

2006年(平成18年)7月6日

株式会社 大広
総務人事局 広報部

「D-SCAN2006 団塊シニア調査レポート」

『**団塊世代も男女で意識の差 新しいモノ好きで若者ライクな団塊男性と、
実は堅実でコンサバティブな団塊女性**』

株式会社大広(社長:高野功)はこのたび「D-SCAN2006 団塊シニアレポート」を作成しました。人口ボリュームが大きく、戦後生まれの新しい価値観を持つ「団塊世代」が定年退職を迎えるにあたり、その消費意識・行動に注目が集まっています。

今回、当社のナレッジ開発局では、独自調査である D-SCAN()の調査結果を時系列で分析し、

戦中世代・・・5年前調査時点の55～59歳

団塊世代・・・現在の55～59歳(広義の団塊世代)

の意識について比較することで、団塊世代の特徴を抽出し、さらにそこから消費傾向と注目市場を推察しました。

<調査結果のポイント>

『**団塊男性は“新しいモノ好きで若者ライク”**』

団塊男性は一般的に言われるように、前世代である戦中世代の男性と比較して情報感度が高く、新しいモノ好きという傾向が明らかにみられました。また「若々しくみられたい」という意識も強く、チャレンジャー精神も旺盛です。

「新製品に興味、関心がある」	戦中男性 25.0%	団塊男性 45.5%
「新しい科学や技術についてできるだけ知っておきたい」	戦中男性 24.2%	団塊男性 33.7%
買い物をする時に参考にする情報源「インターネット」	戦中男性 0.8%	団塊男性 12.4%
おしゃれや身だしなみで心がけていること「若々しさ」	戦中男性 12.9%	団塊男性 20.5%

『**団塊女性は“堅実でコンサバティブ”**』

団塊女性は男性と傾向が異なり、戦中世代の女性と比較して保守的な反応をしている項目がみられました。男性同様にイノベティブな面もある団塊女性ですが、堅実で

保守的な面が多く見受けられました。

これは、懐古主義的な価値観の広まりという面もあるとは考えられますが、老後に向けた経済的な不安感が、女性のみを高まっていることも影響しているといえます。

「古い物の良さを見直して生活の中に取り入れたい」	戦中女性 50.8%	団塊女性 57.5%
生活に求めるイメージ1「物を大事にする」	戦中女性 27.3%	団塊女性 51.5%
生活に求めるイメージ2「堅実な」	戦中女性 25.8%	団塊女性 49.0%
買い物をする時に参考にする情報源「家族の意見」	戦中女性 17.4%	団塊女性 29.2%
おしゃれや身だしなみで心がけていること「年齢にふさわしいこと」	戦中女性 42.4%	団塊女性 49.2%
<u>老後の不安 「経済的に生活が成り立つか」</u>	戦中女性 42.4%	団塊女性 58.6%
	(戦中男性 46.0%	団塊男性 49.3%)

<調査結果から見られる消費傾向と注目市場>

注目市場 「前向きで若者的な市場」 団塊男性

「新しいモノ」を常に取り入れたいと考えている団塊男性は、「濡れ落ち葉」といわれたこれまでのシニアイメージを覆します。“リタイヤしてもまだまだチャレンジャー”。そのため、いつまでも「若々しくみられていたい」という意識も強くなっていきます。

シニア男性向けファッション。男性用アンチエイジングコスメ
シニア向けインターネットHP など

注目市場 「経済的な安心感を演出する市場」 団塊女性

社会経済的な不況が、団塊女性の「将来に対する不安」を高めてしまっています。本来アクティブで情報感度も高いと考えられる団塊女性の消費を活性化させるための“安心感”を演出する市場が求められています。

安心した老後のための金融商品 など

注目市場 「自分・夫婦単位の市場」 団塊男女共通

一般的にも言われていることですが、D-SCAN 調査の結果からも団塊世代は「老後は子供に頼らず、二人で」という意識が強く見られました。またアクティブに老後を過ごしたいという意識も強いことから『自分と配偶者が楽しく過ごすコト』への消費意欲は高いといえます。

夫婦で楽しめる高品質なレジャー
活動的な暮らしができる都市型マンション など

* 「D S C A N 調査 調査概要」

調査時期：毎年 10 月実施

(本レポートでは 2000 年 10 月調査と 2005 年 10 月調査を分析)

調査方法：訪問留置(自記入式)

調査対象：首都圏 40 キロ内在住 18~74 歳

サンプル数：3000(有効回収)

D-SCAN 調査は㈱リサーチ・アンド・ディベロプメント社の CORE 調査をベースに
当社オリジナルの項目を追加して実施しているものです。

この件に関するお問合せは下記までお願いいたします。

株式会社大広 総務人事局広報部 遠藤、長谷川

TEL:03-3437-8601

なお、資料として添付いたしました調査データにつきましては、大広のホームページ
(<http://www.daiko.co.jp>)にも掲載しております。