

日本の市場を捉えるための 新しい視点

ターゲットセグメンテーション 「ニューライフステージ」

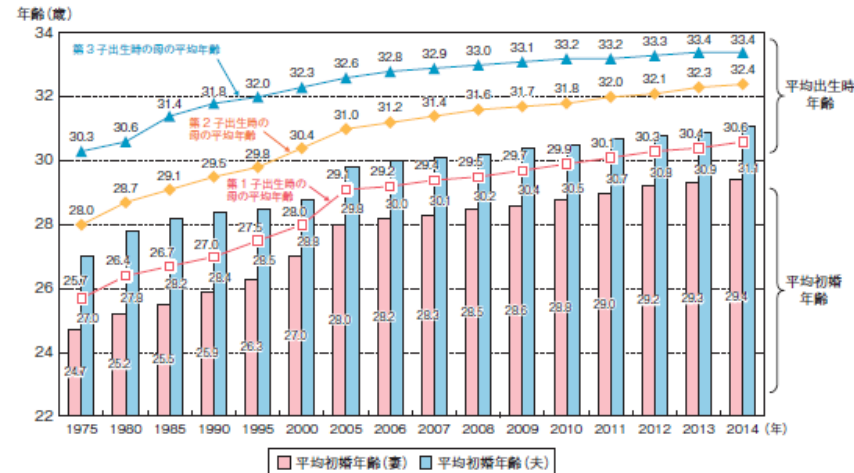
JNNデータバンク最新年度データをベースに
ターゲット別プロフィールを作成

■ニューライフステージ

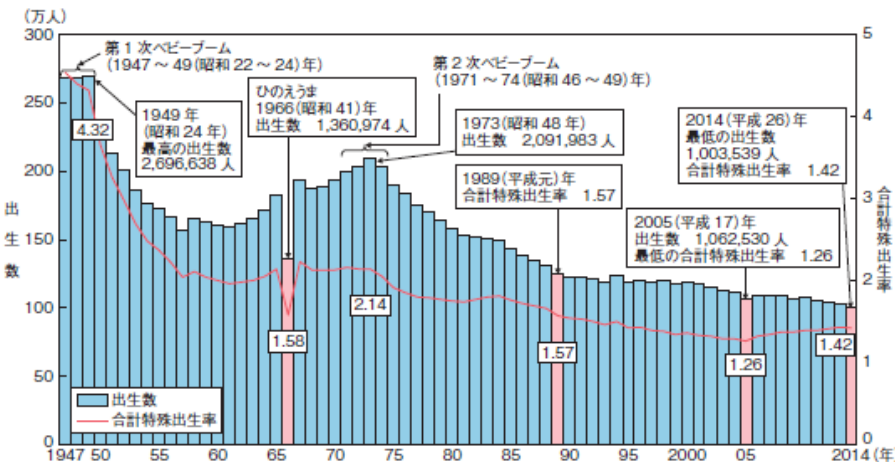
・ニューライフステージについて

- 高齡化、少子化、晩婚化・未婚化など、家族（世帯）の規模・構成は変化してきており、標準的な家族像・ライフステージは崩れつつある。
- この観点から、一般的なライフステージを、世帯の構成や職業の有無なども要素に加えて細分化し、「ニューライフステージ」という分類を作成している。（次ページに分類の詳細を示している）

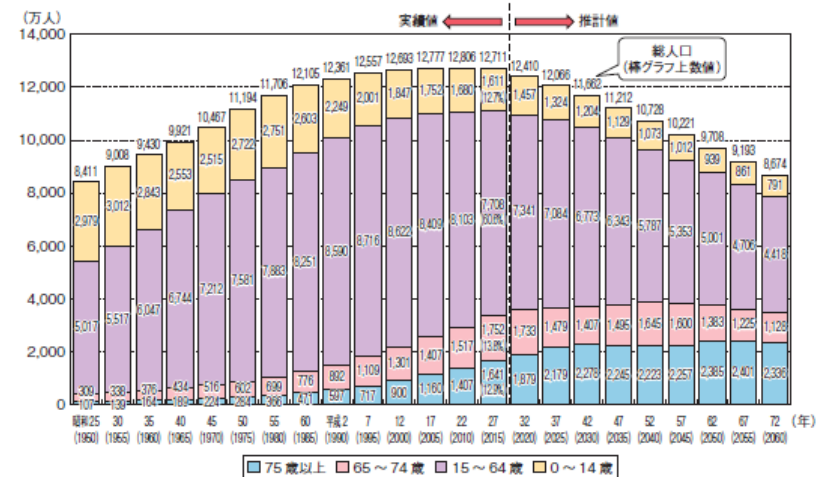
参考図 晩婚化（平均初婚年齢と母親の平均出産時年齢の年次推移）



参考図 少子化(出生数及び合計特殊出生率の年次推移)



参考図 高齡化（人口構造の推移と見通し）



※図表の出典:「平成28年版 少子化社会白書」

■ 「ニューライフステージ」の定義

- 「ニューライフステージ」は、本人年齢、未既婚、世帯の世代構成、子供の有無、同居している子供（末子）の年代、職業によって、下記のように定義することにより、「その他」を含め18カテゴリーに分類した。
- セグメントの並び順は、本人年齢が低いものから高いものに向けて並べている。

図1 ニューライフステージ定義

セグメント	定義	年齢	未既婚	世帯の世代構成	子供の有無	同居している子供(末子)の年代	職業	孫の有無
学生 家族同居		24歳以下	未婚	ひとり暮らし以外			学生	
学生 ひとり暮らし		24歳以下	未婚	ひとり暮らし			学生	
ヤングシングル(無職・家事手伝い) 家族同居		16～39歳	未婚	ひとり暮らし以外			無職・家事手伝い	
ヤング社会人 家族同居		16～39歳	未婚	ひとり暮らし以外			有職	
ヤング社会人 ひとり暮らし		16～39歳	未婚	ひとり暮らし			有職	
ヤングカップル		16～39歳	既婚	夫婦のみ	子供なし			
KIDSファミリー		16～49歳	既婚・離死別	2世代	同居子あり	未就学		
親・本人・子 3世代ファミリー		54歳以下	既婚・離死別	3世代	同居子あり			
ジュニアファミリー		16歳以上	既婚・離死別	2世代	同居子あり	小～高校生		
ミドル&シニア シングル 家族同居		40歳以上	未婚	ひとり暮らし以外				
ミドル ひとり暮らし		40～59歳		ひとり暮らし				
ミドルカップル		40～59歳	既婚	夫婦のみ				
ADULTファミリー		40歳以上	既婚・離死別	2世代	同居子あり	大学以上		
シニアファミリー		50歳以上	既婚・離死別	2世代	同居子なし			
本人・子・孫 3世代ファミリー		55歳以上	既婚・離死別	3世代	同居子あり			同居孫あり
シニア ひとり暮らし		60歳以上		ひとり暮らし				
シニアカップル		60歳以上	既婚	夫婦のみ				
その他		上記にあてはまらないもの						

「ニューライフステージ」17のセグメント

単身 (SL)

ひとり暮らし

学生



ヤング社会人



ミドル



シニア



カップル (CL)

ヤング



ミドル



シニア



親元 (WP)

学生



ヤング社会人



ヤングシングル (無職家事手伝い)



ミドル&シニアシングル



シニアファミリー



核家族 (EF)

KIDSファミリー



ジュニアファミリー



ADULTファミリー



大家族 (BF)

親・本人・子 3世代ファミリー

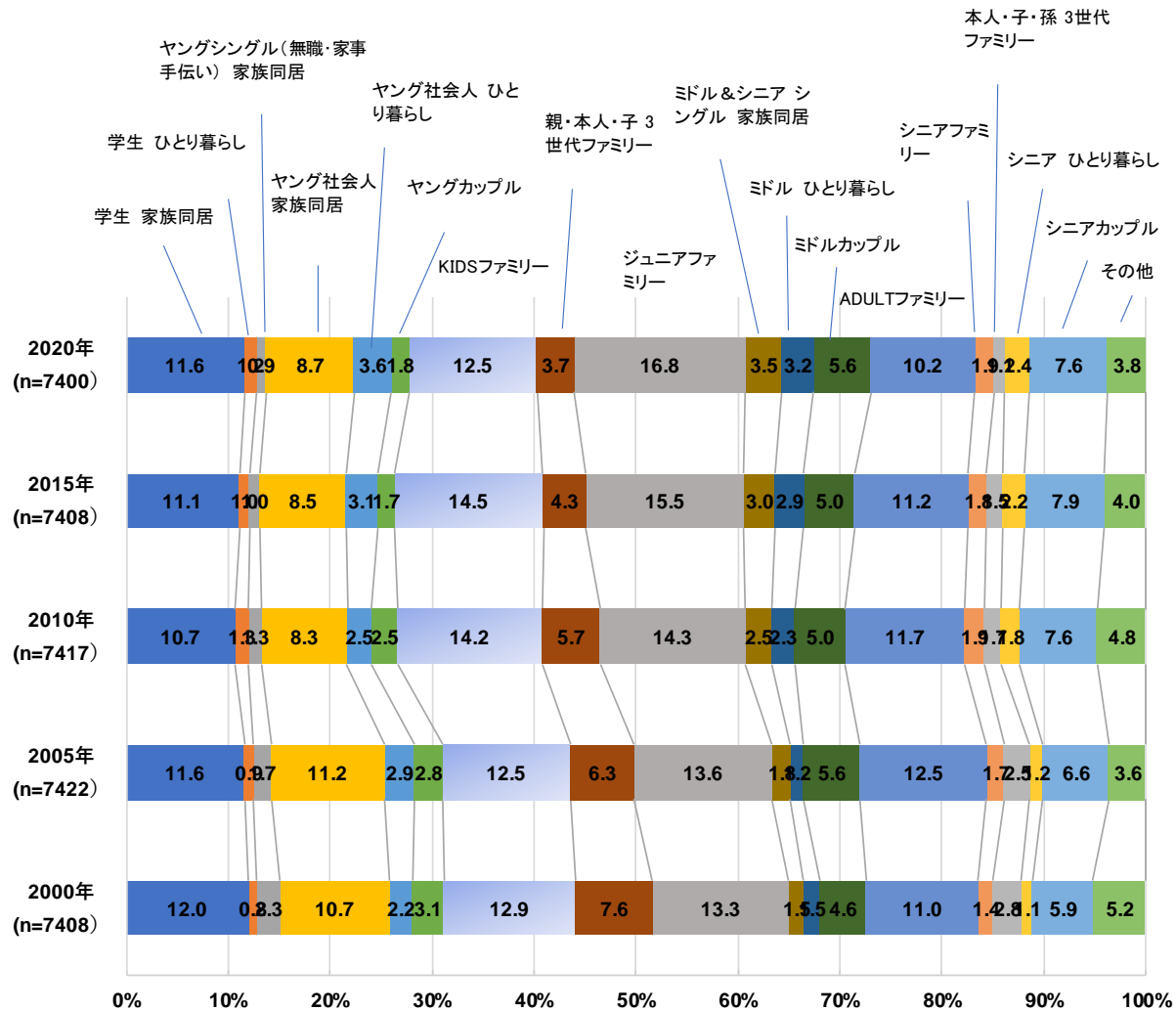


本人・子・孫 3世代ファミリー



* SL: Single Life
CL: Couple Life
WP: With Parents
EF: Elementary Family
BF: Big Family

■ニューライフステージ別の構成比（2000年～2020年 5時点）



□ 当プロファイル使用項目 (2020年11月実査)

メディア	<p>目次</p> <ul style="list-style-type: none"> 利用してみたい先端情報技術や新しいテレビなど (10064) インターネットの使用機器 (10066) 私用でのインターネットの1日あたり使用時間 (10067) インターネット主な使用目的③スマートフォン (10072) インターネットやSNSについての考え方 (10073) SNSの使用状況・A LINE (10074) SNSの使用状況・B Facebook (10075) SNSの使用状況・C Twitter (10076) SNSの使用状況・D Instagram (10077) SNSの使用状況・E TikTok (10078) 	
生活行動・意識	<ul style="list-style-type: none"> 将来の暮らし向き (20002) 生活満足度 (20003) 自分の性格や人柄 (20024) 充実させたいこと (20025) 意見・行動 (20026) 社会全般の関心事 (20013) 恐いと思うもの (20014) 不安を感じている分野 (20015) 家族・家庭にあてはまること (20031) 仕事についての考え方 (20032) 食生活の態度・行動 (20034) 調理・料理に対する意見 (20035) 食べ物、飲み物の好み (20036) 衣生活の態度・行動 (20047) 住生活の態度・欲求 (20048) 日常生活の関心事 (20020) 最近1年間にしたことのある行動 (20058) これからしてみたい行動 (20059) 	
	<ul style="list-style-type: none"> 買物行動・態度 (20075) 日用品・食料品の買物行動 (20076) 日用雑貨・食料品を買う時重視すること (20077) 日用雑貨・化粧品を思わず手に取る時 (20078) 高額商品の買物行動 (20083) 耐久財を買いたくなる時 (20084) こづかいの使い途 (20067) 新製品の受容態度 (20085) 新製品の認知媒体 (20086) 信頼性が高い広告や情報 (20087) C コンビニエンスストア (20097) M インターネットショッピング (楽天など) (20107) 	<p>利用頻度 利用頻度</p>
使用しているサービス商品	<ul style="list-style-type: none"> この1年間に使った薬・化粧品類 (30080) 個人で持っている商品 (30081) 最近1年間に利用した商品やサービス (30082) 今後利用してみたいサービス (30083) この1年間に購入したもの (40137) この1年間に購入したいもの (40138) ふだん使っているもの (40139) 	
属性	<ul style="list-style-type: none"> 職業 (50010) 最終学歴 (50016) 月平均こづかい額 (50024) Japan-VALS (イノベーション尺度) (50061) 	

「ニューライフステージ」 全17ターゲットの プロフィールデータ (PDF) を差し上げます。

下記、お問い合わせフォームよりお申込みください。

<https://www.jds.company/inquiry/>

追って、ダウンロード用のURLならびに
パスワードをお知らせします。

当該データの詳細EXCELも用意しております。

各項目TOP3を抽出 <サンプル数 n=855 全体 n=7400>

※カッコ内は全体平均 網掛け数値は全体の数値を5ポイント以上回るもの

学生 家族同居 プロファイル



年齢： 24歳以下
 未既婚： 未婚
 世帯の世代構成： ひとり暮らし以外
 子どもの有無：
 同居している子供
 (未子)の年代：
 孫の有無：
 職業： 学生
 セグメントの構成比(%)： 1.2

最終学歴

1 在学中	100.0%	(12.9)
2 高校卒	0.0%	(32.0)
3 4年制大学卒	0.0%	(25.9)

月平均こづかい額

1 こづかいなし	27.8%	(21.6)
2 3千円未満	20.5%	(4.3)
3 5千～9千円台	16.0%	(4)

自分の性格や人柄

1 だれとでも気軽につき合うほう	56.0%	(0)
2 場をよむ・空気をよむほう	41.1%	(39.2)
3 よく笑うほう	41.7%	(29.2)

家族・家庭にあてはまること

1 週に3日以上は家族そとをたむ	54.4%	(52.9)
2 母親と子供との会話	44.9%	(38.3)
3 子供の進学・就職について親子で話がある	35.2%	(22.7)

一般的な心事

1 感染症(新型コロナウイルスなど)	55.0%	(61.6)
2 犯罪被害者	31.6%	(42.2)
3 社会的弱者の働き	24.9%	(13.4)

不安に思っている分野

1 社会関係・人間関係(つきあい)	34.6%	(27.6)
2 理由のない、ばかんとした不安	26.2%	(16.9)
3 健康	16.1%	(44.8)

最近3ヶ月間にした行動

1 スマートフォン・携帯電話でゲーム	53.9%	(37.0)
2 映画鑑賞	39.6%	(25.4)
3 テレビゲーム・パソコンゲーム	34.0%	(20.6)

充実させたいこと

1 趣味やレジャー	38.7%	(42.2)
2 自分の能力の開発・勉強	38.7%	(23.6)
3 自由な時間や行動の自由	37.4%	(31.9)

インターネットの使用機器

1 スマートフォン	93.6%	(95.5)
2 自宅のパソコン(タブレット以外)	48.9%	(53.8)
3 自宅のタブレット端末	36.2%	(33.2)

SNSの利用

LINE	91.5%	(86.5)
Facebook	7.9%	(16.4)
Twitter	53.8%	(27.3)
Instagram	59.6%	(31.9)
TikTok	40.1%	(10.1)

職業

1 高校生	33.1%	(3.8)
2 大学生	31.9%	(4.7)
3 中学生	27.4%	(3.2)

こづかいの使い途

1 (飲食)友人・知人・同僚・部下などの飲食	60.4%	(53.1)
2 (ファッション)衣類	38.2%	(51.1)
3 (飲食)菓子・スナック	37.7%	(25.7)

日常周辺の関心事

1 学問・勉強	58.8%	(15.2)
2 友人とのつきあい	33.3%	(10.3)
3 ファッション・美容	26.1%	(11.8)

仕事についての考え方

1 仕事は生活の手段であり、生活の一部である	41.1%	(69.1)
2 定職にはついたらほうがよいと思う	38.8%	(45.2)
3 仕事のために家庭生活を犠牲にしたいくない	32.3%	(51.9)

生活態度・生活行動・生活欲求

1 男でも家事や買物を手伝ったほうがよいと思う	63.6%	(77.2)
2 のんびりとマイペースの生き方がしたいほう	60.6%	(64.7)
3 音楽をききながら仕事・家事・勉強などをすることが多い	58.7%	(42.5)

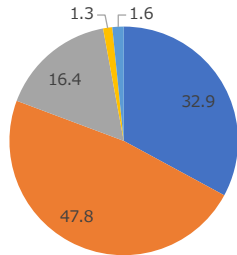
恐いと思うもの

1 地震	61.6%	(69.5)
2 感染症(新型コロナウイルス、SARSなど)	60.2%	(64.1)
3 ガン	58.6%	(66.5)

これからしてみたい行動

1 海外旅行	53.6%	(47.4)
2 1泊以上の旅行	46.4%	(54.4)
3 テーマパークに行く	37.1%	(26.9)

生活満足度(%)



■今の生活に非常に満足している
 ■今の生活ができればまあまあだ
 ■今の生活ではまだまだ不満だ
 ■今の生活ではとてもやりきれない
 ■無回答

将来の暮らし向き

1 変わらないと思う	58.1%	(48.8)
2 少しは良くなると思う	15.8%	(17.2)
3 非常に良くなると思う	12.2%	(6.0)

意見・行動

1 毎日毎日楽しく、健康で平凡な暮らしがしたい	69.0%	(74.1)
2 自分だけの時間を誰にも邪魔されたくない	42.9%	(38.0)
3 ユーモアや遊びのない人生は退屈だと思う	39.3%	(39.2)

インターネットやSNSについての考え方

1 インターネットを使うことは大切な生活の一部になっている	61.3%	(57.7)
2 インターネットを使うのが好きだ	55.9%	(36.3)
3 今の世の中はインターネットを使わないと不利になることが多い	50.3%	(44.2)

インターネット主な使用目的③スマートフォン

1 無料通話アプリ(LINE、カカオトークなど)	75.2%	(70.5)
2 ゲーム	64.2%	(43.5)
3 動画投稿サイト(YouTubeなど)を見る	62.2%	(46.5)

学生 家族同居 プロファイル

食生活の態度・行動

1 ごはん（白米・玄米など）が好きなほう	70.6%	(75.4)
2 朝食はほぼ毎日食べるほう	66.0%	(67.0)
3 家庭では家族が同じメニューを食べるほう	63.6%	(66.7)

調理・料理に対する意見

1 お取り寄せ食材は利用しないほう	46.8%	(61.0)
2 ハンバーガーなどファストフードの持ちかえりをわりあい利用する	43.3%	(29.6)
3 ふだん、自宅で作った飲料を水筒などに入れて外出するほう	38.4%	(38.7)

食べ物、飲み物の好み

1 甘いものが好きなほう	65.0%	(58.1)
2 辛いものが好きなほう	34.2%	(37.7)
3 塩味の濃いものが好きなほう	30.3%	(28.9)

衣生活の態度・行動

1 服や靴は、ブランドものを身につけることはあまりないほう	51.9%	(59.3)
2 着る服は、時と場所を考えて着るほう	51.1%	(61.3)
3 新しい流行にはあまりとらわれないほう	49.9%	(62.2)

住生活の態度・欲求

1 現在の住まいに満足している	70.5%	(63.6)
2 住まいは、やはり一戸建てがよい	59.5%	(62.0)
3 庭がせまくても、ある程度の広さの家がほしい	45.3%	(45.8)

買物行動・態度

1 古くなったものは、使えるうちはがまんして使う	44.8%	(56.0)
2 その時々で気分が買えることが多いほう	44.2%	(46.3)
3 買物をするときは現金で支払をすることが多い	42.5%	(32.7)

日用品・食料品の買物行動

1 買い物時にクーポンがあれば使うほう	30.3%	(45.2)
2 日用品・食料品などは、何を買うかを決めてから買物に行くほう	28.3%	(44.0)
3 スーパーや駅売店などで、セルフレジを使うことがある	26.9%	(38.5)

日用雑貨・食料品を買う時重視すること

1 品質（性能・機能）のよさ	52.2%	(63.5)
2 使いやすさ	44.2%	(53.6)
3 価格の手ごろさ	42.1%	(57.9)

日用雑貨・化粧品を思わず手取る時

1 テレビCMでみた商品があった時	48.8%	(51.7)
2 友人・知人からきいて知っている商品があった時	35.3%	(30.3)
3 インターネットやSNSで話題になっている商品を見つけた時	25.4%	(15.1)



コンビニエンスストア利用頻度

1 1週間に2日程度	21.2%	(19.3)
2 1週間に3～4日程度	17.8%	(16.5)
3 1週間に1日程度	17.5%	(14.8)

ふだん使っているもの

1 キッチンペーパー	72.6%	(78.8)
2 液体ハンドソープ	70.6%	(74.6)
3 綿棒	66.5%	(72.0)

この1年間に使った薬・化粧品類

1 リップクリーム	41.7%	(41.7)
2 ボディソープ	37.1%	(45.9)
3 ハンドクリーム	33.3%	(40.0)

この1年間に購入したもの

1 スマートフォン（iPhone・Xperiaなど）	14.3%	(20.5)
2 別売ヘッドホン（イヤホン）	14.7%	(9.9)
3 ノートパソコン（A4サイズ以上）	12.2%	(8.1)

最近1年間に利用したサービス

1 この中ではない	34.6%	(18.2)
2 カラオケボックス	28.0%	(13.0)
3 宅配サービス	17.3%	(22.7)

この1年間に調べた商品

1 インターネットで商品の情報を調べるほう	51.7%	(59.0)
2 高額商品は店頭で確かめてから買いたい	40.0%	(58.7)
3 価格が安くても、あまり関心はもたないほう	38.1%	(48.6)

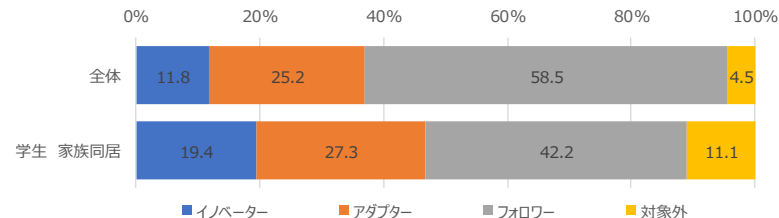
利用してみたい先端情報技術や新しいテレビなど

1 5G	46.4%	(35.0)
2 QRコード決済（PayPay、LINE payなど）	19.6%	(14.4)
3 定額制映像配信サービス（Amazonプライムビデオなど）	12.0%	(8.2)

新製品の受容態度

1 新製品を買ってみることはない	41.3%	(36.3)
2 新製品は多くの人が使っているのをみてから買うほう	37.9%	(44.4)
3 新製品は比較的早い時期に買ってみるほう	9.6%	(12.4)

イノベーション尺度



インターネットショッピング（楽天など）利用頻度

1 利用しない	38.1%	(28.5)
2 1ヶ月に1回程度	26.8%	(27.6)
3 1年間に数回以下	21.8%	(25.0)

個人で持っている商品

1 自分専用の部屋	63.3%	(43.7)
2 iPhone（アイフォン）	57.8%	(41.9)
3 ベッド	57.3%	(48.7)



この1年間に購入したいもの

1 スマートフォン（iPhone・Xperiaなど）	16.1%	(10.7)
2 冷蔵庫	7.6%	(8.7)
3 ノートパソコン（A4サイズ以上）	7.4%	(6.8)

今後利用してみたいサービス

1 オンラインショップ	30.9%	(24.8)
2 会員制スポーツクラブ	10.1%	(8.3)
3 民泊	8.1%	(6.2)

耐久財を買いたくる時

1 テレビCMでよくみて、知っている商品があった時	43.7%	(43.4)
2 インターネットやSNSで話題になっている商品を見つけた時	25.0%	(19.1)
3 色やデザインが特に気に入った商品を見つけた時	23.2%	(28.2)

新製品の認知媒体

1 テレビ	58.1%	(67.8)
2 クチコミ（友人・家族等の話）	31.2%	(27.2)
3 Twitter（ツイッター）	29.1%	(11.5)

信頼性が高い広告や情報

1 テレビCM	54.5%	(55.4)
2 実物を見て	29.7%	(42.4)
3 家族や友人の話	21.9%	(23.6)