

生活者見立て通信

#014

備えるより、馴れる？

リスクを飼い馴^ならす

“無毒化”スキル

MITATE
Insight
Lens



マーケティング活動を行う中で、 こんなお悩み/問題意識はありませんか？

「自社の業界の周辺や社会全体での「トレンドや最新動向」が知りたい。」

「ターゲットとなる「生活者」が、どんな価値観を持ちどんな事象に心を動かされているのか知りたい。」

「マーケターの視野や視点を広げて、ヒット商品や世の中で話題になる施策の開発をしたい。」



今回ご紹介する「生活者見立て通信」は、

- ① いま世の中で 流行っていることやトレンドの「太い潮流」 をテーマとして取り上げ、
- ② 流行っている/注目されている、具体的な「事例・事象」 を数多く紹介し、
- ③ その 背景にある「インサイト(支持理由/生活者のニーズ)」 を読み取り、
- ④ QOのプランナーが独自の視点で、「意味・背景」 を分析=「見立て」で、
- ⑤ そこからの「学び」、すなわち 商品開発やプロモーション開発に活かす「ツボ」 を提案 します。

今の世の中/生活者の「潮流の把握とその解釈」を、
端的にわかりやすくご紹介します。

新生QO株式会社のプランナーの「見立て」を味わって頂きつつ、
「すぐ使える武器・ツール」としてご活用いただければ幸いです。

1. 着目した生活者動向

不確実性が高まる中、
生活者は「リスク回避志向」から「リスク馴化（馴れ）志向」へ。
リスクや不安を遠ざけるのではなく、
日常に組み込みながら、リスクや不安に馴れる流れが加速。

- ① 災害・感染症・地政学不安・経済不安が複合的に押し寄せる現代
- ② SNSで「好き」にも「不安」にも同時に遭遇する
- ③ 心身の健康や今の楽しさを犠牲にしない生き方への志向

① 災害・感染症・地政学不安・経済不安が複合的に押し寄せる現代



災害/感染症/戦争/経済不安など、予測不能 & イレギュラーな出来事・体験が増加

能登半島地震（24年1月）、台風10号被害（24年8月）、鹿児島トカラ地震（25年7月）など甚大な被害をもたらした災害が多発。
物価高やトランプ政権による関税問題、参議院選挙での自民党の歴史的敗北など、政治・経済両面でも不安定さが続いている。



出典：
 ・石川県「[令和6年能登半島地震アーカイブ](#)」
 ・東京海上ディーアール株式会社、2024年「[令和6年台風第10号の特徴とその被害](#)」
 ・TBS・JNN NEWS DIG合同会社、TBS NEWS DIG、2025年「[【LIVE】鹿児島県・十島村で震度6弱（2025年7月3日）](#)」
[TBS NEWS DIG](#)」

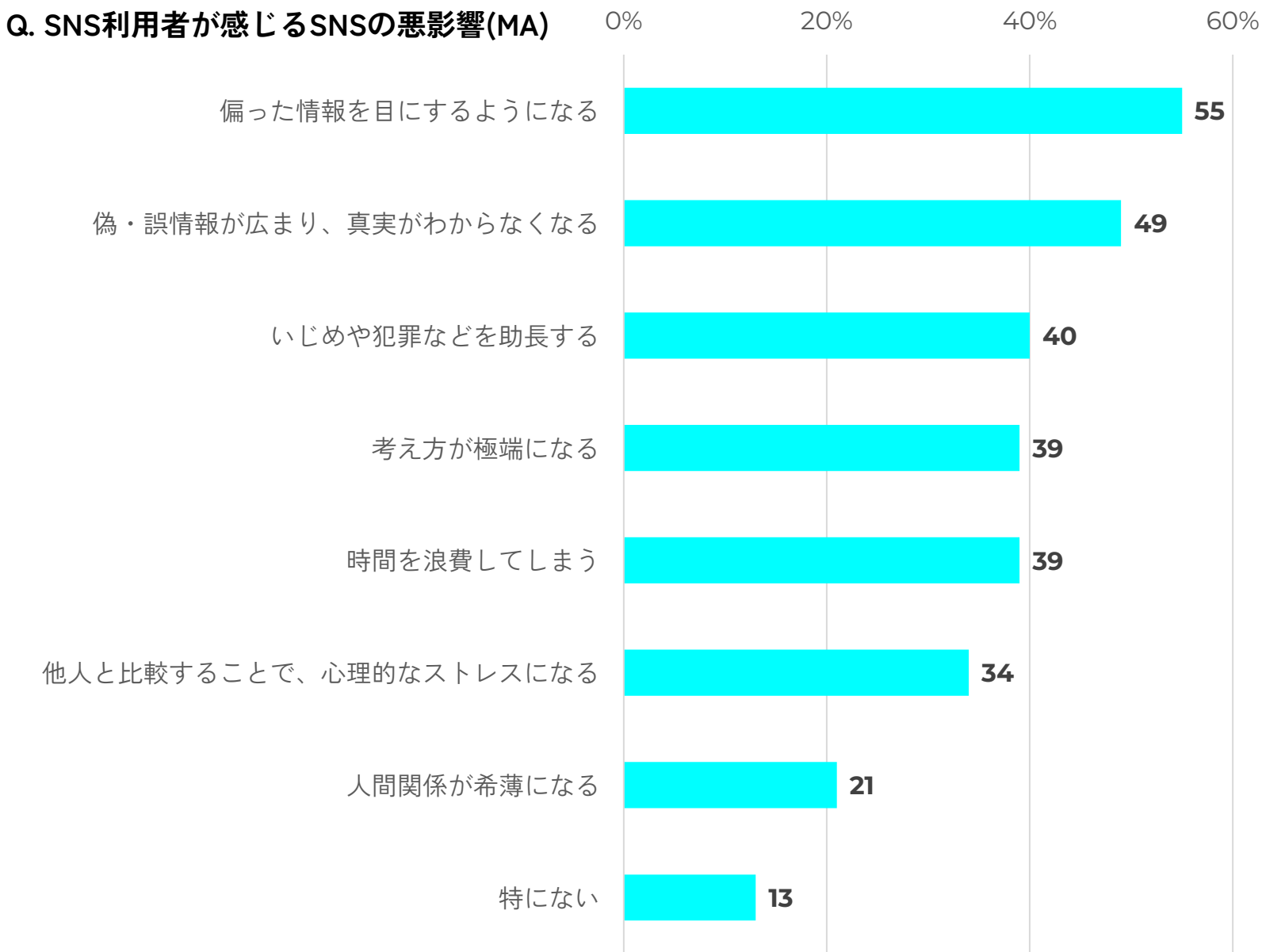
出典：
 ・リンクタイズ株式会社、Forbes JAPAN、2025年「[物価高で日本の政治が危機的状況に 日銀はトランプ関税や弱い景気で身動きできず](#)」
 ・英国放送協会、BBC NEWS JAPAN、2025年「[参院選で自公が過半数割れ、衆参両院で少数与党に 石破首相は続投表明](#)」

② SNSで「好き」にも「不安」にも同時に遭遇する



SNSの情報に対する一定の不安・心配を感じる生活者

生活者の2人に1人はSNSで「偏った情報を目にする」
「真実がわからない」と感じている。



受け身でいても、勝手に感度が高まる

SNSのタイムラインやオススメ欄には色々な投稿・情報が出てくる。
何もしなくても、世界のどこか・誰か・何かを身近に感じられるように。

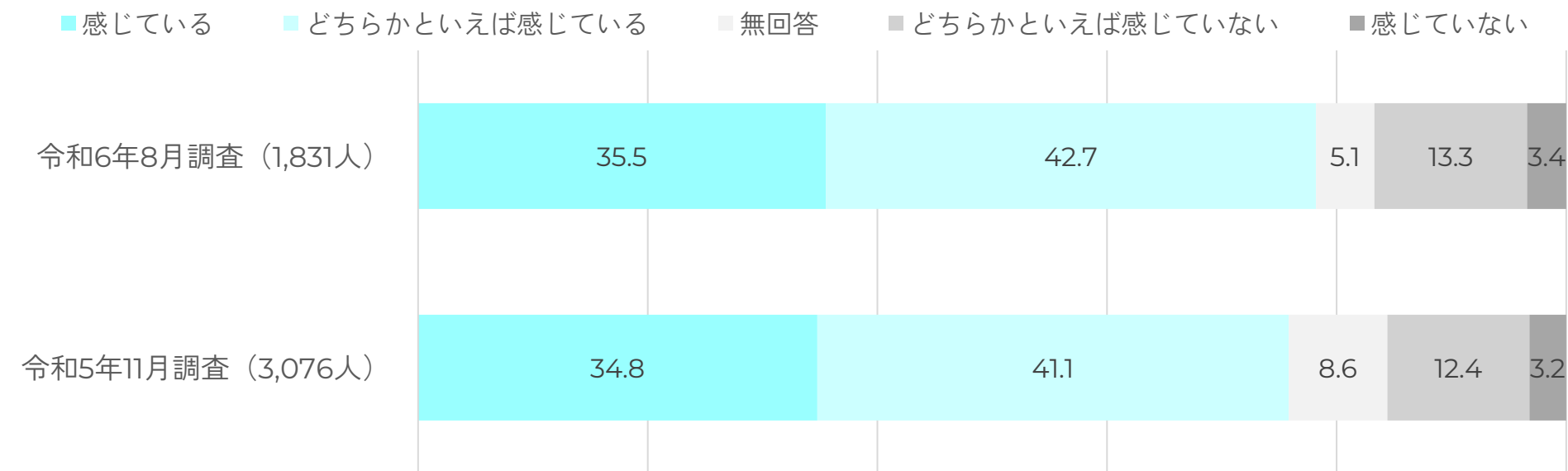


出典：株式会社NTTドコモ、モバイル社会研究所、2025年「SNSの好影響：「多様な考えを知れる、視野が広がる」「趣味や教養が豊かになる」「友人・知人とのつながりが維持できる」が上位」をもとにQOにて作成

③ 心身の健康や今の楽しさを犠牲にしない生き方への志向

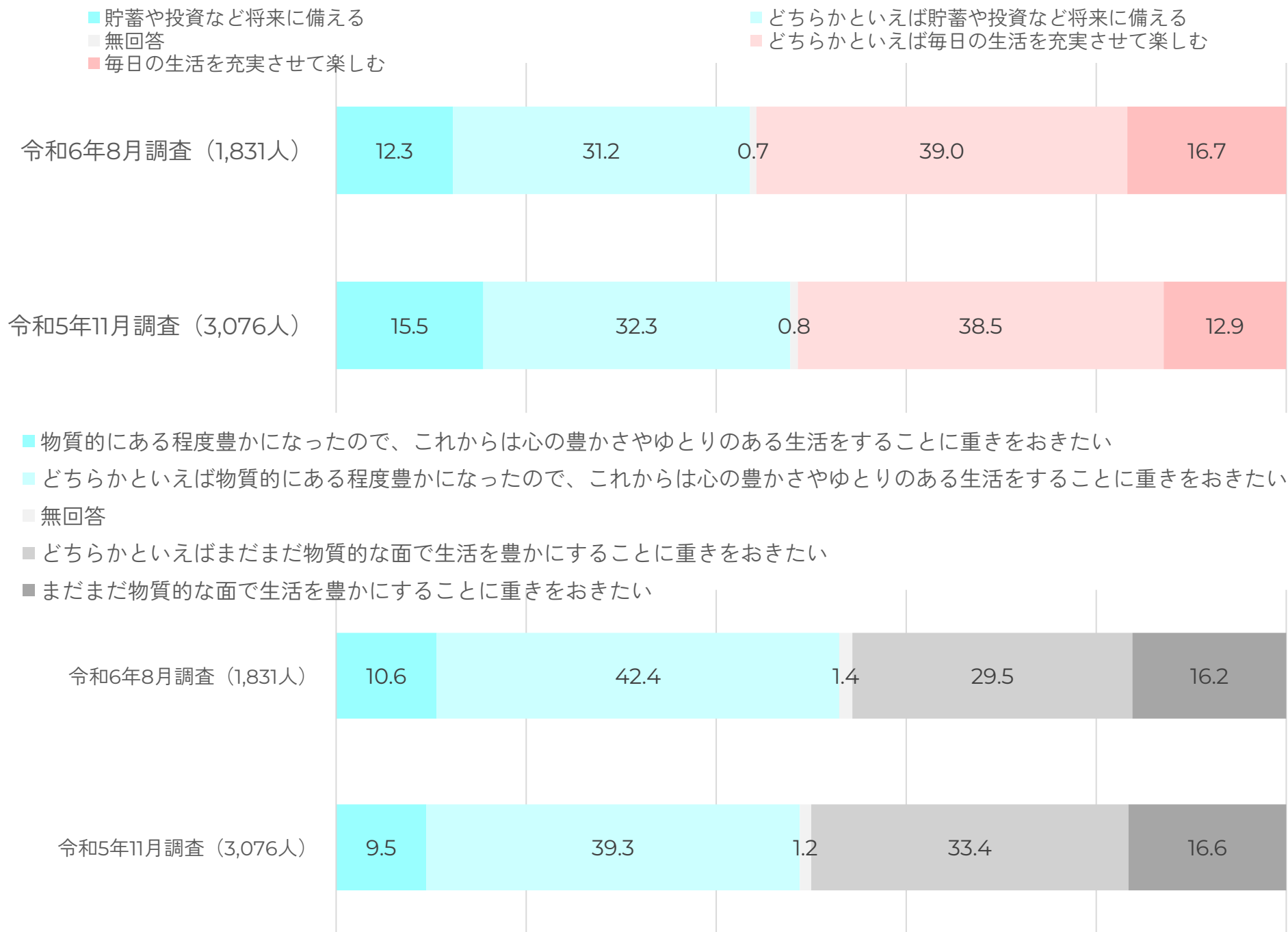
💡 生活者の約8割は不安を抱えている

日頃の生活の中で、悩みや不安を感じている人の割合は
昨年から+2.3ptで、78.2%。



💡 「“今現在”の日々を楽しむ」傾向に価値観がシフト

「心の豊かさ」への意識や、
「毎日の生活を充実させて楽しむ」傾向が強まっている



出典：内閣府、2025年「[国民生活に関する世論調査](#)」をもとにQOにて作成

③ 心身の健康や今の楽しさを犠牲にしない生き方への志向



健康寿命を延ばすには、生活の”質”が重要なポイント。肉体・精神の両面で豊かに暮らしたい生活者ニーズの高まり

単に寿命を延ばすだけでなく、健康で楽しく長生きすることを意味する「ロンジェビティ（Longevity：長寿）」への関心度が向上。
ロンジェビティ実現のために、自分を取り巻く環境の豊かさを整えることの大切さも注目を集めている。

2025年4/4～5/29まで開催されたVitalistBay@アメリカ
※世界最大規模のLongevity関連イベント

※イメージ画像



出典：

- ・ Condé Nast International, Vogue Business, 2025, “[2025's hottest trend? Living longer](#)”
- ・ 株式会社アイスタイル、@cosme | for BUSINESS、2025年「[ロンジェビティ（長寿）志向はより強い潮流に。2025年グローバル消費者トレンド](#)」
- ・ Euromonitor International Limited, 2024, “[Euromonitor International reveals top global consumer trends for 2025](#)”
- ・ “[VITALIST BAY](#)”

2. 事例

備えの負担に馴化する（馴れる）商品

ワークマン

防水・難燃・防寒（暑）など機能性が充実。
日常に溶け込む備えのファッションスタイルとして
備えの服装に日常から馴れる。



出典：株式会社ワークマン「[WORKAMAN Online Store](#)」

IZAMESHI

“食べない備蓄食から、おいしく食べる長期保存食へ”
災害時の非常食としてはもちろん、
いつもの食事に一品加えたいとき、旅行やアウトドアシーンなどで活躍。
備えの食事に日常から馴れる。

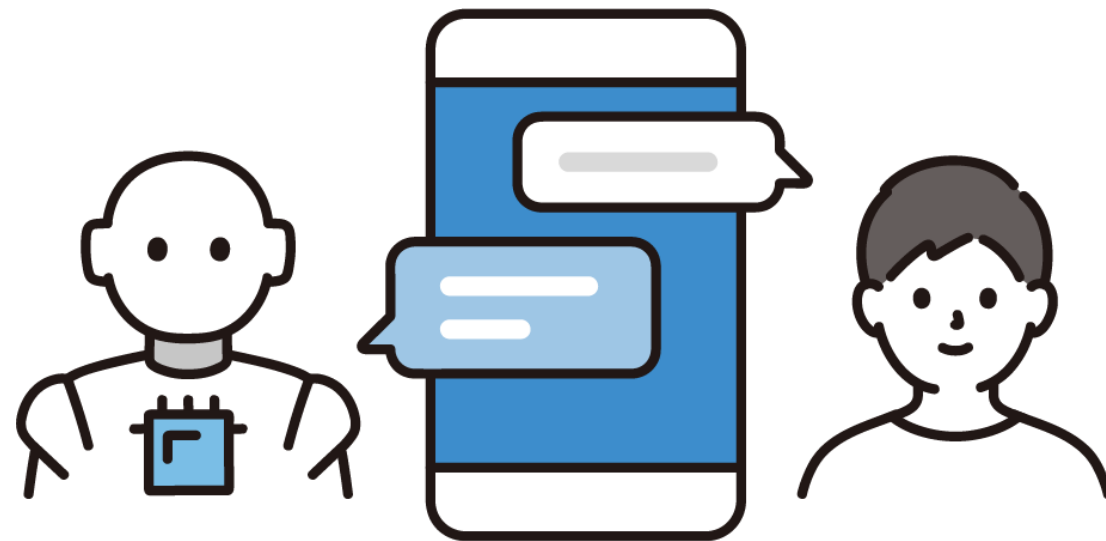


出典：株式会社PR TIMES、ストプレ！、2025年「[長期保存食「IZAMESHI」に開封後すぐに食べられる「そのままPASTA」8種が初登場](#)」

メンタルリスクに馴化する（馴れる）サービス

emol

チャット形式で感情を記録、AIが気分やストレス傾向を分析。
心の浮き沈みの可視化し、メンタルの揺らぎはじめに馴れる。



出典：株式会社 PR TIMES、PR TIMES、2020年「[emol株式会社](#)」Z世代向けメンタルヘルスケアアプリ「emol」が心のケア方法をAIがレクチャーするデジタルセラピーの提供を開始」

muute

日記を書くと、AIが自分の思考のクセや気分傾向をフィードバック。
自分自身の理解や感情の起伏に馴れる。



出典：ミッドナイトブラックファスト株式会社「[muute](#)」

今の楽しさ×未来志向の飲料

プレバイオティックソーダ

プレバイオティクス（prebiotics）＝
腸内の有用菌のエサとなる成分を含む清涼飲料水。
炭酸を飲みたい“今の気分”も、健康に配慮したい“未来志向”も叶える。



出典：株式会社ヴァリュース、マナミナ、2025年「[炭酸飲料の新ジャンル「プレバイオティックソーダ」がアメリカで人気上昇中 | 海外トレンドに見るビジネスの種（2025年3月）](#)」

pHバランスウォーター

pH9.0という弱アルカリ性の性質を持ち、
食事や間食によって酸性に傾きがちな口内環境をケアする。
“今の楽しみ”を味わいながら、口腔環境を整える“未来志向”も叶える。



出典：NEW STANDARD株式会社、TABI LABO、2025年「[アサヒの新提案「飲む口活」。pHバランスウォーターが発売へ](#)」

未来リスクを飼い馴らす住環境

ウェルネス・スマートハウス®

病気や不調といった“未来の健康リスク”をゼロにするのではなく、日常の暮らしに取り込みながら和らげていく。
居住者の健康状態をモニタリングし、室内の温湿度や空気清浄度を自動調整、睡眠状態を分析して環境を整えることで、
住むだけで「未来リスクを飼い馴らす」ことができる住宅として機能する。



出典：

- ・株式会社studio D plus、2025年「[大阪万博が描く未来の住宅 テクノロジーが切り拓く新しい暮らしの形](#)」
- ・大阪市立科学館、2025年「[ウェルネス・スマートハウス](#)」
- ・株式会社アクシス、2021年「[エンタメや安眠を提供するイタリア発のスマートベッドルーム「HiAm」](#)」
- ・株式会社 電波新聞社、電波新聞、2021年「[【トイレ革命】TOTO 健康に役立つ「ウェルネストイレ」新たな体験価値を提供へ](#)」

3.背景に潜むインサイト

「変わらない安心」は幻想。だから「変わることへの馴れ」を求める。

▶ 災害・感染症・物価高騰・戦争などを経て、「安定がずっと続くこと」は「あり得ないこと」だと気づいている。

▶ 本当の安心は「変化をなくすこと」ではなく、「変わることに馴れること」。

リスクや不安に少しずつ馴化することで、“無毒化”したい。

▶ リスクや不安を排除しようとするほど、増幅して心身を消耗させる。

▶ リスクや不安に馴れるために、日々の暮らしの中に少しずつ取り込み始めている。

“無毒化”しながらも、心穏やかに毎日を楽しみたい。

▶ リスクや不安に馴化していくのも、負担がかかる。

▶ 不確実性が高く何が起きかわからない現代だからこそ、
今を楽しむ・心穏やかに過ごすことが何より大切。

4. QOプランナーの見立て

備えるより、馴れろ？

リスクを飼い馴らす“無毒化”スキル

備えるより、馴れろ？

リスクを飼い馴らす“無毒化”スキル

災害・感染症・物価高騰・戦争など、避けられないリスクや不安と隣り合わせな時代。

そんな現代に「変わらない安心」を追い求めるのは、もはや幻想を追いかけるようなもの。

今、生活者が選んでいるのは、リスクや不安をゼロにすることでも、回避することでもなく、少しずつ自分の生活に取り込み、自分のリズムで慣れること。

これからの強さは、

「リスクに備えるスキル」ではなく、「リスクを飼い馴らす“無毒化”スキル」にある。

5. 生活者の心をつかむツボ

「変わらない安心」から「リスクを無毒化できる安心」へ

リスクや不安をゼロにしようとするのではなく、
日常にうまく取り込み“馴れてしまう”ことが、これからのスタンダード。
生活者が求めているのは「振り回されない工夫」や「今と未来を同時に支える仕掛け」。
“無毒化スキル”をどう提供できるかが、ブランドへの信頼を左右する。

例えば...

リスクや不安を少しずつ切り出して「試しに馴れる」仕組み

ex.初めて訪れる国のご飯を、つまみ感覚で食べられるデイリーパッケージ

不安を「遊びのルール」に変えてしまう体験

ex.停電モードでキャンドルディナーを楽しむレストラン／シェルターに泊まる「ラグジュアリーシェルター宿泊プラン」

今の楽しさと未来の安心を同時に味わえる設計

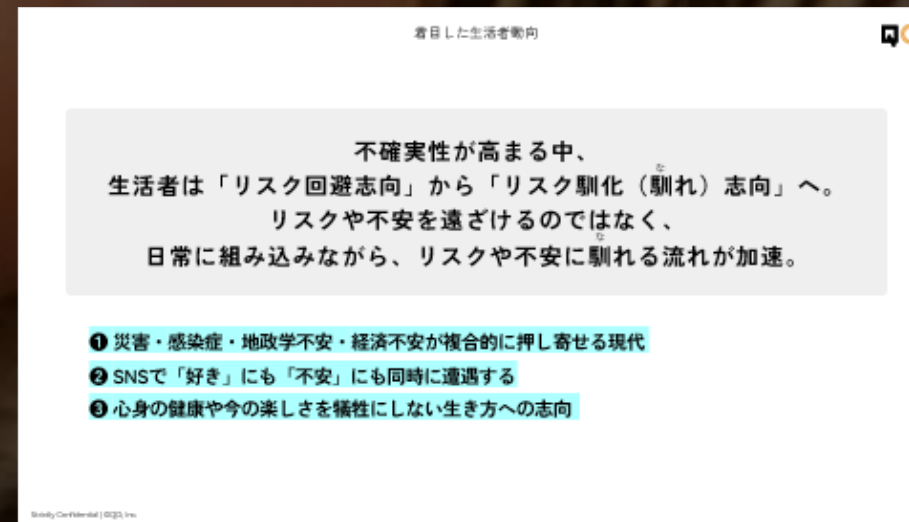
ex.水災害時のみ防水仕様（靴底が伸びる／靴を覆う）になる日常シューズ

リスク馴化志向が高まる生活者

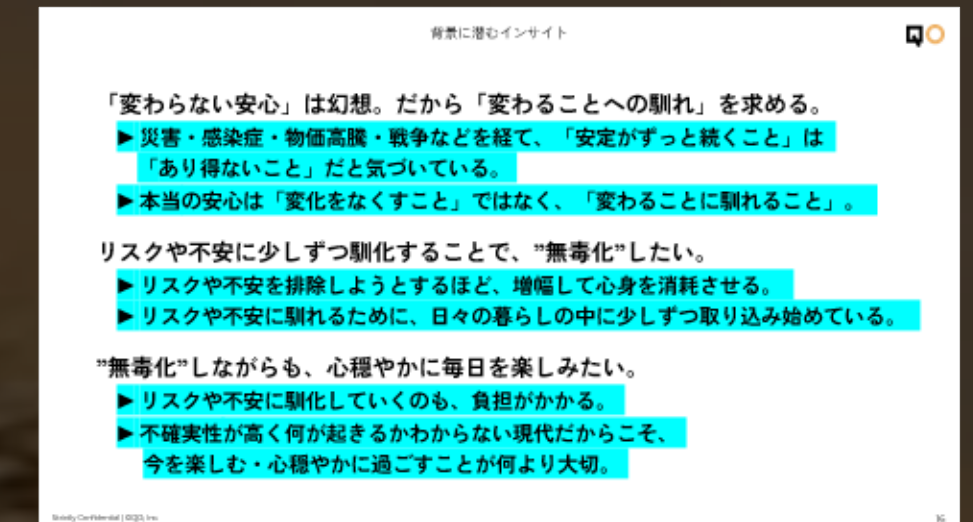
② 事例



① 着目した生活者動向



③ 背景に潜むインサイト



④ QOプランナーの見立て

備えるより、馴れろ？リスクを飼い馴らす“無毒化”スキル

⑤ 生活者の心をつかむツボ

リスクや不安を少しずつ切り出して「試しに慣れる」仕組み

ex.初めて訪れる国のご飯を、つまみ感覚で食べられるデイリーパッケージ

不安を「遊びのルール」に変えてしまう体験

ex.停電モードでキャンドルディナーを楽しむレストラン／シェルターに泊まる「ラグジュアリーシェルター宿泊プラン」

今の楽しさと未来の安心を同時に味わえる設計

ex.水災害時のみ防水仕様（靴底が伸びる／靴を覆う）になる日常シューズ

生活者からの評価

15-69歳男女 N=1236 2025年10月中旬調査



備えるより、馴れろ？
リスクを飼い馴らす“無毒化”スキル

災害・感染症・物価高騰・戦争など、避けられないリスクや不安と隣り合わせな時代。

そんな現代に「変わらない安心」を追い求めるのは、もはや幻想を追いかけるようなもの。

今、生活者が選び始めているのは、リスクや不安をゼロにすることでも、回避することでもなく、少しずつ自分の生活に取り込み、自分のリズムに「馴らし、慣れる」こと。

これからの強さは、「リスクに備えるスキル」ではなく、「リスクを飼い馴らす“無毒化”スキル」にある。

見立て 全体評価

インサイトへの共感

見立てを象徴する新サービスへの興味度



共感度は4割。X世代女性で時代向きが高く、現代に必要な不可欠なものとして認識

※TOP2計スコア	全体 (n=1236)	Z世代女性 (n=189)	Y世代女性 (n=167)	X世代女性 (n=159)
共感度:	44.2%	52.0%	40.5%	39.3%
世代向き:	36.0%	44.1%	38.1%	33.9%
時代向き:	50.9%	54.7%	49.4%	60.9%
新奇性:	41.1%	50.7%	44.4%	39.7%
魅力度:	26.3%	28.9%	26.6%	18.1%

※Z世代：15-28歳 ※Y世代：29-44歳 ※X世代：45-59歳



リスクを生活に組み込むことや、安心のために変化に慣れることが目新しいと評価

※全体ベース（n=1236） TOP2計スコア / 新奇度スコア上位3項目をピックアップ	共感	新奇性
リスクや不安を遠ざけるのではなく、あえて少しずつでも日常に組み込むことで慣れることが重要だと思う	49.6%	49.4%
本当の安心は「変化をなくすこと」ではなく、「変化に慣れること」であると思う	48.3%	48.1%
災害・感染症・戦争・経済不安など、予測不能でイレギュラーな出来事が増えているように感じる	76.8%	41.1%



日常的にも使えるフェーズフリーな商品に対する興味度が高めの傾向

※全体：TOP2計スコア（n=1236）	
水害のリスクに馴れる： 水害時に使えるものをあえて日常でも使う、「防水仕様(靴底が伸びる／靴を覆う)になるシューズ」	44.0%
海外旅行・出張先のご飯に馴れる： 初めて訪れる国のご飯をつまみ感覚で試せる「異国ご飯のデイリーパッケージ」	36.8%
災害の不安に馴れる： あえてシェルターに泊まって楽しむ「ラグジュアリーシェルター宿泊プラン」	35.8%



想定以上のリスクに遭遇する機会の増加に共感の一方、対応の難しさを危惧する声も



52歳女性

確かに最近では昔と違って、リスクに備えていたとしても、それを上回る災害や、被害が起きているので、ある程度は慣れると言う事も必要だと思った。



53歳女性

昔と違って今の時代、避けられないリスクはあるのは確かだと思います。しかもそのリスクと共存して生きていかねばならぬのも確かです。
ゼロにはできないから、そのリスクとどうやって付き合って生きていけばいいのか....難しい問題だと思いました



X世代女性是不確実・不安定な世の流れを認識しつつも穏やかに過ごしたい意向が強い

※共感度TOP2計

	災害・感染症・戦争・経済不安など、予測不能でイレギュラーな出来事が増えているように感じる	災害・感染症・物価高騰・戦争などを経て、「安定がずっと続くこと」はあり得ないことだと感じている	不確実性が高く何が起きるかわからない現代だからこそ、今を楽しみたい・心穏やかに過ごしたい
X世代女性 (n=159) (全体差分)	88.8% (+11.9pt)	76.7% (+5.1pt)	78.0% (+9.2pt)



世代別では、新しいものを積極的に取り入れる傾向の若年層を中心に支持

※TOP2計スコア

	Z世代 (n=378)	Y世代 (n=322)	X世代 (n=330)
	48.6%	49.1%	43.5%
	50.8%	41.2%	34.7%
	46.8%	42.2%	32.4%

ご清覧いただき、ありがとうございました！

Thank you

QOの見立てを使ったマーケティングサポートに興味がある方は、ぜひお問い合わせください

生活者見立て通信の解説や施策活用のご相談など承っております。

※詳細は下記「フォーム」にご記入頂き、お気軽にお声がけください。



お問い合わせフォーム



<https://mitate.insight.lens.q4one.co.jp/>

生活者見立て通信



QO株式会社

