

NEWS RELEASE

平成 21 年 6 月 9 日

電通総研「消費気分調査」レポート Vol. 2

消費者が選んだ 2009 年「夏のボーナスの使い道」、「上半期話題・注目商品」ランキング

今夏のボーナス商戦は、“即効性のある、前向きな気分転換”を求める消費で活況の予兆
今の消費トレンドは、複数の動機を満足させる“三ツク(得・徳・特)”が主流に

電通総研は、変化の激しい時代の中で、タイムリーに「消費者の気持ち」にフォーカスし、消費の実像を見える化する『消費気分調査レポート』を約四半期毎に取りまとめることとし、本年 3 月に続く第 2 回は、2009 年夏のボーナスの使い道として検討している商品と、その背景となった上半期話題・注目商品をランキング化しました。

2009年夏のボーナス使い道トップ10	
1位	地デジ対応大型薄型テレビ
2位	省エネ家電
3位	アウトレットモール
4位	低価格ミニノートパソコン
5位	割安海外旅行
6位	ファストファッション(デザイン性と低価格を両立するアパレル)
6位	大作ロールプレイングゲーム
8位	家庭用ゲーム機
9位	訳あり商品(傷・形崩れなどの割安商品)
10位	携帯ゲーム機

2009年上半期話題・注目商品ベスト10	
1位	マスク
2位	ハイブリッドカー
3位	ETC(自動料金収受システム端末)
4位	省エネ家電
5位	地デジ対応大型薄型テレビ
6位	訳あり商品(傷・形崩れなどの割安商品)
7位	PB(プライベートブランド)商品
8位	家庭用ゲーム機
9位	下取りセール
10位	アウトレットモール

～調査結果から浮かび上がる消費者像～

未曾有、百年に一度と称される不況期においては、景気も気分も下降基調ではあるが、そんな中でも、インターネットなどのデバイスで、自ら情報を集め、吟味できるように進化した消費者は、新たな賢い消費現象を見せている。

「三ツク(得・徳・特)」で納得する消費者

不況期には、消費者は、一つの得ではなかなか動けないが、複数の動機が揃うと購入への踏ん切りが付き易くなる。2009 年上半期話題・注目商品や今夏のボーナスの使い道を見渡すと、ハイブリッドカーやエコポイント対象商品である省エネ家電、下取りセールなど、消費者にとって「経済的なメリット(得)」に加えて、「社会や地球環境への貢献(徳)」にも役立ち、しかも「今の自分にとっての特別感(特)」を感じる、「三ツク(得・徳・特)」と呼べそうな消費スタイルが主流になりつつある。

家族消費のフィールドは「イエナカ」から「イエソト」にも拡大

先行きが不安定な社会状況において、人は身の回りから足場を固めたくするため、家族回帰志向などを反映した省エネ家電、地デジテレビ、家庭用ゲーム機など、イエナカ(家の中)の充実を図る商品に話題・注目が集まる。一方で、家族が揃って楽しめるならば、ハイブリッドカーに買い替えたり、ETC を搭載し、千円の高速道路料金で少し遠くまでドライブするなど、家族消費はイエソト(家の外)に拡大している。

夏のボーナスで、「即効性のある、前向きな気分転換」を求める消費者

以上のような消費者意識・行動の潮流において、夏のボーナスが出ると、前述の三ツク消費や家族消費の中でも、サーチャージが下がり割安感が高まった海外旅行や、現在「旬」な低価格ミニノートパソコン、ファストファッションが上位に挙がるなど、より即効性のある、前向きな気分転換を求める消費性向が表れた。定点観測調査項目(後掲)でも、長引く不況への順応性が出てきたからか、「たまに驚沢したことがある」比率が増えており、ボーナス支給額が減っても、ある程度の活況を呈すると考えられる。

【調査設計】

「第2回消費気分調査」は、調査対象：全国20～69歳、男女個人、1000人(国勢調査の人口構成比に準じた性・年代に割り付けた回収数)、調査手法：電通リサーチ登録パネルへのインターネット調査、調査時期：2009年5月22日(金)～24日(日)、調査・発表のタイミング上、本調査では、上半期=2009年1-5月、下半期=6-12月としている。

約100項目の商品、出来事に対して、「知っている」、「興味がある、あった」、「話題になっている、なった」、「2009年下半年に期待している、されている」、「夏のボーナスの使い道として検討している」を質問した。商品、出来事それぞれについて～のスコアを足し上げたもので「上半期話題・注目ランキング」を、のスコアで「下半期期待ランキング」を作成。商品ののスコアで「夏のボーナス使い道ランキング」を作成した。

【詳細資料】

a) 商品と出来事別の2009年“上”半期話題・注目ランキング (n=1000)

上半期の出来事では、「定額給付金」、「高速道路料金値下げ」などの「政府の経済対策」や、「WBC連覇」、「『おくりびと』」などのアカデミー賞受賞など、世界での日本人の活躍が注目を集めた他、4位に「裁判員制度」がランクイン。

上半期話題・注目商品ベスト10		上半期話題・注目出来事ベスト10	
1位	マスク	1位	新型インフルエンザの世界的流行
2位	ハイブリッドカー	2位	定額給付金
3位	ETC(自動料金収受システム端末)	3位	高速道路料金値下げ
4位	省エネ家電	4位	裁判員制度
5位	地デジ対応大型薄型テレビ	5位	エコポイント制度
6位	訳あり商品	6位	WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇
7位	PB(プライベートブランド)商品	7位	『おくりびと』などのアカデミー賞受賞
8位	家庭用ゲーム機	8位	エコカー減税
9位	下取りセール	9位	イチロー日本選手最多3086安打達成
10位	アウトレットモール	10位	世界フィギュア

b) 2009年“下”半期期待ランキング(商品と出来事別) (n=1000)

下半期も、商品では引き続き、「ハイブリッドカー」、「地デジ対応大型薄型テレビ」、「PB商品」などに期待が集まっており、出来事では政府の経済対策が1位～4位を占めている。

下半期期待商品ベスト10		下半期期待出来事ベスト10	
1位	ハイブリッドカー	1位	高速道路料金値下げ
2位	地デジ対応大型薄型テレビ	2位	エコポイント制度
3位	PB(プライベートブランド)商品	3位	エコカー減税
4位	省エネ家電	4位	定額給付金
5位	ファストファッション	5位	レンタル、シェアリング、フリーマーケット
6位	訳あり商品	6位	子育て支援金制度
7位	新型インフルエンザワクチン	7位	大型補正予算14兆円
8位	アウトレットモール	8位	サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選
9位	ETC(自動料金収受システム端末)	9位	衆議院総選挙
10位	高性能保温アンダーウェア	10位	2016年東京五輪招致

c) 性別・年代別のランキングおよび全体ランキングと比較した特徴

男女別の特徴：男性が期待する商品は、「地デジ対応大型薄型テレビ」、「省エネ家電」といった家電製品が上位に。一方、女性が期待する商品は、「PB商品」、「訳あり商品」、「ファストファッション」、「高性能保温アンダーウェア」など、食品や衣料品が上位に挙げた。

男性(n=491)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ5		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位	ハイブリッドカー	1位	定額給付金
2位	ETC(自動料金収受システム端末)	2位	新型インフルエンザの世界的流行
3位	マスク	3位	WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇
4位	地デジ対応大型薄型テレビ	4位	高速道路料金値下げ
5位	省エネ家電	5位	裁判員制度
2009年下半年「期待商品」トップ5		2009年下半年「期待出来事」トップ5	
1位	ハイブリッドカー	1位	高速道路料金値下げ
2位	地デジ対応大型薄型テレビ	2位	エコカー減税
3位	省エネ家電	2位	エコポイント制度
4位	ETC(自動料金収受システム端末)	4位	サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選
5位	新型インフルエンザワクチン	5位	衆議院総選挙

女性(n=509)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ10		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位	マスク	1位	新型インフルエンザの世界的流行
2位	ハイブリッドカー	2位	定額給付金
3位	ETC(自動料金収受システム端末)	3位	高速道路料金値下げ
4位	省エネ家電	4位	エコポイント制度
5位	訳あり商品	5位	裁判員制度
2009年下半年「期待商品」トップ5		2009年下半年「期待出来事」トップ5	
1位	ハイブリッドカー	1位	高速道路料金値下げ
2位	PB(プライベートブランド)商品	2位	エコポイント制度
3位	訳あり商品	3位	エコカー減税
4位	ファストファッション	4位	定額給付金
4位	高性能保温アンダーウェア	5位	レンタル、シェアリング、フリーマーケット

20代の特徴:男女とも、「家庭用ゲーム機」、「携帯ゲーム機」、「動画サイト」が上位にランクインしている。「婚活ブーム」が、20代女性の期待出来事第4位に。

男性20代 (n=80)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ5		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 家庭用ゲーム機	1位 WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇	1位 定額給付金	
2位 ETC(自動料金収受システム端末)	2位 定額給付金	2位 新型インフルエンザの世界的流行	
3位 携帯ゲーム機	3位 新型インフルエンザの世界的流行	3位 高速道路料金値下げ	
4位 ハイブリッドカー	4位 高速道路料金値下げ	4位 エコポイント制度	
5位 地デジ対応大型薄型テレビ	5位 イチロー-日本選手最多3086安打達成	5位 秋のゴールデンウィーク	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 エコポイント制度	1位 高速道路料金値下げ	
2位 家庭用ゲーム機	2位 高速道路料金値下げ	2位 エコカー減税	
3位 ETC(自動料金収受システム端末)	3位 エコカー減税	3位 秋のゴールデンウィーク	
4位 携帯ゲーム機	4位 秋のゴールデンウィーク	4位 裁判員制度	
4位 動画サイト	5位 裁判員制度	5位 サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選	
	5位 サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選	5位 衆議院総選挙	

女性20代 (n=82)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ10		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 動画サイト	1位 定額給付金	1位 定額給付金	
2位 家庭用ゲーム機	2位 新型インフルエンザの世界的流行	2位 新型インフルエンザの世界的流行	
2位 マスク	3位 高速道路料金値下げ	3位 高速道路料金値下げ	
4位 携帯ゲーム機	4位 エコポイント制度	4位 エコポイント制度	
5位 ETC(自動料金収受システム端末)	5位 裁判員制度	5位 裁判員制度	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 ファストファッション	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
1位 高性能保温アンダーウェア	2位 エコポイント制度	2位 エコポイント制度	
3位 家庭用ゲーム機	3位 子育て支援金制度	3位 子育て支援金制度	
3位 動画サイト	4位 婚活ブーム	4位 婚活ブーム	
5位 PB(プライベートブランド)商品	5位 エコカー減税	5位 エコカー減税	
5位 携帯ゲーム機	5位 定額給付金	5位 定額給付金	
5位 アウトレットモール			

30代の特徴:男性は、20代と同じく「携帯ゲーム」、「動画サイト」が上位に。女性は、「PB商品」、「訳あり商品」、「高性能保温アンダーウェア」などの日用品の順位が高い。

男性30代 (n=109)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ5		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 定額給付金	1位 定額給付金	
2位 ETC(自動料金収受システム端末)	2位 高速道路料金値下げ	2位 新型インフルエンザの世界的流行	
3位 マスク	3位 新型インフルエンザの世界的流行	3位 高速道路料金値下げ	
4位 地デジ対応大型薄型テレビ	4位 裁判員制度	4位 裁判員制度	
5位 携帯ゲーム機	5位 エコポイント制度	5位 エコポイント制度	
5位 動画サイト			
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
2位 地デジ対応大型薄型テレビ	2位 エコカー減税	2位 エコカー減税	
3位 省エネ家電	3位 エコポイント制度	3位 エコポイント制度	
3位 ファストファッション	3位 2016年東京五輪招致	3位 2016年東京五輪招致	
3位 訳あり商品	3位 衆議院総選挙	3位 衆議院総選挙	

女性30代 (n=111)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ10		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 マスク	1位 定額給付金	1位 定額給付金	
2位 ETC(自動料金収受システム端末)	2位 新型インフルエンザの世界的流行	2位 新型インフルエンザの世界的流行	
3位 PB(プライベートブランド)商品	3位 高速道路料金値下げ	3位 高速道路料金値下げ	
4位 家庭用ゲーム機	4位 裁判員制度	4位 裁判員制度	
5位 アウトレットモール	5位 エコポイント制度	5位 エコポイント制度	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 訳あり商品	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
2位 PB(プライベートブランド)商品	2位 定額給付金	2位 定額給付金	
3位 高性能保温アンダーウェア	3位 エコポイント制度	3位 エコポイント制度	
4位 家庭用ゲーム機	4位 エコカー減税	4位 エコカー減税	
5位 地デジ対応大型薄型テレビ	5位 子育て支援金制度	5位 子育て支援金制度	
5位 ファストファッション			

40代の特徴:男女とも、「新型インフルエンザ」関連の項目の順位が高い。中高生の子どもが多いためか、新型インフルエンザの拡大に敏感に反応していると考えられる。

男性40代 (n=95)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ5		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 マスク	1位 定額給付金	1位 定額給付金	
2位 ETC(自動料金収受システム端末)	2位 新型インフルエンザの世界的流行	2位 新型インフルエンザの世界的流行	
3位 ハイブリッドカー	3位 WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇	3位 WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇	
4位 地デジ対応大型薄型テレビ	4位 高速道路料金値下げ	4位 高速道路料金値下げ	
5位 低価格ミニノートパソコン	5位 裁判員制度	5位 裁判員制度	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
2位 地デジ対応大型薄型テレビ	2位 エコポイント制度	2位 エコポイント制度	
3位 ETC(自動料金収受システム端末)	3位 新型インフルエンザの世界的流行	3位 新型インフルエンザの世界的流行	
3位 新型インフルエンザワクチン	4位 エコカー減税	4位 エコカー減税	
5位 アウトレットモール	4位 子育て支援金制度	4位 子育て支援金制度	
	4位 2016年東京五輪招致	4位 2016年東京五輪招致	

女性40代 (n=96)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ10		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 マスク	1位 新型インフルエンザの世界的流行	1位 新型インフルエンザの世界的流行	
2位 ハイブリッドカー	2位 定額給付金	2位 定額給付金	
3位 訳あり商品	3位 高速道路料金値下げ	3位 高速道路料金値下げ	
4位 ETC(自動料金収受システム端末)	4位 エコポイント制度	4位 エコポイント制度	
5位 地デジ対応大型薄型テレビ	5位 裁判員制度	5位 裁判員制度	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 PB(プライベートブランド)商品	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
2位 ハイブリッドカー	2位 エコポイント制度	2位 エコポイント制度	
3位 省エネ家電	3位 エコカー減税	3位 エコカー減税	
3位 ファストファッション	4位 レンタル・シェアリング・フリーマーケット	4位 レンタル・シェアリング・フリーマーケット	
3位 アウトレットモール	5位 秋のゴールデンウィーク	5位 秋のゴールデンウィーク	

50代の特徴:男女とも、「サッカーワールドカップ 2010 年南ア大会最終予選」が、期待出来事の上位にランクイン。また、男性は「次世代マルチパネルOS」、「電気自動車」などの新技術への期待が高い。

男性50代 (n=114)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ5		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 新型インフルエンザの世界的流行	1位 新型インフルエンザの世界的流行	
2位 ETC(自動料金収受システム端末)	2位 定額給付金	2位 定額給付金	
3位 地デジ対応大型薄型テレビ	3位 WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇	3位 WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇	
4位 省エネ家電	3位 エコポイント制度	3位 エコポイント制度	
5位 マスク	5位 裁判員制度	5位 裁判員制度	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
2位 地デジ対応大型薄型テレビ	2位 エコカー減税	2位 エコカー減税	
2位 次世代マルチパネルOS	3位 エコポイント制度	3位 エコポイント制度	
2位 新型インフルエンザワクチン	4位 サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選	4位 サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選	
5位 電気自動車	4位 衆議院総選挙	4位 衆議院総選挙	

女性50代 (n=118)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ10		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 マスク	1位 新型インフルエンザの世界的流行	1位 新型インフルエンザの世界的流行	
2位 ハイブリッドカー	2位 定額給付金	2位 定額給付金	
3位 省エネ家電	3位 高速道路料金値下げ	3位 高速道路料金値下げ	
4位 ETC(自動料金収受システム端末)	4位 エコポイント制度	4位 エコポイント制度	
5位 下取りセール	5位 裁判員制度	5位 裁判員制度	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 エコポイント制度	1位 エコポイント制度	
1位 訳あり商品	2位 高速道路料金値下げ	2位 高速道路料金値下げ	
3位 地デジ対応大型薄型テレビ	2位 エコカー減税	2位 エコカー減税	
4位 省エネ家電	4位 レンタル・シェアリング・フリーマーケット	4位 レンタル・シェアリング・フリーマーケット	
4位 高性能保温アンダーウェア	5位 大型補正予算14兆円	5位 大型補正予算14兆円	
	5位 定額給付金	5位 定額給付金	

60代の特徴:男女とも、話題注目出来事で「イチロー 日本選手最多 3086 安打達成」が上位に。「家庭用太陽光発電システム」に対する期待が高いのも特徴。

男性60代 (n=93)

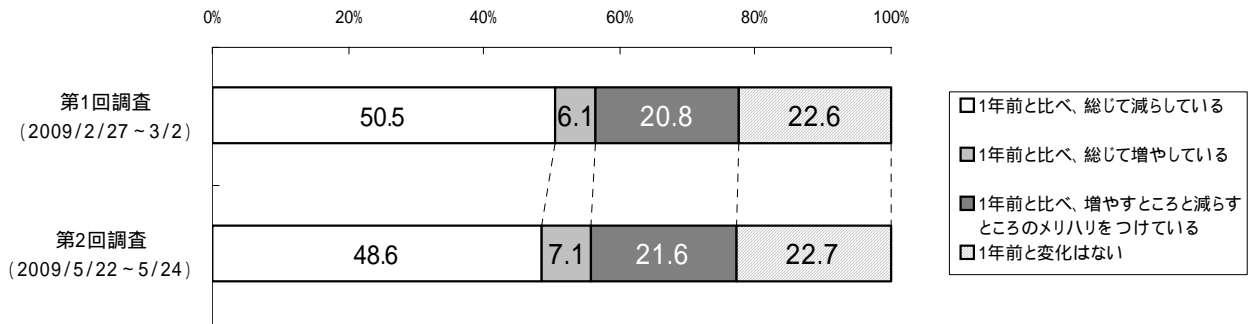
2009年上半期「話題・注目商品」トップ5		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)連覇	1位 定額給付金	
2位 ETC(自動料金収受システム端末)	1位 新型インフルエンザの世界的流行	2位 定額給付金	
3位 省エネ家電	3位 定額給付金	3位 高速道路料金値下げ	
3位 地デジ対応大型薄型テレビ	4位 高速道路料金値下げ	4位 高速道路料金値下げ	
5位 マスク	5位 イチロー-日本選手最多3086安打達成	5位 イチロー-日本選手最多3086安打達成	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 電気自動車	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
2位 地デジ対応大型薄型テレビ	2位 エコカー減税	2位 エコカー減税	
3位 省エネ家電	3位 サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選	3位 サッカーワールドカップ2010年南ア大会最終予選	
4位 ハイブリッドカー	4位 エコポイント制度	4位 エコポイント制度	
4位 家庭用太陽光発電システム	5位 大型補正予算14兆円	5位 大型補正予算14兆円	

女性60代 (n=102)

2009年上半期「話題・注目商品」トップ10		2009年上半期「話題・注目出来事」トップ5	
1位 マスク	1位 新型インフルエンザの世界的流行	1位 定額給付金	
2位 ハイブリッドカー	2位 定額給付金	2位 定額給付金	
3位 省エネ家電	3位 高速道路料金値下げ	3位 高速道路料金値下げ	
4位 下取りセール	4位 イチロー-日本選手最多3086安打達成	4位 イチロー-日本選手最多3086安打達成	
5位 地デジ対応大型薄型テレビ	5位 エコポイント制度	5位 エコポイント制度	
2009年下半年期「期待商品」トップ5		2009年下半年期「期待出来事」トップ5	
1位 ハイブリッドカー	1位 高速道路料金値下げ	1位 高速道路料金値下げ	
2位 省エネ家電	2位 エコカー減税	2位 エコカー減税	
3位 地デジ対応大型薄型テレビ	2位 エコポイント制度	2位 エコポイント制度	
3位 ファストファッション	4位 レンタル・シェアリング・フリーマーケット	4位 レンタル・シェアリング・フリーマーケット	
5位 家庭用太陽光発電システム	5位 大型補正予算14兆円	5位 大型補正予算14兆円	
3位 新型インフルエンザワクチン	5位 定額給付金	5位 定額給付金	
			5位 2016年東京五輪招致

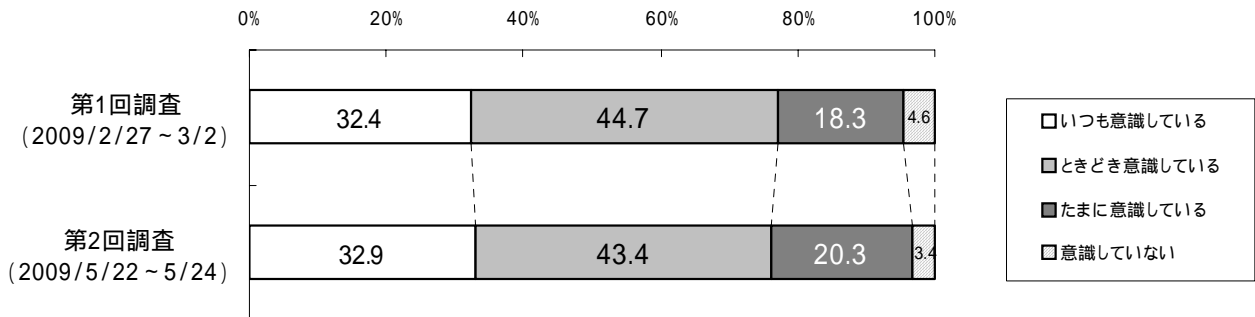
【定点観測調査項目】

1年前と比べ、モノやサービスにかかるお金の遣い方に関して、どのような変化がありますか？ (n=1000 SA)



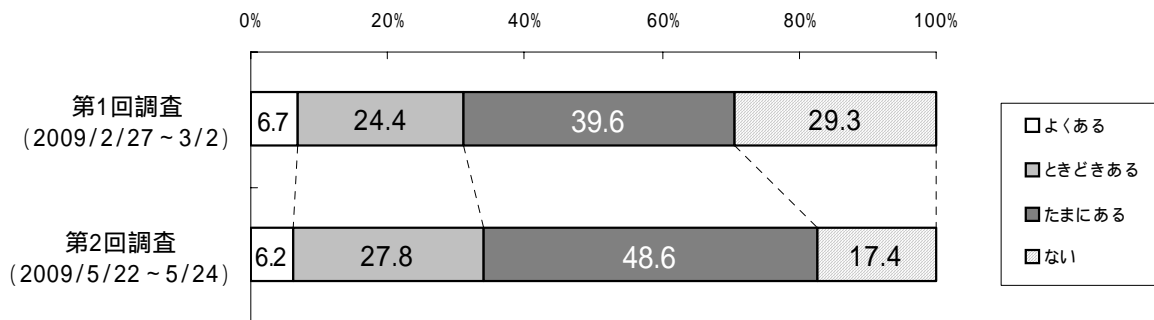
「1年前と比べて、総じて減らしている」人が、第1回 50.5%から第2回 48.6%となり、わずかながら減少した。

日々の生活を送る中で、ちょっとした工夫や知恵を働かせることで、節約をすることを意識していますか？ (n=1000 SA)



節約を「たまに意識している」人が第1回 18.3%から第2回 20.3%にわずかに増加した他、あまり変化は見られなかった。

日頃の節約のことを気にせず、ちょっと贅沢なお金の遣い方をしたことはどの程度ありますか？ (n=1000 SA)



ちょっと贅沢なお金の遣い方が「たまにある」人が第1回 39.6%から第2回 48.6%と大きく増加し、ちょっと贅沢なお金の遣い方をしたことが「ない」人が、その分、第2回 17.4%と減った。

<考察>

支出変化では「減らしている」人が微減したが、依然として、消費者の「節約」意識は高い水準にあるといえる。但し、消費者のちょっとした「贅沢」は増加傾向にあり、5月のゴールデンウィークに加え、「定額給付金」や「高速道路料金値下げ」といった経済対策が、消費者の「たまに贅沢」気分を刺激したと考えられる。

<このリリースに関するお問い合わせ>

(株)電通 電通総研 消費者研究センター 消費の未来研究部 桑原、四元、野村、東田 Tel: 03 - 6216 - 8458