

約30年の生活者の変化を追う  
生活者インサイトレポート

**JNNデータバンク**

# **Lifestyle Trends Report 2022**

ライフスタイルトレンドレポート

**2022年版**



# JNNデータバンクデータをベースに約30年の 生活者のライフスタイル変化を捉えるレポート

JNNデータバンクは、TBSテレビをキー局とする民間テレビ放送ネットワークのJNN加盟28社により企画・実施されている全国生活者実態調査です。

1971年より現在に至る約40年間に亘り、生活者にかかわる様々な分野、「人柄・性格」「意見・行動」などの自己意識から「社会全般の関心事」「日常身辺の関心事」「恐いと思うもの」などの社会への関心、「衣・食・住・余暇」などの生活分野ごとの意識、「買い物行動」、「チャネル利用頻度」、「各メディア接触」など約100設問に及ぶ内容で生活者の変化を捉えております。

また、WEB調査が主流となった昨今において、日本の生活者の代表性を確保したサンプリング調査として民間では最長・最大の規模を有しています。

この「ライフスタイルトレンドレポート」は本来JNNデータバンクデータ利用会員社のみに提供してまいりましたが、各方面からの強いご要望により会員社以外へもご提供することとなりました。

## I部 ライフスタイルトレンド

約30年の時系列変化を分析しております。

主要項目における29年間の時系列変化+2021年データによる性・年代別傾向

## II部 Z世代の消費とメディア利用

本レポートは2つのパートからなり、1つ目は約30年に亘り生活者自身の意識の変化、及び生活者をとりまく社会の変化に対する反応を捉えています。2つ目はZ世代の特徴と彼らの生活意識・消費行動、メディア利用についてまとめています。

### JNNデータバンク調査概要

#### ■調査内容

全国を縦断する大規模な実態調査にもとづいて、

1. 商品保有・商品使用情報
2. 生活意識・生活行動情報
3. 媒体接触情報

の3つの方向から生活者を捉えています。

#### ■調査設計

(1)調査対象 満13歳以上70歳未満の一般男女

(2)調査地域 北海道から沖縄に至る全国の都市部（一部郡部も含み、全国人口の4分の3をカバー）を母集団とし、調査地域には以下の主要都市が含まれる  
札幌、青森、盛岡、仙台、山形、福島、さいたま、千葉、東京、横浜、川崎、新潟、  
富山、金沢、甲府、長野、静岡、名古屋、大津、京都、大阪、神戸、奈良、米子、  
岡山、広島、周南、松山、高知、福岡、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、那覇

(3)標本抽出法 全国3段抽出（エリアサンプリング）

(4)調査方法 訪問留置回収法

(5)標本数 約7,400（有効標本数）※

(6)調査時期 毎年11月

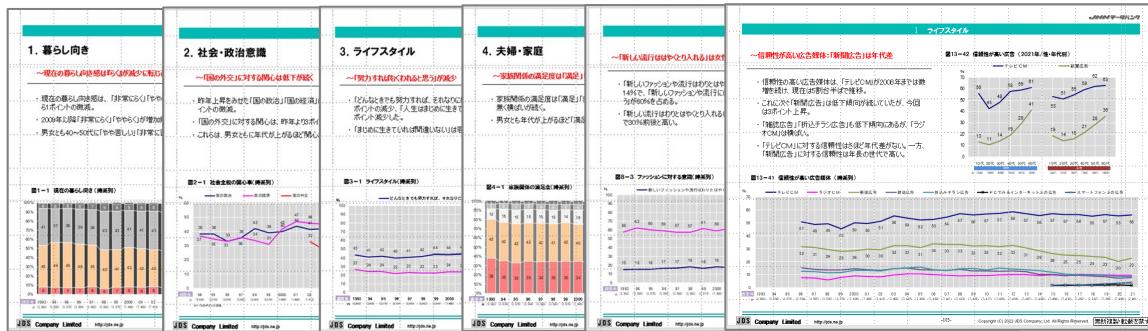
※1999年以前は毎年5月、10月それぞれ約3,500サンプルにて実施

本レポート 分析使用データ年

1993年～2021年

## 「ライフスタイルトレンドレポート」：報告書イメージ

### I部 ライフスタイル



### II部 Z世代の消費とメディア利用



## 「ライフスタイルトレンドレポート」：分析項目

- このレポートは、JNNデータバンクの「生活意識・生活行動情報」「媒体接触情報」に関する調査項目のうち、主要な時系列項目について、1993~2021年の変化を中心にまとめたものです。
- 年2回（5月・10月）調査を実施していた1999年以前については、特に記載のない限り10月調査の結果を掲載しています。（2000年以降は毎年1回11月調査）

### 1. ライフスタイル

- 1.暮らし向き**
  - 現在の暮らし向き
  - 将来の暮らし向き
  - 生活満足度
  - 預金・資産の満足度
  - 経済的なことに対する不安
- 2.社会・政治意識**
  - 社会全般の关心事
  - 環境意識・行動
  - 政治への关心
  - 政治への満足
  - 憲法改正に対する意見
  - 格差に対する意見
- 3.ライフスタイル**
  - 食生活
  - ファッショントレンド
  - 住まい
  - 健康・美容
- 4.夫婦・家庭**
  - 家族関係の満足度
  - 育児・教育に対する不安
  - 性別役割意識
  - 夫婦結婚觀
  - 家族行動

### 5. 社会関係・人間関係

- 友人・知人との交際の満足度
- 社会関係・人間関係に対する不安
- 6.仕事**
  - 仕事の満足度
  - 仕事に対する不安
  - 仕事に対する意識
- 7.食生活**
  - 食生活の満足度
  - 食生活に対する不安
  - 食生活に対する意識
  - 台所用品に対する意識
  - 外食頻度
  - ふだん飲んでいるもの
  - 飲酒習慣
- 8. ファッション**
  - 着るものや身につけるものの満足度
  - ファッショントレンドに対する意識
- 9.住まい**
  - 住まいの満足度
  - 住まいに対する不安
  - 住まいに対する意識
- 10. 健康・美容**
  - 健康の満足度
  - 健康・老化に対する不安

### 11. レジャー・趣味

- 余暇活用の満足度
- ゆとり（余暇、レジャー）に対する不安
- 余暇・レジャーに対する意識
- 1年間にしたレジャー
- 12. 購買行動**
  - 購買行動
- 13. メディア**
  - テレビ視聴習慣
  - よく見るテレビ番組の種類
  - テレビのみかた
  - 動画サブスク等の利用
  - テレビCMに対する意識
  - ラジオ聴取習慣
  - 新聞閲読時間
  - よく読む雑誌の記事
  - パソコン・スマートフォンの利用
  - インターネットに対する意識
  - よく利用するSNS
  - 信頼性が高い広告媒体
  - 新製品の認知媒体

### II. Z世代の消費とメディア利用

- 1. 日本のZ世代**
  - 「Z世代」とは
  - スマホネイティイブ・ソーシャルネイティイブ
  - 背景となる社会的事件・事象
  - 現在の基本的属性
- 2. Z世代の生活意識と消費行動**
  - 日常の关心事
  - 所有しているモノ
  - 食生活分野の特徴
  - 化粧品類利用の特徴
  - ファッショントレンドに対する意識の特徴
  - レジャー・余暇に関する意識の特徴
  - 買物行動の特徴
  - 決済方法
  - 商品情報受容の特徴
  - 先端技術・トレンドワードの認知
  - 政治・社会意識
- 3. Z世代のメディア利用**
  - インターネット使用時間帯
  - インターネットの使用目的
  - SNSの利用
  - ネットやSNSに対する考え方
  - テレビに対する意識
  - 新製品の認知媒体
  - CMについての意見
  - 雑誌の利用
- 4. コロナ禍のZ世代への影響**
  - 新たに始めたこと
  - ビデオ通話
  - 接触が増えたメディア
  - コロナ禍によって変わった生活行動

### 5.まとめ

JNNデータバンク

## Lifestyle Trends Report 過去レポートテーマ

2021年	コロナ禍による生活意識・行動の変化
2020年	不安下における生活と消費
2019年	地域ブロックごとのライフスタイル、購買意識、メディア利用(エリア特性)
2018年	“ニューライフステージ”から見る日本市場の変化と今後着目すべき市場の概要
2017年	“シェア”の意識の状況(シェアリング/エコノミーグループの意識と行動)
2016年	世代/年代/時代による分析(1995~2015)
2015年	70代前半生活者への理解とアプローチ方法を探る
2014年	購買行動におけるネット利用の進化(オムニチャネル)
2013年	世代別の傾向(各世代のプロファイリング)
2012年	震災後の暮らしの諸相(震災後の生活者意識)
2011年	Social Now(人と人、人と社会とのつながり Twitter、SNSなど)
2010年	「ロストジェネレーション」の生活意識
2009年	ニューライフステージ(ライフステージ×家族構成で見る市場)

※ご要望に応じて販売しております。

JNNデータバンク

## Lifestyle Trends Report 提供内容

**※Kinoden (Kinokuniya Digital Library)**

販売時期: 2022年6月中旬予定

KP00065272 同時アクセス1 107,800円(本体価格)

ご注文にはKPナンバーをお知らせください。

## ●発行元

JDS 株式会社ジェーディーエス

〒160-0004

東京都新宿区四谷2-11 龍文堂ビル4F

Tel: (03) 3358-1601 Fax: (03) 3358-8389 <http://jds.ne.jp> E-mail [info@jds.ne.jp](mailto:info@jds.ne.jp)

## ●販売

**紀伊國屋書店**

デジタル情報営業部

TEL:03-6910-0518 FAX:03-6420-1359

〒153-8504 東京都目黒区下目黒 3-7-10

[ict\\_ebook@kinokuniya.co.jp](mailto:ict_ebook@kinokuniya.co.jp)