

「人生100年時代 未来ビジョン研究所」レポートIX 「50+国内旅行消費力②」

**30-70代が先々やりたい旅行は「湯治」で74.9%。
40-70代の食など「地域の文化」を育てる旅行も64.3%と高い
人手不足を補うリゾートバイトの意向は38.4%と約4割。**

人生100年時代の日本人の旅行観光のゴールは「湯治」といえそう。
また、これからは「地域の文化」を育てる旅行がありそう。

人生100年時代未来ビジョン研究所(所長:阪本節郎)は、今年度(全国男女40-70代 1200s 2025年6月)の調査に分析を加え、40-70代の最新の消費動向を明らかにしました。

なお、今後のポテンシャルも含めて40代から調査をしていますが、とくに旅行に関しては、50代からが実際に動き易いので、50代以上を焦点としています。また、50代以上を米国などで50+と表記するため、それを用いています。

円安に伴って増大しているインバウンドですが、オーバーツーリズムも全国各地で問題になっています。これに対し、国内の50代以上(50+)の旅行観光は増大したインバウンドと同レベルかそれ以上の規模があります。

国内の50代以上(50+)の旅行観光ですが、今後の成長のカギの一つは「湯治」といえそうです。70代以上の旅行観光については、車イスでも行けるとか、介助など旅行のUDが整備されつつあり、それも非常に大事ではあるのですが、それ以上に、そもそもどういうニーズがあるのか、それは拡大するポテンシャルを持っているのか、がきわめて重要です。その意味では、今回の調査で先々やりたい旅行は「湯治」で、30-70代が74.9%、40-70代で76.3%あった、ということは、人生100年時代のわが国の旅行観光の一つのゴールが「湯治」だといっても過言ではないと思われます。

「50+国内旅行消費力①」で示したように、コロナ前は50代以上(50+)だけで、インバウンドの2.15倍、10.3兆円(推計)の旅行観光消費がありました。この50代以上(50+)旅行観光のさらなる成長のポテンシャルが見えてきた意味は大きいといえます。とりわけこの少子高齢社会がほぼ永久に続くことと予測されることからこの意味はきわめて大きいといえるでしょう。

①「先々、年齢を重ねてきたら、温泉でゆっくり湯治のようなことができればいい」は30-70代が74.9%、40-70代で76.3%。男女ともに高く、その年代に最も近づいている70代がとくに高いことはそのニーズの高さを示しています。また30-70代全体を通じてそのような意向ということは、日本人の旅行観光のゴールがまさに「湯治」にあるといえそうです。これから少子高齢化が半永久的に続くこととすれば、まさに人生100年時代で、90代ないし、100歳を超えても旅行観光に行きたいのは、「湯治」だといえそうで、旅行観光ビジネスの大きなポテンシャルがここにあるといえるのではないのでしょうか。人生100年時代で期待することの1位も「無理なく気楽に暮らせたい」であり、「湯治」に合っているといえそうです。

②40-70代 食や文化などこれからは「地域の文化」を育てるような旅行をしたい、は64.3%と6割を超える。

単に自分の楽しみだけで旅行をしたいかという、40-70代は必ずしもそうではなく、食や文化など「地域の文化」を育てるような旅行をしたいという割合が高い。インバウンドでは考え難いことであり、そういう旅行者が全国各地に旅行観光に行けば、全国の地域の文化が発展する可能性もあります。

③40-70代のリゾートバイト&パートの意向は38.2%と約4割であった。

最近クローズアップされてきたリゾートバイトですが、聞いてみると約4割が、旅行先でまた地元でリゾートバイトをしてもいいと考えています。人手不足が深刻になっている折、この人材が有効に機能することは大きな意味を持つといえます。

本件に関するお問い合わせ：人生100年時代 未来ビジョン研究所 阪本

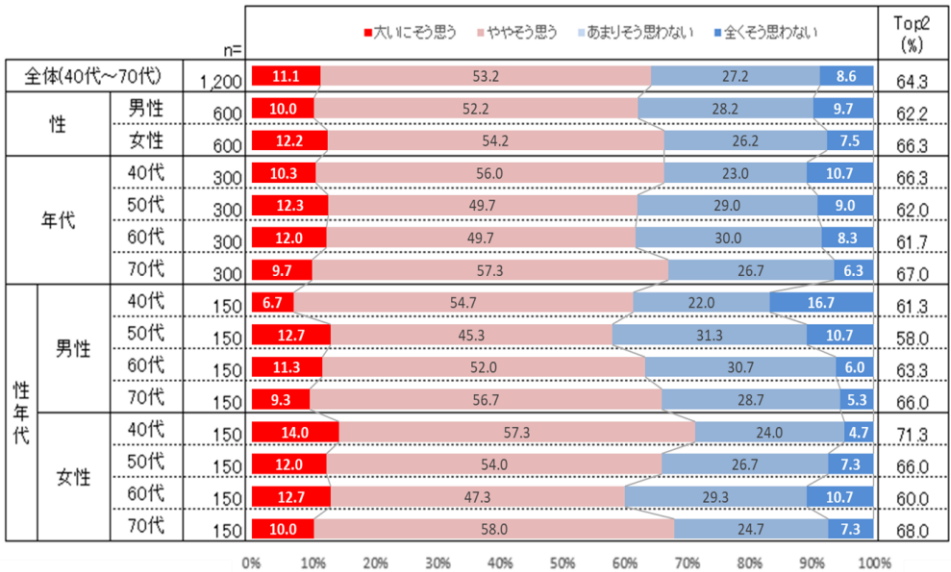
Tel : 03-5983-0770 / Mobile : 090-2747-7362 / Email : setsuo.sakamoto@miraivision.net

人生100年時代 未来ビジョン研究所ホームページ www.miraivision.net

50+国内旅行意向①

■40-70代 食や文化などこれからは「地域の文化」を育てるような旅行をしたい、は64.3%と6割を超える。
単に自分の楽しみとしての旅行ではなく、食や文化など「地域の文化」を育てる旅行をしたい、は40-70代で64.3%に上る。ここでも女性が相対的に高く、66.3%となっている。

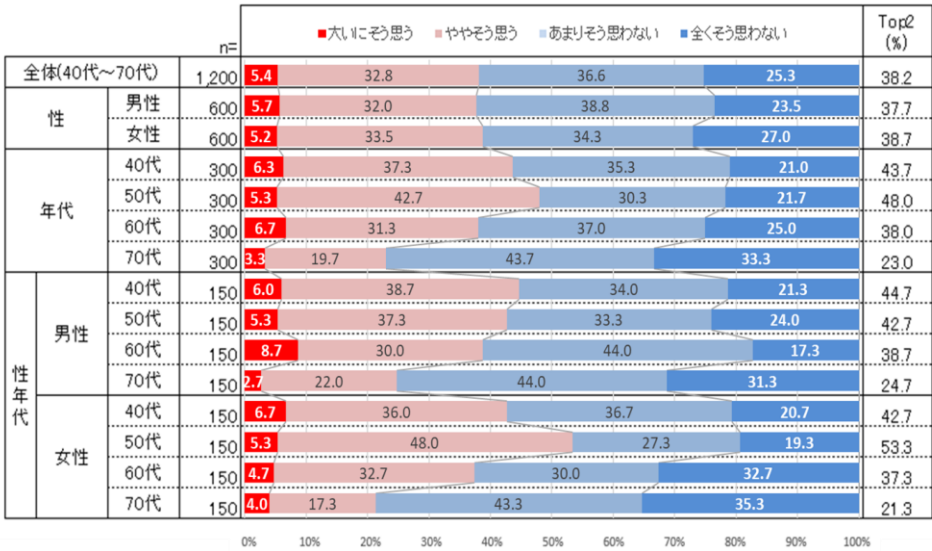
Q.食や文化など、これからは地域の文化を育てるような旅行をしたい



人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1200s 2025年6月

■40-70代のリゾートバイト&パートの意向は38.2%と約4割であった。
最近話題となっている中高年のリゾートバイトについては、38.2%。現在問題となっている人手不足を補うための自分の旅行先でのリゾートバイトと地元でのリゾートバイトを含む。大いにそう思うが最も高いのは男性の60代で8.7%、ややそう思うまで含めて最も高いのは女性の50代で53.3%と半数を超える。やはり、男性のリタイア直後、および女性の子育て卒業直後がいずれもまだ体力もあり、意欲が高いとみられる。

Q.観光地や観光業種での人手不足を補うため、リゾートバイト&パートなど観光も楽しみつつ、また地元在住であれば地域活性化も兼ねて、できる範囲で働き手となってもいい

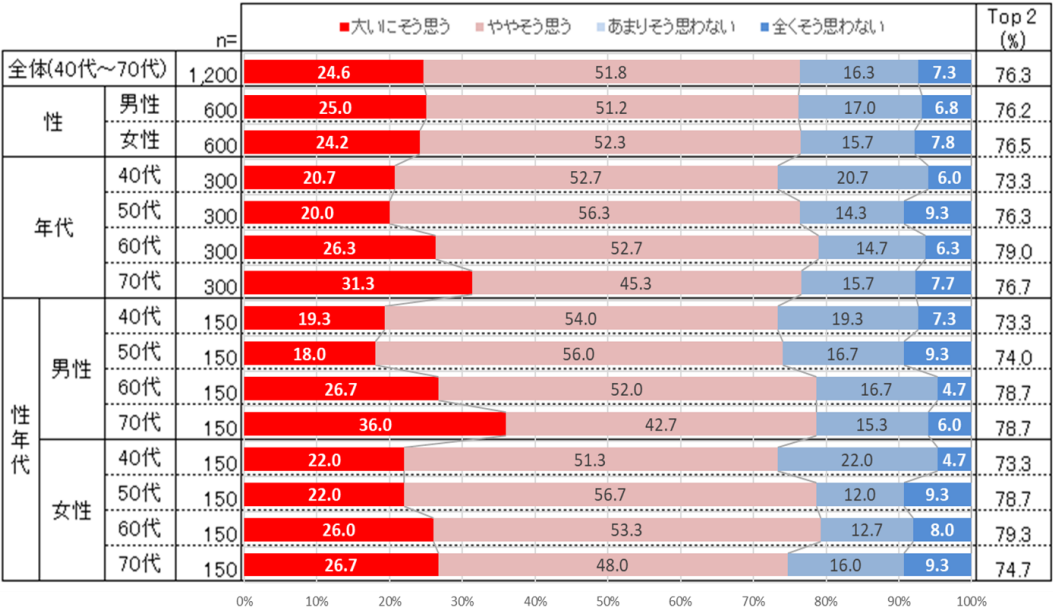


人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1200s 2025年6月

50+国内旅行意向②

■先々、年齢を重ねてきたら、温泉でゆっくり湯治のようなことができればいいと思う、は76.3%と高く、男女ともに高い。人生100年時代、どういう旅行観光をしたいと思うかについて、先々はどうか、と聞いてみたところ、「先々、年齢を重ねてきたら、温泉でゆっくり湯治のようなことができればいいと思う」は40-70代で76.3%に上った。とりわけ当該年代に近くなっている70代の「大いにそう思う」という割合が31.3%と他の年代よりかなり高い。そのなかでも男性が36.0%と高い。

Q.先々、年齢を重ねてきたら、温泉でゆっくり湯治のようなことができればいいと思う



人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1200s 2025年6月

30代にも同じ質問をしていて、30代の大いにそう思う・ややそう思うの合計は、やはり69.0%とほぼ7割あった。30-70代では74.9%であり、40-70代ときわめて同様な意向を持つといえる。日本人は先々「湯治」をしたいと思っており、日本人の旅行観光ののゴールとして「湯治」がありそうということが、いえる。

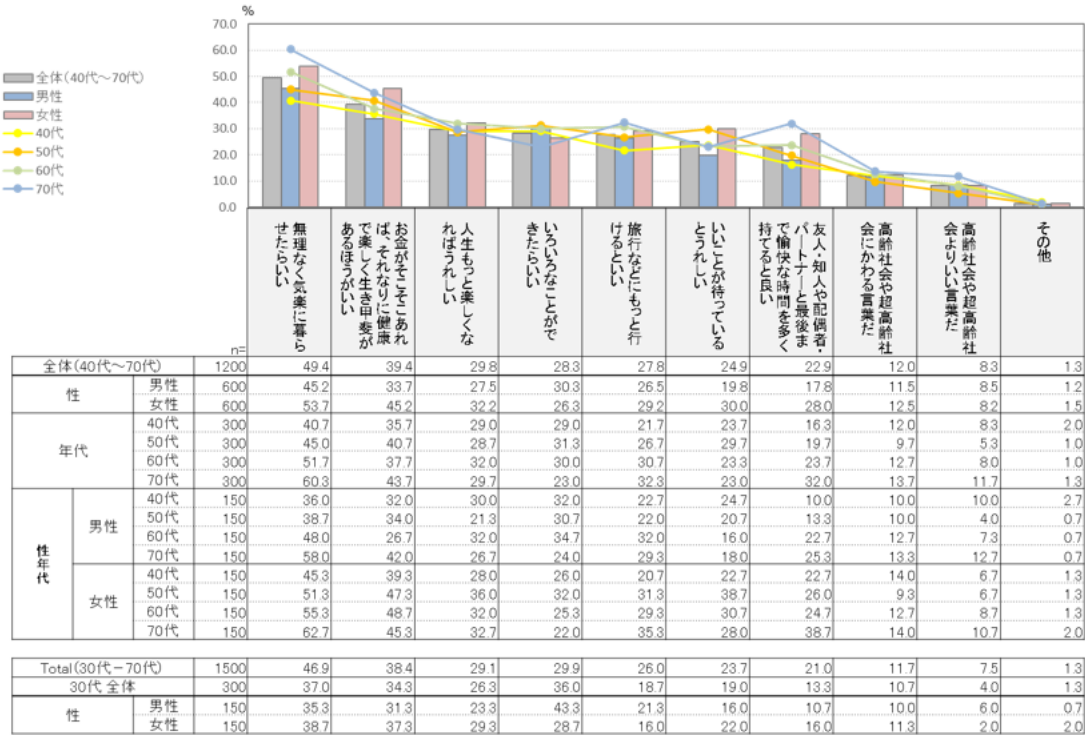
			Base	大いにそ う思う	ややそ う思 う	あまりそ う思わ ない	全くそ う思わ ない	【小計】大 いにそ う思 う+や やそ う思 う
Total		%	1500	24.3	50.6	16.6	8.5	74.9
【全体(30代-70代)】	全体(30代-70代)	%	1500	24.3	50.6	16.6	8.5	74.9
【全体(30代)】	全体(30代)	%	300	23.0	46.0	17.7	13.3	69.0
【性別(30代)】	男性(30代)	%	150	23.3	44.7	16.0	16.0	68.0
	女性(30代)	%	150	22.7	47.3	19.3	10.7	70.0

人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女30-70代 1500s 2025年6月

人生100年時代と聞いて期待すること

■人生100年時代と聞いて期待することは「無理なく気楽に暮らせたい」が1位。
期待することは「無理なく気楽に暮らせたい」が1位、「お金がそこそこあれば、それなりに健康で楽しく生き甲斐があるほうがいい」が2位、「人生はもっと楽しくなれうれしい」が3位、「旅行などにもっと行けるといい」が5位。
人生100年時代で、何も豪華な暮らしをしたいと思っているわけではなく、「無理なく気楽に」できれば「楽しく」、「旅行」もできたら、というところが概ね望んでいる生活だといえそう。

Q.「人生100年時代」と聞いて感じる楽しみや期待についてあてはまるものをお選びください。



人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40~70代 1200s 2025年6月

「湯治リゾート」&「年金生活でも利用できる温浴施設」

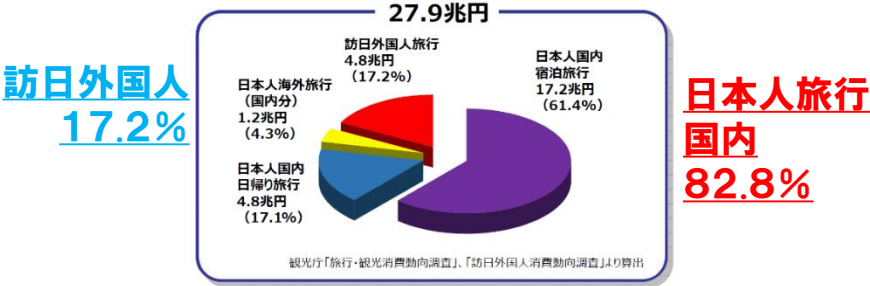
この調査結果と「湯治」を考え合わせると、今後は多少余裕のある所得・資産層への「湯治リゾート」があり、片方では、「年金生活でも中長期に利用できる温浴施設」なども考えられるといえます。現在の旅館の食事は全国どこでも概ね量が非常に多いといえます。それは高度成長期の社員旅行など旺盛な食欲を持った現役生活者に合わせた結果そうだったといえるでしょう。グルメでしかも量も多くということでは、コスト高になる一方です。しかし、すでに50+、60+、70+では量が多いと感じる宿泊客も少なからずいるとみられます。その意味では70代以上(70+)を対象にした温浴施設は、量は少なく地元の食材を使った料理などで比較的低コストの運営も考えられる余地があるのではないのでしょうか。高度成長期・安定成長期から人生100年時代へ、大きな転換期に所得・資産や生活スタイルに合わせた新たな可能性が様々に広がって行くといえそうです。

50+国内旅行消費力<参 考> *「50+国内旅行消費力①」の<参考>の再掲。

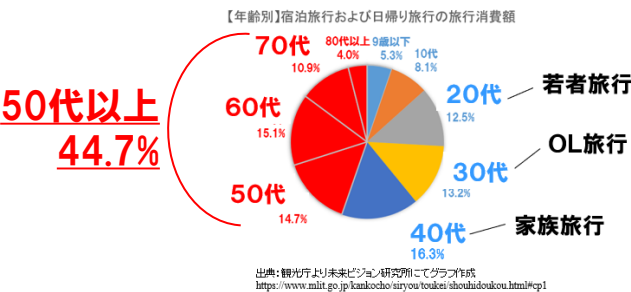
コロナ前の旅行消費総額は83%が日本人
そのうち50代以上 (50+) が45% **10.3兆円**

「2024年、訪日客消費8兆円で過去最高 アパレル市場並み」という記事が、2025年1月15日
日経新聞に掲載されました。2025年はさらに円安で増大しています。しかしそれでも同レベルとみら
れるのが、国内の50代以上の旅行観光消費額です。
ちなみにコロナ前は、50代以上 (50+) だけでインバウンドの2～3倍の旅行観光消費額がありました。

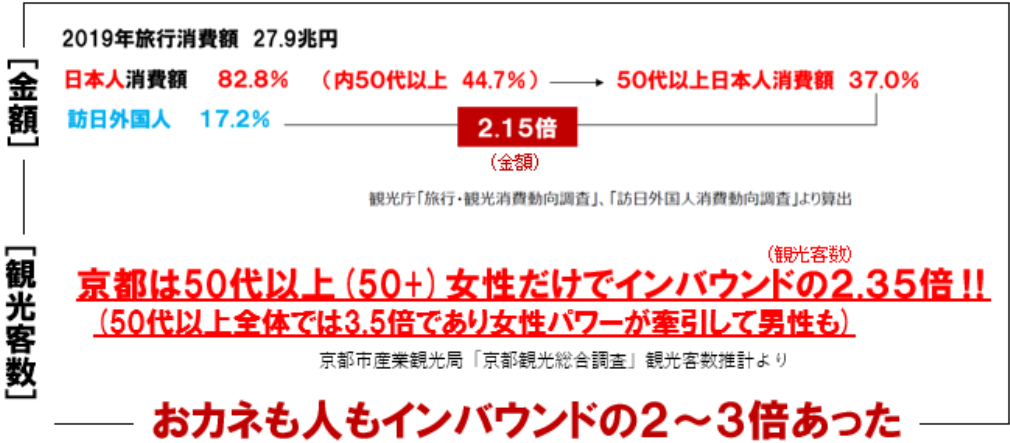
2019年旅行消費額



年代別旅行消費額



50代以上 (50+) 44.7% 10.3兆円 (推計)
インバウンド 17.2% 4.8兆円 (推計)
クルマの両輪 → 観光立国



<調査概要>

調査対象:30～70代/40～70代男女
対象者数:1500サンプル/1200サンプル
対象エリア:全国
調査手法:インターネット調査
調査日時:2025年6月19日(木)～22日(日)
調査分析:2025年6月～10月

「人生100年時代 未来ビジョン研究所」(未来ビジョン研)について

「人生100年時代 未来ビジョン研究所」は、2020年4月に設立されました。高齢化がグローバルに進行するなか、世界に先駆けて急速な高齢化の進展するわが国ですが、この人口構造の劇的変化に伴い社会構造も大きく変化して行きます。とりわけそのベースとなる40～70代の生活者の意識・行動が大きく変わろうとしています。これは企業のビジネスやマーケティングにも大きな影響を及ぼし、社会政策等にも大きな変化をもたらします。この中高年大人世代を「新しい大人」ととらえ、これまでにない、新たな時代の扉を多くの人たちや企業とともに開いて行く、そのための研究および事業開発を行っています。<人生100年時代 未来ビジョン研究所ホームページ www.miraivision.net>

[所長プロフィール]

阪本 節郎

東京都出身。1975年早稲田大学商学部卒業。(株)博報堂入社。プロモーション企画実務を経て、プロモーション数量管理モデル・対流通プログラム等の研究開発に従事。その後、商品開発および統合的な広告プロモーション展開実務に携わり、企業のソーシャルマーケティングの開発を理論と実践の両面から推進。2000年エルダービジネス推進室創設を推進。2011年春、発展的に「博報堂新しい大人文化研究所」を設立。2019年4月 独立し、「人生100年時代 未来ビジョン研究所」を設立、現在、所長。

■著書

「巨大市場『エルダー』の誕生」(プレジデント社2003年7月、共著、2007年台湾版・2009年韓国版出版)
「団塊サードウェーブ」(弘文堂2006年1月、共著)「団塊の楽園」(弘文堂2007年2月、共著)
「50歳を超えたらもう年をとらない46の法則」(講談社α新書2014年9月)
「世代論の教科書」(東洋経済新報社2015年10月、共著)
「シニアマーケティングはなぜうまくいかないのか～新しい大人消費が日本を動かす」
(日経新聞出版社2016年3月、2016年韓国版・2018年台湾版出版)



■マスコミへのコメント・出演

日経・読売・朝日・産経・日経MJ・ビジネスアイ・日経ビジネス・アエラ・週刊朝日
・ワシントンポスト・ウォールストリートジャーナル・M&Mヨーロッパ・CNN・NHK総合
・NHK教育・テレビ朝日他

<コラム連載執筆>

- 日経MJ新聞「阪本節郎の『新大人』学」(2014.04-2017.03)
- 日経新聞「読み解き現代消費」(2014.04-2017.12)

■エルダー関連の公官庁・マスコミ等の委員会委員

<これまでの経歴>

- 総務省 高齢者障害者ICT利活用研究委員会
- 厚生労働省 介護保険制度下におけるシルバーサービスの振興ビジョン調査研究事業研究委員会
団塊世代を活用した健康長寿のまちの展開方策に関する調査研究事業研究委員会
- 静岡県 しずおかユニバーサルデザイン推進委員会
- 互助会保証株式会社(経済産業省協力)冠婚葬祭産業の中長期展望検討委員会
- 日本BS放送 放送審議委員会
- 高齢・障害者雇用支援機構「エルダー」編集アドバイザー会議委員