

2006年(平成18年)6月16日

株式会社 大広
総務人事局 広報部

～大広・生活意識トレンドレポート<D-SCAN2006 Vol.1>～
「生活者意識の時系列変化で見えてくる新たな兆し！」

株式会社大広(社長:高野功)は、首都圏の3,000におよぶサンプルを対象とした多面的・多角的な調査を核に、独自の生活者総合データベース「D-SCAN」を構築しております。今回は、2002年から2006年にかけての生活者意識の変化に着目し、調査・分析を行いました。

大広ではこの調査において、生活者の意識や考え方、態度を大きく7つ(基本的生活価値観 生活意識 生活に求めるイメージ 生き方に対する考え方 暮らし方の意識 普段の暮らし方 消費意識)に分け、それらの時系列変化を詳細に見ることで、消費のカギとなる5つのキーワードを抽出しました。ポイントは以下の通りです。

格差の中にも前向きな明るさが！

「努力」「男性」「時間」「等身大プラス」「伝統」が消費のカギを握る！？

< 調査結果に見る7つのポイント >

基本的生活価値観

格差社会の広がりを実感しつつも、「努力すれば報われる」とする未婚男性が半数を超え、将来への備えという現実的な意識の高まりが見られる。

生活意識

自分の時空間にこだわり、「等身大の暮らし」という意識が、若い層を中心にやや背伸びしたものへと変化の兆しを見せている。

生活に求めるイメージ

生活に求めるイメージはすべてのポジティブワードで数値が上昇。より楽しく自分らしく。若い層では前向きな意識を持つ男性が増えている。

生き方に対する考え方

若い層の方が階層社会を実感するも、未婚男性の積極性や前向きな態度が目立つ。

暮らし方の意識

自分らしい時間や空間を求める気分は性別年齢を問わず増加。都会志向もやや高まる。

普段の暮らし方

普段行っていることで、時間に関わる項目がいずれも増加し、時間の質を重視する傾向に。マネーや消費マインドも引き締めからやや緩みへの動きが見られる。

消費意識

新しいものや流行への先行意欲、購買意欲が増加。なかでも既婚男性の元気が目に付く。

<時系列変化で見えてくる5つのキーワード>

1. 努力...備えつつ前向きに
2. 男性...男性消費が活性化
3. 時間...個としての時間が大事
4. 等身大プラス...等身大から自分らしく楽しい時間へ
5. 伝統...伝統や古くからあるものの見直し

D-SCAN 調査2006 調査設計 /

- ・調査地域/首都圏40km
- ・調査対象/18 ~ 74 歳
- ・サンプル数/3000サンプル(有効回収)
(ただし時系列比較のため、本レポートでは2859 サンプル)
- ・抽出方法/3段階確率比例抽出法
- ・調査方法/訪問留置(自記入式)
- ・調査時期/2005年10月

この件に関するお問合せは下記までお願いいたします。

株式会社大広 総務人事局広報部 遠藤、長谷川

TEL:03-3437-8601

なお、資料として添付いたしました調査データにつきましては、大広のホームページ (<http://www.daiko.co.jp>) にも掲載しております。