

世代間意識の違いに  
関するマーケティングデータ  
～生活行動 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 : 2019年 2月12日 (火) ~ 2月14日 (木)
- 調査対象 : 首都圏在住の女性 20歳~69歳
- 有効回答 : 516名

【内訳】

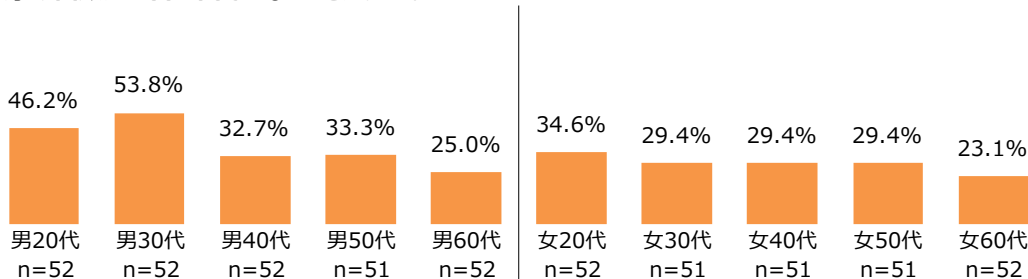
男性	20代 52名	女性	20代 52名
	30代 52名		30代 51名
	40代 51名		40代 51名
	50代 52名		50代 51名
	60代 52名		60代 52名
<hr/>			
合計	259名		257名

食事スタイルは世代ごとに特徴がある。若い世代には、1日3回、自宅で調理など、従来型ではない人が多くなっている。男性は自宅でも夕食を1人で食べることが多く、20代はほぼ半数が食事中にスマホを操作する。

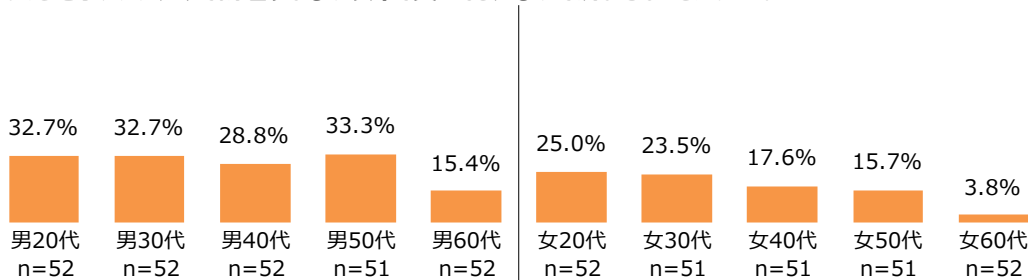
- 食事の回数が1日3回ではないことが多いと回答した割合は、男30代（53.8%）、男20代（46.2%）で高い。
- 夕食を電子レンジで調理するものや外で買ってきたもので済ませることが多いと回答した割合は、男性の60代以外で約3割、女性の20～30代で2割台となっている。
- 自宅でも夕食は1人で食べていることが多いと回答した割合は、男30代（48.1%）、男20代（44.2%）、男50代（43.1%）で4割以上と高い。
- 食事をしながらスマホを操作すると回答した割合は、男20代（55.8%）と女20代（48.1%）が目立って高い。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

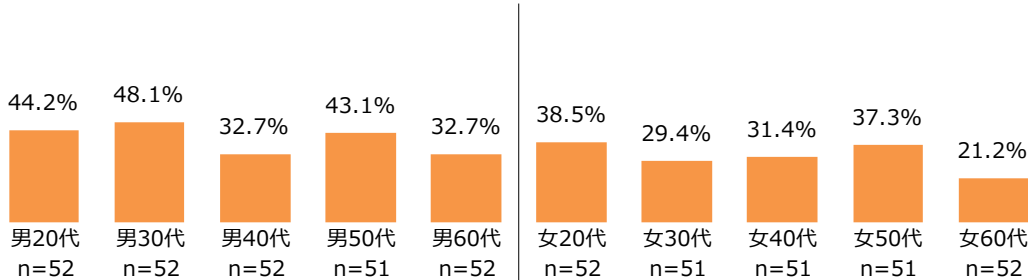
### Q.食事の回数が1日3回ではないことが多い。



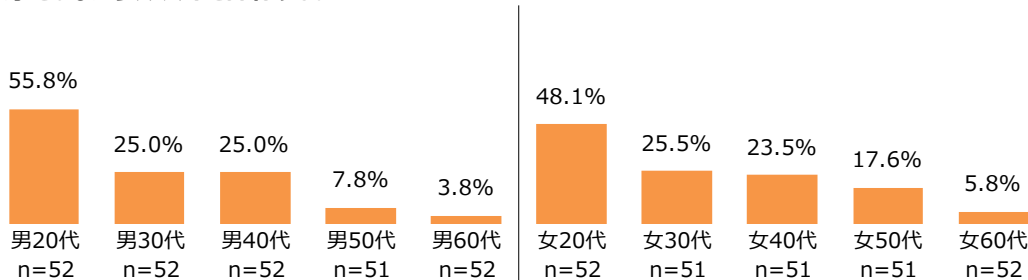
### Q.夕食を電子レンジだけで調理するものや外で買ってきたもので済ませることが多い。



### Q.自宅でも、夕食は1人で食べていることが多い。



### Q.食事をしながら、スマホを操作する。

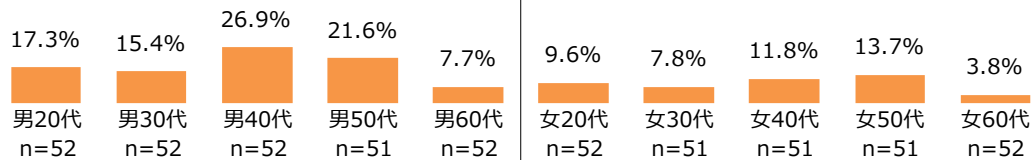


若い世代は、外出先でも様々な用途でスマホを使う。対照的に、50～60代は場所確認にスマホを使う人も少なめ。ただし、今のところ、スマホの決済アプリを最もよく使っているのは男40～50代。

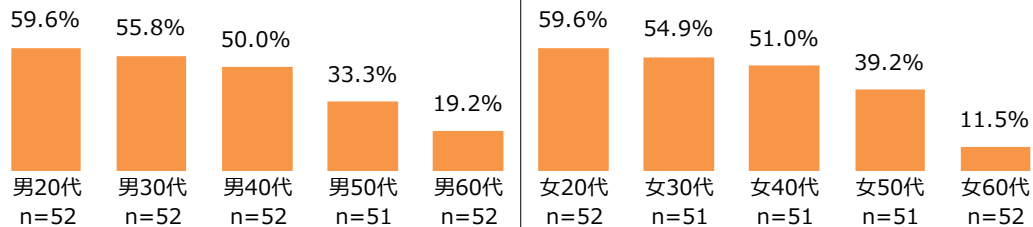
- スマホの決済アプリを利用していると回答した割合は、男40代（26.9%）と男50代（21.6%）が高い。
- 外出中にスマホで場所を確認すると回答した割合は、男女の20～40代で5割以上。
- 外出中にスマホでゲームをやると回答した割合は、男20代（55.8%）が高く、女性でも20代（34.6%）が高い。
- 外出中にスマホで動画を見ると回答した割合は、ゲーム同様に男女の20代が高い。一方で、男50～60代と20代を除く女性では2割未満と低い。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

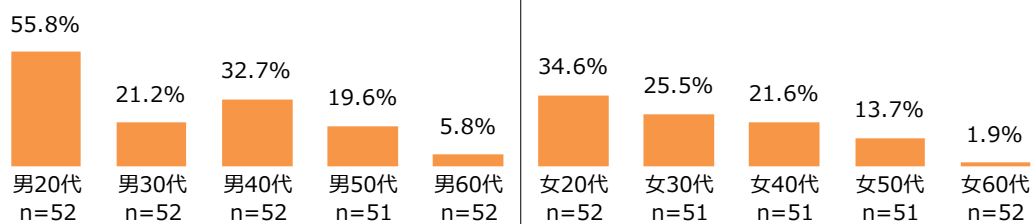
### Q.スマホの決済アプリを利用している。



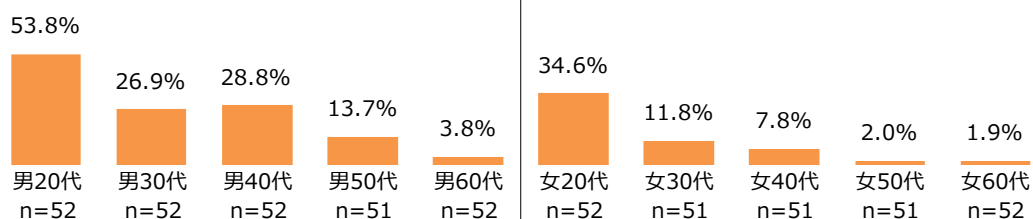
### Q.外出中に、スマホで場所を確認する。



### Q.外出中に、スマホでゲームをやる。



### Q.外出中に、スマホで動画を見る。

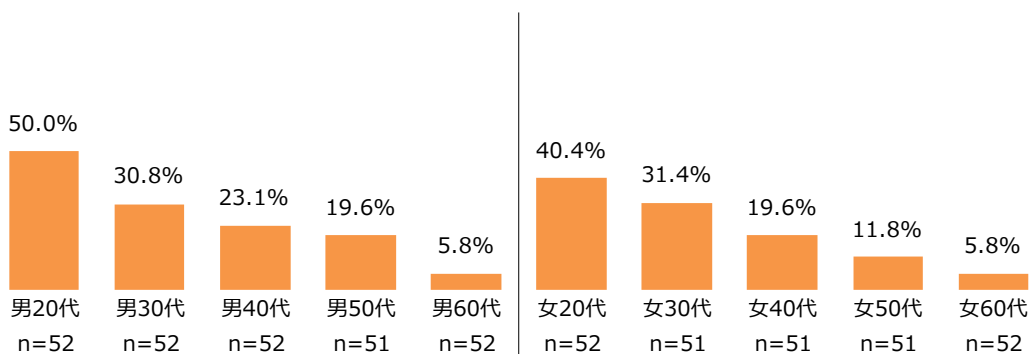


多くの若い世代の視覚や聴覚は、外出先でも外部には向かわず、スマホやイヤホンに向いている。

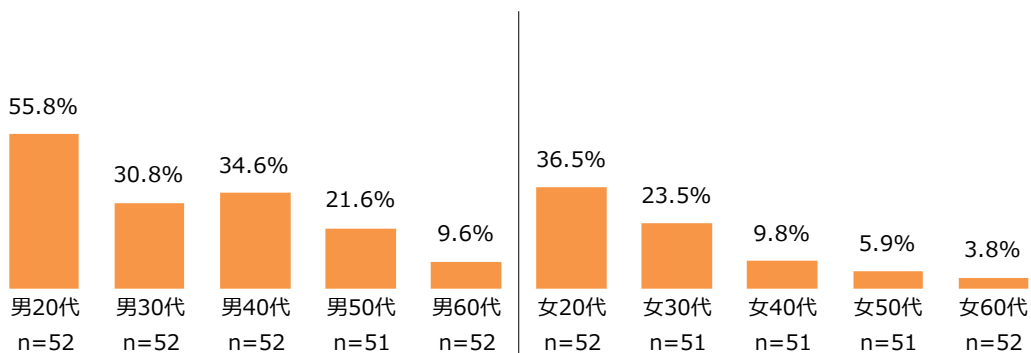
- 外出中に1人にいるときはスマホやタブレットを見ており周囲をあまり見ていないことが多いと回答した割合は、男20代（50.0%）と女20代（40.4%）で高く、世代が高いほど割合は低い。
- 外出中に1人にいるときはイヤホンやヘッドホンをして何かを聴いていることが多いと回答した割合は、視覚と同じように男20代（55.8%）と女20代（36.5%）で高い。視覚に比べて、女性の割合が低め。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

**Q.外出中に1人いるときは、スマホやタブレットを見ており、周囲をあまり見ていないことが多い。**



**Q.外出中に1人いるときは、イヤホンやヘッドホンをして、何かを聴いていることが多い。**

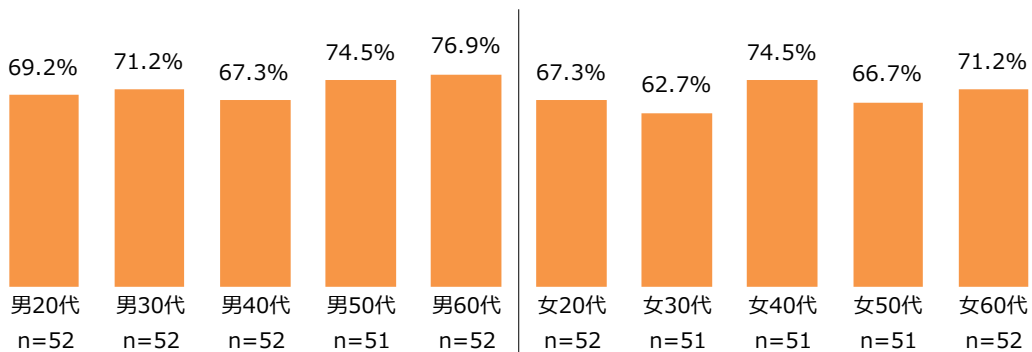


高額製品を買う際、多くがメーカーHPや評判をインターネットで確認。女性では、メーカーHPよりも評判を確認する割合のほうが高い。また、身体の調子や症状をインターネットで調べることが多いのは30~40代を中心とした女性。

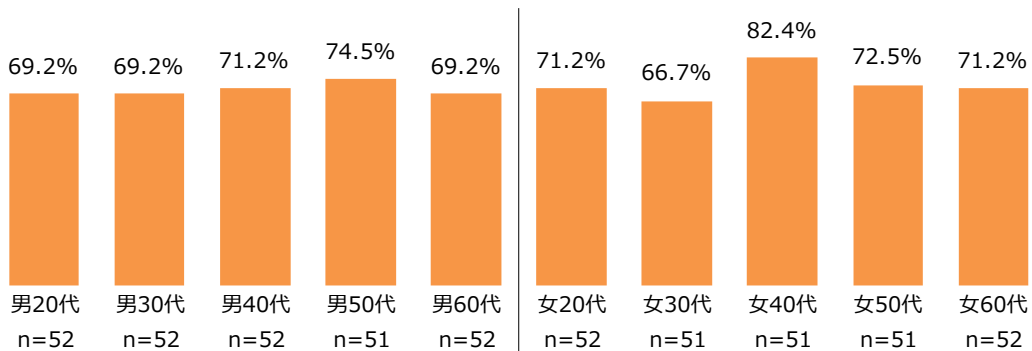
- 高額製品を買うときは事前にそのメーカーのホームページを確認していると回答した割合は、属性に関わらず6~7割。
- 高額製品を買うときは事前にその製品の評判をインターネットで確認していると回答した割合は、女40代(82.4%)で最も高く、その他でも約7割。メーカーHPを確認する割合と比べると女性（60代を除く）の割合が高い。
- 身体の調子や症状についてインターネットで調べると回答した割合は、女30~40代で8割以上と高い。各世代で比べると、60代を除き、男性より女性の割合が高くなっている。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

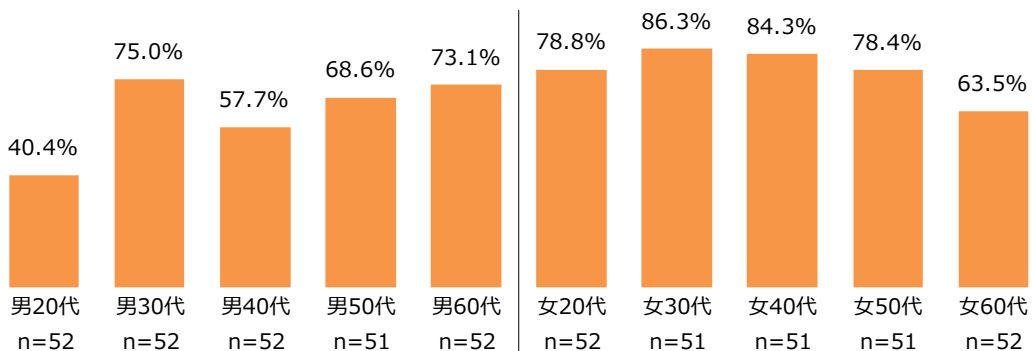
**Q.高額製品を買うときは、事前にそのメーカーのホームページを確認している。**



**Q.高額製品を買うときは、事前にその製品の評判をインターネットで確認している。**



**Q.身体の調子や症状について、インターネットで調べる。**

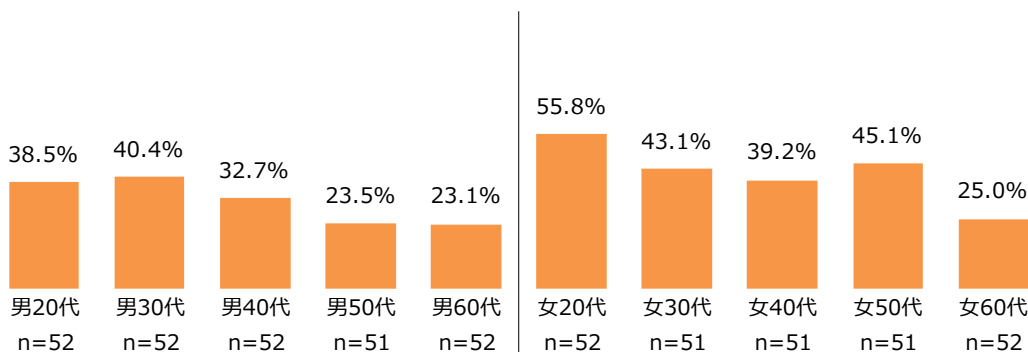


女性は男性に比べて、何かのために並ぶことを苦にしない。また、1日中、外に出ないで過ごすことが多いのも女性に多めだが、男女とも30代で最も割合が高い。健康のための運動や活動は、高い世代ほどよく行っている。

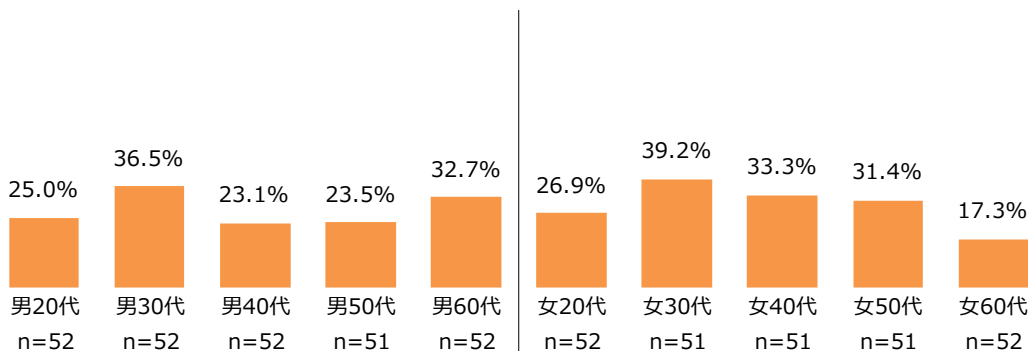
- 美味しいモノや欲しいモノのために並ぶのは苦にならないと回答した割合は、女20代（55.8%）で最も高く、女50代（45.1%）、女30代（43.1%）、男30代（40.4%）で4割以上。女性や若い世代で割合が高い。
- 1日中、外に出ないで過ごすことが多いと回答した割合は、女30代（39.2%）と男30代（36.5%）で高く、男女とも30代の割合が高い。60代を除き、男性より女性のほうが割合が高い。
- 健康のため何か具体的な運動や活動を行っていると回答した割合は、男60代（53.8%）と女60代（51.9%）で5割以上。男女とも60代の割合が高い。概ね、世代が高いほど割合も高い。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

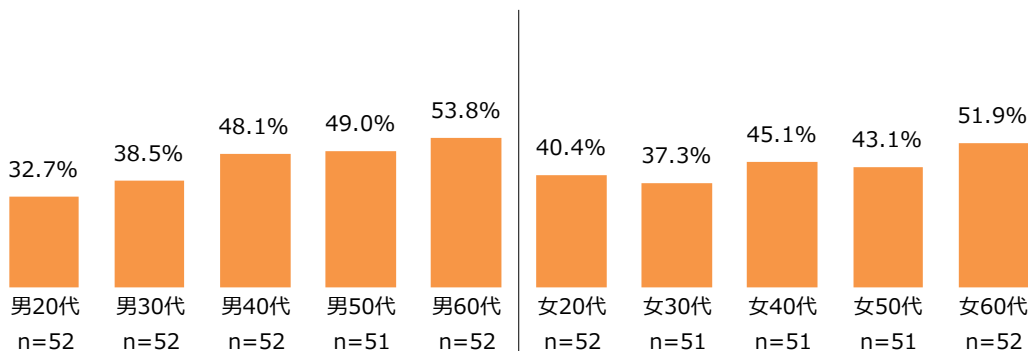
**Q.美味しいモノや欲しいモノのために並ぶのは、苦にならない。**



**Q.1日中、外に出ないで過ごすことが多い。**



**Q.健康のため、何か具体的な運動や活動を行っている。**



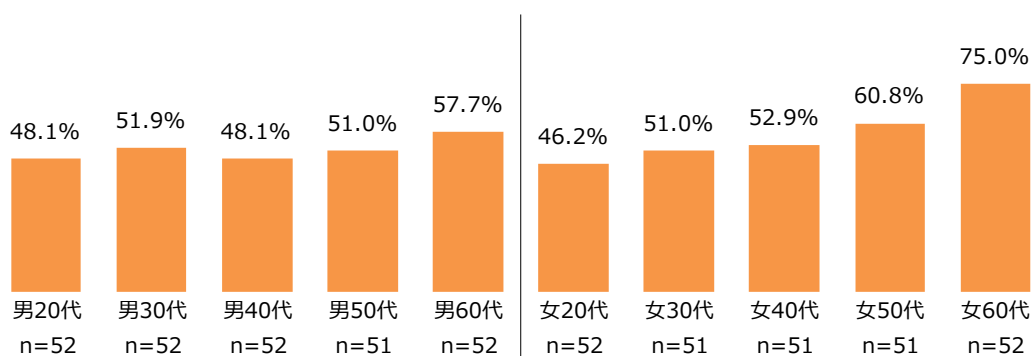
外食の1人利用について、男性は世代に関わらずほぼ半数が苦手意識を持っている。一方、女性は50～60代で割合が高く、若い世代に比べて高い世代のほうが苦手意識が強い。

今の生活に対する満足度は、20代と60代で高く、その中間世代の満足の割合は4～5割台と相対的に低い。

- 1人のときはレストランやカフェはあまり利用しないと回答した割合は、女60代（75.0%）で最も高く、女50代（60.8%）も6割以上。男性は世代に関わらず5割程度。
- 現在の自分自身の生活に満足していると回答した割合は、女60代（67.3%）と男60代（65.4%）の60代で最も高く、男20代（63.5%）と女20代（59.6%）でも高い。逆に、男30代（40.4%）と男40代（41.2%）では低い。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

### Q.1人のときは、レストランやカフェはあまり利用しない（利用しづらい）。



### Q.現在の自分自身の生活に満足している。

