

2015年6月24日

日本の富裕層世帯を対象にした女性の意識・消費行動調査を実施

- 富裕層女性の約3割が1カ月間に20万円以上を自由に支出
- 富裕層女性は美容・健康・教育投資に積極的で日本文化が好き

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）と株式会社ハースト婦人画報社（本社：東京都港区、社長：イヴ・ブゴン）は、世帯資産^{※1}が1億円以上（日本全人口の約6%^{※2}）または世帯年収2,000万円以上（日本全人口の約1%^{※3}）を富裕層世帯と定義づけ、全国の富裕層世帯の女性約300人を対象にした「意識・消費行動調査」を2015年2月に共同で実施しました。また参考として、一般女性との比較を行っていますが、一般女性に関するデータは電通が独自に行っている「d-campX 調査」のものを使用しています。

アベノミクス効果も相まって日本における富裕層が拡大、その増加率が世界一^{※4}となる中で、富裕層をターゲットにしたビジネスの重要性が急激に高まっています。こうした背景を踏まえ、電通とラグジュアリー雑誌を多数発行するハースト婦人画報社は、現代の富裕層女性の意識や行動をより深く洞察し理解することを目的に本調査を実施しました。

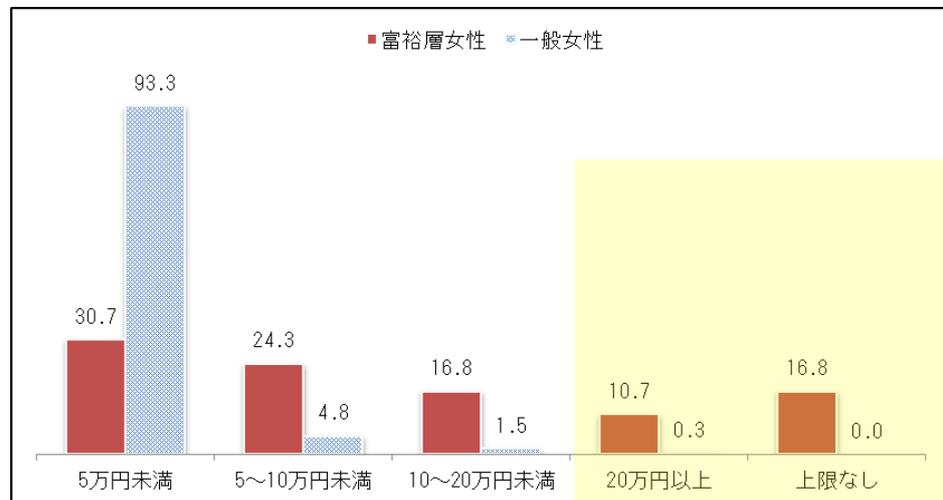
以下では、今回の調査で得られた主なファインディングスをご紹介します。

■主なファインディングス

1. 1カ月あたりの自由に使えるお金

- ・1カ月間で自由に支出する金額が一般女性の93.3%で5万円未満であるのに対し、富裕層女性の27.5%が20万円以上（上限なしと答えた16.8%を含む）を支出（一般女性で20万円以上支出するのは0.3%）。【図1参照】

【図1：1カ月あたりの自由に使えるお金】

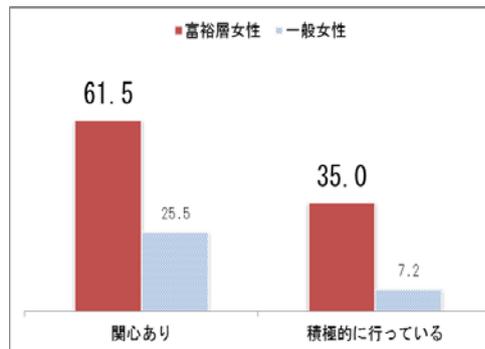


一般女性：N=2,749 サンプル、富裕層女性：N=309 サンプル、単位：%

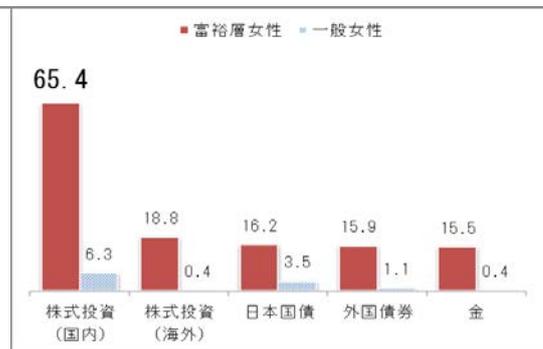
2. 資産運用

- 資産運用に関心がある富裕層女性は 61.5%（一般女性：25.5%）、実際に積極的に行っているのは 35.0%（一般女性：7.2%）。【図 3 参照】
- 資産運用の内容としては、富裕層女性の 65.4%が国内株式投資に積極的（一般女性：6.3%）。【図 4 参照】

【図 2：資産運用に対する関心・態度】



【図 3：行っている資産運用】



一般女性：N=2,749 サンプル、富裕層女性：N=309 サンプル、単位：%

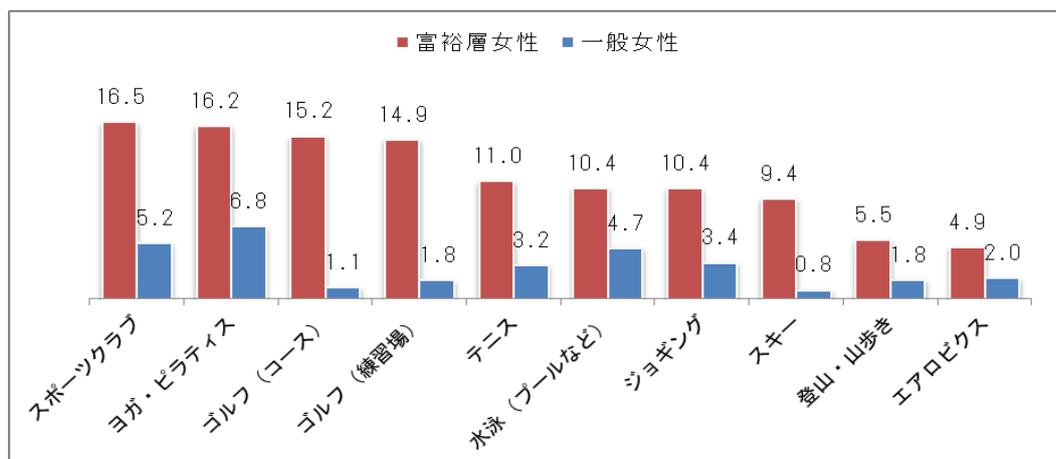
3. その他投資対象

①スポーツ

- 富裕層女性は一般女性よりもスポーツを積極的に行っている。健康に配慮し、スポーツクラブやヨガ・ピラティス、また比較的金額がかかるゴルフなどのスポーツにも積極的。

【図 4 参照】

【図 4：普段行っているスポーツ】

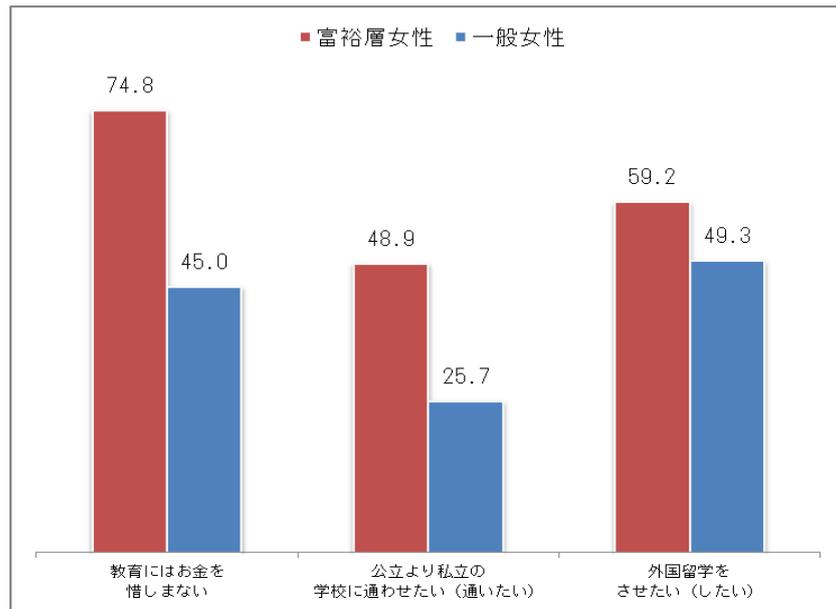


一般女性：N=2,749 サンプル、富裕層女性：N=309 サンプル、単位：%

②教育

- ・富裕層女性は次世代への投資を積極的に行っていきたいという志向があり、そのため子供の教育にも積極的。教育にもお金を惜しまず、私立に通わせたい（通いたい）、留学させたい（したい）といった意識が強い。「教育にはお金を惜しまない」と回答した一般女性が45.0%であるのに対し、富裕層は74.8%。【図5参照】

【図5：教育に対する意識】

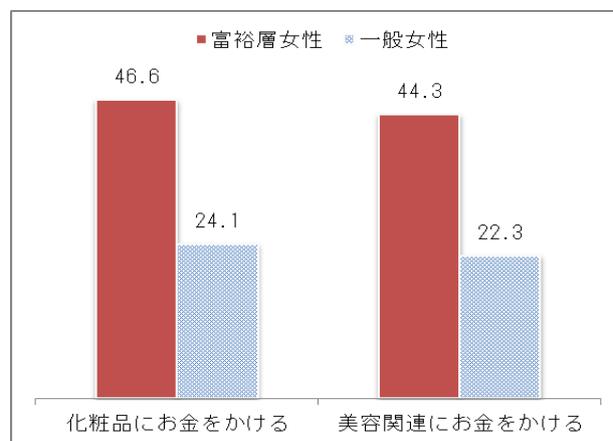


一般女性：N=2,749 サンプル、富裕層女性：N=309 サンプル、単位：%

③美容

- ・富裕層女性は美容関連の支出にも積極的（一般女性：22.3% 富裕層：44.3%）。【図6参照】

【図6：美容に対する意識】

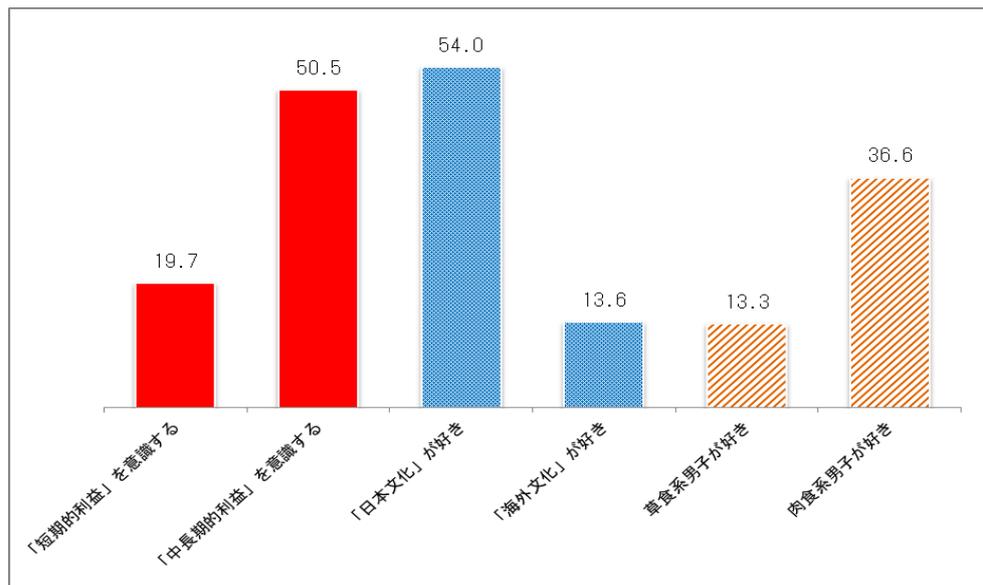


一般女性：N=2,749 サンプル、富裕層女性：N=309 サンプル、単位：%

4. 意識・価値観など【図7参照】

- ・富裕層女性はつつましさ、奥ゆかしさに共感を覚える傾向があり、その影響として、海外文化よりも日本文化の方がより好き、という傾向が見られた。（海外文化が好き：13.6%、日本文化が好き：54.0%）。
- ・この他、富裕層女性の特徴として、中長期的利益を意識する人が約半数（50.5%）を占めることや、肉食系男子を好む傾向が強い（草食系の約3倍）ことが分かった。

【図7：意識・価値観（富裕層のみ対象）】



N=309 サンプル、単位：%

※1 ここでの「世帯資産」は、金融資産や実物資産（不動産など）などの世帯総資産額から負債額を差し引いた額を表す

※2 出所：総務省統計局 平成21年全国消費実態調査

※3 出所：厚生労働省 平成26年国民生活基礎調査

※4 出所：World Wealth Report 2014

【ハースト婦人画報社の概要】

- ・会社名：株式会社ハースト婦人画報社
- ・所在地：〒107-0062 東京都港区南青山 3-8-38 南青山東急ビル 3 階
- ・代表者：イヴ・ブゴン（代表取締役社長 & CEO）
- ・設立日：1989 年 3 月 20 日
- ・資本金：3 億円
- ・事業内容：雑誌、書籍、企業出版、E コマース、ウェブサイト運営など
URL：http://www.hearst.co.jp/

<富裕世帯女性を対象にした「意識・消費行動調査」の概要>

- ・調査目的：日本における富裕層女性の意識・消費行動実態を探る
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査機関：<企画>株式会社電通、株式会社ハースト婦人画報社
<実査>株式会社電通マクロミルインサイト
- ・調査対象：日本全国の世帯純資産 1 億円以上または世帯収入 2,000 万円以上の世帯の 20~60 代の女性
- ・有効回答数：309 人
- ・調査時期：2015 年 2 月 25 日~27 日

<ご参考：電通 d-campX 調査概要>

- ・調査手法：専用タブレット端末貸与による電子調査票方式
- ・調査機関：<企画>株式会社電通
<実査>株式会社ビデオリサーチ
- ・調査対象：ビデオリサーチ社 ACR/ex パネル
東京 50km 圏の 12~69 歳男女個人（無作為抽出）、約 4,800 サンプル
（20~69 歳の一般女性 2,749 人を抽出し、富裕層女性と比較）
- ・調査時期：2014 年 9 月~2015 年 3 月

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 マーケティングソリューション局 第 3 マーケティングディレクション室
インターナルマーケティング部
小山、石井 TEL：03-6216-8176

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 出版ビジネス・プロデュース局 F&B ソリューション部
長崎、栗原 TEL：03-6216-8321

株式会社ハースト婦人画報社

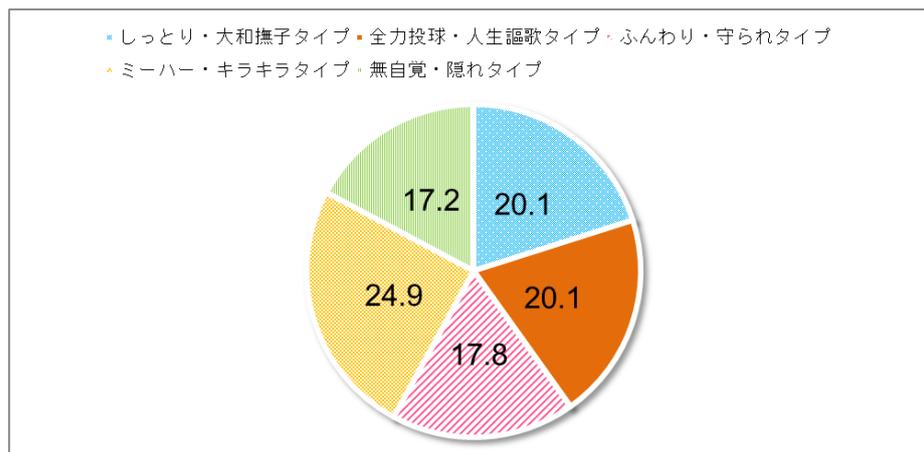
広報担当 池原 TEL：03-6384-5310
マーケティング部 笠原 TEL：03-6384-5081

【参考：日本の富裕層女性の5つのタイプ】

調査結果を分析した結果、日本の富裕層女性は「しっとり・大和撫子タイプ」「全力投球・人生謳歌タイプ」「ふんわり・守られタイプ」「ミーハー・キラキラタイプ」「無自覚・隠れタイプ」の5つに分類できることが分かりました。【図8参照】

タイプ別構成比とそれぞれの特徴は次のとおりです。

【図8：各富裕層タイプの構成比率】



N=309 サンプル、単位：%

【タイプ1：しっとり・大和撫子タイプ】

- ・ 5グループの中で、50歳以上の比率が最も高く、50.0%。
- ・ 年金受給者が多く、年収は56.5%が2,000万円未満だが、世帯純資産1億円以上が74.2%にのぼる。
- ・ 消費意欲や情報感が低いが、幸せ度は高い。
- ・ 長期的利益を重視（54.9%）し、貯蓄型（将来に備えてお金をためている88.7%、安定志向72.6%）の「守る派」である。
- ・ 世帯の主な収入は年金受給が多い（21.6%）。

【タイプ2：全力投球・人生謳歌タイプ】

- ・ 5グループの中で、F2（35～49歳）比率が比較的高く、43.5%。
- ・ 年収2,000万円以上が72.7%、1億円以上が6.5%。
- ・ 世帯純資産1億円以上は59.6%。
- ・ 有職者が多く、何事にも積極的で、エコや省エネなど社会貢献への関心が高い。

【タイプ3：ふんわり・守られタイプ】

- ・ 5グループの中で、F2（35～49歳）比率が最も高く、60.6%。
- ・ 年収2,000万円以上が71.0%、1億円以上が5.5%。
- ・ 世帯純資産1億円以上は60.0%。
- ・ 主婦が多く、男性に守られたいと感じている。
- ・ 夫が管理職（26.1%）や医師（19.6%）であることが多い。

【タイプ4：ミーハー・キラキラタイプ】

- ・ 5グループの中で、F1（20～34歳）比率が最も高く、29.9%。

- ・ 年収 2,000 万円以上が 80.5%、1 億円以上が 9.1%。
- ・ 世帯純資産 1 億円以上は 53.3%。
- ・ 有職者が多く、ブランド・ステータスのあるものを好む。

【タイプ 5：無自覚・隠れタイプ】

- ・ 5 グループの中で、タイプ 4 に次いで F1（20～34 歳）比率が高く、28.3%。
- ・ 5 グループの中で、最も未婚者比率が高く、41.5%。
- ・ 年収 2,000 万円以上が 69.8%で、1 億円以上が 5.7%。
- ・ 世帯純資産が親の資産であるため、純資産額を把握していない人が 32.1%と最も多い。
- ・ 夫や親が経営者（23.4%）である比率が高い。

また、特徴としてタイプ 2～4（全力投球・人生謳歌タイプ、ふんわり・守られタイプ、ミーハー・キラキラタイプ）においては、百貨店の外商を利用することが多く、また投資用不動産の保有傾向が高いことや、百貨店で年間 100 万円以上の買い物をする人の割合が他のタイプよりも高く、30%前後に及ぶことが明らかになりました。【図 9 参照】

【図 9：富裕層タイプ別 所有物／利用サービス】

	外商を利用	百貨店で年間 100 万円以上買 い物をする	輸入車を所有	クルマを 2 台以 上所有している	国内に投資用不 動産を持つてい る
富裕層女性全体	17.8	21.4	26.5	34.3	21.7
【タイプ 1】しっとり・大和撫子タイプ	6.5	1.6	8.1	30.6	11.3
【タイプ 2】全力投球・人生謳歌タイプ	22.6	33.9	30.6	38.7	27.4
【タイプ 3】ふんわり・守られタイプ	25.5	29.1	36.4	36.4	27.3
【タイプ 4】ミーハー・キラキラタイプ	23.4	28.6	37.7	39.0	26.0
【タイプ 5】無自覚・隠れタイプ	9.4	11.3	17.0	24.5	15.1

N=309 サンプル、単位：%

以上