

2015年10月8日
博報堂 新しい大人文化研究所

新大人研レポート No.17 シニアから新大人へ、新型50・60代に。 その①

新大人はこれまでの同世代と違う“新型50・60代”

新大人は自分を“シニア”だと思わず、
“シニア”と呼ばれたいとも思っていない。
「自分は従来の40～60代と違う」という意識が高い傾向に。

- ・ 50代の9割近くは“シニア”を自分のことだと思っておらず、60代の9割近くは“シニア”と呼ばれたいとは思っていない。
- ・ 40～60代の85.1%の人たちが「自分達は従来の40～60代とは違う」と思っている。
- ・ どういった点がいままでの同年代と違うかと尋ねたところ、「年相応にならない」が1位に。
- ・ 6割近い人が、従来の同年代と違うのは「自分とその周囲だけだ」、と思っている。

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!?する中高年ー“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が見えて来ました。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えてきました。これまでも「自分は“シニア”ではない」という意識を持っていた40～60代ですが、その傾向がより強くなり、「自分達は従来の40～60代とは違う」と思っていることがわかりました。

現在の50・60代は自分のことを“シニア”だとは思っておらず、“シニア”と呼ばれたいとも思いません。「“シニア”を自分のことだと感じるか」という質問に対して、2012年では50代：19.7%、60代：56.1%と、既に自分のことをシニアとは思わない傾向にありますが、2015年では50代：13.1%、60代においては46.2%と10ポイント減少し、その傾向を強めています。

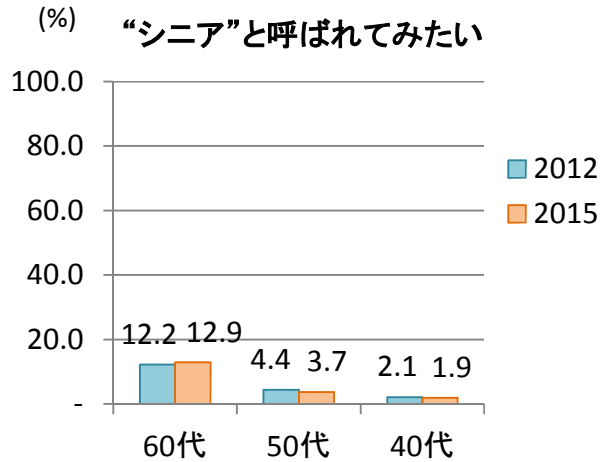
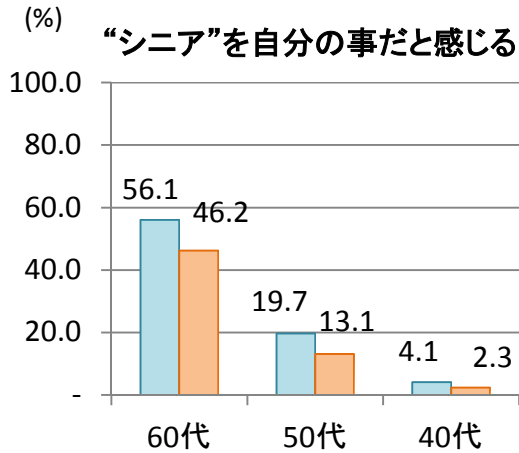
また、現在でも政府自治体では65歳から高齢者と規定されていますが、今回の調査によると、85.1%が「自分たちはこれまでの40～60代とは違う」と感じているようで、特に女性50代が88.0%と高い傾向にあります。

では、どのような点において従来の40～60代と違うかという点、1位「年相応にならない」、2位「若さ」、3位「新しいものやコトに敏感」という回答が並びました。また、自分とその周りだけが従来の年代と違うと思っている人が約6割もいました。これまでの“シニア”像とは異なる、こういった意識を持った新しい大人を“新型50・60代”と呼べそうです。

<調査結果>

■50・60代は自分を“シニア”だと思わず、“シニア”と呼ばれたいとも思っていない。

2012年の調査によると「“シニア”を自分の事だと感じる」人は50代で19.7%、2015年には13.1%に減少し、9割近くは自分のことだとは思っていません。60代に至っては2012年の56.1%から2015年は46.2%と約10ポイント減少しており、これまでも自分のことを“シニア”と思わない傾向にあった50代・60代ですが、その傾向が強くなっています。60代は46.2%と半数近くが自分を“シニア”と思っはいるものの、「“シニア”と呼ばれたいか」というと、9割近くは呼ばれたいとは思っていません。50・60代は自分を“シニア”とは思っておらず、呼ばれたいとも思っていないことがわかります。



※全体2,700男女計

■自分たちは従来の40～60代とは違う。50・60代がやや高い傾向。

「自分は従来の40～60代と違うと感じるか」について尋ねたところ、85.1%の人たちが「従来の40～60代とは違う」、と知っていることがわかりました。現在でも、政府自治体では65歳からを高齢者と規定しており、60代は少し前までは「オジイサン・オバアサン」と呼ばれていましたが、50・60代の意識が従来より大きく変わろうとしていることが明らかになりました。この傾向は女性においてより顕著なものとなっています。

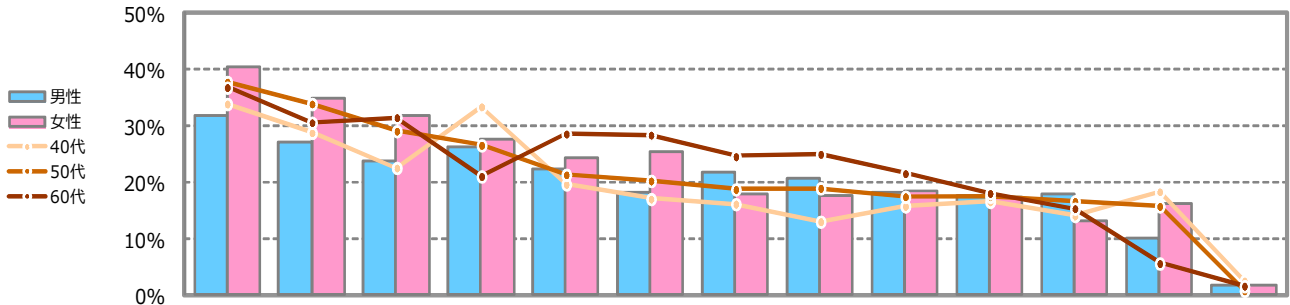
Q. あなたは、従来（とくに20・30年前）の40代・50代・60代と違うと感じますか。

		■ そう思う ■ ややそう思う ■ あまりそう思わない ■ そう思わない				「そう思う」+ 「ややそう思う」計 (%)	
全体	2,700	32.0	53.1	13.9	0.9	85.1	
年代	60代 900	33.8	52.0	13.7	0.6	85.8	
	50代 900	31.4	53.8	13.6	1.2	85.2	
	40代 900	30.9	53.7	14.6	0.9	84.6	
性 × 年代	男性	60代 450	34.0	50.9	14.4	0.7	84.9
		50代 450	28.0	54.4	16.0	1.6	82.4
		40代 450	28.4	53.3	17.3	0.9	81.7
	女性	60代 450	33.6	53.1	12.9	0.4	86.7
		50代 450	34.9	53.1	11.1	0.9	88.0
		40代 450	33.3	54.0	11.8	0.9	87.3

■違うポイントは「年相応にならない」「若さ」「新しいものやコトに敏感」。
いずれも50・60代が高い。

では、どういった点が今までの同年代と違うかを尋ねたところ、1位は「年相応にならない」、2位「若さ」、3位「新しいものやコトに敏感」でした。特に「年相応にならない」「新しいモノやコトに敏感」は50・60代で高くなっています。かつての「オジサン・オバアサン」から大きく様変わりしているといえます。50・60代はポスト団塊世代にあたり、人口ボリュームが最も多い世代であり、50・60代の変化が全体に与える影響が大きく、こういった意識を持つ新しい大人を“新型50・60代”と呼ぶことができます。

Q. あなたは、従来の40代・50代・60代と違うとお答えになりましたが、それはどういう点で感じますか。



性別	年代	n	年相応にならない	若さ	感新しいものやコトに敏	残いつまでも未成熟感が	常識にとらわれない	と年をとれれば人生下り坂	頑固にならない	上から目線にならない	若者に小言を言わない	は若さがわるいことだと	貫禄は気にしない	幼さ	その他
			全体	男性	女性	60代	50代	40代							
全体	2,300	36.2	31.1	27.7	27.0	23.3	22.0	19.9	19.1	18.3	17.4	15.4	13.3	1.7	
性	男性	1,121	31.7	27.0	23.6	26.3	22.3	18.3	21.9	20.7	18.2	17.5	17.8	10.2	1.8
	女性	1,179	40.5	34.9	31.7	27.7	24.2	25.4	18.0	17.6	18.4	17.3	13.1	16.2	1.7
年代	60代	772	36.8	30.6	31.5	21.1	28.6	28.4	24.6	25.0	21.6	18.1	15.4	5.7	1.7
	50代	767	37.8	33.9	29.1	26.6	21.4	20.3	18.8	19.0	17.5	17.5	16.7	15.8	0.9
	40代	761	33.9	28.8	22.6	33.4	19.7	17.1	16.2	13.1	15.8	16.6	14.1	18.4	2.6

■従来の年代と違うのは「自分とその周囲だけ」だ、と思っている。

「従来の年代と違う」という意識について、「同年代全体がそうだ」と思っているかについて尋ねたところ、「そうではない」という結果がでました。「自分はそうだが、自分の周りや世の中全体の人はそうでもない」および「自分と周りの人はそうだが世の中全体の人はそうだと思わない」の合計は59.2%で、つまり「自分と自分の周りはそうだが、世の中の人たちはそうではない」と思っており、60%近くが「自分たちだけは違う」と思っていることが伺えます。

性別	年代	n	意識			
			自分はそのうちだが、自分の周りの人はそうでもないと思う	自分はそのうちであり自分の周りの人もそうだが、世の中全体の人がそうだと思わない	自分も自分の周りも世の中全体の人もおおむねそうだと思う	
全体	2,300	19.4	39.8	59.2%	40.8	
年代	60代	772	18.8	39.9	41.3	
	50代	767	19.2	38.9	42.0	
	40代	761	20.2	40.7	39.0	
性 × 年代	男性	60代	382	21.5	39.3	39.3
		50代	371	22.9	39.4	37.7
		40代	368	22.8	41.6	35.6
	女性	60代	390	16.2	40.5	43.3
		50代	396	15.7	38.4	46.0
		40代	393	17.8	39.9	42.2

Q. 従来の年代の違いについて、それは自分だけが感じることでか。それとも世の中全体の人も感じることでか。

<調査概要>

調査主体:博報堂 エルダナーナレッジ開発 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 エルダナーナレッジ開発 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)

「博報堂 エルダナーナレッジ開発 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。従来の中高年齢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、この新しい中高年齢層を「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

