

～ 花王調べ ～

今どき 50 代女性のおでかけ実態 調査結果

「友人と」「1人で」「家族に気兼ねなく」

50代は、おでかけを楽しむアクティブな「おでかけ女史」世代！
おでかけのこだわりは、知的好奇心や内面の充実

花王株式会社は、都内在住 50 代女性 1,000 名を対象に、50 代女性の最新のおでかけ傾向等をまとめた「おでかけ女史意識調査」を実施しました。

今、人生の節目の 50 代を迎えている世代は、消費・トレンドを牽引するアクティブなバブル世代。子育てから解放され、最も自分時間が持てる世代で、おでかけにも積極的になれる機会を得ています。「おでかけ女史」とは、積極的に旅行やおでかけを楽しみ、日々の生活が充実している女性のこと。本調査では、50 代女性を「おでかけ女史」世代と捉え、最新のおでかけ実態、おでかけ傾向の変化、おでかけ理由・こだわり、人気のエリア、おでかけが心身に与える効果等についてまとめました。

主な調査結果・ポイント

① 【50 代女性のおでかけ実態】

自由な時間がある人 約 9 割、おでかけをしている人 約 7 割と、アクティブな「おでかけ女史」世代！
誰とおでかけに行く？ 1 位：友人、2 位：1 人で、3 位：夫
「家族に気兼ねなくおでかけができるようになった」「1 人でおでかけすることが増えた」など、40 代と比較して、自由度の高いさまざまなおでかけスタイルを楽しむ

② 【おでかけの内容】

1 位：外食・レストランでの食事、2 位：ショッピング（日常の買い物でない）、3 位：映画鑑賞などが多い

③ 【おでかけ理由・こだわり】

今までにさまざまなおでかけを経験した 50 代女性は、おでかけの価値として、知的好奇心、内面の充実を求めることを重視

④ 【50 代女性がおでかけをしている街、したい街】

銀座をはじめ、鎌倉、箱根など、ゆっくり過ごせるエリアも人気に

⑤ 【おでかけ効果】

おでかけをすればするほど、「健康状態を高められる」、「日常生活に充実感がある」、「体力に自信が持てる」人が増加。「実年齢より若く見られる」など、美容効果も実感している人 62% も

⑥ 【おでかけ情報発信】

今どき新・50 代は、おでかけ情報を Facebook やブログなどの SNS 上で発信
おでかけ情報を友達と共有する、新たなおでかけスタイルを楽しんでいる

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先(掲載不可)】

株式会社ブレインズ・カンパニー 荒川、廣瀬

TEL : 03-3568-3844 FAX : 03-3568-3838 Mail : n-arakawa@pjbc.co.jp

【調査概要】

調査期間：2014年4月22日～23日

調査対象：50歳～59歳の女性1,031名（既婚814名、未婚217名）

対象者条件：既婚／未婚／有職／無職

対象者移住地域：東京都

調査方法：インターネットアンケート

【調査結果】

① 【50代女性のおでかけ実態】

自由な時間がある人 約9割、おでかけをしている人 約7割と、アクティブな「おでかけ女史」世代！
誰とおでかけに行く？ 1位:友人、2位:1人で、3位:夫。
「家族に気兼ねなくおでかけができるようになった」「1人でおでかけすることが増えた」など、40代と比較して、自由度の高いさまざまなおでかけスタイルを楽しむ

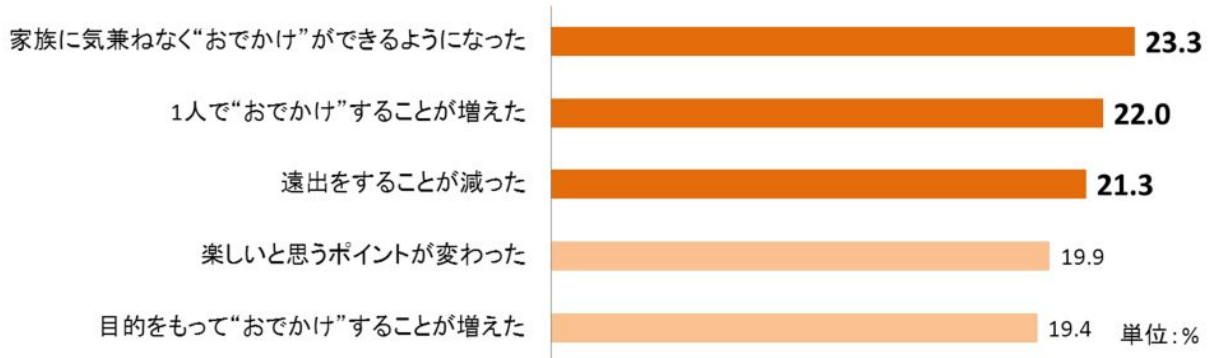
- ◆ 50代となった今、自由な時間がある -- 87.9%
- ◆ おでかけをしている人----- 66.3%
- ◆ おでかけ頻度 月1～3回 ----- 42.0%
- ◆ 誰とおでかけに行く？----- 1位:友人(52.6%) 2位:1人で(49.8%) 3位:夫(46.3%)

50代となった今、自由な時間がある人は87.9%、おでかけをしている人は66.3%と半数以上にのぼり、おでかけ頻度は、月1～3回が42.0%と最も多い結果から、おでかけにとってもアクティブな世代であることが伺えます。

誰とおでかけをしているか聞いたところ、友人（52.6%）、1人で(49.8%)、3位:夫(46.3%)が上位で、おでかけの目的や内容に応じて、おでかけする人を自由に選び、楽しんでいることがわかっています。

現在のおでかけ頻度を聞いたところ、「40代と変わらない」または「増えた」と回答した人は、合わせて63.2%と半数以上でした。50代で変化したおでかけ傾向では、「家族に気兼ねなくおでかけができるようになった（23.3%）」、「1人でおでかけすることが増えた（22.0%）」が上位で、「子どもを通じたお付き合いでないおでかけが増えた。」と回答している人もいます。

【グラフ1】 Q. 40代と比較して、おでかけに変化はありますか？（複数回答）

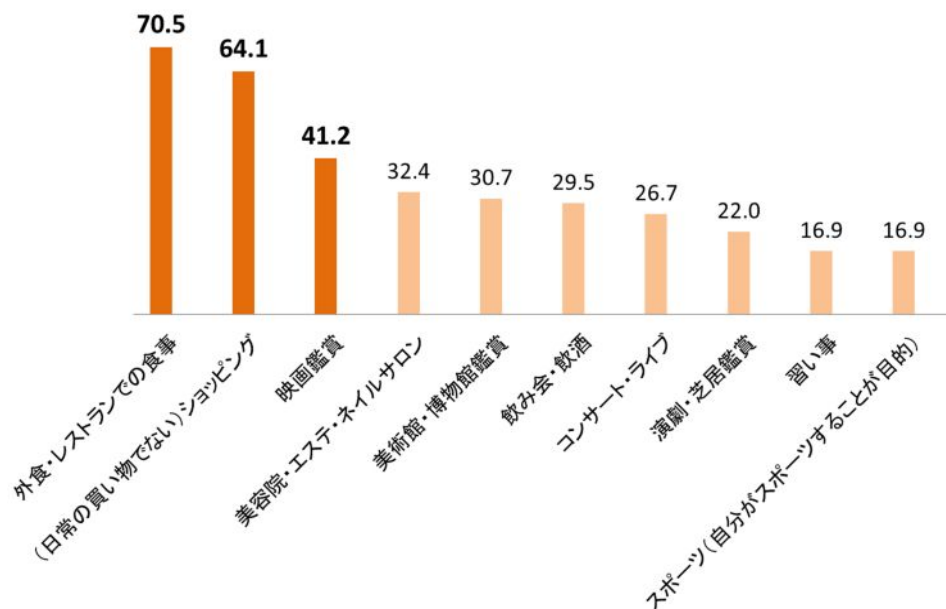


② 【おでかけの内容】

1位:外食・レストランでの食事、2位:ショッピング(日常の買い物でない)、3位:映画鑑賞などが多い

「日頃、どのようなおでかけをしているか」という問いには、外食・レストランでの食事が70.5%とトップで、次いでショッピング(日常の買い物でない)、映画鑑賞が上位となっています。

【グラフ2】 Q. 日頃、どのようなおでかけをしますか？(複数回答)

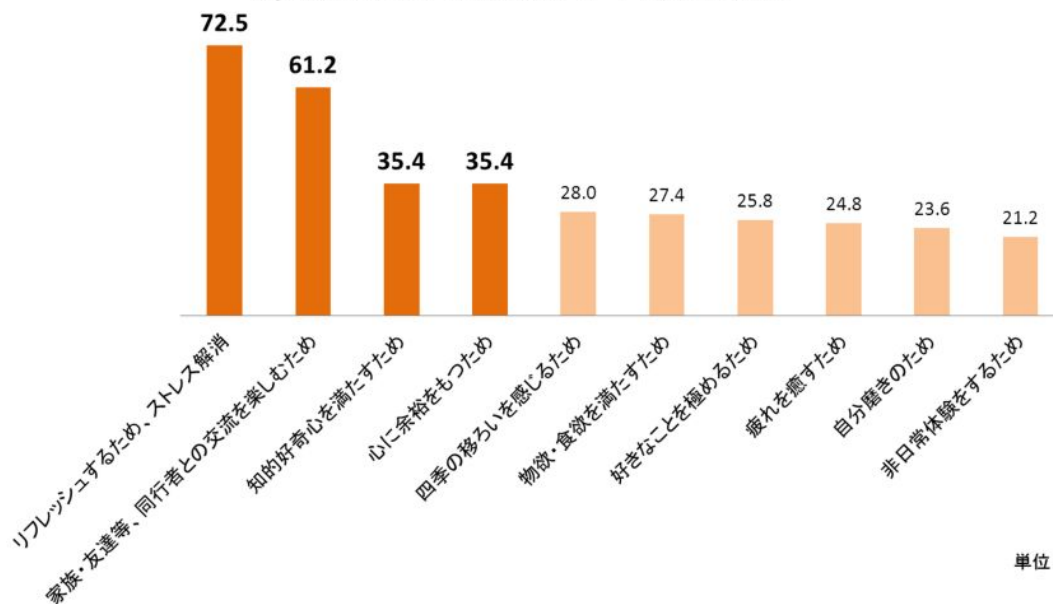


③ 【おでかけ理由、こだわり】

今までにさまざまなおでかけを経験した50代女性は、おでかけの価値として、知的好奇心、内面の充実を求めることを重視

おでかけする理由は、「リフレッシュするため・ストレス解消」、「家族・友人等との交流を楽しむ」、「知的好奇心を満たす」、「心に余裕をもつため」などが上位にあがっています。さまざまなおでかけを経験しつくした50代女性は、物欲・食欲を満たす以上に、知的好奇心を満たす、または、内面の充実を求める傾向が強いことがわかりました。

【グラフ3】 Q. なぜおでかけをしますか？(複数回答)



単位: %

「こだわりを持ったおでかけをしている、してみたいと思うか」という問いに、「日頃こだわりを持ったおでかけをしている (37.5%)」、「してみたい (50.6%)」と、合わせて 88.1%の人が、こだわりをもったおでかけに魅力を感じていると回答しています。こだわりポイントは「トレンドを先取りする」「出費をしたい」という傾向は低めで、「気持ちを前向きに」、「知的好奇心を満たす」「行ったことがないところに行きたい」など、おでかけをする理由と同様に、知的好奇心や内面の充実へのこだわりが強いことが明らかとなりました。

【グラフ4】 Q. あなたはおでかけに対し、どのようなこだわりを持っていますか？（複数回答）

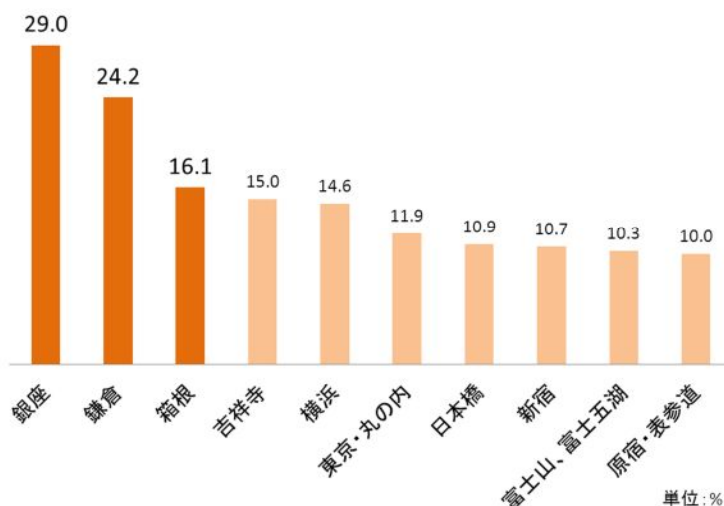


④ 50代女性がおでかけをしている街、したい街

銀座をはじめ、鎌倉、箱根など、ゆっくり過ごせるエリアも人気に

50代女性が最もおでかけをしている街は、「1位：銀座 (34.9%)」、「2位：新宿 (33.4%)」、「3位：吉祥寺 (19.0%)」で、理由は、「買い物が楽しめる」、「アクセスが良い」、「行き慣れている」などの利便性が目立ちました。さらに、おでかけをしたい街は、「1位：銀座 (29.0%)」、「2位：鎌倉 (24.2%)」、「3位：箱根 (16.1%)」と東京近郊の郊外もランクイン。買い物が楽しめる理由に加え、季節を感じられる、景観が良い、自然がある、アクセスが良い、ほっとできるなど、オトナ女性がゆっくりと過ごせるエリアに魅かれる傾向も強いようです。

【グラフ5】 Q. あなたがおでかけをしたい街 トップ10（複数回答）

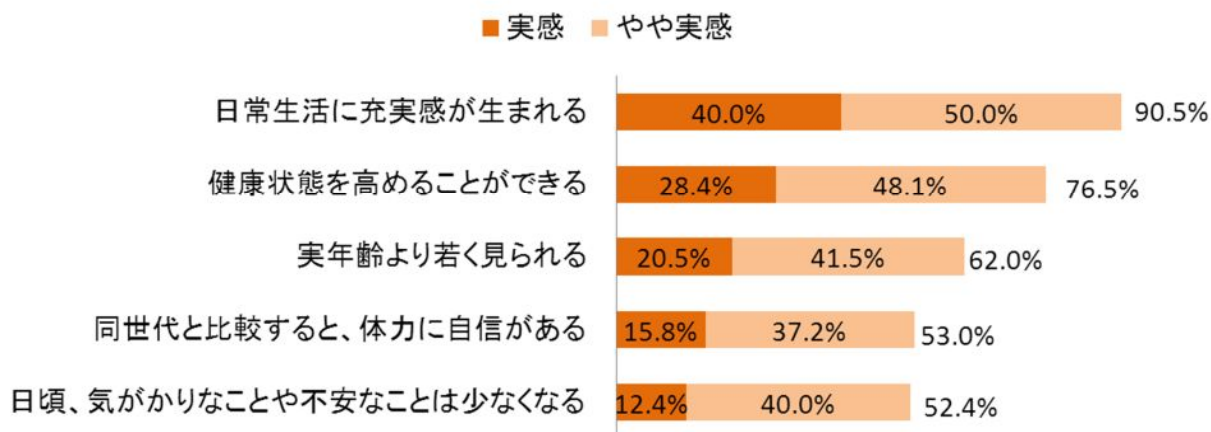


⑤ おでかけ効果

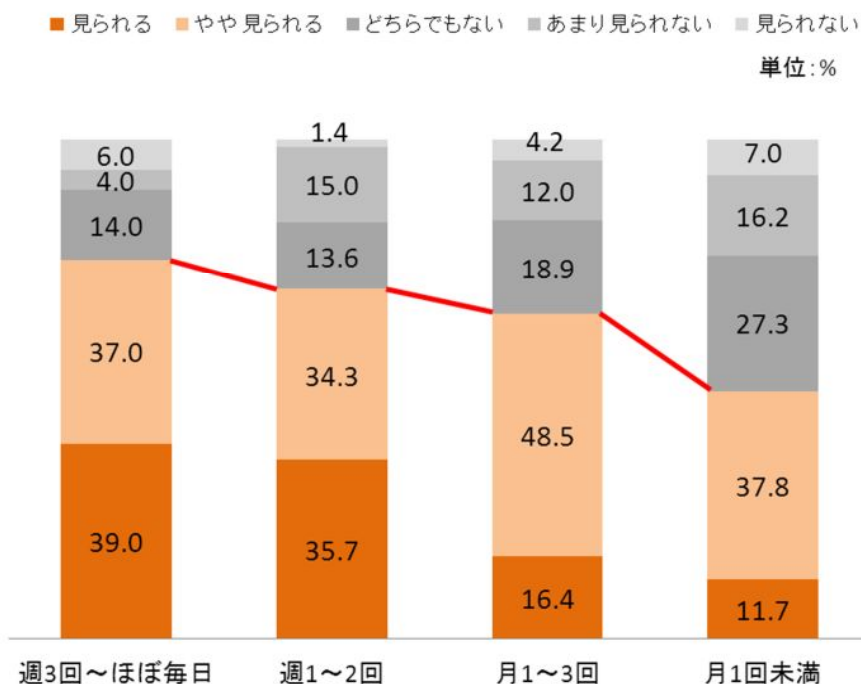
おでかけをすればするほど、「健康状態を高められる」、「日常生活に充実感がある」、「体力に自信が持てる」人が増加。「実年齢より若く見られる」など、美容効果も実感している人 62%も

おでかけをすることで、「日常生活に充実感が生まれる」と感じている人は 90.5%にも上ります。また、76.5%の人が「健康状態を高めることができる」と実感しているなど、多くの方が高いおでかけ効果を感じています。その他、「実年齢より若く見られる（62.0%）」、「同世代と比較すると、体力に自信がある（53.0%）」、「日頃、気がかりなことや不安なことは少なくなる（52.4%）」など、メンタル面への好影響もあり、心身両面からおでかけ効果を実感している人が多いことがわかりました。

【グラフ6】 実感しているおでかけ効果



【グラフ7】 Q. おでかけをすることで、
実年齢より、若く見られると思いますか？
(単一回答)



⑥ おでかけ情報発信

今どき新・50代は、おでかけ情報を Facebook やブログなどの SNS 上で発信。

おでかけ情報を友達と共有する、新たなおでかけスタイルを楽しんでいる

総務省データ[※]では、50代の SNS 利用率は 36.7%となっています。今回の調査で、おでかけ先を決める時、テレビから情報を得ている人は 51.9%、友人のおすすめが 42.0%、また、おでかけ情報が載っているウェブサイトからおでかけ先を決めている人が 27.2%と、ネットでの情報収集も上手く利用しています。

おでかけ体験を SNS で発信している人は 12.2%と多からずも、1ヶ月で 20～30 回発信している人もいました。Facebook や自身のブログで積極的におでかけ情報を発信し、友人・知人と共有する、新たなおでかけの楽しみ方を実践している人もおり、今後、そのようなおでかけ発信スタイルが増加していくことも期待されます。

※総務省 情報通信政策研究所 2013 年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

【本件に関する報道関係者のお問い合わせ先(掲載不可)】

株式会社ブレインズ・カンパニー 荒川、廣瀬

TEL : 03-3568-3844 FAX : 03-3568-3838 Mail : n-arakawa@pjbc.co.jp