



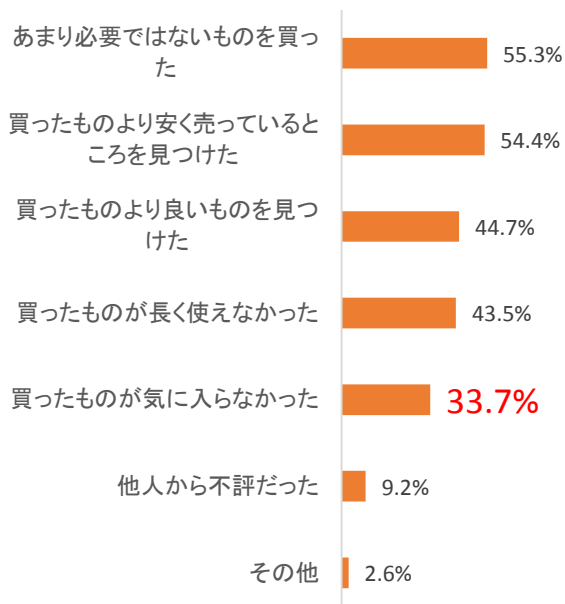
## 生活に関する調査レポート2015 02 ～消費の傾向に関する調査～

前回の調査レポート01では多くの方が今の状態を「普通～幸せである」と感じ、幸福な人生に絶対に欠かせないものは、「経済的余裕」と「健康」と考えており、さらに10年後の自分は「今と同じ～今よりとても幸せである」とイメージしていることがわかった第1章。第2章では、その第1位である「経済的な余裕」とは切っても切り離せない、消費についての調査結果を発表していきます。

調査方法：インターネットによるアンケート、追加メール取材

調査対象：小学館の女性誌を読んだことのある全国の20～50代の女性1177名

### Q.買い物をした後で、後悔するのはどういう場合ですか？



### 気に入ったものが必要か考えさらに安く買えないか吟味

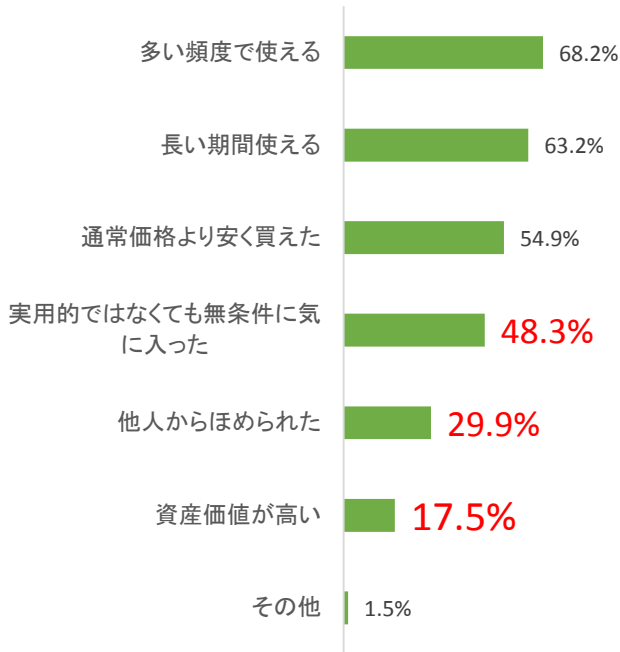
消費が堅実になったと言われていますが、まさにそれを象徴する結果となりました。

“買い物をした後で後悔する場合”の第1位は「あまり必要でないものを買った」（55.3%）、第2位は「買ったものより安く売っているところを見つけた」（54.4%）。予想外の結果としては「買ったものが気に入らなかった」を後悔するパターンに選んだ人が少ないこと（33.7%）。

この結果についてさらに深くヒアリングしたところ「買う前によく考えてから買うので、買った後に気に入らないということがそもそもない」という回答が得られました。



Q.買い物をした後で、満足度が高いのはどのような場合ですか？



安さより「何度も、長く使える」重視

逆の質問にあたる“買い物をした後で満足度が高い場合”の1位は、「多い頻度で使える」(68.2%)、2位が「長い期間使える」(63.2%)。半数を切ったのが「実用的ではなくても無条件に気に入った」(48.3%)、「他人から褒められた」(29.9%)、「資産価値が高い」(17.5%)の項目。

衝動買いや見栄を張ることよりも、選ぶ基準はあくまでも「今の自分にとってどれだけ使えるかどうか」。その考え方がすでに女性の中に深く浸透していることが確認できました。

モノを買う時に、価格を使いそうな回数で割り、1回あたりの使用料を計算して、コストパフォーマンスが良いか悪いかで購入を判断するという女性もいました。

研究所まとめ

ファストファッションや100円ショップ、安い海外雑貨店などへの人気など、激安ショップが取りざたされることが多いにも関わらず、女性たちの消費意欲は「安いもの」より「多い頻度で長く使える」ものにあることが判明。これについてさらにインタビューしたところ、ひとりの女性でも消費傾向が2極分化していることが判明。「安いもので衝動買い」「長く着るつもりのもは多少高くてもいい」という、良い使い分けを無意識のうちに行っているそう。ストレス発散として安い雑貨などを大量に購入するのはエンターテイメント、必要なものを吟味して買うのはショッピング、と別物として考えているとか。「安くないと買わない」「高いものは売れない」とひとことではまとめられないことがわかりました。

調査結果に関するお問い合わせ

株式会社小学館 女性インサイト研究所 担当:安念

TEL: 03-3230-9774 E-mail: [pr-islab@shogakukan.co.jp](mailto:pr-islab@shogakukan.co.jp)

<http://www.insightlab.jp/>