

2015年10月13日  
博報堂 新しい大人文化研究所

新大人研レポート No.18 シニアから新大人へ、新型50・60代に。その②

新大人は“新型50・60代”であり、それをリードするのは「自然体大人女子」

## 40～60代は「若々しい」が当たり前。「若々しい」に加え 「センスがいい」、「自然体に」を求める“新型50・60代”が登場。

- ・「呼ばれて嬉しい言葉」は「センスがいい」が初めて「若々しい」を上回り、1位に。「若々しい」+aを求めている。
- ・「こうありたい自分」としては「自然体に」が上位に。男性に先駆けて、女性ががんばる若さからより自然な若さを求めている。
- ・「何歳になっても若々しく、前向きな意識を保ちたい」は60代女性83.1%、50代女性82.6%と女性に顕著。

博報堂新しい大人文化研究所では、40～60代を“新しい大人世代”と呼び、調査研究を行っています。調査結果を見ると、40～60代の変化は、さらに本格感を増しています。新大人研レポート2012～13年は「絶滅! ?する中高年－“新しい大人世代の登場”」、2013～14年は「いま高齢社会は“新しい大人社会”へと大きく変化」でした。2015年はあらためて生活者の変化に注目して『シニアから新大人へ』。自分たちは従来の50・60代とは違うという意識が高まっています。40代も含めて、単なる「若々しさ」だけでなく多方面での新たな兆しが見えてきました。今回のシリーズでは、消費にも大きな影響を与えるその生活者の意識変化を明らかにして行きます。

調査結果から新しい大人が“新型50・60代”へと変化していることがみてきました。新しい大人世代は依然「若々しさ」を求めるものの、「若さ」だけでは満足できない欲張りな新しい大人といえそうです。

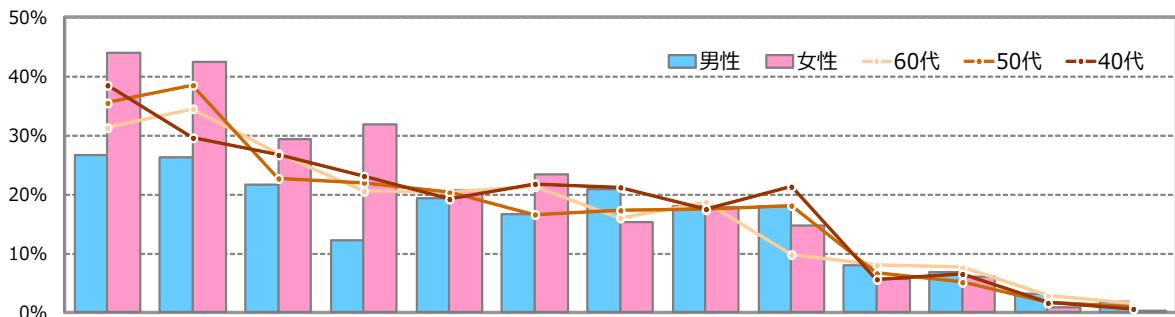
「人から呼ばれて嬉しい言葉」に関しては、50・60代では「若々しい」が引き続き1位ではあるものの、2003年に調査を開始してから初めて、40代～60代全体で、「センスがいい」が1位になっています。特に女性のポイントが高く、女性がこの傾向を牽引しています。

なお、「自分がこうありたいと思う理想の大人像は？」という問い合わせに対しては、全体では「いつまでも若々しい大人でありたい」(71.1%)と「あるがままの自然体な大人でありたい」(71.6%)がほぼ同レベルで、「自然体な」を望む女性は75.6%、男性は67.5%と、やはり女性がこの傾向を牽引しています。しかも女性の「自然体な」が「ファッショナブルな」(53.3%)を大きく上回っており、男性に先駆けて女性が、「こうありたい自分」としてはより「自然体」を望んでいることが分かります。ムリをして若づくりをしているという批判も今まで50・60代に対してされることがありましたが、がんばる若さからより自然体な若さを求め、50代以上でも自分たちを女子と呼んだり、女子会をする人たちのことを「自然体大人女子」と呼ぶことができそうです。

「何歳になっても若々しく、前向きな意識を保ち続けたい」人は73.7%と高い数値であり、世代を超える共通の認識となっていて、年代が上がるほど高くなっています。依然として「若々しさ」に高い意識を持ちながら、「センス」「自然体」を求めるようになってきたという調査結果からも分かるように、「若さ」+aを求め始めている“新型50・60代”が登場しています。それをリードしているのが「自然体大人女子」です。

■人から呼ばれて嬉しい言葉で「センスがいい」が1位、「若々しい」が2位に。1位と2位が逆転。

Q. あなたが、呼ばれて嬉しいと感じる言葉にあてはまるものを全てお選びください。



		セ ン ス が い い	若 々 し い	自 然 体 だ	お し や れ な	自 分 を 貫 く	自 分 ら し	の バ と ラ れ た ス ・ 調 和	ト 敬 で へ き り ス ベ ク	努 力 家	カ ッ コ い い	自 己 主 張 の あ る	成 熟 し た	頑 固 な	組 織 で 動 く
		n													
全体		2,413	35.1	34.2	25.4	21.8	20.0	19.9	18.2	17.9	16.4	6.8	6.4	2.0	1.0
性	男性	1,229	26.6	26.2	21.6	12.1	19.3	16.6	20.9	18.0	18.0	7.9	6.8	3.1	1.7
	女性	1,184	43.9	42.5	29.4	31.9	20.7	23.3	15.3	17.7	14.7	5.6	6.0	0.9	0.3
年 代	60代	814	31.3	34.5	26.9	20.5	20.4	21.3	16.0	18.7	9.8	8.0	7.6	2.8	1.5
	50代	797	35.5	38.5	22.7	22.0	20.3	16.6	17.3	17.4	18.1	6.6	5.1	1.6	1.0
	40代	802	38.5	29.6	26.7	23.1	19.2	21.8	21.2	17.5	21.3	5.6	6.5	1.6	0.6

2011年調査

		セ ン ス が い い	若 々 し い
		n	
全体		3,708	37.2
			42.4
性	男性	1,854	31.0
	女性	1,854	43.5
年 代	60代	1,236	39.1
	50代	1,236	38.3
	40代	1,236	34.2

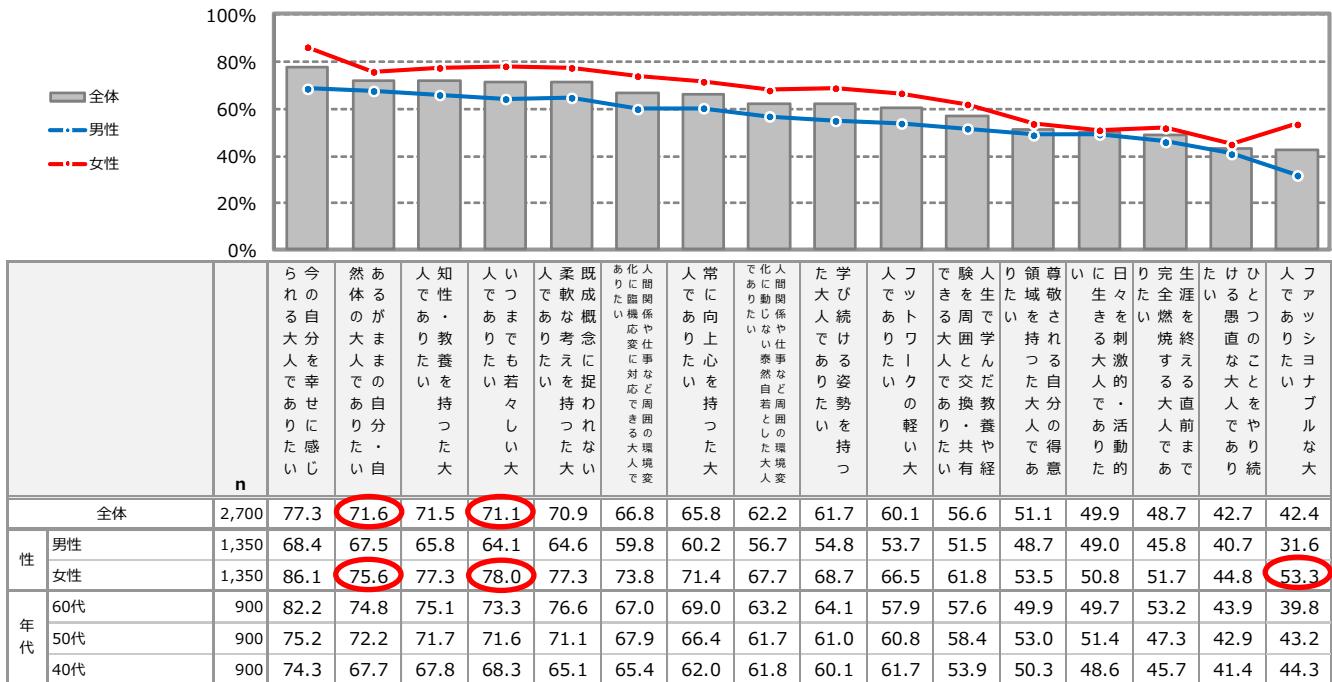
2003年に調査を開始してから初めて、40~60代全体で「センスがいい」が1位になりました。2011年の調査でも、既に「センスがいい」を求める傾向はありました、「若々しい」が「センスがいい」に差を付けて1位となっていました。しかし、今回の調査では「センスがいい」が「若々しい」を上回りました。いずれも女性のポイントが高く、2011年調査と比べて男女差が広がっていることからも、特に女性が高い意識を持っていることが伺えます。

50・60代は「若々しい」が引き続き1位ですが、「センスがいい」との差は小さく、特に女性においては「センスがいい」が1位になっています。すでに「若々しい」は当たり前になり、「若さ+a」がより重要になっていいるとみられます。これまで「年をとる」が常識であったことに対して、頑張って「若さ」を前面に出すというのがここ6~7年の傾向であり、「美魔女」がひとつの象徴でした。しかし、「若さ+a」が注目されていくことから、新しい大人が次のステージに入ろうとしていることがみえます。その象徴となろうとしているのは「センス」ですが、それに続くものとして女性では3位の「おしゃれな」4位の「自然体だ」が続いています。

■自分が“こうありたいと思う大人像”は、女性でも「自然体の大人」が「若々しい大人」とほぼ同レベルで、「スマッキヨナヅルな大人」をかなり上回る

「なりたい・こうありたい大人像」を尋ねてみると、「いつまでも若々しい大人でありたい」(71.1%)と「あるがままの自分・自然体の大人でありたい」(71.6%)がほぼ同レベルとなっています。女性では「自然体の大人」(75.6%)が「ファッショナブルな大人」(53.3%)を大きく上回っています。こういった点から、「自然体」は新しい大人女子にとって、キーワードの一つだと言えます。

Q. 次に挙げる大人像について、あなたご自身が「なりたい」「こうありたい」大人を思い浮かべていただき、それぞれあてはまるかどうかお答えください。

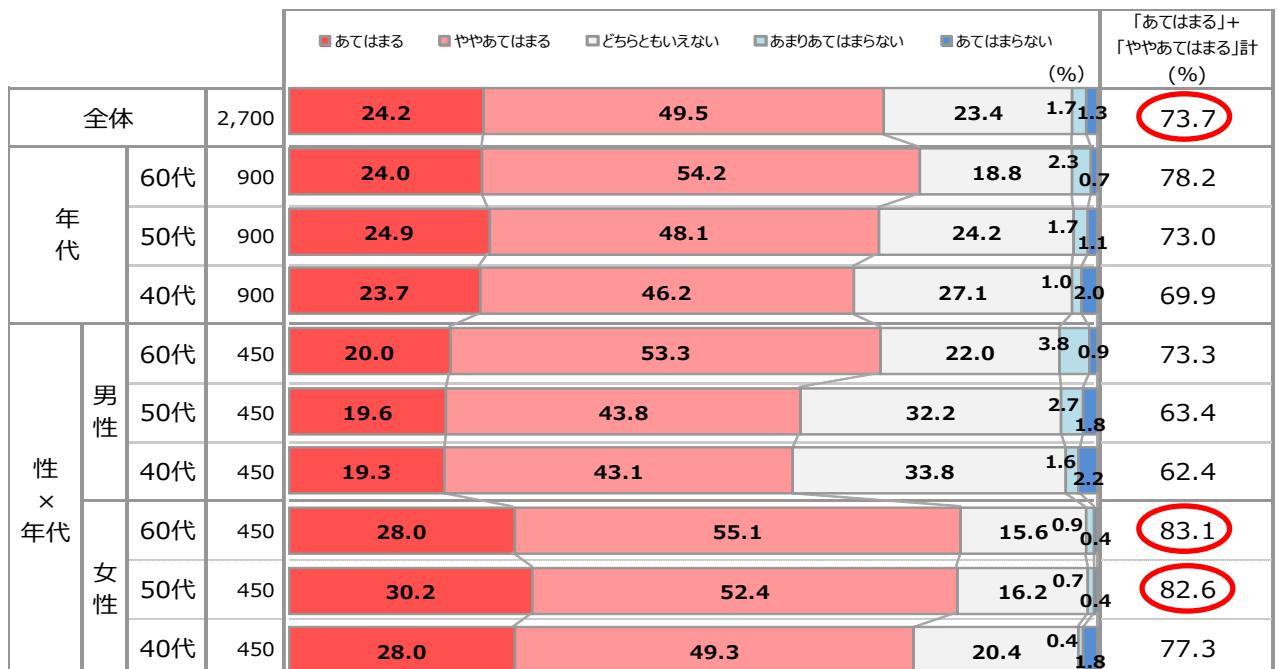


※掲出スコアは「あてはまる」+「ややあてはまる」計

- 「何歳になっても若々しく、前向きな意識を保持続けたい」が40～60代のベーシックな意識に。

「何歳になっても若々しく、前向きな意識を保ち続けたいか」という質問では、40～60代の73.7%が「あてはある」と回答しており、これは世代を超えて持つ共通のベーシックな意識であることがわかりました。特に60代女性が83.1%と最も高く特徴的で、やはり女性は「若々しさ」に高い意識を持っていることがみてえきます。

Q. 何歳になっても若々しく、前向きな意識を保ち続けたい



## <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

対象エリア:1都3県(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県)

中小都市(首都圏、熊本市・岡山市以外の政令指定都市および岩手県・宮城県・福島県を除く)

対象者数:2,700サンプル

調査手法:インターネット調査

調査日時:2015年3月20日(金)~3月22日(日)

## <参考資料>

### 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」)

#### 【新大人研レポート “新しい大人世代”の～シリーズ】

No.1 人生のとらえ方(2012.1.19)

No.2 言われて嬉しい言葉(2012.2.1)

No.3 コミュニケーション(2012.4.16)

No.4 健康意識(2012.5.31)

No.5 お金に関する意識(2012.8.27)

No.6 社会意識(2012.9.3)

No.7 夫婦関係(2013.2.26)

#### 【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 シリーズ】

No.8 その① おカネ(2013.07.31)

No.9 その② 食(2013.9.5)

No.10 その③ メディア(2013.11.6)

No.11 その④ 社会性(2013.11.28)

No.12 その⑤ クルマ(2013.12.25)

No.13 その⑥ 住(2014.2.4)

No.14 その⑦ 旅(2014.2.19)

No.15 その⑧ 介護(2014.3.28)

No.16 その⑨ 孫(2014.3.31)

#### 【新大人研レポート シニアから新大人へ、新型50・60代に。シリーズ】

No.17 その① 新大人はこれまでの同世代と違う“新型50・60代”(2015.10.8)

### 「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

「新大人研」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月に設立されました。15年間のナレッジの蓄積を持っています。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。新大人研では、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・研究しています。さらに、2015年からはクリエイティブなどの実践機能も本格的に加え、よりよい未来のためのソーシャルイノベーションを起こす社会のエンジンを目指しています。

今年度は『新大人研レポート ~シニアから新大人へ、新型50・60代に。』を連続シリーズで発表していく予定です。

#### ■新大人研著作は台湾版・韓国版など海外へも

