

博報堂 広報室

**HAKUHODO**

Corporate Public Relations Division

tel:03-6441-6161 fax:03-6441-6166

www.hakuhodo.co.jp

2017年3月

**BOOK**

【新刊発売のご案内】

『イケてる大人、イケてない大人』

—シニア市場から「新大人市場」へ—

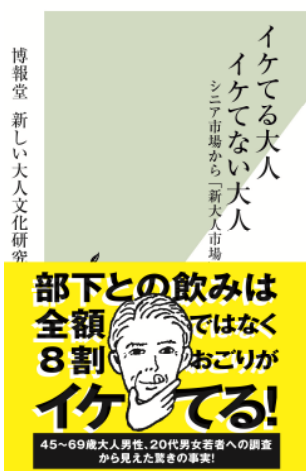
著：博報堂新しい大人文化研究所

博報堂の専門組織である博報堂新しい大人文化研究所は、40～60代を“新しい大人世代”と位置づけ、その意識と消費に関する調査研究を行っています。

この度、「新しい大人」マーケットを牽引し、若い世代から支持される40～60代の実態をあぶり出した書籍『イケてる大人、イケてない大人—シニア市場から「新大人市場」へ—』を出版いたしましたのでお知らせします。

本書では各種の調査や識者へのインタビュー、新たに実施した45～69歳の大人男性層と、20代の男女若者層 に対する「イケてる大人の意識・実態調査」結果をもとに執筆しています。部下に対するコミュニケーションや、食事・カラオケでのマナー、SNS等のデジタルコミュニケーション、趣味・レジャー等幅広い場面での「イケてる」行動・意識について明らかにし、「イケてる大人」と「イケてない大人」の分水嶺を明らかにしています。さらに個人消費の低迷が言われるなか、その「イケてる大人」が市場を活性化させるひとつの原動力になる可能性も示しています。

40代後半以上の男性（大人世代の男性）、若者との間のジェネレーションギャップに戸惑いを感じている方や、若者や同世代から「イケてる！」としてリスペクトを得たい男性。さらに、今後の「新しい大人」をめぐるビジネスやマーケティングに興味があるすべての方々にお読みいただければ幸いに存じます。



判型：新書判

頁数：266ページ

定価：780円+税

発行：株式会社光文社

書店発売日：2017年03月16日（木）

本件に関するお問い合わせ：博報堂 広報室 藤井 (TEL:03-6441-6161)

### ◆「イケてる大人」の傾向（本書抜粋）

イケてる大人のおごり方：部下との飲みは8割おごりがイケている！

大人世代※と若者の2名で食事をした際に、お勘定の何割をおごってくれる大人が「イケてると思う※」かについて、1割刻みで6割~10割の選択肢で聴取したところ、「8割払ってくれるのがイケてる」の回答が28.7%で最も多い。

「若者にとって一番イケてる割合は10割ではなく、8割」という結果になった。

※大人世代=45歳以上の男性

※イケてる=若者・同世代からリスペクトされること

## 目次

### 第1章 新しい大人の出現

新しい大人が生む新しいスタイル／大人と若者で異なる、イケてる大人像

### 第2章 イケてる大人の若者交流術

若者からみた「イケてる大人」とは？

- (1) 職場のイケてる交流術
- (2) 食事・酒の場でのイケてる交流術
- (3) カラオケでのイケてる交流術

### 第3章 イケてる大人のデジタルコミュニケーション

急速に成長したSNSのコミュニケーション

- (1) イケてる大人のfacebookマナー
- (2) イケてる大人のfacebook活用法
- (3) イケてる大人流SNS会話術

### 第4章 レジャーと趣味からみるイケてる大人の理想と現実

大人世代のなかでのイケてる格差

- (1) イケてる大人の旅行
- (2) イケてる大人の趣味・レジャー

### 第5章 イケてる上司の条件

働く女性が考える！イケてる「上司」とは？

- (1) 「働く」篇
- (2) 「飲む」篇
- (3) 「遊ぶ」篇

### 第6章 イケてる大人文化を創り出すムーブメント

50代からの新しいアクション

- (1) avex life design lab
- (2) パーティ・コネクション

### 第7章 イケてる大人の日本へ~7つの提言~

イケてる大人の条件

### 第8章 イケてる大人の過去・現在・未来と花開くビジネス

- (1) 日本のオジサンはイケてる大人になるか
- (2) 花開くビジネス

## 著者プロフィール

### 博報堂新しい大人文化研究所（新大人研）

広告会社博報堂が、シニア市場を対象としたリサーチとマーケティングを専門的に扱う部門として2011年に設立。従来のシニアを語る「人生下り坂」観は過去のものとなり、子供が独立して、いよいよやりたいことができる「人生これから」観の大人が主流となっていく時代の中で、50代・60代をシニアではなく「新しい大人」と定義。

その意識・行動を研究し、さらにそれに留まらず、マーケティング実践を通して市場や社会に働きかけ、文化を生み出す“社会のエンジン”になることを目指して日々活動を展開している。

<http://www.h-hope.net/>