



2010.09.07

## 生活定点データトピックス [Vol.2]

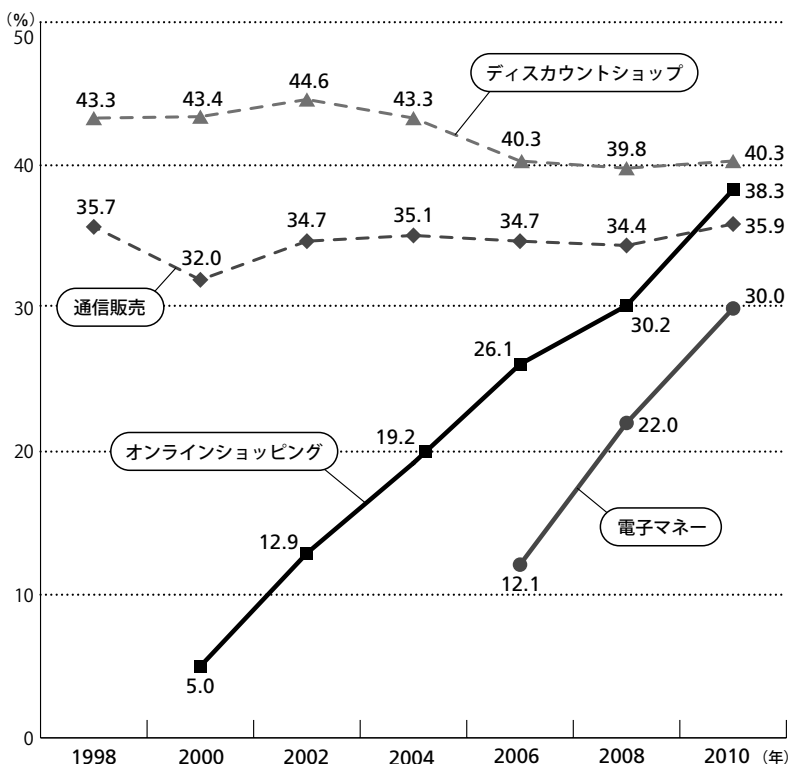
～博報堂生活総合研究所調査より～

# 不況下においても伸張を続ける オンラインショッピングと電子マネー。

- ・最近1年以内に、オンラインショッピングで買い物をした 2000年5.0% → 2010年38.3%
- ・日常的に電子マネーを使っている 2006年12.1% → 2010年30.0%

博報堂生活総合研究所では、生活者の意識や行動の変化から将来の価値観や欲求の行方を予測するため、同じ条件の調査地域・調査対象者に対し、同じ質問を繰り返し投げかける定点観測型のアンケート調査「生活定点」を2年に1度、実施しています。この度、「生活定点」調査の時系列分析から、生活者の意識・価値観の大きな変化を発見しましたので、ご紹介いたします。

- <最近1年以内>オンラインショッピング（インターネットなど）で買い物をした
- 日常的に電子マネーを使っている
- ▲- <最近1年以内>ディスカウントショップで買い物をした
- ◆- <最近1年以内>通信販売（雑誌、テレビ、ダイレクトメールなど）で買い物をした



### 暮らしに浸透するスマートショッピング。

個人消費の低迷が指摘される中、オンラインショッピングと電子マネーの利用者は順調に増加を続けています。2000年にはわずか5.0%だったオンラインショッピング利用者は、2010年には38.3%と4割に達しようとしています。この2年間も8.1ポイント増と、過去最大の上昇幅となりました。また、電子マネーの利用者も、2006年の12.1%から2010年30.0%と4年間で倍増、珍しい風景ではなくなりました。

一方で、ディスカウントショップの利用者は、2002年の44.6%をピークに若干減少、通信販売の利用者もここ数年35%前後で横ばいとなっています。

このように、不況の中にあっても、生活者は従来の購買チャネルだけに留まらず、新しい消費スタイルを取り入れ、購買行動を進化させています。自宅に居ながらにして、簡単に様々な商品と比較したり、購入する店舗を選んだりすることができるオンラインショッピング、小銭要らずですばやく決済できる電子マネーなど、手軽で便利なお買い物——スマートショッピングが暮らしに根を下ろそうとしています。

※ 生活者の意識・価値観の大きな変化は、今後も「生活定点データトピックス」シリーズとして、毎月発表する予定です。

本件に関する  
お問合せ先

株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所  
株式会社博報堂 広報室

斎藤・夏山・吉川 TEL: 03-6441-6450  
西尾・山野 TEL: 03-6441-6161

## 博報堂生活総合研究所「生活定点」調査について

- **調査概要** 1992年の調査開始から2年に1度、同じ条件の調査地域・調査対象者に対し、同じ質問を繰り返し投げかける定点観測型アンケート調査として実施。その結果から、生活者の意識や行動の変化を時系列で捉え、将来の価値観や欲求の行方を予測することを目的としている。
- **調査地域** 首都 40 km圏  
(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県・茨城県)  
阪神 30 km圏  
(大阪府・京都府・兵庫県・奈良県)
- **調査対象者** 20歳～69歳の男女
- **サンプル数**  
(有効回収)
- |             |        |
|-------------|--------|
| 1992年       | 1,976名 |
| 1994年～2002年 | 2,000名 |
| 2004年       | 3,105名 |
| 2006年       | 3,293名 |
| 2008年       | 3,371名 |
| 2010年       | 3,389名 |
- 男女それぞれ5歳刻みを1グループとし、最も少ないグループでも有効回収数が125人となるように、最新の国勢調査に基づきサンプルの割付を行った。
- **サンプリング** 該当エリアの町丁目別世帯累積表より、1地点10人前後としたときの地点を等間隔で抽出し、該当地点で対象者を設定した。
- **調査方法** 訪問留置法
- **調査時期** 偶数年5月  
(最新データは2010年5月11日～2010年5月31日)
- **調査項目** 衣、食、住、健康、学び、働き、家族、恋愛・結婚、交際、贈答、消費・お金、情報、メディア、社会意識、日本の行方、国際化と日本、地球環境など  
1,492項目。(2010年時点)
- **設計・分析** 博報堂生活総合研究所
- **実施・集計** 株式会社 東京サーベイ・リサーチ

## 生活定点URL

<http://seikatsusoken.jp/teiten/>

※「生活定点」の時系列分析から発見した生活者の意識・価値観の大きな変化は、「生活定点データトピックス」シリーズとして毎月発表する予定です。

※ 博報堂生活総合研究所のWEBサイト「生活総研 ONLINE」(<http://seikatsusoken.jp/>)では、すでに公表した「生活定点」の分析結果も含め、生活者に関する調査・研究データにご自由にアクセスしていただくことが可能です。ぜひ一度ご覧ください。