

Title	前期高齢者のライフスタイルと購買行動
Author(s)	藤田, 綾子
Citation	生老病死の行動科学. 2006, 11, p. 1-9
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/10300">https://doi.org/10.18910/10300</a>
rights	
Note	

*Osaka University Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

## 前期高齢者のライフスタイルと購買行動

### Young old's life style and consumer behavior

(大阪大学大学院人間科学研究科) 藤田綾子

#### Abstract

The purpose of this study is to expect about young old's consumer behavior with their life style. Life style classify into eight pattern with three factor, which are extract from life and economy sense. Three factor are positive or active, family or self oriented and economical afford or thrift. Subject are 828 young olds, mean of age is 66 years. Result are that positive activity factor more influences to consumer behavior for furniture, travel, healthy food and theater ticket than other three factors. Family oriented factor influences to for health and medical services. So this study find out that lifestyle factors different influences to consumer behavior.

Key word : young old's life style, consumer behavior, positive activity, family orientation, economical afford

#### 研究の背景

藤田 (2005) は、高齢者が物やサービスを購入する場合、「性能」「肉体」「社会的」「心理的」「金銭的」リスクについての区別をどのようにしているか、また、そのリスクを低減するために行っている高齢者の情報探索行動についての調査を報告している。

そこでは、若者 (大学生) が購入対象 (高額か安価) によってリスク知覚内容を変えるという鈴木 (1993) 松原 (2003) と異なり、高齢者のリスク得点 (可能性と重大性の積) はいずれの対象についても「心理的」「社会的」リスク得点が低く「金銭」「性能」「肉体」リスク得点が相対的に高いことが明らかにされた。すなわち、高齢者にとって購入対象にかかわらず、もし、Aという商品を購入すれば、「自分らしさがくずれてしまうのでは」(心理的リスク) というような心配とか、「他の人から印象を悪くされるのではないか」(社会的リスク) という不安よりも、その商品が「期待通りの性能や効率を持っているか」(性能的リスク)、「購入した結果自分の家計にひびく程度」(金銭的リスク) や「健康や安全に何か影響を与えるのでは」(肉体的リスク) という心配の方を重視することが明らかになった。

得点そのものとしては、自明のことであるが、高額商品のリスク得点は高く低額商品については低いという結果であった。

さらに、リスク低減のための情報探索行動としては、「わかりやすく」「マイナスの情報も伝えてくれ」「信用できる」ものとして「家族」「友人」「新聞記事」がもっとも頻繁に使用されていることが明らかになった。

この研究から、高齢者の購買行動が心理的・社会的な面より金銭・性能・肉体 (=健康) という機能的な面のリスクを重視することが明らかになったが、高齢者の側の個人的要因については配慮しない一般的な分析であった。

しかし、お金を出して物やサービスを購入する行動はそれぞれのライフスタイルによって異

なる（鮑戸，1986）ことから、高齢者のライフスタイルを分類し、購買行動についての分析を行う必要がある。

高齢者のライフスタイルについては、ライチャード（1962）が男性退職者を社会的適応によって「円熟型」「安楽椅子型」「防衛型」「外罰型」「内罰型」の5つに分類している。ノイガーテン（1996）は社会的適応の分類（「統合型」「防衛型」「受け身—依存型」「不統合型」）、役割活動性（高・中・低）、人生満足度（高・中・低）の組み合わせで8つ（「再統合型」「集中型」「離脱型」「固執型」「緊縮型」「依存型」「鈍麻型」「不統合型」）のライフスタイルがあるという。

いずれも社会的適応のレベルを把握するためには有効な分類として紹介されているが、購買行動を予測するためのライフスタイル分類として、本研究ではパーソナリティ的な分類ではなく高齢者の基本的な価値観としての生活感覚による分類を試みた。

## 調査の方法

### (1) 調査の内容

#### 1) ライフスタイルの分類のために用いた生活感覚の項目

日常生活についての生活感覚や経済感覚について高齢者の生活を専門にしている研究者や実務家11名（心理学者・社会学者・シルバーサービス事業家・シンクタンク職員・行政高齢者担当官・産業開発担当官等）によるワーキンググループによって27項目を精査して作成。選択肢は5点法で（大変よく当てはまる～全く当てはまらない）である。（詳細は表1）

#### 2) 購買行動の項目

①高額・商品について（インテリア・家具）、②高額・サービス（旅行） ③安価・商品（健康食品）、④安価・サービス（演劇・音楽など鑑賞） ⑤介護サービス ⑥保健・医療サービスの6点について、この1年間ぐらいの間に「関心があり、情報収集や検討をした結果出費した」と答えた、積極的な意図的購買行動についてのみ「購買行動を行った人」とみなし「必要に応じて」や「衝動的に」な購買行動については含めていない。ただし、介護保険については、「必要に応じて購入した」という人を含めている。

#### 3) 属性 年齢・性別・年収、健康状態、家族構成、義務支払いの有無

### (2) 調査対象

〇県、老人大学講座受講者 1276名

### (3) 方法

事務局に調査配布依頼、後日、事務局にて回収

### (4) 実施期間

2002年11月27日～12月17日

### (5) 有効回収数

828（回収率 64.9%）

## 調査結果

### 1 対象者の属性

性別構成は、男性409（50.8%）女性419（49.2%）で半々である。平均年齢66.1歳（60から74歳まで）。職業はパート就労者115名（13.9%）無職683人（85.6%）であり、平均年収は384万円

(最頻値は300万から500万である)、家族平均人数2.1人、であったので、一人あたり平均収入181.7万(月平均一人15.1万円)となり平均的な日本の高齢者収入(60歳から69歳では217万円)、と比べて高いとはいえない。

健康状態については、日常生活に問題ない人が684人(84.9%)不安があるひとは121人(15%)であった。また、ローンや仕送りなど定期的、義務的な支払い(税金を除く)を抱えている人は、84人(10.8%)で9割は無いということであった。

以上の結果から、対象となった高齢者は「前期高齢者で定職には就いておらないが、健康に恵まれ日常生活は自立している。家庭には配偶者があり(650人、78.5%)、収入はローンや仕送りからは開放されて月々一人あたり15万、夫婦であれば30万程度の収入のある人たちで、前期高齢者としてイメージされる典型的な人たちである。

表1 生活感覚の因子分析

	活動性 因子	家族 因子	経済 意識	共通性
常に自己啓発や知的好奇心を持って生きる	.775	.052	-.160	.630
人生は一度きりだから、やりたいことをやらなければ損である	.736	.188	-.075	.583
映画、芝居、コンサートなど積極的に行く	.689	.040	-.047	.479
老後の生活を精神的に支えるものの一つが趣味	.653	.226	-.206	.545
旅行が好きである	.602	.269	-.022	.434
いろいろの趣味を持っている	.563	.351	.048	.442
仕事、趣味、地域など様々な友人がある	.519	.309	.059	.367
仲間と何かをするときは提案者になる	.517	.330	.117	.390
町内会など地域活動へ参加している	.506	.129	-.021	.273
近所の人の家によく行く	.500	.304	-.150	.365
TV、ラジオなどのCMは情報源とする	.462	.104	-.199	.264
TVなどでとりあげられたことを試すほうである	.426	.163	-.155	.232
自分らしさが表現できる衣服を身につける	.401	.209	-.149	.227
過去に比べて今は幸せ	.255	.701	-.022	.556
体力の続く限り仕事を続ける	.301	.681	-.287	.637
夫婦で共通の意味を持っている	.361	.676	-.387	.737
経済面において老後の不安はない	.337	.492	.082	.363
子供に財産を残したい	.396	.474	-.206	.424
こどもと同居したい、あるいは同居している	.226	.457	.200	.300
夫婦での会話、外出などよくある	.397	.419	.022	.334
動物を身近に置いている	.115	.412	.331	.293
現在の収入に満足しており、ゆとり感もある	.178	.405	-.428	.379
自分自身より、誰かのためにお金を使いたい	.323	.400	-.411	.433
現在の収入では限りがあるため生活は切りつめた	.312	-.150	.801	.762
人生を楽しく、充実させるためには時には資産の取り崩しが必要	.256	-.199	.765	.738
この先何があるかわからないので資産はできるだけ残しておきたい	.278	-.021	.648	.497
これからは自分のためにお金を使いたい	.217	-.149	.456	.277
寄与率	5.522	3.524	2.915	11.961

20.5% 13.1% 10.8%

[活動性因子  $\alpha = .78$ 、家族志向因子  $\alpha = .73$ 、経済意識因子  $\alpha = .76$ ]

## 2. ライフスタイルの類型化

表1は「生活感覚・経済感覚」27項目の因子分析（主成分分析、Kaiserの正規化を伴うバリマックス回転）を行った結果である。

その結果、「活動性」「家族」「経済意識」の3因子が抽出された。これらの因子は高齢期の3つの不安（健康・家族・お金）（藤田，2000）を『守る』ための活動すなわち、健康を守るために活動をおこない、家族を守るために家族への配慮を行い、お金を守るために支出について引き締めると考えられることから3つの因子の組み合わせで8つのライフスタイルの類型化を試みた。

類型化のカッティングポイントは全対象者の平均点であり、平均より上を+、以下を-とすると表2のように類型化できる（3因子については逆転している）。

表2 3因子の組み合わせによる8つのライフスタイル

因子	意識		ライフスタイル類型							
	意 (+)	識 (-)	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
活動性	積極的	～ 消極的	+	+	+	+	-	-	-	-
家族志向	家族志向	～ 個人志向	+	+	-	-	+	+	-	-
経済	ゆとり	～ 節約	+	-	+	-	+	-	+	-

表2の類型について説明すると、

「類型I」は、活動性が高く家族を大事にし、経済的にゆとりがあるという意味で3つの（健康・家族・お金）不安の守りができている人たちということになる。

「類型II」は、活動的で家族にも恵まれているが、経済的な不安をかかえている人たち。

「類型III」は、活動性はあり、経済的なゆとりはあるが、一人暮らしなど家族に不安を抱えている。

「類型IV」は、本人は積極的な活動をしているが、家族の不安やお金の不安があり活動が揺るぎそうな人である。

「類型V」は家族にもめぐまれ経済的なゆとりもあるが外に向かった活動ができていないで閉じこもりがちな人。そとに出て社会参加などの活動をすれば心身の健康を守ることができる。

「類型VI」は、家族には恵まれているが、活動することもない。これは経済的な不安が高いことによるのかもしれない。

「類型VII」は経済的なゆとりはあるのに、家族にめぐまれず、活動性もなく一人で閉じこもっている可能性がある。

「類型VIII」は3つの不安を守るための生活を何もしていない人であるということになる。

図1～3は各類型のデモグラフィックなデータでその特徴を追認した。

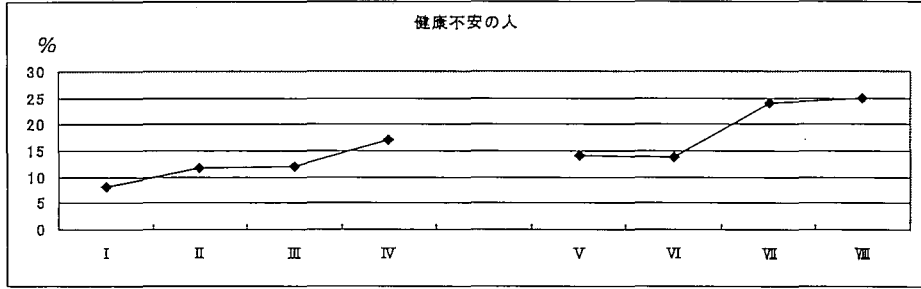


図1 活動性と健康状態（不安が高まりつつある不安が多いひとのパーセント）との関係

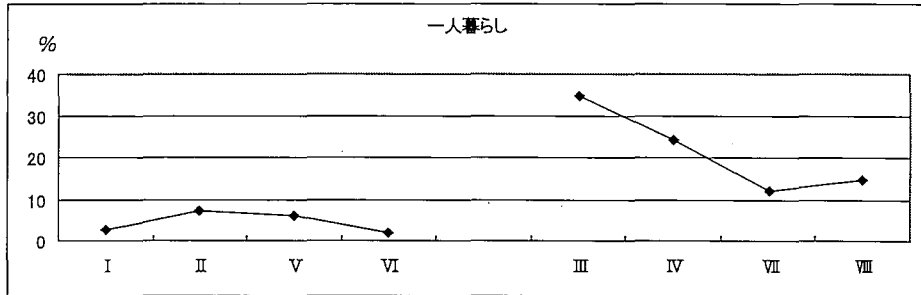


図2 家族志向と一人暮らし

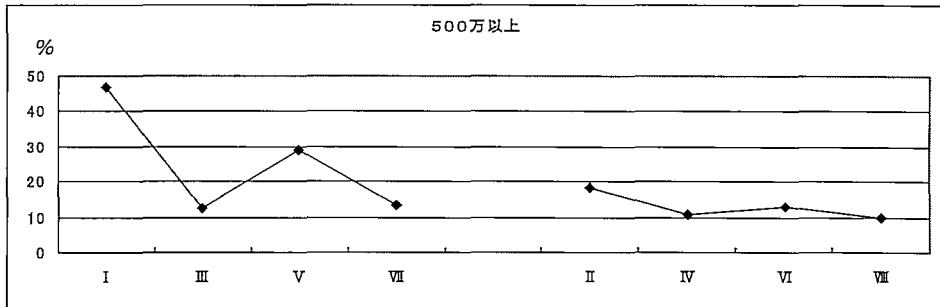


図3 経済観念と実際の年収

図1～3は、3因子それぞれの+類型を左側に、-類型を右側に示しているが、図1は活動が積極的な人は相対的に健康不安が低い。図2は家族志向の低い類型は高い類型に比較して一人暮らしが多く、図3はゆとりがあるという類型はゆとりなしよりも年収500万以上という全国平均と同じかそれ以上のひとたちの確率が高くなっていることがわかる。つまり、主観的な生活感覚での分類は、実態をある程度反映していることがわかる。

### 3 ライフスタイルの類型と購買行動

ライフスタイル類型と購買行動をみるために、藤田（2005）において分析した枠組みを参考に高額か低額×商品かサービスの4つの対象と介護、保健・医療サービスの購入状態を類型ごとに算出し、算出されたデータを大きい値から順次小さい値に並べ替えて、並べ替えた結果の

類型の入れ替えによって、それぞれの類型の購買行動を明らかにするために表したのが図4～8である。

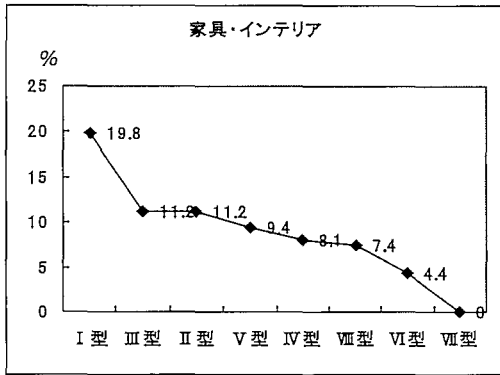


図4 高額・商品の購入と類型

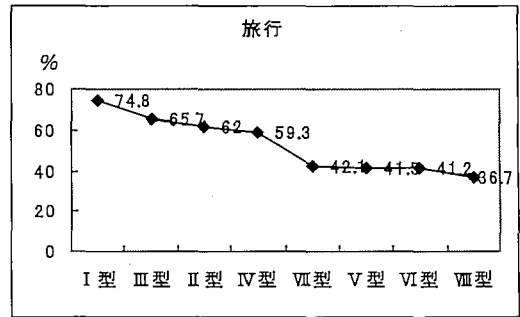


図5 高額・サービスと類型

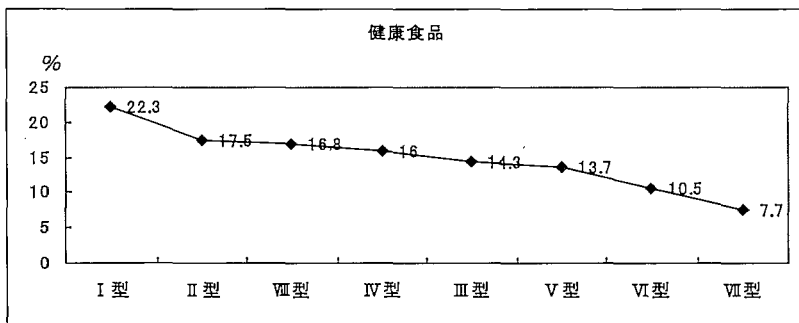


図6 安価・商品と類型

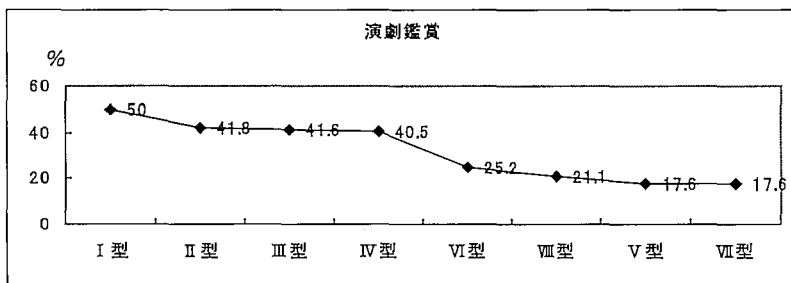


図7 安価・サービスと類型

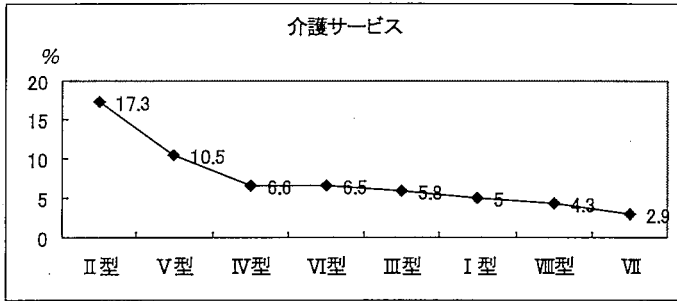


図8 介護サービスと類型

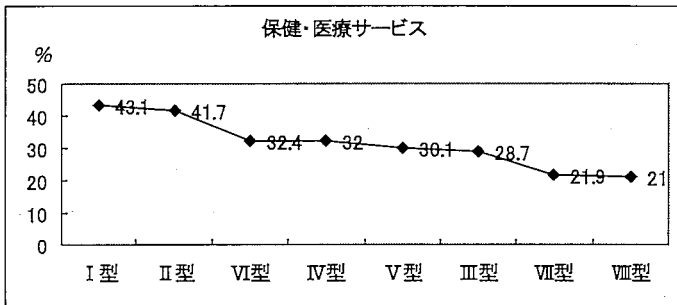


図9 保健・医療サービスと類型

図4～8について類型による購買行動をみるとまず、I型は「介護サービス」以外は全てにおいて、購買率をもっとも高く、購買行動をもっとも活発である。このパターンは活動性が高く、配偶者も健在であり、経済的なゆとり感があるタイプであり、健康や人間関係、経済面での不安を抱えていない人たちの購買行動は他の何らかの不安を持つ層と比べて、圧倒的に購買行動が盛んであると言える。ニックネームをつけると「夫婦共生リッチマン型」ともいえる。

II型は、介護サービス、保険医療サービスも含めて全ての項目において3位以内に位置している。この類型は経済的なゆとり感はないパターンであるが家族志向で活動性が高いので家族のことを考えたりすることが医療や介護サービスの購入にまで購買行動を高くしていることが伺える。ニックネームとしては、「家族中心必需品購入型」ともいえる。残りの類型についてIII型「孤独楽しみ消費型」IV型「節約行動型」V型「家族完結型」VI型は「生活防衛型」VII型は「俗世離脱型」VIII型は「引きこもり節約型」とニックネームが付けられるのではなかろうか。次に、おおむねI型からIV型までが前半に位置し、V型からVIII型までが後半に位置していることから前半は活動性が+、後半は-の類型であるが、購買行動は活動性の一部あるいは生活感として活動性の高い人は購買行動も活発になる傾向があることが分かる。しかし経済感覚のゆとり感、家族志向性は購買行動に大きな影響を与えていないことが示唆された。

「介護サービス」の購入は図4～7までの類型の並びと全く異なり、家族志向の影響があり家族志向の+である、II、V、VI（Iを除く）類型は購買行動が活発である。「保健・医療サービス」の購入は、「介護サービス」の購入と類似しているように一般的には考えられるが、「活動性と家族志向」の両者が+か-かによって大きく異なっており、「介護サービス」の購入と



異なっているという興味深い結果が見られる。

### まとめと考察

前期高齢者の生活感覚は「活動性」「家族志向性」「経済状況」の3因子から構成されている可能性があることが見いだされた。そこで、それぞれの因子得点について平均点を算出し、それぞれの対象者の得点が平均以上であれば+、以下を-として3つの組み合わせによって8類型に分類した。そして、それぞれの各類型の購買行動の違いについて分析を行った。その結果、「活動性」が+（積極派）の人は-（消極派）の人より健康への不安が低いこと。「家族志向性」の低い-（孤独派）は一人暮らしが多いこと、「経済状態」の+（ゆとりの人）は年収が500万以上の人が多などデモグラフィックな要素と関連していることが裏付けされた。

購買対象を高額・安価×サービス・商品 介護サービス、保健・医療サービスの6対象について1年間の間に積極的に購入したかどうかを購買行動の指標として8つの類型間の比較を行った結果、生活感が「活動的」であるかどうかは購買行動にもっとも大きく影響し、購買行動は活動行動の一部として考えられるのではないかと考えられた。しかし、「保健・医療サービス」の購入には、活動性のみでなく家族志向が強いことが影響している。このことは、孤立化傾向の人は「保健・医療サービス」を購入することに消極的なことを示唆しており、早期の治療が行えてないことが懸念される。

「介護サービス」は介護保険の利用が具体的な行為であるが、自分のためというより家族のためということによっていることから、家族志向が影響している。

そこで、類型ⅠからⅧの並びが購買対象によってどのような関係になっているかを見るために、順位相関を算出したのが表である。

表3 類型間の順位相関係数（スピアマン） \* 5%レベルで有意

	家具・インテリア	旅行	健康食品	演劇等鑑賞	介護サービス
家具・インテリア					
旅行	.796*				
健康食品	.714*	.477			
演劇等鑑賞	.810*	.762*	.786*		
介護サービス	.333	.119	.290	.310	
保健・医療サービス	.524	.548	.477	.738*	.524

表3に示しているように、日常生活との関連での購買行動には順位相関が有意であり、類型による行動は類似していることが明確になっていて（旅行と健康食品の関係を除く）、日常生活感覚が活動的であるという人は購買行動が活発であることが分かる。しかし、購買の対象が介護サービスや保健・医療についてみると、活動感覚とは異なる要因が働き、両者は同じではない。介護サービスは家族志向者が購入している傾向があったが、これは、家族志向にの人は配偶者がいる人が多かったので配偶者へのサービスとして利用していることが考えられる。他方、保健・医療も家族志向の人の購入率は高いが、さらに経済的ゆとり感も影響していることから、保健・医療サービスの購入に金額が一定しないという不安もあることが考えられる。

藤田（2005）では介護保険サービス購入についてのリスク認知が高額商品よりも高く認知さ

れていてその購入に高齢者が高い不安を持っていること（いくらかかるだろうかという金銭リスク、購入して役に立つのだろうか・性能的风险、他人がなんと思うのだろうか・社会的リスク、自分がひくつになるのではないだろうか・心理的リスクなど）が明らかになった。今回の調査では「保健・医療サービス」について類似な行動があるのではと考えて項目を用意したが、介護サービスと保健・医療ではまた異なっていることが明らかになり、購買行動を予測するためには、一般的な買い物は活動性のみである程度予測できるが、介護や保健・医療サービスの購買行動については家族構成や経済的な問題を加味した類型化即ち、本研究で用いた3因子による類型化が参考になることが明らかになった。

## 参考文献

- 鮑戸弘 1986 新しい消費者のパラダイム 中央経済社  
藤田綾子 2000 高齢者と適応 ナカニシヤ出版  
藤田綾子 2005 高齢者の購買行動に及ぼす知覚されたリスクの影響 生老病死の行動科学第10巻 大阪大学大学院人間科学研究科 臨床死生学・老年行動学研究室  
厚生労働省 2005 国民生活基礎調査の概要  
高齢者の消費者行動に関する調査ワーキンググループ（座長 藤田綾子）2003  
高齢者の消費行動に関する調査 財団法人大阪府地域福祉推進財団  
松原那智留 2003 購買行動に及ぼす知覚されたリスクの影響—若者と高齢者の比較 京都光華女子大学卒業論文  
B.L. Neugarten, R.J. Havighurst, and S.S. Tobin 1996 Personality and Patterns of Aging in D.A. Neugarten, (ed) The Meaning of Age, Chicago  
Reichard, L.S. et. Al 1962 Aging and Personality, John Wiley and Sons  
鈴木万希枝 1993 消費者の情報探索に及ぼす知覚されたリスクの影響 社会心理学研究 9(3) pp.195-205

\*本研究は、財団法人大阪府地域福祉推進財団が企画して行った「高齢者の消費行動に関する調査」の一部を分析したものである。筆者は、調査の企画、分析、検討について責任者として関わった。

報告書として財団から提出されているが、本研究では新たに再分析を試みたものである。データの使用に関しご配慮頂いた財団法人大阪府地域福祉推進財団の本多純氏に感謝申し上げます。