

「孫消費」と新聞の読み方から読み解く “イマドキのアクティブシニア”

—孫がいる人は「活動的」、いない人は「新しいもの好き」—

近年、注目を集めている「孫消費」。その実態を探るために、孫がいると回答した1,109人に質問しました。

孫の人数は平均で3.0人。この1年で孫のために支出した額は平均12.8万円でした。その使い方は、「お小遣い、お祝い金、お年玉をあげた」（74.0%）、プレゼントでは「おもちゃ、ゲーム」（46.8%）、「七五三、節句、成人式などのお祝い品」（28.0%）、「書籍」（25.7%）、「学用品」（25.6%）と続いています。「一緒に外出に行った」（55.5%）、「一緒に旅行・レジャーに行った」（24.4%）との回答も目立ちます（図9）。

また、子や孫への贈与に対する非課税制度や特例のうち、教育資金一括贈与の非課税制度については48.8%の人が認知していました。住宅資金贈与の非課税特例を知っている人は27.1%、生前贈与の相続時精算課税制度を知っている人は17.4%とバラつきがあります。孫のための支出は、様々な形で今後も増える可能性を秘めています。

また、50代から70代を対象に「孫がいる／いない」という区分で生活行動について尋ねたところ（図10）、孫がいる人は「普段から健康に留意している」（55.6%）、「ショッピングによく出かける」（54.4%）、「共通の趣味を持つ友人がいる」（43.5%）、「旅行によく出かける」（27.6%）、「社会奉仕、ボランティア活動をしている」（16.7%）といった項目で、孫がいない人の数字を上回りました。活動的なおじいちゃん・おばあちゃん像が見えてきます。

この年代は、もともと新聞に対しての信頼が厚い層です（22、34ページ参照）。「孫といっしょにお出かけ」などの従来型の提案はもちろん、「孫と始めるスマートフォン、インターネット」といった新しい切り口で、おじいちゃん・おばあちゃんに新聞を使ったアプローチを試みる価値はありそうです。

また、インターネットやスマートフォンに関する質問にも、「孫がいる／いない」で大きな差が出ました。「スマートフォンやタブレット型端末を持っている」「メールやインターネットが生活に欠かせない」という設問に対して、「孫がいない」50代～70代は「孫がいる」同年代よりも所有率・使用率が極めて高いことが分かりました。「新しいもの好き」の孫がいないシニア層にも、新聞を使った提案は有効かもしれません。

（信濃毎日新聞社 竹内 克彦）

図9 この1年間で孫にしてあげたこと（複数回答）

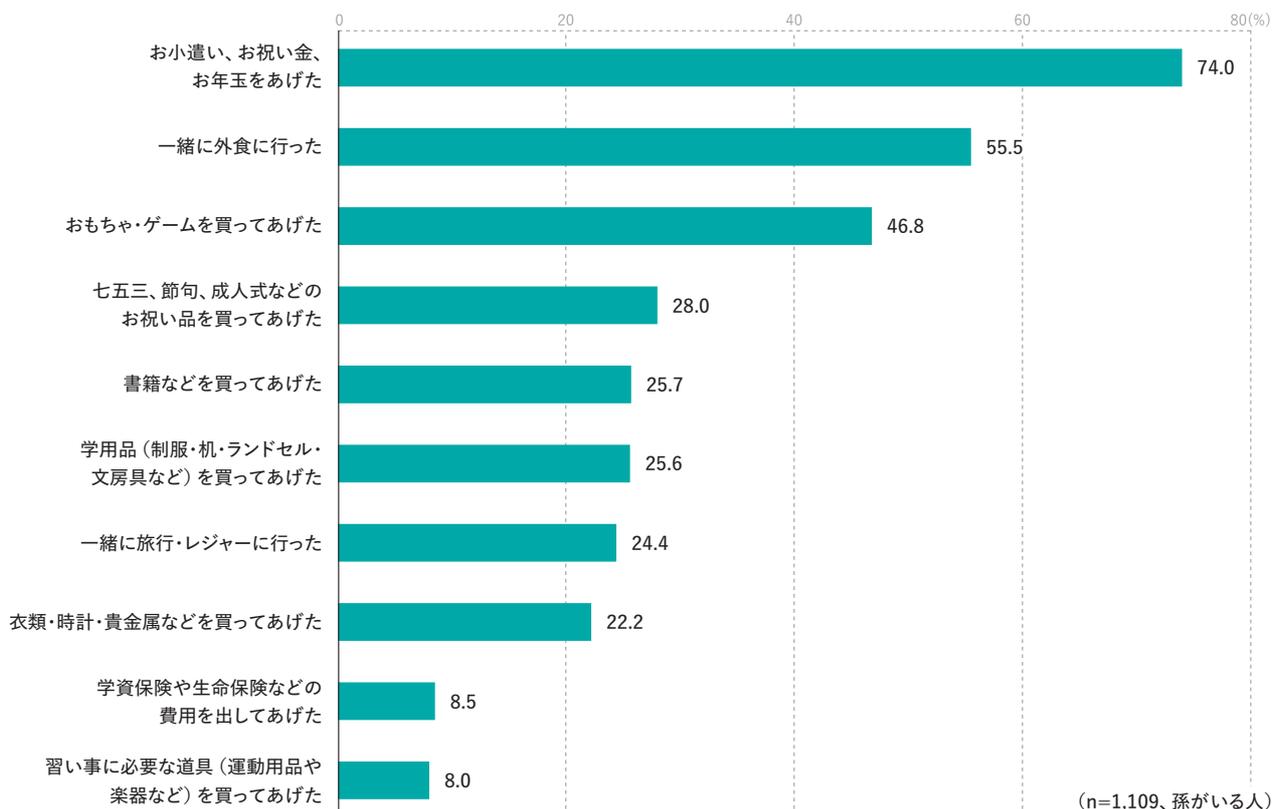
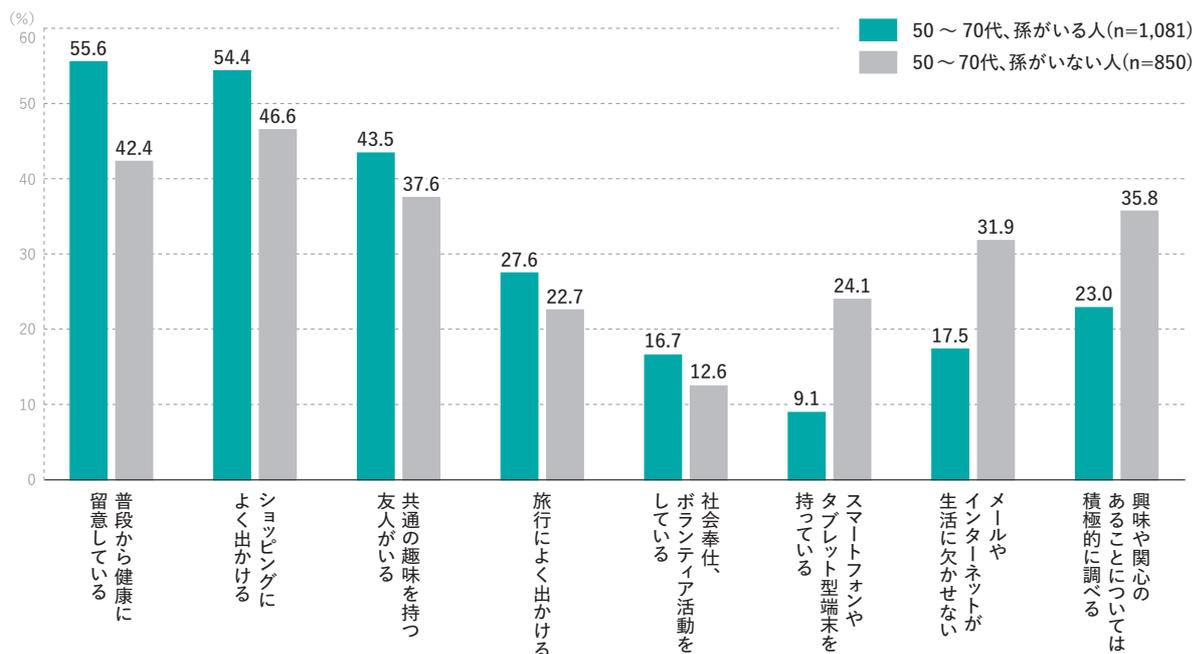


図10 50～70代の生活行動比較（複数回答）



新聞を読む70代の姿とは？

久方ぶりに郷里に帰った折、印象深い光景を目にした。晩秋の土曜日の午後。その日は祝日で夕刊休刊日だったが、夕方17時過ぎになると73歳の父が朝刊のテレビ欄を見ながら、ふと思いついたように「そういえば今日の夕刊、遅いな」とつぶやいた。「今日は祝日だから夕刊ないよ」と伝えると、「そうか…」と残念そうな表情を浮かべた。夕刊読者の減少は、夕刊を発行している新聞社にとって実に耳の痛い話だが、朝刊のみならず夕刊もあって当たり前、しかもほぼ毎日決められた配達時間を待っている読者がいることを目の当たりにした一瞬だ。

今回の全国メディア接触・評価調査は、前回に続いて70代までを調査対象としている。70代の93.5%が新聞を閲読しており、読んでいない人は5.7%（全体では15.6%）でしかない。私の父のように夕刊を“待ち焦がれる”は言い過ぎにしても、70代の夕刊読者は34.5%（同26.3%）と高いスコア。戸別配達制度についても70代の93.3%（同87.8%）が支持（20ページ参照）していることから、私の父だけの状況でないことがデータからも実証されている。

私の社では入社時の研修で、各自割り当てられた新聞販売店に寝泊まりして配達、集金、購読勧誘などを行う。もうずいぶん前だが、私もバイクにまたがり朝夕刊数百部を担当した。朝は4時過ぎから回り始めるが、バイクのエンジン音を待っていたかのように自宅の門先で出迎えていただけのご老人の方は1人や2人でなかった記憶がある。今回の調査結果をみると、70代で朝夕刊を問わず「新聞を毎日読む」人は85.2%（全体では56.9%）に上る。

また「新聞を読むことは習慣になっている」（85.2%）〔同65.2%〕、「新聞を読んで、世の中の動きを知る」（84.5%）〔同80.1%〕、「決まって読むページがある」（74.5%）〔同

63.6%〕といった新聞への接し方からも、新聞に触れる頻度の高さが伺える。「まんべんなく、一通り目を通す」（62.5%）〔同44.9%〕だけでなく、「どんな記事でもすみずみまでじっくりと時間をかけて読む」（23.5%）〔同12.1%〕とのデータも（22ページ参照）。70代の多くは、新聞に毎日一通り目を通して、さらにすみずみまでじっくり読んで、自らの知識、情報の“源”にしているのだ。

定年後、個人で、仲間で自由な時間を謳歌する“アクティブシニア”が注目されている。生活行動を年代別にみると、70代は「社会奉仕、ボランティア活動をしている」（18.5%）、「投資をしている」（12.2%）といった項目でスコアが高い（表1）。多方面で活躍するおじいちゃん、おばあちゃん（いまや70代をそう呼んでは叱られるかも）が少なくないのだろう。また、「普段から健康に留意している」（63.3%）との結果からは、日々ボディーケアを怠らず、健康・医療情報にも敏感な一面もうかがえる。そんな彼らにとって、決まった時間に情報を得るペースメディアはきっと新聞だと思う。

表1 年代別生活行動比較（複数回答）（%）

	社会奉仕、ボランティア活動をしている	投資をしている	普段から健康に留意している
全体 (n=3,801)	10.9	8.9	36.3
年代別			
15-19歳 (n=240)	6.3	—	16.3
20代 (n=345)	3.8	2.9	15.4
30代 (n=571)	6.1	7.9	24.3
40代 (n=675)	9.2	9.6	25.9
50代 (n=596)	11.1	9.2	36.6
60代 (n=774)	14.7	11.8	48.3
70代 (n=600)	18.5	12.2	63.3

（中日新聞東京本社 橋本 正樹）