

新大人研レポートXVI いま高齢社会は“新しい大人社会”へと大きく変化 その⑨

「孫に甘いお年寄りから、新しい大人世代は“孫友”へ」

- 団塊含む60代は、孫育て・孫ケアを楽しんでいる。
- 孫との3世代旅行&食事には、おカネも惜しまない。

- ・ 60代の約9割が、孫とのコミュニケーションを増やしたいと考えている。
- ・ 男性60代「孫育て・孫ケア」の参加意向理由のトップは、「一緒にいると楽しい／刺激がある」。
- ・ 孫と楽しみたいことは「食事」、行きたいところは「国内旅行」。
- ・ 孫および娘・息子との「食事」と「旅行」にはお金をかけても良い意向。

いま40-60代生活者が「日本の高齢社会を大きく転換」しようとしています。会社は退職しても社会はリタイアしない人たちが増えています。「博報堂 新しい大人文化研究所」は、これらの世代を総称して“新しい大人世代”と名付け、調査研究を行っています。2012年度は『絶滅!?する中高年ー“新しい大人世代の登場”』と題して連続レポートを発表してきました。このたび全国40-60代男女に対する調査を実施し、分析を行った結果、高齢社会が“新しい大人社会”へと転換する「兆し」が見えてきました。新しい大人世代、とりわけ、リタイアした60代の団塊世代が、今ようやく動き出し、日本の高齢社会そのものが、生活者の力で大きく転換しようとしています。調査結果から読み取れる変化の兆しを、生活のさまざまな角度からご報告します。

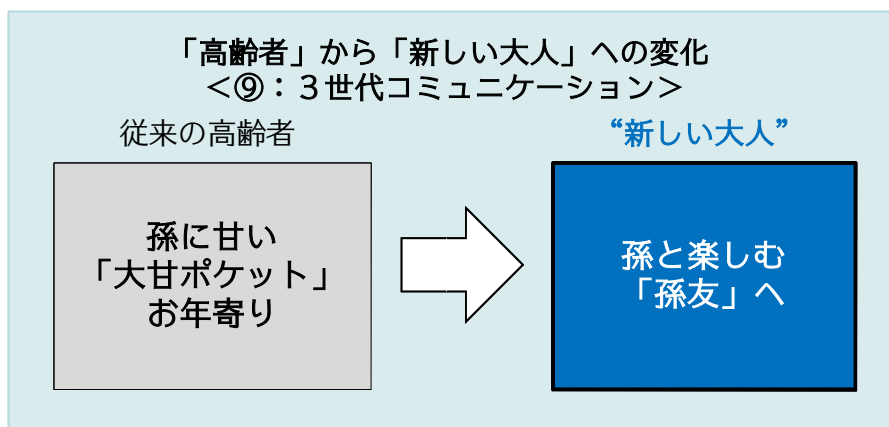
その⑨は、「孫」です。

新しい大人世代の「孫とのコミュニケーション」に関する意識と、それに関連する消費意欲についてご紹介します。

かつて、祖父母は孫の「大甘ポケット」と称され、子育て自体は子ども夫婦に任せ、孫は祖父母に甘え、祖父母は孫を甘やかすという関係が一般的でした。新大人世代60代は「孫育て・孫ケア」を自らも担いつつ、しかもそれを「楽しくて刺激があること」と捉えているようです。娘・息子を手助けする義務感で面倒をみるのではなく、孫とテレビや食、インターネット等を共通の話題に「孫友」関係を楽しんでいます。

また、孫がいない新大人世代でも孫が出来た時には、孫とのコミュニケーションを大切にしたいと考えている結果となりました。

消費の面では、孫と新大人世代および娘・息子世代を含めた「食事」や「旅行」に、新しいビジネスチャンスが広がりそうです。



<調査結果>

■60代全体の94.5%が、孫とのコミュニケーション機会を今より増やしたいと考えています。

現在孫のいない新大人世代（40-60代）でも孫が出来た時にはコミュニケーションを大切にしたいと過半数が回答しています。

【表1】今後のコミュニケーション機会／孫（孫有ベース）

	サンプル数	増やしたい	どちらかといえば増やしたい	どちらかといえば減らしたい	減らしたい	増やしたい計
全体	435	21.4	73.1	4.6	0.9	94.5
男性60代	201	22.9	70.6	5.0	1.5	93.5
女性60代	234	20.1	75.2	4.3	0.4	95.3

■孫育てへの参加意向トップは、「一緒にいると刺激があるから／楽しいから」。男性がやや高い傾向となりました。

【表2】孫育て参加意向理由（孫有ベース）

	サンプル数	愛情／結びつき／絆を確認・強化したい	一緒にいると安心できるところから	一緒にいると楽しいから刺激があるから	えてもらいたいからなどの最新情報を教流行やファッショ	知らないことを教え自分がない技能や、	経験や知識・自分の技能や知識・	えたいから	会話や情報交換による	子供を助けた	若い母親としての娘
全体	236	50.4	21.6	71.2	4.7	9.3	35.2	33.9	16.9	64.0	40.3
男性60代	108	50.9	25.0	74.1	3.7	7.4	42.6	29.6	10.2	59.3	32.4
女性60代	128	50.0	18.8	68.8	5.5	10.9	28.9	37.5	22.7	68.0	46.9

■孫とどういうことをして楽しみたいかを聞いてみたところ、男女共通で「国内旅行」と「食事」をあげていました。孫を含めた「3世代」をターゲットにした消費の可能性は今後拡がりそうです。

【表3】孫と一緒にいきたいところ／やりたいこと（孫有ベース）

	サンプル数	国内旅行	海外旅行	映画鑑賞	音楽鑑賞	ドライブ	ハイキング	山歩き・トレッキング	ウォーキング	散歩・散策	サイクリング	その他スポーツ	食事一般	ショッピング	博物館・美術館	テーマパーク	劇場	その他
全体	435	54.5	20.2	11.0	10.3	20.2	22.8	17.0	20.5	47.1	5.1	6.4	51.7	26.2	22.1	36.8	7.8	0.9
男性60代	201	50.7	19.4	9.0	8.0	20.9	22.4	19.4	21.9	44.8	6.5	8.0	43.8	19.9	18.4	32.3	4.5	1.5
女性60代	234	57.7	20.9	12.8	12.4	19.7	23.1	15.0	19.2	49.1	3.8	5.1	58.5	31.6	25.2	40.6	10.7	0.4

<ご参考>

■3世代の食事に対する気持ちや行動について尋ねたところ、「機会を増やしてゆきたい」41.7%「普段よりお金をかけてもよい」41.2%が多い。

【表4】3世代食事機会に対する意識・行動（自分一子供一孫）

	サンプル数	機会を増やしたい （今後3世代での食事）	金をかけてもよい （3世代で食事をする）	工夫して楽しみたい （3世代食事では、い）	3世代で食事をする （週末に3世代で集ま）	がよくなる （3世代で食事をする）	料理を担当する （3世代で家で食事を）	事機会が増えそう （況で祖父母と孫の食）
全体	430	42.8	44.0	36.5	26.5	10.0	0.5	3.3
男性60代	198	48.0	37.9	26.8	20.7	10.1	1.0	3.5
女性60代	232	38.4	49.1	44.8	31.5	9.9	-	3.0

■3世代の国内旅行に行きたいのは全体の8割、旅行にお金をかけてもよい意向は全体の7割が意向を持っています。

【表5】今後の3世代での国内旅行意向（自分一子供一孫）

	サンプル数	是非したい	できたらしたい	あまりしたくない	全くしたくない	したい計
全体	430	20.0	62.3	11.4	2.8	82.3
男性60代	198	16.7	62.6	13.1	2.5	79.3
女性60代	232	22.8	62.1	9.9	3.0	84.9

【表6】今後の3世代での国内旅行にかける出費意向（自分一子供一孫）

	サンプル数	かけてもよい	ややかけてもよい	あまりかけたくない	かけたくない	かけてもよい計
全体	430	12.6	59.5	22.1	3.0	72.1
男性60代	198	13.6	57.6	22.7	3.0	71.2
女性60代	232	11.6	61.2	21.6	3.0	72.8

<調査概要>

■表1,表2,表3,表4,表5,表6

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  
 調査主要：インターネット調査

調査エリア：首都圏（1都3県）+中小都市（首都圏および政令指定都市、岩手県・宮城県・福島県を除く） ※首都圏以外の政令指定都市、札幌市、仙台市、新潟市、静岡市、浜松市、名古屋市、京都市、大阪市、堺市、神戸市、広島市、北九州市、福岡市

調査：サンプル数：2700名、実査：2012年12月

※上記の条件のもと、調査を実施しています。

**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」)

- ・HOPEレポートⅠ 元気で意欲的な「ニューエルダー」の登場 (2001.5.21)
- ・HOPEレポートⅡ エルダー世代から見て公共サービスや高齢者への工夫はどの程度進んでいるのか (広告分野含め) (2001.7.10)
- ・HOPEレポートⅢ エルダー世代が現在楽しみにしている付き合い・コミュニケーション (2001.8.21)
- ・HOPEレポートⅣ 65歳以上の「親」世代が「子」「孫」世代とどうコミュニケーションしているのか (3世代コミュニケーション) (2001.9.7)
- ・HOPEレポートⅤ エルダー層のお金に対する意識調査 (2001.11.9)
- ・HOPEレポートⅥ いま、ラジオがエルダーを動かす (2001.11.29)
- ・HOPEレポートⅦ エルダー世代の旅は「夫婦二人きりで、贅沢に！」 (2002.3.26)
- ・HOPEレポートⅧ 50代男女に聞いた「言われてうれしい言葉」～[50代調査速報] (2002.7.12)
- ・HOPEレポートⅨ 65歳以上のパソコン使用率：2年間で2.7倍、携帯電話使用率は2倍 (2002.10.21)
- ・HOPEレポートⅩ エルダーの3分の2はお金に苦労しない～「50代・60代のお金に関する意識」(2003.3.11)
- ・HOPEレポート増刊 「新しい大人文化」創造のヒント(公式)を発表します。開けひま。(2003.10.8)
- ・HOPEレポートⅩⅠ 夫だけが信じる「ウチは大丈夫」～「50代夫婦のパートナー評価」(2003.12.12)
- ・HOPEレポートⅩⅡ 3食きっちり、エルダーは食べることが楽しみな「食生活優等生」「エルダーの食生活調査」(2004.2.19)
- ・HOPEレポートⅩⅢ 「いまは健康」だが、「今後の健康」・「病気のお金」に強い不安。(2004.4.22)
- ・HOPEレポートⅩⅣ 3世代とも「他世代と、もっとコミュニケーション」したい。(2004.7.14)
- ・HOPEレポートⅩⅤ 団塊リサーチ(1) 「団塊夫婦の定年意識」に関する調査 (2004.9.8)
- ・HOPEレポートⅩⅥ 団塊リサーチ(2) 「団塊世代のエンタテイメント消費調査」(2005.4.15)
- ・HOPEレポートⅩⅦ 団塊リサーチ(3) 「団塊世代のファッション実態調査」(2005.7.20)
- ・HOPEレポートⅩⅧ HOPEサーベイ2005 最新データ「エルダーの情報縁とタッチポイント」(2005.9.8)
- ・HOPEレポートⅩⅨ 「団塊世代～定年(引退)後のライフスタイル調査」(2005.10.15)
- ・HOPEレポートⅩⅩ 「団塊男性、定年後に目指す『男のロマン』調査」(2006.5.10)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅠ HOPEサーベイ2006 「団塊世代 人生60年の棚卸し」(2006.11.24)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅡ 「団塊世代 60歳以降の人生設計」(2007.2.20)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅢ 2007年団塊リタイヤ開始(1) 「団塊世代 退職金の使い方」(2007.4.26)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅣ 2007年団塊リタイヤ開始(2) 「団塊世代 今後の生活と暮らし方」(2007.6.26)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅤ 2007年団塊リタイヤ開始(3) 「夫婦の関係」(2007.7.24)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅥ “絶滅!?する中高年” ジーンズフィフティ・インフルエンサーの登場 (2009.2.5)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅦ 団塊夫婦調査(1) 「夫婦はやはり“すれ違い”!?」(2009.4.9)
- ・HOPEレポートⅩⅩⅧ 団塊夫婦調査(2) 「夫婦関係改善の手立て」(2009.4.20)
- ・新大人研レポートⅠ “新しい大人世代”の人生のとらえ方(2012.1.19)
- ・新大人研レポートⅡ “新しい大人世代”の言われて嬉しい言葉(2012.2.1)
- ・新大人研レポートⅢ “新しい大人世代”のコミュニケーション(2012.4.16)
- ・新大人研レポートⅣ “新しい大人世代”の健康意識(2012.5.31)
- ・新大人研レポートⅤ “新しい大人世代”のお金に関する意識(2012.8.27)
- ・新大人研レポートⅥ “新しい大人世代”の社会意識(2012.9.3)
- ・新大人研レポートⅦ “新しい大人世代”の夫婦関係(2013.2.26)
- ・新大人研レポートⅧ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その①おカネ(2013.07.31)
- ・新大人研レポートⅨ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その②食(2013.9.5)
- ・新大人研レポートⅩ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その③メディア(2013.11.6)
- ・新大人研レポートⅩⅠ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その④社会性(2013.11.28)
- ・新大人研レポートⅩⅡ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その⑤クルマ(2013.12.25)
- ・新大人研レポートⅩⅢ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その⑥住(2014.2.4)
- ・新大人研レポートⅩⅣ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その⑦旅(2014.2.19)
- ・新大人研レポートⅩⅤ いま高齢社会は”新しい大人社会”へと大きく変化 その⑧介護(2014.3.28)

**「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**

当研究所は、「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月に設立された、40～60代生活者の意識・行動を研究する専門組織です。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。当研究所では、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・研究および企業向けコンサルティング業務を行っています。今年度は『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～』を連続シリーズで発表していく予定です。

所長：阪本節郎(さかもと・せつお)



1975年早稲田大学商学部卒業。(株)博報堂入社。食品・トイレタリー・自動車・OA・金融等のプロモーション企画実務を経て、プロモーション数量管理モデル・対流通プログラム等の研究開発に従事。その後、商品開発および統合的な広告プロモーション展開実務に携わりつつ、企業のソーシャルマーケティングの開発を理論と実践の両面から推進。地域社会・NPO・環境・高齢者・教育サイトなどのテーマに取組む。2000年エルダナービジネス推進室開設を推進し、2011年新しい大人文化研究所を設立、現在に至る。

著書 「巨大市場『エルダー』の誕生」(プレジデント社2003年7月、共著)、「団塊サードウェーブ」(弘文堂2006年1月)。「団塊の楽園」(弘文堂2007年2月、共著)。