

2006年(平成18年)12月15日

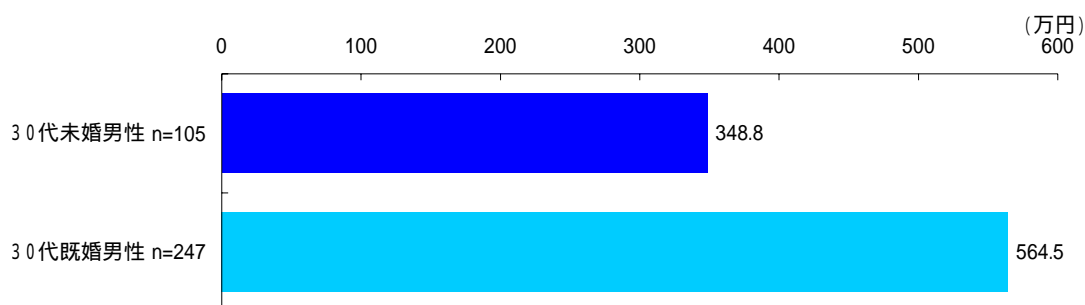
未婚化は所得格差と生活価値観の違いが影響 30代男性の年収差は200万円

株式会社オリコム(本社:東京・港、社長:中山久義、資本金:1億6500万円)R&Dルームが92年より隔年(06年で8回目)で行っている総合消費者調査SCR(「生活価値観・意識」での生活者の分類“ライフアクション・クラスター”の独自調査)で、30代男性について未婚者と既婚者を“年収、こづかい”“生活意識・価値観”など様々な調査項目において比較して分析したところ、未婚者の個人年収(平均)は既婚者に比べ約200万円低く(図1)、また、伝統や慣習に影響を受ける度合いや、コミュニティ意識も未婚者の方が既婚者より著しく低い(図3)ということがわかりました。

政府は12月1日に閣議決定した06年版「少子化社会白書」において、少子化の原因として晩婚化・晩産化とともに「未婚化の進行」をあげており、70年代には30代男女共に1割程度だった未婚率が、05年では30代前半で男性47.1%、女性32.0%(05年国勢調査)に高まっているとしています。また、未婚化の要因としては、結婚や結婚後の生活の資金がないこと、結婚をしなければならないという社会規範がなくなったことなどをあげています。

今回の分析は未婚化要因とされる上記の経済的不安、意識変化を裏付ける結果となっています。分析結果の詳細は次ページ以降をご覧ください。

図1 個人年収(平均)の比較



30代既婚男性249サンプルのうち、2サンプルは無回答

【SCR分析結果より:30代未婚男性の特徴】

・ 年収、こづかい

未婚者の1か月のこづかい(図2)は5.1万円であり、既婚者が3.4万円であるのに対し2万円弱高いものの、未婚者の平均個人年収は348.8万円で既婚者の564.5万円より約200万円低い(図1)。

こづかい、個人年収ともに、選択肢の中央値の平均値を算出したもの

・ 生活意識・価値観

未婚者の伝統・慣習・コミュニティへの意見(「私は近所づきあいを大切にしている」「節分」や「ひなまつり」「端午の節句」など日本の行事は大切にしている」「地元の催しやお祭りに積極的に参加する」)への賛同率は、既婚者に比べ著しく低い(図3)。

未婚者は、結婚についても慣習・制度的にとらえる傾向が既婚者より弱い可能性がある。

図2 1か月のこづかい

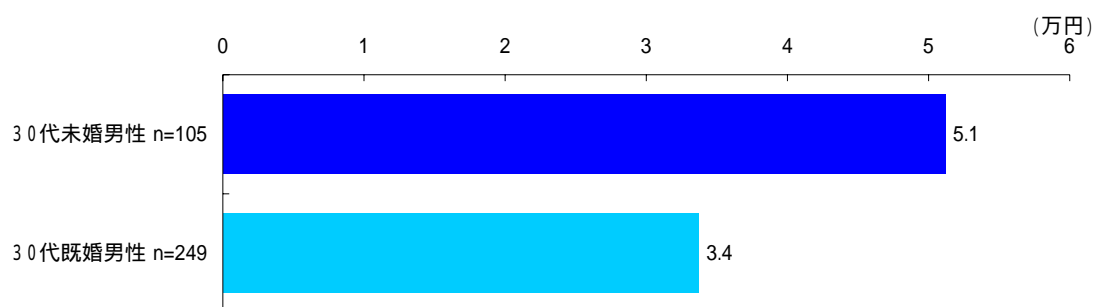
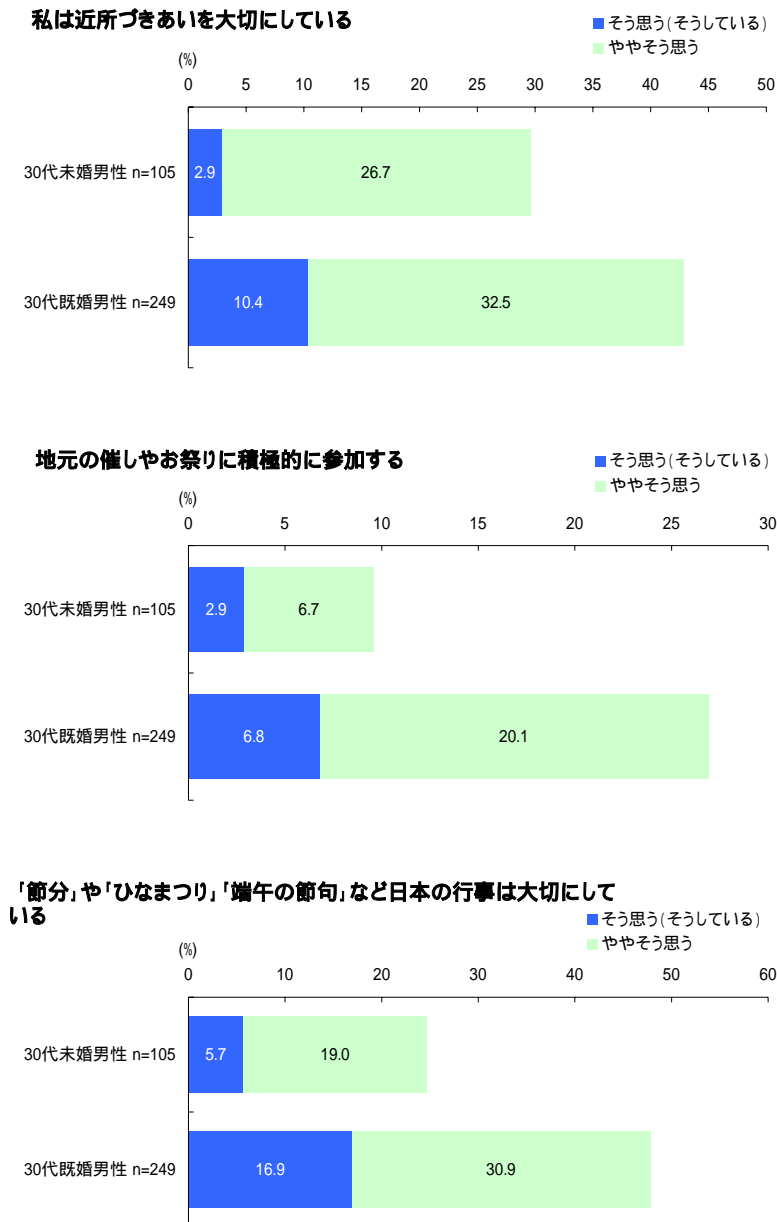


図3 伝統・慣習・コミュニティへの意見



本リリースに関するお問い合わせは、下記までお願い致します。

株式会社オリコム

経営統括本部 経営企画局 桜井、榎田、小城

TEL: 03-6733-2021 e-mail: enquiries@oricom.co.jp

SCR に関する詳細のお問い合わせ、読者の方のお問い合わせ先は、下記までお願い致します。

IMC 本部リソース開発グループ R&D ルーム 国生、水戸部

TEL: 03-6733-2210 e-mail: research_development@oricom.co.jp

SCR のご紹介

SCR は、マーケティング・コミュニケーションを戦略的にプランニングするために、株式会社オリコムが開発した独自の消費者調査です(隔年実施、06 年が 8 回目)。02 年より調査地域を全国に拡大し、06 年は全国の基幹 7 地区で郵送調査による 3057 サンプルの回収を得ています。調査内容は「生活意識・価値観」「製品・サービス利用状況」「媒体接触状況・情報源」の 3 つの柱で構成されています。

オリコムでは、クロス集計システムのウェブ版 SCR for Web を開発し、支社を含めた全部門及びグループ会社各社でオンデマンドに利用できる体制を整え、多変量解析による分析を専門チームで対応しています。マーケティング・コミュニケーションに関する様々な仮説や疑問の検証を行うための消費者データベースとして SCR を活用しています。

SCR2006 の調査概要

調査対象	16～69 歳の男女個人
調査地域	全国基幹 7 地区 1. 札幌市 2. 仙台市 3. 東京地区(さいたま市、千葉市、東京都区部、横浜市、川崎市) 4. 名古屋市 5. 大阪地区(京都市、大阪市、神戸市) 6. 広島市 7. 福岡市
標本抽出	パネルより母集団構成比に合わせて抽出 (日本リサーチセンター・NOS データベース)
調査方法	郵送調査
調査期間	2006 年 6 月 2 日(金)～6 月 23 日(金)
回収状況	郵送調査: 郵送設定数 5511、郵送回収数 3035(郵送回収率 55.1 %) 一部訪問留置法にて補充: 補充数 22、全有効回収数 3057
集計方法	地域×性・年齢の母集団構成比に合わせてウェイト集計
調査主体	株式会社オリコム

価値観・生活意識をベースに生活者を5つのグループに分類 SCRの“ライフアクション・クラスター”

オリコム の SCR では、デモグラフィック(性別や年齢)だけではなく、サイコグラフィック(価値観やライフスタイル)による分析を重視しており、06年調査では「生活意識・価値観」によって生活者を5グループに分類しています。その総称が「ライフアクション・クラスター」です。

「ライフアクション・クラスター」は、SCRの調査項目の中から、「生活意識・価値観」の質問に対する回答を因子分析にかけ、抽出された6つの因子をもとに行ったクラスター分析の結果によって作成しました。

性別や年代ではなく、価値観・生活意識でセグメントすることで、“今”を生きる人々の姿を“直感的に”捉えることができます。下記に、分析の結果得られた、5つのクラスターの特徴を抜粋してご紹介いたします。(各クラスターの詳しい特徴はSCRのパンフレットをご参照ください)

イラストの性別はクラスターの特徴をあらわすために仮に設定したものです。各クラスターは共に男女を含みます。



ポップスター 構成比:21.2%

『ワタシがトレンド！ワタシがキャラ！
ワタシを見て！それがポップスター。』

特徴

- ・ 自分で自分をデコレーションするのが大好き。理想はセレブやカリスマモデル。
- ・ バッグやお財布は有名ブランド。“有名”であることが大事。
- ・ “ケータイがないと生きていけない”。メールも、ブログも、オークションも、とにかく携帯電話を使いこなす。



リコメンダー 構成比:16.5%

『知りたい、言いたい、教えたい。
こだわりの伝道師、それがリコメンダー。』

特徴

- ・ こだわりの趣味やコレクションなど、自分独特の世界を持つ。いわゆる“凝り性”。
- ・ 自分のウンチクを「さりげなく」おすすめしたい。
- ・ 自分の趣味や意見をホームページやブログで公開。興味のある分野は徹底的に掘り下げないと気がすまない。

**ピースフル 構成比:22.8%**

『生活をワタシの色で染め上げたい。

良き家庭人であることがワタシの幸せ、それがピースフル。』

特徴

- ・ “毎日の生活を、できるだけ快適に”。そのためのアイテムにはこだわりを見せる。
- ・ ベランダでハーブを栽培したり、家庭菜園を作ったりと、ナチュラルなライフスタイルに憧れる。
- ・ オーガニックコットンなどの、着心地、肌触りのよいシンプルなファッションがお気に入り。

**コンセプトフォロワー 構成比:19.8%**

『ネット社会の申し子。

変わっていく世の中を楽しむ、それがコンセプトフォロワー。』

特徴

- ・ 何か気になったら、いつでもどこでもまず“検索”。モノゴトの裏取りをしないと気が済まない。
- ・ 機能性だけでなく、デザインだけでなく、コンセプトを感じさせるスマートなものが好き。
- ・ 情報誌や口コミサイト、ブログなど、誰かの意見・評価を収集し、それをもとに意思決定する、アウトソー“シンキング”。

**レジスタンス 構成比:19.7%**

『“不器用ですから”。

わが道を行く、それがレジスタンス。』

特徴

- ・ 自分の判断や評価が行動の基準。時代の変化にも、世間の流行にも流されたくない。“浪花節”“ロマン”が好き。
- ・ ファッションや流行には無頓着。着飾るのは気恥ずかしい。
- ・ パチンコや競馬、宝くじなど、“一攫千金”にひかれる。

【データ使用に関するお願い】

本データはご自由にお使いください。ご使用いただける場合は、

「(株)オリコム SCR2006 調べ」あるいは「(株)オリコム SCR2006 調べ (www.oricom.co.jp)」とご記入いただけるようお願い致します。

また、各ライフアクション・クラスターの詳しい特徴を記した SCR パンフレットもご用意しておりますので、その他、詳細データ等も含め必要の際は以下までお問い合わせください。

株式会社オリコム

IMC 本部リソース開発グループ R&D ルーム 国生、水戸部

TEL : 03-6733-2210 e-mail: research_development@oricom.co.jp

【会社概要】

名称 株式会社オリコム (Oricom Co., Ltd.)

代表者 代表取締役社長 中山 久義

所在地 本 社 〒105-7112

東京都港区東新橋 1 丁目 5 番 2 号 汐留シティセンター
TEL.03-6733-2000(代)

大阪支社 〒541-0041

大阪市中央区北浜 4 丁目 1 番 21 号 住友生命淀屋橋ビル
TEL.06-6231-9971

名古屋支社 〒460-0003

名古屋市中区錦 3 丁目 23 番 18 号 ニューサカエビル
TEL.052-957-2511

福岡支社 〒810-0001

福岡市中央区天神 3 丁目 3 番 5 号 天神安田第 6 ビル
TEL.092-751-1781

札幌支社 〒060-0001

札幌市中央区北一条西 4 丁目 1 番 2 号 大和りそなビル
TEL.011-221-5686

北京駐在事務所 100020

北京市朝陽区東大橋 8 号 尚都国際センタービル A 棟
TEL.86-10-5870-1301

創業年月日 大正 11 年 4 月 8 日

設立年月 昭和 7 年 11 月

資本金 1 億 6 千 5 百万円

売上高 441 億円(平成 17 年度)

従業員数 301 名(平成 18 年 7 月 1 日現在)

加入団体 日本広告業協会 / 日本広告審査機構 / 日本宣伝クラブ / 東京広告協会 / 全日本 CM 放送連盟 / インターネット広告推進協議会 / 公共広告機構 / 日本雑誌広告協会 / 新聞広告審査協会 / 日本 ABC 協会 / 東京屋外広告協会 / 全国鉄道広告振興協会 / 東日本鉄道東京広告会 / 関東交通広告協会 / 日本広告学会 / 東京経営者協会 / 他

URL <http://www.oricom.co.jp/>

SCR についてはオリコムのウェブサイトのスペシャルソリューション“SCR”でもご覧いただけます。

<http://www.oricom.co.jp/special/scr/index.html>