



No.107

ゴールドマン・サックスが注目する「ミレニアルズ」 ～ミレニアルズを読みとくシリーズ第四弾～

情報提供資料



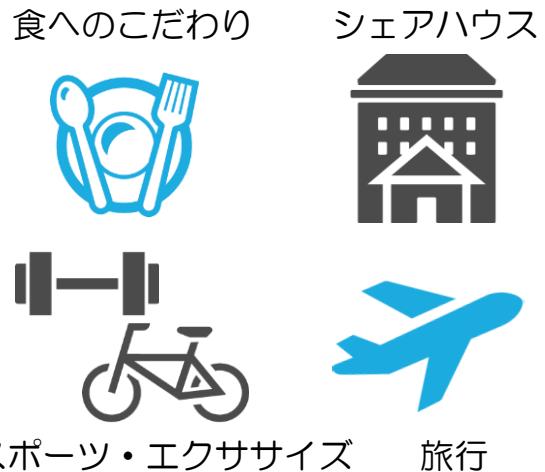
ゴールドマン・サックス・グループが注目する若い世代層「ミレニアルズ（1980年～1990年代生まれの16歳～35歳を指す）」は、世界の世代別人口で最大の層となっています。この世代はこれから給料アップといったライフステージを迎えるため、彼らの嗜好・消費動向が世界に多大なるインパクトを与えるとみられています。

| | ジェネレーションZ | ミレニアルズ | ジェネレーションX | ベビーブーマー | シニア世代 |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 生まれ | 2000～ | 1980～1999 | 1965～1979 | 1946～1964 | 1933～1945 |
| 年齢 | ～15 | 16～35 | 36～50 | 51～69 | 70～82 |

（出所：国連、ゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント 時点：2015年12月現在）

注目されるミレニアルズの嗜好はベビーブーマー世代の若者とは傾向が異なるのをご存知でしょうか。かつての若者は収入が増えると、マイホームや車を購入するのがステータスでした。一方でミレニアルズは「モノを買うこと」がステータスではなくなったと言われています。というのも、ミレニアルズはリーマン・ショックといった不況を経験し、価値の下がってしまうモノを所有するよりも「経験・体験」や「自分磨き」にお金をかけるようになったからです。

ミレニアルズは経験・体験重視



上記はイメージとして掲載するものです。

本資料は、情報提供を目的としてゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント株式会社(以下「弊社」といいます。)が作成した資料であり、特定の金融商品の推奨(有価証券の取得の勧誘)を目的とするものではありません。本資料に記載された過去のデータは将来の結果を保証するものではありません。本資料は、弊社が信頼できると判断した情報等に基づいて作成されていますが、弊社がその正確性・完全性を保証するものではありません。本資料に記載された見解は情報提供を目的とするものであり、いかなる投資助言を提供するものではなく、また個別銘柄の購入・売却・保有等を推奨するものではありません。記載された見解は資料作成時点のものであり、将来予告なしに変更する場合があります。

本資料の一部または全部を、弊社の書面による事前承諾なく(I)複写、写真複写、あるいはその他いかなる手段において複製すること、あるいは(II)再配布することを禁じます。

<審査番号: 63447-OTU-352922> © 2016 Goldman Sachs. All rights reserved.



No.107

ゴールドマン・サックスが注目する「ミレニアルズ」
～ミレニアルズを読みとくシリーズ第四弾～

情報提供資料

たとえば、旅行ひとつとってもかつての若者とミレニアルズでは楽しみ方が異なるようです。ミレニアルズはめずらしい経験や自分の嗜好に合った体験をするために現代ならではのインターネットを使って旅行をカスタマイズする傾向が強いようです。かつての若者と比較をしてみましょう。

かつての若者

旅行といえばツアーで定番の観光スポットを巡るのが多いかな。

旅先でおみやげを買うのも旅行のひとつの楽しみだよね。

Step1
相談

旅行といえば旅行会社のツアー。旅行会社のデスクに行って話を聞こう。

Step2
比較

パンフレットの中から行きたい場所や旅程を比較。食事も全部セットになっているほうが楽だな。

Step3
予約

ツアーを決めたら再度店頭に行き、申込書を記入し予約完了。後日郵送で日程表と飛行機のチケットが届く予定。

Step4
準備

日程表とチケットが送られてきたので自由行動の時のプランを考える。ガイドブックは旅の必需品。

ミレニアルズ

日常では体験できないことを経験したいな。

旅先で撮っためずらしい写真をSNSでシェアしてコメントをもらうのも旅行の一つの楽しみ！

Step1
検索

オンライン旅行代理店で日程と行先を入力して検索。旅先についてはインターネットでチェック。

Step2
比較

検索結果の中から、予算や条件を指定して比較。ホテルも自分が好みのところで予約しよう。食事はホテルの外に行きたいな。

Step3
予約

飛行機とホテルについては口コミもしっかりチェックしてオンラインで予約。詳細はメールでチェック。

Step4
準備

おすすめの体験ツアーやレストランをインターネットで調べてこちらもオンライン予約。自分オリジナルの旅行が完成！

本資料は、情報提供を目的としてゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント株式会社(以下「弊社」といいます。)が作成した資料であり、特定の金融商品の推奨(有価証券の取得の勧誘)を目的とするものではありません。本資料に記載された過去のデータは将来の結果を保証するものではありません。本資料は、弊社が信頼できると判断した情報等に基づいて作成されていますが、弊社がその正確性・完全性を保証するものではありません。本資料に記載された見解は情報提供を目的とするものであり、いかなる投資助言を提供するものではなく、また個別銘柄の購入・売却・保有等を推奨するものではありません。記載された見解は資料作成時点のものであり、将来予告なしに変更する場合があります。

本資料の一部または全部を、弊社の書面による事前承諾なく(I)複写・写真複写、あるいはその他いかなる手段において複製すること、あるいは(II)再配布することを禁じます。

<審査番号: 63447-OTU-352922> © 2016 Goldman Sachs. All rights reserved.



ちなみに世界の旅行者数は11億8600万人にまで増加と年々増えており、2030年には18億人まで増加すると見込まれています（2015年時点予測）。今後は世代別人口で最大の層であるミレニアルズが、旅行ビジネスをけん引することが期待されます。



出所：世界観光機関（UNWTO）のデータを基にゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント作成
時点：2016年発行（2030年は2015年時点の予測）

ミレニアルズの旅行といえば「スマホを片手に・・・」がキーワードです。2015年時点のスマートフォンユーザーは30億人と言われており、2020年までに54億人まで増大する予測もあります（出所：CCS Insight）。今後もミレニアルズの嗜好を捉えるべくさまざまな旅行にまつわるサービスがインターネットを介して提供されると考えられます。企業の成長には「ミレニアルズ」という重要なお客様を取り込むかが肝となりそうです。

〈おまけ〉幼き日のミレニアルズの夢が実現！ポケモンゲットの旅に注目！

Hotels.com(*1)による日本国内のミレニアルズを対象に実施した調査にて、回答者の86%が次の旅先でポケモンGOを楽しみたいと答えたそうです。ミレニアルズを中心に爆発的なヒットとなったポケモンGOは、位置情報を利用しプレイするため旅先でも楽しめるほか、特定の場所でしか出会えないポケモンも旅行先を決めるポイントの一つになっているようです。このように、若者の嗜好を捉えた商品や企画が、社会の大きなトレンドをつくる一例として注目されています。*1：大手オンライン旅行予約サイト

| 順位 | 挑戦したいこと |
|----|------------------------|
| 1 | ポケモン探し (37%) |
| 2 | 豪華なレストランでの食事 (32%) |
| 3 | ウォータースポーツ (29%) |
| 4 | ビーチで日光浴 (27%) |
| 5 | ポケモンを探しながらバーをはしご (22%) |



出所：Hotels.comのデータを基にゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント作成
時点：2016年8月17日

上記は経済や市場のデータおよび一時店における予想値であり、将来の動向を示唆あるいは保障するものではありません。経済、市場等に関する予測は資料作成時点のものであり、情報提供を目的とするものです。予測値の達成を保証するものではありません。

本資料は、情報提供を目的としてゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント株式会社（以下「弊社」といいます。）が作成した資料であり、特定の金融商品の推奨（有価証券の取得の勧誘）を目的とするものではありません。本資料に記載された過去のデータは将来の結果を保証するものではありません。本資料は、弊社が信頼できると判断した情報等に基づいて作成されていますが、弊社がその正確性・完全性を保証するものではありません。本資料に記載された見解は情報提供を目的とするものであり、いかなる投資助言を提供するものではなく、また個別銘柄の購入・売却・保有等を推奨するものではありません。記載された見解は資料作成時点のものであり、将来予告なしに変更する場合があります。

本資料の一部または全部を、弊社の書面による事前承諾なく（I）複写、写真複写、あるいはその他いかなる手段において複製すること、あるいは（II）再配布することを禁じます。

<審査番号：63447-OTU-352922> © 2016 Goldman Sachs. All rights reserved.