

平成 25 年 3 月 5 日

**電通総研のワカモンが「好きなものまるわかり調査」を実施  
進む「趣味のメリハリ化」と「消費の総“交際費”化」  
— 大学生は月額 36,514 円で約 11 個の趣味を楽しむ —**

電通総研の電通若者研究部（通称：ワカモン）は、若者の“好きなもの”を軸に、彼らの消費動向の実態を把握するため、全国 15～29 歳の男女を対象に「好きなものまるわかり調査」を実施しました。

調査の結果、好きなことの中でも、「低コストの割り切り」と「高額消費」を使い分ける「趣味のメリハリ化」と、他者とのコミュニケーションを消費の動機にする「消費の総“交際費”化」が、最近の若者の消費行動における大きな特徴であることが分かりました。

以下、調査で得られた主なトピックスを紹介します。

-----調査結果トピックス-----

**<趣味のメリハリ化>**

若者の好きなこと・趣味への向き合い方の傾向として「メリハリ化」が加速していると言えます。一人平均 約 11 個もの、好きなこと・趣味を持ち、限られた予算の中でそれらを楽しむ実態が浮き彫りになりました。同じ個人が、無料や安価でできる「低コストの割り切り」と、価値があると判断したものにはお金をかける「高額消費」を使い分けています。複数の趣味や好きなことをやりくりする【趣味のメリハリ化】がいまの若者の特徴として挙げられます。

**【若者の趣味・好きなこと】**

● **“タダ・安価でできる”、がハマりやすさのポイント**（図1参照）

- ・高校生・大学生・社会人のそれぞれが“ハマっていること”の上位4位以内に、「音楽鑑賞」「PCでのインターネット」「アニメ」が共通してランクイン。
- ・“ハマっていること”ランキングで「スマートフォン・携帯電話でのインターネット」がトップ10入りしたのは高校生のみ。
- ・社会人では「読書（マンガ以外）」が「アニメ」を抜いて3位にランクイン。
- ・高校生ではトップ10入りしなかった「恋愛・恋人」が大学生で10位、社会人では9位にランクイン。

●**趣味人口は少なくとも、“一人あたりの消費額が高額”な趣味も**（図 2 参照）

- ・消費金額別に見た“ハマっていること”ランキングでは、高校生・大学生・社会人ともに、「海外旅行」が1位。
- ・高校生では「スマートフォン・携帯電話でのインターネット」（5,636円/月・9位）、大学生では「料理」（8,773円/月・9位）、社会人では「車・バイク」（29,361円/月・2位）が他の層には見られない特徴的な趣味。

【1カ月に自由に使える金額】

●**趣味は、平均 11 個。「タダの割り切りと、価値を感じたら投資」で、多趣味を実現。**

（図 3 参照）

- ・1カ月に使える自由なお金は、高校生が10,970円、大学生が36,514円、社会人が68,132円という結果に。
- ・若者がハマっている趣味は、平均して約11個。

＜消費の総“交際費”化＞

若者の消費項目や金額の傾向として、多くの消費が「友人や家族など周りの人とのコミュニケーション」を意識した“交際費としての側面”を持っていることが分かりました。プレゼントや季節のイベントに参加するだけでなく、会話のネタを求めて消費行動を起こす若者が少なからず存在します。「食費」や「エンタメ費」などの消費が「総“交際費”化」している実態が伺えます。スマートフォンやSNSの普及で、自分の消費や生活がどんなことでもコミュニケーションのきっかけになる、といった情報環境の変化が影響を与えているものと推測されます。

【月々の消費額】

●**若者の二大消費は、「外食費」と「ファッション代」**（図 4 参照）

- ・月々の消費額2トップは、高校生・大学生・社会人ともに、「外食費」「ファッション代」。
- ・外食費の平均額は、高校生が2,995円、大学生が9,266円、社会人が14,427円。
- ・ファッション代の平均額は、高校生が4,144円、大学生が6,890円、社会人が11,040円。

【消費の単価】

●**自分のお屋よりも、人と過ごすカフェ代消費に前向き**（図 5 参照）

- ・お昼ごはん代の平均額は、【高校生（627円）＞社会人（601円）＞大学生（527円）】
- ・カフェ代の平均額は、【高校生（804円）＞社会人（598円）＞大学生（536円）】

●プレゼントの金額は、「恋人＞両親＞友人」。高校生では友人が両親よりも高額に

(図 6 参照)

- ・大学生と社会人は、費やすプレゼント代がともに 恋人＞両親＞友人  
恋人 (大学生 8,774 円・社会人 14,294 円)  
両親 (大学生 3,303 円・社会人 8,774 円)  
友人 (大学生 2,014 円・社会人 3,140 円)
- ・高校生は、恋人＞友人＞両親と、両親が最も低い。  
恋人 (3,866 円)、友人 (2,446 円)、両親 (1,676 円)
- ・高校生・大学生・社会人は、いずれも約 6 割が友達にはプレゼントを渡している。

●高校生の約 4 割、大学生・社会人の約 5 割が、季節のイベントに参加 (図 7 参照)

- ・ハロウィンやクリスマスなどの季節イベントにかける平均消費額は、高校生が 2,014 円、大学生が 3,735 円、社会人が 7,277 円。
- ・高校生の約 4 割、大学生・社会人の 5 割以上が季節のイベントに参加している。
- ・「日常的なネタとして、その場にいる仲間だけで楽しむものを買う」は、高校生で 7 割以上、大学生・社会人で約 8 割存在。

【自分のため消費】

●高校生の約 8 割、大学生・社会人の約 9 割は、自分へのプチご褒美を実施 (図 8 参照)

- ・若者の 8 割以上は自分へのプチご褒美を行っており、大学生と社会人ではそれが約 9 割にも上る。
- ・プチご褒美の上限金額は、高校生が 8,360 円、大学生が 27,087 円、社会人が 31,306 円。

【SNS やアプリ利用頻度】

●5 人に 1 人は、Facebook などの実名登録制 SNS に 1 日 1 回は投稿 (図 9 参照)

- ・高校生・大学生・社会人の 5 人に 1 人が、Facebook などの実名登録制 SNS に 1 日 1 回は投稿。
- ・高校生・大学生・社会人に共通して、最も利用頻度が高いのは Twitter。約 6 割が 1 日に 1 回以上 Twitter を見ている。
- ・高校生と大学生の約 5 割、社会人の約 3 割が、1 日 1 回以上 Twitter に投稿。

以 上

**■【好きなものまるわかり調査の概要】**

- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査対象：15～29歳の独身男女  
(職業不問、ただし「月に使えるお金がない」人を除く)  
3,180 サンプル  
内訳：高校生 180 サンプル  
大学生 1237 サンプル  
社会人 1526 サンプル

※対象エリア(1都6県)の性・年代別人口構成比率および未婚率に基づいた配信コントロールと同比率に基づいた割付け回収を実施。

- ・ 対象地域：首都圏(1都6県)
- ・ 調査実施時期：2012年12月27日(木)～29日(土)
- ・ 調査実施機関：株式会社電通マーケティングインサイト

**<本調査に関する問い合わせ先>**

株式会社電通 電通総研 電通若者研究部(ワカモン)

奈木 TEL: 03-6216-8048 吉田、西井 TEL: 03-6216-8453

**【ワカモン】**

ウェブサイト URL : <http://www.dentsu.co.jp/dii/project/wakamon/index.html>

Facebook ページ URL : <http://www.facebook.com/wakamon.dentsu>

## 【若者の趣味・好きなこと】

## ● “タダ・安価でできる”、がハマりやすさのポイント

高校生・大学生・社会人が共通してハマっていることの上位は、「音楽鑑賞」「PCでのインターネット」「アニメ」であり、ネット上のサービスなどを通して無料や安価でできるという共通の特徴が見られた。金銭的ハードルが低いほど、若者はハマりやすくなる傾向がある。また、「アニメ」「マンガ」は、高校生・大学生・社会人のそれぞれに共通する「ハマっていること」の上位5位以内に入っている。

図1 Q.「あなたがハマっていることをお知らせください」（割合ランキング）

高校生 (n=180)			大学生 (n=1237)			社会人 (n=1526)					
	割合(%)	平均金額		割合(%)	平均金額		割合(%)	平均金額			
1位	音楽鑑賞	31.7	¥2,139	1位	PCでのインターネット	32.5	¥3,356	1位	PCでのインターネット	29.1	¥4,598
2位	PCでのインターネット	28.9	¥3,500	2位	音楽鑑賞	23.3	¥2,681	2位	音楽鑑賞	20.3	¥3,442
2位	アニメ	28.9	¥2,584	3位	アニメ	21.7	¥3,369	3位	読書（マンガ以外）	20.2	¥3,181
4位	マンガ	21.7	¥1,955	4位	読書（マンガ以外）	19.6	¥2,092	4位	アニメ	19.1	¥4,981
5位	カラオケ	20.6	¥1,520	5位	マンガ	19.1	¥2,107	5位	マンガ	18.4	¥2,380
6位	ゲーム機器でのゲーム	18.9	¥4,096	6位	ファッション	15.5	¥10,891	6位	国内旅行	17.2	¥20,020
6位	スマートフォン・携帯電話でのインターネット	18.9	¥5,636	7位	ゲーム機器でのゲーム	14.6	¥3,477	7位	ファッション	16.0	¥16,874
6位	芸能人・アイドル	18.9	¥10,315	8位	カラオケ	14.1	¥2,202	8位	ショッピング	15.3	¥18,789
9位	ファッション	16.7	¥6,586	9位	ショッピング	13.4	¥11,819	9位	恋愛・恋人	15.1	¥14,792
10位	読書（マンガ以外）	15.6	¥1,424	10位	恋愛・恋人	13.2	¥11,434	10位	ゲーム機器でのゲーム	14.4	¥5,277

※平均金額は、「ハマっている」該当者の中から【0円】と回答した方を除いた人数ベース  
※金額は自由回答

●趣味人口は少なくとも、“一人あたりの消費が高額”な趣味も

消費金額順にイマドキの若者がハマっているものを見ると、回答している若者の数は少数でも「海外旅行」が共通して最も高額で、他には「国内旅行」や「車・バイク」が高額消費として挙げられた。「ショッピング」「ファッション」「恋愛・恋人」も、高校生・大学生・社会人のそれぞれに共通する消費行動として見られた。趣味の多様化により、市場規模としては表れにくい個人消費の単価がある一定額におよぶ趣味消費が存在し、当の若者個人としては自分が「消費離れ」しているという実感はあまりないと推測される。

図2 Q.「あなたがハマっていることをお知らせください」(金額ランキング)

高校生 (n=180)			大学生 (n=1237)			社会人 (n=1526)					
	割合(%)	平均金額		割合(%)	平均金額		割合(%)	平均金額			
1位	海外旅行	1.7	¥55,000	1位	海外旅行	9.9	¥54,141	1位	海外旅行	10.7	¥52,183
2位	芸能人・アイドル	18.9	¥10,315	2位	ギャンブル(競馬、パチンコ、パチスロなど)	3.4	¥15,980	2位	車・バイク	5.6	¥29,361
3位	ショッピング	12.2	¥7,818	3位	国内旅行	13.1	¥15,598	3位	ギャンブル(競馬、パチンコ、パチスロなど)	5.2	¥28,510
4位	ファッション	16.7	¥6,586	4位	ショッピング	13.4	¥11,819	4位	国内旅行	17.2	¥20,020
5位	恋愛・恋人	10.6	¥6,285	5位	恋愛・恋人	13.2	¥11,434	5位	ショッピング	15.3	¥18,789
6位	スポーツクラブやジム(ヨガ・水泳など)	0.6	¥6,000	6位	ファッション	15.5	¥10,891	6位	ファッション	16.0	¥16,874
7位	ペット	3.9	¥6,000	7位	芸能人・アイドル	9.4	¥9,790	7位	恋愛・恋人	15.1	¥14,792
8位	国内旅行	2.8	¥5,800	8位	ゴルフをやる	0.6	¥9,143	8位	グルメ	8.5	¥11,984
9位	スマートフォン・携帯電話でのインターネット	18.9	¥5,636	9位	料理	8.6	¥8,773	9位	スポーツクラブやジム(ヨガ・水泳など)	2.6	¥11,918
10位	PC・スマートフォン・携帯電話でのゲーム	15.0	¥5,222	10位	車・バイク	4.0	¥8,449	10位	タバコ	4.1	¥11,417

※平均金額は、「ハマっている」該当者の中から【0円】と回答した方を除いた人数ベース  
※金額は自由回答

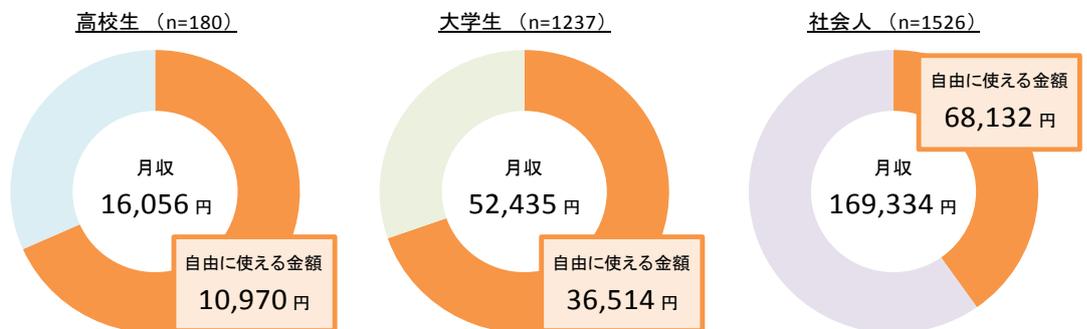
### 【1カ月に自由に使える金額】

#### ●趣味は、平均約11個。「タダの割り切りと、価値を感じたら投資」で、多趣味を実現。

1カ月に自由に使えるお金は、高校生が10,970円、大学生が36,514円、社会人が68,132円という結果になった。若者は平均して約11個の趣味を持っており、限られた金額で複数の趣味や好きなことへの消費行動を行っていることが分かった。

複数の趣味や好きなことの中で、無料や安価でできることに対する「低コストの割り切り」と、価値があると判断したものにはお金をかける「高額消費」を使い分ける、【趣味のメリハリ化】が見られた。

図3 月収およびひと月あたりに自由に使える金額



※月収には、バイト・小遣いを含む

※自由に使える金額 = 使うお金の総額から家賃・光熱費などを引いた金額

### 【月々の消費額】

#### ●若者の二大消費は、「外食費」と「ファッション代」

「外食費」「ファッション代」がトップ2という結果が出た。

比較的、エンタメ費にもお金を掛けており（大学生5,981円、社会人8,247円）、ハマっていることの上位には「アニメ」「音楽鑑賞」「マンガ」など、エンタテインメント要素の強いモノが並んでいる。

図4 Q. 「1か月あたり、ざっくりでいうと、あなたはどれくらい自由に使えるお金があったり、次のようなことにお金をかけていますか」

	高校生 (n=180)	大学生 (n=1237)	社会人 (n=1526)
外食費 (飲み会や女子会含む)	¥2,995	¥9,266	¥14,427
ファッション代 (洋服・バック・小物など)	¥4,144	¥6,890	¥11,040
美容・スキンケア代 (美容室・コスメ代含む)	¥1,827	¥2,969	¥4,931
スマホ・ケータイ代 (有料アプリ・ダウンロード代を含む)	¥1,828	¥4,458	¥5,644
エンタメ費 (映画やイベント、アニメ・漫画など)	¥1,829	¥5,981	¥8,247

※平均金額は、それぞれ【0円】と回答した方を除いた人数ベース

※金額は自由回答

## 【消費の単価】

● 自分のお昼よりも、人と過ごすカフェ代消費に前向き

高校生と大学生では、カフェ代の単価がお昼ご飯代よりも高いという結果が出た。イマドキの若者にとっては、自分一人で食べるお昼ご飯よりも、誰かと一緒に過ごすコミュニケーションのためのカフェ代を重視していることが分かる。高校生のカフェ代は 804 円と特に高く、友人や恋人とのコミュニケーションに必要な消費には積極的である傾向が見られた。

図5 Q.「あなたは次に挙げるものについて、1回あたりどのくらいお金を払っていますか」

	高校生 (n=180)		大学生 (n=1237)		社会人 (n=1526)	
	割合 (%)	平均単価	割合 (%)	平均単価	割合 (%)	平均単価
お昼ご飯	68.3	¥627	88.4	¥527	80.1	¥601
カフェ	56.7	¥804	76.8	¥536	80.9	¥598

※平均金額は使用者ベース

※金額は自由回答

● プレゼントの金額は「恋人>両親>友人」。高校生では友人が両親よりも高額に

プレゼントの金額は平均 2,000~3,000 円。高校生・大学生・社会人はいずれも約 6 割が友人へのプレゼントを行っている。一方、両親へのプレゼントについては、高校生と大学生では約 5 割だが、社会人では約 6 割と、差が生じた。

また、高校生と大学生は、友達にプレゼントする人が両親にプレゼントする人よりも多く、高校生では両親よりも友人に対して高額なプレゼントをする傾向があることが分かった。一方、高校生→大学生→社会人と大人になっていくにつれて、友人よりも両親へのプレゼント代にお金をかけるようになる。

図6 Q.「あなたは次に挙げるものについて、1回あたりどのくらいお金を払っていますか」

	高校生 (n=180)		大学生 (n=1237)		社会人 (n=1526)	
	割合 (%)	平均単価	割合 (%)	平均単価	割合 (%)	平均単価
友人へのプレゼント	61.1	¥2,446	57.4	¥2,014	61.7	¥3,140
両親へのプレゼント	48.3	¥1,676	52.0	¥3,303	63.4	¥8,774
恋人へのプレゼント	28.3	¥3,866	39.5	¥8,774	51.3	¥14,294

※平均金額は経験者ベース

※金額は自由回答

### ●高校生の約4割、大学生・社会人の約5割が、季節のイベントに参加

高校生の約4割、大学生・社会人の約5割以上がハロウィンやクリスマスなどの季節イベントに参加しており、「ネタとしてその場にいる仲間だけで楽しむものを買う」という言わば日常的な行為に近い行動を実践している高校生が約7割以上、大学生・社会人が約8割もいることが分かった。

また、「ネタとしてその場にいる仲間だけで楽しむもの」にかけられる上限金額は、社会人で約4,000円、大学生で約2,600円、高校生で約1,900円となっており、若者は総じて日常におけるコミュニケーションのために消費していることが伺える。

図7 Q.「あなたは次に挙げるものについて、1回あたりどのくらいお金を払っていますか」

	高校生 (n=180)		大学生 (n=1237)		社会人 (n=1526)	
	割合(%)	平均単価	割合(%)	平均単価	割合(%)	平均単価
季節のイベント (クリスマスパーティーやハロウィンパーティーなど)	38.3	¥2,014	48.3	¥3,735	48.4	¥7,277

※平均金額は経験者ベース  
※金額は自由回答

	高校生 (n=180)		大学生 (n=1237)		社会人 (n=1526)	
	割合(%)	平均単価	割合(%)	平均単価	割合(%)	平均単価
ネタとして、その場にいる 仲間だけで楽しむものを買う	71.1	¥1,866	82.5	¥2,594	79.5	¥4,094

※平均金額は、購入意向者ベース  
※金額は自由回答

### 【自分のため消費】

#### ●高校生の約8割、大学生・社会人の約9割は、自分へのプチご褒美を実施

若者全体で約8割以上が自分へのプチご褒美を行っており、大学生と社会人では約9割もの人が行っていることが分かった。“プチ”ご褒美でありながら、自分へのご褒美として高いと感じる上限の平均金額は8,000円以上となっており、社会人にいたっては自由に使える金額の半分を使用している。

若者の消費離れなどと言われるが、自分のためには高額消費が行える一面もあることが分かった。またそれが、友人や恋人、両親へのプレゼント以上の金額になっていることから、自分へのプチご褒美が一定の市場を形成していると推察される。

図8 Q.「あなたが次に挙げるものについて、ちょっと高いなと思ってお金を出すのをためらってしまうのはいくらですか」

	高校生 (n=180)		大学生 (n=1237)		社会人 (n=1526)	
	割合(%)	平均単価	割合(%)	平均単価	割合(%)	平均単価
自分へのプチごほうび	80.6	¥8,360	88.8	¥27,087	89.3	¥31,306

※平均金額は、購入意向者ベース  
※金額は自由回答

## 【SNS やアプリ利用頻度】

## ●5人に1人が、Facebookなどの実名登録制SNSに1日1回は投稿

高校生と大学生の約5割、社会人の約3割が、1日1回以上Twitterへの投稿を行っており、高校生・大学生・社会人の5人に1人が、Facebookなどの実名登録制SNSに1日1回以上投稿していることが分かった。

また、LINEなどの無料通話&メールアプリとその利用率について比較してみると、大学生では約5割に達し、続いて高校生が約4割、社会人が約3割と続いた。若者はつながり意識が強く、あらゆる相手を意識する傾向が高まった背景には、即座に友人や恋人と自らの状況について共有できる環境が整ったことが、「消費の総“交際費”化」に影響しているものと読み取れる。

図9 Q.「次のツールを利用していますか。利用している方は1日何回くらいやりますか。」

		高校生 (n=180)		大学生 (n=1237)		社会人 (n=1526)	
		利用率(%)	平均回数/日	利用率(%)	平均回数/日	利用率(%)	平均回数/日
Facebookなどの 実名登録制SNS	見る	30.6	7.6回	51.3	3.8回	41.8	3.8回
	投稿する	15.0	5.2回	23.1	1.2回	19.7	1.5回
Twitter	見る	62.3	19.9回	63.0	11.4回	44.8	7.1回
	投稿する	48.3	17.2回	47.9	7.5回	28.8	6.1回
LINEなどの 無料通話&メールアプリ	グループメッセージを送る	38.3	19.4回	43.2	6.9回	21.4	3.6回
	メッセージを送る	42.8	24.5回	49.7	10.5回	31.8	6.5回

※回数は自由回答

以上