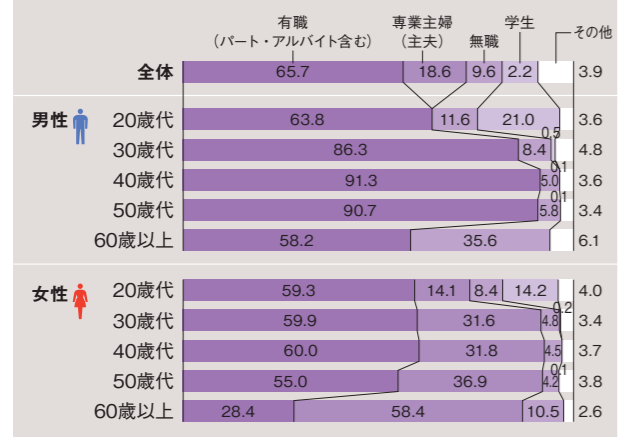


ここからは「じゃらん宿泊旅行調査」の最新データ(2018)を10歳単位で区切り、シニア層の特徴を年代ごとに比較しながらより細かく見ていく。

まずシニア層が旅行に行く／行かないを決める背景にある事情を知るため、「旅行に行かなかった理由」に注目してみた(図3)。他年代と比べて50代、60歳以上で目立つのは「旅行に興味になかった」割合の低さ。とくに男性では20代、30代の約半分となっていて、他年代と比較すると旅行に興味のない人が少ないことがわかる。一方で「家計の制約」を挙げた人の率は、男性では50代が最高。女性では40代をピークに低下するものの、50代ではまだ多くの人がこれを理由に挙げている。子供の進学による出費や就職定年による収入

減など、まだまだ経済的な見通しが不安定な50代の姿が見て取れる。「休みが取れなかった」を挙げた率は、50代では40代とほぼ変わらず、60代になると大きく減る。図4の有職率と合わせて考えても、50代ではまだ定職に就き、休みの融通が利きにくい人が多いことこの表れといえそう。なお、50代以上で増える理由が「介護」と「自分の健康」。親の介護が始まると同時に、人によっては自らの健康に不安が出てくるのがこの年代ということだろう。また男女とも60代

図4 有職率(全体、性年代別、単一回答) 単位: %



※四捨五入した値のため、合計が100にならない場合がある

図5 宿泊時期(宿泊旅行実施者、性年代別、単一回答) 単位: %

年代・性別	2017年								2018年			
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
17年度・全体	9.0	10.1	6.5	7.4	12.2	8.7	10.1	8.3	7.2	6.0	6.1	8.4
20歳代 男性	6.8	8.9	5.6	7.6	14.5	9.5	8.4	7.0	7.8	5.5	8.5	9.9
20歳代 女性	7.3	9.6	5.5	7.2	12.4	9.5	8.6	7.1	7.6	6.7	7.8	10.7
30歳代 男性	7.8	9.5	5.7	7.9	14.0	8.3	9.1	7.9	8.9	7.5	6.1	7.3
30歳代 女性	8.7	9.6	6.0	8.5	13.8	9.3	8.4	7.8	7.3	6.1	6.3	8.3
40歳代 男性	7.5	9.9	5.4	8.0	16.1	7.5	8.7	7.5	8.5	6.5	6.0	8.5
40歳代 女性	8.3	9.2	4.9	8.2	17.4	7.5	8.5	7.5	7.6	5.5	5.7	9.8
50歳代 男性	8.3	10.0	5.9	7.2	12.9	8.6	10.6	8.2	7.0	6.7	6.7	7.8
50歳代 女性	10.4	9.7	7.2	7.0	9.7	9.0	10.5	8.9	6.7	6.2	5.9	8.8
60歳以上 男性	10.4	11.9	7.7	6.8	8.7	9.4	13.3	9.8	5.6	5.1	4.6	6.6
60歳以上 女性	11.2	11.2	9.0	6.9	8.0	8.2	12.0	9.4	6.4	4.8	5.2	7.8

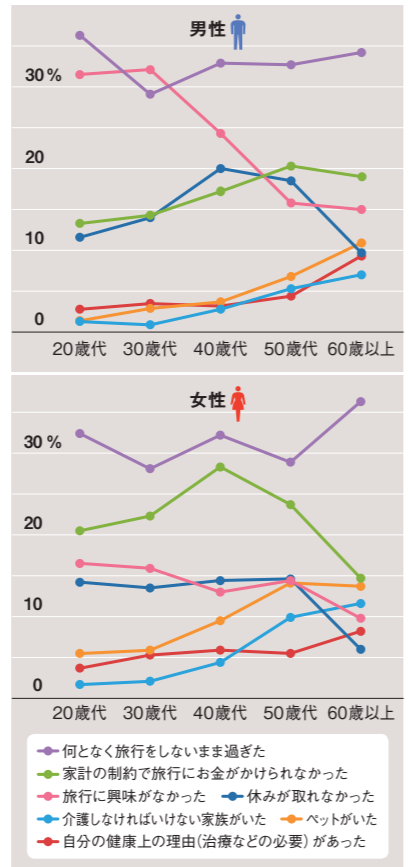
※四捨五入した値のため、合計が100にならない場合がある

年代特性

50代と60歳以上でも大きく異なる生活環境

シニア旅行者の姿を浮き彫りにするために、まずは10歳区切りで年代ごとに比較。現役世代である50代と、リタイア組が増える60代で異なる背景が浮かんだが、他年代と比べると「旅行に興味がある」という点は共通している。

図3 宿泊旅行に行かなかった理由(宿泊旅行非実施者、性年代別、抜粋、複数回答)



リタイア or 現役? 団塊以前 or バブル世代?

その多面性に迫る

最新 シニア旅行者像

国内旅行のメイン顧客というイメージの強いシニア層。しかしデータを紐解くと、そんなシニア旅行者も変化しつつあるのがわかる。そもそもシニア旅行者とはどんな人たちで、どう変わってきているのだろうか?

※とくに断りのない場合、記事中のデータには「じゃらん宿泊旅行調査2018」のデータを使用

はじめに

旅行需要を支える「シニア」とは誰なのか?

観光バスを利用したツアー客?あるいはにぎやかな女性同士のグループ客? 我々の抱くシニア旅行者のイメージは、本当に正しいのだろうか? シニア旅行者とはどんな人かを捉える難しさをまずは認識しておきたい。

宿泊旅行の実施率は10年前と比較すると低下傾向にあるが、中でも低下が目立つのが50代以上のシニア層(図1)。人口増減割合と比較すると、とくにシニア女性旅行者の減少が目立つ(図2)。この数字は悲観すべき数字なのか、あるいは、打ち手次第で改善が望めるのだろうか?

そもそもシニア旅行者とはどんな人たちなのかを捉えるのは難しい。消費に意欲的とされる「アクティブシニア」という語も、具体的な定義は曖昧で、旅行行動とのつながりも不明確。「じゃらん宿泊旅行調査」では50歳以上をシニアとしているが、仕事をしている人とリタイアした人、健康な人とそうでない人など、年齢だけでは切り分けられない多くの要素があるのもこの年代の特徴だからだ。

図1 宿泊旅行実施率(性・年代別)

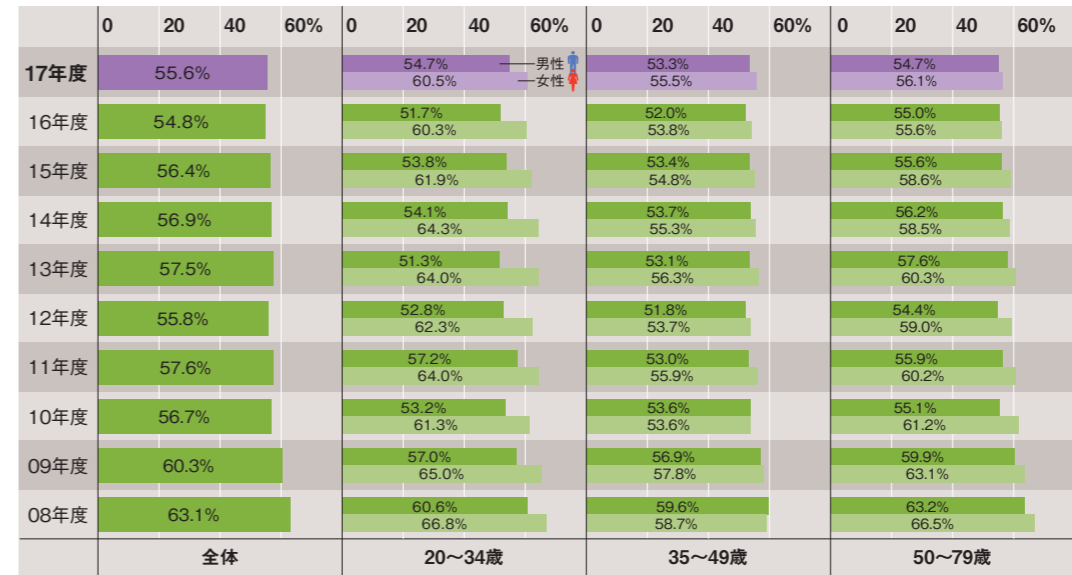
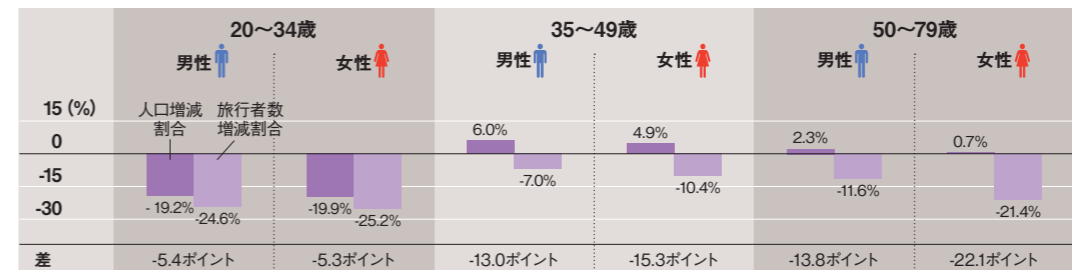
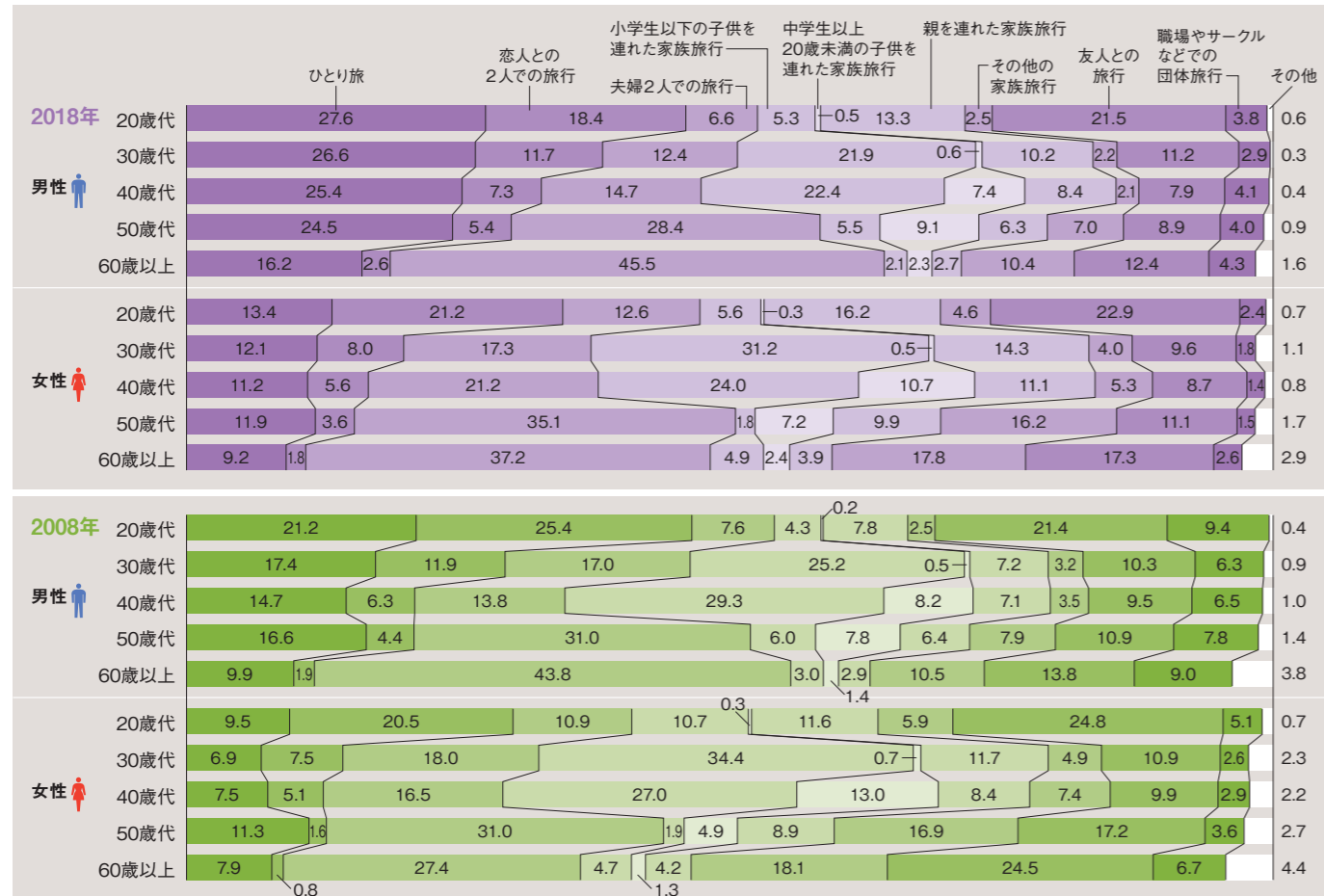


図2 人口の変化と旅行者数の変化 ※2007年度→2017年度



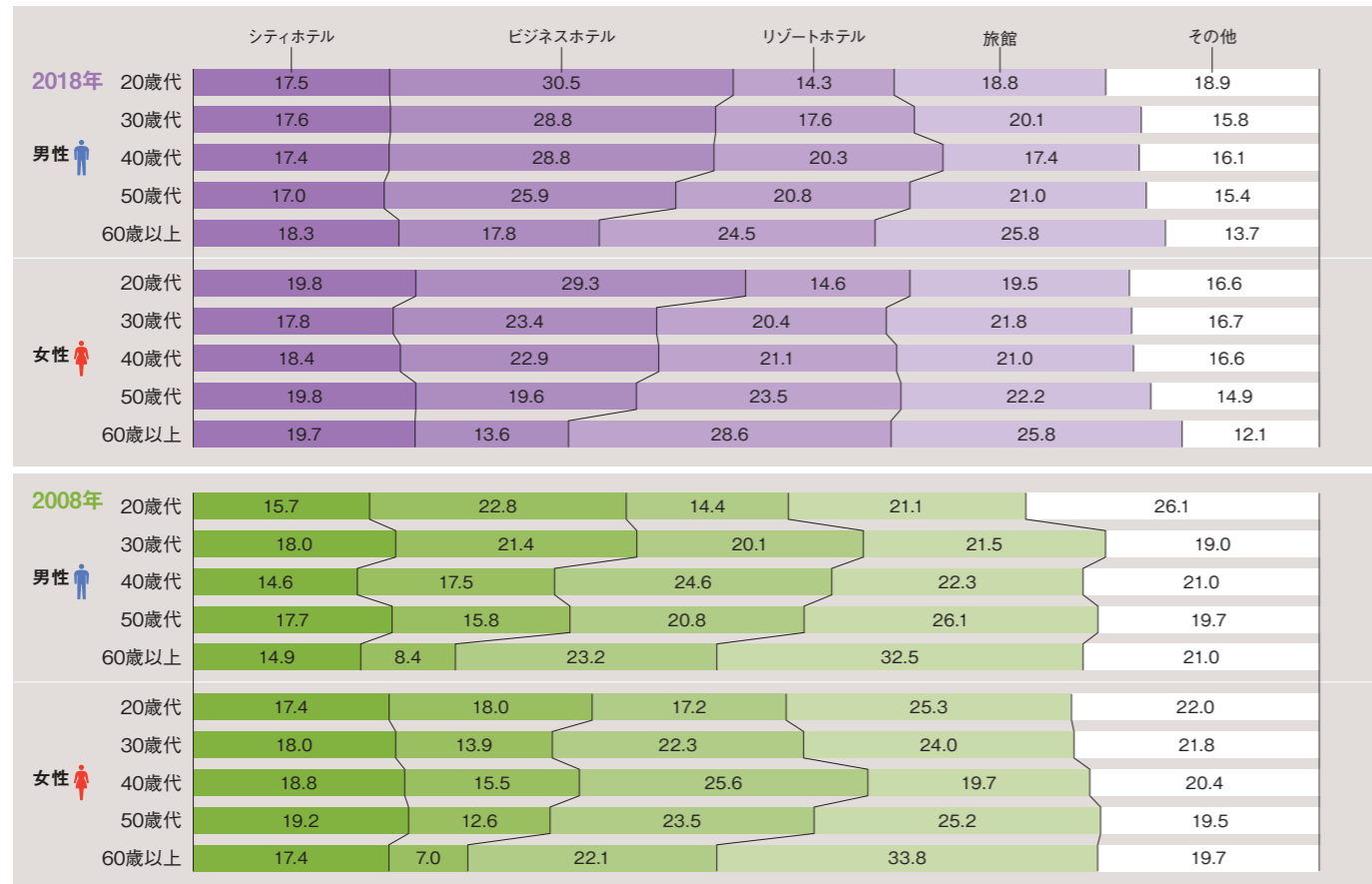
※人口増減割合については、2007年度は「H19年10月1日現在の人口推計」、2017年度は「H29年10月1日現在の人口推計」を使用
※差は四捨五入の前の数字で計算しているため、見た目と合わない場合がある

図7 宿泊旅行の同行者 (宿泊旅行実施者、性年代別、単一回答)



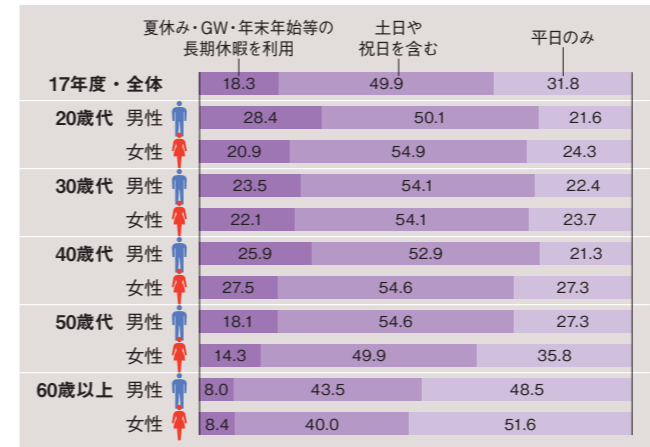
※四捨五入した値のため、合計が100にならない場合があります

図8 宿泊施設のタイプ (宿泊旅行実施者、性年代別、単一回答)



※四捨五入した値のため、合計が100にならない場合があります

図6 旅行日 (宿泊旅行実施者、性年代別、単一回答)



※四捨五入した値のため、合計が100にならない場合があります

変化

10年前と変わってきたのはどの層？
変化の原因と傾向を探る

旅館からビジネスホテルへ、「友人との旅行」の人気低下……10年前との比較に見る、旅行への考え方や求めるものの変化は、シニア旅行者の「世代交代」を示唆している。

5060代以上女性実施率が大幅減
5060代の実施率はそもそも低い

宿泊時期(図5)については、夏休みや年末年始など繁忙期の旅行が50代から減り始め、60歳以上になると4月や10月など気候の良い季節の旅行が増える。会社や子供の学校の休暇に合わせる必要がなくなるためと考えられそうだ。旅行日(図6)で60代の平日利用率が高いのも同じ理由とみられる。

ここからは「じゃらん宿泊旅行調査」の最新のデータと過去のデータをそれぞれ10歳区切りで集計、比較しながら、シニア層の変化について見てみよう。

宿泊旅行の実施率は図2(P16)で示したように、シニア全体としては低下傾向。しかし2018年と2011年のデータを比較すると、50代男性だけは大きく伸びているのがわかる(表1)。逆に最も低下しているのが60歳以上の女性だが、60歳以上男性や50代女性も他年代と比べると大幅減。こうした傾向の理由については、P21のインタビューでも話題に上ったので参考させていただきたい。なお、同行者(図7)を見ると50代男性で大きくシェアを伸ばしているのがひとり旅。単身者世帯増によるひとり旅増が実施率を押し上げ

シニアの旅館離れが進行
人気の自然観賞も今後は減少？

次に宿泊施設の変化を見てみよう(図8)。60歳以上に注目すると、2008年調査では他年代と大きく構成が違ったが、今はかなり近づきつつある。ポイントはビジネスホテルと旅館。ビジネスホテル利用は他年代と比べると少ないとはいえず、60代以上でも着実にシェアを伸ばしている。50代男性では、10ポイントもの大幅な伸びとなっており、ここでもひとり旅

増の影響がうかがえる。一方で10年前の60歳以上ではシェア最大だった旅館が大きくダウンした。同行者については、シニア全体で多いのが夫婦2人での旅行。と

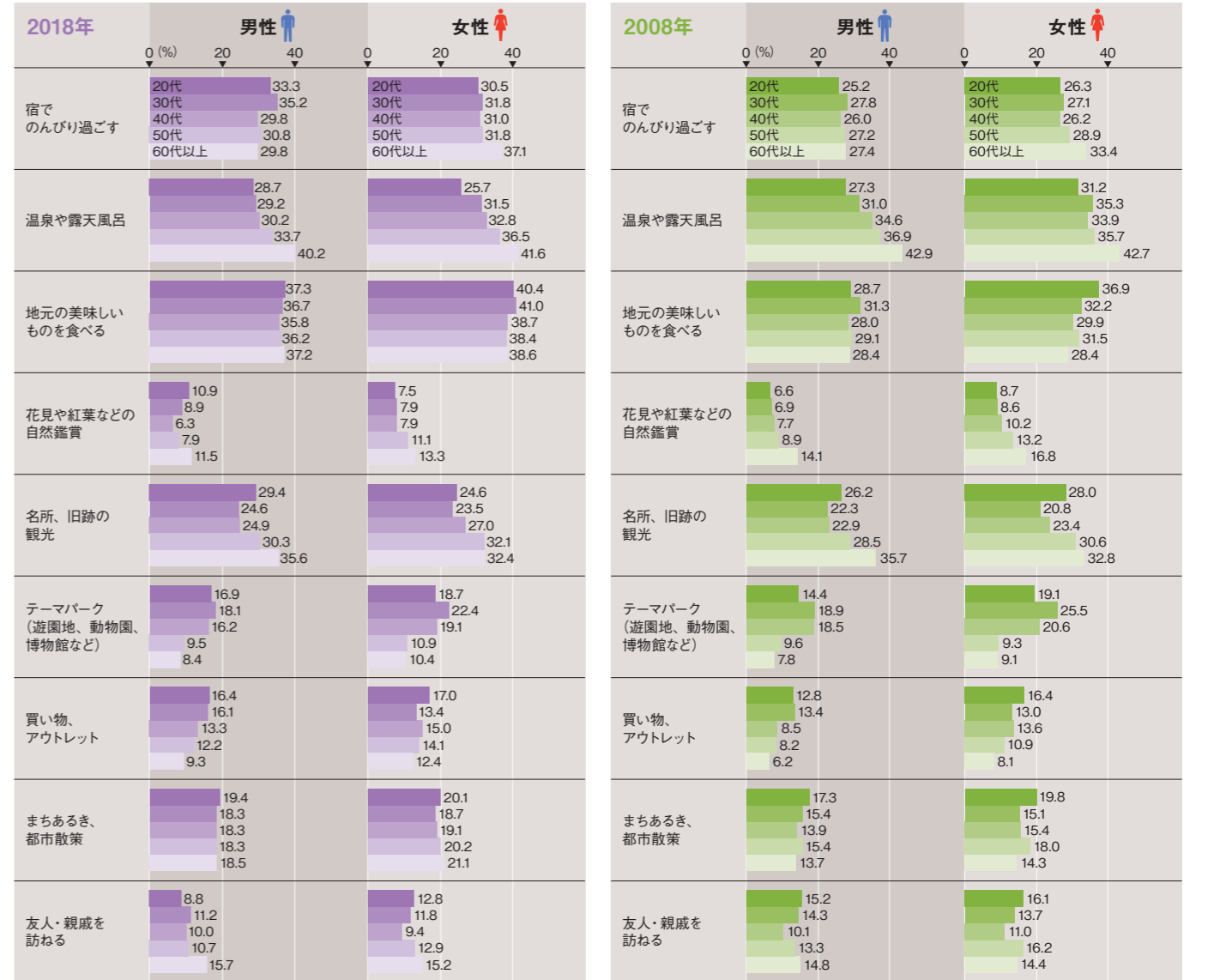
表1 宿泊旅行実施率 (全体、性年代別)
国内宿泊旅行実施率・全体:55.6%

	男性		女性	
	2011-2018の差	2011-2018の差	2011-2018の差	2011-2018の差
20~29歳	52.9	-0.4	61.2	-1.3
30~39歳	56.0	0.9	59.3	1.0
40~49歳	52.7	0.8	53.7	1.8
50~59歳	52.8	3.4	54.1	-4.2
60~79歳	57.3	-5.7	58.8	-7.3

くに60代男性では多く、妻以外の交友関係があまり活発でない様子も見て取れる。「その他の家族旅行」が多いのもシニアの特徴だが、「成人した娘と母」といった気楽な関係もここに含まれると考えると納得だ。50代の場合はまだ親連れ旅、子連れ旅も目立つが、60代になると一気に減少する。10年間の変化で注目したいのは、50代、「友人との旅行」の減少。煩わしい人間関係を避ける世代に入れ替わり、「部屋まで同じ」宿泊旅行に抵抗を見せている可能性がある。

旅の目的(図9)は、10年での変化よりシニアと他年代との差が目立つ。たとえば「温泉や露天風呂」「自然観賞」は50代から60歳以上で多い。それでも10年前との比較ではかなり減っていて、今後こうした特徴が失われていく可能性もある。その他の特徴では「宿でのんびり」が60歳以上女性に多いこと、「友人・親戚を訪ねる」が60歳以上男性に多いことなど。10年間の変化は概ね全体トレンドと連動しているが、とくに60歳以上の「まちあるき・都市散策」や「地元」の美味しいものを食べる」が大きく伸びていることには注目だ。

図9 旅の目的 (宿泊旅行実施者、性年代別、単一回答、抜粋) 単位：%



インタビュー

加齢による共通点×価値観の変化で現代シニアの旅を捉える

ライフステージ面でも身体面でも大きな変化を迎えるシニア層。他の年代にはないその多様性について、多角的なシニア研究を展開する株式会社ビデオリサーチVRエイジング・ラボの対馬友美子氏に話を聞いてみた。

加齢による心身の変化が行動に影響を与える

VRエイジング・ラボでは、マーカー視点による調査に加え、「老年学(ジェントロジー)」の視点を取り入れた研究を行っている。加齢に伴って起こる身体や心、さらには周囲の環境も踏まえた上で消費者の姿を捉える手法だ。

加齢による体の変化には、老眼、腰痛、ひざ痛、尿失禁、女性の場合は更年期障害などがあり(図10)、こうしたことが行動にも影響を与えている。まず、自分で自由に動けないと楽しくないので、出かけること自体が億劫になりがちだ。とくにトイレの問題は大きく、「人前で恥ずかしい思いをしたくない」という思いから外出に消極的になるケースも多い。同時に、こうした身体の変化に伴う特徴的な心の動きもある。VRエイジング・ラボの調査によれば、今

のシニアは気持ちの上では自分のことを実年齢マイナス8歳と認識している。つまり、まだまだ若いつもりなのに身体には不調が表れ、「できるつもり」のことができないという忸怩たる思いを抱えているわけだ。

「だから「シニア扱い」は禁物。一方で、身体の問題をサポートする物理的配慮は欠かせません」(対馬氏)

能力的な変化にも特徴がある。「何かができる」ということは、「結晶性能力」と「流動性能力」に分けられる。結晶性能力は、料理の手順や職人的技術など経験によって熟達する能力で、生涯伸び続けることができる。これに対し流動性能力とは、瞬発力やとっさの動き、新しいことを覚えるなどの能力で、加齢によって衰えてしまふ。デジタル機器を使いこなせないなどの傾向は流動性能力の低下によるものと考えられ、シニア

価値観の変化が目立つポスト団塊バブル世代

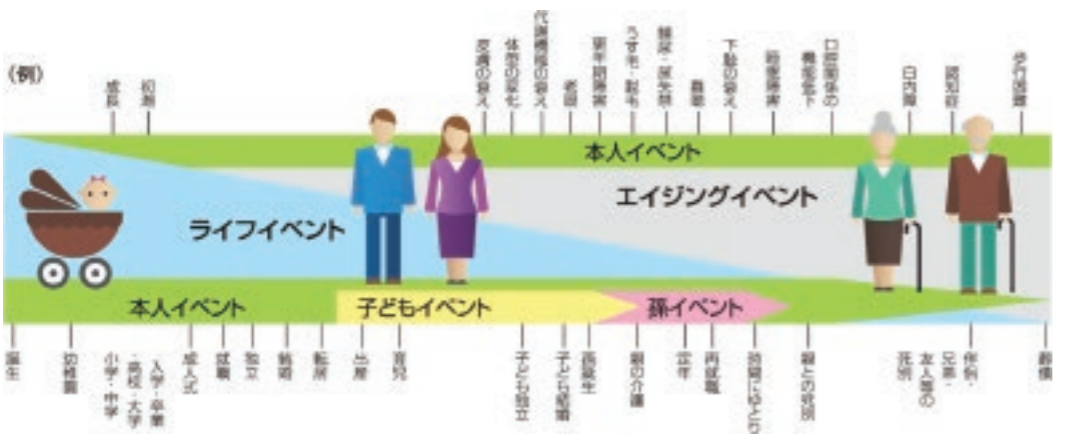
層には共通した問題なのだ。

時代の変化や世代による違いも、現代シニアを理解する助けになる。「日本老年学会の発表によると、10年前のシニアと比べて現代のシニアは身体能力や知能などが10歳若いといえます。健康な人も多く、定年延長により60歳を過ぎても働いている人はたくさんいます。いわゆる前期高齢者(65歳〜75歳)はもはや高齢者とはいえないのではないかと」という議論も持ち上がっています(対馬氏)

世代についても10年前とは入れ替わりが起こりつつある。「アクティブシニア」という語の主役でもあった「団塊の世代」は現在69〜71歳。ここを境に、価値観の変化が起こっているというのだ。

「団塊世代には革新的な人が多い印象がありますが、それはそうい

図10 若い年代にはない、シニアならではの共通特徴



株式会社ビデオリサーチひと研究所 主席研究員
VRエイジング・ラボリーダー
対馬友美子氏

調査会社、広告会社を経て2013年株式会社ビデオリサーチ入社。生活者研究、主にシニア層の動向や意識の把握と有効なアプローチの探索に携わる。

その他注目データ

- 1泊2食が多い**
宿泊タイプでは全体でも1泊2食が47.0%と最大だが、60歳以上では男性57.7%、女性61.0%とさらに多い。反面素泊まり(全体で21.3%)は、男性13.9%、女性11.7%と少ない。
- 目的地エリアに遅く着き早めに出発する**
50代以上の目的地エリアへの到着時刻は14時以降、出発時刻は50代で13時30分以前、60歳以上は13時以前。滞在時間が短い分、現地小遣い額も控えめ。
- 60歳以上の2次交通で多い貸切/観光バス**
利用率全体平均6.0%に対し、60歳以上男性では9.4%、60歳以上女性では13.1%。体力的に楽なだけでなく、慣れない手続きが不要なこともシニアには魅力。
- 50代男性と60歳以上女性はバック旅行総額が高い**
50代男性と60歳以上女性はバック旅行の際の総額が高い(順に8万1200円、7万8200円)。なお60歳以上女性はバック旅行比率も15.8%と全性年代で最大。

コンシェルジュ付き贅沢(実はローテク)旅

ヤングには当たり前のスマホ予約もシニアにはハードル高め。「きっぷのWeb予約が難しいから、やってくれる人がいないと旅に行かない」という声もある。そんなシニア向けには、すべて人力でお手伝いするサービスがやはり有望。ただし重要なのは必ずポジティブな表現で伝えること。「できないことを手伝う」ではなく、「贅沢」「至れり尽くせり」といった表現がよさそうだ。

「1人1部屋！」で煩わしくない友人旅

60代女性で「友人との旅行」の旅行が減っているのは「よくわかる。煩わしいんですね」と對馬氏。日帰り旅行ならまだしも、宿泊旅行では部屋まで同じというのが心理的負担で、そういう点で我慢してまで旅に行かないのが現代シニアでもある。であれば、アクティビティや食事はグループで、ただし宿泊する部屋は別々というプランがあってもよいかもしれない。



新シニア市場攻略のカギはモラトリアムおじさん!

株式会社ビデオリサーチ
ひと研究所編著
ダイヤモンド社刊
1000人を対象にした調査に基づいてシニア市場を分析。従来の「アクティブシニア」の枠を超え、今後のシニア消費で有望なのはどの層か、どうアプローチすべきかを論じる

う人たちの声が大きいため目立つだけ。実際に調査してみると、価値観の保守・中庸・革新はそれぞれほぼ同割合で、案外保守的な人も多いがこの世代です。本当に新しい考え方をする人が増えてきたのはその下の世代から。現在60代の人たちは、それまでの60代とは違う価値観を持っている人が多いと感じます(對馬氏)

さらに女性の50代前半、男性の50代後半は、社会に出たころにバブル期を経験した世代。とくに女性には消費意欲が高い傾向にある。一方で今の50代には年金不安や、定年まで今の職場にいられるかどうかかわからないという先行きの不透明感もあり、将来に向けた経済的不安は大きい。シニア経済的に余裕があるという時代は終わりをつつあるのだ。

「またこの世代は男女雇用機会均等法世代もあり、女性の就業率が高いのも特徴。退職後に何をしたいかわからない男性を私たちが

は「モラトリアムおじさん」と呼んでいますが、働いてきた女性が退職を迎える今後は「モラトリアムおじさん」が増えるかもしれません(對馬氏)

こうした現代シニアの姿は、『じゃらん宿泊旅行調査』のデータにも、反映されているようだ。「旅行に興味があるのに『何となく旅行しないまま過ぎた』という人が多い点には、現代シニアの『忙しさ』を感じます。実施率の低下には、『やること』が分散、多様化している影響かもしれませんね(對馬氏)

とくに60代女性の旅の特徴には、人間関係や家族についての新しい価値観がよく表れているようだ。「友人との泊まりの旅行が減っているのは、本当に親しい友人以外との関係を避けたい気持ちの表れでしょう。一方で夫婦での旅行が

全シニア旅行者に共通する? 『最後の〇〇』という動機

現代シニア & more こんな旅ならいいかも! アイデア集

現代シニアに提案するならどんな旅? ここまでご紹介しきれなかった話題も含めつつ、新しい旅のアイデアを検討してみた。

對馬さんと一緒に考えてみた!

逆転の発想! VR観光地

どこにいても美しい映像が楽しめる今、若者の間では「行った気になって旅行しない」ことが課題とも言われる。これを逆手に取り、健康上の事情などで旅行に行けないシニアに映像で旅を提供するバーチャルツアーを商品化。最新のVRスコープなどの活用で、単に映像を見るだけでなく旅の体験を提供できる可能性もある。昔よく行った街の映像視聴などは、認知症予防の観点からも効果が期待されているそうだ。

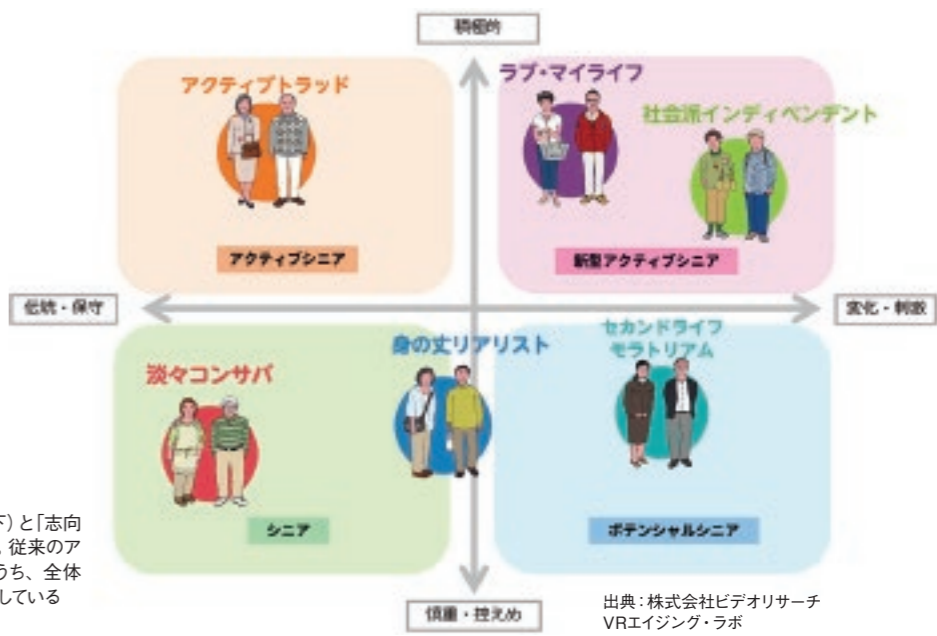
「やり尽くした人」向け 深掘りツアー

高齢になると旅行欲自体も弱くなる? という編集部疑問に「その傾向があるとすれば『やり尽くした』からでは。実際、リタイア直後に張り切って旅行に行きまくり、しばらくして『もう行き尽くしたから旅行はいい!』という人はいます」と對馬氏。そういう人にも「やったことのないこと」はまだまだ有効らしく、写真の撮り方講座とセットになった撮影旅行など観光+αの「深掘り」企画は実際に人気を集めている。

連れて行かない ペットケア付き旅行

對馬氏によると「ペット市場の急伸を支えているのはシニア層」。さらに飼い主とともにペットも高齢化し、自宅でペットの介護に当たっているという人も一定数いるようだ。こういう場合はそもそもペット連れで旅行に行くという選択肢が考えにくい。旅行中、自宅で専門のペット介護士や動物看護師がペットの世話をするオプション付きなら飼い主シニアの背中を押せる可能性もあるかもしれない。

図11 価値観によるシニアの6グループ



「たとえば『これが最後の紅葉かもしれない』という思いが、シニア旅行者における『自然観賞』の人気につながっているのでは。ただし『最後の〇〇』の自身は世代によって変わる可能性もあり、もしかしたら何年後には『最後のフェス』というニーズが生まれているかもしれないね」

VRエイジング・ラボでは「行動軸」(上下)と「志向軸」(左右)でシニアを6グループに分類。従来のアクティブシニアとは異なる右側の3つのうち、全体の約3割を占める右下のグループに注目している

出典:株式会社ビデオリサーチ VRエイジング・ラボ

考察

とーりまかしの
高齡化社会に向けて
当事者意識こそが
シニア旅行を豊かにする

シニア特集を組むにあたって立てた仮説は、年代要因と世代要因の2つがありそうだということである。加齢に伴う需要と、その世代特有の需要。もちろん個人によって価値観も異なるという。年代要因はある程度普遍的なものとも考えられ、長期的な戦略に反映しやすい。一方、世代要因や価値観は時代と共に変化するため、その都度アップデートしていく必要があるだろう。

シニア研究の難しさは、当事者がプレイヤーにいないことが多いことだ。マーケティングでシニアがこれまでひとくくりに考えられやすかったのは、プレイヤー側に当事者意識が薄かったことも要因のひとつだろう。

多くのシニアにとって旅行は楽しみひとつである。物理的なハードルが上がっても、その年相応に楽しめる旅行があれば、若々しく楽しい生活を送る活性剤になりうる。自分たちの親や祖父母を想像して、少しでも自分事として考え、シニアに寄り添う、まごころのある旅行を創りだすことが、シニア攻略の最短の道だ。何よりも、いざれ自分たちもシニアの仲間入りをするのだから。