

「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」の実践状況 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】

	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. どれくらいの人「朝活」を行っているのか？

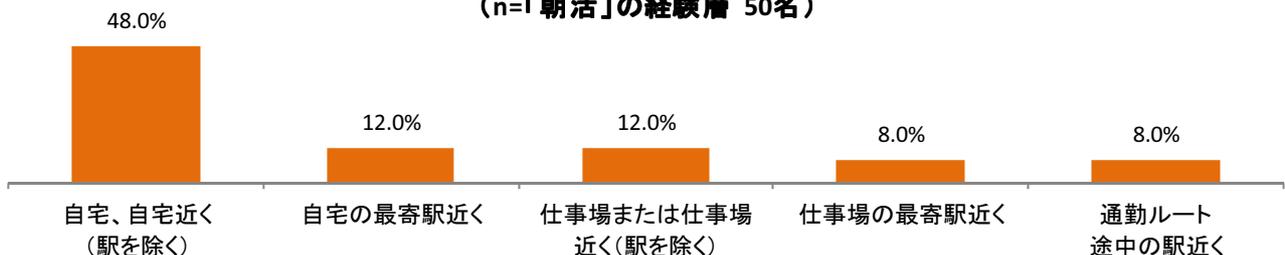
- ✓ 「朝活」の経験率(11.6%)は1割台で、意向率(19.4%)も2割未満。社会的に話題性はあるが、**実践者はまだ少数**。
- ✓ 相対的に、「朝活」に対して積極的な姿勢が見られるのは30代。
- ✓ 経験率は男性が女性を上回るが、**意向率は女性が男性を上回る**。今後、「朝活」の中心的な実践層は、男性から女性に移る可能性がある。
- ✓ 「朝活」の実践率は、早い時間に家を出る層のほうが高いと思われがちだが、実態的には**遅い時間に出る層のほうが高い**。これは現在までの「朝活」が、**自宅周辺で行われるケースが多い**ためと思われる。

Q. 現在、仕事のある日の朝に、「朝活」を行っていますか？				経験率	意向率	
合計(N=432)	7.2%	19.4%	4.4%	69.0%	11.6%	19.4%
男性(n=211)	8.5%	16.6%	6.2%	68.7%	14.7%	16.6%
女性(n=221)	5.9%	22.2%	2.7%	69.2%	8.6%	22.2%
20代(n=104)	6.7%	19.2%	3.8%	70.2%	10.6%	19.2%
30代(n=116)	9.5%	24.1%	7.8%	58.6%	17.2%	24.1%
40代(n=108)	7.4%	17.6%	1.9%	73.1%	9.3%	17.6%
50代(n=104)	4.8%	16.3%	3.8%	75.0%	8.7%	16.3%
7時までに家を出る層(n=87)	6.9%	17.2%	3.4%	72.4%	10.3%	17.2%
7時台前半に家を出る層(n=91)	4.4%	19.8%	7.7%	68.1%	12.1%	19.8%
7時台後半に家を出る層(n=78)	5.1%	23.1%	2.6%	69.2%	7.7%	23.1%
8時台前半に家を出る層(n=88)	9.1%	13.6%	3.4%	73.9%	12.5%	13.6%
8時台後半以降に家を出る層...	10.2%	23.9%	4.5%	61.4%	14.8%	23.9%

- 行っている
- これまでに行ったことはないが、今後何かやろうと思っている
- 過去に行っていたが、今は行っていない
- これまでも将来も行おうとは思っていない

※経験率：「行っている」+「過去に行っていたが、今は行っていない」
 ※意向率：「これまでに行ったことはないが、今後やろうと思っている」

Q. 仕事のある日に、「朝活」を行っている(た)場所はどこですか？ (n=「朝活」の経験層 50名)

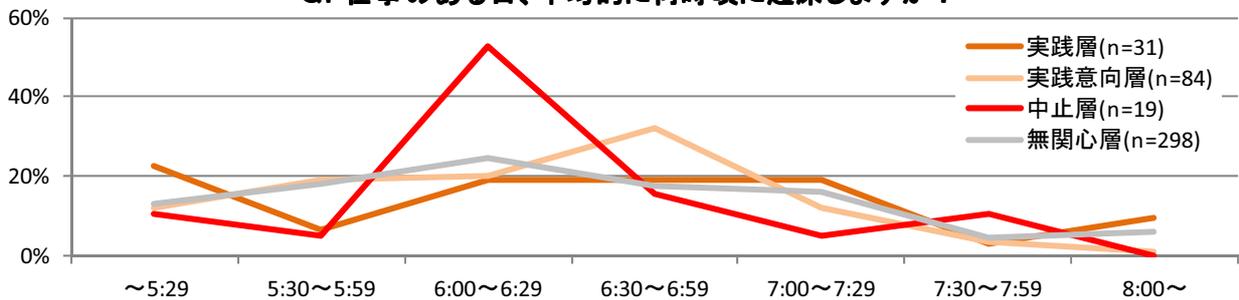


2. どんな人が「朝活」を行っているのか？

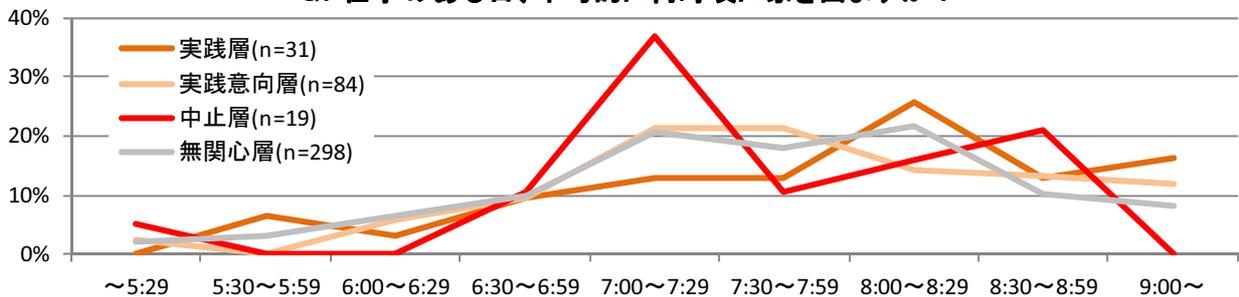
- ✓ 各層で、起床時間と出発時間に大きな差はみられない。実践層は目立って早く起きたり、家を出たりしているわけではない。
- ✓ 通勤時間でも、実践層と無関心層のあいだに大差はみられない。時間的な余裕は、「朝活」を促す主な要因にはなっていない。
- ✓ 交通手段では、実践層において「鉄道」の利用率が高く、「バス」「自転車」の利用率が低い。実践層には **自宅から最寄り駅までの距離が短い層**が多いと推察できる。

※「朝活」について…実践層:やっている 実践意向層:今後やりたい 中止層:やっていたが止めた 無関心層:やるつもりはない

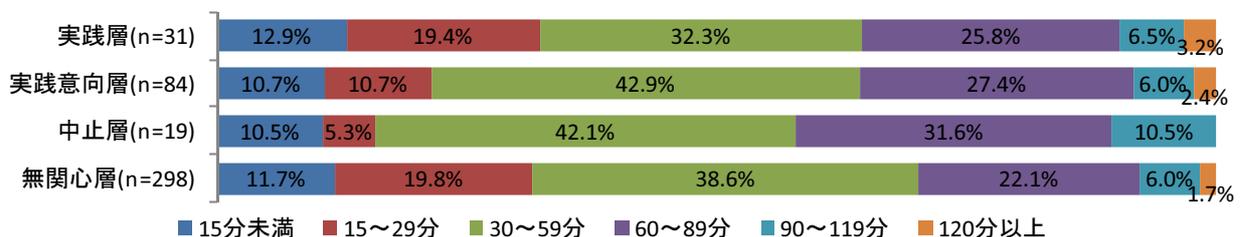
Q. 仕事のある日、平均的に何時頃に起床しますか？



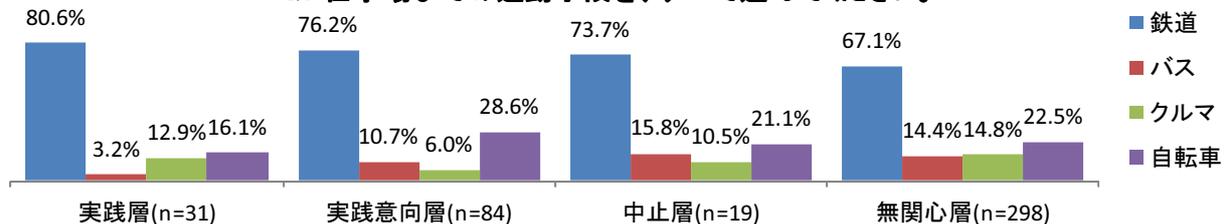
Q. 仕事のある日、平均的に何時頃に家を出ますか？



Q. 職場までの通勤時間は、おおよそどのくらいですか？



Q. 職場までの通勤手段を、すべて選んでください。

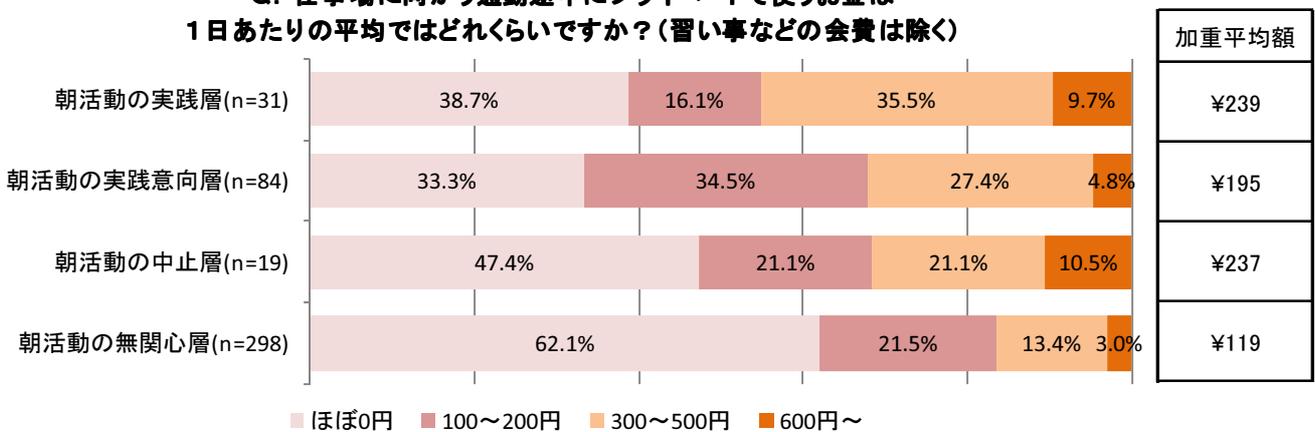


3. 「朝活」を行うと、朝の消費金額は増えるのか？

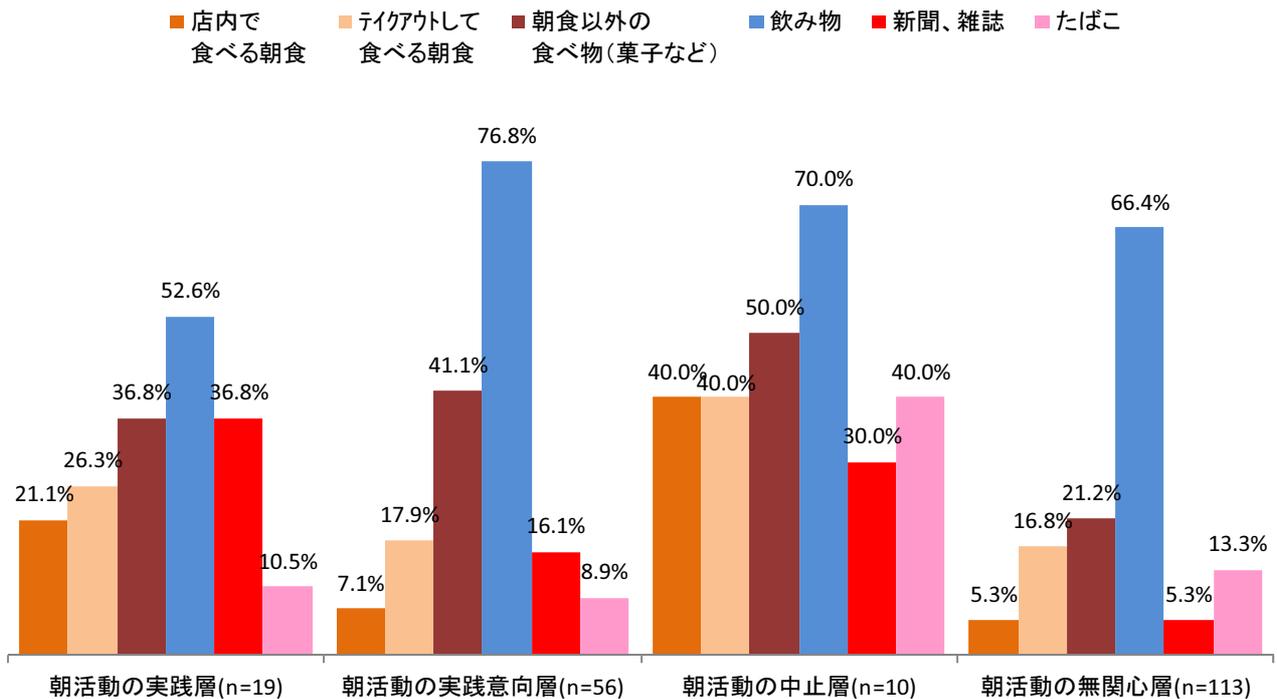
- ✓ 朝の通勤途中の平均的な消費金額は、実践層(239円)と中止層(237円)で1日あたり200円を超えた。いずれも「朝活」の経験層であり、無関心層(119円)の**約2倍の金額**であった。
- ✓ その使用用途の特徴として、外での朝食(店内、テイクアウト)が挙げられる。「朝活」の未経験層(実践意向層、無関心層)に比べると、経験層は、朝の通勤途中に**外で食事を摂る割合が明らかに高い**。
- ✓ 「朝活」に伴って、外食を中心に**朝の消費が増える**傾向がみられる。

※「朝活」について…実践層:やっている 実践意向層:今後やりたい 中止層:やっていたが止めた 無関心層:やるつもりはない

Q. 仕事場に向かう通勤途中にプライベートで使うお金は1日あたりの平均ではどれくらいですか？(習い事などの会費は除く)



Q. 仕事場に向かう通勤途中にプライベートで使うお金の主な使用用途をすべて選んでください。(n=使うお金が100円以上の層)

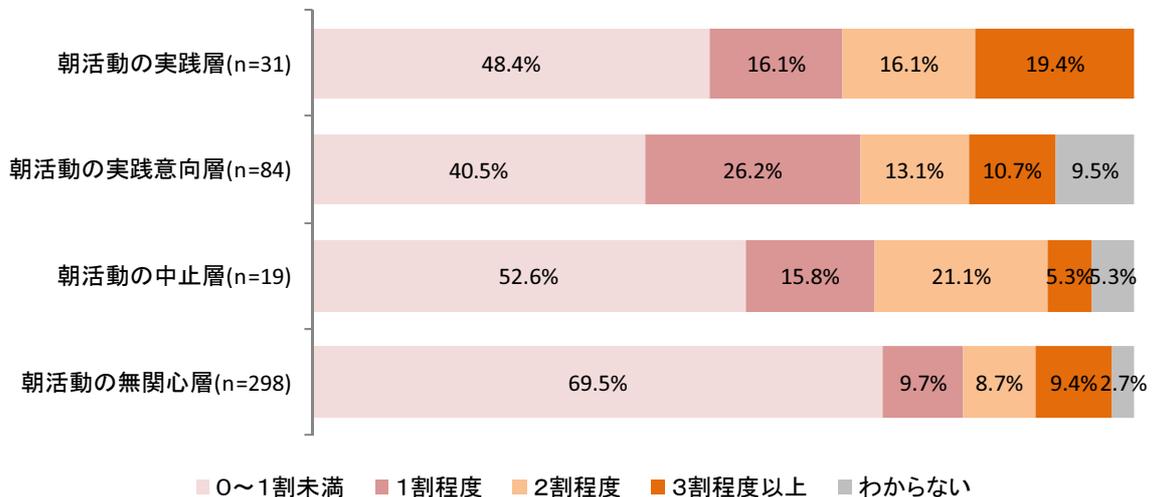


4. 「朝活」は、朝の消費市場の規模を広げるか？

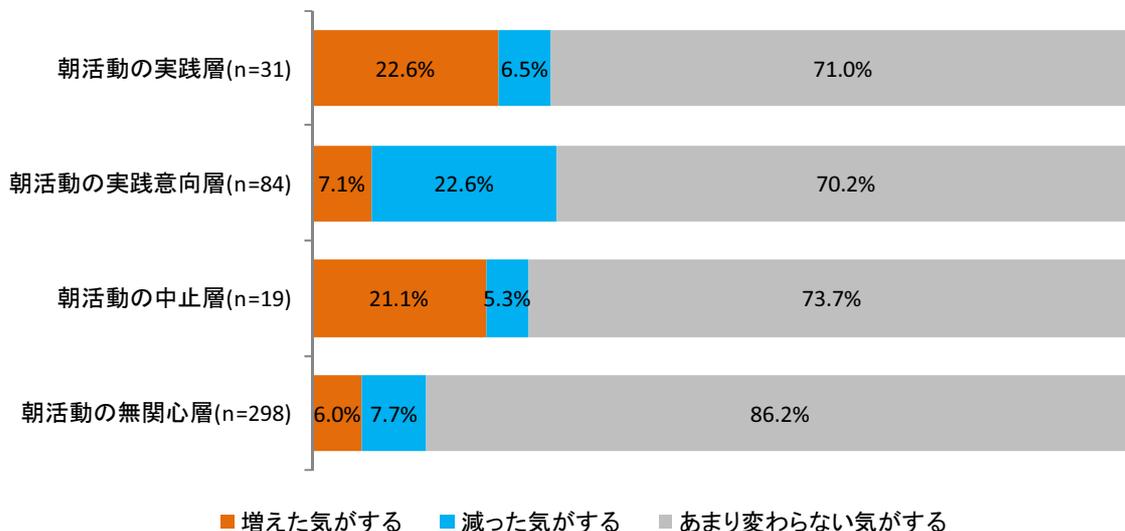
- ✓ 「朝活」の実践層では、朝の通勤途中の消費金額が小遣いの3割以上を占める、とした比率が約2割(19.4%)だった。これは他層の約2倍の規模。今後、「朝活」の実践者が増えれば、市場規模も相応に広がってくるものと思われる。
- ✓ 実践者の実感としても、1年前より朝の消費金額が「増えた」と感じる層(22.6%)が多くなっている。
- ✓ また中止層においても、1年前より「増えた」と感じる層(21.1%)が2割を超えている。「朝活」を行っていた頃の朝の外食などの消費行動が、そのまま習慣として残った可能性がある。

※「朝活」について…実践層:やっている 実践意向層:今後やりたい 中止層:やっていたが止めた 無関心層:やるつもりはない

Q. 仕事のある日の朝の通勤途中でプライベートに使う金額は、1か月にプライベートで使う総金額の何割くらいを占めますか？(習い事などの会費などを含む)



Q. 仕事のある日の朝の通勤途中でプライベートに使う金額は、1年前に比べて変化しましたか？



※「朝活」について…実践層:やっている 実践意向層:今後やりたい 中止層:やっていたが止めた 無関心層:やるつもりはない

● 実践者はまだ少なく、話題性が先行している

「朝活」という言葉を耳にする機会は増えたが、経験率(=実践層と中止層を合わせたシェア)は約1割に留まった。実践意向層も2割未満であり、爆発的なブームとは言い難い状況。現在は、30代~40代における実践層が比較的多い。

性別で相対的にみると、男性には中止層が多く、女性には実践意向層が多かった。「朝活」に取り組んだものの既にギブアップした層が多いのが男性、話題に乗ってこれから取り組もうと思っている層が多いのが女性という構図。今後は、「朝活」の主役が男性から女性に移るかもしれない。

「朝活」というと朝早くから活動するイメージが強いが、実践率は朝8時以降に仕事に向けて家を出る層で高かった。これは現在の「朝活」が、仕事場近辺ではなく、自宅近辺で行われる割合が高いためである。

属性で言えば20代や女性、場所で言えば仕事場近辺、などが、将来的な「朝活」の活発化に向けたキーワードになりそうだ。

● 朝の時間的な余裕は、「朝活」の必須要件ではない

「朝活」の実践層と無関心層の起床時間、仕事への出発時間を比べても、それほど大きな差異はみられなかった。「朝活」の実践層は特に早く、起きたり、家を出たりしているわけではない。通勤時間にも大きな差はみられなかった。現状では、朝の時間に余裕があることは、「朝活」の実践に向けた必須要件ではない。

ただし、通勤手段には一定の傾向が読み取れた。実践層は無関心層より鉄道の利用率が高く、バスや自転車の利用率が低かった。実践層には、鉄道駅を経由する通勤者が多かった。多くの実践層は自宅近辺で「朝活」を行うが、その背景には、バスや自転車を使わずに駅まで行ける立地上の便利さがあるようだ。

● 「朝活」の実践層は、朝の消費金額が多い

朝の通勤途中にプライベートで使うお金は、1日あたりの平均で、実践層:239円、実践意向層:195円、中止層:237円、無関心層:119円だった。「朝活」の実践層、中止層の金額がいずれも200円を超えた。中止層は既に「朝活」から離れているが、実践時の消費行動習慣がそのまま残ったとも考えられる。「朝活」は朝の消費拡大に寄与する可能性がある。

その使いみちの主な特性として、外で採る朝食(店内、テイクアウトを問わず)が挙げられる。実践層、中止層とも、朝食を外で食べる割合が相対的に高かった。今後、「朝活」の実践層が広がれば、それに伴って朝食の外食化が進むかもしれない。

● 「朝活」には、朝の消費を拡大させる効果を期待できる

「朝活」の実践層では、1か月の小遣い総額に占める、朝の通勤途中にプライベートで使うお金の割合が他層より高かった。実践層の朝の消費行動は相対的に活発である。「朝活」の実践層はまだ少数派だが、これが増えれば、朝の消費規模も相応に広がる可能性がある。

興味深いのは、「朝活」を既にギブアップした中止層においても、「1年前に比べて朝の消費金額が増えた」と感じる層が多かったこと。「朝活」を止めても、それに伴って生まれた朝食の外食化などの習慣はそのまま残る可能性が高い。「朝活」には、その継続状況に関わらず、朝の消費を拡大させる効果を期待できる。

トピックスリサーチ

「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」の実践状況 編～

発行日 2013年12月24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
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp