

## デジタルメディアに親和性の高いクラスタの存在も確認 シニアクラスタ分析により6つのライフスタイルが浮き彫りに — 『ASAHOシニアクラスタ™調査』を実施 —

株式会社朝日広告社（本社：東京都中央区／代表取締役 社長執行役員：福地 献一）は、超高齢化社会を迎え、高齢者市場へのマーケティング戦略が望まれている各企業の支援を加速させています。その一環として、シニア層を対象に、生活意識、活動状況、資産状況、情報源などを調査し、さらにシニア層を一括りにしないために、クラスタ分析を行うことでライフスタイルを明らかにする『ASAHOシニアクラスタ™調査』を実施いたしました。

### ■ 調査結果サマリー

弊社定義によるアクティブシニアは、シニア全体の1/3を超える35.4%存在。  
価値観をベースにクラスタ分析を実施したところ、インサイト、ネットリテラシー度、アクティブシニア率、メディア接触、金融資産額、などで差異が見られるクラスタが発見された。  
特にネットリテラシー度は、クラスタ毎の差異が大きいことが判明。

- ◆ 価値観の意識因子を元に非階層クラスタ分析を実施、シニア層を6つのクラスタに分類し、各クラスタの特性を浮き彫りにいたしました。
- ◆ 「世話好きシニア」「つつまシニア」「我が道シニア」「ノスタルシニア」「風まかせシニア」「今でしょシニア」の6つのクラスタが発見されました。
- ◆ 各クラスタを比較すると、構成年代に差異があるほか、アクティブシニア率で48ポイント、ネットリテラシー度で21ポイント（高リテラシー層比）、金融資産額で約1700万円の違いがあること等が確認されました。
- ◆ 情報の収集の仕方では、マスメディア系からか、デジタル系からかで、またそれぞれにおいての利用傾向等が、クラスタごとに異なっています。

### ■ 調査概要：『ASAHOシニアクラスタ™調査』

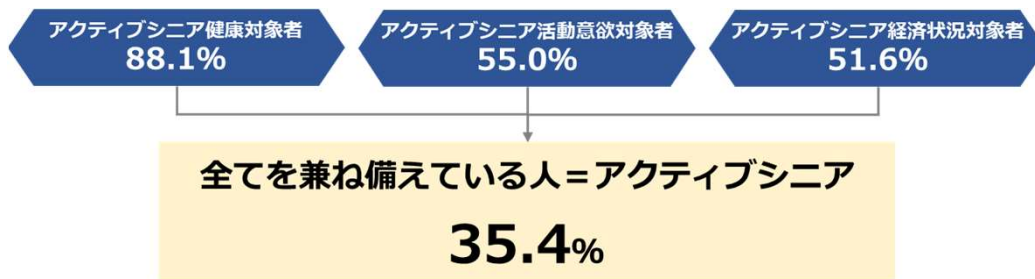
- 調査目的：  
シニアの生活意識、健康状態や資産状況、活動状況、情報源などを確認し、価値観によりクラスタ分けを行い分析することで、各企業におけるマーケティング活動を強化・改善するヒントにさせていただく。

□ 対象者：60～89歳の男女	□ 調査期間：2023年1月11日～2023年1月13日
□ 調査エリア：日本全国	□ 調査方法：インターネット調査
□ サンプルサイズ：1,000	□ 調査主体：株式会社 朝日広告社

## ◆アクティブシニア率は35.4%

この調査におけるアクティブシニアとは、以下の条件を兼ね備えている人と定義しています。

- 健康状態⇒身体の不調は無く、概ね元気／多少の身体の不調はあるものの、日常生活には支障が無い
- 活動意欲⇒趣味や、やりたいことがあり、それを日常的におこなっている
- 経済状況⇒貯蓄や仕事・年金等による収入があり、日常生活に加え、余暇を楽しむことができる



## ◆6つのクラスタは価値観、アクティブシニア率、ネットリテラシー度に差があることが判明

価値観の意識因子を元に、シニア層を6つのクラスタに分類。クラスタごとに、性別や中心年代、生活費、総金融資産額といった属性に加えて、インサイトを始めとした価値観やネットリテラシー度にも特徴をもつことが判りました。

このような特徴があることは、比較することで初めて理解できることと考えています。その意味でもシニア層を一括りにせず、該当するクラスタに合わせたコミュニケーション活動を行うことによって、より効率的なマーケティングの推進が可能になると考えます。

### <ASAKOシニアクラスタ™概要>

項目	クラスタ					
	世話好きシニア	つつまシニア	我が道シニア	ノスタルシニア	風まかせシニア	今でしょシニア
割合	17.7%	9.5%	12.1%	19.5%	21.8%	19.0%
イメージ						
インサイト	人とのつながりが喜びにつながる	穏やかに控えめに暮らしたい	何よりも自分の人生を謳歌したい	若かりし頃や経験してきたことに信用をおく	無理をせずに堅実に暮らしたい	人生は一度きり今を楽しむべき
男女比	男性<女性	男性>女性	男性≒女性	男性<女性	男性>女性	男性=女性
中心年代	80代	60代後半~70代前半	60代前半	70代後半	60代後半	年代均等
アクティブシニア率	48.6%	12.6%	33.1%	23.6%	24.8%	61.1%
ネットリテラシー度	高い	中程度	中程度	中程度	低い	高い
月生活費	22.1万円	19.8万円	20.1万円	18.1万円	18.4万円	21.8万円
総金融資産額	3712.0万円	2692万円	3281万円	3111万円	2989万円	4460万円

※クラスタ分析については、以下の手順で行っております。

### 価値観の意識調査

価値観に関する30の選択肢について聴取

### 意識因子の抽出

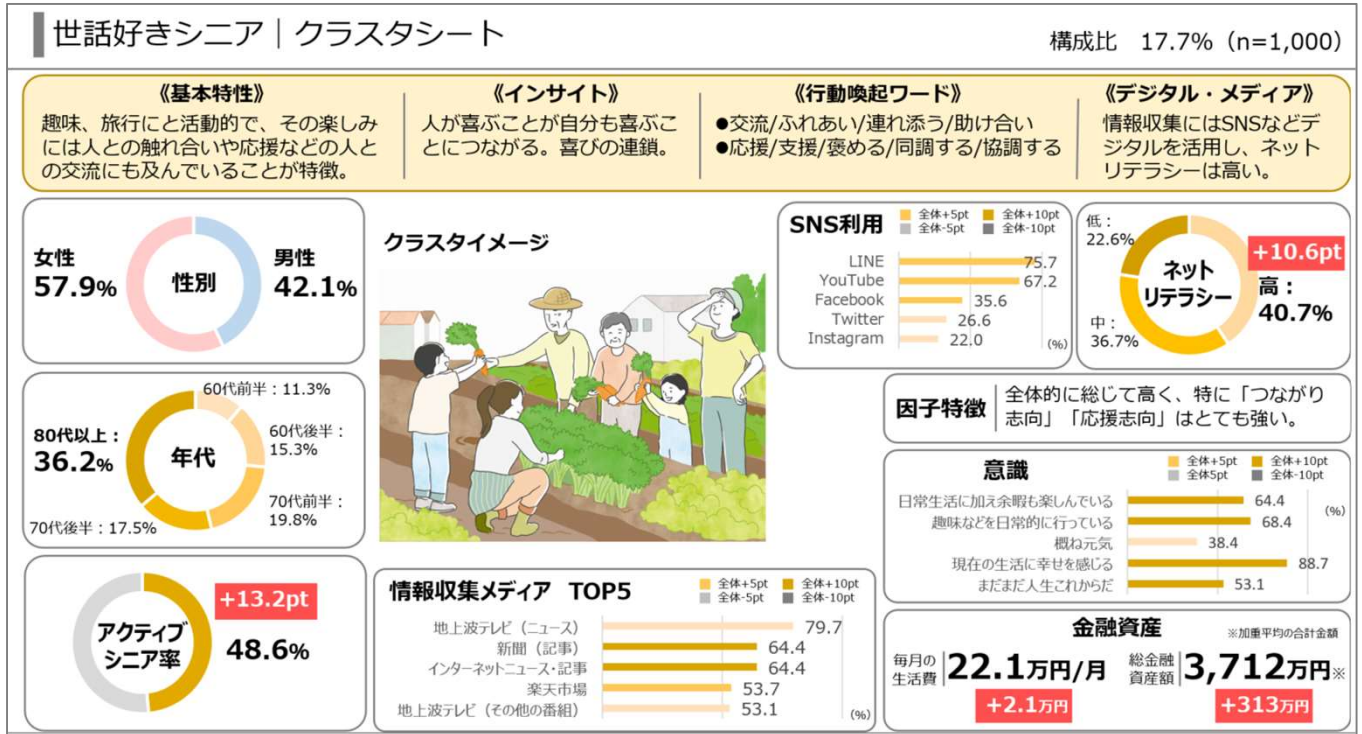
価値観に関する設問の回答傾向よりシニアの志向を構成する意識の因子を抽出

### クラスタ化

意識因子の構成具合からシニアをいくつかの集団(クラスタ)に分ける

## ◆クラスタのご紹介「世話好きシニア」クラスタシート

趣味や旅行にと活動的で、その楽しみには人との触れ合いや応援といった人との交流にも及んでいることが特徴。また情報収集にはSNSなどデジタルを活用し、ネットリテラシー度は高いクラスタ。金融資産も高めであり、アクティブシニア率も2番目に高い比率となるクラスタです。その他、調査では、各クラスタごとに、現在行っていること、コロナ後に行いたいこと、幸福感、夢中なこと、などを聴取しています。



## ■ その他調査結果詳細資料のご提供について

その他の調査結果に関しては、朝日広告社コーポレートサイト内「ASAKOが解決できること」から無償でダウンロードして頂けます。

「ASAKOが解決できること」 <https://www.asakonet.co.jp/download/>



### ●全体サマリ

- ・アクティブシニアについて
- ・メディア接触について

### ●シニアクラスタ分析

- ・世話好きシニア
- ・つつまシニア
- ・我が道シニア
- ・ノスタルシニア
- ・風まかせシニア
- ・今でしょシニア

### 【本件に関するご相談・お問い合わせ先】

株式会社朝日広告社  
 サステナラボ：横尾、桐山、浅野  
 戦略ビジネスチーム 担当：大倉、長田、吉田  
 E-mail：senryaku-bt@m.asakonet.co.jp

[報道関係者様]お問い合わせ先  
 経営企画室：高山、白石  
 Tel：03-3547-5450  
<https://www.asakonet.co.jp>