 03 生活者調査で見えたこと

イベント目的のお出かけに関するインタビュー結果

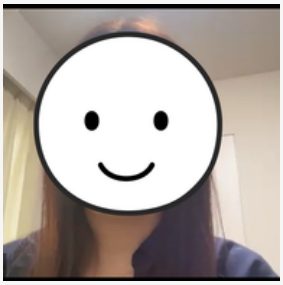
インタビュー調査

## よく行くイベントのジャンルと、参加する理由



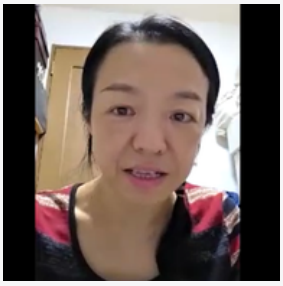
**＜児童・思春期世帯＞**
**30代後半・既婚**
アルバイト・パートタイム
夫、息子と同居

ジャンルにこだわりはなくて、行きたいものに行きますが、子どもが楽しめて、貴重な体験や学びにつながるかは重視しています。最近は家族全員で夢中になっているポケモンカードのイベントに行きました。夫が元々好きで、そこから息子、そして私自身もハマっていった形です。先日は夫の実家がある大阪への帰省を兼ねて現地のポケモンセンターを訪れ、念願だったイベントに参加できました。



**＜ミドル夫婦＞**
**40代前半・既婚**
正社員・夫と同居

圧倒的に多いのはポケモンのコラボイベントです。ピカチュウが好きで、コロナ禍前に横浜で開催された「ピカチュウ大量発生チュウ！」に行ったのを機にポケモン関連のイベントに行くようになりました。今年はスタンプラリーに参加したり、プロ野球やJリーグとポケモンのコラボ試合を観にも行きました。ポケモンはジャンルを問わず日程や場所の条件が合えば積極的に足を運んでいます。



**＜青年・成人期世帯＞**
**50代前半・離別･死別**
アルバイト・パートタイム
母、娘、息子と同居

クラフトビールやお酒関連のイベントに出かけることが多いです。もともとビール好きでしたが、よなよなエールなどを飲んで従来のビールとの味の違いに驚いたのがハマったきっかけです。特に昔ながらの苦味のあるIPAが大好きです。お店や通販の缶ビールだと1本1,200円ほどして家で開けるのを躊躇してしまいますが、イベントならプラカップ1杯700～800円で気軽に飲み比べできるのが一番の魅力です。

# 04 今月の女性トレンド

2026.12月号より

最新トレンド

## ピックアップトレンド商品3選

### 01




#### 近年の気候の変化に対応　「季節を選ばない服」

近年の気候変動や長雨、急な気温の変化などを背景に、特定の季節に限らず長く着られる服が注目されている。ワークマンでは、寒い時期には暖かく、暑い時期には熱を逃がす機能を持つ「着る断熱材」など、気温の変化に対応する商品を展開。また、265日着られることをコンセプトにした三陽商会のブランドAMACAから出ている「265日ニット」など、春や秋だけでなく幅広い季節に活躍するアイテムも登場している。素材や機能を工夫し、一着を長く着回せることが新しい服選びのポイントになっている。

### 02




#### 本格的な味が手軽に楽しめる コンビニの「ミルクティー」

コンビニのミルクティーがSNSで話題。セブン-イレブンやローソンなどが茶葉の風味やミルクのコクにこだわった商品を展開し、手軽に本格的な味わいを楽しめるのが魅力。紅茶の香りや風味を重視する人、ミルクの濃厚さやまろやかさを好む人など、好みによって評価が分かれるのも面白いところ。近年のミルクティーブームの流れもあり、身近なコンビニで気軽に購入できることから、飲み比べて自分好みの一杯を探す楽しみが生まれている。

### 03




#### 人気家電に大容量モデル登場 レコルト「自動調理ポット」

材料を入れてボタンを押すだけで、ポタージュやスープなどが作れるレコルトの「自動調理ポット」。なめらかなペーストも手軽に作れることから、離乳食づくりにも便利と乳幼児のいる家庭などで注目されてきた。今回、最大800mlのスープが作れる大容量モデル"ラージ"サイズが登場。具材感のあるスープやおかゆ、豆乳など7つの調理モードを搭載し、一人分から家族用、作り置きまで幅広く対応する。家族みんなの毎日のごはんを手軽に準備できる調理家電として、活躍しそうだ。