

改善に向かっている「暮らし向き」。今後の見通しには影も ～「1年前と比べた今の暮らし向き」「今後の暮らし向き」～

◎「1年前と比べた今の暮らし向き」は改善傾向【図1】

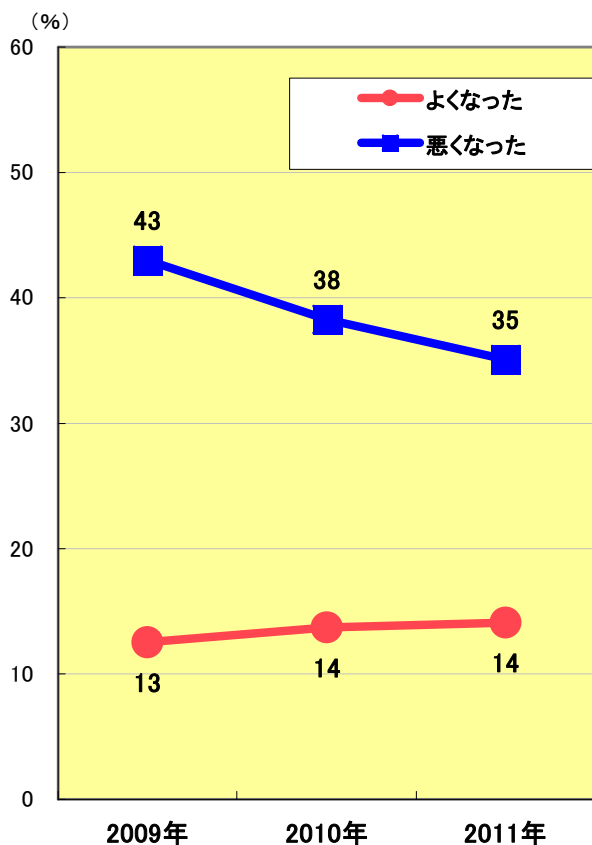
「1年前と比べて今の暮らし向きが悪くなった」と感じている人は、2009年の43%から、2010年は38%、2011年は35%と減少傾向です。一方「よくなった」と感じている人は、2009年の13%から2010年は14%、2011年も14%とわずかではあるが増加しており、予断はできないものの2008年秋のリーマンショック後の不況から徐々に抜け出している様子がうかがえます。

◎「今後の暮らし向き」悪化予想は増加【図2】

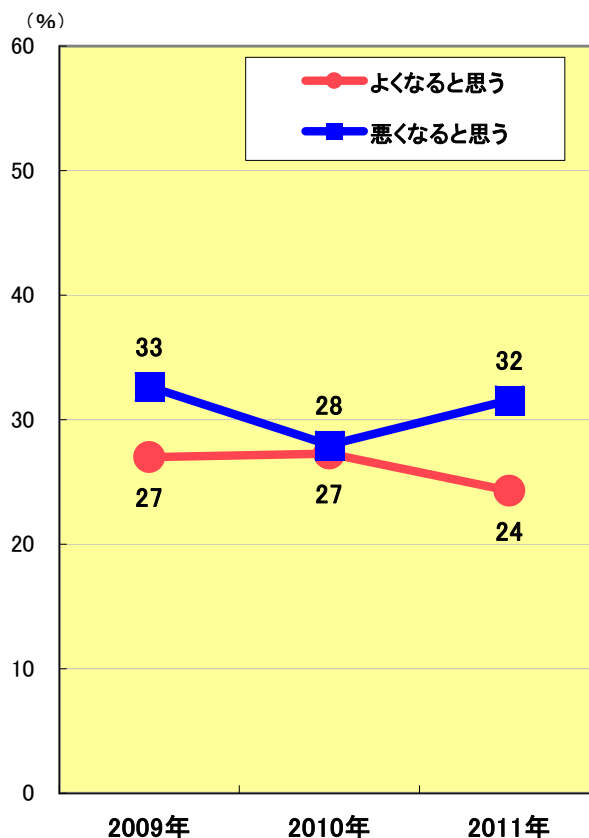
「今後の暮らし向きがよくなる」と思う人は、2009年・2010年ともに27%と変わらなかったが、「悪くなる」と思う人は2009年の33%から2010年は28%と減少したことで、「よくなる」「悪くなる」はほぼ同数になり、2010年時点では将来の見通しのよさが回復してきたかに見えました。

しかし震災の影響もあってか、2011年は一転して「よくなる」は減少（24%）、「悪くなる」は増加（32%）し、再びその差が開きました。

【図1】「1年前と比べた今の暮らし向き」
2009～2011年



【図2】「今後の暮らし向き」
2009～2011年



不況感が常態化。特に厳しい既婚40代男性 ～「現在の暮らし向き」の余裕～

◎「暮らしの余裕なし」、

6割近くで高止まり【図3】

「現在の暮らし向きに余裕がある」人は、2011年は2010年からわずかではあるものの増加（38%→39%）、「余裕がない」人はわずかに減少（58%→57%）しており、震災直後であるにもかかわらず、暮らし向きに与えた影響はほとんどみられません。

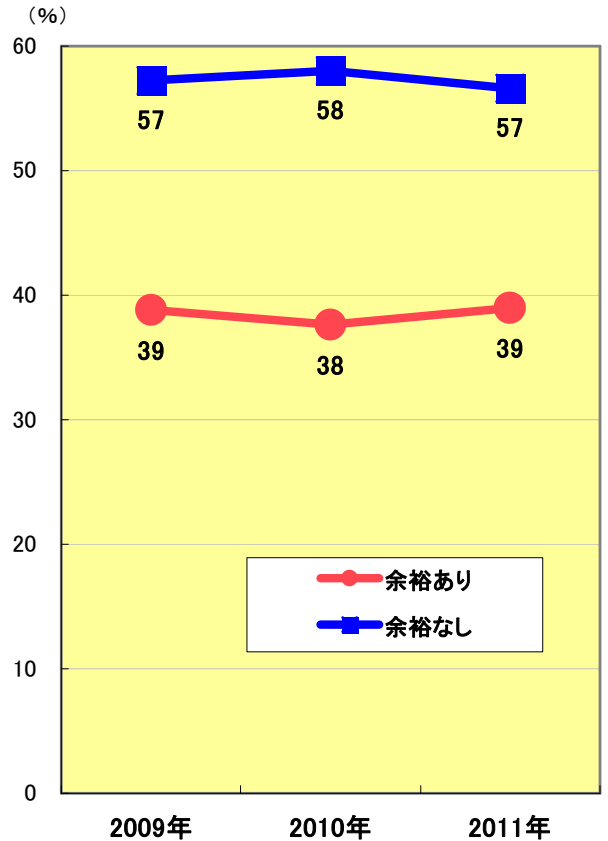
しかし「余裕がない」人はこの3年間 6割近くで推移して「余裕がある」人を大きく上回っており、まだ景気回復は感じさせない状況です。

◎「暮らし向き」、特に厳しい既婚40代男性 比較的余裕の既婚50代女性【図4】

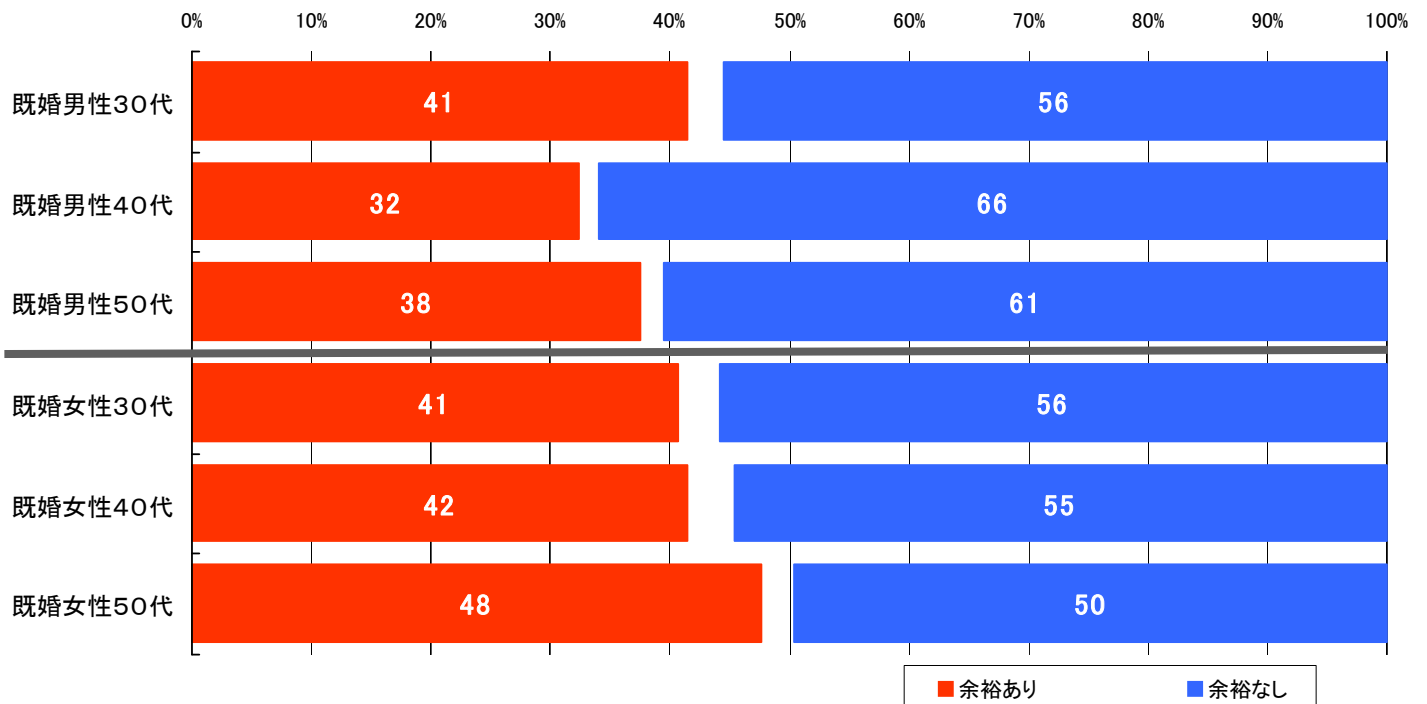
さらに、景気の影響を受けやすいと思われる30～50代の既婚者に限定してみると、最も「暮らし向きに余裕がない」としているのは40代男性（66%）です。50代男性になると減少はしますが依然6割超です。

一方女性では、30代・40代で「余裕がない」人が多いものの、男性に比べて高くはありません。さらに50代になると「余裕がない」50%、「余裕がある」48%と、ほぼ拮抗しています。

【図3】「現在の暮らし向き」の余裕
2009～2011年



【図4】既婚30～50代男女の「現在の暮らし向き」の余裕 2011年(既婚30～50代男女)



環境に関する行動は女高男低 基本的な環境行動は定着。節電行動が急増

◎ ほぼ定着した環境行動。震災後は「節電に関する行動」が急増【図5】

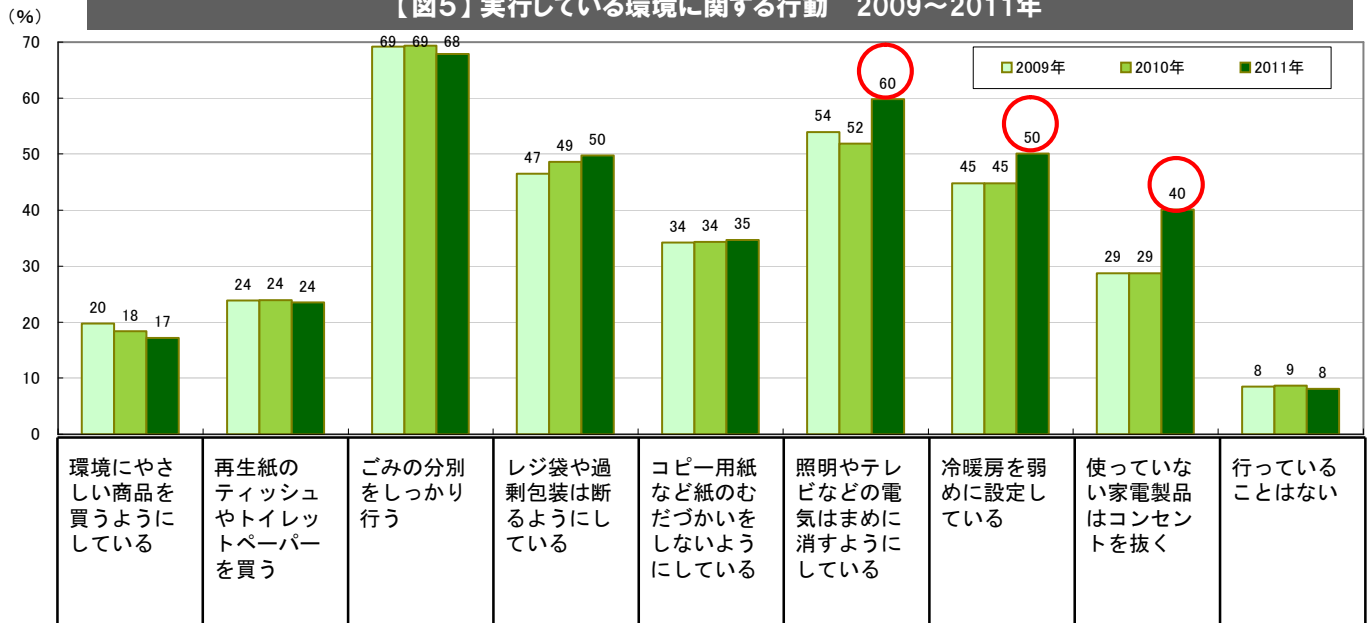
近年、生活者の環境意識は高まり、「環境について行っていることはない」人は10%を下回っています。環境に関する行動として「ゴミの分別」は7割で定着しており、「レジ袋・過剰包装を断る」は増加傾向で2011年には50%に達し、日常的に取り組みで削減・節約効果がある行動でほぼ習慣化しているといえます。2011年の変化として目立つのは、「電気をまめに消す」「冷暖房を弱めにする」「コンセントを抜く」といった『節電』に関する行動の大幅な増加です。他の行動には目立った変化はなく、基本的な環境に関する行動は維持しながらも、電気に関することに強く反応しています。

◎ 女性に比べて低い男性の環境意識【図6】

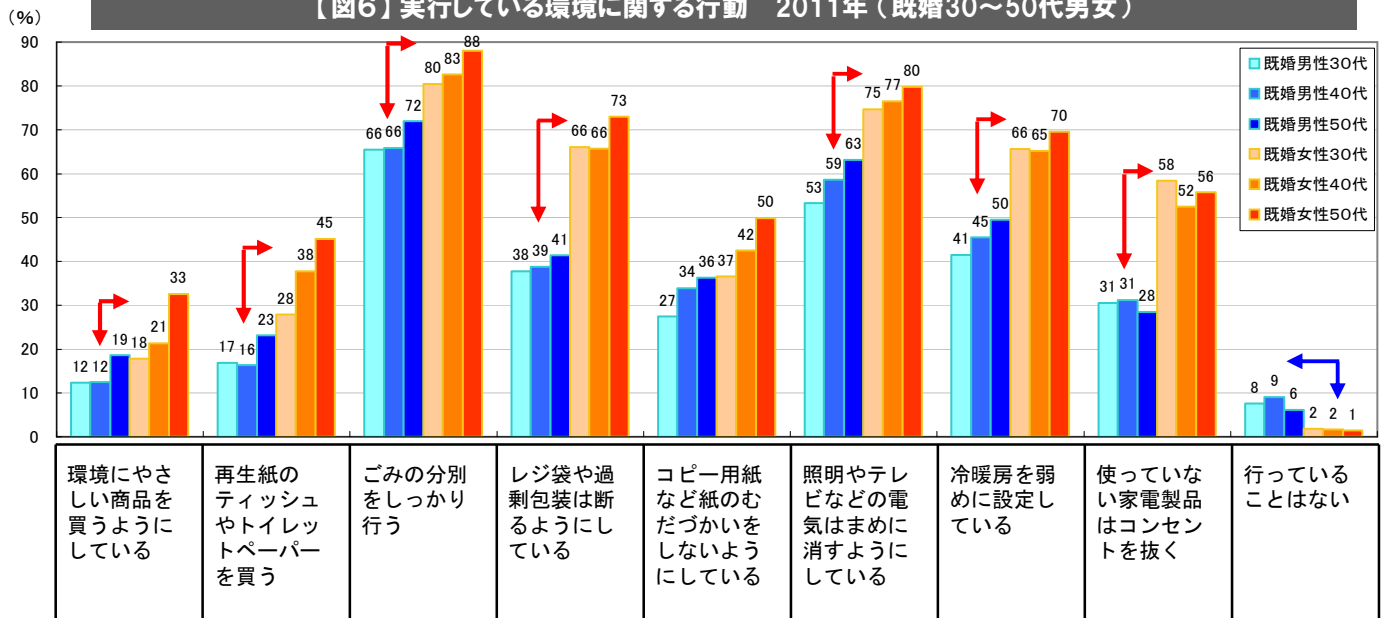
2011年の「実行している環境に関する行動」について30～50代の既婚者について見てみると、男女間の差が歴然とあります。「環境にやさしい商品を買う」「レジ袋・過剰包装を断る」は買いもの機会の多い女性が高いのは当然と言えますが、「コンセントを抜く」「冷暖房を弱めにする」から「紙のむだづかいはいらない」にいたるまで、いずれの年代においても男性は女性を下回っています。

「環境について行っていることはない」は、女性ではほとんどいないのに対して、男性ではどの年代も10%弱存在しており、環境意識の低さが目立ちます。

【図5】 実行している環境に関する行動 2009～2011年



【図6】 実行している環境に関する行動 2011年（既婚30～50代男女）



ADK『生活者総合調査2011』調査概要

- ◎調査方法 : WEB調査
- ◎調査エリア : 東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県
- ◎調査対象者 : 12(中学生以上)～69歳 男女
- ◎対象者抽出法 : 調査会社が保有するWEBリサーチモニターから抽出
- ◎対象者数 : 10,560サンプル
- ◎調査時期 : 2011/6/9(木)～6/29(水)
- ◎主な調査内容 :
 - 1) 日常行動
 - 2) 生活意識・価値観
 - 3) 商品の購入・利用状況
 - 4) デジタルライフ
 - 5) メディア接触状況・評価
 - 6) その他

ADK『生活者総合調査2011』に関するお問合せ

(株)アサツー ディ・ケイ
統合ソリューションセンター価値創造プランニング本部 中川、半田
広報室 大内

TEL: 03-3547-2003 E-Mail: adkpr@adk.jp