

2005年3月10日

株式会社大広

総務局 広報部

～ 日本の真ん中世代
40代ミセスの<マイ快樂>追究が大人の消費文化を活性化！！～
『My快樂 消費』

株式会社大広（社長：中尾英樹）はこのたび、「My快樂 消費」と題し、生活者レポートを作成いたしました。

ナレッジ情報の開発と共有化を推進しているナレッジ開発局では、独自の主婦モニター「D-ミセス」を構築。彼女たちの衣食住など生活全般における関心や消費動向をインサイトし、分析しています。

今回、「D-ミセスレポート」特別版として、日本の中心世代である40代ミセスにフォーカスした特別調査を実施、分析いたしました。ポイントは以下の通りです。

バブル期を経て消費や情報に多くの楽しい思い出をもつ彼女たちの“私主体消費”は、名づけて<マイ快樂>消費。「熱中」「自己愛」「五感の満足」をキーワードに、自分主体の成熟消費を展開していきます。

イケてる女性をめざすポジティブな心情が、40代の常識を変える

ロールモデルは黒木瞳。4割近い支持で堂々1位

消費スタイルは<マイ快樂>志向へ。「熱中」「自己愛」「五感の満足」

**不惑から“ワクワク”へ、40代感覚の<マイ快樂>消費が、大人の消費文化を活性化する
大人の消費文化を活性する、4つの提言**

- (1) 再デビューへ。あえて惑おう
- (2) マイブーマー改め、プチオタク
- (3) ピュアボディで美の快
- (4) パラダイス@HOME

調査結果の概要

イケてる女性をめざすポジティブな心情が、40代の常識を変える

40代女性の消費生活行動の底流には、非常にポジティブな心情があります。

「この年齢ならこうあるべき」ではなく「イケてる」ことが自己評価基準。イケてなくなるのがコワく、様々な生活行動に取り組んでいきます

ロールモデルは黒木瞳。4割近い支持で堂々1位

		(%)
1	黒木瞳	38.7
2	山口智子	27.1
3	鈴木京香	15.2
3	竹内まりや	15.2
5	三浦りさ子	13.9
6	五十嵐淳子	13.2
6	桃井かおり	13.2
6	栗原はるみ	13.2
9	萬田久子	12.3
10	岡江久美子	11.6

幸せな結婚をして、いつまでも若々しくきれい。
常に前向きに女性としての幸せをひとつひとつ実現
していくポジティブな生き方が、同世代ミセスの共感
を呼んでいます。

憧れる同世代の有名人は？（複数回答）

大広「40代ミセスライフスタイル調査」より

消費スタイルは<マイ快樂>志向へ。「熱中」「自己愛」「五感の満足」

消費や情報に多くの楽しい思い出を持つ世代だからこそ可能な、情報を駆使した私主体の消費の邁進は<マイ快樂>志向に結実。「熱中」「自己愛」「五感の満足」をキーワードに、自分主体の成熟消費を展開していきます

不感から“ワクワク”へ、40代感覚の<マイ快樂>消費が、大人の消費文化を活性化する
<マイ快樂>は40代ミセスの生活意識と、成熟社会の進化が合致するところに見えてきたコンセプトです。主観に基づく快樂は、自らが能動的に関与しないと実現できない、高感度なもの。その意味で、数々の消費経験を経た大人ならではの、消費文化の可能性を示唆するものと言えましょう

大人の消費文化を活性する、4つの提言

今後の消費活性の切り口として、次の4点を提言します

(1) 再デビューへ。あえて惑おう

40にして惑わず。いや、どんどん惑おう。惑ってワクワクしよう。魅惑的に生きよう

(2) マイブーマー改め、プチオタク

集めたり、深めたり、とことん遊ぶ。プチオタクの増加で日本はもっと元気になる

(3) ピュアボディで美の快

美は気持ちいい。美は体にいい。美はボケない。美は消費意欲を高める

(4) パラダイス@HOME

一番自分らしいマイ空間、お家。こだわってパラダイス&日々のお楽しみ基地

大広「40代ミセスライフスタイル調査」

調査時期：2004年12月

調査方法：インターネット調査

対象者：首都圏在住の40代ミセス300名

<この件に関するお問い合わせは下記までお願いします>

株式会社大広 総務局広報部 遠藤、長谷川

TEL:03-3437-8601 / FAX:03-3437-8581