



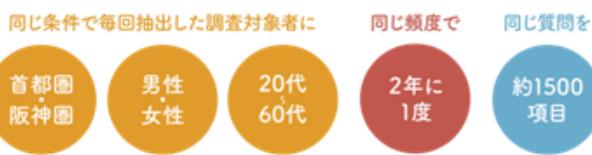
2014年10月22日

## 22年間にわたる生活者観測データを一般公開 発見や発想のヒントが得られる『生活定点』特設サイトオープン



### 生活定点 1992-2014

THE BIENNIAL DATA ON THE JAPANESE PEOPLE



株式会社博報堂のシンクタンク「博報堂生活総合研究所」（以下「生活総研」所長：嶋本達嗣）は、22年間にわたり隔年で実施してまいりました生活者意識の定点観測調査『生活定点』を無償一般公開（フリーダウンロード、二次利用可能）いたしました。『生活定点』調査とは、1992年から22年間にわたり隔年で実施している生活総研のオリジナル定点観測調査です。同じ地域（首都圏・阪神圏）、同じ対象者設定（20～69歳の男女）に向けて、同じ質問を継続して投げ掛け、その回答の変化を時系列で観測しています。項目数は約1,500項目に及び、衣、食、住、健康、遊び、学び、働き、家族、恋愛・結婚、交際、贈答、消費、情報、メディア接触、社会意識、国際化と日本、地球環境など、生活者のありとあらゆる領域を網羅しています。

また、本公開にともない特設サイトをオープンいたしました。データ分析が身近ではない方々にも、データに触れて、意外な発見や発想のヒントを得ていただくことができる各種コンテンツをご用意しています。（制作協力：チームラボ株式会社）

#### 『生活定点』特設サイトのコンテンツ（※2ページ以降に詳細）

##### ① “22年間にわたるデータを分かりやすく見たい”に応える

過去22年間に蓄積された回答値をさまざまなグラフやランキングの形にし、時系列の変化が直感的に分かるページを約1,500ご用意しました。（例：「日本の行方」に関する22年間の意識変化が分かるグラフ、20年前、10年前、現在の10年毎に比較できる「好きな料理ベスト3」ランキングなど）

また、検索エンジンを通じてキーワードを入れると検索画面に表示されるよう開発。

##### ② “気づきや発見、発想のヒントを得たい”に応える

データ分析を気軽に楽しんでいただけるコーナーを2つ設けました。「ここ2年で最も上昇」「ここ2年で最も下降」「V字回復」など、折れ線グラフの形状から22年間で変化のあった日本人の意識や行動を一覧できる「グラフの形から見る」コーナーと、回答の増減が似ている意識や行動を、約4,200万件の組み合わせの中からプログラムが抽出し表示する「似てるかもグラフ、紹介します！」コーナー。データに基づく意外な発見を楽しんでいただけます。（例：「V字回復」した日本人の意識のトップは「治安がよいことは日本の誇りだと思う」）

##### ③ “データをじっくり見たい、使いこなしたい”に応える

約1,500項目、過去22年分のすべての回答値を全体・性年代別・地区別などに一覧できる集計表を無償でダウンロードできます。時系列グラフを自動で簡単に作成できるプログラムを搭載。複数の折れ線グラフを同時に表示することで、生活者の意識や欲求の変化を多面的に分析することができます。日本語版に加えて英語版もご提供しています。利用者登録などの必要は一切ありません。

博報堂生活総研は、生活者研究や企業・マーケティングに携わる方ばかりではなく、社会のありとあらゆる領域の方が『生活定点』を利用し、データに基づく意外な発見を体験していただくことを目的に、『生活定点』特設サイトを制作いたしました。開発には“Technology × Creative”の融合を標榜する、ウルトラテクノロジスト集団『teamLab Inc.（チームラボ株式会社）』が協力しています。

# 生活総研 × teamLab

## ～ チームラボからのコメント～

「データ」「解析」と聞くと専門的な響きがあって、一般の人は敬遠しがちなものです。今回、「生活定点」の貴重なデータをもっと身近に感じてもらうために、人では気付けないようなグラフの類似性をテクノロジーを駆使して浮かび上がらせ、誰でも簡単に共有して使ってもらえるように工夫しました。ぜひ、普段、こういったマーケティングデータに触れないような方々にも利用していただければと思います。

（チームラボ株式会社 取締役 堀大輔）

## 『生活定点』特設サイトのコンテンツ詳細

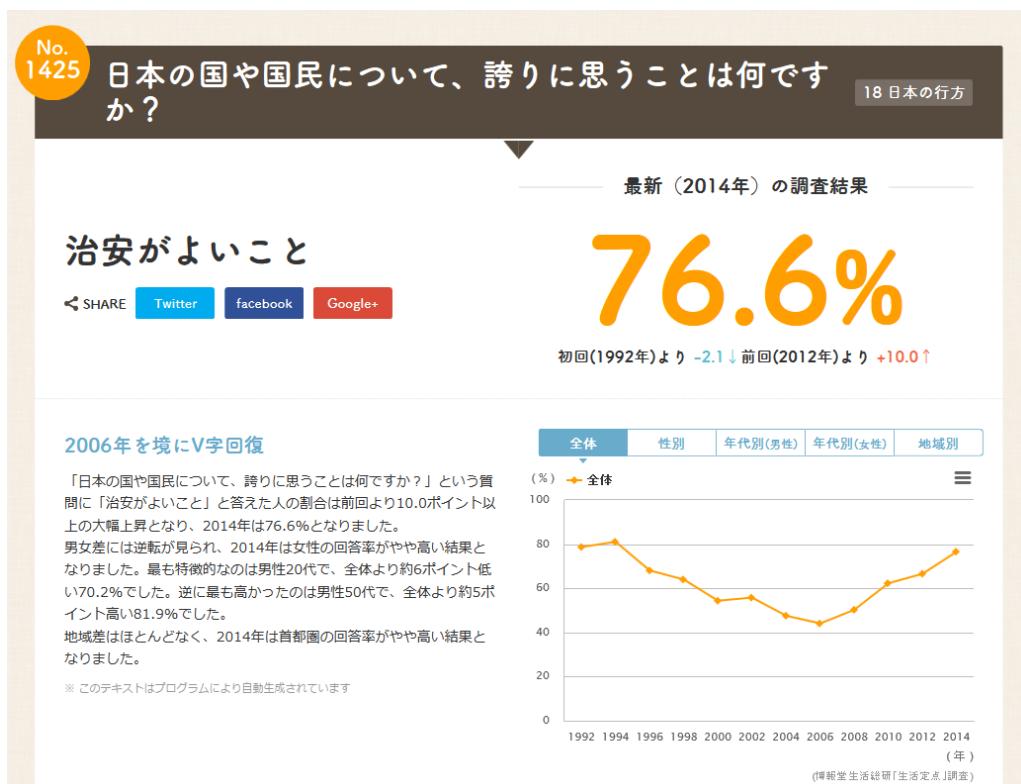
### ① “22年間にわたるデータを分かりやすく見たい”に応える

過去 22 年間に蓄積された回答値をさまざまなグラフやランキングの形にし、時系列の変化が直感的に分かるページを約 1,500 ご用意しました。

#### 【折れ線グラフ】

折れ線グラフは過去 22 年間の時系列変化を視覚的にとらえるのに適したものです。時代とともに上昇する項目、下降していく項目、年月を経てもほとんど変化しない項目など、グラフの形もそれぞれです。サイト上では「全体」「性別」「年代別（男性）」「年代別（女性）」「地域別」それぞれの折れ線グラフを見ることができます。

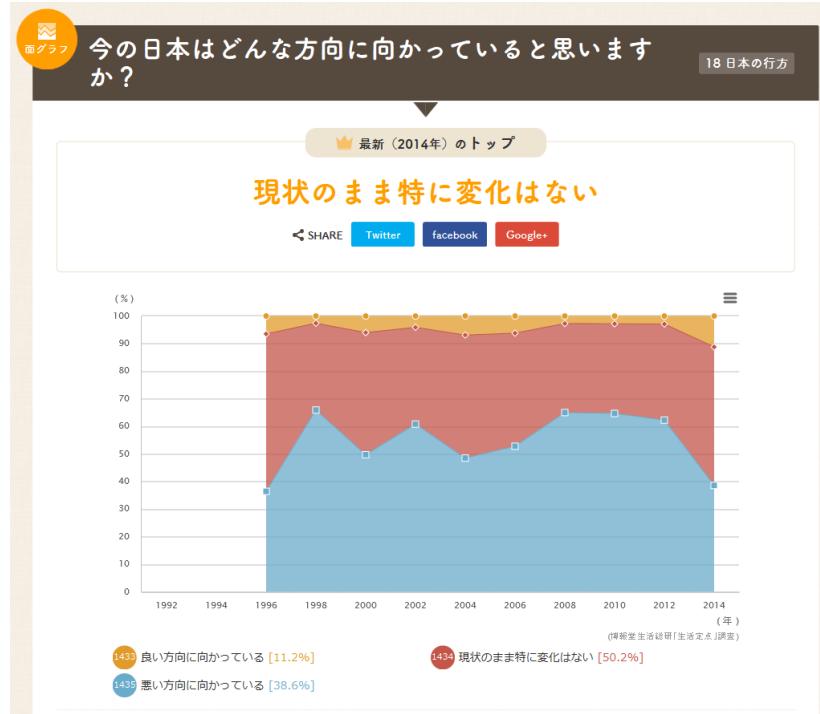
（例）日本の国や国民について、誇りに思うことは何ですか？ 治安がよいこと 76.6%



## 【面グラフ】

面グラフは勢力図のようなもの。ひとつの質問に対していくつか選択肢がある場合に、どれが減ってどれが増えているか、という変化のうねりを俯瞰できます。

(例) 今の日本はどんな方向に向かっていると思いますか? 現状のまま特に変化はない 50.2%



## 【ランキング】

ランキング形式で意識や価値観、行動の変化を紹介する項目もあります。20年前(1994年)、10年前(2004年)、現在(2014年)など3つの時点のランキングを並べて表示しています。

※ 2014年のみのランキングもあります。

(例) 好きな料理ベスト3は何ですか? 1994年、2004年、2014年の第1位 寿司



## ② “気づきや発見、発想のヒントを得たい”に応える

データ分析が身近ではない方々にも、データに触れて、気づきや意外な発見を楽しんでいただけるコーナーを2つ設けました。

### 【「グラフの形から見る」コーナー】

特設サイトトップページの「グラフの形から見る」コーナーの中から、ご覧になりたい折れ線グラフの形状を選択して、22年間で変化のあった日本人の意識や行動を一覧することができます。形状は全部で7つ。「全体的に上り調子」「全体的に下り調子」「高めで推移」「ここ2年で最も上昇」「ここ2年で最も下降」「山型」「V字回復」をご用意しています。



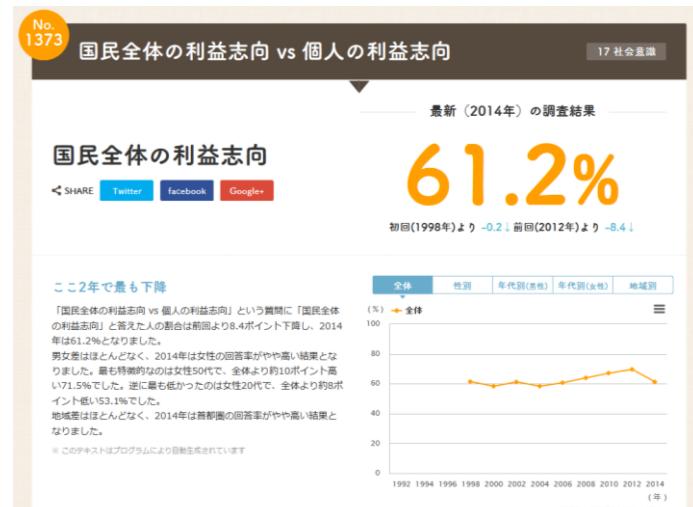
### (例) 「V字回復」

日本の国や国民について、誇りに思うことは何ですか？  
治安がよいこと 76.6%



### (例) 「ここ2年で最も下降」

国民全体の利益志向 vs 個人の利益志向  
国民全体の利益志向 61.2%

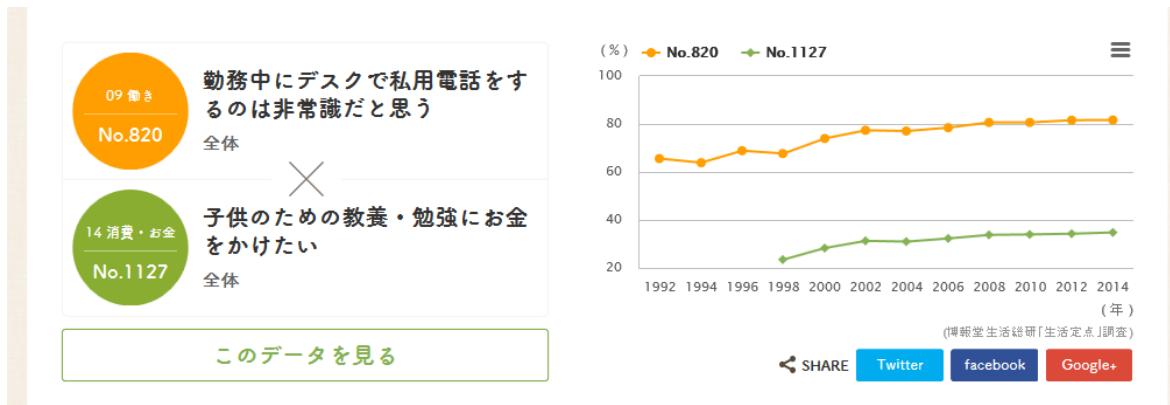


### 【「似てるかもグラフ、紹介します！」コーナー】

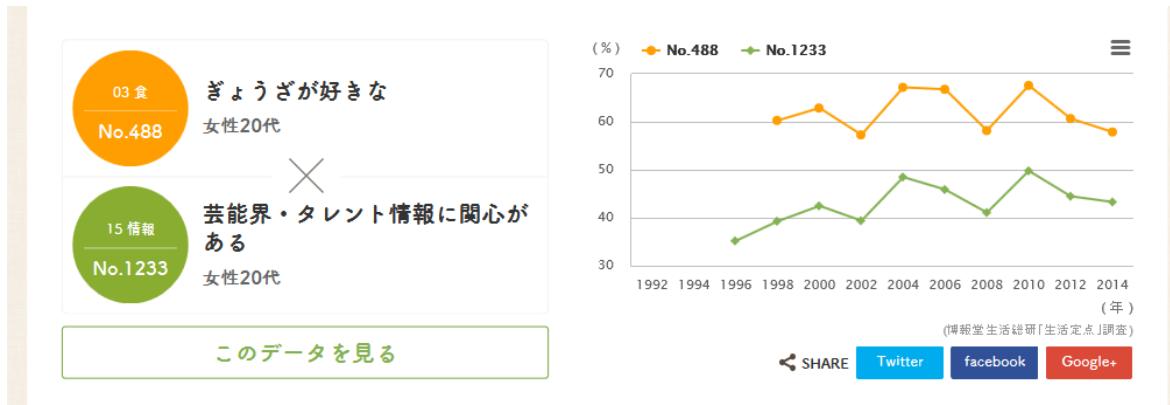
グラフとグラフを比べてみると、意外な発見があります。形が似ているグラフを眺めて、理由や背景を考えたり、仮説を立てたりする楽しさを体験していただくために、各項目のページに「似てるかもグラフ、紹介します！」コーナーを設けました。回答の増減が似ている意識や行動を、約4,200万件の組み合わせの中からプログラムで自動抽出した形状が似ているグラフを紹介しています。

※ 項目によってコーナーがないものもあります。

(例) 勤務中にデスクで私用電話をするのは非常識だと思う (全体) × 子供のための教養・勉強にお金をかけたい (全体)



(例) ぎょうざが好きな (女性 20代) × 芸能界・タレント情報に関心がある (女性 20代)



### ③ “データをじっくり見たい、使いこなしたい”に応える

1992年から2014年の22年間、約1,500項目の回答値を一覧できる集計表を無償でダウンロードできます。メールアドレスなどの登録は一切不要。日本語版に加えて英語版もご提供しています。

- 集計表には、全体、性別、性年代別、地区別、地区性別の全19層別データを収録。
- シンプルな操作で時系列グラフを自動作成する機能とキーワード検索機能付き。
- 縦軸の設定の変更はもちろん、複数の項目を選択してのグラフ出力も可能。
- 集計表に加えて、利用ガイド、調査概要、調査票もダウンロードしていただけます。

※ 質問項目は、1992年から聴取しているものと、途中から質問を開始したものがあります。

『生活定点』特設サイトトップページ (<http://seikatsusoken.jp/teiten2014/>)、ならびに、グラフとランキングのページすべてにダウンロードボタンを設置しています。

## 【『生活定点』集計表（Excel ファイル）の詳細】（一部抜粋）

- ・トップ画面では、21 の質問分野から各項目に遷移することができる目次機能や、調べたい項目まですぐに行きつくことができるようキーワード検索機能を搭載しています。

Copyright 2014 Hakuhodo Institute of Life and Living, Hakuhodo Inc.

質問分野

1 生活気流  
(生活の楽しさ・豊かさ・経済的余裕・時間的ゆとりなど)

2 むらし向き

3 食

4 衣

5 住

6 健康

7 遊び

8 字び

9 衝き

10 家族

11 恋愛・結婚

12 交際

13 稽古

14 消費・お金

15 情報

16 メディア

17 社会意識

18 日本の行方

19 国際化・日本

20 地球環境

21 心理特性

すべての質問項目を見る→

キーワード検索

検索

利用ガイド (PDF)

調査概要 (PDF)

調査票 (PDF)

生活定点独自の質問例

Q 世の中、努力よりも運・幸運だと思う  
Q 立ち直りばあを食べるのは恥ずかしいと思う  
Q 女性の上司のことを驚くことに抵抗はない  
Q いくつになっても恋愛をしていたいと思う  
Q 猛の高いサービスは日本の誇りだ  
Q 人の善意を信じる  
Q 人前で恥ずかしいことに抵抗はない  
Q 天職でも、お金の貢献(ほきん)をする方がよしと思う  
Q 自分へのご褒美として自分にプレゼントを買つたことがある  
Q ソーシャルメディアを通じて自分のプライバシーを知らざることに抵抗がある

- ・気になる項目の選択欄をダブルクリック。「全体」「性別」「性年代別」などのいずれかを選択すると、グラフが作成されます。

←トップ画面に戻る ←質問項目インデックスに戻る

グラフ作成 グラフ化する「項目番号」左横の選択欄をダブルクリック後、下記ボタンを選択（1回で10項目まで選択可能）

性別 性年代別 地区別 地区性別

性別、性年代別、地区別、地区性別を一括

選択項目番号 質問分野 質問項目

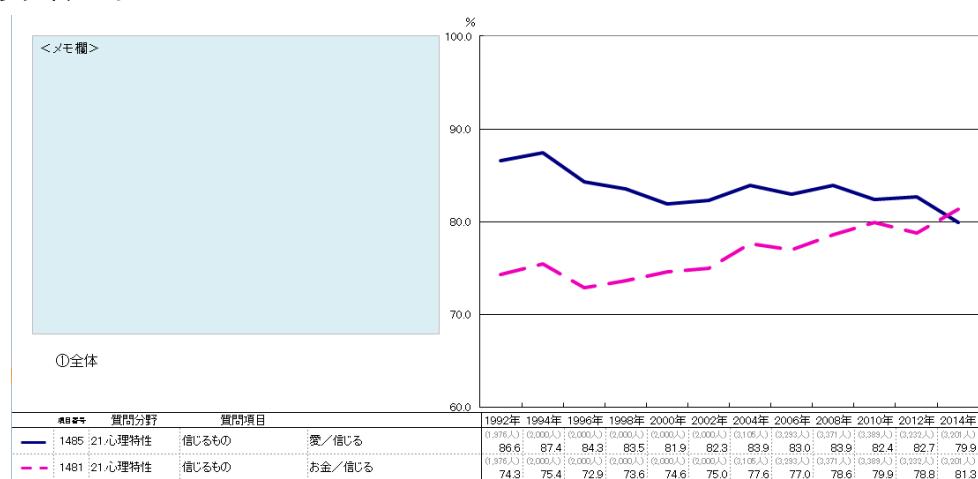
回答率(%)

※ 色

1992年: 1994年: 1996年: 1998年: 2000年: 2002年: 2004年: 2006年: 2008年: 2010年: 2012年: 2014年

(1,976人): (2,000人): (2,000人)

## ・作成グラフィイメージ



## 『生活定点』調査概要

調査地域：首都40km圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県）

阪神30km圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）

調査方法：訪問留置法

調査時期：1992年から偶数年5月に実施（最新調査は、2014年5月13日～6月2日）

調査対象：20歳～69歳の男女

サンプル数：3,201名（2014年・有効回収数）

2010年国勢調査に基づく人口構成比（性年代5歳刻み）で割付

(2014年)	首都圏+阪神圏			首都圏			阪神圏		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
合計	3,201	1,615	1,586	2,274	1,161	1,113	927	454	473
20歳～29歳	519	265	254	369	190	179	150	75	75
30歳～39歳	701	355	346	510	262	248	191	93	98
40歳～49歳	766	391	375	551	285	266	215	106	109
50歳～59歳	555	281	274	393	202	191	162	79	83
60歳～69歳	660	323	337	451	222	229	209	101	108

調査機関：株式会社 東京サーベイ・リサーチ

### お問い合わせ先：

株式会社博報堂 広報室 西本 (TEL:03-6441-6161)

株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所 特設サイトについて 佐藤（圭）・星出

調査の内容について 夏山・山本

(TEL:03-6441-6450)