

「年齢別に見た男性の意識と行動調査 '92」

## ファッションと嗜好からみた既婚男性

— 団塊世代は本当にニューカルチャの担い手であったのか —

ファッションでの戦後のアメリカ文化の取入れは  
40代後半層より始まっていた

カジュアル化という価値観の転換は  
団塊世代から始まった

●嗜好品やファッションの流れをよく見ると団塊世代（ここでは42-45歳）はニューカルチャーの一番手ではなく、団塊世代の上の40代後半層からジーンズなどのアメリカ文化を取り込んでいた。

●しかし、ネクタイピンの不使用や生え際の見えないヘアスタイルなどビジネスの世界で明らかに不利になるスタイルを70年代当時のように続けている人たちは団塊世代に目立つ。前報の「既婚男性の余裕度」で触れたように、家庭と仕事のウエイトも団塊世代から逆転している。つまり「公の世界より私を重視する」という価値観、いわゆるカジュアル化は団塊世代から始まった

●以上の2点を典型的な形で示しているのが4ページの「結婚指輪」のデータである。「持ち始めた」のは40代後半層からで、指輪を「毎日し始めた」のは団塊世代からである。

93.10.15

ポラ文化研究所  
岡林、渡辺

## 1、はじめに

戦後50年が経とうとしている中で、新しい日本人のありかたの模索が始まっている。しかしもはやモデルとなるイメージがない中で、どの様な方向でどの様な速度で日本人は変わっていくのだろうか。とりわけこれまでは変化の速度がゆっくりであった、男性はどの様になっていくのだろうか。

戦後50年間のモデルはアメリカであった。この「アメリカ文化の取り入れ」について、浸透度とその速度について改めて世代間の相違から振り返ってみた。特に団塊世代は、今まで新しい消費の担い手として注目されてきたが、最近はその二世に主役を譲ったようである。その団塊世代の役割は何であったのかももう一度振り返ってみたい。

なお、このレポートは前報「既婚男性の余裕度」の続編でもありますので、興味のある方は参照してください

## 3、調査概要

対象者：東京駅30km圏内に住む男性（エリアサンプリング法による抽出）

<u>年齢と属性</u>	<u>人数</u>
高校生	75
大学生	75
19-24歳	75
25-29歳(未婚)	75
25-29歳(既婚)	75
30-39歳(未婚)	150
30-34歳(既婚)	75
35-39歳(既婚)	75
42-45歳(団塊)	100
46-49歳	100
50-59歳	100
<u>60-64歳</u>	<u>75</u>
合計	1050

実施時期：

92年7月

調査方法：

個別訪問面接聴取および留置法の併用

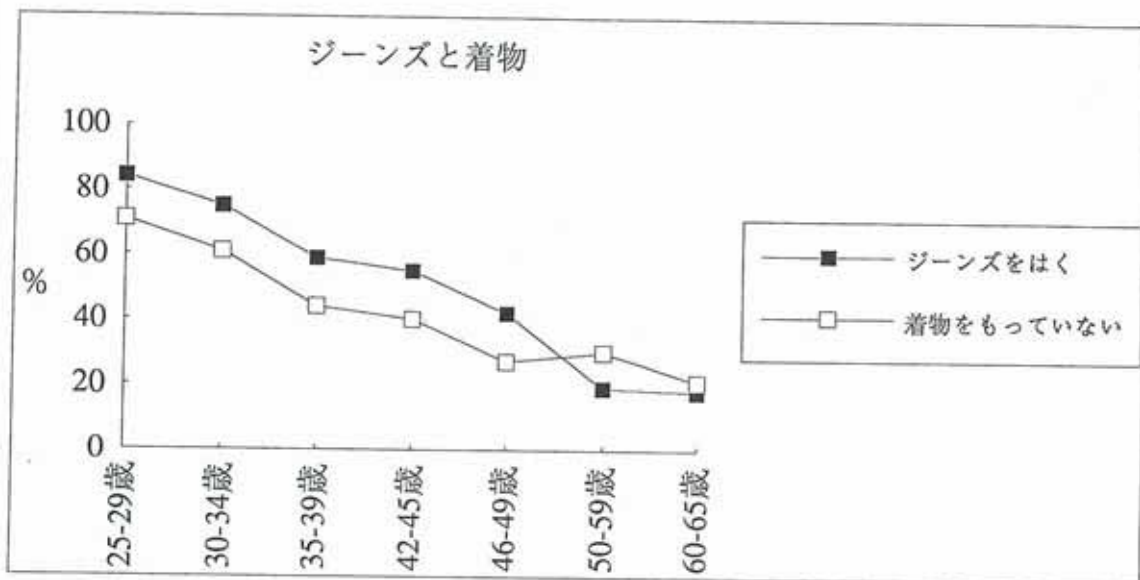
\*40歳以上は97%以上が既婚者であり、今回は25-39歳の既婚者と40代以上のデータを用いた。

### 3、ファッション

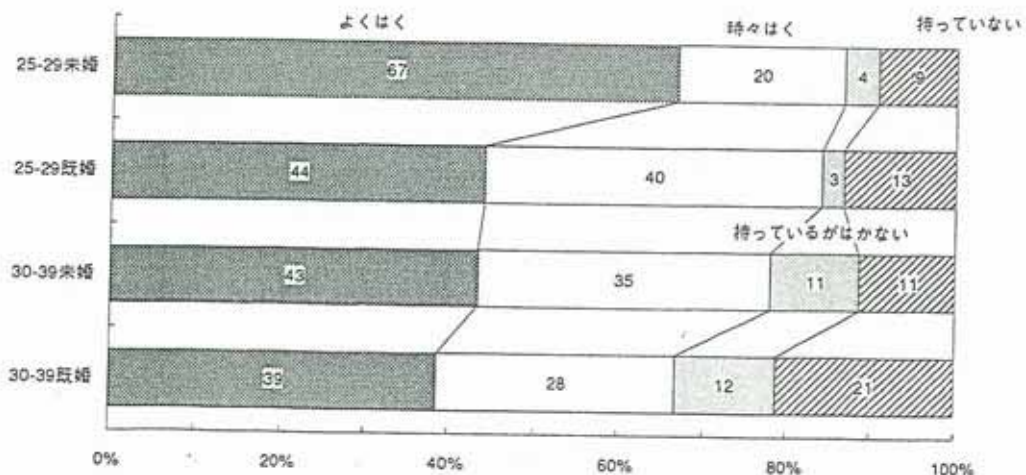
#### ◎ジーンズの着用と着物の所有

※着物は団塊世代から「持っていない」が急激に増え、30代前半で半数を超える。その後、徐々に増えるが25-29歳でも3割が持っている。自分で買わなくても、とにかく「1枚は持つものという伝統」が残っている。しかしさらに年齢が下がるとともに「持っていない」人は増える。

※ジーンズの所有率は団塊世代の上の現在40代後半層から急激に増加している。その後若くなるにつれさらに増加している。ただし「よくはく」という人は未婚層と既婚層で乖離があるが、既婚層では30代前半層より若い層では、4割弱で定着している。従ってジーンズは年代というよりライフスタイルによって、その着用度に差が見られるアイテムとなっているといえよう。

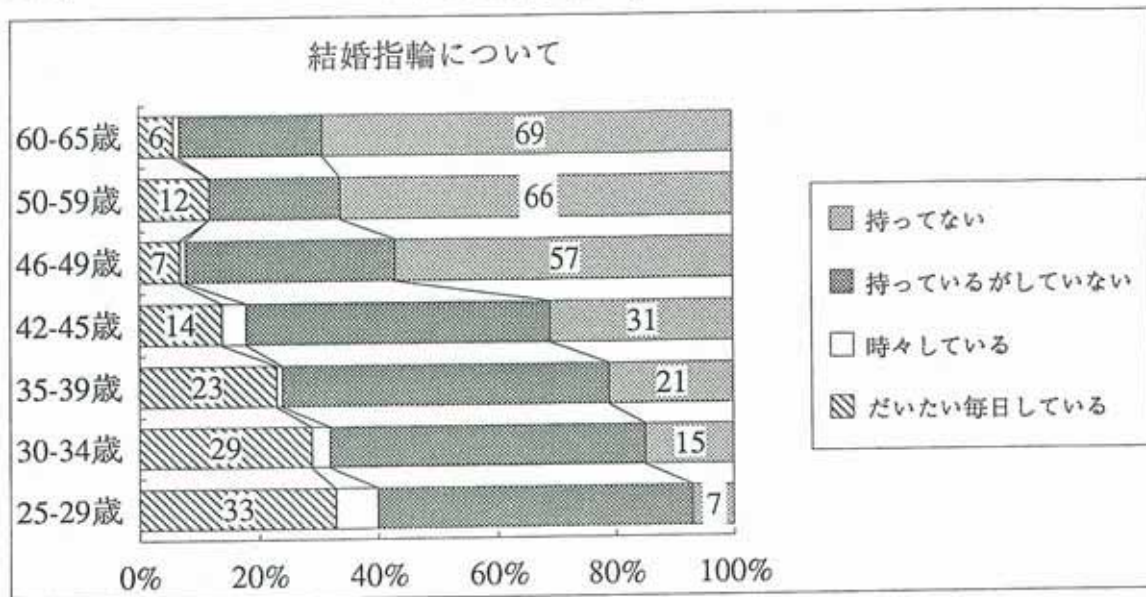


#### 参考) 未既婚別ジーンズの着用度



◎結婚指輪について

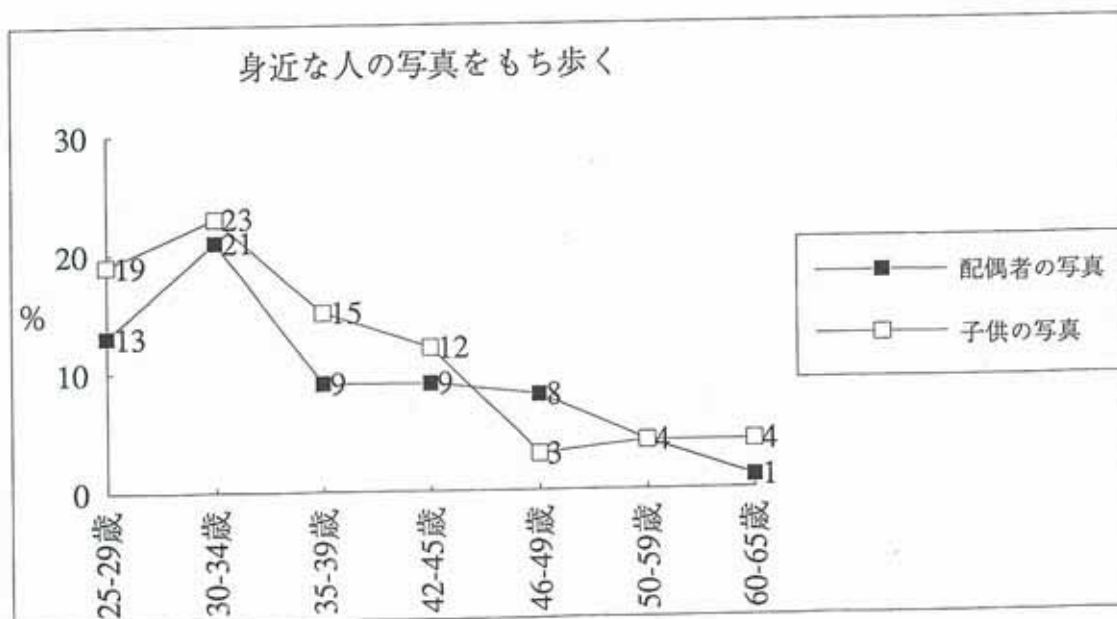
※「持っていない」人を除いた、「持っている」人は40代後半から増え始め団塊の世代、で5割を超える。若くなるほど増加する。だが「毎日する」人は団塊世代から増えるが20代でも3分の1であり、そんなに多くはない。今後、「結婚指輪をする」ことが若いうちだけのファッションに留まるのか、年代があがってもし続けるファッションにまで定着するのかはこのデータからでは解らない。



◎身近な人の写真を持ち歩く

※「配偶者の写真」は40代後半層より若い人で増加しているが、それでも1割で、30代前半で急激に増加するが、これは子供と一緒に写真の可能性が高い。20代後半でも13%であり、このファッションは1割を越えたところで、定着し、それ以上の普及はしないであろう。

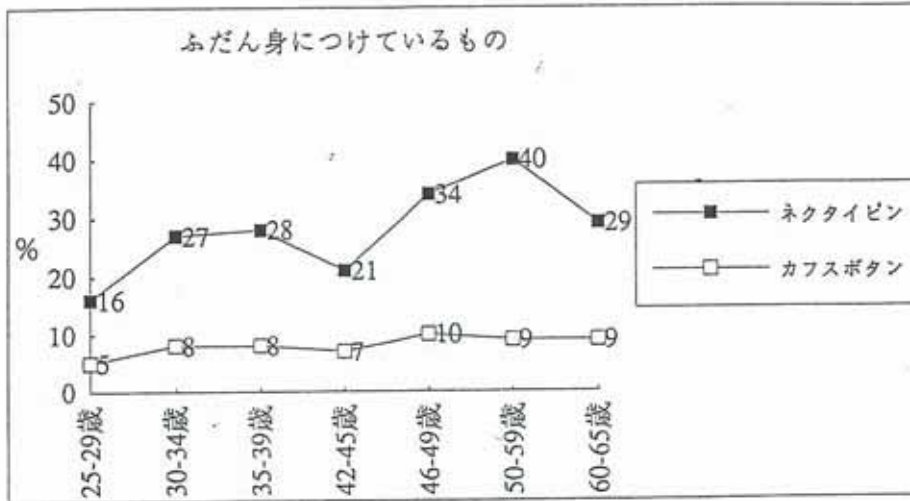
※「子供の写真」は子供が小さいうちはかなり高いがそれでも23%である。しかし配偶者単独よりは高いといえる。「幼小の子供」の写真は2割で定着したといえよう。



◎ネクタイピンとカフスポタンの着用

※カフスポタンは10年くらい前は年配の男性のステイタスシンボルというイメージであったが、ほぼ1割にまで少なくなった。

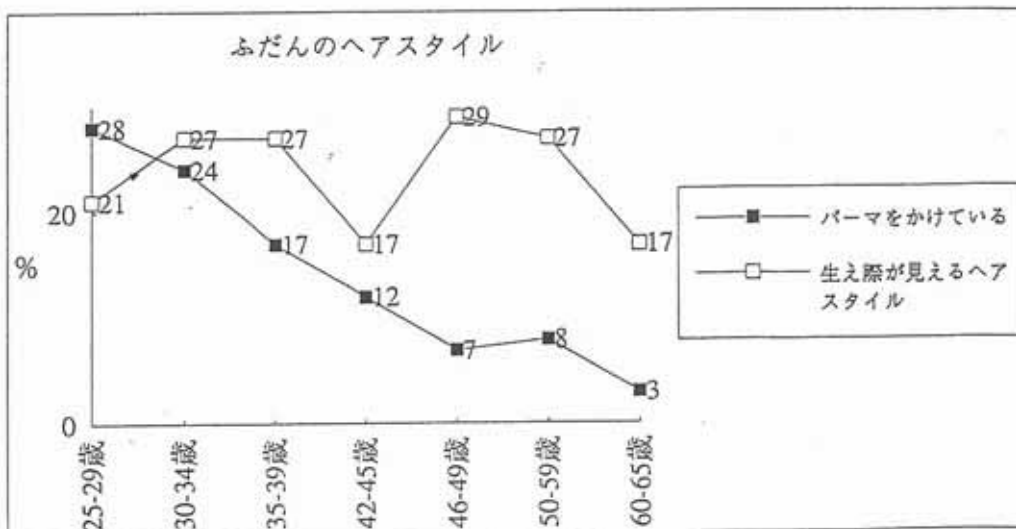
※ネクタイピンはかつてはサラリーマンの象徴であったが、団塊の世代から急激に身につけなくなっている。「30代は団塊の世代より保守化している」といわれてきたがここではそのとおりにネクタイピンの着用が団塊世代より多い。20代で急激に再び減少している。どこまで減少するのは、今回のデータでは判らない。



◎ふだんのヘアスタイル

※パーマについては割合は少ないが若い人ほど多くなっている。それでも3割に過ぎない。

※従来「生え際が見える」ヘアスタイルというのは銀行マンなどのエグゼクティブの象徴であり、「生え際が見えない」のは文化人やビートルズなどのカウンターカルチャーの象徴であった。60代は定年になり外出も減り、必要がないので少ないようだ。50代では3割がきちんと髪を上げている。ネクタイピンと同様に団塊世代は急激に減るが30代は再び「髪を上げる」人が増える。20代は再び減るがネクタイピンのように団塊世代を追い越すほどではない。これはヘアスタイルが多様になり、「髪を上げて」いてもエグゼクティブらしくないヘアスタイルが生まれてきているからであろう。



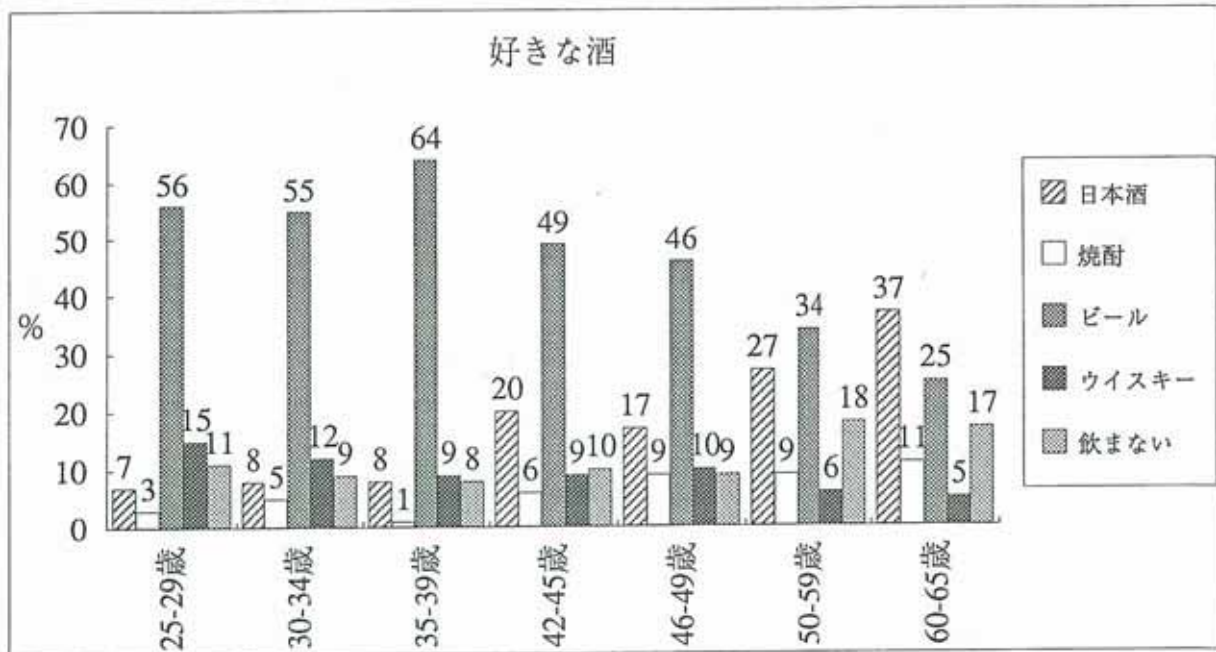
#### 4、嗜好品

##### ◎好きな酒

※醱酵酒＝日本酒は徐々に減ってきたものの団塊世代までは2割が嗜んでいた。それが30代後半から急に1割を切るようになる。反対に30代後半ではビールが急に増加する。ビールはここしばらく若い人の半数以上に定着していくであろう。

※蒸留酒＝焼酎とウイスキーは絶対量は少ないが、ビールと日本酒と同じような世代交代の過程にある。

※蒸留酒が減って醱酵酒のみが増加している傾向はこのデータからは認められない。



##### ◎好きなカフェイン系飲料

※ジーンズ以上にゆっくりと世代交代が進んだ分野である。日本茶の衰退も24%のあたりで止ったようである。反対にコーヒーのピークは30代で終わり、20代は30代から見られた、紅茶などの多様化の方向がさらに強まっていくのではないか。

