

**母と娘の消費行動に関する
マーケティングデータ
～ 第2弾～**

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

事前調査期間 2006年1月13日(金)～1月20日(金)

事前調査対象 母親 ・首都圏在住の40歳～59歳既婚女性
・高校生～29歳の未婚の娘がいる人

娘 ・首都圏在住の高校生～29歳未婚女性

有効回答 母親：650名、娘：1080名

本調査期間 2006年1月24日(火)～1月31日(火)

本調査対象 母親 ・首都圏在住の40歳～59歳既婚女性
・高校生～29歳の未婚の娘と同居していて
二人だけで遊びに行くことがあると回答した事前調査の有効回答者

娘 ・首都圏在住の高校生～29歳未婚女性
・40歳～59歳の母親と同居していて、二人だけで遊びに行くこと
があると回答した事前調査の有効回答者

有効回答 母親：476名、娘：525名

母親	事前調査	本調査
40代前半(40～44歳)	147	114
40代後半(45～49歳)	211	162
50代前半(50～54歳)	179	134
50代後半(55～59歳)	113	66
計	650	476

娘	事前調査	本調査
10代後半(15～19歳)	349	198
20代前半(20～24歳)	371	187
20代後半(25～29歳)	360	140
計	1080	525

1. 母と二人で行動する娘の実態

「ショッピング」「食事」「エステ、マッサージ、美容室」「旅行」に娘が母親を誘う場合、いずれも「他の人とでなく、ぜひ母親と行きたい時」という回答が多く、母親が娘を誘う場合と同様に、「一緒に行きたい」という積極的な意向がうかがえる。

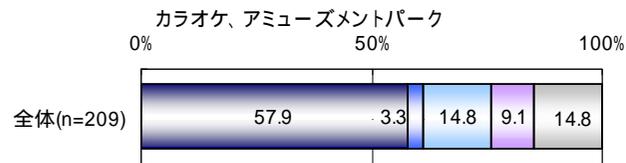
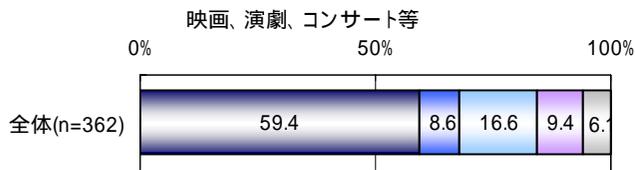
一方、「映画、演劇、コンサート等」については、「他の人とでなく、ぜひ娘と行きたい」という母親は60%近くに上るが、「ぜひ母親と行きたい」という娘は36.4%にとどまる。特に10代後半では、母親以外に一緒に行く相手がいない時に母親を誘うという人が多い。

「カラオケ、アミューズメントパーク」などの遊び場に母親を誘う場合については、「ぜひ母親と行きたい時」「母親以外に行く相手がいない時」「暇で何もすることがない時」という娘が、それぞれ全体のおよそ4分の1ずつを占める。10代後半では、暇つぶしで母親を誘う人が最も多く、36.1%に達している。

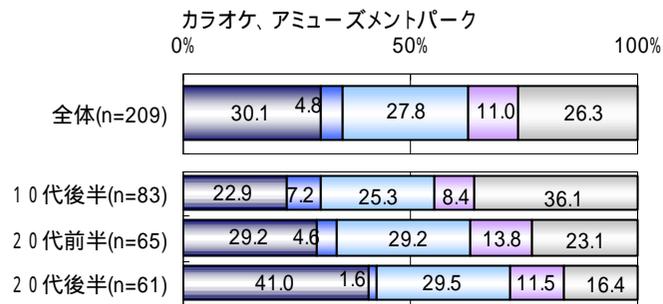
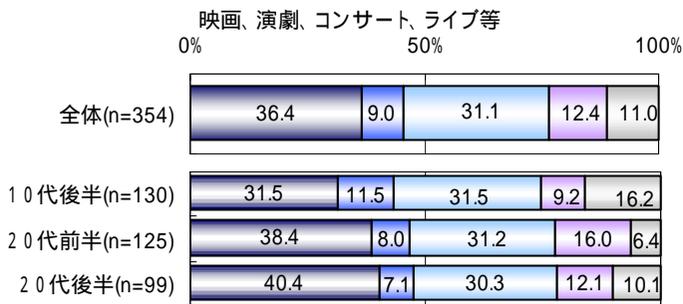
「母親と先に約束をしていても、誘われれば友人と出かける方を優先する」という娘は、10代後半で57.1%と過半数を超える。母親はまず娘と出かけることを優先しようとするため、娘の都合に左右される。二人での行動の決定権は常に娘にある。

「母親にファッションについてアドバイスをする」という人は、全体のおよそ3分の2。「母親に最近の流行についての情報を教えている」という人は全体の6割近くに上る。娘は、ファッションに関するアドバイスをしたり、流行を教えたりして、母親をリードしていることも裏付けられた。

母親が娘を誘う時

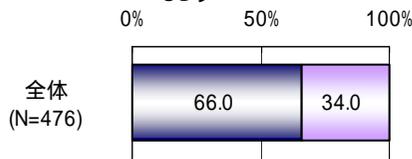


娘が母親を誘う時

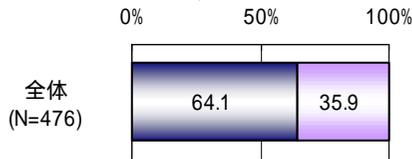


- 他の人とでなく、ぜひ母親(娘)と行きたい時
- 他の人と行く予定が急にだめになった時
- 母親(娘)以外に行く相手がいない時
- 行く相手を探るのが面倒な時
- 暇で何もすることがない時

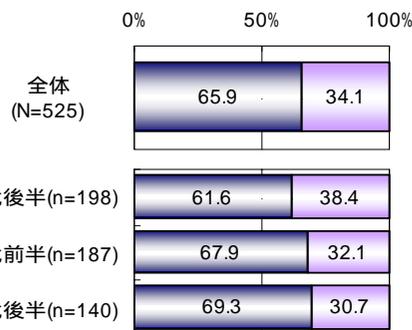
娘からファッションについてアドバイスをもらう



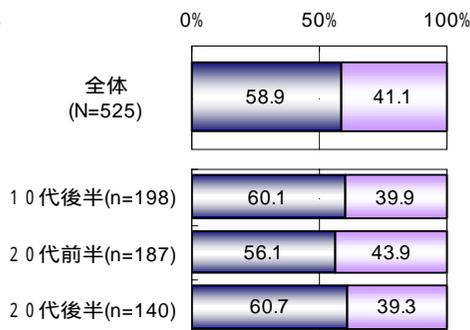
最近の流行についての情報は娘からもらう



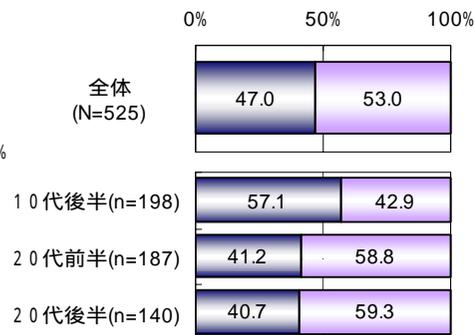
母親にファッションについてアドバイスをする



母親に最近の流行についての情報を教えている



母親と先に約束をしていても誘われれば友人と出かける方を優先する



- はい
- いいえ

2. 母娘二人での消費意識と行動

母親と二人でショッピングに行った際、母親にねだって、予定外にお金を出してもらったことがある人は6割を超える。特に10代後半では8割近くの人に経験がある。

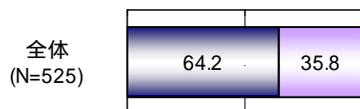
「普段の自分なら買わないものでも、母親といるとついねだってしまう」という娘は、10代後半と20代前半で過半数を超える。「欲しいものを買ってもらいたくて、母親をショッピングに誘うことがある」という人も10代後半と20代前半に多く、10代後半では7割近くになる。母親が自分に甘くなることを期待して、二人で出かけようとする娘は多い。

全体の8割以上の人々が、母親と二人で出かけると、母親は自分のために急にお金を使ってくれることがあると思っている。また、母親は自分を喜ばせるためにお金を使ってくれる、と感じている人も、過半数を超える。

母親とのショッピングで、母親のものを勧めたことがあるという人は、全体の約4分の3を占める。母親と二人でショッピングに行く頻度別に、3グループに分けてみたところ、二人で行く頻度が高い(週1回以上)グループは、勧めたものを母親が購入することが「ほぼ毎回ある」という人の割合が高い。娘と一緒にショッピングに行くことが多い母親ほど、娘に購買意欲を煽られる傾向がある。

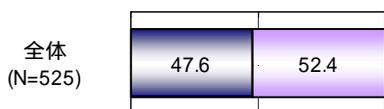
母親にねだって予定外にお金を出してもらったことがある

0% 50% 100%



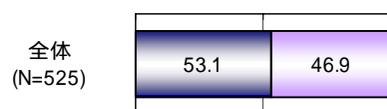
普段の自分なら買わないものでも母親にはねだってしまう

0% 50% 100%

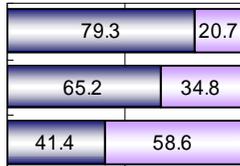


欲しいものを買ってもらいたくて、母親をショッピングに誘うことがある

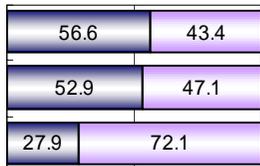
0% 50% 100%



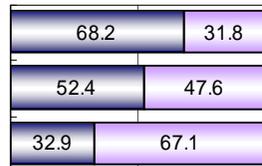
10代後半(n=198)



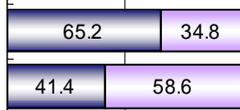
10代後半(n=198)



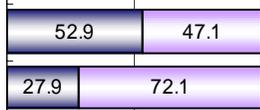
10代後半(n=198)



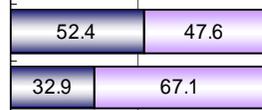
20代前半(n=187)



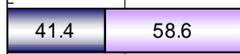
20代前半(n=187)



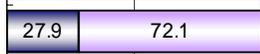
20代前半(n=187)



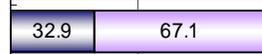
20代後半(n=140)



20代後半(n=140)

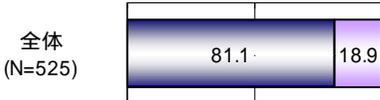


20代後半(n=140)



母親と出かけると自分のために急にお金を使ってくれることがある

0% 50% 100%

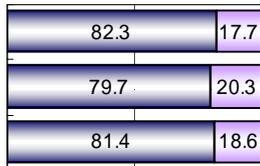


二人のショッピングで母親のものをすすめたことがある

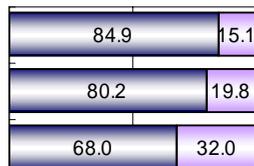
0% 50% 100%



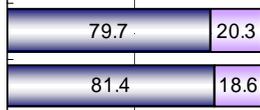
10代後半(n=198)



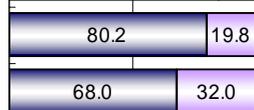
週1以上(n=93)



20代前半(n=187)



月1以上(n=263)



20代後半(n=140)

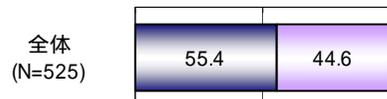


それ以下(n=169)



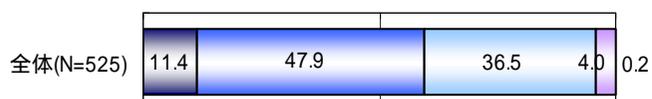
母親は、自分を喜ばせるためにお金を使ってくれることが多い

0% 50% 100%

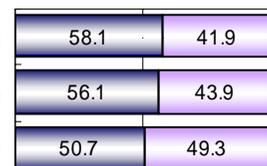


母親のものをすすめた時、母親がそれを購入する頻度

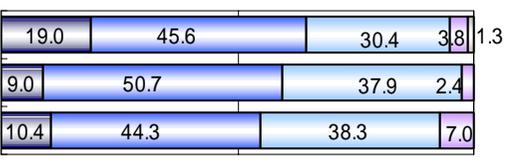
0% 50% 100%



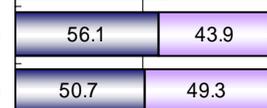
10代後半(n=198)



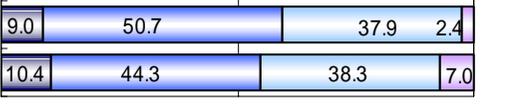
週1以上(n=93)



20代前半(n=187)



月1以上(n=263)



20代後半(n=140)



それ以下(n=169)



□ ほぼ毎回ある □ 時々ある □ たまにある □ ほとんどない □ 無回答

□ はい □ いいえ

3. 娘の母に対する意識と行動

母親に自分のファッションをコーディネートされることがあるのは、40代前半の母親がいる人に多い。若い母親ほど、娘を自分好みのファッションにしたがるのが裏付けられた。

母親と服や化粧品を貸し借りする娘は、過半数を超える。特に40代前半の母親がいる人では64.8%と高い。若い母親ほど、娘と似たメイクにしたり、おそろいのブランドを着たりすることを好む傾向がある。

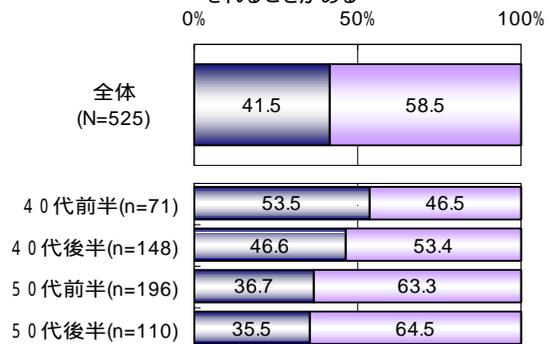
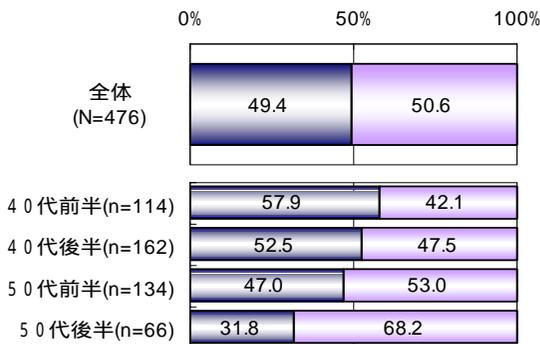
自分の母親がおしゃれだと思う人は、全体では50%に満たないが、40代前半の母親がいる娘では54.9%に達している。普段から自分の外見に気を使っている40代前半の母親に「娘を連れて歩く母親はおしゃれだ」と考える人が多く、娘と二人で行動すること自体を、自分のファッションの一部と捉えているようだ。

母親の、娘に対する意識や行動

娘の、母親に対する意識や行動(母親の年代別)

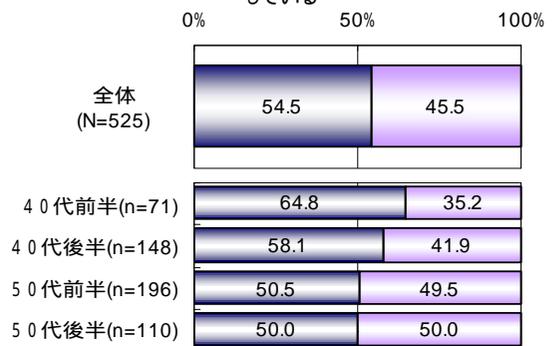
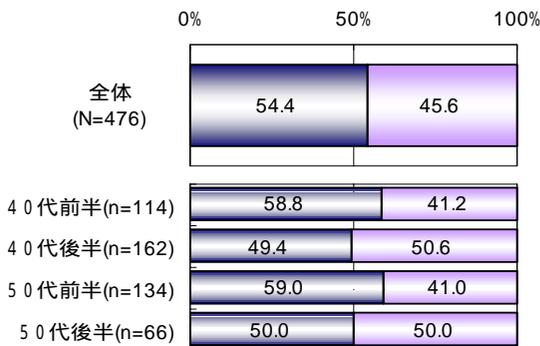
娘のファッションをコーディネートすることがある

母親に自分のファッションをコーディネートされることがある



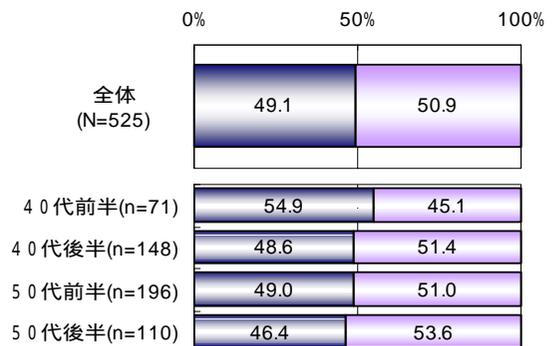
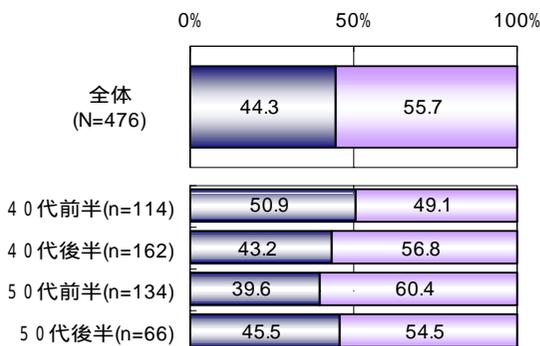
娘と服や化粧品などを貸し借りしている

母親と服や化粧品などを貸し借りしている



娘を連れて歩く母親はおしゃれだと思う

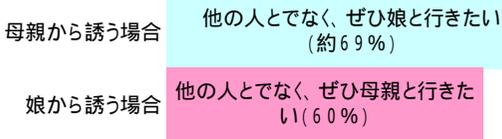
自分の母親はおしゃれだと思う



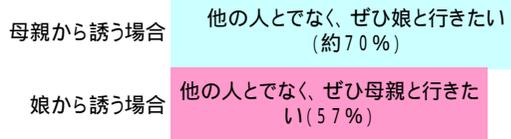
□ はい □ いいえ

事実 母親から娘を誘う場合と同様に、「ぜひ一緒にいきたい」という気持ちで母親をショッピングや食事に誘う娘の割合は高く、全体の6割を占める。しかし、映画、演劇、コンサート、カラオケ、アミューズメントパークなどに行くという場合には、積極的に母親を誘う娘は少ない。娘は母親ほど、カラオケなどで遊ぶ時間を共有したいという思いは強くない。

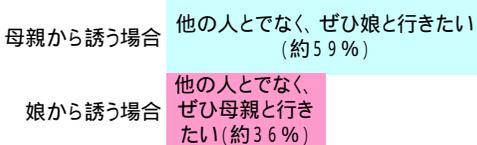
ショッピング



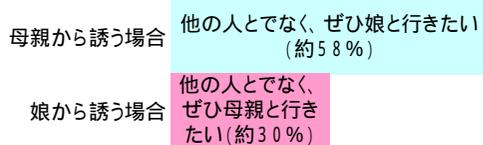
食事



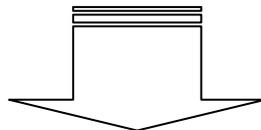
映画、演劇、コンサート等



カラオケ、アミューズメントパーク



事実 母親と二人でショッピングに行くと、母親にねだって予定外にお金を使わせてしまう娘は多い。母親が自分のためにお金を出してくれることを、10代後半の娘は特に期待している。娘と一緒に出かけると、母親の衝動買いの機会は増えている。



事実から推測される仮説

母親と娘はお互いに、「他の人とではなく、ぜひ一緒に」という気持ちでショッピングや食事を楽しんでいる。娘には、欲しいものがあつたら、ねだって買ってもらおうという魂胆があることも多々あるが、母親にとっては、喜ぶ娘の顔見たさゆえの、承知の上での買い物かもしれない。しかしながら、普段にもまして、娘と行動するときには母親の財布の紐が緩むことは確実といえよう。

一方、母親には、映画、演劇、コンサート、カラオケなども、娘と「ぜひ一緒に」楽しみたいという気持ちがあるようだが、娘のほうとしては、友達や彼氏と遊びに行きたいと思っている。母親は、友達の予定が急にダメになったり、行く相手がいないときの代役という位置付けらしい。

娘と一緒に行動することで、母親の衝動買いが喚起されることは多くのデータで裏付けられたが、加えて、ファッションやコスメなどの多くの情報を娘から得ていることも確認できた。娘から母親への口コミレポートは、友達間での口コミと同様、重要視されるべき情報源であり、見逃してはならない。

トピックスリサーチ

母と娘の消費行動に関するマーケティングデータ

～ 第 2 弾 ～

発行日 2006年3月25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