

未婚女性のおしゃれ消費と意識に関する
マーケティングデータ
～消費行動編～

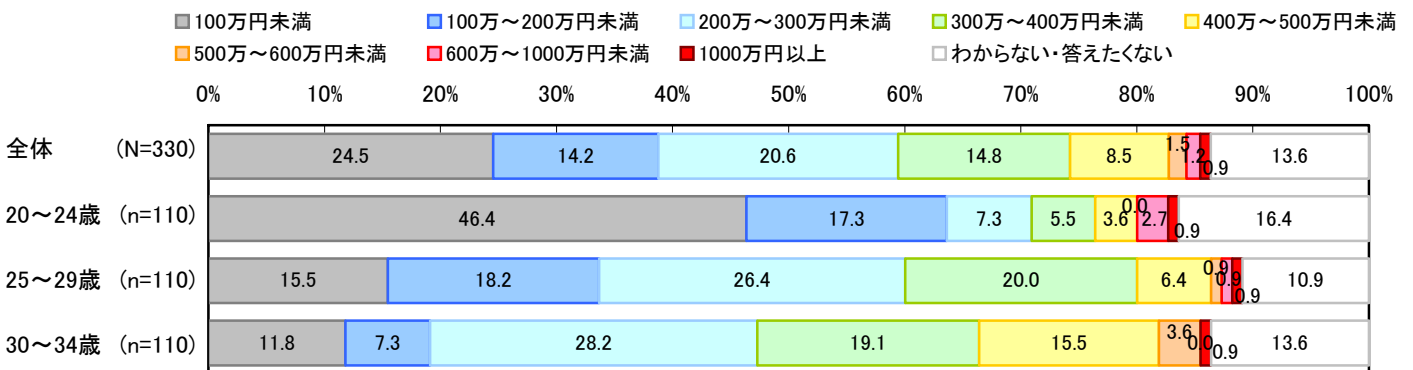
朝日大学マーケティング研究所

調査概要

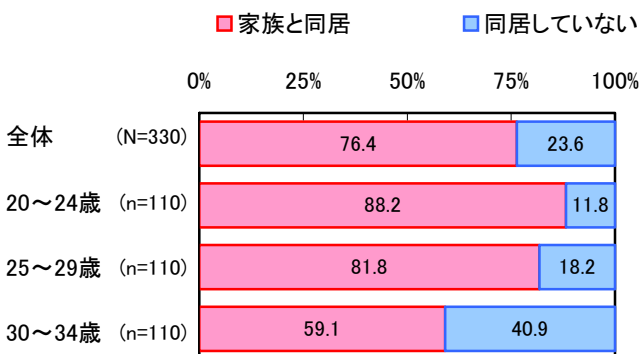
- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2010年10月29日(金)～11月5日(金)
- 調査対象 首都圏在住の20歳～34歳の未婚女性
- 有効回答 合計330名(均等割付)

年代	未婚女性
20～24歳	110名
25～29歳	110名
30～34歳	110名
合計	330名

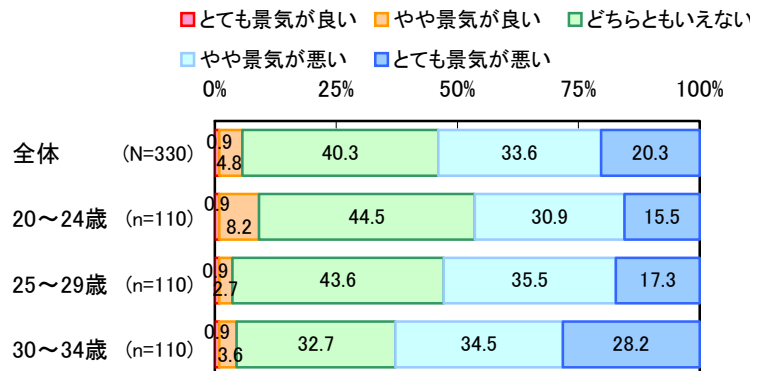
参考: 手取りの個人年収(親からの仕送り・アルバイト等含む)



参考: 居住形態



参考: 身の回りの景況感



1. 気を遣っているおしゃれ項目、お金を使っているおしゃれ項目

おしゃれ項目の重点は、「衣類」「髪」→「化粧品・コスメ」「バッグ・小物・アクセサリ」→「美容・健康・エステ」「ネイル」の順

■おしゃれ項目を6つに分け、それぞれどの程度気を遣っているか、TOP1(「とても気を遣っている」)の選択肢順にみると、①「衣服類(36.1%)」「髪(33.0%)」、②「化粧品・コスメ(24.8%)」「バッグ・小物・アクセサリ(23.6%)」、③「美容・健康・エステ(16.4%)」「ネイル(13.3%)」の順に並び、この3区分では大きな差がある。

■どの程度お金をかけているかについても、どの程度気を遣っているかと同様の順序になっているが、「髪」は「化粧品・コスメ」「バッグ・小物・アクセサリ」と同じ水準になっており、気を遣っているほどにはお金をかけていないようである。

■年齢による差は、それほど見られないが、「25~29歳」は「化粧品・コスメ」「バッグ・小物・アクセサリ」に気を遣っていて、お金もかけているという意識がより強い。また「髪」は若い方が、「美容・健康・エステ」は年上のほうがおしゃれを意識しているようだ。

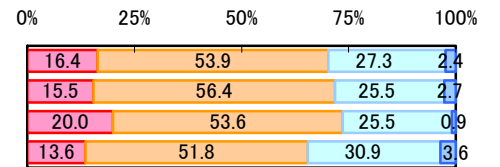
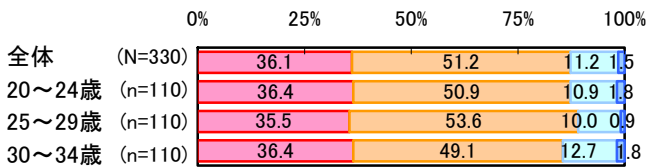
気を遣っているもの

■ とても気を遣っている ■ やや気を遣っている
■ あまり気を遣っていない ■ まったく気を遣っていない

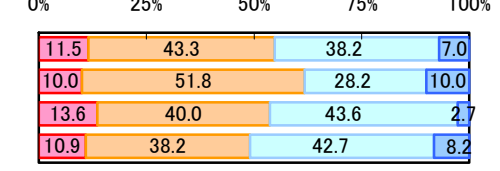
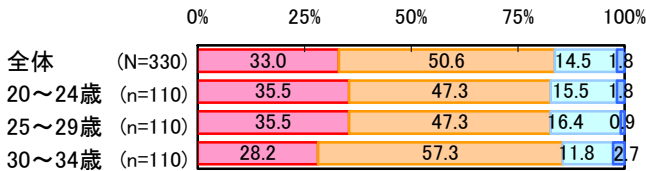
お金をかけているもの

■ とてもお金をかけている ■ ややお金をかけている
■ あまりお金をかけていない ■ まったくお金をかけていない

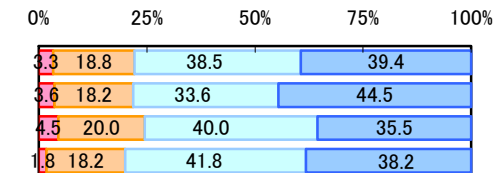
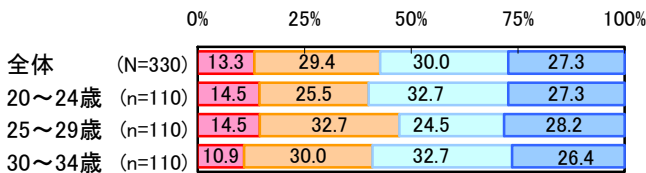
（アウター・靴）
衣服類



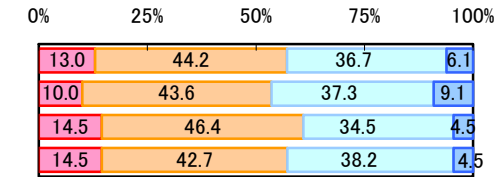
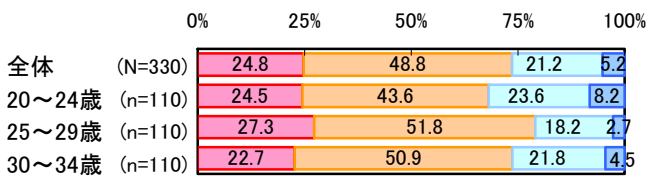
髪



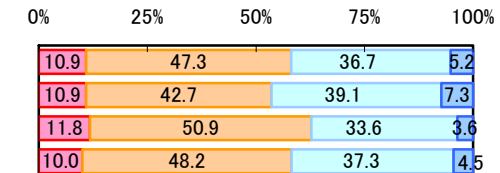
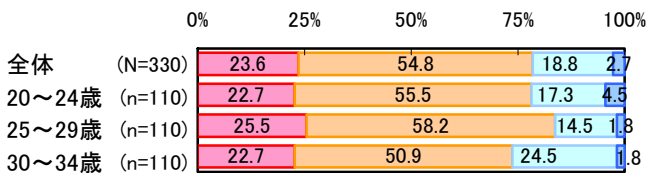
ネイル



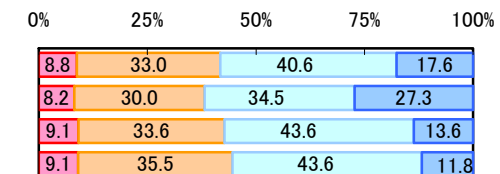
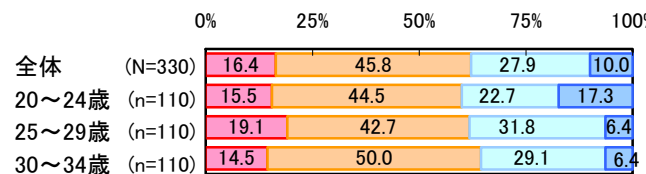
化粧品
コスメ



バッグ・小物
アクセサリ



美容・健康
エステ



2. おしゃれに使う平均金額と、2年前からの変化

20代後半がおしゃれにお金を使うピーク。20代前半で金額が増え、30代前半で減少する。

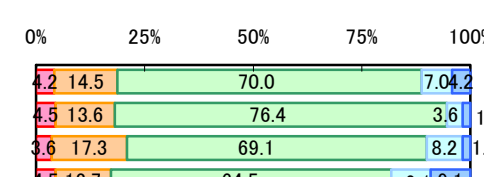
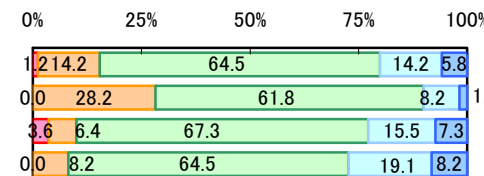
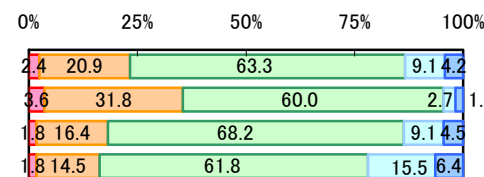
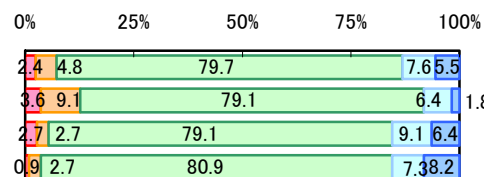
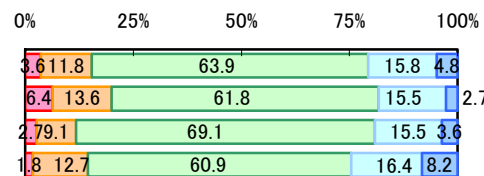
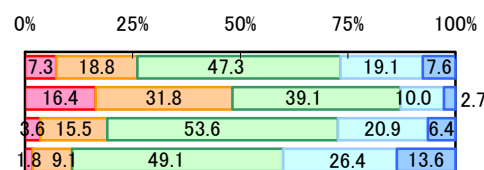
- おしゃれ6項目にかかる1ヶ月あたりの平均金額は、衣服類(14,450円)が最も高い。全体の傾向として、25～29歳が最もお金を使っている傾向が見られる。
- 「ネイル」は60.0%が、「美容・健康・エステ」は40.0%が、1ヶ月あたりの平均金額を「0円」としている。
- 2年前との金額比較では、社会人になる20～24歳では増える傾向があり、30～34歳では減る傾向がある。これは平均金額のみ見たときの、「25～29歳が最もお金を使っている傾向」と整合的な結果となっている。
- 個人年収は30～34歳が高いが、おしゃれ支出は25～29歳がピークになっていると考えられる。

1ヶ月あたりの平均金額

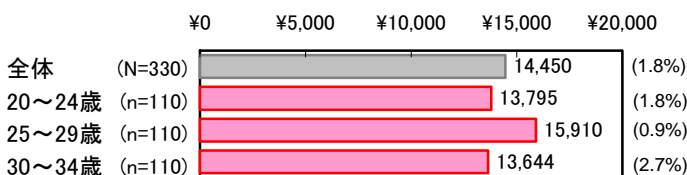
※金額が「0円」も平均の計算に入れている(全部平均)
()内の%表記は、金額が「0円」の割合

2年前との金額比較

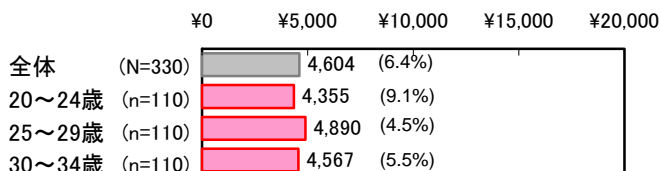
■とても増えた ■やや増えた ■かわらない
■やや減った ■とても減った



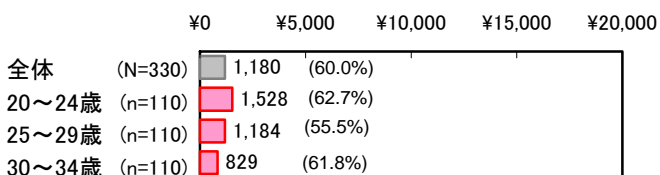
（アウター！靴）
衣服類



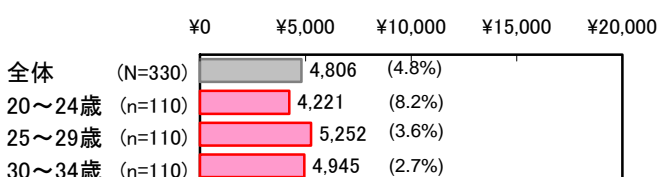
髪



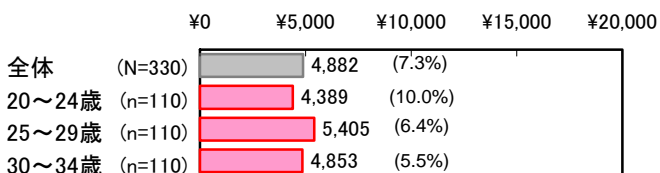
ネイル



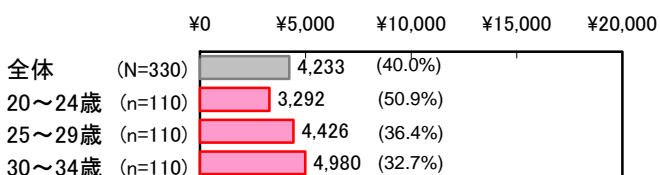
化粧品
コスメ



バッグ・小物
アクセサリ



美容・健康
エステ



3. 気を遣っているのに、消費金額が減った項目の対策・工夫

「安いもの」「回数を減らす」「自分でやる」という3つの方向性

- 気を遣っているのに、消費金額が減った項目について、どのような対策や工夫をしているのかでは、全体を通して「安いもの」「回数を減らす」「自分でやる」という方向の工夫をしていることがわかる。
- 「衣服類」は、「セールやキャンペーン時に購入・利用する(43.2%)」が他の項目に比べて特に高い。「ネイル」では「手作り、自分でケア等する(59.1%)」、「化粧品・コスメ」では「試供品・サンプルなどを利用する(27.3%)」が高いといった特徴がある。
- 「バッグ・小物・アクセサリ」は「衣服類」と似ているが、「より安い商品・サービスを購入・利用する」はそれほど高くない。

気を遣っているのに、消費金額が減った項目の対策・工夫

※p2で「とても気を遣っている」「気を遣っている」、かつ、
p3で「金額の2年前との比較」で「減った」「やや減った」とした回答者に限定

自由回答から抜粋

- ・シーズン終わりに購入。(23歳)
- ・メーカーのセールや、ブランドのセール情報を得て照準を合わせてお金を確保してから行く。(27歳)
- ・なるべく流行に関係なく長い間着れるようなベーシックな服を選ぶようになりました。(28歳)
- ・購入するお店を変えて、ファーストファッションを購入して価格を抑える。(30歳)
- ・物を買う時によく考えるようになった。無駄に買わなくなった。(34歳)

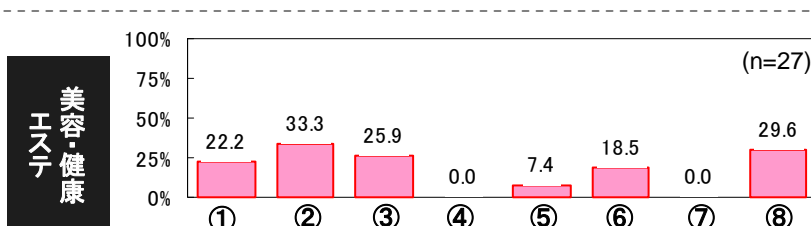
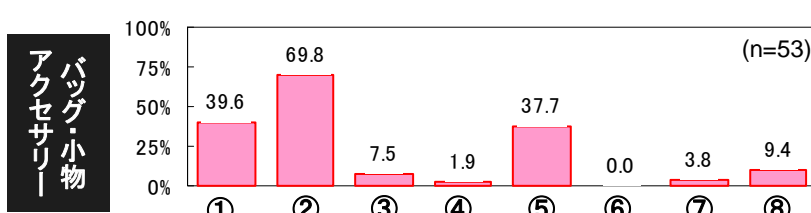
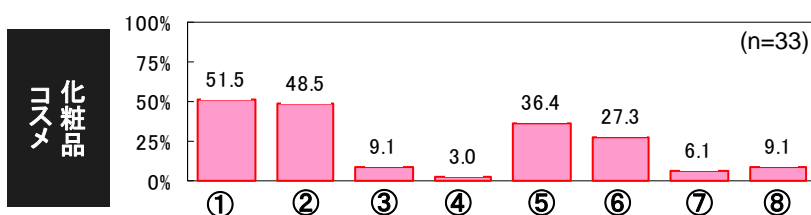
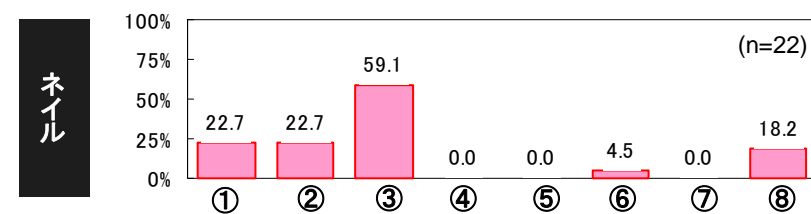
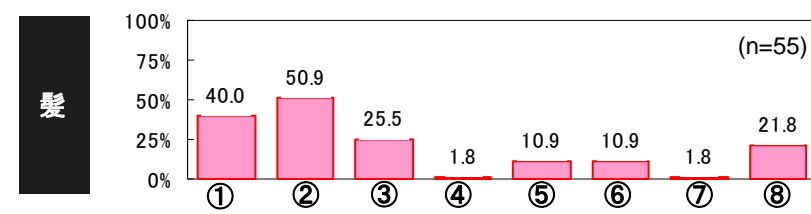
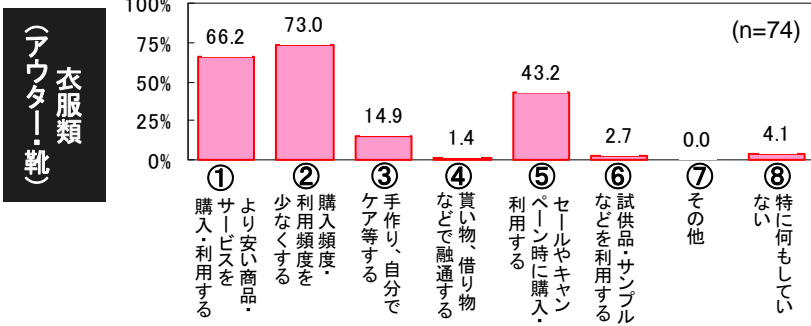
- ・カラーも家でやる。(20歳)
- ・少し安いリンスを使うようになった。(23歳)
- ・できるだけ安い美容室を探すようになった。(24歳)
- ・節約したいため、カラーリングは半年に一回美容室で行い、3カ月に一回千円カットの美容院を利用しています。(28歳)
- ・美容院はクーポン雑誌にのっているのを利用している。(32歳)

- ・なるべくネイルサロンに行かず、自分でやる。海外に行った時に、免税店などで良い物を買ってくる。(23歳)
- ・ジェルネイルのセットを購入して家でやる回数を増やした。(23歳)
- ・家でネイルが基本となった。(26歳)
- ・ネイルサロンをやめて、自分でケア。(31歳)

- ・休みの日はメイクしないようにしている。(23歳)
- ・サンプルを取り寄せたり、セールの時にまとめ買いをする。(25歳)
- ・購入回数が減った。(27歳)
- ・家族が旅行に行く時は必ず免税店でコスメのお土産を頼む。(30歳)
- ・低価格商品を使うようになった。(34歳)

- ・ネット通販でポイントを使って買うようにしている。(23歳)
- ・セール時に購入する、リサイクルショップを利用する。(25歳)
- ・頻繁に買い換えなくなった。(27歳)
- ・母親から貰い受けたりする(31歳)
- ・ワンポイントを自分で付け加える。(33歳)

- ・回数をへらした。(27歳)
- ・日常的に摂取していたサプリメント類をやめたり安いものに切り替えたりした。(28歳)
- ・エステなどもインターネットで比較し、価格が一番良いものを選ぶなどする。(31歳)
- ・ネットで買う(31歳)

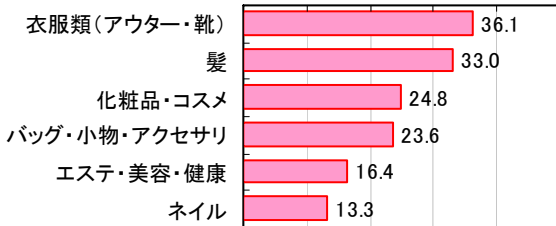


データの総括

結果①「衣類」「髪」→「化粧品・コスメ」「バッグ・小物・アクセサリ」→「美容・健康・エステ」「ネイル」の順

おしゃれ6項目:「とても気を遣っている」割合(抜粋)

N=330 0% 10% 20% 30% 40% 50%



おしゃれ項目に関して「とても気を遣っている」割合は、①「衣服類」「髪」、②「化粧品・コスメ」「バッグ・小物・アクセサリ」、③「美容・健康・エステ」「ネイル」の順。

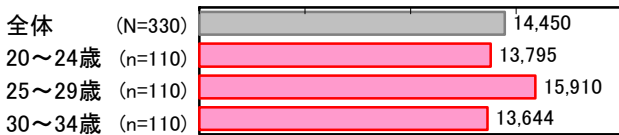
「髪」に関しては、気を遣っているほどにはお金をかけていない。

「ネイル」は、「まったく気を遣わない」「気を遣わない」とする人が多く、おしゃれ項目としてはオプションの位置にある。

結果② 20代後半が一番おしゃれにお金を使う

1ヶ月あたりの平均金額:衣服類(アウター・靴)

¥0 ¥5,000 ¥10,000 ¥15,000 ¥20,000



一ヶ月あたりの利用金額は、衣服類が全体平均14,450円となっており、群を抜く。

全体の傾向として、25~29歳は他の年齢層より金額が高い。「2年前との比較」で、20~24歳は増える傾向にあり、30~34歳は減る傾向にあることも、20代後半が最もおしゃれにお金を使うことと整合する。個人年収は30~34歳のほうが高いが、おしゃれ支出に関してはピークは25~29歳にあるようだ。

30~34歳は「美容・健康・エステ」の金額が他の年齢層より高くなる。年齢とともにおしゃれに支出する項目の比重が変わっていくことがうかがえる。

結果③「安いもの」「回数を減らす」「自分でやる」という3つの方向性

気を遣っているのに、消費金額が減った項目の対策・工夫(自由回答から)

【衣服類】

- メーカーのセールや、ブランドのセール情報を得て照準を合わせてお金を確保してから行く。(27歳)

【髪】

- 節約したいため、カラーリングは半年に一回美容室で行い、3カ月に一回千円カットの美容院を利用しています。(28歳)

【ネイル】

- ジェルネイルのセットを購入して家でやる回数を増やした。(23歳)

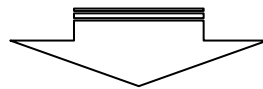
【バッグ・小物・アクセサリ】

- 頻繁に買い換えなくなった。(27歳)

消費者のなかには、積極的にセールやキャンペーン情報を集めたり、衝動買いを控えたり、自分でケアするなど、おしゃれに気を遣いながらも節約している人が少なくない。

自由回答に書かれた具体的な内容を見ると、そうした層は、消費行動を多様化させることで、おしゃれと節約を両立させている。

全体を通して、「安いもの」「回数を減らす」「自分でやる」という方向性があり、項目によって方向性に違いがある。



結果から推測される仮説

■本調査では、20~34歳未婚女性のおしゃれに関する消費行動に焦点をあてた。おしゃれへの気遣い度を項目別にみると、①「衣服類」「髪」のように「誰もが気を遣うもの」、②「化粧品・コスメ」「バッグ・小物・アクセサリ」のように「ある程度気を遣うもの」、③「エステ・美容・健康」「ネイル」のように「人によっては気を遣うもの」の3つに大別された。

■20代後半がおしゃれに使う金額が最も高い。晩婚化・非婚化で30代前半の経済力のある未婚女性は増えているものの、20代後半女性よりも支出金額は少ない。その理由としては、①おしゃれよりもアンチエイジングに興味移行している、②将来に向けて節約している、③消費経験を積んでおり無駄な消費をしていない(様々な購入品やノウハウの蓄積で無駄を省いている)、④おしゃれにお金を使わない傾向の人が未婚のままいる、などが仮説として考えられる。

■多くのおしゃれ項目で店舗、サービスを利用する「回数を減らす」ことで、節約していることが顕著となったが、単に消費を抑えるだけでなく、「安いもの」を探したり、「キャンペーン品や試供品を利用」したり、「自分でやる」ようにしたりして、消費を分散化・多様化させることで、おしゃれと節約を両立させている。そして、消費環境が悪い中、知恵と工夫で新しいおしゃれ意識も生まれくる。

トピックスリサーチ

未婚女性のおしゃれ消費と意識に関する
マーケティングデータ
～消費行動編～

発行日 2010年 11月 26日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20
朝日丸の内ビル2F
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ apost@dance.ocn.ne.jp