

**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 2017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 2017年2月28日（火）～3月8日（水）
- 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27年度国勢調査に基づき、性年代別に割付
- 有効回答 1,051名

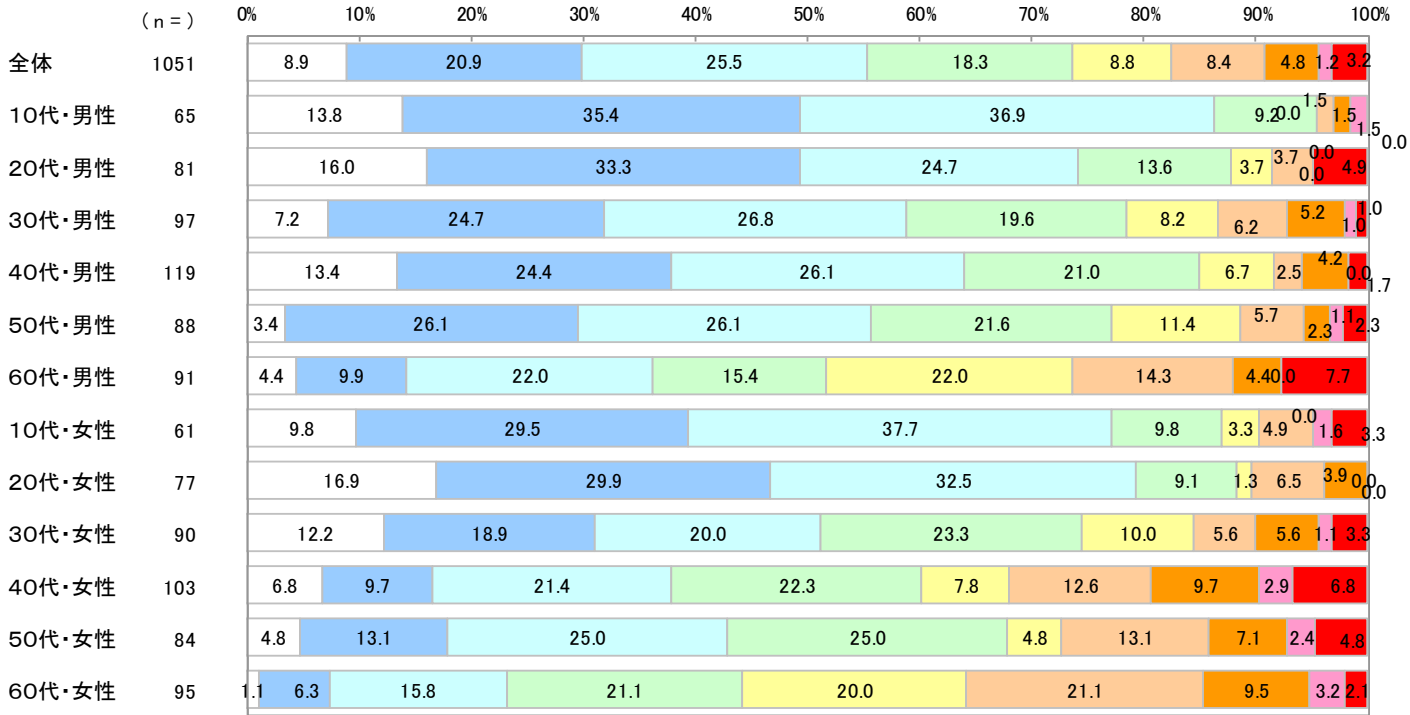
属性	男性	女性
10代	62名	61名
20代	81名	77名
30代	97名	90名
40代	119名	103名
50代	88名	84名
60代	91名	95名
計	541名	510名

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。
- 20代女性の16.9%が「平日は見ない」と回答した。

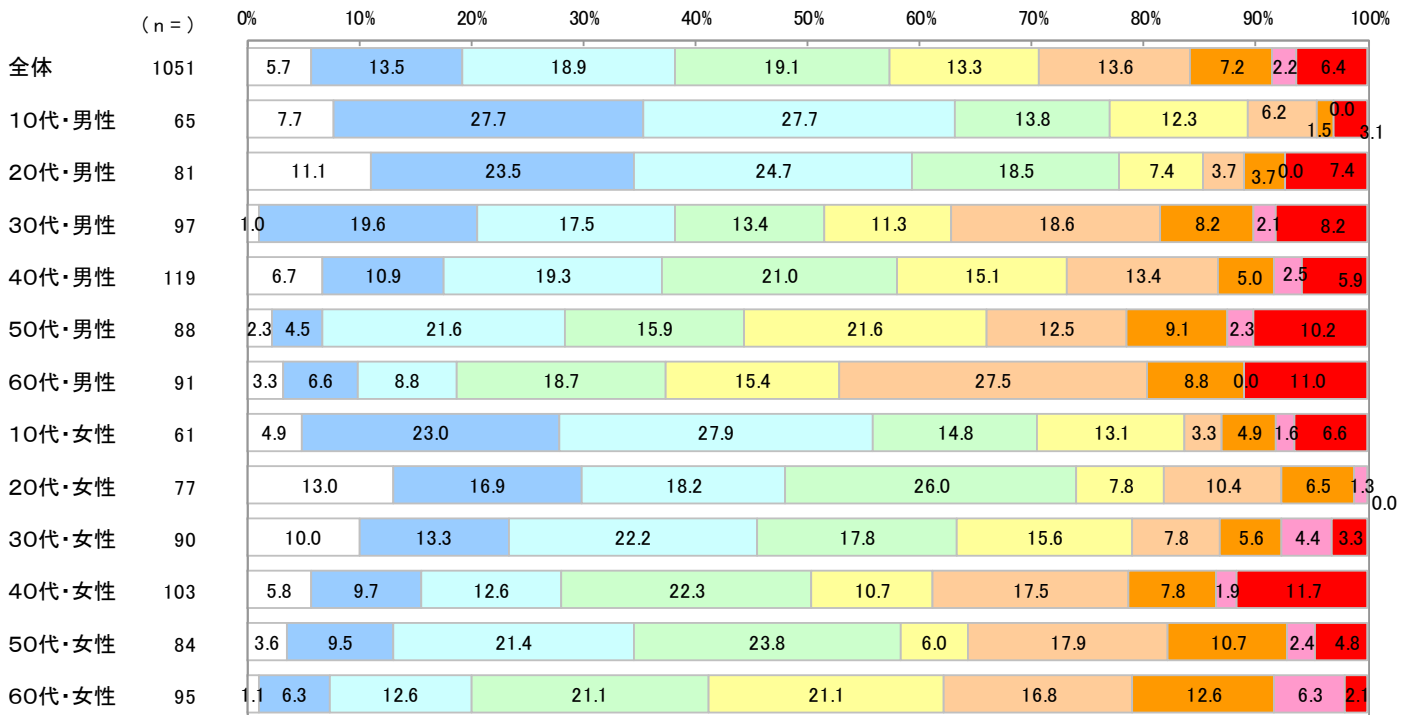
平日のテレビ視聴時間

□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

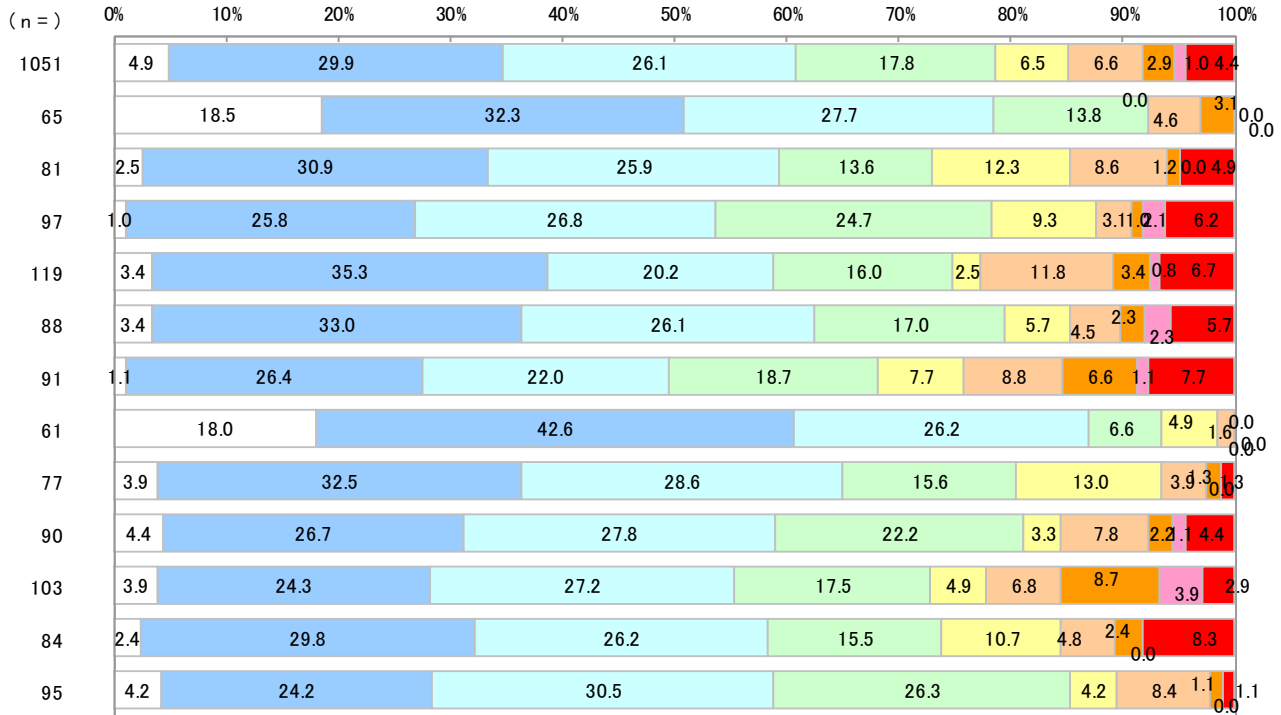


I. メディア接触行動: インターネット

■ インターネット利用時間は、10代が低い以外は、大きな世代差は見られない。

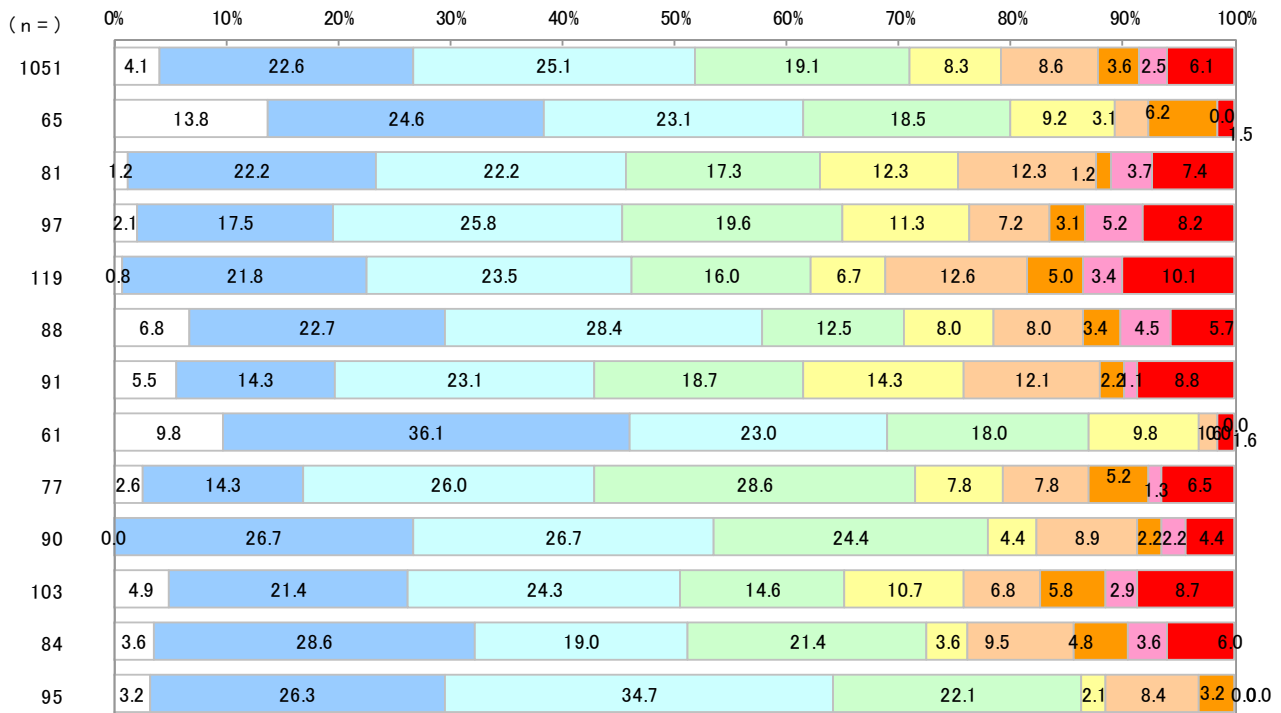
平日のインターネット利用時間

□ 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

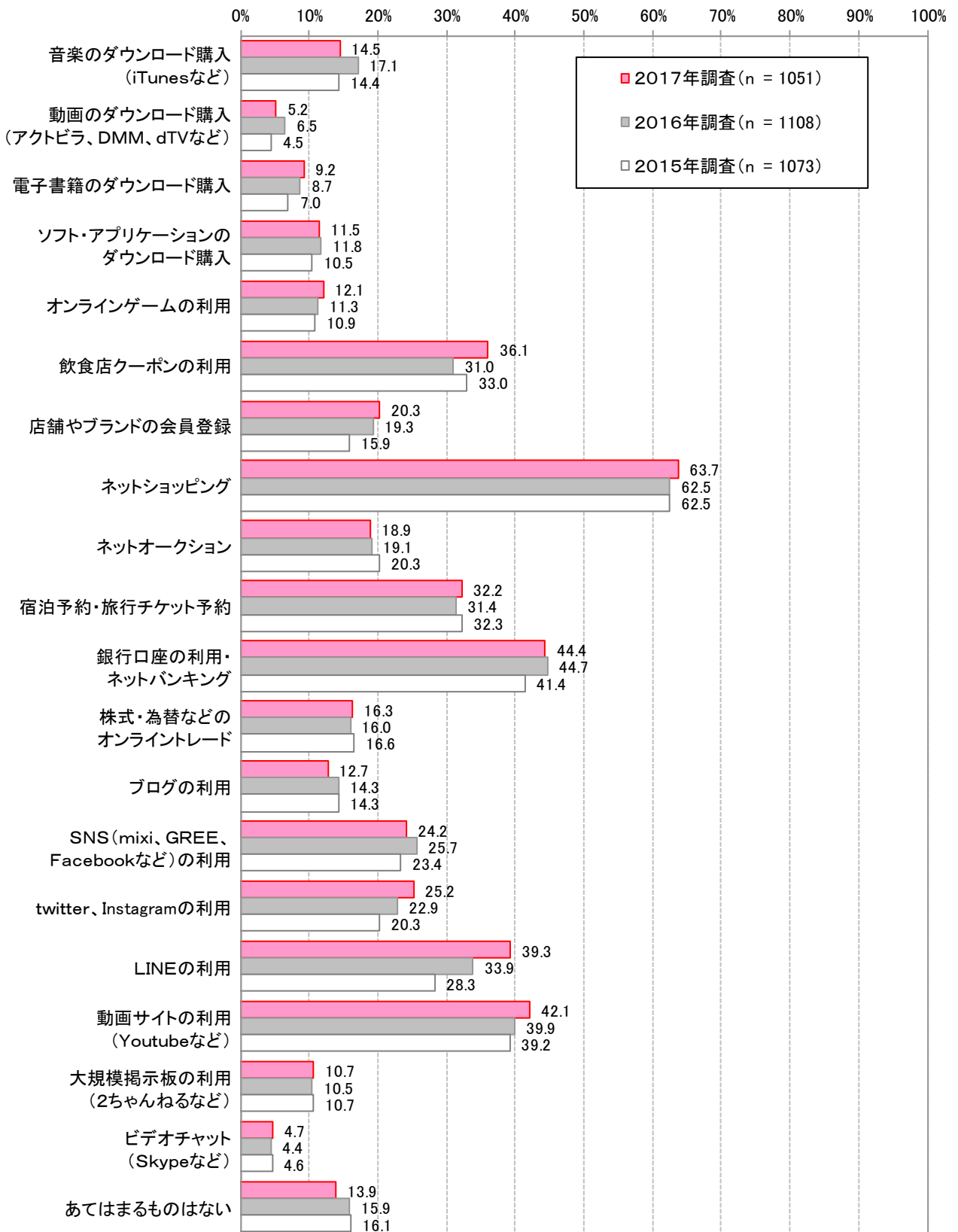
□ 休日は利用しない □ 1時間くらい □ 2時間くらい □ 3時間くらい □ 4時間くらい □ 5時間くらい □ 6時間くらい □ 7時間くらい □ 8時間以上



I. メディア接触行動: インターネット

- 「LINEの利用」は拡大は引き続き進んでおり、ほぼ4割となっている。
- 「電子書籍のダウンロード購入」は少しずつ増えており、間もなく10%に達する。

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

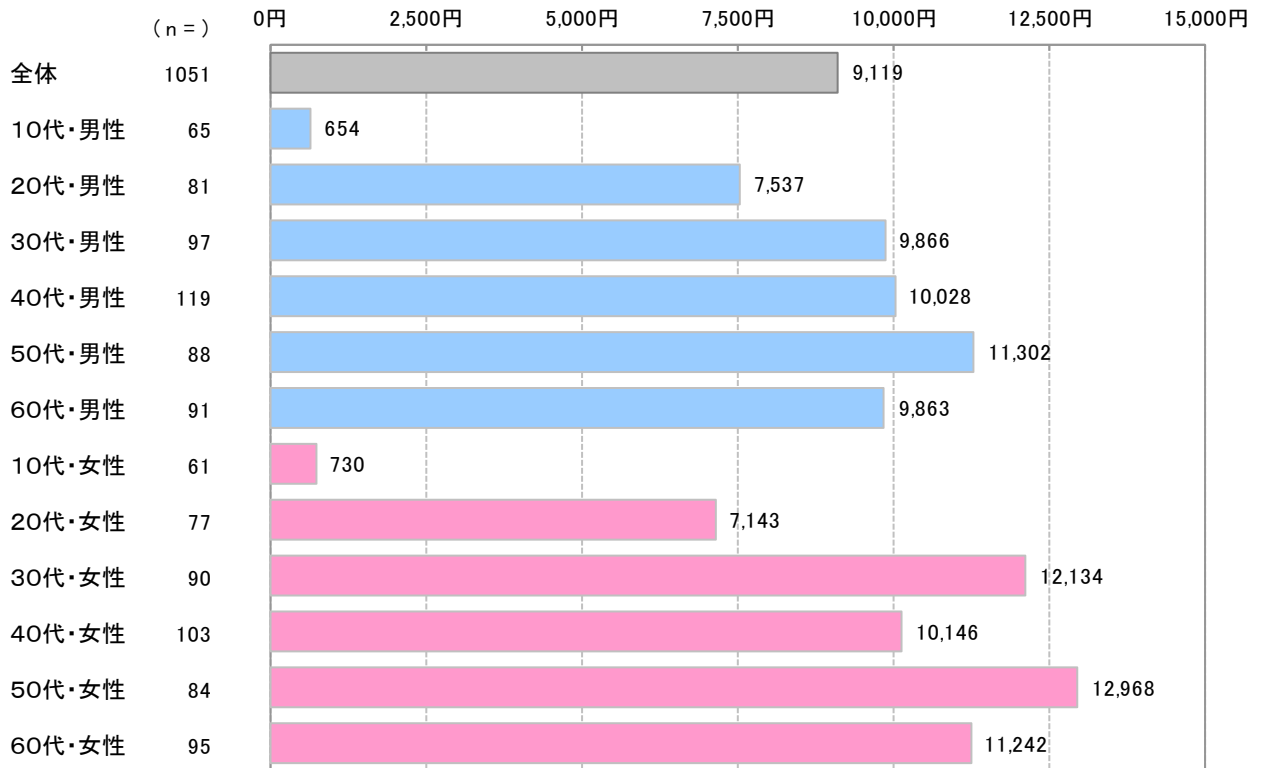


I. メディア接触行動: インターネット

■ 「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9,119円で、2016年(9,178円)とほぼ同等である。

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)2016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

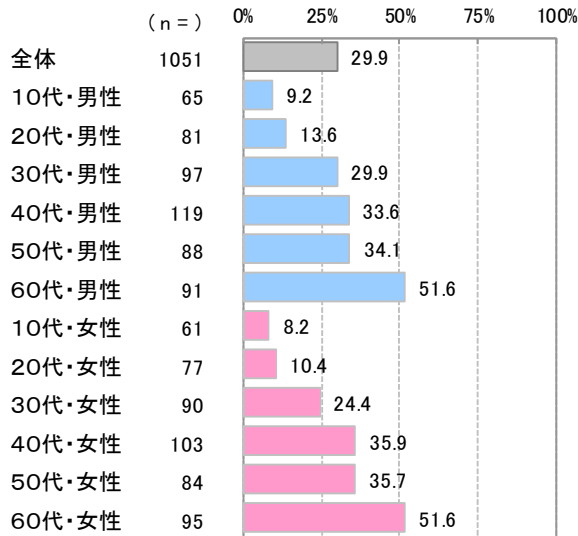


I. メディア接触行動: 携帯電話・スマートフォン

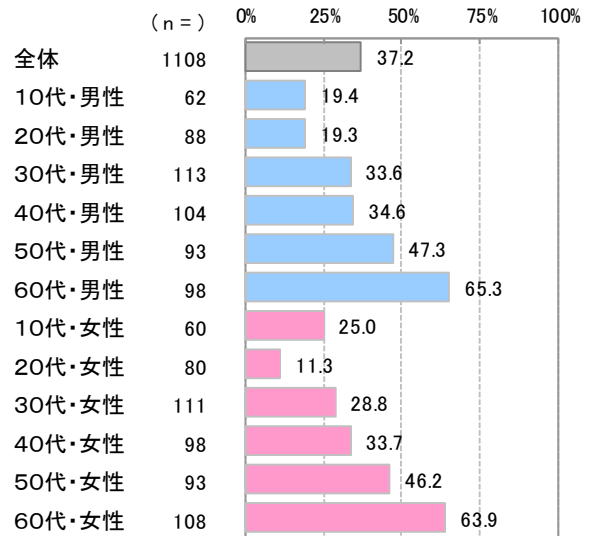
- 「携帯電話の利用率」は、全体で昨年より7.3ポイント低下し、30%を切った。
- 「スマートフォンの利用率」は、全体で昨年より8.3ポイント上昇し、ほぼ7割となった。
- 「タブレット端末の利用率」は、全体で昨年より1.0ポイント減少した。2012年以降の調査で初めての減少となった。

携帯電話の利用率

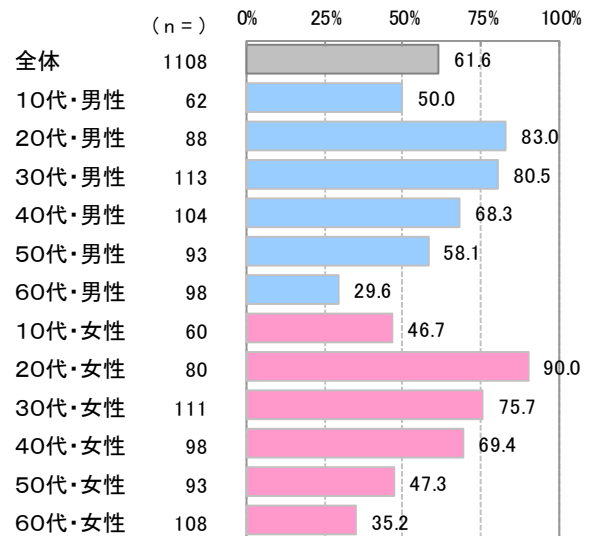
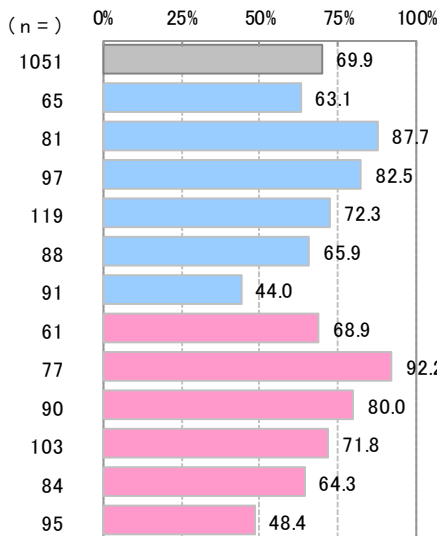
2017年調査



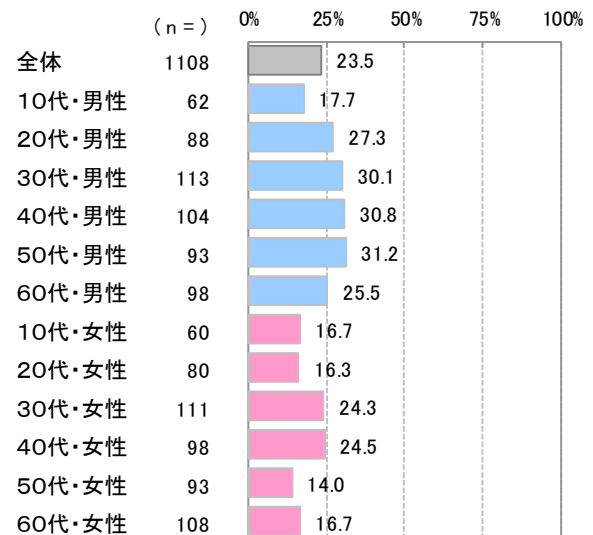
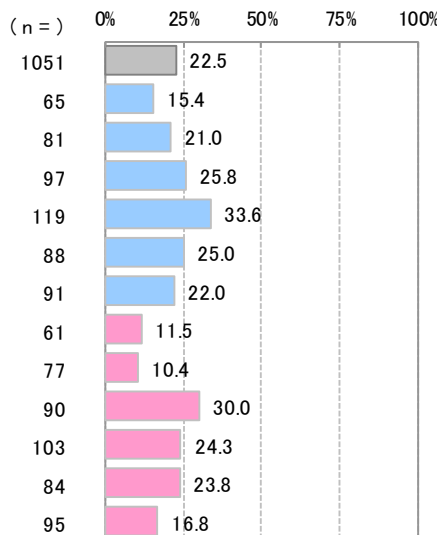
(参考)2016年調査



スマートフォンの利用率



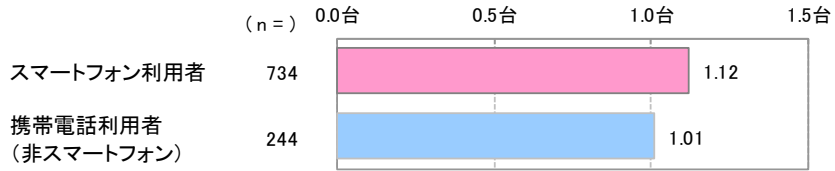
タブレット端末の利用率



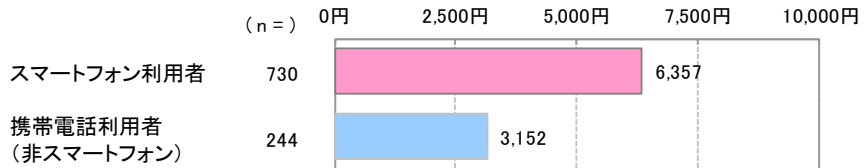
I. メディア接触行動: 携帯電話・スマートフォン

- 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6,357円。
- スマートフォン利用者の「1日あたりの携帯(WEB)サイト利用時間」は、平均52.9分。「1日あたりのメッセージアプリ(LINEなど)利用時間」は21.3分。

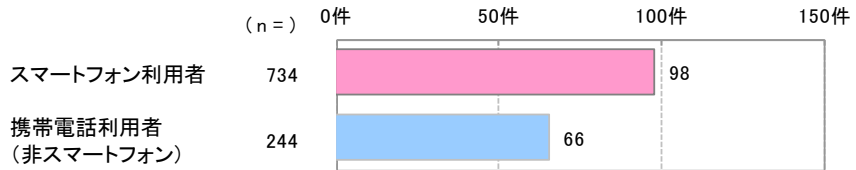
現在利用
している台数



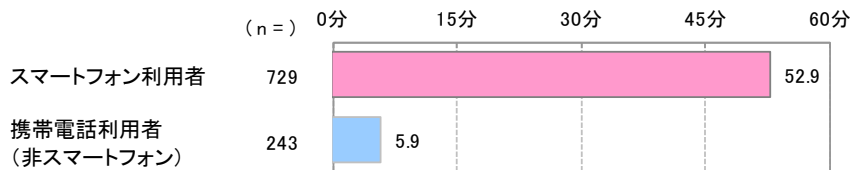
1ヶ月あたりの
利用料金



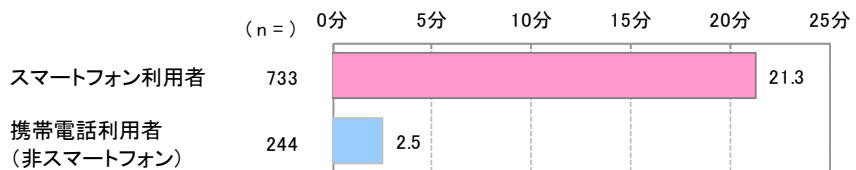
電話帳登録件数



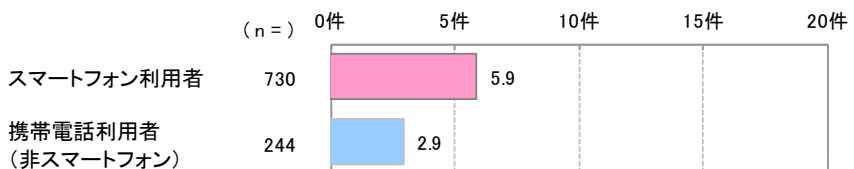
1日あたりの
携帯(WEB)サイト
利用時間



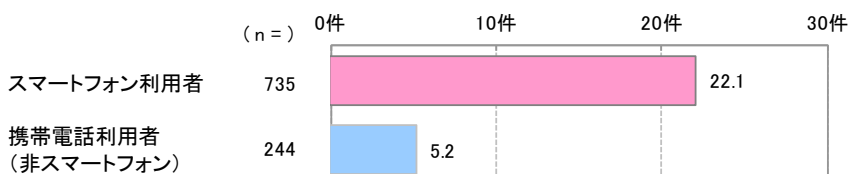
1日あたりの
メッセージアプリ
(LINEなど)
利用時間



1日あたりの
送信メール数



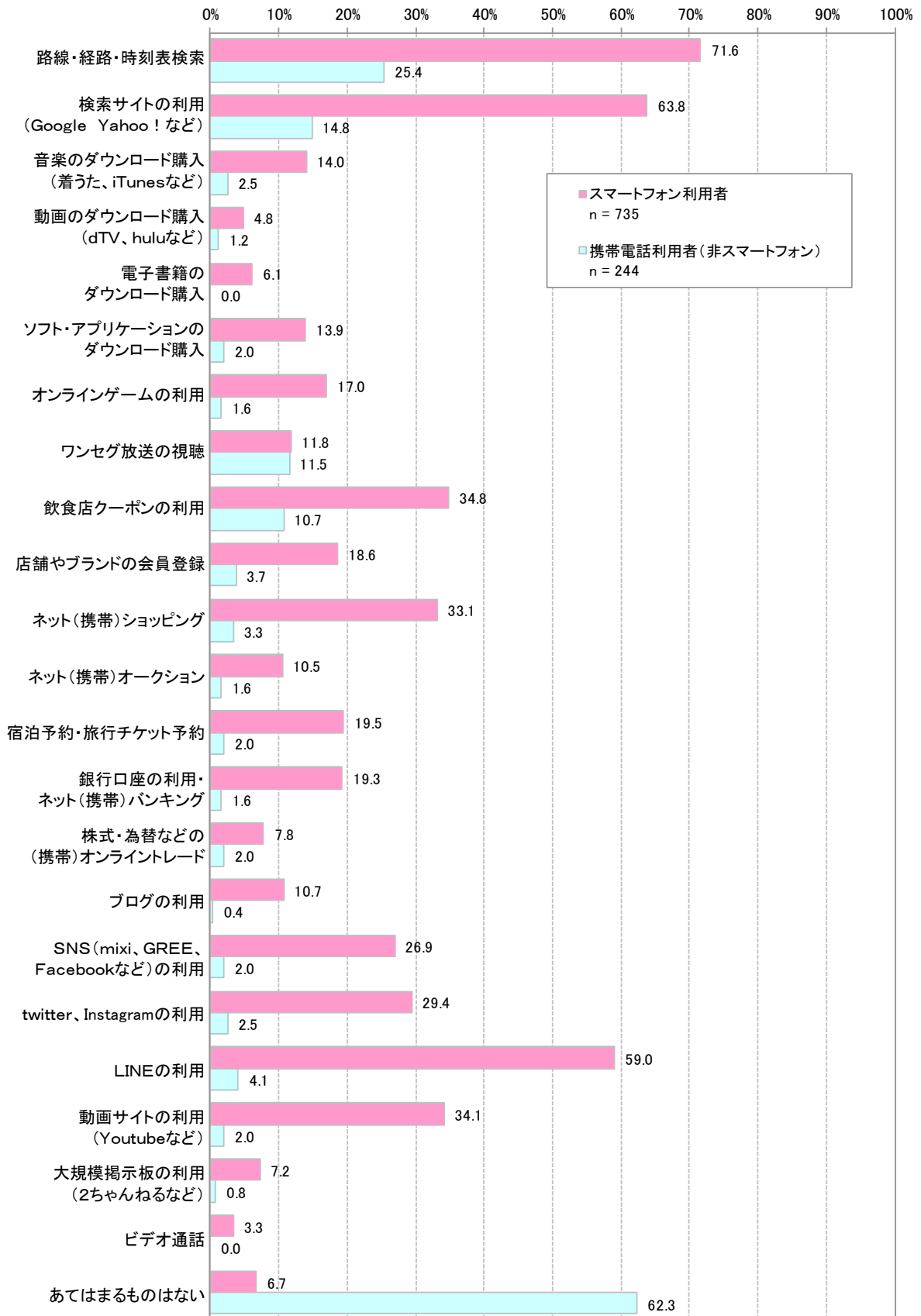
1日あたりの
受信メール数



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」(71.6%)、「検索サイトの利用」(63.8%)、「LINEの利用」(59.0%)。

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

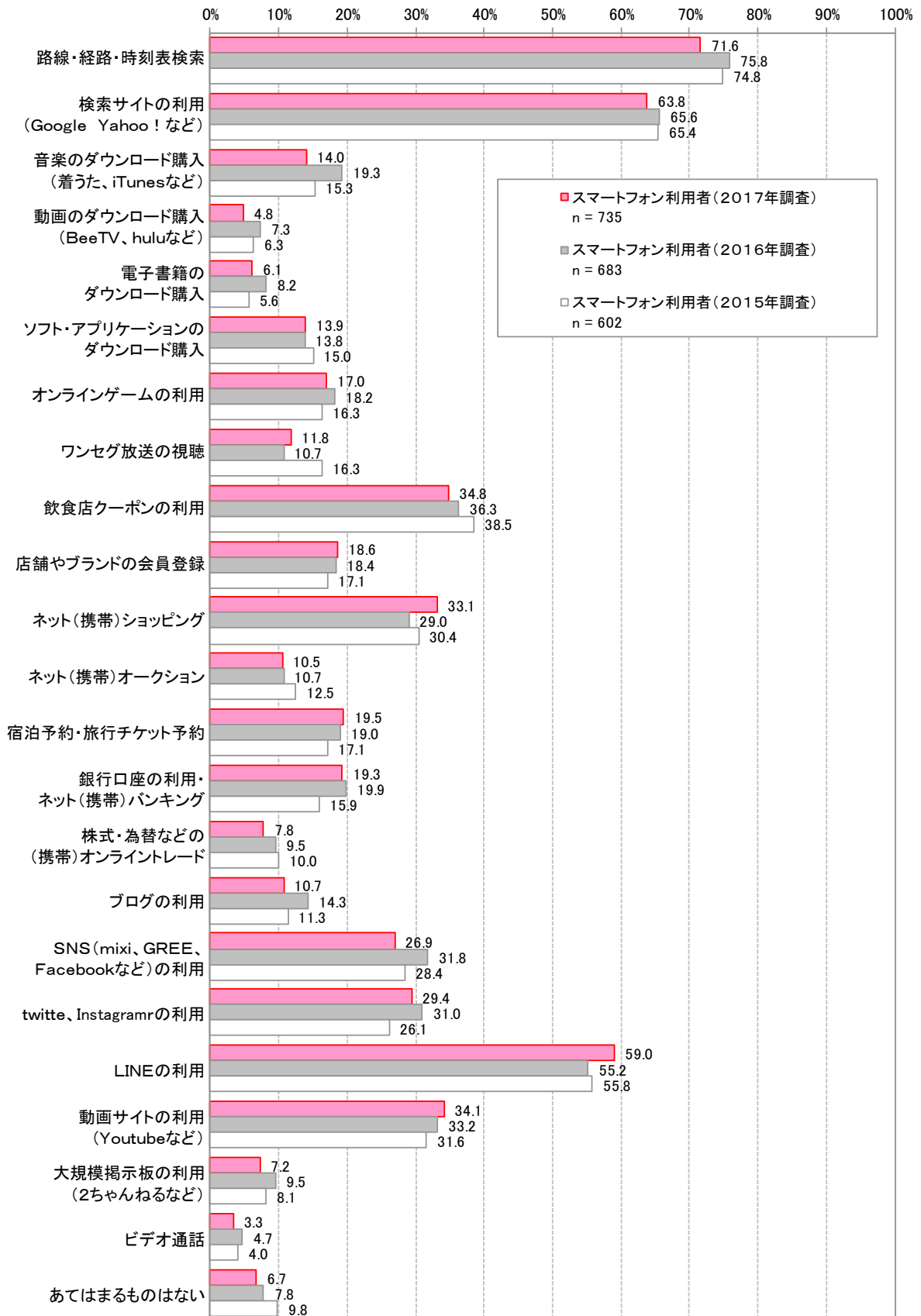


I. メディア接触行動: 携帯電話・スマートフォン

■ 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、「飲食店クーポンの利用」が徐々に減少している。

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

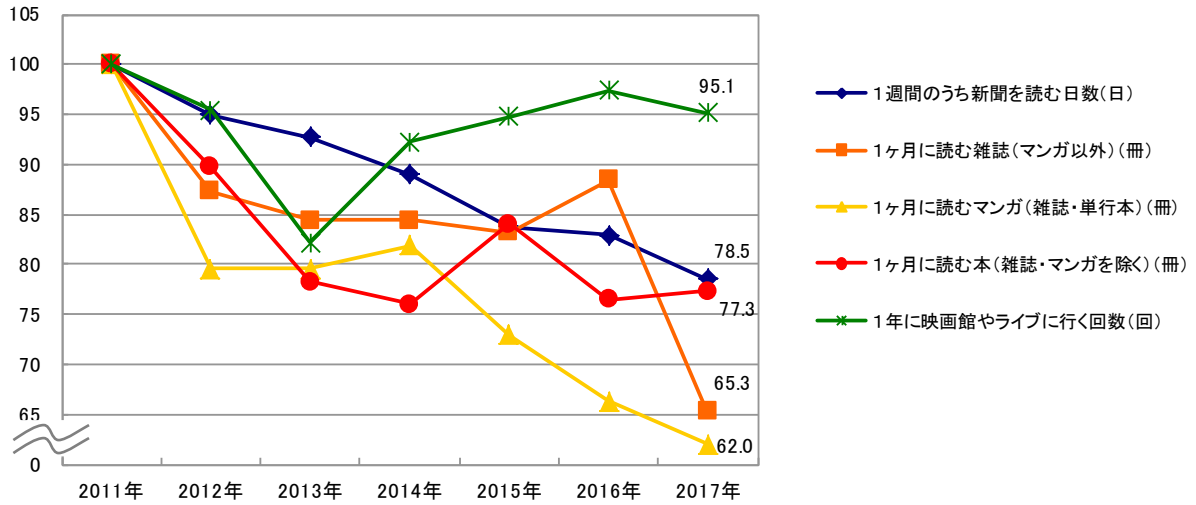


I. メディア接触行動:新聞・雑誌・本

- 「1ヶ月に読む雑誌(マンガ以外)」が、大きく落ち込んでいる。
- 「1年に映画館やライブに行く回数」は、ここ数年は安定している。
- 「1週間のうち新聞を読む日数」は、全体平均で3.58冊。高齢層ほど多い。

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)

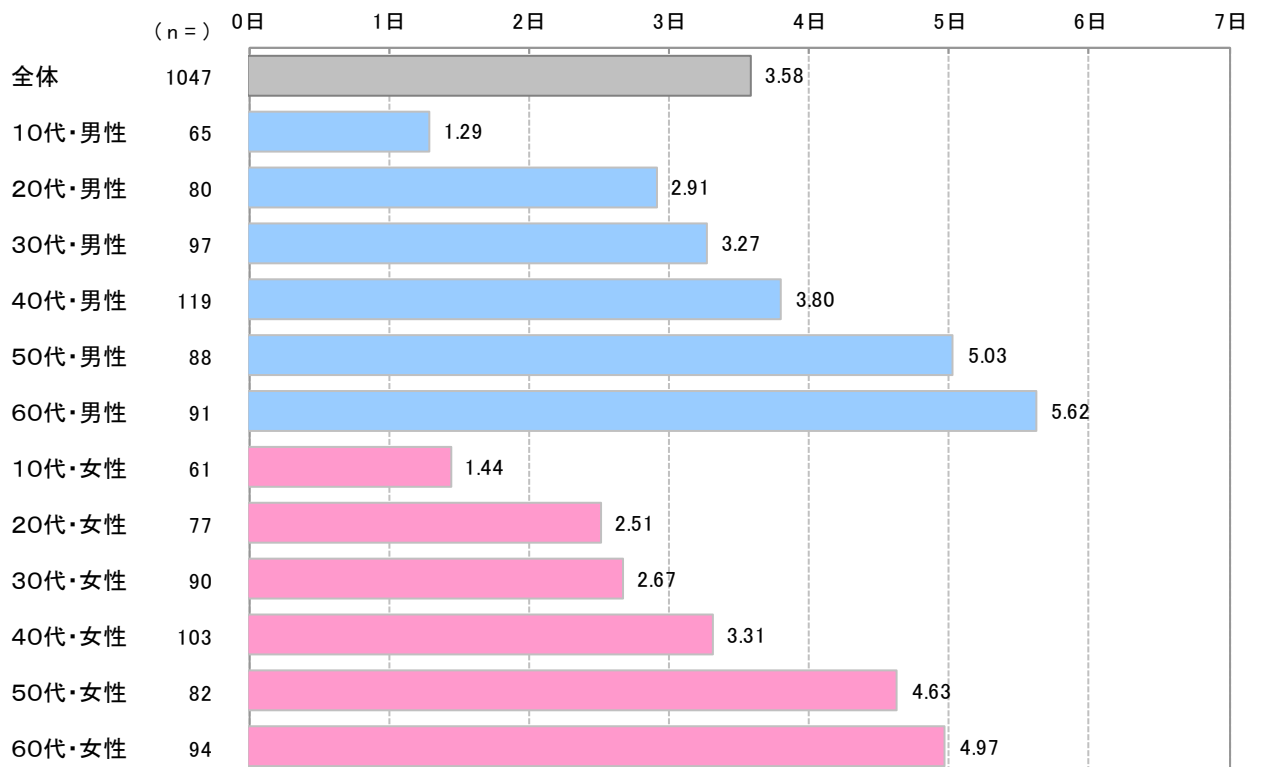
※調査対象者全体



以下、2017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

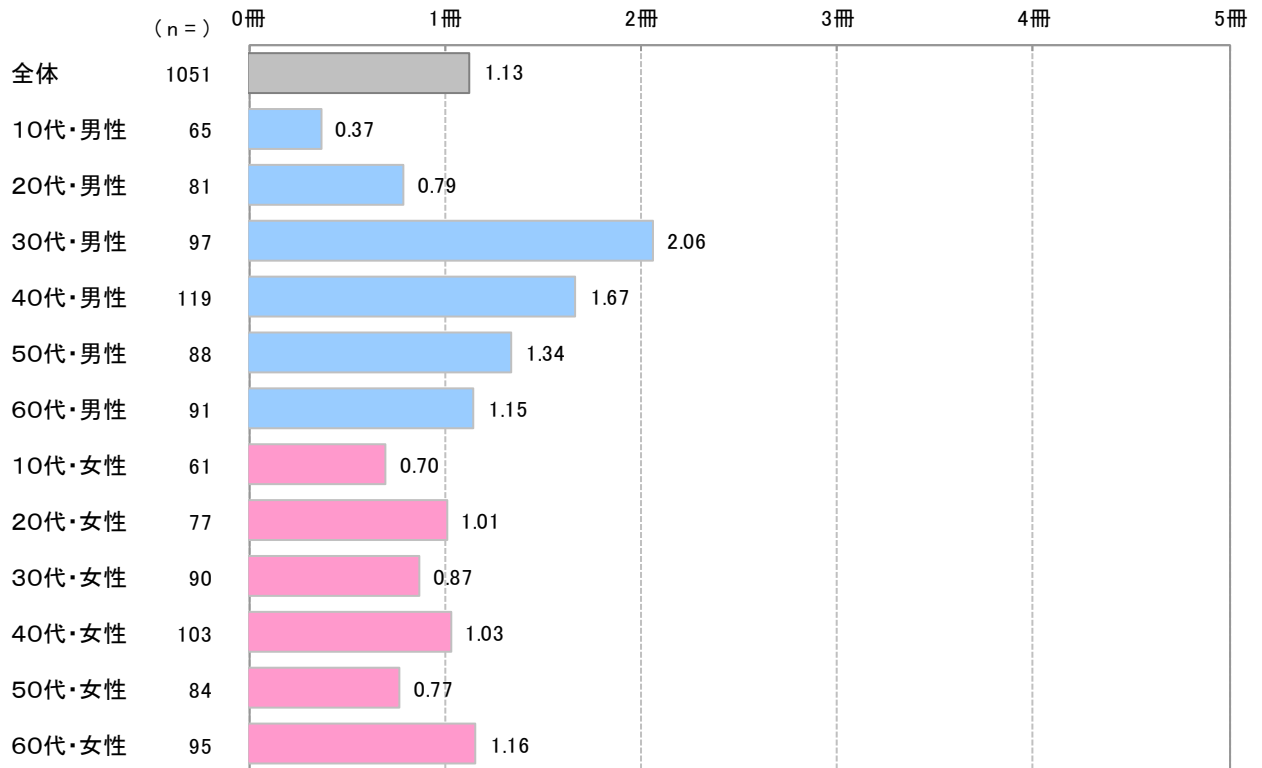


I. メディア接触行動:新聞・雑誌・本

- 「1ヶ月に読む雑誌(マンガ以外)」は、全体平均で1.13冊。30代・40代の男性が多い。
- 「1ヶ月に読むマンガ(雑誌・単行本)」は、全体平均で1.03冊。30代男性と10代女性が多い。

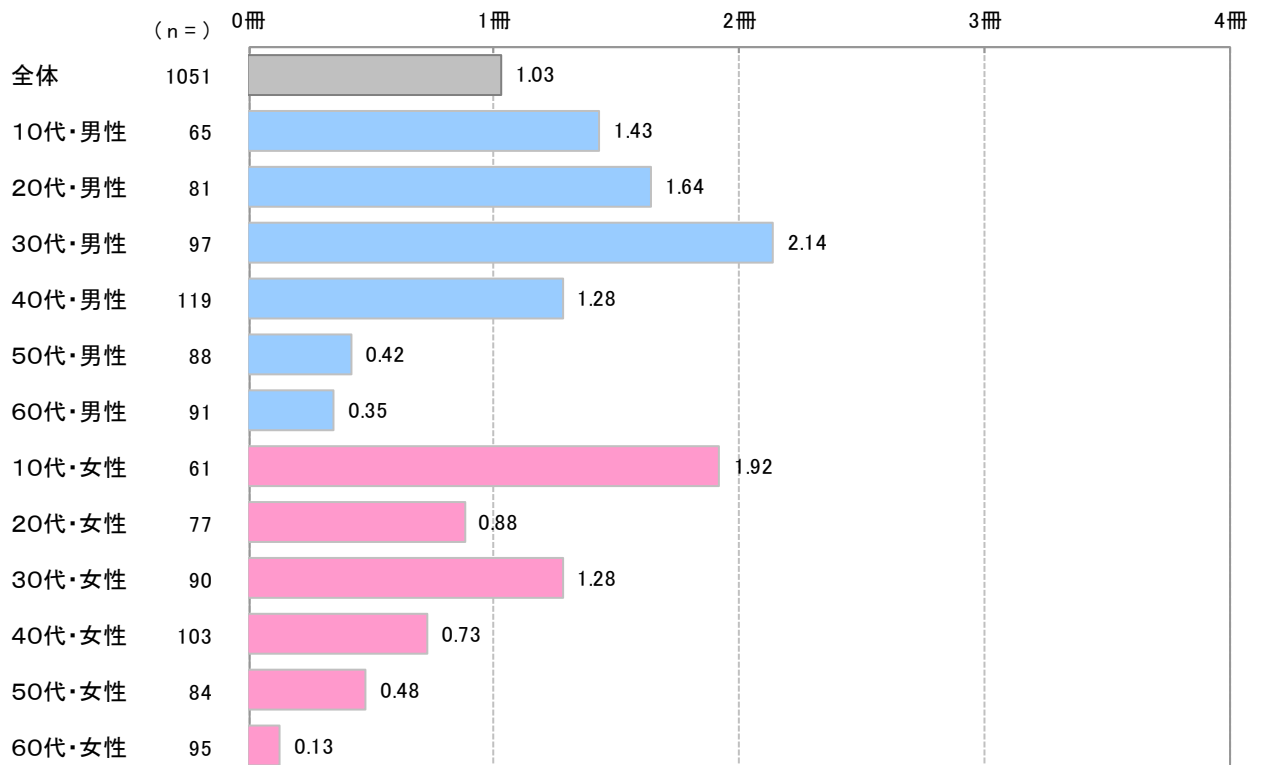
1ヶ月に読む雑誌(マンガ以外)

※「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

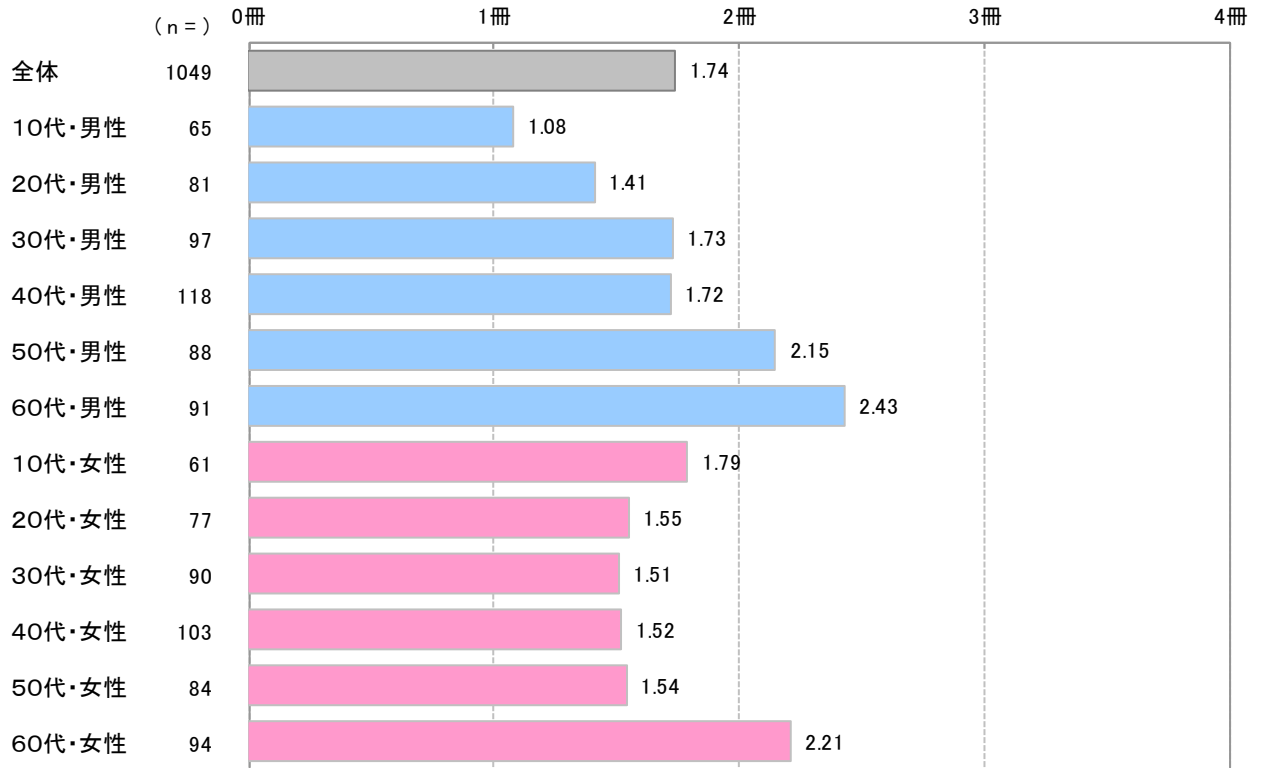


I. メディア接触行動:本・映画館・ライブ

- 「1ヶ月に読む本(雑誌・マンガを除く)」は、全体平均で1.74冊。
- 「1年に映画館やライブに行く回数」は、全体平均で2.94回。

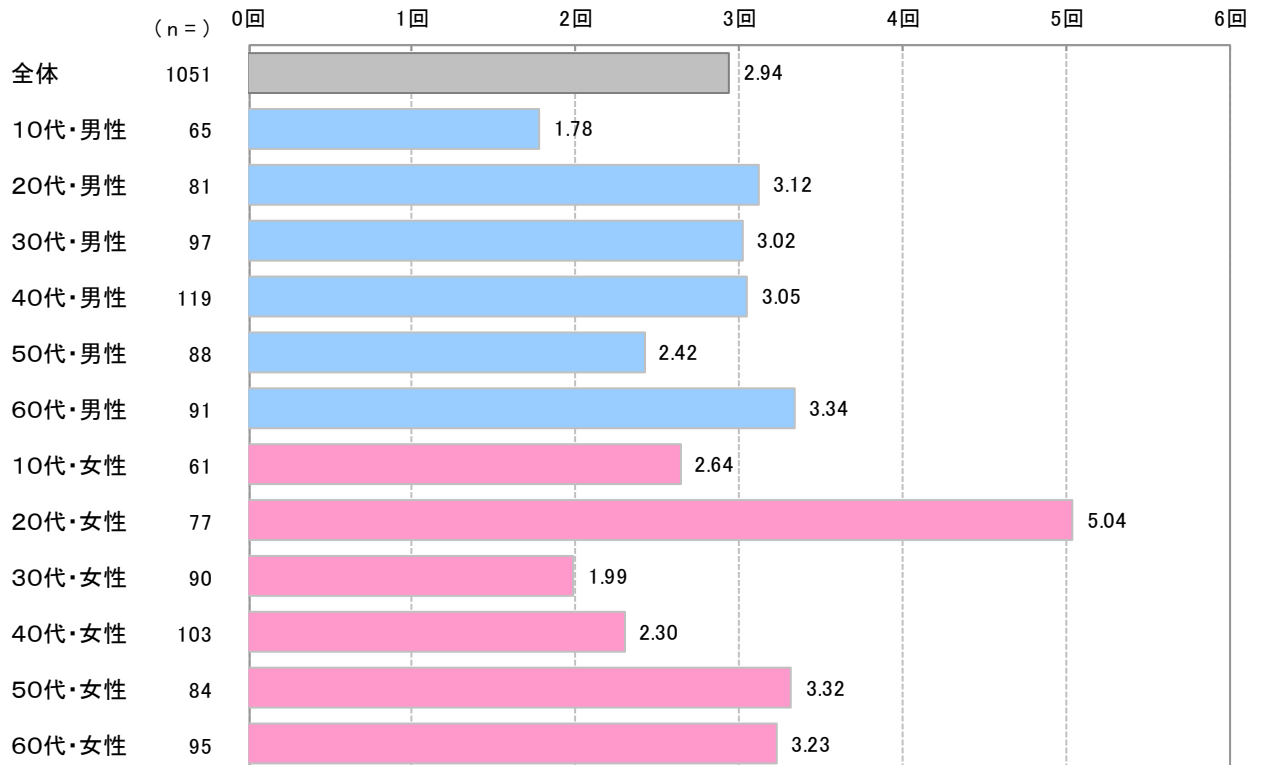
1ヶ月に読む本(雑誌・マンガを除く)

※「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

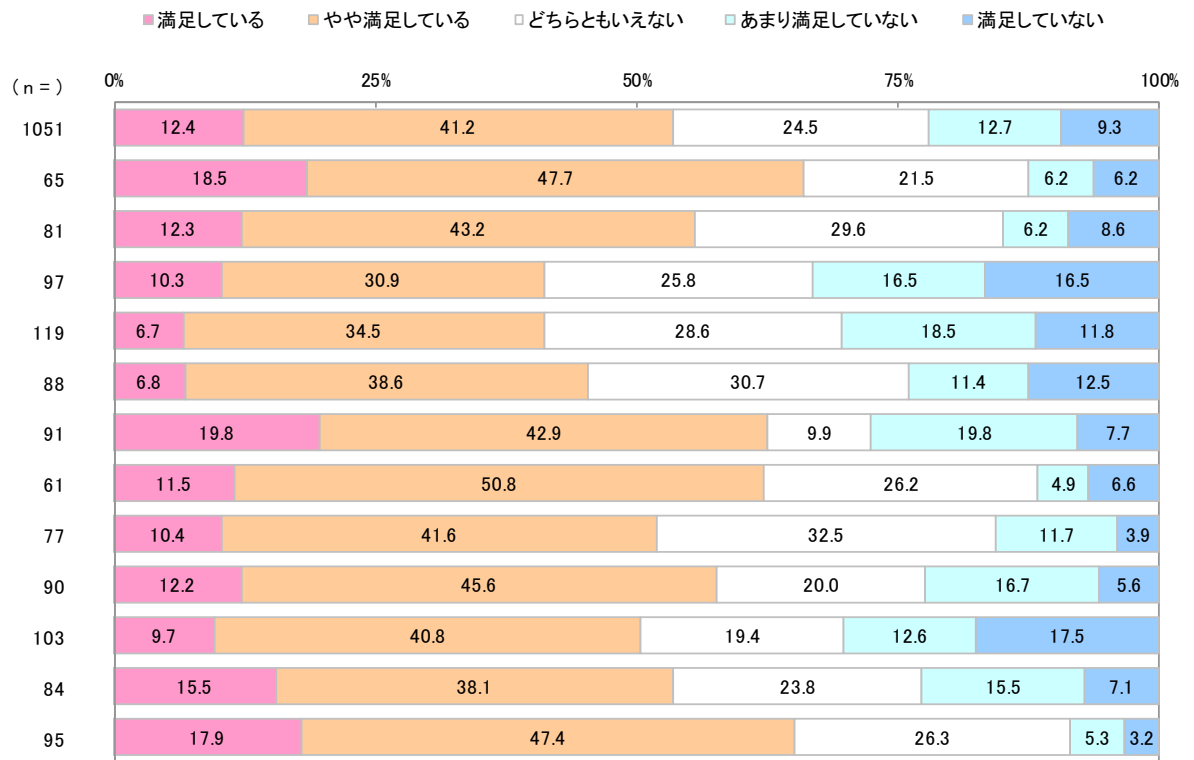
※「ゼロ回」も平均計算に含めている



II. 生活意識と消費行動：生活意識

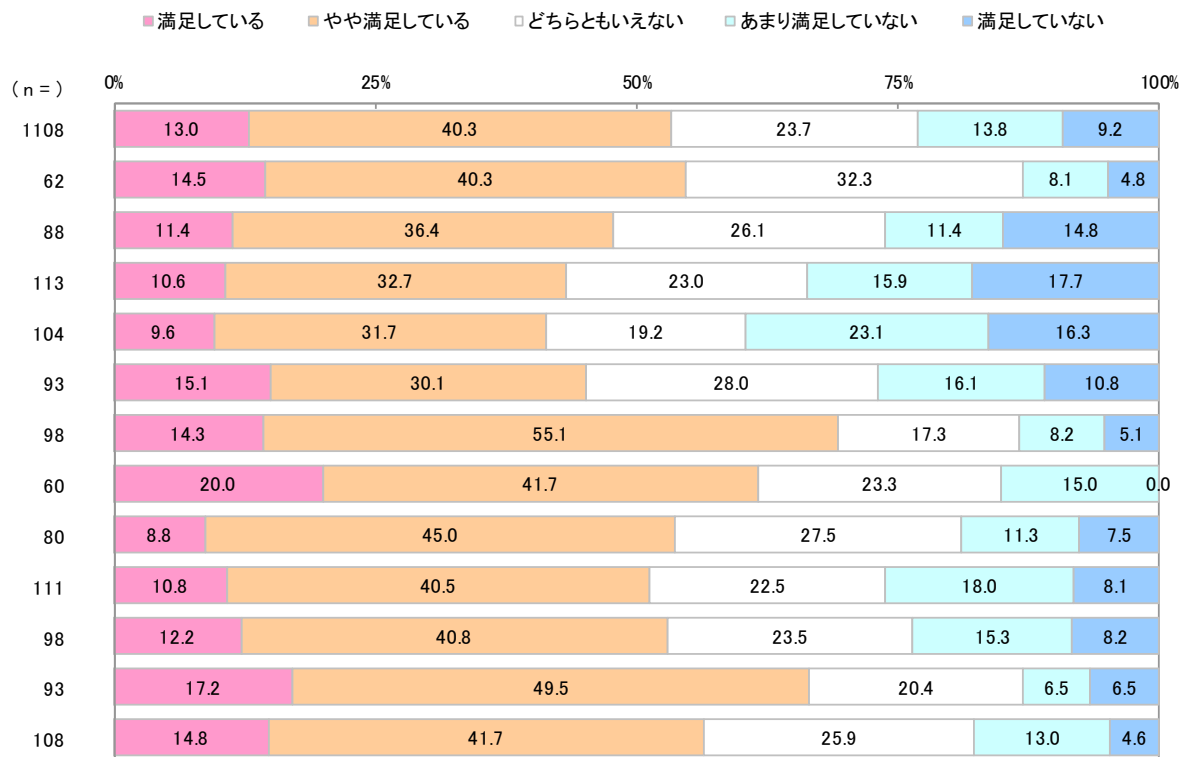
- 現在の生活満足度（「満足している」「やや満足している」の合計）は、年代別にはばらつきはあるが、全体で2017年が53.6%、2016年が53.3%と、ほとんど変わっていない。
- 男性の30～40代、女性の40代の不満割合が高い。

今の生活にどの程度満足していますか



(参考)2016年調査

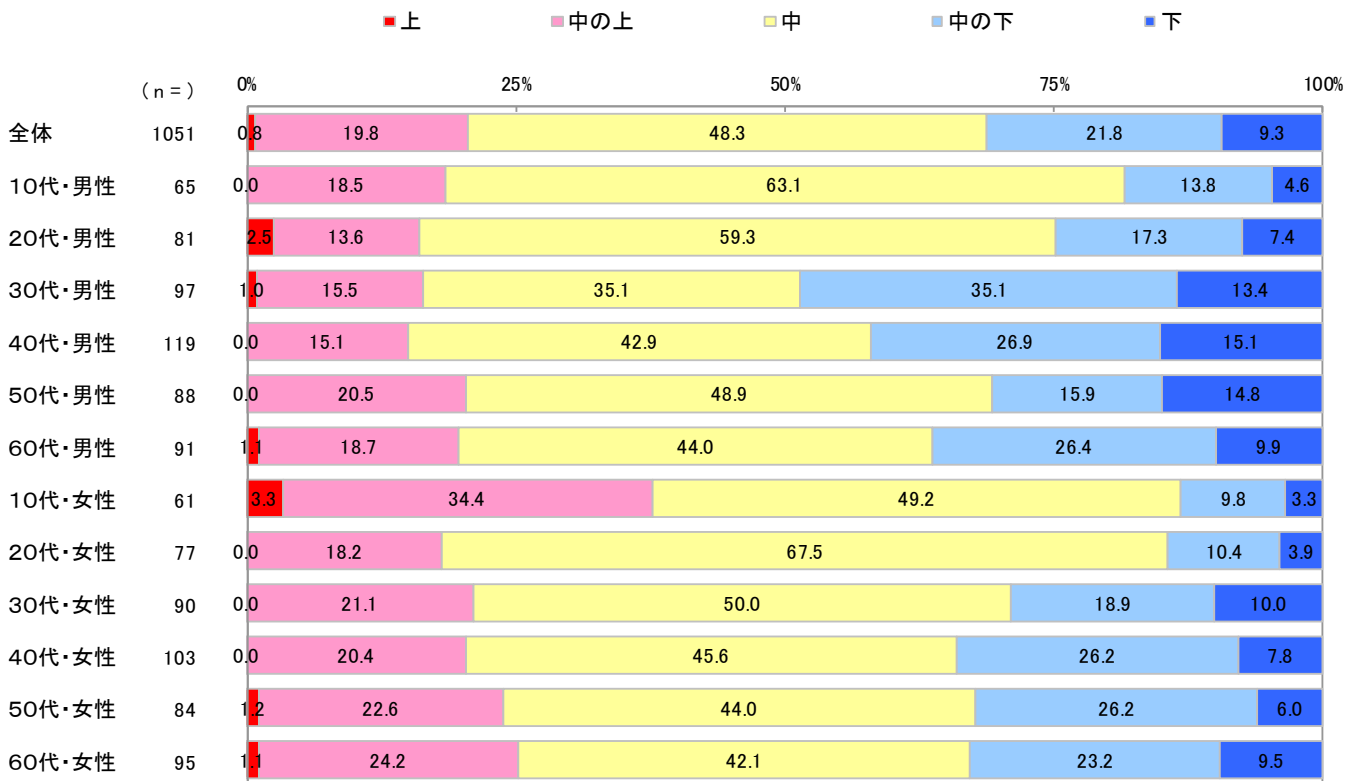
今の生活にどの程度満足していますか



II. 生活意識と消費行動：生活意識

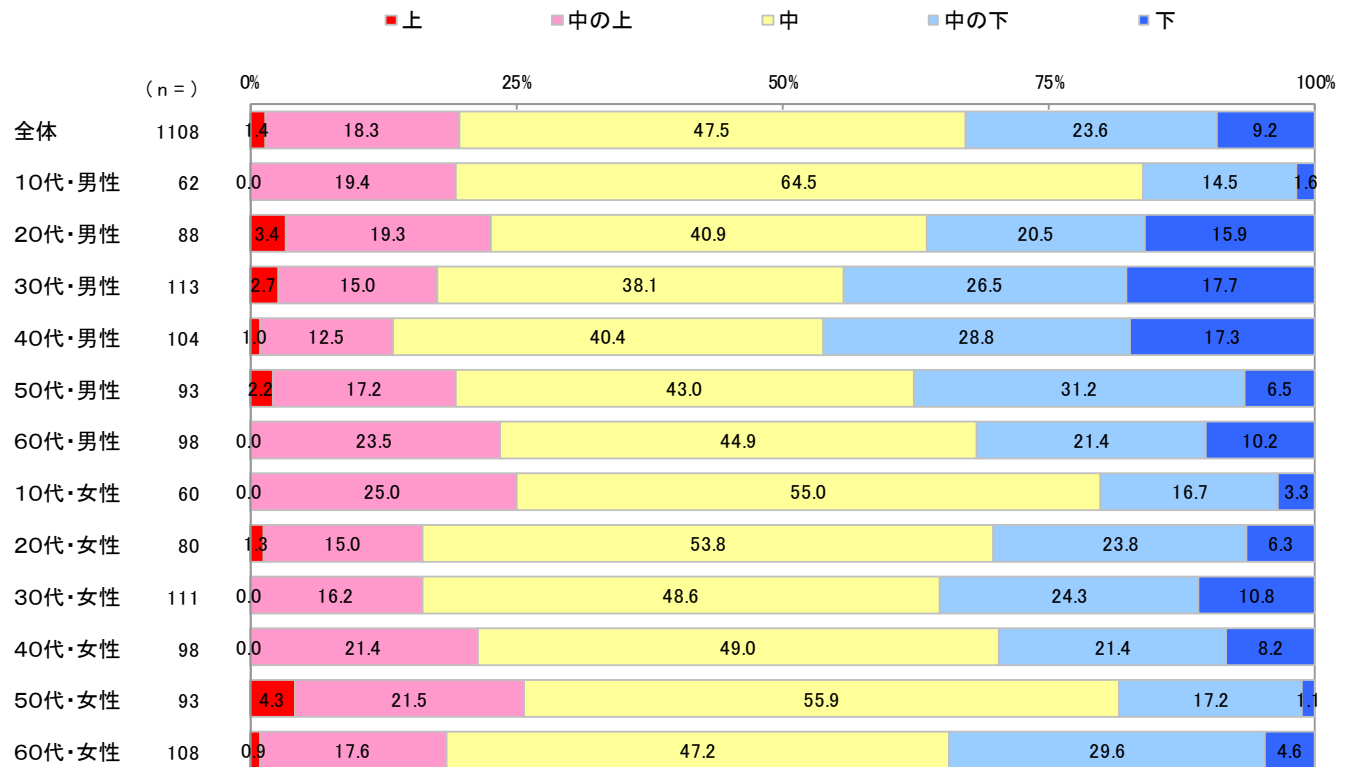
■ 自分自身の生活レベルに対する認識は、年代別にはばつきはあるものの、全体としては昨年とほぼ変わっていない。

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)2016年調査

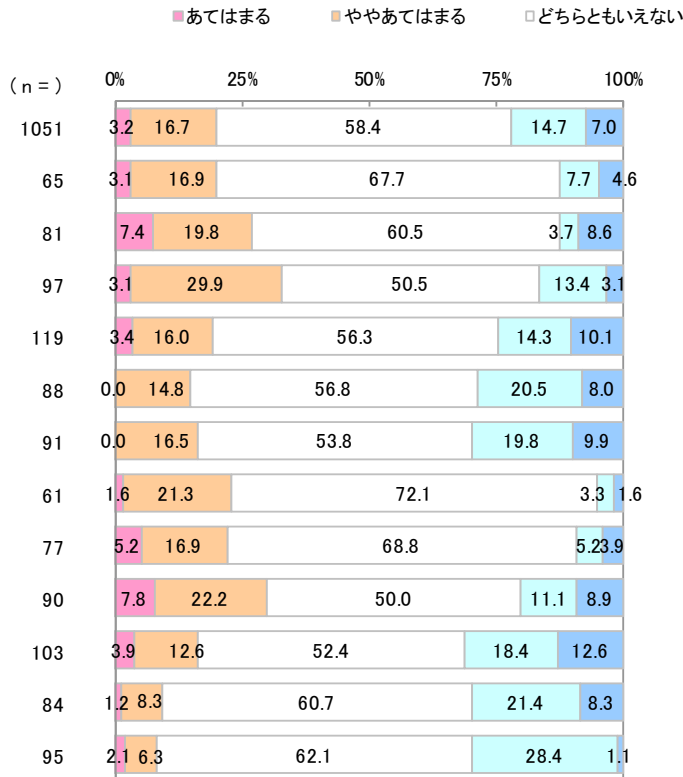
世間からみた自分の生活レベルに、最もあてはまると思うもの



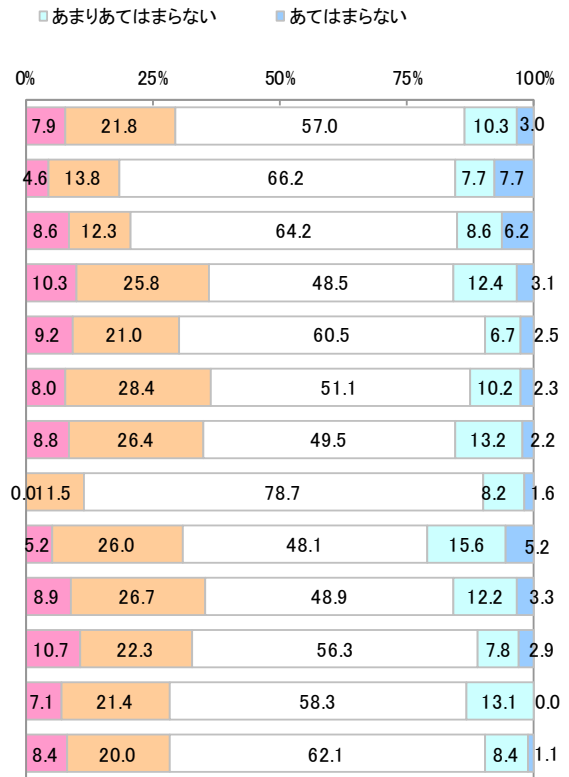
II. 生活意識と消費行動：生活意識

- 「暮らしは去年より良くなった」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の19.9%。2011年以降の最高値となった。
- 「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55.9%であり、2011年以降の最低値となった。

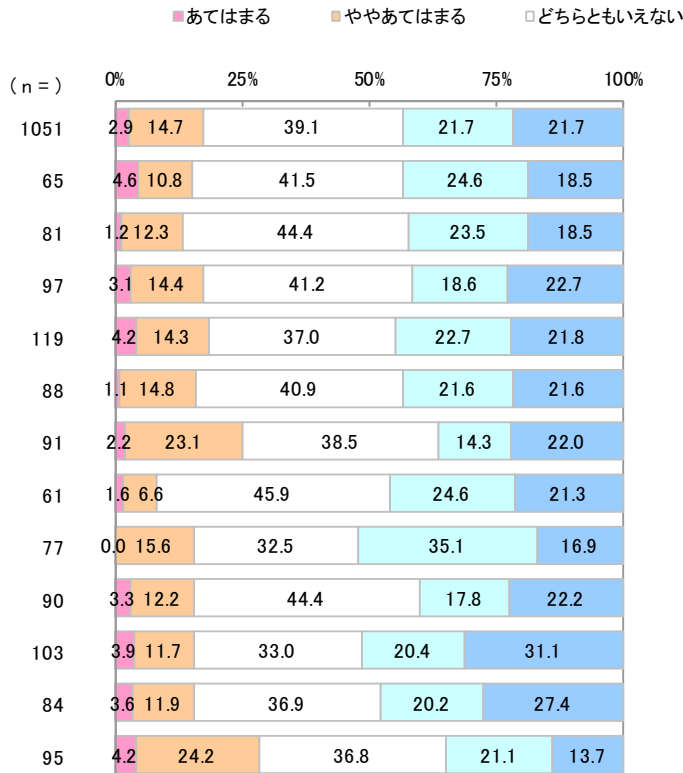
暮らしは去年より良くなった



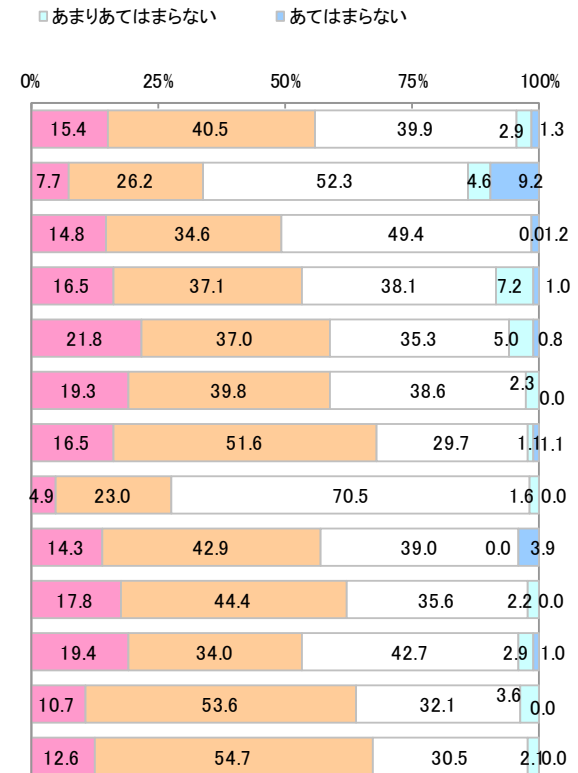
暮らしはだんだん悪くなると思う



金銭的に余裕がある



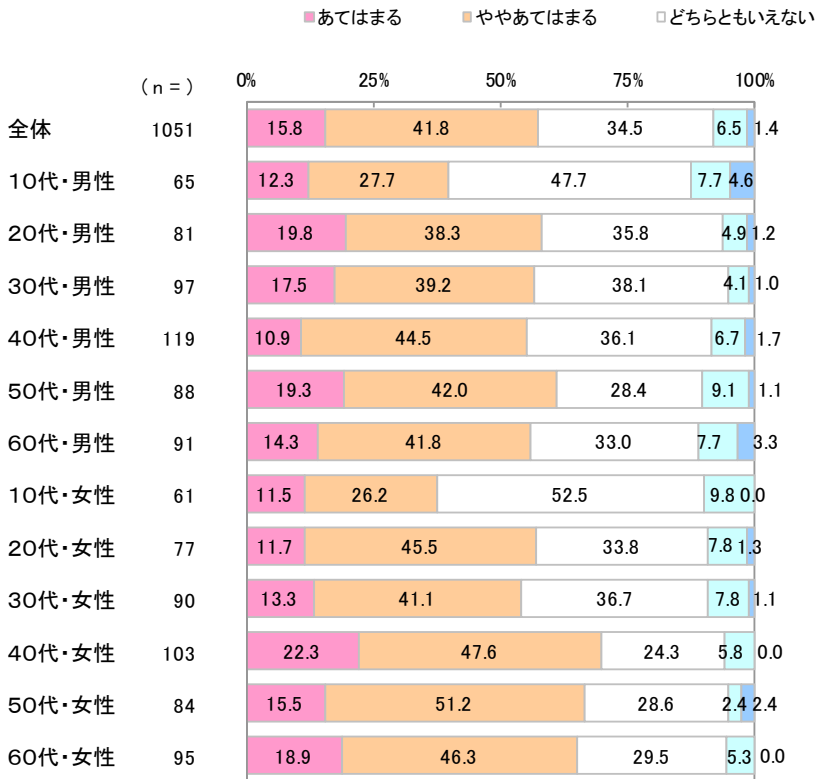
将来は貧富の差は拡大していくと思う



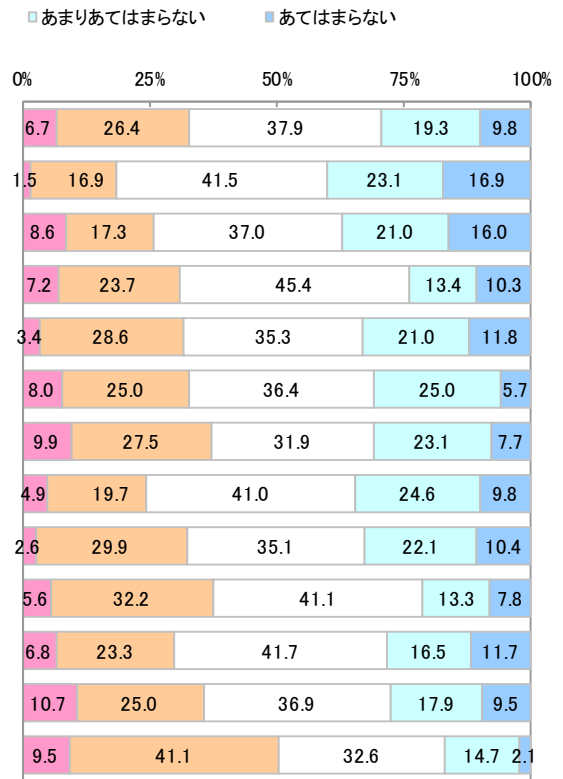
II. 生活意識と消費行動：生活意識

■ 「古いものを大切に、便利でなくても落ち着いた生活をすべきだ」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の33.1%であり、2011年以降の最低値となった。

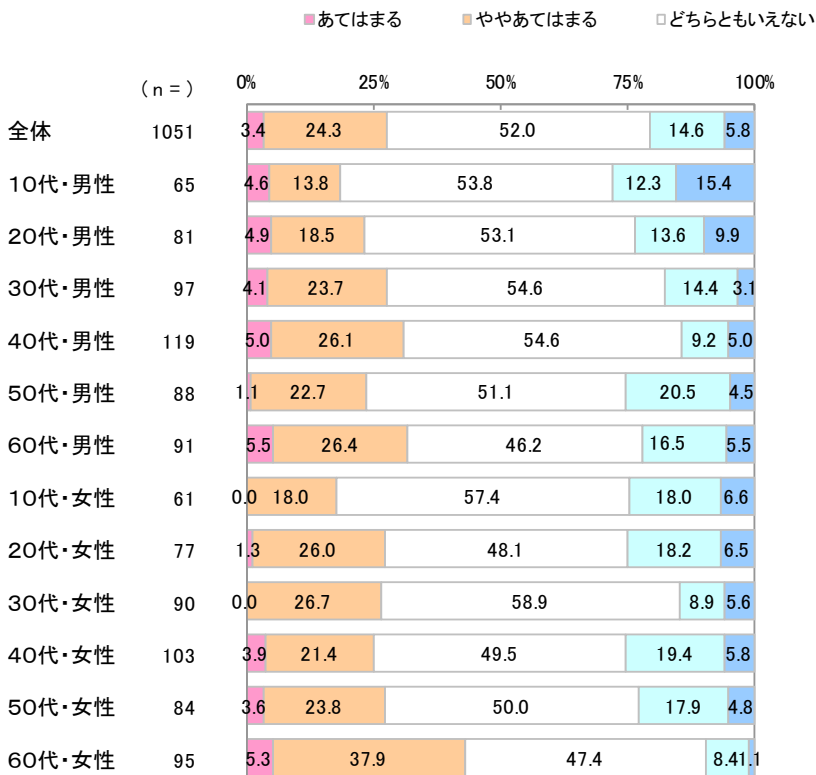
無駄を省いて簡素な生活をしたい



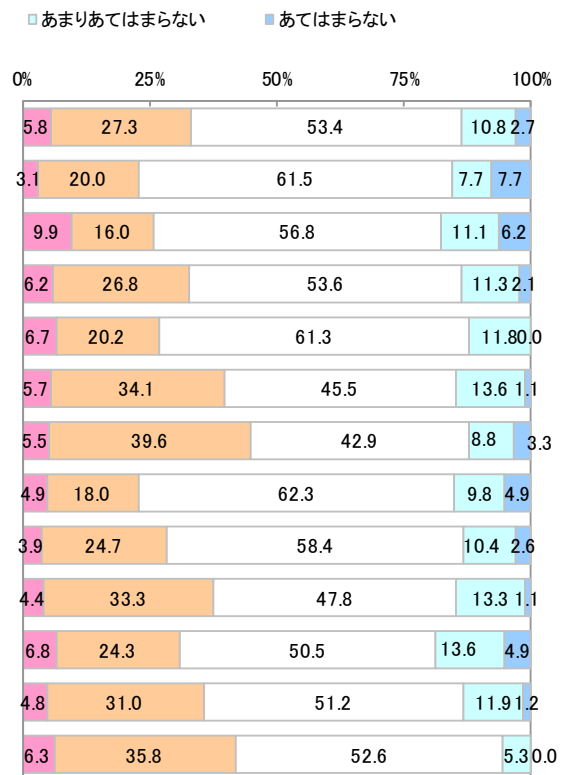
日本の伝統的な趣味や稽古事に関心がある



日本の伝統的な暮らし方を大事にしている



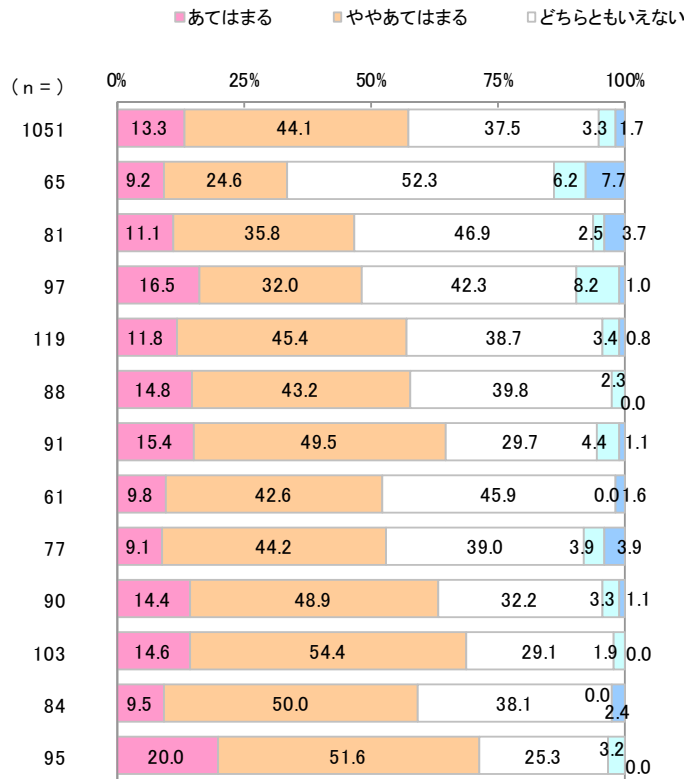
古いものを大切に、便利でなくても落ち着いた生活をすべきだ



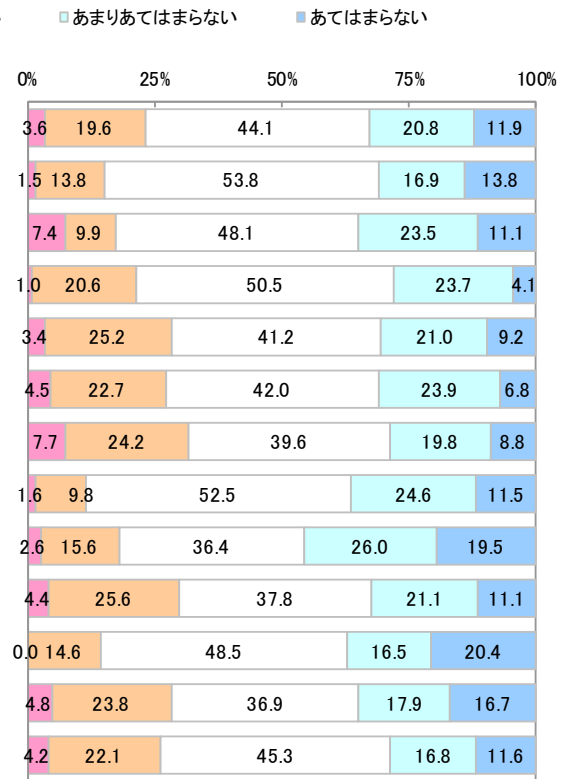
II. 生活意識と消費行動：生活意識

- 「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57.4%で過去最低値である。
- 「多少不便でも自然環境の良いところに住みたい」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の23.2%で過去最低となった。

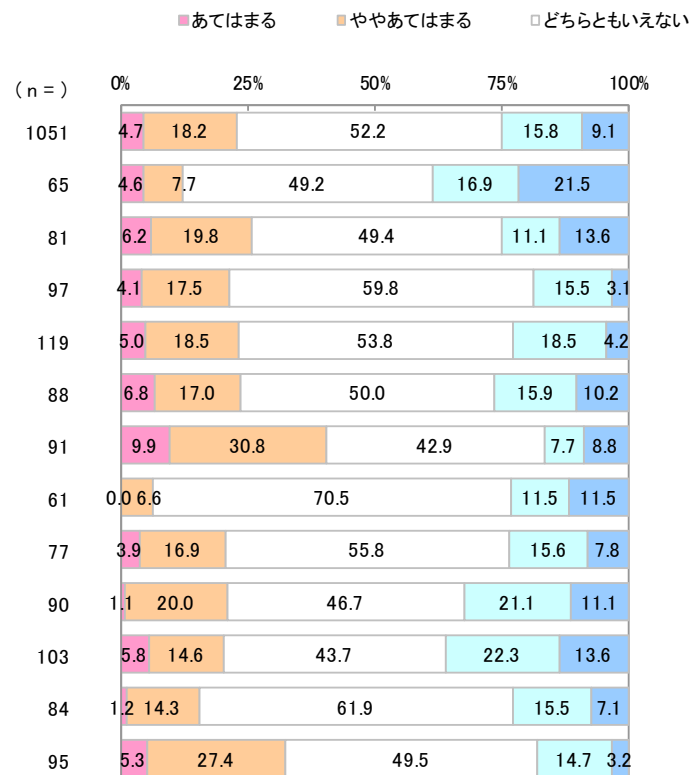
できるだけ長く使えるものを買う



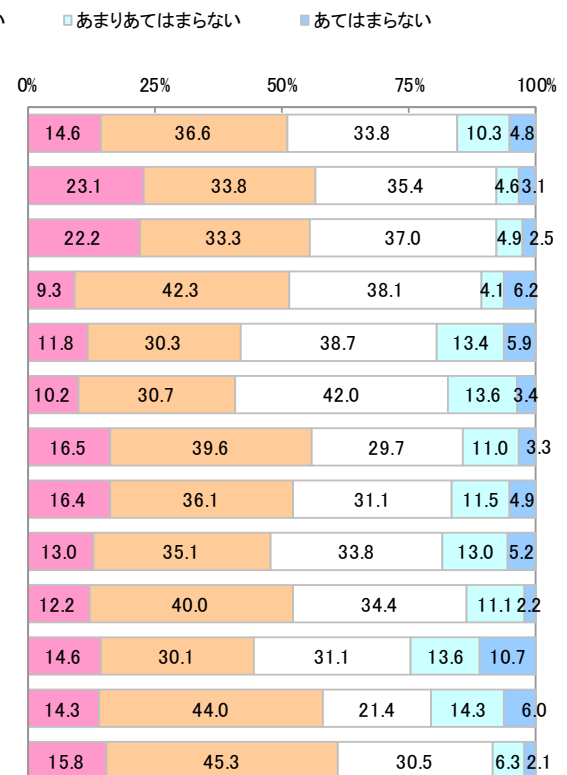
多少不便でも自然環境の良いところに住みたい



企業の社会的責任(CSR)に関心がある



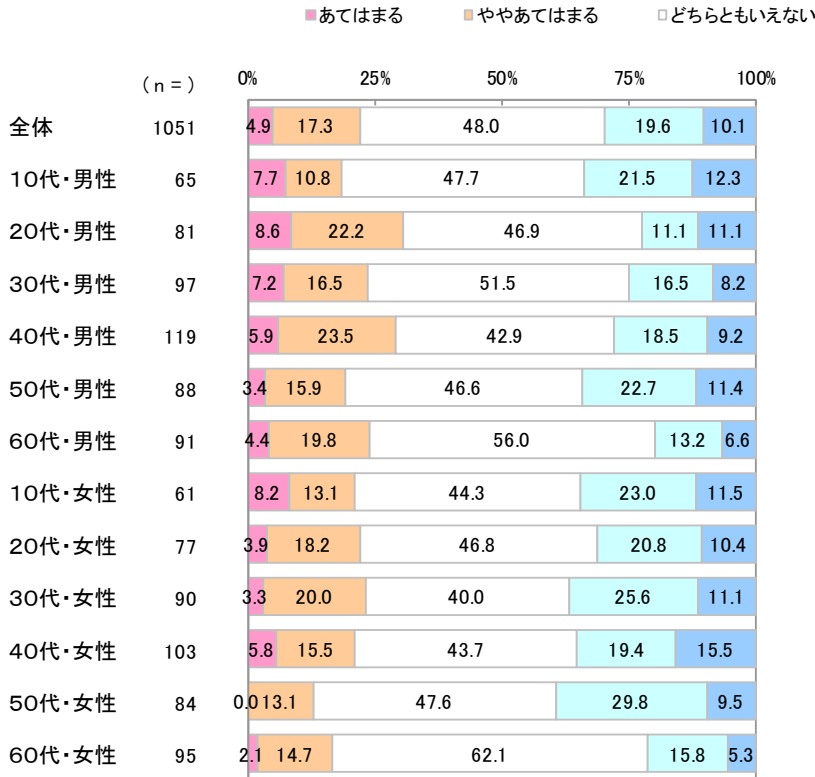
心のよりどころになる趣味を持っている



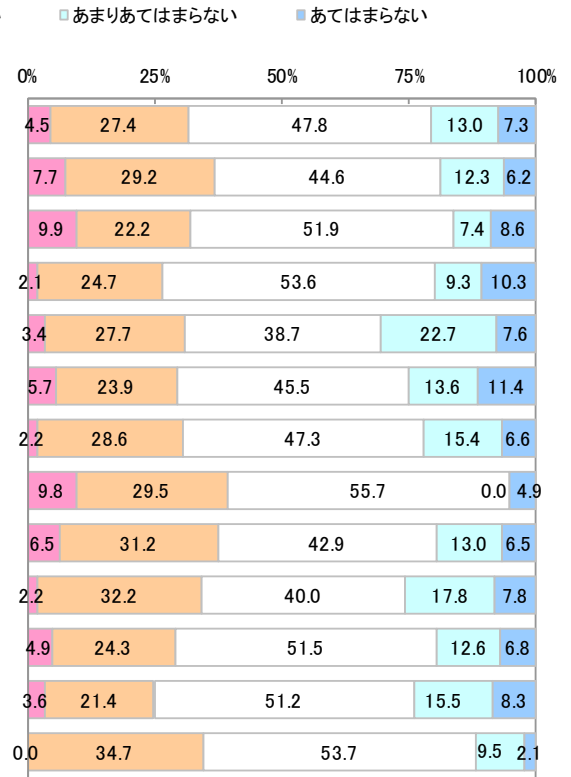
II. 生活意識と消費行動: 生活意識

- 「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31.9%で過去最低値を更新した。
- 「高い地位や豊かな生活を得るため努力する」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の22.9%で過去最低となった。

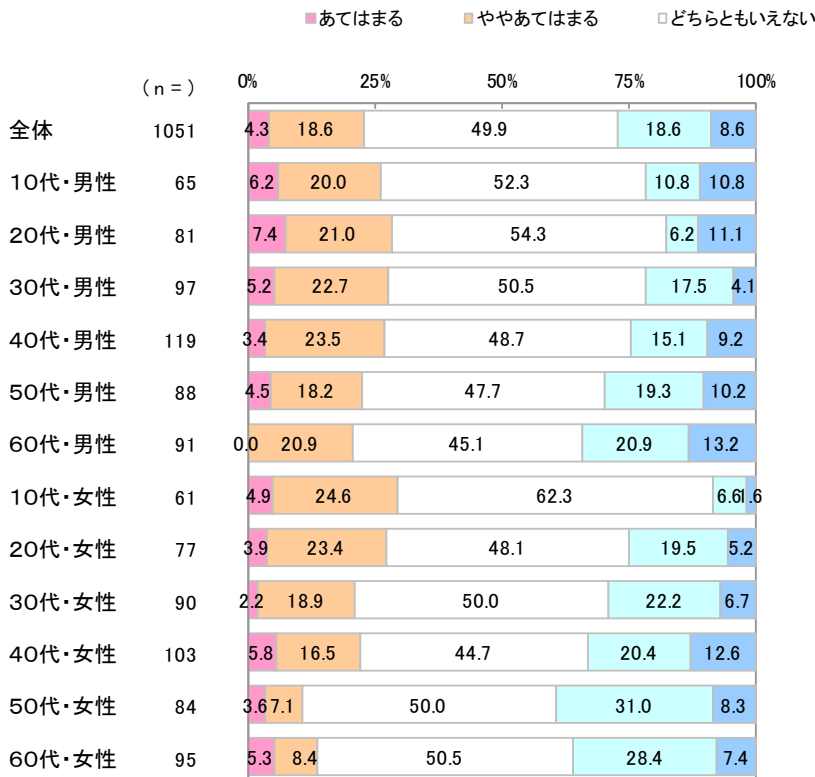
お金よりも時間のほうが欲しい



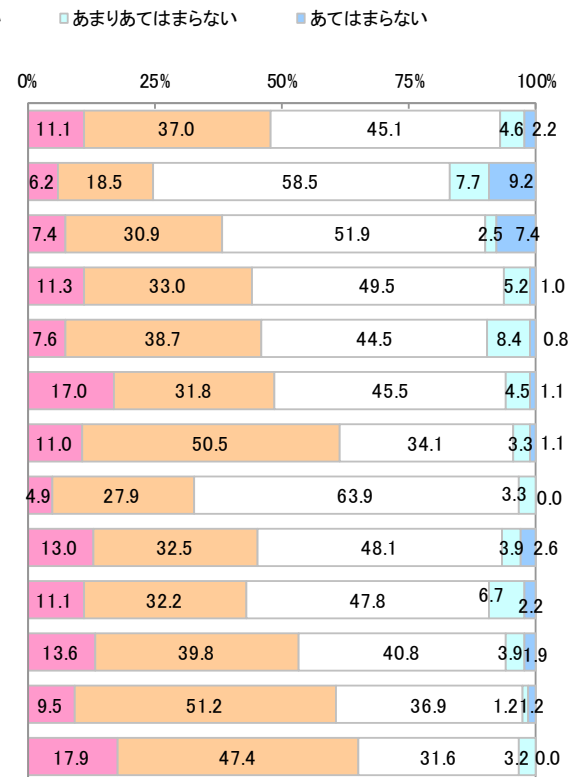
世の中は努力すれば報われる



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

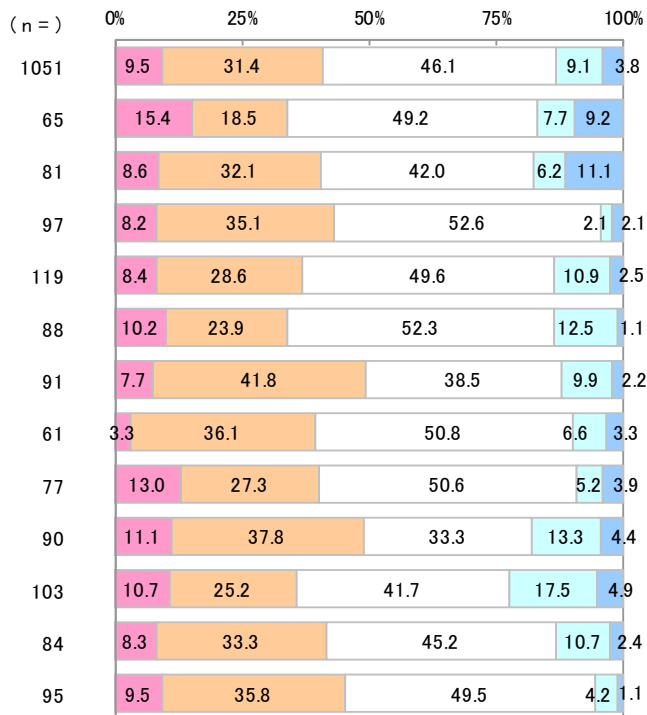


II. 生活意識と消費行動：生活意識

- 「いつも何かに打ち込んでいたい」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の40.9%で過去最低を更新した。
- 「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47.9%で過去最高となった。

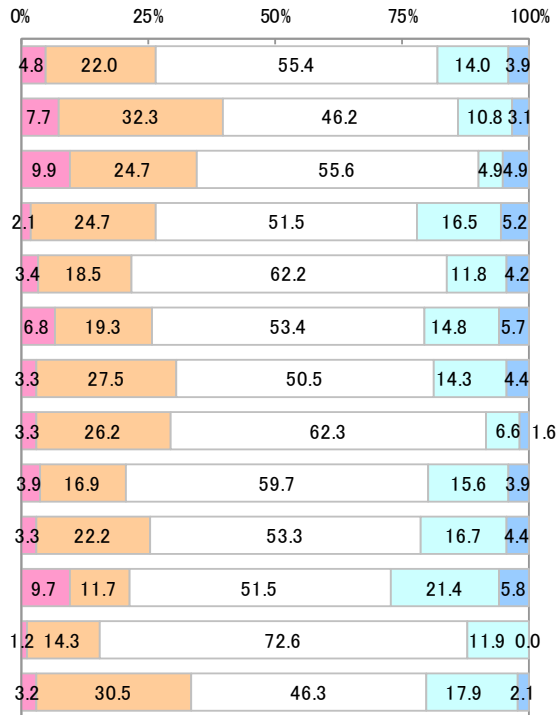
いつも何かに打ち込んでいたい

■あてはまる ■ややあてはまる □どちらともいえない



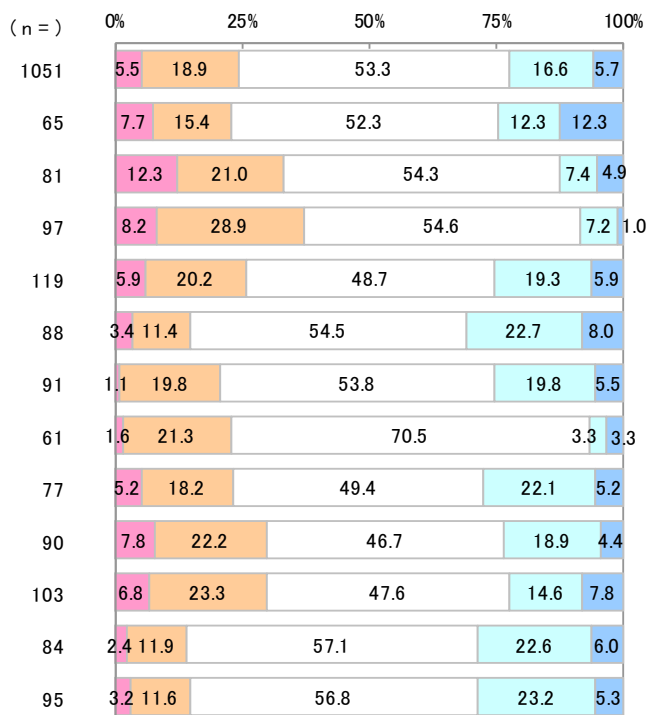
将来のことよりも今の生活が大事

■あまりあてはまらない ■あてはまらない



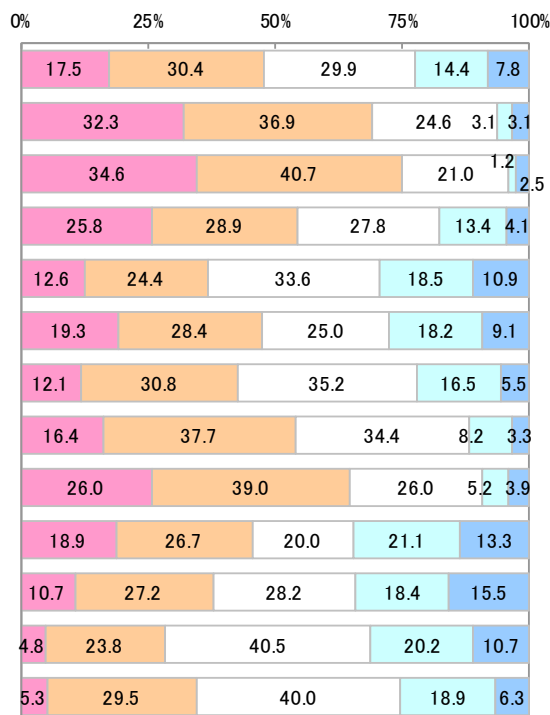
苦勞することが増えても、今よりも物質的に豊かな暮らしがしたい

■あてはまる ■ややあてはまる □どちらともいえない



休日は家族よりも自分本位で過ごす

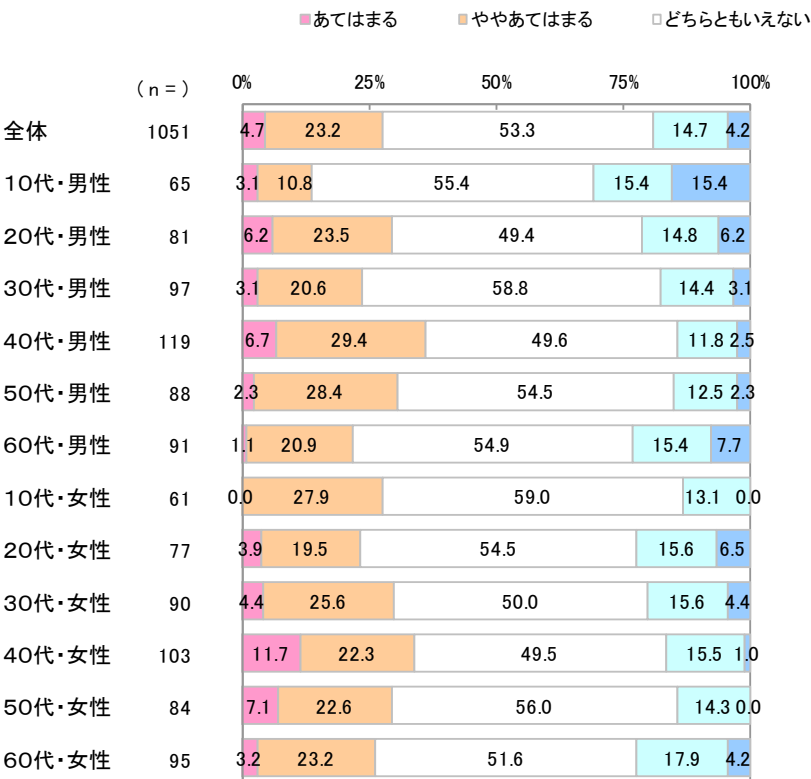
■あまりあてはまらない ■あてはまらない



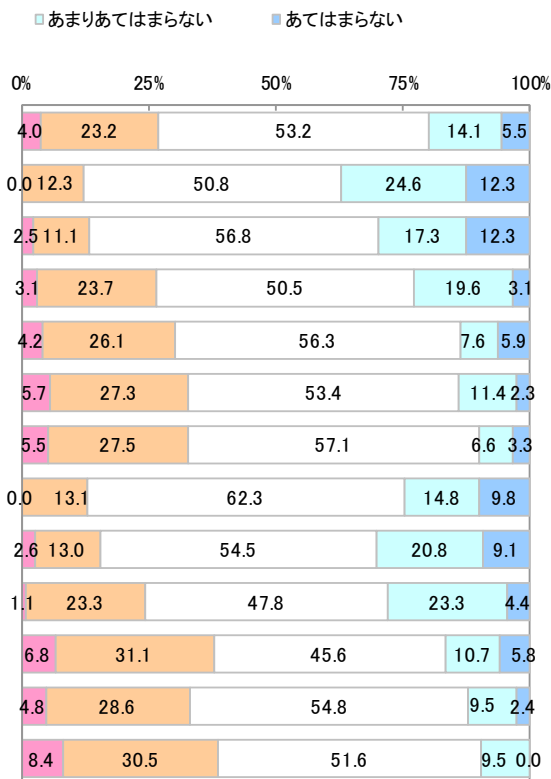
II. 生活意識と消費行動：生活意識

- 「自分のことより、まずは家族や他人のためにつくす」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の27.2%で過去最低となった。
- 「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53.4%で過去最低である。

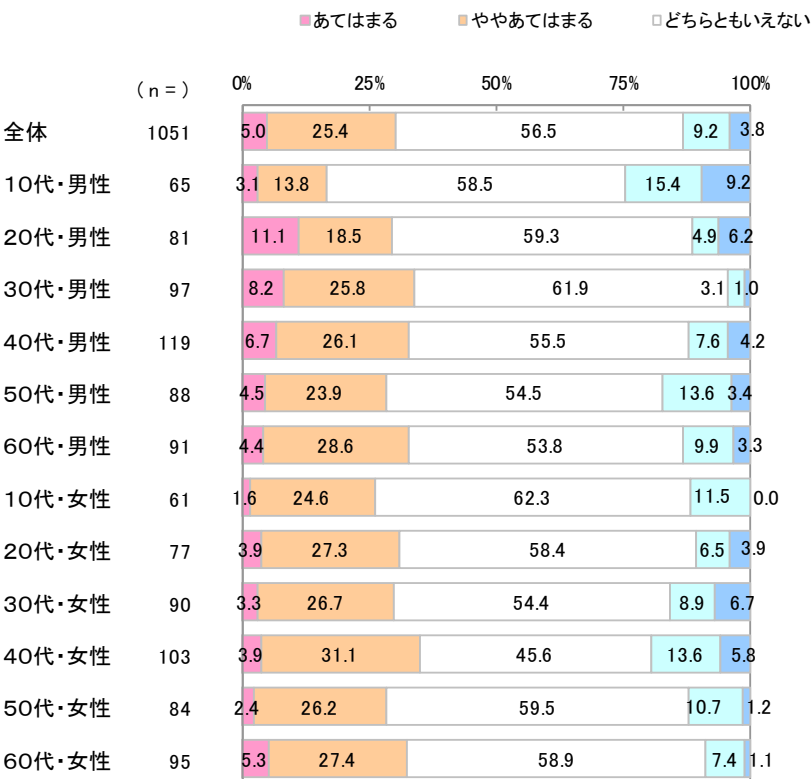
余暇は体を休めて明日に備えている



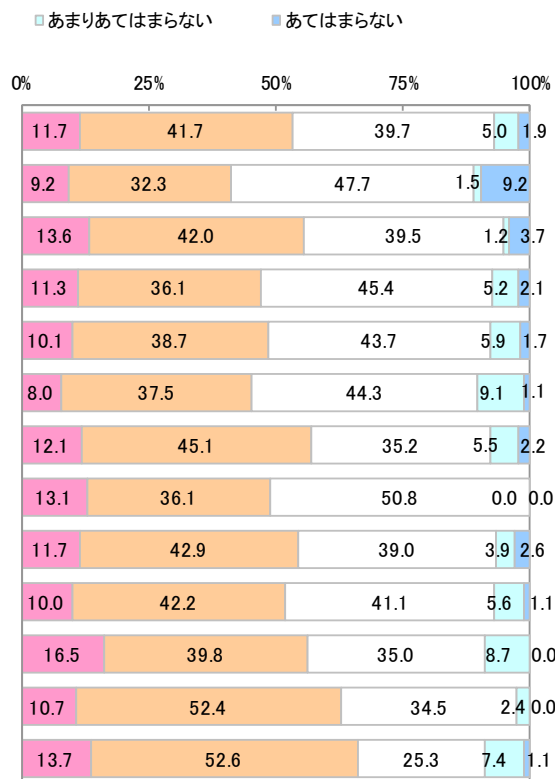
自分のことより、まずは家族や他人のためにつくす



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

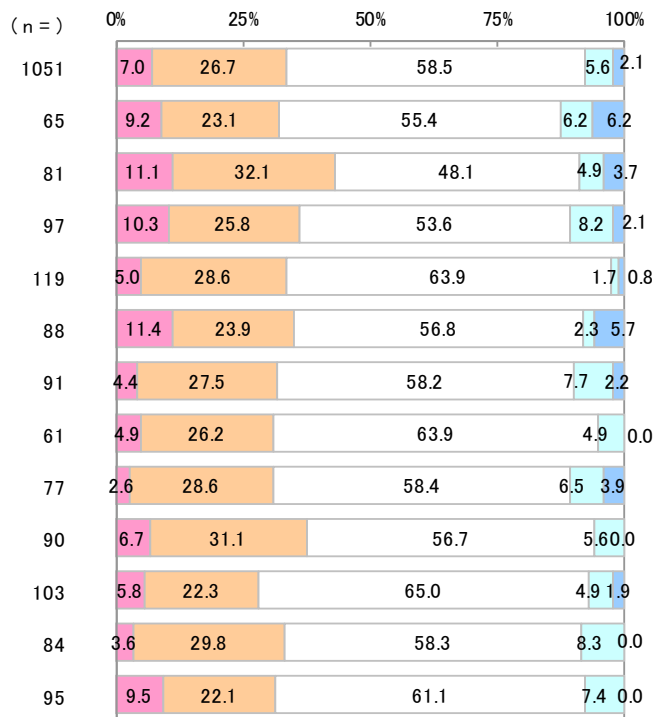


II. 生活意識と消費行動：生活意識

- 「一流企業に勤めるよりも、自分で事業を起こしたい」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の16.2%。
- 「趣味も仕事も一流でありたい」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の30.9%。
- とともに2011年以降の過去最低値となった。

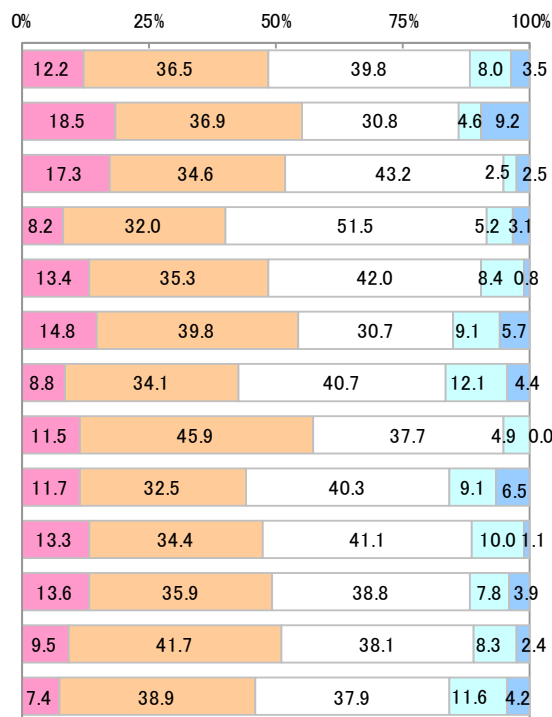
世界より国内のことに目を向けるべきだ

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



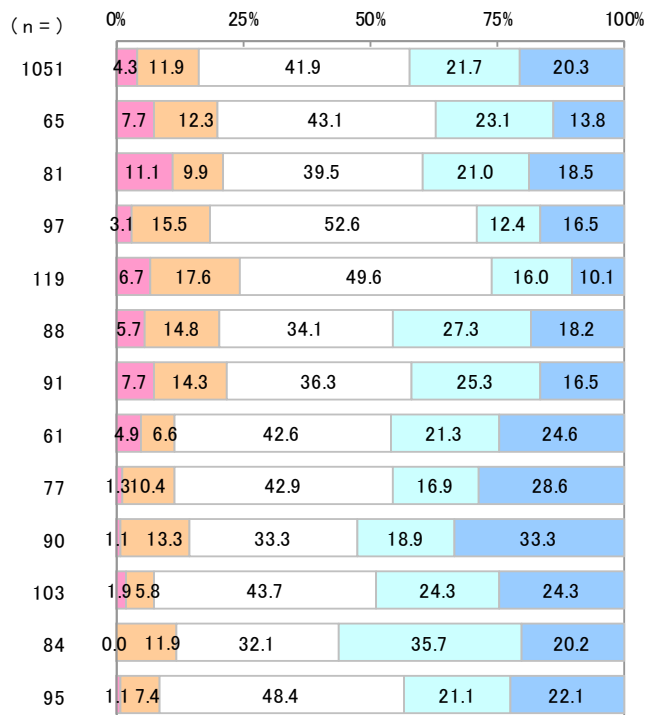
有名な大学や学校に通ったほうが、将来は有利になると思う

■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



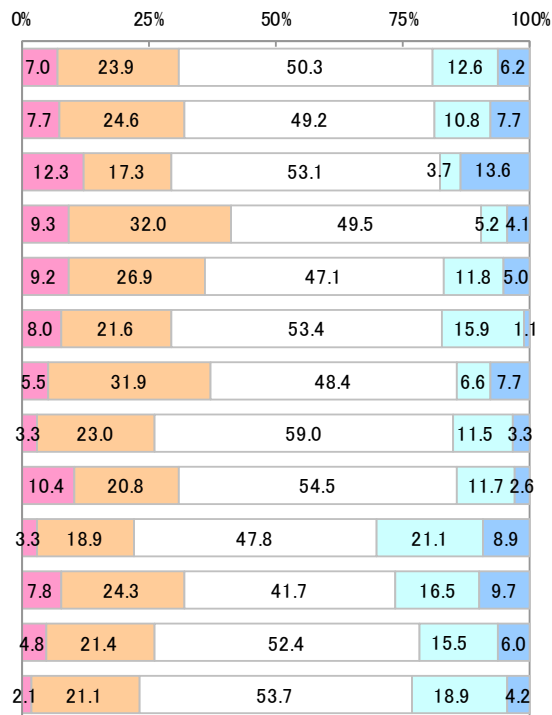
一流企業に勤めるよりも、自分で事業を起こしたい

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



趣味も仕事も一流でありたい

■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

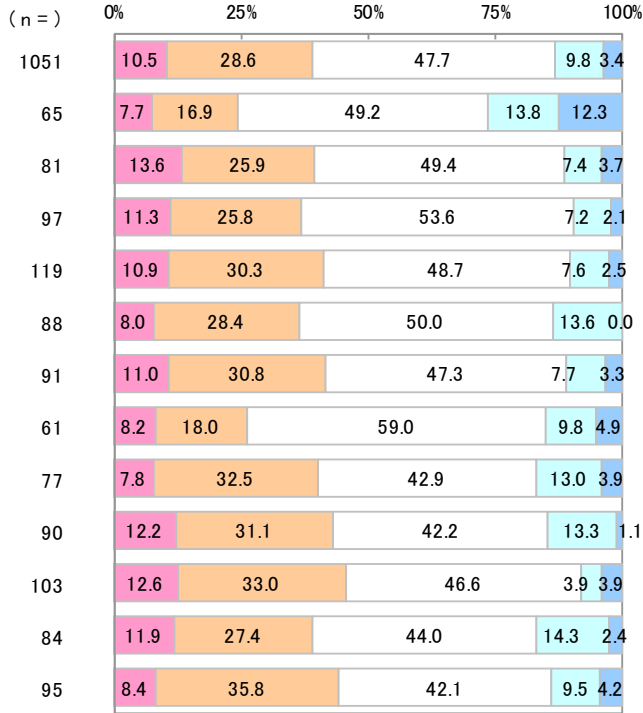


II. 生活意識と消費行動：生活意識

■ 「広くいろいろな情報を集めるほうだ」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の44.2%となり、過去最低となった。

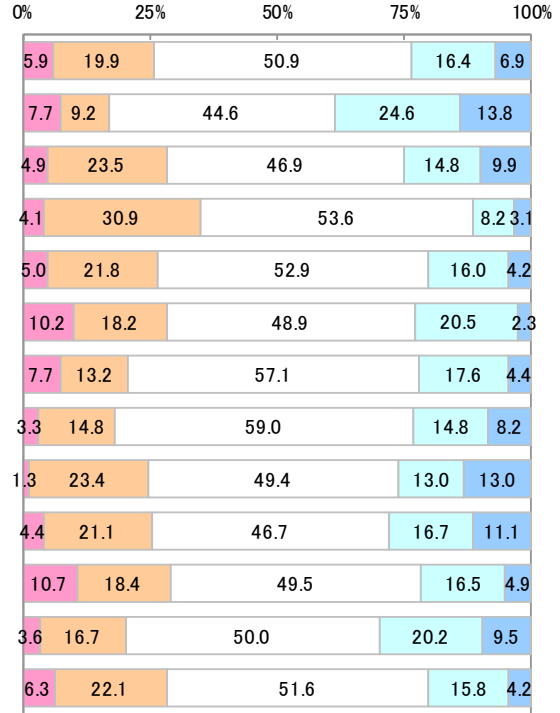
隣近所の人とはなるべく干渉し合わないほうが良い

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



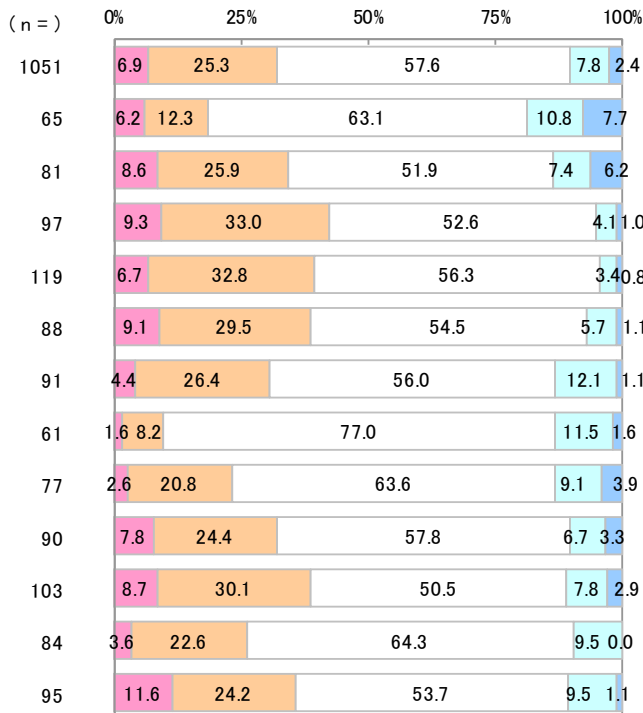
自分の考えや意見を他人に伝えるのが得意だ

■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



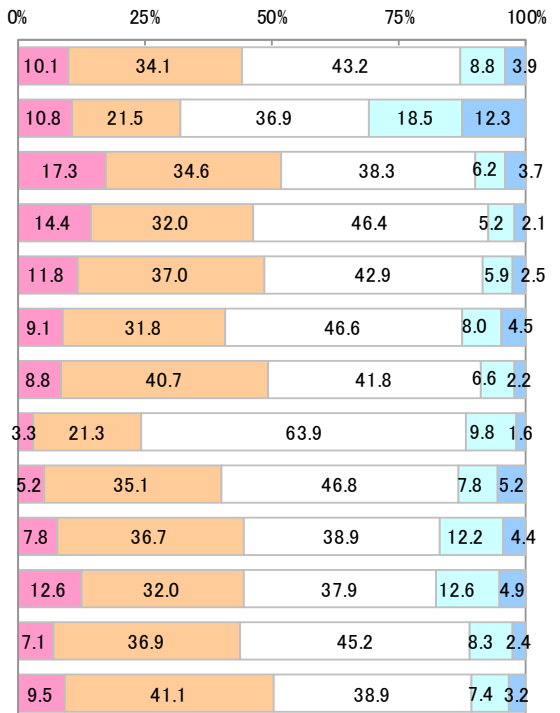
メディアの情報は疑ってかかるほうだ

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



広くいろいろな情報を集めるほうだ

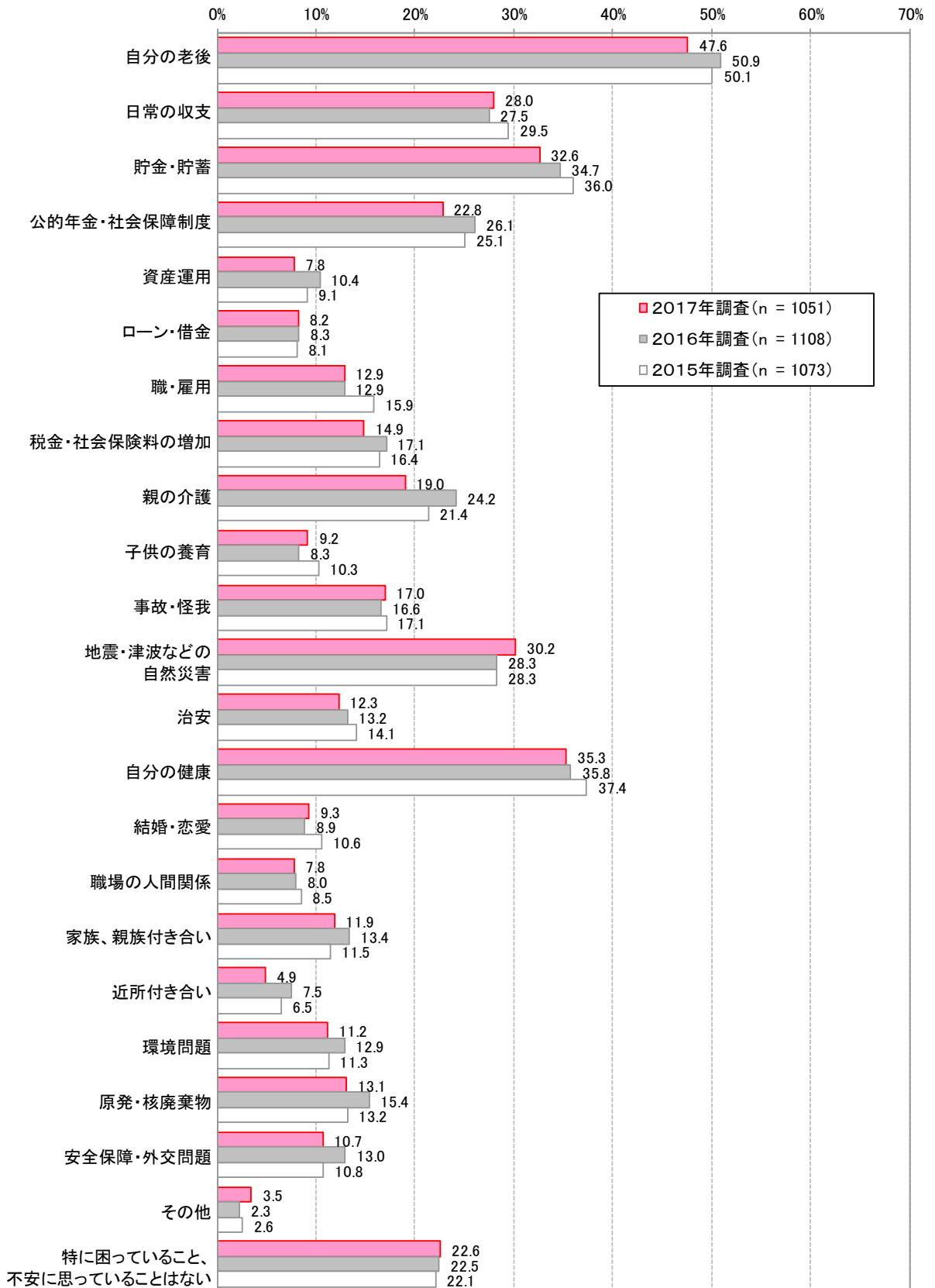
■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



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、「貯金・貯蓄」の継続的減少が見られる。「資産運用」も昨年の10.4%から下がっており、昨今の株高を反映しているものと思われる。

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

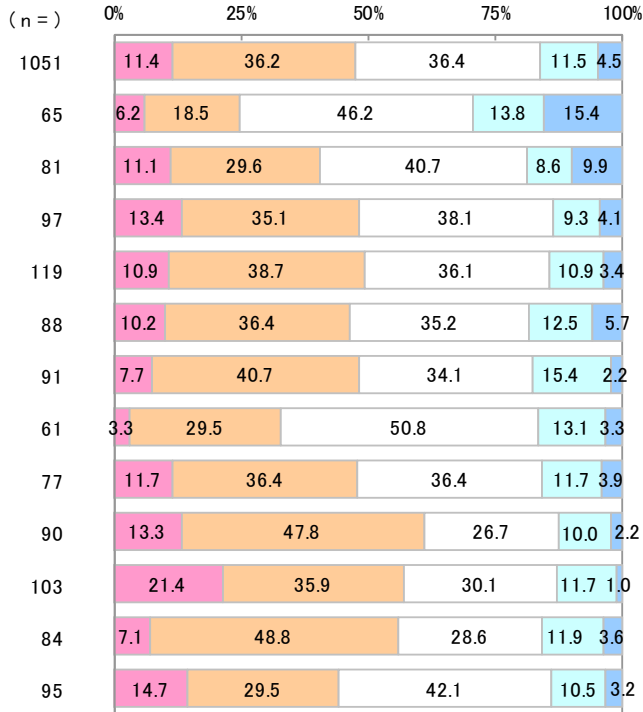


II. 生活意識と消費行動：消費行動

■ 「多少値段が高くて良いものを買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の35.7%で過去最低となった。

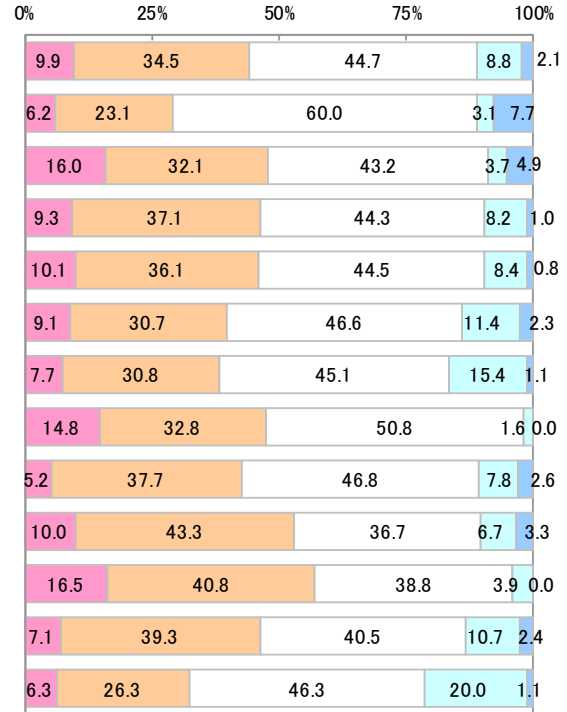
なるべく節約して将来の備えに貯金するようにしている

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



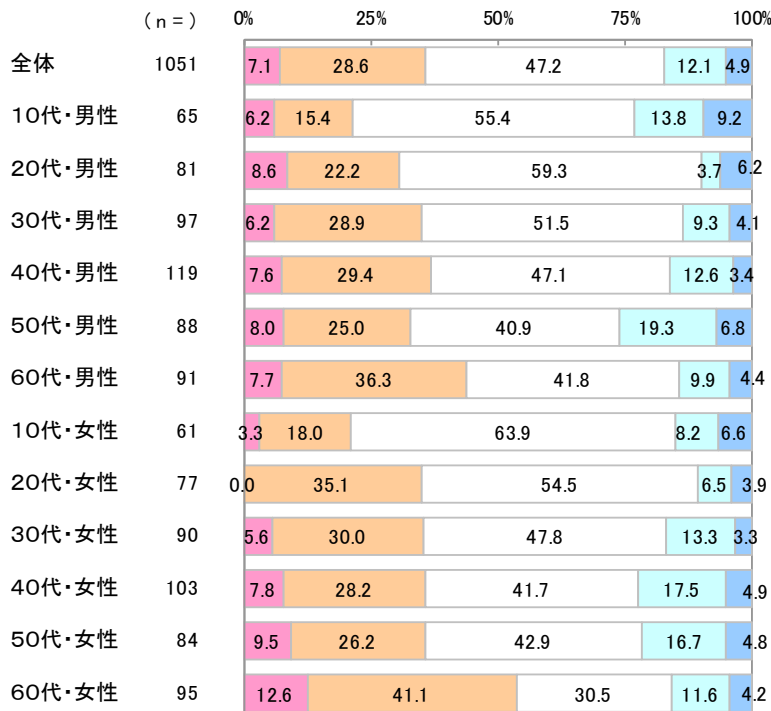
安くて経済的なものを買う

■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



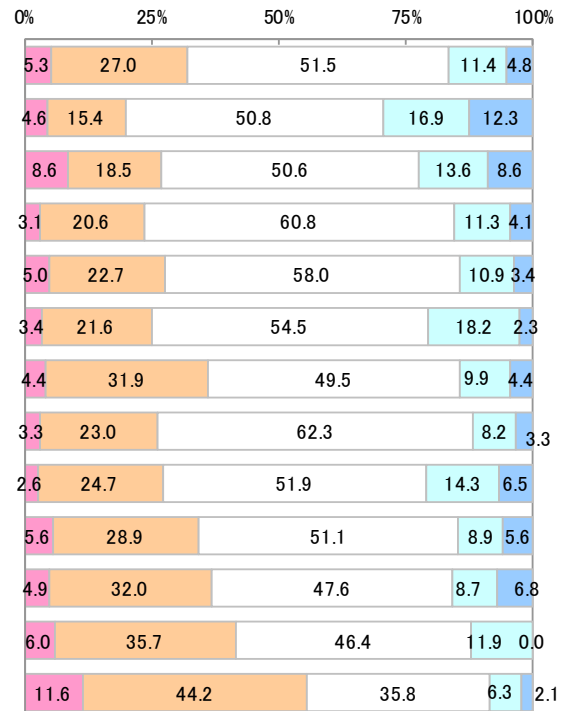
多少値段が高くて良いものを買う

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



環境保護に配慮した製品を買う

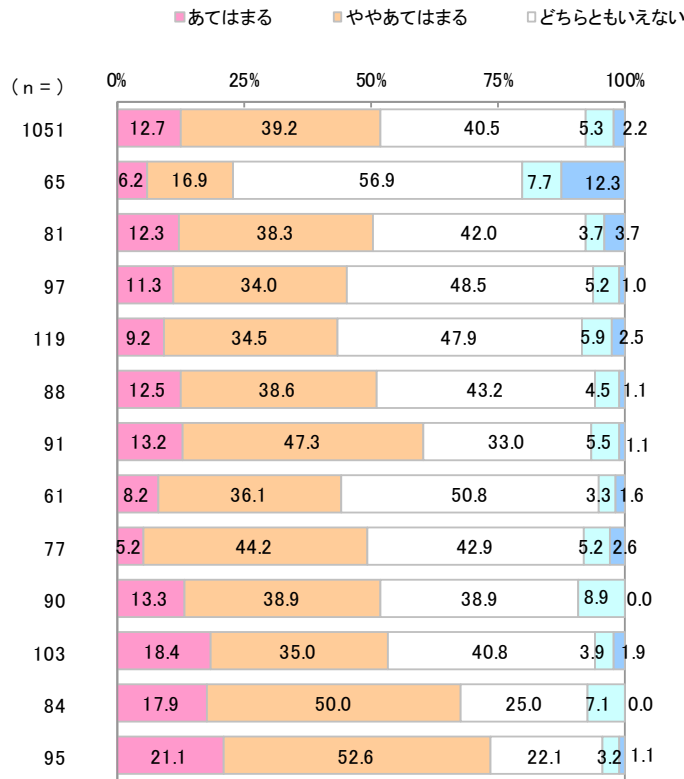
■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



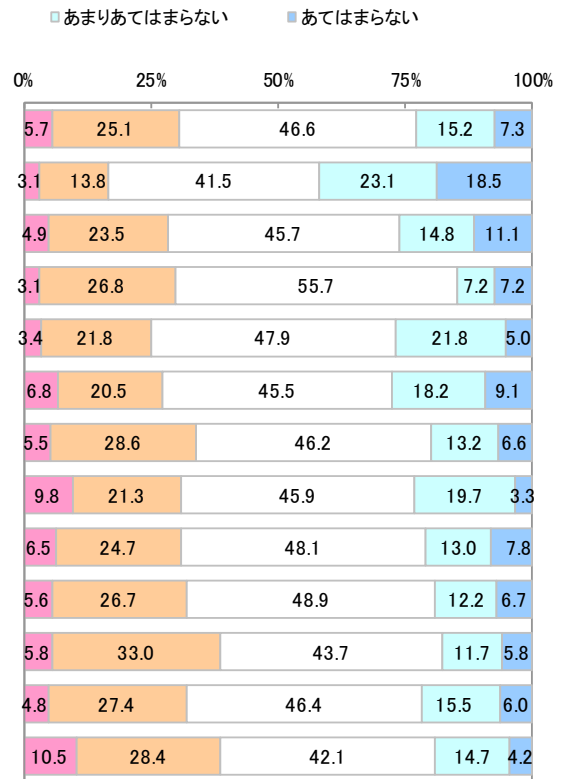
II. 生活意識と消費行動：消費行動

■ 「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68.7%で過去最低となった。

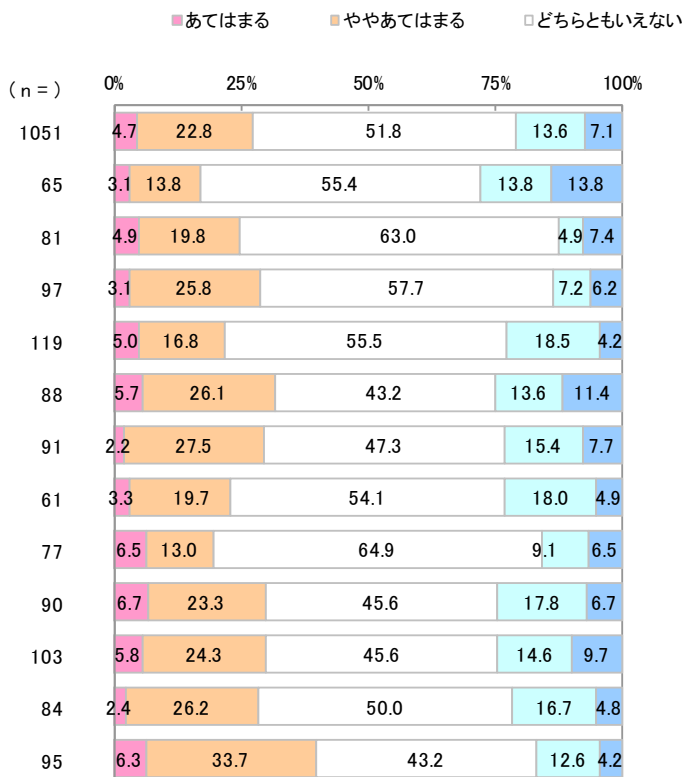
安全性に配慮した製品を買う



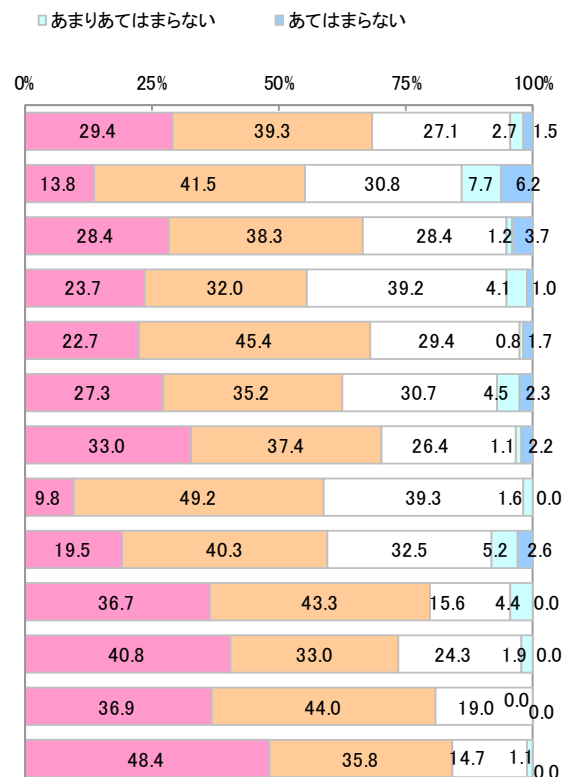
いつも買うと決めているブランドがある



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

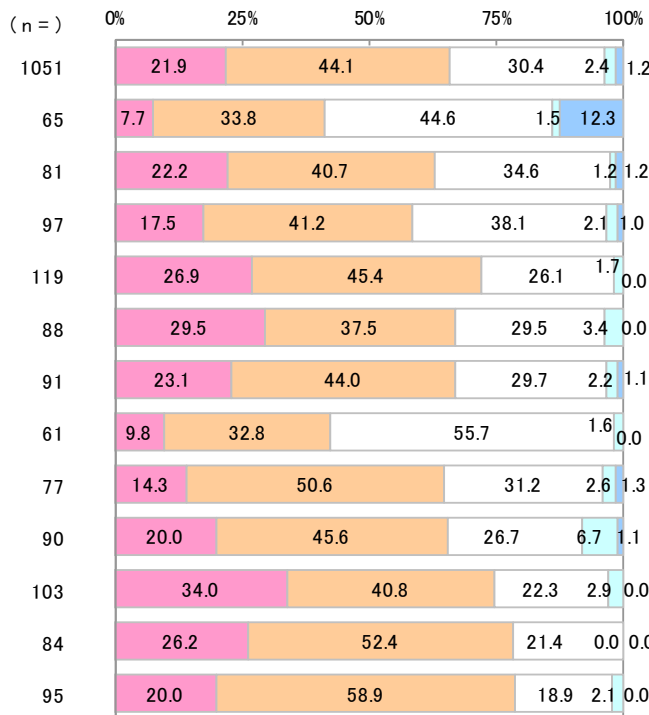


II. 生活意識と消費行動：消費行動

■ 「価格が品質に見合っているか検討してから買う」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の66.0%で過去最低となった、

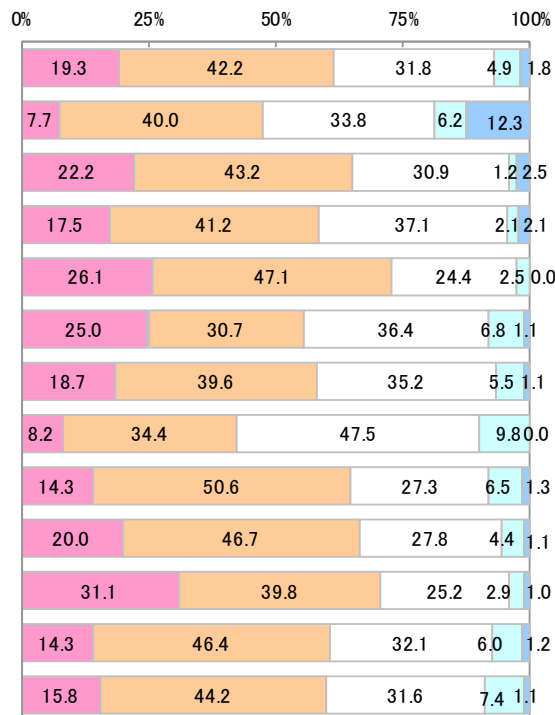
価格が品質に見合っているか検討してから買う

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



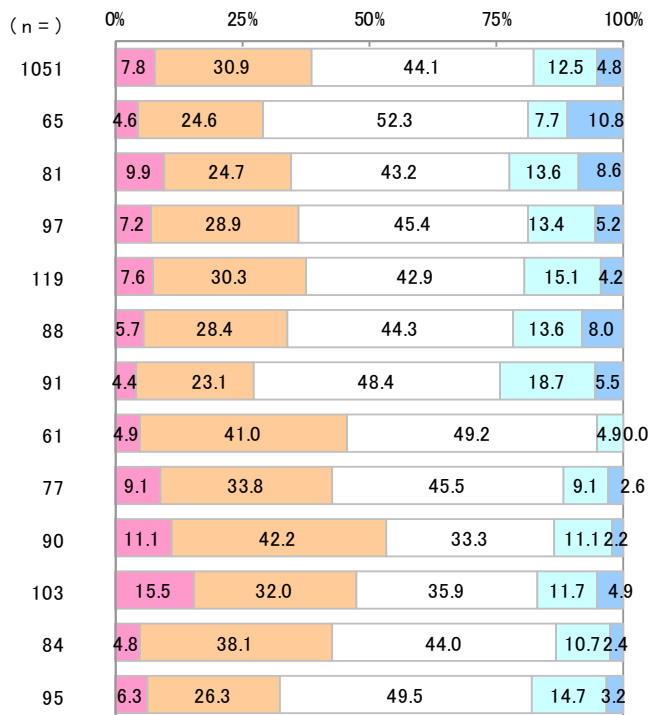
事前に情報収集してから買う

■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



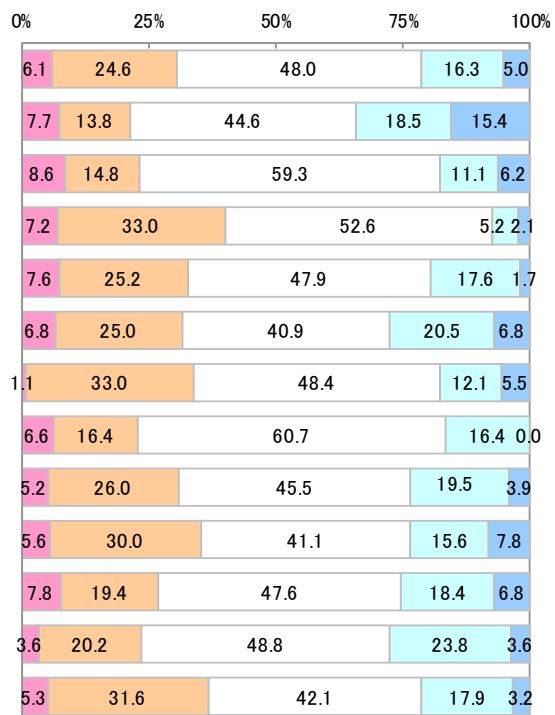
使っている人の評判が気になる

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



メーカーやブランドにこだわるほうだ

■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

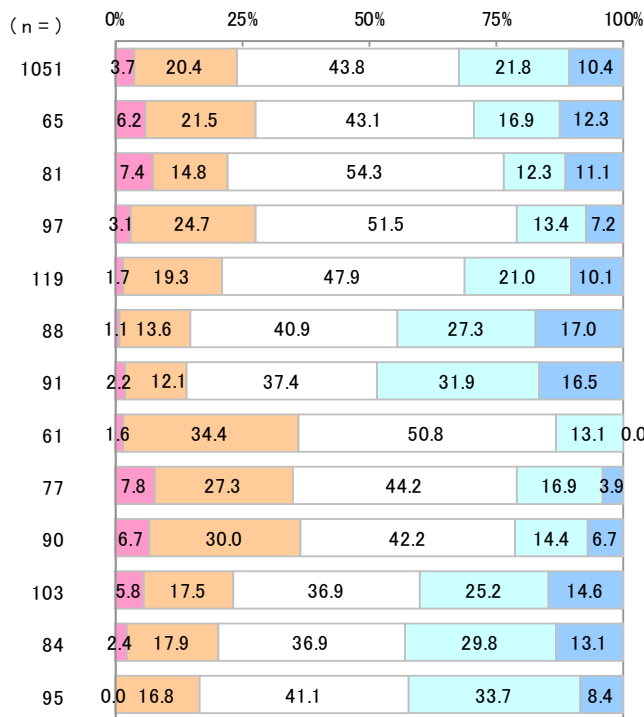


II. 生活意識と消費行動：消費行動

- 「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、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の17.4%。
- 「新しいものや変わったものを試すのが好きだ」に、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人は全体の27.8%。
- とともに過去最低の値となっている。

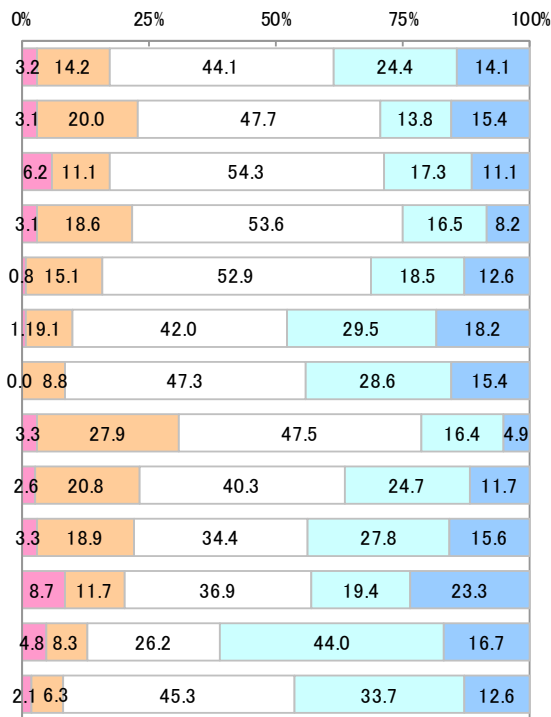
噂を聞いたたり、人が使っているのを見ると、買いたくなる

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



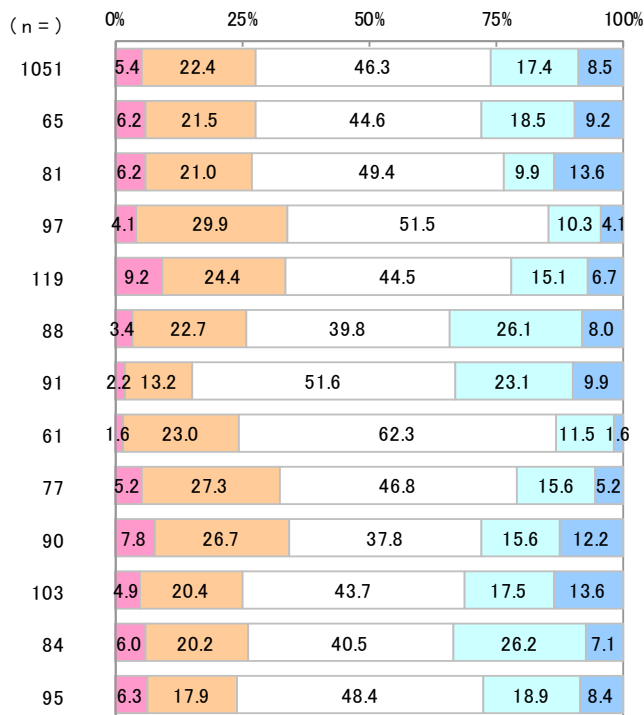
これから流行りそうなものを人より先に手に入れたい

□ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



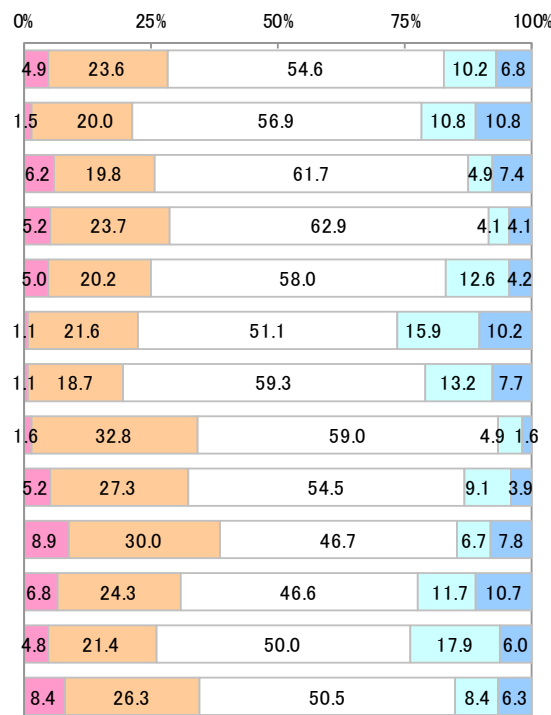
新しいものや変わったものを試すのが好きだ

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない



売れ筋商品や評価が高い商品をよく買う

□ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

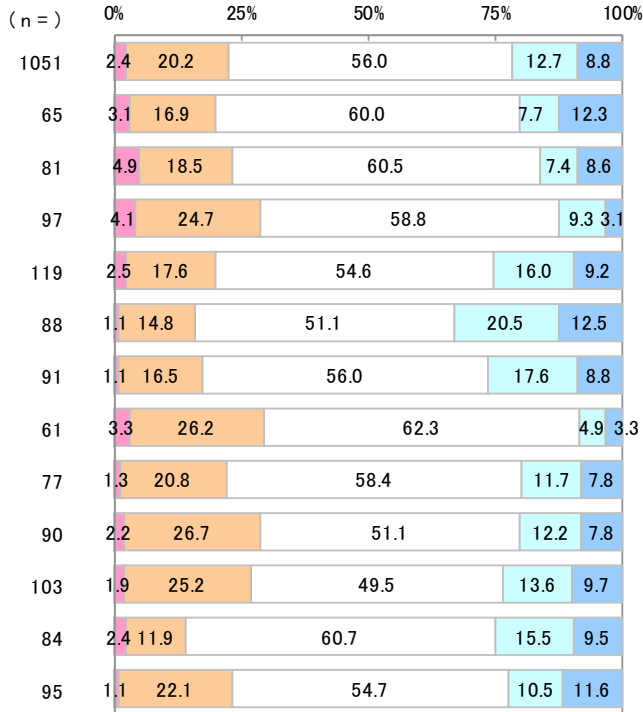


II. 生活意識と消費行動：消費行動

- 「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22.6%。
- 「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47.6%。

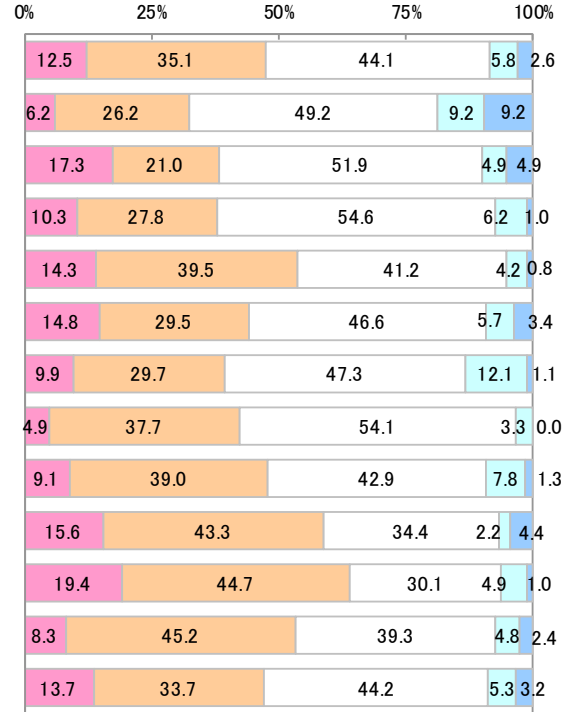
新聞やテレビに広告が流れている商品は安心できる

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



欲しい商品であっても、少しでも安く買える場所で買う

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

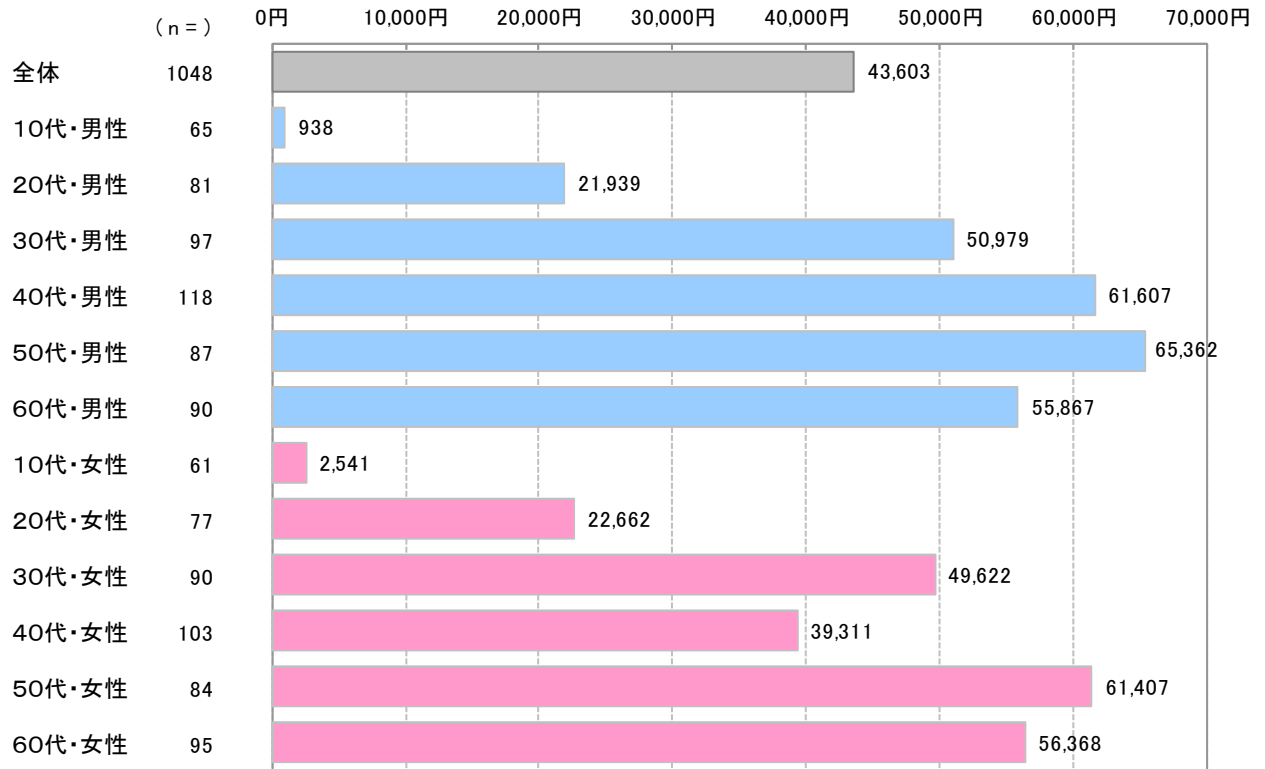


II. 生活意識と消費行動：消費行動

- 「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、43,603円。
- 「1ヶ月あたりの外食金額」の全体平均は、11,957円。

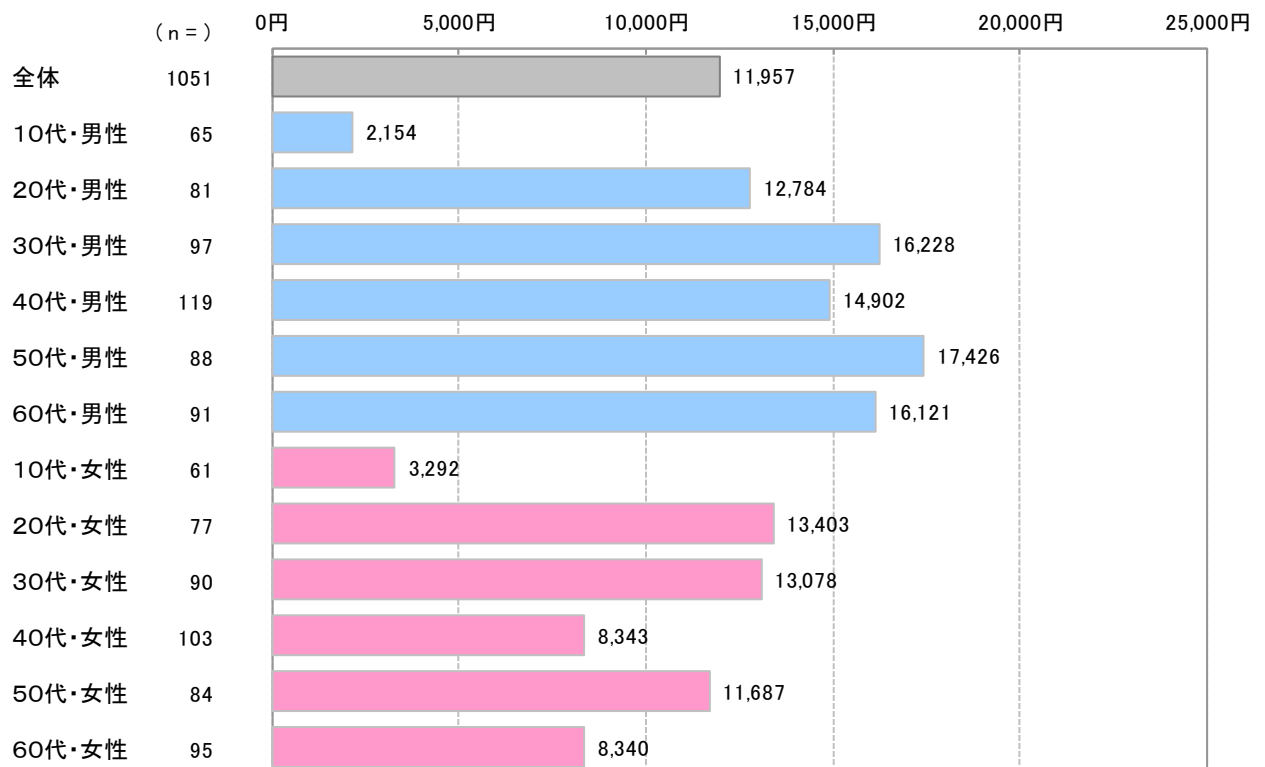
1ヶ月あたりのクレジットカードの利用金額

※「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

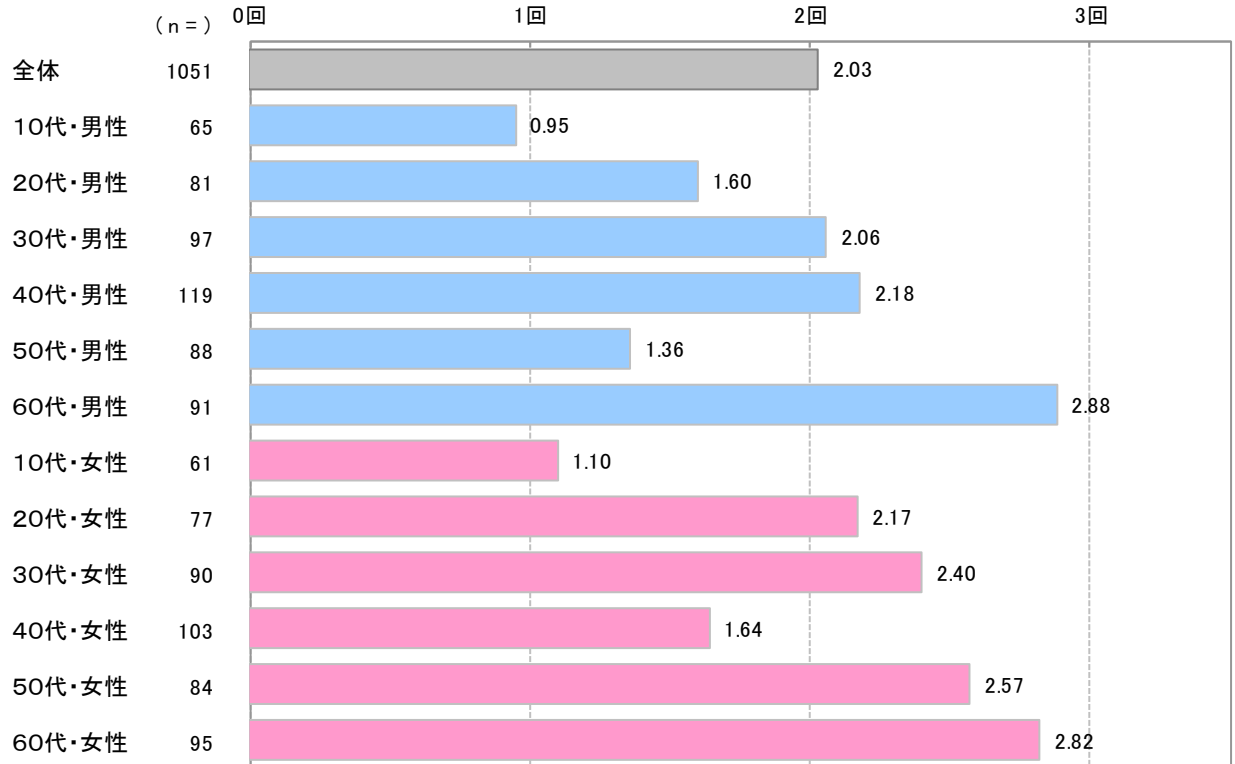


II. 生活意識と消費行動：消費行動

- 「1年に国内旅行に行く回数」の全体平均は、2.03回。
- 「1年に海外旅行に行く回数」の全体平均は、0.39回。

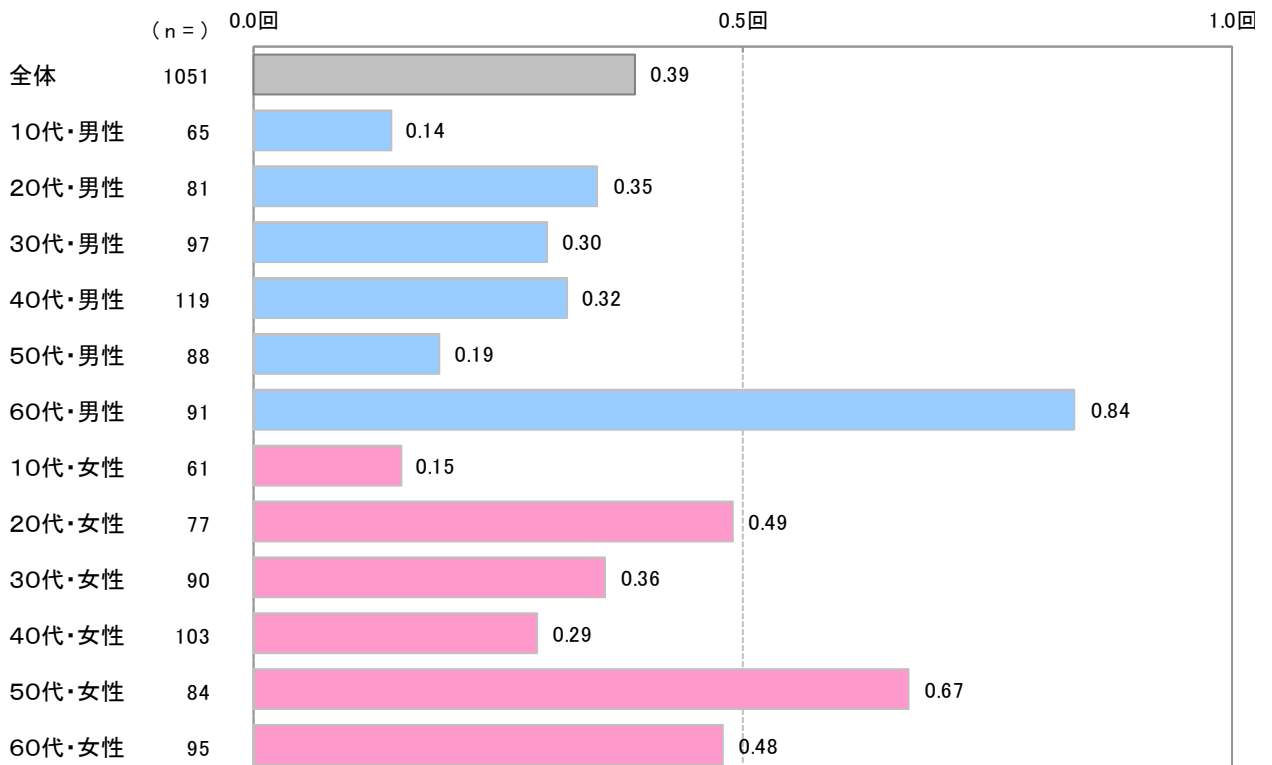
1年に国内旅行に行く回数

※「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 2017年3月

発行日 2016年 3月 31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