

2016年2月23日
博報堂 新しい大人文化研究所

新大人研レポート No.24 シニアから新大人へ、新型50・60代に。 その⑧

新しい大人世代は「夫婦二人消費」にお力ネをかける

- ・「外食」も「旅行」もお力ネをかけてもいい相手は「配偶者・パートナー」
- ・「国内旅行」も「海外旅行」も一緒に行きたい相手は「配偶者・パートナー」
- ・旅行で心がけていることは恋愛婚世代らしく「相手の趣味・嗜好に合わせて」が上位に。

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。

今回の調査結果から、新しい大人世代は「配偶者パートナー」との「外食」や「旅行」にお力ネをかける傾向にあることが分かりました。「夫婦二人消費」に積極的な姿勢がみえてきます。

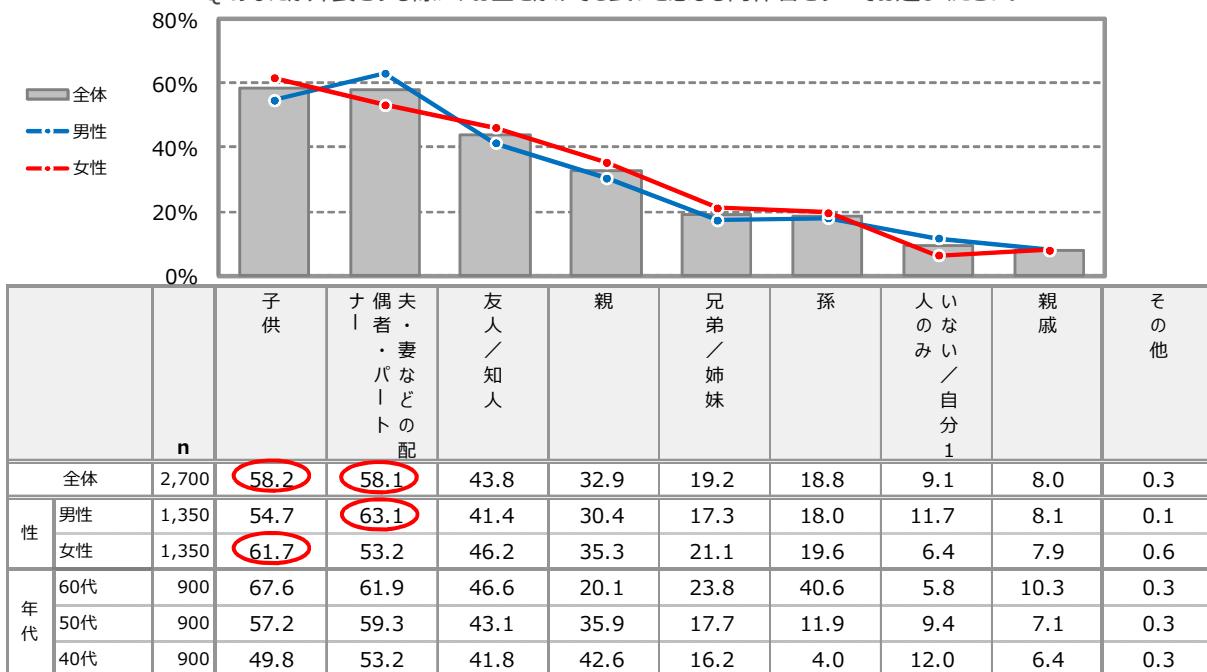
新しい大人世代の外食に最もお力ネをかけてもいい相手は「子供」(58.2%)とほぼ同率で「配偶者・パートナー」(58.1%)でした。同様に、お力ネをかけてでも贅沢な旅行をしたい相手は「配偶者・パートナー」(34.6%)であり、国内旅行も海外旅行も一緒に行きたい相手の1位は「配偶者・パートナー」(国内旅行62.0%、海外旅行57.0%)となっています。配偶者・パートナーとの旅行で心掛けていることでは、現在の60代からは恋愛結婚が主流になった世代らしく、「相手の趣味や嗜好を考えて、それに合った場所に行く」が35.7%と高い数値になっており、若い時の習慣が反映されているようです。

時間のできた60代から「夫婦歩み寄り」が進みつつあり、「旅行」に「外食」に「夫婦二人消費」を牽引していくと思われます。JR九州の「7つ星in九州」をはじめとする全国の観光列車や北陸新幹線の旅行、都心の商業施設のレストランフロアで見られるように、60代からの「夫婦二人消費」が始まっています。これは今後も堅調に広がって行くとみられます。

■外食でお力ネをかけてもいい相手は「子供」と「配偶者・パートナー」が同レベルでトップ。

外食でお力ネをかけてもいい相手は、「子供」58.2%、「夫・妻などの配偶者・パートナー」58.1%とほぼ同率でトップとなっています。しかし、男女でも意識の差があり、男性においては「配偶者・パートナー」が1位、女性は「母娘」消費があるためか「子供」が1位です。しかし、女性も「夫・妻などの配偶者・パートナー」は53.2%と2位に入っています、男女ともに夫婦での外食にお力ネをかけてもいいと思っているようです。

Q.あなたが外食をする際に、お金をかけて良いと感じる同伴者をすべてお選びください。

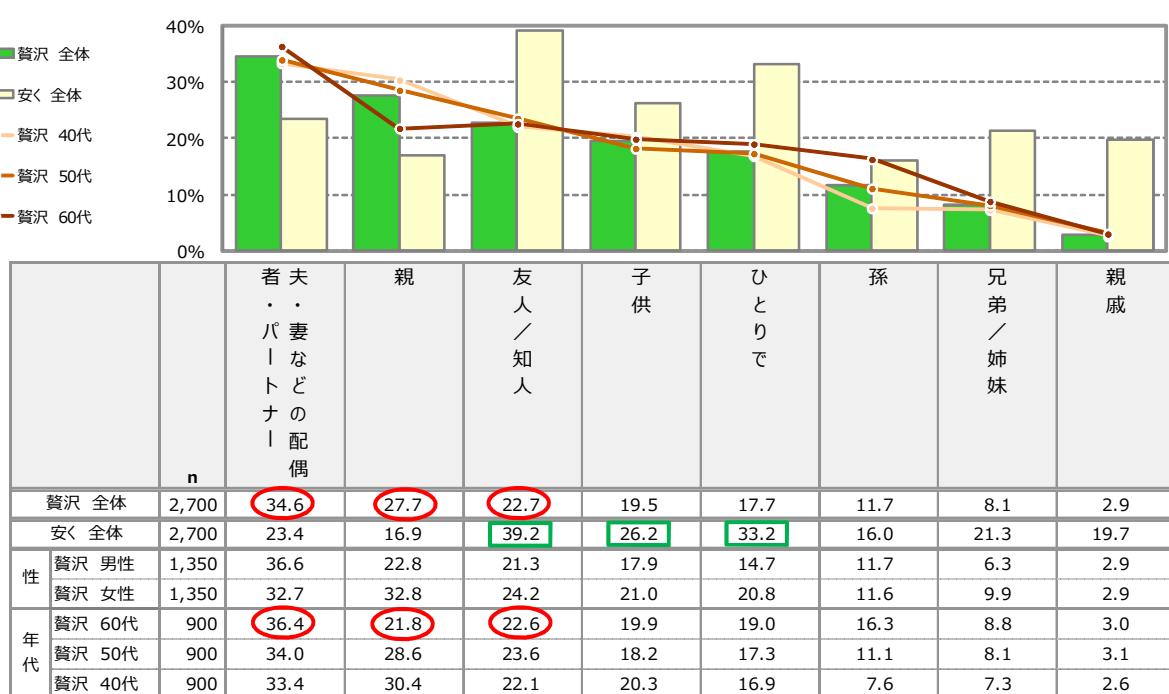


■お金をかけて贅沢な旅行をしてもいいと思う相手1位は「配偶者・パートナー」。

「できるならお金をかけてでも贅沢な旅行をしたい」と思う相手の1位は「夫・妻などの配偶者・パートナー」34.6%、2位は「親」27.7%、3位は「友人／知人」22.7%となっています。反対に「安く行きたい」の1位は「友人／知人」、2位は「ひとりで」、3位は「子供」でした。実際にリタイアして、旅行消費をしているとみられる60代も「できるならお金をかけてでも贅沢な旅行をしたい」と思う相手の1位は

「夫・妻などの配偶者・パートナー」36.4%、2位は「友人／知人」22.6%、3位は「親」21.8%とほぼ同様の傾向となっています。

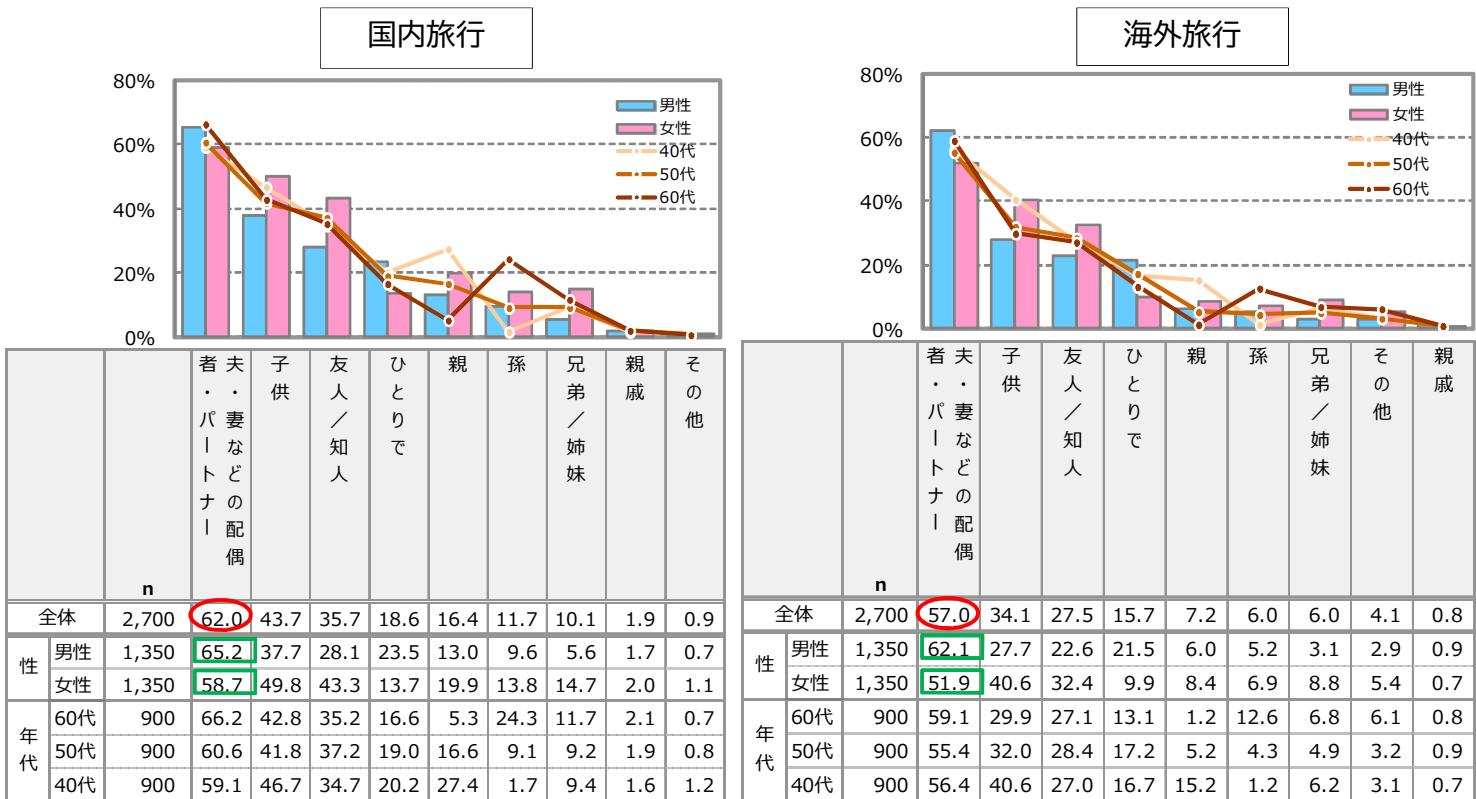
Q.今後、それぞれの相手とあなたが旅行する際、あなたは、「できるならお金をかけてでも贅沢な旅行をしたい」と思いますか、あるいは「できるだけお金をかけずに安くすませる旅行をしたい」と思いますか。



■国内旅行、海外旅行ともに一緒に行きたい相手の1位は「配偶者・パートナー」。

一緒に旅行に行きたい相手を聞いてみると国内旅行、海外旅行共に1位は「夫・妻などの配偶者・パートナー」（国内62.0%、海外57.0%）でした。いずれも2位に「子供」3位に「友人／知人」と並んでいます。1位の「夫・妻などの配偶者・パートナー」のみ、国内旅行：男性65.2%、女性58.7%、海外旅行：男性62.1%、女性51.9%と男性のほうが高い傾向となりました。新しい大人世代は夫婦二人旅行を楽しみにしているようです。

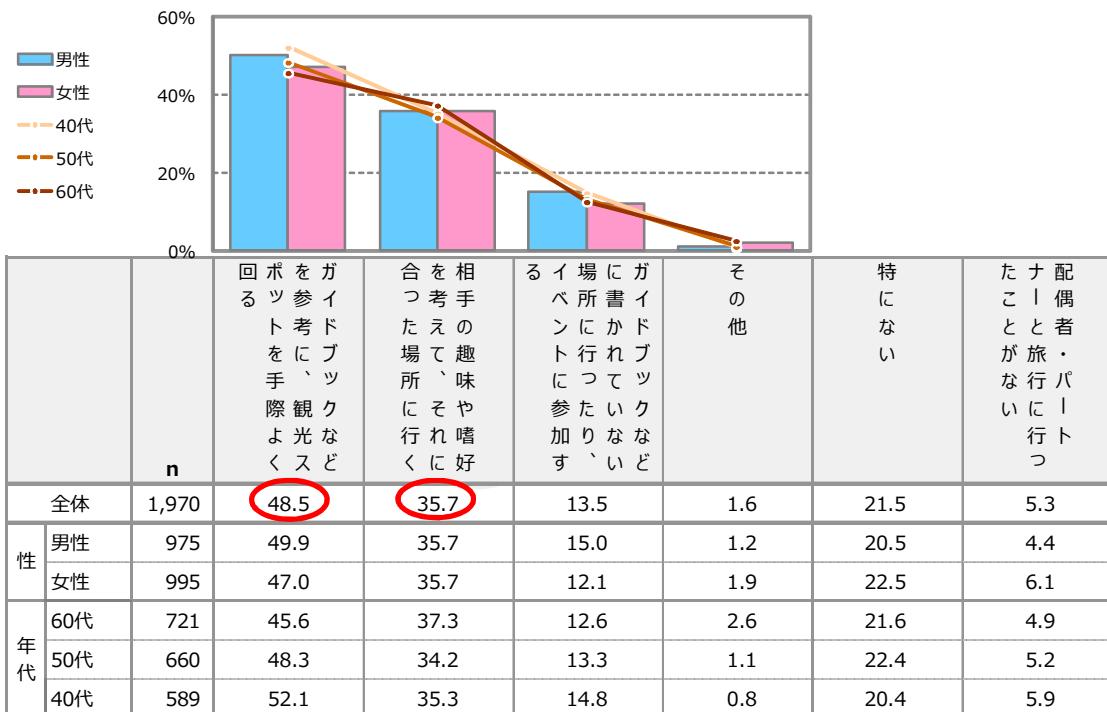
Q.あなたが、今後、一緒に旅行をしたい相手はどなたですか。国内旅行・海外旅行についてそれぞれお選びください。



■配偶者・パートナーとの旅行は恋愛婚世代らしく相手の趣味・嗜好に合わせて。

配偶者・パートナーとの旅行は「ガイドブックなどを参考に、観光スポットを手際よく回る」が48.5%と半数近くにのぼります。「相手の趣味や嗜好を考えてそれに合った場所に行く」も35.7%と高く、現在の60代以降は恋愛結婚が主流になった世代であり、若い時のデート気分が子供独立後の夫婦の旅行にもあらわれているようです。

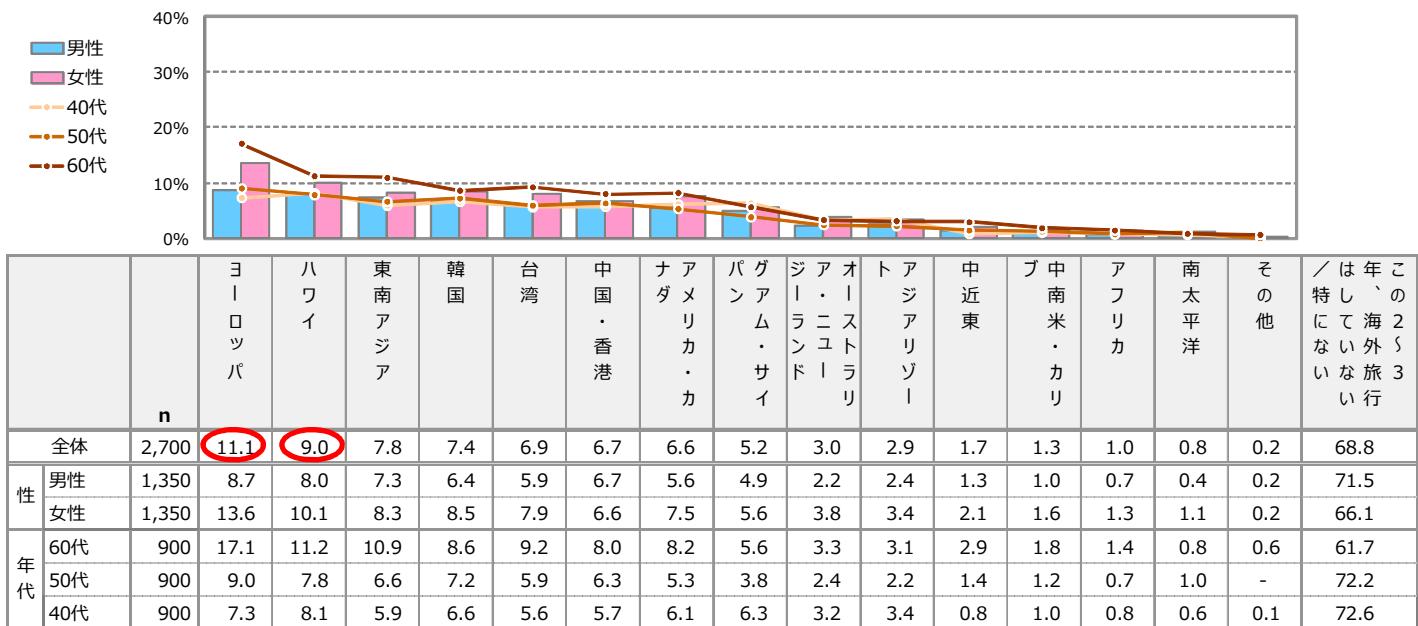
Q.あなたが配偶者・パートナーとの旅行で心掛けていることは何ですか。



参考資料

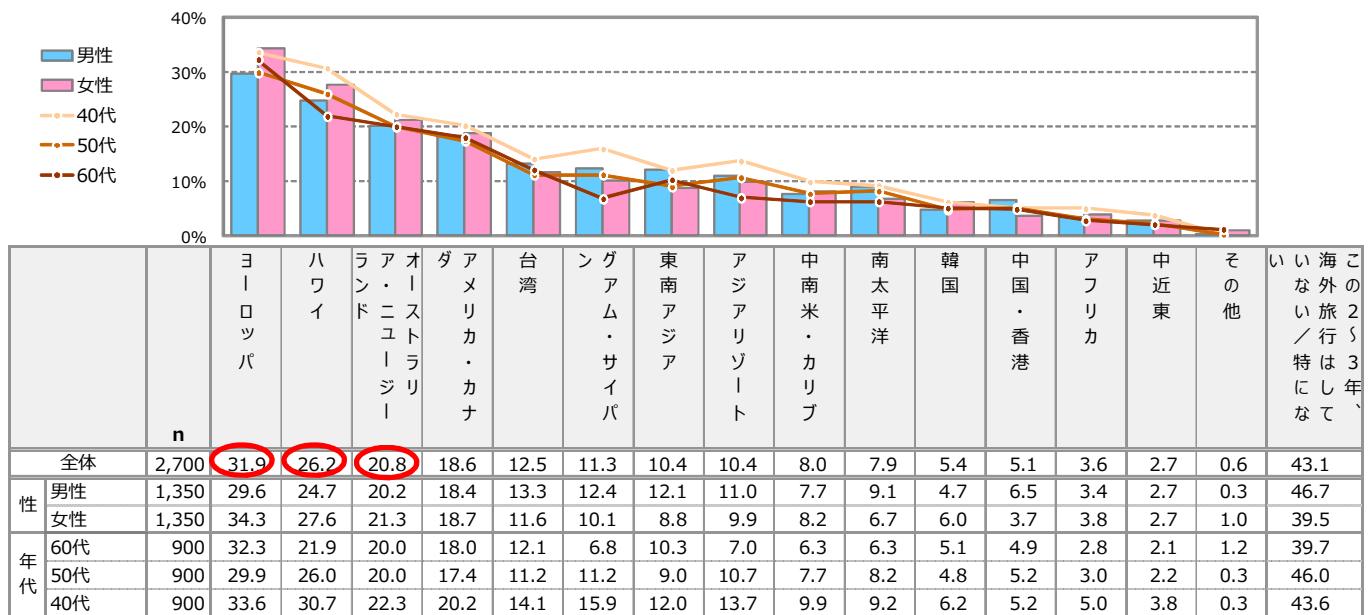
■実際に訪れた旅行先は「ヨーロッパ」が1位。以下「ハワイ」「アジア諸国」「アメリカ・カナダ」。
海外旅行で実際に訪れた地域は、1位「ヨーロッパ」11.1%、2位「ハワイ」9.0%、3位「東南アジア」7.8%、4位「韓国」7.4%、5位「台湾」6.9%、6位「中国・香港」6.7%となりました。ヨーロッパ、ハワイの人気はあるものの、比較的近場への旅行をする傾向にあるようです。

Q.海外旅行として、この2～3年（2012年以降）に訪れた地域・場所、今後訪れたい地域・場所をお選びください。



■今後訪れたい旅行先は「ヨーロッパ」が1位。以下「ハワイ」「豪・NZ」「アメリカ・カナダ」。
海外旅行で今後訪れたい地域は、1位「ヨーロッパ」31.9%、2位「ハワイ」26.2%と訪れた旅行先と同様の結果になりました。3、4位に関しては実際訪れた旅行先とは異なり「オーストラリア・ニュージーランド」20.8%、「アメリカ・カナダ」18.6%が「アジア諸国」を抜いて上位になっています。

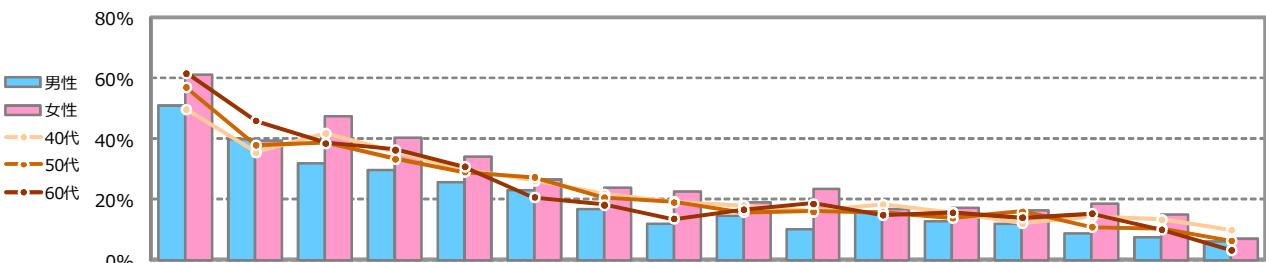
Q.海外旅行として、この2～3年（2012年以降）に訪れた地域・場所、今後訪れたい地域・場所をお選びください。



■旅行は「滞在型」で、楽しみたいのは「自然」と「グルメ」と「街」。定番スポットもうまく回りたい。

今後の旅行スタイルについて聞いてみると「一回の旅行では1~2か所程度に（ゆっくり／じっくり）滞在する」が1位で56.2%と半数以上の人人が滞在型の旅行を望んでいました。ただしロングステイ希望者は少なく、比較的短期の旅行を好んでいるようです。2位に「海・山・川・森林などの自然を楽しむ」（39.9%）、続いて「その国や地域で有名な料理／食べ物を食べる」（39.7%）、「名所・名勝など、定番の観光スポットを見て回る」（35.1%）、「都市や街を楽しむ」（30.0%）となっており、内容としては滞在型で「自然」「グルメ」「街」を楽しみながら定番スポットを要領よく回りたいと思っているようです。

Q.今後の旅行について、あなたご自身の考え方やお気持ちに近いものはどれですか。



		り一度の旅 滞に在すゆ行 るつで くはり1 ／じ2 つかく所	然海・ 山を 楽し川・ 森林な ど、 その自	その べ國や 地域で 有名な 料理	光ス ポツト を見 て回 る定 番の 観	名所・ 名勝な ど、 その自	都市や 街を 楽しむ	リゾート ライフを 楽しむ	べるよ うな地 理域 で食 べる人 ぞ知	その國や 地域で 有名な 商品	買 うよ うな地 理域 で食 べる人 ぞ知	その國や 地域で 有名な 商品	知 るよ うな地 理域 で有 名な 商品	演劇の 鑑賞を する人 ぞ知	その國や 地域の 鑑賞を する人 ぞ知	域1 や回 国を 観光 でい る地	地元の 普通の 生活を 楽しむ	する 1か 所に 何カ 月も イ長 期滞 在	れや らに 事見 加す る、 ある いは 祭り	その國や 地域の 有名な 商品を 見る人 ぞ知	その國や 地域で 有名な 商品を 買う人 ぞ知	楽し むボ ーツや アク ティ ビティ を	あ ては まる もの はな い
		n																					
全体		2,700	56.2	39.9	39.7	35.1	30.0	24.8	20.2	17.4	16.9	16.9	16.4	15.1	14.1	13.6	11.3	6.6	12.9				
性	男性	1,350	51.2	40.1	32.1	29.9	25.8	23.0	16.7	12.1	14.7	10.2	16.1	12.8	11.9	8.8	7.6	6.1	17.3				
	女性	1,350	61.2	39.6	47.3	40.4	34.1	26.6	23.8	22.7	19.0	23.5	16.7	17.3	16.4	18.4	15.1	7.0	8.4				
年代	60代	900	61.7	46.1	38.6	36.4	30.9	20.8	18.2	13.7	16.7	18.6	14.9	15.7	14.1	15.4	10.1	3.3	9.8				
	50代	900	57.1	38.0	38.7	33.4	29.2	27.4	20.7	19.1	15.9	16.0	15.8	13.9	16.0	11.0	10.4	6.4	12.1				
	40代	900	49.8	35.6	41.9	35.6	29.8	26.2	21.8	19.4	18.1	16.0	18.4	15.7	12.2	14.4	13.4	10.0	16.8				

<調査概要>

調査主体：博報堂 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 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)
- No.18 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」 (2015.10.13)
- No.19 その③ 新型50・60代は「新しい大人のライフスタイル」創りへ(2015.10.23)
- No.20 その④ 新型50・60代は「介護予防」「健康向上欲求」の意識高く(2015.11.12)
- No.21 その⑤ クロスジェネレーションを求める新型50・60代(2015.11.18)
- No.22 その⑥ 新しい大人世代を象徴するのは「音楽」 (2015.12.21)
- No.23 その⑦ 新しい大人世代、依然として続く「夫婦離れ」 (2015.1.15)

「博報堂 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「エルダーナレッジ開発新しい大人文化研究所」を正式名称として設立されました。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

