

## 第2回シニア・高齢者の景気動向に関する意識調査

今の景気の変化が「望ましい」は3.9%減。多様な高齢者が不安に思う事柄！

2013年7月10日

株式会社ジー・エフ [www.gf-net.co.jp](http://www.gf-net.co.jp)  
〒112-0012 東京都文京区大塚 3-20-1  
電話:03(5978)2261 FAX:03(5978)2260

株式会社ジー・エフ（本社：東京都文京区、代表取締役社長：岡田博之）は、自社が保有するシニアデータベースを対象に、本年度第2回「シニア・高齢者の景気動向に対する意識」についての調査を実施しました。（第1回調査は、4月6日実施）調査手法はアウトバウンドIVRによる電話調査。調査期間2013年7月3日・4日において、60歳代・70歳代の男女各500世帯の合計2,000世帯から有効回答を得ることができました。

### 「今の景気の変化が望ましいと思うか？」に対して「どちらとも言えない」が4割

「あなたの暮らしにとって、今（現内閣になってから）の景気は望ましい方向に変化していると思いますか？」との質問に対して、「望ましいと思う」という回答は25.5%（第1回調査結果に比較して3.9%減）、「望ましくないと思う」34.0%（同1.5%増）、「どちらとも言えない」40.5%（同2.3%増）という結果になりました。

### 望ましくないと思う理由では「暮らし向きが厳しくなってきた」が59%

「望ましいと思う」と回答した方にその理由を聞いたところ「今後景気がよくなりそうだから」という回答割合が76.8%で最も多い結果となりました。

「望ましくないと思う」と回答した方にその理由を聞いたところ「実際に収入減少や物価向上で暮らし向きが厳しくなってきた」という回答割合が55.9%で最も多い結果となりました。

### ◆ 消費を増やすために必要なことは「将来の生活に対する安心感」が55.9%

消費税増税が「必要だと思う」の回答割合は「景気が明らかによくなった場合に必要と思う」を含まず最も多い結果となりました。

### ◆ 将来の生活で不安なことは、生活費と介護が30%弱、子や孫のくらしも23%

消費を増やすために必要なことは何かを「収入の増加」「将来の生活の安心感」「魅力的な商品・サービス」「わかりやすい広告や説明」「その他」の5択で質問したところ、「将来の生活に対する安心感」が52.3%と最も高い回答割合となりました。

本レポートについて、当社の許可なく無断転載・複写を禁じます。本レポートの転載、および一部引用が必要な場合には、弊社までご連絡ください。  
株式会社ジー・エフ シニアリサーチ担当

## 調査概要

調査対象	: 全国の GF シニアデータベース	
有効回答件数	: 2,000 件	
標本抽出法	: GF・RTD (ランダム・テレホンナンバー・ダイアリング) 方式	
調査方法	: アウトバウンド IVR による電話調査	
調査時期	: 平成 25 年 7 月 3 日 (水) 18:00~21:00、4 日 (木) 9:00~21:00	
調査主体	: 株式会社ジー・エフ	
質問項目	1. 今の景気の変化に対する意識	--- p. 3
	2. 今の景気の変化を望ましいと思う理由	--- p. 5
	3. 今の景気の変化を望ましくないと思う理由	--- p. 6
	4. 消費税の増税に対する意識	--- p. 7
	5. 消費を増やすために必要なことは何か	--- p. 8
	6. 将来の生活に対する不安	--- p. 9
		--- p.10

## 調査結果

表 1 割付 (性別×年代別)

	60 歳代	70 歳代	合計
男性	500s	500s	1,000s
女性	500s	500s	1,000s
合計	1,000s	1,000s	2,000s

## 1.1 今の景気の変化に対する意識 「望ましいと思う」は 25.5%

「現内閣になってからの一連の経済政策による景気の変化は、あなたの暮らしにとって望ましい方向に変化していると思うか？」と質問したところ（図 1-1）、「どちらとも言えない」40.5%（本年 4 月 6 日実施第 1 回調査では 38.2%の回答割合でしたので 2.3%の増加）、「望ましくない」34.0%（同 4 月比 1.5%増）「望ましい」25.5%（同 4 月比 3.9%減）という割合でした。本年 4 月 6 日に実施した第 1 回調査の結果に比較して、現在の変化を慎重に見ているシニア・高齢者がやや増加したという結果になりました。

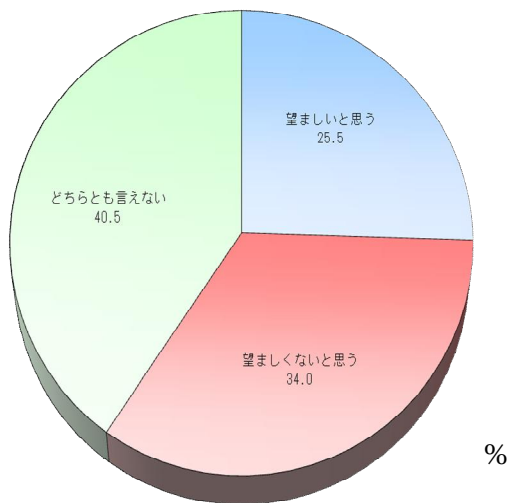


図 1-1 今の景気動向について (n=2,000)

## 1.2 男女別にみる景気の変化に対する意識 女性の「望ましい」と思う 5.3%減

男女別にみると（図 1-2）、男性の回答割合は「望ましくない」34.0%（同 4 月比 0.2%減）「どちらとも言えない」33.2%（同 4 月比 2.6%増）「望ましい」32.8%（同 4 月比 2.4%減）とほぼ同率であったのに対して、女性の回答割合は「どちらとも言えない」47.8%（同 4 月比 2.0%増）が半数近くとなり、次いで「望ましくない」34.0%（同 4 月比 3.3%増）「望ましい」18.2%（同 4 月比 5.3%減）という結果でした。

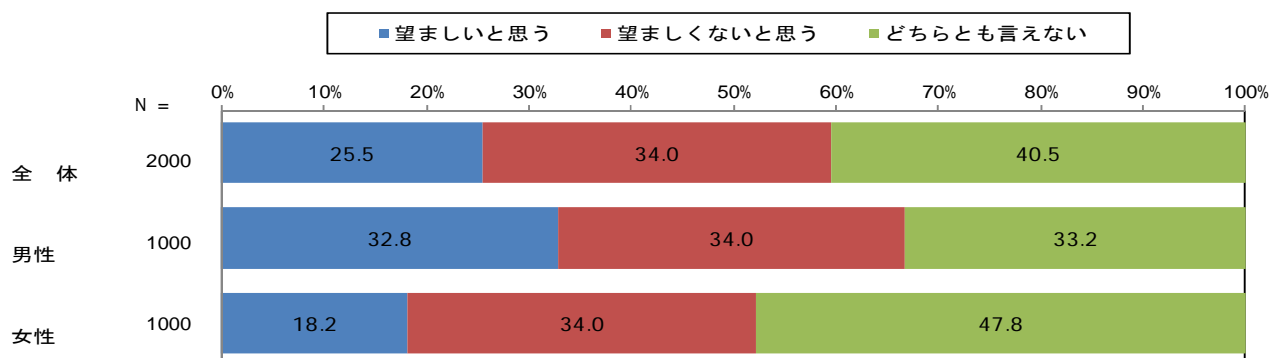


図 1-2 男女別にみる今の景気の変化に対する意識 (n=2,000)

### 1.3 性年代別にみる景気の変化に対する意識 男性 60代・70代の差大きい

60代男性では「どちらとも言えない」36.2%（同4月比9%増）「望ましくない」34.8%（同4月比1%減）「望ましい」29.0%（同4月比8%増）と慎重な見方が増加した結果となりました。

その一方、70代男性では「望ましい」36.6%（同4月比3.2%増）「望ましくない」33.2%（同4月比0.6%増）「どちらとも言えない」30.2%（同4月比3.8%減）となり、今の景気の変化を「望ましい」と積極的にとらえている割合が増加した結果となりました。

女性では、60代・70代ともに「どちらとも言えない」の回答割合が47~48%と最も高く、続いて「望ましくない」33~34%で、「望ましい」が17~19%と最も低い割合となりました。

4月実施第1回調査との比較では、60代・70代ともに「望ましい」の回答割合が5%程度減少し、60代では「どちらとも言えない」が3%増加、70代では「望ましくない」が4.4%の増加となりました。

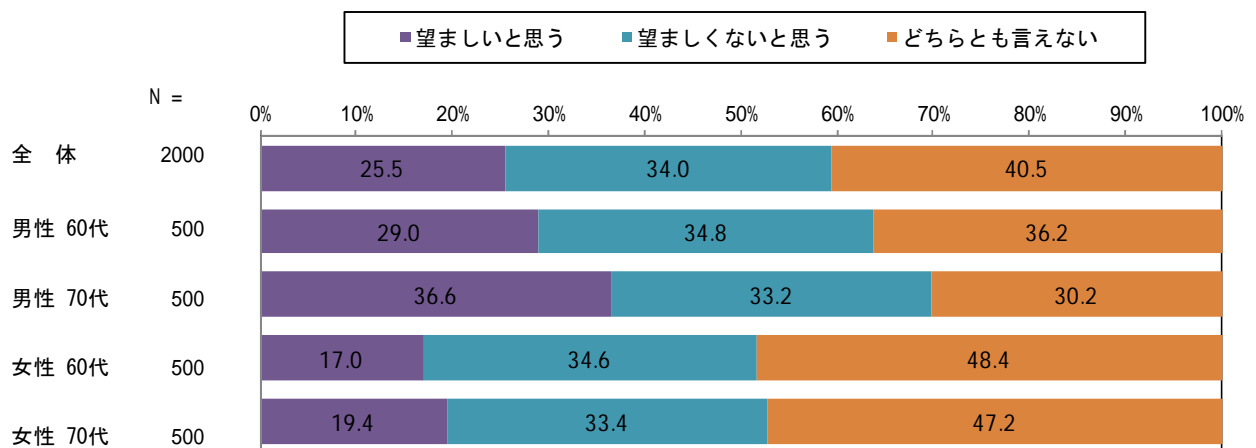


図 1-3 性年代別にみる景気の変化に対する意識 (n=2,000)

## 2. 景気の変化が望ましい理由 「今後景気がよくなりそうだから」が7割強

今の景気の変化を「望ましい」と回答した方を対象に「望ましいと思う理由」について次の3択で質問したところ（図2-1）、「今後景気がよくなりそうだから」75.3%（同4月比1%減）「その他の理由」20.6%（同4月比2.9%増）「自分や家族の収入が増えてきたから」4.1%（同4月比1.4%減）の回答割合になり、各年代とも（図2-2）前回同様の順位で、今後の景気に対する期待感が主な理由という結果になりました。

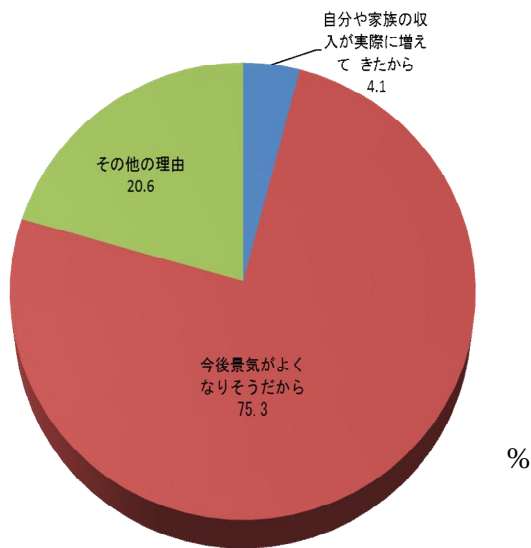


図2-1 景気の変化を望ましいと思う理由（n=510）

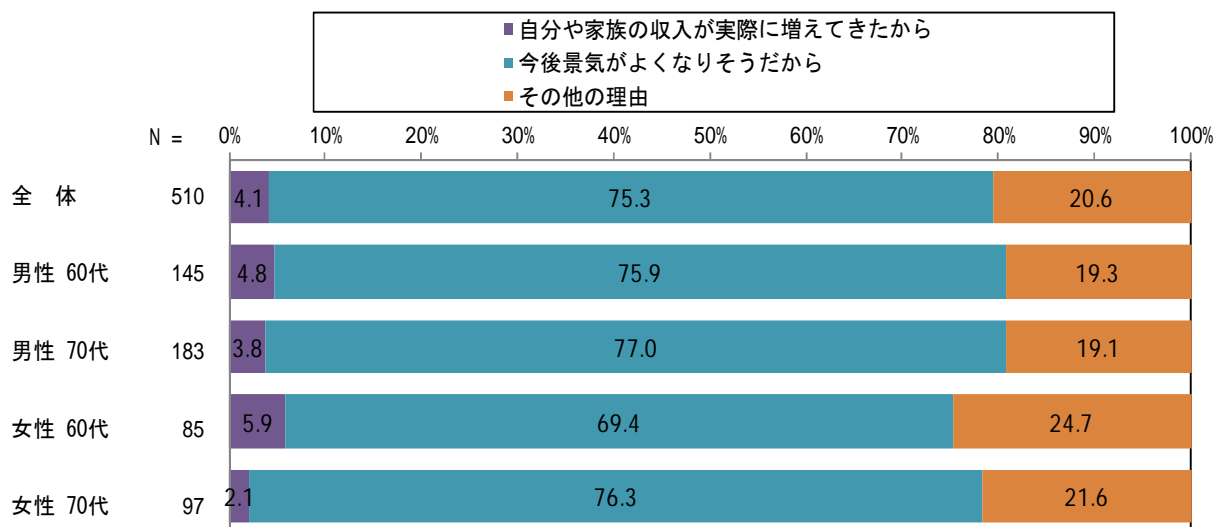


図2-2 性年代別にみる景気の変化を望ましいと思う理由（n=510）

### 3.1 景気の変化が望ましくない理由 「暮らし向きが厳しくなった」が59.0%

今の景気の変化を「望ましくない」と回答した方を対象に「望ましくないと思う理由」について次の4択で質問したところ（図3-1）、「実際に収入が減ったり物価が上がったりして暮らし向きが厳しくなってきたから」59.0%（同4月比%3.1%増）「国の財政状態が一層悪くなりそうだから」26.9%（同4月比%3.9%減）「今後景気が悪くなりそうだから」7.1%（同4月比0.8%増）同率で「その他」7.1%（同4月比0.2%増加）という回答割合になり、今後の景気動向や財政状態よりも、自分の足元の暮らし向きにおける影響が理由の半数強という結果になりました。

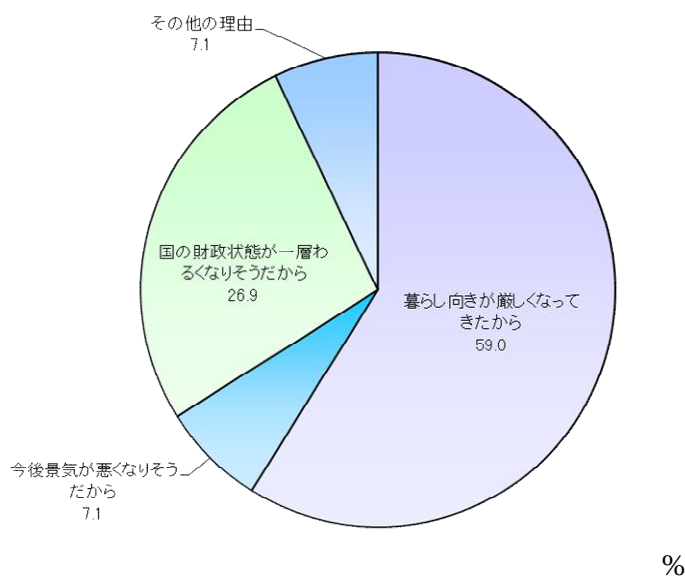


図3-1 景気の変化を望ましくないと思う理由（n=680）

### 3.2 性年代別にみる望ましくないと思う理由 70代男性で「厳しくなった」が6割

性年代別の「望ましくないと思う理由」についてみると（図 3-2）、「暮らし向きが厳しくなってきたから」の回答割合が 60代男性 54.6%（同 4月比 5.7%減）・60代女性 64.7%（同 4月比 11.0%増）・70代男性 63.3%（同 4月比 9.3%増）・70代女性 53.3%（同 4月比 1.9%減）と各性年代で半数以上となり、70代男性が性年代別で最も高い回答割合となりました。

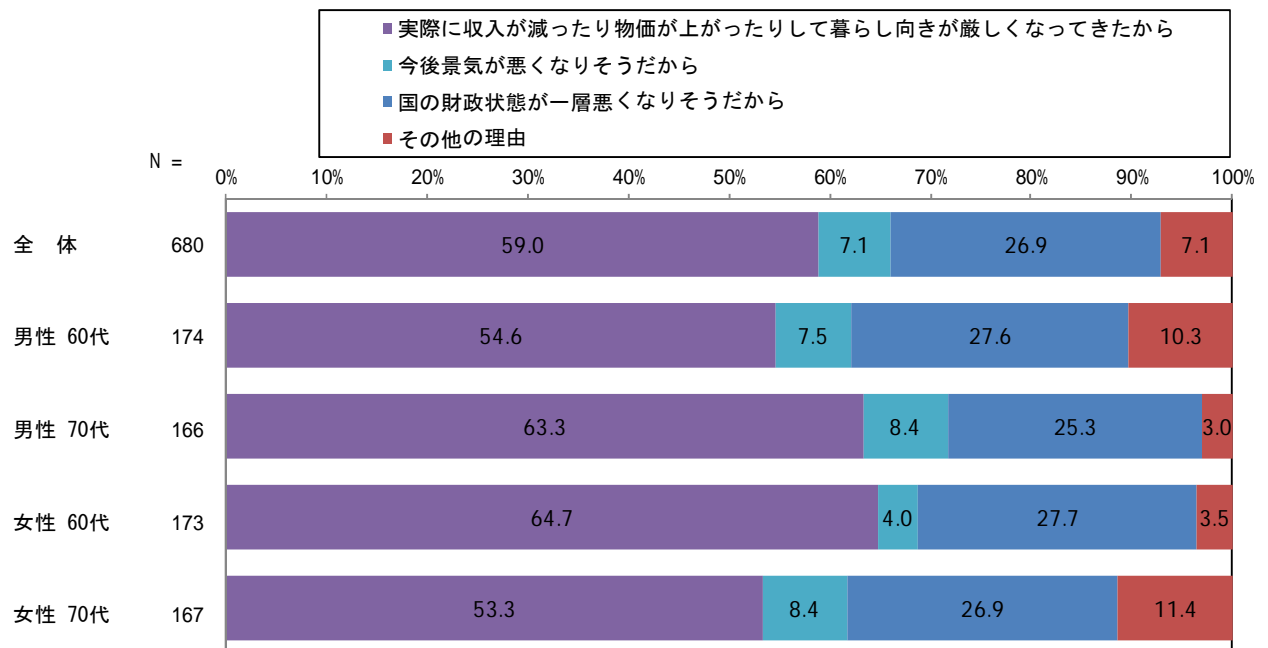


図 3-2 性年代別にみる景気の変化を望ましくないと思う理由（n=680）

## 4. 消費税の増税に対する意識 景気回復が前提の賛成が 45.4%

消費税の増税に対して次の4択で質問したところ（図4）、「増税するべきだと思う」13.2%（同4月比0.4%減）「今よりも景気が明らかによくなったら増税するべきだと思う」45.4%（同4月比3.0%減）「増税するべきではないと思う」26.1%（同4月比2.6%増）「どちらとも言えない」15.4%（同4月比0.7%増）という回答割合になりました。

性年代別では、女性の方が「どちらとも言えない」の回答割合が約20%で、男性より10%ほど多くなっていました。また、4月実施調査との比較では、70代男性の「増税するべきではない」の回答割合が27%で4月比5.2%増加しました。

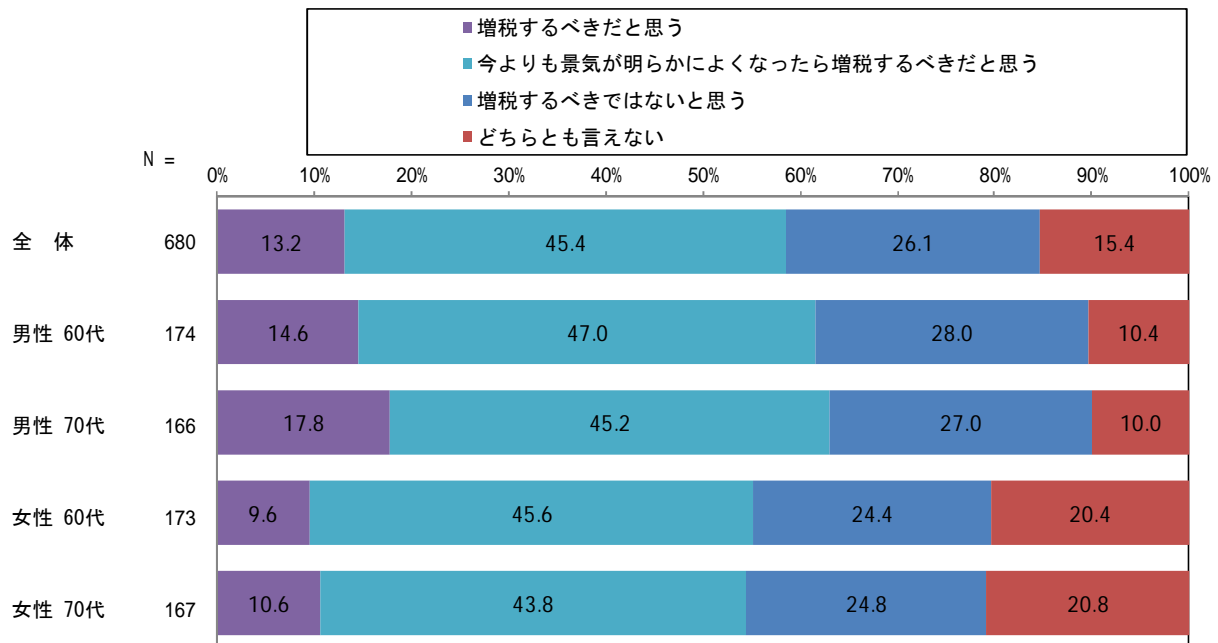


図4 性年代別にみる消費税の増税に対する意識（n=2,000）



## 5.1 消費を増やすために必要なこと 「将来の生活に対する安心感」が55.9%

「今より消費を増やすために必要なことは何だと思うか？」について次の5択で質問したところ(図5-1)、「収入が増えること」14.9%(同4月比2.0%増)「将来の生活に対する安心感」55.9%(同4月比3.6%増)「心から欲しくなるような魅力的な商品やサービスが増えること」9.4%(同4月比1.0%減)「今売られている商品やサービスのわかりやすい広告や説明」3.6%(同4月比2.3%減)「その他」16.3%(同4月比2.5%減)という回答割合になり、4月調査でも過半数を占めた「将来の生活に対する安心感」の回答割合がさらに3.6%増加する結果となりました。

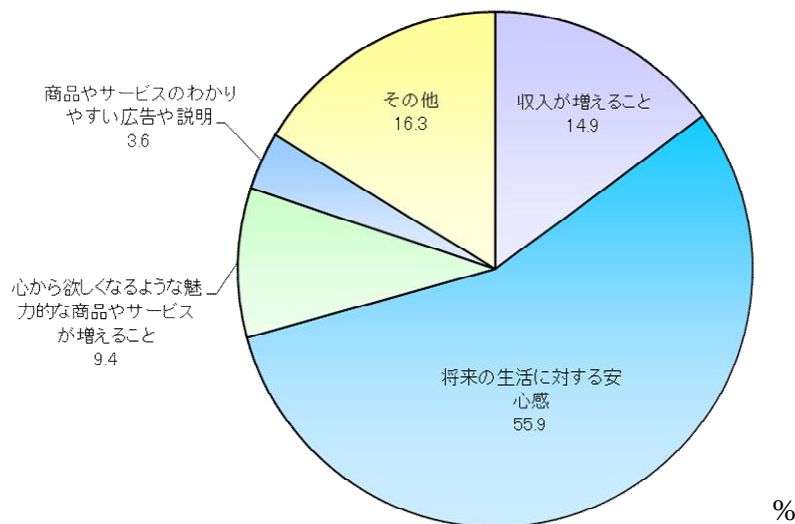


図5-1 今より消費を増やすために必要なこと (n=2,000)

## 5.2 性年代別にみる消費の増加に必要なこと 60代男性は「収入増」が21%

各性年代とも、最も回答割合が高かったのは「将来の生活に対する安心感」(60代男性 53.2%・60代女性 57.2%・70代男性 53.4%・70代女性 59.6%)。同4月比ですべての性年代で増加)となりました。(図5-2)

60代男性では「収入が増えること」の回答割合が21.0%(同4月比3.6%増)と全回答者の平均より5.1ポイント高い結果となりました。

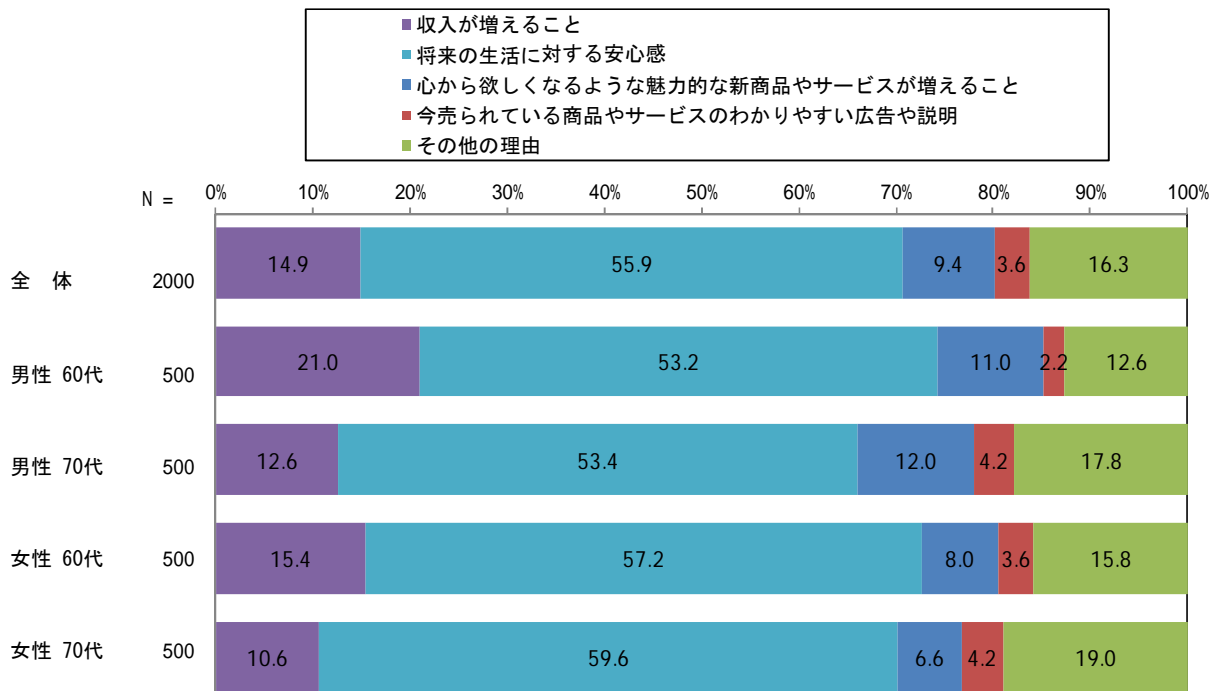


図5-2 性年代別にみる今より消費を増やすために必要なこと (n=2,000)

## 6.1 将来の生活における不安 「生活費」「介護対応」「子・孫の暮らし」と多様

消費を増やすために必要なことを「将来の生活に対する安心感」と回答した方 1,117 人に、「将来の生活に対する安心感をもつ上で、不安なことは何か？」について次の 5 択で質問したところ（図 6-1）、「老後の生活費が不足すること」29.5%「介護などが必要になった時に頼れる人や福祉サービスが不十分なこと」27.3%「子供や孫の暮らし向きが厳しくなること」23.0%「健康や体力面から今まで通りに買い物や日常生活が出来なくなること」15.8%「その他」4.4%という回答割合になりました。

「生活費」が約 3 割と最も高い回答割合となり、これは内閣府の平成 23 年度「高齢者の経済生活に関する意識調査」で 60 歳以上の暮らし向きについて「まったく心配ない」「それほど心配ない」の合計が約 7 割であった結果と合致した結果となりました。

「生活費」と「介護への対応」で計 56.8%になりますが、4 割以上の方がお金と介護以外を不安要素と考えていることになり、「子や孫の暮らし向きが厳しくなること」の回答割合が「今まで通りに買い物や日常生活が出来なくなること」7.2%上回っているように、高齢者の抱える不安の多様性が垣間見られる結果となりました。

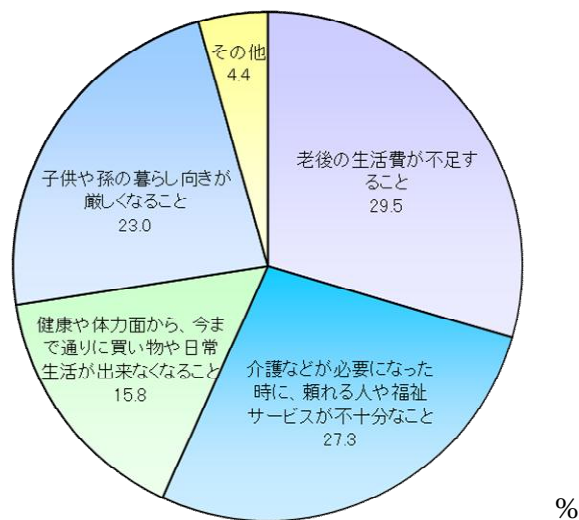


図 6-1 将来の生活に対する安心感をもつ上で不安なこと（n=1,117）

## 6.2 性年代別にみる不安なこと 60代は生活費、70代は日常生活が不安

性年代別の不安なことの回答割合が多いのは（図6-2）、60代男性・60代女性・70代男性では「老後の生活費」「介護が必要になった時に頼れる人や福祉サービス」「子供や孫の暮らし向きが厳しくなること」「健康や体力面から今まで通りに買い物や日常生活が出来なくなること」「その他」の順となっておりますが、70代女性では「介護など」27.9%が最も多く、次いで「老後の生活費」23.5%「子供や孫の暮らし向き」23.2%「今まで通りの買い物や日常生活が出来なくなること」20.1%「その他」5.4%の順となりました。

「老後の生活費が不足すること」の回答割合は60代男性31.6%・60代女性35.7%といずれも30%以上であるのに対して70代男性27.7%・70代女性23.5%と60代の方が不安に感じている人が多い結果となりました。

「今まで通りに買い物や日常生活が出来なくなること」の回答割合は60代男性12.0%・60代女性10.5%と1割程度であるのに対して70代になると男性20.2%・女性20.1%と2割を超える結果となりました。

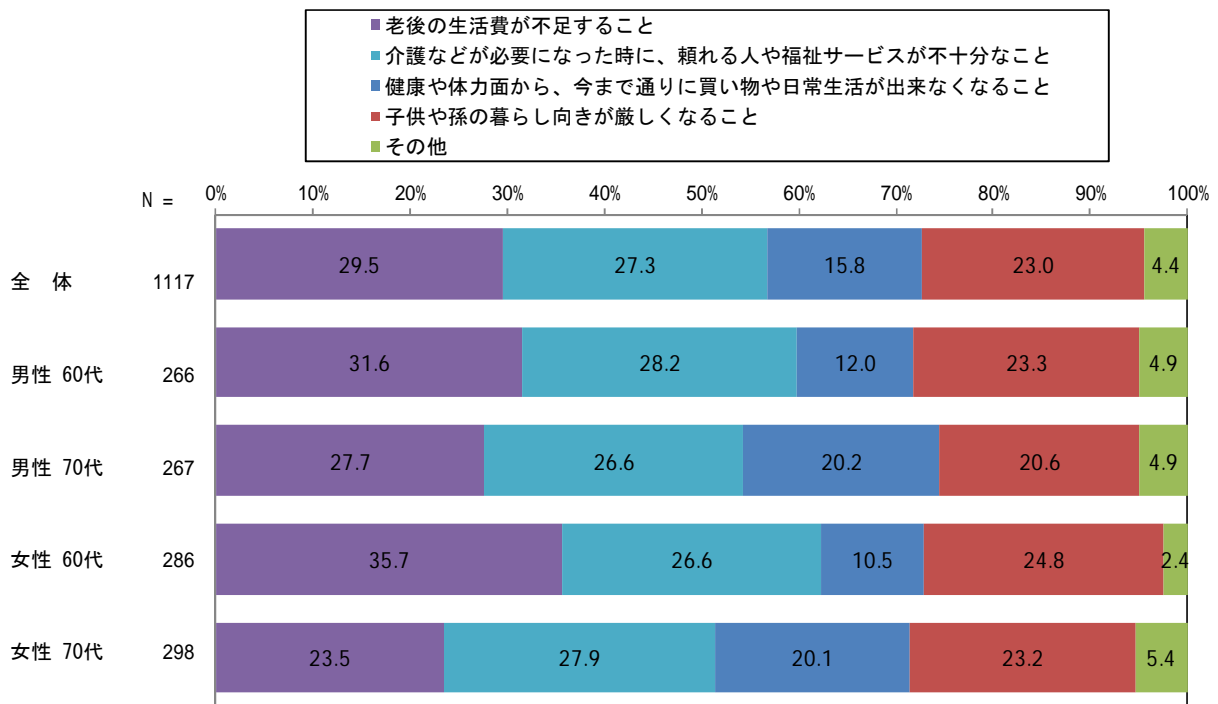


図6-2 将来の生活に対する安心感をもつ上で不安なこと（n=1,117）

## 会社概要

株式会社ジー・エフは、独自開発した「自動テレマーケティングシステム」(アウトバウンド IVR) を活用し、インターネットやモバイルだけではカバーしきれない『シニア世代』を対象としたマーケティング手法・情報を提供しております。

商 号 株式会社ジー・エフ  
資 本 金 10 百万円  
設 立 2010 年 2 月  
代 表 者 代表取締役社長 岡田 博之  
本 社 〒112-0012 東京都文京区大塚三丁目 20 番 1 号 吉田ビル 4F  
U R L <http://www.gf-net.co.jp> (コーポレートサイト)  
<http://www.senior-promo.com> (シニアマーケティング支援サイト)  
事業内容

- ・シニアデータベースを活用したリサーチサービス
- ・各種世論調査、市場調査、マーケティングリサーチ
- ・情報通信システムを活用したマーケティング代行
- ・情報システムの開発販売

### 【本調査に関するお問い合わせ先】

株式会社ジー・エフ  
〒112-0012 東京都文京区大塚 3-20-1 吉田ビル  
TEL:03-5978-2261 FAX:03-5978-2260  
E-mail: [info@gf-net.co.jp](mailto:info@gf-net.co.jp)

調査データ引用の際は、「株式会社ジー・エフの調査結果によると…」等の明記をお願い致します