

団塊の世代の女性の

生活行動・意識に関する調査

昭和56年4月

ポ－ラ文化研究所

結 果 の 要 約

1. これは、ポーラ文化研究所が実施した「団塊の世代の女性——クロス世代の特徴と展望」の結果をまとめたレポートです。

2. 本調査は次のような問題意識をもって実施したものです。

戦後ベビーブームで生れたいわゆる団塊の世代は高度成長の始まりとともに独身貴族となり、消費力の旺盛な世代として日本の経済成長に自己加速性を与えた。彼等の新しいライフスタイルは年齢の上昇とともに家庭に入っても、そのまま大きい消費力をもつものと期待され、ニューファミリーという言葉を生んだ。そしてこの新しいライフスタイルに対応したマーケティングが必要であると考えられた。これが70年代初めの様相であった。しかし、70年後半を振り返ってみると、ニューファミリーに対する多くの企画や事業は期待したような結果は得られなかった。そのため、マスコミなどで“幻のニューファミリー”などと報じられた。

しかし、この期待通りにならなかった原因は73年のオイルショックによる世界的不況に、この世代が子育て年代に入って行動力も落ち、経済的にも苦しい時期に入ったことが重なったからだという説明もなされている。

従って、この世代が子育て年代を過ぎて自由な時間を持てるようになると、再び消費力の大きいマーケットとして期待できるのではないかと最近考えられるようになった。果して、その通りなのか。もしこの世代が特徴を持っているとしたならば、それはどんなものか。またそれが、彼等の生活意識や行動にどのように現れるのであろうか。

すでに、ポーラ文化研究所の自主研究で「二つの世代」や「マスカルチャーの研究」からいくつかの仮説があるが、それをもとに、アダルトとなった団塊の世代の女性に焦点を当て、新しいマーケットの特性を明らかにするのが、本研究の目的である。

3. 調査概要

調査地域……首都圏（東京及びその近効）

調査対象……20～50才の女性 914名

（年齢を5才きざみで層別し30～34才を団塊の世代とした）

調査時期……昭和56年3月

調査方法……アンケート方式

4. お問い合わせ先

。ポーラ文化研究所（添谷または村澤）

調 査 の 概 要

1. 団塊の世代は「クロス世代」である。どの世代でも、自分達の前の世代と後の世代の影響を受けるものであるが、この世代は、文化行動においては新しい世代に属し社会意識においては古い世代に属している（新旧がクロスしている）といえそうである。
2. この世代は持ち家率が高く、ローンについての負担感も少ない。一般には年齢が高くなり、収入が多くなると持ち家率が上り、ローンの負担感も減るといってよいが、いわゆる団塊の世代は、年齢の割には、この方面に積極的な意欲を持っている。
3. クレジットについては、特に団塊の世代に特徴があるといえるデータは得られなかったが、若い夫を持つ主婦ほど抵抗感が少ないという傾向がみられた。こうしたことから、生活形態の質向上に革新的なのは若い方の世代だといえる。
4. 文化行動の面で、外国有名ブランドバッグの保有指向率（持ちたいとする人の率）は明らかに団塊の世代以降で高くなっている。これは個性の表現、あるいはファッション性もあろうが、「良いものは良い」とする質（クオリティ）についての認識度がその上の世代より強いという理由によるものと思われる。
5. ジーンズのファッション的アプローチはこの世代から始まった。ジーンズの保有率で見ると、団塊の世代を境にそれ以上の世代にジーンズを持っていない人が急に増え、逆に5,6着以上持ち、TPOに合わせて着る人はそれ以下の世代に多くなっている。“ジーンズ感覚”は団塊の世代で分けられる。
6. ベアールック「夫婦のみ+夫婦と子供」については、団塊の世代からはね上り、新しい世代の始まりであることを示した。友達の平等な夫婦関係がこの世代から多くなっていることが考えられる。
7. 団塊の世代のサークル活動への参加率は、女性のライフサイクルからいって今が最低である。これは子供に最も手のかゝる時期であり、一方子離れしだした35才以上の層で活動している人が増えるというのは、女性のライフサイクルを良く現わしているといえる。
8. 運転免許保有者はこの世代を境に大巾にアップする。（前の世代より15%近くアップ）。行動力が女性に求められてきたものと言え、この世代以前と大きな違いの1つとして特徴付けられる。
9. 団塊の世代「30~34才」までは「収入無し」が50%近くを占める。「35才~」は40%以下となり、この世代（30~34才）がそのターニングポイントとなっている。一番の理由は子育てによるものと思われるが、その意味では、数年後、子離れが始まれば、この世代はパート市場に大量の労働力を提供することになるかもしれない。
10. 団塊の世代以降は「男子厨房に入る」ことに余り抵抗を感じない。この世代より上では「夫が家事を手伝わない」が2人に1人はいる。しかしアメリカナイズされた若い世代では、家事の積極的な分担を申し出る夫がぐんと増える。

項 目 別 調 查 結 果

住宅取得率、若年令層では70%を越えている。

年令別の住宅形態を見ると、若年令層での住宅取得率が「～24才」で70%を越えて非常に高いのは親と同居の独身者が多いためである。団塊の世代を含む30～34才代の方は、その上の35～39才代の人より持家率が高い。これは、この世代あたりから社会の安定を基盤とし、インフレを是認する新しい保守主義者が多くなっていることを示している。

住居形態は次のどちらですか

回答 \ 年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
持ち家	73%	49%	62%	58%	72%	73%
借家	21	43	31	34	25	16

なお持ち家ではないと回答した人たちに、持ち家希望を聞くと、40才までの人は、約80%が、「持ちたい」と回答している。

将来、家を持ちたいですか

回答 \ 年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
はい	76%	77%	77%	74%	90%	78%
いいえ	21	13	16	15	10	22

“クレジット”は およそまんべんなく浸透している

分割払い（クレジット）が丸井を初めとして急速に広まり、現在ではデパートや有名ブティックにまで浸透するにいたった。インフレ安定経済の中で、家のような大きな買い物さえ、ローンという一種の分割払いで手に入れている人たちにとって、クレジットの反応はどうであるのか。

団塊の世代より若い世代に、クレジット人口は多いと予想をしていたが、結果は下表通りとなった。各年齢層に、およそまんべんなく浸透しており、特に高価なものの購入時の利用の仕方は、やはりインフレ安定経済にもとずく、中流生活意識→ハイクオリティ・ライフ指向の結果といえる。

分割払い（クレジット）をどのように感じているか？

回答 \ 年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
利用しない	43%	39%	41%	41%	56%	41%

自由裁量金額——「独身同居者」は
「既婚子供有り」の約4倍

未既婚を問わず「自分自身のために使うお金は」ときかれた時、直観的にひらめいた金額はいくらぐらいなのか。また、独身（同居）の人と既婚（子供あり）の人とでは、およそ自分自身のために使う金額は違って来るはずである。それを「自由裁量金額」として、回答してもらおうと考えた。

婚姻別の自由裁量金額は、予想通り独身（同居）の若年齢層が最も高くなり、独身（別居）→既婚（子供なし）→既婚（子供有り）と続いている。若年齢層、独身者は強大な購買力を示していることがわかる。その消費額は平均値を区間中間値で計算すると独身同居者は『44,000円』になり、既婚（子供あり）の『12,000円』と比べると約3.7倍である。

月平均で自分のために使う金額は？

金額	婚姻別	独身（同居）	独身（別居）	既婚（子供なし）	既婚（子供あり）
0～5,000円未満		7%	17%	33%	67%
5,000円～10,000円未満		7	13	32	18
20,000円以上		85	70	36	13

“衝動買い”する女性は、

年齢に関係なく約4分の1

目についた物、欲しいと思った物を全て購入するわけではなく、何らかの精神的歯止め、経済的制約を受けて、その上で購買行動を起すのが普通だが、よくあるのが“衝動買い”。女性の場合、衝動買いの率はどの程度なのか。女性の買い物行動を探ってみた。

「衝動買い」は、年齢、婚姻、世代などに関係無く、約4分の1あるという結果となった。「計画的購入」より「衝動買い」が高い率を示すというのは、女性の買い物行動をよく示していると思われる。

買い物の時の購入基準は？

購入基準 \ 年齢	22～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
計画的に選ぶ	26%	21%	18%	22%	28%	23%
予算内で購入	41	47	56	49	50	48
高級品の値下り待ち	4	3	2	2	6	2
衝動買い	28	27	22	27	17	25

さらにくわしくみると30～34歳、いわゆる団塊の世代の生活は、今現在は苦しんでいるのがうかがえる。この世代で、子供のある人の買い物パターンは、「予算内」で物を購入し、「衝動買い」を押え、高価な物の購入については「あきらめる」という型になる。

しかし、これは、はたして団塊の世代の特徴なのであろうか。30～34歳といえば、給与の金額も高いとは思えないし、子育て世代であれば共働きも困難となろう。これは同じ30～34歳世代を、何年かごとに調査をしなければ、わからないことなのではないのだろうか。団塊の世代の特徴が現れるとすれば、数年後であろう。彼らは、日本経済が最も豊かな時期に青春を過ぎて来ている。今、少し苦しい生活での買い控えがあったとしても、5年後または10年後に彼らなりの消費行動が起るのではないだろうか。これも後日同じような調査をすれば、はっきりとするだろう。

短大卒は有名ブランドが好き

<バッグ>

そろそろ世界各国の有名ブランドも出尽くした感があるが、なぜこうまで女性の心をとらえたのか。最近では、このブランド指向が男性の方に移行を始めたようである。はたして女性の心をとらえたように、男性の心をもとらえられるのであろうか。しかし男性はさておき女性の場合、目につく所ではバッグがその最たる物と言えよう。ブランド名がひと目でわかるバッグを持っている人が数多く街を行くのを見ると、その没個性化が気になる。実質的な保有数を聞くことでブランド指向を調べてみた。

本人年齢で見ると、若い年齢層が圧倒的にブランド指向型であり、年齢に応じて徐々に下降の型をとって行く。

バッグに関しては、20～24歳で37%の人が持っており、持ちたい人を加えると56%にもなる。外を歩けばすぐわかるが、ここ数年で、街中のバッグは、全てこの有名ブランドものになってしまったような気がする。

さらに学歴と照らし合わせてみると、ブランド指向のピークは全て短大卒にある。中学卒、高校卒では、本人の気持と実態、今後の希望とにズレがみられるがしかし、短大卒だけは明らかにブランド指向型である。

ブランド指向（バッグ）①年齢別

年齢 ブランド志向	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
持っている	37%	34%	22%	23%	14%	14%
持ちたい	19	13	13	5	6	5
国産が良い	5	2	5	5	8	2
選ばない	6	8	6	7	19	2
気にしない	29	42	47	47	42	55

ブランド指向（バッグ）②学歴別

学歴 ブランド志向	中学卒	高校卒	短大卒	4年制大卒
持っている	7%	19%	42%	30%
持ちたい	12	14	11	6
国産が良い	4	5	4	2
選ばない	4	7	6	11
気にしない	50	48	33	49

団塊の世代で分けられる「ジーンズ感覚」

アメリカ文化を反映してジーンズが輸入され、ファッション性を持ちながら人々の間に浸透していったのは、ちょうど団塊の世代以降ではなかったか、との予想によりジーンズの保有率を調べた。

初期のジーンズは作業服であったのに対し、ファッションとして定着したジーンズは、キャンパスルックであり、遊び着としてであった。その機能性は抜群であり、自由な感覚を起こさせてくれた。スクリーンの中のジェームス・ディーンが、リーバイスの上下を着て、階段や床に無造作に坐るのを見て驚いた人は多いはずである。そのように画面の中のファッションを、そのまま取り入れようと試みた世代の最初が団塊の世代であった。それ以前の世代にとっては、映画の中身は別世界としてのあこがれであり、外国は遠い国という感覚であったに違いない。この頃から日本経済は豊かになり、アメリカ文化への盲従化が始まったと言えるのではないか。

結果としてのジーンズ保有率を見ると、団塊の世代を境にそれ以上の世代にジーンズを持っていない人が急が増え、ジーンズを5～6着あるいは7着以上持って、TPOに合わせて着る人はそれ以下の世代に多くなってきている。

ジーンズ製品をどのくらいお持ちですか？

保有数 \ 年齢	20～24才	25～29才	30～34才	35～39才	40～44才	45才以上
なし	5%	4%	6%	13%	25%	46%
1～4着	55	59	63	70	61	34
5～6着	18	20	17	10	6	9
7着以上	21	17	13	3	8	5

団塊の世代のサークル活動への参加率は
女性のライフサイクルからいって今が最低

「シェイプアップ」が流行語になってから、1年以上が経過した。若い人の中のスポーツサークル、ママさんスポーツが根を張り、都会派スポーツの手軽さがうけて、あちこちに一眼スポーツマン風の人が増えている。

これと同じように、カルチャー指向もさかんになり、多種の教室、サークルが開催されている。

この教室やサークルの参加者は、ほとんど女性である。

彼女たちのサークル活動への参加状況を見ると、25～34歳でぐっと低くなっている。これは子供に手のかかる時期であるので仕方なく、また子離れしだした35歳以上の層で活動をしている人が増えるというのは、女性のライフサイクルをよく現わしているといえる。

サークル活動をしていますか？

回答 \ 年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
はい	63%	40%	40%	47%	64%	43%
いいえ	33	56	56	51	25	46

サークルへの参加意識——趣味として——

つぎに、これらサークルへの参加意識についてみると、「スポーツ＝身体を鍛える」といった単純な発想では、スポーツをとらえきれなくなっていることは確かである。

テニスにいたっては、はっきりと「趣味として」が高い率を示している。高額なウェアが街着となり、有名選手の出場する高賞金額のトーナメントが日本で開催され、華麗なプレーを見せられる。ブームはブームを呼び、にわかテニス人口が増加する。このテニスを境としてジョギングもファッションとなり、一般へと浸透していった。都会の人の運動不足→身体を鍛える→ヨガ・ジョギングへの経緯は、日本古来の身体を鍛える＝根性とは、まったく違う型となった。シティスポーツ派とでも言えるようなスポーツ人口が増加し、それが全てのファッションに影響を与えていると言える。

お茶やお花、和・洋裁でももう少し「将来のかてとしたい」という部分での増加があると予想していたが、やはり「趣味として」であり、まして外国語会話では「特別に意味はない」が多く、建前としてのカルチャー派が多いことを示している。

子供を育て、時間内に余裕ができ、「趣味として」何かサークルへ参加する。それにより、将来自立しようとする意志は無く、ひとつのものを追求するという意欲も無い。生涯学習とか女性の自立とか騒いでいる割には、趣味性が強いと思われる。

サークル活動への動機・理由

種目		年齢					
		20～24才	25～29才	30～34才	35～39才	40～44才	45才以上
バレーボール	身体を鍛える	1%	1%	6%	4%	0%	0%
	趣味として	6	1	2	2	0	0
水 泳	身体を鍛える	9	11	9	9	13	37
	趣味として	4	4	2	2	9	11
テ ニ ス	身体を鍛える	7	5	9	0	0	0
	趣味として	16	20	14	2	0	0

運転免許所有者は、

団塊の世代を境にして大巾アップ

団塊の世代を境とし、運転免許の保有者はその前の世代より15%近く多くなり、約35%となる。やはり、この世代を境に行動力が女性に求められて来たものと言え、この世代以前との大きな違いの1つとして特徴付けられると言える。

免許は持っていますか？

年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
免許の保有						
持っている	36%	37%	35%	26%	22%	18%
持っていない	60	60	63	71	72	75

団塊の世代もあと数年でパート就業要員に……

現在、妻がどの程度の収入を得ているかという観点でみると、「～34才」までは「収入無し」が50%近くもあるのに対して、「35才～」は40%以下になっており、大きな区切りができています。これは35才前後で子離れして再就職する人が増えている結果のあらわれだと考えられる。

団塊の世代の30～35才は、いま、そのターニングポイントにさしかかろうとしているときだ。あと数年すると、子離れし、カルチャー型か社会参加型かのいずれかに分れ、カルチャー型はサークル活動へ、社会参加型は就業へと進路をとり、パート市場に大量の労働力を提供するようになるのではないだろうか。

妻の収入は？

収入金額 \ 年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
無し	46%	59%	49%	40%	29%	39%
10,000円未満	9	2	5	2	0	6
10,000円～25,000円未満	9	3	7	3	6	11
25,000円～50,000円未満	0	10	10	19	12	6
50,000円～75,000円未満	9	2	5	12	18	8
75,000円～100,000円未満	0	3	5	5	12	8
100,000円以上	27	18	15	13	15	19

なお、35才以上の世代の収入金額では25,000円～75,000円未満のパートタイム就業派とそれ以上の収入のフルタイム就業派とにわかれている。

団塊の世代以降は

“男子厨房に入るを良しとす”

夫の家事の分担は、戦前の教育を主に受けている高年令層では、とても出来そうなものではない。男が、楽しそうに家事を手伝うなどは、戦前派の夫には言語道断であろう。しかし、アメリカナイズされた若い世代では、その意識に大幅な変化がみられるものと思う。予想では、この接点に団塊の世代が来るであろうと考えた。

結果をみると団塊の世代より高年令では、50%が「手伝わない」と回答している。そして「良く協力する」夫は団塊の世代以後の人にくらべて、大巾に低い。裏がえしていえば、団塊の世代からは、家事の積極的な分担を申し出る夫が増えていることをあらわしている。“男子厨房に入るべからず”という思想は完全に打ち破られむしろ“入るを良しとす”思想が一般化しだしたとみるべきだろう。まさに、団塊の世代がその思想のターニングポイントとなっている。

夫婦間での家事分担をされていますか？①本人年齢

家事の分担 \ 本人年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
夫は手伝わない	9%	20%	37%	46%	56%	43%
夫は時々協力する	61	55	44	38	33	30
夫は良く協力する	19	20	14	8	6	9

夫婦間での家事分担をされていますか？②夫年齢

家事の分担 \ 夫年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
夫は手伝わない		29%	30%	48%	52%	50%
夫は時々協力する		59	51	36	36	35
夫は良く協力する		12	15	11	9	7

※20～24才はサンプル数が少な過ぎるため対象から外した。

団塊の世代はペアールックが好き

ペアールックについては、新、旧両世代によって「受け入れ」の差がはっきり現われた。先行する世代では、男性、女性共に拒絶反応を示す人が多い。

「夫婦のみ+夫婦と子供」のペアールック率で見ると、予想通り団塊の世代からはね上り、新しい世代の始まりであることを示した。

ペアールックをしますか？

年齢	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
ペアールック						
夫婦のみ+夫婦と子供	37%	40%	26%	13%	3%	7%
夫婦どちらか+子供	13	5	17	25	17	14
しない	34	42	40	47	67	69