

2013年9月5日
博報堂 新しい大人文化研究所

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

従来の“粗食高齢者”から“肉好きエルダー”へ

60代男女の82%が「肉料理好き」、91%が「食べることが楽しみ」。“高齢者＝粗食”はもはや昔の話に

- ・60代、特に男性は86.0%が「肉料理好き」。野菜料理よりも上、魚料理と同程度の好意度。
- ・40～60代ともに90%前後が「食べることに楽しみ」。60代になっても食の楽しみは変わらない。
- ・料理や食材にこだわった充実の食生活。食卓の品数は年代が上がるほど増える。
- ・朝食の主食はこの10年でパンがご飯を逆転。

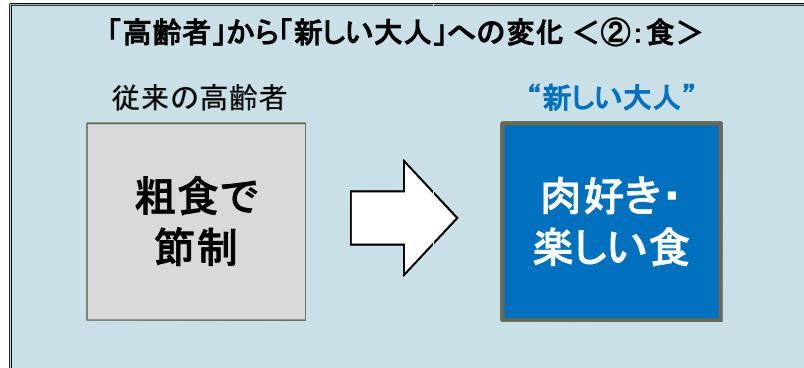
いま40～60代生活者が「日本の高齢社会を大きく転換」しようとしています。会社は退職しても社会はリタイアしない人たちが増えています。「博報堂 新しい大人文化研究所」は、これらの世代を総称して“新しい大人世代”と名付け、調査研究を行っています。昨年(2012年度)は『絶滅!？する中高年－“新しい大人世代の登場”』と題して連続レポートを発表してきました。このたび新たに全国40～60代男女に対する調査を実施し、分析を行った結果、高齢社会が“新しい大人社会”へと転換する「兆し」が見えてきました。新しい大人世代、とりわけ、リタイアした60代の団塊世代が、今ようやく動き出し、日本の高齢社会そのものが、生活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

レポートその②は、「食」です。

従来、高齢者といえば「粗食」というのが、一般的なイメージであり、「長生きのススメ」でした。しかし、今回の当研究所の調査結果からは、団塊世代を含む今の60代は「肉好きの新しい大人／肉好きエルダー」へと変化しており、食べることを楽しみ、栄養バランスや健康を考えた食事を志向するという“現役生活続行スタイル”へと、大きく食生活が変化していることが分かりました。流石に肉食の量は減る人もいるようですが、肉好きで栄養バランスを重要と捉えています。ここから新たな「長生き健康ライフ」がはじまりそうです。

料理に対する考え方としては、「手づくり」と「匂」などのグルメ性に続いて簡便性(「電子レンジ」「冷凍食品」「インスタント・レトルト食品」の利用など)が挙げられています。団塊の世代は最初のグルメブームを1980年代につくったと同時に、長年、インスタント食品・冷凍食品・電子レンジなどの使い手でもありました。したがって、今後もグルメ性と簡便性を掛け合わせ、より合理的においしいものを生涯にわたって食べて行くことになりそうです。これまで、高齢になればなる程、加工食品や家電メーカーへの関与度が低くなりましたが、今後は現在と同等かそれ以上の役割が期待されそうです。

また、この傾向は団塊世代を含む60代のみならず、40～60代に共通していることなので、一過性のものではなく、今後10-20年続き、高齢社会を新しい大人社会へと大きく変えて行くことになると思われます。



<調査結果>

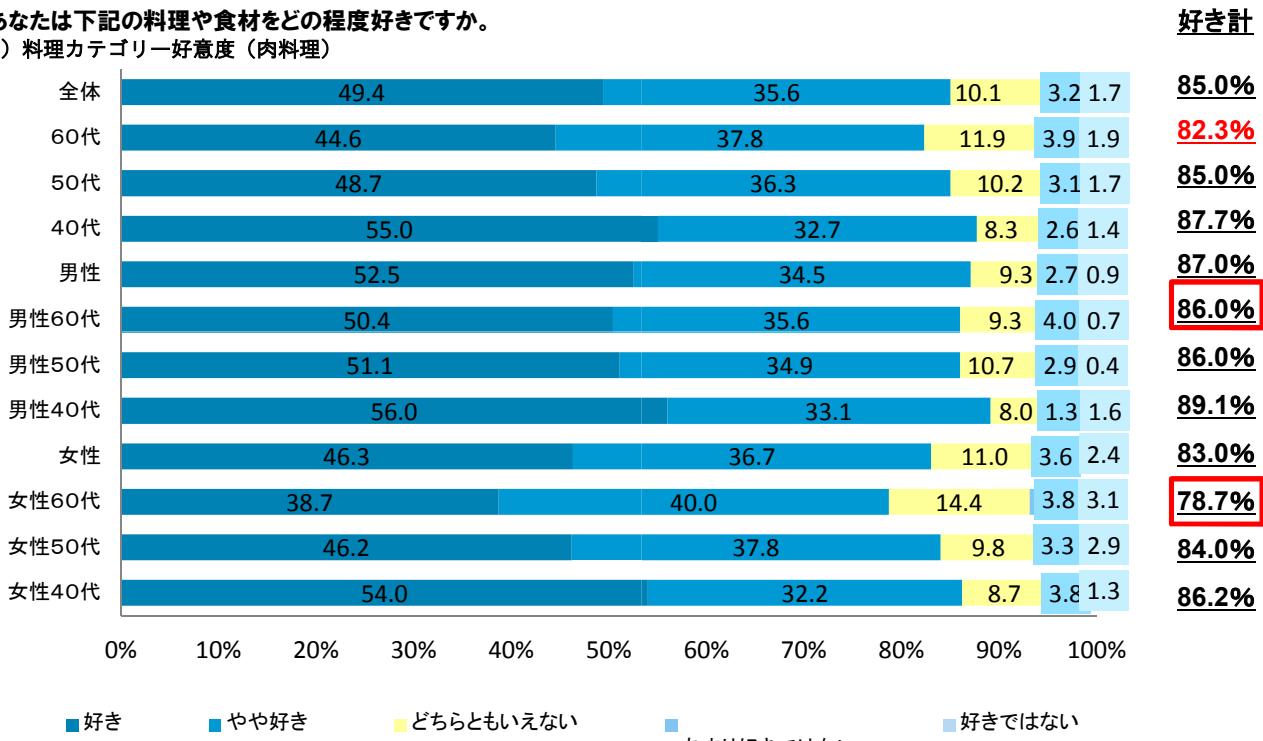
■新しい大人世代は「肉料理好き」。60代でも男性86.0%、女性78.7%が「好き」と回答。従来の高齢者の食卓イメージ「魚と野菜／粗食」から大きく変化。

40～60代男女に、肉料理が好きか尋ねたところ、女性60代の78.7%以外は、男女ともすべての世代で8割台が「肉料理好き」という嗜好が明らかになりました。魚・野菜と同程度の好意度です。

食べる量自体は、若い時に比べて減ってはきたものの、従来の高齢者のイメージであった魚や野菜中心の粗食を好む傾向から、肉料理も好んで食べる元気で若々しいエルダーに変化したことがわかりました。

Q. あなたは下記の料理や食材をどの程度好きですか。

(図1) 料理カテゴリー好意度(肉料理)



(図2) 料理カテゴリー好意度(魚料理)

	好き	やや好き	どちらともいえない	あまり好んでない	好きではない
全体	48.7	35.4	9.9	4.9	1.2
60代	56.1	31.9	7.7	3.4	0.9
50代	46.4	36.7	10.9	4.6	1.4
40代	43.7	37.6	11.0	6.6	1.2
男性	47.7	36.1	10.2	5.1	0.9
男性60代	52.7	34.0	8.2	4.4	0.7
男性50代	46.2	37.1	11.1	4.9	0.7
男性40代	44.2	37.1	11.3	6.0	1.3
女性	49.8	34.7	9.5	4.6	1.5
女性60代	59.6	29.8	7.1	2.4	1.1
女性50代	46.7	36.2	10.7	4.2	2.2
女性40代	43.1	38.0	10.7	7.1	1.1

(図4) 料理カテゴリー喫食頻度変化【肉料理】

Q. あなたは肉料理や食材を食べる機会が、数年前と比べてどの程度増減しましたか

	増えた	やや増えた	わざりない変	やや減った	減った
全体	2.4	8.5	62	23.2	3.9
60代	2.3	7.4	56.8	29.4	4
50代	1.4	8	63.2	23.3	4
40代	3.4	10.1	66.1	16.8	3.6
男性	1.8	7	62.1	25.1	4
男性60代	2.4	7.6	56.2	30.2	3.6
男性50代	1.1	6.7	62.7	26	3.6
男性40代	1.8	6.9	67.3	19.1	4.9
女性	3	10	62	21.3	3.7
女性60代	2.2	7.3	57.3	28.7	4.4
女性50代	1.8	9.3	63.8	20.7	4.4
女性40代	5.1	13.3	64.9	14.4	2.2

減った計

27.1%
33.4%
27.3%
20.4%
29.1%
33.8%
29.5%
24.0%
25.0%
33.1%
25.1%
16.6%

(図3) 料理カテゴリー好意度(野菜料理)

	好き	やや好き	どちらともいえない	あまり好んでない	好きではない	好き計
全体	51.9	34.0	11.1	2.4	0.6	85.9%
60代	52.8	34.9	10.1	2.1	0.1	87.7%
50代	52.9	33.2	11.1	2.6	0.2	86.1%
40代	50.0	34.0	12.0	2.6	1.4	84.0%
男性	42.4	37.9	15.3	3.6	0.7	80.3%
男性60代	43.3	38.4	14.9	3.1	0.2	81.7%
男性50代	41.8	37.3	16.4	4.0	0.4	79.1%
男性40代	42.2	38.0	14.7	3.8	1.3	80.3%
女性	61.3	30.1	6.8	1.2	0.5	91.4%
女性60代	62.2	31.3	5.3	1.1	-	93.5%
女性50代	64.0	29.1	5.8	1.1	-	93.1%
女性40代	57.8	30.0	9.3	1.3	1.6	87.8%

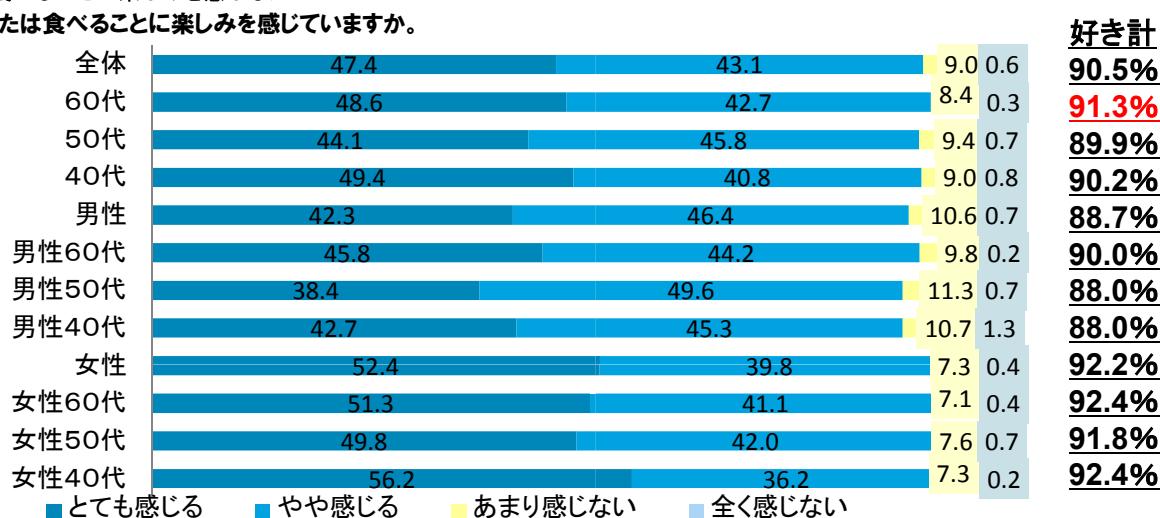
■40～60代ともに90%前後が「食べることに楽しみ」。60代（91.3%）になっても変わらない。

また、食べることに楽しみを感じるかを尋ねたところ、全体で9割が楽しみに感じていると答え、女性（92.2%）が男性（88.7%）をやや上回ったものの、年代別の差はほとんどみられません。60代も同様の結果です。

新しい大人世代は、世代に関係なく、「食べる楽しみ」を満喫しているエルダーが多いことがわかります。

（図4）食べることに楽しみを感じるか

Q. あなたは食べることに楽しみを感じていますか。



■新しい大人世代は、栄養バランスや食材の質など、食に対するさまざまなこだわりを持った充実した食ライフを送っている。特に60代女性は、ほとんどの項目においてこの傾向が顕著。

■ネットを使いこなす現代のエルダー、22.1%がインターネットの料理情報を活用。

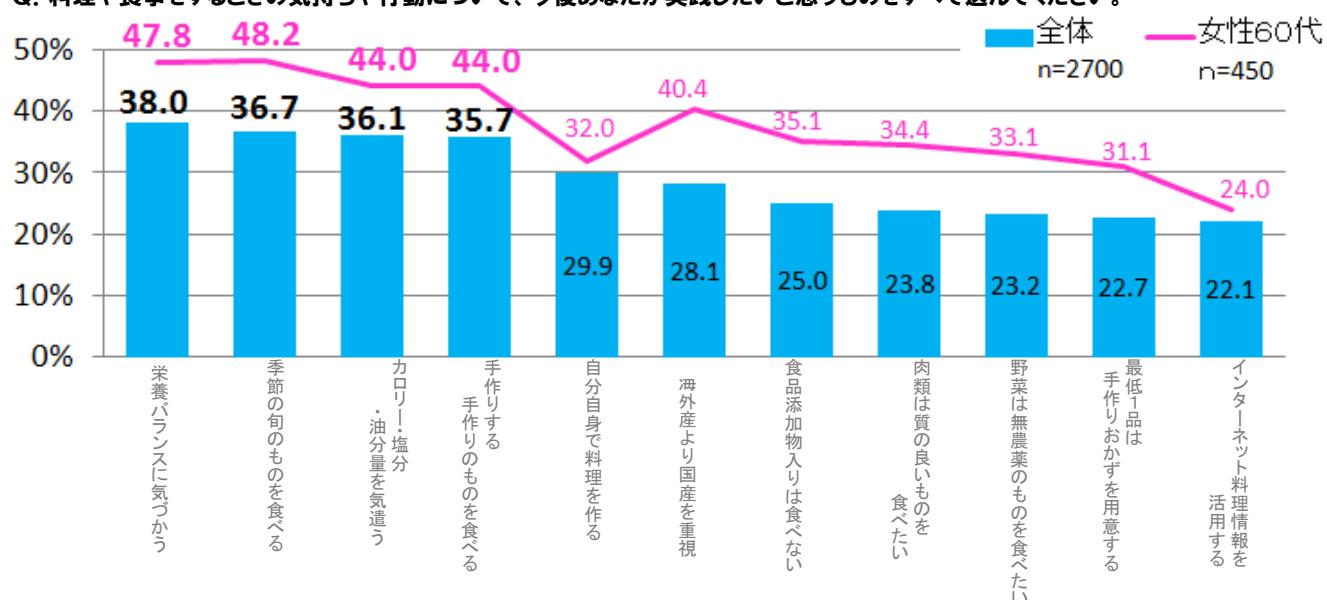
今後の食事や料理で実践したいことを尋ねたところ、「栄養を気遣う」38.0%、「季節の旬な物を食べる」36.7%、「カロリー・糖分・油分に気遣う」36.1%という回答が上位にあがりました。

栄養に気を配り、食材の産地や質にこだわり、自分で作れるものは手作りするなど、かつての食に対して受け身な高齢者のイメージとは正反対に、意欲的な生活者の姿がうかがえます。各項目ともに女性60代に（47.8%・48.2%・44.0%…）この傾向が顕著であることもわかりました。

また、「インターネットの料理情報を活用している」（22.1%）という、インターネットを使いこなしている現代らしいエルダー像も明らかになりました。

（図5）食事や料理をするときに今後実践したいこと

Q. 料理や食事をするときの気持ちや行動について、今後あなたが実践したいと思うものをすべて選んでください。



■一方で、簡便性の高い電子レンジやレトルト・冷凍食品を利用した調理を柔軟に取り込み、上手に食卓に活用している。

■食卓の品数も朝昼夕とも「2~3品」が各年代平均で50%以上。品数の多い食卓。

また、現在の食事や料理をするときの気持ちを尋ねた質問では、「電子レンジ」や「簡便性の高いレトルト」、「冷凍食品」などを食生活に柔軟に活用する回答も上位をマーク。

おかずの品数を調べた調査では、朝昼食各世代平均して「2~3品」が50%以上。夕食でも「4~5品」が37.2%と、品数にも気を配った食卓であることがみてきました。さらに面白いのは、品数が上の世代になるほど多くなることです。やはり、50代で子どもが独立するため、“子どものための食”から“自分たちのための食”にシフトしていることが関係しているといえそうです。

今後は、「肉を好み=食材へもこだわる」両方の欲求を満たす「高級レトルト食品」や少量のポーションのおかず市場のチャンスが拡がりそうです。

(図6) 現在、食事や料理に対する行動

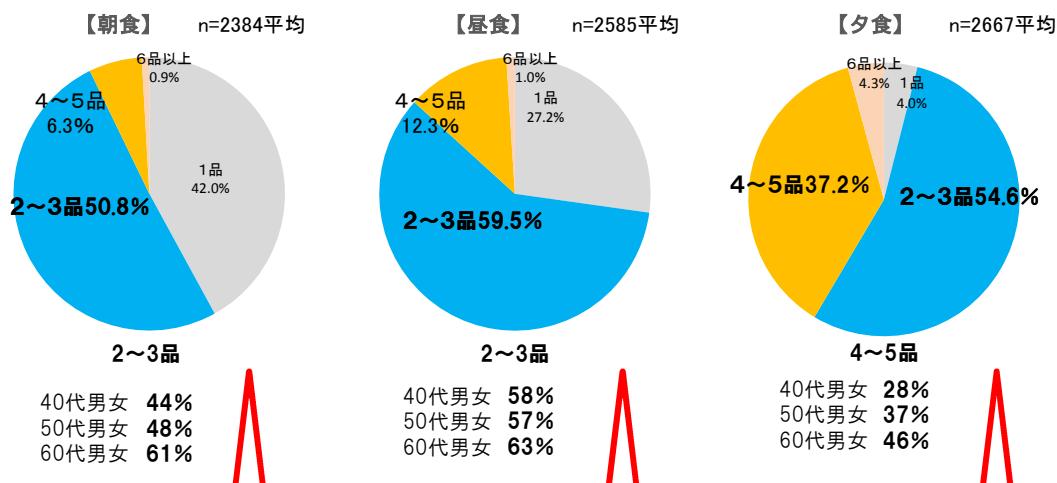
Q. 普段の食事や料理をするときの気持ちや行動について、現在あてはまると思うものをすべて選んでください。

	手作りする	自分自身で料理を作る	旬のものを食べる	栄養バランスに気つかっている	海外産より国産を重視	電子レンジをよく使う	カロリー・油分・塩分	冷凍食品を利用する	インターネットでの調理情報を活用する	インスタントやレトルト食品を利用する
全体	50.1	48.8	46.8	43.3	42.2	41.7	39.8	35.6	32.3	31.8
男性	34.4	29.8	34.5	32.4	31.5	34.5	32.1	31.2	17.9	32.7
男性60代	44.2	31.6	45.3	44.9	41.6	42	42	32.4	16.2	29.6
男性50代	32.9	30.4	31.8	29.1	29.3	34.4	29.6	31.3	16.2	32.7
男性40代	26.2	27.3	26.4	23.1	23.6	27.1	24.7	29.8	21.1	35.8
女性	65.9	67.9	59.1	54.3	53	49	47.5	40.1	46.7	30.9
女性60代	73.6	73.3	67.1	64	66	50	59.8	33.6	40.9	22
女性50代	68.2	67.3	60.2	56.2	50.2	50.2	48.4	40.4	49.1	31.1
女性40代	55.8	62.9	50	42.7	42.7	46.7	34.2	46.2	50	39.6

(図7) 食卓の品数

Q. あなたの普段の食事の「おかず」の品数(主食は除く)は平均すると1食あたり何品程度ですか。

朝食、昼食、夕食について、それぞれお答えください。

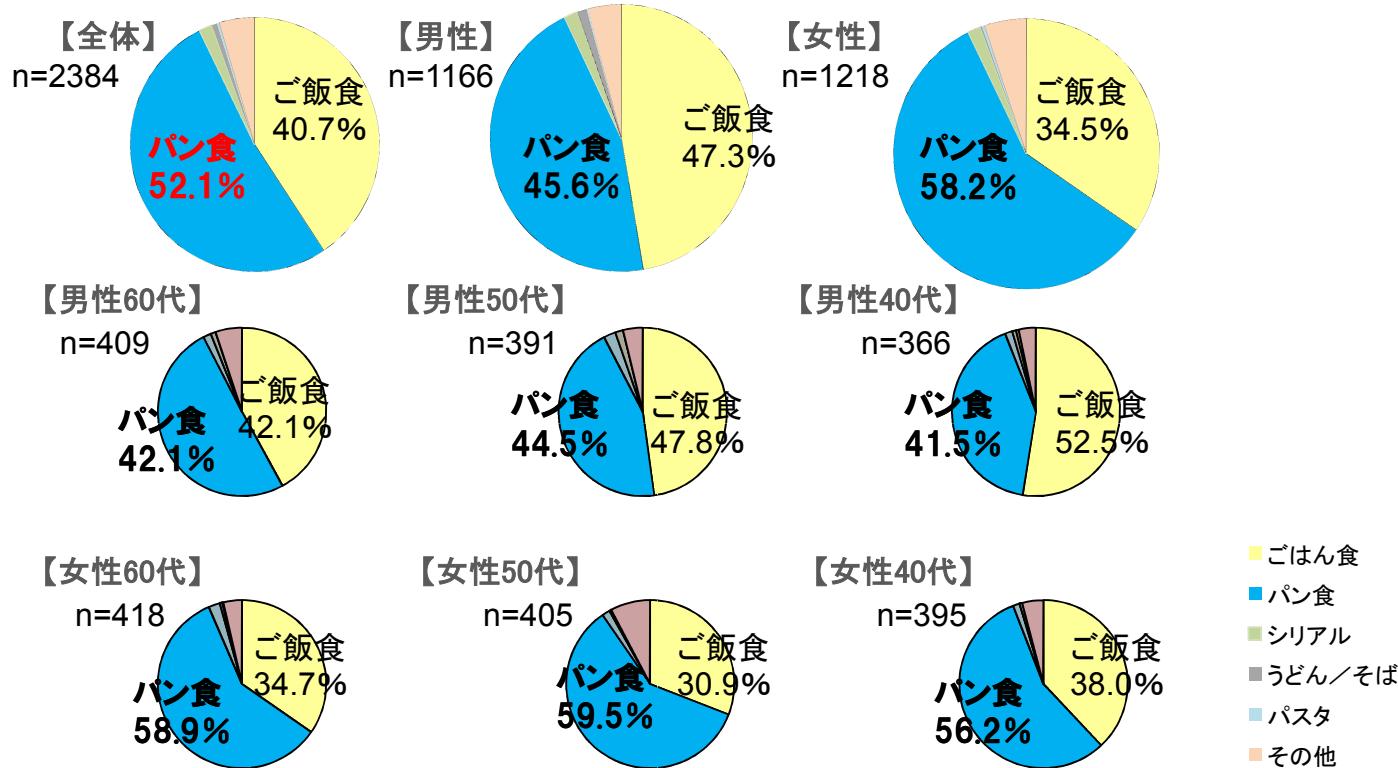


■新しい大人世代の朝食は、「パン」52.1%が「ごはん」40.7%を逆転。

この10年で、「パン」(52.1%)が「ごはん」(40.7%)を平均で逆転。10年前の4:6(その他0)から、5:4(その他1)に逆転した結果となりました。「パン」は、各年代とも女性が男性を10%程度上回っていますが、全年代平均してパン食が多い傾向となりました。

(図8) 朝食の主食メニュー

Q. あなたの普段の朝食はどのような主食メニューが多いですか。

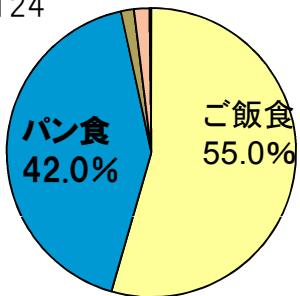


(図9) 2004年度<朝食>主食内容

Q. あなたの普段の朝食はどのような主食メニューが多いですか。

【エルダー導入期 50-64歳】

n=1124



ご飯類
パン類
めん類
その他
不明

<調査概要>

調査主体:博報堂 エルダーナレッジ開発 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)十中小都市(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

※図9のみ、2003年9月の調査(サンプル数2550)

博報堂 エルダーナレッジ開発 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X I 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X II 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X III 「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X IV 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X V 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X VI 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X VII 団塊リサーチ(3) 「団塊世代のファッショニズム実態調査」(2005.7.20)
- ・HOPEレポートX VIII 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X IX 「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X X 「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X X I 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X X II 「団塊世代 60歳以降の人生設計」 (2007.2.20)
- ・HOPEレポートX X III 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X X IV 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X X V 2007年団塊リタイヤ開始(3) 「夫婦の関係」(2007.7.24)
- ・HOPEレポートX X VI “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X X VII 団塊夫婦調査(1) 「夫婦はやはり“連れ違い”!?」 (2009.4.9)
- ・HOPEレポートX X VIII 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(2013.07.31)

「博報堂 エルダーナレッジ開発 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ーション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)。