

# ビジネスパーソンの消費意識vol.4

## 身だしなみ&スキルアップの消費実態を比較。美容もスキルアップも、女性にはご褒美!

東名阪の主要都市圏在住のビジネスパーソン約2,000人を対象とした「ビジネスパーソン調査2020 ※11月実査」。今回は、外見を磨くための「美容・身だしなみ」と、内面を磨く「スキルアップ」の消費行動の違いを比較しました。

身だしなみ・美容に関する項目では、女性は年代関係なく「値段が高くてでも欲しければ購入」が一定数見られましたが、「同じブランドを長く使う」は女性50-60代で高い一方、購入前の検討や口コミレビューの参照などは女性20-40代が高くなっており、「高くてでも同じブランドを使っている」50-60代と、「高くてでも購入するが、しっかり吟味する」20-40代の違いが見られました。スキルアップに関する消費では、全体的に「購入前の比較検討」や、「値段が高くてでも購入」といった項目が高い結果となりました。また、女性は男性に比べてスキルアップを「ご褒美消費」ととらえる割合も多いようです。

**消費行動（美容・身だしなみ／スキルアップ）** Q.「消費」について以下にあげた項目について、あなたに当てはまるものをすべてお選びください。（上位6項目をピックアップ）

		全体値+5ポイント以上 全体値-5ポイント以下 ただし5ポイント以上	同じ商品やブランドを長く利用している	値段が少々高くても欲しいものは購入する	自分にとってのご褒美消費だ	購入前に様々な商品を比較する	口コミや商品レビューに左右されやすい	とにかく価格の安いものを選ぶようにしている
美容・身だしなみに関する消費	全体	2263	19.3	13.8	13.7	13.5	9.2	10.4
	男性20代	220	15.9	10.9	10.0	11.4	6.4	11.8
	男性30代	216	17.1	9.7	6.9	9.7	3.7	8.3
	男性40代	231	17.7	12.6	6.1	10.4	5.2	10.4
	男性50代	234	10.7	8.5	5.1	5.1	5.1	10.7
	男性60代	237	18.1	8.4	3.0	9.7	3.4	11.0
	女性20代	212	20.8	21.2	34.4	24.1	22.2	11.3
	女性30代	228	25.4	21.1	27.2	25.0	24.1	14.5
	女性40代	239	25.5	19.2	24.3	21.8	14.2	10.5
	女性50代	225	29.3	19.6	22.7	18.2	11.1	8.0
	女性60代	221	30.8	19.0	21.7	10.9	7.7	5.4
	スキルアップに関する消費	全体	2263	8.2	12.2	9.2	15.5	7.6
男性20代		220	5.5	13.2	10.9	15.0	11.4	7.3
男性30代		216	9.3	8.8	6.0	17.1	6.0	7.4
男性40代		231	7.8	9.5	6.9	13.9	5.6	5.2
男性50代		234	7.3	12.0	6.0	15.8	7.3	8.1
男性60代		237	12.2	14.8	8.9	13.1	4.2	8.0
女性20代		212	5.7	15.6	13.2	15.6	13.7	9.0
女性30代		228	9.6	14.9	10.1	16.7	12.3	3.1
女性40代		239	6.7	13.0	15.1	18.8	7.9	3.3
女性50代		225	10.2	12.4	10.7	15.1	4.4	5.3
女性60代		221	10.4	14.5	12.7	13.6	3.2	2.7

『美容・身だしなみに関する消費』では「同じ商品やブランドを長く利用している」が男女ともに他項目に比べて高くなっています。女性は「値段が高くてでも欲しいものは購入する」が全世代で高い結果となり、また、「自分にとってのご褒美消費だ」では、若年層ほど顕著に割合が増える傾向にあります。「購入前に様々な商品を比較する」「口コミやレビューに左右されやすい」は20-30代女性で高く、「とにかく価格の安いものを選ぶようにしている」は60代女性がもっとも低くなりました。『スキルアップに関する消費』は全体では「購入前に様々な商品を比較する」「値段が少々高くても欲しいものは購入する」が高め。女性と男性で最も違いが見られたのは「自分にとってのご褒美消費だ」で、女性の方がやや高く、女性40代では15%となりました。