

2016/12/21

～読売生活者調査CANVASS タワーマンション居住者分析レポートより～

タワマン女性の住まいへの満足度は高い 一方、9割以上が将来の住みかえ可能性あり！？

スマートなだけじゃない、状況に合わせて合理的に判断、堅実な一面も持つ、
タワマン女性のライフスタイルが明らかに

- タワマン女性は、「住まい満足度」が高いが、「一生今のところに住み続けたい」人は僅か
- タワマン女性は、「品のよい暮らし」「おしゃれな暮らし」など、スマートな暮らしぶりを求める
- タワマン女性は、ファッション感度高く、ファストファッションからハイブランドまで使い分け
- タワマン女性は、買物ではバリューも追及する堅実な一面あり

近年進む都市への人口集中。特に人口増の著しい東京都では他地域からの人口流入もあることから、居住者の生活価値観も多様性に富み、総じて都市生活者のライフスタイルも変わり続けているといえます。

株式会社読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：藤沼大輔）では、現代の都市生活者マーケティングに資するデータとして活用することを目的とし、オリジナル生活者調査「CANVASS」を用いて、近年、都市でその存在が目立つタワーマンションに住む女性（以下、タワマン女性）のライフスタイルに関する分析を行いました。

タワーマンションというと、一部の高額物件や富裕層の投資などが話題となり、ハイクラスの裕福で豊かなライフスタイルをイメージされるケースも多いですが、今回は分析対象者条件として、金融資産や世帯年収に一定の上限を設定、いわゆる一部の富裕層とされるような人を除外し、より一般的な世帯に絞ったうえで、一般調査の女性と比較をして分析を行っています*。調査結果からは、スマートでありながらも合理性を追求し堅実な一面も合わせ持つ、タワマン女性の特性がみえてきました。

【調査概要】 <タワマン女性分析を行ったベースデータ 読売生活者調査『CANVASS』の概要について>

- 調査対象： 東京30km圏内に居住する満13歳から79歳の一般男女
- 総標本数： 一般調査：1,350s タワーマンション居住者調査：108s

*本リリースでの分析対象は、一般調査201s、タワーマンション居住者調査55s

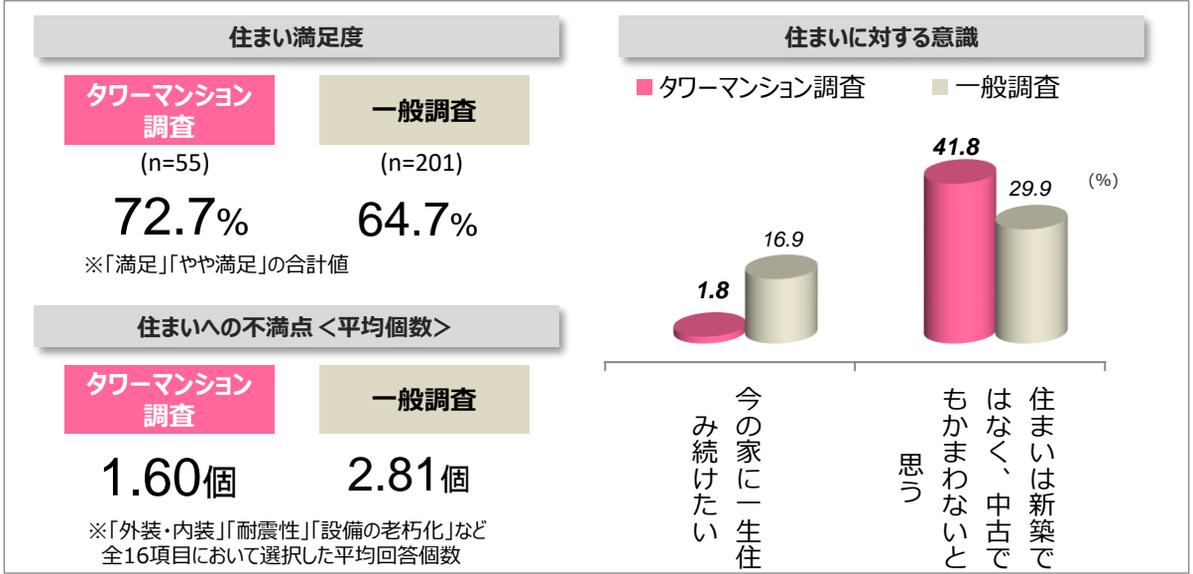
対象条件は、30代～50代の女性で、世帯年収400万円～1200万円台、金融資産1億円未満

- 標本抽出： 一般調査：エリアサンプリング法（町丁抽出⇒個人抽出）
タワーマンション居住者調査：機縁法
- 調査方法： 留置法
- 調査時期： 2015年9月
- 調査内容
 - ・生活全般（満足感、幸福感、関心・こだわり度分野）
 - ・生活意識・態度・商品の購入（衣食住など17分野）
 - ・メディア（メディア接触状況、広告イメージなど）

【調査結果概要】

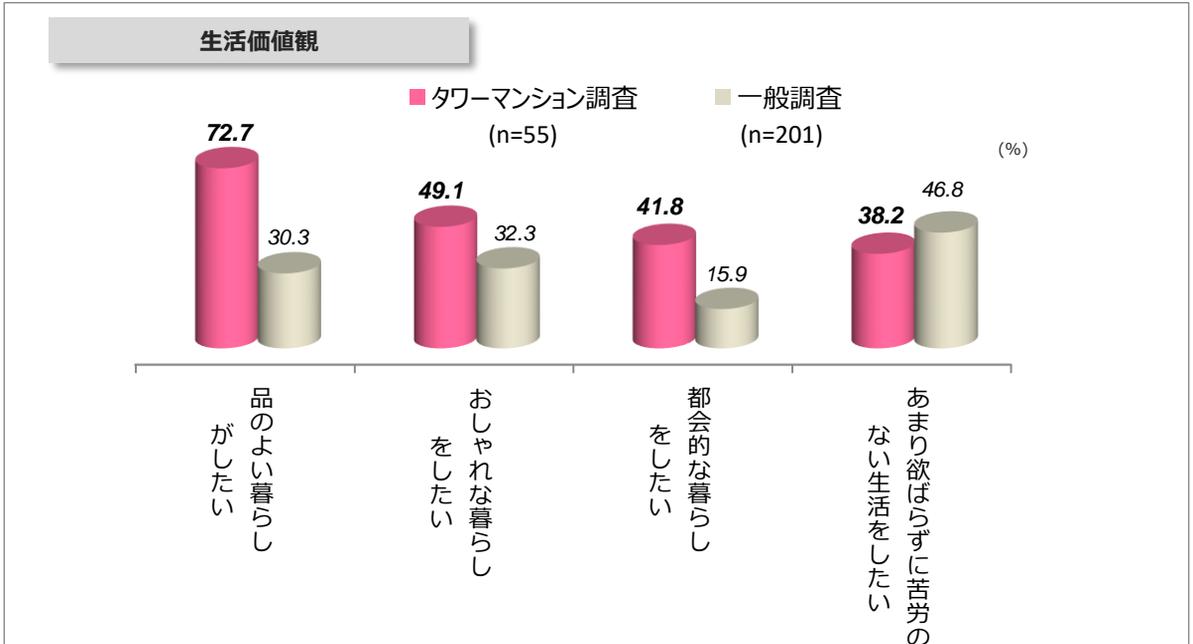
<現状の住まいへの満足度は高いタワマン女性、しかし多くが将来の住みかえ可能性あり>

現在の住まいに対しては7割以上が満足しており、不満点も相対的に少く、評価が高いです。その一方で「今の家に一生住み続けたい」という意識は僅か1.8%であり、9割以上が今の住まいに住み続けると決めているわけではなく、今後状況によってはまた次の住居を検討する姿勢が見受けられます。「住まいは、新築ではなく中古でもかまわない」という人も一般調査に比べて高くなっており、その時々自分の状況などを合理的に判断し、住まいを選択しようとする堅実な意識がうかがえます。



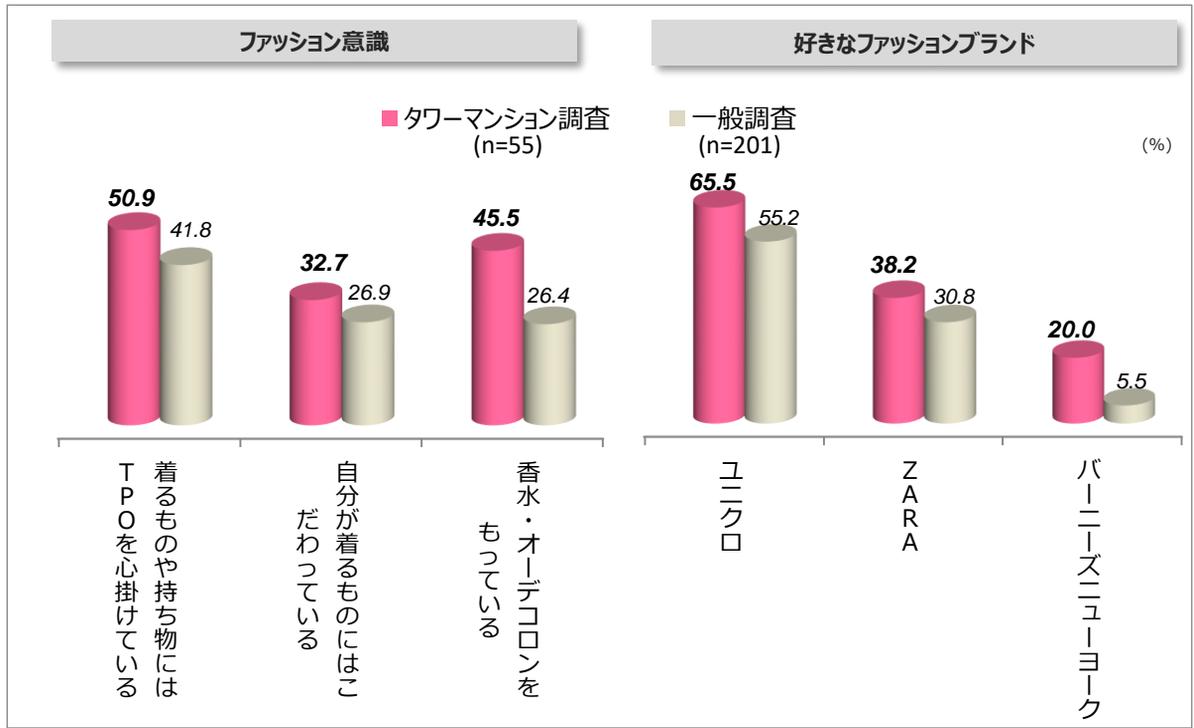
<タワマン女性はスマートな暮らしを求める>

生活価値観についてみると、「品のよい暮らしをしたい」が約7割と多くを占めています。また、「おしゃれな暮らしをしたい」や「都会的な暮らしをしたい」も一般調査を上回る結果となっており、総じて“スマートな暮らし”を求める傾向があるといえそうです。



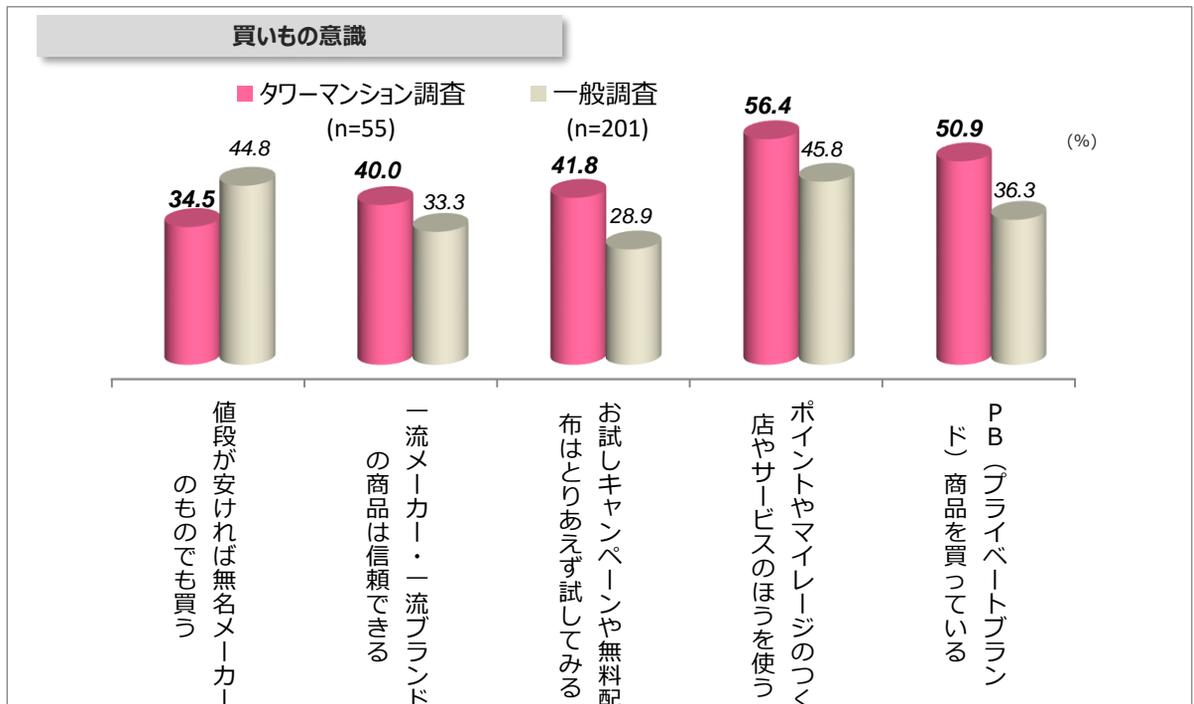
<ファッション感度高し・ファストファッションからハイブランドまでTPOで使い分け>

「自分が着るものにこだわっている」「TPOを心がけている」など、一般調査を上回っているほか、フレグランスの利用率が高いなど、タワマン女性は総じてファッションへの意識が高めです。好きなファッションブランドではファストファッションも多くあげられ、高価格・ハイブランドのものだけを好むわけではなく、TPOによって幅広くファッションの使い分けを行っているようです。



<単なるブランド志向ではない、堅実なタワマン女性はバリューも追及する>

「値段が安ければ無名の商品でも買う」が一般調査に比べて低めで、「一流メーカー・ブランドの商品は信頼できる」が高めなタワマン女性は、ブランド志向が少なからずあることが考えられます。しかし、一方で「お試しキャンペーンや無料配布はとりあえず試す」や「ポイントやマイレージのつくお店やサービスのほうを使う」なども一般調査より高くなっており、お得な情報も逃さず、1つの買物を「価値のある買物」にしようとする、バリューを追求する志向もあるといえそうです。



【読広生活者調査CANVASS冊子最新刊について】

- 『読広生活者調査 CANVASS』の最新刊のお知らせ
『読広生活者調査 CANVASS』 定価 20,000円（税込21,600円）
発行所 （株）読売広告社 東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル

2017年1月発刊予定の読広生活者調査「CANVASS」最新刊書籍では、本リリースで掲載した、タワマン女性に関する詳細分析も掲載予定です。

●会社概要

株式会社読売広告社

- 代表者：代表取締役社長 藤沼大輔
- 所在地：東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル
- 設立年月日：1946年7月11日
- 資本金：1,458,748,919円

お問い合わせ先

■本リリースについて

総務部 富永、町田

TEL：03-5544-7104

■調査の詳細、生活者調査CANVASSについて

R & D局 ナレッジ研究ルーム 上野、関、齋藤

TEL：03-5544-7324