

シニア世代 男女 707 名の「海外旅行」に対する意識調査

HIS“旅通信”、「シニア世代の海外旅行白書 2015」を発表

- 海外旅行経験は平均 5.2 回、予算は 28.9 万円-
- 最多訪問先の 1 位は東南アジア、憧れの旅行地 1 位は北欧-
- 「個人派」「ハレ派」「王道派」「のんびり派」と 4 つの傾向に分類-

株式会社エイチ・アイ・エス(本社：東京都新宿区 代表取締役社長：平林朗、以下 H.I.S.)とマーケティング支援のコプロシステムの株式会社コプロシステム(本社：東京都品川区 代表取締役：金田浩邦、以下コプロ)は、シニアの方に向けた H.I.S.の旅の情報誌「旅通信」会員で、60 歳以上のシニア世代の男女 707 名を対象に「海外旅行」に対する意識調査(定量調査の手法：インターネット調査 / 定性調査の手法：グループインタビュー)を、2015 年 1 月から 2015 年 7 月にかけて実施しました。

【背景】

団塊世代の引退とともにシニア層は加速度的に増えており、今後より重要なマーケットとして注目されています。総務省統計局による 2015 年 6 月 22 日公表では、65 歳以上の人口が 3,323 万人、全人口の約 25%がシニア層に分類されます。今回の調査では、時間を有意義に使えるシニア層にとって大きな楽しみでもある「海外旅行」に対して、シニア層がどのような意識を持ち、どのような旅行を今後望んでいるのかについて定量及び定性の両面で調査いたしました。

【要旨】

- シニア層の海外旅行傾向について
 - ↳シニア層の海外旅行回数は平均 5.2 回、10 回以上行った海外旅行ベテラン層も約 18%
 - ↳最も多い渡航先は「東南アジア」28%、憧れの渡航先 1 位は「北欧」
 - ↳海外旅行に対する不安は、日本との勝手の違いに起因
- シニア層の旅行傾向としての 4 つのクラスター
 - ↳マイペースに旅を追求する個人旅行好き層
 - ↳海外だからこそ！を求める「旅行はハレ」派
 - ↳王道体験重視のビギナー層
 - ↳旅は「日常を忘れてのんびり」主義

※ 調査概要は、末尾に記載してあります。

1. シニア層の海外旅行傾向について

シニア層の海外旅行については大きく5つの特徴が明らかになりました。

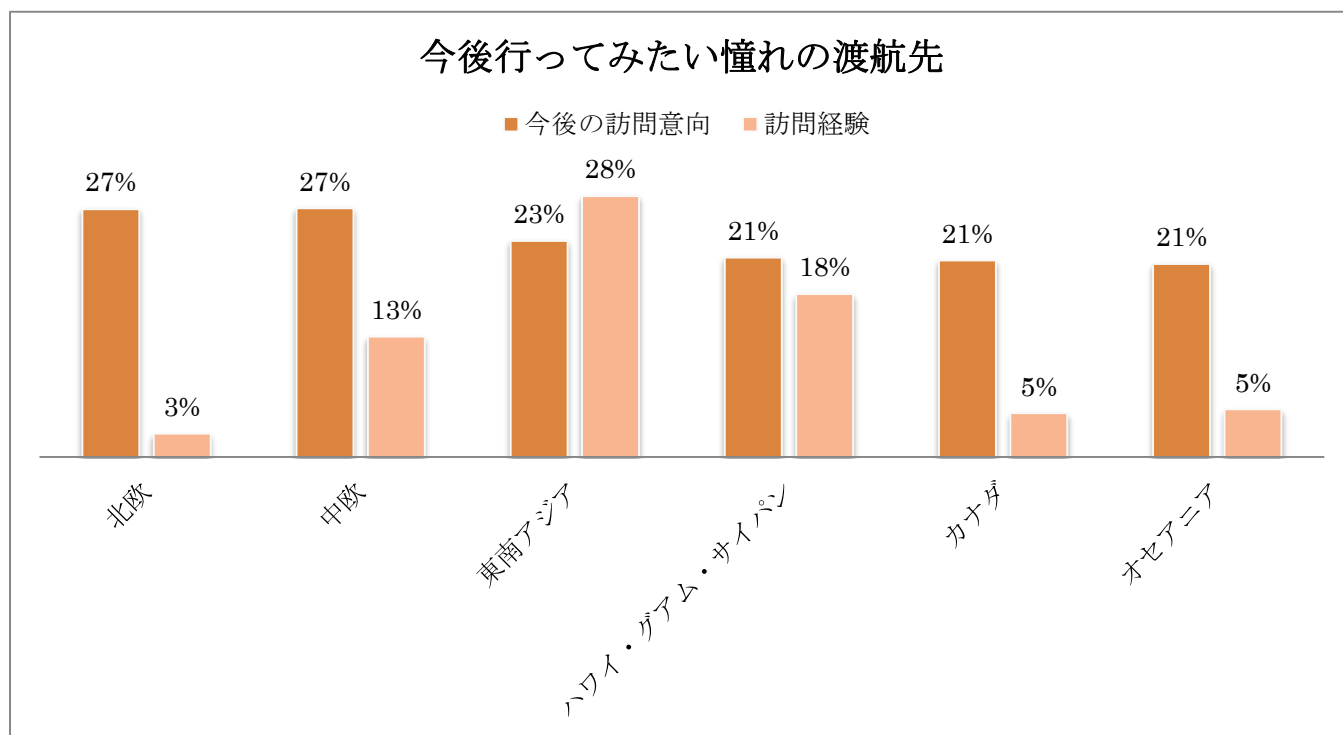
(1) 海外旅行の成熟化(コモディティ化)

今回の調査では、シニア層の海外旅行回数は平均5.2回、10回以上行った海外旅行ベテラン層も約18%いました。これらのことから、海外旅行を体験しているシニア層にとってはもはや特別な機会ではなく一般的な体験になっていることが伺えます。

(2) 最も多い渡航先は近距離の「東南アジア」28%、憧れの渡航先1位は「北欧」

「過去に訪問した海外旅行先」TOP3は、1位 東南アジア 28%、2位 欧州 18%、3位 ハワイ・グアム・サイパン 17%です。日本から5時間前後と比較的距離も近く、物価も手頃である東南アジアが1位となりました。

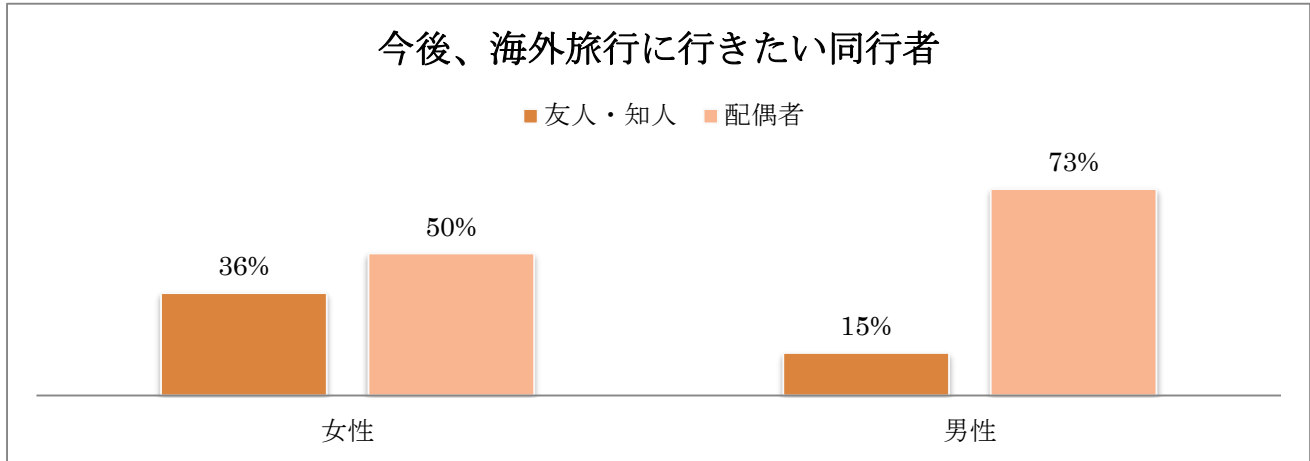
「今後行ってみたい憧れの渡航先」としては大自然が豊かな、北欧、カナダ、オセアニアという地域が上位に挙がりました。「特別に見たいもの、見たい景色、行きたい場所があるから」というのが最も大きな理由として挙げられています。



(3) 旅行と一緒にいきたい相手は？男女ともに1位は「配偶者」

男女共、旅行と一緒にいきたい相手としては「配偶者」が1位。男性は73%が「配偶者」との旅行を希望し、「友人・知人」は15.1%。女性は、「配偶者」50.3%、「友人・知人」36.3%となりました。ともに1位は「配偶者」ですが、女性は男性に比べて「友人・知人」との旅行を希望する人が多いことがわかりました。

しかし、ミセスの女子旅については「女性同士だと気を使うことが多い」と友人同士で行くストレスもあるようで、「夫との旅行の方が気楽」という意見も多数みられ意外な盲点があることが伺い知れました。

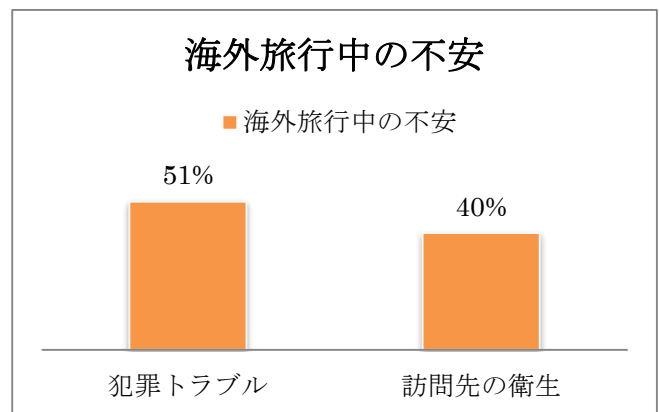
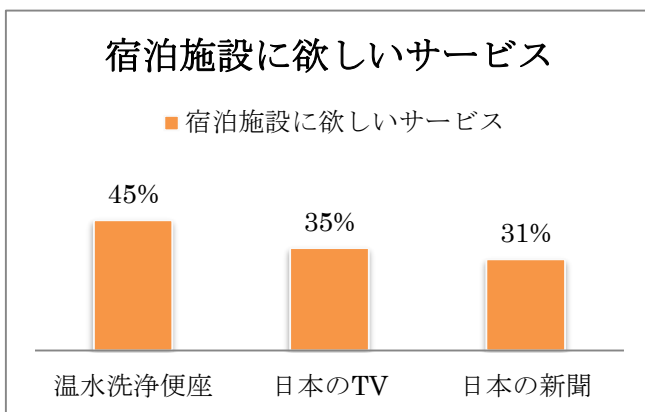


(4) いつかは「お気に入りの場所でのんびりと」、でも今じゃない

理想的な海外旅行として、今まで行ったことのあるお気に入りの場所で、長期間のんびりと滞在したいと考えるシニア層は多いようです。しかしながら「元気のうちは一カ所でのんびりと滞在するよりも、今まで行ったことのない場所を巡って新しい体験をしたい」という声が圧倒的多数という結果となりました。実際のアクションとして「一カ所で長期滞在」を選択する層は、かなりの少数派のようです。

(5) 海外旅行に対する不安は、日本との勝手の違いに起因

日本基準に住み慣れた人にとっては、やはり海外に行った時の日本基準とのギャップに不安を感じるようです。特に治安に関する犯罪トラブルや訪問先の衛生に関する問題について懸念を抱く人が約50%近く占める結果となりました。



2. シニア層の旅行傾向を4つに分類

今回調査を行った中でシニア層の旅行趣向に対して大きく4つに分けることができるようです。

海外旅行への目的優先順位としては、「自分が楽しむことが一番大事」という軸がある一方で、「海外での体験を友人、知人に話すことが楽しみ」というシェア志向に分かれます。

海外旅行先で体験してみたいことも「折角海外行くなら現地のライフスタイルを体験してみたい」に対して、「やはり海外旅行行くなら王道の有名観光地をしっかりと巡りたい」というタイプに分かれました

(1) マイペースに旅を追求する個人旅行好き層

海外旅行を既に10回以上経験している旅のエキスパートタイプ。自分が楽しむことが一番大事であり海外へ行くなら現地のライフスタイルにどっぷり浸かり、これまで行ったことのない場所へ行くことや有名観光都市へ行っても、現地の人たちが行っていることを体験してみたい(暮らすように滞在)という趣向が強いようです。人気の行き先は東南アジアとなります。

▼特徴項目

I 今後したい海外旅行タイプ

・全て自分で手配する個人旅行：47.9%【全体：23.5%】

II 今後行きたい海外旅行の同伴者

一人旅(同伴なし)：23.9%【全体：11.2%】

III 価値観傾向

- ・現地ではなるべく自由に過ごしたい
- ・現地での移動は公共の交通機関を使いたい
- ・1ヶ所の訪問先をじっくりと味わいたい

IV 今後の旅行先意向

・東南アジア

(2) 海外だからこそ！を求める「旅行はハレ」派

海外旅行で経験したことを話したいインフルエンサータイプ。どんどん新しい場所、コトを体験することを求めます。そこでの体験談を友人、知人に話す瞬間が最も幸せと感じるタイプ。比較的資金的にも余裕があります。人気の行き先はハワイ・グアム・サイパンとなります。

▼特徴項目

I 今後したい海外旅行タイプ

- ・一部に自由時間のある
- ・フリーパッケージツアー：25.5%【全体：19.5%】

II提供してほしいサービス

- ・宿泊先で風呂と別になっているトイレ
- ・飛行機内での快眠グッズ
- ・現地移動の際のプライベート送迎

III価値観傾向

- ・旅行の思い出はモノとして残したい
- ・旅先ではハメを外したい

IV今後の旅行先意向

- ・ハワイ ・グアム ・サイパン

※参照元【世界大百科事典】

【ハレ(晴)】

日常的な普通の生活や状況を指すケ(褻(け))に対して、あらたまった特別な状態、公的なあるいはめでたい状況を指す言葉。本の伝統的生活の中には、ハレ着、ハレの日、ハレの門出、ハレの場など、このような特別な状態を表現する様式が発達している

(3) 王道体験重視のビギナー層

一般的に海外旅行が成熟化してきた中でも、まだまだ海外旅行が特別な体験と捉えているタイプ。海外へ行くならまずは有名観光地へ数多く行って、海外旅行ならではの体験を希望します。海外旅行に対する不安も相対的に高いため安全安心の添乗員付きツアーを希望します。人気の行き先は、フランス、イタリアなどの王道ヨーロッパとなります。

▼特徴項目

I 今後したい海外旅行タイプ

- ・添乗員つきフルパッケージツアー：55.2%【全体：34.7%】

- ・今後行きたい海外旅行の同伴者 配偶者：72.9%【全体：63.8%】

II 海外旅行中の不安

- ・犯罪トラブルに巻き込まれないか：59.6%【全体：52.4%】

III 価値観傾向

- ・有名な観光スポットに行っておきたい

IV 今後の旅行先意向

- ・フランス ・イタリアなどの王道ヨーロッパ

(4) 旅は「日常を忘れてのんびり」主義

海外旅行をすることで日々の生活を離れてリフレッシュすることを目的とするタイプ。海外旅行では日本では体験できないような非日常を求めます。あくまでも自分へのご褒美や癒しということを目的としており、旅行自体のコダワリはそれほど強くないタイプとなります。人気の行き先としては、北欧、オセアニア、カナダなどとなります。

▼特徴項目

I 過去1年間での海外旅行タイプ

・全て自分で手配する個人旅行：33.0%【全体：28.4%】

II 今後行きたい海外旅行の同伴者 友人・知人：33.0%【全体：25.6%】

III 価値観傾向

海外旅行では贅沢な気分を味わいたい

旅の準備や現地での多少の不便や苦勞があっても、とは思わない

IV 今後の旅行先意向

・北欧・カナダ

サマリー

(1) 情報収集手段

60歳以上のシニア層については、情報収集手段としてインターネットは大多数で活用されているが最終的な購買手段としては依然として影響力は大きく店舗または電話での予約が大多数を占めています。

また旅行先を決める影響力という観点においては、新聞や旅行会社からのパンフレットというのは有効な手段となっています。

(2) シニア男性の特徴

シニア男性層の特徴的な旅行へのハードルについては、旅行の準備で荷物をパッキングすることへの心理的ハードルが想像以上に高いことが挙げられました。

(3) 今後はシニア層についてもクラスター別のアプローチが求められる

今回の調査でシニアの海外旅行については、今回大きく4つのクラスターが出て来ました。今後はシニアという層をまとめて語ることは無謀であり、今後それぞれのクラスターに向けて適切なアプローチを行うことが求められます。

【調査概要】

- ・ 調査期間：2015年1月から2015年7月
- ・ 調査方法：定量調査<手法：インターネット調査>及び、定性調査<手法：グループインタビュー>
- ・ 対象者：H.I.S.“旅通信”の会員、60歳以上のシニア世代の男女707名
- ・ 調査：株式会社コプロシステム

【問い合わせ先】

株式会社エイチ・アイ・エス

広告グループ 担当：高橋洋 TEL：03-5908-2067 MAIL：takahashi.hiroshi@his-world.com

株式会社コプロシステム

担当：都染、内藤 TEL：03-5424-4050 MAIL：press@coprosystem.co.jp