
Research Press

— インターネットリサーチレポート —

VOL.003

消費行動に関する調査レポート

SAMPLE

平成21年11月

株式会社日本統計センター

、調査概要

1. テーマ

各種商品・サービスの購入経験・今後の購入意向、ライフスタイルに対する意識、趣味・興味について調査しました。

(14種の商品・サービスの購入経験・購入意向、26項目のライフスタイルに対する意識、現在の趣味・興味、興味が強くなったこと、興味が薄れたこと、今後始めたいこと)

2. 調査対象地域と対象者

調査対象地域は日本全国、調査対象者は日本全国のフルーツメール会員のうち、ブロック別・性別・年代別の調査対象者数を2008年住民基本台帳人口比に応じて設定し、調査を実施しました。

3. 調査方法

インターネットリサーチ(アイブリッジ株式会社が提供するリサーチプラス)により実施しました。

4. 調査実施時期

平成21年1月23日～平成21年2月18日の間で実施しました。

5. 回収数

日本全国で58,293名の回答を回収しました。

ブロック別、性・年代別の回収率は下表のとおりです。

	サンプル数	20歳未満		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60歳以上	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全国計	58293	1.1	1.5	5.1	9.4	6.4	10.1	10.1	10.5	21.2	9.6	11.6	3.2
		2.6		14.5		16.5		20.6		30.8		14.8	
北海道	2594	1.4	1.5	5.9	10.1	4.6	10.4	10.0	10.9	22.2	10.5	9.7	2.9
		2.9		16.0		15.0		20.9		32.7		12.6	
東北	3311	1.1	1.7	5.1	10.0	5.8	9.9	11.1	10.6	23.2	9.0	10.2	2.4
		2.8		15.1		15.7		21.7		32.2		12.6	
関東	23254	1.0	1.3	4.7	8.9	6.5	10.4	10.4	11.0	20.8	9.3	12.3	3.3
		2.3		13.6		16.9		21.4		30.1		15.6	
北陸	2022	1.4	1.9	6.3	8.4	7.3	9.9	11.4	10.2	21.3	8.6	10.0	3.3
		3.3		14.7		17.2		21.6		29.9		13.3	
中部	6621	1.3	1.9	6.0	10.3	6.9	10.1	9.9	9.2	22.3	9.1	10.5	2.5
		3.2		16.3		17.0		19.1		31.4		13.0	
近畿	11228	1.0	1.5	5.0	9.3	6.3	9.1	9.5	10.3	20.7	10.7	12.8	3.8
		2.5		14.3		15.4		19.8		31.4		16.6	
中国	3103	1.2	1.7	4.8	9.0	6.3	10.5	9.2	10.7	21.9	10.2	11.5	3.2
		2.9		13.8		16.8		19.9		32.1		14.7	
四国	1529	1.5	2.0	4.3	9.5	6.9	9.7	11.1	10.5	21.3	9.3	10.9	3.0
		3.5		13.8		16.6		21.6		30.6		13.9	
九州	4631	1.3	1.7	5.1	10.8	6.3	11.0	9.2	10.6	21.1	9.7	10.5	2.8
		3.0		15.9		17.3		19.8		30.8		13.3	

6. 集計・分析上の注意事項

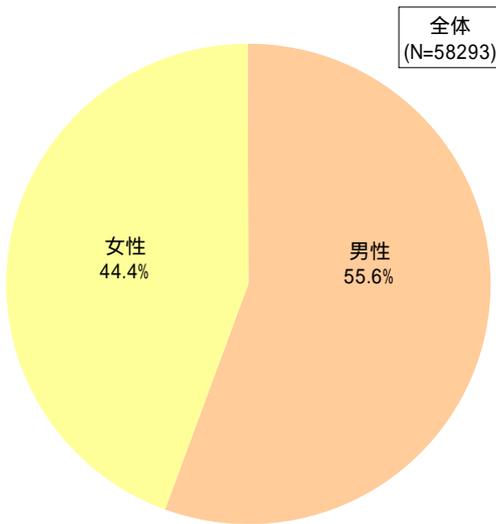
サンプル数は「N」で表記しています。

集計値は、原則として回答数の合計を100とした場合の構成比で、小数点第2位以下を四捨五入した値で示しています。このため、内訳の合計が100.0%にならない場合があります。なお、複数回答(2つ以上の選択肢を回答)は原則として100%を超えます。

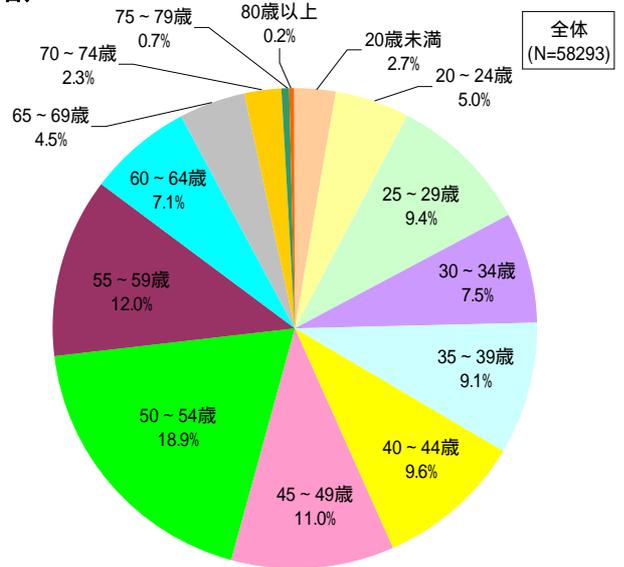
7. 回答者の属性

回答者の属性（調査項目の一部）は以下のとおりです。

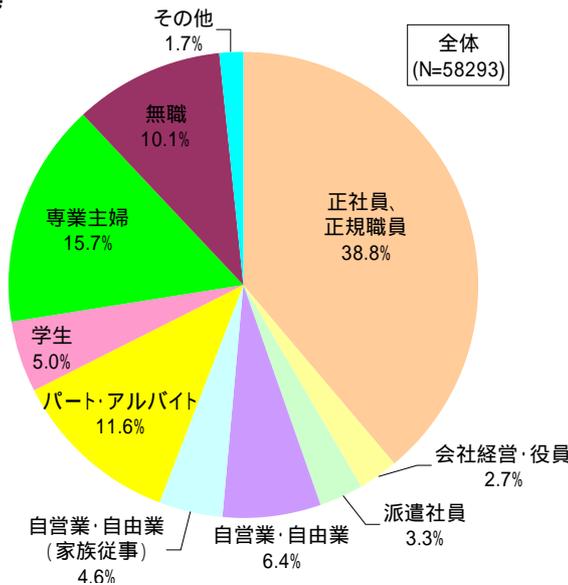
性別



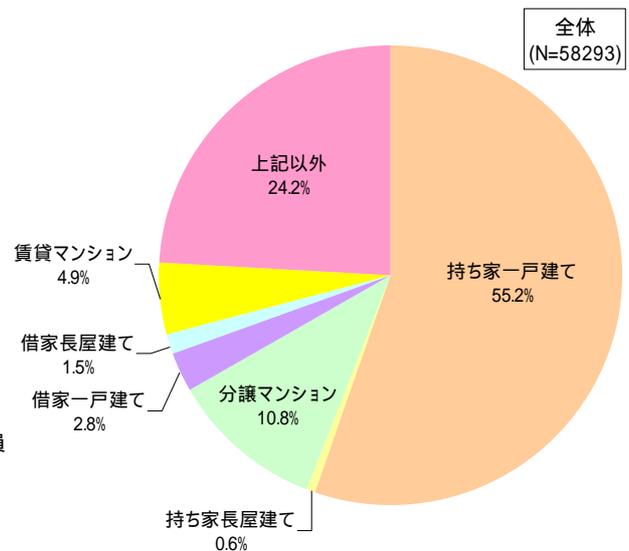
年齢



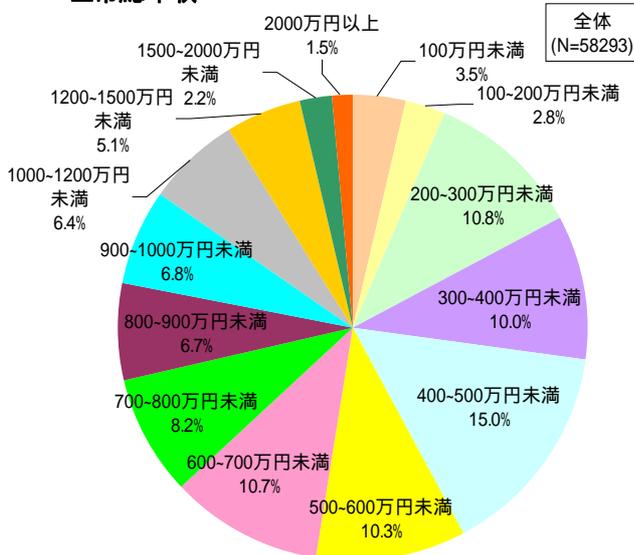
職業



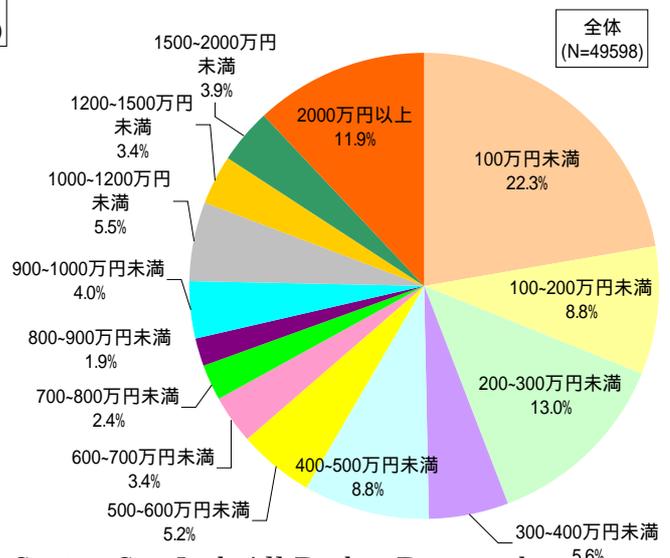
住居形態



世帯総年収



貯蓄合計額



、調査結果（概要）

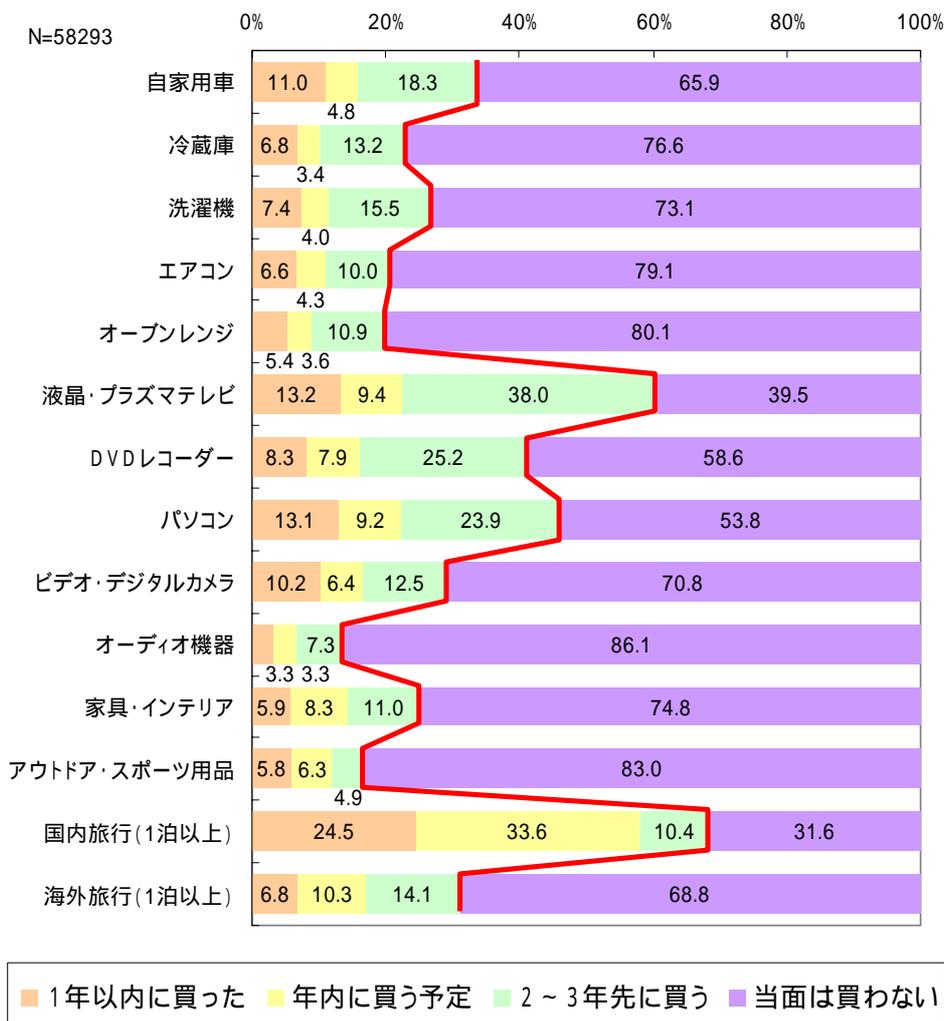
1. 耐久消費財・サービスの購入経験・購入意向

白物家電を中心に比較的高額な耐久消費財やサービスの購入経験や今後の購入意向についてたずねたところ、耐久消費財では2011年7月24日にアナログテレビ放送が終了し、地上デジタル放送に変わることを受けてか、『液晶・プラズマテレビ』を「1年以内に買った」人は13.2%でトップ、「年内に買う予定」もしくは「2～3年先に買う」人が47.4%と、購入済み・購入予定の割合は60.6%を占めています。

次に購入済み・購入予定の割合が多い品目は『パソコン』で46.2%、液晶・プラズマテレビとセット購入の可能性が高い『DVDレコーダー（ブルーレイディスクレコーダーを含む）』が41.4%となっています。

サービスの中では、『国内旅行（1泊以上）』を「1年以内に買った（行った）」が24.5%、「年内に買う（行く）予定」が33.6%と、いずれも商品・サービスの中ではトップとなっており、「2～3年先に買う（行く）」を含めた購入済み・購入予定の割合も商品・サービスの中でもっとも多くなっています。これは2009年3月28日から2年間限定で、「高速道路1000円乗り放題（ETC搭載車のみで一部の道路を除く）」となることを見込んだものとも考えられます。

『海外旅行（1泊以上）』の購入済み・購入予定の割合は、『国内旅行（1泊以上）』の半分以下（31.2%）にとどまっていますが、『家具・インテリア』や『アウトドア・スポーツ用品』と比べると購入済み・購入予定の割合は高く、景気低迷時とはいえ、調査実施時（2009年2月）の円高・ドル安傾向（1ドル92.5円、出所；NIKKEI NET）が海外旅行へのニーズを高めているのではないかと考えられます。



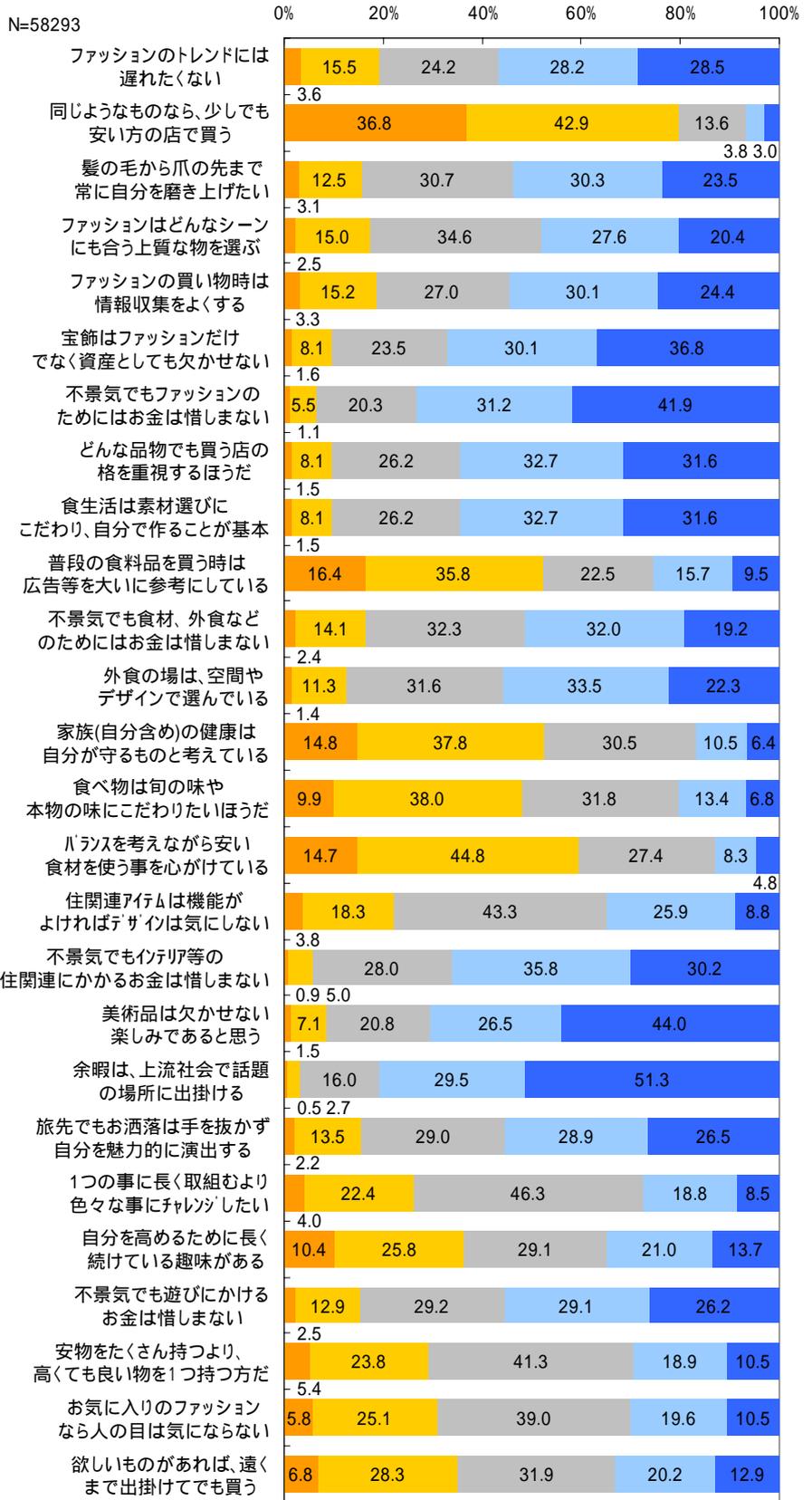
2. ライフスタイルに対する意識

次に回答者のライフスタイルに対する意識を26項目にわたって調査したところ、26項目のライフスタイルについての考え方に対して肯定的(「当てはまる」と「やや当てはまる」と回答)な人が多かったのは、『同じようなものなら、少しでも安い方の店で買う』が79.6%、『バランスを考えながら安い食材を使う事を心がけている』が59.5%などで、価格に非常に敏感な層が多くなっています。

逆に、否定的(「あまり当てはまらない」と「当てはまらない」と回答)な人が多かったのは、『余暇は、上流社会で話題の場所に出掛ける』で80.8%、『不景気でもファッションのためにはお金は惜しまない』が73.0%、『美術品は欠かせない楽しみであると思う』が70.6%、上流・高級志向や消費支出に貪欲な層が少ない傾向となっています。

ただし、『家族(自分含め)の健康は自分が守るものと考えている』や『食べ物は旬の味や本物の味にこだわりたいほうだ』といった項目に対して肯定的な人も多く、価格に敏感に反応しつつも食や健康にも気を使うといった堅実な面を持ち合わせている方も多数を占めています。

なお、ファッション関連の項目については否定的な意見の人が多いなかで、トレンド、向上心、上質、情報収集に積極的な人が20%程度存在しています。



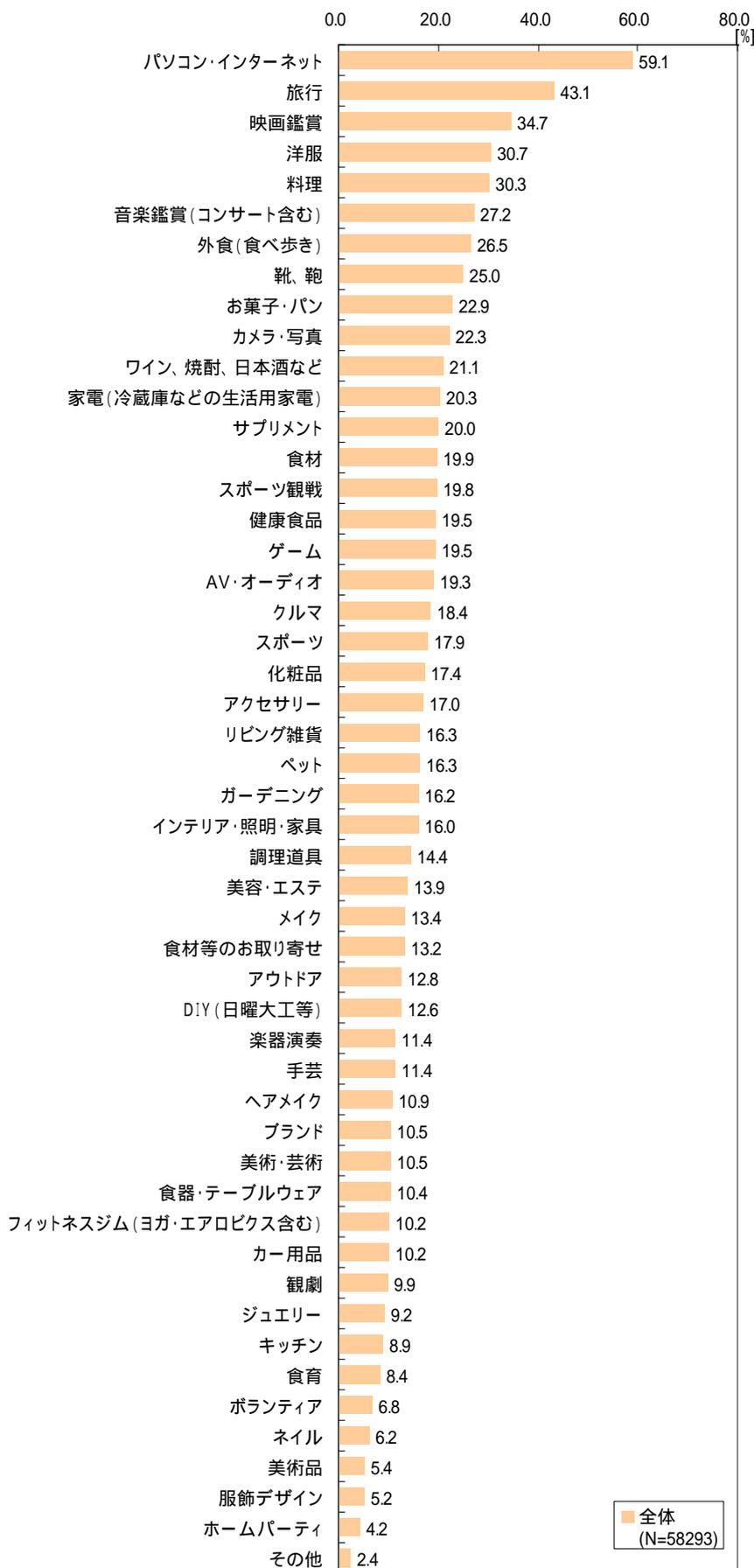
■ 当てはまる
 ■ やや当てはまる
 ■ どちらともいえない
■ あまり当てはまらない
 ■ 当てはまらない

3. 現在の趣味・興味があること

現在の趣味や興味があることのトップは、本調査がインターネット調査であり、そのモニター登録を行っている人を対象としていることでもあります。「パソコン・インターネット」で59.1%と圧倒的に多くなっています。ついで「旅行」が43.1%、「映画鑑賞」が34.7%、「洋服」が30.7%、「料理」が30.3%と、これらが現在の趣味・興味の上位5位となっています。

第2位の「旅行」については、前述の国内旅行の経験・予定で経験・予定率が非常に高かったことも影響していると考えられ、インターネット調査モニターの回答結果であることから「パソコン・インターネット」への興味が当たり前であるとするなら、「旅行」が現在の趣味・興味の第1位ということになります。

以降は「パソコン・インターネット」への回答率を考慮せずに調査結果をみていきます。

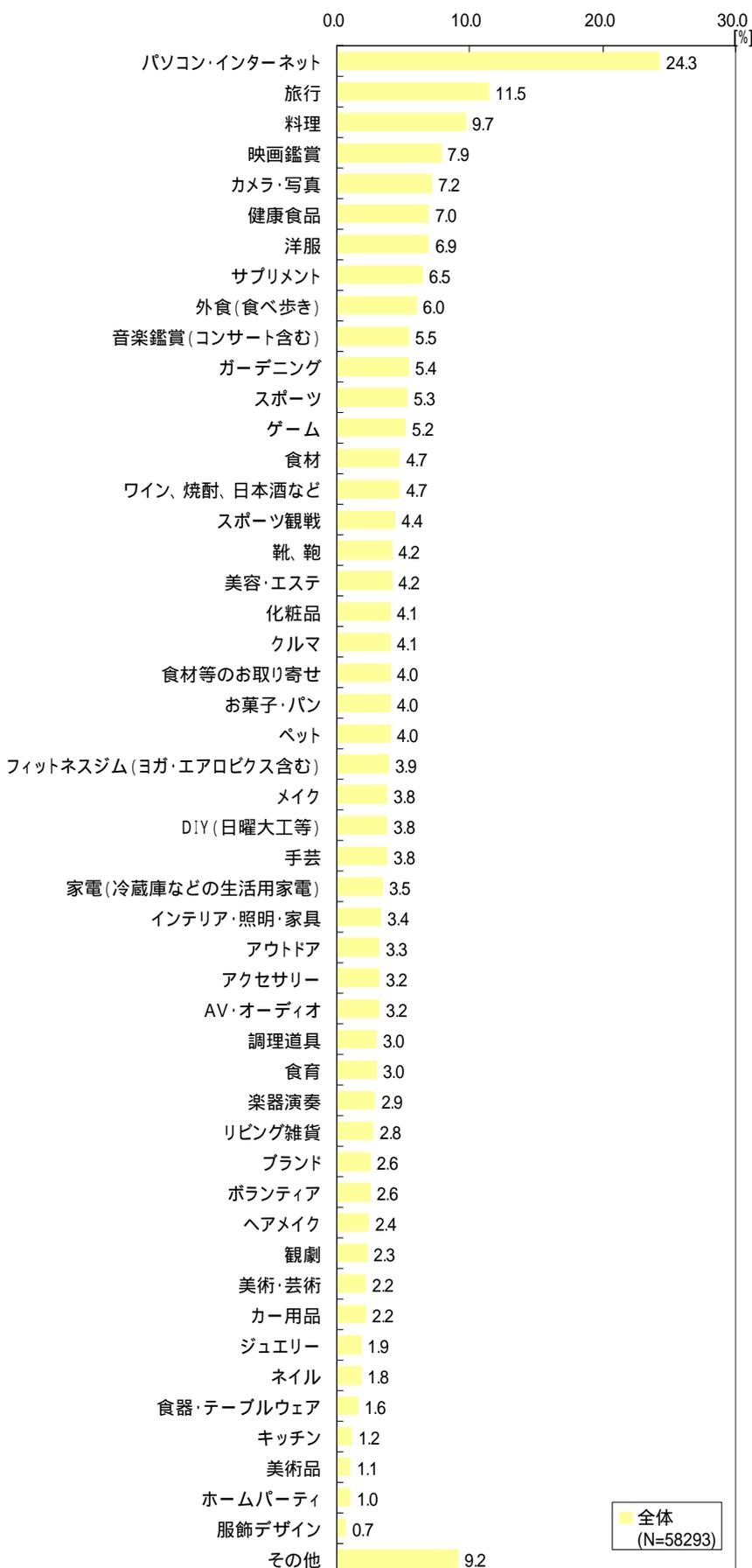


4. 以前に比べて興味が強くなったり、新たに始めたこと

以前に比べて興味が強くなったり、新たに始めたことのトップは、現在の趣味・興味があることでトップだった「旅行」で11.5%、次に「料理」(9.7%)、「映画鑑賞」(7.9%)、第4位には現在の趣味・興味があることの10位にあげられた「カメラ・写真」(7.2%)が浮上しています。

興味が強くなったり新たに始めたことの上位10位のなかで、現在の趣味・興味があることへの回答順位よりもランクアップしたものは、「カメラ・写真」に加え、「料理」や「健康食品」や「サプリメント」、「ガーデニング」などがあげられます。

前述のライフスタイルに対する意識において、『バランスを考えながら安い食材を使う事を心がけている』や『家族(自分含め)の健康は自分が守るものと考えている』、『食べ物は何の味や本物の味にこだわりたいほうだ』といった項目に対して肯定的な人も多かったことも影響してか、食・健康への興味は強まっていると考えられます。

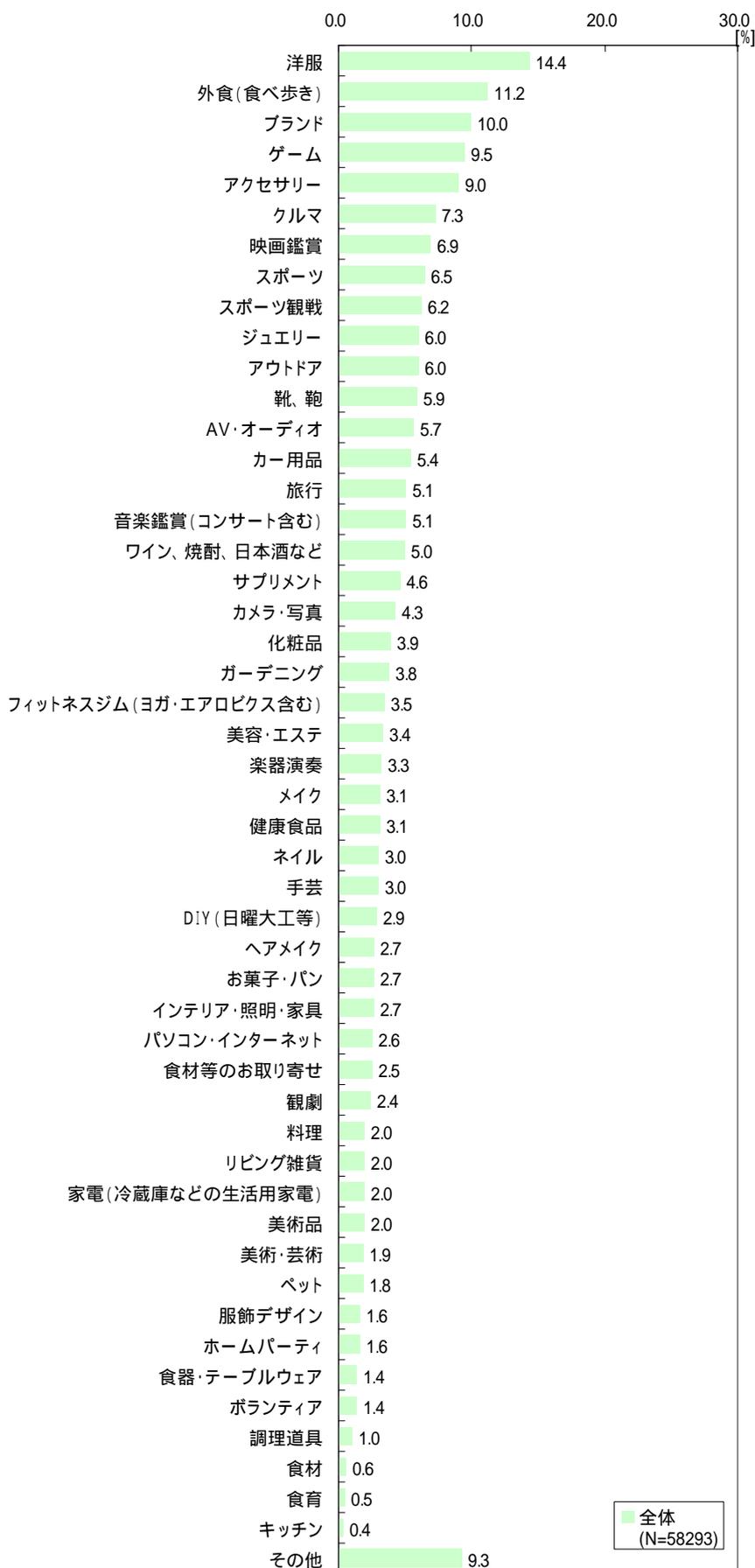


5. 以前に比べて興味が薄れたり、やめたこと

では、以前に比べて興味が薄れたり、やめたことでは、「洋服」が14.4%でトップ、次に「外食(食べ歩き)」が11.2%、「ブランド」(10.0%)、「ゲーム」(9.5%)、「アクセサリー」(9.0%)、「クルマ」(7.3%)と続いています。

また、第10位には現在の趣味・興味や興味が強くなったり新たに始めたことでは下位だった「ジュエリー」(6.0%)があげられています。

調査実施時期が世界同時不況の進行している時期ということもあり、これら的高级品・嗜好品・贅沢品に対する興味が薄れたというよりも、買い控えの意識が表れているのではないかと考えられます。

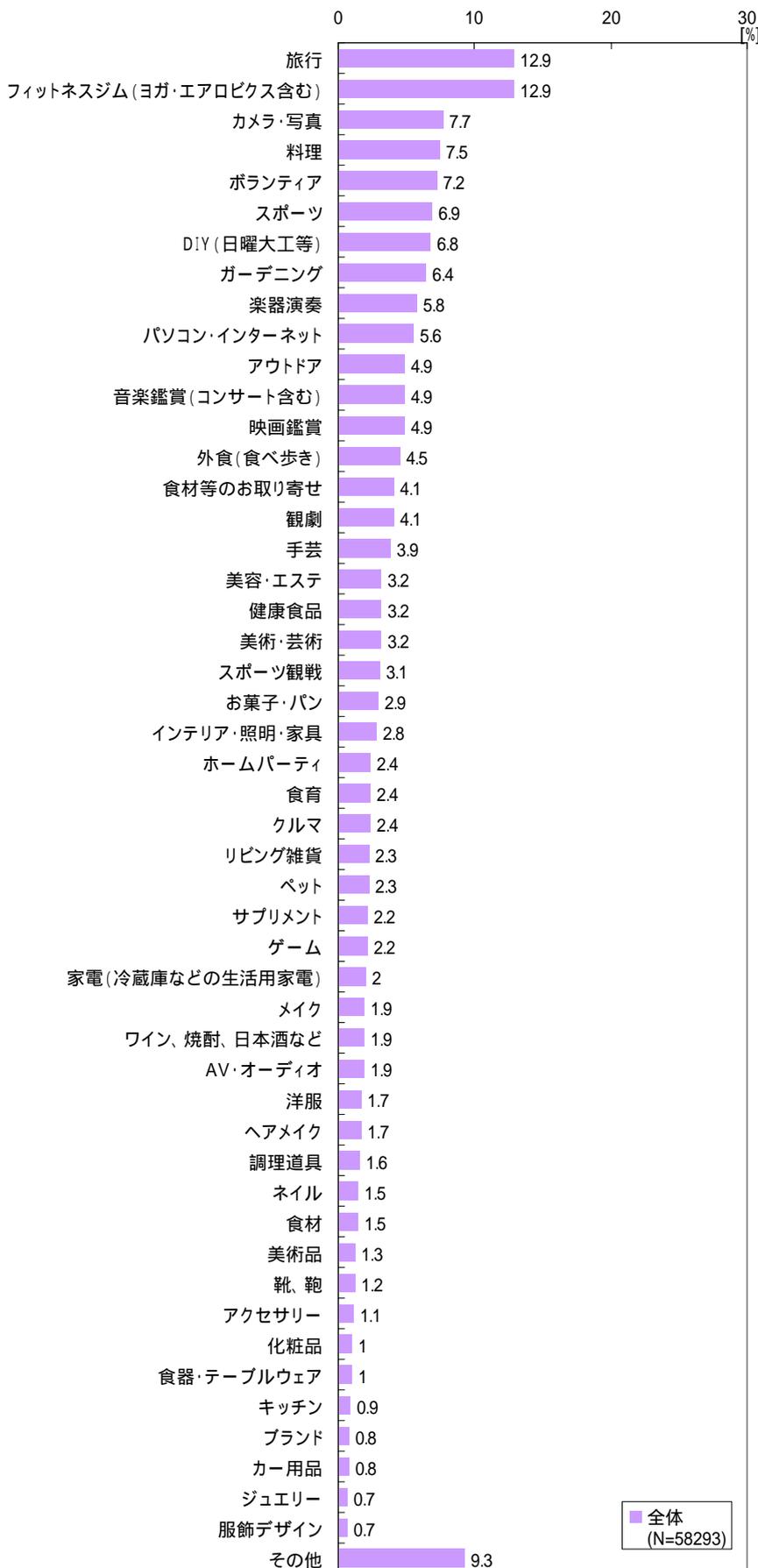


6. 今後、始めてみたいと思うこと

今後始めてみたいことのトップは、現在の趣味や興味が強くなったことでトップだった「旅行」と、現在の趣味では下位だった「フィットネスジム(ヨガ・エアロビクスを含む)」がそれぞれ12.9%となりました。

3位以下は「カメラ・写真」が7.7%、「料理」が7.5%、「ボランティア」が7.2%、「スポーツ」が6.9%と続いています。

「旅行」については、現在の趣味、興味が強くなったこと、今後始めてみたいことのトップ(パソコン・インターネットを除く)であり、国内外を含め、旅行市場は拡大していく可能性を秘めていると考えられます。その要因としては高速道路1000円乗り放題や円高・ドル安傾向などが考えられますが、今後、高速道路料金の無料化が実現されると、国内旅行市場の拡大に大きく影響するのではないかと考えられます。



成果品では、以下の視点からみた特徴も分析しています。ぜひお申込みください。

- 回答者の地域・年代別にみた耐久消費財等へのニーズ、価格志向の度合い、今後始めたい趣味は何か？
- 因子分析によるライフスタイルを規定する因子は何か？
- その因子から構成されるライフスタイルクラスターの特徴は？
- ライフステージ別（子どもの年齢と趣味・興味の相関は？）
- DINKS, DEWKS, SINKS, SIWKS によるライフスタイル意識の違い、趣味の違いはあるのか？
- 世帯総年収・貯蓄総額別（年収・貯蓄額による趣味・興味の強まり、弱まりの違いがあるのか？） etc

なお、レポートに記載していない集計については、クロス集計サービス「Add Cross」をご契約いただければ、別途有償にてご提供させていただきます。

Research Press

— インターネット調査レポート —

消費行動に関する調査レポート

SAMPLE

平成21年11月

株式会社日本統計センター

本レポートの無断転載・複写を禁じます。また、本レポートにかかわる損害賠償の責は一切負いかねます。本レポートの転載、および一部引用が必要な場合には、research@nihon-toukei.co.jpまでお問い合わせください。