

TBS 生活DATAライブラリ

Lifestyle Trends Report 2024

2024.7



〒164-0001 東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス 2F

Tel: 03-5005-0664 <http://www.jds.ne.jp>

TBS生活DATAライブラリで捉える

「30年の生活者の変化」と「家族の意識変化と子育ての現在」

Lifestyle Trends Report 2024年 テーマ

I部 ライフスタイルトレンド ※30年の時系列変化を分析しております。

主要項目における30年間の時系列変化 + 2023年データによる性・年代別傾向

II部 家族の意識変化と子育て世帯

1. 家族の変化
 - (1) 政府統計にみる構造変化
 - (2) 時系列データでみる変化
 - (3) コーホート分析による変化の構造
2. 子育て世帯（子育てをする人々）
 - ・プロフィール
 - ・子育て世代の特徴
 - ・マーケティング対応に向けて

Lifestyle Trends Report 分析データベース

調査内容

TBS生活DATAライブラリは、全国28地区を縦断する大規模な実態調査にもとづいて、

1. 商品保有・商品使用情報
2. 生活意識・生活行動情報
3. 媒体接触情報

生活者を3つの方向から調査・分析します。

過去の調査実績(第43回以降)

回	調査時期	標本数	回	調査時期	標本数
第43回調査	1993年5月	3,541	第71回調査	2014年11月	7,408
第44回調査	1993年10月	3,563	第72回調査	2015年11月	7,407
第45回調査	1994年5月	3,562	第73回調査	2016年11月	7,410
第46回調査	1994年10月	3,550	第74回調査	2017年11月	7,397
第47回調査	1995年5月	3,562	第75回調査	2018年11月	7,397
第48回調査	1995年10月	3,570	第76回調査	2019年11月	7,389
第49回調査	1996年5月	3,560	第77回調査	2020年11月	7,400
第50回調査	1996年10月	3,554	第78回調査	2021年11月	7,401
第51回調査	1997年5月	3,569	第79回調査	2022年11月	7,400
第52回調査	1997年10月	3,565	第80回調査	2023年11月	7,400
第53回調査	1998年5月	3,566			
第54回調査	1998年10月	3,583			
第55回調査	1999年5月	3,560			
第56回調査	1999年10月	3,570			
第57回調査	2000年11月	7,408			
第58回調査	2001年11月	7,400			
第59回調査	2002年11月	7,412			
第60回調査	2003年11月	7,405			
第61回調査	2004年11月	7,407			
第62回調査	2005年11月	7,422			
第63回調査	2006年11月	7,429			
第64回調査	2007年11月	7,411			
第65回調査	2008年11月	7,415			
第66回調査	2009年11月	7,422			
第67回調査	2010年11月	7,417			
第68回調査	2011年11月	7,420			
第69回調査	2012年11月	7,404			
第70回調査	2013年11月	7,407			
第71回調査	2014年11月	7,408			
第72回調査	2015年11月	7,407			
第73回調査	2016年11月	7,410			
第74回調査	2017年11月	7,397			
第75回調査	2018年11月	7,397			
第76回調査	2019年11月	7,389			

調査設計

- (1)調査対象 満13歳以上70歳未満の一般男女
- (2)調査地域 北海道から沖縄に至る全国の都市部
(一部郡部も含み、全国人口の4分の3をカバー)を
母集団とし調査地域には以下の主要都市が含まれる。
札幌、青森、盛岡、仙台、山形、福島、さいたま、千葉、東京
横浜、川崎、新潟、富山、金沢、甲府、長野、静岡、名古屋、
大津、京都、大阪、神戸、奈良、米子、岡山、広島、周南、
松山、高知、福岡、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、那覇
- (3)標本抽出法 全国3段抽出(エリアサンプリング)
1段：都道府県 2段：町丁 3段：調査対象者
- (4)調査方法 訪問留置回収法
- (5)標本数 7,400 (有効標本数) *2023年11月
- (6)調査時期 毎年11月

※TBS生活DATAライブラリは、1971年の第1回調査以来「JNNデータバンク」という名称で続けてきましたが、2024年4月に改称しました。

Lifestyle Trends Report 目次 1

調査の概要	4		
〔参考年表〕	5		
I ライフスタイル			
1. 暮らし向き			
・現在の暮らし向き	8		
・将来の暮らし向き	9		
・生活満足度	10		
・預金・資産の満足度	11		
・経済的なことに対する不安	12		
2. 社会・政治意識			
・社会全般の関心事	13		
・環境意識・行動	16		
・政治への関心	18		
・政治への満足	19		
・憲法改正に対する意見	20		
・格差に対する意見	21		
3. ライフスタイル			
・ライフスタイル	22		
4. 夫婦・家庭			
・家族関係の満足度	24		
・育児・教育に対する不安	25		
・性別役割意識	26		
・夫婦・結婚観	28		
・家族行動	30		
5. 社会関係・人間関係			
・友人・知人との交際の満足度	34		
・社会関係・人間関係に対する不安	35		
6. 仕事			
・仕事の満足度	36		
・仕事に対する不安	37		
・仕事に対する意識	38		
7. 食生活			
・食生活の満足度	41		
・食生活に対する不安	42		
・食生活に対する意識	43		
・外食頻度	48		
・ふだん飲んでいるもの	49		
・飲酒習慣	54		
8. ファッション			
・着るものや身につけるものの満足度	55		
・ファッションに対する意識	56		
9. 住まい			
・住まいの満足度	60		
・住まいに対する不安	61		
・住まいに対する意識	62		
10. 健康			
・健康の満足度	67		
・健康・老化に対する不安	68		
11. レジャー・趣味			
・余暇活用の満足度	69		
・ゆとり(余暇・レジャー)に対する不安	70		
・余暇・レジャーに対する意識	71		
・1年間にしたレジャー	75		

Lifestyle Trends Report 目次 2

12. 購買行動

- ・購買行動 77

13. メディア

- ・テレビの視聴習慣 83
- ・よく見るテレビ番組の種類 84
- ・テレビの見方 87
- ・動画サブスク等の利用 92
- ・テレビCMに対する意識 93
- ・ラジオ聴取習慣 96
- ・新聞閲読時間 97
- ・よく読む雑誌の記事 98
- ・パソコン・スマートフォンの利用 99
- ・よく利用しているSNS 100
- ・信頼性が高い広告媒体 101
- ・新製品の認知媒体 102

II 家族の意識変化と子育ての現在

1. 家族の変化 (1)政府統計にみる構造変化 104
 2. 家族の変化 (2)時系列データでみる変化 110
 3. 家族の変化 (3)コーホート分析による変化の構造 122
 4. 子育て世代(子育てをする人々) 129
- appendix 148

I ライフスタイル

1. 暮らし向き

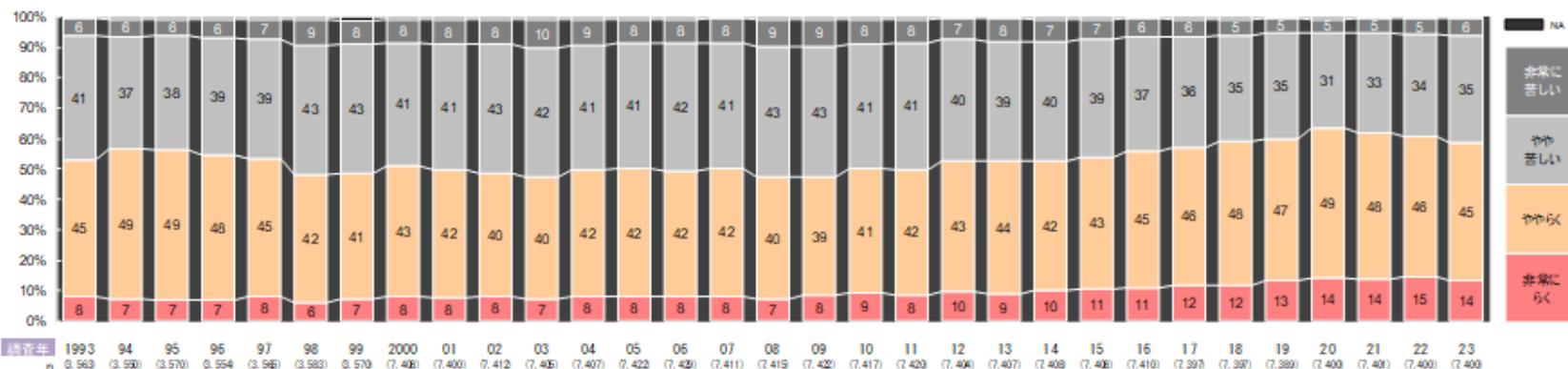
～現在の暮らし向き「非常にらく」が2020年から継続して微減

- ・現在の暮らし向き「非常にらく」「ややらく」を合わせて59%。昨年からは2ポイント低下
- ・2020年は3年間で最も「非常にらく」「ややらく」と回答されたが、2023年は低下している。
- ・年代別では特に男女ともに40代で最も「非常にらく」「ややらく」と回答した割合が低くなる。

図1-2 現在の暮らし向き（2023年/性・年代別）

	n	非常にらく	ややらく	やや苦しい	非常に苦しい
全体	(7,400)	14	45	35	6
男 10代	(332)	31	46	19	3
男 20代	(574)	21	43	29	5
男 30代	(640)	11	44	38	7
男 40代	(760)	9	40	43	7
男 50代	(739)	10	44	38	8
男 60代	(610)	9	48	37	6
女 10代	(329)	36	43	18	3
女 20代	(637)	23	46	28	3
女 30代	(637)	11	50	35	4
女 40代	(776)	8	45	40	6
女 50代	(757)	8	47	39	6
女 60代	(650)	10	48	35	6

図1-1 現在の暮らし向き（時系列）



I ライフスタイル

～「食生活に金おしみをしないほう」なのはおよそ3人に1人

- ・「食生活に金おしみをしないほう」は32%となり、昨年から変化がみられない。
- ・「食生活より他のことにお金をかけるほう」は27%、昨年から1ポイント低下となる。
- ・「食生活に金おしみをしないほう」の男女ともに30代がスコアの高い年代となる。

図7-14 食生活に対する意識（2023年/性・年代別）

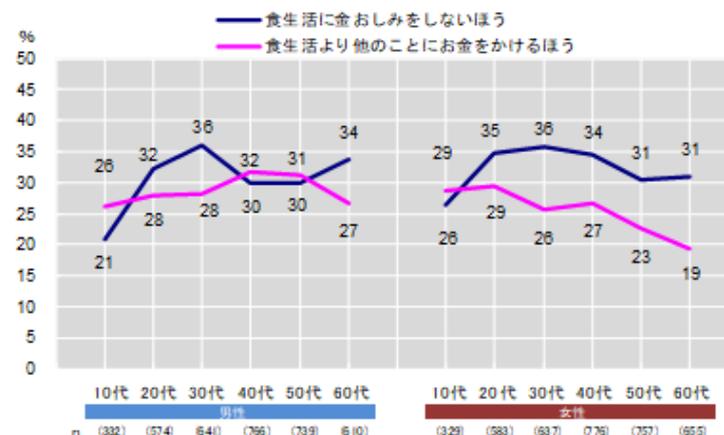
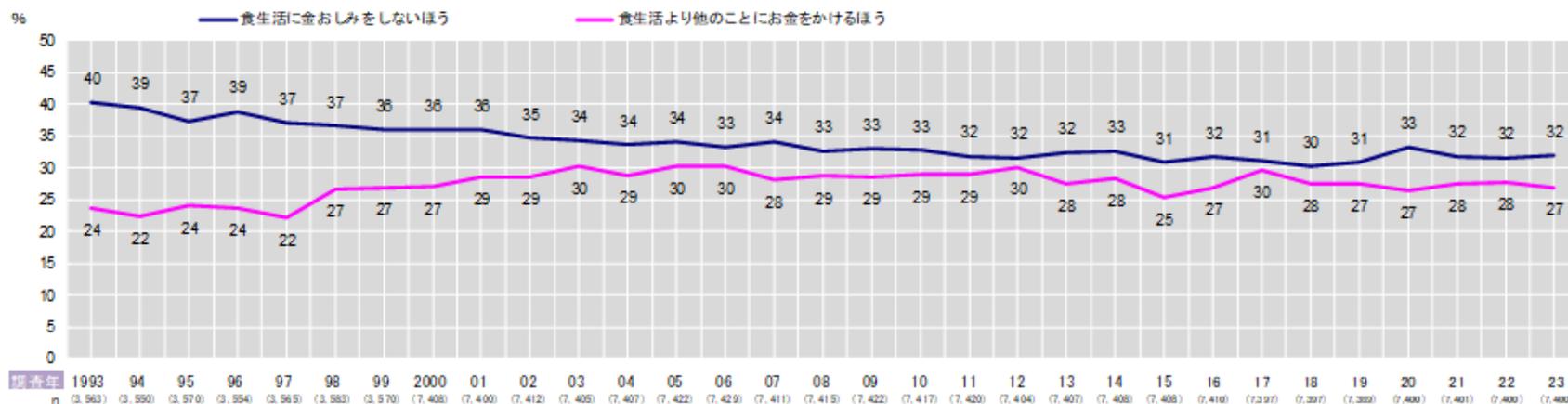


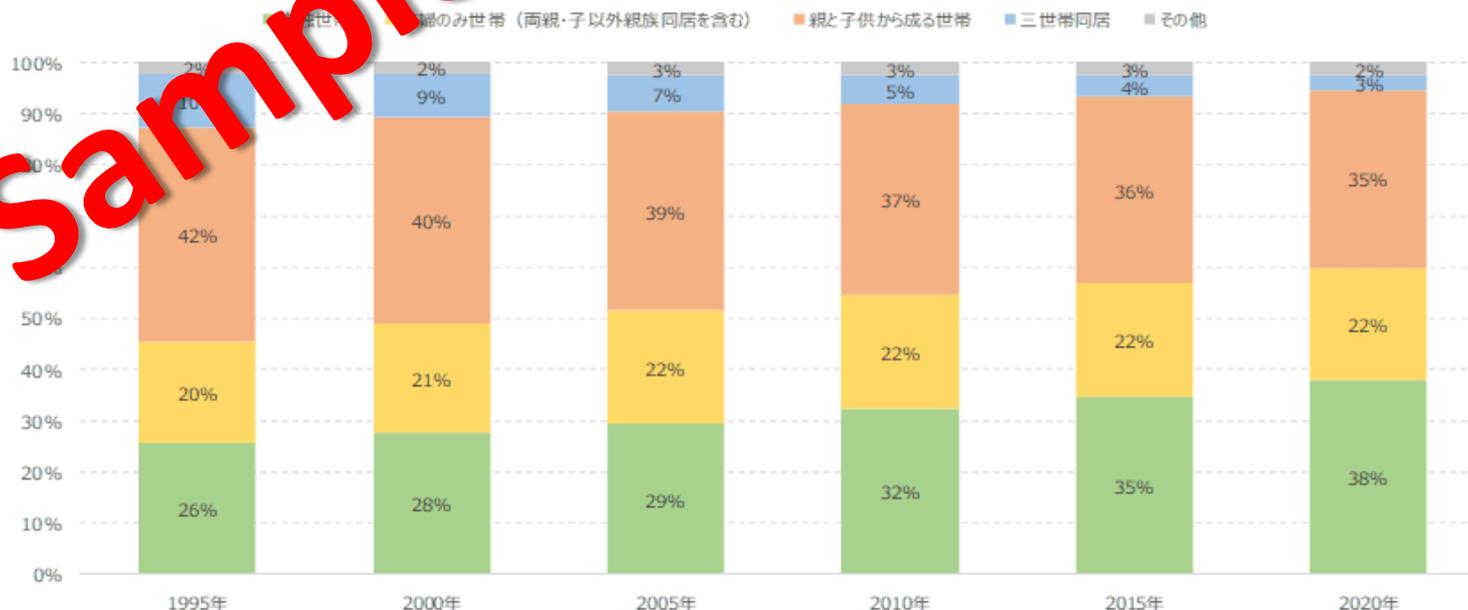
図7-13 食生活に対する意識（時系列）



II 家族の意識変化と子育ての現在

- ・ 下記は世帯の家族類型別構成割合の推移を図示したものとなる。
- ・ まず、目につく変化は「単独世帯」の構成比で、1995年から2020年を比べると26%から38%と10ポイント増えている。
- 一方、親と子からなる世帯は1995年から2020年の同時期42%から35%と7ポイント減っている。

図I-1-2 世帯構成（国勢調査結果より）



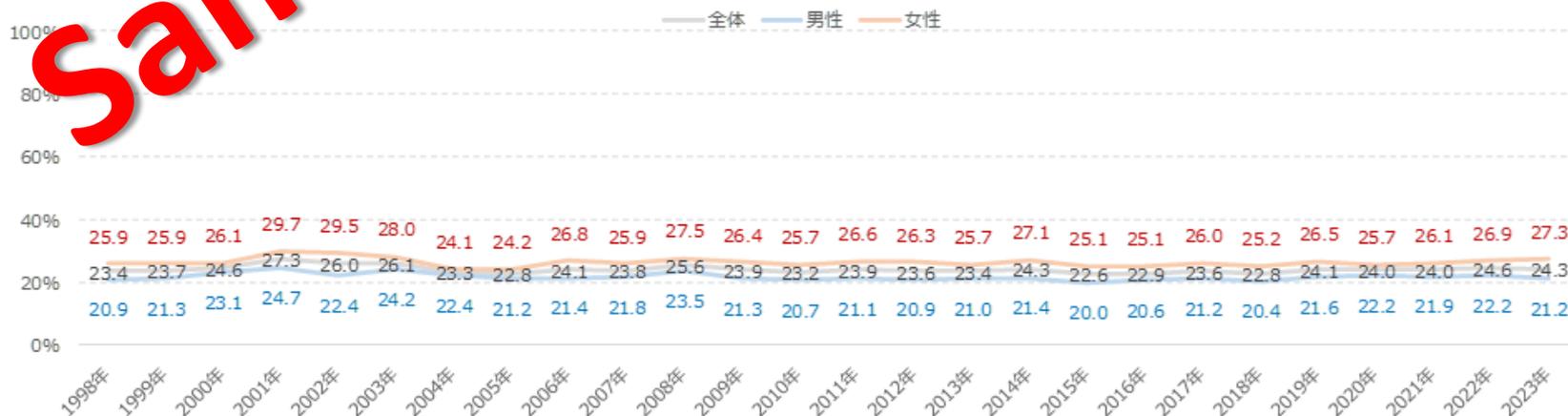
『単独世帯』…「単独世帯」
 『夫婦のみ世帯』…「夫婦のみの世帯」「夫婦と両親から成る世帯」「夫婦とひとり親から成る世帯」「夫婦と他の親族（親、子供を含まない）から成る世帯」
 『親と子どもから成る世帯』…「夫婦、親と他の親族（子供を含まない）から成る世帯」
 『三世帯同居』…「夫婦、子供と両親から成る世帯」「夫婦、子供とひとり親から成る世帯」「夫婦、子供と他の親族（親を含まない）から成る世帯」
 『その他』…「兄弟姉妹のみから成る世帯」「他に分類されない世帯」「非親族を含む世帯」

II 家族の意識変化と子育ての現在

② 「家族意識・行動」

「家族の行動を互いに尊重しあうようにしている」はこの20年間ほぼ変化なく25から27%前後で推移している。

図II-2-5 「家族の行動を互いに尊重しあうようにしている」



II 家族の意識変化と子育ての現在

子育て世代(子育てをする人々)プロフィール

図IV-1-1 対象者構成比

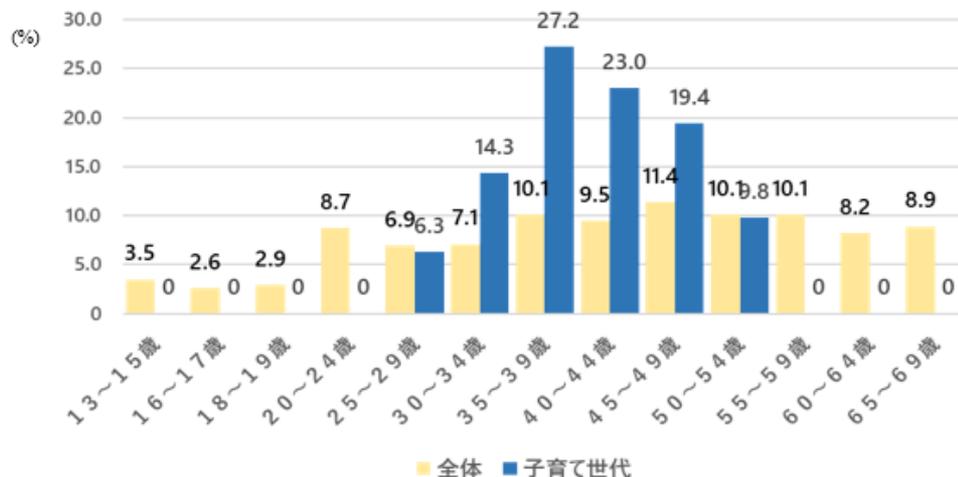


分析対象者定義

- 今回、子育てをする親の特徴を分析するにあたり、下記の条件にてセグメントの抽出を行った。子供の定義については成人年齢である18歳を一つの基準とし、高校生までの学齢の子供が子育ての対象となると考え設定している。

- 25-54歳
- 既婚（死別・離別を除く）
- 高校生以下の子供と同居している(長子)

図IV-1-2 対象者年齢



II 家族の意識変化と子育ての現在

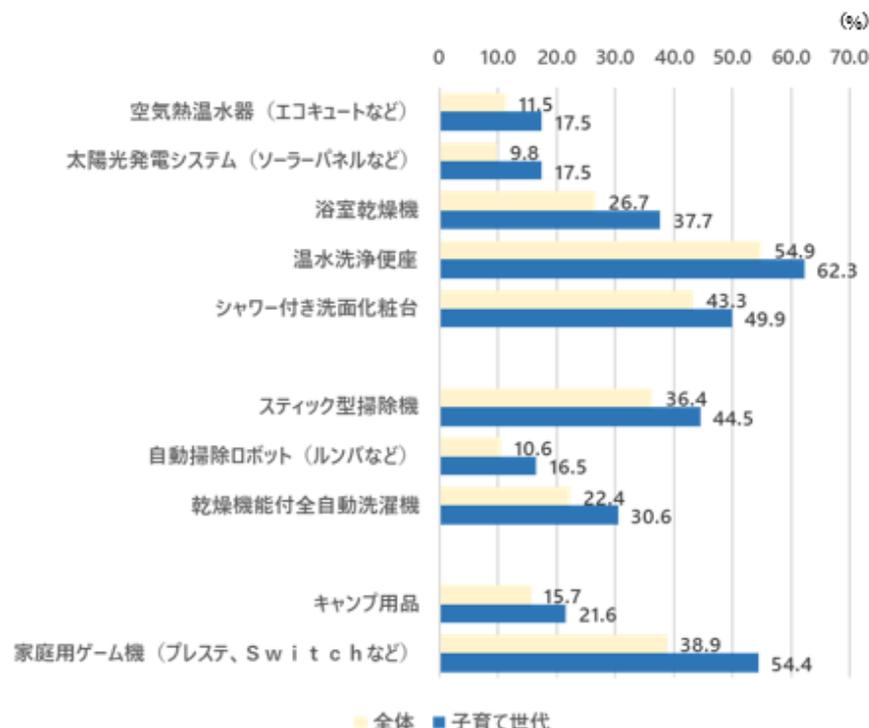
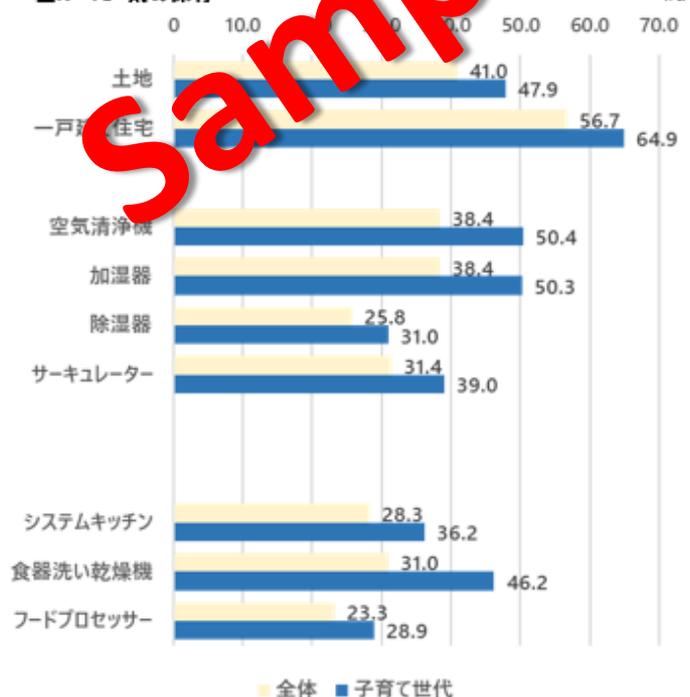
子育て世代(子育てをする人々)プロフィール 保有財

以下は保有財のうち、全体平均より高い項目を抽出したグラフしたものである。

持ち家戸建ての傾向が高く、家事労働の削減を助ける設備の保有率が高い。また小さな子供への配慮と考えられるが「空気清浄機」、「加湿・除湿」、「サーキュレーター」など室内空気の保身に気を付けている。

レジャー用品として「キャンプ用品」、「家庭用ゲーム機」の保有が高い。

図IV-10 財の保有 (%)



過去レポートテーマ

- 2023年 独身者の意識と消費
- 2022年 Z世代の消費とメディア利用
- 2021年 コロナ禍による生活意識・行動の変化
- 2020年 不安下における生活と消費
- 2019年 地域ブロックごとのライフスタイル、購買意識、メディア利用（エリア特性）
- 2018年 “ニューライフステージ”から見る日本市場の変化と今後着目すべき市場の概要
- 2017年 “シェア”の意識の状況（シェアリング/エコノミーグループの意識と行動）
- 2016年 世代/年代/時代による分析（1995～2015）
- 2015年 70代前半生活者への理解とアプローチ方法を探る
- 2014年 購買行動におけるネット利用の進化（オムニチャネル）
- 2013年 世代別の傾向（各世代のプロファイリング）
- 2012年 震災後のくらしの諸相（震災後の生活者意識）
- 2011年 Social Now（人と人、人と社会とのつながり Twitter、SNSなど）
- 2010年 「ロストジェネレーション」の生活意識
- 2009年 ニューライフステージ（ライフステージ×家族構成で見る市場）

※ 過去レポートについても販売しておりますお問い合わせください