

ストック消費者の旅行動機に関する研究<Ⅱ>

－ 30代における本質的な旅行動機と商品に関する研究－

昨年度自主研究では、「ストック消費者の旅行動機に関する研究」と題して、時間的・金銭的余裕を多く有する50代以上の層（ストック消費者）を対象とした旅行動機の実態分析を行った。その結果、性別、ライフステージ別、年代別の旅行動機の傾向や差異を捉えることができた。

本研究では、昨年度自主研究の継続調査として、ストック消費者の子供世代に充当し、親世代からの影響を強く受けていると推測される30代に焦点を当て、多様なライフスタイル・価値観を有する彼・彼女達の旅行動機の実態分析を行うことを目的とする。

●牧野博明 小林英俊

目次

非公開

本編『ストック消費者の旅行動機に関する研究<Ⅱ>』 － 30代における本質的な旅行動機と商品に関する研究－

第1章 30代の生活特性と旅行

－仮説構築のための考察－

1. いまどき30代の背景
2. いまどき30代の基本的特性
3. 旅行にかかわる3種類の共通性と差異
4. 旅行動機コンセプトの方向性

第2章 旅行動機ストーリー

1. 仮説(問題意識)の整理
2. 旅行動機ストーリー

第3章 調査概要及び分析結果

1. 調査概要
2. グループ別の特性
3. 各案別の詳細
4. 分析諸表

第4章 30代の「旅行動機」とは？

－ストーリー的考察－

1. はじめに

これまでの当財団の研究成果から、現在の我が国の旅行の牽引役は50代以上の「ストック消費者」であることが解明された。そしてその子供世代にあたる30代も親世代の影響を受け、旅行者数が伸びている数少ない世代となっている。この世代には将来の旅行の牽引役が期待されており、彼・彼女達が旅行に対して抱くイメージや旅行行動へと促す動機等が明らかになれば、今後も旅行需要は安定化するものと考えられる。

今の30代は非常に多様性を備えた世代である。例えば、ライフスタイルをみると、生活感の多様化に伴う未婚化・晩婚化やDINKS比率の増加がみられ、これまでのような「標準世帯」という考え方が当てはまらなくなりつつある。また、消費傾向をみると、これまでの主流であった「流行」「一体感」に代わり、「オリジナル」「自分らしさ」が徐々に目立ち始めている。

この考え方は、旅行選択においても該当するものと思われる。性別、ライフステージ別、年代別に明確な特徴が表れた50代以上と異なり、30代では明確な特徴を捉えにくいという仮説が存在し、そのことが旅行商品の造成を困難なものにしている。逆に言えば、もしも30代の旅行動機が体系化できれば、旅行商品に対する何らかのヒントが得られるものと期待できる。

本研究により、30代の本質的な旅行動機の把握が可能となり、今後の旅行の方向性や旅行商品のあり方等を検討するうえでの基礎資料としての有効活用が期待される。

2. 研究の進め方

本研究を進めるにあたり、前年度同様、世代マーケティングの第一人者である油谷遵氏(GAUSS生活心理研究所所長)、及び同研究所との共同研究の形態をとった。その流れは以下である。

1 仮説の構築

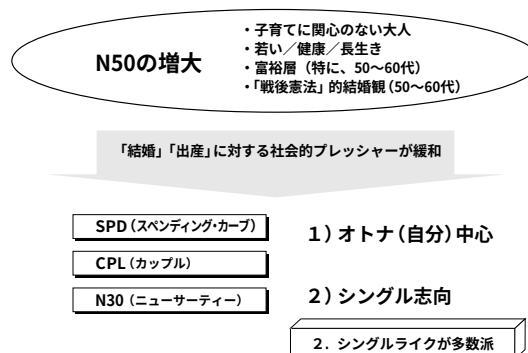
定例研究会において、前年度における議論経過や旅行マーケットに関する既存データ、及びGAUSS生活心理研究所の有する「NLSS調査」(96年より毎年実施のニュー・ライフステージ&スタイル

調査)データ等を踏まえ、30代の旅行動機に関する仮説を構築した。

<仮説> (図1を参照)

「ニューフィフティー(N50)」と呼ばれる50代(ストック消費者)の影響を大きく受ける30代は、結婚・出産に対する受け止め方が人により大きく異なる。その結果、この世代は、①子供のいるいわゆる「標準家庭」を構築する人(スペンディング・カーブ: SPD)、②結婚しても子供を作らず、夫婦とも自分の生活スタイルを貫く人(カップル: CPL)、③未婚化現象が顕在化し、独身生活を貫く人(ニューサーティー: N30)、の3タイプに大別される。旅行動機についても、それぞれのタイプにより考え方が異なる。

図1 グループ化の考え方



2 グループ・インタビューの実施

仮説構築の後、消費者深層心理面接法（「生活心理分析」と呼称）を駆使したグループ・インタビュー調査を実施し、その結果を研究会にて双方で解釈し合うことで、思考の上向きスパイラルを図った。

インタビューは30代を対象に、仮説にもとづく3タイプに性別を考慮した合計6グループ（1グループあたり6名）について行った。内容としては、前述した仮説に従って用意した17種類の旅行ストーリー（例1に一部を掲載）を用い、各ストーリーを対象者に提示することにより、どの旅行を支持したか、各ストーリー中のどんな言葉に反応したか等のチェックを行った。

3 分析結果のまとめ

インタビュー終了後の定例研究会において、各グループの反応傾向や分析結果の比較検討を行い、30代の旅行動機に関する深層心理を分析した。

例1 旅行ストーリー

ストーリー1：家族と・2世代成人親子

私の部屋には、無断でズカズカ入ってきてほしくないけど母とおしゃべりに花が咲いたり、買い物に出かけたりするのは、とっても楽しい。下手な友人より気が合うし、気がつかうこともない。最近の私たちは、親子というより、そんな姉妹みたいな関係だ。特に、旅行に出かけるには、最高のパートナーかもしれない。思いついた時に、すぐ出かけるし、私が計画や手配をしてあげたら、母が費用を多めに負担してくれたりということもあるし。そのぶん、わがままも言いたい放題で、けんかも絶えないけど……また出かけちゃうのは、やっぱり満喫できてからかな。

ストーリー2：家族と・夫婦2人旅

結婚してわかったのは、夫婦ならではのすれ違いもあるということ。仲良く、時には各々の世界を尊重しあう2人でも、仕事の都合など、「時間のすれ違い」ばかりでなく、2人であることが当たり前になったから、ふだん切り出さなくなった「思いのすれ違い」を感じることも、少なくない。ひとつ屋根の下で暮らしているのに、2人で旅に出かけるのが楽しみなのは、そのせいかもしれない。純粹に、同じ体験、同じ時間を、2人だけで共有できる。そうする中で、もっとお互いをわかりあえたりするから。

3. 分析結果の概要

ここでは、30代の旅行動機に関する全体傾向及び性別、タイプ別の傾向について取り上げる。

1 全体傾向

キーワードは「桃源郷的日常」「新奇より親和」

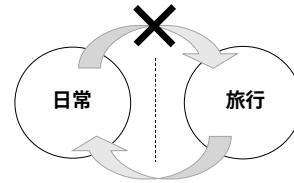
共通特性として、日常の「多忙」「悩み」「トラブル」は持ち込みたくないものの、旅行という行為により「多忙」「悩み」「トラブル」を解消する、ということがあげられる。また、煩わしい人間との付き合いよりも親しい友人とワイワイ・ガヤガヤ盛り上がることを好むなど、人間関係の発展を求めるのではなく、自分が心地よくいられる（発散できる）ことに重点を置いている。

一方で、日常を持ち込む旅や日常リセット旅、傷心旅行、一人旅等を嫌う傾向にある。旅行に「ネガティブ・ファクター」を必要としておらず、旅行の良いところは日常に反映させるというポジティブ志向がうかがえる（図2）。

図2 日常と旅行との関係

旅と「日常」の関係：30代の場合

多忙、悩み、トラブルは持ちこみたくない



でも、旅行に行く（行った）ことで多忙、悩み、トラブルと日常で向き合えたり解消したりはする。

2 タイプ別傾向

① 男女の差異

男性：思い出どりの旅、冒険一人旅

女性：夫婦2人旅、のんびり旅

男性は「他者（妻、恋人、子供）へのサービス」の意識が強いため、自分が安堵できるファクターを求めがちである。そして、「自分が満足すればいい」という要求を肯定・演出してくれる「安堵的同伴者」としての人間関係を相手に求める傾向が強く、自分本位が阻害されるくらいなら「一人がいちばん理想」と考える。

一方、女性は相手が安定したパートナーであっても、「より絆を深めたい」という新たな（発展的な）関係性を志向する。一方で、仕事や家事からの解放を求める要求が強く、「のんびりしたい」という思いは強い。

② 既婚者・子供あり（スペンディング・カーブ：SPD）

共通：3世代旅行、マルチ家族旅行

女性：夫婦2人旅、のんびり旅

男性は「妻、子供の喜ぶ姿を見るのが一番」と考え、よい「夫」「父」を演じるものの、自分が息抜きできる場所は意識的・無意識に関わらずしっかりと押さえる。女性は「家族が喜ぶこと＝自分の幸福」と感じる傾向があり、結局は自分もしっかりと楽しんでいる。また、「既婚者・子供なし」の女性同様、「夫婦2人旅」や「のんびり旅」を望むものの、「主婦」「家庭人」という自覚が強いため、切実さはない。

③ 既婚者・子供なし(カップル：CPL)

共通：趣味／テーマを深める旅行
 男性：2世代成人親子旅行 (M & D)
 女性：夫婦2人旅、マルチ家族旅行

「恋愛」「子育て」等の大きな生活目標がないため、互いにシングルライクである。このため、趣味やテーマを深める旅行が男女の共通となっている。

一方で、夫婦旅行や家族旅行については、男女間で意識の違いが表れている。

男性は「義母や妻を喜ばせる」ことに喜びを感じ、女性は「やっぱり夫との旅行が気楽に楽しめる」と感じている。また、マルチ家族旅行について、女性は「夫婦旅行と友人旅行を一度に楽しめる」と捉えるのに対し、男性は「気疲れするから嫌」と考える。

④ 未婚者(ニューサーター：N30)

男性：の～んびり旅
 女性：新交友関係、2世代成人親子旅行 (M & D)

生活目標は共通だが、価値観に男女のズレが生じている。

例えば、結婚に関して、女性は「結婚適齢期後」と捉えているのに対し、男性は「結婚適齢期中」と意識している。このため、女性は新たな人間関係

構築に関心が向き、男性は新たな人間関係よりも「今の友人とパートナーがいればいい」という価値観が強い。

その他の特徴として、女性は母娘旅行に対してドライな感覚(母に合わせてあげている、そのため費用の母親負担も当然)を持っている。一方、男性は恋人との旅行について、相手が配偶者でないため、「彼女を楽しませる」ことが必要。仕事の疲れも重なり、「最も日常で癒されない」状態となっている。

4. おわりに

本研究により、30代の行動や考え方に一定の反応傾向が得られた(例として図3に「友人との語り合い」に対する結果を示す)。しかしながら、昨年度に実施した50代以上のような明確な反応の差異は得られなかった。これは、やはり30代の「価値観の多様性」が反映されているためと考えられる。

旅行動機については、キーワードとして「個単位での旅行」「新・家族旅行」(母系3世代家族、マルチ家族、母娘旅行)が挙げられる。ただしここでも多様な動機・傾向が見られるため、旅行業界としては今後も柔軟な対応が必要であろう。

図3 「友人との語り合い」に対する考え方の異なり

