

# NEWS RELEASE

## ■あおぞら銀行×上智大学・共同研究■ 「あおぞら上智シニア消費指数」の発表について

株式会社あおぞら銀行（代表取締役社長兼最高経営責任者（CEO）：馬場信輔、本店：東京都千代田区）と、上智大学（学長：曄道佳明、東京都千代田区）は、高齢化社会といわれる日本において消費の中心にいるシニア層に着目し、物やサービスに対するシニア層の消費動向・意欲を指数化する研究を共同で進めてまいりました。今般、算出した指数を「あおぞら上智シニア消費指数（以下、「シニアの消費指数）」と名づけ、シニア層をターゲットとするあらゆるビジネスに携わる業界（旅行、流通・小売、健康サービス、食品・家電メーカー等）に対してシニア市場動向の基礎資料となることを目的として提供いたします。なお、シニア層に特化した消費動向・意欲の指数化は、国内初です。

あおぞら銀行は、個人のお客さま向け業務において、日本の 60 代を中心とするチャレンジ精神旺盛でアクティブな世代を「Brilliant60s＝輝ける 60 代」と名付け、ポジティブな人生をおくるサポートをすべく、シニア層のお客さまへの資産運用コンサルティングに注力しています。

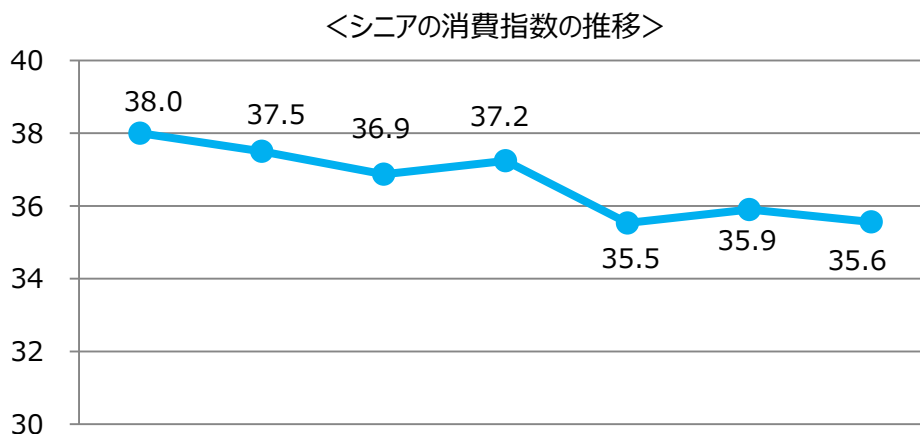
上智大学は、シニア層の意識や行動の動きや要因を把握することで、シニア層が幸せな生活を送るための研究の基盤としていきたいと考えています。

### 1. 2017 年 2 月～8 月のシニアの消費指数の概要

#### ● 2017 年、シニアの消費マインドは停滞ムード

～今年前半、弱含みで大きな変化なく推移してきたが、6 月以降に落ち込む～

★2017 年 2 月から 8 月のシニアの消費指数は、2 月から 5 月まで弱含みながらあまり変動なく推移したものの、6 月に 1.7 ポイント低下、以降 7 月 8 月は、ほぼ横ばいで推移しました。2017 年 2 月～8 月の指数値（原系列）は、以下のとおりです。



	2017 年						
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
指数値（原系列）	38.0	37.5	36.9	37.2	35.5	35.9	35.6
前月比	N A	▲0.5	▲0.6	0.3	▲1.7	0.4	▲0.3

＜「あおぞら上智シニア消費指数」の見方と留意点＞

シニアの消費動向・意欲が強くも弱くもない基準値が50となるように算出し、基準値に対して数値の上下によって、消費動向・意欲の強弱を表しています。より精度を高めるため、調査サンプルと人口構成との間に生じる誤差を、国勢調査データを用いた事後層化にて処理しています。一方、当面発表する指数は、季節調整前の原系列であり、今後、季節調整、異常値の処理、既存消費動向調査との相関度の検証などを経て、遡及改定の可能性がある速報値として発表しています。原系列とは、算出された指数について季節調整等を行っていないデータのことです。

● 6月の落ち込みは、生活必需消費以外への意欲の低下が影響、7月8月は増減まちまちで上昇つかめず

～「旅行・レジャー」「耐久消費財」「趣味への出費」「新しい衣服」「外食」への消費意欲がダウン～

★シニアの消費指数算出の根拠となっている消費意識調査各設問への回答を見ると2月から5月の間は強弱みだら模様の反応で、若干の低下傾向はあるものの、指数に大きな変動は見られませんでした。

★6月は設問3と4、「3か月以内の旅行」「レジャーや趣味への出費」、設問6と7「趣味への出費」「耐久消費財の購入」、設問9「新しい衣服の購入」、設問10「外食への出費増」など、必需品消費以外のいわゆる奢侈消費が、前月より低下したことが、特に影響しました。

★7月8月は、設問2「来月支出は増える」、設問5「1か月以内に友だちと外出する」も大きく変動するなどしており、一部の数値で回復傾向にあるものの、年初の数値へ回復していない要因となっています。

～「旅行」は6月に若干の減少があったがその後回復、強い消費意欲を維持～

★奢侈消費の中では、設問3「3か月以内に旅行するつもりだ」について、2月～5月までは、強弱どちらでもない水準の基準値50を上回り「やや意欲が強い」水準を示していましたが、6月7月に、若干弱まり、8月には、また50を超え、回復の兆しが見られます。旅行以外の消費意識項目に対する値が軒並み基準値50を下回っていることを考えると、旅行に対する消費意欲は、高い水準を保っています。

★設問8「掃除等の家事代行サービスへの出費を増やすつもりだ」については、2月の調査開始以来、一貫して低水準でした。

＜消費行動に影響を与える要因として選択された設問＞

	2017年						
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
1. 来月は今月よりお金を使いたい	36.43	35.53	33.81	33.05	32.55	34.32	32.33
2. 来月は今月より支出が増えそうだ	52.65	52.19	52.02	49.53	48.73	52.57	45.87
3. 3か月以内に旅行するつもりだ	51.37	50.87	51.02	50.79	47.53	48.48	50.20
4. レジャーや趣味への出費を増やすつもりだ	41.08	41.64	41.55	41.11	39.46	40.01	39.25
5. 1か月以内に、友達と外出するつもりだ	47.66	44.47	44.98	46.28	45.37	39.66	42.62
6. 来月は趣味のための出費を増やしたい	39.22	39.36	37.36	38.36	36.26	35.90	37.32
7. 耐久消費財（家具や家電など長く使う物）などの買い時としてはいいタイミングだ	30.54	30.45	29.31	29.90	28.83	28.29	30.84
8. 掃除等の家事代行サービスへの出費を増やすつもりだ	14.22	13.68	13.10	13.67	13.80	14.29	13.63
9. 1か月以内に新しい服を買うつもりだ	32.14	33.22	33.42	35.90	31.29	32.56	31.68
10. 来月は外食を増やしたい	34.74	33.59	32.17	33.84	31.50	32.88	31.90

\*表内の数値は、事後層化後の平均値。

## 2. 今後の予定について

- 毎月、最新のシニアの消費指数と推移を発表。

～2017年10月より毎月速報値を算出し、前月と比較。来年4月以降は前年同月比も発表予定～

★あおぞら銀行ホームページ上の「あおぞら銀行×上智大学・共同研究」特設サイトにて、毎月、シニアの消費指数を発表し、指数の推移を更新します。

★来月より、毎月、調査の翌月にシニアの消費指数を発表します。（例：9月指数は10月発表、10月指数は11月発表）2018年4月からは、前年同月比も併せて発表します。

★今後のデータ蓄積を経て、季節調整後の系列を利用した分析の再検討も行う予定です。

### その他の「あおぞら銀行×上智大学・提携プロジェクト」について

あおぞら銀行は、本年5月、本社を上智大学四谷キャンパスにあるソフィアタワー内に移転しました。あおぞら銀行と上智大学との提携プロジェクトにつきましては、本共同研究の他、経済学部において連携講座を開講しています。

★連携講座「バンキング基礎演習」

あおぞら銀行グループの役職員が、豊富な実務経験と専門知識を基に、上智大学で金融論の実践的講義を行うものです。本講座を開設することにより、国際性豊かな教育で著名な上智大学の学生の金融リテラシー向上を支援します。

また、あおぞら銀行では、上智大学生を対象とし、業務体験型インターンシッププログラムも実施しています。

以上

報道関係のお問い合わせ先：

あおぞら銀行 経営企画部（広報担当） 後藤 03-6752-1217

上智大学 経済学部 事務室 新井 03-3238-3203

## 別紙：「あおぞら上智シニア消費指数」の開発について

「あおぞら上智シニア消費指数（以下、「シニアの消費指数）」は、2016年7月にあおぞら銀行と上智大学が共同研究を合意し、開発したものです。2016年8月以降、指数開発に向け、インタビュー調査やインターネット調査を多数実施してまいりました。調査実施時点における、近い将来の支出意向や増額意向などを調べることで、数ヶ月先を見据えた先行指標として、シニアをターゲットとするビジネスに携わる業界（旅行、流通小売、健康サービス、食品・家電メーカー等）にとって、基礎資料としての利用が期待できるものと考えています。

### 1.シニアの消費指数の開発プロセス

- **シニア世代の生活や価値観に関するデプスインタビューを実施。（2016年8月～10月）**
  - ★上智大学総合人間科学部心理学科が、あおぞら銀行の顧客（60代70代男女12名）に対して、1名あたり1.5時間～2時間の1対1デプスインタビュー調査を実施し、シニア世代の生活や価値観に関する生の声を多量に抽出しました。
- **インタビュー調査結果を基に、75問の意識調査設問を策定。2回の予備アンケート調査を実施。（2016年11月～12月）**
  - ★インタビューから得られた生の声をもとに、上智大学経済学部がシニアの消費行動に関する75問の意識調査設問を策定しました。
  - ★上智大学経済学部監修のもと、75問の意識調査の設問を絞り込みのため、2回の予備意識調査（アンケート）を実施しました。（1回目200サンプル、2回目1,000サンプル）
  - ★2回の予備意識調査方法は、ともにインターネット調査を採用しました。
- **予備アンケート調査結果から消費行動の重要因子を解析。本調査用の意識設問22問を決定。（2017年1月）**
- **選定した22問の意識調査設問を60代70代男女1,000名に対して定点調査。（本調査）**  
**消費行動に影響を与える設問10問を指数の算出設問として採用。（2017年2月以降毎月）**
  - ★選定した22問を本調査設問として、1,000名のシニア（60代70代男女）に対して毎月調査を実施しました。
  - ★シニアの消費指数算出にあたっては、22問の意識調査設問のうち、消費行動に影響を与える要因として選択された10問を使用しました。本調査における調査方法も、インターネット調査を採用しました。
  - ★統計手法は、設問に対して5択で回答した結果を数値化するDiffusion Index（DI）を採用しました。
  - ★今後、原則毎月第4金曜日を調査基準日とし、1,000名に対して意識調査を月次で実施し、翌月に発表する予定です。

#### <開発プロセス概略>

時期		内容	上智大学 担当学部
I	2016年8月～10月	■日本のシニア世代の生活・価値観をデプスインタビュー調査	総合人間科学部
II	2016年11月～12月	■インタビュー調査から、75問の意識調査設問を開発 ■インターネット調査による予備調査（アンケート）実施	経済学部
III	2017年1月	■予備調査結果の因子分析により、本調査用の意識調査設問22問を決定	
IV	2017年2月～	■インターネット調査による本調査（アンケート）を毎月実施 ■シニアの消費指数の算出方法開発（10問を指数算出設問として採用）	

## 2. 本研究担当教員（上智大学）

氏名	職名・専門分野
久田 満	総合人間科学部心理学科 教授 専門分野：コミュニティ心理学、臨床心理学
新井 範子	経済学部経営学科 教授 専門分野：消費者行動分析、マーケティング
竹内 明香	経済学部経済学科 准教授 専門分野：統計学、計量経済学、ポラリティの実証分析

以上