# 調查研究論文

# 生活者の視点から分類した生活領域とその特徴1

- 生活者が現状の暮らしで満足している生活領域はどこか
- 生活者が今後充実させたいと思っている生活領域はどこか

# 郵政総合研究所プロジェクト研究部 岩本 陽介

# 要約

本稿では、生活者の現状および将来の生活意識を把握するとともに、それらを対比させることにより、今後、生活者のニーズが高まっていくと予想される生活領域を明らかにすることを目的に分析および考察を行った。

- 1 現状の暮らしに対する生活意識
  - ・現状の充実度が高い項目は、「趣味・娯楽」、「食生活」、「家族団らん」、「交際」であり、時間、お金を費やしている傾向が高い結果となっている。これらの項目は、時間とお金を費やしていることにより充実度が高くなっている項目と考えられる。
  - ・一方、現状の不満度が高い項目は、「防犯」、「貯蓄・財テク」、「介護・看護」であり、時間、お金とも費やす傾向は低い結果となっている。これらの項目は、時間とお金を十分に費やせていないことにより不満度が高くなっていると考えられる。
- 2 将来の暮らしに対する生活意識
  - ・将来の充実意向度が高い項目は、「趣味・娯楽」、「貯蓄・財テク」、「健康・スポーツ」、「住生活」、「家族団らん」、「食生活」、「交際」であり、時間、お金とも費やしたい傾向が高い結果となっている。これらの項目は、充実意向度が高いため、時間とお金を十分に費やしたいと考えている項目であると考えられる。
  - ・一方、将来の充実意向度が低い項目は、「防犯」、「地域活動」、「家事」、「介護・看護」、「日常品の購入」といった項目であり、時間、お金を費やしたい傾向は低い結果となっている。これらの項目は、充実意向度が低いため時間、お金を費やす必要がない、あるいは費やしたくないと考えている項目であると考えられる。
- 3 現状と将来の生活意識の相違から分類した生活領域
  - ・現状においても将来においても継続して充実させていきたいと考えている項目は、「趣味・ 娯楽」、「食生活」、「家族団らん」、「交際」。 維持向上領域
  - ・現状の充実度は高くないが、将来的には取り組んでいきたいと考えている項目は、「貯蓄・ 財テク」、「健康・スポーツ」、「住生活」。 活性化領域
  - ・現状に漠然とした不満は抱えているものの、具体的に行動するまでの緊急性がないと考えている項目は、「防犯」、「介護・看護」。 漠然不満領域

<sup>1</sup> 本研究内容及び意見は、執筆者個人に属し、郵政総合研究所の公式見解を示すものではありません。

# 1 はじめに

企業が事業戦略やマーケティング戦略を検討する際には、まず、市場における企業の位置づけをしっかりと認識しておく必要がある。その位置づけとは、「企業というものは、市場に商品・サービスを提供し、それを顧客に購入してもらうことによってはじめて存在することができる」ということである。

このように考えれば、企業のあらゆる活動が消費者である顧客のニーズを起点にして行われなければならないということが理解できるが、現代の社会においては、社会構造の変化や生活者の価値観、指向性の多様化などにより、そのニーズを把握することが困難な時代となってきている。

そこで、本稿では、個別具体的なニーズの上位概念である生活者の現状および将来の生活意識を 把握するとともに、それらを対比させることにより、今後、生活者のニーズが高まっていくと予想される 生活領域を明らかにすることを目的に分析および考察を行う。

# 2 調査の概要と留意点

# (1) 調査対象

マイボイスコム(株) ネットモニター全国約16万人を母集団とし、18歳以上の男女、1,000 サンプルを調査対象とした。なお、サンプリング計画においては、都市規模別、性別、年代別の3つの属性で等分サンプル割付を行った。(サンプリング計画数および回収数の詳細は別添参考資料を参照)

# (2) 調査方法

マイボイスコム(株)のネットモニターに対するインターネット調査

# (3) 調査期間

平成17年11月2日~6日

# (4) 調査項目と評価軸

17の生活項目に対して、現状においてどの程度「時間」と「お金」を費やしているのかを、また、将来<sup>2</sup>においてどの程度費やしたいのかを、それぞれ4段階評価尺度で調査(「時間」と「お金」の消費意識に関する質問)した。また、併せて、各生活項目の中から、現状において特に満足している生活項目、特に不便・不安を感じている生活項目、将来において特に充実させたい生活項目をそれぞれ3つずつ選択する質問(生活充実(意向)度に関する質問)を設定した。各生活項目と選択肢は図表1のとおり。

図表1 生活項目と評価尺度

生活項目	評価軸	【現状】 選択肢	【将来】 選択肢
食生活 ファッション・美容 住生活、 家事 防犯・セキュリ ティー 日常品の購入 耐久 財の購入 貯蓄・財テク スキ	時間 金の消費	<ul><li>1.十分費やしている</li><li>2.まあ費やしている</li><li>3.あまり費やしていない</li><li>4.費やしていない</li></ul>	<ul><li>1.十分費やしたい</li><li>2.まあ費やしたい</li><li>3.あまり費やしたくない</li><li>4.費やしたくない</li></ul>
ルアップ 育児·教育 健康·スポーツ 趣味·娯楽 介護·看護 家族団欒 交際·人付き合い 自己啓発·学習 地域活動	充実 (急向)度	・特に満足している生活項目、上位3つを選択 ・特に不便、不安を感じている生活項目、上位3つ を選択	・特に充実させたいと思う 生活項目、上位3つを選 択

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> 本調査においては、将来を「3~5年後の近い将来」と設定し調査を実施している。

# (5) 調査における留意点

一般的に、生活意識はその時々の状況によって異なると考えられるため、ライフスタイル特性や心理特性、地理特性などの属性別の分析を行い、それらごとに特徴を把握する必要がある。しかしながら、今回の調査は、対象者数が小規模(1,000 サンプル)という制約があるため、属性間の比較分析は行わず、調査対象者全体をひとつの分析単位とし、「生活者全般」の生活意識を明らかにすることを目的に分析を行っている。

-

 $<sup>^3</sup>$  生活者全般の分析において重視されていない生活項目と判断された場合であっても、性別や年代別等で分析単位を集約すれば、ある属性によっては重視されている生活項目と判断される可能性がある。(例えば、「育児・教育」であれば、生活者全般では重視されていないが、女性 30 ~ 40 歳代だけで分析すれば、関心は決して低くない項目となるであろう。)

# 3 分析結果

# (1) 現状の暮らしに対する生活意識

### ア 現状における生活充実度

本調査では、17生活項目のなかから、満足している生活および不便・不安を感じている生活について、それぞれ上位3つを選択する質問構成となっている。そこで、現状の各生活項目に対してどれだけ充実しているかを確認する指標として、「特に満足している」項目として選択した割合から「特に不便・不安を感じている」項目として選択した割合を差し引いた値を「現状充実度指数」として設定し、これを用いて各生活項目の充実度合の高低を確認する。

現状充実度指数が高い項目<sup>4</sup>としては、遊びに関連する「趣味・娯楽(32.9)」、「交際(9.8)」、家庭生活に関連する「食生活(23.1)」、「家族団らん(17.6)」、消費に関連する「日常品の購入(7.5)」といったものがあげられる。

一方、現状充実度指数がマイナスの項目としては、「防犯(-28.2)」、「貯蓄・財テク(-17.7)」、「介護・看護(-14.0)」といった家庭生活に関連する項目があげられる。(図表2)



図表2 現状における生活充実度

# イ 現状の生活項目に対する時間とお金の消費意識

次に、各生活項目に対して現状の時間とお金の消費意識を確認する。

各生活項目に対する時間とお金の消費意識について、「十分費やしている」、「まあ費やしている」、「あまり費やしていない」、「費やしていない」の4段階評価を行っている。そこで「費やしている = 4点」~「費やしていない = 1点」として生活項目毎に平均点を算出し、時間、お金の消費意識の高低を比較する。なお、1~4点の平均値である2.5点を中心値として、消費意識の高低を判断する。

現状の時間とお金の消費意識としては、「趣味・娯楽」、「食生活」が時間、お金とも消費意識が高くなっているが、それ以外の生活項目は中心点の2.5点未満の値となっている。(図表3)

<sup>4 「</sup>現状充実度指数が高い項目」とは、プラスの現状充実度指数の平均値(6.3 ポイント)を基準として、それを 上回る生活項目を抽出している。

図表3 各生活項目の時間・お金消費意識に関する平均点(現状)

	趣味·娯楽	食生活	家族団欒	交際	日常品	住生活
現状時間	2.74	2.69	2.53	2.32	2.44	2.24
現状お金	2.67	2.74	2.19	2.21	2.46	2.24
	THA PH	ᄼᄀᅘᅏ	<b>カル か</b> な	1ル1+>ブチb	中市	<b>=</b> × - × -
	耐久財	自己啓発	育児·教育	地域活動	家事	ファッション
現状時間	2.15	1.96	1.64	1.49	2.21	2.01
現状お金	2.26	1.85	1.69	1.39	2.01	2.15
	健康・スポーツ	スキルアップ	介護·看護	貯蓄・財テク	防犯	参考:平均值
現状時間	2.09	1.85	1.26	2.01	1.60	2.07
現状お金	1.97	1.71	1.24	2.02	1.60	2.02

\*黄色の網掛け=中心値(2.5)以上の箇所

#### ウ 現状における生活充実度と時間・お金の消費意識の関係

前記3.(1)アの現状充実度指数と(1)イの現状のお金と時間の消費意識を比較すると、現状充実度指数が高い値となっている「趣味・娯楽(32.9)」、「食生活(23.1)」は時間、お金とも費やしている結果となっている。また、中心値よりは低いものの、「家族団らん(17.6)」、「交際(9.8)」、「日常品の購入(7.5)」についても他の項目と比較すると、時間とお金の消費意識は高い傾向となっている。これらの項目は、時間とお金を十分に費やしていることにより充実度が高くなっている項目(現状充実項目)と考えられる。

一方、現状充実度指数がマイナスとなっている「防犯(-28.2)」、「貯蓄・財テク(-17.7)」、「介護・看護(-14.0)」は時間、お金とも費やしていない結果となっているが、これは、時間とお金を十分に費やせていないことにより充実度が大き〈マイナスになっていると考えられる(現状不満項目)。また、現状充実度指数がゼロに近い生活項目(「家事」、「スキルアップ」等)は、時間、お金とも費やしていない結果となっている。これは、これらの項目に対する満足、不便・不安の選択割合が低いことからも分かるように、生活者全般において相対的に優先順位が低い項目(現状低関心項目)であると考えることができる。このため、時間とお金の消費意識についても低い結果となっていると考えられる。(図表 4)

3.1 該当する生活項目 分 類 現状充実項目 趣味・娯楽、食生活、家族団らん、交際、日常品の購入 食生活23.1 2.9 現状不満項目 防犯、貯蓄・財テク、介護・看護 健康・スポーツ、耐久財の購入、自己啓発、ファッション、育児・教育、家事、スキルアップ、地域活動 2.7 現状低関心項目 趣味·娯楽32.9 日常品7.5 2.5 耐久財3.5 住生活3.8 2.3 ファッション0.4 家族団欒17.6 交際9.8 2.1 貯蓄・財テク-17.7 家事0.6 健康・スポーツ0.2 1.9 自己啓発3.4 育児·教育 2.0 防犯-28.2 1.7 スキルアップ-0.8 1.5 グラフ上の円の大きさ及び評点は現状充実度指数に対応 介護・看護-14.0 地域活動1.6 負の値の円の大きさは二色反転で表示 1.3 1.1 1.3 15 1.7 19 21 23 2.5 27 29 3.1 1.1

図表4 現状の時間×お金消費意識平均点と現状充実度指数

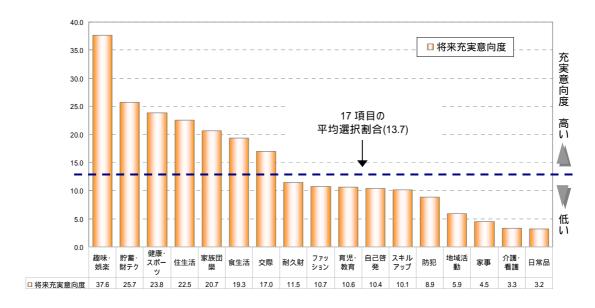
# (2) 将来の暮らしに対する生活意識

#### ア 将来における充実意向度

現状の充実度合と同様に、将来における17生活項目のなかから、今後充実させたいと感じている生活、上位3つを選択する質問構成となっている。ここでは、将来充実させたい項目として選択された割合(以下、将来充実意向度)の高低を確認する5。

将来充実意向度が高い項目としては、遊びに関連する「趣味・娯楽(37.6)」、「交際 (17.0)」、家庭生活に関連する「貯蓄・財テク (25.7)」、「住生活(22.5)」、「家族団らん (20.7)」、「食生活 (19.3)」、健康に関連する「健康・スポーツ(23.8)」、といったものがあげられる。

一方、将来充実意向度が特に低い項目としては、家庭生活に関連する「防犯(8.9)」、「地域活動 (5.9)」、「家事(4.5)」、「介護・看護(3.3)」、消費に関連する「日常品(3.2)」といった項目があげられる。(図表5)



図表5 将来における生活充実意向度

#### イ 将来の生活項目に対する時間とお金の消費意識

次に、各生活項目に対して将来の時間とお金の消費意識を確認する。

現状の生活項目に対する時間とお金の消費意識同様、各生活項目に対する時間とお金の消費意識に関して平均点を算出し、将来における時間、お金の消費意識の高低を比較する。なお、現在の消費意識同様、1~4点の平均値である2.5点を中心値として、将来の消費意識の高低を判断する。

将来の時間とお金の消費意識としては、「趣味・娯楽」、「貯蓄・財テク」、「健康・スポーツ」、「住生活」、「家族団らん」、「食生活」、「交際」が時間、お金とも消費意識が高い結果となっている。このうち、「貯蓄・財テク」、「健康・スポーツ」、「住生活」、「家族団らん」、「交際」は現状の消費意識と比較すると、今後は時間、お金とも費やしたいと考えている項目と想定することができる。

一方、「育児·教育」、「スキルアップ」、「防犯」、「地域活動」、「家事」、「介護·看護」、「日常品の購入」は、時間、お金とも消費意識が低い結果となっている。(図表6)

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> 各項目の将来充実意向度の平均値(13.7 ポイント)を基準として、それを上回る生活項目を「将来充実意向度が高い項目」、下回る生活項目を「将来充実度が低い項目」として抽出している。

図表6 各生活項目の時間・お金消費意識に関する平均点(将来)

	趣味·娯楽	貯蓄・財テク	健康・スポーツ	住生活	家族団欒	食生活		
将来時間	3.24	2.74	2.86	2.72	3.07	2.94		
将来お金	3.10	2.85	2.63	2.70	2.80	2.91		
	交際	耐久財	ファッション	育児·教育	自己啓発	スキルアップ		
将来時間	2.83	2.47	2.49	2.04	2.54	2.42		
将来お金	2.62	2.59	2.52	2.01	2.34	2.28		
	防犯	地域活動	家事	介護·看護	日常品	参考:平均值		
将来時間	2.42	2.13	2.30	1.76	2.44	2.55		
将来お金	2.49	1.88	2.28	1.78	2.48	2.49		

\*黄色の網掛け=中心値(2.5)以上の箇所

# ウ 将来における生活充実度と時間・お金の消費意識の関係

前記3.(2)アの将来充実意向度と(2)イの将来のお金と時間の消費意識を比較すると、将来充実意向度が高い値となっている「趣味・娯楽(37.6)」、「貯蓄・財テク (25.7)」、「健康・スポーツ (23.8)」、「住生活(22.5)」、「家族団らん (20.7)」、「食生活 (19.3)」、「交際 (17.0)」は時間、お金とも費やしたい傾向が強い結果となっているが、これは、充実意向度が高いため、時間とお金を十分に費やしたいと考えている項目(将来充実意向項目)と考えられる。一方、将来充実意向度が特に低い「防犯(8.9)」、「地域活動 (5.9)」、「家事(4.5)」、「介護・看護(3.3)」、「日常品の購入 (3.2)」といった項目は、時間、お金を費やす傾向は弱い結果となっている。これは、充実意向度が低いため時間、お金を費やす必要がない、あるいは費やした〈ないと考えている項目(将来低関 心項目)と考えられる。(図表7)

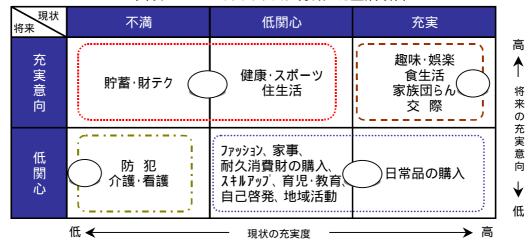
3.5 分 類 該当する生活項目 趣味・娯楽、貯蓄・財テク、健康・スポーツ、住生活、家族団ら 3.3 将来充実意向項目 ん、食生活、交際 ファッション、家事、防犯、日常品の購入、耐久消費財の購入、 将来低型心項目 3.1 食生活19.3 スキルアップ、育児・教育、介護・看護、自己啓発、地域活動 趣味・娯楽37.6 貯蓄・財テク25.7 29 家族団欒20.7 27 住生活22.5 耐久財11.5 健康 スポーツ23.8 25 防犯8.9 日常品3.2 2.3 自己啓発10.4 スキルアップ10.1 2.1 育児 教育10.6 1.9 グラフ上の円の大きさ及び評点は 地域活動5.9 将来充実意向度に対応 介護 看護3.3 1.7 1.5 1.5 1.7 1.9 2.1 2.3 2.7 2.9 3.1 3.3 3.5

図表7 将来の時間×お金消費意識平均点と将来充実意向度

# 4 分析結果に対する考察 ~ 生活意識の相違から分類した生活領域 ~

前記3(1)で、現状の生活において、充実している項目(「趣味・娯楽」、「食生活」等)、不満を感じている項目(「防犯」、「貯蓄・財テク」等)、関心の低い項目(「地域活動」、「家事」等)を抽出した。次に、前記3(2)で将来の生活において、充実させたいと考えている項目(「趣味・娯楽」、「貯蓄・財テク」等)と将来の生活において関心の低い項目(「地域活動」、「家事」等)を抽出した。

本章では、現状と将来の生活意識の比較を通じて、生活項目を整理、分類し、その特徴を考察する。整理の枠組みとしては、現状の生活意識における3分類(充実項目、低関心項目、不満項目)と将来生活意識における2分類(充実意向項目、低関心項目)を掛け合わせ、それぞれの領域毎に生活項目を当てはめ、その特徴を検討する。各生活項目を領域毎に取りまとめた結果は、以下の図表8の通りである。



図表8 3×2マトリックスに分類した生活項目

# 第 象限 維持向上領域

の領域に分類される項目は、現状においても将来においても継続して充実させていきたいと 考えている生活項目といえる。 つまり、 現状レベルを保っていきたいと考えている項目群である。

# 第 象限 活性化領域

の領域に分類される項目は、現状の充実度は高くないが、将来的には現状の課題を解決したいと感じている生活項目であるといえる。現状の生活レベルが向上すれば、取り組む可能性が高い項目群である。

# 第 象限 漠然不満領域

の領域に分類される項目は、現状に漠然とした不満は抱えているものの、具体的に行動するまでの緊急性がないと考えている項目群であるといえる。

# 第 象限 低関心領域

に分類される項目は、将来の生活において関心が低い項目であることから、生活全般において相対的に優先順位が低い項目群であるといえる。

以上のように、本稿では、現状の生活意識と将来の生活意識を整理するとともに、それらを対比させることにより、生活者がどのような領域・生活項目に重点をおいて生活を送っているのかということを明らかにすることを目的に進めてきた。

分析結果からは、4つの領域(維持向上・活性化・漠然不満・低関心)とそれらに対応する生活項目を抽出したが、生活意識の変化をビジネスチャンスとして捉えるならば、現在は充実していないが将来は充実させたいと考えている活性化領域(貯蓄・財テク、健康・スポーツ、住生活)が今後の有望なビジネス領域であると考えることができるであろう。

# 5 今後の課題と研究方針

今回の分析では、生活者の現状と将来の生活意識およびそれらの相違を把握することにより、今後、生活者のニーズが高まっていくと予想される生活項目を分類し、結果、有望ビジネス領域として活

性化領域の抽出を行った。

ただし、今回の調査では、対象者数が 1,000 サンプルと小規模であったため、属性別の比較分析は行っていない。一般的に、生活意識はその時々の状況によって異なると考えられるため、ライフスタイル特性や心理特性、地理特性等で比較分析を行えば、更に詳細な結果が獲られると思われる。

また、生活項目の分類を行うことにより、生活意識の大きな方向性は確認することはできたが、生活項目自体が大括りで多様な事象を含んでいるため、今後の課題としては、分類・抽出された生活項目がどんな具体的な事象を含んでいるのかまで掘り下げて調査、分析を行う必要があると考えられる。

上記の課題に対応するために、今回の調査では、分析に用いたデータ以外に、各生活項目に対して具体的に「満足していること」、「不満に感じていること」、「充実させたいと感じていること」について自由記述で回答を獲ている。今後は、これらのデータを分析し、具体的な生活事象に落とし込んだ項目を抽出するとともに、属性別の比較分析を行える程度のサンプル数を確保した調査を実施することにより、属性間における生活意識の相違を明らかにしたいと考えている。

# 参考資料

# (1) サンプリング計画数

都市規模別、性別、年代別の3つの属性で等分サンプル割付を行い、合計1,000サンプルを計画数として設定した。3つの属性の区分およびサンプリング計画数の内訳は図表9のとおり。

図表9 属性区分とサンプリング計画数の内訳

性別	男性				合計		
都市規模 年代	人口 100 万人 以上	人口 3 万 ~ 100 万人未満	人口3万人 未満	人口 100 万人 以上	人口 3 万 ~ 100 万人未満	人口3万人 未満	端数は各マトリ クスに振り分け
20 歳未満	16	16	16	16	16	16	100
20~29 歳	33	33	33	33	33	33	200
30~39 歳	33	33	33	33	33	33	200
40~49 歳	33	33	33	33	33	33	200
50~59 歳	33	33	33	33	33	33	200
60 歳以上	16	16	16	16	16	16	100
合計	167	167	167	167	167	167	1000

# (2) サンプリング回収数

計画数と同数の1,000サンプルを回収した。内訳は図表10のとおり。

図表10 サンプリング回収数の内訳

性別	男性				合計		
都市規模年代	人口 100 万人 以上	人口3万~ 100万人未満	人口3万人 未満	人口 100 万人 以上	人口3万~ 100万人未満	人口3万人 未満	
20 歳未満	17	16	17	17	17	16	100
20~29 歳	33	33	34	33	33	34	200
30~39歳	34	32	34	32	34	34	200
40~49 歳	32	34	34	33	34	33	200
50~59 歳	34	33	33	34	34	32	200
60 歳以上	17	17	16	17	17	16	100
合計	167	165	168	166	169	165	1000