

平成 29 年 12 月 14 日  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

## スマホの普及が若年男性の買い物意欲を後押し

－ 『R&D CORE（生活者総合ライフスタイル調査システム）』より －

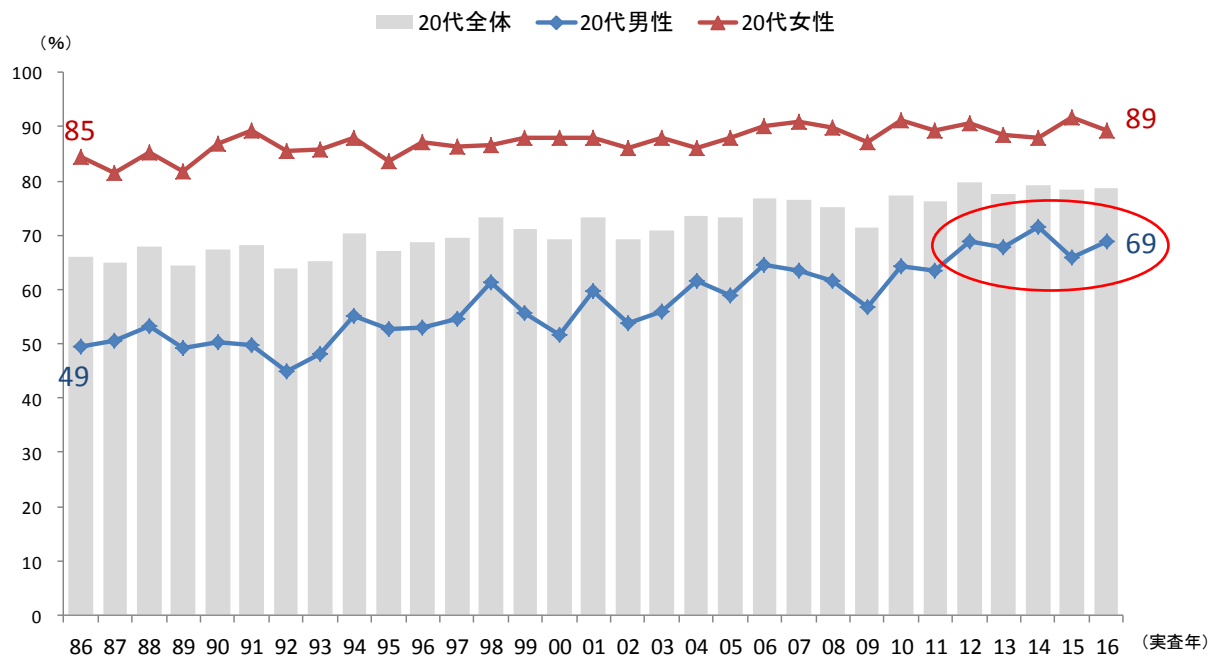
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント(所在地:東京都新宿区、代表取締役:松田 武久)は、首都圏在住の 18～79 歳の男女 3,000 人を対象に実施した自主調査を用い、「若者の消費意識・実態」について分析を行いました。

今回は、過去のデータと比較して、現代の若者の買い物に対する考え方についてご紹介します。

### “30 年前と比べ、20 代では女性だけでなく男性もショッピングを楽しむように”

- 20 代女性は「買い物が好きな方」が 8～9 割を占め、30 年前から大きな変化がみられない。
- 一方で、20 代男性はこの 30 年で「買い物が好きな方」が大きく上昇し、2012 年頃から 7 割近くが買い物好きになる。

(図1) 買い物が好きな方で、楽しんでいる



※「非常に+まあそう思う」の合計(2012 年までは「はい」の回答率)

※R&D「CORE2017(2016.10)」より作成

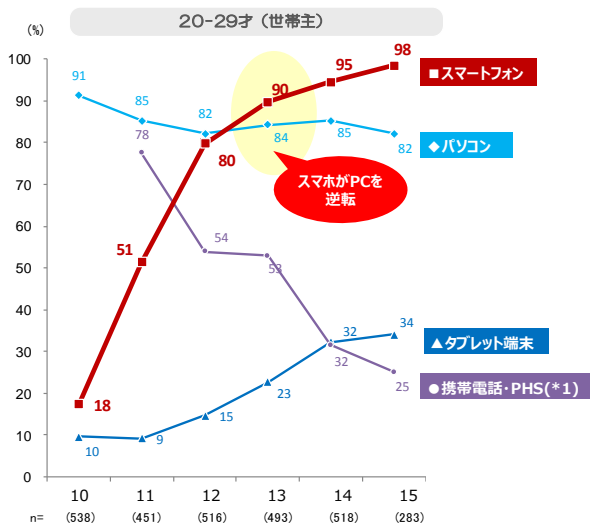
“スマホ保有率UPと同時にネットショッピング利用率もUP”

- 20代では2010年から12年にかけてスマホ保有率が急上昇、13年にはパソコン保有率を上回り、保有率は9割に達する。2015年では、20代のスマホ保有率は98%となっている。
- スマホの普及と同時に、ネットショッピングの利用も増加。2016年は男性で6割に達し、女性を上回る勢い。

(図2) 20代のスマホ保有率・ネットショッピングの利用状況

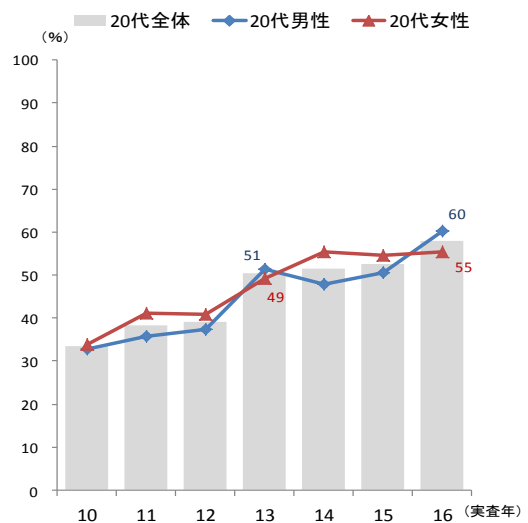
<情報通信機器の世帯保有状況>

※個人の保有データは13年以降聴取のため、世帯保有データを掲載  
 ※2008年にiPhone3Gが国内発売となり、スマホが普及し始める。  
 (主要項目を抜粋)



\*1) 平成21年末(09年)から平成24年末(12年)までは携帯情報端末(PDA)も含めて調査、平成22年末(10年)は聴取項目が異なるので非掲載  
 ※総務省「通信利用動向調査」より作成  
 ※R&D「若者ハンドブック2017」より抜粋

<ネットショッピング(PCや携帯で)をよくするほう>



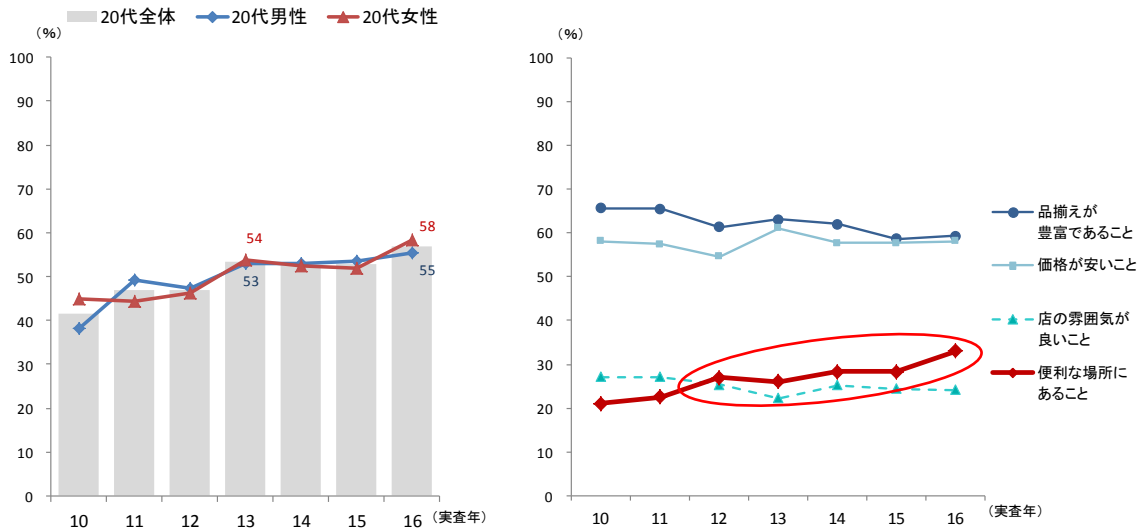
※「非常に+まあそう思う」の合計(2012年までは「はい」の回答率)  
 ※R&D「CORE2017(2016.10)」より作成

“時間・手間も含めたトータルコストを重視して買い物をするように”

- 同じタイミングで買い物意欲においても「価格は時間や手間を含めたトータルコストで比較」する意識がやや上昇している。
- リアル店舗では「便利な場所にあること」の重要性が高まっている。

(図3) 20代のショッピングに関する意識・実態

<価格は時間や手間も含めたトータルコストで比較> <店を選ぶポイント(2つまで) / 20代全体>



※「非常に+まあそう思う」の合計(2012年までは「はい」の回答率)

※R&D「CORE2017(2016.10)」より作成

## R&D 生活者インサイト

### ◇スマホの普及で、若者男性も買い物好きに

若者の消費意識・実態をみると、女性の買い物好きは一般的によく聞きますが、この30年で男性若者でも7割近くが買い物好きになっていることがわかりました。ショッピングの意識・態度をみても、時間や手間も“価格”を含めたコストパフォーマンスとして考える意識が高まり、「便利な場所(アクセスに時間のかからない場所)」にある店を選ぶようになってきました。スマホの普及でネットショッピングも利用しやすくなり、男性でも手軽に身近にショッピングができるようになったことが窺えます。

ネットもスマホもなかった昔は目的もなく計画性もなく店舗を見てまわることの多かった買い物。女性にとっては楽しいと思えるそのような買い物も、男性にとっては商品を探し回るのが面倒で苦痛だったと思います。だから、昔は買物が好きではない男性が多かったのではないのでしょうか。しかし、スマホの登場でネットショッピングも普及し、手の平の中で目的買いができるようになりました。面倒な要素が払拭されたことで男性も買物が楽しめるようになったのではないかと考えます。

「若者の消費離れ」が近年、話題になることが多いですが、買い物に対して消極的な訳ではないので、これからも彼らのニーズを探っていく必要があると思われます。

今回、発表致しましたデータを含む R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)2017 単年の集計表を100,000円(税別)にて販売しております。(18~79才まで性年代別等基本分析軸での集計表アウトプット)

R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)を利用した調査・分析:課題の洗い出しから分析アウトプットまで、R&D スタッフがお手伝いします。

詳細は弊社ホームページ <http://www.rad.co.jp/> をご覧ください。

**■CORE 2017 調査概要■**

調査名： CORE2017 マスター調査  
調査地域： 首都圏 40km圏(調査地点 200 地点)  
調査対象： 18～79 歳男女個人  
サンプル数： 有効回収 3000 サンプル（人口構成比に合わせて、性×年代別を割付）  
サンプリング手法： 住宅地図を用いたエリアサンプリングで抽出  
調査手法： 訪問・郵送併用の自記入式留置調査  
調査実施時期： 2016 年 10 月(毎年1回 10 月実施)

※『CORE』は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントの登録商標です。

**■会社概要■**

会社名： 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント  
所在地： 〒163-1424 東京都新宿区西新宿 3-20-2  
代表者： 代表取締役社長 松田 武久  
資本金： 30,000 千円  
設立： 1968 年 1 月 17 日  
URL： <https://www.rad.co.jp>  
事業内容： マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション  
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
〈例〉「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

**■お問い合わせ先■**

- 本分析担当：  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント カスタマーサービス本部（山本・伊藤）
- 本資料に関するお問い合わせ：  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部（小林）  
TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp