

**サラリーマン・OLのアフターファイブ
に関するマーケティングデータ
～サラリーマン編～**

朝日大学マーケティング研究所

調査概要

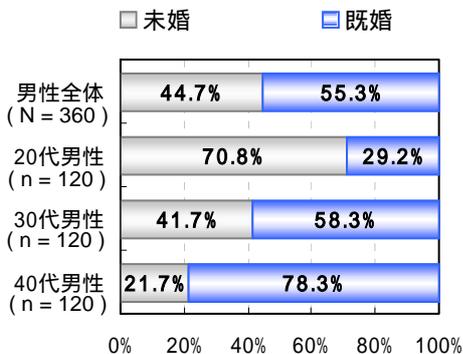
調査方法	Webアンケート
事前調査期間	2007年9月28日(金)～10月2日(火)
事前調査対象	首都圏在住の有職の20歳～49歳男女
有効回答	2842名
本調査期間	2007年10月2日(火)～10月5日(金)
本調査対象	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏在住の有職の20歳～49歳男女 ・一般給与取得者であること ・普段、夜勤ではないこと
有効回答	720名

属性	男性	女性
20代	120名	120名
30代	120名	120名
40代	120名	120名
計	360名	360名

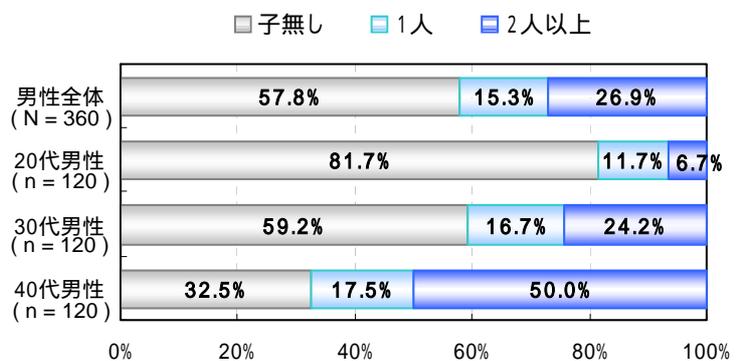
このレポートでは男性360名について報告する

【参考】回答者プロフィール

未既婚



子どもの人数

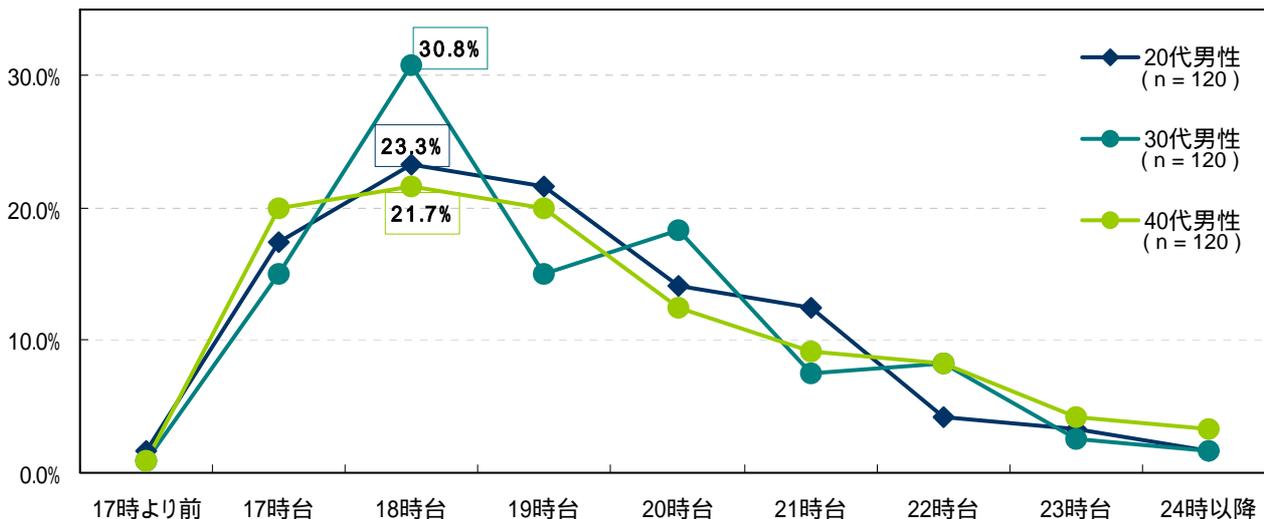


1. 普段、仕事を終える時間 と 最近3ヶ月でアフターファイブに行ったこと

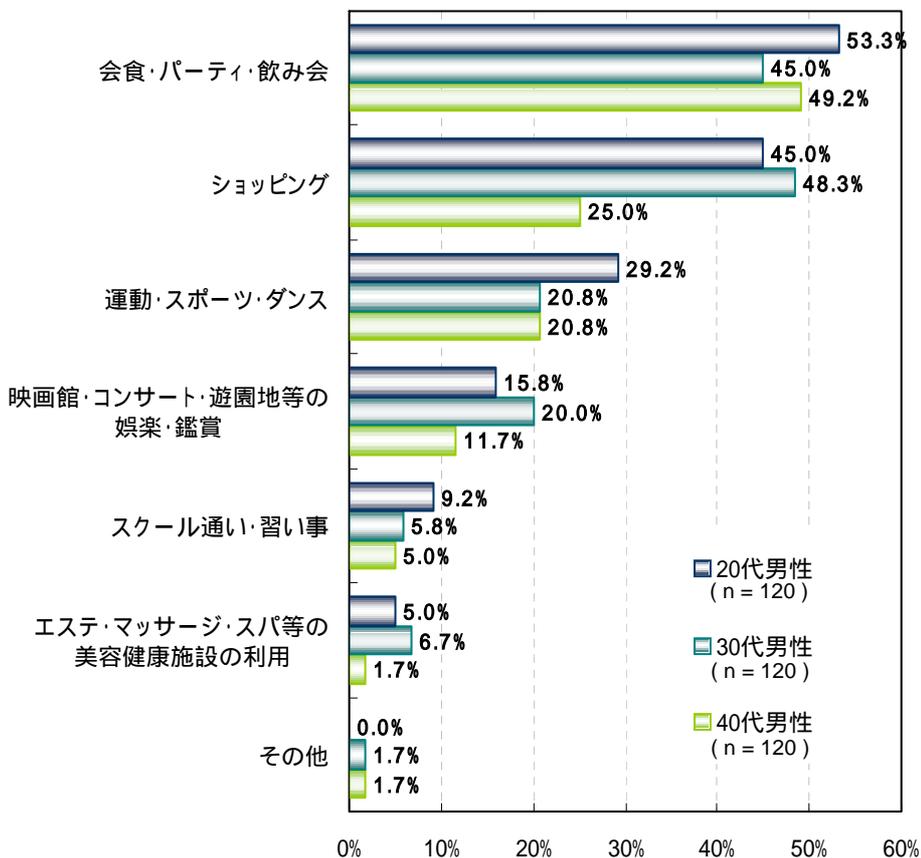
約半数が最近3ヶ月で会食・パーティ・飲み会を経験

普段、仕事を終える時間は、年代によってばらつきはあるものの、18時台をピークになだらかに広がっている。
 最近3ヶ月でアフターファイブに行ったことは、「会食・パーティ・飲み会(20代男性53.3%、30代男性45.0%、40代男性49.2%)」との回答が約半数で、次いで「ショッピング(20代男性45.0%、30代男性48.3%、40代男性25.0%)」が多かった。
 40代男性は、アフターファイブと言えば「会食・パーティ・飲み会」が主であり、20代男性や30代男性ほどバリエーションがないことがわかる。

普段、仕事を終える時間



最近3ヶ月でアフターファイブに行ったこと



2. アフターファイブに対する意識

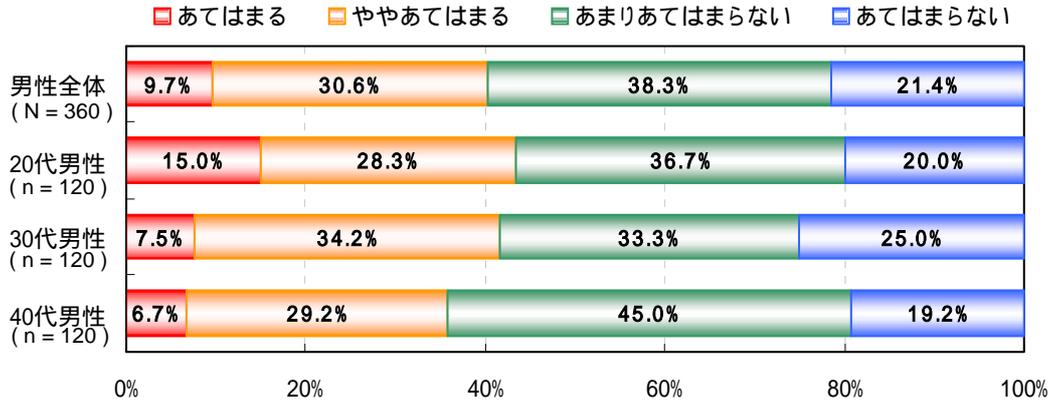
若い男性ほどアフターファイブが充実:アフターファイブの充実と相関が高いのは「遊び相手が多い」こと

「自分のアフターファイブは充実しているか」の質問では、全体の約10%が「あてはまる」と答え、年代別にみると、20代が15.0%と最も多く、若い男性ほどアフターファイブが充実している傾向がある。

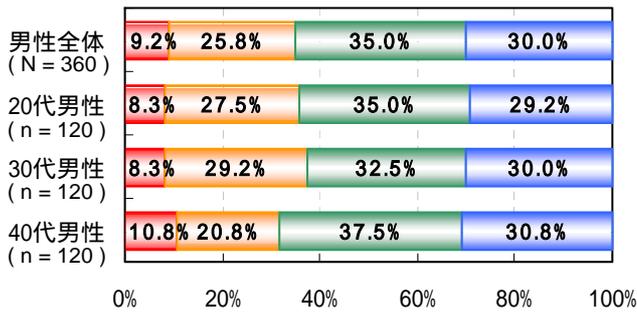
またアフターファイブについて、他の項目では、「遊び相手が多い」「話題のスポットに行くことが多い」が、若い男性ほど「あてはまる」と答える傾向がある。「帰宅したら家事仕事がある」では、40代男性で突出して「あてはまらない(53.3%)」が多い。

アフターファイブの充実と、他の項目とで相関をとったところ、20代・30代男性で「時間にゆとりがある」が最も相関が高く、40代では「遊び相手が多い」が、高かった。全体としては「遊び相手が多い」が最も相関が高かった。

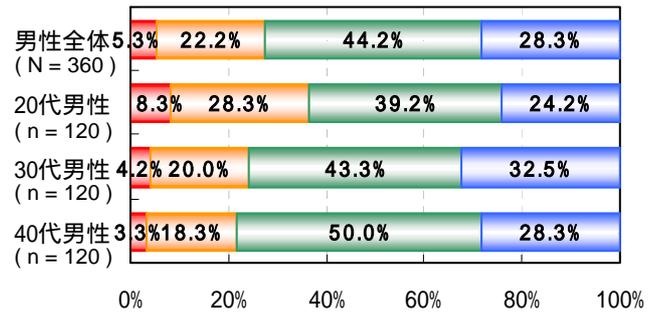
自分のアフターファイブは充実している



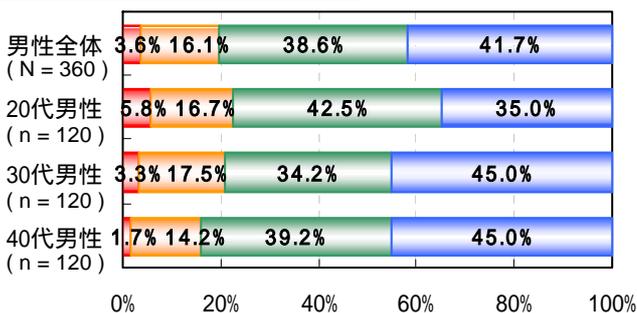
時間にゆとりがある



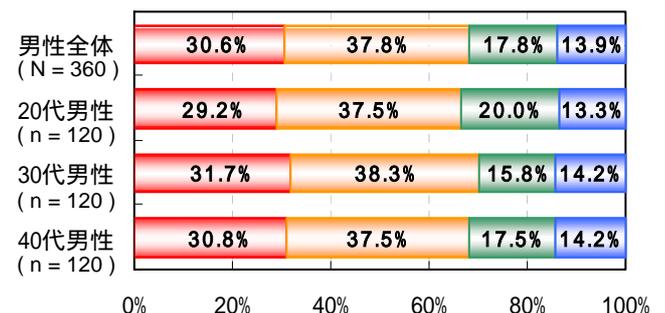
遊び相手が多い



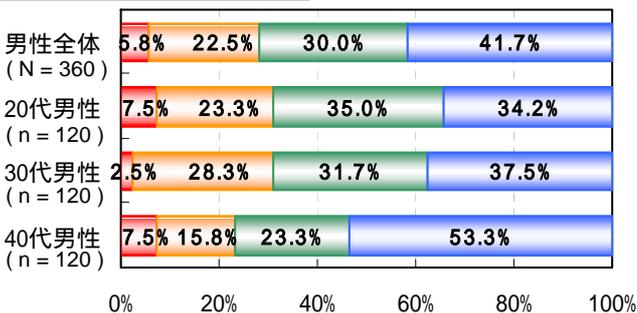
話題のスポットに行くことが多い



仕事とは無関係なことをしている



帰宅したら家事仕事がある



「自分のアフターファイブは充実している」と他の質問項目との相関係数

	男性全体	20代男性	30代男性	40代男性
時間にゆとりがある	0.473	0.534	0.572	0.307
遊び相手が多い	0.500	0.529	0.486	0.464
話題のスポットに行くことが多い	0.368	0.400	0.454	0.206
仕事とは無関係なことをしている	0.386	0.415	0.357	0.396
帰宅したら家事仕事がある	0.111	0.019	0.107	0.199

3. アフターファイブにどこにも寄らず帰る日数：寄った場合に使う時間

週4日は仕事後どこにも寄らず家に帰る：寄った場合、使う時間は平均116分

アフターファイブにどこかに寄ることが多いかどうかを曜日別にみると、「どこかに寄ることが多い」「どちらかといえば寄ることが多い」の項目が金曜で高く、次いで、水曜、木曜、火曜、月曜の順になる。

一週間あたりのアフターファイブにどこにも寄らずそのまま家に帰る日数は、男性全体で平均3.93日であり、年代差は大きくない。

一週間あたりのアフターファイブにどこにも寄らずそのまま家に帰る日数を「自分のアフターファイブは充実している」の回答別にみると、「あてはまる(男性全体の9.7%)」で平均2.51日となり、週5日勤務を仮定した場合、半分は、アフターファイブにどこかに寄っている計算となる。一方で「あてはまらない(男性全体の21.4%)」では平均4.90日である。

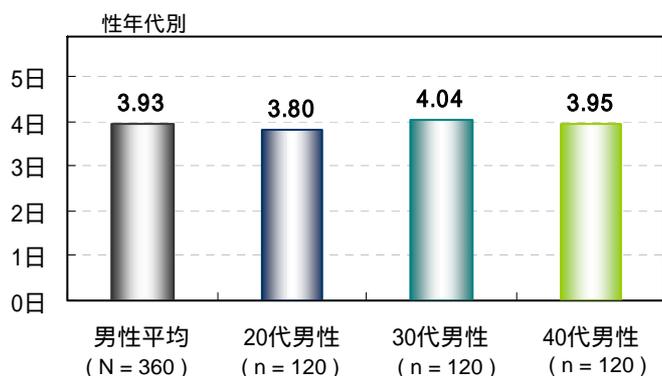
アフターファイブにどこかに寄ったとき使う時間は、男性全体で平均116分である。男性40代で平均133分であり他の年代に比べやや長い。「自分のアフターファイブは充実している」の回答別でみると「あてはまる」と回答した人で平均145分である。

曜日別：アフターファイブにどこかに寄ることが多いかどうか

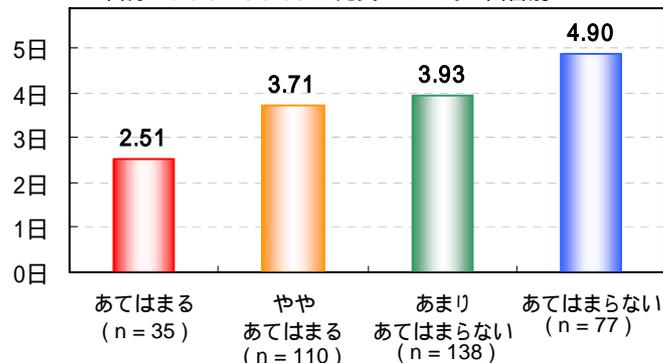
(N = 360)



アフターファイブにどこにも寄らずそのまま家に帰る日数(一週間あたり)

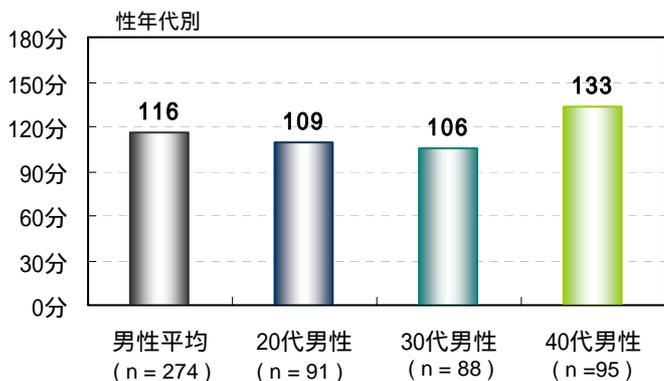


「自分のアフターファイブは充実している」の回答別

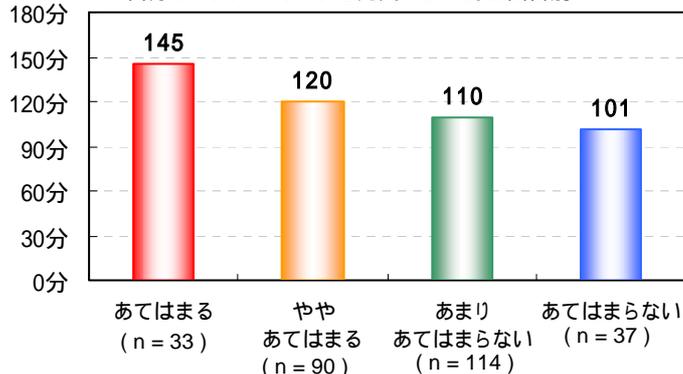


アフターファイブにどこかに寄ったときに使う時間(分)

「0分」の回答は平均計算に含めていない



「自分のアフターファイブは充実している」の回答別

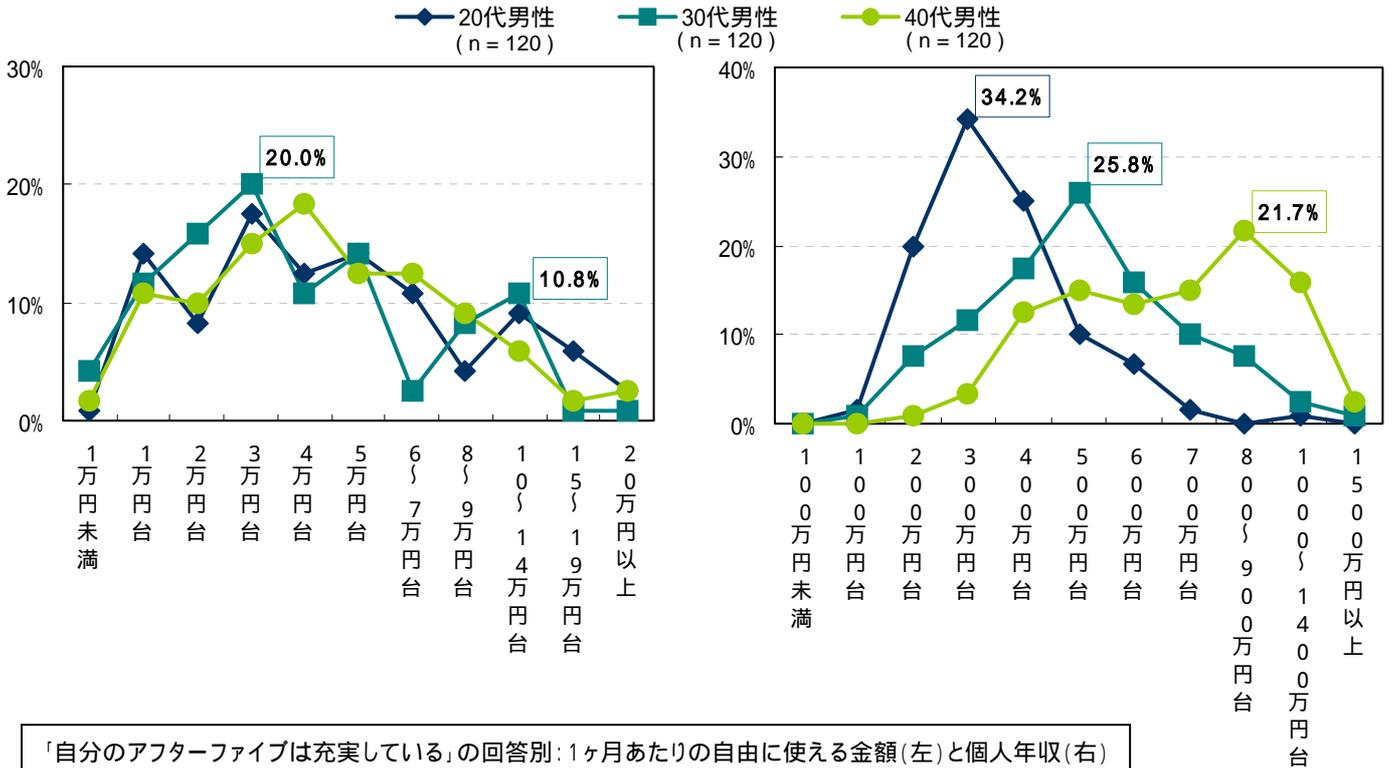


4. 1ヶ月あたりの自由に使える金額と個人年収

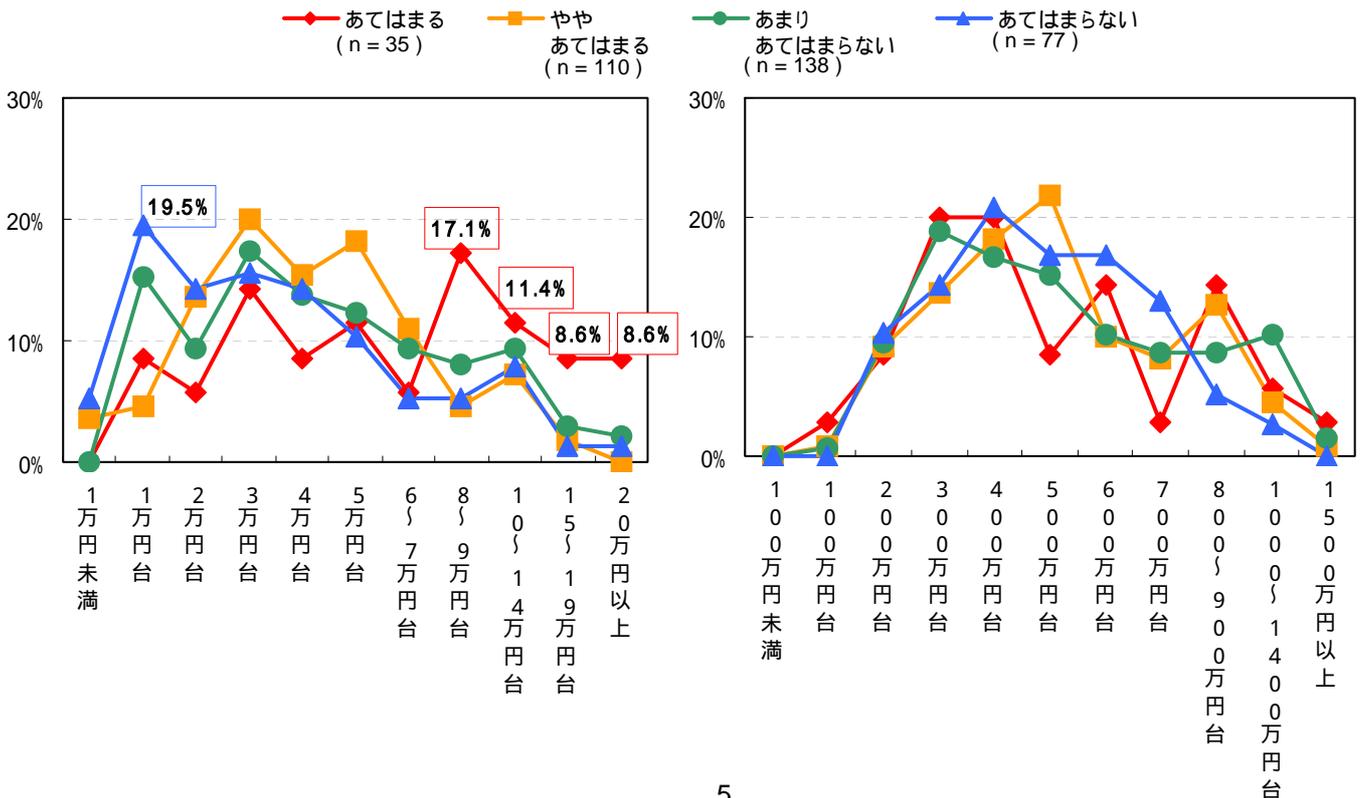
アフターファイブが充実している人の4割強は1ヶ月あたりに自由に使える金額が8万円を超えている

1ヶ月あたりに自由に使える金額と年収を年代別にみると、年収に大きく年代差があるものの、1ヶ月あたりに自由に使える金額には大きな差がない。30代男性に注目すると、1ヶ月あたりに自由に使える金額の「3万円台(20.0%)」と「10~14万円(10.8%)」に山があり、二極化している様子が伺える。
 「アフターファイブが充実しているか」の回答別にみると、1ヶ月あたりに自由に使える金額において、「あてはまる」と答えた人の45.7%は8万円以上である。

性年代別: 1ヶ月あたりの自由に使える金額(左)と個人年収(右)



「自分のアフターファイブは充実している」の回答別: 1ヶ月あたりの自由に使える金額(左)と個人年収(右)



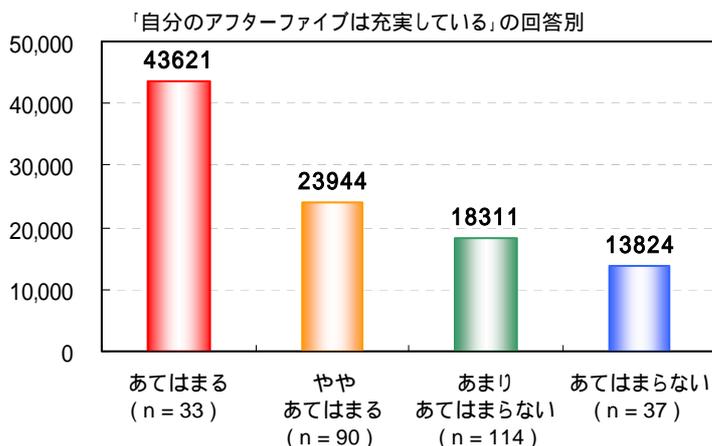
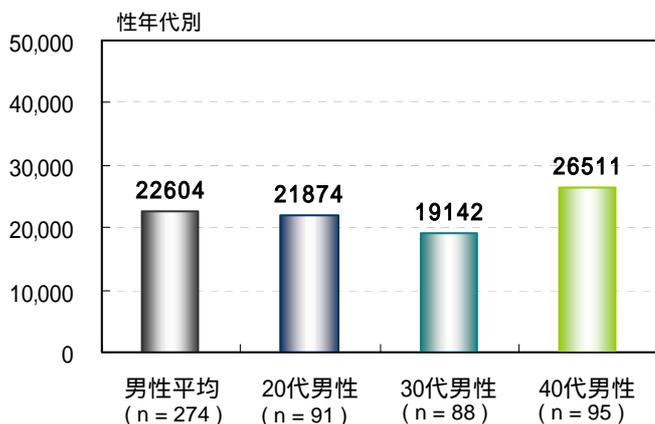
5. アフターファイブで消費する金額

アフターファイブで使う金額は1ヶ月あたり平均22604円

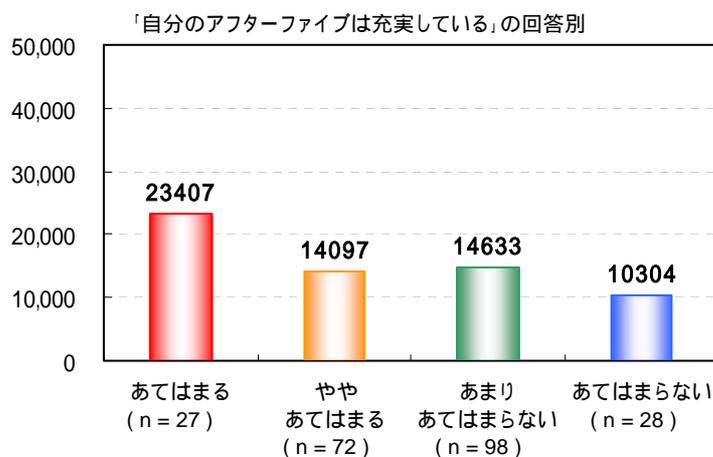
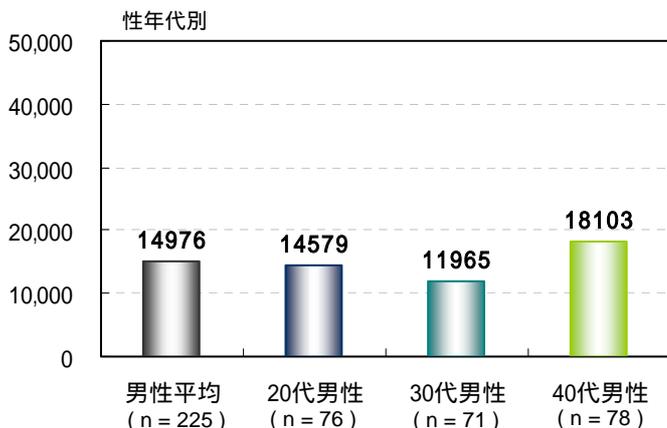
1ヶ月あたりにアフターファイブで使う金額は男性全体で平均22604円であり、40代男性(平均26511円)が高く、20代(平均21874円)、30代(平均19142円)と続く。「自分のアフターファイブは充実している」の回答別にみると、「あてはまる」で平均43621円と高い。アフターファイブで使う金額のうち「会食・パーティ・飲み会」で使う金額は男性全体で平均14976円、「ショッピング」では男性全体で平均9264円となっており、双方とも40代男性、20代男性、30代男性の順に金額が低くなる。平均で見ると、30代男性は他の年代に比べ、あまりお金を使っていないと言える。

1ヶ月あたりアフターファイブで使う金額の総額

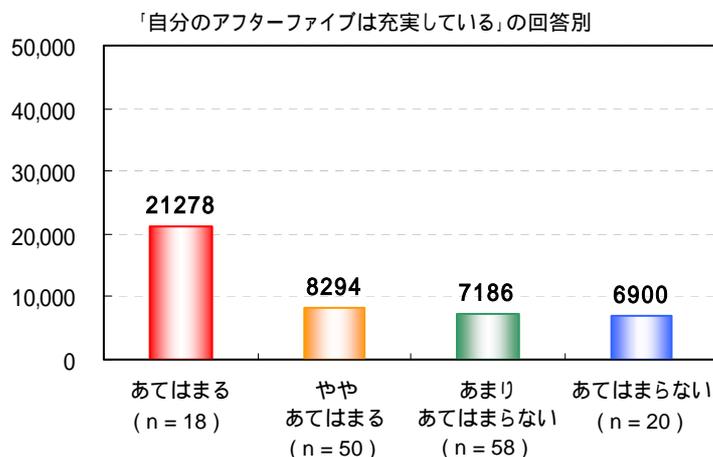
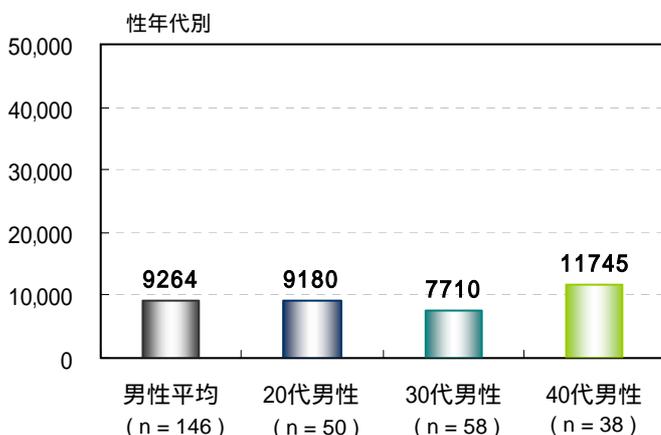
いずれの項目も「0円」の回答は平均計算に含めていない



1ヶ月あたりアフターファイブで「会食・パーティ・飲み会」に使う金額



1ヶ月あたりアフターファイブで「ショッピング」に使う金額



結果 アフターファイブの充実と相関が高いのは「遊び相手が多い」こと

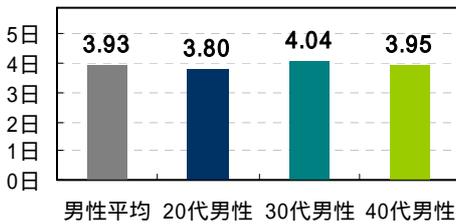
「自分のアフターファイブは充実している」と他の項目との相関

	男性全体	20代男性	30代男性	40代男性
時間にゆとりがある	0.473	0.534	0.572	0.307
遊び相手が多い	0.500	0.529	0.486	0.464
話題のスポットに行くことが多い	0.368	0.400	0.454	0.206
仕事とは無関係なことをしている	0.386	0.415	0.357	0.396
帰宅したら家事仕事がある	0.111	0.019	0.107	0.199

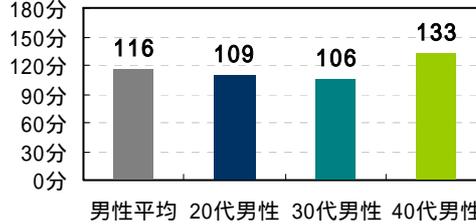
20代男性、30代男性では「時間にゆとりがある」が、最も相関が高く、40代男性では「遊び相手が多い」が最も相関が高い。時間とお金には融通の利く40代男性も、遊び相手には融通が利かないことが推察される。

結果 週4日はアフターファイブにどこにも寄らず家に帰る：寄った場合、使う時間は約2時間

アフターファイブにどこにも寄らないで帰る日数(週)



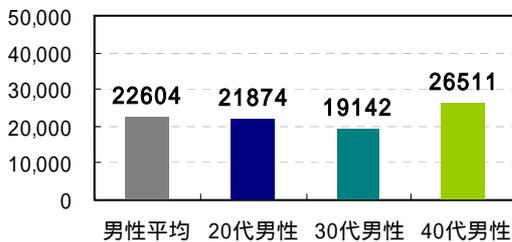
アフターファイブにどこかに寄ったときに使う時間(分)



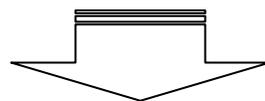
週5日勤務を仮定すると、平均して週に1日はアフターファイブにどこかに寄っており、寄った場合は、約2時間ほど時間を使う。

結果 アフターファイブに使う金額の平均は22604円：40代男性、20代男性、30代男性の順に低くなる

1ヶ月あたりアフターファイブに使う金額



アフターファイブに使う金額は月に平均2万円程度。40代男性が最も高く、次いで20代男性、30代男性と低くなる。この傾向は、結果におけるアフターファイブに使う時間と同じであり、平均的にみて40代男性はお金も時間も使っている。一方で30代男性はお金も時間もあまり使っていない傾向がある。



結果から推測される仮説

「充実しているかどうか」といった個人の感覚は、自分の周囲や、過去の経験との比較によって得られやすい。20代男性、30代男性では自由に使える時間とお金アフターファイブの充実度に結びつきやすいが、若い時に比べてお金と時間に融通が利く40代男性では「遊び相手が多い」ことが、アフターファイブの充実度を規定すると考えられる。

平均して、30代男性は、20代・40代男性よりもアフターファイブでの時間とお金の使い方が控えめであることがわかった。これは20代の頃より年収が増えている一方で仕事量や結婚によるライフスタイルの変化によって、自由に使える時間とお金は減っていることが原因と考えられる。

男性に関しては、アフターファイブは「会食・パーティ・飲み会」「ショッピング」が主であり、バリエーションに乏しい。しかし「自分のアフターファイブは充実している」という1割程度のアフターファイブ男(充実層)は、消費のバリエーションも豊富で、週の半分はアフターファイブにどこかに寄ったり、平均の2倍近いお金を使う。アフターファイブという限られたシーンでは、行動力・購買力の高い層にターゲットを絞ることがマーケティング戦略上、重要となるだろう。

トピックスリサーチ

サラリーマン・OLのアフターファイブに関するマーケティングデータ
～サラリーマン編～

発行日 2007年10月19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