

(1/2)

2008年12月17日

各位

株式会社 千趣会

ベルメゾン生活スタイル研究所 2009年幸せ予報

## 「トクメキキ」消費時代

～おトクの目利き＝「トクメキキ」がリードするこれからの生活スタイル

背景には「ロングレンジ思考、生産者志向、シンプル嗜好」の3つのシコウ変化～

株式会社千趣会（本社 大阪市、社長 行待 裕弘）が運営するベルメゾン生活スタイル研究所では、30代女性の生活実態と今後の意識変化についての研究を行っております。本年は、**2009年 幸せ予報「トクメキキ」消費時代**（A4判 32ページ）と名づけたレポートを発行いたしました。生活者の3つのシコウ変化について、そして「現在のあなた、今後のあなた 100項目調査」から予測した今後の生活者行動の内容も紹介いたします。

### 市場の背景

金融危機、原料高騰、雇用状況の悪化など、生活者にとって2008年は将来への不安を募らせた年となりました。また、食品偽装や年金問題など、一体何を信用すればいいのかと切実に感じた1年だったと言えるでしょう。

### おトクの目利き＝「トクメキキ」の出現

世界的な経済状況の悪化が生活者にも大きな影響を与え、かつてない厳しい状況となって2008年が閉じようとしています。生活者は日々報道される暗いニュースにも目を背けることができません。その中でも自らの目利き力を最大限に生かして前向きにトクする生活を楽しむ女性たちが存在しています。今後は彼女たちのようなおトクの目利き＝「トクメキキ」が消費をリードしていくのではないだろうかという仮説を立て分析した結果、「トクメキキ」消費時代の生活者に3つのシコウ変化が起きているのではないだろうかという結論にたどり着きました。

### ● 「トクメキキ」消費時代、生活者の3つのシコウ変化

知恵を使って上手に節約するとともに、創意工夫して生活を楽しむ「トクメキキ」には、次のような3つのシコウの変化が起きていることを発見しました。

#### ① 目先の損得よりも中長期的なおトクを考えて生活する「ロングレンジ思考」

- イニシャルコストだけでなく、ランニングコストも重視して購入する。
- 少し高くても、健康や安全のことを考えて購入する。
- 自分たちの子孫のために、環境にやさしいモノやサービスを購入する。
- 品質が良く、長く使えるものを購入する。

#### ② 単に消費するだけでなく自ら何かを生み出していく「生産者志向」

- 自分で育てたり、手作りしたりといった創造的生活を楽しむ。
- インターネットやコミュニティに参加して少しでも報酬を得る。
- ポイントをどんどん増やすノウハウを取得、実践する。
- 部品の組立や、ちょっとしたDIYに挑戦する。

### ③ 足し算の暮らし方から引き算の暮らし方へ「シンプル嗜好」

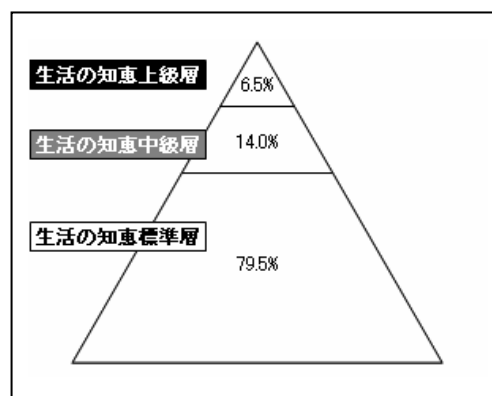
- 部屋の中にはあまりモノを置かず、すっきりと暮らす。
- 不要なものは溜め込まず、自ら売買して処分する。
- 無料や低料金で借りられるものをできるだけ利用する。
- 早寝早起き、自然のリズムに合わせて暮らす。

今後、消費者心理はますます冷え込むことが予測されます。ベルメゾン生活スタイル研究所は、このような状況を乗り越える切り札を「トクメキキ」だと考えています。3つのシコウ変化を理解し、生活者も企業も一丸となって2009年を少しでも明るくしていければと願っております。

### ● 「現在のあなた、今後のあなた 100項目調査」から予測する、今後の生活行動

研究所では、2008年11月に「トクメキキ」に共通する「少しでもトクするための行動」と「生活を楽しむための創造的な行動」について100項目を設定し、それぞれの項目ごとに現在あてはまるものと、今後していきたいと思うものについてスタイルモニター2,391人に聞きました。その結果、現在60個以上の項目にあてはまる中上級層は全体の約2割いることがわかりました。

全体の結果で見ると「少しでもトクするためにとる行動」や「生活を楽しむための創造的な行動」が、今後広がりを見せていくことがわかります。



### ● 「少しでもトクするためにとる行動」変化

「数量限定サービスを狙って買い物に行くようにしている」	現在 32.7%⇒今後 64.9%
「価格比較サイトで値段を調べてから購入している」	現在 65.5%⇒今後 91.7%
「旅行は、保養所や公共施設などをうまく利用している」	現在 32.4%⇒今後 82.7%
「アウトレットを利用して上手に買い物をしている」	現在 43.7%⇒今後 86.1%
「車や電車を使わずに、自転車や徒歩で行動することが増えた」	現在 48.5%⇒今後 84.4%

### ● 「生活を楽しむための創造的な行動」変化

「友達同士、料理を持ち寄ってパーティや食事会をしている」	現在 16.5%⇒今後 60.6%
「自宅で保存食を作っている」	現在 27.8%⇒今後 78.4%
「ベランダや庭の家庭菜園で、野菜や果物を作っている」	現在 32.2%⇒今後 75.6%
「お弁当を持って出かけることがある」	現在 48.7%⇒今後 73.2%
「我が家流の節約料理メニューを持っている」	現在 42.7%⇒今後 92.5%

2009年 幸せ予報「トクメキキ」消費時代が、景気低迷時代の生活者心理を読み解くヒントになれば幸いです。

なお、2009年幸せ予報「トクメキキ」消費時代は、下記からご覧いただけます。

<http://www.kuratama.jp/cocoro/index.htm>

◎本件に対する問い合わせ先

株式会社 千趣会

総務・IR 広報部 IR・広報チーム 田島 土井

大阪市北区同心 1-8-9 TEL 06-6881-3100 FAX 06-6881-3050 E-mail [pr@senshukai.co.jp](mailto:pr@senshukai.co.jp)

東京総務・広報部 東京広報チーム 加藤 浅川

東京都品川区北品川 5-9-11 大崎 MTビル TEL:03-5475-7511 FAX:03-5475-7516