

D-SCAN

大広・生活者情報総合データベース

“若サライ”たちの、かなり和風な暮らし方

「コタツでみかん」から「香道」まで、20～30代の和に和む日々

- **20代男性**
- ・伝統芸能や花火大会など心落ち着くものを見るのが楽しみ
 - ・夏は甚平と下駄、冬はコタツにミカン、寝室は畳に布団
 - ・朝は必ず和食。ワインよりも日本酒が好き

- **20代女性**
- ・日常のほとんどを着物で過ごす
 - ・手紙は和紙の便箋で必ず縦書き
 - ・外国風の和を楽しむ。革張りのソファに浮世絵の組み合わせ

- **30代男性**
- ・簾、縁側、灯籠など和のものにこだわっている
 - ・木の香り、畳の香り、落ち着くのは和の香り
 - ・畳に座布団、そして和める緑茶!

- **30代女性**
- ・長生きできるヘルシーなメニューは和食かと思っている
 - ・歴史と伝統がある本物の粋な和にこだわっている
 - ・四季折々の行事やイベントを子供と楽しんでいる

“若サライ”の和へのこだわり意見の抜粋

D-SCAN POINT

● **新鮮、贅沢、綺麗、そして和める和が好き**

- ・食、インテリア、ファッションから邦楽、盆栽まで、暮らしの中で「和」を楽しむ人が増えている。とくに若い層には、和は新鮮であると同時に何か懐かしく、和みや安らぎを感じられるもの。和を楽しむ雑誌『サライ』や『和楽』には若い読者も多い。
- ・セレクトショップの店頭にはモダンな和食器や家具が。今どきのくつろぎのシンボル・ちゃぶ台は人気も高騰。20代では「贅沢な印象がある」から「ホテルより旅館」が多数派。
- ・抹茶がカフェメニューとして定着するなか、緑茶専門飲食店チェーン展開もスタート。和菓子や和素材を生かしたスイーツもヘルシー&キレイで人気。卵の花ケーキや湯葉プリンが女性に好評だ。

● **和をめぐる旬の動きや気分インサイト**

- ・自然志向、健康志向、くつろぎ志向などを背景に、多くの日本人が見直し始めた和の暮らし方。しかし、和の楽しみ方は年代によって異なる部分があり、若い層では自己表現の一つとして自覚的に取り組まれている。

その旬の動きに、時代の気分がある。

- ・今回は、和にこだわりを持つ20～30代男女に、和への思いや日々の様子を聞いてみた(※)。

※02年11月、全国の“和にこだわりを持つと回答した”20代・30代の男女各50名、計200名にインターネット調査を実施した。

自由回答中心の質問を行ったが、熱心な書き込みが目立った。



“若サライ”たちの、かなり和風な暮らし方

● 落ち着く和のインテリア、ヘルシー和食が2大興味

- 「興味のある和のジャンル」では、「和風の雑貨」(63%)「インテリア」(60%)「家で食事」(58%)「和風のレジャー」(55%)「住居・住まい」(53%)を半数以上があげた。「外食」での和もほぼ半数の46%。(図1)
- 「和風の雑貨」「インテリア」は、いずれも約7割の30代男女が関心があると答えた。20代男女より2割ほど高く、年代とともに興味が高まっている。また「家で食事」は30代が、「外食」は20代の方が関心が高い。

● 和の愉しみが急浮上!本物の和に浸りたい

- 花火大会や日本旅館などの「和風のレジャー」が55%と、最近の人気を反映しているのが注目される。「邦楽・和楽器」も18%と健闘。ファッションは意外と低く27%だった。
- 雑貨好きのはずの20代女性は雑貨が46%と意外に低く、「住居・住まい」が68%。懐古調飲食店や施設が人気の昨今、本物の和の空間への憧れが強いようだ。

● 急速に高まった人気。30代女性は欧米志向からの転向?

- 「和が好きになった時期」では、「以前から好き」派が6割。「この2~3年で好きになった」(27%)と「つい最近好きになった」(13%)のトレンド派が4割。
- 「以前から好き」は20代の方が多い。特に30代女性はトレンド派が5割と多く、欧米志向からの転向がうかがわれる。

● 『サライ』予備軍、続々

- 特に人気の高い「和のインテリア・雑貨へのこだわり」についてさらに聞くと、「こだわりがある~ややこだわりがある」人は全体で77%。特に30代男性は88%がこだわりありと回答。まさに「サライ」予備軍といえる。(図2)

● 和のものを買うのはセレクトショップと百貨店

- 20~30代がこだわる和のインテリアや雑貨を彼らはどのような店で購入しているのか。「和のインテリア・雑貨を買う場所」では、「セレクトショップ」が56%でトップ。「百貨店」が46%で続き2強を形成。
- この他、「通信販売」(29%)は30代女性に限ると48%。「リサイクルショップ」も16%と健闘し20代男性では24%。若者の好きな一点ものが手に入る「ネットショップ」(15%)「フリーマーケット」(12%)も手堅い人気。値頃感があり、手軽に和風の商品が入手できる「スーパーマーケット」はわずか20%だった。

● 8割が惹かれる「和(なご)みの和」

- 若い層は和のどんなところに惹かれるのか。「和の魅力」では、「和む」(82%)「心が癒される」(74%)「なつかしい」(54%)が上位3位。「ほっとする系」が上位を占めた。
- 続いて「自然感がある」(52%)「日本の文化を大切にしたい」(42%)「伝統的であること」(38%)。グローバル化で見直す自分たちの文化。
- 30代男性は、「質感」(平均35%)の48%をはじめ、「お洒落」「なつかしい」「日本の文化を大切に」などでも他の層より高く、和に様々な魅力を感じている。(図3)

図1 興味のある和のジャンル

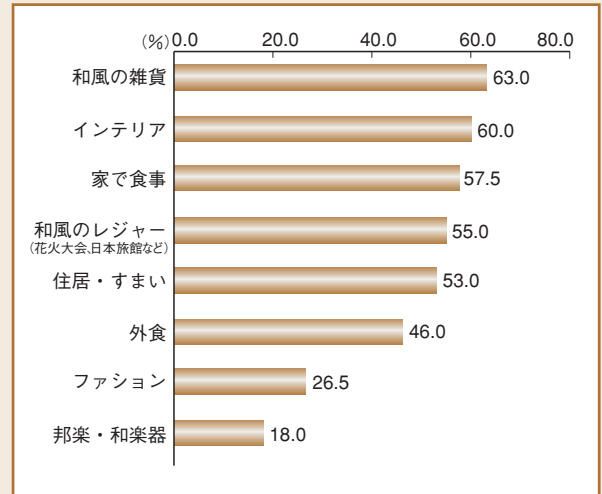


図2 和のインテリア・雑貨へのこだわり

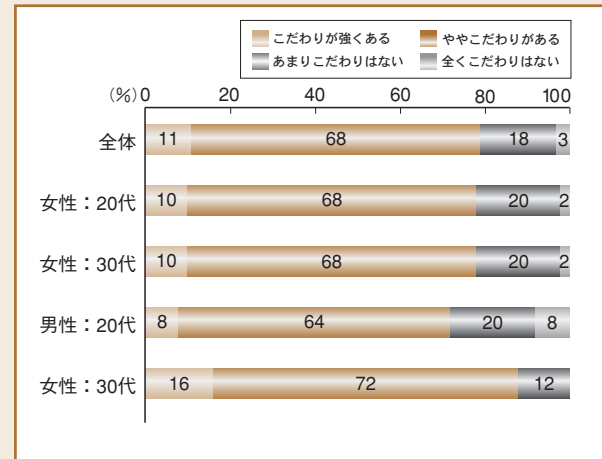


図3 和の魅力に感じる点

	和む	心が癒される	なつかしい感じがする	自然感がある	日本の文化を大切にしたい
全体	82	74	54	51.5	41.5
女性:20代	86	80	56	62	50
女性:30代	74	80	50	58	44
男性:20代	82	68	48	30	24
男性:30代	86	68	62	56	48

	伝統的である	質感が良い	オシャレな感じ	斬新・新鮮さを感じる	かわいい感じ
全体	38	35.5	26.5	17	6
女性:20代	42	40	24	16	6
女性:30代	32	24	34	16	6
男性:20代	36	30	14	18	-
男性:30代	42	48	34	18	12



和への気分の背景と、旬の動き

● 和である理由=男性はコンサバティブ

- ・一言で「和にこだわりのある人」と言っても、年代性別で相当に志向・嗜好が異なることが、熱心に書かれたコメントから垣間見える。まず男女の違いが明快。
- ・男性は数値的には女性より和志向が高かったが、背景の心理は「コンサバティブ」。男性は基本的に和が好きなのである。「日本に生まれたから」「自然なこと」であり「和食」を食べ「コタツや温泉でつろぐ」のが無情の喜びだ。

● 和である理由=女性はスタイル

- ・一方、女性の心理は「葛藤ののちの和への目覚め」。女性の多くは、もともとヨーロッパアンチストに憧れがある。最近はアジア風も人気で、さらに迷う。
- ・多くの消費経験や情報の中で、自分らしいスタイルとして和を選び取っている。ゆえに好きなものが具体的で、何をしたいかもはっきりしている。

● 20代=興味多彩に、“和な自分”を自己表現

- ・和好きの20代は、家族が和風好みなど家庭環境の影響が大きい。また琴や書道を習っていたなど、和の習い事経験は重要なきっかけ。田舎または古い日本家屋に祖父母がいるのも和に親しむ要素に。
- ・20代女性は和菓子、陶芸、畳、花火大会、旅館、ごさのれんなど、こだわっているものが多彩で雑詠的。20代男性は和食や和風の部屋、甚平、和室、日本酒など頑固なノリ。

● 30代=食と住への熱心度が増し、現実的

- ・和好きの30代女性は、知的・自覚的な和志向派と、テレビを見て最近参入したトレンド派に分かれる。和志向派はスタイリッシュな和のインテリアに凝り、健康志向から和食に進む。その関連で和食器にも目が無い。トレンド派は雑貨での演出。
- ・「和の情報源」で特徴的なのは、「街中」「ショップ巡り」など見て歩きでの情報収集の多さ。雑貨店のディスプレイや和食ダイニングのテーブルはいいお手本。インテリア雑誌、インターネットも参考になる。

● 和を好きになったきっかけ~日本の見直し、流行疲れ等、さまざま

◎20代女性

- ・外国の文化に触れることによって、改めて日本文化を直した
- ・お金ではなく、気持ちを豊かに生きるという考えが和にはある
- ・海外の流行を追うことに疲れて和に戻ってきた

◎30代女性

- ・海外赴任をしていて日本の伝統っていいなと思い始めた
- ・結婚して流行にとらわれなくなったのがきっかけ

◎20代男性

- ・世の中が慌ただしすぎるので、和で癒されたい
- ・日本人なので、和が好きなのは当然
- ・お店で和のかわいい商品を見てからハマった

◎30代男性

- ・日本人だから。日本人の誇りとして
- ・年齢的なものか。落ち着きと安らぎを求めて
- ・最近和をテーマにしたものをよく見かけるから・・・など

● 最近ハマっている(これから取り組みたい)和なモノ、コト

- ・女性は20代・30代ともに、和食、和の空間作りに始まり、着物~着付け、陶芸、琴など和楽器、伝統行事、ミニ盆栽、苔玉、和のガーデニング、和の小物手作り、和の香り、日本茶、書道、墨絵、仏画、和裁、和紙、邦画、古民家など、具体的な 関心テーマを持っている人が多い。
- ・20代男性にとっての和はロマンティック。昔ながらの町並みを見て歩く、月を見て虫の音を聞き浸りたい、日本各地を旅行したい、結婚式には羽織袴を着たい、徳利やお猪口を集めたい、とことん和を追求したい、などコト系。



MARKETING VIEW

● 和に浸るには“空間”がいちばん大事。和風レジャーもその延長にある

- ・若い層に最も関心が高い和のジャンルは雑貨、インテリア、住居などの空間系。和食器から始まって食卓全体へ。雑貨から始まって部屋全体へと拡大していく。
- ・日本旅館や花火大会、また最近人気のレトロテーマパークやレストランでは、丸ごと和の雰囲気を体感できる。和風レジャーは和空間人気の延長上にありそう。
- ・20代を中心に、和の町並みの散策、国内旅行など、体感体験も関心領域。
- ・家庭を持った30代には、伝統行事を大事にしたい気分も。田舎暮らし志向との関連も。

● 和は非日常～深日常→提案力のあるセレクトショップは魅力

- ・20代の和は、日常より非日常。自己演出の側面が強い。30代の和は、日常から進んだ深日常。それだけに、洗練性を重視する。いずれも選択眼が必要。
- ・セレクトショップの和の提案は大歓迎。触発される。百貨店や陶器の店のような和の専門店も「見て歩き」で勉強になるレアな物探しに、ネット利用も今後さらに増えそう。
- ・100円ショップにも和物がたくさんある昨今、身近なスーパーマーケット～量販店にも和の品揃えが求められる。

● 和み、一つ一つが違う、質感、新しい洗練・・・和は時代の気分を満たす

- ・若い層が和に感じている最大の魅力、それは「和(なご)みの」気分。女性には「癒し」への期待も強い。仲間と、またひとりで和のものに囲まれてほっとしたい・・・
- ・自然との一体感、季節感、触感、質感など、微妙なニュアンスも和の魅力。若い層はこういった五感にこだわりが強いのだ。
- ・また、ちょっとマイナーな日本文化や伝統のレア性にも好奇心が高まる。和みが最大の価値ながら、一方で洗練・贅沢のイメージもある和。ソフト提案も含め、これらの点からの訴求が有効。

● 求めるものが違います。クラスター毎にシャープな提案性を!

- ・20～30代は和が好きだが、クラスター毎に求める“和の形”が異なる。ポイントを整理すると図4の形になる。女性は新しいスタイルの和を求めているのに対して、男性の求める和はコンサバティブな伝統的な和＝懐古趣味的な要素が強い。(図4)

図4

