

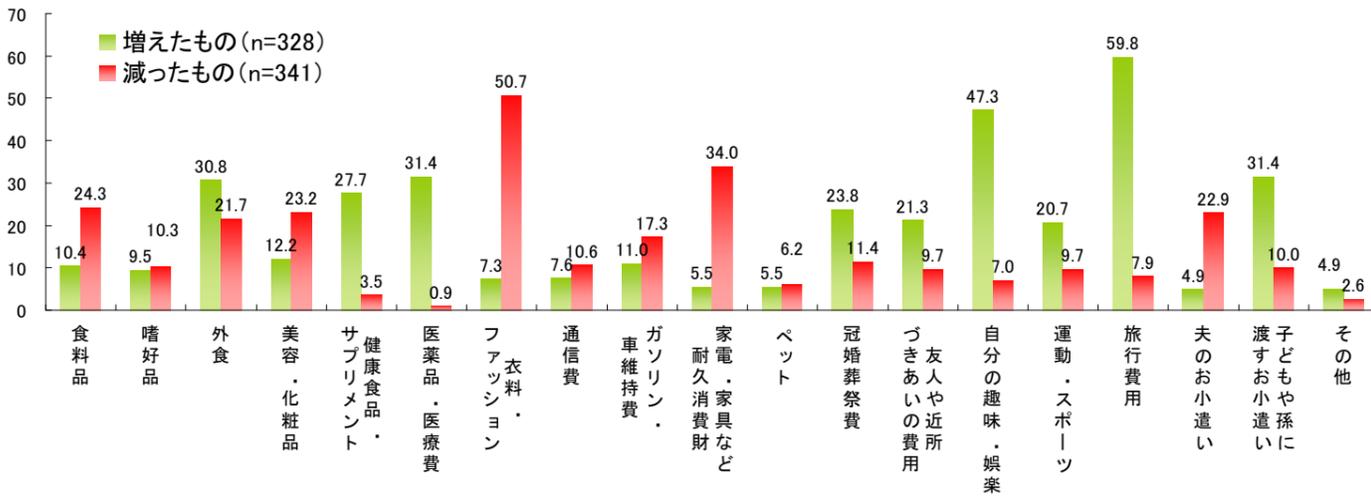
01 Woman's Voice

親の老後、自分の老後を考える～vol.8～

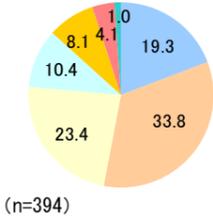
セカンドライフ、支出が増えたのは「旅行費用」と「自分の趣味・娯楽」

Q. セカンドライフに入ってから支出が増えたもの、減ったものは？

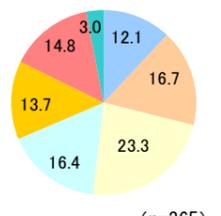
(数字はすべて%)



Q. 今、あなたの1カ月のお小遣いは？



Q. 今、夫の1カ月のお小遣いは？



1万円未満
1万～2万円未満
2万～3万円未満
3万～4万円未満
4万～5万円未満
5万～10万円未満
10万円以上

自分の老後を考えるシリーズ第8回はシニアミセスが、セカンドライフを実際どのように楽しんでいるのかを探った。60歳以上のミセス402人中、既にセカンドライフに入っているとした人が341人と84.8%。セカンドライフに入っているとしたミセスのみに、支出が増えたものと減ったものを聞いたのが上のグラフ。増えたと口を揃えるのは「旅行費用」で、6割近くが自覚するダントツの1位。次いで「自分の趣味・娯楽」で、この2トップは予想通り。以下、医薬品・医療費

は当然として、子どもや孫に渡すお小遣いが増えているのは涙ぐましい。これまで教育費として出ていたものが「お小遣い」に化けている家庭もありそうだ。外食費は増えた人と減った人が拮抗した。一方、減ったものは圧倒的に「衣料・ファッション費」。今までの蓄積で充分だということもあろうが、夫婦ともにカジュアルウェア中心になり単価が低くなることも関係している。家電・家具などの耐久消費財も同様。ただ夫婦二人暮らしに合うようリフォームするというニーズも高く、ライフステージの変化に伴う

大型消費も出やすい時期だ。食料品が減るのは家族数が減ったからで、むしろ単価は増えている場合も多い。悲しいのは夫のお小遣いだが、実際の金額はミセスに比べればまだ多いよう。ミセスは2万円未満が半数以上だが、夫は2～3万円の人が最も多く、それ以上の人も半数近く。外食や美容院などの費用とは別の「お小遣い」が毎月これくらい使える層は他にはなく、やはりシニア世代の財布は大きい(全国レベルで見るとシニア世代は余裕のある層とカツカツの層に二極化している)。

所長の目

先月公表された家計調査の平成23年平均結果速報<貯蓄・負債編>によると、二人以上の勤労者世帯で世帯主が60歳以上のシニア世帯の貯蓄現在高は平均2159万円。これは30歳未満世帯のほぼ10倍近く、50代世帯でも1.5倍にあたる。シニア世帯の貯蓄や収入は二極化していて、その平均であることは踏まえなければならぬが、他世代に比べて圧倒的にストックが多いことは間違いない。

いざというとき子どもに負担をかけないように必死で蓄えてきたが、元気なうちに楽しまなくては甲斐がないという気持ちは常にあり、ストックが消費にまわる機会も多い。気持ちをグンとアゲるプランが待たれる。(植田奈保子)

※2012.05/10～13調査。60歳以上の既婚女性402人回答。詳細はくらしHOWへ問い合わせを

Real Voice

お金や時間をかけていることは

◆残り少ない人生を気兼ねせず楽しみたいので、海外旅行は年2回、国内旅行は毎月、外食は週1回。歌会に月5回出て年に数回シミ取りも(66歳/神奈川) ◆趣味から講師にステップアップするために料理(薬膳の理論と調理実習)や関連のセミナー受講など(61歳/千葉) ◆数年前からスクールで演劇をやり、そのまま劇団を立ち上げて年に一度公演。そのための活動費用や体力作り、仲間との観劇など(63歳/東京) ◆カルチャー関係で、市民大学や創生塾、コンシューマスクールなどに入っています(71歳/千葉) ◆着物のリフォーム、家庭菜園、太極拳、和太鼓、津軽三味線、陶芸(60歳/兵庫) ◆俳句、バドミントン、フランス語、歌舞伎鑑賞、篠笛と長唄のお稽古(62歳/東京)

02 HOW's View

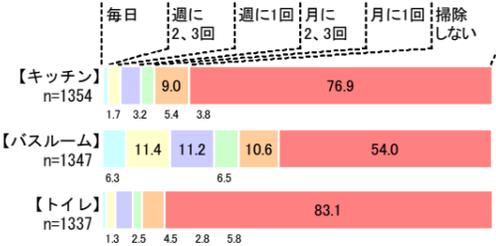
水周りの掃除・リフォームから見えた夫と子どものお風呂掃除の真実!?

住まいの中でも毎日の利用頻度が高い水周り設備。そのメンテナンスやリフォームに対する意識や行動はどうなっているのかを探った。

まず掃除頻度は、バスルーム79%、キッチン68.4%、トイレ62.7%が週に2、3回以上掃除していて、水周り全体でもほぼ9割は最低週に1回は掃除をしている。さらに夫や子どもの掃除への参加は掃除頻度に比例しており、バスルームでは夫が46%、子どもが18.9%も参加。風呂掃除には夫や子どもが積極的に参加しているようだ。

またリフォームには、全体の3分の1が願望を抱いている。それを使用年数別に見ると、10年を過ぎたところからリフォーム願望が一気に高まり、20年も経つと過半数以上がリフォームしたいと考えるようになる。場所別の理由ではキッチンが「使いやすさ・高さ・広さ・設備」、トイレでは「温水洗浄・自

【夫の掃除頻度】



2012.5.10～17ミセスを中心とする全国の女性対象にWEB調査(n=1422)。詳細レポートはくらしHOWサイトへ

動洗浄・タンクレス・節水」といった設備や機能面のニーズが高いのに対し、バスルームは「カビ・水垢」といった汚れに対するニーズが高いのが特徴。

リフォーム予算は過半数以上が「50万円未満」だが、家計から捻出するのにも一苦労。設備は我慢できるが、汚れはそうもいかない。その解決のためにもお風呂掃除には夫や子どもの協力が必要という実態なのだろうか。

(くらしHOW研究室/大田)

03 Group Eyes

“婚活疲れ”のキャンフル剤 新サービス「リビングマリージュ」開業

600億円規模といわれる婚活市場に当グループのリビングプロシードも「リビングマリージュ」として参入。5月、日比谷にカウンセリングサロンをオープンさせた。

「媒体発行を通じて培った読者との信頼関係を軸に、社会貢献の一環として事業を進めていきます。相手を紹介するマッチングサービスの提供をメインにしている他社との違いは、長年蓄積したイベント・パーティーコンテンツを有効に使い、出会いのための場を提供する仲人型の支援を行なっていくこと」とリーダーの瀧田徹。

“婚活疲れ”の女性と活動に消極的な男性。ともに参加の障壁を低くしたイベントを多く持ち、スムーズに交際が始められる機会を増やしていくほか、親同士の婚活の会の仕組みを作るなど、他社にないサービスを提供していくのが当社の戦略だ。



日比谷サロンの6人のカウンセラーと店長井田有人 http://living-marriage.jp/

「1970年は44.9%がお見合い結婚というデータがあり、その数字がそのまま未婚で残っているのです。周りで結婚についてとやかく言う親戚の役を私たちがやります。異性とのデートは楽しいもの。みなさんがハッピーになるお手伝いをさせていただき事業なのでスタッフ一同盛り上がっています」と瀧田は意気上がる。是非注目。(岸野順子/リビング新聞グループコーポレートコミュニケーション室室長)