

メディア接触行動と生活意識・消費行動  
に関するマーケティングデータ  
～基礎データ編 2015年3月～

朝日大学マーケティング研究所

## 調査概要

---

- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2015年2月20日（金）～2月27日（金）
- 調査対象 東京を中心とする半径70km圏に在住の10歳～69歳男女
- 抽出条件 平成22年度国勢調査に基づき、性年代別に割付
- 有効回答 1,073名

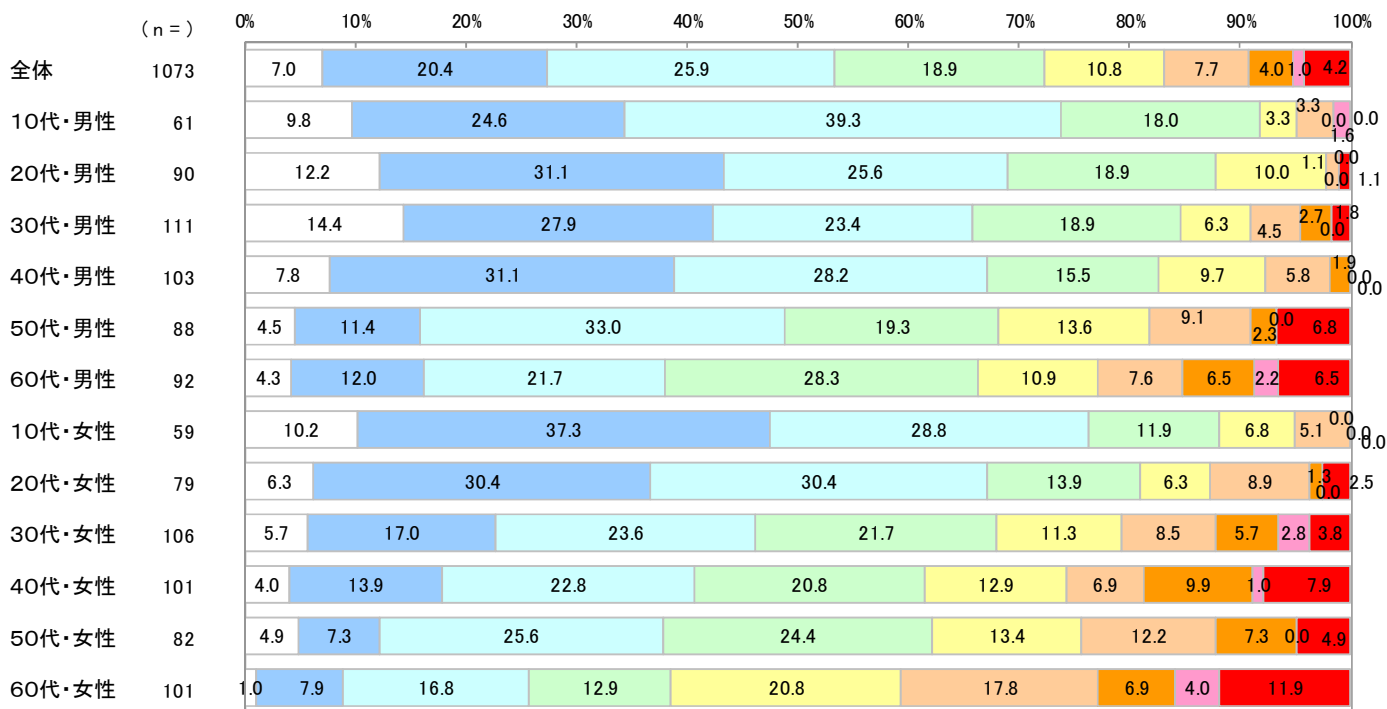
属性	男性	女性
10代	61名	59名
20代	90名	79名
30代	111名	106名
40代	103名	101名
50代	88名	82名
60代	92名	101名
計	545名	528名

# I. メディア接触行動:テレビ

■ テレビ視聴時間は、平日・休日ともに、若い層ほど少ない傾向がある。

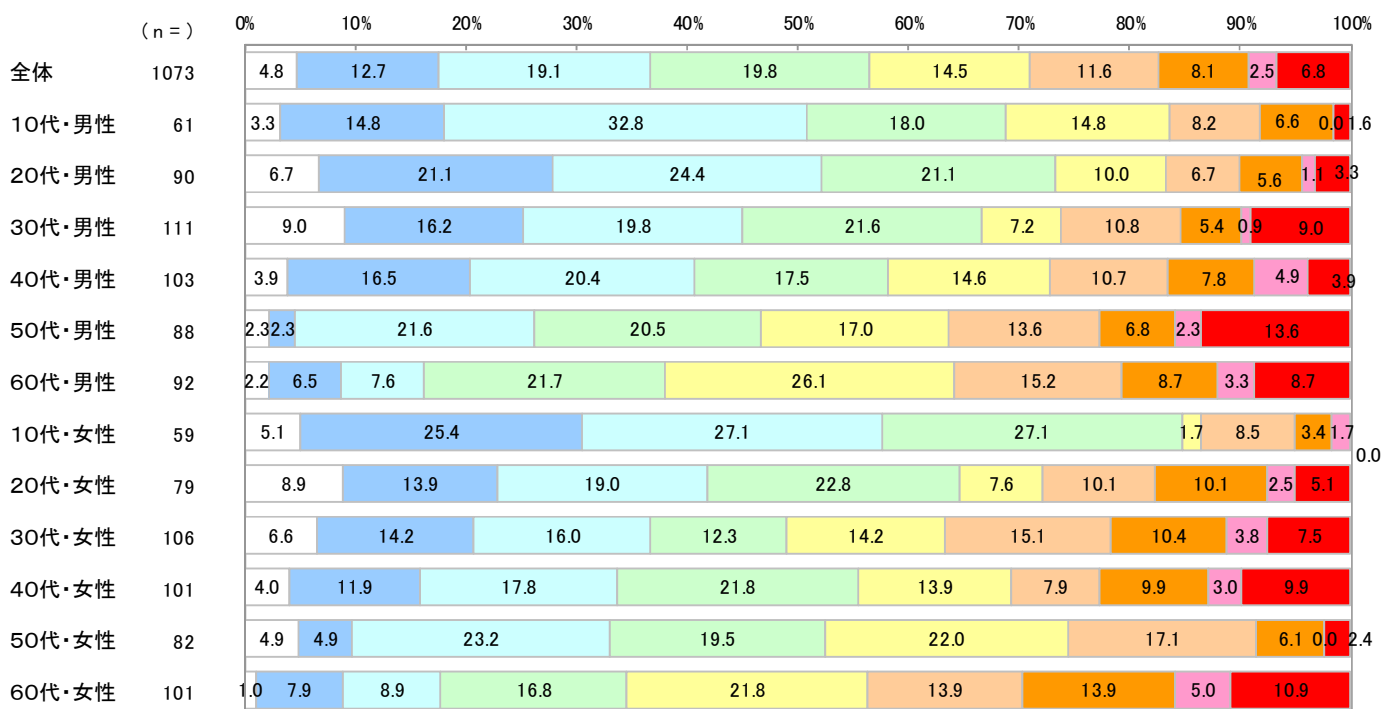
## 平日のテレビ視聴時間

□平日は見ない □1時間くらい □2時間くらい □3時間くらい □4時間くらい □5時間くらい □6時間くらい □7時間くらい □8時間以上



## 休日のテレビ視聴時間

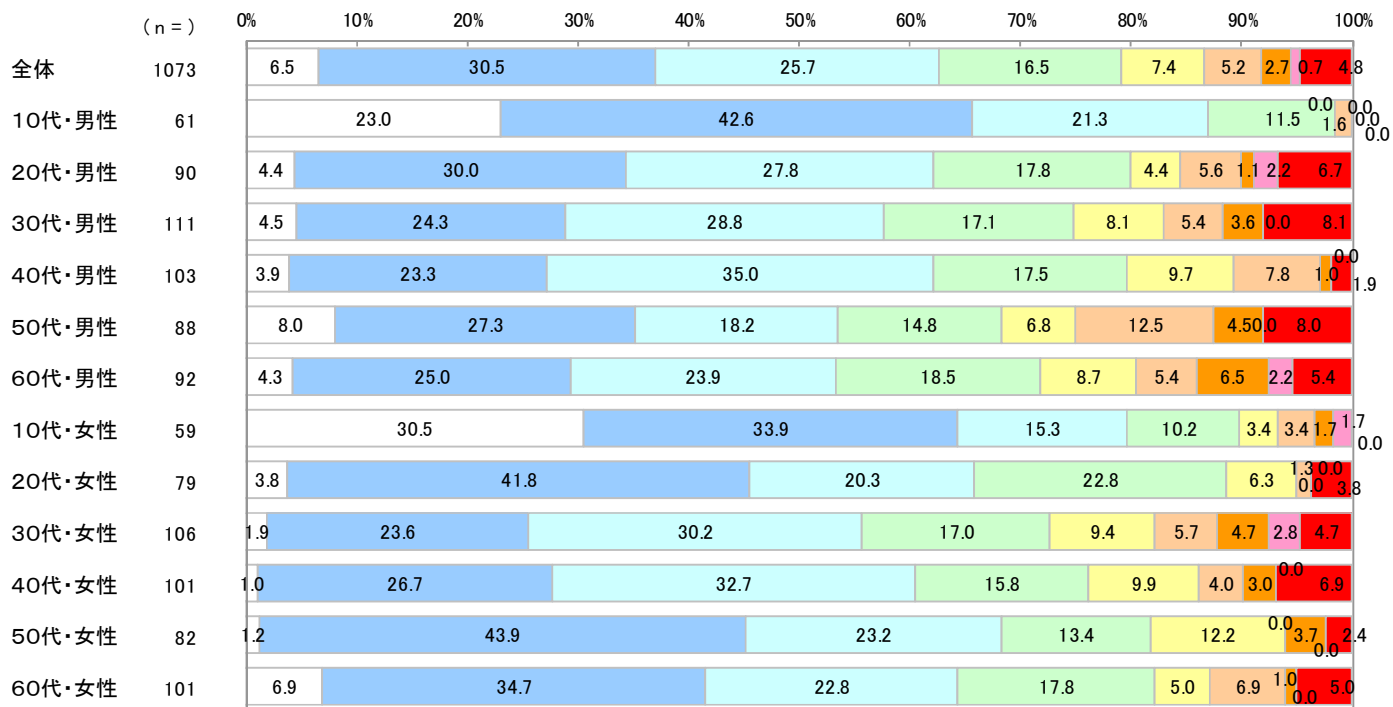
□休日は見ない □1時間くらい □2時間くらい □3時間くらい □4時間くらい □5時間くらい □6時間くらい □7時間くらい □8時間以上



# I. メディア接触行動: インターネット

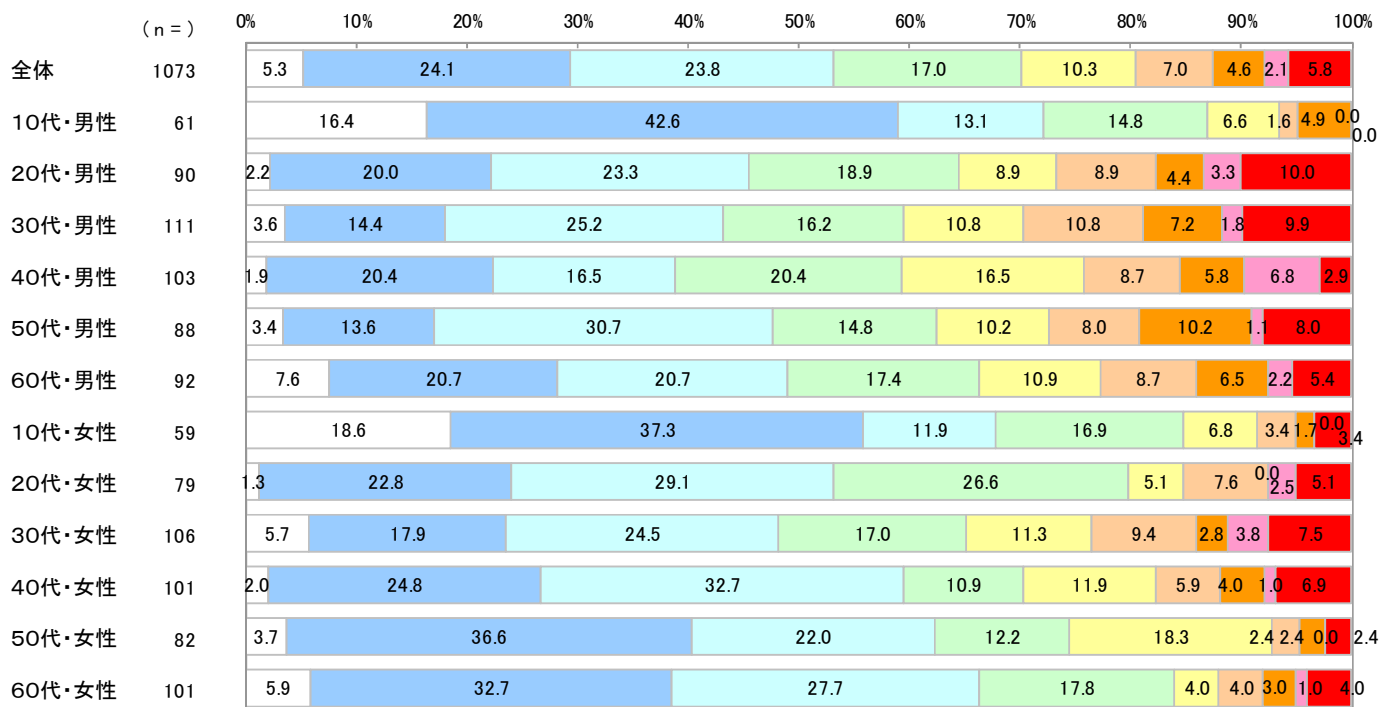
## 平日のインターネット利用時間

□ 平日は利用しない ■ 1時間くらい □ 2時間くらい □ 3時間くらい □ 4時間くらい □ 5時間くらい □ 6時間くらい □ 7時間くらい ■ 8時間以上



## 休日のインターネット利用時間

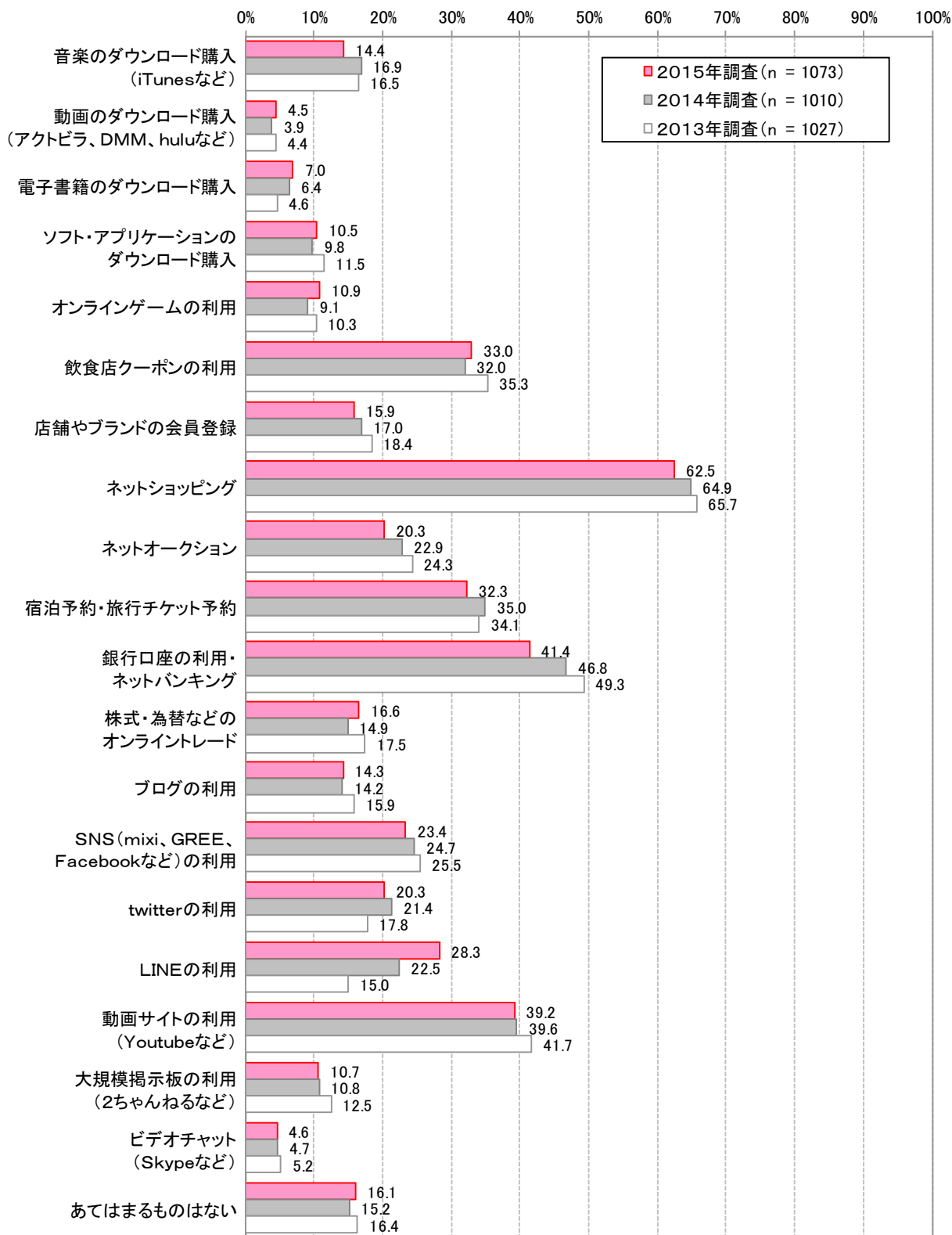
□ 休日は利用しない ■ 1時間くらい □ 2時間くらい □ 3時間くらい □ 4時間くらい □ 5時間くらい □ 6時間くらい □ 7時間くらい ■ 8時間以上



# I. メディア接触行動: インターネット

- 「最近1年間でインターネットを使って行ったことがあるもの」では、「ネットショッピング」「銀行口座の利用・ネットバンキング」に減少傾向がみられる。
- 一方、「LINEの利用」は上昇傾向。

## 最近1年間でインターネットを使って行ったことがあるもの

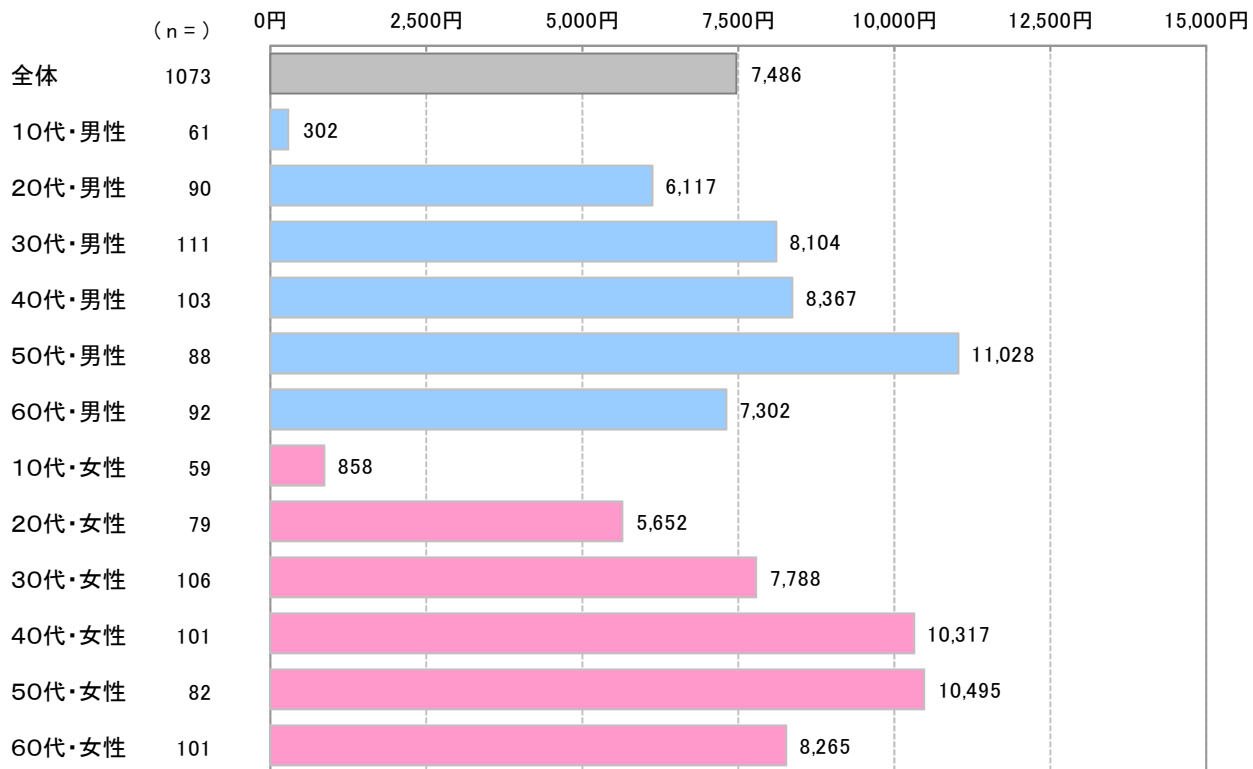


# I. メディア接触行動: インターネット

■ 「1ヶ月あたりのネットショッピング金額」は、全体では平均7,486円で、2014年(8,429円)より、1,000円ほど低下した。

## 1ヶ月あたりのネットショッピング金額

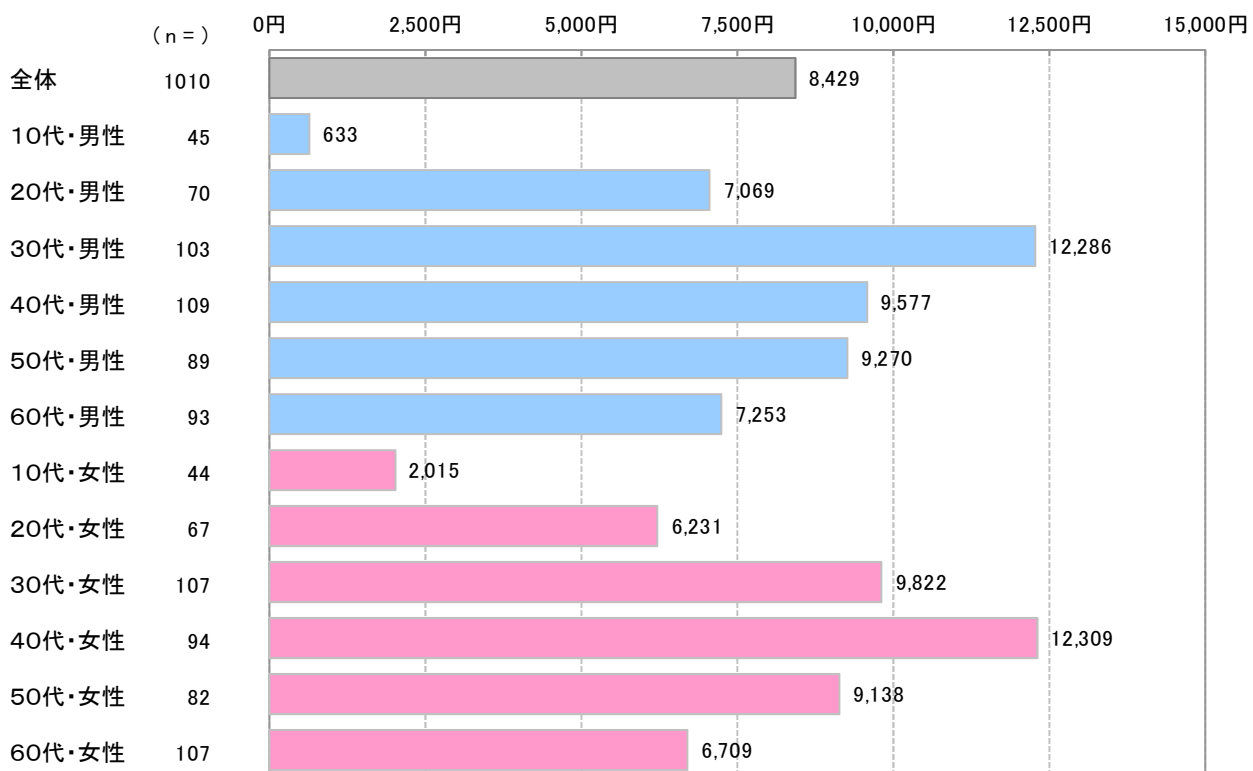
※「ゼロ円」も平均計算に含めている



## (参考)2014年調査

## 1ヶ月あたりのネットショッピング金額

※「ゼロ円」も平均計算に含めている



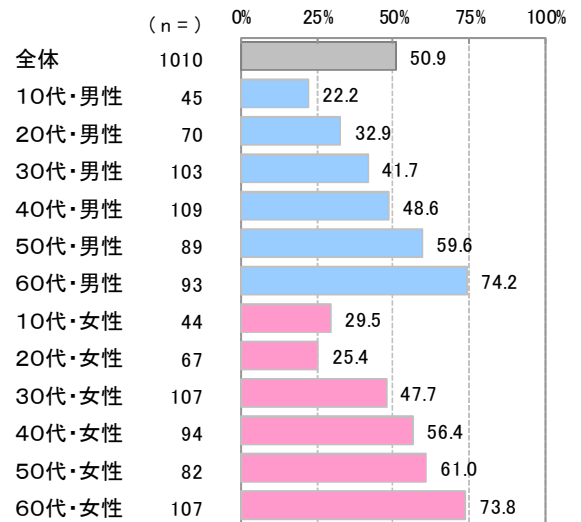
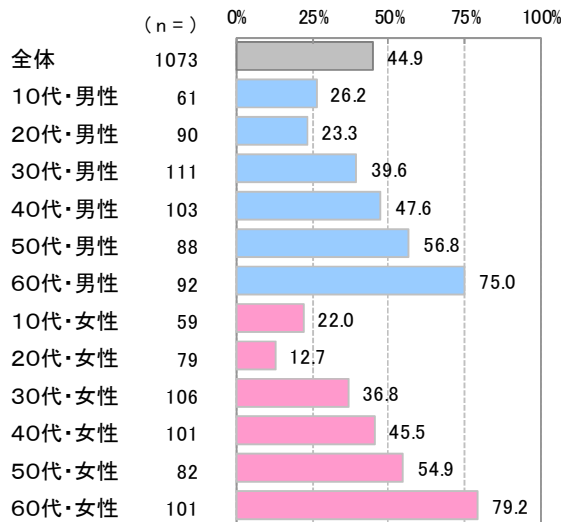
# I. メディア接触行動: 携帯電話・スマートフォン

- 「携帯電話の利用率」は、全体で昨年より6.0ポイント低下し、50%を割り込んだ。
- 「スマートフォンの利用率」は、全体で昨年より8.1ポイント上昇し、56.1%と半数を超えた。
- 「タブレット端末の利用率」は、全体で昨年より5.8ポイント上昇し、18.4%。

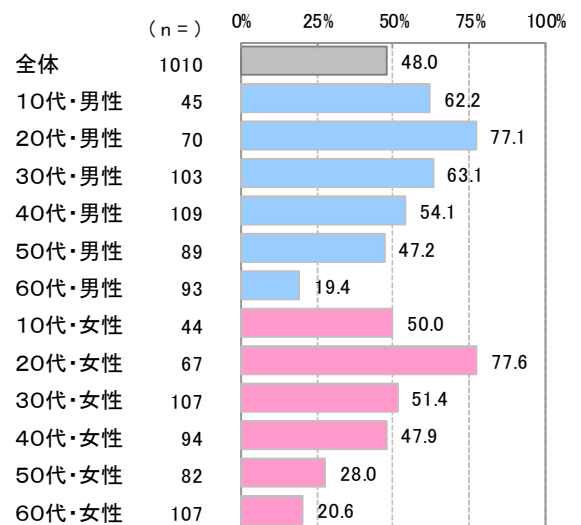
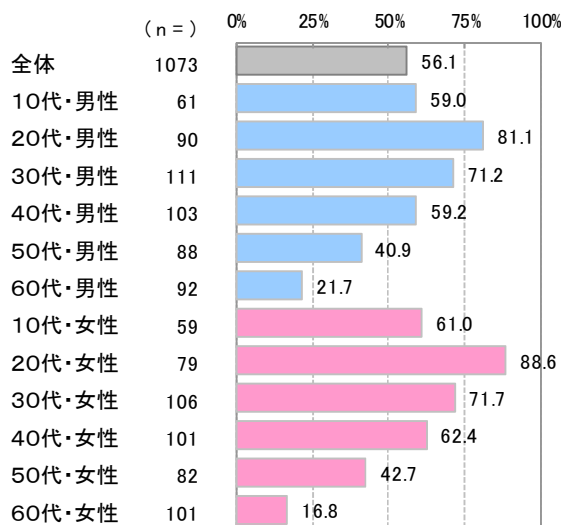
2015年調査

(参考)2014年調査

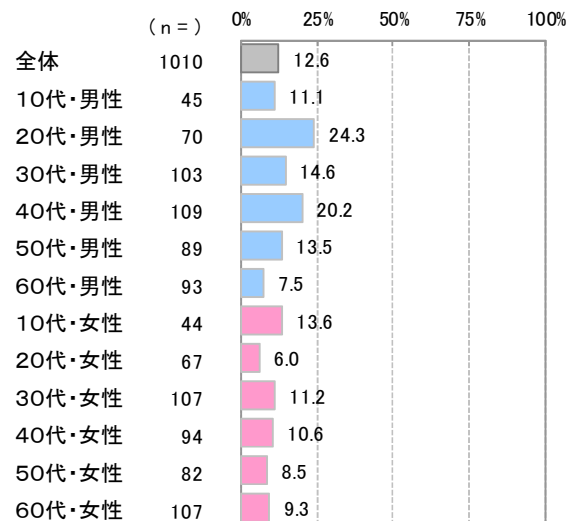
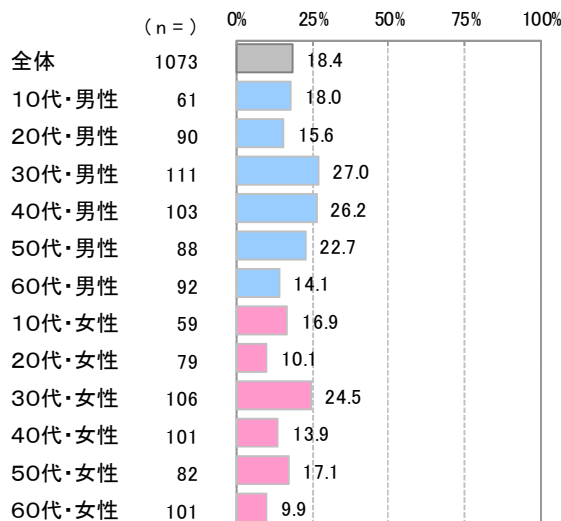
携帯電話の利用率



スマートフォンの利用率



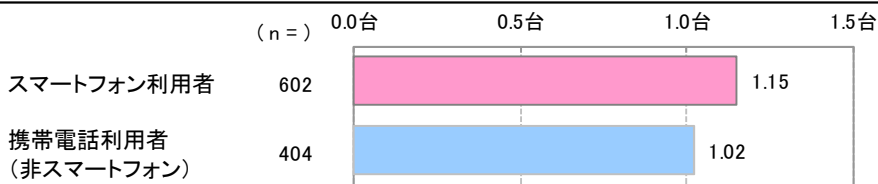
タブレット端末の利用率



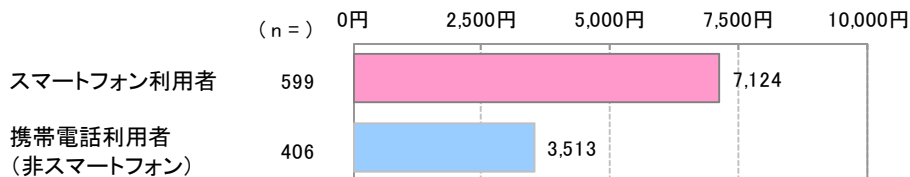
# I. メディア接触行動: 携帯電話・スマートフォン

■ スマートフォン利用者の「1ヶ月あたりの利用料金」は平均7,124円。「電話帳登録件数」は平均113件、「1日あたりの携帯(WEB)サイト利用時間」は、平均51.5分。

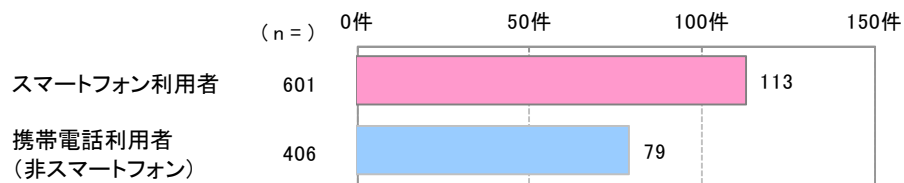
現在利用している台数



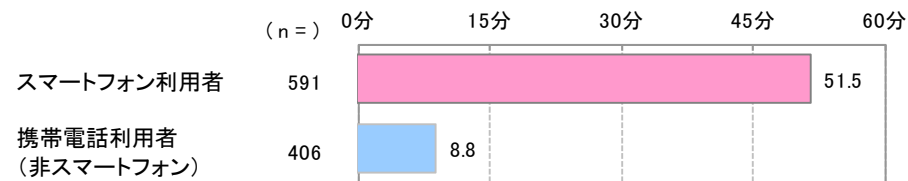
1ヶ月あたりの利用料金



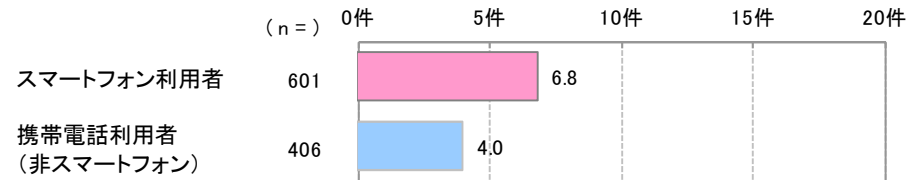
電話帳登録件数



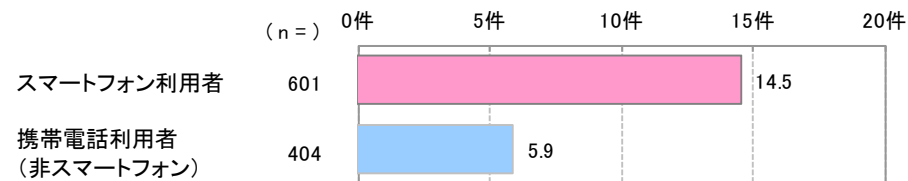
1日あたりの携帯(WEB)サイト利用時間



1日あたりの送信メール数



1日あたりの受信メール数

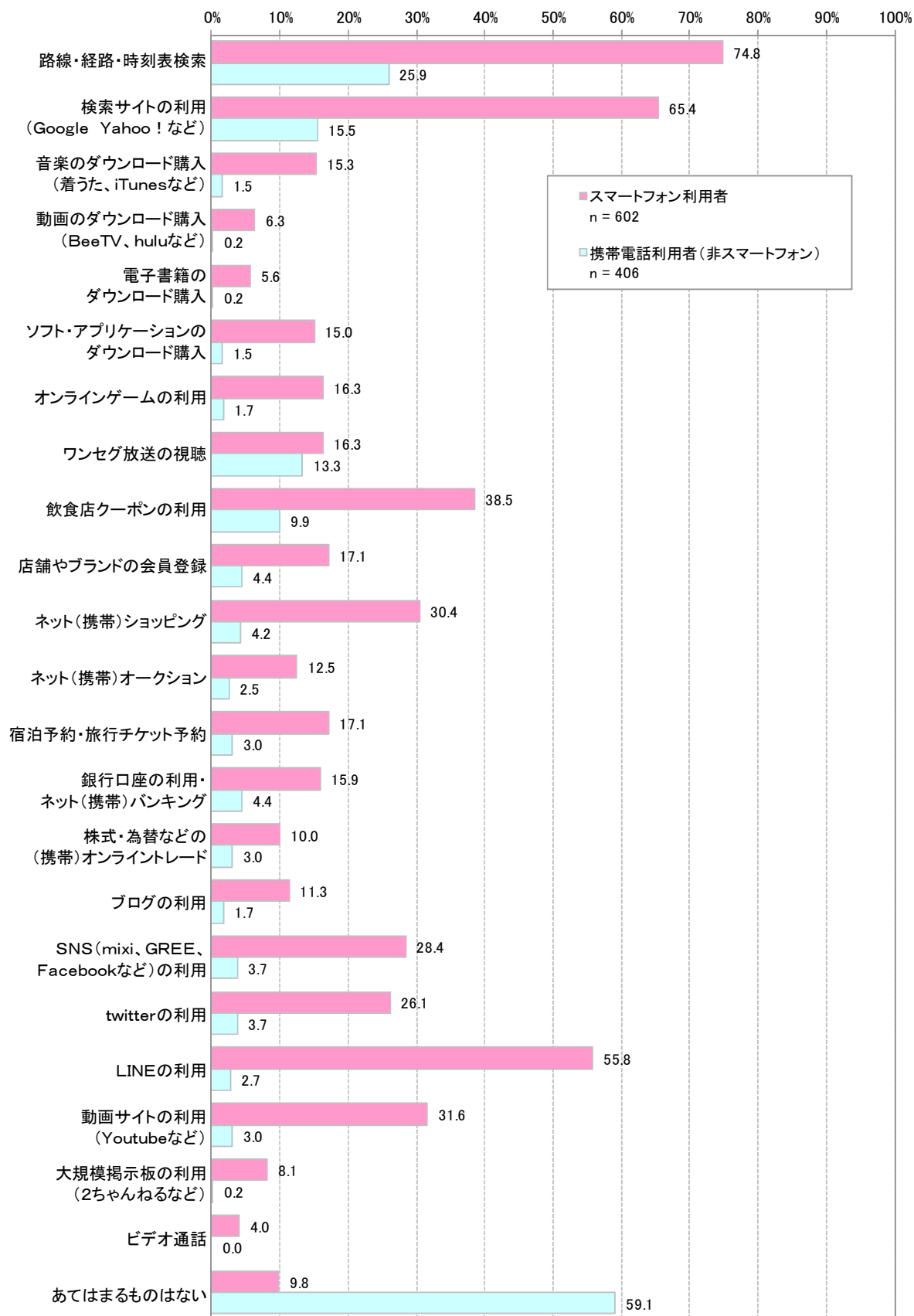




# I. メディア接触行動: 携帯電話・スマートフォン

■ スマートフォン利用者の「最近1年間で携帯電話・スマートフォンを使って行ったことがあるもの」は、上位から「路線・経路・時刻表検索」(74.8%)、「検索サイトの利用」(65.4%)、「LINEの利用」(55.8%)。

## 最近1年間で携帯電話・スマートフォンを使って行ったことがあるもの

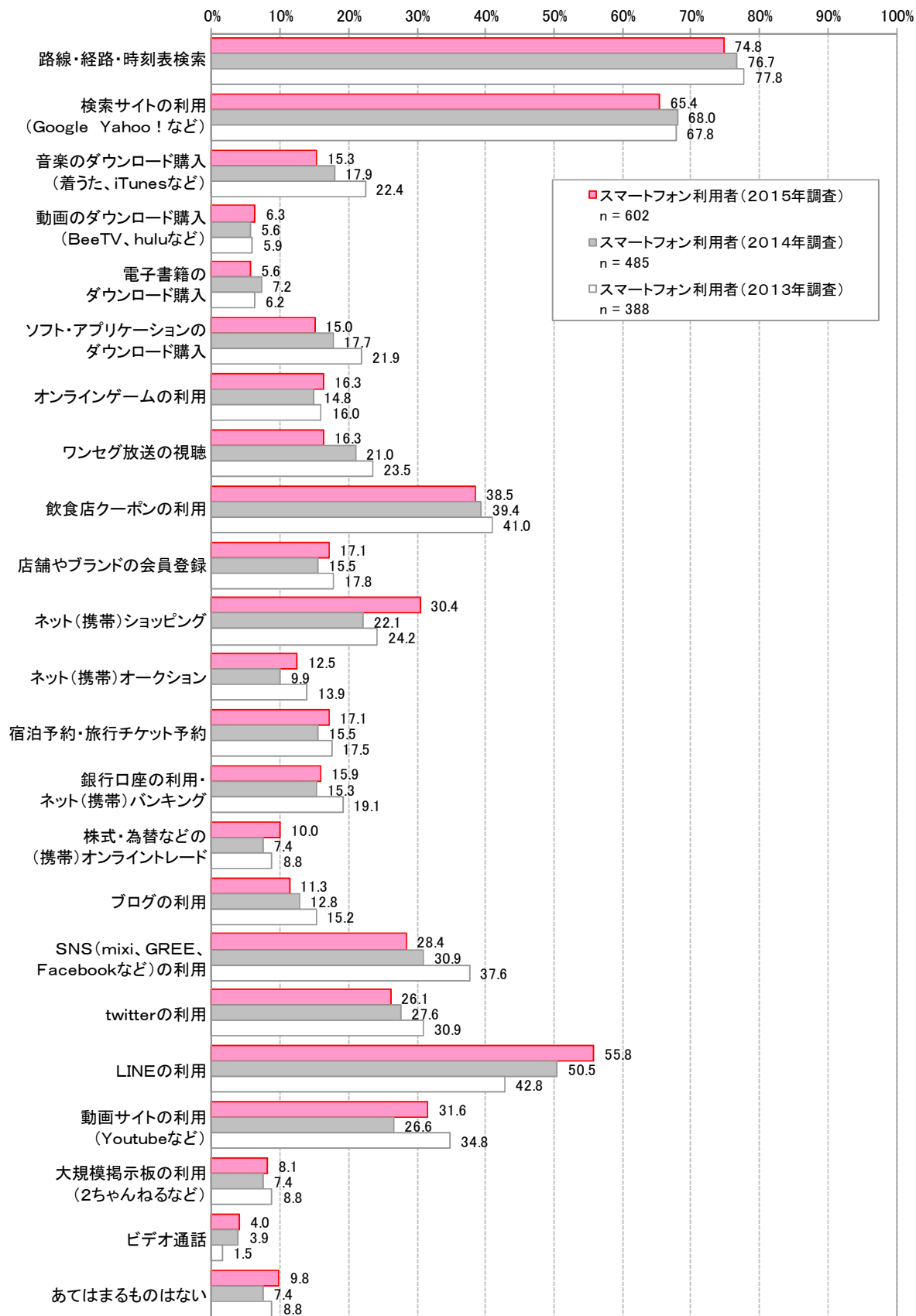


# I. メディア接触行動: 携帯電話・スマートフォン

- スマートフォン利用者の「最近1年間で携帯電話・スマートフォンを使って行ったことがあるもの」の時系列変化をみると、「SNSの利用」「twitterの利用」が減っている一方で、「LINEの利用」が大きく上昇している。
- 「音楽のダウンロード購入」「ソフト・アプリケーションのダウンロード購入」「ワンセグ放送の視聴」などは減少傾向にある。

## 最近1年間で携帯電話・スマートフォンを使って行ったことがあるもの

※スマートフォン利用者のみ

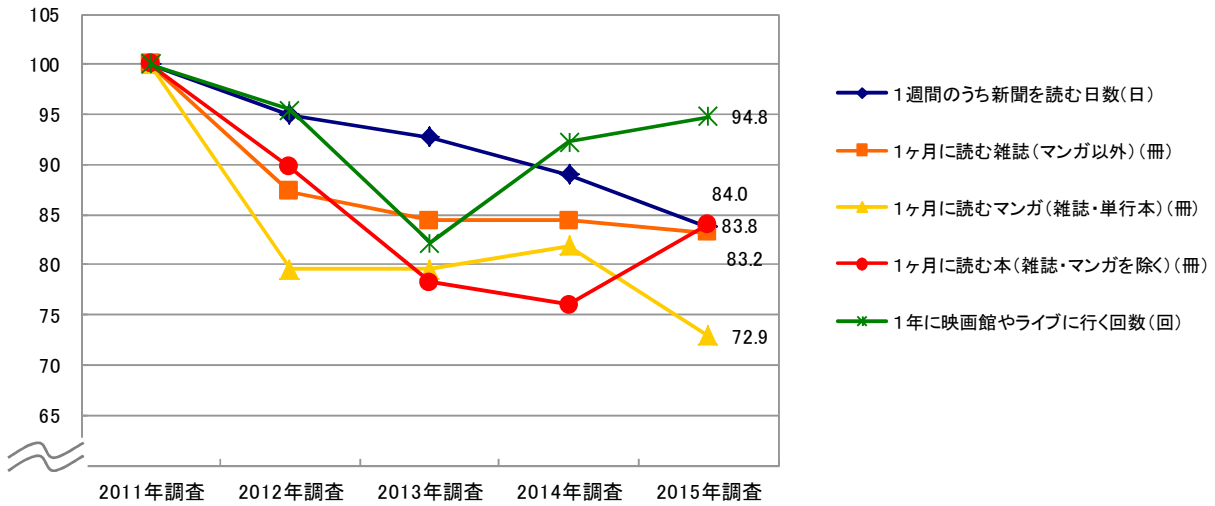


# I. メディア接触行動:新聞・雑誌・本

■ 「1週間のうち新聞を読む日数」は、2011年より連続して下落傾向にある。  
 ■ 「1週間のうち新聞を読む日数」は、年代差が非常に大きい。

新聞・雑誌・本などの平均接触頻度(2011年調査を100としたときの相対値)

※調査対象者全体



## 以下、2015年調査の詳細

1週間のうち新聞を読む日数

※「ゼロ日」も平均計算に含めている

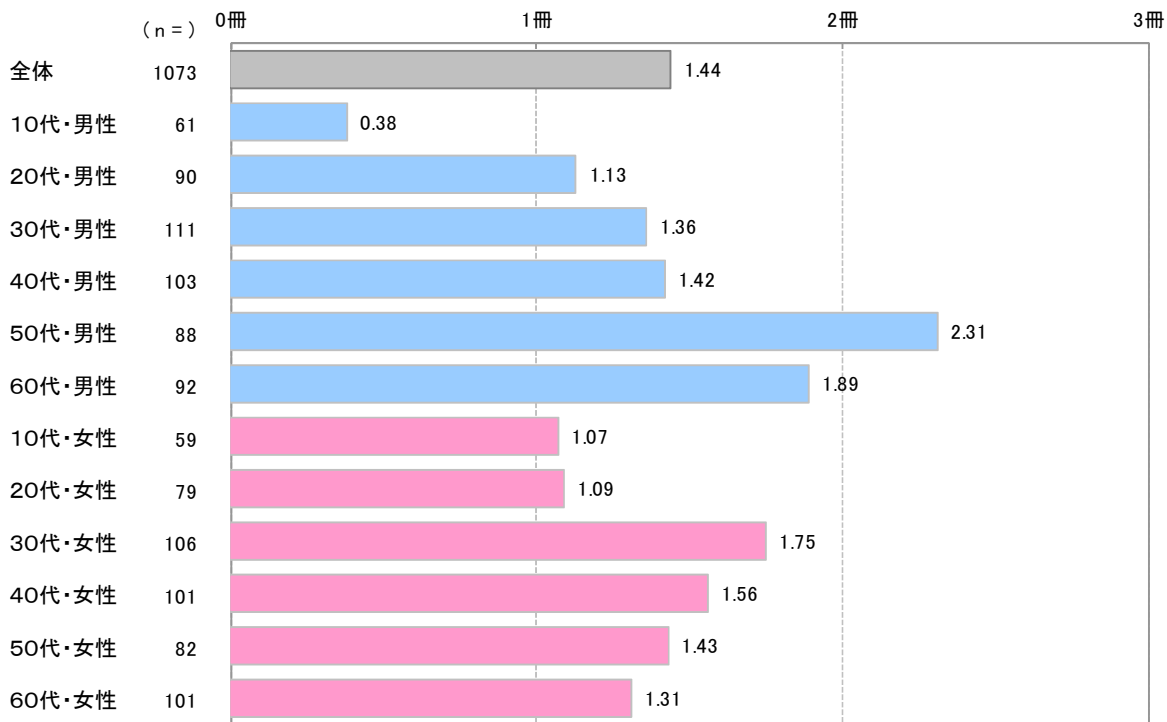


# I. メディア接触行動:新聞・雑誌・本

■ 「1ヶ月に読む雑誌(マンガ以外)」は、全体平均で1.44冊。性年代別では、50代男性が平均2.31冊と最も多い。  
 ■ 「1ヶ月に読むマンガ(雑誌・単行本)」は、全体平均で1.21冊。若い層ほど、よく読んでいます。

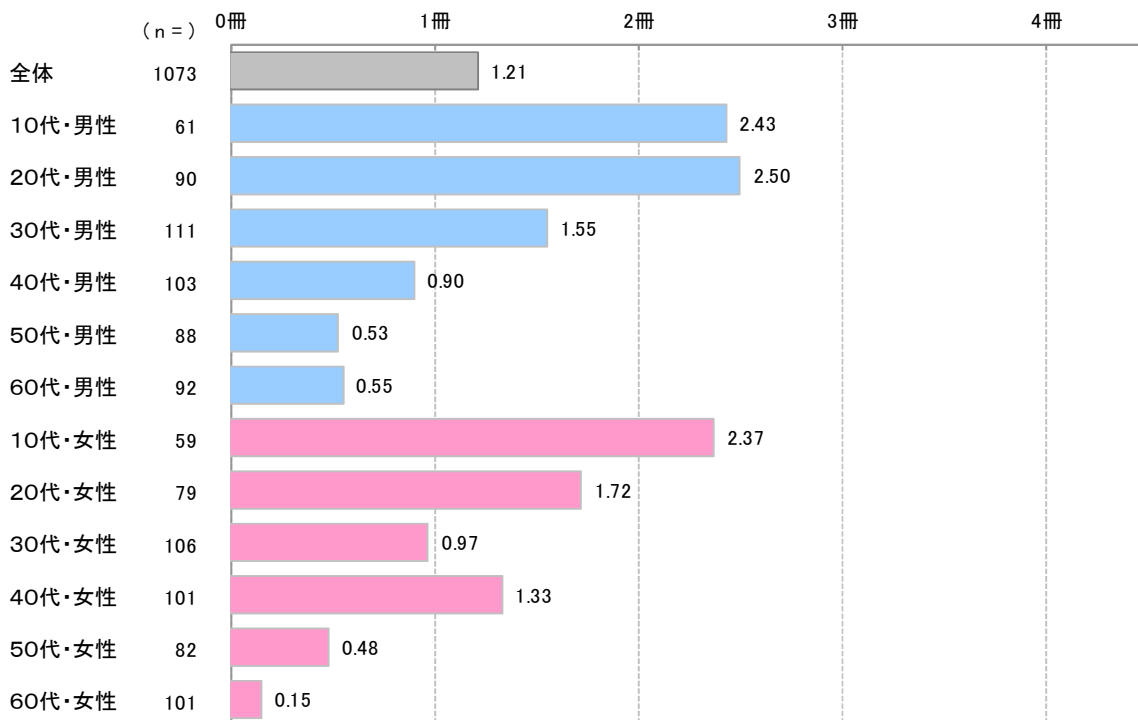
## 1ヶ月に読む雑誌(マンガ以外)

※「ゼロ冊」も平均計算に含めている



## 1ヶ月に読むマンガ(雑誌・単行本)

※「ゼロ冊」も平均計算に含めている

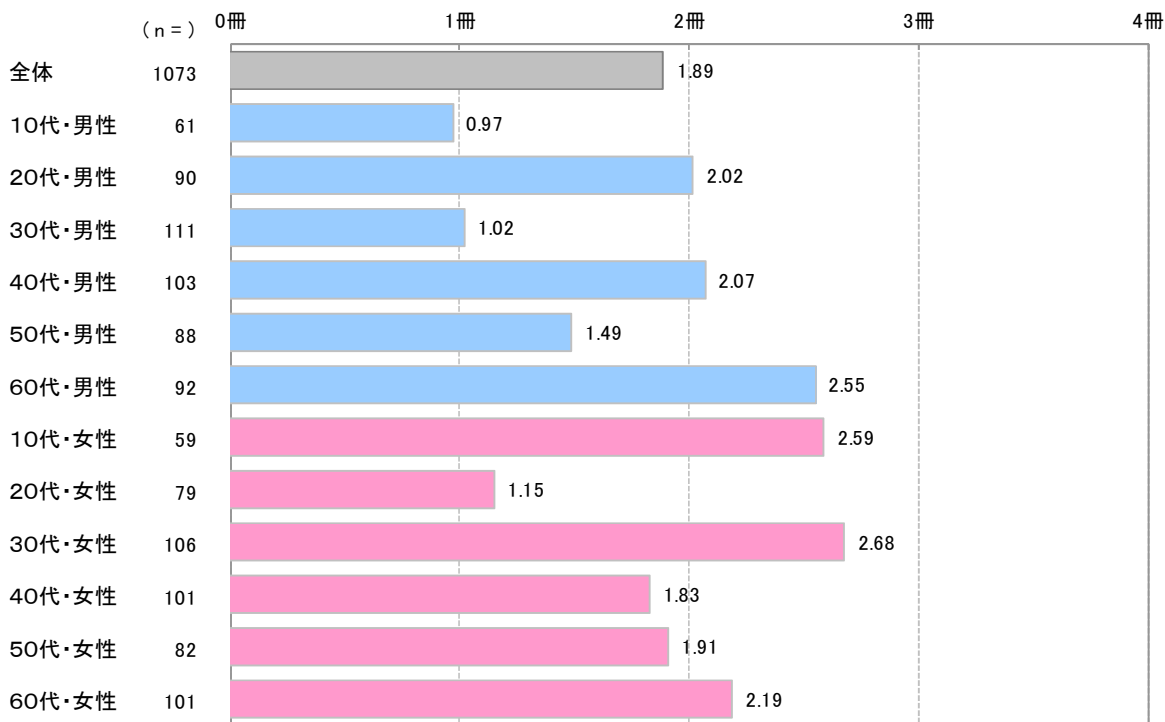


# I. メディア接触行動:本・映画館・ライブ

- 「1ヶ月に読む本(雑誌・マンガを除く)」は、全体平均で1.89冊。
- 「1年に映画館やライブに行く回数」は、全体平均で2.93回。性年代別では、20代女性が4.54回と最も多い。

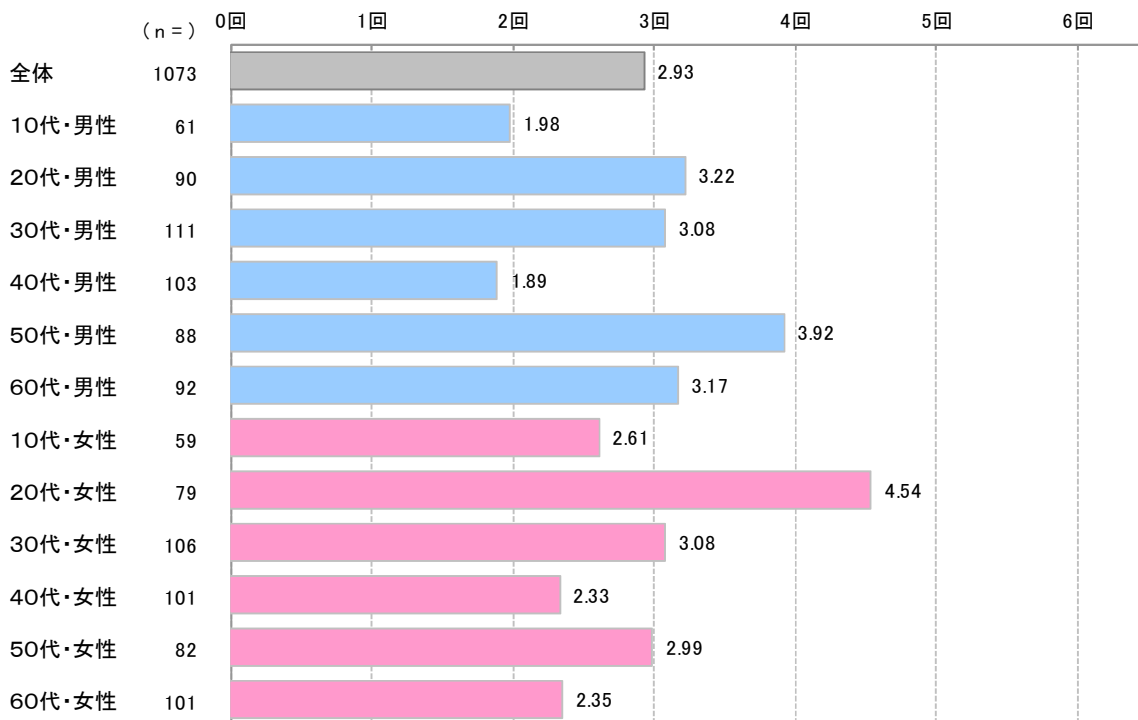
## 1ヶ月に読む本(雑誌・マンガを除く)

※「ゼロ冊」も平均計算に含めている



## 1年に映画館やライブに行く回数

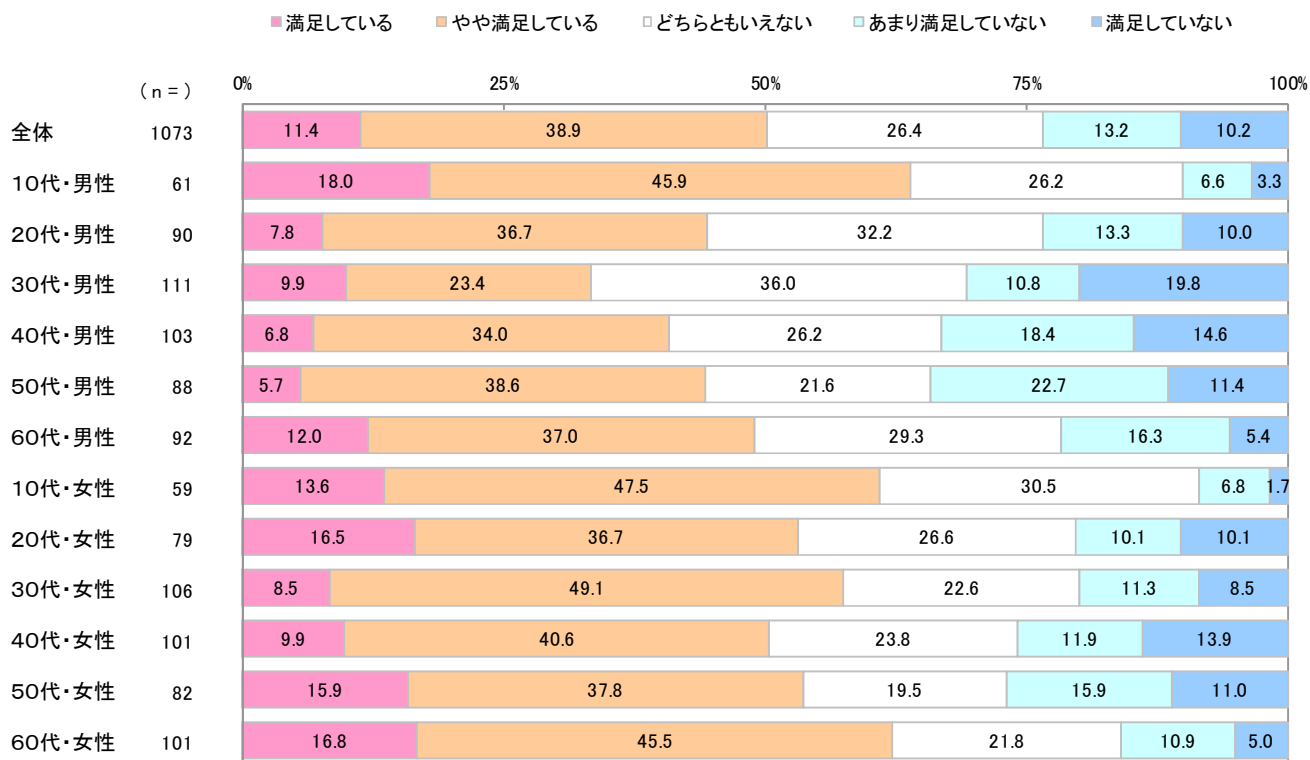
※「ゼロ回」も平均計算に含めている



## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

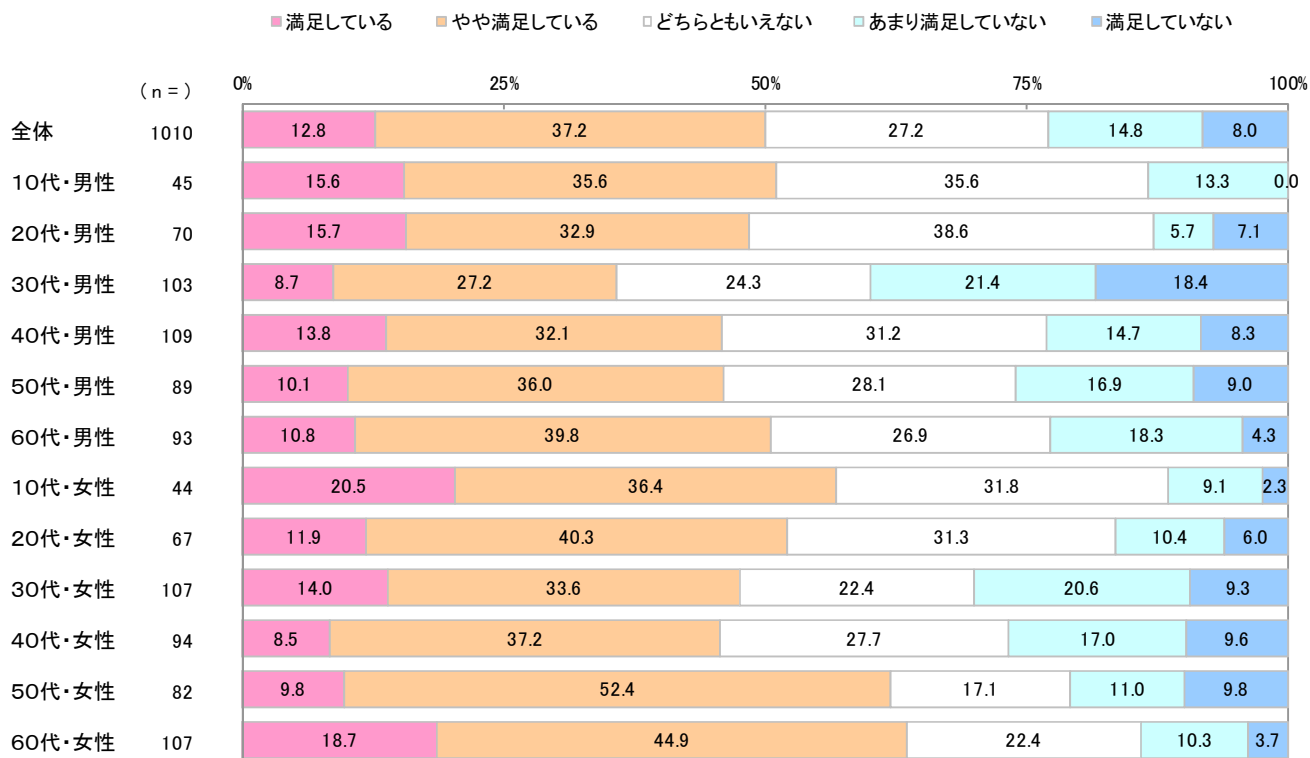
■ 現在の生活満足度(「満足している」「やや満足している」の合計)は、年代別にはばらつきはあるが、全体で2015年が50.3%、2014年が50.0%と、ほとんど変わっていない。

### 今の生活にどの程度満足していますか



### (参考)2014年調査

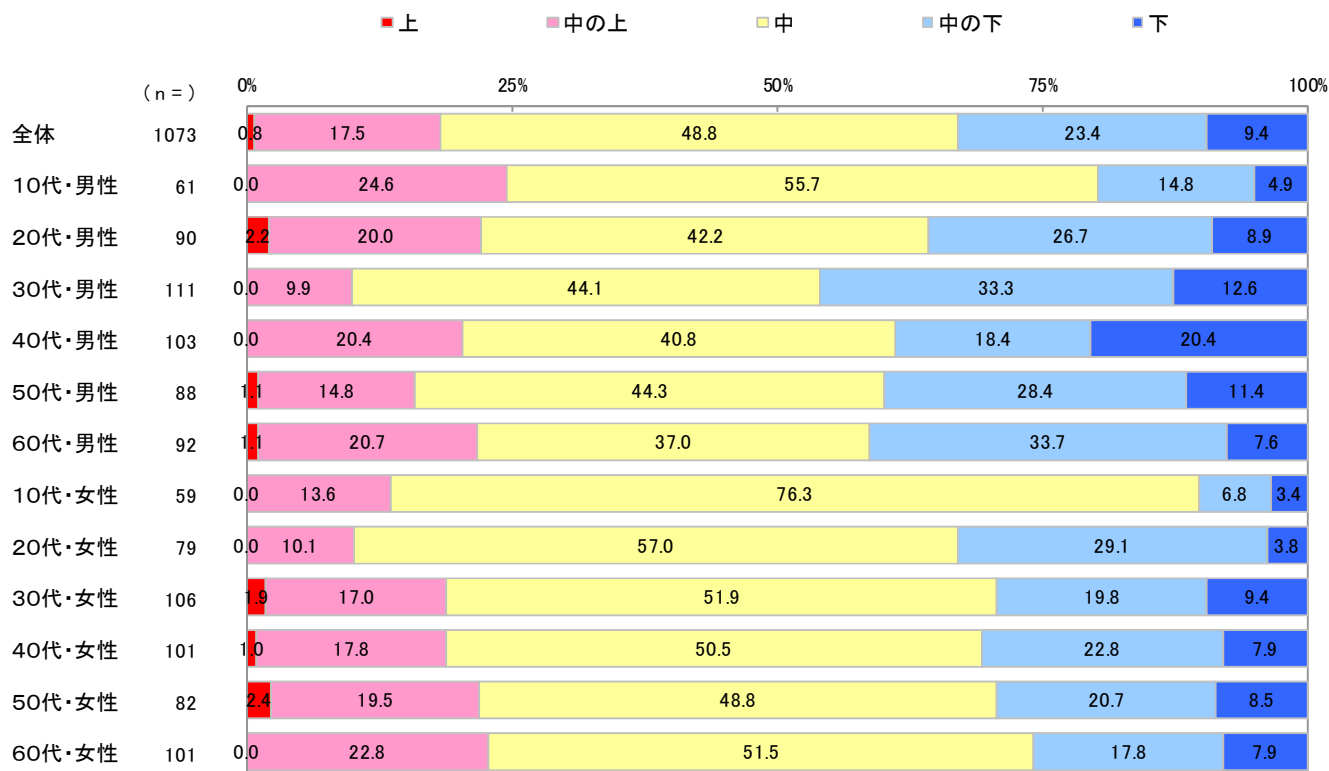
### 今の生活にどの程度満足していますか



## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

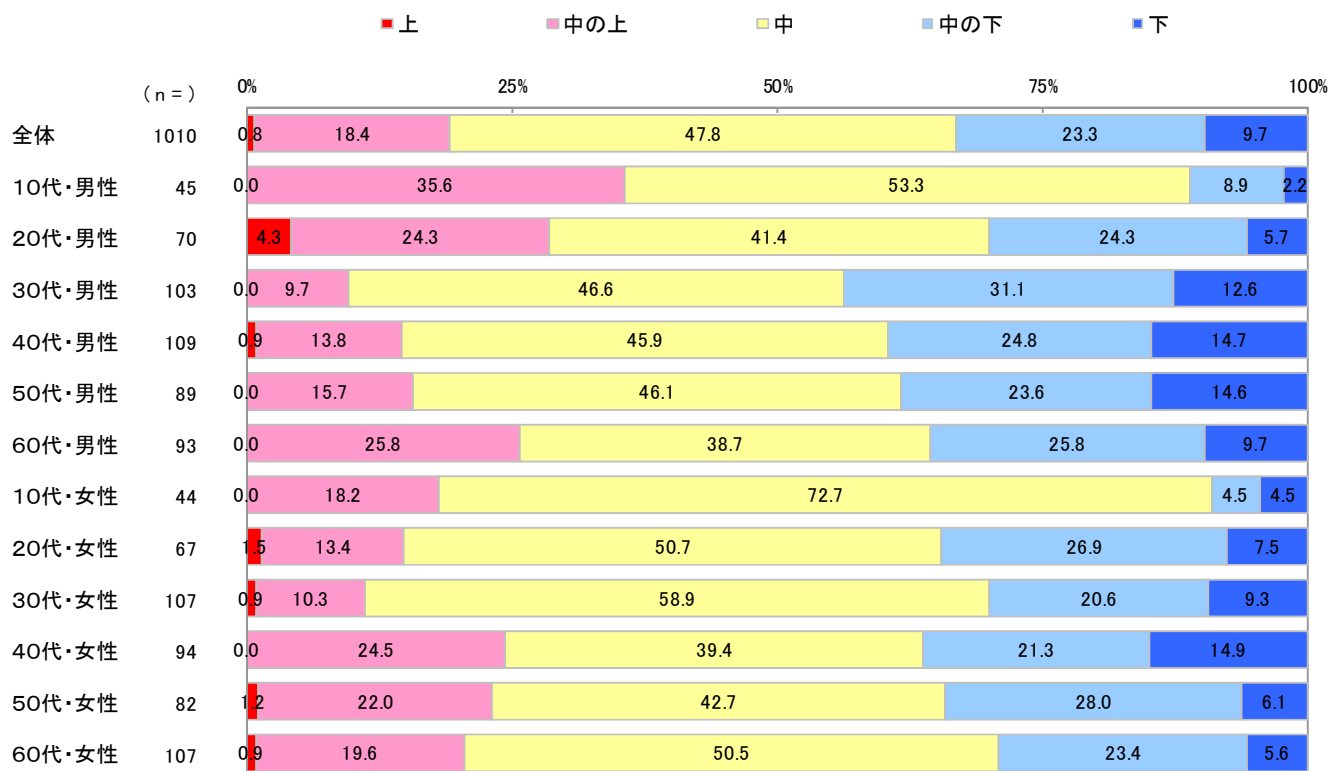
■ 自分自身の生活レベルに対する認識は、年代別にばらつきはあるものの、全体としては昨年とほぼ変わっていない。

### 世間からみた自分の生活レベルに、最もあてはまると思うもの



### (参考)2014年調査

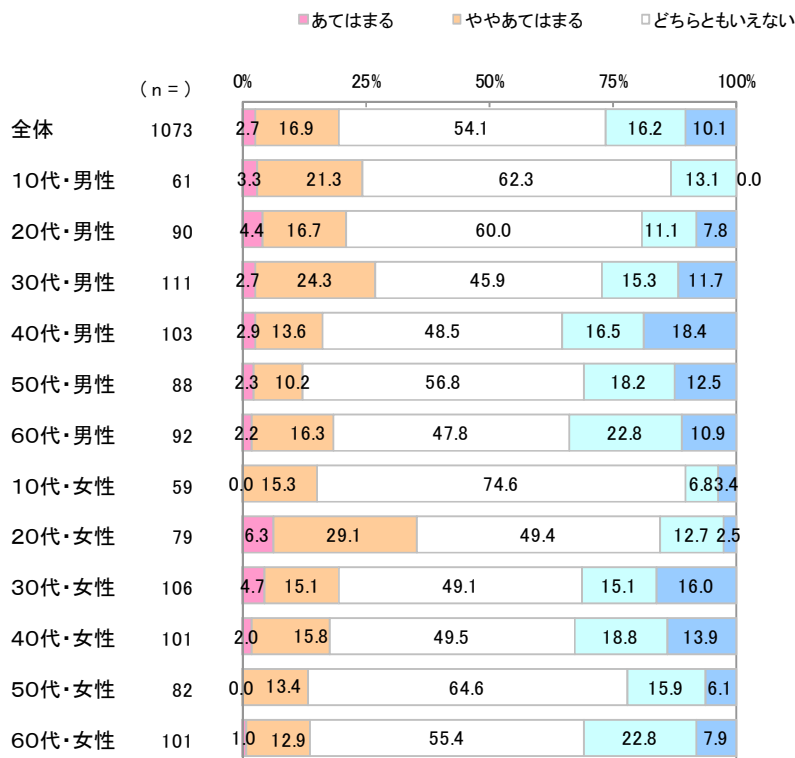
### 世間からみた自分の生活レベルに、最もあてはまると思うもの



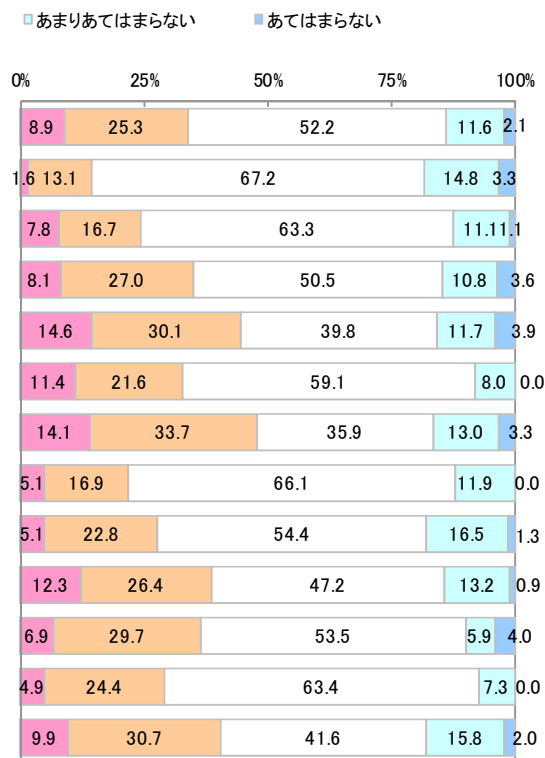
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「暮らしはだんだん悪くなると思う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の34.2%。
- 「将来は貧富の差は拡大していくと思う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の61.5%。

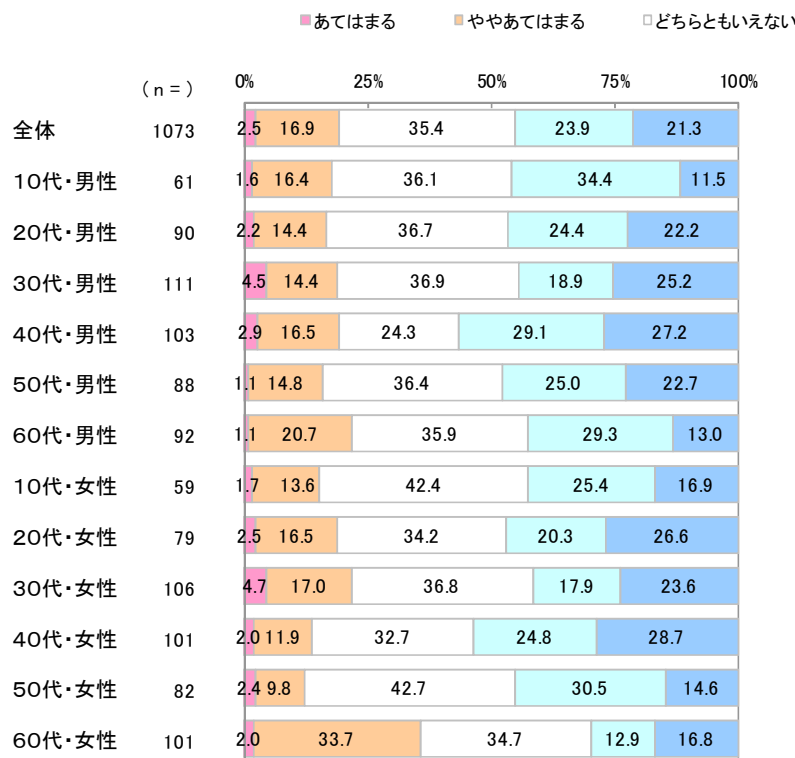
### 暮らしは去年より良くなった



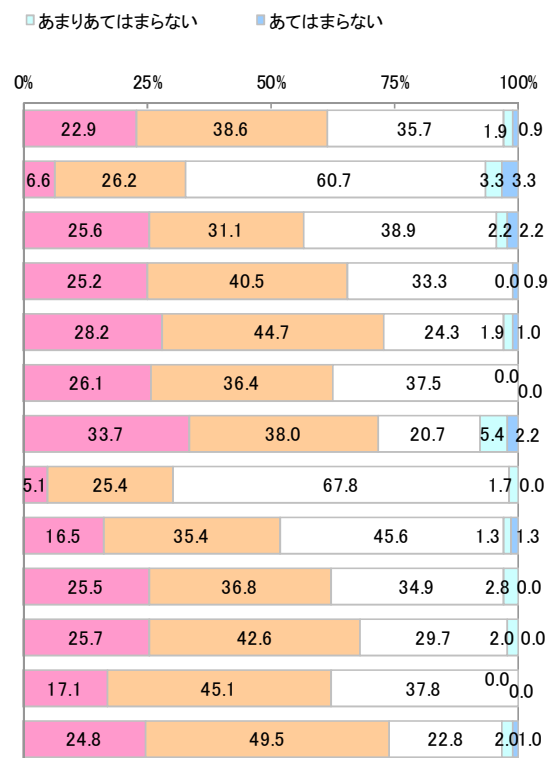
### 暮らしはだんだん悪くなると思う



### 金銭的に余裕がある



### 将来は貧富の差は拡大していくと思う

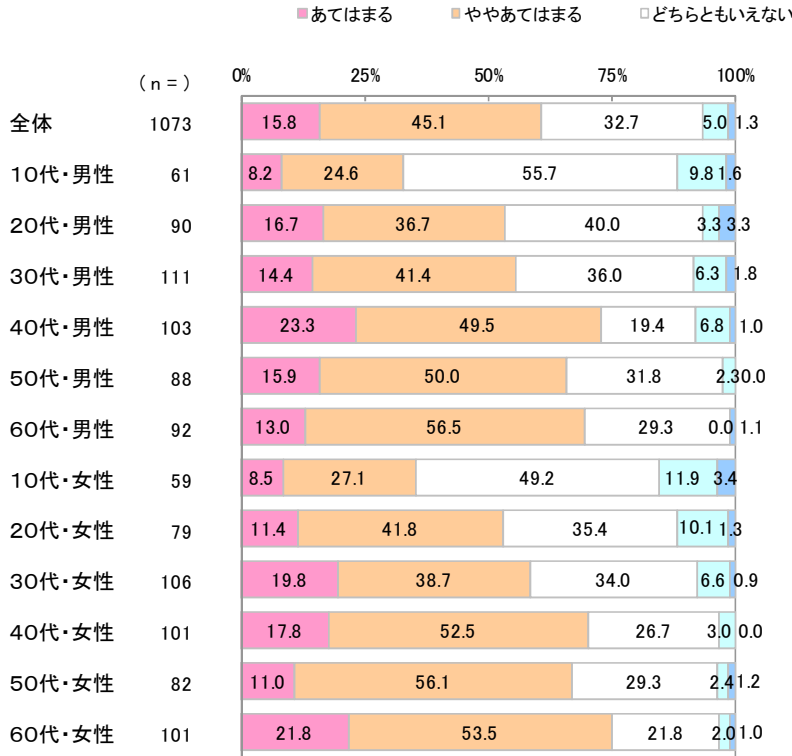




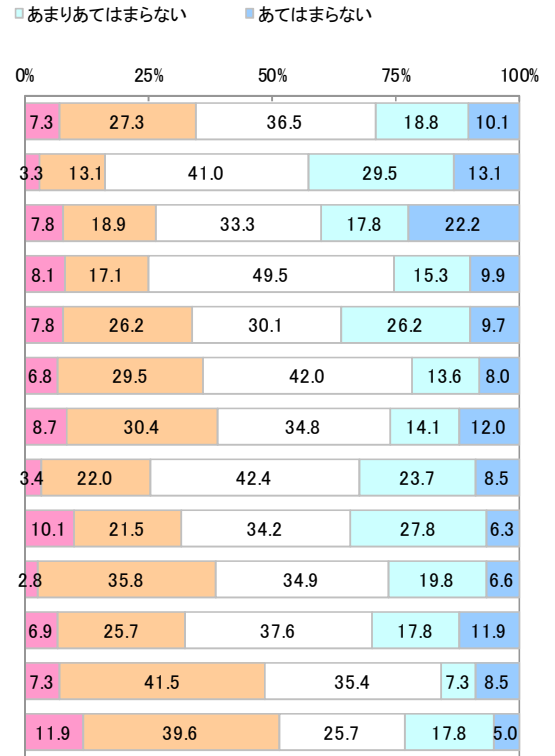
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「無駄を省いて簡素な生活をしたい」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の60.9%。
- 「日本の伝統的な趣味や稽古事に関心がある」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の34.6%。

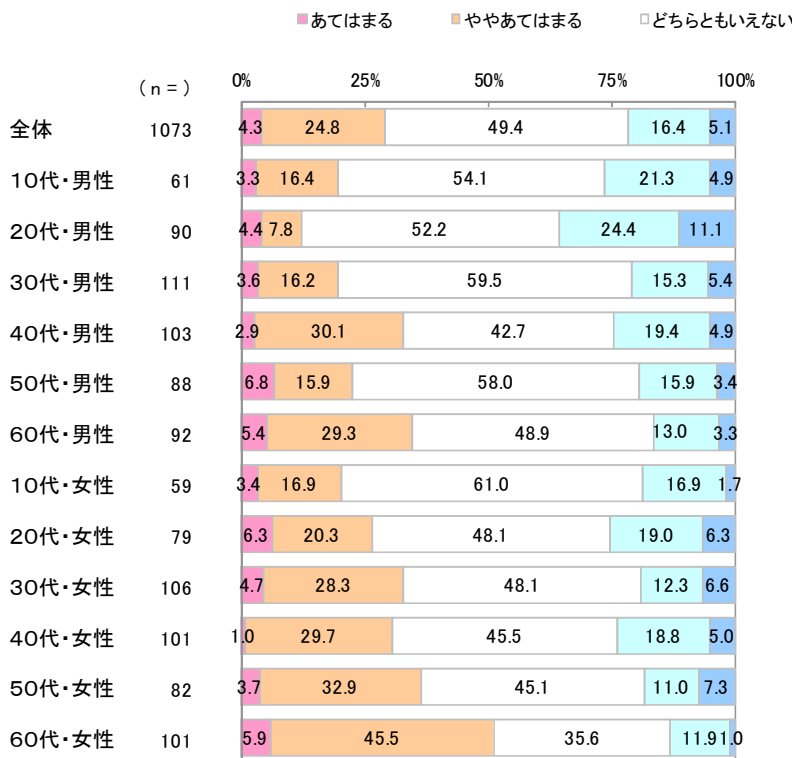
### 無駄を省いて簡素な生活をしたい



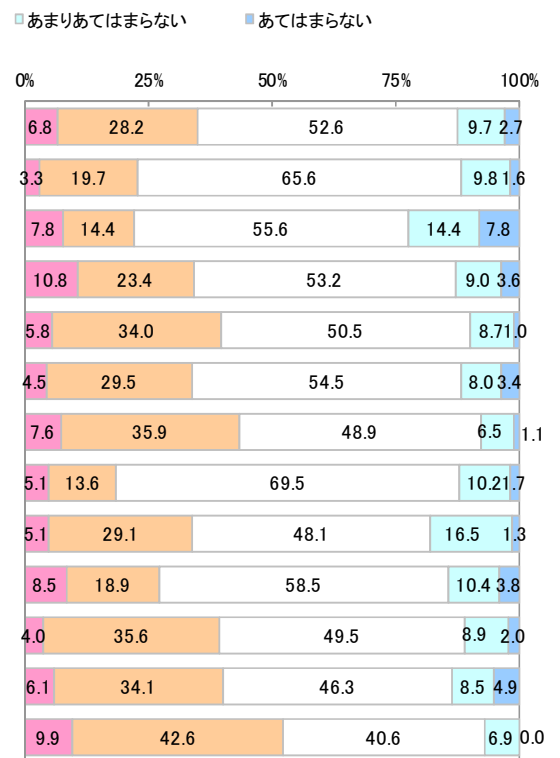
### 日本の伝統的な趣味や稽古事に関心がある



### 日本の伝統的な暮らし方を大事にしている



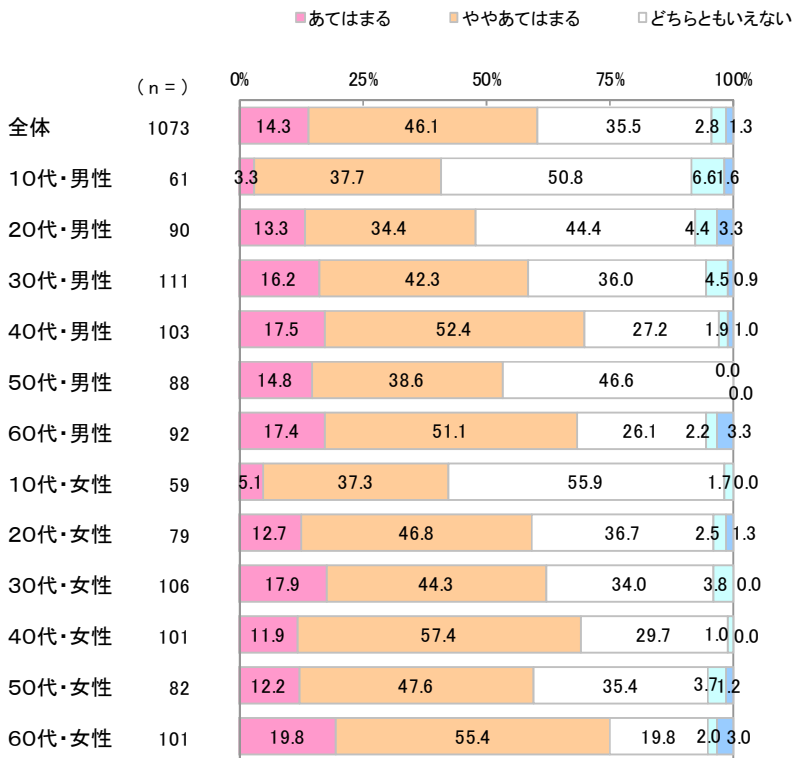
### 古いものを大切にし、 便利でなくても落ち着いた生活をすべきだ



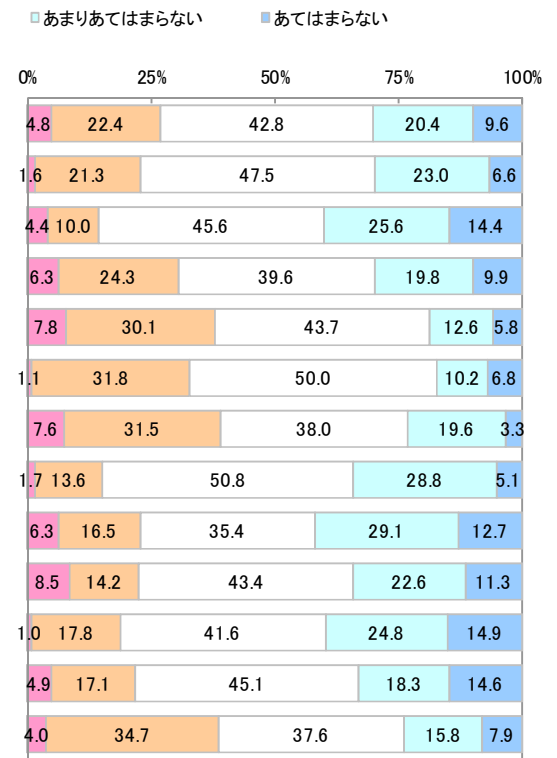
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「できるだけ長く使えるものを買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の60.4%。
- 「心のよりどころになる趣味を持っている」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の51.1%。

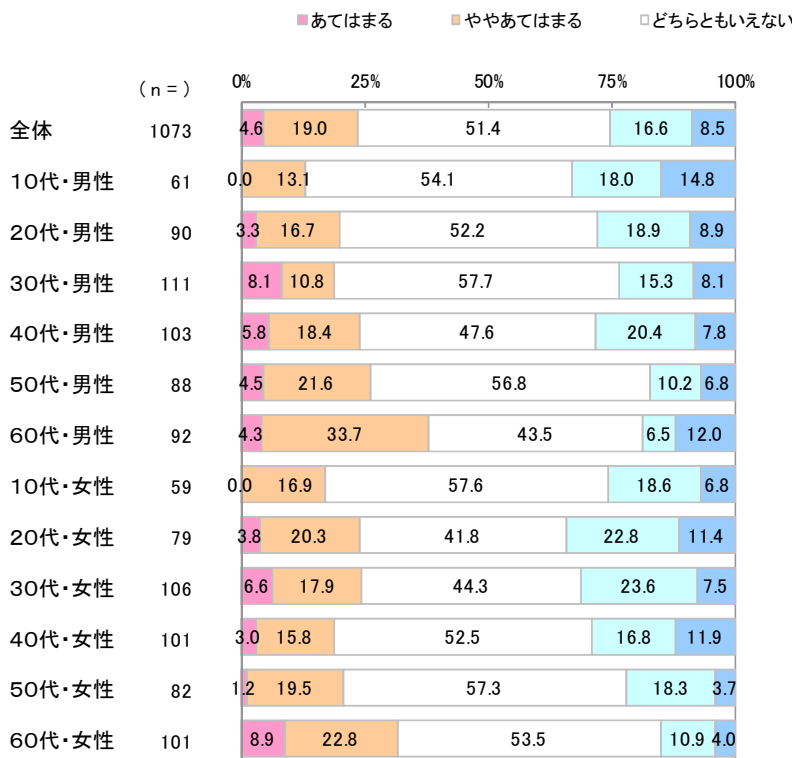
### できるだけ長く使えるものを買う



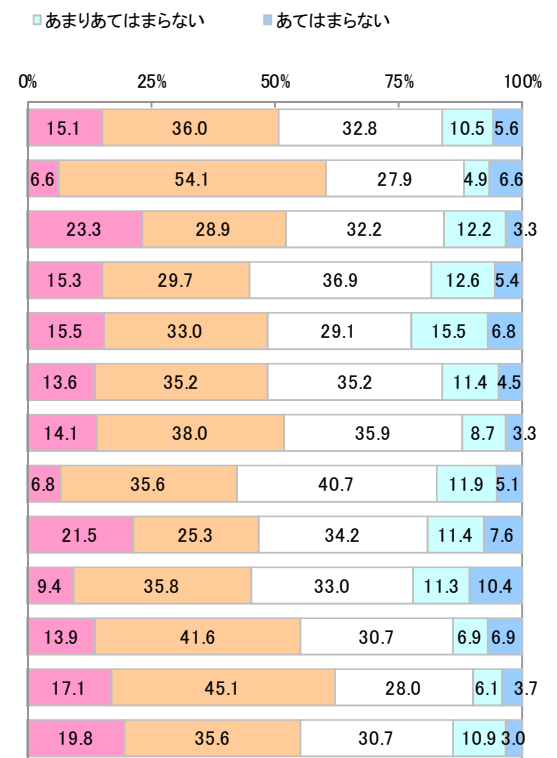
### 多少不便でも自然環境の良いところに住みたい



### 企業の社会的責任(CSR)に関心がある



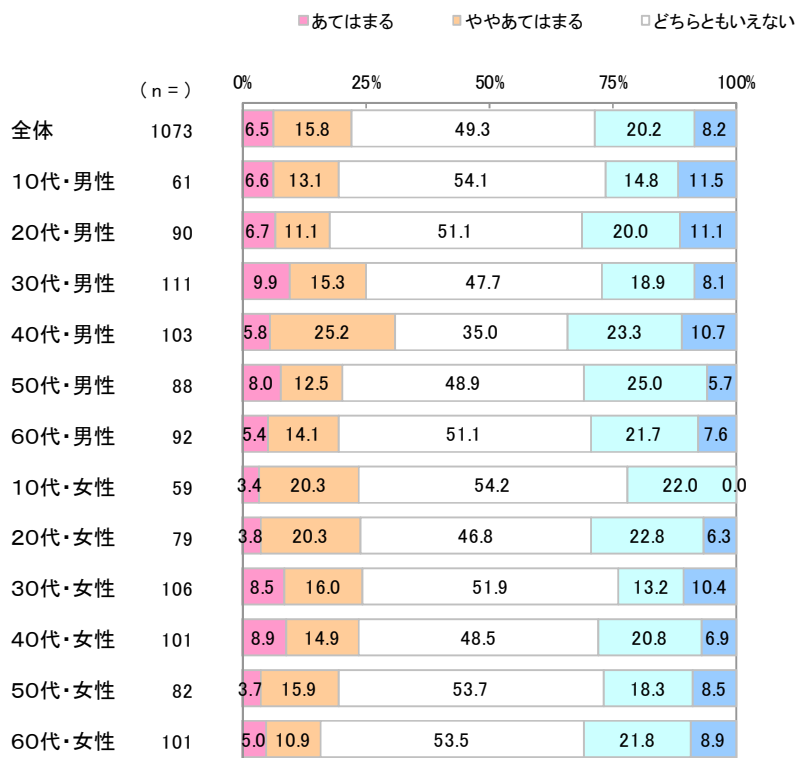
### 心のよりどころになる趣味を持っている



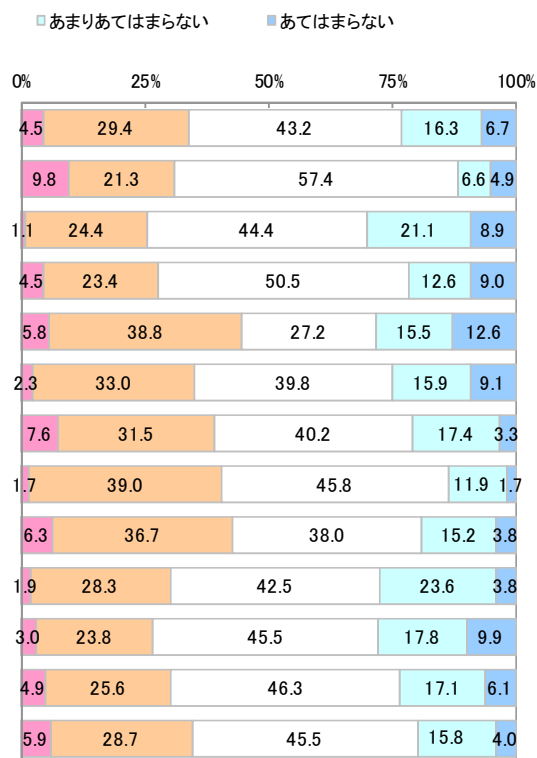
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「世の中は努力すれば報われる」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の33.9%。
- 「何でも手がけたことは最善を尽くしたい」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の48.9%。

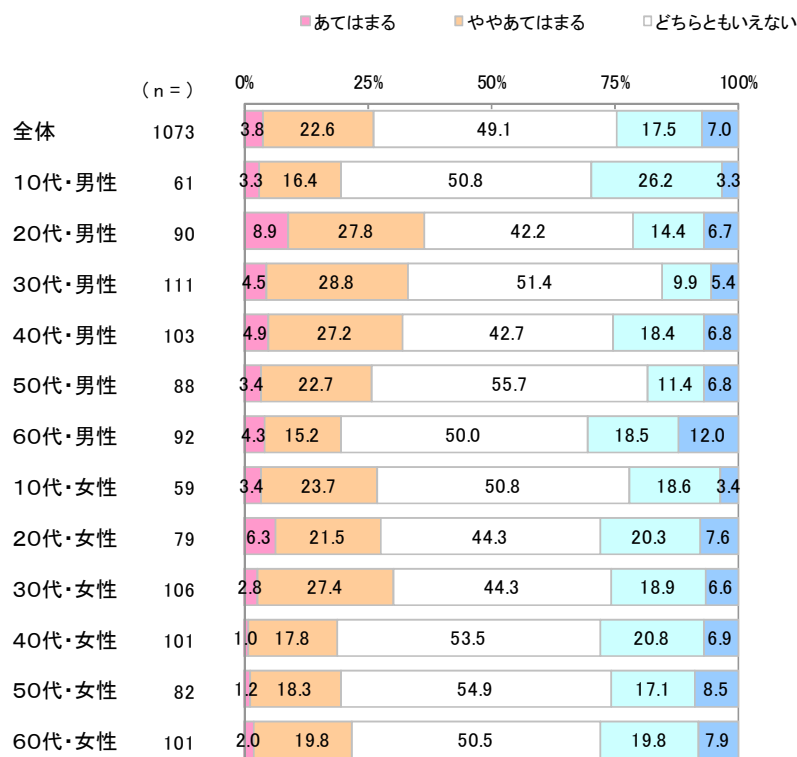
### お金よりも時間のほうが欲しい



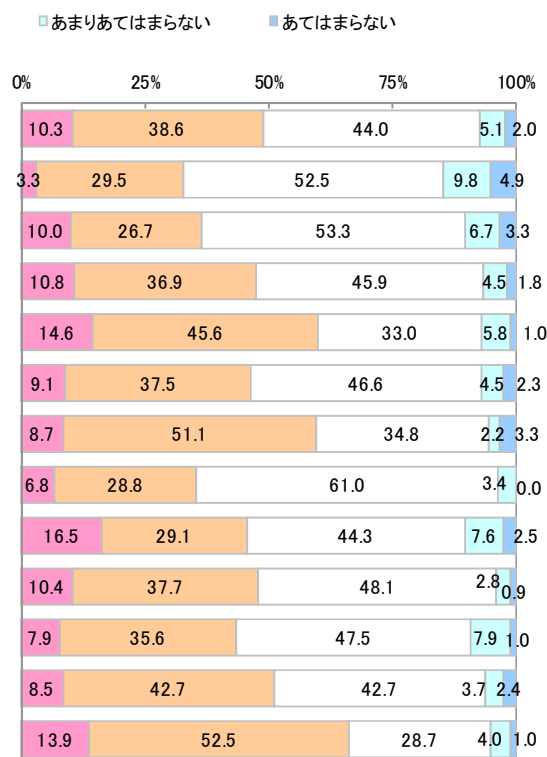
### 世の中は努力すれば報われる



### 高い地位や豊かな生活を得るため努力する



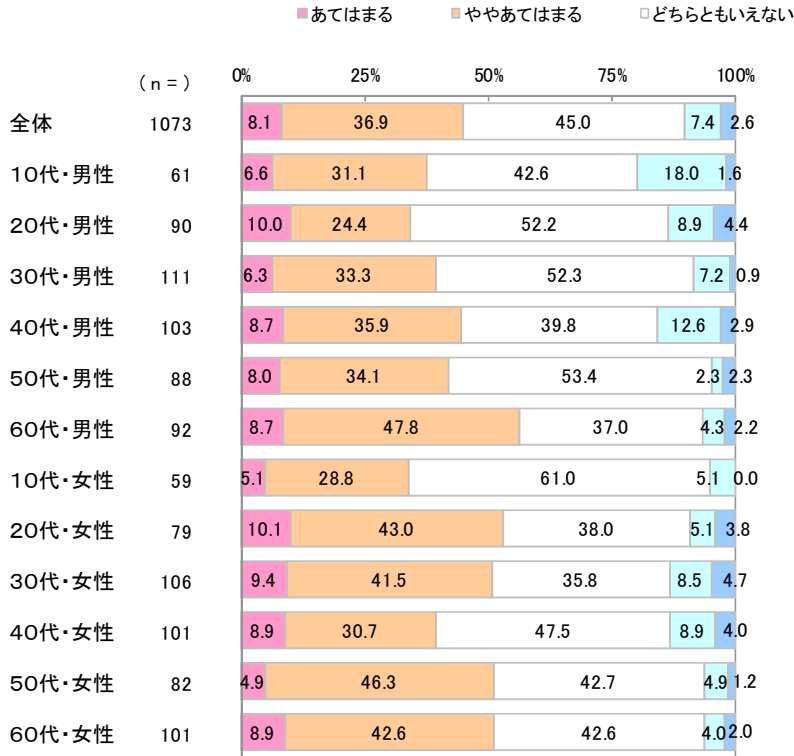
### 何でも手がけたことは最善を尽くしたい



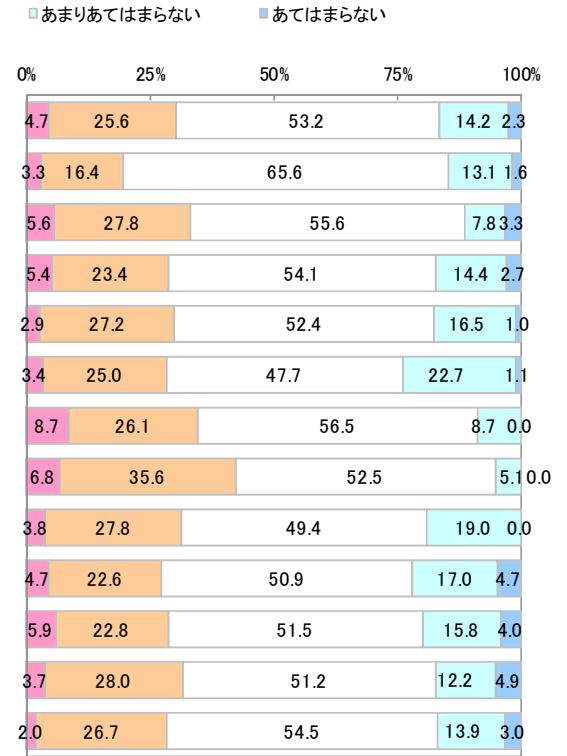
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「将来のことよりも今の生活が大事」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の30.3%。
- 「休日は家族よりも自分本位で過ごす」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の46.8%。

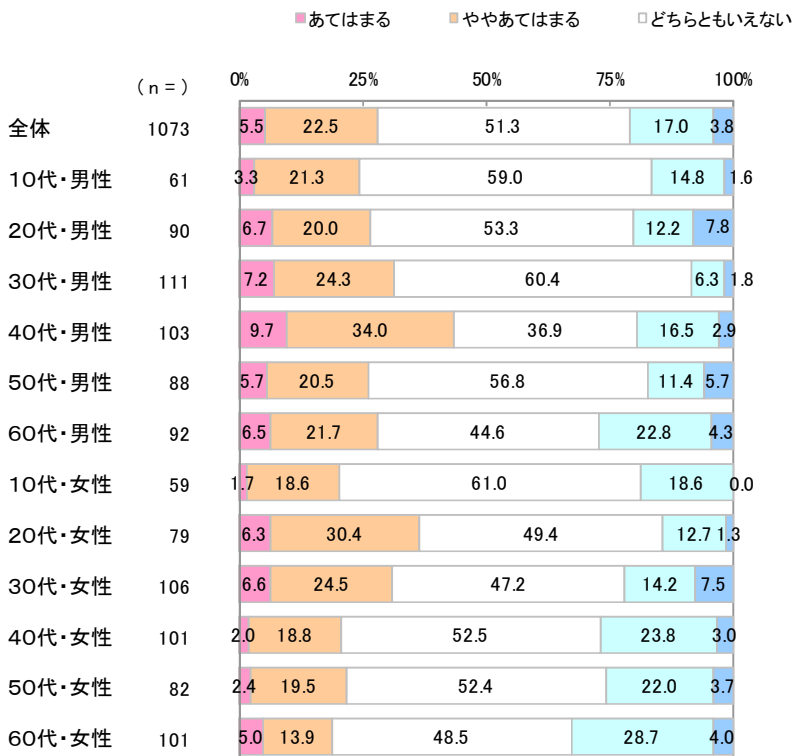
### いつも何かに打ち込んでいたい



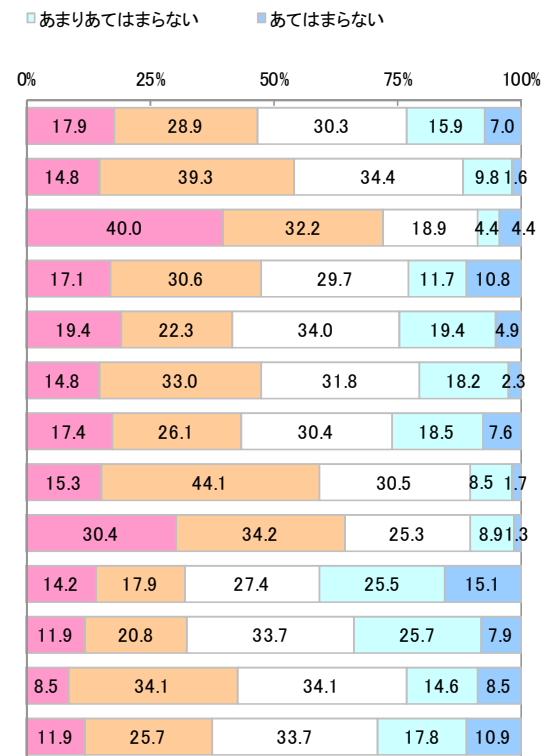
### 将来のことよりも今の生活が大事



### 苦勞することが増えても、 今よりも物質的に豊かな暮らしがしたい



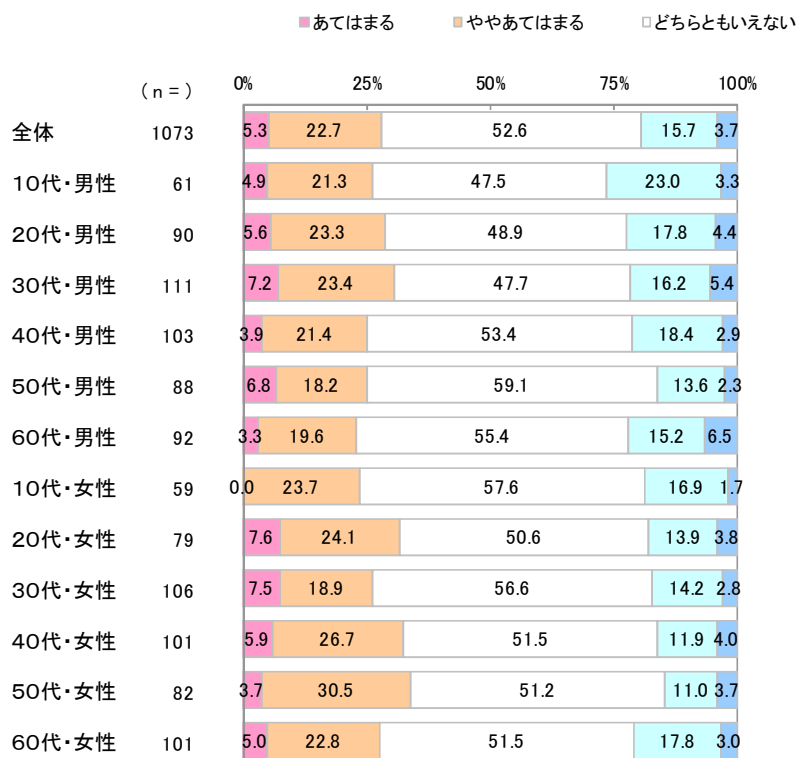
### 休日は家族よりも自分本位で過ごす



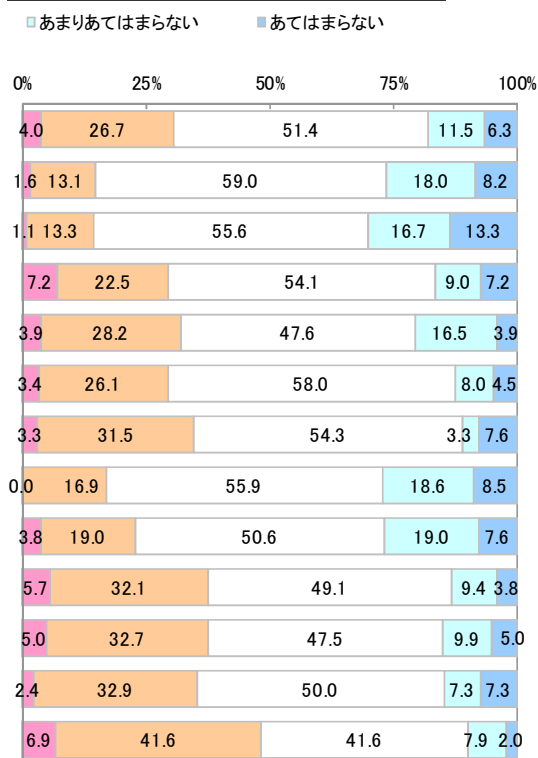
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「生活の中で世の中に役立つことを重視している」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の34.1%。
- 「自分のライフスタイルにこだわった商品を選ぶ」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の57.4%。

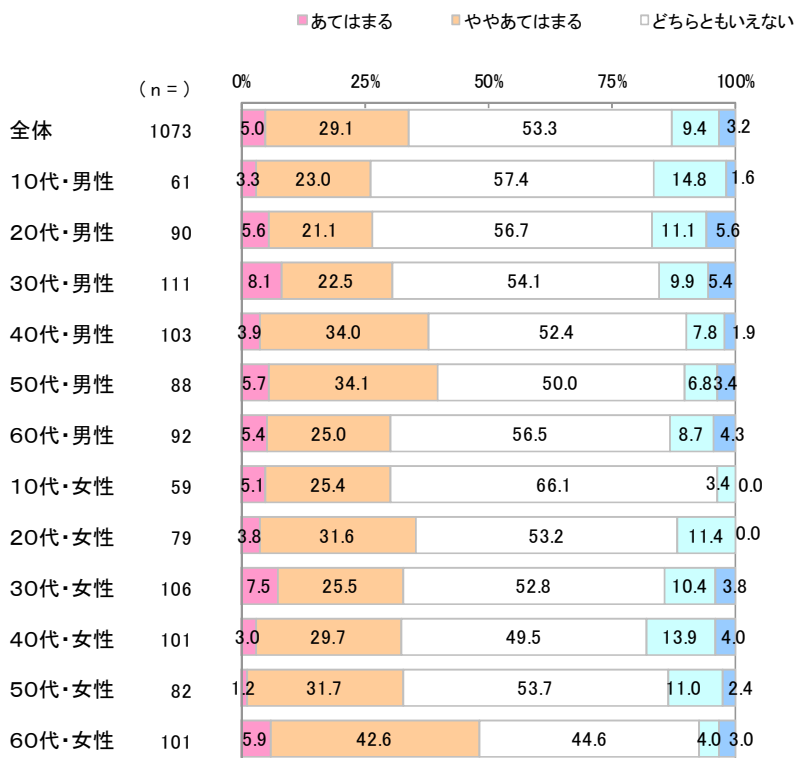
### 余暇は体を休めて明日に備えている



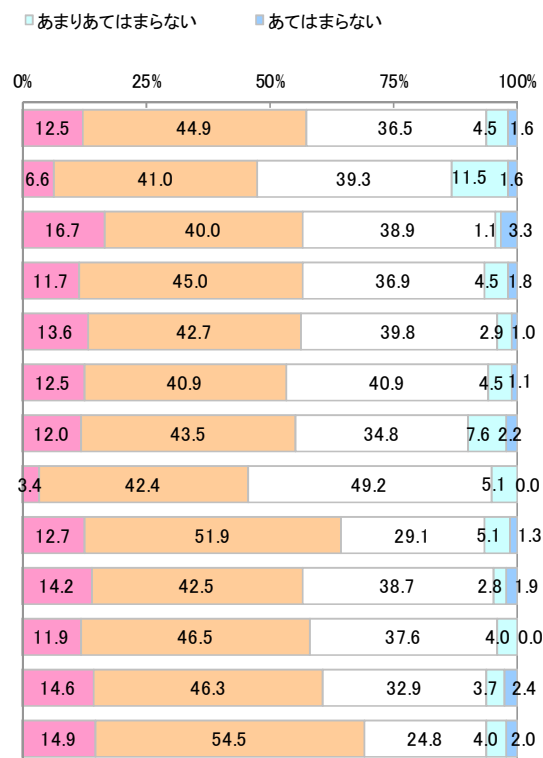
### 自分のことより、まずは家族や他人のためにつくす



### 生活の中で世の中に役立つことを重視している



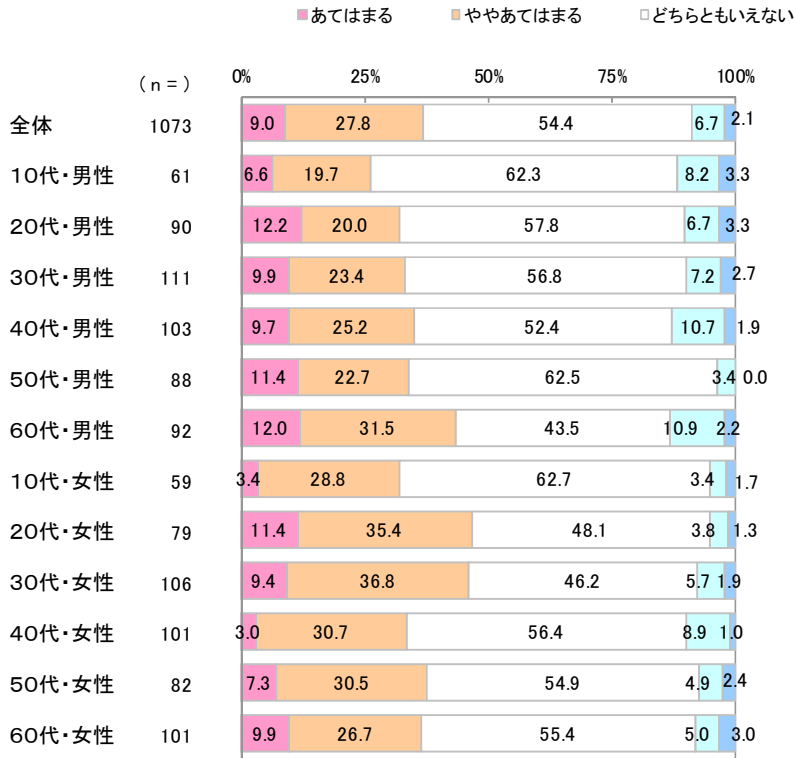
### 自分のライフスタイルにこだわった商品を選ぶ



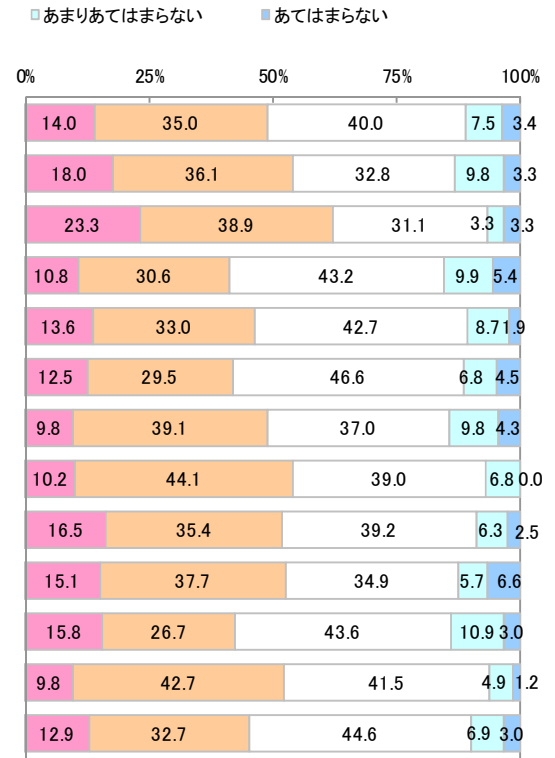
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「有名な大学や学校に通ったほうが、将来は有利になると思う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の49.0%。
- 「一流企業に勤めるよりも、自分で事業を起こしたい」に、「あてはまらない」「あまりあてはまらない」と回答した人は全体の39.6%。

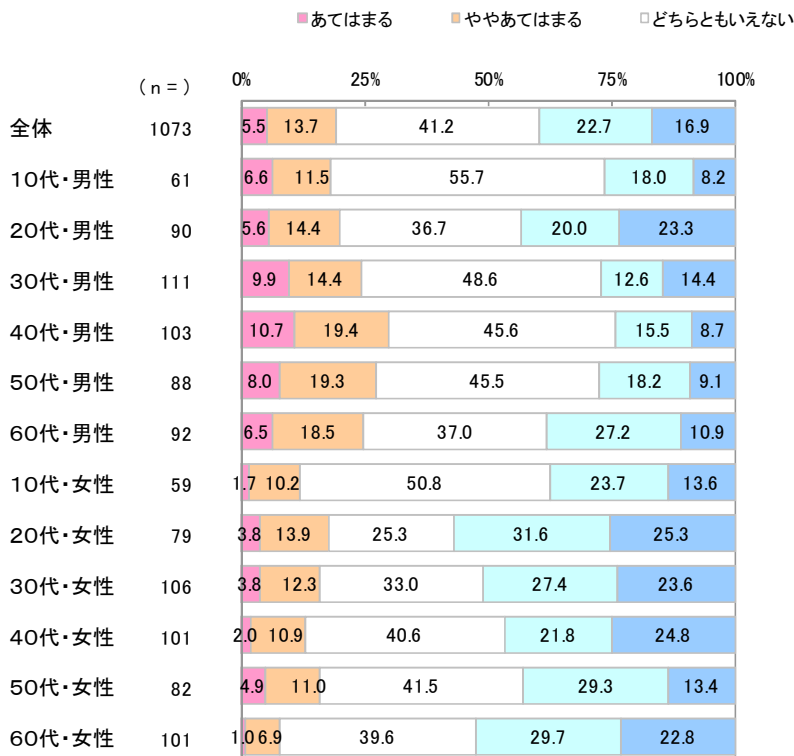
### 世界より国内のことに目を向けるべきだ



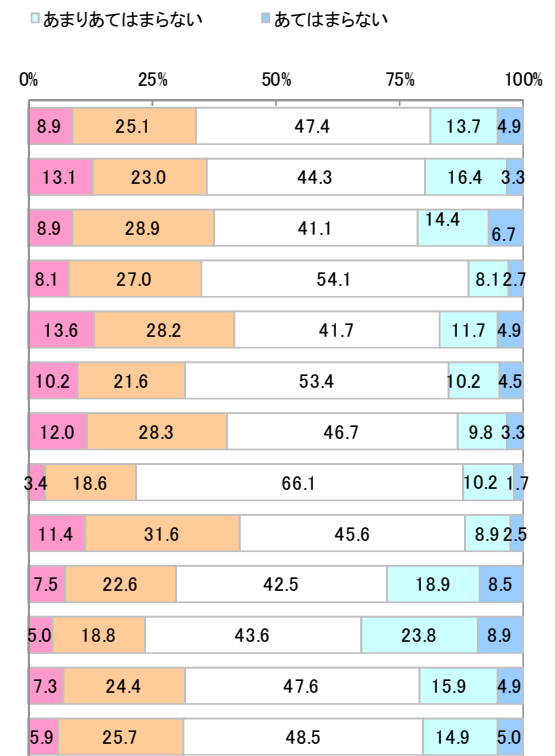
### 有名な大学や学校に通ったほうが、将来は有利になると思う



### 一流企業に勤めるよりも、自分で事業を起こしたい



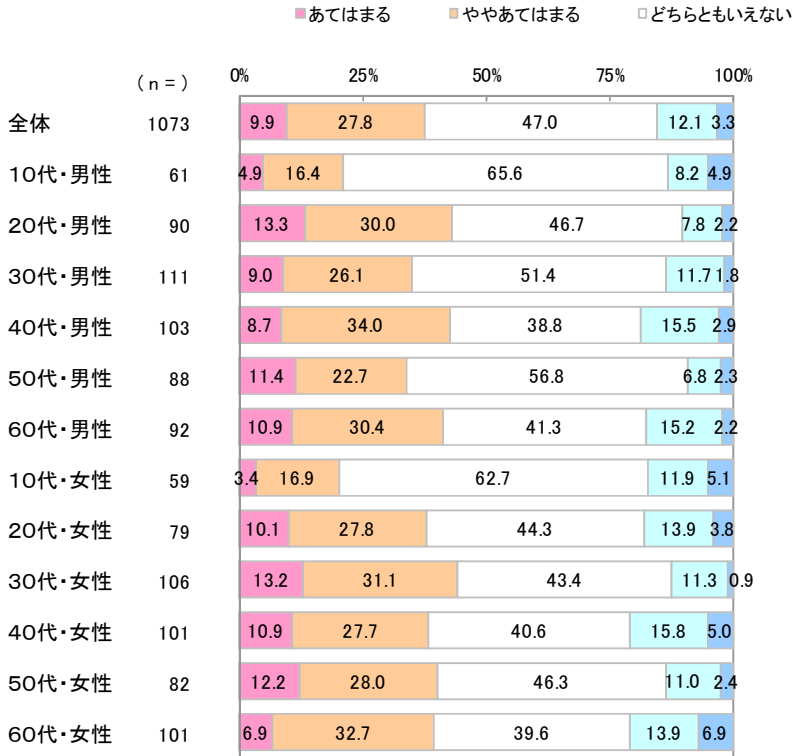
### 趣味も仕事も一流でありたい



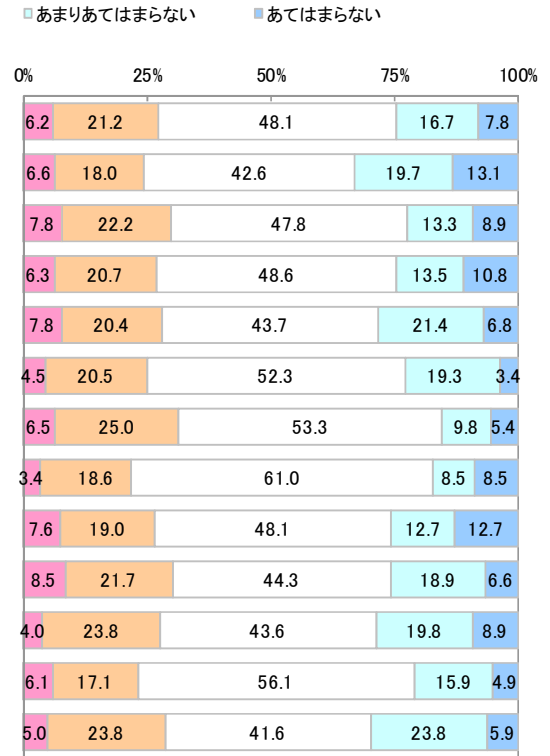
## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「隣近所の人とはなるべく干渉し合わないほうが良い」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の37.7%。
- 「自分の考えや意見を他人に伝えるのが得意だ」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の27.4%。

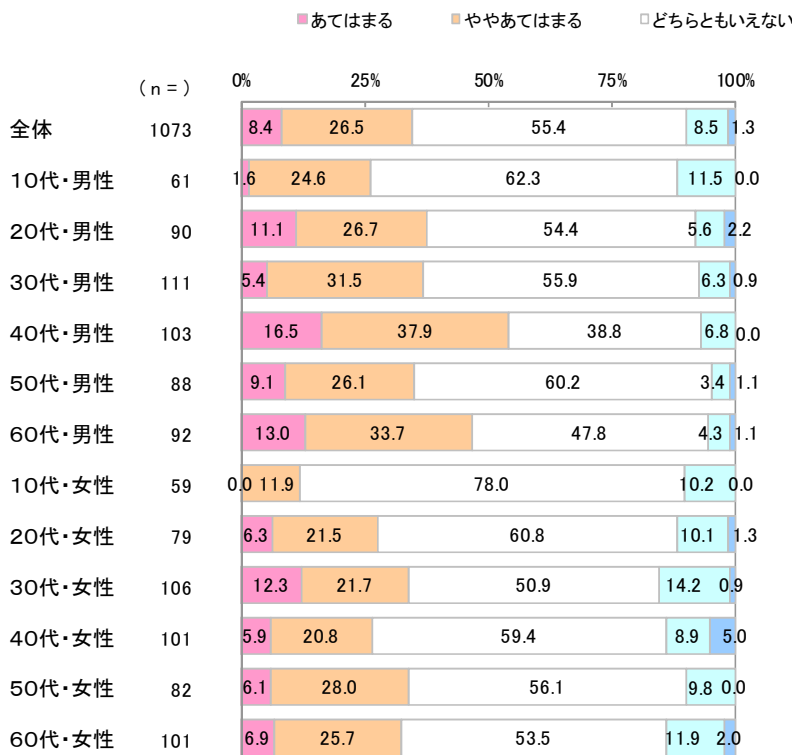
### 隣近所の人とはなるべく干渉し合わないほうが良い



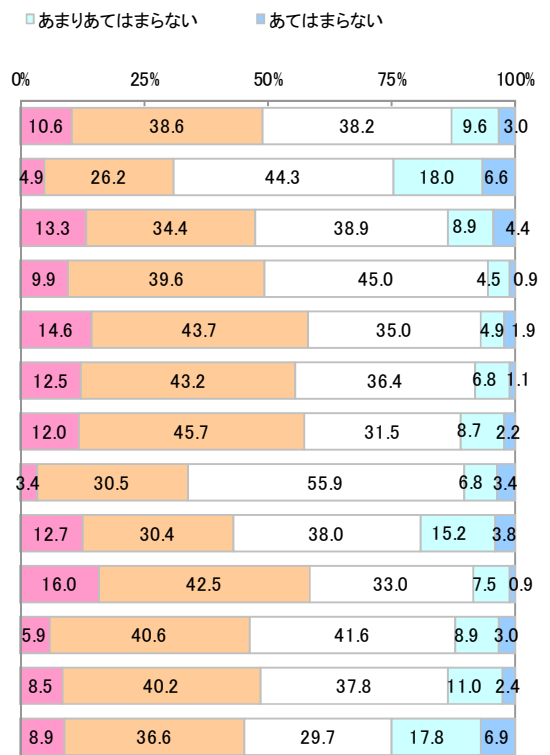
### 自分の考えや意見を他人に伝えるのが得意だ



### メディアの情報は疑ってかかるほうだ



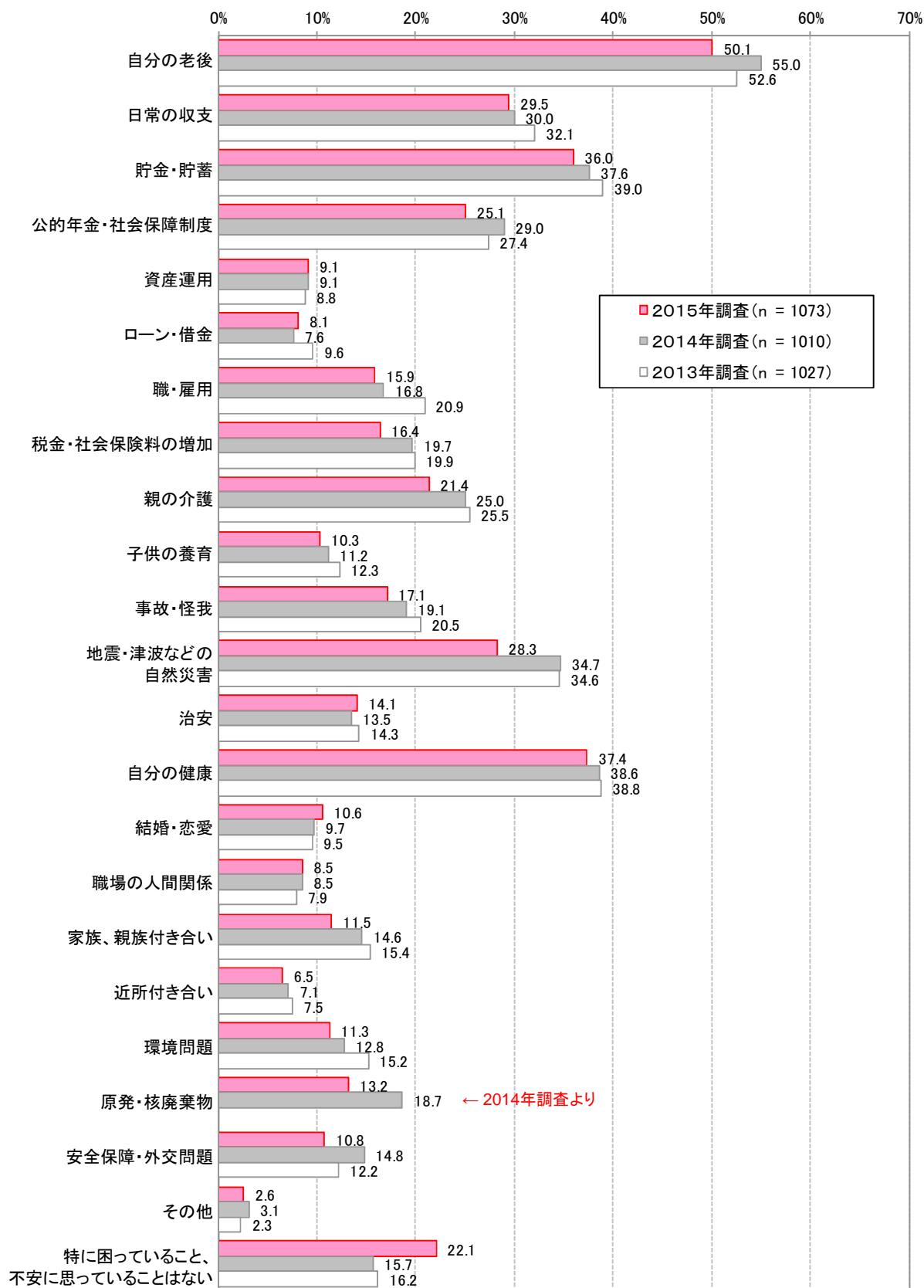
### 広くいろいろな情報を集めるほうだ



## II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「現在および将来の生活について、困っていること、不安に思っていること」では、「公的年金・社会保障制度」「貯金・貯蓄」「職・雇用」など、経済面での心配事の減少がみられた。
- 「特に困っていること、不安に思っていることはない」が22.1%と前年より、6.4ポイント増えた。

### 現在および将来の生活について、困っていること、不安に思っていること



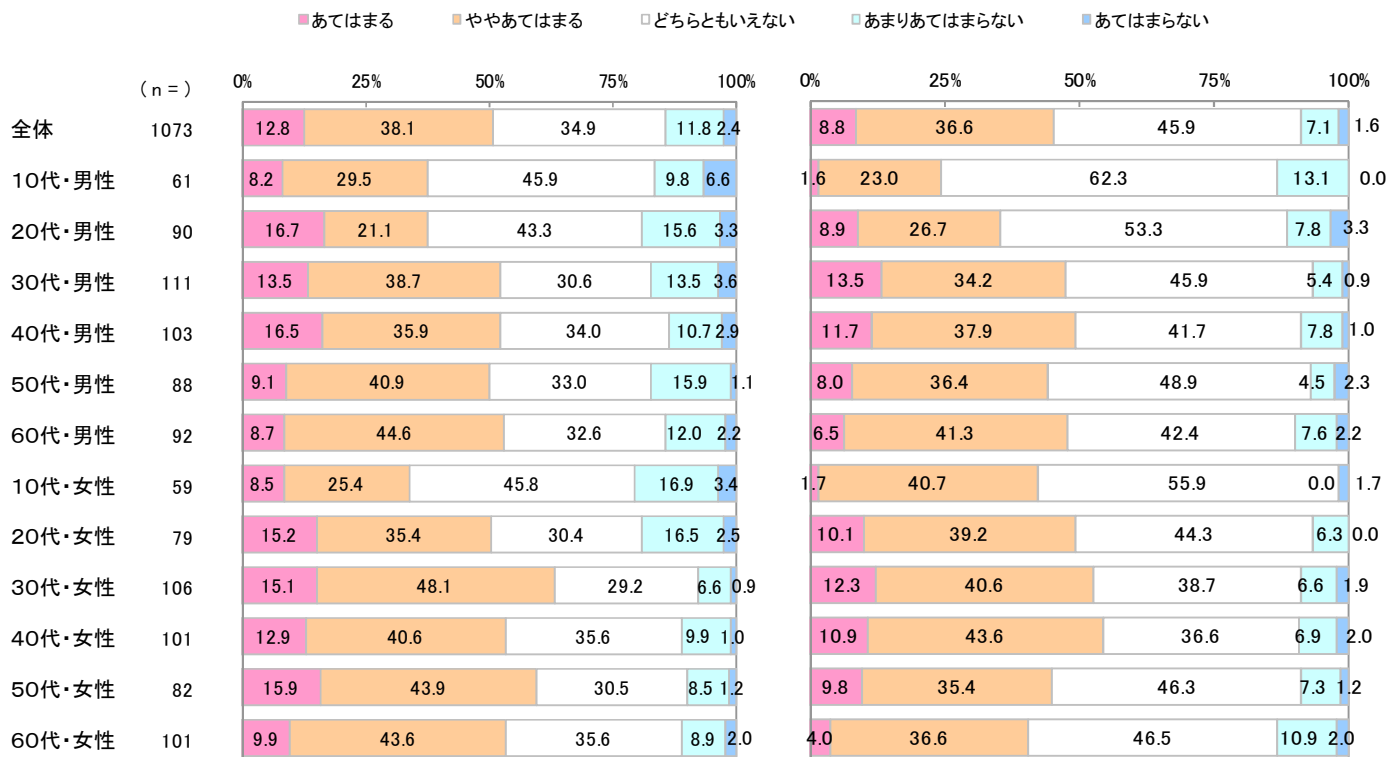


## II. 生活意識と消費行動: 消費行動

- 「なるべく節約して将来の備えに貯金するようにしている」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の50.9%。
- 「安くて経済的なものを買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の45.4%。

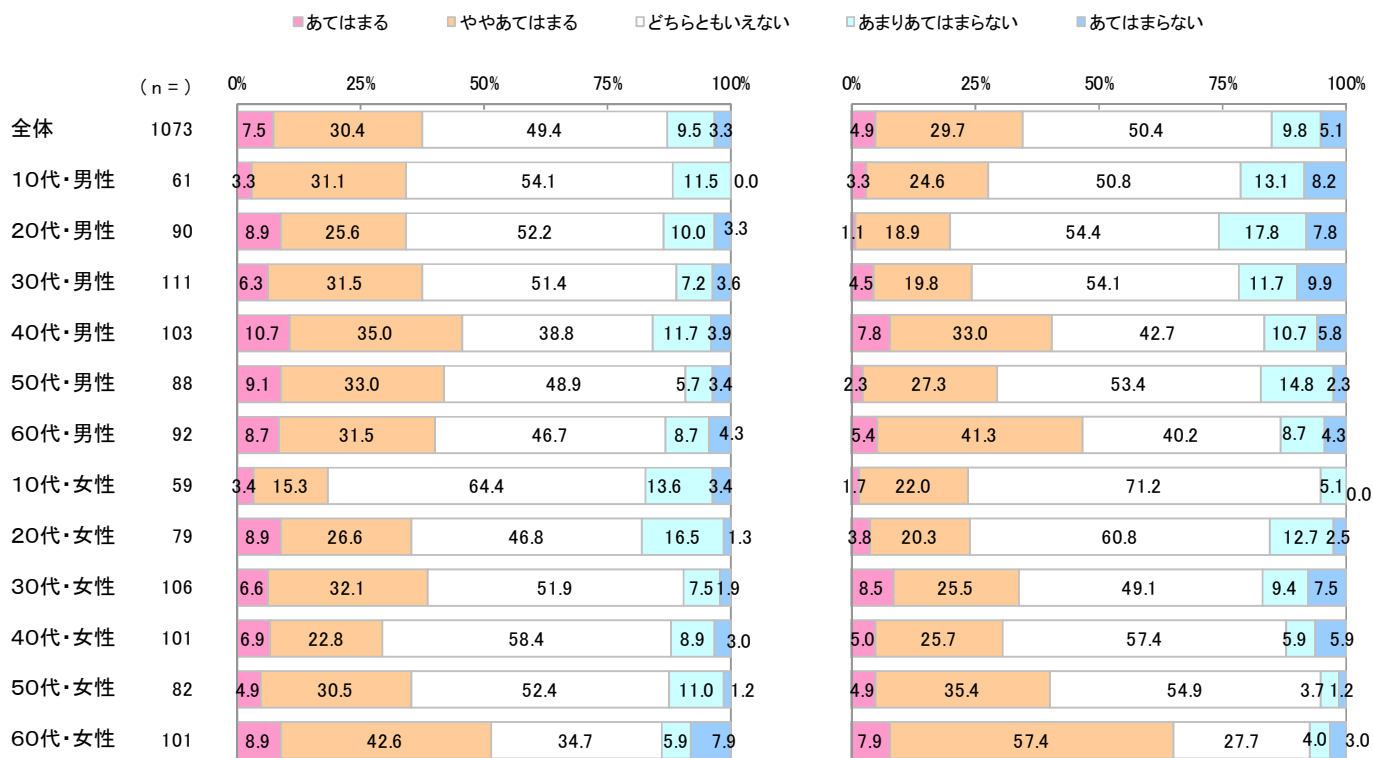
### なるべく節約して将来の備えに貯金するようにしている

### 安くて経済的なものを買う



### 多少値段が高くても良いものを買う

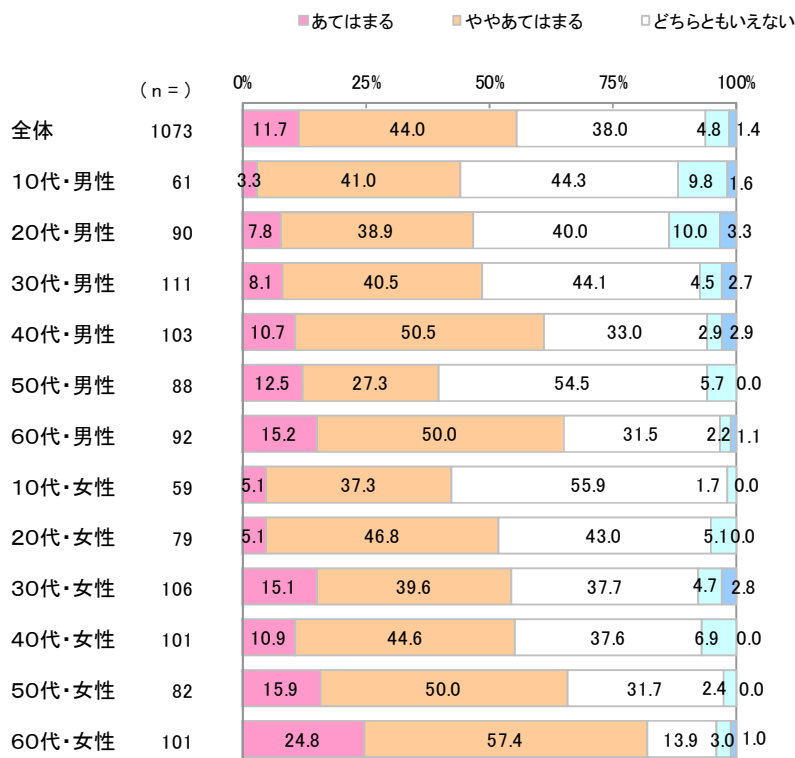
### 環境保護に配慮した製品を買う



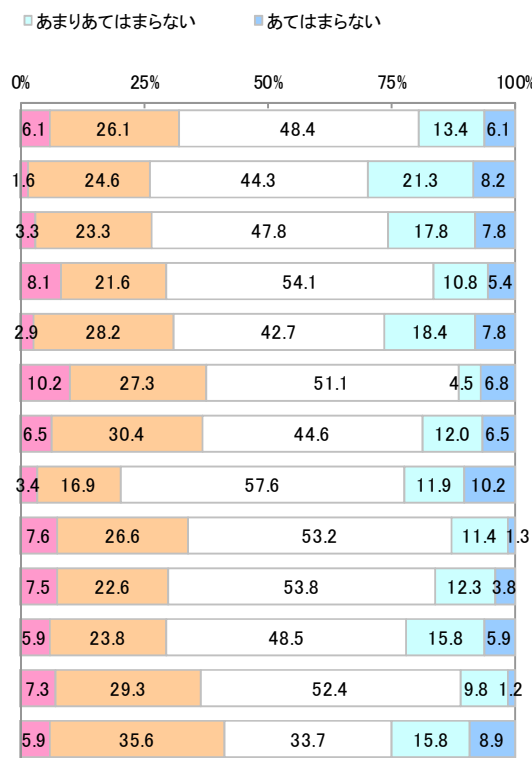
## II. 生活意識と消費行動: 消費行動

- 「安全性に配慮した製品を買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の55.7%。
- 「同等の機能と価格なら、日本製を買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の72.6%。

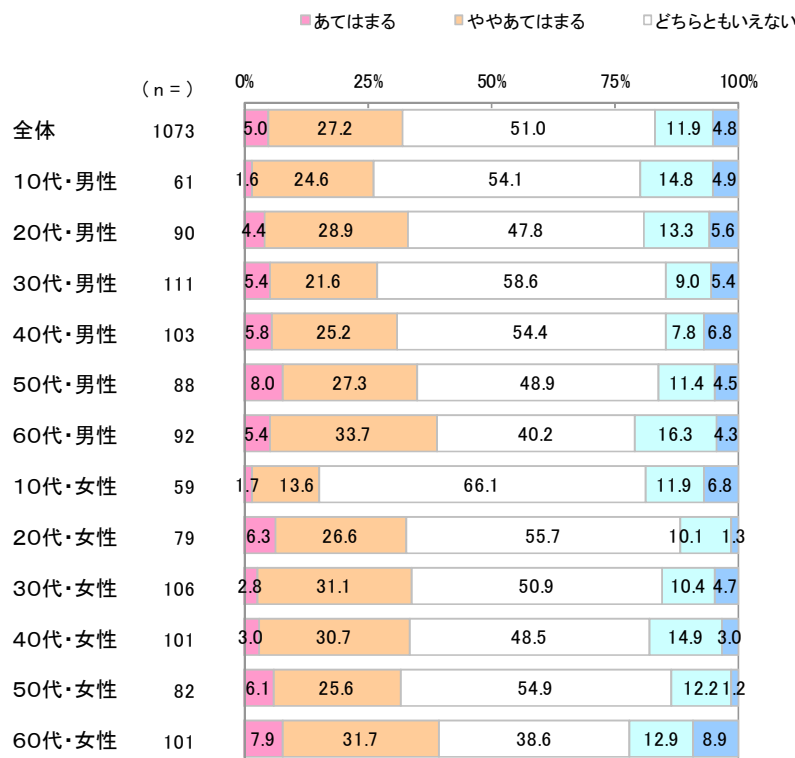
### 安全性に配慮した製品を買う



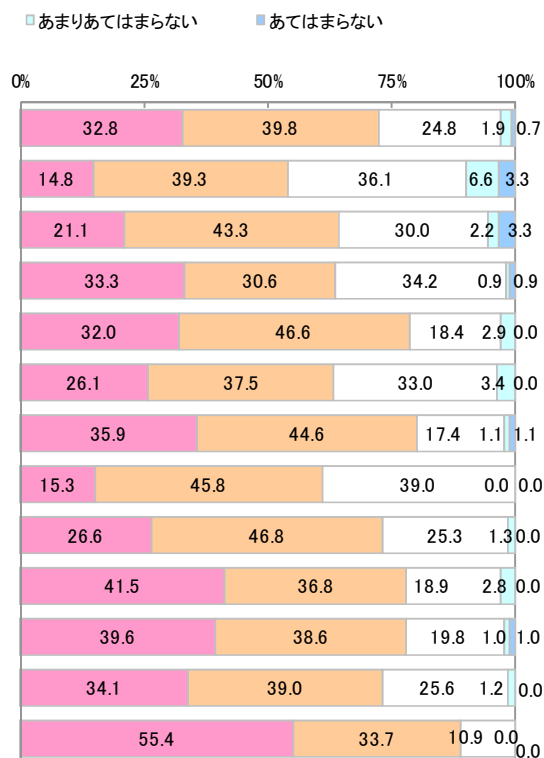
### いつも買うと決めているブランドがある



### 多少高くても有名なメーカーの商品を買う



### 同等の機能と価格なら、日本製を買う

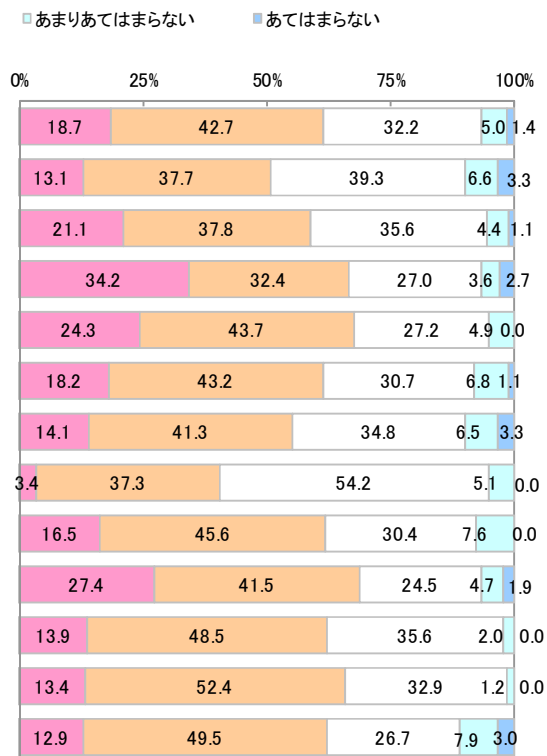
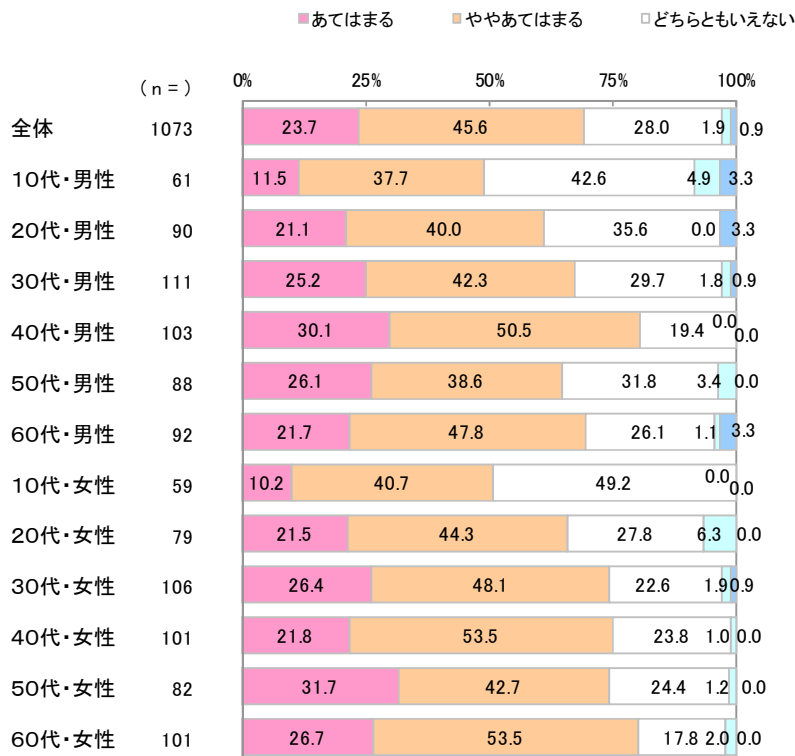


## II. 生活意識と消費行動: 消費行動

- 「使っている人の評判が気になる」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の38.2%。
- 「メーカーやブランドにこだわるほうだ」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の33.4%。

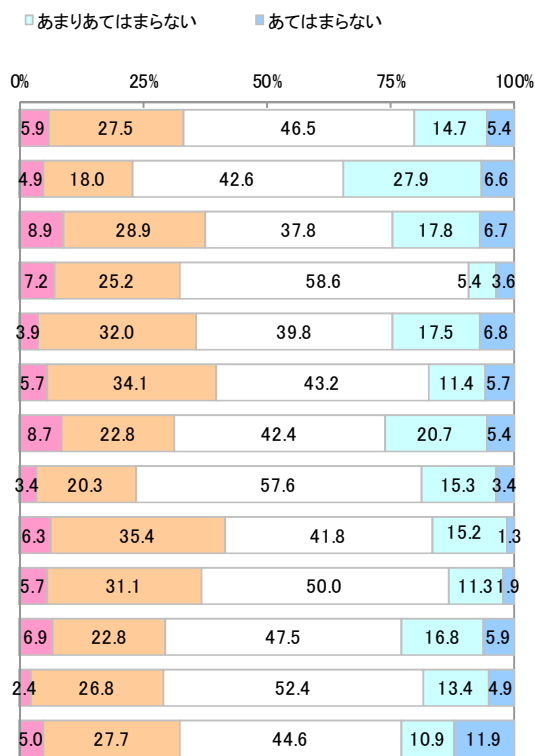
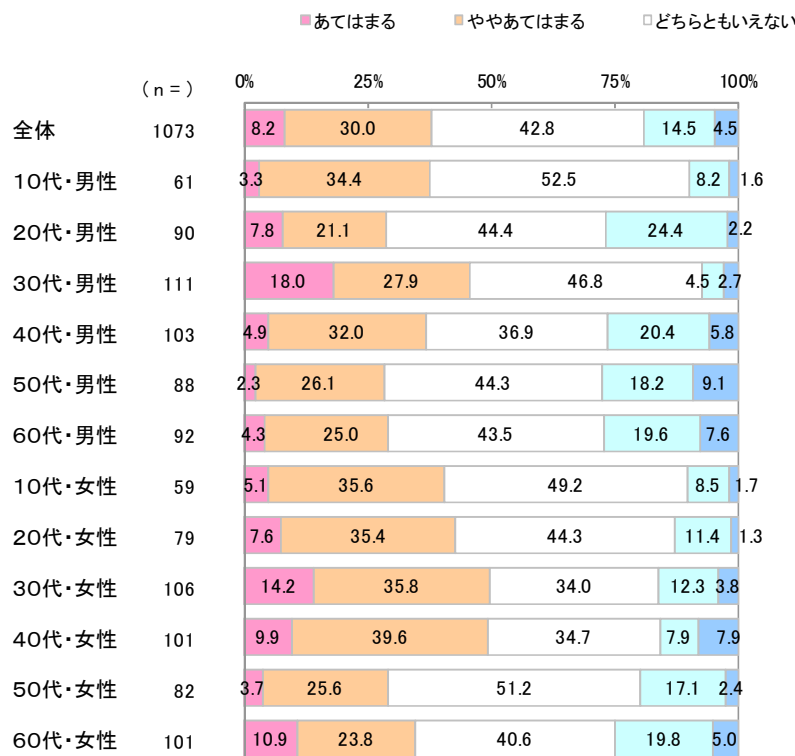
### 価格が品質に見合っているか検討してから買う

### 事前に情報収集してから買う



### 使っている人の評判が気になる

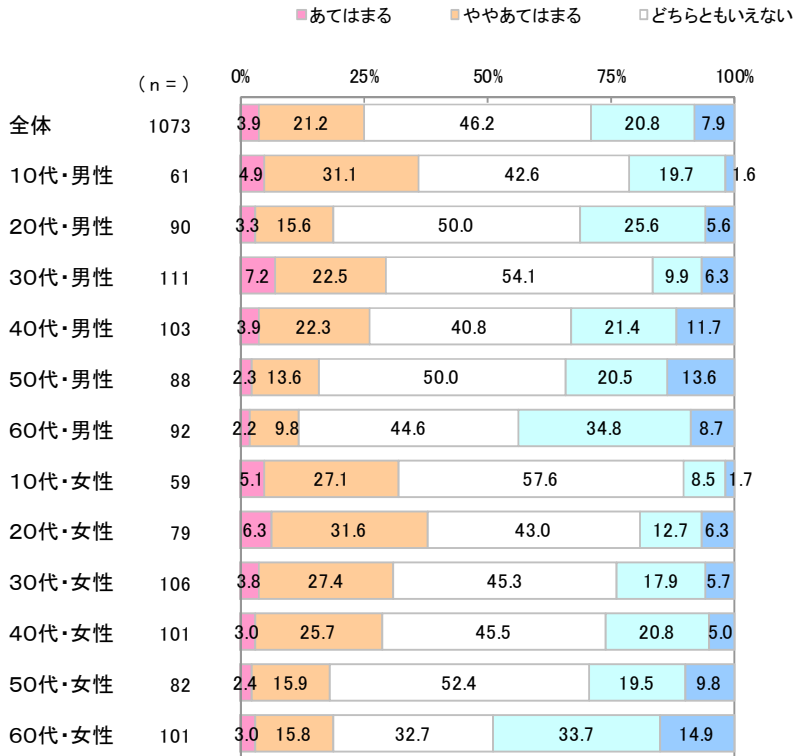
### メーカーやブランドにこだわるほうだ



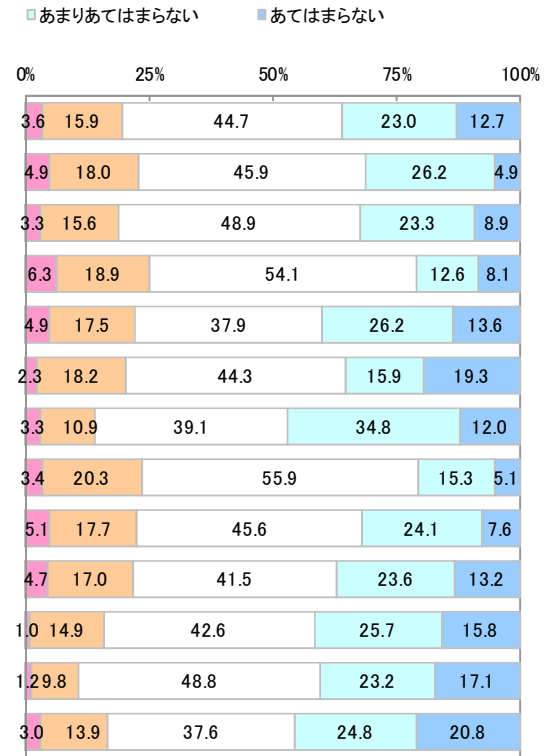
## II. 生活意識と消費行動: 消費行動

- 「これから流行りそうなものを人より先に手に入れたい」に、「あまりあてはまらない」「あてはまらない」と回答した人は全体の35.7%。
- 「売れ筋商品や評価が高い商品をよく買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の30.8%。

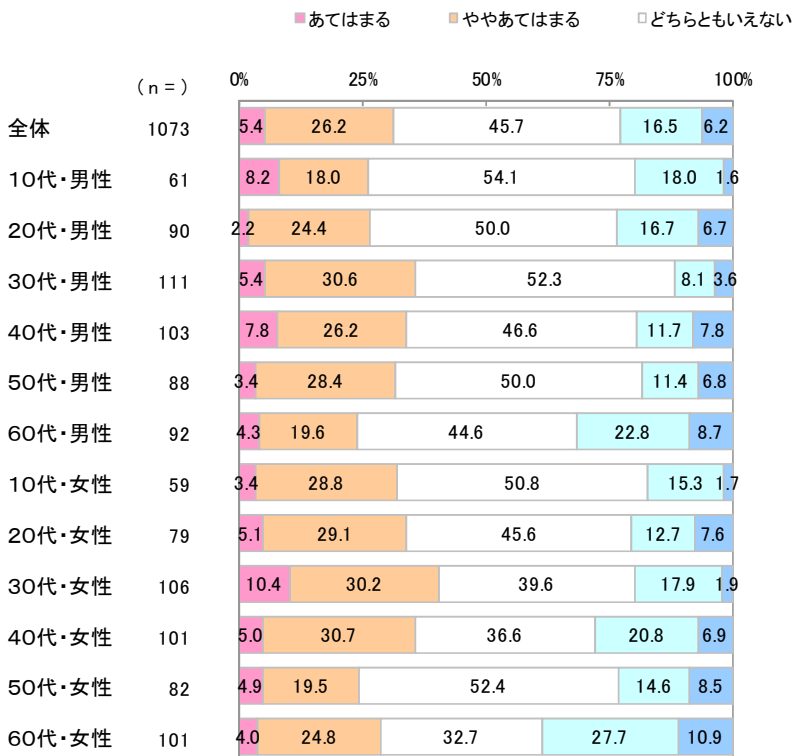
### 噂を聞いたり、人が使っているのを見ると、買いたくなる



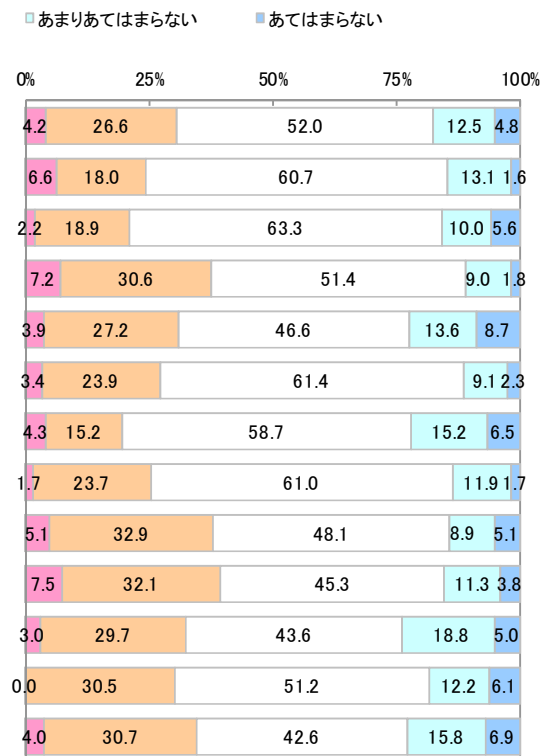
### これから流行りそうなものを人より先に手に入れたい



### 新しいものや変わったものを試すのが好きだ



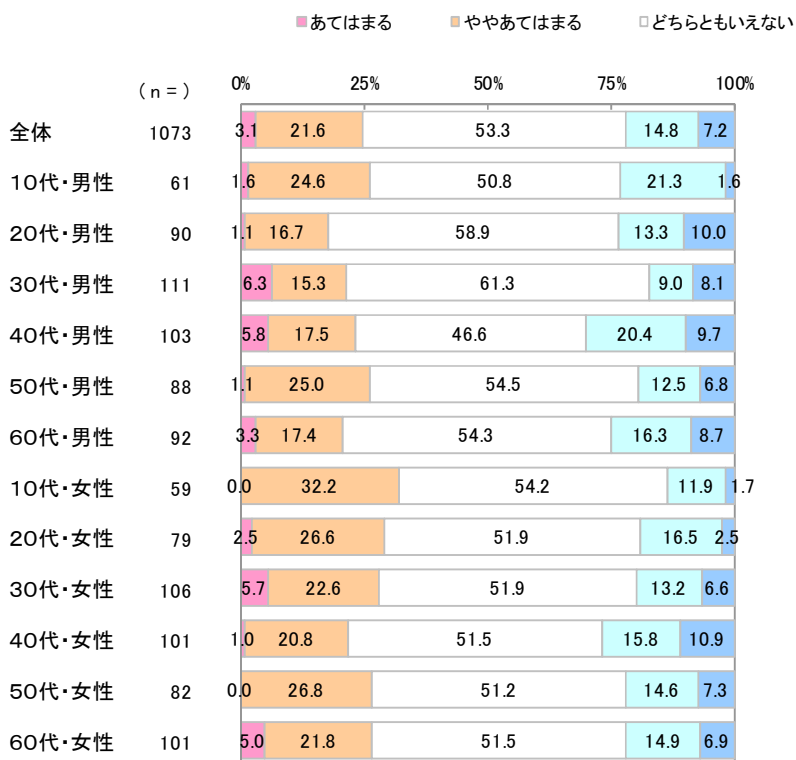
### 売れ筋商品や評価が高い商品をよく買う



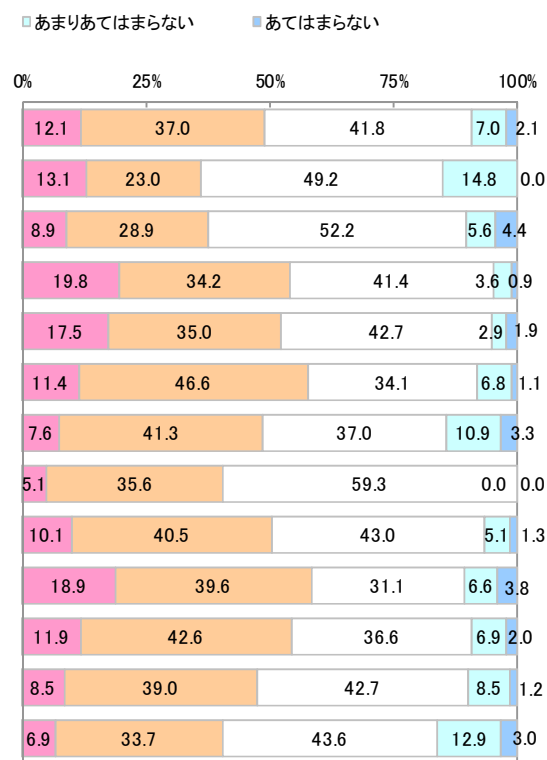
## II. 生活意識と消費行動:消費行動

- 「新聞やテレビに広告が流れている商品は安心できる」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の24.7%。
- 「欲しい商品であっても、少しでも安く買える場所で買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の49.1%。

### 新聞やテレビに広告が流れている商品は安心できる



### 欲しい商品であっても、少しでも安く買える場所で買う



## II. 生活意識と消費行動:消費行動

- 「1ヶ月あたりのクレジットカードの利用金額」の全体平均は、37,962円。
- 「1ヶ月あたりの外食金額」の全体平均は、12,135円。

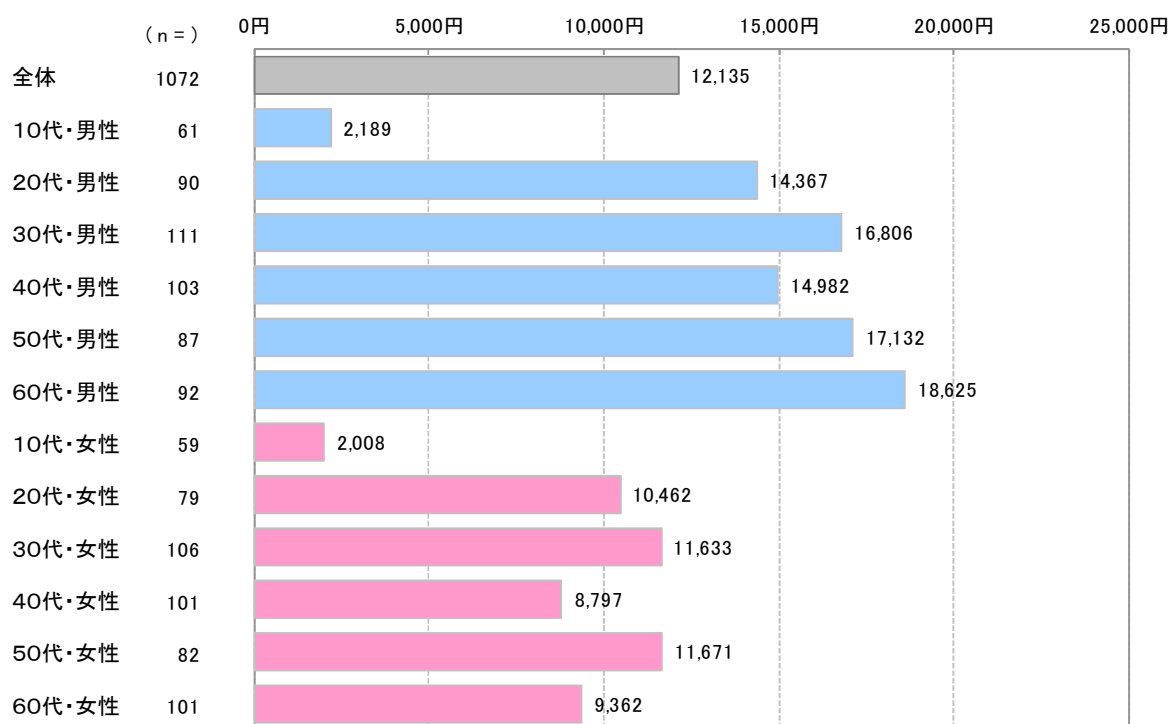
### 1ヶ月あたりのクレジットカードの利用金額

※「ゼロ円」も平均計算に含めている



### 1ヶ月あたりの外食金額

※「ゼロ円」も平均計算に含めている



## II. 生活意識と消費行動:消費行動

- 「1年に国内旅行に行く回数」の全体平均は、1.92回。20代男性、60代男性、30代女性、60代女性の回数が多。
- 「1年に海外旅行に行く回数」の全体平均は、0.38回。20代男性、60代男性、20代女性、50代女性の回数が多。

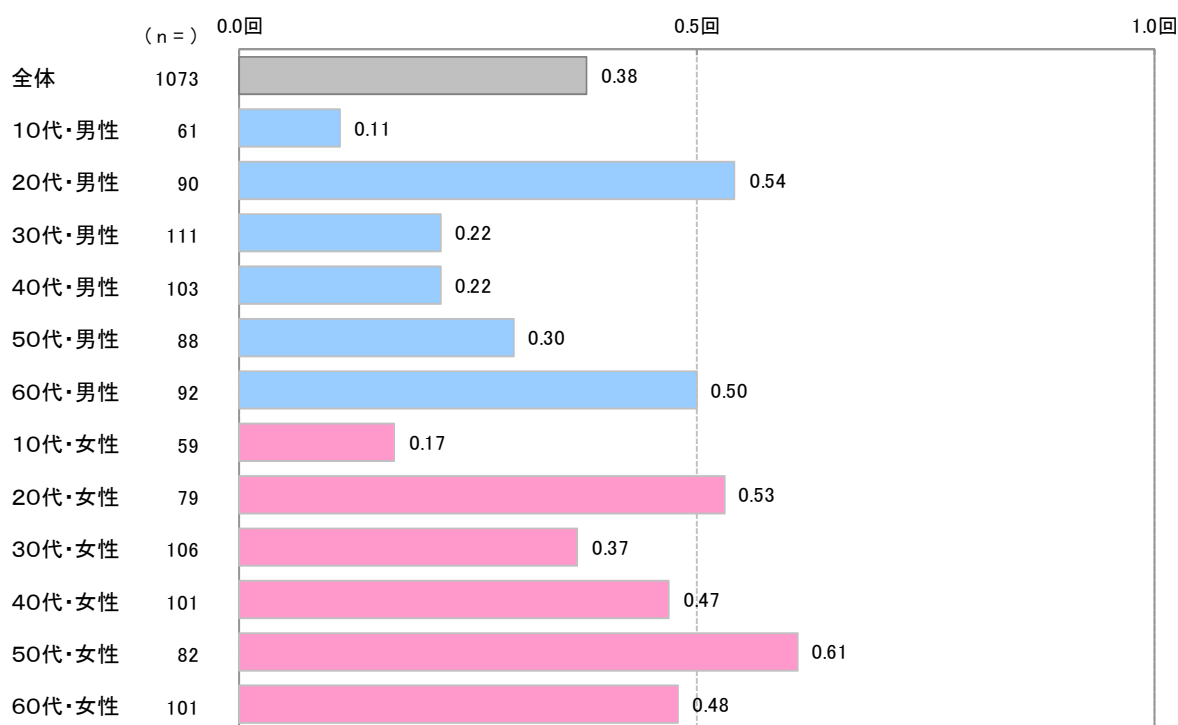
### 1年に国内旅行に行く回数

※「ゼロ回」も平均計算に含めている



### 1年に海外旅行に行く回数

※「ゼロ回」も平均計算に含めている



## トピックスリサーチ

メディア接触行動と生活意識・消費行動  
に関するマーケティングデータ 2015年3月

---

発行日 2015年 3月 27日

---

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所  
〒501-0296  
岐阜県瑞穂市穂積1851  
TEL : 058-326-1173

---

お問い合わせ [marketing@alice.asahi-u.ac.jp](mailto:marketing@alice.asahi-u.ac.jp)