

せいかつしゃ「みたて」つうしん

生活者見立て通信



#004

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。

#004

お出掛けでも、巣ごもりでもない、

「ゆるい外出」 ニーズの兆し。

着目した生活者動向

① 着目した生活者動向

仕事もプライベートも、家で何でもできる時代。そんな中で、

散歩やウォーキング（ゆるい外出）する人が増えている!

① 在宅ワークや猛暑で、移動回数が減少（⇔巣ごもり）。

② 一方、散歩やウォーキングなど、近場の外出&回遊ニーズの高まり。

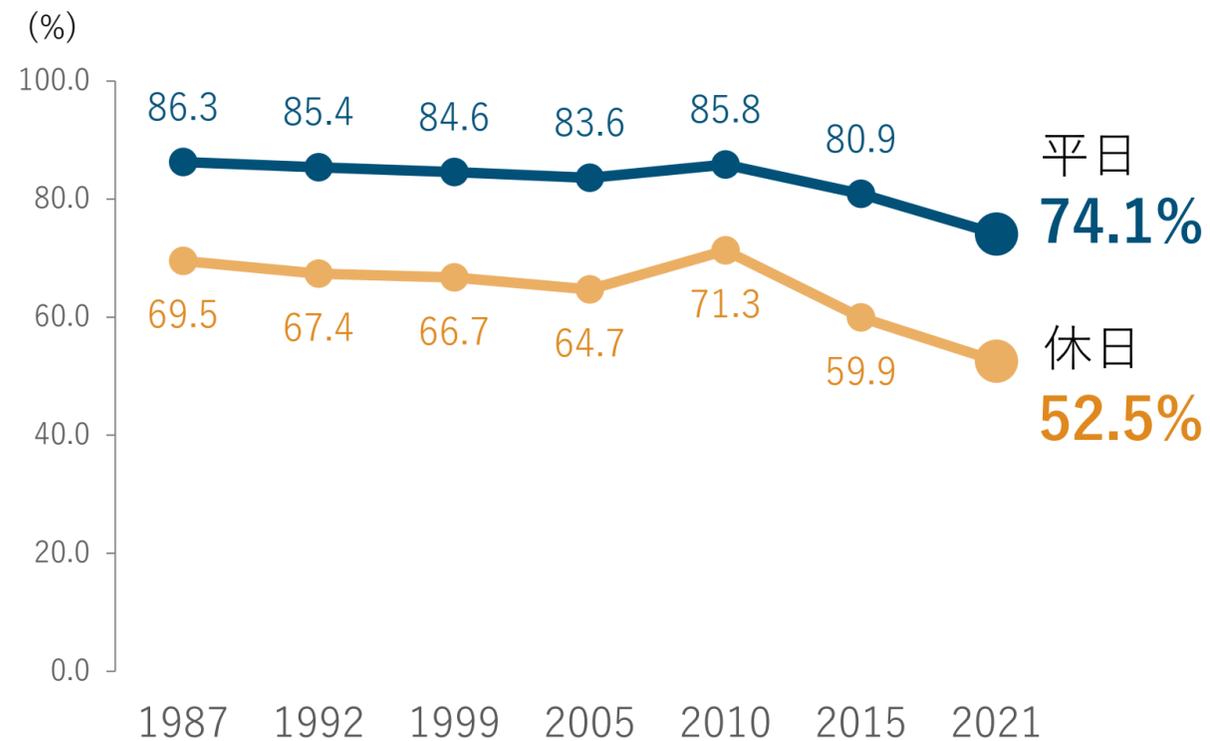


着目した動向① 在宅ワークや猛暑で、移動回数が減少（⇔巣ごもり）。

💡 平日、休日ともに、外出率や1日あたりの移動回数が減少（過去最低に）。

外出率（調査対象日に外出した人の割合）

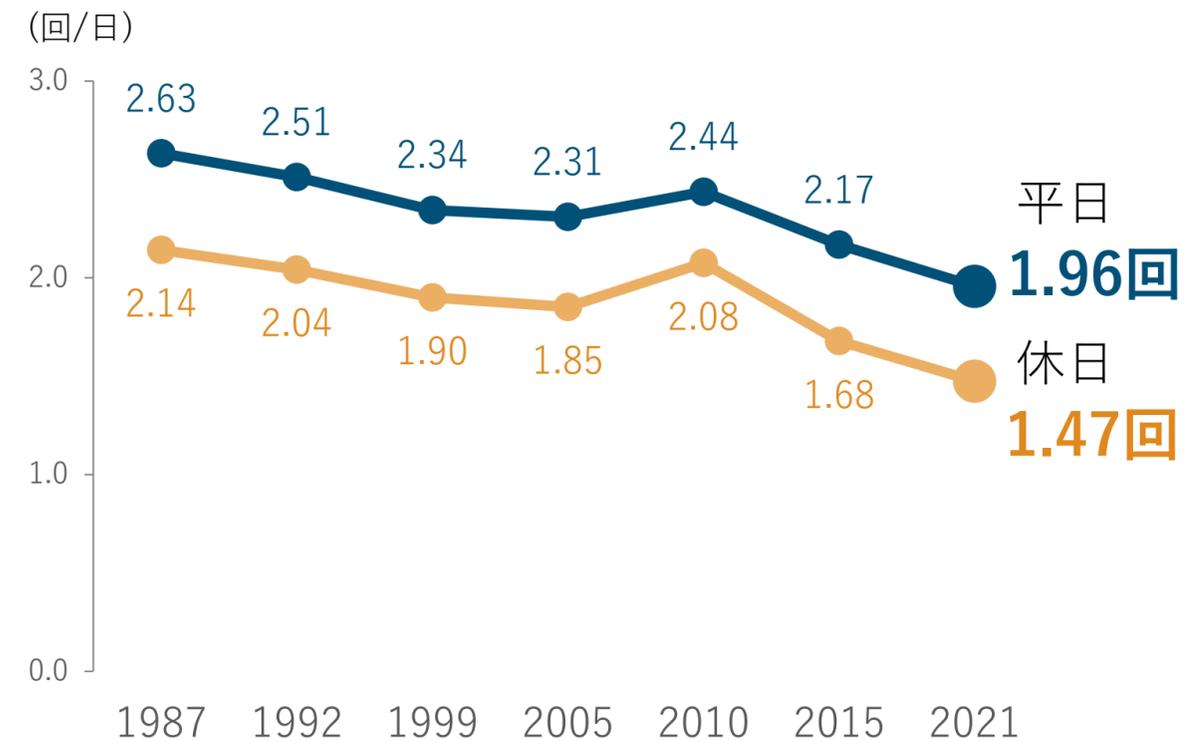
外出率は年々減少し、調査開始以来最低に



(※1)

1日あたりの移動回数

移動回数は年々減少し、調査開始以来最低に



(※1)

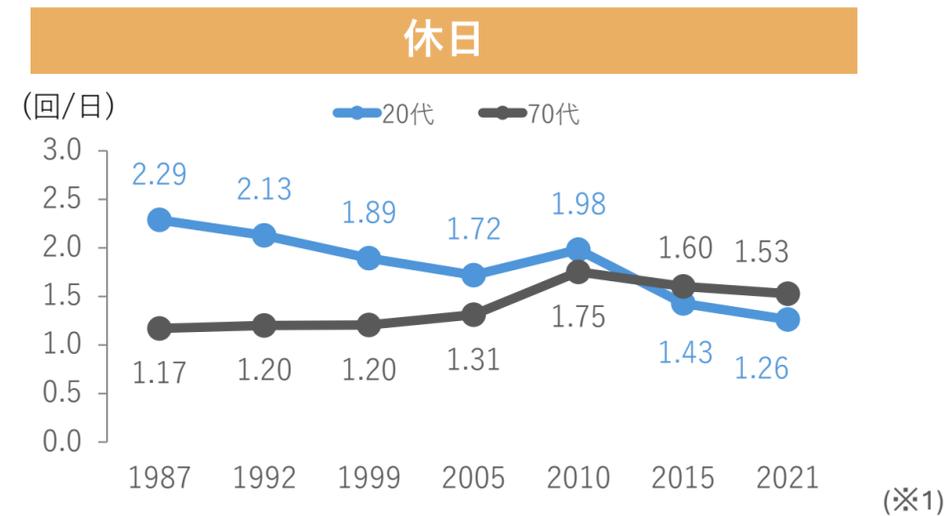
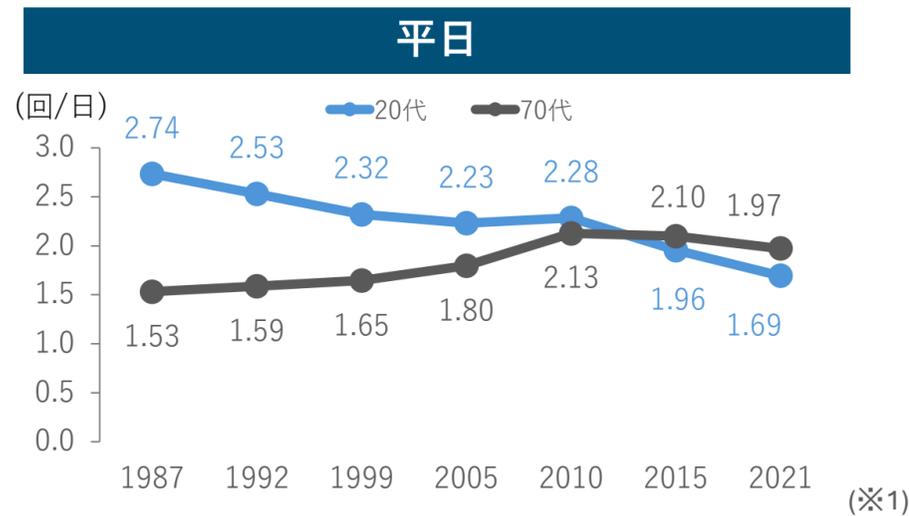


着目した動向① 在宅ワークや猛暑で、移動回数が減少（⇔巣ごもり）。

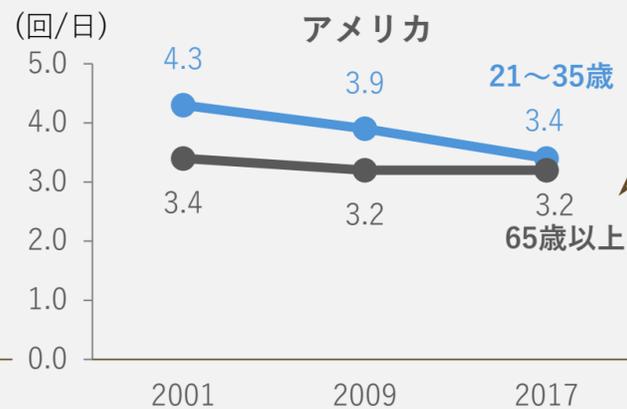
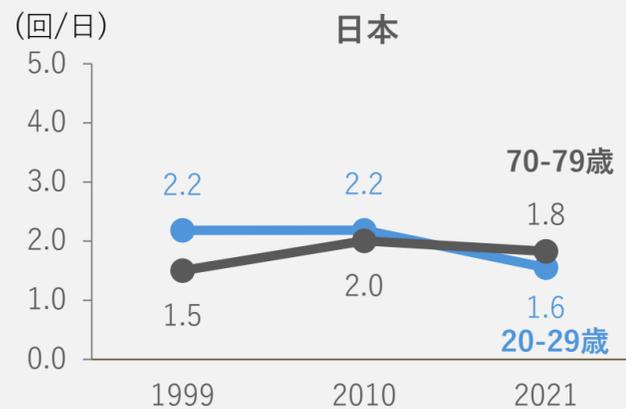
特に20代で、1日あたり移動回数が減少（70代と逆転⇒差が拡大）。

年齢階層別1日あたりの移動回数

2015年以降20代と70代の移動回数が逆転し、2021年では差が拡大



参考：諸外国との比較



日本だけでなく、イギリス、アメリカにおいても、若年層の移動が減少

注) 各国の交通調査より年間総トリップ数（移動回数）を算出し、日数で除して1日あたり回数を算出
 移動回数の定義が各国で異なるため、各国間での数値の大小の比較はできない点に留意
 (日：全国都市交通特性調査、英：National Travel Survey、米：National Household Travel Survey)

(※1)

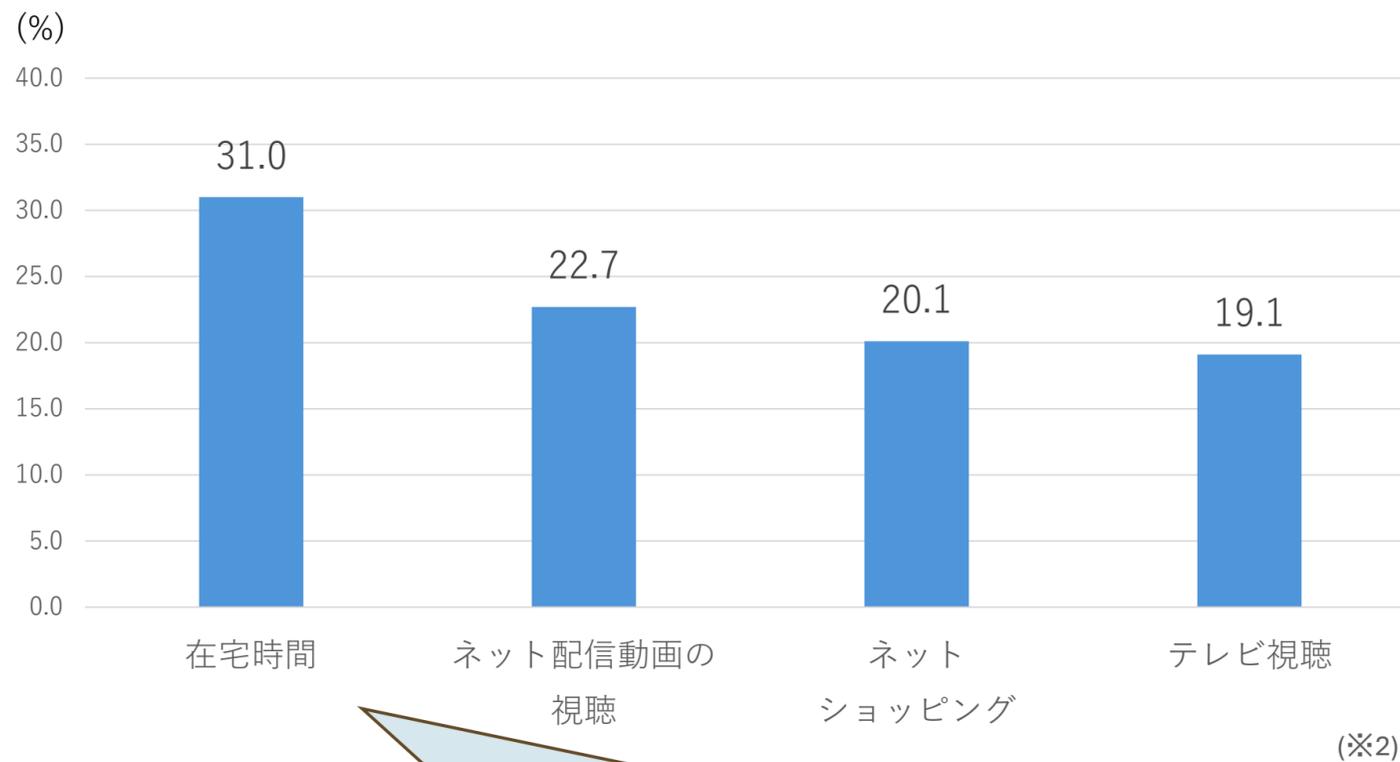
着目した動向① 在宅ワークや猛暑で、移動回数が減少（⇔巣ごもり）。



猛暑の影響で、在宅時間が増加し、外出頻度が減る。

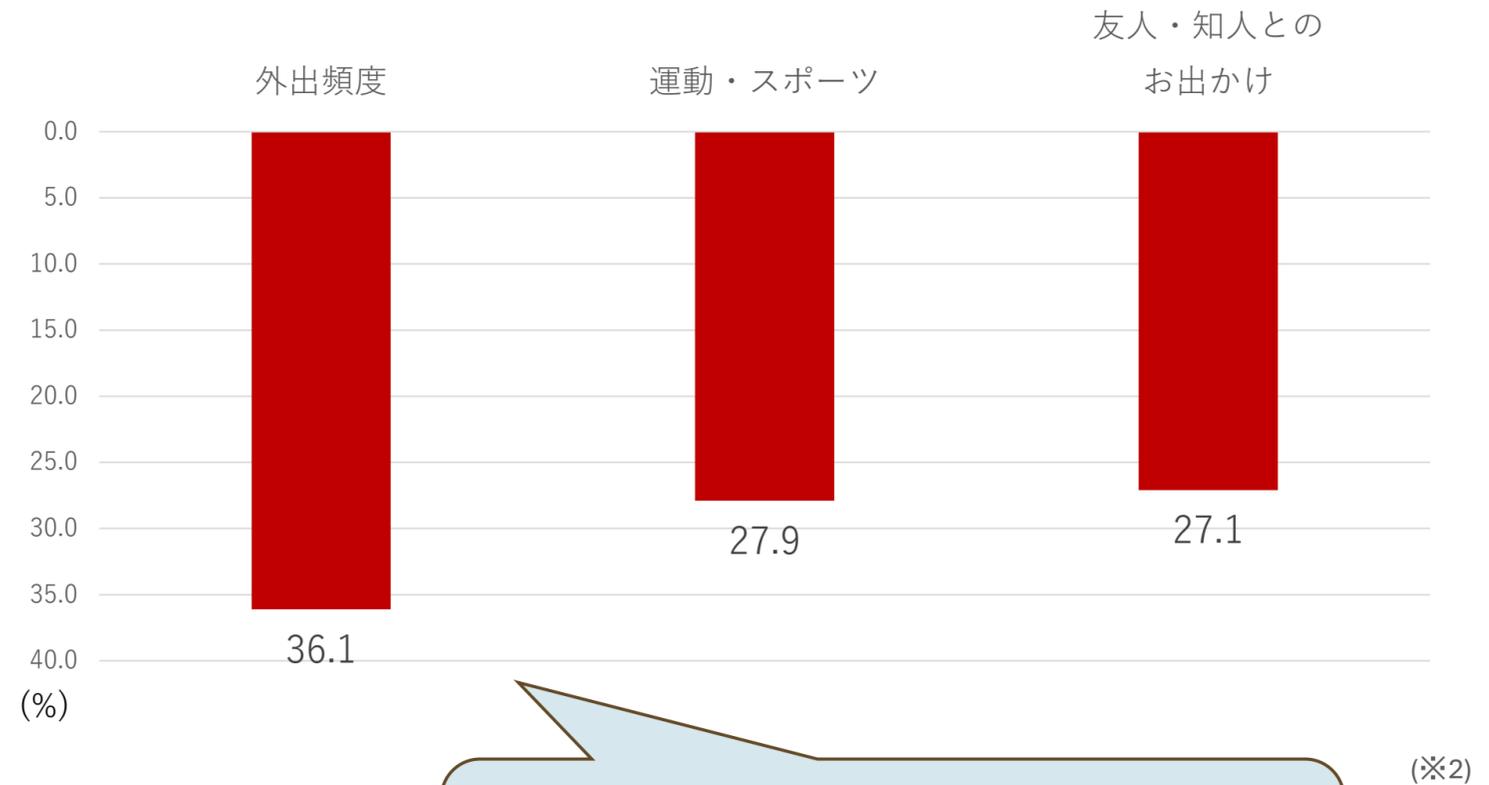
今年の夏も、昨年2023年同様あるいはそれ以上の暑い夏が続くとした場合に、自分の行動・消費・関心がどのように変化すると思うか？

「増える」行動や時間



在宅時間
ネット配信動画の視聴
ネットショッピング、等

「減る」行動や時間



外出頻度
運動・スポーツ
友人・知人・家族とお出かけ、等

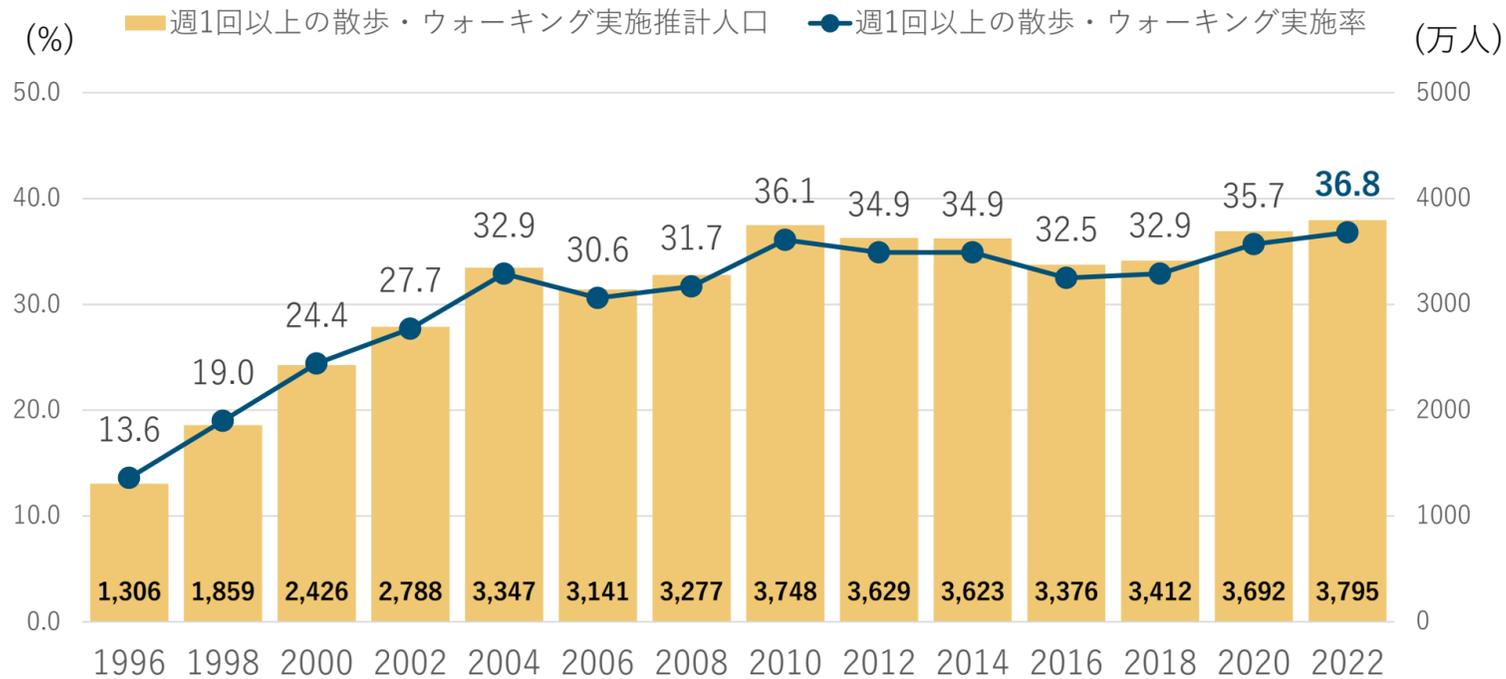


着目した動向② 一方、散歩やウォーキングなど、近場の外出&回遊ニーズの高まり。



一方、散歩やウォーキングの実施率は増加。
特に、20~30代の若年層で顕著。

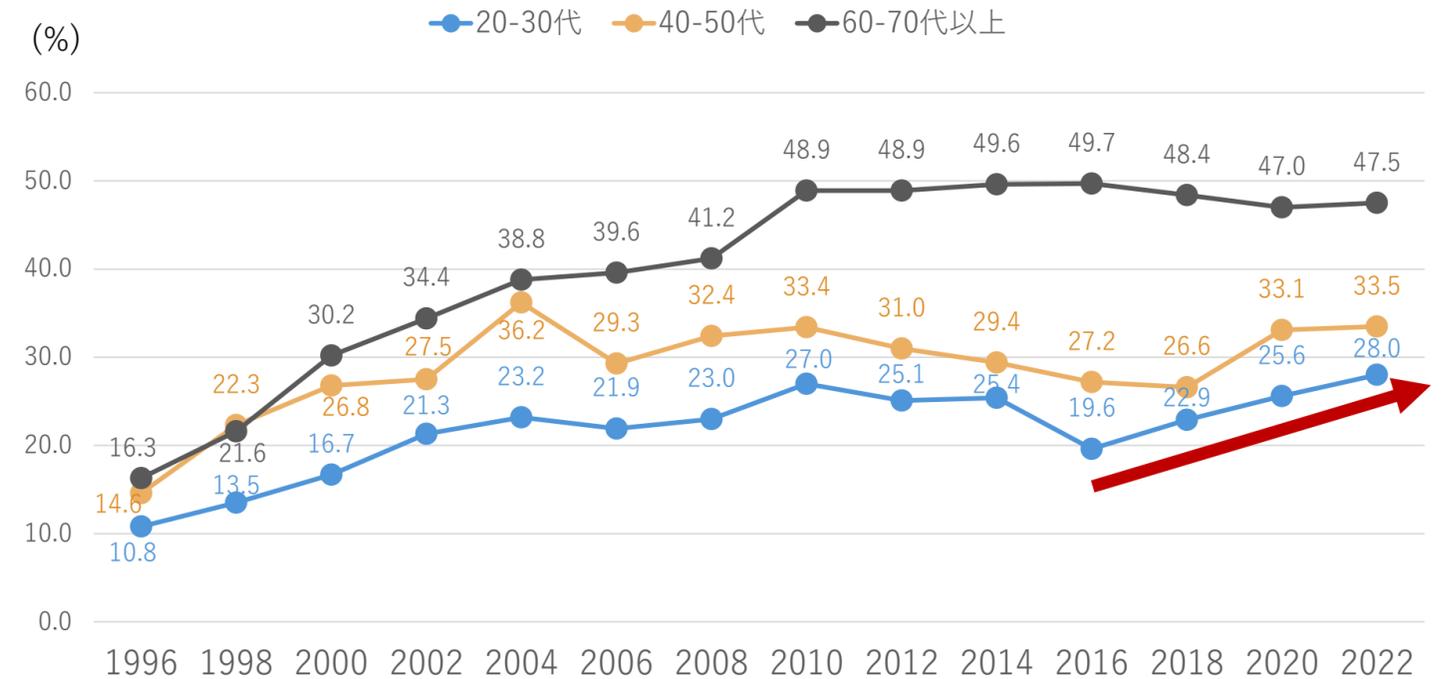
週1回以上の散歩・ウォーキングの実施率



注1) 推計人口は住民基本台帳の成人人口(人)に実施率(%)を乗じて算出
笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査報告書」(1996~2022)より作成

(※3)

【年代別】週1回以上の散歩・ウォーキングの実施率



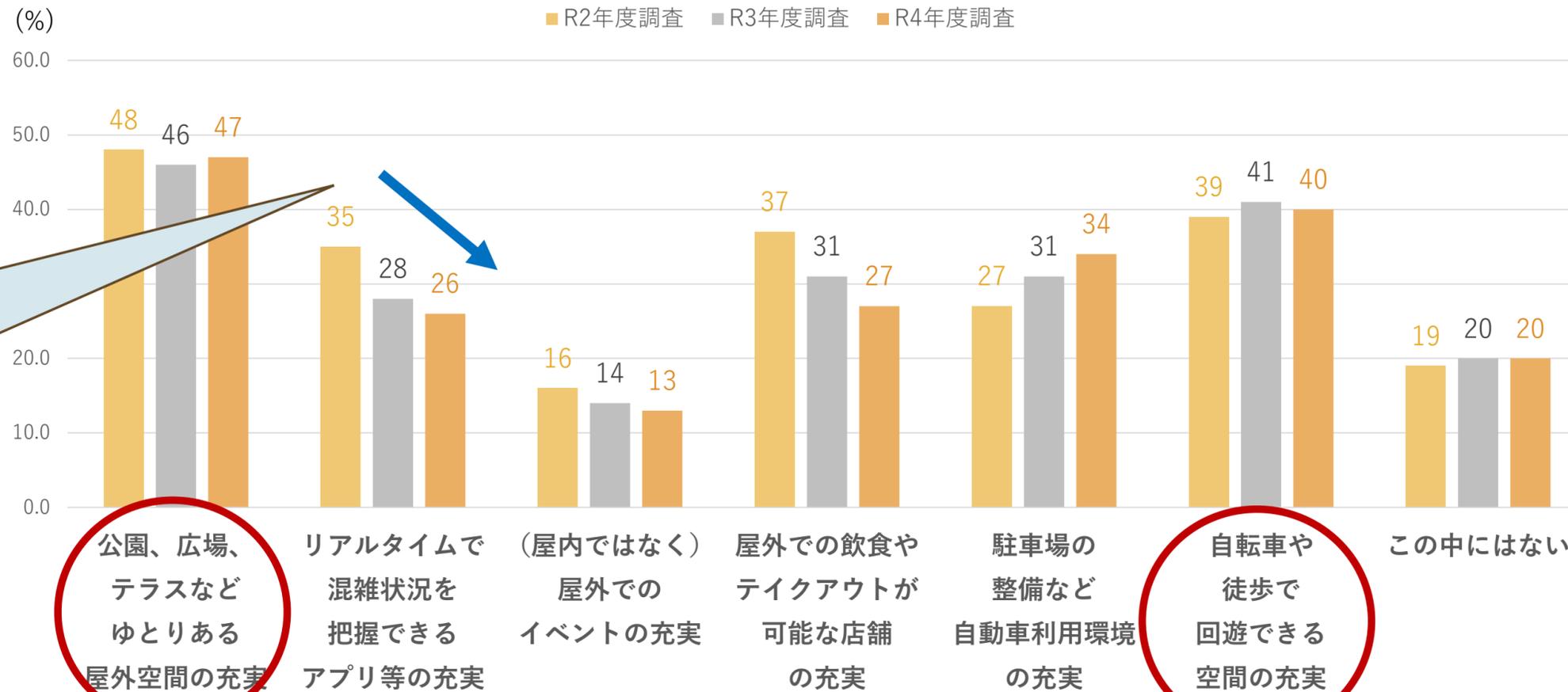
笹川スポーツ財団「スポーツライフに関する調査報告書」(1996~2022)より作成

(※3)

着目した動向② 一方、散歩やウォーキングなど、近場の外出&回遊ニーズの高まり。

「公園、広場、テラスなどゆとりある屋外空間の充実」
「自転車や徒歩で回遊できる空間の充実」が、求められている。

都市に求める取組み



逆に、混雑する場所への関心が低下。

(※4)

A large, faint, light-orange magnifying glass icon is centered on the page. The handle of the magnifying glass is on the right side, pointing towards the bottom right. The lens is on the left side, and the text '事例' is centered within the lens.

事例

② 事例：「ゆるい外出」の受け皿

天候に左右されず快適にウォーキング モールの新たな使い方を提案

イオン「イオンモールウォーキング」



(※5)

- 現在、全国のイオンモールのうち**141**の店舗で館内にウォーキングのコース（1モール平均で約**1,300m**）を設置し、モールの利用者に開放している。館内には歩行距離・カロリーが分かるサインも設置し、ウォーキングをサポートしている。(※6)
- 天候に左右されず、快適にウォーキングを行える。(※6)
- イオンモールアプリと連動し、歩くだけでポイントが当たるくじが引けたり、全国での習慣歩数ランキングが見られるようになっている。(※7)

滞留と回遊の在り方を 検証する社会実験

三菱地所「Marunouchi Street Park」



(※8)

- 2024年7月25日（木）～8月18日（日）の期間で実施されていた丸の内中通りの在り方、活用方法を検証する社会実験「Marunouchi Street Park 2024 Summer」。
- 2019年から実施されている「Marunouchi Street Park」。11回目を迎える今回は、テーマを「i-ma-i（アイマイ）」とし、歩道と車道・屋内と屋外・街路と広場・日常と非日常・自分と他人の境界をあいまいにし、すべてがまじわり共存していく空間をデザインした。人と人の間に存在する“ma（間）”の空間を意識し緩やかな交流ができるようなコンテンツを展開。
- 芝生が広がるピクニック空間や使い方も多岐にわたるテーブルやベンチ、他にも音楽・スポーツ・ウェルネスをはじめとする様々なアクティビティが登場し、質の高い「滞留」「回遊」空間で賑わいを生み出している。

(※9)

② 事例：「ゆるい外出」の受け皿

本を装置に
「誰もが、居ていいこと」をサービス化
アタシ社の「本と屯」



(※10)

- 神奈川県三浦市にある町の蔵書室「本と屯」
- ブックカフェや漫画喫茶との一番の違いは金銭のやりとりがないこと。基本的に、ここにある本は買えないし、借りられない。
- 端的に無料で本が読めるだけの空間だったが、利用者から「コーヒーくらい買えた方が、居る側としても気が楽」と言われることが多く、欲しければ飲み物も買えるようになっている。運営コストは、建物2Fの同社が営むヘアサロンの収益で賄っている

(※11)

地域の交流拠点
お風呂に入らなくても集える銭湯
東京都狛江市「狛江湯」

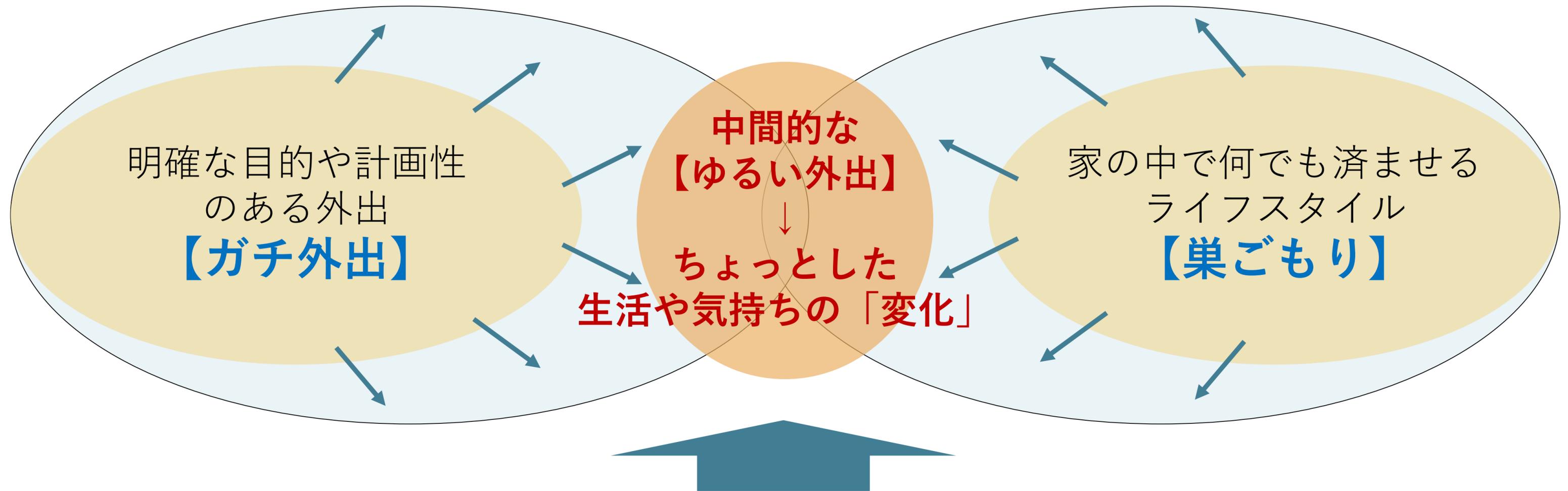


(※12)

- 現代の日本において、銭湯はインフラとしての役割から、「地域に根ざした交流拠点 = PUBLIC BATH」へと存在意義を変えつつある。(※13)
- 1955年に創業した「狛江湯」は、2023年美大出身の3代目・西川隆一さんがリニューアル。自身も働きたくなる銭湯にしたいと、建築家・長坂常さんに設計を依頼した。(※14)
- フロント機能も担っているカフェバーは、入浴者以外も利用できる。マルシェなどが定期的に行われる縁側スペースを備える他、定期的イベントも行われる地域の交流の場となっている。牛乳を飲むためだけに訪れる子どももいる。(※15)

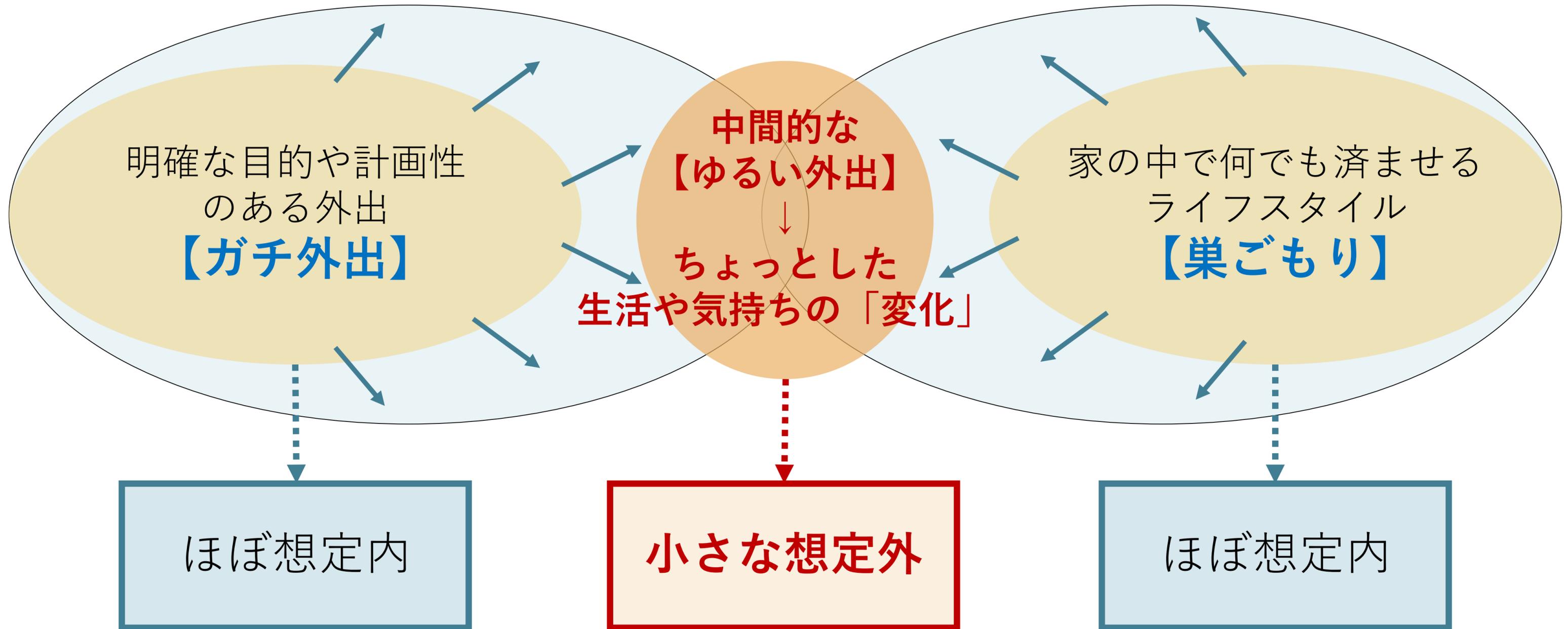
QO プランナーの見立て

④ QOプランナーの見立て



1. やっぱり人は、誰かと程よく、つながっていたい。
(でも、深入りはしたくない、面倒くさい)
2. 何か気持ちや生活の、ちょっとした「変化」がほしい。
(でも、遠くの場所に、予定や計画を立てて出かけるのは面倒だ)

④ QOプランナーの見立て



④ QOプランナーの見立て

「ガチ外出」と「巣ごもり」の間にある「ゆるい外出」



「日常の小さな想定外」

世の中は「想定内」の出来事で溢れていると思う。

コロナ禍を経て、在宅ワークや猛暑の進展などで、
外出する機会が減り家にいる時間:「巣ごもり」が増えた。

一方で綿密に計画を立てて、目的をクリアにしてから出かける時間:「ガチ外出」は意外とめんどくさい。
どちらもある程度「想定範囲内」の経験が待っており、実はつまらない。

ちょっとした生活や気持ちの変化が味わえる「小さな想定外」を求めている。

何も考えずにただ歩いたり、ふらっとどこかに立ち寄ったりする「ゆるい外出」。
そんな、一見「ムダ」に感じてしまうこと、普段とはちょっと違う行動をすることで、
何かに気づく喜びや楽しさ。

そんな「日常の小さな想定外」が、想定内があふれる生活に風穴を開ける。



出典



- ※1：国土交通省、2023年「[別紙：全国の都市における人の動きとその変化—令和3年全国都市交通特性調査 集計結果より—](#)」を基にQOにて作成
- ※2：LifeTimeTechLabo合同会社、2024年「[猛暑の行動・消費への影響に関する意識調査 - 気候変動によるマーケット変化を読む](#)」を基にQOにて作成
- ※3：笹川スポーツ財団、2022年「[散歩・ウォーキング推計実施人口は4,981万人と過去最多](#)」を基にQOにて作成
- ※4：国土交通省、2023年「[新型コロナウイルス感染症の影響下における生活行動調査（第三弾）～人々の活動場所が新型コロナウイルス感染症流行前に戻ってきていることを確認～](#)」を基にQOにて作成
- ※5：[Unsplash](#)の[Rosy H Nguyen](#)が撮影した写真
- ※6：株式会社インプレス・Impress Watch、2024年「[酷暑は「イオンモール」で過ごす 広がる「イオンモールウォーキング」](#)」
- ※7：イオンモール株式会社・モルナビ、2024年「[歩くの「いいトコ」発見ラボ](#)」
- ※8：[Unsplash](#)の[James Pere](#)が撮影した写真
- ※9：三菱地所株式会社、2024年「[＜丸の内仲通りの今後のあり方や活用方法を検証する社会実験＞ 「Marunouchi Street Park 2024 Summer」実施](#)」
- ※10：[Unsplash](#)の[Igor Shalyminov](#)が撮影した写真
- ※11：合同会社波止場商店・gooone、2020年「[夫婦出版社が営む港の蔵書室「本と屯」。本を装置にした「誰もが、ただ居ていい場所」](#)」
- ※12：[photo AC](#)の[S888](#)が撮影した写真
- ※13：株式会社ディスカバー・ジャパン・Discover Japan、2024年「[銭湯はいま、地域に根ざした交流拠点へ | 続々と進化を遂げる東京銭湯【序章】](#)」
- ※14：株式会社ディスカバー・ジャパン・Discover Japan、2024年「[地域コミュニティを盛り上げるおしゃれ銭湯3選 | 続々と進化を遂げる東京銭湯①](#)」
- ※15：東京都公衆浴場業生活衛生同業組合・東京銭湯、2023年「[狛江湯（狛江市 | 狛江駅） 開放的なフロントと広々とした縁側スペース 新たな建築スタイルで町の活性化も目指すリニューアル銭湯](#)」

Thank you

ご清覧いただき、
ありがとうございました！

続きが知りたい/気になった方は、
QOまでぜひお問い合わせください

生活者見立て通信をご購入いただければ、
この続きをフルバージョンでご覧いただけます。
※詳細は下記「フォーム」にご記入頂き、ご確認下さい。

Contact



お問い合わせフォーム



<https://www.q4one.co.jp/>

QO株式会社 マーケティング



生活者見立て通信

