

流通とSC・私の視点

2010年9月8日

視点(1312)

近未来(2020年)へ向けてのレジャー動向(その4)!!

(流通とSC・私の視点1311より続く)

(2) この10年間で増えた時間・今後10年間で増やしたい時間(性・年代別)

	TOTAL	テレビ番組を見る時間	インターネットを利用する時間(交流や情報発信など)	インターネットを利用する時間(ブログの閲覧など)	携帯電話を利用する時間	ラジオを聴く時間	新聞を読む時間	本を読む時間	雑誌・マンガ等を読む時間	ショッピング(テレビや通信で)に関わる時間	ショッピング(外出で)に関わる時間	車を利用する時間	地域活動やNPO活動などにかかわる時間	運動や体力づくりの時間	食事や料理に関する時間	休憩したり身体や心を休めるための時間	何かを学んだり研究するための時間	お金を稼ぐための時間	美容やファッションにかかわる時間	子育てに関わる時間	ペットと過ごす時間	実益(収入)に結びつくこと	社会や人のために役立つこと	
この10年間で増えてきたもの	全体	3,110	37.7	80.6	49.9	45.2	13.4	22.4	24.3	12.2	20.5	19.1	29.0	7.7	22.3	21.2	25.0	14.4	15.2	8.6	11.4	13.9	25.6	25.7
	男性全体	1,512	34.6	81.6	49.1	38.0	13.5	22.4	23.7	11.6	17.4	16.3	29.2	8.6	22.4	15.0	20.4	13.5	16.1	2.7	9.6	10.6	27.1	28.0
	10代	88	40.9	78.4	45.5	61.4	9.1	20.5	29.5	35.2	21.6	34.1	9.1	2.3	20.5	13.6	19.3	17.0	28.4	11.4	1.1	14.8	23.9	26.1
	20代	192	34.9	83.9	52.1	58.9	14.6	21.9	26.0	25.5	24.0	22.9	45.2	5.2	17.2	18.2	26.0	17.7	34.9	6.8	5.7	9.4	35.4	20.3
	30代	302	26.5	83.8	46.4	40.4	10.9	17.2	20.2	15.2	19.9	17.5	35.1	4.0	18.2	14.2	22.5	9.6	20.9	3.6	21.9	8.3	35.1	21.5
	40代	221	24.9	81.9	41.6	41.2	10.0	15.4	17.6	9.0	12.7	10.9	25.3	3.2	13.6	12.7	18.1	11.3	11.3	0.9	22.2	11.8	24.0	21.7
	50代	266	28.6	80.8	47.0	34.2	12.0	15.4	15.4	4.5	15.0	10.9	22.9	7.1	20.3	10.5	18.0	11.3	12.4	0.8	4.1	13.5	24.8	25.9
	60代以上	443	47.2	80.1	55.3	23.8	18.3	34.1	31.8	4.1	15.8	15.1	29.1	18.1	33.4	18.3	19.4	16.0	6.8	0.7	1.6	9.7	21.4	40.6
	女性全体	1,598	40.6	79.7	50.7	52.1	13.3	22.4	24.9	12.8	23.4	21.7	28.9	6.8	22.2	27.0	29.4	15.2	14.5	14.2	13.1	17.0	24.2	23.4
	10代	110	51.8	86.4	47.3	78.2	17.3	18.2	31.8	51.8	24.5	51.8	12.7	1.8	20.9	20.0	31.8	29.1	23.6	36.4	-	12.7	30.0	20.0
	20代	195	41.0	87.2	49.7	67.7	10.3	20.5	26.7	33.8	35.4	51.3	39.5	5.1	12.3	39.0	33.8	18.5	32.8	33.3	13.3	19.0	28.7	18.5
	30代	241	33.6	85.5	51.0	55.2	7.5	17.0	20.7	14.9	29.0	18.7	39.4	4.6	12.9	41.9	26.6	12.4	17.0	14.5	40.7	14.5	27.0	16.2
	40代	262	33.2	82.4	47.7	58.0	7.6	18.7	21.0	6.9	25.2	14.5	33.2	6.1	15.3	22.9	26.0	10.7	17.2	9.5	23.3	17.9	27.1	20.2
	50代	269	35.3	79.6	48.7	47.2	8.6	19.7	23.4	4.1	21.6	13.4	23.4	5.9	20.1	19.7	26.4	8.9	10.0	9.3	4.5	20.4	29.0	23.0
60代以上	521	47.6	71.6	54.1	39.0	21.7	29.8	27.4	3.1	16.1	13.4	24.2	10.4	34.9	23.0	31.9	17.9	5.4	7.1	2.3	15.9	15.9	31.1	
今後10年間で増やしたいもの	全体	3,110	10.6	26.8	21.6	7.0	11.5	24.8	50.8	10.2	7.0	17.7	14.7	13.4	50.6	27.5	46.4	31.5	23.5	15.2	10.3	15.0	25.6	25.7
	男性全体	1,512	11.3	28.9	22.6	6.9	10.5	24.5	46.6	9.4	6.4	13.1	18.5	14.3	48.7	21.7	39.4	29.0	24.4	4.6	10.1	11.1	27.1	28.0
	10代	88	10.2	27.3	17.0	13.6	8.0	31.8	44.3	17.0	8.0	21.6	25.0	6.8	27.3	20.5	30.7	20.5	42.0	11.4	6.8	11.4	23.9	26.1
	20代	192	13.5	22.9	18.2	10.9	10.9	33.3	47.9	16.7	6.8	19.3	30.2	7.8	50.0	32.8	43.8	34.9	45.3	12.5	18.8	17.2	35.4	20.3
	30代	302	9.6	23.8	14.6	6.3	5.3	23.8	44.7	12.6	10.3	14.9	19.5	6.3	54.6	23.2	43.0	32.8	33.4	6.0	25.2	9.3	35.1	21.5
	40代	221	9.0	24.0	19.0	5.4	6.8	19.5	50.2	10.0	4.1	10.4	12.7	9.0	46.6	19.0	44.8	29.9	18.6	1.8	11.8	14.0	24.0	21.7
	50代	266	8.6	28.6	21.8	4.5	9.0	18.0	41.0	7.5	4.1	10.2	13.2	16.2	48.9	15.4	35.7	25.2	17.7	2.6	1.5	12.4	24.8	25.9
	60代以上	443	14.4	37.9	33.2	6.5	17.2	26.2	49.2	3.4	5.9	10.6	17.4	25.5	49.4	21.2	36.1	27.3	12.6	1.6	1.1	7.4	21.4	40.6
	女性全体	1,598	9.9	24.8	20.7	7.1	12.4	25.1	54.8	11.0	7.6	22.0	11.2	12.6	52.4	33.0	53.0	34.0	22.6	25.2	10.5	18.6	24.2	23.4
	10代	110	10.9	23.6	16.4	10.9	10.9	27.3	61.8	31.8	11.8	40.9	20.0	8.2	35.5	43.6	43.6	38.2	47.3	50.0	7.3	21.8	30.0	20.0
	20代	195	14.9	21.5	17.4	10.3	13.3	37.9	65.1	27.2	14.4	41.5	27.2	12.8	58.5	63.1	56.9	43.1	42.6	51.8	30.8	24.6	28.7	18.5
	30代	241	10.8	23.7	17.4	5.8	8.7	22.8	57.3	19.5	8.7	30.3	15.8	8.7	61.8	48.1	56.8	38.2	37.8	37.8	29.0	16.6	27.0	16.2
	40代	262	5.0	20.6	15.6	4.6	4.2	15.3	49.6	7.3	5.0	19.5	6.1	13.4	53.8	27.1	54.2	35.5	25.2	25.2	8.8	21.4	27.1	20.2
	50代	269	5.9	23.8	17.5	5.6	7.4	22.3	50.9	3.0	7.1	14.1	5.2	10.4	50.2	23.4	52.0	32.0	12.3	16.4	-	19.3	29.0	23.0
60代以上	521	12.1	29.6	28.6	7.9	20.7	27.3	53.0	2.7	5.4	12.1	6.9	16.1	49.9	20.3	51.6	28.0	6.9	8.8	1.3	14.8	15.9	31.1	

(株)ダイナミックマーケティング社^{※4}

代表 六車 秀之