

# **「朝活」の実態と消費行動に 関するマーケティングデータ**

**～「朝活」の実践内容 編～**

**朝日大学マーケティング研究所**

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2013年12月3日(火)～12月12日(木)
- 調査対象 :
  - ・首都圏在住の20歳～59歳の男女
  - ・仕事のある日の朝、9時前までに起き、かつ、10時までに家を出る層

■有効回答 : 432名

【内訳】

<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">男性</td> <td style="width: 15%;">20代</td> <td style="width: 15%;">50名</td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;">女性</td> <td style="width: 15%;">20代</td> <td style="width: 15%;">54名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>30代</td> <td>56名</td> <td></td> <td></td> <td>30代</td> <td>60名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>40代</td> <td>54名</td> <td></td> <td></td> <td>40代</td> <td>54名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>50代</td> <td>51名</td> <td></td> <td></td> <td>40代</td> <td>53名</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="border-top: 1px solid black;">合計</td> <td>211名</td> <td></td> <td colspan="2" style="border-top: 1px solid black;">合計</td> <td>221名</td> </tr> </table>	男性	20代	50名		女性	20代	54名		30代	56名			30代	60名		40代	54名			40代	54名		50代	51名			40代	53名	合計		211名		合計		221名	
男性	20代	50名		女性	20代	54名																														
	30代	56名			30代	60名																														
	40代	54名			40代	54名																														
	50代	51名			40代	53名																														
合計		211名		合計		221名																														

■「朝活」とは・・・

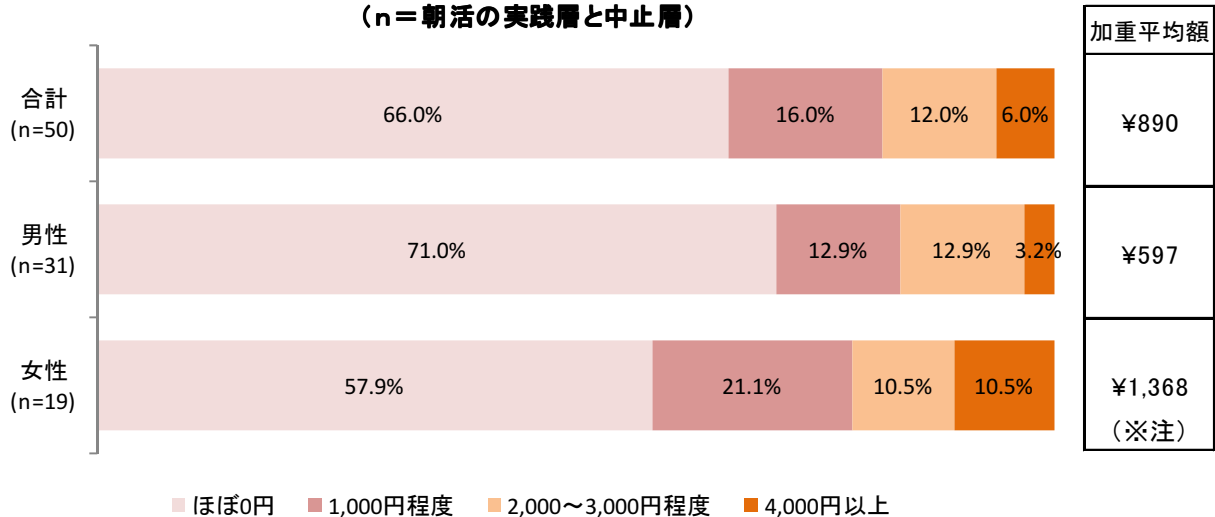
仕事のある日の朝、仕事に就く前の時間を利用して自己啓発や趣味、スポーツなどを行う活動のこと

# 1. どのような「朝活」に、どのくらいのお金を掛けているのか？

- ✓ 「朝活」経験者(実践層+中止層)の6割以上(66.0%)は、それ自体にほとんどお金を掛けない。現状では、**セルフで行う安あがりな「朝活」**が主流。
- ✓ 男性より女性のほうが「朝活」に多くのお金を費やしている。**費用を要する「朝活」の実践率は女性で高い。**
- ✓ 具体的な内容は、「身体を使うジャンル」と「頭を使うジャンル」に大別されるが、**女性は「身体を使うジャンル」に志向が偏っている。**

※「朝活」について…実践層: やっている 中止層: やっていたが止めた

## Q. 仕事のある日に行っている(た)朝活に要する費用は月平均でどれくらいですか？ (n=朝活の実践層と中止層)



(※注) 女性はサンプル数が少なく、外れ値が1件含まれているため、加重平均額は参考値

## Q. 仕事のある日に行っている(た)朝活の内容を教えてください(FA)。 (n=朝活の実践層と中止層)

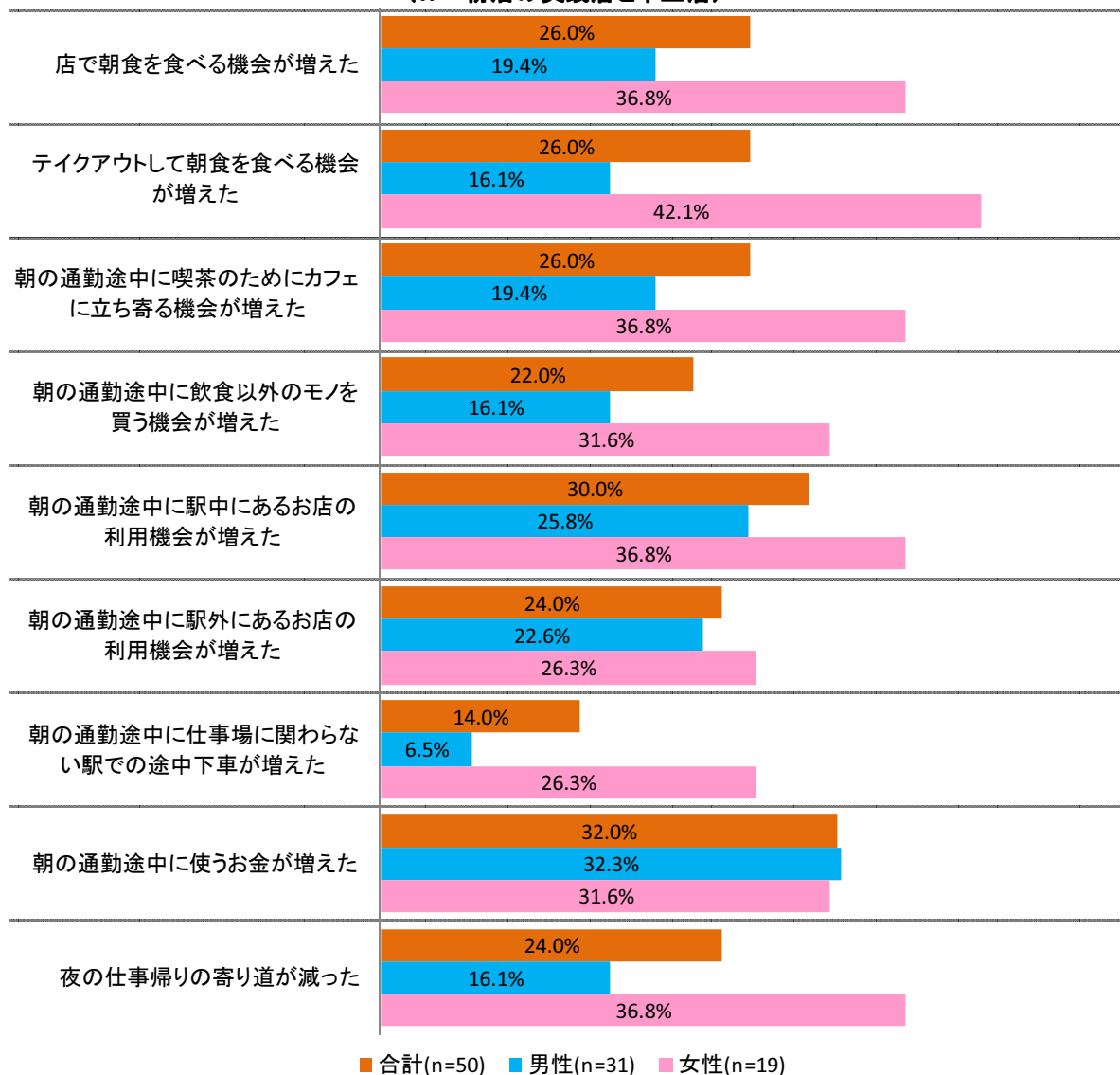
	合計(n=50)		男性(n=31)		女性(n=19)	
<b>身体を使う朝活</b> ※以下内訳	<b>29名</b>	<b>58.0%</b>	<b>16名</b>	<b>51.6%</b>	<b>13名</b>	<b>68.4%</b>
ジョギング	7名	14.0%	7名	22.6%	名	0.0%
ウォーキング	6名	12.0%	2名	6.5%	4名	21.1%
体操、ストレッチ	4名	8.0%	3名	9.7%	1名	5.3%
ヨガ	3名	6.0%	名	0.0%	3名	15.8%
腹筋	2名	4.0%	1名	3.2%	1名	5.3%
その他	8名	16.0%	4名	12.9%	4名	21.1%
<b>頭を使う朝活</b> ※以下内訳	<b>21名</b>	<b>42.0%</b>	<b>16名</b>	<b>51.6%</b>	<b>5名</b>	<b>26.3%</b>
資格や語学の勉強	9名	18.0%	7名	22.6%	2名	10.5%
ネット(SNS、メールチェックなど)	6名	12.0%	5名	16.1%	1名	5.3%
読書、新聞購読	4名	8.0%	3名	9.7%	1名	5.3%
会への参加	2名	4.0%	1名	3.2%	1名	5.3%
その他	4名	8.0%	3名	9.7%	1名	5.3%

## 2. 「朝活」は朝の生活スタイルにどのような変化をもたらすのか？

- ✓ 3割以上が、「朝の通勤途中に使うお金が増えた」(32.0%)としている。「朝活」には、朝食やモノの購入など、**朝の消費行動を促す**一面がある。
- ✓ 特に**女性への影響は顕著**であり、朝食に関する行動を中心に、ほとんどの項目で男性の比率を大きく上回っている。
- ✓ 男性では、朝食やモノの購入に比べて、「店の利用機会が増えた」とする比率が高い。これは、**朝食やモノの購入以外のお店やサービスの利用意向が強い**ことを表す。

※「朝活」について・・・実践層: やっている 中止層: やっていたが止めた

### Q. 仕事のある日に朝活を行う(行っていた)ことで どのような生活スタイルの変化がありましたか？ (n=朝活の実践層と中止層)



※グラフはそれぞれの項目に対して「よくあてはまる」「少しあてはまる」と回答した比率の合計

### 3. 何が「朝活」の“障害”と“動機”になっているのか？

- ✓ 「朝活」の主な障害は、**生活スタイルの変化**(時間に余裕がない、勤務体系が変わる)と**モチベーションの持続**(面倒、疲れる、寒い)の2つ。生活スタイルはともかく、始めたもののモチベーションが続かず、断念する事例は少なくない。
- ✓ 逆に「朝活」を始める主な動機は、**生活スタイル改善**と**自己啓発**の2つ。生活スタイルは、「朝活」の動機にも障害にもなる。
- ✓ 時間を有効活用できて、かつ、モチベーションが低下しないような要素(明らかな効果や成果を確認できる、外で食べる朝食が楽しみ、など)が加われば、「朝活」の実践率は徐々に高まっていく可能性がある。

※「朝活」について・・・ 実践意向層: 今後やりたい 中止層: やっていたが止めた

#### Q. 仕事のある日に行っていた朝活を止めた理由を教えてください(FA)。 (n=朝活の中止層19名)

時間に余裕がなくなったから	5名
面倒、疲れたから	3名
寒くなったから	2名
早起きが辛くなったから	2名
特に理由なく	2名
勤務体系が変化したから	2名

家族に迷惑が掛かるから	1名
効果がなかったから	1名
目標達成したから	1名

#### Q. 仕事のある日に朝活をやりたいと思っている理由を教えてください(FA)。 (n=朝活の実践意向層84名)

##### 〈ライフスタイルの改善〉を志向した理由ジャンル

時間の有効活用のため	15名
健康維持、運動不足解消のため	13名
頭の回転がよく集中を維持しやすいため	7名
朝は自分の時間を確保しやすいため	3名
早起きの習慣づけのため	2名

##### 〈具体的なプラン〉を志向した理由ジャンル

資格や語学などの勉強	13名
ウォーキング	11名
運動、ストレッチ	6名
ジョギング	5名
ヨガ	3名
読書	3名
自己啓発	2名
何らかの習い事	2名

## 4. 朝の通勤時間帯に開いていたら良い、便利だと思うお店は何か？

P.5

- ✓ 生活系のお店に対する要望が多く、お店の種類もバラエティに富む。行政系のサービスを含めて、朝の通勤時間帯では、**サービスを提供する店舗への需要**が大きい。
- ✓ すでに多くが営業している飲食系に対する要望はそれほど多くなかった。
- ✓ 個別的に10票を超えたのは、スーパー・コンビニ(14票)、本屋(13票)、銀行窓口(10票)。

Q. 朝の通勤時間帯に開店していたら良いな、便利だな、  
と思うお店やサービスはありますか？(OA)  
(N=432名全員)

飲食系	カフェ	6名
	パン屋(イトイン含む)	5名
	弁当屋、惣菜屋	4名
	そば、うどん屋	3名
	立ち飲みドリンク	3名
	くつろげる喫茶店	2名
	その他の飲食店	4名
生活系	本屋	13名
	クリーニング	9名
	美容院、床屋	6名
	クリニック、薬局	4名
	マッサージ、接骨院	4名
	ジム・スポーツクラブ	4名
	靴のメンテナンス	3名
	宅配(受取)	2名
	その他の生活店舗	8名
小売り系	スーパー・コンビニ	14名
	100円ショップ	7名
	ドラッグストア	5名
	その他の小売系	2名
行政系	銀行窓口	10名
	郵便局	9名
	銀行ATM	5名
	図書館	3名
	役所	1名

## ● 女性は、費用を要する「朝活」を厭わない

費用を要する「朝活」を行っていた経験者は4割未満。6割以上はほとんど費用を掛けていなかった。現状では、セルフで行える安あがりな「朝活」が主流。それでも、「朝活」に千円以上の費用を掛ける比率を性別で比較すると、男性(29.0%)より、女性(42.1%)のほうが高かった。相対的に女性は「朝活」の実践意向が強い(※)ことから、今後、費用を要する「朝活」の需要は高まる可能性がある。

具体的な実践内容では、ジョギングやヨガなど身体を使うジャンルと、資格や読書など頭を使うジャンルの経験者が多かった。男性は双方に経験者が分散したが、女性は身体を使うジャンルに偏った。特に「ヨガ」「ウォーキング」の人气が高かった。女性は、ソフトにゆっくりと身体を動かすジャンルへの興味関心が強いようだ。

実践意向が強く、費用も掛ける、今後の「朝活」の恰好のターゲットである女性に対しては、健康や美をキーワードに身体をソフトにゆっくりと使う運動を提案することが、効果的と思われる。

※「実践状況 編」(2013.12)をご参照のこと

## ● 「朝活」に伴って朝の出費も増加

「朝活」に費用を掛ける層は少なかったが、「朝活」への取り組みに伴い、朝の生活スタイルには変化があったようだ。朝の出費が増加したことも、そのうちのひとつ。経験者の3割以上が「朝活」に取り組んで、朝の通勤途中に使うお金が増えたとした。朝食を外で食べたり、お店で何かを買ったりする機会が増えれば、必然的に朝の出費も増える。

特に女性における生活スタイルの変化は顕著だった。「店で朝食を食べる機会が増えた」「テイクアウトして朝食を食べる機会が増えた」「朝の通勤途中に喫茶のためにカフェに立ち寄る機会が増えた」など、朝食の機会を中心に「朝活」が多くの女性の朝の生活スタイルに変化を促した。

男性では、朝食やモノの購入以外のお店やサービスの利用機会が増えた、とする比率が高かった。後段で述べるが、男性は朝の通勤時間帯におけるサービス系店舗の利用意向が強いようだ。

「朝活」だけでなく、その周辺にもビジネスチャンスが生じるようだ。

## ● 生活リズムの改善が「朝活」の動機、モチベーション維持が課題

今後、「朝活」に取り組みたいとする層の主な動機は、生活スタイル改善と自己啓発の2つであり、さらに生活スタイル改善の内訳は、時間の有効活用と健康維持であった。一方で、「朝活」を中止した層の主な要因は、モチベーションの低下(面倒くさい、疲れる、寒いなど)であった。

「朝活」の継続率を高めるためには、「朝活」を実践した結果として、明らかな効果や成果を確認できることも大切だが、それだけでは物足りない。「朝活」は朝の生活スタイルに変化を促す。そのため、外で食べる朝食が楽しみ、朝にサービス店舗で用事を済ませられる、など「朝活」周辺での満足が増せば、モチベーションも一層維持しやすいはずである。

「朝活」には、朝の生活行動を一変させる効力があり、継続率が高まれば、朝のビジネスチャンスも広がってくる。「朝活」の継続率向上がポイントであろう。「朝活」の継続率向上には、「朝活」自体の満足に加えて、「朝活」に伴って生じる朝の生活行動に対する満足も必要である。

活発な「朝活」が朝の消費行動を刺激し、朝の消費行動の満足が「朝活」の継続率を高める。うまく相互作用が働けば、軽視できないビジネスチャンスが、朝の通勤時間帯に生じる可能性がある。

