

— Yahoo!リサーチ「男性の消費と恋愛意識」に関する調査 —

20代男性の2人に1人は“付き合いよりも貯金を優先することがある”

恋愛では、20代後半～30代前半に“草食化”傾向？

http://www.yahoo-vi.co.jp/research/soshokudanshi_090520.html

調査期間：2009年3月28日～3月30日 / インターネット定量調査により、首都圏在住の20～49歳男性 300人を対象に実施

2009年5月20日

ヤフーバリューインサイト株式会社

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社(本社/東京都中野区、代表取締役社長:田部 信)は、「男性の消費と恋愛意識」に関する調査を2009年3月28日～3月30日、自社調査専用パネルを対象に実施しました。近年、若者のクルマ離れや、いわゆる草食男子や弁当男子と言われるような若い世代の男性の消費傾向や恋愛意識が注目されています。今回Yahoo!リサーチでは、このような男性の消費や恋愛における意識・行動について、年代間の差に焦点を当てて調べてみました。

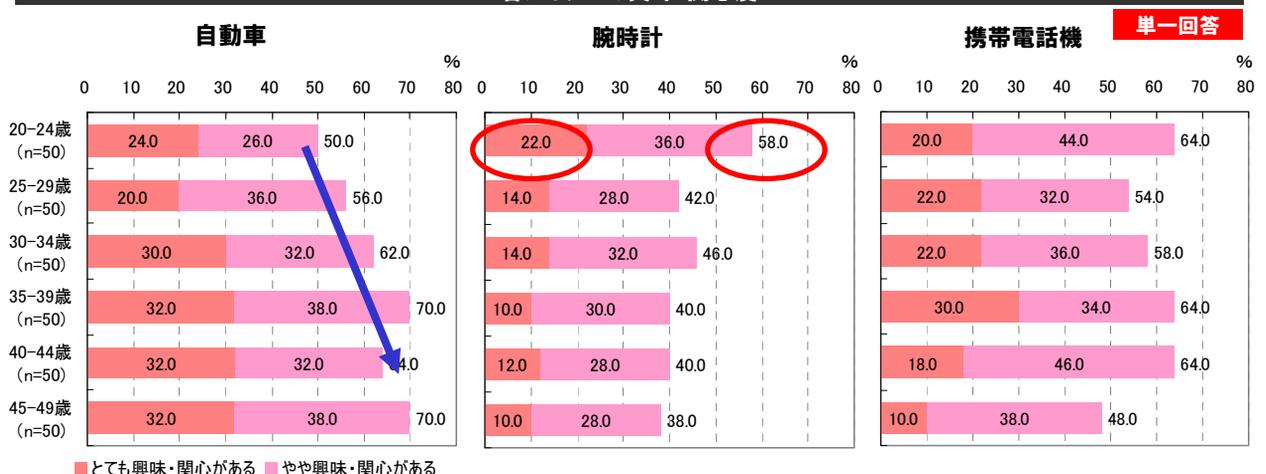
調査結果トピックス

- ・ 車への興味・関心度、若い年代での低下傾向が顕著。20代前半は2人に1人
- ・ 若い年代は他年代よりも、“自分らしさ・共感”や“エコ”重視で購入
- ・ 車の所有意向は若い年代ほど低い。モノの所有による「責任やリスク」への懸念が高い
- ・ 20代の2人に1人は“付き合いよりも貯金を優先することがある”
- ・ 20代後半～30代前半に“草食化”傾向。「据え膳食わぬは男の恥」に共感は20代後半の4人に1人だけ

【1】車への興味・関心度、若い年代での低下傾向が顕著。20代前半では2人に1人

男性にとって個人のこだわりが現れやすいと思われる自動車、腕時計、携帯電話機のカテゴリレベルの興味・関心度を年代別に見ると、『自動車』では「(とても+やや)興味・関心がある」が最も高い30代後半・40代後半の70%と20代前半の50%で大きく20ポイント開きました。若い年代ほど興味・関心が低くなる傾向が顕著で、“若者のクルマ離れ”の一端がうかがえます。

『腕時計』では、20代前半の6割弱が突出し、20代後半以上では4割前後にとどまりました。若い年代ほど関心が高そうという仮説を持っていた『携帯電話機』では、年代による傾向は特に見られませんでした。

各アイテムの興味・関心度

【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

【2】若い年代は他年代よりも、“自分らしさ・共感”や“エコ”重視で購入

自動車、腕時計、携帯電話機の各アイテム購入時に重視することは、『使い勝手がよい、使いやすい』『全体的にコストパフォーマンスがよい』など実用面の項目では、どのアイテム・年代でも概ね6～9割以上と高く、また上の年代ほど高めの傾向でした。

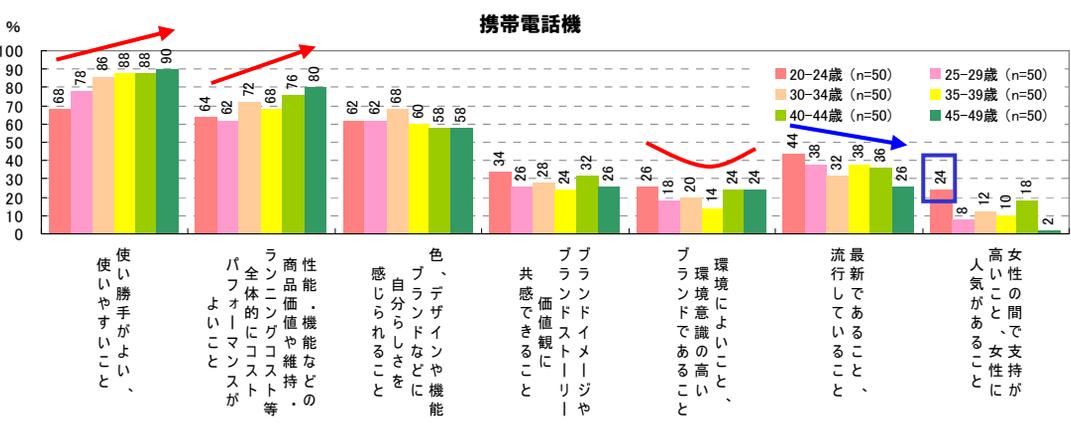
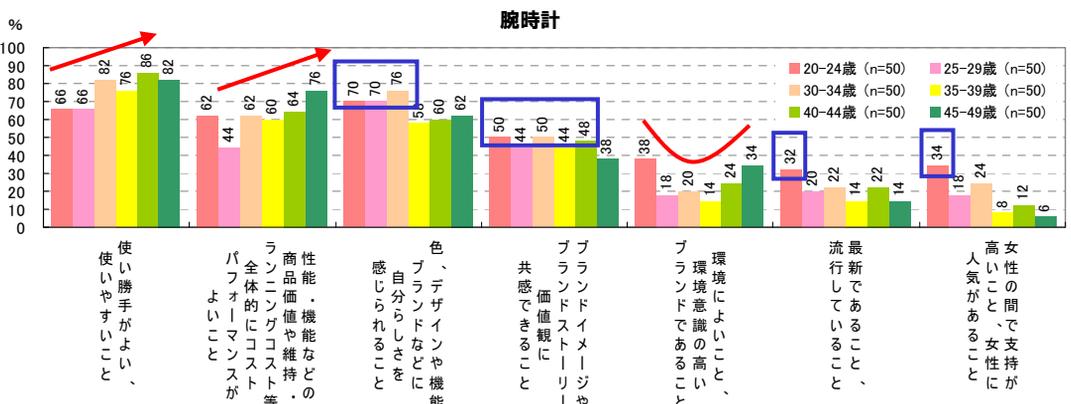
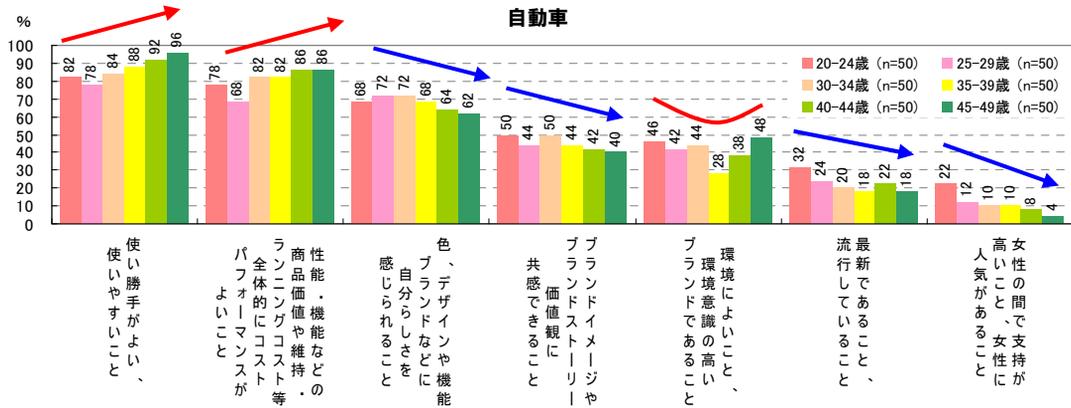
『自分らしさを感じられる』『ブランドの価値観に共感できる』など自己表現や共感といった項目では、アイテムごとにバラつきがあるものの概ね若い世代で高い傾向が見られます。『最新である、流行している』『女性に人気がある』などの流行や女性を意識した項目でも同様の傾向で、特に20代前半のスコアが目立ちました。

『環境により、環境意識の高いブランドである』というエコ意識では、すべてのアイテムで30代のスコアが落ち込む傾向で、特に「自動車」で顕著でした。

アイテム別重視項目

* 数値は「非常に重視する」と「やや重視する」のトップ2ボックススコアの合算値。
* 現在、購入する予定がない場合も、「購入することを想定して」回答。

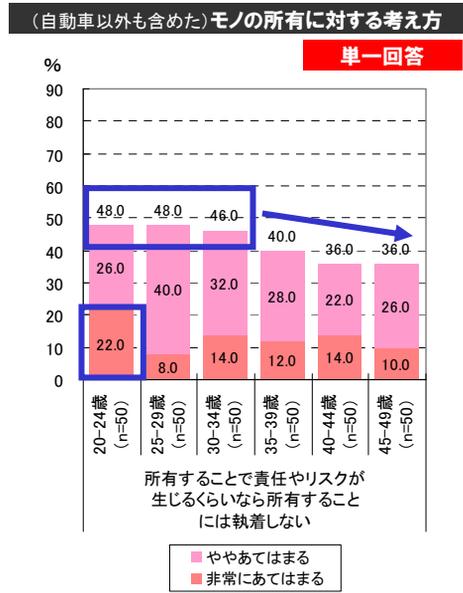
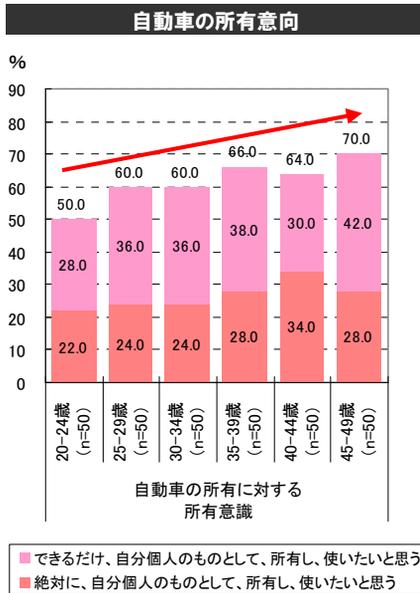
単一回答



【3】車の所有意向は若い年代ほど低い。モノの所有による「責任やリスク」への懸念が高い

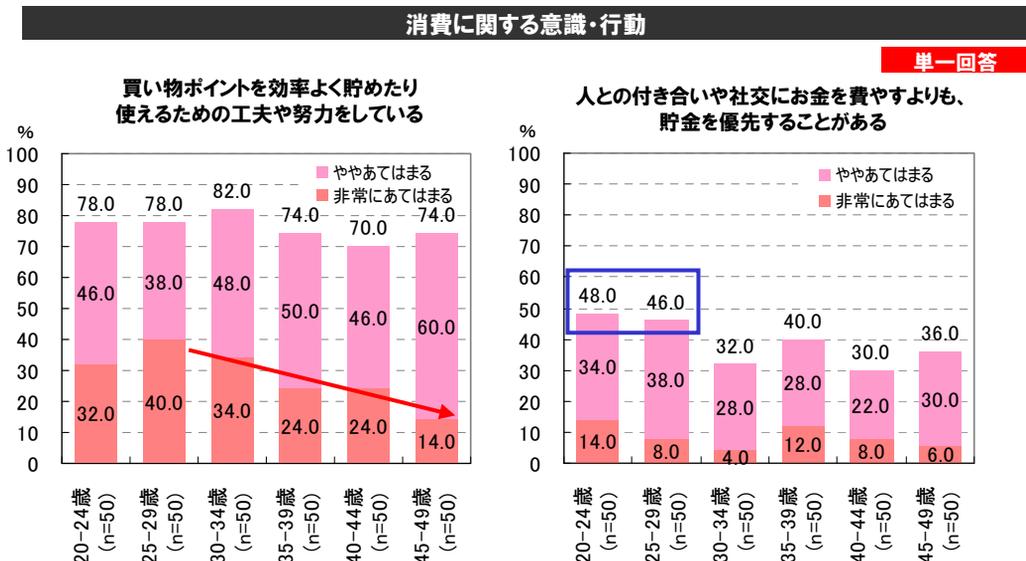
自動車を「個人のものとして所有し、使いたい」という個人所有意向は、「絶対に」と「できるだけ」を合わせて、最も高い40代後半の70%と最も低い20代前半の50%で大きく20ポイント開きました。上の年代ほど個人所有への意向が強い傾向で、先述の興味・関心度と同様の結果でした。

自動車以外も含めた「モノの所有」に対する考え方も、『所有することで責任やリスクが生じるくらいなら、所有することには執着しない』が「(非常に+やや)あてはまる」で40代の36%と20代の48%で10ポイント以上開いています。リスクや責任とのトレードオフの関係では、若い人ほど「所有」に執着しない傾向で、特に20代前半では「非常にあてはまる」が22%と突出しています。



【4】20代の2人に1人が、“付き合いよりも貯金を優先することがある”

消費に関する意識や行動は、『買い物ポイントを効率よく貯めて使う工夫や努力をしている』はトップ2ボックス(非常にあてはまる+ややあてはまる)ではあまり差がないものの、トップボックス(非常にあてはまる)では若い世代ほど高い傾向が顕著でした。また、『付き合いや社交よりも貯金を優先することがある』では、いわゆる最近の若い男性の特徴として言われるとおり、20代のスコアが高く、およそ2人に1人が「(非常に+やや)あてはまる」と回答しています。



【5】20代後半～30代前半で“草食化”傾向？

「据え膳食わぬは男の恥」に共感は20代後半の4人に1人だけ

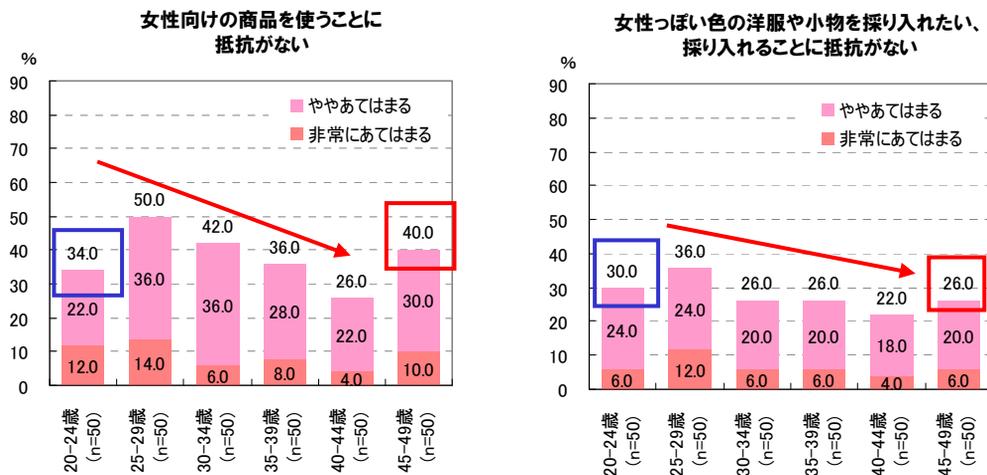
モノに対する意識では、若い年代ほど「女性向けの商品を使うこと」や「女性っぽい色の洋服や小物を取り入れること」への抵抗が低く、若い男性の“草食”の一面がうかがえます。しかしながら、これらの項目で、20代前半では草食化に逆行する回答傾向が見られ、20代前半と後半との間には何らかのギャップがあるようです。

男女関係における意識では、『男女の関係では主導権は男性が持つべき』は30代前半の32%を、また『「据え膳食わぬは男の恥」に強く共感する』は20代後半の26%を底に、概ねV字型を描く傾向が見られました。前述のモノに対する意識と同様、特に20代後半から30代前半にかけて草食男子の特徴的な傾向が見られます。

また、『特別な関係の女性と食事をする場合、基本的には男性が支払いをするべき』という金銭にも関わる項目では、どの年代も6割を超えるなか、特に40代後半は74%と、4人に3人が「(非常に+やや)あてはまる」と回答し、さらに「非常にあてはまる」も3人に1人と突出しており、このような考え方が他年代よりも根強く残っている様子です。

モノに関する意識

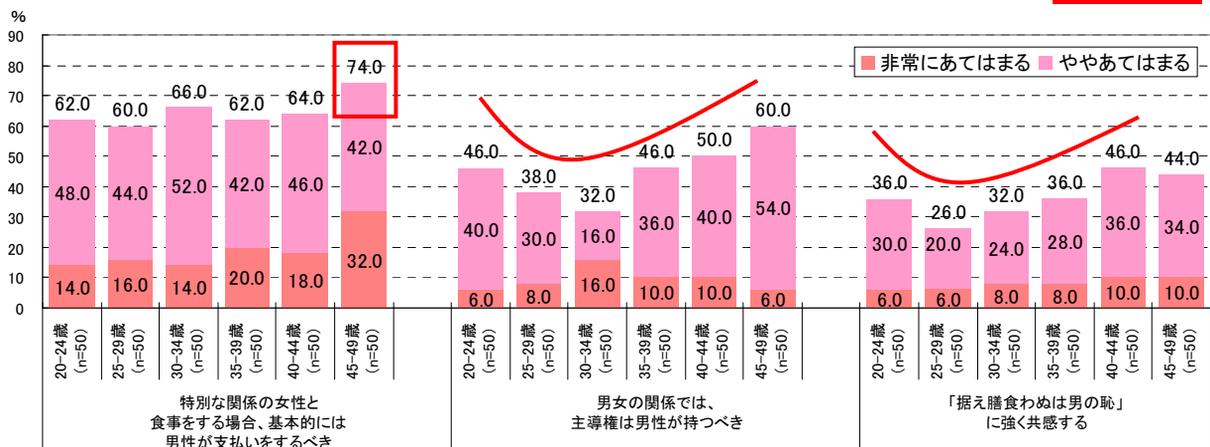
単一回答



男女の恋愛に関する意識

単一回答

* 既婚者は「未婚者であることを想定」または「未婚時代の考え方」として回答。



<調査項目一覧>

- ・自動車、腕時計、携帯電話機、スーツ、インテリア製品への興味・関心度
- ・自動車、腕時計、携帯電話機、スーツ、インテリア製品の購入時の重視点
- ・自動車、モノの所有に対する意識
- ・自動車の個人所有にこだわらない理由(自由記述回答)
- ・消費・モノに関する意識
- ・男女の恋愛に関する意識 など

<調査概要>

- ・調査目的 : 男性の消費や恋愛における意識・行動を探る
- ・調査方法 : インターネット定量調査
- ・対象条件 : 首都圏1都3県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)在住の20~49歳男性300人
- ・対象割付 : 年代別5歳刻み50S均等割付
- ・実査時期 : 2009年3月28日(土)~3月30日(月)

<関連調査>

- 「男性の美容」に関する調査(2009年2月) : http://www.yahoo-vi.co.jp/research/shampoo_090224.html
- 「自動車」に関する調査(2007年2月) : <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/00377.html>

<Yahoo!リサーチ テーマ別ソリューションのご紹介>

- 生活者行動分析 : <http://www.yahoo-vi.co.jp/solution/sm08.html>
- セグメンテーション : <http://www.yahoo-vi.co.jp/method/a01.html>
- 評価グリッド法® : <http://www.yahoo-vi.co.jp/method/c02.html>

上記以外にも、マーケティング課題やプロセスに応じた多彩なソリューション、調査・分析手法をご用意しています。

<ヤフーバリューインサイト株式会社について>

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なリサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

- 会社名: ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>
 所在地: 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F
 TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961
 新会社発足日: 2007年7月1日
 資本金: 7億円
 代表者: 代表取締役社長 田部 信(たなべしん)
 事業内容:
 - ・マーケティングリサーチ事業
 - ・データ解析事業
 - ・マーケティングコンサルティング事業
 - ・生活者情報データ・コンテンツ事業 [C-NEWS] <http://c-news.jp/>

【本件についてのお問い合わせ先】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報
 TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969
 お問い合わせフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/form/index.php>

引用・転載時のクレジット表記について

本リリースの調査結果を引用される際は、必ずクレジットを明記いただけますようお願いいたします。

例)「Yahoo!リサーチ調べ」「Yahoo!リサーチの調査によると・・・」