

都市生活者意識調査

研究報告書 2017年3月

分析編 2016

不透明な生活環境のなかで安定・安心を希求する都市生活者

調査研究体制

櫻井 隆治 公益財団法人ハイライフ研究所
代表理事 副理事長

藤原 豊 公益財団法人ハイライフ研究所
執行理事 専務理事

福興 宜治 公益財団法人ハイライフ研究所 主任研究員

生方 純一 公益財団法人ハイライフ研究所 事務局長

水嶋 敦 自由学園 最高学部 教授

丹野 俊明 株式会社 行動科学研究所 特別顧問

目 次

第1章 本研究の目的

1. 公益財団法人ハイライフ研究所の研究展開と本調査の位置づけ	1
2. 「都市生活者意識調査」の視点	2
3. 「都市生活者意識調査2016」の調査概要	3
(1) 調査内容の編成	3
(2) 調査設計上の留意点	3
(3) 調査概要	4

第2章 都市生活者の暮らし向きと消費

1. 暮らし向きはやや好転	5
2. 安らぎのある暮らしを求める	12
(1) 健康で楽しく暮らしたい	12
(2) 産地と旬にこだわる食生活	17
(3) 住まいは安全で暮らしやすい安らぎの場	29
3. 増税や景気の影響が大きい消費行動	37
4. 厳しい家計収支	47
(1) 満足できない収入と楽観できない先行き	47
(2) 余裕のない家計収支	51
(3) 堅実に貯蓄	60

第3章 都市生活者のワークライフ・バランスと家庭生活

1. 仕事に対する意識とワークライフ・バランス	66
(1) 仕事に対する意識と働き方	66
(2) ワークライフ・バランス	70
(3) 定年後も働きたい	75
2. 家族と住まい方	81
(1) 安心感で支え合う親子	81
(2) 親からの援助	84
(3) 望まれる近居	86
3. 都市生活者と老後	88
(1) 老後は自由な時間を楽しみたい	88
(2) 生活費に不安	93
(3) 移動手段としての車	95

第4章 都市生活者とコミュニティ

1. 人づきあい	99
(1) 恵まれている人間関係	99
(2) 親密さとよりどころ	105
2. 地域コミュニティに対する意識	112
(1) 重視される地域コミュニティ	112
(2) 地域コミュニティへのかかわり	115

第5章 都市生活者の社会意識

1. 年金に対する不安	118
(1) 年金に対する不安	118
(2) 社会福祉と負担	118
2. 近未来の日本の社会	121

第6章 都市生活者の情報行動

1. 都市生活者の価値観	126
2. 情報行動	129
(1) インターネットで情報取得	129
(2) スマホでインターネットを持ち歩き	137

第7章 まとめ

1. 2016年調査結果の概括	147
2. ライフステージ別まとめ	149
(1) 暮らし向きと消費	149
(2) ワークライフ・バランスと家庭生活	151
(3) 人づきあいとコミュニティ	153
(4) 社会意識	155
(5) 情報行動	156
3. 都市生活者の理解と今後の都市生活研究の方向性	157

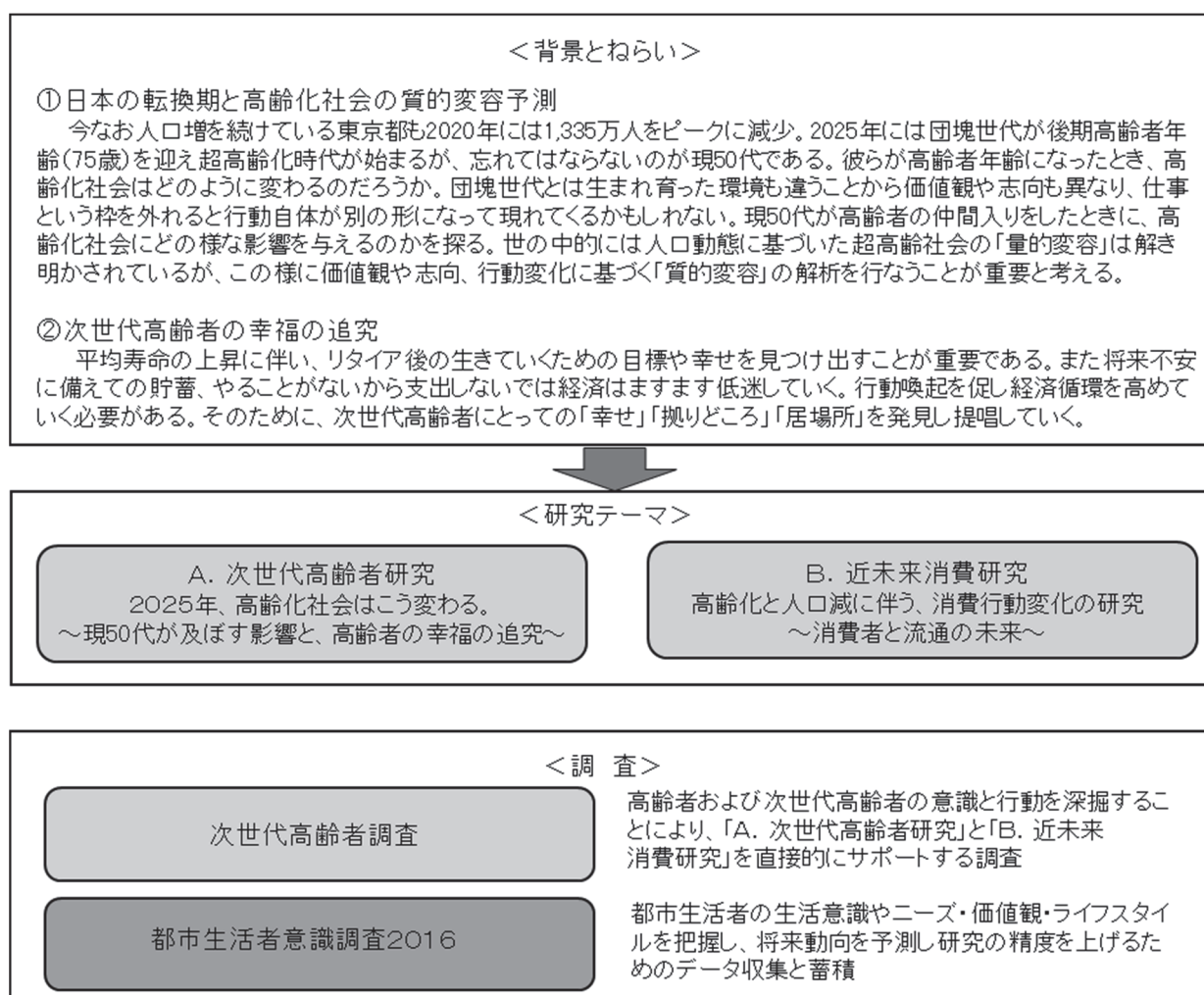
第1章 本研究の目的

1. 公益財団法人ハイライフ研究所の研究展開と本調査の位置づけ

公益財団法人ハイライフ研究所では創設以来、「都市生活者のよりよい生活の実現」を事業理念とし都市生活研究を行ってきた。

現在、日本は人口減少、経済の長期低迷など、過去に経験したことがない多くの重大な困難に直面している。国民生活に大きな影響を与えている少子高齢化、経済のグローバル化、慢性的な国内需要不足といった社会変化に適切に対処していくことが重要である。なかでも少子高齢化の急速な進行は深刻であり、年金や医療・介護など社会保障制度の将来に対する不安が、節約志向と貯蓄の意識を高め支出を鈍らせ構造的なデフレ体質による経済低迷をもたらしている。また雇用環境や労働環境も大きく変化している。非正規雇用の労働者や低所得者層の増加により経済循環はますます鈍化している。さらには少子高齢化や単身高齢者世帯の増加による世帯構造の変化など国民の暮らしが上向きイメージが描きにくい時代ではあるが、当財団では本年度から2年間に亘り「①超高齢社会における次世代高齢者の幸福の追究」と、豊かな生活を営むための「②経済循環（消費の活性化）」に主眼をおき、(図表1-1)の様に2つの研究と2つの調査を行っている。

図表1-1. 超高齢社会でのよりよい生活の実現・構築へ向けた調査研究



「都市生活者意識調査」は、都市生活者のニーズと現状、そして将来動向を把握するための基礎研究で2010年度より実施している。時系列調査としての白書的な役割に加えて、研究と連携させ標本から高齢者を抽出して分析できるようにするなど、研究テーマに資する役割も持たせている。

2. 「都市生活者意識調査」の視点

「都市生活者意識調査」は、変わりゆく経済・社会の環境のもとで、都市生活者がどのような考えをもち行動しているのか、今後どのようにしていきたいのかを把握するためのものである。本調査はさらに、「持続可能な都市居住の実現」に向けてどのような課題認識をもっているのかを浮き彫りにすることも視野においている。

本調査は、経済・社会環境の変化が都市生活者の生活にどのような影響を及ぼしているかを明らかにするとともに、生活フィールドに対してどのようなことを望んでいるかという視座に立脚している。生活フィールドとは、「個の生活」を取り巻く「家庭」、「生活（職場・学校）」、「コミュニティ」、「社会」としている。

調査の企画においては、都市生活者の価値観や行動に大きな影響をもたらしていると考えられるつぎのインパクトについて留意している。

◆経済変動と都市生活

景気変動のみならず、世界経済や円高・円安の影響は都市生活者の家計に直結するインパクトをもっている。2008年9月の金融破綻による先進国の経済の後退、長く続いたデフレ、円高などの経済変動は都市生活者の家計に大きな影響を及ぼした。その後の2012年12月に誕生した安倍晋三内閣の経済政策である“アベノミクス”、そして2014年4月の消費税率のアップなど、変動する経済の影響が大きい。最近では国益を重視する国際政治の動向が我が国の経済に及ぼす影響が懸念されている。都市生活者の生活実感は、どのようなものか。また、この先をどのように見通しているのか。

◆食生活と居留意識の変容

単身世帯や共働き世帯の増加により、家庭での食事や外食の実態はどのように変化しているのか。食材の購入や備蓄から料理までを含む食行動として捉えたときに、ライフステージによる違いがあるだろう。

単身世帯の増加や共働き世帯の増加は、都市居住の意識の変化にも表れてきていると思われる。都市生活の居住空間には安心して住める場所であることに加えて、買い物や通勤の利便性が求められることになるだろう。安心と利便性には、親との同居・近居も含まれる。

◆ワークライフ・バランスと仕事観

効率化、高速化、高密度化を目指す産業社会は、格差の拡大やワークライフ・バランスのゆがみなど、都市生活者にさまざまなストレスをもたらしがちである。一方で、都市生活者サイドでもこれに対抗するかのよう、働く場所と時間を考慮しての職住近接など、仕事と家庭の両立への転換を始めつつあるように感じられる。

◆都市生活者と老後

迫りくる高齢社会の中で、都市生活者は老後をどのように考えているのか。老後は、仕事や子育てから解放され、自由な時間を手に入れられる一方で、健康や生活費の不安もあるだろう。生活圈

は近隣型になり、家族や親族、友人との関係が深まる可能性もある。また、高齢者の自動車運転による事故が社会問題になっている。日常生活の移動手段として定着している自動車の運転についてどのように考えているのか。

◆コミュニティと都市生活

社会の影の部分ですくい取るかのように、高齢者の生活支援、子育て支援、障がい者支援に対して市民の自発的な活動が立ち上がってきている。これまで、地域の治安や安全に重きを置いたコミュニティ活動から、都市生活の安心やうるおいを補完するコミュニティ活動への広がりがうかがえる。「コミュニティ」の役割がますます高まっていく気配がある。

◆社会に対する意識

都市生活者は生活基盤の安定を望み、将来展望を希求している。では、どのような将来展望を希求しているのか。近未来の日本社会をどのように考えているのだろうか。高齢者比率が急速に高まる日本の社会構造の変化は、国家財政の逼迫、若い世代の負荷の増大など、負の側面で捉えられることが多い。年金に対する不安など高齢者の増加がリスクとして認識されつつある社会の到来が危惧される。

◆ICTの技術革新と情報行動

インターネットの普及がもたらしたものは、情報取得に対する態度の転換である。マスメディアは一定の影響はあるものの、自分で知りたいことをインターネットで検索するという能動型へと情報取得行動が転換している。スマートフォンやタブレットPCの急速な普及は、ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス（SNS）への参加という新たなメディアを生み出している。

3. 「都市生活者意識調査2016」の調査概要

(1) 調査内容の編成

都市生活者の意識と実態の把握は、広くつぎの領域で編成した。

- ① 暮らし向き（生活満足度、幸福感、生活水準、関心事、ストレス）
- ② 消費（消費意欲、収入と支出、貯蓄と運用）
- ③ 家庭生活（仕事、老後、定年、夫婦、子育て、親との関係）
- ④ 住意識（街・住まいについて、親世帯・子世帯、地域コミュニティ）
- ⑤ 社会意識（社会満足度、年金、社会福祉、環境、エネルギー、地域コミュニティ）
- ⑥ 情報行動（関心分野、メディア接触、情報機器利用実態）
- ⑦ 健康（健康、美容、医療）

(2) 調査設計上の留意点

◆対象者を高齢者まで広げつつ、性年代別分析に耐える標本構成

2016年の調査は2015年に引き続き、70代後半も調査対象に加えている。高齢者の意識と実態を深く掘り下げるとともに、都市生活者全体をみながら性年代別で捉えていくこともできるようにした。これによって、世代別の意識と課題をより鮮明に浮き彫りにすることができると考えている。

◆時系列比較ができる標本を維持

本調査は2010年に開始し、2016年で7回目になる。都市生活への経済変動の影響や高齢化が進行する中で生活意識の変化を時系列で比較することにより、都市生活者の意識変化をみることができるようになっている。2015年に調査対象地区と対象者年齢の幅を変更したが、東京30km圏内に居住する満13歳～74歳の一般男女に限定して、時系列比較できるようにした。

◆意識の変化と深さを測定

本来、都市生活者の実態と意識動向は、時系列の傾向でより明瞭に浮かび上がってくるが、意識上の変化も重要である。そこで、重要な設問に関しては時間的推移と、関心、実態、意向の質的動態を把握できるよう測定方法で配慮した。

時間的推移とは、例えば「2～3年前と比べて…」 「数年後は…」 という設問で現在時点を補完した。質的動態は、例えば「関心の程度」「現状の関わり程度」「ありたい姿」の3つの位相で把握を試みた。これによって、都市生活者の今後の行動のベクトルを見出すことに努めた。

(3) 調査概要

① 調査対象；東京30km圏内に居住する満13歳～79歳の一般男女。

② 標本数（有効回収数）：1,350

[内 訳]

	計	満13 ～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代
全 体	1,350	95	192	245	276	196	192	154
男 性	680	48	98	126	143	101	95	69
女 性	670	47	94	119	133	95	97	85

③ 標本抽出法； エリアサンプリング法

④ 調査方法； 留置法（訪問して調査票配布 → 対象者記入 → 訪問回収）

⑤ 調査時期； 2016年9月30日（金）～10月17日（月）

⑥ 調査研究体制：

調査研究機関 公益財団法人ハイライフ研究所

調査実施担当 株式会社 行動科学研究所

調査研究担当 研究幹事 櫻井隆治（公益財団法人ハイライフ研究所 代表理事副理事長）

研究リーダー 福與宜治（公益財団法人ハイライフ研究所 主任研究員）

研究メンバー 藤原 豊（公益財団法人ハイライフ研究所 執行理事専務理事）

生方純一（公益財団法人ハイライフ研究所 事務局長）

研究協力 水嶋 敦（自由学園最高学部 教授）

丹野俊明（株式会社行動科学研究所 特別顧問）

第2章 都市生活者の暮らし向きと消費

本章では、都市生活者の生活実感と消費についてみていく。まず、生活満足度など暮らし向きに対する意識についてみた後に、消費意欲、収入と家計収支の実態および貯蓄について明らかにする。

本調査の結果から、都市生活者の生活実感はやや好転しており先行きの見通しも明るいものの、高齢になるほど先行きに悲観的で、ライフステージによる違いが浮き彫りになった。都市生活者は周囲の人と楽しく、安らぎのある暮らしを求めている。これは、日常生活の中で食への関心の高さ、安全で安らげる住まいへのニーズとなって表出している。大幅な収入増が見込めない中、消費意欲は高まっていない。消費性向は日常生活の充実へと向かい、余裕のない家計収支の中で節約しながら質を求めている。実際に食への支出額が増加し、産地や旬の食材にこだわる消費傾向がある。住生活では、住まいを資産として捉える意識が根強く、家族形成期での新築一戸建てへの住み替え、定年後のリフォームと、ライフステージの節目で快適な生活空間を求めることが明らかになっている。貯蓄や財産については年代を問わず不十分とする者が多数を占め、先行きの生活に対する不安感がうかがえる。

1. 暮らし向きはやや好転

都市生活者は、現在の生活満足度と生活水準の程度をどのように認識しているのか。現在の生活満足度について4段階で質問した結果は、図表2-1のようになった。2010年からの年次比較は、東京30km圏内に居住する満13歳～74歳の一般男女を対象にしている。

- ◇全体の8割近く（満足+やや満足：77.8%）が現在の生活に満足している。
- ◇2010年以降、満足度は徐々に高まってきている。
- ◇男女とも30代の満足度が他の年代に比べて低く、60代・70代の満足度は高い。

自分の幸せ感・幸福感を100点満点中の10点区切りで回答してもらったところ、図表2-2のようになった。

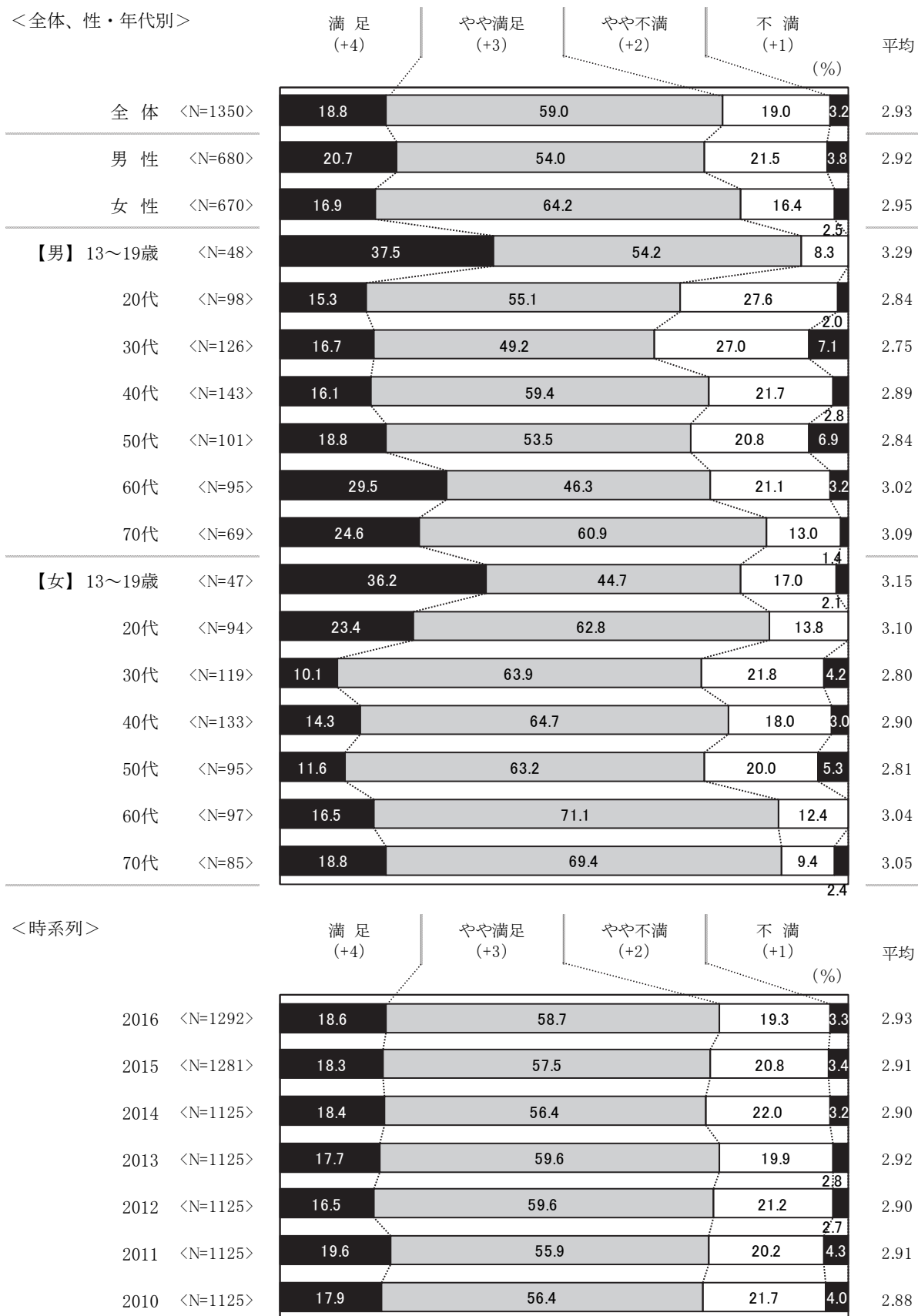
- ◇幸福感の全体平均は69.8点であった。
- ◇女性のほうが男性より高い。
- ◇男女とも60代・70代で80点以上の人の割合が高い。

つぎに、現在の生活水準について5段階で回答してもらった。（図表2-3参照）

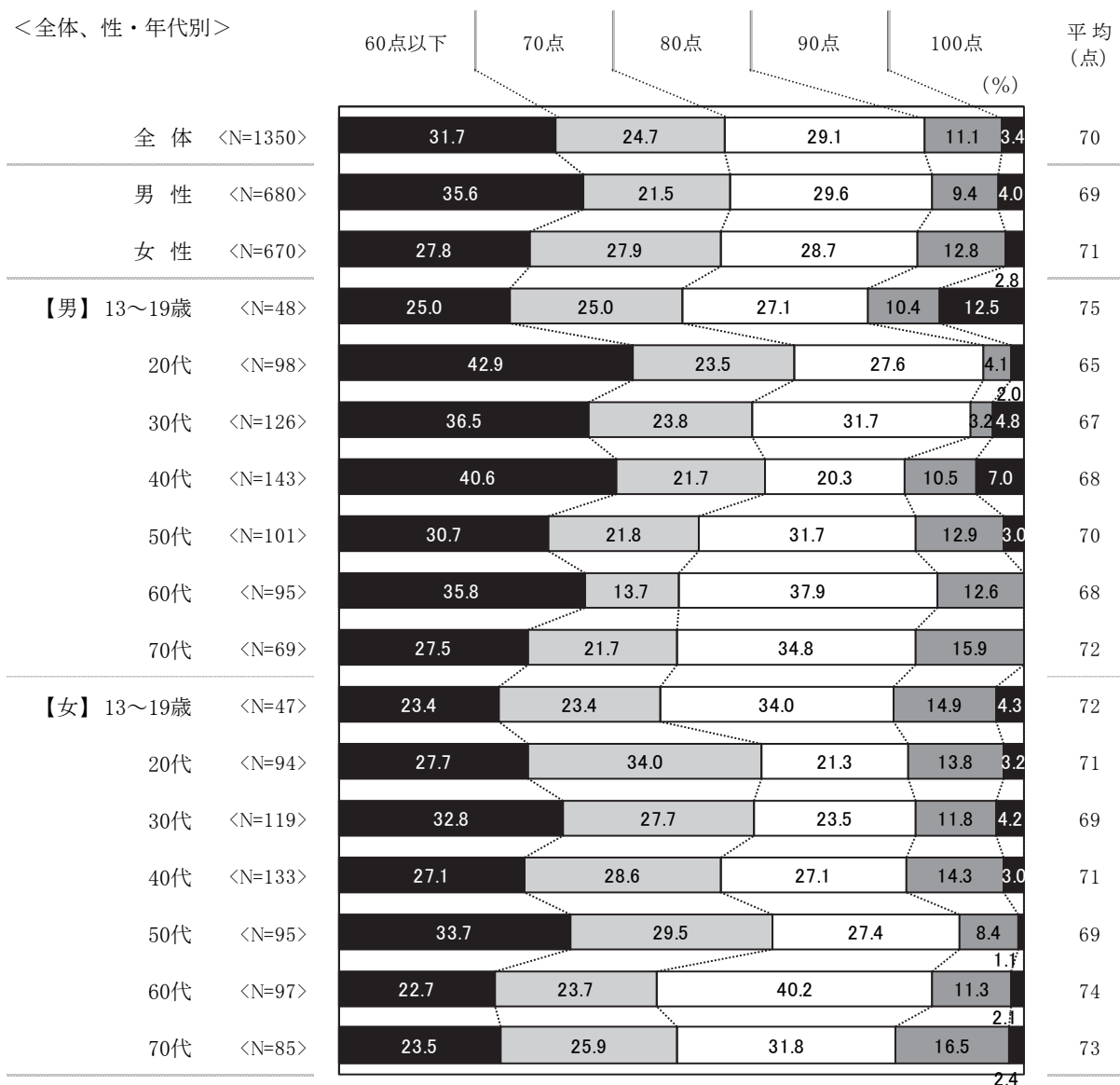
- ◇全体では「中の中」（53.4%）が過半数を占め、「中の下」（22.1%）が「中の上」（19.3%）よりやや多い。この傾向は、これまでの7年間で変化していない。
- ◇女性は男性より「中の中」と回答する人が多い。男女30代は、他の年代に比べて「中の下」と回答する人が多い。

都市生活者は現在の生活に満足しており、多くは中流意識を持っている。しかし、子育て期に入る30代では、やや下流意識を持つ人が多い。

図表2-1：現在の生活満足度



図表2-2：現在の幸せ感・幸福感



図表2-3：現在の生活水準

<全体、性・年代別>		上	中の上	中の中	中の下	下	平均
		(+2)	(+1)	(0)	(-1)	(-2)	
		(%)					
全体	<N=1350>	1.9	19.3	53.4	22.1	3.4	-0.06
男性	<N=680>	2.1	19.4	51.5	23.1	4.0	-0.07
女性	<N=670>	1.6	19.1	55.4	21.0	2.8	-0.04
【男】	13~19歳 <N=48>	12.5	45.8	33.3	8.3		0.63
	20代 <N=98>	1.0	18.4	55.1	23.5	2.0	-0.07
	30代 <N=126>	1.6	12.7	51.6	27.8	6.3	-0.25
	40代 <N=143>	1.4	14.0	54.5	25.9	4.2	-0.17
	50代 <N=101>	3.0	22.8	50.5	20.8	3.0	0.02
	60代 <N=95>	22.1	42.1	29.5	6.3		-0.20
	70代 <N=69>	17.4	66.7	13.0			-0.01
【女】	13~19歳 <N=47>	17.0	21.3	51.1	8.5		0.43
	20代 <N=94>	2.1	19.1	57.4	17.0	4.3	-0.02
	30代 <N=119>	11.8	51.3	33.6	3.4		-0.29
	40代 <N=133>	0.8	21.1	51.1	22.6	4.5	-0.09
	50代 <N=95>	16.8	61.1	20.0	2.1		-0.07
	60代 <N=97>	24.7	55.7	18.6			0.04
	70代 <N=85>	21.2	61.2	16.5			0.02

<時系列>		上	中の上	中の中	中の下	下	平均
		(+2)	(+1)	(0)	(-1)	(-2)	
		(%)					
2016	<N=1292>	1.9	19.0	53.1	22.4	3.5	-0.07
2015	<N=1281>	1.6	18.6	53.0	21.6	5.2	-0.10
2014	<N=1125>	1.3	18.5	52.5	24.4	3.3	-0.10
2013	<N=1125>	1.1	16.7	56.0	22.6	3.6	-0.11
2012	<N=1125>	0.6	18.2	56.4	22.5		-0.07
2011	<N=1125>	1.9	18.1	56.9	20.0	3.1	-0.04
2010	<N=1125>	1.5	18.4	53.0	24.2		-0.09

暮らし向きについて、「1年前と比較しての生活」と「2～3年後の生活見通し」の2つの質問を用意し5段階でたずねた。

図表2-4と図表2-5は、それぞれについての構成比を示したものである。調査結果から以下のことが明らかになった。

- ◇「1年前と比較しての生活」は「変わっていない」が60.5%で、「良くなっている」（良くなっている+やや良くなっている：21.2%）が「悪くなっている」（悪くなっている+やや悪くなっている：18.2%）を上回る。
- ◇2012年以降の調査では「悪くなっている」と回答した人の割合が多かったが、今回の調査で「良くなっている」が「悪くなっている」を上回った。
- ◇性・年代別でみると、男女とも若い年代ほど「良くなっている」人の割合が高い。男女とも40代までが「良くなっている」人の割合が「悪くなっている」を上回るが、50代以降になると「悪くなっている」人の割合が多くなる。
- ◇「2～3年後の生活見通し」は、「変わらないと思う」が半数（52.1%）で、「良くなっている」（良くなっている+やや良くなっていると思う：27.4%）が「悪くなっている」（悪くなっていると思う+やや悪くなっていると思う：20.5%）を上回る。「良くなっている」から「悪くなっている」を差し引くと下の表のようになる。2016年調査結果をこれまでの結果と比較すると、「良くなっている」と思う人と「悪くなっている」と思う人の差分は増えてきている。

	a.良くなっている	b.悪くなっている	差分(a-b)
2016年	28.4%	20.0%	8.4%
2015年	25.4%	22.8%	2.6%
2014年	28.2%	24.0%	4.2%
2013年	27.4%	25.6%	1.8%
2012年	27.3%	26.6%	0.7%
2011年	27.7%	24.0%	3.7%
2010年	29.7%	23.1%	6.6%

- ◇性・年代別では、男女とも若い年代ほど2～3年後の生活見通しは「良くなっている」と思う人の割合は多いが、男40代以降と女50代以降は「悪くなっていると思う」人の割合が多くなる。男性は年代が高くなるほど、「悪くなっていると思う」人の割合が増える。

1年前と比較しての生活は、変わっていないという意識が多数派で、「良くなっている」人が「悪くなっている」人を上回る。過去の調査と比較すると、生活実感はやや好転している。2～3年後の生活見通しは、「変わらないと思う」が半数で、「良くなっている」人が「悪くなっている」人より多く、先行きの見通しも明るい。1年前より2～3年後の見通しが「良くなっている」方向にあり、都市生活者の“希望”がうかがわれる。

ただし、収入が増加する若い年代ほど明るい見通しを持つ一方で、50代以降になると生活実感は「悪くなっている」人が多くなり、高齢になるほど先行きは悲観的である。

図表2-4：1年前と比較しての生活

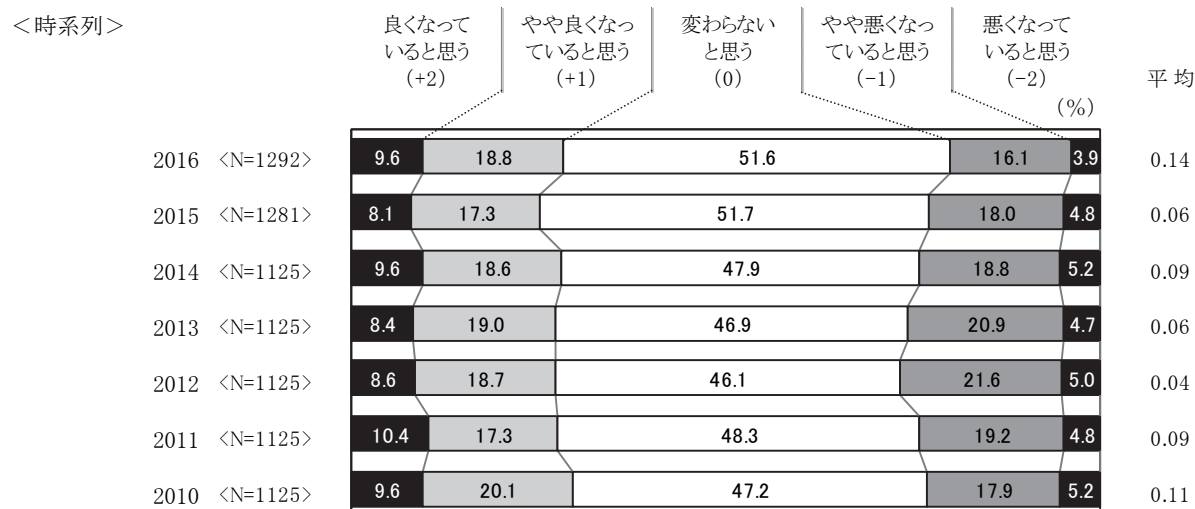
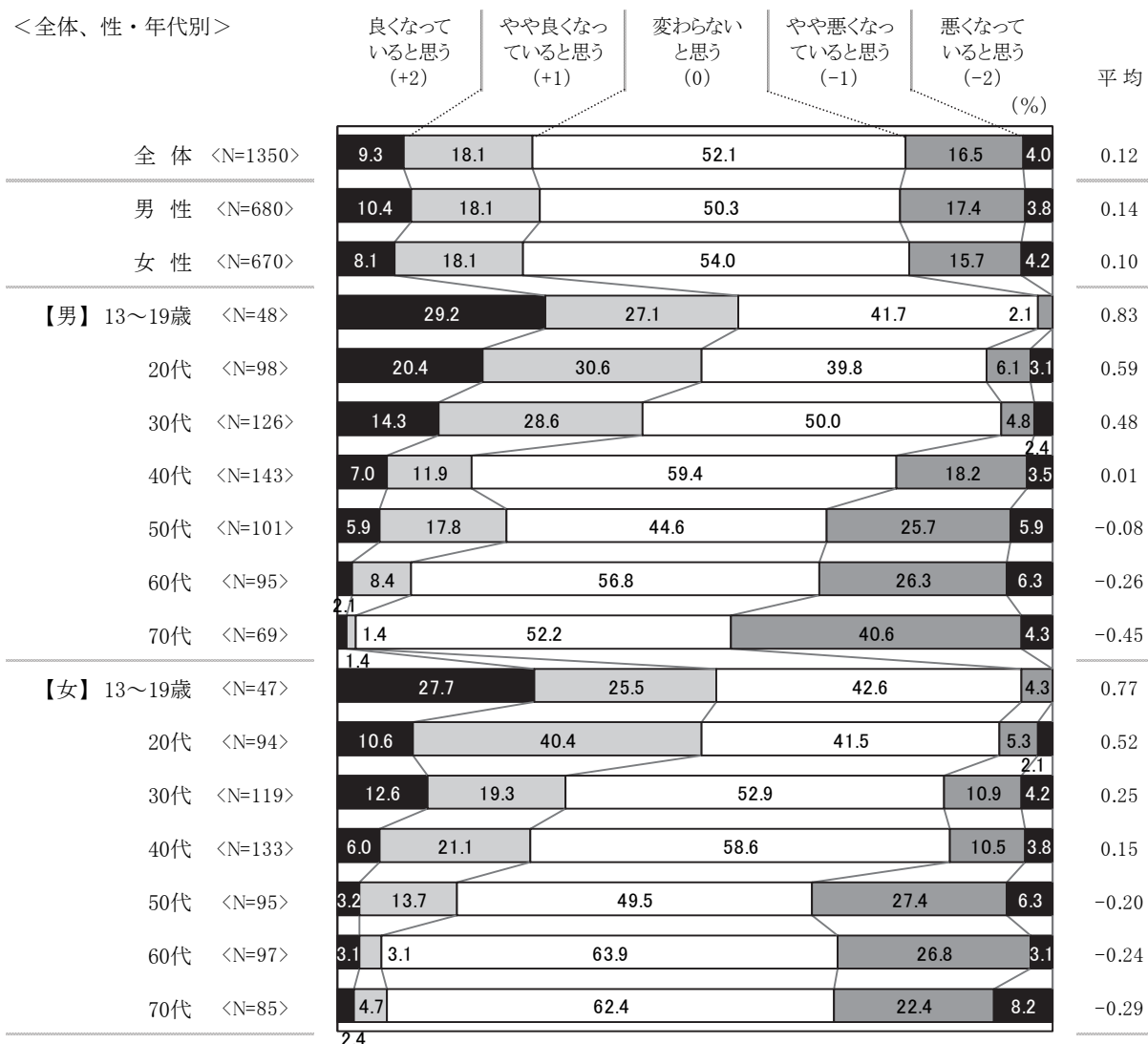
<全体、性・年代別>

	良くなっている (+2)	やや良くなっている (+1)	変わっていない (0)	やや悪くなっている (-1)	悪くなっている (-2)	平均
全体 <N=1350>	6.1	15.1	60.5	15.1	3.1	0.06
男性 <N=680>	6.3	13.2	62.9	13.8	3.7	0.05
女性 <N=670>	6.0	17.0	58.1	16.4	2.5	0.07
【男】 13~19歳 <N=48>	18.8	12.5	60.4	8.3	2.5	0.42
20代 <N=98>	10.2	22.4	57.1	9.2	1.0	0.32
30代 <N=126>	8.7	17.5	61.9	8.7	3.2	0.20
40代 <N=143>	4.2	16.8	61.5	12.6	4.9	0.03
50代 <N=101>	5.0	9.9	62.4	17.8	5.0	-0.08
60代 <N=95>	6.3	1.1	64.2	23.2	5.3	-0.25
70代 <N=69>	1.4	1.1	76.8	17.4	4.3	-0.23
【女】 13~19歳 <N=47>	21.3	21.3	42.6	10.6	4.3	0.45
20代 <N=94>	8.5	30.9	48.9	11.7	1.0	0.36
30代 <N=119>	8.4	21.0	55.5	12.6	2.5	0.20
40代 <N=133>	5.3	21.8	54.9	15.0	3.0	0.11
50代 <N=95>	4.2	11.6	57.9	21.1	5.3	-0.12
60代 <N=97>	5.2	1.0	67.0	25.8	1.0	-0.21
70代 <N=85>	5.9	1.0	75.3	16.5	1.0	-0.15

<時系列>

	良くなっている (+2)	やや良くなっている (+1)	変わっていない (0)	やや悪くなっている (-1)	悪くなっている (-2)	平均
2016 <N=1292>	6.4	15.6	59.7	15.2	3.1	0.07
2015 <N=1281>	5.5	12.9	59.7	16.9	5.1	-0.03
2014 <N=1125>	6.4	11.5	59.1	19.9	3.1	-0.02
2013 <N=1125>	6.0	12.8	60.7	16.6	3.9	0.00
2012 <N=1125>	5.2	12.4	57.7	20.6	4.0	-0.06
2011 <N=1125>	4.1	11.3	57.6	21.1	6.0	-0.14
2010 <N=1125>	4.7	14.0	53.6	21.0	6.7	-0.11

図表2-5：2～3年後の生活見通し



2. 安らぎのある暮らしを求める

(1) 健康で楽しく暮らしたい

図表2-6は、「生き方や暮らし方について」あてはまるものを回答してもらった結果である。

◇全体では、「家族や親しい友人と楽しく暮らしたい」(71.6%)が最も高く、「のんびり気軽に生きたい」(64.9%)、「やすらぎのある暮らしがしたい」(64.7%)、「お金の困らないような生活を意識したい」(60.6%)、「豊かでゆとりのある暮らしがしたい」(57.4%)、「家族に迷惑を掛けずに暮らしたい」(55.6%)、「堅実で安定した暮らしがしたい」(51.7%)、「病気や老いによる迷惑を周りに掛けないように備えたい」(50.0%)が続く。

◇これら上位の項目はいずれも女性で高い。

◇10代・20代は、「豊かでゆとりのある暮らし」や「お金の困らないような生活」への意識が高く、30代になると家族への意識が高まる。30代・40代は「家族や親しい友人と楽しく暮らしたい」に加えて、「お金の困らないような生活を意識したい」、「のんびり気軽に生きたい」が高い。50代以降は男女で異なる。男性は「家族や親しい友人と楽しく暮らしたい」、「のんびり気軽に生きたい」が高く、女性は「やすらぎのある暮らしがしたい」、「家族に迷惑を掛けずに暮らしたい」、「病気や老いによる迷惑を周りに掛けないように備えたい」が高い。

都市生活者は、周囲の人と楽しく、経済的なゆとりを持ち、やすらぎのある暮らしを求めている。50代以降になると、周囲の人に対する「病気や老いによる迷惑」を意識するようになる。この傾向は女性で高い。

生活分野に対する興味関心度と満足度について4段階で聞いた。興味関心度は図表2-7、満足度は図表2-8のようになった。

◇興味関心の高い生活分野では、「食」(興味関心がある+やや興味関心がある:87.4%)、「健康」(興味関心がある+やや興味関心がある:87.2%)、「遊び・余暇」(興味関心がある+やや興味関心がある:86.6%)が高い。

◇女性は男性に比べて、「健康」、「食」だけでなく「買い物・消費」、「人づきあい」、「衣」、「医療」、「住」、「美容」への興味関心が高い。男性は「遊び・余暇」が最も高い。

◇男女10代・20代は「遊び・余暇」が最も高い。男30代・40代は「食」、「遊び・余暇」、「仕事」、女30代・40代は「買い物・消費」、「健康」、「衣」、「食」が高い。男女50代以上は「健康」や「食」が高く、60代以降になると「医療」が高くなる。

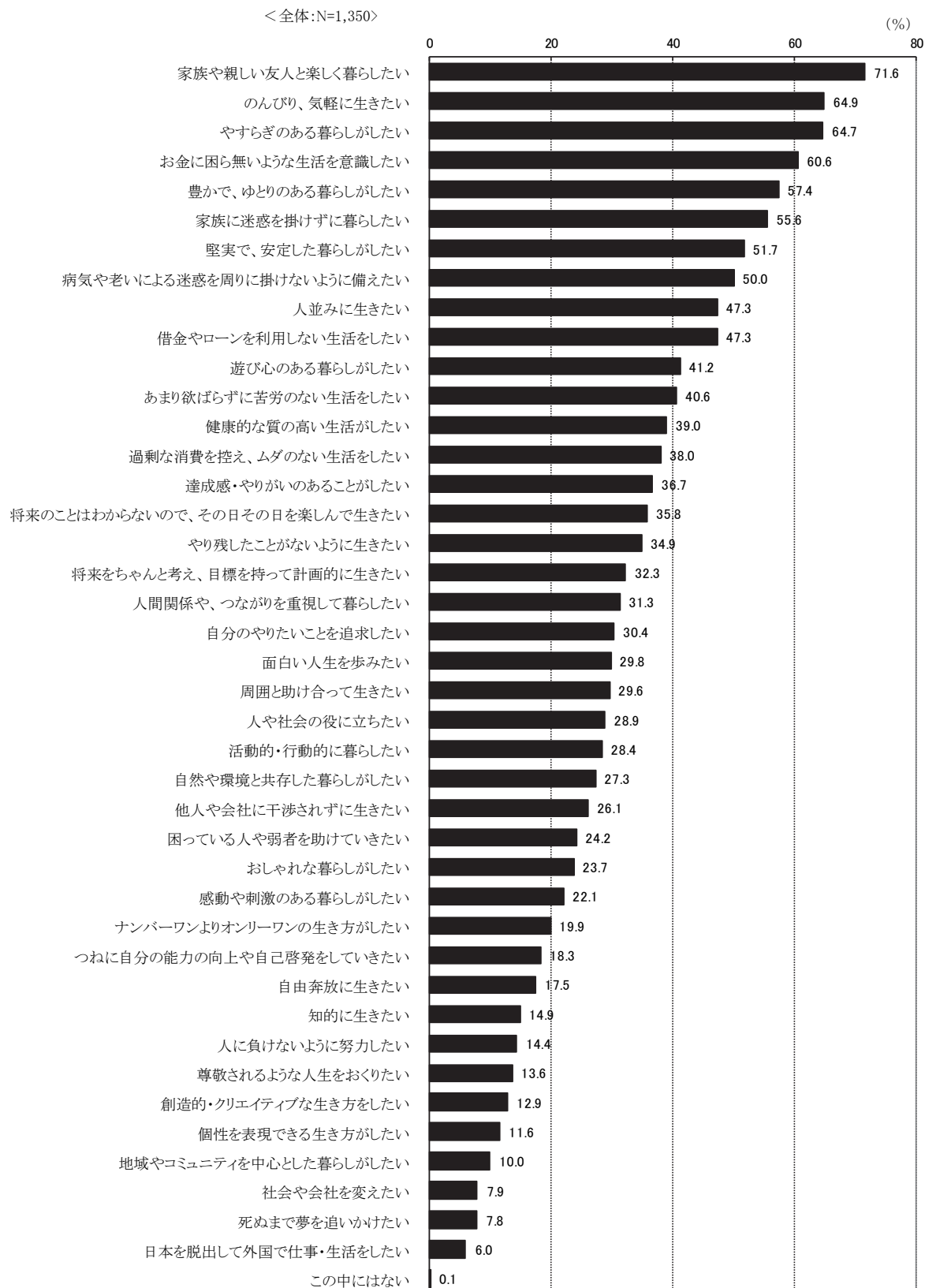
◇満足度の高い生活分野は、「食」(満足+やや満足:85.8%)、「人づきあい」(満足+やや満足:81.3%)、「衣」(満足+やや満足:78.3%)が高い。満足度が低いのは、「仕事・学業」(満足+やや満足:62.3%)、「美容」(満足+やや満足:65.0%)、「健康」(満足+やや満足:66.4%)、「学び・学習」(満足+やや満足:67.1%)である。

◇性・年代による満足度の大きな違いはみられない。

◇興味関心度と満足度の差分をみると、「食」についての差は少なく、バランスが取れている。「健康」、「遊び・余暇」、「仕事・学業」、「買い物・消費」に対する興味関心の高さに対して満足度は低い。「健康」は50代以降、「遊び・余暇」は30代~50代、「仕事・学業」は男20代~50代、「買い物・

消費」は女 20 代～50 代で差が大きく、興味関心度の高さに対して満足できていない生活分野になっている。

図表 2-6 : 生き方や暮らし方

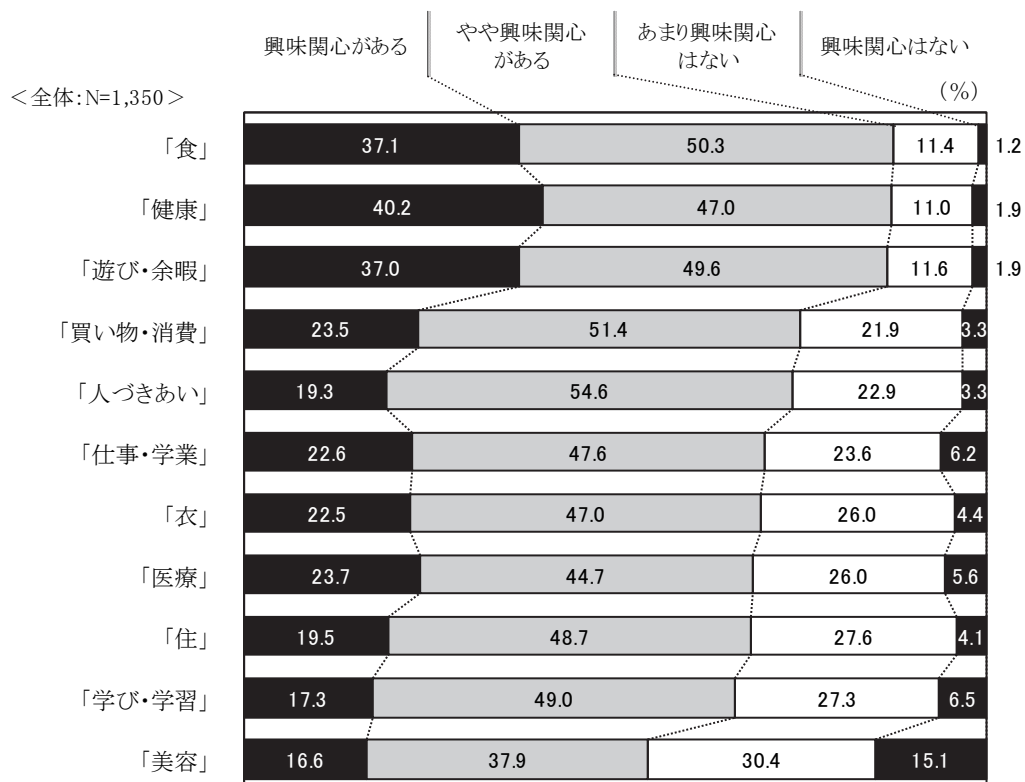


<全体、性・年代別 上位3>

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 71.6	のんびり、気軽に生きたい 64.9	やすらぎのある暮らしがしたい 64.7
男 680	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 66.2	のんびり、気軽に生きたい 63.5	やすらぎのある暮らしがしたい 58.2
女 670	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 77.2	やすらぎのある暮らしがしたい 71.3	のんびり、気軽に生きたい 66.3
男・13～19歳 48	豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい 70.8	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 64.6	のんびり、気軽に生きたい 62.5
男・20代 98	豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい 62.2	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 61.2	お金に困らないような生活を意識したい 58.2
男・30代 126	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 65.1	お金に困らないような生活を意識したい 62.7	豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい 59.5
男・40代 143	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 67.8	のんびり、気軽に生きたい 62.9	お金に困らないような生活を意識したい 60.8
男・50代 101	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい／のんびり、気軽に生きたい 70.3	やすらぎのある暮らしがしたい 70.3	
男・60代 95	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい／のんびり、気軽に生きたい 72.6	やすらぎのある暮らしがしたい 68.4	
男・70代 69	のんびり、気軽に生きたい 76.8	病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 65.2	人並みに生きたい 60.9
女・13～19歳 47	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 66.0	お金に困らないような生活を意識したい 57.4	のんびり、気軽に生きたい 55.3
女・20代 94	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 74.5	やすらぎのある暮らしがしたい 73.4	豊かで、ゆとりのある暮らしがしたい 67.0
女・30代 119	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 84.0	のんびり、気軽に生きたい 77.3	やすらぎのある暮らしがしたい 73.9
女・40代 133	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 78.9	やすらぎのある暮らしがしたい 69.9	お金に困らないような生活を意識したい 68.4
女・50代 95	やすらぎのある暮らしがしたい 81.1	お金に困らないような生活を意識したい 76.8	病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 74.7
女・60代 97	家族に迷惑をかけずに暮らしたい 79.4	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 78.4	やすらぎのある暮らしがしたい 72.2
女・70代 85	家族に迷惑をかけずに暮らしたい 89.4	病気や老いによる迷惑を周りにかけないように備えたい 88.2	家族や親しい友人と楽しく暮らしたい 80.0

図表 2-7：興味関心度



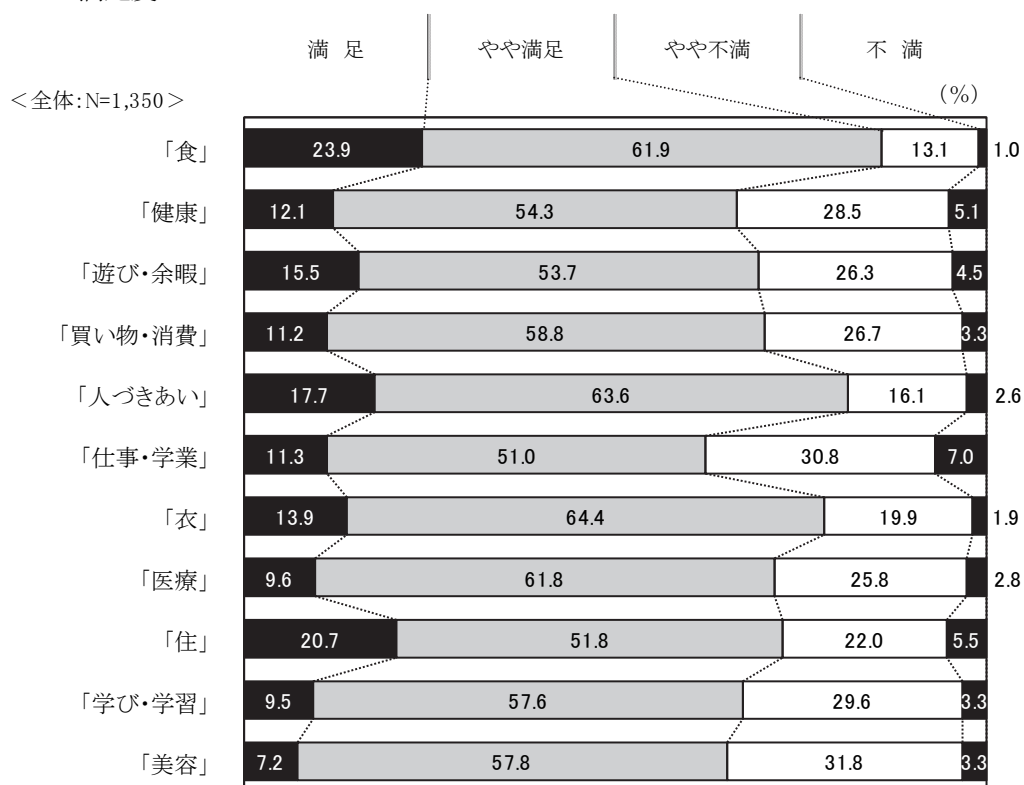
<全体、性・年代別 上位3>

〔興味関心度 (興味関心がある+やや興味関心がある)〕

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	食 87.4	健康 87.2	遊び・余暇 86.6
男 680	遊び・余暇 86.0	食 83.7	健康 82.9
女 670	健康 91.5	食 91.2	遊び・余暇 87.0
男・13~19歳 48	遊び・余暇 97.9	食 91.7	学び・学習 83.4
男・20代 98	遊び・余暇 95.9	仕事・学業 84.7	買い物・消費 83.7
男・30代 126	食 86.5	遊び・余暇 85.0	仕事・学業 83.3
男・40代 143	遊び・余暇 88.8	食 86.7	仕事・学業 81.8
男・50代 101	健康 94.1	遊び・余暇 86.2	食 83.2
男・60代 95	健康 88.4	食 82.1	医療 78.9
男・70代 69	健康 86.9	医療 84.1	食 76.8
女・13~19歳 47	遊び・余暇 95.8	人づきあい 93.6	食 91.4
女・20代 94	遊び・余暇 94.7	食/衣	91.5
女・30代 119	買い物・消費 96.6	衣 93.2	健康 91.6
女・40代 133	健康 94.0	食 90.2	買い物・消費 87.2
女・50代 95	食 97.9	健康 93.6	買い物・消費 87.4
女・60代 97	健康 96.9	医療 89.7	食 87.6
女・70代 85	健康 97.6	医療 95.3	食 89.4

図表2-8：満足度



<全体、性・年代別 上位3>

[満足度(満足+やや満足)]

(%)

N=	1位	2位	3位
全体 1,350	食 85.8	人づきあい 81.3	衣 78.3
男 680	食 85.7	衣 80.1	人づきあい 78.1
女 670	食 86.0	人づきあい 84.7	衣 76.4
男・13~19歳 48	食 97.9	人づきあい 89.6	買い物・消費 87.5
男・20代 98	食 86.7	人づきあい 85.7	医療 82.6
男・30代 126	食 85.7	人づきあい 77.0	衣 75.4
男・40代 143	食 83.2	衣 82.5	住 77.6
男・50代 101	食 84.2	衣 79.2	人づきあい 77.2
男・60代 95	食/衣	82.1	人づきあい 74.8
男・70代 69	衣 89.9	食 88.4	住 81.2
女・13~19歳 47	健康 89.4	食/医療	89.3
女・20代 94	食 95.7	遊び・余暇/人づきあい	81.9
女・30代 119	人づきあい 84.1	食 77.3	健康 73.9
女・40代 133	人づきあい 80.4	食 78.9	医療 74.5
女・50代 95	食 82.1	人づきあい 76.8	衣 66.4
女・60代 97	人づきあい 93.8	食 90.7	衣 82.5
女・70代 85	食 95.3	人づきあい 94.1	衣 90.5

〔「興味関心度」－「満足度」〕

(%)

	調査数	健康	遊び・余暇	仕事・学業	買い物・消費	食	学び・学習	医療	住	人つきあい	衣	美容
全体	1,350	20.8	17.4	7.9	4.9	1.6	-0.8	-3.0	-4.3	-7.4	-8.8	-10.5
男	680	18.0	18.0	16.4	-8.1	-2.0	-0.4	-11.6	-12.1	-9.6	-24.8	-39.4
女	670	23.6	16.5	-0.4	18.1	5.2	-1.4	5.6	3.6	-5.4	7.6	18.8
男・13～19歳	48	-12.5	14.6	16.7	-33.3	-6.2	12.5	-41.7	-14.5	-10.4	-31.3	-29.2
男・20代	98	8.3	22.5	32.6	12.3	-8.1	11.3	-42.8	-16.3	-5.1	2.1	-26.5
男・30代	126	19.9	16.7	24.6	7.1	0.8	-3.2	-18.2	-4.8	-7.1	-12.7	-30.2
男・40代	143	9.9	24.5	21.0	-11.8	3.5	-2.7	-18.1	-16.7	-9.7	-26.5	-41.2
男・50代	101	38.7	26.8	27.7	-9.9	-1.0	0.9	12.8	-4.0	-13.8	-26.7	-48.5
男・60代	95	27.3	16.9	1.2	-14.8	0.0	-4.2	12.6	-13.7	-7.4	-42.1	-47.3
男・70代	69	24.6	-7.2	-27.6	-27.6	-11.6	-13.1	11.6	-17.4	-15.9	-50.8	-53.6
女・13～19歳	47	-17.0	14.9	2.1	4.3	2.1	-4.2	-44.6	-17.0	10.6	6.3	2.1
女・20代	94	11.6	12.8	5.4	15.0	-4.2	-9.6	-22.3	0.1	0.0	11.7	25.5
女・30代	119	17.7	29.3	11.9	38.6	13.4	-0.8	7.5	2.5	-11.9	27.6	26
女・40代	133	29.3	21.0	12.8	24.0	11.3	9.0	3.7	9.0	-1.5	4.5	25.5
女・50代	95	46.2	28.4	15.8	27.4	15.8	11.6	35.8	21.1	1.1	13.6	28.4
女・60代	97	27.9	5.2	-25.7	1.0	-3.1	-15.5	20.6	9.3	-15.5	-3.2	5.1
女・70代	85	28.2	-3.5	-35.3	0.0	-5.9	-5.9	13.0	-14.1	-12.9	-14.1	4.7

(2) 産地と旬にこだわる食生活

食について、食に対する意識・態度、食事の実態（ふだんの夕食を誰と食べるか）、外食の実態、自宅での料理、家庭での飲酒を質問した。

食に対する意識・態度の結果は、図表 2-9 のようになった。質問項目群ごとにまとめるとつぎのようになる。

《食事について》

- ◇全体では、「夕食は必ず食べるようにしている」（72.1%）、「食事は朝・昼・晩と1日3回食べている」（70.7%）、「朝食は必ず食べるようにしている」（64.3%）の順で高い。
- ◇性・年代別にみると、男女20代で「食事は1日3回食べる」と「朝食は必ず食べる」が低い。この年代は、「食べるのが面倒」、「時間に関係なくお腹がすいたら食べる」が4人に1人程度いる。

《食材の選択や購入について》

- ◇「食材や加工食品は生産地や原産地がわかるものを買う」（41.3%）、「旬の食材、季節の食材を買うようにしている」（38.1%）など産地と旬にこだわりを持っている。

◇どの項目についても女性で高い。家庭では主に女性が食材購入しているためと考えられる。

《加工食品・メニューについて》

- ◇「1日に1回はお米を食べている」(75.9%)が最も高い。2番目に高い「和食メニューを多くする」(25.6%)は全体では4人に1人とどまっている。
- ◇「和食メニューを多くするようにしている」は、50代以降の高年代ほど高い。

《飲料・お菓子・非常食などについて》

- ◇「ペットボトル入り飲料を持ち歩くことが多い」(36.6%)が3人に1人以上。「防災・災害用の食品を揃える」(27.0%)は4人に1人程度である。
- ◇「ペットボトル入り飲料を持ち歩くことが多い」は、男女10代・20代で高く、半数にのぼる。「防災・災害用の食品を揃える」は、50代以上で高い。

《料理について》

- ◇「料理を作るのが好き」(32.8%)、「食事の後片付けをするのが嫌い」(25.8%)、「家では料理をほとんどつくらない」(24.7%)が上位になる。
- ◇「料理を作るのが好き」は女性で高い。「家では料理をほとんどつくらない」は男性全般と女10代・20代で高い。
- ◇「ネットやソーシャルメディアの情報を参考にして料理をつくることが多い」は、女性全体で31.2%、女20代～40代では4割以上である。特に、女30代で最も高く、半数であった。「料理番組等を参考にして料理をつくるが多い」(女性全体28.7%)は、女50代～70代の3人に1人以上で、女60代では半数近くになる。年代で料理の参考情報は異なっている。

ふだんの夕食のとり方(誰と食べるか)について、合計を10とし「一人で食べる」「家族と一緒に食べる」「友人・知人・同僚と一緒に食べる」の割合を回答してもらった。この結果は、図表2-10のようになった。

- ◇全体では、「一人で」(2/10以上43.4%)、「家族と一緒に」(2/10以上86.1%)、「友人・知人・同僚と」(2/10以上28.1%)である。
- ◇「家族と一緒に」は、男性は高年代ほど割合が高くなり、女性は30代以降の年代で高い。「一人で」が多いのは男性の20代～40代で、若い年代ほど多い。「友人・知人・同僚と」の割合は低めであるが、10代・20代で多い。

外食の利用頻度と利用目的についてきいた結果は、図表2-11のようになった。

- ◇外食での店の利用は、「ファミリーレストラン」(89.0%)、「中華料理店」(87.6%)、「ファストフード」(80.1%)が高い。
- ◇「ファミリーレストラン」と「ファストフード」は男女とも若い年代ほど利用率が高い。「居酒屋」「中華料理店」「牛丼チェーン店」「定食屋」は男20代～50代で高い。「レストラン」「ショッピングセンターに入っている飲食店」は女性の若い年代ほど高い。
- ◇「ファミリーレストラン」と「中華料理店」、「牛丼のチェーン店」「定食屋」は昼食と夕食、「ファストフード」は昼食で利用されている。

自宅で料理をつくる頻度は、図表 2-12 のようになっている。

- ◇自宅で料理を作る人の割合は、全体で 74.7%であった。
- ◇女性全体では、「ほとんど毎日」(62.7%) が最も多く、「週 1~5 日」(17.9%)、「それ以下」(11.5%) と合わせると、92.1%になる。
- ◇女性の中でも 50 代の頻度が最も高く、60 代、70 代、40 代、30 代の順に頻度が高い。

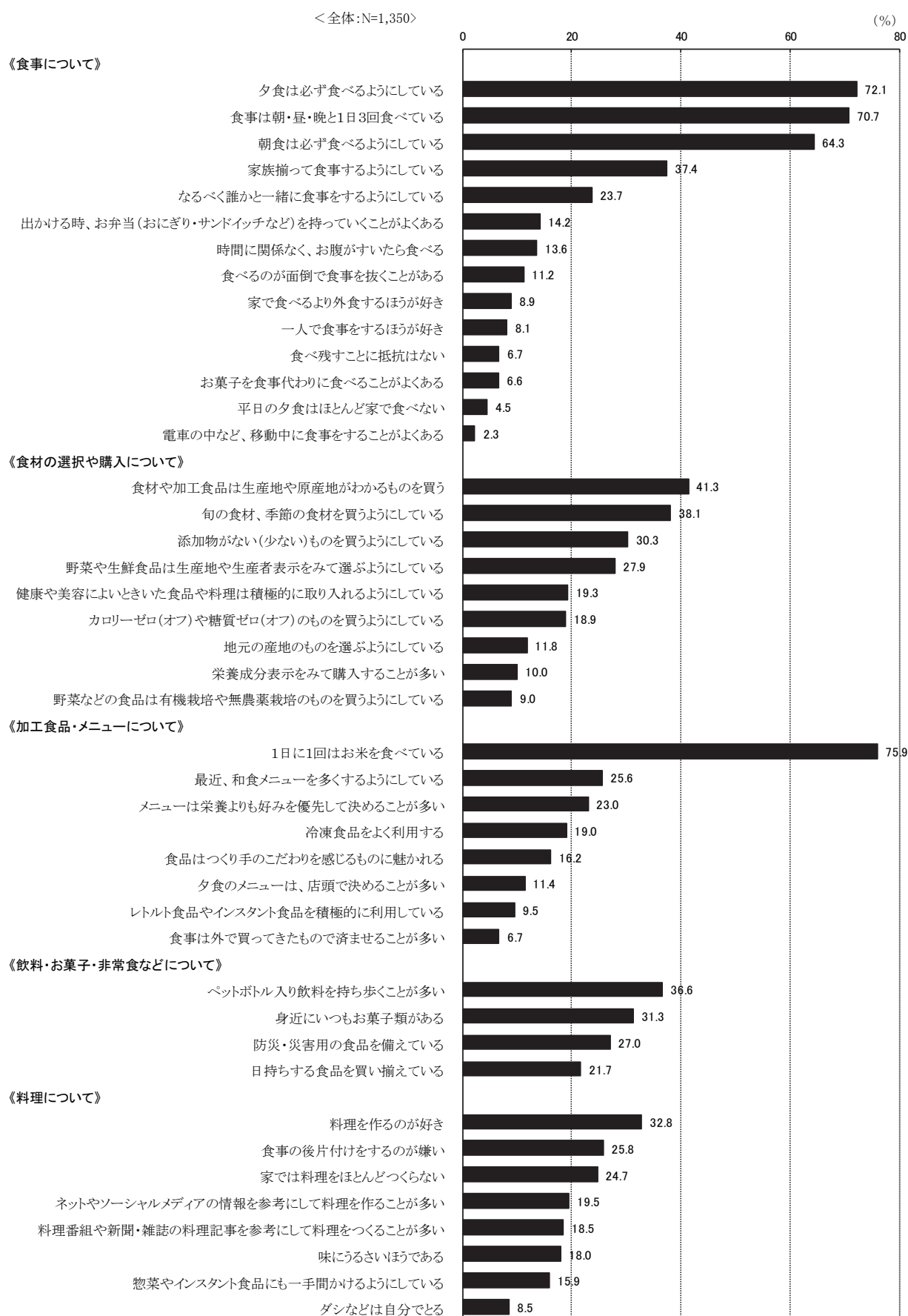
自宅で料理を作る人に自宅で料理をすることが好きかという質問をしたところ、図表 2-13 のようになった。

- ◇自宅で料理をすることが好きな人は全体の 56.5%と、男女の差はみられない。
- ◇性・年代別にみると、男 50 代・60 代と女 70 代・60 代、10 代で「好き」の割合が多い。

自宅でお酒を飲む頻度とお酒に対する意識・態度についての質問の結果は、図表 2-14 と図表 2-15 のようになった。

- ◇20 歳以上の人で自宅でお酒を飲む人の割合は 70.0%で、「ほとんど毎日」(24.9%) が 4 人に 1 人である。
- ◇男性の自宅での飲用率 (78.8%) は 8 割近くで、「ほとんど毎日」(36.9%) が 3 人に 1 人以上である。男 30 代から 60 代にかけて自宅での飲用率、飲用頻度が上昇している。男 70 代では「ほとんど毎日」の人の割合が男 50 代とほぼ同じであるが、「お酒は飲まない」人の割合 (18.8%) も多くなる。
- ◇お酒に対する意識・態度は、「お酒を飲むのが好きだ」(59.6%)、「お酒はストレス解消や癒しになる」(44.5%)、「お酒は食事中に飲むことがほとんどである」(43.2%)、「お酒を飲むのは家族と一緒にのことが多い」(39.9%) が高い。
- ◇性・年代別にみると、「お酒を飲むのが好きだ」は、女 70 代を除くすべての年代で最も高い。男女 20 代では、「交流を始めたり深めたりする」ためのもので、30 代・40 代になると「お酒はストレス解消や癒し」で「食事中に飲むことがほとんど」、50 代以降になると「食事中に飲むことがほとんど」、「家族と一緒にのことが多い」が高くなる。お酒は、それぞれの年代の人間関係の中に位置づけられている。

図表2-9：「食」に対する意識・態度



《食事について》

(%)

	調査数	夕食は必ず食べる ようになっている	1日3回食っている 食事は朝・昼・晩と	朝食は必ず食べる ようになっている	家族揃って食事する ようになっている	一緒に食事をする なるべく誰かと	お弁当を持つていく 出かける時、 ことがよくある	お腹がすいたら食べる 時間に関係なく、	食事を抜くことがある 食べるのが面倒で	家で食べるより 外食するほうが好き	一人で食事を する ほうが好き	食へ残すことに 抵抗はない	食へることがよくある お菓子を食事代わりに	平日の夕食は 殆ど家で食へない	移動中に食事を 電車の中など、 することがよくある	
全体	1,350	72.1	70.7	64.3	37.4	23.7	14.2	13.6	11.2	8.9	8.1	6.7	6.6	4.5	2.3	
男	680	71.2	66.2	58.5	33.7	20.6	13.4	13.8	11.0	6.9	9.1	7.1	5.1	5.7	2.1	
女	670	73.0	75.4	70.1	41.2	26.9	15.1	13.4	11.3	10.9	7.2	6.3	8.1	3.3	2.5	
男	13~19歳	48	91.7	83.3	70.8	35.4	41.7	27.1	20.8	2.1	14.6	2.1	12.5	8.3	2.1	4.2
	20代	98	60.2	43.9	29.6	12.2	22.4	8.2	25.5	28.6	11.2	13.3	8.2	8.2	3.1	
	30代	126	68.3	52.4	47.6	25.4	15.1	16.7	22.2	16.7	9.5	11.9	6.3	7.1	7.9	2.4
	40代	143	69.9	58.7	55.2	32.2	12.6	9.8	10.5	11.9	8.4	11.2	10.5	4.2	7.0	3.5
	50代	101	76.2	75.2	69.3	23.8	20.8	9.9	9.9	5.9	4.0	8.9	5.0	5.0	4.0	1.0
	60代	95	75.8	84.2	80.0	54.7	29.5	13.7	4.2	2.1	-	6.3	4.2	2.1	3.2	-
	70代	69	66.7	88.4	72.5	66.7	17.4	17.4	2.9	-	1.4	2.9	2.9	1.4	4.3	-
女	13~19歳	47	61.7	76.6	66.0	27.7	42.6	31.9	34.0	12.8	19.1	6.4	10.6	10.6	6.4	12.8
	20代	94	64.9	55.3	57.4	28.7	34.0	22.3	25.5	20.2	13.8	7.4	5.3	18.1	9.6	4.3
	30代	119	75.6	72.3	62.2	42.9	21.8	20.2	17.6	18.5	21.8	6.7	5.9	14.3	-	2.5
	40代	133	67.7	70.7	64.7	37.6	25.6	12.0	13.5	9.8	13.5	7.5	7.5	3.8	2.3	2.3
	50代	95	77.9	78.9	81.1	37.9	22.1	10.5	5.3	8.4	3.2	6.3	2.1	7.4	1.1	1.1
	60代	97	83.5	85.6	80.4	62.9	30.9	10.3	4.1	2.1	2.1	5.2	6.2	1.0	2.1	-
	70代	85	75.3	92.9	82.4	44.7	20.0	5.9	2.4	7.1	2.4	10.6	8.2	2.4	4.7	-

《食材の選択や購入について》

(%)

	調査数	生産地や原産地が わかるものを買う 食材や加工食品は	旬の食材、季節の食材 を買うようにしている	(少ない)ものを 追加物がない 買うようにしている	生産地や生産者表示 野菜や生鮮食品は をみて選ぶ	健康的に取り入れる さいた食品や料理は 健康や美容によいと	糖質ゼロ(オフ)のものを カロリーゼロ(オフ)や 買うようにしている	地元産地のもを 選ぶようにしている	栄養成分表示をみて 購入することが多い	無農薬栽培のものや 野菜などは有機栽培や 買うようにしている	
全体	1,350	41.3	38.1	30.3	27.9	19.3	18.9	11.8	10.0	9.0	
男	680	29.4	26.3	21.8	17.4	10.9	19.0	8.2	8.2	6.8	
女	670	53.4	50.1	39.0	38.5	27.9	18.8	15.4	11.8	11.2	
男	13~19歳	48	18.8	12.5	4.2	12.5	10.4	10.4	2.1	4.2	4.2
	20代	98	12.2	13.3	8.2	7.1	7.1	15.3	1.0	7.1	2.0
	30代	126	31.0	20.6	19.8	11.9	6.3	17.5	4.8	9.5	3.2
	40代	143	25.9	23.1	18.2	14.0	8.4	21.7	9.8	10.5	5.6
	50代	101	28.7	37.6	27.7	20.8	16.8	21.8	8.9	5.9	9.9
	60代	95	45.3	34.7	33.7	29.5	17.9	24.2	11.6	9.5	11.6
	70代	69	44.9	43.5	39.1	30.4	11.6	15.9	20.3	7.2	13.0
女	13~19歳	47	23.4	10.6	17.0	10.6	12.8	19.1	2.1	8.5	4.3
	20代	94	30.9	34.0	18.1	13.8	22.3	18.1	4.3	12.8	1.1
	30代	119	52.1	44.5	34.5	31.9	26.9	14.3	9.2	19.3	10.1
	40代	133	51.9	41.4	36.1	39.1	27.8	15.0	11.3	7.5	7.5
	50代	95	66.3	67.4	52.6	53.7	31.6	22.1	22.1	12.6	8.4
	60代	97	72.2	74.2	56.7	55.7	30.9	23.7	24.7	10.3	18.6
	70代	85	63.5	64.7	49.4	52.9	36.5	22.4	31.8	9.4	28.2

《加工食品・メニューについて》

(%)

	調査数	1日に1回は お米を食べている	最近、和食メニューを 多くするように している	決めることが多い 好みを優先して メニューは栄養より	冷凍食品を よく利用する	ものに魅かれる こだわりの感じる 食品はつくり手の	夕食のメニューは、店 頭で決めることが多い	積極的に利用している インスタント食品や レトルト食品や	済ませることが多い きたもので 食事は外で買って
全体	1,350	75.9	25.6	23.0	19.0	16.2	11.4	9.5	6.7
男	680	70.1	19.3	22.6	15.6	15.6	5.4	10.7	8.2
女	670	81.6	31.9	23.3	22.5	16.9	17.5	8.2	5.2
男	13～19歳	48	87.5	6.3	12.5	14.6	4.2	10.4	2.1
	20代	98	62.2	8.2	29.6	23.5	11.2	9.2	15.3
	30代	126	63.5	17.5	19.0	15.9	13.5	9.5	15.1
	40代	143	64.3	16.1	24.5	11.2	12.6	6.3	9.1
	50代	101	72.3	23.8	28.7	7.9	19.8	5.0	10.9
	60代	95	78.9	31.6	23.2	26.3	20.0	4.2	13.7
	70代	69	78.3	30.4	13.0	10.1	20.3	-	4.3
女	13～19歳	47	76.6	10.6	27.7	27.7	17.0	6.4	8.5
	20代	94	73.4	16.0	29.8	20.2	9.6	10.6	11.7
	30代	119	85.7	24.4	26.9	31.1	18.5	19.3	10.9
	40代	133	81.2	22.6	21.1	24.1	15.8	22.6	7.5
	50代	95	82.1	40.0	22.1	30.5	16.8	32.6	10.5
	60代	97	85.6	52.6	19.6	11.3	23.7	9.3	4.1
	70代	85	83.5	54.1	17.6	11.8	16.5	12.9	3.5

《飲料・お菓子・非常食について》

(%)

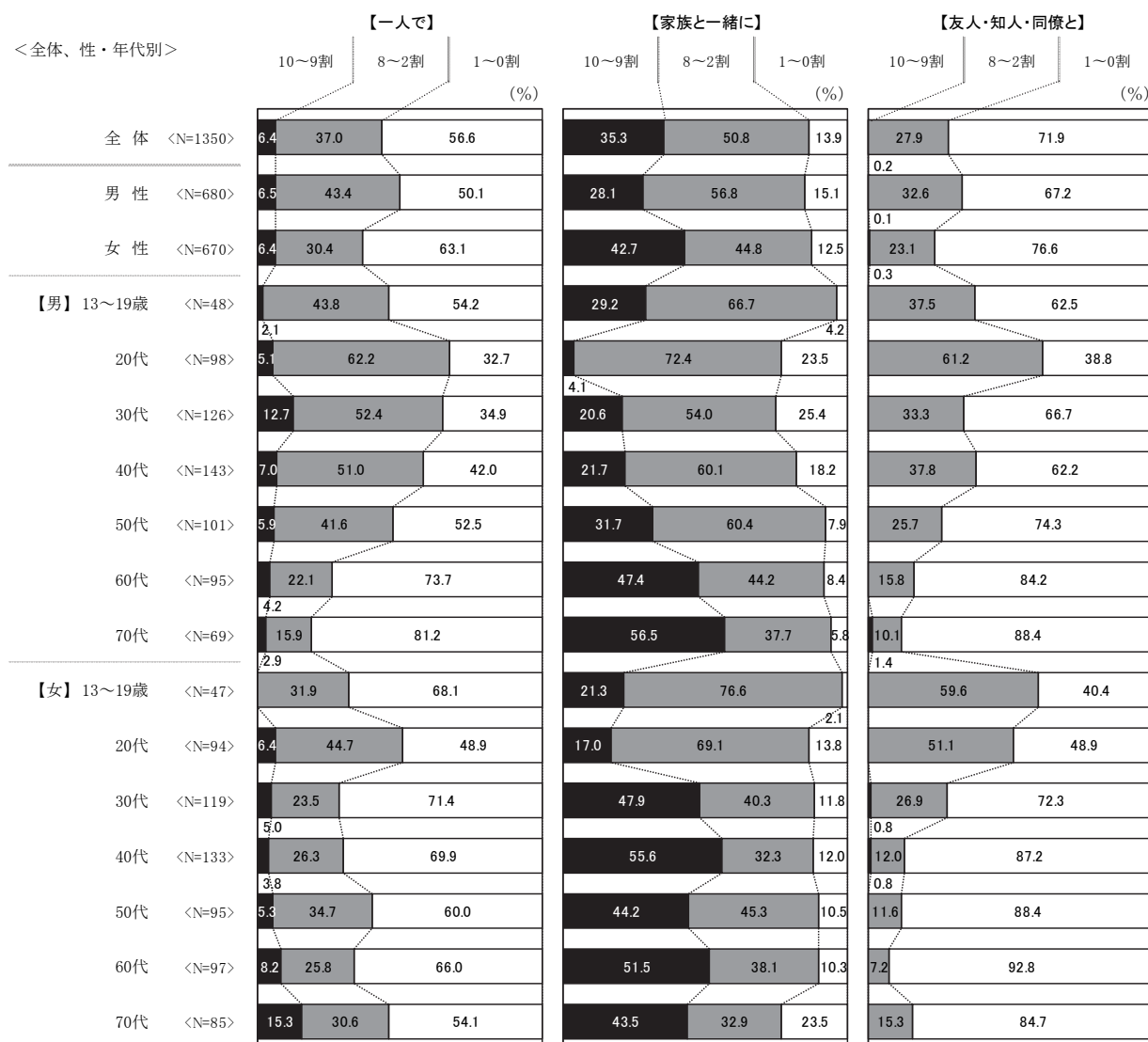
	調査数	ペットボトル入り飲料 を持ち歩くことが多い	身近にいつも お菓子類がある	防災・災害用の 食品を備えている	日持ちする食品を 買い揃えている
全体	1,350	36.6	31.3	27.0	21.7
男	680	36.2	21.2	22.1	13.4
女	670	37.0	41.5	32.1	30.1
男	13～19歳	48	56.3	39.6	20.8
	20代	98	53.1	14.3	3.1
	30代	126	38.9	23.0	15.9
	40代	143	32.2	18.2	20.3
	50代	101	28.7	22.8	28.7
	60代	95	26.3	20.0	34.7
	70代	69	26.1	20.3	37.7
女	13～19歳	47	46.8	42.6	17.0
	20代	94	59.6	37.2	10.6
	30代	119	31.1	42.9	31.1
	40代	133	24.8	40.6	33.1
	50代	95	33.7	51.6	40.0
	60代	97	42.3	39.2	42.3
	70代	85	31.8	36.5	43.5

《料理について》

(%)

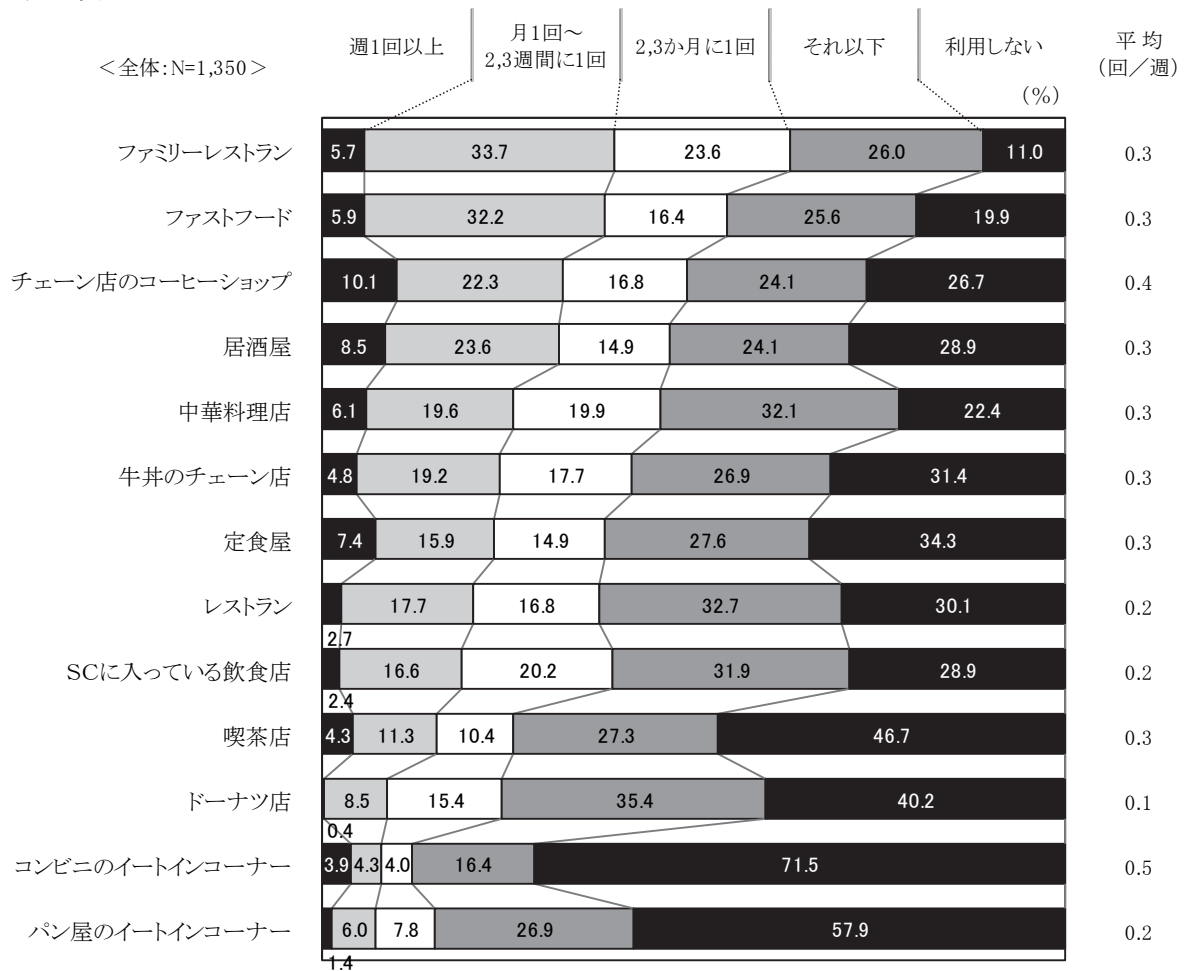
	調査数	料理を作るのが好き	食事の後片付けをするのが嫌い	家では料理をほとんどつくらない	ネットやソーシャルメディアの情報を利用して料理を作る	料理番組等を参考にしながら料理をつくる人が多い	味にうるさいほうである	食品も一手間かける惣菜やインスタント	ダシなどは自分でとる	
全体	1,350	32.8	25.8	24.7	19.5	18.5	18.0	15.9	8.5	
男	680	24.9	21.6	38.4	7.9	8.5	20.6	10.0	3.8	
女	670	40.9	30.0	10.7	31.2	28.7	15.4	21.9	13.3	
男	13～19歳	48	20.8	27.1	50.0	12.5	10.4	22.9	6.3	2.1
	20代	98	24.5	18.4	42.9	12.2	6.1	12.2	7.1	2.0
	30代	126	30.2	30.2	36.5	10.3	8.7	19.8	10.3	5.6
	40代	143	19.6	25.9	41.3	7.7	3.5	18.9	5.6	0.7
	50代	101	32.7	20.8	34.7	6.9	13.9	25.7	12.9	2.0
	60代	95	24.2	10.5	33.7	4.2	9.5	29.5	17.9	9.5
	70代	69	18.8	14.5	33.3	1.4	11.6	15.9	10.1	5.8
女	13～19歳	47	34.0	27.7	36.2	19.1	8.5	12.8	-	-
	20代	94	26.6	34.0	33.0	41.5	16.0	9.6	4.3	3.2
	30代	119	37.8	40.3	12.6	50.4	21.8	16.0	14.3	8.4
	40代	133	42.1	35.3	4.5	39.8	26.3	15.0	15.0	6.8
	50代	95	40.0	34.7	-	27.4	35.8	18.9	35.8	18.9
	60代	97	59.8	16.5	1.0	18.6	47.4	15.5	40.2	24.7
	70代	85	42.4	14.1	2.4	4.7	37.6	18.8	38.8	29.4

図表2-10：ふだんの夕食のとり方



図表2-11：外食利用頻度・利用目的

① 利用頻度



[利用率(月1回以上)]

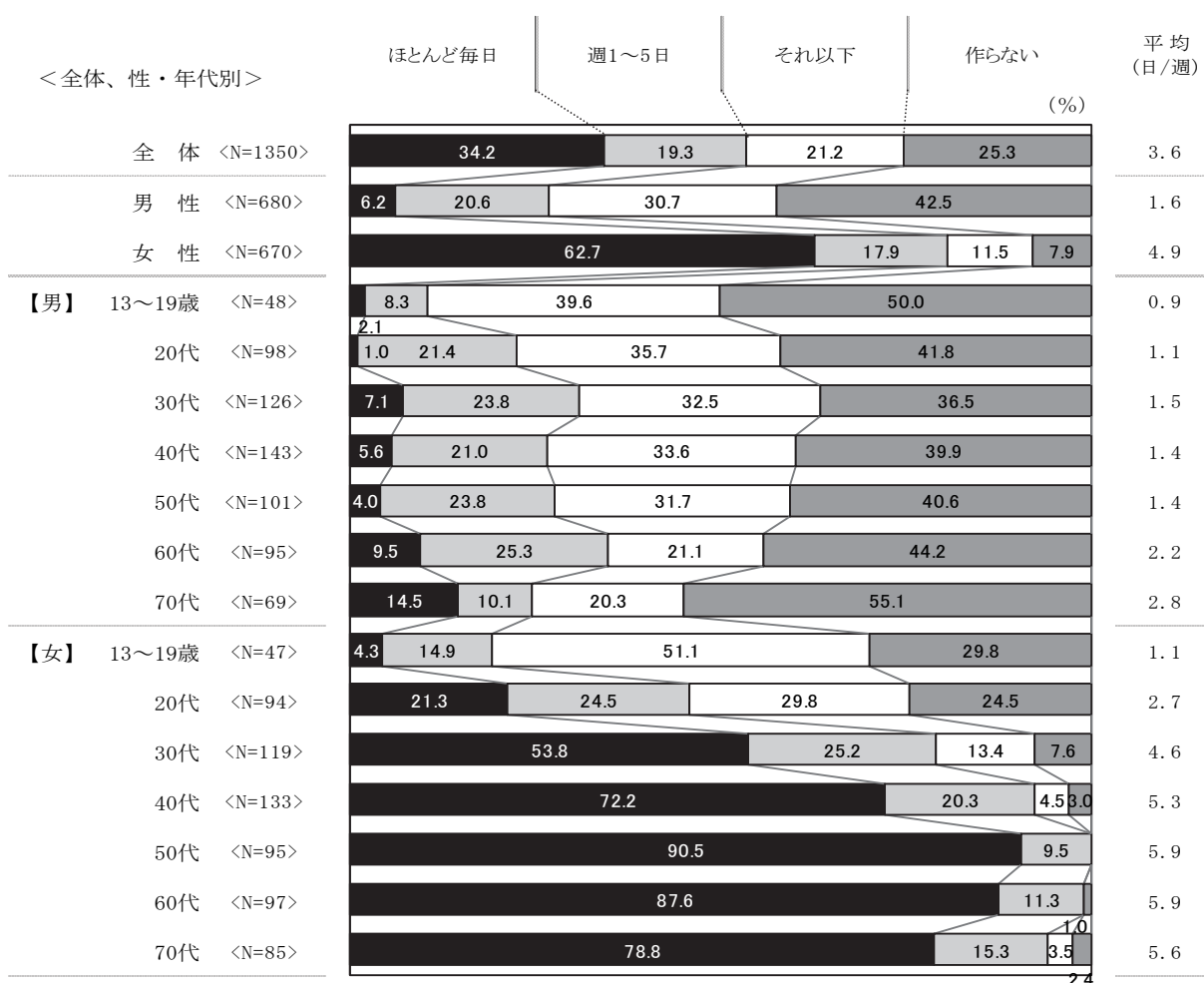
	調査数	ファミリーレストラン	ファストフード	チェーン店のコーヒーショップ	居酒屋	中華料理店	牛丼のチェーン店	定食屋	レストラン	SC内の飲食店	喫茶店	ドーナツ店	コンビニのイートインコーナー	パン屋のイートインコーナー	
全体	1,350	39.4	38.1	32.4	32.1	25.7	24.0	23.3	20.4	19.0	15.6	9.0	8.1	7.4	
男	680	37.8	38.4	33.2	44.7	36.6	36.6	33.8	17.1	16.3	17.5	5.3	9.6	5.4	
女	670	41.0	37.8	31.6	19.3	14.6	11.2	12.5	23.9	21.6	13.6	12.7	6.7	9.4	
男	13~19歳	48	54.2	64.6	10.4	8.3	18.8	22.9	20.8	14.6	20.8	10.4	10.4	14.6	6.3
	20代	98	45.9	60.2	50.0	60.2	40.8	45.9	43.9	26.5	19.4	31.6	2.0	12.2	7.1
	30代	126	45.2	38.9	35.7	59.5	41.3	45.2	44.4	22.2	19.8	22.2	7.1	9.5	7.1
	40代	143	35.0	43.4	37.1	46.9	42.0	44.8	39.9	16.1	21.7	16.1	6.3	9.8	7.0
	50代	101	34.7	32.7	36.6	46.5	39.6	40.6	37.6	13.9	11.9	10.9	4.0	10.9	3.0
	60代	95	25.3	21.1	26.3	34.7	35.8	23.2	15.8	10.5	11.6	13.7	6.3	5.3	2.1
女	70代	69	29.0	10.1	17.4	27.5	20.3	13.0	15.9	11.6	4.3	11.6	1.4	5.8	4.3
	13~19歳	47	51.1	70.2	31.9	8.5	8.5	14.9	14.9	19.1	34.0	19.1	23.4	27.7	17.0
	20代	94	60.6	58.5	60.6	53.2	29.8	13.8	29.8	38.3	28.7	23.4	16.0	9.6	9.6
	30代	119	50.4	47.1	32.8	20.2	11.8	18.5	12.6	23.5	32.8	10.1	16.8	5.9	10.1
	40代	133	36.1	42.9	26.3	21.1	16.5	14.3	9.8	25.6	18.8	12.0	14.3	5.3	12.8
	50代	95	33.7	33.7	30.5	9.5	13.7	9.5	11.6	22.1	17.9	7.4	11.6	4.2	7.4
60代	97	35.1	13.4	19.6	10.3	9.3	4.1	6.2	21.6	12.4	12.4	6.2	1.0	5.2	
70代	85	23.5	8.2	21.2	4.7	9.4	1.2	4.7	12.9	10.6	15.3	3.5	4.7	5.9	

② 利用目的（それぞれの店を利用する人に）

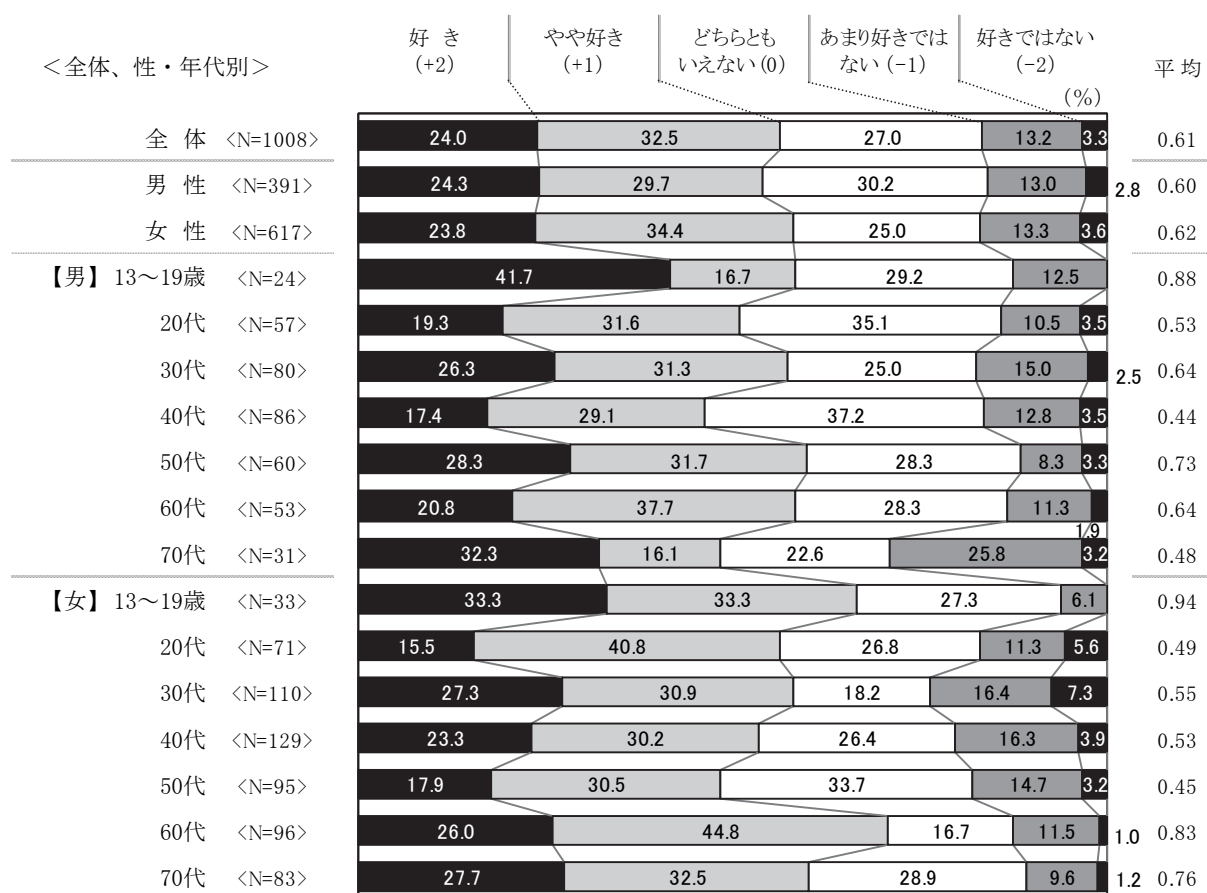
(%)

	調査数	朝食	昼食	夕食	間食	夜食	飲酒 (飲み屋)	夕食兼飲酒
ファストフード（ハンバーガー店など）	1,081	6.1	79.4	11.3	22.9	2.1	-	-
ドーナツ店	807	5.3	15.5	1.6	84.6	0.7	-	-
牛丼のチェーン店	926	4.4	65.9	41.0	2.8	7.2	-	-
パン屋のイートインコーナー（店内の食べる場所）	568	6.2	69.7	4.4	32.2	0.4	-	-
喫茶店（チェーン店除く）	719	4.0	33.7	2.9	69.4	0.8	-	-
チェーン店のコーヒーショップ	990	5.7	26.8	2.3	76.5	0.9	-	-
ファミリーレストラン	1,201	2.7	66.3	56.5	5.5	6.9	0.3	2.4
レストラン（イタリアンなど個人店）	944	-	47.1	62.5	1.5	7.9	2.4	9.3
定食屋	887	0.6	71.7	43.2	1.4	4.6	0.3	2.5
中華料理店	1,048	0.1	58.4	58.5	1.1	5.8	2.0	7.5
居酒屋	960	-	2.7	29.5	0.6	6.3	38.5	47.2
コンビニエンスストアのイートインコーナー	385	8.1	44.9	9.4	56.6	3.4	0.5	0.5
ショッピングセンターに入っている飲食店	960	0.7	80.2	30.2	20.8	2.6	0.2	0.7

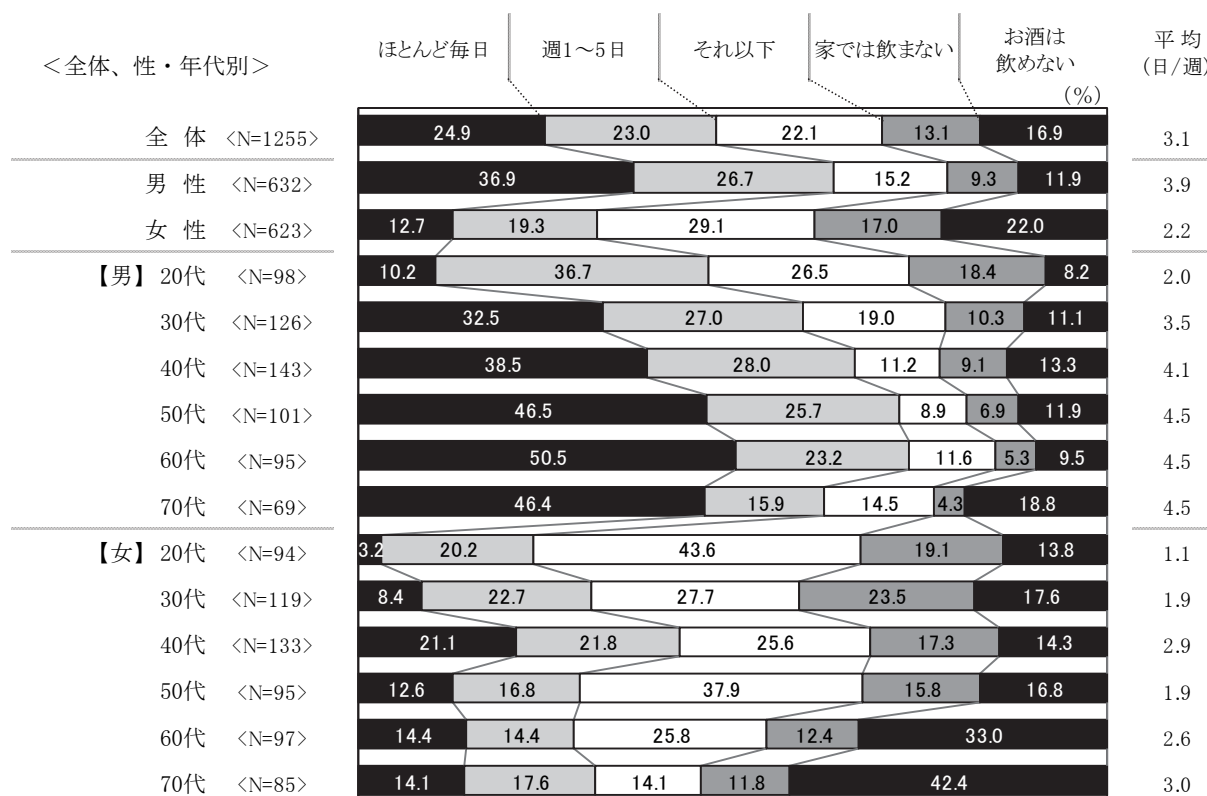
図表2-12：自宅で料理を作る頻度



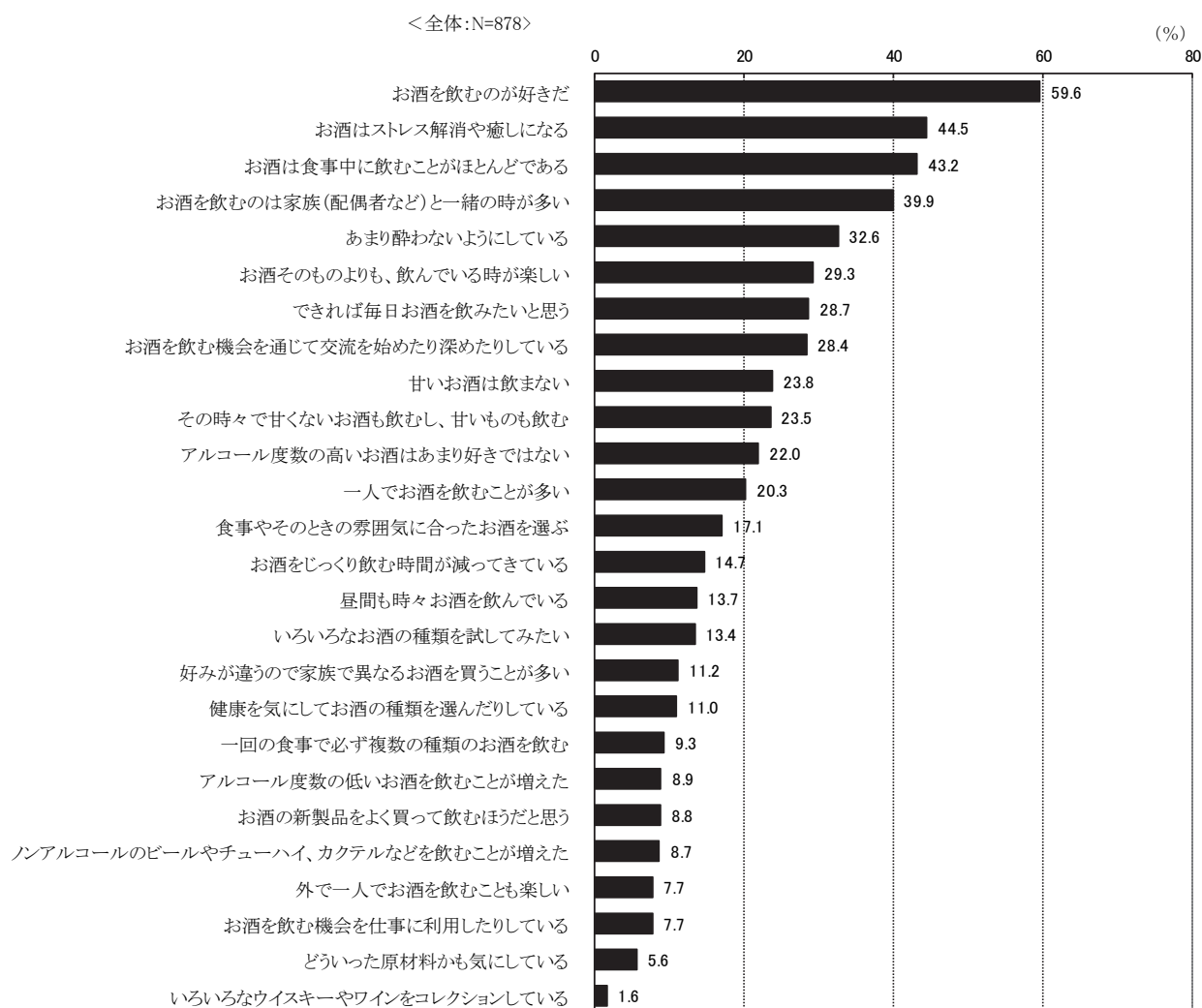
図表2-13：料理を作ることの好き嫌いの程度（自宅で料理を作る人に）



図表2-14：自宅でお酒を飲む頻度（20歳以上に）



図表2-15：お酒に対する意識・態度（20歳以上で自宅でお酒を飲む人に）



<全体、性・年代別 上位3>

N=	1 位	2 位	3 位
全体 878	お酒を飲むのが好きだ 59.6	お酒はストレス解消や癒し 44.5	食事に飲むことがほとんど 43.2
男 498	お酒を飲むのが好きだ 67.1	お酒はストレス解消や癒し 48.4	食事に飲むことがほとんど 46.2
女 380	お酒を飲むのが好きだ 49.7	お酒はストレス解消や癒し／お酒を飲むのは家族と一緒にのことが多い 39.5	
男・20代 72	お酒を飲むのが好きだ 52.8	飲んでいる時が楽しい 43.1	交流を始めたり深めたりする 38.9
男・30代 99	お酒を飲むのが好きだ 63.6	お酒はストレス解消や癒し 47.5	食事に飲むことがほとんど 36.4
男・40代 111	お酒を飲むのが好きだ 75.7	お酒はストレス解消や癒し 54.1	食事に飲むことがほとんど 51.4
男・50代 82	お酒を飲むのが好きだ 73.2	食事に飲むことがほとんど 51.2	お酒はストレス解消や癒し 48.8
男・60代 81	お酒を飲むのが好きだ 66.7	家族と一緒にのことが多い 54.3	お酒はストレス解消や癒し 49.4
男・70代 53	お酒を飲むのが好きだ 66.0	食事に飲むことがほとんど 60.4	お酒はストレス解消や癒し 54.7
女・20代 63	お酒を飲むのが好きだ 63.5	甘くないお酒も甘いものも飲む 46.0	交流を始めたり深めたりする 44.4
女・30代 70	お酒を飲むのが好きだ 57.1	お酒はストレス解消や癒し／食事に飲むことがほとんど 45.7	
女・40代 91	お酒を飲むのが好きだ 54.9	お酒はストレス解消や癒し 46.2	家族と一緒にのことが多い 40.7
女・50代 64	お酒を飲むのは家族と一緒にのことが多い／あまり酔わないようにしている 50.0		お酒を飲むのが好きだ 39.1
女・60代 53	食事に飲むことがほとんど 47.2	お酒を飲むのが好きだ 41.5	家族と一緒にのことが多い 37.7
女・70代 39	家族と一緒にのことが多い 48.7	食事に飲むことがほとんど 43.6	お酒はストレス解消や癒し 38.5

(3) 住まいは安全で暮らしやすい安らぎの場

住まいについて、住まいに対する意識・態度、住みたいと思う地域・環境、住まいの購入・検討状況と目的・検討内容、転居地域に必要なもの・いらぬものを質問した。

住まいに対する意識・態度の結果は、図表 2-16 のようになった。

- ◇住まいに対する意識・態度は、「家は安らげることが一番大切だと思う」(65.0%)、「住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う」(50.7%)、「住まいは所有したほうがよい」(49.3%)、「住まいは、部屋数は少なくとも広い部屋がほしい」(45.9%)、「住まいはリビングルームを重視している」(44.7%)、「なるべくシンプルに暮らしたい」(43.4%)、「和室より洋室が好き」(42.1%)の順で高い。
- ◇「家は安らげることがいちばん大切」と「住まいの耐久性・耐震性は重要」は、女性で高い。女性は、これらに加えて「広いリビングルームを重視している」が高い。
- ◇男女 10代・20代は「和室より洋室が好き」が高く、30代になると「家は安らげることがいちばん大切」と「住まいは所有したほうがよい」が高くなる。また、住まいの所有を意識したときの「住まいの耐久性・耐震性」も高くなる。60代以降では「部屋数は少なくとも広い部屋がほしい」や「リビングルームを重視」、「住まいは所有したほうがよい」が高くなる。

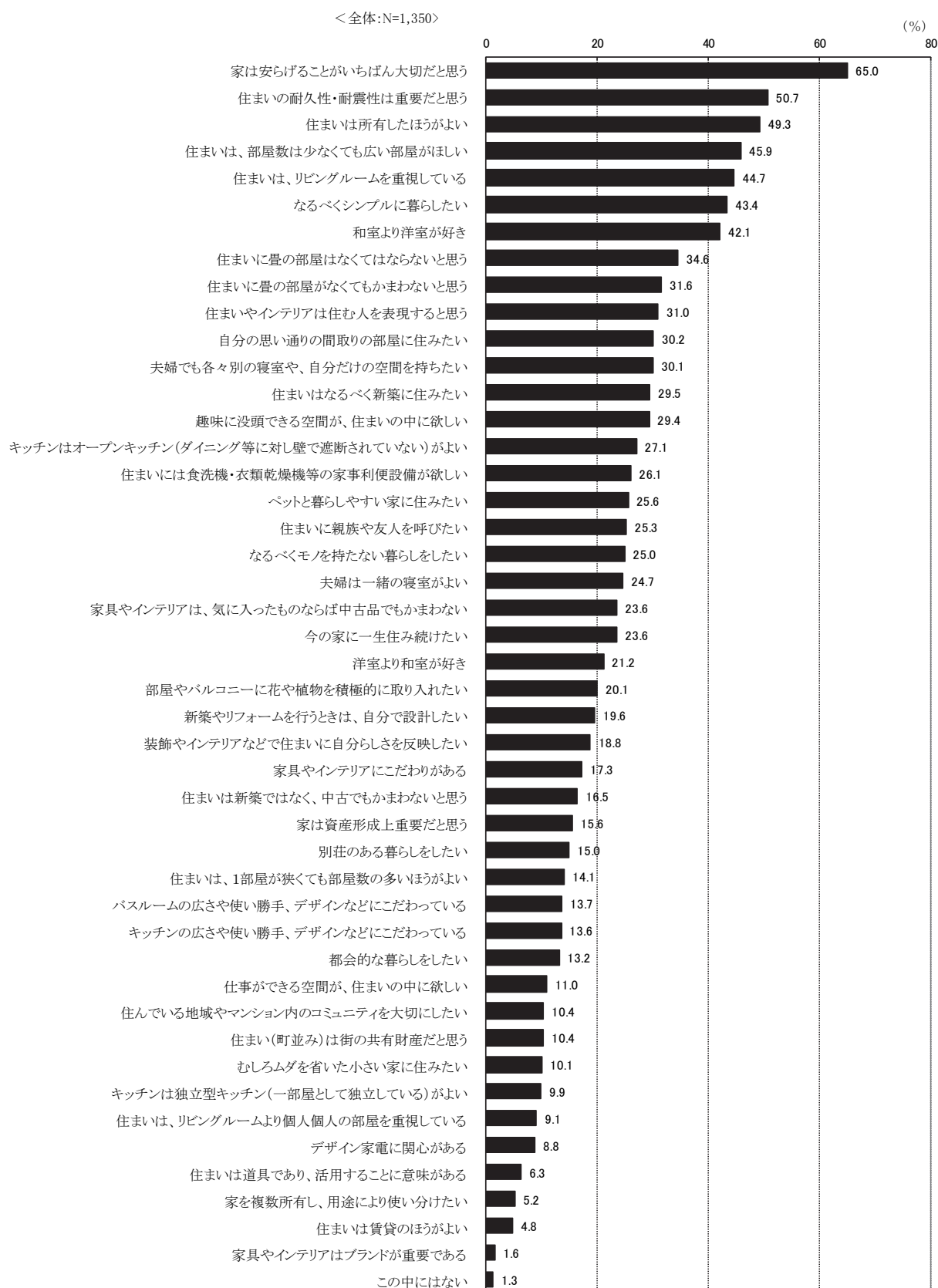
住みたいところ・地域の結果は、図表 2-17 のとおりである。

- ◇全体では、「治安のよいところ」(72.7%)、「日常の買物に便利なところ」(70.7%)、「住み慣れた街・地域」(60.5%)、「駅に近いところ」(56.4%)、「災害に強い地域・街」(56.3%)、「通勤・通学に便利なところ」(49.4%)、「地盤がしっかりした地域」(46.0%)の順で高い。
- ◇5番目に高い「災害に強い地域・街」は、2011年からほとんど変化していない(東京 57.3%→54.7%→57.4%→57.9%→53.6%→56.3%)。「地盤がしっかりした地域」はやや低下してきている(東京 51.6%→50.5%→49.1%→47.2%→43.4%→46.0%)。
- ◇女性は、「日常の買い物に便利なところ」を望む人が多い。
- ◇10代・20代は、「通勤・通学に便利なところ」、「駅に近いところ」、30代以降はこれらより「治安のよいところ」を望む人が多くなる。女 40代以降は、「日常の買い物に便利なところ」が最も高くなる。この年代では「災害に強い地域・街」も高い。ライフステージの違いにより、住みたいところ・地域は異なっている。

20歳以上で住宅を購入した人と購入を検討中の人に、住宅購入や建て替え・リフォームの検討内容をきいた。(図表 2-18)

- ◇住居購入・建て替え・リフォームの検討内容は、今の住まいのままでは「今の住まいの部分的なリフォーム」(38.4%)、「今の住まいの建て替え」(17.3%)、今の住まいの住み替えでは「新築一戸建てへの住み替え」(37.8%)、「新築低層・中層マンション(20階建て未満)への住み替え」(17.3%)が高い。
- ◇最も優先度が高いものを1つ回答してもらったところ、「今の住まいの部分的なリフォーム」(32.2%)、「新築一戸建てへの住み替え」(25.4%)が高い
- ◇若い年代ほど「新築一戸建てへの住み替え」を検討し、年代が上がるほど「今の住まいの部分的なリフォーム」を検討している。リフォームの検討は60代で最も高く、子どもの独立や定年後にリフォームを考えているようだ。

図表2-16：住まいに対する意識・態度

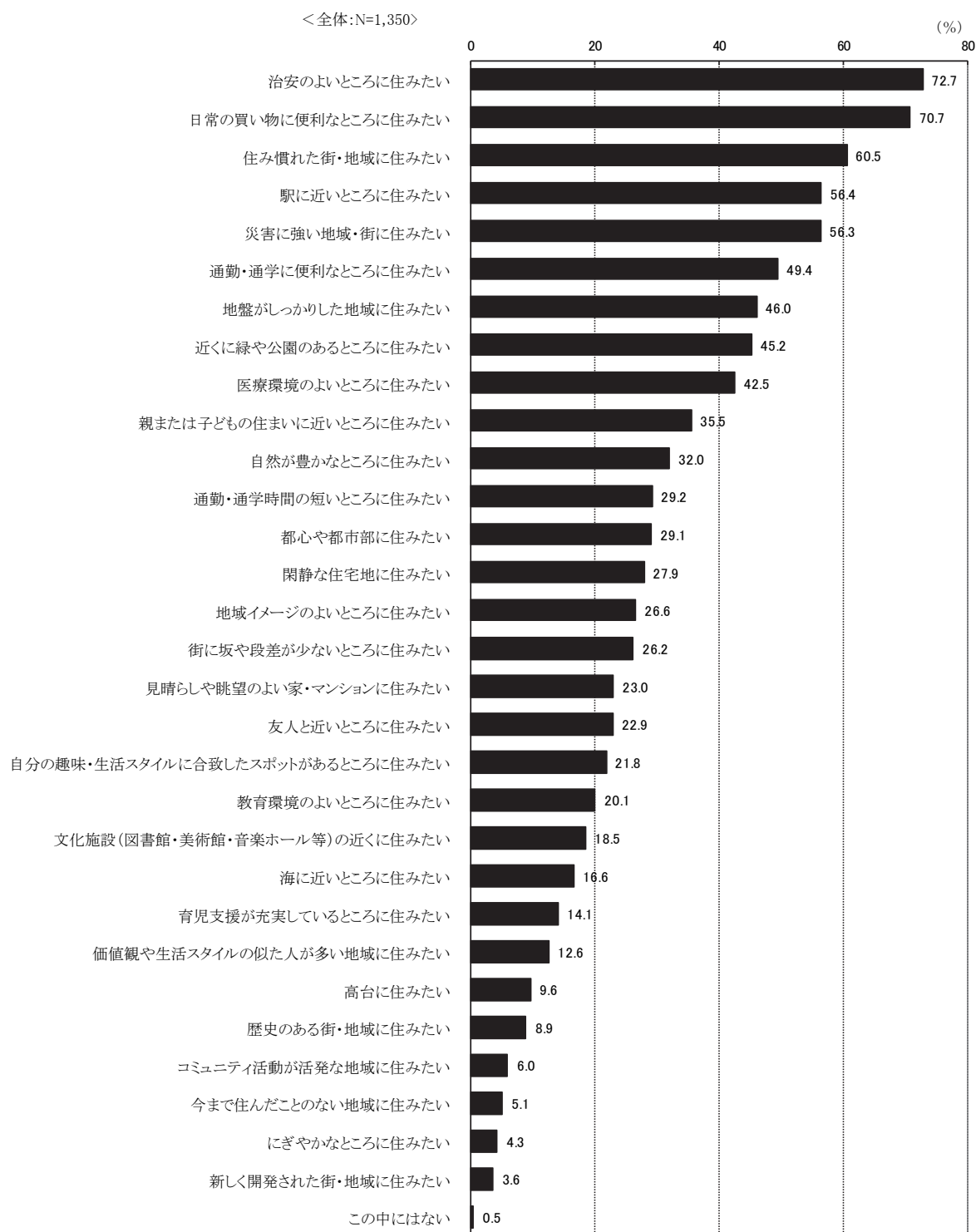


<全体、性・年代別 上位3>

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	家は安らげることがいちばん大切だと思う 65.0	住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う 50.7	住まいは所有したほうがよい 49.3
男 680	家は安らげることがいちばん大切だと思う 59.0	住まいは所有したほうがよい 51.8	住まいは、部屋数は少なくとも広い部屋がほしい 46.8
女 670	家は安らげることがいちばん大切だと思う 71.0	住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う 55.1	住まいは、リビングルームを重視している 47.8
男・13～19歳 48	和室より洋室が好き 56.3	住まいは、部屋数は少なくとも広い部屋がほしい 56.3	趣味に没頭できる空間が、住まいの中に欲しい 45.8
男・20代 98	和室より洋室が好き 44.9	家は安らげることがいちばん大切だと思う 40.8	なるべくシンプルに暮らしたい 38.8
男・30代 126	家は安らげることがいちばん大切だと思う 57.1	住まいは、部屋数は少なくとも広い部屋がほしい 50.0	住まいは所有したほうがよい 49.2
男・40代 143	家は安らげることがいちばん大切だと思う 61.5	住まいは所有したほうがよい 52.4	住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う 49.0
男・50代 101	家は安らげることがいちばん大切だと思う 64.4	住まいは所有したほうがよい 57.4	住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う 48.5
男・60代 95	家は安らげることがいちばん大切だと思う 71.6	住まいは、部屋数は少なくとも広い部屋がほしい 67.4	住まいは、リビングルームを重視している 61.1
男・70代 69	住まいは所有したほうがよい 75.4	家は安らげることがいちばん大切だと思う 71.0	住まいに畳の部屋はなくてはならないと思う 60.9
女・13～19歳 47	和室より洋室が好き 61.7	家は安らげることがいちばん大切だと思う 44.7	住まいは、部屋数は少なくとも広い部屋がほしい 42.6
女・20代 94	家は安らげることがいちばん大切だと思う 63.8	和室より洋室が好き 57.4	住まいやインテリアは住む人を表現すると思う 44.7
女・30代 119	家は安らげることがいちばん大切だと思う 68.9	住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う 55.5	住まいは、リビングルームを重視している 47.9
女・40代 133	家は安らげることがいちばん大切だと思う 74.4	住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う 61.7	住まいは、リビングルームを重視している 59.4
女・50代 95	家は安らげることがいちばん大切だと思う 77.9	住まいの耐久性・耐震性は重要だと思う 68.4	なるべくシンプルに暮らしたい 60.0
女・60代 97	家は安らげることがいちばん大切だと思う 78.4	住まいは所有したほうがよい 64.9	住まいは、部屋数は少なくとも広い部屋がほしい 57.7
女・70代 85	家は安らげることがいちばん大切だと思う 75.3	住まいは所有したほうがよい／今の家に一生住み続けたい	60.0

図表2-17：住みたいところ・地域

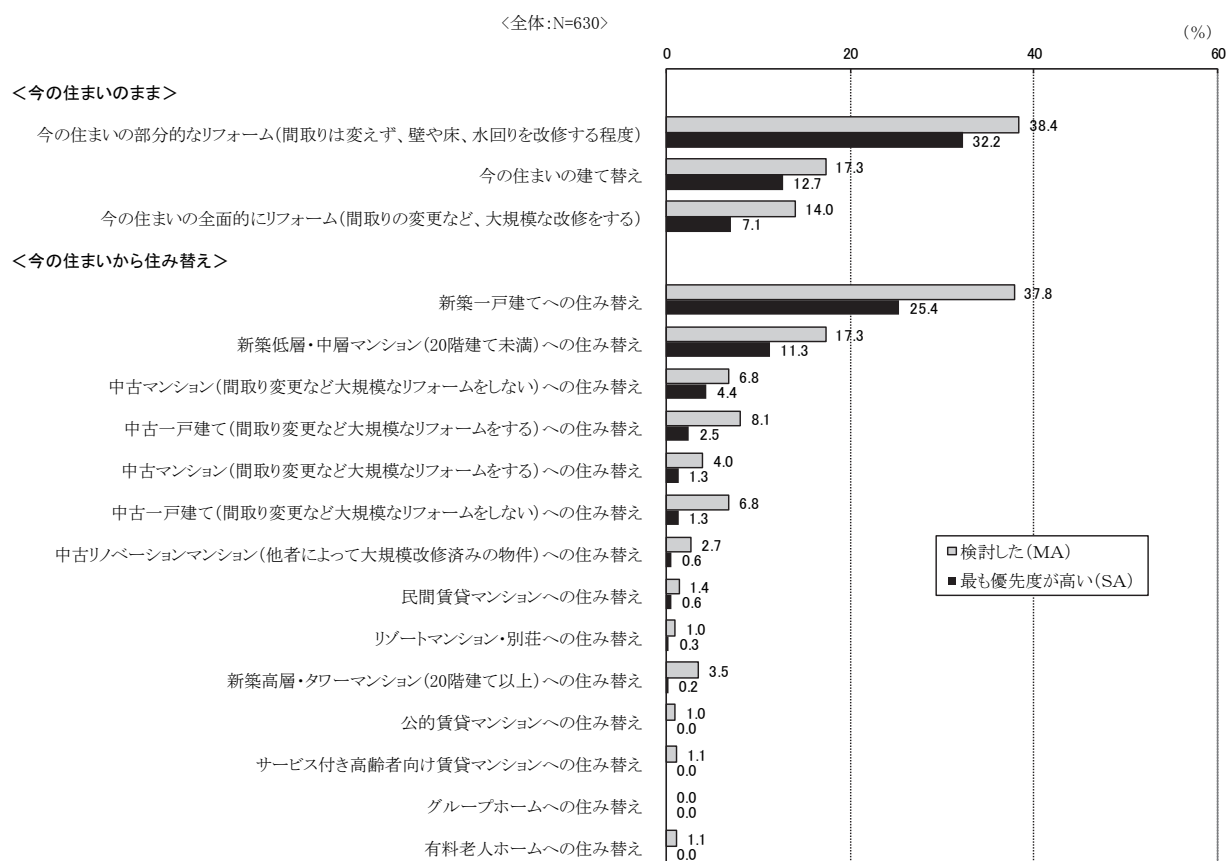


<全体、性・年代別 上位3>

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
TOTAL 1,350	治安のよいところ 72.7	日常の買い物に便利なところ 70.7	住み慣れた街・地域 60.5
男 680	治安のよいところ 67.6	日常の買い物に便利なところ 61.8	住み慣れた街・地域 55.9
女 670	日常の買い物に便利なところ 79.7	治安のよいところ 77.8	住み慣れた街・地域 65.2
男・13～19歳 48	通勤・通学に便利なところ 75.0	駅に近いところ 68.8	治安のよいところ 54.2
男・20代 98	通勤・通学に便利なところ 64.3	治安のよいところ 58.2	駅に近いところ 55.1
男・30代 126	治安のよいところ 73.0	日常の買い物に便利なところ 71.4	通勤・通学に便利なところ 63.5
男・40代 143	治安のよいところ 67.8	通勤・通学に便利なところ 56.6	住み慣れた街・地域 52.4
男・50代 101	治安のよいところ 71.3	日常の買い物に便利なところ 65.3	通勤・通学に便利なところ 60.4
男・60代 95	治安のよいところ／日常の買い物に便利なところ 72.6		住み慣れた街・地域 65.3
男・70代 69	住み慣れた街・地域 73.9	治安のよいところ／日常の買い物に便利なところ 68.1	
女・13～19歳 47	通勤・通学に便利なところ 59.6	治安のよいところ／駅に近いところ 57.4	
女・20代 94	治安のよいところ 79.8	日常の買い物に便利なところ 75.5	通勤・通学に便利なところ 72.3
女・30代 119	治安のよいところ 80.7	日常の買い物に便利なところ 72.3	住み慣れた街・地域 71.4
女・40代 133	日常の買い物に便利なところ 85.0	治安のよいところ 74.4	災害に強い地域・街 65.4
女・50代 95	日常の買い物に便利なところ 88.4	治安のよいところ 84.2	災害に強い地域・街 72.6
女・60代 97	日常の買い物に便利なところ 90.7	治安のよいところ 84.5	医療環境のよいところ 70.1
女・70代 85	日常の買い物に便利なところ 77.6	住み慣れた街・地域 75.3	治安のよいところ 72.9

図表2-18：住居購入・建て替え・リフォームの検討内容
(20歳以上で「購入した／購入を検討中」の人)



〔検討内容、優先度が高いもの〕

(%)

	調査数	検討内容		最も優先度が高いもの		
		部分的な リフォーム	新築一戸建て	部分的な リフォーム	新築一戸建て	
全体	630	38.4	37.8	32.2	25.4	
男	322	38.2	38.5	32.3	23.6	
女	308	38.6	37.0	32.1	27.3	
男	20代	10	20.0	50.0	20.0	40.0
	30代	56	25.0	46.4	21.4	33.9
	40代	90	30.0	43.3	20.0	27.8
	50代	66	48.5	37.9	42.4	18.2
	60代	58	50.0	34.5	44.8	22.4
	70代	42	45.2	21.4	42.9	7.1
女	20代	12	-	66.7	-	58.3
	30代	55	20.0	49.1	14.5	30.9
	40代	73	41.1	42.5	35.6	31.5
	50代	66	43.9	30.3	42.4	19.7
	60代	57	56.1	19.3	42.1	14.0
	70代	45	37.8	37.8	28.9	35.6

もし引越しをするとしたら、転居先の近隣にあったほうがよいもの、絶対に必要なもの、絶対に要らないものをたずねた。その結果は図表2-19のようになった。

◇転居先にあったほうがよいと思うものは、「スーパーマーケット、食料品店」(97.5%)、「病院・クリニック」(93.4%)、「コンビニエンスストア」(91.9%)、「ドラッグストア・薬局」(86.9%)、「公園」(76.1%)、「役所窓口」(73.2%)、「飲食店・レストラン」(67.4%)の順で高い。

◇性・年代別でみると、女性での「ドラッグストア・薬局」が「コンビニエンスストア」よりやや高く、「病院・クリニック」は男女70代で最も高くなる。

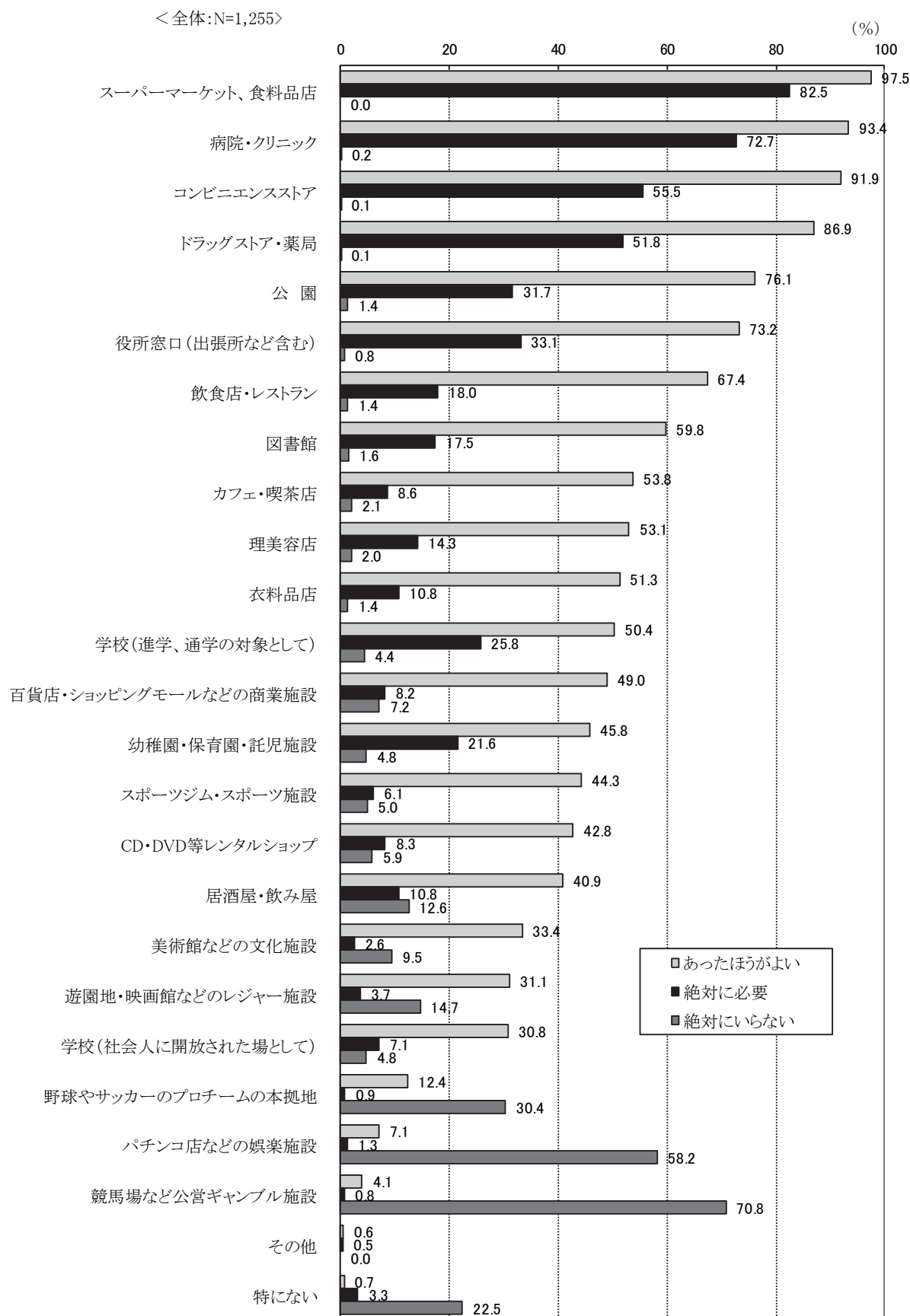
◇絶対に必要なものは、「スーパーマーケット、食料品店」(82.5%)、「病院・クリニック」(72.7%)、「コンビニエンスストア」(55.5%)、「ドラッグストア・薬局」(51.8%)、「公園」(31.7%)、「役所窓口」(33.1%)で、あったほうがよいものとはほぼ同じ順である。

◇性・年代別でみると、男70代と女60代で「病院・クリニック」が最も高くなる。

◇絶対に要らないものは、「競馬場など公営ギャンブル施設」(70.8%)、「パチンコ店などの娯楽施設」(58.2%)、「野球やサッカーのプロチームの本拠地」(30.4%)である。

◇性・年代別の違いはみられない。

図表2-19：転居先にあったほうがよい・絶対に必要・絶対に要らないもの（20歳以上の人）



＜全体、性・年代別 上位3＞

① 近隣にあったほうがよいもの

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,255	スーパーマーケット、食料品店 97.5	病院・クリニック 93.4	コンビニエンスストア 91.9
男 632	スーパーマーケット、食料品店 96.0	コンビニエンスストア 93.2	病院・クリニック 90.2
女 623	スーパーマーケット、食料品店 99.0	病院・クリニック 96.6	ドラッグストア・薬局 92.8
男・20代 98	スーパーマーケット、食料品店 98.0	コンビニエンスストア 96.9	病院・クリニック 84.7
男・30代 126	スーパーマーケット、食料品店 96.8	コンビニエンスストア 94.4	病院・クリニック 85.7
男・40代 143	スーパーマーケット、食料品店 93.7	コンビニエンスストア 93.7	病院・クリニック 88.8
男・50代 101	スーパーマーケット、食料品店 98.0	コンビニエンスストア／病院・クリニック 93.1	
男・60代 95	スーパーマーケット、食料品店 97.9	病院・クリニック 95.8	コンビニエンスストア 92.6
男・70代 69	病院・クリニック 97.1	スーパーマーケット、食料品店 91.3	コンビニエンスストア 85.5
女・20代 94	スーパーマーケット、食料品店 100.0	病院・クリニック 96.8	コンビニエンスストア 95.7
女・30代 119	スーパーマーケット、食料品店 98.3	コンビニエンスストア 95.0	病院・クリニック 94.1
女・40代 133	スーパーマーケット、食料品店 99.2	病院・クリニック 96.2	ドラッグストア・薬局 94.7
女・50代 95	スーパーマーケット、食料品店 100.0	病院・クリニック 97.9	ドラッグストア・薬局 94.7
女・60代 97	スーパーマーケット、食料品店 99.0	病院・クリニック 97.9	ドラッグストア・薬局 92.8
女・70代 85	スーパーマーケット、食料品店／病院・クリニック	97.6	ドラッグストア・薬局 84.7

② 近隣に絶対に必要なもの

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,255	スーパーマーケット、食料品店 82.5	病院・クリニック 72.7	コンビニエンスストア 55.5
男 632	スーパーマーケット、食料品店 75.8	病院・クリニック 65.7	コンビニエンスストア 57.4
女 623	スーパーマーケット、食料品店 89.2	病院・クリニック 79.8	ドラッグストア・薬局 59.4
男・20代 98	スーパーマーケット、食料品店 75.5	コンビニエンスストア 74.5	病院・クリニック 56.1
男・30代 126	スーパーマーケット、食料品店 75.4	コンビニエンスストア 62.7	病院・クリニック 61.1
男・40代 143	スーパーマーケット、食料品店 76.2	コンビニエンスストア／病院・クリニック 62.2	
男・50代 101	スーパーマーケット、食料品店 80.2	病院・クリニック 70.3	コンビニエンスストア 58.4
男・60代 95	スーパーマーケット、食料品店 78.9	病院・クリニック 71.6	コンビニエンスストア 44.2
男・70代 69	病院・クリニック 79.7	スーパーマーケット、食料品店 65.2	ドラッグストア・薬局 40.6
女・20代 94	スーパーマーケット、食料品店 87.2	コンビニエンスストア／病院・クリニック 73.4	
女・30代 119	スーパーマーケット、食料品店 88.2	病院・クリニック 76.5	ドラッグストア・薬局 61.3
女・40代 133	スーパーマーケット、食料品店 94.0	病院・クリニック 77.4	ドラッグストア・薬局 62.4
女・50代 95	スーパーマーケット、食料品店 92.6	病院・クリニック 83.2	ドラッグストア・薬局 69.5
女・60代 97	病院・クリニック 87.6	スーパーマーケット、食料品店 86.6	ドラッグストア・薬局 55.7
女・70代 85	スーパーマーケット、食料品店 84.7	病院・クリニック 82.4	ドラッグストア・薬局 48.2

③ 近隣に絶対にいないもの

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
TOTAL 1,255	公営ギャンブル施設 70.8	パチンコ店などの娯楽施設 58.2	野球やサッカーの本拠地 30.4
男 632	公営ギャンブル施設 64.2	パチンコ店などの娯楽施設 52.8	野球やサッカーの本拠地 28.0
女 623	公営ギャンブル施設 77.4	パチンコ店などの娯楽施設 63.6	野球やサッカーの本拠地 32.7
男・20代 98	公営ギャンブル施設 63.3	パチンコ店などの娯楽施設 43.9	野球やサッカーの本拠地 29.6
男・30代 126	公営ギャンブル施設 61.9	パチンコ店などの娯楽施設 50.0	野球やサッカーの本拠地 27.0
男・40代 143	公営ギャンブル施設 64.3	パチンコ店などの娯楽施設 55.9	野球やサッカーの本拠地 25.9
男・50代 101	公営ギャンブル施設 67.3	パチンコ店などの娯楽施設 57.4	野球やサッカーの本拠地 31.7
男・60代 95	公営ギャンブル施設 64.2	パチンコ店などの娯楽施設 49.5	野球やサッカーの本拠地 28.4
男・70代 69	公営ギャンブル施設 65.2	パチンコ店などの娯楽施設 62.3	野球やサッカーの本拠地 26.1
女・20代 94	公営ギャンブル施設 73.4	パチンコ店などの娯楽施設 58.5	野球やサッカーの本拠地 40.4
女・30代 119	公営ギャンブル施設 76.5	パチンコ店などの娯楽施設 64.7	野球やサッカーの本拠地 32.8
女・40代 133	公営ギャンブル施設 80.5	パチンコ店などの娯楽施設 63.2	野球やサッカーの本拠地 34.6
女・50代 95	公営ギャンブル施設 83.2	パチンコ店などの娯楽施設 65.3	野球やサッカーの本拠地 31.6
女・60代 97	公営ギャンブル施設 76.3	パチンコ店などの娯楽施設 66.0	野球やサッカーの本拠地 27.8
女・70代 85	公営ギャンブル施設 72.9	パチンコ店などの娯楽施設 63.5	野球やサッカーの本拠地 28.2

3. 増税や景気の影響が大きい消費行動

ここでは、買い物や消費行動についてまとめる。図表2-20は、買い物に対する意識・態度ではまるものを高い順に並べたものである。その結果はつぎのようになった。

◇全体では、「国産品を買うようにしている」(44.1%)、「値段が安ければ無名メーカーのものでも買う」(37.6%)、「同じ買うのなら高くても気に入ったものを買う」(33.4%)、「特売やバーゲンをよく利用する」(31.1%)、「PB商品は価格が安いので買っている」(30.7%)の順で高く、品質を重視しながらも価格に敏感であることがうかがわれる。

◇性別でみると、男性は「値段が安ければ無名メーカーのものでも買う」が最も高く、女性は「国産品を買うようにしている」が最も高い。

◇性・年代別では、男性は10代・20代が「値段が安ければ無名メーカーのものでも買う」、「欲しいものがあると無理をしても買ってしまふ」、「新しい商品が出ると試しに買ってみたいことがある」が高い。男30代・40代は「同じ買うのなら高くても気に入ったものを買う」という一方で、「値段が安ければ無名メーカーのものでも買う」という価格志向も強く、「ネットで買い物をよくしている」も高い。男60代・70代は「国産品を買うようにしている」、「生産地、原材料、品質管理が確かな商品を買うようにしている」が高く、品質を重視している。

◇女性は10代が「値段が安ければ無名メーカーのものでも買う」、「特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する」など価格志向が強い。女20代は「いつも同じメーカー・ブランドのものを買うことが多い」、「新しい商品が出ると試しに買ってみたいことがある」、「店頭でいろいろ比較して買うことが多い」が高く、女30代は「PB商品は価格が安いので買っている」、「特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する」、「値段が安ければ無名メーカーのものでも買う」が高く、価格志向が強い。女40代以降は「国産品を買うようにしている」が最も高く、40代・50代はPBや特売、ポイントやマイルージ利用など価格志向がやや強い。60代・70代は「生産地、原材料、品質管理が確かな商品を買うようにしている」が高く、品質を重視している。また、「買い物はチラシを参考にする」も高い。

男女に共通しているのは、10代・20代が新品に敏感で、30代～50代が価格志向が強く、60代・70代が品質を重視する傾向にある。

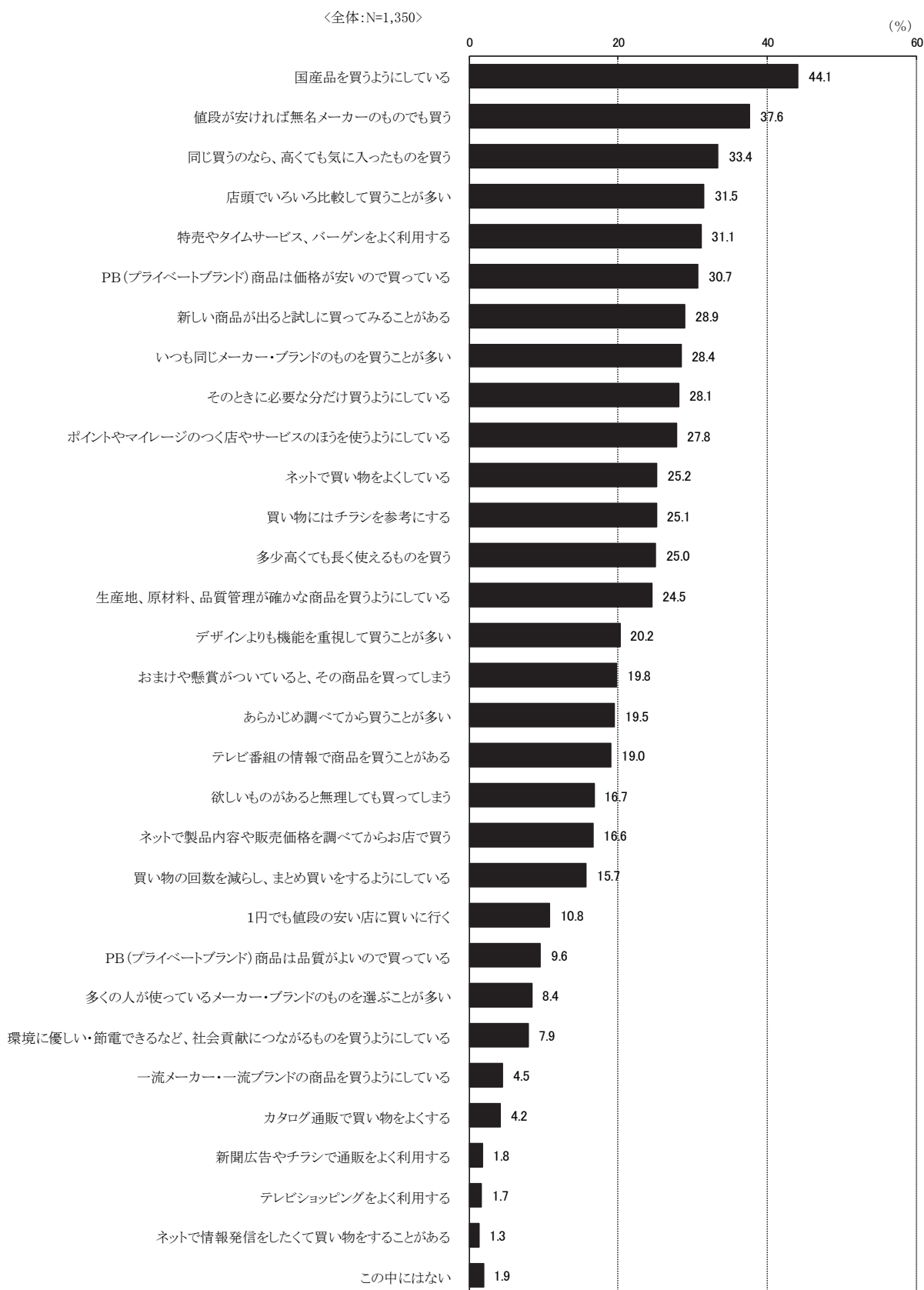
つぎに、食に関する買い物について質問した結果をみると、図表2-21のようになった。

- ◇全体では、「スーパーやコンビニエンスストアやドラッグストアなどを購入する商品で使い分けしている」(61.0%)が最も高く、「スーパーに夫婦や家族で買い物に行くのは楽しい」(26.4%)、「スーパーやコンビニエンスストアなど複数の店舗を見てまわることが楽しみ」(18.4%)、「スーパーのタイムセールをよく利用している」(18.4%)が続く。「スーパーや生協などの宅配サービスを利用している」は15.3%であるが、「食材・惣菜・加工食品の購入はネットスーパーを利用している」(1.3%)はごく少数であった。
- ◇上位の項目についての回答率は、いずれも女性で高い。ふだんの食品の買い物が女性に依存しているためであろう。
- ◇「コンビニエンスストアの食材・惣菜はサイズが適量なのでよく利用している」は、10代～30代でやや高く、「新鮮な食材を購入するために午前中に買い物に行くようにしている」は、女60代・70代と男70代でやや高い。時間に余裕のある高齢者の中には午前中に買い物に行く人がいる。

消費意欲の変化は、図表2-22のようになっている。

- ◇消費意欲が変わらない人は60.1%で、「強くなった」(強くなった+やや強くなった:19.6%)は「弱くなった」(弱くなった+やや弱くなった:20.3%)とほぼ同率である。
- ◇本調査開始の2010年以降、消費意欲の変化はほとんどない。
- ◇性・年代別では、男女とも若い年代ほど消費意欲が強くなった人の割合が多く、30代を境にして消費意欲が弱くなった人が増える。50代以降の中高年の年代で消費意欲が弱くなっている。

図表2-20：買い物に対する意識・態度

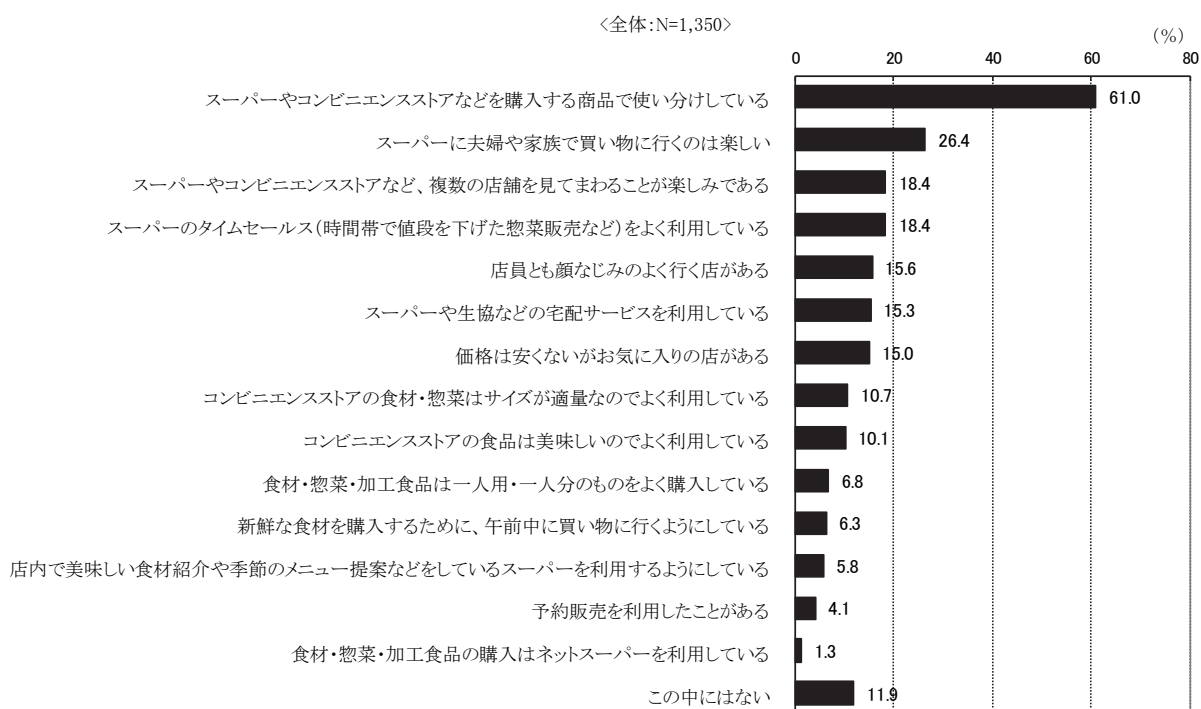


<全体、性・年代別 上位3>

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	国産品を買うようにしている 44.1	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 37.6	同じ買うのなら、高くても気に入ったものを買う 33.4
男 680	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 37.9	国産品を買うようにしている 34.6	同じ買うのなら、高くても気に入ったものを買う 34.4
女 670	国産品を買うようにしている 53.7	特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する 40.1	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 37.2
男・13～19歳 48	欲しいものがあると無理しても買ってしまう 43.8	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う／新しい商品が出ると試しに買ってみることがある	41.7
男・20代 98	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 37.8	新しい商品が出ると試しに買ってみることがある 31.6	欲しいものがあると無理しても買ってしまう 29.6
男・30代 126	同じ買うのなら、高くても気に入ったものを買う 38.1	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 37.3	ネットで買い物をよくしている 34.1
男・40代 143	同じ買うのなら、高くても気に入ったものを買う 39.9	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 36.4	ネットで買い物をよくしている 34.3
男・50代 101	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 49.5	国産品を買うようにしている 41.6	同じ買うのなら、高くても気に入ったものを買う 34.7
男・60代 95	国産品を買うようにしている 51.6	同じ買うのなら、高くても気に入ったものを買う 34.7	生産地、原材料、品質管理が確かな商品を買うようにしている 33.7
男・70代 69	国産品を買うようにしている 53.6	そのときに必要な分だけ買うようにしている 46.4	生産地、原材料、品質管理が確かな商品を買うようにしている 33.3
女・13～19歳 47	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 36.2	特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する 27.7	多少高くても長く使えるものを買う 25.5
女・20代 94	いつも同じメーカー・ブランドのものを買うことが多い 40.4	新しい商品が出ると試しに買ってみることがある／店頭でいろいろ比較して買うことが多い	39.4
女・30代 119	PB(プライベートブランド)商品は価格が安いので買っている 55.5	特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する／値段が安ければ無名メーカーのものでも買う	46.2
女・40代 133	国産品を買うようにしている 51.1	PB(プライベートブランド)商品は価格が安いので買っている 48.1	特売やタイムサービス、バーゲンをよく利用する 46.6
女・50代 95	国産品を買うようにしている 66.3	値段が安ければ無名メーカーのものでも買う 49.5	ポイントやマイレージのつく店やサービスのほうを使う 48.4
女・60代 97	国産品を買うようにしている 77.3	生産地、原材料、品質管理が確かな商品を買うようにしている 54.6	買い物にはチラシを参考にする 48.5
女・70代 85	国産品を買うようにしている 80.0	買い物にはチラシを参考にする 47.1	生産地、原材料、品質管理が確かな商品を買うようにしている 41.2

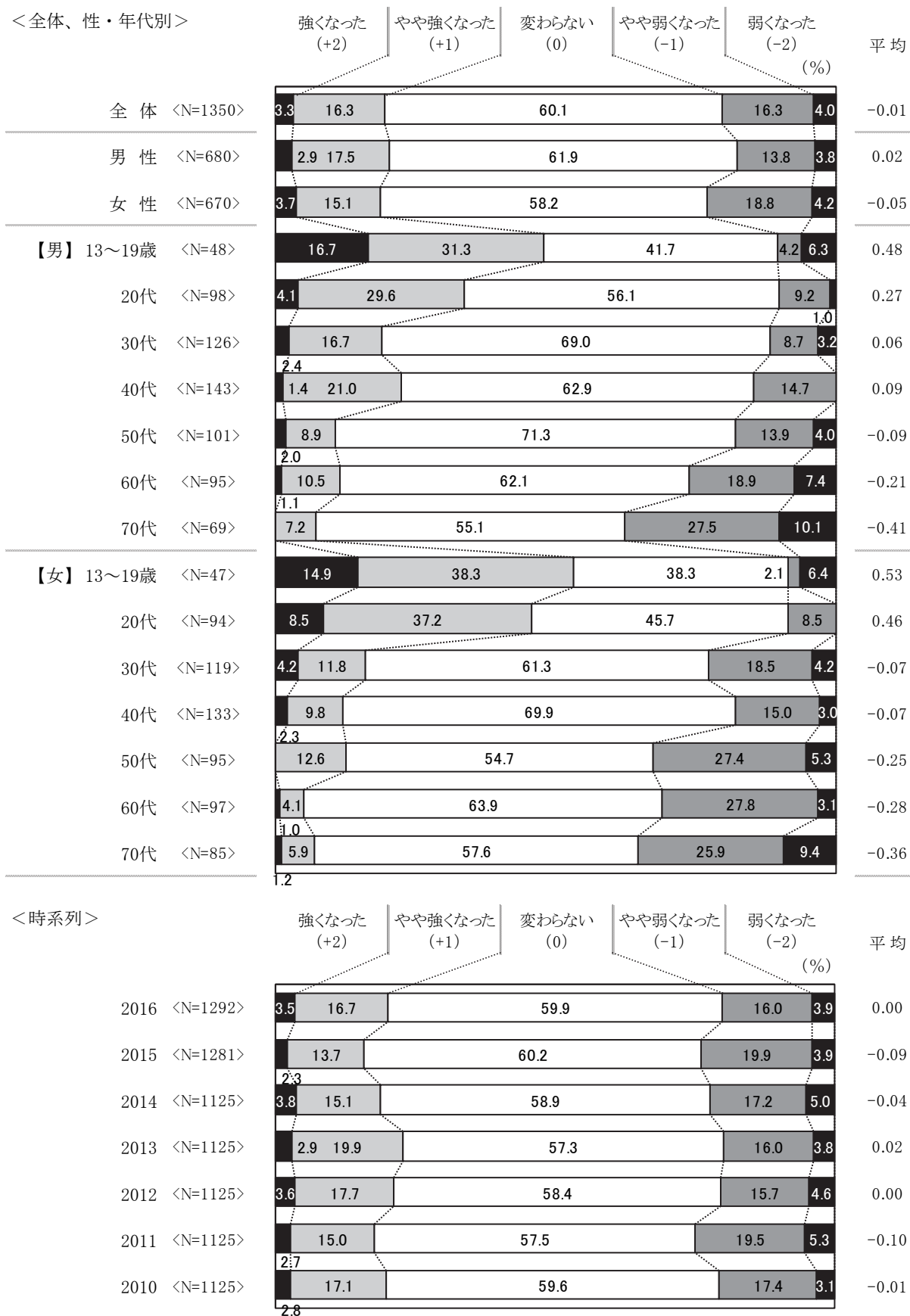
図表2-21：「食」に関する買い物について



(%)

調査数	理由																この中にはない
	スーパーやコンビニエンスストアなどを購入する商品で使い分けしている	スーパーに夫婦や家族で買い物に行くのは楽しい	スーパーやコンビニエンスストアなど、複数の店舗を見てまわることが楽しみである	スーパーのタイムセールス(時間帯で値段を下げた惣菜販売など)をよく利用している	店員とも顔なじみのよく行く店がある	スーパーや生協などの宅配サービスを利用している	価格は安くないがお気に入りの店がある	コンビニエンスストアの食材・惣菜はサイズが適量なのでよく利用している	コンビニエンスストアの食品は美味しいのでよく利用している	食材・惣菜・加工食品は一人用・一人分のものをよく購入している	新鮮な食材を購入するために、午前中に買い物に行くようにしている	店内で美味しい食材紹介や季節のメニュー提案などを行っているスーパーを利用するようにしている	予約販売を利用したことがある	食材・惣菜・加工食品の購入はネットスーパーを利用している	この中にはない		
全体	1,350	61.0	26.4	18.4	18.4	15.6	15.3	15.0	10.7	10.1	6.8	6.3	5.8	4.1	1.3	11.9	
男	680	51.8	26.3	13.8	16.2	11.5	10.0	9.7	11.5	11.5	8.1	4.0	4.9	3.4	1.3	17.9	
女	670	70.3	26.4	23.1	20.6	19.7	20.7	20.4	10.0	8.7	5.5	8.7	6.7	4.8	1.2	5.8	
男	13~19歳	48	35.4	8.3	12.5	8.3	-	8.3	10.4	12.5	4.2	4.2	4.2	6.3	-	35.4	
	20代	98	46.9	8.2	11.2	9.2	4.1	9.2	15.3	14.3	13.3	2.0	4.1	5.1	-	21.4	
	30代	126	46.8	30.2	11.9	17.5	15.9	9.5	14.3	11.1	15.1	11.1	1.6	4.0	1.6	0.8	13.5
	40代	143	58.0	30.1	13.3	16.8	9.8	7.7	7.0	15.4	11.2	6.3	1.4	2.1	3.5	1.4	16.1
	50代	101	57.4	37.6	12.9	17.8	5.9	12.9	10.9	9.9	12.9	7.9	5.0	5.0	2.0	2.0	12.9
	60代	95	58.9	34.7	16.8	24.2	9.5	20.0	8.4	7.4	7.4	6.3	6.3	6.3	5.3	4.2	16.8
	70代	69	47.8	21.7	20.3	14.5	23.2	13.0	8.7	7.2	4.3	4.3	11.6	11.6	1.4	-	21.7
女	13~19歳	47	44.7	21.3	25.5	8.5	14.9	2.1	21.3	14.9	21.3	4.3	-	6.4	2.1	-	23.4
	20代	94	60.6	29.8	23.4	17.0	11.7	11.7	14.9	14.9	13.8	9.6	2.1	1.1	3.2	-	11.7
	30代	119	73.1	37.8	22.7	22.7	19.3	21.0	18.5	10.9	11.8	6.7	5.9	2.5	5.0	1.7	5.0
	40代	133	79.7	25.6	21.8	27.8	18.0	22.6	16.5	7.5	3.8	3.0	3.0	4.5	3.8	3.0	2.3
	50代	95	76.8	27.4	29.5	24.2	25.3	33.7	24.2	9.5	6.3	3.2	9.5	7.4	5.3	1.1	3.2
	60代	97	71.1	20.6	22.7	16.5	18.6	30.9	27.8	2.1	5.2	1.0	19.6	15.5	7.2	1.0	2.1
	70代	85	68.2	16.5	17.6	17.6	29.4	11.8	22.4	14.1	5.9	11.8	20.0	11.8	5.9	-	3.5

図表2-22：1年前と比較してモノやレジャーにお金を費やす意欲の変化



図表 2-23 は、最近 1~2 年の消費行動に影響しているものを高い順に並べたものである。

《現在影響しているもの》

- ◇消費行動への現在の影響要因は、「収入の減少」(27.3%)、「増税」(23.6%)、「景気の低迷や悪化」(19.8%)、「子どもの教育費負担の増加」(17.9%)、「ネットの活用」(17.4%)の順で高い。
- ◇消費行動に影響しているものは、性・年代別でやや異なっている。男性は10代が「ネットの活用」、20代・30代が「収入の増加」、40代が「子どもの教育費負担の増加」や「ローンの支払」、50代以降が「増税」や「収入の減少」、「景気の低迷や悪化」になる。70代では、「年金支給額の減少」が最も高くなる。
- ◇女性は10代・20代が「収入の減少」や「収入の増加」、「自己実現活動」で、30代が「増税」や「収入の減少」、「家族活動」である。40代・50代は「子どもの教育費負担の増加」や「増税」、「収入の減少」になる。50代以降は、「収入の減少」と「増税」で、70代では「年金支給額の減少」が最も高くなる。

《今後影響しそうなもの》

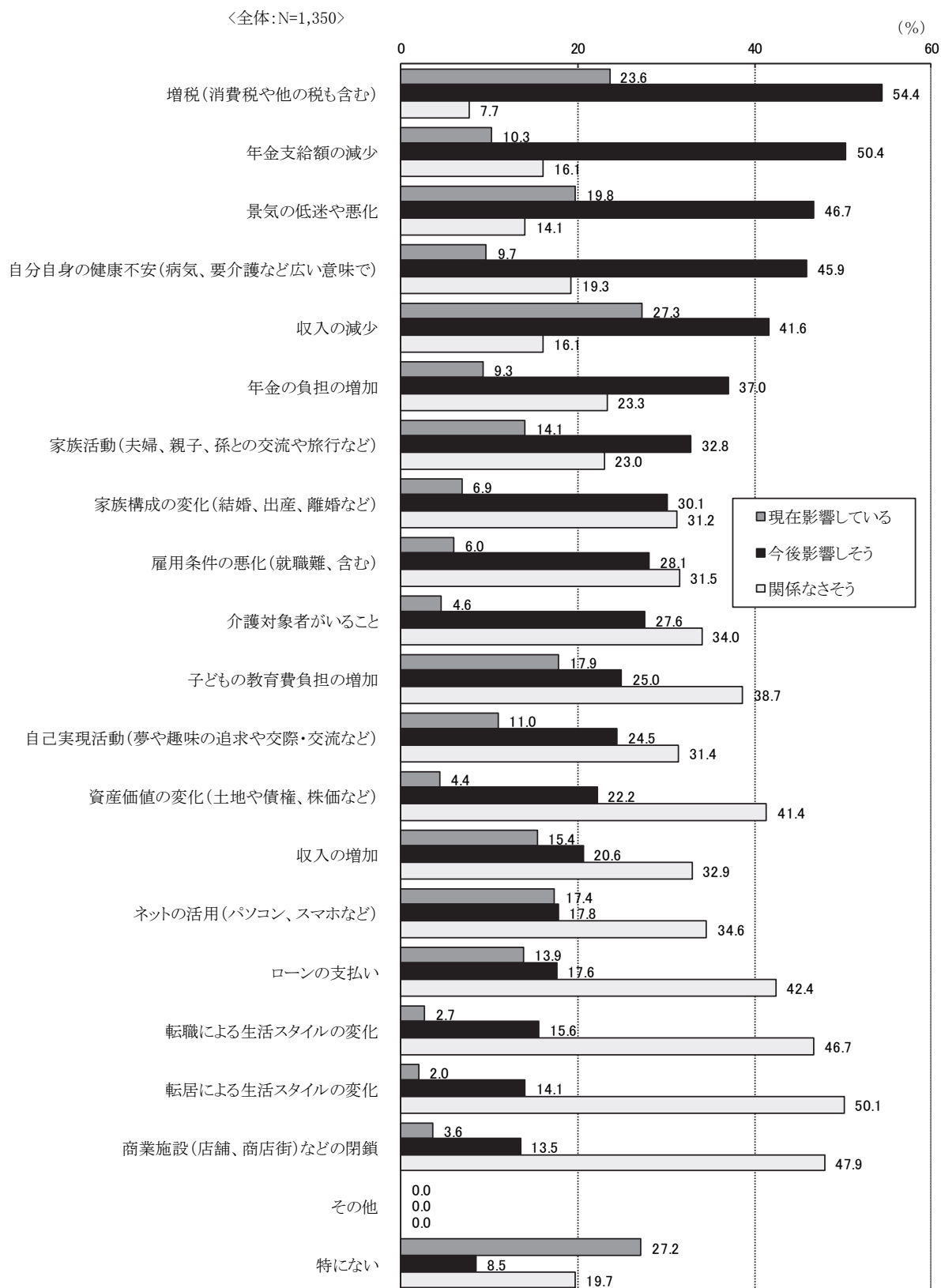
- ◇今後影響しそうなものは、「増税」(54.4%)、「年金支給額の減少」(50.4%)、「景気の低迷や悪化」(46.7%)、「自分自身の健康不安」(45.9%)、「収入の減少」(41.6%)、「年金の負担の増加」(37.0%)、「家族活動」(32.8%)の順で高い。
- ◇男女20代は、「家族関係の変化」が最も高く、「増税」や「景気の低迷や悪化」も高い。男女30代・40代は、「増税」が最も高く、「年金支給額の減少」や「年金の負担の増加」、「子供の教育費負担の増加」も高い。男女50代は、「年金支給額の減少」や「増税」、「自分自身の健康不安」が高い。男女60代・70代は、「自分自身の健康不安」、「増税」、「年金支給額の減少」が高くなる。

《関係なさそうなもの》

- ◇関係なさそうなものは、「転居による生活スタイルの変化」(50.1%)、「商業施設などの閉鎖」(47.9%)、「転職による生活スタイルの変化」(46.7%)、「ローンの支払い」(42.4%)、「資産価値の変化」(41.4%)などである。
- ◇男女20代は、「資産価値の変化」や「商業施設などの閉鎖」、「子どもの教育費負担の増加」、「介護対象者がいること」が高い。男女30代は、「商業施設などの閉鎖」、「資産価値の変化」、「転居による生活スタイルの変化」、男女40代・50代は、「転居による生活スタイルの変化」、「商業施設などの閉鎖」、「転職による生活スタイルの変化」、男女60代・70代は、「子どもの教育費負担の増加」、「ローンの支払い」、「転居による生活スタイルの変化」、「転職による生活スタイルの変化」をあげている。

消費行動に影響しているものは、「収入の減少」と「増税」である。また、子育て期の「子どもの教育費負担の増加」や高齢者の「年金支給額の減少」などそれぞれのライフステージで負担と不安がある。

図表2-23：消費行動への影響要因



<全体、性・年代別 上位3>

① 現在影響しているもの

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	収入の減少 27.3	増税(消費税や他の税も含む) 23.6	景気の低迷や悪化 19.8
男 680	収入の減少 26.5	増税(消費税や他の税も含む) 23.1	景気の低迷や悪化 21.6
女 670	収入の減少 28.2	増税(消費税や他の税も含む) 24.2	子どもの教育費負担の増加 18.5
男・13～19歳 48	ネットの活用(パソコン、スマホ) 29.2	増税(消費税や他の税も含む) 16.7	自己実現活動 14.6
男・20代 98	収入の増加 26.5	ネットの活用(パソコン、スマホ) 23.5	増税(消費税や他の税も含む) 16.3
男・30代 126	収入の増加 24.6	収入の減少/子どもの教育費負担の増加 23.8	
男・40代 143	子どもの教育費負担の増加 33.6	ローンの支払い 28.7	収入の減少 27.3
男・50代 101	増税(消費税や他の税も含む) 31.7	収入の減少 29.7	景気の低迷や悪化 28.7
男・60代 95	収入の減少 42.1	景気の低迷や悪化 34.7	増税(消費税や他の税も含む) 25.3
男・70代 69	年金支給額の減少 33.3	収入の減少 31.9	増税(消費税や他の税も含む) 24.6
女・13～19歳 47	収入の減少 19.1	収入の増加 17.0	自己実現活動 14.9
女・20代 94	収入の増加/ネットの活用(パソコン、スマホなど) 34.0		自己実現活動 24.5
女・30代 119	増税(消費税や他の税も含む) 25.2	収入の減少/家族活動(夫婦、親子、孫との交流や旅行など) 24.4	
女・40代 133	子どもの教育費負担の増加 40.6	増税(消費税や他の税も含む) 28.6	収入の減少 26.3
女・50代 95	収入の減少 38.9	子どもの教育費負担の増加 36.8	増税(消費税や他の税も含む) 33.7
女・60代 97	収入の減少 41.2	増税(消費税や他の税も含む) 30.9	年金支給額の減少 29.9
女・70代 85	年金支給額の減少 30.6	収入の減少 25.9	景気の低迷や悪化 18.8

② 今後影響しそうなもの

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	増税(消費税や他の税も含む) 54.4	年金支給額の減少 50.4	景気の低迷や悪化 46.7
男 680	増税(消費税や他の税も含む) 51.9	年金支給額の減少 50.1	景気の低迷や悪化 45.4
女 670	増税(消費税や他の税も含む) 56.9	年金支給額の減少 50.7	景気の低迷や悪化 48.1
男・13～19歳 48	自己実現活動 35.4	雇用条件の悪化 31.3	増税(消費税や他の税も含む) 27.1
男・20代 98	家族構成の変化 45.9	景気の低迷や悪化 42.9	増税(消費税や他の税も含む) 41.8
男・30代 126	増税(消費税や他の税も含む) 50.0	年金の負担の増加 46.8	年金支給額の減少 46.0
男・40代 143	増税(消費税や他の税も含む) 62.2	年金支給額の減少 55.2	景気の低迷や悪化 52.4
男・50代 101	年金支給額の減少 69.3	自分自身の健康不安 60.4	増税(消費税や他の税も含む) 54.5
男・60代 95	増税(消費税や他の税も含む) 60.0	自分自身の健康不安 56.8	年金支給額の減少 51.6
男・70代 69	自分自身の健康不安 63.8	増税(消費税や他の税も含む) 50.7	年金支給額の減少 49.3
女・13～19歳 47	増税(消費税や他の税も含む) 34.0	自己実現活動 23.4	ネットの活用(パソコン、スマホ) 21.3
女・20代 94	家族構成の変化 54.3	増税(消費税や他の税も含む) 50.0	景気の低迷や悪化 46.8
女・30代 119	増税(消費税や他の税も含む) 52.1	子どもの教育費負担の増加 51.3	年金支給額の減少 47.1
女・40代 133	増税(消費税や他の税も含む) 68.4	景気の低迷や悪化 55.6	年金支給額の減少 54.1
女・50代 95	年金支給額の減少 67.4	増税(消費税や他の税も含む) 61.1	自分自身の健康不安 60.0
女・60代 97	自分自身の健康不安 66.0	増税(消費税や他の税も含む) 60.8	年金支給額の減少 58.8
女・70代 85	自分自身の健康不安 67.1	増税(消費税や他の税も含む) 56.5	年金支給額の減少 52.9

③ 関係なさそうなもの

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1350	転居による生活スタイルの変化 50.1	商業施設などの閉鎖 47.9	転職による生活スタイルの変化 46.7
男 680	転居による生活スタイルの変化 50.1	商業施設などの閉鎖 47.1	転職による生活スタイルの変化 45.9
女 670	転居による生活スタイルの変化 50.0	商業施設などの閉鎖 48.8	転職による生活スタイルの変化 47.6
男・13～19歳 48	ローンの支払い 43.8	資産価値の変化 43.8	子どもの教育費負担の増加 41.7
男・20代 98	資産価値の変化 44.9	商業施設などの閉鎖 41.8	子どもの教育費負担の増加 40.8
男・30代 126	商業施設などの閉鎖 53.2	資産価値の変化 48.4	転居による生活スタイルの変化 43.7
男・40代 143	転居による生活スタイルの変化 52.4	商業施設などの閉鎖 49.7	転職による生活スタイルの変化 45.5
男・50代 101	商業施設などの閉鎖 59.4	転居による生活スタイルの変化 57.4	転職による生活スタイルの変化 51.5
男・60代 95	転居による生活スタイルの変化 62.1	子どもの教育費負担の増加 58.9	転職による生活スタイルの変化 56.8
男・70代 69	子どもの教育費負担の増加 66.7	ローンの支払い 58.0	転居による生活スタイルの変化 55.1
女・13～19歳 47	資産価値の変化 48.9	介護対象者がいること 48.9	転居による生活スタイル変化/ 転職による生活スタイル変化 46.8
女・20代 94	資産価値の変化 53.2	商業施設などの閉鎖 45.7	介護対象者がいること 42.6
女・30代 119	商業施設などの閉鎖 53.8	資産価値の変化 44.5	転居による生活スタイルの変化 41.2
女・40代 133	転居による生活スタイルの変化 57.1	商業施設などの閉鎖 54.9	転職による生活スタイルの変化 48.9
女・50代 95	転居による生活スタイルの変化 57.9	転職による生活スタイルの変化 52.6	ローンの支払い 51.6
女・60代 97	子どもの教育費負担の増加 71.1	転職による生活スタイルの変化/ローンの支払い 63.9	
女・70代 85	ローンの支払い/転居による生活スタイルの変化 51.8		転職による生活スタイルの変化 50.6

4. 厳しい家計収支

本項では、収入および家計収支の現状と今後についてまとめる。また、日頃のこづかいから将来に備えての貯蓄や相続についてもきいている。

(1) 満足できない収入と楽観できない先行き

まず、収入についてみていく。収入の満足度、1年前と比較しての収入の増減、そして、今後の見通しについての結果をまとめる。

図表2-24は、収入の満足度を5段階でたずねた結果である。満足と不満の割合は、つぎのようになった。

- ◇「収入に満足している人」(満足+やや満足：25.0%)は少なく、6割近くの人が「不満」(やや不満+不満：57.9%)を持っている。
- ◇2010年から満足度の大きな変化はみられない。
- ◇「不満」の割合が高いのは、男30代~50代と女30代・50代・60代である。

1年前と比較して収入の増減は、図表2-25のようになっている。

- ◇「特に変わらない」(48.7%)が半数近く、「増えた」(26.1%)が「減った」(25.2%)をやや上回った。
- ◇2010年からの推移をみると、「増えた」が増加傾向、「減った」が減少傾向にある。
- ◇当然のことながら若年層ほど「増えた」が多く、年代が上がると「減った」人が多くなる。男女とも50代から「増えた」人よりも「減った」人が多くなる。60代・70代では「減った」人の割合は45%になる。

今後の収入の増減見通しは、図表2-26のようになっている。

- ◇今後の見通しは、「変わらないと思う」(53.2%)が半数以上で、「減っていく」(29.6%)が「増えていく」(17.2%)の2倍近くになる。
- ◇性・年代別では、若い層ほど「増えていくと思う」割合が高く、男女30代までは「増えていくと思う」が「減っていくと思う」を上回る。40代になると、「減っていくと思う」が「増えていくと思う」を上回り、50代では「減っていくと思う」人が4割になる。

20代、30代の若い世代は収入が増える段階にあるので将来への期待もあるが、40代になると今後の収入が減少していくと考えている人が多くなる。50代以降はすでに収入が減り、今後も減っていくとみる人の割合が増える。

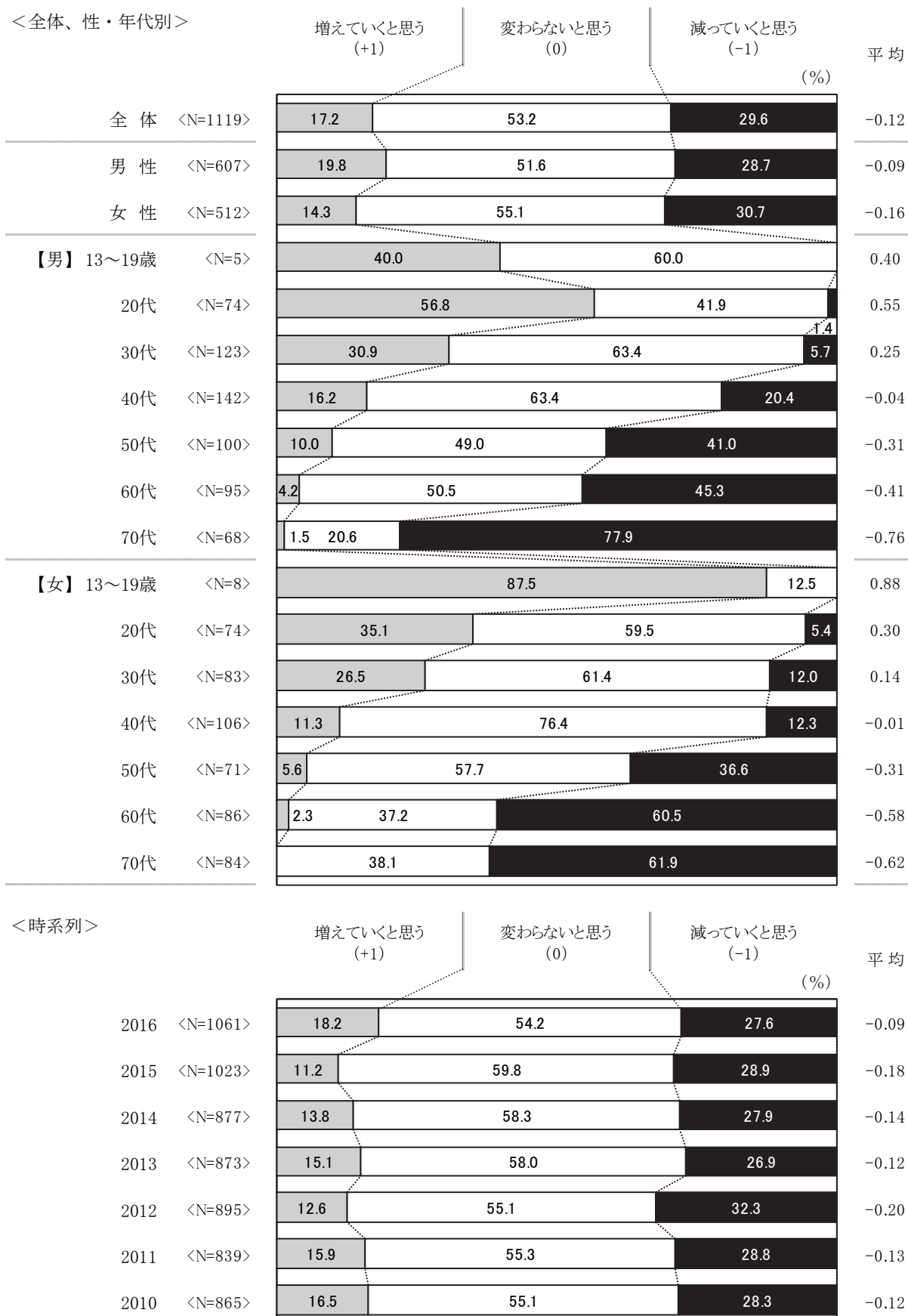
図表2-24：現在の収入の満足度（収入のある人に）

<全体、性・年代別>		満足度					平均
		満足 (+2)	やや満足 (+1)	なんとなく いけない(0)	やや不満 (-1)	不満 (-2)	
		(%)					
全体	<N=1119>	4.9	20.1	17.2	37.3	20.6	-0.48
男性	<N=607>	5.4	20.9	14.8	36.7	22.1	-0.49
女性	<N=512>	4.3	19.1	19.9	37.9	18.8	-0.48
【男】	13~19歳 <N=5>	20.0	20.0	40.0	20.0		-0.60
	20代 <N=74>	4.1	25.7	14.9	33.8	21.6	-0.43
	30代 <N=123>	4.9	17.1	16.3	38.2	23.6	-0.59
	40代 <N=142>	6.3	17.6	14.1	40.1	21.8	-0.54
	50代 <N=100>	5.0	16.0	13.0	35.0	31.0	-0.71
	60代 <N=95>	8.4	25.3	13.7	34.7	17.9	-0.28
	70代 <N=68>	2.9	30.9	17.6	35.3	13.2	-0.25
【女】	13~19歳 <N=8>	12.5	12.5	12.5	25.0	37.5	-0.62
	20代 <N=74>	2.7	21.6	28.4	31.1	16.2	-0.36
	30代 <N=83>	4.8	13.3	19.3	36.1	26.5	-0.66
	40代 <N=106>	4.7	22.6	20.8	36.8	15.1	-0.35
	50代 <N=71>	16.9	22.5	39.4	21.1		-0.65
	60代 <N=86>	4.7	20.9	12.8	48.8	12.8	-0.44
	70代 <N=84>	7.1	19.0	17.9	35.7	20.2	-0.43
<時系列>		満足度					平均
		満足 (+2)	やや満足 (+1)	なんとなく いけない(0)	やや不満 (-1)	不満 (-2)	
		(%)					
2016	<N=1061>	4.7	19.6	17.2	37.4	21.0	-0.50
2015	<N=1023>	2.7	20.4	13.6	39.0	24.2	-0.62
2014	<N=877>	3.8	20.5	16.1	37.7	21.9	-0.53
2013	<N=873>	3.6	19.6	17.6	39.2	20.0	-0.53
2012	<N=895>	3.2	20.3	15.5	38.0	22.9	-0.57
2011	<N=839>	5.4	19.7	14.3	36.1	24.6	-0.55
2010	<N=865>	4.2	19.0	14.0	34.8	28.1	-0.64

図表2-25：1年前と比較しての収入の増減（収入のある人に）

＜全体、性・年代別＞		増えた (+2) やや増えた (+1) 特に変わらない(0) やや減った (-1) 減った (-2)					平均
		(%)					
全体	<N=1119>	6.8	19.3	48.7	17.4	7.8	0.00
男性	<N=607>	6.9	20.6	47.8	16.0	8.7	0.01
女性	<N=512>	6.6	17.8	49.8	19.1	6.6	-0.01
【男】13～19歳	<N=5>	20.0	20.0	40.0	20.0		0.20
20代	<N=74>	21.6	29.7	41.9	5.4	1.4	0.65
30代	<N=123>	8.1	34.1	42.3	4.9	10.6	0.24
40代	<N=142>	4.9	23.9	54.2	9.9	7.0	0.10
50代	<N=100>	6.0	16.0	53.0	20.0	5.0	-0.02
60代	<N=95>	9.5	43.2	27.4	18.9	1.1	-0.54
70代	<N=68>	1.5	50.0	39.7	7.4	1.5	-0.50
【女】13～19歳	<N=8>	37.5	50.0	12.5			1.25
20代	<N=74>	18.9	28.4	44.6	6.8	1.4	0.57
30代	<N=83>	9.6	27.7	43.4	10.8	8.4	0.19
40代	<N=106>	4.7	22.6	53.8	17.0	1.9	0.11
50代	<N=71>	4.2	14.1	62.0	14.1	5.6	-0.03
60代	<N=86>	7.0	46.5	32.6	12.8	1.2	-0.49
70代	<N=84>	3.6	52.4	33.3	10.7		-0.51
＜時系列＞		増えた (+2) やや増えた (+1) 特に変わらない(0) やや減った (-1) 減った (-2)					平均
		(%)					
2016	<N=1061>	7.2	20.2	48.4	16.6	7.6	0.03
2015	<N=1023>	5.6	17.6	51.2	18.0	7.6	-0.04
2014	<N=877>	7.9	13.7	51.5	18.0	8.9	-0.06
2013	<N=873>	6.8	15.1	51.0	17.5	9.6	-0.08
2012	<N=895>	6.0	13.9	48.8	18.5	12.7	-0.18
2011	<N=839>	7.2	12.9	45.6	19.9	14.4	-0.22
2010	<N=865>	6.6	11.9	46.5	19.2	15.8	-0.26

図表2-26：収入の今後の増減予想（収入のある人に）



(2) 余裕のない家計収支

では、家計収支はどのような状態なのか。図表 2-27 は、収入と支出のバランスについての結果である。

- ◇収支バランスは、「収入と支出は同じくらい」(50.8%) が半数で、「支出が収入を上回る」(25.8%) が「収入が支出を上回る」(23.3%) よりやや多い。
- ◇「支出が収入を上回っている」人は前年よりやや減ったものの、支出が収入を上回る人が多いことは変わっていない。
- ◇若い層ほど「収入が上回っている」人が「支出が上回っている」人より多い。男 40 代までは「収入が上回っている」人が多いが、男 50 代以降になると「支出が上回っている」人が「収入が上回っている」人より多くなる。

都市生活者の家計収支は厳しい状況に置かれている。

支出項目の実際をみると、厳しい家計の状況が理解できる。図表 2-28 は、①この 1~2 年で増えた支出項目、減った支出項目、②今後重点的に増やしたい、減らしたい支出項目を整理したものである。

《この 1~2 年で増えた支出項目、減った支出項目》

- ◇この 1~2 年で増えた支出は、「食料費」(45.0%)、「通信費」(31.8%)、「教育費」(22.7%)、「保健医療費」(22.4%) の順で高い。
- ◇減ったものは、「貯蓄」(26.7%)、「衣料品・靴・バッグ」(24.4%)、「趣味・娯楽」(20.8%) 順で高い。
- ◇性・年代別に増えた支出をみると、男 20 代・30 代では「食料費」と「通信費」で、30 代になるとこれらに加えて「教育費」、40 代・50 代では「通信費」が最も高くなる。60 代・70 代になると「保健医療費」をあげる人が最も多くなる。女性も男性と同じ傾向であるが、10 代・20 代で「衣料品・靴・バッグ等の購入費」への支出が増えている。
- ◇性・年代別に減った支出をみると、男女 10 代・20 代は「貯蓄」や「趣味・娯楽費」をあげる人が多い。30 代以降の年代は男女で少し異なっている。男 30 代・40 代は、男性が「趣味・娯楽費」や「貯蓄」、女性は「貯蓄」もあるが、「衣料品・靴・バッグ等の購入費」が最も高くなる。女性のこの傾向は 70 代まで同じである。

《今後重点的に増やしたい、減らしたい支出項目》

- ◇増やしたいものは「貯蓄」(57.9%)、「趣味・娯楽費」(35.0%)、「こづかい」(27.1%) の順で高い。
- ◇減らしたいものは、「通信費」(35.3%) が最も高く、「水道光熱費」(29.8%)、「食料費」(21.9%) が続く。これらは、生活の基礎的な支出といえる。
- ◇性・年代別に今後重点的に増やしたい支出をみると、どの年代でも「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「こづかい」をあげる人が多い。
- ◇性・年代別に減らしたい支出をみると、男性は 50 代までが、「通信費」、「食料費」、「水道光熱費」などで、60 代・70 代では「保健医療費」をあげる人が最も多くなる。女性は、10 代・20 代が「食料費」が最も高く、30 代・40 代が「通信費」、「水道光熱費」、50 代以降で「保健医療費」が高くなってくる。

都市生活者の支出では「食料費」や「通信費」、「教育費」、「保健医療費」が増えており、年代によりその特徴が異なる。今後増やしたいものは、どの年代も「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「こづかい」をあげて

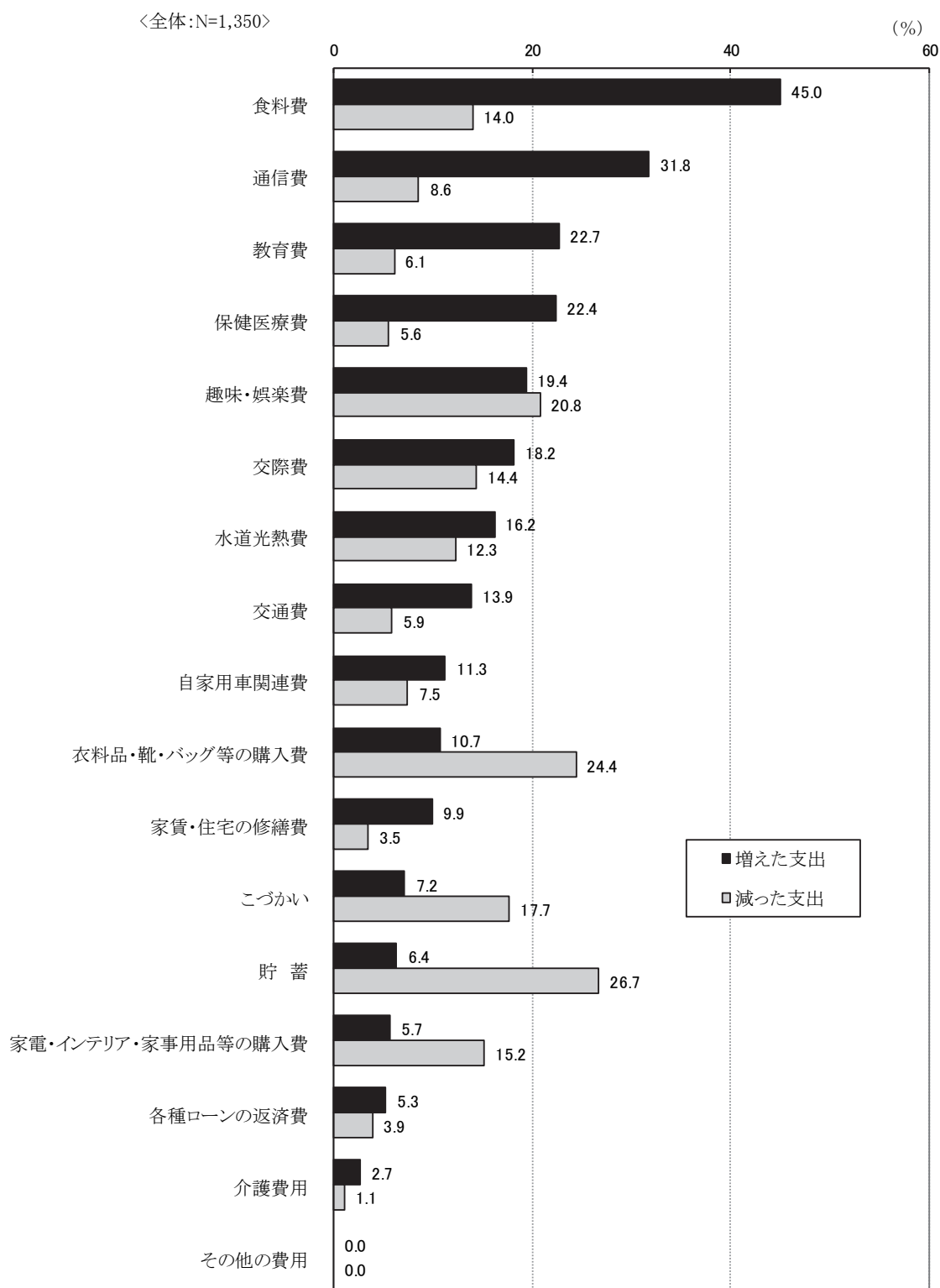
おり、将来の安心とゆとりを求めている。また、60代・70代で「保健医療費」への支出が負担になっている。

図表2-27：収入と支出のバランス（収入のある人に）

＜全体、性・年代別＞		収入が上回っている	収入と支出は同じくらい	支出が上回っている	平均
		(+1)	(0)	(-1)	
		(%)			
全体	<N=1119>	23.3	50.8	25.8	-0.03
男性	<N=607>	24.1	51.7	24.2	0.00
女性	<N=512>	22.5	49.8	27.7	-0.05
【男】13～19歳	<N=5>	40.0	60.0		-0.60
20代	<N=74>	39.2	50.0	10.8	0.28
30代	<N=123>	25.2	61.0	13.8	0.11
40代	<N=142>	23.9	54.2	21.8	0.02
50代	<N=100>	27.0	45.0	28.0	-0.01
60代	<N=95>	18.9	48.4	32.6	-0.14
70代	<N=68>	10.3	47.1	42.6	-0.32
【女】13～19歳	<N=8>	25.0	37.5	37.5	-0.12
20代	<N=74>	27.0	63.5	9.5	0.18
30代	<N=83>	24.1	48.2	27.7	-0.04
40代	<N=106>	30.2	48.1	21.7	0.08
50代	<N=71>	18.3	50.7	31.0	-0.13
60代	<N=86>	17.4	48.8	33.7	-0.16
70代	<N=84>	15.5	42.9	41.7	-0.26
＜時系列＞		収入が上回っている	収入と支出は同じくらい	支出が上回っている	平均
		(+1)	(0)	(-1)	
		(%)			
2016	<N=1061>	23.8	50.8	25.4	-0.02
2015	<N=1023>	21.6	51.1	27.3	-0.06
2014	<N=877>	21.8	51.5	26.7	-0.05
2013	<N=873>	23.5	50.2	26.3	-0.03
2012	<N=895>	25.0	53.3	21.7	0.03
2011	<N=839>	28.2	53.4	18.4	0.10
2010	<N=865>	21.3	50.8	28.0	-0.07

図表2-28：この1～2年で増えた支出・今後重点的に増やしたい支出

① この1～2年で増えた支出、減った支出



＜全体、性・年代別 上位3＞

①-1. この1～2年で増えた支出

(%)

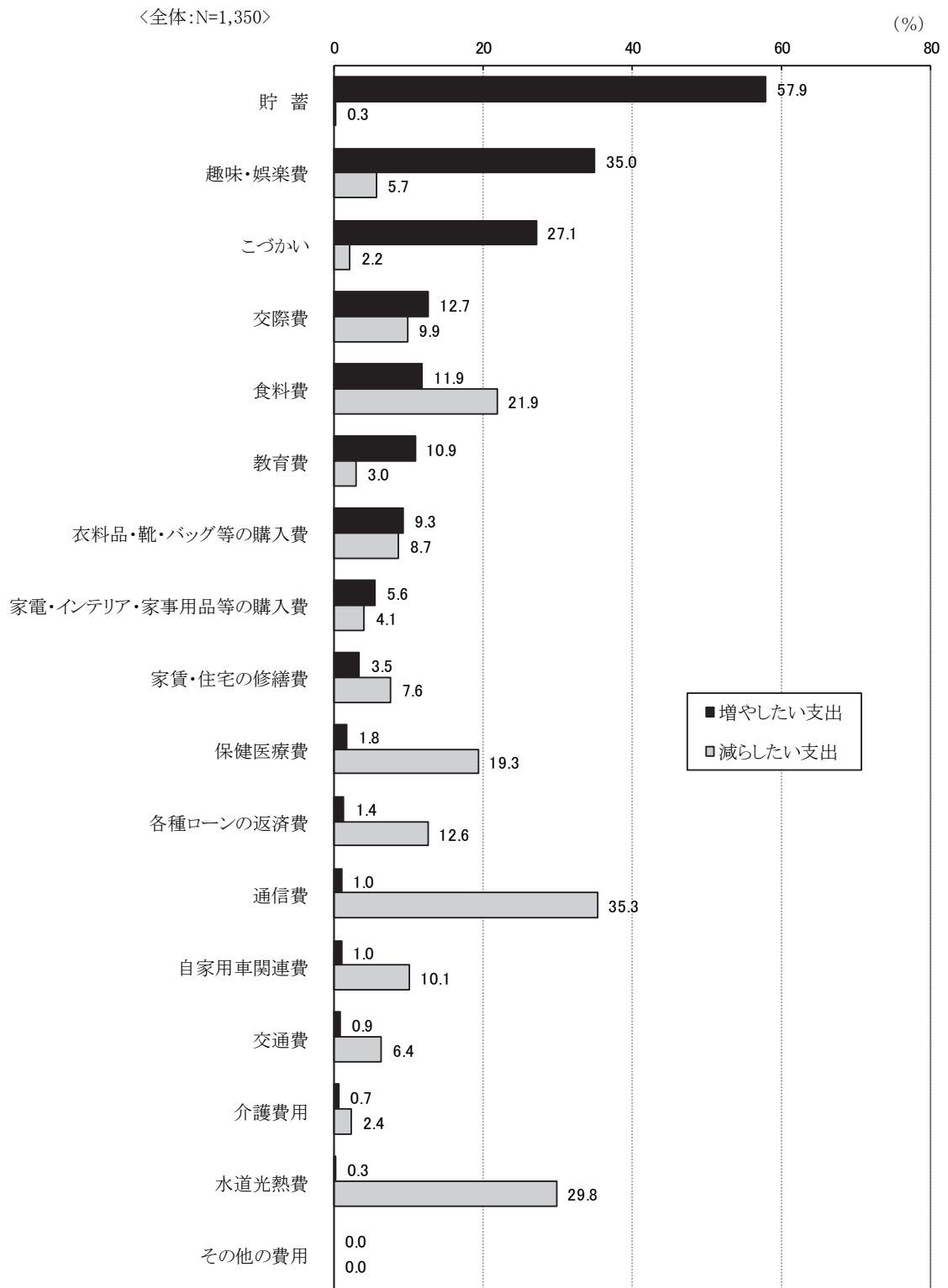
N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	食料費 45.0	通信費 31.8	教育費 22.7
男 680	食料費 43.8	通信費 35.1	教育費 23.4
女 670	食料費 46.3	通信費 28.4	保健医療費 23.7
男・13～19歳 48	食料費 47.9	趣味・娯楽費 41.7	通信費 35.4
男・20代 98	食料費 50.0	通信費 39.8	趣味・娯楽費 37.8
男・30代 126	食料費 58.7	通信費 31.0	教育費 26.2
男・40代 143	通信費 47.6	食料費 44.1	教育費 42.7
男・50代 101	通信費 42.6	教育費 38.6	食料費 30.7
男・60代 95	保健医療費 41.1	食料費 27.4	通信費 23.2
男・70代 69	保健医療費 59.4	食料費 46.4	水道光熱費 24.6
女・13～19歳 47	食料費 53.2	衣料品・靴・バッグ等の購入費 34.0	交通費/教育費 27.7
女・20代 94	食料費 51.1	交際費 37.2	衣料品・靴・バッグ等の購入費 35.1
女・30代 119	食料費 58.8	教育費 33.6	通信費 30.3
女・40代 133	食料費 49.6	教育費 46.6	通信費 32.3
女・50代 95	通信費 41.1	食料費 33.7	教育費/保健医療費 25.3
女・60代 97	保健医療費 52.6	食料費 36.1	通信費 27.8
女・70代 85	保健医療費 49.4	食料費 40.0	交際費 27.1

①-2. この1～2年で減った支出

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	貯蓄 26.7	衣料品・靴・バッグ等の購入費 24.4	趣味・娯楽費 20.8
男 680	貯蓄 27.5	趣味・娯楽費 21.5	衣料品・靴・バッグ等の購入費 19.9
女 670	衣料品・靴・バッグ等の購入費 29.1	貯蓄 26.0	趣味・娯楽費 20.1
男・13～19歳 48	貯蓄 18.8	趣味・娯楽費/こづかい(自分、家族、親等のも含む)	12.5
男・20代 98	貯蓄 25.5	こづかい(自分、家族、親等のも含む)/衣料品・靴・バッグ等の購入費	19.4
男・30代 126	趣味・娯楽費 30.2	貯蓄 29.4	こづかい 26.2
男・40代 143	趣味・娯楽費/貯蓄	26.6	衣料品・靴・バッグ等の購入費 23.8
男・50代 101	貯蓄 30.7	趣味・娯楽費/食料費	19.8
男・60代 95	衣料品・靴・バッグ等の購入費 27.4	こづかい 25.3	食料費 24.2
男・70代 69	貯蓄 37.7	衣料品・靴・バッグ等の購入費 20.3	こづかい 17.4
女・13～19歳 47	家電・インテリア・家事用品費 25.5	貯蓄 23.4	衣料品・靴・バッグ等の購入費 12.8
女・20代 94	貯蓄 23.4	趣味・娯楽費 22.3	衣料品・靴・バッグ等の購入費 21.3
女・30代 119	衣料品・靴・バッグ等の購入費 29.4	趣味・娯楽費 25.2	貯蓄 23.5
女・40代 133	衣料品・靴・バッグ等の購入費/貯蓄	28.6	趣味・娯楽費 26.3
女・50代 95	衣料品・靴・バッグ等の購入費 30.5	貯蓄 25.3	水道光熱費 23.2
女・60代 97	衣料品・靴・バッグ等の購入費 35.1	貯蓄 29.9	食料費 25.8
女・70代 85	衣料品・靴・バッグ等の購入費 38.8	貯蓄 25.9	趣味・娯楽費 20.0

② 今後重点的に増やしたい、減らしたい支出



<全体、性・年代別 上位3>

②-1. 今後重点的に増やしたい支出

(%)

N=		1 位		2 位		3 位	
全体	1,350	貯蓄	57.9	趣味・娯楽費	35.0	こづかい	27.1
男	680	貯蓄	54.0	趣味・娯楽費	39.1	こづかい	29.7
女	670	貯蓄	61.8	趣味・娯楽費	30.7	こづかい	24.5
男・13～19歳	48	こづかい	54.2	貯蓄	37.5	趣味・娯楽費	27.1
男・20代	98	貯蓄	52.0	趣味・娯楽費	45.9	交際費	19.4
男・30代	126	貯蓄	58.7	趣味・娯楽費	40.5	こづかい	29.4
男・40代	143	貯蓄	50.3	趣味・娯楽費	39.2	こづかい	27.3
男・50代	101	貯蓄	65.3	趣味・娯楽費	34.7	こづかい	29.7
男・60代	95	貯蓄	51.6	趣味・娯楽費	41.1	こづかい	36.8
男・70代	69	貯蓄	53.6	趣味・娯楽費	39.1	こづかい	24.6
女・13～19歳	47	趣味・娯楽費／こづかい		42.6	貯蓄	36.2	
女・20代	94	貯蓄	61.7	趣味・娯楽費	35.1	こづかい	25.5
女・30代	119	貯蓄	68.1	趣味・娯楽費	25.2	教育費	20.2
女・40代	133	貯蓄	72.2	趣味・娯楽費	26.3	教育費	22.6
女・50代	95	貯蓄	72.6	趣味・娯楽費	30.5	こづかい	22.1
女・60代	97	貯蓄	53.6	趣味・娯楽費	30.9	こづかい	27.8
女・70代	85	貯蓄	48.2	こづかい	35.3	趣味・娯楽費	34.1

②-2. 今後重点的に減らしたい支出

(%)

N=		1 位		2 位		3 位	
全体	1,350	通信費	35.3	水道光熱費	29.8	食料費	21.9
女	680	通信費	38.7	水道光熱費	26.2	食料費	21.3
男	670	水道光熱費	33.4	通信費	31.8	食料費	22.5
男・13～19歳	48	通信費	22.9	食料費	20.8	交通費	14.6
男・20代	98	通信費	41.8	食料費	31.6	水道光熱費	22.4
男・30代	126	通信費	44.4	食料費	31.0	水道光熱費	29.4
男・40代	143	通信費	51.0	各種ローンの返済費	26.6	水道光熱費	25.9
男・50代	101	通信費	42.6	水道光熱費	32.7	各種ローンの返済費	25.7
男・60代	95	保健医療費	33.7	通信費	31.6	水道光熱費	29.5
男・70代	69	保健医療費	46.4	水道光熱費	26.1	食料費	18.8
女・13～19歳	47	食料費	29.8	水道光熱費	25.5	通信費	14.9
女・20代	94	食料費	38.3	通信費	37.2	水道光熱費	21.3
女・30代	119	通信費	32.8	水道光熱費	29.4	食料費	28.6
女・40代	133	通信費	40.6	水道光熱費	39.8	保健医療費	20.3
女・50代	95	水道光熱費	44.2	通信費	38.9	保健医療費	21.1
女・60代	97	水道光熱費／保健医療費		32.0	通信費	29.9	
女・70代	85	保健医療費	41.2	水道光熱費	36.5	交際費	22.4

1ヵ月のこづかい額について、回答してもらった。この結果は図表2-29のとおりである。平均こづかい額は、それぞれの中央値にあたる金額から算出した。

- ◇平均こづかい額は26,200円で、昨年の調査結果（平均26,000円）とほぼ同じである。構成比は、「20,001円～40,000円」が28.2%、「10,001～20,000円」が17.7%、「40,001円以上」が17.1%であった。
- ◇男性の平均こづかい額は31,400円である。男50代（37,400円）が最も多く、男20代（33,200円）がつぎに多い。男30代（32,700円）と男40代（32,300円）、男60代（32,100円）はほぼ同じである。男70代は29,300円であった。
- ◇女性の平均こづかい額は20,300円で、男性より10,000円以上少なく、若い年代ほどこづかい額が多い。（女20代31,200円、女30代22,000円、女40代21,000円、女50代15,200円、女60代20,100円、女70代18,000円）

1年前と比較してこづかい額が増えたか減ったかを5段階で回答してもらった。結果は、図表2-30のようになっている。

- ◇「変わらない」（69.5%）がほぼ7割になる。「減った」（減った+やや減った）人は20.4%で、「増えた」（増えた+やや増えた：10.1%）人の2倍になる。
- ◇性・年代別では、「増えた」が「減った」を上回るのは男女10代と女20代のみで、他の年代は全て「減った」人が「増えた」人より多い。特に、男女30代で「減った」人の割合が多い。

都市生活者のこづかいには、食料費や通信費、子どもの教育費などへの支出増によるしわ寄せがきている。なかでも子育て期の人にその傾向が顕著である。

図表2-29：1か月のこづかい額

＜全体、性・年代別＞		こづかい						平均 (円)		
		はない	～5000円	～10000円	～20000円	～40000円	それ以上 (%)			
全体	＜N=1350＞	16.6	8.3	12.1	17.7	28.2	17.1	26,000		
男性	＜N=680＞	11.9	6.9	6.0	14.6	36.9	23.7	31,000		
女性	＜N=670＞	21.3	9.7	18.2	20.9	19.4	10.4	20,000		
【男】13～19歳	＜N=48＞	25.0			52.1	6.3	10.4	6.3	8,000	
20代	＜N=98＞	23.5	7.1	6.1	13.3	24.5	25.5	33,000		
30代	＜N=126＞	11.1	3.2	6.3	12.7	42.1	24.6	33,000		
40代	＜N=143＞	7.7	6.3	14.0		44.1	25.9	32,000		
50代	＜N=101＞	9.9	4.0	9.9		45.5	29.7	37,000		
60代	＜N=95＞	7.4	8.4	20.0		40.0	21.1	32,000		
70代	＜N=69＞	5.8	5.8	4.3	23.2	34.8	26.1	29,000		
【女】13～19歳	＜N=47＞	31.9			38.3	17.0	4.3	4.3	4.3	10,000
20代	＜N=94＞	29.8		9.6	11.7	23.4	22.3		31,000	
30代	＜N=119＞	21.0	10.9	16.8	21.8	15.1	14.3		22,000	
40代	＜N=133＞	27.1	8.3	20.3	15.0	18.0	11.3		21,000	
50代	＜N=95＞	17.9	9.5	25.3	24.2	21.1	2.1		15,000	
60代	＜N=97＞	11.3	4.1	16.5	36.1	24.7	7.2		20,000	
70代	＜N=85＞	12.9	8.2	21.2	27.1	23.5	7.1		18,000	
＜時系列＞										
2016	＜N=1292＞	16.7	8.4	12.3	17.3	28.0	17.3	26,000		
2015	＜N=1281＞	17.4	8.8	12.9	17.9	28.3	14.7	25,000		
2014	＜N=1125＞	18.6	8.2	12.3	19.2	26.2	15.6	26,100		
2013	＜N=1125＞	15.7	8.9	12.1	19.7	26.7	16.9	25,900		
2012	＜N=1125＞	16.4	10.6	12.4	19.9	24.2	16.5	25,300		
2011	＜N=1125＞	15.3	9.2	11.7	22.6	25.6	15.6	25,200		
2010	＜N=1125＞	13.7	10.0	13.4	19.9	27.0	16.0	25,100		

図表2-30：1年前と比較してのこづかい額の増減 ※こづかい額0除く

<全体、性・年代別>		増えた (+2) やや増えた (+1) 変わらない (0) やや減った (-1) 減った (-2)					平均
		(%)					
全体	<N=1126>	4.3	5.8	69.5	11.7	8.7	-0.15
男性	<N=599>	4.0	5.0	70.8	11.4	8.8	-0.16
女性	<N=527>	4.6	6.6	68.1	12.1	8.5	-0.13
【男】 13~19歳	<N=36>	44.4		19.4	36.1		1.08
20代	<N=75>	4.0	10.7	68.0	9.3	8.0	-0.07
30代	<N=112>	7.1	1.8	63.4	12.5	15.2	-0.32
40代	<N=132>	3.0	0.8	81.1	8.3	6.8	-0.17
50代	<N=91>	2.2	1.1	74.7	15.4	6.6	-0.24
60代	<N=88>	1.1	1.1	72.7	13.6	11.4	-0.33
70代	<N=65>	1.1	1.1	76.9	15.4	7.7	-0.31
【女】 13~19歳	<N=32>	46.9		25.0	28.1		1.19
20代	<N=66>	7.6	15.2	63.6	7.6	6.1	0.11
30代	<N=94>	5.3	2.1	64.9	9.6	18.1	-0.36
40代	<N=97>	4.1	2.1	75.3	13.4	5.2	-0.15
50代	<N=78>	5.1	2.1	73.1	12.8	9.0	-0.26
60代	<N=86>	2.3	2.1	72.1	18.6	7.0	-0.30
70代	<N=74>	2.7	2.1	74.3	14.9	8.1	-0.28

<時系列>		増えた (+2) やや増えた (+1) 変わらない (0) やや減った (-1) 減った (-2)					平均
		(%)					
2016	<N=1076>	4.5	6.0	68.9	11.8	8.8	-0.14
2015	<N=1058>	3.2	7.8	68.2	11.8	9.0	-0.16
2014	<N=916>	6.8	7.0	64.2	14.0	8.1	-0.10
2013	<N=948>	4.6	8.2	63.7	12.9	10.5	-0.16
2012	<N=940>	4.7	7.0	65.4	13.6	9.3	-0.16
2011	<N=953>	4.9	5.0	65.0	14.1	11.0	-0.21
2010	<N=971>	5.7	7.4	61.6	13.7	11.6	-0.18

(3) 堅実に貯蓄

ここでは、現在の収入（年金含む）は、生計を維持し自分の好みの生活をするのに余裕はあるか、現在の貯蓄や財産は十分だと考えているか、についてみていく。これらの結果は、図表2-31のようになった。

《現在の収入の余裕》

- ◇「余裕がある」（十分余裕がある+ある程度余裕がある：24.4%）は4人に1人とどまり、「余裕がない」（全然余裕がない+あまり余裕がない：75.6%）が4人中3人である。
- ◇性・年代別にみると、特に若い年代ほど「余裕がある」人は少なく、「余裕がない」人が多数派である。

《貯蓄や財産が十分かどうか》

- ◇「貯蓄や財産は十分である（十分である+だいたい十分である）」（16.1%）はわずかで、「貯蓄や財産が不十分（全く不十分+やや不十分）」（74.5%）が4人中3人である。「貯蓄や財産はない」が9.4%で、8割以上の人が不十分もしくはないと回答した。
- ◇性・年代別にみると、若い年代ほど「不十分」、「貯蓄や財産はない」人の割合が高い。30代・40代でも9割の人が「不十分」、「貯蓄や財産はない」と回答している。
- ◇50代になると、「不十分」の人が減り、「だいたい十分」の人が増えるものの、「不十分」と答える人が圧倒的に多い。60代以降の年代は「十分」と回答する人が増えるが、「不十分」が7割前後と高い傾向は変わらない。

都市生活者のほとんどの人は、現在の収入に余裕はなく、貯蓄や財産について不十分だと思っている。なかでも子育て期にある30代・40代での割合が高い。60代以降の年代は、「十分」と回答する人が増えるものの、「不十分」が圧倒的多数である。

では、貯蓄の状況はどのようなものか。貯蓄の状況と貯蓄額の増減は、図表2-32と図表2-33のようになっている。

《貯蓄の状況》

- ◇「貯蓄をしている」（毎月額を決めて貯蓄：23.8%+額は決めていないが毎月貯蓄：18.3%+毎月ではないが貯蓄：27.5%）人は69.6%である。
- ◇男女とも20代から50代にかけて「毎月額を決めて貯蓄」をする人が増え、50代が最も多くなる。

《貯蓄額の増減》

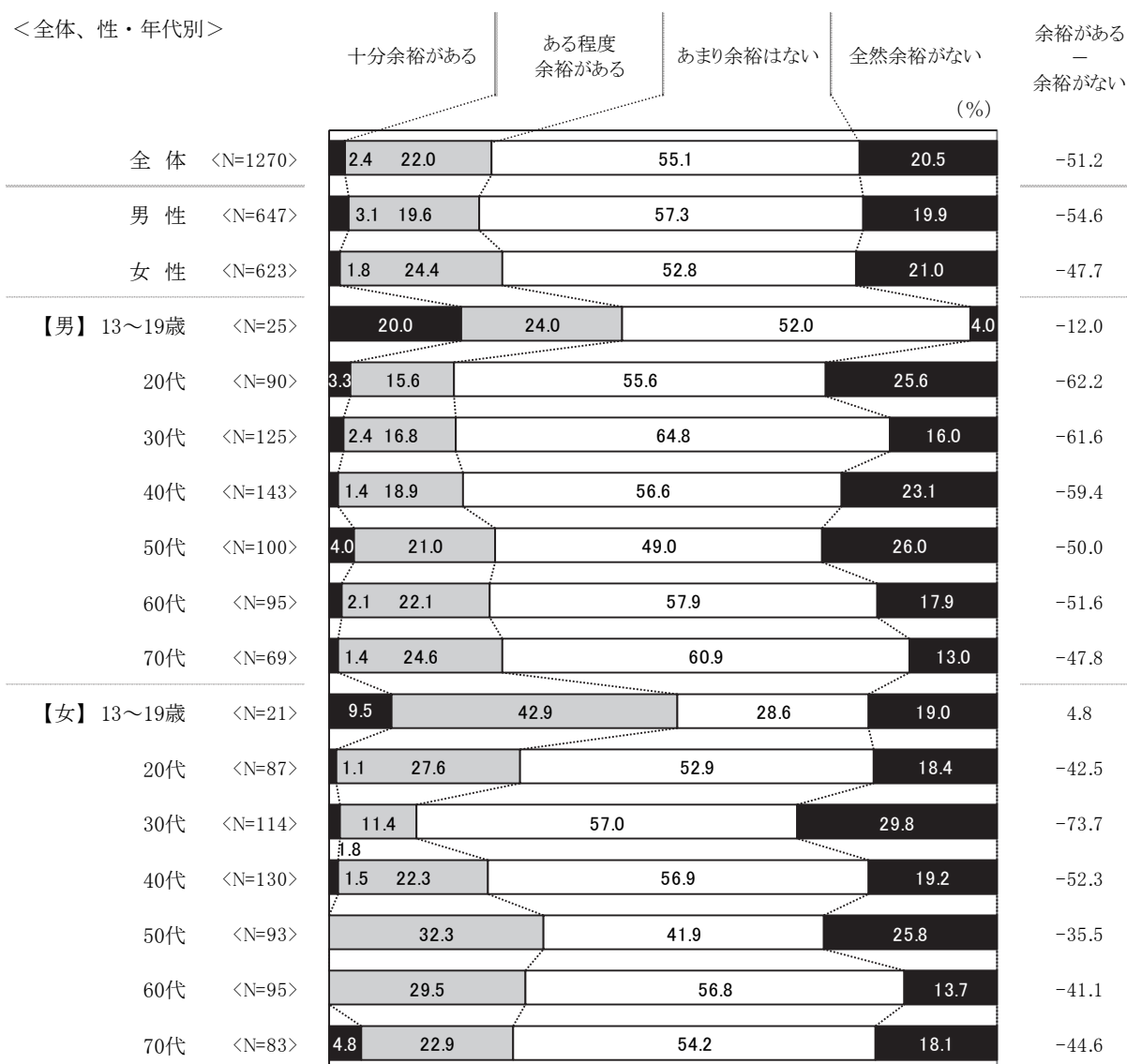
- ◇「増えた（増えた+やや増えた）」人は37.8%で、「減った（減った+やや減った）」人の24.4%を上回る。
- ◇2010年以降、「増えた（増えた+やや増えた）」人の割合は増加してきている。
- ◇「増えた」人が「減った」人より多いのは、男女とも若い年代ほど「増えた」と回答する人が多く、男20代~60代と、女20代~50代で「増えた（増えた+やや増えた）」が「減った（減った+やや減った）」を上回っている。

貯蓄をしている人は7割で、現役世代は1年前より貯蓄額が増えたと回答している。

図表2-31：現在の収入の余裕・貯蓄や財産が十分かどうか

① 現在の収入の余裕

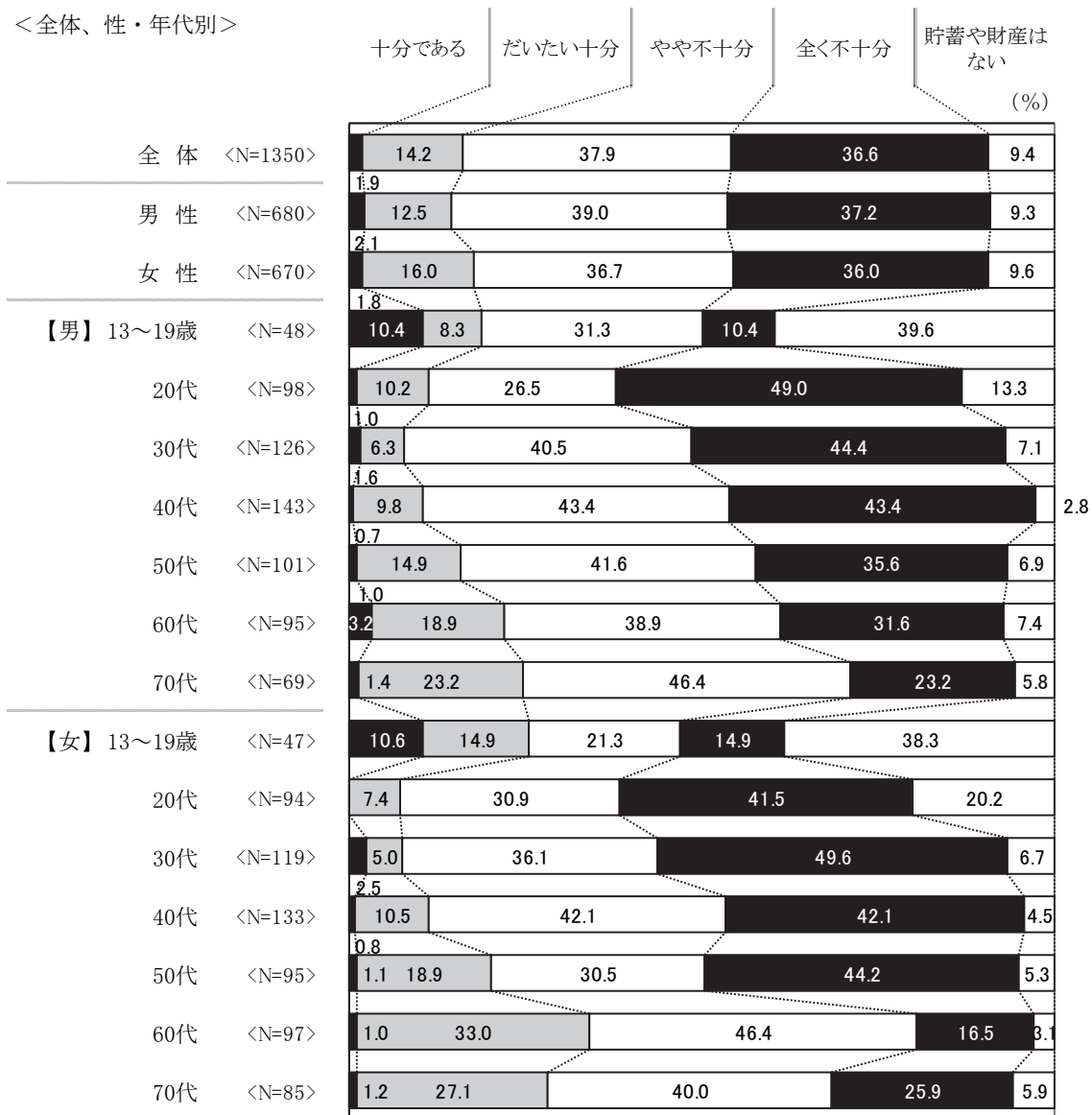
<全体、性・年代別>



(注) グラフ中の数値は「収入はない」を除いて算出。

② 貯蓄や財産が十分かどうか

<全体、性・年代別>



図表2-32：貯蓄状況

<全体、性・年代別>

	毎月額を決めて貯蓄している	額は決めてないが毎月貯蓄している	毎月ではないが貯蓄をしている	貯蓄はしてない
全体 <N=1350>	23.8	18.3	27.5	30.4
男性 <N=680>	23.4	17.8	28.1	30.7
女性 <N=670>	24.2	18.8	26.9	30.1
【男】13～19歳 <N=48>	8.3	27.1	62.5	
20代 <N=98>	24.5	23.5	19.4	32.7
30代 <N=126>	19.8	27.0	27.0	26.2
40代 <N=143>	26.6	16.8	34.3	22.4
50代 <N=101>	39.6	10.9	27.7	21.8
60代 <N=95>	17.9	16.8	31.6	33.7
70代 <N=69>	20.3	13.0	26.1	40.6
【女】13～19歳 <N=47>	10.6	19.1	68.1	
20代 <N=94>	19.1	27.7	22.3	30.9
30代 <N=119>	26.1	20.2	32.8	21.0
40代 <N=133>	31.6	19.5	27.1	21.8
50代 <N=95>	34.7	20.0	23.2	22.1
60代 <N=97>	23.7	18.6	29.9	27.8
70代 <N=85>	16.5	9.4	28.2	45.9

<時系列>

	毎月額を決めて貯蓄している	額は決めてないが毎月貯蓄している	毎月ではないが貯蓄をしている	貯蓄はしてない
2016 <N=1292>	23.7	18.7	27.7	29.9
2015 <N=1281>	22.8	17.5	30.3	29.4
2014 <N=1125>	21.8	16.5	31.1	30.6
2013 <N=1125>	23.0	14.8	31.1	31.1
2012 <N=1125>	24.6	17.0	28.9	29.5
2011 <N=1125>	25.2	16.6	32.2	26.0
2010 <N=1125>	26.4	15.6	31.4	26.7

図表2-33：1年前と比較しての貯蓄額の増減（「貯蓄をしている」人に）

＜全体、性・年代別＞		増えた (+2) やや増えた (+1) 変わらない (0) やや減った (-1) 減った (-2)					平均
		(%)					
全体	<N=939>	11.6	26.2	37.8	16.6	7.8	0.17
男性	<N=471>	13.0	25.5	39.3	15.9	6.4	0.23
女性	<N=468>	10.3	26.9	36.3	17.3	9.2	0.12
【男】 13～19歳	<N=18>	22.2	44.4	27.8	5.6		0.83
20代	<N=66>	21.2	33.3	33.3	10.6	1.5	0.62
30代	<N=93>	19.4	19.4	36.6	14.0	10.8	0.23
40代	<N=111>	11.7	27.9	36.9	17.1	6.3	0.22
50代	<N=79>	8.9	26.6	41.8	15.2	7.6	0.14
60代	<N=63>	4.8	27.0	42.9	19.0	6.3	0.05
70代	<N=41>	4.9	7.3	56.1	26.8	4.9	-0.20
【女】 13～19歳	<N=15>	40.0	20.0	6.7	20.0	13.3	0.53
20代	<N=65>	20.0	32.3	30.8	12.3	4.6	0.51
30代	<N=94>	9.6	22.3	39.4	20.2	8.5	0.04
40代	<N=104>	7.7	31.7	33.7	16.3	10.6	0.10
50代	<N=74>	8.1	25.7	39.2	14.9	12.2	0.03
60代	<N=70>	2.9	24.3	44.3	18.6	10.0	-0.09
70代	<N=46>	8.7	26.1	37.0	21.7	6.5	0.09
＜時系列＞		増えた (+2) やや増えた (+1) 変わらない (0) やや減った (-1) 減った (-2)					平均
		(%)					
2016	<N=906>	11.8	26.4	37.0	16.9	7.9	0.17
2015	<N=904>	8.2	24.8	37.7	19.9	9.4	0.02
2014	<N=781>	13.2	19.5	38.8	17.9	10.6	0.07
2013	<N=775>	13.7	18.1	38.2	18.7	11.4	0.04
2012	<N=793>	8.3	18.4	43.5	19.9	9.8	-0.05
2011	<N=833>	10.3	20.0	37.7	20.9	11.0	-0.02
2010	<N=825>	10.7	15.2	39.8	19.6	14.8	-0.13

相続の有無と生前贈与の有無について質問した結果は、図表2-34。

◇相続を受けたことのある人は、全体の21.6%である。

◇男女とも40代から相続経験者が増え、60代で最も多くなる。60代での相続を受けた人の割合は半数になる。

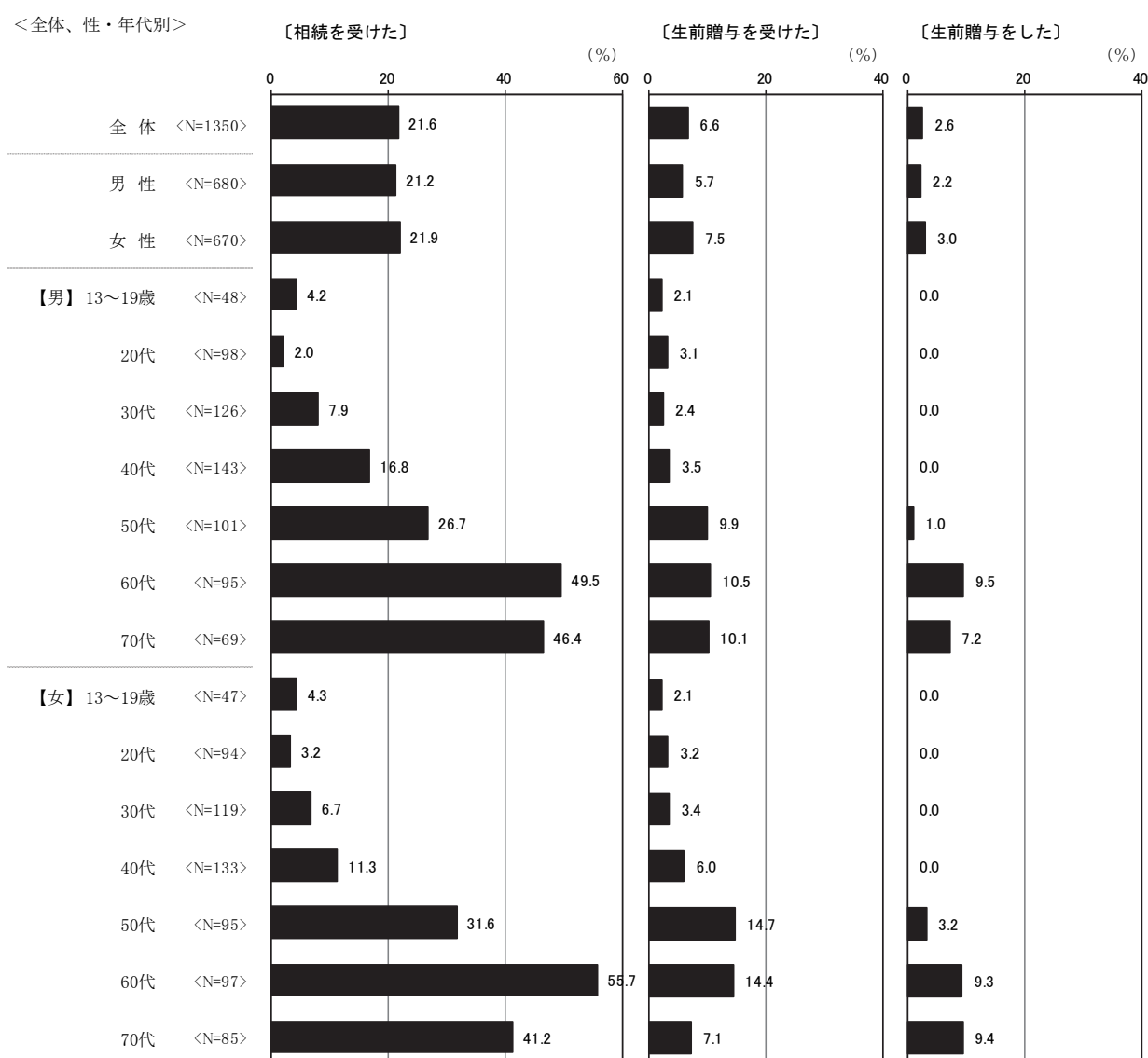
◇生前贈与を受けたことがある人は、全体の6.6%である。

◇男性は50代～70代で10%程度、女性は50代～60代で15%程度と高い。

◇生前贈与をした人は、全体の2.6%である。

◇男女とも60代～70代で10%程度である。

図表2-34：相続について



第3章 都市生活者のワークライフ・バランスと家庭生活

本章では、都市生活者のワークライフ・バランスと家庭生活についてまとめる。

まず、仕事に対する意識と働き方、定年後いつまで働きたいかについてまとめる。家庭生活は、親に対する気持ちと子に対する気持ち、親からの援助、同居・近居の現状と今後の意向についてまとめる。そして、老後についての意識や見通しをまとめる。

本調査の結果から、都市生活者は仕事をお金を稼ぐための手段として捉え、家庭生活とのバランスを大切にしている。現役世代（20代～50代）は都心でのフルタイム勤務を志向するが、子どもを持つ女性やリタイア世代（60代・70代）は職住近接で少ない労働時間を望んでいる。

ワークライフ・バランスをみると、仕事の時間が増え、家庭と余暇の時間が減少している。このような中、若い年代ほど収入増に対する意欲が高い。60歳定年の企業が多い中で、男性は現役世代が定年まで、リタイア世代が定年後も働きたいと回答している。この理由は、経済的な理由や老化防止、健康維持、時間の有効活用などで、それまでの生活パターンをある程度維持したいと考えている。

親に対する気持ち、子に対する気持ちは、親の年代によるところが大きいですが、共通しているのは安心感である。親からの援助は、日常の食料品や日用品が多くなるが、住宅の購入費から子どもの預かりまで生活全般にわたる。日頃の交流や援助もあるので、近居を望む人も多くなっている。近居は、親子の支えあい、助け合いを考えたときに、望ましい住まい方の一つと考えられている。

老後を強く意識し始めるのは50代で、老後生活においては自由な時間や家族への意識が高まる。一方、具体的な老後の生活費に対して現在の資産では足りないと考えている。

1. 仕事に対する意識とワークライフ・バランス

(1) 仕事に対する意識と働き方

仕事に対する意識・態度、望ましい働き場所、望ましい労働時間についての結果をまとめるとつぎのようになる。

《仕事に対する意識》（図表3-1）

◇仕事に対する意識は、「仕事はお金を稼ぐための手段である」（48.2%）、「仕事も自分の生活も楽しんでいる」（38.0%）、「仕事を通じて人間関係を広げている」（34.0%）、「仕事を通じて自分を高めている」（30.5%）の順で高い。

◇男性の半数以上が「仕事はお金を稼ぐための手段」と考えている。特に男20代～50代では、この傾向が強い。男60代・70代は、「仕事はお金を稼ぐための手段」よりも「仕事も自分の生活も楽しむ」や「仕事で人間関係を広げている」が高くなる。女性は、20代・30代が「仕事はお金を稼ぐための手段」が最も高いが、40代・50代では「仕事よりも家庭中心の生活」が最も高くなり、60代・70代では「仕事も自分の生活も楽しむ」、「仕事で人間関係を広げている」になる。

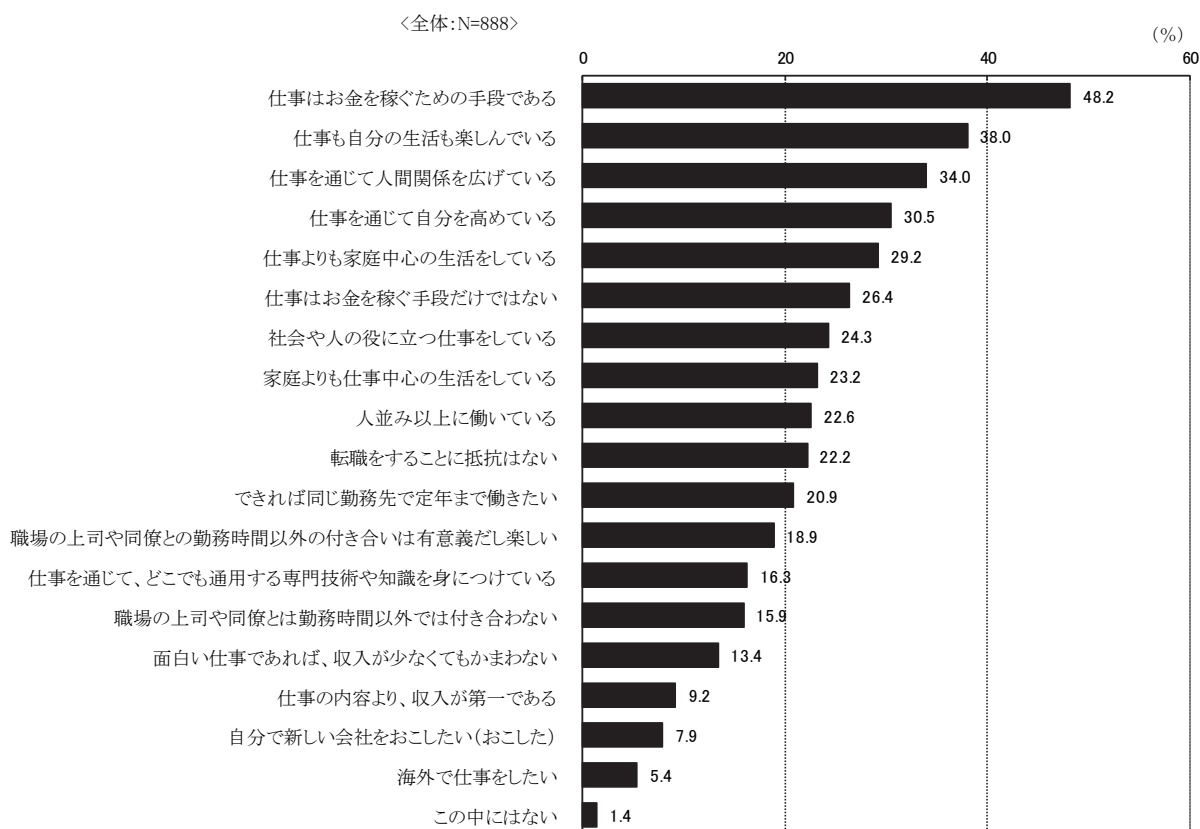
《望ましい働き場所・労働時間》（図表3-2）

◇望ましい働き場所を1つ選んでもらったところ、全体では「家の近く」（56.3%）、「都心」（26.0%）であった。

- ◇男性は「家の近く」(44.6%) が最も多く、「都心」(32.4%) が 3 人に 1 人の割合である。女性は「家の近く」(72.3%) が 7 割を超える。女性は家庭生活を考慮しての回答と考えられる。
- ◇男女とも若い年代ほど「都心」志向が高いが、「都心」が最も高いのは男 20 代のみで、「家の近く」が多数派である。また、60 代・70 代では「商工自営」が高くなり、リタイア後の自営業を想定している。
- ◇望ましい労働時間についても 1 つ選んでもらった。全体では、「定時就業時間に必要があれば少し残業もする程度」(32.9%)、「定時就業のみで残業ゼロ」(20.2%)、「アルバイト、パートとして少ない時間働く」(16.8%) という結果となった。「残業は仕方がないので上限は意識していない」は 10.2%。
- ◇労働時間に対する考え方は、男女で異なっている。男性は「定時就業時間に必要があれば少し残業もする程度」(41.5%) が 4 割以上で最も高いのに対し、女性は「アルバイト、パートとして少ない時間働く」(36.5%) が最も高い。
- ◇「アルバイト、パート」は女 40 代以降で 4 割以上になる。
- ◇男 60 代・70 代の労働時間に対する考え方は、「定時就業に少し残業」、「定時就業で残業ゼロ」、「週休 3 日など正規社員より少ない時間」に分かれるが、少ない労働時間を望むようになる。女 60 代・70 代は、「アルバイト、パートとして少ない時間働く」が最も多い。

都市生活者は、仕事はお金を稼ぐための手段であると認識し、家庭生活とのバランスを大切にしたいと考えている。若い年代ほど都心志向でフルタイムの勤務を志向するが、年代が上がると都心志向よりも職住近接志向が強くなる。女 40 代以降とリタイア世代は家の近くで少ない労働時間を望む人が多くなる。

図表3-1：仕事に対する意識・態度（現在仕事を持っている人）



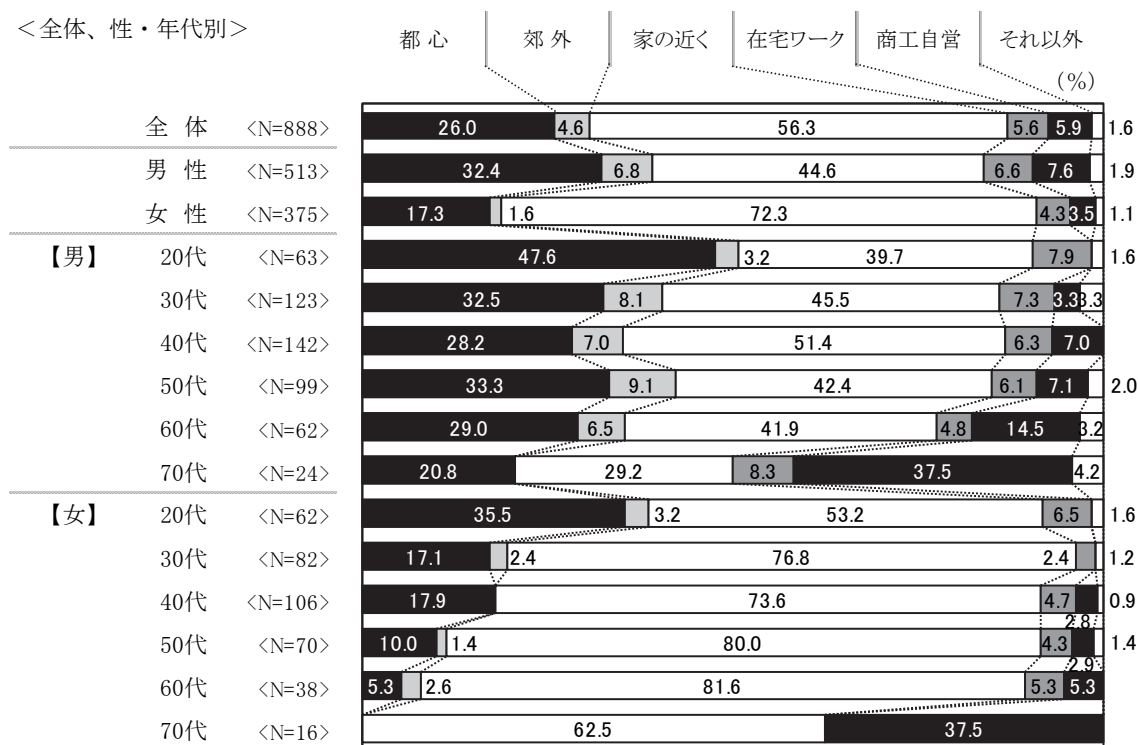
〈全体、性・年代別 上位3〉

N=		上位3		
		1位	2位	3位
全体	888	仕事はお金を稼ぐための手段 48.2	仕事も自分の生活も楽しむ 38.0	仕事で人間関係を広げている 34.0
男	513	仕事はお金を稼ぐための手段 51.3	仕事も自分の生活も楽しむ 36.8	仕事で人間関係を広げている 32.7
女	375	仕事はお金を稼ぐための手段 44.0	仕事よりも家庭中心の生活 42.4	仕事も自分の生活も楽しむ 39.5
男・20代	63	仕事はお金を稼ぐための手段 41.3	仕事で人間関係を広げている／仕事を通じて自分を高めている 34.9	
男・30代	123	仕事はお金を稼ぐための手段 56.9	仕事自分を高めている／家庭よりも仕事中心の生活 36.6	
男・40代	142	仕事はお金を稼ぐための手段 56.3	人並み以上に働いている 35.2	家庭よりも仕事中心の生活 32.4
男・50代	99	仕事はお金を稼ぐための手段 54.5	同じ勤務先で定年まで働きたい 36.4	仕事も自分の生活も楽しむ 34.3
男・60代	62	仕事も自分の生活も楽しむ 51.6	仕事はお金を稼ぐための手段 41.9	仕事で人間関係を広げている 37.1
男・70代	24	仕事も自分の生活も楽しむ 70.8	仕事で人間関係を広げている 41.7	仕事はお金を稼ぐための手段 29.2
女・20代	62	仕事はお金を稼ぐための手段 48.4	転職することに抵抗はない 41.9	仕事も自分の生活も楽しむ 37.1
女・30代	82	仕事はお金を稼ぐための手段 52.4	仕事も自分の生活も楽しむ／仕事よりも家庭中心の生活 35.4	
女・40代	106	仕事よりも家庭中心の生活 54.7	仕事はお金を稼ぐための手段 43.4	仕事も自分の生活も楽しむ 37.7
女・50代	70	仕事よりも家庭中心の生活 64.3	仕事も自分の生活も楽しむ／仕事で人間関係を広げている 41.4	
女・60代	38	仕事も自分の生活も楽しむ 50.0	仕事で人間関係を広げている 39.5	お金を稼ぐ手段だけではない 36.8
女・70代	16	仕事も自分の生活も楽しむ 43.8	仕事で人間関係を広げている／仕事はお金を稼ぐための手段 37.5	

図表3-2：望ましい働き場所・労働時間（現在仕事を持っている人）

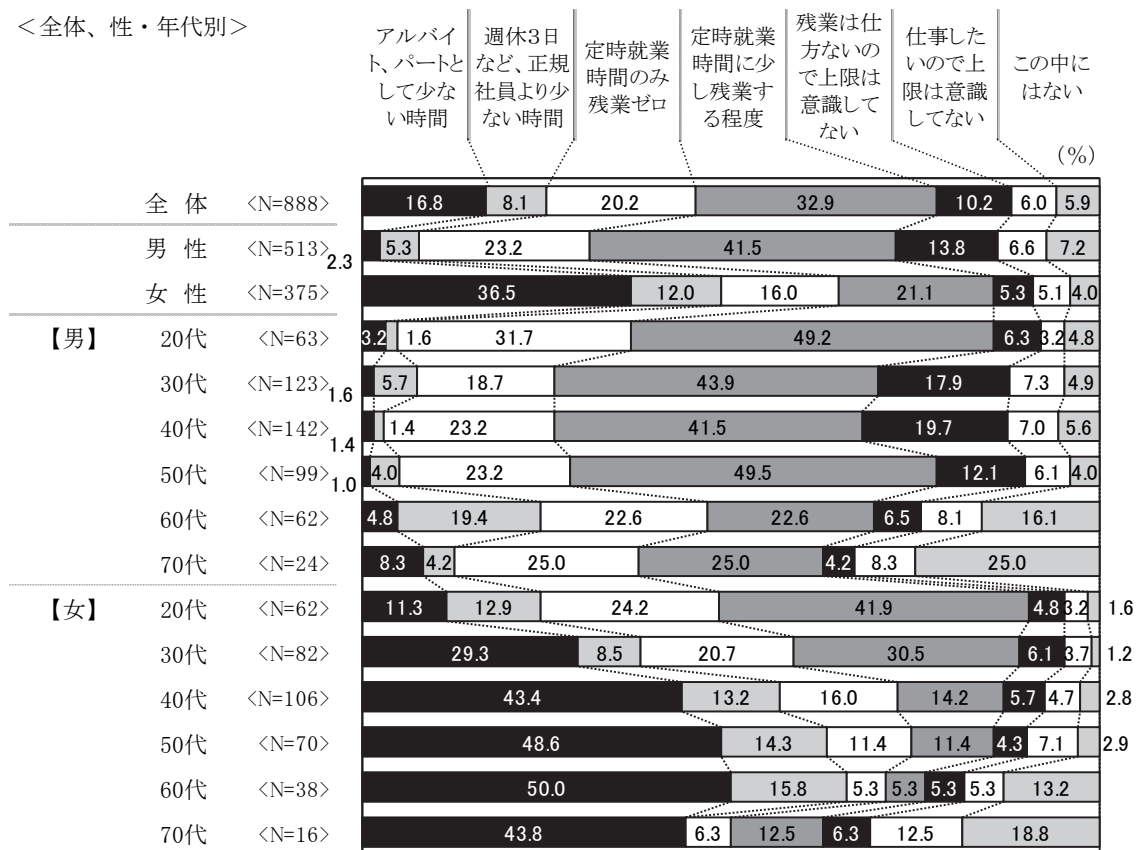
① 望ましい働き場所

<全体、性・年代別>



② 望ましい労働時間

<全体、性・年代別>



(2) ワークライフ・バランス

都市生活者の仕事・家庭・余暇の時間の増減はどのようになっているか。それぞれの時間の増減についてたずねた。

《仕事、家庭、余暇時間の増減》（図表 3-3）

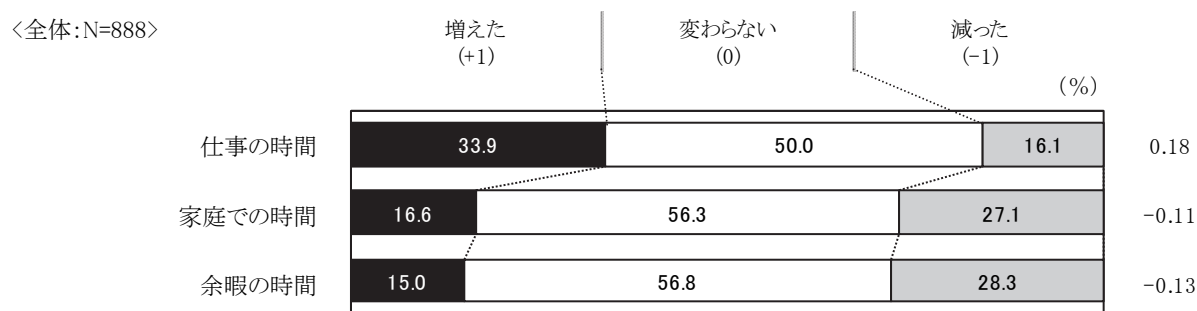
- ◇「仕事の時間」、「家庭での時間」、「余暇の時間」が「変わらない」人はそれぞれ半数以上だが、「仕事の時間」は、「増えた」（33.9%）が「減った」（16.1%）の2倍になっている。「家庭での時間」は、「減った」（27.1%）が「増えた」（16.6%）より多く、「余暇の時間」も「減った」（28.3%）が「増えた」（15.0%）より多い。仕事の時間が増え、家庭での時間や余暇時間が減った人が多い結果となった。
- ◇2011年からの変化をみると、「仕事の時間」、「家庭での時間」、「余暇の時間」のいずれも「変わらない」が増加し、「家庭での時間」と「余暇の時間」が「減った」人はやや減少傾向にある。
- ◇男女とも若い年代ほど「仕事の時間が増えた」人が多い。「家庭での時間が減った」人も若い年代ほど多く、若い年代ほど家庭での時間が減り、仕事の時間が増えている。高年代ほど家庭での時間が増えている。男女とも60代になると、家庭での時間が増える。「余暇の時間」は、男女とも高年代ほど「増えた」人が多くなり、「減った」人が少なくなる。以上のことから、若い年代ほど仕事の時間が増え、家庭での時間、余暇の時間が減っている。60代になると、仕事の時間が減り、家庭や余暇の時間が増える。

《労働時間と収入について》（図表 3-4）

- ◇「今と同じ時間働き、今と同じ収入を得たい」（59.7%）がほぼ6割を占める。「労働時間を増やしても収入を増やしたい」（31.4%）は、3割であった。「収入が減っても労働時間を減らしたい」（8.9%）は少数派であった。
- ◇2010年以降、「今と同じ時間働き、今と同じ収入を得たい」人が増加傾向にある。
- ◇性・年代別では、男女とも若い年代ほど「労働時間を増やしても収入を増やしたい」人が多い。中でも男30代は、ほぼ半数がこの考え方で最も高い。男女とも年代が上がるとこの考え方は徐々に減少し、「今と同じ時間働き、今と同じ収入を得たい」が増える。そして男女60代になると、「今と同じ時間働き、今と同じ収入を得たい」と回答した人はほぼ8割に上る。

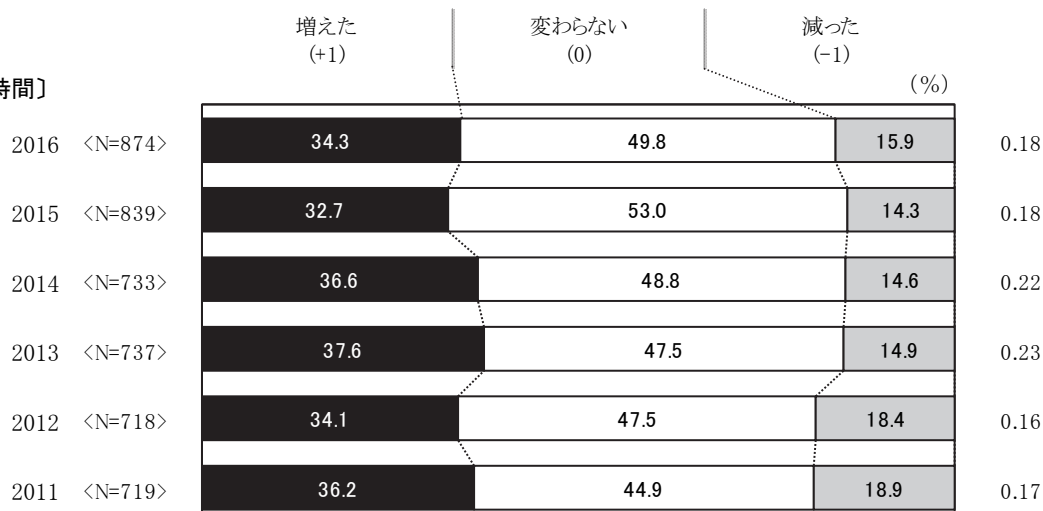
都市生活者の仕事の時間が増え、家庭、余暇の時間が減少している。若い年代ほど収入増に対する意欲が高く、60代ではこれまでと同じ収入を望む人が多い。

図表3-3：1年前と比較しての仕事・家庭・余暇時間の増減（現在仕事を持っている人）

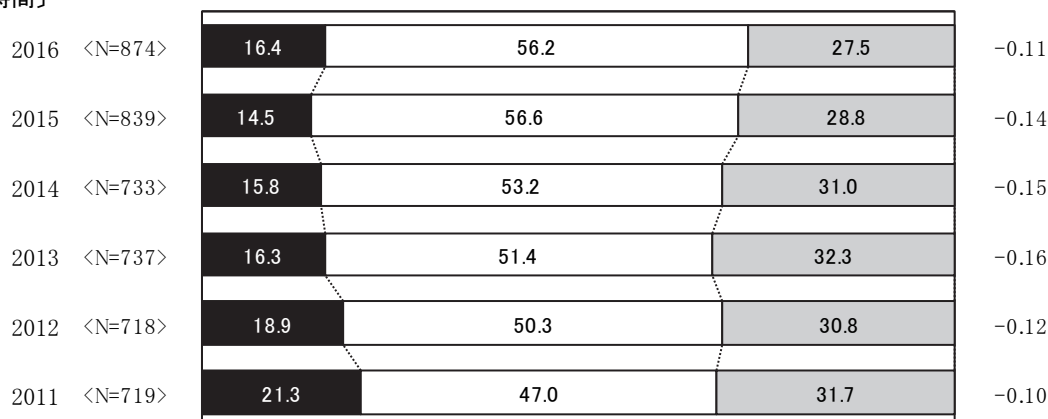


<時系列>

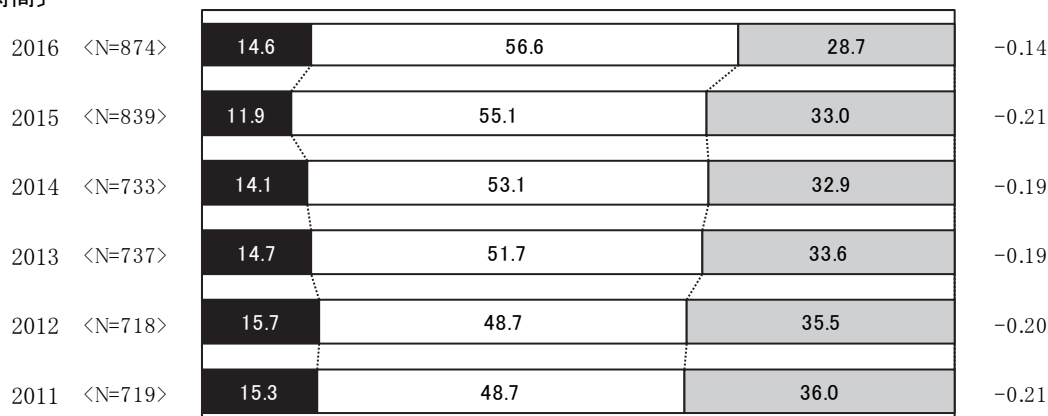
【仕事の時間】



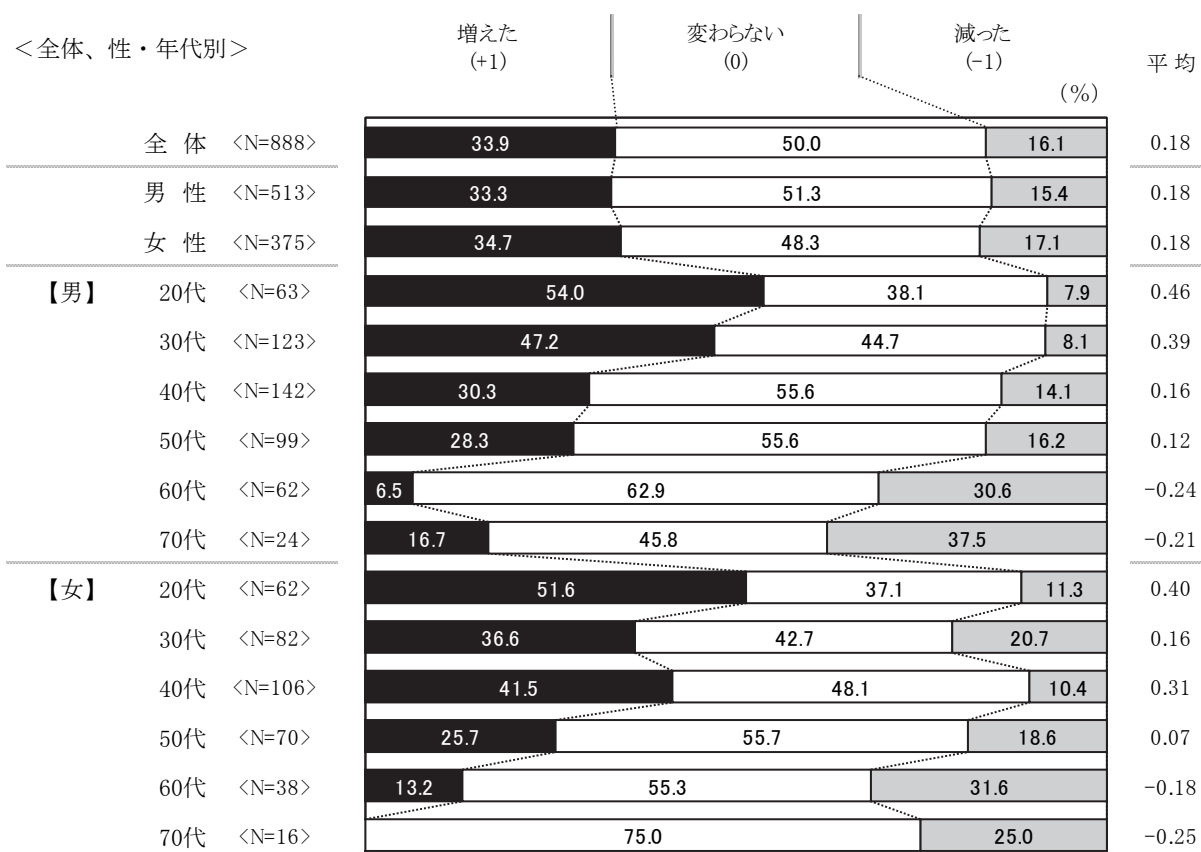
【家庭での時間】



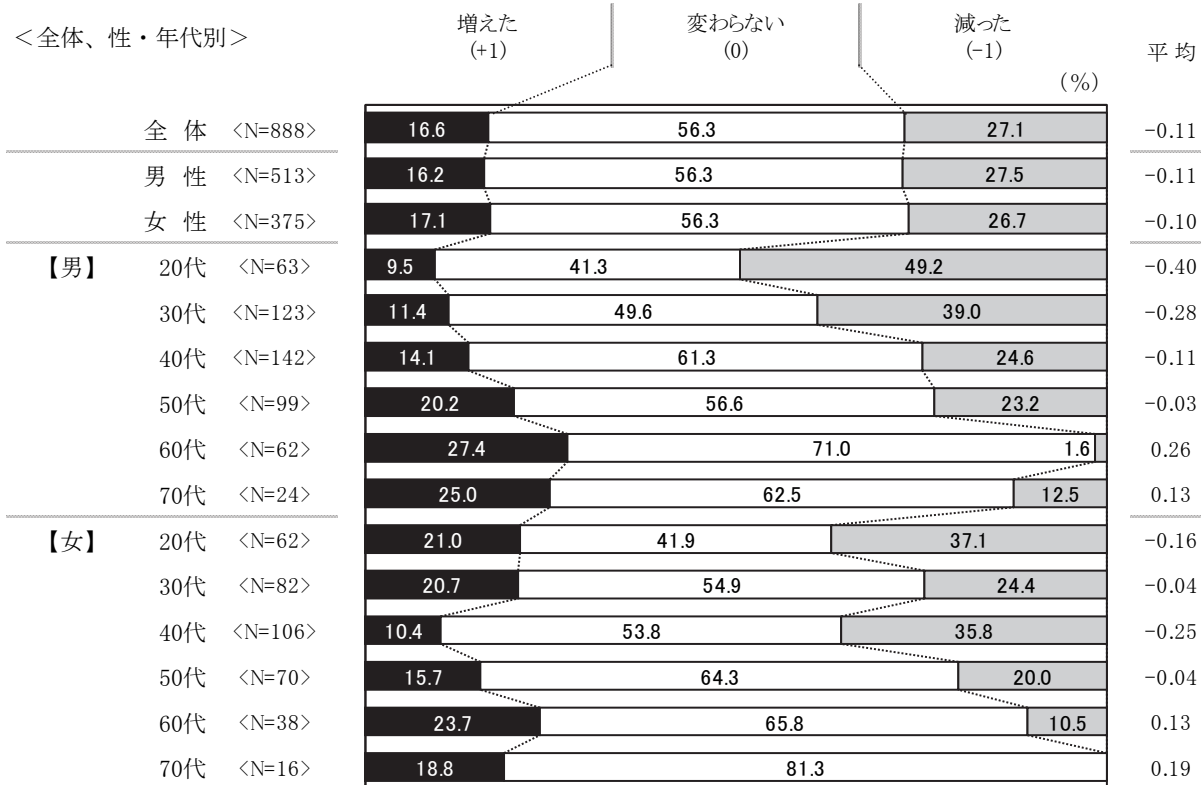
【余暇の時間】



① 仕事時間の増減

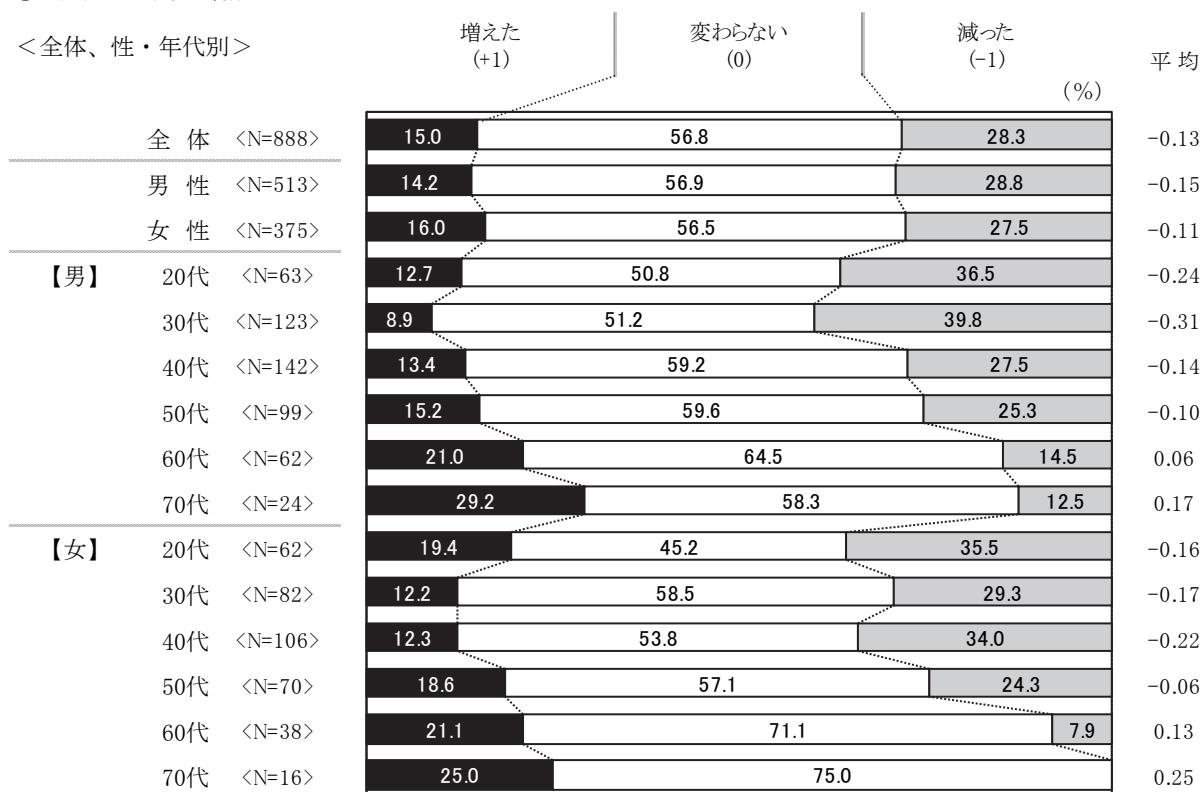


② 家庭での時間の増減

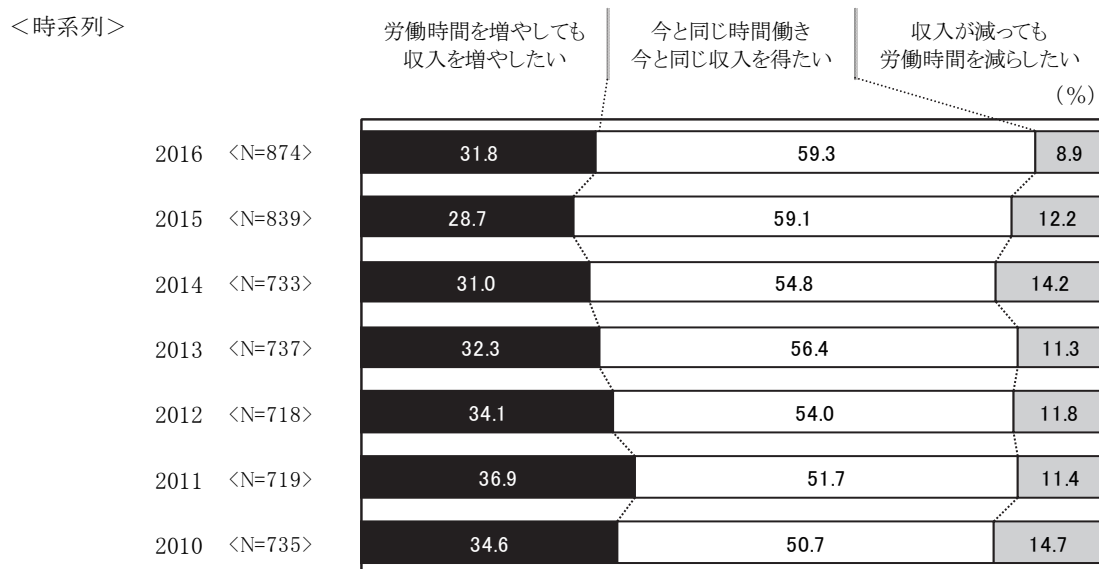
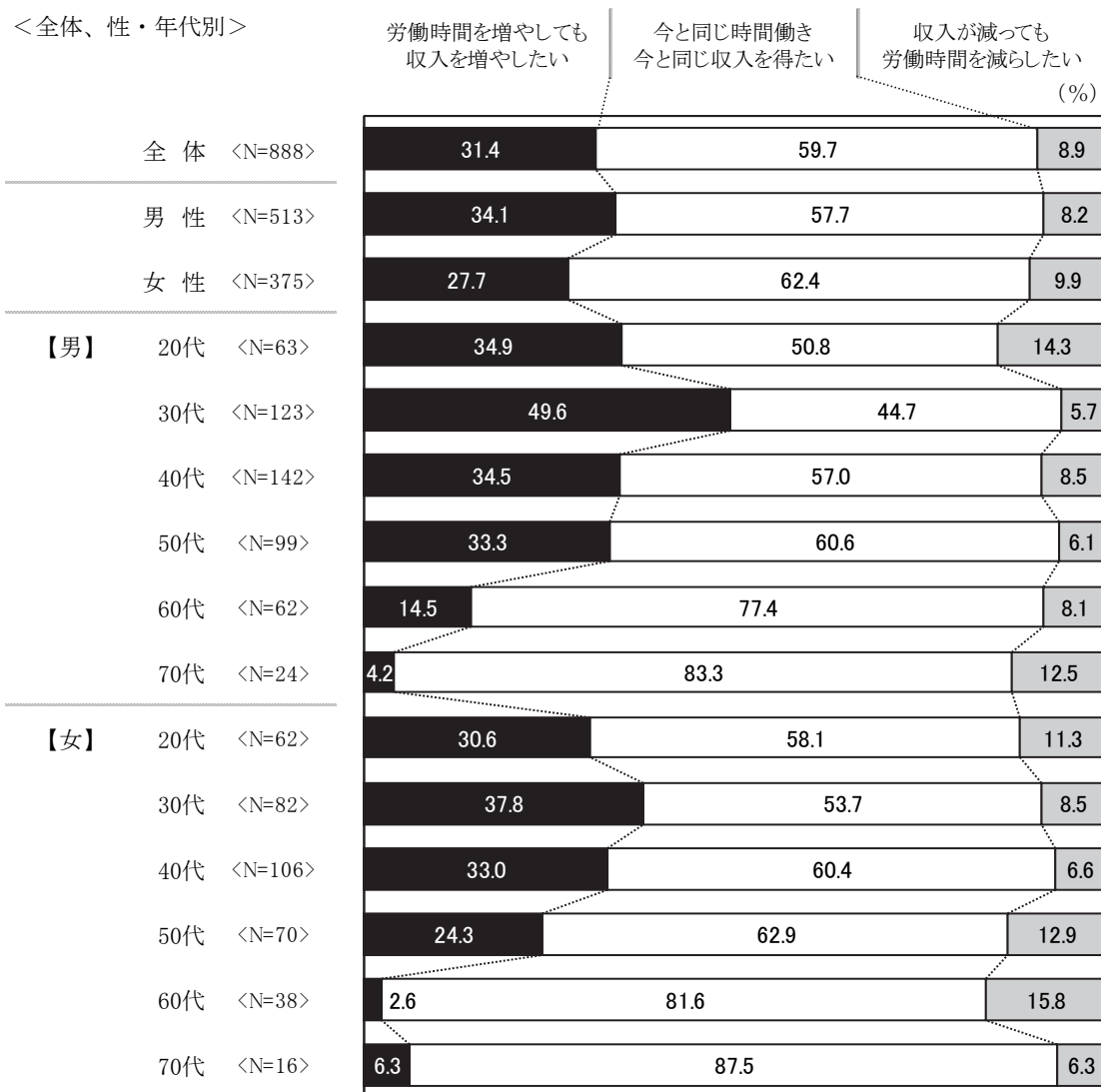


③ 余暇の時間の増減

<全体、性・年代別>



図表3-4：労働時間と収入（現在仕事を持っている人）



(3) 定年後も働きたい

高齢者等雇用安定法改正により、企業の65歳までの雇用確保措置が平成25年(2013年)4月から義務化され、企業でも延長雇用などの制度が定着してきているとみられる。このような環境の中、都市生活者は定年後の仕事に対してどのような意識を持っているのだろうか。

図表3-5から図表3-9は、「定年の有無」と「定年年齢」、「いつまで働きたいか」、「定年後も働いている(働こうとしている)理由」を回答してもらった結果である。

《定年の有無》

- ◇勤め人全体の中で「定年がある」(57.0%)と回答した人はほぼ6割で、「ない」(21.5%)、「わからない」(21.6%)はそれぞれ2割であった。2011年から「わからない」と回答する人が増えているのは、延長雇用などにより継続して働く人が増えているためとみられる。
- ◇性・年代別では、男性は女性より「ある」と回答する人が多く、高年代ほど多くなる。「わからない」は女性で多く、男性でも20代・30代の若い年代でやや多い。男50代で「定年がある」と回答する人が増えるのは、この年代に勤務先で定年および延長雇用に関する情報が提供されるためであろう。

《定年年齢》

- ◇「定年がある」と回答した人の定年年齢は、「60歳以下」(65.5%)がほぼ3分の2、「65歳」(29.3%)が3割である。
- ◇男50代では、「60歳以下」が77.3%にのぼる。

《何歳まで働きたいか》

- ◇勤め人全体で、「60歳以下」(37.5%)がほぼ4割、「65歳」(30.2%)と「66歳以上」(28.7%)がそれぞれ3割であった。定年は60歳との認識がある一方で、65歳やそれ以上まで働きたい人が半数以上いる。
- ◇性・年代別でみると、女性より男性のほうが働きたい年齢が高い。男女とも20代から60代にかけて働きたい年齢が高くなる傾向がある。
- ◇定年年齢ごとの働きたい年齢をみると、定年年齢とほぼ同じ年齢かそれ以上の年齢になっており、働き続けたいと考えていることがわかる。

《定年後も働きたいか》

- ◇「定年後も働きたい(働いている)」(43.2%)が、「定年まで働きたい(働いた)」(33.1%)、「定年前にリタイアしたい」(23.7%)より多い。
- ◇性・年代別でみると、男性は「定年後も働きたい(働いている)」(50.5%)が半数であるが、女性は「定年前にリタイアしたい」(42.9%)が多数派である。男性は20代・30代では、「定年まで働きたい」人が多いが、40代・50代では「定年後も働きたい」人が6割になる。男60代・70代では、「定年後も働きたい(働いている)」と「定年まで働きたい(働いた)」がそれぞれ4割である。定年年齢60歳以下が6割から7割であることから、定年後も働いている60代・70代の人が多いと推定される。

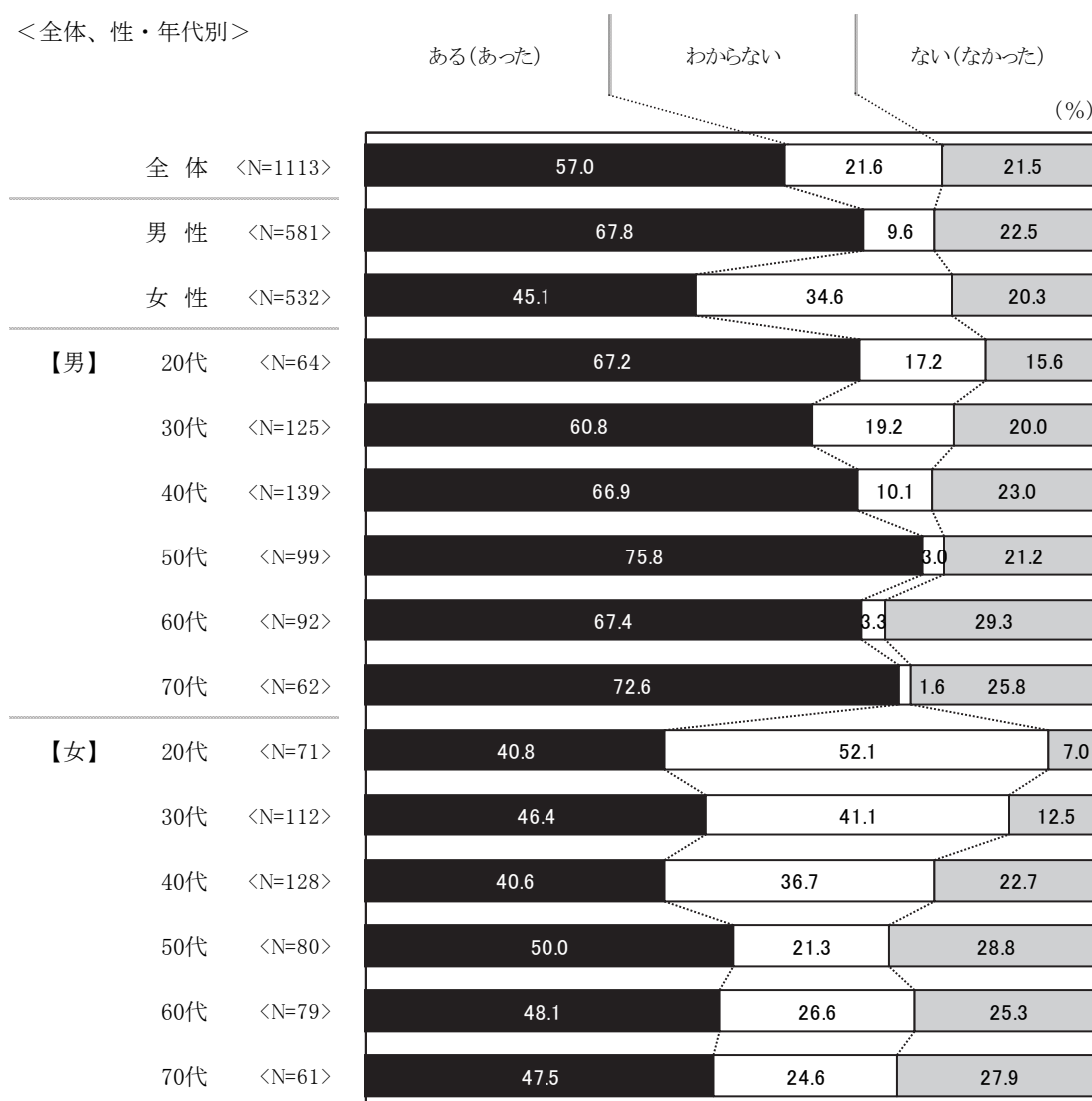
《定年後も働いている（働こうとしている）理由》

◇「定年後も働きたい」と回答した人に定年後も働く（働こうとしている）理由をきいたところ、高い順に、「生活するための収入を得るため」（72.3%）、「老化防止のため」（57.3%）、「ゆとりのある暮らしをするため」（45.3%）、「働くのは身体によいから」（43.4%）、「規則正しい生活をするため」（39.4%）、「家にいても時間を持て余すから」（39.1%）などである。

都市生活者は、定年は60歳という認識を持ちながらもそれ以降も働きたいと考えている。その理由は、経済的な理由と老化防止、健康維持、時間の有効利用である。

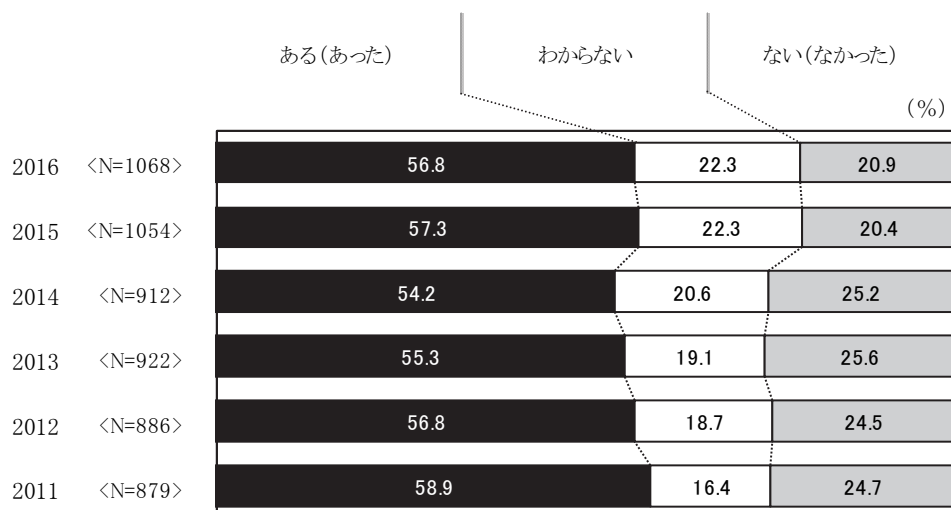
図表3-5：勤務先での定年制の有無（勤め人（以前も含む））

<全体、性・年代別>



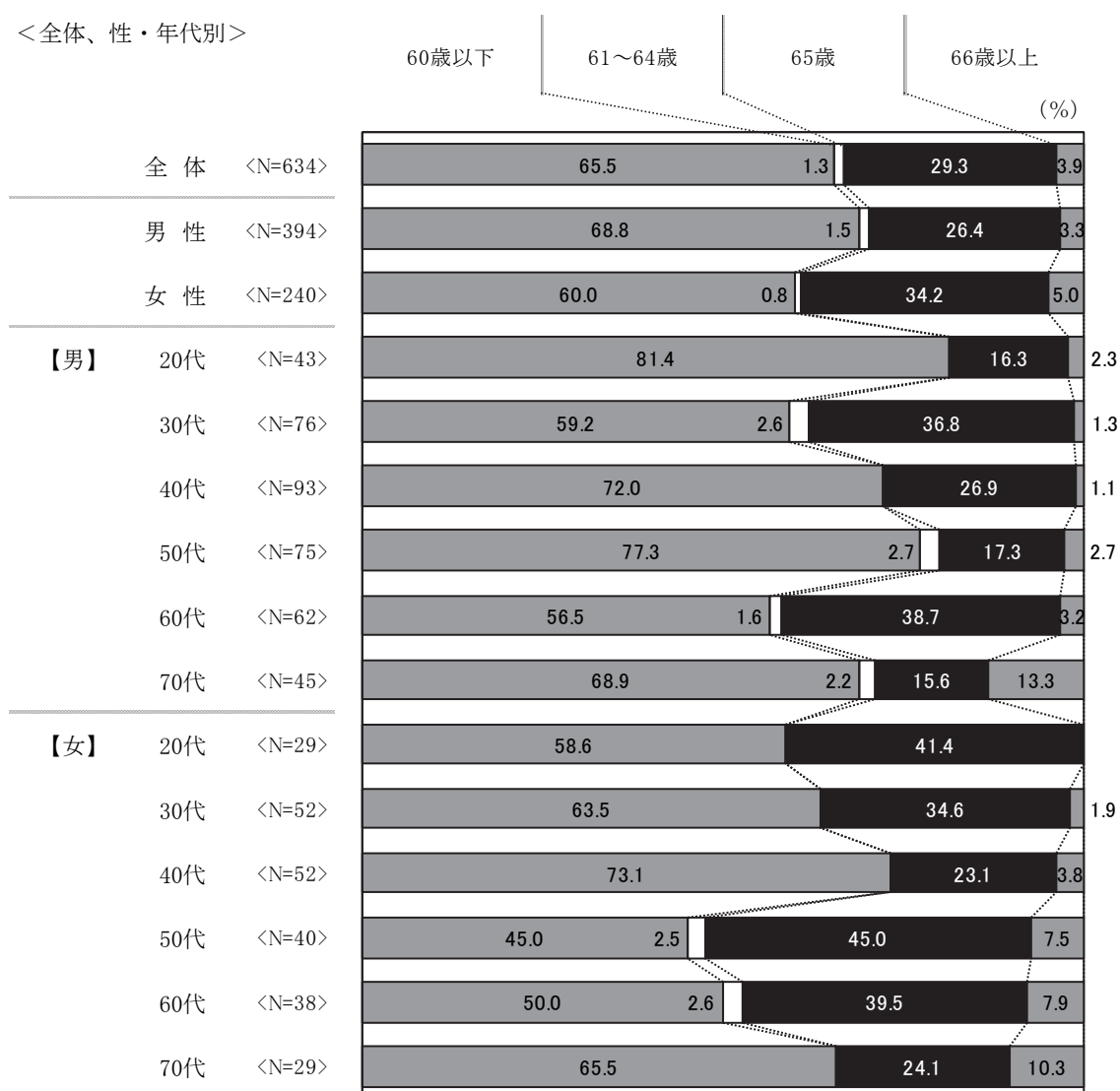
〔勤務先での定年制の有無〕

<時系列>

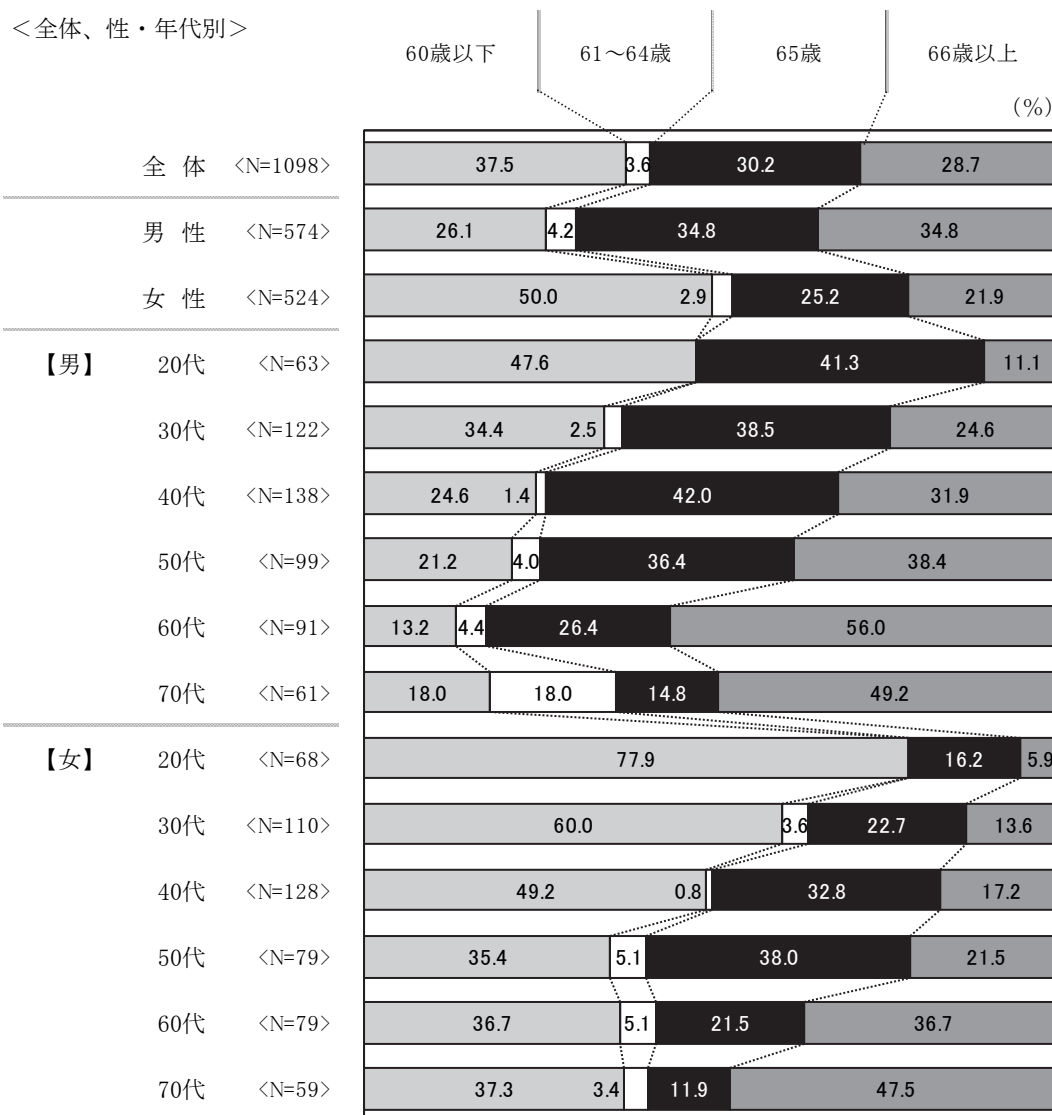


図表3-6：定年年齢

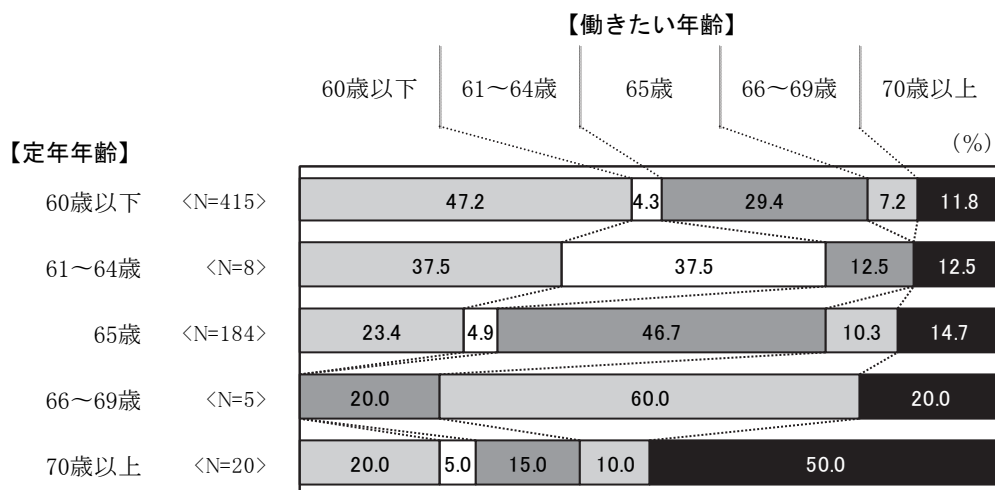
<全体、性・年代別>



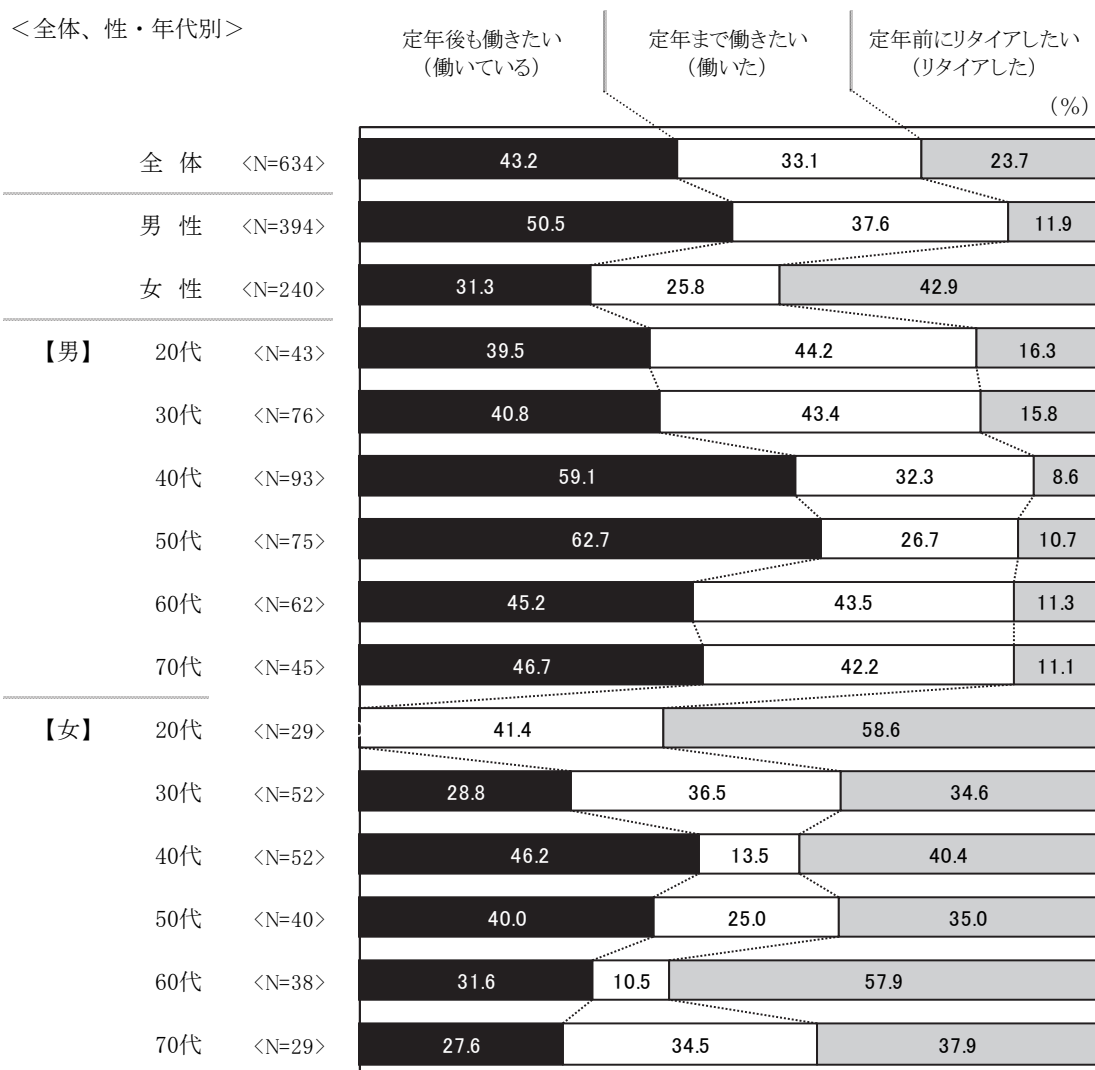
図表3-7：何歳まで働きたいか（「現在勤めている」「以前勤めていて退職した」人に）



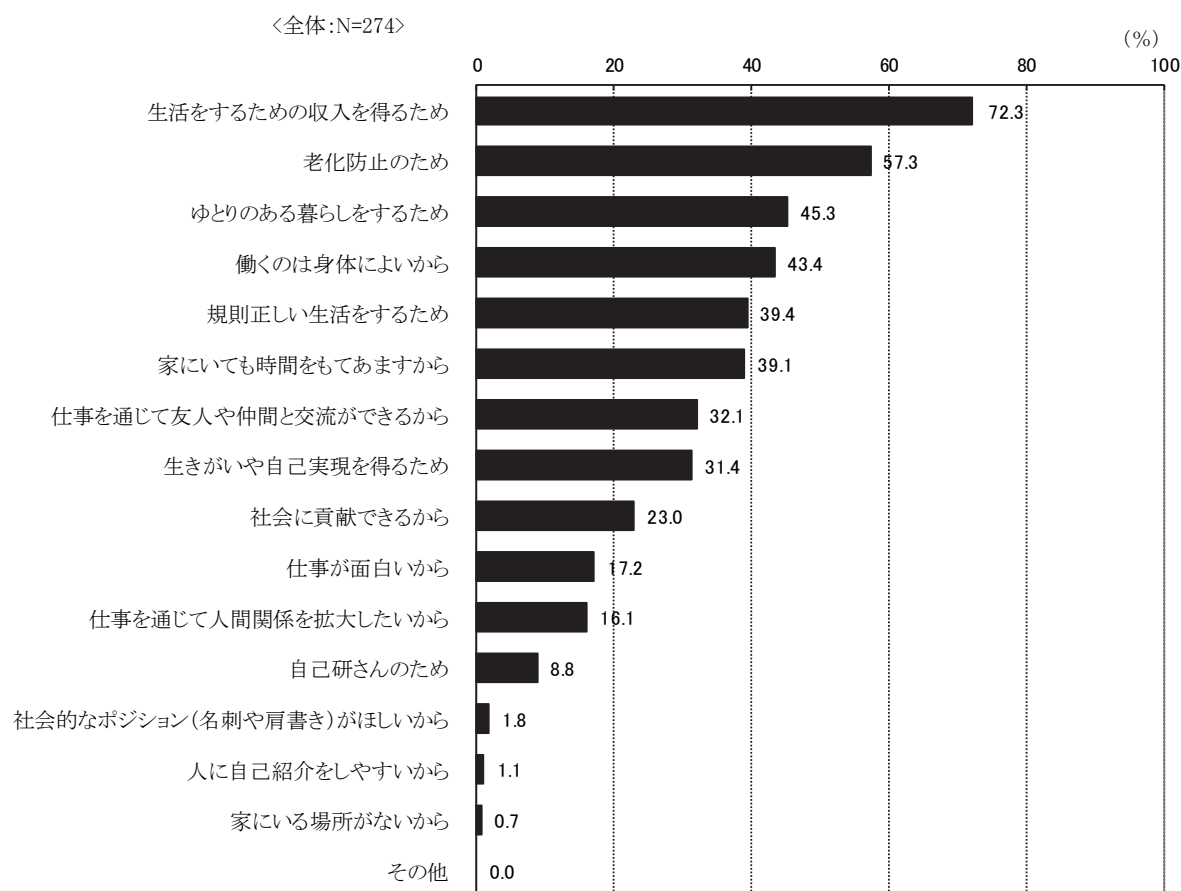
[働きたい年齢×定年年齢]



図表3-8：いつまで働きたいのか（「定年がある」人に）



図表3-9：定年後も働きたい理由（「定年後も働きたい（働いている）」人に）



	調査数	生活するための収入を得るため	老化防止のため	ゆとりのある暮らしをするため	働くのは身体によいから	規則正しい生活をするため	家にいても時間をもてあますから	仕事を通じて友人や仲間と交流ができるから	生きがいや自己実現を得るため	社会に貢献できるから	仕事が面白いから	仕事を通じて人間関係を拡大したいから	自己研さんのため	社会的なポジションがほしいから	人に自己紹介しやすいから	家にいる場所がないから	その他
全体	274	72.3	57.3	45.3	43.4	39.4	39.1	32.1	31.4	23.0	17.2	16.1	8.8	1.8	1.1	0.7	-
男	199	75.9	53.3	44.2	43.2	37.7	37.7	28.1	30.7	24.1	17.6	15.6	9.5	2.5	1.0	0.5	-
女	75	62.7	68.0	48.0	44.0	44.0	42.7	42.7	33.3	20.0	16.0	17.3	6.7	-	1.3	1.3	-
男	20代	17	58.8	41.2	41.2	35.3	23.5	29.4	41.2	17.6	23.5	17.6	11.8	5.9	-	-	-
	30代	31	83.9	54.8	54.8	45.2	32.3	16.1	16.1	25.8	16.1	16.1	9.7	-	-	-	
	40代	55	81.8	45.5	34.5	32.7	32.7	34.5	25.5	29.1	23.6	9.1	14.5	3.6	3.6	-	-
	50代	47	80.9	61.7	42.6	46.8	44.7	36.2	27.7	31.9	19.1	21.3	12.8	8.5	2.1	-	-
	60代	28	71.4	60.7	53.6	57.1	39.3	50.0	25.0	28.6	28.6	14.3	7.1	7.1	-	3.6	-
	70代	21	57.1	52.4	47.6	47.6	61.9	52.4	57.1	47.6	33.3	33.3	33.3	28.6	4.8	4.8	4.8
女	20代	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	30代	15	66.7	73.3	26.7	46.7	40.0	26.7	46.7	53.3	40.0	6.7	13.3	6.7	-	-	-
	40代	24	75.0	70.8	58.3	41.7	41.7	41.7	50.0	25.0	12.5	16.7	12.5	4.2	-	4.2	-
	50代	16	81.3	68.8	68.8	43.8	56.3	68.8	31.3	31.3	18.8	12.5	18.8	6.3	-	6.3	-
	60代	12	41.7	75.0	33.3	50.0	50.0	41.7	33.3	25.0	25.0	16.7	16.7	16.7	-	-	-
	70代	8	12.5	37.5	37.5	37.5	25.0	25.0	50.0	37.5	-	37.5	37.5	-	-	-	-

2. 家族と住まい方

家族に対する意識について、親に対する気持ちと子どもに対する気持ちを明らかにする。また、親からの援助と同居・近居の意識と実態も明らかにする。

(1) 安心感で支え合う親子

親に対する気持ちと子に対する気持ちは、図表3-10と図表3-11に整理した。これらをまとめると、つぎのようになる。

《親に対する気持ち》

◇親に対する気持ちは、「何かあったときに助けてもらえる安心感がある」(55.3%)、「親の健康は常に気にかけている」(52.2%)、「将来は自分が親の世話をしたいと考えている」(26.1%)、「自分や自分の子どもの病気や健康について最も相談できる」(24.5%)、「部分的にでも経済的に支援してくれるので助かる」(23.3%)の順で高く、親は安心できる存在であるとともに、親の健康のことを気にかけている。

◇性・年代別にみると、男女とも30代までは「何かあったときに助けてもらえる安心感がある」が最も高く親を頼りにしているが、40代以降では「親の健康は常に気にかけている」が最も高くなり、親の健康を気遣っている。40代～60代で、現在世話をしている人も含めて「将来は自分が親の世話をしたい」も3割前後になっている。

《子どもに対する気持ち》

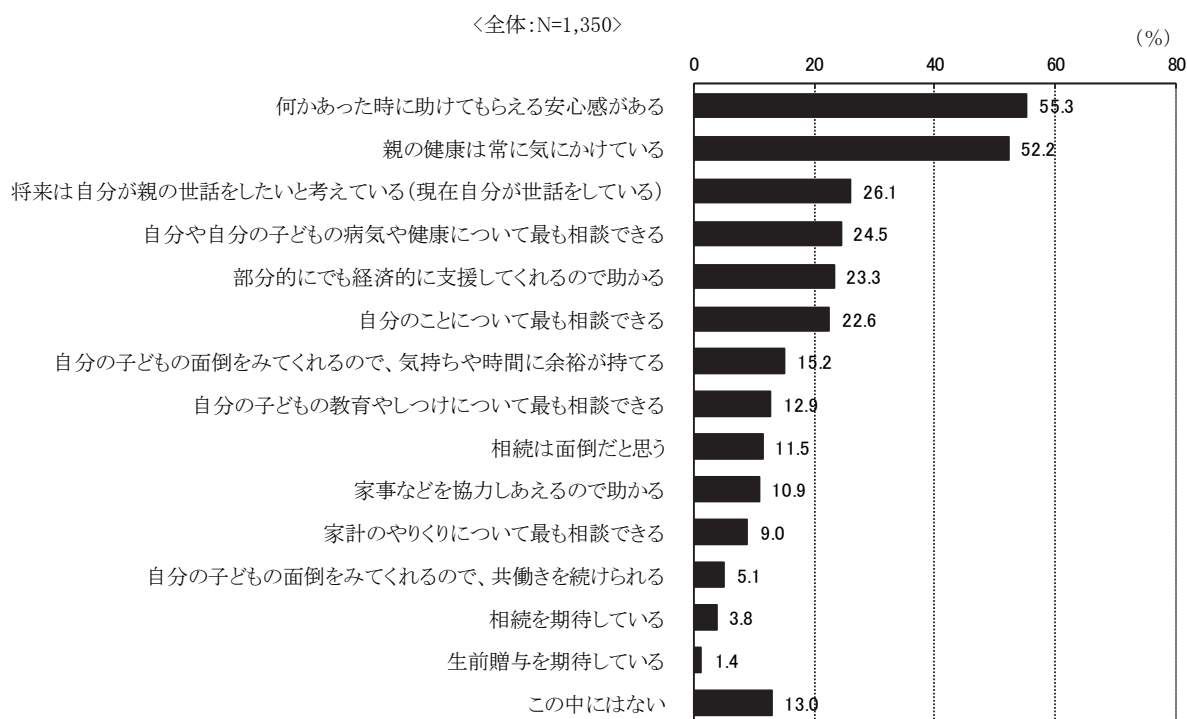
◇子どもに対する気持ちは、「子どもには一度は結婚してほしい」(69.3%)、「社会人になったら子どもには独立してほしい」(50.1%)、「子どもや孫に資産を残したいと思う」(37.8%)、「何かあったときに助けてもらえる安心感がある」(25.3%)が高く、独立を望んでいる。

◇性・年代別にみると、どの年代でもほぼ同じ傾向であるが、女50代～70代で「何かあったときに助けてもらえる安心感がある」と考える人が4割から6割いる。高年代になるほど高くなり、女性は高年代になるほど子どもを頼りにする傾向が強い。

親に対する気持ちと子どもに対する気持ちからみえてきたことは、何かあった時の安心感を互いに持ち、精神的に支え合う姿である。

ただし、親の年齢により頼りにする立場が異なる。親が元気なうちは子どもは親を頼りにするが、高年代になると健康を気遣う。一方、親は子どもの独立を望む気持ちが強いが、自分が高年代になると子どもを頼りにしている。特に女性でこの傾向が顕著である。

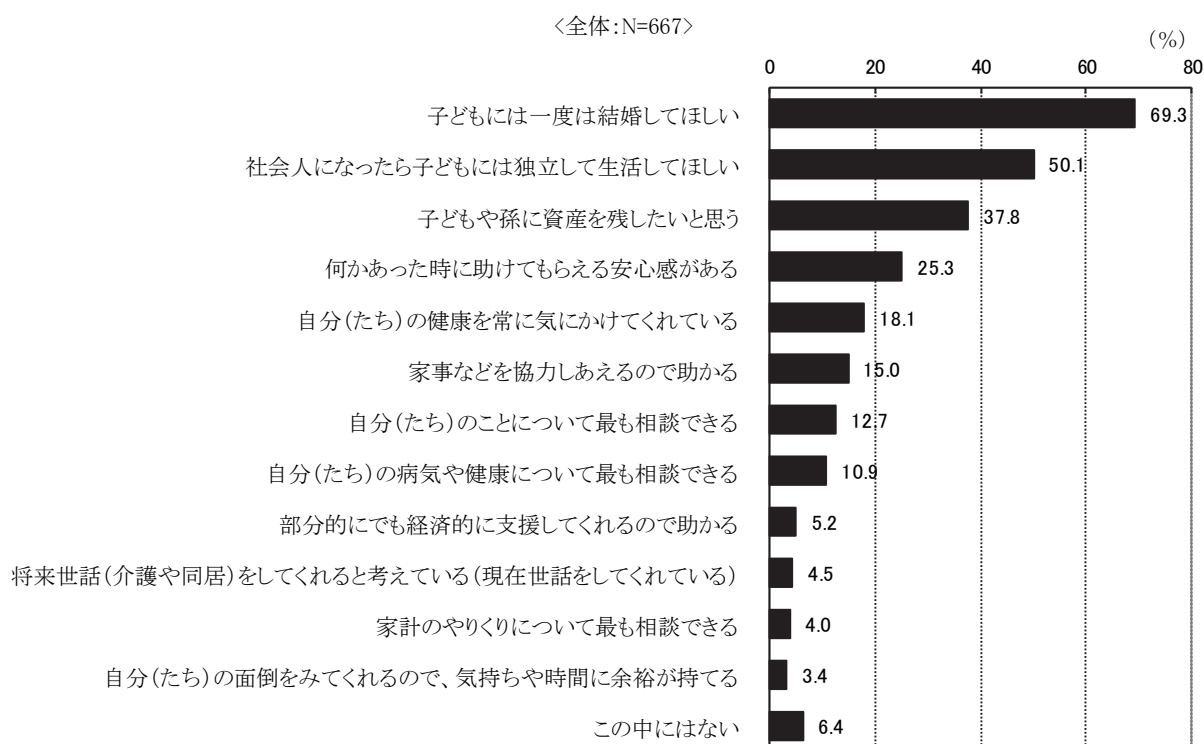
図表3-10：親に対する気持ち



〈全体、性・年代別 上位3〉

N=		上位3		
		1位	2位	3位
全体	1,350	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 55.3	親の健康は常に気にかけている 52.2	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 26.1
男	680	親の健康は常に気にかけている 49.9	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 47.5	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 24.6
女	670	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 63.3	親の健康は常に気にかけている 54.6	自分や自分の子どもの病気や健康について最も相談できる 32.4
男・13~19歳	48	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 77.1	部分的にでも経済的に支援してくれるので助かる 41.7	自分のことについて最も相談できる 37.5
男・20代	98	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 73.5	親の健康は常に気にかけている 33.7	部分的にでも経済的に支援してくれるので助かる 30.6
男・30代	126	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 49.2	親の健康は常に気にかけている 47.6	部分的にでも経済的に支援してくれるので助かる 26.2
男・40代	143	親の健康は常に気にかけている 53.8	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 39.9	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 26.6
男・50代	101	親の健康は常に気にかけている 59.4	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 33.7	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 27.7
男・60代	95	親の健康は常に気にかけている 63.2	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 42.1	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 30.5
男・70代	69	親の健康は常に気にかけている 47.8	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 30.4	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 26.1
女・13~19歳	47	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 66.0	自分のことについて最も相談できる 46.8	自分や自分の子どもの病気や健康について最も相談できる 31.9
女・20代	94	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 80.9	自分や自分の子どもの病気や健康について最も相談できる 47.9	親の健康は常に気にかけている 42.6
女・30代	119	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 70.6	親の健康は常に気にかけている 55.5	自分や自分の子どもの病気や健康について最も相談できる 39.5
女・40代	133	親の健康は常に気にかけている 72.2	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 60.2	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 33.8
女・50代	95	親の健康は常に気にかけている 62.1	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 61.1	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 36.8
女・60代	97	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 54.6	親の健康は常に気にかけている 53.6	将来は自分が親の世話(介護や同居)をしたい 28.9
女・70代	85	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 49.4	親の健康は常に気にかけている 47.1	自分や自分の子どもの病気や健康について最も相談できる 24.7

図表3-11：子どもに対する気持ち（子どもがいる人に）



〈全体、性・年代別 上位3〉

N=		1位			2位			3位		
TOTAL	667	子どもには一度は結婚してほしい	69.3	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	50.1	子どもや孫に資産を残したいと思う	37.8			
男	318	子どもには一度は結婚してほしい	68.6	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	56.6	子どもや孫に資産を残したいと思う	37.4			
女	349	子どもには一度は結婚してほしい	69.9	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	44.1	子どもや孫に資産を残したいと思う	38.1			
男・20代	8	子どもには一度は結婚してほしい	87.5	子どもや孫に資産を残したいと思う	62.5	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	50.0			
男・30代	59	子どもには一度は結婚してほしい	69.5	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	66.1	子どもや孫に資産を残したいと思う	52.5			
男・40代	93	子どもには一度は結婚してほしい	74.2	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	63.4	子どもや孫に資産を残したいと思う	31.2			
男・50代	75	子どもには一度は結婚してほしい	72.0	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	54.7	子どもや孫に資産を残したいと思う	32.0			
男・60代	52	子どもには一度は結婚してほしい	63.5	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	44.2	子どもや孫に資産を残したいと思う	38.5			
男・70代	31	自分(たち)の健康を常に気にかけてくれている	51.6	子どもには一度は結婚してほしい／社会人になったら子どもには独立して生活してほしい			45.2			
女・20代	18	子どもには一度は結婚してほしい	66.7	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	38.9	子どもや孫に資産を残したいと思う	33.3			
女・30代	72	子どもには一度は結婚してほしい	69.4	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	58.3	子どもや孫に資産を残したいと思う	48.6			
女・40代	98	子どもには一度は結婚してほしい	83.7	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	44.9	子どもや孫に資産を残したいと思う	33.7			
女・50代	79	子どもには一度は結婚してほしい	68.4	何かあった時に助けてもらえる安心感がある	41.8	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	35.4			
女・60代	51	子どもには一度は結婚してほしい	62.7	何かあった時に助けてもらえる安心感がある	56.9	社会人になったら子どもには独立して生活してほしい	45.1			
女・70代	31	何かあった時に助けてもらえる安心感がある／自分(たち)の健康を常に気にかけてくれている			58.1	子どもには一度は結婚してほしい	45.2			

(2) 親からの援助

親とのかかわりのなかで、親からさまざまな援助を受けていることが想定される。そこで、現在援助されているものと援助してほしいものを質問した。結果は、図表3-12のようになっている。

◇親から援助されているものは、「食料品や日用品」(24.5%)、「住むところ」(23.9%)、「外出時や忙しい時に子どもを預かってもらう」(22.2%)、「炊事・掃除・洗濯などの家事」(21.0%)、「住宅の購入費」(18.9%)、「外食や旅行などのレジャー費」(18.1%)などが主なものである。最も高い「食料品や日用品」でも4人に1人程度である。

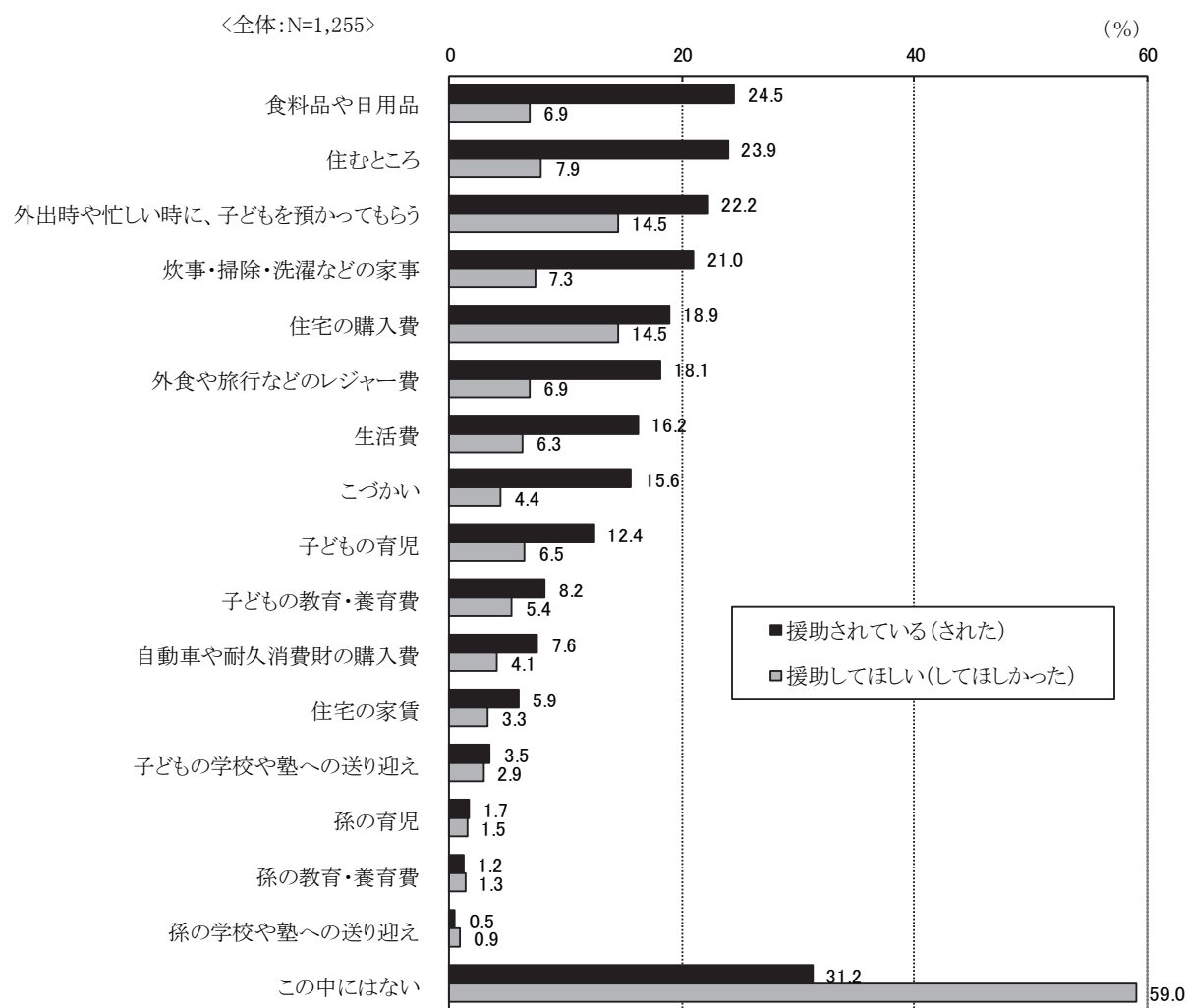
◇性・年代別にみると、男性は「住宅の購入費」、女性は「子どもを預かってもらう」が最も高い。

◇援助してほしいものは、「住宅の購入費」(14.5%)と「外出時や忙しい時に子どもを預かってもらう」(14.5%)で、いずれも援助されている率より低い。

◇性・年代別にみると、現在援助されているものと同じ傾向である。

親からの援助は、全体では「食料品や日用品」が最も多いものの、親から援助して欲しいものは「住宅の購入費」と「子どもを預かってもらう」である。

図表3-12：親からの援助（20歳以上の人に）



＜全体、性・年代別 上位3＞

〔親から援助されている（されていた）もの〕

(%)

N=		1 位		2 位		3 位	
TOTAL	1,255	食料品や日用品	24.5	住むところ	23.9	子どもを預かってもらう	22.2
男	632	住むところ	24.5	食料品や日用品	21.4	炊事・掃除・洗濯などの家事	20.7
女	623	子どもを預かってもらう	29.1	食料品や日用品	27.6	住むところ	23.3
男・20代	98	住むところ	52.0	炊事・掃除・洗濯などの家事	51.0	食料品や日用品	50.0
男・30代	126	食料品や日用品	34.9	炊事・掃除・洗濯などの家事	27.0	住むところ	23.0
男・40代	143	住宅の購入費	21.7	子どもを預かってもらう	18.9	食料品や日用品	18.2
男・50代	101	住宅の購入費	24.8	子どもを預かってもらう	20.8	住むところ	17.8
男・60代	95	住宅の購入費	30.5	住むところ	18.9	子どもを預かってもらう	17.9
男・70代	69	住むところ	21.7	住宅の購入費	17.4	炊事・掃除・洗濯などの家事	14.5
女・20代	94	食料品や日用品	59.6	炊事・掃除・洗濯などの家事	56.4	住むところ	47.9
女・30代	119	食料品や日用品	44.5	子どもを預かってもらう	36.1	外食や旅行などのレジャー費	31.1
女・40代	133	子どもを預かってもらう	36.1	食料品や日用品	26.3	外食や旅行などのレジャー費	21.1
女・50代	95	子どもを預かってもらう	36.8	住宅の購入費	28.4	こづかい	20.0
女・60代	97	子どもを預かってもらう	26.8	住宅の購入費	23.7	住むところ	17.5
女・70代	85	子どもを預かってもらう	16.5	住宅の購入費	12.9	こづかい	10.6

〔親に援助してほしい（してほしかった）もの〕

(%)

N=		1 位		2 位		3 位	
全体	1,255	住宅の購入費／子どもを預かってもらう		14.5	住むところ	7.9	
男	632	住宅の購入費	16.8	子どもを預かってもらう	12.0	住むところ	8.5
女	623	子どもを預かってもらう	17.0	住宅の購入費	12.2	外食や旅行などのレジャー費	8.3
男・20代	98	住むところ	19.4	住宅の購入費	15.3	生活費	14.3
男・30代	126	子どもを預かってもらう	15.1	住宅の購入費／食料品や日用品		13.5	
男・40代	143	住宅の購入費	17.5	子どもを預かってもらう	12.6	外食や旅行などのレジャー費	5.6
男・50代	101	住宅の購入費	19.8	子どもを預かってもらう	15.8	生活費	8.9
男・60代	95	住宅の購入費／子どもを預かってもらう		14.7	子どもの育児	6.3	
男・70代	69	住宅の購入費	21.7	子どもを預かってもらう	10.1	子どもの学校や塾への送り迎え	7.2
女・20代	94	食料品や日用品	19.1	炊事・掃除・洗濯などの家事	17.0	住むところ	16.0
女・30代	119	子どもを預かってもらう	23.5	住宅の購入費	14.3	外食や旅行などのレジャー費	12.6
女・40代	133	子どもを預かってもらう	21.8	子どもの教育・養育費	11.3	炊事・掃除・洗濯などの家事	9.8
女・50代	95	住宅の購入費	21.1	子どもを預かってもらう	18.9	子どもの教育・養育費	11.6
女・60代	97	子どもを預かってもらう	16.5	住宅の購入費	15.5	子どもの育児	10.3
女・70代	85	子どもを預かってもらう	9.4	住宅の購入費	4.7	子どもの育児	4.7

(3) 望まれる近居

子どもを預かるなどの日常的な親から子への援助は、同居や近くに住んでいることが前提になる。

ここでは、都市での暮らし方につながる親世帯・子世帯との同居や近居の現状と意向の結果についてまとめる。

質問は、同居・近居しているか、同居・近居したいかについてきいた。近居については、徒歩・自転車・バイク・自動車・バス・鉄道などの交通手段を問わず30分以内を近居とし、その中を10分未満と10分以上～30分以内に分けた。図表3-13は、その結果を示したものである。

《同居・近居》（図表3-13）

①（親の立場から）子夫婦との同居・近居

◇現在子夫婦と同居している人は「息子夫婦」1.3%、「娘夫婦」2.2%、合計3.5%であった。子夫婦と現在近居している人は「息子夫婦」5.7%、「娘夫婦」8.2%、合計13.9%であった。

◇子夫婦との同居を望む人は「息子夫婦」1.6%、「娘夫婦」3.6%で、合計5.2%である。また、子世帯との近居を望む人は「息子夫婦」6.1%、「娘夫婦」8.2%で合計14.3%であった。

以上の結果から、子夫婦との同居・近居の現状と望む人に大きな差はみられない。

同居：現在（3.5%）→ 望む人（5.2%）

近居：現在（13.9%）→ 望む人（14.3%）

②（子の立場から）親との同居・近居

◇現在親と同居している人は「自分の親」28.7%、「配偶者の親」2.9%で、合計31.6%であった。「自分の親」が多いのは、10代・20代の未婚者も反映されているためである。近居は「自分の親」20.0%、「配偶者の親」15.0%、合計35.0%であった。

◇親との同居を望む人は「自分の親」15.6%、「配偶者の親」1.9%、合計17.5%である。近居を望む人は「自分の親」27.2%、「配偶者の親」12.8%、合計40.0%で、4割の人が親との近居を望んでいる。

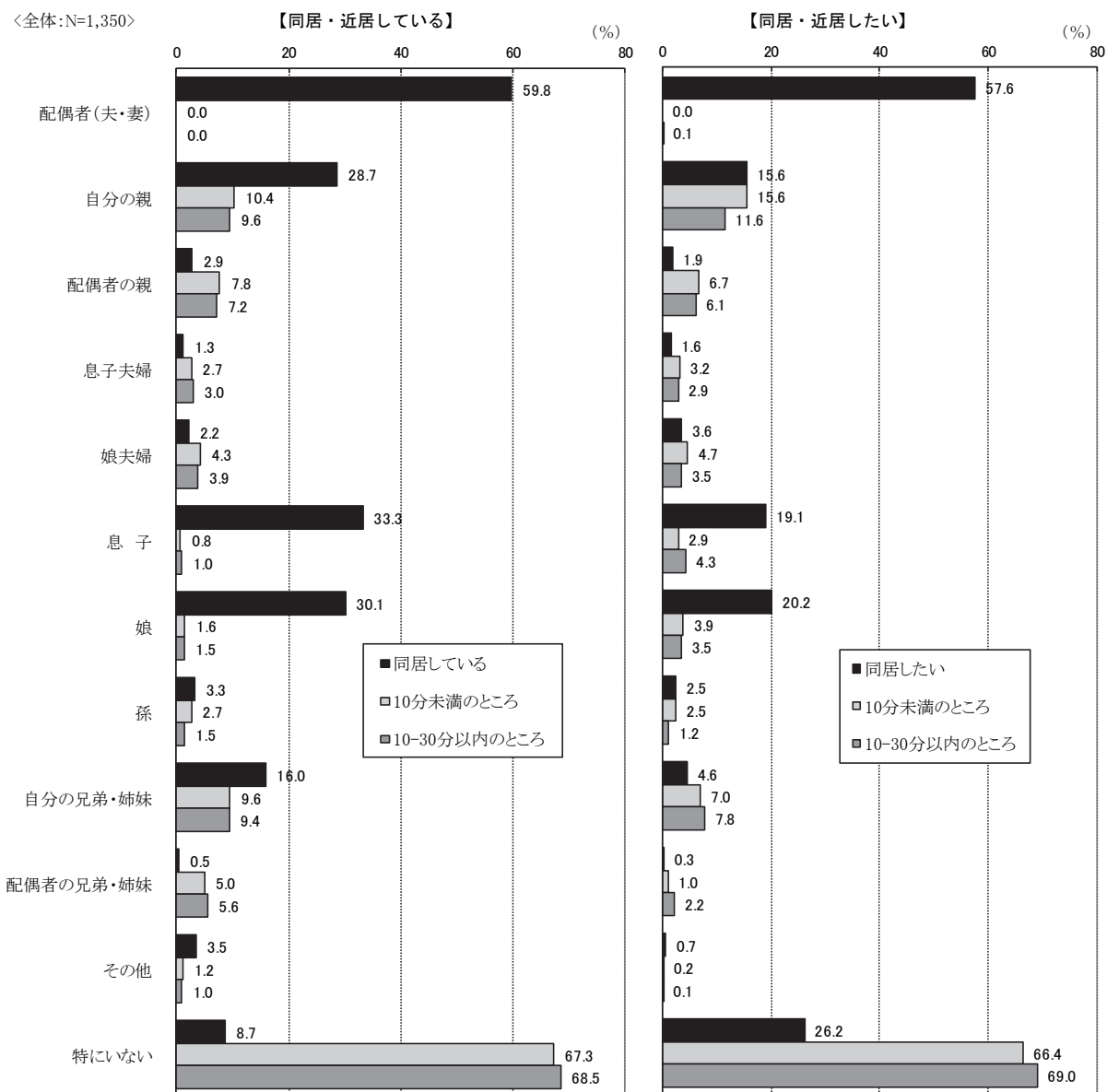
子の立場から親との近居を望む人は、4割近くいる。

同居：現在（31.6%）→ 望む人（17.5%）

近居：現在（35.0%）→ 望む人（40.0%）

子世帯の3割以上が親世帯との近居をしており、4割の人が近居を望んでいる。都市生活において核家族化が進行して久しいが、都市生活者の居住地選択において親世帯との距離が重要であることが明らかになった。

図表3-13：同居している・同居したい家族



3. 都市生活者と老後

(1) 老後は自由な時間を楽しみたい

都市生活者が老後のことを考えるのは、何歳からなのか。図表3-14は、老後のことを考える程度をきいた結果である。

- ◇対象者全体の4人中3人(70.0%)が「老後のことを考える」(考える+たまに考える)と回答している。
- ◇老後のことを考える割合は、2012年以降徐々に少なくなっている。
- ◇「考える」のみで見ると、30代以降何れの年代も女性のほうが多い。男よりも強く老後を意識している人が多い。

老後に関する意識については、つぎのようになっている。

《老後にしたいこと》(30歳以上 図表3-15)

- ◇老後にしたいことは、「国内旅行」(76.2%)が最も高く、「海外旅行」(46.6%)、「外食・グルメ」(40.4%)、「映画・演劇鑑賞」(37.6%)、「ウォーキング・トレッキング」(33.4%)、「家庭菜園」(20.7%)、「ガーデニング」(20.4%)が続く。
- ◇性・年代別にみると、「国内旅行に行きたい」、「映画・演劇鑑賞」は男性より女性で高い。積極的に楽しみたいという意識は女性で強いようだ。

《老後に関する意識》(50歳以上 図表3-16)

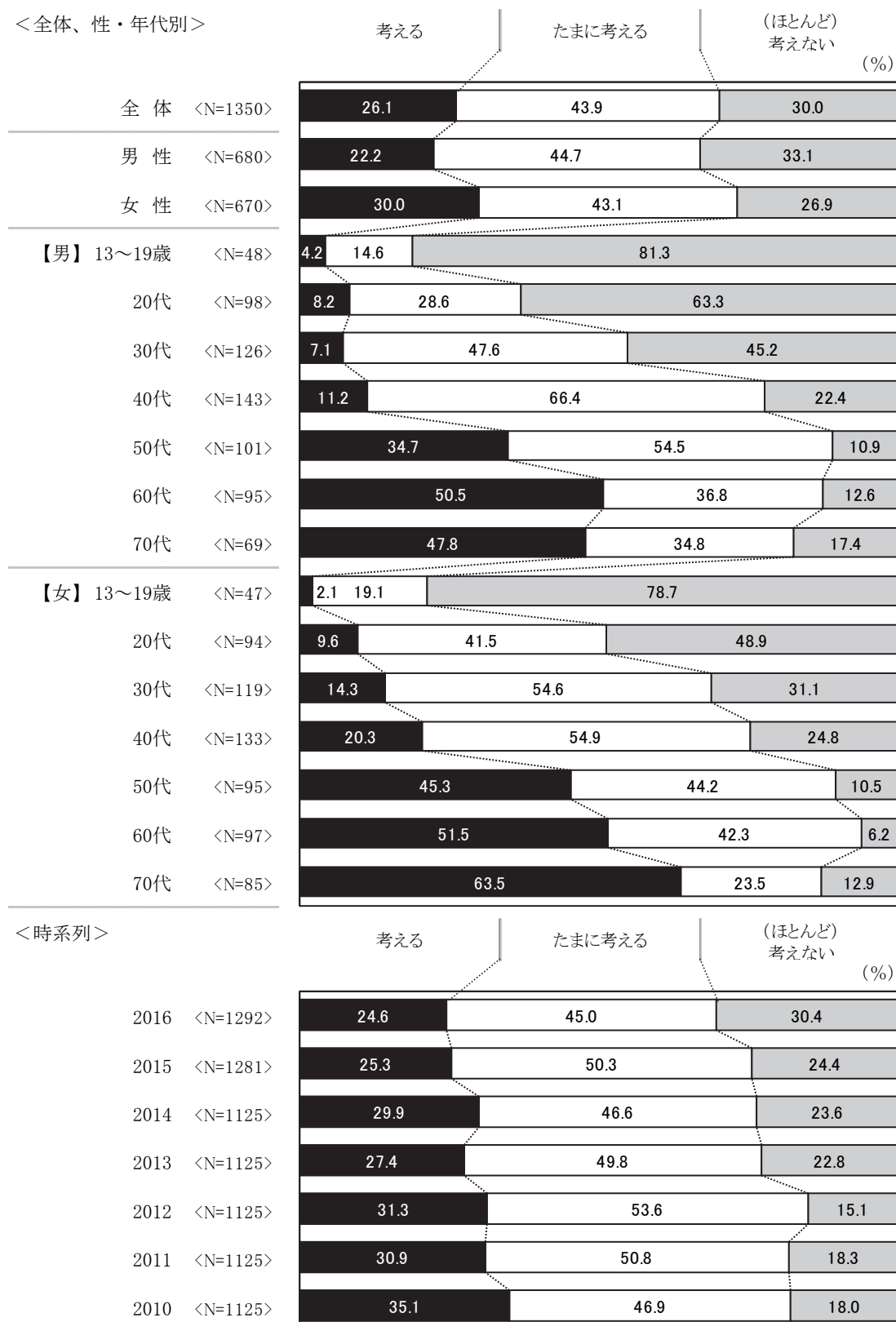
- ◇老後に関する意識は、「自由な時間を楽しみたい」(71.4%)が最も高く、「家族と楽しく暮らしたい」(51.5%)、「のんびりできることが幸せ」(48.9%)、「子どもの成長や孫との時間は楽しみ」(45.9%)、「年老いても役に立てるのは幸せなこと」(44.1%)、「人並みであればよい」(39.5%)、「仲間や友人と過ごす時間が楽しみ」(38.2%)、「健康維持に繋がることはできるだけやる」(37.5%)、「友人には恵まれているほうだ」(36.5%)、「身体のために散歩やジム通いをする」(33.0%)が続く。
- ◇「人並みであればよい」、「仲間や友人と過ごす時間が楽しみ」、「友人には恵まれているほうだ」については、女性が男性より10%以上高い。

《老後に関する現状と今後の見通し》(50歳以上 図表3-17)

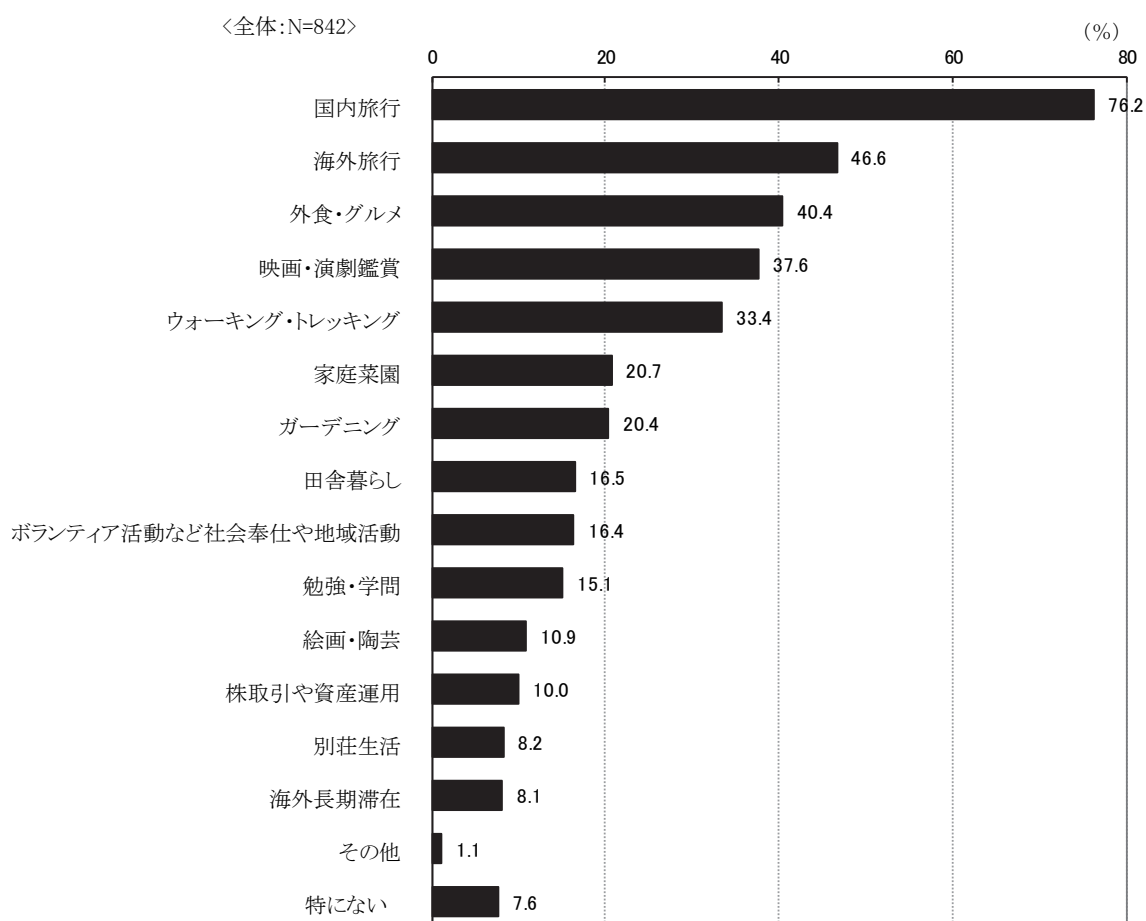
- ◇老後に関する現状と今後の見通しは、「大切な子ども(孫・親族)がいる」(67.5%)、「自分を必要とする家族がいる」(53.9%)、「頼りになるのはやはり妻(夫)だと思う」(45.2%)、「学生時代からの友人がいる」(42.6%)、「妻(夫)とはこれからも上手くやれると思う」(41.9%)、「比較的よく会う楽しい仲間がいる」(41.7%)、「家族も大きな病気はない」(39.9%)、「妻(夫)とは何でも話せる関係である」(38.7%)、「親友と呼べる友人がいる」(38.7%)、「経済的には何とかかなっている」(32.7%)の順で高い。
- ◇「大切な子ども(孫・親族)がいる」と「自分を必要とする家族がいる」は女性で高く、「頼りになるのはやはり妻(夫)だと思う」と「妻(夫)とは何でも話せる関係である」は男性で高い。

老後については、自由な時間への意識が高まる。老後には、家族や親友を大切にし、旅行に出かけたり、おいしいものを食べに行ったり、映画や演劇を楽しみたいと考えている。

図表3-14：老後のことを考える程度



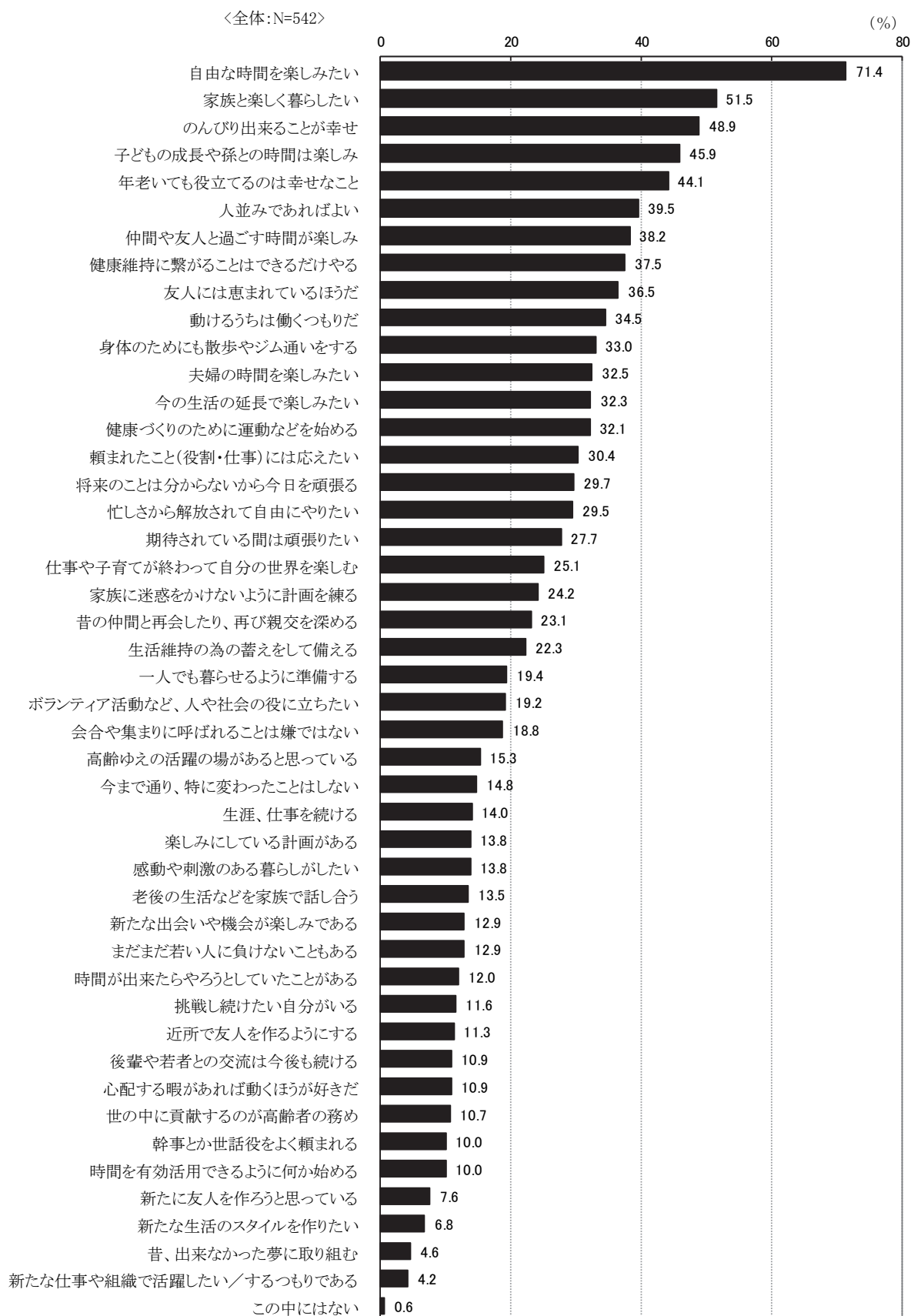
図表3-15：老後にしたいこと（30歳以上）



＜全体、性・年代別 上位3＞

N=		上位3			(%)
		1位	2位	3位	
全体	842	国内旅行 76.2	海外旅行 46.6	外食・グルメ 40.4	
男	410	国内旅行 72.0	海外旅行 46.6	外食・グルメ 36.6	
女	432	国内旅行 80.3	海外旅行 46.5	映画・演劇鑑賞 45.1	
男・30代	69	国内旅行 66.7	海外旅行 50.7	外食・グルメ 39.1	
男・40代	111	国内旅行 69.4	海外旅行 52.3	外食・グルメ 39.6	
男・50代	90	国内旅行 74.4	海外旅行 50.0	外食・グルメ 35.6	
男・60代	83	国内旅行 77.1	海外旅行 41.0	外食・グルメ 38.6	
男・70代	57	国内旅行 71.9	ウォーキング・トレッキング 38.6	海外旅行 33.3	
女・30代	82	国内旅行 79.3	外食・グルメ 52.4	海外旅行 48.8	
女・40代	100	国内旅行 80.0	海外旅行 52.0	映画・演劇鑑賞 48.0	
女・50代	85	国内旅行 84.7	海外旅行 56.5	外食・グルメ 47.1	
女・60代	91	国内旅行 86.8	海外旅行 51.6	映画・演劇鑑賞 49.5	
女・70代	74	国内旅行 68.9	外食・グルメ 39.2	映画・演劇鑑賞 33.8	

図表3-16：老後に関する意識（50歳以上に）



<全体、性・年代別 上位3>

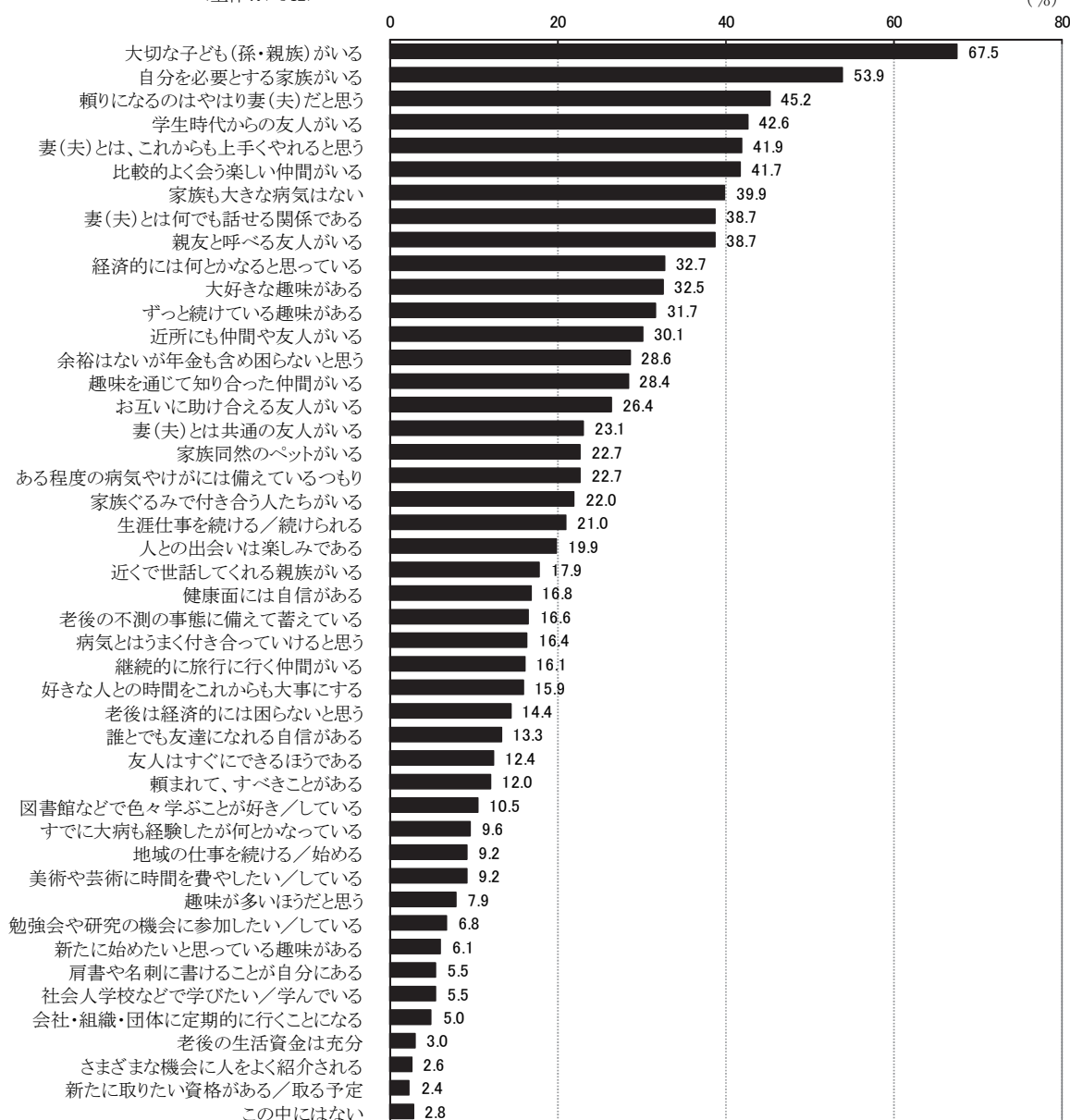
(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全体 542	自由な時間を楽しみたい 71.4	家族と楽しく暮らしたい 51.5	のんびり出来ることが幸せ 48.9
男 265	自由な時間を楽しみたい 72.5	家族と楽しく暮らしたい 52.8	のんびり出来ることが幸せ 44.9
女 277	自由な時間を楽しみたい 70.4	のんびり出来ることが幸せ 52.7	年老いても役立つのは幸せ 51.6
男・50代 101	自由な時間を楽しみたい 79.2	家族と楽しく暮らしたい 52.5	動けるうちは働くつもりだ 50.5
男・60代 95	自由な時間を楽しみたい 69.5	家族と楽しく暮らしたい 51.6	夫婦の時間を楽しみたい 43.2
男・70代 69	自由な時間を楽しみたい 66.7	家族と楽しく暮らしたい 55.1	子どもや孫との時間は楽しみ 50.7
女・50代 95	自由な時間を楽しみたい 76.8	年老いても役立つのは幸せ 53.7	家族と楽しく暮らしたい 52.6
女・60代 97	自由な時間を楽しみたい 66.0	友人には恵まれているほうだ 53.6	仲間や友人との時間が楽しみ 52.6
女・70代 85	自由な時間を楽しみたい 68.2	のんびり出来ることが幸せ 63.5	人並みであればよい 56.5

図表3-17：老後に関する現状や今後の見通し（50歳以上に）

<全体：N=542>

(%)



<全体、性・年代別 上位3>

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 542	大切な子ども(孫・親族)がいる 67.5	自分を必要とする家族がいる 53.9	頼りになるのはやはり妻(夫)だと思ふ 45.2
男 265	大切な子ども(孫・親族)がいる 58.9	頼りになるのはやはり妻(夫)だと思ふ 54.7	妻(夫)とは、これからも上手くやれると思ふ 47.5
女 277	大切な子ども(孫・親族)がいる 75.8	自分を必要とする家族がいる 62.8	比較的よく会う楽しい仲間がいる 49.5
男・50代 101	大切な子ども(孫・親族)がいる 52.5	頼りになるのはやはり妻(夫)だと思ふ 51.5	妻(夫)とは、これからも上手くやれると思ふ 48.5
男・60代 95	大切な子ども(孫・親族)がいる 60.0	頼りになるのはやはり妻(夫)だと思ふ 53.7	自分を必要とする家族がいる 49.5
男・70代 69	大切な子ども(孫・親族)がいる 66.7	頼りになるのはやはり妻(夫)だと思ふ 60.9	妻(夫)とは、これからも上手くやれると思ふ 52.2
女・50代 95	大切な子ども(孫・親族)がいる 78.9	自分を必要とする家族がいる 64.2	学生時代からの友人がいる 51.6
女・60代 97	大切な子ども(孫・親族)がいる 77.3	自分を必要とする家族がいる 62.9	親友と呼べる友人がいる 56.7
女・70代 85	大切な子ども(孫・親族)がいる 70.6	自分を必要とする家族がいる 61.2	比較的よく会う楽しい仲間がいる 47.1

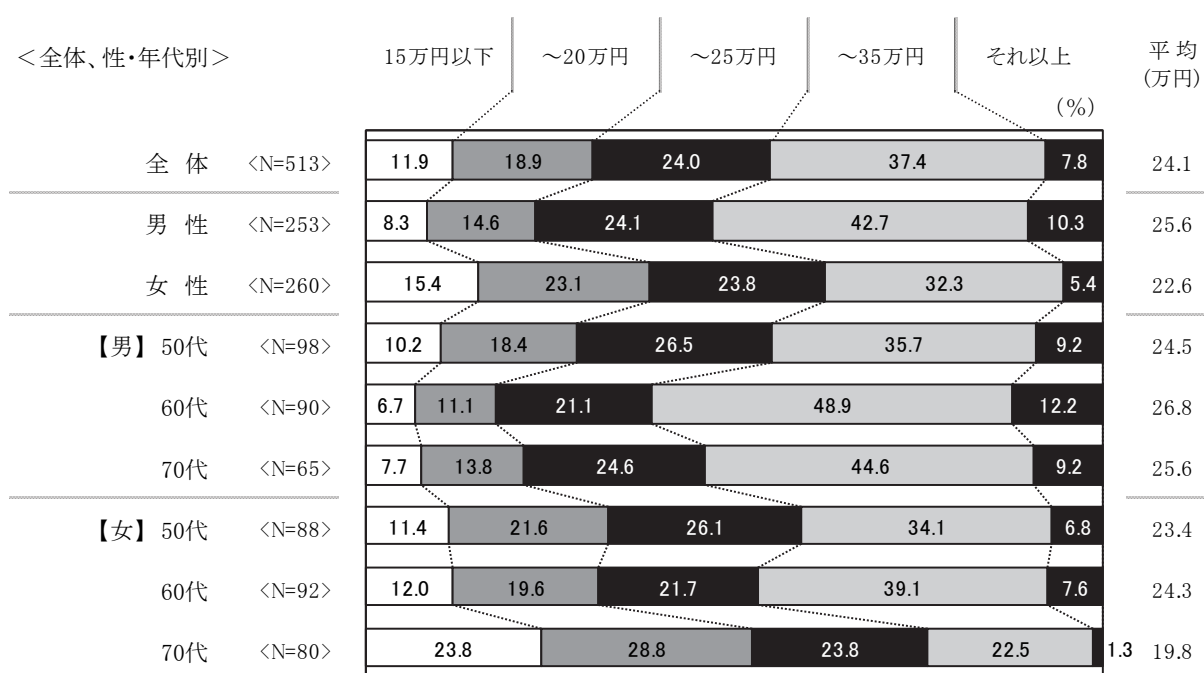
(2) 生活費に不安

では、老後の生活のために1か月あたり必要だと思われる費用は、どれくらいと考えているのだろうか。また、収入がなくなるリタイア後の生活を送るのに現在の資産は十分と考えているかについて50歳以上の人に質問した。それぞれの結果は、図表3-18と図表3-19のようになっている。

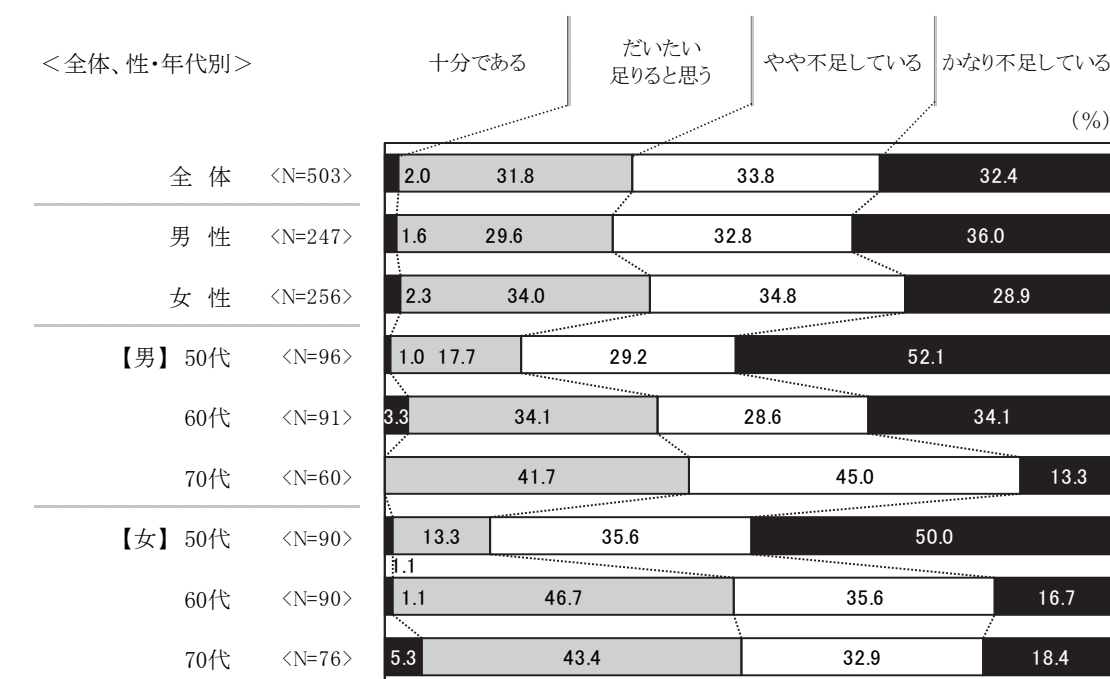
- ◇老後の1か月あたりの想定される生活費は、全体で平均24.1万円であった。
- ◇男性は25.6万円、女性は平均22.6万円で、男性のほうが3万円多い金額を想定している。
- ◇現在の資産はリタイア後の生活を送るのに十分かという質問に対しては、「不足している」(かなり不足している+やや不足している：66.2%)と考える人が3人に2人いる。
- ◇不足感は、男女とも50代の現役世代ほど高い。

都市生活者は老後の生活費に対して現在の資産では足りないと考えている。

図表3-18：老後に必要な1か月あたりの生活費（50歳以上）



図表3-19：現在の資産はリタイア後の生活を送るのに十分か（50歳以上）



(注) 表中の数値は「わからない」を除いて算出。

(3) 移動手段としての車

高齢者の運転による交通事故が社会問題になっている。モータリゼーションにより、日常の移動手段を車に頼ることが多くなった日本では、車なしでは生活が成り立たない人も多い。一方で、身体能力が衰えてくる高齢者の運転能力にも不安がある。

そこで、今回の調査では普通自動車以上の車を運転できる免許を持っている人に、車に対する意識・態度と車の運転目的について質問した。

《車に対する意識・態度》(図表 3-20)

◇「車が生活必需品である」(非常に+ややそう思う：60.8%)、「車はその人の嗜好を表現している」(62.0%)、「車を運転することは楽しい」(51.5%)、「同じ価格の車でもメーカーによって性能に差がある」(66.7%)、「車は常に綺麗にしておきたい」(61.9%)、「車を買うなら新車がよい」(63.4%)意識が高い。「運転免許証の更新は特に高齢者には厳しくすべきと思う」(65.6%)もそう思う人が3人に2人となった。

◇性・年代で差が大きいものをピックアップしたところ、ほとんどの項目で男性が女性より高く、男性の車に対する関与の高さがうかがわれる。それらを列記すると、つぎのようになる。

「同じ価格の車でもメーカーによって性能に差がある」

「車はその人の嗜好を表現している」

「車を運転することは楽しい」

「車の運転には自信がある」

「車はある程度大きいほうがよい」

「車はその人のステイタスを表現している」

「車に対するこだわりがある」

「自動運転は車を運転する楽しみを奪う」

「車のメンテナンスはこまめにするほうだ」

「車には詳しいほうだ」

反対に女性で高いものは、つぎのようになった。

「運転免許証の更新は、特に高齢者には厳しくすべき」

「車はコンパクトなほうがよい」。

「車の運転に自信が持てないので、運転を控えている」

また、男性の中でも年代による差が大きいものは、つぎのものである。

「運転免許証の更新は特に高齢者には厳しくすべき」

「車のメンテナンスはこまめにするほうだ」

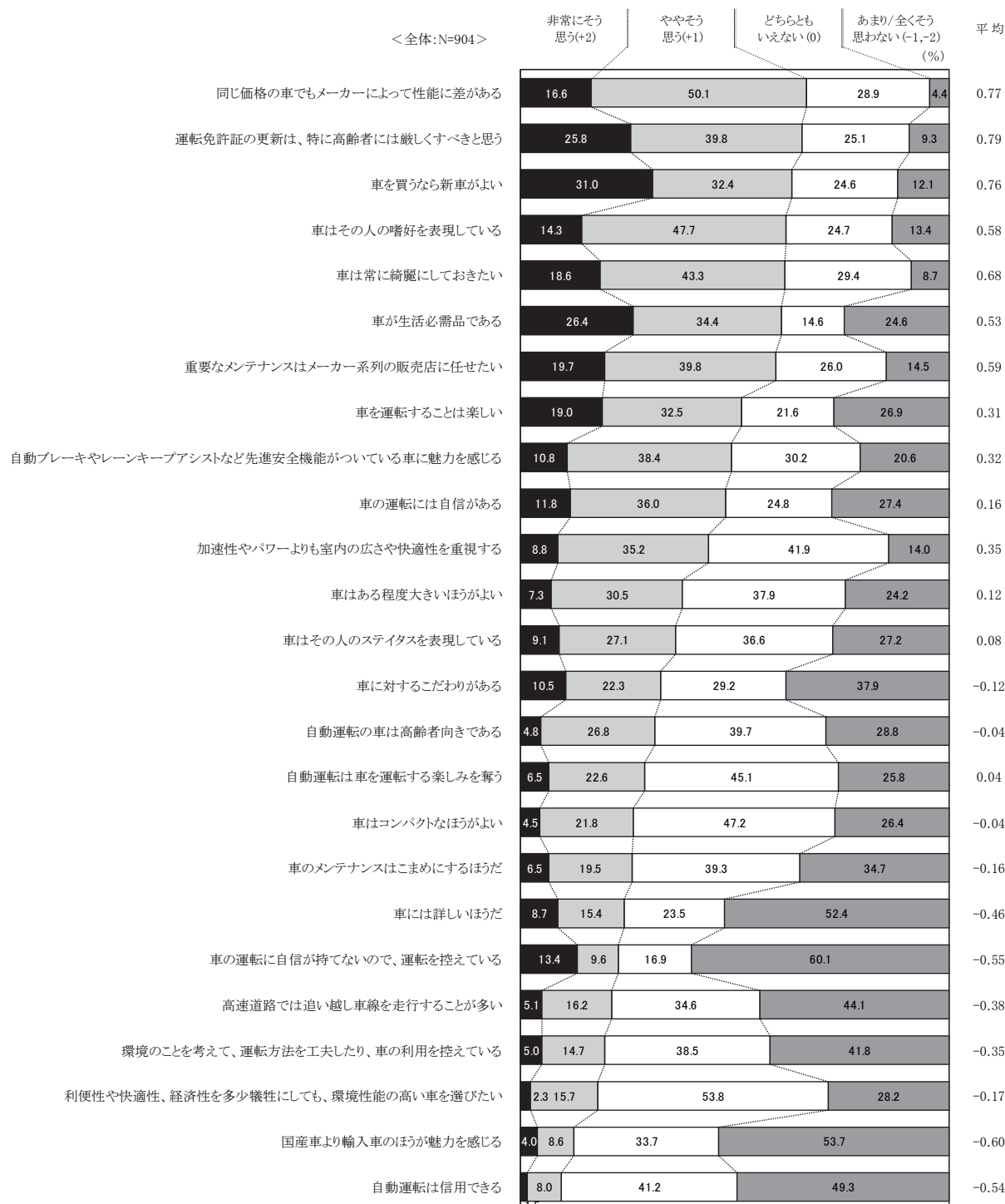
「運転免許証の更新は特に高齢者には厳しくすべき」は、若い年代ほど高く、「車のメンテナンスはこまめにするほうだ」は高年代が高い。

◇先進安全機能についての質問に対して、「自動ブレーキやレーンキープアシストなど先進安全機能がついている車に魅力を感じる」(49.2%)は半数の人に支持されている一方で、「自動運転は信用できる」(9.5%)を支持する人は少なく、自動運転への信頼性はまだ確立していない。しかし、「自動運転の車は高齢者向きである」(31.6%)は3割で、性・年代の差はみられない。先進安全機能は、必ずしも高齢者向けのものではないが、自動運転のような安全機能は高齢者に向いているという考えが定着しつつある。

◇男 60代・70代は、「運転免許証の更新は、特に高齢者には厳しくすべき」についてそう思う人の割合は、半数以下にとどまるが、「自動ブレーキやレーンキープアシストなど先進安全機能がついている車に魅力を感じる」はほぼ6割が支持している。

自動ブレーキやレーンキープアシストなどの先進安全機能が、身体能力が衰える高齢者の事故を未然に防ぐものと浸透していく可能性がある。

図表3-20：車について（普通自動車以上の車を運転できる免許を持っている人）



[車について (T.P : 非常にそう思う+ややそう思う)]

(%)

	調査数	同じ価格の車でも メーカーによって 性能に差がある	運転免許証の更新は、 特に高齢者には 厳しくすべきと思う	嗜好を表現している 車はその人の	車を運転することは 楽しい	安全機能が 自動ブレーキ等先進	車の運転には 自信がある	車はある程度 大きいほうがよい	車を表現している 車はその人のステータ	車に対する こだわりがある	自動運転は車を運転 する楽しみを奪う	車はコンパクトな ほうがよい	車のメンテナンスは こまめにするほうだ
全体	904	66.7	65.6	61.9	51.5	49.2	47.8	37.8	36.2	32.9	29.1	26.3	26.0
男	550	72.0	61.5	64.7	60.4	49.3	61.1	45.3	39.3	42.5	32.4	21.3	31.5
女	354	58.5	72.0	57.6	37.9	49.2	27.1	26.3	31.4	17.8	24.0	34.2	17.5
男	13~19歳	4	0.0	50.0	50.0	25.0	-	50.0	25.0	-	25.0	25.0	25.0
	20代	74	70.3	73.0	70.3	60.8	40.5	40.5	43.2	41.9	39.2	41.9	20.3
	30代	108	74.1	72.2	60.2	47.2	39.8	53.7	48.1	35.2	41.7	29.6	20.4
	40代	138	75.4	68.1	67.4	68.8	49.3	68.1	44.9	42.0	42.8	29.0	18.1
	50代	95	75.8	57.9	74.7	64.2	55.8	74.7	47.4	45.3	46.3	30.5	18.9
	60代	83	72.3	45.8	62.7	65.1	57.8	66.3	45.8	33.7	47.0	39.8	26.5
	70代	48	58.3	35.4	43.8	50.0	58.3	58.3	37.5	35.4	37.5	25.0	29.2
女	13~19歳	1	100.0	-	100.0	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0	-
	20代	43	46.5	60.5	67.4	44.2	41.9	27.9	23.3	34.9	23.3	23.3	44.2
	30代	84	51.2	73.8	57.1	40.5	44.0	21.4	34.5	35.7	16.7	20.2	27.4
	40代	97	59.8	78.4	63.9	36.1	45.4	28.9	30.9	34.0	17.5	27.8	30.9
	50代	65	69.2	80.0	47.7	24.6	58.5	18.5	15.4	20.0	12.3	21.5	47.7
	60代	53	60.4	58.5	52.8	45.3	58.5	37.7	20.8	30.2	22.6	24.5	22.6
	70代	11	72.7	72.7	45.5	45.5	45.5	45.5	27.3	27.3	9.1	36.4	45.5

	車には詳しいほうだ	車の運転に自信が 持てないので、 運転を控えている	高速道路では 追い越し車線を 走行することが多い	車の利用を控えている 運転方法を工夫したり 環境のことを考え	犠牲にしても環境性能 利便性や経済性等を の高い車を選びたい	国産車より輸入車の ほうが魅力を感じる	自動運転は信用できる	
全体	24.1	23.0	21.2	19.7	18.0	12.6	9.5	
男	35.6	11.6	28.4	21.6	20.0	16.0	11.3	
女	6.2	40.7	10.2	16.7	15.0	7.3	6.8	
男	13~19歳	-	25.0	-	-	-	-	
	20代	20.3	27.0	33.8	24.3	20.3	21.6	6.8
	30代	26.9	15.7	32.4	12.0	17.6	13.9	11.1
	40代	41.3	5.1	29.0	20.3	15.9	17.4	10.1
	50代	43.2	6.3	28.4	22.1	26.3	21.1	13.7
	60代	48.2	9.6	25.3	34.9	15.7	13.3	16.9
	70代	29.2	10.4	16.7	20.8	33.3	4.2	8.3
女	13~19歳	-	-	-	100.0	-	100.0	-
	20代	14.0	48.8	2.3	4.7	14.0	16.3	2.3
	30代	7.1	41.7	16.7	14.3	10.7	7.1	6.0
	40代	5.2	38.1	12.4	16.5	16.5	6.2	6.2
	50代	4.6	44.6	12.3	15.4	10.8	6.2	10.8
	60代	3.8	35.8	1.9	30.2	20.8	3.8	9.4
	70代	-	27.3	-	18.2	36.4	-	-

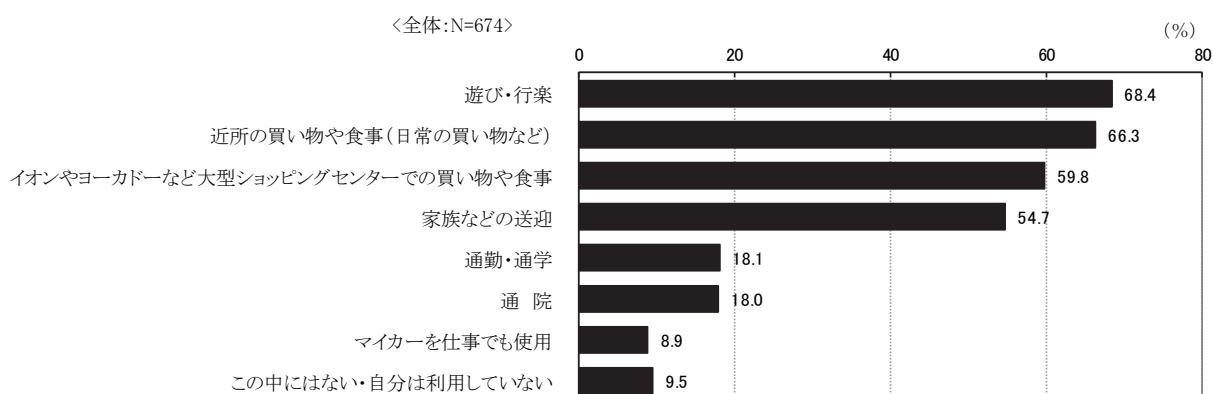
《車の運転目的》（図表 3-21）

◇車を運転する目的は、「遊び・行楽」（68.4%）、「近所の買い物や食事」（66.3%）、「イオンやイトーヨーカドーなど大型ショッピングセンターでの買い物や食事」（59.8%）、「家族などの送迎」（54.7%）が多い。

◇「遊び・行楽」は男性で高い。「通勤・通学」は、男 30 代～50 代に限られ、「通院」は女 60 代・70 代で高い。

60 代以上の高齢者にとっても車は日常生活の必需品になっており、運転にも自信を持っている人がほぼ 6 割いる一方で、自動ブレーキやレーンキープアシストなどの先進安全機能がついている車に魅力を感じている。

図表 3-21：車の運転目的（乗用車を持っている世帯の人に）



〔車の運転目的（T.P：非常にそう思う+ややそう思う）〕

(%)

	調査数	性・年代別で差が少ない				性・年代別で差が大きい			
		遊び・行楽	近所の買い物や食事 (日常の買い物など)	センターでの 大型ショッピング 買い物や食事	家族などの送迎	マイカーを 仕事でも使用	通勤・通学	通院	
全体	674	68.4	66.3	59.8	54.7	8.9	18.1	18.0	
男	418	77.3	67.7	58.6	52.9	11.2	21.1	15.3	
女	256	53.9	64.1	61.7	57.8	5.1	13.3	22.3	
男	13～19歳	2	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-
	20代	48	75.0	56.3	47.9	22.9	4.2	16.7	-
	30代	69	76.8	69.6	52.2	47.8	11.6	36.2	7.2
	40代	109	83.5	70.6	62.4	59.6	11.0	25.7	15.6
	50代	83	74.7	74.7	68.7	57.8	14.5	22.9	15.7
	60代	65	76.9	63.1	55.4	61.5	10.8	10.8	24.6
	70代	42	71.4	64.3	57.1	57.1	14.3	2.4	31.0
女	13～19歳	1	-	100.0	-	-	-	-	-
	20代	23	65.2	65.2	56.5	43.5	4.3	4.3	8.7
	30代	55	58.2	63.6	58.2	56.4	3.6	16.4	16.4
	40代	74	52.7	62.2	60.8	66.2	9.5	20.3	27.0
	50代	53	49.1	64.2	67.9	47.2	1.9	9.4	13.2
	60代	40	55.0	62.5	65.0	67.5	5.0	10.0	35.0
	70代	10	40.0	80.0	60.0	60.0	-	-	50.0

第4章 都市生活者とコミュニティ

都市生活者の暮らしに人づきあいや住む地域の人々との関係は欠かせない。また、リタイア世代は、これまでの職場関係中心の人間関係から家族や友人との関係へと変わっていく。

本章では、人づきあいや友人・知人との交流、地域の人々との交流について明らかにする。

まず、人間関係に恵まれている程度や人づきあいに対する意識・態度・行動、親しい友人の数や大切な友人、コミュニケーションの頻度などをまとめたのちに、地域コミュニティの必要度や参加状況についてまとめる。

本調査の結果から、男性より女性のほうが親密なつきあいをする友人に恵まれていることが明らかにされた。男性は、中高年になると友人の数が減る傾向にある。若年層はつきあいの輪を広げたいと考えているが、30代以降の年代になると親密さを重視する傾向になる。また、中高年男性は人とつきあいたいものの、思うようにできない人が多くなるという問題も浮き彫りになった。ふだんつきあっている友人は、ライフステージごとに異なり、高齢になると、行動範囲も狭まり近所の友人へと向かう。一方、世代を超えて学生時代の友人を大切に思っていることも明らかにされた。

都市生活者は、地域の人々との交流が地域の防犯・治安の向上、いざという時の助け合い、災害時の対応のうえで不可欠なもので、災害時の対応や子どもの見守りだけでなく、高齢者サポートももっと機能してほしいと考えている。

1. 人づきあい

(1) 恵まれている人間関係

まず、人間関係について恵まれている程度について100点満点で何点かを回答してもらった。図表4-1は、その結果を示したものである。

◇全体での平均は68.8点であった。「70点」以上が62.4%（70点20.2%、80点25.6%、90点以上16.6%）で半数以上であるが、「50点以下」も22.8%いる。

◇性別では、女性が平均71.3点、男性が平均66.4点で、女性のほうが恵まれていると回答している。女性で「70点」以上の人は7割になる（70点20.1%、80点28.5%、90点以上20.4%）が、男性は55.9%（70点20.3%、80点22.8%、90点以上12.8%）で、半数よりやや多い程度である。

◇性・年代別では、男40代以降の年代で恵まれている程度は低い。なかでも、40代・50代で「50点以下」が3分の1を超え、あまり恵まれていないと回答した人が多い。

つぎに、人づきあいに対する意識・態度についてまとめたものが図表4-2である。

◇全体では、「親密なつきあいをする友人がいる」（46.5%）、「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」（46.1%）、「親戚づきあいは必要」（42.1%）、「趣味やスポーツの仲間がいる」（37.7%）、「つきあう友人の数が減っている」（35.9%）、「人数が少なくても深いつきあいをしたい」（34.8%）、「声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる」（33.9%）の順で高い。

- ◇「親密なつきあいをする友人がいる」と回答した人は、男性より女性で多く、女性の過半数を占める。女性では、「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」(56.3%)が最も高い。「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」は、女10代～50代の6割から7割に達し、メールやLINEを多用している。男性でこの傾向があるのは男10代～30代までだが、4割から5割にとどまっている。
- ◇男10代・20代は、「親密なつきあいをする友人がいる」、「趣味やスポーツの仲間がいる」が高い。男40代・50代は、「親戚づきあいは必要」、「妻と共通の友人がいる」、「つきあう友人の数が減っている」が高い。男60代・70代は、「親戚づきあいは必要」、「趣味やスポーツの仲間がいる」、「つきあう友人の数が減っている」が高い。
- ◇女10代・20代は、「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」、「親密なつきあいをする友人がいる」、「声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる」が高い。女30代～50代は、「友人・知人との連絡はメールやLINEでほとんど済ませている」、「人数が少なくても深いつきあいをしたい」、「親密なつきあいをする友人がいる」が高い。40代以降の女性の中で、「親密なつきあいをする友人がいる」は、60代で最も高く(57.7%)、40代、70代ともに5割を越える。

では、友人の数はどれくらいなのか。親しい友人・知人の数を同性の友人・知人と異性の友人・知人とに分けて実数で回答してもらった。この結果は、図表4-3のようになった。

- ◇同性の友人・知人がいる人は、全体で96.6%、平均12.6人であった。「3～9人」(39.8%)、「10～19人」(32.0%)で7割を占める。
- ◇男女とも10代で友人・知人の数が最も多く、男性は40代、女性は30代にかけて少なくなる。男性は60代・70代では多い人と少ない人に二極化する。女性は40代・50代でやや多くなるが、60代・70代で少なくなる。
- ◇異性の友人・知人がいる人は、全体で57.8%、平均4.4人であった。「3～9人」(26.4%)、「1～2人」(17.8%)で44.2%となる。
- ◇平均人数は、男性が5.2人、女性が3.5人であった。
- ◇男女とも若い年代ほど異性の友人・知人のいる人が多いが、50代になると「いない」人が過半数を超え、60代・70代も同様の傾向となる。

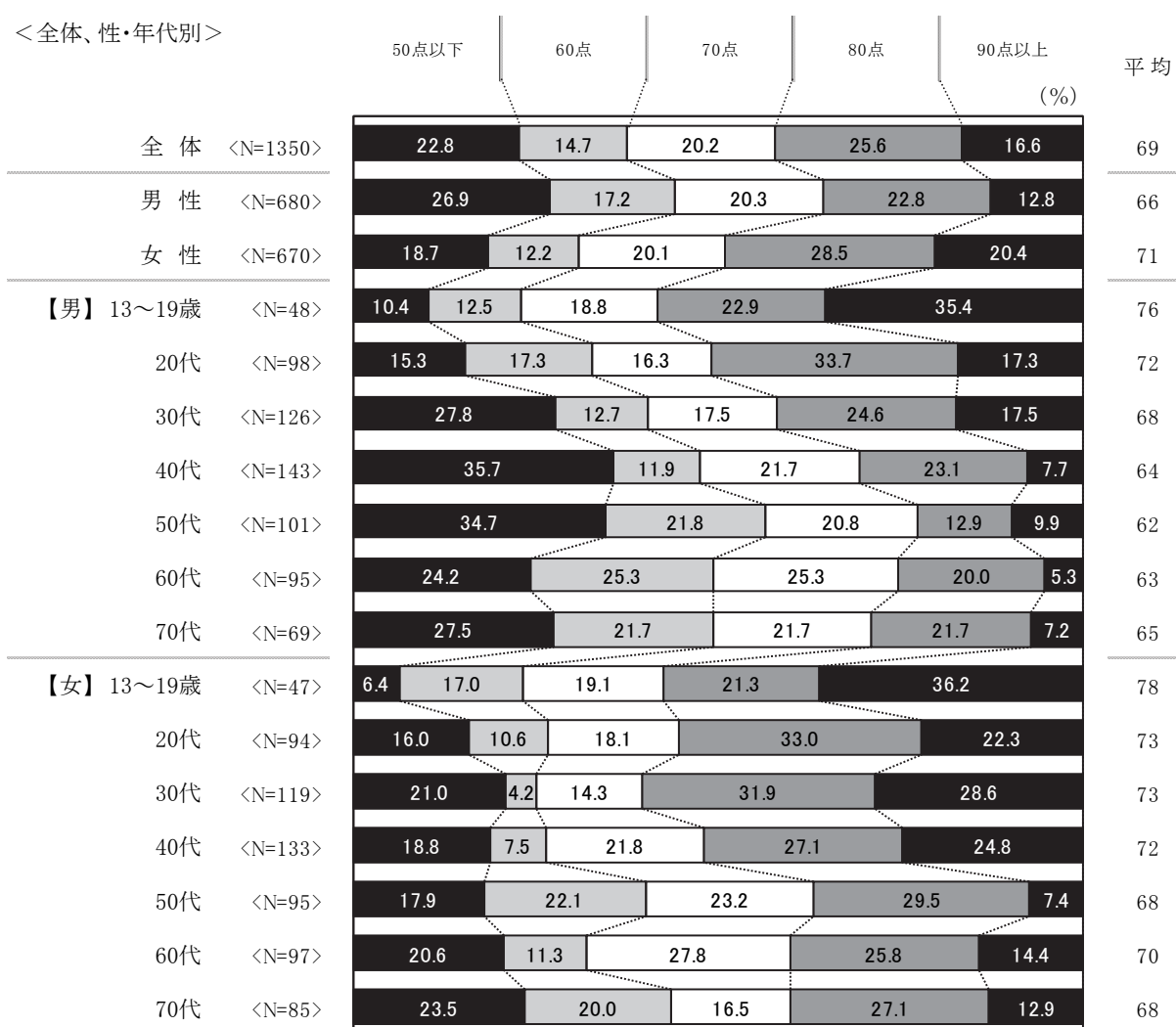
人づきあいについての考えについて、「積極的につきあい、輪を広げたい」、「積極的につきあいたいが、輪を広げようとは思わない」、「つきあいたいが、思うようにできない」、「あまりつきあいたくない」の4つからあてはまるものを選んでもらった。この結果は、図表4-4のようになった。

- ◇全体では「人とは積極的につきあうが、つきあいの輪そのものを広げようとは思わない」(50.3%)が過半数である。
- ◇男女とも10代・20代は、「積極的につきあい、輪を広げたい」人が多い。男40代～60代は、「つきあいたいが、思うようにできない」人がやや多い。30代以降の女性は「人とは積極的につきあうが、つきあいの輪そのものを広げようとは思わない」が高年代になるほど多くなる。

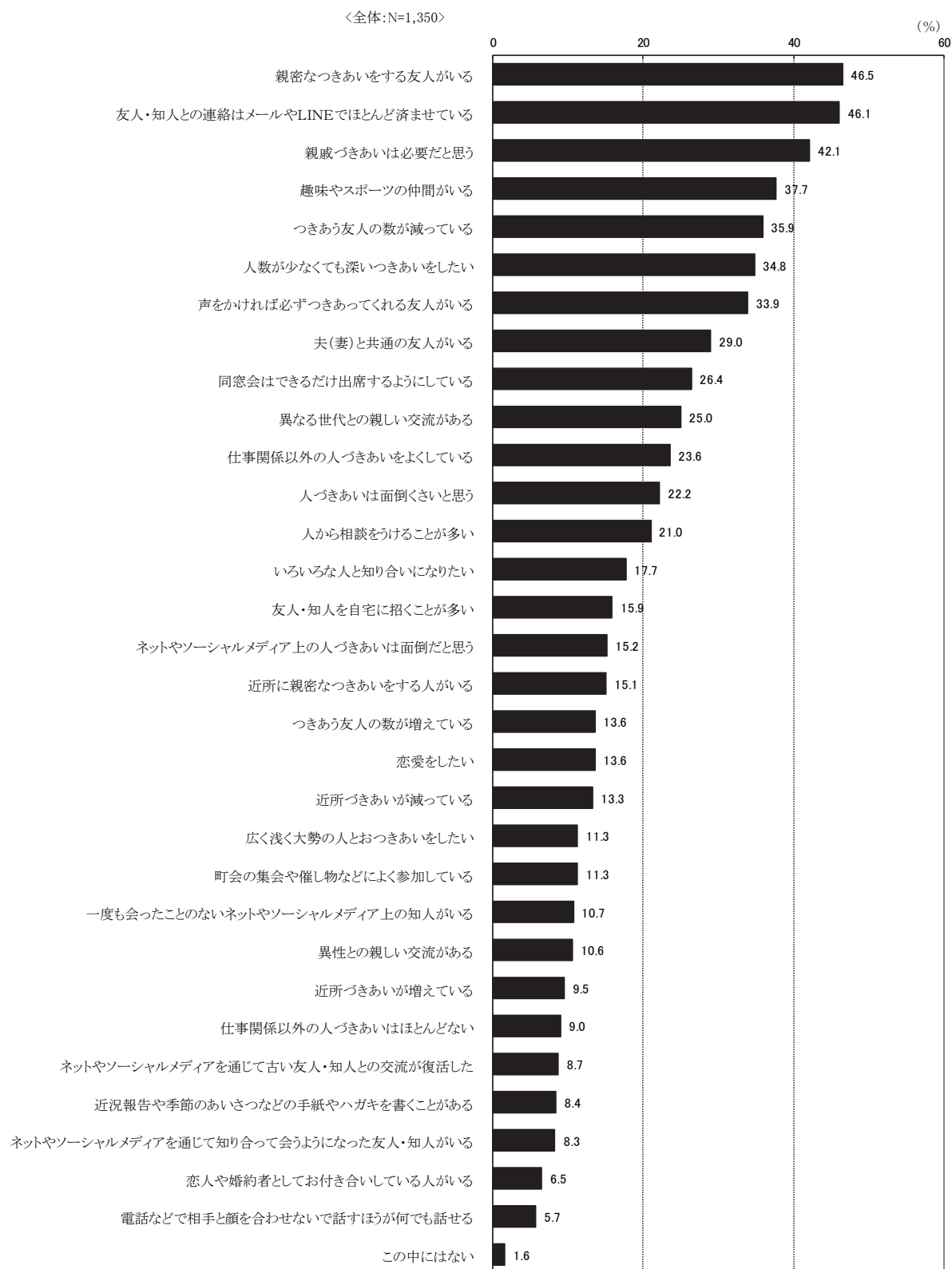
都市生活者は、現在の人間関係が恵まれていると感じている。ただし、これは女性に限られ、男性は40代・50代で恵まれていないと回答する人が多い。女性は、親密なつきあいをする友人を持つ人が多いが、男性は年代が上がるとう友人の数が減っている。

人づきあいについての考えは、若年層は輪を広げる方向に向かうが、30代以降の年代は輪を広げるよりも親密さを重視する傾向にある。

図表4-1：人間関係に恵まれている程度



図表4-2：人づきあいに対する意識・態度

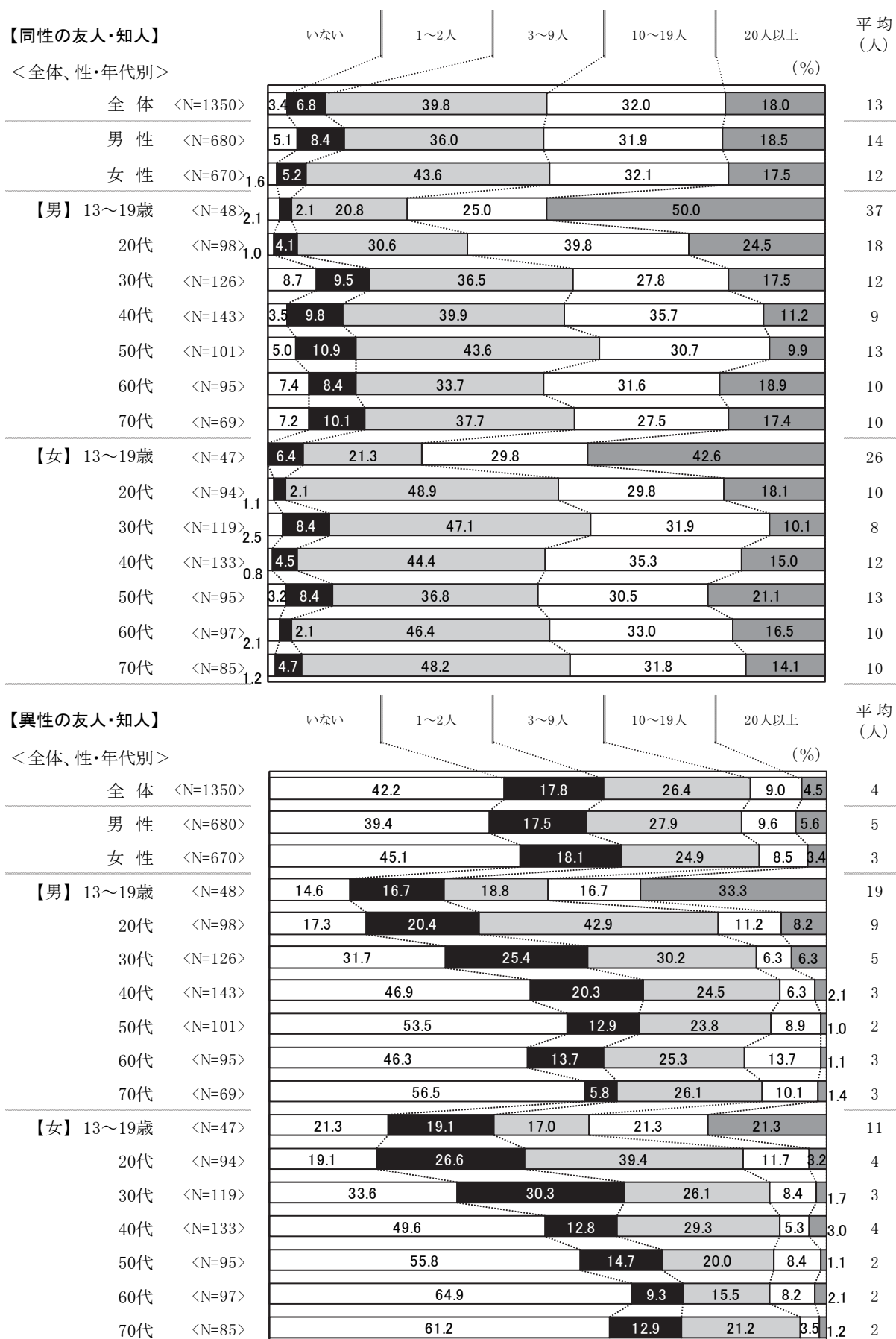


＜全体、性・年代別 上位3＞

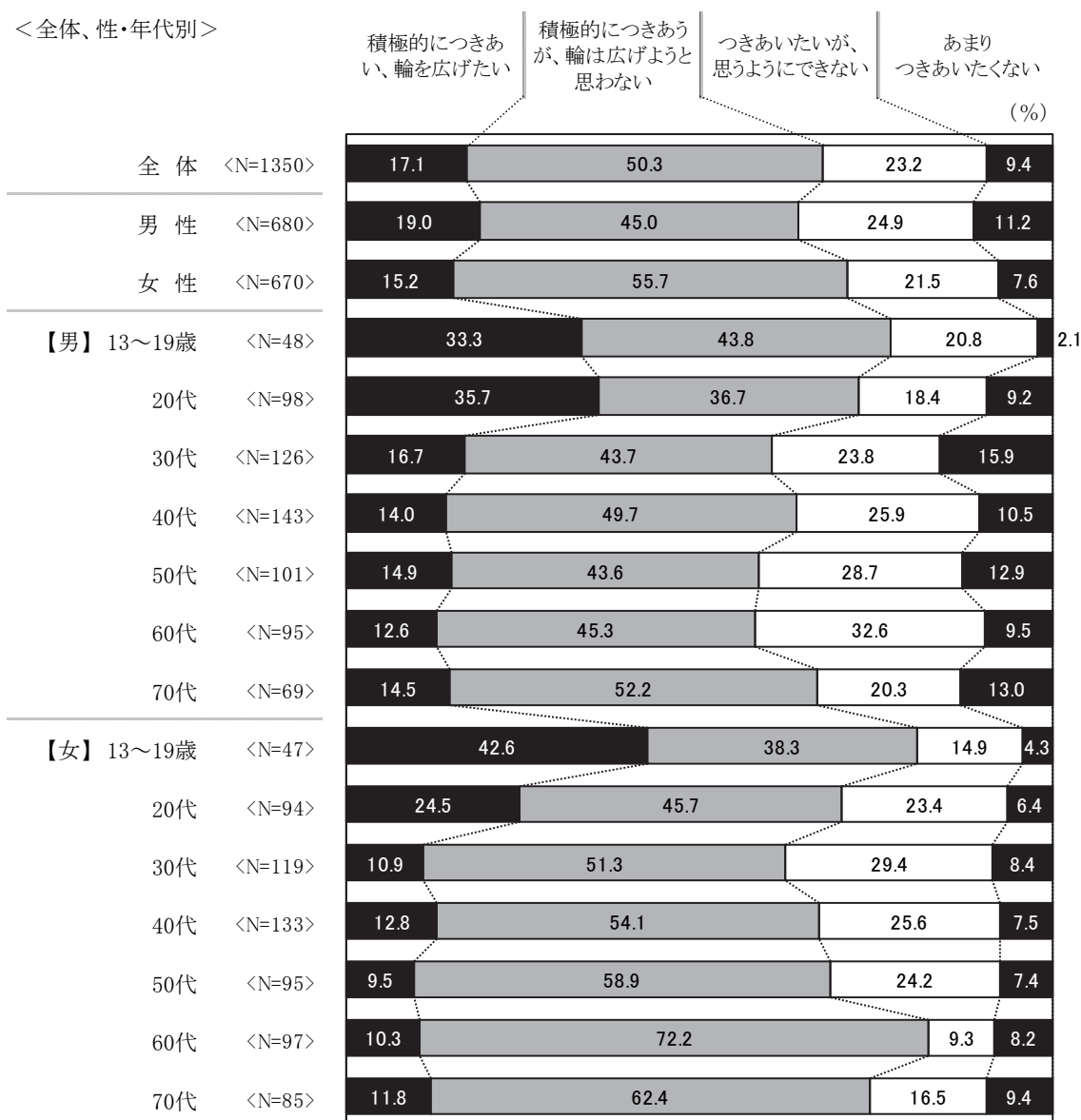
(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	親密なつきあいをする友人がいる 46.5	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 46.1	親戚づきあいは必要だと思う 42.1
男 680	趣味やスポーツの仲間がいる 40.9	親密なつきあいをする友人がいる 40.7	親戚づきあいは必要だと思う 39.9
女 670	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 56.3	親密なつきあいをする友人がいる 52.4	親戚づきあいは必要だと思う 44.5
男・13～19歳 48	親密なつきあいをする友人がいる／趣味やスポーツの仲間がいる 56.3		友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 50.0
男・20代 98	親密なつきあいをする友人がいる 62.2	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 49.0	声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる 44.9
男・30代 126	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 44.4	趣味やスポーツの仲間がいる／つきあう友人の数が減っている 42.1	
男・40代 143	親戚づきあいは必要だと思う 42.7	夫(妻)と共通の友人がいる 42.0	つきあう友人の数が減っている 39.9
男・50代 101	親戚づきあいは必要だと思う 51.5	夫(妻)と共通の友人がいる 44.6	つきあう友人の数が減っている 43.6
男・60代 95	親戚づきあいは必要だと思う 48.4	趣味やスポーツの仲間がいる 45.3	つきあう友人の数が減っている 41.1
男・70代 69	親戚づきあいは必要だと思う 52.2	つきあう友人の数が減っている 49.3	趣味やスポーツの仲間がいる 44.9
女・13～19歳 47	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 61.7	親密なつきあいをする友人がいる 46.8	声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる 42.6
女・20代 94	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 76.6	親密なつきあいをする友人がいる 63.8	声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる 44.7
女・30代 119	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 70.6	人数が少なくても深いつきあいをしたい 49.6	親密なつきあいをする友人がいる 45.4
女・40代 133	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 65.4	親密なつきあいをする友人がいる 54.1	人数が少なくても深いつきあいをしたい 42.9
女・50代 95	友人・知人との連絡はメールやLINEで殆ど済ませている 58.9	親戚づきあいは必要だと思う 48.4	親密なつきあいをする友人がいる 44.2
女・60代 97	親密なつきあいをする友人がいる 57.7	親戚づきあいは必要だと思う 56.7	声をかければ必ずつきあってくれる友人がいる 45.4
女・70代 85	親密なつきあいをする友人がいる 52.9	趣味やスポーツの仲間がいる 51.8	親戚づきあいは必要だと思う 50.6

図表4-3：親しい友人・知人の人数



図表4-4：人づきあいであてはまるもの



(2) 親密さとよりどころ

では、実際にふだん付き合っている友人はどのような人か。ふだんつきあっている友人、その中で特に大切な友人、最も大切な友人をたずねた。その結果は、図表4-6のとおりである。

《ふだんつきあっている友人》

◇全体では、「学校の友人、学生時代の友人」(68.6%)、「職場関係、仕事関係の友人」(57.6%)、「近所の友人」(46.1%)、「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」(35.9%)、「子どものおつきあいを通じて知り合った友人」(30.5%)の順で高い。

◇性・年代別では、男女10代・20代は「学校、学生時代の友人」が最も高いが、30代になると男性は「職場関係、仕事関係の友人」が最も高くなる。男性は70代まで「職場関係、仕事関係の友人」が最も高く、「学校、学生時代の友人」、「趣味や習い事、スポーツなど」が続く。女性でも「職場関係、仕事関係の友人」が50代までは半数以上であるが、それ以上に「学校、学生時代の友人」が高い。また、女30代～50代では、「子どものおつきあいを通じて」が高く、女60代・70代では、「近所の友人」が最も高くなる。女性はライフステージごとにつきあっている友人が異なる。

《特に大切な友人》

◇特に大切な友人も、「学校の友人、学生時代の友人」(67.0%)、「職場関係、仕事関係の友人」(43.4%)、「近所の友人」(33.3%)、「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」(26.6%)、「子どものおつきあいを通じて知り合った友人」(22.8%)の順で高く、ふだんつきあっている友人と同じ傾向である。

◇性・年代別でもライフステージごとの傾向は、ふだんつきあっている友人と同じ傾向であるが、「学校、学生時代の友人」がより高くなる。

《最も大切な友人》

◇最も大切な友人は、「学校の友人、学生時代の友人」(48.6%)、「職場関係、仕事関係の友人」(14.6%)、「近所の友人」(11.0%)、「趣味や習い事、スポーツなどを通じて知り合った友人」(10.4%)、「子どものおつきあいを通じて知り合った友人」(8.4%)の順で高く、ふだんつきあっている友人と同じ傾向であるが、「学校、学生時代の友人」が圧倒的に高い。

◇性・年代別では、男女とも60代まで「学校、学生時代の友人」が最も高い。これは、若い年代ほど高い傾向がある。男女70代は、「近所の友人」が最も高い。

ふだんつきあっている友人は「学校、学生時代の友人」、「職場関係、仕事関係」、「趣味や習い事、スポーツ関係」、「子どものおつきあいを通じて」などライフステージごとに異なるが、大切な友人は「学校、学生時代の友人」である。また、高齢者になると、「近所の友人」がふだんのつきあっている友人であり、最も大切な友人になる。

つぎに、コミュニケーションの頻度について質問した。この結果は、図表4-7のとおりである。

◇「同居の家族との会話」は「ほとんど毎日」(93.8%)が9割以上で、週平均6.0回である。「家族とメールのやり取り」は「週1～3日」(39.0%)が4割、週平均でみると3.1回と、会話の約半分くらいである。家族との会話やメールのやり取りは、頻繁に行われている。

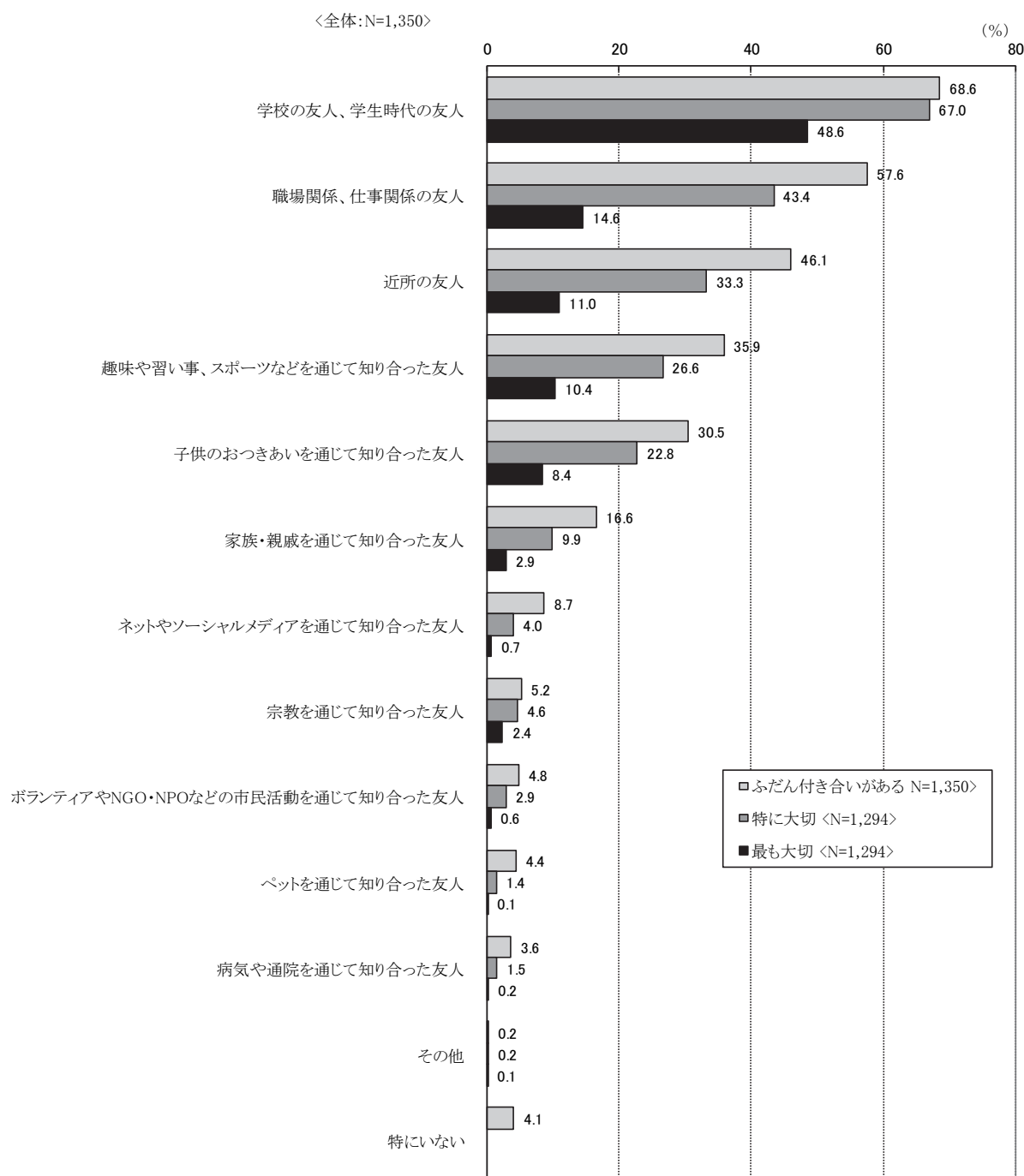
◇性・年代別に家族とのコミュニケーションをみると、「家族とのメールのやり取り」は、男女70代が他の年代に比べて低い。これは、この年代のメールの利用が他の年代に比べて低いためであろう。

◇友人とのコミュニケーションは、「友人とメールのやり取り」が週平均2.2回で、「友人と会って話す」(週平均1.6回)、「友人と電話で話す」(週平均0.8回)より多い。「友人とのメールのやり取り」は、週平均回数で「家族とのメールのやり取り」の3分の2程度になる。

◇性・年代別に友人とのコミュニケーションをみると、10代は「会って話す」、「メールのやり取り」、「電話で話す」の順で頻度が高い。20代～50代までは、「メールのやり取り」、「会って話す」、「電話で話す」の順に高くなる。60代・70代の頻度は、「会って話す」と「メールのやり取り」が多いが、「メールのやり取り」をする人は少ない。利用率と頻度を総合すると、60代・70代は、「会って話す」ことが最も多いといえる。

家族との会話は頻繁で、メールも多く利用している。友人とのコミュニケーションには、メールが最も多く利用されている。

図表4-5：ふだんつきあっている友人



<全体、性・年代別 上位3>

① ふだんつきあっている友人

(%)

N=		1 位		2 位		3 位	
全 体	1,350	学校、学生時代の友人	68.6	職場関係、仕事関係の友人	57.6	近所の友人	46.1
男	680	学校、学生時代の友人	65.4	職場関係、仕事関係の友人	62.2	近所の友人	38.2
女	670	学校、学生時代の友人	71.8	近所の友人	54.0	職場関係、仕事関係の友人	53.0
男・13～19歳	48	学校、学生時代の友人	91.7	近所の友人	47.9	趣味や習い事、スポーツなど	37.5
男・20代	98	学校、学生時代の友人	92.9	職場関係、仕事関係の友人	48.0	近所の友人	44.9
男・30代	126	職場関係、仕事関係の友人	69.8	学校、学生時代の友人	66.7	趣味や習い事、スポーツなど	33.3
男・40代	143	職場関係、仕事関係の友人	74.1	学校、学生時代の友人	65.0	趣味や習い事、スポーツなど	32.9
男・50代	101	職場関係、仕事関係の友人	76.2	学校、学生時代の友人	53.5	趣味や習い事、スポーツなど	31.7
男・60代	95	職場関係、仕事関係の友人	63.2	学校、学生時代の友人	52.6	近所の友人	47.4
男・70代	69	職場関係、仕事関係の友人	59.4	近所の友人	55.1	趣味や習い事、スポーツなど	49.3
女・13～19歳	47	学校、学生時代の友人	100.0	近所の友人	46.8	趣味や習い事、スポーツなど	27.7
女・20代	94	学校、学生時代の友人	95.7	職場関係、仕事関係の友人	55.3	近所の友人	25.5
女・30代	119	学校、学生時代の友人	79.8	職場関係、仕事関係の友人	60.5	子供のおつきあいを通じて	51.3
女・40代	133	学校、学生時代の友人	72.9	子供のおつきあいを通じて	70.7	職場関係、仕事関係の友人	66.2
女・50代	95	子供のおつきあいを通じて	77.9	職場関係、仕事関係の友人	70.5	学校、学生時代の友人	66.3
女・60代	97	近所の友人	71.1	学校、学生時代の友人	55.7	子供のおつきあいを通じて	54.6
女・70代	85	近所の友人	70.6	趣味や習い事、スポーツなど	57.6	学校、学生時代の友人	41.2

② 特に大切な友人

(%)

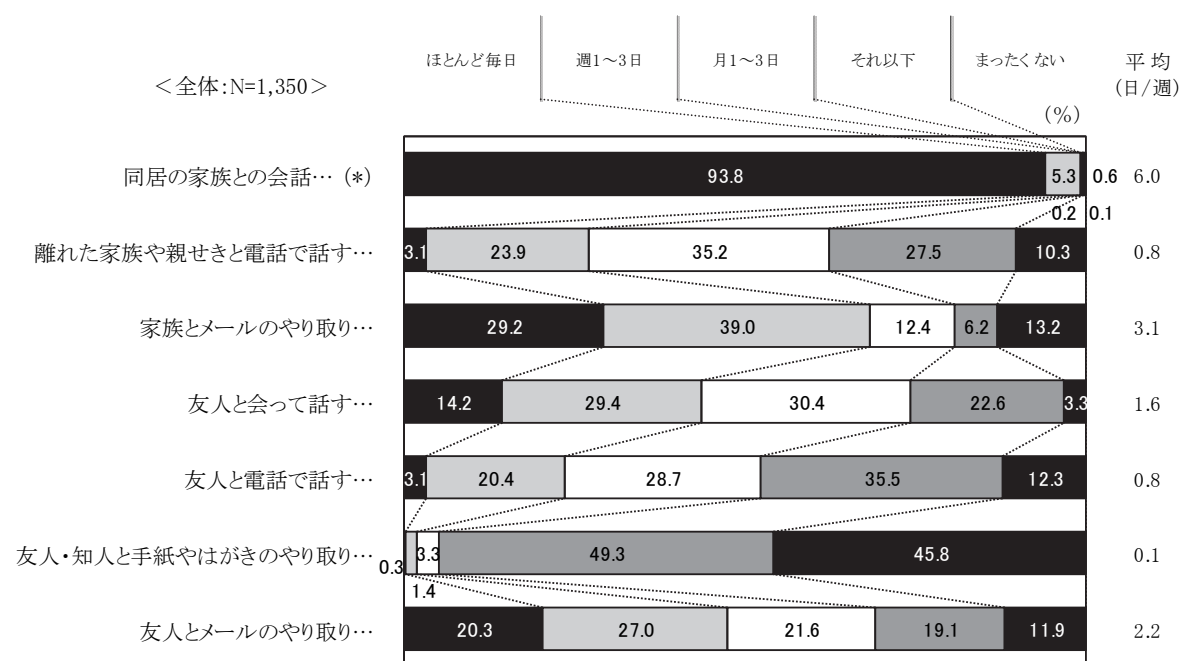
N=		1 位		2 位		3 位	
全 体	1,294	学校、学生時代の友人	67.0	職場関係、仕事関係の友人	43.4	近所の友人	33.3
男	642	学校、学生時代の友人	66.0	職場関係、仕事関係の友人	50.0	趣味や習い事、スポーツなど	29.6
女	652	学校、学生時代の友人	67.9	子供のおつきあいを通じて	37.7	近所の友人	37.1
男・13～19歳	46	学校、学生時代の友人	91.3	近所の友人	37.0	趣味や習い事、スポーツなど	23.9
男・20代	97	学校、学生時代の友人	91.8	近所の友人	36.1	職場関係、仕事関係の友人	28.9
男・30代	116	学校、学生時代の友人	70.7	職場関係、仕事関係の友人	56.9	趣味や習い事、スポーツなど	29.3
男・40代	138	学校、学生時代の友人	63.8	職場関係、仕事関係の友人	61.6	趣味や習い事、スポーツなど	24.6
男・50代	95	職場関係、仕事関係の友人	61.1	学校、学生時代の友人	56.8	趣味や習い事、スポーツなど	27.4
男・60代	88	職場関係、仕事関係の友人	56.8	学校、学生時代の友人	51.1	趣味や習い事、スポーツなど	40.9
男・70代	62	職場関係、仕事関係の友人	51.6	近所の友人	43.5	趣味や習い事、スポーツなど	40.3
女・13～19歳	47	学校、学生時代の友人	97.9	近所の友人	31.9	趣味や習い事、スポーツなど	17.0
女・20代	92	学校、学生時代の友人	94.6	職場関係、仕事関係の友人	37.0	趣味や習い事、スポーツなど	16.3
女・30代	113	学校、学生時代の友人	79.6	子供のおつきあいを通じて	45.1	職場関係、仕事関係の友人	42.5
女・40代	131	学校、学生時代の友人	64.9	子供のおつきあいを通じて	59.5	職場関係、仕事関係の友人	46.6
女・50代	93	学校、学生時代の友人	62.4	子供のおつきあいを通じて	55.9	職場関係、仕事関係の友人	48.4
女・60代	95	近所の友人	55.8	学校、学生時代の友人	50.5	子供のおつきあいを通じて	37.9
女・70代	81	近所の友人	59.3	趣味や習い事、スポーツなど	45.7	学校、学生時代の友人	35.8

③最も大切な友人

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1294	学校、学生時代の友人 48.6	職場関係、仕事関係の友人 14.6	近所の友人 11.0
男 642	学校、学生時代の友人 48.6	職場関係、仕事関係の友人 20.4	趣味や習い事、スポーツなど 12.6
女 652	学校、学生時代の友人 48.6	子供のおつきあいを通じて 15.0	近所の友人 12.1
男・13～19歳 46	学校、学生時代の友人 76.1	近所の友人 13.0	趣味や習い事、スポーツなど 10.9
男・20代 97	学校、学生時代の友人 73.2	近所の友人／職場関係、仕事関係の友人 8.2	
男・30代 116	学校、学生時代の友人 49.1	職場関係、仕事関係の友人 22.4	趣味や習い事、スポーツなど 11.2
男・40代 138	学校、学生時代の友人 49.3	職場関係、仕事関係の友人 25.4	趣味や習い事、スポーツなど 10.1
男・50代 95	学校、学生時代の友人 41.1	職場関係、仕事関係の友人 32.6	趣味や習い事、スポーツなど 13.7
男・60代 88	学校、学生時代の友人 35.2	趣味や習い事、スポーツなど 21.6	職場関係、仕事関係の友人 19.3
男・70代 62	近所の友人 25.8	趣味や習い事、スポーツなどを通じて／職場関係、仕事関係の友人 22.6	
女・13～19歳 47	学校、学生時代の友人 87.2	近所の友人／趣味や習い事、スポーツなどを通じて 6.4	
女・20代 92	学校、学生時代の友人 88.0	職場関係、仕事関係の友人 3.3	近所の友人 2.2
女・30代 113	学校、学生時代の友人 53.1	子供のおつきあいを通じて 21.2	職場関係、仕事関係の友人 13.3
女・40代 131	学校、学生時代の友人 43.5	子供のおつきあいを通じて 25.2	職場関係、仕事関係の友人 11.5
女・50代 93	学校、学生時代の友人 39.8	子供のおつきあいを通じて 22.6	職場関係、仕事関係の友人 12.9
女・60代 95	学校、学生時代の友人 25.3	近所の友人 23.2	趣味や習い事、スポーツなど 14.7
女・70代 81	近所の友人 35.8	学校、学生時代の友人 21.0	趣味や習い事、スポーツなど 18.5

図表4-6：ふだんのコミュニケーション頻度



(*) 「同居の家族との会話」は「一人住まい」を除いて算出。N=1,234

(%)

調査数	コミュニケーション率(%)							コミュニケーション頻度(日/週)							
	同居の家族との会話(*)	離れた家族や 親せきと電話で話す	家族とメールのやり取り	友人と会って話す	友人と電話で話す	友人・知人と手紙や はがきのやり取り	友人とメールのやり取り	同居の家族との会話	離れた家族や 親せきと電話で話す	家族とメールのやり取り	友人と会って話す	友人と電話で話す	友人・知人と手紙や はがきのやり取り	友人とメールのやり取り	
全体	1,350	99.4	89.7	86.8	96.7	87.7	54.2	88.1	6.0	0.8	3.1	1.6	0.8	0.1	2.2
男	680	99.2	86.3	84.3	94.3	87.2	45.6	85.6	5.9	0.6	2.7	1.4	0.8	0.1	1.8
女	670	99.5	93.1	89.4	99.1	88.2	63.0	90.6	6.1	1.1	3.4	1.8	0.7	0.1	2.5
男・13～19歳	48	97.9	83.3	95.8	95.8	72.9	31.2	87.5	6.0	0.8	2.7	5.4	1.5	0.2	5.1
男・20代	98	98.9	69.4	91.8	98.0	89.8	26.5	91.8	5.7	0.6	2.4	2.5	1.5	0.6	3.3
男・30代	126	100.0	83.3	90.5	92.9	88.9	37.3	94.4	5.7	0.5	2.6	1.3	0.9	0.0	2.1
男・40代	143	99.2	89.5	88.1	95.8	85.3	48.3	93.0	5.8	0.5	2.7	0.7	0.5	0.1	1.0
男・50代	101	99.0	90.1	87.1	93.1	87.1	55.4	94.1	6.0	0.6	3.4	0.7	0.5	0.2	1.0
男・60代	95	100.0	95.8	74.7	91.6	90.5	62.1	70.5	6.0	0.5	2.9	0.7	0.4	0.0	0.7
男・70代	69	98.5	92.8	55.1	92.8	89.9	55.1	52.2	6.1	0.5	2.1	1.0	0.8	0.1	1.0
女・13～19歳	47	100.0	91.5	93.6	100.0	85.1	46.8	91.5	6.0	1.2	3.8	5.6	1.5	0.3	4.6
女・20代	94	100.0	84.0	95.7	100.0	85.1	39.4	93.6	5.8	0.8	3.8	2.0	0.5	0.0	3.1
女・30代	119	100.0	86.6	95.0	98.3	84.9	60.5	97.5	6.1	1.3	3.2	1.8	0.5	0.0	2.9
女・40代	133	100.0	94.7	90.2	99.2	85.0	69.2	99.2	6.1	1.0	3.5	1.2	0.5	0.1	2.6
女・50代	95	100.0	96.8	95.8	98.9	85.3	74.7	95.8	6.1	1.0	3.9	1.0	0.4	0.1	1.8
女・60代	97	100.0	99.0	90.7	99.0	96.9	72.2	89.7	6.1	1.4	2.8	1.5	1.1	0.3	1.5
女・70代	85	95.2	100.0	62.4	98.8	96.5	68.2	58.8	6.1	1.1	2.3	1.4	1.1	0.1	1.1

(*)「同居の家族との会話」は「一人住まい」を除いて算出。N=1,234

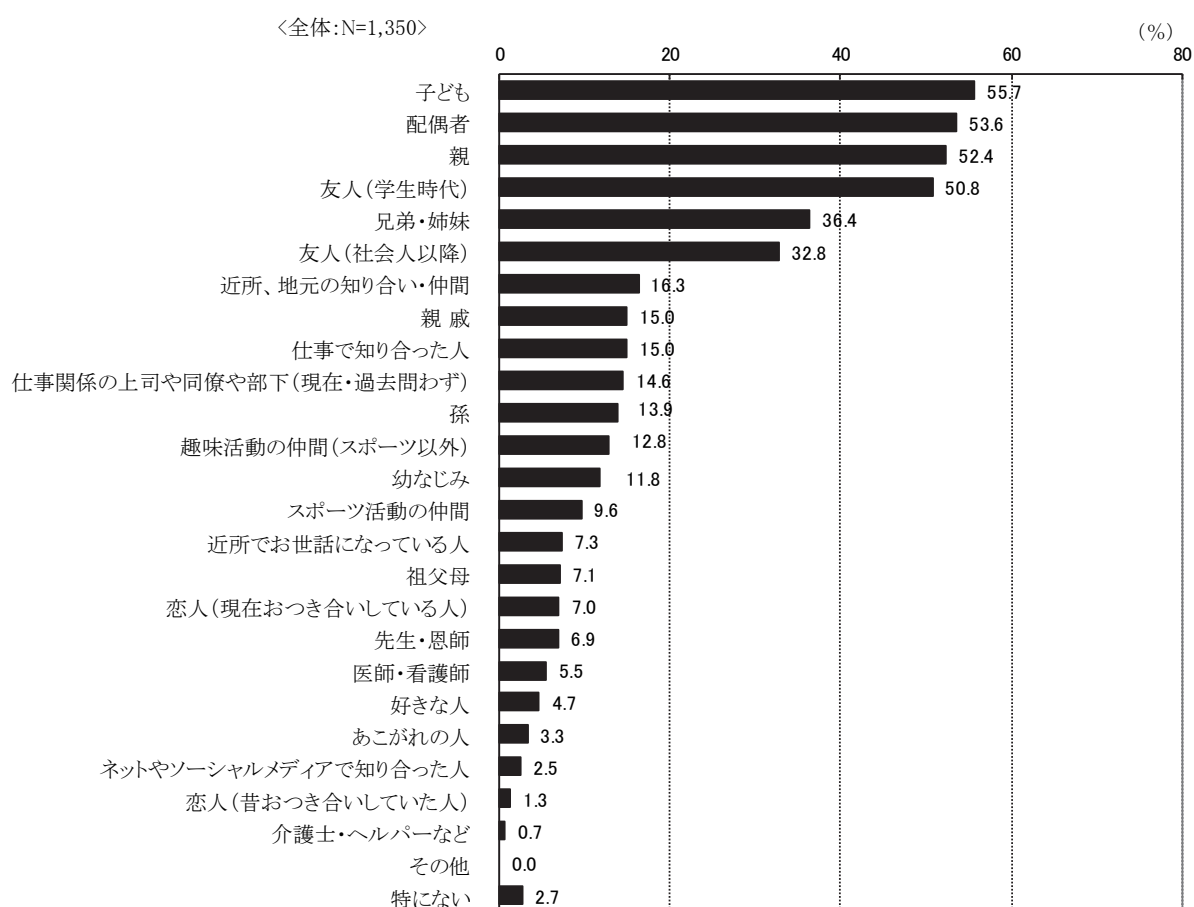
よりどころをたずねたところ、図表4-7のような結果になった。

◇全体では、「子ども」(55.7%)、「配偶者」(53.6%)、「親」(52.4%)が半数以上である。また、「友人(学生時代)」(50.8%)も半数を超える。

◇性・年代別でみると、男10代～30代は「友人(学生時代)」が最も高く、「親」がこれに次いで高い。男40代以降は「配偶者」が最も高く、「子ども」がこれに次ぐ。女10代は「友人(学生時代)」が最も高いが、女20代～40代は「親」が最も高い。女30代から「子ども」が高くなり、50代以降では最も高くなる。

10代から30代のよりどころは「友人(学生時代)」や「親」だが、中高年になると近親者がよりどころになる。若い年代では、ふだんつきあっている友人が大切な友人であり、よりどころになっているが、中高年のよりどころは家族になる。ただし、男性は「配偶者」だが、同年代の女性は「子ども」で、男女ですれ違っている。

図表4-7：よりどころ



〈全体、性・年代別 上位3〉

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	子ども 55.7	配偶者 53.6	親 52.4
男 680	配偶者 57.8	子ども 49.0	友人(学生時代) 48.8
女 670	子ども 62.5	親 56.7	友人(学生時代) 52.8
男・13～19歳 48	友人(学生時代) 77.1	親 72.9	兄弟・姉妹 33.3
男・20代 98	友人(学生時代) 76.5	親 71.4	兄弟・姉妹 30.6
男・30代 126	友人(学生時代) 57.9	親 57.9	配偶者 49.2
男・40代 143	配偶者 67.1	子ども 60.8	親 58.7
男・50代 101	配偶者 82.2	子ども 71.3	親 42.6
男・60代 95	配偶者 81.1	子ども 70.5	兄弟・姉妹 41.1
男・70代 69	配偶者 92.8	子ども 72.5	孫 56.5
女・13～19歳 47	友人(学生時代) 70.2	親 68.1	兄弟・姉妹 31.9
女・20代 94	親 85.1	友人(学生時代) 80.9	兄弟・姉妹 40.4
女・30代 119	親 75.6	友人(学生時代) 55.5	子ども 53.8
女・40代 133	親 76.7	子ども 70.7	配偶者 60.9
女・50代 95	子ども 88.4	配偶者 69.5	親 51.6
女・60代 97	子ども 88.7	配偶者 68.0	兄弟・姉妹 53.6
女・70代 85	子ども 89.4	孫 69.4	配偶者 54.1

2. 地域コミュニティに対する意識

(1) 重視される地域コミュニティ

地域コミュニティへのかかわりについて、地域の人々との交流の必要度、交流がある人との関係やつながり、地域の人々との交流とはどのようなものか、交流が必要だと思う理由・うまくいっているもの・もっと機能してほしいものを明らかにする。

《地域の人々との交流の必要度》（図表 4-8）

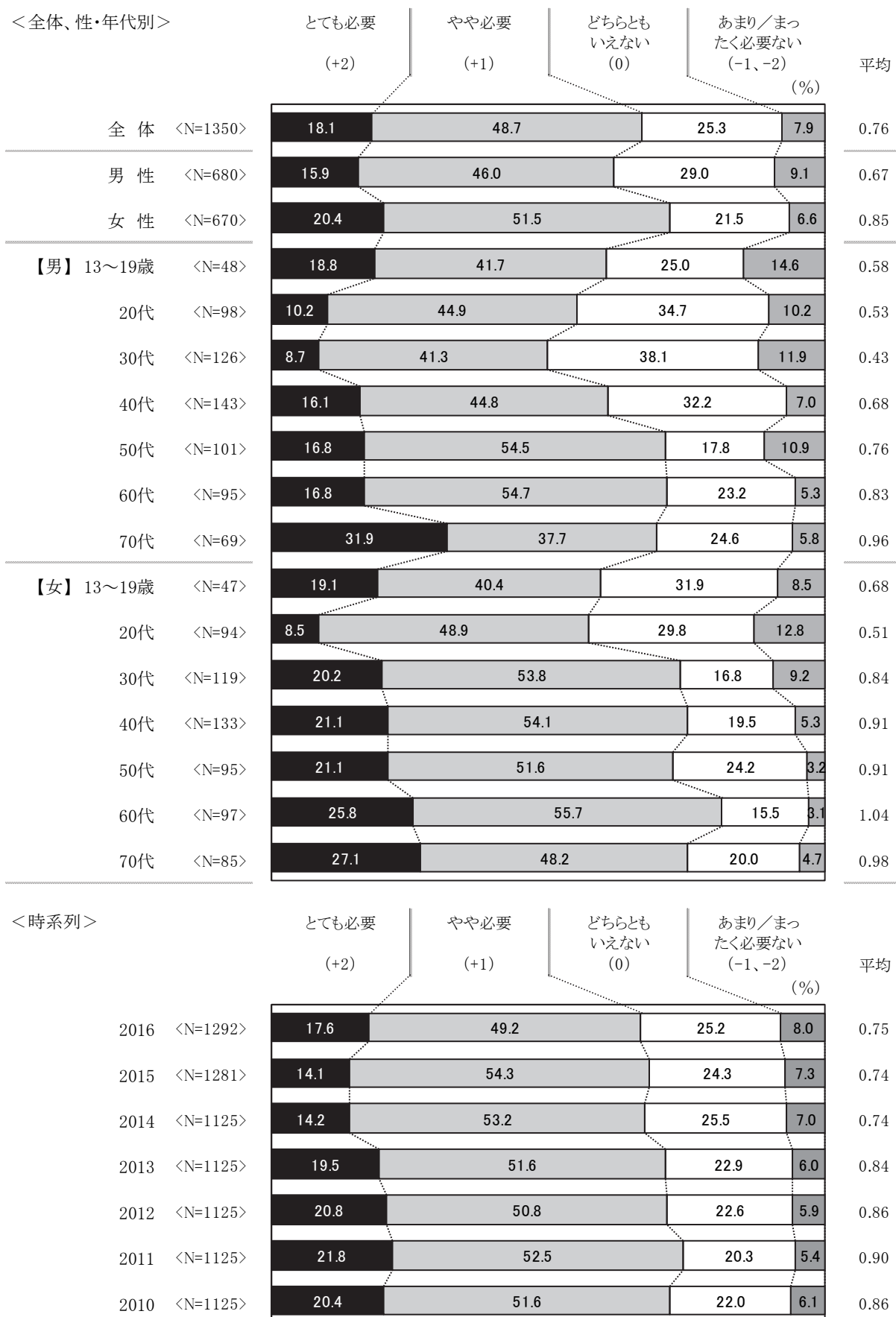
- ◇「必要」（とても必要+やや必要：66.8%）と思う人は3人中2人である。
- ◇必要と思う人の割合は、2011年の東日本大震災の年以降、わずかながら減少傾向にある。
- ◇高年代ほど必要度を強く感じている人が多い。また、男性より女性が多い。

《交流が必要だと思う理由・うまくいっているもの・もっと機能してほしいもの》（図表 4-9）

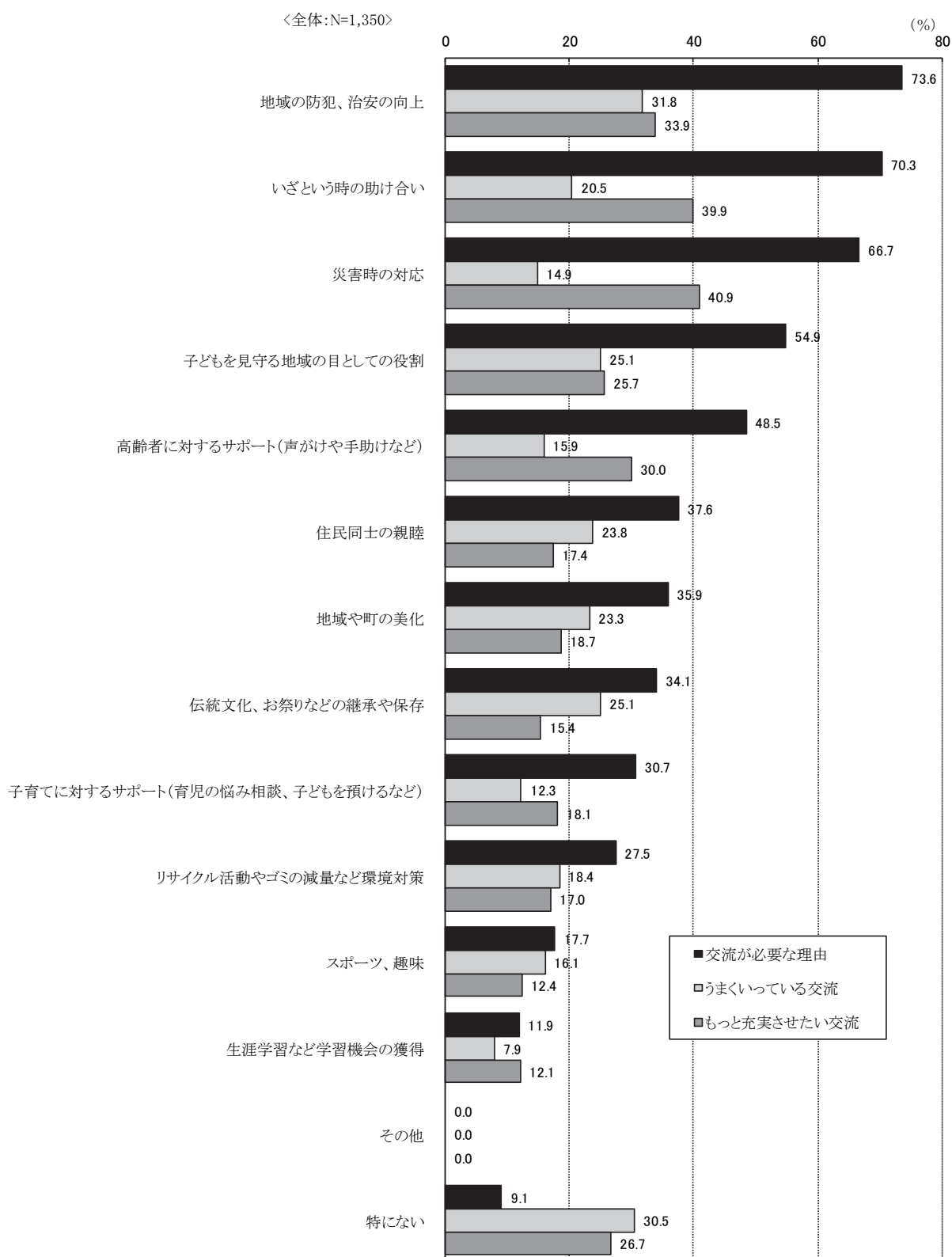
- ◇交流が必要だと思う理由は高い順に、「地域の防犯、治安の向上」（73.6%）、「いざという時の助け合い」（70.3%）、「災害時の対応」（66.7%）、「子どもを見守る地域の目としての役割」（54.9%）、「高齢者に対するサポート」（48.5%）などで、日常の安全の確保や災害時の対応が主な理由になっている。
- ◇交流によりうまくいっているものは、「地域の防犯、治安の向上」（31.8%）、「子どもを見守る地域の目としての役割」（25.1%）、「伝統文化、お祭りなどの継承や保存」（25.1%）、「住民同士の親睦」（23.8%）、「地域や町の美化」（23.3%）などである。「災害時の対応」（14.9%）、「高齢者に対するサポート」（15.9%）は、低い水準にとどまる。
- ◇交流によりもっと機能してほしいものは、「災害時の対応」（40.9%）、「いざという時の助け合い」（39.9%）、「地域の防犯、治安の向上」（33.9%）、「高齢者に対するサポート」（30.0%）、「子どもを見守る地域の目としての役割」（25.7%）などで、非常時の助け合いと防犯、高齢者サポートが求められている。

都市生活者は、地域の人々との交流が、防犯、治安の維持と災害時対応の上で不可欠なものとして認識しているものの、現状では、防犯や地域イベントへの参加という形で交流しており、災害時の対応や子どもの見守りだけでなく、高齢者サポートももっと機能してほしいと考えている。

図表4-8：地域の人々との交流の必要度



図表4-9：交流が必要だと思う理由、うまくいっている・もっと機能してほしいもの



(2) 地域コミュニティへのかかわり

地域の人々との交流がある人との関係はどのようなものか、また、参加している集まりや活動は何か。図表4-10は交流がある人との関係やつながり、図表4-11は参加している集まりや活動についてたずねた結果を示したものである。

《交流がある人との関係やつながり》(図表4-10)

◇「家が近い／同じ集合住宅」(58.3%)が最も高く、「子育てサークル、幼稚園・学校が一緒など子どもを通じた関係」(27.9%)、「昔、同じ学校だった」(24.1%)、「町内会、自治会活動」(23.0%)が続く。ご近所や子どもを通じた関係が多い。

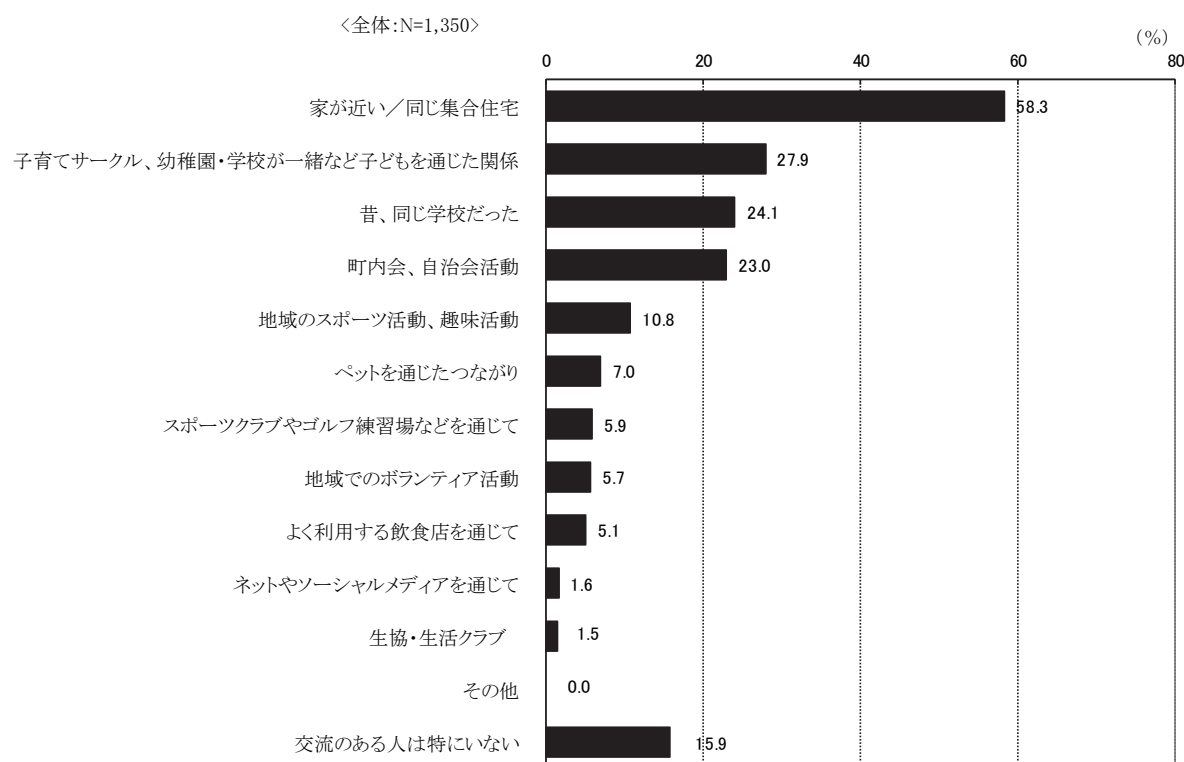
◇男女10代・20代は、「昔、同じ学校だった」、「家が近い／同じ集合住宅」が高い。30代～50代は、「家が近い／同じ集合住宅」、「子どもを通じた関係」が高い。60代・70代になると、「家が近い／同じ集合住宅」、「町内会、自治会活動」が高くなる。

《参加している集まりや活動》(図表4-11)

◇全体では、「学生時代からのつきあい」(38.4%)が最も高く、「スポーツやさまざまな趣味の集まり」(26.4%)、「町内会・自治会・青年団など」(16.5%)、「学生時代の同窓会の集まり」(16.3%)が続く。

◇男女10代・20代は、「学生時代からのつきあい」、「スポーツや趣味の集まり」が高い。30代～50代は、男性が20代と同じであるが、女性は30代～50代で、「学生時代からのつきあい」に加えて「PTAなど子供を通じた集まり」が高い。60代・70代になると、男女とも「町内会・自治会・青年団など」が高くなる。

図表4-10：交流がある人との関係やつながり

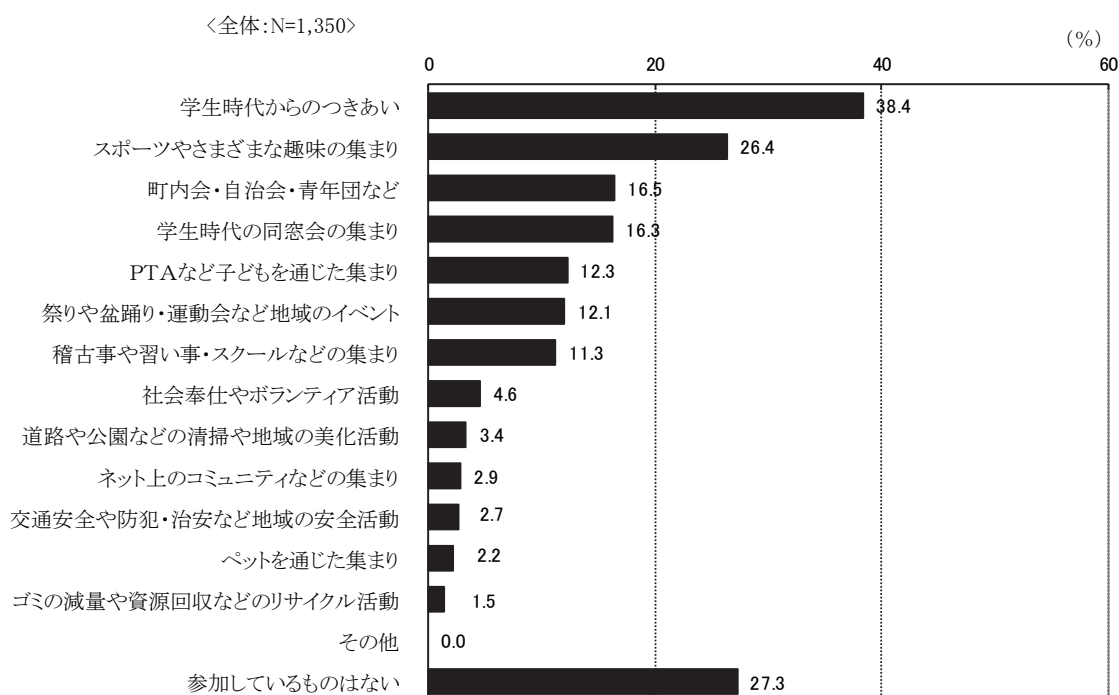


＜全体、性・年代別 上位3＞

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	家が近い／同じ集合住宅	58.3	子育てサークル、幼稚園・学校 が一緒など子どもを通じた関係 27.9
男 680	家が近い／同じ集合住宅	53.1	昔、同じ学校だった 26.0
女 670	家が近い／同じ集合住宅	63.6	子育てサークル、幼稚園・学校 が一緒など子どもを通じた関係 43.0
男・13～19歳 48	昔、同じ学校だった 64.6	家が近い／同じ集合住宅	62.5
男・20代 98	昔、同じ学校だった／家が近い／同じ集合住宅		57.1
男・30代 126	家が近い／同じ集合住宅	45.2	昔、同じ学校だった 28.6
男・40代 143	家が近い／同じ集合住宅	54.5	子育てサークル、幼稚園・学校 が一緒など子どもを通じた関係 22.4
男・50代 101	家が近い／同じ集合住宅	56.4	町内会、自治会活動 23.8
男・60代 95	家が近い／同じ集合住宅	51.6	町内会、自治会活動 38.9
男・70代 69	町内会、自治会活動 52.2	家が近い／同じ集合住宅	49.3
女・13～19歳 47	家が近い／同じ集合住宅	70.2	昔、同じ学校だった 38.3
女・20代 94	家が近い／同じ集合住宅	52.1	昔、同じ学校だった 44.7
女・30代 119	家が近い／同じ集合住宅	55.5	子育てサークル、幼稚園・学校 が一緒など子どもを通じた関係 50.4
女・40代 133	家が近い／同じ集合住宅	65.4	子育てサークル、幼稚園・学校 が一緒など子どもを通じた関係 63.9
女・50代 95	家が近い／同じ集合住宅	75.8	子育てサークル、幼稚園・学校 が一緒など子どもを通じた関係 65.3
女・60代 97	家が近い／同じ集合住宅	62.9	子育てサークル、幼稚園・学校 が一緒など子どもを通じた関係 45.4
女・70代 85	家が近い／同じ集合住宅	68.2	町内会、自治会活動 41.2

図表4-11：参加している集まりや活動



〈全体、性・年代別 上位3〉

N=		(%)		
		1 位	2 位	3 位
全体	1,350	学生時代からのつきあい 38.4	スポーツや趣味の集まり 26.4	町内会・自治会・青年団など 16.5
男	680	学生時代からのつきあい 35.1	スポーツや趣味の集まり 30.9	学生時代の同窓会の集まり 16.8
女	670	学生時代からのつきあい 41.6	スポーツや趣味の集まり 21.9	PTAなど子どもを通じた集まり 21.0
男・13～19歳	48	学生時代からのつきあい 37.5	スポーツや趣味の集まり 33.3	稽古事や習い事・スクールなど 14.6
男・20代	98	学生時代からのつきあい 53.1	スポーツや趣味の集まり 33.7	学生時代の同窓会の集まり 14.3
男・30代	126	学生時代からのつきあい 34.9	スポーツや趣味の集まり 31.0	学生時代の同窓会の集まり 13.5
男・40代	143	学生時代からのつきあい 33.6	スポーツや趣味の集まり 30.1	町内会・自治会・青年団など 16.1
男・50代	101	学生時代からのつきあい 35.6	スポーツや趣味の集まり 25.7	学生時代の同窓会の集まり 22.8
男・60代	95	学生時代からのつきあい／スポーツや趣味の集まり 29.5		町内会・自治会・青年団など 28.4
男・70代	69	町内会・自治会・青年団など 40.6	スポーツや趣味の集まり 36.2	学生時代の同窓会の集まり 21.7
女・13～19歳	47	学生時代からのつきあい 34.0	祭りや盆踊り・運動会など 31.9	スポーツや趣味の集まり 17.0
女・20代	94	学生時代からのつきあい 56.4	スポーツや趣味の集まり 17.0	学生時代の同窓会の集まり 13.8
女・30代	119	学生時代からのつきあい 44.5	PTAなど子どもを通じた集まり 32.8	稽古事や習い事・スクールなど 11.8
女・40代	133	学生時代からのつきあい 42.1	PTAなど子どもを通じた集まり 39.8	スポーツや趣味の集まり 21.8
女・50代	95	学生時代からのつきあい 44.2	PTAなど子どもを通じた集まり 30.5	学生時代の同窓会の集まり 26.3
女・60代	97	学生時代からのつきあい 38.1	スポーツや趣味の集まり 32.0	町内会・自治会・青年団など 30.9
女・70代	85	スポーツや趣味の集まり 38.8	町内会・自治会・青年団など 34.1	稽古事や習い事・スクールなど 30.6

第5章 都市生活者の社会意識

本章では、都市生活者の年金に対する考えと近未来の日本の社会に対する考えを明らかにする。

都市生活者は、社会構造の変化に直面し、年金に対する不安と社会の不公平を感じている。都市生活者が望む社会とは、経済的な豊かさと安定、そして安全・安心、子育てしやすいなどである。

1. 年金に対する不安

(1) 年金に対する不安

わが国の少子高齢化により、高齢者の割合が増える一方、支える世代の人口が減少している。このような構造変化により、年金に対する不安が高まっていると思われる。そこで、年金に対する不安および社会福祉や年金と税金などの負担について質問した。

まず、年金に対する不安についての結果は、図表5-1のようになった。

- ◇全体では、「非常に不安」(48.4%)と「やや不安」(38.1%)を合計すると86.5%になり、ほとんどの人が年金に不安を感じている。
- ◇性・年代別にみると、どの年代でも不安を感じている。中でも、男女20代～50代で不安を感じている程度(支える世代の将来不安)が強い。
- ◇2011年から全体の傾向はほぼ変わらず、強い不安は、改善されぬまま推移している。

(2) 社会福祉と負担

社会福祉や年金と税金の負担についての考えは、つぎの中から考えに最も近いものを1つ選んでもらった。

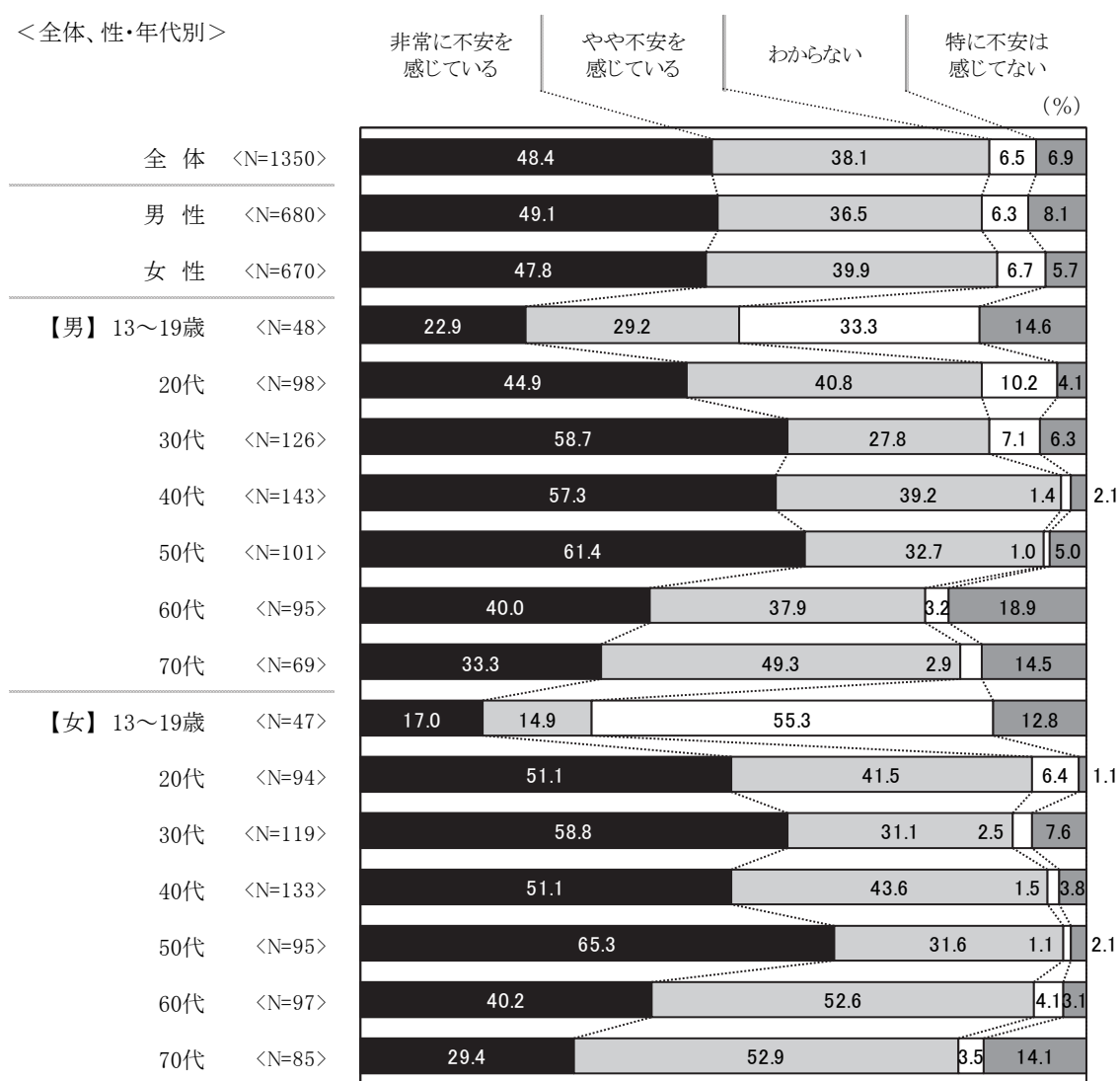
- ・福祉や年金の水準が多少低下しても、税金などの負担は軽いほうがよい
- ・税金などの負担が多少増えても、社会福祉や年金の水準をあげたほうがよい
- ・社会福祉や年金の水準はあげてほしいが、税金などの負担が増えるなら今と同じ程度でよい

結果は、図表5-2のようになった。

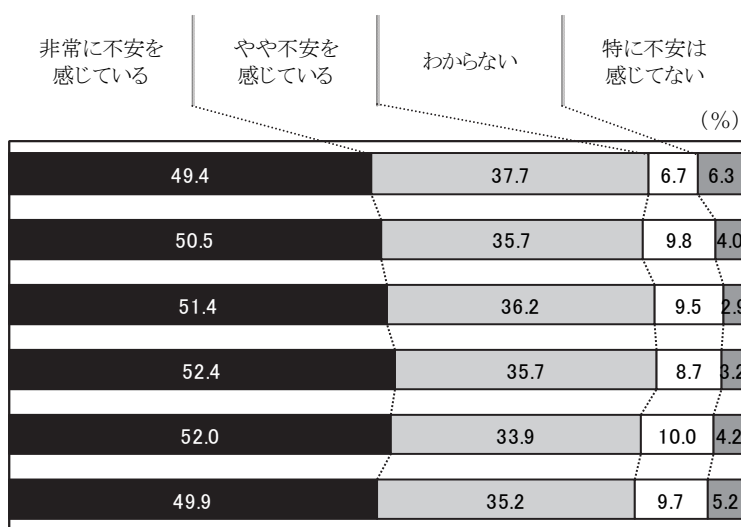
- ◇全体では、「社会福祉や年金の水準はあげてほしいが、税金などの負担が増えるなら今と同じ程度でよい」(55.6%)が過半数で、「税金などの負担が多少増えても、社会福祉や年金の水準をあげたほうがよい」(30.2%)が3割、「福祉や年金の水準が多少低下しても、税金などの負担は軽いほうがよい」(14.1%)と少数派である。
- ◇2010年からの変化をみると、「負担が多少増えても、社会福祉や年金の水準をあげたほうがよい」が減少傾向にある。
- ◇男女とも若い年代ほど「福祉や年金の水準が多少低下しても、負担は軽いほうがよい」が多く、「負担が多少増えても、社会福祉や年金の水準をあげたほうがよい」は、高年代で多い。

図表5-1：年金について不安を感じる程度

<全体、性・年代別>

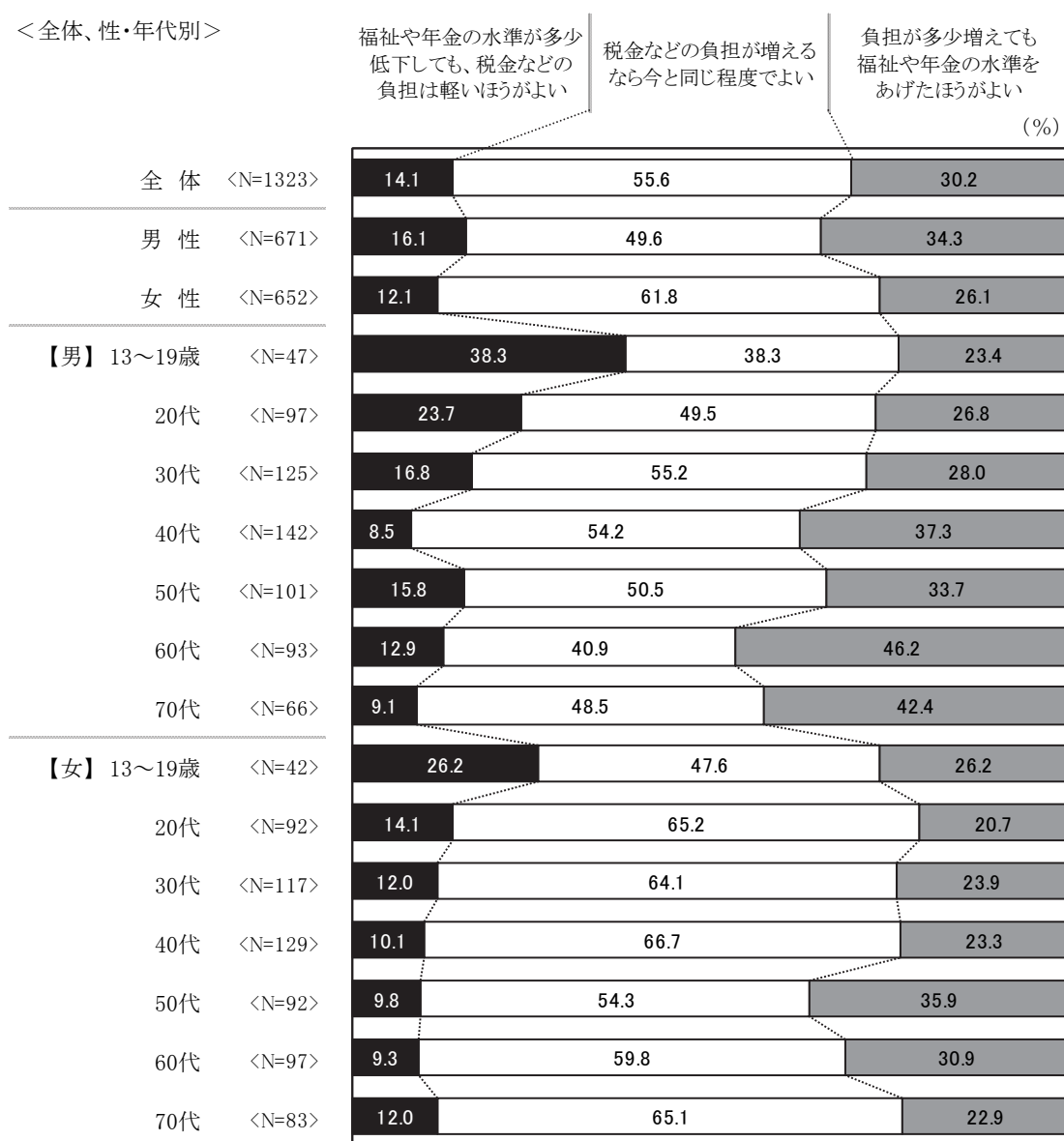


<時系列>

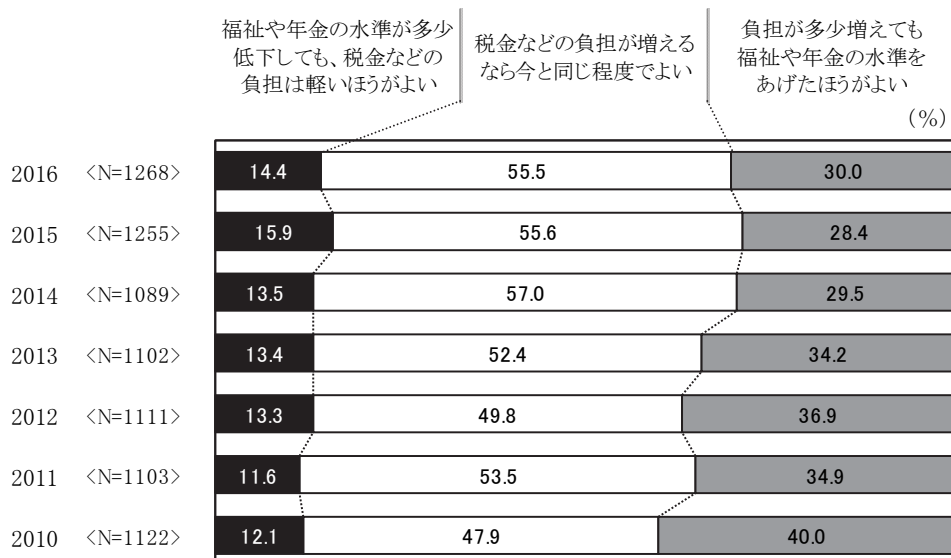


図表5-2：社会福祉や年金と税金などの負担に対する考え

<全体、性・年代別>



<時系列>



2. 近未来の日本の社会

近未来の日本の社会予想についてどのように思っているかを知るために、25 のことがらについて「な
って欲しいもの」と「なると思うか」どうかをきいた。この結果は、図表 5-3 のようになった。

◇なって欲しい近未来の日本の社会は、「経済的に豊かな社会」(86.2%)、「安定した収入や雇用が見
込める社会」(83.6%)、「災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会」(74.1%)、「暮らして
いて幸せと感じられる社会」(73.1%)、「安心して子どもを産み育てられることのできる社会」
(70.0%)、「心にゆとりが持てる社会」(69.3%)、「高齢者や障がい者に優しい社会」(65.8%) な
どが上位で、経済的な安定と命の安全が確保され、心にゆとりが持て、幸せを感じる社会で、出産・
育児、高齢者や障がい者に優しい社会を望んでいる。

◇性・年代別にみると、男女とも「経済的に豊か」、「安定した収入や雇用が見込める」、「災害や犯罪
に強い」が上位になっている。「高齢者や障がい者にやさしい社会」は男女 70 代で「経済的に豊か」
に次いで高い。

◇なると思う近未来の社会は、「バリアフリーなど、高齢者や障がい者が自由に移動できる社会」
(40.6%)、「いつでも・どこでも世界とつながる情報化社会」(40.4%)、「高齢者が元気に活躍でき
る社会」(31.0%)、「高齢者や障がい者に優しい社会」(28.2%)、「自然や環境を大切にする社会」
(25.5%) が上位であるが、いずれも「なると思う」人の割合は半数以下にとどまっている。また
「なって欲しい」率を「情報化社会」以外は大きく下回っている。

◇ならないと思う近未来の社会は、「税金や社会保障費負担の低い社会」(62.7%)、「若者や子供に負
担がかからない社会」(57.0%)、「経済的に豊かな社会」(47.3%)、「安定した収入や雇用が見込め
る社会」(45.8%) が高い。税金や社会保障負担が増加し、最も望んでいる“経済的に安定した社会”
にはならないと思っている。

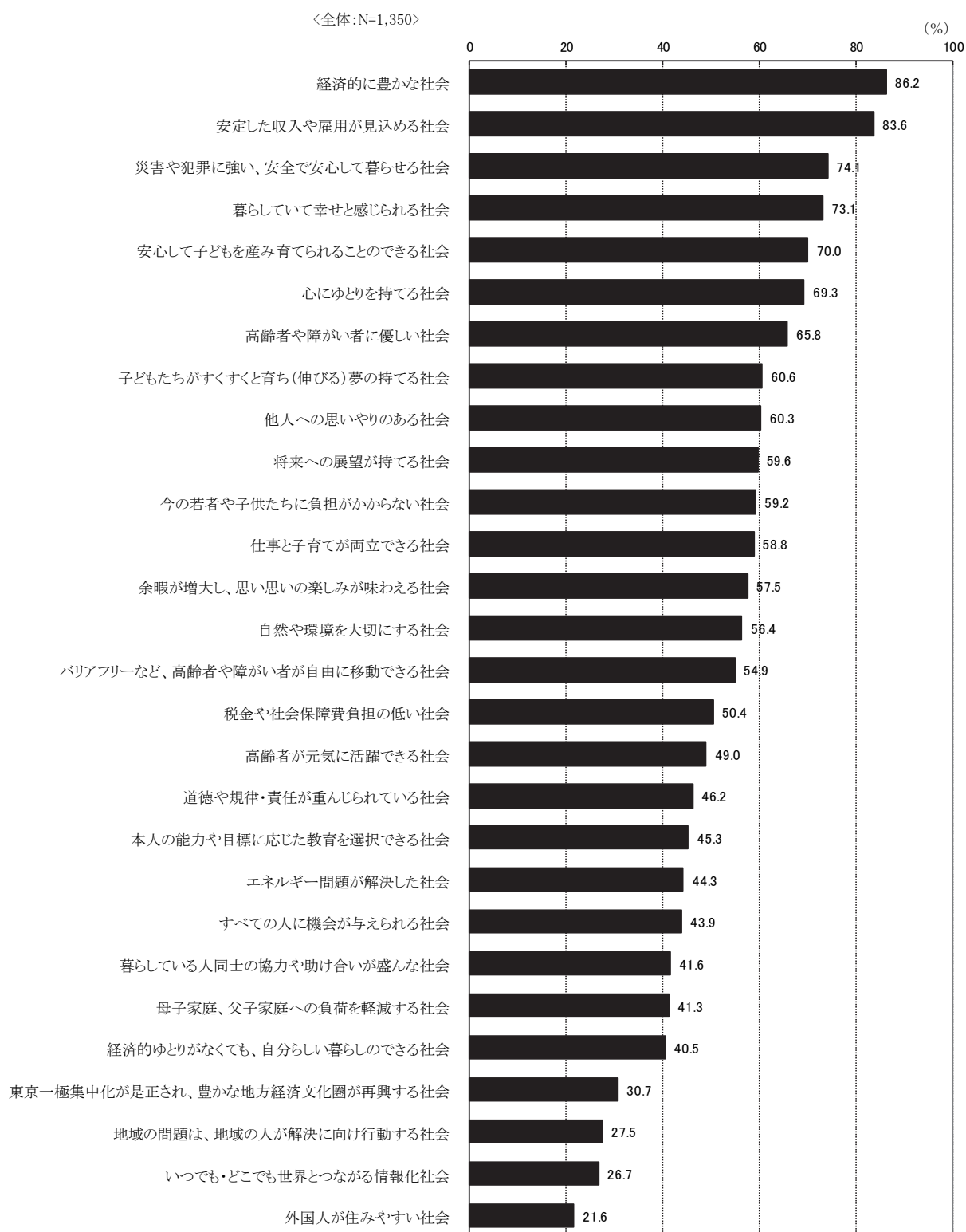
◇性・年代別に「なると思う」から「ならないと思う」を差し引いた値をみると、「高齢者や障がい者
に優しい社会」、「災害や犯罪に強い安全で安心して暮らせる社会」、「暮らしていて幸せと感じられ
る社会」については、50 代、60 代でマイナス幅が広い。

都市生活者は、経済的な豊かさと安定、そして安全・安心、子育てしやすい社会、高齢者や障がい者
に優しい社会を望んでいるが、次世代の税金や社会保障負担が高くなると考えている。また、高年代の
人ほど、安心して暮らせる幸せな社会にならないと思う人が多い。

全体に「なって欲しい」と「なると思う」に大きな乖離があり、社会に対する希望や期待の弱さを感じ
させている。

図表5-3：近未来の社会

① なって欲しい社会

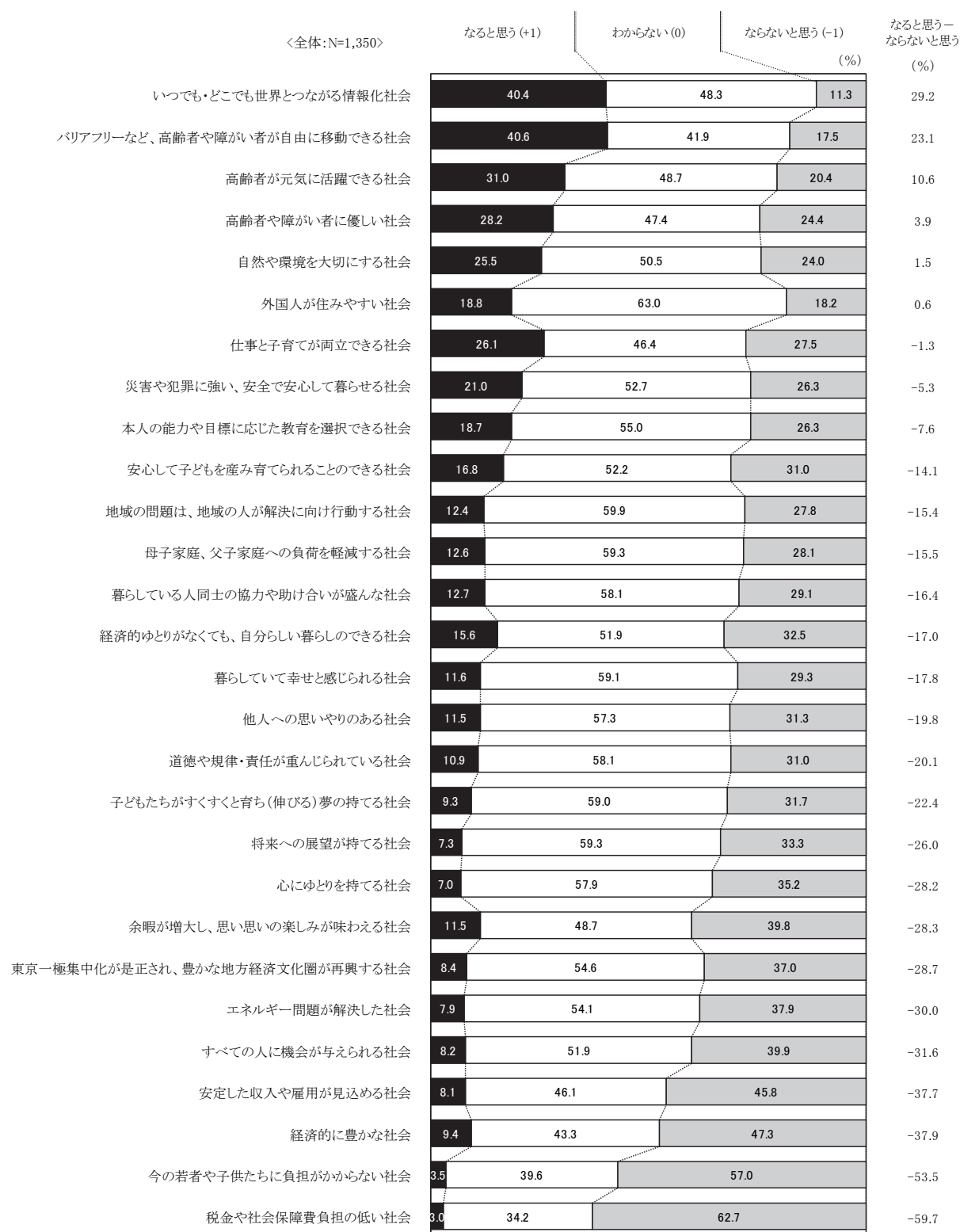


＜全体、性・年代別 上位3＞

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	経済的に豊かな社会 86.2	安定した収入や雇用が見込める社会 83.6	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 74.1
男 680	経済的に豊かな社会 85.6	安定した収入や雇用が見込める社会 81.9	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 71.2
女 670	経済的に豊かな社会 86.9	安定した収入や雇用が見込める社会 85.2	暮らしていて幸せと感ぜられる社会 77.8
男・13～19歳 48	経済的に豊かな社会 91.7	安定した収入や雇用が見込める社会 87.5	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 75.0
男・20代 98	経済的に豊かな社会 89.8	安定した収入や雇用が見込める社会 80.6	心にゆとりを持てる社会 69.4
男・30代 126	安定した収入や雇用が見込める社会 81.0	経済的に豊かな社会 79.4	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 70.6
男・40代 143	経済的に豊かな社会 88.8	安定した収入や雇用が見込める社会 86.0	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 76.9
男・50代 101	経済的に豊かな社会 86.1	安定した収入や雇用が見込める社会 83.2	暮らしていて幸せと感ぜられる社会 71.3
男・60代 95	経済的に豊かな社会 85.3	安定した収入や雇用が見込める社会 84.2	高齢者や障がい者に優しい社会 77.9
男・70代 69	経済的に豊かな社会 79.7	高齢者や障がい者に優しい社会 79.7	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 72.5
女・13～19歳 47	経済的に豊かな社会 91.5	安定した収入や雇用が見込める社会 72.3	暮らしていて幸せと感ぜられる社会 66.0
女・20代 94	経済的に豊かな社会 90.4	安心して子どもを産み育てられることのできる社会 87.2	安定した収入や雇用が見込める社会 85.1
女・30代 119	安定した収入や雇用が見込める社会 88.2	経済的に豊かな社会 87.4	心にゆとりを持てる社会 83.2
女・40代 133	安定した収入や雇用が見込める社会 88.0	経済的に豊かな社会 80.5	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 79.7
女・50代 95	安定した収入や雇用が見込める社会 92.6	経済的に豊かな社会 90.5	暮らしていて幸せと感ぜられる社会 80.0
女・60代 97	安定した収入や雇用が見込める社会 89.7	災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる社会 88.7	経済的に豊かな社会 86.6
女・70代 85	経済的に豊かな社会 85.9	高齢者や障がい者に優しい社会 83.5	暮らしていて幸せと感ぜられる社会 81.2

② なると思うかどうか



[近未来の社会 (なると思うーならないと思う)]

(%)

	調査数	いつまでもこの世界 とつながる情報化社会	自由に移動できる バリアフリーなど 高齢者が障がい者が	活躍できる 高齢者が元気に	優しい 高齢者や障がい者に	大切に 自然や環境を	外国人が住みやすい	両立できる 仕事と子育てが	暮らせる 安全で安心して 災害や犯罪に強い、	暮らせる 本人の能力や目標に 応じた教育を選択できる	産み育てられる 安心して子どもを	地域の人 が解決に向け行動する 地域の問題は、	負担を軽減する 母子家庭 父子家庭への	暮らしている人同士の 協力や助け合いが盛ん	暮らしたい 経済的ゆとりが なくても自分らしい	
全体	1350	29.2	23.1	10.6	3.9	1.5	0.6	-1.3	-5.3	-7.6	-14.1	-15.4	-15.5	-16.4	-17.0	
男	680	27.2	17.9	4.7	-0.1	-0.7	-2.5	-6.3	-6.0	-10.7	-17.9	-17.5	-21.0	-17.8	-23.2	
女	670	31.2	28.4	16.6	7.9	3.7	3.7	3.7	-4.5	-4.3	-10.3	-13.3	-9.9	-14.9	-10.6	
男	13~19歳	48	50.0	27.1	4.2	16.7	4.2	29.2	18.8	27.1	2.1	4.2	-4.2	-18.8	2.1	-6.3
	20代	98	36.7	19.4	7.1	1.0	-2.0	4.1	-8.2	3.1	1.0	-25.5	-25.5	-20.4	-21.4	-23.5
	30代	126	21.4	17.5	4.8	-1.6	-4.0	-0.8	-11.9	-8.7	-16.7	-23.8	-15.1	-24.6	-19.8	-23.0
	40代	143	28.0	20.3	15.4	9.8	7.0	-3.5	-9.1	-7.0	-11.2	-18.2	-15.4	-21.0	-20.3	-24.5
	50代	101	14.9	11.9	-6.9	-11.9	-8.9	-19.8	-10.9	-15.8	-21.8	-25.7	-24.8	-27.7	-28.7	-35.6
	60代	95	30.5	15.8	3.2	-2.1	2.1	1.1	-6.3	-16.8	-10.5	-11.6	-14.7	-15.8	-12.6	-24.2
	70代	69	20.3	17.4	-1.4	-11.6	-4.3	-14.5	1.4	-5.8	-8.7	-8.7	-17.4	-14.5	-8.7	-13.0
女	13~19歳	47	27.7	46.8	25.5	34.0	-4.3	23.4	14.9	27.7	-4.3	0.0	8.5	6.4	12.8	-10.6
	20代	94	23.4	17.0	13.8	5.3	-2.1	4.3	10.6	-2.1	-6.4	-12.8	-20.2	-11.7	-23.4	-10.6
	30代	119	28.6	47.1	26.9	17.6	5.0	7.6	-2.5	-4.2	-1.7	-8.4	-10.9	-5.0	-20.2	-3.4
	40代	133	38.3	27.8	21.1	9.0	1.5	0.0	6.0	-8.3	-10.5	-14.3	-18.8	-9.8	-25.6	-17.3
	50代	95	43.2	25.3	15.8	6.3	4.2	-1.1	0.0	-7.4	-2.1	-20.0	-15.8	-13.7	-10.5	-11.6
	60代	97	32.0	28.9	4.1	-10.3	2.1	4.1	-3.1	-17.5	-4.1	-17.5	-19.6	-21.6	-19.6	-17.5
	70代	85	20.0	8.2	8.2	3.5	17.6	-2.4	7.1	-1.2	1.2	9.4	-2.4	-5.9	3.5	-1.2

	暮らしていて 幸せと感ぜられる	他人への思いやりのある	道徳や規律責任が 重んじられている	子どもたちがすくすく と育ち夢を持っている	将来の展望が持てる	心にゆとりを持てる	の楽しみが味わる 余暇が増え思い思い	地方経済文化圏が再興 され豊かな 東京一極集中化が是正	エネルギー問題が 解決した	すべての人に機会が 与えられる	安定した収入や 雇用が見込める	経済的に豊か	負担がかからない 今の若者や子供たちに	税金や社会保障費 負担の低い	
全体	-17.8	-19.8	-20.1	-22.4	-26.0	-28.2	-28.3	-28.7	-30.0	-31.6	-37.7	-37.9	-53.5	-59.7	
男	-20.0	-22.4	-21.5	-26.5	-27.4	-29.4	-29.3	-34.1	-31.9	-34.9	-37.8	-39.0	-55.1	-59.7	
女	-15.5	-17.2	-18.8	-18.4	-24.6	-27.0	-27.3	-23.1	-28.1	-28.4	-37.6	-36.9	-51.8	-59.7	
男	13~19歳	8.3	0.0	0.0	-4.2	0.0	-4.2	-6.3	-4.2	-18.8	-8.3	-16.7	-16.7	-35.4	-37.5
	20代	-15.3	-16.3	-4.1	-25.5	-23.5	-28.6	-28.6	-37.8	-33.7	-29.6	-34.7	-29.6	-49.0	-61.2
	30代	-21.4	-22.2	-20.6	-32.5	-32.5	-27.0	-35.7	-38.1	-34.1	-38.1	-39.7	-51.6	-61.1	-66.7
	40代	-23.1	-25.9	-17.5	-29.4	-31.5	-37.8	-32.9	-38.5	-33.6	-41.3	-41.3	-39.9	-60.1	-57.3
	50代	-29.7	-36.6	-36.6	-32.7	-38.6	-38.6	-34.7	-41.6	-38.6	-48.5	-49.5	-46.5	-61.4	-64.4
	60代	-22.1	-25.3	-32.6	-17.9	-21.1	-21.1	-29.5	-30.5	-29.5	-26.3	-38.9	-35.8	-58.9	-64.2
	70代	-20.3	-14.5	-33.3	-29.0	-26.1	-33.3	-18.8	-27.5	-24.6	-33.3	-27.5	-36.2	-42.0	-52.2
女	13~19歳	-8.5	-8.5	-4.3	-2.1	-6.4	-12.8	-12.8	-21.3	-29.8	-17.0	-2.1	-6.4	-36.2	-44.7
	20代	-10.6	-25.5	-18.1	-28.7	-25.5	-34.0	-31.9	-23.4	-35.1	-36.2	-42.6	-34.0	-68.1	-63.8
	30代	-11.8	-20.2	-13.4	-15.1	-24.4	-30.3	-26.9	-22.7	-21.8	-26.1	-46.2	-38.7	-56.3	-62.2
	40代	-12.8	-15.8	-30.1	-21.1	-26.3	-29.3	-33.8	-26.3	-32.3	-34.6	-44.4	-45.9	-55.6	-64.7
	50代	-24.2	-16.8	-35.8	-25.3	-30.5	-32.6	-33.7	-29.5	-28.4	-28.4	-43.2	-47.4	-61.1	-63.2
	60代	-28.9	-17.5	-16.5	-20.6	-33.0	-23.7	-28.9	-26.8	-30.9	-29.9	-39.2	-38.1	-45.4	-66.0
	70代	-9.4	-10.6	-1.2	-5.9	-15.3	-16.5	-11.8	-8.2	-17.6	-17.6	-21.2	-27.1	-27.1	-41.2

第6章 都市生活者の情報行動

本章では、都市生活者の価値観と情報行動について明らかにする。

都市生活者の生きがいや大事にしたいことは、どの年代でも家庭が一番で、これに次ぐのが趣味や娯楽、ショッピングである。男性が情報を入手して品質を比較することが多いのに対し、女性は実際に行動して商品に触れることが多いという違いが明らかにされている。

情報行動については、スマートフォンでのインターネットの利用が主流になってきていることが明らかになった。しかし、50代までと60代以上で、情報入手メディアの違いやインターネット利用機器の違いが分かれている。50代までの年代はスマートフォンでインターネットを利用することが多く、60代以上はテレビや新聞といったマスメディアに依存しており、世代間の違いが明確になった。

1. 都市生活者の価値観

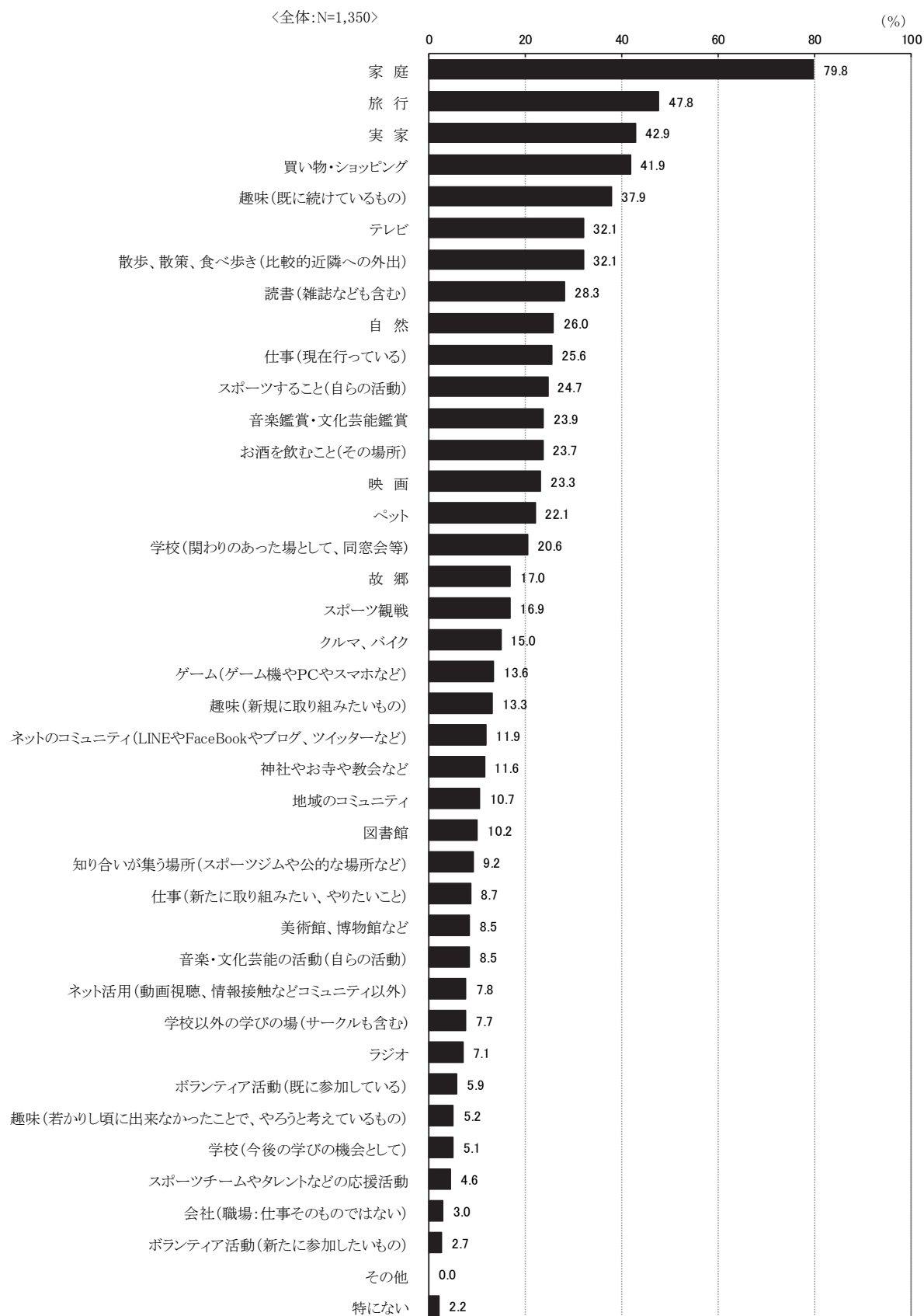
生きがいや大事にしたいことを38項目の中からあてはまるものを選んでもらったところ、図表6-1のようになった。

- ◇全体では、「家庭」(79.8%)、「旅行」(47.8%)、「実家」(42.9%)、「買い物・ショッピング」(41.9%)、「趣味(すでに続けているもの)」(37.9%)、「テレビ」(32.1%)、「散歩、散策、食べ歩き」(32.1%)、「読書」(28.3%)、「自然」(26.0%)、「仕事(現在行っている)」(25.6%)の順で高い。
- ◇どの年代でも「家庭」が最も高いが、つぎに高いものは性・年代で異なっている。男性は10代・20代が「ゲーム」や「趣味」、30代・40代が「実家」、「仕事」、「趣味」、50代以降が「旅行」や「お酒」、「テレビ」になる。女性は10代～30代が「買い物・ショッピング」、40代以降が「実家」や「旅行」、「テレビ」になる。

つぎに、感度に関する12の質問についてあてはまるものを選んでもらった。その結果は、図表6-2のようになった。

- ◇全体では、「ネットから得た情報で商品を比較検討することがある」(30.7%)、「買わないときでも、店頭をチェックしにお店に行くことがある」(28.7%)が高い。
- ◇「買わないときでも、店頭をチェックしに店に行くことがある」、「お試しキャンペーンや無料配布はとりあえず試してみる」、「友人を家に招いたり遊びにいたりすることが多い」、「気に入ったものをよく人に薦めてみる」、「ファッション等のセンスがよいと言われる」は女性で高く、「インターネットから得た情報で商品を比較検討することがある」、「商品ごとの品質の違いがわかるほう」は男性で高い。

図表6-1：生きがいや大事にしたいこと



<全体、性・年代別 上位3>

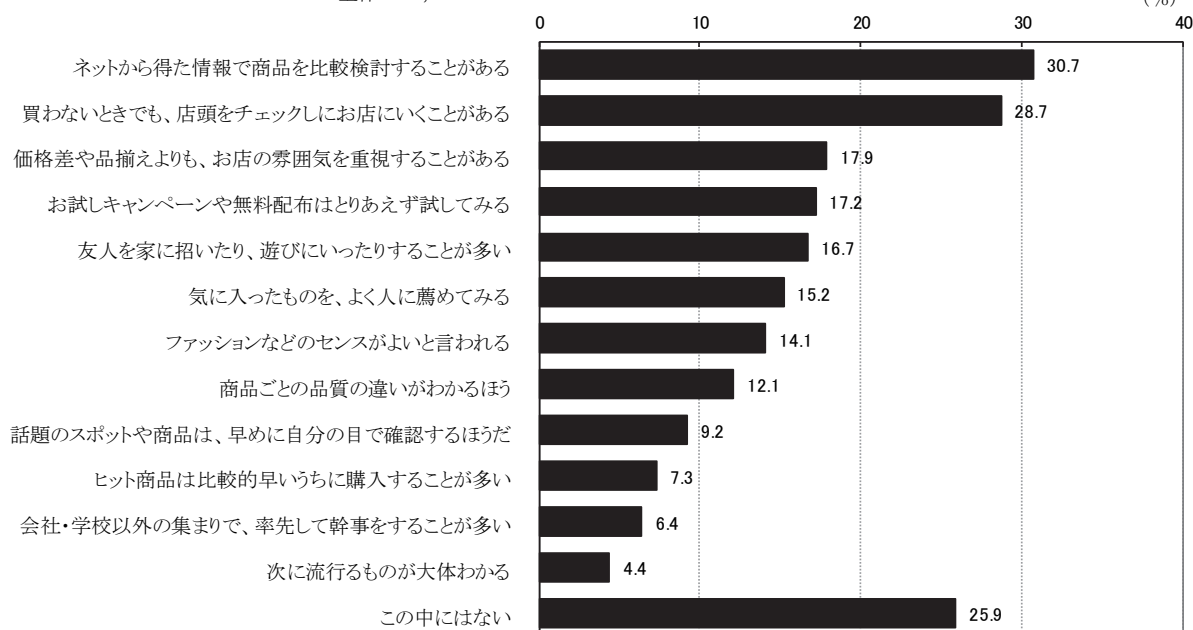
(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	家庭 79.8	旅行 47.8	実家 42.9
男 680	家庭 77.1	趣味 40.7	旅行 40.3
女 670	家庭 82.5	買い物・ショッピング 57.5	旅行 55.4
男・13~19歳 48	家庭 66.7	ゲーム 54.2	学校 47.9
男・20代 98	家庭 64.3	趣味 54.1	ゲーム 40.8
男・30代 126	家庭 70.6	実家 48.4	趣味 42.1
男・40代 143	家庭 75.5	実家 55.2	仕事 47.6
男・50代 101	家庭 86.1	旅行 41.6	お酒を飲むこと 37.6
男・60代 95	家庭 87.4	旅行 50.5	趣味 41.1
男・70代 69	家庭 89.9	旅行 49.3	テレビ 37.7
女・13~19歳 47	家庭 66.0	買い物・ショッピング 53.2	学校 42.6
女・20代 94	家庭 79.8	買い物・ショッピング 72.3	旅行 63.8
女・30代 119	家庭 84.0	買い物・ショッピング 66.4	実家 58.8
女・40代 133	家庭 80.5	実家 65.4	旅行 55.6
女・50代 95	家庭 88.4	買い物・ショッピング 56.8	旅行 52.6
女・60代 97	家庭 87.6	旅行 61.9	買い物・ショッピング 48.5
女・70代 85	家庭 83.5	旅行 58.8	テレビ 51.8

図表6-2：感度

<全体:N=1,350>

(%)



(%)

	調査数	情報で商品 インターネットから得た	比較検討する	店頭をチラクしに 買わないときでも	店に行くことがある	価格差や品揃えより	重視することがある	無料配布は お試しキャンペーンや	遊びにいたりする 友人を家に招いたり、	よく人に薦めてみる 気に入ったものを、	センスがよいと言われる ファッション等の	商品ごとの品質の 違いがわかるほう	商品は、目で確認するほう 話題のスポーツや	うちに購入することが多い ヒット商品は比較的早い	集まりで、率先して 会社・学校以外の	次に流行るものが 大体わかる	この中にはない
全体	1,350	30.7	28.7	17.9	17.2	16.7	15.2	14.1	12.1	9.2	7.3	6.4	4.4	25.9			
男	680	33.2	24.7	17.4	12.2	11.9	12.1	11.0	14.7	9.6	6.9	7.2	4.3	29.3			
女	670	28.2	32.7	18.5	22.2	21.6	18.4	17.3	9.6	8.8	7.8	5.7	4.6	22.4			
男	13～19歳	48	29.2	14.6	12.5	12.5	33.3	14.6	6.3	6.3	4.2	4.2	12.5	6.3	31.3		
	20代	98	44.9	28.6	26.5	14.3	20.4	20.4	13.3	9.2	16.3	9.2	7.1	5.1	17.3		
	30代	126	34.9	23.0	9.5	12.7	12.7	11.9	10.3	19.0	11.1	9.5	7.1	4.8	29.4		
	40代	143	41.3	29.4	18.2	9.1	7.0	13.3	11.9	14.7	8.4	7.0	5.6	2.8	26.6		
	50代	101	36.6	28.7	24.8	13.9	6.9	5.9	11.9	20.8	9.9	5.9	6.9	7.9	27.7		
	60代	95	24.2	23.2	15.8	14.7	7.4	7.4	9.5	13.7	7.4	5.3	6.3	1.1	31.6		
	70代	69	7.2	15.9	11.6	8.7	7.2	11.6	11.6	13.0	5.8	4.3	8.7	2.9	49.3		
女	13～19歳	47	14.9	23.4	4.3	31.9	34.0	17.0	34.0	-	23.4	14.9	6.4	12.8	23.4		
	20代	94	42.6	37.2	20.2	28.7	29.8	31.9	13.8	10.6	13.8	9.6	6.4	6.4	12.8		
	30代	119	49.6	37.8	20.2	23.5	26.1	22.7	18.5	10.9	7.6	8.4	4.2	5.0	12.6		
	40代	133	30.1	33.1	16.5	22.6	18.8	18.0	18.0	9.0	7.5	7.5	10.5	3.8	20.3		
	50代	95	27.4	33.7	18.9	23.2	16.8	16.8	10.5	6.3	4.2	6.3	5.3	2.1	22.1		
	60代	97	12.4	25.8	21.6	18.6	15.5	11.3	19.6	16.5	7.2	8.2	3.1	5.2	28.9		
	70代	85	5.9	31.8	21.2	10.6	16.5	8.2	14.1	8.2	5.9	2.4	2.4	1.2	42.4		

2. 情報行動

(1) インターネットで情報取得

情報に対する意識・態度と関心のある情報分野、情報源の利用頻度、および信頼度について質問した。

《情報に対する意識・態度》(図表6-3)

◇全体では、「わからないことがあるとすぐインターネットで調べる」(58.5%)、「わからないことがあると自分で調べる」(52.1%)、「新しいデジタル情報機器を活用している」(42.5%)、「いろいろなことを広く知りたい」(40.9%)、「いろいろな情報はインターネットで知ることが多い」(40.2%)、「いろいろな情報はテレビで知ることが多い」(39.0%)の順で高い。

◇男女10代～50代で「わからないことがあるとすぐインターネットで調べる」が最も高い。60代・70代は、「朝刊は必ず読む」、「いろいろな情報はテレビで知ることが多い」が高い。情報取得は、50代までがインターネット、60代・70代が新聞やテレビに依存している。

情報入手をテレビや新聞に依存しているのは、もはや60代以上の年代に限られ、50代までの年代は、インターネットで情報入手している。

《関心のある情報分野》（図表 6-4）

- ◇全体では「経済・景気」（39.4%）、「健康」（38.7%）、「食べ歩き・料理・グルメ」（37.9%）、「趣味」（37.4%）、「芸能・エンターテイメント」（37.3%）、「食品・食材」（35.3%）、「スポーツ」（34.5%）、「旅行」（34.4%）、「政治」（32.1%）などをあげる人が多い。
- ◇男性は「経済・景気」、「スポーツ」、「政治」が高く、女性は「食品・食材」、「健康」、「芸能・エンターテイメント」を上位にあげている。
- ◇男 10代～30代は、「趣味」や「スポーツ」の情報への関心が高いが、40代以上になると「経済・景気」や「政治」、「健康」に関する情報への関心が高くなる。
- ◇女 10代～20代は、「ファッション」や「芸能・エンターテイメント」、「食べ歩き・料理・グルメ」の情報への関心が高い。女 30代～50代は、「芸能・エンターテイメント」、「食べ歩き・料理・グルメ」、そして 60代・70代は、「健康」、「旅行」、「食品・食材」の情報への関心が高い。

関心のある情報分野は性・年代により異なっている。

つぎに、メディア利用頻度および使い慣れているメディア、信用できるメディアについてたずねた。

《情報源としての利用頻度》（図表 6-5）

- ◇利用率は、高い順に「テレビのニュース番組」（97.9%）、「テレビの情報番組」（94.7%）、「家族や友人・知人の話」（93.4%）、「ネットのニュース記事」（74.0%）、「新聞の記事」（71.7%）である。
- ◇「ネットのニュース記事」を利用しているのは、男女 50代までで全体と同じかそれ以上だが、60代では5割から6割、70代では2割以下にとどまる。
- ◇利用率の高い情報源の利用頻度は、「テレビのニュース番組」が週 5.4日 で最も高い。次いで、「テレビの番組」（週 4.6日）、「家族や友人・知人の話」（週 4.5日）、「ネットのニュース記事」（週 4.2日）、「新聞の記事」（週 3.9日）の順で高い。
- ◇「テレビのニュース番組」、「ネットのニュース記事」、「新聞の記事」は男女とも高年代ほど高頻度になる。

《使い慣れているメディア・信用できるメディア》（図表 6-6）

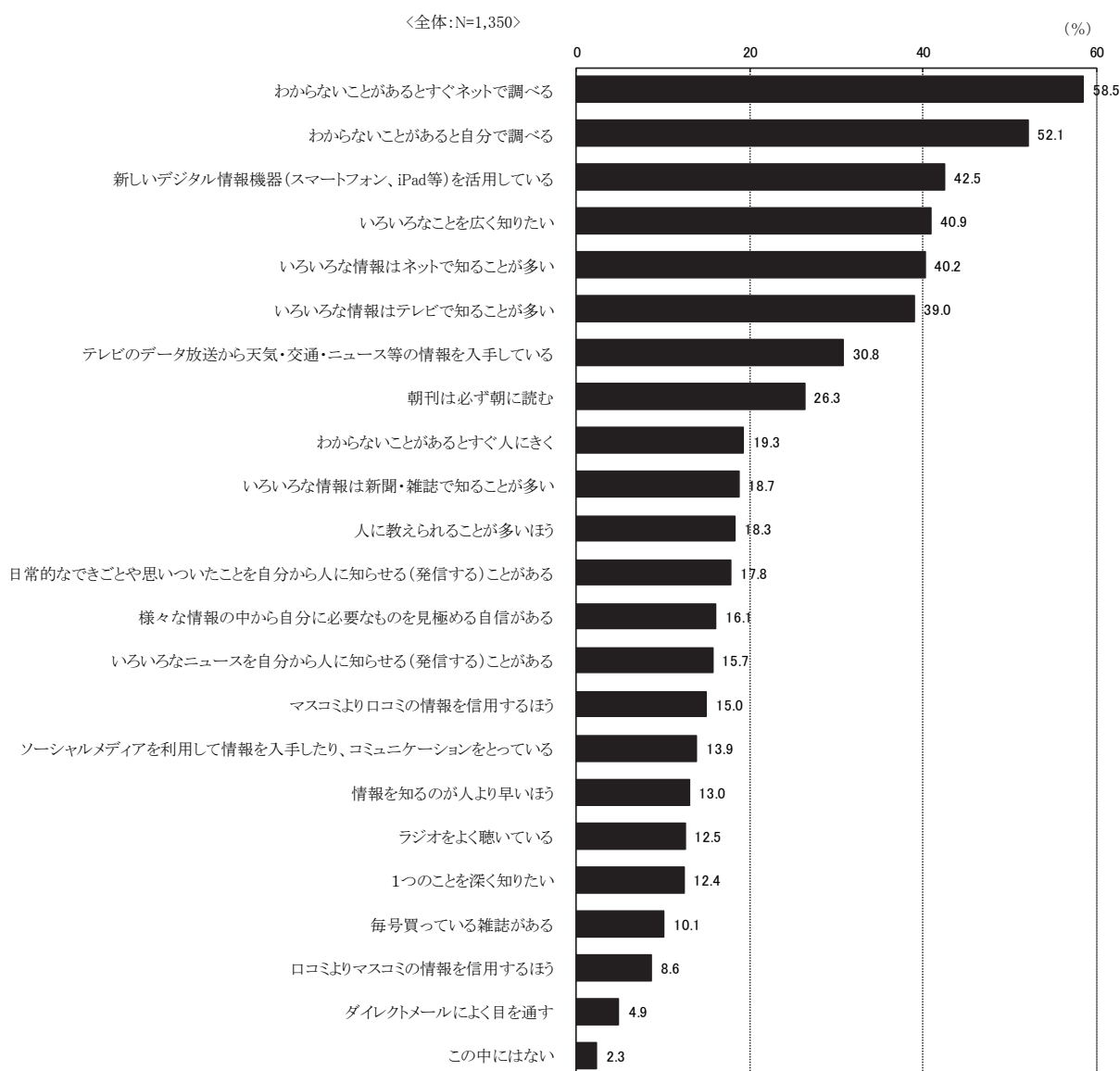
- ◇使い慣れているメディアは、「テレビのニュース番組」（82.3%）、「テレビの情報番組」（51.9%）、「ネットのニュース記事」（45.6%）、「家族や友人・知人の話」（40.4%）、「新聞の記事」（33.5%）の順で高い。
- ◇信用できるメディアは、「テレビのニュース番組」（74.4%）、「新聞の記事」（34.1%）、「家族や友人・知人の話」（32.4%）、「テレビの情報番組」（28.7%）、「ネットのニュース記事」（20.7%）の順で高い。
- ◇これらを整理すると、次のようになる。

	使い慣れている	信用できる
テレビのニュース番組	82.3%	74.4%
テレビの情報番組	51.9%	28.7%
ネットのニュース記事	45.6%	20.7%
家族や友人・知人の話	40.4%	32.4%
新聞の記事	33.5%	34.1%

- ◇使い慣れているメディアを性・年代別にみると、女 20 代を除いて「テレビのニュース番組」が最も高い。2 番目に高い情報源は、男 20 代～50 代が「ネットのニュース記事」、男 60 代・70 代が「新聞の記事」、女 20 代～30 代が「テレビのニュース番組」、「ネットのニュース記事」、女 40 代以降が「テレビの情報番組」になる。男女 20 代の「ネットのソーシャルメディア」の高さが目立つ。
- ◇信頼できるメディアを性・年代別でみると、「テレビのニュース番組」は、男女のどの年代でも最も高い。「新聞の記事」は、男 40 代～70 代と女 50 代～70 代で 2 番目に高い。「家族や友人・知人の話」は、男 20 代・30 代と女 10 代～40 代で 2 番目に、男 40 代～60 代で 3 番目に高い。

情報源としてテレビの活用度は最も高いものの、インターネットはテレビに次ぐ情報入手媒体になっている。情報入手をテレビや新聞に依存しているのは、もはや 60 代以上の年代に限られ、50 代までの年代は、インターネットで情報を入手している。しかし、インターネット・メディアの信頼性は低い。インターネットは、時間に制約されずに得たい情報を入手できる利便性があるが、情報への信頼度は低い。

図表 6-3 : 「情報」に対する意識・態度

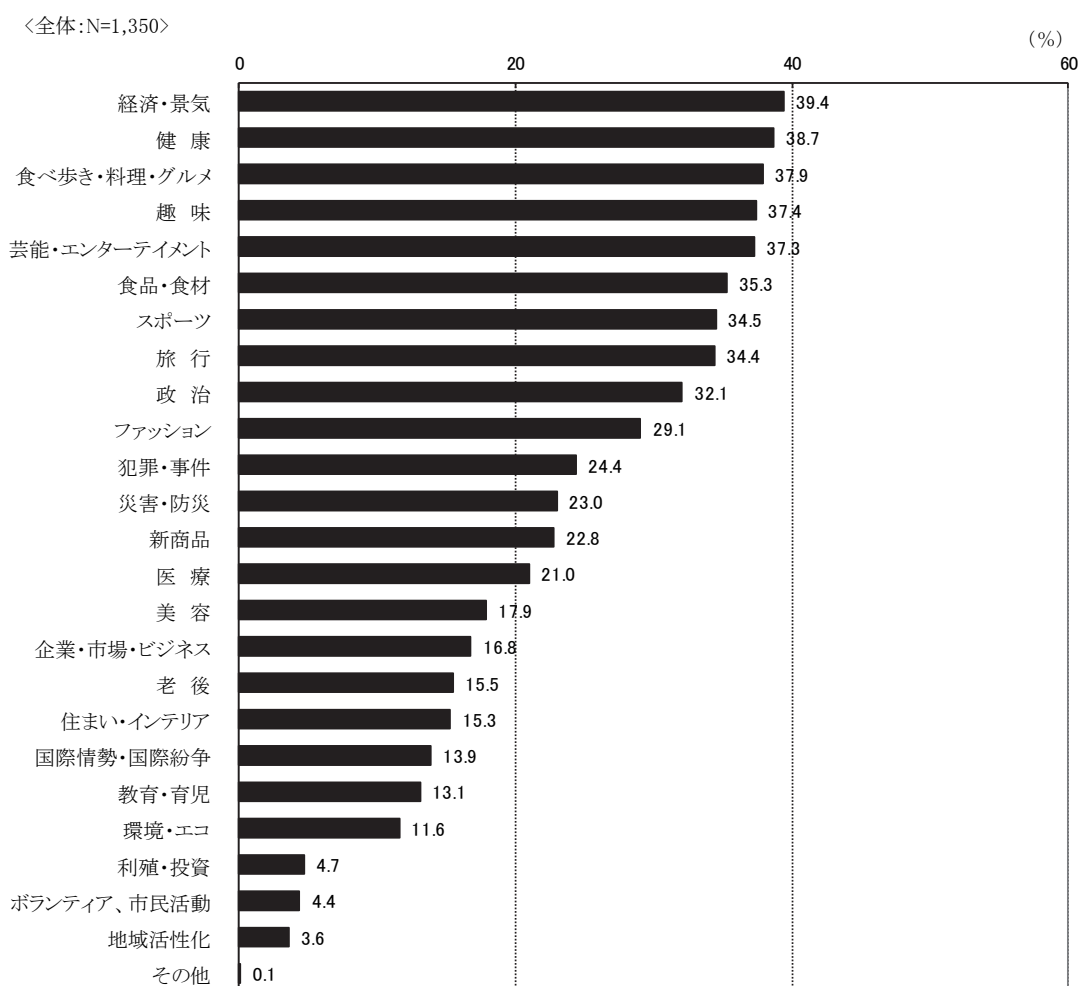


＜全体、性・年代別 上位3＞

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	わからないことがあるとすぐネットで調べる 58.5	わからないことがあると自分で調べる 52.1	新しいデジタル情報機器(スマホ、iPad等)を活用している 42.5
男 680	わからないことがあるとすぐネットで調べる 56.3	わからないことがあると自分で調べる 54.1	新しいデジタル情報機器(スマホ、iPad等)を活用している 42.1
女 670	わからないことがあるとすぐネットで調べる 60.7	わからないことがあると自分で調べる 50.0	いろいろな情報はテレビで知ることが多い 45.4
男・13～19歳 48	新しいデジタル情報機器(スマホ、iPad等)を活用している 60.4	わからないことがあるとすぐネットで調べる 58.3	いろいろな情報はネットで知ることが多い 56.3
男・20代 98	わからないことがあるとすぐネットで調べる 63.3	わからないことがあると自分で調べる 52.0	いろいろな情報はネットで知ることが多い 50.0
男・30代 126	わからないことがあるとすぐネットで調べる 69.0	わからないことがあると自分で調べる 56.3	いろいろな情報はネットで知ることが多い 50.0
男・40代 143	わからないことがあるとすぐネットで調べる 60.8	わからないことがあると自分で調べる 59.4	いろいろな情報はネットで知ることが多い 48.3
男・50代 101	わからないことがあるとすぐネットで調べる 64.4	わからないことがあると自分で調べる 60.4	新しいデジタル情報機器(スマホ、iPad等)を活用している 54.5
男・60代 95	朝刊は必ず朝に読む 68.4	わからないことがあると自分で調べる 51.6	わからないことがあるとすぐネットで調べる 46.3
男・70代 69	朝刊は必ず朝に読む 84.1	いろいろな情報はテレビで知ることが多い 63.8	いろいろな情報は新聞・雑誌で知ることが多い 56.5
女・13～19歳 47	わからないことがあるとすぐネットで調べる 59.6	新しいデジタル情報機器(スマホ、iPad等)を活用している 53.2	わからないことがあると自分で調べる 40.4
女・20代 94	わからないことがあるとすぐネットで調べる 80.9	わからないことがあると自分で調べる 66.0	いろいろな情報はネットで知ることが多い 60.6
女・30代 119	わからないことがあるとすぐネットで調べる 80.7	いろいろな情報はネットで知ることが多い 59.7	わからないことがあると自分で調べる 57.1
女・40代 133	わからないことがあるとすぐネットで調べる 77.4	新しいデジタル情報機器(スマホ、iPad等)を活用している 51.9	いろいろな情報はテレビで知ることが多い 48.1
女・50代 95	わからないことがあるとすぐネットで調べる 58.9	いろいろな情報はテレビで知ることが多い 57.9	いろいろなことを広く知りたい 50.5
女・60代 97	わからないことがあると自分で調べる 54.6	いろいろな情報はテレビで知ることが多い 53.6	朝刊は必ず朝に読む 45.4
女・70代 85	いろいろな情報はテレビで知ることが多い 60.0	朝刊は必ず朝に読む 56.5	いろいろな情報は新聞・雑誌で知ることが多い 45.9

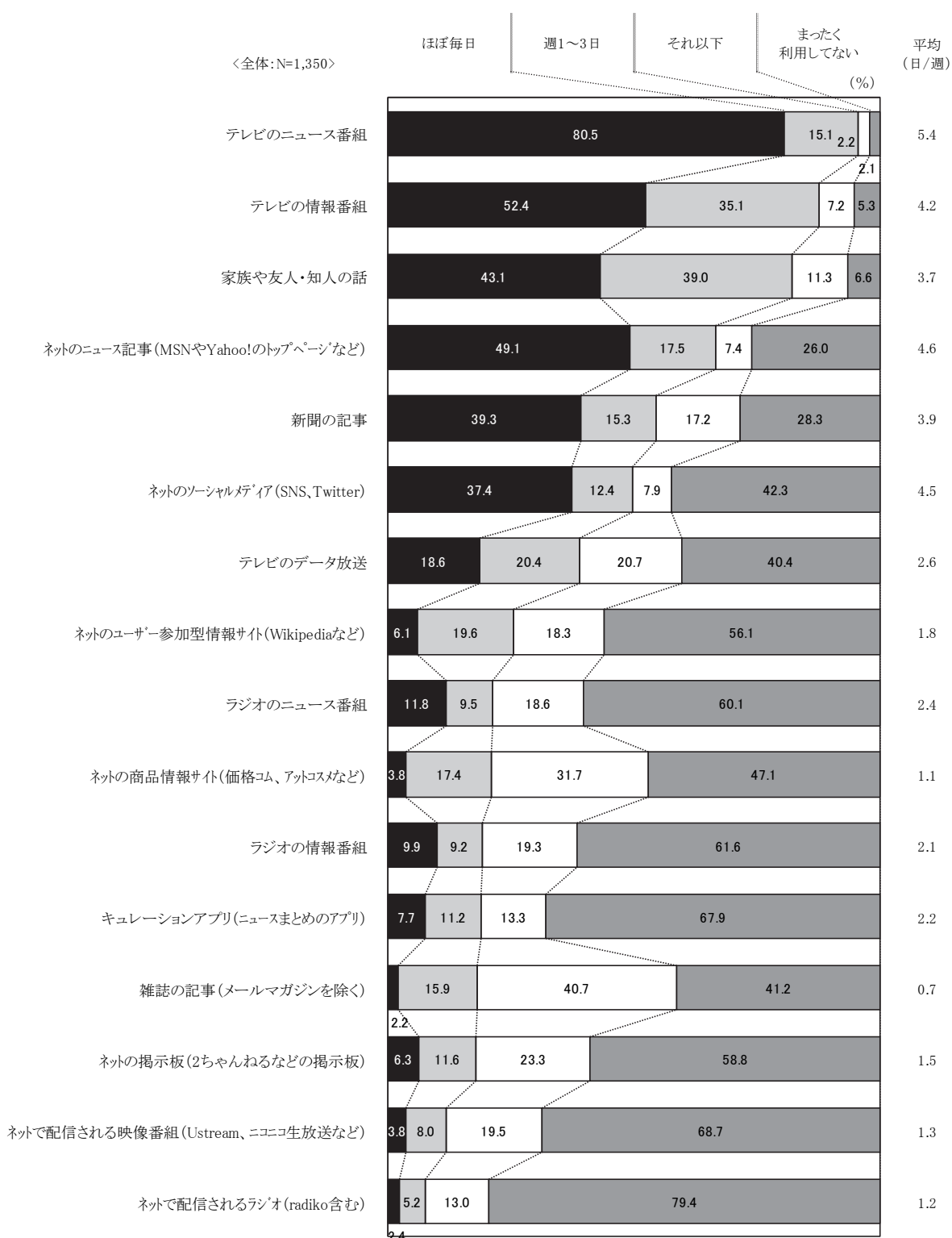
図表6-4：関心を持ち入手している情報



<全体、性・年代別 上位3>

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	経済・景気 39.4	健康 38.7	食べ歩き・料理・グルメ 37.9
男 680	経済・景気 52.5	スポーツ 47.9	政治 42.2
女 670	食品・食材 49.4	健康 48.4	芸能・エンターテインメント 48.1
男・13～19歳 48	趣味 56.3	スポーツ 52.1	芸能・エンターテインメント 39.6
男・20代 98	趣味 56.1	スポーツ 45.9	経済・景気 38.8
男・30代 126	スポーツ 45.2	経済・景気 43.7	趣味 39.7
男・40代 143	経済・景気 52.4	スポーツ 48.3	趣味 42.0
男・50代 101	経済・景気 71.3	政治 50.5	スポーツ 47.5
男・60代 95	経済・景気 68.4	政治 65.3	健康 51.6
男・70代 69	政治 69.6	経済・景気 68.1	健康 55.1
女・13～19歳 47	ファッション 68.1	芸能・エンターテインメント 61.7	趣味 48.9
女・20代 94	ファッション 72.3	芸能・エンターテインメント 59.6	食べ歩き・料理・グルメ 56.4
女・30代 119	芸能・エンターテインメント 54.6	ファッション 52.9	食べ歩き・料理・グルメ 47.9
女・40代 133	芸能・エンターテインメント 54.9	食べ歩き・料理・グルメ 54.1	健康 50.4
女・50代 95	食べ歩き・料理・グルメ 58.9	健康 57.9	食品・食材 56.8
女・60代 97	健康 69.1	旅行 57.7	食品・食材 56.7
女・70代 85	健康 72.9	食品・食材 56.5	老後 45.9

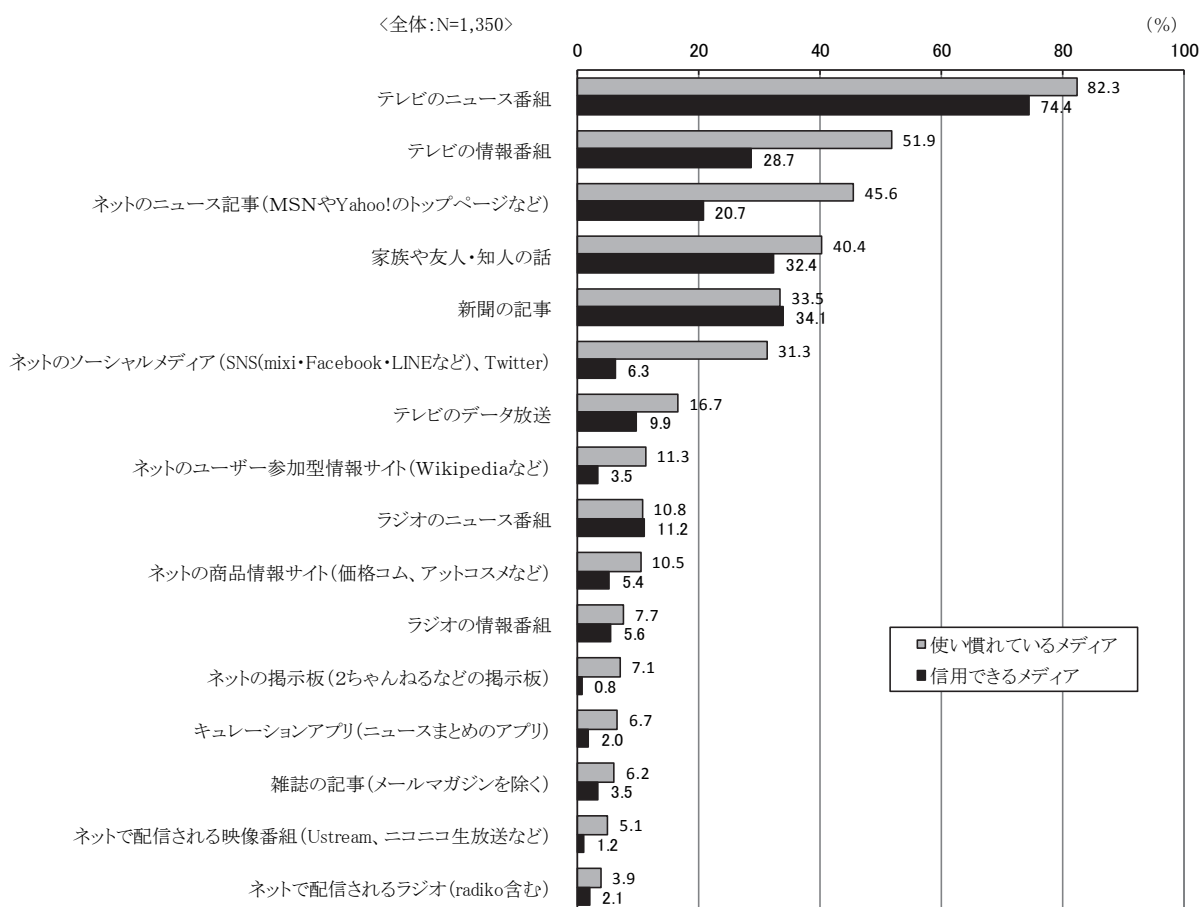
図表6-5：メディア別利用頻度



〔メディア利用率・利用頻度〕

	調査数	メディアの利用率(%)					メディアの利用頻度(平均日/週)				
		テレビのニュース番組	テレビの情報番組	家族や友人・知人の話	ネットのニュース記事	新聞の記事	テレビのニュース番組	ネットのニュース記事	ネットのソーシャルメディア	テレビの情報番組	新聞の記事
全体	1,350	97.9	94.7	93.4	74.0	71.7	5.4	4.6	4.5	4.2	3.9
男	680	97.5	92.4	92.1	75.6	71.5	5.3	4.9	4.2	3.8	4.1
女	670	98.2	97.2	94.8	72.4	71.9	5.6	4.4	4.7	4.6	3.6
男・13～19歳	48	97.9	93.7	89.6	81.2	54.2	4.6	4.2	5.2	3.9	1.5
男・20代	98	96.9	93.9	98.0	89.8	60.2	4.2	4.7	5.0	3.3	2.2
男・30代	126	94.4	90.5	92.1	87.3	65.1	4.8	4.8	4.0	3.2	3.0
男・40代	143	97.2	94.4	94.4	81.1	65.7	5.6	5.1	3.7	3.6	4.0
男・50代	101	100.0	93.1	90.1	86.1	78.2	5.9	5.5	4.0	4.0	4.6
男・60代	95	100.0	95.8	89.5	65.3	89.5	5.9	4.3	3.0	4.0	5.6
男・70代	69	97.1	82.6	87.0	17.4	88.4	6.1	5.8	1.0	5.4	6.1
女・13～19歳	47	97.9	93.6	100.0	78.7	51.1	4.7	3.0	5.2	3.8	1.3
女・20代	94	94.7	96.8	96.8	93.6	57.4	4.8	4.5	5.4	3.9	1.2
女・30代	119	97.5	95.8	95.8	86.6	49.6	5.2	5.0	4.9	3.8	1.8
女・40代	133	98.5	98.5	98.5	90.2	72.2	5.7	4.4	4.2	4.8	3.1
女・50代	95	98.9	100.0	100.0	75.8	88.4	6.0	4.8	4.7	5.2	4.0
女・60代	97	100.0	97.9	89.7	52.6	90.7	6.2	3.8	3.5	5.1	5.2
女・70代	85	100.0	95.3	82.4	16.5	90.6	6.1	1.8	1.6	5.2	5.8

図表6-6：使い慣れているメディア・信用できるメディア



〈全体、性・年代別 上位3〉

〔使い慣れているメディア〕

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全体 1,350	テレビのニュース番組 82.3	テレビの情報番組 51.9	ネットのニュース記事 45.6
男 680	テレビのニュース番組 80.4	ネットのニュース記事 49.3	テレビの情報番組 46.5
女 670	テレビのニュース番組 84.2	テレビの情報番組 57.3	家族や友人・知人の話 43.7
男・13~19歳 48	テレビのニュース番組 75.0	テレビの情報番組 56.3	ネットのソーシャルメディア 52.1
男・20代 98	テレビのニュース番組 70.4	ネットのソーシャルメディア／ネットのニュース記事 55.1	
男・30代 126	テレビのニュース番組 67.5	ネットのニュース記事 57.9	テレビの情報番組 45.2
男・40代 143	テレビのニュース番組 81.1	ネットのニュース記事 52.4	テレビの情報番組 42.7
男・50代 101	テレビのニュース番組 90.1	ネットのニュース記事 65.3	テレビの情報番組 49.5
男・60代 95	テレビのニュース番組 91.6	新聞の記事 70.5	テレビの情報番組 46.3
男・70代 69	テレビのニュース番組 91.3	新聞の記事 66.7	テレビの情報番組 60.9
女・13~19歳 47	テレビのニュース番組 68.1	ネットのソーシャルメディア 63.8	家族や友人・知人の話 46.8
女・20代 94	ネットのソーシャルメディア 72.3	テレビのニュース番組 63.8	ネットのニュース記事 58.5
女・30代 119	テレビのニュース番組 81.5	ネットのニュース記事 57.1	テレビの情報番組 52.1
女・40代 133	テレビのニュース番組 87.2	テレビの情報番組 60.9	ネットのニュース記事 51.1
女・50代 95	テレビのニュース番組 91.6	テレビの情報番組 69.5	ネットのニュース記事 48.4
女・60代 97	テレビのニュース番組 94.8	テレビの情報番組 64.9	新聞の記事 58.8
女・70代 85	テレビのニュース番組 94.1	テレビの情報番組 61.2	新聞の記事 51.8

〔信用できるメディア〕

(%)

N=		1 位	2 位	3 位
TOTAL	1,350	テレビのニュース番組 74.4	新聞の記事 34.1	家族や友人・知人の話 32.4
男	680	テレビのニュース番組 72.1	新聞の記事 36.3	家族や友人・知人の話 31.9
女	670	テレビのニュース番組 76.7	家族や友人・知人の話 33.0	新聞の記事 31.9
男・13～19歳	48	テレビのニュース番組 79.2	テレビの情報番組 45.8	家族や友人・知人の話 37.5
男・20代	98	テレビのニュース番組 65.3	家族や友人・知人の話 32.7	テレビの情報番組 26.5
男・30代	126	テレビのニュース番組 62.7	家族や友人・知人の話 37.3	ネットのニュース記事 28.6
男・40代	143	テレビのニュース番組 69.9	新聞の記事 33.6	家族や友人・知人の話 28.0
男・50代	101	テレビのニュース番組 84.2	新聞の記事 41.6	家族や友人・知人の話 33.7
男・60代	95	テレビのニュース番組 73.7	新聞の記事 61.1	家族や友人・知人の話 28.4
男・70代	69	テレビのニュース番組 78.3	新聞の記事 58.0	テレビの情報番組 34.8
女・13～19歳	47	テレビのニュース番組 70.2	家族や友人・知人の話 40.4	テレビの情報番組 27.7
女・20代	94	テレビのニュース番組 59.6	テレビの情報番組 35.1	家族や友人・知人の話 34.0
女・30代	119	テレビのニュース番組 68.9	家族や友人・知人の話 36.1	テレビの情報番組 25.2
女・40代	133	テレビのニュース番組 77.4	家族や友人・知人の話 34.6	テレビの情報番組 27.8
女・50代	95	テレビのニュース番組 80.0	新聞の記事 38.9	テレビの情報番組 30.5
女・60代	97	テレビのニュース番組 90.7	新聞の記事 54.6	テレビの情報番組 36.1
女・70代	85	テレビのニュース番組 89.4	新聞の記事 55.3	テレビの情報番組 36.5

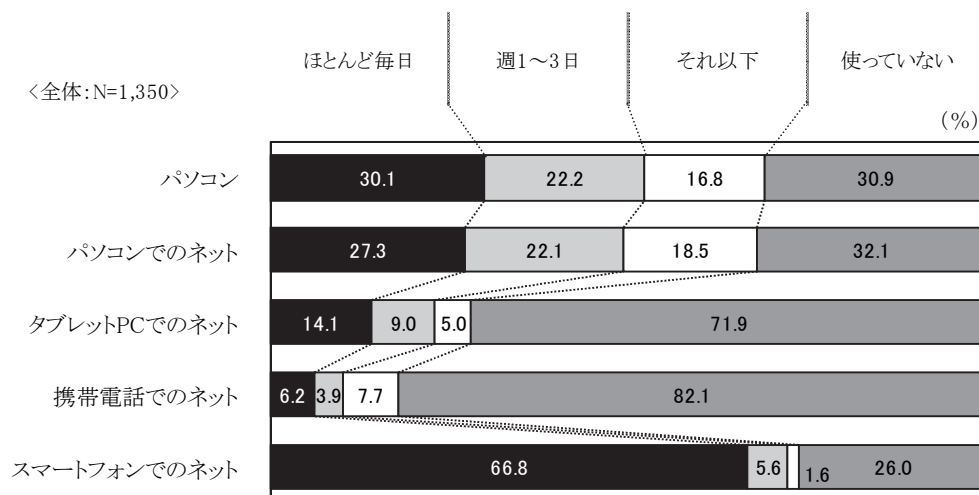
(2) スマホでインターネットを持ち歩き

どの機器でネットを利用しているのだろうか。パソコンの利用とパソコン、タブレット PC、携帯電話、スマートフォンでのネット利用頻度をきいた。この結果は図表 6-7 と図表 6-8 のようになった。

- ◇プライベートでのパソコンの利用率は全体で 69.1%、利用者の利用頻度は平均 3.5 日/週である。2010 年からの推移をみると、利用頻度が低下してきている。男性の利用率は 76.0%、利用頻度は平均 4.2 日/週で、女性の利用率 62.1%、利用頻度平均 2.6 日/週より多い。パソコンの利用は、男 20 代～60 代に限られる。
- ◇パソコンでのネット利用は、パソコン利用に近い水準（利用率 67.9%、利用頻度平均 3.2 日/週）になり、パソコン利用者のほとんどがネットを利用している。パソコンの利用と同じく、年々利用頻度が低下してきている。パソコンでのネット利用は、男性のほうが利用率、利用頻度とも高い。
- ◇「タブレット PC でのネット」の利用率は、全体で 28.1%である。平均利用頻度は 3.8 日/週である。2013 年から 2015 年にかけて利用率が拡大したが、一段落し 2016 年は 2015 年と同じ水準であった。男性の利用率は 31.8%、平均利用頻度は 4.2 日/週で、女性の利用率 24.5%、平均利用頻度は 3.4 日/週より高い。男性の中でも 10 代～50 代で利用率、利用頻度が高い。
- ◇携帯電話でのネット利用率は 17.9%で、利用頻度は平均 2.7 日/週である。2010 年から利用率は大幅に減少してきている。男女 70 代の利用率が最も高い。
- ◇スマートフォンでのネット利用率は 74.0%、利用頻度は平均 6.1 日/週である。2010 年以降利用者は拡大してきており、最も利用者が多く、ほぼ毎日利用されているネット利用の機器となった。「ほとんど毎日」利用している人は 66.8%にのぼる。男女とも 50 代までの年代で若い年代ほど利用者が多い。

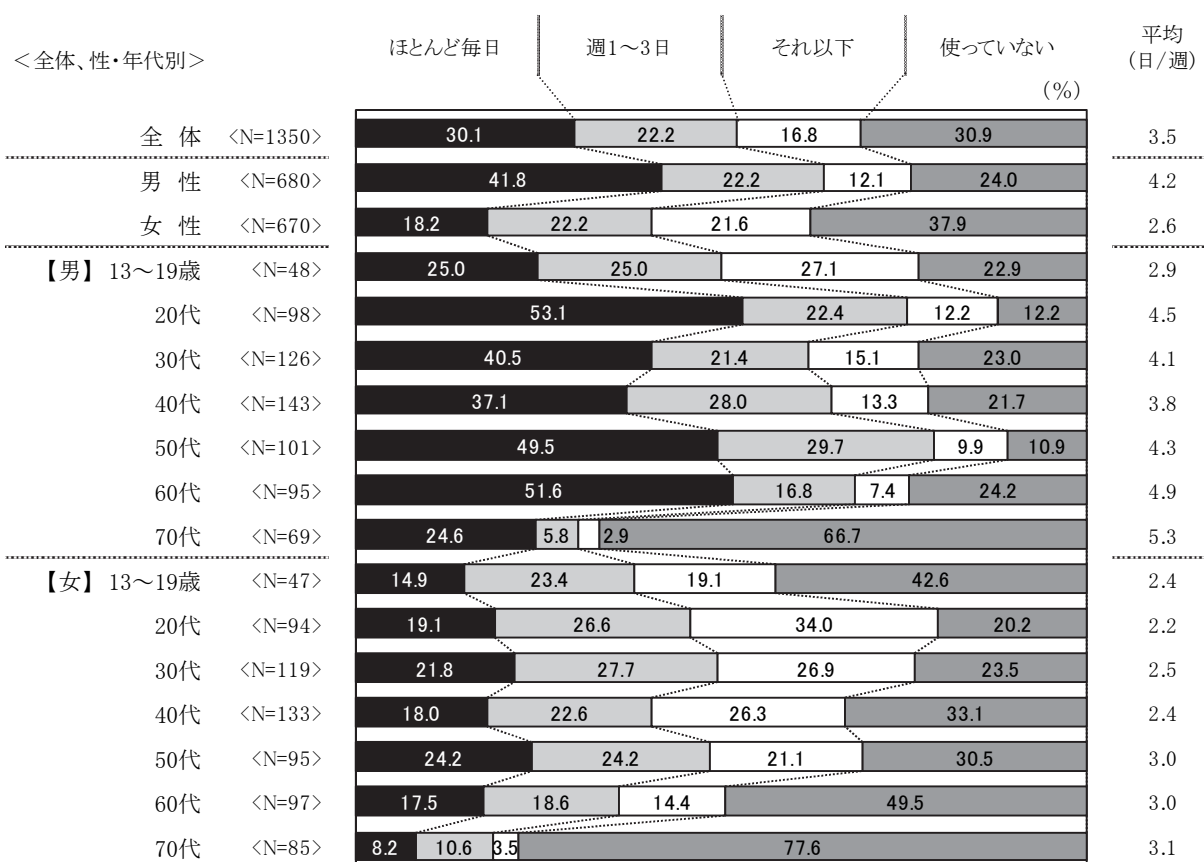
インターネットはスマートフォンで幅広く利用されている。スマートフォンでの利用が拡大しているのは、持ち歩きができ、いつでもどこでも利用できる利便性によるものであろう。

図表6-7：メディア別利用頻度



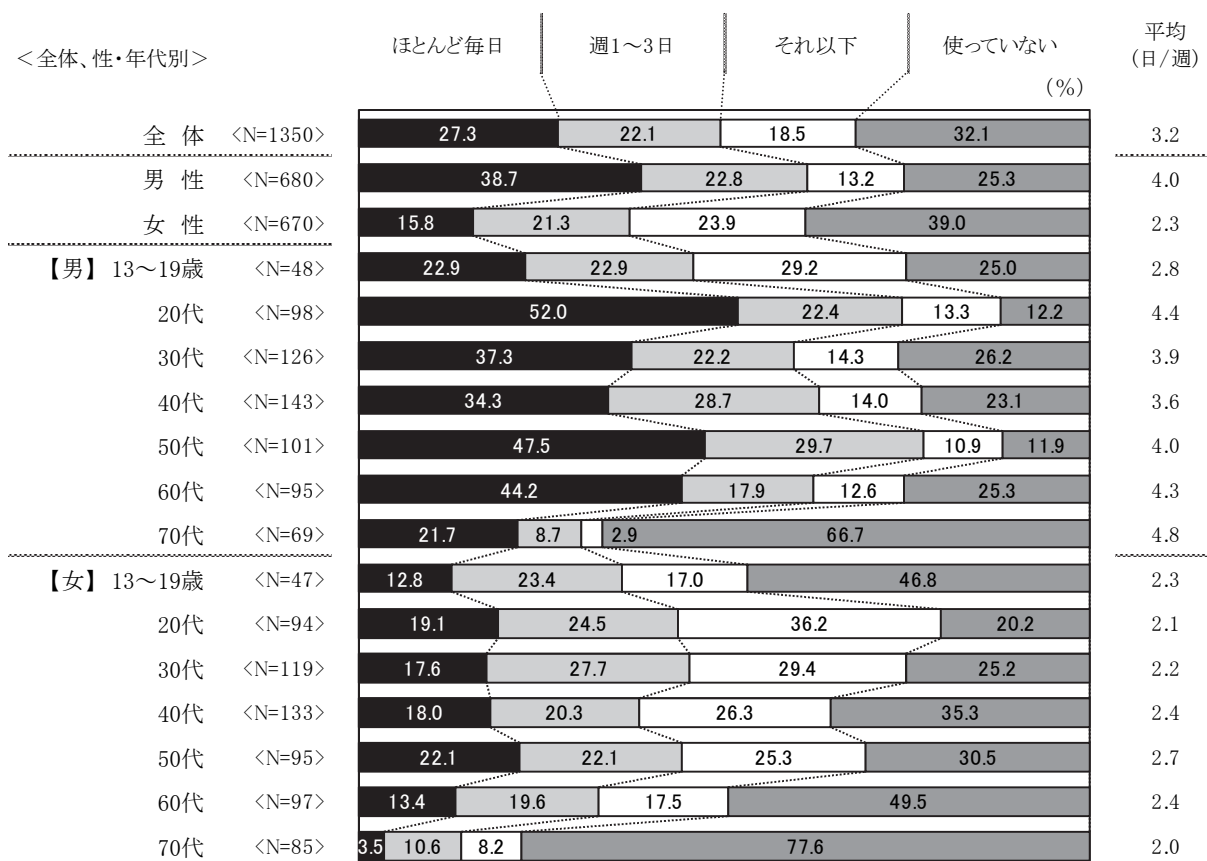
〔情報機器別利用頻度〕

① パソコン

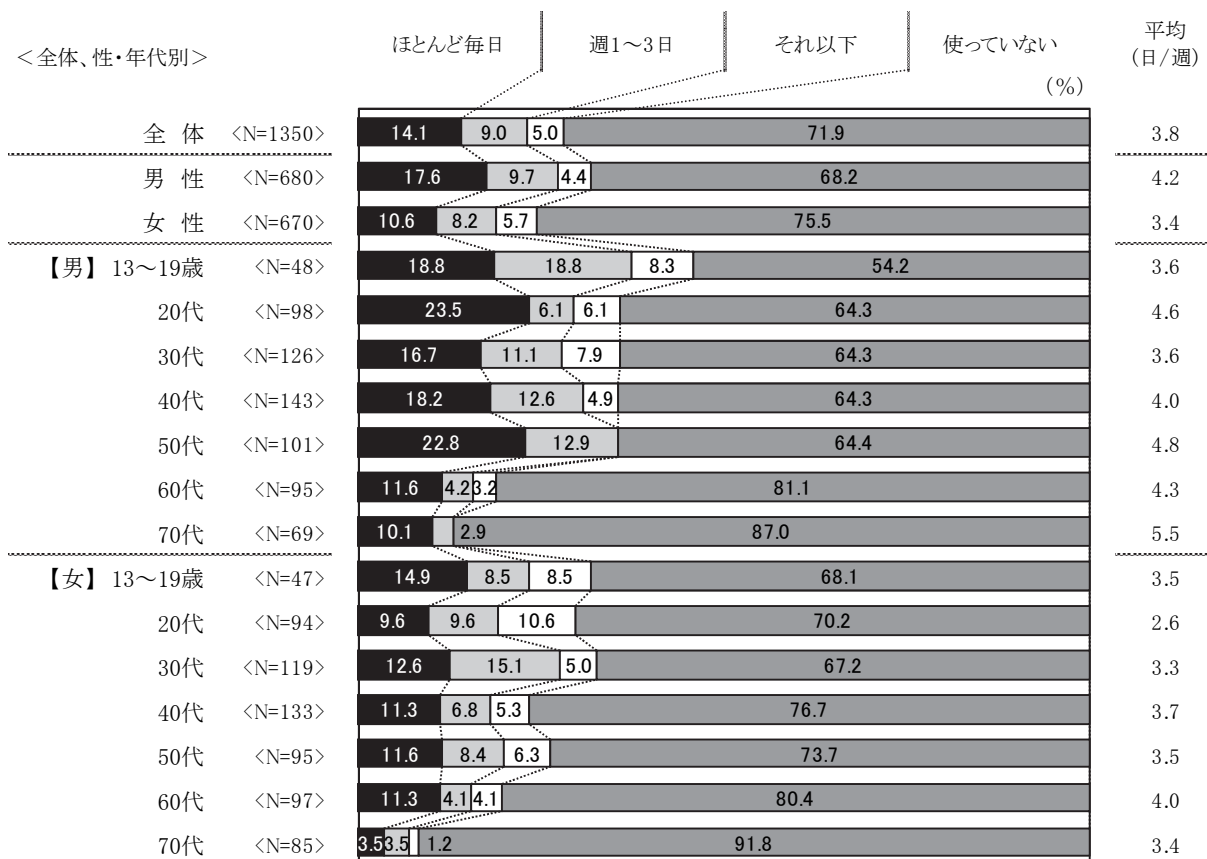


(注)①～⑤の利用頻度の平均は、「使っていない」を除いて算出。

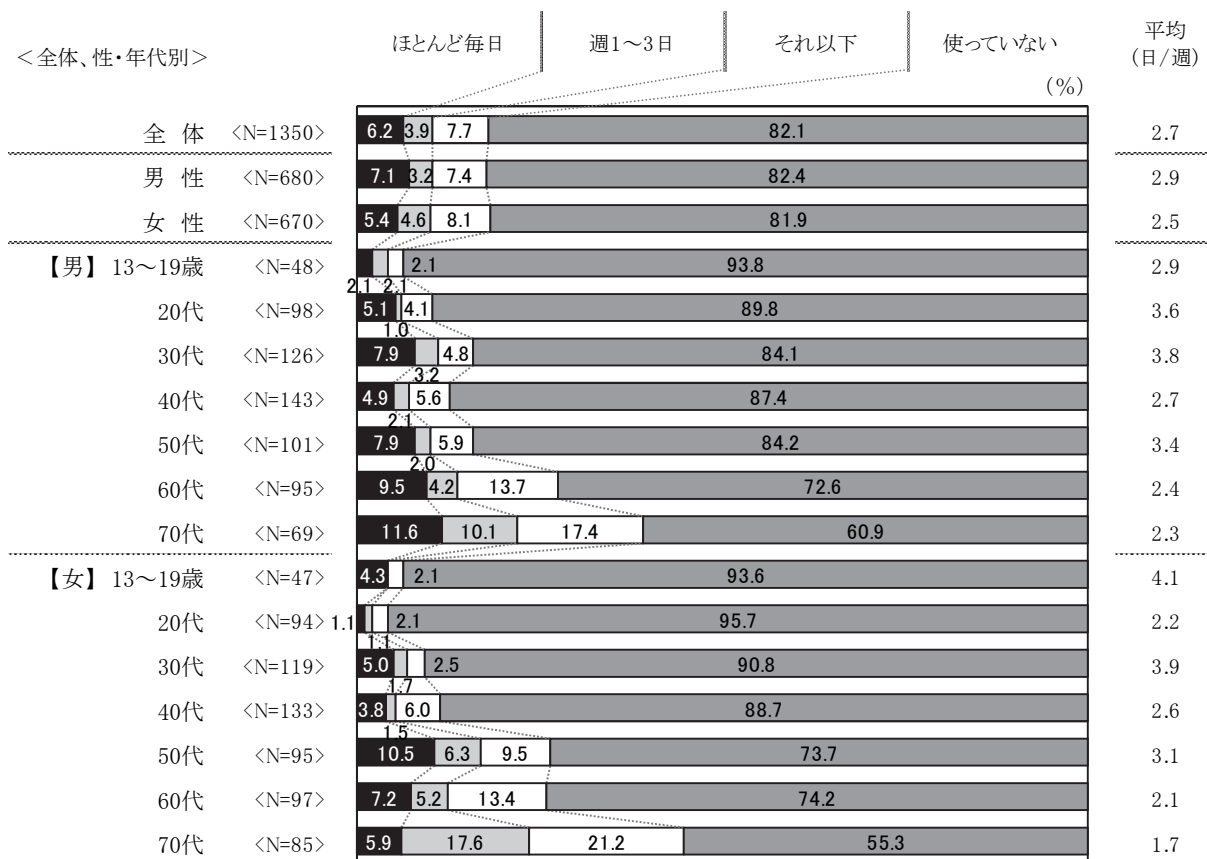
② パソコンでのネット



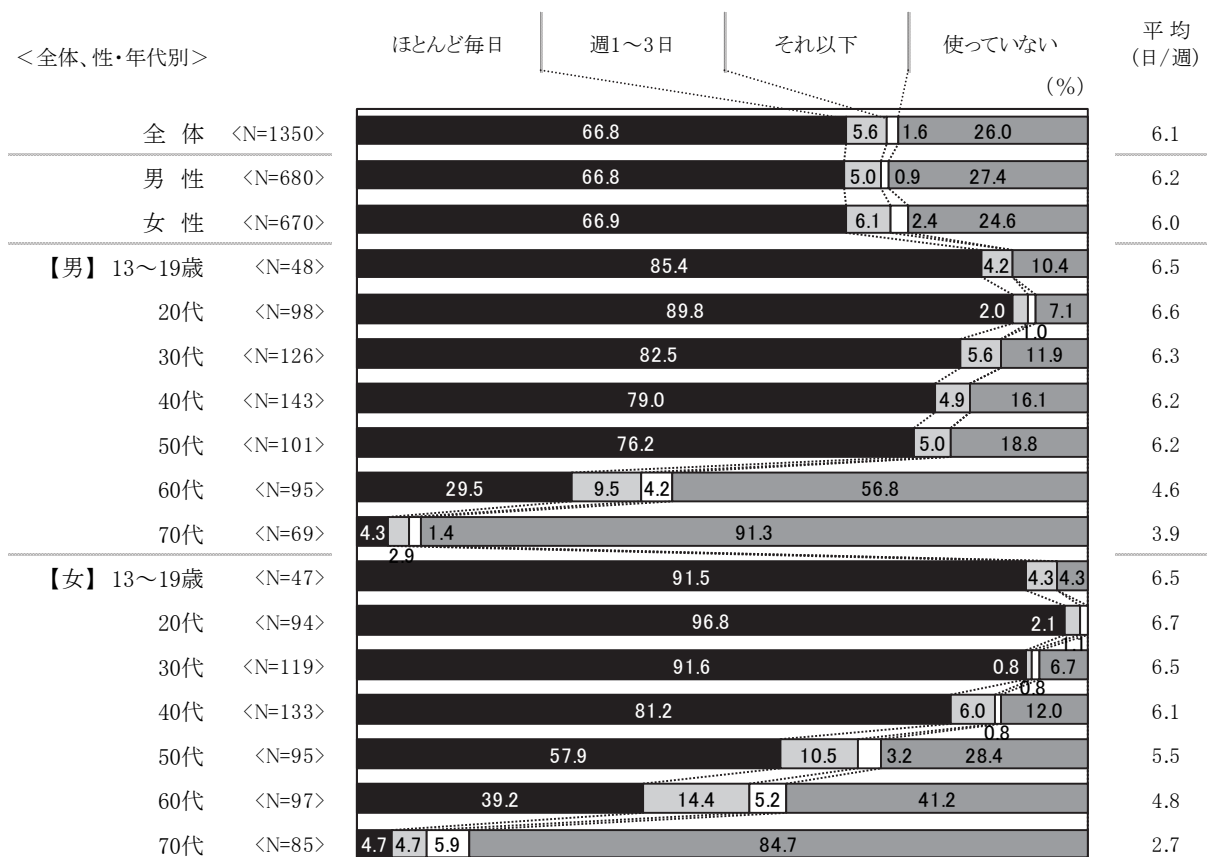
③ タブレットPCでのネット



④ 携帯電話でのネット

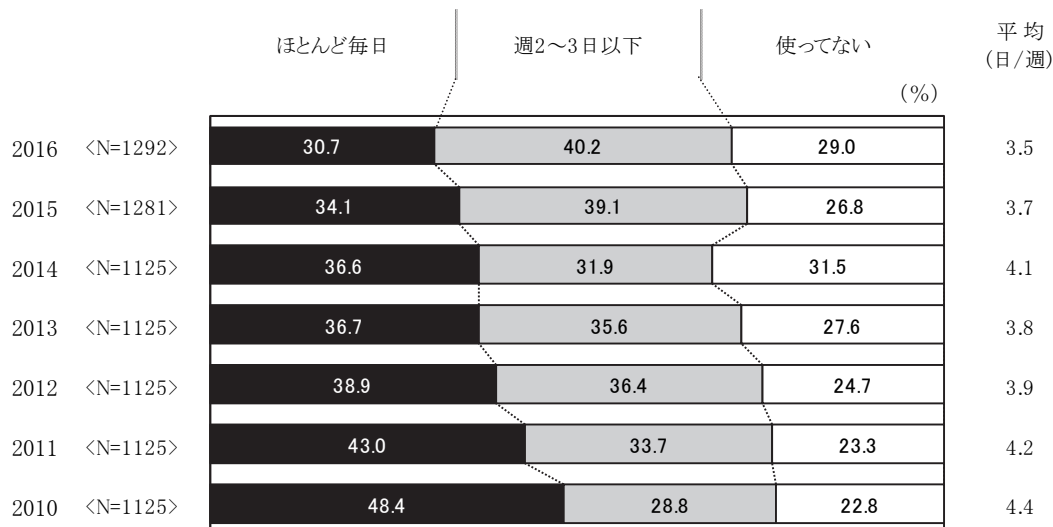


⑤ スマートフォンでのネット

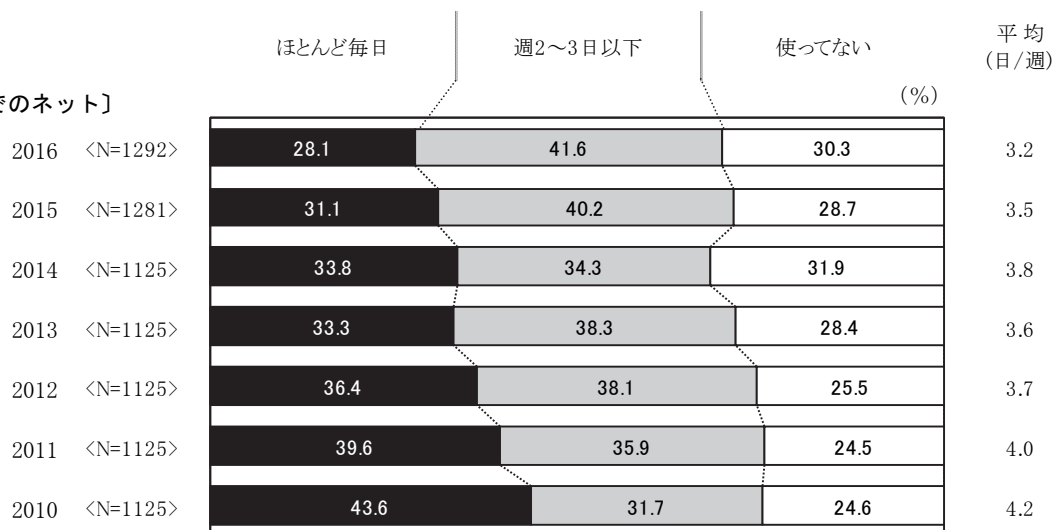


<時系列>

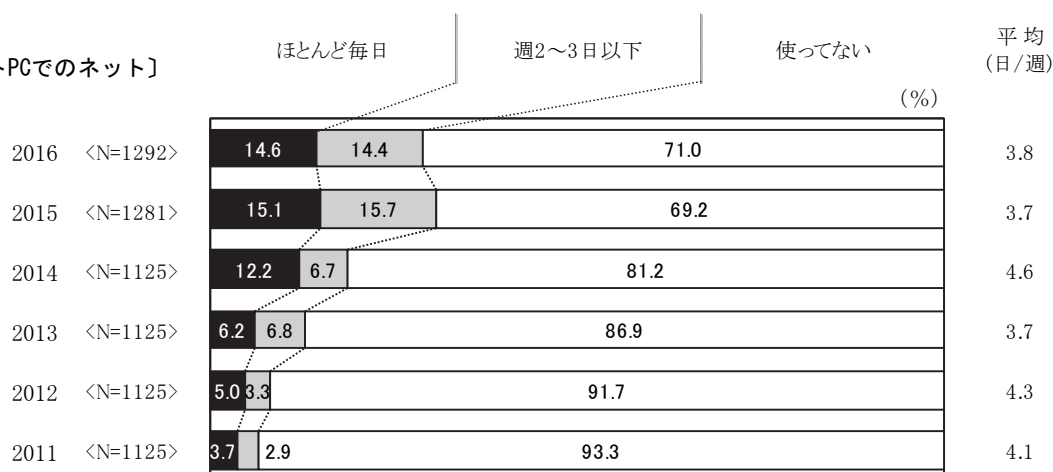
〔パソコン〕

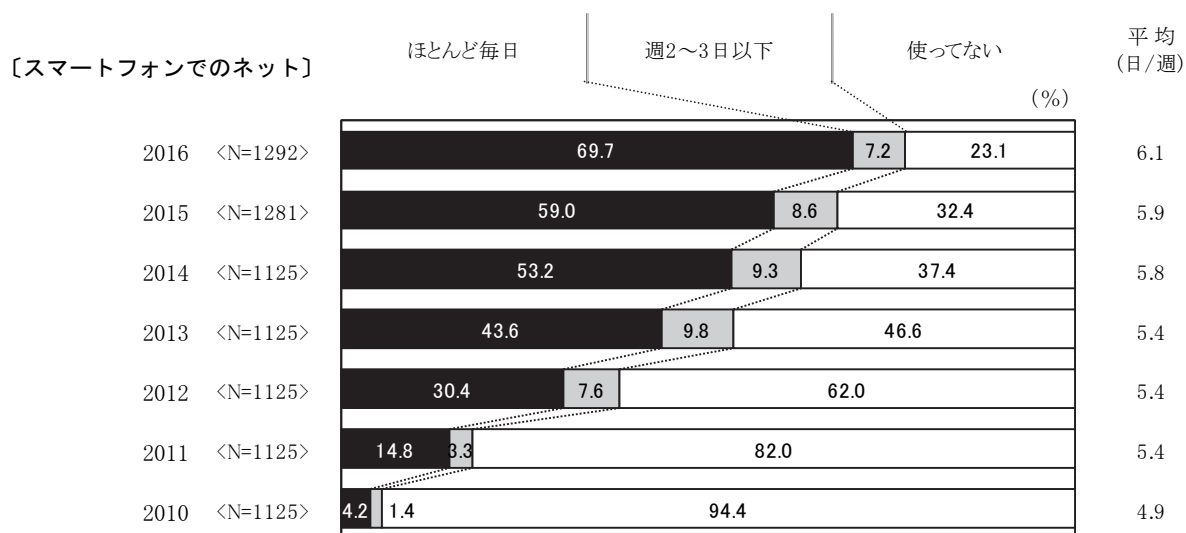
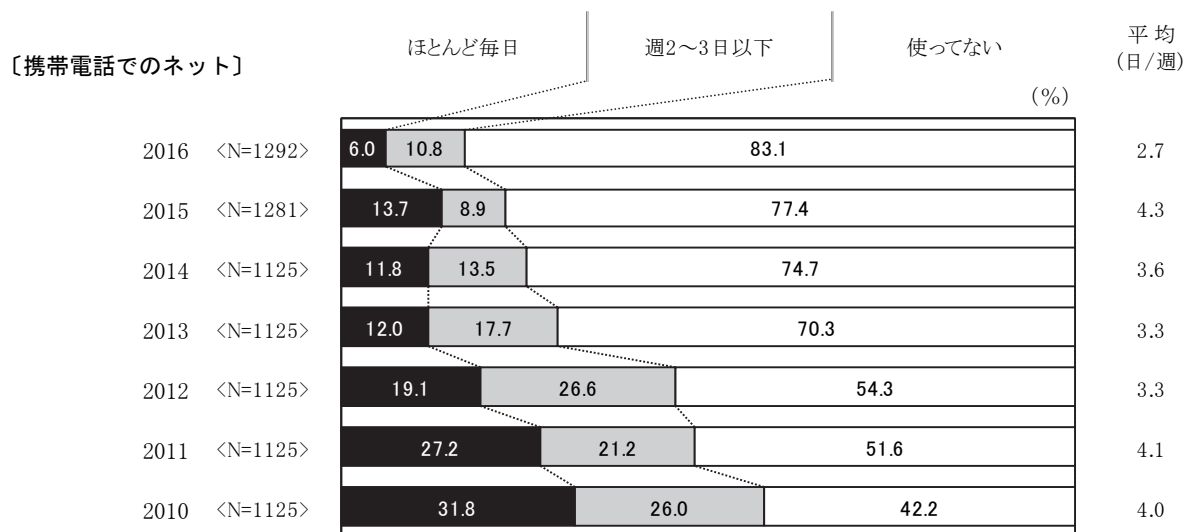


〔パソコンでのネット〕



〔タブレットPCでのネット〕





	調査数	利用率(%)					利用頻度(日/週)				
		パソコン利用	パソコンでのネット利用	タブレットPCでのネット利用	携帯電話でのネット利用	スマホでのネット利用	パソコン利用	パソコンでのネット利用	タブレットPCでのネット利用	携帯電話でのネット利用	スマホでのネット利用
全体	1,350	69.1	67.9	28.1	17.9	74.0	3.5	3.2	3.8	2.7	6.1
男	680	76.0	74.7	31.8	17.6	72.6	4.2	4.0	4.2	2.9	6.2
女	670	62.1	61.0	24.5	18.1	75.4	2.6	2.3	3.4	2.5	6.0
男・13～19歳	48	77.1	75.0	45.8	6.2	89.6	2.9	2.8	3.6	2.9	6.5
男・20代	98	87.8	87.8	35.7	10.2	92.9	4.5	4.4	4.6	3.6	6.6
男・30代	126	77.0	73.8	35.7	15.9	88.1	4.1	3.9	3.6	3.8	6.3
男・40代	143	78.3	76.9	35.7	12.6	83.9	3.8	3.6	4.0	2.7	6.2
男・50代	101	89.1	88.1	35.6	15.8	81.2	4.3	4.0	4.8	3.4	6.2
男・60代	95	75.8	74.7	18.9	27.4	43.2	4.9	4.3	4.3	2.4	4.6
男・70代	69	33.3	33.3	13.0	39.1	8.7	5.3	4.8	5.5	2.3	3.9
女・13～19歳	47	57.4	53.2	31.9	6.4	95.7	2.4	2.3	3.5	4.1	6.5
女・20代	94	79.8	79.8	29.8	4.3	100.0	2.2	2.1	2.6	2.2	6.7
女・30代	119	76.5	74.8	32.8	9.2	93.3	2.5	2.2	3.3	3.9	6.5
女・40代	133	66.9	64.7	23.3	11.3	88.0	2.4	2.4	3.7	2.6	6.1
女・50代	95	69.5	69.5	26.3	26.3	71.6	3.0	2.7	3.5	3.1	5.5
女・60代	97	50.5	50.5	19.6	25.8	58.8	3.0	2.4	4.0	2.1	4.8
女・70代	85	22.4	22.4	8.2	44.7	15.3	3.1	2.0	3.4	1.7	2.7

パソコン、タブレット PC、携帯電話、スマートフォンの利用内容は、図表 6-8 のようになっている。また、自身のネット利用を、「作成者タイプ」、「レビュー・コメント投稿タイプ」、「会話・コミュニケーションタイプ」、「閲覧+加入タイプ」、「読む専門のタイプ」に分類した場合、どのタイプに当てはまるかを回答してもらった。

《情報機器の利用内容》 (図表 6-8)

- ◇情報機器の利用内容は、「メール」(69.8%)、「天気予報やニュースの情報」(63.4%)、「電車の経路情報(乗換の案内など)」(54.9%)、「ブログ・ホームページなどの閲覧・情報検索」(53.7%)、「ゲーム」(47.0%)、「スカイプ、LINE などでの通話」(46.1%)、「ネットショッピング」(43.6%)、「地震・津波などの災害情報」(33.1%)、「動画のダウンロード・鑑賞」(31.4%)、「電車の遅延情報」(30.7%) の順が多い。
- ◇男 10 代・20 代と女 10 代の情報機器の利用内容は「ゲーム」や「スカイプ、LINE などでの通話」、男女 30 代以降は「メール」や「天気予報やニュースの情報」が多い。男 60 代・70 代と女 40 代以上で「電車の経路情報(乗換の案内など)」の利用が多い。

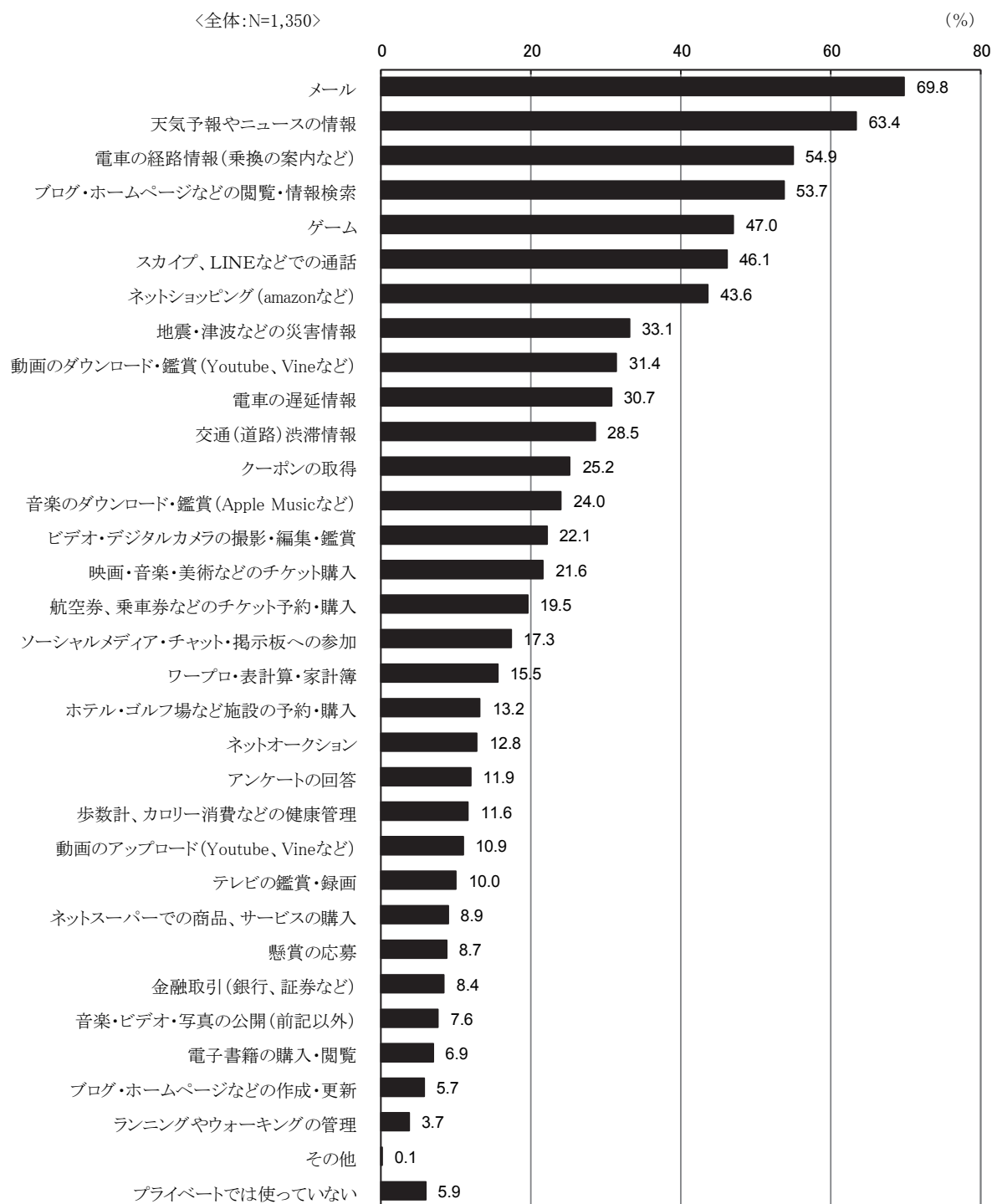
《情報機器の利用タイプ》 (図表 6-9)

- ◇情報機器の利用タイプは、「読む専門のタイプ」(43.7%) が多数で、「会話・コミュニケーションタイプ」(13.5%)、「閲覧+加入タイプ」(10.4%) が続く。
- ◇女 10 代・20 代は、「会話・コミュニケーションタイプ」が最も多いが、それ以外は「読む専門のタイプ」がほぼ半数で多数派であった。

ネットの利用内容は、天気予報や電車の経路情報など知りたいときの情報やメールやスカイプ、LINEなど人との連絡・つながりが多い。これらは、行動しているときの利用とみられ、ネットのモバイル化が進行していることがうかがわれる。

若い女性はコミュニケーションツールとしての利用が多いという特徴があるものの、ほとんどの人は閲覧派である。

図表6-8：情報機器の利用内容

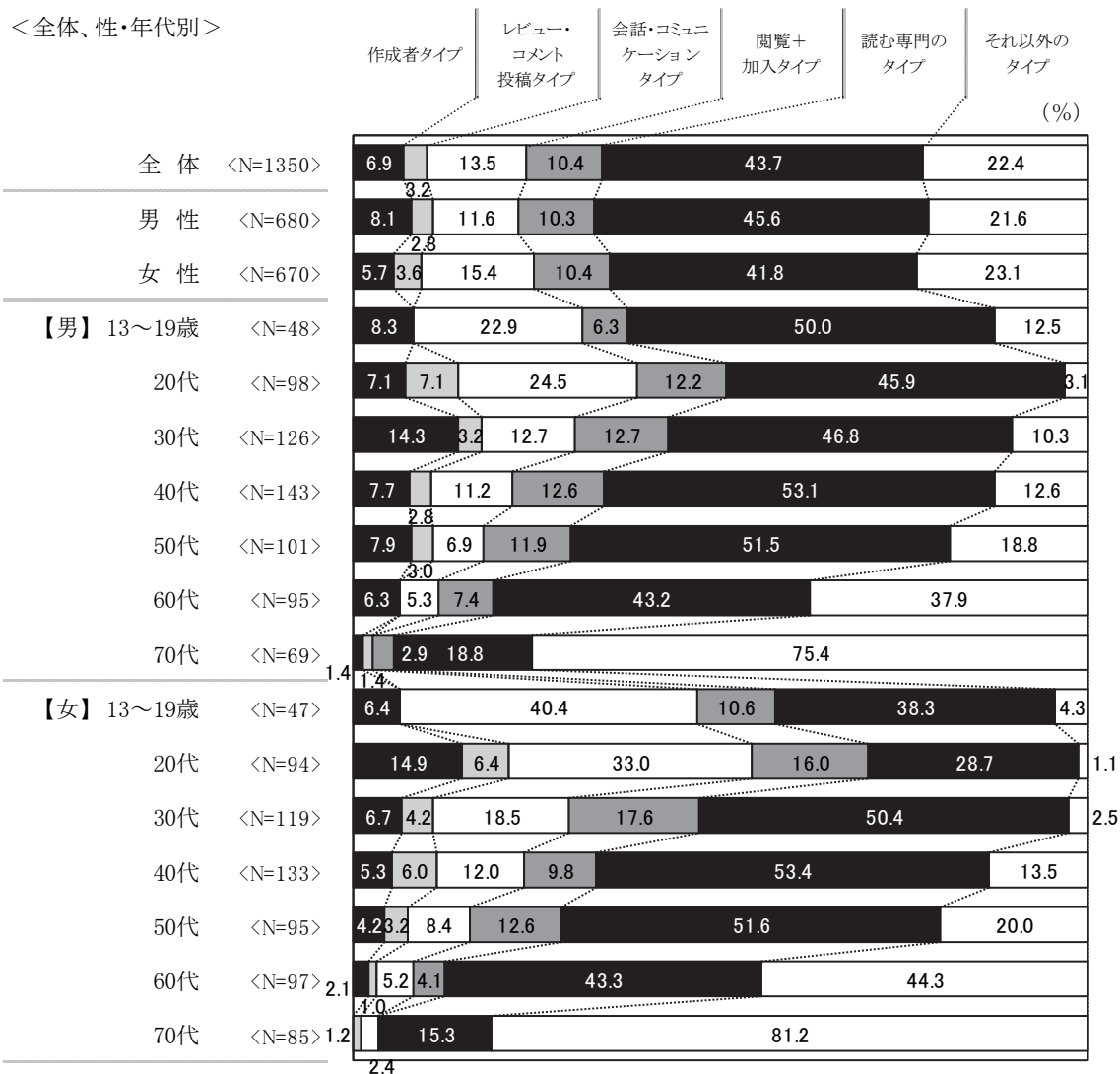


＜全体、性・年代別 上位3＞

(%)

N=	1 位	2 位	3 位
全 体 1,350	メール 69.8	天気予報やニュースの情報 63.4	電車の経路情報 54.9
男 680	メール 66.5	天気予報やニュースの情報 63.2	ブログ・ホームページなどの 閲覧・情報検索 54.4
女 670	メール 73.1	天気予報やニュースの情報 63.6	電車の経路情報 58.8
男・13～19歳 48	ゲーム 89.6	スカイプ、LINEなどでの通話 60.4	ブログ・ホームページなどの 閲覧・情報検索 58.3
男・20代 98	ゲーム 72.4	スカイプ、LINEなどでの通話／天気予報やニュースの情報 64.3	
男・30代 126	メール 71.4	天気予報やニュースの情報 69.0	ゲーム 64.3
男・40代 143	天気予報やニュースの情報 72.7	メール 69.2	ブログ・ホームページなどの 閲覧・情報検索 66.4
男・50代 101	天気予報やニュースの情報 81.2	メール 74.3	ブログ・ホームページなどの 閲覧・情報検索 60.4
男・60代 95	メール 65.3	天気予報やニュースの情報 57.9	電車の経路情報 55.8
男・70代 69	メール 59.4	天気予報やニュースの情報 24.6	電車の経路情報 17.4
女・13～19歳 47	ゲーム 66.0	スカイプ、LINEなどでの通話 59.6	メール 48.9
女・20代 94	スカイプ、LINEなどでの通話 79.8	ブログ・ホームページなどの 閲覧・情報検索 78.7	天気予報やニュースの情報 77.7
女・30代 119	天気予報やニュースの情報 77.3	メール 77.3	ブログ・ホームページなどの 閲覧・情報検索 73.9
女・40代 133	メール 85.7	天気予報やニュースの情報 83.5	電車の経路情報 69.2
女・50代 95	メール 82.1	天気予報やニュースの情報 67.4	電車の経路情報 62.1
女・60代 97	メール 76.3	電車の経路情報 56.7	天気予報やニュースの情報 52.6
女・70代 85	メール 49.4	歩数計、カロリー消費などの 健康管理 23.5	電車の経路情報 20.0

図表6-9：ネット等の利用タイプ



第7章 まとめ

第2章から第6章で、都市生活者の生活実感と生活領域ごとの意識をまとめてきた。本章では第1章で示した「調査企画上の視座」に沿って2016年の調査結果を概括したのちに、ライフステージ別の違いについて整理する。そして最後に、これからの都市生活者研究の方向性について考察する。

1. 2016年調査結果の概括

2016年の調査結果をまとめるとつぎのようになる。

(経済変動と都市生活)

◆生活実感はやや好転したものの、余裕のない中で節約しながら質の充実に向かう

都市生活者の生活実感はやや好転しており先行きの見通しも明るい。しかし、収入増に対しては不透明で、消費意欲は高まっていない。家計収支は依然として厳しい状況にあり、余裕のない中で節約しながら質を求めている。増税に対する危機感は強く、消費性向は日常生活へと向かい、食を充実させたり、住生活での快適性を求める動きが明らかになっている。生き方・暮らし方では、「家族や友人と楽しく暮らしたい」「のんびり気軽に暮らしたい」という考え方が多く、都市生活者は生活の足元をみつめ、周囲の人と楽しく安らぎのある暮らしを求めている。

(食生活と居注意識の変容)

◆質の充実食材へのこだわり、安心できる居住空間へ

実際に食への支出額が増加し、産地や旬の食材にこだわる消費傾向がある。この点は生活に豊かさを求めているだけでなく、健康・安全面の配慮もうかがわせる。住生活では、住まいを資産として捉える意識が根強く、家族形成期での新築一戸建てへの住み替え、定年後のリフォームと、それぞれのライフステージでの快適な生活空間を求めている。居住空間には安全で暮らしやすい安らぎの場を求めている。具体的には、治安のよさと買い物など日常生活に必要な施設が近くにあることが条件になるが、多くの人が訪れる娯楽施設の近くは避けたいと思っている。親との近居は、日常生活を支え合うことができ、互いに安心できる住まい方の選択肢となっている。日常生活の質の充実で求められているのは、利便性があり安心できる暮らしといえる。

(ワークライフ・バランスと仕事観)

◆仕事の時間が増えている中で、家庭とのバランスを取ろうとしている

都市生活者は、仕事をお金を稼ぐための手段として捉え、家庭生活とのバランスを大切にしている。ワークライフ・バランスをみると、仕事の時間が増え、家庭と余暇の時間が減少しているが、働く場所と労働時間を考慮して、仕事と家庭の両立を図ろうとする姿がうかがわれる。若い年代ほど収入増に対する意識が高く、都心でフルタイム勤務を志向するが、子どもを持つ女性やリタイア世代は職住近接で少ない労働時間を望んでいる。

(都市生活者と老後)

◆老後には自由な時間を楽しみたいが、生活費に不安

老後を強く意識し始めるのは50代。多くが定年後も働きたいと考える一方で、老後生活における自由な時間への意識が高まる。老後には、子育てや仕事から解放され、自由になる時間が増える。そこで、旅行に出かけたり、おいしいものを食べに行ったり、映画や演劇を楽しみたいと考えている。また、老後の生活では、家族や親友を大切にしたいと考えている。一方、具体的な老後の生活費に対して現在の資産では足りないと考えている。

(コミュニティと都市生活)

◆周囲の人とのつきあいが大切

男性より女性のほうが親密なつきあいをする友人に恵まれており、中高年男性の友人の数が減る傾向にある。リタイアを契機として仕事のつきあいがなくなるためである。若年層はつきあいの輪を広げたいと考えるが、30代以降の年代になると親密さを重視するようになる。また、中高年男性は人とつきあいたいものの、思うようにできない人が多くなるという問題も浮き彫りになった。ふだんつきあっている友人は、ライフステージごとに異なり、高齢になると、行動範囲も狭まり近所の友人へと向かう。一方、世代を超えて学生時代の友人を大切に思っていることも明らかにされた。

都市生活者は、地域の人々との交流が防犯・治安の維持と、いざという時の助け合い、災害時の対応のうえで不可欠なものとして認識している。もっと機能して欲しいものとしては、災害時の対応や子どもの見守りとともに、高齢者サポートの充実を求めている。

(社会に対する意識)

◆経済的に豊かで安定した社会を求める

都市生活者は、社会構造の変化に直面し、年金に対する強い不安と社会の不公平を感じている。福祉や年金の水準を上げるために税などの負担が増えるのなら、水準も負担も今と同程度がよいとの考えが多いが、年代間で負担に対する考えの差もうかがえる。都市生活者が望む社会とは、経済的な豊かさと安定、そして安全・安心、子育てしやすいなどである。一方で、望むような社会になると思う人は少なく、将来に対して期待が持てない社会との認識がうかがえる。

(ICTの技術革新と情報行動)

◆スマートフォンでのインターネット利用が主流

ICTとの関連での情報行動については、スマートフォンでのインターネット利用が主流になった。スマートフォンでのインターネット利用は、利用内容も幅広く、必要なときに、必要な場所で情報を得る、コミュニケーションするというスタイルで、情報行動のモバイル化をもたらしたといえる。しかし、60代以上はテレビや新聞などのマスメディアに依存しており、世代間の違いが明確になっている。

2. ライフステージ別まとめ

都市生活者の生活意識はライフステージにより異なっている。都市生活者の実像をさらに浮き彫りにするためには、ライフステージごとに生活意識を掘り下げなければならない。そこで、若年層と子育て層、高齢層の3つライフステージに分けて調査結果を整理する。

本報告書では、3つのライフステージを次のように規定することとする。

- ・若年層を10代から20代男女とする。
- ・子育て層を30代から50代男女とする。
- ・高齢層を60代以上の年代とする。

ライフステージ別の生活意識について、暮らし向きと消費、ワークライフ・バランスと家庭生活、人づきあいとコミュニティ、社会意識、情報行動に分けて比較する。

(1) 暮らし向きと消費

ライフステージ別の暮らし向きに対する意識は、図表7-1のように整理することができる。

- ◇生活満足度、幸せ感、生活水準は、子育て層が他の層に比べて低い。高齢層は、満足度、幸せ感も比較的高い。
- ◇ライフステージ別の暮らし向きは、若年層から子育て層まで(50代を除く)良くなっているが、高齢層は悪くなっている。若い年代ほど収入が増加するので、今後の見方も明るい。
- ◇食生活は、各ライフステージでの時間のゆとりの違いが影響している。若年層の食生活は、朝食欠食や一人での食事、CVSの食材・惣菜利用などの特徴がある。子育て層は、ネットやソーシャルメディアの情報を参考にして料理をつくるというネット世代の特徴がうかがわれる。高齢層は、和食メニューや防災・災害用の備蓄、家族と一緒に夕食、午前中の買い物など時間にゆとりがある生活がうかがわれる。
- ◇住まいに求めるものは、若年層が通勤・通学と買い物の利便性を重視、子育て層が安全で生活利便性を重視した新築一戸建て志向、高齢層は子どもの独立後の生活を快適に過ごす空間を志向しリフォームするなど、ライフステージで異なっている。

収入が増える若年層、子育て費用が増える子育て層、収入が減少する高齢層の消費は、図表7-2のようになっている。

- ◇若い年代ほど将来の収入が増加するので、消費意欲も高い。子育て層は、現在の収入に不満を持つ人が多い。高齢層の収入は減っているものの、現状には満足している。
- ◇消費行動への影響要因は、収入の増減と増税が共通であるが、高齢層ならではの特徴として、健康不安が今後の影響要因のひとつにあげられている。
- ◇家計収支は、収入が支出を上回るのは若年層までで、子育て層の30代~50代にかけて収入と支出の逆転が生じている。高齢層になると収入が減少に転じるため支出が上回る。
- ◇増えた支出は、若年層が「食料費」、「通信費」、「趣味・娯楽費」や「衣料品・靴等購入費」などで、子育て層が「食料費」、「通信費」、「教育費」、高齢層が「保健・医療費」、「食料費」、「通信費」とライフステージの特徴が表れている。しかし、減った支出は、どの年代でも「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「衣料品・靴等の購入費」で、切りつめるところは同じである。
- ◇増やしたい支出は「貯蓄」、「趣味・娯楽費」、「こづかい」などしわ寄せがきている支出項目になり、減らしたい支出は「通信費」や「食料費」、「水道光熱費」などの生活の基本支出項目になっている。

- ただし、高齢層の減らしたい支出では「保健・医療費」があげられている。
- ◇現在の収入が生計を維持し自分の好みの生活をするのに余裕はあるかという問いに対して、どの年代でも余裕はないと回答している。若年層、子育て層だけでなく、高齢層も余裕はない。
- ◇高齢層は貯蓄や財産について「全く不十分」という人の割合は他の層に比べて少ないものの、貯蓄や財産について「不十分」と考えている人が多い。高齢層は貯蓄する余裕もないため、収入面での不安が浮き彫りになっている。
- ◇若年層、子育て層は毎月貯蓄をしており、若い年代ほど貯蓄額が増加している。収入が増える年代までは貯蓄額が増加するが、収入が伸び悩み、支出が増える年代になると、貯蓄額は減少する。

図表7-1：生活意識

		若年層 (10~20代)	子育て層 (30代~50代)	高齢層 (60代~70代)
生活満足度		高い	低い	高い
幸せ感・幸福感		20代が低い 10代は高い	やや低い	幸福度 高い
生活水準		「中の中」から「中の上」	「中の中」から「中の下」	「中の中」から「中の上」 男 60代のみ「中の下」
暮らし向き	1年前と比較	良くなっている	30代~40代：良くなっている 50代：悪くなっている	悪くなっている
	今後の見通し	2~3年後良くなっている	2~3年後良くなっている 50代：悪くなっている	2~3年後悪くなっている
生き方や暮らし		豊かでゆとりのある暮らし お金の困らないような生活 家族や友人と楽しく	家族や親しい友人と楽しく お金の困らないような生活 のんびり気軽に生きたい 女性：やすらぎのある暮らし	男：家族や親しい友人と楽しく のんびり気軽に生きたい 女：やすらぎのある暮らし 家族に迷惑をかけずに暮らしたい
食	意識・態度	20代の朝食欠食が多い ペットボトルを持ち歩く 家では料理をほとんどつづらない	ネットやソーシャルメディアの情報 を参考にして料理をつくる 生産地や生産者表示	和食メニューを多くする 防災・災害用の食品を備える 料理番組等を参考にして料理をつくる
	夕食	「一人で」「友人・知人・同僚と」が多い	「家族と一緒に」が多い	「家族と一緒に」が多い
	買い物	CVSの食材・惣菜はサイズが適量なのでよく利用	特売やサービスをよく利用	新鮮な食材を購入するために午前中に買い物に行く
住まい	意識・態度	和室より洋室が好き	家は安らげることがいばん大切 住まいは所有したほうがよい	部屋数は少なくとも広い部屋 リビングルームを重視 住まいは所有したほうがよい
	住みたいところ	通勤・通学に便利なところ 駅に近いところ	治安のよいところ 日常の買い物に便利なところ 災害に強い地域	住み慣れた街・地域 医療環境のよいところ
	近隣に必要なもの	スーパーマーケット・食料品店、 コンビニエンスストア	スーパーマーケット・食料品店 >病院・クリニック	病院・クリニック>スーパーマ ーケット・食料品店
	住宅購入・建替・ リフォームなど	新築一戸建て	新築一戸建て	60代：今の住まいの部分的なリ フォーム

図表7-2：消費

		若年層 (10～20代)	子育て層 (30代～50代)	高齢層 (60代～70代)
買い物の意識・態度		新商品、価格に敏感	価格志向が強い	品質を重視 国産品志向
消費意欲		高い	中位	低い
消費行動への影響要因	現在影響している	収入の増減	増税、収入、家族活動	収入の減少、増税、年金支給額
	今後影響しそう	家族関係の変化、増税、景気	増税、年金負担の増加、教育費	年金支給額、健康不安、収入の減少
収入	満足度	やや不満	不満	満足
	増減 (1年前との比較)	増えた	30代～40代：増えた 50代：減った	減った
	今後の見通し	増えていく	30代：増えていく 40代～50代：減っていく	減っていく
家計	収支	20代：収入>支出	30代～40代：収入≧支出 50代：収入≦支出	収入<支出
	増えた支出	食料費、通信費 趣味・娯楽費 衣料品・靴等購入費	食料費 通信費 教育費	保健・医療費、 食料費 通信費
	減った支出	貯蓄 趣味・娯楽費 衣料品・靴等購入費	趣味・娯楽費 貯蓄 衣料品・靴等購入費、こづかい	衣料品・靴等購入費 貯蓄 こづかい、趣味・娯楽費
	増やしたい支出	貯蓄 趣味・娯楽費 こづかい	貯蓄 趣味・娯楽費 こづかい、教育費	貯蓄 趣味・娯楽費 こづかい
	減らしたい支出	通信費、食料費 水道光熱費	通信費、食料費 各種ローンの返済費 水道光熱費	保健・医療費 水道光熱費 通信費
現在の収入の余裕		余裕がない	余裕がない	余裕がない
貯蓄や財産が十分か		全く不十分	不十分	不十分
貯蓄	貯蓄の有無	毎月貯蓄している人は多いが額は決めていない	30代から50代にかけて毎月額を決めて貯蓄をしている人が増える	貯蓄をしていない人が多い
	貯蓄額の増減	貯蓄額は増加	若いほど貯蓄額が増加している人が多い	貯蓄額は減少

(2) ワークライフ・バランスと家庭生活

仕事に対する意識をライフステージ別に整理すると、図表7-3のようになる。

◇若年層と子育て層の現役世代の仕事に対する意識は、「仕事はお金を稼ぐための手段」であることが第一で、子育て層になるとこれに加えて女性は「仕事より家庭」、男性は「家族より仕事」という意識が高まる。高齢層は、「仕事も自分の生活も楽しむ」意識が高い。

◇望ましい働き方は、若年層が「都心」で「定時就業時間に少し残業」、子育て層が「都心」よりも「家の近く」で男性は「定時就業時間に少し残業」、女性は「アルバイト、パート」になる。子育て層は、仕事と家庭の両立を図るための働き方を志向しているようである。高齢層は、「家の近く」、「商工自営」で、男性は現役時代より少ない時間働き、女性は「アルバイト、パート」という少ない労働時間を考えている。高齢層の働き方の理想は、できれば組織に縛られずにマイペースで働きたいということかもしれない。

- ◇若年層は仕事の時間が増えるが、30代から50代にかけて仕事の時間が減り、家庭や余暇の時間が増える。高齢層では、仕事の時間が減る。若年層は「労働時間を増やしても収入を増やしたい」と考えるが、子育て層では30代から50代にかけて「収入を増やしたい」から「同じ時間で同じ収入」を望む人が増える。
- ◇若年層と30代の定年後の仕事に対する意識は、「定年までかそれ以降」というやや漠然としたものであるが、40・50代から高齢層は「定年後も働きたい」と考えている。収入面もあるが、老化防止もその理由になっている。

図表7-3：仕事に対する意識

		若年層 (20代)	子育て層 (30代~50代)	高齢層 (60代~70代)
仕事に対する意識		お金を稼ぐための手段	お金を稼ぐための手段 仕事より家庭 (女性) 家庭より仕事 (男性)	仕事も自分の生活も楽しむ
望ましい働き方	働き場所	都心	家の近く>都心	家の近く、商工自営
	労働時間	定時就業時間に少し残業	男：定時就業時間に少し残業 女：アルバイト、パート	男：定時就業に少し残業 定時就業で残業ゼロ 週休3日など 女：アルバイト、パート
仕事・家庭・余暇時間の増減		仕事の時間が増え、家庭の時間が減る	30代から50代にかけて仕事の時間が減り、家庭や余暇時間が増える	仕事の時間が減り、家庭や余暇時間が増える
労働時間と収入		労働時間を増やしても収入を増やしたい	収入を増やしたいと思う人は50代にかけて減り、同じ時間で同じ収入を望む人が増える	大多数が同じ時間で同じ収入を望む
定年後の仕事		定年までか定年後も	40.50代になると定年後も	定年後も働きたい (働いている)

親に対する気持ち、子に対する気持ちと親からの援助についてのまとめは、図表7-4のとおりである。(注：質問は「どのような気持ちをお持ちですか (お持ちでしたか)」で過去の場合を含む)

- ◇親に対する気持ちは、若年層は「何かあった時に助けてもらえる安心感」があるが、子育て層や高齢層になると、親が高齢になるので、「親の健康は気にかけている」ようになる。
- ◇高齢層の子に対する気持ちは、「何かあった時に助けてもらえる安心感がある」、「自分 (たち) の健康を常に気にかけてくれている」である。
- ◇親からの援助は、若年層が「住むところ」や「食料品や日用品」、子育て層が「住宅の購入費」、「子どもを預かってもらう」など、各ライフステージでの生活基盤にかかわることである。

図表7-4：親と子に対する気持ち、親からの援助

	若年層 (20代)	子育て層 (30代~50代)	高齢層 (60代~70代)
親に対する気持ち	何かあった時に助けてもらえる安心感がある	親の健康は気にかけている 同左	親の健康は気にかけている
子どもに対する気持ち	子どもには一度は結婚してほしい	子どもには一度は結婚してほしい	何かあった時に助けてもらえる安心感がある 自分 (たち) の健康を常に気にかけてくれている
親からの援助 (現状、期待)	住むところ 食料品や日用品	住宅の購入費 子どもを預かってもらう	住むところ

(3) 人づきあいとコミュニティ

人づきあいに対する意識と実態についてライフステージ別に整理すると図表7-5のようになる。

図表7-5：人づきあい

		若年層 (10~20代)	子育て層 (30代~50代)	高齢層 (60代~70代)
人間関係に恵まれている程度		高い	男は低い 女は高い	やや高い
人づきあいに対する意識・態度		男：親密なつきあいをする友人 女：友人・知人との連絡はメールやLINE	男：親戚づきあいは必要 妻と共通の友人がいる つきあう友人の数が減る 女：友人・知人との連絡はメールやLINE 親密なつきあいをする友人	男：親戚づきあいは必要 つきあう友人の数が減る 趣味やスポーツの仲間いる 女：親密なつきあいをする友人 親戚づきあいは必要 趣味やスポーツの仲間いる
友人の数	同性	多い	中程度	少ない
	異性	多い	30代から50代にかけていない人が増える	いない人が半数以上
人づきあい		積極的につきあい、輪を広げたい	積極的につきあいたいが、輪を広げようとは思わない	積極的につきあいたいが、輪を広げようとは思わない
ふだんつきあっている友人		学校、学生時代の友人	男：職場関係、仕事関係の友人 女：子どものおつきあいを通じて	男：職場関係、仕事関係の友人 女：近所の友人
特に大切な友人		学校、学生時代の友人	男女：学校、学生時代の友人 男：職場関係、仕事関係の友人 女：子どものおつきあいを通じて	男：職場関係、仕事関係の友人 女：近所の友人
最も大切な友人		学校、学生時代の友人	学校、学生時代の友人 職場関係・仕事関係の友人	近所の友人 学校、学生時代の友人 趣味や習い事、スポーツなど
友人とのコミュニケーション頻度		会って話す>メールのやり取り >電話で話す	メールのやり取り>会って話す >電話で話す	会って話す>電話で話す>メールのやり取り

- ◇若年層と高齢層の人間関係に恵まれている程度は高い。子育て層は、女性は高いが、男性は低い。
- ◇人づきあいに対する意識・態度は、ライフステージによって異なっている。若年層は「親密なつきあいをする友人がいる」と「友人・知人との連絡はメールやLINE」、子育て層は男性が「親戚づきあいは必要」、「妻と共通の友人がいる」、「つきあう友人の数が減る」、女性が「友人・知人との連絡はメールやLINE」、「親密なつきあいをする友人がいる」と性別で異なっている。家庭内での役割が異なるためであろう。高齢層は男女共通で「親戚づきあいは必要」が高いが、男性は「つきあう友人の数が減る」、女性は「親密なつきあいをする友人がいる」と異なっている。男性は中高年にかけてつきあう友人の数が減っている。
- ◇実際に友人の数は、同性異性に関わらず若年層ほど多く、高年代ほど少なくなる。
- ◇若年層がふだんつきあっている友人は、「学校、学生時代の友人」で積極的につきあい、輪を広げたいと考えている。子育て層がふだんつきあっている友人は、男性が「職場関係、仕事関係」、女性が「子どものおつきあいを通じて」で、日常生活のなかでの人間関係が多くなる。仕事や子育てに忙しい毎日をおくる子育て層は、友人の輪を広げる方向には向かわない。高齢層のふだんつきあっている友人は、男性が「職場関係、仕事関係」、女性が「近所の友人」で、つきあいの範囲は近隣に向かう。
- ◇友人とのコミュニケーションは、若年層や高齢層は「会って話す」が最も高いが、子育て層になると忙しさもあり、「メールでのやり取り」が多くなる。

地域の人々との交流についてのまとめは、図表7-6のとおりである。

◇地域の人々との交流の必要度は高齢層ほど高く、若年層では低い。交流がある人との関係やつながりは、どのライフステージでも「家が近い・同じ集合住宅」だが、若年層は「昔、同じ学校だった」、子育て層は「子ども通じた関係」が加わる。高齢層は「町内会、自治会活動」に参加している人が多い。

◇どの層も「学生時代からのつきあい」や「スポーツや趣味の集まり」に参加している。

図表7-6：地域の人々との交流について

	若年層 (10~20代)	子育て層 (30代~50代)	高齢層 (60代~70代)
交流の必要度	低い	中程度	高い
交流がある人との関係やつながり	昔、同じ学校だった 家が近い/同じ集合住宅	家が近い/同じ集合住宅 子どもを通じた関係	町内会、自治会活動 家が近い/同じ集合住宅
参加している集まりや活動	学生時代からのつきあい スポーツや趣味の集まり	学生時代からのつきあい スポーツや趣味の集まり PTAなど子どもを通じた集まり	学生時代からのつきあい 町内会・自治会・青年団など スポーツや趣味の集まり

(4) 社会意識

社会意識は、図表7-7のようにまとめることができる。

- ◇年金への不安は、高齢層では低く、20代～50代までの年代で高い。高齢層はすでに受給している、または受給が近いこともあって不安感は相対的に少ないが、50代までの年代は将来に不安を感じている。
- ◇社会福祉と負担については、子育て層が今のままでよいという人が多数派であるのに対して、高齢層は負担が増えても水準を上げる、若年層は水準が低下しても負担の軽減を望んでいる。
- ◇なっしてほしい近未来の日本の社会については、どのライフステージでも「経済的に豊か」と「安定した収入が見込める」、「災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる」をあげている。若年層（女20代）は「安心して子どもを産み育てられる」社会、高齢層は「高齢者や障がい者に優しい」社会を望んでいる。
- ◇「経済的に豊か」と「安定した収入や雇用が見込める」については、どのライフステージでもならないと思う人が多い。特に、子育て層のマイナス幅が広い。また、「安心して子どもを産み育てられる」についても、若年層と子育て層のならないと思う人が多い。高齢層が望む「高齢者や障がい者に優しい」については、高齢層はならないと思う人が多い。高齢層は、「高齢者や障がい者がバリアフリーで自由に移動できる」社会になると思う人は多く、ハード面の整備が進む一方で、ソフト面で不安を感じている。

図表7-7：社会に対する意識

		若年層 (10～20代)	子育て層 (30代～50代)	高齢層 (60代～70代)
年金への不安		20代が不安	不安	他の年代に比べて低い
社会福祉と負担		福祉や年金の水準が低下しても負担は軽いほうがよい	今と同じでよい	負担は多少増えても福祉や年金の水準を上げたほうがよい
近未来の日本の社会	なっしてほしい	経済的に豊か 安定した収入や雇用が見込める 災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる 安心して子どもを産み育てられる	安定した収入や雇用が見込める 経済的に豊か 災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる	経済的に豊か 安定した収入や雇用が見込める 高齢者や障がい者に優しい 災害や犯罪に強い、安全で安心して暮らせる
	なると思う (なると思う > ならないと思う)	いつでもどこでも世界とつながる 情報化社会 高齢者や障がい者がバリアフリーなど自由に移動できる 高齢者が元気に活躍できる 高齢者や障がい者に優しい 外国人が住みやすい	いつでもどこでも世界とつながる 情報化社会 高齢者や障がい者がバリアフリーなど自由に移動できる 高齢者が元気に活躍できる	いつでもどこでも世界とつながる 情報化社会 高齢者や障がい者がバリアフリーなど自由に移動できる
	ならないと思う (なると思う < ならないと思う)	税金や社会保障費負担の低い 今の若者や子供たちに負担がかからない 経済的に豊か 安定した収入や雇用が見込める 安心して子どもを産み育てられる	税金や社会保障費負担の低い 今の若者や子供たちに負担がかからない 経済的に豊か 安定した収入や雇用が見込める 安心して子どもを産み育てられる	税金や社会保障費負担の低い 今の若者や子供たちに負担がかからない 経済的に豊か 安定した収入や雇用が見込める 高齢者や障がい者に優しい

(5) 情報行動

情報行動は、ライフステージにより違いが明らかになっている。

- ◇生きがいや大切にしたいことは、どの層でも「家庭」があげられているが、これに次ぐことが異なっている。若年層は「ゲーム」、「趣味」、「買い物・ショッピング」、子育て層は「実家」、「仕事」、「旅行」、「買い物・ショッピング」、高齢層は「旅行」である。
- ◇関心のある情報分野は、男性と女性で異なる。男性は、若年層が「趣味」、「スポーツ」、子育て層が「経済・景気」、「スポーツ」、「政治」、高齢層が「経済・景気」、「スポーツ」、「政治」に加えて「健康」である。女性は、若年層が「ファッション」、「芸能・エンターテインメント」、子育て層が「芸能・エンターテインメント」、「食べ歩き・料理・グルメ」、高齢層が「健康」、「旅行」、「食品・食材」である。高齢層は、男女とも「健康」への関心が高い。
- ◇若年層と子育て層の情報取得手段は、インターネットであるのに対し、高齢層は新聞やテレビなどのマスメディアである。ふだん使い慣れているメディアは、どの層でも「テレビのニュース番組」が最も高いが、それ以外のものでは若年層と子育て層は「ネットのソーシャルメディア」や「ネットのニュース記事」で、高齢層は「テレビの情報番組」、「新聞の記事」などのマスメディアである。
- ◇情報機器利用で特筆すべきことは、若年層と子育て層でのスマートフォンの利用率の高さである。若年層は、スマートフォンでゲームやスカイプ、LINE などでの通話を利用、子育て層もスマートフォンで天気予報やニュースの情報、メールを活用しているが、高齢層は携帯利用が他の年代に比べてまだ高く、スマートフォンの利用が浸透していない。

図表7-8：情報行動

		若年層 (10～20代)	子育て層 (30代～50代)	高齢層 (60代～70代)
生きがいや大切にしたいこと		家庭 ゲーム 趣味 買い物・ショッピング	家庭 実家 仕事 旅行 買い物・ショッピング	家庭 旅行
情報行動	情報取得	インターネットで調べる	インターネットで調べる	朝刊は必ず朝読む 情報はテレビで知る
	関心のある情報分野	男：趣味、スポーツ 女：ファッション、 芸能・エンターテインメント	男：経済・景気、スポーツ、政治 女：芸能・エンターテインメント、 食べ歩き・料理・グルメ	男：経済・景気、スポーツ、政治、健康 女：健康、旅行、食品・食材
	使い慣れているメディア	テレビのニュース番組 ネットのソーシャルメディア	テレビのニュース番組 ネットのニュース記事 テレビの情報番組	テレビのニュース番組 テレビの情報番組 新聞の記事
	信用できるメディア	テレビのニュース番組 家族や友人・知人の話	テレビのニュース番組 新聞の記事 家族や友人・知人の話	テレビのニュース番組 新聞の記事
	情報機器利用	スマートフォンでゲームやスカイプ、LINE などでの通話	スマートフォンで天気予報やニュースの情報、メール	携帯が他の年代に比べて多い メールと電車の経路情報

3. 都市生活者の理解と今後の都市生活研究の方向性

「都市生活者意識調査 2016」の結果を経年変化で捉えつつ、ライフステージ別での意識の違いについて明らかにしてきた。

2016年の調査結果から、生活実感はやや好転しており、先行きの見通しも明るいことが明らかにされた。しかし、収入増に対しては不透明で、この先の増税に対する危機感は強い。都市生活者の家計収支は、余裕のない厳しい状況が続いており、節約しながら日常生活の質の充実、周囲の人と楽しく暮らす方向へと向かっている。

現役世代の仕事の時間は増えているが、「仕事はお金を稼ぐための手段」と割り切り、働く場所や労働時間を考慮して仕事と家庭のバランスをとりたいと考えている。高齢層は、生活費や老化防止のために定年後も働きたいと考えている。都市生活者は、お金と時間のバランスを取りながらより良い生活を志向している。

都市生活者にとって最も大切なものは家族であり家庭であることはいうまでもない。親子の支え合いは精神的なものだけでなく、住宅の購入費や子どもの預かりなど親からの援助という形で現れている。近居はさまざまな親子の助け合い、支え合いの住まい方として望まれている。

また、都市生活者は友人とのつきあいにも恵まれ、大切にしている。若年層や子育て層は日常生活の中での人づきあいがあるが、高齢層はそれまでの忙しい生活から解放され、自由な時間が増えるものの、友人が少なくなる。都市生活において人との関わり、人づきあいは不可欠であり、今後もこの点に注目していきたい。特に男性の高齢層の人づきあいがどのようなものになっていくかを注視していく必要があるだろう。

都市生活者は、経済的に豊かで安定した社会、災害や犯罪に強い安全で安心して暮らせる社会を希求しているが、現役世代での年金に対する負担感と不安は大きい。都市生活者は、楽しく、安らぎのある暮らしを求めているが、社会構造の変化や経済・景気、災害・犯罪に敏感で、社会の中でバランスを取りながら生活しているようにみえる。

本調査の結果は、低成長社会とこれからの超高齢社会における都市生活の在り様を示唆しているといえる。

今後の都市生活研究は、都市生活者の「個」の生活を中心に、生活フィールドとのかかわりや意識をさらに掘り下げることにより、示唆に富む発見があるだろう。

今後の調査においても調査の基本的な枠組みを踏襲し、生活意識と実態、および生活フィールドとのかかわりを捉えていくことが肝要である。基本的な枠組みを継続し、生活に影響を及ぼす環境要因を加味しながら継続していく方法によって、時系列の変化や環境変化による生活の変化を浮き彫りにできると考える。

