R&D

News Release

平成 30 年 2 月 21 日
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

結婚してもモテたい 40 代既婚男性
モテたいオヤジが消費を動かす!?

－ 一都三県の 30～50 代に「恋愛・結婚・消費」に関する意識を調査 －

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント（所在地：東京都新宿区、代表取締役：松田 武久）は、一都三県在住の 30～59 歳の男女 3,395 人を対象に「恋愛・結婚・消費」についてインターネット調査を実施致しました。

調査結果

- 「いくつになってもモテたいと思う意識」＝『モテ願望』を未既婚別でみると、男性は既婚者の方が『モテ願望』が高く、特に 40 代既婚男性で高い。（図 1）
- 40 代既婚男性に注目して、「金銭面に関する意識・実態」「人との付きあいに関する実態」「結婚観」をみると以下のような特徴があることが分かった。
  - ✓ 「お土産」など『払わなくて済むお金』はなるべく使わない傾向にある。（図 2）
  - ✓ 「恋人・パートナー」と過ごす時間が他年代より多い。（図 3）
  - ✓ 結婚に対しては他の年代よりネガティブ。（ダウンロードレポート参照）
- 『モテ願望』が強い男性は、『モテ願望』が低い男性に比べお金をかけている傾向にあり、消費欲も旺盛である。（図 4）

R&D 生活者インサイト

◇「モテ願望」の強い“40 代既婚男性”の背景に垣間見える『生活への疲れ』と『癒しや活力を求める姿』

今回の調査から、男性では既婚者の方が『モテ願望』が高く、特に“40 代既婚男性”の願望は顕著に高いことが明らかになりました。その裏には、一体どのような要因があるのでしょうか。

40 代既婚男性は、家庭でも職場でも責任ある立場にいるので様々なストレスに直面し、経済的なゆとりもなく、少し人生にお疲れ気味なのかもしれません。（詳細はダウンロードレポート参照）

また、「生きていく上で一番大事にしたいもの」や「プライベートな時間を最もよく過ごす相手」に“恋人・パートナー”の存在をあげる割合が 40 代でグンと高くなっており、さらに配偶者との距離感も縮めたい傾向が強いです。精神的にも肉体的にも『異性』という存在に拠りどころを求めている様子がうかがえます。40 代既婚男性は、ゆとりのない日常、大きなストレスや疲弊の反動がゆえに「異性重視度」が高くなり、結果的に「モテたい」という願望も強くなっているのかもしれません。

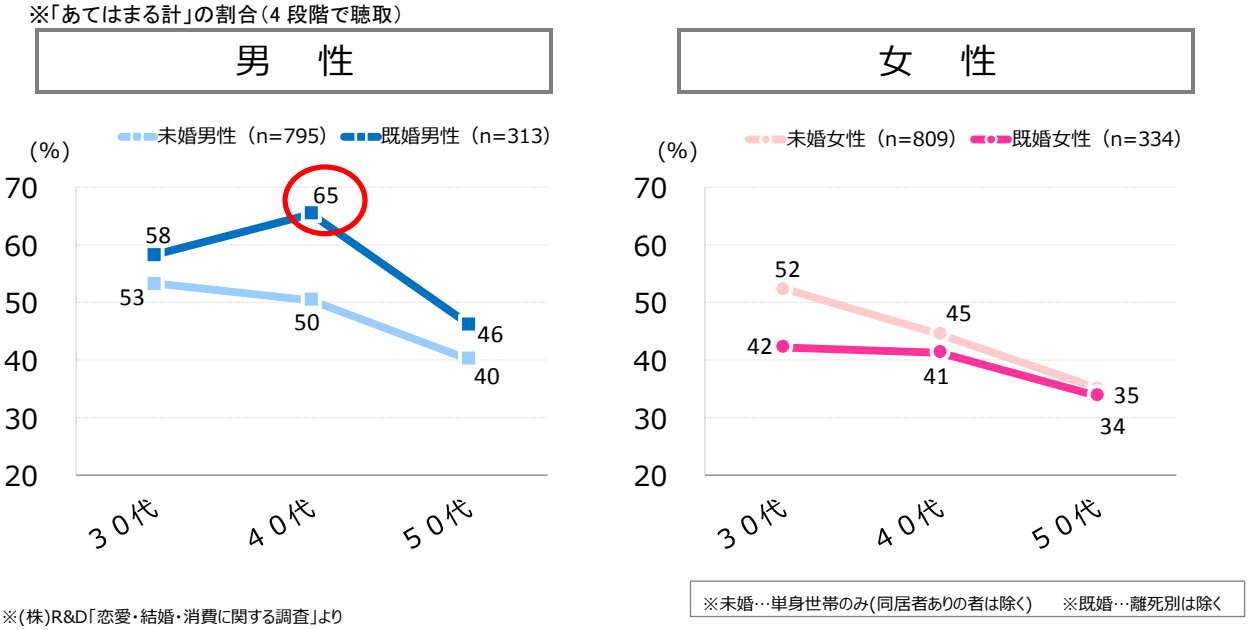
◇モテたい男性は、消費に貪欲

モテ願望のある男性は、モテ願望のない男性よりお金を使う傾向にあるという結果が出ました。身だしなみや交際費関連だけでなく、 直接“モテ”に関連しなさそうな「食べ物・飲酒・住まい・健康」などのジャンルにもお金をかけているというのは、興味深い結果といえます。『モテたい＝消費欲が高い』ということは、そこに市場全体の活性化につながるヒントがあり、アプローチ方法によってまだまだ大きなビジネスチャンスが眠っているといえるのではないでしょうか。

調査結果 グラフ（一部抜粋）

（図 1） いくつになってもモテたいと思う／未既婚別

※「あてはまる計」の割合（4 段階で聴取）

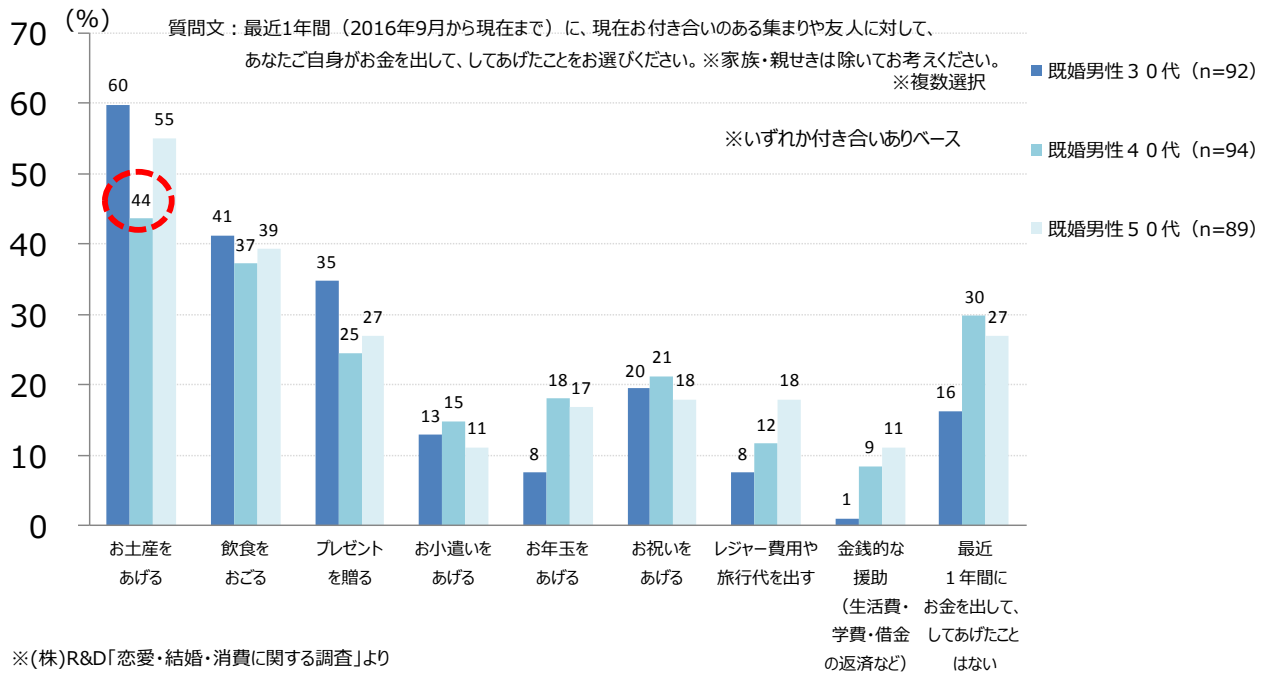


※未婚…単身世帯のみ(同居者ありの者は除く)　※既婚…離死別は除く

※(株)R&D「恋愛・結婚・消費に関する調査」より

（図 2） 最近 1 年間にお金を出してあげたこと／既婚男性 年代別

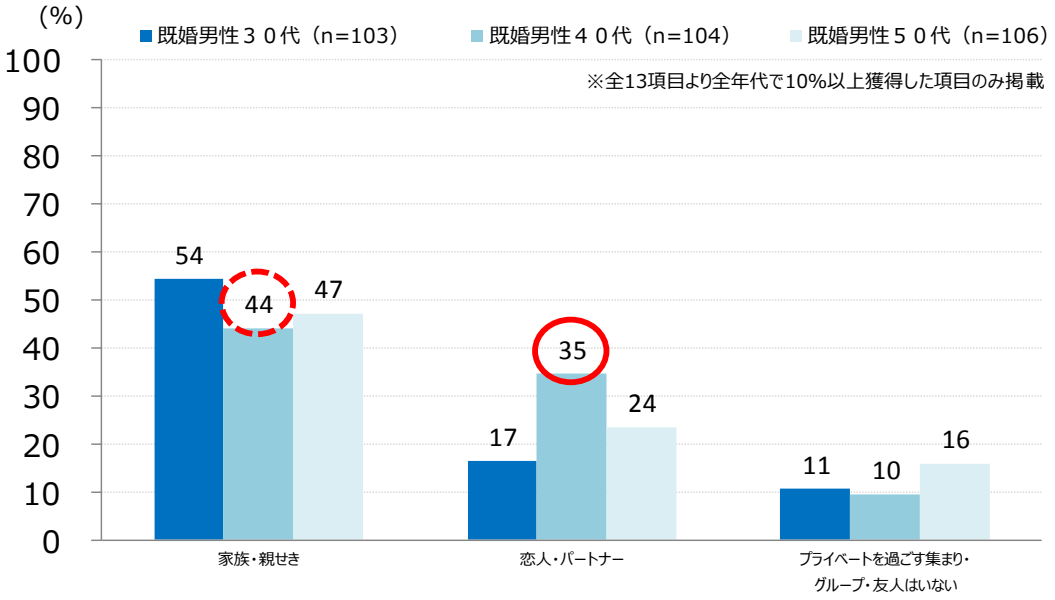
※「あてはまる計」の割合（4 段階で聴取）



※(株)R&D「恋愛・結婚・消費に関する調査」より

（図 3） プライベートな時間を最もよく過ごす集まり・グループ・友人／既婚男性 年代別

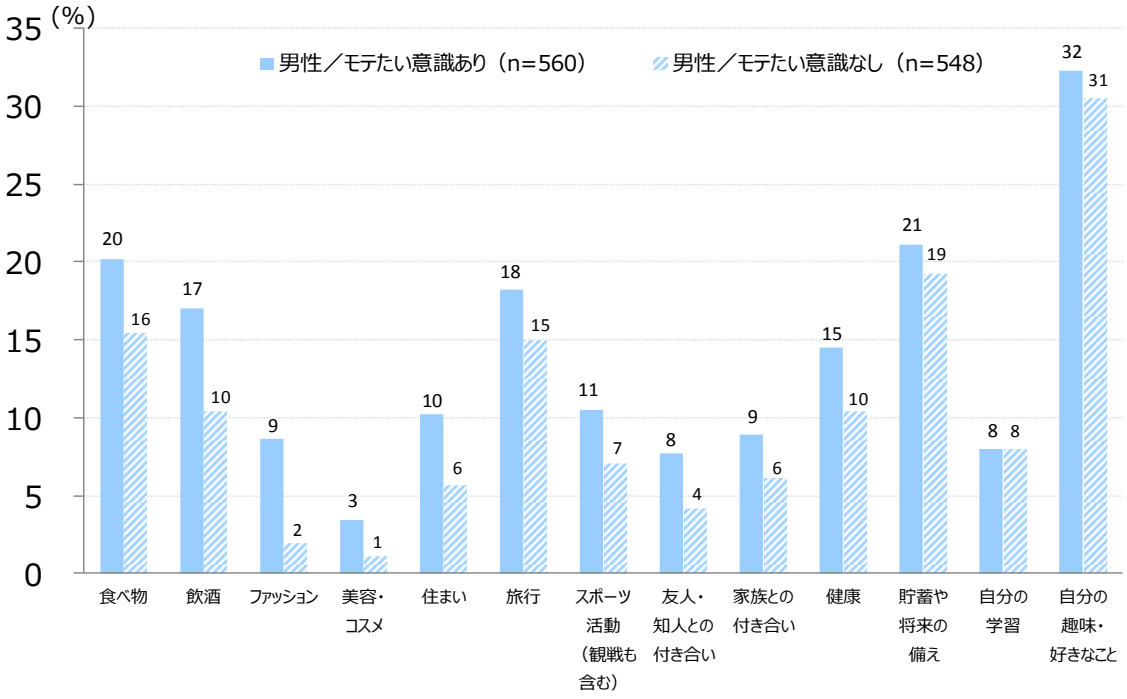
※ひとつだけ選択



※(株)R&D「恋愛・結婚・消費に関する調査」より

（図 4） 生活領域別のお金のかけ方／男性 モテたい意識別

※「お金をかけている方」「ふつう」「お金をかけていない方」「関心がない」の選択肢の中から、「お金をかけている方」と回答した割合



※(株)R&D「恋愛・結婚・消費に関する調査」より

調査結果の詳細は、
無料ダウンロードレポート『「人とのつながり意識」から見え隠れする“既婚男性の秘めたる願望”』を
ご覧ください。
本リリースで取り上げた結果以外に、以下の内容を掲載しております。ぜひこちらもご覧ください。
（弊社ホームページよりダウンロードいただけます）

- 人とのつながりに関する意識（「あてはまる計」の割合）／男女別
- いくつになってもモテたいと思う（「あてはまる計」の割合）／性年代別
- 生きていく上で大事にしたいもの（1～3 位計）／以下既婚男性年代別
- 配偶者との距離感
- 経済的なゆとり
- 結婚に対する心境
- なるべく長生きしたい
- 結婚・恋愛についての意識（「あてはまる計」の割合）
- 日常生活の中での楽しみ・生きがい

■「恋愛・結婚・消費に関する調査」 調査概要■

調査地域： 一都三県（神奈川、埼玉、千葉）
調査対象： 30～59 歳男女個人
サンプル数： 有効回収 3395 サンプル（性×年代別／未既婚離死別／同居有無を割付）
調査手法： インターネット調査
調査実施時期： 2017 年 10 月

■会社概要■

会社名： 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント
所在地： 〒163-1424 東京都新宿区西新宿 3-20-2
代表者： 代表取締役社長 松田 武久
資本金： 30,000 千円
設立 ： 1968 年 1 月 17 日
ＵＲＬ： https://www.rad.co.jp
事業内容：マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫
本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
＜例＞「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

■お問い合わせ先■

●本分析担当：
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント カスタマーサービス本部（阿部）

●本資料に関するお問い合わせ：
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部（小林）
TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp