

【報道関係者各位】

プレスリリース

2010年12月22日

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

〒108-0073 東京都港区三田 4-1-30 慶通ビル 4F

Tel:03-6802-7901

## 2010年はどんな1年だった？ 消費者の今年の漢字は「苦」 ～苦境に悩む消費者の実態～

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン(本社:東京都港区、代表取締役社長:江尻尚平、以下モバイルマーケティング・ジャパン)は、モバイルモニター会員を対象に、「2010年はどのような1年だったか」をテーマにアンケート調査をいたしました。

今回は、「**今年の漢字**」、「**印象的なニュース**」、「**活躍した人**」などを消費者視点から分析しています。

モバイルマーケティング・ジャパンでは、強みとする携帯、モバイルを活用したインターネットリサーチを市場でニーズの高いテーマのもとアンケート調査を実施し、自主調査結果として情報公開しております。

### 《アンケート調査結果トピックス》

#### ■ **消費者の今年の漢字は“苦”**

今年を表現する漢字として「苦」「忙」、「忍」などが上位にあがった

#### ■ **今年の活躍株は、やはりAKB48**

今年活躍した人は「AKB48」「石川遼」「嵐」などアイドルグループとスポーツ選手が上位を占める

#### ■ **印象的なニュースは“尖閣諸島”や“北朝鮮砲撃”など国際的**

皮肉にも悪いニュースが消費者の国際的ニュースへの関心を高めた

#### ■ **お金はレジャーよりも家庭のことに**

今年もっともお金をかけたことは「教育費／養育費」

#### ■ **景気回復を高く望む、消費者の声**

消費者が来年に望むことは、とにかく「景気回復」

#### ■ **「必ず」したいことトップは「資格の取得」**

## ■消費者の今年の漢字は“苦”

「今年を漢字一字で表現するとしたら何の漢字になるか」聞いたところ、最も多かったのは「苦」。

2番目の「忙」や、4番目の「忍」を考えると、生活に対してゆとりのなさや、耐え忍ぶ大変さを感じている消費者が少なくないことがうかがえる。

5位には「楽」の文字もランクインしたものの、前向きな漢字は少数派。経済が回復に向かっているという報道が出始める中も、個々の消費者は、自分たちの生活が好転しているとは、まだまだ感じていないようだ。

### 【今年を表現する漢字】

1位	苦	6.5%
2位	忙	4.0%
	変	4.0%
4位	忍	2.9%
5位	疲	2.5%
	楽	2.5%
7位	貧	2.2%
	暑	2.2%
	新	2.2%
	怒	2.2%

## ■今年の活躍株は、やはりAKB48

今年もっとも活躍した人(グループ含む)を聞いたところ、もっとも多かったのは、注目の高まる「AKB48」で、ダントツの24.0%となった。12月1日に新流行語大賞(ユーキャン発表)ともなったグループだけに、一般消費者からも活躍の評価は高いようだ。

### 【今年活躍した人】 ※回答者1人あたり5名まで回答可

1位	AKB48	24.0%
2位	石川遼	17.5%
3位	嵐	13.1%
4位	イチロー	12.0%
5位	本田圭佑	10.5%

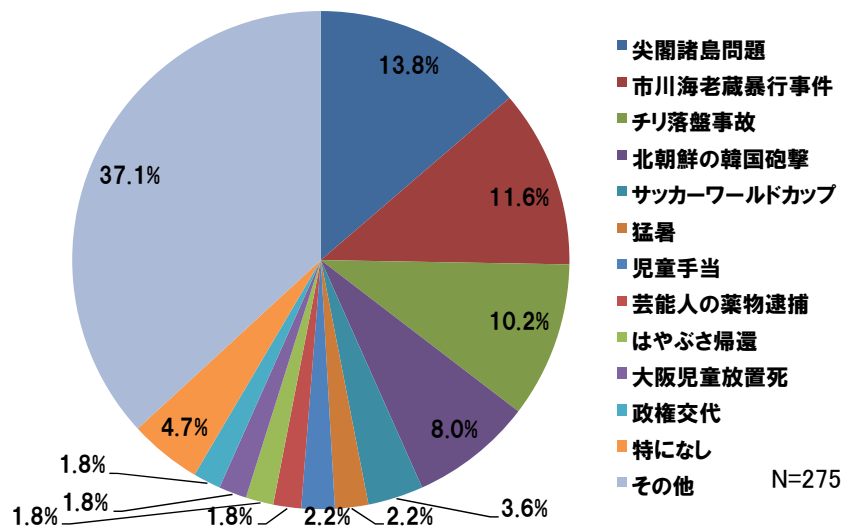
1位から5位までは全てアイドルグループとスポーツ選手が独占。若手が多い中、野球界のベテランであるイチローが4位に入った。イチローは例年も活躍した人として注目される、いわゆる「殿堂入り」的存在。その他の上位若手人がイチローのように継続的な評価を受ける存在となるかが、今後注目される。

## ■印象的なニュースは“尖閣諸島”や“北朝鮮砲撃”など国際的

今年もっとも印象に残っているニュースを聞いたところ、最も多かった「**尖閣諸島問題**」を含め、「**チリ落盤事故**」、「**北朝鮮の韓国砲撃**」など国際的なニュースが上位に挙げられた。皮肉なことに、事件・事故といったマイナスの内容のニュースによって、消費者の国際的な情報に対する関心が高まったとも考えられる。

良いニュースとしては日本が決勝トーナメントに進出した「**ワールドカップ**」や、奇跡的に地球に帰還した小惑星探査機「**はやぶさ**」が挙げられたが、5%未満にとどまり、その他政治や社会問題など幅広い回答に分散した。

【もっとも印象に残っているニュース】



## ■お金はレジャーよりも家庭のことに

今年もっともお金をかけた「**モノ・コト**」としてトップに挙げられたのは「**子供の教育費／養育費**」。少子化が進む中、それ以上に親が子供にかかる予算は高くなっており、消費者の育児の優先度の高さがうかがえる。

2位に入ったのは「**家電**」。家電の多くが単価が低くないため、上位に挙がることは当然とも言えるが、エコポイントや地デジ対策の時期が重なったため、今年は特にその傾向が強くなったと考えられる。

このような家庭に関するものが4位、5位の「**ファッション**」、「**旅行**」を上回り、**家庭のことにまずはお金をかけ、そのやりくりの中で、自分の好きものやレジャーにお金をかける**消費者の生活が垣間見られる。

【もっともお金をかけたモノ・コト】

1位	子供の教育費／養育費	9.8%
2位	家電	9.5%
3位	車維持／購入費	8.0%
4位	ファッション	6.9%
5位	旅行	5.5%

## ■景気回復を高く望む、消費者の声

社会的視点から来年に期待することを聞いた

### 【来年の抱負】

ところ、2 割近くが「景気回復／経済安定」を回答。今年を表現する漢字に「苦」、「忙」、「忍」が挙げたように、経済社会に対して

1 位	景気回復／経済安定	19.6%
2 位	社会の平和	6.9%

不満や不安を感じている消費者が多いと考えられる。その他「社会の平和」という回答も 7%ほど挙げたが、その他に目立った回答は多く挙げなかった。

### 《具体的なコメント》

景気が良くなってほしいです。とにかく、収入を増やしたいです。たとえ質素な暮らしでも、健康で明るい日々を送りたいと思います。(50 代/女性)

世の中全体が明るく、景気の良い世の中になったらよいと思います。また、世の中に貢献出来る年でありたいと思います。(20 代/女性)

景気が良くなり仕事が増え、経済面で余裕が出る一年にしたいです。(20 代/男性)

子供も大事ですがお年寄りがゆっくり幸せに暮らせて安心できる環境作りができる年になったらいいと思います。(30 代/女性)

平和な年。争いや紛争がなく、平和的な解決ができる成熟した社会になってほしい。(30 代/男性)

ハイテク化よりも人を大切する本来の人間が働く社会に戻る…。そのようなことを重視するハイテク化に進んでほしいです。(30 代/女性)

きちんとした強い政治家が国を引っ張ってくれる。(40 代/男性)

国と国同士がもっと思いやりを持ってお互いを見つめる年。(10 代/女性)

地球温暖化を阻止すべくエコな生活。(40 代/女性)

経済活動が活発化してもらいたい 円高の是正。(40 代/男性)

医療・福祉・少子化対策を求める運動をしたい。(30 代/女性)

## ■「必ず」したいことトップは「資格の取得」

来年「必ず」やりたいことを聞いたところ、「資格」という回答者がトップで8.0%。単なるレジャーよりも学習や自分磨きに時間とお金をかけたいと考える消費者の割合が多い結果となった。また、4位の「結婚」をはじめ、「転職」や「留学」など人生の転機となる言葉も目立った。

## 【来年必ずやりたいこと】

1位	資格	8.0%
2位	旅行	6.5%
	ダイエット	6.5%
4位	結婚	4.7%
	貯金	4.7%

### 《具体的なコメント》

資格とれるだけとる！あと英語をがんばりたい。(30代/女性)

英語のマスター。ビジネスシーンでも通訳を必要としないレベルにブラッシュアップすること。(20代/男性)

月並みかもしれませんが、ダイエットです。(40代/女性)

株や外貨、投信以外の資産運用にチャレンジしたい。(30代/男性)

現在住んでいるマンションは、どの部屋も皆で使っているので、各部屋の模様替えをして、子供達、私達、各々の部屋作りをしたいと思っています。(40代/女性)

趣味の時間が無くなりがちなので、ちゃんと自分の時間を過ごす。(20代/男性)

大学に合格してキャンパスライフを満喫したい！(10代/女性)

スランプから抜けることです。作詞家を目指していますが、来年はスランプから抜けて、オーディションに作品を出したいです。(50代/女性)

【アンケート調査概要】 調査方法 : インターネットリサーチ  
 調査対象 : 20才以上の男女 自社モニター  
 有効回答数 : 合計 275 サンプル  
 調査日時 : 2010年12月3日～12月10日  
 調査機関 : 株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

### 《株式会社モバイルマーケティング・ジャパンに関するお問い合わせ》

TEL : 03-6802-7901

メール: [info@mobilemarketing.jp](mailto:info@mobilemarketing.jp)

アンケート調査担当: 遠藤、丸山

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

※内容をメディア掲載する際は、ご一報ください。