

## 200 回記念特別編 20 代の意識ってどうなってるの？

～「スマホで音声通話」は 4 人に 1 人だけ～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：坂田政一）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第200号として、20代を対象にライフスタイルと身だしなみに関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータ提供や当社担当者が解説を差し上げることもできますので、お気軽にお問い合わせください。

※回答率(%)は小数点第2位以下を四捨五入し同第1位までを表示しています。そのため、内訳の合計と表示値が異なる場合があります。

### ■ スマホといえば、SNSと動画

プラネットは 20 代以上の 4000 人を対象にした意識調査を定期的に行っていますが、今回は対象を 2000 人の 20 代に限定し、若者の意識をさぐりました。

まず、スマホで利用している機能について聞いたところ（図表 1）、最も割合が高かったのは「SNS（インスタグラム、ツイッター、フェイスブックなど）」（53.7%）でした。全項目のなかで唯一半数を超える割合になっており、若者の間で SNS がいかに普及しているかがはっきりと示されています。

2 位以下に目を向けると、2 位が「動画・映像コンテンツの視聴（YouTube、Amazon プライム・ビデオなど）」（47.7%）、3 位が「コミュニケーションアプリ・メッセージアプリ（LINE、Messenger など）」（42.5%）、4 位が「メール（キャリアメール・無料メールなど）」（42.3%）と並んでいます。

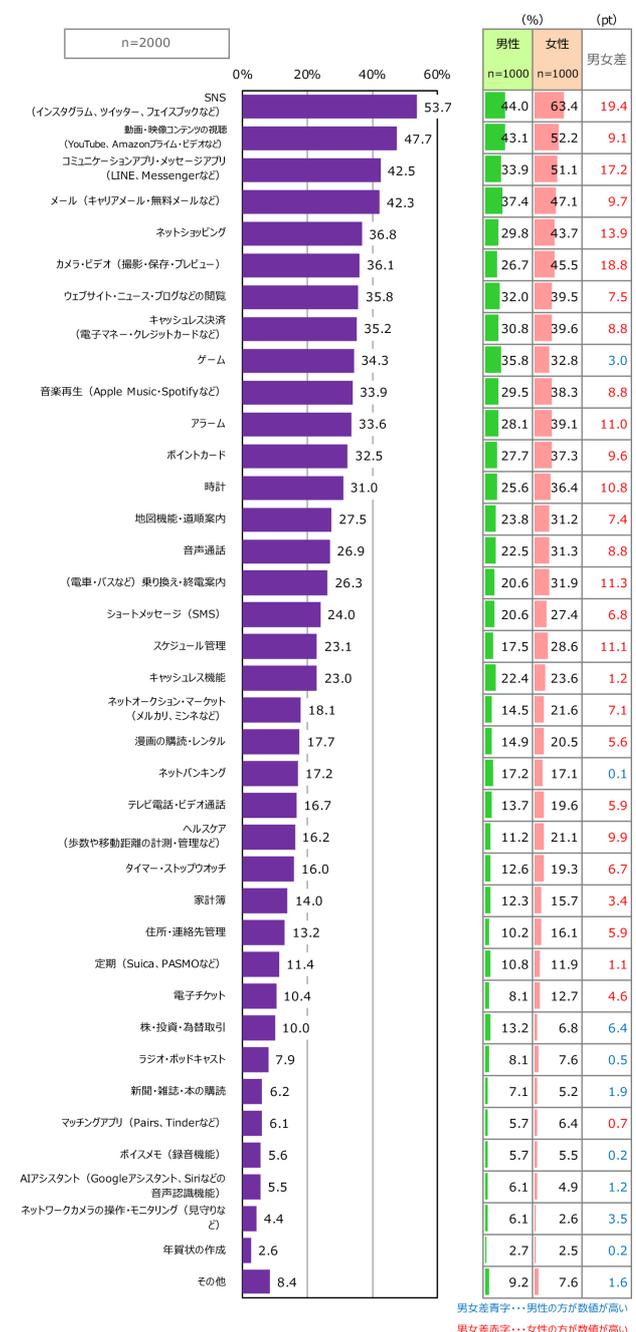
「コミュニケーションアプリ・メッセージアプリ」や「メール」を抑えて、「動画・映像コンテンツの視聴」のほうが上位に来ています。携帯電話が出現した当初は、その名の通り、持ち歩ける電話という扱いでした。しかし、スマートフォンの出現・進化・普及により、コミュニケーションだけでなく、エンターテインメントのためのアイテムとして定着していることがわかります。

また、少し前まではスマホでも、音楽を楽しむことが多かったのではないのでしょうか。ところが今回の調査では「音楽再生（Apple Music・Spotify など）」（33.9%）よりも「動画・映像コンテンツ」が上位になっています。

コミュニケーションという観点で見ると、「音声通話」を利用する人の割合は 26.9%と、ほぼ 4 分の 1 です。ほかには、「ショートメッセージ（SMS）」が 24.0%、「テレビ電話・ビデオ通話」が 16.7%となっています。

また、ほとんどの項目で、利用していると回答した人の割合は、男性よりも女性のほうが高くなっています。「男性のほうが機械やその機能に詳しい」というイメージはもはや通用しないのかもしれませんが。

図表1 「あなたはふだんスマホで何をしていますか。利用する機能として、あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）」への回答



## ■ 他人の身だしなみ、あまり気にならない

コロナ禍によって、マスクをしているのが当たり前の光景になって、約 3 年が経ちました。マスクで隠れる部分の身だしなみについて、若者はどのような意識を持っているのでしょうか(図表 2)。

結果は、「自分はコロナ禍以前から気をつけているが、他人はきちんとしていなくても構わないと思う」(25.4%)と「自分はコロナ禍以前と比べて気を使わなくなったので、他人もきちんとしていなくても構わないと思う」(24.7%)がほぼ差がなく 1、2 位になりました。

全体を合計すると、「他人もきちんとするべきだと思う」と回答した割合は 33.2%、「他人はきちんとしていなくても構わないと思う」は 66.9%となります。

「自分はコロナ禍以前から気をつけているので、他人もきちんとするべきだと思う」という人も 19.6%いますが、自分の身だしなみによらず、他人の身だしなみにはそこまで注意を払わない傾向が強いです。

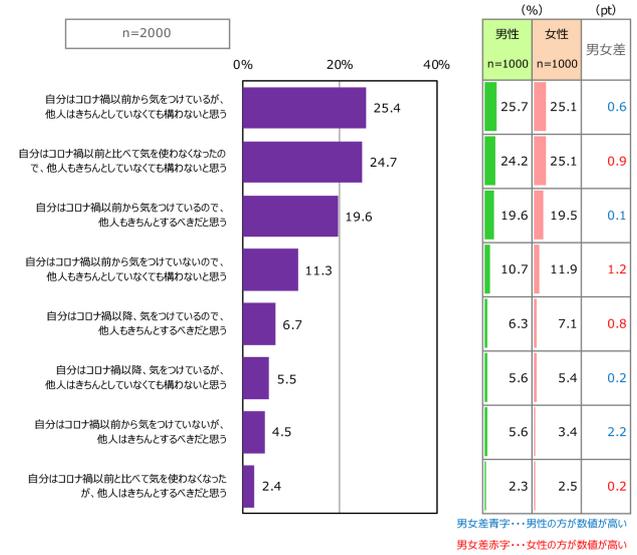
## ■ 男性も 7 割がスキンケアアイテム使用

スキンケアについてはどうでしょう。使用しているスキンケアアイテムを聞くと(図表 3)、「スキンケアアイテムは使用しない」と回答したのは 22.0%で、8 割近い人が何らかのアイテムを使用していることがわかりました。

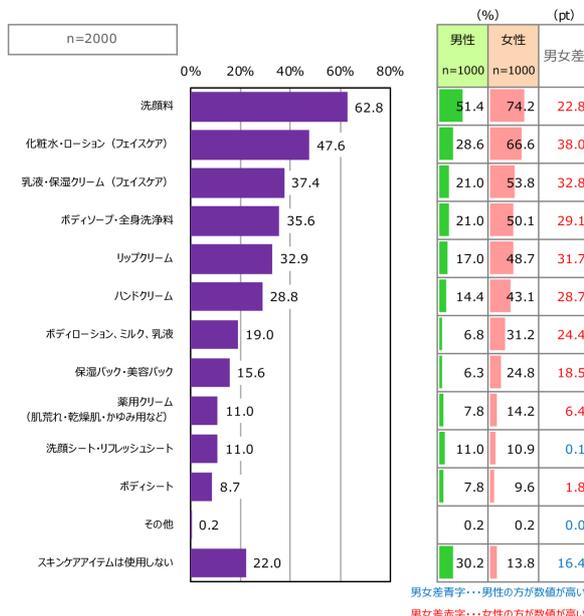
具体的には「洗顔料」が断トツで 62.8%です。2 位以下は「化粧水・ローション(フェイスケア)」(47.6%)、「乳液・保湿クリーム(フェイスケア)」(37.4%)、「ボディソープ・全身洗浄料」(35.6%)、「リップクリーム」(32.9%)と続きます。ほとんどの項目で女性のほうが大差をつけて高い割合になっていますが、「洗顔料」だけは男性も 51.4%で半数を越えています。

1 ヶ月に購入するスキンケア商品の金額を聞くと(図表 4)、購入する人のなかで最多だったのが「500 円以内」(15.1%)です。「購入(利用)しない」と回答した女性は 19.0%、男性は 35.3%と、かなり差がありますが、購入する人たちが使う金額にはあまり男女差がありません。

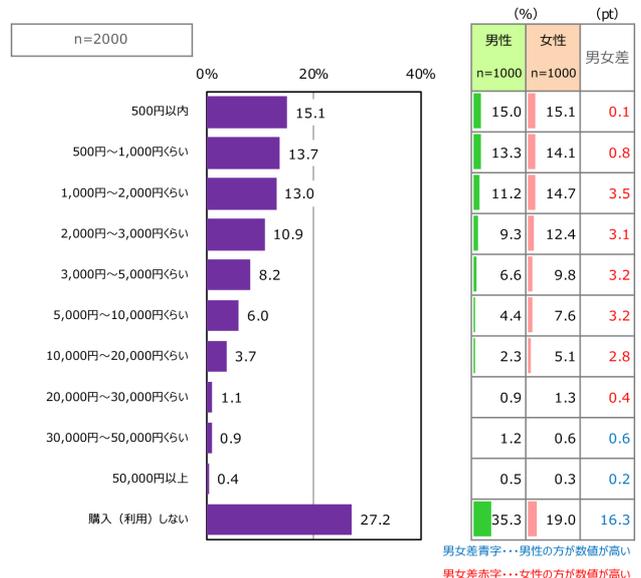
図表 2 「マスクで隠れる部分の身だしなみ(メイク、ひげ、ムダ毛の処理など)について、あなたの考え方として一番近いものをお答えください。(お答えは 1 つ)」への回答



図表 3 「【スキンケア】あなたが使用しているアイテムを教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



図表 4 「【スキンケア】あなたが 1 か月間に購入する商品(エステ利用を含む)の金額を教えてください。(お答えは 1 つ)」への回答



## ■ 商品を選ぶ理由、男女ともに「値段」がトップ

日用品や化粧品を購入する際、何を基準にして商品を購入するかを聞くと(図表 5)、最も割合が高かったのは「値段」(61.3%)でした。男性が 56.6%、女性が 66.0%と、女性のほうが割合が高いです。

ただ、「値段」以上に、2位の「性能」(全体:45.2%、男性:37.6%、女性:52.8%)、3位の「評判、口コミ」(全体:25.0%、男性:18.1%、女性:31.8%)のほうが男女差が大きくなっています。

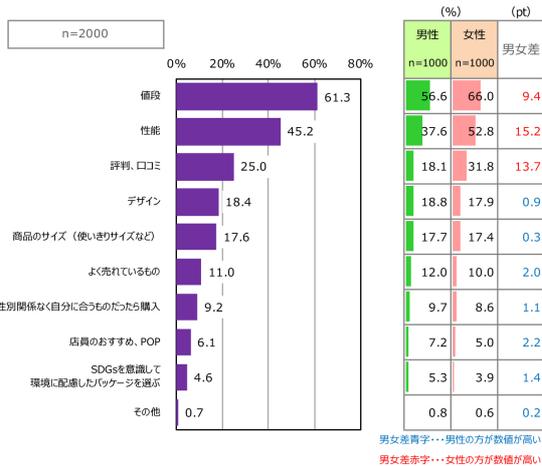
日用品や化粧品のうち、リピート買いくる商品ジャンルを聞きました(図表 6)。

まず全体的に、リピート率は男性よりも女性が高くなっています。「シャンプー」(全体:43.1%、男性:36.4%、女性:49.7%)は男女どちらでもリピート率が最も高くなっていますが、その差は 10 ポイント以上あります。ただ、リピート率が最も高いシャンプーであっても、女性のリピート率は半数を割っています。

2 位以下は「歯磨き粉」(全体:36.8%、男性:29.0%、女性:44.5%)、「ボディソープ・せっけん」(全体:35.5%、男性:28.4%、女性:42.5%)、「歯ブラシ」(全体:34.5%、男性:26.3%、女性:42.7%)、「リンス・トリートメント」(全体:33.0%、男性:20.5%、女性:45.5%)、「マスク」(全体:32.0%、男性:24.2%、女性:39.8%)と続きます。

差はわずかですが、「ティッシュ」(28.3%)以上に、「トイレットペーパー」(30.4%)のほうがリピート率が高いのはどんな理由があるのでしょうか。

図表 5 「【日用品・化粧品】商品の何を意識して購入するか、選択基準を教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



図表 6 「【日用品・化粧品】あなたがリピート買いくる商品のジャンルを教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



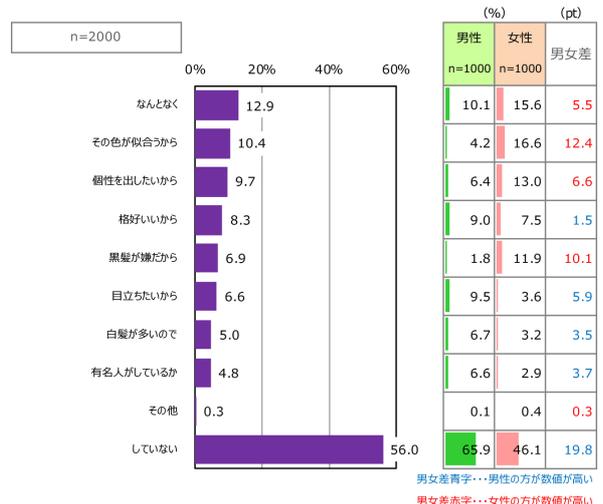
## ■ 「なんとなく」で染髪する人は多い

髪の毛をカラーリングしているかを聞くと(図表 7)、「していない」と回答した人が 56.0%でした。全体で見るとカラーリングしていない人のほうが多数派ですが、女性に限っては、「していない」が 46.1%で、半数以上がカラーリングをしているという結果です。

カラーリングしている理由は全体では「なんとなく」が 1 位です(全体:12.9%、男性:10.1%、女性:15.6%)。ただ女性の場合は 1 位が「その色が似合うから」(全体:10.4%、男性:4.2%、女性:16.6%)になるなど、男女それぞれの順位は全体順位と違いがあります。

また、「黒髪が嫌だから」と回答した男性は 1.8%しかいませんが、女性は 11.9%と、これも大きな差がありました。

図表 7 「あなたは髪の毛をカラーリングしていますか。している理由を教えてください。(お答えはいくつでも)」への回答



## ■ 20代が考える理想の職業は？

### 《理想の職業と、理想だと思う理由（自由回答）》

#### 【かかわったことがあるから、やってみたい】

- ゲームセンター関連の仕事をしたい。今まで楽しんできたので楽しませる側になりたい。（男性・20代前半）
- クレーンゲームをよくやるので1日中関わってみたいから、ゲームセンターの店員さん。もしくは、キャラクターが好きだからファンシーショップの店員さん。（女性・20代前半）
- 助産師になりたい。以前から興味や憧れがあったが、出産後は特に憧れるようになった。心の支えになり、生命の誕生に関われることは素晴らしいと思う。（女性・20代前半）
- コンサートスタッフ。アイドルがコンサートをしている時が一番輝いていて素敵だと思うので、そこに作る側として携われたら最高だと思う。（女性・20代前半）
- 音大に通っているので、それを活かして音楽関係職に就きたい。（男性・20代前半）

#### 【やりがいを感じたい】

- 看護師は人の命を救う仕事なのでとてもやりがいがある。（女性・20代前半）
- 介護の仕事が続けたい。やりがいがあり、信頼関係が深められるから。（女性・20代後半）
- 看護師。今やっていてやりがいがあるから。（女性・20代後半）
- 研究者。今やりがいを感じているから。（女性・20代後半）
- 現在は養鶏をやっている。やりがいがあるし、今のところほかにやりたい仕事もないので、このままで。（男性・20代後半）
- やりがいのある仕事であれば内容は何でもよい。（女性・20代後半）
- 今の仕事にやりがいを感じない。誰かの役に立つ仕事をしたい。（男性・20代後半）

#### 【楽しませたい、喜ばせたい】

- 自分が楽しんだものを新たな子どもたちに楽しんでもらいたいのでゲームクリエイターになりたい。（男性・20代後半）
- ライトノベル作家として、自分が創る物語で誰かを楽しませたい。（男性・20代後半）
- オペラ歌手。歌で人々を楽しませたい。（女性・20代前半）
- 飲食店経営をしたい。人を楽しませたり喜んでもらえたりする仕事がしたい。（女性・20代後半）

#### 【YouTuberになりたい】

- 好きなことをして楽しそうだから（男性・20代後半）
- ゲームが好きなので、ゲーム配信をしたい。（男性・20代後半）
- 今最も熱心に熱を注げそうなことからダイエットYouTuberになりたい。（女性・20代前半）
- 声の特徴的だとよく言われるため、声を活かした仕事をしてみたい。（女性・20代後半）
- ドライブや旅行が好き。たくさんの人に日本の良さを伝える旅行系YouTuberになりたい。（男性・20代前半）

#### 【女性でも農家に興味アリ】

- たくさんの人と関わらなくていいから農家になりたい。（女性・20代前半）
- 農業になって、一日、畑で黙々と野菜の世話をしたい。（女性・20代前半）
- 農業に興味があり農業関係の仕事に就いた。（女性・20代前半）

#### 【安定の公務員】

- 将来の安定を確保したいから。（男性・20代前半）
- 安定しているし、今の経験や知識を活用できるから。（男性・20代前半）
- 女性も地位が安定しているので。（女性・20代前半）

## 《 「20代のライフスタイルと身だしなみ」に関する意識調査 質問一覧 》

- 【クロス集計用1】 あなたの将来について。(お答えは1つ)
- 【クロス集計用2】 あなたは物を買うことが好きですか。(お答えは1つ)
- 【クロス集計用3】 あなたは物やサービスを購入するとき、環境に配慮しているものかどうかを考えますか。(お答えは1つ)
  
- Q1.あなたの財布の中にある現金の金額を教えてください。(お答えは1つ)
- Q2.よく使用するキャッシュレス決済(スマートフォン決済、QR/バーコード決済、電子マネー)の残高について教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q3.あなたはふだんスマホで何をしていますか。利用する機能として、あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)
- Q4.【日用品・化粧品】あなたがリピート買いする商品のジャンルを教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q5.【身だしなみ】マスクで隠れる部分の身だしなみ(メイク、ひげ、ムダ毛の処理など)について、あなたの考え方として一番近いものをお答えください。(お答えは1つ)
- Q6.【スキンケア】あなたが1か月間に購入する商品(エステ利用を含む)の金額を教えてください。(お答えは1つ)
- Q7.【エステ】あなたがエステを利用する頻度を教えてください。(お答えは1つ)
- Q8.【スキンケア】あなたが使用しているアイテムを教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q9.【日用品・化粧品】商品の何を意識して購入するか、選択基準を教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q10.あなたは髪の毛をカラーリングしていますか。している理由を教えてください。(お答えはいくつでも)
- Q11.やりたい仕事とその理由を教えてください。(今の職業がやりたい仕事の方はそちらをお書きください)(自由回答)

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「20代のライフスタイルと身だしなみ」に関する意識調査を実施。

期間：2023年1月13日～1月18日、インターネットで20代の2,000人から回答を得ています。

**株式会社プラネットとは** <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

**From プラネットとは** [https://www.planet-van.co.jp/news/from\\_planet.html](https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html) (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

### 本件に関するお問い合わせ先

今リリースに掲載していない結果や属性データのご紹介や、当社担当者が解説を差し上げることもできます

株式会社プラネット 広報部:河合

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp