

①“一番楽しかった年代”は、60代前半男性は41%が「20代」と回答。一方60代後半女性は25%が「60代」と回答。過去を追う男性と、今を楽しむ女性の差がくっきり。

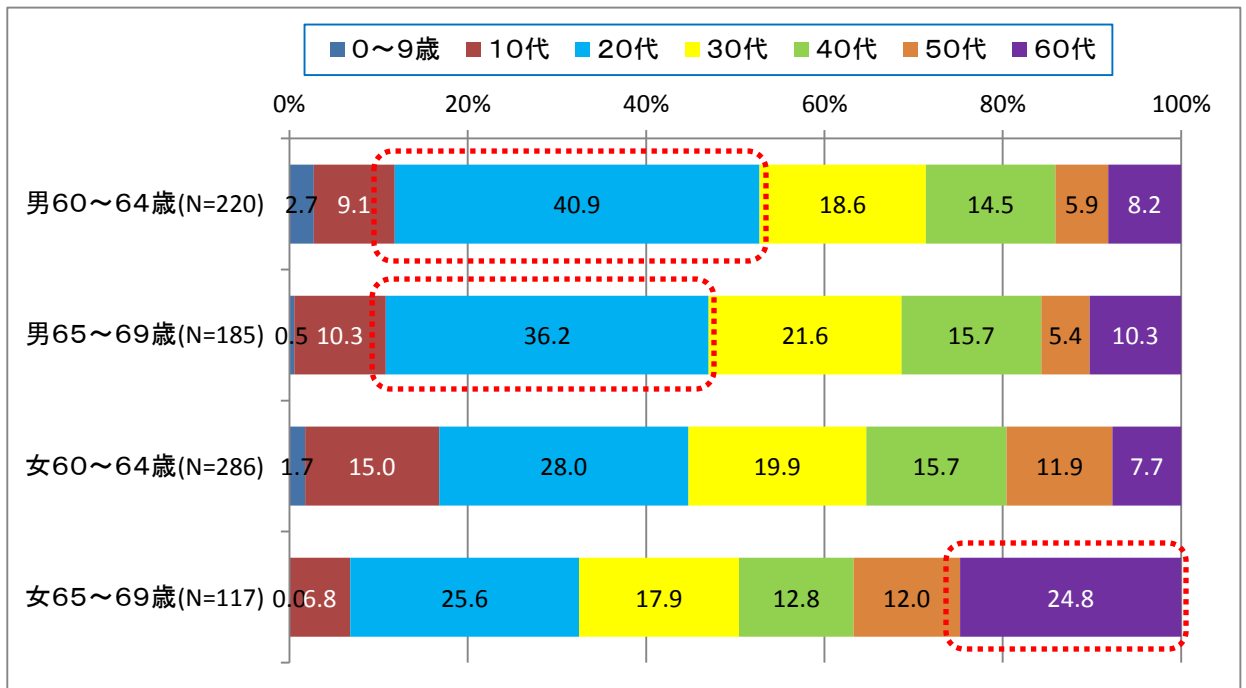
シニア層(ここでは60代)男女に、「自分が一番楽しかったのはどの年代か」と聞いたところ、60代前半(60～64歳)の男性は「20代」と答えた割合が最も多く41%にも上りました。60代後半(65～69歳)の男性でも「20代」が36%と、どの年代よりも高くなっています。

一方60代前半の女性では、「一番楽しかったのは20代と」答えた割合が最も高いものの、他の年代を答えた割合との差が男性ほど大きくありません。さらに60代後半の女性になると、「60代」(25%)が「20代」(26%)とほぼ同等の割合になっています。つまり60代後半の女性は同年代の男性と比べると、「60代」の「今」が一番楽しい、と認識している割合がかなり高いと言えます。(【図1】参照)

同じ女性でも60代前半と後半で「一番楽しかった年代」が違う要因は一概に言えませんが、例えば60代前半の女性の多くが現在も働いており(60～64歳女性の就業率=44%/総務省「労働力調査」2010年)、リタイヤした人が多い60代後半の女性(同27%)とは、60代の今における楽しさの捉え方が違うのかも知れません。

いずれにしても、20代の青春時代が一番楽しかった、と昔日を懐かしむシニア男性と、60代の今が楽しい、と答えるシニア女性。その温度差が暮らし方や消費生活にも影響を与えているのではないのでしょうか。

【図1】<あなたにとって今までの中で一番楽しかったと思える年代> ※10代別年齢項目の択一回答 単位:%



②「60代＝今が楽しい」シニア女性は、アンチエイジングから“エンジョイエイジング”へ。 加齢を肯定的に受け入れ、それを活かす消費態度が顕著。

前項で採り上げた「今までの中で一番楽しかったと思える年代」の答え方、つまり「いつが一番楽しかったか」によって、消費に対する意識や態度がどう違うか、特にシニア女性に注目してみました。【図2】は、「今までの中で一番楽しかったと思える年代」(10代別年齢項目の択一回答)を10代から60代まで答えた人で分け、「お金をかけている商品・サービス」の種類を聞いた結果です。

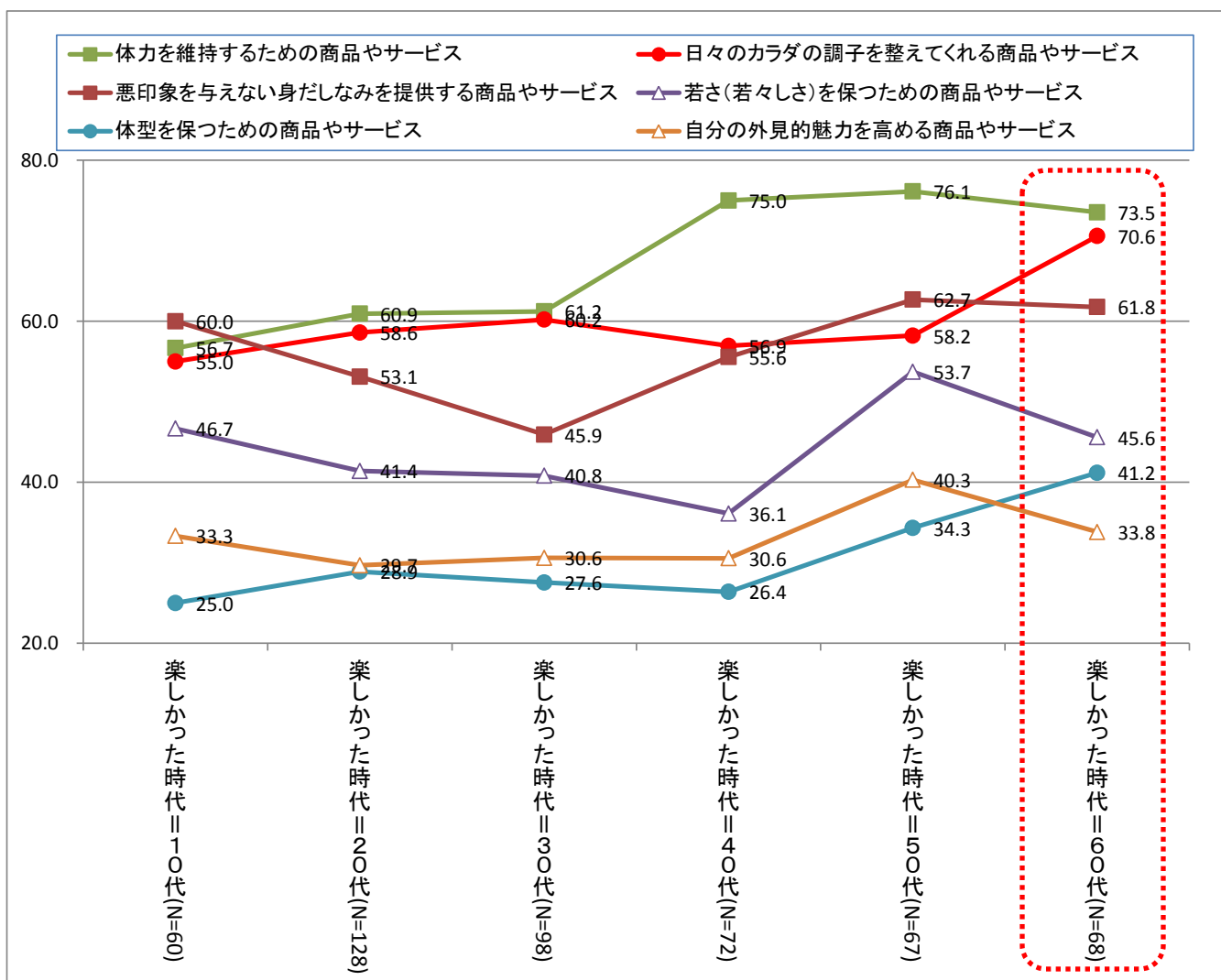
「体力を維持するためのサービス」や「悪印象を与えない身だしなみを提供する商品やサービス」は、一番楽しかった年代が「40代」になると上昇し、「50代」「60代」も高い割合となっています。

また「若さ(若々しさ)を保つための商品やサービス」や「自分の外見的魅力を高める商品やサービス」は、「50代」が一番楽しかったと答えた人が特に高くなっており、「60代」が一番楽しい、と答えた人はそれほど高くありません。

一方「日々のカラダの調子を整えてくれる商品やサービス」「体型を保つための商品やサービス」では、「60代」が一番楽しい、と答えた人が他の層よりぐっと高くなっています。

こうして見ると、「60代＝今」が楽しいと思っている人は、「若さを保とう」とか「外見をキレイにしよう」といった方向にお金をかけるより、「体力・体調・体型の維持・保持」にお金をかける傾向が強いと言えます。つまり、加齢による外見の変化を食い止めようとする「アンチエイジング」よりも、むしろ、加齢を受け入れそれに調和した体調や体型をキープする方向、言わば「エンジョイエイジング」型の消費を重視している、と考えられるのではないのでしょうか。

【図2】<お金を「かけている」商品・サービス> ※四段階の択一回答で「そう思う」と「ややそう思う」の計 単位:% 項目抜粋
～女性60～74歳における「今までの中で一番楽しかったと思える年代」の回答者別



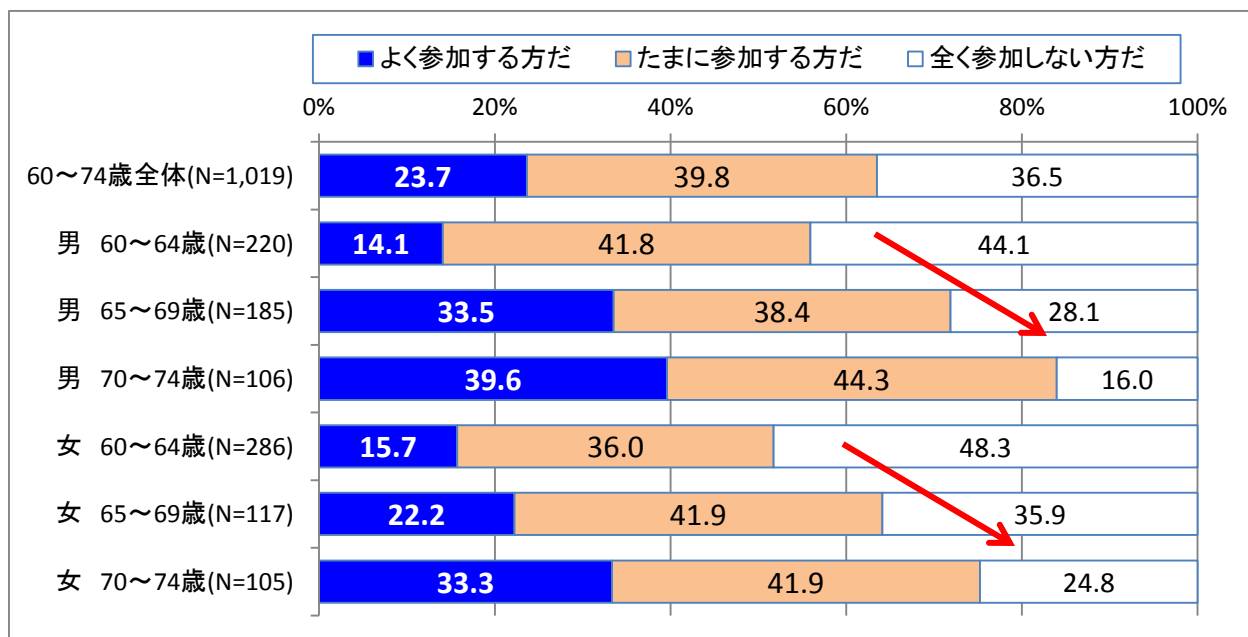
③活発な同窓会・OB会参加。シニア男女の24%が「よく参加」。「たまに参加」を加えると6割強。70代前半では、男性40%、女性33%が「よく参加」と回答。

「同窓会・OB会」への参加状況を聞くと、60歳以上のシニア層は「よく参加する方だ」と答えたのは24%と、ほぼ4人に1人が積極的に参加しているようです。「たまに参加する方だ」を加えると実に6割強が同窓会・OB会に参加している実態が見えてきました。

「(同窓会・OB会に)よく参加する方だ」と答えているのは男女とも60代前半(60～64歳)では14～15%ですが、定年退職者が増える60代後半(65～69歳)では男性33%、女性22%、さらに70代前半(70～74歳)では男性40%、女性33%と、男女ともに年齢が上がるほど参加率が上がっていることが注目されます。「たまに参加する方だ」を加えた割合では男性70代前半は8割を超え、女性70代前半も7割を超えています。男性70代前半で同窓会・OB会に「全く参加しない」という人が僅か16%しかいないという結果も興味深いです。このように、同窓会やOB会がシニア層にとって大変身近な行事となっており、同期・同胞の交流の場として盛り上がっている様子が窺えます。(【図3】参照)

ただ、前々項「楽しかった年代」がシニア層男女で明らかに違うことを勘案すると、同窓会・OB会への参加目的や、会の場で話題にすることも男女で違っている可能性があります。例えば男性陣は昔の仲間と若き日の思い出話に花が咲く一方で、女性陣は楽しい今を共有し、もっと充実させるための情報や知恵を出し合い、新たなネットワークを形成しているのではないのでしょうか。これは、開催する幹事さんも会のセッティングや出し物の企画に留意すべきことかも知れません。

【図3】<同窓会・OB会参加頻度> ※ベース:60～74歳 単位:%



④男性は「学生時代に打ち込んだ趣味」、女性は「今とこれからの趣味」が上位に。 ～シニア層が今行っている趣味における「学生時代に打ち込んだ趣味」の割合

シニア層(ここでは60～74歳)が現在行っている趣味・スポーツは、男女とも「散歩・散策・ウォーキング」や「1泊以上の国内旅行」など、外出を伴う活動が多い、ということをも本レポート第1号(9月14日弊社ホームページ「ニュースリリース」にて配信)でご紹介しました。

そうした趣味・スポーツについて、「学生時代に打ち込んでいたものかどうか」を聞いたところ、別表のような結果となりました。(【表1】参照)

参加者の多い趣味・スポーツの中で、「学生時代に打ち込んだ」と答えた人の割合が多いものは、男性では「音楽鑑賞(クラシック)」が53%のほか、「読書(ミステリー小説)」(50%)、「写真・ビデオ撮影」(41%)、「日曜大工・DIY」(39%)、「ドライブ」(31%)などが挙げられています。また女性では「読書(純文学)」(70%)を筆頭に「手芸」(53%)、「映画館での映画鑑賞」(46%)、「音楽鑑賞(クラシック)」(45%)、「美術館・博物館めぐり」(31%)などが特徴的です。このように、シニア層が今熱中しているものの中には、学生時代に打ち込んだ経験と熱い思いが息づいているものが多くあることが窺えます。

一方「散歩・散策・ウォーキング」「園芸・ガーデニング」「日帰りの国内旅行」など、行っている人は多いものの「学生時代に打ち込んだ」人の割合が低い、つまり社会人になってから始めた、或いは最近打ち込むようになったものがあることも見逃せません。

こういう観点から男女のランキング表を見比べると、学生時代に打ち込んだ人の割合が多い趣味が上位に来ているシニア男性はどちらかと言えば「懐かしの趣味」重視、反対に、学生時代に打ち込んだ人の割合が少ないものが上位に来ているシニア女性は「今とこれからの趣味」重視、と言えるのではないだろうか。

【表1】 現在行っている趣味・スポーツの行為人数と「学生時代に打ち込んだ」人の割合(男女別)

各表の左数字「現在・・・」=現在行っている趣味・スポーツの行為人数(人)。上から行為人数の多い順(全97項目中)

各表の右数字「学生時代・・・」=各趣味・スポーツを現在行っている人のうち、学生の時に打ち込んだ人の割合(%)

順位	60～74歳男性(N=511)	現在行っている人数	学生時代に打ち込んでいた人の割合
1	散歩・散策・ウォーキング	293	18.8
2	1泊以上の国内旅行	233	30.5
3	日帰りの国内旅行	171	23.4
4	園芸・ガーデニング	147	15.6
5	写真/ビデオ撮影	133	41.4
6	ドライブ	132	31.1
7	音楽鑑賞(クラシック)	126	53.2
8	DVDやビデオでの映画・ドラマ鑑賞	124	18.5
9	映画館での映画鑑賞	116	35.3
10	海外旅行	109	11.0
11	読書(時代小説)	106	42.5
12	読書(ミステリー小説)	105	49.5
13	読書(エッセイ・ノンフィクション・教養)	104	38.5
14	日曜大工・DIY	100	39.0
15	美術鑑賞(美術展鑑賞)	97	36.1
16	家庭菜園	96	15.6
17	音楽鑑賞(歌謡曲・演歌)	94	27.7
18	読書(その他の小説・フィクション)	93	28.0
19	ゴルフ	92	20.7
20	温泉めぐり	90	20.0

順位	60～74歳女性(N=508)	現在行っている人数	学生時代に打ち込んでいた人の割合
1	1泊以上の国内旅行	256	26.2
2	散歩・散策・ウォーキング	240	12.1
3	園芸・ガーデニング	226	14.2
4	日帰りの国内旅行	203	18.7
5	料理・お菓子作り・パン作り	202	24.3
6	手芸(編み物・洋裁・刺しゅうなど)	168	53.0
7	映画館での映画鑑賞	165	45.5
8	読書(エッセイ・ノンフィクション・教養)	161	44.1
9	読書(ミステリー小説)	153	52.9
10	海外旅行	148	20.3
11	食歩歩き	139	23.0
12	DVDやビデオでの映画・ドラマ鑑賞	138	5.8
13	美術館・博物館めぐり	137	30.7
14	美術鑑賞(美術展鑑賞)	131	27.5
15	読書(その他の小説・フィクション)	128	43.0
16	音楽鑑賞(クラシック)	124	45.2
17	ペットの飼育	111	21.6
18	家庭菜園	109	9.2
19	読書(時代小説)	102	32.4
20	読書(純文学)	95	70.5

「ADK生活者総合調査」2012

＜調査概要＞

【調査目的】

一般生活者の意識・価値観や、消費行動、生活行動、メディア接触行動などを総合的に把握する

【調査方法】

インターネット調査

【調査地域】

一都三県～東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県

【調査対象と回収サンプル数】

12歳（中学生以上）～74歳男女 10,964人

うち、60歳～74歳男女 1,019人

上段：実数（人）／下段：全体における構成比

	全体 (12-74才)	12-19才	20-29才	30-39才	40-49才	50-59才	60-69才	70-74才
TOTAL	10,964	1,183	1,934	2,432	2,485	1,911	808	211
	100.0%	10.8%	17.6%	22.2%	22.7%	17.4%	7.4%	1.9%
男性	5,565	598	1,001	1,254	1,267	934	405	106
	50.8%	5.5%	9.1%	11.4%	11.6%	8.5%	3.7%	1.0%
女性	5,399	585	933	1,178	1,218	977	403	105
	49.2%	5.3%	8.5%	10.7%	11.1%	8.9%	3.7%	1.0%

【対象者抽出方法】

調査会社が保有するWEBリサーチモニターから抽出

【調査期間】

2012年5月24日(木)～6月13日(水)

【主な調査内容】

- 1) 日常行動
- 2) 生活意識・価値観（食・健康・家族・他）
- 3) 商品の購入・利用状況
- 4) デジタルライフ
- 5) メディア接触状況・評価
- 6) その他