

今回の研究で、男性において 色彩とデザイン嗜好は、関心項目と深いつながりがあることが明らか！！

■男性の嗜好は、簡単だと思いでしょ。しかし、すでに「細分化」がはじまっています。
従来の分類をさらに詳細化した、感性ライフスタイル分析男性版をお届けします。

女性の陰に隠れて、男性も着々と変化しています。女性研究で取り組んだ、ピンクの研究のように、ブルーによるクラスター分析に取り組み、さらに従来の感性ライフスタイルより幅広い分野のビジュアルを用いての分析を行いました。今回、予測より明快な嗜好の差異のあるタイプの分類を得ることができました。

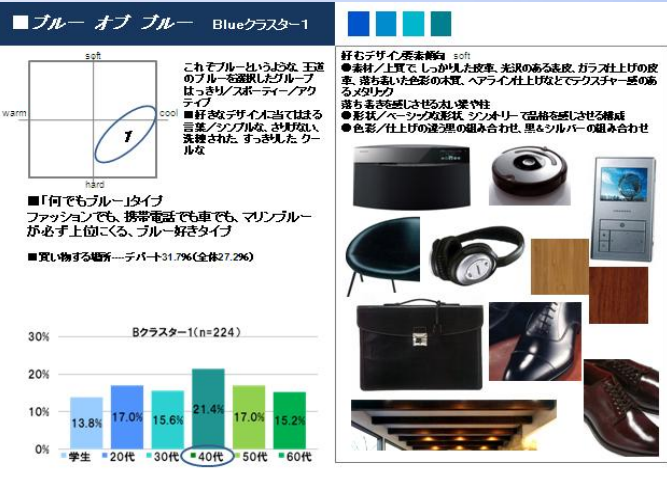
■概要

647名の有効回答者を対象として、ブルーへの反応と、さらに幅広い分野のビジュアルを用いてのクラスター分析。それぞれの結果をまとめました。解析担当者も驚くほどの、論理的整合性の高い結果が得られました。男性はこんなにも、関心のある分野や事柄と、色彩やデザイン嗜好が関連付けられていたということが明らかになりました。

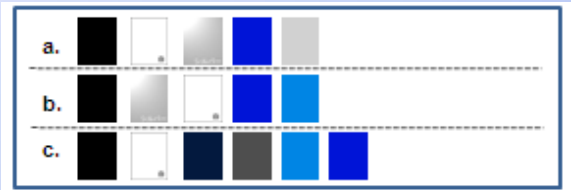
■アウトプットイメージ

■ブルーの嗜好軸と、異分野ビジュアル嗜好軸から得られたタイプの好みを「見える化」

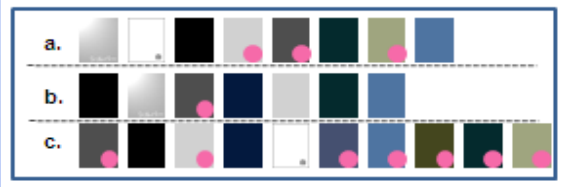
■ブルークラスターによって、実際に使いたい色にも明らかな差がみられました。



クラスター1



クラスター5



こんな分野にお勧めします。

コーディネートへの関心を持つ男性が増えている、ハウジング・インテリア・雑貨分野に「弁当男子」が話題になったキッチン・ダイニング分野に
きれいでおしゃれ好きな男性は常識になりつつある、コスメ・バス・トイレタリー分野に「男」といえば、これ・・・という感覚では対応しきれなくなりつつある、各種パッケージデザイン分野に

■資料説明会

社内での効率的な情報共有のために、担当者が解説する説明会付きのプランも用意しております。

■コンテンツ(予定)

I 概要

II ブルークラスター
ブルー嗜好によるタイプ分類
ブルーの嗜好タイプ別で嗜好デザイン傾向を明らかにする
使いたい色 車、携帯電話、着こなし
ブルーの嗜好タイプ別お金を使いたい分野や価値観、行動性

III 感性ライフスタイル分析
ビジュアル嗜好による感性ライフスタイル分類
感性ライフスタイル別自分を表したい分野、ライフスタイル全般を明らかにする
感性ライフスタイル別好きなイメージ
その他 好むデザイン、色彩
感性ライフスタイル別生活価値観、生活行動のまとめ

■調査概要

・研究対象 大学生から60代までの男性 647名
・調査方法 WEB調査
・調査時期 2010年2月中旬
・分析方法
①ブルー嗜好結果を用いた数量化Ⅲ類による要因軸抽出
②ブルー要因軸を用いたクラスター分析
③ビジュアル項目嗜好結果を用いた数量化Ⅲ類による要因軸抽出
④ビジュアル嗜好要因軸を用いたクラスター分析
⑤ブルー嗜好、ビジュアル嗜好それぞれのクラスター別単純集計

・調査項目
ビジュアル項目 色彩関連(単色、5色配色、ブルー系)
その他分野(インテリア、車、インテリア雑貨・ファッション雑貨類、柄など)

■発行 2010年10月末発売

■説明会セット価格/ 90,000円(税別)
体裁/報告書・PDFデータ・説明会(1h程度)
※説明会セット価格は基本料金です。開催場所、参加人数により追加料金が発生する場合がございます。

■資料価格/ 60,000円(税別)
体裁/報告書・PDFデータ

■既存レポートのご案内

- ①女性の感性・価値観研究 vol.1 ピンククラスター分析
- ②女性研究 vol.2 学生～30代前半クローズアップ分析&キラキラ感覚分析
- ③女性研究 vol.3 消費意欲・購買行動研究&専業主婦vs有職女性の嗜好比較
- ④世代研究 2009 ゆとり世代から団塊世代、戦中世代までの世代別嗜好比較
感性が育った背景を明らかにし、5年後を予測