

全国の18歳～79歳の男女1000人に聞いた
「生活者意識調査 第二弾」

1ヵ月間でも意識変化あり！

**計画購買者増加傾向・環境問題への意識も全体的に高まる
公共の交通機関の利用者増加！**

生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2021年7月2日（金）～2021年7月6日（火）の5日間、全国の18歳～79歳の男女1000人を対象に「生活者意識」をテーマにインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

ネオマーケティングでは、社会調査支援機構チキラボ（代表・荻上チキ）と共に生活者意識を定点的に測定するプロジェクトを開始いたしました。本プロジェクトでは以下の内容を継続的に聴取いたします。

- ✓ 生活満足度について
- ✓ 緊張感や不安等の気分について
- ✓ 買い物意識や行動について
- ✓ 信用している情報源について
- ✓ 環境問題意識について
- ✓ 1か月間の行動について（コロナ対策の実行状況含む）
- ✓ その他属性情報

今回の第2回目のリリースでは、1回目の結果と比較しながら

「買い物意識や行動」「環境問題意識」「1ヵ月以内の行動」について取り上げています。ぜひ今後のマーケティング活動の参考資料としてご活用ください。

【調査概要】

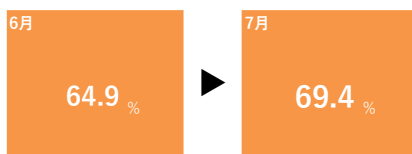
1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の18歳～79歳の男女
3. 有効回答数：1000名
4. 調査実施日：2021年7月2日（金）～2021年7月6日（火）

◆「2021年7月 生活者意識調査 第二弾」主な質問と回答

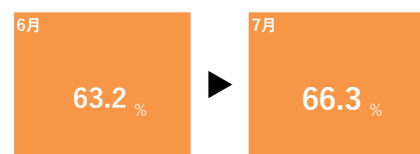
◆買い物意識や行動

6月調査と比較して、7月は計画的な買い物を行なっていた傾向が見える。

「買い物は計画をたててから行なっている」
※とてもそう思う/そう思う/ややそう思う計

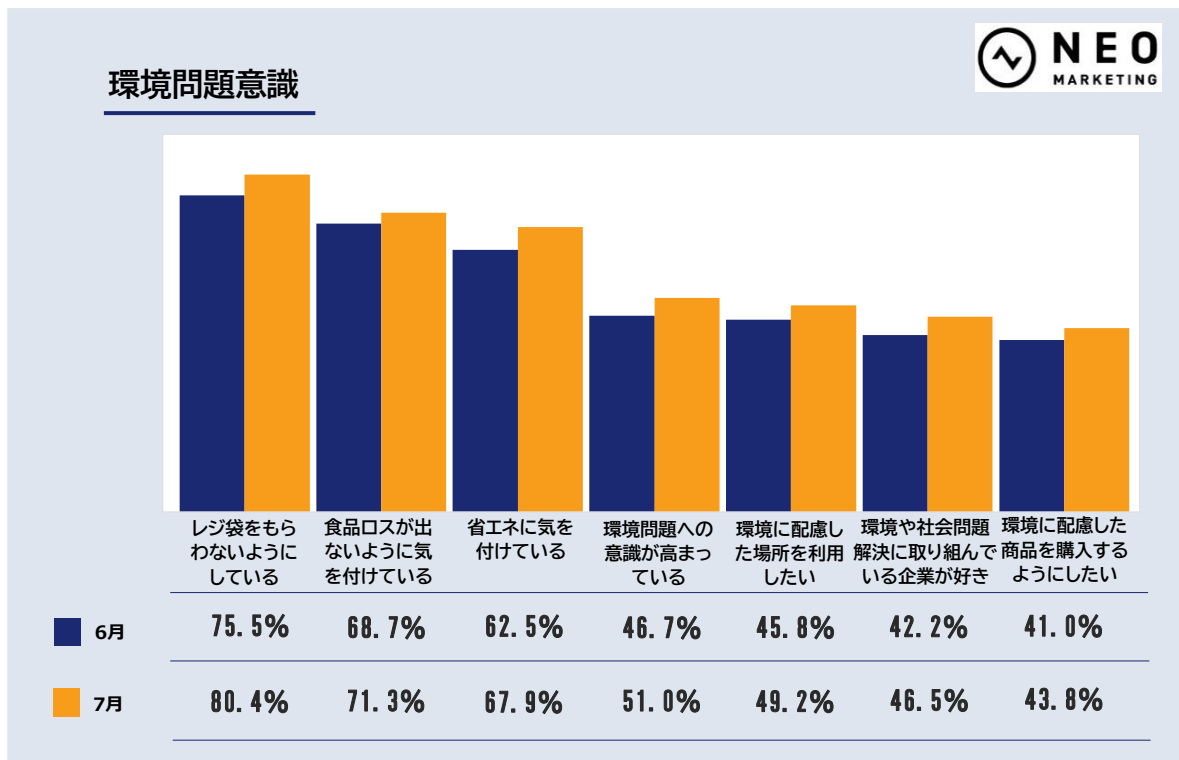


「買物は出来るだけ短時間で済ませている」
※とてもそう思う/そう思う/ややそう思う計



環境問題意識

環境問題の以下の質問に対して全体的意識の高まりが出ている傾向
※あてはまる/ややあてはまる計

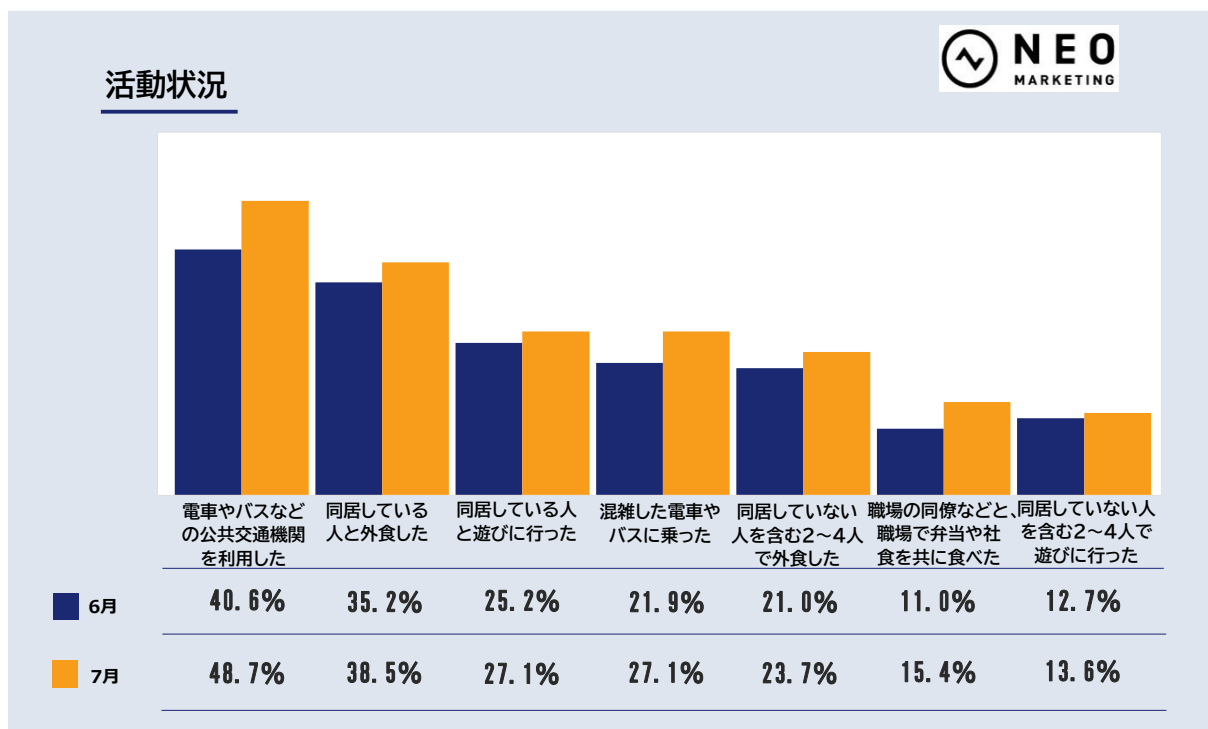


まず、環境問題等に関する意識をお聞きしました。「あてはまる」「ややあてはまる」の項目を集計しております。

環境問題の上記質問に対して、全体的に意識の高まりが出ている傾向がうかがえます。

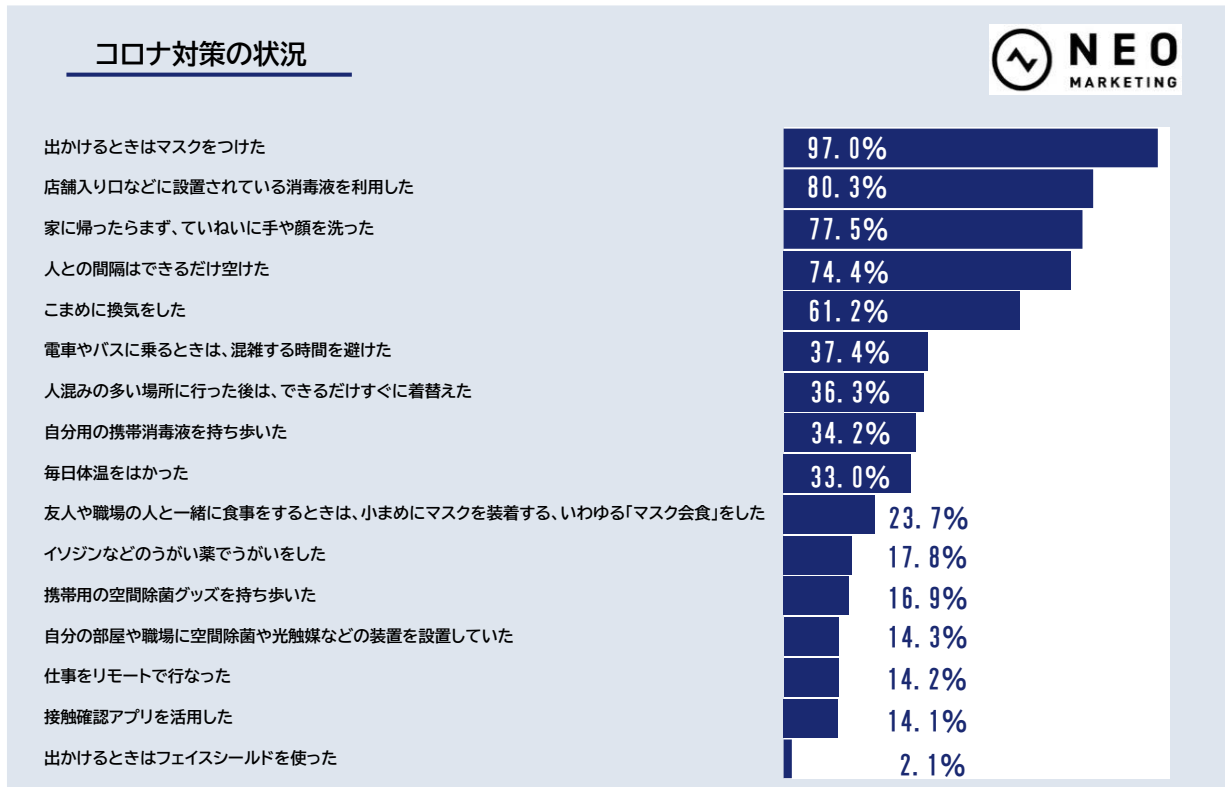
一方で、環境に配慮した商品の購入・場所の利用等については5割未満と、「レジ袋をもらわないようにしている」「食品ロスが出ないように気を付けている」といった、自分ゴト化されている内容と比較すると、まだ意識が低い傾向がうかがえます。

活動状況



次に、一か月間の活動状況をお聞きしました。1か月間の中で1回以上行動した項目を集計しております。6月調査と比較して、公共交通機関を利用した生活者が増加傾向にあることがうかがえます。

コロナ対策の状況



この一か月間の生活を振り返って、コロナ対策の状況をお聞きしました。「いつも行なった」「たいてい行なった」の項目を集計しております。コロナ対策としてマスクの着用率は引き続き高い傾向にあることがわかります。

※6月調査では聴取していない項目だった為、比較はございません。8月実施の調査から比較予定です。

なお、この質問は、新型コロナウイルス感染症への対策として有効性のないもの・疑わしいものも含まれています。

ネオマーケティングではこの調査を継続的に行い傾向の変化をいち早く把握することで、生活者の為のマーケティング活動に活かしていただきたいと思いますと考えております。

■この調査でを使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>