

新大人研レポート No.30 新しい大人へ:オンナも変わるオトコも変わる その③

敬老の日のプレゼント調査(40~70代)うれしいのは「みんなで食事」

- 敬老の日に欲しいプレゼントの1位は「外食・食事」  
→「おカネを自分たちが出してでもいい」(52.3%)
- 孫育てへの参画率はこの2年で10%以上、上昇した  
→しかし一方で、肉体的辛さ(36.4%)・時間的拘束(34.5%)を感じている
- 孫育てしたい理由の1位は「一緒にいると楽しい、刺激がある」(75.0%)  
→「子ども家族を助きたい」(45.5%)を大きく上回った

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。いま、40~60代はさらに大きく変化し、今後高齢社会を大きく変える兆しを見せています。2015年は『シニアから新大人へ』と、自分たちは従来の50・60代とは違うという意識の高まりをレポートしました。今年3月の調査結果に基づく今回のシリーズでは、「新しい大人へ:オンナも変わるオトコも変わる」として、さらに進化する生活者の意識変化を明らかにして行きます。

①敬老の日のプレゼント希望1位は「外食・食事」。全体に“モノよりコト”でうれしいのはコミュニケーション。調査結果から、「敬老の日」のプレゼントで「しもらったこと・もの」、「うれしかったこと・もの」、「してもらいたいこと・もの」全ての1位は「外食・食事」でした。「してもらいたいこと・もの」の2位が「旅行」、3位が「孫からのプレゼント」、4位が「メール・電話」であり、全体に“モノよりコト”。コミュニケーションがうれしく、「みんなで食事」が一番のプレゼントといえます。(対象:40~70代男女)

②「外食・食事」に関しては「おカネは自分たち夫婦で出してでもいい」が52.3%と半数を超える。「外食・食事」に関しては、「自分(たち夫婦)が出したい」が16.5%、「(プレゼントの負担は)子ども家族が望ましいが自分(たち夫婦)が出してでもいい」35.8%と合わせて52.3%が「自分たち夫婦」で出してでもいい、と答えています。「みんなで食事」がうれしいので、子供家族に負担をかけずに自分たちがおカネを出してでもいいと考えています。(対象:40~70代男女)

③「孫育てへの参画」率は、この2年間で10%以上、上昇。孫のいる人の「孫育て・孫ケアへの参画経験」率は、39.6%(2015年)→51.6%(2017年)と10%以上も上昇しました。(対象:40~60代男女)

④「孫育てをもう一度したい」という人の割合も、この2年間上昇傾向が続いている。孫育て経験者で「孫育てに再度参画したい」人はもともと77.2%(2015年)と高い数値を示していましたが、80.0%(2017年)とさらに上昇しています。(対象:40~60代男女)

⑤「孫育てをもう一度したい」理由の1位は子供家族を助きたいを押さえて「一緒にいると楽しい、刺激がある」。孫育てに再度参画してみたい人に理由を聞くと、1位「一緒にいると楽しい、刺激がある」75.0%、2位「子供家族を助きたい」45.5%、3位「愛情/結びつき/絆を確認・強化したい」37.5%で、「一緒にいると楽しい、刺激がある」が「子供家族を助きたい」を大きく上回っています。(対象:40~60代男女)

⑥孫育てで大変なこと・辛いことは「肉体的」なものと「時間的」なこと。孫育てで、大変なこと・辛いことは1位「肉体的に辛い面があり、もう少し楽に」が36.4%、2位「時間的に辛い面がありもう少し余裕の持てることだけしたかった」が34.5%であり、「金銭的」なことや「子供家族の過大な要求」を引き離しています。年齢的なことによる「もう少し楽にできることだけしたい」、時間的に「余裕を持てることだけしたい」という気持ちが強いとみられます。(対象:40~70代男女)

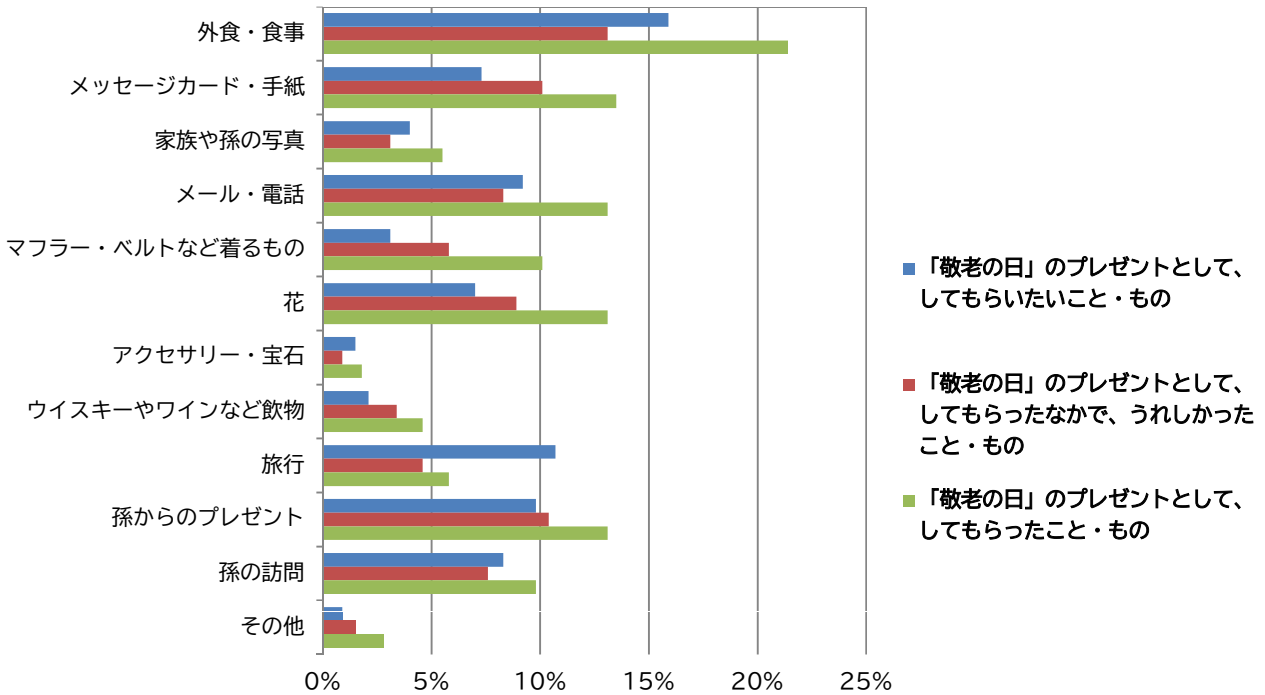
<調査結果>

① ■敬老の日のプレゼント希望1位は「**外出・食事**」。全体に“モノよりコト”で、うれしいのは**コミュニケーション**。

「敬老の日」のプレゼントで「しもらったこと・もの」、「うれしかったこと・もの」、「してもらいたいこと・もの」の1位は全て「**外出・食事**」。「してもらいたいこと・もの」の2位が「**旅行**」で、4位が「**メール・電話**」であり、全体に“モノよりコト”であり、「**コミュニケーション**」がうれしく、「**みんなで食事**」が一番のプレゼントといえます。

Q.「敬老の日」のプレゼントとしてもらったこと・もの／うれしかったこと・もの／してもらいたいこと・ものについて、お答えください。（それぞれいくつでも）

(n=327：40～70代男女1442サンプルのうち「孫あり」の327サンプル)



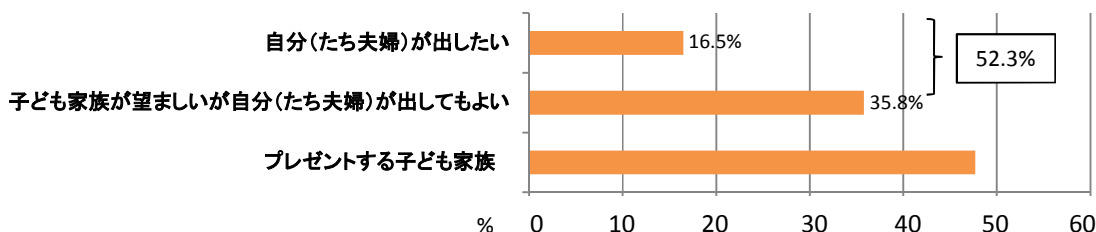
	外出・食事	メッセージカード・手紙	家族や孫の写真	メール・電話	マフラー・ベルトなど着るもの	花	アクセサリ・宝石	ウイスキーやワインなど飲物	旅行	孫からのプレゼント	孫の訪問	その他
「敬老の日」のプレゼントとして、してもらいたいこと・もの	15.9%	7.3%	4.0%	9.2%	3.1%	7.0%	1.5%	2.1%	10.7%	9.8%	8.3%	0.9%
「敬老の日」のプレゼントとして、してもらったなかで、うれしかったこと・もの	13.1%	10.1%	3.1%	8.3%	5.8%	8.9%	0.9%	3.4%	4.6%	10.4%	7.6%	1.5%
「敬老の日」のプレゼントとして、もらったこと・もの	21.4%	13.5%	5.5%	13.1%	10.1%	13.1%	1.8%	4.6%	5.8%	13.1%	9.8%	2.8%

② ■「**外出・食事**」に関しては、「**おカネは自分（たち夫婦）で出してもいい**」が**52.3%**と半数を超える。

プレゼントはもらうものだが、「**外出・食事**」に関しては、「**自分（たち夫婦）が出したい**」が16.5%、「**（プレゼントの負担は）子ども家族が望ましいが自分（たち夫婦）が出してもいい**」が35.8%と、合わせて**52.3%**が「**自分たち夫婦**」で出してもいい、と答えています。「**みんなで食事**」がうれしいので子供家族に負担をかけずに自分たちがおカネを出してもいいと考えています。

Q.「敬老の日」に、「**外出・食事**」をプレゼントとしてもらいたいと答えた人にお聞きします。**外出・食事代の負担はどなたが望ましいとお考えですか。最も近いものをひとつだけお選びください。**

(n=52：①の調査でプレゼントとしてもらいたいもの・ことは「**食事・外出**」と回答した52サンプル)



③ ■ 「孫育てへの参画」は孫のある人のなかで51.6%と2年前の39.6%から10%以上も上昇。

孫のいる人の「孫育て・孫ケアへの参画経験」率は、39.6%（2015年）→51.6%（2017年）と10%以上も上昇した。

Q.あなたは、「孫育て・孫ケア」（いわゆる子育てに対する孫育てのようなこと）に、現在参画していますか、あるいは過去に参画していましたか。

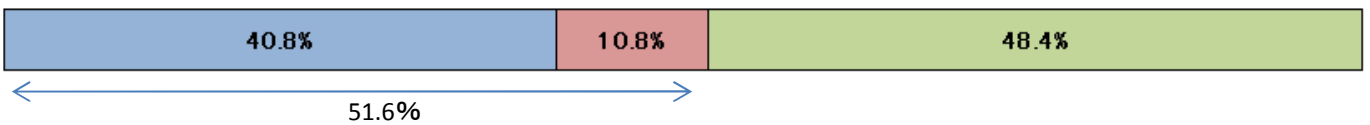
<2015年>

(n=619: 40~60代男女2700サンプルのうち、「孫あり」619サンプル)



<2017年>

(n=213: 40~60代男女930サンプルのうち、「孫あり」213サンプル)



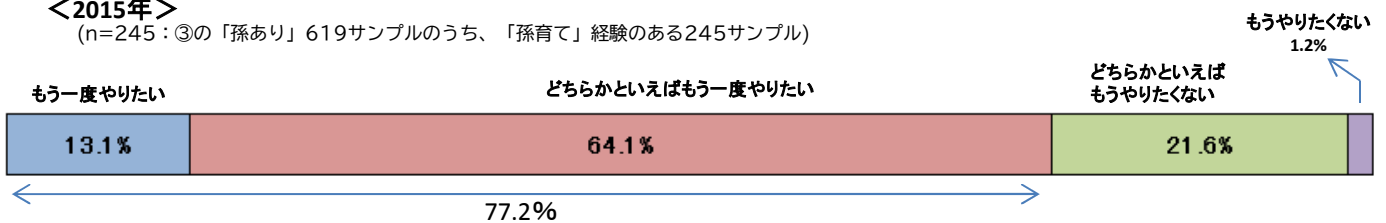
④ ■孫育て経験者で孫育てをもう一度したい割合は80.0%と、2年前にも77.2%と高かったのをさらに上回った。

「孫育てをもう一度したい」人はもともと77.2%（2015年）と高い数値を示していたが、80.0%（2017年）とさらに上昇した。

Q.「孫育て・孫ケア」を経験されたあなたにとって、「孫育て・孫ケア」はどうでしたか（どうですか）。またやりたいと思いますか。

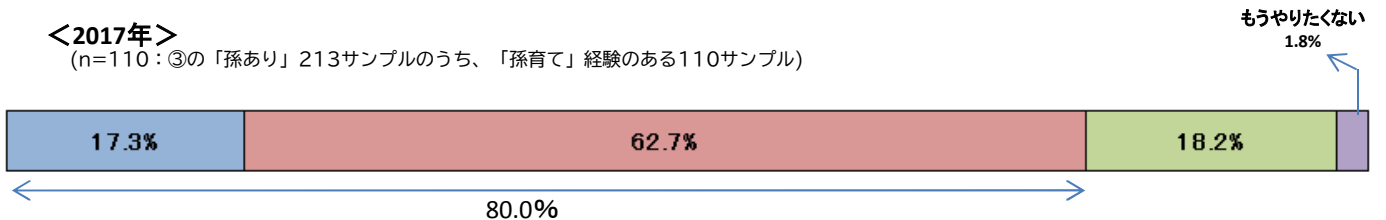
<2015年>

(n=245: ③の「孫あり」619サンプルのうち、「孫育て」経験のある245サンプル)



<2017年>

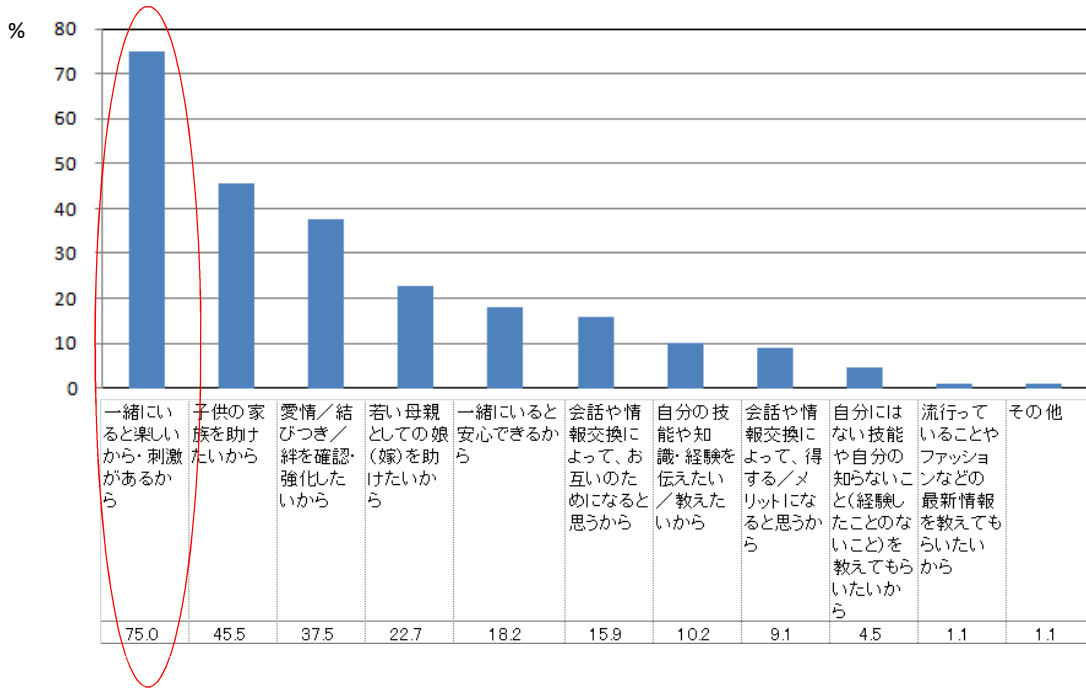
(n=110: ③の「孫あり」213サンプルのうち、「孫育て」経験のある110サンプル)



⑤ ■ 孫育てをもう一度したい理由のダントツ1位は「子供の家族を助けたい」を押さえて「一緒にいると楽しい、刺激がある」。

前ページにあるように、孫育て経験者のなかで、再度孫育てに参画してみたい人は80.0%。その理由を聞いてみると、1位「一緒にいると楽しい、刺激がある」75.0%、2位「子供の家族を助けたい」45.5%、3位「愛情/結びつき/絆を確認・強化したい」37.5%で、「一緒にいると楽しい、刺激がある」が、「子供の家族を助けたい」を大きく上回っています。

Q.あなたが「孫育て・孫ケア」をもう一度やりたいと思う理由は何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。

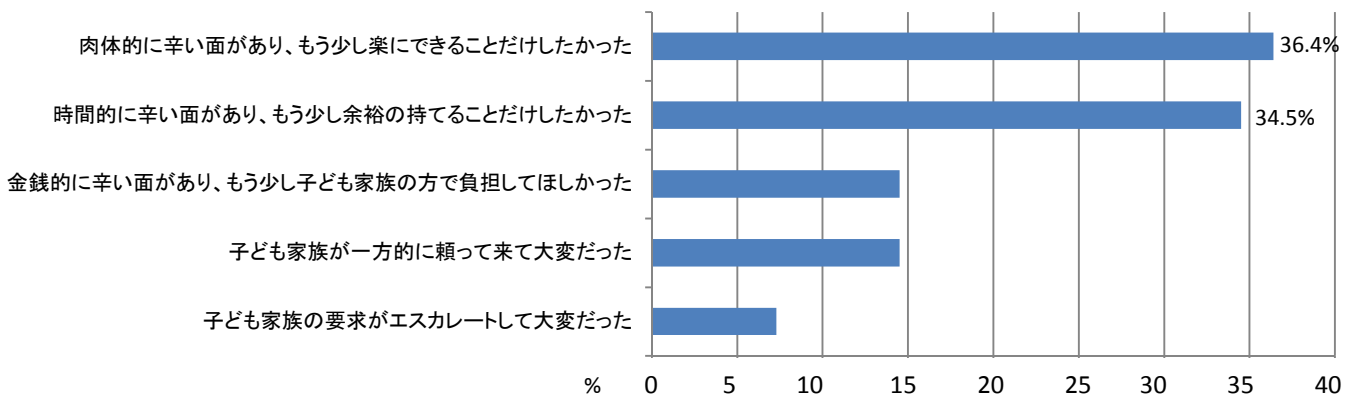


⑥ ■ 孫育てで大変なこと・辛いことは「肉体的」なことと「時間的」なこと。

孫育てで、大変なこと・辛いことは1位「肉体的に辛い面があり、もう少し楽にできることだけしかかった」36.4%、2位「時間的に辛い面があり、もう少し余裕の持てることだけしかかった」34.5%であり、金銭的なことや子供家族の過大な要求を引き離しています。

Q.孫育て・孫ケアで大変だった/辛かったと思う点がありますか。(いくつでも)

(n=55: 1442サンプル中、「孫育て」経験のある139サンプルのうち55サンプルが回答)



<調査概要>

①②⑥

調査主体：博報堂 新しい大人文化研究所

調査対象：40～70代男女

対象エリア：全国

対象者数：1,442サンプル

調査手法：インターネット調査

調査日時：2017年08月22日(火)

③④⑤

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：930サンプル

調査手法：インターネット調査

調査日時：2017年3月17日（金）～3月19日（日）

（参考・2015年）

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 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「夫婦すれ違い」(2016.1.15)
- No.24 その⑧ 新しい大人世代は「夫婦二人消費」におカネをかける(2016.2.23)
- No.25 その⑨ 新しい大人世代の孫育ては「近居・孫友」の新スタイル(2016.3.2)
- No.26 その⑩ 新しい大人は「ネットショッピング」&「3世代SNS」(2016.3.30)
- No.27 その11新しい大人は「夫婦ふたりのアラカルトグルメ」(2016.4.27)

**【新大人研レポート 新しい大人へ：オンナも変わるオトコも変わるシリーズ】**

- No.28 その① 「40・50・60代女性は“自分爆発レディ”」(2017.6.7)
- No.29 その② 「50・60代の当事者世代に“シニア”はますます不人気」(2017.8.22)
- No.30 その③ 敬老の日のプレゼント調査 うれしいのは「みんなで食事」(2017.9.14)

**「博報堂 エルダナーレッジ開発 新しい大人文化研究所」(新大人研)について**

「新大人研」は、博報堂エルダナービジネス推進室(2000年設立)を前身とし、2011年2月に設立されました。17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 新しい大人へ：オンナも変わるオトコも変わる』をシリーズで連続発表の予定です。

**■新大人研著作は台湾版・韓国版など海外へも**

