
マーケティング・データのご紹介

読売is女性向けマーケティング・コミュニケーションモデル“WisE”から

第4回商品企画別調査 - 習い事編 -

2009年1月28日

株式会社 読売インフォメーションサービス

第4回商品企画別調査：習い事編

調査概要

調査期間 : 2008年12月5日～9日
 調査対象 : 東京40km圏に居住する20～69歳のうち、
 以下の または にあてはまる女性
 現在、習い事または通信講座をしている・・・利用者
 習い事または通信講座に興味・関心がある・・・興味・関心者(非利用者)
 利用者、興味・関心者の2グループに分け、
 各年代30サンプル、合計300サンプルを取得目標とした

サンプル数 : 有効回収 420s【利用者 240s / 興味・関心者(非利用者) 180s】
 調査方法 : インターネット調査
 実査 : 株式会社インテージ

利用者と興味・関心者の内訳

: 現在習い事または通信講座をしている 240s
 うち習い事と通信講座を両方している 30s
 うち習い事のみ 197s
 うち通信講座のみ 13s

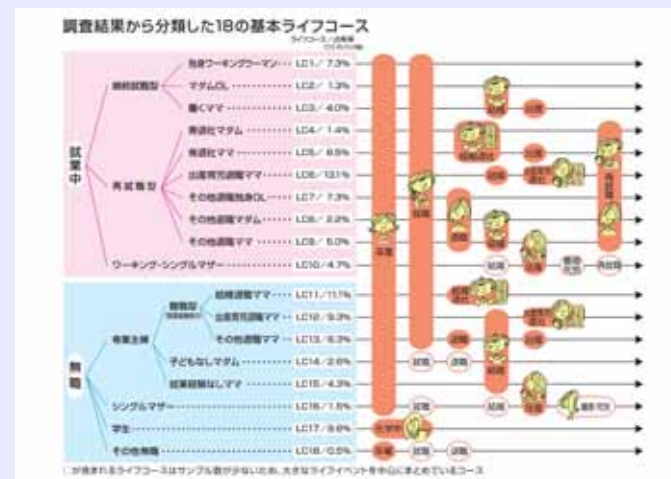
: 興味・関心がある(非利用者) 180s

主なライフコースとサンプル数

: 独身OL(LC1・7) 111s
 : DINKS(LC2・4・6) 28s
 : 働くママ(LC3・5・8・9・10) 94s
 : 専業主婦(LC11 - 16) 163s
 : 学生(LC17) 17s
 : 無職(LC18) 7s

【主な質問項目】

- ✓ 興味・関心がある習い事&通信講座
- ✓ 現在している習い事&通信講座
- ✓ 習い事や通信講座にかかる1か月あたりの費用
- ✓ 習い事や通信講座を始められない理由
- ✓ 習い事をしている理由
- ✓ 通信講座をしている理由
- ✓ 習い事や通信講座を選ぶときに重視する条件
- ✓ 受講までのプロセスにおいて影響がありそうな情報源
- ✓ こんな講座があればしてみたいと思う習い事や通信講座

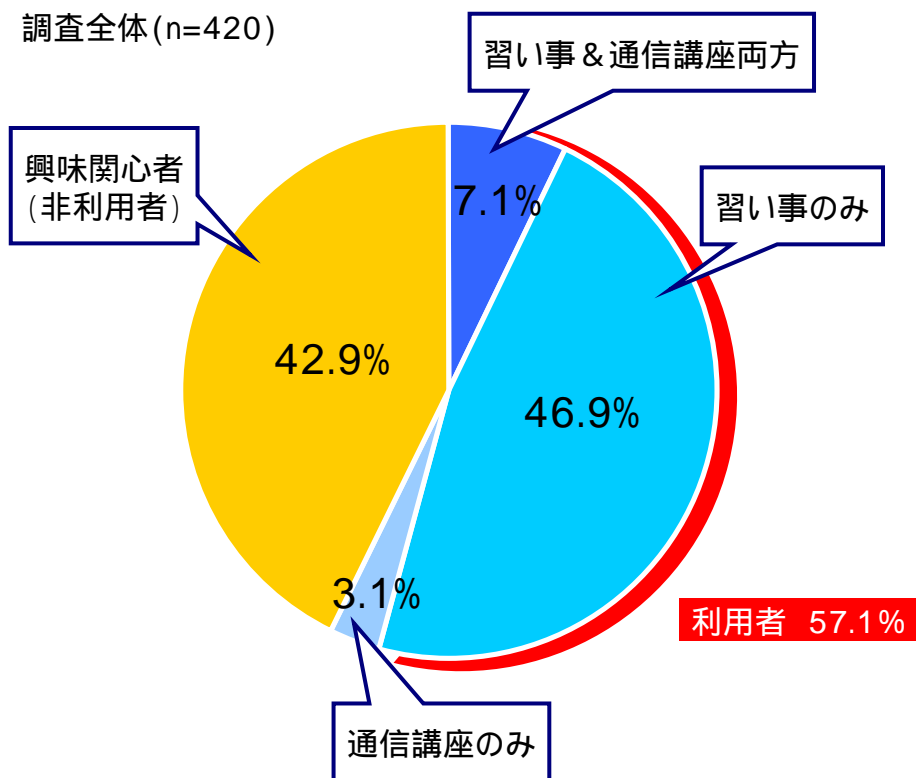


調査対象ジャンル

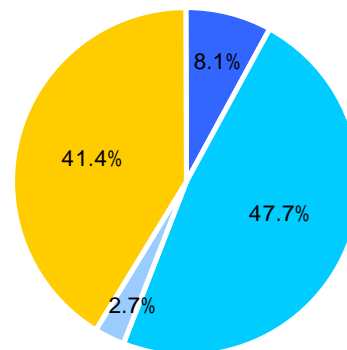
1	スポーツジム・フィットネスでのプログラム受講	エアロビクス・アクアビクス・ヨガ・ピラティスなど	19	ビジネス資格	行政書士・社会保険労務士・税理士・司法書士・ 弁護士・気象予報士・FPなど
2	体操・美容系スポーツ全般	ヨガ・ピラティス・太極拳・エクササイズ・ウォーキングなど	20	ビジネススキル	簿記・秘書検定・ビジネスマナー・マネー・ 株式・話し方など
3	競技・レジャー系スポーツ全般	テニス・ゴルフ・バレー・水泳・ダイビング・卓球・乗馬など	21	オフィスパソコン	エクセル・ワード・パワーポイント・ マイクロソフトオフィススペシャリストなど
4	格闘技・武道	格闘技・剣道・柔道・護身術・ボクシング・長刀・空手・ 弓道・合気道など	22	IT・プログラミング	IT資格・シスアド・プログラミングなど
5	ダンス	JAZZ・HIPHOP・バレエ・フラダンス・フラメンコ・ ベリーダンス・日本舞踊など	23	Web・DTP・CG	Webデザイン・CG・ゲーム・DTPなど
6	音楽	ピアノ・ギター・ゴスペル・合唱・ボイストレーニング・ 和楽器・管楽器など	24	カラー	カラーコーディネーター・色彩検定・カラーリストなど
7	料理・パン・お菓子・お酒	料理・パン・お菓子・栄養士・フードコーディネーター・ ソムリエなど	25	医療・福祉	医療事務・看護師・歯科助手・指圧師・はりきゅうなど
8	手芸・工芸	彫金・彫刻・裁縫・編み物・陶芸・ビーズアクセサリー・ ジュエリーデザインなど	26	整体・カイロ・ボディケア	マッサージ・整体・カイロ・リンパケア・リフレクソロジーなど
9	美術・アート	絵画・イラスト・絵手紙・まんが・デッサン・ カリグラフィーなど	27	福祉	介護福祉士・ホームヘルパー・ケアマネジャー・ 手話・点字など
10	CAD・建築・インテリア	CAD・建築士・宅地検定・ インテリアコーディネーターなど	28	教育	保育士・ベビーシッター・教員免許・幼児教育・ 幼稚園教諭など
11	写真・映像・出版	一眼レフ・デジタルカメラ・映像制作・ライター・ 校正・広告など	29	美容・メイク	メイク・ヘア・ネイル・ボディメイク・エステティシャン・ スキンケアなど
12	書道・ペン字	書道・筆ペン・ボールペン字など	30	イメージアップ	香水・テーブルマナー・モデルウォーキングなど
13	花・園芸	生け花・フラワーデザイン・フラワーアレンジメント・ ガーデニング・プリザーブドフラワーなど	31	アロマ・各種療法	アロマ・アロマセラピー・カラーセラピー・漢方・ハーブなど
14	日本文化・教養	短歌・俳句・茶道・作法・マナー・着付けなど	32	エンターテインメント・占い	将棋・囲碁・占い・風水・カジノ・マジック・大道芸など
15	ペット・動物	トリマー・訓練士・インストラクター・動物看護師など	33	その他	その他の習い事・通信講座
16	英語・英会話	英会話・リーディング・ヒアリング・ビジネス英語など			
17	語学の仕事・資格	TOEIC・英検・通訳・日本語教師・翻訳など			
18	英語以外の語学	フランス語・中国語・韓国語など			

習い事 & 通信講座 : 興味・関心 & 利用状況

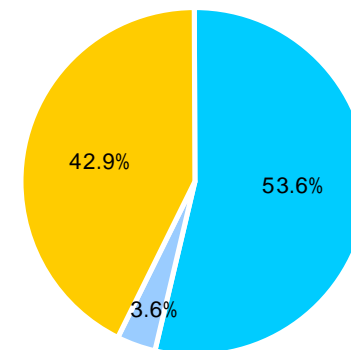
調査全体 (n=420)



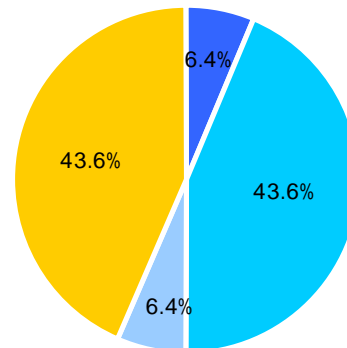
独身OL (n=111)



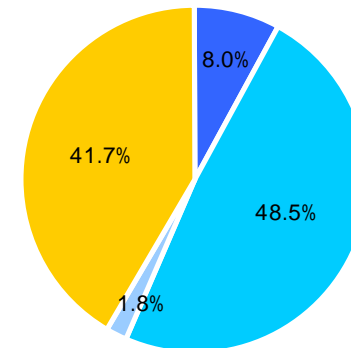
DINKS (n=28)



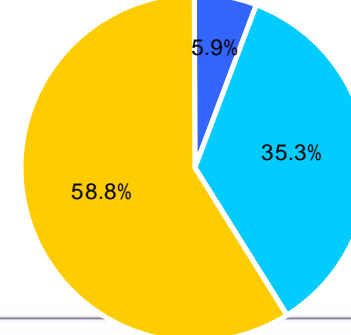
働くママ (n=94)



専業主婦 (n=163)



学生 (n=17)

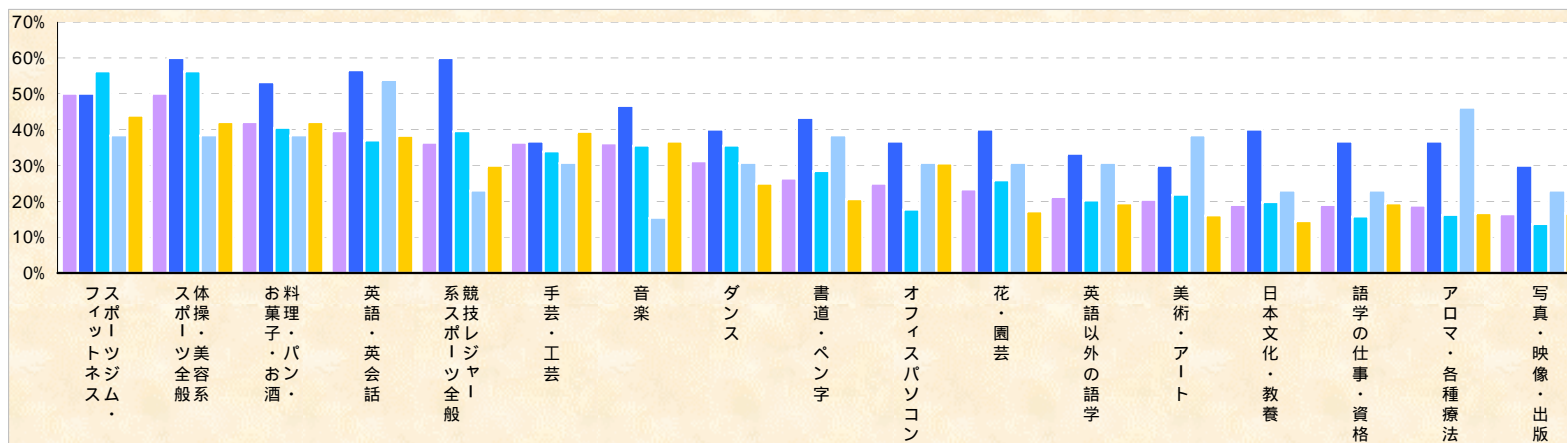


本調査では利用者と興味関心者(非利用者)が5対5の割合になるよう回収サンプル数を設定したが、有効回収420sのうち現在習い事または通信講座を行っている利用者は、57.1%(240s)という結果となった。その内訳をみると、「習い事のみ」が46.9%と圧倒的に高い。

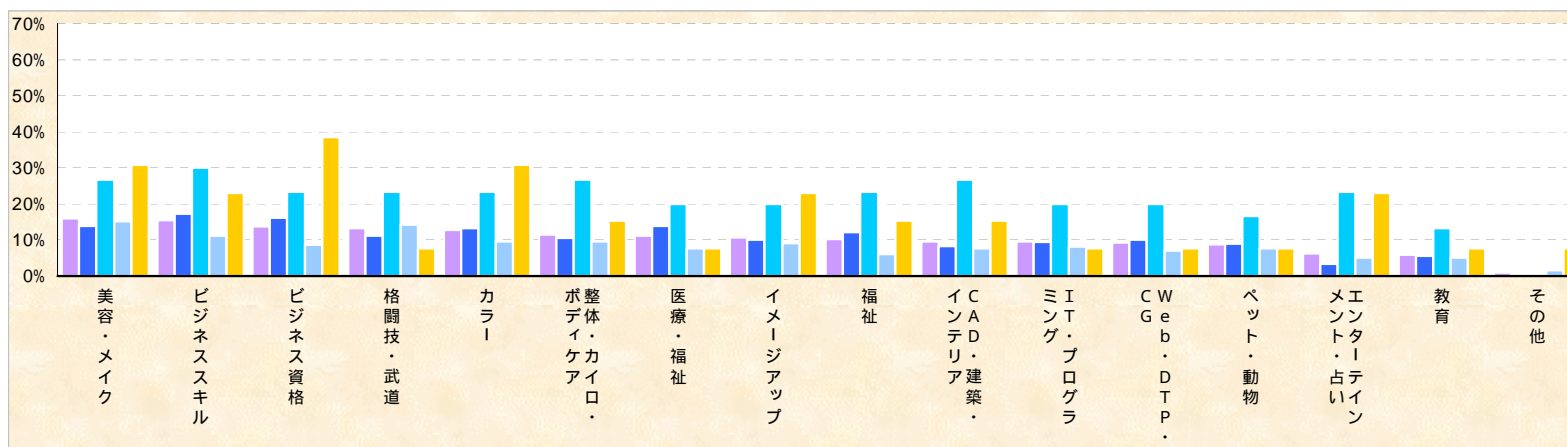
ライフコース別では、学生以外は利用者が興味関心者の割合を上回った。「習い事のみ」の利用状況では、DINKSと専業主婦が調査全体平均を上回る割合を示している。

利用者別：興味・関心のあるジャンル

習い事や通信講座に関する32のジャンルから興味・関心のあるものを複数回答にて調査。



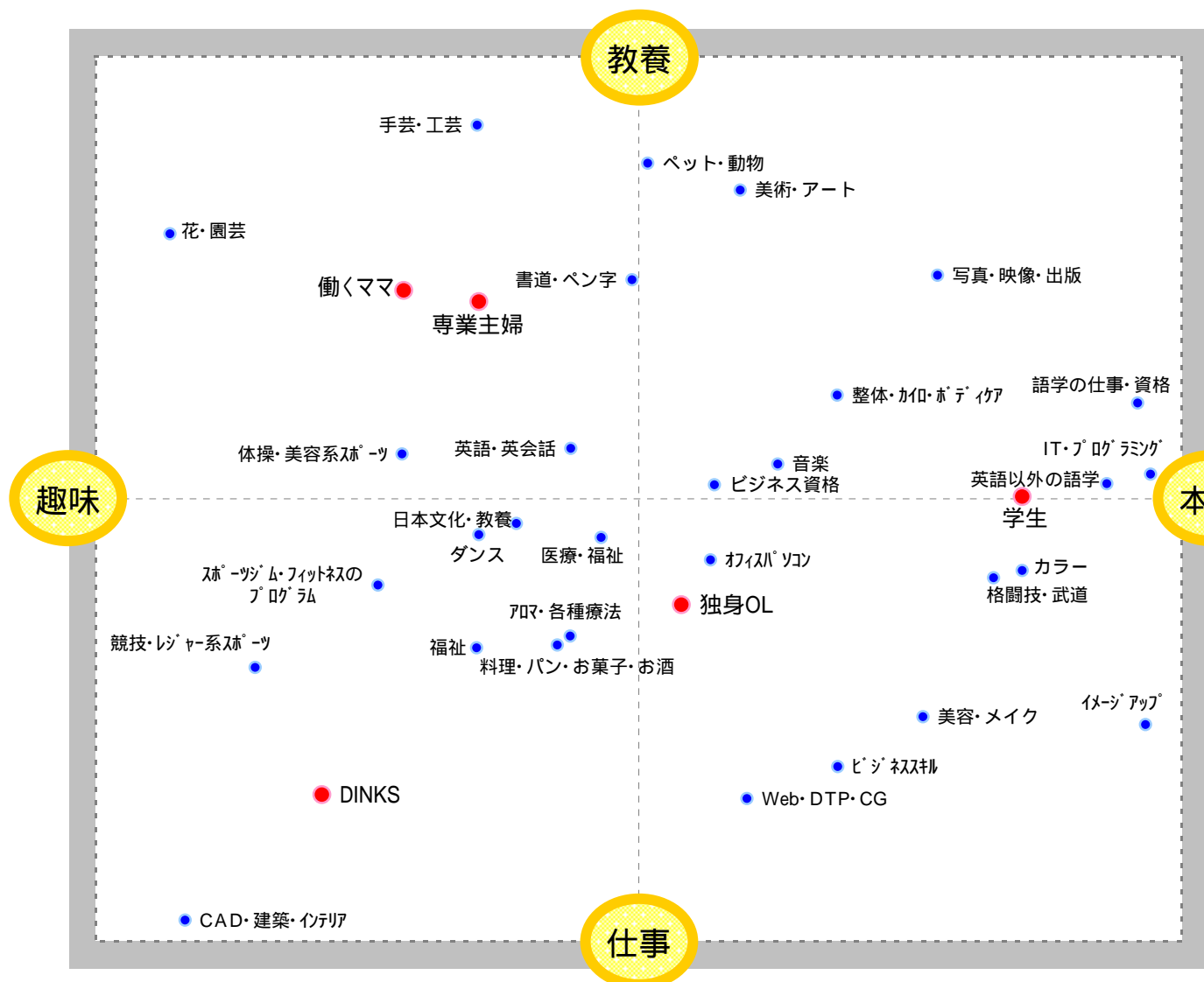
調査全体 (n=420)
 習い事 & 通信講座両方利用 (n=30)
 習い事のみ利用 (n=197)
 通信講座のみ利用 (n=13)
 興味関心者 (n=180)



調査全体では、上位5位までにスポーツ系がランクインし、近年の健康志向の高まりや女性のダイエット願望が反映されたような結果となった。調査全体の割合は低いものの、利用状況別では2倍以上を示しているジャンルもあり、幅広いジャンルへの興味・関心がうかがえる。

興味・関心のあるジャンル×ライフコース

興味・関心のあるジャンルとライフコースの関係を調べるためコレスポネンス分析を行い、以下の散布図に表した。



散布図の縦軸をみると、上側では手芸・工芸、ペット・動物、美術・アートなど手を動かして何かを作ったり、育てたり、感性を働かせたりという教養的なものが分布している。下側では、CADやWeb系の資格があり、受講後に仕事に活かすことを目的としたジャンルが分布された。

横軸をみると、右側は語学やIT資格、格闘技など遊びではなく本気で取り組むもの、左側にはスポーツや花・園芸といったどちらかという趣味として楽しむものが分布された。

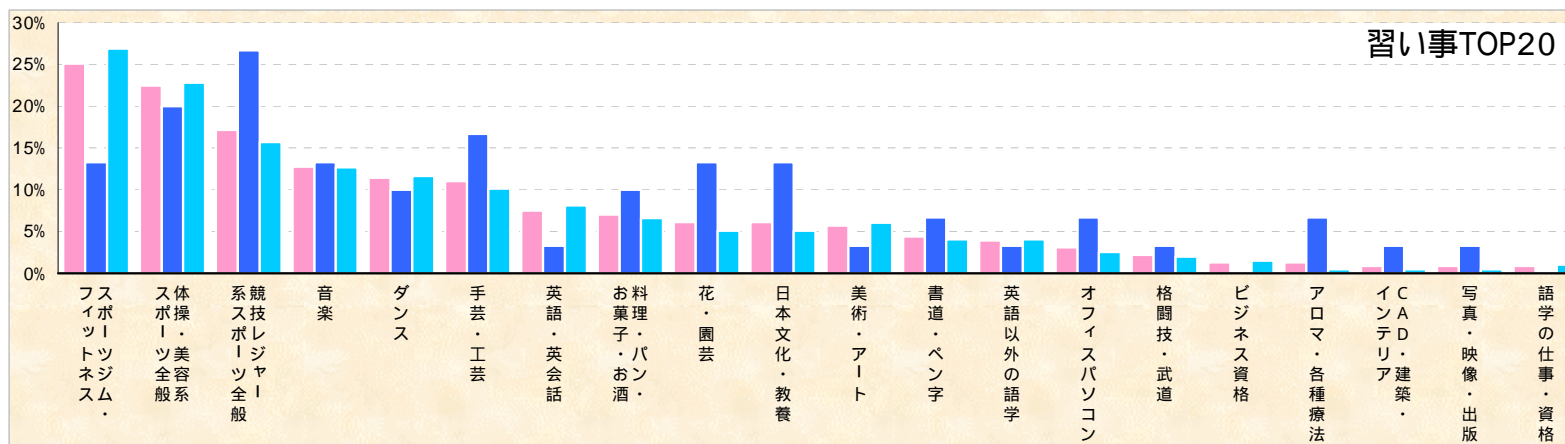
ライフコースの分布をみると、学生や独身OLは仕事に直結するもの、本気で取り組めるものにより強い興味・関心を持っていることがわかる。DINKSは趣味と実益を兼ねたジャンル、働くママと専業主婦は仕事というよりは趣味・教養的要素のあるジャンルに関心が高いようだ。

散布図の中央にはビジネス資格や英語・英会話、医療・福祉などが分布されているが、これはどのライフコースにも共通して興味・関心のあるジャンルと言える。

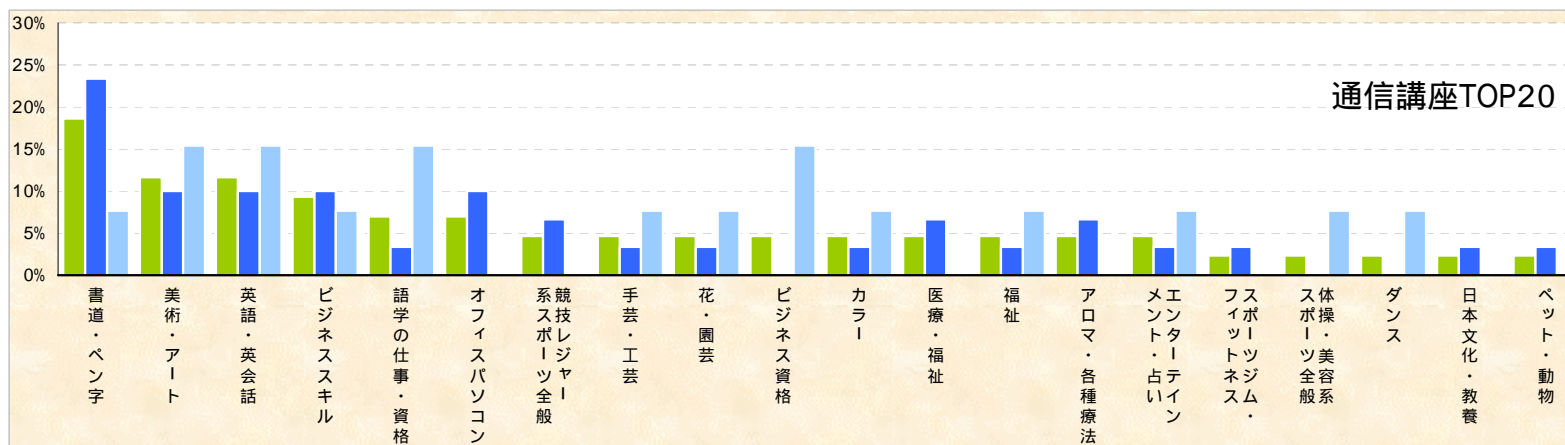
コレスポネンス分析（対応分析）はクロス集計表の表側、表頭のカテゴリーを同じ空間にマッピングする手法。ジャンルとライフコースの相関を位置と距離の相対関係で示している。

現在利用しているジャンル:TOP20

習い事や通信講座に関する32のジャンルから現在利用している習い事/通信講座を複数回答にて調査。



習い事利用者全体(n=227)
 習い事&通信講座両方利用(n=30)
 習い事のみ利用(n=197)

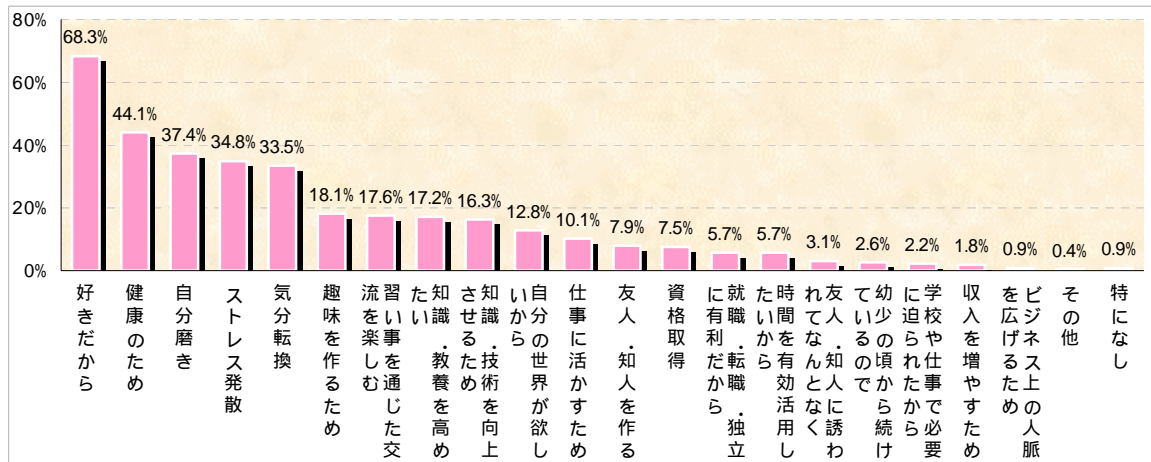


通信講座利用者全体(n=43)
 習い事&通信講座両方利用(n=30)
 通信講座のみ利用(n=13)

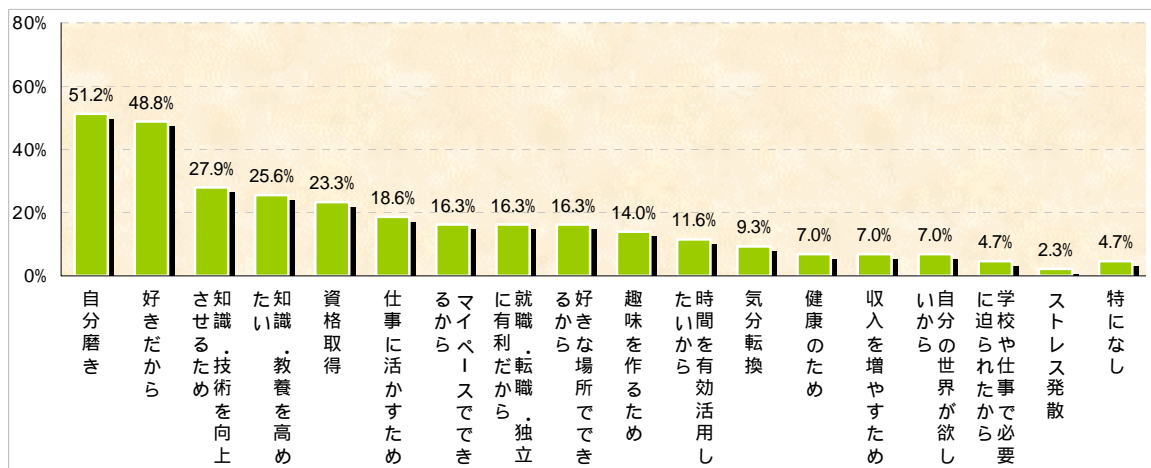
習い事では、やはりスポーツ系がTOP3を占めた。次いで、音楽・ダンスと続き、どちらかという体を動かすような習い事が上位となった。一方、通信講座では、書道・ペン字、美術・アートなど一人で落ち着いて行うカルチャー系のジャンルや、英会話、ビジネススキルなど仕事につながるようなジャンルが上位にランクインしている。

習い事 & 通信講座をしている理由

習い事をしている理由(n=227)



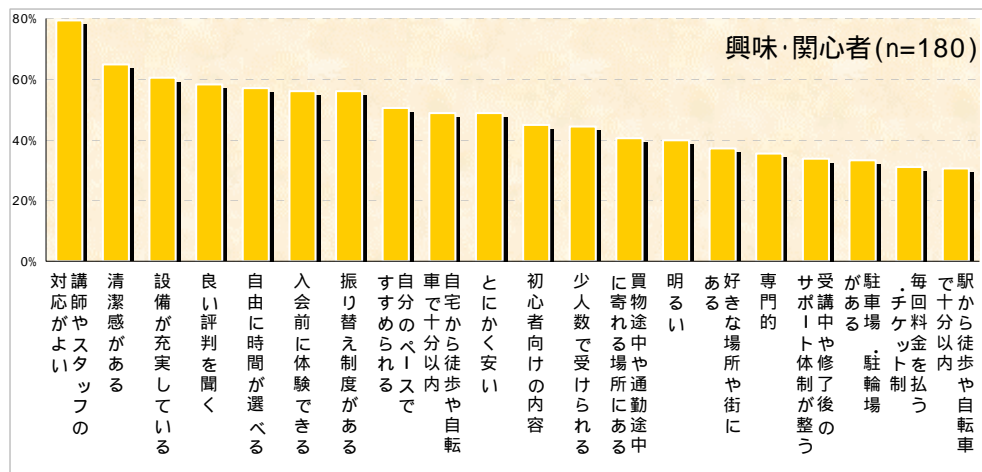
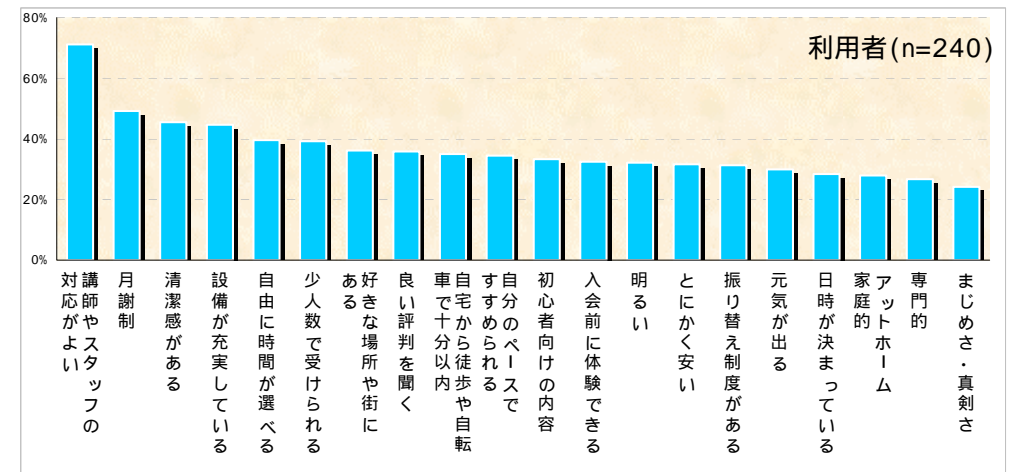
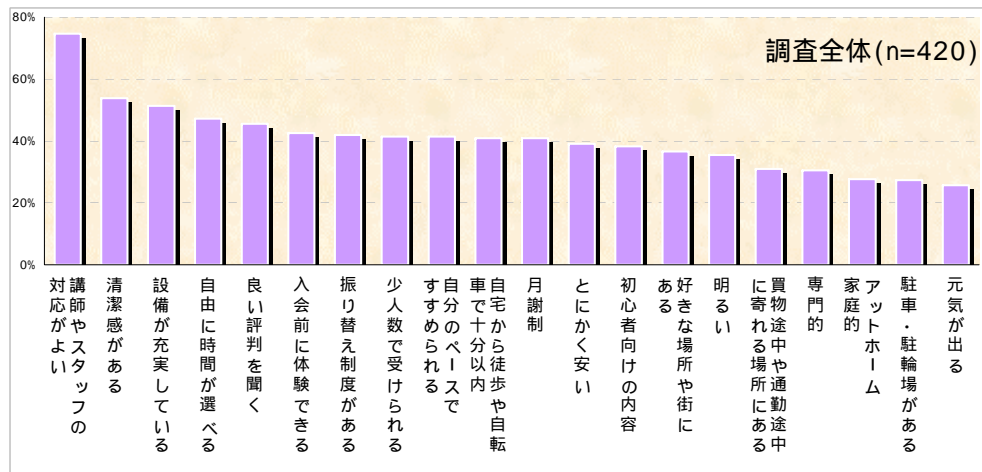
通信講座をしている理由(n=43)



習い事をしている理由をみると、「好きだから」68.3%が圧倒的に高い。次いで「健康のため」44.1%と続いている。第3位に「自分磨き」37.4%があがっているが、上位の理由をみると仕事に活かすというよりはストレス発散や気分転換といった心身の健康を意識した理由が主なようだ。

一方通信講座をしている理由では、「自分磨き」51.2%が最も高い。上位には「知識・技術を向上させるため」・「知識・教養を高めたい」・「資格取得」といった理由があがっており、自分の能力向上を目的として通信講座をしている様子うかがえる。よってここでの「自分磨き」も、就職や転職などビジネスに直結したことを想定しているのではないかと考えられる。

重視する条件:TOP20



習い事や通信講座を選ぶ際に、どのような条件を重視しているかについて70の項目から複数回答にて調査。その結果、調査全体・利用状況別どちらも「講師やスタッフの対応がよい」という条件が最も高かった。習い事や通信講座を続けるには、もちろん自分の意欲が一番重要なのだろうが、お金をかけて人から学ぶ・教わることである以上、講師やスタッフの対応が気にかかるのは当然の結果とも言える。

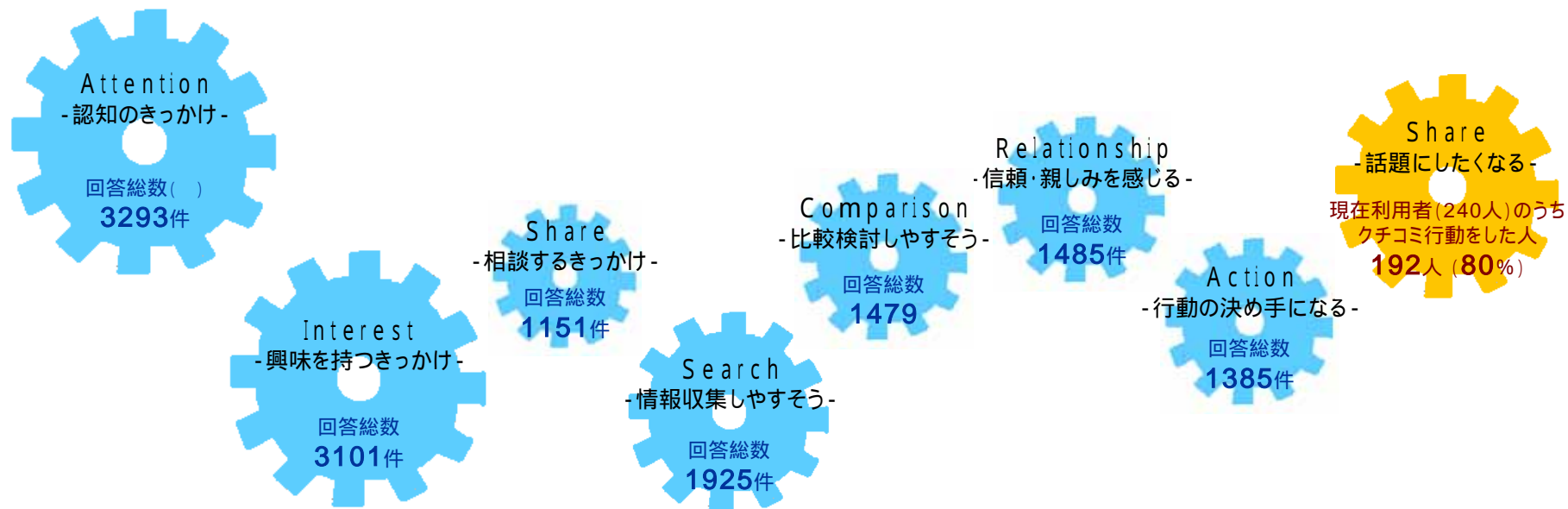
その他上位の条件をみると、「清潔感」のあるイメージ・「設備が充実している」・「自由に時間が選べる」・「よい評判を聞く」と続いている。「自宅から徒歩や自転車で十分以内」という条件もTOP10にランクインしており、前述の「興味があるけれど習い事や通信講座を始めていない理由」で三大要因となった「予算・スケジュール(時間)・立地」を想定させるような結果となった。

受講プロセスと情報源

メディアとヒトの力

情報のひろがり

さまざまな情報源とその役割。“メディア”が得意なこと。“ヒトの力”が得意なこと。



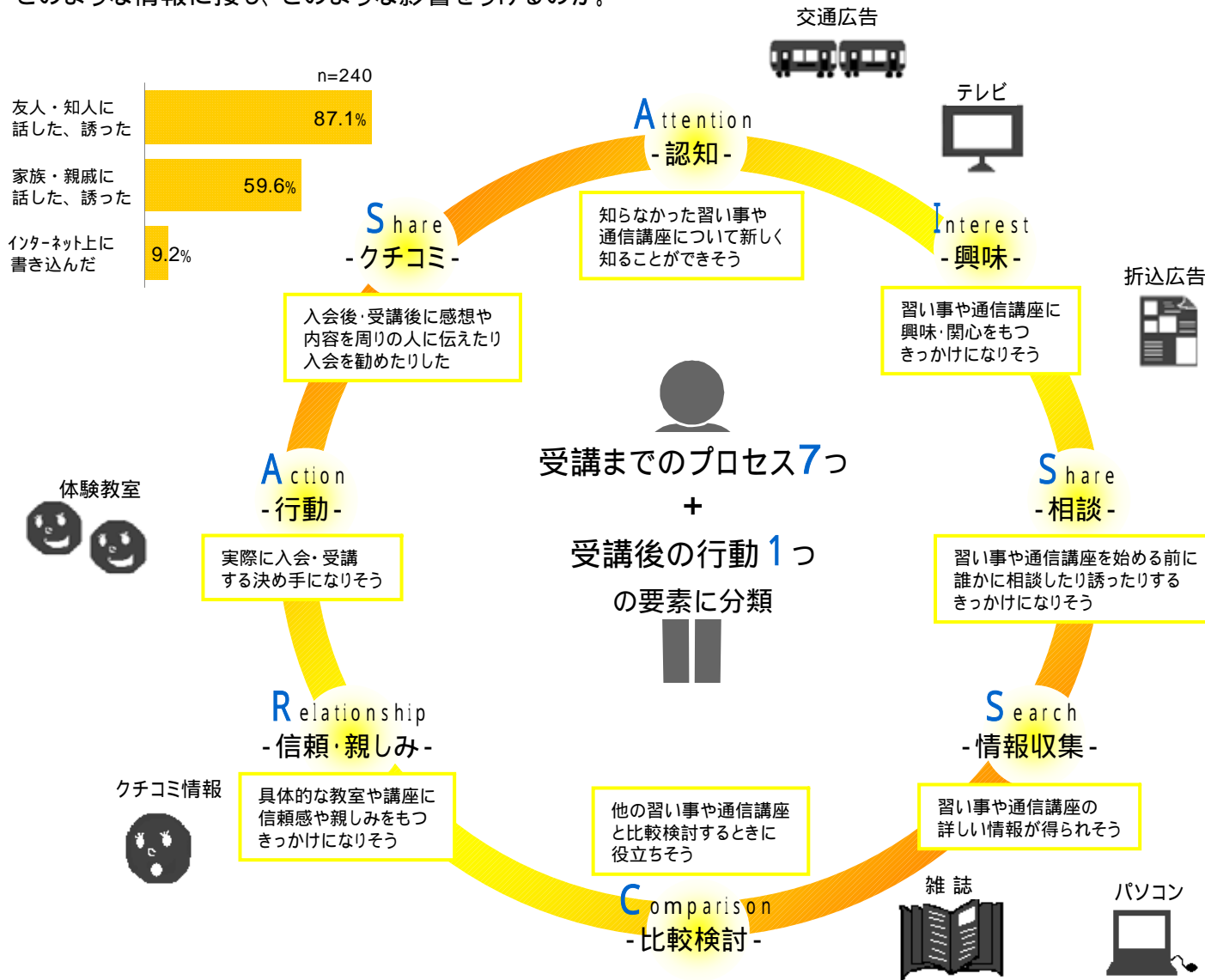
回答総数

7つの受講プロセスそれぞれにおいて、影響がありそうと回答した情報源の件数を足しあげたもの(「あてはまるものはない」と回答した人を除く)。

習い事や通信講座について、どのような情報源に接したら、どのような気持ちになるのか。入会・受講後は誰かに話したくなるのか。これらの質問をもとに、情報とそれを運ぶものとの関係を見ていく。広告、クチコミなどさまざまな情報源に触れる生活者にとっては、どのような情報が歯車となって、行動へとつながっていくのだろうか。

受講プロセスにおいて影響がありそうな情報源

どのような情報に接し、どのような影響をうけるのか。



習い事や通信講座を始めるにあたり、女性はどのような行動をとり、その各プロセスの中でどのような情報源に触れているのかをイメージ化した。

認知や興味喚起の段階では交通広告やテレビ、折込広告からの情報源がきっかけとなりやすい傾向。これらの情報源から発信される広告は“生活者へのごあいさつ”的な役割を果たすのが得意なようだ。そのほかにも、情報量が多い雑誌やパソコンで積極的に情報を収集する人が多くみられた。

また、最終的に行動に移す要因として大きな影響力があるのはクチコミ、体験教室など“ヒトの力”。

8つの要素から必要なものを組み合わせ、さらに“メディア”と“ヒトの力”をうまく使うことが重要となってくる。

受講プロセス別：影響がありそうな情報源の割合

N = 420 (人)	Attention 認知	Interest 興味	Share 相談	Search 情報収集	Examination 比較検討	Relationship 信頼・親しみ	Action 行動
	新しく知ることができそう	興味・関心をもつきっかけになりそう	相談したり誘ったりするきっかけになりそう	詳しい情報が得られそう	比較検討するときに役立ちそう	具体的な教室や講座に信頼感や親しみを持つ	実際に入会・受講する決め手になりそう
【テレビ】番組での紹介	54.0	52.4	19.3	27.9	15.5	26.9	12.4
【テレビ】CM	33.1	39.0	7.9	8.1	6.2	11.9	2.9
【ラジオ】番組での紹介	21.0	20.7	6.2	8.1	3.1	7.4	1.9
【ラジオ】CM	16.9	16.9	4.5	3.1	2.4	4.5	0.5
【新聞】記事での紹介	38.3	35.0	12.1	24.3	17.4	14.5	10.2
【新聞】広告	31.4	27.1	7.4	12.9	9.0	9.5	5.0
【雑誌】専門誌	30.7	27.9	14.0	29.5	33.8	13.3	19.0
【雑誌】一般誌	28.3	27.4	7.9	9.5	9.3	7.9	3.6
【Fリ-ハ-バ-】自宅に宅配	27.4	31.2	10.2	11.0	11.0	11.0	5.7
【Fリ-ハ-バ-】ラック設置	24.8	27.6	7.1	8.3	11.2	7.4	1.9
【PC】企業HP	22.4	18.1	4.5	26.2	16.0	10.2	15.0
【PC】情報サイト	21.9	21.4	8.1	22.6	20.7	11.2	9.8
【PC】メール広告	21.9	17.9	2.9	6.9	4.0	4.8	3.1
【mobile】企業HP	15.2	11.2	2.1	5.7	4.8	1.7	1.9
【mobile】情報サイト	15.7	14.0	2.6	4.5	4.5	3.1	1.4
【mobile】メール広告	14.0	11.9	2.6	3.3	2.6	1.9	0.2
【チラシ】新聞折込広告	30.7	30.2	11.9	13.3	11.9	10.2	6.9
【チラシ】ポスティング	22.6	21.2	5.5	9.3	4.8	5.5	2.6
【DM】宛名あり	21.4	17.9	7.6	10.0	3.3	5.0	3.6
【DM】宛名なし	18.8	16.0	4.5	4.8	4.5	3.3	1.7
【DM】教室から直接	25.0	21.7	8.6	16.9	9.8	9.0	9.8
駅や電車の広告	35.0	27.4	5.0	3.3	1.9	4.8	1.4
街頭の広告	22.6	20.0	4.5	2.1	1.9	2.4	0.5
請求資料	25.2	18.1	10.2	31.4	24.8	11.2	18.1
見学会等への参加	19.8	14.0	9.5	27.6	19.8	20.0	31.2
直接の問い合わせ	14.8	12.1	8.1	24.8	12.6	15.2	27.4
体験教室への参加	20.0	20.2	16.2	28.1	22.9	30.7	54.8
【クチコミ】家族・親戚	18.8	20.2	13.6	14.0	10.2	18.8	19.5
【クチコミ】友人・知人	32.1	34.8	25.2	25.5	18.1	33.3	28.8
【コメント】体験者	20.2	23.3	11.4	19.3	17.1	22.4	20.2
【コメント】芸能人・著名人	16.4	20.0	5.2	4.3	5.7	6.4	3.3
ブログ・SNS	17.9	17.4	6.2	10.2	9.8	6.4	3.6
その他	5.5	4.0	1.2	1.4	1.7	1.7	1.9
あてはまるものはない	10.2	8.8	31.0	11.7	16.0	19.5	17.9

各受講プロセスの中での
ベスト3

各受講プロセスの中での
ワースト3

単位 (%)

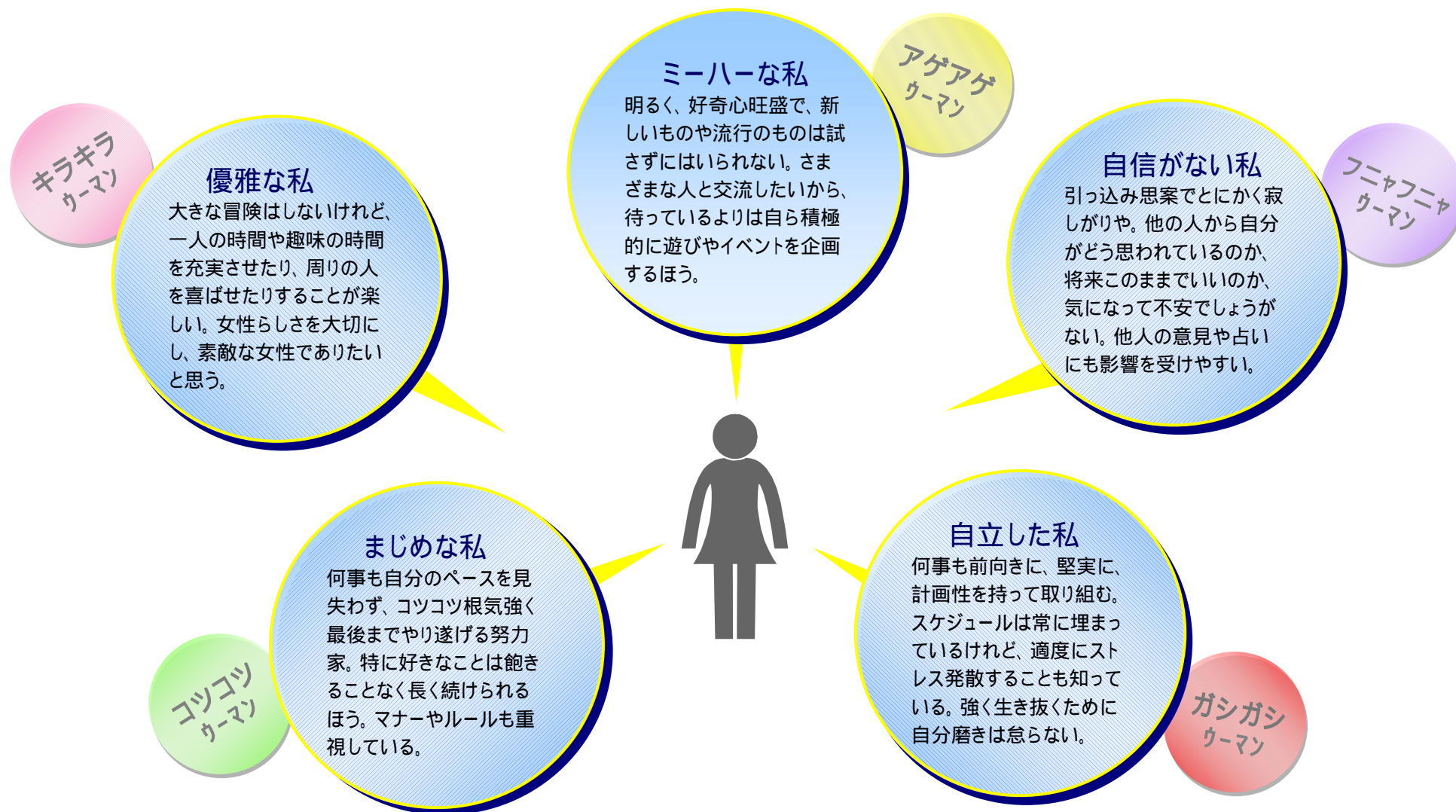
ジャンル×タイプ分析

習い事・通信講座に興味がある女性とは？

5つの意識が描く7タイプの女

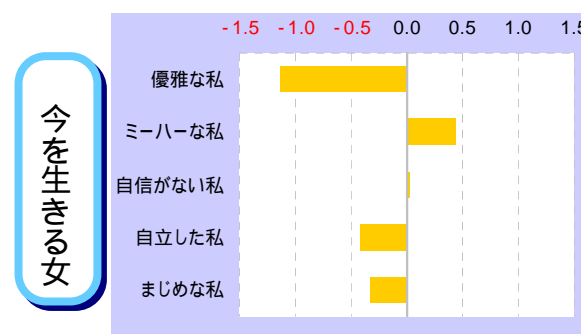
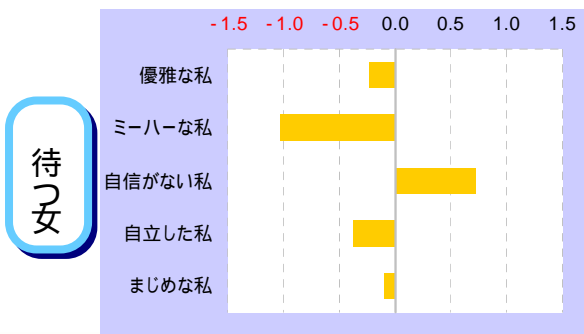
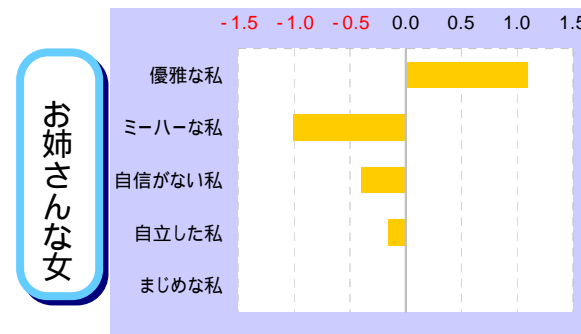
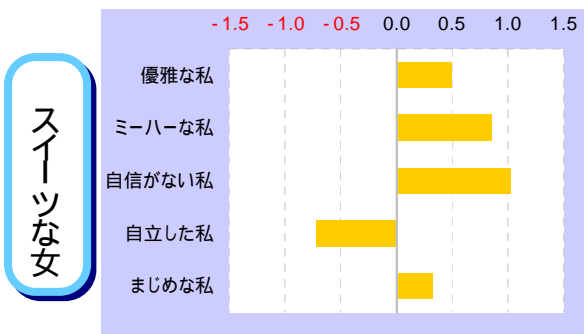
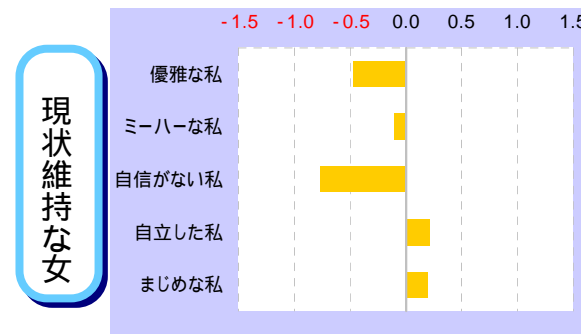
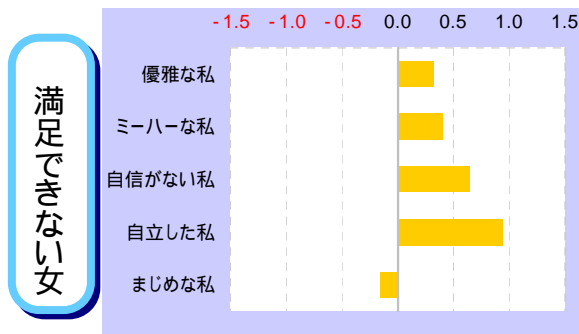
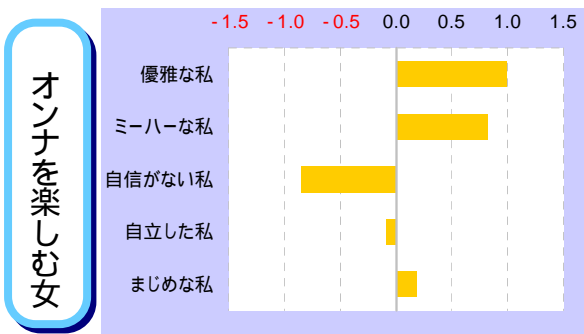
ジャンル×タイプ分析： 5つの意識

今回の調査では、習い事・通信講座のジャンル別に興味・関心者や利用者の特徴を分析するため、ふだんの生活に対する考え方やイメージについて合わせて調査した。その40の質問に対する回答を用い因子分析を行った結果、以下の5つの意識が出現した。



ジャンル×タイプ分析： 習い事・通信講座に興味がある女性とは？

因子分析から出現した5つの意識は各サンプルがそれぞれ持っている要素であるが、今回の420サンプルをこの意識の持ち方によって分析したところ、以下の7つのグループにまとめることができた。



ジャンル×タイプ分析： 7タイプの特徴

7タイプの特徴 一覧表

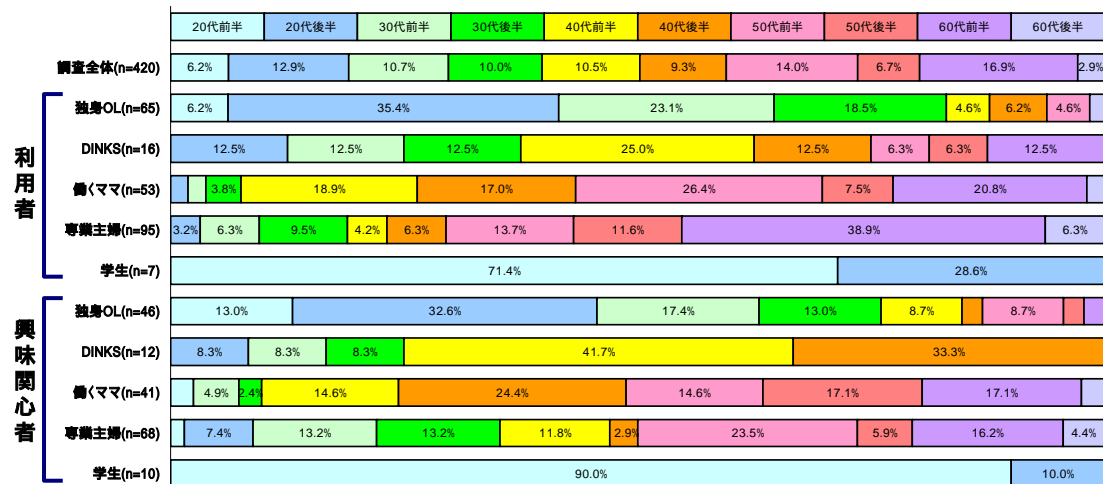


7タイプ	おんけを楽しむ女	満足できない女	現状維持な女	スイーツな女	お姉さんな女	待つ女	今を生きる女
サンプル数	45s	71s	96s	34s	45s	65s	64s
占有率(n=420)	10.7%	16.9%	22.9%	8.1%	10.7%	15.5%	15.2%
特徴	コミュニケーション上手で、時には自分から周囲の人を遊びやイベントに誘うなど積極的。家事や仕事だけではなく、趣味や自分磨きで自分の時間を充実させ、女性としての人生を楽しんでいる。	何事にも前向きで、自分を磨く努力もしているから毎日が充実していると思う。一方で、このままでいいのかわ信がなく、他人の意見に左右されやすい。なぜか満たされない心の隙間に不安が渦巻いている。	特に努力したり頑張ったりすることもないけれど、これまで自分でなんとかやってきたから不安もない。マイペースでわが道を突き進む。	一人の時間も充実させているステキな女性に憧れるけれど、飽きっぽいし、自信がない。誰かと一緒じゃないと不安だから常にスケジュールはぎっしり。誰かに認められようと頑張っている自分もかわいいと思う。	積極的ではないけれど、自分なりに周囲の人を喜ばせたり、一人の時間を気ままに楽しんだり、手の届く範囲の幸せが好き。いつまでもセンスのいい、ステキな女性でいたいと思う。	とにかく受身で、自信がない。一人で何かを始めるなんて想像もつかない。他人の意見に左右されやすく、占いや運勢も信じてしまう。誰か自分を引っ張ってくれる人を待ち望んでいる。	地道にコツコツは苦手と思いつたらずぐ行動。新しいことや楽しいことが大好きで、将来のことを計画的に考えるよりは、今この瞬間を楽しんでいる。
代表層	20代 15.0% 独身OL 14.4%	30代 21.8% 働くママ 20.2%	60代 45.8% 働くママ 31.9%	20代 17.5% 学生 35.3%	30代 20.7% DINKS 17.9%	40代 24.1% DINKS 28.6%	50代 24.1% 専業主婦 19.6%

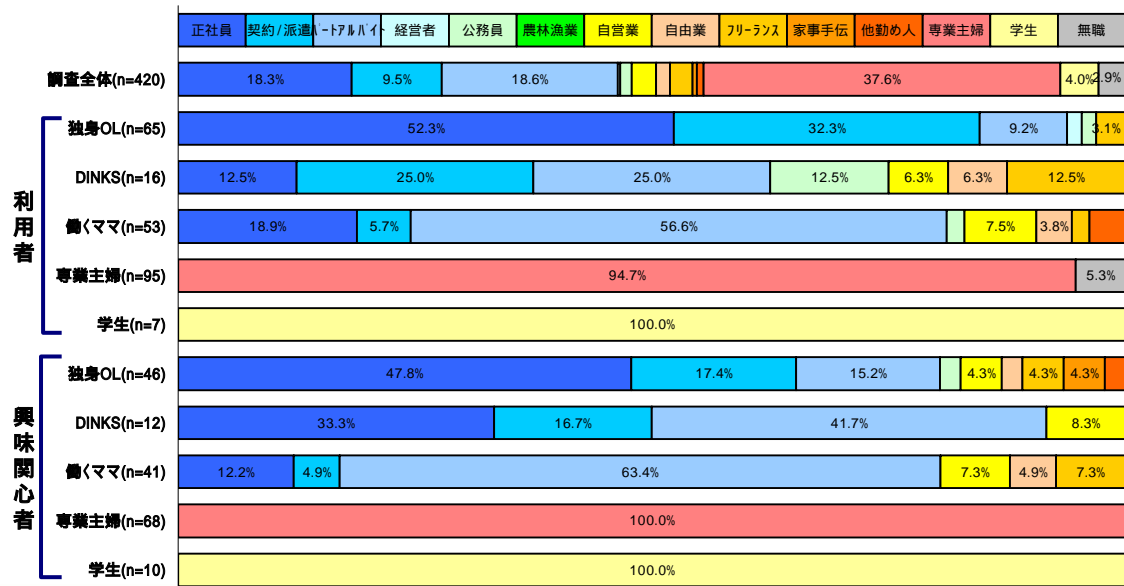
代表層は、各年代・LCの合計を母数として7タイプそれぞれの割合を算出し、調査全体での占有率と比較して最も差が大きいものを記載。

回答者プロフィール

年代別構成比

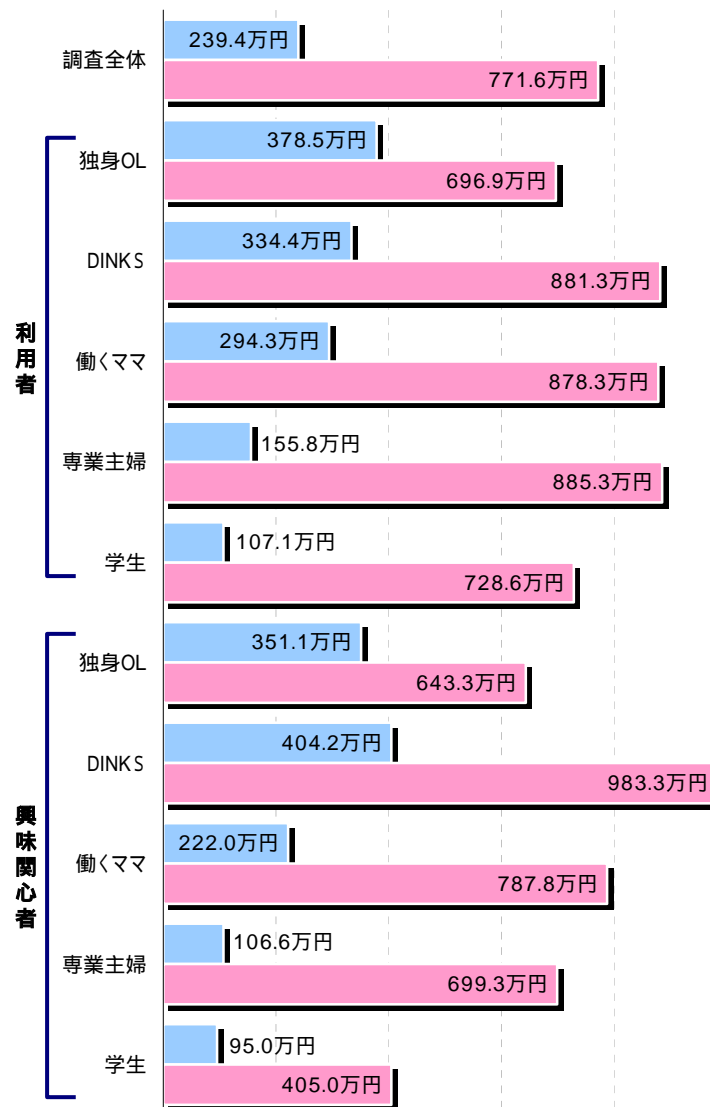


職業別構成比



世帯年収 / 個人年収

■ 個人年収 ■ 世帯年収



年金、パート・アルバイト代、仕送りなど副収入を含む