12月号 2016.12.09
株式会社リビングくらしHOW研究所
TEL03-5216-9420
http://www.kurashihow.co.jp

Monthly くらしHOW

女ゴコロと消費がわかる

11月中にUPした最新データ
「ペット（犬・猫）のケアについての
アンケート」ほか

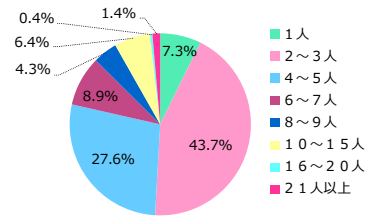
くらしHOW 検索

01 Woman's Trend

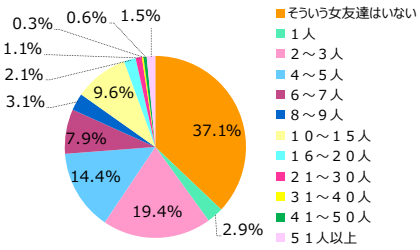
女友達、リアルでの話題は家族のこと、子どものこと、料理や食べ物のことの3題話

リアルなコミュニティをSNSで補強、おしゃべりは深化する

Q. 日ごろ集まったり出かけたりする女友達は何人くらいいる？



Q. あまり会わないけどLINE等でよくやりとりする女友達は何人くらい？



女性のコミュニティはクチコミの源泉だが、時代の変化で気になるのがSNSによるコミュニティがリアルに影響しているかどうかだ。

日ごろ集まったり出かけたりする女友達は2～3人という人が最多で半数弱。年代別に見ると、リアル友が多いのは60代以上。4～5人いる人が32%に上る。

それではLINE等で良くやりとりする女友達はというと、まだ意外に少なかった。が、30代以下で「そういう友達は居ない」とする人は3割以下、7割以上はSNSでの友達を持ち、グルーピングを3つ持っている人が多かった。

年代ごとにママ友や職場関係、習い事関係と、リアルなコミュニティは変わらず持っていて、SNSでそれを補強している構図か。

リアルの付き合いはつながりの種類別に会う頻度が変わる。年代別では、30代以下はママ友が多く、50代以上では習い事仲間と会う頻度が多くなる。40代は全体的に頻度が低くリアルなコミュニティが途切れがちな年代だと言えよう。

女友達と会ってすることは、圧倒的にお店でランチ、そしてお茶。結局食べながらおしゃべりを楽しむということだ。働いている子無しの若い世代はお茶や夕食も多い。

会っておしゃべりする場合、話題は家族のこと、子どものこと、料理や食べ物のことが3題話（仕事については20代以下の8割に引っ張られている）。あとは、美容・健康、新しいお店や商品と何でもござれ。

これがLINE等になると、なんとなく気分のやりとりが最多となり、料理や食べ物、新しい店や商品の話題が多くなる。

結局、つながりの種類別に同じ仲間内でリアルとSNSが両面から作用し合って、おしゃべりは深化する。クチコミのアプローチを考えるなら、リアルとSNSの役割を明確にする必要があるだろう。（所長/植田奈保子）

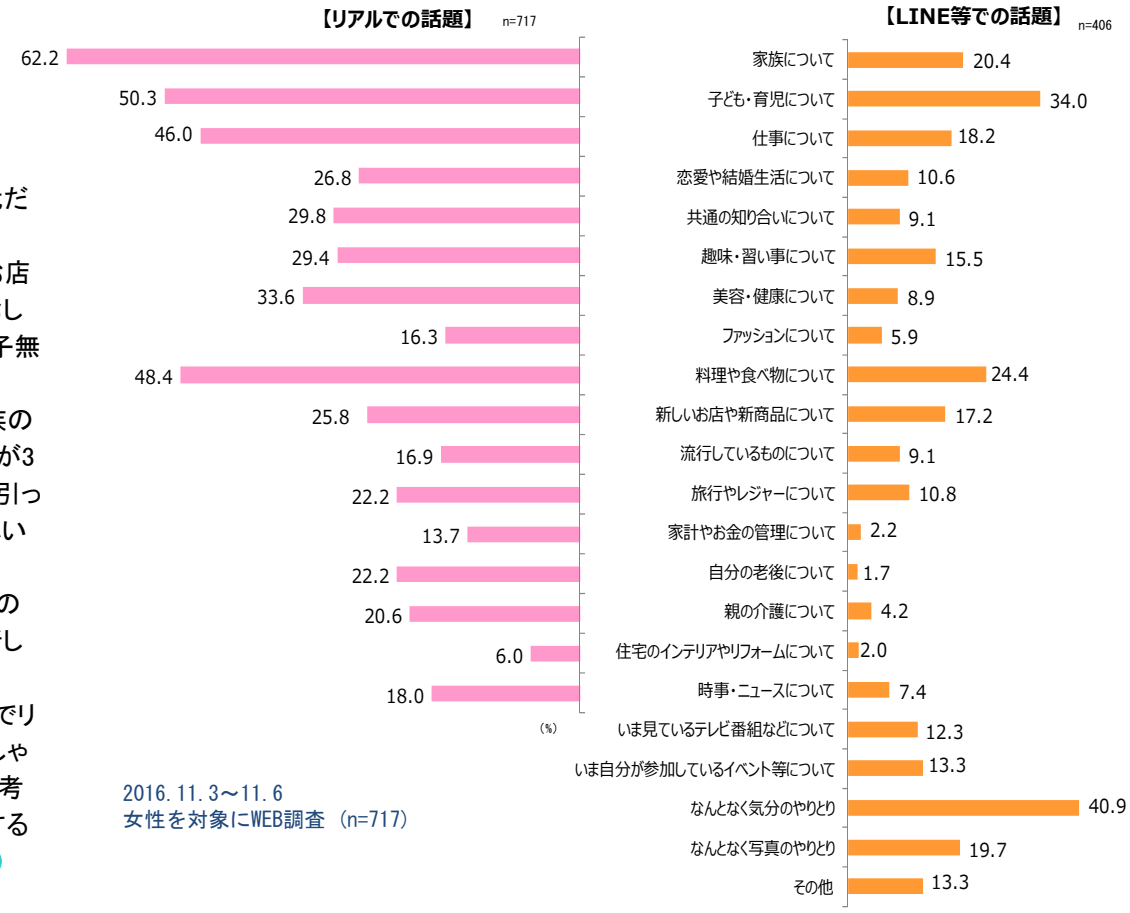
Q. 女友達とのつながり別に会う頻度は？ ※複数回答

つながりの種類	最も多い%の頻度	%
学生時代の友達	年に１回程度	28.6
ママ友達（同年代の子どもを持つ友人）	２～３か月に１回程度	14.9
ご近所友達	１か月に１回程度	10.0
現在の職場仲間	２～３か月に１回程度	9.5
昔の職場仲間	年に１回程度	24.1
友人のつながりで知り合った友達	半年に１回程度	8.8
趣味・習い事の仲間	１か月に１回程度	8.8

Q. 女友達とよくすることベスト10 ※複数回答

No.	女友達とよくすること	全体（%）	最も多い年代（%）
1	お店でランチ	85.8	60代以上(90.6)
2	お店でお茶	49.5	20代以下(52.7)
3	お店で夕食	39.2	20代以下(60.0)
4	友人や自分の自宅でランチ	31.7	30代（46.4）
5	ショッピング	29.0	20代以下(49.1)
6	友人や自分の自宅でお茶	25.2	30代（33.9）
7	観劇・コンサート	17.2	60代以上(24.5)
8	国内旅行	16.5	20代以下(29.1)
9	祭り・イベント	15.3	20代以下(27.3)
	日帰り旅行・日帰りバスツアー	15.3	60代以上(27.4)

Q. 女友達とよく話すことは？ ※複数回答



2016.11.3～11.6
女性を対象にWEB調査（n=717）

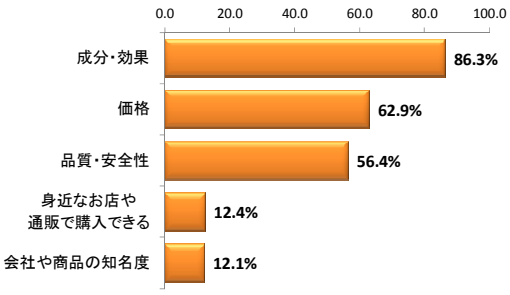
02 Woman's Data

【女性のキモチ】

サプリメント利用、継続のポイントは？

リビング新聞グループが持つ女性組織「リビングパートナー」にサプリメント利用について調査した。摂取経験者はおよそ８割で、継続している人は４割。50代では半数近くが摂取している。購入時に重視することは「成分・効果」が86.3%と「価格」に20ポイント以上の差が。１カ月の平均購入金額は1000円～3000円未満が半数近くなので、この価格帯と成分・効果のバランスが継続利用のポイントになりそう。

【サプリメント購入時に重視すること　※10%以上の項目】



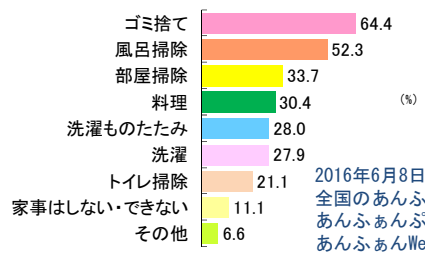
2016年9月 女性組織「リビングパートナー」を対象にリビングプロシード調べ　n＝445

【園児パパのキモチ】

パパの家事、上位はゴミ捨て・風呂掃除

園児のパパに日頃している家事について聞いたところ、１位は「ゴミ捨て」64.4%、２位は「風呂掃除」52.3%、３位は「部屋掃除」33.7%とトップ３は掃除系の家事が占めた。「家事はできない・しない」と答えたパパは１割程度。夫婦で協力して家事・子育てをしている様子がうかがえたが、ＦＡを見ていると「家事のやり方をダメ出しされる」という悩みを持つパパも多いようだ。

【パパがする家事は？　n＝682】



2016年6月8日～7月3日
全国のあんふぁん読者、あんふぁんぷらす読者、あんふぁんWebユーザーの夫を対象にWEB調査

03 Group Eyes

地域共感イベント「アート&ライフマーケット」1万人以上の女性に手堅くリーチ

リビング新聞の首都圏内の各地区本部が主催する「アート&ライフマーケット」。

これは読者・一般のハンドメイド作品の展示販売を軸に、協賛社の各ブース展開などがセットになったリビング新聞恒例のイベント。今年も11月～12月に各地で集中開催された。

昨年は８会場で開催し、トータル１万１千人の動員があった。今年の開催は７会場と１つ減ったが、今年もそれなりの入場者は見込まれるであろう。開場前の行列や真っ先にお目当てのブースへ駆け寄る入場者も毎年恒例の風景であり、いかにこのイベントが地域に根付いているかが見てとれる。

	主催本部	会場
11月7日	武蔵野本部	東急ホテル
11月14日	東葛本部	クレストホテル柏
11月15日	多摩本部	フォレストイン昭島
11月17日・18日	横浜本部 田園都市ブランチ	たまプラーザテラス
11月25日	横浜本部 まちだ・さがみブランチ	ボーノ相模原
11月30日	横浜本部	日石ビル
12月1日	埼玉本部	パレスホテル

地元読者でいっぱいの会場風景

一見地味ではあるが、首都圏全域で１万人以上の地元の女性層に手堅くリーチできるイベントとして、毎年、複数の会場で協賛・サポートしてくれる企業もあり、それは実績をあげられている証左でもある。

地域生活者、特に主婦層にとって、地元で手軽に半日楽しめるプチイベントとして完全に定着しているようだ。（サンケイリビング新聞社CC室）

くらしHOW 検索 女性データ1000件フリー検索！＆主婦の生声ネット座談会公開中！