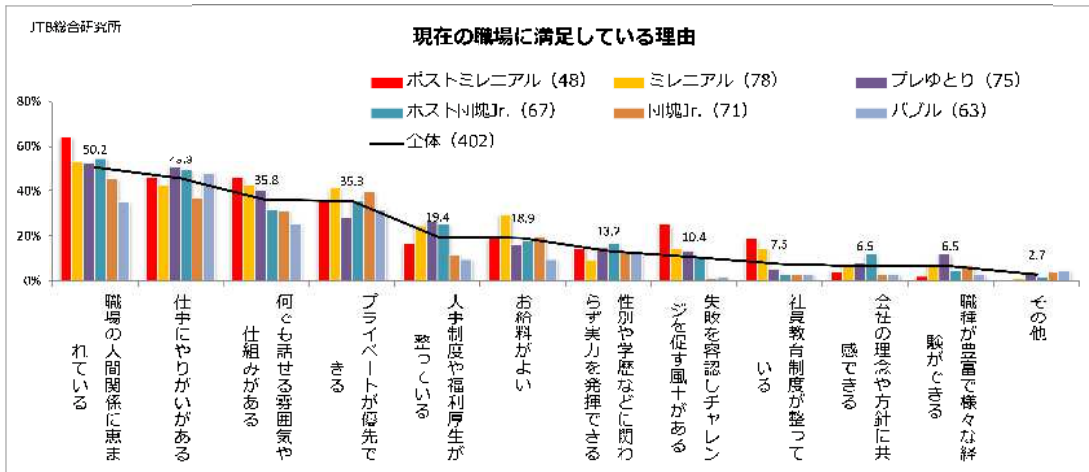


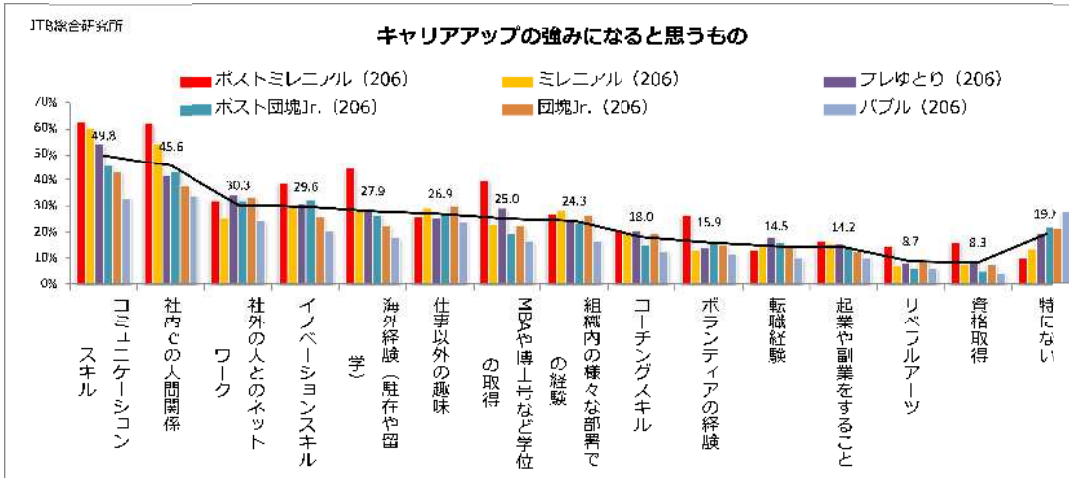
(図 15) 現在の職場に満足している理由 *満足と回答した人のみ

(複数回答)



(図 16) キャリアアップの強みになると思うもの

(複数回答)



【ポストミレニアル・ミレニアル世代の消費】

7. 自由に使えるお金は「食事や飲み会」に続き「趣味に関連したおでかけ」

日々の生活が充実している人ほど、モノよりコト消費の傾向が浮き彫りに

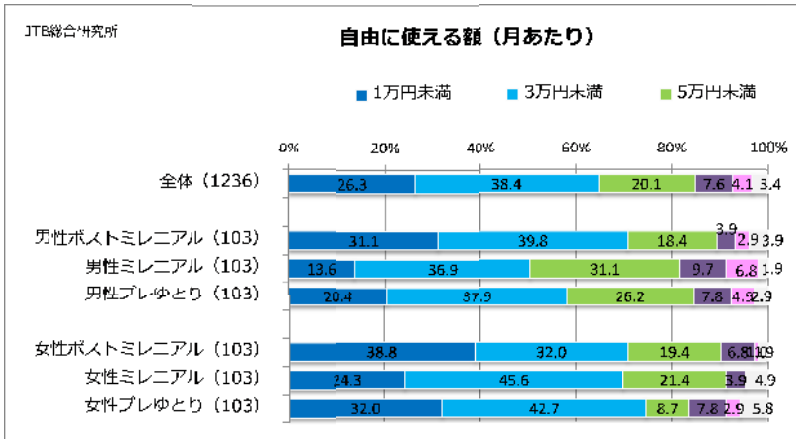
自分自身で1か月に自由に使えるお金は、全体では1~3万円が最も多く、38.4%。3~5万円と回答した割合は男性ミレニアルで高く、比較的男性の方が女性よりも自由になる額が大きいようです(図17)。

自分自身で自由に使えるお金の使いみちとして、全体として最も多かったのは「食事や飲み会(52.8%)」で、「ファッション・インテリア・雑貨などの買い物(33.8%)」、「趣味に関連したお出かけ(32.2%)」が続きました。ポストミレニアルは「趣味に関連したおでかけ」が39.5%で2位となり、より経験を求める傾向が強くなっていると考えられます(図18)。

また、生活充実度別にお金の使い道をみると、日々の生活が充実していると回答した人は「食事や飲み会」、「趣味に関連したお出かけ」、「旅行」などコト消費に関するものにお金を使う割合が高く、充実していないと回答した人は、「趣味に関連した買い物」、「自分のためのご褒美食」や「自分のための貯金や財テク」など自分のためのモノ消費の割合が高いという違いが明らかとなりました(図19)。

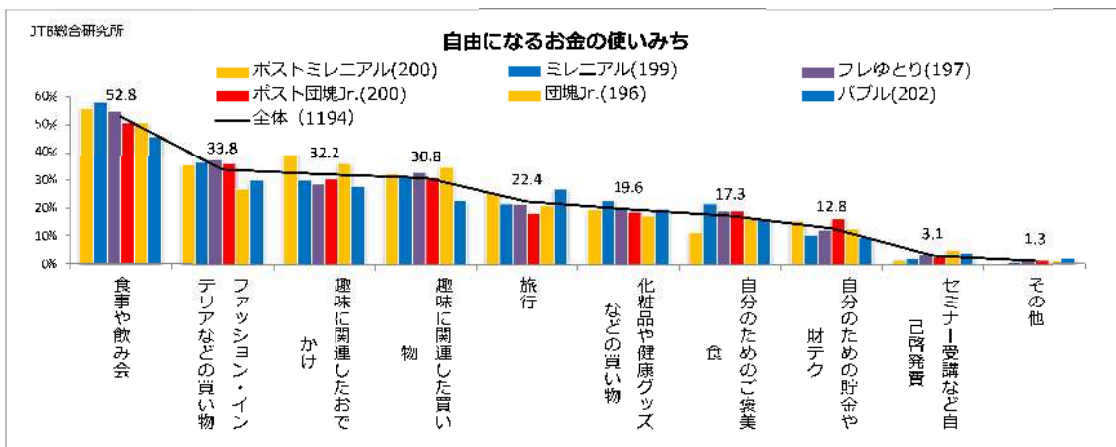
(図 17) 自由に使えるお金の額(月あたり)

(単一回答)



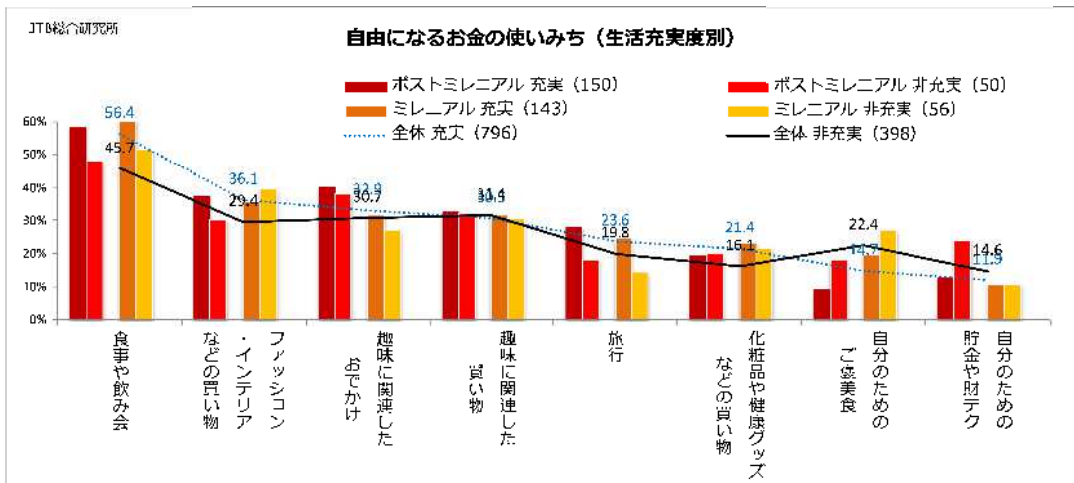
(図 18) 自由になるお金の使いみち

(複数回答)



(図 19) 自由になるお金の使い道(生活充実度別)

(複数回答)



【ポストミレニアル・ミレニアル世代の旅行】

8. ポストミレニアルの主体的な旅行デビューは18歳、ミレニアルは21歳

全体では、初めての旅行の予約先で最も多いのは「旅行会社店舗(来店)」

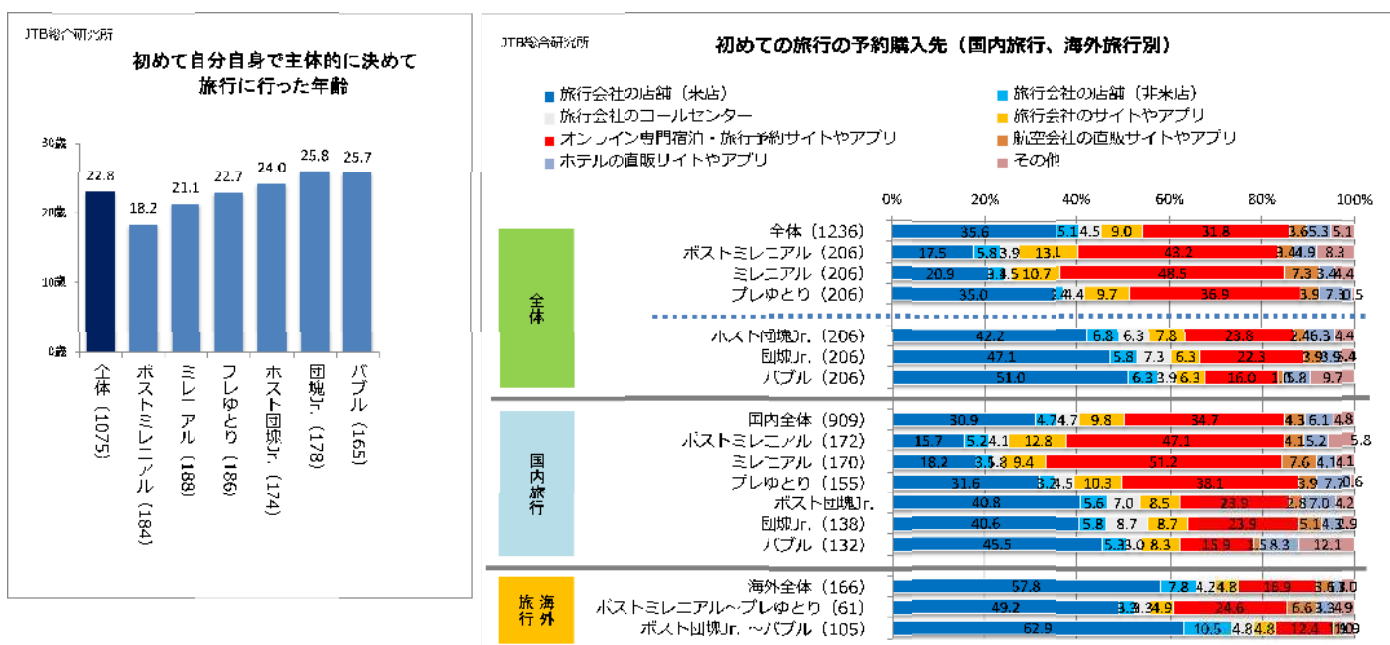
プレゆとりから「オンライン専門の宿泊・旅行予約サイトやアプリ」が「旅行会社店舗(来店)」の割合を上回る

人生で初めて自分自身で行くことを決め、旅行(海外、国内問わず)の予約や購入を行った年齢は何歳かを聞いたところ、世代が若くなるにつれ年齢が下がる傾向がみられ、ポストミレニアルは18.2歳、ミレニアルは21.1歳となりました(図20)。ポスト団塊までは社会人になってから、プレゆとり・ミレニアルは大学の卒業頃、ポストミレニアルは大学に入った頃が“旅行デビュー”の時期と言えるかもしれません。

初めての旅行の予約購入先については、全体では「旅行会社店舗(来店)(35.6%)」が最も高いものの、プレゆとりから「オンライン専門の宿泊・旅行予約サイトやアプリ」が逆転して1位(全体31.8%、ポストミレニアル43.2%、ミレニアル48.5%)となりました。旅行先別には、国内旅行は「オンライン専門の宿泊・旅行予約サイトやアプリ」、海外旅行では「旅行会社(来店)」が多くなりましたが、海外旅行でも世代が若いほど「オンライン専門の宿泊・旅行予約サイトやアプリ」の割合が高まる傾向がみられます(図21)。

(図20)初めて主体的に旅行した年齢(平均値)(図21)初めての旅行の予約先(世代別)

(複数回答)



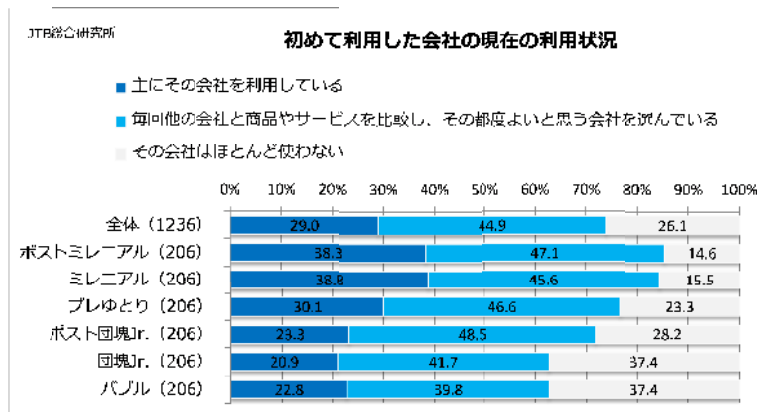
9. オンライン専門の宿泊予約サイトやアプリは旅行会社より継続的に利用される割合が高い

継続利用の理由は、価格を除くと「商品の選択肢が多い」、「ポイントやマイル」、「ウェブサイトの使い勝手」

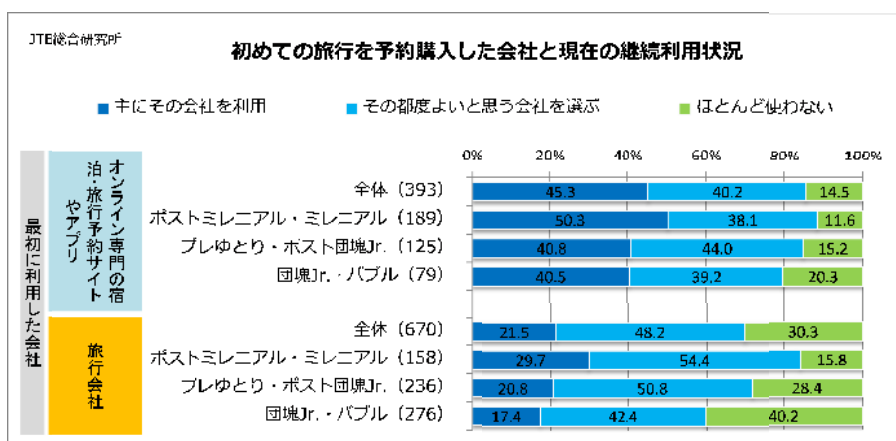
ポストミレニアル・ミレニアル世代は、旅行デビューの時期から間もないこともあり、初めて利用した会社を今でも利用している割合が高くなりました(図22)。また、予約購入先別に継続状況をみると、「オンライン専門の宿泊・旅行予約サイトやアプリ(45.3%)」の継続率が「旅行会社(来店、非来店、コールセンター、ウェブサイト含む)(21.5%)」の割合を大きく上回っています(図23)。利用を継続してもらうためには、何が必要なのでしょうか。継続利用の理由を聞いたところ、全体では「手頃な価格(44.0%)」、「担当の人や初めて利用した旅行の印象が良かった(23.4%)」、「ポイントやマイルを貯めている(22.0%)」、「商品の選択肢が多い(20.1%)」、「ウェブサイトの使い勝手がよい(19.2%)」が上位でした。世代別には、ポストミレニアル、ミレニアルでは「担当の人や初めて利用した旅行の印象が良かった(28.9%)」と共に、「商品の選択肢の多さ(24.5%)」や「ウェブサイトの使い勝手(21.4%)」も重視されていました(図24)。予約先別でも、初めての旅行予約先となるオンライン専門の宿泊・旅行予約サイトが継続的に利用される理由は「価格」に続き、「ウェブサイトの使い勝手がよい」が2位となりました。

一方、継続利用しない理由としては、「特にない (52.2%)」や「価格が高い (18.0%)」が上位でしたが、その他の要因としては、「旅行に慣れて自分で予約や購入ができるようになった (16.5%)」、「他に便利で新しい会社が増えた (13.4%)」、「旅行に慣れて自分で旅行や現地情報を取れるようになった (10.9%)」があがりました (図 25)。また、初めての旅行を旅行会社で予約した回答者が、その旅行会社を継続的に利用しない理由としては「旅行に慣れて自分で予約や購入ができるようになった」が価格を抜いて1位となりました。スマホやネットなど便利なツールが普及し、個人旅行も不安なくできるスキルを身に着けたことも旅行会社を継続しない理由として大きいのだと考えられます。

(図 22) 初めての旅行で利用した会社の現在の利用状況 (単一回答)



(図 23) 初めての旅行の予約先と現在の継続利用状況 (単一回答)



(図 24) 継続して利用する理由 (世代別) (複数回答)

