

**全国の18歳～79歳の男女1000人に聞いた  
「生活者意識調査 第一弾」**  
**生活者の6割以上に計画購買の傾向あり！**  
**指名買いやブランド買いの傾向も約4割に。**  
**環境問題への意識が高まりは5割未満にとどまる。**

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5月31日（月）～2021年6月2日（水）の3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】

今回の第1回目のリリースでは、総務省統計局のデータも引用しながら、生活者の買い物意識や行動・情報源への信頼度・環境意識の3つ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5月31日（月）～2021年6月2日（水）

◆「2021年6月 生活者意識調査 第一弾」主な質問と回答

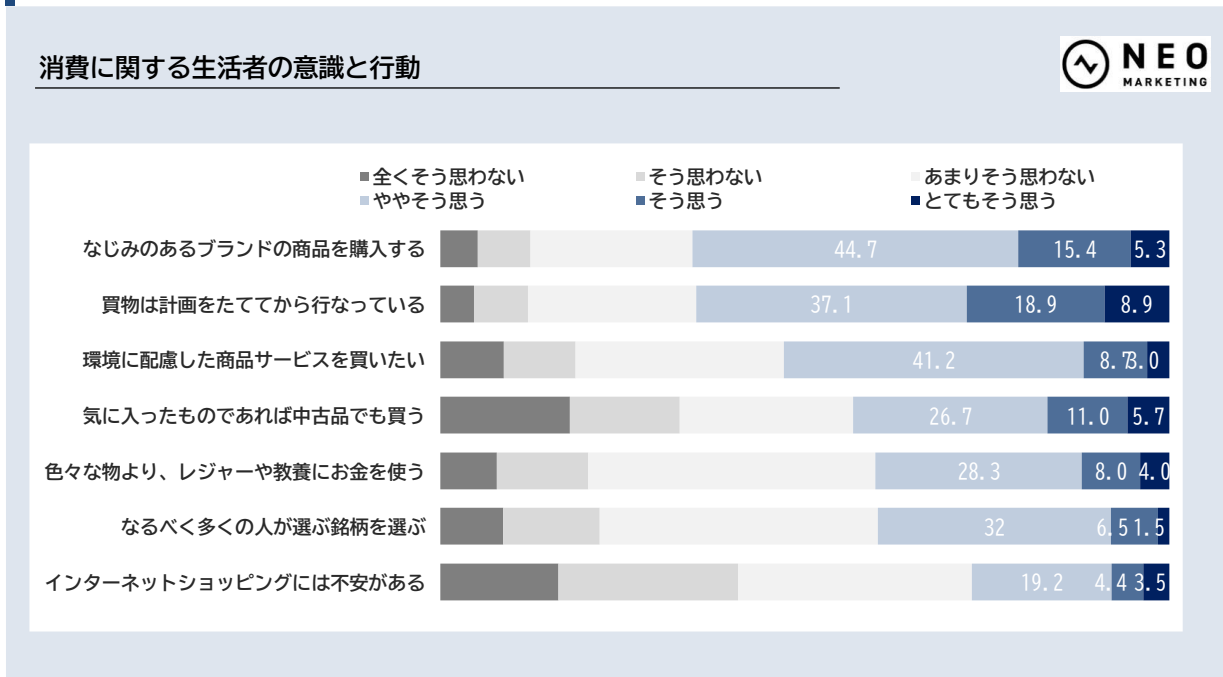
◆計画購買の傾向：6割以上の生活者にみられる

「買い物は計画をたててから行なっている」という方が6割以上という結果に。他にも、買い物時間の短縮や、必要なモノ以外購入しないといった意識も見られ、生活者が計画的に買い物をしている様子が伺える。

◆環境問題への意識の高まり：5割未満にとどまる

環境問題への意識が高まっている、と回答した方は5割未満という結果に。また、環境に配慮した商品を購入するようにしたい、と回答した方は約4割にとどまる。SDGsの注目が集まっているようにも思えるが、まだ商品の購入への影響というのはかなり小さいものだということが言えそうだ。

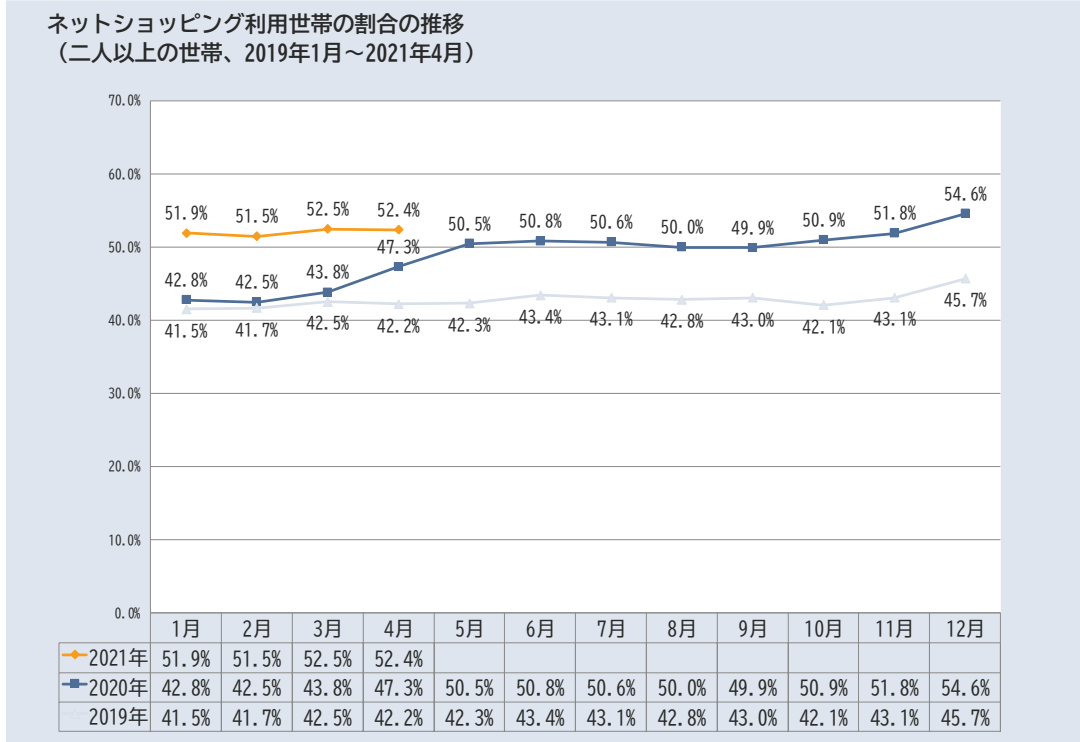
## 消費に関わる生活者の意識と行動



まず消費に関する生活者の意識と行動についてみると、「買い物は計画をたててから行なっている」という方が6割以上という結果になっており、生活者が計画的に商品・サービスを購入している様子が伺えます。

また、「買い物はできるだけ短時間で済ませている」という方が6割以上、「どうしても必要なもの以外は買わない」と回答している方も約6割という結果になっていることから、新型コロナウイルス感染症流行の影響で生活者が実店舗に行く回数と店舗で過ごす時間も減少していると推察されます。

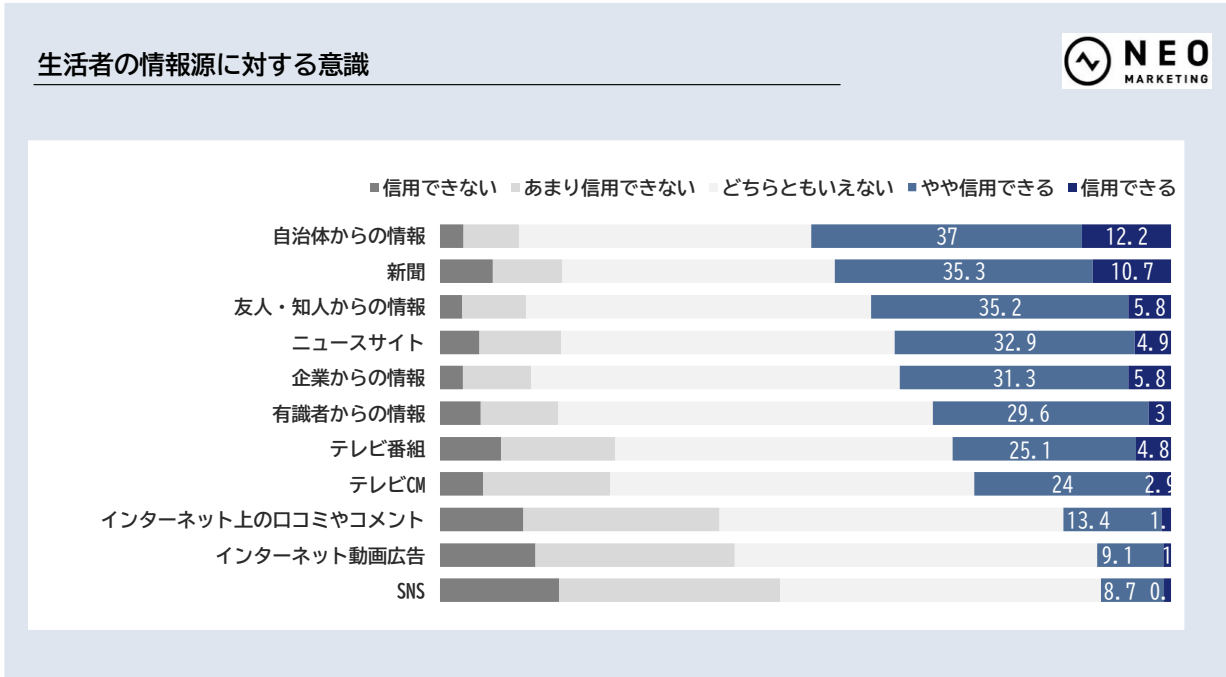
インターネットショッピングについては、総務省統計局のデータにより、新型コロナウイルス感染症がインターネットショッピングの普及を後押ししている状況が伺え、また、その傾向は高齢世代であっても当てはまることがわかっています。



(出典) 総務省 (2021年4月分) 「家計消費状況調査～インターネットを利用した支出の状況～平成29年以降の月次結果 (二人以上の世帯)～」を基に作成

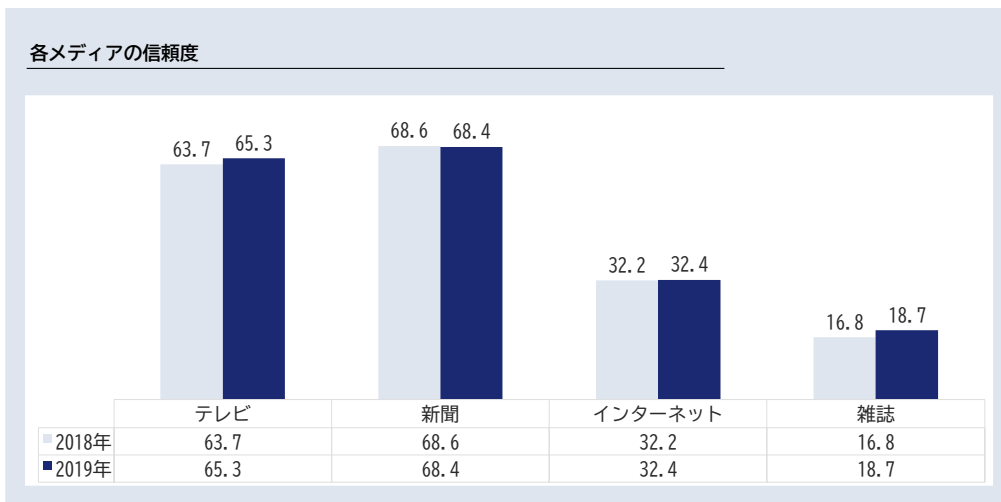
そのような背景があつてか、生活者の意識としてもインターネットショッピングに不安があるという方は3割未満と低い割合となっており、生活の中でインターネットショッピングが根付いてきていると考えられます。

## 生活者のメディアに対する意識



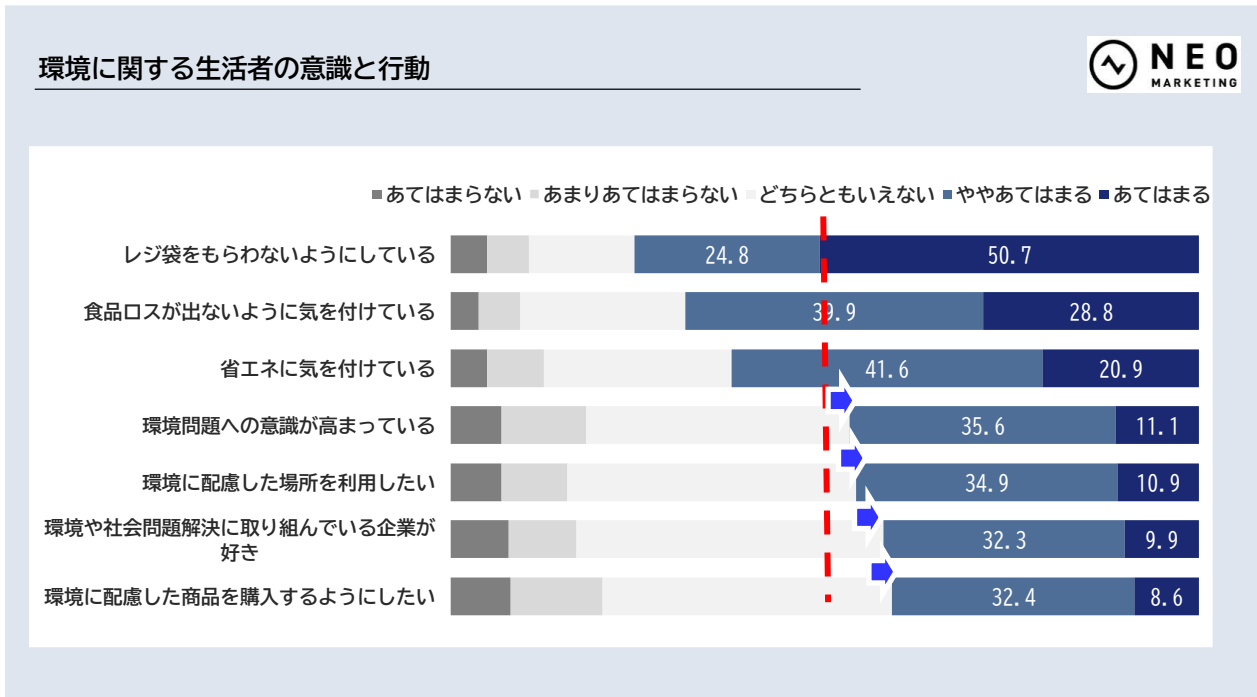
次に生活者の情報源に対する意識についてです。情報源ごとに、得られる情報の信用度が異なっているのがわかります。全体で見ると、「ニュースサイト」を除いて、インターネット上の情報への信用度は低いようです。ただ、「インターネット上の口コミやコメント」「SNS」の情報に対する信用度は、年代による差が大きくでる結果になっております。（年代別の傾向は下記 URL からダウンロード可能）

マスメディアの信頼度がインターネットよりも相対的に高いという傾向は、ここ数年で大きな変化は見られません。総務省の「令和元年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」によると、メディアとしての信頼度は新聞が最も高く、次いでテレビ、インターネット、雑誌という順になっています。



（出典）総務省（2019）「令和元年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」を基に作成

## 環境に関する生活者の意識と行動



環境に関する生活者の意識と行動についてです。環境問題への意識が高まっている、と回答した方は5割未満という結果になっています。また、環境に配慮した商品を購入するようにしたい、と回答した方は約4割という結果になっています。まだ環境について、強く意識したり購買行動まで変えたりしている方は、多くないようです。

一方で、取り組みが進んでいる身近な行動もあります。2020年7月にレジ袋が有料化されて約1年経ちますが、レジ袋をもらわないようにしている方は、7割強という結果になっています。また、食品ロス、省エネに気を付けているという方もそれぞれ6割以上という結果となりました。日々の生活の中で取り組める、身近な環境に配慮した行動は行われていることがわかります。

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。

■この調査のその他の質問  
回答者の属性に関する質問  
生活の満足度を測る質問（人生について、不安、悩み、人間関係、収入）  
など

■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/>