

新大人研レポートV「新しい大人世代“のお金に関する意識”

ようやく活性化しつつある団塊消費。 退職金の使い道は、「旅行」「ライフスタイル」「投資」から。

- ・退職金の使い道、1位が国内旅行53.3%、2位が海外旅行37.7%、3位がリフォーム・建替え34.9%。旅行やライフスタイル関連に積極的に消費するなど、団塊世代の消費は徐々に本格化。
- ・退職前の意向と比較をすると、退職金の実際の使い道として割合が高いのが、リフォーム、普段の食事、株・投資信託など、投資と新しい大人のライフスタイル作りにお金を使っている。
- ・40～60代は、「新しい消費やライフスタイルを担ってきた」という自負があり、食べ歩き、ガーデニング、洋画観賞にお金と時間を使いたいと思っている。

40～60代の意識が従来の常識から大きく変わり、いまや「絶滅!?する中高年」とでも言うべき状況が現れています。「博報堂 エルダナーナレッジ開発 新しい大人文化研究所」では、人生を前向きにとらえ、若々しくありたいとする新たな40～60代を総称して「新しい大人世代」と名づけ、彼らの志向や生活を探る様々な調査を実施しています。このたび、全国の40～60代の男女3708名に向けた調査から、40～60代のお金に関する意識についての分析結果をまとめましたので、ご報告いたします。

分析結果からは、40～60代の新しい大人世代が、健康を気遣いながらも、食べ歩きやエンタメ、文化的な娯楽に対して強い関心を持っていることが明らかになりました。従来の枯れていく中年・老後観ではなく、「より人生を楽しみ前向きに暮らしていきたい」という意識が顕著です。また「リタイアした団塊世代が予想したほど消費を行わない」と一時期は言われましたが、リーマンショックの影響も和らいで徐々に本来の消費意欲が活性化してきています。

リタイアした団塊世代(60代前半)に対して退職金の使い道について尋ねたところ、1位が国内旅行53.3%、2位が海外旅行37.7%、3位がリフォーム・建替え34.9%という結果となり、旅行やライフスタイル関連に積極的に高額消費をしていることが分かりました。特に、退職前の意向よりも実際に退職金を消費している割合が高いのが、リフォーム、普段の食事、株・投資信託などです。団塊世代が消費を徐々に本格化し、とりわけ「旅行」「ライフスタイル」「投資」を中心に新しい大人文化をリードしはじめました。

また、40～60代に対して、自分が属する年代についての意識を尋ねたところ、「新しい消費やライフスタイルを作ってきた」と回答した方が6～7割、今後も消費・ライフスタイルをリードしていくと回答した方も4割強と、「消費やライフスタイルのリーダー」としての強い自負が伺われました。今後、お金や時間をかけたいのは、食べ歩きが3割弱でトップ。そして、映画・美術館/博物館利用などのエンタメや文化活動が続き、特に女性を中心に関心が高いことが分かりました。

40～60代に対して、1ヶ月あたりの食費とこづかいの金額を調べたところ、食費は平均4万8300円、こづかいの金額は、3万1400円。年代が上がる程金額が上昇し、一番お金を掛けているのが60代で食費5万2700円、こづかい3万3260円。子育てが完全に終了し、夫婦二人の普段の生活にお金をかける傾向にあるようです。

■ 団塊世代（60代前半）の退職金の使い道は、国内旅行、海外旅行、リフォームがトップ3。旅行やライフスタイル関連に消費。6位にはドライブ・クルマも。

■ お金を「貯める」ことを常識としていた従来のリタイア層と異なり、株・投資信託など、お金を「殖やす」ことに積極的。一方、国内旅行・海外旅行・リフォームなど、「高額消費」を始めている。本格的に団塊消費がはじまりつつある。

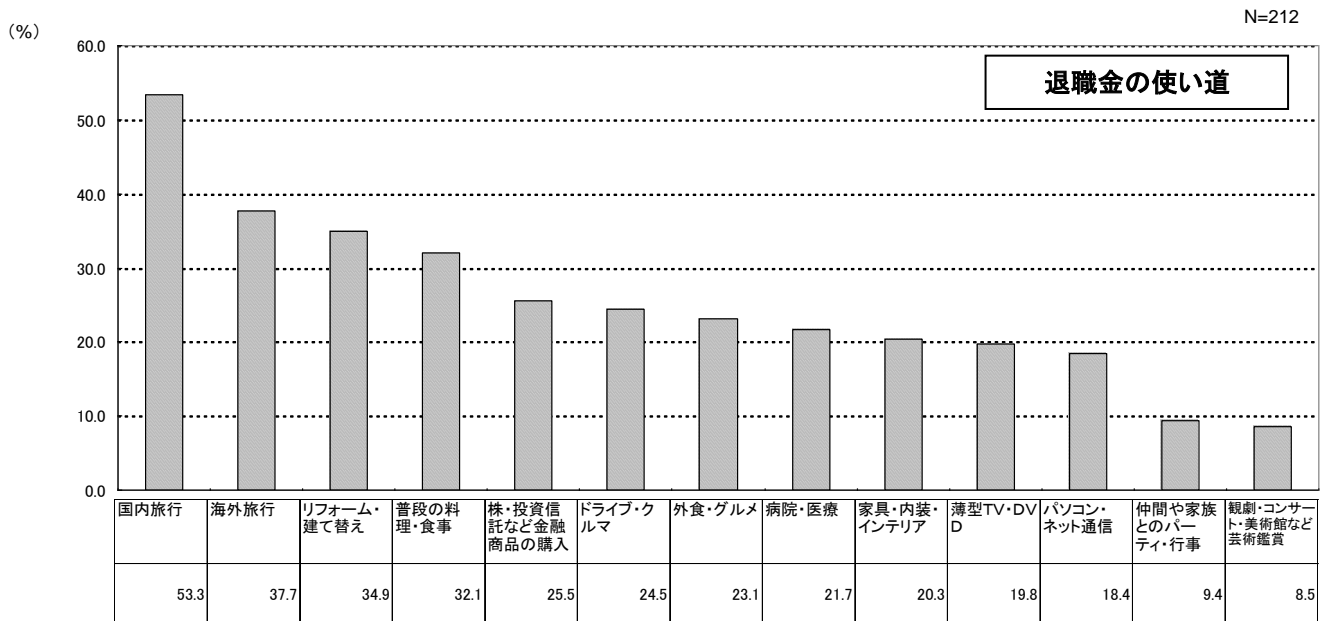
リタイア前(2007年)の団塊世代に対して退職金の使い道の意向を尋ねたときに1位・2位を占めた、「国内旅行」「海外旅行」がようやく現実のものとなりつつあります。

リタイアした団塊世代(60代前半)に退職金の使い道を聞いたところ、1位が国内旅行53.3%、2位が海外旅行37.7%、3位がリフォーム・建替え34.9%と、旅行や住まいに積極的にお金をかけていることが分かりました。さらに、4位: 普段の料理・食事、5位: 株・投資信託など金融商品、6位: ドライブ・クルマという結果となり、投資やライフスタイル関連に積極的にお金を使う傾向にあります。人生を楽しもうとする団塊世代の特徴がよくあらわれた結果です。

リタイア前(2007年)に団塊世代に対して「定年後にお金をかけたいもの」について尋ねた結果と比較をすると、退職前の意向よりも実際に退職金を消費している割合が高いのが、リフォーム、普段の食事、株・投資信託などでした。退職金は貯蓄だけでなく「投資」に回し、すなわち“お金自身に働いてもらってお金を殖やし”、それを基に住と食を拡充して「新しい大人のライフスタイル」作りをする、という退職金の使い方が、団塊世代からは主流になってくると予想されます。

全体傾向として、「旅行」と「リフォーム」というように「高額消費」をはじめていることは大きな特徴です。「新しい大人文化」を生むベースとなる「新しい大人のライフスタイル」を、団塊世代は退職金を使ってリードしはじめた、と言えます。

Q. 退職金をどのように消費しましたか (あてはまるもの全て、退職金を消費に使うと回答した団塊世代を対象)



【参考】定年後にお金をかけたいもの[2007年] (あてはまるもの全て、退職金を消費に使うと回答した団塊世代を対象)

(%)

N=357

国内旅行	海外旅行	パソコン・インターネット関連機器	外食・グルメ	芸術鑑賞(音楽・映画・美術など)	仲間や家族とのパーティ・行事	住宅のリフォーム	金融商品の購入(株式投資を含む)	音響機器・映像機器(ホームシアターなど)	普段の料理・食事	ドライブ・クルマ	病院・医療(健康診断含む)	内装・インテリア
56.9	47.7	38.4	31.1	27.2	26.7	25.1	23.4	22.9	21.5	20.7	18.0	16.6

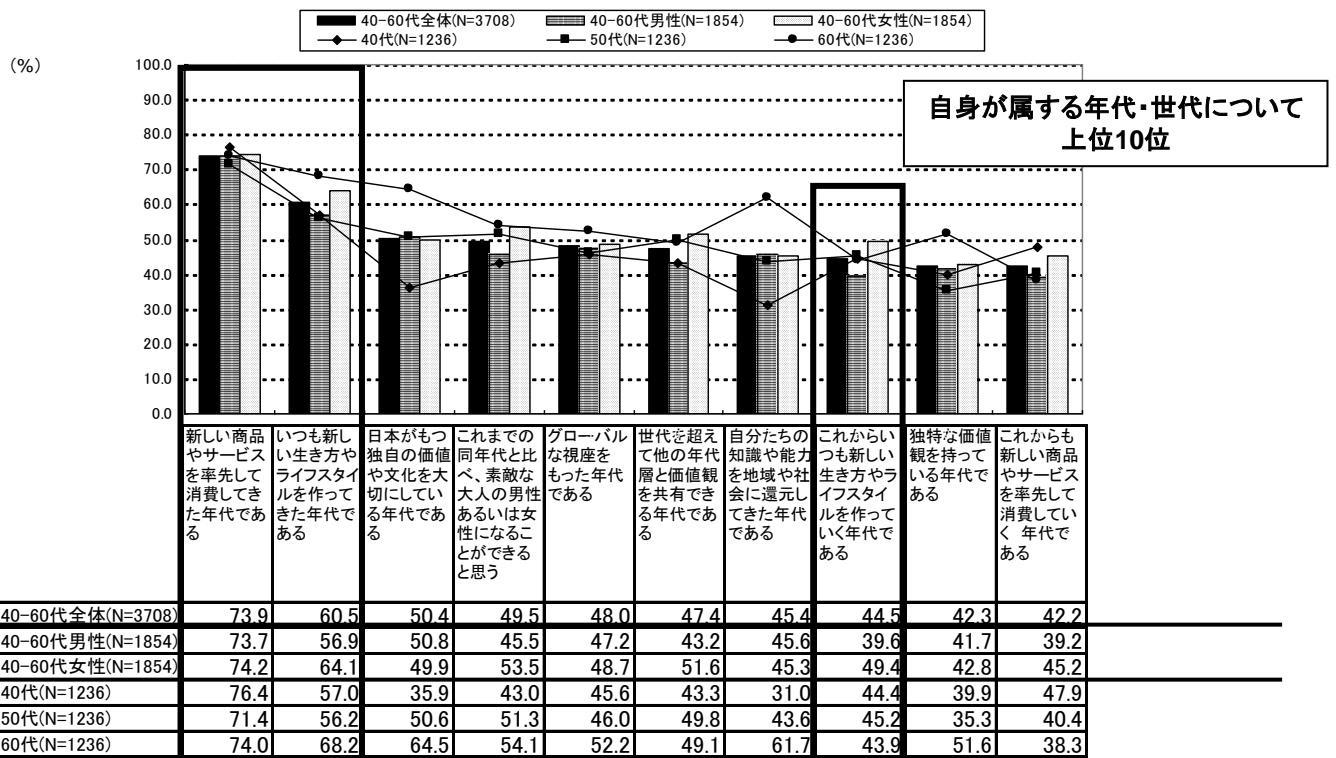
■ 消費とライフスタイルをリードしてきた年代と強い自負をもつ新しい大人世代。
 ■ 今後お金や時間をかけたいのは、食べ歩き、ガーデニング、洋画鑑賞がTOP3。

40～60代の新しい大人世代に対し、自分が属する年代についての意識を尋ねたところ、新しい消費やライフスタイルを作ってきたと回答の方が6～7割、今後も消費・ライフスタイルをリードしていくと回答した方も4割強と、“消費やライフスタイルのリーダー”としての強い自負が伺われました。

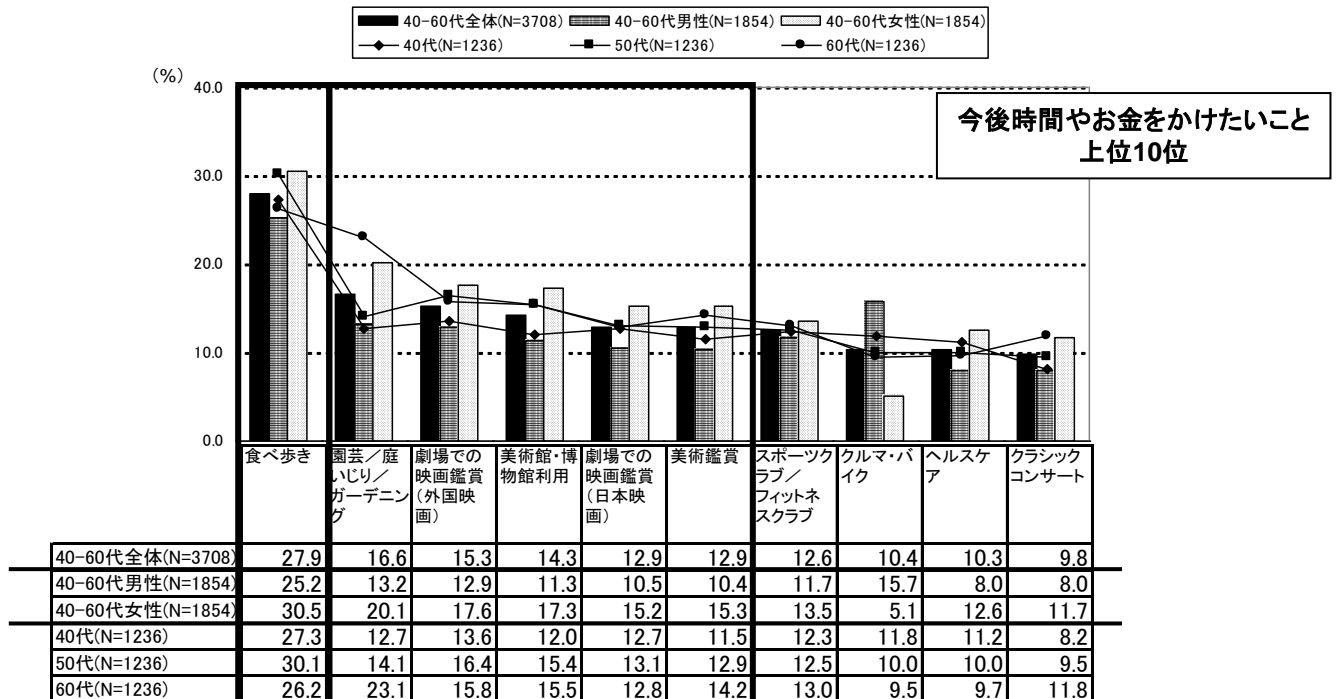
今後、お金や時間をかけたいのは、食べ歩きが3割弱でトップ。ガーデニング・映画・美術館/博物館利用などのエンタメや文化的娯楽がこれに続き、特に女性を中心に関心が高いことが分かります。また、スポーツクラブ、ヘルスケアなど、健康維持・向上も強い関心事のようです。

男女を比較すると、男性は特にクルマ・バイクへの関心が高いことが分かります。また、年代で比較して見ると、60代がガーデニングに強い興味を示しています。

Q.ご自身が属する年代・世代についておうかがいします。あなたのお気持ちに近いものをお選びください。（「そう思う」「ややそう思う」計）



Q.あなたが今後お金や時間をかけたいと思っていることをそれぞれお選びください。（あてはまるもの全て）



■ 1ヶ月あたりの食費は5万円弱。こづかいは3万円強。
 ■ 年代が上がるほど、普段の食事・こづかいにお金をかける傾向。
 一番お金をかけているのは、リタイアした60代。

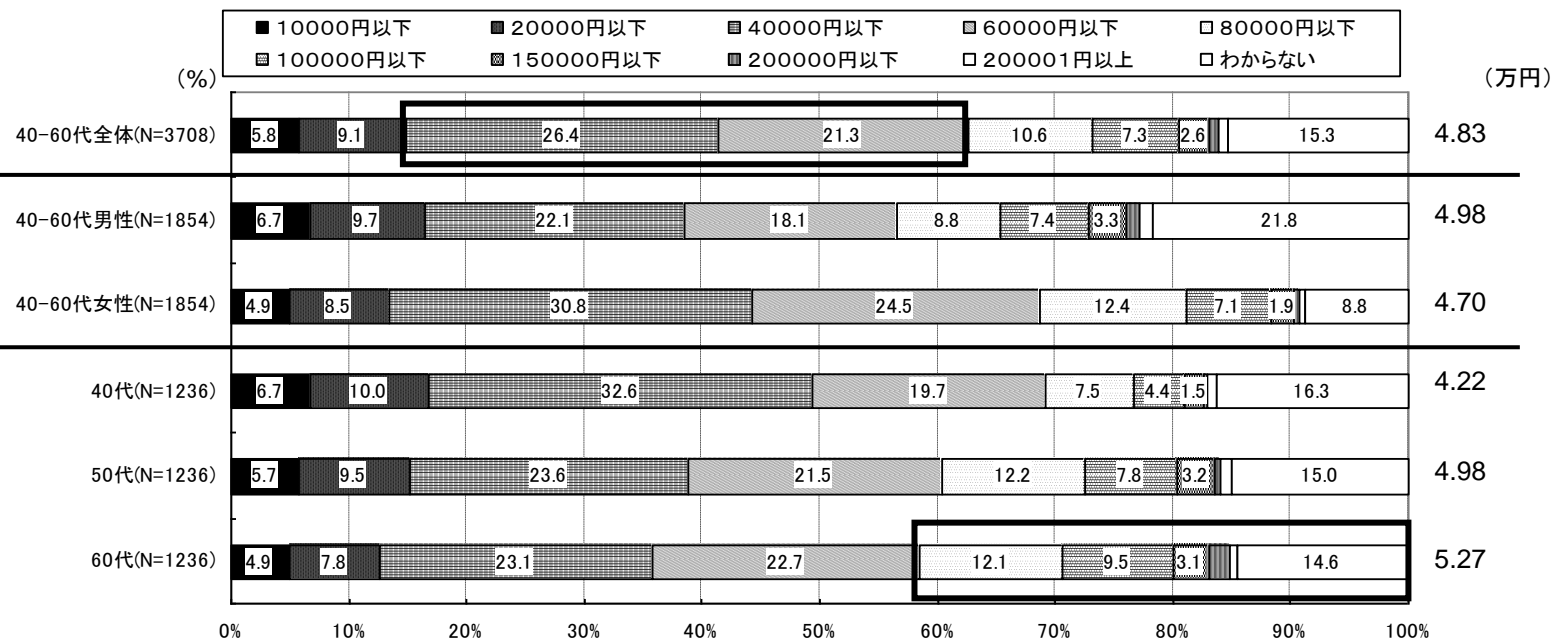
40～60代の新しい大人世代の1ヶ月あたりの食費とこづかいの金額を調べたところ、食費は平均4万8300円、こづかいの金額は、3万1400円。

ボリュームゾーンを見ると、食費は4万～6万円、こづかいは1万～3万円。食費よりもこづかいの方が、回答にバラつきが見られるのが特徴的です。

年代で比較すると、年代が上昇するほど金額が上昇。一番お金を掛けているのが60代で、食費5万2700円、こづかい3万3260円という結果になりました。子育てが完全に終了し、夫婦二人の普段の生活にお金をかける傾向にあるようです。

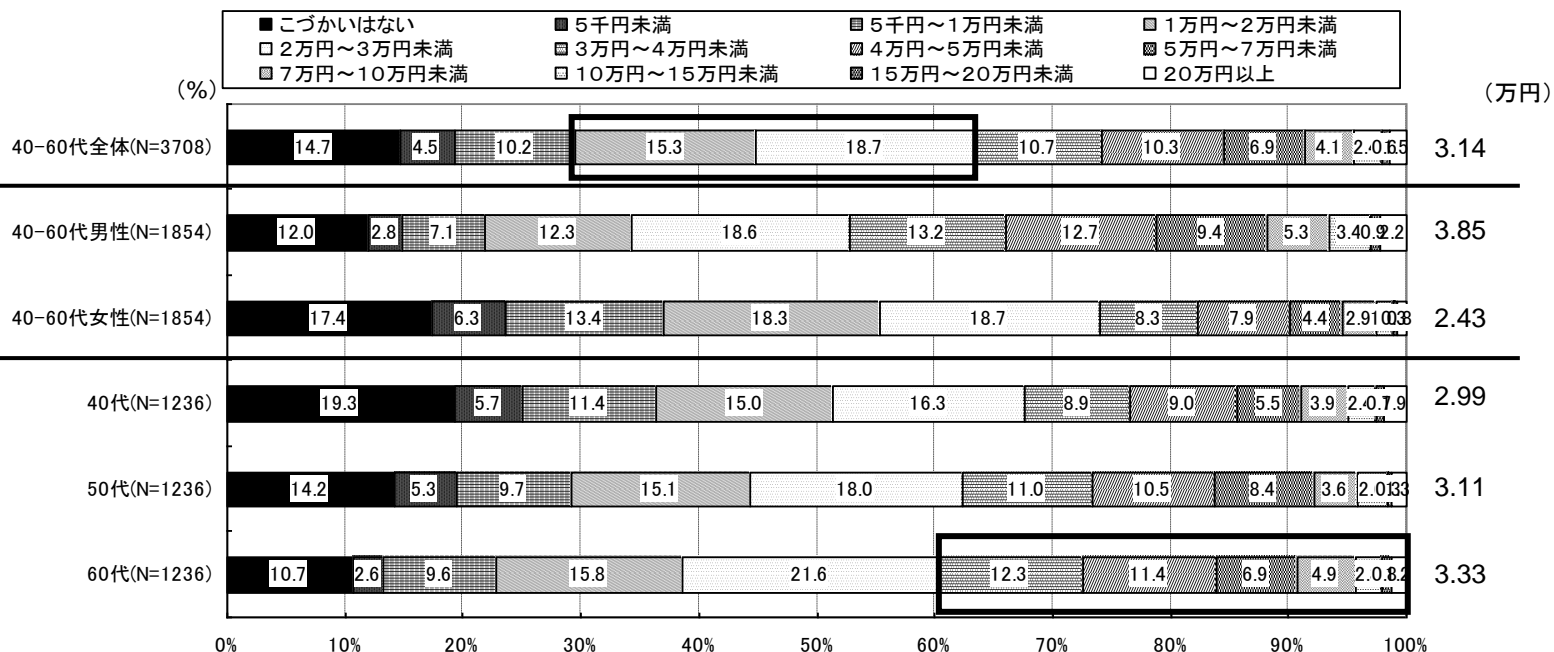
Q. 1ヶ月あたりの外食費を除く、ご家庭の食費支出をお知らせください。(あてはまるものを一つだけ)

一ヶ月の家庭内食費



Q.自由に使えるあなたの1ヶ月の「こづかい」をお知らせください。(あてはまるものを一つだけ)

一ヶ月のこづかい



◇調査概要◇

調査主体:博報堂 エルダナーレッジ開発 新しい大人文化研究所

調査時期:2011年9月9日(金)~10月3日(月)

調査対象:40~69歳男女 合計3708名(男性1854名 女性1854名)

40代(1236サンプル) 1963~1972年生...バブル世代が中心となる層

50代(1236サンプル) 1953~1962年生...ポスト団塊世代が中心となる層

60代(1236サンプル) 1943~1952年生...団塊世代が中心となる層

調査方法:インターネットアンケート調査

調査エリア:首都圏および全国の中小都市

(※全国の中小都市=北海道札幌市、宮城県仙台市、新潟県新潟市、静岡県静岡市、浜松市、愛知県名古屋市、京都府京都市、大阪府大阪市、堺市、兵庫県神戸市、広島県広島市、福岡県北九州市、福岡市、岩手県、宮城県、福島県を除く全地域)

参考資料

博報堂 エルダナーレッジ開発 新しい大人文化研究所(旧:エルダナービジネス推進室) 過去のレポート一覧

- ・HOPEレポートⅠ 元気で意欲的な「ニューエルダー」の登場 (2001.5.21)
- ・HOPEレポートⅡ エルダナー世代から見て公共サービスや高齢者への工夫はどの程度進んでいるのか(広告分野含め) (2001.7.10)
- ・HOPEレポートⅢ エルダナー世代が現在楽しみにしている付き合い・コミュニケーション (2001.8.21)
- ・HOPEレポートⅣ 65歳以上の「親」世代が「子」「孫」世代とどうコミュニケーションしているのか(3世代コミュニケーション) (2001.9.7)
- ・HOPEレポートⅤ エルダナー層のお金に対する意識調査 (2001.11.9)
- ・HOPEレポートⅥ いま、ラジオがエルダナーを動かす (2001.11.29)
- ・HOPEレポートⅦ エルダナー世代の旅は「夫婦二人きりで、贅沢に！」 (2002.3.26)
- ・HOPEレポートⅧ 50代男女に聞いた「言われてうれしい言葉」~[50代調査速報] (2002.7.12)
- ・HOPEレポートⅨ 65歳以上のパソコン使用率:2年間で2.7倍、携帯電話使用率は2倍 (2002.10.21)
- ・HOPEレポートⅩ エルダナーの3分の2はお金に苦労しない~「50代・60代のお金に関する意識」(2003.3.11)
- ・HOPEレポート増刊 「新しい大人文化」創造のヒント(公式)を発表します。開けひま。 (2003.10.8)
- ・HOPEレポートⅩⅠ 夫だけが信じる「ウチは大丈夫」~「50代夫婦のパートナー評価」 (2003.12.12)
- ・HOPEレポートⅩⅡ 3食きっちり、エルダナーは食べることが楽しみな「食生活優等生」 「エルダナーの食生活調査」 (2004.2.19)
- ・HOPEレポートⅩⅢ 「いまは健康」だが、「今後の健康」・「病気のお金」に強い不安。 (2004.4.22)
- ・HOPEレポートⅩⅣ 3世代とも「他世代と、もっとコミュニケーション」したい。 (2004.7.14)
- ・HOPEレポートⅩⅤ 団塊リサーチ(1) 「団塊夫婦の定年意識」に関する調査 (2004.9.8)
- ・HOPEレポートⅩⅥ 団塊リサーチ(2) 「団塊世代のエンタテインメント消費調査」(2005.4.15)
- ・HOPEレポートⅩⅦ 団塊リサーチ(3) 「団塊世代のファッション実態調査」(2005.7.20)
- ・HOPEレポートⅩⅧ HOPEサーベイ2005 最新データ「エルダナーの情報縁とタッチポイント」(2005.9.8)
- ・HOPEレポートⅩⅨ 「団塊世代~定年(引退)後のライフスタイル調査」(2005.10.15)
- ・HOPEレポートⅩⅩ 「団塊男性、定年後に目指す『男のロマン』調査」 (2006.5.10)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅠ HOPEサーベイ2006 「団塊世代 人生60年の棚卸し」 (2006.11.24)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅡ 「団塊世代 60歳以降の人生設計」 (2007.2.20)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅢ 2007年団塊リタイヤ開始(1) 「団塊世代 退職金の使い方」 (2007.4.26)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅣ 2007年団塊リタイヤ開始(2) 「団塊世代 今後の生活と暮らし方」 (2007.6.26)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅤ 2007年団塊リタイヤ開始(3) 「夫婦の関係」(2007.7.24)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅥ “絶滅!?する中高年”ジーンズフィフティ・インフルエンサーの登場 (2009.2.5)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅦ 団塊夫婦調査(1) 「夫婦はやはり“すれ違い”!?」 (2009.4.9)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅧ 団塊夫婦調査(2) 「夫婦関係改善の手立て」 (2009.4.20)
- ・新大人研レポートⅠ “新しい大人世代”の人生のとらえ方(2012.1.19)
- ・新大人研レポートⅡ “新しい大人世代”の言われて嬉しい言葉(2012.2.1)
- ・新大人研レポートⅢ “新しい大人世代”のコミュニケーション(2012.4.16)
- ・新大人研レポートⅣ “新しい大人世代”の健康意識(2012.5.31)

「博報堂 エルダナーレッジ開発 新しい大人文化研究所」とは

当研究所は、「博報堂エルダナービジネス推進室」(2000年設立)を前身とし、2011年2月に設立された、40~60代生活者の意識・行動を研究する専門組織です。従来の中高年齢層の間で一般的であった意識やライフスタイルとは異なる、新しい40~60代が誕生しています。当研究所では、年を重ねるごとに前向きな意識を持つ、この新しい中高年齢層生活者を「新しい大人」と名づけ、少子高齢化社会にプラスのインパクトを与える重要な存在として調査・研究および企業向けコンサルティング業務を行っています。