

## アクティブな人だけでも、古風な人だけでもない。シニア理解のための類型化 ～読売生活者調査CANVASS シニア層分析レポートより～

多様な価値観を持つシニア層を把握するために、住まいの意識をベースに全7タイプに分類  
それぞれのタイプの生活者像と、理想の住まいを分析

### 【都市生活シニア層の全7タイプ概要】

1. 人とのコミュニケーションを最重視、人が集まる住まいを望むタイプ（含有率：12.4%）
2. 畳や和室を好み自然志向、シンプルに自分の居場所を作りたいと考えるタイプ（含有率：13.2%）
3. 住まいの安心・安全を重視し、暮らしの利便性を求めるタイプ（含有率：20.9% ※最も人数の多いタイプ）
4. 現状の住まいに不満が多く、海辺や高層マンションなど理想の住まいにあこがれているタイプ（含有率：9.0%）
5. 地元（今の住まい）への愛着・こだわりが強く、地域とのつながりを大切にするタイプ（含有率：16.0%）
6. 住まいのこだわりが強く、地域コミュニティも重視、様々な分野に関心が高いアクティブなタイプ（含有率：11.5%）
7. 住まいに対するこだわりが低く、日々の娯楽の充実を望むタイプ（含有率：17.1%）

### <分析概要>

日本人口の4人に1人が65歳以上となった現在、シニア層に対応した生活環境づくりが早急に求められています。

ひと昔前の「シニア＝リタイア」のイメージと異なり、現在のシニア層は健康維持だけでなく、趣味やレジャーに積極的であり、また現役で働き続ける人も少なくありません。価値観も多様なため、シニア層が今後どんな生活を望んでいるか、ひとくりに捉えることはできません。

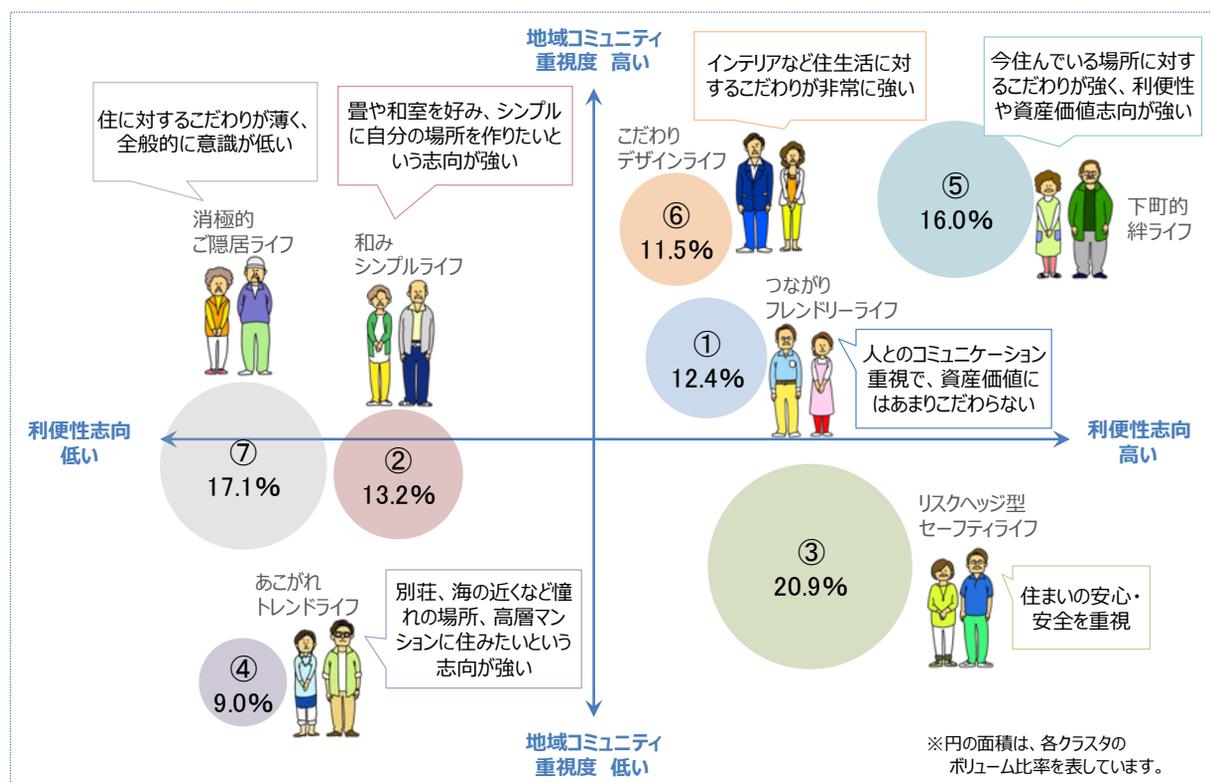
株式会社読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：中田安則）は都市部に住むシニア層が、住まいに関してどのような意識を持っているのか、住まいに対する意識の違いで生活意識や理想とする住まいがどのような点で異なるのかを分析・検証し、特に住生活分野でのシニア層マーケティングに資するデータとして活用することを目的に、住まいに関する意識をベースにクラスタリングを行い、それぞれのクラスタの特徴や傾向について分析しています。

### <各タイプの概要とポジショニングマップ>

住まいに関する意識の回答傾向を基にクラスター分析を実施、シニア層を7タイプに分類しています。

■分析対象者：シニア層・およびシニア予備軍となる50～74歳男女 N=469

（※ベースデータに読売生活者調査CANVASSを使い、シニア層を抽出して分析対象としています。）



## <各タイプの現在の住まいと、理想の住まい>

タイプ別に、今どんな住まいに住んでいて、満足しているのか「居住実態」とともに、今後のどんな住まいに住みたいのか「理想の住まい」を分析しています。

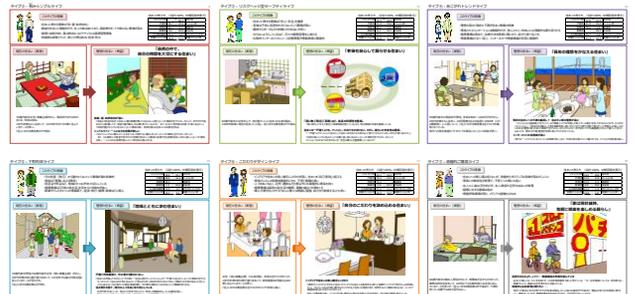
### 現在の住まい（実態）

### 理想の住まい（希望）

	<p>① つながり フレンドリーライフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2世代世帯の4人住まい</li> <li>・持ち家マンションで住宅ローン借入率が高め</li> <li>・満足度はやや低め</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・郊外の戸建てに住みたい（中古でも可）</li> <li>・人を呼べる住まいに住みたい</li> </ul>
	<p>② なご 和み シンプルライフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1世代世帯の2人住まい</li> <li>・持ち家戸建てで、1970年代から居住</li> <li>・満足度はやや低め</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・郊外の戸建てに住みたい</li> <li>・和室・畳の暮らし</li> <li>・自然素材を使った家、自然が豊かなところ</li> </ul>
	<p>③ リスクヘッジ型 セーフティライフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・持ち家マンション住まい</li> <li>・満足度はやや低め</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マンションでも良い（中古でも可）</li> <li>・セキュリティがしっかりした、治安の良く災害に強い街</li> <li>・日常の買い物や医療環境、駅近といった老後でも安心して暮らせる住まい</li> </ul>
	<p>④ あこがれ トレンドライフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2世代世帯の3人住まい</li> <li>・バブル期前後に住み始めた比較的狭小住宅</li> <li>・満足度は全クラス中最低</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・持ち家で戸建てに住みたい</li> <li>・超高層マンションや別荘、海に近いなど様々な理想の形を持っている</li> </ul>
	<p>⑤ 下町的 絆ライフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2世代世帯の持ち家戸建て住まい</li> <li>・1970年代以前から居住</li> <li>・満足度は平均的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・持ち家戸建てが良い</li> <li>・今の家（地元）に住み続けたい</li> </ul>
	<p>⑥ こだわり デザインライフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1世代世帯の持ち家戸建て住まい</li> <li>・延べ床面積30坪超の広めの家に居住</li> <li>・満足度は全クラス中トップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・郊外の戸建てで持ち家が良い</li> <li>・家具やインテリア、キッチンなどにこだわった家</li> </ul>
	<p>⑦ 消極的 ご隠居ライフ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・借家共同住宅住まい</li> <li>・延べ床面積20坪以下の比較的狭小住宅に居住</li> <li>・満足度はやや高め</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・こだわりはなく、現状のままでよい</li> <li>・将来的には出身地に戻りたいとも思っている</li> </ul>

## <読広生活者調査「CANVASS」最新刊書籍では、各タイプの詳細を掲載>

「現在の住まい」・「理想の住まい」のイラストによる解説のほか、家族・健康・地域・情報接触などの生活価値観を含め、各タイプの詳細な分析を掲載しています。



## <シニア層分析を行ったベースデータについて>

### ●タイプ分類および生活価値観分析データ：読広生活者調査CANVASS 最新版概要

- 調査対象：東京30km圏内、大阪20km圏内に居住する満13歳から74歳の一般男女
- 総標本数：1,800（東京 1,125 大阪 675）
- 標本抽出：エリアサンプリング法（町丁抽出⇒個人抽出）
- 調査方法：留置法（訪問し調査票配布⇒対象者記入⇒訪問回収）
- 調査時期：2013年9月
- 調査内容：生活全般（満足感、幸福感、関心・こだわり度分野）  
生活意識・態度・商品の購入（衣食住など17分野）  
メディア（メディア接触状況、広告イメージなど）  
好みや願望（自信度、所有商品、自動車重視ポイント）  
フェイス（デモグラフィック、こづかい、所有車など）

### ●住まいの希望 詳細分析データ：オリジナル調査

- 調査対象：東京30km圏内、大阪20km圏内に居住する満50歳から74歳の一般男女
- 総標本数：1,080（設計：5歳きざみ×男女 10セル各100人 計1,000人）
- 調査方法：インターネット調査（実査：マイボイスコム）
- 調査時期：2014年6月
- 調査内容：老後の住まいに対する希望（場所・住居形態・求めるスペック・周辺施設など）  
老後にしたいこと（理想の暮らしなど）

### ●『読広生活者調査 CANVASS』最新刊書籍の概要

『読広生活者調査 CANVASS』定価 20,000円（税込21,600円）

・発行所：株式会社読売広告社 東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル

・内容目次

<巻頭分析編>

「シニア層分析レポート ～住まい意識クラスタ～」

<データ編>

### ●会社概要

株式会社 読売広告社

■代表者名：代表取締役社長 中田安則

■設立：1946年7月11日

■所在地：東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル

## お問い合わせ先

### ■本リリースについて

総務局 乗杉

TEL：03-5544-7104

### ■調査の詳細、『読広生活者調査CANVASS』について

R & D局 ナレッジ研究ルーム 上野、西野、関、齋藤

TEL：03-5544-7324