

アクティブシニアが快適に楽しく暮らすための需要が日本の消費を拡大する

●高齢者＝介護、福祉などのイメージにとらわれない

人口の増加から、昨今シニア市場が注目されており、介護や福祉ビジネスへの参入が相次いでいる。しかし実際のところ、介護が必要となるのはかなり高齢になってからであり、しかも数としても少数であるため、現在のところ市場規模としては大きなものではない。シニア層の多くは元気に暮らしており、貯蓄高も平均2000万円を超え平均世帯の2倍近くになっている。持ち家取得率も高く、全金融資産の半分近くを60歳以上が保有しているといわれている。経済的なゆとりや自由な時間があり、健康維持に熱心に取り組み、多彩な趣味を持ち、旅行を楽しむアクティブなシニアが多く存在することは、各種調査データ及び今回のレポートからも明らかである。さらには孫や子どもに流れる3世代消費の側面も見逃せない。また50代に入った団塊世代は「高齢新人類」などとも言われており「子孫に美田を残さない」ライフスタイルを選択すると思われるが、60代以上は住宅を子供に贈与しようとしている豊かな高齢者が多い点も特徴といえる。

●アクティブシニアは生粋の昭和人

今回のレポートでは60～74歳をアクティブシニアの対象と設定したが、彼らは昭和元年から15年生まれの生粋の昭和人である。戦中・戦後に青春を過ごし、高度成長期を自らの手で支えてきたという自負のある世代である。このためリタイア後の第2の人生を意欲的に生きようというパワフルな志向が強く、従来のシニアとは違った形で消費が大きくパワーアップする可能性があるといえる。

●アクティブシニアの意識と行動がレジャー市場をリードする

アクティブシニアの生活志向のキーワードは4つの「コウ」である。最大の関心事である「健康」、最大の楽しみである「旅行」、生活を豊かに彩る「学校（趣味・学び）」、最も大事にしたい人との「交流」だ。D-SCANアクティブシニアでも、衰えないどころかますます高まる旅行や趣味への意欲、友人や家族との交流欲求、熱心な健康維持活動などがくっきりと浮かび上がった。昨今のウォーキングブームの火付け役はシニア、旅行市場の主役もシニアだ。アクティブなシニアの意識と行動が、今後の日本のレジャー市場に大きな影響を与えていくことが予想されよう。

D-SCANアクティブシニアのご案内

「D-SCAN」は、生活者に関する情報の総合データベースを目指す取り組みです。「D-SCAN」は(株)リサーチアンドディベロップメント社のCORE調査をベースに、大広独自のデータを加味したものです。今回の「D-SCANアクティブシニア」では、CORE調査の中でも60～74歳の男女にスポットをあてた「ゴールドCORE2000」調査のデータをベースに大広独自のデータ・分析を行ったものです。なお、「D-SCANアクティブシニア」の調査仕様は右記の通りです。

●アクティブシニアの利用について

D-SCANアクティブシニアは、クライアントのニーズに合わせて特別集計をすることができます。

[D-SCANアクティブシニア 調査仕様]

- (1) 調査地域／首都圏40km圏内
- (2) 調査対象／60～74歳の男女
- (3) サンプル数／515サンプル(有効回収)
(60～64歳 252サンプル、65～69歳 140サンプル、70～74歳 123サンプル)
- (4) 調査方法／訪問留置調査
- (5) 調査日程／1999年10月

Quarterly Report

大広・生活者情報総合データベース/特集号

D-SCAN

アクティブシニア

2000/12

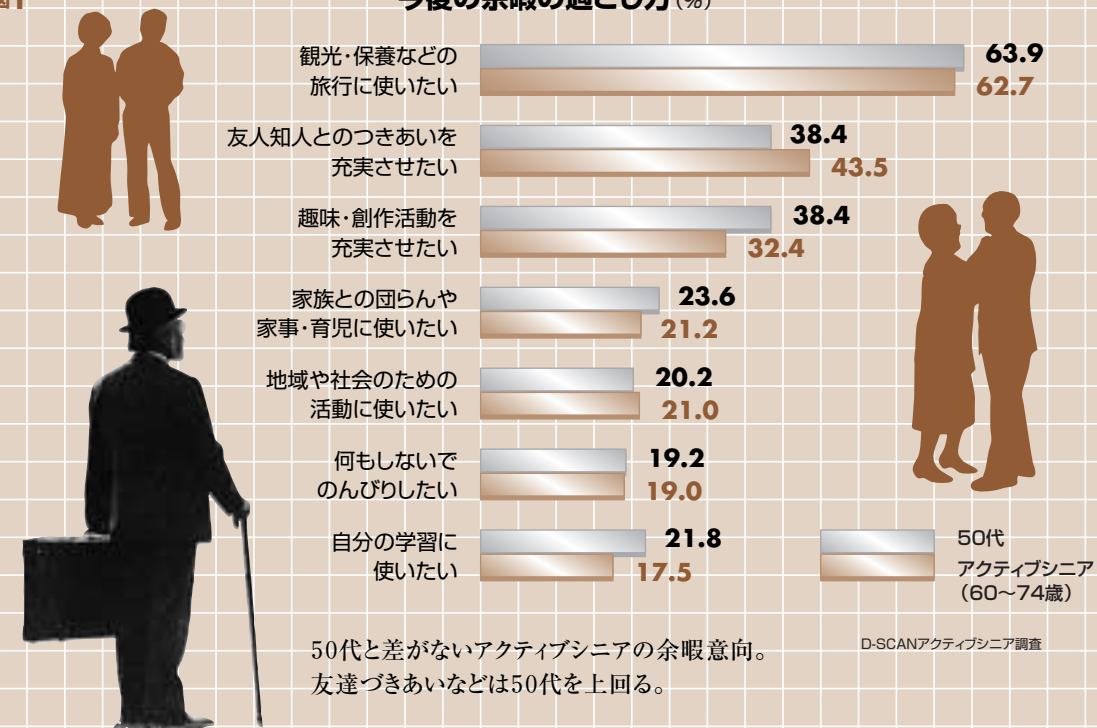
レジャー篇

今どきシニア(60～74歳)のアクティブレジャーライフ

*健康、旅行、学校、交流---4つの「コウ」がシニアマーケットの需要を創造する

図1

今後の余暇の過ごし方(%)



CONTENTS

- 従来のシニア観を変える21世紀のアクティブシニアたち ●
- 高齢者人口の増加と捉え方 ●
- 余暇の過ごし方やレジャーについての意識・態度 ●
- 力をいれている趣味 ●
- スポーツライフ ●
- 旅行・テーマパーク・映画・ペット ●
- 余暇の過ごし方やレジャーについての意識・態度 ●
- アクティブシニアが快適に楽しく暮らすための需要が日本の消費を拡大する ●

従来のシニア観を変える21世紀のアクティブシニアたち

高齢者人口の増加と捉え方

●超高齢社会は本当に暗いのか？

60歳以上の高齢人口は現在3000万人以上、10年後には団塊世代が加わることもあり、人口の3割を高齢者が占めることが予想されている。長寿化によって高齢者は増え、少子化で若年層は減る。人口構成は逆ピラミッドになり、人口は減って高齢者が多数になる社会へと移行する。このような超高齢社会は世界にも前例がないだけに、痴呆、寝たきり、介護、福祉費用の増大、世代間の不公平、社会の停滞等々、暗い面ばかりが強調されがちである。しかし、高齢者が全面的に社会の世話を必要とする弱者という訳ではなく、若々しく元気なお年寄り＝『アクティブシニア』が増えてきているという点も見逃せない。「D-SCAN SPECIAL アクティブシニア」では、新しいシニアの生活スタイルと意識を「D-SCAN アクティブシニア調査」の結果を基に探っていく。

余暇の過ごし方やレジャーについての意識・態度

●自然、一生物の趣味、健康維持のスポーツが3大関心事

「余暇の過ごし方」では、「自然の環境の中でレジャーを楽しみたい」と「一生続けられる趣味や稽古事を持ちたい」が71.5%で同率1位。「スポーツで健康な身体を保ちたい」(57.7%)「心のよりどころになるライフワークがある」(50.1%)「趣味の雑誌やカタログをよく読んでいる」(46.8%)と続く。(図2)

●趣味やライフワークでイキイキ---シニア女性

上位項目について年齢性別で特徴をみると、「自然の中で」は男女ともに関心が強く、なかでも60~64歳女性では8割を超える圧倒的な人気。「一生の趣味を持つ」「ライフワークがある」も女性のほうが関心は高く、70~74歳でも60代と変わらない。高齢期も熱中できるものを持ってイキイキ輝きたいという意識がうかがわれる。「スポーツで健康」は男性のほうが高いが、60代女性も半数以上がスポーツに意欲をみせている。

力をいれている趣味

●旅行、読書、ガーデニングが3大趣味

「力をいれている趣味」では、「旅行」が53.4%で1位。「読書」(37.7%)「園芸・ガーデニング」(32.6%)「テレビ鑑賞」(30.1%)「料理」(19.4%)と続く。この他「公園・遊園地への行楽」「森林浴」「食べ歩き」「観劇」など街に自然の中に”出かける”趣味のポイントが総じて高い点が注目される。(図3)

●男性は写真、女性はダンスと活動的な趣味が人気

女性が男性より多いのは、料理、観劇、おしゃれ、ショッピングなど。男性が多いのはスポーツ観戦、写真・カメラ、つり、飲酒、日曜大工など。特に写真はシニア男性の22.3%が力をいれている。D-SCAN基本調査と照合すると、写真は年代が上に行くほど取り組む人が多くなる。同じような傾向を示す趣味に俳句があるが、高齢者の趣味という印象が強い俳句の5倍以上の人が写真に力をいれている。女性では、年代が上に行くほどダンスに取り組む人が多く、シニア女性平均で10.3%。絵画・書道は10代からのすべての年代の中で70~74歳女性が21.1%と群を抜いて高い。

図2 レジャーへの意識態度

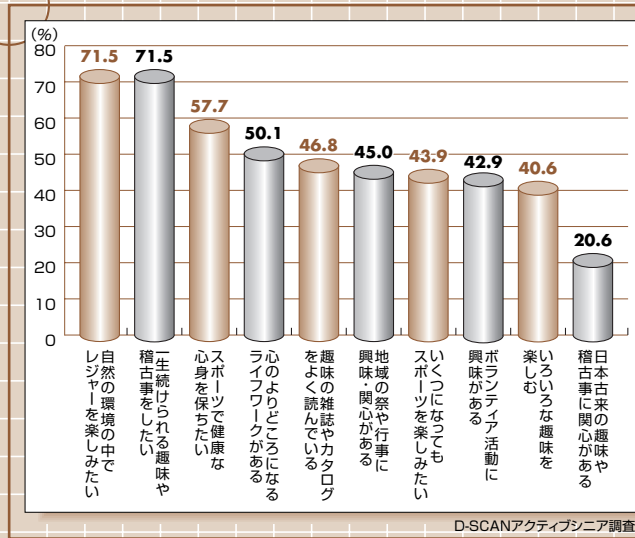
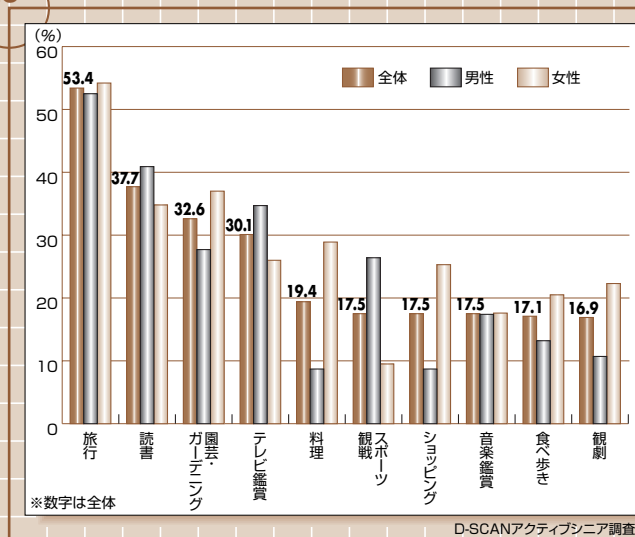


図3 力をいれている趣味(ベスト10)



スポーツライフ

●ウォーキングやハイキングで楽しく健康維持

「ふだんしているスポーツ」では、「ウォーキング」が39.6%でダントツ1位。続いて「ハイキング」(15.1%)「ゴルフ」(12.2%)「スイミング」(10.5%)「ジョギング」「サイクリング」(同数で8.3%)と続く。アクティブスポーツよりも健康維持を目的とした日常的な運動に取り組む人が多い。シニアから連想される「ゲートボール」は平均でわずか0.8%にすぎない。(図4)

●シニア女性は体操教室でキレイになる

「力をいれているスポーツ(クラブに所属したりスクールに入っている)」では、ウォーキング、ゴルフ、水泳がベスト3。加えて「各種の体操」「美容体操」が上位に入ってくる。どちらも女性が力をいれており、各種の体操は65歳以上になると14%、美容体操は11%が教室などに通っている。(図5)

旅行・テーマパーク・映画・ペット

●1年間の国内旅行回数はシニアが一番多い

「最近1年間の国内旅行回数」は平均2.65回で、10代からのすべての年代の中で最も多い。1回も行かなかった人は2割弱しかおらず、6割以上の人が複数回行っている。また「最近1年間の海外旅行回数」は平均0.23回で、全体の平均値を上回った。1回行った人は13.6%、2回以上行った人も4.1%と旅行に対しての意識の高さが見れる。(図6)

●東京ディズニーランドにも年に1回以上行く

「最近1年間にいったテーマパーク・遊園地」では、「東京ディズニーランド」が13.0%で1位。「八景島シーパラダイス」(9.9%)「東武動物公園」(2.9%)と続く。ディズニーランドは50代(11.6%)よりも参加率が高く、行った回数も年に平均1.20回と全年代の平均値1.56回と遜色がない。(図7)

●邦画より洋画をよく見る。70代男性は映画好き

「映画館での洋画鑑賞頻度」は平均2.01回。男性が2.29回で女性より多く、特に70~74歳男性は3.18回と最も多い。同じく「邦画」は平均1.56回で、こちらも70~74歳男性が2.02回で最高。シニアといえば邦画のイメージがあるが、男女とも邦画より洋画のほうをよく見ており、基本調査と比較すると男性は50代よりも60代以降のほうが映画をよく見ている傾向が見られた。(図8)

●ペットを飼っている人は3割。50代よりもぐっと減少する

「ペット飼育の有無」では、「飼っている」人は31.8%だった。50代では48.6%であるから、60代を境にペット飼育がぐっと少なくなることがわかる。ペットの種類は「犬」53.0%、「猫」30.5%、「小鳥」11.0%、「熱帯魚」8.5%。

余暇の過ごし方やレジャーについての意識・態度

●人とのつきあいを大切に人生を充実させたい

「今後の余暇の使い方」では、「旅行」が62.7%で第1位。「友人・知人とのつきあい」(43.5%)「趣味・創作活動を」(32.4%)「家族との団らん」(21.2%)「地域・社会活動」(21.0%)と続く。50代と比べて増えるのは、友人とのつきあい、地域活動。60代以降も人との交流を大切に、旅行や趣味を楽しんで暮らしていこうというアクティブな意欲がうかがわれる。(図9)

図4 普段しているスポーツ

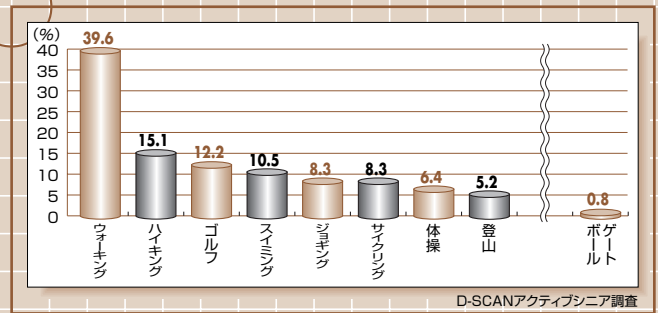


図5 力をいれているスポーツ

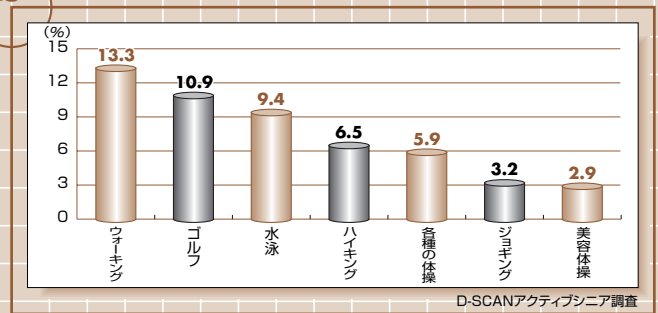


図6 国内・海外旅行の年間回数

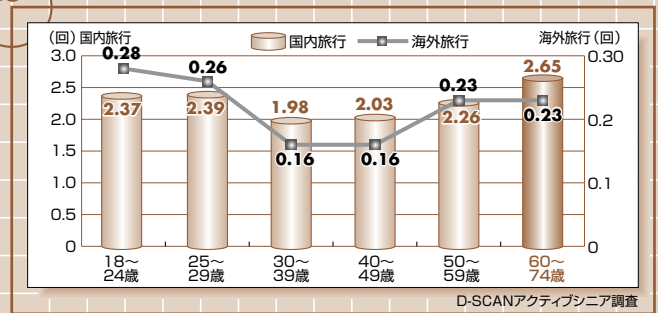


図7 1年間にディズニーランドに行った回数

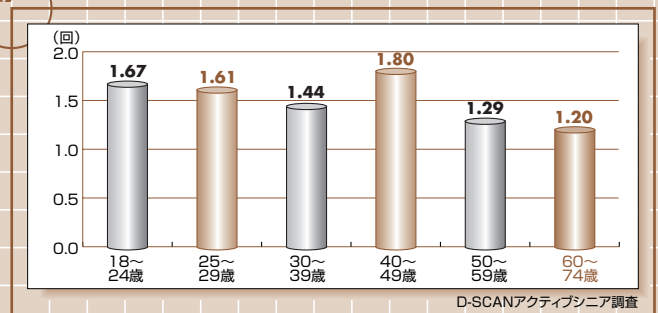


図8 映画館での年間の洋画・邦画 鑑賞頻度

