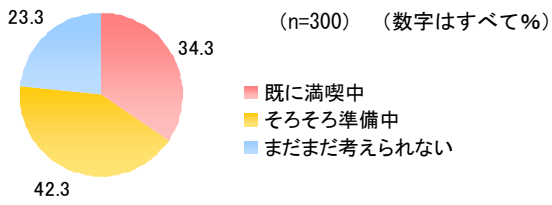


## 01 Woman's Voice

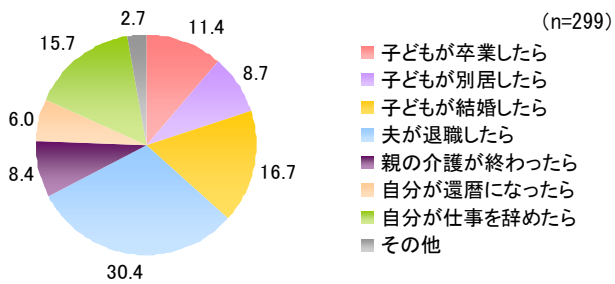
### 親の老後、自分の老後を考える～vol.6～

## ミセスのセカンドライフの夢は「家からの解放感」がキーワード

Q. 自分のセカンドライフは始まったと思う？



Q. セカンドライフはいつから始まった(始まる)と思う？

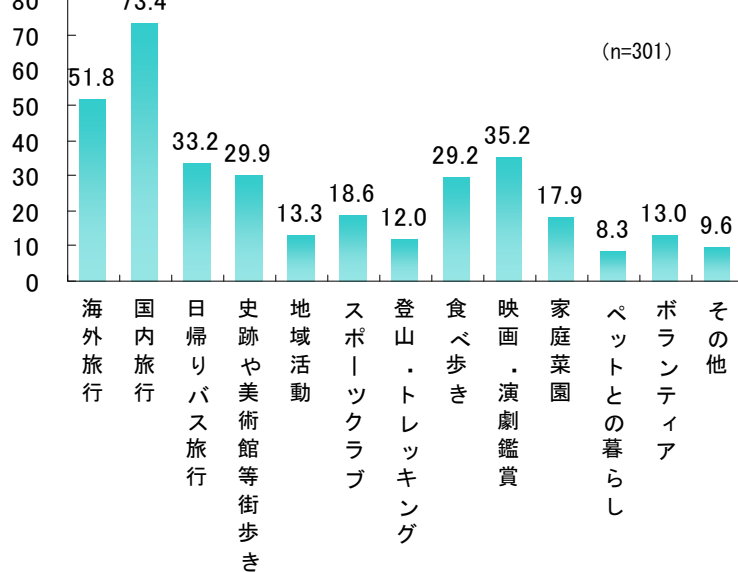


これまで親の老後に関する意識を探ってきたがシリーズ第6回は、自分のセカンドライフについて50歳以上のミセスに聞いた。まだまだ考えられない人も2割強いるが、8割方は満喫中もしくは準備中。セカンドライフへの区切りがいつなのか、あえてシングルアンサーで確認したら夫の退職が30.4%、子どもの独立のほうに区切りになる人が36.8%とほぼ拮抗した。以前別の調査で複数回答で確認したときも子どもの卒業、別居、夫の退職がほぼ同じ率だったので、子どもの晩

婚化は親たちのセカンドライフのあり方にも影響しそうだ。

セカンドライフで楽しみにしていることを複数回答で聞いたら、国内旅行がダントツ、海外旅行も半数を超えた。日帰りバス旅行や街歩きなど、ワンデイトリップのような非日常体験も色々。地域活動やボランティアのような、これまでの日常に近いことよりは、純然たる楽しみを考えている人が多い。別の調査でも明快に表れたが、主婦はとにかく家族の都合に縛られずに自由に家を空けられることが、何よりの喜びなのだ。

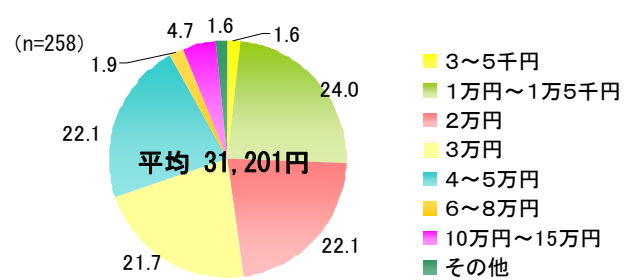
Q. セカンドライフで楽しみにしていることは？



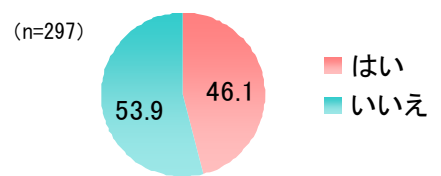
自分の楽しみに使うお小遣いは月に1万円ちょいが24.0%と一番多かったが、2万円から数万円までもほぼ同率で、平均すれば3万円強と結構多い。実際に毎月旅行に出かけ街歩きは毎週、習い事やスポーツも頻繁とアクティブな人が多いので、お小遣いもそれくらい必要だろう。

若い頃にできなかったことに再チャレンジ派は半数。昔習っていたピアノや琴をとか、若い頃にできなかったモデルの仕事を、などとリターンマッチで夢を実現する人も多い。

Q. 自分のお小遣いは月いくら(いくらと思う)？



Q. 若い頃にしていたことや出来なかったことで、改めてやりたいと思うことはありますか？



### 所長の目

まとまった時間を自分のために使える、家を自由に空けられる、これが主婦がセカンドライフに期待する夢。特に専業主婦は家が職場。そこからの精神的解放が消費の原動力になり、夫の退職当初は毎月のように海外旅行に出かけたなどという人も居る。

が、解放感からの反動の消費は長続きしない。結局は、自分がしたいこと、新しい友達ができるなど自分の身になりワクワクできることが根幹にないと、お金も続かない。年金+αの所得では普通の暮らしは節約志向だ。ただシニア世帯は、ストックはどの年代より豊か。このストックを崩すには、根幹のワクワクを感じてもらうことが肝要だろう。(植田奈保子)

※2012.03/15～18調査。50歳以上の既婚女性301人回答。詳細はくらしHOWへ問い合わせを

### Real Voice

セカンドライフ  
楽しみなこと

- ◆夫婦でキャンピングカー旅行(50歳/専業) ◆夫が退職したら、ぜひ海外に長期滞在旅行をしたい。パリあたりのコンドミニアムに1月滞在して周辺に小旅行するのを楽しみにしています(52歳/専業) ◆好きなアーティストのライブに海外まで行く(50歳/専業) ◆音楽活動(53歳/パート) ◆好きな洋裁に1日没頭したい(65歳/専業) ◆小説応募(60歳/専業) ◆ときどき高級ホテルでのんびりする(62歳/専業) ◆一人で自由に旅行したい(60歳/フルタイム)
- ◆バーブドライバーを卒業して一人でドライブしたい(54歳/専業) ◆家のこと、主人を気にせず、ただ好きなことをしたい(52歳/専業) ◆家族の都合に縛られずに、自分の予定だけで行動できること(53歳/パート)

## 02 HOW's View

### 関心高まるシニアマーケット シニア層への効果的アプローチとは？

3月に実施された日経MJフォーラム「拡大するマーケット シニア層の消費考」に、当研究所所長の植田奈保子がパネリストとして登壇した。

団塊世代の最年長者が65歳となり高齢者が増え続ける中、シニアマーケットへの関心は高まる一方で、このフォーラムにも、定員200名のところ1200名を超える申し込みがあったそうだ。当研究所では「くらしHOWマガジン」(http://www.kurashihow.co.jp/modules/magazine/)で団塊シニアマーケットを特集。特に50代・60代ミセスのライフスタイル、気持ちについて調査・研究したことから今回のパネルディスカッションに参加することになった。

前半は、東北大学特任教授・村田裕之氏による、シニア市場の正しい見方についての基調講演。続くパネルディスカッションでは、「シニア男性のライフスタイルと食のこれから」をテ



写真左から、日経BJPコンサルティンク・遠山敏之氏、村田裕之氏、植田奈保子

マに意見交換が行われた。シニア男性を理解しアプローチするには、その妻である女性の気持ちも大切。所長・植田からは、シニア女性の生活は夫の退職によって大きく変わることや、女性が根をはって生活してきた家や地域にどうやって定年退職した男性の居場所を作るかなど、当研究所調べのデータや知見を披露した。

参加者にはメーカー、流通などのビジネスマンが多かったこともあり、シニア女性の意識や行動の実態に驚きの声があがるシーンも見られた。

## 03 Group Eyes

### “新下町”マーケットの活性化を図る 「リビング東京東」4月発行スタート

東京スカイツリー開業を5月に控え、活況を呈する墨田区・江東区・台東区を中心とした“新下町”エリアに当社は「リビング東京東(とうきょうひがし)」の発行をスタートさせる。

「東京湾岸エリアに発行していた媒体の設計を見直し、銀座線・浅草線・日比谷線・半蔵門線沿線への配布を強化します。持ち家率が高く、城南エリアや都心路線に並んで世帯あたりの金融資産保有が高水準な一方で、新築マンションの供給が活発に行なわれ、新住民の流入が急増。まさにやる気と活気に溢れる魅力的なエリアですね」と編集長の和田直子。

東京都が推進している「隅田川ネットワーク」計画では、水辺エリアの活性化と情報発信が謳われている。「テレビや雑誌などでは観光情報しか取り上げません。リビング新聞は地元に住む読者に、住民としてのメリットをど



■「リビング東京東」発行概要  
発行:2012年4月14日付より/部数:13万部/体裁:タブロイド判/発行日:毎週土曜日付(木・金曜配布)/配布方法:一般家庭に戸別配布

う活かしていくかという生活情報を伝えていきます。もの作りや伝統を大事にする古くからの住民と若い子育て世代が交流していけるような場作りの支援もしたいし、新しいマーケットを作り活性化したい。当社が得意な地域の魅力再発見イベントもどんどんやっていきます」と意欲を語る和田。ぜひとも、注目してほしい。

(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)