

【NRCLレポート】 あなたはどっち？日本人の好み調査

Part3：生活とライフスタイル

2016年5月調査結果



日本リサーチセンター

Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1

TEL:03-6667-3400 (代) FAX:03-6667-3470

<http://www.nrc.co.jp/>

◆食生活とライフスタイル等をテーマに、二者択一形式で「日本人の好み」を調査した結果です。

本調査は、全国15～79才男女1,200人を対象にして、2016年5月に訪問留置法で実施しました。サンプル数は、エリア・都市規模と性別・年代構成を日本の人口構成比に合致するよう割り付けています。エリアは日本全国で、年代は15才から79才までと幅広い年代を対象としましたので、全体結果は日本人全体の結果としてみることができます。

調査結果は 「Part1:食の嗜好」 (弊社ホームページにて掲載中)

「Part2:仕事とレジャー」 (弊社ホームページにて掲載中)

「Part3:生活とライフスタイル」 (本レポート)

以上の3つに分けてご紹介しております。

なお、質問はそれぞれ左と右の2つの選択肢を提示し、「次のどちらか1つを選ぶとしたら、左と右のどちらがよいですか？」と問うたものです。

どちらか1つを選べない場合もあるので、「どちらともいえない」という選択肢も用意し、実際の回答は3択形式としています。

また、比率は無回答を除外して算出し、整数%で表記したため、四捨五入の関係で合計が100%になっていないものもありますのでご注意ください。

調査項目

(1)生まれ変わるなら、「男性」か「女性」か？

(2)タイムマシンで行けるなら、「未来」か「過去」か？

(3)季節を選ぶなら、「夏」か「冬」か？

(4)季節を選ぶなら、「春」か「秋」か？

(5)子ども時代を過ごすなら、「都会」か「田舎」か？

(6)定年後に生活するなら、「都会」か「田舎」か？

(7)健康維持のために行うなら、「食事の管理」か「運動」か？

(8)ペットを飼うなら、「犬」か「猫」か？

(9)家を買うなら、「戸建て」か「マンション(集合住宅)」か？

(10)リビングは、「和室」か「洋室」か？

(11)寝床は、「布団」か「ベッド」か？

(12)夏のお風呂は、「湯船につかる」か「シャワーのみ」か？

(13)体を洗うなら、「固形せっけん」か「ボディソープ」か？

(14)洗濯用洗剤を買うなら、「粉末洗剤」か「液体洗剤」か？

(15)パソコンを買うなら、「Windows(ウィンドウズ)」か「Mac(マック)」か？

(16)スマートフォンを買うなら、「Android(アンドロイド)」か「iPhone(アイフォン)」か？

(17)腕時計を買うなら、「アナログ」か「デジタル」か？

(18)ネット通販を利用するなら、「Amazon(アマゾン)」か「楽天市場」か？

● 日本人全体の結果で見た場合、どちらが多数派か、明らかになったものは次の通り。

季節を選ぶなら・・・	「夏」(52%)	>	「冬」(21%)
季節を選ぶなら・・・	「春」(53%)	>	「秋」(29%)
子ども時代を過ごすなら・・・	「田舎」(62%)	>	「都会」(14%)
定年後に生活するなら・・・	「田舎」(52%)	>	「都会」(21%)
ペットを飼うなら・・・	「犬」(55%)	>	「猫」(19%)
家を買うなら・・・	「戸建て」(77%)	>	「マンション」(9%)
リビングは・・・	「洋室」(61%)	>	「和室」(20%)
寝床は・・・	「ベッド」(54%)	>	「布団」(32%)
夏のお風呂は・・・	「湯船につかる」(56%)	>	「シャワーのみ」(30%)
体を洗うなら・・・	「ボディソープ」(55%)	>	「固形せっけん」(32%)
洗濯用洗剤を買うなら・・・	「液体洗剤」(61%)	>	「粉末洗剤」(16%)
パソコンを買うなら・・・	「Windows」(54%)	>	「Mac」(7%)
腕時計を買うなら・・・	「アナログ」(46%)	>	「デジタル」(20%)

● 男女で数値が逆転、または、傾向が異なったものは次の通りです。

	男性			女性	
生まれ変わるなら・・・	「男性」(64%)	>	「女性」(6%)	⇔	「男性」(15%) < 「女性」(52%)
健康維持のために行うなら・・・	「食事の管理」(20%)	<	「運動」(42%)	⇔	「食事の管理」(29%) ≒ 「運動」(32%)

●全体に比べて、エリア別の相対的な特徴は次の通りです。

○ 北海道・東北で高いもの	全 体		北海道・東北
季節を選ぶなら・・・「夏」	52%	<	64%
季節を選ぶなら・・・「春」	53%	<	60%
夏のお風呂は・・・「湯船につかる」	56%	<	61%
ネット通販を利用するなら・・・「楽天市場」	19%	<	27%
○ 関東で高いもの	全 体		関東
リビングは・・・「洋室」	61%	<	66%
○ 中部・北陸で高いもの	全 体		中部・北陸
定年後に生活するなら・・・「田舎」	52%	<	61%
家を買うなら・・・「戸建て」	77%	<	87%
○ 中国・四国・九州で高いもの	全 体		中国・四国・九州
子ども時代を過ごすなら・・・「田舎」	62%	<	70%

また、東（北）から西（南）にかけて傾向があったものは次の通り。

体を洗うなら・・・	西（南）にいくにつれ多い 「固形せっけん」	⇔	東（北）にいくにつれ多い 「ボディーソープ」
-----------	--------------------------	---	---------------------------

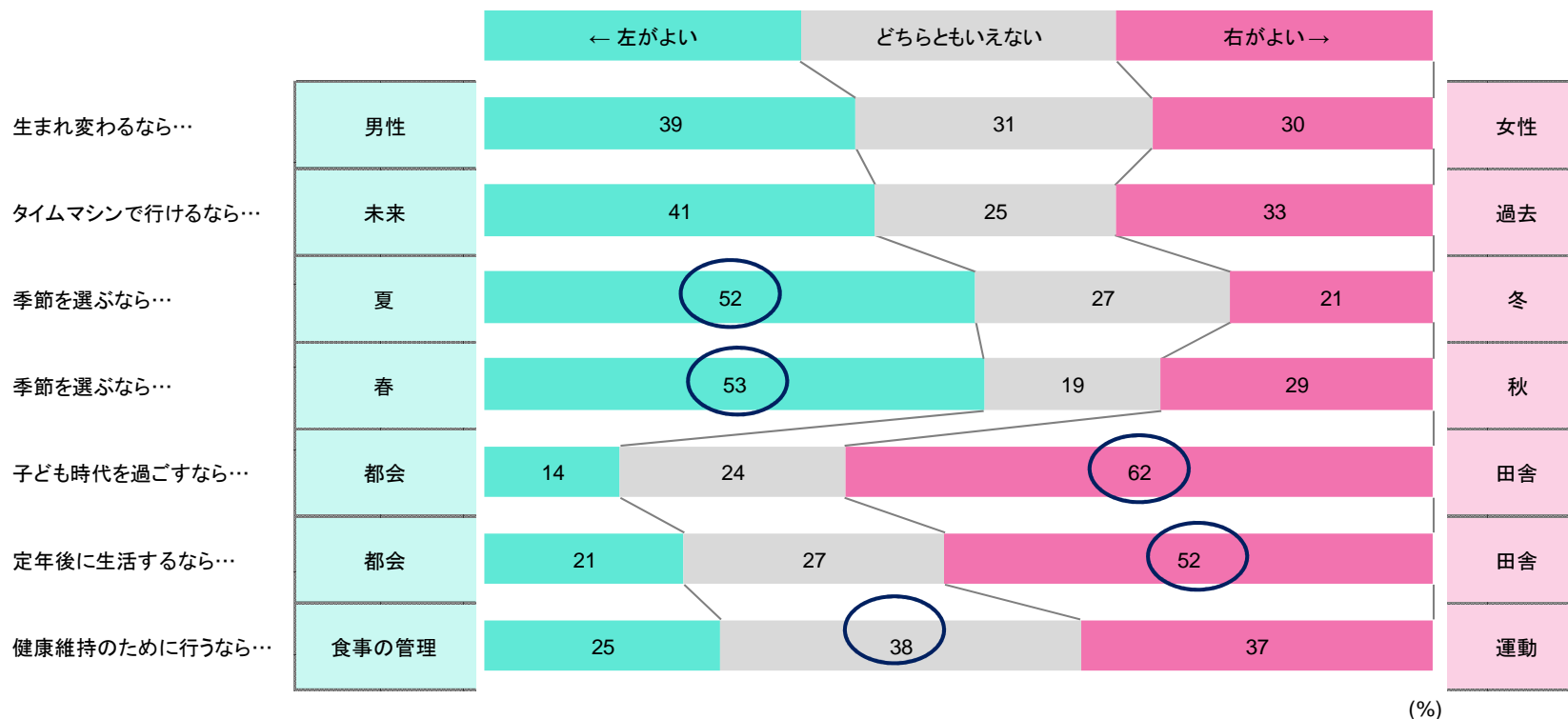
●年代別の傾向がみられたものは次の通りです。

	若年層が多い	⇔	高齢層が多い
リビングは・・・	「洋室」	⇔	「和室」
夏のお風呂は・・・	「シャワーのみ」	⇔	「湯船につかる」
体を洗うなら・・・	「ボディーソープ」	⇔	「固形せっけん」
洗濯用洗剤を買うなら・・・	「液体洗剤」	⇔	「粉末洗剤」

◆全国15~79歳男女1200人に対して、それぞれ左と右の選択肢を提示し、「次のどちらか1つを選ぶとしたら、左と右のどちらがよいですか？」と質問した結果である。（グラフは整数%で表記したため、四捨五入の関係で合計が100%になっていないものもあるので注意）

- ◆ **生まれ変わるなら** …… 「男性」(39%) が「女性」(30%) を上回るが、「どちらともいえない」も31%と多い。
- ◆ **タイムマシンで行けるなら** …… 「未来」(41%) が、「過去」(33%) を上回る。
- ◆ **季節を選ぶなら** …… 「夏」が52%と半数を超えて、「冬」(21%) の倍以上多い。
- ◆ **季節を選ぶなら** …… 「春」が53%と半数を超えて、「秋」(29%) を上回る。
- ◆ **子ども時代を過ごすなら** …… 「田舎」が62%と、「都会」(14%) を圧倒している。
- ◆ **定年後に生活するなら** …… 「田舎」が52%と半数を超えて、「都会」(21%) の倍以上多い。
子ども時代と比べると、定年後の生活では「田舎」が減って「都会」が増え、両者の差が縮まっている。
- ◆ **健康維持のために行うなら** …… 「運動」(37%) が「食事の管理」(25%) より多いが、「どちらともいえない」が38%で最多である。

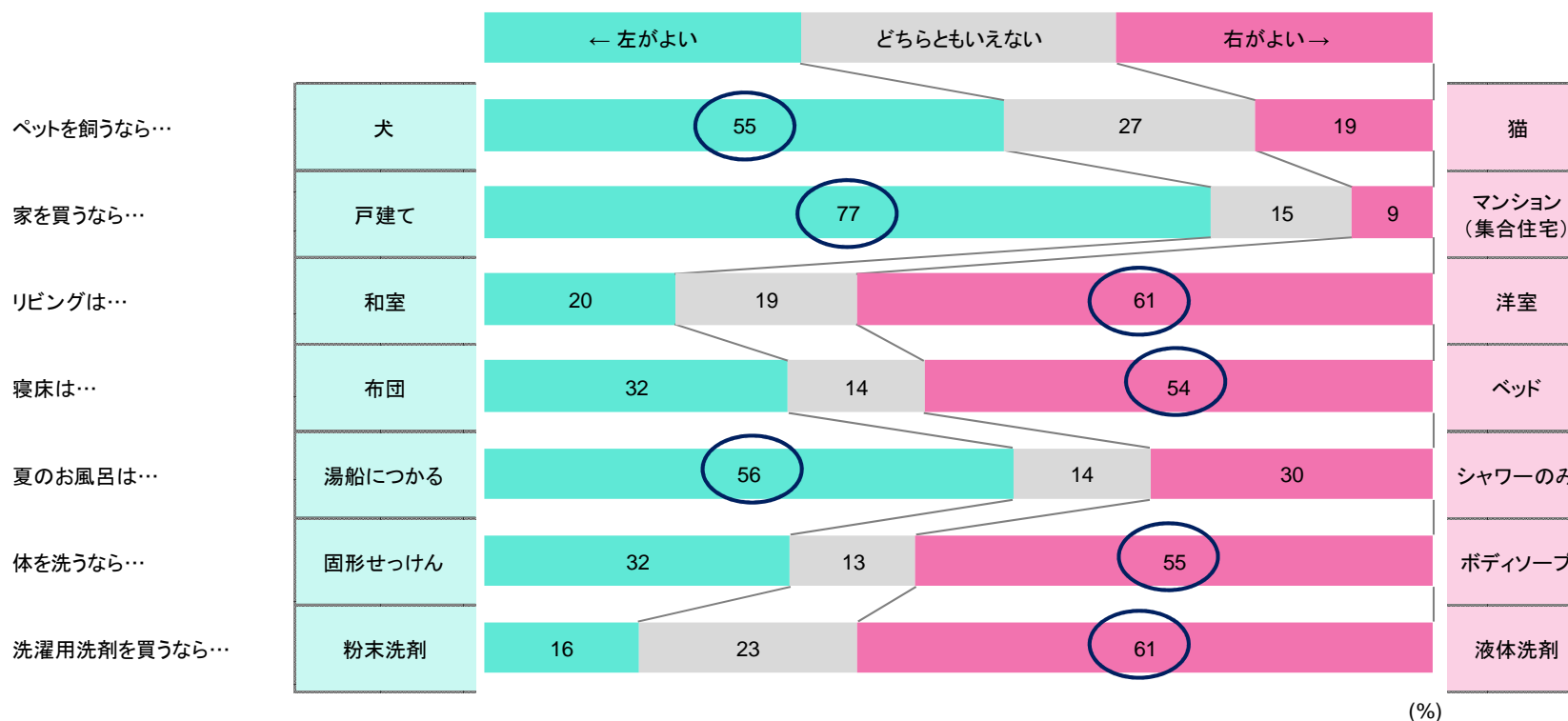
Q「○○○なら、どちらがよいですか。」



(%)

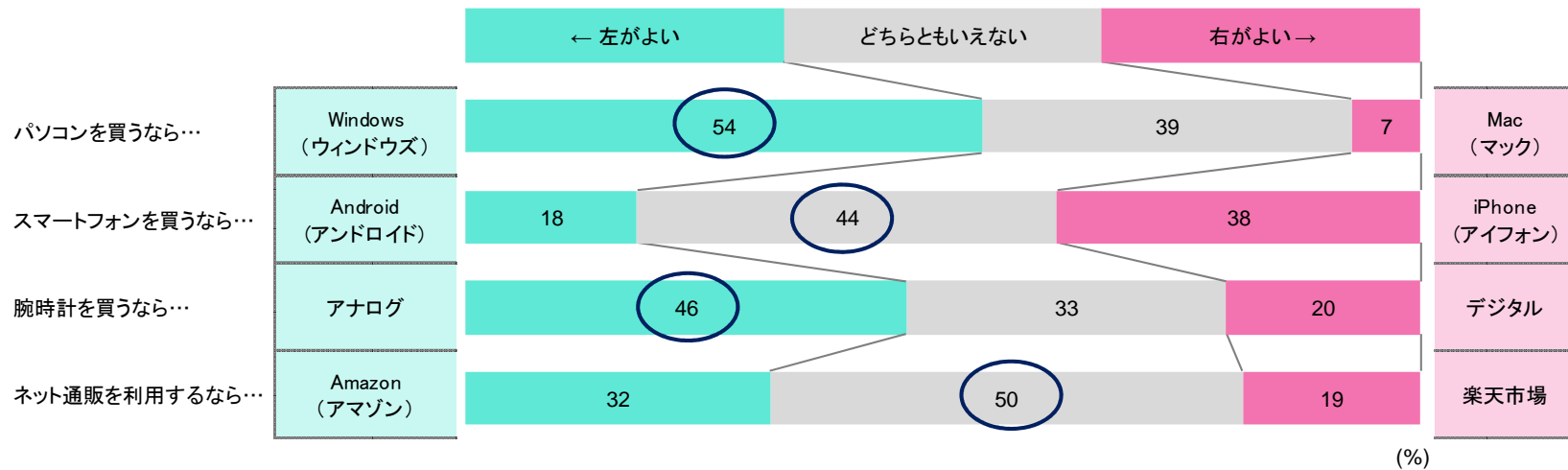
- ◆ペットを飼うなら …… 「犬」が55%と、「猫」(19%)を圧倒している。
- ◆家を買うなら …… 「戸建て」が77%と、「マンション」(9%)を圧倒している。
- ◆リビングは …… 「洋室」が61%と、「和室」(20%)を圧倒している。
- ◆寝床は …… 「ベッド」が54%と半数を超えて、「布団」(32%)を上回る。
- ◆夏のお風呂は …… 「湯船につかる」が56%と半数を超えて、「シャワーのみ」(30%)を上回る。
- ◆体を洗うなら …… 「ボディソープ」が55%と半数を超えて、「固形せっけん」(32%)を上回る。
- ◆洗濯用洗剤を買うなら …… 「液体洗剤」が61%と、「粉末洗剤」(16%)を圧倒している。

Q「○○○なら、どちらがよいですか。」



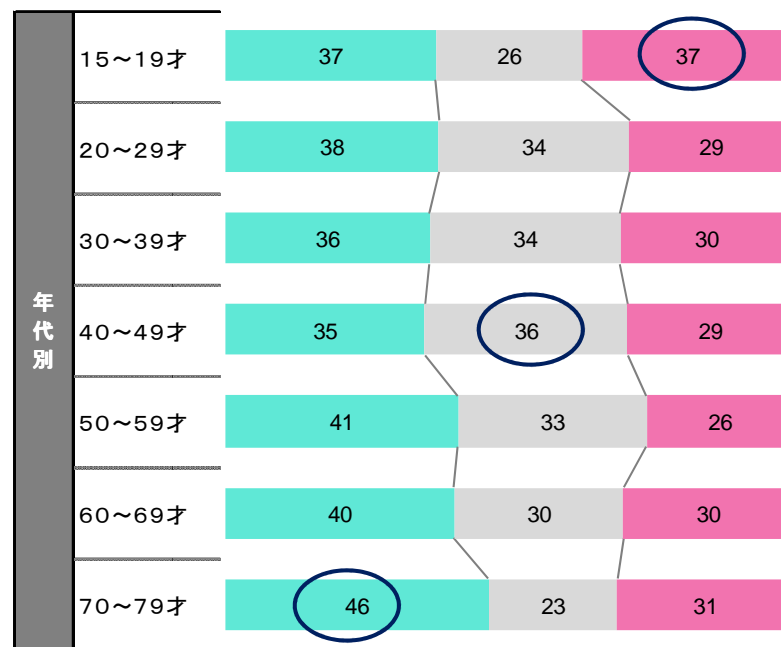
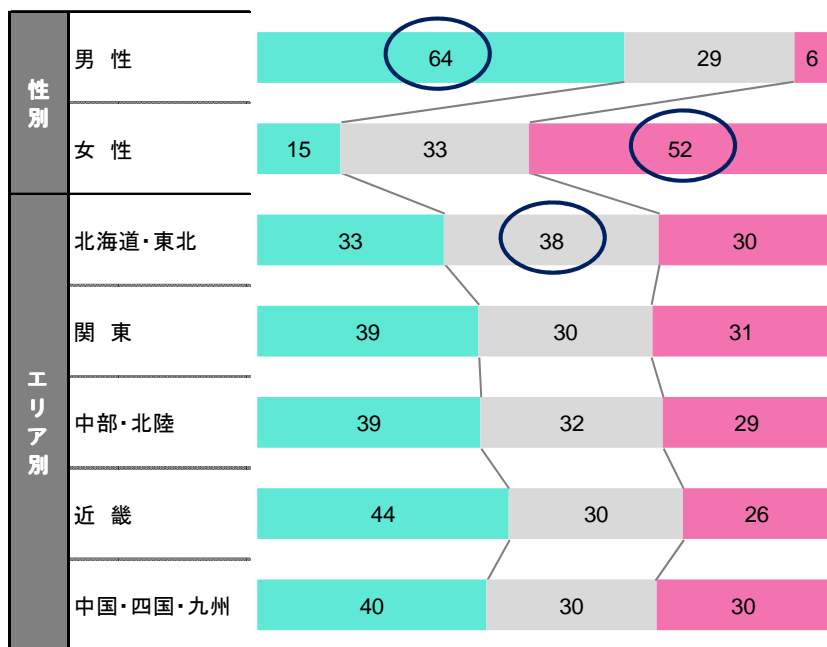
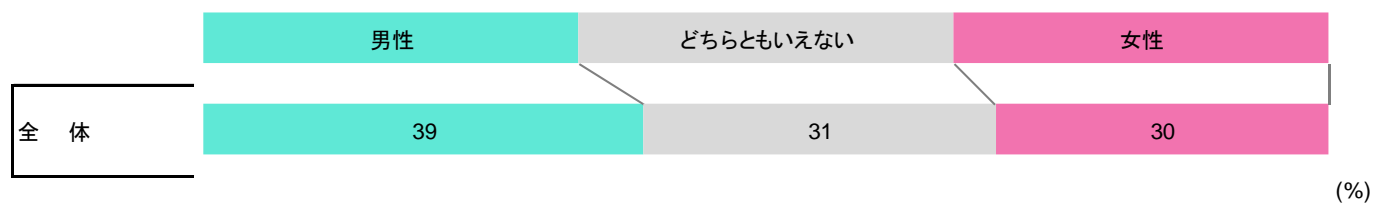
- ◆ **パソコンを買うなら** …… 「Windows」が54%と、「Mac」(7%)を圧倒している。
- ◆ **スマートフォンを買うなら** …… 「iPhone」(38%)が「Android」(18%)より多いが、「どちらともいえない」が44%で最多である。
- ◆ **腕時計を買うなら** …… 「アナログ」(46%)が、「デジタル」(20%)の倍以上多い。
- ◆ **ネット通販を利用するなら** …… 「Amazon」(32%)が「楽天市場」(19%)より多いが、「どちらともいえない」が50%で最多である。

Q「○○○なら、どちらがよいですか。」



- ◆ 日本人全体で見れば、「男性」(39%)が「女性」(30%)を上回るが、「どちらともいえない」も31%と多い。
- ◆ 性別では、男性は「男性」が多いが、女性は「女性」の方が多い。
互いに同性を選択している人が多いが、女性に比べて男性の方が同性支持者が多くなっている。
- ◆ エリア別では、大きな違いはみられない。
- ◆ 年代別にみると、70代は「男性」が46%と特に多い。一方、15～19才は「男性」と「女性」が37%と同数である。

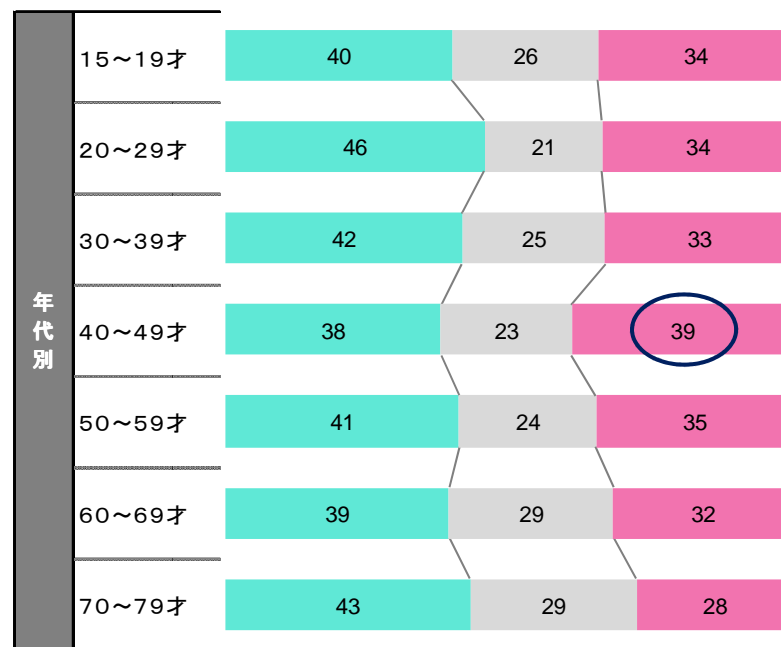
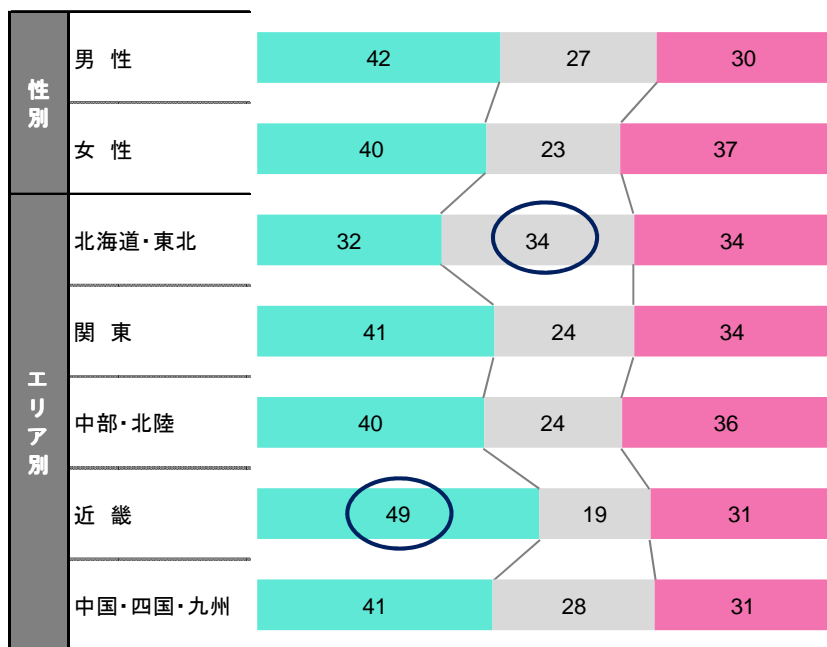
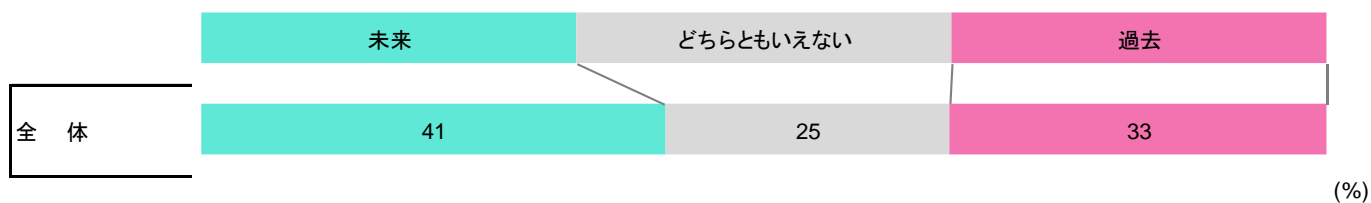
生まれ変わるなら、「男性」と「女性」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「未来」(41%)が、「過去」(33%)を上回る。
- ◆ 性別では大きな違いがみられない。
- ◆ エリア別では、「未来」は近畿で49%と特に多い。一方、北海道・東北では、「過去」(34%)が未来(32%)と拮抗している。
- ◆ 年代別では、「未来」が多い中で、40代だけは「過去」(39%)と「未来」(38%)が拮抗している。

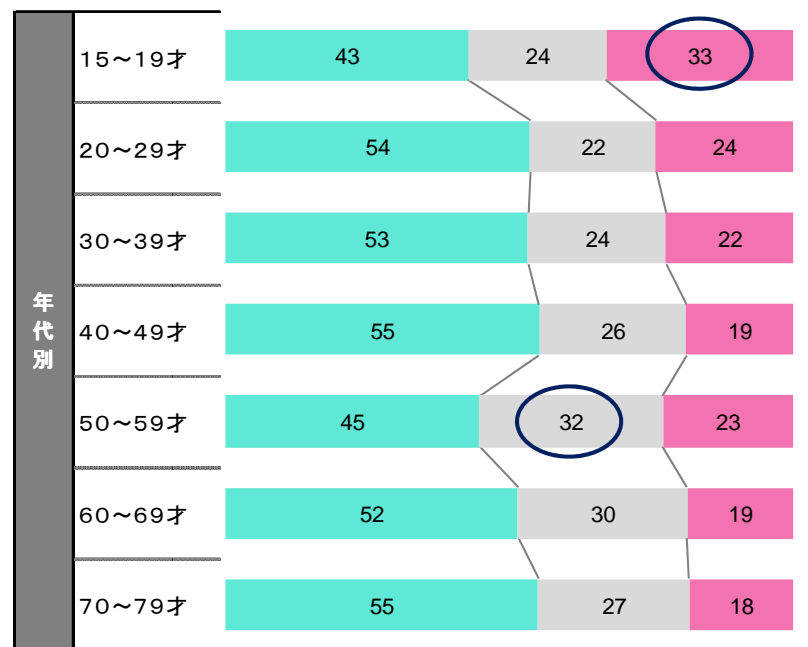
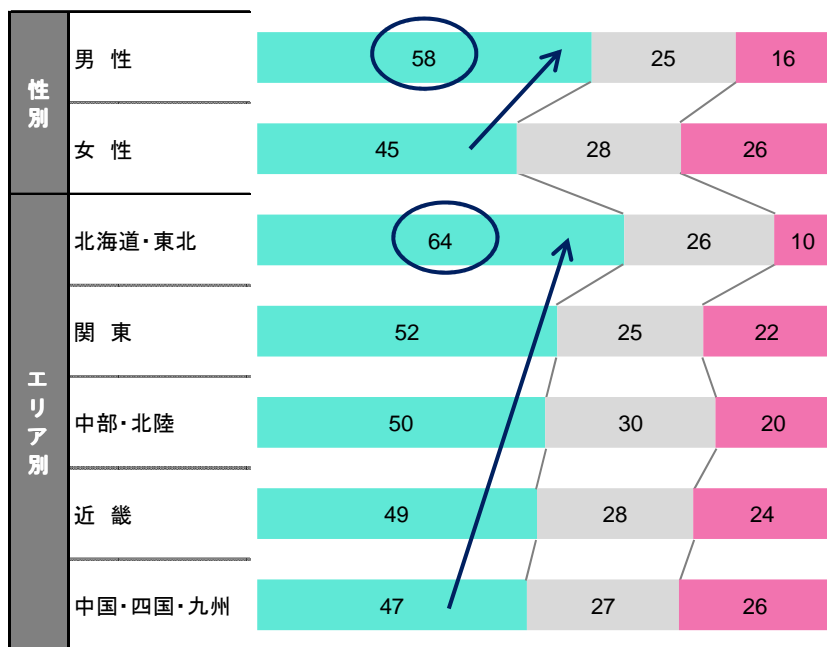
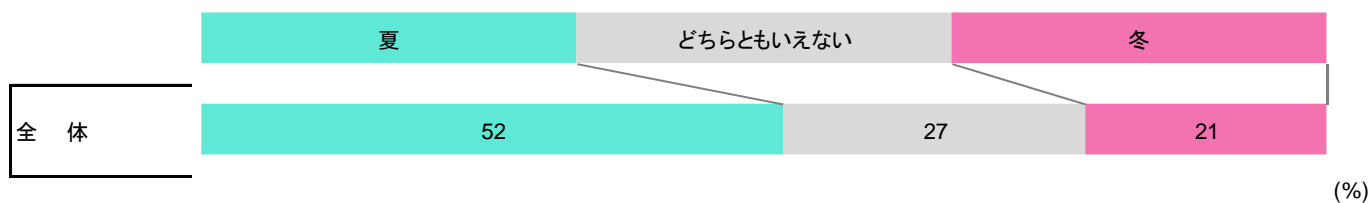
タイムマシンで行けるなら、「未来」と「過去」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「夏」が52%と半数を超えて、「冬」(21%)の倍以上多い。
- ◆ 性別で見ると、男女ともに「夏」が優位だが、男性では58%と半数を超えて特に多い。
- ◆ エリア別では、「夏」は東高西低の傾向がみられ、北海道・東北では6割を超える。
- ◆ 年代別で見ても、いずれも「夏」が優位だが、15～19才では「冬」が3割以上で比較的多い。

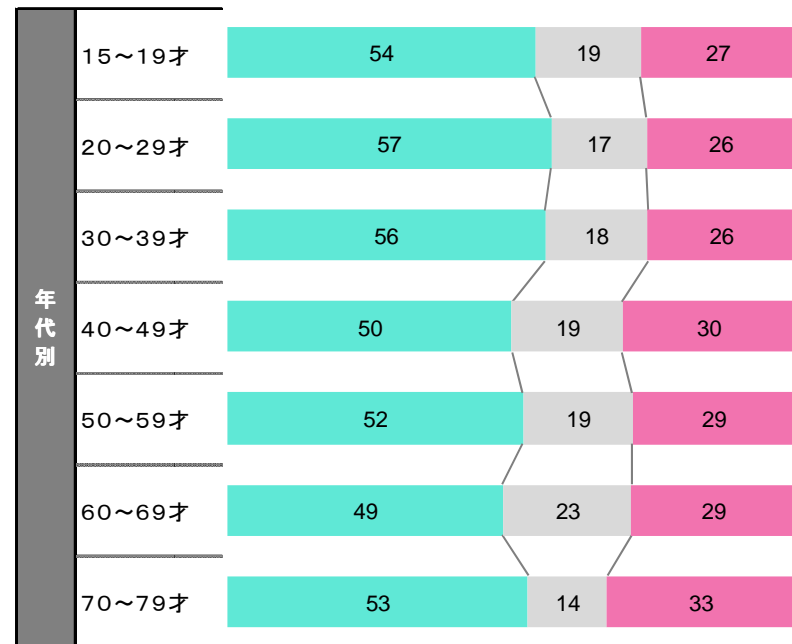
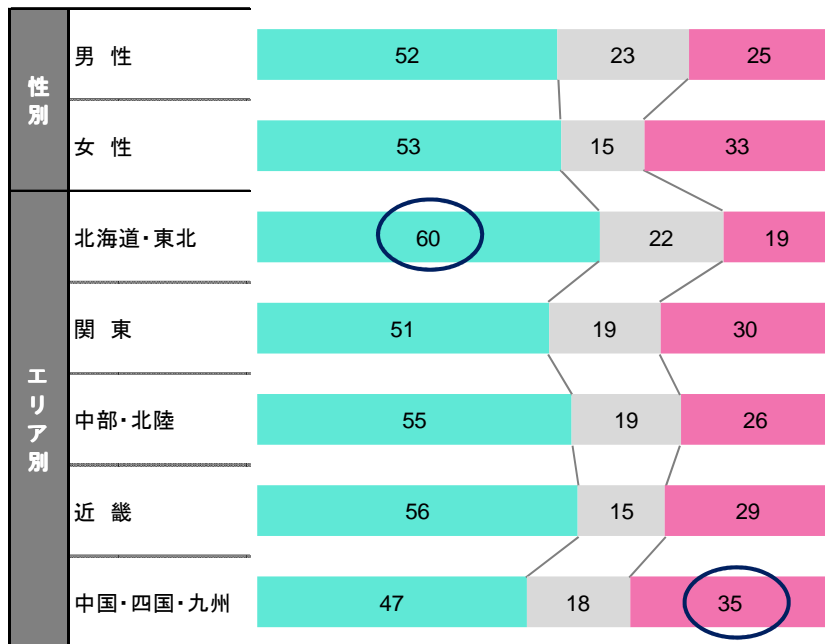
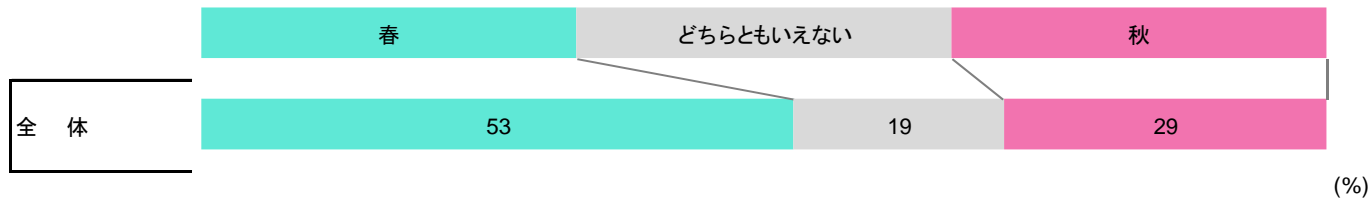
季節を選ぶなら、「夏」と「冬」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「春」が53%と半数を超えて、「秋」(29%)を上回る。
- ◆ 性別による大きな違いはみられない。
- ◆ エリア別では、北海道・東北で「春」が60%と特に多くなっている。一方、中国・四国・九州では「秋」が35%と比較的多い。
- ◆ 年代別による大きな違いはみられず、いずれも「春」が優位である。

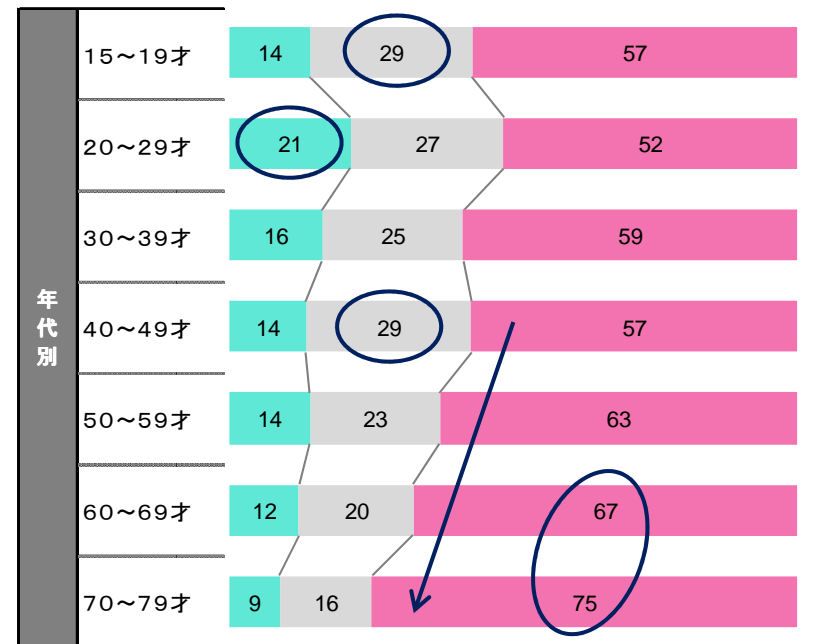
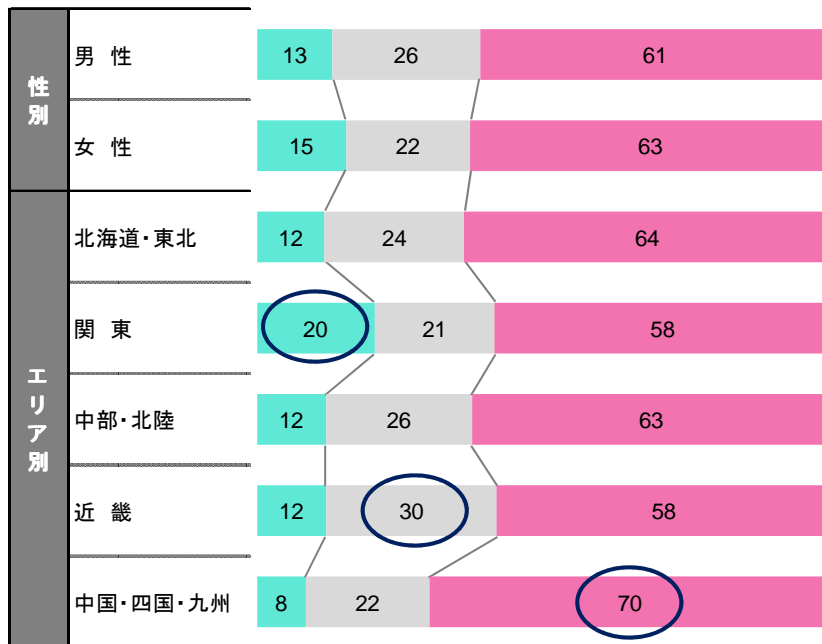
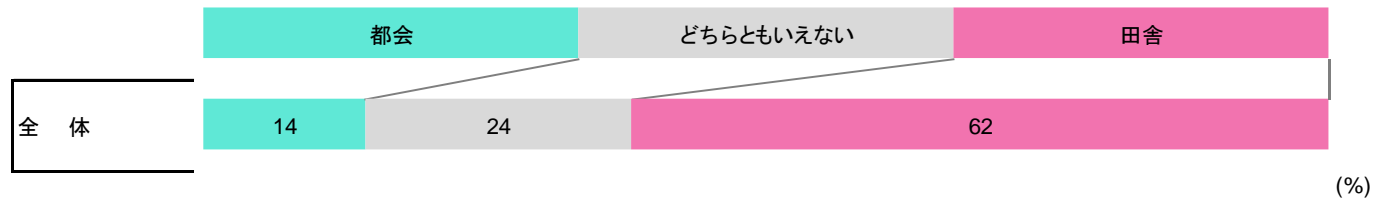
季節を選ぶなら、「春」と「秋」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「田舎」が62%と、「都会」(14%)を圧倒している。
- ◆ 性別では、大きな違いはみられず、男女とも、「田舎」が6割以上である。
- ◆ エリア別でも「田舎」が優位な点は変わらないが、中国・四国・九州では7割と特に多い。一方、関東では「都会」が20%と比較的多い。
- ◆ 年代別でみると、「田舎」は高齢層で多くなり、70代では75%に達する。一方、「都会」は20代では21%みられた。

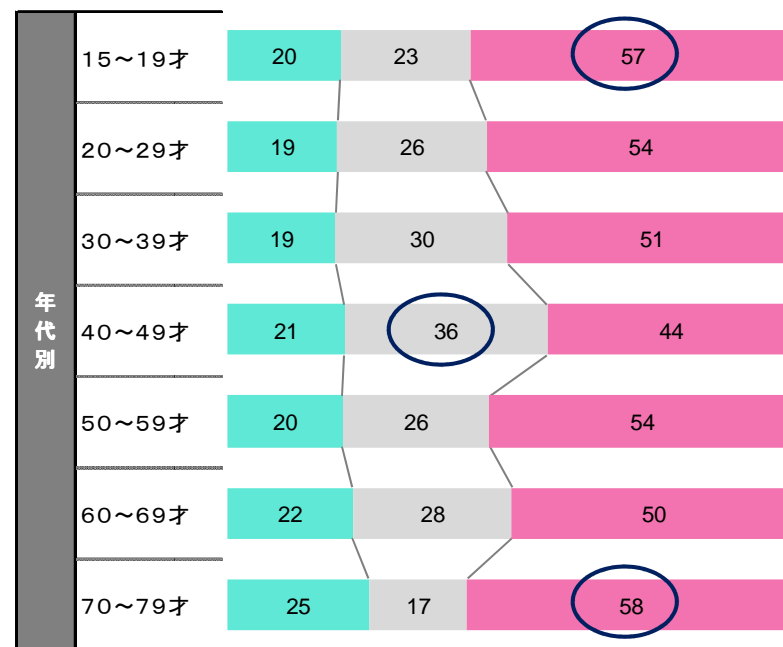
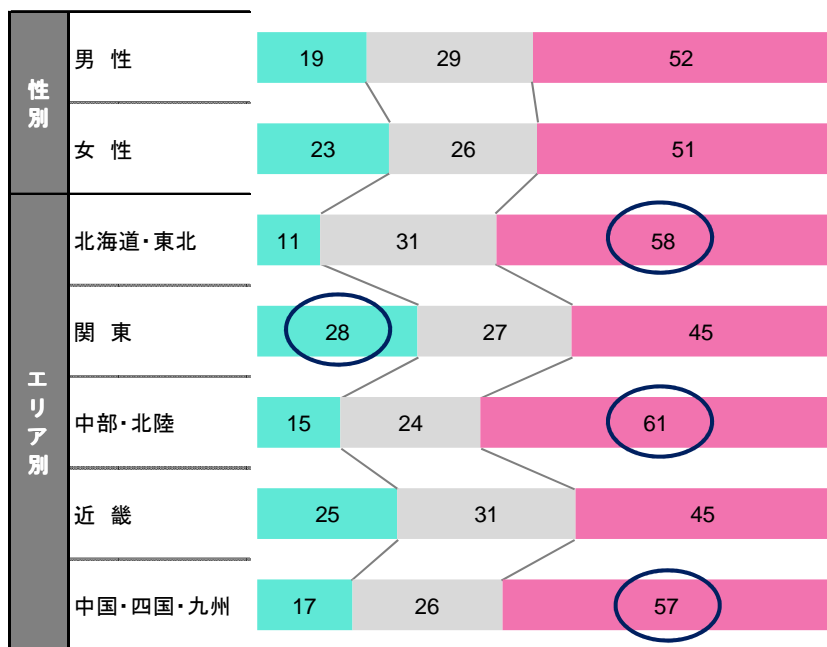
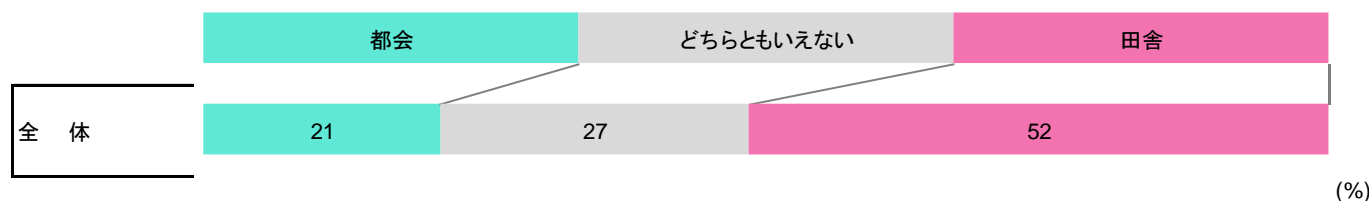
子ども時代を過ごすなら、「都会」と「田舎」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「田舎」が52%と半数を超えて、「都会」(21%)の倍以上多い。
- ◆ 性別では、大きな違いはみられず、男女とも、「田舎」が半数以上である。
- ◆ エリア別にみると、「田舎」は北海道・東北、中部・北陸、中国・四国・九州で6割前後と特に多い。「都会」はどのエリアでも「田舎」を下回っているが、関東では28%と比較的多い。
- ◆ 年代別では、「田舎」は15~19才(57%)と70代(58%)で特に多い。

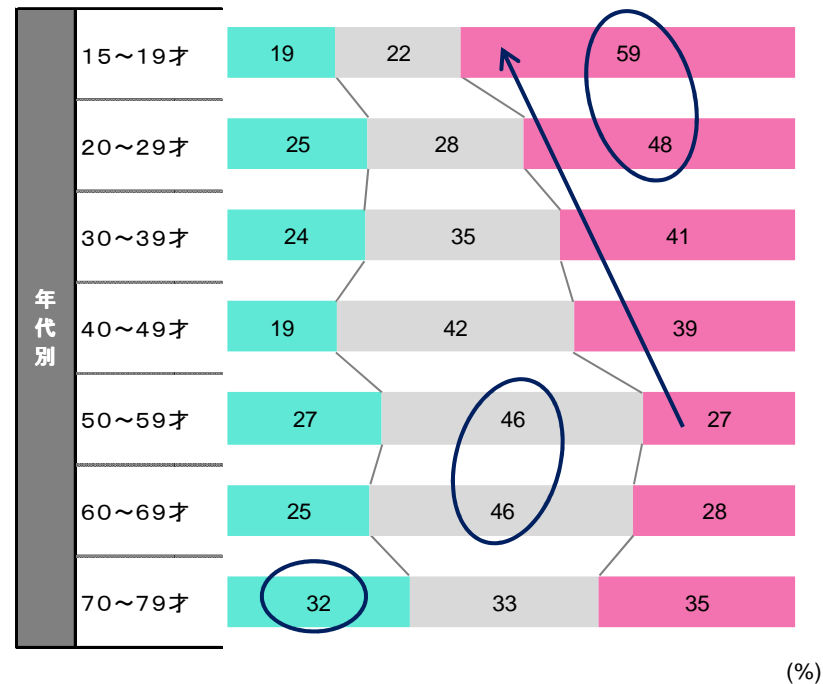
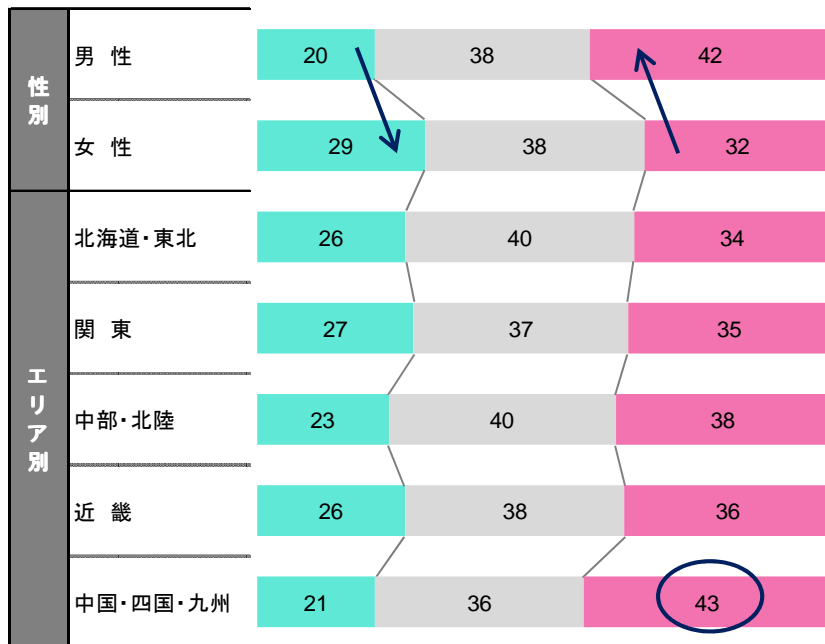
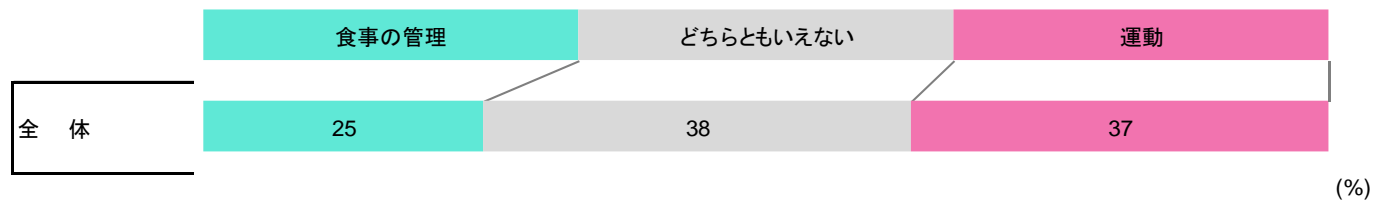
定年後に生活するなら、「都会」と「田舎」のどちらがよいですか。



(%)

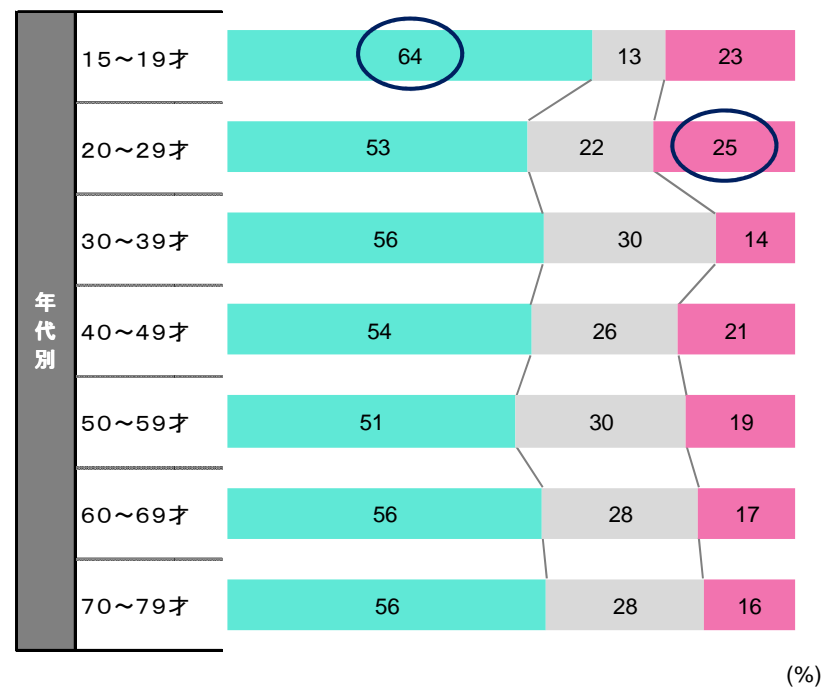
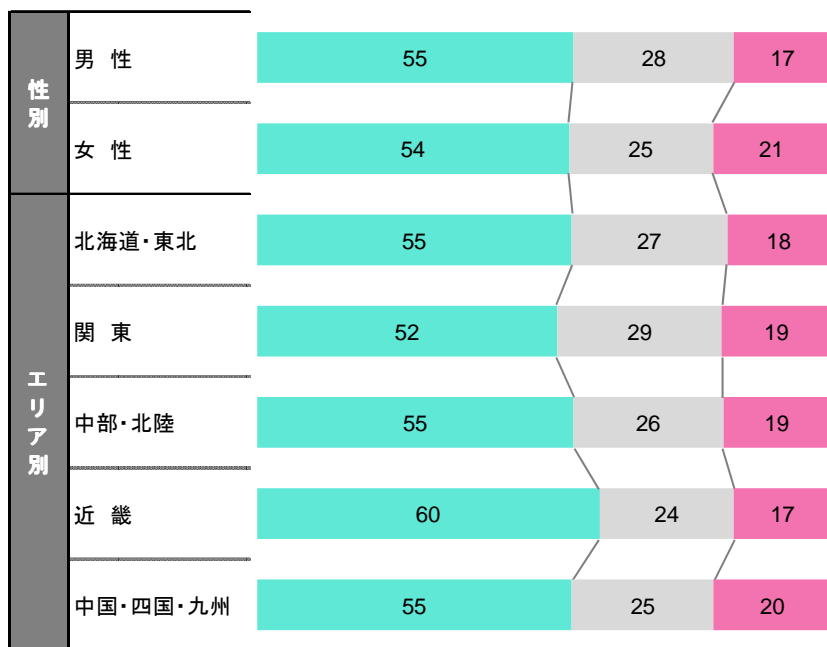
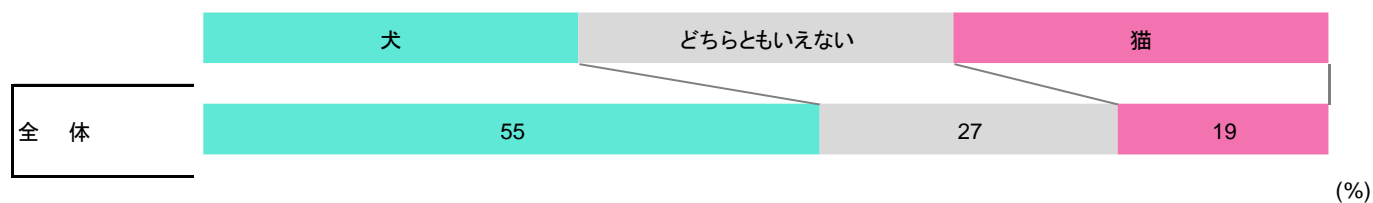
- ◆ 日本人全体で見れば、「運動」(37%)が「食事の管理」(25%)より多いが、「どちらともいえない」が38%で最多である。
- ◆ 性別では、「運動」は女性(32%)より男性(42%)で多く、「食事の管理」は男性(20%)より女性(29%)が多い。
- ◆ エリア別による違いはあまりないが、「運動」は中国・四国・九州で43%と特に多い。
- ◆ 年代別では、若年層になるほど「運動」が多くなり、15~19才では約6割に達する。一方、50代以上では「食事の管理」と「運動」が拮抗している。

健康維持のために行うなら、「食事の管理」と「運動」のどちらがよいですか。



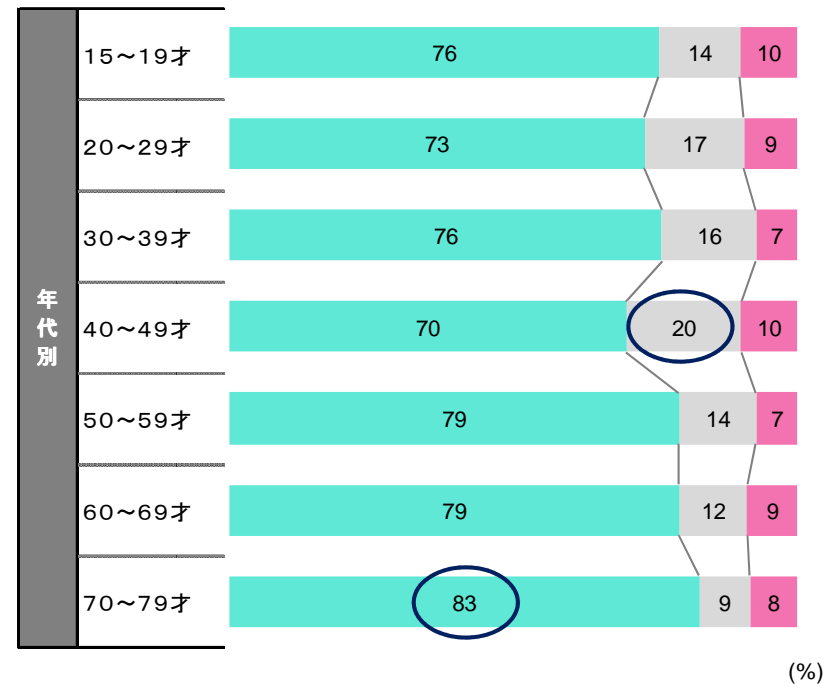
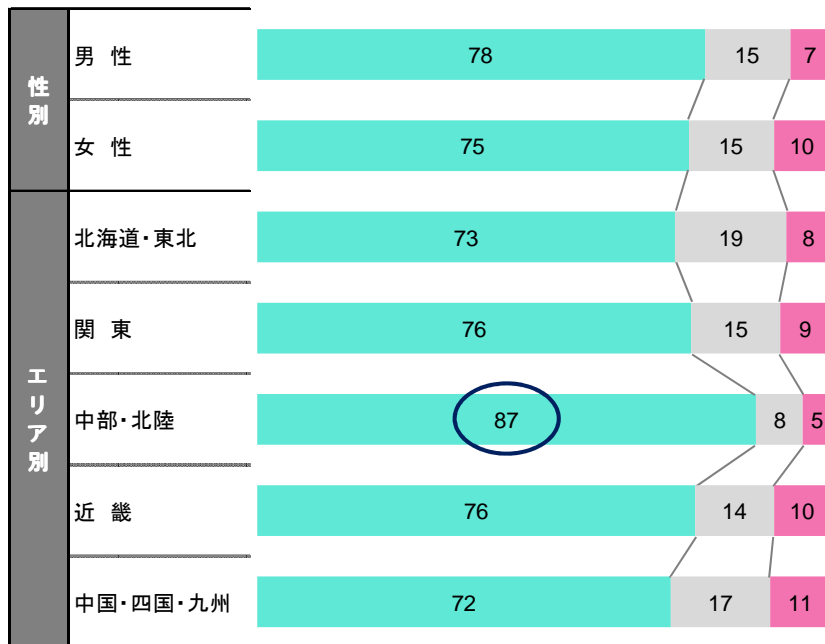
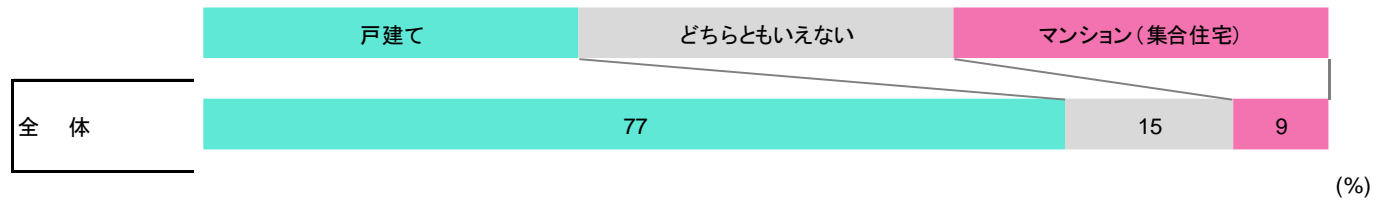
- ◆ 日本人全体で見れば、「犬」が55%と、「猫」(19%)を圧倒している。
- ◆ 性別、エリア別による大きな違いはみられない。
- ◆ 年代別にみると、「犬」は15～19才で64%と特に多い。一方、「猫」は20代で25%と比較的多い。

ペットを飼うなら、「犬」と「猫」のどちらがよいですか。



- ◆ 日本人全体で見れば、「戸建て」が77%と、「マンション」(9%) を圧倒している。
- ◆ 性別では、大きな違いはみられず、「戸建て」が「マンション」を圧倒している。
- ◆ エリア別にみると、「戸建て」は中部・北陸が87%と特に多くなっている。
- ◆ 年代別でも、「戸建て」が「マンション」を圧倒しており、70代で83%と特に多い。

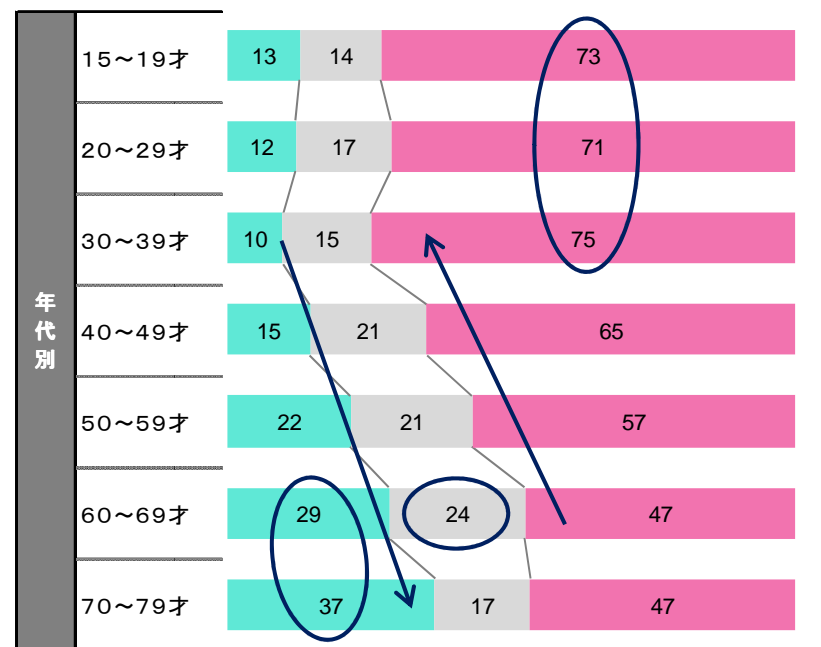
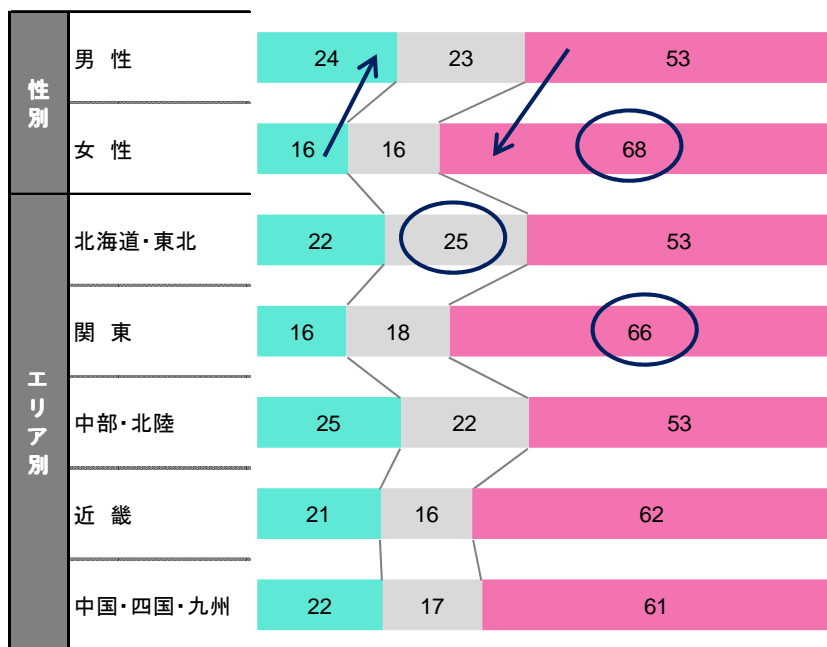
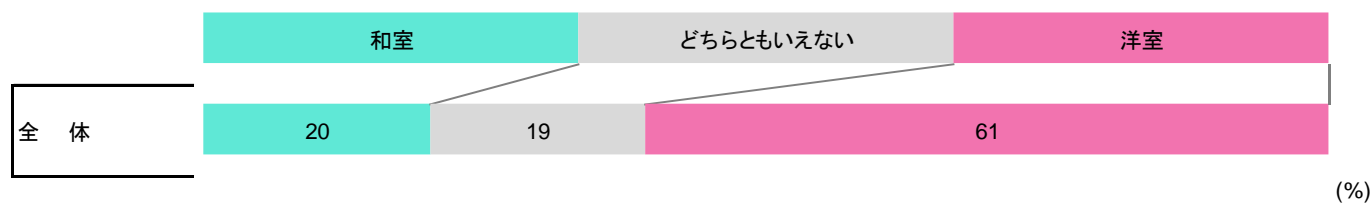
家を買うなら、「戸建て」と「マンション(集合住宅)」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「洋室」が61%と、「和室」(20%)を圧倒している。
- ◆ 性別では、「洋室」は男性(53%)より女性(68%)が多い。
- ◆ エリア別にみると、どのエリアも「洋室」が「和室」より多く、関東では66%と特に多い。
- ◆ 年代別では、「洋室」は若年層になるほど多くなり、30代以下では7割を超す。一方、「和室」は高齢になるほど多くなり、70代では37%あるが、それでも「洋室」には及ばない。

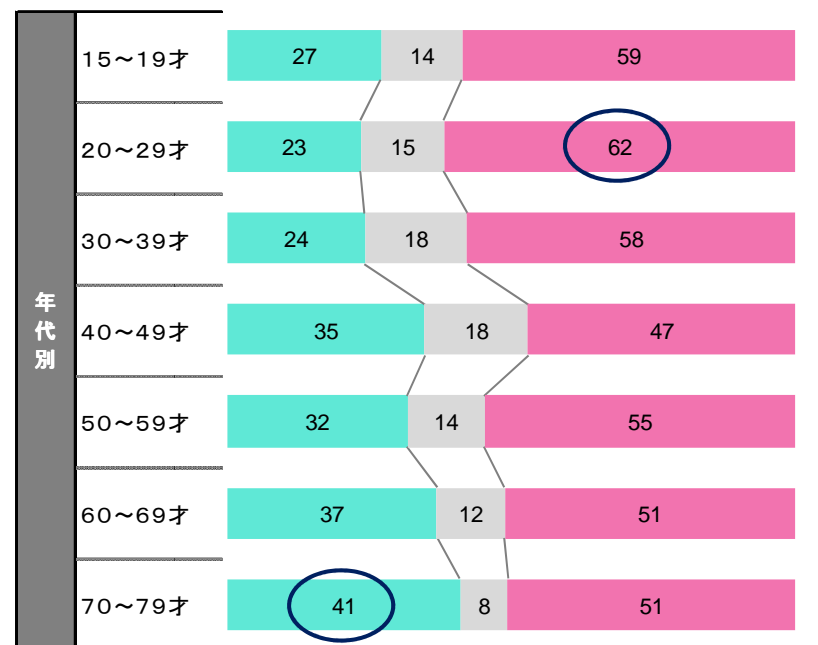
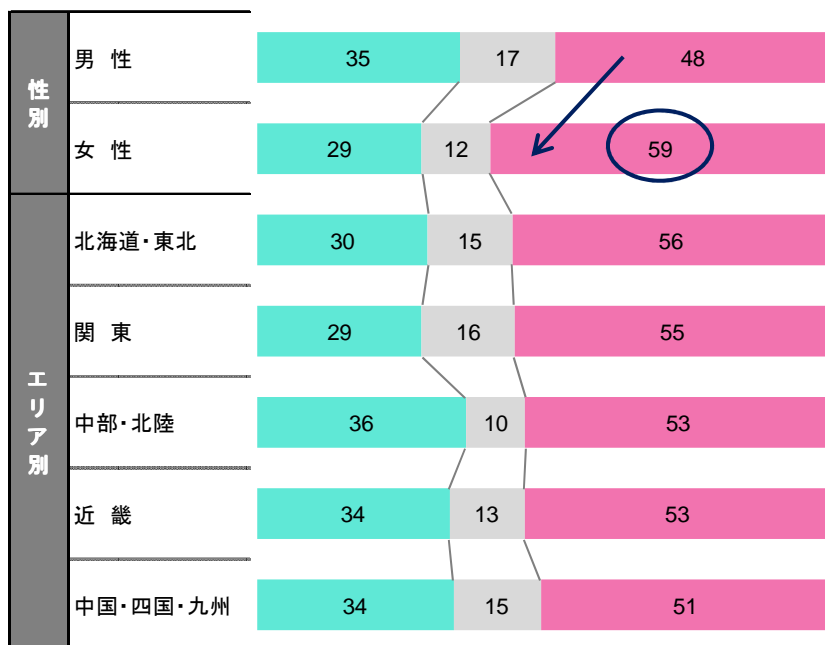
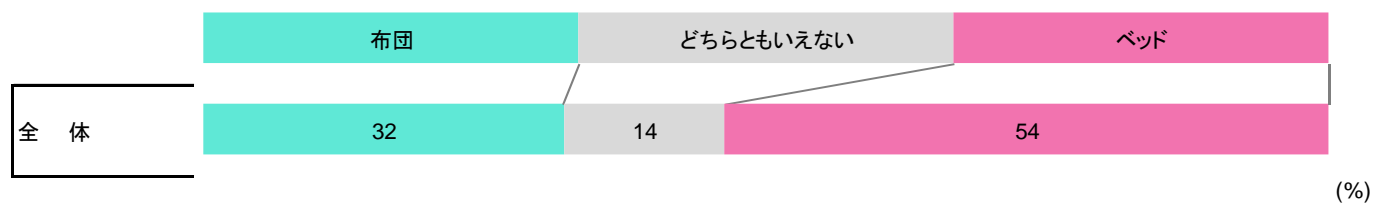
リビングは、「和室」と「洋室」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「ベッド」が54%と半数を超えて、「布団」(32%)を上回る。
- ◆ 性別では、「ベッド」は男性(48%)より女性(59%)が多い。
- ◆ エリア別による違いはあまりなく、どのエリアも「ベッド」が半数を超えている。
- ◆ 年代別では、「ベッド」は20代が62%と特に多く、「布団」は70代が41%と他に比べて多い。

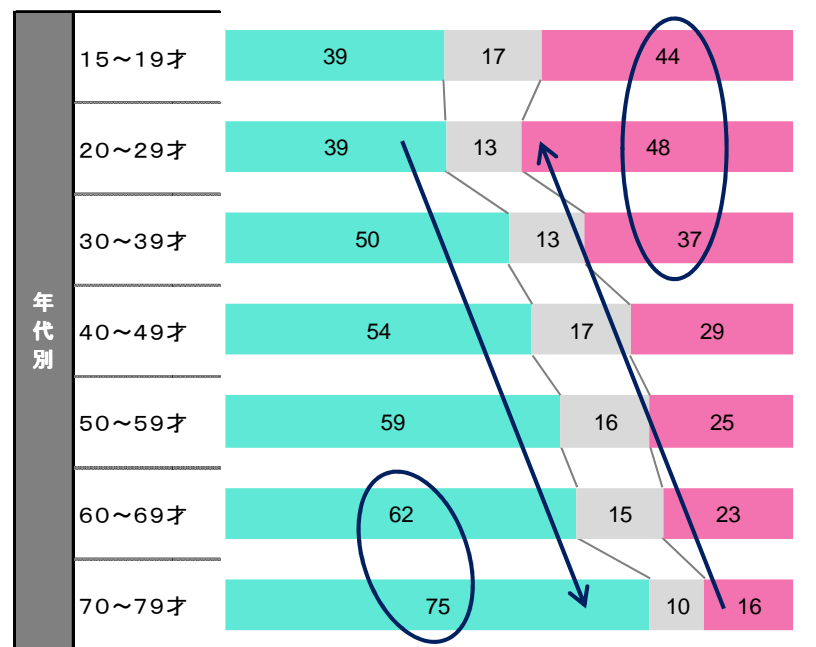
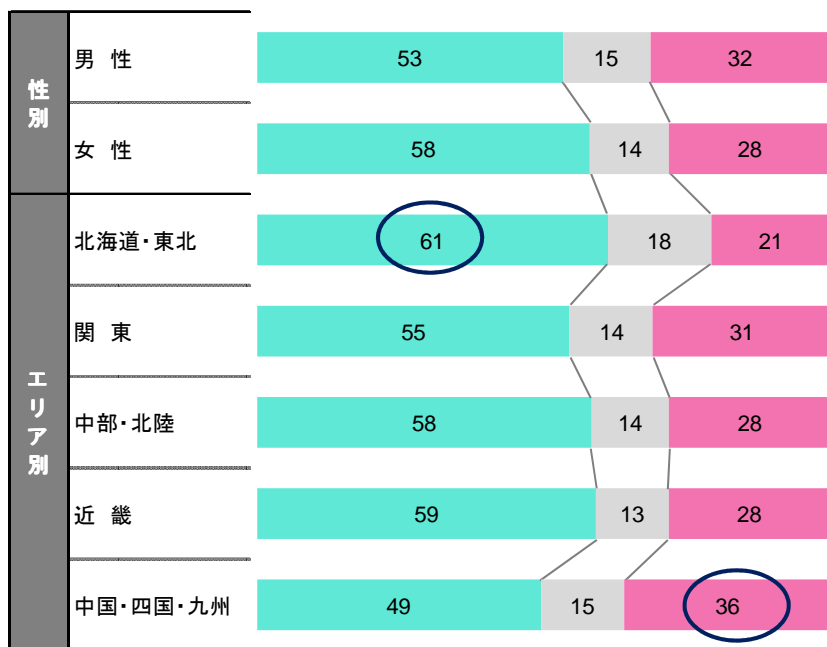
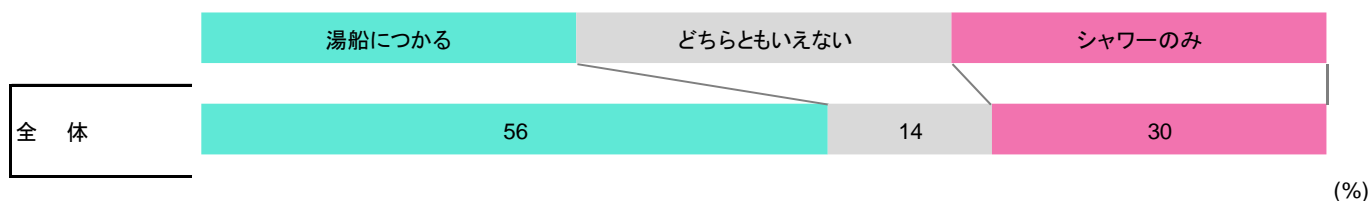
寝床は、「布団」と「ベッド」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「湯船につかる」が56%と半数を超えて、「シャワーのみ」(30%)を上回る。
- ◆ 性別では大きな違いがみられない。
- ◆ エリア別で見ると、「湯船につかる」は北海道・東北で6割を超え特に多い。一方、「シャワーのみ」は中国・四国・九州で36%と比較的多い。
- ◆ 年代別では、「湯船につかる」は高齢になるほど多くなり、70代では75%に達する。一方、「シャワーのみ」は若年層で比較的多く、特に20代以下では「湯船につかる」を上回る。

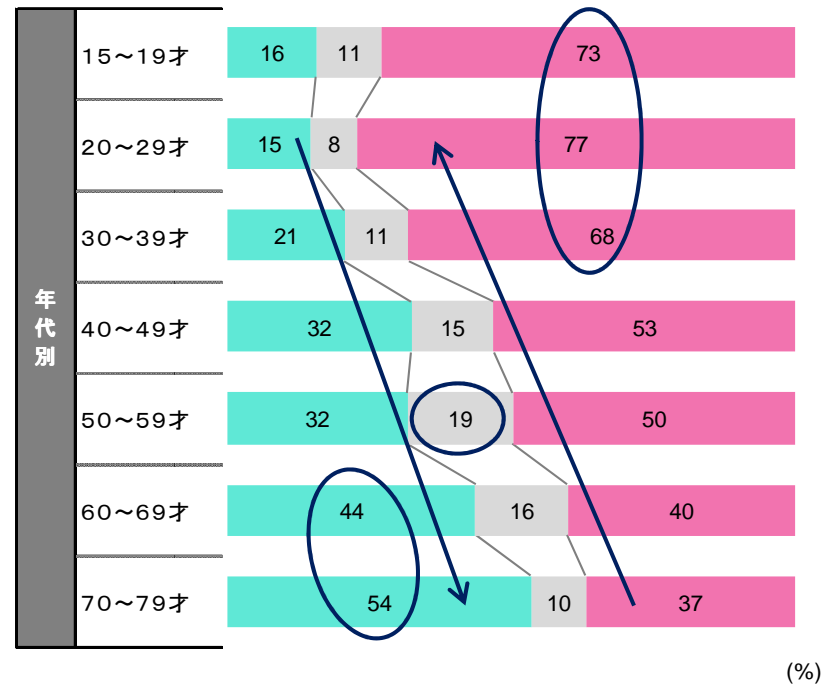
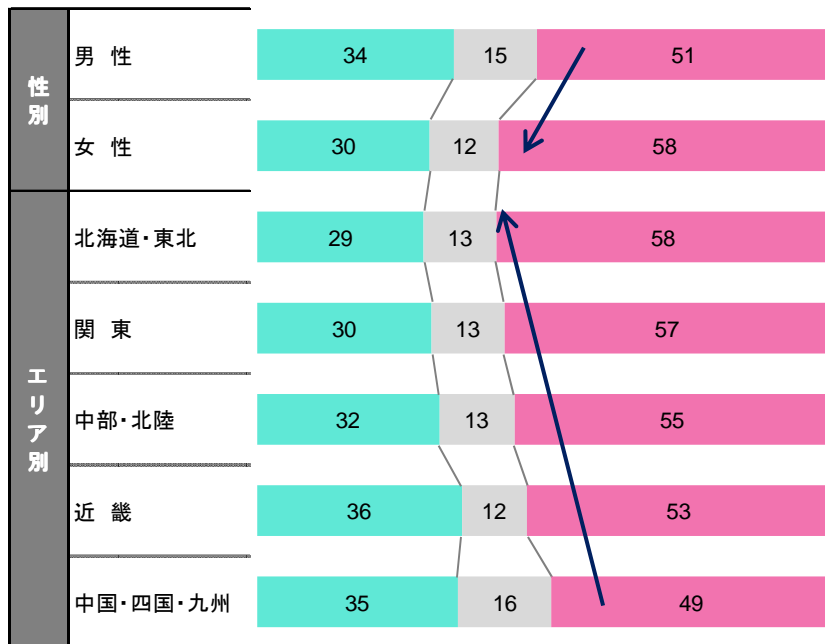
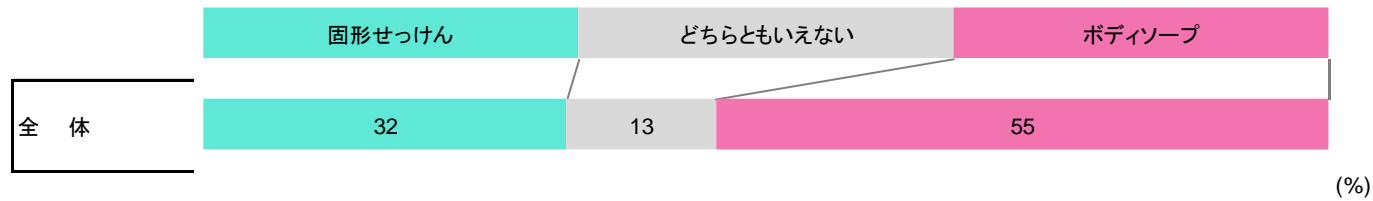
夏のお風呂は、「湯船につかる」と「シャワーのみ」のどちらがよいですか。



(%)

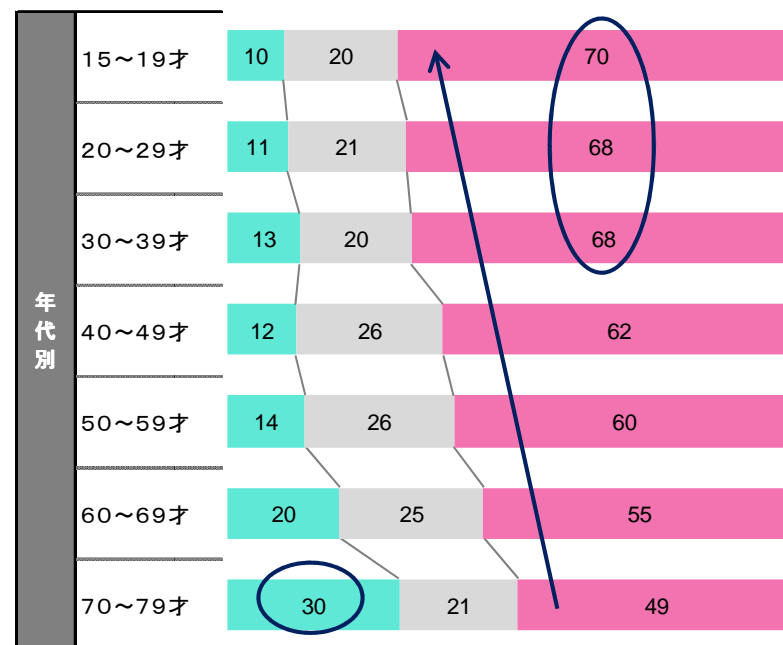
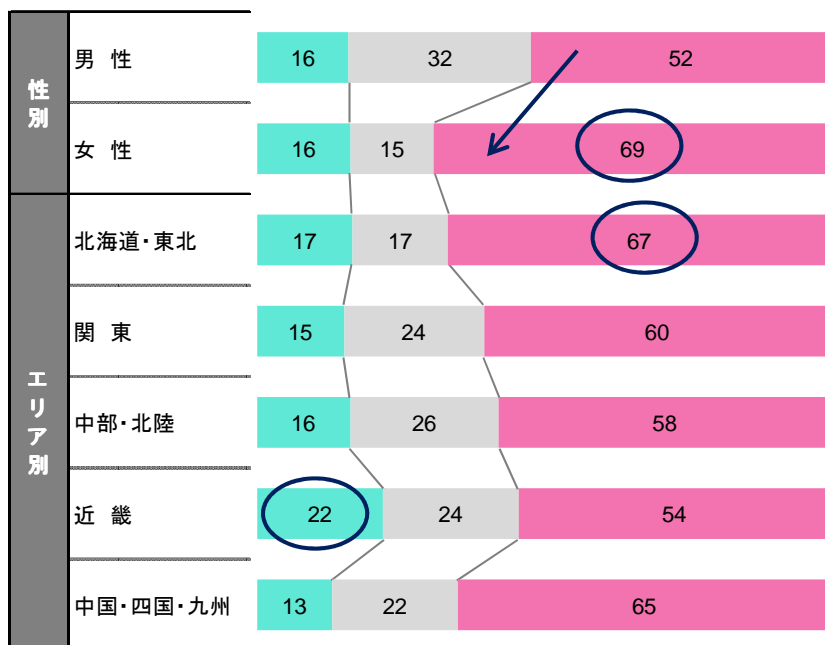
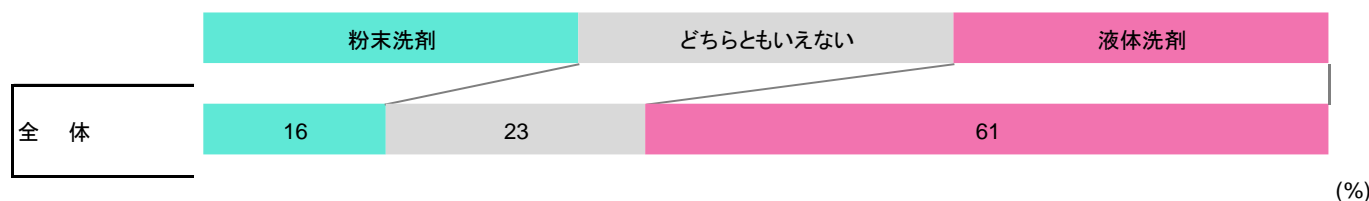
- ◆ 日本人全体でみれば、「ボディソープ」が55%と半数を超えて、「固形せっけん」(32%)を上回る。
- ◆ 性別では、「ボディソープ」は男性(51%)より女性(58%)が多い。
- ◆ エリア別では、どのエリアも「ボディソープ」が「固形せっけん」を上回るが、「ボディソープ」は東(北)に行くほど多くなっている。
- ◆ 年代別では、若年層になるほど「ボディソープ」が多くなり、20代以下では7割を超える。一方、高齢になるほど「固形せっけん」が多くなり、60代以上では「ボディソープ」を上回る。

体を洗うなら、「固形せっけん」と「ボディソープ」のどちらがよいですか。



- ◆ 日本人全体で見れば、「液体洗剤」が61%と、「粉末洗剤」(16%)を圧倒している。
- ◆ 性別では、「液体洗剤」は男性(52%)より女性(69%)が多い。
- ◆ エリア別にみると、「液体洗剤」は北海道・東北が67%と特に多くなっている。「粉末洗剤」はどのエリアでも「液体洗剤」を下回っているが、近畿で22%と比較的多い。
- ◆ 年代別では、「液体洗剤」は若年層になるほど多く、15~19才では7割に達する。「粉末洗剤」は70代で3割と比較的多い。

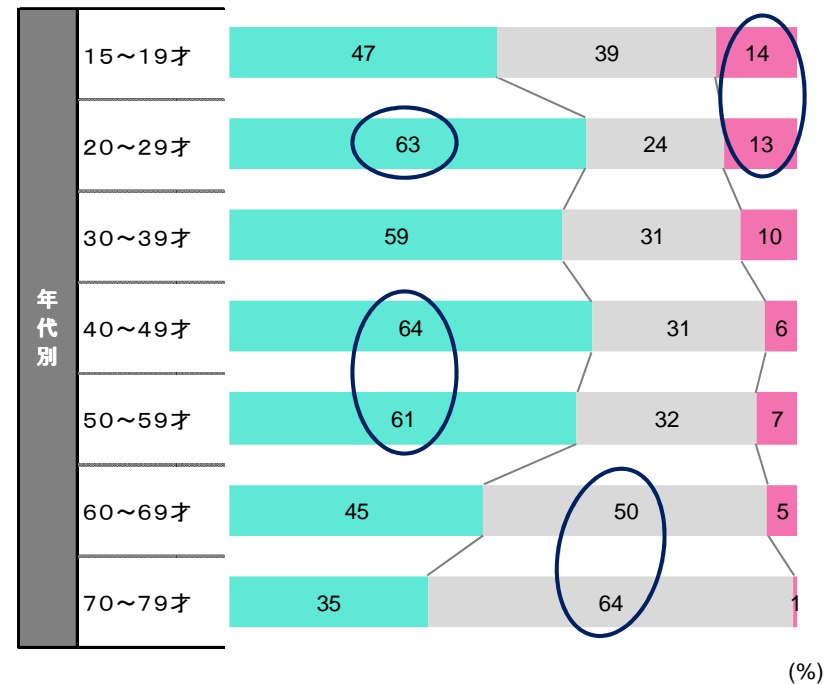
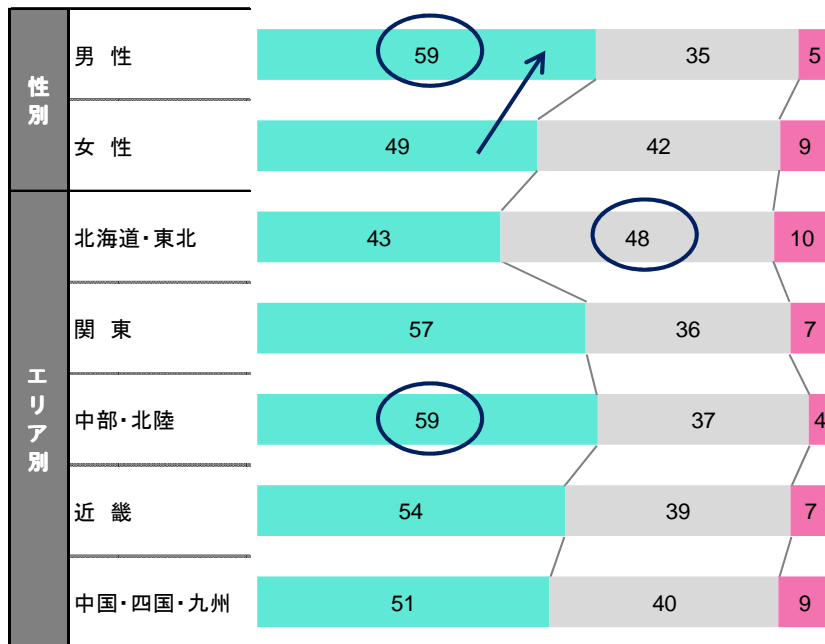
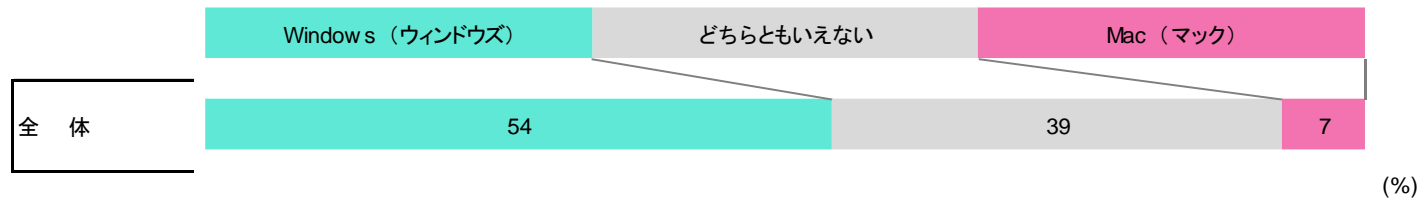
洗濯用洗剤を買うなら、「粉末洗剤」と「液体洗剤」のどちらがよいですか。



(%)

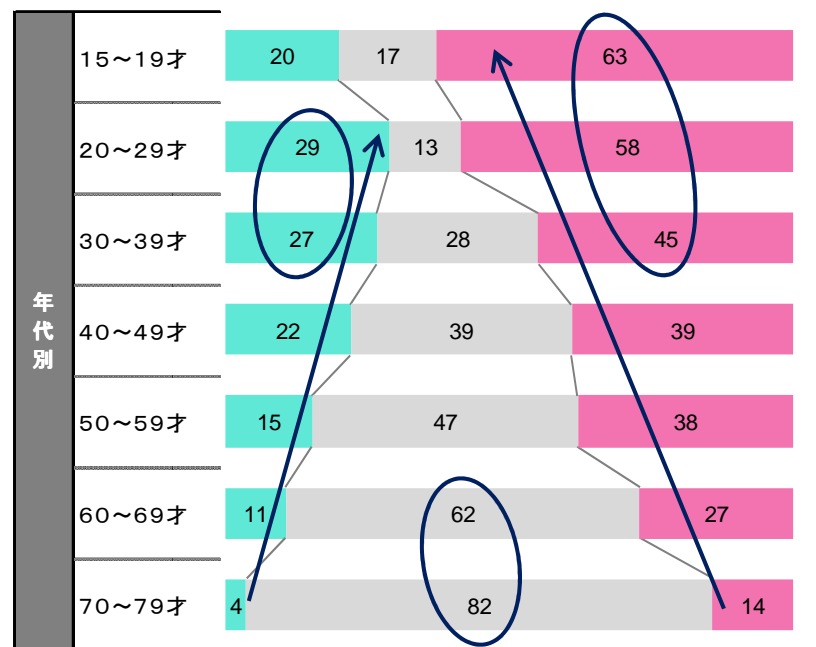
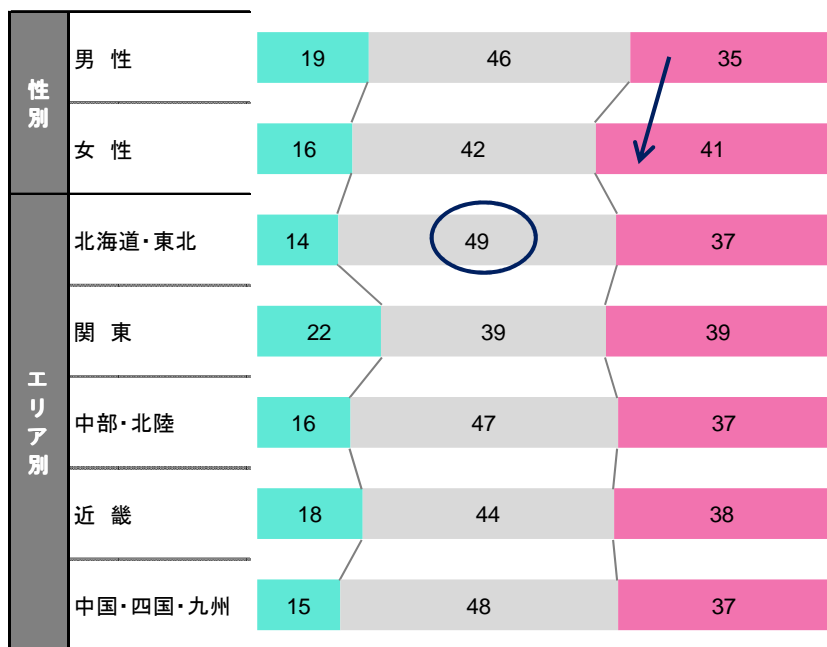
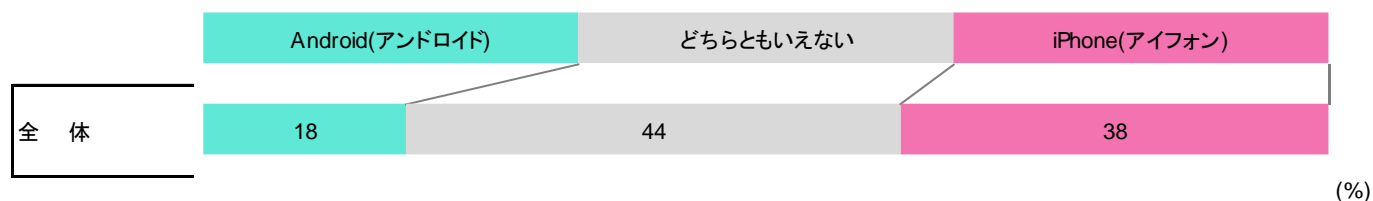
- ◆ 日本人全体で見れば、「Windows」が54%と、「Mac」(7%)を圧倒している。
- ◆ 性別では、「Windows」は女性(49%)より男性(59%)が多い。
- ◆ エリア別にみると、「Windows」は中部・北陸が59%と特に多くなっている。一方、北海道・東北では「どちらともいえない」(48%)が最多である。
- ◆ 年代別にみると、「Windows」は20代と40代、50代で6割超と特に多く、高齢層では、「どちらともいえない」が最多である。一方、「Mac」は最も多い若年層でも1割強にとどまる。

パソコンを買うなら、「Windows(ウィンドウズ)」と「Mac(マック)」のどちらがよいですか。



- ◆ 日本人全体で見れば、「iPhone」(38%) が「Android」(18%) より多いが、「どちらともいえない」が44%で最多である。
- ◆ 性別では、「iPhone」は男性(35%) より女性(41%) で多い。
- ◆ エリア別による違いはあまりなく、どのエリアも「iPhone」が優位である。
- ◆ 年代別で見ると、「iPhone」は若年層になるほど多くなり、15~19才では63%に達する。同様に、「Android」も若年層ほど多くなっているが、「iPhone」には及ばない。一方、高齢層では「どちらともいえない」が多く、60代以上では6割を超えている。

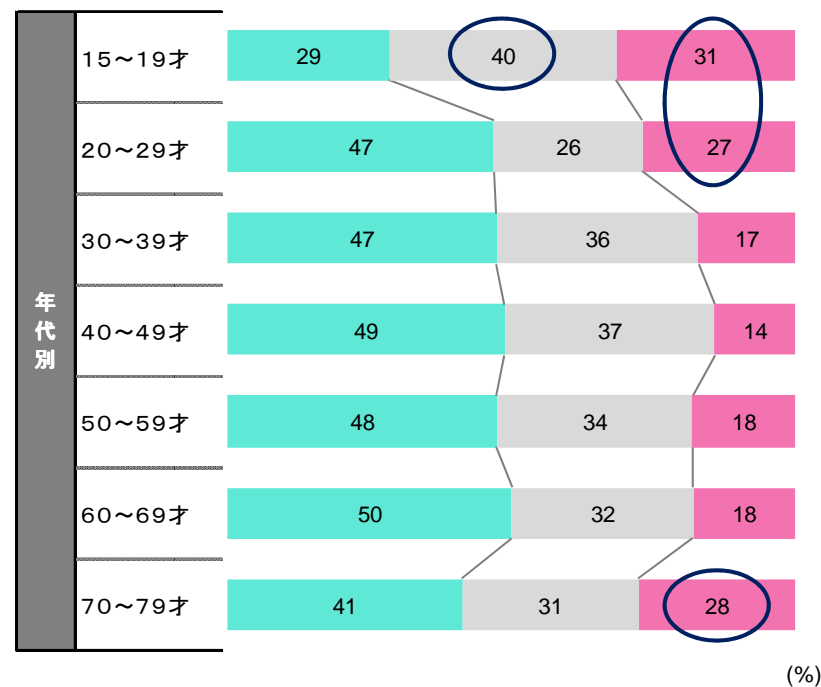
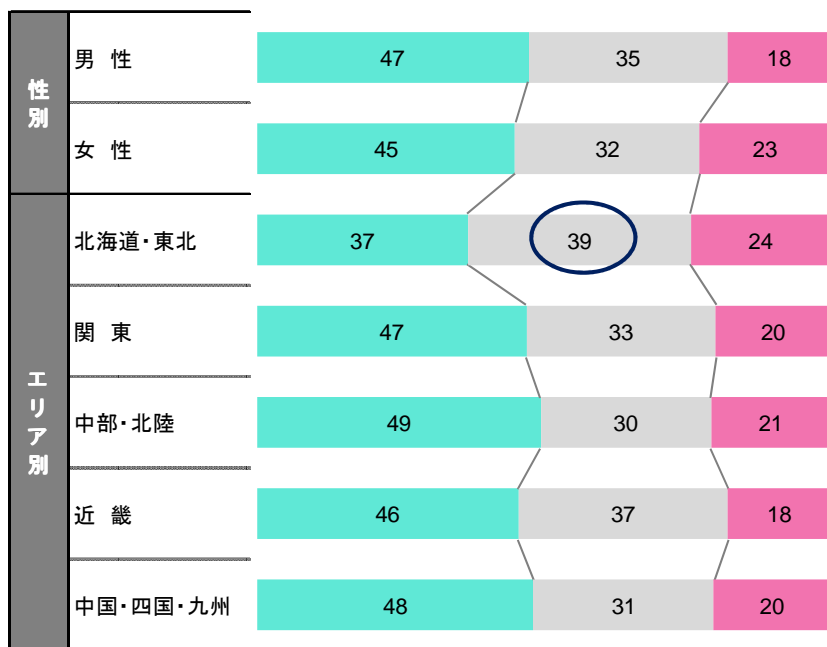
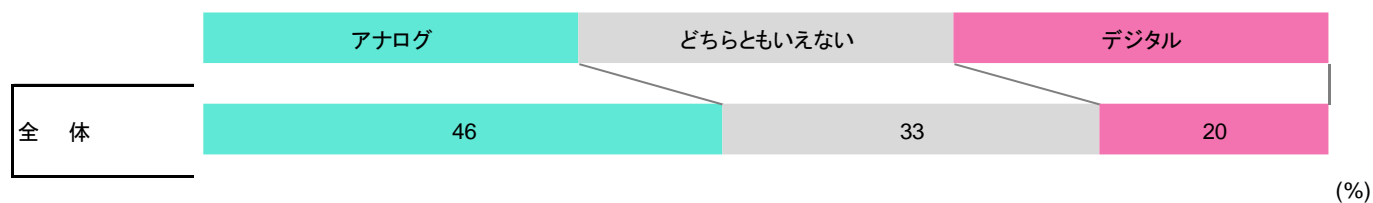
スマートフォンを買うなら、「Android(アンドロイド)」と「iPhone(アイフォン)」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「アナログ」(46%) が、「デジタル」(20%) の倍以上多い。
- ◆ 性別やエリア別では、大きな違いはみられず、いずれも「アナログ」が優位である。
- ◆ 年代別では、15~19才では「どちらともいえない」が4割と最多であり、「アナログ」と「デジタル」が拮抗している。

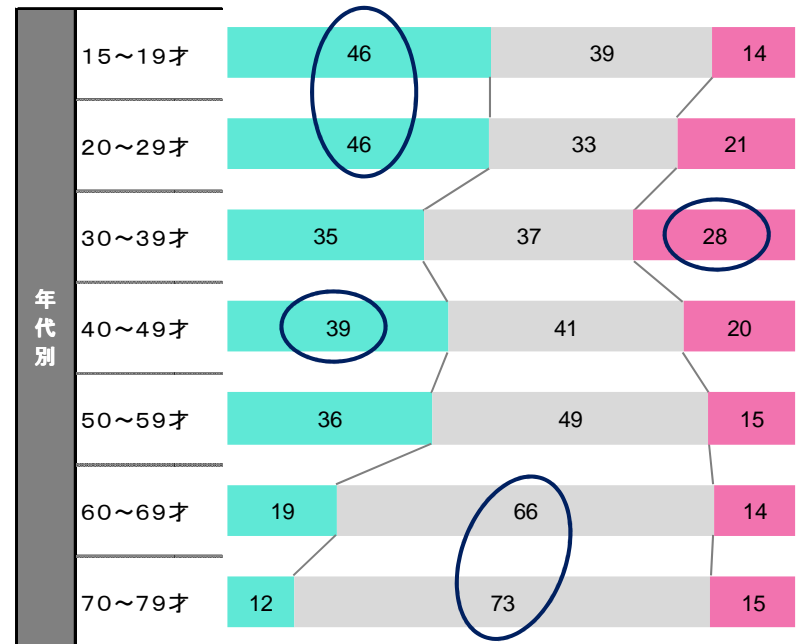
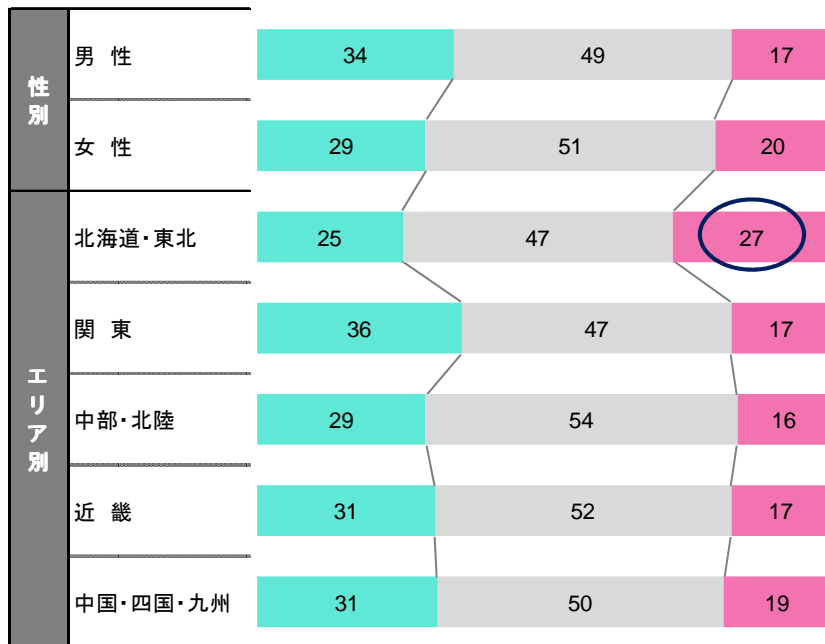
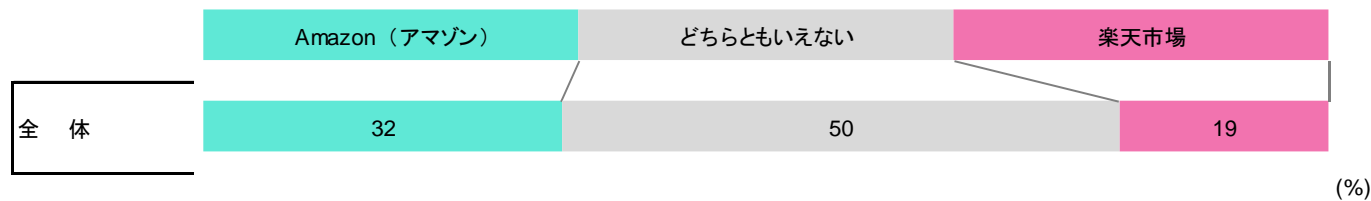
腕時計を買うなら、「アナログ」と「デジタル」のどちらがよいですか。



(%)

- ◆ 日本人全体で見れば、「Amazon」(32%) が「楽天市場」(19%) より多いが、「どちらともいえない」が50%で最多である。
- ◆ 性別では大きな違いがみられない。
- ◆ エリア別にみると、北海道・東北では、「楽天市場」(27%) と「Amazon」(25%) が拮抗している。
- ◆ 年代別にみると、「Amazon」は若年層で多く、20代以下では46%に達する。一方、「楽天市場」は30代で28%と比較的多い。60代以上では、「どちらともいえない」が多くなり、6割を超えている。

ネット通販を利用するなら、「Amazon(アマゾン)」と「楽天市場」のどちらがよいですか。



(%)

調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人
 ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付実施

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2016/5/6～5/18

分析サンプル数

- 分析に利用した属性別のサンプル数は以下の通り。

【性別】

男性	596
女性	604

【エリア別】

北海道・東北	144
関東	432
中部・北陸	192
近畿	192
中国・四国・九州	240

【年代別】

15～19才	71
20～29才	149
30～39才	194
40～49才	214
50～59才	183
60～69才	221
70～79才	168

(人)

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先: 日本リサーチセンター広報室 メール: information@nrc.co.jp

掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。