

第 3 章

団塊ジュニア世代の購買行動

第3章 団塊ジュニア世代の購買行動

企画趣旨	P.18
団塊ジュニア世代の実態	P.19
支出の内容について	P.20
ファッションへの支出額について	P.21
好きな店舗について	P.22
天神エリアで買物をする店について	P.23
気になるブランドについて	P.24
天神エリア環境変化について	P.25
団塊ジュニアの変化について	P.26
子育てをする団塊ジュニアについて	P.27
子育てとファッションの関係について	P.28～29
天神エリアの好きなおとこ、嫌いなおとこについて	P.30～31
郊外のショッピングセンター施設について	P.32
古着について	P.33
調査結果	P.34

30代となった団塊ジュニア世代は、すでに結婚している人や子供がいる人も多い。その一方で、「ひとりで自由に暮らすことも何となくいい」と考えている人も少なくない世代である。

団塊ジュニア世代の「自分を楽しむ生活」の実態を知るうえで、天神エリアを中心に直接インタビューを試みた。

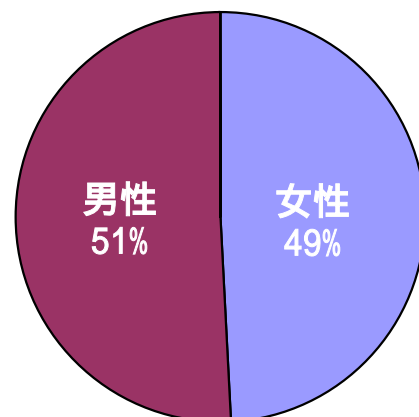
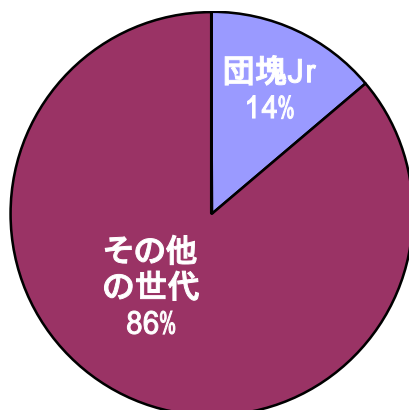
企画趣旨

日本で二番目に人口が多い世代「団塊ジュニア世代」。第二次ベビーブーム世代とも言われ出生数は約 800 万人と言われる。親からも自由裁量を与えられてきたり、ファッションに対して若い頃から関心が高かった世代だと思われる。現在、社会的にも中核的なポジションとなり、メインのターゲット層に設定されることが多い。

私達は“この団塊ジュニア世代の動きは日本のマーケットにとって多大な影響を与える”“この世代の動きを掴めれば大きなビジネスチャンスにつながる”と考えた。この事から天神に来街する団塊ジュニア世代をターゲットにしたビジネスの糸口を見つける為、アンケートを実施して、結果から現在の購買の動向を調べた。

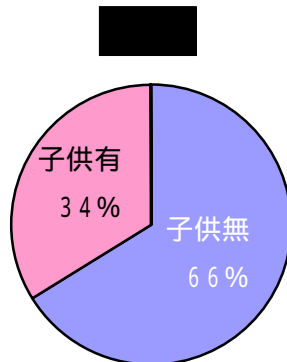
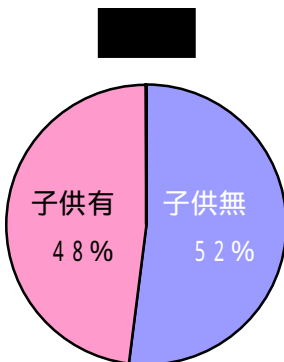
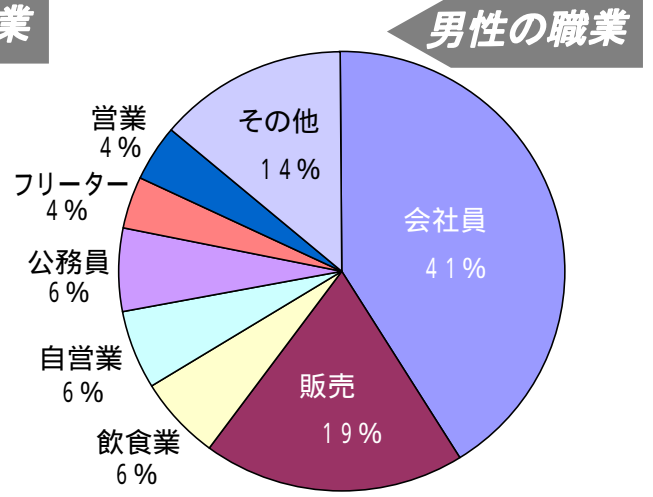
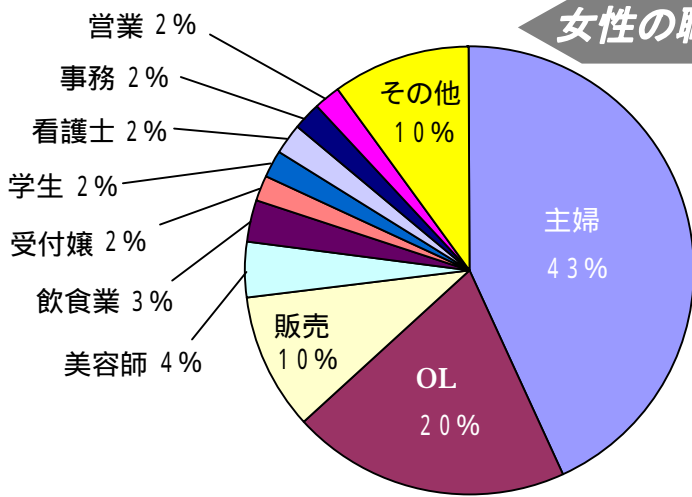
ターゲット：団塊ジュニア世代(27～35 歳)の男女

日本の人口：127690000 人 *平成 17 年 10 月 1 日現在(概算値)



第3章 団塊ジュニア世代の購買行動

団塊ジュニア世代の実態



~天神エリア~
調査対象(団塊世代中心)
 女性 131人(27才~35才)
 男性 67人(27才~35才)
 合計 198人(27才~35才)

支出の内容について

Q: 何に一番お金を使いますか？

出費が多い順番は？

・子供がいる場合		・子供がいない場合	
1位	子供関係	1位	住まい
2位	住まい	2位	食事
3位	ファッション	3位	ファッション
4位	食事	4位	貯金
5位	貯金	5位	その他

- 子供がいる人は、男女共に1位が子供関係、2位が住まいとなった。やはりこれは予想通りの結果である。3位から男性は食事、ファッション、習い事、女性はファッション、食事、貯金という様に分かれた。やはり女性は子供が出来てもファッションを気にしており、男性はファッションよりも会社などの付き合いで食事にお金を使っている場合が多いようだ。
- 一方、子供がいない人は男女共に同じ結果になった。住まい、食事が上位になっていることから、ターゲットの世代は一人暮らしが多いようだ。3位がファッション、4位が貯金となっており、どちらもファッションへの意識が高い場合が多いことが分かる。

出費の具体的な内容を教えてください

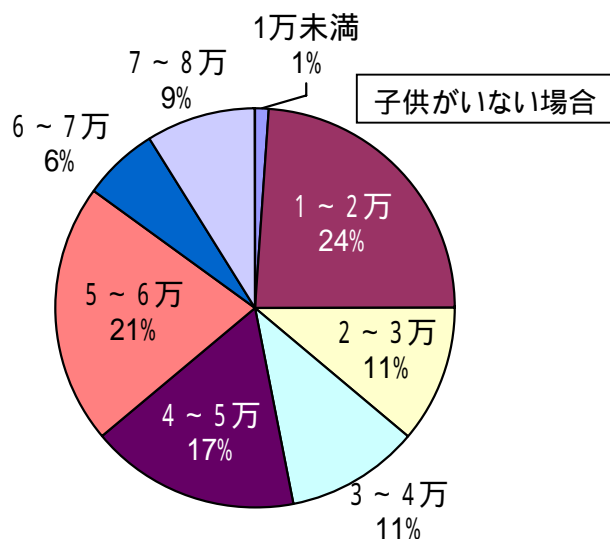
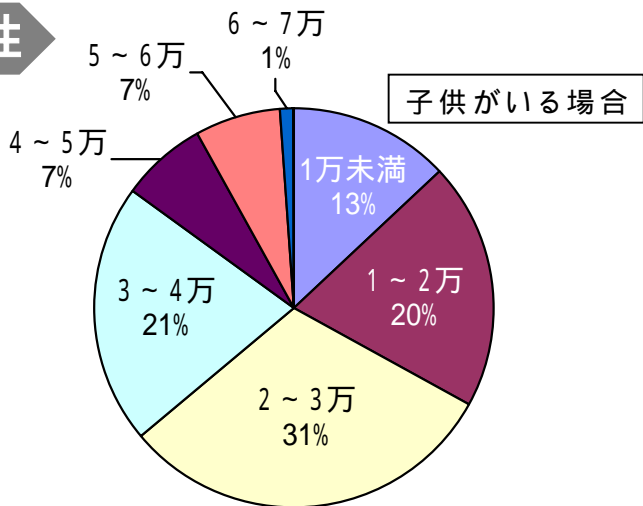
・子供がいる場合		・子供がいない場合	
1位	家賃	1位	家賃
2位	教育費	2位	衣服
3位	ローン	3位	ローン
4位	衣服	4位	食事

- 男女共に家賃が1位になった。やはり団塊ジュニア世代になると子供がいる人は、憧れのマイホームを建てているのではないだろうか。子供のいない人もほとんど自立をしているようだ。
- 子供がいる場合に関してやはり男女共に教育費が上位になっており、衣服のランクは子供がいない人と比べると男女ともに下がっている。
- このことを通して、高品質で低価格な UNIQLO や GAP が子供を持つ人から多く支持されているのが納得できる。カジュアルなスタイルを提案する UNIQLO や GAP と同じ価格帯で、もっとドレスシーなブランドができれば、マーケットに変動が起きるかも知れない。

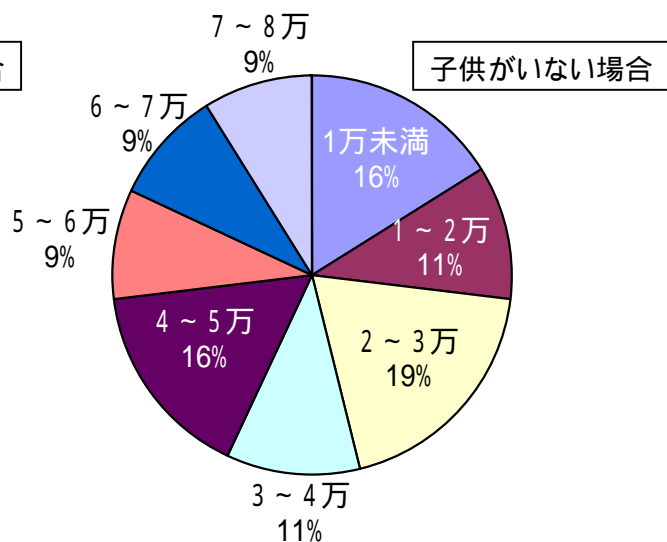
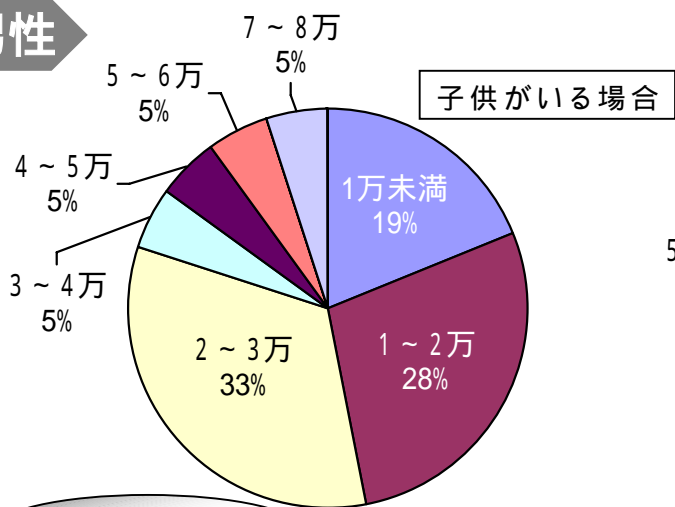
ファッションへの支出額について

Q: ファッション関連に月にどれくらいの出費をしますか？

女性



男性



私たちの視点

- 予想以上に子供がいる女性の出費が多く感じた。子供がいる男性の出費が、女性よりも全体的に少ないのは、結婚している多くの場合、妻である女性が、すべての収入を管理していて、夫である男性の服も購入しているからだと思う。
- 一方、子供がいない女性は、53%の人が4～8万円出費しており、高額をファッションに使っている。そして残り半数の人が1万円未満～4万円と、意外と低額出費になっており、全体が2極端に分かれた。男性の場合も多少金額の差はあるが、女性と同じように4～8万円の割合が43%、1万円未満～4万円出費の人が57%でおおよそ半分に分かれる。このことから、子供のいない男女は、よりリーズナブルさを求める人と、高品質高級志向の人とで半々に2極に分かれることが見受けられる。

好きな店舗について

Q: どのお店が好きですか？

子供がいる場合

- 1位 UNIQLO
- 2位 GAP
- 3位 COMME CA DE MODE
- 4位 特になし

子供がいない場合

- 1位 UNITED ARROWS
- 2位 UNIQLO
- 3位 GAP
- 3位 Dior

子供がいる場合

- 1位 UNIQLO
- 2位 GAP
- 2位 adidas
- 4位 CHICAGO

子供がいない場合

- 1位 UNITED ARROWS
- 1位 UNIQLO
- 3位 SHIPS
- 3位 DIESEL

私たちの視点

- 子供がいる人たちは、男女共に1位が UNIQLO、2位が GAP となった。そこから女性は COMME CA DE MODE、男性は adidas、CHICAGO という結果になった。UNIQLO、GAP は高品質、低価格であり、認知度も高いので上位になったのだろう。子供がいる人はやはり、男女問わずリーズナブルなものを求めていることが分かる。
- 一方、子供がいない女性は、1位が UNITED ARROWS、2位が UNIQLO となっており、他に GAP と Dior がランクインしていた。ランクインしているショップは、価格帯に大きな差がある。これと同じように男性も、1位が UNITED ARROWS、UNIQLO、その他に SHIPS、DIESEL がランクインされており、価格帯に大きな差が見られる。このことから、子供がいない団塊 Jr 世代の人は男女共にリーズナブルなものを求める人と、高品質、高級志向の人とおおよそ半々に分かれていることが分かる。

天神エリアで買い物をする店について

Q: 天神エリアのどこのお店でよく買い物をしますか？



Another Edition

子供がいる女性、いない女性共に「アナザーエディション」という意見が上がった。「アナザーエディション」は女性らしい柔らかいシルエットで、大人の女性が着るような、落ち着いたデザインの中にもトレンドを取り入れており、子供がいる・いないに関わらず、団塊ジュニア世代の女性が好みそうなSHOPだ。また、あまり天神や大名に来ない人も、大きなショーウィンドウからSHOPの中の様子が見えるので、入りやすいというのも支持されている大きな要因の1つだろう。

幅広い客層からの支持を受け、福岡のファッションをリードする天神では有名なセレクトショップ。海外のコレクションブランドを多数取り扱っている。商品の価格帯は、モデルートアッパーからプレステージで子供がいないおしゃれな男性から支持があった。この結果から、子供がいない団塊ジュニアの男性はファッションにお金を使うおしゃれにこだわった大人が増えているようだ。



BASEMENT

気になるブランドについて

Q: 今一番気になるブランドは何ですか？

・子供がいる場合		・子供がいない場合	
1位	特になし	1位	特になし
2位	D & G	2位	Dior
3位	LOUIS VUITTON	3位	D & G
3位	UNIQLO	3位	UNITED ARROWS
		3位	COACH
		3位	GUCCI

私たちの視点

- 女性は子供がいる人・いない人、共に「D & G」や「Dior」などの有名ブランドがランクインした。やはり女性特有のブランド好き傾向が見られる結果になった。ここで注目したいのが、子供がいる男性の順位の中に「D & G」や「Dior」などのプレステージブランドがランクインしたことだ。このことから、妻のブランド好きが夫にも影響しているのではないかと考えられる。
- また、全ての1位が「特になし」という結果になった。このことから、特定のブランドに固執せず、セレクトショップなどへ行き、その時々予算に応じて買い物しているのではないと思われる。



D & G の客声

シルエットが細身でラインがきれい。デザインも好きだが主にフォルムが好きです。着心地が良いのも。



Dior の客声

化粧品を買いました。Dior が好きとか、内容にひかれたのではなく、Dior というブランドネームに惹かれて買いました。

adidas の客声

デザインや色使いが多種多様で他のブランドではない独特なカラーリングがきれいな所が気に入ってます。

あと、この3本ラインがかわいくて好きです。



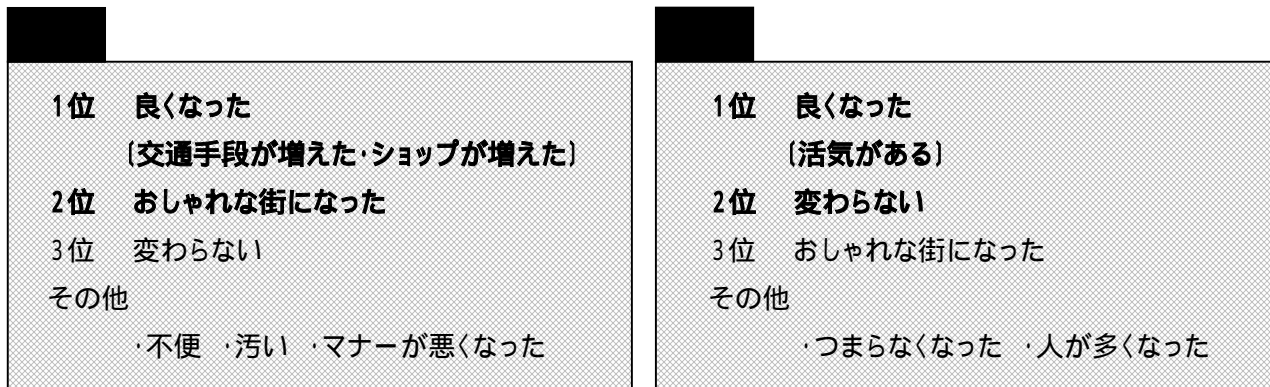
GUCCI の客声

親の還暦祝いのプレゼントとして買いました。GUCCIは高級品なのでプレゼントにすると思われ、喜ばれるので買いました。



天神エリアの環境変化について

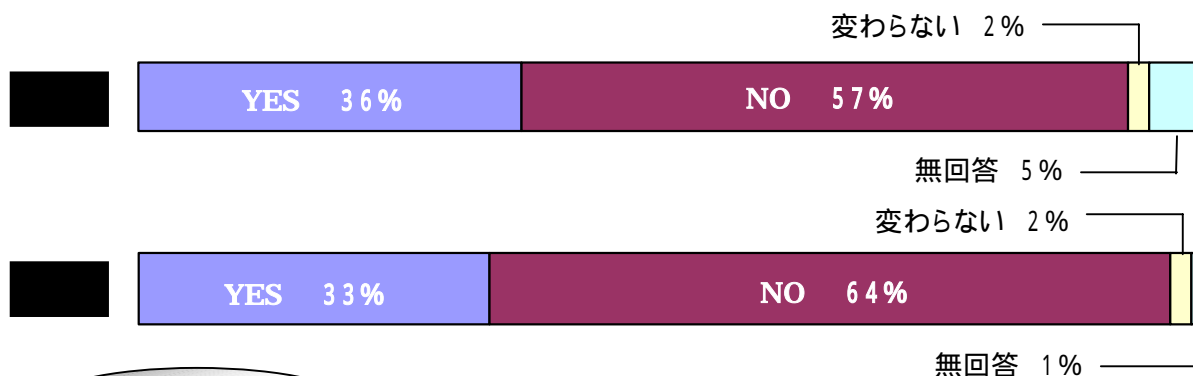
Q: あなたが18才～21才の時と比べ、天神エリアはどう変わりましたか？



私たちの視点

- 男性・女性共に、良くなったという意見が多かったが、気になったのは「マナーが悪くなった」や、「汚い」など、以前と比較して悪くなったとの意見も見られた。
- 最近は、若者の街になりつつある天神だけに、日頃からマナーに気をつけなければならぬと思った。

Q: 18才～21才の時と比べ、天神エリアで買い物をしていますか？

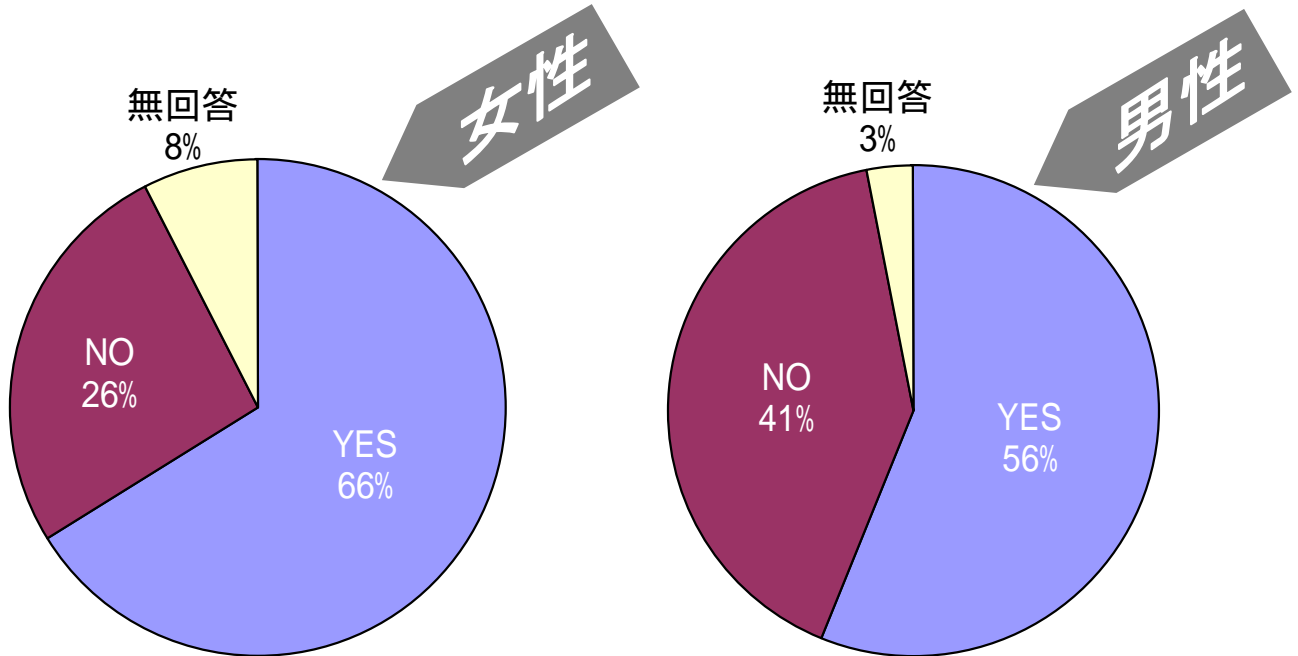


私たちの視点

- 男性、女性共に NO の割合が半数以上を占めた。やはり、子供ができる天神まで出てきて買い物する時間がなくなってしまうようだ。このことから、「ダイヤモンドシティ・ルクル」や「ゆめタウン」などの郊外型ショッピングセンターが子供を持つ団塊ジュニア世代の人たちに多く支持されていることが分かる。車の駐車スペースが広く無料である等のメリットの他にも、子供を乗せて運べるカートが多く用意されていたり、通路が広がっていたり、トイレにも子供用のものが設置されている等が支持されている大きな要因であろう。

団塊ジュニアの変化について

Q: 18～21歳の時期と比較すると魅力や関心が変わりましたか？



- 女性**
- 1位 子供中心になった
 - 2位 質の良いものを選ぶようになった
 - 3位 好みが変わった
 - 4位 動きやすいものを好むようになった
 - 5位 良いものを安く買うようになった
- その他 仕事優先になった

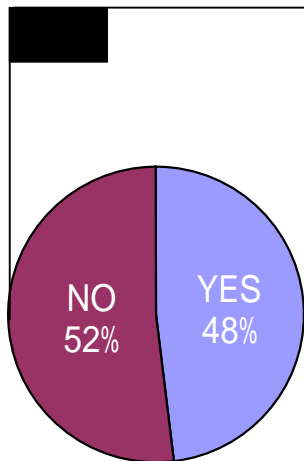
- 男性**
- 1位 デザイン・品質にこだわるようになった
 - 2位 落ち着いた
 - 3位 高級ブランドが好きになった
 - 3位 趣味が変わった
 - 5位 子供中心になった
- その他 服が大人になった

私たちの視点

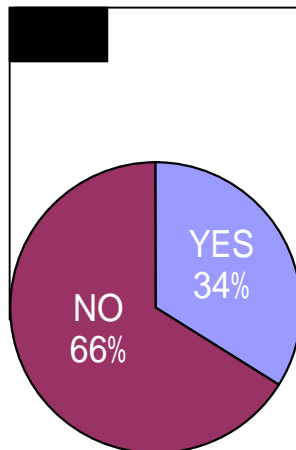
- 男女共に、ほとんどの人が YES と答えており、予想通りの結果となった。その内容として、ファッション面では「高級ブランドが好きになった」など、質で服を選んでいる場合が大半である。このことから、デザインがシンプルなものでも、生地がしっかりしていて上質なものがターゲットに人気であるということが分かる。
- また、「子供中心になった」という回答が、女性は1位であるが、男性の場合はランクインしているものの、もっとも少ない結果になった。
- このことから、子供服を売る場合は、女性いわゆるヤンママうけしそうな、母親のテイストを考えたデザインやカラーを用いると効果的だと予測できる。

子育てをする団塊ジュニアについて

Q: あなたに子供はいますか？



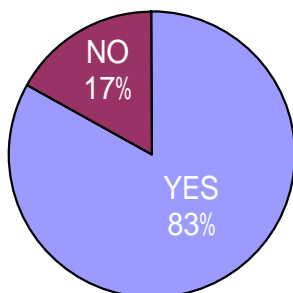
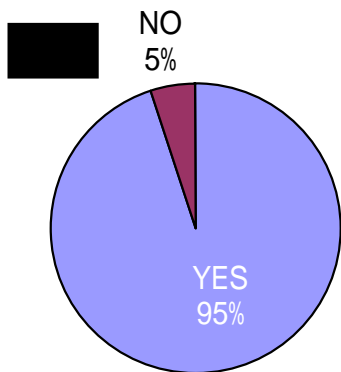
撮影場所 警固公園
カジュアルなスタイルで
落ち着いた感じ。



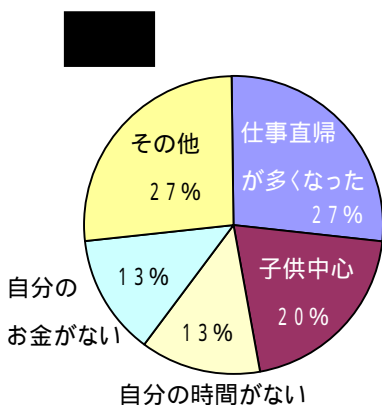
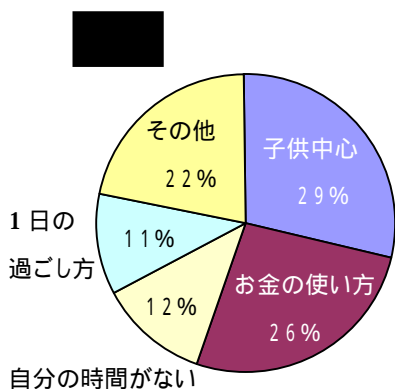
撮影場所 大名
ファッションもヘアもオシャレ
を楽しんでいる感じ。

YES と答えた方に・・・

Q: 子供が生まれて生活面で何か変わりましたか？



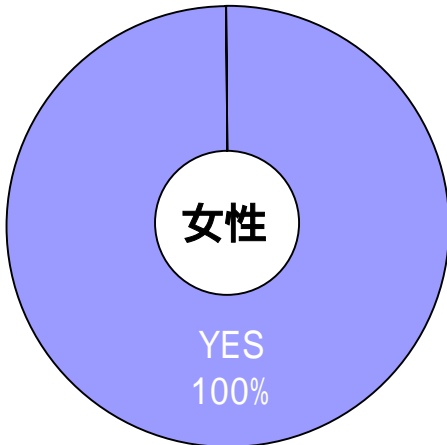
Q: その具体的な内容を教えてください



- やはりここでは YES と答えた人が予想通り圧倒的に多い。男女共に特に目立つ回答が「子供中心になった」「お金の使い方」「自分の時間がない」といった内容だ。このことから、子供が中心のライフスタイルが及ぼす影響はかなり大きいことが分かる。
- それはターゲットのファッションにも影響してくるものだ。女性のその他の回答の中に「洋服にお金をかけなくなった」「一箇所で買い物をするようになった」という回答があった。また、「時間がない」という回答もファッションに影響を与える大きな要因のひとつだ。
- 団塊ジュニアの世代に向けたショップでは、これは大きな影響があるだろう。なぜなら、それまで購入してくれていた人が子供が出来て、ショップにさえ来てくれないというケースが十分に考えられるからである。子供が出来れば体型も変わり、来てくれないのは仕方がないと済ませずに、根気よく DM やお手紙で顧客の心を離さないのが大切だと思う。子供を産んで体型がもどり、DM を見て再び遊びに来てくれる可能性は十分にあると思う。

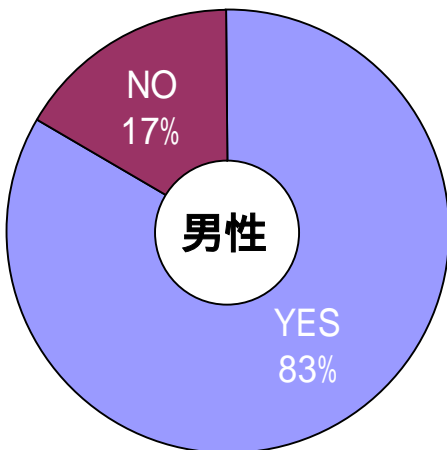
子育てとファッションの関係について (子供保有者のみ)

Q: 子供がいる事で自分のファッションに何か変化がありましたか？



< 意見が多かった内容 >

- 1位 動きやすい服を好むようになった
- 2位 服に気を使わなくなった
- 3位 服装が変わった
 - 〃 安い服を買うようになった



< 意見が多かった内容 >

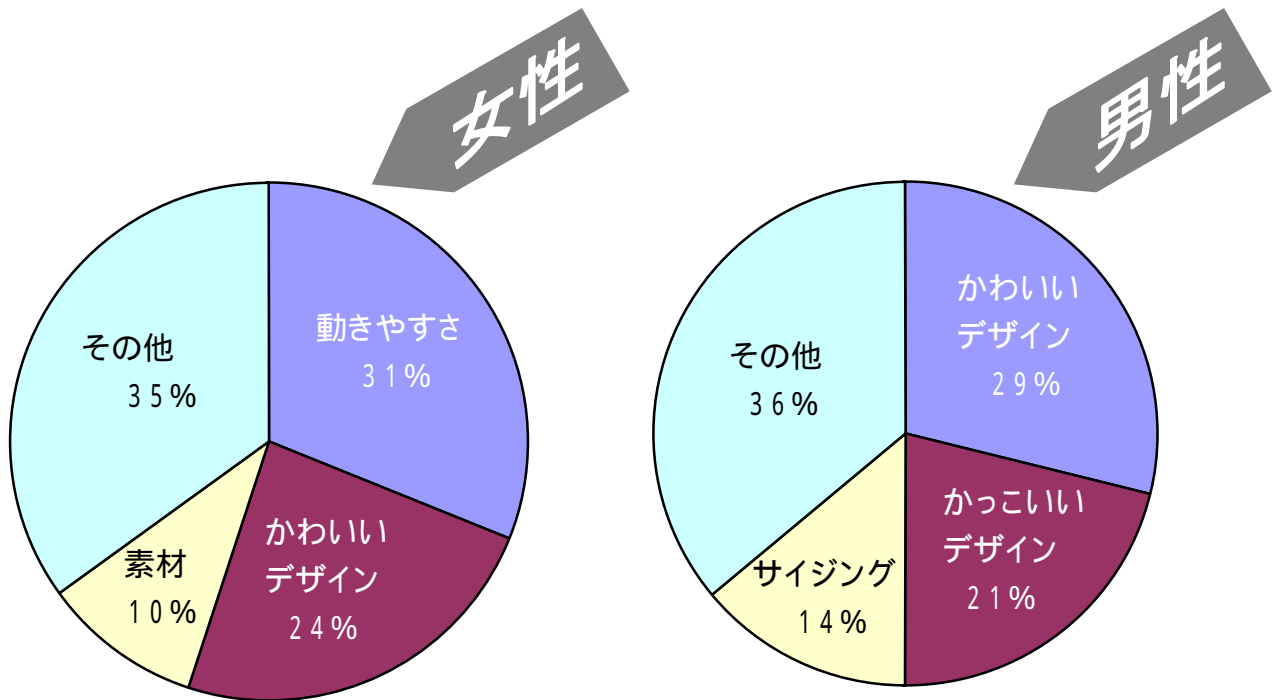
- 1位 服にお金をかけなくなった
 - 〃 自分であまり買わなくなった
- 3位 オシャレに気を使うようになった

私たちの視点

- 女性の100%の人が変わると回答した。1位の「動きやすい服を好むようになった」という意見からは、やはり子供が出来ると体型の変化や育児などで動きやすい服を好むようになるという事が推測できる。また、「服装が変わった」「安い服を買うようになった」という意見からは子供と共に過ごしたり、遊びやすい機能的な服を求めるようになってきたという事と、それまであまり行かなかった郊外のショッピングセンターに行くようになり、リーズナブルな服を見る機会が増えたからではないだろうか。
- 一方、男性は「自分であまり買わなくなった」という回答から、やはり結婚し子供ができると妻が購入してきた服を着る機会が多くなるという事が予想できる。また、3位の「オシャレに気を使うようになった」という回答からはオシャレな父親でいたいという気持ちを持つ男性が団塊ジュニア世代には多いということが分かる。

第3章 団塊ジュニア世代の購買行動

Q: 子供のファッションで気を使うことは何ですか？（子供保有者のみ）

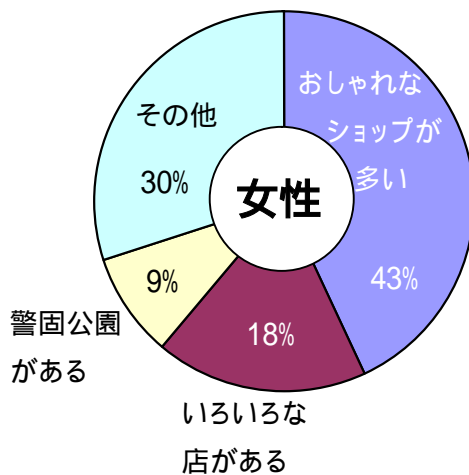


私たちの視点

- 男性の回答からは「かわいいデザイン」「かっこいいデザイン」が上位を占めており、男性は見た目を気にするようだ。それに対し、女性の回答からは「動きやすさ」「素材」など子供服の機能的な部分に気を使っているようだ。このことから子供服は見た目だけではなく、機能性も優れていなければならないということが読み取れる。
- ここで注目したいのが、男女共に「価格」という回答がランク外だったことだ。やはりこれは、自分の服には節約しても、我が子の服には価格を気にせず、良いものを買ってあげたいという親心からであろう。

天神エリアの好きなところ、嫌いなところについて (子供保有者のみ)

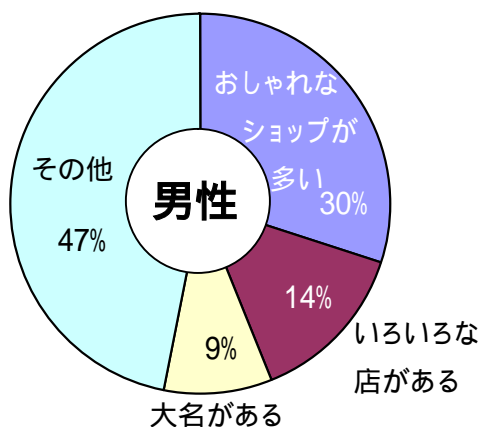
Q: 天神エリアの好きなところはどこですか？



福岡を代表するセレクトショップ
BASEMENT



天神で一番大きい公園
警固公園



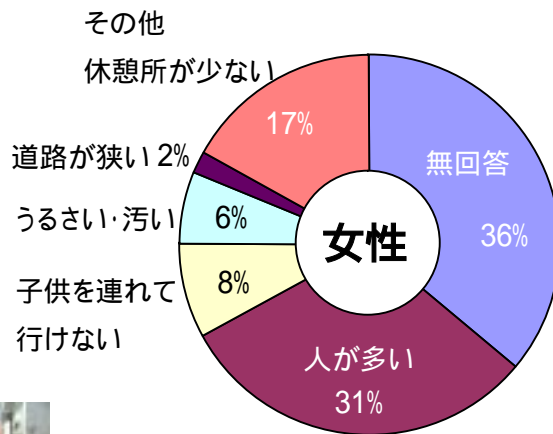
ファッション、飲食、等様々な
ショップが立ち並ぶ通り



大名の中心地
紺屋町商店街

第3章 団塊ジュニア世代の購買行動

Q: 天神エリアの嫌いなところはどこですか？ (子供保有者のみ)



天神の待合せ場所
岩田屋前



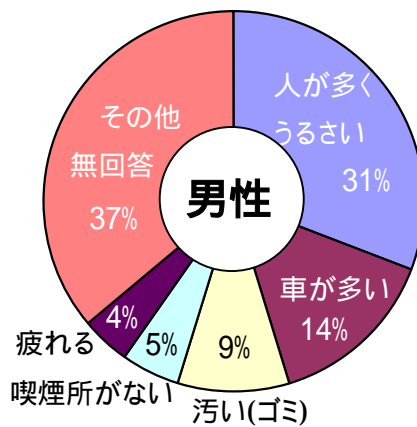
大名の裏通り



交通量が多くいつも
渋滞している赤坂



警固公園にはいつも
喫煙者がいる



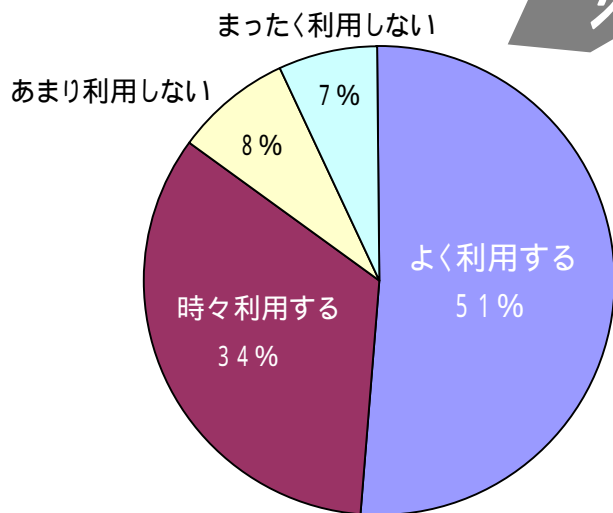
私たちの視点

- 女性の好きな所として、おしゃれなショップが多い、いろいろな店があるという理由が半分の5割を占めているが、中には警固公園があると子供がいる人ならではの理由もあった。男性においてもショップ関連の理由が大半で、父親になってもおしゃれをしたい気持ちは変わらないようだ。
- また、嫌いな理由として女性は人が多い、子供を連れて行けない等、子供中心の理由が多いのに対し、男性は喫煙所がない、車が多い等、自分自身に関わる理由が多かった。今後の対策として、子供と一緒に安心して休憩できる場所の確保等、家族が安心して過ごせる空間を提案していきたい。

郊外のショッピングセンター施設について (子供保有者のみ)

Q: 郊外のショッピング施設を利用しますか？

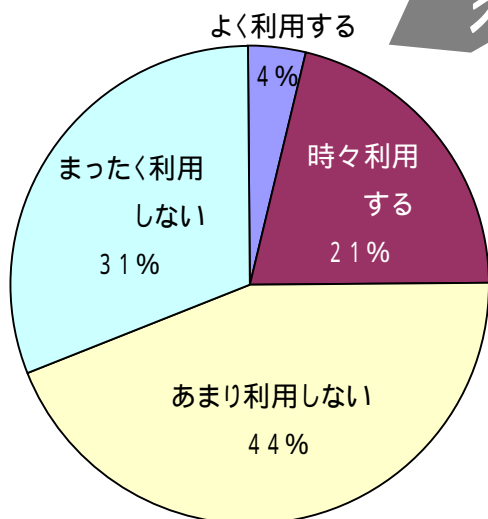
女性



私たちの視点

- 「よく利用する」「時々利用する」を合わせると85%の女性が郊外のショッピング施設を利用している。
- 小さな子供が多い団塊ジュニア世代にとって、天神は人通りが多く、子供を連れて歩くには不便だからだろう。その点、郊外のショッピング施設はゆとりのあるつくりなので子供連れでの買い物がしやすいのだろう。
- 独身の団塊ジュニア女性も郊外の人気アウトレットショップを利用する人が増えている。

男性



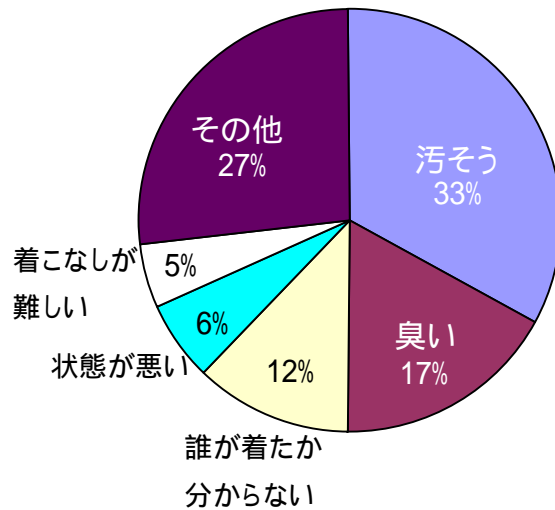
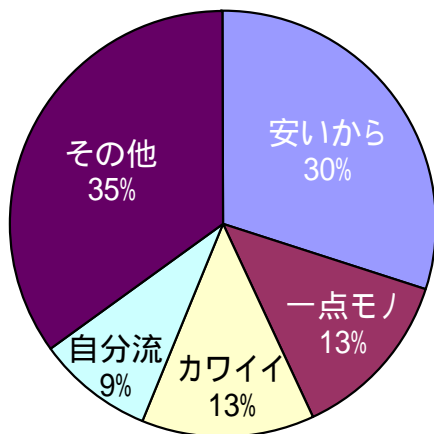
私たちの視点

- 男性の場合、女性とはまったく反対で全体的にほとんどの人が郊外のショッピング施設を利用していないようだ。
- やはり、女性と比べ男性は仕事をしている人がほとんどなので買い物は妻に任せているケースがほとんどなのだろう。
- 車の運転も女性が多いし、男性は家族連れの時だけ「時々利用」しているのだろう。

第3章 団塊ジュニア世代の購買行動

古着について (調査対象全員)

Q: 古着は好きですか？



私たちの視点

- アンケートの結果、団塊ジュニア世代の8割以上は古着が嫌いという結果が出た。
- 古着が好きと回答した理由として、「安いから」「一点物」などがあり、これらの回答者として若い頃から古着を着ている人達だと思われる。
- 嫌いな理由として「汚い」「臭い」などがあり、清潔感を大事にしていることが分かる。この結果からこれから団塊ジュニアには古着は売れない！と、予想される。

調査結果

団塊ジュニア世代が今天神に求めているものは...

リーズナブルな服

+

子供を預ける所

+

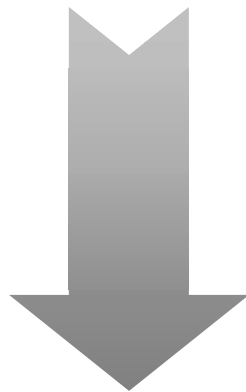
休憩所

+

清潔感

+

広い道路



- よく買い物をする SHOP の上位が UNIQLO や GAP で占められているにもかかわらず、好きなブランドに D&G や Dior が入っているところから、今後リーズナブル且つ高級感のあるブランド、ショップが天神にできれば団塊ジュニアからかなり人気が出るのではないかとと思われる。
- また、天神の嫌いな所の結果から「道路が狭い」「休憩所がない」「子供を連れて行けない」「汚い」があげられていたため、これらを改善できれば、郊外のショッピングセンターに流れている団塊ジュニア世代を天神に呼び戻すことができるのではないかと考える。