

新大人研レポートⅩⅡ いま高齢社会は“新しい大人社会”へと大きく変化 その⑤

「従来の運転控えめ高齢者から “ドライブを楽しむ新しい大人” へ」

団塊含む60代男性は、63.4%が運転をつづけたい。 利用目的1位は、奥さんと二人でドライブ。

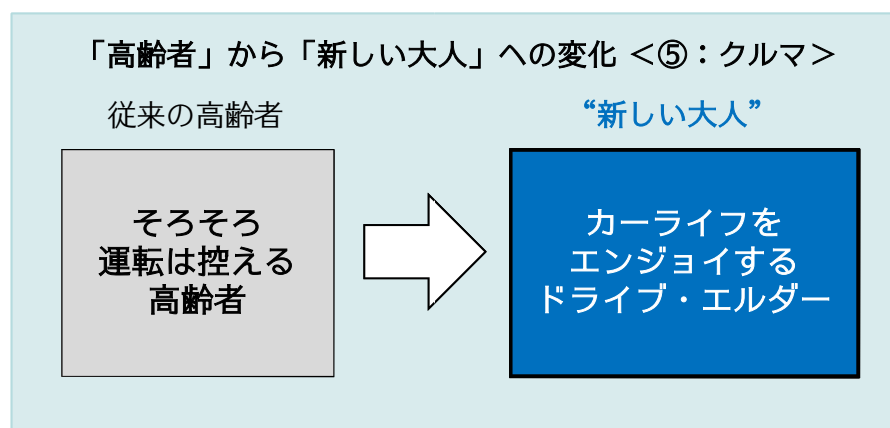
- ・60代男性、現在運転している人の約6割が「まだまだクルマを利用し運転したい」と考えている。
- ・60代男性のクルマの利用目的は「日常の足」だけでなく、「配偶者・パートナーとのドライブ」が上位に。
- ・新しい大人世代全体の今後乗りたいクルマのポイントは「経済性」「運転のしやすさ」「ハイブリッド」。

いま40-60代生活者が「日本の高齢社会を大きく転換」しようとしています。会社は退職しても社会はリタイアしない人たちが増えています。「博報堂 新しい大人文化研究所」は、これらの世代を総称して“新しい大人世代”と名付け、調査研究を行っています。昨年（2012年度）は『絶滅!?する中高年ー“新しい大人世代の登場”』と題して連続レポートを発表してきました。このたび新たに全国40-60代男女に対する調査を実施し、分析を行った結果、**高齢社会が“新しい大人社会”へと転換する「兆し」**が見えてきました。新しい大人世代、とりわけ、リタイアした60代の団塊世代が、今ようやく動き出し、日本の高齢社会そのものが、生活者の力で大きく転換しようとしています。調査結果から読み取れる変化の兆しを、生活のさまざまな角度からご報告します。

その⑤は、「クルマ」です。

従来、高齢者といえば「運転を控える」というのが、一般的なイメージでした。今回の調査から、奥さんと二人で旅行やレジャーをしたい「ドライブ・エルダー」へと変化してきていることがわかりました。特に、リタイアした60代団塊世代男性にその傾向が最も強く表れています。若いときに”二人でドライブデート”をして「クルマ文化」をつくり、その後も発展を支えてきた世代だからだといえるでしょう。

新しい大人世代は、自分たちの生活をより豊かで充実したものにするために、積極的に自分にあった車種・機能を選択し、快適なカーライフを望む「ドライブを楽しむ新しい大人」へと変化しています。今年の「東京モーターショー2013」でも、メーカー各社から多様性に富んだ車種が続々と発表され話題となりましたが、最新技術による安全性能を備えたさまざまな車種の登場により、加齢に伴う運動能力・判断力の低下といった不安が解消され、今後ますます運転意欲の向上へと繋がっていくと思われます。この変化は、まさに高齢社会そのものが変わる兆です。40-60代が概ね、その傾向にあるため、これが一過性のものでなく、今後、少なくとも20年は続き、高齢社会全体を大きく変えて行くと見られます。



<調査結果>

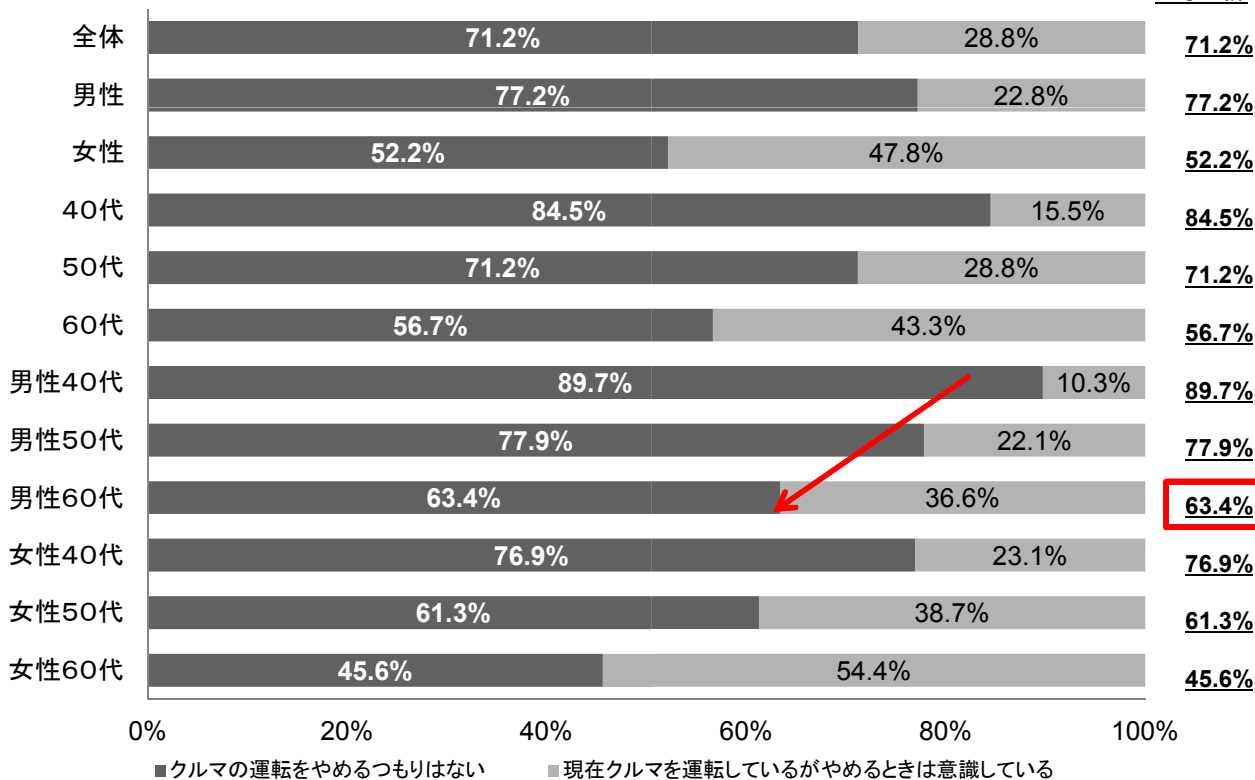
■運転率は世代問わず男性が高い傾向（表1）、世代別でも60代男性の81.8%（表1）*、が現在も運転している。自家用車の保有状況は、40-60代の新しい大人世代全体で75.8%が保有。

■今後も「運転」に意欲的な60代男性(63.4%) まだまだ運転を楽しみたい。

40-60代の新しい大人世代全体で現在も運転している人に今後の運転意向を尋ねたところ、男性60代の63.4%（図1）はこれからも運転すると回答、男性は年代が上がるにつれ減少傾向にあるものの、運転に対する意欲が非常に高いことがわかりました。また、運転をやめる時期を意識している人に、やめようと思う年齢を尋ねたところ68.2%（表2）が「70代」と答えました。

（図1）今後のクルマの運転意向について（運転している人ベース） n=1933

運転をやめるつもりはない計



（表1）自家用車の保有状況、運転状況

	サンプル数	クルマが自宅にあり自分で運転している	クルマが自宅にありが、自分は運転していない	クルマは自宅にないが、クルマを自分で運転することがある	クルマは自宅にないが、自分は運転していない	自家用車有り計
全体	2700	62.3	13.5	5.3	18.9	75.8
男性	1350	74.6	2.7	8.0	14.7	77.3
女性	1350	50.0	24.2	2.6	23.2	74.2
40代	900	61.3	12.6	6.3	19.8	73.9
50代	900	65.2	12.8	5.1	16.9	78.0
60代	900	60.3	15.1	4.4	20.1	75.4
男性40代	450	72.7	2.7	8.4	16.2	75.3
男性50代	450	76.0	2.4	8.9	12.7	78.4
男性60代	450	75.1	3.1	6.7	15.1	78.2
女性40代	450	50.0	22.4	4.2	23.3	72.4
女性50代	450	54.4	23.1	1.3	21.1	77.6
女性60代	450	45.6	27.1	2.2	25.1	72.7

*男性60代 クルマが自宅にあり運転している(75.1%) +クルマは自宅にないが運転することがある(6.7%) = 合計81.8%

（表2）クルマの運転をやめようと思う年齢について（運転している人でやめるときを意識している人ベース）

	サンプル数	50~54歳	55~59歳	60~64歳	65~69歳	50代計	60代計	70代計	80代計	90歳以上
全体	556	0.7	0.2	4.3	14.0	0.9	18.3	68.2	11.5	1.1
男性	265	0.4	-	2.3	9.1	0.4	11.3	71.3	15.1	1.9
女性	291	1.0	0.3	6.2	18.6	1.4	24.7	65.3	8.2	0.3
40代	103	2.9	1.0	12.6	13.6	3.9	26.2	62.1	5.8	1.9
50代	193	0.5	-	5.2	17.6	0.5	22.8	64.8	11.4	0.5
60代	260	-	-	0.4	11.5	-	11.9	73.1	13.8	1.2
男性40代	40	-	-	5.0	10.0	-	15.0	75.0	5.0	5.0
男性50代	88	1.1	-	3.4	12.5	1.1	15.9	65.9	15.9	1.1
男性60代	137	-	-	0.7	6.6	-	7.3	73.7	17.5	1.5
女性40代	63	4.8	1.6	17.5	15.9	6.3	33.3	54.0	6.3	-
女性50代	105	-	-	6.7	21.9	-	28.6	63.8	7.6	-
女性60代	123	-	-	-	17.1	-	17.1	72.4	9.8	0.8

■今後の利用スタイルは、「買物などの日常的な足」と「配偶者・パートナーとの旅行・ドライブ・レジャー」が上位に。配偶者とのドライブ意向は、男性が高く、世代が上がるにつれてさらに高まる傾向。女性は世代が上がるにつれて「買物などの日常的な足」が1位に。

利便性だけでなく、生活をアクティブに楽しく過ごすための道具としても、クルマは新しい大人世代には不可欠となることが伺えます。

(表3)今後のクルマ利用スタイルについて(クルマに乗りたい人ベース)

	サンプル数	親の介護や病院への送迎	やドライブ・レジャー 家族そろっての旅行	レジャー との旅行やドライブ 配偶者・パートナー	友人・知人との旅行	孫とのドライブ	買物などの日常的な足	移動手段(つりや山 自分の趣味のための 歩きなど)	自分で運転を楽しむ	その他	あてはまるものはない
全体	2288	23.1	47.9	59.2	28.1	15.5	72.7	38.0	36.1	0.7	10.1
男性	1193	20.1	47.9	64.8	26.9	17.6	70.0	46.8	47.6	1.0	8.8
女性	1095	26.4	47.9	53.2	29.3	13.2	75.6	28.4	23.5	0.5	11.5
40代	773	21.5	53.4	56.9	34.4	11.5	69.6	37.4	40.8	0.9	10.3
50代	793	26.7	46.0	57.3	26.0	13.2	74.3	38.3	35.1	0.9	10.8
60代	722	20.9	43.9	63.9	23.5	22.2	74.2	38.2	32.1	0.4	9.0
男性40代	411	18.0	54.5	57.9	32.4	13.9	65.5	45.0	49.6	1.2	10.0
男性50代	402	22.4	44.3	62.7	26.4	15.2	70.9	47.8	48.8	1.0	10.0
男性60代	380	20.0	44.5	74.5	21.6	24.2	73.9	47.6	44.2	0.8	6.3
女性40代	362	25.4	52.2	55.8	36.7	8.8	74.3	28.7	30.7	0.6	10.8
女性50代	391	31.2	47.8	51.7	25.6	11.3	77.7	28.6	21.0	0.8	11.8
女性60代	342	21.9	43.3	52.0	25.7	19.9	74.6	27.8	18.7	-	12.0

■新しい大人世代(40-60代)全体の今後乗りたいクルマのポイントは「低燃費」66.9%、「運転しやすい」52.5%、「税金が安い」47.4%、「ハイブリッド車」43.3%。

世代間で大きな差なく、「経済性」「機能性」といった社会を反映する選択が目立つ結果となりました。

(表4)今後乗りたいと思うクルマのポイントについて

サンプル数	燃費がよい/低燃費	整備費用や車検費用が安い	毎年の税金が安い	最初に払う金額/乗り出し費用が安い	環境に優しい/環境に配慮している	有害物質の排出が少ない/CO2やNOxの排出量が少ない	衝突した時の安全性が高い	自動維持などの事故衝突回避や車間距離	運転しやすい/取り回しがよい	メーカーイメージがよい	年齢相応の車格や大きさである	必要十分な装備で、過剰でない	配偶者・パートナーと二人で乗るのに十分な大きさである	自分が運転を楽しめる	全・快適に運転できる年齢が上がっても安心	ハイブリッド車	電気自動車(EV)	(4ドア)セダン	ワンボックス/ワゴン	
全体	2288	66.9	41.6	47.4	26.3	29.3	24.2	37.9	29.7	52.5	14.7	17.3	28.5	20.1	29.9	36.8	43.3	22.5	24.4	25.3
男性	1193	67.1	41.8	47.6	28.8	26.4	22.5	38.4	31.5	50.9	15.8	15.7	28.2	21.5	36.6	33.0	47.3	24.3	28.3	30.3
女性	1095	66.6	41.3	47.1	23.6	32.4	26.0	37.4	27.7	54.3	13.5	19.0	28.9	18.6	22.6	40.9	39.0	20.5	20.2	19.9
40代	773	63.4	40.9	47.0	29.4	23.9	19.9	35.2	26.9	49.9	14.0	14.2	23.4	15.1	33.0	28.8	41.0	20.2	17.7	30.9
50代	793	68.3	41.4	47.3	26.5	30.8	25.7	37.3	29.9	55.4	14.6	18.2	30.0	19.8	29.1	39.5	43.5	24.5	25.3	24.7
60代	722	69.0	42.5	47.9	22.7	33.4	27.1	41.4	32.4	52.2	15.5	19.5	32.4	25.9	27.4	42.4	45.6	22.9	30.6	19.9
男性40代	411	63.0	41.6	47.4	30.7	19.7	18.2	35.8	27.3	44.0	14.1	11.4	19.7	14.4	36.3	24.1	42.8	21.7	20.9	36.0
男性50代	402	68.2	39.6	45.5	30.3	28.4	22.9	37.8	32.6	54.0	15.9	18.2	29.6	20.1	37.1	34.1	48.8	26.9	31.3	30.1
男性60代	380	70.5	44.5	50.0	25.0	31.6	26.8	41.8	35.0	55.0	17.4	17.6	35.8	30.8	36.6	41.6	50.5	24.5	33.2	24.2
女性40代	362	63.8	40.1	46.4	27.9	28.7	21.8	34.5	26.5	56.6	13.8	17.4	27.6	16.0	29.3	34.3	39.0	18.5	14.1	25.1
女性50代	391	68.5	43.2	49.1	22.5	33.2	28.6	36.8	27.1	56.8	13.3	18.2	30.4	19.4	21.0	45.0	38.1	22.0	19.2	19.2
女性60代	342	67.3	40.4	45.6	20.2	35.4	27.5	40.9	29.5	49.1	13.5	21.6	28.7	20.5	17.3	43.3	40.1	21.1	27.8	15.2

<調査概要>

調査主体：博報堂 エルダナーナレッジ開発 新しい大人文化研究所

調査対象：40～60代男女

調査主要：インターネット調査

調査エリア：首都圏（1都3県）+中小都市（首都圏および政令指定都市、岩手県・宮城県・福島県を除く） ※首都圏以外の政令指定都市、札幌市、仙台市、新潟市、静岡市、浜松市、名古屋市、京都市、大阪市、堺市、神戸市、広島市、北九州市、福岡市

※上記の条件のもと、**調査を実施**しています。

調査：サンプル数：2700名、実査：2012年12月

博報堂 エルダナーレッジ開発 新しい大人文化研究所 過去のレポート一覧

※過去のレポートは、下記URLにてご覧いただけます。

<http://www.h-hope.net/> (新しい大人文化研究所WEBサイト)

<http://www.hakuhodo.co.jp/> (博報堂WEBサイト → 「ニュースリリース」 → 「調査レポート」)

- ・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、ラジオがエルダーを動かす (2001.11.29)
 - ・HOPEレポートⅦ エルダー世代の旅は「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、エルダーは食べることが楽しみな「食生活優等生」「エルダーの食生活調査」(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年団塊リタイア開始(1) 「団塊世代 退職金の使い方」(2007.4.26)
 - ・HOPEレポートⅩⅩⅣ 2007年団塊リタイア開始(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年団塊リタイア開始(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)
 - ・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 (2012.8.27)
 - ・新大人研レポートⅥ “新しい大人世代 “の社会意識 (2012.9.3)
 - ・新大人研レポートⅦ “新しい大人世代 “の夫婦関係 (2013.2.26)
 - ・新大人研レポートⅧ いま高齢社会は” 新しい大人社会 “へと大きく変化 その①おカネ (2013.07.31)
 - ・新大人研レポートⅨ いま高齢社会は” 新しい大人社会 “へと大きく変化 その②食 (2013.9.5)
 - ・新大人研レポートⅩ いま高齢社会は” 新しい大人社会 “へと大きく変化 その③メディア (2013.11.6)
 - ・新大人研レポートⅩⅠ いま高齢社会は” 新しい大人社会 “へと大きく変化 その④社会性 (2013.11.28)

「博報堂 エルダナーレッジ開発 新しい大人文化研究所」(新大人研)について

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。今年度は『新大人研レポート ～いま高齢社会は“新しい大人社会”へと大きく変化～』を連続シリーズで発表していく予定です。

所長：阪本節郎(さかもと・せつお)



1975年早稲田大学商学部卒業。(株)博報堂入社。食品・トイレタリー・自動車・OA・金融等のプロモーション企画実務を経て、プロモーション数量管理モデル・対流通プログラム等の研究開発に従事。その後、商品開発および統合的な広告プロモーション展開実務に携わりつつ、企業のソーシャルマーケティングの開発を理論と実践の両面から推進。地域社会・NPO・環境・高齢者・教育サイトなどのテーマに取組む。2000年エルダナービジネス推進室開設を推進し、2011年新しい大人文化研究所を設立、現在に至る。

著書 「巨大市場『エルダー』の誕生」(プレジデント社2003年7月、共著)、「団塊サードウェーブ」(弘文堂2006年1月)。「団塊の楽園」(弘文堂2007年2月、共著)。