

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-9バンク

Lifestyle Trends Report 2023

ライフスタイルトレンドレポート

2023年版



JNNデータバンクデータをベースに30年間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」「日常身の関心事」「怖いと思うもの」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」、「チャンネル利用頻度」、「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

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30年間の時系列変化+2022年データによる性・年代別傾向

II部 独身者の意識と行動

本レポートは2つのパートからなり、1つ目は30年に亘る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つ目は人口の約44%を占める独身者に着目し、データに見られる特徴として生活意識・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段階抽出（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

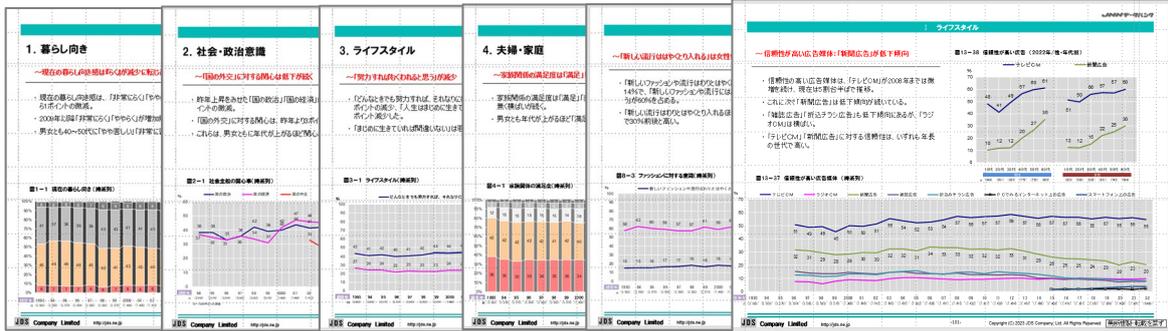
※1999年以前は毎年5月、10月それぞれ約3,500サンプルにて実施

本レポート 分析使用データ年

1993年~2022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 独身者の意識と消費



「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）

I ライフスタイル

- 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
- 社会・政治意識**
 - 社会全般の関心事
 - 環境意識・行動
 - 政治への関心
 - 政治への満足
 - 憲法改正に対する意見
 - 格差に対する意見
- ライフスタイル**
 - ライフスタイル
- 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
 - 夫婦結婚観
 - 家族行動
- 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
- 仕事**
 - 仕事の満足度
 - 仕事に対する不安
 - 仕事に対する意識
- 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
- ファッション**
 - 着るものや身につけるものの満足度
 - ファッションに対する意識
- 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
- 健康・美容**
 - 健康の満足度
 - 健康・老化に対する不安

II 独身者の意識と消費

- 独身者(未婚・離死別)が多数を占める社会**
- 独身者の生活意識(性年代・月収別)**
- 独身者の消費行動(性年代・月収別)**
- 独身者のメディア利用(性年代・月収別)**
- まとめ**

JNNデ-アバン Lifestyle Trends Report 過去レポートテーマ

2022年	Z世代の消費とメディア利用
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	震災後のくらしの諸相(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-アバン Lifestyle Trends Report 提供内容

- レポートデジタル版(PDF) 150ページ程度

※Kinoden(Kinokuniya Digital Library)

販売中!

KP00082285 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。

●お問い合わせ、お申し込み

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

BOOKS
KINOKUNIYA 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