

**全国の18歳～79歳の男女1000人に聞いた  
「生活者意識調査 第三弾」**

**「同居していない人を含む2～4人で外食」の割合は半年間で14.0ポイント増加。  
「人との間隔はできるだけ空けた」「こまめに換気をした」割合はこの半年間で減少傾向に。**

生活者起点の研究&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6月～2021年11月の半年間、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定点実施いたしました。

<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期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3回目のリリースでは、第1回目の6月～第6回目の11月までの結果を比較し、「信用しているメディアや情報源」「買い物・行動意識」「活動状況」「コロナ対策の実行状況」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。

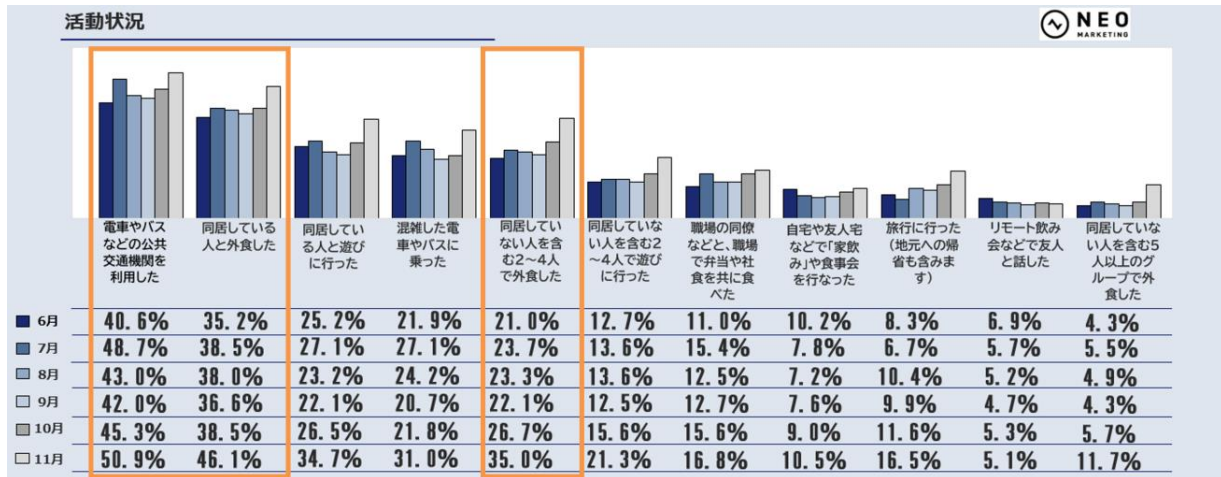
【調査概要】

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：
  - ・第1回目 2021年5月31日（月）～2021年6月2日（水）
  - ・第2回目 2021年7月2日（金）～2021年7月6日（火）
  - ・第3回目 2021年8月4日（水）～2021年8月16日（月）
  - ・第4回目 2021年9月2日（木）～2021年9月8日（水）
  - ・第5回目 2021年10月8日（金）～2021年10月12日（火）
  - ・第6回目 2021年11月5日（金）～2021年11月9日（火）

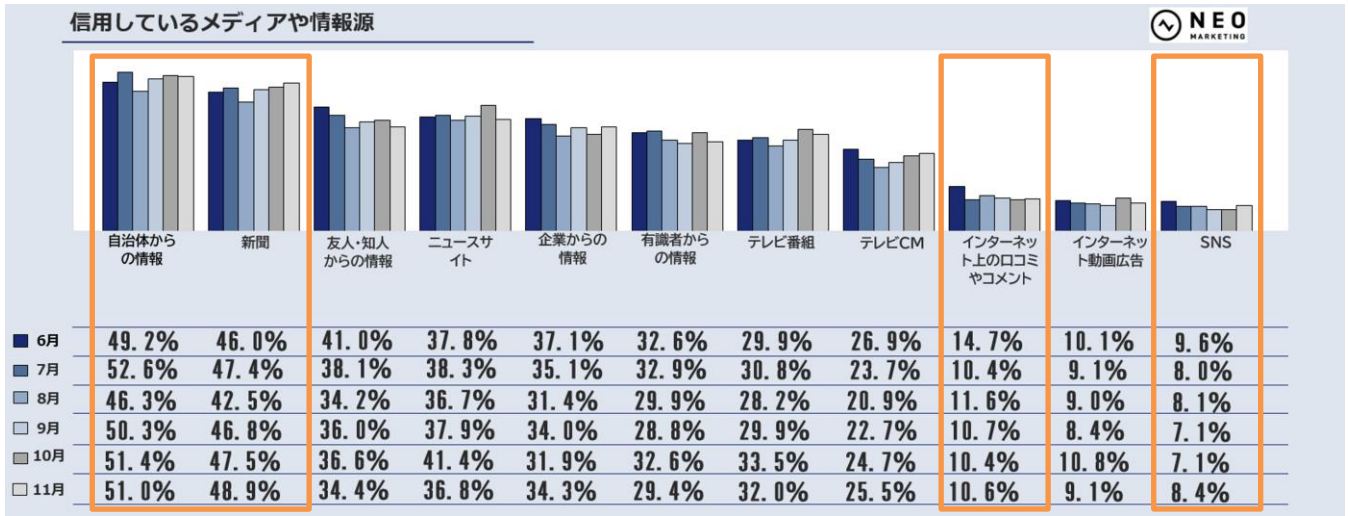
◆「生活者意識調査 第三弾」主な質問と回答

◆活動状況

「同居している人と外食」「同居していない人を含む2~4人で外食」「電車やバスなどの公共交通機関を利用」といった複数の活動について、11月の割合が、半年前の6月より大幅に増加していることが分かる。



## 信用しているメディアや情報源



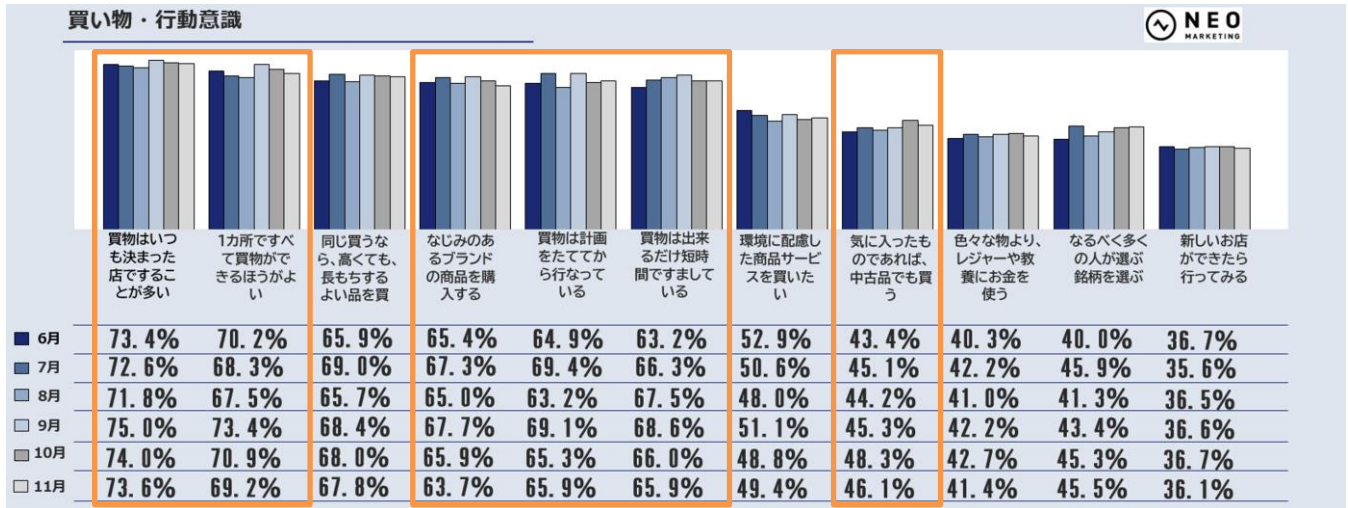
まず、信用しているメディアや情報源についてお聞きしました。

半年間を通して、信用できる・やや信用できると回答した割合の合計が「自治体からの情報」で約50%、「新聞」で約40%~50%をキープしてきたことが分かります。

一方、「インターネット上の口コミやコメント」「SNS」といった、個人が誰でも投稿できてしまう情報源への信用度はそれぞれ10%弱・7~9%前後にとどまっています。

同じ一般人の情報であっても、「友人・知人からの情報」は30%~40%前後と、「ニュースサイト」に匹敵する信用度合いであることから、発言者が不明な情報源についての信用度合いが低い、ということが分かります。

## 買い物・行動意識

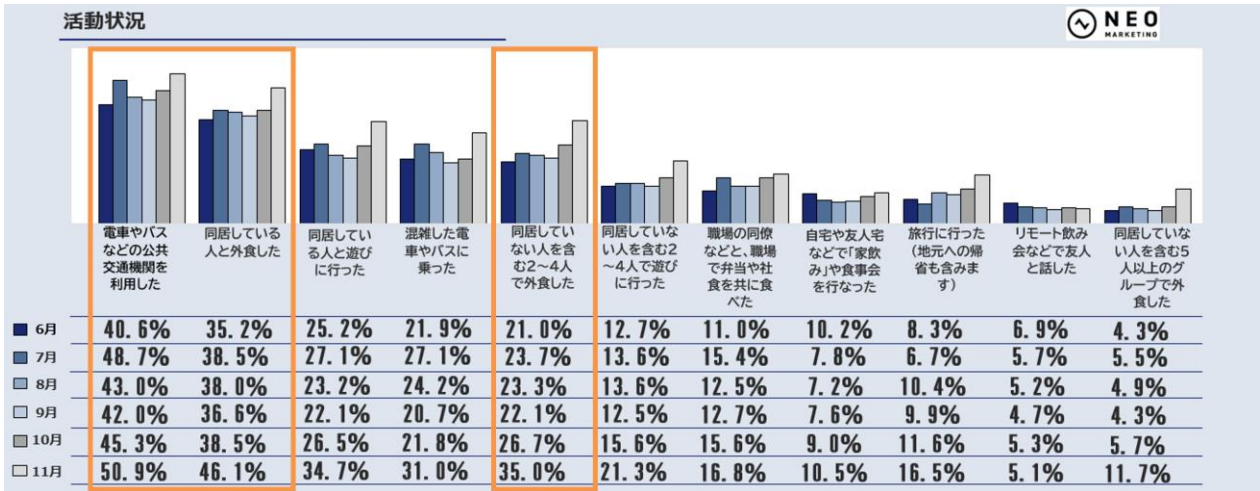


次に、買い物にかかわる意識や行動についてお聞きしました

「買物はいつも決まった店ですることが多い」「1カ所ですべて買物ができるほうがよい」は約70%、「なじみのあるブランドの商品を購入する」「買物は計画をたててから行っている」「買物は出来るだけ短時間で済ませている」と回答した割合は60%強と、効率的・計画的でやや保守的な回答は半年間高い割合をキープし続けました。

また一方で、「気に入ったものであれば、中古品でも買う」と回答した方は、この半年間大きくブレることなく40%強の割合が続いています。新型コロナウイルス感染症流行がやや落ち着きをみせてきた10月・11月においてもこの割合が大きく変化していないことから、中古品購入において新型コロナウイルス感染症流行は大きな影響を与えていないととらえられるでしょう。

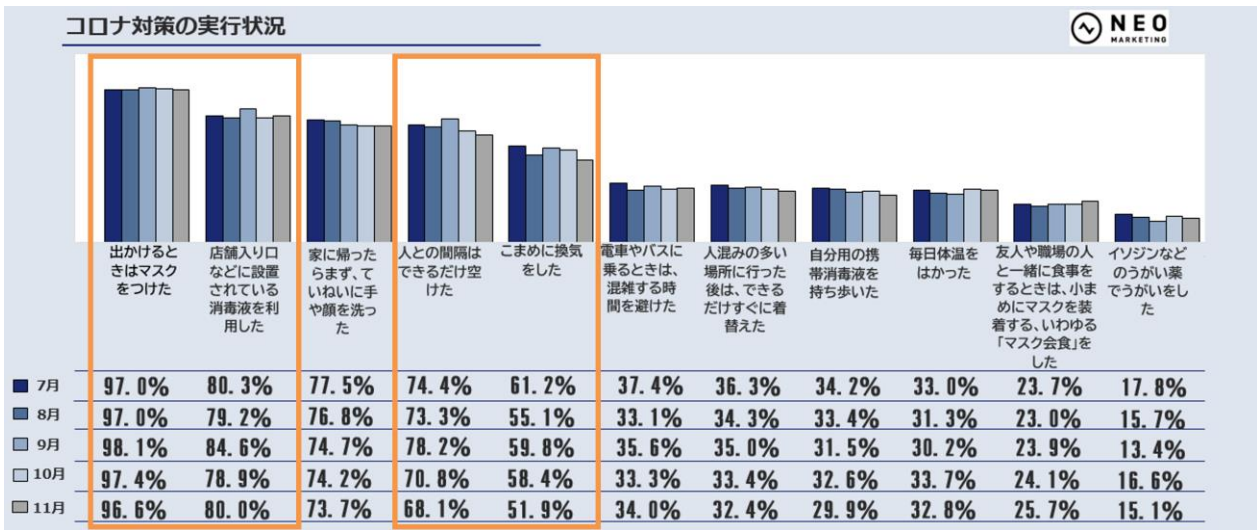
活動状況



次に、自身の活動状況についてお聞きしました。上のグラフは、1か月の間で1回以上行動した項目を集計しております。（表示しているのは上位11項目のみ）

新型コロナウイルス感染症流行がやや落ち着きを見せてきた10月・11月にかけて、同居している人との外出や公共交通機関の利用といった複数の活動において、大幅に割合が増加していることが分かります。第6回目の11月は、第1回目の6月より「同居している人と外食」で10.9ポイント、「同居していない人を含む2~4人で外食」で14.0ポイント、「電車やバスなどの公共交通機関を利用」で10.3ポイントと、10ポイント以上の増加がみられたものもありました。この先も、生活者のこれらの活動は増加に向かっていくと予想されます。

## コロナ対策の実行状況



最後に、コロナ対策の実行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。（表示しているのは上位11項目のみ）

半年間を通して、外出時のマスク着用・店舗入り口などの消毒液利用は80～90%前後と高い割合をキープし続けました。この2つの行動は生活者の間で「習慣」として完全に定着したといえそうです。

一方で、「人との間隔はできるだけ空けた」「こまめに換気をした」の割合についてはこの半年間で減少傾向にあり、第1回目の6月と第6回目の11月を比較すると、それぞれ6.3ポイント・9.3ポイント低くなっています。この半年間で、人と接触・集合する際の危機意識はやや低くなっていることが分かります。

※6月調査では聴取していない項目だった為、6月のデータはございません。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半年間の調査結果を、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。

すべての調査結果については、是非お問合せくださいませ。

### ■この調査のその他の質問

環境問題意識に関する質問 など

### ■この調査で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……」

PRESS RELEASE  
2021.12.10



■「ネオマーケティング」  
URL : <https://neo-m.jp/>