

**読売IS オンナゴゴロ研究所“WisE”調査報告**  
**7割の女性が「女子会は一生続けていきたい」！？**  
**やっぱり頼れるのは『女トモダチ』。年を重ねるとともに、女性同士の絆は強固に！**

～行動ウォッチ調査 2015～

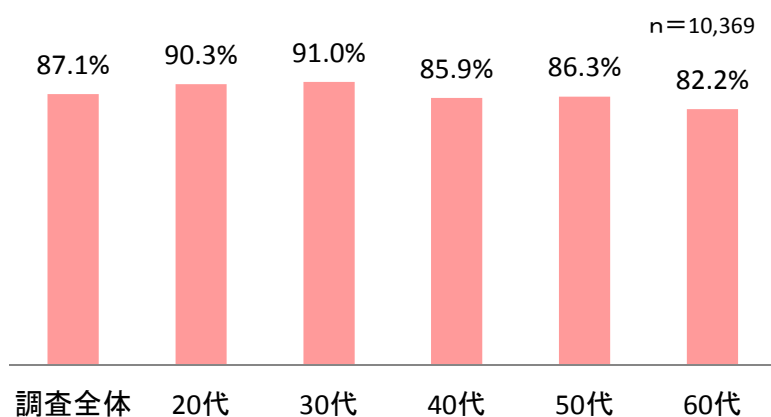
株式会社読売IS(本社:東京都中央区日本橋人形町3-9-1、代表取締役社長:佐々木進)は、「読売ISオンナゴゴロ研究所“WisE(ワイズ)”」の新たな調査として、2015年4月、首都圏20歳～69歳の女性を対象にインターネットリサーチによる「行動ウォッチ調査」を実施いたしました。「行動ウォッチ調査」は、近年話題に上るようになった女性の行動の具体的な内容やその行動の背後にある考え、きっかけ等を探る調査です。今回は、女性たちの中で、もはや定番となりつつある、女性だけで集まって飲食やレジャー活動を行う「女子会」について、その実態や意識を調査いたしました。

## ◆ 調査結果の TOPICS ◆

### 1. 【女性だけで集まる女子会の実施率】 全体では 87.1%。すべての年代で 8 割を超える！

- 女性だけで集まる女子会の実施率は調査全体で 87.1%。20-30 代では 9 割を超え、40-50 代では 86%、60 代でも 82.2%となっています。女性だけで集まって、飲食やレジャー活動などを行う「女子会」はいまや、若い女性だけでなく、世の中全般に見られる、女性たちに欠かせないコミュニケーション活動であることが分かります。

【年代別】女性だけで集まる女子会の実施率

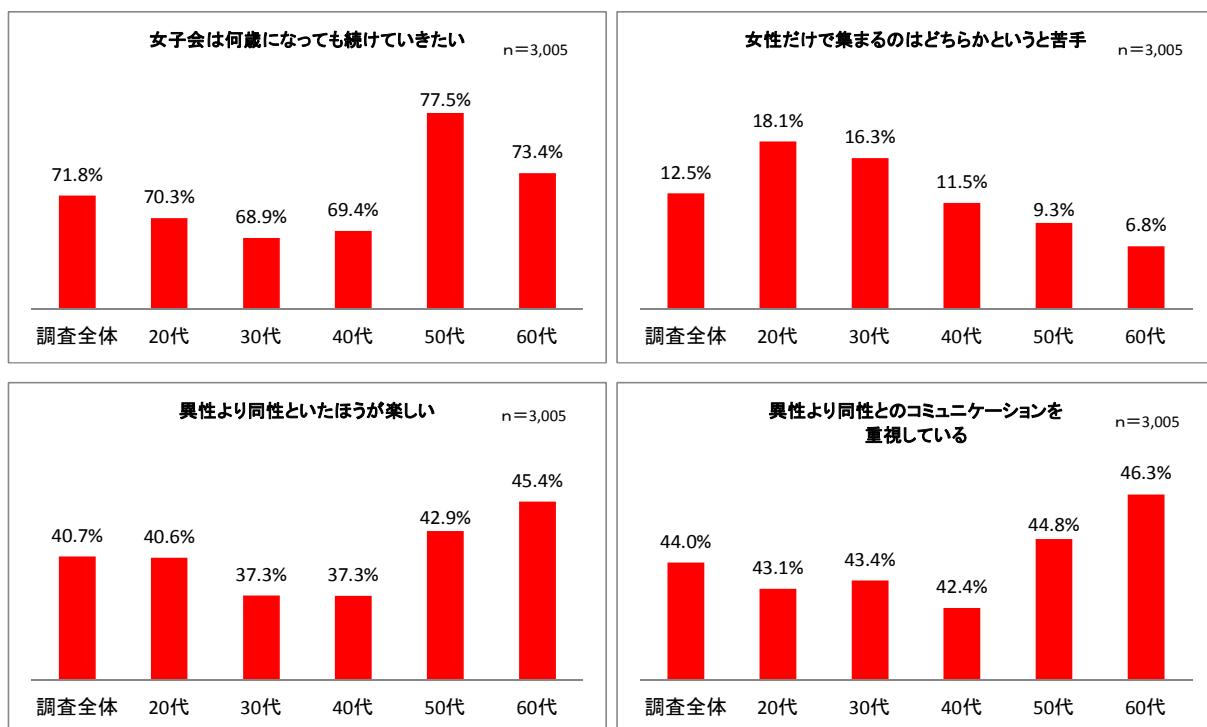


## 2.【女性の意識】 7割以上が「女子会は何歳になっても続けていきたい」!

### 年を重ねるとともに、女トモダチとの結びつきが強固に!?

- 女子会を行っている人たちの、普段の考え方や意識をみると、71.8%が「女子会は何歳になっても続けていきたい」と答えています。年代別にみると、50代が最も高く77.5%、次いで60代(73.4%)となっています。また、「異性より同性といたほうが楽しい」「異性より同性とのコミュニケーションを重視している」といった項目も50、60代で高くなっています。年を重ねるとともに、同性同士のコミュニケーションがより強固になっている様子がうかがえます。
- 「女性だけで集まるのはどちらかというと苦手」といった質問では、若い世代ほどスコアが高くなっています。
- 「女性だけで集まることのおよくないと思う点」を自由回答で聞いたところ、「男性がいるときより、服装やマナーに気を遣わなくてはいけない。」(29歳専業主婦)、「ライフステージの違いから、話す内容に気を付ける」(29歳DINKS OL)「愚痴に走ることが多い」(30歳独身OL)、「見栄の張り合いになる」(37歳DINKS OL)など、若い世代ではライフコースが異なったり、仕事上の付き合い、子供を通じた付き合いなど、価値観が異なる人との付き合いが多く、苦手意識を感じる人も多いようです。一方、高齢世代をみると、「価値観が一緒なので苦労などは感じたことはありません。大変だったら最初から参加しません。」(58歳働くママ)「気の合わない人とは、会わなくても良い年齢になったので、大変なことは、なにもありません。」(61歳働くママ)など、本当に気の合った人と集まっている人が多く、ストレスを感じている人が少ないようです。

#### 【年代別／女性の意識】



### 3. 【女性だけで集まって行っていること】 60代女性の場合

#### 女性だけの食事会(お酒なし)は平均月 1.1 回、旅行も年 2.6 回と積極的

- 例として、60代女性が女性だけで集まって行っていることをみると、実施の割合が最も高いのは「お酒を飲まない食事会」で76.6%、次いで、「旅行、観光、テーマパークに行くなどの行楽活動」(66.3%)、「お酒をのむ食事会、飲み会」(53.6%)となっています。
- 「お酒を飲まない食事会」は平日の昼(84.3%)、主に、学生時代からの友人(48.2%)や趣味を通じた友人、知人(44.0%)と行われています。実施頻度は平均月 1.14 回、1回あたりの平均金額は 3,040 円で、お酒を飲まずに少し贅沢な「ランチ」を楽しんでいる様子が見えられます。
- 60代女性に、女性だけで集まることの魅力について自由回答で聞いたところ、「男性がいなくて気楽」「気分転換、ストレス解消」「情報交換」の他に、「家族から自由になれる」「誰々の奥さんでも誰々のお母さんでもない時間」「その日のために着る服を買ったり考えたりが楽しい。それがないと服は買わないかも」といった、家族から離れて1人の女性として楽しめることに価値を感じている様子が見えられました。また、「同じ世代を過ごしてきた友人達に対する『愛情・連帯感』のようなものを感じる」、「みんなが頑張れるように励まし合い、まだまだ夢を叶えられるように楽しく生きていくため」など、深い絆で結ばれた同志、戦友のような感覚も持っているようです。

【60代女性／女性だけで集まって行っていること】

60代女性 n=590		実施状況			
		いつ	誰と	平均頻度	1回あたりの平均金額
お酒を飲まない食事会	76.6 %	平日の昼 84.3% 平日の夜 19.7% 休日の昼 19.5%	学生時代からの友人 48.2% 趣味を通じた友人、知人 44.0% 地域・近所に住む友人、知人 37.4%	月1.14回	3,040円
旅行・観光・テーマパーク	66.3 %	平日(1日中) 52.9% 平日の昼 30.9% 休日(1日中) 25.6%	学生時代からの友人 47.3% 趣味を通じた友人、知人 30.2% 仕事を通じた友人、知人 29.9%	年2.64回	23,900円
お酒を飲む食事会、飲み会	53.6 %	平日の夜 70.6% 平日の昼 29.7% 休日の夜 19.3%	仕事を通じた友人、知人 49.4% 学生時代からの友人 40.2% 趣味を通じた友人、知人 37.0%	年8.88回	4,550円
美術館、博物館、演劇・舞台鑑賞など	46.3 %	平日の昼 81.3% 休日の昼 18.7% 平日の夜 11.7%	学生時代からの友人 50.5% 趣味を通じた友人、知人 41.4% 仕事を通じた友人、知人 28.9%	年5.88回	5,170円
映画、ライブ、コンサート、など	44.1 %	平日の昼 70.0% 平日の夜 31.5% 休日の昼 21.5%	学生時代からの友人 41.9% 趣味を通じた友人、知人 35.8% 仕事を通じた友人、知人 30.8%	年4.56回	6,810円
その他の趣味活動	23.7 %	平日の昼 70.0% 平日の朝 17.9% 平日の夜/休日の昼 10.0%	趣味を通じた友人、知人 65.0% 地域・近所に住む友人、知人 31.4% 学生時代からの友人 15.7%	月4.15回	3,470円
スポーツ	10.7 %	平日の昼 50.8% 平日の朝 19.0% 平日(1日中) 17.5%	趣味を通じた友人、知人 66.7% 地域・近所に住む友人、知人 28.6% 学生時代からの友人 22.2%	月3.9回	5,040円
スポーツ観戦	5.6%	平日の昼 51.5% 休日の昼 24.2% 休日の夜 21.2%	趣味を通じた友人、知人 42.4% 地域・近所に住む友人、知人 30.3% 仕事を通じた友人、知人 18.2%	年6.36回	5,030円

#### 4.【女性の意識】女性だけで集まる時に気を付けていること、気を遣っていること

- 女性だけで集まるときに気を付けていること、気を遣っていることの TOP3 は「洋服」「話す内容、話題」「メイク」でした。
- 20代女性では「洋服」が最も高く67.6%、「メイク」が49.2%と続き、外見に気を遣っている様子がうかがえます。
- 60代女性では、「話す内容、話題」が最も高く52.5%、次に「洋服」(46.6%)となっていますが、「特にない」(27.1%)が3位に入っています。より若い層に比べると、最低限のマナーはわきまえつつも自然体で気を遣わない関係を築いている様子がうかがえます。

#### 【女性だけで集まる時に気を付けていること、気を遣っていること】

調査全体(n=3,005)			20代女性(n=636)			30代女性(n=595)		
1位	洋服	57.8%	1位	洋服	67.6%	1位	洋服	62.2%
2位	話す内容、話題	52.1%	2位	メイク	49.2%	2位	話す内容、話題	48.2%
3位	メイク	30.5%	3位	話す内容、話題	46.2%	3位	メイク	36.8%
40代女性(n=601)			50代女性(n=583)			60代女性(n=590)		
1位	洋服	58.7%	1位	話す内容、話題	58.7%	1位	話す内容、話題	52.5%
2位	話す内容、話題	55.4%	2位	洋服	52.8%	2位	洋服	46.6%
3位	メイク	27.8%	3位	服飾雑貨(ジュエリー、時計、バッグなど)	25.9%	3位	特にない	27.1%

#### 5.こんな女子会があったらいい！

- 女性たちに、「こんな女子会があれば参加してみたい」と思うものを自由回答で聞いたところ、スイーツ食べ放題、美味しいものを食べるといった「飲食活動」、温泉旅行、ホテルでの宿泊といった「レジャー活動」の他に、「同じような立場、境遇」、「同じ趣味」の人たちと出会える場であったり、「新しい出会い」、「非日常体験」ができるような女子会を望む回答も見られました。

#### 【こんな女子会があれば参加してみたい】※自由回答より抜粋

同じ趣味の人の集まり	手芸が趣味なので、手芸の会があれば参加したい (42歳 専業主婦) 愛犬参加型の女子会 (58歳 無職) プライベートな情報を一切明かさず、共通の趣味を持った人だけの女子会 (45歳 専業主婦) 読書会みたいなものが案外ないのでそういうのがあって一冊の本について好きにしゃべれるのとかは面白い (62歳 専業主婦)
男性的な趣味の集まり	ゲームや漫画はもはや男の遊びではなくなってるからそのくくりで進撃の巨人女子会 (26歳 専業主婦) ビリヤードやサバイバルゲームなど、比較的男性的な趣味の女子会 (20歳 学生) 野球のカーブ女子が話題になったので、好きな各球団の女子会に参加してみたい (30歳 専業主婦) 愛車でドライブする女子会 (38歳 DINKS OL)
同じような境遇の人の集まり	新社会人女子会 仕事をしてみての感想や悩みを聞きたい (22歳 独身OL) 女性管理職の会 (33歳 働くママ) 同じ職種の外社の方々との女子会 (54歳 働くママ) 新婚主婦の家計のやり方とか料理の工夫点など聞ける会 (29歳 専業主婦) 同じ月齢の子をもつママの会 (29歳 専業主婦)
新しい出会い	女性だけの合コンのような、新しい出会いが生まれる場があると面白そう (27歳 独身OL) 色々な国の女性との女子会で異文化コミュニケーションを体験してみたい (47歳 働くママ) 一人でも手軽に気楽に友人・知人の輪を広げられ色々な世界への見聞を広げられるような女子会 (31歳 独身OL)
非日常を味わう	女子だけの社交パーティー メイクとかネイルのセット、ドレスなどを貸し出してくれる (30歳 DINKS OL) 早起き女子会 築地で朝ごはんを食べる (25歳 独身OL) ちょっと贅沢なプチセレブパーティー (37歳 独身OL)

## 6. 【同性と異性で見られたいイメージに差が大きい項目】

### 同性だけで集まる時と、異性がいる時では別の顔！？

- 女性は、女子会など同性だけで集まる時と異性がいる時で、顔を使い分けているのでしょうか。「同性から見られたいイメージ」と「異性から見られたいイメージ」をそれぞれ聞いたところ、両者の差が大きい項目は、「頼りがいのある人」(+16.1ポイント)、「親しみやすい人」(+13.2ポイント)、「おもしろい人」(+11.7ポイント)となっています。同性からは「女性らしい」「かわいらしい」よりも、「頼りがいのある」「親しみやすい」「おもしろい」など人柄の良さを評価されたいようです。
- ライフコース別に「同性から見られたいイメージ」と「異性から見られたいイメージ」の差が大きく、かつ調査全体では上位にあがってきていない項目をみると、「独身 OL」では「憧れの人」や「自立した人」といったカッコいい女性のイメージがあがっており、「働くママ」では「常識的な人」、「DINKS OL」では「バランスのとれた人」があがっています。また、「専業主婦」では、「自然体な人」があがっています。

### 【同性から見られたいイメージー異性から見られたいイメージ（差の大きい上位5項目）】

調査全体 (n=3,005)				
		同性から見られたいイメージ	異性から見られたいイメージ	差 (ポイント)
1位	頼りがいのある人	24.8%	8.7%	16.1
2位	親しみやすい人	53.2%	40.0%	13.2
3位	おもしろい人	25.1%	13.3%	11.7
4位	仕事ができる人	24.8%	15.5%	9.3
5位	話し上手な人	23.4%	14.2%	9.2

独身OL (n=767)				
		同性から見られたいイメージ	異性から見られたいイメージ	差 (ポイント)
1位	頼りがいのある人	29.1%	11.3%	17.7
2位	仕事ができる人	33.6%	19.9%	13.7
3位	憧れの人	21.9%	8.3%	13.6
4位	おもしろい人	28.8%	16.3%	12.5
5位	自立した人	27.1%	15.1%	12.0

働くママ (n=844)				
		同性から見られたいイメージ	異性から見られたいイメージ	差 (ポイント)
1位	頼りがいのある人	24.1%	7.1%	16.9
2位	親しみやすい人	52.4%	37.1%	15.3
3位	おもしろい人	23.0%	11.1%	11.8
4位	仕事ができる人	28.8%	18.1%	10.7
5位	常識的な人	36.6%	26.8%	9.8

DINKS OL (n=226)				
		同性から見られたいイメージ	異性から見られたいイメージ	差 (ポイント)
1位	頼りがいのある人	23.5%	10.6%	12.8
2位	親しみやすい人	55.8%	43.4%	12.4
3位	仕事ができる人	32.7%	21.2%	11.5
4位	バランスのとれた人	28.8%	17.7%	11.1
5位	おもしろい人	27.4%	16.4%	11.1

専業主婦 (n=969)				
		同性から見られたいイメージ	異性から見られたいイメージ	差 (ポイント)
1位	親しみやすい人	54.6%	36.9%	17.6
2位	頼りがいのある人	22.5%	6.9%	15.6
3位	おもしろい人	21.1%	11.0%	10.0
4位	自然体な人	37.5%	27.6%	9.9
5位	話し上手な人	21.9%	12.4%	9.5

### ■ 調査全体でTOP5に入らないライフコース別に特徴的な項目

《主な調査項目》

- ・女性だけで行っていること(いつ・誰と・頻度・1人あたりの金額・理由・情報源)
- ・生活・情報に関する意識、考え方
- ・女性だけで集まる時、気を付けていること、気を遣っていること
- ・同性から見られたいイメージ/異性から見られたいイメージ

《調査概要》

調査実施期間	2015年3月27日～4月2日
調査方法	インターネット調査
調査対象地区	一都三県(東京・神奈川・埼玉・千葉)
調査対象者	調査対象地区に居住する20～69歳の女性
有効回収サンプル	1次調査:10,369サンプル 2次調査:3,005サンプル
調査企画・設計	株式会社 読売IS
実査	株式会社 インテージ

《調査主体》

株式会社 読売IS	( <a href="http://www.yomiuri-is.co.jp/">http://www.yomiuri-is.co.jp/</a> )
本社所在地	〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-9-1
代表者	代表取締役社長 佐々木進
資本金	9,700万円
設立	1976年6月12日
事業内容	トータルコミュニケーションプランに基づく生活情報の提供 新聞折込広告のトータルサービス・メディアプランニング・メディアバイイング・各種プロモーション・クリエイティブ・マーケティングなど

【WisEとは?】

読売ISは、2006年に「オンナゴゴロ研究所 “WisE”」を設立しました。データに基づく生活者目線の提案を行うことで、クライアントのマーケティング課題、コミュニケーション課題を解決するソリューションを提供していきたいと考えています。

—読売ISコミュニケーションマガジン『perigee(ペリジー)』の<Flab>にデータを掲載しています—  
『perigee』公式サイト <http://www.yomiuri-is.co.jp/perigee/>

● 本件に関するお問い合わせ ●

株式会社 読売IS

マーケティング本部 マーケティング部 担当:西尾・奥畑

TEL:03-5847-1600 FAX:03-5847-1601

<http://www.yomiuri-is.co.jp/>

引用・転載について

ご希望のデータ、使用目的・時期・メディア、貴社名、ご担当者名を上記宛にご連絡ください。