

**全国の18歳～79歳の男女1000人に聞いた
「生活者意識調査 第四弾」**

**「購入する商品を選ぶ」「利用する場所を選ぶ」段階での環境意識に課題あり。
11月と比較すると、2月は外食・レジャー・公共交通機関の利用が減少。**

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、独自で調査を行っております。今回2022年1月31日（月）～2022年2月4日（金）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4回目のリリースでは、第1回目の6月～第7回目の2月までの結果を比較し、「信用しているメディアや情報源」「環境問題意識」「活動状況」「コロナ対策の実行状況」について取り上げていきます。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。

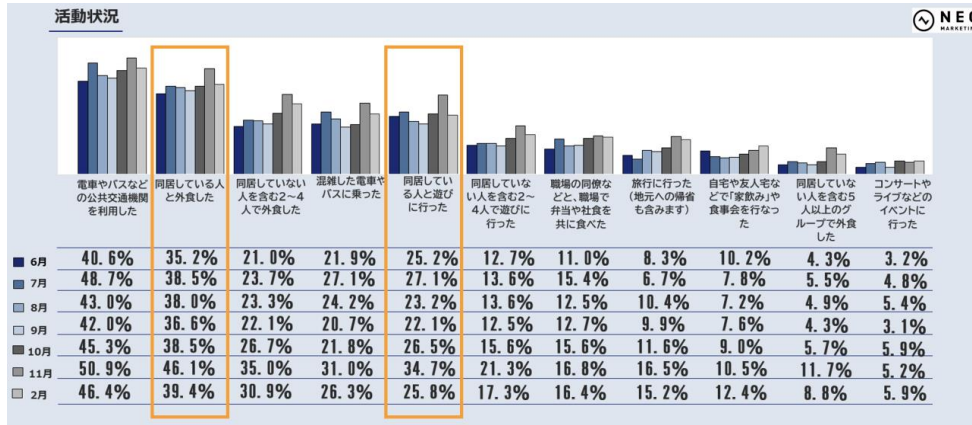
【調査概要】

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（うち男性496名、女性504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）
 - ・第7回目 2022年1月31日（月）～2022年2月4日（金）

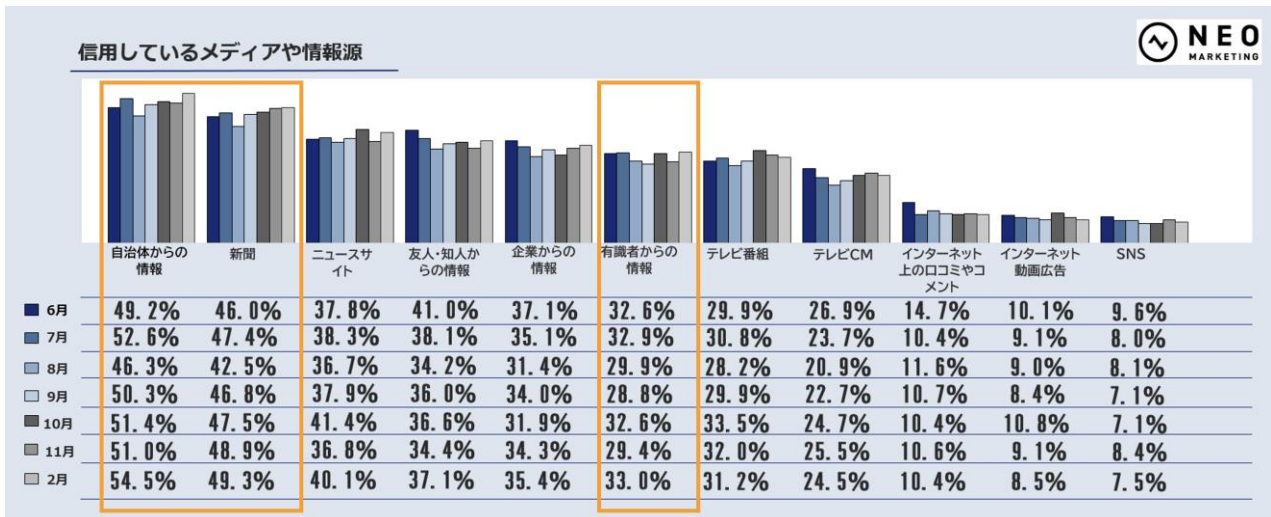
◆「生活者意識調査 第四弾」主な質問と回答

◆活動状況

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11月と比較して、2月は外食やレジャー、公共交通機関の利用といった活動が減少した。特に「同居している人と遊びに行った」割合は8.9ポイント、「同居している人と外食した」割合は6.7ポイント分、2月は11月よりも大幅に減少していることがわかる。



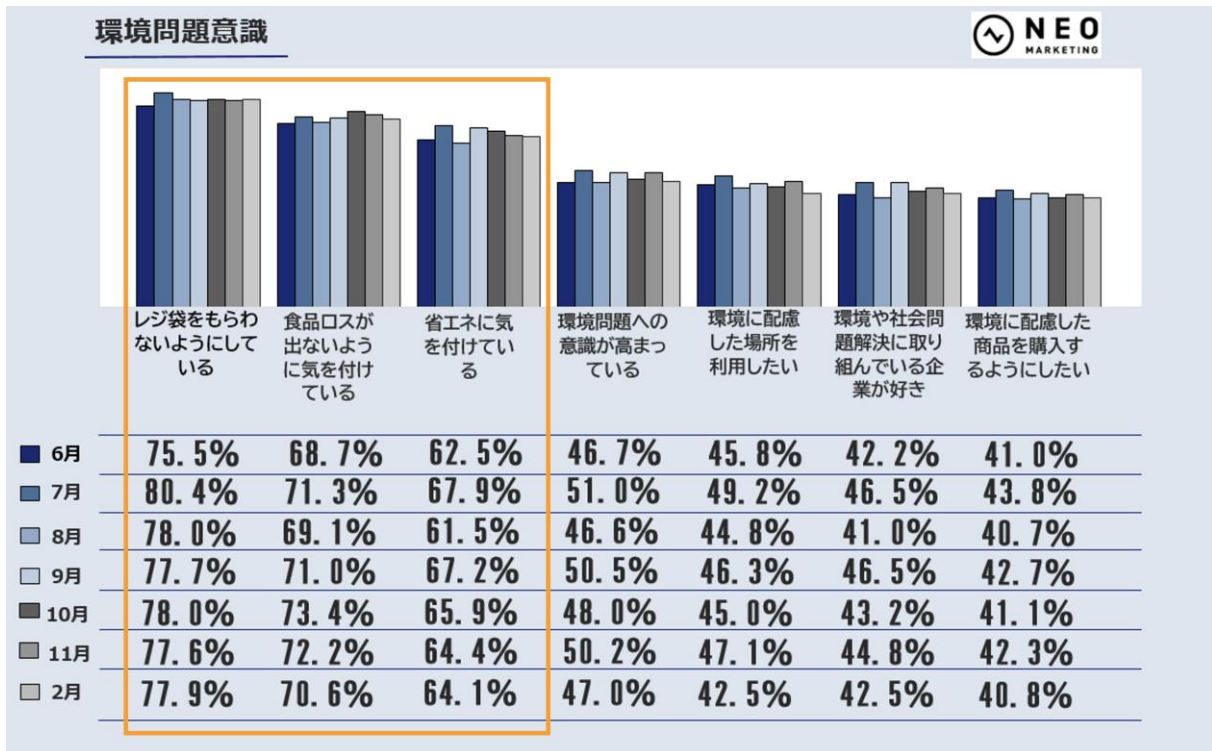
信用しているメディアや情報源



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。上のグラフは「信用できる」「やや信用できる」の項目を集計しております。

去年の6月から今年の2月まで、信用度合いのトップが「自治体からの情報」、そこに「新聞」が続く、という状況に大きな変化はありませんでした。しかし、この「自治体からの情報」「新聞」に加え、「有識者からの情報」は2月にて最も高い信用度合いとなりました。新型コロナウイルス感染症流行が再燃してきている中で、あらためて「有識者」や「自治体」が発信する情報への意識が高まっている様子が分かります。

環境問題意識



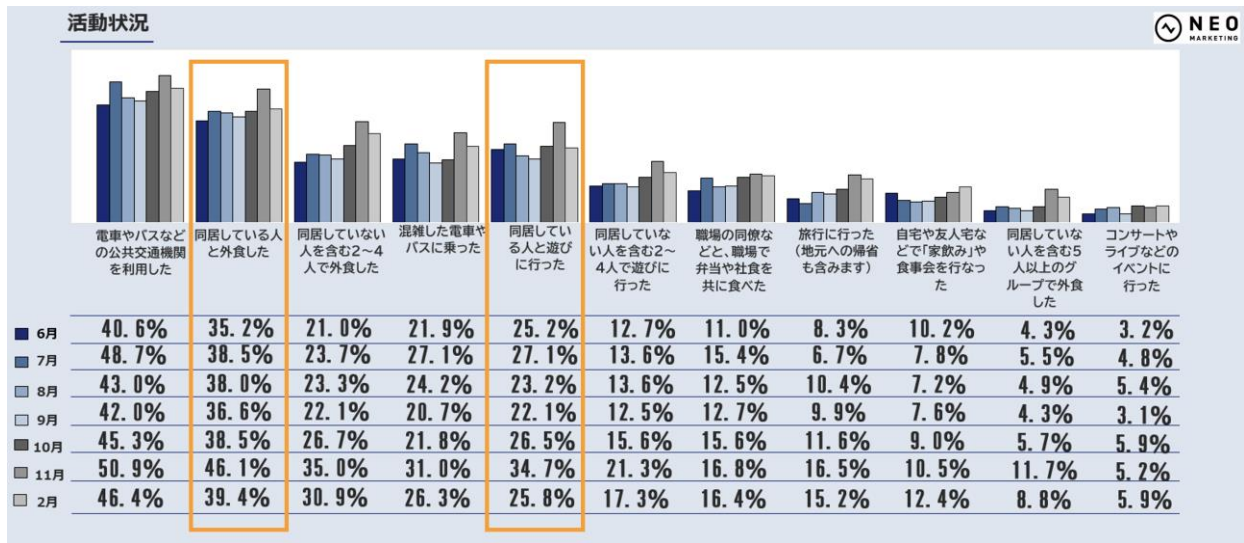
環境問題等に関する意識をお聞きしました。上のグラフは、「あてはまる」「ややあてはまる」の項目を集計しております。

去年の6月から今年の2月まで、「レジ袋をもらわないようにしている」割合は80%前後、「食品ロスが出ないように気を付けている」割合は70%前後、「省エネに気を付けている」割合も60%前後と、いずれも半数を超える高い割合をキープし続けていることが分かります。これらはすべて、「減らす」「余分を出さない」行動です。

一方、「環境に配慮した商品を購入するようにしたい」「環境に配慮した場所を利用したい」といった、「購入する商品を選ぶ」「利用する場所を選ぶ」段階での環境意識は未だ弱く、40%強が続いています。日頃の無駄を省く＝無駄な支出を減らす、といった意識下での行動はハードルが低いのかもしれません。

また、「環境や社会問題解決に取り組んでいる企業が好き」と回答した割合も、40%強をキープし続けています。今後、「購入する商品を選ぶ」「利用する場所を選ぶ」段階での生活者の環境意識が高まっていく場合、そこに連動して企業に向けられる視線も大きく変わってくるでしょう。

活動状況



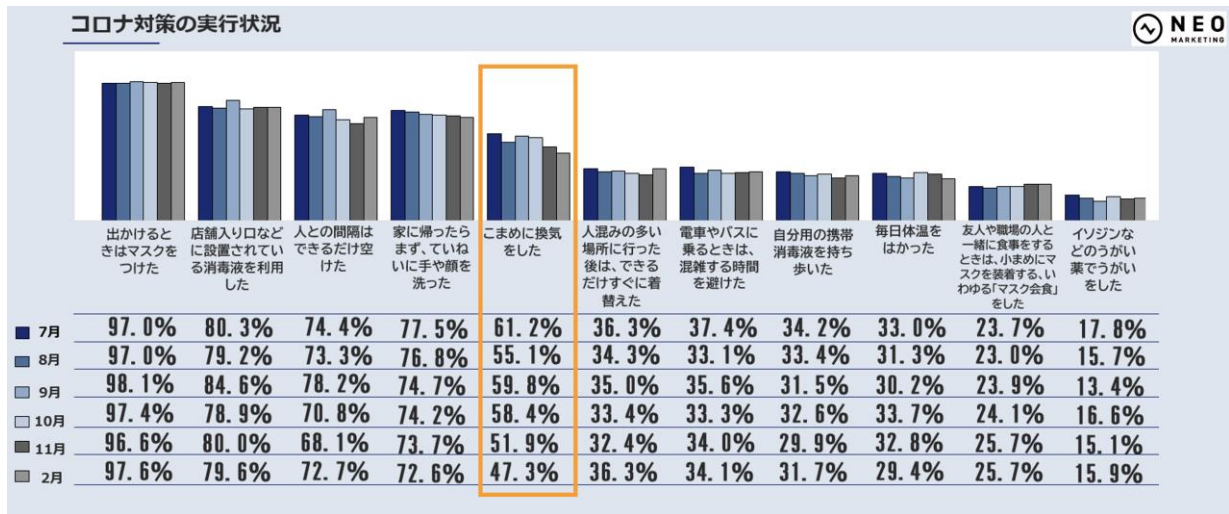
自身の活動状況についてお聞きしました。上のグラフは、1か月の間で1回以上行動した項目を集計しております。(表示しているのは上位11項目のみ)

新型コロナウイルス感染症流行がやや落ち着きをみせてきた11月と比較して、2月は外食やレジャー、公共交通機関の利用といった活動に減少がみられました。特に「同居している人と遊びに行った」割合は8.9ポイント、「同居している人と外食した」割合は6.7ポイント分、2月は11月よりも大幅に下がっています。

しかし、「同居していない人を含む2~4人で外食した」「同居していない人を含む2~4人で遊びに行った」等、複数人でおこなう活動については6月~10月の水準まで落ちることなく、一定の割合をキープしていることが分かります。

新型コロナウイルス感染症流行の状況は日々変化しますが、今後も生活者の活動水準は徐々に上がっていくことが予想されます。

コロナ対策の実行状況



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)

外出時のマスク着用や店舗入り口の消毒液利用といった、外出先にて求められる・人目につく対策については、80~90%前後からほぼ落ちることなく高い割合をキープしています。

一方、前回の調査(「生活者意識調査 第三弾」)にて減少傾向にあった「こまめに換気をした」割合について、今回またしても減少しています。2月は11月の51.9%よりもさらに4.6ポイント減少し、47.3%となりました。

※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考えております。

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
・買い物・行動意識 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
2022.3.9



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