

旅行業界とシニアビジネス

藪下 華

Index

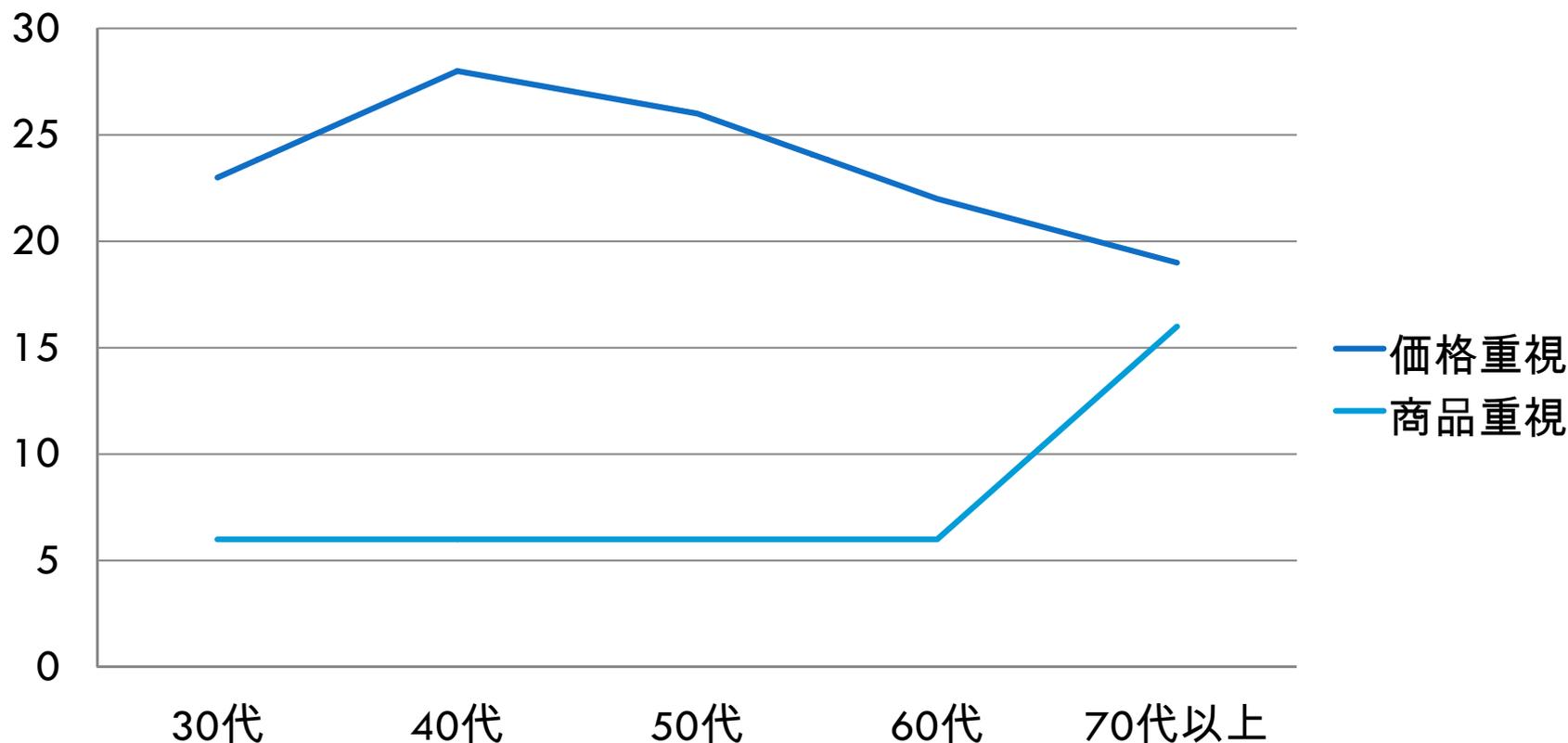
- 現代の高齢者が求めるもの、傾向
- 旅行業界について
- 事例
- 今後のビジネス展開

日経ビジネスより

- 低価格だけでは響かない
→値引きがあっても買う商品を変えない
- ブランドを乗り換ええない
- 「高齢者専用」は決め手ではない

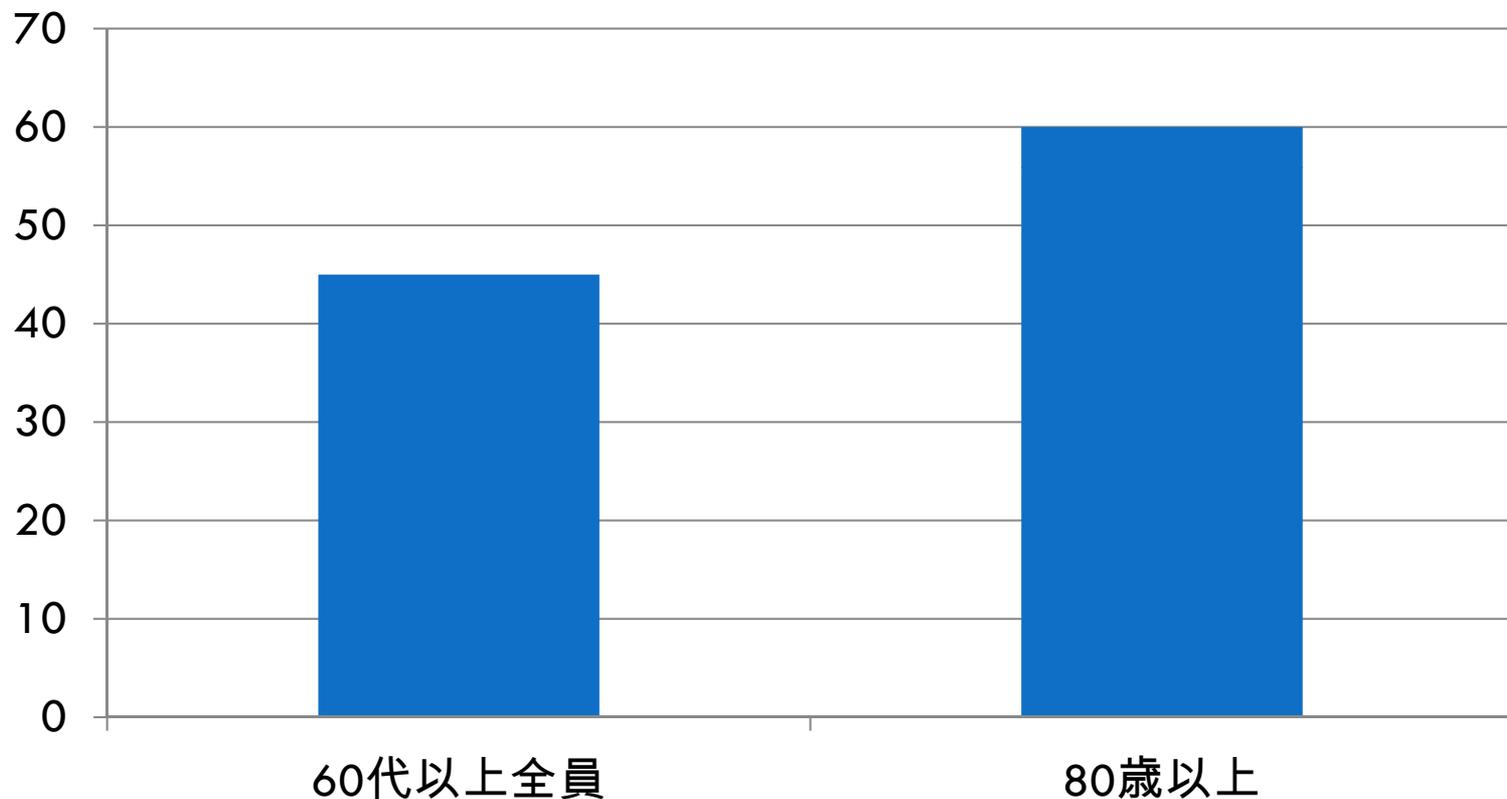
低価格だけでは響かない

商品の価格をどう考える？



ブランドにこだわる？

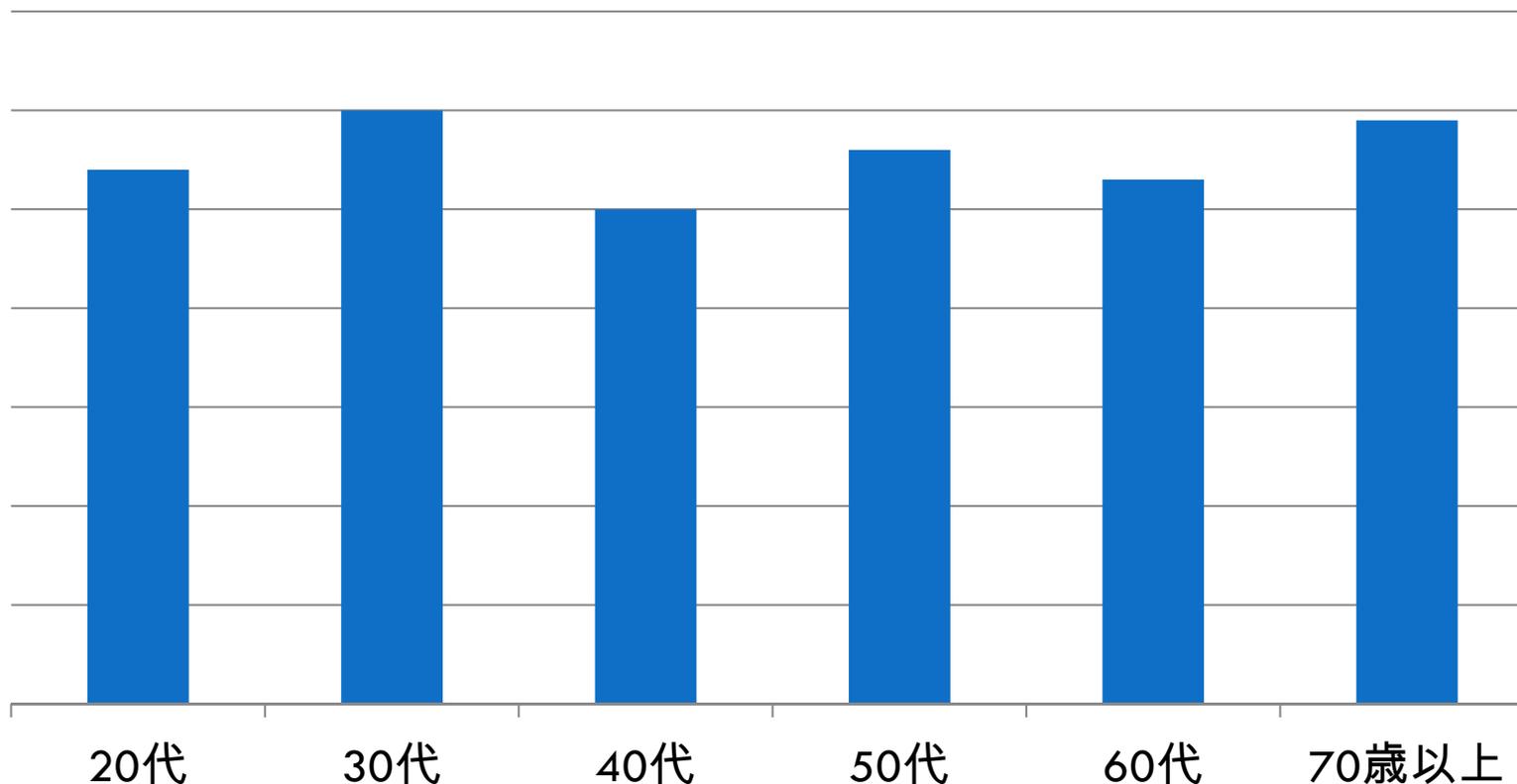
ブランドを乗り換ええない？



日経ビジネスより

「高齢者専用」は決め手ではない

あなたの世代向けに特化したサービスはうれしい？



日経ビジネスより

旅行業界とシニア

- パッケージツアー
→ ハワイなどの定番よりも . . .

- 「高・遠・長」

- 「贅沢」

- 景気の影響を受けにくい



近畿日本ツーリスト

□ 近畿日本ツーリストの銀座支店

「ラグゼ銀座マロニエ」



「贅沢」を楽しむ大人のために

□ オーダーメイド個人旅行

「一瞬輝きが一生の宝物になる。ただ一度の出会いが忘れられない思い出になる。」

□ 海外ロングステイ



それぞれの趣味や学びを海外で



旅行業界の今後とシニアビジネス

- 「ゆとり」をもった海外ツアー
→リゾートではなく歴史的建造物や自然を
- 旅行者どうしの交流
- 航空会社との提携で多様化に対応