

【ニューノーマル消費】

シニア・高齢層にも、「手堅く賢い買い物をする」スマートな消費行動が
着実に根付きつつある。これからのシニア層はナカナカ手強い。

◆調査概要

株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシー(本社:東京都渋谷区)は、昨年に引き続き **55才～79才のシニア層 1000名(男性 500、女性 500)**を対象に、暮らし向き、就労・経済状況、消費行動、趣味・楽しみ、生活意識、情報収集、健康状態など高齢者のライフスタイルを把握する「シニアライフ・センサス 2013」(WEB 調査)を実施しました。

* 本年は、高齢者予備軍を 55～64 才まで年齢幅を拡大。

◆調査方法 WEB調査

◆調査地域 全国

◆調査対象者 全対象者—1000名(男性 500名、女性 500名) ※JMA-WEB モニターより抽出

	合計	男性	女性
合計	1000 名	500 名	500 名
55～64 才(高齢者予備軍)	400 名	200 名	200 名
65～74 才(前期高齢者)	400 名	200 名	200 名
75 才以上(後期高齢者)	200 名	100 名	100 名

◆調査日時 2013 年 6 月 27 日～7 月 1 日

◆生活に「余裕はないが満足」という現状肯定派が、昨年に比べ増加。

シニアの暮らし向き意識(生活満足度×余裕度)は、「余裕があり満足」(今年 38%←昨年 39%)、
「余裕がないが満足」(**37%←31%**)、「余裕がなく不満」(23%←27%)と3分割。昨年に比べ、資産(貯蓄等)
が目減りし、経済的余裕はない中で、与えられた環境に折り合う現状肯定派が増加している。

(100 分比)

【2013 年】 ← 【2012 年】	生活に満足(計)	生活に不満(計)
経済的に余裕がある方(計)	38.3% ← 39.0%	1.3% ← 2.0%
経済的に余裕がない方(計)	37.4% ← 31.3%	23.3% ← 27.1%

◆賢いシニアは、手堅く堅実に消費する ～買い物に対する考え方・行動

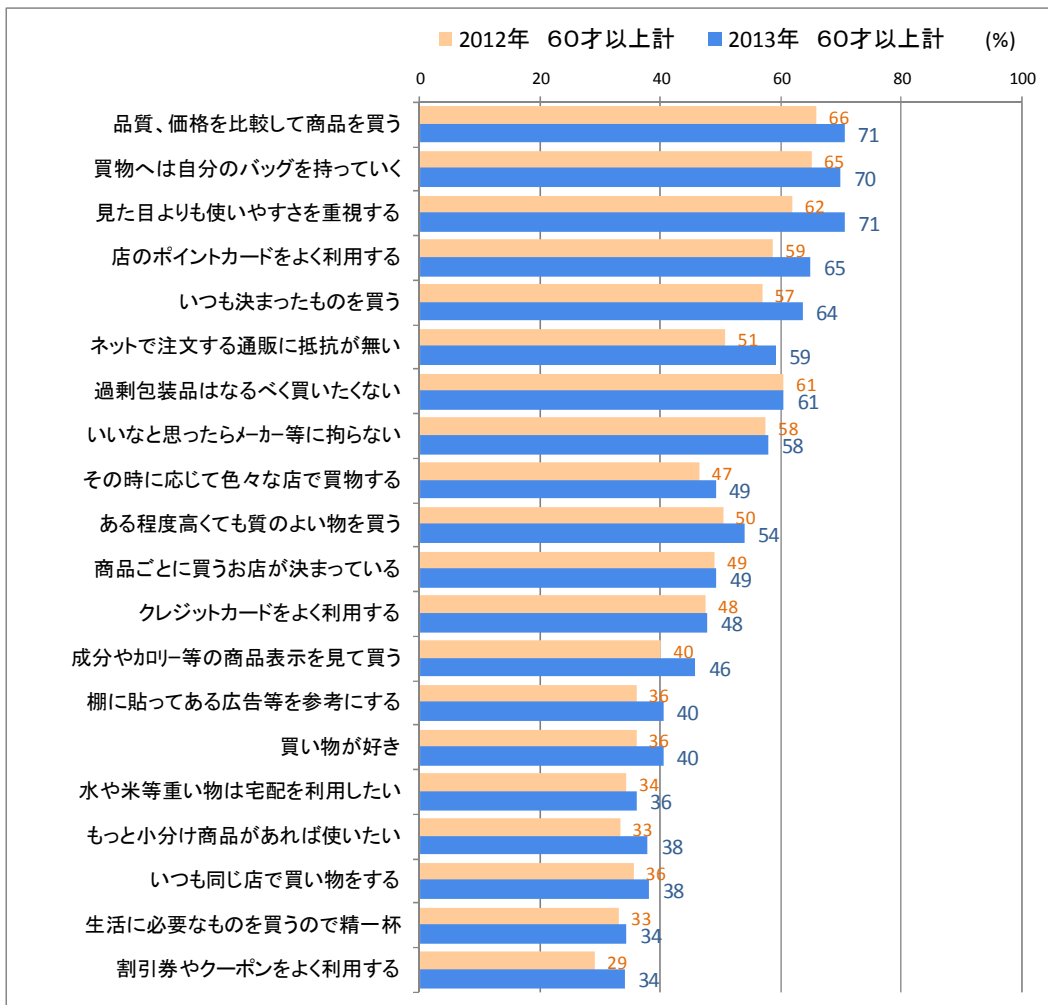
経済的な余裕がない中、シニア・高齢者は日々の生活を上手にやりくりしている。

日常の買い物に対する考え方の上位は、「品質、価格を比較して商品を買う」「買い物へは自分のバッグを持っていく」「見た目よりも使いやすさを重視する」「店のポイントカードをよく利用する」など……。

昨年に比べても、上位項目は同意率が上昇し、シニアの中でエシカルでスマートな消費が進んでいる。

■買い物に対する考え方 昨対比

※上位抜粋



◆シニア層はネットワーク資源を上手に活用し、消費に活かしている。～シニアの情報源

シニア層の情報源としては「テレビ」「インターネット」「新聞」が上位に挙がり、特に「テレビ」は属性による偏りがなく、幅が広い。「新聞」は《男性》で同意率が高く、特に75才以上の《後期高齢者》で85%と重要な情報源となっている。

一方《女性》では、前述の情報源に続いて「友人・知人の話」や「自分の家族(子供・孫)」などが上位に挙がり、彼女たちの多彩な“ネットワーク資源”が有力な情報源となっていることがわかる。

また《女性》では、若い層で「商品サンプリング・試供品」を、高齢層では「通販カタログ」の利用が特徴的。

■情報収集源

(%)		標本数	テレビ	インターネットのホームページ	新聞	ネットショッピングサイトの 口コミサイト	ちらし	店頭・売り場 (POP、ディスプレイ等)	友人・知人の話	自分の家族(子供、孫)	送られてきたDM	雑誌	ラジオ	通販カタログ	商品サンプリング・試供品	店員	フリーペーパー・ミニ紙	インターネットのブログやSNS
全 体		1000	79	65	62	45	33	32	32	27	23	19	18	16	16	15	15	14
年代別	男性計	500	78	72	69	48	29	29	22	18	21	20	21	10	9	14	12	16
	55-64才《高齢者予備軍》	200	72	71	57	50	26	34	24	19	18	21	15	7	11	18	12	15
	65-74才《前期高齢者計》	200	82	71	74	46	34	26	22	17	23	19	26	10	8	14	12	17
	75才～《後期高齢者計》	100	84	76	85	46	27	27	21	17	25	22	25	15	7	10	12	17
	女性計	500	80	58	56	43	36	35	41	35	24	17	15	23	24	16	18	13
	55-64才《高齢者予備軍》	200	80	66	47	52	34	40	40	35	24	20	14	19	32	18	21	16
	65-74才《前期高齢者計》	200	82	53	64	37	38	34	42	37	26	19	16	26	23	15	16	11
	75才～《後期高齢者計》	100	74	49	55	39	35	28	41	32	21	10	16	24	9	14	18	10
全体値+10%以上											全体値+5%							

全体値+10%以上 全体値+5%

◆最後に

今回は結果の一部抜粋をお伝えしています。一部のご紹介にとどまりましたが、シニア世代の現状・今後をお考えになる上でご参考となればと思っております。

詳細につきましては、後日、弊社Webサイトの「自主企画調査」ページ

<http://www3.jma-net.jp/info-cat/report/> に掲載予定です。また、別途「基礎分析編」「世代別考察編」を有償(50,000円)にてご提供の予定です。ご興味ございましたら、メールもしくは電話にて下記担当者までご連絡いただけましたら幸いです。

●本件に関するお問い合わせ先

(※受付時間 平日 10:30~12:30/13:30~18:00)

株式会社 ジャパン・マーケティング・エージェンシー

介護福祉事業部 高齢者研究グループ

上田牧人/菅原 祥道/吉田竜之介

東京 Tel : 03-3496-0131 Fax : 03-3464-7996

E-mail : mueda@jma-net.com

E-mail : sugahara@jma-net.com

E-mail : ryoshida@jma-net.com

URL : <http://www.jma-net.com>