

# 日経消費

消費者調査と  
ヒット分析の専門誌

# ウォッチャー

2011.12

No.36

特集1

「旬」を取り入れてプチぜいたくを満喫

## シーズナリストの食ニーズをつかめ… 4

特集2

## 「地に足着いた」消費に向かう富裕層… 16

特集3

## タブレット端末、2012年は本格普及期… 24

食ビジネス・ウォッチ…… 60

### データでみる2011年の清涼飲料市場

ブランド格付け2011…… 30

### レトルトカレー

ヒット商品解剖…… 80

### マツダ「デミオ 13-SKYACTIV」

### ヤマハのサラウンドシステム「YAS-101」

<http://www.nikkei-rim.net/watcher/>



意欲が最も高まったのは「(パテック・フィリップなどの)高級時計」で、昨年を上回った(図表6)。住宅は調査では常に上位だが、今年は戸建て、マンションともに「1億円以上」の方が購買意欲の高まりがやや大きいのが目立つ。「国内の別荘」も回答者が増えた。

このほかに、10年は低位だった「欧州の高級陶磁器」や「500万円以上の絵画」(10年1.0%→11年3.1%)など美術品関係に対する意欲も高まっている。まだ大きな動きはないようだが、「突発的に3000万円の絵画が売れたりする月もある」(都内大手百貨店)。後々まで残るものに価値を見いだす人は、こういうご時勢でもいる

ようだ。

また、「4カラット以上のダイヤモンド」については、調査に回答してくれた東京都の34歳男性のように「金と同様に、今後注目される投資先」といった理由で意欲を示している人もいる。

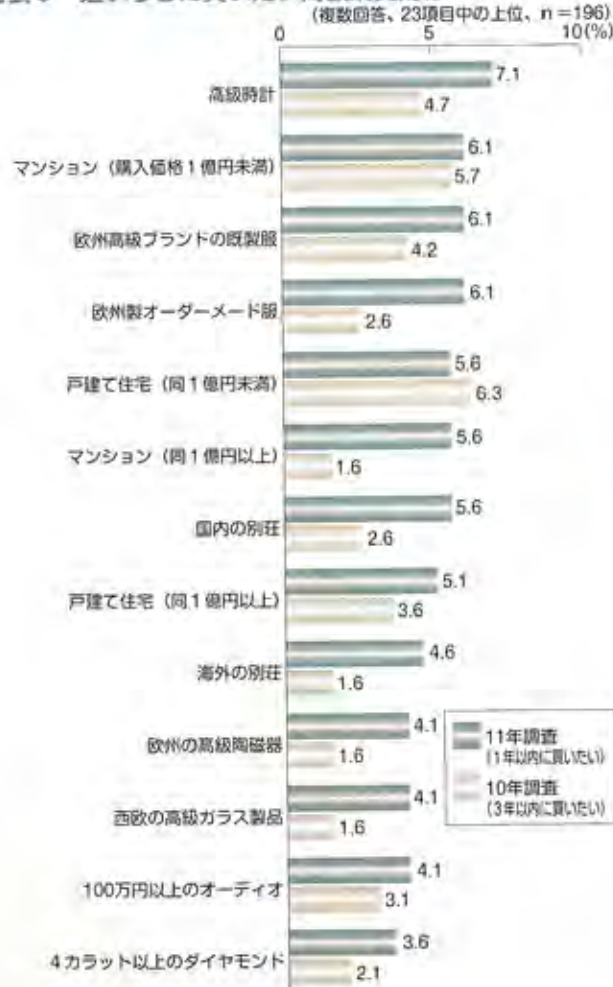
一方で、「欧州製のオーダーメイド服」など衣服関係も上位を占め、高額衣料品への意欲は高いようだ。百貨店の衣料品全体の売れ行きは伸び悩んでいるものの、「経営者や医者などの富裕層は、商談や学会発表など仕事の必要性があるので定期的に服を購入する」(阪急メンズ・トーキョーの山口俊比古店長)という。これも、単なるぜいたく品というよりはあ

### 若年富裕層も健康オタク

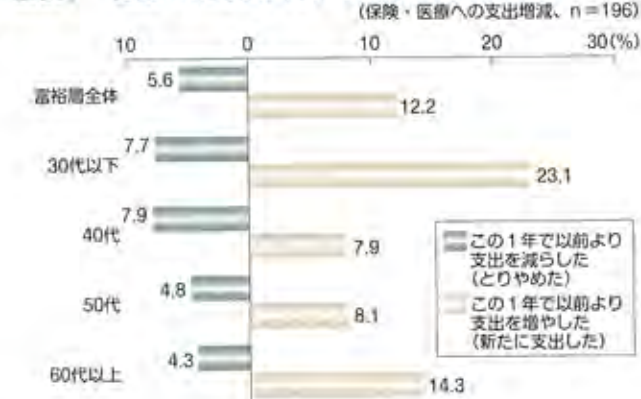
支出が増えているものの中で、「生活のベース」ともいえる健康、教育、住宅について見てみよう。健康を気遣っているのは、若年層と高齢者だ。「保険・医療」のDI値が一番高いのは30代以下で、次が60代以上(図表7)。高齢者は健康に留意が必要となる時期なので理解しやすいが、元気な盛り

の若年富裕層でも意外なまでに健康への関心は高い。今回調査の富裕層は38.2%が会社経営者ないし自営業で、26.5%が会社員。多くの場合は人並み以上に忙しい仕事に従事しているだろう。経営者の心労は並大抵ではない。金融関係など通常よりはる

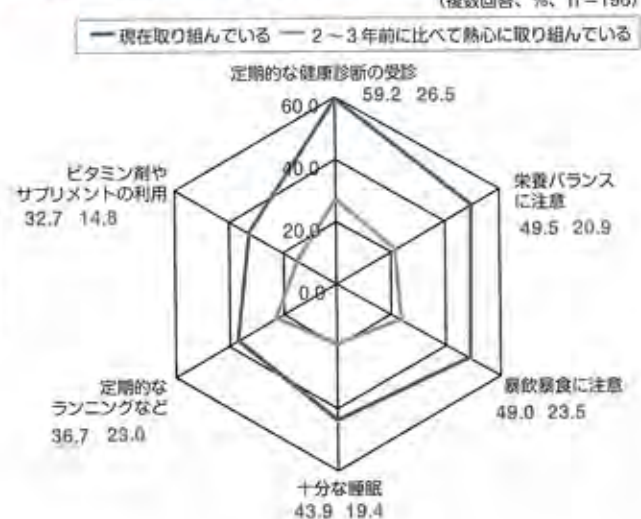
図表6 近いうちに買いたい高額消費財は



図表7 健康への関心が高いのは30代と60代



図表8 健康に留意して取り組んでいることは



かにストレスが強い仕事に就いている人も多いはずだ。若くても健康を気遣うのには、そうした事情がありそうだ。

健康に留意して「現在取り組んでいること」の中では、「定期的な健康診断の受診」が6割(図表8)。次いで「栄養バランスに注意」「暴飲暴食に注意」など基本的なことが中心。「2~3年前に比べてより熱心に取り組んでいる」も基本的に同様だ。

凝りだすとお金がかかりそうな「ビタミン剤やサプリメントの利用」は3割が実践している。準富裕層(34.2%)と変わらないが、アッパーミドル(26.5%)よりは多く、富裕層向けの商品といえよう。さらに女性(40.3%)が男性(28.7%)より多い。

この分野は、若年層の関心が圧倒的に高いのも特徴。30代以下は57.7%が利用しているが、40代以上では3割程度になる。サブプリブームをけん引しているのは、富裕層でも若い世代のようだ。回答者の30歳女性医師(東京都在住)は「食べ物だけでは不足しがちな栄養分をサプリで補っている」という。

ポーラは1980年代から1瓶が数千円する高額な健康食品を扱

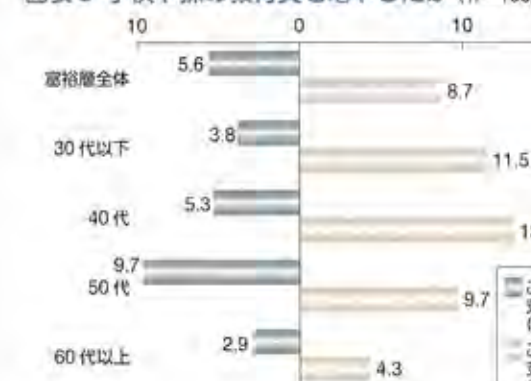
富裕層顧客をつかんでいる。売り上げは非常に好調で、2011年に入ってから前年比19%増のペースで推移。11年のヒットは「ホワイトショット インナーロック」(60粒入り6300円)という抗酸化・美白をうたった商品で、目標比20%増のペースで売れている。

近年は富裕層の顧客の年齢層が30~40代に下がり、高収入の仕事を持つ人や経営者が増えた。「忙しいため、健康食品で早くきれいに健康になりたいという人たち」(富永利江商品企画部課長)だ。

2000年代に登場した、健康診断を信頼性の高い医療機関で確実にを行うための会員限定の医療サービスも富裕層の支持を着実に集めている。SBIホールディングスの子会社、SBIウェルネスバンク(東京・港)は09年1月から会員制医療検査・医療機関紹介ビジネス「SBIメディカルクラブ」を開始し、現在300人の会員を持つ。

入会金100万円(法人は200万円)、年会費50万円。富裕層は忙しいため、あらかじめ検査スケジュールを組み、心臓ドックや脳ドック、がんドックなど最大6種類の検査を同社が紹介する医療機関で受ける。「3カ月に1度ほどのペースになるが、ここに入会するほど健康を気にする人は面倒だとは思わない」(福沢雅彦COO)という。多くは企業のオーナーで、自分に万が一のことがあると困る人

図表9 子供や孫の教育費を増やしたか



富裕層に人気のポーラ「ホワイトショット インナーロック」

ちだからだ。

### 「手に職」のため子供に教育

自分の子孫にとって「実になるもの」は教育だ。シビアな世界で生きている富裕層には「親が子供に本当に残せるのは生きていく力」(千葉県在住・46歳男性)という実感は強いだろう。

ちょうど子供が学齢期とみられる40代で支出を「増やした」人が最も多い(図表9)。次いで高いのは30代以下。今回調査で30代以下の富裕層は、子供を持つ人が26人中10人。子供がまだ幼いことが想像されるので、「英才教育」的なことに支出しているのではないか。

学齢期の子供・孫などの家族がいる富裕層全体では、月に平均10万円の教育費をかけており、準富裕層の6万円、アッパーミドルの5万3000円とは大きな差がある(図表10)。30代以下(11.6万円)と60代以上(11.9万円)が他世代より若干多く、60代以上の場合には孫の教育への援助と思われる。

難関校への個別指導塾として有名なリソー教育。主力の個別指導塾「トーマス」の平均月謝は約5万円だったが、リーマン・ショック