

博報堂生活総合研究所が2002年の「テーマ調査」を発表

現代女性を捉えるための新しい尺度を提案します

博報堂生活総合研究所では、毎年、生活者の変化と実態を探るために独自のテーマを設定し、調査分析したものを調査年報として発表してまいりましたが、本年より名称を「テーマ調査」と変更し、このたび「テーマ調査2002」をまとめました。

今回のテーマは「女性」。今を生きる女性の意識と行動を新しい尺度「未子度（まっしど）」でとらえ分析したものです。

晩婚化や晩産化が進む中、同じ年齢でも多様な生き方をする女性の意識や行動を、従来の年齢や職業の有無で切るとは難しくなっており、マーケティングの大きな課題にもなっています。

博報堂生活総合研究所は、日本の女性は「一番小さな子供」が自分の生活や生き方に与える影響が強いことに注目。「未子の年齢」がその人の年齢や職業の有無以上に日常の意識と行動を強く規定しているという独自の仮説を立証し、未子の年齢に基づく『未子度』という新しい尺度を設定いたしました。

そして、未子度によって女性を下記の5層に分類し、新たに行った1000項目以上に及ぶ定量調査と実験を通じ、それぞれの層の特徴を導き出しました。

現代女性の日常生活をより明確に浮き彫りにし、女性分析の可能性を広げる新しい尺度として、『未子度』を提案いたします。

未子度による女性5層と特徴

- <未子度 = 未就学児> : 育児ママ ~ スタイルは脱マザー。ストイック育児。
- <未子度 = 就学児(小学~大学生)> : やりくりママ ~ 気にしない生活。禁欲への挑戦。
- <未子度 = 社会人> : 卒業ママ ~ 自信の人。
- <未子度ゼロ：未婚> : シングル ~ 見た目なでしこ、中身オヤジ。
- <未子度ゼロ：既婚> : パートナース ~ 金融アンテナ感度良好。

定量調査の概要

2002年6月に20-69才女性700人を対象に未子年齢でサンプルを設定。首都圏40km(但し茨城県は除く)で訪問留置調査を実施。

調査内容： 954項目の意識や行動調査 6月13日の生活時間調査 116の生活行動の気分調査
230項目の働き意識調査

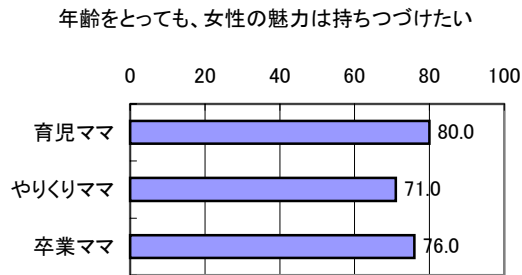
定性調査(実験)の概要

首都圏30kmに住む未子が未就学児の有職女性の家族4家族を対象に、「疑似北欧生活体験」を実施。

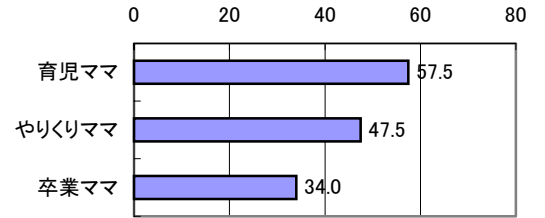
今回の調査の詳細内容は テーマ調査2002「未子度・未子年齢で切った5層の女性たち」として12月より市販の予定です。

末子度=未就学児：育児ママは「スタイルは脱マザー」「ストイック育児」

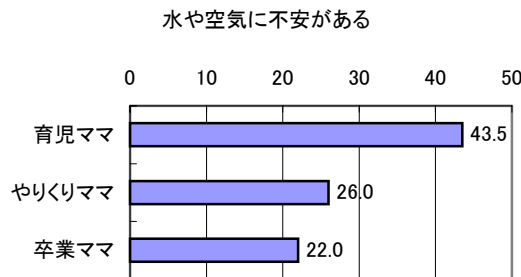
スタイルは脱マザー



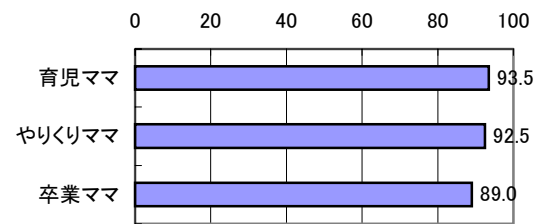
ブランド商品にはそれなりの良さがあると思う



ストイック育児

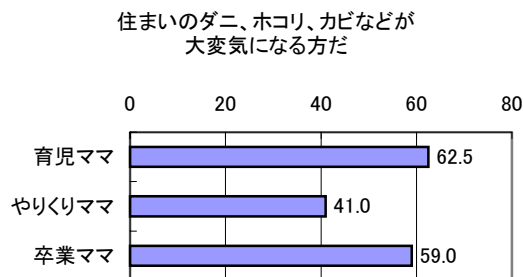


子供のしつけは親の責任であると思う

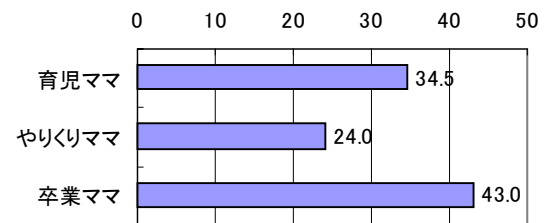


末子度=就学児：やりくりママは「気にしない生活」「禁欲への挑戦」

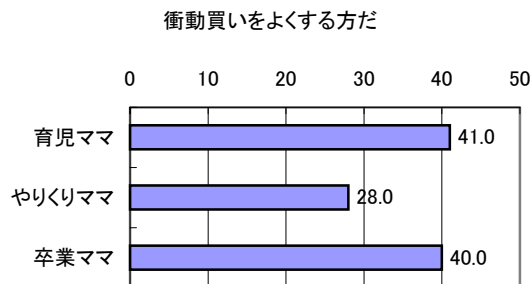
気にしない生活



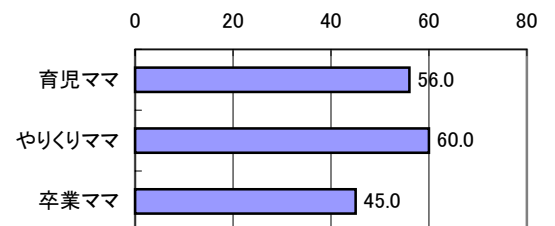
ちょっとした体調の変化も気になる方だ



禁欲への挑戦

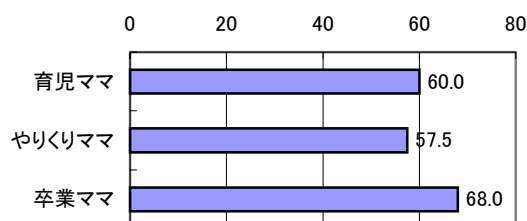


服を買うときはバーゲンを利用することが多い



末子度=社会人：卒業ママは「自信の人」

私は家族から頼りにされていると思う



近所や地域とおつきあいに自信がある方

