"節約"に明け暮れた、2009年、2010年はどんな分野でどの程度"節約"していくのでしょうか?また、2010年にヒットすると予測されているモノへの実際の興味度をあわせて聞いてみました。

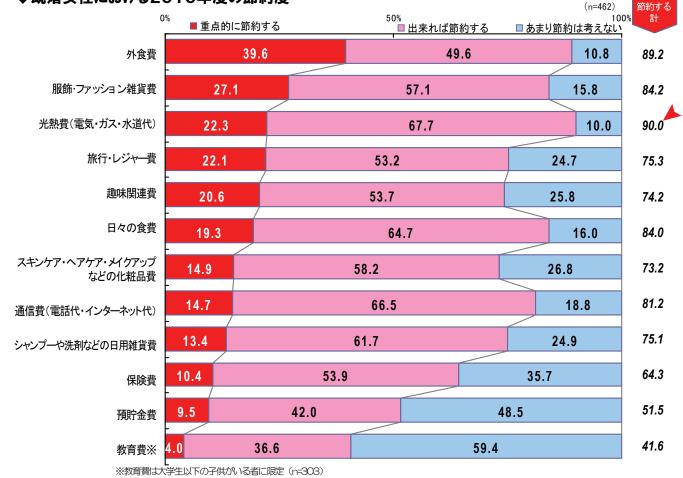
既婚女性における2010年の重点節約項目は「外食費」。

- ◆首都圏在住の既婚女性に2010年の節約度をきいたところ、「重点的に節約する」で最も高いのは「外食費」(40%)、次いで「服飾・ファッション雑貨費」(27%)。
- ◆一方、「出来れば節約する」で最も高いのは「光熱費」(68%)で、次いで「通信費」(67%)、「日々の食費」(65%)となっており、外食や服飾費などを「重点的に節約し、なおかつ日常的な費用においても「出来れば節約しようとする傾向がうかがえる。

2010年のヒット予測品興味度No.1は「2万円台高機能小型薄型テレビ」。

- ◆2010年にヒットすると予測されているモノについて実際の興味度をきいたところ、男女とも最も興味度が高かったのは「2万円台高機能小型薄型テレビ」。特に20代男性における興味度は62%と高い。
- ◆男女とも興味度2位となった「深夜羽田発海外ツアー」は、50代男性においては47%とトップ。
- ◆男女の違いは3位以降に表れ、男性では「低価格クラウドPC」、女性では「24時間対応ファンデーション」が3位となっている。

◆既婚女性における2010年度の節約度



◆2010年ヒット予測品自分自身興味があるもの男女別ランキング

	男性						
	計	20代	30代	40代	50代		
(N数)	(249)	(29)	(86)	(87)	(47)		
1. 2万円台高機能小型薄型テレビ	43. 0	62. 1	40. 7	42. 5	36. 2		
2. 深夜「羽田発」海外ツアー	28. 9	31.0	22. 1	25. 3	46.8		
 低価格クラウドPC 	24. 9	17. 2	27. 9	21.8	29.8		
4. フィットHV	20. 9	10. 3	23. 3	18. 4	27. 7		
5. モバイル燃料電池	20. 1	17. 2	24. 4	19. 5	14. 9		
6. 電子ブック	16. 9	20. 7		20. 7	12.8		
7. NEO電動スクーター	13. 7	24. 1	10. 5	11.5	17. 0		
8. 銘酒B級缶"ハイボール"	12. 4	10. 3	9.3	18. 4	8. 5		
9. 「アバクロ」銀座店(アジア1号店)	12. 4	27. 6	9. 3	14. 9	4. 3		
10. 脳波トイ	11. 6	20. 7	9. 3 9. 3	9. 2	14. 9		
11. アーバン産直マルシェ	10.8	17. 2	11.6	8. 0	10.6		
12. "食べる"ガツ盛り調味料	8.8	10. 3	10. 5	6. 9	8. 5		
13. Esola(エソラ)池袋	7. 6	20. 7	4. 7	5. 7	8. 5		
14. 平城遷都1300年祭・東大寺展	6.8	6. 9	5.8	5. 7	10.6		
15. デザイナーズ快眠カプセルホテル	6.8	20. 7	4. 7	6. 9	2. 1		
16. どこでもダウニーグッズ	6.8	10. 3	8. 1	6. 9	2. 1		
17. ご近所付き合いケータイゲーム	5. 6	17. 2	4. 7	5. 7	-		
18. デジタル遊牧文具	4. 8	6. 9	2. 3	6. 9	4. 3		
19. 会員制ネイチャーフィットネス	4. 0	3. 4	1. 2	4. 6	8. 5		
20.01向けキャラ弁キット	3. 6	10. 3	1. 2	3. 4	4. 3		
21. "おしゃべり"キャラケータイ	3. 2	17. 2	1. 2	1.1	2. 1		
22. 24時間対応ファンデーション	2. 8	6. 9	2. 3	1.1	4. 3		
ひとつもない	11. 6	10. 3	10. 5	12. 6	12. 8		

		女性						
		計	20代	30代	40代	50代		
	(N数)	(582)	(60)	(230)	(222)	(70)		
1.	2万円台高機能小型薄型テレビ	37. 1	28. 3	38. 3	37. 8	38. 6		
2.	深夜「羽田発」海外ツアー	31. 3	36. 7	34. 8	25. 2	34. 3		
3.	24時間対応ファンデーション	23. 0	33. 3	21. 7	20. 3	27. 1		
4.	「アバクロ」銀座店(アジア1号店)	21. 3	31. 7	22. 6	18. 5	17. 1		
5. 6.	アーバン産直マルシェ	19. 6	21. 7	17. 0	21. 2	21. 4		
6.	モバイル燃料電池	17. 5	21. 7	16. 1	14. 9	27. 1		
7.	どこでもダウニーグッズ	15. 3	20. 0	13. 5	16. 2	14. 3		
8.	フィットHV	14. 9	3. 3	16. 1	16. 7	15. 7		
9.	脳波トイ	14. 8	16. 7	15. 7	13. 5	14. 3		
10.	"食べる"ガツ盛り調味料	11. 9	11. 7	13. 0	12. 2	7. 1		
11.	Esola(エソラ)池袋	11. 2	16. 7	9. 6	11. 7	10.0		
12.	電子ブック	8. 6	3. 3	10. 4	9. 0	5. 7		
13.	低価格クラウドPC	8. 4	13. 3	8. 3	6.8	10. 0		
14.	平城遷都1300年祭・東大寺展	8. 4	6. 7	5. 7 7. 4	11. 7	8. 6		
15.	NEO電動スクーター	8. 1	6. 7	7. 4	7. 7	12. 9		
16.	銘酒B級缶"ハイボール"	6. 0	10.0	7. 4	4. 5	2. 9		
17.	会員制ネイチャーフィットネス	5. 7	5. 0	7. 4	4. 5	4. 3		
18.	ご近所付き合いケータイゲーム	5. 7	10.0	6. 1	4. 5	4. 3		
19.	デザイナーズ快眠カプセルホテル	4. 8	6. 7	4. 8	3. 6	7. 1		
20.	OL向けキャラ弁キット	4. 6	10.0	4. 3	3. 2	5. 7		
21.	"おしゃべり"キャラケータイ	3. 3	3. 3	3. 5	3. 6	1. 4		
22.	デジタル遊牧文具	2. 4	1. 7	3. 0	2. 7	_		
	ひとつもない	10. 1	11. 7	11. 3	9. 9	5. 7		

全体より10ポイント以上高い

全体より5ポイント以上高い

モニター: 首都圏に居住する20~59才男女831s 実施期間: 2009年12月18日(金)~12月21日(月)