

目次

1. 価値観・行動

Q番号	設問
Q1	世の中の見方やふだんの暮らし方について
Q2	現在の生活レベル認識
Q2S1	目標とする生活レベル
Q2S2	12歳の頃の家庭の生活レベル
Q2S3	生活レベル向上への効力感
Q3	世の中や社会の見方について（結婚観）
Q4	世の中や社会の見方について（格差）
Q5	ふだんの生活における行動や考え方
Q6	景気の現状認識
Q6S1	今後の景気見通し
Q7	1年前と比べた雇用変化認識
Q7S1	1年後の雇用環境見通し
Q8	不安の程度
Q8S1	生活の中での不安項目
Q9	健康リスク認識
Q10	コロナ意識
Q11	現在の外出自粛姿勢
Q11S1	1年前と比較した外出自粛姿勢
Q11S2	今後の外出自粛姿勢意向
Q12	政府や自治体の政策について
Q13	東京五輪後の生活の変化
Q14	コロナ感染状況・ワクチン接種状況に関する認識
Q15	ふだんの買い物やお金の使い方について
Q16	現在の節約意識
Q16S1	1年前と比べた節約意識変化
Q17	1年内の世帯支出項目
Q17S1	1年前と比べて増加した支出項目
Q17S2	1年前と比べて減少した支出項目
Q17S3	感染拡大で支出をおさえたもの
Q17S4	今後支出を増やしたいもの
Q17S5	今後支出を減らしたいもの
Q17S6	1年内に支出を増やす予定のもの
Q18	現在所有している耐久財
Q18S1	最近1年以内に購入した耐久財
Q18S2	感染拡大により購入した耐久財
Q18S3	今後所有したい耐久財
Q18S4	今後購入したい耐久財
Q18S5	1年内に購入予定の耐久財
Q19	家庭内でもっともよく運転する車
Q19S1	家庭内でもっともよく運転する車のボディタイプ
Q19S2	車利用目的
Q20	現在の仕事の有無
Q20S1	現在の働き方
Q20S2	今後の働き方
Q20S3	今後の働き方意向
Q21	週休3日が導入された際の実施意向
Q21S1	週休3日が導入された場合に増えた休日になりたいこと
Q22	副業経験
Q22S1	現在副業実施有無
Q22S2	副業意向
Q23	「仕事に生きがいを感じる」への意識
Q23S1	「仕事に生きがいを感じる」へのコロナ以前との意識の変化
Q23S2	現在の仕事と余暇の優先度
Q23S3	コロナ以前の仕事と余暇の優先度
Q23S4	今後の仕事と余暇への意識
Q24	余暇活動についての関心度
Q24S1	余暇活動実施者のイメージ
Q24S2	3年以内に実施した余暇行動
Q24S3	5~14歳までに親と行った余暇
Q25	3年以内に行った国内旅行の泊数
Q25S1	3年以内に行った海外旅行の泊数
Q25S2	3年以内に行った国内旅行の1泊料金
Q25S3	3年以内に行った海外旅行の1泊料金
Q26	余暇の過ごし方
Q27	好きな本のジャンル
Q27S1	好きな音楽のジャンル
Q28	1年内衣料品購入チャンネル
Q28S1	衣料品チャンネル利用頻度
Q29	幼少期に習ったことがある習い事
Q29S1	現在行っている習い事
Q30	3ヶ月内サービス支出項目

Q番号	設問
Q30S1	3ヶ月内実施サービスについての月平均支出
Q31	交流のある集団
Q31S1	それぞれの集団の交流頻度

2. 食

Q番号	設問
Q32	食事や健康についての意識
Q33	1ヶ月内のカレー喫食の有無
Q33S1	カレーの準備方法利用経験
Q33S2	直近のカレーの準備方法
Q33S3	直近のカレー準備の実施者
Q33S4	直近のカレー準備の1人あたり費用
Q33S5	直近のカレー準備の調理時間
Q33S6	直近のカレー食経験の総合満足度
Q33S7	直近のカレーの事前品質理解度
Q33S8	直近のカレーの素材・商品の利用経験
Q33S9	直近のカレーの参考情報源
Q33S10	直近のカレーの利用理由
Q34	1週間内での夕食サラダ喫食有無
Q34S1	サラダの準備方法利用経験
Q34S2	直近のサラダの準備方法
Q34S3	直近のサラダ準備の実施者
Q34S4	直近のサラダ準備の1人あたり費用
Q34S5	直近のサラダ準備の調理時間
Q34S6	直近のサラダ食経験の総合満足度
Q34S7	直近のサラダの事前品質理解度
Q34S8	直近のサラダの素材・商品の利用経験
Q34S9	直近のサラダの参考情報源
Q34S10	直近のサラダの利用理由
Q34S11	直近のサラダの食べ方
Q35	最近1週間の宅内食頻度
Q35S1	最近1週間の夕食の内容
Q36	3年以内に外食経験のある飲食店
Q36S1	最近1年以内の外食店利用頻度
Q36S2	最近3年内もっともお金をかけた飲食店
Q36S3	今後利用したい飲食店
Q36S4	3年以内に飲食店でもっともお金をかけた際支払った金額
Q37N	1ヶ月内にパンを食べた場所
Q37S1N	最も印象に残っているパン食事場所
Q38	パンの食事時期
Q38S1	パンの食事時間帯
Q38S2	パンの種類
Q38S3	パンの入手方法
Q38S4	パンの購入場所
Q38S5	パンと一緒に食べた人
Q38S6	パンの品質事前理解度
Q38S7	パンと一緒に食べたもの
Q38S8	パンの情報収集した
Q38S9	パンの決め手となった情報
Q39	パンの事前期待度
Q39S1	パンの満足度
Q39S2	パンの満足理由
Q39S3	パンの最も満足した理由
Q40	パンを含む食事の合計金額
Q40S1	合計金額に対する満足度
Q40S2	パンを含む食事への支払許容価格
Q41	関心のある商品カテゴリ
Q41S1	品質の判断できる商品カテゴリ
Q41S2	人より詳しいと思う商品カテゴリ

一 目 次

3. ブランド・WEBサービス

Q番号	設問
Q42	知っている在京ホテル
Q42S1	宿泊経験のある在京ホテル
Q42S2	サービス利用経験のある在京ホテル
Q42S3	1年以内に宿泊利用した在京ホテル
Q42S4	1年以内にサービス利用した在京ホテル
Q42S5N	好きな在京ホテル
Q42S6N	最も好きな在京ホテル
Q42S7	今後も利用したい在京ホテル
Q43	知っているメーカー
Q43S1	商品購入経験のあるメーカー
Q43S2	1年以内に商品を購入したメーカー
Q43S3	現在利用している商品のあるメーカー
Q43S4	今後の購入意向のあるメーカー
Q44	メーカーの品質についてのイメージ
Q45S1	最も好きなメーカー
Q46	最も好きなメーカーの商品使用期間
Q46S1	最も好きなメーカーの商品購入回数
Q47	最も好きなメーカーの商品についての意識
Q48	最も好きなメーカーの選好理由
Q49	知っているブランド
Q49S1	購入経験のあるブランド
Q49S2	1年以内に購入したブランド
Q49S3	1ヶ月以内に利用したブランド
Q49S4	今後の購入意向のあるブランド
Q50	ブランドの品質についてのイメージ
Q51S1	最も好きなブランド
Q52	最も好きなブランドの好きな理由
Q53	最も好きなブランドのメーカー認知
Q54A	スマートフォン選択の際の重要度
Q54AS	スマートフォンで好きなブランドでの充足度
Q54B	ビール選択の際の重要度
Q54BS	ビールで好きなブランドでの充足度
Q54CS1	アイス選択の際の重要度
Q54CS1	アイスで好きなブランドでの充足度
Q55	最選好ブランドの使用期間
Q55S1	最選好ブランドの購入回数
Q55S2	最選好ブランドの直近の購入時期
Q55S3	最選好ブランドの直近の購入方法
Q55S4	最選好ブランドの直近購入金額
Q55S5	最選好ブランドの直近購入時の接客の有無
Q55S6	最選好ブランド購入時店舗
Q55S7	最選好ブランド購入時の参考情報
Q55S8	最選好ブランド購入時の最も参考にした情報
Q56	最選好ブランド製造企業についての認知事項
Q56S1	最選好ブランド製造企業についての好感事項
Q57	最選好ブランドの支払許容金額
Q58	最選好ブランドの他者利用の認知
Q59	最選好ブランドについての意識
Q59S	最選好ブランドの総合満足度
Q60A1	購入時の製造メーカー重視度
Q60B1	購入時のブランド重視度
Q61	ブランドがあることのメリットについて
Q62	品質価格重視
Q62S1	1年前と比較しての品質価格重視
Q62S2	今後の品質価格重視
Q63	現在所有携帯端末
Q63S1	最頻利用携帯端末
Q64	スマートフォン購入金額
Q65	インストールアプリ
Q65S1N	1ヶ月内利用アプリ
Q65S2N	最も役に立ったアプリ
Q66	インストールアプリ数
Q66S1	1ヶ月内利用アプリ数
Q67	最有用アプリの事前理解度
Q67S1	最有用アプリの事前メリット期待
Q67S2	最有用アプリの使用後満足度
Q68	最有用アプリ使用後の印象
Q68S1	最有用アプリ使用後の最も強い印象
Q68S2	最有用アプリ使用によるスマホ魅力度の変化
Q69	ウェブサービスの認知
Q69S1	ウェブサービスの利用経験
Q69S2	ウェブサービスの1年内利用
Q69S3	1年内利用ウェブサービスの利用頻度

Q番号	設問
Q69S4	1年前と比較して利用頻度が増加したウェブサービス
Q69S5	1年前と比較して利用頻度が減少したウェブサービス
Q69S6	今後利用希望のウェブサービス
Q70	ウェブサービスの自分以外の人の予想利用率
Q71A	利用経験ウェブサイトの機能・品質評価
Q71B	利用経験ウェブサイトの更新頻度評価
Q71S1	利用経験ウェブサイトのコンテンツの豊富さ評価
Q72	最頻利用ポータルサイト
Q72S1	最頻利用SNS
Q72S2	最頻利用EC
Q73	最頻利用理由
Q74A	最頻利用サイトの価格適正感
Q74B	最頻利用サイトの機能や品質の優越
Q74C	最頻利用サイトの利用価格上昇と利用意向
Q75	ウェブサービスのスイッチ経験
Q76	ウェブサービスのスイッチ負担感評価
Q77	GAFAsのシェア占有についての意見
Q77S1	GAFAsの顧客情報取り扱いの認識
Q77S2	GAFAsの顧客情報取り扱いの許容度
Q77S3	GAFAsの顧客情報取り扱いへの意識
Q78N	1ヶ月内の生活情報取得目的で利用したインターネット情報源
Q78S1N	最頻利用情報源
Q79	SNSの利用方法
Q79S1	SNSでの生活情報探索理由

4. 買い物行動

Q番号	設問
Q80	買い物意識
Q81	30分以内利用可能チャンネル
Q81S1	10分以内利用可能チャンネル
Q81S2	買い物でもっとも利用する交通手段
Q82	買い物利用経験チャンネル
Q82S1	1年内利用チャンネル
Q82S2	各チャンネル利用頻度
Q82S3	2~3年前と比較して利用が増加したチャンネル
Q82S4	2~3年前と比較して利用が減少したチャンネル
Q83	最頻利用SM
Q83S1	SM期待点
Q83S2	SM充足店
Q84	最頻利用GMS
Q84S1	GMS期待点
Q84S2	GMS充足点
Q84S3	GMSの利用の仕方
Q85	SM・GMSの利用意向
Q86	1ヶ月内食品購入頻度
Q86S1	1ヶ月内食品購入時間帯
Q86S2	食品購入時間帯変化
Q86S3	1週間以内食品購入利用店舗数
Q87	商品の半年内購入頻度
Q87S1	財別利用チャンネル
Q87S2	財別1ヶ月内の最頻利用チャンネル
Q87S3	1ヶ月内の最頻利用チャンネル
Q88	最頻利用チャンネルの直近利用日
Q88S1	最頻利用チャンネルの買い物動向人数
Q88S2	最頻利用チャンネルまでの移動手段
Q88S3	最頻利用チャンネルまでの移動時間
Q88S4	最頻利用チャンネルでの購入品目
Q88S5	最頻利用チャンネルでの滞在時間
Q88S6	最頻利用チャンネルでの滞在時間の2~3年前と比較しての変化
Q88S7	最頻利用チャンネルの利用理由
Q89	月あたり平均世帯支出金額
Q89S1	1年前の世帯支出金額
Q89S2	1年前と比べた世帯支出変化
Q89S3	今後の世帯支出意向
Q89S4	世帯支出増加予定時期
Q90	月あたり支出金額
Q90S1	日常・選択的支出の支出割合
Q90S2	日常・選択的支出の支出割合の今後意向
Q91	自身の年間収入
Q91S1	1年前と比べた自身の年収金額
Q91S2	1年後の自身の年収金額見通し

目次

Q番号	設問
Q92	世帯収入のある人数
Q93	昨年の世帯年収金額
Q93S1	1年前と比べた世帯年収増減
Q93S2	1年後の世帯年収見通し
Q94	現在利用金融資産
Q94S1	保有残高が増加した金融資産
Q94S2	保有残高が減少した金融資産
Q94S3	今後（も）利用したい金融資産
Q94S4	今後（も）利用残高を増やしたい金融資産
Q95	世帯金融資産残高
Q96	1年前と比べた金融資産残高増減
Q96S1	金融資産残高増加理由
Q97	1年後の金融資産残高見通し
Q97S1	1年後の金融資産残高減少見込み額
Q97S2	金融資産残高の取崩し予定額
Q97S3	金融資産残高の取崩し最大可能額
Q98	取崩し金融資産残高の支出予定先
Q98S1	金融資産残高の取崩し予定理由

Q番号	設問
F8S1	配偶者の職種
F8S2	父親の職種
F8S3	母親の職種
F9	ご自身の業界
F9S1	配偶者の業界
F10	ご自身の役職
F11	ご自身の勤め先の従業員規模
F12	ご自身の通勤時間
F12S1	ご自身の理想の通勤時間
F13	配偶者の通勤時間
F14	ご自身の週当たり労働時間
F14S1	ご自身の週当たり残業時間
F14S2	年前と比べたご自身の月当たり残業時間増減
F14S3	今後の残業時間の増減見込み
F15	現在の住居形態
F15S1	今後（も）住みたい住居形態
F15S2	延床面積
F15S3	建物の階数
F15S4	居住階数
F16	ターミナル駅や中心繁華街までの所要時間
F16S1	ターミナル駅や中心繁華街までにかかる最大許容時間
F17	都道府県
F17S1	今後（も）住みたい都道府県
F18	市区町村（東京都）
F18S1	今後（も）住みたい市区町村（東京都）
F19	都市規模
F19S1	今後（も）住みたい都市規模

5. 基本属性

Q番号	設問
F1	性別
F2	年齢
F2S1	生年
F3	ライフステージ
F4	未既婚
F5	同居家族人数
F5S1	同居家族構成
F5S2	世帯主
F6	ご自身の最終学歴
F6S1	父親の最終学歴
F6S2	母親の最終学歴
F7	ご自身の職業
F7S1	配偶者の職業
F7S2	父親の職業
F7S3	母親の職業
F8	ご自身の職種

分析軸（基本属性）

すべての設問に対して以下の12の基本属性による分析軸で集計しています。

- 性別
- 年代別
- 世代別
- 性別・年代別
- 性別・世代別
- ライフステージ別
- 性別・ライフステージ別
- 同居人数別
- 職業別
- 世帯年収金額別
- 世帯金融資産残高別
- 階層意識別

一注記一

ハッチング基準

 : 全体+5%以上

 : 全体-5%以上

TOP2/BOTTOM2について

5段階評価において

- ・ 肯定的な評価の回答率の合計=TOP2
ex. 「非常にそう思う」「まあそう思う」や「増えた」「やや増えた」など
- ・ 否定的な評価の回答率の合計=BOTTOM2
ex. 「まったくそう思わない」「あまりそう思わない」や「減った」「やや減った」など

世代の定義

リオ世代 : 1994～2004年生まれ
ゆとり世代 : 1988～1993年生まれ
バブル後世代 : 1979～1987年生まれ
団塊ジュニア : 1971～1978年生まれ
新人類 : 1961～1970年生まれ
断層世代 : 1951～1960年生まれ

調査設計

調査手法 : インターネットでの自記式質問紙調査
調査対象 : 全国 15～69歳の男女個人（当社インターネットモニター）
調査時期 : 2021年8月
有効回答数 : 2,134サンプル

	男性		女性		合計	
		構成比		構成比		構成比
全体	1,042	100%	1,092	100%	2,134	100%
10代	74	7%	75	7%	149	7%
20代	159	15%	149	14%	308	14%
30代	170	16%	176	16%	346	16%
40代	227	22%	239	22%	466	22%
50代	215	21%	230	21%	445	21%
60代	197	19%	223	20%	420	20%