

# アラサーとネットの親和性から見えてくる、 情報メディア接触の行方

なぜ、アラサーなのか？「アラサー」という言葉は、現在では誰もが一度は聞いたことや使ったことがあるように、世間ではすっかり定着している。というのも、「アラサー」という言葉が使われ出したのは2006年当初といわれていて、現在では既に7年が経過している。そこで、電通総研ではあらためて、現在の「アラサー女性」の情報メディア接触の実態を探るために、調査を実施した。今回の調査から見えてきたことを紹介していきたい。

文●應原千加子 *Ouhara Chikako*  
電通総研  
メディアイノベーション研究部 主任研究員

## アラサーのライフスタイルを 読み解く

今回の調査で、アラサー層の実像を読み解くために、ライフスタイルについていくつか質問してみたところ、他の年代層と比べて、アラサーに特徴的な部分が出てきた。

まず、「在宅起床自由時間」。アラサー層の「在宅起床自由時間」は他の年代層と比べてもっとも短く、204分(約3時間20分)という結果で、アラサーが忙しい日常生活を送っていることが見えてきた。

また、「一カ月に自由に使える小遣い(生活に要する費用は除く)」については、2万4,116円で、こちらは他の年代層と比べて最も高く、アラサーが金銭的にゆとりのある生活を送れていることがうかがえる。

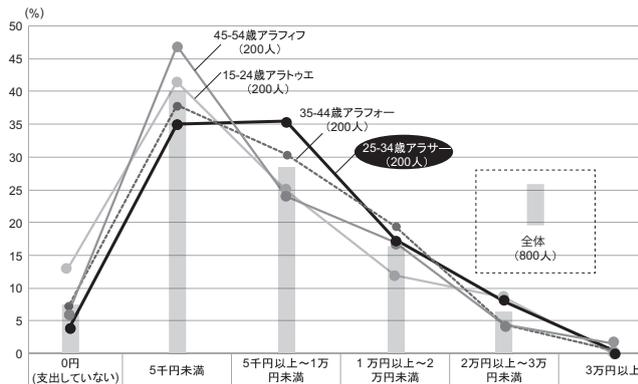
さらに、金銭的にゆとりのある生活を送れているアラサーの支出傾向について、例えば、「一カ月の外食費の割合」(グラフ①)や、「一カ月のネットショッピングにかける割合」(グラフ②)を見ると、月約1万円未満の利用がほとんどであり、一カ月に自由に使える小遣いが多い割には、散財の傾向はないことが見えてきた。

## アラサーは 地に足の着いたイノベーター

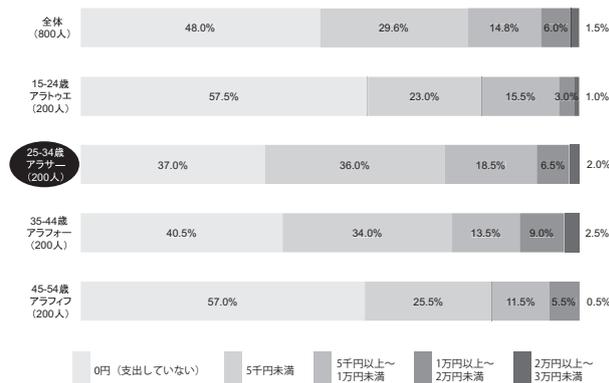
以上のように、散財の傾向もなく、どちらかというと手堅い消費スタイルが見てとれるアラサーだが、「では、彼女たちは全ての面で手堅く、保守的なのか？」という視点で見ると、別の興味深い点が見えてきた。

まず、「新しい物や流行っている物など、人が注目するものに興味がある」という流行感度項目については、約6割(TOP2BOX)が「あてはまる」と回答して

グラフ 1 各年代層、一カ月の外食費の割合



グラフ 2 各年代層、一カ月のネットショッピングにかける金額のレンジごとの該当者割合



※グラフ1~4は電通総研・東大橋元良明教授共同研究調査2012年11月のもの

おり、他の年代層よりも高い結果だった。  
また、実際にブームとなった「まつげエクステ」や「ネイルサロンでのネイルケア」について、「世の中で話題になる前から取り入れた」という人の割合が、他の年代層より高い傾向というデータもあり、アラサーは、実は「地に足の着いたイノベーター層」であるということが浮かび上がってきた。

### アラサーはメディア接触でも地に足の着いたイノベーター

続いて、アラサーのメディアに対する意識についてだが、「世の中の出来事や動きについて、信頼できる情報を得るために最も利用しているメディア」(1つのメディアだけ選択可)を聞いたところ、アラサー層では約6割が「テレビ」と回答。続いて、24%が「ネット」、11.5%が「新聞」であった。これについて、他の年代層と比べてアラサーで特徴的なのは、「ネット」を選んだ人の割合が高い傾向にあるということだ。

さらに、アラサーは実際にどんな情報を、どのような方法で入手しているのかを見てみると、「『ニュース』に関する情報を最もよく得る情報源」(1つだけ選択可)としては、「テレビ」64%、「携帯電話・ス

マホの情報サイト」25%、「パソコンのウェブサイト」7.5%で、「『天気予報』に関する情報を最もよく得る情報源」(同)は「テレビ」54.5%、「携帯電話・スマホの情報サイト」36.5%、「パソコンのウェブサイト」6.5%だった。やはり、どちらも他の年代層と比べて、ネット系が高い傾向であった。

アラサー女性と高い関与が判明したネットだが、その利用に関しては、「ネット経由で『COOKPAD』などのレシピサイトを利用しながら料理をする」(グラフ③)や、「外食しようとする際、レストランなどの口コミ評判サイトを見ることがある」(グラフ④)などで見る通り、アラサーではそれらの該当者が約7割という結果であり、他の年代層と比べて高い割合で回答している。

そのような点から、アラサーは日常生活の中でネット情報をうまく活用しており、ネットに対するリテラシーが高く、メディア接触スタイルでもイノベーター層であることが見えてきた。

### アラサーから見る情報メディア接触スタイルの進化

以上、アラサーはネットに対するリテラ

シーが高く、メディア接触スタイルのイノベーターであるということを説明したが、その背景を考えると、現アラサー層の生活事情や、これまでの成長してきた過程におけるネット環境が多分に影響したものと考えられる。それは、現在のアラサーは日々の忙しい生活の中で、「ネット」をうまく活用して生きていかざるを得ないということ。

また更に、ソーシャルメディアの先駆けであるmixi全盛期に学生時代を過ごし、それによって自分なりにネットを活用するスキルを身に付けたということも、あるだろう。これらのことが、アラサーのネットへの高い親和性の背景となっているのではないか。

今回の調査からは、アラサー層が、特に顕著に「ネット」を活用し、日常生活を効率的に過ごす情報メディア接触イノベーター層であることが見えてきた。

今後も人々のライフスタイルや価値観の多様化がますます進み、それに応える機能やサービスが開発されていくと考えられると、これまで当たり前であった事も徐々に変化していき、その結果、新しい情報メディア接触スタイルを持つさまざまなイノベーター層が出現してくるだろう。 

グラフ 3

パソコン、スマホ、タブレットなどのネット経由で「COOKPAD (クックパッド)」などのレシピサイトを利用しながら、料理を作ることがある



グラフ 4

外食しようとする際、レストランなどの口コミ評判サイト(「ぐるなび」「食べログ」など)を見ることがある

