

アンケート結果にみるビジネスマンの消費生活

— 可処分所得と可処分時間の使い方の現状と今後 —

「前川レポート」以来、内需（消費）拡大による「より豊かな人生を」という議論が盛んに行われ、「高額商品ブーム」にみられるように家計の消費意欲は旺盛になっている。伝統的な「勤勉・貯蓄指向」の中から、「消費」そのものを楽しみ、消費生活を通して自己表現をしていくというライフスタイルが芽生えつつあるようである。

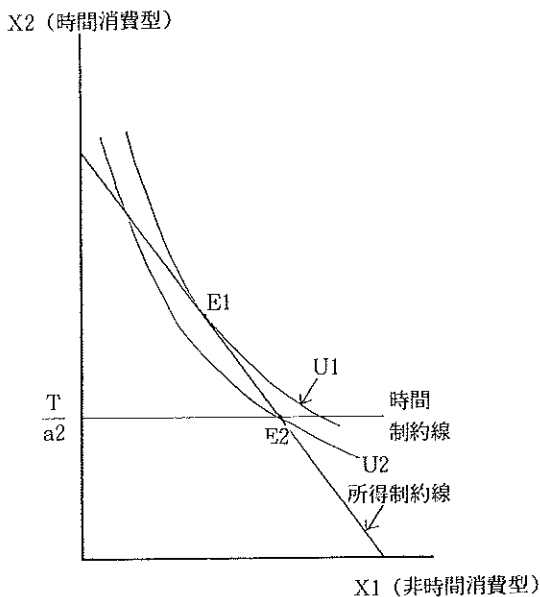
「消費」を楽しむには相応の可処分所得が必要であることはいうまでもないが、いくらお金があっても、常に仕事に追われ仕事以外は食事とシャワーと睡眠の時間しかないようでは、消費生活を通して自己表現をするというようなことはできない。可処分所得と共に自分の自由になる「可処分時間」が必要なのである。

本稿では、まず「消費の効用」というものを考える場合、「自由時間」はどのような意味を持つのかを簡単なモデルを使って整理し、次に、そのふたつにスポットを当てて行われた『ニッセイ・ビジネスマン・アンケート』の調査結果から浮かび上がる、ビジネスマンの可処分所得と可処分時間の使い方の実態および将来の姿をレポートする。

1. 「消費の効用」と時間制約

時間と消費の関係について研究した「時間と消費—21世紀へ向けての消費のシナリオ」（経済企画庁総合計画局「消費・貯蓄の展望研究会」）のなかで、「時間制約を

図－1「時間制約を考慮した消費行動モデル」



考慮した消費行動モデル」が図－1のように示されている。これは従来の消費者行動理論では、家計は予算制約のもとで効用最大化を行うものと仮定していたのに対し、自由時間があるか否かも制約に加えたもので、自由時間の意義を考える上で重要な視点となるので、まず紹介しておきたい。

ここでは消費者の購入する財・サービスを時間消費型と非時間消費型にわけ、仮に前者を「ゴルフ」、後者を「洋服」とし、単純化するために財・サービスがこの二つしかないと仮定する。

X1を「洋服」（非時間消費型）の消費量、X2を「ゴルフ」（時間消費型）の消費量、a2を「ゴルフ」を1単位消費するのにかかる時間（例えば、1ラウンドに要する時間）、Tを消費者が消費活動に使える時間とする。また、所得水準に対応した最適な消費パターン（ゴルフのプレイ量と洋服の購入量の組み合わせ）が、E1で示されているとする。

仮に、Tが小さいため、時間制約からくるゴルフの可能プレイ量（ $T/a2$ ）が図のような位置にあるとすれば、所得水準に対応した最適な消費パターンを示すE1で消費することはできず（たとえば、ゴルフをハーフラウンドしかプレイできず）、E2が選択され、その結果、効用はU2という低い水準にとどまる。

これが時間制約を考慮した消費行動モデルである。「ゴルフをできるだけのお金があってもその暇がない」というような、所得水準に比べ低い効用しか得られないという状況が表されているのである。

一般に、この時間制約による効用の低下は、Tの増大またはa2の低下によって防ぐことができる。Tの増大は自由時間の増大であり、労働時間の短縮や時間創造型消費（「時間を買う」消費）による拘束時間の短縮によって可能となる。また、a2の低下は移動時間や準備時間の効率化によりある程度は期待できる。

このモデルにより「自由時間」の持つ意味が鮮明になり、「消費の効用」を考えるうえでは、「お金の制約」とともに「時間の制約」も重要なポイントであることがよくわかる。

2. ビジネスマンの可処分所得と可処分時間の使い方（アンケート調査結果）

— アンケート実施要領 —

— 日本人ビジネスマン —

1. 調査対象……首都圏（東京）、京阪神圏（大阪）、中京圏（名古屋）、札幌市、福岡市に勤務するビジネスマン
2. 調査時期……昭和63年8月22日～27日
3. 調査方法……日本生命の職域担当セールスレディ「リーブ」による面接調査（一部、留置調査）
4. 有効回答……2,050人

在日外国人ビジネスマン

日本人ビジネスマン向けのものと同じ内容、方法で、首都圏（東京）に勤務する在日外国人ビジネスマンを対象とする調査を併行して行った。有効回答は73人。

*結果の集計に当たっては、日本人ビジネスマンと在日外国人ビジネスマンの回答をそれぞれ別に集計している。

(1) ビジネスマンの自由時間に対する価値観

時間とお金の使い方に関する質問とあわせて、自由時間に対する価値観を調査する目的で、「自分の自由になる一週間の連続休暇をお金で買えるとしたらいくら出すか」という質問をした（表-1参照）。

表-1 1週間の連続休暇の金銭価値 —日本人ビジネスマン—

		0 円	1 万円	3 万円	5 万円	1 0 万円	3 0 万円	3 1 万円	平 均 値
合 計		% 10.5	% 23.3	% 17.0	% 22.8	% 21.9	% 1.3	% 3.2	71,047
年 令	～20代	10.3	33.5	19.8	20.2	13.7	1.0	1.6	49,029
	30代	9.9	22.4	16.9	25.0	20.9	0.9	4.1	73,247
	40代	11.3	15.6	14.0	23.7	30.3	2.3	2.8	85,017
	50代以上	11.5	16.8	16.8	21.5	26.7	1.6	5.2	89,671
年 収	200万円未満	9.7	50.0	12.9	17.7	6.5	—	3.2	48,519
	200～400万円未満	10.1	32.4	19.9	19.5	14.0	1.0	3.1	55,650
	400～600万円未満	10.7	22.6	18.5	23.6	22.8	0.4	1.4	64,394
	600～1000万円未満	10.2	15.8	15.0	25.3	27.5	2.4	3.8	83,572
	1000万円以上	12.4	9.0	10.3	26.9	32.4	2.1	6.9	110,404
地 域	東 京	8.1	20.3	15.7	23.8	26.7	1.7	3.7	78,699
	大 阪	11.7	23.8	17.1	23.6	20.2	0.8	2.8	64,433
	名 古 屋	14.9	26.9	15.7	20.1	19.4	0.7	2.2	54,157
	札 幌	12.0	22.8	19.1	20.3	19.1	2.5	4.1	92,816
	福 岡	10.2	28.0	18.6	22.9	17.4	0.8	2.1	53,337
自由時間の量による グループ分け	平日も休日も自由時間多	13.2	23.3	18.6	21.1	19.7	0.7	3.4	76,931
	平日も休日も自由時間中	9.7	23.9	16.8	22.4	23.4	1.7	2.1	62,423
	平日も休日も自由時間少	11.5	24.2	15.3	21.7	19.7	—	7.6	90,748
	休日のみに自由時間多	9.1	22.6	16.4	24.6	22.6	1.9	2.8	68,669
	平日のみに自由時間多	8.1	21.2	17.2	27.3	22.2	2.0	2.0	66,951

一週間の連続休暇の価値は71,050円

この質問に対する回答は、0円から100万円以上までかなり広範囲に分散しているが、全体の平均は71,050円となった。これが日本人ビジネスマンが一週間の連続休暇につけた値段である。逆にみれば、休暇の買取り制度がある場合、71,050円以上会社が出すのであれば、一週間の連続休暇を売ってしまうということになる。また、「0円」という回答が1割あり、これも注目される。

年代別、年収別で見ると、やはり年代層、年収層が高くなるほど高い値段をつけているが、20代の49,000円に対し50代は89,700円、年収400万円未満の54,800円に対し、年収1,000万円以上は110,400円と、年収による格差のほうが大きくなっている。

自由時間に対する価値観は東高西低

地域別の集計結果が興味深いものとなっている。札幌のビジネスマンが最も高く92,800円で、以下、東京78,700円、大阪64,400円、名古屋54,200円、福岡53,300円の順となっている。ビジネスマンの自由時間に対する価値観は、東高西低となっているようである。

また、現在の平日の自由時間の量および週休日数との関係で見ると、「両方とも多いグループ」が76,900円、「両方とも中位のグループ」が62,400円、「両方とも少ないグループ」が90,700円と、自由時間の多いビジネスマンと少ないビジネスマンが両極端で高い値段をつけている。これは、

- ①現在、自由時間がほとんど無いので、とにかく休みがほしい。
- ②現在、自由時間が結構あり、その価値がよくわかっている。

という二つのタイプが、自由時間に対する高い価値観を持っているということであろう。

以上が日本人ビジネスマンの自由時間に対する価値観の概要であるが、次に在日外国人ビジネスマンの自由時間に対する価値観をみることにする。

なお、在日外国人ビジネスマンについては、先に紹介した通り、サンプル数が73と少なく、また海外赴任中という特殊環境にあるため、あくまでも参考程度として認識すべきであろう（在日外国人ビジネスマンに関するデータについては以下同様）。

在日外国人ビジネスマンは262,700円

在日外国人ビジネスマンが自由になる一週間の連続休暇につけた値段の平均は、262,700円と、日本人ビジネスマンのその3.7倍にもなっている。金額の分布を見ても、半分以上のビジネスマンが10万円以上としており、31万円以上としたビジネス

マンは日本人では3.2%に過ぎないが、外国人では21.9%もいる。

なお、今回、回答を寄せた在日外国人ビジネスマンは若い層が多く、20代が54.9%を占めており、50代以上は一人もいない。それにもかかわらずこれだけの差が出たことは注目に値する。

(2) 自由時間（可処分時間）の使い方 — 日本人ビジネスマン全体 —

自由時間の使い道として16項目を挙げ、その中から「現在の主な使い道」と「今後、自由時間が増えたら行いたいこと」のそれぞれにつき、該当するものをいくつでも選んでもらうという方式でアンケートを行った。

現在の自由時間の主な使い道

現在の自由時間の使い道では、7割近くのビジネスマンが「テレビをみる」を挙げ、最もポピュラーな余暇時間の過ごし方となっている。多くの日本人ビジネスマンはテレビをみる程度の自由時間しかなく、「意図せざるカウチポテト族」となってしまうのではないだろうか。

この他に多いものとしては、「スポーツ」(48%)、「日帰りの行楽、ドライブ」(46%)、「読書・勉強・研究」(45%)などを、5割近くのビジネスマンが挙げている。

自由時間が増えたら行いたいこと

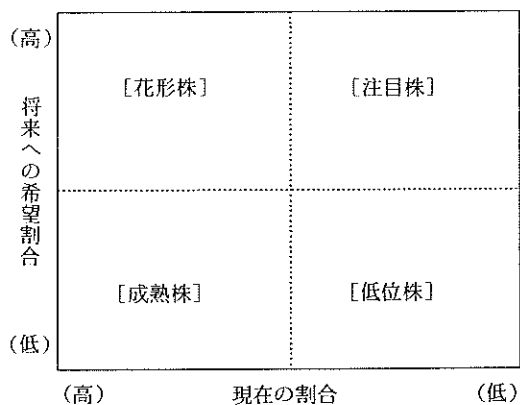
これに対し、自由時間が増えたら行いたいことは、7割近くのビジネスマンが挙げた「旅行」がトップで、以下、「滞在型レジャー」(リゾート、別荘、セカンドハウスなどでの滞在) (56%)、「スポーツ」(41%)、「読書・勉強・研究」(32%)という順で希望が高くなっている。

現在の自由時間の量との関係でみると、次のようなことがいえる。平日も休日も自由時間の少ないグループでは、自由時間の多いグループに比べ、「スポーツ」「日帰りの行楽やドライブ」「子供とのふれあい」を自由時間が増えたら行いたいとする率が特に高く、自由時間の極めて少ないビジネスマンは、これらに飢えているようである。

「旅行」が、現在週休の少ないグループで希望率が高いのに対し、「滞在型レジャー」は、比較的週休の多いグループで希望率が高いという対比がみられ、「旅行」をエンジョイできる時間的ゆとりができると、次に「滞在型レジャー」に目が向いていくようである。

「現在の自由時間の使い道」と「今後行いたいこと」との関係

「現在の自由時間の使い道」を横軸、「今後行いたいこと」を縦軸にとり、各項目の位置を示したのが図-2である。この図では、「現在の自由時間の使い道」について、原点に近づくほど割合が高くなるのが特徴となっている（下図参照）。このようにすると、財やサービスを供給する側の立場から今後の展望を考える上で、視覚的に非常に分かりやすいものとなる。つまり、図の右上方に行くほど、将来の成長への期待度（注目度）が強まり、原点に近いほど、現時点での成熟度が高いということになる。



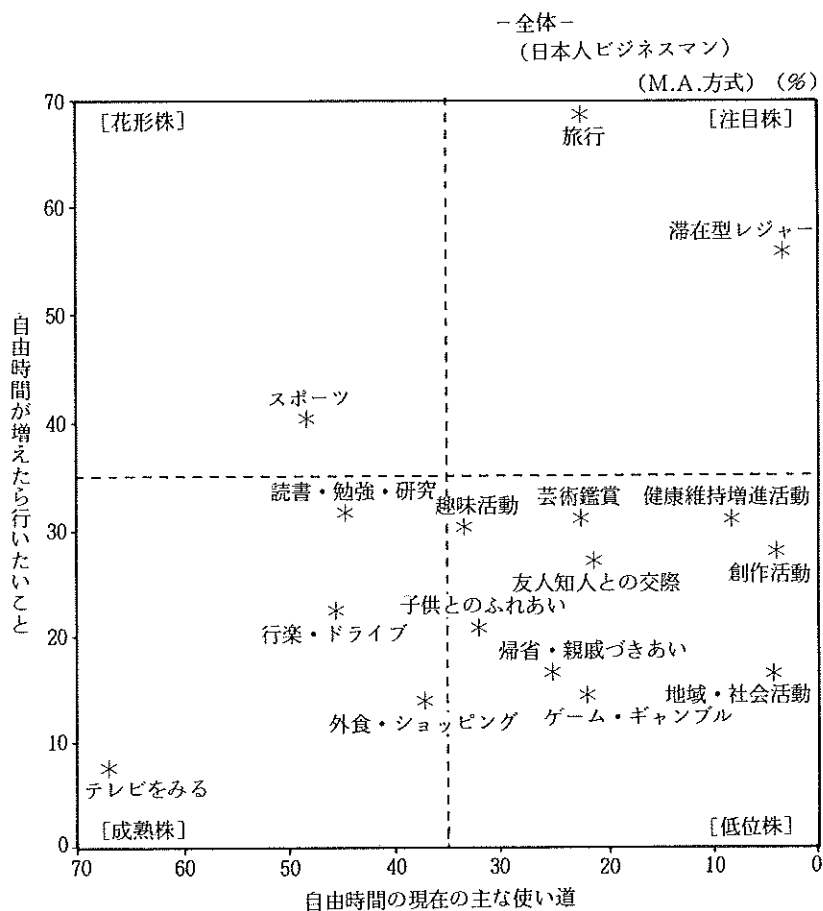
（これは、企業戦略分析における、製品ポートフォリオ分析の手法として最もよく知られているボストン・コンサルティング・グループの製品ポートフォリオ図にヒントを得たものであるが、概念は少し異なるので注意されたい。）

当レポートでは、この図を4分割し、各象限の位置に応じ次のように呼び名をつけることとする。なお、各項目のうち割合の最も高いものが約70%となっているため、35%を境界として4分割しているが、これはあくまで目安である。

各象限につけられた呼び名はつぎのような意味を持つものとする。

- | | |
|-------|--|
| 〔花形株〕 | ビジネスマンの中で、現在、自由時間によく行われており、今後自由時間の増大に伴い、さらに積極的に行われそうなもの。 |
| 〔成熟株〕 | 現在、自由時間によく行われているが、今後の自由時間の増大分は、あまりそれに向けられそうもないもの。 |
| 〔注目株〕 | 現在はあまり行われていないが、今後行いたいという希望が強いもので、実行上の環境・条件がうまく整えば、将来かなり積極的に行われる可能性を持つもの。 |
| 〔低位株〕 | 基本的には、現在あまり行われておらず、今後自由時間が増大しても相変わらずあまり行われそうもないもの。
ただし、かつての〔花形株〕や〔成熟株〕がここに移ってきているばかりでなく、今のところ認知度は低いですが、将来的には〔注目株〕から〔花形株〕への道を歩んだり、〔成熟株〕に変わっていったりする可能性を持つものもある。 |

図-2 自由時間の主な使い道と今後行いたいこと



ここで、図-2に戻り、縦軸・横軸とも35%辺りで区分し、平面を4分割すると、次のような見方ができる。

〔花形株〕 「スポーツ」

〔成熟株〕 「テレビをみる」「読書・勉強・研究」「日帰りの行楽・ドライブ」
「外食・ショッピング」

*ただし、「読書・勉強・研究」は、ほとんど〔花形株〕に近い位置にある。また、「外食・ショッピング」は、今後の希望が低いため、「低位株」の位置に移ってしまう可能性が高い。

〔注目株〕 「旅行」「滞在型レジャー」

*「滞在型レジャー」よりは「旅行」のほうが、現在・希望とも高い位置にあり、〔花形株〕となる可能性が高い。「滞在型レジャー」は、大幅な自由時間の増大やビジネスマンに利用可能な価格設定などの条件が整わないかぎり、単なるあこがれに終わってしまう可能性があるかもしれない。

〔低位株〕 上記以外のもの

* 「地域・社会活動」「ゲーム・ギャンブル」は、〔低位株〕の位置から動きそうもないが、「趣味活動」「芸術鑑賞」（映画・演劇・音楽・美術鑑賞）「健康維持増進活動」（フィットネス、人間ドックなど）は今後の希望が高く、特に、「趣味活動」は〔花形株〕となるのは難しいとしても、〔成熟株〕の位置に移る可能性は高そうである。

(3) 自由になるお金（可処分所得）の使い方 — 日本人ビジネスマン全体 —

自由時間に関する質問と同様に、自由になるお金の使い道として16項目を挙げ、その中から「現在の主な使い道」と「今後、収入が増えたら行いたいこと」のそれぞれにつき、該当するものをいくつでも選んでもらうという方式でアンケートを行った。

自由になるお金の現在の主な使い道

自由になるお金の現在の主な使い道では、「外食費・飲み代・グルメのための出費」を7割近いビジネスマンが挙げ、他を引離している。この他では、「日帰りの行楽・ドライブ」（37%）、「書籍・教養関係」（36%）、「マイカー関係」（34%）、「スポーツ」（33%）、「楽しむための交際費」（30%）が3割以上となっており、よく使われているようである。

今後、収入が増えたら行いたいこと

今後、収入が増えたら行いたいことでは、自由時間が増えた場合に行いたいことと同じく「旅行」が61%で最も多く、以下、「貯蓄」（50%）、「リゾートマンション・別荘・会員制ホテルなどへの出費」（45%）、「リフォーム・インテリアなど住環境をよくするための支出」（42%）という順に希望が多い。

ビジネスマンの貯蓄目的は「とりあえず」がトップ

「旅行」に次いで希望割合が高い「貯蓄」について、その目的も同時に尋ねたところ、「とりあえず貯蓄」という無目的の貯蓄が最も多いという結果になった（表-2参照）。

各種の貯蓄意識調査では、「万一のため」と「老後のため」が貯蓄目的の1位と2位になっている（たとえば、貯蓄広報中央委員会による昭和62年「貯蓄に関する世論調査」でも、「万一のため」が33%でトップ、「老後のため」が19%で第2位となっており、「無目的貯蓄」は6%にすぎない）にもかかわらず、ビジネスマンの貯蓄目的は、「とりあえず貯蓄」37%、「万一のため」21%、「老後のため」17%という結

果になった。

ただし、「とりあえず貯蓄派」は、若年層ほど圧倒的に多く、20代、30代では1位となっているが、40代および50代以上では「老後のため」が1位になっている。

若年層ビジネスマンの間にも伝統的な貯蓄好きは浸透しているようであるが、「無目的」が多いということは、魅力的な商品やサービスが提供されれば、直ちに『消費』あるいは『有目的貯蓄』に切替わる可能性があるかと想像される。

表-2 ビジネスマンの貯蓄目的

	老後のため	万のため	子供の教育費のため	子供の結婚資金のため	不動産購入のため	とりあえず貯金	その他
合計	17.2	20.6	7.9	2.2	11.0	36.9	4.1
~20代	2.5	20.8	1.5	0.5	8.3	59.0	7.5
30代	10.4	22.6	12.4	0.9	15.7	35.5	2.5
40代	28.0	20.5	12.7	4.2	10.1	21.8	2.6
50代以上	59.5	13.7	1.5	6.9	6.1	9.9	2.3

「自由になるお金の現在の使い道」と「今後行いたいこと」の関係

自由時間の使い道の場合と同様に図を描いてみることにする。

ここでの各呼び名の意味は次のようなものとなる。

- 〔花形株〕 ビジネスマンの中で、現在よくお金が使われており、今後収入の増大に伴い、さらに積極的にお金が使われそうなもの。
- 〔成熟株〕 現在よくお金が使われているが、今後の収入の増大分は、あまりそれに向けられそうもないもの。
- 〔注目株〕 現在はあまりお金が使われていないが、今後行いたいという希望が強いもので、実行上の環境・条件がうまく整えば、将来かなり積極的にお金が使われる可能性があるもの。
- 〔低位株〕 基本的には、現在あまりお金が使われておらず、今後収入が増大しても相変わらずあまりお金が使われそうもないもの。
ただし、かつての〔花形株〕や〔成熟株〕がここに移ってきているばかりでなく、今のところ認知度は低いですが、将来的には〔注目株〕から〔花形株〕への道を歩んだり、〔成熟株〕に変わっていったりする可能性を持つものもある。

「自由になるお金の現在の使い道」を横軸、「今後、収入が増えたら行いたいこと」を縦軸にとり、図にしたのが図-3である。ここでも35%で区分し平面を4分割すると、次のようなことがいえる。

〔花形株〕 該当するものがない。

* 「自由時間のつかいみち」では〔花形株〕となっていた「スポーツ」が最も近い位置にある。スポーツは、お金よりむしろ時間をかける必要があるため、「お金の使い道」としての意識より「時間の使い道」としての意識のほうが強いということだろう。

〔成熟株〕 「外食費・飲み代・グルメのための出費」「日帰りの行楽・ドライブ」
「書籍・教養関係」

* 「日帰りの行楽・ドライブ」と「書籍・教養関係」は、〔低位株〕に極めて近い位置にある。「自由時間の使い道」では、「日帰りの行楽・ドライブ」は、これほど〔低位株〕側によっていなかった。これは、「自由時間の使い道としては今後もよく行われていくものの、お金の使い道という意味では現状維持程度で行く」ということと思われる。

「書籍・教養関係」は「自由時間の使い道」では〔花形株〕に近い位置であった「読書・勉強・研究」に対応するものである。位置の違いはお金よりも時間をかけることが大切であるという意識の現れであろう。

〔注目株〕 「旅行」「貯蓄」「リゾートマンションなどへの出費」「住環境をよくするための支出」

* 「旅行」「貯蓄」の二つが〔花形株〕に近い位置にある。「旅行」は「自由時間の使い道」でも〔花形株〕に近い位置にあり、ビジネスマンの自由時間や可処分所得の増大により、時間もお金も今以上に使われることになるとと思われる。

「貯蓄」については、先にみた通り、「無目的貯蓄」の今後の動向により位置が動くものと思われる。所得増加分は「旅行」と「貯蓄」に向けられ、「貯蓄」は「リゾートマンションなどへの出費」「住環境をよくするための支出」を目的の一つとするという構図になることも考えられる。

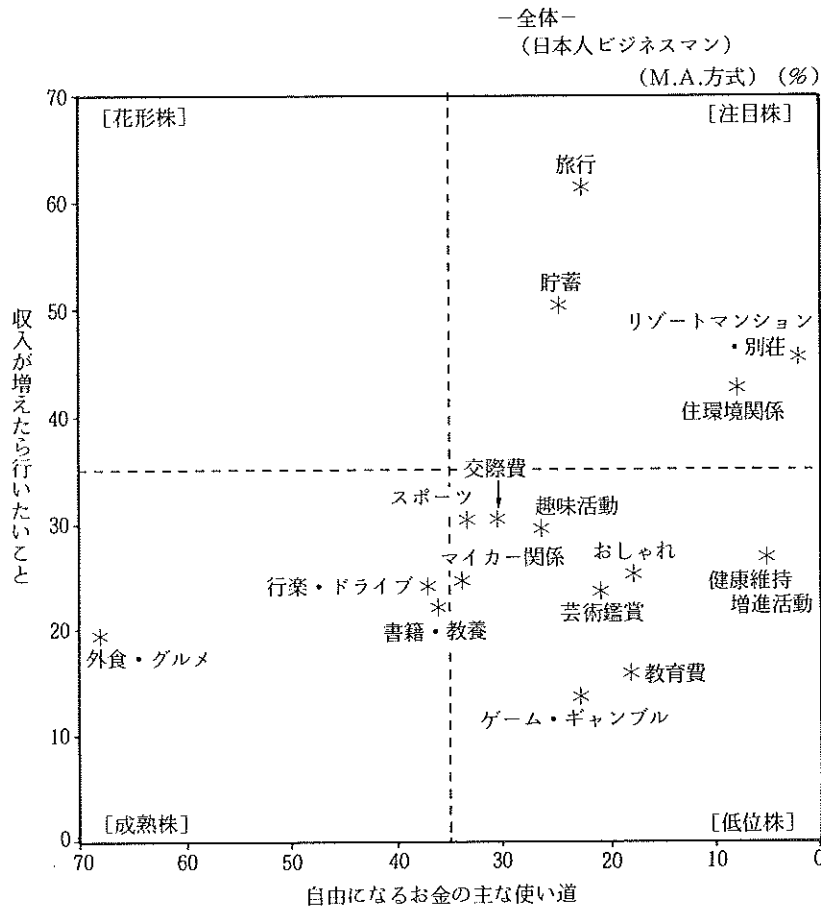
〔低位株〕 上記以外のもの。

* 「スポーツ」については前述の通り。「自由時間の使い道」で同じ〔低位株〕の位置にありながらも〔成熟株〕の位置に移る可能性が高いとした「趣味活動」はここでも希望割合は高く、「お金の使い道」としても〔成熟株〕となる可能性が高いといえよう。

「健康維持増進活動」も「自由時間の使い道」の場合とほぼ同じで、「今はほとんど行われていないが、希望率は比較的高い」という位置にある。「旅行」や「滞在型レジャー」のように大多数が希望しているというわけではないので、まず、フィットネス・ニーズがある程度高いビジネスマン層に的が絞られたサービスが提供され、それが受け入れられれば、それを一緒にビジネスマン全体に広がっていくということが考えられる。

なお、このように現在〔低位株〕の位置にあるものが、今後盛んに行われるようになるに際しては、〔注目株〕を経て〔花形株〕になるというコースを辿る場合と、そのまま〔成熟株〕の位置に移る場合の両方あり得るだろう。

図-3 自由になるお金の使い道と収入が増えたら行いたいこと



(4) 在日外国人ビジネスマンとの比較

自由時間と自由になるお金の使い方について、日本人ビジネスマンと在日外国人ビジネスマンとの間にどのような違いがあるかを簡単にみよう。在日外国人ビジネスマンの自由時間の使い方および希望が図-4、自由になるお金の使い方および希望が図-5である。

自由時間の使い方および希望の違い

図-2（日本人ビジネスマン）と図-4をみて、まず目につくのが、在日外国人ビジネスマンの図の方が、各項目が全体的に左上方に位置していることである。外国人ビジネスマンの方が自由時間に色々なことを行っているという意識が強く、さらに、自由時間が増えたら行いたいと思っていることも多いようである。

1週間の連続休暇の金銭価値の違いにも現れていたように、外国人ビジネスマンの方が、「時間」というものに関する意識の度合いが強いようである。図-2（日本人ビジネスマン）では、「花形株」は、「スポーツ」のみであるが、外国人ビジネスマンの場合は、「読書・勉強・研究」「スポーツ」「友人・知人との交際」「健康維持増進活動」と4項目もあり、しかもこの4つの組み合わせが非常にバランスの取れたものになっているのには感心せざるを得ない。

ひとつひとつを見ていくと、多くの項目で「現在の自由時間の使い道」または「今後自由時間が増えた場合に行いたいこと」での割合に少なからず違いがあるが、特に、「健康維持増進活動」と「友人・知人との交際」のふたつは、「現在の自由時間の使い道」と「今後自由時間が増えた場合に行いたいこと」の両方で、日本人ビジネスマンよりかなり高い割合となっているのが目をひく。

自由になるお金の使い方および希望の違い

自由になるお金の現在の使い方ではかなり違いがあるが、収入が増えたら行いたいことについては、そう極端な違いはない。

自由になるお金の現在の使い道では、外国人ビジネスマンの方が、「貯蓄」「旅行」「健康維持増進活動」の割合がかなり高く、逆に、日本人ビジネスマンの方が、「マイカー関係費」「日帰りの行楽・ドライブ」「ゲーム・ギャンブル」の割合がかなり高くなっている。

収入が増えたら行いたいことで違いが目につくのは、「住環境をよくするための支出」が、日本人ビジネスマンの方がかなり高く、「貯蓄」と「外食費・飲み代・グルメのための出費」については、外国人ビジネスマンの方が高いといったところである。

図-4 自由時間の主な使い道と今後行いたいこと

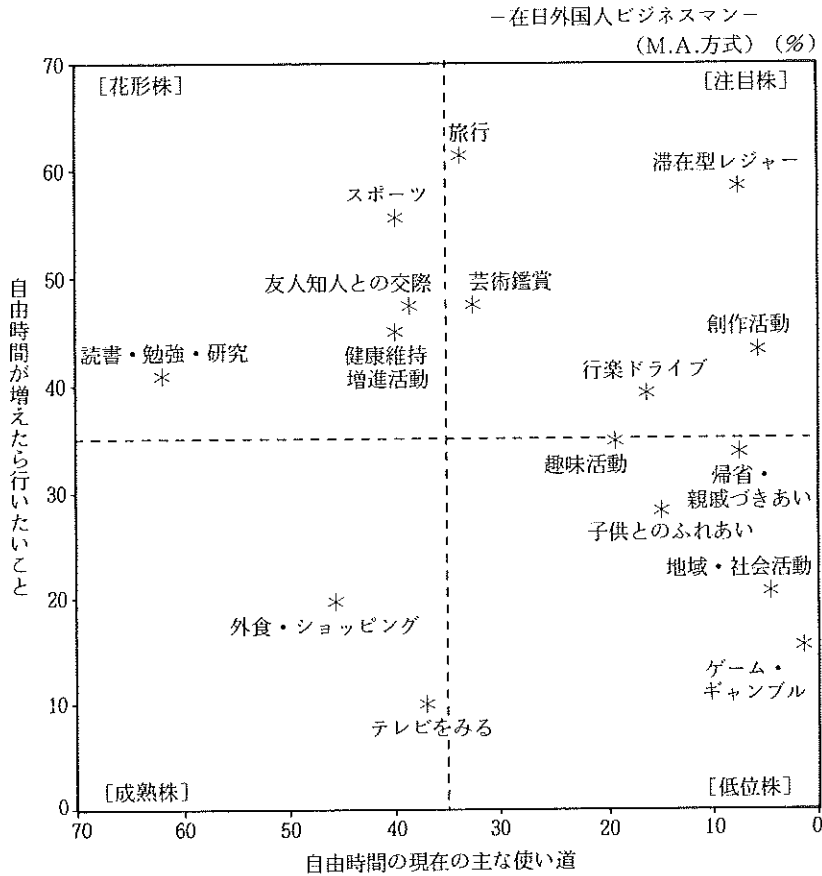
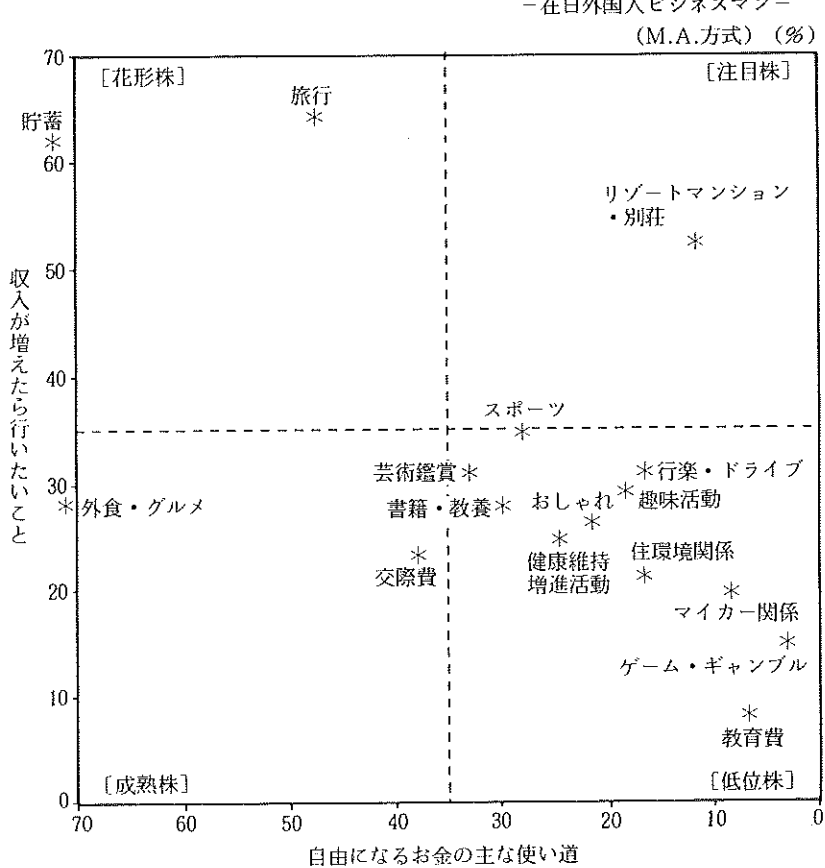


図-5 自由になるお金の使い道と収入が増えたら行いたいこと



「貯蓄」が、現在の使い道と収入が増えたら行いたいことの両方で、外国人ビジネスマンの方が高いというのは意外な感じもするが、海外赴任中ということの影響や高収入を得ているエリート・ビジネスマンが少なくないと思われること等を考慮すべきだろう。「住環境をよくするための支出」についても、海外赴任中という特殊環境にあることや若年層が多いこと等から、外国人ビジネスマンの希望割合が低くなっているのかもしれない。

(5) 年齢階層別の特徴 — 日本人ビジネスマン —

次に、日本人ビジネスマンの「自由時間と自由になるお金の使い方および希望」に関し、各年代でどのような違いがあるのかをみよう。年齢階層によって、「自由時間」と「自由になるお金」の使い方または希望に明らかな違いがある項目を示したのが、図-6～7である。ここから各年代の特徴を読み取っていく。

20代のビジネスマン

20代のビジネスマンの最大の特徴は、「自由時間が増えたら行いたいこと」「収入が増えたら行いたいこと」という将来への希望が、全体的に高いという点である。20代のビジネスマンが、これからの消費のリード役となることがうかがえる。特に、「滞在型レジャー」と「健康維持増進活動」のふたつは、今はまだビジネスマンにとっては、どちらかといえばマイナーな活動となっているが、20代のビジネスマンのこれらに関する希望割合が圧倒的に高いため、この世代でどの程度普及するかが、今後への鍵となりそうである。

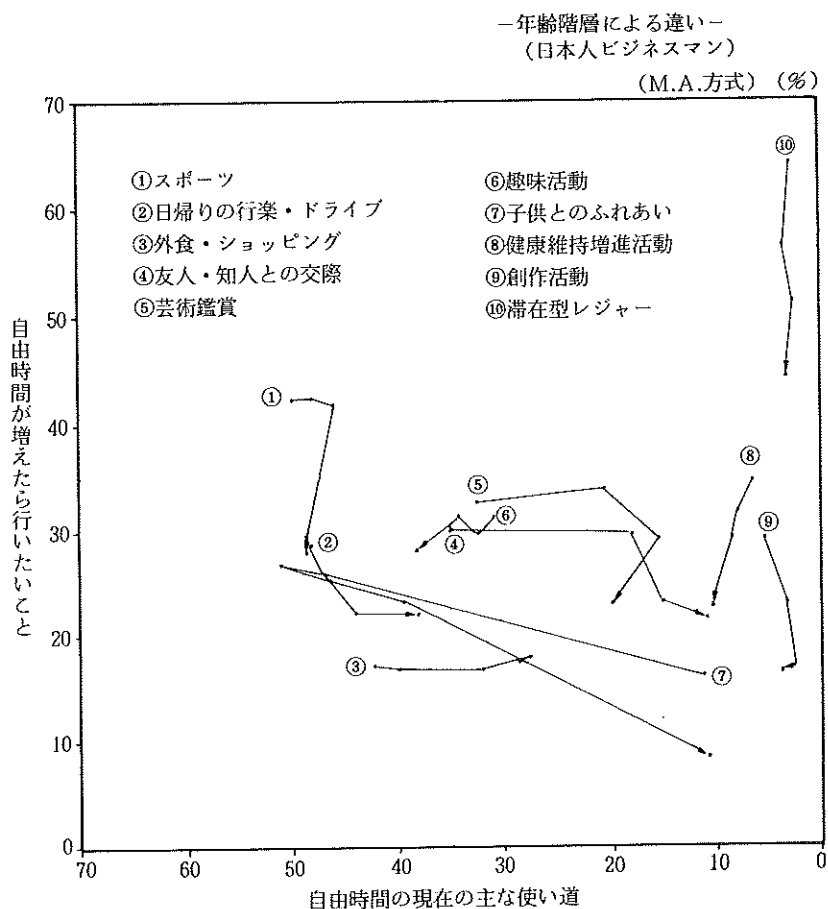
また、この世代は「現在の自由時間や自由になるお金の使い道」においても全体をリードしている項目が多く、「友人・知人との交際活動」「芸術鑑賞」「マイカー関係」「ゲーム・ギャンブル」などは、明らかに他の世代より積極的に行われている（あるいはお金が使われている）ようである。

30代のビジネスマン

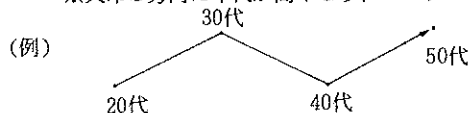
30代のビジネスマンが「現在の自由時間の使い道」および「自由時間が増えたら行いたいこと」の両方で、唯一、各世代を大幅に上回っているのが、「子供とのふれあい」である。お金の使い道のほうの「教育費」についても、今後の希望割合はこの世代が最も高くなっている。30代は、「子供」に関する意識度合いが最も高い世代であるといえそうである。この他、「現在の自由時間の使い道」では、「スポーツ」「外食・ショッピング」「行楽・ドライブ」などが高く、これらについては20代のビジネスマンとともに全体をリードしているようである。

これと逆に、20代のビジネスマンとの差が大きく、むしろ40代のビジネスマンに近い状況を示しているものも少なくない。「自由になるお金の使い道」で、「おしゃれ」「芸術鑑賞」「楽しむための交際費」などは20代に比べ極端に減っている。また、「自由時間が増えたら行いたいこと」「収入が増えたら行いたいこと」という将来への希望についても、「マイカー関係」「おしゃれ」「ゲーム・ギャンブル」「趣味活動」「創作活動」「健康維持増進活動」「滞在型レジャー」などが、20代に比べ割合がかなり低くなっている。

図-6 自由時間の主な使い道と今後行いたいこと



※矢印の方向に年代が高くなり、プロットが各年代を示している。



40代のビジネスマン

この世代になると、現在の使い道と希望の両方で、どの世代よりも割合が高いというものはなくなっている。ただし、「教育費」は、現在のお金の使い道では、40代が最も高く、自由時間の使い道の「子供とのふれあい」も、30代ほどではないもののか

なり高くなっている。

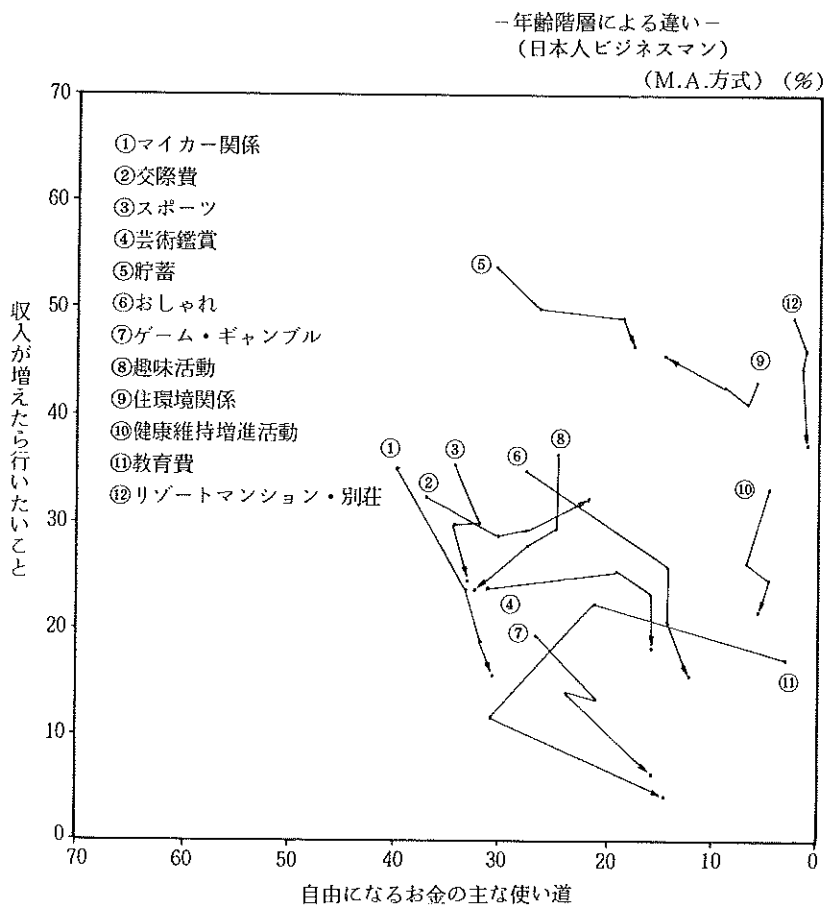
「自由になるお金の現在の使い道」で、「貯蓄」が30代よりかなり減っており、50代とほとんど同じになっている。可処分所得が多くなり、「貯蓄に励んでいる」という意識が薄れてきているのかもしれない。また、現在の自由時間の使い道では「外食・ショッピング」が、将来への希望割合では「教育費」「友人・知人との交際」「創作活動」が、30代に比べかなり減っている。

50代のビジネスマン

50代のビジネスマンは、多くの項目で、現在の使い道・将来の希望とも、どの世代よりも低くなっているのが目につく。お金の使い道に関しては、可処分所得が多いので、色々なものにたくさんお金を使っており、「特にこれに使っている」という感覚があまりなくなっているということもありえよう。

ただし、「趣味活動」については、現在の使い道として挙げられた割合が、時間についてもお金についても、他の世代より明らかに高くなっている。また、「住環境をよくするための支出」については、「自由になるお金の現在の使い道」と「今後行いたいこと」の両方で、50代のビジネスマンが、他の世代をリードしている。

図-7 自由になるお金の使い道と収入が増えたら行いたいこと



3. おわりに

このように見てくると、ビジネスマンの消費意識を考察するにあたっては、単にそれを可処分所得の面からとらえるだけではなく、可処分時間という切り口を加えることによって、より立体的に把握できることがわかる。特に、これからさらに伸びるとされる「旅行」や「滞在型レジャー」だけでなく、他の多くの項目についても、お金より自由時間の方が制約要因になりつつあることが明瞭に出ていて興味深い。今後、金融機関の完全週休2日制が実施されるなど、労働時間短縮化が進むにつれ、ビジネスマンの消費もさらに活発化しよう。

(慶応ビジネススクール：石山 佳史、生活研究部：丸茂 恭敬)