

平成 29 年 11 月 16 日  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

## 若さの秘訣は趣味にある？ 趣味が生み出す好奇心と交友関係

－ 『R&D CORE（生活者総合ライフスタイル調査システム）』より －

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント（所在地：東京都新宿区、代表取締役：松田 武久）は、首都圏在住の 18～79 歳の男女 3,000 人を対象に実施した自主調査を用い、「趣味・教養のための活動」に力を入れている人について分析を行いました。

### 調査結果のまとめ

- 趣味・教養のための活動に力を入れているのは男女とも 20 代が高い。最も熱心なのは 18～24 歳男性であり、87%となっている。
- 趣味・教養に力を入れている人（以下、趣味・教養注力者）は、インターネットを活用して買い物の情報収集や実際の買い物をしており、気に入ったものがあつた場合は無理をしても購入する傾向にある。
- 趣味・教養注力者は、人とのつながりに積極的な傾向で、交友関係は「趣味」「ネット」関連も多い。
- 40 歳以上では年代が上がるにつれて趣味・教養注力者の方が若く見られていると自負している人が多い。

### R&D 生活者インサイト

#### ◇若さの秘訣は趣味にある？趣味が生み出す好奇心と交友関係

今回は、生活の中で力を入れていきたい分野で「趣味・教養のための活動」に対して、力を入れていきたいと回答した人を趣味・教養注力者と定義づけ、そうでない人との考え方の違いを分析しました。

趣味・教養注力者では、そうでない人と比べて、実年齢よりも若く見られていると自負している人が多いという結果が出ました。ではなぜ、若いと感じるのでしょうか。その要因として、好奇心の強さと交友関係の広さが考えられます。今回の分析結果から、趣味・教養注力者は新しいものへの興味関心の高さや情報収集力・発信力の強さがあり、また、趣味やインターネットで自ら行動して作り上げた友人関係が多いことが明らかになりました。つまり趣味・教養注力者の周りには同様の友人関係が広がっていると考えられます。元々好奇心が高い人々の中で「新しく・面白いことを発信したい」という意識が芽生え、より活発に情報交換が行われることで、従来の考え方に捉われない傾向が生まれるのではないのでしょうか。良いものを積極的に取り入れ、変化することを恐れない姿勢が若さの秘訣となっているのかもしれません。

さらに、趣味・教養注力者では「気に入ったものは無理をしても買う」という傾向が強いことが明らかになりました。買い物にかかる費用についても単純な安さだけでなく、本当に自分に合ったものを探す探究心の強さが見受けられます。こだわりが強く、自分に気に入ったものしか買いたくはない。だからこそ、そのこだわりを発信したい、共感を得たいという意識が消費行動をより活発にしているのではないのでしょうか。

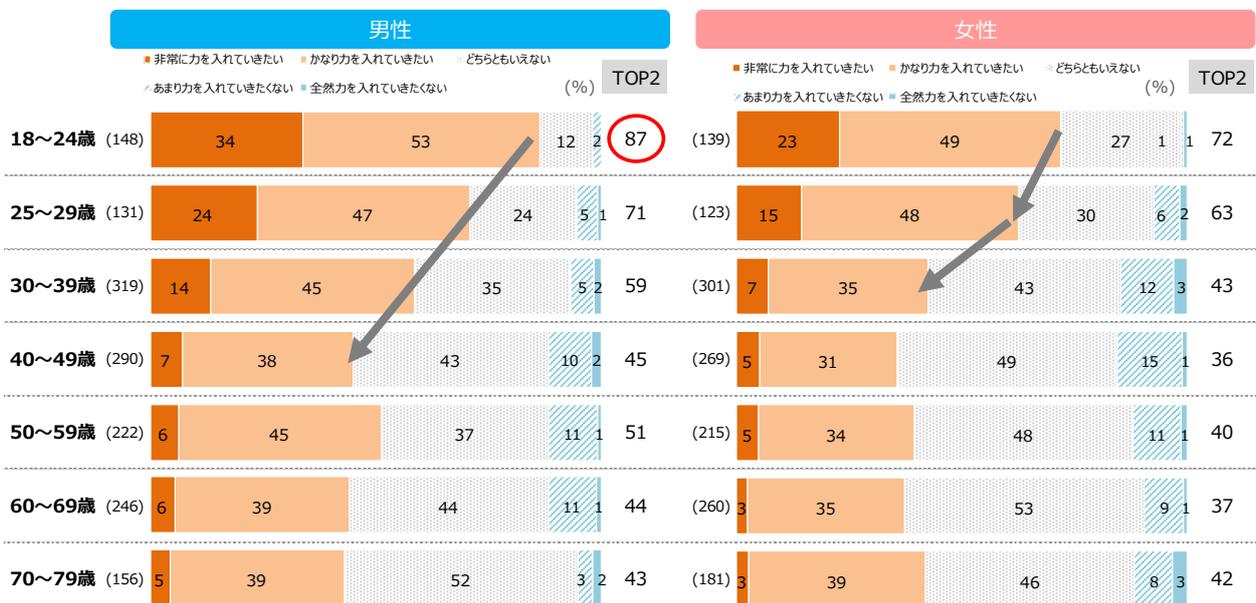
新たな商品・サービスを世に広めていく際には、提供する側から消費者への一方的な発信だけでなく、消費者同士の相互発信の力を活用することがより重要になっていくのかもしれない。

調査結果 詳細

“趣味・教養のために力を入れていきたい 18～24 才男性”

- 趣味・教養のための活動に注力しているのは男女とも 20 代。最も熱心なのは 18～24 歳男性であり、87%となっている。
- 男性は 20 代から 40 代にかけて緩やかに下降していくのに対して、女性は 20 代後半と 30 代で落差が大きい。

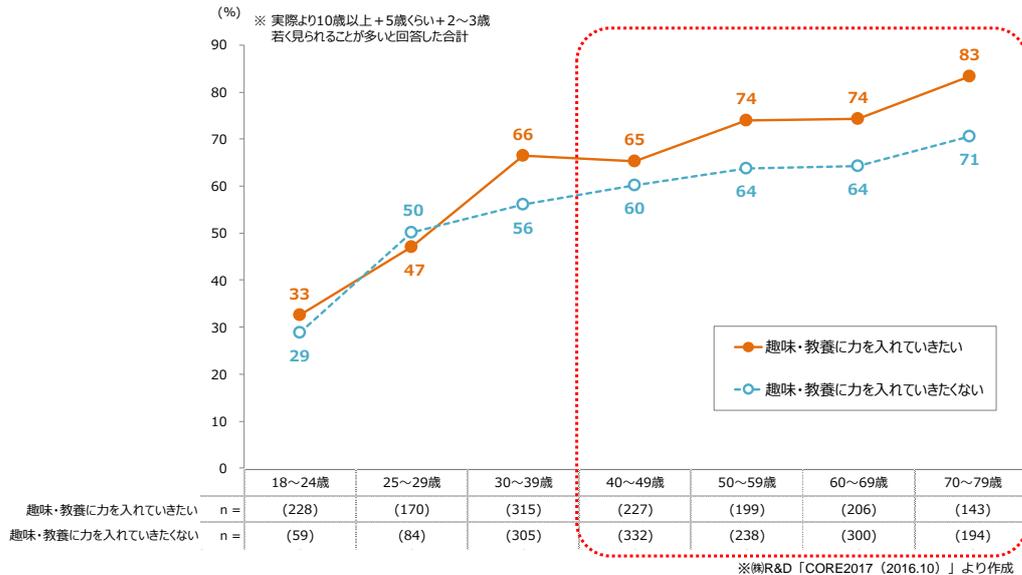
(図 1) 「趣味・教養のための活動」への注力度



“若さを保つ秘訣は趣味？趣味・教養注力者の方が若く見られていると自負”

- 実年齢に比べてどう見られるかという問いに対して、40歳以上では年代が上がるにつれて趣味・教養注力者の方が若く見られていると自負。
- 20代のうちは大差ないが、シニアになるにつれ、趣味・教養注力者とそうでない人との間では、“若々しさ”に差がつく様子。

(図2) 実年齢との差

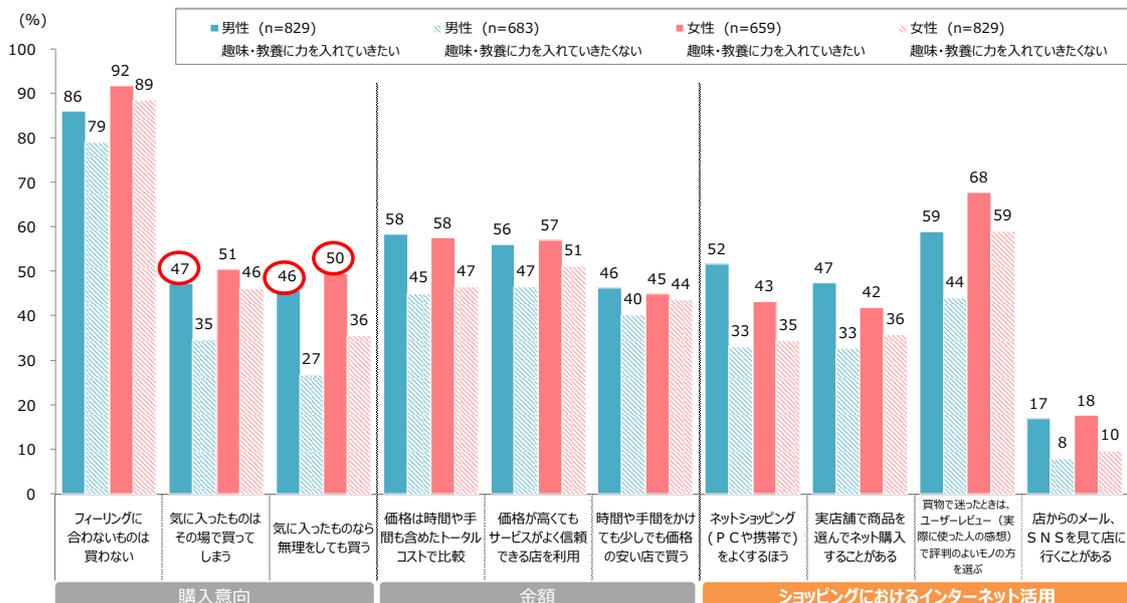


“ネットで情報収集・購入、気に入ったものは無理してでも買う”

- 趣味・教養注力者は買い物の情報収集や実際の買い物においてインターネットを多く活用している。
- 気に入ったものがあった場合、趣味・教養注力者は「無理をしても買う」傾向が顕著。さらに男性では「その場で買ってしまう」という衝動買いの傾向もみられる。

(図3) ショッピング関連の意識態度

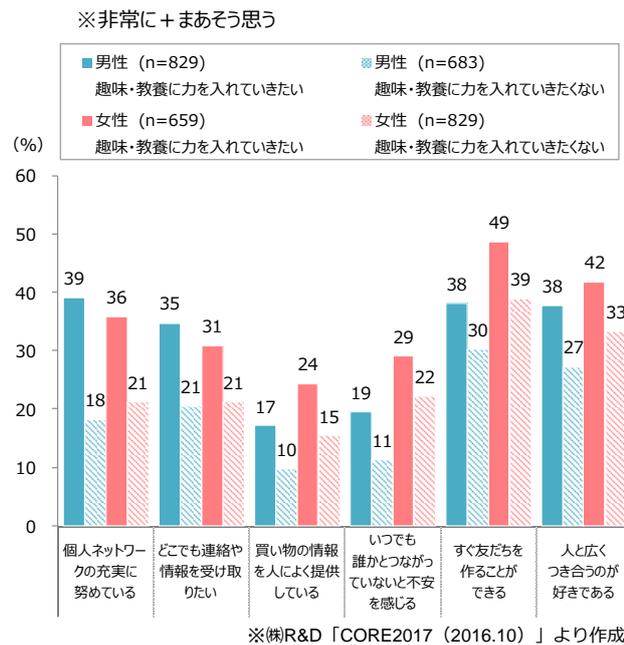
※ 非常に+まあそう思う



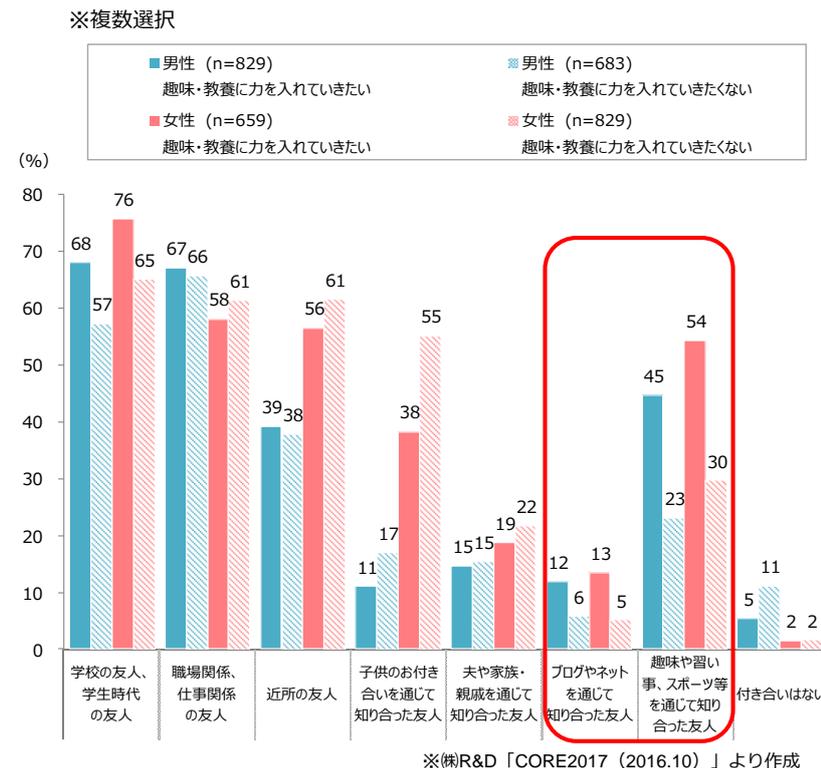
“つながり意識が強い趣味・教養注力者、交友関係は「趣味」「ネット」関連も多い”

- 「個人ネットワークの充実に努めている」や「どこでも連絡や情報を受け取りたい」をはじめ、趣味・教養注力者は情報収集や人とのつながりに積極的な傾向。
- ふだんの交際範囲も、「趣味や習い事、スポーツ等を通じて知り合った友人」「ブログやネットを通じて知り合った友人」といった自主的に作り上げた人脈に広がりがある。

(図4) 情報・消費に対する意識態度



(図5) ふだんお付き合いがある友人



## その他の調査結果について

その他調査結果の詳細は、**無料ダウンロードレポート『ただ楽しむだけでない？現代の趣味・教養の位置づけとは』**をご覧ください。本リリースで取り上げた結果以外に、以下の内容を掲載しております。ぜひこちらもご覧ください。

(弊社ホームページよりダウンロードいただけます)

- 「趣味・教養に力を入れていきたい」割合の推移(性・年代別に 20 年前から 5 年毎のデータ掲載)
- 生活の中で力を入れていきたい分野
- 暮らし方の意識
- レジャー関連の意識

今回、発表致しましたデータを含む R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)2017 単年の集計表を 100,000 円(税別)にて販売しております。(18~79 才まで性年代別等基本分析軸での集計表アウトプット)

R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)を利用した調査・分析:課題の洗い出しから分析アウトプットまで、R&D スタッフがお手伝いします。

詳細は弊社ホームページ <http://www.rad.co.jp/> をご覧ください。

**■CORE 2017 調査概要■**

調査名： CORE2017 マスター調査  
調査地域： 首都圏 40km圏(調査地点 200 地点)  
調査対象： 18～79 歳男女個人  
サンプル数： 有効回収 3000 サンプル（人口構成比に合わせて、性×年代別を割付）  
サンプリング手法： 住宅地図を用いたエリアサンプリングで抽出  
調査手法： 訪問・郵送併用の自記入式留置調査  
調査実施時期： 2016 年 10 月(毎年1回 10 月実施)

※『CORE』は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントの登録商標です。

※1982 年から約 30 年、生活者理解のために毎年実施している自主調査です。

**■会社概要■**

会社名： 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント  
所在地： 〒163-1424 東京都新宿区西新宿 3-20-2  
代表者： 代表取締役社長 松田 武久  
資本金： 30,000 千円  
設立： 1968 年 1 月 17 日  
URL： <https://www.rad.co.jp>  
事業内容： マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション  
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

**■お問い合わせ先■**

- 本分析担当：  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント カスタマーサービス本部（白井）
- 本資料に関するお問い合わせ：  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部（小林）  
TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp