

時代背景と食生活から見る世代区分ごとの価値観特性に合わせた省エネ行動訴求の可能性

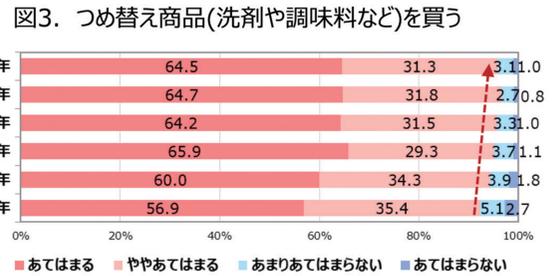
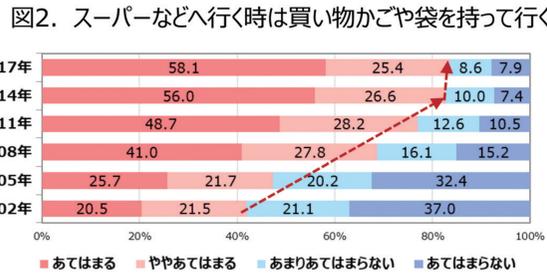
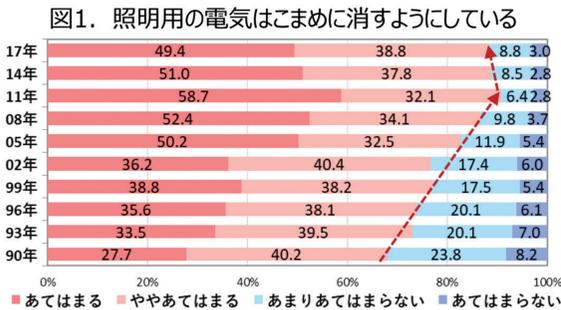
○木村 康代¹⁾、松葉佐 智子¹⁾、三神 彩子¹⁾ 1) 東京ガス株式会社 暮らしサービスコミュニケーション部 都市生活研究所



目的

東京ガス都市生活研究所では1990年から27年にわたり「生活定点観測調査」を実施し、一都三県居住者の暮らし全般の行動・意識の変化を捉えてきた。その中で、省エネ行動については実施者が増加し、行動が定着している。今後一層の省エネ行動を促すためには、生活者の価値観特性に合わせた訴求の仕方が有効と考えられる。そこで本研究では、都市生活研究所にて開発したオリジナル世代区分「食・世代」の特徴を踏まえた省エネ行動訴求の可能性を検討する。

省エネ行動は定着。さらなる行動を促すためには、生活者の価値観特性に合わせた訴求が必要



出典：東京ガス都市生活研究所「生活定点観測調査」

結果・まとめ

各世代は生まれ育った時代を背景として、それぞれ異なる価値観特性を有することがわかった。省エネ行動においても、これらの特性に合わせた訴求が有効と考えられる。各世代に向けた省エネ行動促進策のポイントは以下の通りである。

「食・世代」についてはこちらをご覧ください。

都市生活レポート
「食・世代～食による新しい世代の研究～」
都市生活レポート
「食・世代Ⅱ～7世代ライフスタイルブック～」

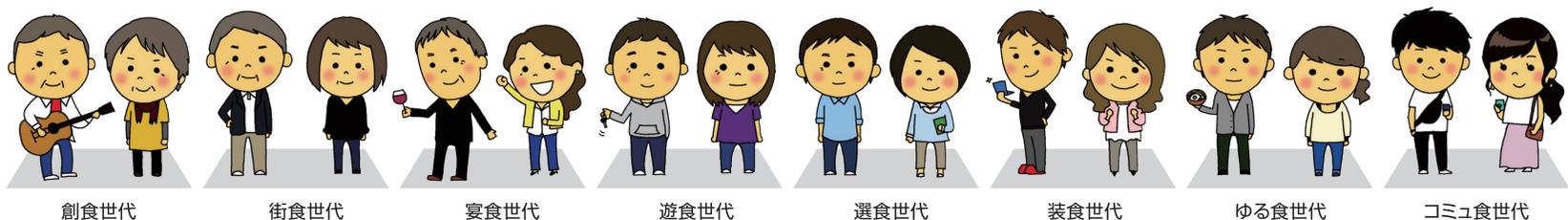


「食・世代」は、生活者の暮らし・価値観と密接にかかわる「食」を切り口として定義した世代区分である。生まれ育った時代の社会背景(人口の増減、経済状況、教育、法律等)を踏まえた上で、食生活の実態と食に対する意識の特徴から世代を定義した。

【世代ごとに異なる、省エネ行動促進策のポイント】

※記載年齢は2019年誕生日後の年齢

	創食世代 1946年～1950年 (昭和21～25年) 69歳～73歳	街食世代 1951年～1957年 (昭和26～32年) 62歳～68歳	宴食世代 1958年～1964年 (昭和33～39年) 55歳～61歳	遊食世代 1965年～1971年 (昭和40～46年) 48歳～54歳	選食世代 1972年～1976年 (昭和47～51年) 43歳～47歳	装食世代 1977年～1981年 (昭和52～56年) 38歳～42歳	ゆる食世代 1982年～1988年 (昭和57～63年) 31歳～37歳	コミュ食世代 1989年～1995年 (平成元～7年) 24歳～30歳
世代の特徴	夢を 追いつける 前向きに、みんな一緒に、いつもコツコツキチリと切り拓き続ける	まじめに きちんと きちんと、まじめに、ていねいに、社会に関心、自分を知的に	きままに もっと やりたいことをきままにもっと楽しく、もっとラクに	イイとこ取りで 楽しく 楽しいことは全力で、嫌なことは避ける。楽しく、好きなことにお金を使いたい	バランス 重視で賢く 仕事も家庭も合理的に。コスバとこだわりのバランスが大事	〇活で そなえる デメリットを見てリスクを回避。義務感が残る〇活世代	無理せず ゆるやかに 無理しない、が基本。男女フラットが当たり前	「好き」で つながる お地蔵男子を求めるパワフル女子。フェアな関係で、得意を活かす。
育った背景	貧しい日本を経験	幼少期に家電製品が普及してきた 30代でバブルを経験	20代でバブルを経験	学生でバブルを経験	モノが揃った家庭に生まれ育った 就職氷河期を経験		家庭科男女必修	中高でゆとり教育
ニーズ実現のポイント	品質、安全性、素材などのクオリティを重視	知的好奇心を満たすモノ・コト	気分に合わせて自由に選べるトレンドを感じられ、話題にできる	楽しさを体感できる 面倒な家事を省力化できる	リスクを回避し、合理的に判断するための正確な情報エビデンス	メリットとデメリットを比較でき、リスク回避に役立つ	身の丈に合った価格、コストパフォーマンスの良さ	スマートフォンとの効果的な連動
省エネ行動促進策のポイント	地球環境に役立つことを感じられ、仲間と一緒に前向きに取り組める	知的で社会的責任を実感できる情報を得られ、役に立てたと感じられる	著名人の呼びかけなど、トレンドを感じられる、話題にできる	面倒な工程は排除し、ゲーム性を持たせることで、楽しさを体感できる	正確な情報・エビデンスを示し、合理的に判断して行動を選択できる	メリットとデメリットを比較でき、自分にメリットのある形で参加できる	経済的・時間的・体力的に、無理なく、頑張らずに参加できる	SNSを通じて情報共有・発信でき、行動がポイント等に還元される



「食・世代」に関する調査概要

各世代の特徴とニーズ実現のポイントを明らかにするため、定性・定量調査を以下のとおり実施した。

● 定量調査：インターネット調査、一都三県在住

世代に関する調査2013	2014年2月	N=2600
世代に関する調査2015①	2015年7月	N=1800
世代に関する調査2015①	2015年12月	N=1800
若者に関する調査	2018年2月	N=1904

● 定性調査：一都三県在住

① グループインタビュー調査	2012年10月	N=47
② デプスインタビュー調査	2012年11月	N=21
③ オンラインコミュニティ調査	2013年10月	N=87
④ グループインタビュー調査	2013年10月	N=47
⑤ 日記調査	2014年12月	N=50

⑥ グループインタビュー調査	2015年1月	N=20
⑦ 自宅訪問調査	2015年2月	N=4
⑧ 日記調査	2015年7月	N=40
⑨ グループインタビュー調査	2015年9月	N=20
⑩ 日記調査	2017年11月	N=46
⑪ グループインタビュー調査	2017年12月	N=12