JNNデータバンク

ライフスタイルトレンドレポート

（1993～2018年）

Sample

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
TEL 03-3358-1601 FAX 03-3358-8389
URL:http://jds.ne.jp

無断複製･転載を禁ず

目　次

調査の概要 4

〔参考年表〕 5

Ⅰ　ライフスタイル

1．暮らし向き

・現在の暮らし向き 8

・将来の暮らし向き 9

・生活満足度 10

・預金・資産の満足度 11

・経済的なことに対する不安 12

2．社会・政治意識

・社会全般の関心事 13

・環境意識・行動 16

・政治への関心 18

・政治への満足 19

・憲法改正に対する意見 20

・格差に対する意見 21

3．ライフスタイル

・ライフスタイル 22

4．夫婦・家庭

・家族関係の満足度 24

・育児・教育に対する不安 25

・性別役割意識 26

・夫婦・結婚観 28

・家族行動 30

5．社会関係・人間関係

・友人・知人との交際の満足度 34

・社会関係・人間関係に対する不安 35

6．仕事

・仕事の満足度 36

・仕事に対する不安 37

・仕事に対する意識 38

7．食生活

・食生活の満足度 41

・食生活に対する不安 42

・食生活に対する意識 43

・外食頻度 48

・ふだん飲んでいるもの 49

・飲酒習慣 54

8．ファッション

・着るものや身につけるものの満足度 55

・ファッションに対する意識 56

9．住まい

・住まいの満足度 60

・住まいに対する不安 61

・住まいに対する意識 62

10．健康

・健康の満足度 67

・健康・老化に対する不安 68

11．レジャー・趣味

・余暇活用の満足度 69

・ゆとり（余暇、レジャー）に対する不安 70

・余暇・レジャーに対する意識 71

・１年間にしたレジャー 75

Sample

無断複製･転載を禁ず

12. 購買行動
・購買行動 77

13. メディア
・テレビの視聴習慣 83
・よく見るテレビ番組の種類 84
・テレビの見方 87
・テレビＣＭに対する意識 93
・ラジオ聴取習慣 [illegible]7
・新聞閲読時間 98
・よく読む雑誌の記事 99
・パソコン・スマートフォンの利用 100
・インターネットに対する意識 101
・よく利用するＣＭ 103
・信頼性が高い広告媒体 104
・新製品の認知媒体 105

II 居住地による分析

1. 居住地によるグループ化
・地域ブロック 107
・首都圏の定住者と移住者 108

2. 住居と住宅設備 110
3. 移動と交通 124
4. 価値観/生活意識・行動/社会意識 131
5. 食生活 141
6. レジャー・余暇 161
7. 消費行動・消費意識 177
8. メディア利用 195
9. 地域ブロック別のまとめ 207

Sample

・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、1993～2018年の変化を中心にまとめたものです。

・年２回（５月・10月）調査実施していた1999年以前は、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）

・図表及び記述中における比率は小数点以下を四捨五入して表示しています。

無断複製･転載を禁ず

調査の概要

□ 調査内容

JNNデータバンク は、全国28地区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

生活者を３つの方向から調査・分析します。

□ 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段抽出(エリアサンプリング)

１段：都道府県２段：町丁３段：調査対象者

(4)調査方法　訪問留置回収法

(5)標本数　7,397（有効標本数）

(6)調査時期　毎年11月

□ 過去の調査実績（第43回以降）

回	調査時期	標本数
第43回調査	1993年5月	3,541
第44回調査	1993年10月	3,563
第45回調査	1994年5月	3,562
第46回調査	1994年10月	3,550
第47回調査	1995年5月	3,562
第48回調査	1995年10月	3,570
第49回調査	1996年5月	3,560
第50回調査	1996年10月	3,554
第51回調査	1997年5月	3,569
第52回調査	1997年10月	3,565
第53回調査	1998年5月	3,566
第54回調査	1998年10月	3,583
第55回調査	1999年5月	3,560
第56回調査	1999年10月	3,570
第57回調査	2000年11月	7,408
第58回調査	2001年11月	7,400
第59回調査	2002年11月	7,412
第60回調査	2003年11月	7,405
第61回調査	2004年11月	7,407
第62回調査	2005年11月	7,422
第63回調査	2006年11月	7,429
第64回調査	2007年11月	7,411
第65回調査	2008年11月	7,415
第66回調査	2009年11月	7,422
第67回調査	2010年11月	7,417
第68回調査	2011年11月	7,420
第69回調査	2012年11月	7,404
第70回調査	2013年11月	7,407
第71回調査	2014年11月	7,408
第72回調査	2015年11月	7,407
第73回調査	2016年11月	7,410
第74回調査	2017年11月	7,397
第75回調査	2018年11月	7,397

Copyright (C) 2019 JDS Company, Ltd. All Rights Reserved. 無断複製・転載を禁ず

Sample

Ⅰ　ライフスタイル

無断複製･転載を禁ず

1．暮らし向き

～現在の暮らし向き感は『らく』が引き続き増加

・現在の暮らし向き感は、「非常にらく」「ややらく」を合わせて60%。昨年に引き続き2ポイントの増加。

・2009年以降「非常にらく」「ややらく」が増加傾向。

・男女とも40代に「やや苦しい」「非常に苦しい」が多くなる。

Sample

図1－2　現在の暮らし向き（2018年/性・年代別）

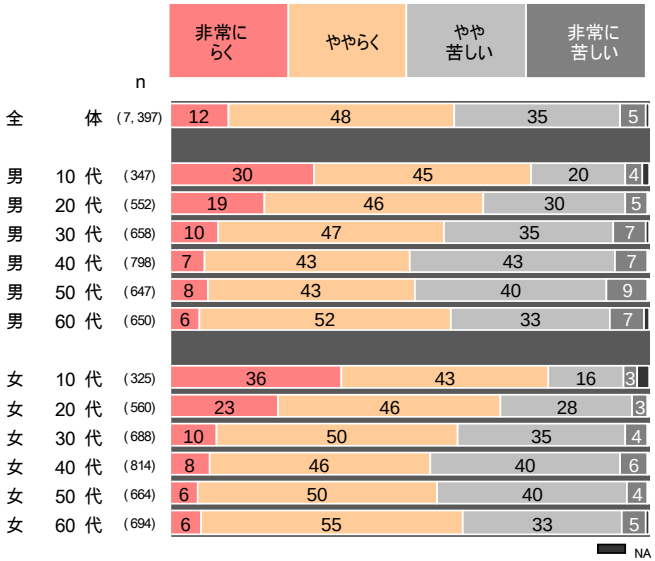
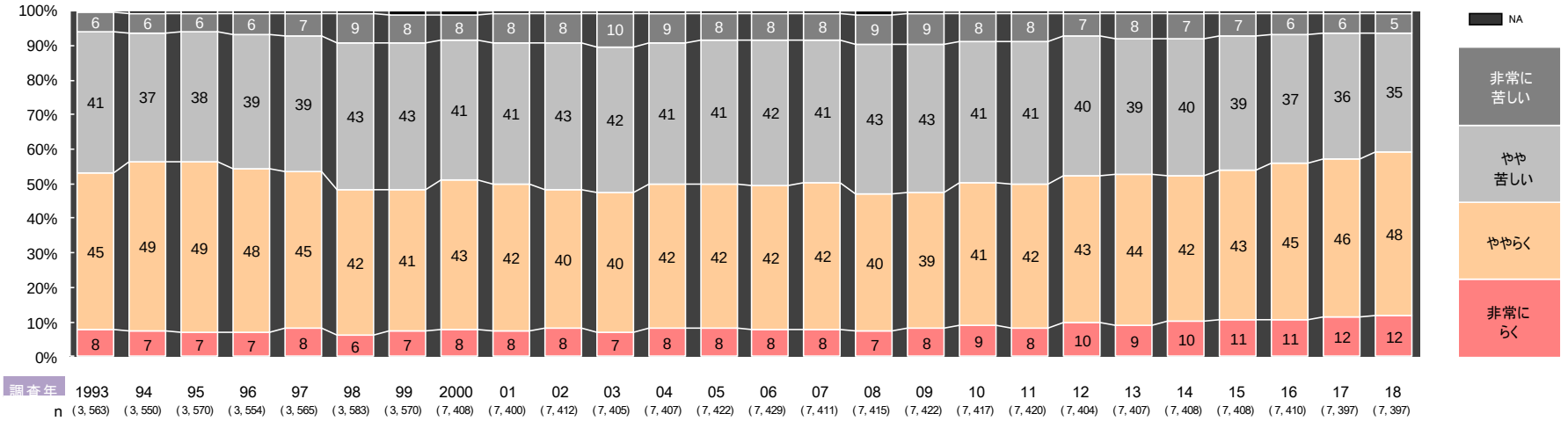


図1－1　現在の暮らし向き（時系列）



Copyright (C) 2019 JDS Company, Ltd. All Rights Reserved.　無断複製・転載を禁ず

～「グループで楽しめる旅行やレジャーがしたい」が低下

- 余暇・レジャーに対する意識をみると、「どちらかといえば、グループで楽しめる旅行やレジャーがしたい」は37%で昨年より3ポイント低下。
- 「どちらかといえば、ひとりで楽しめる旅行やレジャーがしたい」は19%で横ばい。
- 男性では年代が上がるほど「どちらかといえば、ひとりで楽しめる旅行がしたい」が多くなる。

Sample

図11－6　余暇・レジャーに対する意識（2018年／性・年代別）

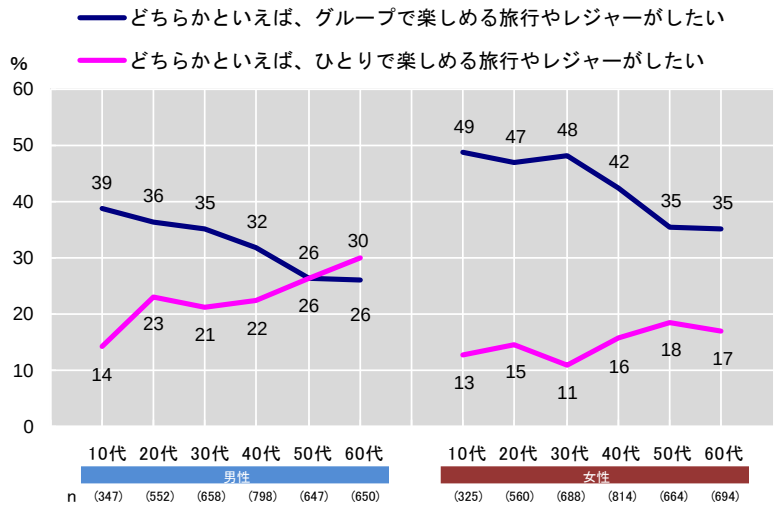
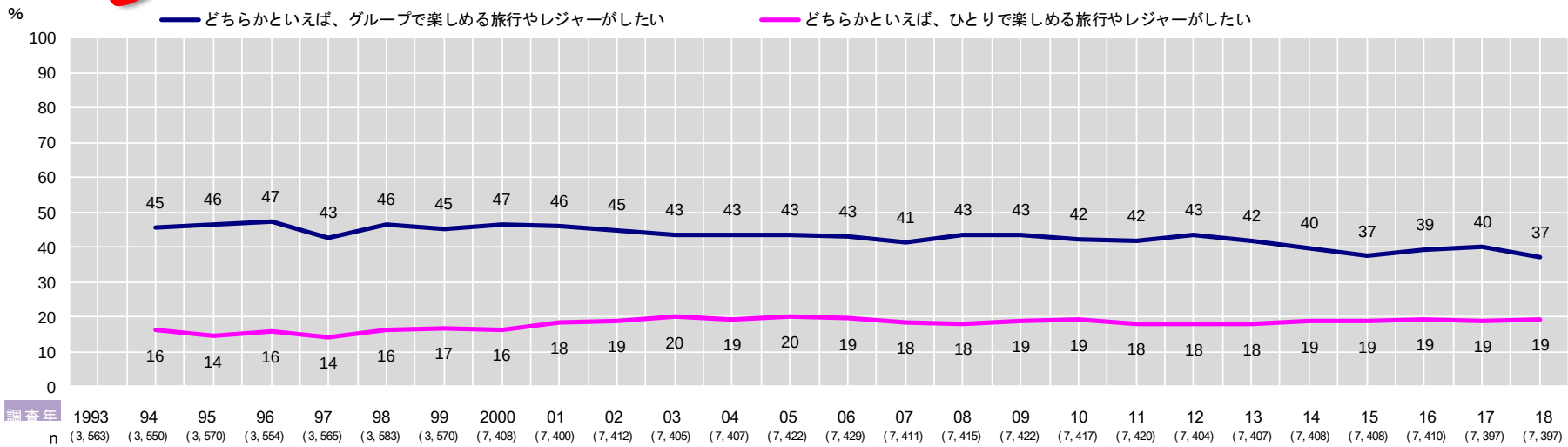


図11－[illegible]・レジャーに対する意識（時系列）



Copyright (C) 2019 JDS Company, Ltd. All Rights Reserved.　無断複製・転載を禁ず

Sample

Ⅱ　居住地による分析

無断複製･転載を禁ず

1. 居住地によるグループ化

・地域ブロック

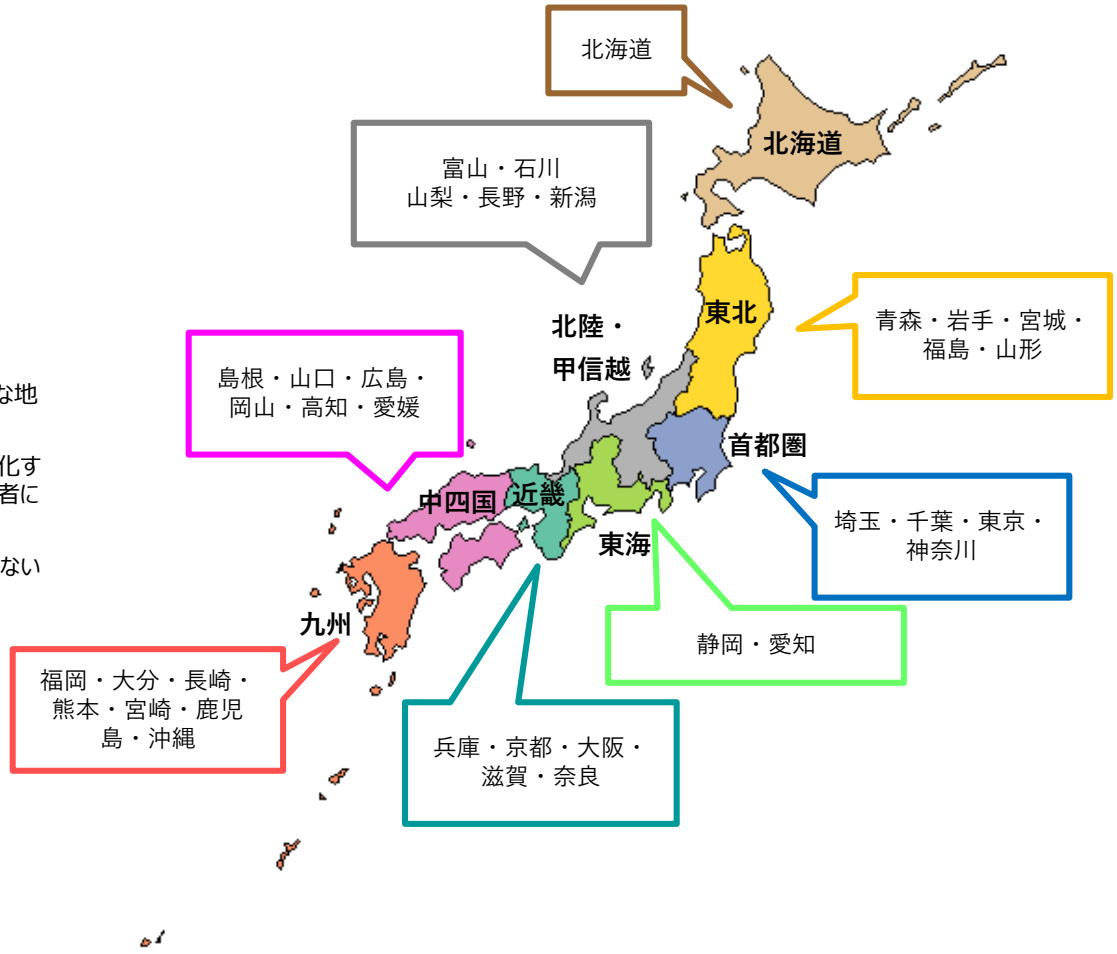
- この章では、JNNデータバンクで調査している生活意識やライフスタイル、メディア利用、商品利用について、その地域差をまとめた。
- 地域の分類は、次の８ブロックとした。（右図参照）

  1.北海道
  2.東北
  3.首都圏
  4.東海
  5.北陸・甲信越
  6.近畿
  7.中四国
  8.

Sample

- 地域による差は、気候・風土といった地理的特性、文化的な地域性、都市化の状況、その他の要因に分けられる。
- 地域差の持つ意味は、データを読む者（視点）によって変化する。自明に思われる地域差がある一方で、その地域の居住者には当然でも他地域から見ると意外な傾向、発見もある。
- 以下、「ライフステージ（性・年代）による差異」に回収されない地域差が特徴的な項目を広範に取り上げて整理した。

図II-1-1 地域ブロックの分類とJNNデータバンク（2018）の調査都道府県



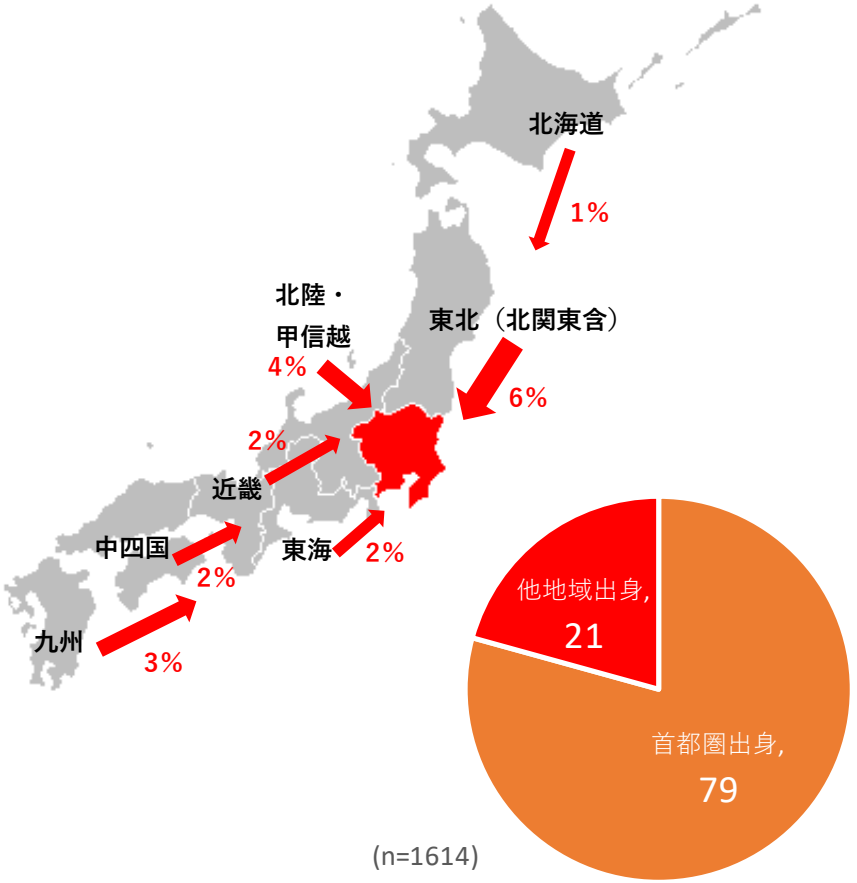
Copyright (C) 2019 JDS Company, Ltd. All Rights Reserved. 無断複製・転載を禁ず

・首都圏の定住者と移住者

- 今回（2018年）の調査では、出身地（小学１年生～１８歳までの間に最も長く住んでいた場所）を調査項目として設けているので、地域ブロックのうちボリュームの大きい首都圏については、出身地別にさらに分類を作成した。
- 首都圏住民で首都圏出身の者、つまり大きく見れば「地元民」という人が79%を占める。一方、他地域出身の「流入者」は21%となっている。
- 流入元としては、「東北（北関東含）」が最も大きく、ついで「北陸・甲信越」となっている。

Sample

図II-1-2 首都圏居住者の出身地域



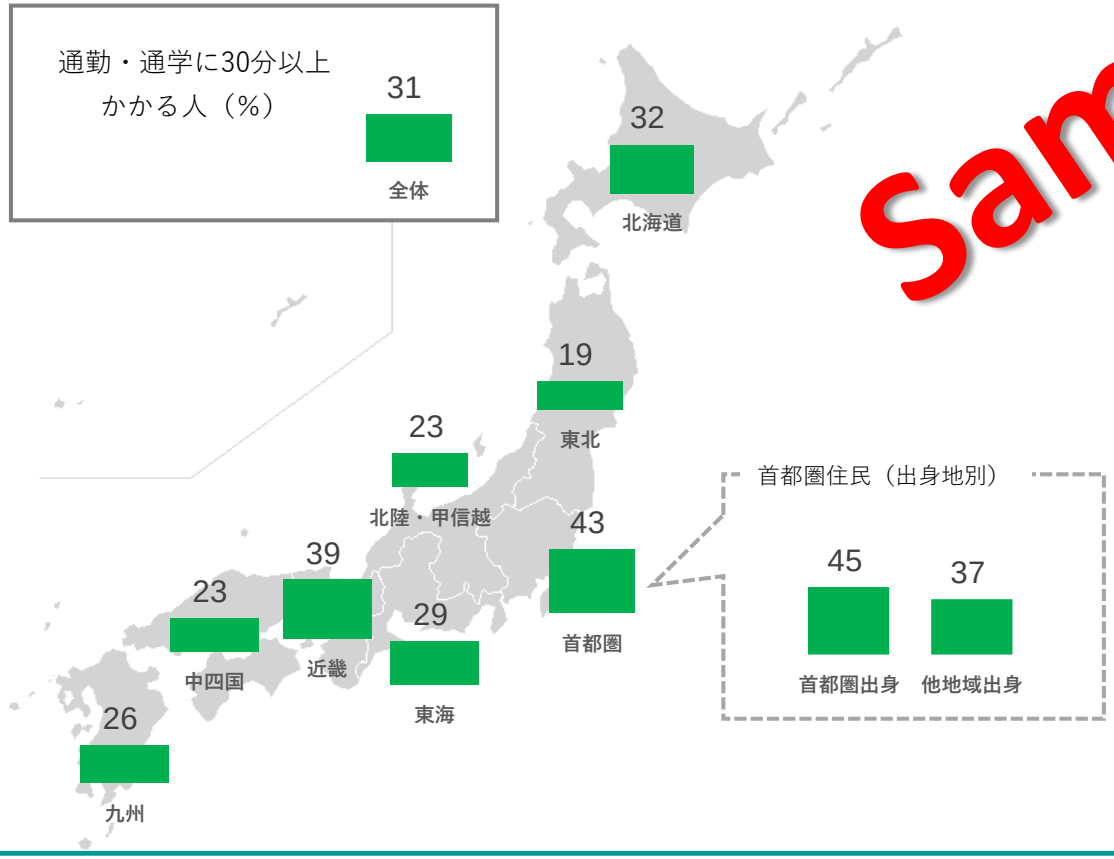
Copyright (C) 2019 JDS Company, Ltd. All Rights Reserved. 無断複製・転載を禁ず

3. 移動・交通

・通勤・通学時間 ～「30分以上」は首都圏で43%、東北では19%

- 通勤・通学に「30分以上かかる」人は、首都圏で43%にのぼり、近畿でも39%。
- 一方、東北では19%、中四国では23%にとどまる。

図II-3-1 通勤・通学時間



Sample

※比率のベース(n)

	調査数(n)
全体	7,397
北海道	500
東北	560
首都圏	1,623
首都圏（首都圏出身）	1,280
首都圏（他地域出身）	334
東海	993
北陸・甲信越	682
近畿	1,100
中四国	820
九州	1,119

Copyright (C) 2019 JDS Company, Ltd. All Rights Reserved. 無断複製・転載を禁ず

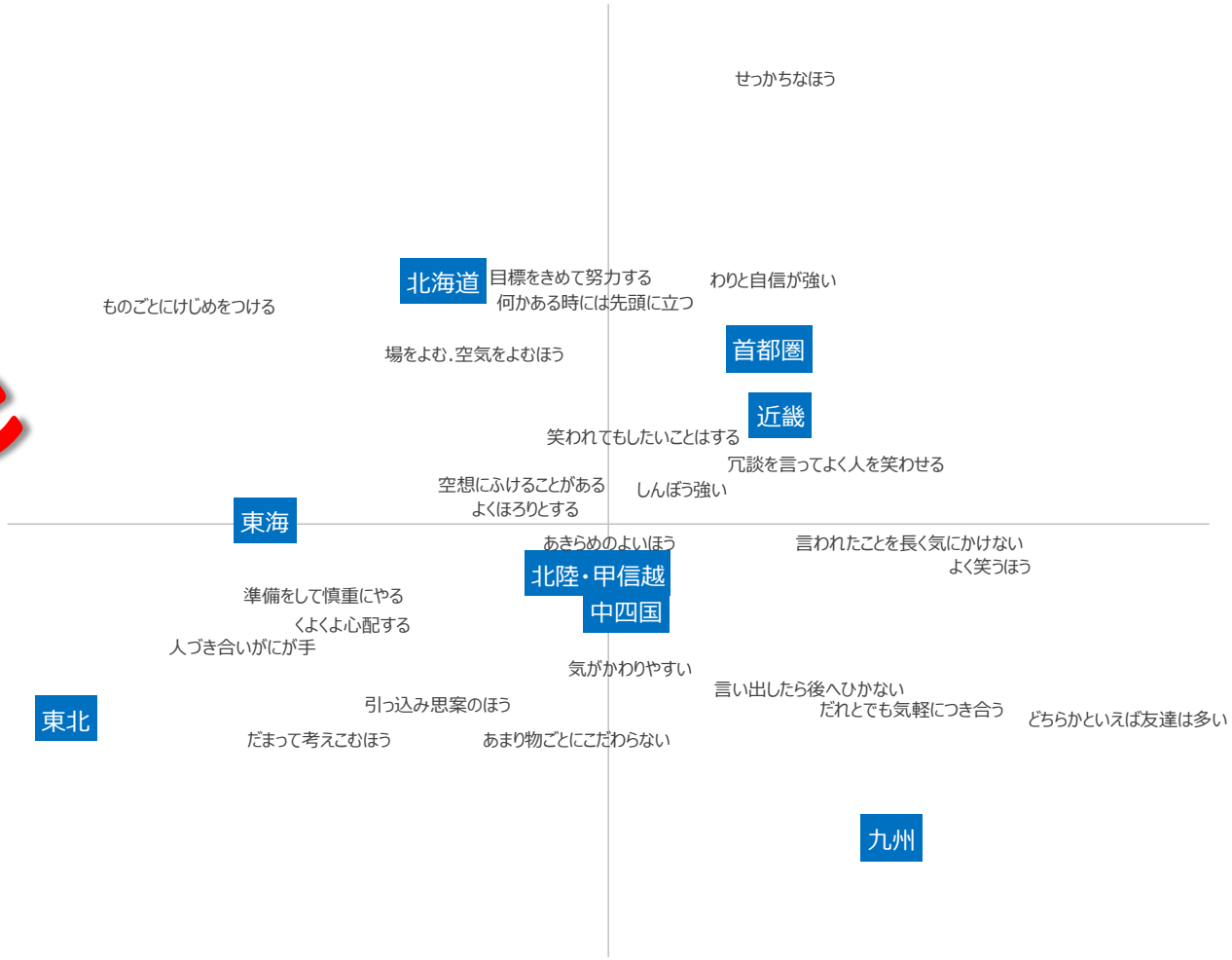
4. 価値観/生活意識・行動/社会意識

・人柄・性格 ～自己評価にみられる地域性

- 右図は、人柄・性格についての自己評価と、居住地域の関係をコレスポンデンス分析により図示したものである。
- 図の上方は、「せっかちなほう」「わりと自信が強い」「目標を決めて努力する」「何かある時には先頭に立つ」といった、行動的、能動的な人柄が位置。北海道、首都圏、近畿がこの傾向となっている。
- 図の右方向には総じて外向的な人柄が位置し、そのうち「どちらかといえば友達は多い」「だれとでも気軽につき合う」は九州、「冗談を言ってよく人を笑わせる」は近畿、首都圏に強い傾向。
- 一方、左方向には「人づき合いが苦手」「だまって考えこむほう」など内向的な人柄が位置、東北ついで東海が対応している。

Sample

図II-4-1 人柄・性格（コレスポンデンス分析）



Copyright (C) 2019 JDS Company, Ltd. All Rights Reserved. 無断複製・転載を禁ず