



年々増える一人旅の 理由を徹底解剖



はじめに

近年、「一人旅」を選ぶ人が年々増加しています。かつては団体旅行や家族旅行が主流だった旅行市場において、なぜ一人旅がここまで浸透してきたのでしょうか。

本ホワイトペーパーでは、その背景にある社会的要因や心理的ニーズ、実際のデータやユーザーインサイトをもとに、一人旅需要の拡大理由を多角的に分析します。

また、宿泊業界がこの潮流にどう対応すべきか、実践的な戦略についても提案します。

一人旅市場の現状

市場データ

観光庁や旅行各社の統計によると、コロナ禍以降、一人旅需要は急増。
2023年時点で国内宿泊客の約17%が
「一人での宿泊」と回答（楽天トラベル調査）。

特に30～40代女性、一人で過ごす時間を大切にする
Z世代を中心にニーズが拡大。

平日・オフシーズンの利用が多く、
混雑を避けたい層やリモートワーカーとの親和性も高い。

一人旅市場の現状

人気エリア

京都、金沢、箱根、伊勢志摩、熱海など、街歩きや温泉が楽しめる地域が人気。

最近では、地方の「隠れ宿」や自然に囲まれたローカルエリアも注目されている。

なぜ一人旅が増えているのか

社会背景

多様なライフスタイルの尊重

個人主義の浸透と共に、「誰かと一緒に行くべき」という価値観が薄れ、自分のペースで行動したいというニーズが増加。

働き方の変化

リモートワークや有給取得の促進により、個人で自由に時間を使える環境が整った。

精神的な回復志向

SNS疲れやストレスからの解放を求め、「ひとりでリセットする」行動が浸透。

02

なぜ一人旅が増えているのか

心理的ニーズ

自己肯定感の向上

「一人でも旅を楽しめる自分」への満足感。

内省・リフレッシュ

日常からの距離を置き、自分と向き合う時間を持ちたいという動機。

自分好みの旅程を組める自由

他人に気を遣わず、食事・観光・滞在時間もすべて自分の裁量で決められる。

02

03

ターゲット別の動機と特徴

ターゲット層	主な特徴	一人旅に求めるもの
20代女性 (Z世代)	SNS発信力が高い/ 価値観重視	映える場所、安心感、非日常体験
30~40代女性	自立志向、ストレス発散	リフレッシュ、温泉、癒し
男性会社員	出張と絡めた延泊、 一人時間重視	ご当地グルメ、静かな空間
シニア層	アクティブな高齢者、 健康志向	文化体験、歴史的散策、マイペースな旅

宿泊施設が取るべき戦略

ターゲット明確化とニーズの把握

Z世代・ミレニアル層

SNS映え、ストーリー性ある体験、短期滞在でも満足度の高い旅。

テーマ特化型の訴求

温泉女子旅、グルメ一人旅、アートと建築巡り、など明確なテーマを設ける。

女性一人旅の安心安全

館内動線の明瞭化、防犯設備、スタッフのホスピタリティ強化。

宿泊施設が取るべき戦略

サービス・施設設計の再構築

一人旅専用プランの設置

1名料金設定（割高感の排除）、部屋食、レイトチェックアウト。

プライベート重視の設計

半個室の食事スペース、パーソナルラウンジ、貸切風呂。

ITによる気軽な滞在

セルフチェックイン・スマートロック、非対面接客の強化。

宿泊施設が取るべき戦略

情報発信・マーケティング

SNSによる「体験の共有」訴求

INSTAGRAM・YOUTUBEでの体験動画、滞在ストーリーの可視化。

キーワード強化

「一人旅歓迎」「自分時間」「リトリート」「ソロ活」などで検索されやすくする。

UGC活用

実際の宿泊者の投稿を公式アカウントで紹介、信頼性と共感を獲得。

宿泊施設が取るべき戦略

長期的な関係構築

リピーター向け施策

一人旅専用ポイント制度やステイ履歴に応じた特典提供。

シーズナルキャンペーン

季節に合わせた「一人旅特集」やご褒美企画。

パーソナルレコメンド

過去の宿泊履歴・アンケートデータを活用した旅の提案。

当社の実行支援型

OTAマーケティング ホテルラボについて

「複雑化・高度化するOTA」の、マーケティングをサポート

予約エンジン

国内OTA

海外OTA



WEB集客施策

各OTAページのクオリティ

ノウハウの担保

当社の実行支援型

OTAマーケティング ホテルラボについて

ホテルラボ詳細資料



ホテルラボ

OTA・ブッキングエンジン運用、
人手不足とノウハウ不足を
まるごと解決！

おわりに

一人旅の拡大は、一過性のブームではなく、社会全体の価値観の変化に根ざした「新しいスタンダード」とも言えます。

宿泊施設にとっては、従来のグループ客対応とは異なる視点と工夫が求められますが、その分、ロイヤルカスタマーになりうる層へのアプローチチャンスでもあります。

今こそ、誰にも邪魔されない「自分だけの時間」を求める顧客の心をつかむ施策が必要です。