

ビジネスクリエーター研究学会第10回大会  
自由論題報告

# 国内旅行市場における高齢者世帯の 消費行動に影響を及ぼす要因分析

中谷 義浩（中谷総合研究所株式会社）

2013年3月9日(土) 於 立教大学池袋キャンパス

# 1. 問題意識と目的

## <問題意識>

- ・日本では高齢者人口の構成比はすでに25%を越え、2020年には30%を越えると推定されている。

出所:国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(2008年3月推計)

- ・日本の家計金融資産残高は2000年代後半は1500兆円前後で推移しており、世帯主60歳以上の世帯が金融資産総額の約6割を占める。

出所:日本銀行 資金循環統計、金融広報中央委員会「家計の金融行動に関する世論調査」(2009)

- ・高齢者層は退職後、時間的ゆとりを得る階層で、新たな消費機会が増え消費市場に大きな影響を及ぼす可能性がある。
- ・国内旅行市場において、高齢者の消費が国内旅行消費にプラスの寄与をしており、消費を牽引していると考えられる。この高齢者の高い活動水準を支える消費行動が今後も維持されるとすれば、高齢者人口の増加が予測されることから、高齢者が国内旅行市場を下支えしていくことが推測できる。

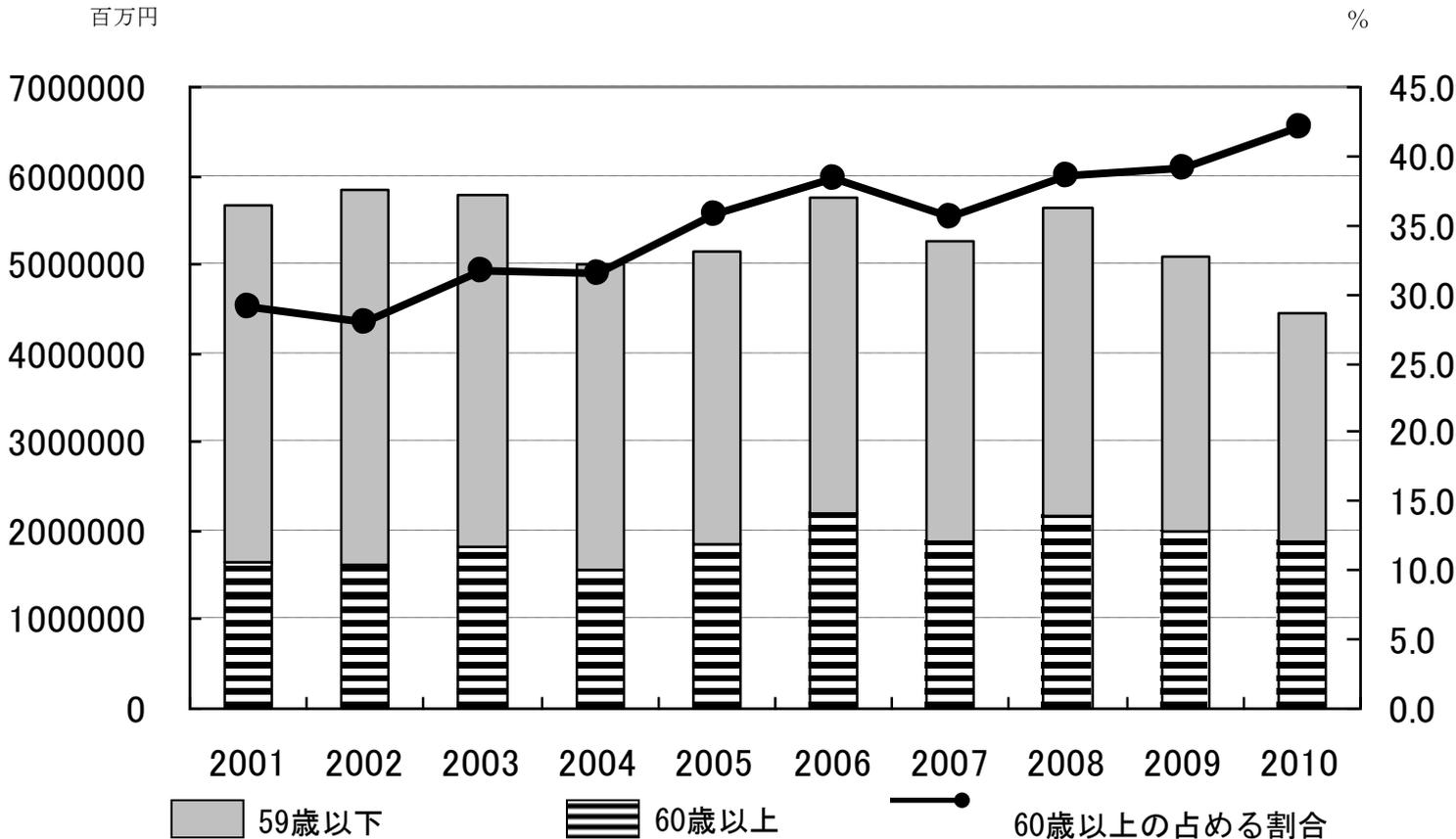
## <目的>

- ・高齢者の国内旅行の消費行動に影響を及ぼす社会的経済的要因を明らかにする。
- ・高齢者が今後国内旅行の消費市場規模に与える影響を推測する。

## 2. 国民年間宿泊観光旅行費用総額と60歳以上の占める費用総額の割合

● 国内旅行市場において、高齢者の消費が国内旅行消費にプラスの寄与をしており、消費を牽引していると考えられる。

図表1 国民年間宿泊観光旅行費用総額と60歳以上の占める費用総額の割合



出所: 日本観光協会「観光の実態と志向」国民年間宿泊観光旅行費用データ  
 年齢層別年間宿泊観光旅行費用総額は次の算式より筆者作成  
 $1 \text{ 人の1回の旅行費用} \times 1 \text{ 人平均旅行参加回数} \times \text{年齢層人口}$

### 3. 国内旅行市場の現状

- 主要旅行業者の取扱額はここ近年減少傾向となっている。
- 1位はJTBグループでゆるぎない。
- 2位は楽天トラベルが台頭してきている。
- インターネットでの総合旅行サイトと呼ばれる業態の台頭で、既存の旅行会社の領域は奪われている。

図表2 主要旅行業者の取扱額

単位：千円

順位	会社名	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
1	ジェイティービー	815,039,895	817,834,844	790,678,966	712,950,554	709,202,529	870,798,244
2	楽天トラベル	—	—	—	—	237,948,713	274,604,079
3	日本旅行	302,506,174	299,855,207	284,079,828	238,085,858	234,894,270	225,849,705
4	近畿日本ツーリスト	310,336,098	307,374,432	287,102,821	250,896,884	234,675,014	219,785,537
5	ANAセールス	181,926,600	195,159,387	198,146,500	180,282,439	179,070,446	178,336,935
6	阪急交通社	128,967,297	137,636,304	135,430,683	133,502,828	124,383,349	109,093,345
7	ジャルパック	127,962,105	130,044,892	134,960,113	122,725,553	110,103,225	97,158,780
8	クラブツーリズム	97,561,155	92,841,163	93,458,203	88,470,479	87,646,275	89,923,023
9	トップツアー	104,066,071	98,782,884	92,772,299	83,312,599	83,294,594	79,571,987
10	名鉄観光サービス	82,934,641	84,257,167	83,205,403	72,721,833	68,686,614	69,545,642
	全社合計	3,942,755,386	4,059,402,138	3,954,239,101	3,743,300,517	3,822,210,449	3,767,071,063

出所：観光庁統計情報「旅行業者取扱額」

## 4. 低迷する国内旅行市場の理由と対策

### 1. 旅に出なくなった理由

- ・将来的な経済不安による貯蓄志向と教育熱の高まり
- ・家を離れることができない事情
- ・家の中で過ごしたい巣籠もり志向高まり
- ・旅行に出かけるための準備や計画が面倒

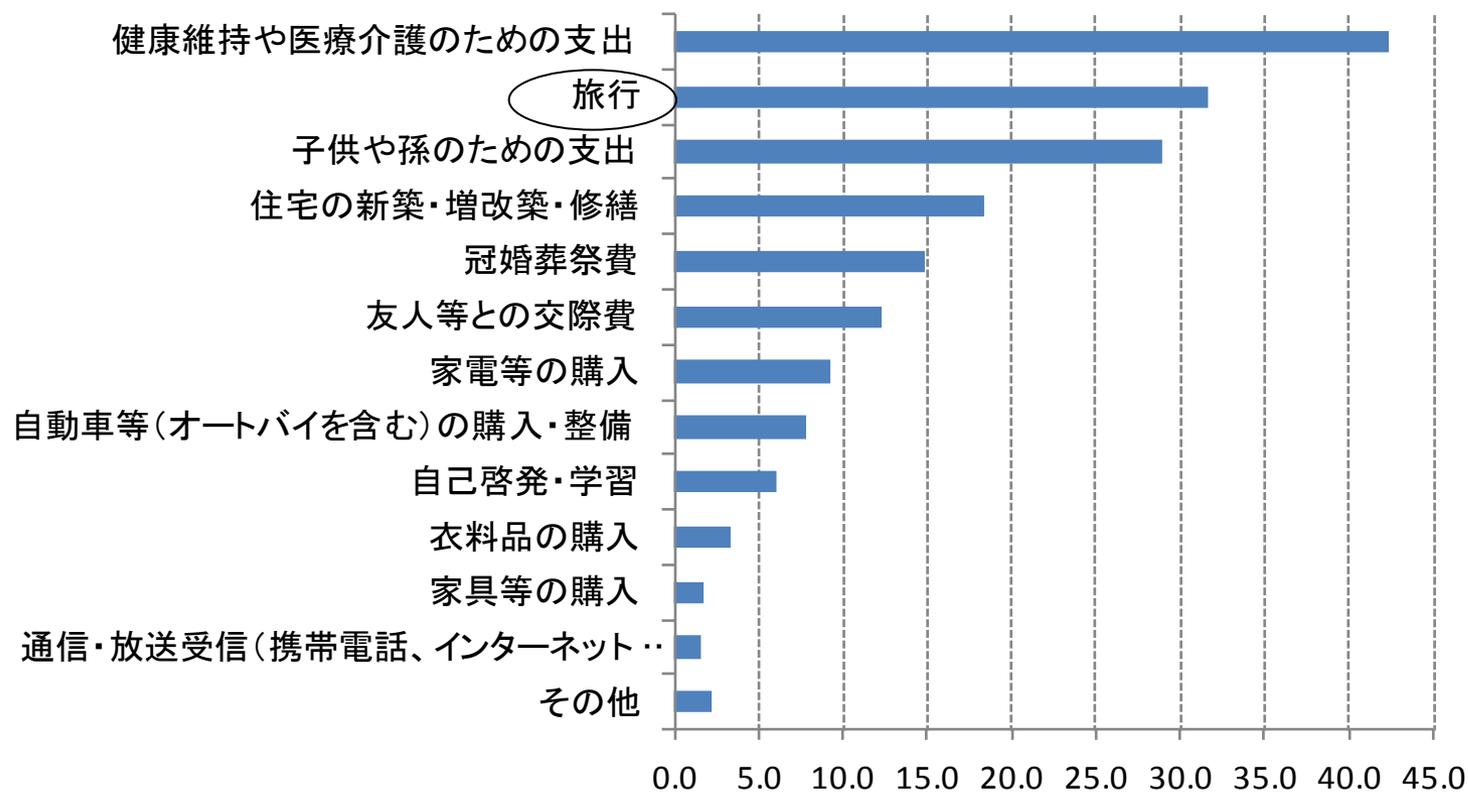
### 2. 解決のための方策

- ・旅行をすることが自己啓発につながるといった意識高揚
  - ・ご当地グルメや文化体験に関する魅力発信による旅行への動機付け
  - ・旅行に出かけるための準備や計画の楽しさをより分かりやすく視覚化
  - ・若年層 → 乳幼児と気軽に旅行ができる環境整備
  - ・中年層 → ペットと気軽に旅行ができる環境整備
  - ・高年層 → 宿泊観光旅行による健康増進効果に対する意識高揚
    - ・男性 → 夫婦旅行の魅力発信による旅行への動機付け
    - ・女性 → 娘や母親との親子旅行や同姓の友人との旅行の魅力発信による旅行への動機付け
- 高齢者に対しては、「自分の健康面の不安」がそれぞれの主な事由となっているとして、高年層に向けては宿泊観光旅行による健康増進効果に対する意識高揚など、各年代のニーズにあった旅行環境の整備が重要と考えられるとしている。

# 5. 高齢者が優先的にお金を使いたいもの

● 今後も高齢者が国内旅行市場を下支えしていくことが推測できる。

図表3 優先的にお金を使いたいもの



出所:内閣府「高齢者の経済生活に関する意識調査」(平成19年)

## 6. 高齢者世帯の教養娯楽サービス項目別消費支出状況

図表4 高齢者世帯の教養娯楽サービス項目別1ヶ月あたり消費支出状況

	2004年 60歳以上									
	2人世帯					単身世帯				
	全世帯数	全世帯 平均購入金額	購入世帯数	購入率	購入世帯 平均購入金額	全世帯数	全世帯 平均購入金額	購入世帯数	購入率	購入世帯 平均購入金額
<教養娯楽サービス>	7,486	17,717	6,800	90.8%	19,505	1,719	9,949	1,362	79.2%	12,557
宿泊料	7,486	2,238	1,498	20.0%	11,184	1,719	917	158	9.2%	9,977
パック旅行費	7,486	6,979	2,952	39.4%	17,698	1,719	3,310	437	25.4%	13,019
国内パック旅行費	7,486	5,517	2,913	38.9%	14,178	1,719	2,699	428	24.9%	10,841
外国パック旅行費	7,486	1,462	141	1.9%	77,623	1,719	610	14	0.8%	74,946
月謝類	7,486	1,879	2,789	37.3%	5,044	1,719	1,431	480	27.9%	5,124
語学月謝	7,486	44	62	0.8%	5,321	1,719	11	6	0.3%	3,081
他の教育的月謝	7,486	206	469	6.3%	3,282	1,719	171	84	4.9%	3,495
音楽月謝	7,486	323	753	10.1%	3,208	1,719	310	161	9.4%	3,311
他の教養的月謝	7,486	775	1,612	21.5%	3,600	1,719	665	286	16.6%	3,996
スポーツ月謝	7,486	296	717	9.6%	3,086	1,719	133	89	5.2%	2,568
自動車教習料	7,486	47	42	0.6%	8,430	1,719	4	2	0.1%	3,075
他の月謝類	7,486	189	546	7.3%	2,586	1,719	138	55	3.2%	4,310
他の教養娯楽サービス	7,486	6,621	6,513	87.0%	7,610	1,719	4,292	1,273	74.0%	5,795
NHK放送受信料(BSを含む)	7,486	1,084	2,839	37.9%	2,857	1,719	1,186	598	34.8%	3,410
ケーブルテレビ受信料	7,486	544	1,277	17.1%	3,187	1,719	236	126	7.3%	3,225
他の受信料	7,486	44	167	2.2%	1,962	1,719	41	22	1.3%	3,204
映画・演劇・文化施設等入場料	7,486	641	2,569	34.3%	1,868	1,719	429	369	21.5%	1,997
スポーツ観覧料	7,486	16	66	0.9%	1,869	1,719	14	8	0.5%	3,015
スポーツ施設使用料	7,486	1,237	1,326	17.7%	6,984	1,719	369	143	8.3%	4,438
遊園地入場・乗物代	7,486	34	156	2.1%	1,640	1,719	15	14	0.8%	1,889
他の入場・ゲーム代	7,486	313	1,252	16.7%	1,869	1,719	340	172	10.0%	3,400
諸会費	7,486	779	2,451	32.7%	2,379	1,719	478	400	23.3%	2,055
現像焼付代	7,486	422	2,555	34.1%	1,235	1,719	247	307	17.8%	1,384
教養娯楽賃借料	7,486	49	427	5.7%	851	1,719	37	58	3.4%	1,105
インターネット接続料	7,486	647	1,671	22.3%	2,900	1,719	217	136	7.9%	2,738
他の教養娯楽サービスのその他	7,486	812	2,649	35.4%	2,296	1,719	681	406	23.6%	2,884

出所:総務省統計局「全国消費実態調査 匿名データ2004年」より筆者作成

## 7-1. 利用データについて

- 「全国消費実態調査」の匿名データを用いて分析する。
  - 匿名データとは、学術研究や高等教育への利用を図るため「平成21年4月に全面施行された改正統計法(平成19年法律第53号)によって、所定の申請・手続きを行い承認されれば、調査データを個人が研究目的で利用が可能となった。今回、筆者が個人の研究目的で申請し、独立行政法人統計センターから入手可能なデータの提供を受けたものである。
- 世帯主が60歳以上2人世帯と世帯主が60歳以上単身世帯の高齢者世帯とする。
  - 高齢者2人世帯としたのは、多くの研究ではデータの制約上、高齢者2人以上世帯を対象としているが、その場合子供などの同居家族を含み高齢者世帯の消費実態を把握するには不適切な点があるためである。
  - 世帯主が60歳以上2人世帯では、世帯主が60歳以上2人以上世帯データから世帯人員2人を抽出し、18歳以下の世帯員を含むものは除外することで、擬似的に夫婦世帯を想定するものとする。
  - 高齢者世帯とは世帯主が60歳以上の世帯とする。高齢者の基準を60歳としたのは、60歳定年が一般的であり、それまでの世代と比較すると所得や資産の不確実性もこれ以降の世代ではより小さいとみたためである。

## 7-2. 利用データについて

---

- 異常値の問題を避けるために所得、貯蓄現在高、負債現残高について、その値が各サンプル平均から±4標準偏差の範囲外となるものは分析から除いた。対象は勤労者世帯と無職世帯とする。つまり、自営業者は可処分所得を把握することができないため除くこととした。
- 貯蓄現在高、負債現在高には上限、下限を設定しコーティングはされているため、コーティングされたデータは除外した。
- サンプル数は60歳以上の2人世帯は7486世帯、60歳以上の単身世帯は1719世帯となり、比較するため59歳以下の2人以上世帯22623世帯と59歳以下の単身世帯1578世帯も分析する。

## 8-1. 社会的経済的要因分析 (1) 推定式

国内パック旅行費(円)

=F{所得(円)、所得2乗項(円)、世帯主の有職ダミー、貯蓄現在高(万円)、  
負債現在高(万円)、住宅の所有ダミー、3大都市居住ダミー、自動車所有ダミー、  
子供有りダミー、世帯主が女性ダミー(単身世帯のみ)}

\* 国内パック旅行費は1ヶ月の消費支出

\* 所得は1ヶ月の可処分所得とする。可処分所得=実収入-非消費支出

パラメータの推定にあたっては、「全国消費実態調査」から得られる国内パック旅行費は活動をしていない世帯の消費支出はゼロとなるため、通常の最小二乗法ではなく、トービット・モデルを適用して推定を行っている。このようなデータの分布は0によってデータが切断されており、最小二乗法で推計すると、誤差項が正規分布せず、推計パラメータにバイアスをもたらす。この問題を解決するためにトービット・モデルを使用する。

## 8-2. 社会的経済的要因分析 (2) 変数と仮説

### <変数について>

国内旅行市場規模の代理変数として「国内パック旅行費」を選び被説明変数とし、所得、貯蓄、住居属性と世帯属性を説明変数とする標準的な消費関数を考える。特に、世帯属性として、今後高齢者世帯の都市への回帰が推測されているため、3大都市居住ダミー変数、車を所有する世帯の増加も予測できることから車有りダミー、同伴旅行の動機を確認するため子供の有無もダミー変数とする。単身世帯では男性世帯数が女性世帯数を上回る傾向にあり、性別のダミー変数を追加する。

### <仮説>

所得、貯蓄現在高、負債現在高、住宅の所有の有無は家計の経済状況を反映させるための変数であり、係数の符号は、所得と貯蓄現在高、住宅の所有についてはプラス、負債現在高についてはマイナスである。有職高齢者世帯は余暇時間の制約があり、有職ダミーの係数の符号はマイナスであると予想される。また、ライフスタイルに大いに関係があると思われる3大都市居住の有無、自動車所有の有無、子供の有無、女性か男性かについては、ダミー変数を設定して対応することとする。

## 8-3. 社会的経済的要因分析 (3) 推定結果

図表5 2人以上世帯・2人世帯

2004年 国内パック旅行費				
	2人以上世帯 59歳以下		2人世帯 60歳以上	
	係数	t値	係数	t値
定数項	-34334.860 ***	-22.02	-30523.410 ***	-19.58
所得	0.037 ***	9.58	0.058 ***	7.52
所得 <sup>2乗</sup>	-1.72E-08 ***	-4.86	-5.10E-08 ***	-4.66
有職	1039.630	1.58	-3661.555 ***	-3.56
貯蓄	1.622 ***	9.14	2.178 ***	9.30
負債	-1.851 ***	-8.06	-2.095	-1.60
持ち家	5081.964 ***	10.43	5103.694 ***	4.51
3大都市	-2045.651 ***	-5.28	3596.109 ***	4.91
車有り	1412.469 *	1.73	5124.794 ***	5.99
子なし	2209.792 ***	3.71	-3745.747 ***	-2.92
総世帯数	22623		7486	
購入世帯数	5512		2913	

図表6 単身世帯

2004年 国内パック旅行費				
	単身世帯 59歳以下		単身世帯 60歳以上	
	係数	t値	係数	t値
定数項	-49276.540 ***	-7.14	-41141.210 ***	-11.11
所得	0.104 ***	2.87	0.094 ***	3.67
所得 <sup>2</sup>	-1.54E-07 **	-2.39	-1.29E-07 **	-1.92
有職	11232.470 **	2.07	-2027.378	-0.87
貯蓄	2.554 **	2.26	1.791 ***	2.65
負債	-8.738	-1.01	9.794	0.70
持ち家	6310.891 ***	2.60	7321.453 ***	3.92
3大都市	-4420.119 **	-2.50	1042.826	0.71
車有り	2364.324	1.26	3466.803 **	2.04
子なし	-2588.917	-1.04	-3066.320 *	-1.71
女性	4034.509 **	2.25	8325.093 ***	3.90
総世帯数	1578		1719	
購入世帯数	206		428	

表中の\*\*\* は1%有意水準 \*\* は5%有意水準 \* は10%有意水準で有意であることを示す。

## 8-4. 社会的経済的要因分析 (5) 推定結果のまとめ

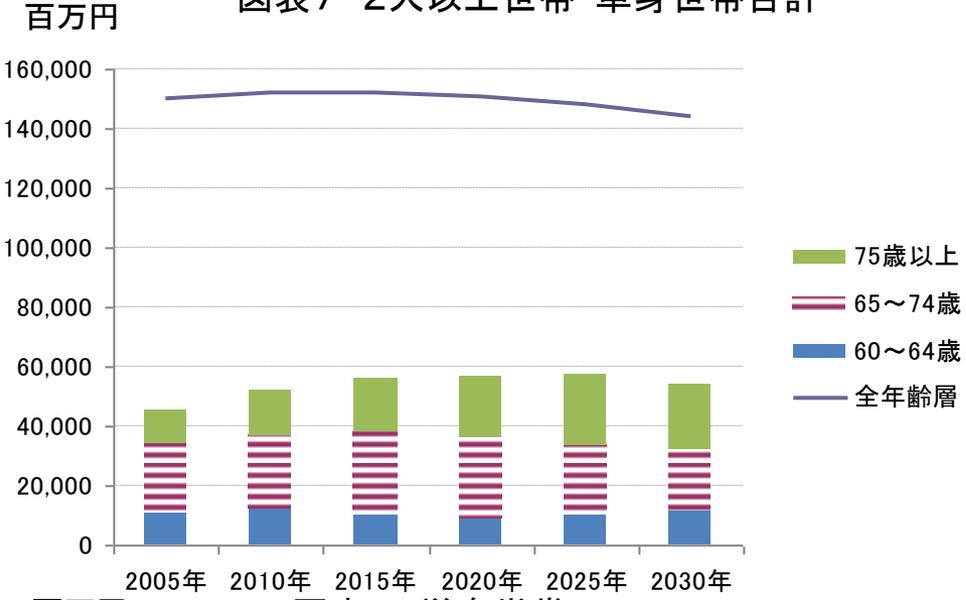
- 60歳以上の2人世帯、単身世帯では、消費活動に影響を与える要因に違いがあることがわかった。
- 2人世帯では貯蓄は有意にプラスとなり、ストックである貯蓄の経済的要因が大きく影響すると考えられる。
- 有職世帯が大きく係数がマイナスとなり余暇時間が少ない有職世帯と無職世帯とは差が明確である。
- 単身世帯では、所得、貯蓄は有意にプラスとなったが、貯蓄に関しては59歳以下の世帯と比べて係数が小さく、貯蓄を取り崩し消費に回す意欲が高いとは推定はできない。
- 消費拡大のためには、高収入・高貯蓄2人世帯を対象としたサービスを提供する一方で、豊富な資産を持つ60歳以上の単身世帯の消費意欲を促進するサービスを企画・提案することが重要である。
- 男性の単身世帯の消費が女性世帯に比較し低いことと今後男性の単身世帯数の伸びが女性世帯数より大きくなることが予測されるため、男性の単身世帯向けのサービスも検討されるべきと考える。
- 2人世帯では、3大都市居住、車所有について係数が59歳以上世帯を大きく上回っており、消費を刺激している。高齢化が進展するなか推測される高齢者世帯の3大都市居住世帯の増加、自動車所有者増加という社会の構造的な要因が、今後の消費を高めることが確認された。

# 9-1. 国内パック旅行市場規模の予測（金額）

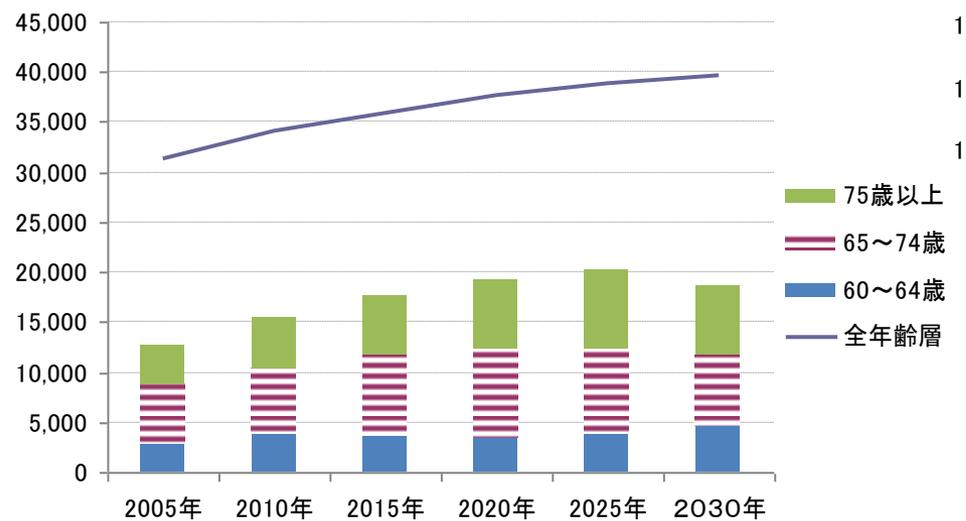
高齢者世帯は2025年までは市場規模拡大に貢献するが2030年では縮小に転じている。

\* 算出根拠は付表1、付表2を参照

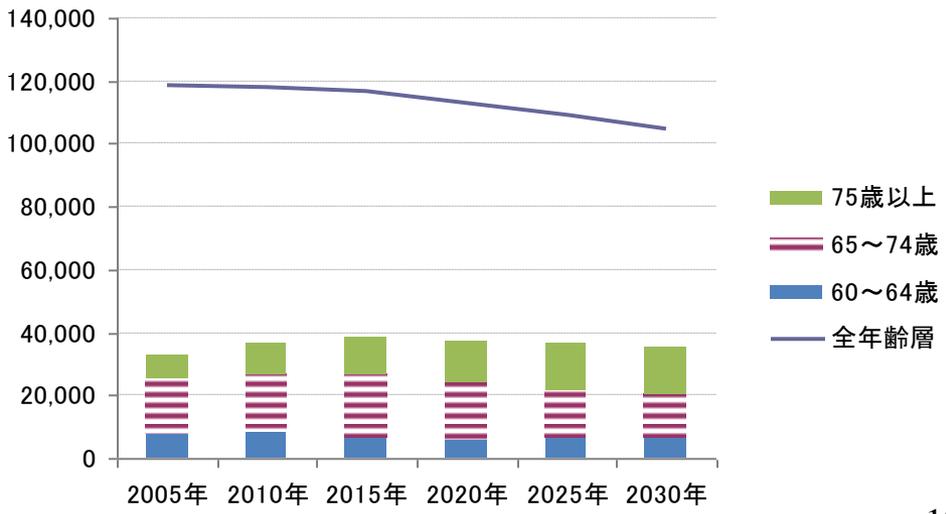
図表7 2人以上世帯・単身世帯合計



図表8 単身世帯

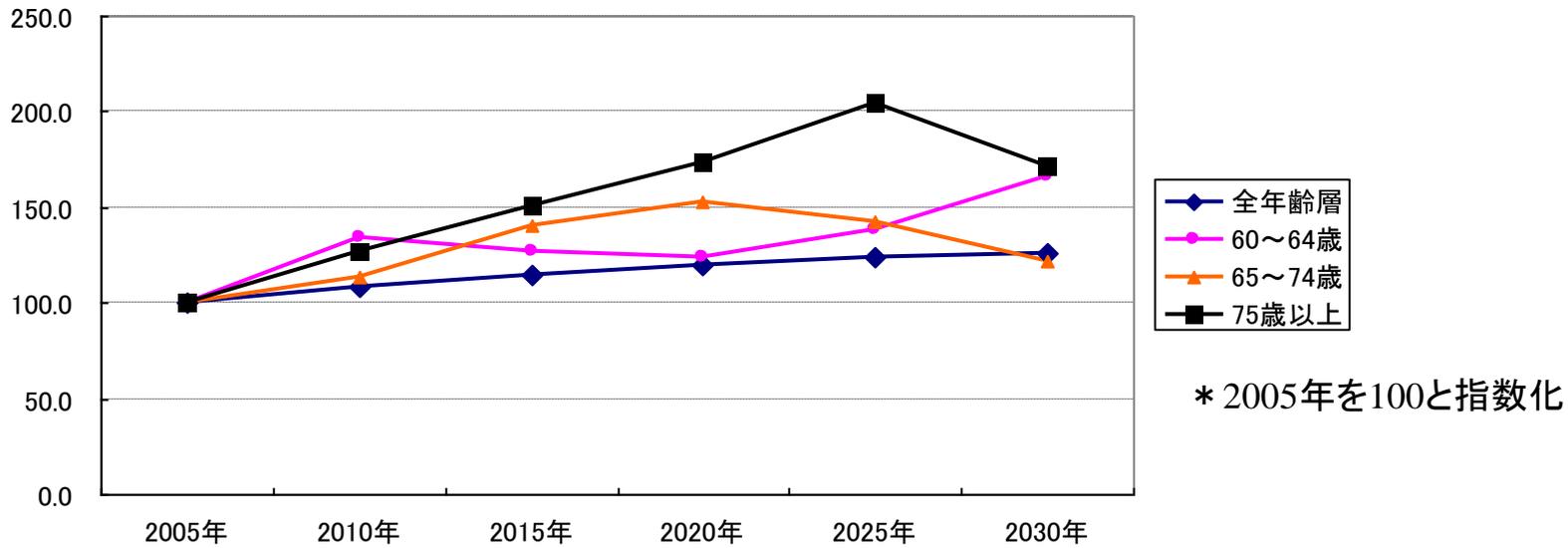


図表9 2人以上世帯

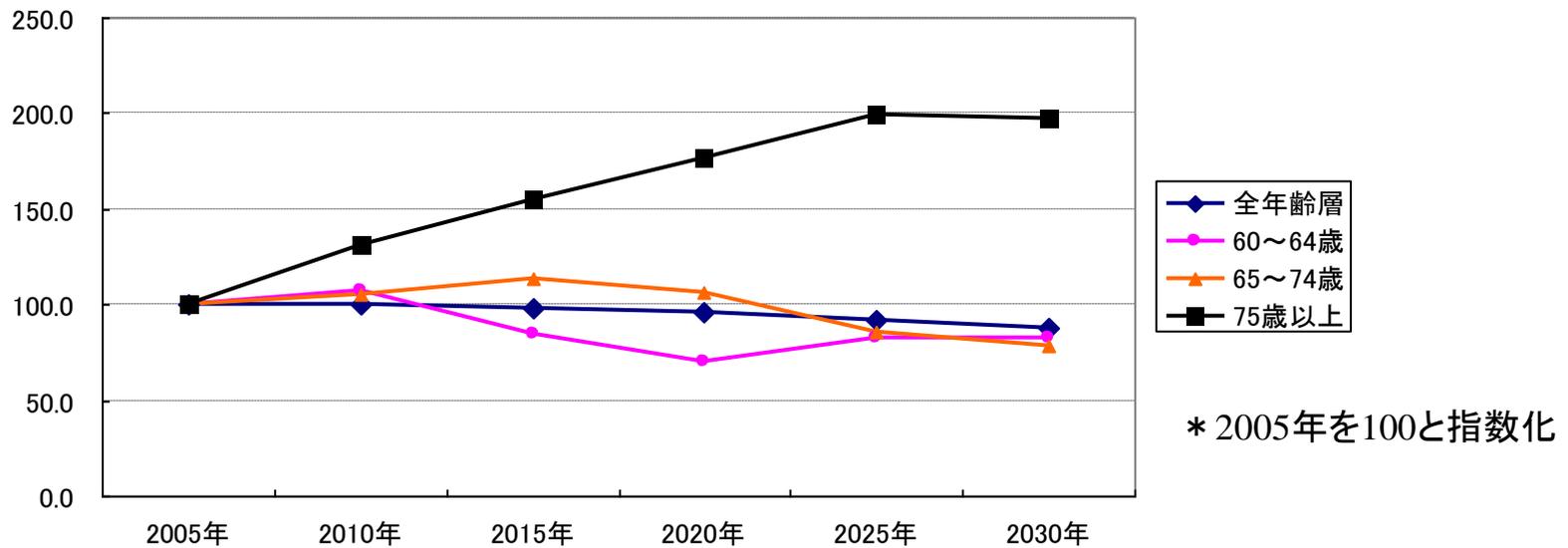


# 9-2. 国内パック旅行市場規模の予測（年齢層別に規模を指数化）

図表10 単身世帯の2005年から2030年の推移



図表11 2人世帯・2人以上世帯2005年から2030年の推移



# 付表1 国内パック旅行市場規模の予測

2005年 単位:円

	単身世帯		2人以上世帯		合計	
	世帯数	支出額	世帯数	支出額	世帯数	支出額
全年齢層	14,457,083	31,376,664,669	34,605,447	118,315,258,087	49,062,530	149,691,922,756
	単身世帯		2人世帯		世帯数	支出額
60～64歳	939,533	2,774,048,391	1,383,879	7,809,117,377	2,323,412	10,583,165,768
65～74歳	1,897,825	5,853,913,923	2,940,926	17,362,799,651	4,838,751	23,216,713,574
75歳以上	1,966,953	3,968,595,762	1,707,357	7,662,720,481	3,674,310	11,631,316,242
合計	4,804,311	12,596,558,076	6,032,162	32,834,637,509	10,836,473	45,431,195,585
	高齢者世帯の占める割合	40.1%	高齢者世帯の占める割合	27.8%	高齢者世帯の占める割合	30.3%

2010年

	単身世帯		2人以上世帯		合計	
	世帯数	支出額	世帯数	支出額	世帯数	支出額
全年齢層	15,706,945	34,089,279,714	34,579,747	118,227,390,355	50,286,692	152,316,670,070
	単身世帯		2人世帯		世帯数	支出額
60～64歳	1,258,184	3,714,891,655	1,484,758	8,378,369,423	2,742,942	12,093,261,078
65～74歳	2,151,351	6,635,924,583	3,093,969	18,266,343,279	5,245,320	24,902,267,862
75歳以上	2,503,547	5,051,247,291	2,241,720	10,060,973,631	4,745,267	15,112,220,922
合計	5,913,082	15,402,063,529	6,820,447	36,705,686,333	12,733,529	52,107,749,862
	高齢者世帯の占める割合	45.2%	高齢者世帯の占める割合	31.0%	高齢者世帯の占める割合	34.2%

2015年

	単身世帯		2人以上世帯		合計	
	世帯数	支出額	世帯数	支出額	世帯数	支出額
全年齢層	16,562,628	35,946,395,604	34,037,268	116,372,666,650	50,599,896	152,319,062,253
	単身世帯		2人世帯		世帯数	支出額
60～64歳	1,197,312	3,535,162,073	1,167,225	6,586,556,361	2,364,537	10,121,718,434
65～74歳	2,660,987	8,207,916,350	3,338,468	19,709,829,838	5,999,455	27,917,746,188
75歳以上	2,959,808	5,971,816,044	2,652,270	11,903,546,622	5,612,078	17,875,362,666
合計	6,818,107	17,714,894,467	7,157,963	38,199,932,821	13,976,070	55,914,827,288
	高齢者世帯の占める割合	49.3%	高齢者世帯の占める割合	31.0%	高齢者世帯の占める割合	36.7%

2004年各世帯の国内パック旅行消費支出  
単位:円

	単身世帯	2人以上世帯 2人世帯
全年齢層	2,170	3,419
60～64歳	2,953	5,643
65～74歳	3,085	5,904
75歳以上	2,018	4,488

\* 消費支出は2004年における各世帯の消費支出にて計算

\* 支出額は世帯数×消費支出

\* 世帯数は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計  
(全国推計)」(2008年3月推計)より

# 付表2 国内パック旅行市場規模の予測

単位:円

2020年

	単身世帯		2人以上世帯		合計	
	世帯数	支出額	世帯数	支出額	世帯数	支出額
全年齢層	17,334,189	37,620,938,855	33,106,432	113,190,158,949	50,440,621	150,811,097,804
	単身世帯		2人世帯		世帯数	支出額
60～64歳	1,167,172	3,446,171,246	979,080	5,524,869,328	2,146,252	8,971,040,574
65～74歳	2,893,658	8,925,598,964	3,122,411	18,434,260,713	6,016,069	27,359,859,677
75歳以上	3,416,971	6,894,204,705	3,017,333	13,541,971,232	6,434,304	20,436,175,937
合計	7,477,801	19,265,974,915	7,118,824	37,501,101,273	14,596,625	56,767,076,189
	高齢者世帯の 占める割合	51.2%	高齢者世帯の 占める割合	32.8%	高齢者世帯 の占める割合	37.6%

2025年

	単身世帯		2人以上世帯		合計	
	世帯数	支出額	世帯数	支出額	世帯数	支出額
全年齢層	17,922,208	38,897,135,096	31,915,129	109,117,120,334	49,837,337	148,014,255,430
	単身世帯		2人世帯		世帯数	支出額
60～64歳	1,305,219	3,853,766,358	1,146,593	6,470,131,652	2,451,812	10,323,898,010
65～74歳	2,705,879	8,346,387,444	2,529,131	14,931,621,824	5,235,010	23,278,009,268
75歳以上	4,023,224	8,117,402,762	3,411,902	15,312,820,537	7,435,126	23,430,223,299
合計	8,034,322	20,317,556,563	7,087,626	36,714,574,013	15,121,948	57,032,130,577
	高齢者世帯の 占める割合	52.2%	高齢者世帯の 占める割合	33.1%	高齢者世帯 の占める割合	38.5%

2030年

	単身世帯		2人以上世帯		合計	
	世帯数	支出額	世帯数	支出額	世帯数	支出額
全年齢層	18,236,908	39,580,138,463	30,565,220	104,501,811,313	48,802,128	144,081,949,776
	単身世帯		2人世帯		世帯数	支出額
60～64歳	1,564,849	4,620,345,269	1,149,284	6,485,316,748	2,714,133	11,105,662,016
65～74歳	2,311,096	7,128,664,156	2,311,096	13,644,374,875	4,622,192	20,773,039,030
75歳以上	3,373,816	6,807,133,611	3,373,816	15,141,888,288	6,747,632	21,949,021,899
合計	7,249,761	18,556,143,035	6,834,196	35,271,579,910	14,083,957	53,827,722,946
	高齢者世帯の 占める割合	46.9%	高齢者世帯の 占める割合	33.6%	高齢者世帯 の占める割合	37.4%

# 10. 旅行会社の高齢者への取り組み

## (1) クラブツーリズム

会員制を原則としてシニア層を主なターゲットとして気軽に参加できる日帰りバスツアーをはじめ、ハイキング・写真撮影・スケッチ・社交ダンスといった趣味を楽しむ旅、おひとり参加限定の気ままな旅、車椅子で参加できるバリアフリーの旅などを販売している。

### 「国内ゆったり旅」

- ・バス移動中は90分ごとに20分以上の休憩をとる。
- ・宿ではのんびり16時間以上滞在
- ・エレベーター完備快適な旅館・ホテルに宿泊
- ・食事の際は、イス・テーブル席を用意

## (2) びゅうトラベルサービス

高齢者向け会員組織である「大人の休日倶楽部」を組織し、会員に国内・海外旅行商品の販売や電車の割引などの事業を行っている。

- ・高齢者層の拡大をめざしNHK文化センターと2010年4月に提携し、各種講座の共同開催を行っている。
- ・講座に参加して、そこで出会った新しい仲間と観光に出かけるプログラムを用意している。

## (3) JTBロイヤルロード銀座

JTB ロイヤルロード銀座は、今後の高齢者増加を想定して設立された会社で、観光に関心のある高齢者や富裕層に特化した旅行商品を販売している。高品質な旅行の企画販売ができる豊富な知識と経験を有する「旅のコンシェルジュ」社員を配置し、高齢者向けのツアーを中心に、テーマ型の新しい旅のスタイルなどを提案する。