

2022年12月15日

## 【新刊発売のご案内】

### 30年調査でみる 哀しくも愛おしい40代おじさんのリアル

著：前沢裕文（博報堂生活総合研究所 上席研究員）

株式会社博報堂のシンクタンク、博報堂生活総合研究所（以下 生活総研）はこのたび、『30年調査でみる 哀しくも愛おしい40代おじさんのリアル』を出版しましたのでお知らせいたします。

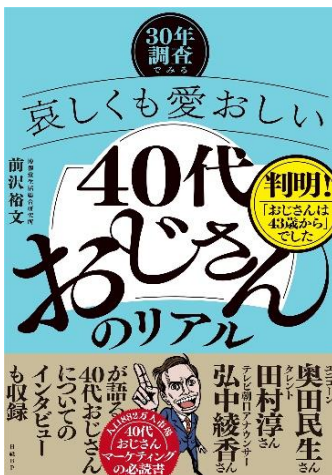
本書では、40代男性の意識や行動、価値観について、生活総研が保有する膨大な調査データをもとに分析しています。

- ・あなたのこれまでの人生は何点ですか？ 56.48点（全性年代中最下位）
- ・家族に対する自分の態度や姿勢に自信がある 42.6%（男性中最下位）
- ・知識・教養を高めるための読書をよくしている 21.7%（全性年代中1位）

上記はほんの一例。生活者の意識や行動、価値観などについて約1,400項目もの質問を30年間聴取し続けている長期時系列調査「生活定点」などのデータをご紹介しながら、Z世代やアクティブシニアなどに比べてあまり光が当たらない「40代おじさん」の“哀しくも愛おしい”生態に迫っています。

最新の「生活定点」2022年調査では、コロナ禍を経て40代おじさんの意識に大きな変化が起きていることがわかりました。難しく思われがちなデータを、40代の研究員が自らを省みながらリアルな視点でわかりやすくひも解いています。

ユニコーンの奥田民生さん、タレントの田村淳さん、テレビ朝日アナウンサーの弘中綾香さんが語る40代おじさんについての特別インタビューも収録。40代おじさんマーケティングのヒントとしていただければ幸いです。



『30年調査でみる 哀しくも愛おしい40代おじさんのリアル』

著者：前沢裕文

仕様：A5判 260ページ

定価：1,800円（税別）

発行：日経BP

Amazon 発売日：2022年12月15日

Amazon リンク：<https://www.amazon.co.jp/dp/4296201239>

書店発売日：2022年12月19日

※本書は日経クロストレンドの人気連載「30年のデータで解析！生活者の変化潮流」の「40代おじさん」に関する記事をまとめたものです。

【本件に関する問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 山田・玉 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161

## 目次

### 【はじめに】

#### 【1章】 40代おじさんに特有の特徴とは？

Part1 「43歳からおじさん」が調査で判明！ 「7つの特徴」を大分析

Part2 「40代おじさん」の意識はどう変わった？ おじさん約20年史

#### 【2章】 まだまだある！ 40代おじさんの変わった特徴

Part1 「40代おじさん」の意識を精神科医が分析 悲しい性をメッタ斬り!?

Part2 「40代おじさん」に黄信号 「男女平等感」が世の中とズレている!?

Part3 「40代おじさん」はキス派？ ラブレター派？ 二択から見える意識

Part4 「40代おじさん」の人生は最低の50点台 救いの言葉を住職に求めた

#### 【3章】 40代おじさんがいつもご迷惑おかけしています

Part1 「40代おじさん」の妻は幸せか？ 夫婦間ギャップに見る危機

Part2 グラドルに聞く&調査に見る おじさんの「発言」が嫌われるワケ

#### 【4章】 40代おじさんのコミュニケーションのヒント

Part1 「40代おじさん」必読！ J.Y. パーク氏に学ぶ「褒めワード」ベスト5

Part2 子ども思いの「40代おじさん」に送る “ドミニカ流”子育て法

Part3 <番外編>犬派と猫派を49項目で徹底分析！ 性格、価値観、消費行動に大差

#### 【5章】 40代おじさんへのエール（有識者インタビュー）

Part1 田村淳さん「『かっこいい40代おじさん』とその理由」

Part2 奥田民生さん「奥田民生は『おじさん』をユニコーンの武器にした」

Part3 弘中綾香さん「愛される『40代おじさん』の分岐点 弘中綾香アナに学ぶ」

#### 【6章】 コロナ禍で変わり始めた40代おじさんたち

Part1 「40代おじさん」、驚愕の最新調査 劇的なキャラ変&「いい人」化

### 【終わりに】

## 著者プロフィール

前沢裕文（まえざわ・ひろふみ）

博報堂生活総合研究所 上席研究員／コピーライター

2000年博報堂入社。CC局（コーポレートコミュニケーション局 現PR局）、営業局、クリエイティブ局にて、PR発想を起点とした統合コミュニケーションの企画制作に携わり、2019年より現職。

## 博報堂生活総合研究所

「生活者発想」をフィロソフィーとする博報堂グループのシンクタンクとして1981年に設立。人を消費者だけにとどまらない多面的で主体的な存在「生活者」として捉え、独自の視点と手法で研究を続けているシンクタンク。主な活動は、生活者の変化を長期にわたって追う時系列調査や、生活者と暮らしの未来洞察のほか、近年はデジタル空間上のビッグデータをエスノグラフィの視点で分析する「デジノグラフィ」も推進中。その成果を、書籍、発表イベントやwebサイトを通じて広く社会に発信している。

<https://seikatsusoken.jp/>