

— Yahoo!リサーチ「あなたの2009-2010年」調査を実施 —

**2010年に流行りそうなもの1位は「地デジ対応低価格テレビ」。**  
**「飲食」「ファッション」などのエンタメ系よりも、「家族や友人と過ごす時間」の消費にプライオリティ**

<http://www.yahoo-vi.co.jp/research/091225.html>

調査期間：2009年12月2日～4日/インターネットウェブ定量調査により、全国の20～60代男女1,000人を対象に実施

2009年12月25日

ヤフーバリューインサイト株式会社

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社(本社/東京都中野区、代表取締役社長/田部 信)では、「あなたの2009-2010年」に関する調査を、自社調査専用パネルを対象に実施しました。

2009年は、「政権交代」「エコポイント」「1,000円高速」などの政府や政策関連の話題が多く、消費面では、最新の流行を取り入れながら大量生産・販売する低価格衣料品の「ファストファッション」など、またライフスタイル、価値観面では「婚活」「草食男子」といった流行語など、数多くの話題や商品が注目されました。

Yahoo!リサーチでは、2009年にこのような商品や事象が周囲でどの程度流行・話題になったかについて振り返るとともに、2010年に新たに注目を集めそうなモノ・コトなどを生活者に確認してみました。

**調査結果トピックス**

- ・ 2009年を表す漢字は「変」がトップ。政権交代や社会・経済の“変化”を反映
- ・ 2009年、自分の周りで流行ったモノ・コト1位は「定額給付金」。政策関連が上位を占める
- ・ 2010年、周囲で流行りそうなモノ・コト1位は「地デジ対応低価格テレビ」。他、エコや低価格関連が上位を占める。「イエナカ消費」「おひとりさま」ブームは女性が牽引!?
- ・ 2010年の消費意向、「飲食」「ファッション」などエンタメ系費用は7割以上が『減らす』意向。貯蓄のほか、家族や友人との「コミュニケーション」のための費用にプライオリティが置かれそう

**【1】2009年を表す漢字は「変」がトップ。政権交代や社会・経済の“変化”を反映**

生活者にとって2009年がどのような年だったのか、その気持ちを漢字一文字で表してもらいました。

自由記述形式のため、たくさんの漢字に回答が分散しましたが、1位は「変」で、9%の方が回答しました。その理由としては、「政権交代や経済が大きく変化した」「身の周りの状況が、一変する出来事が多かったから」など、政治や経済、自分自身の環境の『変化』をあげる人が目立ちました。

2位以下には、「苦」「忙」5%、「忍」「耐」3%、「貧」「減」「無」「疲」「病」「乱」「激」「暗」など、上位20位はネガティブなイメージの漢字で占められ、2009年は多くの生活者にとって辛さを感じる1年であった様子が伝わってきます。

**2009年の気持ちを表す漢字一文字 【全体 n=1,000】**

順位	2009年を表す漢字	%	順位	2009年を表す漢字	%
1位	変	9.1	11位	疲	1.5
2位	苦	5.4	11位	病	1.5
3位	忙	4.5	11位	平	1.5
4位	忍	3.2	11位	乱	1.5
5位	耐	2.6	15位	激	1.4
6位	貧	2.4	16位	楽	1.3
7位	幸	1.9	17位	暗	1.2
8位	減	1.8	17位	代	1.2
9位	動	1.7	17位	不	1.2
9位	無	1.7	20位	改	1.1
			20位	新	1.1

自由回答

【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

## 【2】2009年、自分の周りで流行ったモノ・コト1位は「定額給付金」。政策関連が上位を占める

『2009年にあなたの周りで流行ったモノ・コト』を複数回答で聞きました。

「定額給付金」(56%)、「1,000円高速」(54%)、「政権交代」(46%)、「事業仕分け」(34%)などが上位にランクインしており、2009年は政治・政策関連の事象に多くの注目が集まった1年だったようです。また、8位「エコポイントテレビ」(27%)、9位「エコカー減税車」(25%)、10位「プリウス・インサイト」(23%)などのエコ関連や、6位「子ども店長」(30%)、7位「侍ジャパン」(29%)などの明るい話題もトップ10にランクインしました。さらに、11位以下ではあるものの、「草食男子」「家電芸人」「婚活」などの社会的ブームも2割前後の回答を集め、これらに続き強く印象に残った様子です。

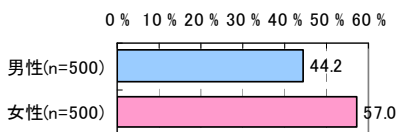
男女別に見ると、「インフルエンザ対策グッズ」「子ども店長」では女性の方が、「侍ジャパン」では男性のほうが10ポイントほどスコアが高くなっています。さらに年代別まで掘り下げると、「家電芸人」は、若い女性ほどスコアが高い傾向が見られました。そして、「草食男子」「婚活」では、特に20代女性のスコアが高く、注目度の高さが伝わってきます。

2009年に流行ったと思うモノ・コト【全体 n=1,000】

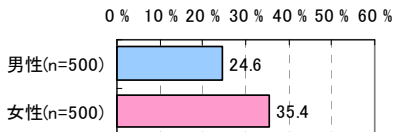
順位	2009年 あなたの周りで流行ったモノ・コト	%	順位	2009年 あなたの周りで流行ったモノ・コト	%	複数回答
1位	定額給付金	56.0	11位	草食男子	21.4	
2位	1,000円高速	54.1	12位	シルバーウィーク	21.0	
3位	インフルエンザ対策グッズ (立体マスク・消毒液など)	50.6	13位	家電芸人	19.8	
4位	政権交代	45.8	14位	婚活	19.0	
5位	事業仕分け	33.8	15位	PB(プライベートブランド)商品	17.6	
6位	子ども店長	30.0	16位	オバマ旋風	17.1	
7位	侍ジャパン (原辰徳監督・WBC日本代表チーム)	29.3	17位	クォーターパウンダー(マクドナルド)	15.1	
8位	エコポイントテレビ	26.8	18位	い・ろ・は・す(日本コカ・コーラ)	14.4	
9位	エコカー減税車 (ハイブリッド車以外も含む)	25.2	19位	ドラゴンクエストIX 星空の守り人	13.5	
10位	プリウス(トヨタ)・インサイト(ホンダ)	22.6	20位	麒麟 フリー(麒麟ビール)	13.0	
			21位	iPhone 3GS(アップル)	12.3	
			22位	1Q84(村上春樹著 新潮社)	11.2	
			23位	ハイボール	11.1	
			23位	国宝 阿修羅展	11.1	
			25位	g.u. 990円ジーンズ	10.1	
			26位	おひとりさま	9.6	
			27位	ジョギング・ランニング	9.3	
			28位	ふんわり食パン(ヤマザキ製パン)	9.2	
			29位	フィッツ(ガム ロッテ)	9.0	
			30位	弁当男子	8.9	

【性別/性年代別】

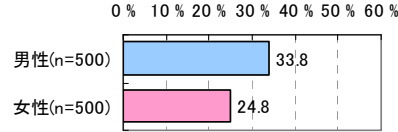
【インフルエンザ対策グッズ】



【子ども店長】



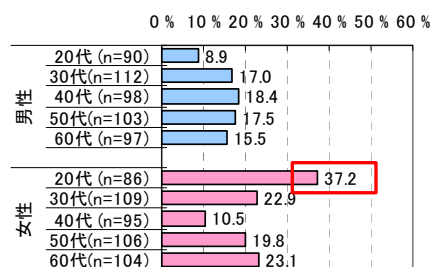
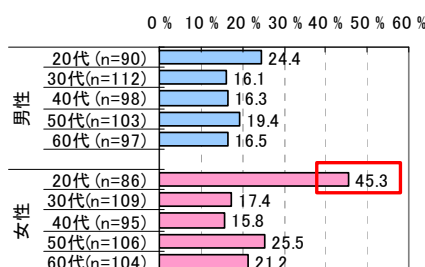
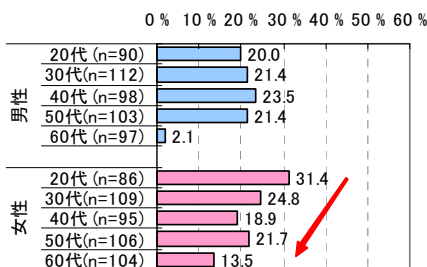
【侍ジャパン】



【家電芸人】

【草食男子】

【婚活】



### 【3】2010年、周囲で流行りそうなモノ・コト1位は「地デジ対応低価格テレビ」。他、エコや低価格関連が上位を占める。「イエナカ消費」「おひとりさま」ブームは女性が牽引!?

次に、『2010年にあなたの周りで流行りそうなモノ・コト』について、『確実に流行ると思う』『まあ流行ると思う』『ほとんど流行らないと思う』の3段階評価で聞き、『(確実に+まあ)流行りそう』のトップ2ボックススコアを算出しました(【2】の『2009年に流行ったと思うモノ・コト』は複数回答形式で確認)。

結果は、「地デジ対応低価格テレビ」(84%)が1位で、2位以降に「1,000円高速」「ハイブリッドカー」「エコカー減税車」「エコポイントテレビ」「PB商品」「低価格ノートPC」などが70%以上で続き、“低価格”や“エコ関連”の話題や商品が2010年も注目度が高くなりそうです。また、8位「バンクーバーオリンピック」、9位「FIFAワールドカップ南アフリカ大会」がトップ10にランクインしました。

ライフスタイル、価値観面などの社会的ブームや現象に注目すると、「婚活」「ジョギング・ランニング」「ファストファッション」「豪華付録付きのファッション誌」「イエナカ消費」「弁当男子」が4~5割と、2010年も引き続き注目を集めそうです。大河ドラマとして放送予定の「坂本龍馬」も13位と見事上位に入りました。

性年代別に見ると、「ファストファッション」「豪華付録付きのファッション誌」は、男女ともに若い年代ほどスコアが高い傾向が見られます。また、「イエナカ消費」「おひとりさま」は、女性のスコアが5割前後と男性よりも10ポイント以上上回っており、年代を問わず女性の関心が高い様子がうかがえます。

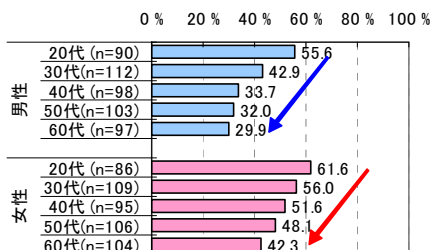
#### 2010年に流行りそうだと思うモノ・コト【全体 n=1,000】

順位	2010年 あなたの周りで流行りそうなモノ・コト	%	順位	2010年 あなたの周りで流行りそうなモノ・コト	%
1位	地デジ対応低価格テレビ	84.0	11位	婚活	51.8
2位	1,000円高速	82.0	12位	ウォン安の韓国旅行・ショッピングツアー	50.9
3位	ハイブリッドカー	78.7	13位	坂本龍馬	50.4
4位	エコカー減税車(ハイブリッド車以外も含む)	77.3	14位	スマートフォン	49.5
5位	エコポイントテレビ	76.5	15位	超小型一眼デジカメ(マイクロフォーサーズカメラ)	48.5
6位	PB(プライベートブランド)商品	74.1	16位	ジョギング・ランニング	48.4
7位	低価格ノートPC	72.8	17位	モバイル燃料電池	47.8
8位	バンクーバーオリンピック	71.1	18位	有機ELテレビ	46.0
9位	FIFAワールドカップ南アフリカ大会	67.5	19位	ファストファッション	45.1
10位	電気自動車	56.0	20位	豪華付録付きのファッション誌	44.8
			21位	イエナカ消費	44.6
			22位	弁当男子	41.8
			23位	農業ブーム(ノギヤル・小型トラクター)	40.9
			24位	電動スクーター	39.6
			25位	おひとりさま	39.0
			26位	草食男子	38.5
			27位	3Dテレビ	36.1
			28位	電子ブック	34.9
			29位	男性用整髪料新ジャンル	33.4
			30位	脳波トイ	32.8

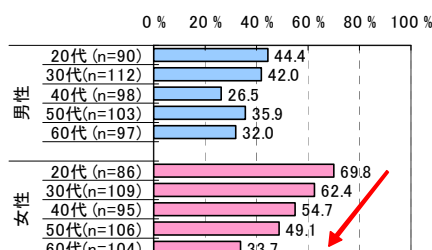
単一回答

#### 【性年代別】

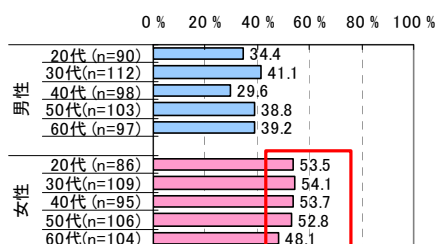
##### 【ファストファッション】



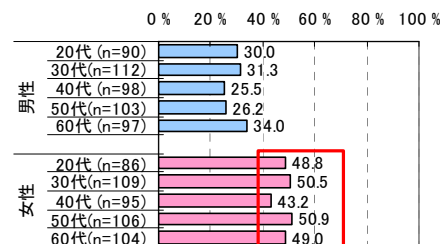
##### 【豪華付録付きのファッション誌】



##### 【イエナカ消費】



##### 【おひとりさま】



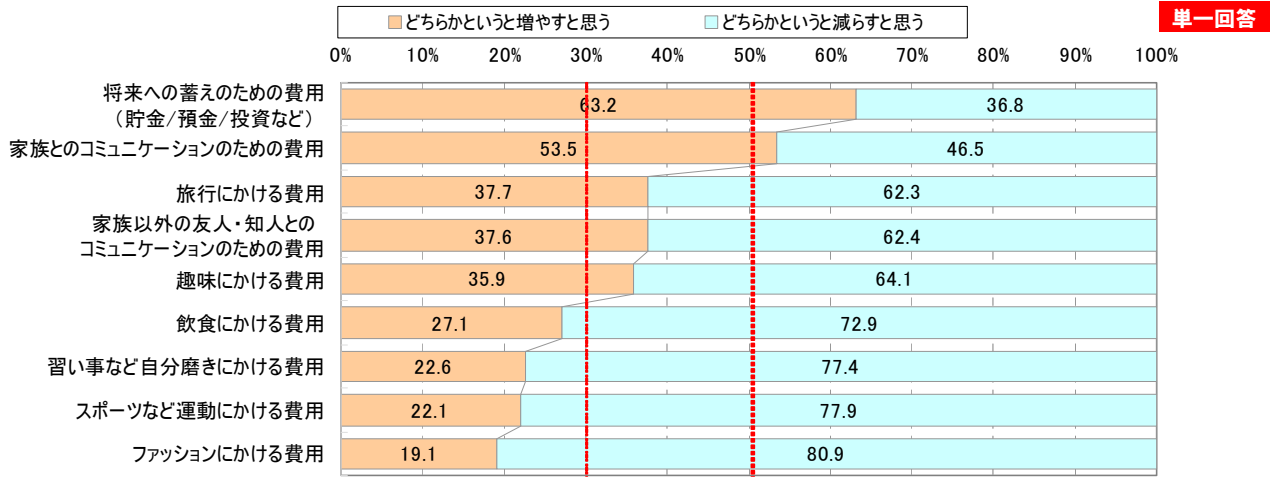
\* 数値は「(確実に+まあ)流行ると思う」のトップ2ボックススコア合算値

### 【4】2010年の消費意向、「飲食」「ファッション」などエンタメ系費用は7割以上が『減らす』意向。貯蓄のほか、家族や友人との「コミュニケーション」のための費用にプライオリティが置かれそう

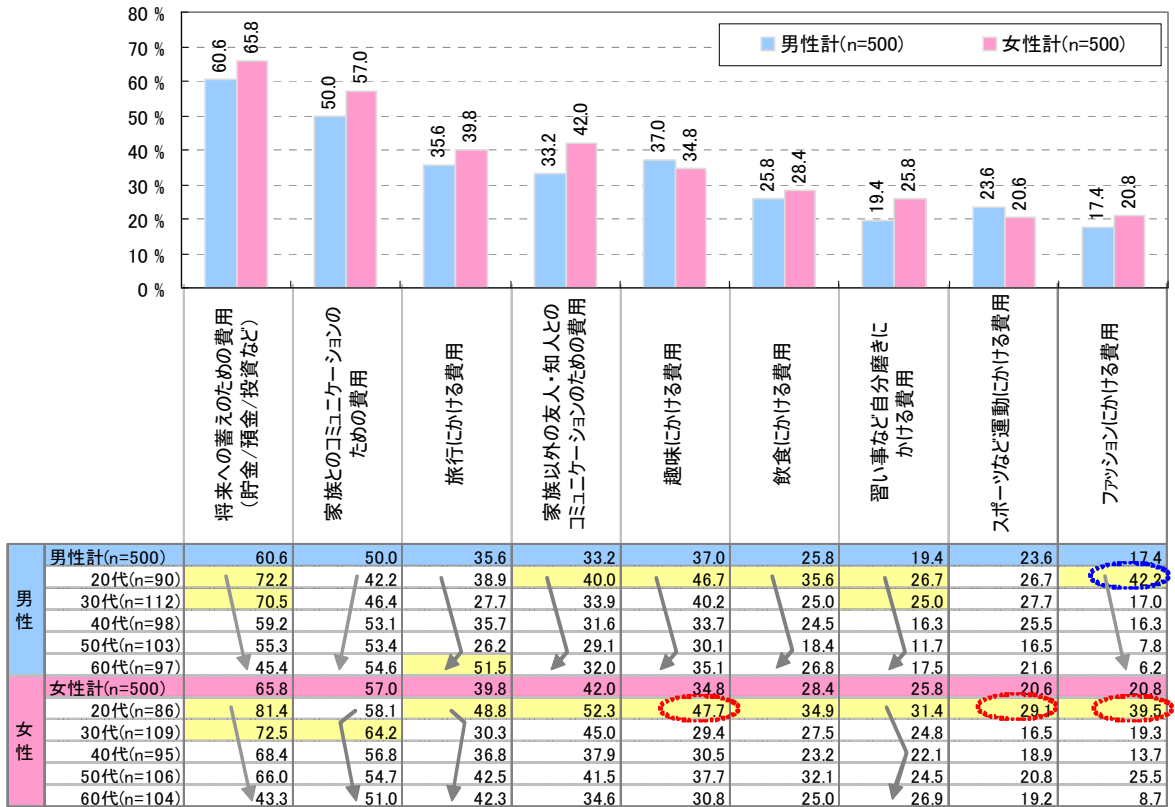
最後に、2010年のお金の使い方についての見通しを、項目別に「増やす意向」「減らす意向」の二択で確認しました。まず、『どちらかという増やすと思う』の回答が突出して多かったのは、「将来への蓄えのための費用」で63%でした。また、「家族とのコミュニケーション」も54%と増加意向が過半数を占めました。「家族以外の友人・知人とのコミュニケーション」も38%と増加意向者が4割弱を占めます。しかしながら、「ファッション」「スポーツ」「習い事など自分磨き」「飲食」などのエンターテインメントの要素が含まれる項目や自己向上のための項目では、『どちらかという減らすと思う』と減少意向者が7割以上を占め、財布の紐が一層固くなることが予想されます。

性年代別では、ほとんどの項目で、女性のほうが男性よりも増加意向者が多くなっています。また、男女ともに若年層ほど、「将来への蓄え」や、「友人・知人とのコミュニケーション」「趣味」「飲食」「ファッション」などのエンターテインメント関連項目での消費意向が高い傾向が見られます。

2010年の消費の見通し 【全体 n=1,000】



【性別/性年代別】



※数値は「どちらかという増やすと思う」と回答した割合(%)。性×年代のスコアは、男性計、女性計それぞれのスコアに比較してプラス5pt以上のセルを色づけ

## &lt;調査項目一覧&gt;

- ・ 2009年に自分の周りで流行ったモノ・コト
- ・ 2009年に自分にとって強く印象に残ったモノ・コト
- ・ 2010年に自分の周りで流行りそうだと思うモノ・コト
- ・ 2009年の気持ちを表わす漢字ひと文字
- ・ 2010年の消費の見通し
- ・ 生活や消費に関する意識や価値観

## &lt;調査概要&gt;

調査目的: 消費や社会現象のトレンドに関して2009年の振り返りと、2010年の予測を行う  
調査方法: インターネットウェブ定量調査  
調査対象: 全国20～60代男女1000人  
割付: 全国8地域(北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州)性年代10歳刻み人口動態割付  
調査期間: 2009年12月2日(水)～12月4日(金)

## &lt;ヤフーバリューインサイト株式会社について&gt;

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なリサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

会社名: ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>

所在地: 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F  
TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961

新会社発足日: 2007年7月1日

資本金: 7億円

代表者: 代表取締役社長 田部 信(たなべ しん)

事業内容: ・マーケティングリサーチ事業  
・データ解析事業  
・マーケティングコンサルティング事業

所属団体: ・社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)  
・社団法人日本マーケティング協会(JMA)  
・ESOMAR(ヨーロッパ世論・市場調査協会)  
・日本行動計量学会  
・日本消費者行動研究学会理事会(JACS)  
・日本マーケティング・サイエンス学会(JIMS)

## 【 本件についてのお問い合わせ先 】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/form/index.php>

## 引用・転載時のクレジット表記について

Yahoo!リサーチの調査結果引用の際は、必ずクレジット/調査概要を明記いただけますようお願いいたします。  
例)「Yahoo!リサーチ調べ / 全国〇～〇歳の男女〇名、2009年〇月〇日～〇月〇日実施」