

実証事業

1

子供に優しいだけでなく、親もリフレッシュできる旅

乳児連れ家族旅行 活性化プロジェクト

急増する共働き家庭。その中にいる子育て有職女性は、旅行にも意欲的なのに、思うようには動けない現状がある。その原因を探り、解消することで、新たな市場が見えてくる。



Step 1 調査結果

目的は親のリフレッシュ ネットは情報の不足？

乳児連れ旅行のニーズと阻害・促進要因については、インターネットで調査。まず、以前は積極的に旅行をしていたが、出産を機に回数が減ったこと、現在も9割以上が旅行に行きたいと考えていることが明らかになった(左図)。

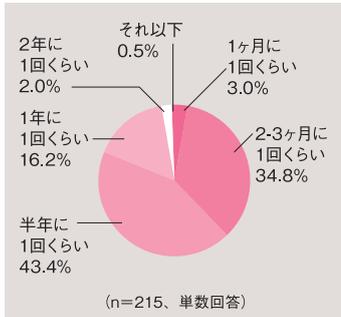
続いて、「行きたくなったが行かなかつた」人に理由を聞くと、「子供に

関して不安があった」「自分も旅を楽しめるか不安があった」

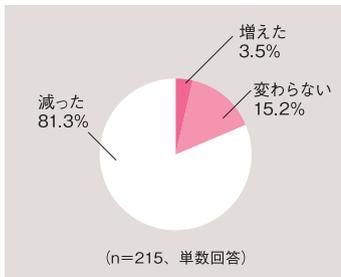
「魅力的な子連れ旅の情報に出会えなかつた」等が上位に。子供に安心かつ自分も楽しめる旅について、情報や施設の不足が不安を生み、旅を躊躇させていることが分かる。一方、「行きたくなり、実際にいった」人のきっかけ・目的

は「リフレッシュ・気分転換」が圧倒的1位。乳児連れ旅では、家族の思い出づくりの側面より、親のリフレッシュとしての意味合いが強いようだ。なお旅先での大人同士の時間については75%以上が「欲しい」と答えたが、長さは1〜3時間と短時間でよいと考える人が大半。託児サービスの質、保育内容は、料金やスタッフの質、保育内容等への不安も大きく、子供を預けることへの罪悪感も7割以上が感じている。

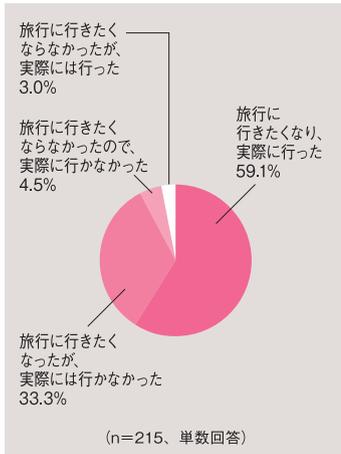
子供が生まれる前の旅行頻度



出産前と比較した出産後の旅行頻度



出産後の旅行意向と実際の行動



「乳児連れ家族旅行のニーズと阻害要因調査」(2008年11月インターネット調査)

旅行需要の創出、平準化の 両方に効く乳児連れ旅

子連れ旅行においては、子供の年齢が旅行時期に大きく影響する。年齢が高ければ、学校や習い事等の関係で長期休暇を利用せざるを得ないが、年齢が低ければ、平日や通常の土日など、閑散期の旅行が増える(P5下段表参照)。つまり低年齢の子供連れ家族旅行の活性化は、旅行需要の平準化を図るうえで重要な課題なのだ。同時に子育て中でもフルタイムで働く有職女性が養育費以外で最もお金をかけているものを問うと、最多回答は国内・海外旅行と旅行に意欲的な母親像が浮かぶ(「日経消費マイニング08年8月号」)。活動範囲の限定される乳児連れ旅行では、宿泊先での付帯サービス利用など高単価も見込めそう。以上のような考えから今回のプロジェクトに着手した。

本プロジェクトのポイント

- 1 宿泊施設の平日稼働率を上げられるターゲットである
- 2 出産後旅行意欲は変わらないが、頻度が減っている
- 3 乳児プランは、高単価が狙えるのではないかと

プロジェクト 背景



担当研究員／加藤史子

1998年株式会社リクルート入社。進学情報誌の制作、『じゃらん.net』、『ゼクイン.net』、『ホットペッパー.jp』など各種サイトの立ち上げ・企画開発を担当の後、現職。昨年度は省庁事業のプロジェクトリーダー等を務める。

Step 2

プラン造成
・告知

赤ちゃん対応に配慮しつつ 親も楽しめるプランを造成

今回の事業には12の宿泊施設が参加。調査の結果を反映した宿泊プランを作り、利用者の声を集めることとなった。プランについては各宿泊施設の特色を活かして造成。ただし、「子供に優しく安心、は当たり前。ママパパもとことんリラックス＆楽しめる」という共

通コンセプトを設け、親の「リフレッシュ・気分転換」という目的にかなうものとした。また、調査で明らかになった「子供に関する不安」や「自分も旅を楽しめるか不安」といった阻害要因を取り除くため、左表の3つのポイントを必ず盛り込むこととした。ちなみ

に、1の「赤ちゃん対応サービス」の具体的な内容は、ベビーグッズやベビーベッドの貸し出し、離乳食の温めサービス、ミルク用のお湯の準備、使用済みオムツを部屋で廃棄できるなどである。これらのプランについては、「じゃらんnet」上に専用ページを設けて販売。乳児を持つ両親向け、「赤すぐ」「ベビーマイル」等の赤ちゃん情報誌でもプロモーションを行った。



「じゃらんnet」の専用ページ。「リラックスじゃらん」でも告知を行った

乳児連れ家族旅行に求めるポイント

- 1 赤ちゃん対応サービスの充実
- 2 体調不良の場合の病院情報の準備
- 3 託児サービスオプションの準備

宿泊施設のプラン内容

アルファリゾート・トマム ガレリアタワースイートホテル	客室は100㎡超の赤ちゃんスイート(展望ジャクジー付最上階)。寢室が2つあり3世代旅行にも嬉しい。アイスビレッジやスノーアクティビティなど楽しみ方も多様。託児サービスあり。
オリエンタルホテル東京ベイ	ママの声から生まれた「Baby's Sweet」はコルク床や角の丸い安全家具を備えた赤ちゃんに優しい客室。託児サービスを利用すれば夜の東京ディズニーリゾート®で大人デートも。
ホテル ザ・マンハッタン	少しでも荷物を減らせるように、おむつやおもちゃ他、ベビーグッズ特典が満載。さらに「Combi」の最新型ベビーカーまで貸出あり。お手頃価格な安心託児サービスも手配可能。
ホテルグランパシフィック LE DAIBA	ベビーベッドやミルクポットをはじめ赤ちゃんのための無料サービス・グッズ多数。お台場共通利用券付きで、映画・ショッピングなどが楽しめるのも魅力。託児サービスも利用可。
ホテルグリーンプラザ 軽井沢	客室には豊富なベビーグッズを備え、バイクは離乳食も用意。790円/1時間の託児サービスもあり、軽井沢観光やアウトレットショッピングを大人だけで楽しむこともできる。
ホテルニューオータニ	リニューアルした「メインデラックス」にゆとりの23時間ステイ。「なだ万」他、特色あるレストランやルームサービスでの朝食が付き、ママパパのリフレッシュ効果も大。
ラディソンホテル成田	東京から高速バスで60分の線に囲まれたリゾートホテル。朝夕のブッフェ、スポーツジム無料利用券付き。チェックアウトタイムはゆとりの12時で、朝食→ランチへの振り替えも可。
リゾナーレ	客室は簡易キッチン付き。専属コンシェルジュによるフルサポート付きで、赤ちゃんのケアはもちろん、大人にも最善の滞在プランを提供してくれる。キッズアクティビティも充実。
横浜ロイヤルパークホテル	ベッド幅が200cmで添い寝も楽々の「ラグジュアリーダブル」に滞在。夜景が美しい最上階のラウンジではカクテル飲み放題。授乳中のママのためノンアルコールタイプも豊富。
鬼怒川温泉ホテル	鬼怒川深谷沿いの様々なお風呂が楽しめる温泉旅館。夕食はお部屋食で気がねなくいただけるほか、赤ちゃん対応サービス・グッズも充実。ベビースイッチャーオプションもあり。
軽井沢ホテル プレストンコート	静かな木立の中にたたずむコテージでのステイ。食事中は専任スタッフが赤ちゃんをケア。大人だけで高原の豊かな食材を使った贅沢なフレンチディナーを堪能することができる。
磐梯山温泉ホテル	子連れ家族専用キッズルームを用意。託児施設は最大8時間利用でき、スノーリゾートを満喫できる。赤ちゃん初めての雪遊びを楽しんだり、スパや温泉でリラックスもOK。

Voice from Hotel

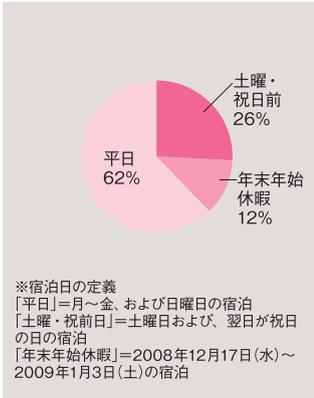
参加施設の
声

集客増のポイントは 予約前に抱く不安を 解消する情報の提供

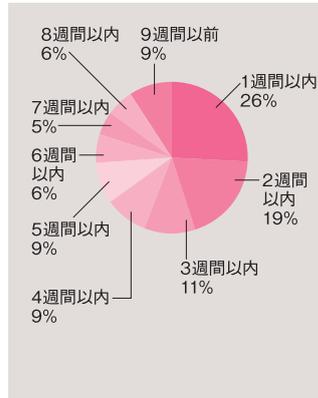
今回の参画施設では、従来から基本サービスとして乳児対応を行ってきた施設も多い。その一つである「ホテル グランパシフィック LE DAIBA」を話を聞いた。

今回プランに盛り込んだ内容は、すべて以前から対応の用意があったことばかり。ところが今までは、それらのサービスがあることについてうまく情報提供できていなかった。「プロジェクトは、乳児連れ客が自分たちの思う以上に大きな不安を抱えていることを実感し、その不安を解消して予約に至ってもらうにはどんな情報が必要かを意識する機会になった」と担当者は語る。実際のアクションとしては、プラン内で関連サービスをまとめて紹介したほか、じゃらんnetの管理画面の機能を活用し、Q&A形式で乳児対応サービス情報の提供も開始。客側のリクエストを待つのではなく、自ら「で

乳児連れ家族用
宿泊プランでの宿泊日
(n=257)



乳児連れ家族用宿泊プランでの
予約時期内訳
(n=257)



「参加宿泊施設(12施設)の予約・宿泊データ分析」(2008年10月31日～2009年3月23日) じゃらんnet予約データより

今回の宿泊施設予約の決め手
(n=265、複数回答)

	0	100	200
赤ちゃん対応サービスが充実していたから			213
宿泊プランの内容が魅力的だったから		95	
価格が手頃だったから		90	
宿のある場所・エリアに来る用事・目的があったから		69	
以前から興味を持っていた宿だから		42	
親も旅行を楽しめそうだったから		37	
泊まりたい日に空き室があったから		33	
その他		25	
託児サービスがあるから		10	

「宿泊実行者に対するアンケート調査」(2008年10月31日～2009年3月23日、宿泊者任意アンケート形式)

今後の展望

プラス面も多い乳児連れ旅行
ハンデ地域にも集客の可能性

「対応が大変そう」というイメージもある乳児連れ旅行だが、予約時期の早さ、平日稼働率の向上、売り上げ単価の高さ等、収益拡大につながるプラス面が多いことが分かった。また、エリアよりサービスやプラン内容が決め手になる点は、知名度の低い地域でも提案次第で集客が見込める可能性を示している。まずは今すぐできるサービスの範囲で「乳児対応」をPRし、対応人員に余裕のある閑散期の受け入れから始めてみてはどうか。

Step
3
データ
収集

閑散期利用、高単価とメリット大
集客のカギはプラン内容

左の円グラフは今回のプランの予約・実行傾向について集計したもの。目立つのは予約時期の早さだ。一般にインターネットでは直前予約が多く、じゃらんnetでも半数が1週間以内の直前予約だが、今回は26%。全体に余裕を持って計画されていることが分かる。平日宿泊が約6割と多いのは、混雑や渋滞、周囲への迷惑を考慮して

のことか。泊数は1泊2日が9割を超えるが、一予約あたりの平均単価は3万5016円。人数や泊数ではなく付加価値の高さが高単価販売を実現したと言えそう。宿泊者アンケートの結果からは、エリアや費用よりサービスの充実や宿泊プランの魅力が決め手になっているのが分かる(左下図参照)。旅行の満足度については、

8割近くが「満足」と回答し、今後の乳児連れ旅行についても9割以上が「したい」と前向きだ。今回、出産後初の旅行と答えた人が約半数を占めたが、これらの結果から、乳児対応サービスと親のリフレッシュ要素を盛り込んだ宿泊プランは、初めての乳児連れ旅行のきっかけになり、今後の旅行意向を高める効果もあると考えられる。



ホテル グランパシフィック LE DAIBA
非日常を感じさせるヨーロッパ風の館内も、育児女性のリフレッシュには有望だ

「きること」を発信することで利用者増にこぎつけた。
お台場というレジャースポットにあり、休日に利用が集中しがちな同ホテルだが、乳児プランでは平日にも休日と同程度の集客に成功。家族ニーズの高い立地だけに、乳児連れ旅行の獲得による全体的な集客アップ効果も大きいという。