

2016 年第 9 号

(2016.3.31)

シニアのライフスタイルと旅行に関する調査

～70 代にさしかかる団塊世代の変化と今後への可能性～

- 旅行頻度が減少に向かう転機は 70 歳。50 代から計画や準備がおっくうに
- シニアの旅行頻度を保つためには“旅前”のサポート（準備や計画）が肝心
- 自分が慣れ親しんだ「過去」を巡る旅や「健康づくりの旅」がキーワード

（株）JTB総合研究所（東京都千代田区 代表取締役社長 日比野健）は、「シニアのライフスタイルと旅行に関する調査」を実施しました。当社は生活者の消費行動と旅行に関する調査分析を継続的に行っています。

団塊世代はベビーブーマーとして、モータリゼーション、ライフスタイルの欧米化・多様化が進む中、日本における消費を長らくけん引してきました。10 年ほど前から退職期を迎え、ここ数年は完全退職者が増えましたが、彼らの消費は底堅く、様々な分野で「シニア消費」が期待されてきました。旅行市場においても、自分の時間ができた多くの団塊世代が様々な同行者と様々なテーマの旅行を楽しみました。しかしながら今後は彼らも 70 代にさしかかり、体力や気力が衰えたり、健康状態が悪化したりなど、思うように外出ができない人が少しずつ増えることが予想されます。

厚生労働省のデータをみると、日本の「平均寿命」は 2014 年時点で男性が 80.5 歳、女性が 86.8 歳となり、ここ 10 年で、それぞれ 1.9 歳、1.2 歳の伸びとなりました。しかし日常生活に制限なく暮らせる「健康寿命」の伸びは平均寿命ほど伸びておらず、平均寿命が延びるにつれ、日常生活に不自由を抱えながら暮らす期間も延びることが問題となっています。

「旅行やお出かけ」には気分をリフレッシュさせ、心身の健康や活力を増す効果があると考えられます。誰でも安心して旅行が楽しめる社会づくりとして、ユニバーサルデザインやユニバーサルツーリズムの取り組みも進みつつあります。“旅行先でどのように受け止めるか”は、もちろん大切なことですが、それだけではなく、生涯における健康増進という観点から、“どれだけ多くの人たちに外出する機会を創り出せるか”ということにも、社会的に大きな意義があるのではないのでしょうか。

当社では 2007 年以降、団塊世代の調査を継続的に実施してきましたが、本調査では、団塊世代、および団塊世代の今後を読む上で参考となるキネマ世代（団塊より上の世代）のライフスタイルや旅行・お出かけに対する実態を知ることにより、今後の高齢化社会の中で課題や可能性を探ります。

なお、シニアとの比較のため、インターネット調査は 20～79 歳と幅広い年齢を対象としています。また、シニアの実態をより深掘りするため、インタビューによる聞き取り調査も実施し、定量的なデータだけではわからない生の声を抽出しました。

【調査概要】

●調査1 インターネットアンケート調査

調査対象: 首都圏、名古屋圏、大阪圏に住む 20 歳から 79 歳までの男女 3,610 名

過去1年以内に1回以上、宿泊を伴う旅行をしたことがある人(国内、海外問わず)

調査期間: 2016 年 3 月 8 日～3 月 14 日

●調査2 インタビュー調査

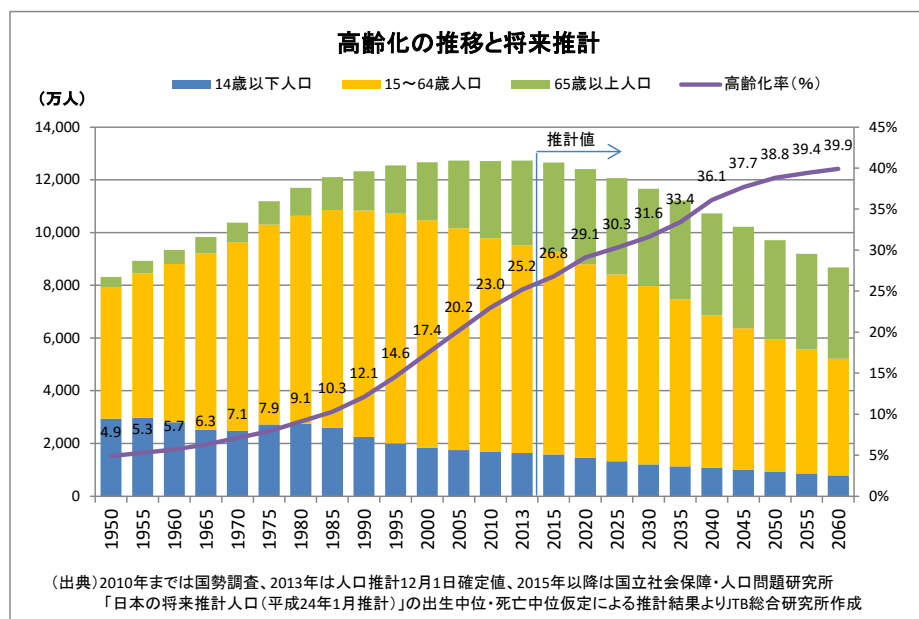
調査対象: 首都圏に住み、「最近おでかけの頻度が減った」シニア女性(79 歳～82 歳)3名

調査期間: 2016 年 2 月

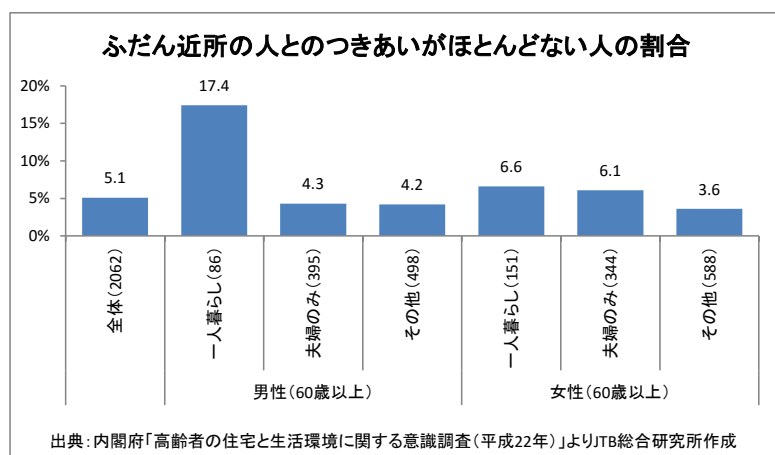
【日本の高齢化の現状】

日本の 65 歳以上人口は、2042 年に 3,878 万人でピークを迎えます。その後も総人口が減少する中で高齢化率は上昇を続け、2060 年には 39.9%に達し、2.5 人に 1 人が 65 歳以上、4 人に 1 人が 75 歳以上となると推計されています。また内閣府の調査によると、一人暮らしの高齢男性は女性に比べ、「ふだん近所の人とのつきあいがほとんどない」割合が高く、退職後に地域との関わりを持てずに引きこもりがちになる傾向が見られます。完全退職を迎える団塊世代が増える中、高齢男性をどのように地域に溶け込めるようにしていくかということも、課題となってきました(図1、2)。

(図1)高齢化の推移と将来推計



(図2)ふだん近所の人とのつきあいがほとんどない人の割合



【プロフィール】 *インターネットアンケート対象者

本調査で対象とした団塊世代とキネマ世代の特徴、およびプロフィールは以下の通りです。

現在、フルタイムで働いている団塊世代は 11.1%、キネマ世代は 5.0%で（嘱託・契約社員やパート・アルバイトを含めると団塊世代は 22.8%、キネマ世代は 11.5%が就業）、全く働いていない人は団塊世代で 74.9%、キネマ世代で 84.0%となりました。3 年前の 2013 年に当社で実施した調査結果（*1）では、当時「働いていない」と回答した団塊世代は 53.1%、キネマ世代は 68.3%でした。2013 年の調査は郵送調査であるなど、今回の調査とは条件が異なるため、参考値ではありますが、この 3 年間で完全退職した団塊世代は少なくないと考えられます。この 5 年間の働き方の変化でも、団塊世代の 22.6%が「自分が定年で完全退職した」と回答しました。

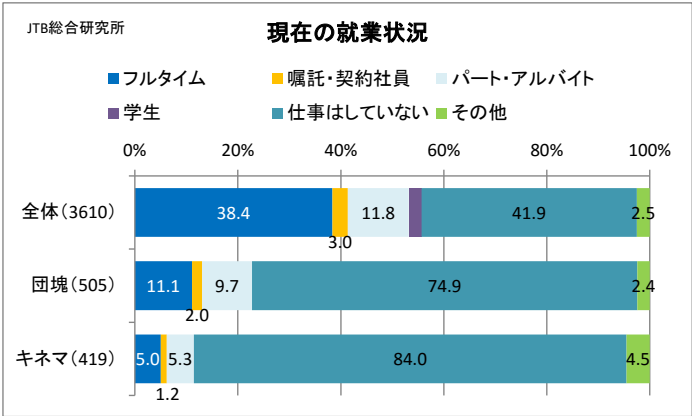
配偶者の有無についての質問には男女差が見られ、団塊世代、キネマ世代とも男性では配偶者がいない人が約 6%程度であるのに対して、女性で配偶者がいない人は団塊世代で 21.3%、キネマ世代では 30.1%に上りました。

シニア層にとっても、インターネットは身近なツールとなりましたが、日ごろからプライベートで利用している機器としては、ノートパソコン、デスクトップパソコン、スマートフォン以外の携帯電話が上位となりました。団塊世代の 29.7%、キネマ世代の 17.9%がスマートフォン、団塊世代の 20.0%、キネマ世代の 14.6%がタブレットを利用すると回答しており、これは決して少なくない数字と言えます（表 1、図 3～7）。

(表1)世代の特徴

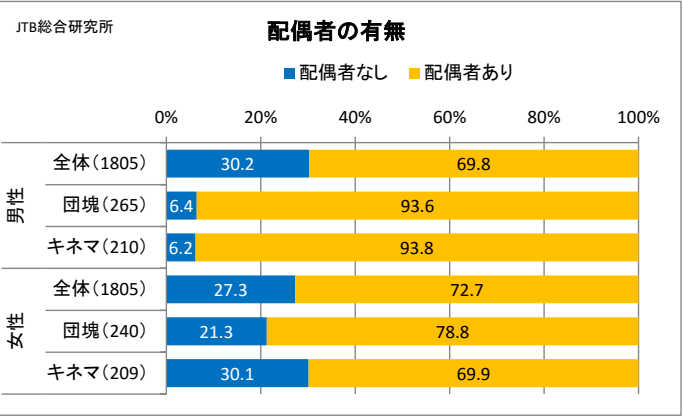
世代名称	生年		年齢(2016年時)	特徴
キネマ(広義)世代	1937	1945	71 ～ 79	戦後復興期に育つ。高度経済成長期を支えた。世代名の由来通り、若い頃には空前の映画ブームで、映画を通じて海外文化を吸収した。海外には純粋な憧れを持つ。
団塊世代	1946	1950	66 ～ 70	青年期に高度経済成長を過ごす。40代のバブル崩壊まで右肩上がりの経済成長を経験。その後の不況のあおりを受けた人も少なくない。安保問題などからアメリカ文化に憧れと反発。

(図 3)現在の就業状況



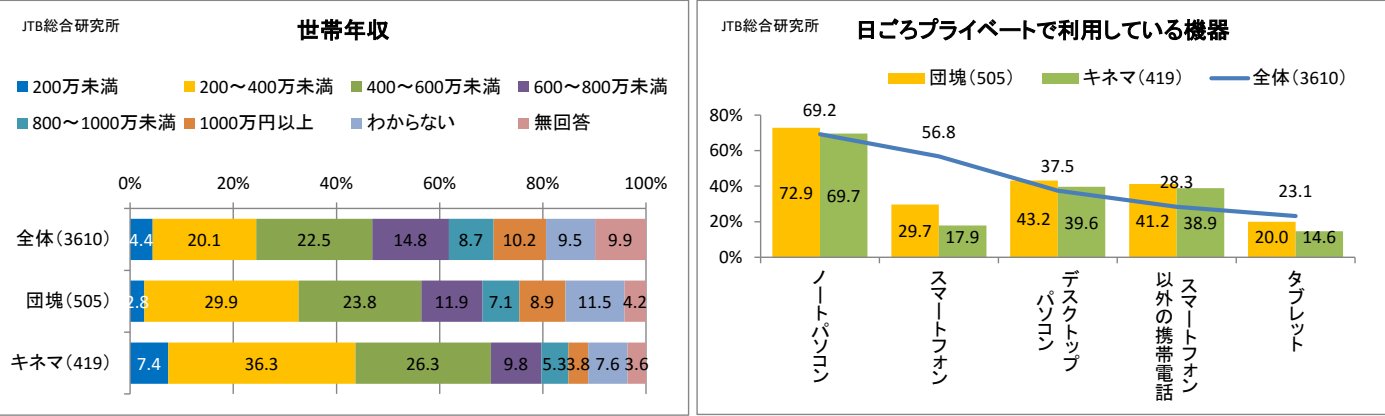
(単一回答)

(図 4)配偶者の有無

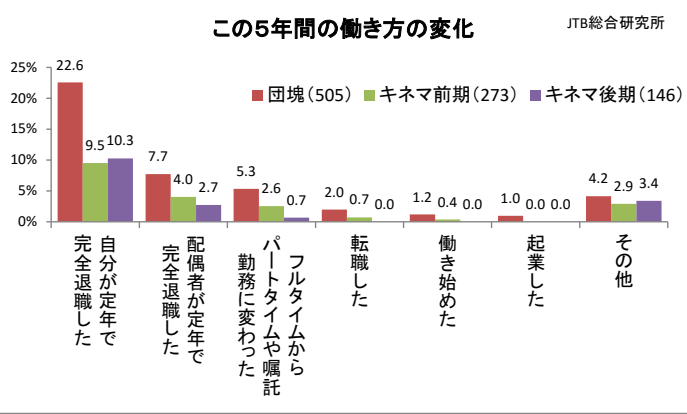


(単一回答)

(図 5)世帯年収 (単一回答) (図 6)プライベートで利用している機器 (複数回答)



(図 7)この5年間の働き方の変化 (複数回答)



*キネマ前期:71～74 歳、キネマ後期:75～79 歳

【シニアの生活と消費】

1. 現在の気分を表す一文字は「楽」「静」「快」「健」「爽」

シニアは現在、どのような気分で生活をしているのかをみるために、現在の気分を漢字一文字で表してもらいました。数多くあげられた中で、「楽」が全体でもシニアでも 1 位となりました。全般的にみれば、シニア世代の現在の気分は比較的穏やかと言えるようです。キネマ世代では、「楽」の他、「快」「健」、団塊世代では「静」も上位に来ています。若い世代では、「眠」「疲」「鬱」「忙」なども上位となり、日々の生活に疲れている様子も垣間見られました（表 2、参考表）。

(表 2) 現在の気分を表す漢字一文字 (自由回答形式)

No.	全体 (3,610)	件数	割合	団塊 (505)	件数	割合	キネマ (419)	件数	割合
1	楽	308	8.5%	楽	40	7.9%	楽	46	11.0%
2	眠	151	4.2%	静	12	2.4%	快	17	4.1%
3	疲	141	3.9%	優	9	1.8%	健	10	2.4%
4	鬱	98	2.7%	爽	7	1.4%	静	8	1.9%
5	忙	51	1.4%	忙	7	1.4%	爽	8	1.9%
6	静	48	1.3%	眠	7	1.4%	忍	8	1.9%
7	快	43	1.2%	悠	7	1.4%	安	7	1.7%
8	忍	42	1.2%	良	7	1.4%	鬱	7	1.7%
9	平	41	1.1%	安	6	1.2%	喜	6	1.4%

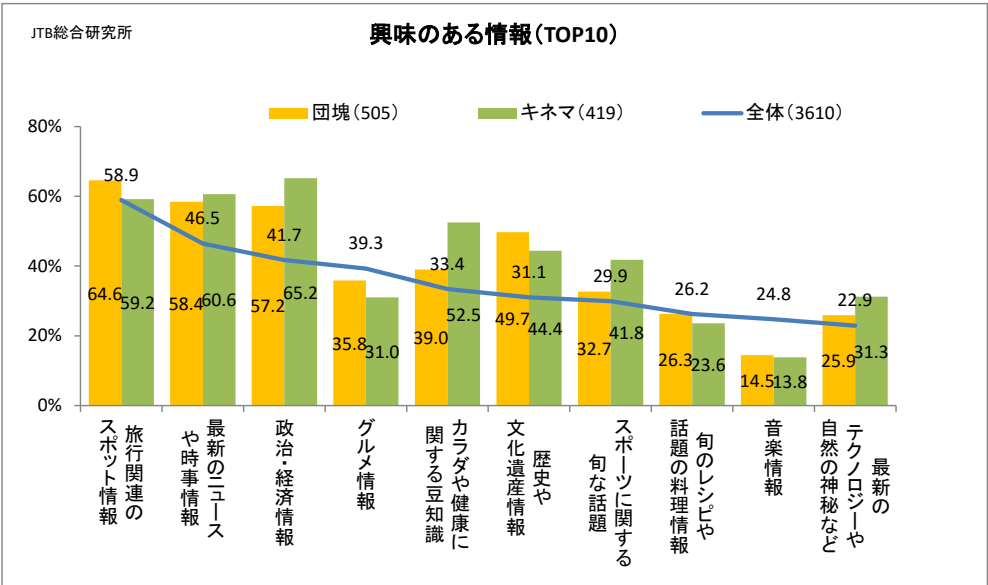
(参考) 現在の気分を表す漢字一文字 (他世代)

No.	ミレニアル (348) *20～27歳	件数	割合	プレ ゆとり (446) *28～35歳	件数	割合	ポスト 団塊Jr (288) *36～40歳	件数	割合	団塊Jr (278) *41～45歳	件数	割合	バブル (567) *46～56歳	件数	割合	ポスト 団塊 (759) *57～65歳	件数	割合
1	眠	35	10.1%	眠	40	9.0%	楽	23	8.0%	楽	18	6.5%	楽	38	6.7%	楽	78	10.3%
2	楽	28	8.0%	楽	37	8.3%	疲	21	7.3%	眠	17	6.1%	疲	33	5.8%	忍	17	2.2%
3	疲	26	7.5%	疲	31	7.0%	眠	12	4.2%	疲	13	4.7%	鬱	26	4.6%	鬱	16	2.1%
4	鬱	8	2.3%	鬱	12	2.7%	鬱	10	3.5%	鬱	13	4.7%	眠	21	3.7%	爽	14	1.8%
5	穏	7	2.0%	忙	11	2.5%	平	8	2.8%	痛	6	2.2%	憂	10	1.8%	眠	14	1.8%
6	悩	6	1.7%	苦	8	1.8%	痛	6	2.1%	苦	5	1.8%	迷	8	1.4%	晴	12	1.6%
7	安	5	1.4%	寝	6	1.3%	嬉	5	1.7%	静	5	1.8%	快	7	1.2%	疲	12	1.6%
8	嬉	5	1.4%	悩	6	1.3%	悩	5	1.7%	忙	5	1.8%	苦	7	1.2%	穏	11	1.4%
9	焦	5	1.4%	辛	5	1.1%	安	4	1.4%	普	4	1.4%	優	7	1.2%	快	11	1.4%

2. 興味のある情報は「政治経済」「時事情報」「カラダや健康に関する豆知識」「旅行」「歴史や文化遺産」

普段から興味のある情報については、団塊世代は「旅行関連のスポット情報（64.6%）」、キネマ世代では「政治・経済情報（65.2%）」が1位となりました。全体と比較すると「時事情報」や「健康に関する豆知識」「スポーツ」「テクノロジー」などが高く、「グルメ情報」や「音楽情報」は低い傾向が見られます。過去の調査でも年代が上がるにつれ、「食」への興味は薄れることがわかっており、同様の傾向となりました（図8）。

(図 8) 興味のある情報(TOP10) (複数回答)

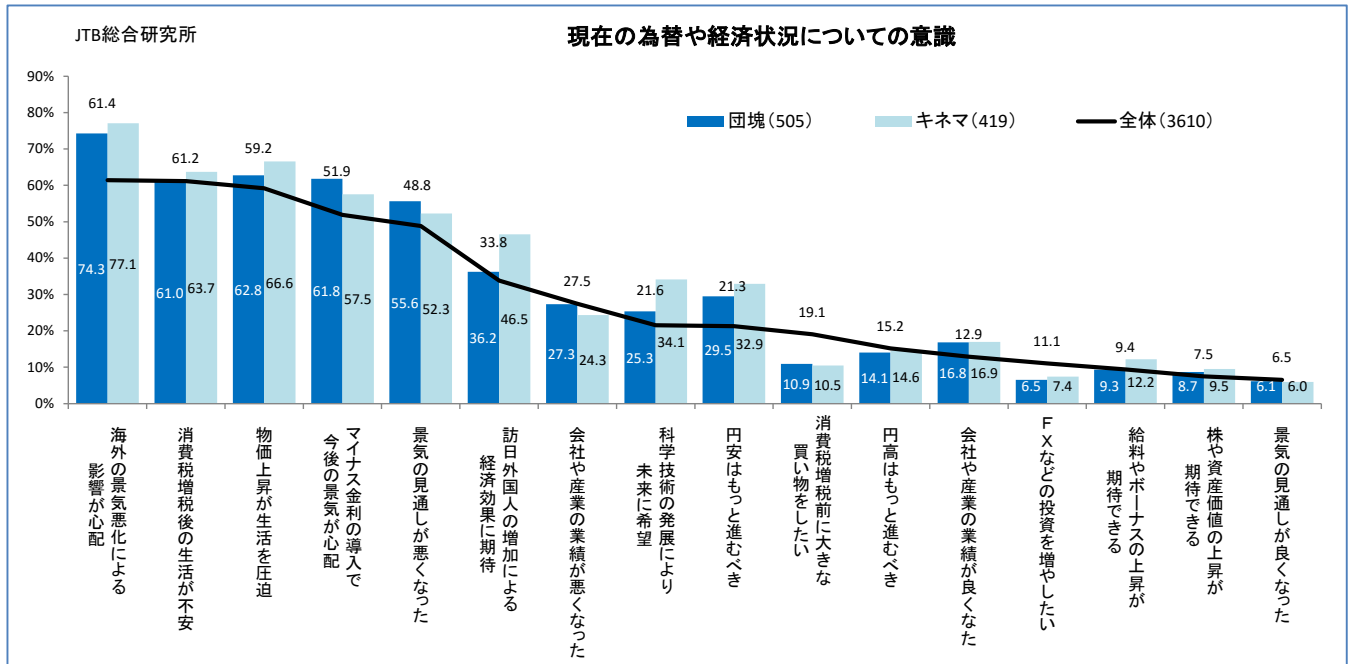


3. 将来的な経済環境には不安も。「海外の景気悪化の影響が心配」(団塊 74.3%、キネマ 77.1%、全体 61.4%)
「生活に関わる費用の値上がりが生活を圧迫」(団塊 62.8%、キネマ 66.6%、全体 59.2%)

今後の経済的な状況について、どのように考えているのかを見てみます。「海外の景気悪化による影響が心配」は全体では 61.4%でしたが、団塊世代では 74.3%、キネマ世代では 77.1%と全体より 10 ポイント以上高くなりました。「物価上昇が生活を圧迫」「マイナス金利の導入で今後の景気が心配」「景気の見通しが悪くなった」など、も全体と比較して高く、将来的な経済状況については決して楽観的ではないようです（図 9）。

(図 9)現在の為替や経済状況についての意識

(複数回答)



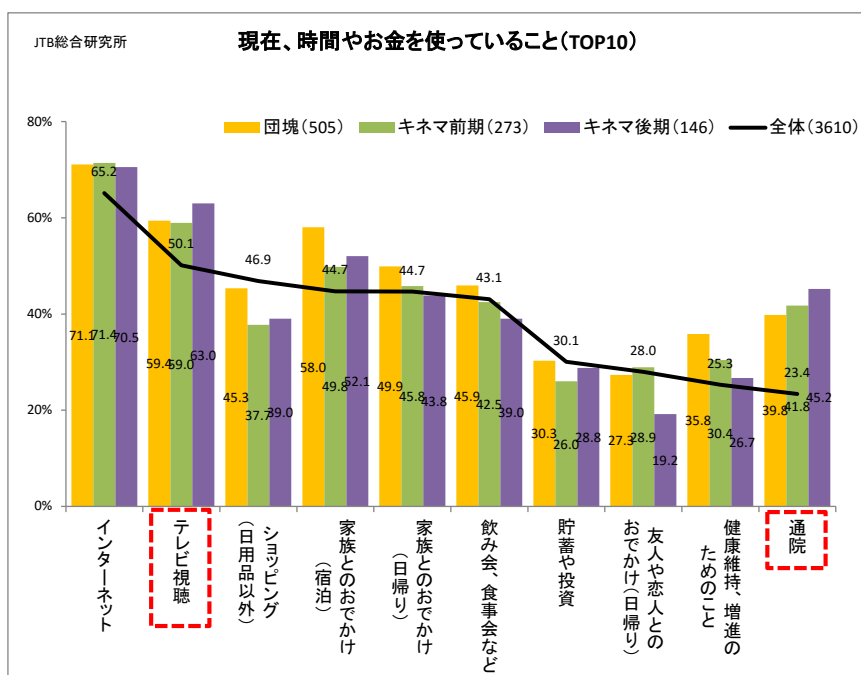
4. シニアが現在時間やお金を使っていることは「インターネット」「テレビ視聴」

今後時間やお金を使いたいことは「お出かけ」「趣味」などレジャーと、基盤となる「貯蓄」「健康づくり」
ただし年齢の上昇と共に、旅行やお出かけや健康増進の意欲は下がる傾向

次に時間やお金を使っていることについての実態や意向を聞きました。現在時間やお金を使っていることの1位は「インターネット（団塊 71.1%、キネマ前期 71.4%、キネマ後期 70.5%、全体 65.2%）」。2位は「テレビ視聴（団塊 59.4%、キネマ前期 59.0%、キネマ後期 63.0%、全体 50.1%）」、3位は「家族とのおでかけ（宿泊）（団塊 58.0%、キネマ前期 49.8%、キネマ後期 52.1%、全体 44.7%*全体では4位）」でした（図 10）。年齢が上がるにつれ、「テレビ視聴」や「通院」が増える傾向があるようです。

(図 10)現在、時間やお金を使っていること(TOP10)

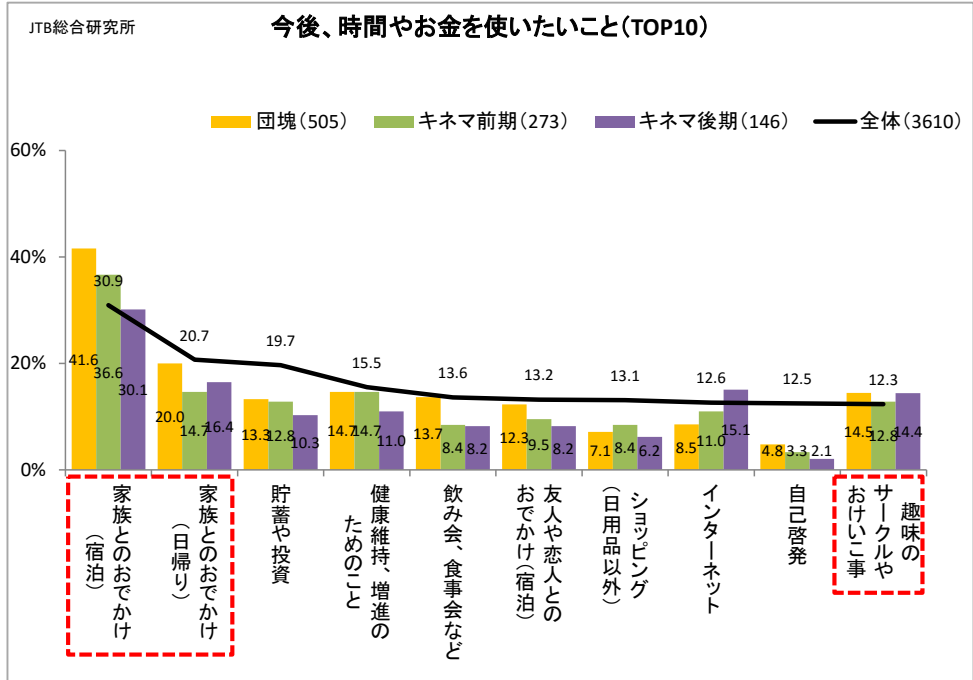
(複数回答)



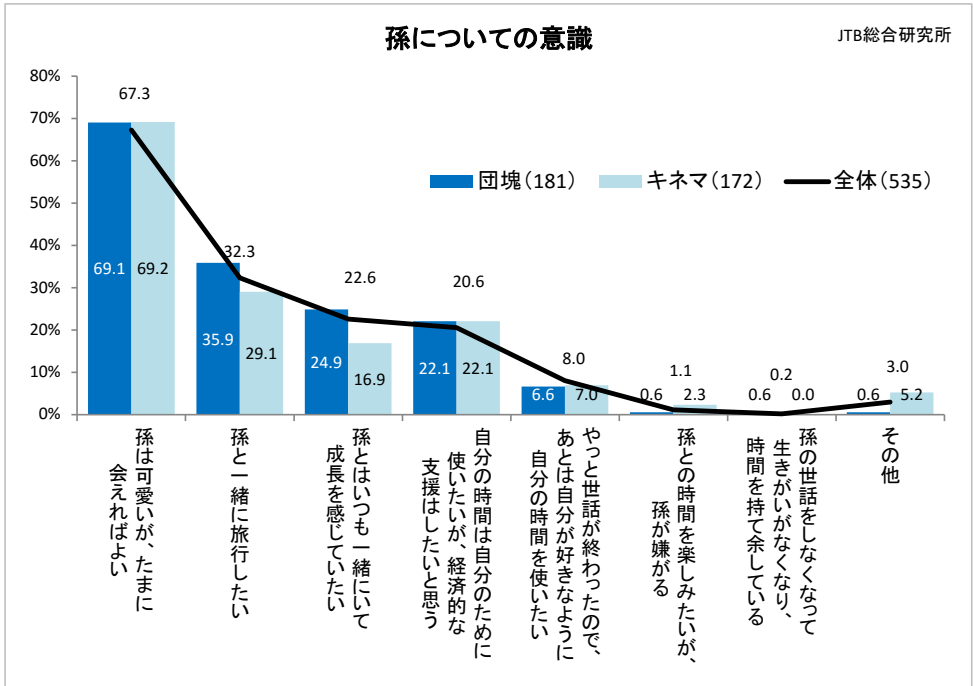
今後時間やお金を使いたいことでは、団塊世代もキネマ世代も「家族とのおでかけ（宿泊）」「家族とのおでかけ（日帰り）」「貯蓄や投資」「健康維持、増進のためのこと」が上位に来ています。また「趣味のサークルやおけいこ事」も比較的高くなりました。今後は、お出かけや趣味などのレジャーと、それを可能とする健康づくりや経済基盤へと支出をしたい意向が見られます。しかしながら、年齢の上昇と共に、お出かけや健康増進に対する意向が減少する傾向にあることがわかりました。

また、孫についての意識を聞いてみると、「孫は可愛いが、たまに会えればよい」が団塊世代、キネマ世代共に7割近くとなりました。孫も大きくなり自立するにつれ、あまりべったりとした関係ではなくなってくるのだと考えられます（図 11、12）。

(図 11) 今後、時間やお金を使いたいこと(TOP10) (複数回答)



(図 12) 孫についての意識 (複数回答)

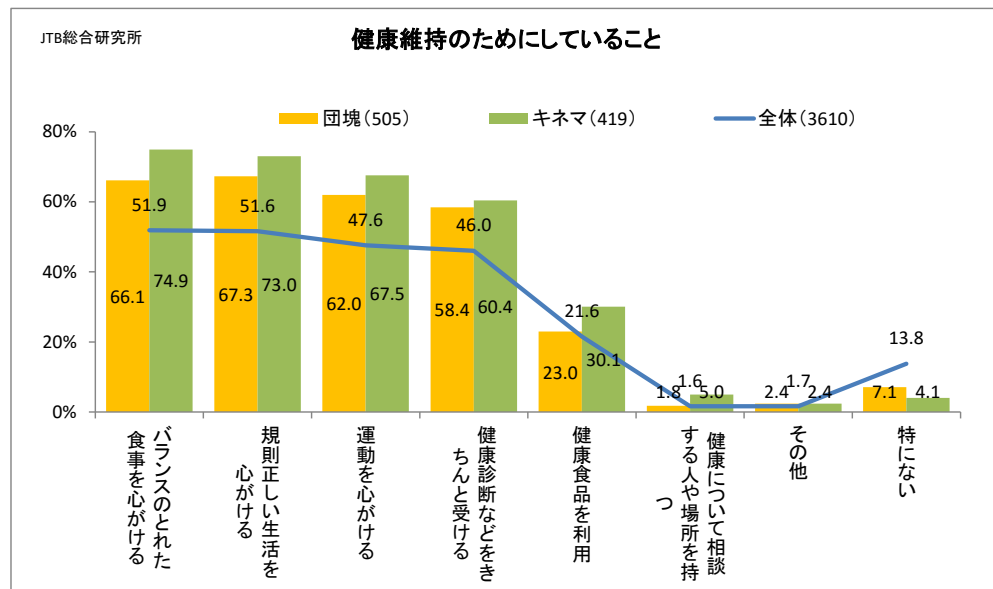


5. 健康のために心がけていること：「バランスの取れた食事」「規則正しい生活」「運動」

健康のために心がけていることの1位は、「バランスの取れた食事（団塊世代 66.1%、キネマ世代 74.9%、全体 51.9%）」でした。団塊世代では全体より約 15 ポイント、キネマ世代では 23 ポイント高くなりました（図 13）。前述の図 8 では、グルメ情報への興味は年齢が上がるにつれ減少していましたが、健康のための食事の内容や質には気を配っている様子が伺えます。

（図 13）健康維持のためにしていること

（複数回答）



【シニアのレジャー】

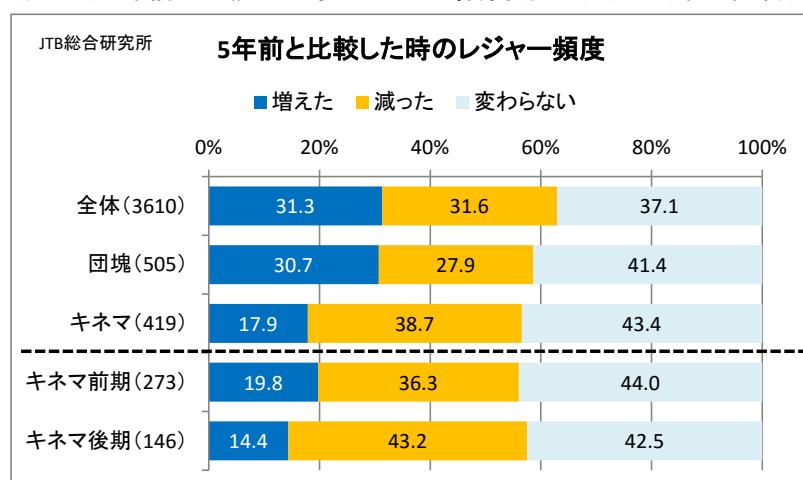
6. レジャー頻度が減少に転じる境目は70歳ごろ

団塊世代では、5年前よりレジャー頻度が「増えた（30.7%）」人が「減った（27.9%）」人を上回る
 キネマ世代では「減った（38.7%）」割合が「増えた（17.9%）」を逆転

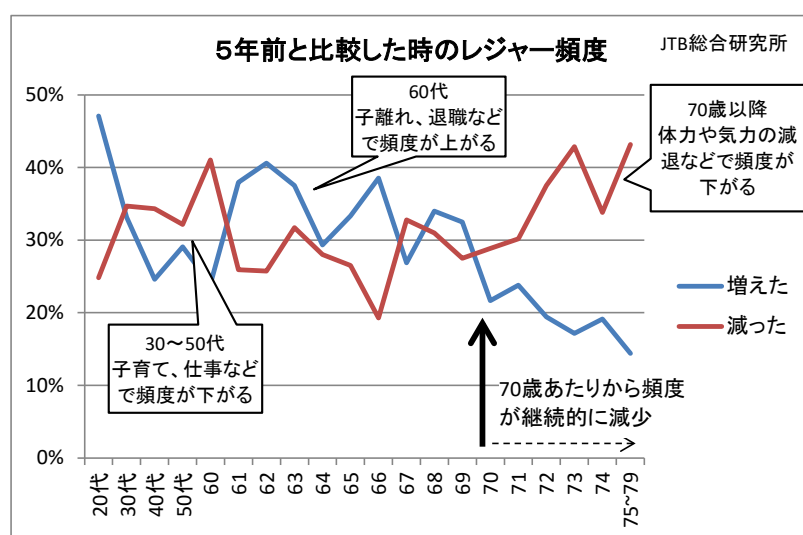
5年前と比較して現在のレジャー頻度が増えたか減ったかを聞きました。全体では、「増えた」と回答した人が31.3%、「減った」と回答した人が31.6%と、ほぼ同じとなりました。世代別では、団塊世代は「増えた（30.7%）」が「減った（27.9%）」をやや上回る結果でしたが、キネマ世代では「減った（38.7%）」が「増えた（17.9%）」を20ポイント以上上回りました。キネマ世代を前期と後期に分けてみると、その傾向はより強く見られました（図14）。

レジャー頻度で「減った」が「増えた」を逆転するのが、何歳ごろなのかを明らかにするため、1歳刻みで割合の変化を追ってみました。その結果、70歳前後を境に減少に転じることがわかりました（図15）。

（図14）5年前と比較した時のレジャー頻度（世代別）（単一回答）



（図15）5年前と比較した時のレジャー頻度（単一回答）



7. 旅行の頻度が減る3大要因は「お金がない」「計画や準備がおっくう」「同行者がいない」

旅行頻度が減っても女性は「他の楽しみを見つける」、男性は「楽しみが減る」

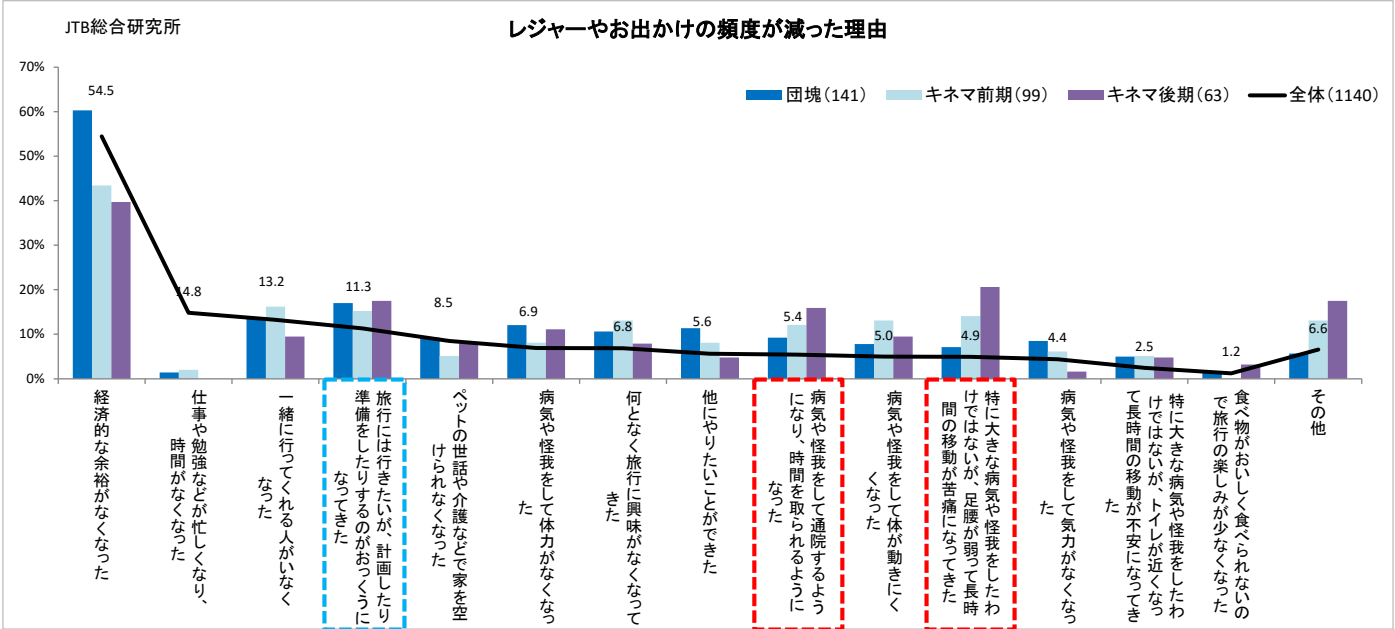
旅行が減った理由の上位にあがった項目は、「経済的な余裕がなくなった」（団塊 60.3%、キネマ 42.0%、全体 54.5%）、「旅行には行きたいが、計画したり準備したりがおっくうになってきた」（団塊 17.0%、キネマ 16.0%、全体 11.3%）、「一緒に行ってくれる人がいなくなった」（団塊 13.5%、キネマ 13.6%、全体 13.2%）でした。

特に「計画や準備がおっくう」であることは、団塊世代、キネマ世代共に全体より高く、シニアに特徴的と言えます。年齢別にみると、50代ごろから計画や準備がおっくうになる気持ちが出てくるようです。

レジャーやお出かけの頻度が増えるきっかけとしてあげられた項目でも、「誘ってくれる人ができれば」(団塊25.3%、キネマ21.2%、全体19.1%)、「旅行の計画や準備をしてくれれば」(団塊13.9%、キネマ14.8%、全体11.4%)が上位に来ており、シニアの旅行頻度の上昇には「計画や準備」のサポートと同行者の確保が不可欠であると言えます。

一方、「今後も旅行頻度は増えないと思うので他の楽しみを見つけない」の割合は女性で高く、男性では「今後も旅行頻度は増えず、楽しみも減ると思う」の割合が女性より高くなりました。健康などの理由でやむを得ず旅行頻度が減少する場合でも、女性^は他の楽しみを見つけようとするのに対し、男性はあきらめてしまう傾向があるようです。定年退職後において、男性が地域になかなか溶け込めず、気力が失われる実態が社会問題となっていることとも関連があるのではないのでしょうか(図16、17、表3)。

(図16)レジャーやお出かけの頻度が減った理由 (複数回答)

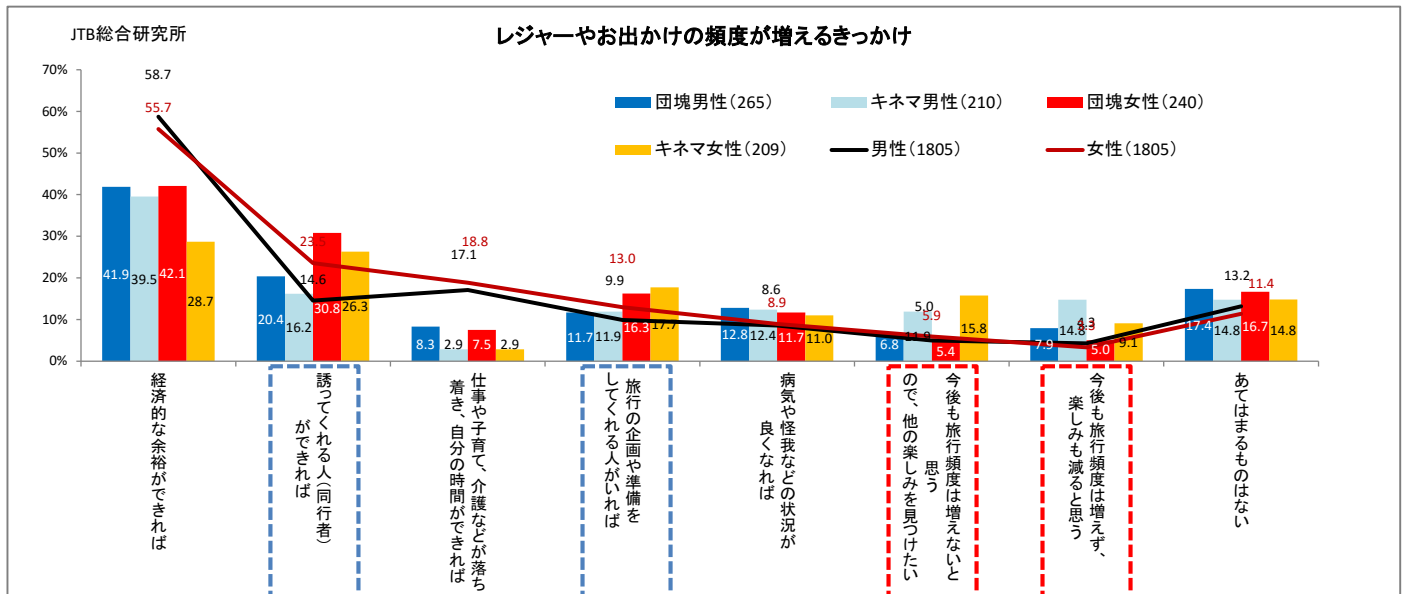


(表3)レジャーやお出かけの頻度が減った理由(年代別) (複数回答)

		仕事や勉強などが忙しくなり、時間がなくなった	経済的な余裕がなくなった	一緒に行ってくれる人がいなくなった	結婚や子育てなどで行きにくくなった	ペットの世話や介護などで家を空けられなくなった	他にやりたいことができた	病気や怪我をして通院するようになり、時間を取られるようになった	病気や怪我をして体力がなくなってきた	病気や怪我をして体が動きにくくなった	病気や怪我をして力がなくなってきた	特に大きな病気や怪我をしたわけではないが、足腰が弱って長時間の移動が苦痛になってきた	食べ物がおいしく食べられないので旅行の楽しみが少なくなった	旅行には行きたいが、計画したり準備をしたりするのがおっくうになった	何となく旅行に興味がなくなってきた	その他
[比率の差]		全体 +10 ポイント	全体 +5 ポイント	全体 -5 ポイント	全体 -10 ポイント											
全体	1140	14.8	54.5	13.2	16.4	8.5	5.6	5.4	6.9	5.0	4.4	4.9	2.5	1.2	11.3	6.8
20代	128	30.5	53.1	10.2	45.3	1.6	3.1	1.6	3.9	1.6	2.3	1.6	0.8	0.8	8.6	3.1
30代	179	22.3	52.0	11.2	50.8	6.1	0.6	0.6	2.8	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	5.0	3.4
40代	177	28.2	59.3	10.2	19.2	7.3	2.8	4.5	6.2	4.0	5.1	1.7	0.0	0.0	9.0	5.1
50代	166	17.5	57.2	18.1	1.2	12.7	8.4	3.0	5.4	4.2	7.8	4.2	4.2	1.2	12.7	3.0
60代	300	2.7	58.3	14.7	0.7	12.0	8.0	7.3	10.7	6.3	5.3	5.3	3.7	2.3	15.0	10.7
70代	190	1.6	44.7	13.7	0.0	7.4	8.4	12.6	8.9	11.1	4.2	14.7	4.7	1.1	14.2	13.2

(図 17)レジャーやお出かけの頻度が増えるきっかけ

(複数回答)

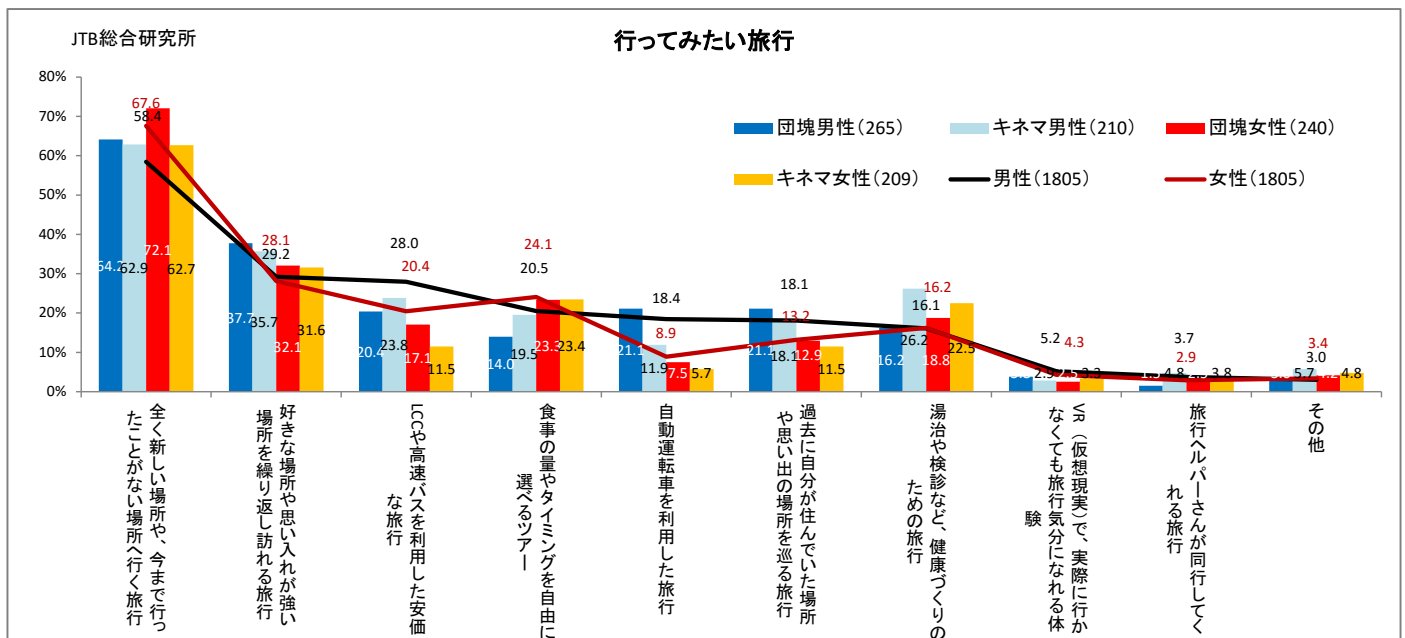


8. 行ってみたい旅行：「全く新しい場所へ行く旅行」は団塊女性で高い。「好きな場所や思い出が強い場所を繰り返し訪れる旅行」「思い出の場所を巡る旅行」は女性より男性の意向が高い

今後行ってみたい旅行について聞いてみると1位は「全く新しい場所へ行く旅行」で、特に団塊世代の女性で高い割合を示しました。「好きな場所や思い出が強い場所」や「思い出の場所を巡る旅行」は団塊世代、キネマ世代共に男性で比較的高くなりました。また、「健康づくりのための旅行」については、団塊世代よりもキネマ世代の方が高い割合となっています（図 18）。

(図 18)今後行ってみたい旅行

(複数回答)



9. 旅行頻度低下の「負のスパイラル」を断ち切るために、「家から出る」を“旅”の一步と捉える

では、実際に旅行やお出かけが減ってしまう過程において、どのようなことが起こっているのでしょうか？
よりその変化の過程を浮き彫りにするため、最近お出かけの頻度が減少した後期高齢者に対してインタビューを実施し、どんな経緯を経て旅行やお出かけの頻度が減ってきたのか、きっかけは何だったのかを深掘りしました。

インタビューの結果から、過去から現在にかけての楽しさや体調について可視化してみると、60代では、仕事や子育てから解放され、比較的穏やかな時期を過ごし、海外旅行で初めての場所へ行くなど、旅行の頻度も上がる傾向があります。しかしその後、病気や怪我などで体調を崩すことによって、お出かけへの不安が強くなったり、他人のペースに合わせられないことで迷惑をかけたくない気持ちが強くなったりすることが、旅行やお出かけの頻度が低下する大きな要因の一つとなっていることがわかりました（図19）。

何らかのきっかけで認知や運動能力が衰え、**旅行やお出かけの計画がおっくうになる（自分から出かける頻度が減る）⇒誘ってくれれば出かけたが、他人のペースに合わせるのが苦痛⇒誘いを断る⇒お出かけの頻度が減る**、という「お出かけの負のスパイラル」とも言うべき現象が生じることが、旅行やお出かけ減少のからくりであるようです。

また、体力や気力の低下と共に、出かける時間や距離が短くなっていることがわかりました。しかし、自分自身ができる範囲で、できるだけ楽しいことを探すために「家から出る」ことを心がけている様子も明らかとなりました。シニアの旅行やお出かけを考える上では、いわゆる「旅行」という言葉から連想されるように、遠方へ宿泊で出かけることだけではなく、家から一步出る楽しみは何かということから考えていく必要があります。

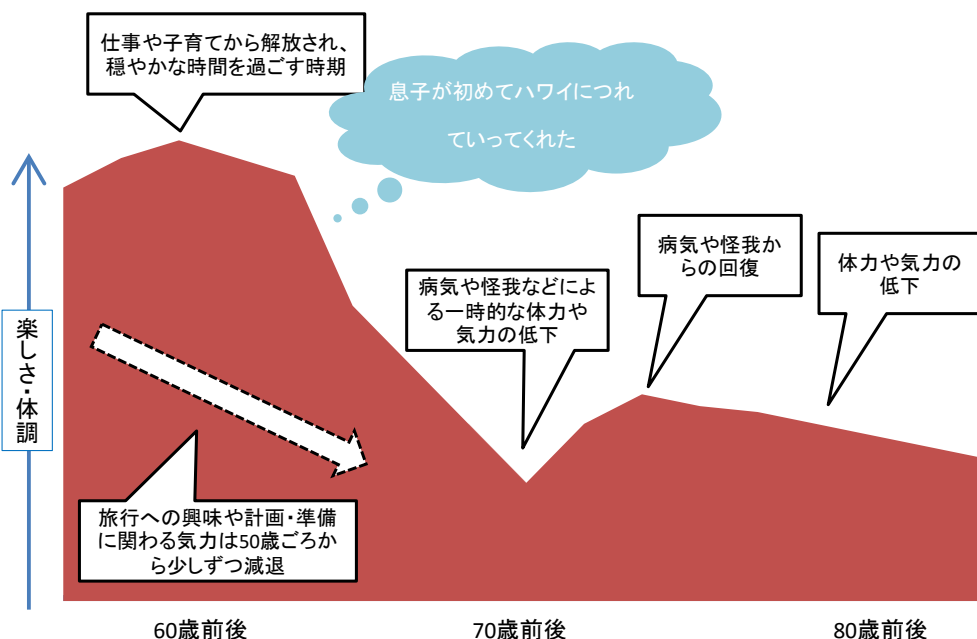
旅行頻度が低下した原因（インタビューより）

- 80歳女性：旅行には行きたいけれど、自分で調べていくのは嫌。誰かが準備してくれて、自分のペースに合っていれば出掛けたい。
79歳女性：誰かが誘ってくれれば出かけるが、自分で調べてまでは出かけない。
82歳女性：電車などに乗るときに、周りのペースに合わせられないので怖くなった。美術館巡りをやりたいが、一人では自信がない。誰かと出かけても待たせてしまうのでは、など気を使うのが嫌。自分のペースと合う人がいれば出かけたがたい。

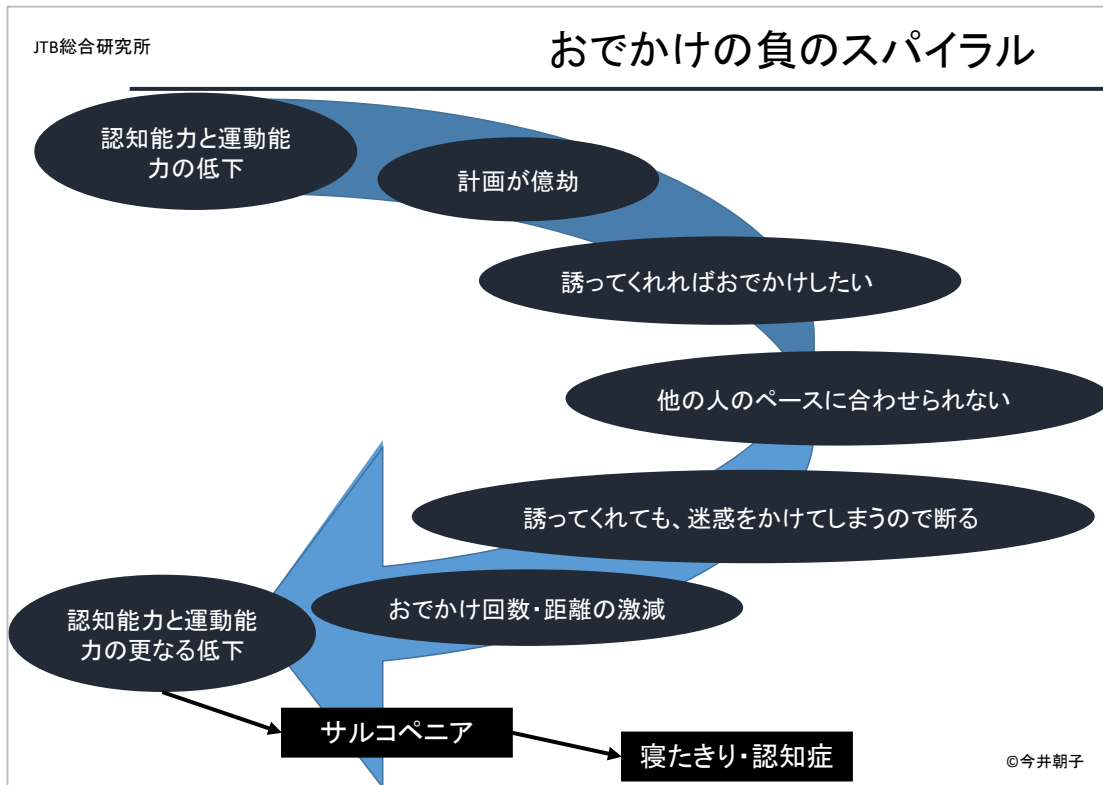
最近の“お出かけ”について（インタビューより）

- 80歳女性：頻度はあまり変わらないが、遠くに行かなくなった。乗換があると不安だが、乗り換えがなければなんとかなる。折り紙ボランティアや、傾聴ボランティアに行くのも楽しみ。
79歳女性：頻度は変わらないが、距離が近くなった。また、出掛ける時間は、疲れてしまうので2、3時間が多い。定期的に趣味の活動に足を運ぶようにしている。毎週集まって、歌を歌っている。体操教室にも通っている。

（図19）楽しさ・体調グラフ



(図 20) おでかけの負のスパイラル



*サルコペニア：高齢化により筋肉量が低下すること

10. まとめ

今回のインターネット調査やインタビュー調査の結果から、シニアの旅行やお出かけが減少する要因としては、旅行に行きたいものの、加齢と共に何となく計画や準備がおっくうになり始め、誘ってくれれば行きたいが、これに体力の衰えが加わると、ペースの合う同行者を見つけにくくなる。という負のスパイラルが生じていることがわかりました。できるだけ人生の長い期間において、シニアに旅行を楽しんでもらう環境を作っていくためには、旅行先でどんなサポートをするかという取り組みももちろん大切ですが、それだけではなく、心豊かな日常生活を送るためにどんな提案ができるか、そこから、どのように旅行やお出かけのきっかけを作っていけるかが、これから重要になってくるでしょう。

● “旅” の概念を広げよう。家から一歩出ること（外出）が“旅” の始まり

パーソナルモビリティ（電動車いす）を利用し、十数年ぶりに自宅のある丘を降りて散歩をした女性の輝くような笑顔を目にした時、旅行とは必ずしも遠くへ出かけることだけではないのだと実感しました。体力や気力が衰えつつある高齢者にとって、長距離の移動は楽なことではありませんが、遠くへ行かなければ楽しい気分を味わえないのかというと、決してそんなことはないのです。観光産業に携わる人にとっては、ステレオタイプの宿泊旅行をイメージしがちですが、一歩家から出ることを”旅” の始まりとし、より広い概念で旅行を捉えなおすことが、多くの人にとっての楽しさを創りあげていくことになるのではないのでしょうか。

● “旅まえ（前）” サポートで旅行やお出かけのきっかけづくり

調査やインタビューの結果から、旅行の計画や準備、「旅行へ出かけよう」というきっかけ作りも含め、“旅まえ（前）” のサポートが、実は非常に重要なポイントなのだということがわかりました。

シニア向けの「旅行プランニング」サークルで旅行の計画や準備をし、定期的にお出かけを実施している地域もあり、「旅行やおでかけ」を軸としたコミュニティづくりや認知症予防にも期待が持たれています。地域との

連携で“旅まえ（前）”のサポートを広げていくことができれば、旅行やお出かけを楽しめる高齢者の方々がもっと増えそうです。

●過去に慣れ親しんだ場所への回帰旅行に商機

旅行やお出かけの醍醐味の一つとしては、普段の生活とは違う“非日常性”があげられます。今回の調査で「どのような旅行へ行きたいか」を聞いた結果では、「全く新しい場所や行ったことがない場所への旅行」と共に、「思い入れが強い場所を繰り返し訪れる旅行」や「過去に自分が住んでいた場所や思い出の場所を巡る旅行」も特にシニア男性から人気となりました。過去の場面であっても、普段の生活とは違うという意味では“非日常”と言えるのかもしれません。

インタビューの中でも、インターネット上で見られる3D画像で生まれ育った街を表示して見せると、「もっとこんな場所も見られる？」と強い興味を示す場面が見られました。

あらかじめ情報を持っていることは安心にもつながります。VR（バーチャルリアリティ）を活用した旅行も含め、体力にも不安がある高齢者へ、馴染みのある場所への旅行、懐かしい場所への旅行を提供する可能性が感じられました。

＜お問い合わせ＞

（株）JTB総合研究所

調査・分析担当：早野陽子

03-3525-4495

（担当 早野・三ツ橋・波瀾）