

20代のオフの過ごし方に関する調査

20代男性に多い“プライベート空間投資”、20代女性に多い“思い出消費”
“リア充男子”や“おひとりさま女子”は消費意欲が旺盛

SMBCコンシューマーファイナンス株式会社(代表取締役社長:幸野 良治、<http://www.smbc-cf.com>)は、2015年6月9日～15日の7日間、20代のビジネスパーソンを対象に「20代のオフの過ごし方に関する調査」をインターネットリサーチで実施し、1,000名の有効サンプルの集計結果を公開しました。(調査協力会社:ネットエイジア株式会社)

調査結果 - TOPICS -

【20代のオフの過ごし方】 ……2～3 ページ

- ▶ 若者のオフの過ごし方
オフは外出して仲間と満喫する“リア充タイプ”は4人に1人 半数近くは“巣ごもりタイプ”
- ▶ 20代の休日は「ブラウジング」「ショッピング」「動画サイト視聴」、巣ごもりタイプは「TVよりネット動画」

【20代のお金と自由時間の消費トレンド】 ……4～7 ページ

- ▶ 20代のオフの消費トレンドは“モノ”より“コト”?“思い出に残る体験に積極的に消費したい”5割弱
- ▶ 20代男性に多い“プライベート空間投資”、20代女性に多い“思い出消費”
- ▶ “リア充男子”や“おひとりさま女子”は消費意欲が旺盛
- ▶ 20代の時間感覚「オフに仕事のスキルアップは有意義な過ごし方」8割半、「ネット断ちの時間は有意義」8割弱
- ▶ 男性は「話題の体験・先行体験のための時間」に価値を感じる傾向、女性は「楽しいことの事前準備」
- ▶ 20代のお金と自由時間の消費先を読み解くキーワードは“イベント熱”?
大型連休にやりたいことTOP3は「花火大会」「グルメフェス」「リアル型脱出ゲーム」
水上アクティビティでは「ウォーターボール」と「フライボード」が流行の兆し?
- ▶ 20代男性には「リアル型脱出ゲーム」や「バブルサッカー」、「ゲームショー・モータショーなどの見本市」が人気
20代女性には「音楽フェス」や「コミケ」などのイベントが人気

【20代の“調整術”】 ……8～9 ページ

- ▶ 男性の予定調整は思い立ったときに誘う“インスタント型”、女性はメンバーの都合から日程を決める“メンバー型”
おひとりさまタイプの予定調整はSNSなどでマッチングする“偶発型”
- ▶ 予定調整ツールは「LINEなどのトークアプリ」がトップ、女性は8割弱が予定調整に利用、男性は「電話」が4割強

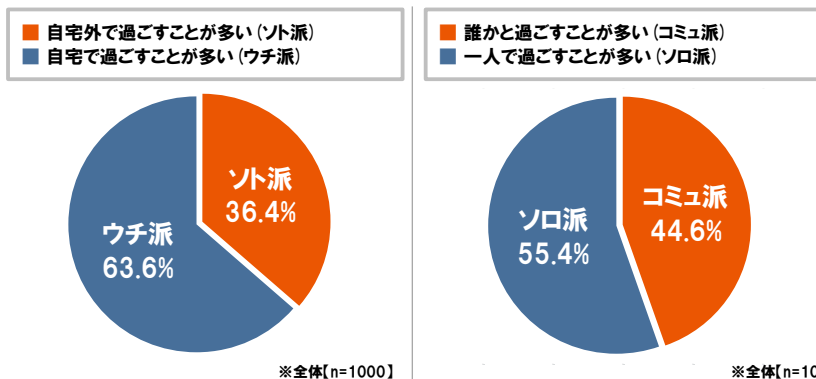
【20代の“スポーツ熱”】 ……10～13 ページ

- ▶ 「社会人になってからスポーツしていない」4割半 男性3割半、女性5割強
- ▶ テニスブームの影響? テニスを行うビジネスウーマンが倍増の兆し
- ▶ 「野球女子」は16% これからは「サッカー女子」がブームに? 「今後サッカー観戦したい」女性16%
- ▶ 「スポーツは初期費用がかかる」8割強 「一緒に楽しめる恋人がいるならスポーツする」8割半
- ▶ 人気のスポーツデートは? 男性人気1位は「バッティングセンター・キャッチボール」、女性1位は「バドミントン」

アンケート調査結果
【20代のオフの過ごし方】
》 若者のオフの過ごし方
オフは外出して仲間と満喫する“リア充タイプ”は4人に1人 半数近くは“巣ごもりタイプ”

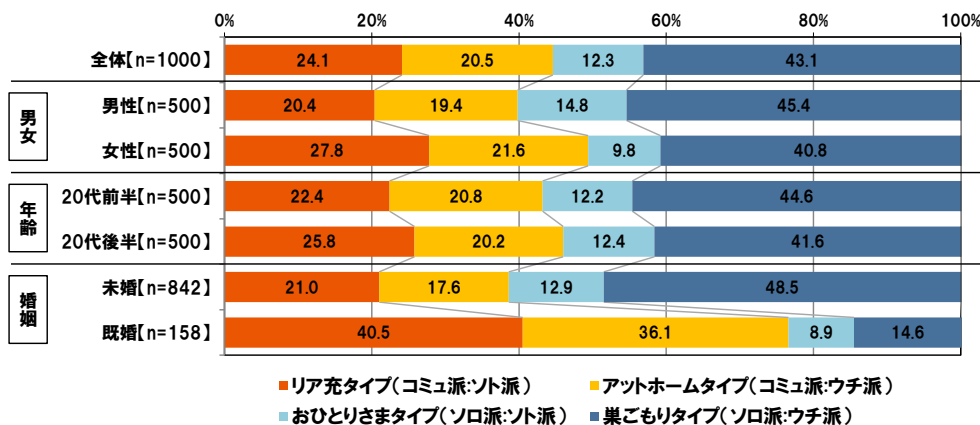
はじめに、20代のビジネスパーソンがオフ(仕事がない日)をどのように過ごしているか質問しました。

20～29歳のアルバイト・パートを除く就業者 1,000名(全回答者)に対し、オフは自宅外で過ごすことが多い(ソト派)か、自宅で過ごすことが多い(ウチ派)か聞いたところ、「ソト派」が36.4%、「ウチ派」が63.6%と、ウチ派が多数派となりました。また、オフは誰かと過ごすことが多い(コミュ派)か、一人で過ごすことが多い(ソロ派)か聞いたところ、「コミュ派」が44.6%、「ソロ派」が55.4%と、ソロ派がやや多い結果となりました。

Q.オフ(仕事がない日)の過ごし方について、どちらに近い？ (各単一回答)


これらのオフに過ごす場所・相手をもとに、“オフの過ごし方タイプ”を分類したところ、オフは自宅で一人過ごすことが多い「巣ごもりタイプ」が43.1%で最も多く、自宅外で誰かと過ごすことが多い「リア充タイプ」が24.1%、自宅で誰かと過ごすことが多い「アットホームタイプ」が20.5%、自宅外で一人過ごすことが多い「おひとりさまタイプ」が12.3%で続きました。

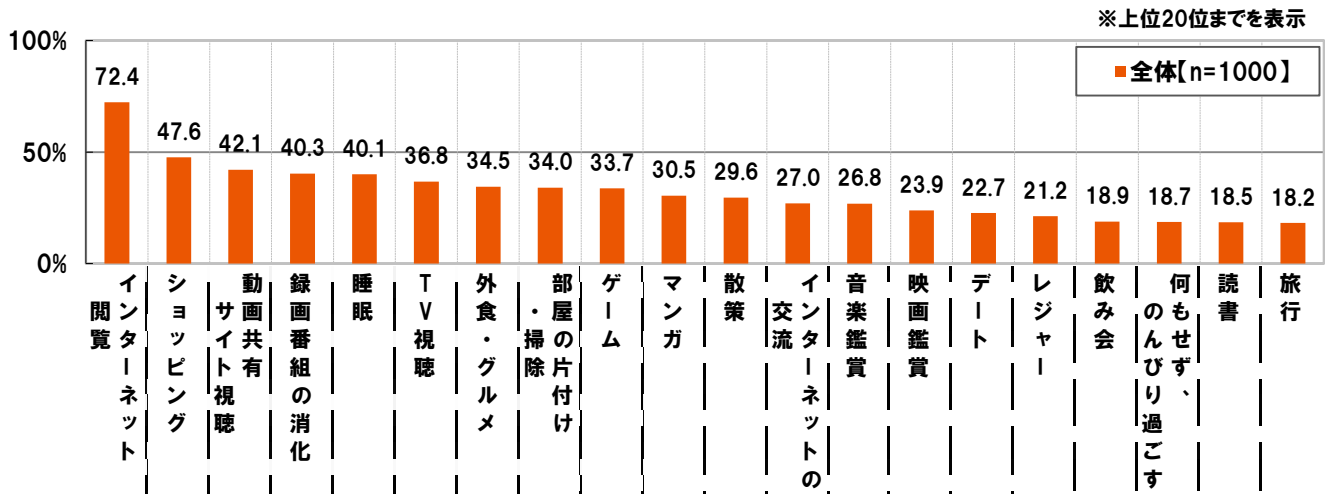
属性別にオフの過ごし方タイプの構成比をみると、男性は女性に比べて「巣ごもりタイプ」(45.4%)や「おひとりさまタイプ」(14.8%)が多く、女性は「リア充タイプ」(27.8%)が多くなりました。婚姻状況別では、未婚者は半数近く(48.5%)が「巣ごもりタイプ」となり、既婚者は「リア充タイプ」(40.5%)や「アットホームタイプ」(36.1%)が未婚者に比べて多くなりました。

オフ(仕事がない日)の過ごし方タイプの構成比 (単一回答より作成)


≫ **20代の休日は「ブラウジング」「ショッピング」「動画サイト視聴」、巣ごもりタイプは「TVよりネット動画」**

次に、オフにどのようなことをして過ごすことが多いか聞いたところ、「インターネット閲覧(検索やお気に入りサイトの巡回など)」が72.4%で最も高く、次いで、4割台で「ショッピング」(47.6%)、「動画共有サイト視聴」(42.1%)、「録画番組の消化(ドラマ・アニメなど)」(40.3%)、「睡眠(昼寝や寝だめ)」(40.1%)が続き、3割台で「TV視聴」(36.8%)、「外食・グルメ(行ったことのない飲食店の開拓など)」(34.5%)、「部屋の片付け・掃除」(34.0%)、「ゲーム」(33.7%)、「マンガ」(30.5%)、「散策」(29.6%)、「インターネット交流」(27.0%)、「音楽鑑賞」(26.8%)、「映画鑑賞」(23.9%)、「デート」(22.7%)、「レジャー」(21.2%)、「飲み会」(18.9%)、「何もせず、のんびり過ごす」(18.7%)、「読書」(18.5%)、「旅行」(18.2%)が続きました。インターネット閲覧の割合がダントツですが、ネットで集めた情報を入りに、ショッピングや動画視聴、外食・グルメといったアクションを起こしている方が多いのではないのでしょうか。

Q.オフ(仕事がない日)にどのようなことをして過ごすことが多いか？(複数回答)



オフの過ごし方タイプ別にみると、20代のビジネスパーソンに最も多いタイプである巣ごもりタイプは、「インターネット閲覧」が84.2%でその他のタイプより高く、「動画共有サイト視聴」(55.2%)が、「録画番組の消化」(46.4%)や「TV視聴」(39.9%)などのテレビ関連よりも上位となったことや、「ゲーム」(45.7%)や「マンガ」(41.5%)といったコンテンツが上位になったことが特徴的な傾向としてみられました。リア充タイプは「ショッピング」(63.5%)が最多となったほか、「外食・グルメ」(53.9%)や「散策(ドライブ・散歩)」(43.6%)、「デート」(39.8%)、「レジャー(カラオケや遊園地など)」(37.3%)といったアクティビティが上位に見受けられました。

Q.オフ(仕事がない日)にどのようなことをして過ごすことが多いか？(複数回答)

※上位10位までを表示

リア充タイプ【n=241】
(コミュ派:ソト派)

アットホームタイプ【n=205】
(コミュ派:ウチ派)

おひとりさまタイプ【n=123】
(ソロ派:ソト派)

巣ごもりタイプ【n=431】
(ソロ派:ウチ派)

順位	項目	%
1位	ショッピング	63.5
2位	インターネット閲覧	56.0
3位	外食・グルメ	53.9
4位	散策	43.6
5位	デート	39.8
6位	レジャー	37.3
7位	部屋の片付け・掃除	35.7
8位	睡眠	34.4
9位	録画番組の消化	32.4
10位	TV視聴	32.0

順位	項目	%
1位	インターネット閲覧	71.2
2位	ショッピング	45.4
3位	録画番組の消化	41.5
4位	動画共有サイト視聴	38.5
5位	睡眠	37.1
6位	TV視聴	35.6
7位	外食・グルメ	35.6
8位	ゲーム	33.2
9位	部屋の片付け・掃除	32.2
10位	デート	28.8

順位	項目	%
1位	インターネット閲覧	65.0
2位	ショッピング	50.4
3位	外食・グルメ	41.5
4位	散策	39.8
5位	TV視聴	37.4
6位	部屋の片付け・掃除	35.8
7位	睡眠	33.3
8位	動画共有サイト視聴	32.5
9位	録画番組の消化	32.5
10位	音楽鑑賞	30.1

順位	項目	%
1位	インターネット閲覧	84.2
2位	動画共有サイト視聴	55.2
3位	睡眠	46.6
4位	録画番組の消化	46.4
5位	ゲーム	45.7
6位	マンガ	41.5
7位	TV視聴	39.9
8位	ショッピング	39.0
9位	部屋の片付け・掃除	33.4
10位	音楽鑑賞	32.3

【20代のお金と自由時間の消費トレンド】

- ▶ **20代のオフの消費トレンドは“モノ”より“コト”？「思い出に残る体験に積極的に消費したい」5割弱**
- ▶ **20代男性に多い“プライベート空間投資”、20代女性に多い“思い出消費”**
- ▶ **“リア充男子”や“おひとりさま女子”は消費意欲が旺盛**

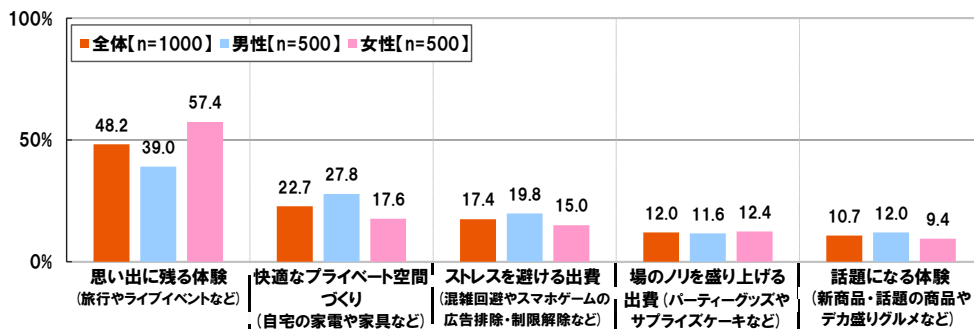
次に、20代ビジネスパーソン“可処分所得”や“可処分時間”の使い方について、質問を行いました。

全回答者(1,000名)に対し、オフのお金の使い方について、積極的に費やしたいものを聞いたところ、「思い出に残る体験(旅行やライブイベントなど)」が48.2%で、質問した項目の中で最も高くなりました。形に残る“モノ”に対する消費より、思い出に残る“コト”への消費に積極的になる20代の心境が見てとれました。次いで、「快適なプライベート空間づくり(自宅の家電や家具など)」が22.7%、「ストレスを避ける出費(混雑回避やスマホゲームの広告排除・制限解除など)」が17.4%、「場のノリを盛り上げる出費(パーティーグッズやサプライズケーキなど)」が12.0%、「話題になる体験(新商品・話題の商品やデカ盛りグルメなど)」が10.7%で続きました。

男女別にみると、男性は「快適なプライベート空間づくり」が27.8%で女性(17.6%)より高く、女性は「思い出に残る体験」が57.4%で男性(39.0%)よりも高くなりました。男性は“プライベート空間”に、女性は“思い出”にそれぞれお金を費やしたいと思う傾向があるようです。

Q.オフ(仕事がない日)のお金の使い方について、積極的に費やしたいものは？

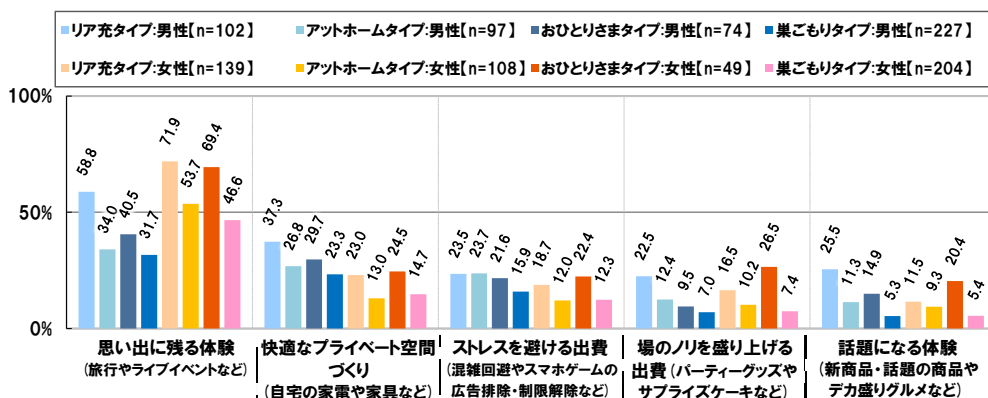
(各単一回答※) ※「積極的に出費したいと思う」と回答した割合を表示



また、男女・オフの過ごし方タイプ別にみると、男性のリア充タイプ、女性のおひとりさまタイプはオフの消費に積極的な割合がほとんどの項目でその他のタイプよりも高くなりました。20代ビジネスパーソンの中でも、休日を自宅外で仲間や恋人などと過ごすリア充タイプの男性や、自宅外で一人過ごすおひとりさまタイプの女性は特に消費意欲が旺盛な傾向にあるようです。

Q.オフ(仕事がない日)のお金の使い方について、積極的に費やしたいものは？

(各単一回答※) ※「積極的に出費したいと思う」と回答した割合を表示



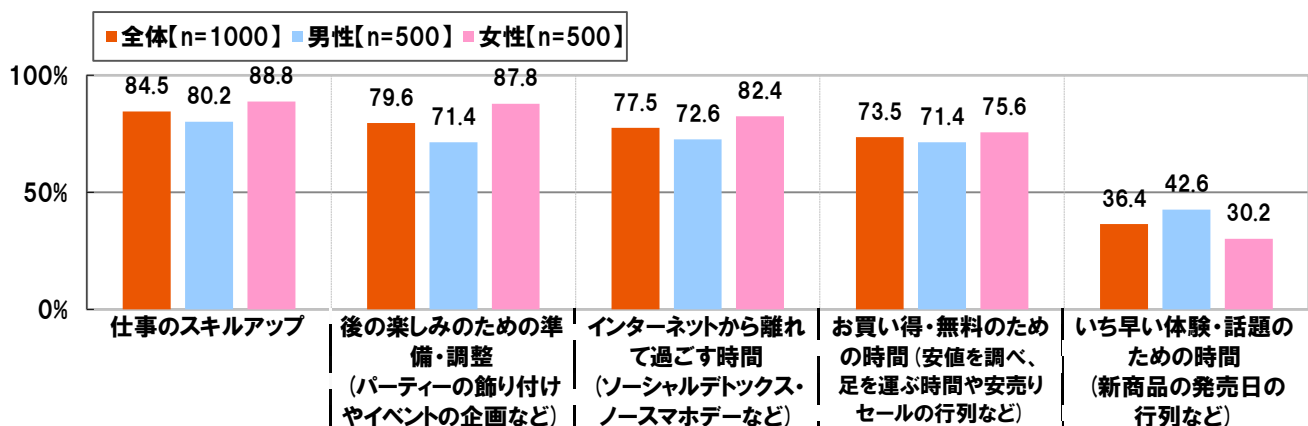
- 20代の時間感覚「オフに仕事のスキルアップは有意義な過ごし方」8割半、「ネット断ちの時間は有意義」8割弱
- 男性は「話題の体験・先行体験のための時間」に価値を感じる傾向、女性は「楽しいことの事前準備」

続いて、オフの時間の使い方について、有意義(または、優雅)な時間の使い方だと思うものを聞いたところ、「仕事のスキルアップ」は84.5%で、質問した項目の中で最も高くなりました。可処分時間を仕事のスキルアップに投資することを有意義だと感じる20代が多いようです。そのほかの項目では、「後の楽しみのための準備・調整(パーティーの飾り付けやイベントの企画など)」が79.6%、「インターネットから離れて過ごす時間(ソーシャルデトックス・ノースマホデーなど)」が77.5%、「お買い得・無料のための時間(安値を調べ、足を運ぶ時間や安売りセール行列など)」が73.5%、「いち早い体験・話題のための時間(新商品の発売日の行列など)」が36.4%となりました。

男女別にみると、男性は「いち早い体験・話題のための時間」が42.6%で女性(30.2%)より高く、女性は「後の楽しみのための準備・調整」が87.8%で男性(71.4%)より高くなりました。男性は“先行・話題の体験”に費やす時間に、女性は“楽しいことの事前準備”に費やす時間に、価値を見出す傾向があるようです。

Q.オフ(仕事がない日)の時間の使い方について、有意義(または、優雅)な時間の使い方だと思うものは？
(各単一回答※)

※「有意義(または、優雅)な時間の使い方だと思う」と回答した割合を表示



- >> 20代のお金と自由時間の消費先を読み解くキーワードは“イベント熱”？
 大型連休にやりたいこと TOP3 は「花火大会」「グルメフェス」「リアル型脱出ゲーム」
 水上アクティビティでは「ウォーターボール」と「フライボード」が流行の兆し？
- >> 20代男性には「リアル型脱出ゲーム」や「パブルサッカー」、「ゲームショー・モーターショーなどの見本市」が人気
20代女性には「音楽フェス」や「コミケ」などのイベントが人気

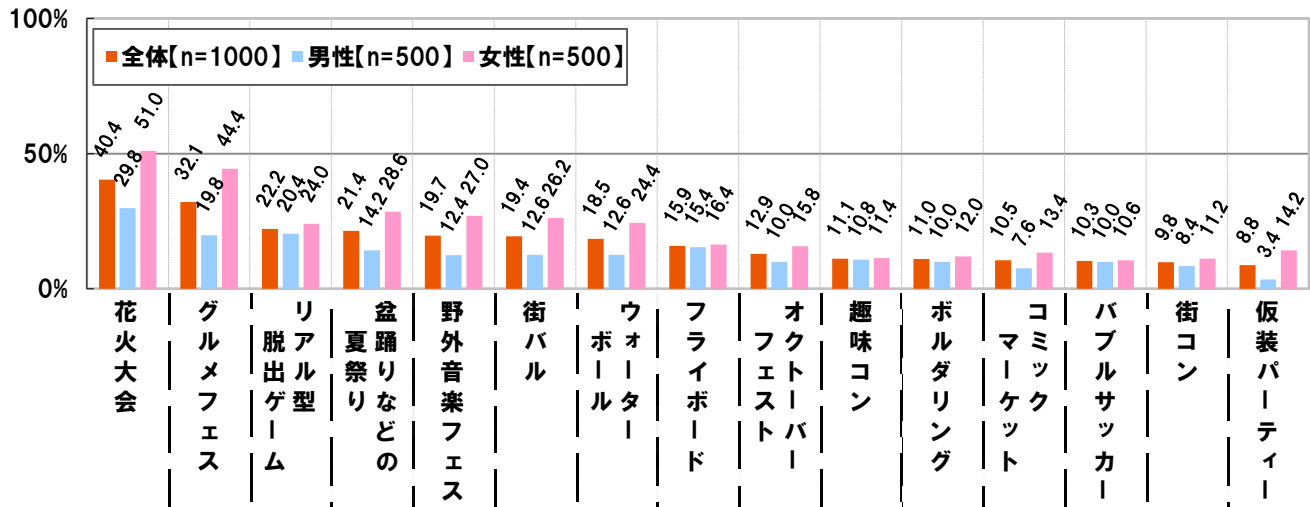
では、これから始まる長期休暇では、どのようなことにお金や自由時間を費やそうと考えているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に対し、今年大型連休(夏休みやシルバーウィーク)に参加・体験してみたいと思うアクティビティやイベントを聞いたところ、「花火大会」が40.4%で最も高く、次いで、「グルメフェス(ご当地グルメフェスなど)」が32.1%、「リアル型脱出ゲーム(参加型の謎解きイベント)」が22.2%、「盆踊りなどの夏祭り」が21.4%、「野外音楽フェス(ロックフェスなど)」が19.7%で続きました。上位には、お祭り・フェス関連のイベントが多くなり、20代ビジネスパーソンの“イベント熱”をうかがい知ることができました。アクティビティ関連では、「リアル型脱出ゲーム」(22.2%)のほか、水上アクティビティの「ウォーターボール(透明なボールに入り、水上散歩を楽しめる)」(18.5%)や「フライボード(両足から水をジェット噴射し、水上で空中散歩を楽しめる)」(15.9%)などが上位回答となっています。

男女別にみると、おおよそ全てのアクティビティやイベントで女性の割合が高くなりました。「思い出に残る体験」への消費意向が男性よりも強い女性(前段の調査結果)は、長期休暇に特別な体験をしてみたい思いが強いようです。

Q. 今年大型連休(夏休みやシルバーウィーク)に参加・体験してみたいと思うアクティビティやイベントは？
(複数回答)

※上位15位までを表示



また、性別による傾向の違いを探るため、男女別のランキングで比較をすると、男性は「リアル型脱出ゲーム」(2位)や「フライボード」(4位)、「ボルダリング(大きな岩や石の埋め込まれた壁を登る)」、「パブルサッカー(透明なボールを被って行うサッカー)」(ともに10位)などのアクティビティ系が女性よりも上位についたほか、イベント系では「趣味コン(同じ趣味の人同士が集まるコンパイベント)」(9位)や「見本市・展示会(モーターショー・ゲームショーなど)」(13位)が女性よりも上位となりました。体を動かさずアクティビティや趣味の追求・こだわりに関連するイベントに参加したい意向が強いようです。

一方女性は、「グルメフェス」(2位)や「野外音楽フェス」(4位)、「オクトーバーフェスト(ビール祭り)」(9位)、「コミックマーケット(同人誌即売会)」(11位)などのイベント系が男性よりも上位についたほか、アクティビティ系では「ウオータ

ーボール」(6位)が男性よりも上位となりました。お祭り・フェス関連のイベントや水着の準備が必要ないウォーターボールが上位となる傾向から、レジャー感覚で気軽に体験できるものが人気なのかもしれません。

Q.今年の大型連休(夏休みやシルバーウィーク)に参加・体験してみたいと思うアクティビティやイベントは？
(複数回答)

※上位15位までを表示

男性【n=500】			女性【n=500】		
順位	項目	%	順位	項目	%
1位	花火大会	29.8	1位	花火大会	51.0
2位	リアル脱出ゲーム	20.4	2位	グルメフェス	44.4
3位	グルメフェス	19.8	3位	盆踊りなどの夏祭り	28.6
4位	フライボード	15.4	4位	野外音楽フェス	27.0
5位	盆踊りなどの夏祭り	14.2	5位	街バル	26.2
6位	街バル	12.6	6位	ウォーターボール	24.4
6位	ウォーターボール	12.6	7位	リアル脱出ゲーム	24.0
8位	野外音楽フェス	12.4	8位	フライボード	16.4
9位	趣味コン	10.8	9位	オクトーバーフェスト	15.8
10位	オクトーバーフェスト	10.0	10位	仮装パーティー	14.2
	ボルダリング		11位	コミックマーケット	13.4
	バブルサッカー		12位	ボルダリング	12.0
13位	見本市・展示会	9.2	13位	趣味コン	11.4
14位	街コン	8.4	14位	街コン	11.2
15位	コミックマーケット	7.6	15位	バブルサッカー	10.6

※黄色塗り・・・
異性よりも
上位となった項目

【20代の“調整術”】

▶ **男性の予定調整は思い立ったときに誘う“インスタント型”、女性はメンバーの都合から日程を決める“メンバー型”おひとりさまタイプの予定調整はSNSなどでマッチングする“偶発型”**

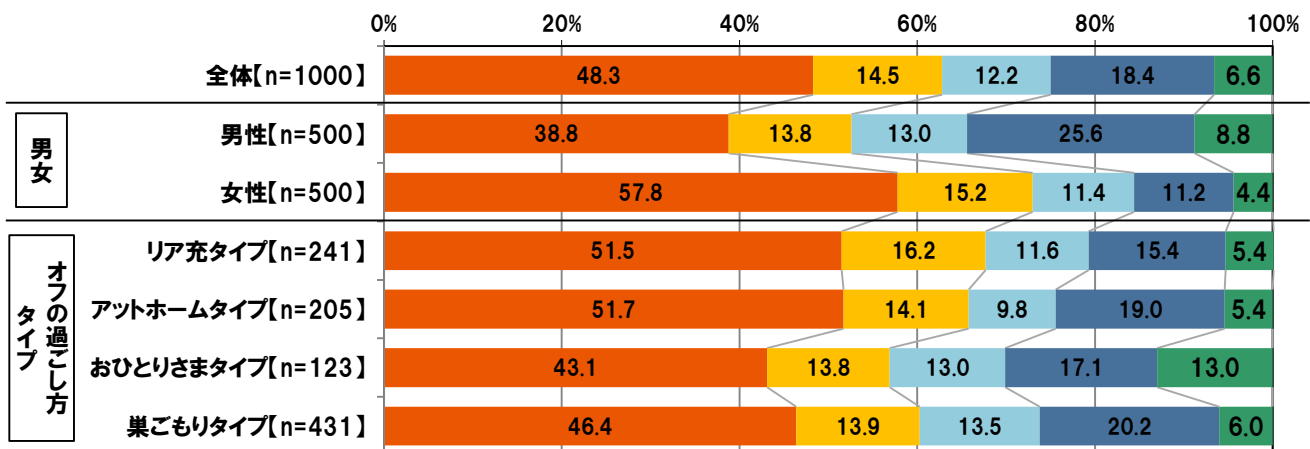
次に、20代ビジネスパーソンの予定調整術に関する質問を行いました。

全回答者(1,000名)に対し、オフの予定調整(日程調整や遊べる相手探し)でどのような方法をとることが多いか聞いたところ、「会いたいメンバーの予定が空いている日を聞いて、日程を調整する」が48.3%、「候補日を複数設定し、声をかけたメンバーの多数決で日程を決定する」が14.5%となりました。“メンバー”から決めて、日程を調整する方法が主流となっているようです。他方で、メンバーからではなく、“やりたいこと”や“日程”から決めて、会えるメンバーを募集する方法の「集まりたい日や行きたいイベントを指定して、会える人を募る」が12.2%、思い立ったそのときに都合のつくメンバーを探す方法の「当日など、思い立ったときに誘いをかける」が18.4%、お互いの状況を共有していることで自然発生的に集まる方法の「SNSなどで状況(近くにいる、来る予定など)を知って、会いに行く・誘う」が6.6%となりました。

男女別に見ると、男性は「当日など、思い立ったときに誘いをかける」が25.6%と女性(11.2%)より高く、女性は「会いたいメンバーの予定が空いている日を聞いて、日程を調整する」が57.8%と男性(38.8%)よりも高くなりました。男性は“インスタント型”、女性は“メンバー型”の予定調整方法を好む傾向があるようです。

また、オフの過ごし方タイプ別に見ると、オフを自宅外で一人過ごすことが多いおひとりさまタイプは「SNSなどで状況を知って、会いに行く・誘う」が13.0%と、その他のタイプに比べて高くなりました。“たまたま近くにいるから”や“たまたま同じイベントに行きたがっているから”などの偶発的な繋がりから予定調整を行うおひとりさまが多いようです。

Q.オフ(仕事がない日)の予定調整(日程調整や遊べる相手探し)でどのような方法をとることが多いか？
(単一回答)



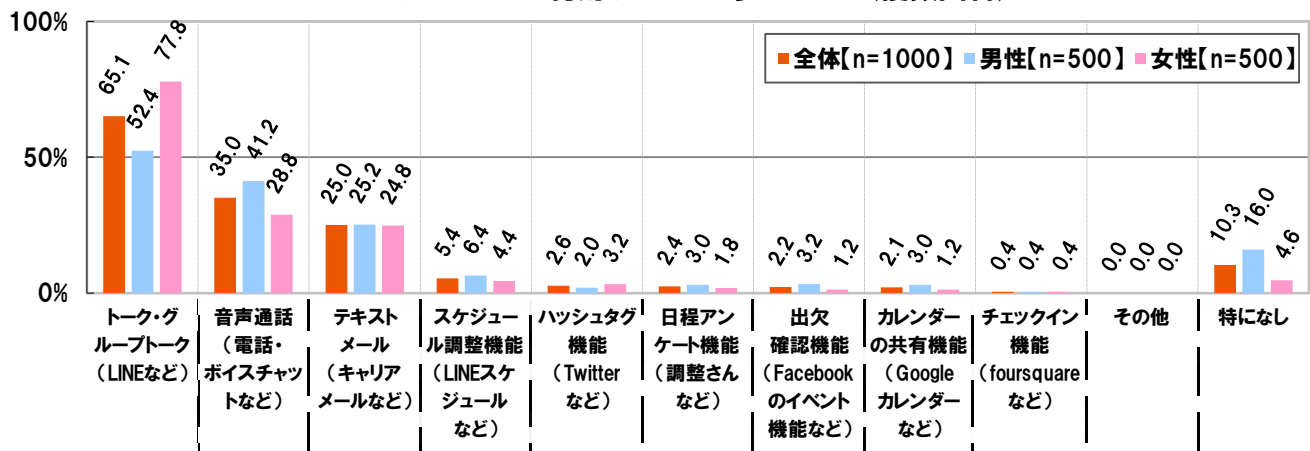
- 会いたいメンバーの予定が空いている日を聞いて、日程を調整する
- 候補日を複数設定し、声をかけたメンバーの多数決で日程を決定する
- 集まりたい日や行きたいイベントを指定して、会える人を募る
- 当日など、思い立ったときに誘いをかける
- SNSなどで状況(近くにいる、来る予定など)を知って、会いに行く・誘う

≫ **予定調整ツールは「LINEなどのトークアプリ」がトップ、女性は8割弱が予定調整に利用、男性は「電話」が4割強**

続いて、オフの予定調整でどのようなツールを利用することが多いか聞いたところ、「トーク・グループトーク(LINEなど)」が65.1%、「音声通話(電話・ボイスチャットなど)」が35.0%、「テキストメール(キャリアメールなど)」が25.0%となりました。LINEなどのインスタントメッセージをやりとりするトークアプリは電話やメールよりも利用されているようで、予定調整ツールの主流になっているようです。

男女別にみると、男性は「音声通話」が41.2%と女性(28.8%)よりも高く、女性は「トーク・グループトーク」が77.8%で男性(52.4%)よりも高くなりました。思い立ったときに誘いをかける“インスタント型”の予定調整を行うことが多い男性は音声通話を、メンバー同士の空いている日から日程を調整する“メンバー型”の予定調整を行うことが多い女性はグループトークを予定調整ツールとして利用する傾向にあるようです。

**Q.オフ(仕事がない日)の予定調整(日程調整や遊べる相手探し)で
どのようなツールを利用することが多いか？(複数回答)**



【20代の“スポーツ熱”】

- ≫ 「社会人になってからスポーツしていない」4割半 男性3割半、女性5割強
- ≫ テニスブームの影響？テニスを行うビジネスウーマンが倍増の兆し

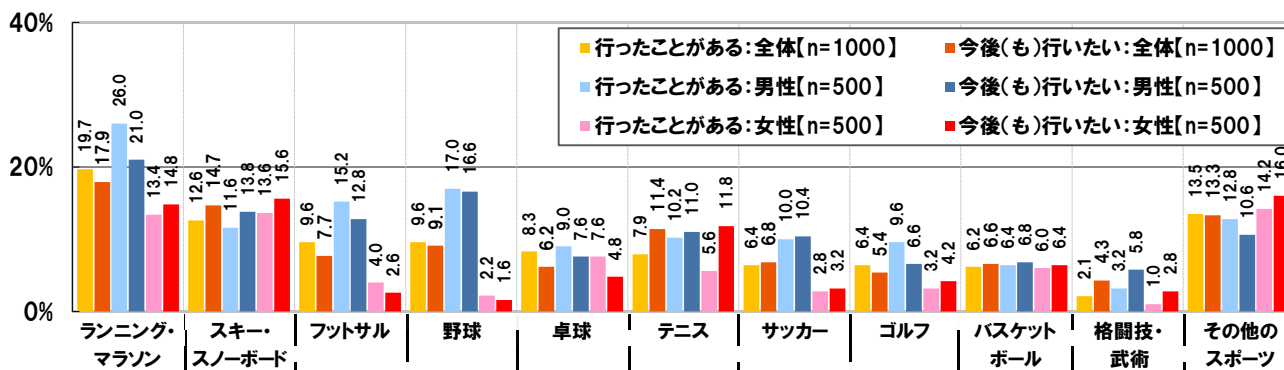
全回答者(1,000名)に対し、社会人になってから行ったことがあるスポーツを聞いたところ、「ランニング・マラソン」が19.7%、「スキー・スノーボード」が12.6%となり、そのほかは1割未満となりました。社会人になってから「スポーツを行っていない」割合は44.5%となっています。

男女別にみると、男性は「ランニング・マラソン」(26.0%)や「フットサル」(15.2%)、「野球」(17.0%)などが女性よりも高くなり、「スポーツを行っていない」割合は男性が35.2%、女性が53.8%でした。

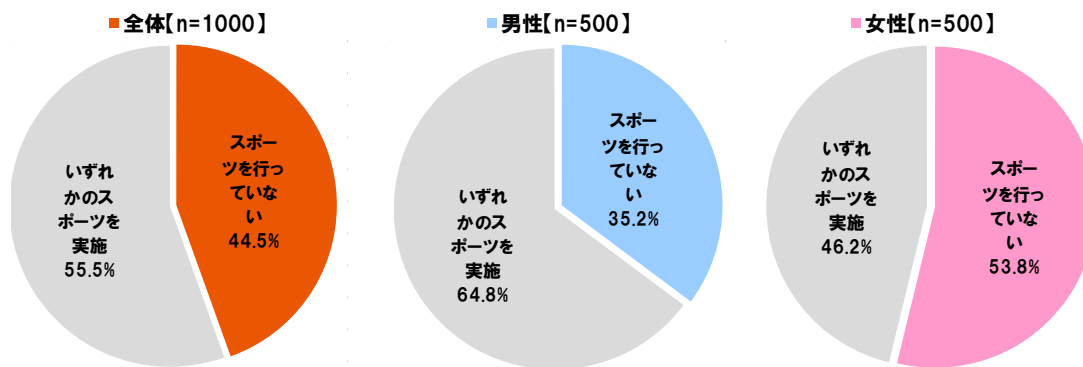
同様に、今後(も)行いたいスポーツは何か聞いたところ、「ランニング・マラソン」が17.9%、「スキー・スノーボード」が14.7%、「テニス」が11.4%となりました。行ったことがあるスポーツと比較すると、「スキー・スノーボード」や「テニス」などは今後(も)行いたい割合が行ったことがある割合を上回っています。

男女別にみると、女性は「テニス」を行いたい割合が11.8%と、行ったことがある割合(5.6%)と比べると倍増している点が特徴的です。

Q.社会人になってから行ったことがあるスポーツ／今後(も)行いたいスポーツは？ (各複数回答)



社会人になってからスポーツを行っていない割合 (複数回答結果より算出)



» 「野球女子」は 16% これからは「サッカー女子」がブームに？「今後サッカー観戦したい」女性 16%

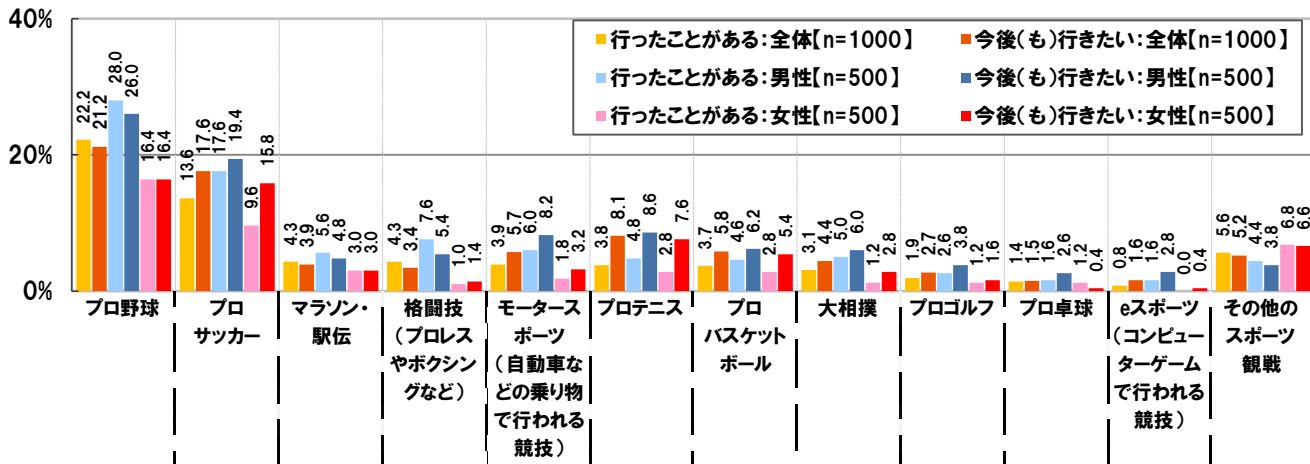
続いて、社会人になってから行ったことがあるスポーツ観戦を聞いたところ、「プロ野球」が 22.2%、「プロサッカー」が 13.6%となりました。

男女別にみると、いずれのスポーツ観戦でも男性が女性の割合を上回っていますが、昨今話題の「プロ野球」を楽しむ女性(野球女子)は 16.4%、「大相撲」を楽しむ女性(相撲女子)は 1.2%いることが確認できました。

同様に、今後(も)行きたいスポーツ観戦を聞いたところ、「プロサッカー」(17.6%)や「プロテニス」(8.1%)、「プロバスケットボール」(5.8%)などで、行ったことがある割合を上回りました。

男女別にみると、特に女性は今後(も)行きたい割合が行ったことがある割合を上回る傾向がみられ、「プロサッカー」では行ったことがある 9.6%に対し今後(も)行きたいが 15.8%と 6.2 ポイントアップ、「プロテニス」では行ったことがある 2.8%に対し今後(も)行きたいが 7.6%と 4.8 ポイントアップしています。今後、これらのスポーツ観戦を楽しむ女性が増加していきそうです。

Q.社会人になってから行ったことがあるスポーツ観戦／今後(も)行きたいスポーツ観戦は？
(各複数回答)



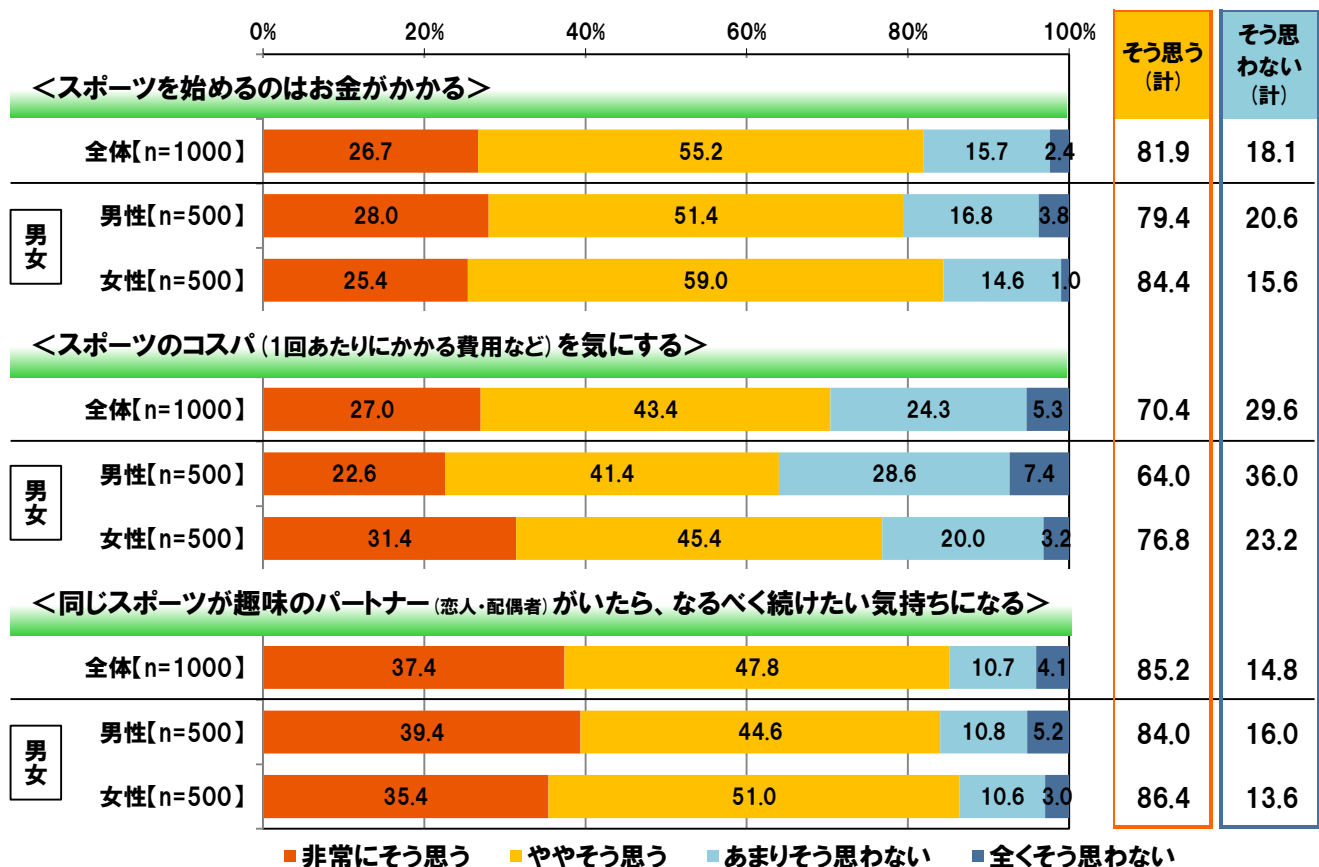
» 「スポーツは初期費用がかかる」8割強 「一緒に楽しめる恋人がいるならスポーツする」8割半

若い方がスポーツに関心を持たない“若者のスポーツ離れ”が指摘されることがありますが、今回の調査でも、働き始めてからスポーツを行っていない方が相当数みられました。一方で、“野球女子”や“相撲女子”など、スポーツ観戦に熱中する一部の若者の存在も注目されており、今後、そういった流行が広がりを見せそうな調査結果もみえてとれます。若者がスポーツから遠ざかり、また、一部では惹きつけられているのにはどういった背景があるのでしょうか。

全回答者(1,000名)に対し、スポーツに関する考え方について聞いたところ、「スポーツを始めるのはお金がかかる」では『そう思う』(「非常に」+「やや」)が81.9%、「スポーツのコスパ(1回あたりにかかる費用など)を気にする」では70.4%となりました。金銭的な問題がスポーツを行う障害になっていることをうかがわせる結果となっています。

他方で、「同じスポーツが趣味のパートナー(恋人・配偶者)がいたら、なるべく続けたい気持ちになる」では『そう思う』が85.2%となりました。例えばスポーツデートなどで一緒にスポーツを楽しむ相手がいれば、スポーツを続けたい気持ちが変わり、その魅力にはまりやすいのではないのでしょうか。

Q.スポーツに関する考え方について、どの程度同意するか？ (各単一回答)



≫ **人気のスポーツデートは？ 男性人気 1 位は「バッティングセンター・キャッチボール」、女性 1 位は「バドミントン」**

最後に、スポーツデートで体験してみたいスポーツ(体を動かすレジャーやアクティビティも含む)を聞いたところ、最も人気となったのは「野球(バッティングセンター・キャッチボール含む)」で 30.2%、次いで、「バドミントン」が 29.3%、「ボウリング」が 27.7%、「テニス・スカッシュ」が 23.0%、「スキー・スノーボード」が 22.1%で続きました。

男女別にみると、男性の 1 位は「野球」(32.2%)、2 位は「ボウリング」(25.2%)、3 位は「ゴルフ(打ちっぱなし・ゴルフバー含む)」(21.0%)となりました。女性の 1 位は「バドミントン」(39.4%)、2 位は同率で「ボウリング」と「ヨガ」(30.2%)となりました。

Q.スポーツデートで体験してみたいスポーツ(体を動かすレジャーやアクティビティも含む)は？
(複数回答)

※上位10位までを表示

全体【n=1000】			男性【n=500】			女性【n=500】		
順位	項目	%	順位	項目	%	順位	項目	%
1位	野球 (バッティングセンター・キャッチボール含む)	30.2	1位	野球 (バッティングセンター・キャッチボール含む)	32.2	1位	バドミントン	39.4
2位	バドミントン	29.3	2位	ボウリング	25.2	2位	ボウリング	30.2
3位	ボウリング	27.7	3位	ゴルフ (打ちっぱなし・ゴルフバー含む)	21.0		ヨガ	
4位	テニス・スカッシュ	23.0	4位	テニス・スカッシュ	20.2	4位	野球 (バッティングセンター・キャッチボール含む)	28.2
5位	スキー・スノーボード	22.1	5位	バドミントン	19.2	5位	スキー・スノーボード	26.6
6位	ゴルフ (打ちっぱなし・ゴルフバー含む)	20.5	6位	スキー・スノーボード	17.6	6位	テニス・スカッシュ	25.8
7位	登山・トレッキング	18.0	7位	ビリヤード	16.0	7位	登山・トレッキング	21.6
8位	ランニング・ジョギング・ウォーキング	17.7	8位	ランニング・ジョギング・ウォーキング	14.6	8位	フィットネス・スポーツジム	21.4
9位	ダーツ	16.9		9位		ランニング・ジョギング・ウォーキング	20.8	
10位	ヨガ	16.8		10位		サッカー・フットサル	20.0	10位

《調査概要》

- ◆調査タイトル : 20代のオフの過ごし方に関する調査
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
20歳～29歳のアルバイト・パートを除く就業者
- ◆調査期間 : 2015年6月9日～15日
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000サンプル(有効回答から男女×20代前半・後半が均等になるように抽出)
- ◆調査協力会社 : ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本リリースの内容の転載にあたりましては、
「SMBC コンシューマーファイナンス調べ」と付記のうえ、
ご使用いただきますよう、お願い申し上げます。

URL: http://www.smbc-cf.com/news/news_20150715_845.html

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

SMBC コンシューマーファイナンス株式会社

担当 : 広報 CSR 部 ポーイ、森川

TEL : 03-3543-7360

Eメール : corporate_info@smbc-cf.com

受付時間: 9時00分～18時00分(月～金)

■■会社概要■■

会社名 : SMBC コンシューマーファイナンス株式会社

(英訳名 SMBC Consumer Finance Co., Ltd.)

設立 : 1962年(昭和37年)3月20日

代表者名: 幸野 良治

所在地 : 東京都中央区銀座四丁目12番15号

業務内容: 消費者金融業

登録番号: 関東財務局長(11)第00615号