

若者の生活意識調査 2008

- 20代若者の休日は「外出する」が63%、「家にいる」は38%
休日の過ごし方は「ショッピング」が74%で最多
- 20代若者の約8割が毎月貯金をしている
- 今後、積極的にお金をかけたいものは「貯金」が44%でトップ
- お酒を「ほとんど飲まない」若者は3割超。その理由は「お酒に弱いから(37%)」

2008年2月29日
株式会社マクロミル
(証券コード：東証一部 3730)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、社長：辻本秀幸）は、1都3県（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）の20代男女を対象に、近年変化が注目されている若者の意識や消費行動を調べるため「若者の生活意識調査」を実施いたしました。調査手法はインターネットリサーチ。調査期間2008年2月12日（火）～2月13日（水）。有効回答数は312名から得られました。

※比較分析を目的として、同様の調査を30代男女312名にも実施しました。

【調査結果概要】

【1】20代若者の休日は「外出する」が63%、「家にいる」は38% 休日の過ごし方は「ショッピング」が74%で最多

20代の若者に、ふだんの休日、外出することが多いか家にいることが多いかを尋ねたところ、「外出する」と回答した人は63%になりました。また、ふだんの休日の過ごし方について尋ねたところ、「ショッピング」が74%で最も多く、次いで「インターネット」65%、「食事に出かける」53%、「テレビやDVDなどを見る」52%となっています。そのほか、「音楽を聴く」や「ゲーム」などの割合も多く、インドアな過ごし方が目立ちます。

【2】20代若者の約8割が毎月貯金をしている

貯金について尋ねたところ、「全く貯金しない」と回答した人が約2割である一方、約8割の人は金額の如何に関わらず、毎月貯金をしているという結果になりました。また、貯蓄の目的に関しては「いざという時のため」が65%と圧倒的に多くなっています。次いで、「旅行資金」が28%、「病気や事故の備え」が27%、「老後の蓄え」が23%となりました。明確な目的のある貯蓄よりも、何かあった時のため、備えとしての貯蓄が上位にあがりました。

【3】今後、積極的にお金をかけたいものは「貯金」が44%でトップ

2007年にお金をかけたものについて尋ねたところ、「外食」「国内旅行」がそれぞれ36%、次いで「洋服・ファッション」が34%となりました。また、今後積極的にお金をかけたいものについて尋ねたところ、「貯金」が44%で最も多く、次いで「国内旅行」が37%、「洋服・ファッション」が36%となりました。

【4】お酒を「ほとんど飲まない」若者は3割超。その理由は「お酒に弱いから(37%)」

飲酒の頻度について尋ねたところ、お酒を「飲まない（「ほとんど飲まない(25%)」+「まったく飲まない(10%)」）」20代の若者は合計で35%となっています。また、若者にお酒を飲まない理由を尋ねたところ、「お酒に弱いから」が37%で最も多く、次いで「お酒を美味しいと思わない」が34%となりました。

「若者の生活意識調査 2008」

【調査結果詳細】

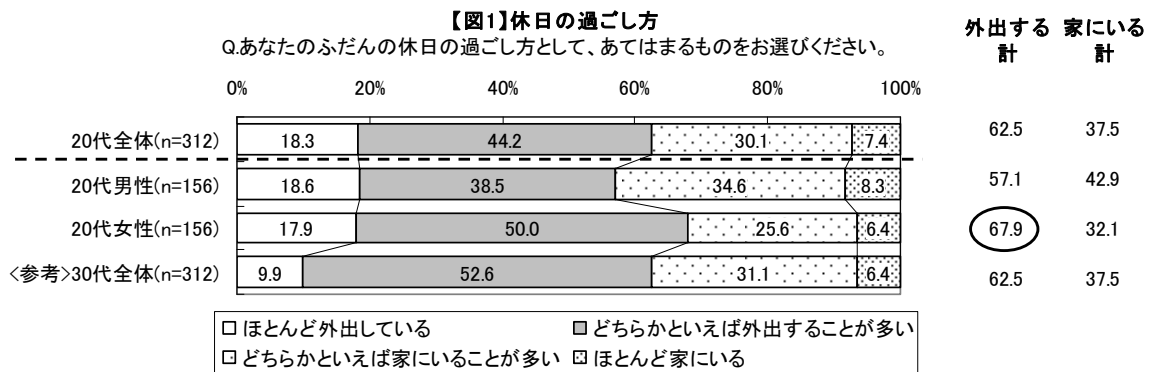
■ 調査概要

| | |
|--------|--|
| 調査方法: | インターネットリサーチ |
| 調査地域: | 1都3県(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県) |
| 調査対象: | 20代の男女 ※比較分析を目的として、30歳以上39歳以下の男女も調査した(ともにマクロミルモニタ会員) |
| 有効回答数: | 20代:312人 ※30代:312人 (男女均等回収) |
| 調査日時: | 2008年2月12日(火)~2月13日(水) |
| 調査機関: | 株式会社マクロミル |

I. 休日の過ごし方について

■ 20代若者の休日は「外出する」が63%、「家にいる」は38%

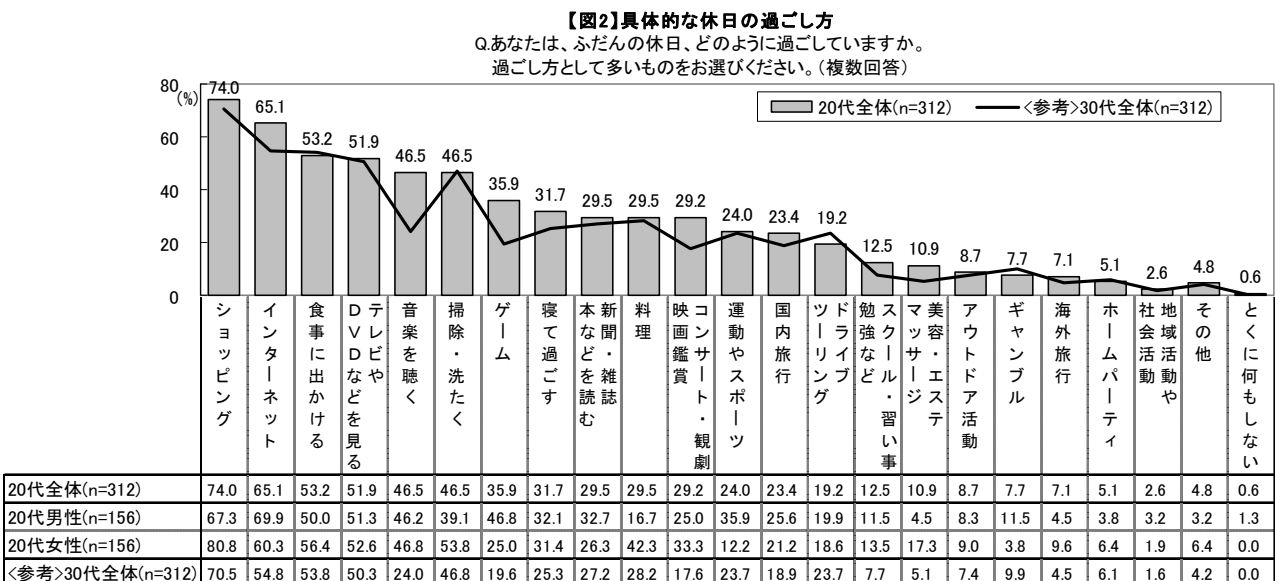
20代の若者に、ふだんの休日、外出することが多いか家にいることが多いかを尋ねたところ、「外出する(「ほとんど外出している(18%)」+「どちらかといえば外出することが多い(44%)」)」と回答した人は63%になりました。男女別にみると、男性で「外出する」人は57%、一方女性で「外出する」人は68%と、女性に比べ男性の「外出」する割合は低くなっています。(図1)



■ ふだんの休日の過ごし方は「ショッピング」が74%で最多
30代と比較すると「音楽を聴く」「ゲーム」の割合が多い傾向

ふだんの休日の過ごし方について尋ねたところ、20代では「ショッピング」が74%で最も多く、次いで「インターネット」が65%、「食事に出かける」が53%、「テレビやDVDなどを見る」が52%となりました。そのほか「音楽を聴く」や「ゲーム」などの割合も多く、インドアな過ごし方が目立ちます。(図2)

※「インターネット」の割合に関しては、インターネット調査モニタを対象とした調査であることに留意が必要です。



II. 貯蓄、消費について

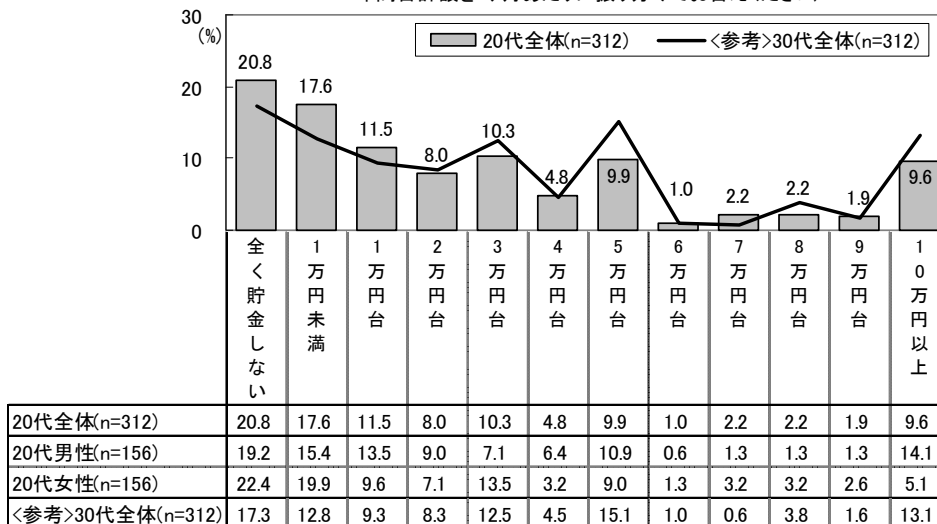
■ 20代若者の約8割が毎月貯金をしている

毎月の貯金について尋ねたところ、「全く貯金しない」と回答した人が約2割である一方、約8割は金額の如何に関わらず貯金をしているという結果になりました。

毎月貯金する金額に関しては「1万円未満」が18%で最も多く、次いで「1万円台」が12%となっています。また一方で、「10万円以上」毎月貯金する人も10%となりました。(図3)

【図3】毎月の貯金について

Q.あなたは、1ヶ月あたり、どのくらい貯金していますか。
(ボーナスや不定期に行っている貯金などがある場合は、
年間合計額を1ヶ月あたりに振り分けてお答えください)

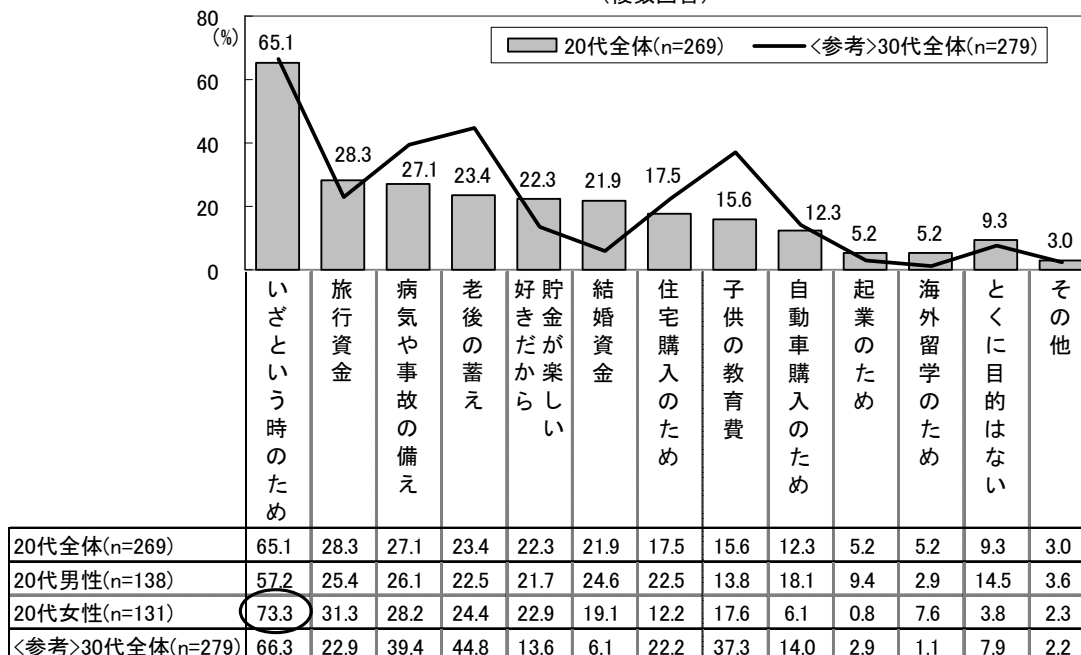


■ 貯蓄の目的は「いざという時のため」が65%で最多

貯蓄のある20代の若者に対して、貯蓄の目的について尋ねたところ、「いざという時のため」が65%と圧倒的に多くなっています。次いで、「旅行資金」が28%、「病気や事故の備え」が27%、「老後の蓄え」が23%となりました。明確な目的のある貯蓄よりも、何かあった時のため、備えとしての貯蓄が上位に上がりました。男女別にみると、女性では「いざという時のため」が73%と男性に比べ10ポイント以上高くなっています。(図4)

【図4】貯蓄をしている目的(ベース:貯蓄がある人)

Q.あなたが貯蓄している目的としてあてはまるものを全てお選びください。
(複数回答)



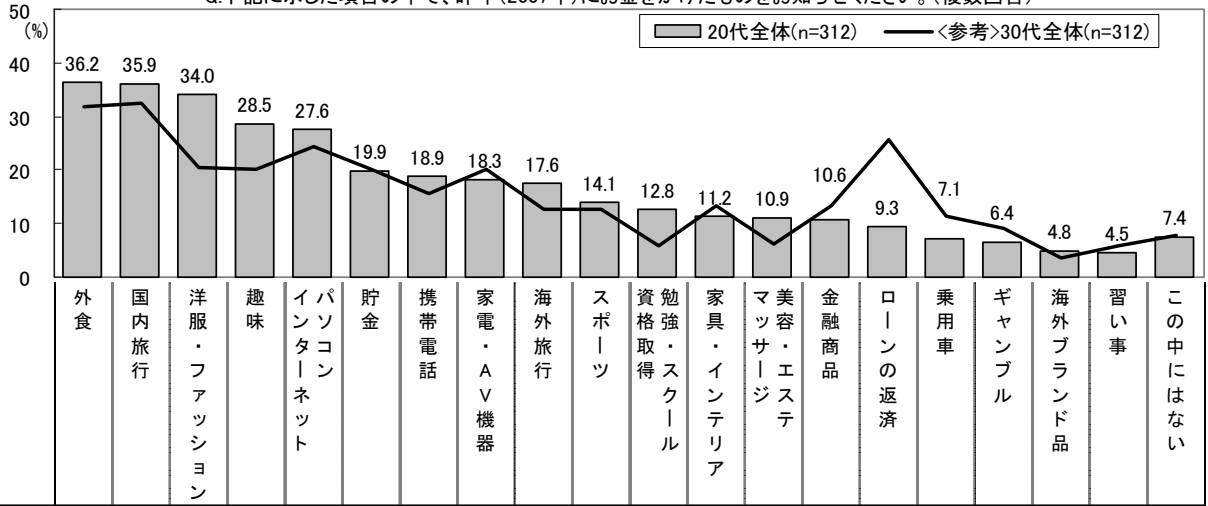
■ 2007年にお金をかけたものは「外食」「国内旅行」がそれぞれ36%
今後、積極的にお金をかけたいものは「貯金」が44%でトップ

2007年にお金をかけたものについて尋ねたところ、「外食」「国内旅行」がそれぞれ36%、次いで「洋服・ファッション」が34%となりました。30代と比較すると、20代は「洋服・ファッション」「趣味」にお金をかける割合が高くなっているようです。(図5_1)

また、今後積極的にお金をかけたいものについて尋ねたところ、「貯金」が44%で最も多く、次いで「国内旅行」が37%、「洋服・ファッション」が36%となりました。30代と比較すると、20代では「洋服・ファッション」「趣味」だけでなく、「勉強・スクール・資格取得」にお金をかけたいという意向が高くなっています。(図5_2)

【図5.1】2007年にお金をかけたもの

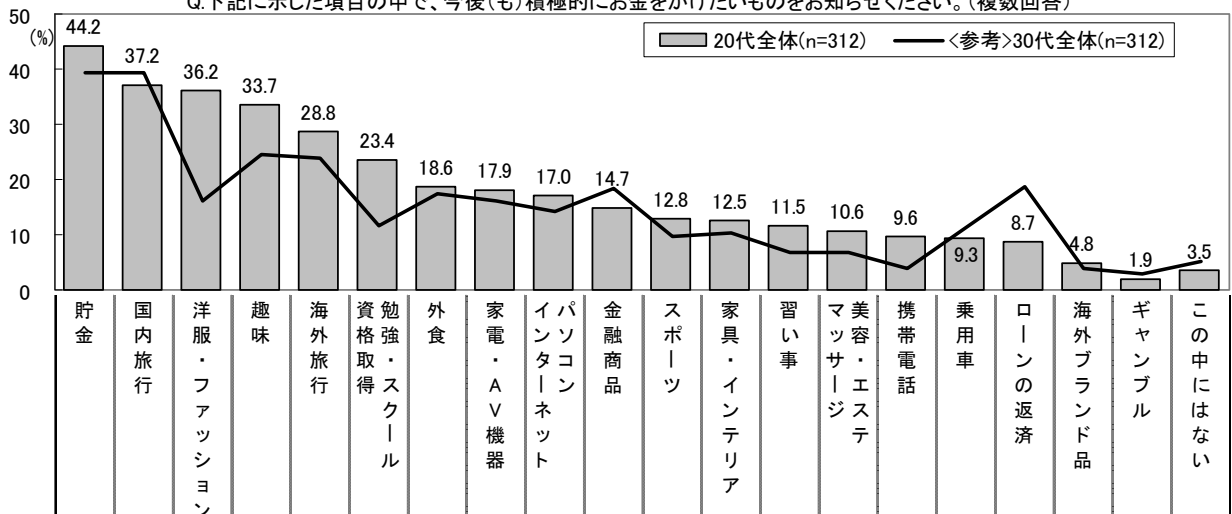
Q.下記に示した項目の中で、昨年(2007年)にお金をかけたものをお知らせください。(複数回答)



| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|
| 20代全体(n=312) | 36.2 | 35.9 | 34.0 | 28.5 | 27.6 | 19.9 | 18.9 | 18.3 | 17.6 | 14.1 | 12.8 | 11.2 | 10.9 | 10.6 | 9.3 | 7.1 | 6.4 | 4.8 | 4.5 | 7.4 |
| 20代男性(n=156) | 37.8 | 35.3 | 25.6 | 33.3 | 37.8 | 25.0 | 21.8 | 24.4 | 12.2 | 19.9 | 12.8 | 12.8 | 3.8 | 19.2 | 6.4 | 10.9 | 10.9 | 3.8 | 1.9 | 5.8 |
| 20代女性(n=156) | 34.6 | 36.5 | 42.3 | 23.7 | 17.3 | 14.7 | 16.0 | 12.2 | 23.1 | 8.3 | 12.8 | 9.6 | 17.9 | 1.9 | 12.2 | 3.2 | 1.9 | 5.8 | 7.1 | 9.0 |
| <参考>30代全体(n=312) | 31.7 | 32.4 | 20.5 | 20.2 | 24.4 | 20.2 | 15.7 | 20.2 | 12.8 | 12.8 | 5.8 | 13.5 | 6.1 | 13.5 | 25.6 | 11.2 | 9.0 | 3.5 | 5.8 | 7.7 |

【図5.2】今後(も)積極的にお金をかけたいもの

Q.下記に示した項目の中で、今後(も)積極的にお金をかけたいものをお知らせください。(複数回答)



| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|
| 20代全体(n=312) | 44.2 | 37.2 | 36.2 | 33.7 | 28.8 | 23.4 | 18.6 | 17.9 | 17.0 | 14.7 | 12.8 | 12.5 | 11.5 | 10.6 | 9.6 | 9.3 | 8.7 | 4.8 | 1.9 | 3.5 |
| 20代男性(n=156) | 41.7 | 35.3 | 32.1 | 32.1 | 25.6 | 22.4 | 19.2 | 26.3 | 26.3 | 23.7 | 18.6 | 15.4 | 7.7 | 3.2 | 14.7 | 14.7 | 6.4 | 4.5 | 3.2 | 2.6 |
| 20代女性(n=156) | 46.8 | 39.1 | 40.4 | 35.3 | 32.1 | 24.4 | 17.9 | 9.6 | 7.7 | 5.8 | 7.1 | 9.6 | 15.4 | 17.9 | 4.5 | 3.8 | 10.9 | 5.1 | 0.6 | 4.5 |
| <参考>30代全体(n=312) | 39.4 | 39.4 | 16.0 | 24.4 | 23.7 | 11.5 | 17.3 | 16.0 | 14.1 | 18.3 | 9.6 | 10.3 | 6.7 | 6.7 | 3.8 | 11.2 | 18.6 | 3.8 | 2.9 | 5.1 |

■ 現在、もしくは将来的に欲しいものは「洋服」が61%で最多
30代に比べ、ファッション関連商品に対する購入意欲が強い

現在、もしくは将来的に欲しいもの(買い換えたいもの)について尋ねたところ、「洋服」が61%で最も多く、次いで「靴」が52%、「パソコン」が44%となりました。

男女別にみると、男性では「パソコン」が54%で最も多くなっています。

30代と比較すると、20代では「洋服」「靴」が10ポイント以上高く、ファッション関連商品に対する購入意欲が強いようです。(図6)

【図6】現在、将来的に欲しいもの<上位10位>

Q.下記の中で、あなたが、現在もしくは将来的に欲しいもの(買い換えたいもの含む)は何か。あてはまるものをお選びください。(複数回答)

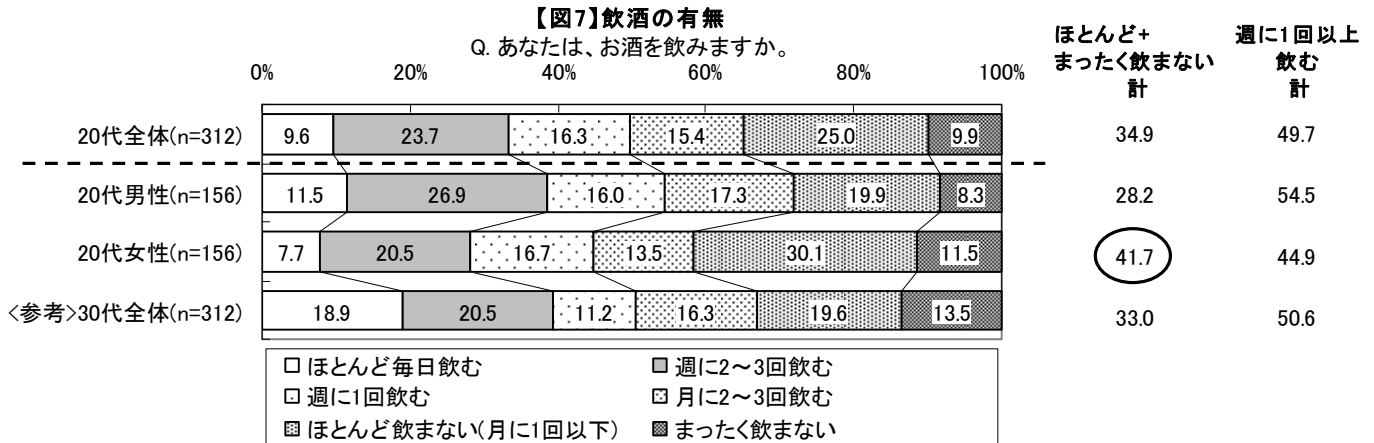
| 20代全体(n=312) | | | <参考>30代全体(n=312) | | |
|--------------|---------------|------|------------------|---------------|------|
| 順位 | アイテム | % | 順位 | アイテム | % |
| 1 | 洋服 | 60.6 | 1 | プラズマテレビ・液晶テレビ | 42.9 |
| 2 | 靴 | 51.6 | 2 | 洋服 | 38.5 |
| 3 | パソコン | 43.6 | 3 | 靴 | 35.9 |
| 4 | バック・カバン | 42.3 | 4 | 自動車 | 34.9 |
| 5 | プラズマテレビ・液晶テレビ | 41.3 | 5 | パソコン | 34.6 |
| 6 | 家・マンション | 33.7 | 6 | 家・マンション | 33.7 |
| 7 | 自動車 | 30.8 | 7 | HDD内蔵DVDレコーダー | 30.1 |
| 8 | デジタルカメラ | 28.5 | 8 | バック・カバン | 28.5 |
| 9 | 腕時計 | 27.6 | 9 | デジタルカメラ | 22.8 |
| 10 | HDD内蔵DVDレコーダー | 27.2 | 10 | 携帯電話 | 22.1 |
| - | 欲しいものは特にない | 1.6 | - | 欲しいものは特にない | 5.4 |

| 20代男性(n=156) | | | 20代女性(n=156) | | |
|--------------|---------------|------|--------------|---------------|------|
| 順位 | アイテム | % | 順位 | アイテム | % |
| 1 | パソコン | 53.8 | 1 | 洋服 | 69.9 |
| 2 | 洋服 | 51.3 | 2 | 靴 | 58.3 |
| 3 | 靴 | 44.9 | 3 | バック・カバン | 55.8 |
| 4 | プラズマテレビ・液晶テレビ | 43.6 | 4 | プラズマテレビ・液晶テレビ | 39.1 |
| 5 | 自動車 | 34.6 | 5 | 家・マンション | 34.0 |
| 6 | 家・マンション | 33.3 | 6 | 宝飾品・アクセサリ | 33.3 |
| 7 | 腕時計 | 32.1 | 7 | パソコン | 33.3 |
| 8 | デジタルカメラ | 30.8 | 8 | 自動車 | 26.9 |
| 9 | HDD内蔵DVDレコーダー | 29.5 | 9 | 携帯電話 | 26.3 |
| 10 | バック・カバン | 28.8 | 10 | デジタルカメラ | 26.3 |
| - | 欲しいものは特にない | 1.3 | - | 欲しいものは特にない | 1.9 |

Ⅲ. 飲酒について

■ お酒を「ほとんど飲まない」若者は3割超

飲酒の頻度について尋ねたところ、「ほとんど毎日飲む」という回答が10%、「週に2~3回飲む」が24%、「週に1回飲む」が16%で、週に1回以上飲酒する人は合計で50%となりました。一方、お酒を「飲まない(「ほとんど飲まない(25%)」+「まったく飲まない(10%)」)人」は35%となっています。男女別にみると、女性でお酒を「飲まない(「ほとんど飲まない(30%)」+「まったく飲まない(12%)」)人」は42%を占めおり、男性(28%)より10ポイント以上高い割合になりました。(図7)



■ 若者がお酒を飲まない理由

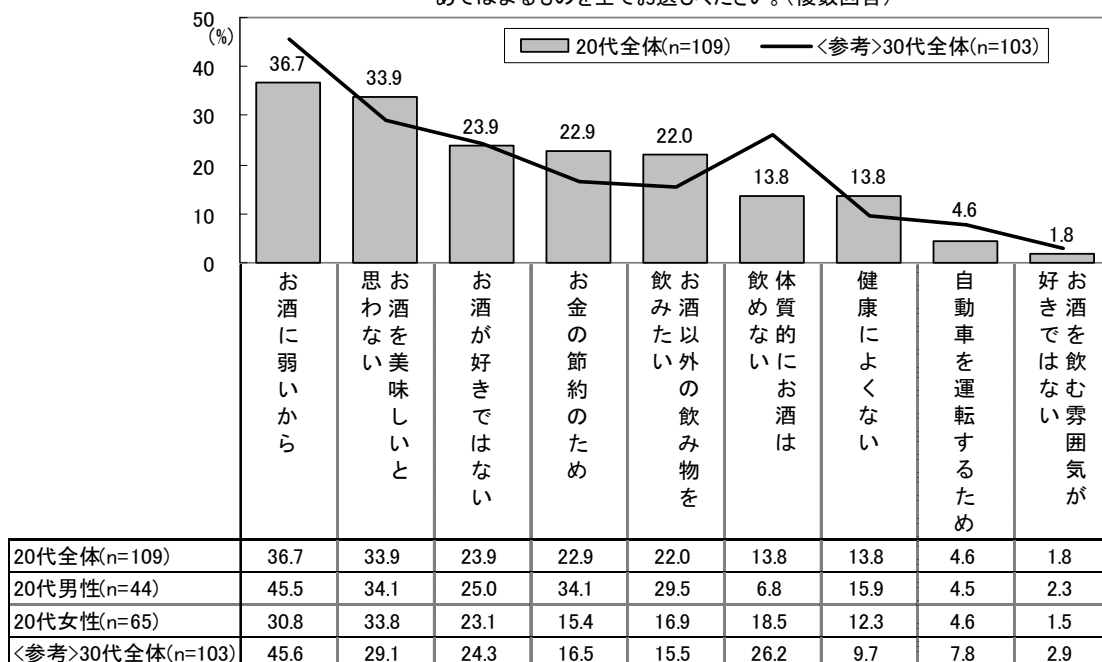
「お酒に弱いから」が37%、「お酒を美味しいと思わない」が34%

お酒を「ほとんど飲まない」「まったく飲まない」若者にその理由を尋ねたところ、「お酒に弱いから」が37%で最も多く、次いで「お酒を美味しいと思わない」が34%となりました。

30代と比較すると、20代では「お酒を美味しいと思わない」「お金の節約のため」「お酒以外の飲み物を飲みたい」という回答が多くなっています。(図8)

【図8】お酒を飲まない理由(ベース:お酒をまったく・ほとんど飲まない人)

Q.あなたが(あまり)お酒を飲まない理由について、あてはまるものを全てお選びください。(複数回答)



■ 【会社の飲み会】【友人との飲み会】で飲むものは、「ビール」がトップ
【外食】【自宅】で飲むものは、「お茶」がトップ

【会社の飲み会】や【友人との飲み会】など、それぞれのシーン別に飲用することが多いドリンクを尋ねたところ、【会社の飲み会】では「ビール」が70%で圧倒的に多くなっています。【友人との飲み会】においても、「ビール」が54%と最も多くなっていますが、【会社の飲み会】に比べ「ビール」を飲む割合は少なくなり、「カクテル類」「サワー」などを飲む割合が多くなっています。【外食】【自宅】では、いずれも「お茶」が最も多くなっています。

いずれのシーンにおいても、30代に比べ「ビール」を飲む割合は少なくなっています。(図9)

【図9】シーン別のよく飲む飲料<上位5位>

Q.あなたは、下記のシーンでどんなドリンクを飲むことが多いですか。
あてはまるものをお選びください。(複数回答)

| 会社の飲み会 ※ベース:公務員または会社員 | | | | | |
|-----------------------|-------|------|------------------|-------|------|
| 20代全体(n=141) | | | <参考>30代全体(n=180) | | |
| 順位 | アイテム | % | 順位 | アイテム | % |
| 1 | ビール | 70.2 | 1 | ビール | 80.6 |
| 2 | 焼酎 | 33.3 | 2 | サワー | 32.8 |
| 3 | カクテル類 | 32.6 | 3 | 焼酎 | 31.7 |
| 4 | サワー | 26.2 | 4 | 日本酒 | 22.2 |
| 5 | 梅酒 | 22.7 | 5 | カクテル類 | 21.7 |

| 友人との飲み会 | | | | | |
|--------------|---------|------|------------------|-------|------|
| 20代全体(n=312) | | | <参考>30代全体(n=312) | | |
| 順位 | アイテム | % | 順位 | アイテム | % |
| 1 | ビール | 53.8 | 1 | ビール | 60.9 |
| 2 | カクテル類 | 46.2 | 2 | サワー | 33.7 |
| 3 | サワー | 36.5 | 3 | カクテル類 | 32.1 |
| 4 | お茶 | 30.1 | 4 | 焼酎 | 26.9 |
| 5 | ソフトドリンク | 28.8 | 5 | お茶 | 24.7 |

| 外食 | | | | | |
|--------------|---------|------|------------------|---------|------|
| 20代全体(n=312) | | | <参考>30代全体(n=312) | | |
| 順位 | アイテム | % | 順位 | アイテム | % |
| 1 | お茶 | 43.6 | 1 | ビール | 41.3 |
| 2 | ソフトドリンク | 36.9 | 2 | お茶 | 41.0 |
| 3 | ビール | 33.0 | 3 | コーヒー | 38.5 |
| 4 | コーヒー | 24.4 | 4 | ソフトドリンク | 32.1 |
| 5 | 炭酸飲料 | 18.6 | 5 | 炭酸飲料 | 19.2 |

| 自宅 | | | | | |
|--------------|-------------|------|------------------|-------------|------|
| 20代全体(n=312) | | | <参考>30代全体(n=312) | | |
| 順位 | アイテム | % | 順位 | アイテム | % |
| 1 | お茶 | 59.0 | 1 | お茶 | 51.9 |
| 2 | コーヒー | 32.7 | 2 | コーヒー | 38.5 |
| 3 | 牛乳・豆乳 | 31.4 | 3 | ビール | 37.2 |
| 4 | ビール | 30.8 | 4 | 牛乳・豆乳 | 29.5 |
| 5 | 野菜ジュース・健康飲料 | 28.2 | 5 | 発泡酒 | 26.0 |
| | | | 5 | 野菜ジュース・健康飲料 | 26.0 |

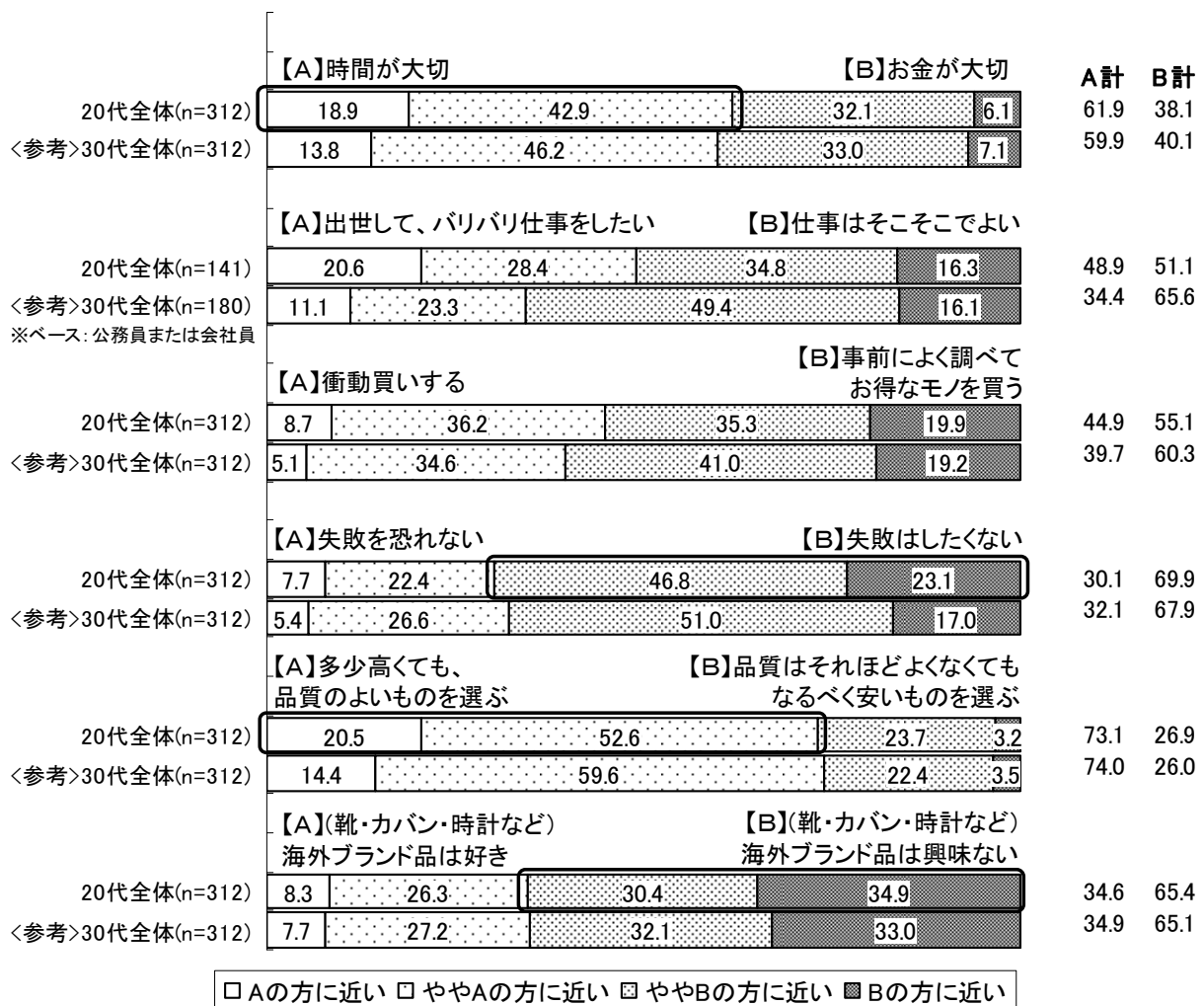
IV. 考え方や行動スタイルについて

■ 20代の若者は「(お金より)時間が大切」、「失敗はしたくない」傾向が高い

20代の若者に、考え方や行動スタイルについて尋ねたところ「(お金より)時間が大切」、「失敗はしたくない」、「多少高くても品質の良いものを選ぶ」、「海外ブランドには興味はない」といった傾向が高い結果になりました。

仕事と出世に対する考え方に関しては、「出世して、バリバリ仕事をしたい」人が49%、「仕事はそこそここでもよい」人が51%と、仕事と出世に対する考え方はほぼ二分されました。また、30代と比較すると20代では「出世して、バリバリ仕事をしたい」人の割合が10ポイント以上高くなっています。20代は30代に比べ、仕事や出世に対して意欲的な人の多い様子が窺えます。(図10)

【図10】考え方や行動スタイルについて
Q.あなたの考え方や行動スタイルは、下記のAとBどちらにより近い考え方ですか。



【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 60 万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なネットリサーチサービスを展開しています。

社名 ■株式会社マクロミル
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
URL ■www.macromill.com
設立 ■2000年1月31日
資本金 ■9億3,035万円 ※2007年9月末現在
上場取引所 ■東証一部（証券コード：3730）
代表者 ■代表取締役社長 辻本 秀幸
従業員数 ■207名 ※2008年1月末現在
事業内容 ■インターネットを活用した市場調査（ネットリサーチ）

——— 本件に関するお問い合わせ先 ———

株式会社マクロミル 広報担当：関・西沢
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

〈例〉「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると…」