



2019年6月25日

博報堂生活総合研究所「消費1万人調査」調査結果を発表

第一弾「平成の消費観・消費行動に影響を与えたもの」編

1位「携帯電話・スマートフォン」 2位「インターネット通販」 3位「パソコン」

“スマホ”の影響が大きい若年層、“社会・経済”の影響が大きい中高年層

博報堂生活総合研究所はこのたび、「消費1万人調査」を行いました。この調査では、全国の15～69歳の男女1万人に、買い物・消費に関する価値観や行動について聴取しています。個人間取引や中古品売買の増加、所有せずに定額で利用するサービスの登場など、生活者をとりまく消費環境が大きく変化するなかで、生活者の買い物・消費に関する価値観や行動がどう変わったのか調査したものです。（調査概要の詳細はp.4参照）

今回の発表は、第一弾「平成の消費観・消費行動に影響を与えたもの」編です。平成に登場した商品・サービス・政策・流行などを生活者に提示し、「自身の買い物や消費、お金のやりくりに対する考え方・行動に大きな影響を与えたと思う」と回答したものについて、調査結果をお伝えいたします。

なお、本調査は博報堂生活総合研究所で進めている消費に関する研究の一環です。本調査を含む各種研究の成果については、サマーセミナー2019「消費対流～『決めない』という新・合理～」として、研究発表イベントやレポートなどで発表してまいります。

調査結果のポイント

全体の特徴

1位「携帯電話・スマートフォン」 2位「インターネット通販」 3位「パソコン」

- 全体ランキングの1位は、2位以下に約9ptの差をあけて「携帯電話・スマートフォン」となりました。
- 1位「携帯電話・スマートフォン」、2位「インターネット通販」、4位「100円均一ショップ」については、男女すべての年代で10位以内。4位「電子マネー」、7位「ファストファッション」についても幅広い性年代で10位以内となりました。

年代別の特徴

“スマホ”の影響が大きい若年層、“社会・経済”の影響が大きい中高年層

- 30代以下では「SNS」「フリマアプリ」が上位にランクイン。10代（15～19歳）では「無料で利用できる音楽・動画・写真などのアプリ・サービス」「インフルエンサー」も10位以内と、スマートフォンの影響の大きさがうかがえます。
- 40代以上では「消費税増税」「消費税導入」「阪神淡路大震災・東日本大震災」が上位となり、若い世代に比べて社会・経済からの影響を大きく受けているようです。

男女別の特徴

“便利さ”の影響が大きい男性、“お得さ”の影響が大きい女性

- 男女差の大きい項目に着目すると、男性では「パソコン（男性2位：39.3%、女性5位：32.5%）」「コンビニエンスストア（男性6位：20.6%、女性15位：16.1%）」など、便利な買い物を実現したものに票が集まりました。
- 女性では「100円均一ショップ（男性4位：31.5%、女性2位：39.9%）」、「ファストファッション（男性7位：18.3%、女性6位：26.7%）」、「フリマアプリ（男性21位：10.9%、女性12位：18.7%）」といった、安価でお得な買い物に票が集まりました。また、「断捨離（男性14位：15.2%、女性4位：33.1%）」は男性よりも20ポイント近く高い値となったほか、10代を除くすべての年代で10位以内となっています。

“平成の消費観・消費行動に影響を与えたもの” ランキング

平成30年間で起きた出来事や、平成に登場した商品・サービス・政策・流行などの中で、あなたの買い物や消費、お金のやりくりに対する考え方・行動に大きな影響を与えたと思うものは何ですか。特に大きな影響があったと思うものをいくつかもお選びください。
※平成30年間で起きた出来事や登場した商品・サービス・政策・流行などから、経済に影響を与えたと思われるものや世の中で注目されたと思われるものを収集し、うち39項目について調査（項目一覧はp. 4 参照）

全体 (10,000人) (%)

1	携帯電話、スマートフォン	46.3
2	インターネット通販	37.6
3	パソコン	35.9
4	100円均一ショップ	35.7
5	断捨離	24.1
6	電子マネー	22.7
7	ファストファッション	22.4
8	消費税増税	20.0
9	SNS	19.6
10	PB(プライベートブランド)	19.0
11	コンビニエンスストア	18.4
12	消費税導入	17.5
13	年金制度の改正	16.7
14	フリマアプリ	14.8
15	ロコミサイト	14.7
16	阪神淡路大震災・東日本大震災	14.2
17	バブル崩壊	13.9
18	無料で利用できる音楽・動画・写真などのアプリ・サービス	12.6
19	アウトレットモール	12.3
20	台風などの自然災害	11.7

(性別)

男性 (5,029人) (%)

★	1	携帯電話、スマートフォン	45.7
	2	パソコン	39.3
	3	インターネット通販	36.6
	4	100円均一ショップ	31.5
	5	電子マネー	24.4
	6	コンビニエンスストア	20.6
	7	ファストファッション	18.3
	8	PB(プライベートブランド)	18.1
	9	消費税増税	17.6
	10	SNS	17.2

女性 (4,971人) (%)

☆	1	携帯電話、スマートフォン	46.9
☆	2	100円均一ショップ	39.9
☆	3	インターネット通販	38.7
☆	4	断捨離	33.1
	5	パソコン	32.5
☆	6	ファストファッション	26.7
	7	消費税増税	22.3
	8	SNS	22.0
	9	電子マネー	21.0
	10	PB(プライベートブランド)	20.0

★:男性が女性よりも5ポイント以上高いもの
☆:女性が男性よりも5ポイント以上高いもの

(性年代別)

男性10代 (356人) (%)

1	携帯電話、スマートフォン	57.0
2	SNS	43.3
3	パソコン	34.0
3	電子マネー	34.0
5	インターネット通販	31.5
6	100円均一ショップ	30.1
7	コンビニエンスストア	27.8
8	フリマアプリ	27.0
9	無料で利用できる音楽・動画・写真などのアプリ・サービス	20.5
10	インフルエンサー	19.9

女性10代 (338人) (%)

1	携帯電話、スマートフォン	60.4
2	SNS	54.1
3	100円均一ショップ	45.0
3	インターネット通販	32.0
5	フリマアプリ	31.4
6	電子マネー	29.6
7	コンビニエンスストア	28.4
8	無料で利用できる音楽・動画・写真などのアプリ・サービス	24.0
8	インフルエンサー	24.0
10	ファストファッション	23.1

男性20代 (734人) (%)

1	携帯電話、スマートフォン	45.0
2	電子マネー	27.7
3	パソコン	26.3
4	インターネット通販	25.9
5	100円均一ショップ	21.8
6	コンビニエンスストア	21.5
7	SNS	20.3
8	PB(プライベートブランド)	15.4
9	フリマアプリ	15.0
9	ファストファッション	15.0

女性20代 (702人) (%)

1	携帯電話、スマートフォン	55.4
2	SNS	41.7
3	100円均一ショップ	40.9
4	インターネット通販	38.0
5	フリマアプリ	34.6
6	ファストファッション	33.3
7	電子マネー	28.9
8	断捨離	26.8
9	PB(プライベートブランド)	24.5
10	コンビニエンスストア	22.4

(性年代別－続き－)

男性30代 (869人)

(%)

1	携帯電話、スマートフォン	46.0
2	パソコン	35.0
3	インターネット通販	32.0
4	100円均一ショップ	26.1
5	電子マネー	25.7
6	PB(プライベートブランド)	21.1
7	コンビニエンスストア	19.9
8	ファストファッション	18.6
9	SNS	17.3
9	消費税増税	17.3

女性30代 (848人)

(%)

1	携帯電話、スマートフォン	48.7
2	100円均一ショップ	40.6
3	インターネット通販	35.7
4	断捨離	35.4
5	ファストファッション	32.1
6	パソコン	28.2
7	SNS	25.8
8	PB(プライベートブランド)	25.7
9	フリマアプリ	25.2
10	電子マネー	23.8

男性40代 (1,119人)

(%)

1	携帯電話、スマートフォン	47.4
2	パソコン	40.6
3	インターネット通販	38.2
4	100円均一ショップ	30.4
5	電子マネー	23.4
6	PB(プライベートブランド)	22.5
7	ファストファッション	19.7
8	コンビニエンスストア	19.6
9	消費税導入	19.0
10	消費税増税	18.1

女性40代 (1,016人)

(%)

1	携帯電話、スマートフォン	47.3
2	インターネット通販	39.9
3	100円均一ショップ	38.5
4	パソコン	34.8
5	断捨離	31.8
6	ファストファッション	27.2
7	消費税増税	24.4
8	PB(プライベートブランド)	22.0
9	消費税導入	20.6
10	電子マネー	19.7

男性50代 (950人)

(%)

1	携帯電話、スマートフォン	44.1
2	パソコン	42.9
3	インターネット通販	39.6
4	100円均一ショップ	36.4
5	バブル崩壊	24.4
6	電子マネー	22.7
7	消費税導入	20.8
8	ファストファッション	19.9
9	コンビニエンスストア	18.8
10	消費税増税	18.6

女性50代 (950人)

(%)

1	携帯電話、スマートフォン	43.7
2	インターネット通販	39.5
3	100円均一ショップ	38.2
4	パソコン	37.9
5	断捨離	36.6
6	消費税導入	27.6
7	消費税増税	24.6
8	ファストファッション	23.3
9	阪神淡路大震災・東日本大震災	22.2
10	年金制度の改正	20.7

男性60代 (1,001人)

(%)

1	パソコン	49.5
2	インターネット通販	45.6
3	携帯電話、スマートフォン	41.7
4	100円均一ショップ	40.6
5	年金制度の改正	29.9
6	バブル崩壊	26.0
7	消費税導入	23.3
8	消費税増税	21.5
9	コンビニエンスストア	21.0
10	阪神淡路大震災・東日本大震災	20.8

女性60代 (1,037人)

(%)

1	パソコン	42.3
2	インターネット通販	41.9
3	100円均一ショップ	39.9
4	断捨離	39.5
5	携帯電話、スマートフォン	37.7
6	年金制度の改正	29.9
7	消費税導入	25.8
8	消費税増税	23.9
9	阪神淡路大震災・東日本大震災	22.6
10	ファストファッション	21.4

「消費1万人調査」調査概要

- 調査地域： 全国
- 調査対象： 15～69歳の男女
- 調査人数： 10,000人
国勢調査に基づき、性年代・エリアの人口構成比で割付
- 調査手法： インターネット調査
- 調査期間： 2019年5月28日～6月1日
- 企画分析： 博報堂生活総合研究所
- 実施集計： 株式会社H.M.マーケティングリサーチ

聴取項目一覧(39項目)

【 販売形態・店舗】

- ・ PB(プライベートブランド)
- ・ ファストファッション
- ・ コンビニエンスストア
- ・ 100円均一ショップ
- ・ アウトレットモール
- ・ ショッピングモール
- ・ 24時間営業
- ・ カタログ通販
- ・ インターネット 通販

【 web関連サービス】

- ・ 携帯電話、スマートフォン
- ・ パソコン
- ・ 電子マネー
- ・ SNS
- ・ インフルエンサー
- ・ 口コミサイト
- ・ レンタルサービス
- ・ リサイクルショップ
- ・ レcommend サービス
- ・ 無料で利用できる音楽・動画・写真などのアプリ・サービス
- ・ フリマアプリ
- ・ シェアリングエコノミー
- ・ クラウドファンディング
- ・ サブスクリプションサービス

【 社会・生き方】

- ・ 阪神淡路大震災・東日本大震災
- ・ 台風などの自然災害
- ・ 環境問題
- ・ 年金制度の改正
- ・ 働き方改革
- ・ 断捨離
- ・ 人生100年時代

【 経済】

- ・ 消費税導入
- ・ バブル経済
- ・ バブル崩壊
- ・ デフレ経済
- ・ 消費税増税
- ・ ゼロ金利政策
- ・ ふるさと納税
- ・ リーマンショック
- ・ アベノミクス