

生活者見立て通信

#009

世の“外圧”に流されない！

“やりたいこと”優先派のイマドキ習慣術

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

近年、聞くことの多い習慣といえば

習慣は様々あるが、近年は、「自分磨き」や「セルフケア」という言葉が注目。
外見や内面を磨いたり、メンタルを整えてよりよい生活をするために、
これらの習慣を日常に取り入れる動きが見られる。

自分磨き習慣

健康的な食事

スキンケア

ダイエット

ネイル

ランニング

筋トレ

ファッション

自己啓発

セルフケア習慣

睡眠改善

温活

適度な運動

アロマ
セラピー

日記

ヨガ

瞑想

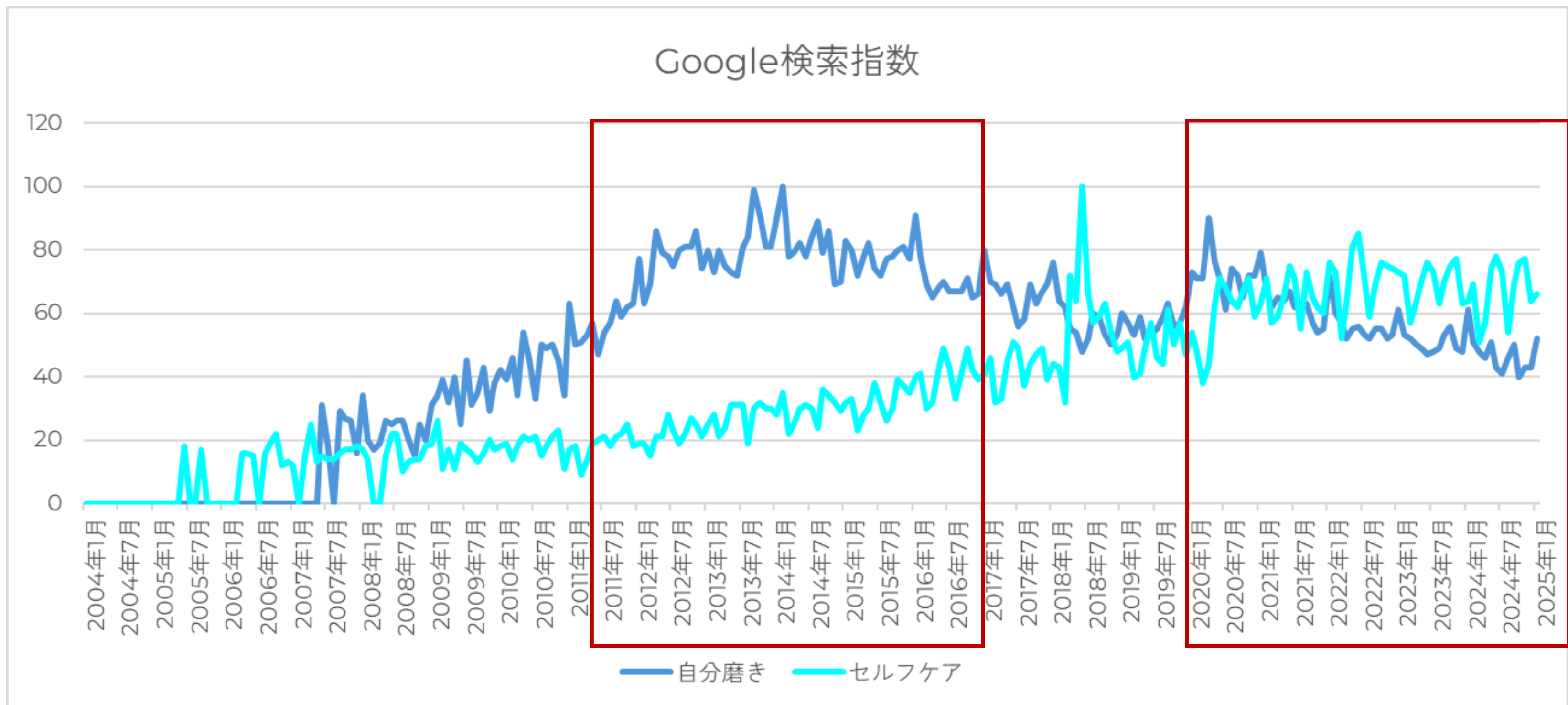
ストレス発散

一方で、2025年“現在”の生活者動向はどうなっているのだろうか？

「自分磨き」と「セルフケア」習慣の落ち着き



「自分磨き」は2010年代に注目された後に減少し、コロナ禍で再注目されるもダウントrendに。
「セルフケア」は2010年代以降緩やかに増加した後、コロナ禍以降は落ち着いている。

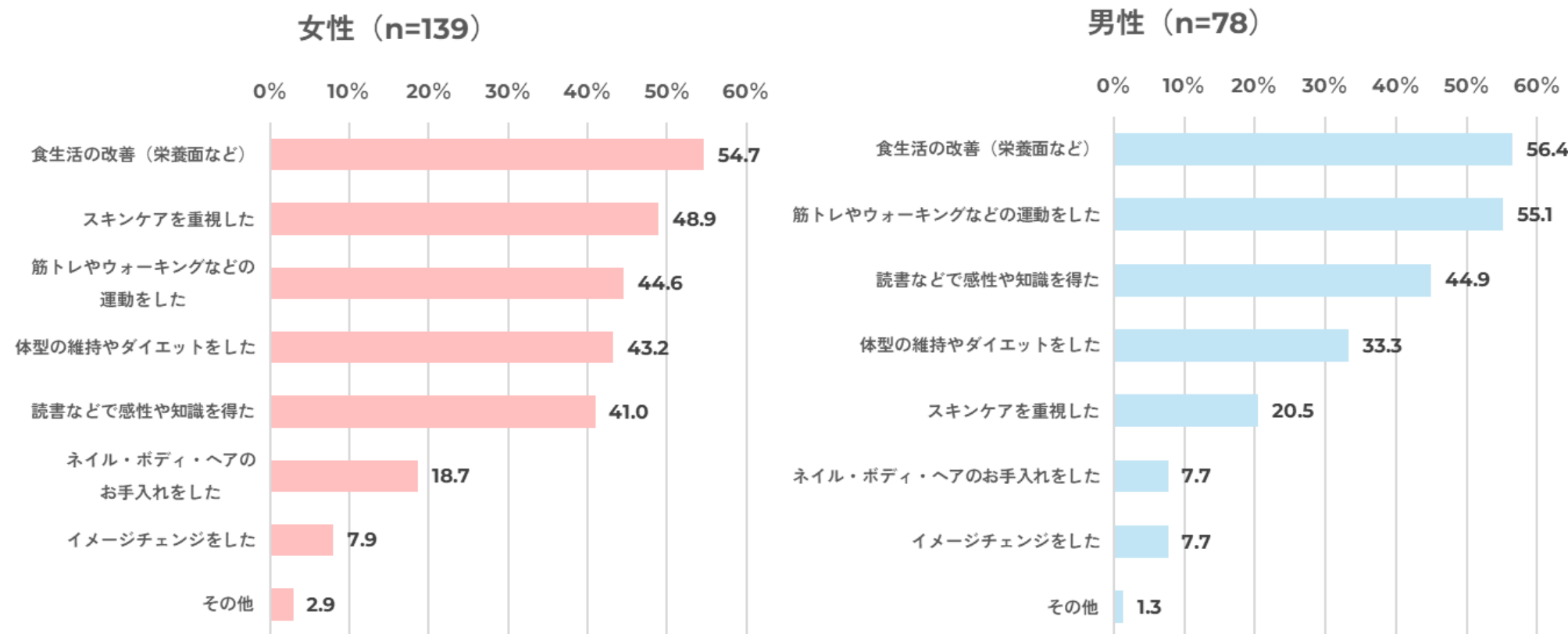


自分磨き習慣への疲れ



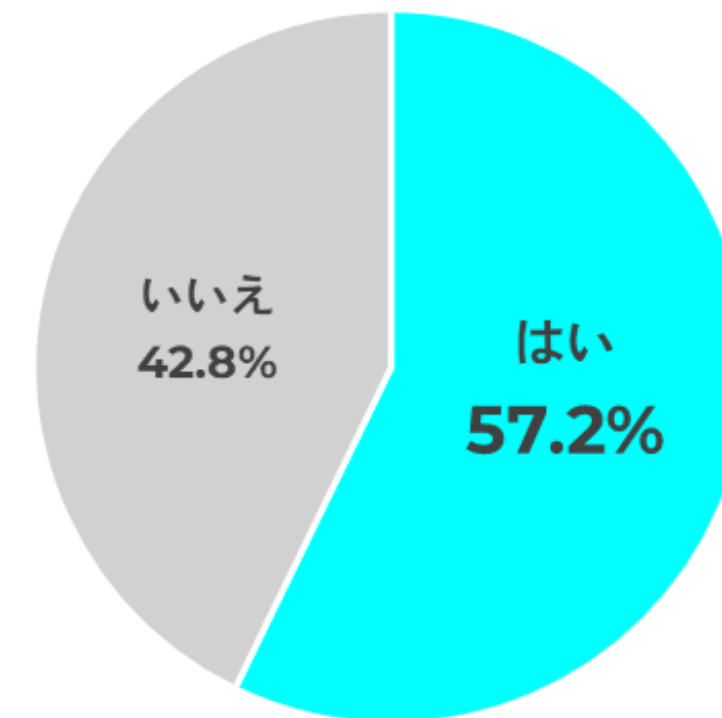
コロナ禍は、美容やボディメイクなど外見を意識した自分磨きの習慣が注目された。
一方、自分磨きは効果が見えづらく、辛いと感じる人も多い⇒習慣が続かない要因と考えられる。

Q.新型コロナウイルスの流行による外出などの自粛期間中に、あなたが行った自分磨きをお答えください（複数回答）

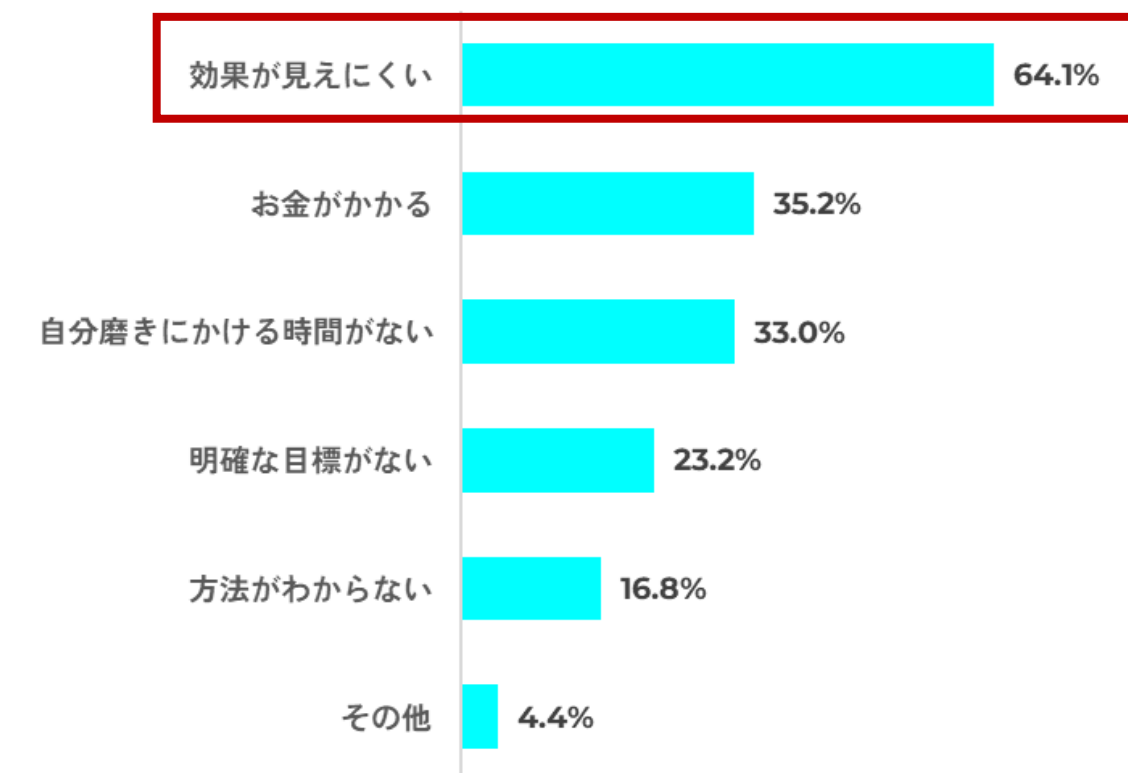


Q.自分磨きが辛いと感じるときはありますか？/その理由はなんですか？（複数回答）

現在、自分磨きを行っている方（n=551）



自分磨きが辛いと感じた時があると回答した方（n=315）



出典：株式会社ネオマーケティング、2020年「[全国20歳～69歳の男女1000人に聞いた「withコロナ時代の自分磨きに関する調査」](#)」を基にQOにて作成

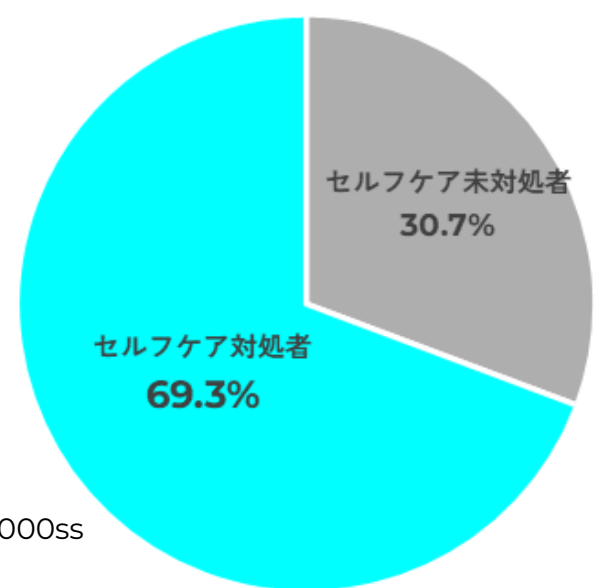
出典：ソーシャルワイヤー株式会社・@Press、2024年「医療法人Medical Innovation | [「約6割が「自分磨きをする異性は魅力的」と回答。自分磨きが辛い理由1位は「効果が見えにくい」](#)」を基にQOにて作成

セルフケア意識と効果実感の低さ

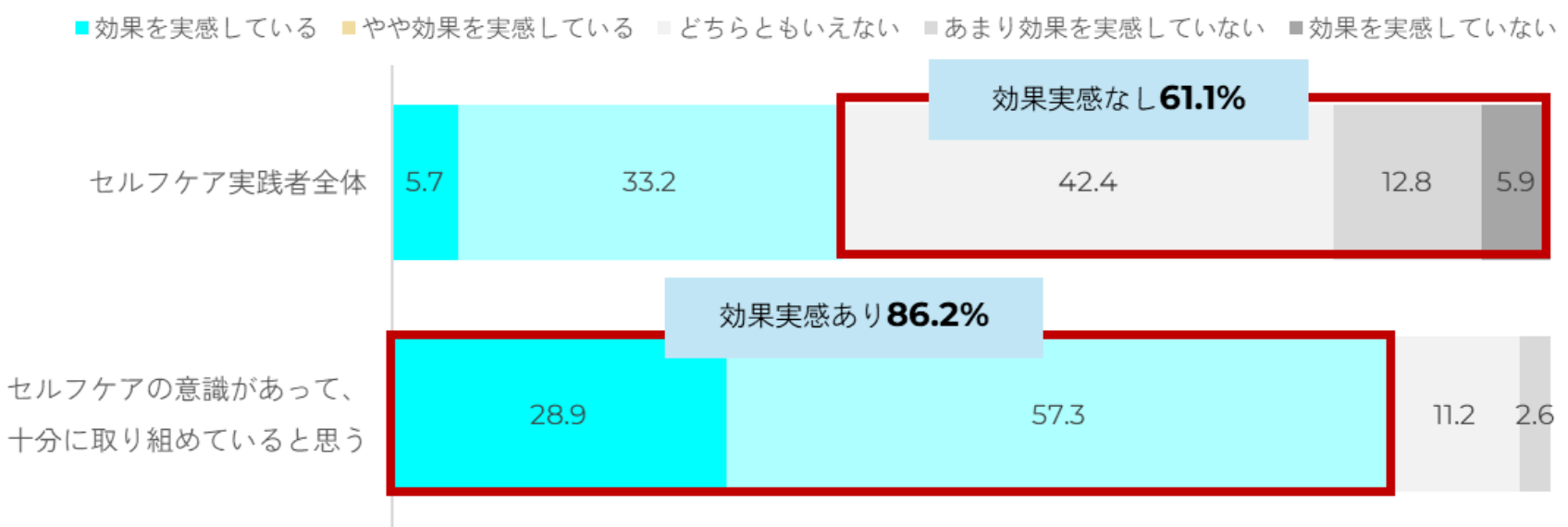


セルフケアについても3割が未実施であり、実施者の6割が効果実感なしと回答。
また、未実施理由を見てみると、**そもそものセルフケア意識が低い**ことが推察される。

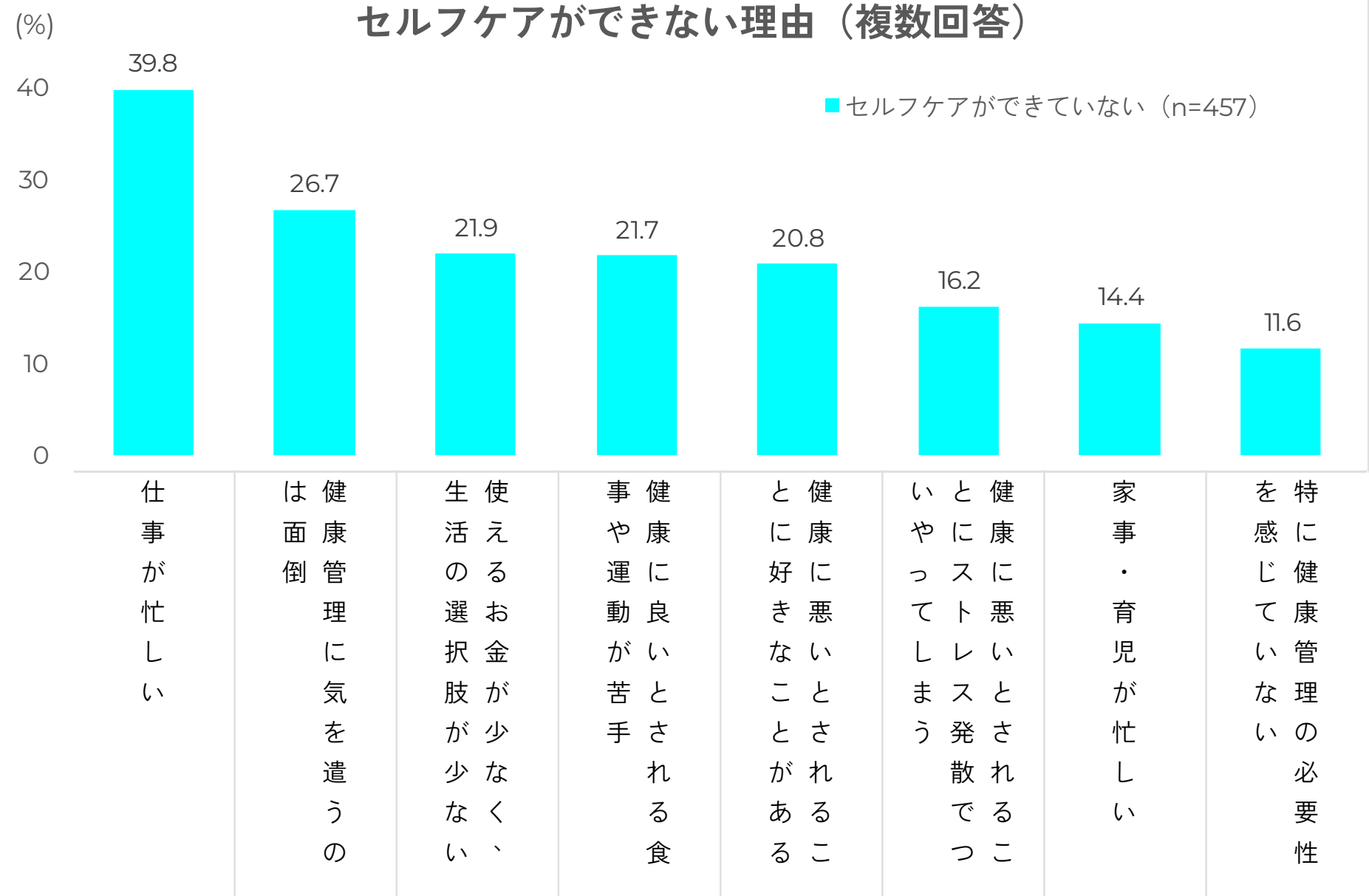
セルフケア実践の割合



セルフケア実践の効果実感 (%)



セルフケアができない理由（複数回答）



出典：クラシエ薬品株式会社、2024年「＜セルフケアの“もやもや”に関する調査を実施＞セルフケア実践者の約6割が効果実感に課題ありと回答」を基にQOにて作成

出典：第一三共ヘルスケア株式会社、2020年「人生100年時代 働く人を対象にした「健康とセルフケアの実態調査」」を基にQOにて作成

“〇〇すべき”といった外圧的な表現・情報への嫌悪感

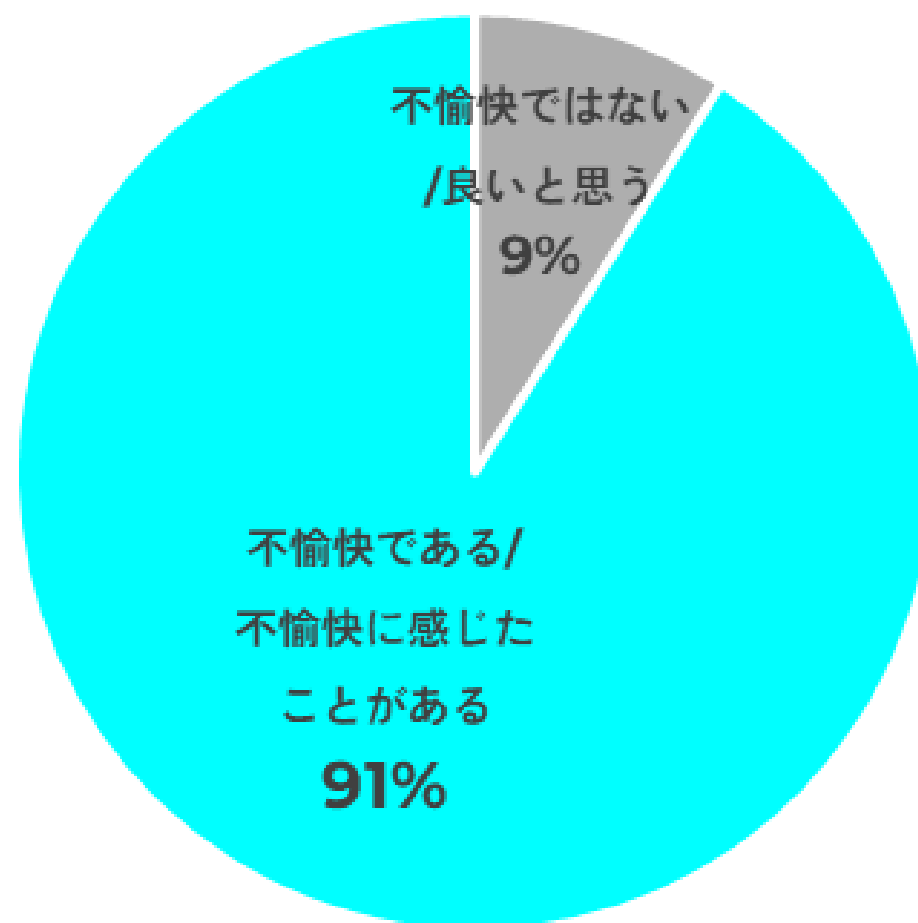


自分磨き、セルフケア習慣の注目につれて、関連するSNS広告も話題に。外見について指摘、改善を促すなど、価値観を押し付けるような広告への不快感が高まっている。

→外見磨きを迫るような情報・外圧に疲弊している。

Q.SNS広告を見て、不愉快に感じたことはありますか？

全国の中学生・高校生・大学生（n=1,300人）



私たちは、以下のような広告内容を不愉快に感じました。

- ムダ毛は恋人に振られるから脱毛をしよう
- 太っていると嫌われるから〇〇を飲んで痩せよう
- 貧乳は恋愛対象外だからサプリメントを飲もう
- 肌荒れは友達に悪口を言われるから治療しよう
- 体型が原因で浮気されたからサプリメントで綺麗になろう

そんな中で注目される“キャンセル”という新しいスタイル



最近は、“**キャンセル界限**”と言われる、ある習慣・行動をキャンセルする人々が話題。
“キャンセル界限”というラベル付けにより、面倒くさい、時間がないからやらないという
キャンセル行動自体を肯定・合理化する意識が高まっている。

風呂、外出、ご飯...なぜ「〇〇キャンセル界限」が流行るのか
カジュアルに「リセット」、改善促せなくなるリスクも



イメージ画像：photoACのSunnysideStudioが撮影した写真

2025年1月中旬、「外出キャンセル界限」というワードがSNSで話題になった。積極的に外出を抑える人々や文化を指す言葉として広がっているのだが、「外出」をキャンセルする界限以外でも「〇〇キャンセル界限」が注目を集めている。

「若者を中心とする世代はサブスクリプション（定額課金制）に慣れていて、さまざまな選択肢の中から、**自分にとって合理的なものを選ぶ感覚がある。これが『キャンセル』という言葉に表れています**」

「界限」という言葉にも特徴がある。外出や入浴などを抑える行為は、従来なら「変わっている」「だらしない」などのラベルを貼られかねない。だが、「**界限**」という形でゆるやかに結びつくことで、一定の層がいるという安心感を得られたり、**1つの生き方として捉えたりすることができる**という。

出典：株式会社ジェイ・キャスト・J-CASTニュース、2025年「風呂、外出、ご飯...なぜ「〇〇キャンセル界限」が流行るのか
カジュアルに「リセット」、改善促せなくなるリスクも」

習慣に関する生活者動向の考察

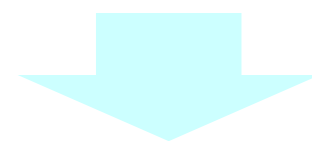
近年は、“自分磨き”や“セルフケア”が注目され、習慣に取り入れる人が増加。



一方、なかなか効果を実感できず定着しなかったり、そもそもやる気がなかったりで、一定のところで広がりが落ち着く。



同時に、〇〇すべき、〇〇10選！のように価値観や意見を押し付けて購買や習慣化を促すような情報に不快感を覚えたり、情報の多さに疲弊。



“やるべきこと”“やったほうがいいこと”に関する情報が多すぎる。それに流されて、自分が“やりたいこと”に時間を割けないのは嫌。

そして現在、お風呂や食事などの習慣をあえて行わない
“キャンセル界限”という人たちの意識低い行動の発信が話題に。
⇒キャンセル界限だから、〇〇しなくていい！といったように、
外圧から自分の生活を守る、一種の盾になっているのではないか？

まとめ



やることが多く時間が限られている日々の中で、押し寄せる外圧・情報に疲れ、
 優先度の低いことは、**ミニマルに済みたい人が増えている**のではないかと。
 そして、それは雑多な情報・べき論が渦巻く現代で、
自分らしいライフスタイルを保つ手段になりつつあるのではないかと。

近年

現在

自分磨き・セルフケア疲れor未実施

この人達
に注目！

自分磨き・セルフケアの効果を感じづらい/やる気がない

できてなくて
モヤモヤ...

自分で優先したいこと以外は、なるべく
ミニマルにしたい！

自分磨き・セルフケアの効果を実感し、前向きに取り組める

心理的背景

ある種、自己防衛的に、
意識低い行動・習慣を選択

情報、タスクが多いなかで、
外からの情報に流されず、
やりたいことに時間を割きたい

自分磨き・
セルフケア継続

自分磨き

セルフケア

2. 事例

黒だけのアパレル

Macqlo（マックロ）

“ファッションの悩みなんて、すべて真っ黒に塗りつぶせ”



イメージ画像：photoACのhooomeが撮影した写真

2024年6月にMIYASHITA PARKにオープンした男性向けアパレルブランド「Macqlo（マックロ）」が人気。

ECサイトでは、4か月で計画の8倍を売り上げた。

「服選びは面倒だけどこだわりはある」という男性の潜在ニーズを捉え、高機能な素材で黒1色のみを展開。

「**人々が服に振り回されず、質の高い生活を選べる**ように、機能的で長持ちするブランドをつくりたい」という着想のもと、ブランドが立ち上がった。

24年春夏物商品は、Tシャツ、パンツを中心にわずか9型からスタートし、トレンドには乗らず、あえて商品数を絞り込む。その代わり、素材や機能にこだわり、5年、10年と着れる服を揃える。

何が刺さっているのか？

服への優先度は高くないので、あれこれ時間をかけたくないが、服装でマイナス評価はされたくない。完全に手を抜くことはできない。このブランドなら、迷うことなく楽に服を選んで、この先も長く使えるので、**服を着る習慣すべてをミニマル**にでき、それでいてちゃんと見える。

ズボラへの共感

虚無レシピ



“バズレシピ”で知られる料理研究家リュウジさんが2023年9月に出版した「虚無レシピ」が人気で2024年4月時点で9万部突破。発売同時期に、Xにて「一番好き」と語るページを投稿し、反響を呼んだ。

リュウジさんは自身のXに、『虚無レシピ』のページ画像を投稿し、以下のようにコメント。

「**本当に虚無なときは、作るな、もし虚無を通り越して『無』になったら、無理に作るな。コンビニや外食を頼れ**」

この投稿に共感の声が相次ぎ、2.6万件のいいねがついた。

これ以外にも、ズボラ・意識低い系レシピの発信や投稿を行い、度々話題にあがる人気ぶり。

何が刺さっているのか？

材料・手間はミニマルなのに、それなりに美味しいものができるという満足感、「こういうのがいい」という納得感。

さらには、徹底したズボラっぷりを一つの考え方、スタンスとして発信する姿に、**世の中の当たり前前に揺るがず、自分軸を貫く強さを感じているのではないか。**

出典：BuzzFeed Japan株式会社・BuzzFeed 2023年9月12日記事

「「本当に虚無なときは…」人気料理研究家のレシピ本に書かれた“3か条”に共感の声続々「もはや人生のレシピ」「バイブルです」」

意識低い褒め習慣

褒め日記

「褒め活」という言葉も生まれるほど、褒めることへの関心が高まっている。

自分の些細な頑張りを褒めてもらったり、褒めることで『褒め』を習慣化できるアプリもあり、レビューは4.4/5と人気。朝起きたり歯を磨いただけでも、褒め猫ちゃんが頑張りを褒めてくれる、ゆるさが特徴で、その他機能も充実。

- ・褒め日記の記録・管理ができる
- ・自己肯定感や褒め記録を確認できる
- ・知人や友人への共有、TwitterなどのSNSで共有できる

「こんな些細なことでも褒めて良いんだと参考になった」
「日常的なことでも、頑張ったことに入って嬉しい」
など、ポジティブなレビューが多い。

何が刺さっているのか？

本当はやりたくない優先度が低いことも、まったくやらないわけにはいかない。だからこそ、工夫してミニマルに対処している。そんな行動を認められると実は嬉しい。



イメージ画像：photoACのHaru photographyが撮影した写真

3.背景に潜むインサイト

ミニマル化した習慣・行動の背景にあるインサイトを考察…

情報に溺れ、世間の常識・多数派に迎合したくない

▶情報過多で、「あれをやったほうがいい」「こうしたほうがいい」といった「べき論」が蔓延する社会で、それに流されて自分らしさを損ないたくない。

限りある時間で、優先度が低いことを無理してやりたくない

▶「やりたいこと」「やるべきこと」がたくさんある中で、毎日の時間には限りがあり、全部はできない。だからこそ、「やりたくないこと」には極力時間を割かず、「自分がやりたいこと」を優先したい。

最低限の対応しかできないことを卑下したくはない

▶優先度の低いことに対し、自ら最低限の対応を選んでいるものの、その習慣や行動を卑下したり、蔑視されたくはない。むしろ、それさえも共感されたり、褒められると嬉しいし、モチベーションになる。

4. QOプランナーの見立て

世の中に蔓延する“べき論”や“雑多な情報”などの“外圧”に流されず、
“自分のやりたいこと”を最優先。

“自分本位”な「選択的習慣 ミニマリスト」

近年は、自分磨きやセルフケアなど、よりよい生活を意識した習慣が広がった。
それと同時に、**あれもやるべき、これもやるべき**という情報があふれ、**疲れを感じる**生活者も。
そんな息苦しい生活を強いる外圧に対する反発として、
やりたいこと以外は「やりたくない」と思う生活者も増えているのではないかな。

でも、周囲からの印象や評価を考えると、完全にそぎ落とすことはできない。
だからこそ、ただサボったり怠惰に過ごすのではなく、生活における優先順位をつけ、
やりたくないことに対しては、「ミニマル」に対処することで時間をかけない工夫をしている。
限られた時間を自分のやりたいことに使うために、**優先度の低いことは合理的にミニマル化する。**
それは、雑多な情報が溢れる現代において、周りに流されず、
自分本位な生活を送るために必要な習慣になりつつあるのではないかな。

5. 生活者の心をつかむツボ

優先度の低い習慣・行動へのミニマル対応を 叶えることができる商品・サービス。

迷わなくていい！機能や情報量を必要最低限にした製品・サービス

- ・厳選された必要最低限の情報しかない物件サイト、グルメサイト等のプラットフォーム
- ・部屋には風呂も洗濯機置き場もなく、共用スペースにコインランドリーや浴場、冷食や惣菜ばかりを取りそろえたコンビニを配置したマンション

これがいい！一見、意識低いけど、実は〇〇な“こだわり”がある合理的な製品・サービス

- ・すべて冷食で完成するけど、栄養バランスは揃っているズボラお弁当キット
- ・洗わなくても香りよく、頭皮に栄養補給でき、髪がサラサラになるドライシャンプー

ありのままでいい！ミニマル習慣・行動を称えられるサービスやコミュニティ

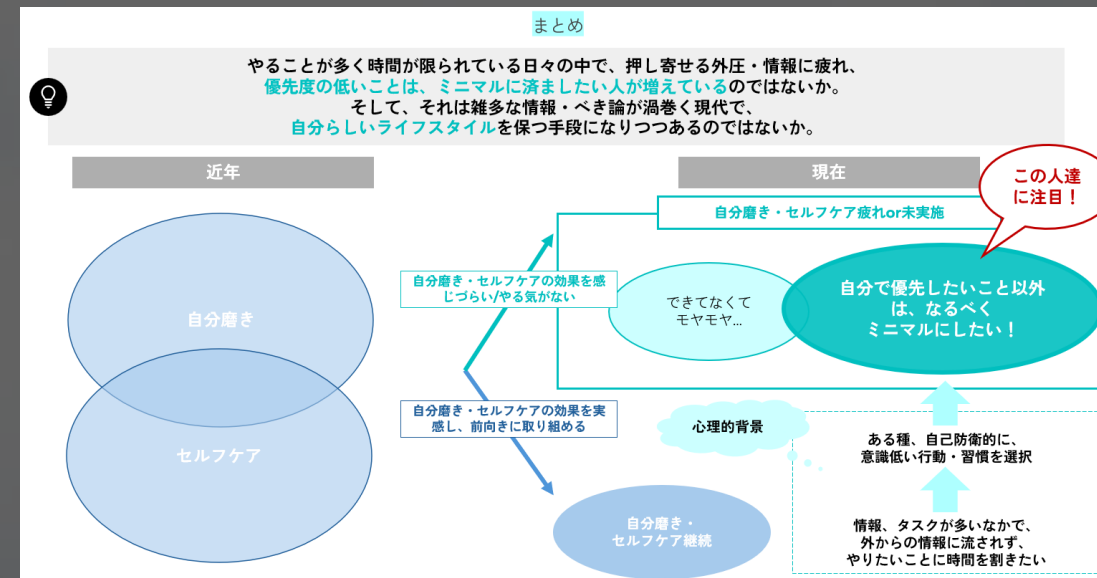
- ・ミニマルな習慣や行動をつぶやくと、こだわりや工夫点、良いところを褒めてくれる日記アプリ
(ex: お風呂キャンセルしてドライシャンプーにした→明日は外出しないのに、ちゃんと髪のケアして尊敬!)
- ・ミニマルな習慣や行動をシェアして共感しあうだけでなく、ランキング化されるSNS

世の“外圧”に流されない！“やりたいこと”優先派のイマドキ習慣術

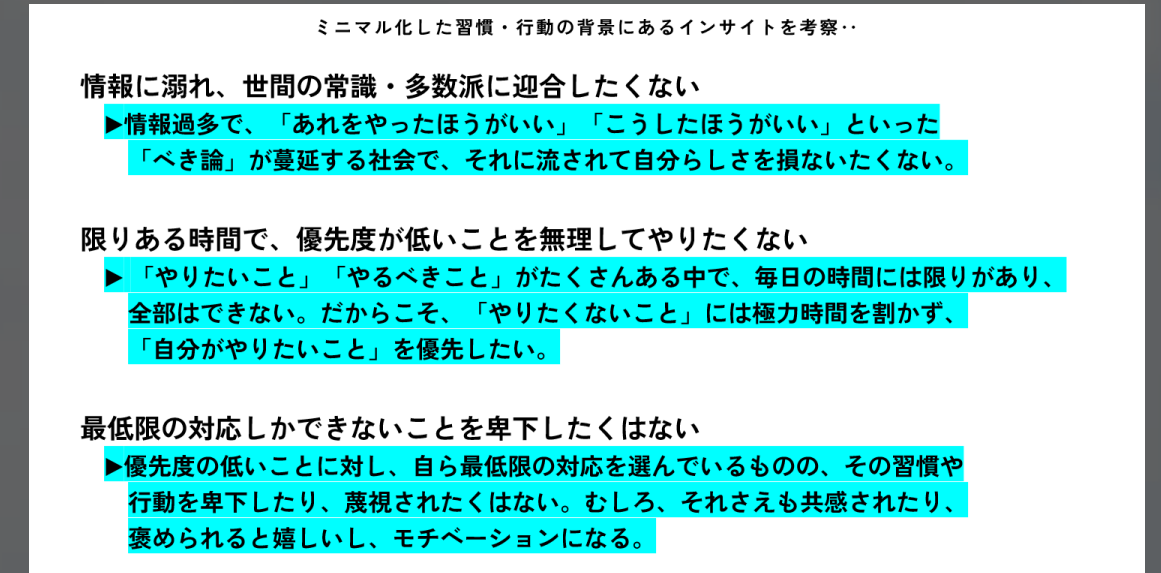
② 事例



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

世の中に蔓延する“べき論”や“雑多な情報”などの“外圧”に流されず、“自分のやりたいこと”を最優先

“自分本位”な「選択的習慣ミニマリスト」

⑤ 生活者の心をつかむツボ

迷わなくていい！機能や情報量を必要最低限にした製品・サービス

ex. 厳選された必要最低限の情報しかない物件サイト、グルメサイト等のプラットフォーム

ex. 部屋には風呂も洗濯機置き場もなく、共用スペースにコインランドリーや浴場、冷食や惣菜ばかりを取りそろえたコンビニを配置したマンション

これがいい！一見、意識低いけど、実は〇〇な“こだわり”がある合理的な製品・サービス

ex. すべて冷食で完成するけど、栄養バランスは揃っているズボラお弁当キット

ex. 洗わなくても香りよく、頭皮に栄養補給でき、髪がサラサラになるドライシャンプー

ありのままでいい！ミニマル習慣・行動を称えられるサービスやコミュニティ

ex. ミニマルな習慣や行動をつぶやくと、こだわりや工夫点、良いところを褒めてくれる日記アプリ

ex. ミニマルな習慣や行動をシェアして共感しあうだけでなく、ランキング化されるSNS

生活者からの評価

15-69歳男女 N=1236 2025年4月下旬～5月上旬実査



世の中に蔓延する“べき論”や“雑多な情報”などの“外圧”に流されず、“自分のやりたいこと”を最優先。
“自分本位”な「選択的習慣ミニマリスト」

近年は、自分磨きやセルフケアなど、よりよい生活を意識した習慣が広がった。それと同時に、**あれもやるべき、これもやるべきという情報があふれ、疲れを感じる生活者も**。
そんな息苦しい生活を強いる外圧に対する反発として、**やりたいこと以外は「やりたくない」と思う生活者も増えているのではないか**。
でも、周囲からの印象や評価を考えると、完全にそぎ落とすことはできない。だからこそ、ただサボったり怠惰に過ごすのではなく、生活における優先順位をつけ、**やりたくないことに対しては、「ミニマル（最低限）」に対処することで時間をかけない工夫をしている**。限られた時間を自分のやりたいことに使うために、**優先度の低いことは合理的にミニマル化する**。
それは、雑多な情報が溢れる現代において、周りに流されず、“自分本位”な、やりたいことを思いっきりできる生活を送るために必要な習慣になりつつあるのではないか。

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



全体の約6割から「共感」を得る
「時代向き」評価も6割と高めの傾向

※TOP2計スコア	全体 (n=1236)	10代 (n=206)	20代 (n=206)
共感度:	62.0%	68.5%	65.5%
世代向き:	46.5%	69.0%	65.5%
時代向き:	63.5%	71.4%	66.4%
新奇性:	36.7%	62.2%	49.9%
魅力度:	46.3%	58.8%	58.7%



周囲に流されず、自分のやりたいことや
“らしさ”を貫く姿勢に共感がみられる

	共感	新奇性
※全体ベース (n=1236) TOP2計スコア共感上位TOP3を掲載		
自分の中で優先度の低いものには極力時間を割かず、 自分がやりたいことを優先したい	67.5%	30.2%
世間の常識や多数派の意見だからといって、 自分の考えと異なれば、 できるだけその常識・意見には流されずにいたい	66.2%	34.0%
「あれをやった方がいい」などの「べき論」に 流されて、自分らしさを損ないたくはないと思う	62.9%	32.7%



ズボラに見える一方で、機能にこだわりの
ある合理的なサービスへの興味が高い

※全体：TOP2計スコア (n=1236)		
	すべて冷食で完成するけど 栄養バランスは揃っている「ズボラお弁当キット」	41.1%
	迷わないように最低限の情報だけを厳選して掲載 「ミニマル物件サイト／ミニマルグルメサイト」	29.9%
	洗わなくても香りよく、頭皮に栄養補給でき、 髪がサラサラになる「ドライシャンプー」	29.0%



暮らしの中でメリハリをつけ、
自分本位に選択していく姿勢に共感



18歳女性

物事に優先順位をつけたり、その物事にかかる時間を変えることは効率的で自分のモチベーションにも良い方に関わるからとても良いと思った。人生やりたくないこともやらなければいけないこともあるが、やはり自分にとって楽しいことに時間を使うことは大事である。



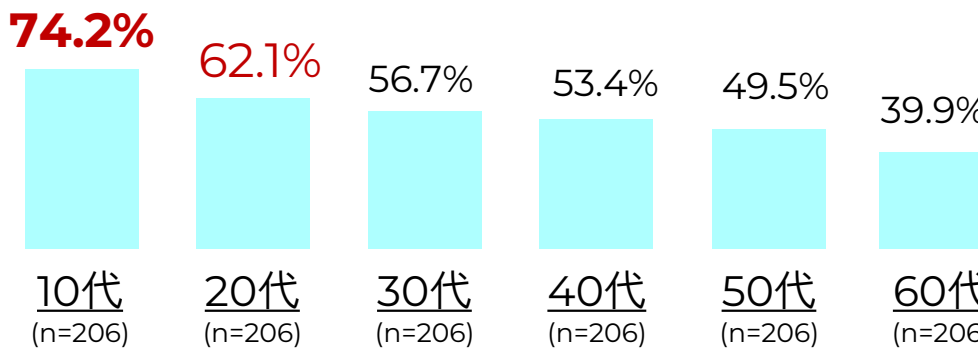
38歳女性

「人からどう思われているか」を気にしすぎる人が多いし、多様性と言ってる割には、その多様性を受け入れていないように思う。自分はどうなのか、自分にとって必要なものをきちんと判断したり大切にしたいと思う



若年ほどタスク量の多さから
全てをやりきれない歯痒さを感じている

日々の生活でやりたいこと・やるべきことが多すぎて、
全てをやり切ることができていない（TOP2計）



「ズボラお弁当キット」は
全世代の女性から支持を集める

※TOP2計スコア			
	Z世代女性 (n=187)	Y世代女性 (n=171)	X世代女性 (n=157)
	59.6%	50.8%	46.5%
	40.0%	27.2%	27.8%
	47.0%	35.2%	24.3%

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

