

# ファッションクラスタ [男性]

ーファッションスタイルからみたタイプ分けー

# ファッション男性：クラスターの概要

名称	概要	構成比率		
		2013年	2014年	2015年
1.着るものがあればいい派	流行に関心がなければ、自分なりのこだわりもない。品質や価格もどうでもよい。ブランドにもこだわりは低い。	10%	11%	13%
2.こざっぱり派	多少見た目も気にしながら、お気に入り店で買い物を済ませ、時には衝動買いもする。気に入ったアイテムには多少の出費も厭わない。	15%	15%	14%
3.ビジュアル派	機能性よりも流行や見た目に強いこだわりを見せる。ネットオークションや古着屋など、あらゆるルートで自分が好きなアイテムを手に入れる。	17%	20%	22%
4.頑固おやし派	コーディネートにも自分なりのこだわりがあり、他人の意見に振り回されない。機能性に対する意識も高く、そういうアイテムをリーズナブルに手に入れようとする。	14%	13%	12%
5.ファッションISTA派	小物にも配慮を怠らない正真正銘のオシャレ男子。見た目はもちろん、素材や機能性、着回しなど、あらゆるポイントを考慮してアイテムを選ぶ。	14%	13%	11%
6.母さんがスタイリスト派	カジュアルで着回しの効くアイテムを好む傾向にあるが、往々にして、服は自分で買わずに他人にお任せ。	13%	12%	11%
7.地味なおジサン派	体形にフィットするか、クリーニングしなくても良い等実用性を重視する。これらが満たされれば、見た目やブランドは気にしない。	17%	18%	17%

---

# ファッション男 クラスタ詳細

## 2015年

---

# ファッション男性 1. 着るものがあればいい派 13%

単位:%	流行りの衣類はすぐ取り入れる	衣類を衝動買いする	ファッション性よりも自分の体形に合う衣類を選ぶ	衣類はお気に入りのブランドやお店で買う	衣類を購入する際に、家族や友人・知人の意見を参考にする	人目につかないところにおしゃれをする	ファッションのコーディネートはできるだけ自分オリジナルにする	外出する時は、カジュアルな衣類を選ぶ	衣類はバーゲンを利用するなど「より良いものを安く」手に入れる
着るものがあればいい派	0 (4)	3 (10)	19 (42)	6 (23)	6 (17)	1 (10)	2 (17)	28 (53)	18 (39)

単位:%		年齢							
		全体	20代	30代	40代	50代	60代		
性別	男性	100 (100)	25 (17)	22 (21)	23 (24)	16 (19)	13 (19)		
	女性	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)		
婚姻状況		居住地域			就業状況				
未婚		55 (44)	北海道	5 (4)	近畿	17 (18)	工作中	75 (78)	
既婚		41 (51)	東北	7 (7)	中国	5 (5)	専業主婦(夫)	0 (0)	
離別		4 (5)	関東	36 (37)	四国	3 (3)	リタイア	7 (10)	
死別		1 (1)	中部	17 (17)	九州沖縄	10 (10)	その他(休職他)	18 (12)	
ゆとり※		年収(万円)		406 (488)	満足度他※		価値観クラスター		
経済的※		17 (20)	貯蓄(万円)		673 (933)	食事	38 (48)	ノーマル派	15 (21)
時間的※		44 (49)	ローン残高(万円)		377 (404)	健康	25 (30)	あきらめムード派	31 (24)
オピニオンリーダー度※		9 (14)			仕事・学業	17 (23)	上昇志向人生快樂派	11 (13)	
イノベータ度※		14 (16)			余暇・趣味	31 (40)	健康のんびり派	15 (16)	
生きがい		ファッション			14 (20)	気まま快樂派	14 (7)		
仕事		15 (19)	社会活動	2 (3)	住環境	31 (42)	絆重視おもてなし派	6 (9)	
家庭		17 (27)	その他	5 (7)	仕事つきあい	17 (22)	アクティブ積極派	9 (11)	
余暇・趣味		43 (51)	特にない	41 (30)	家族の会話	31 (40)	※はTOP2の値 ( )は平均値		
					友人つきあい	20 (30)			
					全体	31 (38)			
					希望	16 (24)			
					幸福度	30 (41)			

# ファッション男性 2.こざっぱり派

14%

単位:%	流行りの衣類はすぐ取り入れる	衣類を衝動買いする	ファッション性よりも自分の体形に合う衣類を選ぶ	衣類はお気に入りのブランドやお店で買う	衣類を購入する際に、家族や友人・知人の意見を参考にする	人目につかないところにおしゃれをする	ファッションのコーディネートはできるだけ自分オリジナルにする	外出する時は、カジュアルな衣類を選ぶ	衣類はバーゲンを利用するなど「より良いものを安く」手に入れる
こざっぱり派	2 (4)	12 (10)	23 (42)	27 (23)	6 (17)	8 (10)	15 (17)	44 (53)	29 (39)

単位:%		年齢					
		全体	20代	30代	40代	50代	60代
性別	男性	100 (100)	15 (17)	23 (21)	25 (24)	20 (19)	16 (19)
	女性	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
婚姻状況		居住地域			就業状況		
未婚	41 (44)	北海道	4 (4)	近畿	18 (18)	就労中	81 (78)
既婚	53 (51)	東北	8 (7)	中国	6 (5)	専業主婦(夫)	0 (0)
離別	5 (5)	関東	36 (37)	四国	3 (3)	リタイア	9 (10)
死別	1 (1)	中部	15 (17)	九州沖縄	10 (10)	その他(休職他)	10 (12)
ゆとり※		年収(万円)	524 (488)	満足度他※		価値観クラスター	
経済的※	20 (20)	貯蓄(万円)	917 (933)	食事	44 (48)	ノーマル派	25 (21)
時間的※	47 (49)	ローン残高(万円)	434 (404)	健康	30 (30)	あきらめムード派	29 (24)
オピニオンリーダー度※		13 (14)		仕事・学業	22 (23)	上昇志向人生快樂派	12 (13)
イノベータ度※		16 (16)		余暇・趣味	37 (40)	健康のんびり派	15 (16)
生きがい				ファッション	21 (20)	気まま快樂派	6 (7)
仕事	19 (19)	社会活動	3 (3)	住環境	41 (42)	絆重視おもてなし派	6 (9)
家庭	27 (27)	その他	7 (7)	仕事つきあい	21 (22)	アクティブ積極派	8 (11)
余暇・趣味	50 (51)	特にない	30 (30)	家族の会話	37 (40)	※はTOP2の値 ( )は平均値	
				友人つきあい	28 (30)		
				全体	38 (38)		
				希望	23 (24)		
				幸福度	41 (41)		

# ファッション男性 3. ビジュアル派

22%

単位:%	流行りの衣類はすぐ取り入れる	衣類を衝動買いする	ファッション性よりも自分の体形に合う衣類を選ぶ	衣類はお気に入りブランドやお店で買う	衣類を購入する際に、家族や友人・知人の意見を参考にする	人目につかないところにおしゃれをする	ファッションのコーディネートはできるだけ自分オリジナルにする	外出する時は、カジュアルな衣類を選ぶ	衣類はバーゲンを利用するなど「より良いものを安く」手に入れる
ビジュアル派	10 (4)	14 (10)	18 (42)	21 (23)	13 (17)	14 (10)	16 (17)	26 (53)	25 (39)

単位:%		年齢					
		全体	20代	30代	40代	50代	60代
性別	男性	100 (100)	26 (17)	28 (21)	25 (24)	15 (19)	7 (19)
	女性	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
婚姻状況		居住地域			就業状況		
未婚	51 (44)	北海道	4 (4)	近畿	18 (18)	就労中	84 (78)
既婚	45 (51)	東北	6 (7)	中国	5 (5)	専業主婦(夫)	0 (0)
離別	4 (5)	関東	38 (37)	四国	3 (3)	リタイア	3 (10)
死別	0 (1)	中部	16 (17)	九州沖縄	10 (10)	その他(休職他)	13 (12)
ゆとり※		年収(万円)	489 (488)	満足度他※		価値観クラスター	
経済的※	18 (20)	貯蓄(万円)	696 (933)	食事	30 (48)	ノーマル派	21 (21)
時間的※	34 (49)	ローン残高(万円)	418 (404)	健康	22 (30)	あきらめムード派	51 (24)
オピニオンリーダー度※		19 (14)		仕事・学業	18 (23)	上昇志向人生快樂派	8 (13)
イノベータ度※		19 (16)		余暇・趣味	28 (40)	健康のんびり派	5 (16)
生きがい				ファッション	18 (20)	気まま快樂派	2 (7)
仕事	18 (19)	社会活動	3 (3)	住環境	25 (42)	絆重視おもてなし派	2 (9)
家庭	24 (27)	その他	6 (7)	仕事つきあい	17 (22)	アクティブ積極派	10 (11)
余暇・趣味	46 (51)	特になし	36 (30)	家族の会話	28 (40)	※はTOP2の値 ( )は平均値	
				友人つきあい	22 (30)		
				全体	28 (38)		
				希望	23 (24)		
				幸福度	32 (41)		

# ファッション男性 4. 頑固おやじ派

12%

単位:%	流行りの衣類はすぐ取り入れる	衣類を衝動買いする	ファッション性よりも自分の体形に合う衣類を選ぶ	衣類はお気に入りブランドやお店で買う	衣類を購入する際に、家族や友人・知人の意見を参考にする	人目につかないところにおしゃれをする	ファッションのコーディネートはできるだけ自分オリジナルにする	外出する時は、カジュアルな衣類を選ぶ	衣類はバーゲンを利用するなど「より良いものを安く」手に入れる
頑固おやじ派	1 (4)	11 (10)	71 (42)	29 (23)	4 (17)	13 (10)	32 (17)	79 (53)	56 (39)

単位:%		年齢							
		全体	20代	30代	40代	50代	60代		
性別	男性	100 (100)	11 (17)	17 (21)	23 (24)	21 (19)	28 (19)		
	女性	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)		
婚姻状況		居住地域			就業状況				
未婚		43 (44)	北海道	3 (4)	近畿	17 (18)	就労中	73 (78)	
既婚		49 (51)	東北	7 (7)	中国	5 (5)	専業主婦(夫)	0 (0)	
離別		7 (5)	関東	37 (37)	四国	2 (3)	リタイア	15 (10)	
死別		1 (1)	中部	17 (17)	九州沖縄	10 (10)	その他(休職他)	11 (12)	
ゆとり※		年収(万円)		449 (488)	満足度他※		価値観クラスター		
経済的※		21 (20)	貯蓄(万円)		1087 (933)	食事	59 (48)	ノーマル派	21 (21)
時間的※		60 (49)	ローン残高(万円)		331 (404)	健康	35 (30)	あきらめムード派	7 (24)
オピニオンリーダー度※		12 (14)			仕事・学業	27 (23)	上昇志向人生快樂派	16 (13)	
イノベータ度※		15 (16)			余暇・趣味	51 (40)	健康のんびり派	21 (16)	
生きがい		ファッション		22 (20)	仕事・学業	27 (23)	気まま快樂派	7 (7)	
仕事		21 (19)	社会活動		5 (3)	住環境	52 (42)	絆重視おもてなし派	15 (9)
家庭		24 (27)	その他		10 (7)	仕事つきあい	24 (22)	アクティブ積極派	13 (11)
余暇・趣味		59 (51)	特にない		24 (30)	家族の会話	45 (40)	※はTOP2の値 ( )は平均値	
					友人つきあい	37 (30)			
					全体	45 (38)			
					希望	26 (24)			
					幸福度	45 (41)			

# ファッション男性 5. ファッションニスタ派

11%

単位:%	流行りの衣類はすぐ取り入れる	衣類を衝動買いする	ファッション性よりも自分の体形に合う衣類を選ぶ	衣類はお気に入りブランドやお店で買う	衣類を購入する際に、家族や友人・知人の意見を参考にする	人目につかないところにおしゃれをする	ファッションのコーディネートはできるだけ自分オリジナルにする	外出する時は、カジュアルな衣類を選ぶ	衣類はバーゲンを利用するなど「より良いものを安く」手に入れる
ファッションニスタ派	7 (4)	24 (10)	52 (42)	54 (23)	36 (17)	28 (10)	37 (17)	74 (53)	56 (39)

単位:%		年齢							
		全体	20代	30代	40代	50代	60代		
性別	男性	100 (100)	14 (17)	21 (21)	24 (24)	20 (19)	21 (19)		
	女性	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)		
婚姻状況		居住地域			就業状況				
未婚		33 (44)	北海道	3 (4)	近畿	18 (18)	就労中	81 (78)	
既婚		62 (51)	東北	5 (7)	中国	5 (5)	専業主婦(夫)	1 (0)	
離別		4 (5)	関東	40 (37)	四国	2 (3)	リタイア	10 (10)	
死別		1 (1)	中部	15 (17)	九州沖縄	11 (10)	その他(休職他)	8 (12)	
ゆとり※		年収(万円)		608 (488)	満足度他※		価値観クラスター		
経済的※		28 (20)	貯蓄(万円)		1245 (933)	食事	62 (48)	ノーマル派	27 (21)
時間的※		53 (49)	ローン残高(万円)		532 (404)	健康	39 (30)	あきらめムード派	11 (24)
オピニオンリーダー度※		21 (14)			仕事・学業	33 (23)	上昇志向人生快樂派	17 (13)	
イノベータ度※		23 (16)			余暇・趣味	51 (40)	健康のんびり派	10 (16)	
生きがい		ファッション			36 (20)	気まま快樂派	4 (7)		
仕事		25 (19)	社会活動		5 (3)	住環境	55 (42)	絆重視おもてなし派	12 (9)
家庭		40 (27)	その他		9 (7)	仕事つきあい	31 (22)	アクティブ積極派	20 (11)
余暇・趣味		61 (51)	特になし		18 (30)	家族の会話	57 (40)	※はTOP2の値 ( )は平均値	
				友人つきあい	43 (30)	全体	50 (38)		
				希望	36 (24)	幸福度	56 (41)		



# ファッション男性 6.母さんがスタイリスト派

11%

単位:%	流行りの衣類はすぐ取り入れる	衣類を衝動買いする	ファッション性よりも自分の体形に合う衣類を選ぶ	衣類はお気に入りのブランドやお店で買う	衣類を購入する際に、家族や友人・知人の意見を参考にする	人目につかないところにおしゃれをする	ファッションのコーディネートはできるだけ自分オリジナルにする	外出する時は、カジュアルな衣類を選ぶ	衣類はバーゲンを利用するなど「より良いものを安く」手に入れる
母さんがスタイリスト派	0 (4)	6 (10)	65 (42)	24 (23)	63 (17)	4 (10)	13 (17)	71 (53)	58 (39)

単位:%		年齢							
		全体	20代	30代	40代	50代	60代		
性別	男性	100 (100)	10 (17)	15 (21)	23 (24)	22 (19)	30 (19)		
	女性	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)		
婚姻状況		居住地域			就業状況				
未婚		20 (44)	北海道	5 (4)	近畿	17 (18)	就事中	76 (78)	
既婚		77 (51)	東北	7 (7)	中国	6 (5)	専業主婦(夫)	1 (0)	
離別		2 (5)	関東	34 (37)	四国	2 (3)	リタイア	15 (10)	
死別		1 (1)	中部	19 (17)	九州沖縄	10 (10)	その他(休職他)	9 (12)	
ゆとり※		年収(万円)		588 (488)	満足度他※		価値観クラスター		
経済的※		24 (20)	貯蓄(万円)		1196 (933)	食事	69 (48)	ノーマル派	23 (21)
時間的※		58 (49)	ローン残高(万円)		492 (404)	健康	36 (30)	あきらめムード派	8 (24)
オピニオンリーダー度※		12 (14)			仕事・学業	29 (23)	上昇志向人生快樂派	15 (13)	
イノベータ度※		14 (16)			余暇・趣味	50 (40)	健康のんびり派	22 (16)	
生きがい		ファッション		21 (20)	気まま快樂派	5 (7)			
仕事		23 (19)	社会活動		4 (3)	住環境	59 (42)	絆重視おもてなし派	15 (9)
家庭		45 (27)	その他		9 (7)	仕事つきあい	30 (22)	アクティブ積極派	14 (11)
余暇・趣味		57 (51)	特にない		19 (30)	家族の会話	62 (40)	※はTOP2の値 ( )は平均値	
					友人つきあい	37 (30)			
					全体	53 (38)			
					希望	31 (24)			
					幸福度	59 (41)			

# ファッション男性 7. 地味なオジサン派

17%

単位:%	流行りの衣類はすぐ取り入れる	衣類を衝動買いする	ファッション性よりも自分の体形に合う衣類を選ぶ	衣類はお気に入りブランドやお店で買う	衣類を購入する際に、家族や友人・知人の意見を参考にする	人目につかないところにおしゃれをする	ファッションのコーディネートはできるだけ自分オリジナルにする	外出する時は、カジュアルな衣類を選ぶ	衣類はバーゲンを利用するなど「より良いものを安く」手に入れる
地味なオジサン派	0 (4)	3 (10)	65 (42)	8 (23)	6 (17)	2 (10)	13 (17)	68 (53)	46 (39)

単位:%		年齢					
		全体	20代	30代	40代	50代	60代
性別	男性	100 (100)	13 (17)	17 (21)	24 (24)	22 (19)	24 (19)
	女性	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
婚姻状況		居住地域				就業状況	
未婚	50 (44)	北海道	4 (4)	近畿	17 (18)	就労中	71 (78)
既婚	44 (51)	東北	6 (7)	中国	5 (5)	専業主婦(夫)	1 (0)
離別	6 (5)	関東	36 (37)	四国	3 (3)	リタイア	14 (10)
死別	1 (1)	中部	18 (17)	九州沖縄	11 (10)	その他(休職他)	15 (12)
ゆとり※		年収(万円)	408 (488)	満足度他※		価値観クラスター	
経済的※	17 (20)	貯蓄(万円)	931 (933)	食事	49 (48)	ノーマル派	16 (21)
時間的※	56 (49)	ローン残高(万円)	302 (404)	健康	31 (30)	あきらめムード派	12 (24)
オピニオンリーダー度※		9 (14)		仕事・学業	21 (23)	上昇志向人生快樂派	14 (13)
イノベータ度※		11 (16)		余暇・趣味	42 (40)	健康のんびり派	25 (16)
生きがい				ファッション	15 (20)	気まま快樂派	14 (7)
仕事	15 (19)	社会活動	3 (3)	住環境	47 (42)	絆重視おもてなし派	11 (9)
家庭	19 (27)	その他	8 (7)	仕事つきあい	20 (22)	アクティブ積極派	9 (11)
余暇・趣味	51 (51)	特にない	34 (30)	家族の会話	39 (40)	※はTOP2の値 ( )は平均値	
				友人つきあい	29 (30)		
				全体	36 (38)		
				希望	19 (24)		
				幸福度	38 (41)		