

「お金」と「消費」による ビジネスパーソンの7タイプ

経済活動のパワーの差は、年収や年齢よりも
「新しい働き方」への寛容度の差が大きく関係していた！



東海ジェイアール東海エージェンシーでは、ビジネスパーソンの行動・心理研究の一環として、全国のビジネスパーソンを対象とした大規模サンプルでの「ビジネスパーソン調査」を2014年から5年間にわたり毎年実施しています。

今回のテーマは「お金と消費に関する意識」。お金と消費の意識や行動に関する設問への回答結果から、ビジネスパーソンを7タイプに分類し、仕事観やメディア接触なども併せて分析を行いました。特に仕事観については、新しい働き方や制度に対する意識の差異が大きく、各タイプを特徴づける大きな要素となっています。

そして、驚くべきことに、経済活動のパワー（消費・運用など、お金を使うことと増やすこと）に大きな差をもたらすのは、年齢や年収ではなく、「新しい働き方」への寛容度の差が大きく関係していることがわかりました。

新しい働き方に寛容な人ほど、お金をダイナミックに使ったり、増やしたりすることに積極的、つまり経済を活性化している主人公そのものだったのです。新しい時代の変化に柔軟に対応できるビジネスパーソンは、経済活動もアクティブ・・・そんな関係性が見えてきました。

■ 調査概要 ■

調査方法 : インターネットリサーチ

調査地域 : 日本全国

調査対象 : 20歳～69歳の男女ビジネスパーソン

割付方法 : 2017年度の労働力調査結果の性別・年代比率に準じて「就業者」を回収し、「パート・アルバイト」を除いて集計・分析を実施

調査日時 : 2018年3月16日(金)～2018年3月26日(月)

調査機関 : 株式会社ジェイアール東海エージェンシー 株式会社インテージ 有限会社アディアック

「お金」と「消費」によるビジネスパーソンの7タイプ

7タイプを比較すると、年齢・職業・年収などでは大きな差異はないものの、「仕事に対する意識」で顕著な傾向の差が見られる

- お金と消費についての意識に関する設問への回答の傾向から7つの要素の因子を確定し、それを軸に、各因子への反応から7つのクラスターに分類。
- 年齢や年収などのデモグラフィック属性では各クラスター間に大きな差異はありませんでしたが、「仕事に対する意識」を比較すると、それぞれに顕著な特徴が見られました。

お金と消費に関する行動・意識で分類されたビジネスパーソン 全7タイプ

■ マネーアクティブ ～運用&消費どちらもアクティブ

構成比: 11.3%

- ・金融商品の知識が豊富、デジタルリテラシーも最も高いので、スマホやタブレットを使って、そつなく運用を行なっているイメージ
- ・増やすこと（運用）と使うこと（消費）、両面で最もパワフル。お金を使いたいことは、モノ・コトともに幅広い消費欲あり
- ・新しい働き方や制度への抵抗は少しあり。会社の中で空気を読みながら、出世をしていきたいと思っている

■ 運用スマート消費 ～運用志向高く、計画的にコト消費

構成比: 17.0%

- ・お金に関しては、運用志向が特に高く、「マネーアクティブ」よりもより多くの種類の金融商品を利用し、運用を行なっている
- ・消費の傾向は、モノよりもコト消費にシフトしており、旅行、健康診断・予防、教養・勉強などに使いたいという思いが強い
- ・新しい働き方や制度については、最も柔軟な考え方を持っており、新たな時代の波を歓迎している。仕事への自信も高い

■ キャッシュレス消費 ～日常的に電子マネーを利用

構成比: 15.1%

- ・お金に関しては、とてもコンサバで、金融投資の意向も現在・将来ともに低い。リスクを冒してまで、増やしたいとは思わない
- ・消費のスタイルは、電子マネーやおさいふケータイなど、キャッシュレスで支払うことに抵抗はなく、最も利用率が高い
- ・仕事観は、新しい働き方や制度には柔軟な考えを持っているが、自分自身はやりがいよりも安定を重視し、転職意向は低い

■ コスパ消費 ～中古も全然OKな節約志向

構成比: 13.8%

- ・増やすこと（運用）と使うこと（消費）ともに低い。増やすための投資よりも、節約することでお金をセーブしたい。「楽しむこと」にはお金を使いたくない
- ・仕事への考えは、女性・年下上司等に関しては抵抗は低い。仕事にやりがいは求めず、自信もあまりなく、コツコツ安定志向

■ コンサバ消費 ～消費はクオリティ志向。運用は消極的

構成比: 20.9%

- ・金融投資には消極的で、電子マネーの使用にも抵抗あり。いいものを長く使いたいという思いがあり、質重視。趣味、健康、交際、美容など、コト消費欲もあり
- ・仕事はやりがい重視で、仕事好き。同じ会社で仕事を続けたいと思っており、冒険はしない

■ 流され消費 ～比較検討せずに買い、計画性低い

構成比: 19.0%

- ・金融投資・買い物には消極的。しかしながら、買い物をする時には、比較検討をせずに成り行きで買ってしまふなど、計画性が低い
- ・新しい働き方や制度に対しては強い抵抗感があり、古い価値観に固執しがち。20代男性の比率が低くないにもかかわらず、考えは古い

■ マネー無計画 ～運用も消費も全般的に消極的

構成比: 2.9%

- ・運用・消費ともに最も消極的。現在も今後も特にお金をかけたいことはなし。コト消費やクオリティ消費とは対極にある
- ・「流され消費」同様に、新しい働き方や制度への抵抗がとて強く、女性上司や年下上司などは、自分の考えでは受け入れがたいこと

「消費」×「お金」×「新しい働き方への寛容度」の関係

経済活動がパワフルなタイプほど、新しい働き方への寛容度が高い

- お金と消費に関する行動・意識で分類した7タイプを、経済活動「運用（増やす）」「消費（使う）」「新しい働き方への寛容度」の3つの指標に絞って比較してみると、経済活動がパワフルなタイプは、新しい働き方への寛容度が概ね高く、経済活動が消極的なタイプは、新しい働き方への寛容度が低いことがわかりました。各タイプともに、年齢や年収等による大きな差異は見られず、新しい働き方への寛容度の差のほうが明らかな違いが出ています。
- 新しい時代の価値観を柔軟に受け入れられる人が経済を活性化している、とみることもできます。

お金と消費に関する行動・意識で分類されたビジネスパーソン 全7タイプ

■ マネーアクティブ ～運用&消費どちらもアクティブ

運用★★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

■ 運用スマート消費 ～運用志向高く、計画的にコト消費

運用★★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

■ キャッシュレス消費 ～日常的に電子マネーを利用

運用★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

■ コスパ消費 ～中古も全然OKな節約志向

運用★★★ 消費★★★ 新しい働き方★★★★

■ コンサバ消費 ～消費はクオリティ志向。運用は消極的

運用★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

■ 流され消費 ～比較検討せず買い、計画性低い

運用★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

■ マネー無計画 ～運用も消費も全般的に消極的

運用★★★ 消費★★★ 新しい働き方★★★★

運用・消費ともに最もパワフル

消費のみパワフル

運用・消費ともに活力低い

働き方に対する意識に関連する調査結果（抜粋）

■ 全体結果+10pt以上 ■ +5pt~10pt未満 ■ -5pt~10pt未満 ■ -10pt以上

	全体	マネーアクティブ	運用スマート消費	キャッシュレス消費	コスパ消費	コンサバ消費	流され消費	マネー無計画
男性でも育児休暇をとるべきだと思う	28.6	29.7	37.8	35.6	32.1	30.4	12.3	11.0
年下の上司のもとではたらくことに抵抗はない	27.1	23.6	36.6	34.4	33.6	28.0	11.2	12.6
女性は子供ができて、仕事を続けた方がよいと思う	25.3	24.2	32.6	31.1	30.3	27.3	11.7	8.7
会社や組織に属さずに個の力を活かして働きたい	10.3	15.4	13.5	10.2	10.2	9.5	6.2	3.1

「お金」と「消費」によるビジネスパーソン各タイプの特徴①

■ マネーアクティブ ～運用&消費どちらもアクティブ

運用★★★ 消費★★★ 新しい働き方★★★

【お金】運用に積極的で、命の次にお金は大事

- ・金融商品の知識が高く、定期預金の他に、国内株式、投資信託、NISAなど積極的に運用を行なっている
- ・「お金は命の次に大事」「世の中はお金で決まることが多い」と思う割合が高い

●いつも予定より多く買い物をしてしまう方だ
※とても+ややあてはまる

【消費】貯金や金融投資にも使いたいが、外食、衝動買いも積極的。シェアにも抵抗のないメリハリ消費だが、消費には概してパワフル

- ・消費に関しては、新しいものが好きで衝動買いもするが、シェアも抵抗なし
- ・現在お金をかけていることは、貯金、外食、金融投資、教養・勉強、家電など
- ・今後お金をかけたいことは、金融投資、外食、車などが他よりも高め

【メディア・SNS】ビジネス系メディア関与が高く、SNSも積極利用

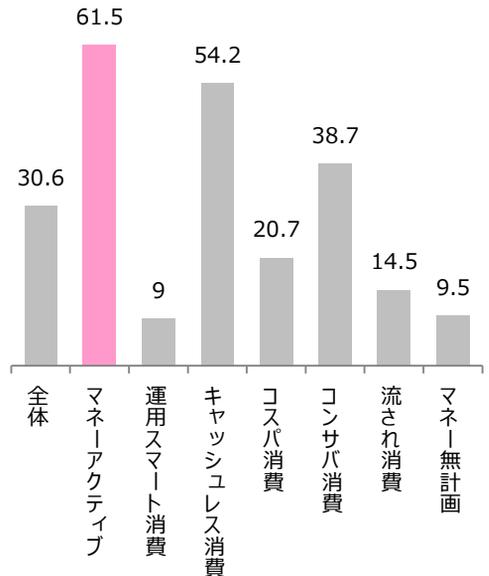
- ・日経新聞（紙・WEBともに）、平日朝はニュース番組の視聴率が高め
- ・一般的にSNSや動画の利用率が高く、デジタルリテラシーが高い
- ・SNSでは、TwitterやFacebookでの投稿・閲覧ともに高い

【仕事】新しい制度への抵抗はややあり。空気を読み、出世志向

- ・女性上司、年下上司、男性の育児などへの抵抗はないわけではない
- ・会社で出世はしたいという思いはある
- ・定時退社、上司や先輩、部下や後輩よりも先には帰りづらいと思っている

【属性の特徴】東証一部上場・役職ありの割合がやや高め

- ・会社員の比率がやや高く、配偶者も会社員の割合が高め
- ・係長以上の役職ありが65.5%。所属会社の東証一部上場の割合がやや高め
- ・平均年齢42.5歳 性年代・居住地・年収等での差異は特になし



■ 運用スマート消費 ～運用志向高く、計画的にコト消費

運用★★★ 消費★★★ 新しい働き方★★★

【お金】様々な方法で積極的に運用し、増やしたい

- ・運用志向が高く、定期預金、国内株式、NISA、投資信託、公社債、外貨預金などより多岐にわたって利用。今後の利用意向では、NISAとiDeCo（個人型確定拠出年金）が他よりも高め

●金融機関や金融商品は目的に応じて使い分けしている
※とても+ややあてはまる

【消費】金融投資の他には旅行、健康診断・予防、教養・勉強など、コト消費志向

- ・現在お金をかけていることは、貯金、金融投資、国内・海外旅行
- ・今後お金をかけたいことは、国内旅行、金融投資、健康診断・予防、教養・勉強、海外旅行などが他よりも高め

【仕事】新たな時代の流れには柔軟。仕事への自信・出世欲もあり

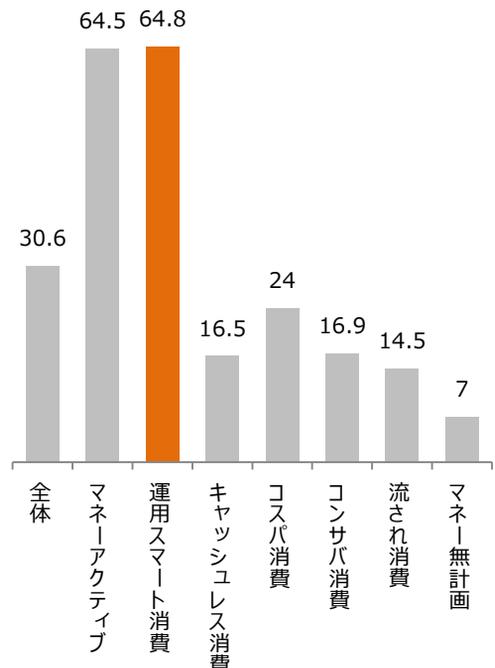
- ・女性上司、外国人、キャリアアップの転職、能力主義などには特に抵抗はない。男性の育児、女性が仕事を続けること、在宅勤務、海外で働くことへの抵抗も低い
- ・自分は給料以上に働いている、仕事は好き、など仕事に対する自信あり
- ・出世したいという思いも強く、会社への忠誠心も高い
- ・家庭、仕事・職場、友人、住まいなど、全般的に生活満足度が高い

【メディア・SNS】主にニュース・ビジネス・教養系のメディアを好む

- ・日経新聞（紙・WEB）、東洋経済オンライン、Yahoo!ニュース、などを利用
- ・平日・土日休日ともにニュース番組の視聴率が高め。ビジネス・教養系、情報バラエティ、ドキュメンタリー、ビジネス・教養番組なども視聴
- ・SNSも複数以上利用しているが、マネーアクティブほど積極的に利用していない

【属性の特徴】東証一部上場・男性・既婚率がやや高め

- ・所属会社の東証一部上場、管理的業務の割合がやや高め
- ・平均年齢46.6歳 男性の比率がやや高く、既婚率が高め。配偶者の職業は専業主婦の割合が高め。年収や年代等による大きな差異はなし



「お金」と「消費」によるビジネスパーソン各タイプの特徴②

■ キャッシュレス消費 ～日常的に電子マネーを利用

【お金】電子マネーなど新形態は取り入れるが、金融投資には抵抗あり

- ・電子マネー、おサイフケータイなどを日常的に最も利用している割合が高い
- ・金融商品の利用率は低い。特に定期預金、国内株式、NISA、投資信託（国内・海外）が特に低く、今後の利用意向なども低い

【消費】「今を楽しむ」消費志向。貯蓄や投資には消極的

- ・現在お金をかけていることは、趣味、国内旅行、外食など、楽しむコト消費が高め
- ・貯金にお金をまわす割合は低く、今後の意向として金融投資も低い

【仕事】時代の変化には柔軟に対応するが、やりがいよりも安定を選ぶ

- ・新たな時代の流れには柔軟な考えを持っている。女性上司、年下上司、男性の育休への抵抗はなく、仕事の服装や会社の規模や知名度にはこだわらず、子供ができて女性も仕事を続けたほうがよいと思っている、などの項目が高い
- ・仕事はやりがいよりも安定性を好み、有給も当然の権利として取り、同じ会社で仕事を続けたいと思っている。在宅勤務の意向も高め

【メディア・SNS】ネットはニュースと動画サイト、テレビはバラエティが好き

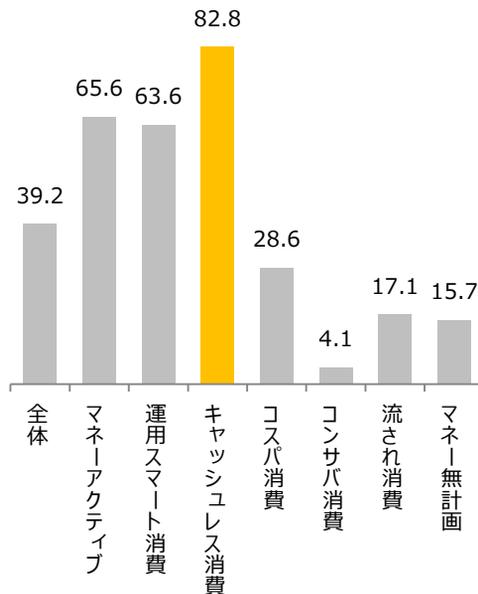
- ・ネットはYahoo!ニュース、テレビは平日夜と深夜はバラエティ、土日休日も朝・夜・深夜ともにバラエティ番組の視聴率が高め
- ・SNSの利用は平均的。YouTubeやニコニコ動画などの動画サイトの閲覧率が高め

【属性の特徴】デモグラフィーによる大きな差異はなし

- ・性年代、居住地、未既婚、職業、年収、所属会社等による大きな差異はなし
- ・平均年齢43.9歳

運用★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

● 日常的に電子マネーを使っている
※とても+ややあてはまる



■ コスパ消費 ～中古も全然OKな節約志向

【お金】出費を抑えて節約。増やすための投資はしない

- ・とにかく価格の安いものを選ぶ、中古品でも気にしない、など出費をできるだけ抑えたい意向が最も強い
- ・国内株式など、リスクもある「増やすための金融投資」への意向は低い

【消費】楽しむことに極力お金は使わない

- ・趣味、旅行、レジャー、ファッションなど、楽しむための消費には消極的で、今後の意向としても低い
- ・年収が他のクラスターに比べ、極端に低いわけではなく、大きな差異はなし

【仕事】やりがいよりも安定重視でコツコツと

- ・女性上司、年下上司への抵抗、仕事の服装へのこだわりなどは低い
- ・有給は当然の権利として使い、仕事はやりがいよりも安定性を取りたい

【メディア・SNS】特に決まったジャンルへのメディア関与なし

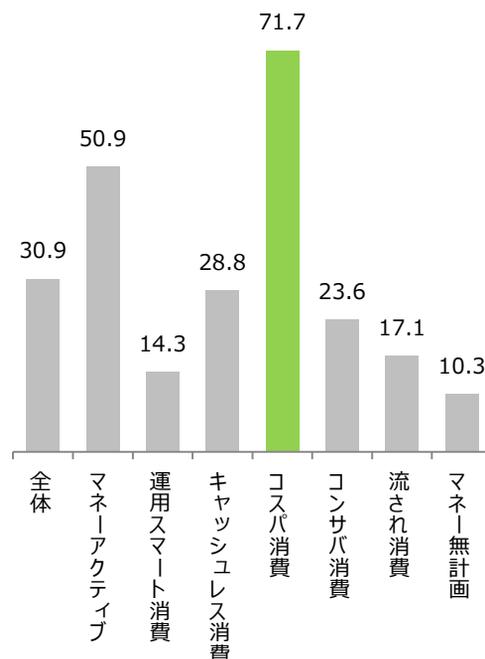
- ・メディア接触での特徴は特になし
- ・SNSは全般的に関与は低く、LINEは平均的に利用しているものの、その他のSNS、動画サイトなどの利用率は低い

【属性の特徴】会社員の割合やや低く、配偶者のパート勤務が高め

- ・職業は会社員の割合がやや低く、自営や契約社員の割合がやや高い
- ・配偶者の職業では、パート・アルバイトの割合が高い
- ・平均年齢45.3歳

運用★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

● とにかく価格の安いものを選ぶようにしている
※とても+ややあてはまる



「お金」と「消費」によるビジネスパーソン各タイプの特徴③

■ コンサバ消費 ～消費はクオリティ志向。運用には消極的

【お金】リスクを取ってまで増やそうとは思っていない

- ・金融投資には現在も今後も消極的
- ・定期預金以外の金融商品には全般的に関心は低い
- ・電子マネーを使うことにも抵抗あり

【消費】いいものを長く使いたい。コト消費やセルフケアへの意向が高い

- ・衝動買いはせず、いつも決まったブランドを長く使い続けたい
- ・買う時は多少値が張っても、いいものを買いたい。店員のホスピタリティも重視する
- ・今後お金をかけたいことは、貯金、趣味、健康、交際、美容などが特に高め

【仕事】やりがい重視で、仕事は好き。同じ会社で仕事を続けたい

- ・女性上司への抵抗は低く、会社の知名度よりもやりがいを重視
- ・仕事は好きで、同じ会社で仕事を続けたいという割合が高い
- ・有給は当然の権利だと思っているが、職場は休暇を取りにくい雰囲気も感じている

【メディア・SNS】夜のバラエティやドラマなどの視聴率が高め

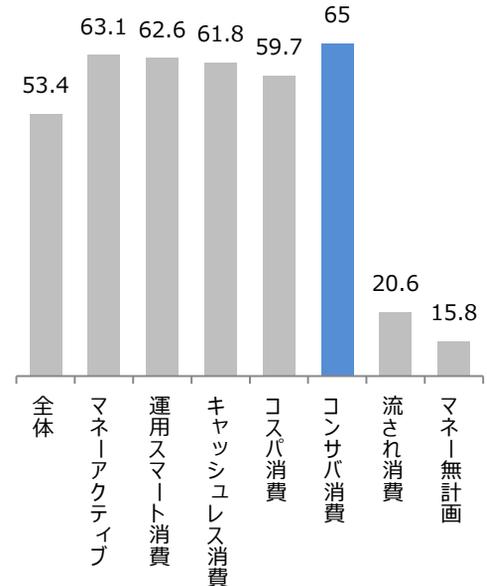
- ・平日夕方のニュース番組、平日と土日休日夜のバラエティ、ドラマなどの番組の視聴率が高め
- ・SNSの積極的な利用率は低い

【属性の特徴】女性の割合が高めで、夫婦ともに会社員の割合も高い

- ・男女比では女性の割合が他より高く、夫婦ともに会社員の割合が高め
- ・年齢、職業、年収等での大きな差異はなし
- ・平均年齢44.9歳

運用★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

●いつも決まったものを買うことが多い
※とても+ややあてはまる



■ 流され消費 ～比較検討せずに買い、計画性低い

【お金】貯める・運用すること、ともに消極的

- ・金融商品全般への利用・関心ともに低く、定期預金の利用率は最も低い
- ・「お金は命の次に大事」と思っている割合は低く、お金への固執も低い

【消費】積極的な消費はしないが、買う時は比較検討せずに成り行き

- ・積極的にお金を使っていることで特記すべきことはない
- ・今後の意向でも、特にお金をかけたいことはなく、貯金や国内旅行にも使いたくないと思う割合が特に高い
- ・ブランドやクオリティを重視した消費の傾向は低いが、何か買う時には比較検討をあまりせずに、成り行きで買ってしまう

【仕事】古い価値観に固執し、時代の流れについていけない

- ・新しい時代の波（女性上司、年下上司、男性の育休、外国人と働くことなど）への抵抗が強い
- ・能力主義やキャリアアップの転職などにも強い抵抗感あり
- ・特に出世は望まず、会社への忠誠心は低い
- ・職場・家庭ともに生活全般への満足度が低い

【メディア・SNS】メディア、SNSともに関与はとても低い

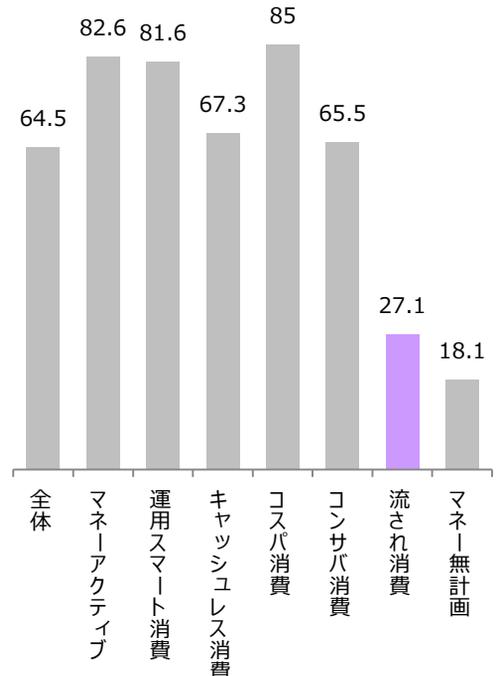
- ・テレビへの関与は低く、特に平日朝の情報バラエティの視聴率は低め
- ・雑誌・テレビ番組への関与は全般的に低い
- ・20代男性の比率が他よりも高いにもかかわらず、SNSや動画サイトなどの利用率は全般的にとっても低い

【属性の特徴】男性の割合が高く、特に20代男性の比率が高め

- ・男性の割合が高めで、特に20代男性の比率が高め
- ・職業、年収等での大きな差異はなし
- ・平均年齢43.6歳

運用★★★ 消費★★★★ 新しい働き方★★★★

●買う前に値段をよく比較する方だ
※とても+ややあてはまる



「お金」と「消費」によるビジネスパーソン各タイプの特徴④

■ マネー無計画 ～運用も消費も全般的に最も消極的

運用★★★ 消費★★★ 新しい働き方★★★

【お金】貯める・運用全てにおいて最も消極的

・定期預金の利用率は最も低く、金融商品全般にも最も低関与

【消費】最も消極的。特にコト消費・クオリティ消費とは対極的

- ・現在、積極的にお金をかけていることは特になく、子供の教育費と趣味への出費が他と比べて最も低い
- ・今後の意向としては、貯金、趣味、国内旅行、子供の教育、外食、自分の教養・勉強などにもお金をかけたくないと思っている
- ・衝動買いもすることなく、ブランドやクオリティ志向とは対極にある
- ・他のクラスターと比べて、極端に年収が低いわけではない

【仕事】時代の変化に大きな抵抗があり、新しいことを受け入れにくい

- ・「流され消費」と同じく、新しい時代の流れには抵抗感が強く、女性上司、年下上司、男性の育休、外国人と働くこと、能力主義などには大きな抵抗あり
- ・出世は望まず、会社への忠誠心は低い
- ・職場・家庭ともに生活への満足度が低く、特に家族関係の満足度が最も低い

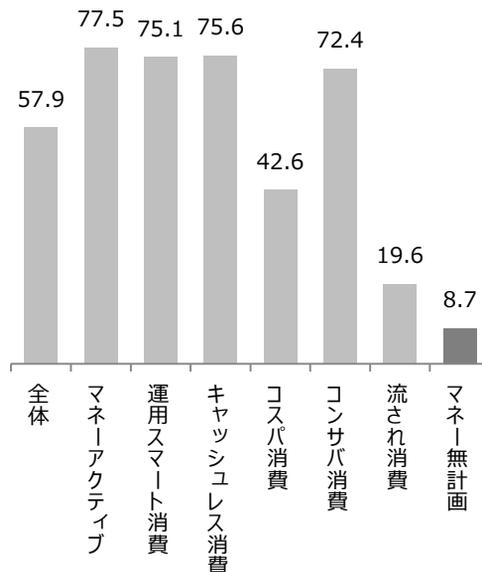
【メディア・SNS】メディアもSNSも最も利用率が低い

- ・雑誌・テレビ全般的に接触が低く、全体的に人気の高いニュースや情報バラエティ番組などの視聴率も最も低い
- ・SNSは全般的に利用率が低く、全体でトップのLINEの利用率も約3割に留まる

【属性の特徴】60代男性の比率・子供なしの割合が高め

- ・既婚者の割合は他と変わらないが、子供のいない割合が高め
- ・職業、年収等での大きな差異はなし
- ・平均年齢45.3歳 60代男性の比率がやや高め

●ブランド商品にはそれなりの良さがあると思う
※とても+ややあてはまる



＜調査結果の引用・転載、取材などに関するお問い合わせ先＞

株式会社ジェイアール東海エージェンシー 企画マーケティング部 担当：大橋
TEL: 03-6688-5009 e-mail: d-oohashi@jrta.co.jp