



キリン食生活文化研究所

2015年12月22日

研究員が読みとく vol.5

～データから読みとく生活行動と食ライフスタイルの関係～

“楽しみ上手”な人たちとこれからの社会生活

# データから読みとく生活行動と食ライフスタイルの関係

## “楽しみ上手”な人たちとこれからの社会生活

「モノ」が飽和し成熟社会となった日本、これからどのような社会生活を作っていくのかが問われています。そんな中、特に経済活動においては共有経済や交換経済など、注目すべき概念も登場し、徐々に普及しています。キリン食生活文化研究所では、これらの概念を体現すると思われる「フリーマーケット」や「DIY」、「ボランティア」などのテーマを通じて、その現在や今後の広がりについて調査を行ってきました。

今回のレポートでは、これらの活動が社会全体でどれくらい浸透しているのかを知るとともに、食ライフスタイルと行動の価値観をかけあわせた切り口で分析し、生活行動をけん引していく可能性のあるセグメントについてご紹介したいと思います。

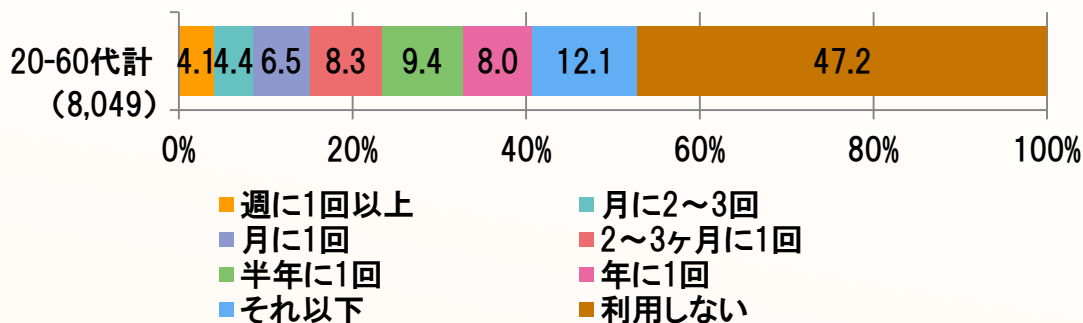
## サマリー

- DIY・ボランティアは7割以上の人、フリーマーケットは5割以上の人利用・実施しており、共有・交換に関わる生活行動は、既に多くの人体験している。
- 食ライフスタイルと生活行動の価値観をかけあわせてみたところ、「食快樂追求 & 関係性重視」セグメントでは、「プロボノ志向」の要素が見られた。
- 上記のセグメントは、社会貢献も含めた生活行動を、楽しみを見つけながら積極的に行っており、“楽しみ上手”として、これからの社会生活をけん引する可能性がある。

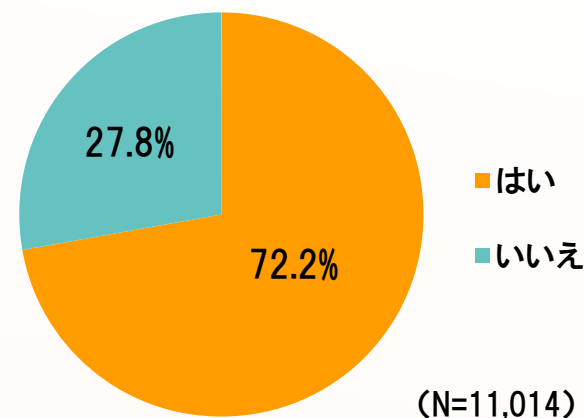
# 1.「フリーマーケット」「ボランティア」「DIY」の実施・利用頻度

Q.「フリーマーケット」「ボランティア」をどれくらいの頻度で行っていますか？  
「DIY」を行ったことがありますか？

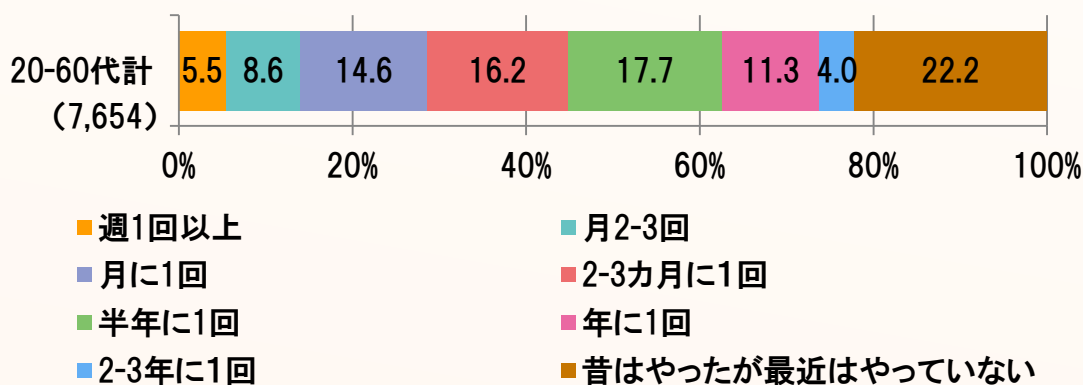
「フリーマーケット」をどれくらい利用しているか



「DIY」を行ったことがあるか



「ボランティア」にどれくらいの頻度で参加しているか



## これから注目の生活行動、多くの人を経験している

### 「ボランティア」「DIY」は7割以上が行っている

キリン食生活文化研究所では、Webサイトを通じて全国の男女に、さまざまなテーマで生活行動や意識に関する調査を行っています。今回は、今年行った「フリーマーケット」「旅」「DIY(Do It Yourself)」「ボランティア」の調査を中心に、これらの調査結果から読み取れる点についてまとめました。

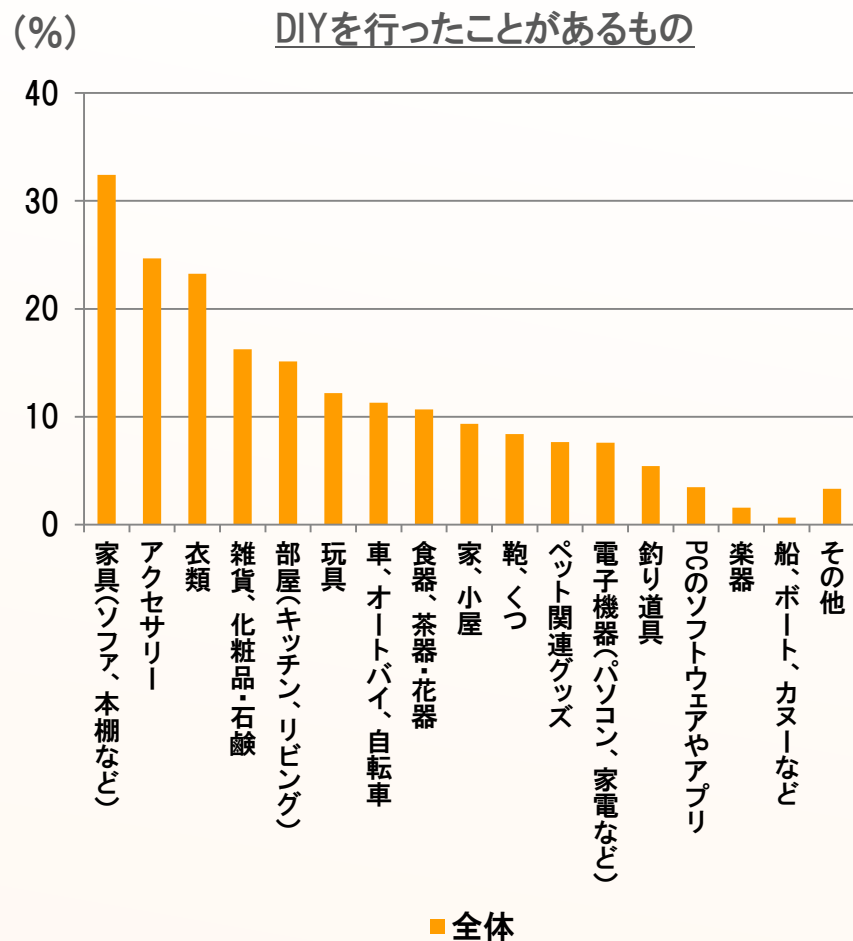
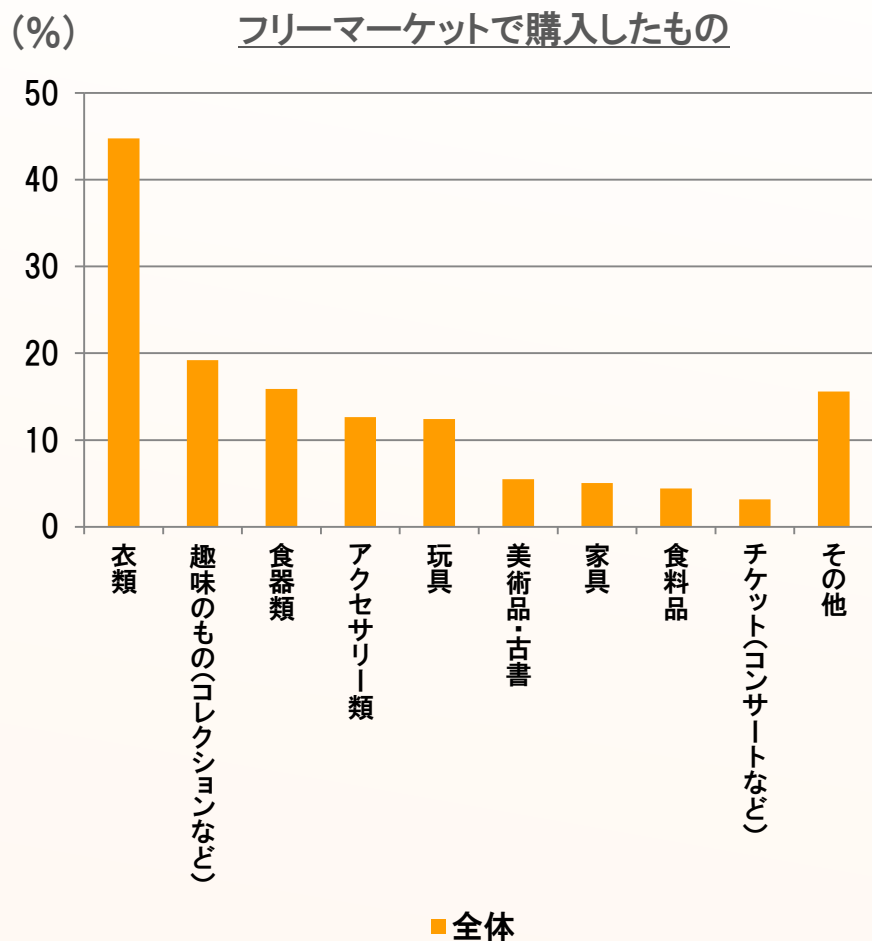
「ボランティア」を行っている人は約8割、「DIY」を行っている人は約7割という結果でした。「フリーマーケット」はやや少なく、約5割の人が利用していました。「フリーマーケット」や「DIY」のように、単純にモノを購入するだけではない行為や、「ボランティア」のような他者への貢献を行う生活行動は、多くの人を経験していることが分かります。

### ボランティア・フリーマーケット、それぞれ「週に1回以上」行うという人も

実施頻度を詳細に見てみると、それぞれ最も割合が多いのは、フリーマーケットで「年に1回以下」の12%、ボランティアで「半年に1回」の18%という結果でした。積極的に行っているわけではなさそうですが、機会があれば行う・利用しているようです。一方、フリーマーケットを「週に1回以上」利用しているという人が4%、ボランティアを「週に1回以上」実施しているという人が6%おり、生活サイクルの中に定着している人が存在していることも分かりました。

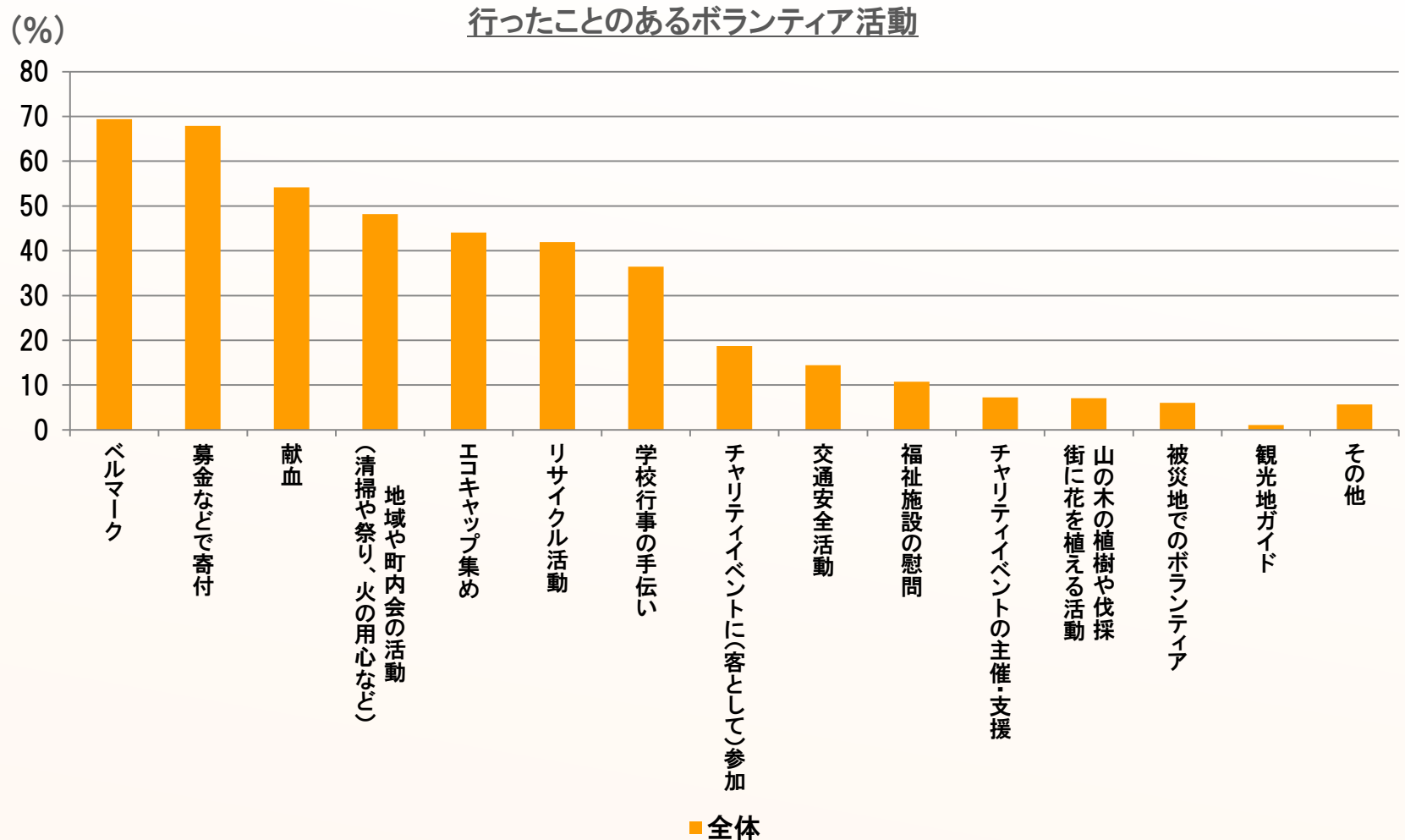
## 2.実施している分野①

Q.最近フリーマーケットで購入したものは何ですか？  
 今までDIYを行ったことがあるものは何ですか？



## 2.実施している分野②

Q. これまで、どのようなボランティア活動を行ったことがありますか？



## まずは身のまわりのモノ・コトから

### フリーマーケット・DIYは衣類や雑貨、アクセサリなどが上位

では、こういった行動はどのような分野で行われているのでしょうか。フリーマーケットで購入したものでは、「衣類」(45%)がトップ。次いで「趣味のもの」(19%)、「食器類」(16%)、「アクセサリ類」(13%)と続きます。DIYでは、「家具」(32%)がトップ。次いで「アクセサリ」(25%)、「衣類」(23%)、「雑貨・化粧品・石鹸」(16%)でした。フリーマーケットやDIYならではの特徴的なものもありますが、衣類や雑貨、アクセサリ類など、身の回りの細かなものは共通して人気のある分野と言えそうです。

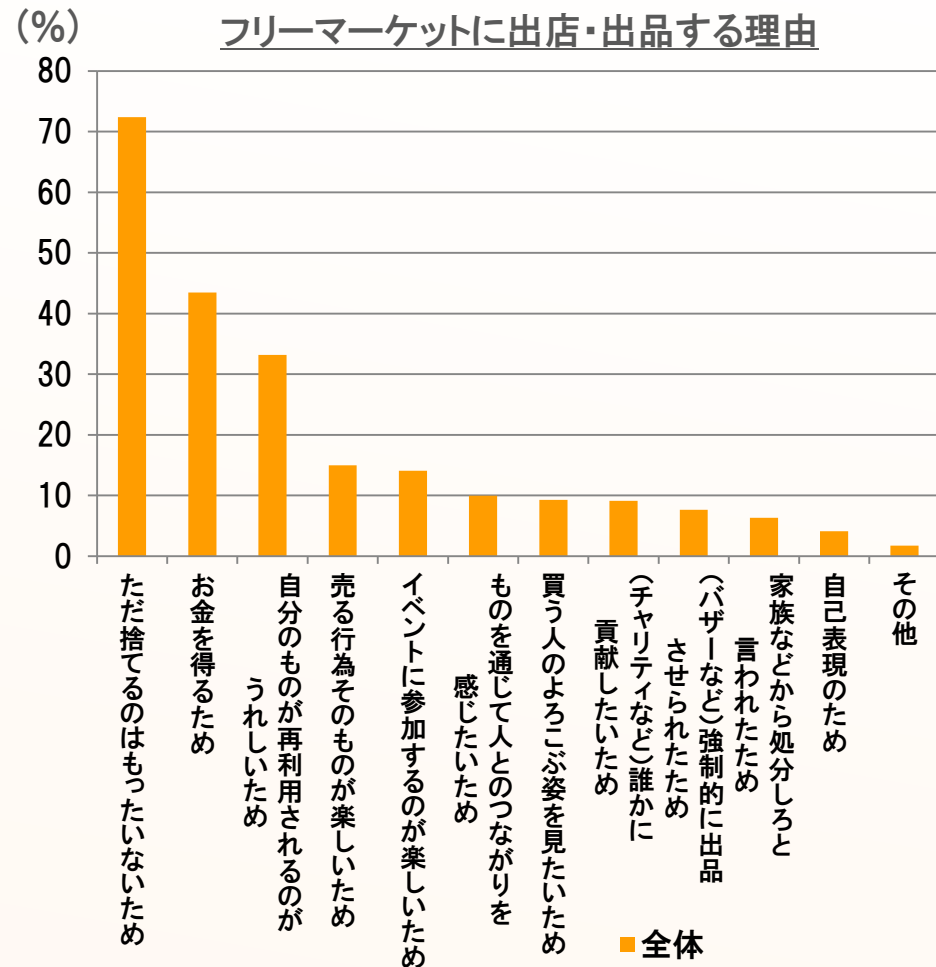
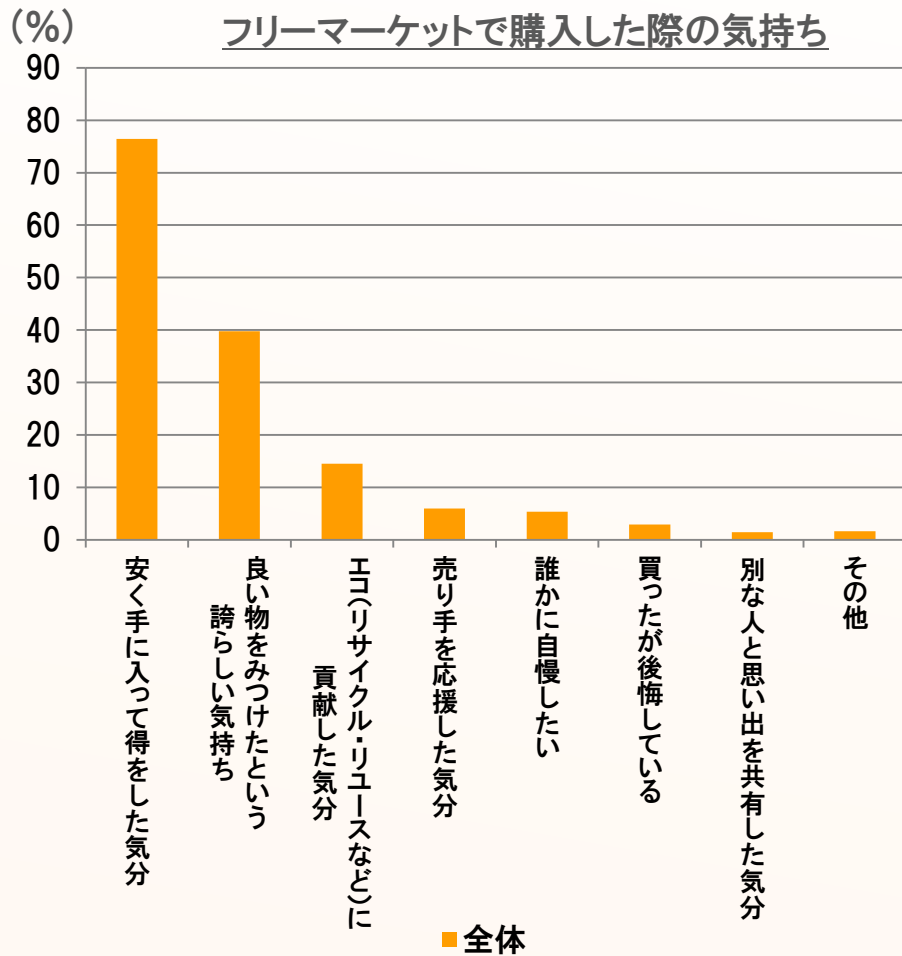
### ボランティアは身近なことから

ボランティアで、行ったことのある分野は「ベルマーク」(69%)がトップ。次いで「募金などで寄付」(68%)、「献血」(54%)と続きます。社会的な仕組みとして整っており、参加のしやすい身近なものが上位となる結果でした。一方、数は少ないですが、「チャリティイベントの主催・支援」(7%)、「観光地ガイド」(1%)など、自らボランティアの仕組みを作るような取り組みを行っている人もいます。

フリーマーケットやDIYの人気分野と同様、まずは身のまわりの身近なモノ・コトから取り組んでいることが分かります。

### 3.実施する理由①

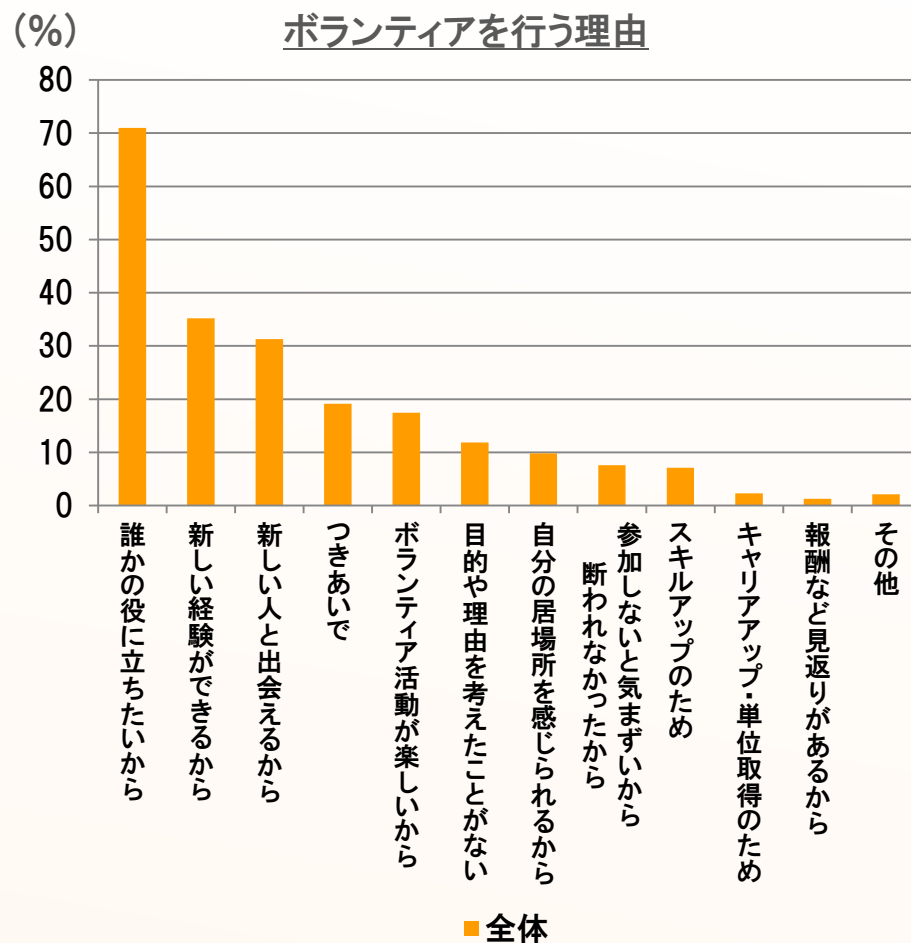
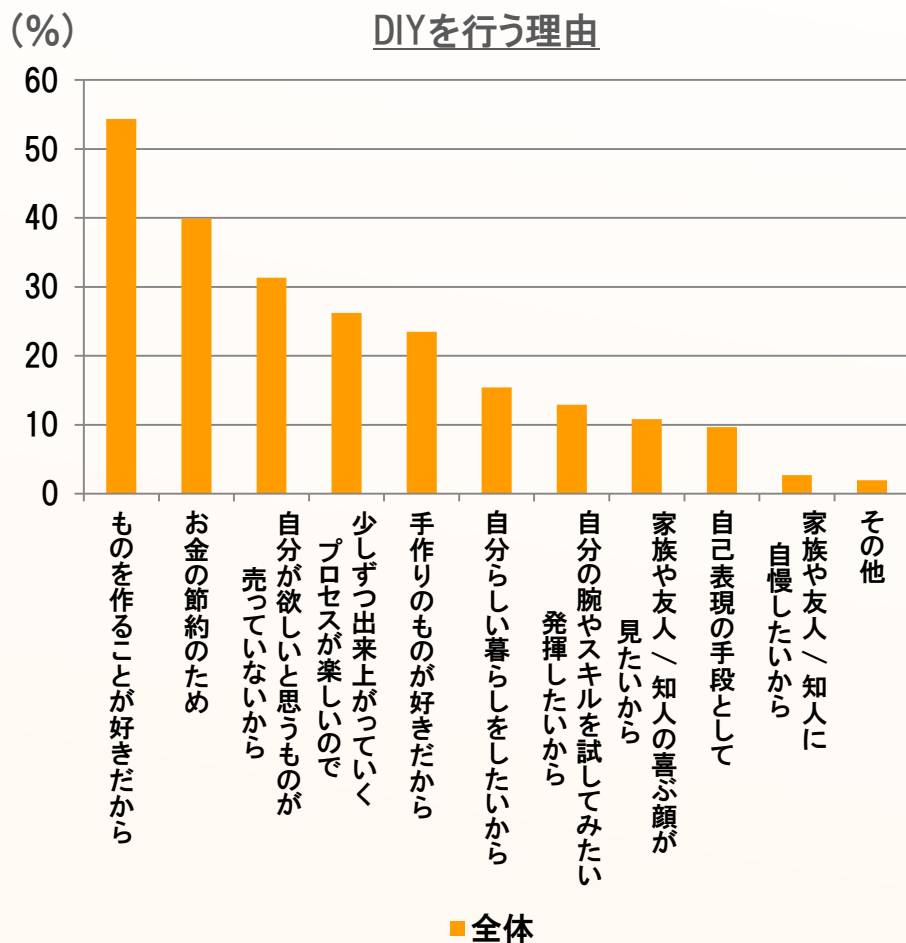
Q.最近フリーマーケットで商品を購入したときの気持ちに近いものは？  
なぜフリーマーケットに出店・出品するのですか？





### 3.実施する理由②

Q. DIYを行う理由は何ですか？  
ボランティアを行う目的や理由は何ですか？



## 経験・体験などの副次的な理由がキーになる

### その活動本来が持つ特性が実施理由の上位に

これらの活動に参加したり、利用したりする理由について聞きました。フリーマーケットを利用した時の気持ちでは、「安く手に入って得をした気分」(76%)がトップ。またフリーマーケットに出店・出品する理由では「ただ捨てるのはもったいない」(72%)がトップ、次いで「お金を得るため」(43%)という結果でした。

また、DIYを行う理由では「ものを作るのが好き」(54%)がトップで、「お金の節約のため」(40%)が続きます。ボランティアを行う理由では「誰かの役に立ちたいから」(71%)がトップとなりました。

フリーマーケットやDIYであればお金の節約など経済的理由、ボランティアであれば人の役に立ちたいなど、本来それらの活動が行われるようになった背景が、実施理由の上位となっています。

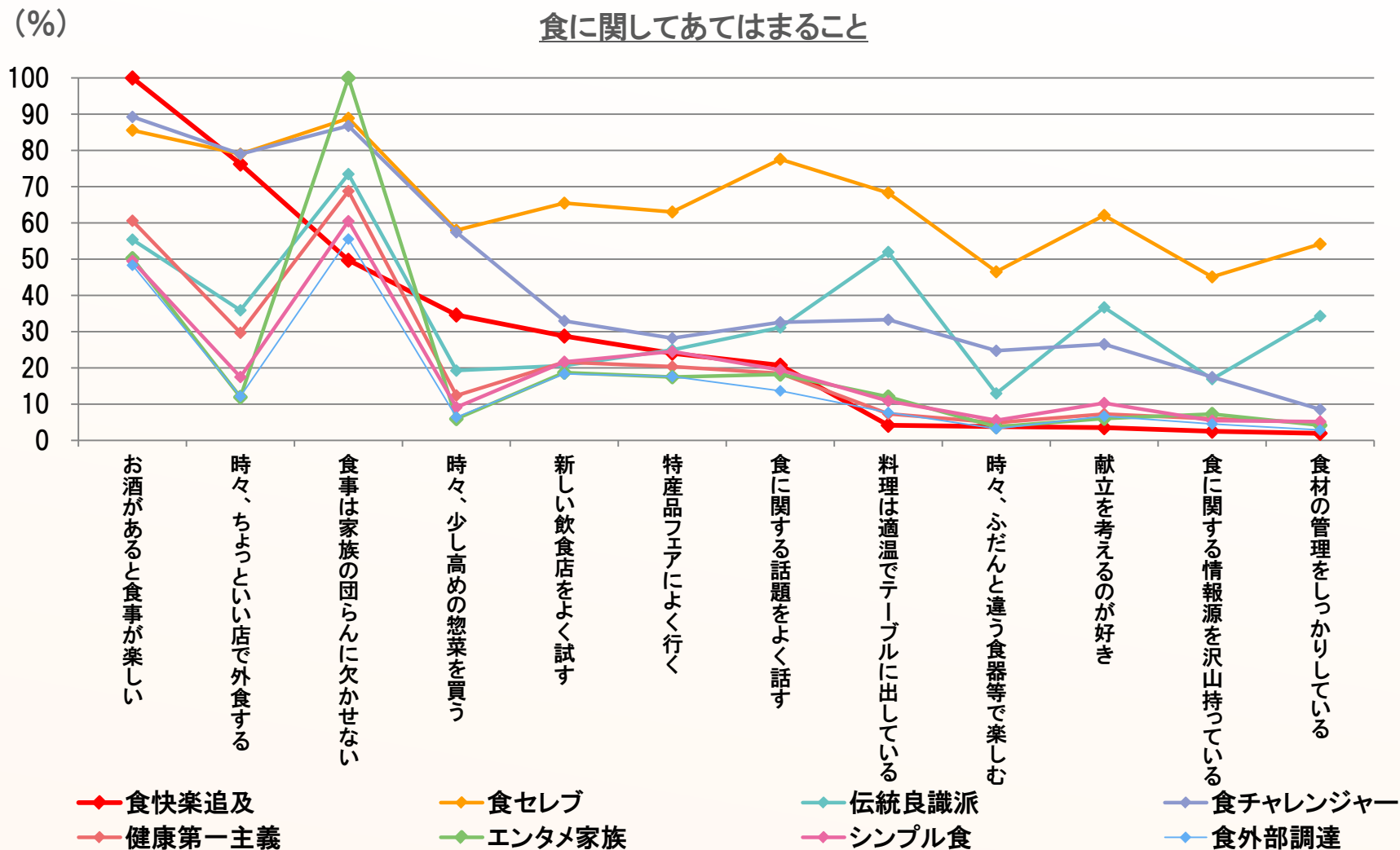
### 自己実現や達成感などの、経験・体験にフォーカスされた理由も

トップ以外で支持されている理由には、どのような特徴があるのでしょうか。フリーマーケットを利用した時の気持ちでは「良いものを見つけたという誇らしい気持ち」(40%)が2位、フリーマーケットに出店・出品する理由では「自分のものが再利用されるのがうれしい」(33%)が3位という結果になっています。また、DIYを行う理由では「出来上がっていくプロセスが楽しい」(26%)、ボランティアを行う理由では「新しい経験ができるから」(35%)なども比較的 support されています。

これらに共通するのは、活動から副次的に発生する自己実現や達成感などの経験や、体験そのものを目的とする人が、少なからず存在していることではないでしょうか。これらの経験・体験をより豊かに提供できるような仕組みがあれば、さらに利用したり参加する人が増えたり、その範囲が広がっていくのかもしれませんが。

## 4.「食ライフスタイル × 行動の価値観」でみる注目セグメント①

Q. .食に関して、あなた自身にあてはまると思うことを全てお選びください。



## 4.「食ライフスタイル × 行動の価値観」でみる注目セグメント②

Q. あなたはどちらの考え方に近いですか？AかBかでお答えください。

**A**

提供されている余暇(テーマパーク・旅行など)を  
上手に利用したい

SNS(Facebook、Twitter…)は、  
そこで得られる情報の価値に意味がある

商品・店は、ランキング情報の上位から選びたい

薬、健康食品、サプリメントを上手に使って  
健康を維持したい

旅行では、その土地の有名な観光地や  
見どころを巡りたい

**B**

ありものではなく、自分で工夫して  
余暇の楽しみを作りたい

SNSは、仲間との関係(絆)をつくることに  
意味がある

商品・店は、知人や自分の好みに合うブロガー等  
の口コミから選びたい

食事や運動などの生活習慣を整えることで  
健康を維持したい

旅行では、その土地や人の文化・生活習慣を  
深く体験したい

「A」を3つ以上選んだ方

**機能的重視**

「B」を3つ以上選んだ方

**関係性重視**

## 「食快樂追求 & 関係性重視」セグメントに注目

### 多忙な中で料理・お酒を楽しむ享樂家

キリン食生活文化研究所では、人々の食に関わる行動や意識を「食ライフスタイル」として10タイプに分類しています。これは、全国16歳～69歳の男女約1万人を対象にインターネット調査を実施し、普段の食生活、食・料理能力、食を通じた健康態度の回答をもとに抽出したものです。（詳細はWebサイトへ [食ライフスタイル](#)）

今回、この食ライフスタイルの中から、「食快樂追求」クラスターに注目しました。その特徴を「食に関してあてはまること」という点で見ると、「お酒があると食事が楽しい」「ときどき、ちょっといい店で外食をする」など、積極的に食事を楽しむ姿勢である一方、「献立を考えるのが好き」「食材の管理をしている」といった、自宅での食事のために手間暇をかける項目は低く、多忙な中で料理・お酒を楽しむ享樂家タイプの人たちだと言えます。

### 機能性重視か、関係性重視か

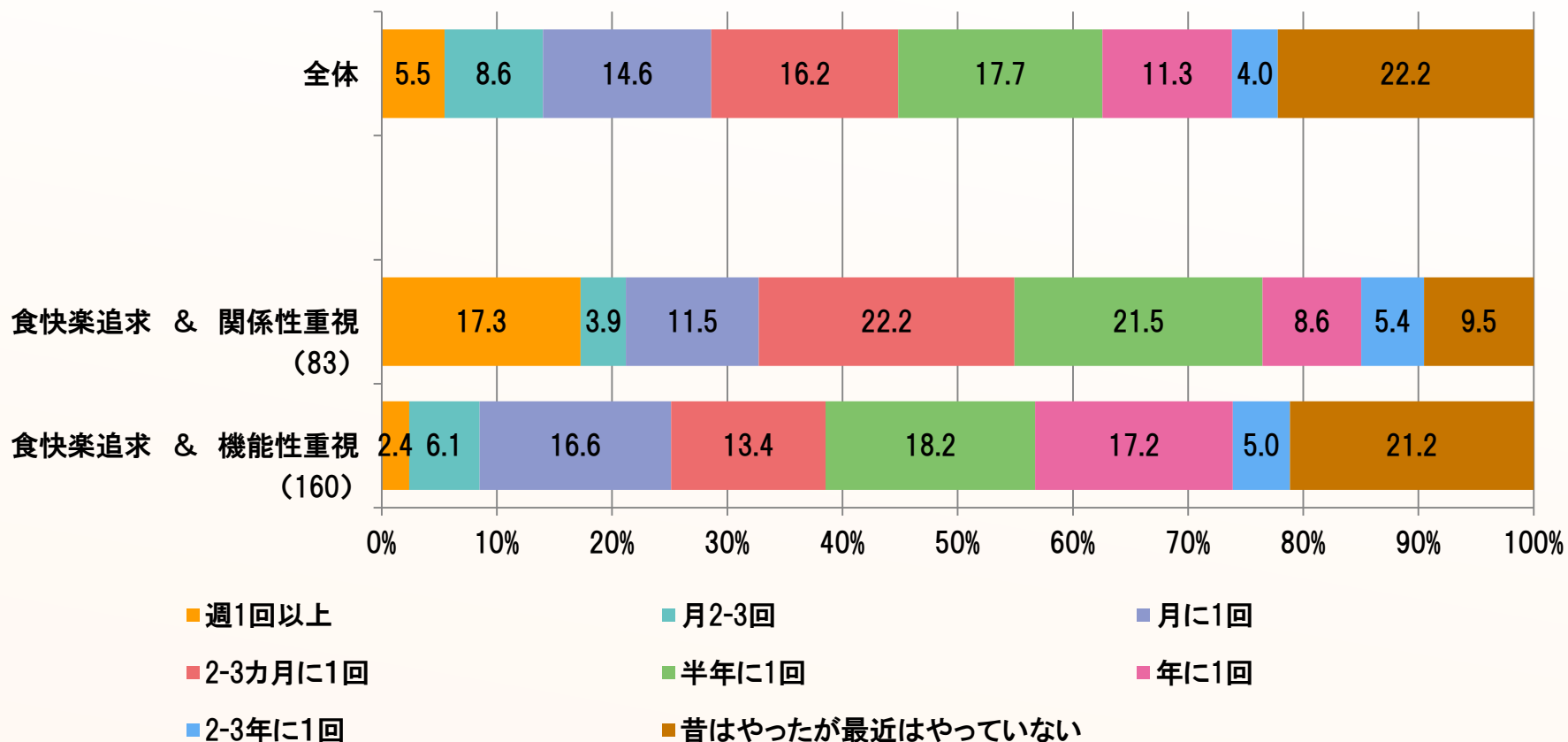
アンケートでは、余暇の過ごし方や買い物などに対する考え方についての質問も行っています。この質問では2つの考え方を用意し、自分自身がどちらの考え方に近いのかを回答してもらい、その結果によって「機能性重視」と「関係性重視」の2つのグループに分類を行いました（詳しくは前ページを参照）。

ここからは、先ほど挙げた食ライフスタイルにおける「食快樂追求」クラスターを、この2つのグループの視点で比較しながら、その特徴を見ていきます。

## 5.「食快樂追求 & 関係性重視」とボランティア①

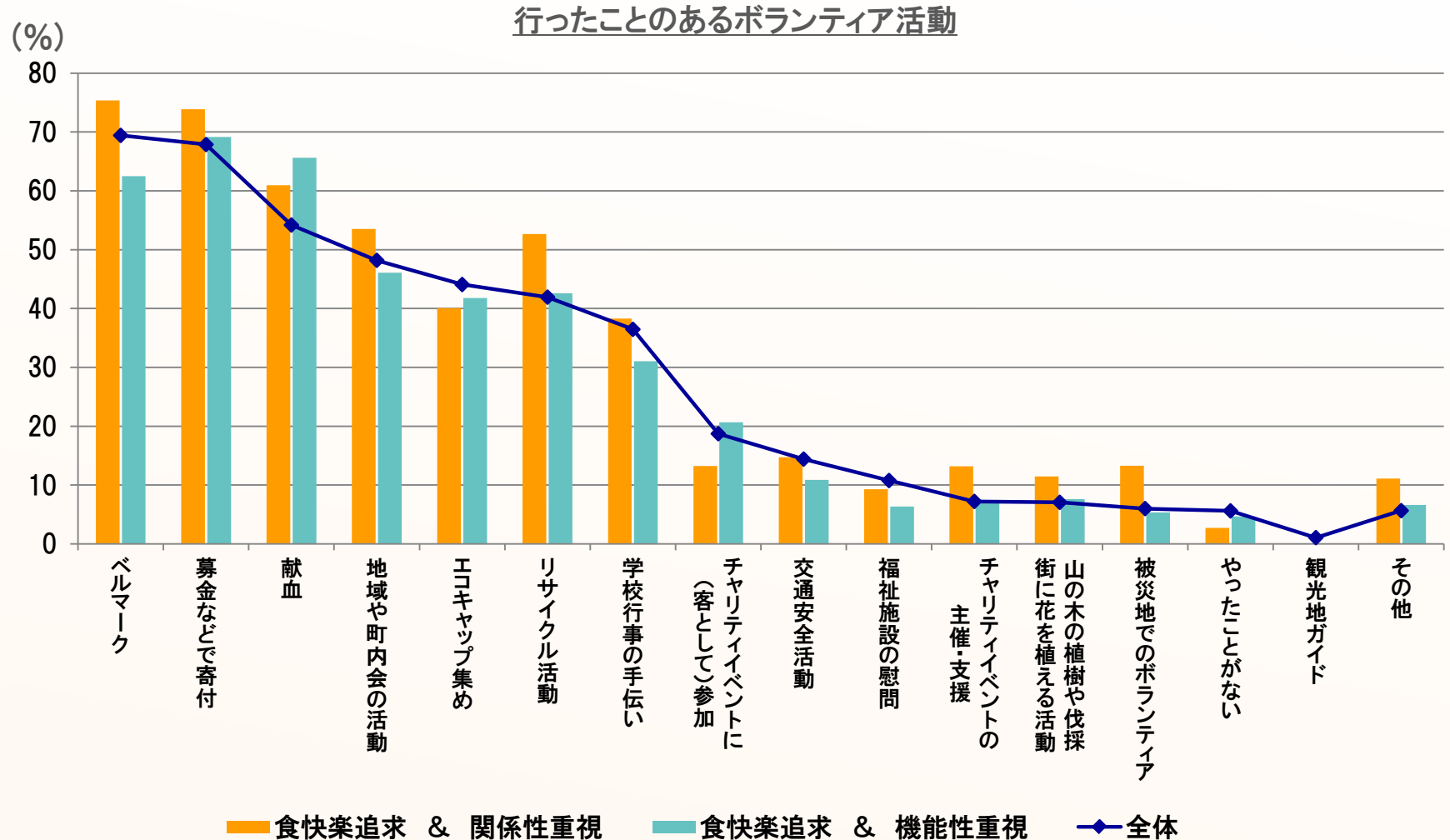
Q. あなたはどれくらいの頻度でボランティアを行っていますか？

「ボランティア」にどれくらいの頻度で参加しているか



## 5.「食快樂追求 & 関係性重視」とボランティア②

Q.あなたはこれまで、どのようなボランティア活動を行ったことがありますか？



## ボランティアにも積極的でアクティブ

### より多くの人ボランティアに参加している

ここからは、先ほどの食ライフスタイルにおける「食快樂追求」クラスターを、「機能性重視」と「関係性重視」の観点で比較しながら、詳細をみていきます。まずは、ボランティアへの態度で比較してみました。

どのくらいの頻度でボランティアを行っているかという点では、「食快樂追求&関係性重視」では、「週に1回以上」と答えた割合が17%と、「食快樂追求&機能性重視」(2%)を大きく上回ります。全体(6%)と比較してもその割合は高いといえます。ボランティアを最近やっていない人は、「食快樂追求&関係性重視」では1割程度にとどまりましたが、「食快樂追求&機能性重視」・全体ともに2割にのぼりました。「食快樂追求&関係性重視」セグメントは、ボランティアに積極的だといえそうです。

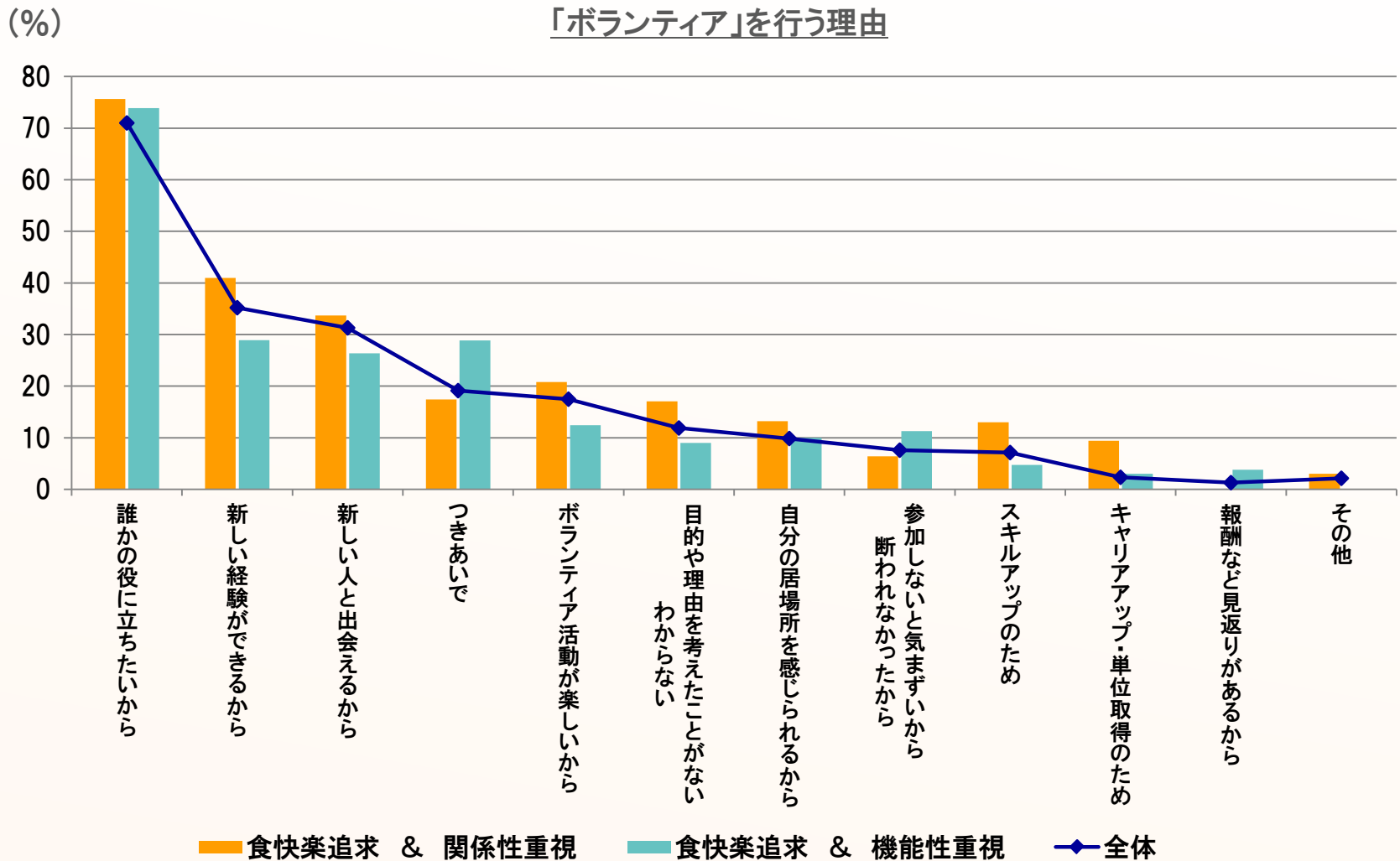
### ボランティアに主体的に関わる姿も

また、どのようなボランティアを行っているかという点で比較すると、「食快樂追求×関係性重視」ではチャリティイベントの主催や、植樹・街に花を植える活動、また被災地でのボランティアを多く実施していることが分かりました。このセグメントは、全体的に多くの種類のボランティアに取り組んでいますが、自らボランティアを企画したり、自分の身近なこと以外に取り組んだり、より主体的にボランティアに関わっていこうとする姿勢がうかがえます。



## 5.「食快樂追求 & 関係性重視」とボランティア③

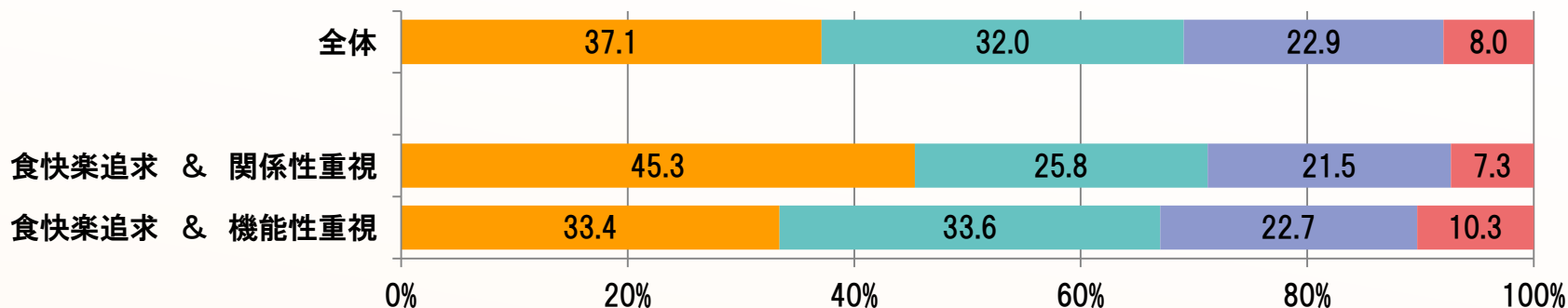
### Q. あなたがボランティアを行う目的や理由は何ですか？



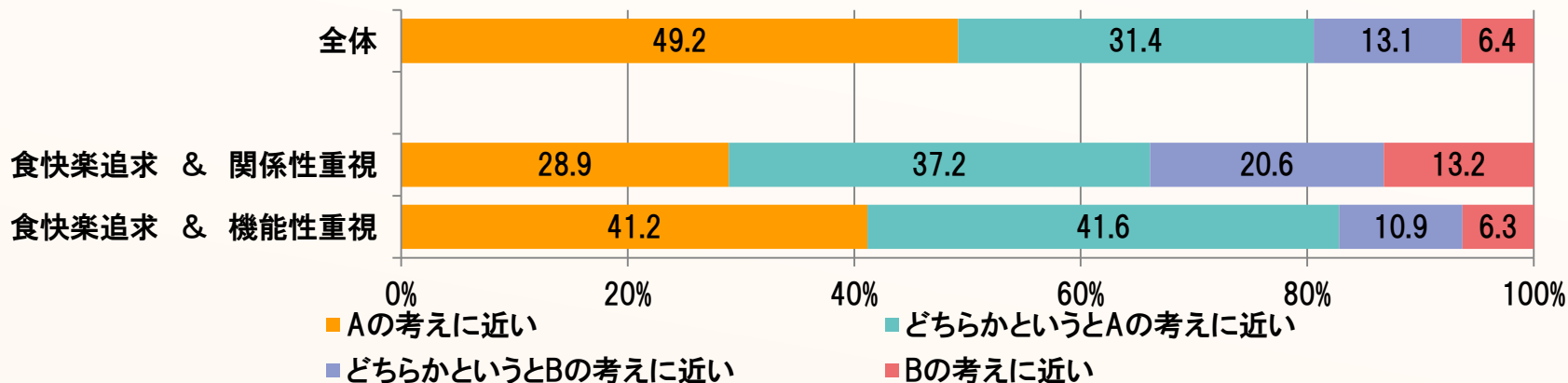
## 5.「食快樂追求 & 関係性重視」とボランティア④

### Q. ボランティアについて、AとBどちらに考えが近いですか？

..A)無償のほうが参加しやすい - B)報酬のあるほうが参加しやすい



..A)誰でもできるものが良い - B)専門スキルが活かせるものが良い



## 「食快樂追求 & 関係性重視」はプロボノ志向？

### スキルアップやキャリアアップとしてのボランティア

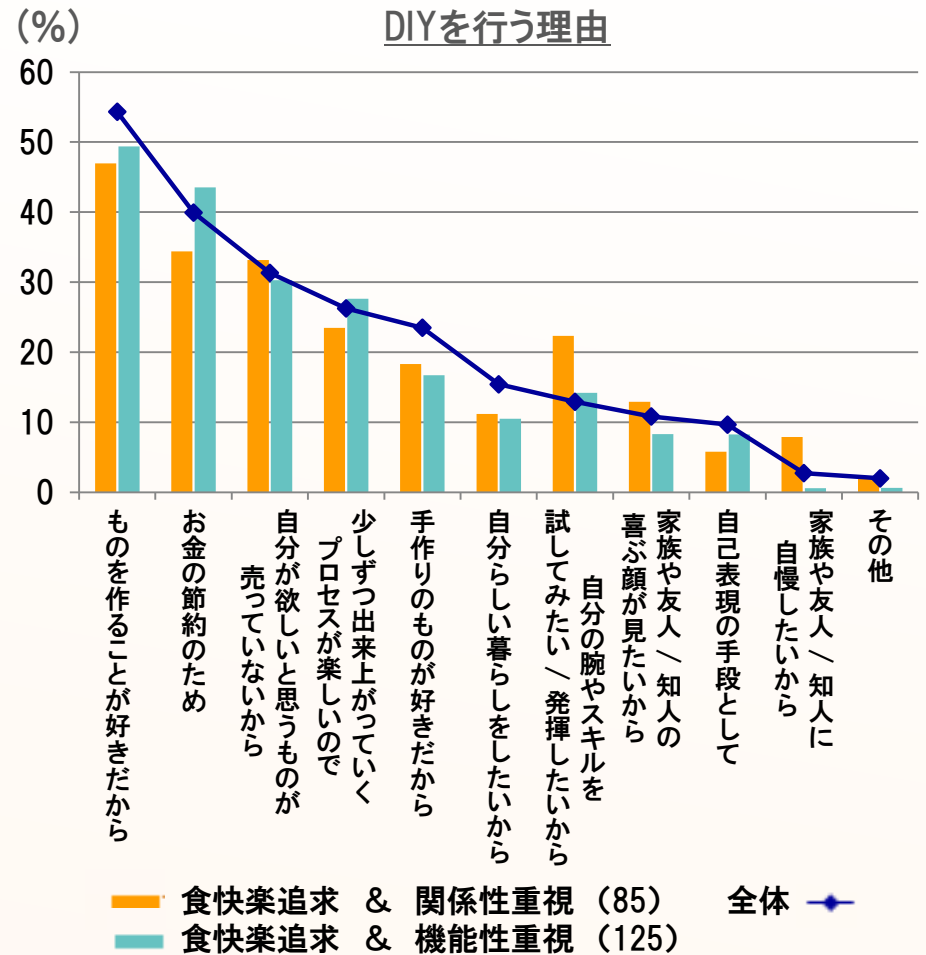
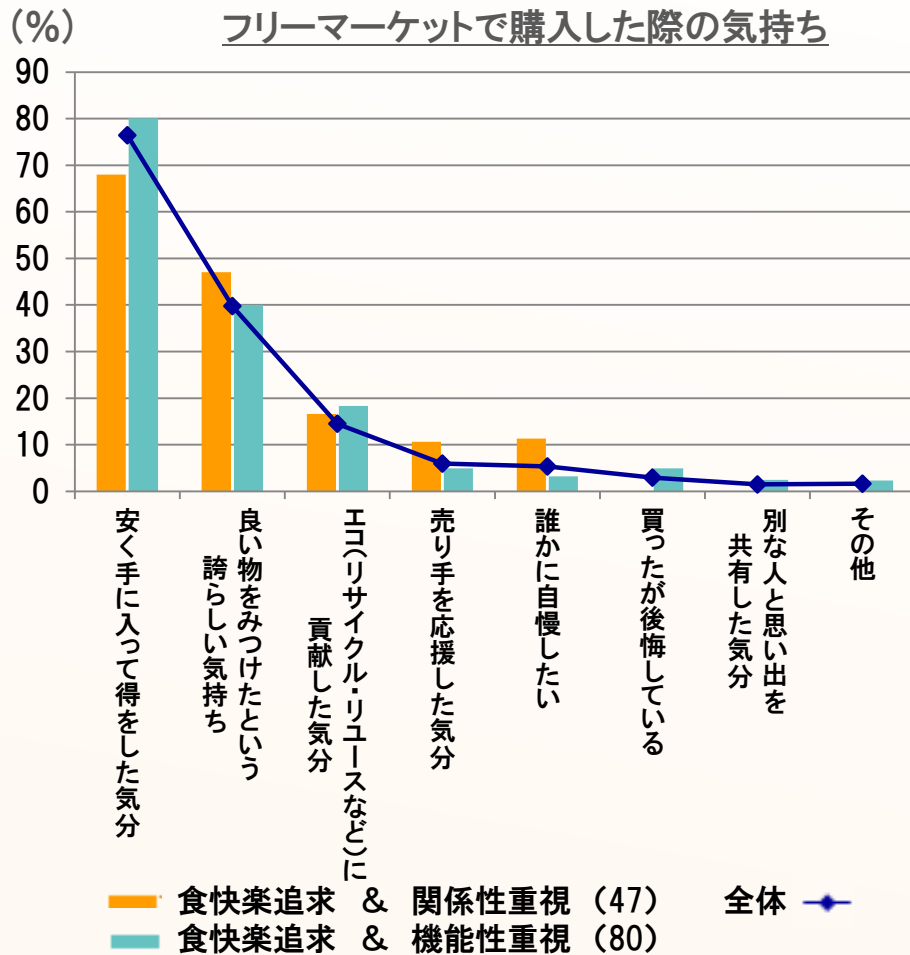
では、「食快樂追求&関係性重視」セグメントはどのような理由でボランティアを行っているのでしょうか？最も多かった理由は「誰かの役に立ちたいから」(76%)で、これは「食快樂追求×機能性重視」セグメント(74%)や全体(71%)と大きな差はありませんでした。一方、特徴的なのは、「新しい経験ができるから」(41%)や「新しい人と出会えるから」(34%)といった、ボランティアでしか獲得できない経験や体験を重視している点です。また、「スキルアップのため」(13%)、「キャリアアップのため」(9%)も「食快樂追求&機能性重視」セグメントや全体と比較すると高い結果となりました。

### 無報酬で専門スキルを活かしたい

次に、ボランティアに対する考え方ですが、無償のもの・報酬があるものどちらが参加しやすいか聞いたところ、「食快樂追求&関係性重視」セグメントでは「無償のほうが参加しやすい」と答えた割合が45%だったのに対し、「食快樂追求&機能性重視」セグメントでは33%、全体でも37%という結果となりました。また、誰でもできるものと、専門スキルを活かせるものどちらが良いかという質問では、「食快樂追求&関係性重視」セグメントでは「専門スキルを活かせるものが良い」と答えた割合が13%だったのに対し、「食快樂追求&機能性重視」セグメント・全体ともに6%にとどまりました。前述のボランティアを行う理由と併せて考えると、新しい体験や出会いを求めつつ、ボランティアで専門スキルを活かしながらスキルアップ・キャリアアップを図ろうとする姿がうかがえます。このセグメントは、キリン食生活文化研究所のレポートでも取り上げた“プロボノ”(企業の人が自分のスキルを活かして、主にNPOなどの支援をする活動)志向だといえるかもしれません。

## 6.「食快樂追求 & 關係性重視」とフリーマーケット/DIY

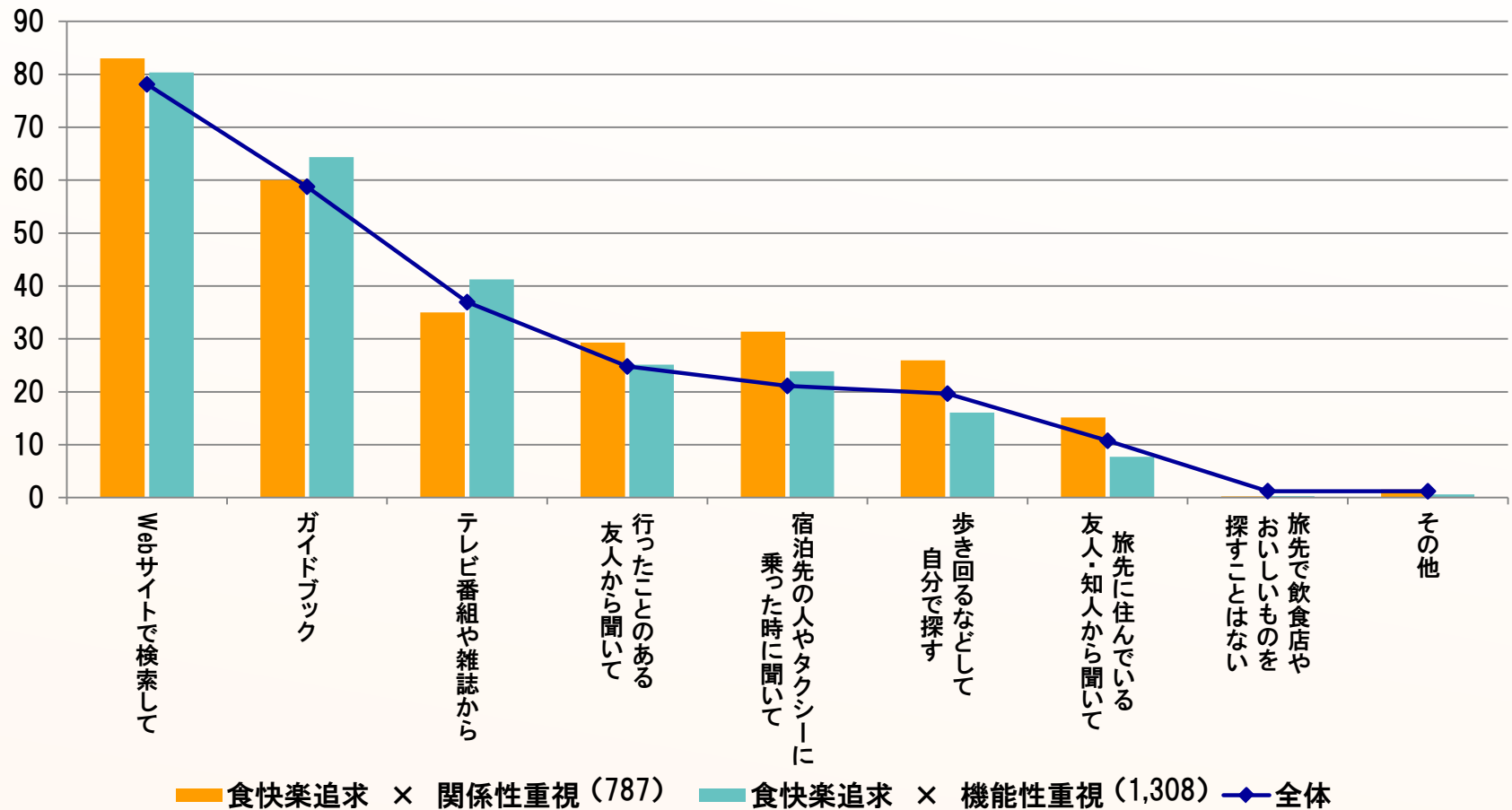
Q.最近フリーマーケットで商品を購入したときの気持ちに近いものは？  
DIYを行う理由は何ですか？



## 6.「食快樂追求 & 関係性重視」と旅行

### Q.旅先での飲食店やおいしいものを探すとき、どこから情報を得ますか？

旅先での飲食店やおいしいものに関する情報の入手方法



## チャレンジな姿勢と他者へアピールが原動力

### 自らの腕を試すことが大切？

フリーマーケットやDIY、旅行など、ボランティア以外の活動についても「食快樂追求&関係性重視」セグメントの特徴をみてみました。フリーマーケットを利用する際の気持ちでは「良い物を見つけたという誇らしい気持ち」(47%)、DIYを行う理由では「自分の腕やスキルを試してみたい」(22%)が高いのが特徴で、積極的に関与することを通じて、自らの腕を試そうとする気持ちがみえてきます。旅先で飲食店やおいしいものを探す際の情報源を聞いたところ、「宿泊先やタクシーに乗ったときに聞く」(31%)、「歩き回るなどして自分で探す」(26%)が特徴的に高く、その場で出会える体験を重視する傾向があるように思われます。こうすることで素晴らしい旅行体験が出来るということも、自らの腕を試すというチャレンジな姿勢のひとつなのかもしれません。

### 自分の活動は他人に積極的にアピール

フリーマーケット・DIYともに、絶対値はそれほど高くありませんが、全体と比べると「他人に自慢したい」と答えた人も多く、こうした活動を通じて他者に自らの行為をアピールしたいという姿勢もうかがえます。また、フリーマーケットを利用する際の気持ちでは「売り手を応援した気分」(11%)や、DIYを行う理由では「家族や友人/知人の喜ぶ顔が見たい」(13%)も高い傾向にあり、前述のボランティアへの積極的な参加と併せて、他者への貢献を志向する姿もみえてきました。

「食快樂追求&関係性重視」セグメントは、様々な生活の局面でチャレンジを見つけ、その結果を他人に積極的にシェアすることが、生活行動のモチベーションのひとつになっているのかもしれません。

## 7.あしがき

今回のレポートでは、注目されはじめている、共有経済やシェアなどの概念について、フリーマーケットやDIY、ボランティアなどの具体的なテーマを通じて分析することで、これらの動きが現在どれくらい浸透しているのかを調べてみました。また、食ライフスタイルに行動の価値観をかけあわせることで、「食快樂追求 & 関係性重視」という特定のセグメントについての意識も深掘りしました。

「食快樂追求」クラスターは、食ライフスタイルの観点では、食を楽しもうとする意識が高い側面があります。しかし、その中でも関係性重視のセグメントは、他者への貢献意識をベースに持ち、ボランティア活動やプロボノなどにチャレンジする中で、受け身の楽しみにとどまらず、自分なりの面白さも同時に発見していく“楽しみ上手”な性格のように思えます。10年前の社会と比較すると、ボランティアやプロボノに代表されるようなソーシャルな活動は、増加していると言えるでしょう。ただ、これらの動きが社会の中に普及し、一般的な生活行動となっていくには、まだ時間がかかるように思えます。その中で、「食快樂追求 & 関係性重視」の人たちが持つ、様々なことに前向きで積極的に楽しみを見つけていくという姿勢は、ソーシャルな活動を広げるためのドライバーになるのではないのでしょうか。

今回、食ライフスタイルと生活行動の価値観のかけあわせで分析を行いました。今後も様々なテーマをこの切り口を活用することで、新たな発見があるかもしれません。引き続きウォッチしていきたいと思えます。

ではまた、次回の報告でお会いしましょう。