

## 「孫への消費、贈与」を積極的に行う 60代以上のアクティブシニア

シニア層(60～70代)は、持ち家率や1か月の平均小遣いが他の年代と比べて高く、経済的に余裕がある消費者であると言えます。消費増税前に支出を増やすものとして、この層は家電製品や旅行・レジャー、食品・健康関係などを挙げています。

さらに、孫がいるシニア層の約5割は、教育資金一括贈与の非課税制度を知っており、孫への贈与や投資への関心の高さがうかがえます。この1年間で孫にしてあげたことは、外出や旅行・レジャーなどで一緒に過ごす時間を楽しんだり、お小遣いやおもちゃ・学用品をプレゼントしたりするなど多岐にわたっています。孫のために支出した金額は、平均13万円にも上ります。

図21 | 持ち家の割合

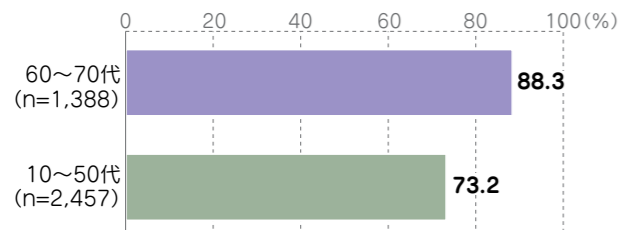
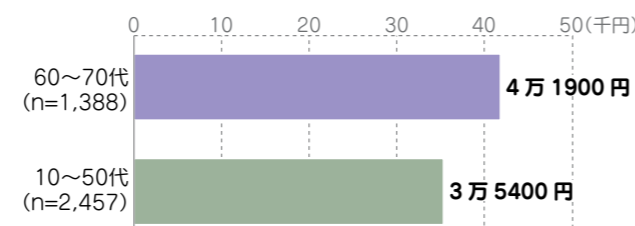
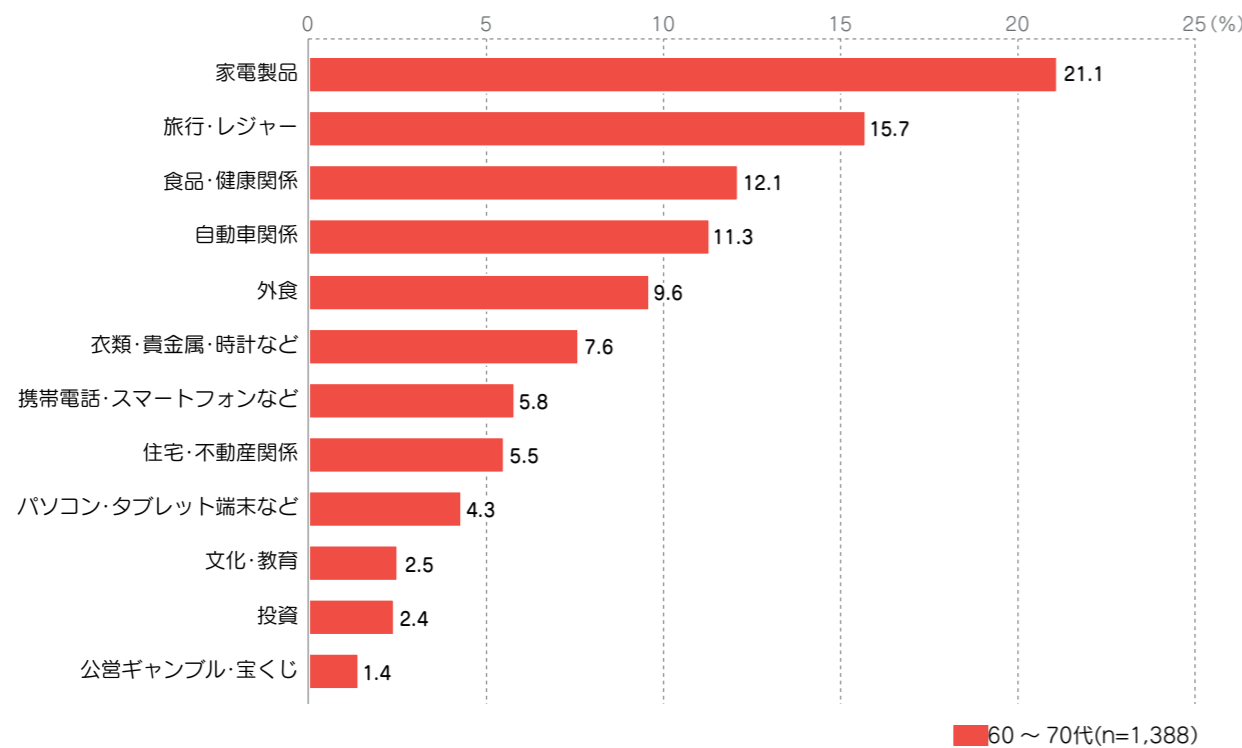


図22 | 1か月の平均小遣い額



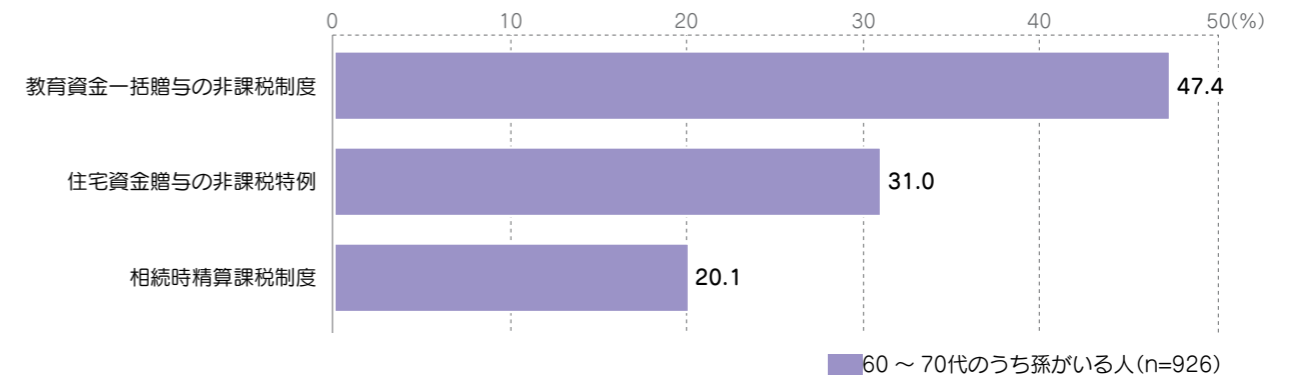
※平均算出の分母は、60～70代が1,067、10～50代が2,021  
※10代は15～19歳を集計

図23 | 消費税増税前に支出を増やすもの (複数回答)



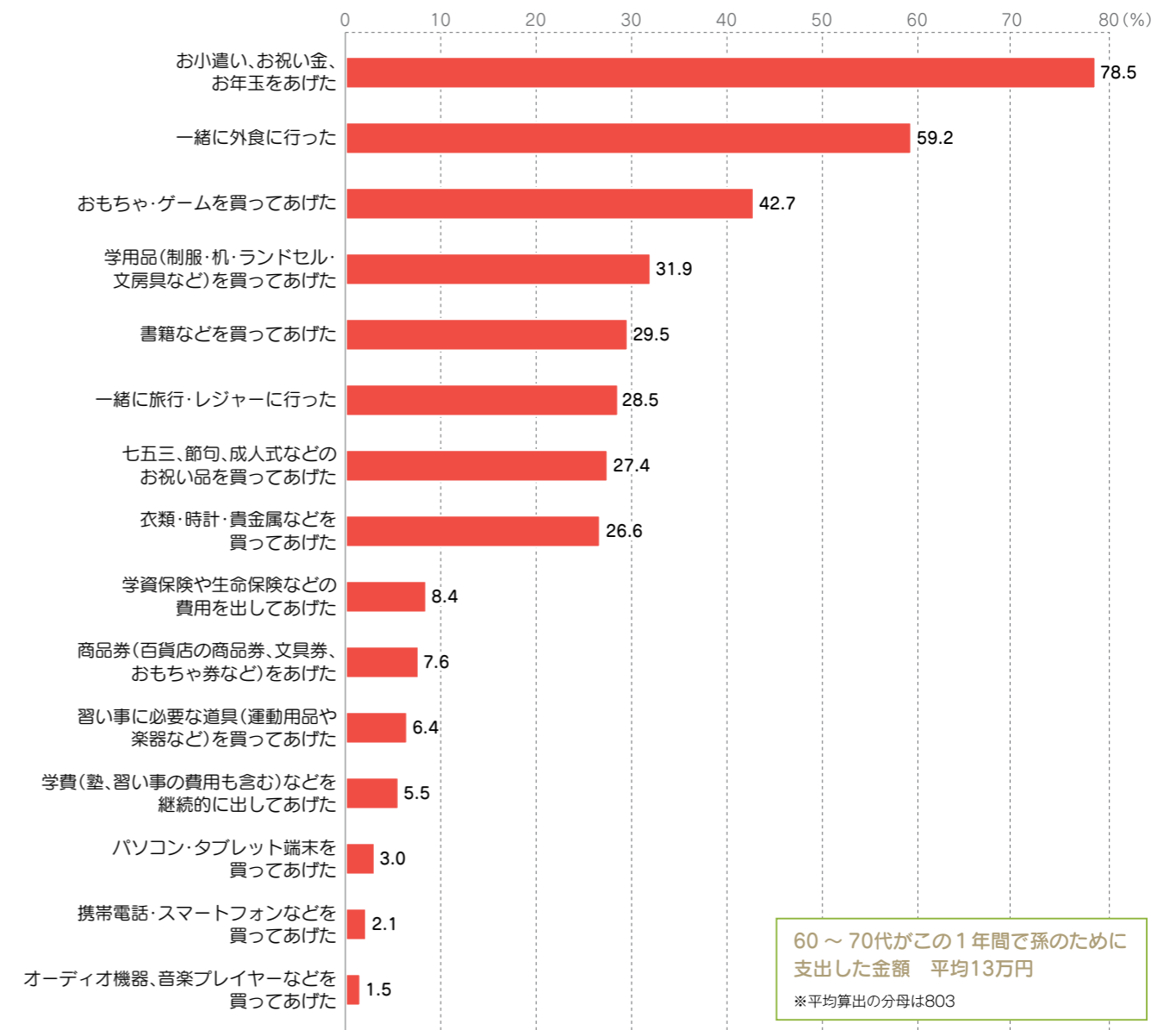
60～70代(n=1,388)

図24 | 贈与に関する課税制度と特例を知っている人の割合



60～70代のうち孫がいる人(n=926)

図25 | この1年間で孫にしてあげたこと (複数回答)



60～70代がこの1年間で孫のために支出した金額 平均13万円  
※平均算出の分母は803

60～70代のうち孫がいる人(n=926)