

## Ⅱ．生活と買い物に関する価値観の変化

- 1．商品を選ぶときの意識や価値観
- 2．商品選択の基準・重視点など
- 3．商品やブランド情報とのタッチポイント

### 【調査概要】

- ◇調査方法 インターネットによるアンケート調査
- ◇調査期間 2026年7月31日～8月4日
- ◇調査対象 日本国内在住の18歳以上の男女
- ◇回答者数 3,000名（内訳：各年代区分、男女250名ずつ）  
\*年代区分 (18～29歳、30代、40代、50代、60代、70代以上の6区分)

## 商品選択するときの意識や価値観の変化

Q.あなたが、追加でお金を出してでも（高くても）買いたくなる、商品の付加価値は何ですか？

## Ⅱ. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 1. 商品を選ぶときの意識や価値観

商品選択するときの意識や価値観の変化について調査した。

#### 「利便性」「信頼」、「健康」、「タイパ価値」が上位

追加でお金を出してでも（高くても）買いたくなる、商品の付加価値は何かについて、「利便性が高い（保存、持ち運びなど）」（31.3%）が最も多く、次いで、「信頼できるブランドやメーカーの商品である」（29.0%）、「健康に良い成分が含まれている」（27.4%）、「家事の手間や時間を減らせる」（25.1%）という順になっている。

「利便性が高い（保存、持ち運びなど）」においては、女性全般（33.7%）で、男性（28.9%）より高く、特に、70代以上男性（37.6%）、70代以上女性（38.8%）、30代女性（35.2%）で高い水準を示している結果となった。

「家事の手間や時間を減らせる」においては、女性（31.1%）が男性（19.1%）を大きく上回っており、特に60代女性（39.2%）、70代以上女性（36.4%）、30代女性（31.6%）、40代女性（31.6%）で、家事負担の大きい世代および体力の衰えを感じるシニア層で極めて高い付加価値となっていると言える。

「信頼できるブランドやメーカーの商品である」においては、年齢が高くなるほど上昇する傾向が顕著で、70代以上男性（36.0%）、「70代以上女性（37.2%）」では4割近くにのぼり、シニア攻略における「ブランドの信頼性・認知度」の重要性が浮き彫りになっている。

「健康に良い成分が含まれている」においては、年齢とともに右肩上がりに増加しており、70代以上女性では、「健康に良い成分が含まれている」（43.2%）「原材料に配慮している」（28.4%）「環境に配慮した商品（18.0%）」のいずれも全体平均を大幅に上回り、ヘルス&ウェルネスやオーガニック要素への投資を惜しまない姿勢が見られる結果となった。

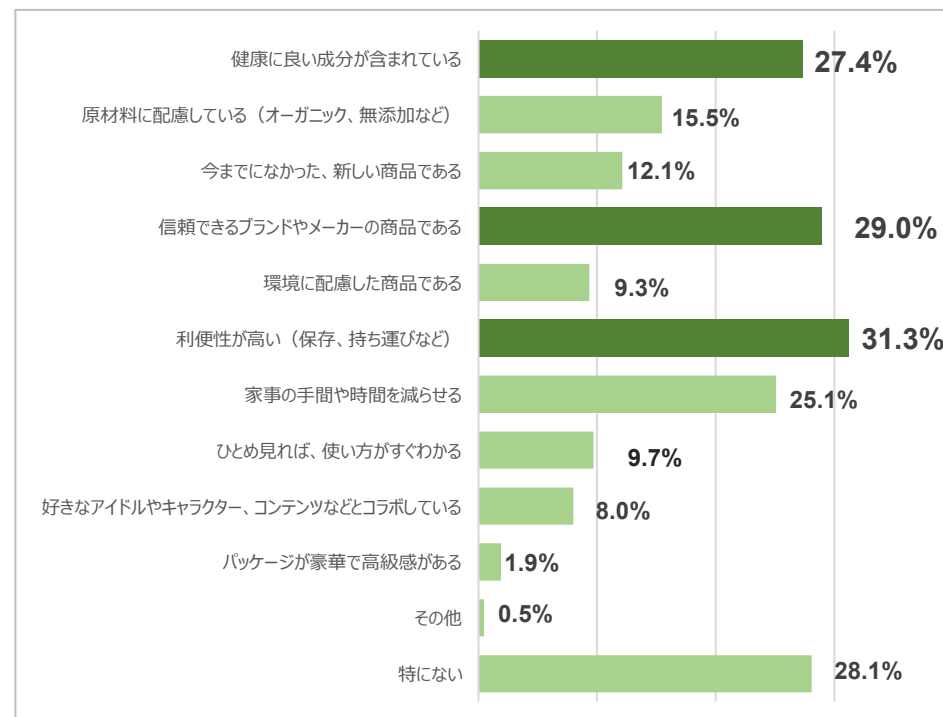
## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 1. 商品を選ぶときの意識や価値観

Q4. あなたが、追加でお金を出してでも（高くても）買いたくなる、商品の付加価値は何ですか。(MA)

|                                | 人数（人）<br>n = 3,000 | %    |
|--------------------------------|--------------------|------|
| 健康に良い成分が含まれている                 | 821                | 27.4 |
| 原材料に配慮している（オーガニック、無添加など）       | 464                | 15.5 |
| 今までになかった、新しい商品である              | 364                | 12.1 |
| 信頼できるブランドやメーカーの商品である           | 870                | 29.0 |
| 環境に配慮した商品である                   | 280                | 9.3  |
| 利便性が高い（保存、持ち運びなど）              | 938                | 31.3 |
| 家事の手間や時間を減らせる                  | 753                | 25.1 |
| ひとめ見れば、使い方がすぐわかる               | 291                | 9.7  |
| 好きなアイドルやキャラクター、コンテンツなどとコラボしている | 240                | 8.0  |
| パッケージが豪華で高級感がある                | 57                 | 1.9  |
| その他                            | 14                 | 0.5  |
| 特にない                           | 843                | 28.1 |

【全体】

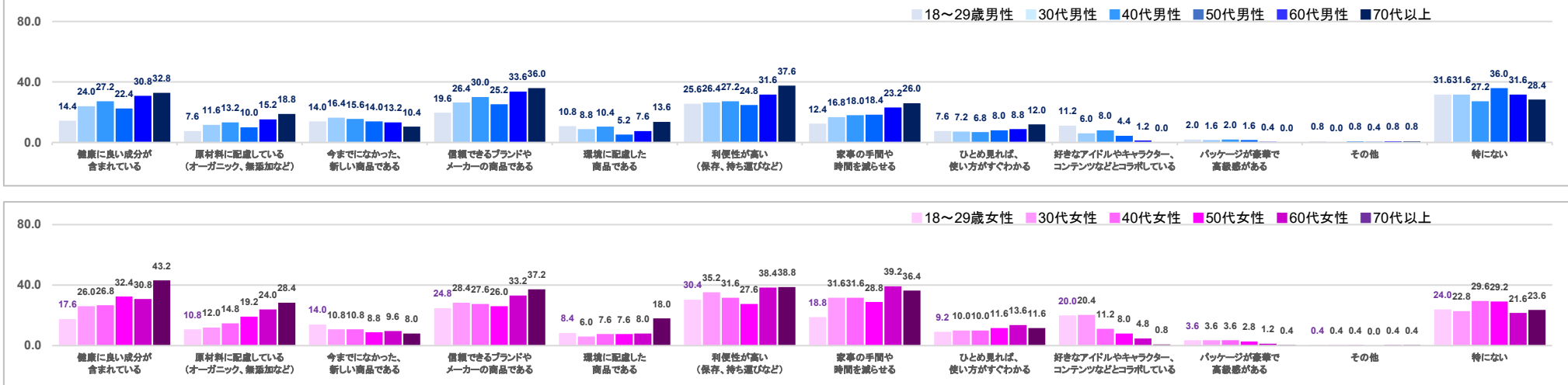


## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 1. 商品を選ぶときの意識や価値観

|           | 合計   | 健康に良い成分が含まれている | 原材料に配慮している<br>(オーガニック、無添加など) | 今までになかった、<br>新しい商品である | 信頼できるブランドや<br>メーカーの商品である | 環境に配慮した<br>商品である | 利便性が高い<br>(保存、持ち運びなど) | 家事の手間や<br>時間を減らせる | ひとめ見れば、<br>使い方がすぐわかる | 好きなアイドルや<br>キャラクター、<br>コンテンツなどとコ<br>ラボしている | パッケージが<br>豪華で<br>高級感がある | その他 | 特にない |
|-----------|------|----------------|------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|-----------------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------------|-------------------------|-----|------|
| 全体        | 3000 | 27.4           | 15.5                         | 12.1                  | 29.0                     | 9.3              | 31.3                  | 25.1              | 9.7                  | 8.0                                        | 1.9                     | 0.5 | 28.1 |
| 性別        |      |                |                              |                       |                          |                  |                       |                   |                      |                                            |                         |     |      |
| 男性        | 1500 | 25.3           | 12.7                         | 13.9                  | 28.5                     | 9.4              | 28.9                  | 19.1              | 8.4                  | 5.1                                        | 1.3                     | 0.6 | 31.1 |
| 女性        | 1500 | 29.5           | 18.2                         | 10.3                  | 29.5                     | 9.3              | 33.7                  | 31.1              | 11.0                 | 10.9                                       | 2.5                     | 0.3 | 25.1 |
| 年齢        |      |                |                              |                       |                          |                  |                       |                   |                      |                                            |                         |     |      |
| 18～29歳    | 500  | 16.0           | 9.2                          | 14.0                  | 22.2                     | 9.6              | 28.0                  | 15.6              | 8.4                  | 15.6                                       | 2.8                     | 0.6 | 27.8 |
| 30代       | 500  | 25.0           | 11.8                         | 13.6                  | 27.4                     | 7.4              | 30.8                  | 24.2              | 8.6                  | 13.2                                       | 2.6                     | 0.2 | 27.2 |
| 40代       | 500  | 27.0           | 14.0                         | 13.2                  | 28.8                     | 9.0              | 29.4                  | 24.8              | 8.4                  | 9.6                                        | 2.8                     | 0.6 | 28.4 |
| 50代       | 500  | 27.4           | 14.6                         | 11.4                  | 25.6                     | 6.4              | 26.2                  | 23.6              | 9.8                  | 6.2                                        | 2.2                     | 0.2 | 32.6 |
| 60代       | 500  | 30.8           | 19.6                         | 11.4                  | 33.4                     | 7.8              | 35.0                  | 31.2              | 11.2                 | 3.0                                        | 0.8                     | 0.6 | 26.6 |
| 70代以上     | 500  | 38.0           | 23.6                         | 9.2                   | 36.6                     | 15.8             | 38.2                  | 31.2              | 11.8                 | 0.4                                        | 0.2                     | 0.6 | 26.0 |
| 性年代       |      |                |                              |                       |                          |                  |                       |                   |                      |                                            |                         |     |      |
| 男性-18～29歳 | 250  | 14.4           | 7.6                          | 14.0                  | 19.6                     | 10.8             | 25.6                  | 12.4              | 7.6                  | 11.2                                       | 2.0                     | 0.8 | 31.6 |
| 男性-30代    | 250  | 24.0           | 11.6                         | 16.4                  | 26.4                     | 8.8              | 26.4                  | 16.8              | 7.2                  | 6.0                                        | 1.6                     | 0.0 | 31.6 |
| 男性-40代    | 250  | 27.2           | 13.2                         | 15.6                  | 30.0                     | 10.4             | 27.2                  | 18.0              | 6.8                  | 8.0                                        | 2.0                     | 0.8 | 27.2 |
| 男性-50代    | 250  | 22.4           | 10.0                         | 14.0                  | 25.2                     | 5.2              | 24.8                  | 18.4              | 8.0                  | 4.4                                        | 1.6                     | 0.4 | 36.0 |
| 男性-60代    | 250  | 30.8           | 15.2                         | 13.2                  | 33.6                     | 7.6              | 31.6                  | 23.2              | 8.8                  | 1.2                                        | 0.4                     | 0.8 | 31.6 |
| 男性-70代以上  | 250  | 32.8           | 18.8                         | 10.4                  | 36.0                     | 13.6             | 37.6                  | 26.0              | 12.0                 | 0.0                                        | 0.0                     | 0.8 | 28.4 |
| 女性-18～29歳 | 250  | 17.6           | 10.8                         | 14.0                  | 24.8                     | 8.4              | 30.4                  | 18.8              | 9.2                  | 20.0                                       | 3.6                     | 0.4 | 24.0 |
| 女性-30代    | 250  | 26.0           | 12.0                         | 10.8                  | 28.4                     | 6.0              | 35.2                  | 31.6              | 10.0                 | 20.4                                       | 3.6                     | 0.4 | 22.8 |
| 女性-40代    | 250  | 26.8           | 14.8                         | 10.8                  | 27.6                     | 7.6              | 31.6                  | 31.6              | 10.0                 | 11.2                                       | 3.6                     | 0.4 | 29.6 |
| 女性-50代    | 250  | 32.4           | 19.2                         | 8.8                   | 26.0                     | 7.6              | 27.6                  | 28.8              | 11.6                 | 8.0                                        | 2.8                     | 0.0 | 29.2 |
| 女性-60代    | 250  | 30.8           | 24.0                         | 9.6                   | 33.2                     | 8.0              | 38.4                  | 39.2              | 13.6                 | 4.8                                        | 1.2                     | 0.4 | 21.6 |
| 女性-70代以上  | 250  | 43.2           | 28.4                         | 8.0                   | 37.2                     | 18.0             | 38.8                  | 36.4              | 11.6                 | 0.8                                        | 0.4                     | 0.4 | 23.6 |

【性年代別】



## Ⅱ. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 1. 商品を選ぶときの意識や価値観

商品を選ぶときの意識や価値観について調査した。

#### 「健康重視」「上質・良質」「メリハリ消費」：年齢が上がるほど意識が急上昇

「健康面を重視して商品を選んでいる」（26.9%）が1位となっており、次いで「こだわりのある商品と、こだわらない商品のメリハリをつけるようにしている」（23.7%）、「上質・良質な商品を選んでいる」（21.2%）という順となっている。

「健康面を重視して商品を選んでいる」においては、年齢とともに非常に顕著な右肩上がりの傾向を示す。18～29歳が（17.6%）に対して、70代以上が（42.2%）と2.4倍以上の差があり、特に、女性70代以上が（48.8%）では約半数に達している。

「こだわりのある商品と、こだわらない商品のメリハリをつけるようにしている」においては、若年層（18～29歳：12.2%）よりも、50代（25.4%）、60代（32.2%）、70代以上（33.0%）で高くなっており、経験豊かなシニア・ミドル層ほど「お金をかけるべきアイテム」の見極めがシビアに行われているようだ。

情報経路について、「家族・友人・知人などが勧める商品」（全体17.1%）においては、メディア広告よりも身近な口コミ・推奨が重視されている。女性（20.5%）で男性（13.6%）より高く、特に、女性70代以上（25.6%）、女性40代（24.0%）で高い結果となっている。

「SNS等で話題・人気の商品」（全体11.1%）においては、若年層の独壇場であり、18～29歳（17.6%）、30代（17.8%）で高い一方、60代（5.4%）や70代以上（2.6%）では急速に減衰する。特に、女性18～29歳（22.4%）、女性30代（22.0%）では、2割を超えており、購買の一次情報源となっている。

「テレビCMなどを見て商品を選んでいる」（全体12.9%）においては、40代（16.6%）、50代（14.6%）などのミドル層で高めに出現しており、若年層・シニア層とは異なるメディア接触が購買に影響を与えているようだ。

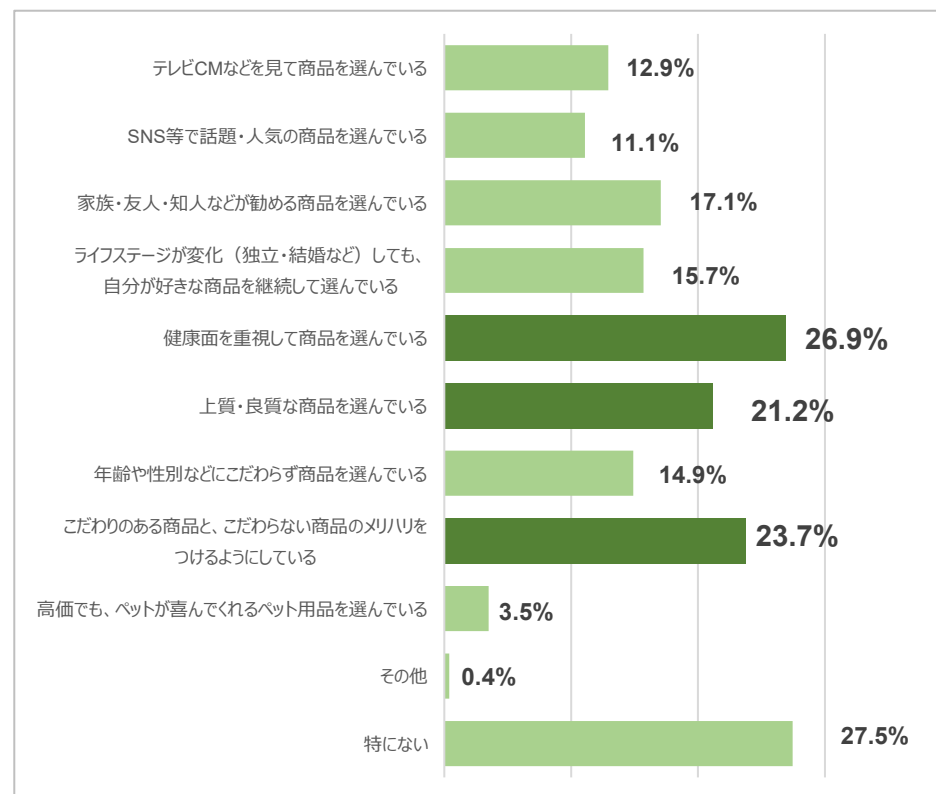
## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 1. 商品を選ぶときの意識や価値観

Q5. あなたが、商品を選ぶときの意識や価値観で、ご自分にあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

【全体】

|                                           | 人数（人）<br>n = 3,000 | %    |
|-------------------------------------------|--------------------|------|
| テレビCMなどを見て商品を選んでいる                        | 388                | 12.9 |
| SNS等で話題・人気の商品を選んでいる                       | 333                | 11.1 |
| 家族・友人・知人などが勧める商品を選んでいる                    | 512                | 17.1 |
| ライフステージが変化（独立・結婚など）しても、自分が好きな商品を継続して選んでいる | 471                | 15.7 |
| 健康面を重視して商品を選んでいる                          | 808                | 26.9 |
| 上質・良質な商品を選んでいる                            | 636                | 21.2 |
| 年齢や性別などにこだわらず商品を選んでいる                     | 447                | 14.9 |
| こだわりのある商品と、こだわらない商品のメリハリをつけるようにしている       | 712                | 23.7 |
| 高価でも、ペットが喜んでくれるペット用品を選んでいる                | 105                | 3.5  |
| その他                                       | 12                 | 0.4  |
| 特になし                                      | 824                | 27.5 |

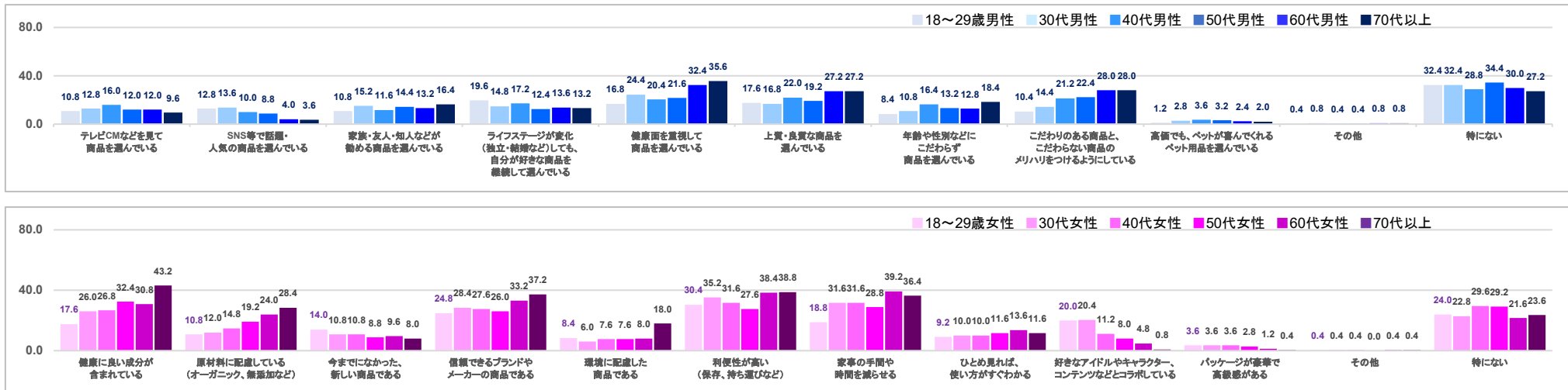


## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 1. 商品を選ぶときの意識や価値観

|           | 合計   | テレビCMなどを見て商品を選んでいる | SNS等で話題・人気の商品を選んでいる | 家族・友人・知人などが勧める商品を選んでいる | ライフステージが変化（独立・結婚など）しても、自分が好きな商品を継続して選んでいる | 健康面を重視して商品を選んでいる | 上質・良質な商品を選んでいる | 年齢や性別などにこだわらず商品を選んでいる | こだわりのある商品と、こだわらない商品のメリハリをつけるようにしている | 高価でも、ペットが喜んでくれるペット用品を選んでいる | その他 | 特にない |
|-----------|------|--------------------|---------------------|------------------------|-------------------------------------------|------------------|----------------|-----------------------|-------------------------------------|----------------------------|-----|------|
| 全体        | 3000 | 12.9               | 11.1                | 17.1                   | 15.7                                      | 26.9             | 21.2           | 14.9                  | 23.7                                | 3.5                        | 0.4 | 27.5 |
| 性別        |      |                    |                     |                        |                                           |                  |                |                       |                                     |                            |     |      |
| 男性        | 1500 | 12.2               | 8.8                 | 13.6                   | 15.1                                      | 25.2             | 21.7           | 13.3                  | 20.7                                | 2.5                        | 0.6 | 30.9 |
| 女性        | 1500 | 13.7               | 13.4                | 20.5                   | 16.3                                      | 28.7             | 20.7           | 16.5                  | 26.7                                | 4.5                        | 0.2 | 24.1 |
| 年齢        |      |                    |                     |                        |                                           |                  |                |                       |                                     |                            |     |      |
| 18～29歳    | 500  | 10.0               | 17.6                | 13.6                   | 19.4                                      | 17.6             | 16.8           | 10.4                  | 12.2                                | 3.8                        | 0.2 | 29.8 |
| 30代       | 500  | 13.4               | 17.8                | 17.0                   | 19.2                                      | 23.8             | 19.2           | 12.6                  | 18.0                                | 3.0                        | 0.4 | 28.6 |
| 40代       | 500  | 16.6               | 12.6                | 17.8                   | 17.4                                      | 20.6             | 18.0           | 18.0                  | 21.6                                | 4.6                        | 0.2 | 27.4 |
| 50代       | 500  | 14.6               | 10.6                | 14.8                   | 11.8                                      | 25.0             | 16.8           | 14.6                  | 25.4                                | 5.0                        | 0.4 | 31.2 |
| 60代       | 500  | 13.0               | 5.4                 | 18.2                   | 13.6                                      | 32.4             | 25.2           | 15.0                  | 32.2                                | 2.2                        | 0.6 | 25.2 |
| 70代以上     | 500  | 10.0               | 2.6                 | 21.0                   | 12.8                                      | 42.2             | 28.6           | 18.8                  | 33.0                                | 2.4                        | 0.6 | 22.6 |
| 性年代       |      |                    |                     |                        |                                           |                  |                |                       |                                     |                            |     |      |
| 男性-18～29歳 | 250  | 10.8               | 12.8                | 10.8                   | 19.6                                      | 16.8             | 17.6           | 8.4                   | 10.4                                | 1.2                        | 0.4 | 32.4 |
| 男性-30代    | 250  | 12.8               | 13.6                | 15.2                   | 14.8                                      | 24.4             | 16.8           | 10.8                  | 14.4                                | 2.8                        | 0.8 | 32.4 |
| 男性-40代    | 250  | 16.0               | 10.0                | 11.6                   | 17.2                                      | 20.4             | 22.0           | 16.4                  | 21.2                                | 3.6                        | 0.4 | 28.8 |
| 男性-50代    | 250  | 12.0               | 8.8                 | 14.4                   | 12.4                                      | 21.6             | 19.2           | 13.2                  | 22.4                                | 3.2                        | 0.4 | 34.4 |
| 男性-60代    | 250  | 12.0               | 4.0                 | 13.2                   | 13.6                                      | 32.4             | 27.2           | 12.8                  | 28.0                                | 2.4                        | 0.8 | 30.0 |
| 男性-70代以上  | 250  | 9.6                | 3.6                 | 16.4                   | 13.2                                      | 35.6             | 27.2           | 18.4                  | 28.0                                | 2.0                        | 0.8 | 27.2 |
| 女性-18～29歳 | 250  | 9.2                | 22.4                | 16.4                   | 19.2                                      | 18.4             | 16.0           | 12.4                  | 14.0                                | 6.4                        | 0.0 | 27.2 |
| 女性-30代    | 250  | 14.0               | 22.0                | 18.8                   | 23.6                                      | 23.2             | 21.6           | 14.4                  | 21.6                                | 3.2                        | 0.0 | 24.8 |
| 女性-40代    | 250  | 17.2               | 15.2                | 24.0                   | 17.6                                      | 20.8             | 19.2           | 19.6                  | 22.0                                | 5.6                        | 0.0 | 26.0 |
| 女性-50代    | 250  | 17.2               | 12.4                | 15.2                   | 11.2                                      | 28.4             | 14.4           | 16.0                  | 28.4                                | 6.8                        | 0.4 | 28.0 |
| 女性-60代    | 250  | 14.0               | 6.8                 | 23.2                   | 13.6                                      | 32.4             | 23.2           | 17.2                  | 36.4                                | 2.0                        | 0.4 | 20.4 |
| 女性-70代以上  | 250  | 10.4               | 1.6                 | 25.6                   | 12.4                                      | 48.8             | 30.0           | 19.2                  | 38.0                                | 2.8                        | 0.4 | 18.0 |

【性年代別】



## 商品を選ぶとき、重視すること

Q. 普段、あなたが商品を選ぶとき、どのような点を重視されますか？

商品を選ぶとき、選択基準・重視するポイントについて調査した。

#### 3大重視点は、「価格」「品質」「効果・効能」

---

商品を選ぶ際に最も重視する点として、「価格」（39.4％）がトップで、約4割の消費者が日常的な購買判断において「価格」を最重視している。次いで「品質」（37.9％）となっており、第1位の「価格」とわずか1.5ポイント差で追随しており、安さだけではなく基礎的なクオリティへの要求の高さが示されている。次いで「効果・効能」（33.7％）となっており、3人に1人が商品がもたらす具体的なベネフィット（機能的価値）を厳しく見極めている。

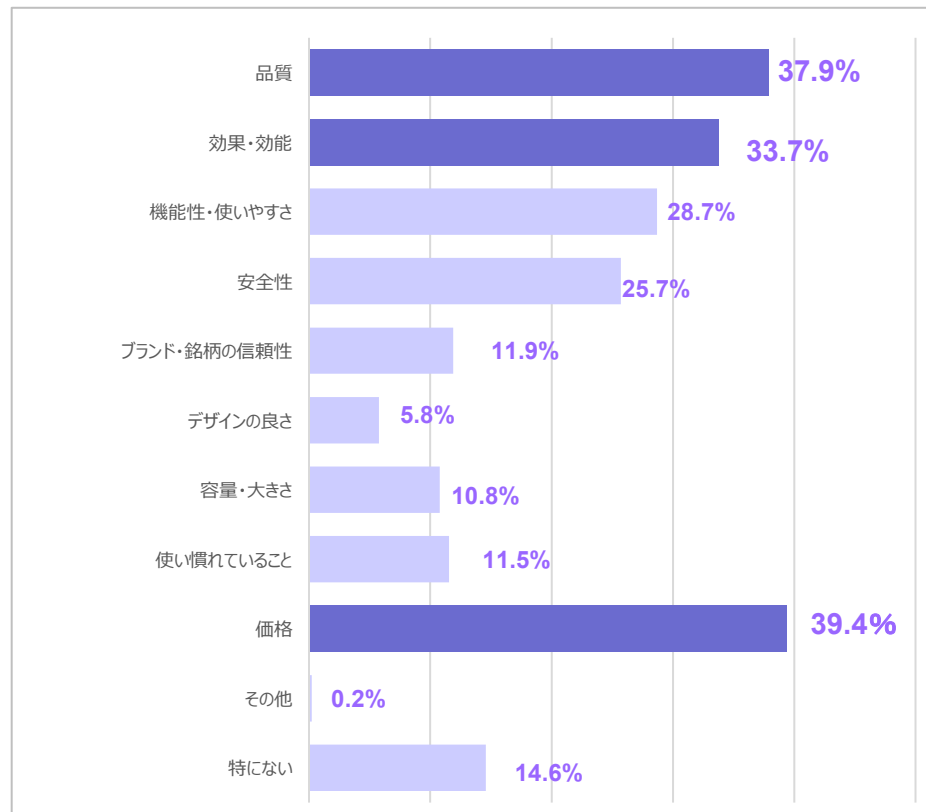
## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 2. 商品選択の基準・重視点など

Q6. 普段、あなたが商品を選ぶとき、どのような点を重視されますか。あなたが重視されるものを、上位**3つ**まで選んでください。(MA)

【全体】

|             | 人数（人）<br>n = 3,000 | %    |
|-------------|--------------------|------|
| 品質          | 1137               | 37.9 |
| 効果・効能       | 1012               | 33.7 |
| 機能性・使いやすさ   | 861                | 28.7 |
| 安全性         | 771                | 25.7 |
| ブランド・銘柄の信頼性 | 357                | 11.9 |
| デザインの良さ     | 173                | 5.8  |
| 容量・大きさ      | 323                | 10.8 |
| 使い慣れていること   | 346                | 11.5 |
| 価格          | 1182               | 39.4 |
| その他         | 7                  | 0.2  |
| 特にない        | 437                | 14.6 |



## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

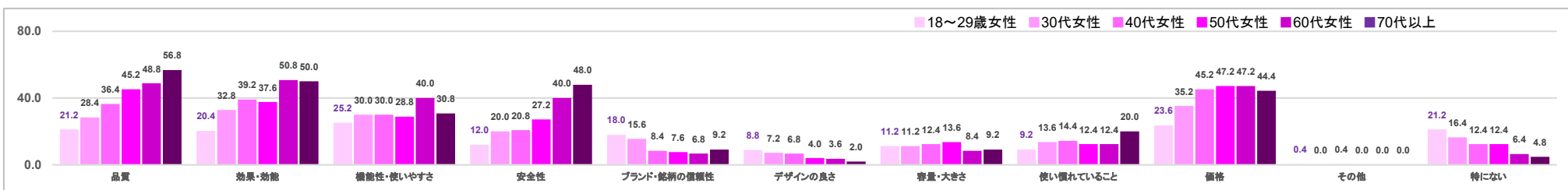
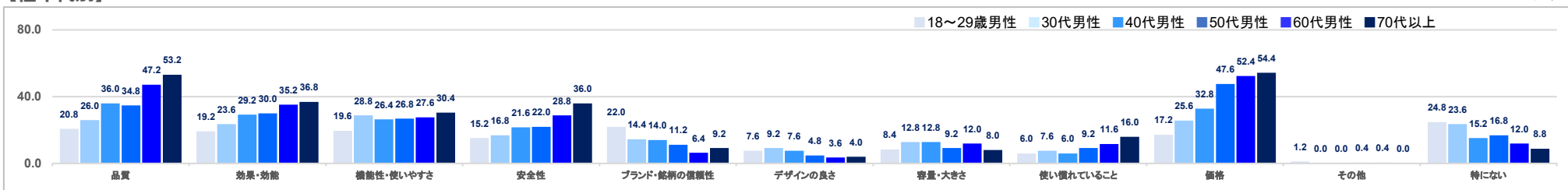
### 2. 商品選択の基準・重視点など

|     |           | 合計   | 品質   | 効果・効能 | 機能性・使いやすさ | 安全性  | ブランド・銘柄の信頼性 | デザインの良さ | 容量・大きさ | 使い慣れていること | 価格   | その他 | 特にな  |
|-----|-----------|------|------|-------|-----------|------|-------------|---------|--------|-----------|------|-----|------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 37.9 | 33.7  | 28.7      | 25.7 | 11.9        | 5.8     | 10.8   | 11.5      | 39.4 | 0.2 | 14.6 |
|     | 男性        | 1500 | 36.3 | 29.0  | 26.6      | 23.4 | 12.9        | 6.1     | 10.5   | 9.4       | 38.3 | 0.3 | 16.9 |
|     | 女性        | 1500 | 39.5 | 38.5  | 30.8      | 28.0 | 10.9        | 5.4     | 11.0   | 13.7      | 40.5 | 0.1 | 12.3 |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 21.0 | 19.8  | 22.4      | 13.6 | 20.0        | 8.2     | 9.8    | 7.6       | 20.4 | 0.8 | 23.0 |
|     | 30代       | 500  | 27.2 | 28.2  | 29.4      | 18.4 | 15.0        | 8.2     | 12.0   | 10.6      | 30.4 | 0.0 | 20.0 |
|     | 40代       | 500  | 36.2 | 34.2  | 28.2      | 21.2 | 11.2        | 7.2     | 12.6   | 10.2      | 39.0 | 0.2 | 13.8 |
|     | 50代       | 500  | 40.0 | 33.8  | 27.8      | 24.6 | 9.4         | 4.4     | 11.4   | 10.8      | 47.4 | 0.2 | 14.6 |
|     | 60代       | 500  | 48.0 | 43.0  | 33.8      | 34.4 | 6.6         | 3.6     | 10.2   | 12.0      | 49.8 | 0.2 | 9.2  |
|     | 70代以上     | 500  | 55.0 | 43.4  | 30.6      | 42.0 | 9.2         | 3.0     | 8.6    | 18.0      | 49.4 | 0.0 | 6.8  |
|     | 男性・18～29歳 | 250  | 20.8 | 19.2  | 19.6      | 15.2 | 22.0        | 7.6     | 8.4    | 6.0       | 17.2 | 1.2 | 24.8 |
| 性年代 | 男性・30代    | 250  | 26.0 | 23.6  | 28.8      | 16.8 | 14.4        | 9.2     | 12.8   | 7.6       | 25.6 | 0.0 | 23.6 |
|     | 男性・40代    | 250  | 36.0 | 29.2  | 26.4      | 21.6 | 14.0        | 7.6     | 12.8   | 6.0       | 32.8 | 0.0 | 15.2 |
|     | 男性・50代    | 250  | 34.8 | 30.0  | 26.8      | 22.0 | 11.2        | 4.8     | 9.2    | 9.2       | 47.6 | 0.4 | 16.8 |
|     | 男性・60代    | 250  | 47.2 | 35.2  | 27.6      | 28.8 | 6.4         | 3.6     | 12.0   | 11.6      | 52.4 | 0.4 | 12.0 |
|     | 男性・70代以上  | 250  | 53.2 | 36.8  | 30.4      | 36.0 | 9.2         | 4.0     | 8.0    | 16.0      | 54.4 | 0.0 | 8.8  |
|     | 女性・18～29歳 | 250  | 21.2 | 20.4  | 25.2      | 12.0 | 18.0        | 8.8     | 11.2   | 9.2       | 23.6 | 0.4 | 21.2 |
|     | 女性・30代    | 250  | 28.4 | 32.8  | 30.0      | 20.0 | 15.6        | 7.2     | 11.2   | 13.6      | 35.2 | 0.0 | 16.4 |
|     | 女性・40代    | 250  | 36.4 | 39.2  | 30.0      | 20.8 | 8.4         | 6.8     | 12.4   | 14.4      | 45.2 | 0.4 | 12.4 |
|     | 女性・50代    | 250  | 45.2 | 37.6  | 28.8      | 27.2 | 7.6         | 4.0     | 13.6   | 12.4      | 47.2 | 0.0 | 12.4 |
|     | 女性・60代    | 250  | 48.8 | 50.8  | 40.0      | 40.0 | 6.8         | 3.6     | 8.4    | 12.4      | 47.2 | 0.0 | 6.4  |
|     | 女性・70代以上  | 250  | 56.8 | 50.0  | 30.8      | 48.0 | 9.2         | 2.0     | 9.2    | 20.0      | 44.4 | 0.0 | 4.8  |

(%)

【性年代別】

(%)



## 商品やブランド情報の入手について

Q.あなたが、「商品情報」や「商品評価の情報」を入手するメディアや場所はどこですか？

普段、商品やブランド情報を入手するメディアや場所について調査した。

### 「テレビ・ラジオCM（地上波、BS、AM・FMラジオなど）」が圧倒的な1位

商品やブランド情報の入手源として、全体では「テレビ・ラジオCM（地上波、BS、AM・FMラジオなど）」（38.6%）が圧倒的な1位。次いで、「店内の商品、掲示物・ポスター」（31.8%）、「ネット、SNSなどの口コミ・レビュー」（26.5%）という順となった。

「テレビ・ラジオCM（地上波、BS、AM・FMラジオなど）」においては、年齢層が上がるにつれて選択率が急上昇する。18～29歳（16.4%）に対し、60代（54.0%）、70代以上（55.4%）では半数を超え、高齢層へのリーチにはマスメディアが極めて有効だ。

「店内の商品、掲示物・ポスター」においては、年代の上昇とともに高まる傾向にあり、女性70代以上（57.6%）で、女性60代（44.4%）で、男性70代以上（42.4%）などシニア層の接点として非常に高くなっているようだ。

一方で、「ネット、SNSなどの口コミ・レビュー」においては、女性全般（30.3%）で高く、特に女性30代（38.0%）、女性40代（36.8%）、女性18～29歳（33.2%）の若手～ミドル女性層で3割～4割近くにのぼるという結果だ。

「生成AI（ChatGPTなど）への相談」においては、全体では7.2%と途上段階だが、18～29歳（10.2%）、「男性18～29歳（10.0%）、女性18～29歳（10.4%）」など、若年層では1割を超えて定着し始めていることが見て取れる。

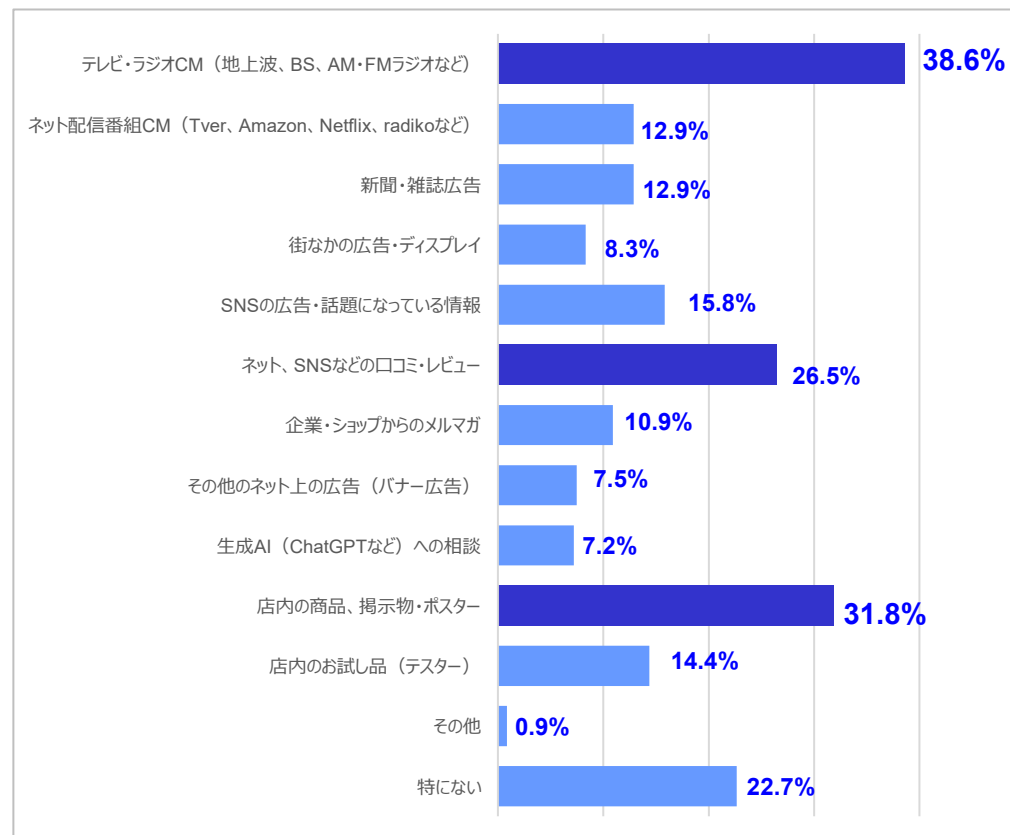
## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 3. 商品やブランド情報とのタッチポイント

Q7. あなたが、商品選択をするときに「商品情報」や「商品評価」の情報を入手するメディアや場所を、すべて教えてください。(MA)

【全体】

|                                         | 人数 (人)<br>n = 3,000 | %    |
|-----------------------------------------|---------------------|------|
| テレビ・ラジオCM（地上波、BS、AM・FMラジオなど）            | 1158                | 38.6 |
| ネット配信番組CM（Tver、Amazon、Netflix、radikoなど） | 386                 | 12.9 |
| 新聞・雑誌広告                                 | 386                 | 12.9 |
| 街なかの広告・ディスプレイ                           | 250                 | 8.3  |
| SNSの広告・話題になっている情報                       | 475                 | 15.8 |
| ネット、SNSなどの口コミ・レビュー                      | 794                 | 26.5 |
| 企業・ショップからのメルマガ                          | 327                 | 10.9 |
| その他のネット上の広告（バナー広告）                      | 224                 | 7.5  |
| 生成AI（ChatGPTなど）への相談                     | 216                 | 7.2  |
| 店内の商品、掲示物・ポスター                          | 955                 | 31.8 |
| 店内のお試し品（テスター）                           | 431                 | 14.4 |
| その他                                     | 26                  | 0.9  |
| 特になし                                    | 680                 | 22.7 |

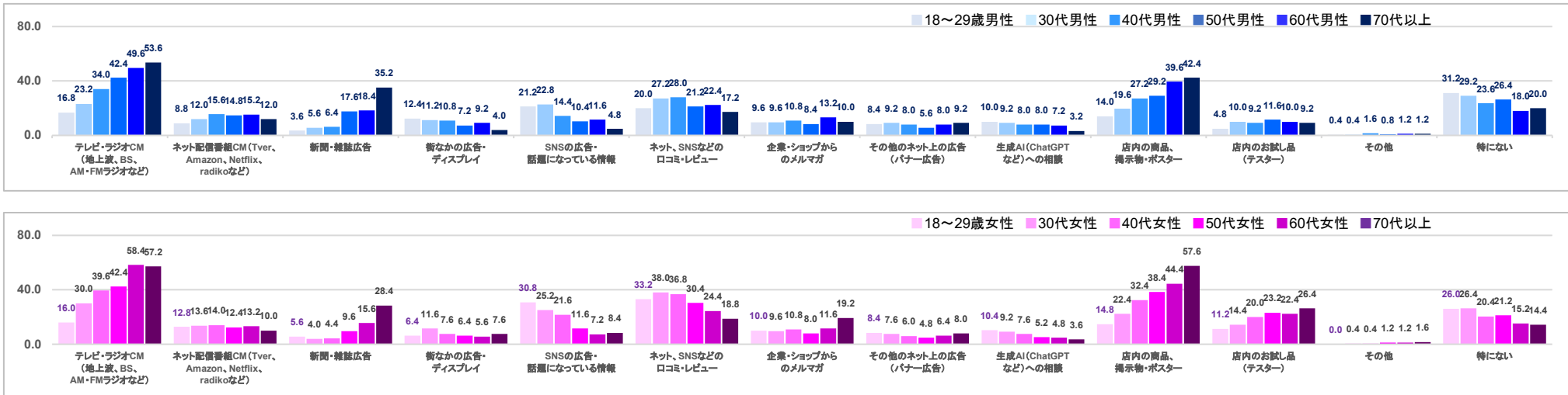


## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 3. 商品やブランド情報とのタッチポイント

|           | 合計   | テレビ・ラジオCM<br>(地上波、BS、AM・FMラジオなど) | ネット配信番組CM<br>(Tver、Amazon、Netflix、radikoなど) | 新聞・雑誌広告 | 街なかの広告・<br>ディスプレイ | SNSの広告・<br>話題になっている情報 | ネット、SNSなどの<br>口コミ・レビュー | 企業・ショップから<br>のメルマガ | その他のネット上の<br>広告<br>(バナー広告) | 生成AI<br>(ChatGPTなど)への相談 | 店内の商品、掲<br>示物・ポスター | 店内のお試し品<br>(テスター) | その他 | 特にない |
|-----------|------|----------------------------------|---------------------------------------------|---------|-------------------|-----------------------|------------------------|--------------------|----------------------------|-------------------------|--------------------|-------------------|-----|------|
| 全体        | 3000 | 38.6                             | 12.9                                        | 12.9    | 8.3               | 15.8                  | 26.5                   | 10.9               | 7.5                        | 7.2                     | 31.8               | 14.4              | 0.9 | 22.7 |
| 性別        |      |                                  |                                             |         |                   |                       |                        |                    |                            |                         |                    |                   |     |      |
| 男性        | 1500 | 36.6                             | 13.1                                        | 14.5    | 9.1               | 14.2                  | 22.7                   | 10.3               | 8.1                        | 7.6                     | 28.7               | 9.1               | 0.9 | 24.7 |
| 女性        | 1500 | 40.6                             | 12.7                                        | 11.3    | 7.5               | 17.5                  | 30.3                   | 11.5               | 6.9                        | 6.8                     | 35.0               | 19.6              | 0.8 | 20.6 |
| 年齢        |      |                                  |                                             |         |                   |                       |                        |                    |                            |                         |                    |                   |     |      |
| 18~29歳    | 500  | 16.4                             | 10.8                                        | 4.6     | 9.4               | 26.0                  | 26.6                   | 9.8                | 8.4                        | 10.2                    | 14.4               | 8.0               | 0.2 | 28.6 |
| 30代       | 500  | 26.6                             | 12.8                                        | 4.8     | 11.4              | 24.0                  | 32.6                   | 9.6                | 8.4                        | 9.2                     | 21.0               | 12.2              | 0.4 | 27.8 |
| 40代       | 500  | 36.8                             | 14.8                                        | 5.4     | 9.2               | 18.0                  | 32.4                   | 10.8               | 7.0                        | 7.8                     | 29.8               | 14.6              | 1.0 | 22.0 |
| 50代       | 500  | 42.4                             | 13.6                                        | 13.6    | 6.8               | 11.0                  | 25.8                   | 8.2                | 5.2                        | 6.6                     | 33.8               | 17.4              | 1.0 | 23.8 |
| 60代       | 500  | 54.0                             | 14.2                                        | 17.0    | 7.4               | 9.4                   | 23.4                   | 12.4               | 7.2                        | 6.0                     | 42.0               | 16.2              | 1.2 | 16.6 |
| 70代以上     | 500  | 55.4                             | 11.0                                        | 31.8    | 5.8               | 6.6                   | 18.0                   | 14.6               | 8.6                        | 3.4                     | 50.0               | 17.8              | 1.4 | 17.2 |
| 性年代       |      |                                  |                                             |         |                   |                       |                        |                    |                            |                         |                    |                   |     |      |
| 男性・18~29歳 | 250  | 16.8                             | 8.8                                         | 3.6     | 12.4              | 21.2                  | 20.0                   | 9.6                | 8.4                        | 10.0                    | 14.0               | 4.8               | 0.4 | 31.2 |
| 男性・30代    | 250  | 23.2                             | 12.0                                        | 5.6     | 11.2              | 22.8                  | 27.2                   | 9.6                | 9.2                        | 9.2                     | 19.6               | 10.0              | 0.4 | 29.2 |
| 男性・40代    | 250  | 34.0                             | 15.6                                        | 6.4     | 10.8              | 14.4                  | 28.0                   | 10.8               | 8.0                        | 8.0                     | 27.2               | 9.2               | 1.6 | 23.6 |
| 男性・50代    | 250  | 42.4                             | 14.8                                        | 17.6    | 7.2               | 10.4                  | 21.2                   | 8.4                | 5.6                        | 8.0                     | 29.2               | 11.6              | 0.8 | 26.4 |
| 男性・60代    | 250  | 49.6                             | 15.2                                        | 18.4    | 9.2               | 11.6                  | 22.4                   | 13.2               | 8.0                        | 7.2                     | 39.6               | 10.0              | 1.2 | 18.0 |
| 男性・70代以上  | 250  | 53.6                             | 12.0                                        | 35.2    | 4.0               | 4.8                   | 17.2                   | 10.0               | 9.2                        | 3.2                     | 42.4               | 9.2               | 1.2 | 20.0 |
| 女性・18~29歳 | 250  | 16.0                             | 12.8                                        | 5.6     | 6.4               | 30.8                  | 33.2                   | 10.0               | 8.4                        | 10.4                    | 14.8               | 11.2              | 0.0 | 26.0 |
| 女性・30代    | 250  | 30.0                             | 13.6                                        | 4.0     | 11.6              | 25.2                  | 38.0                   | 9.6                | 7.6                        | 9.2                     | 22.4               | 14.4              | 0.4 | 26.4 |
| 女性・40代    | 250  | 39.6                             | 14.0                                        | 4.4     | 7.6               | 21.6                  | 36.8                   | 10.8               | 6.0                        | 7.6                     | 32.4               | 20.0              | 0.4 | 20.4 |
| 女性・50代    | 250  | 42.4                             | 12.4                                        | 9.6     | 6.4               | 11.6                  | 30.4                   | 8.0                | 4.8                        | 5.2                     | 38.4               | 23.2              | 1.2 | 21.2 |
| 女性・60代    | 250  | 58.4                             | 13.2                                        | 15.6    | 5.6               | 7.2                   | 24.4                   | 11.6               | 6.4                        | 4.8                     | 44.4               | 22.4              | 1.2 | 15.2 |
| 女性・70代以上  | 250  | 57.2                             | 10.0                                        | 28.4    | 7.6               | 8.4                   | 18.8                   | 19.2               | 8.0                        | 3.6                     | 57.6               | 26.4              | 1.6 | 14.4 |

【性年代別】



### 3. 商品やブランド情報とのタッチポイント

---

普段、商品選択時に、「ネット、SNSなどの口コミ・レビュー」に関してのチェック項目について調査した。

#### 「具体的な評価点・満足点」が1位

---

「ネット、SNSなどの口コミ・レビュー」のチェック項目として、全体では「具体的な評価点・満足点」（32.7%）が1位。次いで、「具体的な不満点・欠点」（32.1%）、「使い勝手・使用感」（29.1%）という順となった。

「具体的な評価点・満足点」においては、3割の人が商品全体の満足理由やポジティブな詳細コメントを確認している。

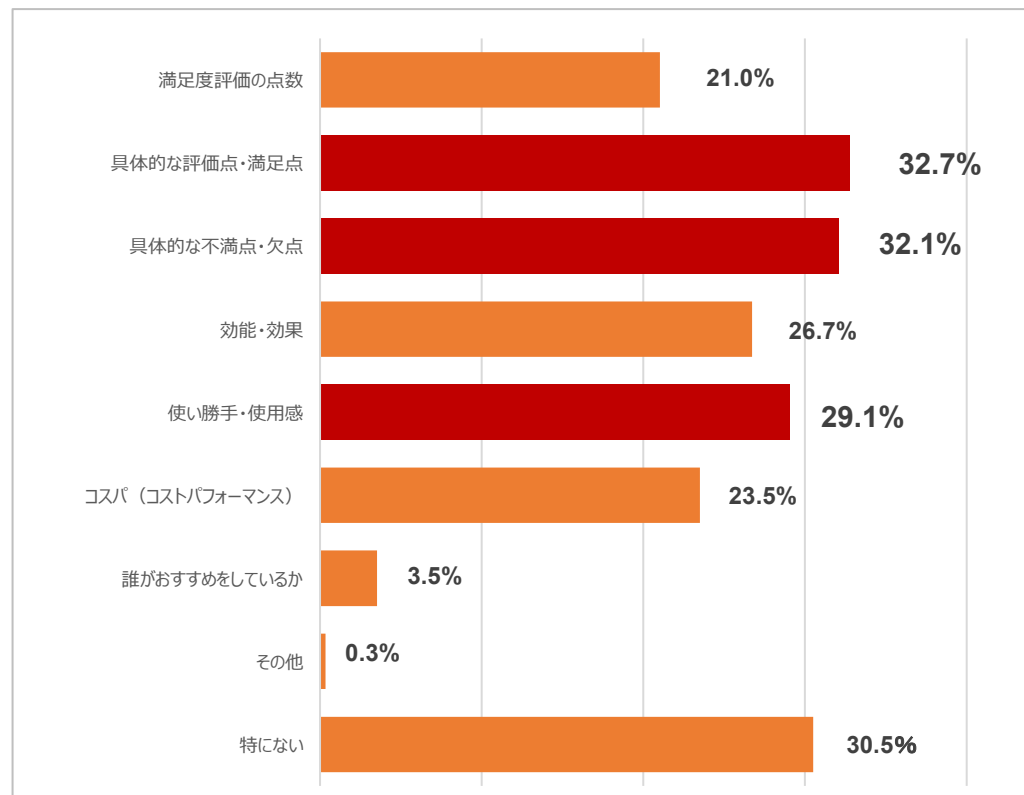
「具体的な不満点・欠点」（32.1%）においては、1位の「具体的な評価点・満足点」（32.7%）とほぼ同水準でチェックされており、不満要素やネガティブ情報に対する警戒感の高さが示されている。

「使い勝手・使用感」（29.1%）においては、約3割の人は実際に使用した際のリアルな感覚や扱いやすさを、重要な判断基準にしていることが分かった。

Q8. あなたは、商品選択時に、「ネット、SNSなどの口コミ・レビュー」に関してどのような事をチェックしていますか。(MA)

【全体】

|                 | 人数（人）<br>n = 3,000 | %    |
|-----------------|--------------------|------|
| 満足度評価の点数        | 631                | 21.0 |
| 具体的な評価点・満足点     | 982                | 32.7 |
| 具体的な不満点・欠点      | 963                | 32.1 |
| 効能・効果           | 802                | 26.7 |
| 使い勝手・使用感        | 872                | 29.1 |
| コスパ（コストパフォーマンス） | 705                | 23.5 |
| 誰がおすすめをしているか    | 106                | 3.5  |
| その他             | 10                 | 0.3  |
| 特にない            | 915                | 30.5 |



## II. 生活と買い物に関する価値観の変化

### 3. 商品やブランド情報とのタッチポイント

|     |           | 合計   | 満足度評価の<br>点数 | 具体的な評<br>価点・満足点 | 具体的な不<br>満点・欠点 | 効能・効果 | 使い勝手・<br>使用感 | コスバ（コスト<br>パフォーマンス） | 誰がおすすめを<br>しているか | その他 | 特にな  |
|-----|-----------|------|--------------|-----------------|----------------|-------|--------------|---------------------|------------------|-----|------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 21.0         | 32.7            | 32.1           | 26.7  | 29.1         | 23.5                | 3.5              | 0.3 | 30.5 |
|     | 男性        | 1500 | 18.8         | 30.8            | 30.2           | 23.6  | 24.7         | 21.7                | 3.3              | 0.5 | 32.7 |
|     | 女性        | 1500 | 23.3         | 34.7            | 34.0           | 29.9  | 33.4         | 25.3                | 3.8              | 0.2 | 28.3 |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 15.0         | 22.6            | 29.8           | 18.8  | 22.2         | 18.4                | 3.6              | 0.2 | 29.6 |
|     | 30代       | 500  | 21.2         | 33.0            | 32.0           | 27.4  | 31.6         | 24.4                | 5.0              | 0.4 | 28.2 |
|     | 40代       | 500  | 28.8         | 38.2            | 34.2           | 26.2  | 30.8         | 25.4                | 3.0              | 0.6 | 23.6 |
|     | 50代       | 500  | 22.0         | 37.4            | 30.0           | 26.2  | 30.2         | 24.8                | 5.2              | 0.0 | 31.6 |
|     | 60代       | 500  | 20.6         | 34.2            | 35.2           | 31.0  | 30.8         | 22.6                | 1.8              | 0.6 | 32.4 |
|     | 70代以上     | 500  | 18.6         | 31.0            | 31.4           | 30.8  | 28.8         | 25.4                | 2.6              | 0.2 | 37.6 |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 11.6         | 18.0            | 24.0           | 18.8  | 23.2         | 16.8                | 4.4              | 0.4 | 31.6 |
|     | 男性-30代    | 250  | 18.0         | 31.2            | 31.6           | 26.4  | 26.8         | 18.4                | 5.2              | 0.8 | 29.2 |
|     | 男性-40代    | 250  | 27.6         | 36.8            | 32.0           | 21.6  | 24.0         | 20.8                | 2.0              | 1.2 | 25.2 |
|     | 男性-50代    | 250  | 18.4         | 35.2            | 26.4           | 22.0  | 24.0         | 21.6                | 4.8              | 0.0 | 36.8 |
|     | 男性-60代    | 250  | 19.6         | 31.6            | 34.4           | 26.0  | 26.0         | 26.0                | 1.6              | 0.4 | 34.8 |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 17.6         | 32.0            | 32.8           | 26.8  | 24.4         | 26.4                | 1.6              | 0.0 | 38.8 |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 18.4         | 27.2            | 35.6           | 18.8  | 21.2         | 20.0                | 2.8              | 0.0 | 27.6 |
|     | 女性-30代    | 250  | 24.4         | 34.8            | 32.4           | 28.4  | 36.4         | 30.4                | 4.8              | 0.0 | 27.2 |
|     | 女性-40代    | 250  | 30.0         | 39.6            | 36.4           | 30.8  | 37.6         | 30.0                | 4.0              | 0.0 | 22.0 |
|     | 女性-50代    | 250  | 25.6         | 39.6            | 33.6           | 30.4  | 36.4         | 28.0                | 5.6              | 0.0 | 26.4 |
|     | 女性-60代    | 250  | 21.6         | 36.8            | 36.0           | 36.0  | 35.6         | 19.2                | 2.0              | 0.8 | 30.0 |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 19.6         | 30.0            | 30.0           | 34.8  | 33.2         | 24.4                | 3.6              | 0.4 | 36.4 |

(%)

【性年代別】

(%)

