

「人生のピーク」は39歳。5年前とくらべ4歳上昇

— 平均的な日本人像を探る調査・5年間で日本人がどう変わったか —

株式会社アサツーディ・ケイ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：清水與二、以下ADK）では、平均的な日本人像の認識のために、全国一万人を対象に「ADK 日本人の平均調査」を実施しました。日本人のライフサイクルやお金、自分・家族の評価、人付き合い、余暇・旅行、カラダなど多くの視点で調査をしております。このたび、調査結果の速報がまとまりましたのでご案内致します。この調査は2006年11月（5年前）にも実施しており、時系列変化が把握可能です。また、リーマンショック、東日本大震災等を経て、5年の間で平均的な日本人像がどのように変わったかという視点でみることもできます。

ADKでは今後もこうした取り組みを通じて、生活者の大きな変化をくみ取り、質の高いコミュニケーションサービスを提供していきたいと考えております。

以下、調査速報の概要およびデータをご紹介します。

調査結果トピックス**◇「人生のピーク」の平均は39歳。5年前(35歳)と比べ4歳上昇**

～男性は41歳、女性は37歳。

～「オジサン」の定義は39歳。「男の人生のピークはオジサンになってから」。

◇今、60代が一番元気。逆に元気がないのは20代

～「元気度(自己評価100点満点)」は60代の平均が63点。20代50点、30代53点、40代52点、50代56点。60代が最も高く、逆に20代が最も低い。

～「チャレンジ精神(自己評価100点満点)」は60代の平均点が64点で最も高い。

◇20代若者は近場で回遊。逆に年配層は若者より活動範囲が広い

～「日帰りで遊びに行く限界距離」は20代で69km、30代86km、40代85km、50代90km、60代91km。

～遠出の定義は20代で40km、30代で51km、40代で48km、50代で57km、60代で60km。

◇「買い物の失敗で諦められる金額」は8,256円(06年)→4,084円(今回調査) ほぼ半減**◇自信を無くしつつある日本人。リーマンショックや東日本大震災などを経て疲弊**

～「自分自身に値段をつけるとしたら」1億8千万(06年)→1億2千万(今回)へ およそ2/3に。

～「仕事力(自己評価100点満点)」66点(06年)→63点(今回)

「経済力(自己評価100点満点)」48点(06年)→45点(今回)

「自分の性格(自己評価100点満点)」59点(06年)→57点(今回)

「自分のルックス・容姿(自己評価100点満点)」52点(06年)→50点(今回)

「これまでの人生」62点(06年)→60点(今回)

◇友達の平均人数は10人(06年)から15人(今回)に増加。内リアルの友人は10人 ネットのみの友人は4人**本件に関するお問い合わせ先**

価値創造プランニング本部 末永幸三 野中隆弘 稲葉光亮 伊藤 睦 Tel:03-3547-2427
コーポレートセンター社長室広報室 矢島正司 大内尚子 Tel:03-3547-2003

調査詳細及びデータ

「ADK日本人の平均調査」2011

< 調査概要 >

【調査目的】

日本人のライフサイクルやお金、自分・家族の評価、人付き合い、余暇・旅行、カラダなど多くの視点で日本人の平均像を把握する

【調査地域】

日本全国（47都道府県）

【調査対象と回収サンプル数】

15歳～69歳の男女 10,032人

【調査方法】

インターネット調査

【調査期間】

2011年10月5日（水）～10月11日（火）

【調査項目（一例）】

- ・ 預貯金・資産
- ・ 消費金額
- ・ 余暇・旅行
- ・ ビジネスマン・ウーマンの衣類・持ち物
- ・ 自分・家族評価
- ・ 人付き合い
- ・ 日本の住みやすき評価
- ・ カラダ
- ・ ライフサイクル 他

2006年の調査概要

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 【調査地域】 | : 日本全国（47都道府県） |
| 【調査対象と回収サンプル数】 | : 15歳～69歳の男女 10,092s |
| 【調査方法】 | : インターネット調査 |
| 【調査期間】 | : 2006年11月 |

「人生のピーク」の平均は39歳。5年前(35歳)と比べ4歳上昇。

- 男性は41歳、女性は37歳。
- 「オジサン」の定義は39歳。「男の人生のピークはオジサンになってから」

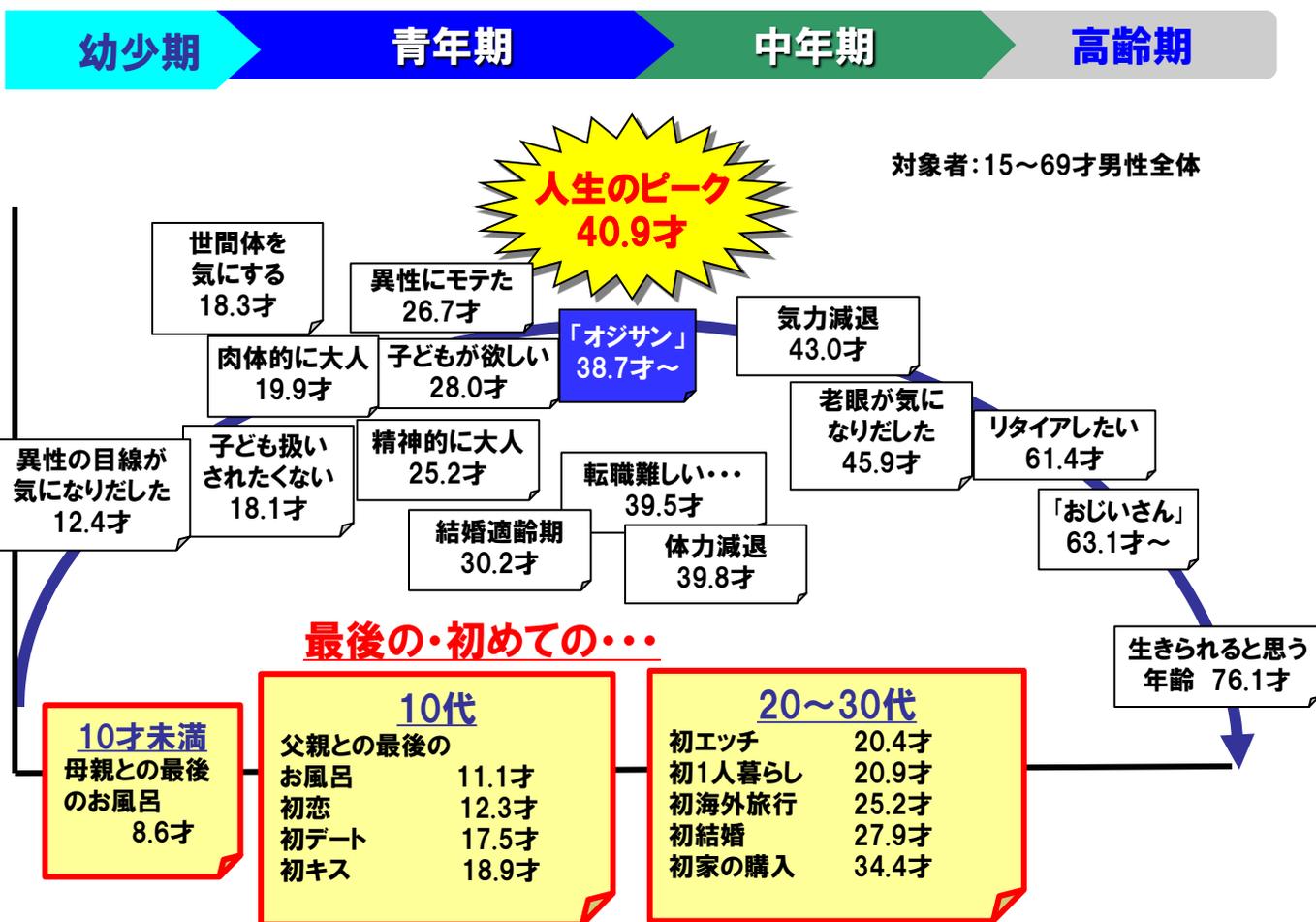
『あなたが「人生のピーク」を迎えた(迎える)年齢は』の回答の平均は39歳で、前回'06年11月に実施した時の平均値(39歳)に比べて4歳も上回っています。

男女別の平均をみると、男性は41歳、女性は37歳で、女性のほうが男性よりも早くピークを迎える結果となっています。

『「オジサン」と呼ばれる年齢は』の男性の回答は平均39歳で、男性における人生のピークの年齢(41才)がオジサンの年齢を上回り、男性のピークは「オジサン」を過ぎてからと解釈することができます。

下記は、日本人男性の平均値をもとにライフサイクルを表したものになります(表1)。

図1 日本人のライフサイクル(男性の例)

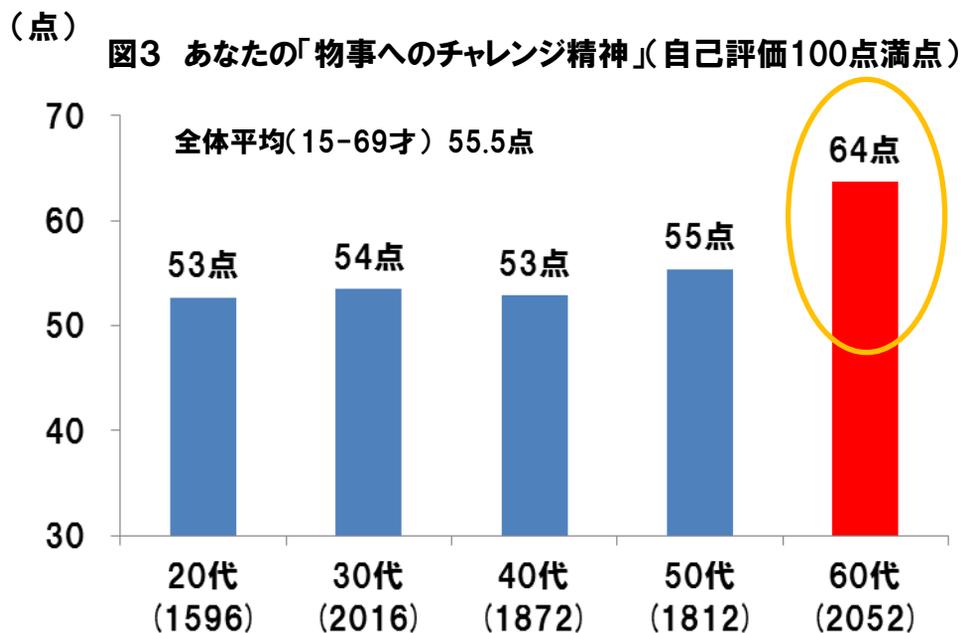
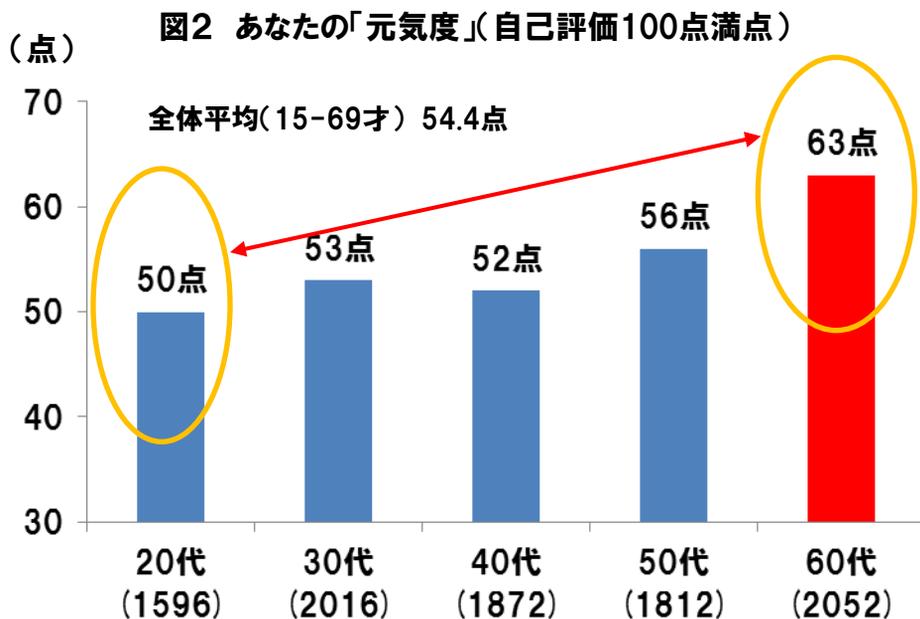


今、60代が一番元気。逆に元気がないのは20代

『あなたの「元気度」(自己評価100点満点)』は60代の平均が63点で最も高く、20代50点、30代53点、40代52点、50代56点で、若者である20代が最も低い結果となっています。

また、『あなたの「物事へのチャレンジ精神」(自己評価100点満点)』でも、60代の平均が64点で最も高くなっています。

元気度、チャレンジ精神ともに60代が最も高く、今の60代の活発さがうかがえる結果となっています。



()はサンプル数

20代若者は近場で回遊。逆に年配層は若者より活動範囲が広い

『日帰りで遊びに行く自宅からの限界距離(kmで自由回答)』は20代で69km、30代で86km、40代で85km、50代で90km、60代で91kmで、20代若者の距離が最も短く、近くで遊んでいることがわかります。逆に50・60代の距離が他の年代と比べ遠くなっています(図4)。

また、『「遠出」といえるのは、自宅から何km以上か(kmで自由回答)』では、20代で40km、30代で51km、40代で48km、50代で57km、60代で60kmと、20代が最も距離が短く、60代が最も長い距離になっています(図5)。

20代若者の活動範囲が特に狭い結果となっていますが、原因としては、若者のクルマ離れが一因として考えられます。

図4 『日帰りで遊びに行く自宅からの限界距離(kmで自由回答)』

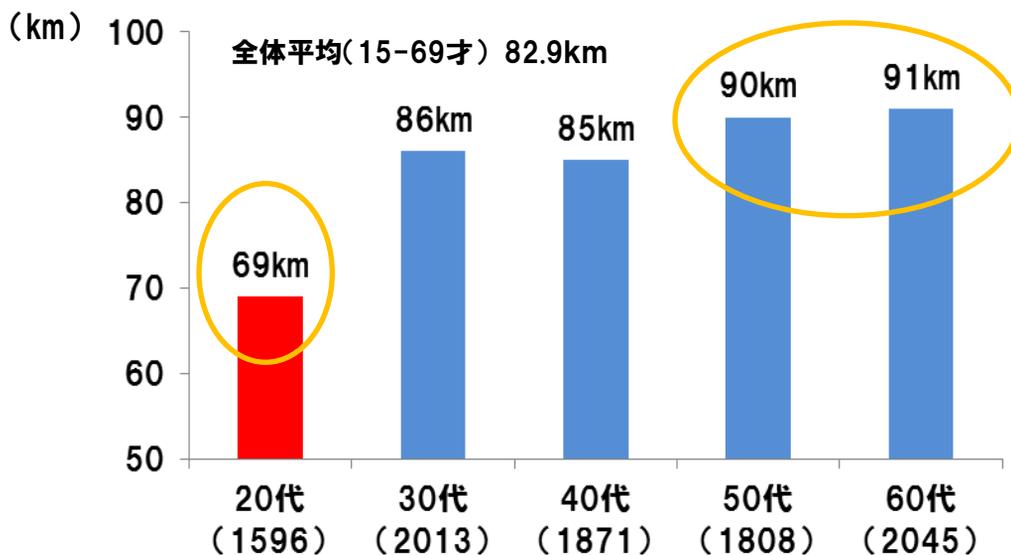
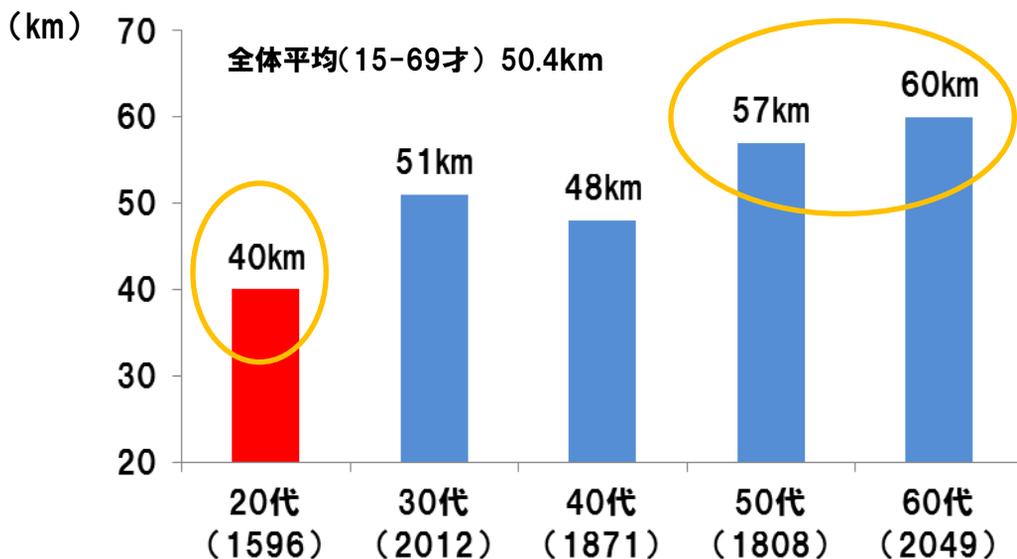


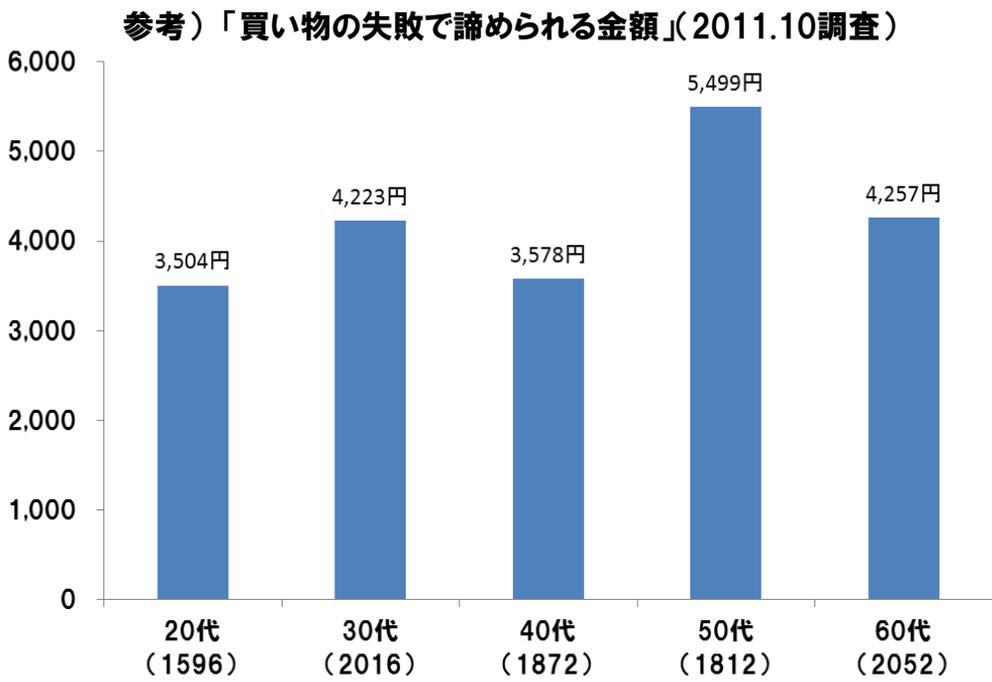
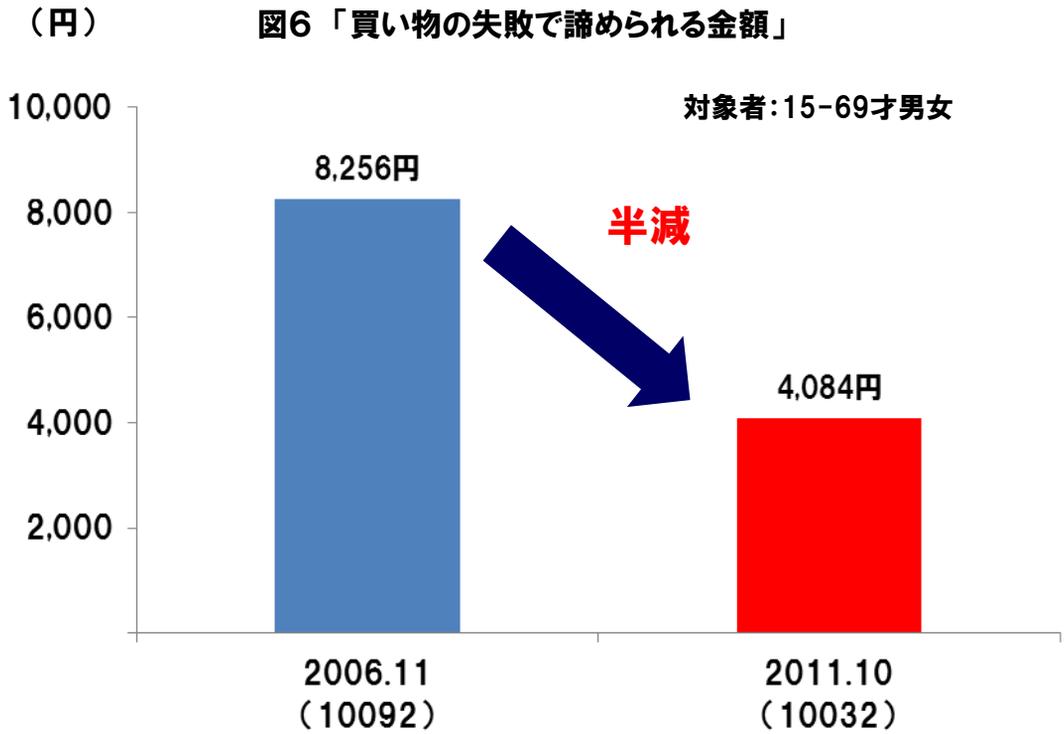
図5 『「遠出」といえるのは、自宅から何km以上か(kmで自由回答)』



()はサンプル数

「買い物の失敗で諦められる金額」は8,256円(06年) →4,084円(今回調査)。 ほぼ半減

「買い物の失敗で諦められる金額は」に対して、5年前('06.11)は8,256円、今回の調査ではおよそ半分の4,084円に低下しています。リーマンショックや震災による消費の自粛など、長引く景気低迷によって、買い物に対して失敗できない・無駄なお金は使えないという気持ちが強くなった結果と考えられます(図6)。



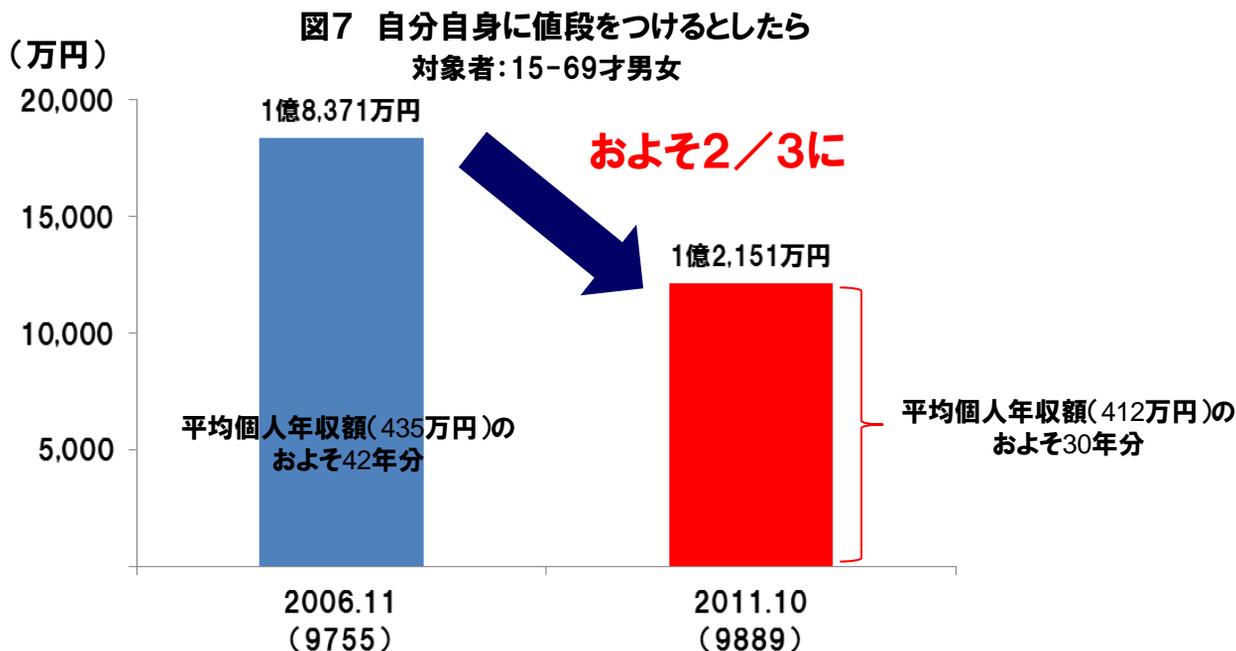
自信を無くしつつある日本人。

リーマンショックや東日本大震災などを経て疲弊

「自分自身に値段をつけるとしたら」の回答は、5年前（'06.11）は1億8,371万円に対して、今回の調査では1億2,151万円で、およそ3分の2まで低下しており、5年前より自分の価値を低く計算していることがわかります。ちなみにこの値段は平成22年の個人年収412万円（国税庁民間給与実態統計調査）の約30年分に相当します（'06は約42年分）（図7）。

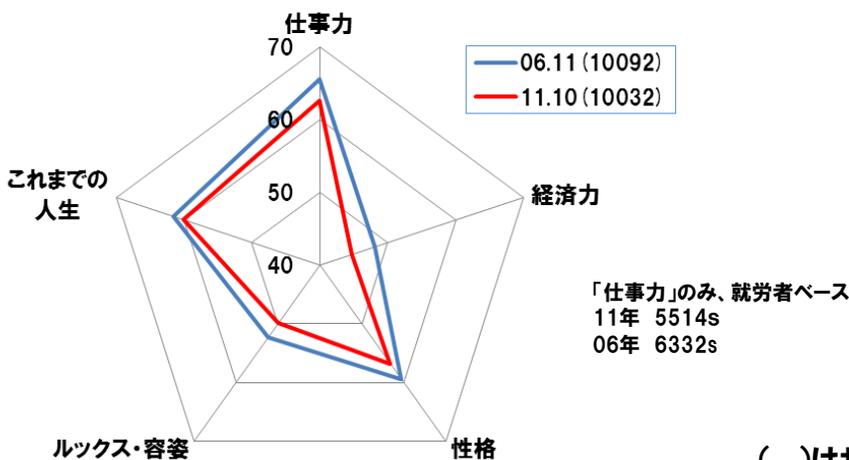
また、自己評価を100点満点で聞くと、仕事力（66点（'06）→63点（'11））、経済力（48点→45点）性格（59点→57点）、ルックス・容姿（52点→50点）、これまでの人生（62点→60点）で、5年前に比べ低下傾向にあり、自分に自信を無くしている様子がうかがえます（図8）。

この5年間に起きたリーマンショックや東日本大震災など生活に大打撃を与える出来事によって、生活者の意識が疲弊していることがうかがえる結果となっています。



参考：国税庁 平成22年（'10）民間給与実態統計調査結果 個人年収：412万円
平成18年（'06）民間給与実態統計調査結果 個人年収：435万円

図8 「自己評価(100点満点)」
対象者：15-69才男女(仕事力に関しては就労者ベース)

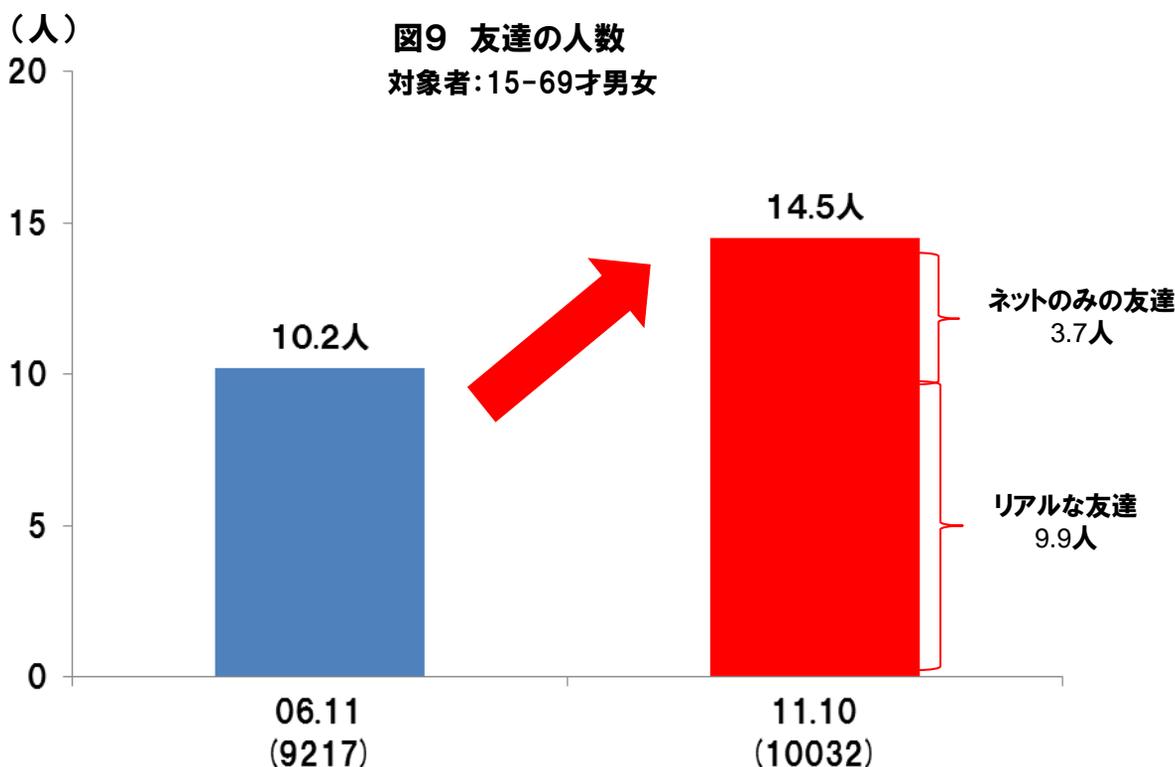


()はサンプル数

友達の平均人数は10人(06年)から15人(今回)で増加。 内リアルな友人は10人。ネットのみの友人は4人

友達の人数は、5年前('06.11)が平均10人に対して、今回の調査では15人に増加しています。友達の内訳をみるとリアルな友人の数が10人、ネットのみの友人が4人になっています。しかし、友達が増加している一方で、悩み事を相談できる友達は3人弱で、5年前とほとんど変化がみられません。

友達が急増した理由として、ネットを介した友人が増加していると考えられ、友達の形や意味合いも変化していると考えられます(図9)。



※06.11調査では「ネットのみ」、「リアルな」友達については聴取していません。

()はサンプル数

悩み事を相談できる友達は

2.7人('06.11) → 2.8人(今回)