

各 位

2011(平成 23 年)年 12 月 1 日

株式会社大 広

総務局広報部

女性のライフコース・ライフイベントでの分析が可能に

株式会社大広「女性のライフコース 10,800 人×300 項目調査データ」 を活用したマーケティングサポートツールを開発

株式会社大広（社長：高野功）は 2004 年より学習院大学経済学部消費者行動研究室（青木幸弘教授）、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント（社長：桑田瑞松）と産学協同で「女性のライフコース研究」を進めております。今回その一環として、東京圏在住の 25～54 才の女性 10,800 人を対象に 300 項目の大規模調査を行いました。

この調査では、「収入・資産状況」「費目ごとの月間支出金額」「チャネルやサービスの利用状況」などの消費実態のほか、「食品に対する意識」「化粧品に対する意識」などの意識項目も多数収集しております。

この調査データを利用することで、例えば

- ・ 学校卒業後、ずっと働き続けるシングル女性が求める化粧品は？
- ・ DINKS を5年以上継続している女性が求める加工食品は？
- ・ 結婚を期に退職し、10年以上働いていない専業主婦が求める、家事サービスは？

といった、個人のライフイベントを組み込んだライフコース視点での顧客ニーズの探索、また調査データを活用することで、ライフコースを組み込んだ明確な顧客像（ペルソナ）を描くことも可能です。

当社は、この大規模調査をクライアントニーズによってデータを抽出・分析し、マーケティングサポートツールとして活用してまいります。

概要は以下のとおりです。

記

〔調査項目〕

各回答者のライフイベント経験及び、デモグラフィック・サイコグラフィック項目や消費行動に関する項目など、計300問を聴取。

- | | |
|---------------------|--------------------|
| ・プロフィール | ・初就業後の進学・復学について |
| ・学業と就業について | ・家計／消費について |
| ・親元からの結婚について(結婚前) | ・消費生活について |
| ・結婚・出産・家族について | ・住まい(住み方)について |
| ・気持ちのゆとり感について | ・生活全般の資源・暮らし向きについて |
| ・幸せ感・ライフコースの満足度について | ・ライフイベント消費について |

〔調査概要〕

- 調査対象者 1都3県（東京／神奈川／千葉／埼玉）の25～54才女性。

「国勢調査」の1都3県の女性人口構成比率をもとに年代・未既婚・既婚者の有職／無職の割合を算出・設定。

	25～54才 女性全体	回収数(人)			
		未婚	既婚	有職	無職
25-29歳	1,608 →	1,034	575	276	298
30-34歳	1,846 →	667	1,178	547	632
35-39歳	2,224 →	461	1,763	890	873
40-44歳	1,949 →	276	1,673	1,028	645
45-49歳	1,687 →	167	1,520	1,020	500
50-54歳	1,486 →	109	1,377	883	494
計	10,800 →	2,715	8,085	4,644	3,441

- 調査手法 インターネット調査
- 調査実施 2010年12月

〔調査データの特徴〕

10,800名を対象にしている大規模調査ですので、細かい世代や属性ごとの比較が可能です。また、回答者個人の「就業」「結婚」「出産」といったライフイベントについて、その経験時期を1才単位で収集しており、過去のライフコース選択の差異を見ることもできる点が特徴となっています。（図1参照）この聴取方法によって、現在のライフステージだけでなく、過去のライフイベント経験＝ライフコースを抽出・分析することが可能です。

図1 1才単位でのライフイベント聴取方法

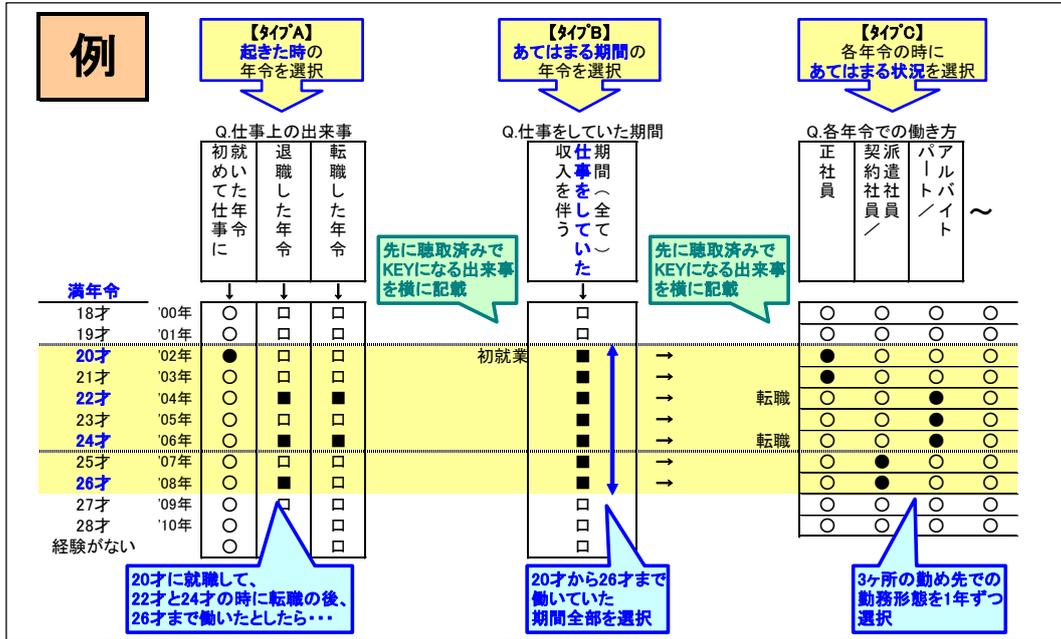
◆「女性のライフコースに関するWEB調査」1才刻みデータの聴取方法

* 質問のタイプは3つ

【タイプA】 質問の出来事が「あなたが何才の時に起きたのか」を選ぶ質問

【タイプB】 質問の状況は「あなたが何才から何才の期間にあてはまるのか」を選ぶ質問

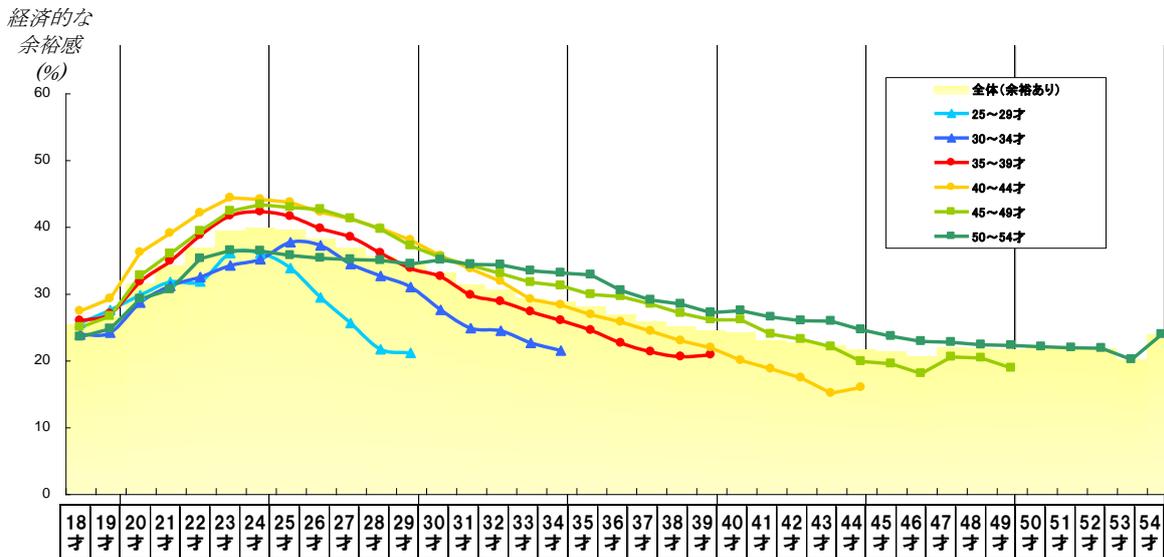
【タイプC】 それぞれの年令の時に「あてはまる状況」を選ぶ質問



〔調査データを利用した分析事例〕

調査データの分析の一例として、各年齢到達時点での「経済的な余裕感」を振り返った回答をみると、「世代」ごとの「年齢」と「経済的な余裕感」の関係性を見ることができます。経済的な余裕感は、いずれの世代でもダウントレンドですが、現 35～49 才にあてはまる世代では、4 割近くが「20 代中ごろには経済的に余裕があった」と回答しています。(図 2 参照)

図2 世代ごとの「年齢別 経済的な余裕感」比較

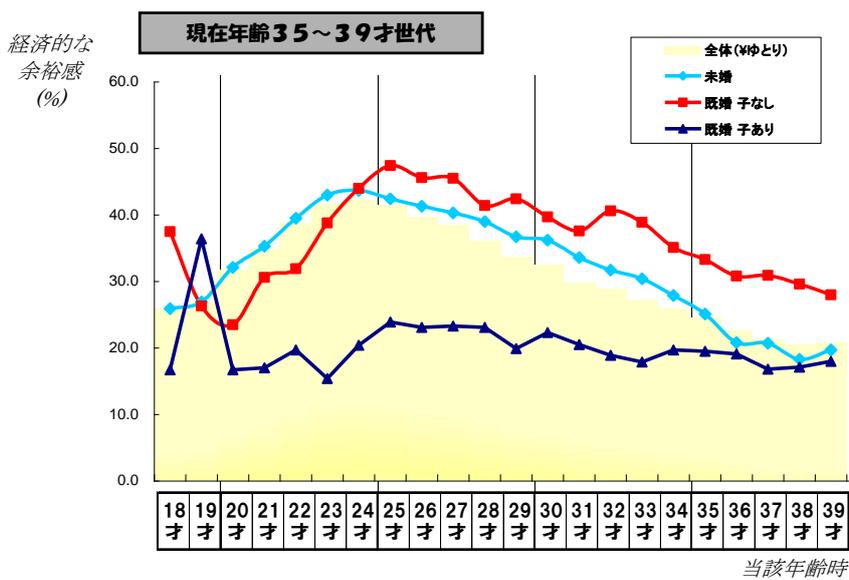


当該年齢時

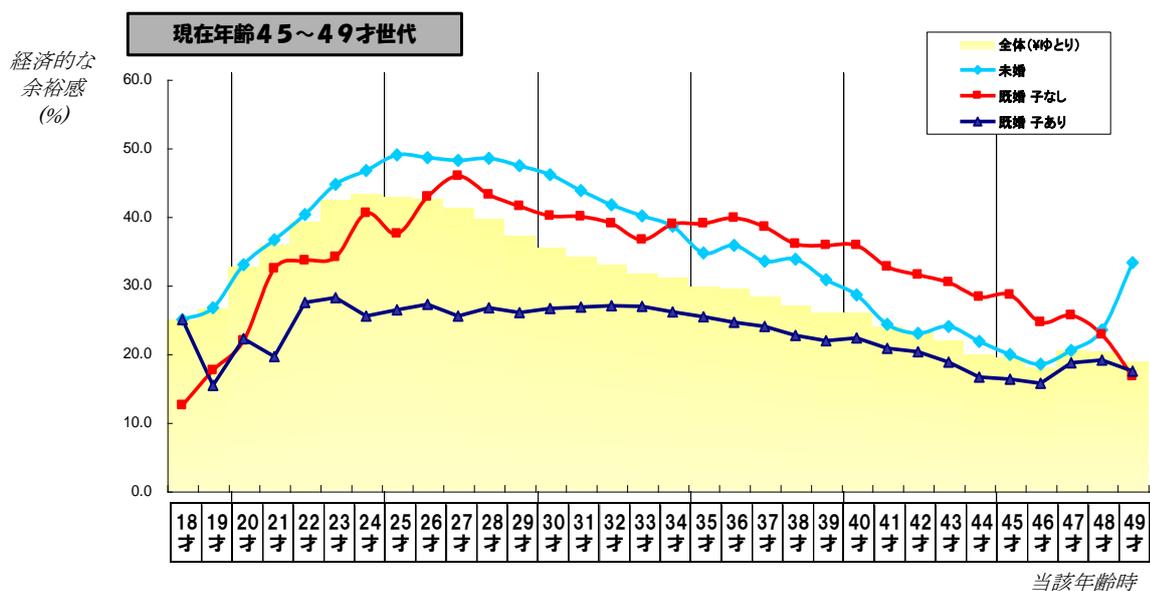
さらに、この年齢到達時点での経済的な余裕感を『未婚』『既婚子供なし』『既婚子供あり』の3層に分けて分析すると「世代」×「年齢」×「ライフコース選択」の関係を見ることができます。いずれの世代でも「既婚子供あり」層は余裕感が低いですが、現45～49才世代では20代に経済的な余裕感を感じていたのは未婚の「シングル女性」であるのに対し、現35～39才では20代に余裕感を牽引していたのは「DINKS」であること、などが確認できます。

(図3・図4参照)

現35～39才世代の「ライフコース別 経済的な余裕感」



現45～49才世代の「ライフコース別 経済的な余裕感」



このような形で、現在の「未既婚」や「子供の有無」だけでなく、各個人の過去のライフイベント経験を組み込んだ分析が可能です。この事例では「回答年齢時点での経済的余裕感」をグラフ化しましたが、例えば「現45～49才世代で40歳までは独身働いていて、現在は子供がいて仕事を辞めた主婦」という対象者を抽出し、その現在の消費性向を分析することも可能なデータになっています。

当社はこのツールを活用し、詳細なデータ分析を行うことで、よりクライアントニーズに応えた提案を実施、最適なソリューションを提供してまいります。

以 上

●この件に関するお問合せは下記までお願いいたします。

株式会社大広 総務局広報部 遠藤、長谷川

TEL : 03-6364-8601