일본의 시니어 산업 트렌드 및 관광 분야 분석

- 고객 · 관광 인력 · 콘텐츠로서의 액티브 시니어 -

'26. 11. 5.(목) / 한국관광공사 도쿄지사

1 「액티브 시니어」의 개념

○ 은퇴 후에도 **탄탄한 자산과 건강을 바탕**으로 **사회활동, 여가, 자기계발 및 소비 활동을 능동적으로 영위**하는 **5060세대**(55~69세)

- **('나' 중심 소비)** 자녀·가족 우선 소비에서 **가족만큼 자신의 삶도 중요**하게 생각하여 **본인을 위한 가치 소비 및 자기계발 지출 多**
- **(사회·경제적 참여 활발)** '돌봄을 받는 연로한 시니어'에서 벗어나 **사회적·경제적 참여에 의지**를 갖고 있는 적극적인 주체
- **(脫 연령성)** '노인', '시니어'라는 **연령 프레임에 거부감**을 느끼며 **젊고 활기찬 라이프스타일을 지향**
- **(높은 디지털 수용성)** 1990년대 PC의 대중화, 인터넷 보급을 직접 겪으며 **디지털 기기를 잘 활용하는 첫 시니어 세대**

2 日 시니어 시장의 현황 및 특징

○ **(세계 최고 수준의 고령화)** 일본은 '26년 기준 **65세 이상 고령자가 3,624만 명**으로 **전체 인구의 29.6%**를 차지하는 대표적 **초고령사회**

- 이는 전년 대비 **2만 명 증가**한 규모로, 고령인구 비중은 29.4%에서 29.6%로 상승하며 **역대 최고치를 기록**했으며, **인구 4천만 명 이상인 세계 39개국 중 가장 높은 수준**을 나타냄

* **(국가별 65세 이상 인구 비율) 일본 3,624만 명(29.6%)** > 이탈리아 1,508만 명(25.6%) > 독일 2,028만 명(24.2%) > ... **한국 1,116만 명(21.4%)** 順

○ **(상대적으로 높은 저축 수준)** '25년 가계조사 결과에 따르면, 2인 이상 가구 중 **세대주가 ▲60~69세인 가구의 평균 저축잔액**은 **2,843만 엔**,

▲70세 이상은 2,471만 엔으로 전체 평균 2,059만 엔을 상회

* 단, 가구 단위 평균값으로 개인의 구매력이나 지출여력을 직접 의미하지 않음

○ **(지속적인 취업 참여)** '25년 시니어 취업률은 **▲65~69세 54.5%, ▲70~74세 36.2%, ▲75세 이상 12.6%**로 나타남. 이는 시니어 시장 분석 시 이들을 **'은퇴 후 시간적 여유가 있는 집단'으로 일괄적으로 가정하기 어렵다**는 점을 시사

○ **(新소비 트렌드 확산)** 야노경제연구소는 '26년 시니어 시장 조사에서 **건강하고 활력이 있을 때 현재의 삶을 적극적으로 즐기려는 소비행태**인 **'이마카츠(今活)'**를 새로운 트렌드로 제시

- 노후 대비 저축하는 기존 소비에서 벗어나, **크루즈·해외여행·고급 레스토랑·문화공연** 등 **평소 희망했던 경험에 적극적으로 지출**
- 이는 **평균수명과 건강수명 간 격차에 대한 인식 확대, 코로나19 이후 여행·외식·여가활동 수요 회복** 등이 주요 배경으로 작용

○ **(시니어 특화시장 발달)** **세계 최고 수준의 고령화**와 시니어층의 **높은 소비·사회활동 참여**를 배경으로 유통·운동·미디어 등 다양한 산업에서 **시니어를 핵심고객층으로 설정한 특화 상품 및 서비스** 발달

- **(유통)** **'이온(AEON)'**은 55세 이상을 **'그랜드 제너레이션(G.G)'**으로 정의하고 매월 15일 쇼핑금액 5% 할인 혜택을 제공하는 **'G.G 감사데이'**를 운영 중으로, **전용카드 발급 및 쇼핑몰 입점 매장과 연계한 할인 혜택** 등 시니어 고객층 대상 특화 마케팅 전개
- **(운동·건강)** 여성 전용 피트니스 체인 **'커브스(Curves)'**는 중장년층을 중심으로 30분 단위의 근력·유산소운동 프로그램을 운영, 일본 전국에 총 2,013개 점포 및 회원 약 89.5만 명을 확보('26년 8월). 특히 **회원의 60대 34%, 70대 32% 등 고령층 비중이 높아** 일본 내 시니어 특화 운동시장의 성장을 보여줌
- **(미디어)** **요미우리신문 주관 'AGELESS DAY', 아사히신문 주관**

'Re라이프 페스티벌' 등 일본을 대표하는 주요 언론사가 **시니어 대상 대규모 오프라인 행사를 연 1회 이상 개최**하며 **건강·여행·문화·여가** 등 다양한 분야의 **소비 활성화를 적극적으로 지원**

○ **(마케팅 핵심)** '고령자', '시니어'라는 직접적인 연령 단어를 강조하기보다 **취미, 교류, 자기계발 등 가치를 내세우는 전략**이 보편적

		
(유통) 이온	(운동·건강) 커브스	(미디어) 아사히신문

3 시니어 여행을 지원하는 日 정책 환경

○ **(시니어 관광 활성화 정책환경 조성)** 日 정부는 고령인구 증가에 대응하여 **유니버설 투어리즘* 확대**를 통한 **관광 접근성 개선 및 여행상품 개발 지원**을 추진 중으로, 민간기업이 액티브 시니어의 소비수요에 주목하는 것과 달리, **정부는 고령층의 신체적·이동상 제약을 해소하고 관광 참여 기회를 확대**하기 위한 기반 조성에 중점

* 고령자·장애인 등 **연령이나 신체적 제약에 관계없이** 누구나 안심하고 편리하게 여행을 즐길 수 있도록 **관광환경과 서비스를 조성**하는 관광 개념

- **(관광환경 개선)** 관광청은 '26년 「관광지·관광산업 유니버설 투어리즘 촉진사업」으로 고령자·장애인 등이 안심하고 여행할 수 있도록 **숙박·관광시설의 배리어프리 개·보수 및 관련 비품 도입 지원**
- **(여행상품 개발)** 또한, '26년 3월 고령자 등 여행에 제약이 있는 계층 대상 모니터투어 및 조사결과를 바탕으로 「**유니버설 투어리즘 상품 조성·판매 매뉴얼**」을 제작, 여행업계의 **맞춤형 상품 개발 지원**

- **(이동편의 확대)** 국토교통성은 '26년 1월「제3차 교통정책기본계획」에서 **철도역·공항 등 교통시설의 배리어프리화**와 **저상버스·유니버설 디자인 택시 보급** 등 고령자의 이동 편의 증진 추진

4 [사례①] 시니어를 고객으로: 여행상품과 관광마케팅

○ **(클럽투어리즘)** '21년부터 고령층의 신체적 부담을 줄인 여행상품 「**어른들의 여유로운 여행**(大人のゆるり旅)」을 기획하여 운영 중으로, **실제 참가자의 60% 이상이 75세 이상**으로 나타남

- 이동거리와 도보 부담을 줄이고 **여유로운 일정**을 구성하는 등 고령층의 신체 특성을 반영한 상품을 개발, **고령층의 여행 참여 기회 확대**
- '26년 출시 5주년을 맞아 고급 호텔 순회하는 **40만~62만 엔대 상품을 출시**하는 등 고령층의 **편의뿐 아니라 고부가가치 소비수요**에도 대응



여행상품 홍보 광고



여행상품 참가자 인터뷰

○ **(HIS)** 고령자·이동약자를 위한 별도 홈페이지 및 전문 상담창구인 **유니버설 투어리즘 데스크**를 운영하고, 전용 여행 브랜드「**타비노와**(たびのわ)」를 통해 국내외 **맞춤형 여행상품을 판매 중**

- **전문 인솔자** 동행, **휠체어** 이용 지원, **이동 편의를 고려한 일정** 구성 등 신체적 제약을 반영한 여행서비스를 제공하며, 실제 여행 **참가자의 약 80%가 65세 이상**으로 나타남

- 홈페이지에서 **국내·해외여행, 버스여행, 복지차량 이용 여행** 등 **전용상품을 세분화**하여 소개하고, **고객의 신체 상태와 요구사항에 따른 개별 상담·예약 서비스** 제공



판매 중인 국내외 여행상품



여행상품 참가자 사진

5 [사례②] 시니어를 관광 인력으로: 일자리와 사회참여

○ **(공항 교통·여객서비스 분야 참여)** 하네다·나리타공항 등 주요 공항에서는 **고령층을 공항 교통 및 외국인 관광객 안내 인력으로 적극 활용**하여 시니어의 관광서비스 분야 취업기회 확대

- **(공항 교통)** 공항 리무진버스 운영사인 **'도쿄공항교통**(東京空港交通)'은 '25년 2월부터 **시니어 운전기사 별도 채용**을 실시, 단시간 근무 및 촉탁직 고용 등을 통해 고령층의 관광교통 분야 취업을 지원하는 한편, **공항 리무진버스 승강장**에서도 시니어 인력을 활용하여 **승차권 확인, 수하물 적재 및 승객 안내 등의 현장 서비스** 제공

- **(여객 안내)** 여행·항공 전문 인력업체인 **'주식회사 TEI'**는 나리타 공항 내 **외국인 관광객의 입국 지원 및 교통수단 안내 등에 50~70대 인력**을 활용하고, **현장교육 및 유연한 근무시간 운영**을 통해 시니어의 관광서비스 분야 참여 촉진

○ **(지역 시니어의 관광가이드 활동)** 日 각 지역에서는 **고령층의 풍부한 경험과 지역 지식**을 활용한 **관광안내 활동**을 통해 시니어의 사회참여 기회 확대 및 지역관광 활성화 도모

- **(고치현) '도사 관광가이드 자원봉사협회'**는 평균 연령 **70세 이상의 시니어 약 120명**('22년 기준)이 고치성·가쓰라하마 등 고치현의 **주요 관광지에서 안내 활동**을 수행하며, **정기 교육**을 통해 안내 역량 강화
- **(나가노현) '마쓰모토 시내 관광 자원봉사 가이드'**는 평균 연령 **70세의 회원 29명**('20년 기준)이 **마쓰모토성 및 주변 역사문화 관광지에서 안내 활동**을 수행하며 지역 역사·문화 지식을 전달



도사 관광가이드 자원봉사협회



마쓰모토 시내 관광 자원봉사 가이드

6 [사례③] 시니어를 콘텐츠로: 지역관광 마케팅 자원으로 활용

○ **(시니어의 관광 홍보자원화)** 후쿠시마현 이와시로관광협회는 **지역 중장년 남성들의 일상을 담은 사진집「이와시로 오지상 도감**(岩代おじさん図鑑)」을 '23년 8월 유료로 발간, **지역 주민을 관광 콘텐츠의 주인공**으로 내세워 지역 활성화 및 관광 홍보 추진

- 지역 중장년 남성들의 생활 모습과 개성을 **친근하고 유쾌하게 소개**하는 방식으로 지역에 대한 관심을 유도하였으며, 사진집은 **2만 부 이상 판매 및 온라인 다운로드 2만 건 이상** 기록





이와시로 오지상 도감(岩代おじさん図鑑)

- 이들은 일본 국내외 약 40건의 언론 및 방송에 소개되었으며, **한국 KBS「세계는 지금」**('25. 7. 26.)에도 출연하는 등 지역 시니어의 일상과 개성을 활용한 **지역관광 활성화 우수사례**로 주목





KBS <세계는 지금> '슬기로운 아재 생활' 中

○ **(공사 도쿄지사 협업사례)** 이와시로 오지상이 출연하는 **서울·수원 음식·웰니스 테마 한국관광 TV 특집프로그램 제작**('25. 12월) 및 **현지 행사 연계 한국여행 토크쇼 개최**('26. 2월)를 통해 시니어 친화형 방한관광 홍보 추진

- **(TV 특집프로그램)** 후쿠시마중앙TV를 활용 이와시로 오지상이 출연하는 한국관광 특집프로그램 **「한 번은 꼭 가고 싶은 어른의 한국여행」** 제작, **시니어를 타깃으로 하는 서울·수원의 음식·웰니스·문화체험**을 중심으로 한국의 지역관광 매력 홍보

- **(한국관광 토크쇼)** '26년 2월 아사히신문 주관 **「Re라이프 페스타」**에 방송에 출연한 이와시로 오지상 3명을 초청하여 **한국여행 토크쇼**

개최, 실제 **서울·수원 여행 경험을 공유**하고 관람객과의 공감대를 형성함으로써 방한 미경험자인 시니어층을 대상으로 **한국여행에 대한 불안을 해소**하고 **친밀감 및 관심 제고**

<table>
<tr>
<td>
</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>후쿠시마중앙TV 특집 프로그램</td>
<td>Re라이프 페스타 토크쇼</td>
</tr>
</table>

7 방한관광 마케팅 시사점

○ **(연령 중심에서 라이프스타일 중심으로 세분화)** 日 시니어층의 경제활동 지속 및 소비행태 다양화에 따라, 기존 60~70대 등 연령 중심의 획일적 접근에서 벗어나 **시니어층 안에서도 경제력·건강상태·여행경험·관심사 등을 반영한 시장 세분화** 필요

- 시니어층의 높은 취업률을 고려하여 **은퇴 여부에 따른 여행 가능 시기와 소비행태 차이를 반영**하고, **▲현역 시니어 대상 단기·주말여행**과 **▲은퇴 시니어 대상 장기·체류형 여행** 등 차별화된 방한상품 개발 검토

○ **(건강관리형에서 경험향유형 웰니스 관광으로 전환)** 시니어 소비가 건강 유지·질병 예방 중심에서 **건강한 현재의 삶을 적극적으로 즐기는 방향으로 변화**함에 따라, 방한 웰니스 관광도 치료·휴양 중심에서 **미식·문화·취미활동 등을 결합한 경험 중심으로 확장** 필요

○ **(핵심장벽인 여행 준비·이동 부담 완화)** 日 여행업계의 시니어 특화상품 운영사례를 고려할 때, 시니어 타깃 방한관광 활성화를

위해서는 관광 콘텐츠의 매력도뿐 아니라 **여행 준비부터 현지 이동까지의 부담을 줄이는 서비스 설계**가 중요

- **일본어 관광정보와 구체적 이동 동선**을 구비한 **▲완성형 여행 코스, ▲공항·숙소 간 이동 지원, ▲일본어 가이드 동행형 소규모 그룹 특화 상품** 등 여행 준비와 이동에 대한 부담을 전반적으로 낮추는 상품 개발 및 유통 확대 검토

○ **(시니어 인력 활용을 통한 관광서비스 품질 제고)** 일본의 공항·교통·관광안내 분야 시니어 인력 활용사례를 바탕으로 **국내 주요 관광지**에서도 **고령층의 풍부한 경험과 지역 지식을 활용한 관광 서비스 인력으로의 참여 확대** 검토 필요

- **외국어 구사 능력 및 관광 분야 경력을 보유한 퇴직 인력** 등을 적극 활용하고, **단시간·탄력근무 방식 도입**을 통해 시니어의 **관광 산업 참여 기회 확대** 가능

○ **(동년배의 실제 경험을 활용한 공감형 홍보 강화)** 이와시로 오지상 사례와 같이 **일반 시니어의 실제 여행경험을 콘텐츠화**하여 동년배 잠재 관광객에게 한국여행의 현실적 접근성과 친근함을 전달하는 홍보 방식은 지속적으로 확대 필요

붙　임: 자료 작성 참고문헌 1부.　끝.

붙 임 자료 작성 참고문헌

■ 관광청 2026년 실시 관광지/관광산업 유니버설투어리즘 촉진사업 홈페이지
https://ut-hojo.go.jp/r8/

■ 관광청, 유니버설 투어리즘 촉진
https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/kokunaikoryu/kaitaku/universal-tourism.html

■ 국토교통성, 제3차 교통정책기본계획
https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/content/001971585.pdf

■ 나가노현, 장수사회개발센터 사례
https://nicesenior.or.jp/nimousakuweb/

■ 내각부, 2026년 고령사회 백서
https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2026/html/gaiyou/s1_2.html

■ 야노경제연구소, 시니어 관련 시장에 관한 조사 실시 보도자료
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/4166

■ 이와시로 오지상 홈페이지
https://iwashiro-ojisan.studio.site/

■ 소비자청, 도사 관광가이드 봉사활동 협회 소개
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2023/white_paper_example_10.html

■ 아사히신문 비즈니스 허브 홈페이지
https://adv.asahi.com/services/events/16706178

■ 주식회사 TEI 채용공고 홈페이지
https://www.tei-job.com/search/?id=1684142387-244664

■ 총무성, 통계로 본 일본의 고령자
https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1490.html

■ 총무성, 2025년 가계조사 보고
https://www.stat.go.jp/data/sav/sokuhou/nen/pdf/2025_gai.pdf

■ 클럽투어리즘,「어른들의 여유로운 여행」5주년 기념 특별상품 판매 보도자료
https://www.club-tourism.co.jp/jpn/press/260602_01/

■ 클럽투어리즘 유튜브,「어른들의 여유로운 여행」소개 영상
https://www.youtube.com/watch?v=l4zH-u_tkyM

■ AEON MALL 홈페이지
https://shinkomatsu.aeonmall.jp/sale/46cb821f-bd57-49af-ba11-d978698e6541

■ Airport Limousine 채용공고 홈페이지
https://recruit.system.limousinebus.co.jp/

■ CURVES 홈페이지
https://www.curvesholdings.co.jp/ir/individual/data.html

■ HIS 유니버설 투어리즘 데스크 홈페이지
https://www.his-barrierfree.com/barrier-free/

■ KBS 세계는 지금 유튜브, 슬기로운 아재 생활 일본 중년의 도전
https://www.youtube.com/watch?v=fNpmcUwu88g

■ KOTRA 해외시장뉴스, 2026년 이탈리아 의료기기 산업 정보
https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=200&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=403&bbsSn=403&pNttSn=243474

■ LG경영연구원(정지윤), 향후 30년간 확대될 액티브 시니어의 소비파워
https://www.lgbr.co.kr/uploadFiles/ko/pdf/busi/LGBR_Report_20231115_20230015130005609.pdf

■ TABIYOMI, 마쓰모토성 특집기사
https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/002242.html

■ YOMIURI OTEMACHI HALL 홈페이지
https://yomi.otemachi-hall.com/event/ageless_day2026.html