



生活者30年変化

長期時系列データで読み解く暮らしと生き方の変化

2023年7月27日

博報堂生活総合研究所 石寺修三

注意事項

- データや図表をご利用の場合は、出典を明記してください。
メディア掲載の場合は、事前に生活総研に可否をお問い合わせください。
- 画像につきましては、二次利用等は固くお断りします。

お問合せ先：博報堂生活総合研究所 seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp

1981

1982

1983

1984

1985

1986

1987

1988

1989

1990

1991

1992

1993

1994

1995

1996

1997

1998

1999

2000

2001

2002

2003

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

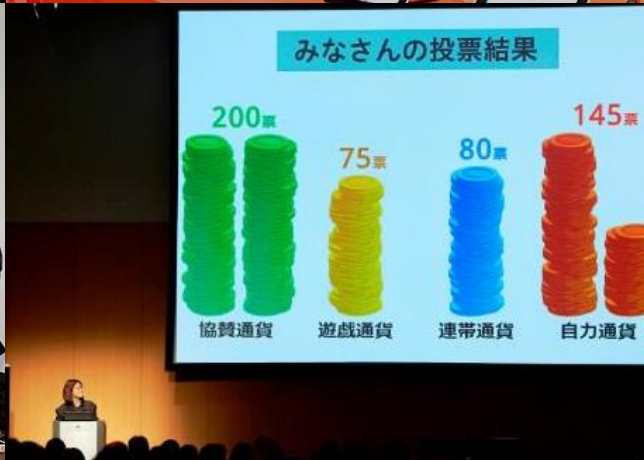
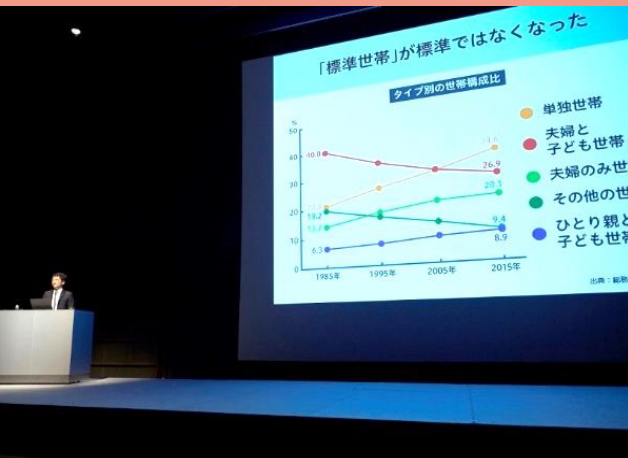
2024

2025

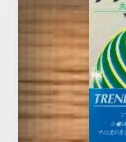
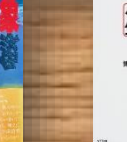
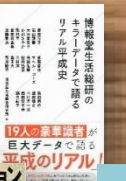
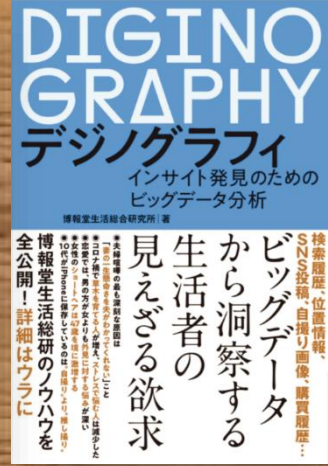
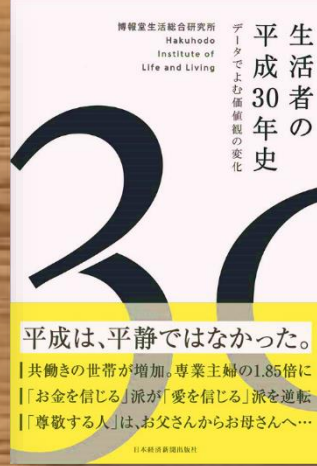
博報堂グループのシンクタンク

生活者研究42年

研究発表イベント



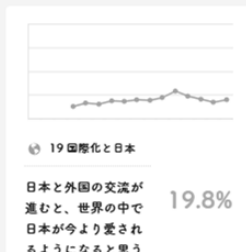
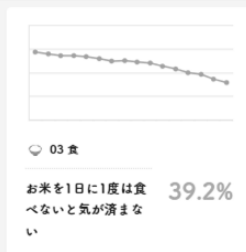
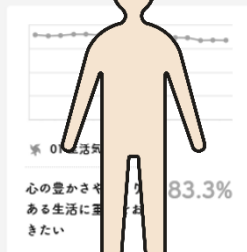
書籍出版



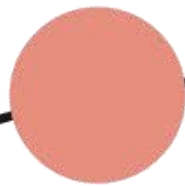
人と暮らしを丸ごと捉える「生活者発想」



人と暮らしを丸ごと捉える1,400項目



生活総研の基幹調査「生活定点」



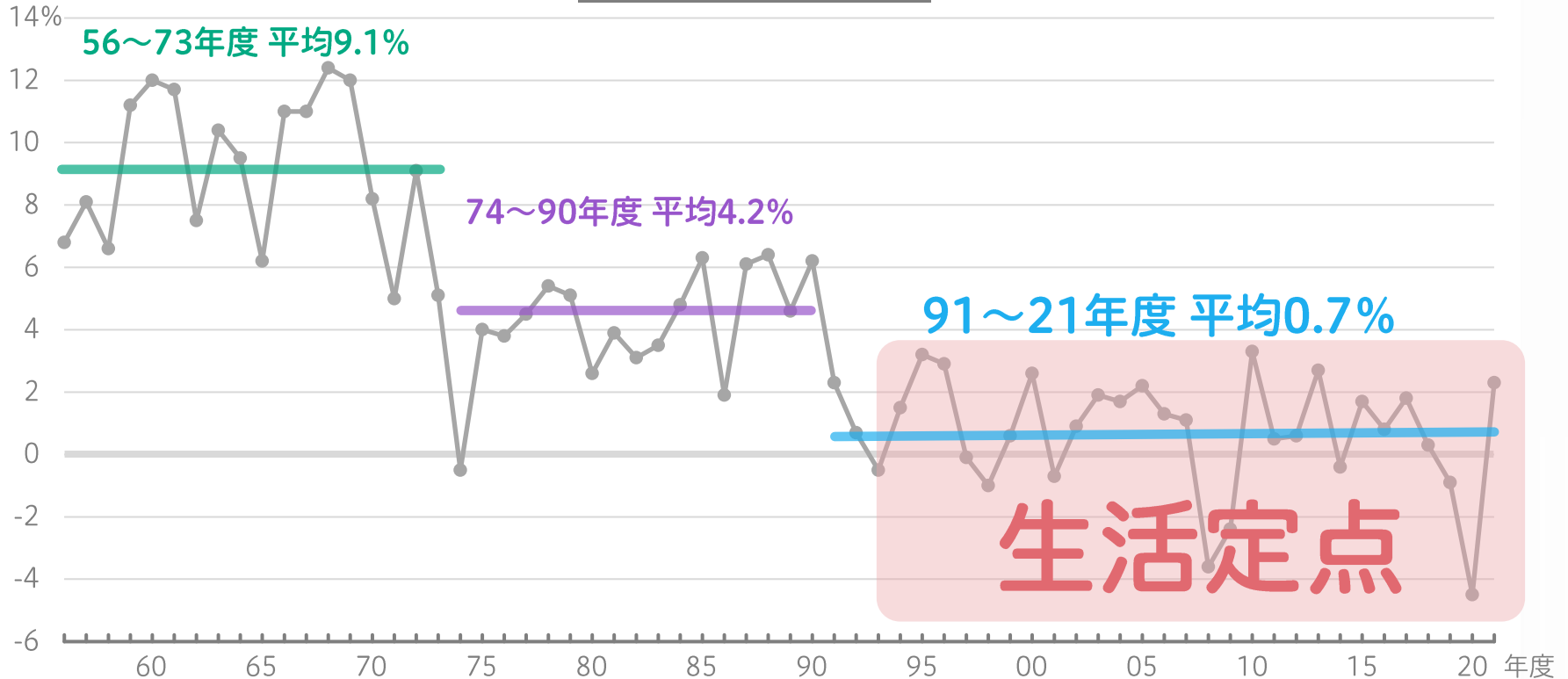
生活定点

1992-2022

CHRONOLOGICAL LIFESTYLE SURVEY ON THE JAPANESE PEOPLE

「1992～2022年」の時代背景

日本の経済成長率



「30年変化」を一言で表現すると…

社会や慣習に縛られず、
自律に向かう生活者

2022年に“過去最高”を更新した主な項目

- ご褒美として自分にプレゼントを買ったことがある
- メールやSNSだけでやりとりする友人がいる
- 調理済食品(イトルト、冷凍食品、惣菜等)をよく使う
- 夫も家事や育児を優先すべきだと思う
- 高い給料よりも、休みがたっぷりな方がいい

NEWS RELEASE

・HAKUHODO・
情報部 広報室
Corporate Public Relations Division
Tel: 03-6441-6161 Fax: 03-6441-6166
www.hakuhodo.co.jp
2022/10/11

30周年を迎えた、生活者への長期時系列調査
「生活定点1992-2022」最新調査結果を発表
社会や慣習に縛られず、自律に向かう生活者

情報部生活総合研究所では、生活者の意識や行動の変化から将来の価値観や欲求の方向を予測するため、同じ条件の調査地域・調査対象者に対し、同じ質問を繰り返して返す「長期時系列調査(生活定点)」を1992年から2年に1度実施しています。このたび30周年となる2022年調査を実施いたしました(調査概要は6ページ)。

本リリースでは2022年に“過去最高”、“過去最低”を更新した主な項目についてご紹介いたします。1992～2022年=平成初期から令和にかけての30年間の調査データの推移からは、社会や慣習に縛られず、自律に向かう生活者の様子がみえてきました。

また、2022年調査を受け、「生活定点」調査の30年間・約1,400項目におよぶデータを無償公開するwebサイトも10月11日よりアップデートいたしました。同時に、調査データをもとに1992年の若者と2022年の若者の暮らしや価値観を表現したマンガも特設サイトで公開しています。意外な発見や発想のヒントを得るためのツールとしてご活用ください。

① 2022年に“過去最高”を更新した主な項目

	2022年	総観測時点からの差
■情報	携帯電話やスマホは私の生活になくてはならないものと思う	72.8% (+38.7pt)
■贈答	自分へのごほうびとして自分にプレゼントを買ったことがある	46.5% (+17.5pt)
■消費・お金	ものを買う時、ピンとくる、こないという感覚で判断して決める	34.0% (+16.2pt)
■交際	メールやSNSだけでやりとりする友人がいる	42.9% (+15.6pt)
■暮らし向き	スーパーのレジで並んで待っている時間にイライラしない	33.3% (+14.0pt)
■食	調理済食品(イトルト、冷凍食品、惣菜など)をよく使う	34.3% (+13.3pt)
■家族	夫も家事や育児を優先すべきだと思う	38.4% (+10.5pt)
■働き	高い給料よりも、休みがたっぷりな方がいい	51.4% (+ 8.5pt)

② 2022年に“過去最低”を更新した主な項目

	2022年	総観測時点からの差
■交際	友人は多ければ多いほどよいと思う	15.4% (-41.8pt)
■贈答	お歳暮は毎年欠かさず贈っている	22.4% (-39.4pt)
■日本の行方	経済的繁栄は日本の誇りだと思う	10.3% (-35.1pt)
■恋愛・結婚	いつくなくても恋愛をしてみたい	27.0% (-22.9pt)
■住	個室よりも家族と一緒に過ごすスペースを充実させたい	30.3% (-19.0pt)
■家族	夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がいいと思う	14.7% (-18.9pt)
■社会意識	日本の政治・経済に関心がある	46.8% (-12.8pt)
■衣	服装は個性を発揮するための手段のひとつだと思う	49.8% (- 9.1pt)

【本件に関するお問い合わせ】 株式会社情報部 広報室 山田・玉 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161
©2022 Hakuhodo Institute of Life and Living (Living Hakuhodo Inc. All rights reserved.)

10月12日発表のニュースリリース

「30年変化」を一言で表現すると…

社会や慣習に縛られず、
自律に向かう生活者

2022年に“過去最低”を更新した主な項目

- 友人は多ければ多いほどよいと思う
- お歳暮は毎年欠かさず贈っている
- いくつになっても恋愛をしたい
- 夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がよい
- 服装は個性を発揮するための手段の一つだと思う

NEWS RELEASE **・HAKUHODO・**
情報社 広報室
Corporate Public Relations Division
Tel: 03-6441-6161 Fax: 03-6441-6166
www.hakuhodo.co.jp
2022/10/11

**30周年を迎えた、生活者への長期時系列調査
「生活定点1992-2022」最新調査結果を発表
社会や慣習に縛られず、自律に向かう生活者**

情報社生活総合研究所では、生活者の意識や行動の変化から将来の価値観や欲求の方向を予測するため、同じ条件の調査地域・調査対象者に対し、同じ質問を繰り返し返すことによる長期時系列調査「生活定点」を1992年から2年に1度実施しています。このたび30周年となる2022年調査を実施いたしました(調査概要は6ページ)。

本リリースでは2022年に“過去最高”、“過去最低”を更新した主な項目についてご紹介いたします。1992～2022年＝平成初期から令和にかけての30年間の調査データの推移からは、社会や慣習に縛られず、自律に向かう生活者の様子がみえてきました。

また、2022年調査を受け、「生活定点」調査の30年間・約1,400項目におよぶデータを無償公開するwebサイトも10月11日よりアップデートいたしました。同時に、調査データをもとに1992年の若者と2022年の若者の暮らしや価値観を表現したマンガも特設サイトで公開しています。意外な発見や発想のヒントを得るためのツールとしてご活用ください。

① 2022年に“過去最高”を更新した主な項目

	2022年	総取組時点からの差
■情報	携帯電話やスマホは私の生活になくてはならないものと思う	72.8% (+38.7pt)
■贈答	自分へのごほうびとして自分にプレゼントを買ったことがある	46.5% (+17.5pt)
■消費・お金	ものを買う時、ピンとくる・こないという感覚で判断して決める	34.0% (+16.2pt)
■交際	メールやSNSだけでやりとりする友人がいる	42.9% (+15.6pt)
■暮らし向き	スーパーのレジで並んで待っている時間にイライラしない	33.3% (+14.0pt)
■食	調理済食品(レトルト、冷凍食品、惣菜など)をよく使う	34.3% (+13.3pt)
■家族	夫も家事や育児を優先すべきだと思う	38.4% (+10.5pt)
■働き	高い給料よりも、休みがたっぷりの方がいい	51.4% (+ 8.5pt)

② 2022年に“過去最低”を更新した主な項目

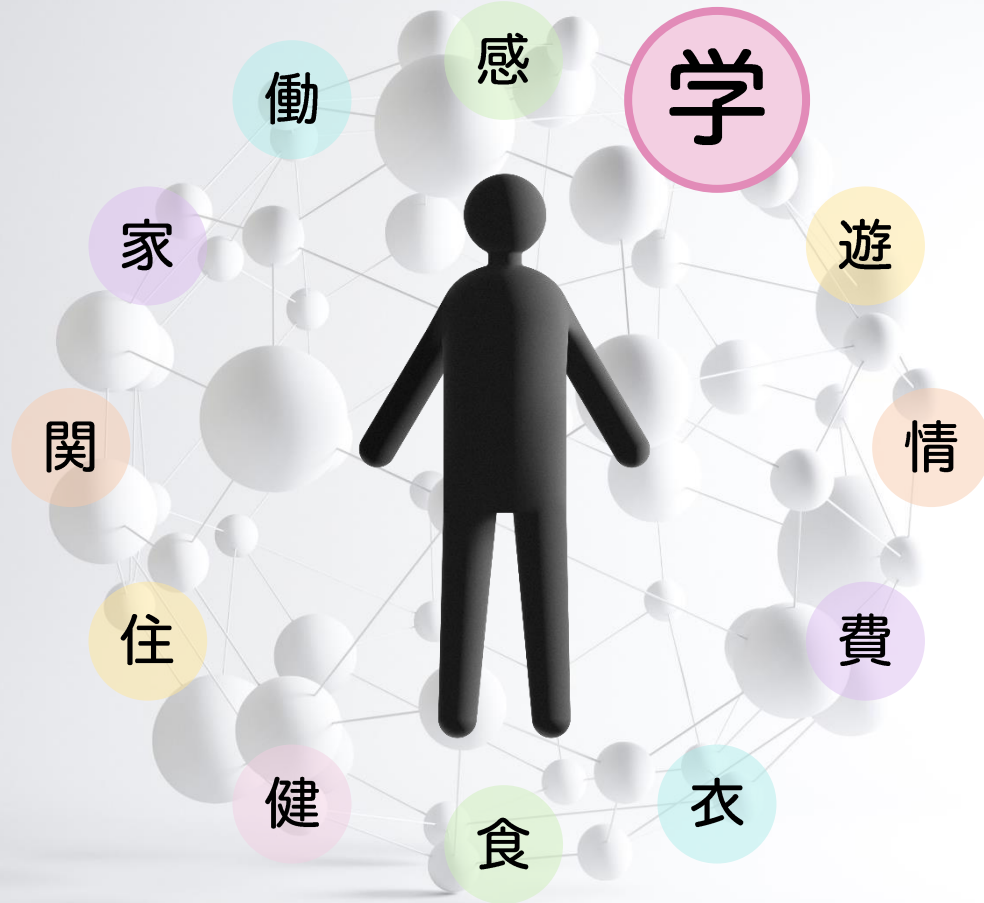
	2022年	総取組時点からの差
■交際	友人は多ければ多いほどよいと思う	15.4% (-41.8pt)
■贈答	お歳暮は毎年欠かさず贈っている	22.4% (-39.4pt)
■日本の行方	経済的繁栄は日本の誇りだと思う	10.3% (-35.1pt)
■恋愛・結婚	いくつになっても恋愛をしたい	27.0% (-22.9pt)
■住	個室よりも家族と一緒に過ごすスペースを充実させたい	30.3% (-19.0pt)
■家族	夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がよいと思う	14.7% (-18.9pt)
■社会意識	日本の政治・経済に関心がある	46.8% (-12.8pt)
■衣	服装は個性を発揮するための手段のひとつだと思う	49.8% (- 9.1pt)

【本件に関するお問い合わせ】 株式会社情報社 広報室 山田・玉 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161
©2022 Hakuhodo Institute of Life and Living, Hakuhodo Inc. All rights reserved.

10月12日発表のニュースリリース



本日は12分野の結果をご紹介します



関心ある分野に注目しつつ…



分野横断で、新たな“気づき”も



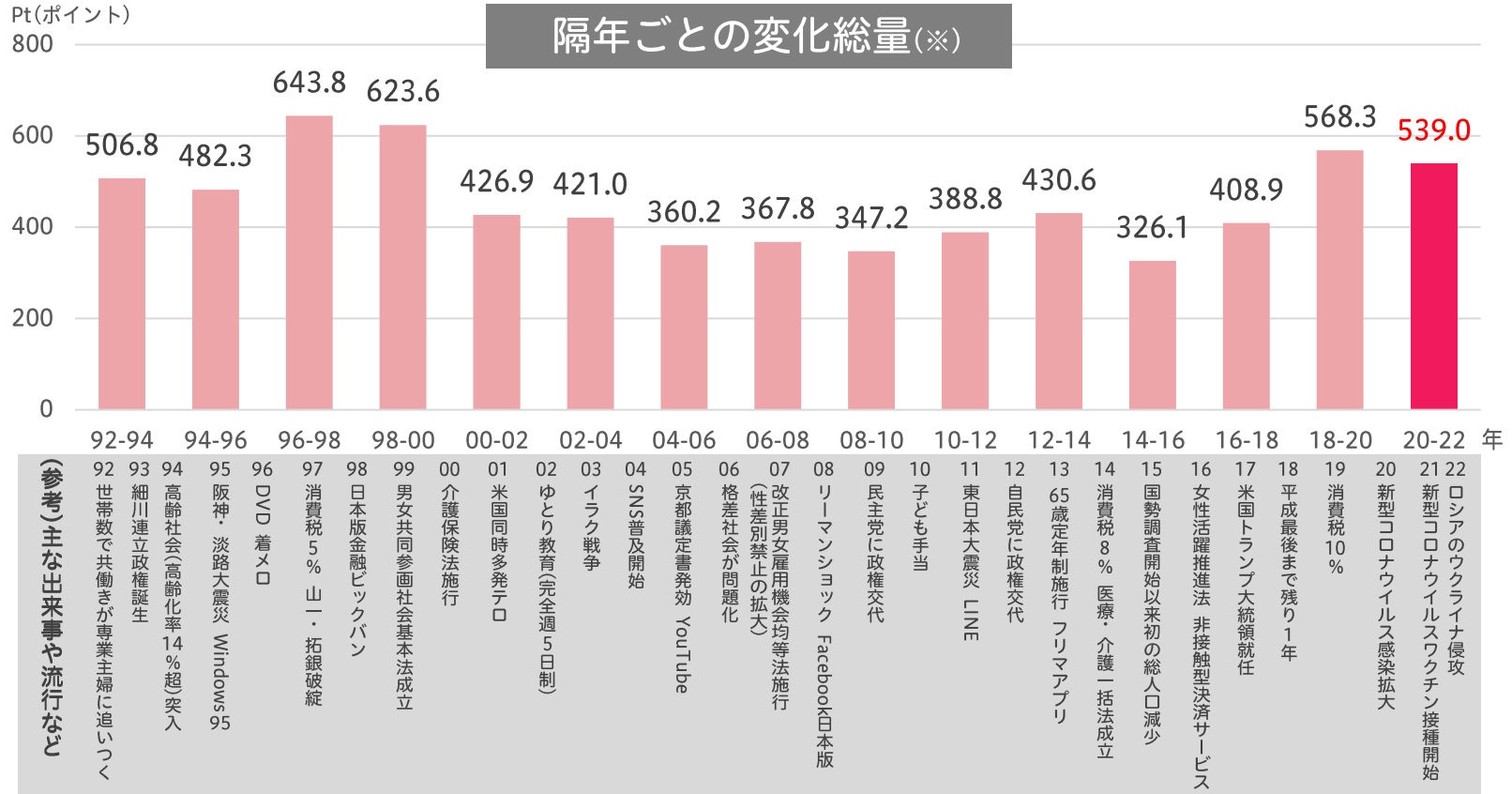
生活者30年変化

長期時系列データで読み解く暮らしと生き方の変化

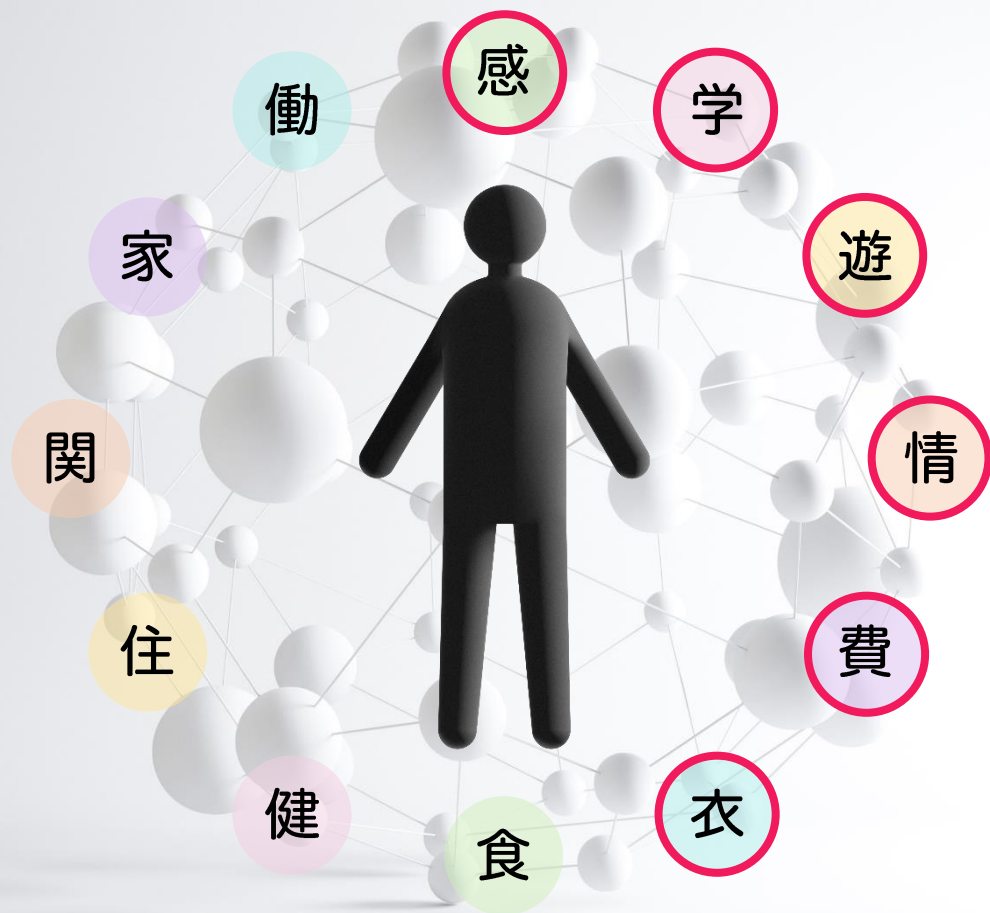
調査設計

- 調査地域：首都40km圏 阪神30km圏
- 調査対象：20～69歳の男女
- 調査手法：訪問留置法
- 調査人数：3,084人(2022年) ※同規模で毎回実施
2020年国勢調査に基づく人口構成比で割付
- 時期：1992年から隔年の5~6月(2020年のみ6月末～7月実施)

30年間の生活者変化の規模



※変化総量 = 1992年から比較可能な306項目について、前回調査との回答率の差分の絶対値を足しあげたもの

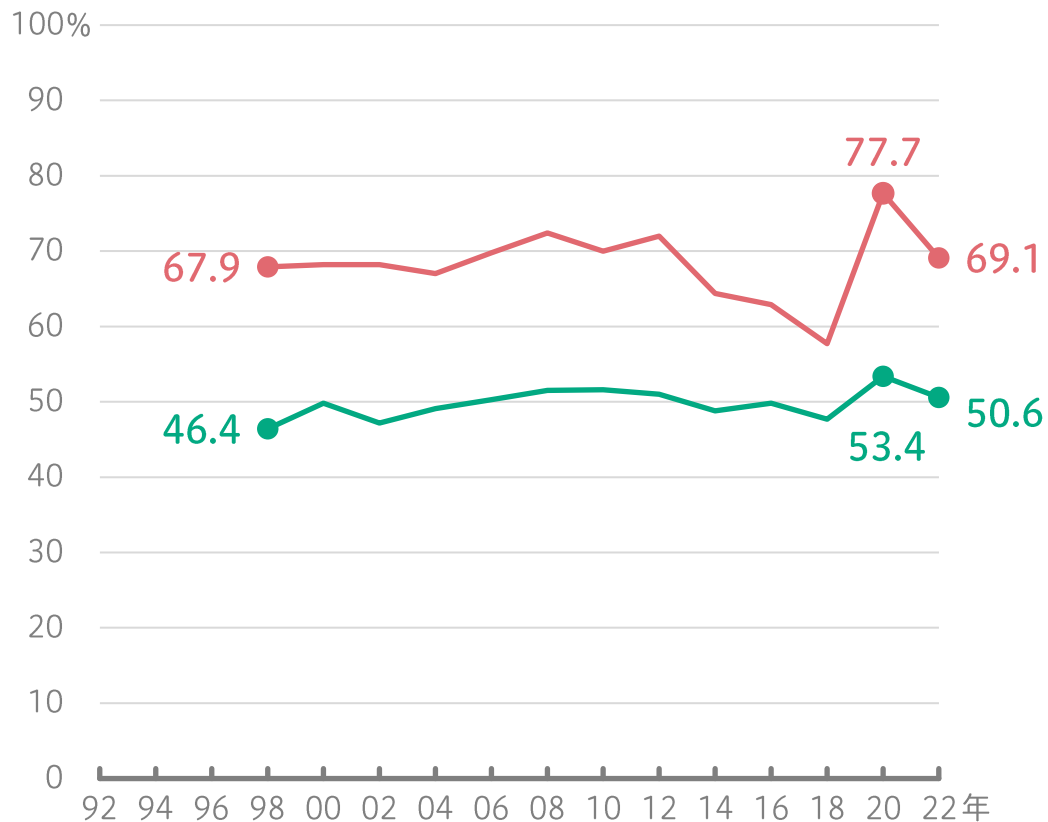


人間を「まるごと」観る12分野



生活感情
社会意識

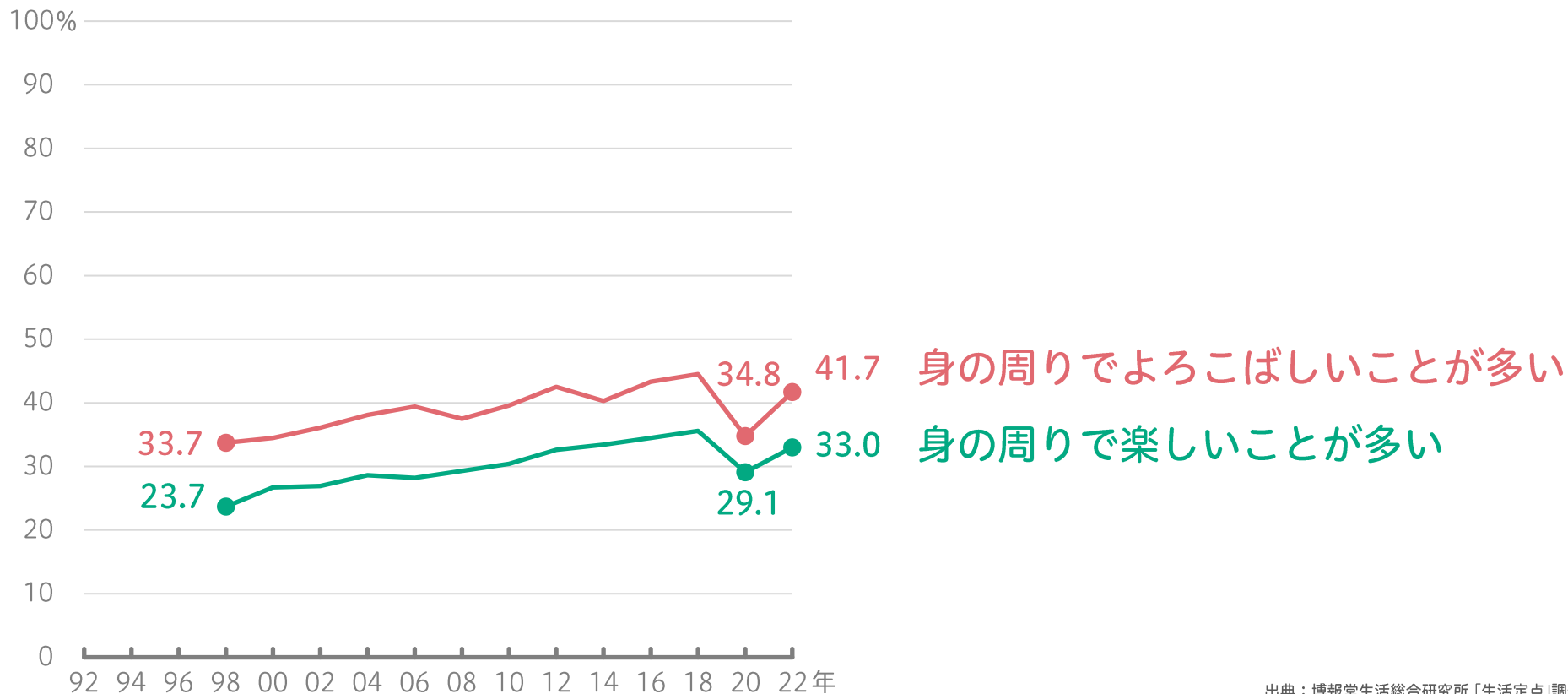
コロナの不安は、一時的だった



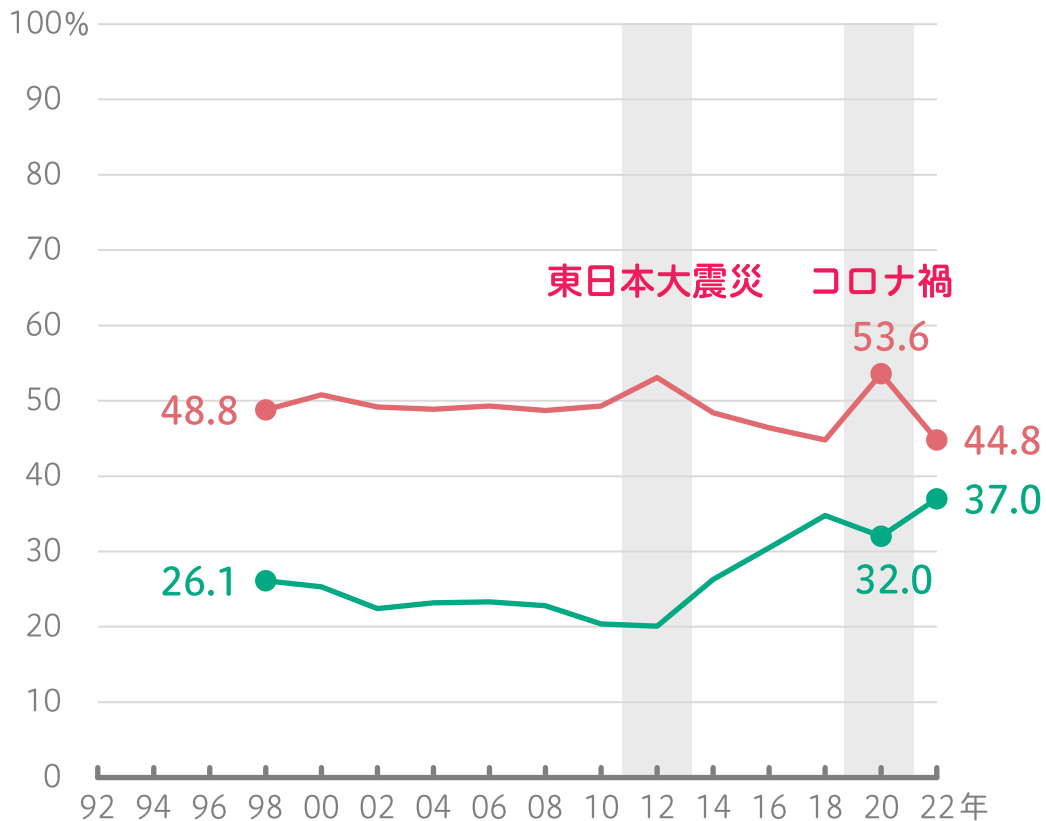
世の中で
気がかりなこと・不安なことが多い

身の周りで
気がかりなこと・不安なことが多い

ポジティブな気分、回復基調



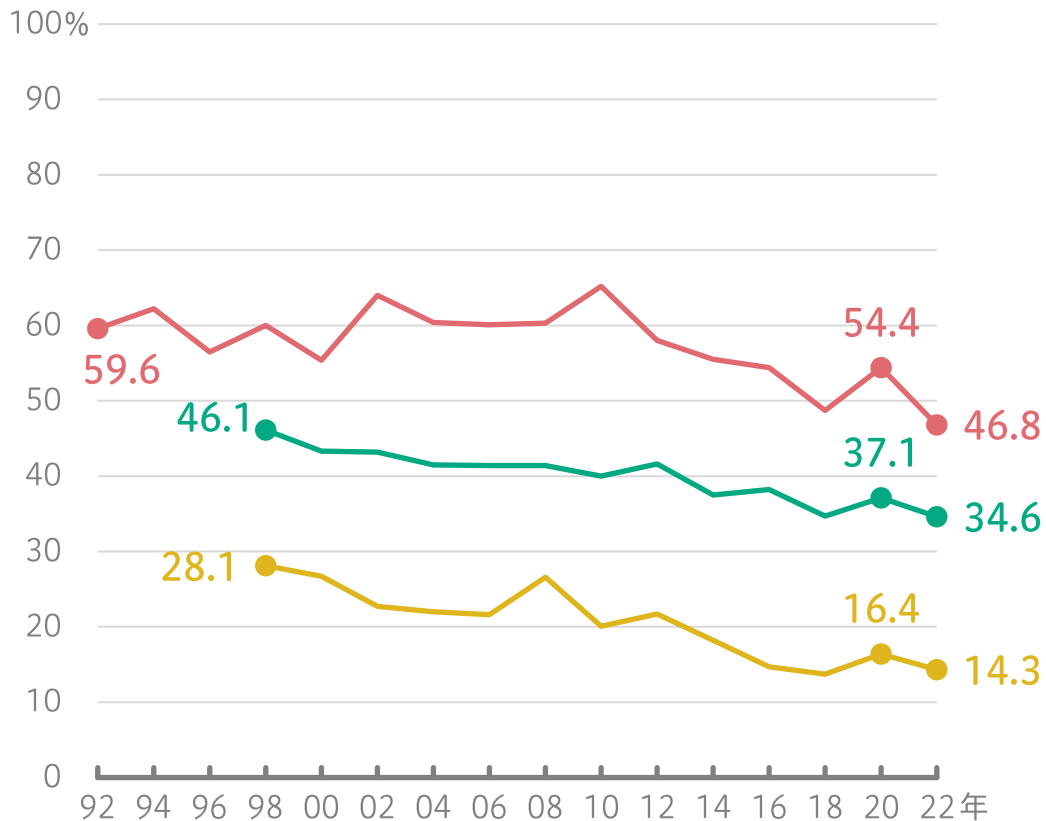
有事が過ぎれば、「社会」より「自分」



社会全体のためには不便なことも
ガマンできると思う

日本人は、個人生活の充実に
もっと目を向けるべきだと思う

薄れゆく社会への関心

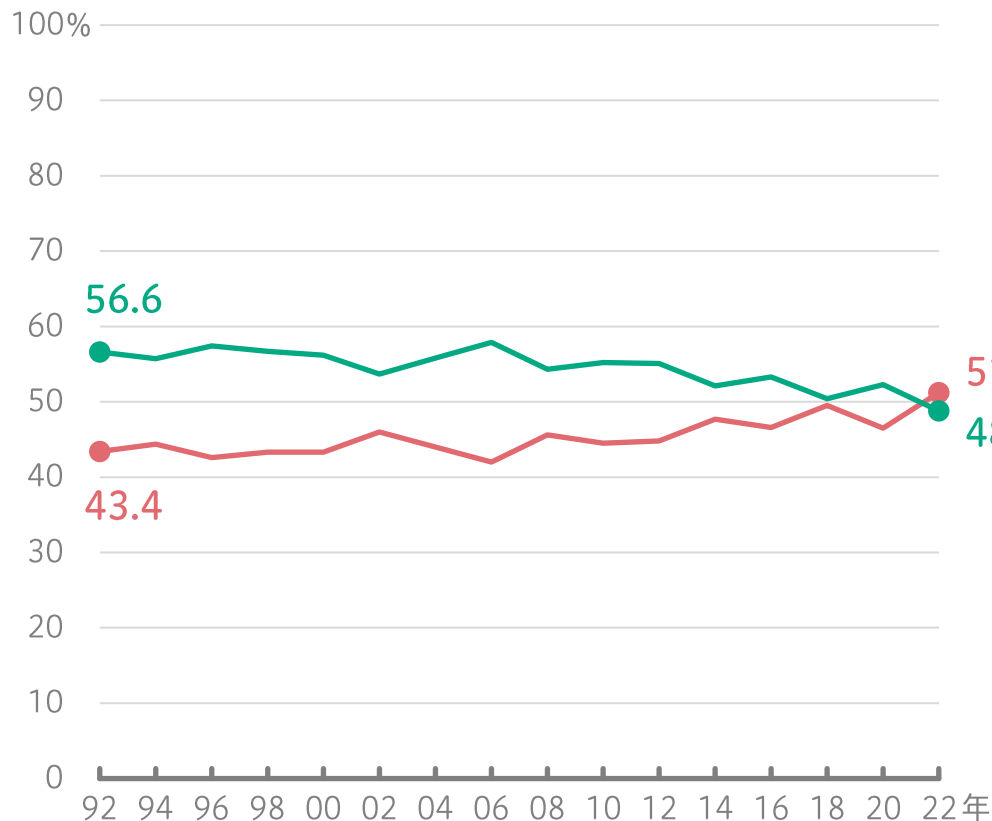


日本の政治・経済に関心がある

何か社会のために
役立つことをしたいと思う

環境問題の情報に関心がある

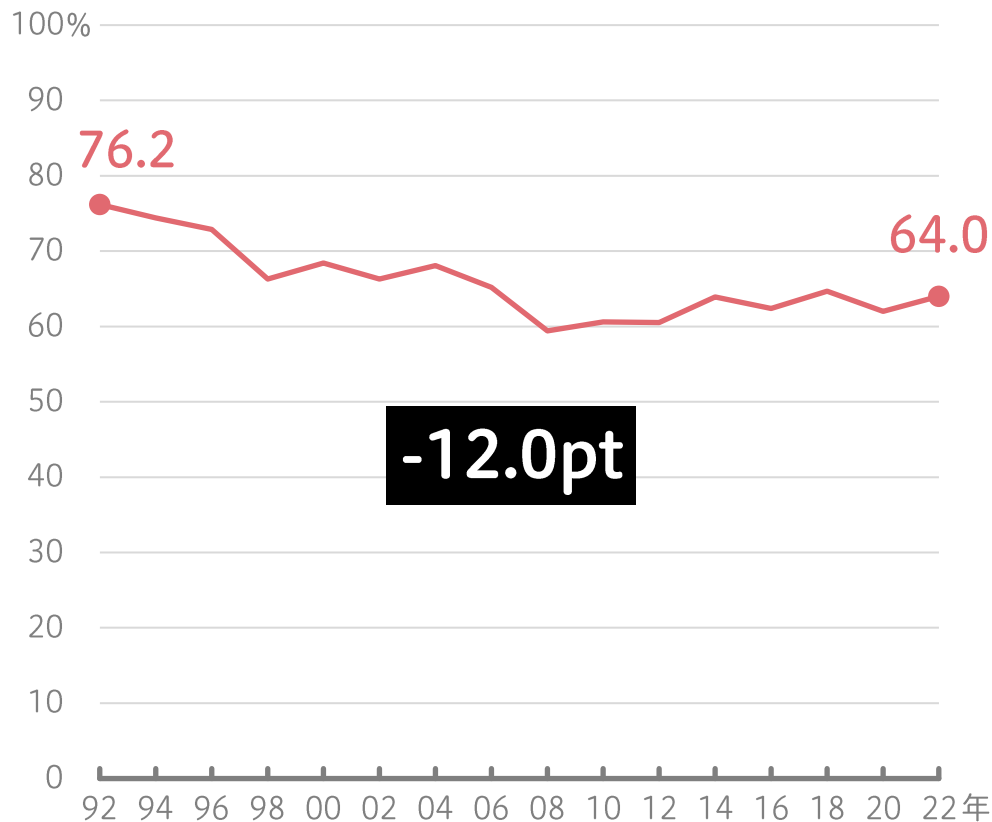
エコ生活、「面倒」が「快適」を抜く



環境を考えた生活をするのは
自分にとって面倒だと思う

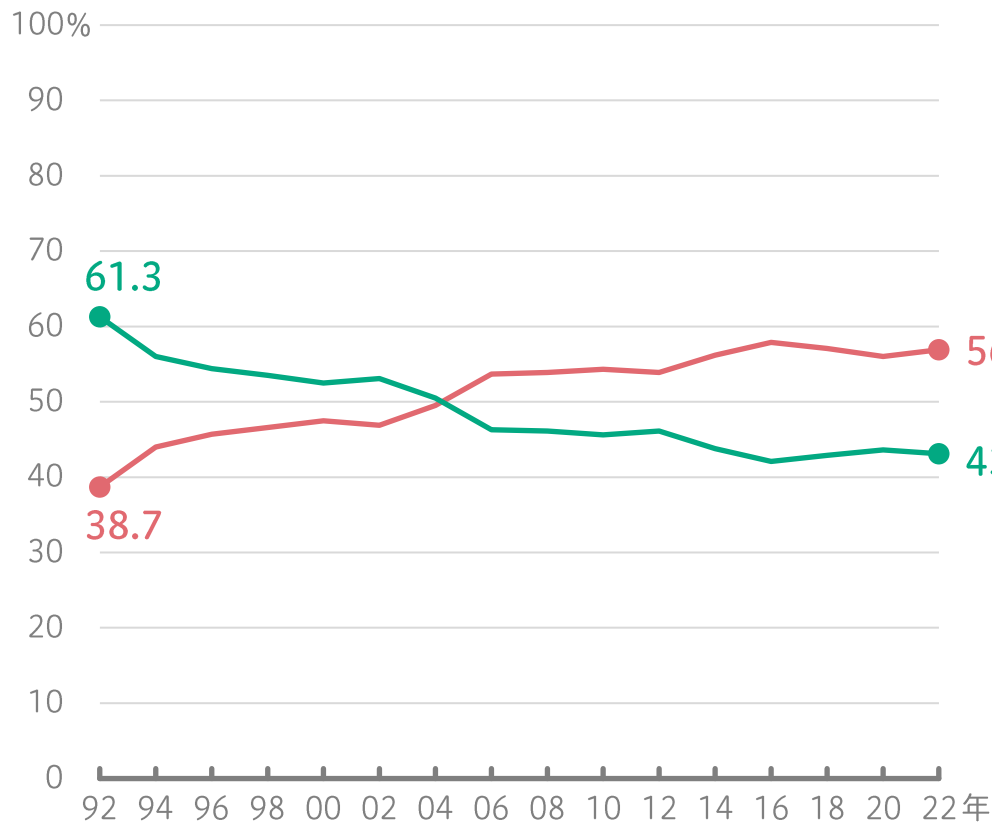
環境を考えた生活をするのは
自分にとって快適だと思う

自分の未来は、不透明



自分の将来イメージは明るい

自信喪失の30年

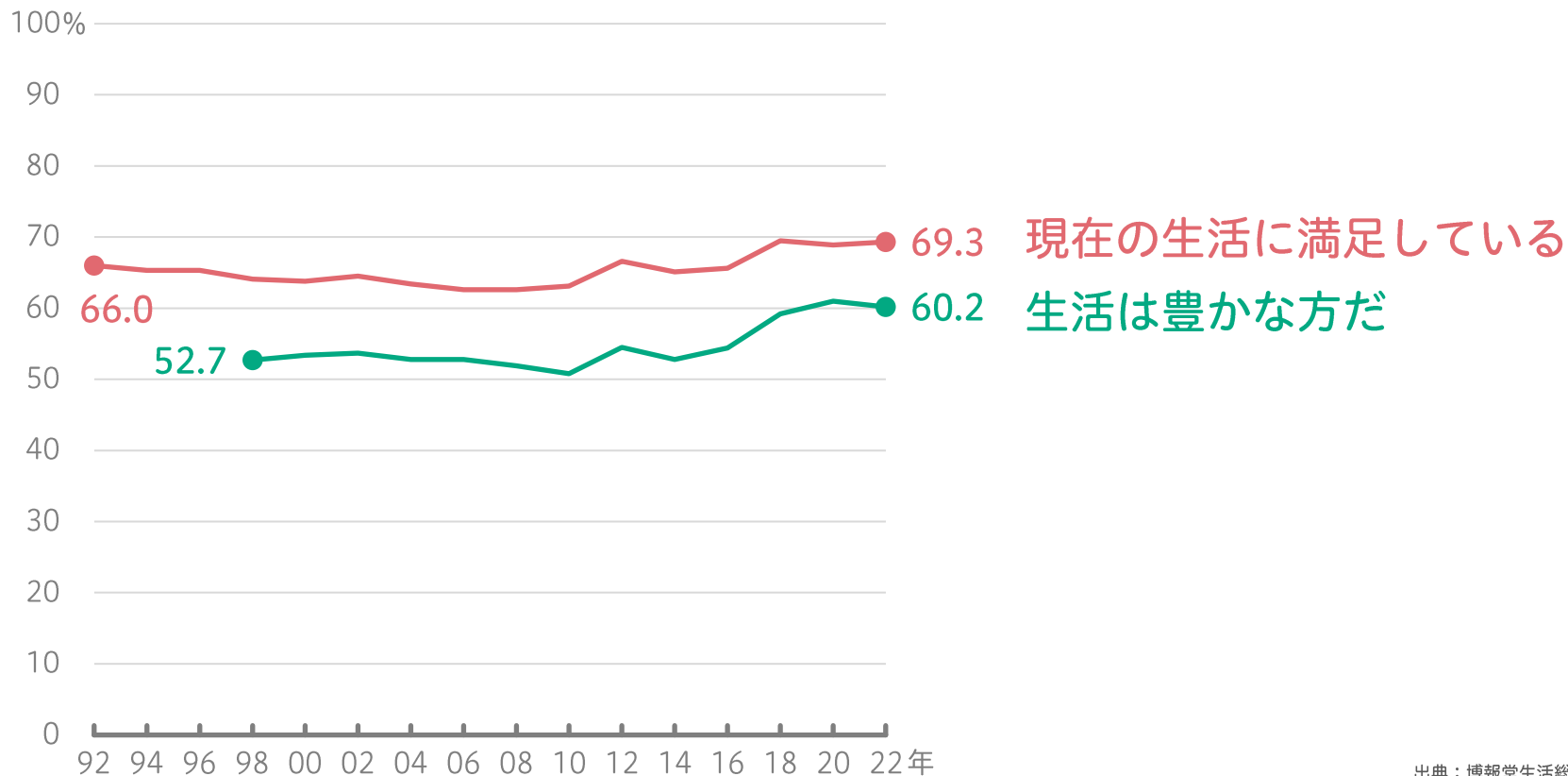


自力自信(自分自身の力による自信)

自信はない方だ

自信はある方だ

日々の生活満足度や豊かさは向上

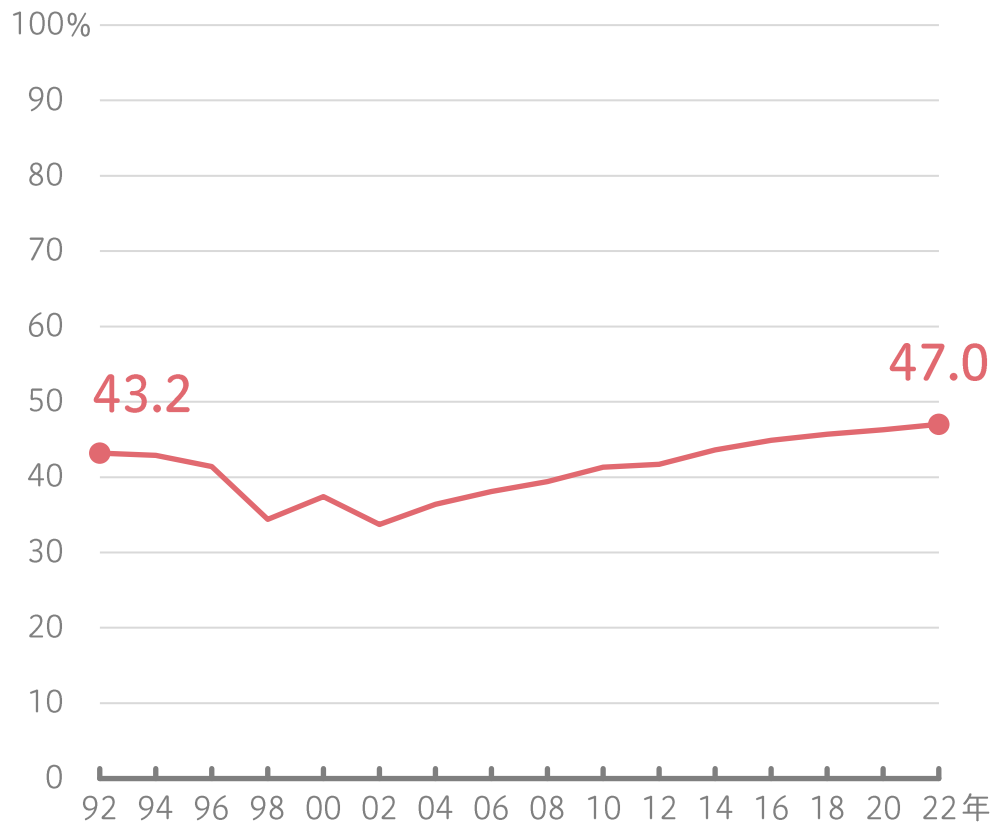




学び

学び

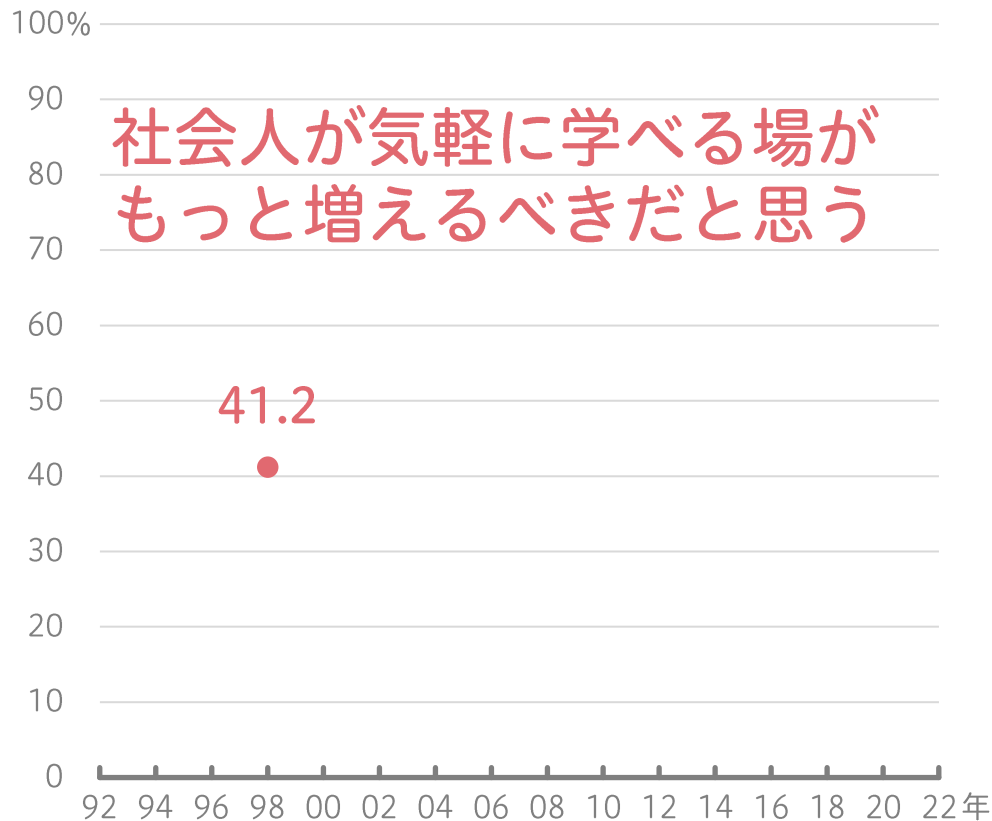
高まる学歴信仰



学歴を信じる



「社会人が気軽に学べる場がもっと増えるべきだと思う」のスコアは、2022年にはどう変化したと思いますか？



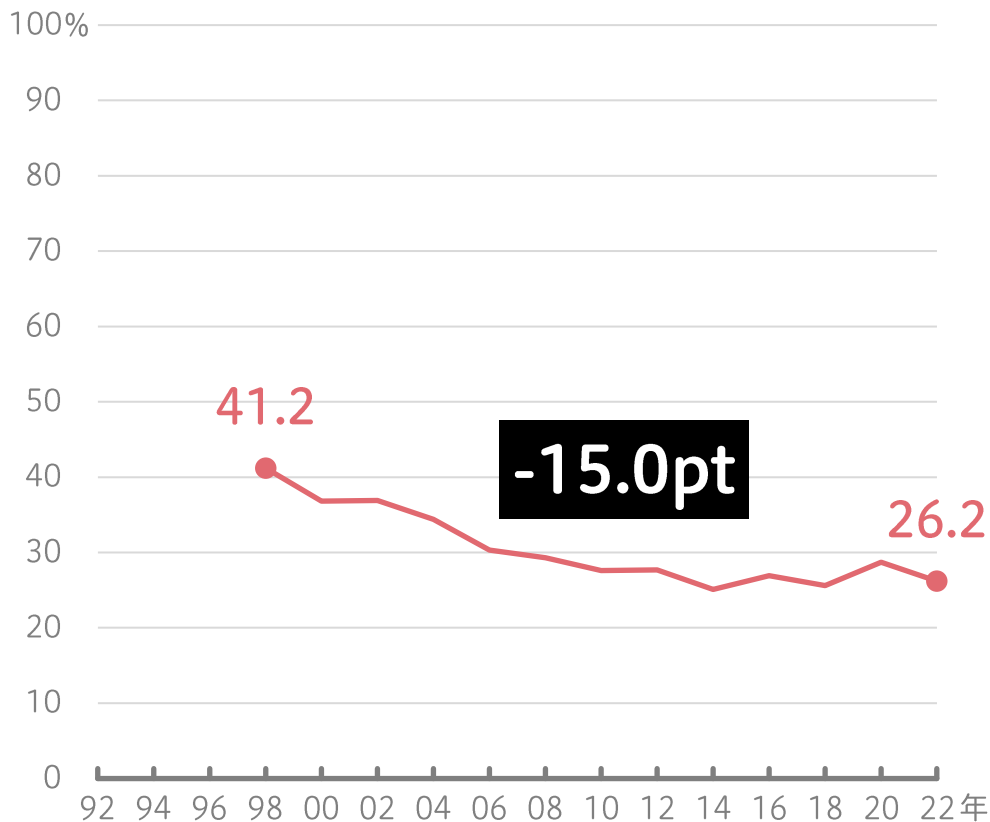
10pt以上増えた

ほぼ変わらない

10pt以上減った

学び

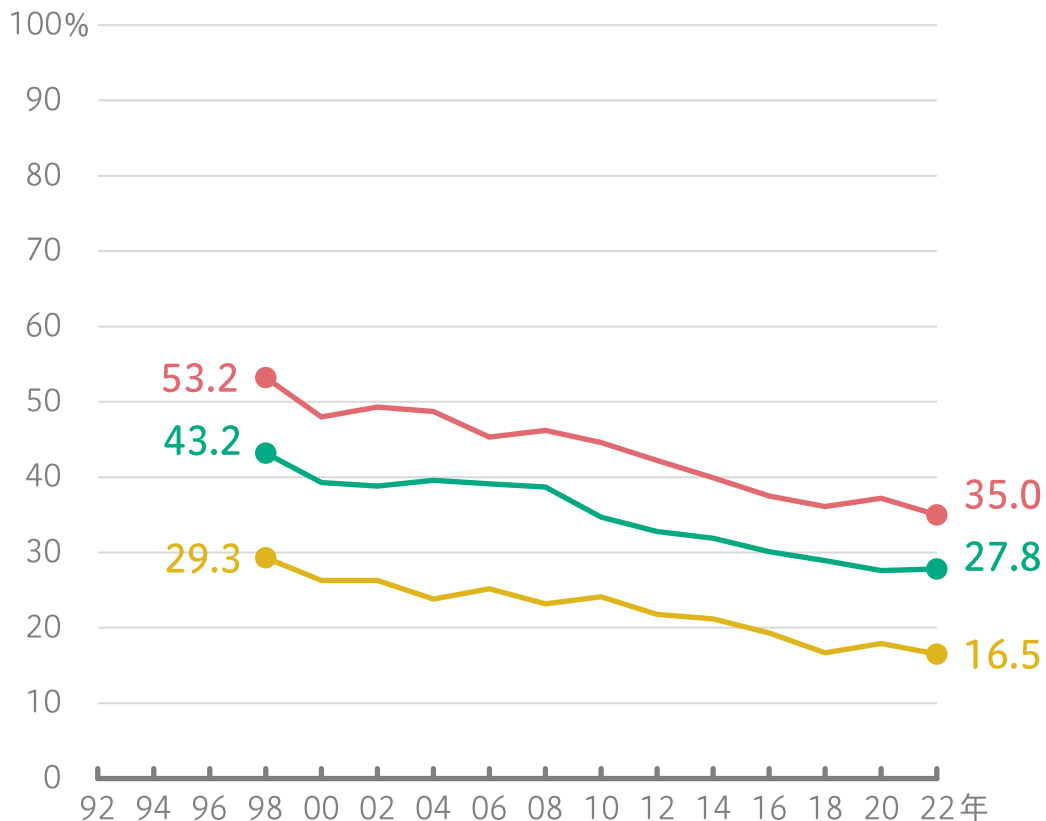
学校を卒業したら、学びも卒業



社会人が気軽に学べる場が
もっと増えるべきだと思う

学び

学歴信仰の一方、すたれる教養



私にはいくつになっても、
学んでいきたいものがある

学校では学べない、暮らしの知恵や
技術を学ぶ場がほしい

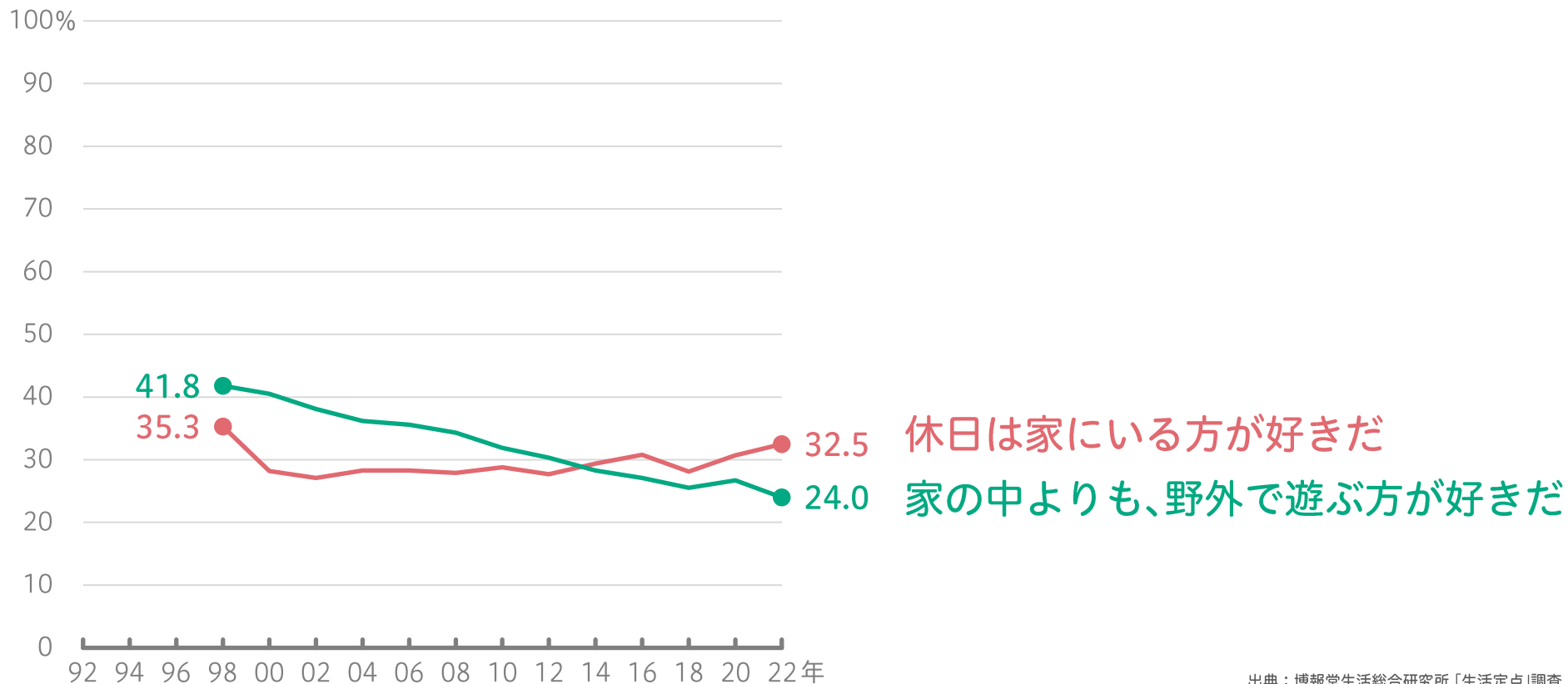
知識・教養を高めるための読書を
よくしている



遊び

遊び

「インドア派」が「アウトドア派」を逆転



休日は家にいる方が好きだ

家の中よりも、野外で遊ぶ方が好きだ

「仲間とアウトドア」から「ひとりでインドア」へ

「よくする趣味・スポーツ」ランキング

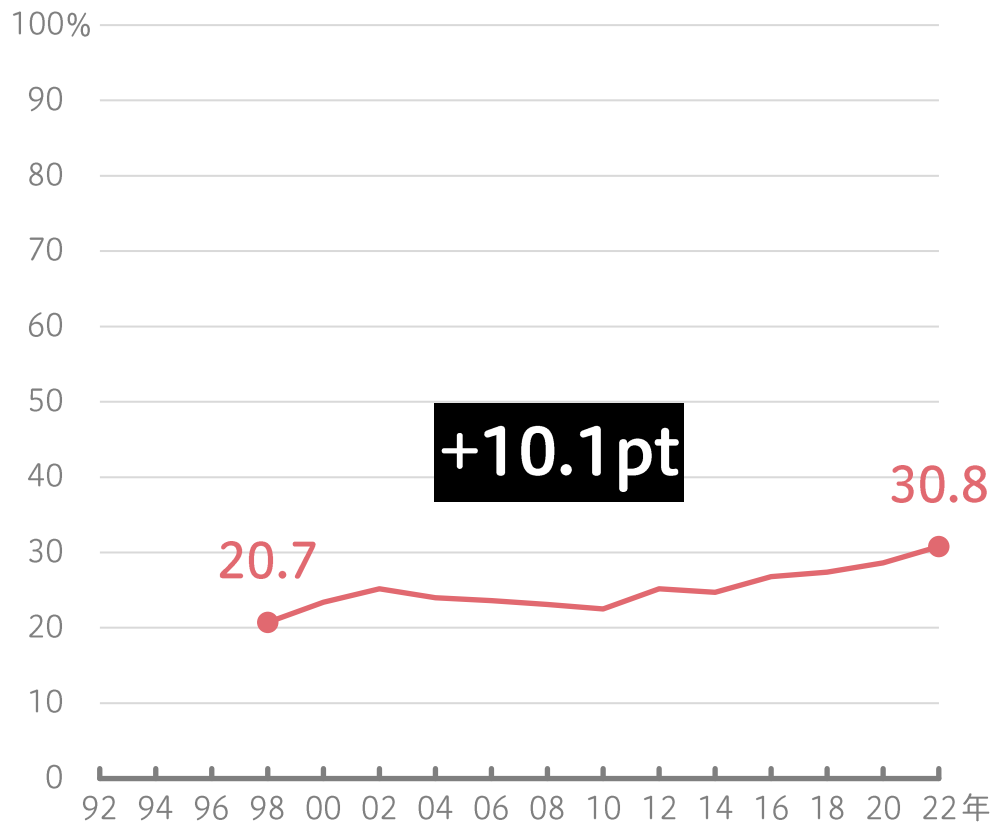
1992年		
1位	読書	37.1%
2位	自動車・ドライブ	33.5%
3位	音楽鑑賞	31.3%
4位	映画鑑賞	27.9%
5位	カラオケ	26.7%
6位	ショッピング	26.7%
7位	ゴルフ	20.6%
8位	スキー・スノーボード	18.2%
9位	編物・手芸	16.5%
10位	パチンコ・スロット	15.8%

2022年		
1位	動画視聴	41.1%
2位	映画鑑賞	37.6%
3位	音楽鑑賞	29.8%
4位	モバイルゲーム	27.9%
5位	散歩・ウォーキング	25.7%
6位	ショッピング	25.0%
7位	漫画・アニメ	24.5%
8位	国内旅行	24.1%
9位	読書	23.9%
10位	食べ歩き	18.8%

※「モバイルゲーム」は2012年
「動画視聴」「漫画・アニメ」は2022
から聴取

遊び

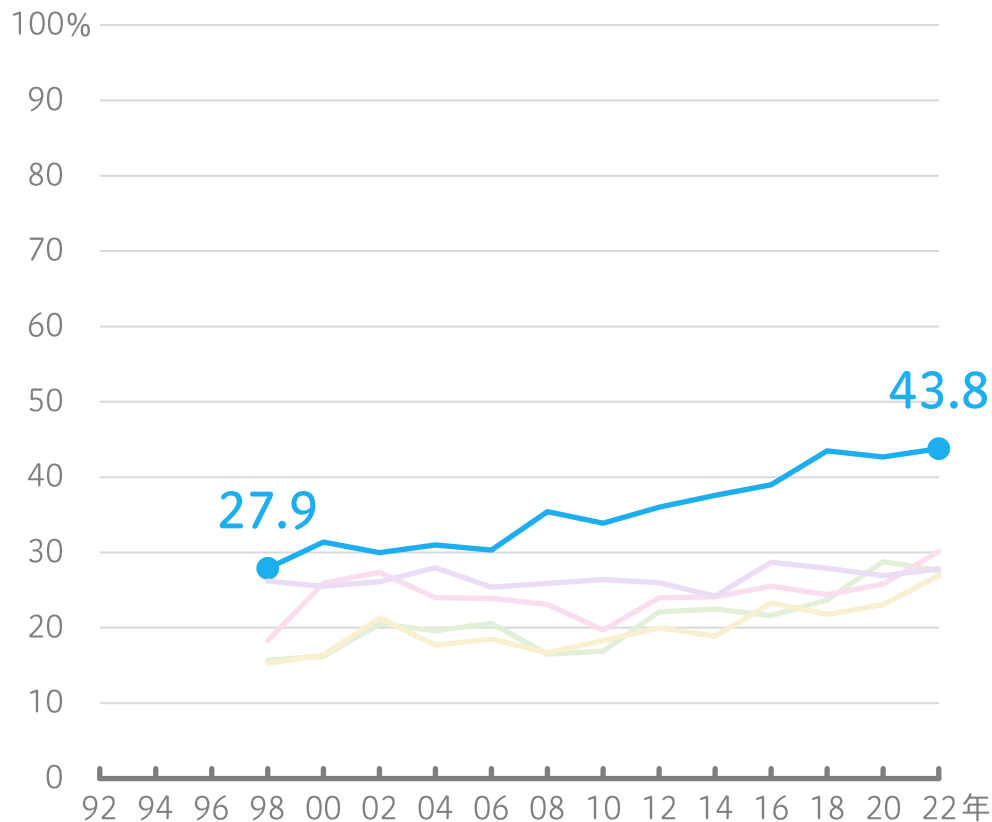
趣味にお金を惜しまない



趣味にお金をかけている

遊び

趣味にお金を惜しまない20代



趣味にお金をかけている

20代

50代

60代

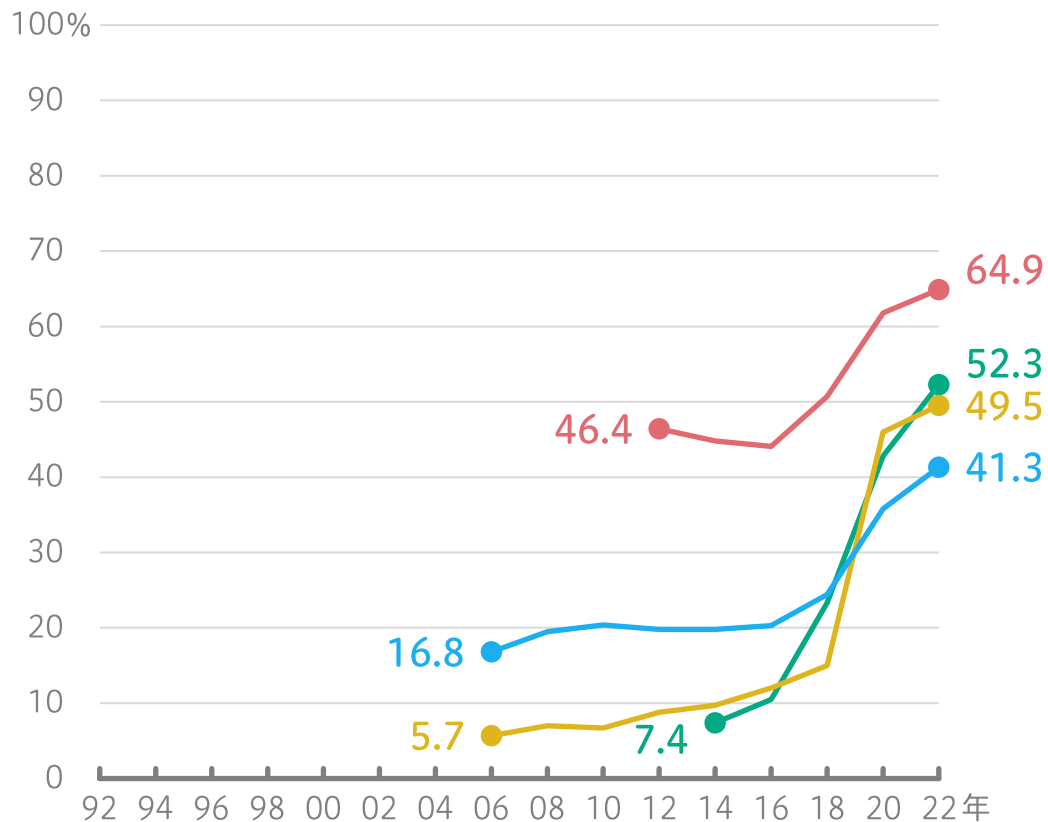
30代

40代



情報

コロナがオンラインサービス利用の起爆剤に



利用している通信サービス

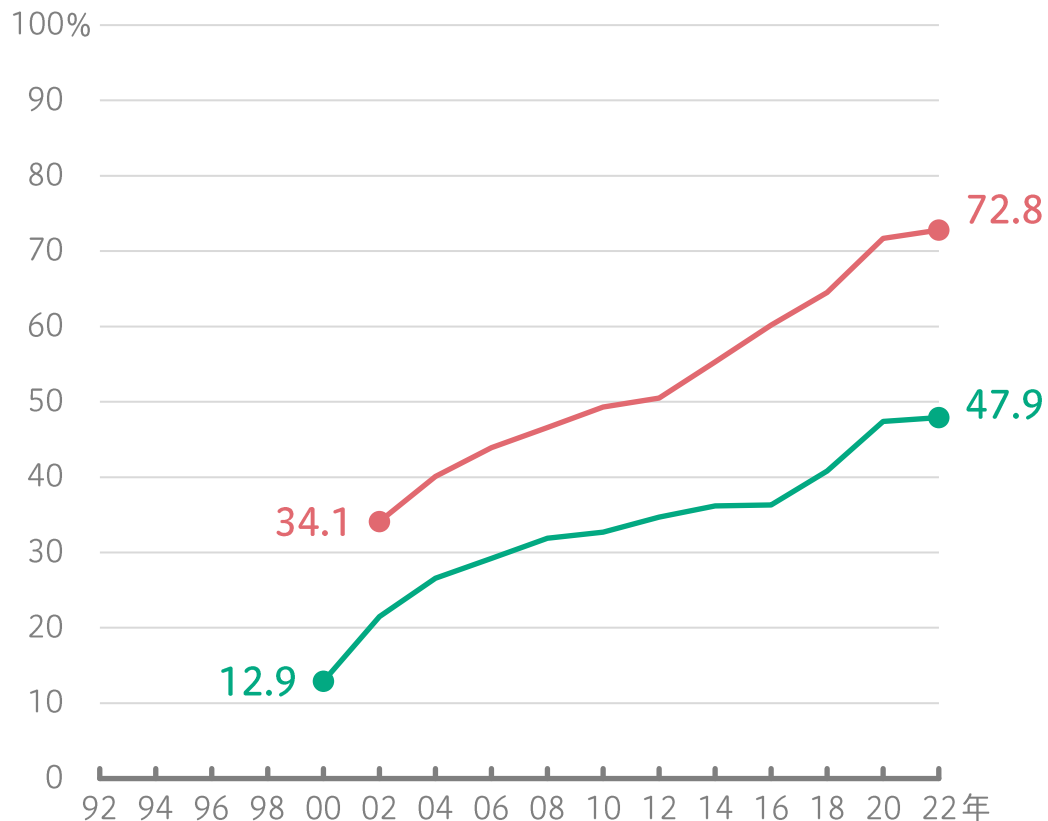
動画の投稿・共有サービス

動画コンテンツの
オンデマンド配信サービス

テレビ電話サービス

音楽配信サービス

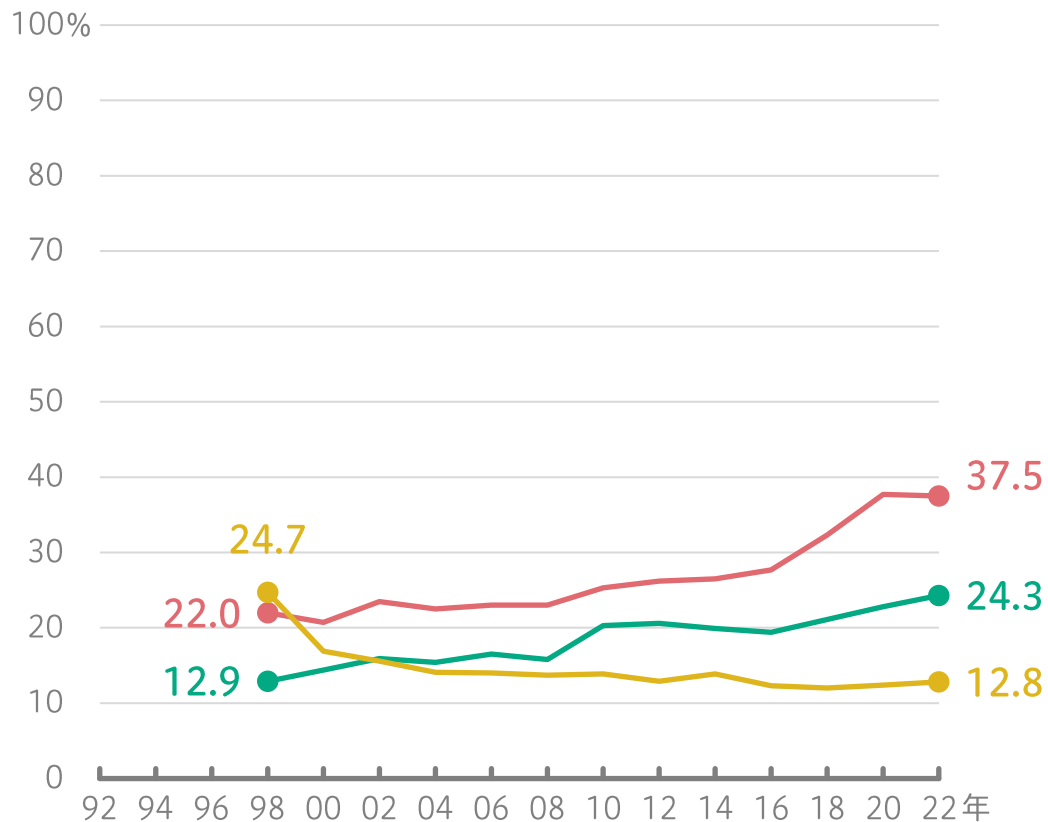
スマホなしでは生きられない



携帯電話やスマホは私の生活に
なくてはならないものだと思う

インターネットによって、
自分の生活が豊かになったと思う

情報は「もらう」から「とりにいく」へ



情報は自分で検索しながら
手に入れたいと思う

情報を集める自分なりの方法を
持っている

情報は多ければ、多いほどいいと思う

欲しいのは、「イマ・ココ」の情報

関心のある情報
変化量ランキング(98年→22年)

1998 > 2022

関心のある情報	変化量 (pt)
老後・福祉	-17.1pt
環境問題	-13.8pt
経済動向・景気	-10.7pt
不動産や住宅	-9.3pt
健康・医療	-6.7pt

1998 < 2022

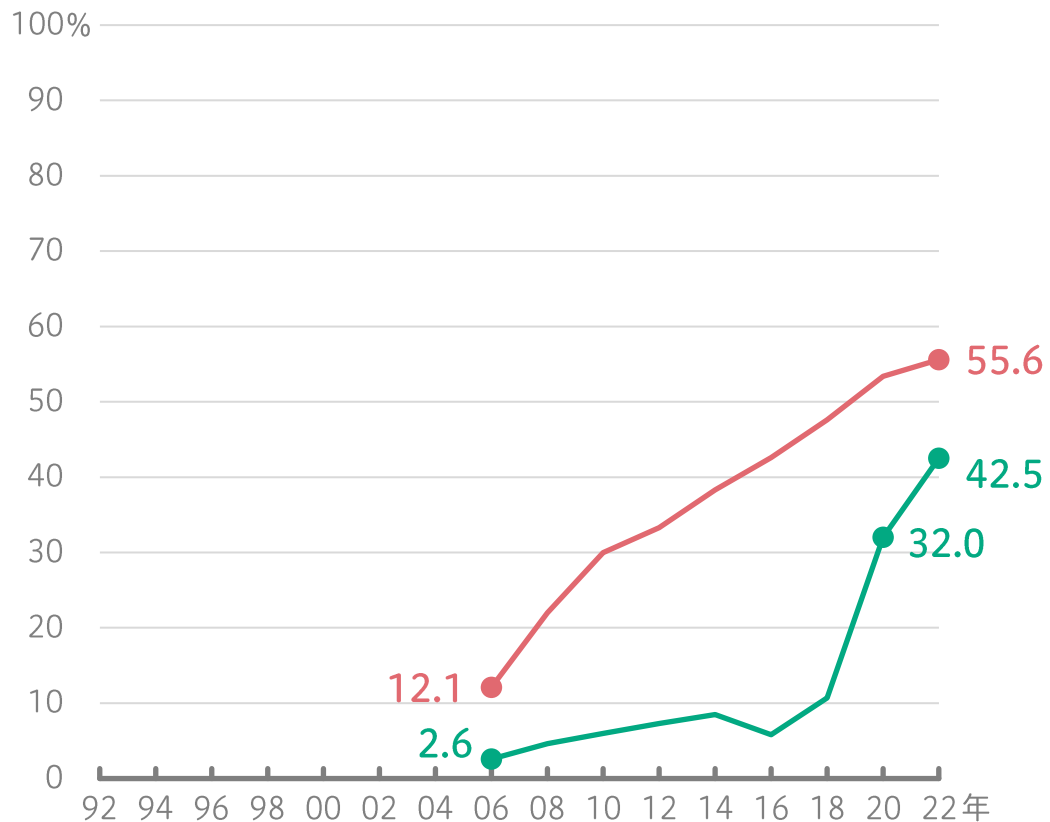
関心のある情報	変化量 (pt)
美容	10.2pt
飲食店・物販店	8.6pt
食べ物・料理	8.5pt
音楽	8.3pt
流行やトレンド	6.8pt



消費

消費

急伸するキャッシュレス決済

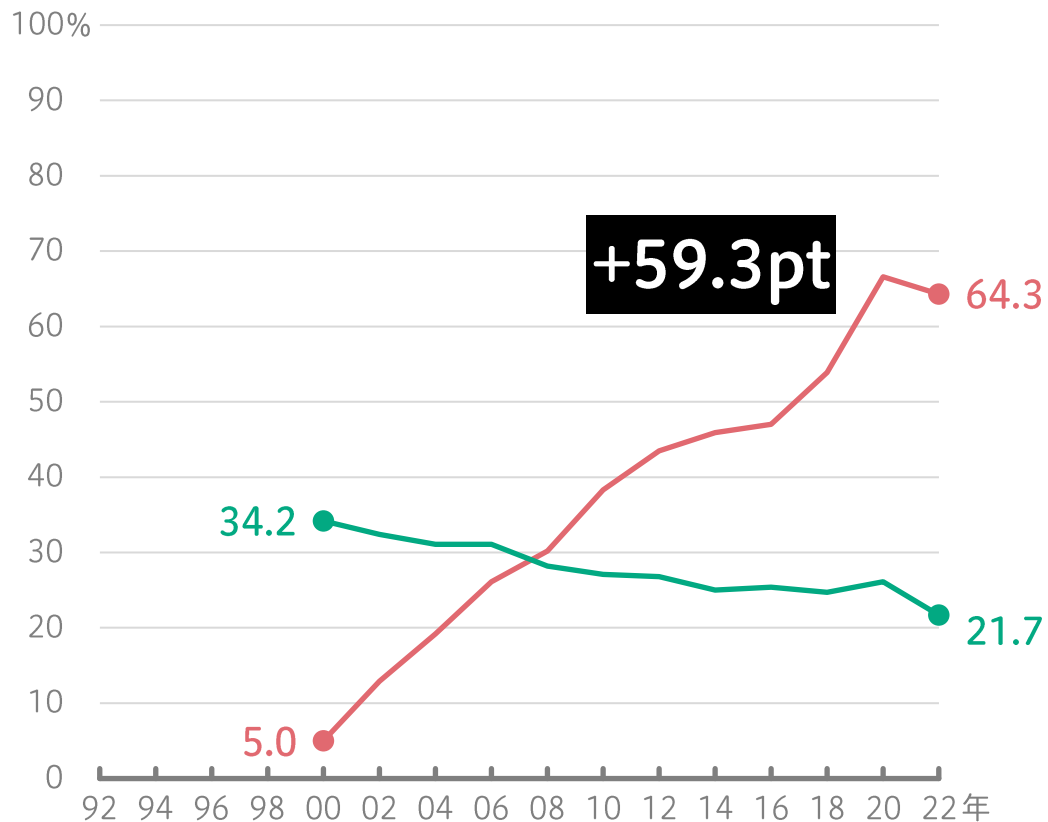


日常的に電子マネーを使っている

日常的に携帯電話やスマートフォンで支払いをしている

消費

買い場はリアルからオンラインへ

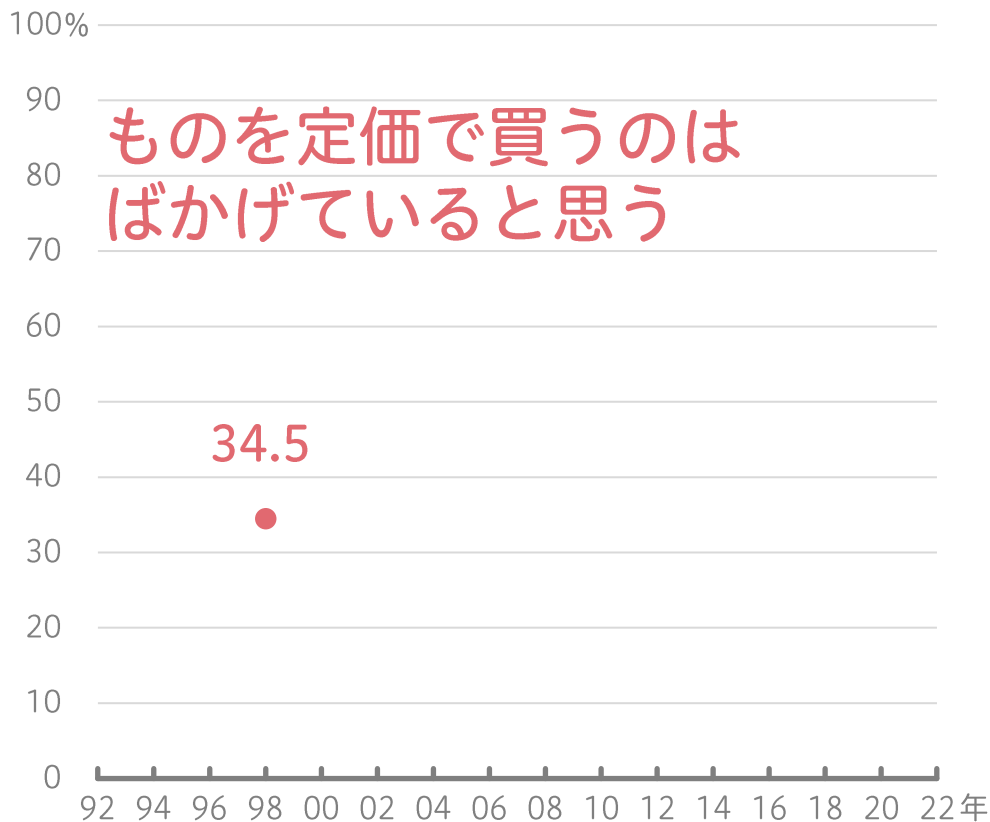


オンラインショッピング（インターネットなど）で買い物をする

品数が揃っている店までわざわざ行く方だ



「ものを定価で買うのはばかげていると思う」のスコアは、2022年にはどう変化したと思いますか？



ものを定価で買うのは
ばかげていると思う

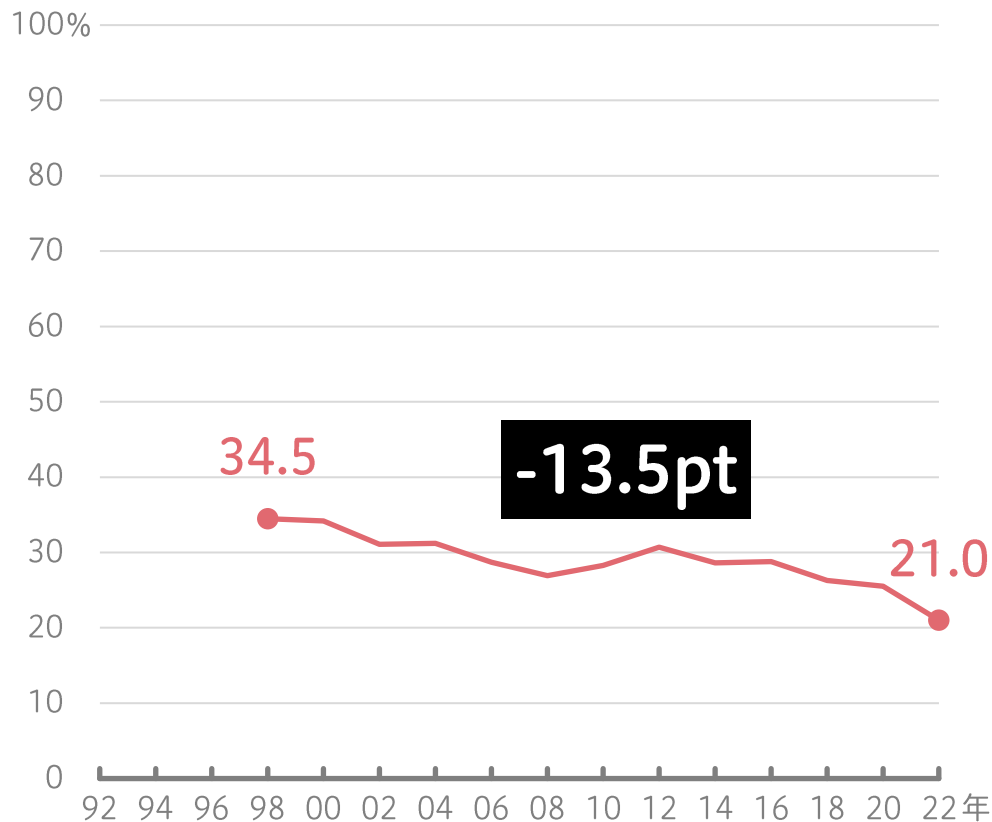
10pt以上増えた

ほぼ変わらない

10pt以上減った

消費

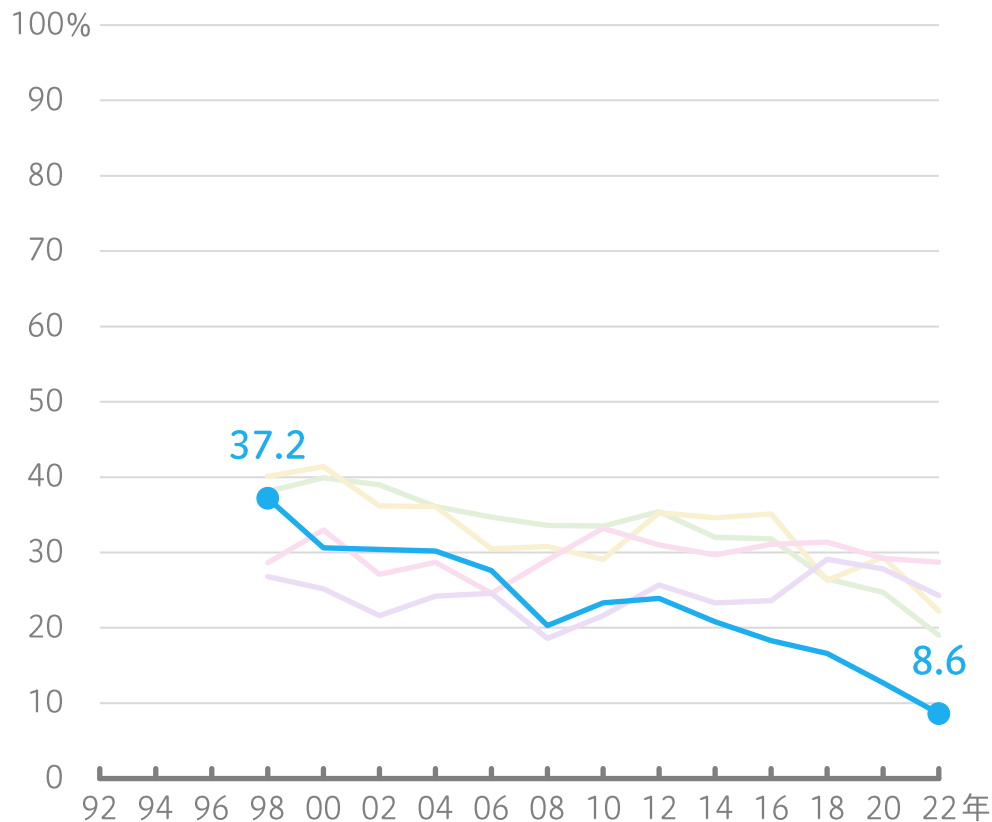
減りゆく「定価買い」への抵抗



ものを定価で買うのは
ばかっていると思う

消費

20代の「定価買い」が顕著に

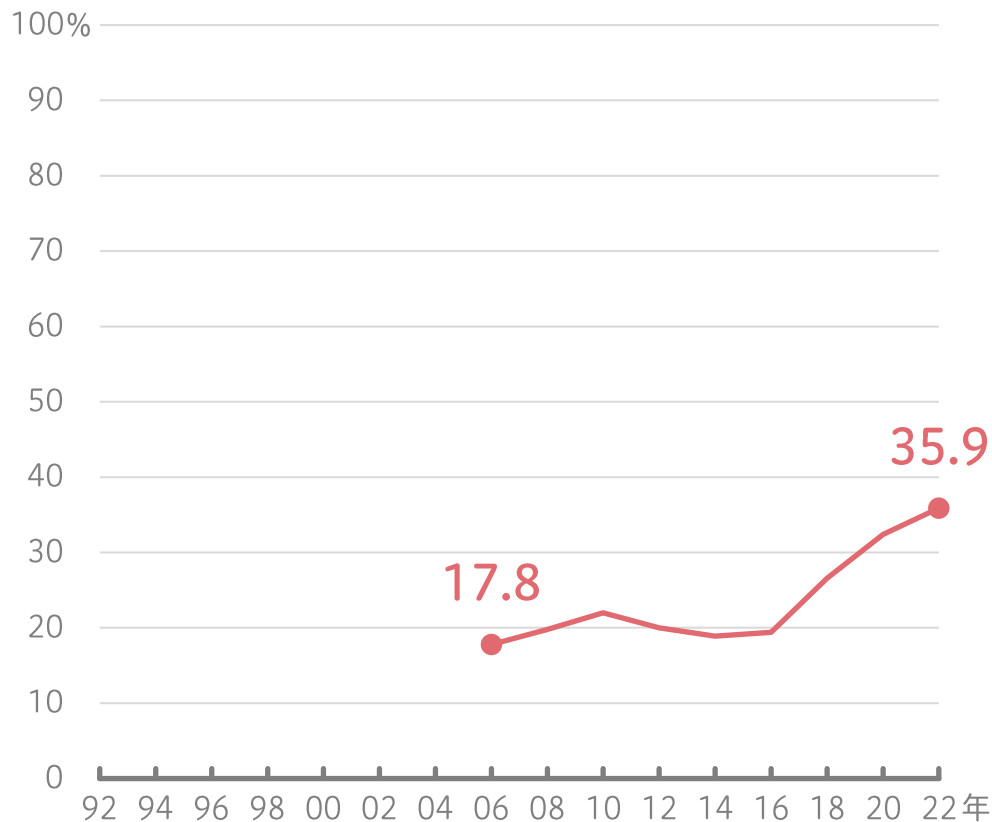


ものを定価で買うのは
ばかげていると思う

50代
60代
40代
30代
20代

消費

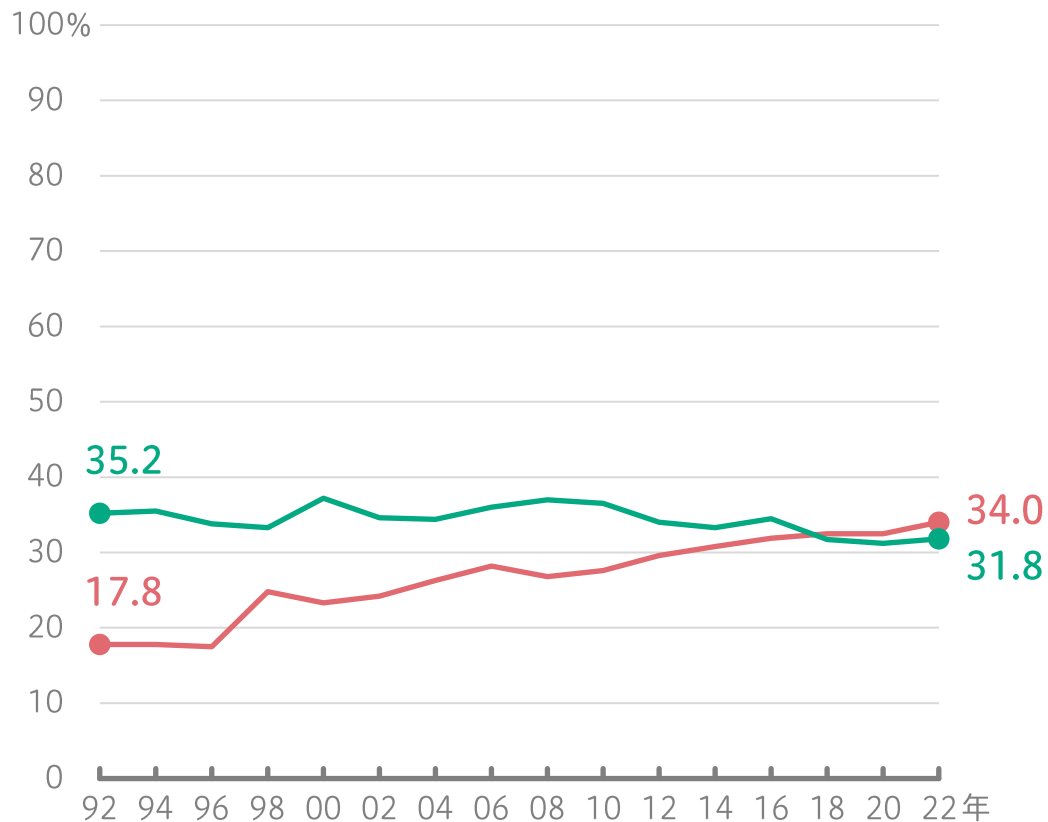
定価で買い、飽きたら売る



インターネットオークション・
フリマアプリを利用している

消費

決め手は「理屈」より「直感」



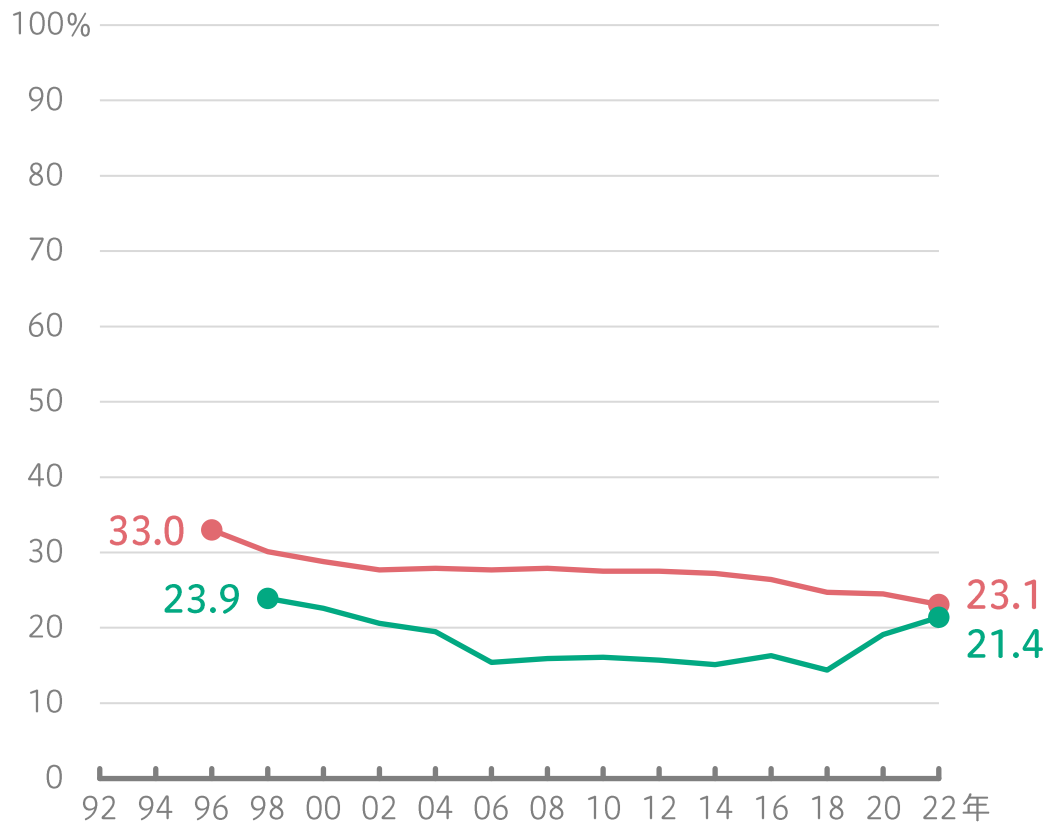
ものを買う時は、
ピンとくる・こないという感覚で
判断して決めることが多い

ものを買う時は、
一般的に考えて良い悪いの理性で
判断して決めることが多い



衣

衣服選びのジェンダーレス化



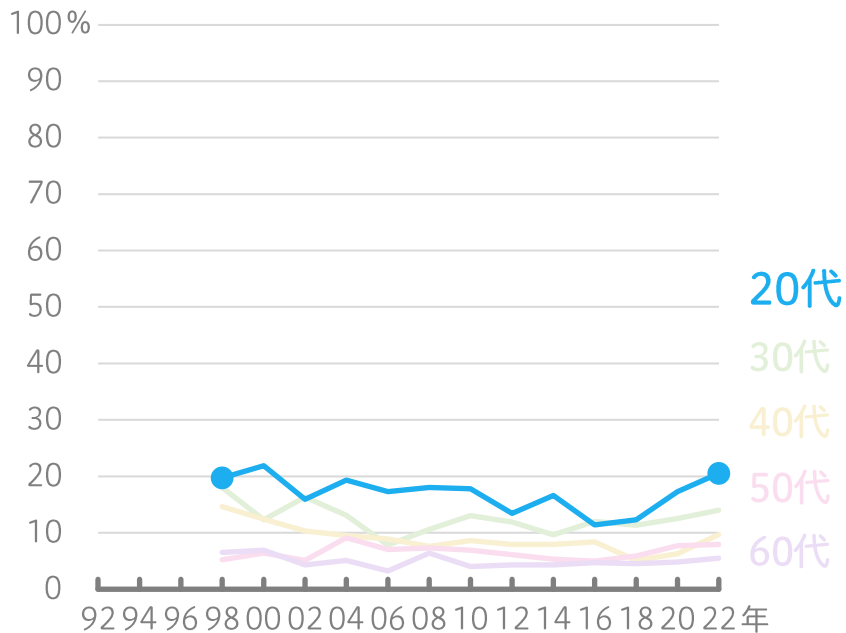
異性の下着売場へ行くのは
恥ずかしいと思う

服を買う時は、その服が男用か、
女用かは気にしない方だ

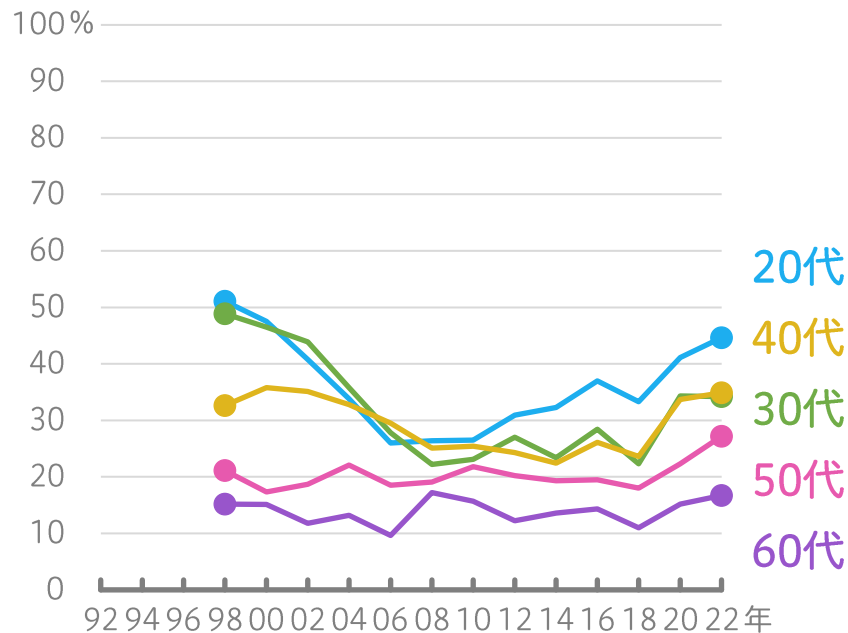
衣 ジェンダーレス化を牽引する20代と女性

服を買うときは、その服が男用か女用かは気にしない方だ

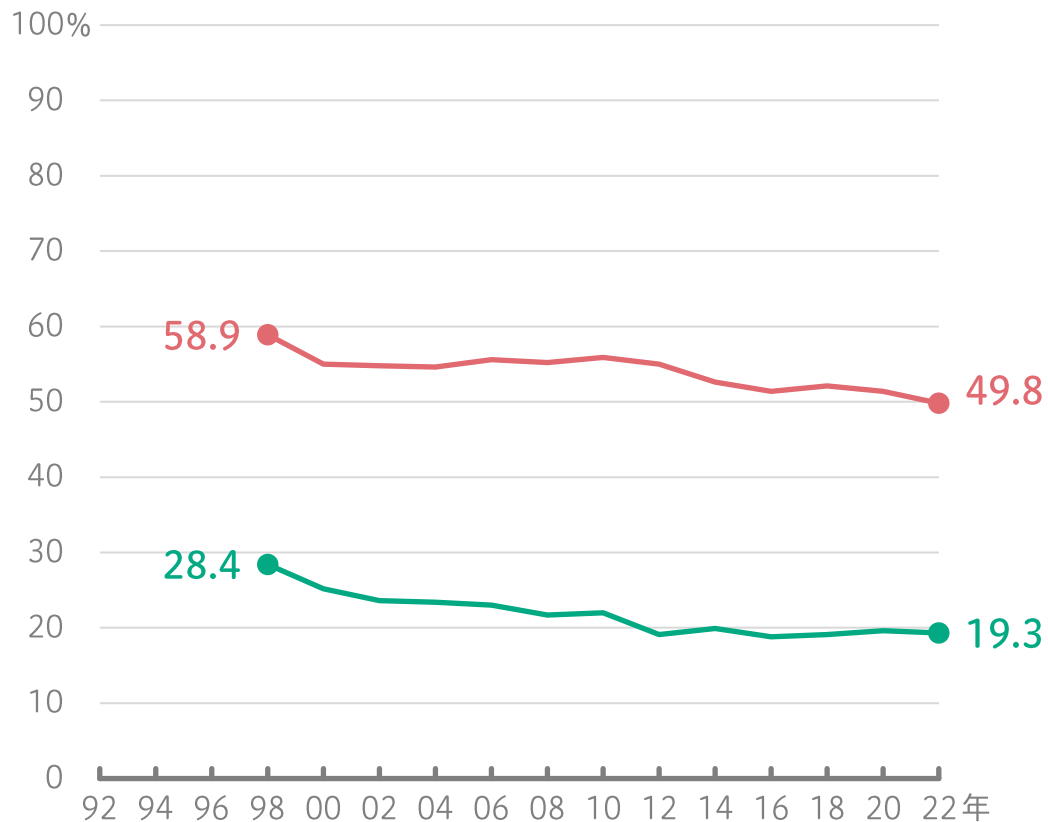
男性



女性



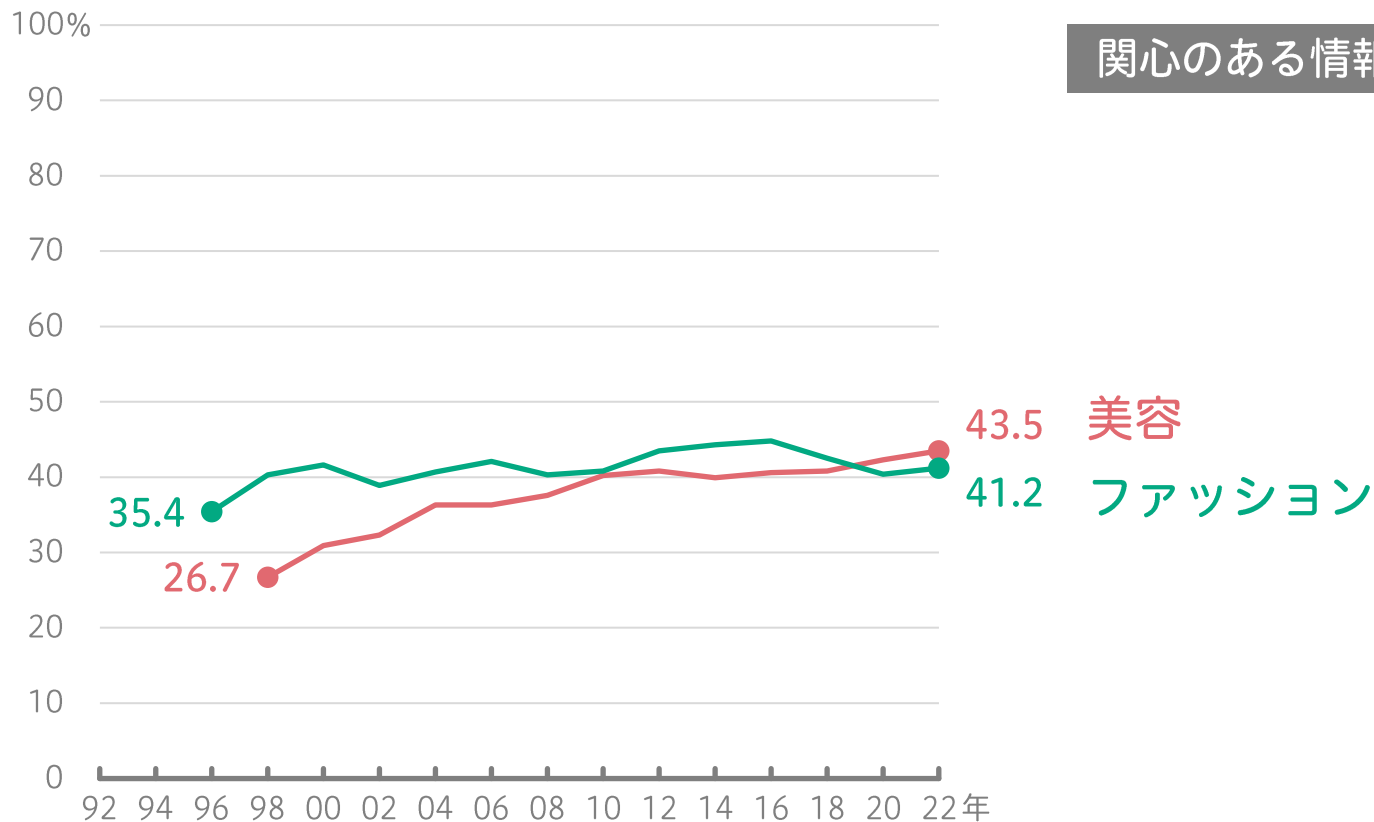
衣 みんなと同じでいい



服装は個性を発揮するための手段のひとつだと思う

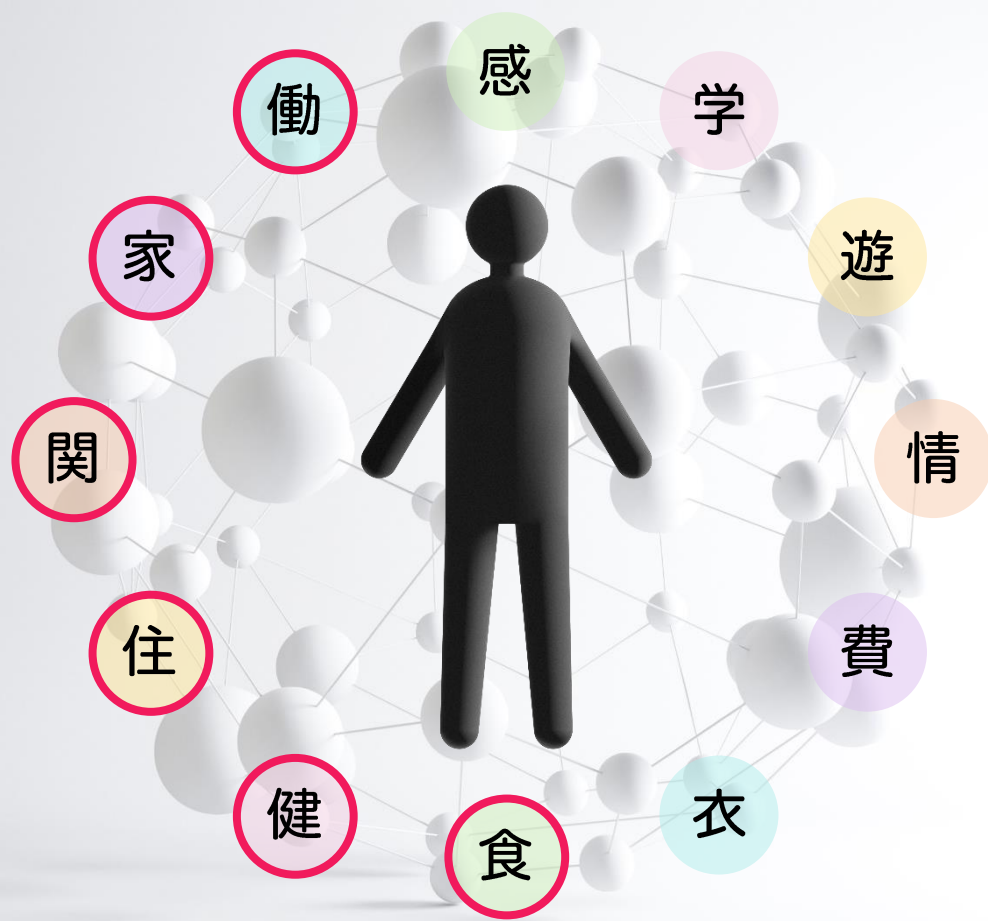
従来のスタイルや基本形にはこだわらない服装をする方だ

衣 美容への関心、ファッションに追いつく



関心のある情報 [女性のみ]

43.5 美容
41.2 ファッション



人間を「まるごと」観る12分野



食

好きな料理

調査年

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ	ステーキ	野菜の煮物	天ぷら	天ぷら	ハンバーグ
11位	炊込みご飯	パスタ	焼魚	ステーキ	とんかつ	うどん・そば
12位	ラーメン	漬物	ステーキ	焼魚	サラダ	とんかつ
13位	すき焼	炊込みご飯	サラダ	サラダ	ハンバーグ	焼き鳥
14位	みそ汁	サラダ	鍋もの	ハンバーグ	すき焼	サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

ランキング

好きな料理

寿司

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ	ステーキ	野菜の煮物	天ぷら	天ぷら	ハンバーグ
11位	炊込みご飯	パスタ	焼魚	ステーキ	とんかつ	うどん・そば
12位	ラーメン	漬物	ステーキ	焼魚	サラダ	とんかつ
13位	すき焼	炊込みご飯	サラダ	サラダ	ハンバーグ	焼き鳥
14位	みそ汁	サラダ	鍋もの	ハンバーグ	すき焼	サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

好きな料理

刺身

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ	ステーキ	野菜の煮物	天ぷら	天ぷら	ハンバーグ
11位	炊込みご飯	パスタ	焼魚	ステーキ	とんかつ	うどん・そば
12位	ラーメン	漬物	ステーキ	焼魚	サラダ	とんかつ
13位	すき焼	炊込みご飯	サラダ	サラダ	ハンバーグ	焼き鳥
14位	みそ汁	サラダ	鍋もの	ハンバーグ	すき焼	サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

好きな料理

焼肉
刺身

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ					ハンバーグ
11位	炊込みご飯					うどん・そば
12位	ラーメン					とんかつ
13位	すき焼					焼き鳥
14位	みそ汁					サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

刺身、焼肉に抜かれる

好きな料理

うどん・そば

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ	ステーキ	野菜の煮物	天ぷら	天ぷら	ハンバーグ
11位	炊込みご飯	パスタ	焼魚	ステーキ	とんかつ	うどん・そば
12位	ラーメン	漬物	ステーキ	焼魚	サラダ	とんかつ
13位	すき焼	炊込みご飯	サラダ	サラダ	ハンバーグ	焼き鳥
14位	みそ汁	サラダ	鍋もの	ハンバーグ	すき焼	サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

好きな料理

ラーメン
うどん・そば

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ	ステーキ	野菜の煮物	天ぷら	天ぷら	ハンバーグ
11位	炊込みご飯	パスタ	焼魚	ステーキ	とんかつ	うどん・そば
12位	ラーメン	漬物	ステーキ	焼魚	サラダ	とんかつ
13位	すき焼	炊込みご飯	サラダ	サラダ	ハンバーグ	焼き鳥

うどん・そば、ラーメンに食われる

19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

好きな料理

カレーライス 炊込みご飯

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス					ぎょうざ
8位	焼魚					ステーキ
9位	鍋もの					パスタ
10位	ステーキ					ハンバーグ
11位	炊込みご飯					うどん・そば
12位	ラーメン	漬物	ステーキ	焼魚	ワフダ	とんかつ
13位	すき焼	炊込みご飯	サラダ	サラダ	ハンバーグ	焼き鳥
14位	みそ汁	サラダ	鍋もの	ハンバーグ	すき焼	サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

ご飯より、ライス

好きな料理

野菜の煮物、焼き魚、漬け物、豆腐、魚の煮物

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ	ステーキ	野菜の煮物	天ぷら	天ぷら	ハンバーグ
11位	炊込みご飯	パスタ	焼魚	ステーキ	とんかつ	うどん・そば
12位	ラーメン	漬物	ステーキ	焼魚	サラダ	とんかつ
13位	すき焼	炊込みご飯	サラダ	サラダ	ハンバーグ	焼き鳥
14位	みそ汁	サラダ	鍋もの	ハンバーグ	すき焼	サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

好きな料理

焼肉、カレーライス、ステーキ、ラーメン、とんかつ、パスタ、ぎょうざ、ハンバーグ

	1992年	1998年	2004年	2010年	2016年	2022年
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	刺身	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉	焼肉
3位	焼肉	刺身	ラーメン	ラーメン	ラーメン	ラーメン
4位	うどん・そば	ラーメン	刺身	刺身	カレーライス	鶏のから揚げ
5位	野菜の煮物	うどん・そば	カレーライス	カレーライス	刺身	カレーライス
6位	天ぷら	カレーライス	うどん・そば	ぎょうざ	ぎょうざ	刺身
7位	カレーライス	野菜の煮物	天ぷら	うどん・そば	ステーキ	ぎょうざ
8位	焼魚	焼魚	ぎょうざ	パスタ	うどん・そば	ステーキ
9位	鍋もの	天ぷら	パスタ	鍋もの	パスタ	パスタ
10位	ステーキ				ら	ハンバーグ
11位	炊込みご飯				かつ	うどん・そば
12位	ラーメン				ダ	とんかつ
13位	すき焼				ーグ	焼き鳥
14位	みそ汁				焼	サラダ
15位	しゃぶしゃぶ	鍋もの	炊込みご飯	とんかつ	鍋もの	すき焼
16位	漬物	みそ汁	とんかつ	炊込みご飯	お好み焼	鍋もの
17位	豆腐	ぎょうざ	みそ汁	野菜の煮物	しゃぶしゃぶ	みそ汁
18位	魚の煮物	しゃぶしゃぶ	魚の煮物	お好み焼	炊込みご飯	しゃぶしゃぶ
19位	お好み焼	魚の煮物	すき焼	魚の煮物	野菜の煮物	天ぷら
20位	丼物	納豆	しゃぶしゃぶ	みそ汁	みそ汁	お好み焼
21位	とんかつ	とんかつ	漬物	納豆	焼魚	焼魚
22位	サラダ	すき焼	お好み焼	しゃぶしゃぶ	納豆	納豆
23位	パスタ	丼物	納豆	すき焼	グラタン	ピザ (ピザパイ)
24位	ぎょうざ	お好み焼	ハンバーグ	豆腐	ピザ (ピザパイ)	炊込みご飯
25位	納豆	豆腐	豆腐	漬物	丼物	グラタン

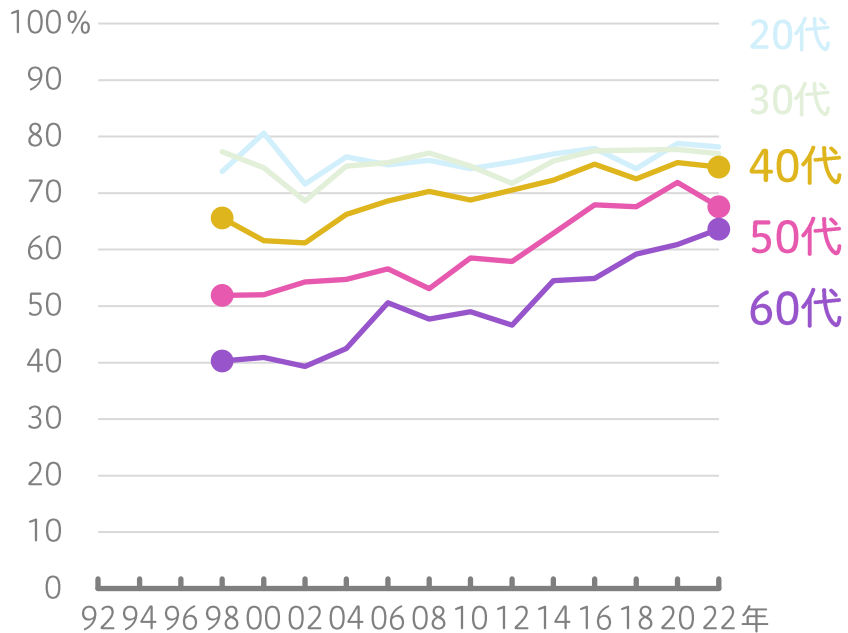
あぶらぎる食生活

食

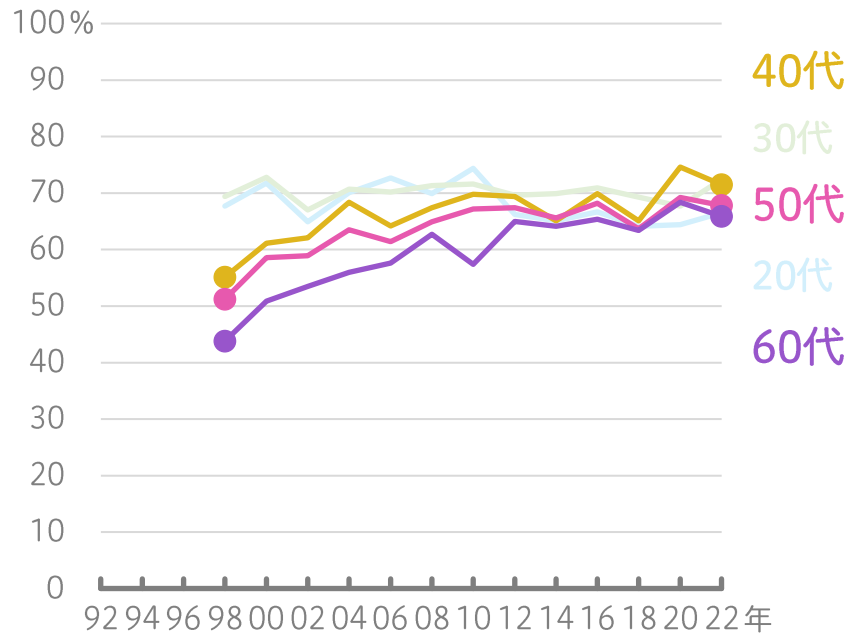
肉好き・糖質好きをリードする中高年

好きな料理

焼肉

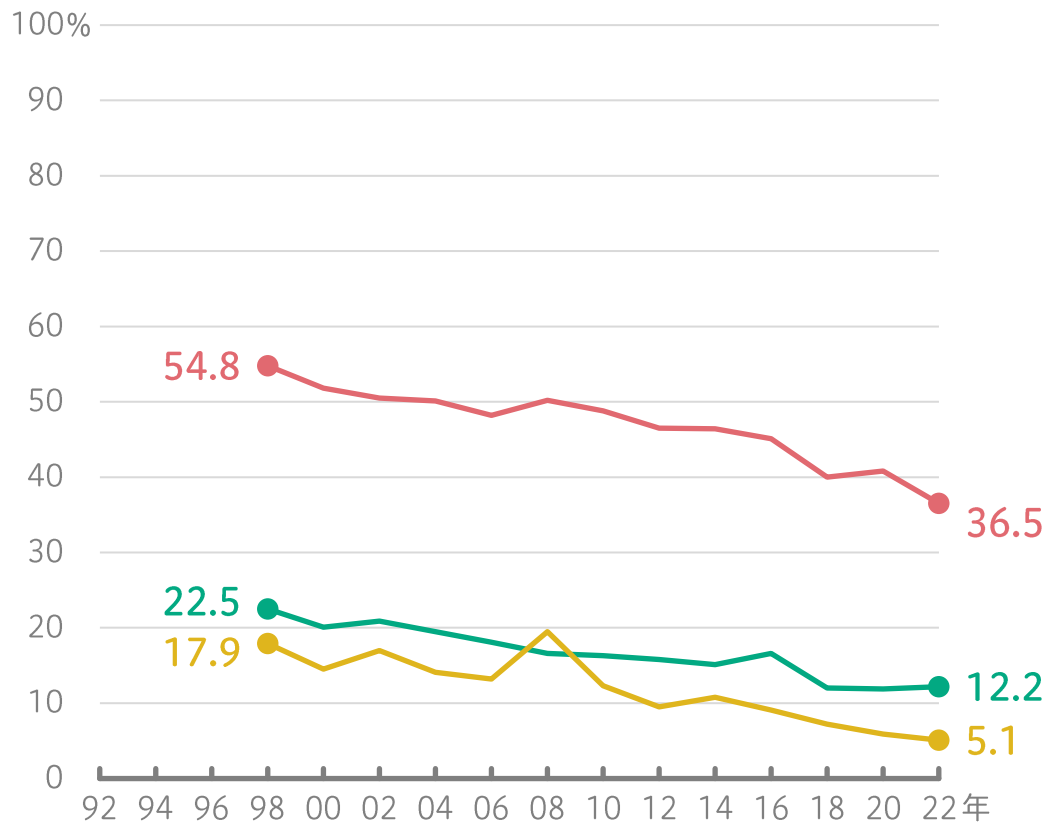


カレーライス



出典：博報堂生活総合研究所「生活定点」調査

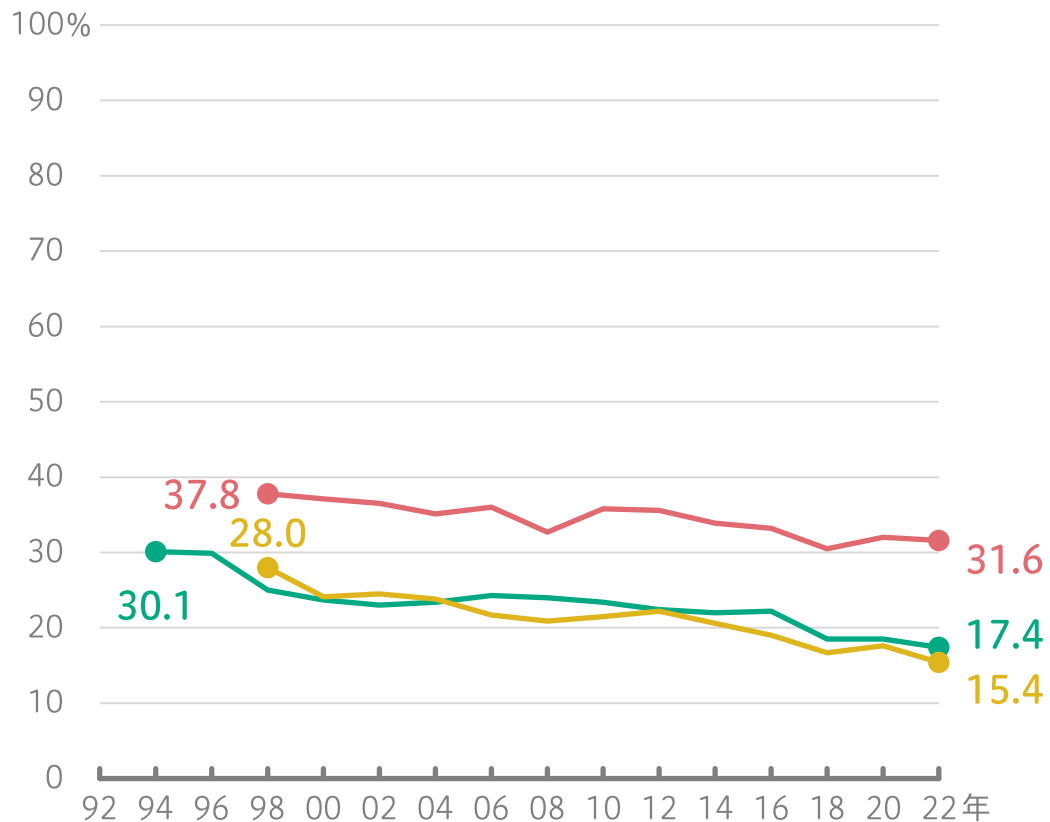
食 気にしなくなってきた「食品の裏側」



食品を買うときには、
商品表示をよくみる方だ

自然食品（オーガニック、無添加食品
など）をよく利用する方だ
食品やその素材に不安がある

食 希少化する手料理文化

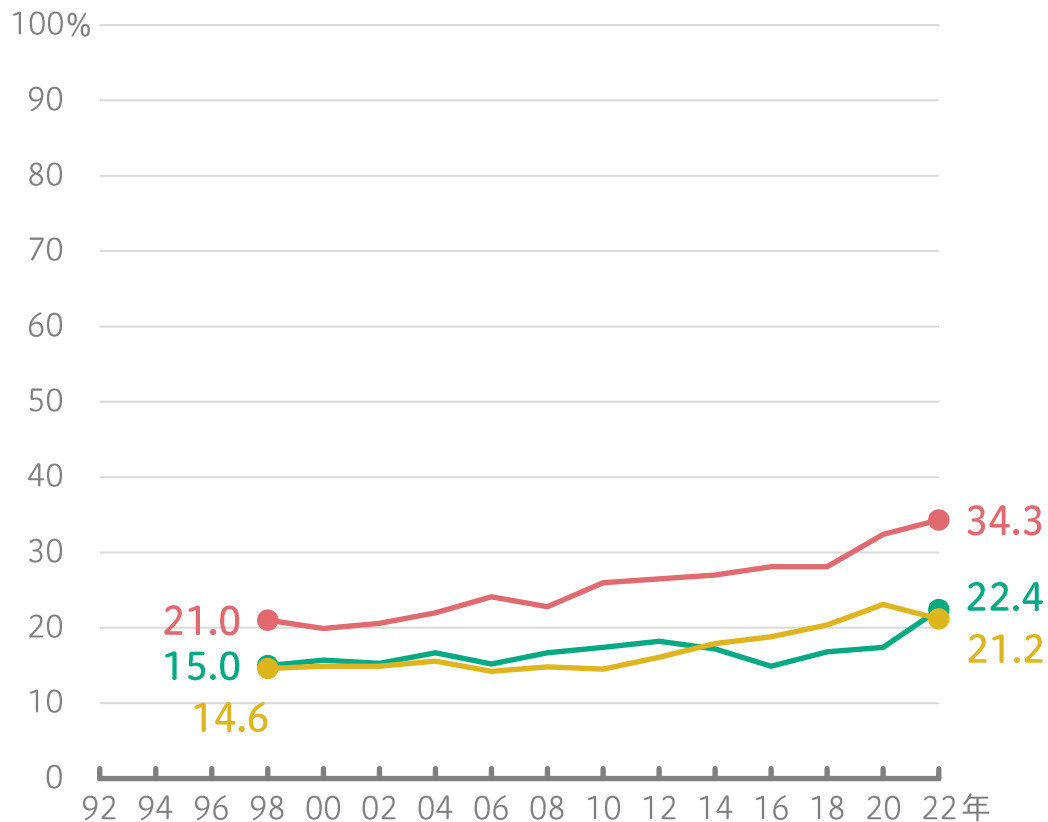


料理を作ることが好きな方だ

母や祖母・姑などから伝わった
「わが家の伝統料理」がある

器や盛りつけに気を遣い
食事の雰囲気を大切にしている方だ

食 「便利・手軽」が大事

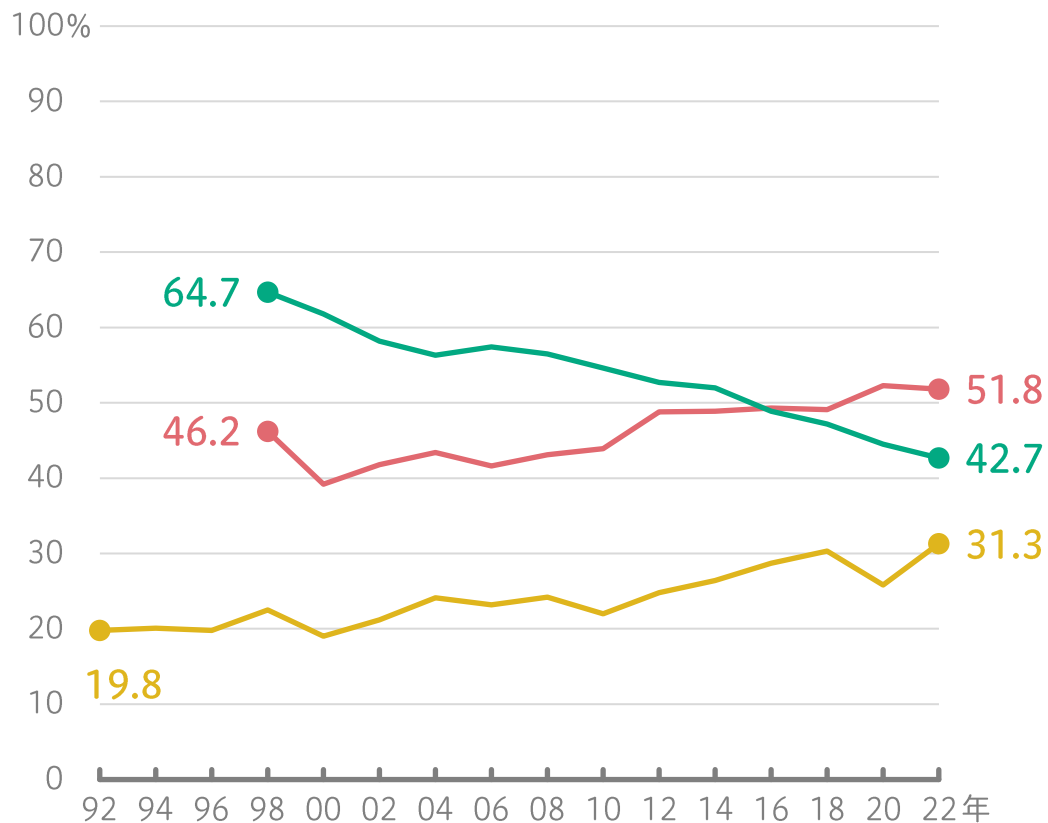


調理済食品（レトルト、冷凍食品、惣菜など）をよく使う方だ

コンビニエンスストアの食品は私の食生活には必要だと思う

ファストフードをよく利用する方だ

食 日常化する外食



ひとりで外食をすることに
抵抗はない方だ

外食よりも、家で食べる食事の方が
好きだ

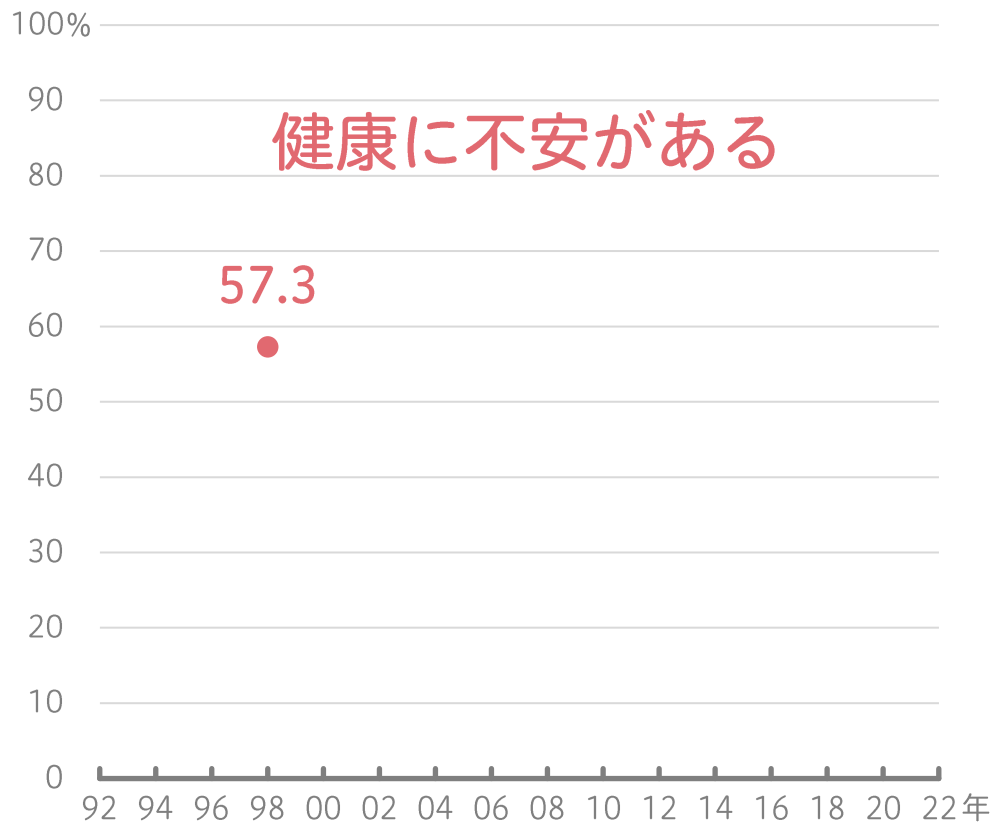
外食にお金をかけている



健康



「健康に不安がある」のスコアは、 2022年にはどう変化したと思いますか？



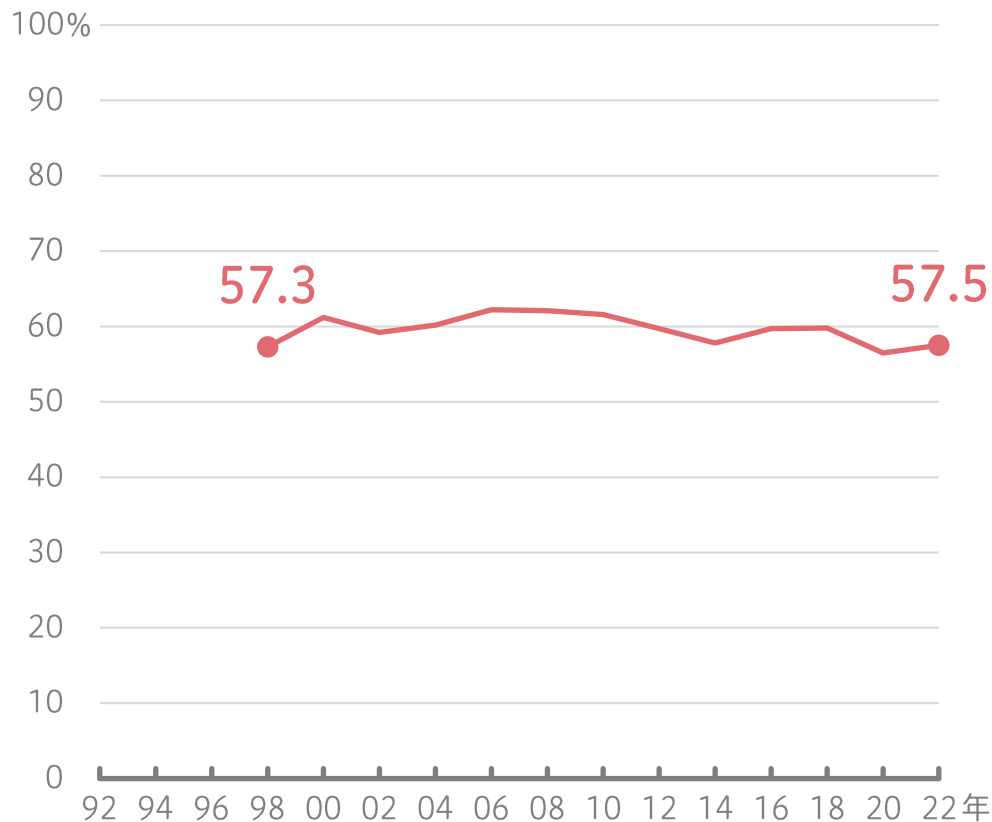
10pt以上増えた

ほぼ変わらない

10pt以上減った

健康

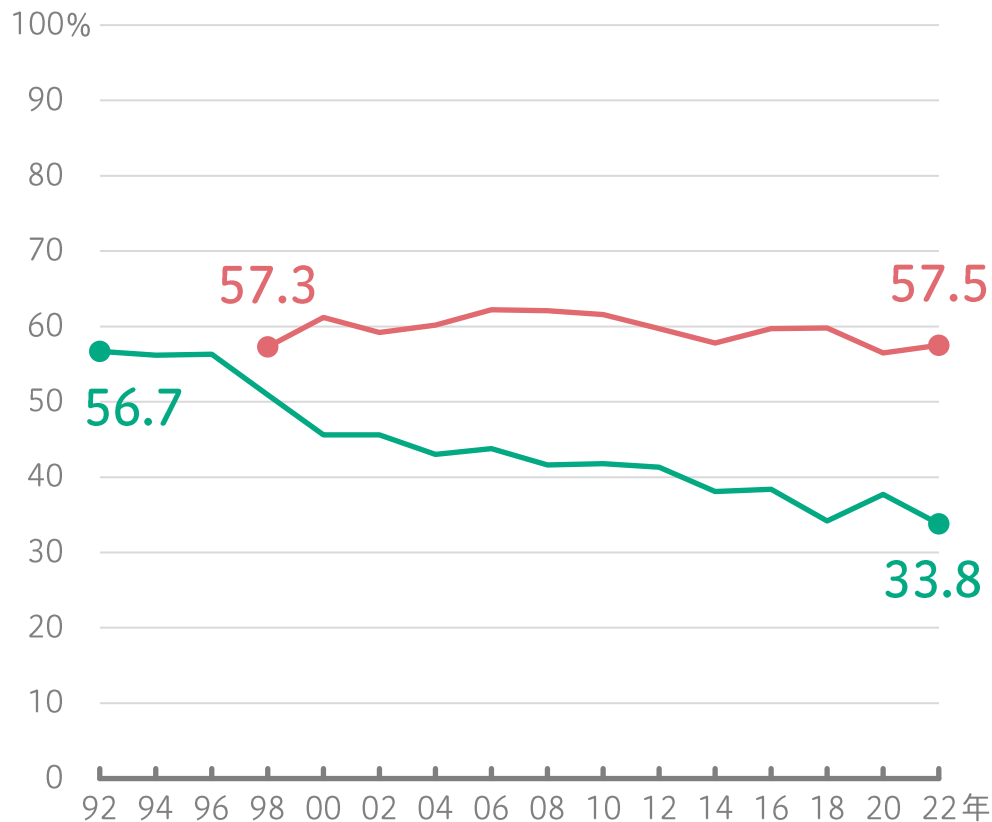
変わらぬ健康不安



健康に不安がある

健康

健康不安と、健康への気づかひの乖離

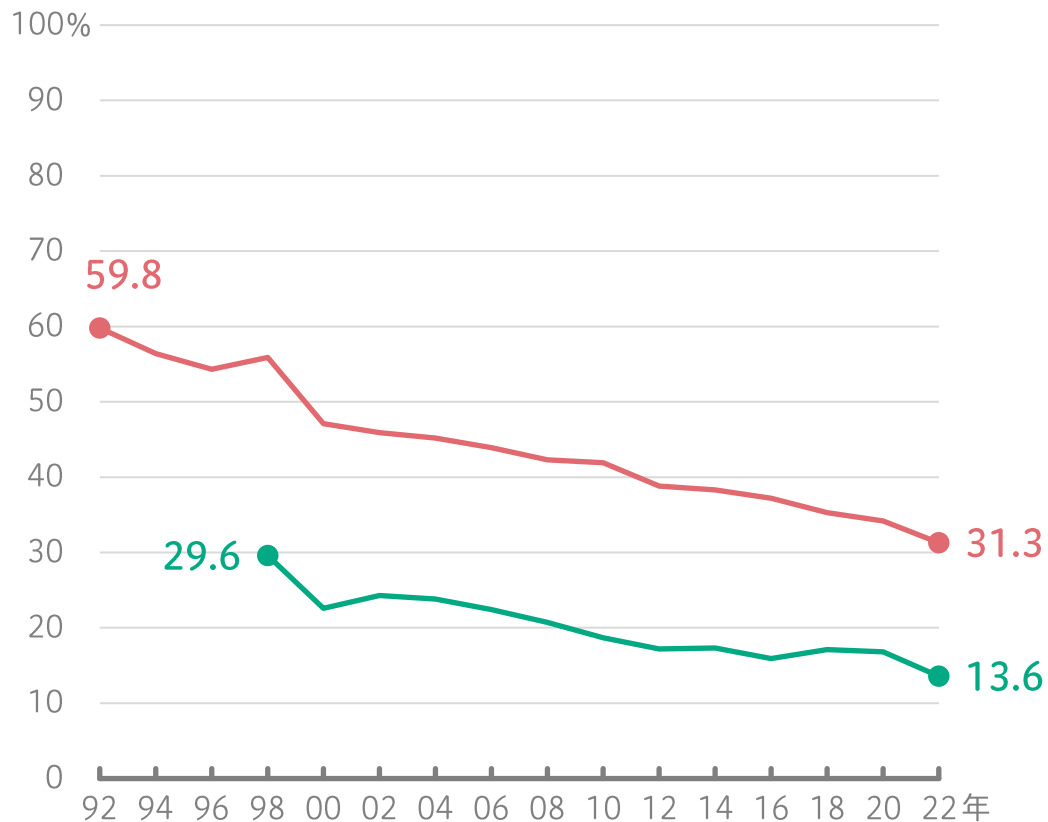


健康に不安がある

健康に気をつけた食事をして
いる

健康

不安の解消は、薬を頼りに



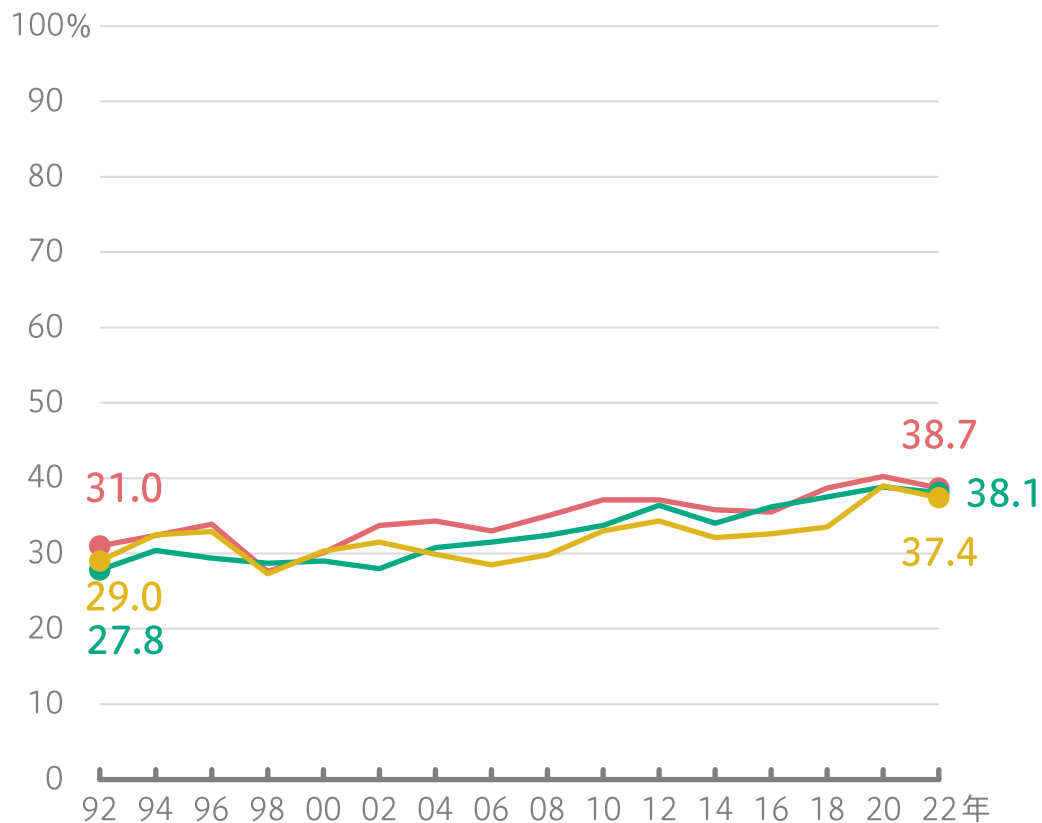
薬はなるべく使わないようにしている

薬を買う時は、漢方系のものを選ぶ方だ



住

住 「住まい」の満足度が高まった30年



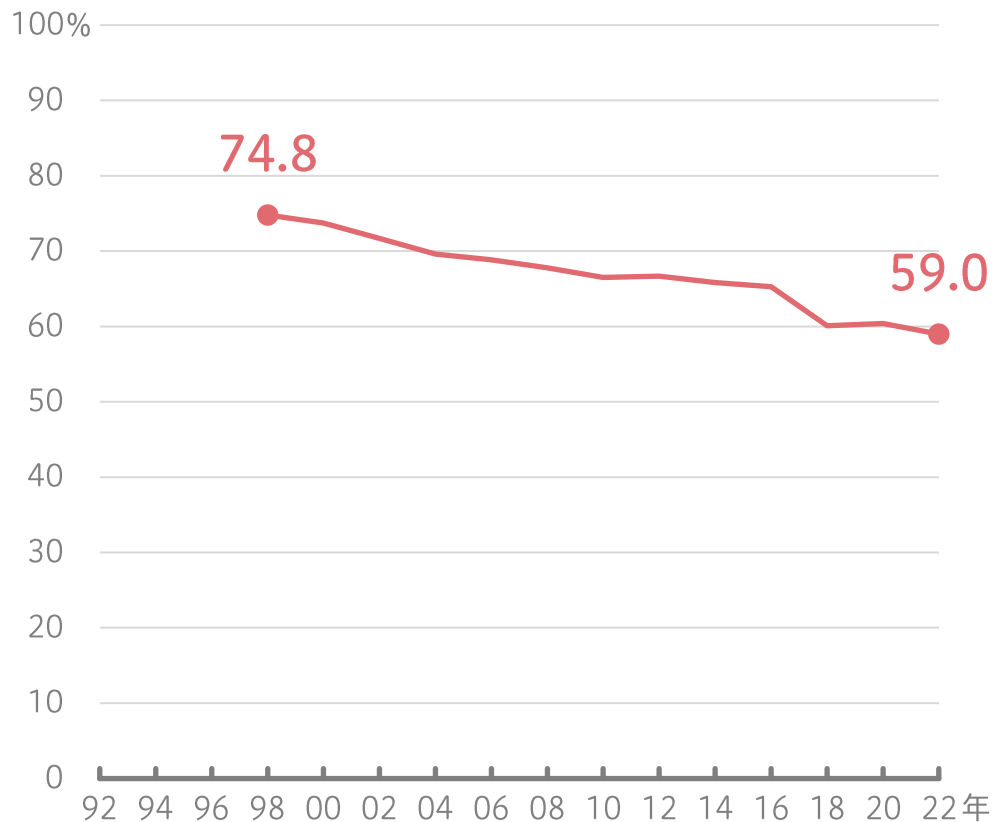
満足しているもの

(家・土地などの) 住まい

住み良い生活環境

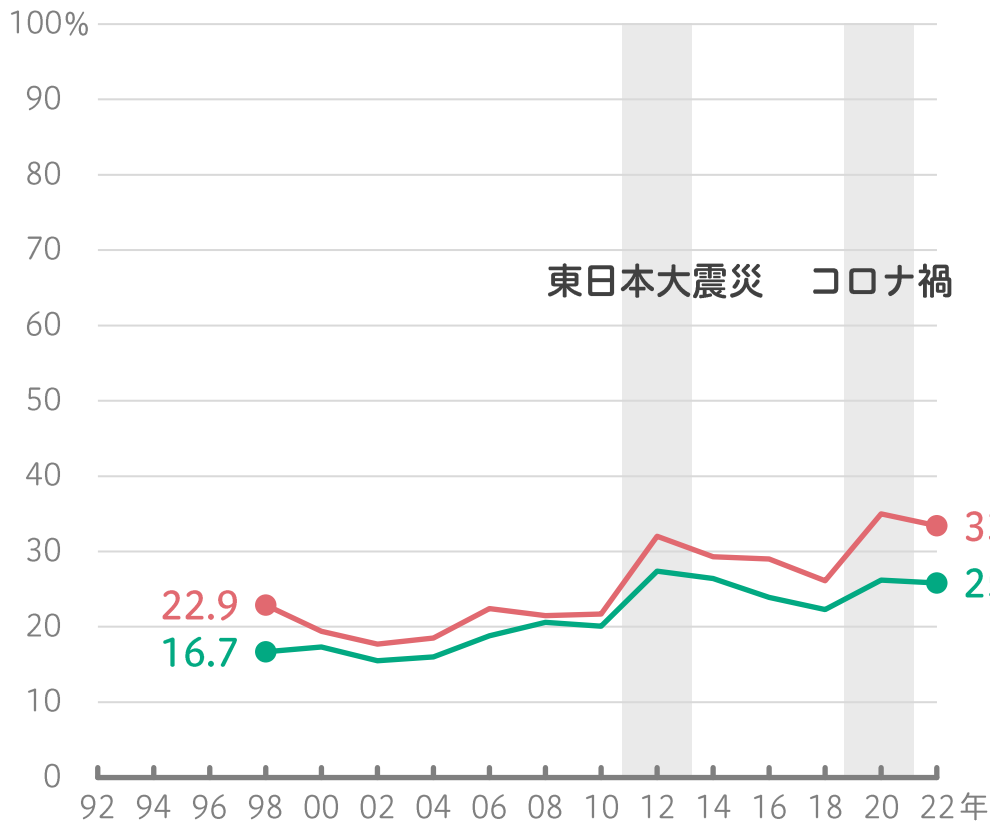
家具・家電品などの揃った生活

住戸建て離れ



住むなら戸建てのほうが
良い[家族世帯のみ]

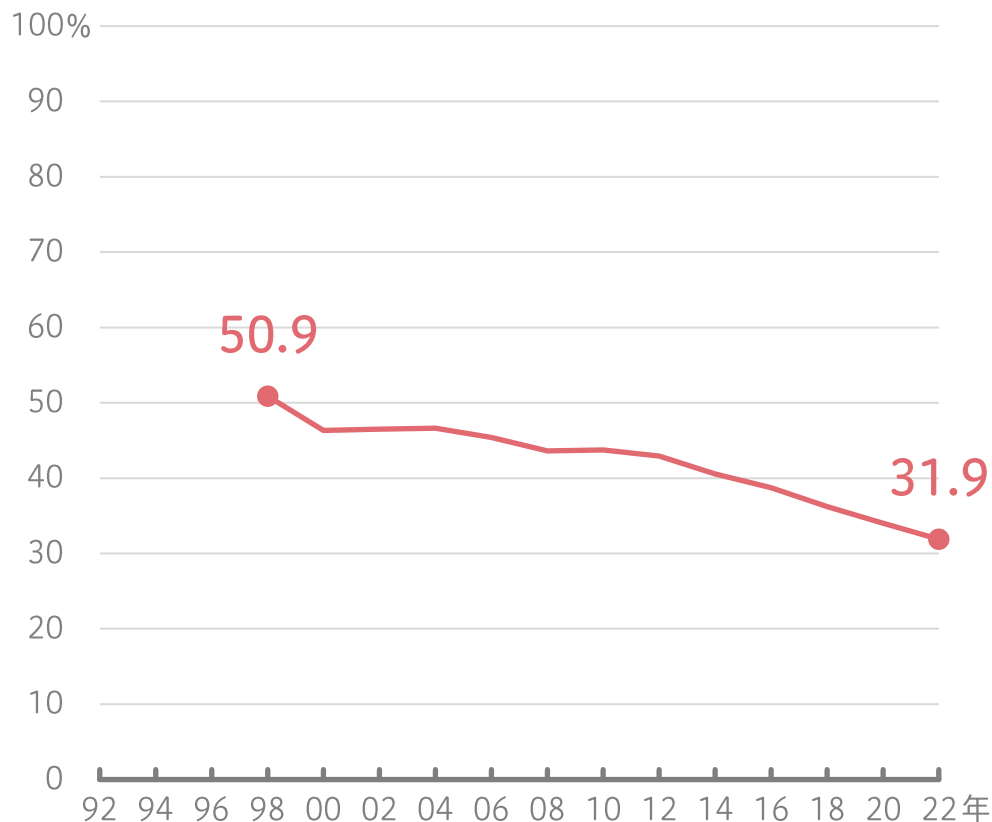
住 震災やコロナを経て、住まいの防災対策は定着



防災袋や非常食を常備している

地震に備えて、家具などを固定している

住 居間より個室

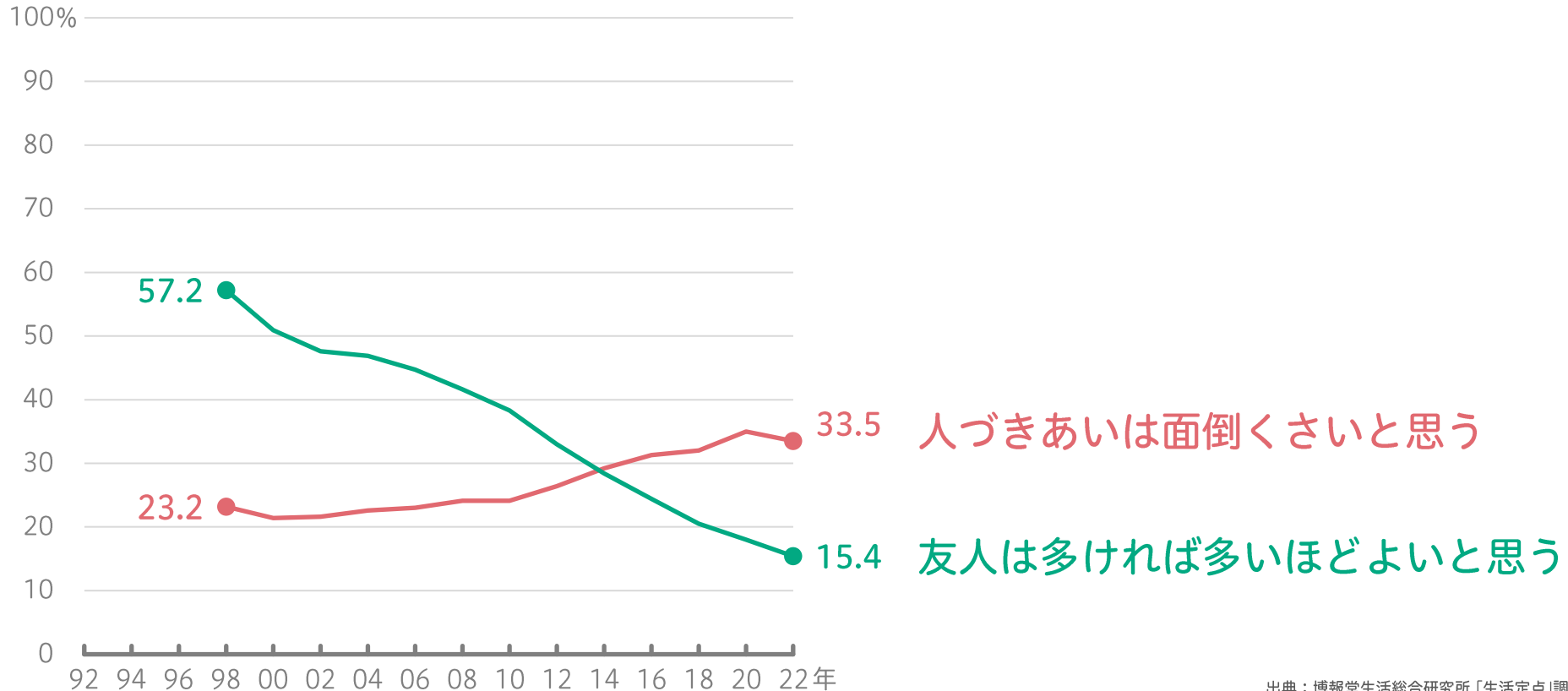


個室よりも家族と一緒に過ごすスペースを充実させたいと思う[家族世帯のみ]

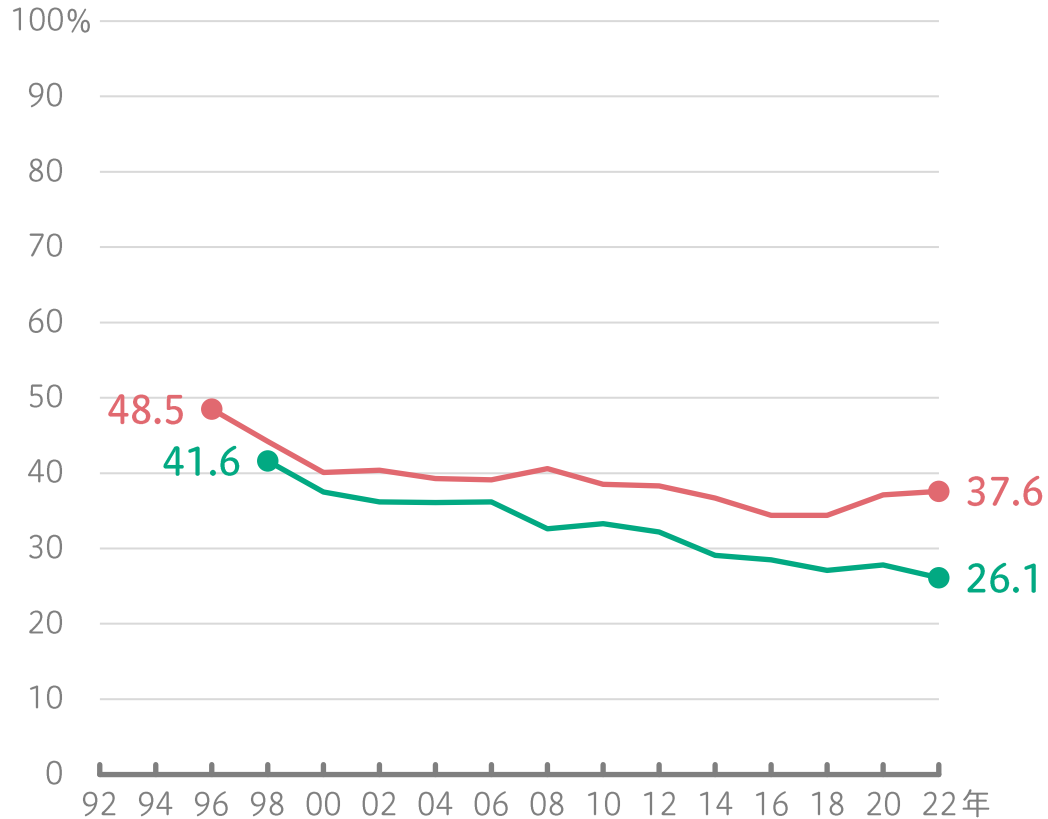


人間関係

鮮明な「友だち疲れ」



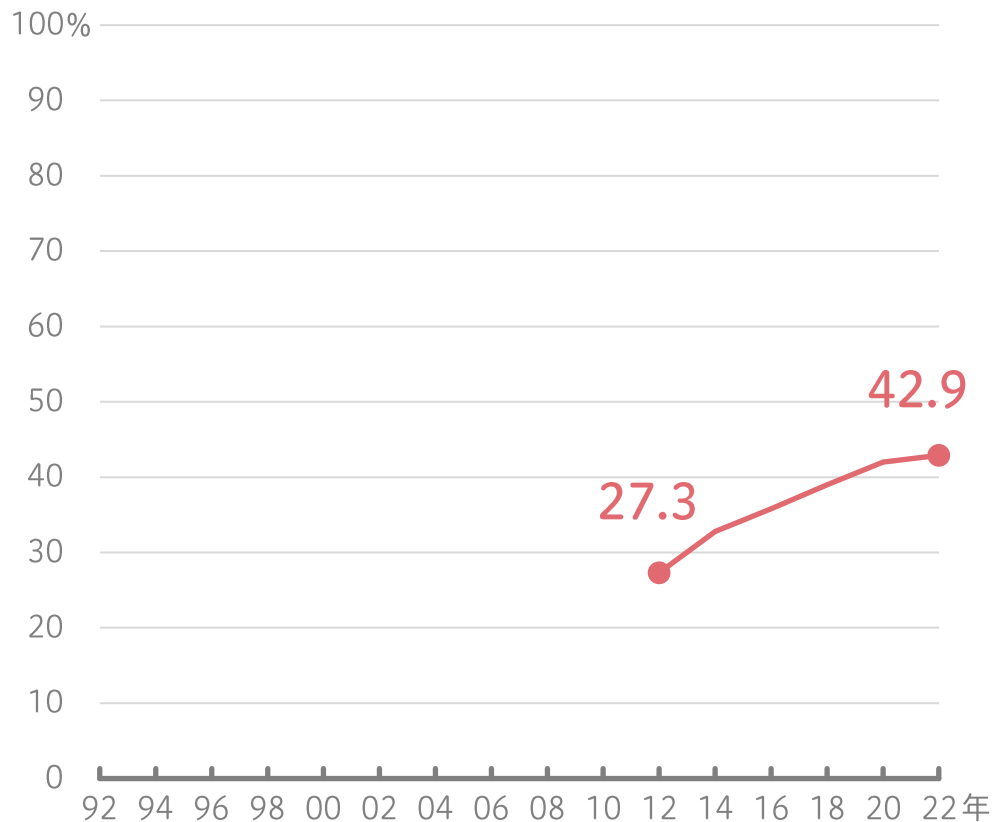
付き合いはあっさり



親しい友人と過ごす時間を
増やしたい

友人からいろいろな相談を
もちかけられる方だ

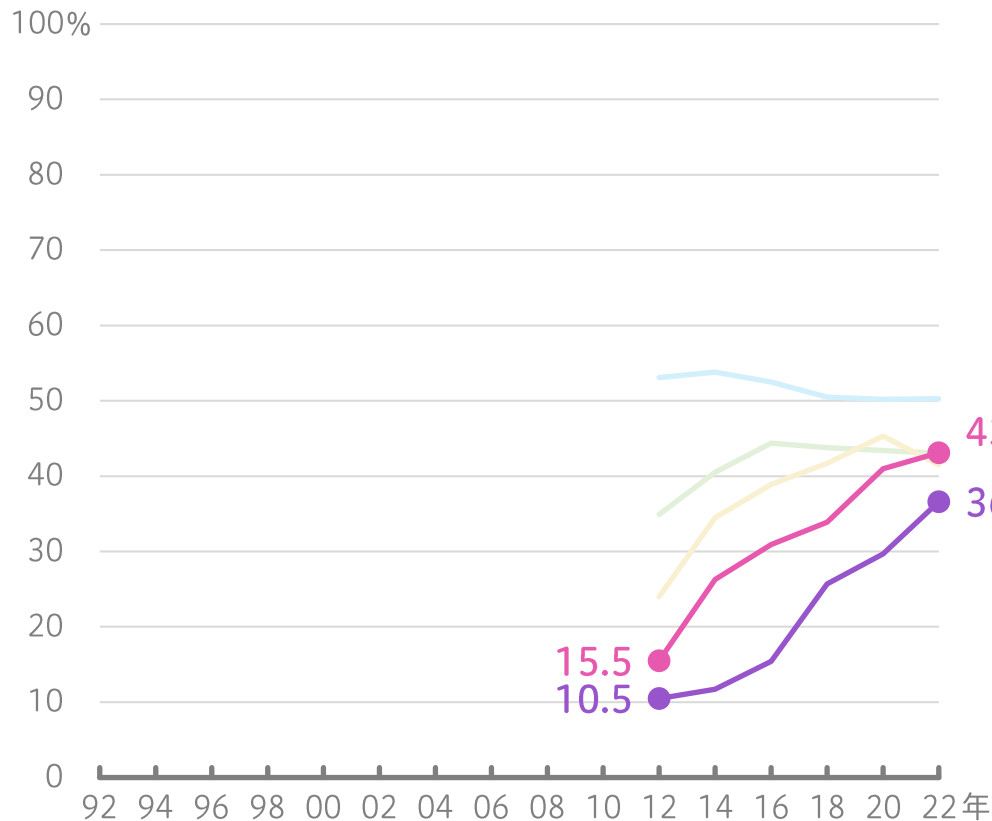
直接会わない友人関係



メールやソーシャルメディアだけでやりとりする友人がいる

全体

直接会わない友人関係



メールやソーシャルメディアだけでやりとりする友人がいる

20代

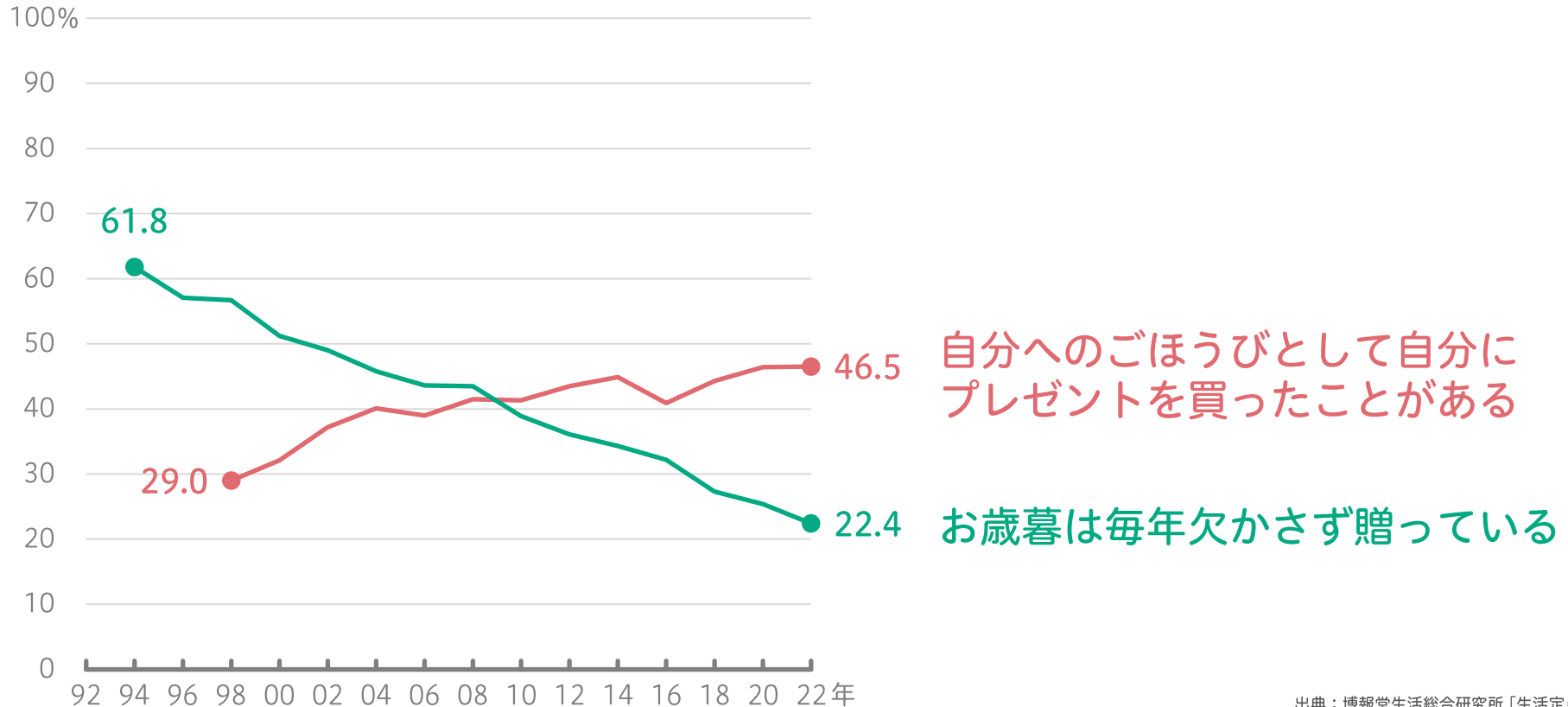
30代

50代

40代

60代

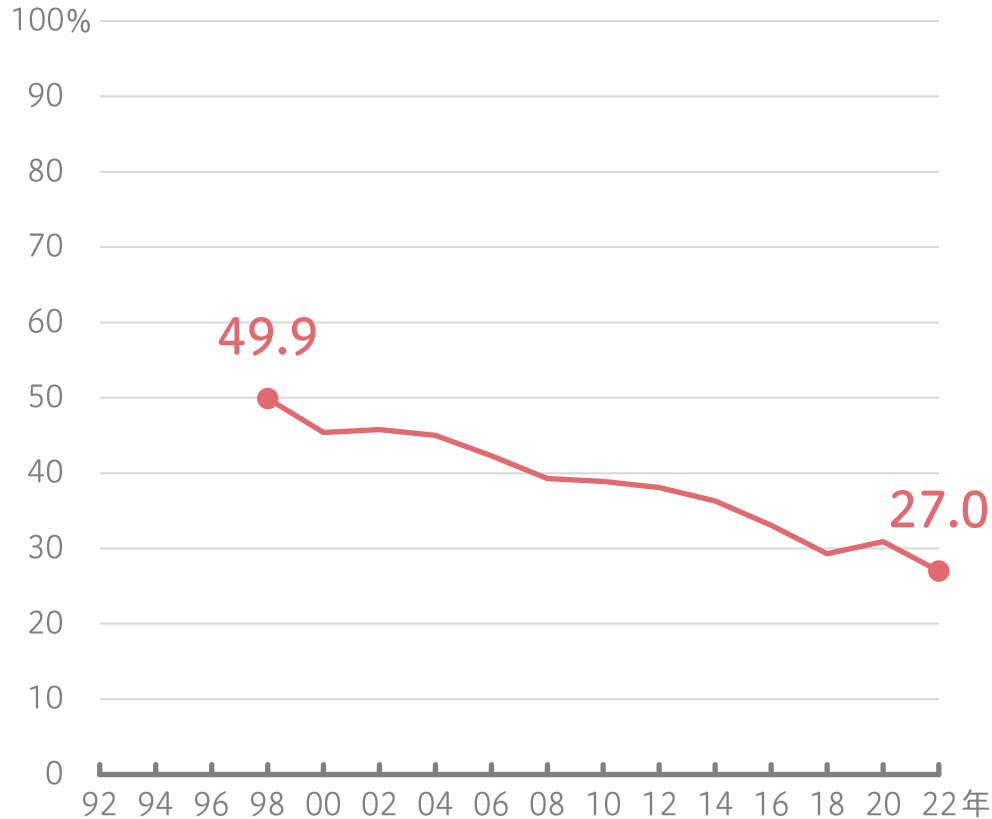
贈り物は自分にするものへ



自分へのごほうびとして自分に
プレゼントを買ったことがある

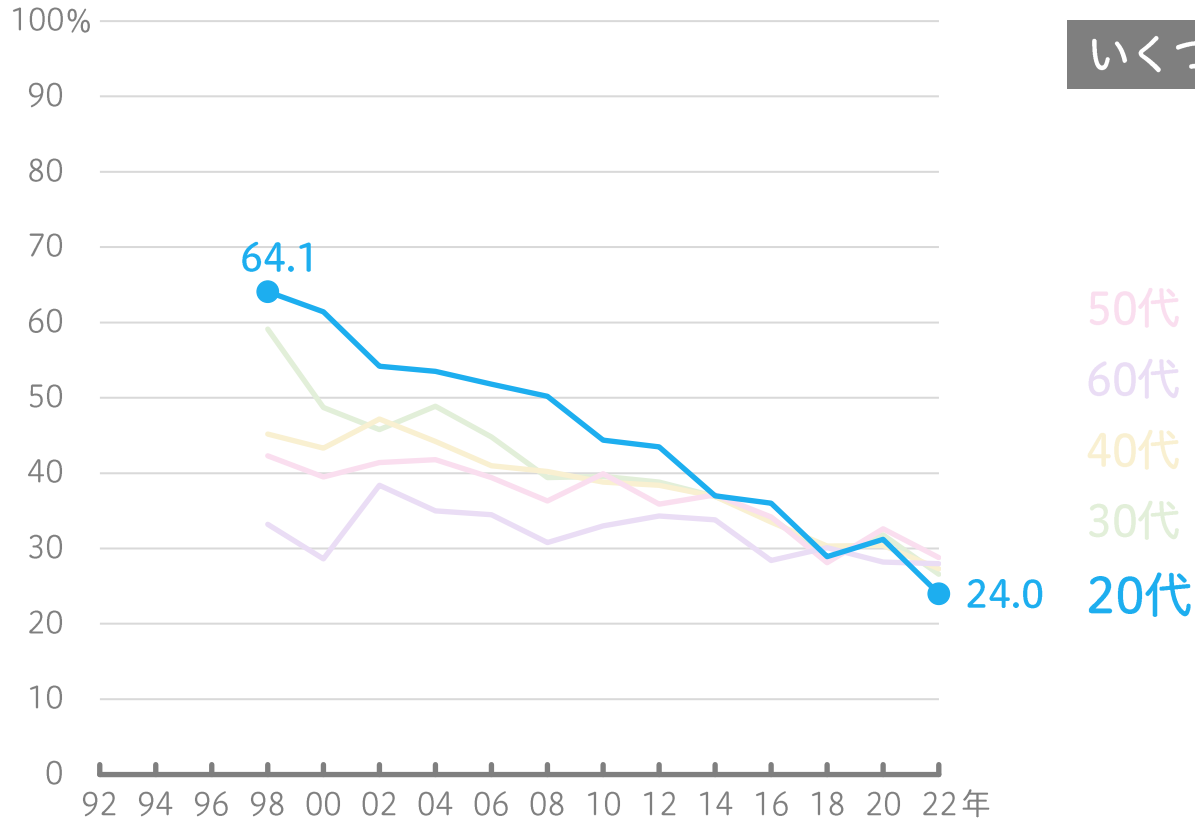
お歳暮は毎年欠かさず贈っている

冷え込む恋愛熱



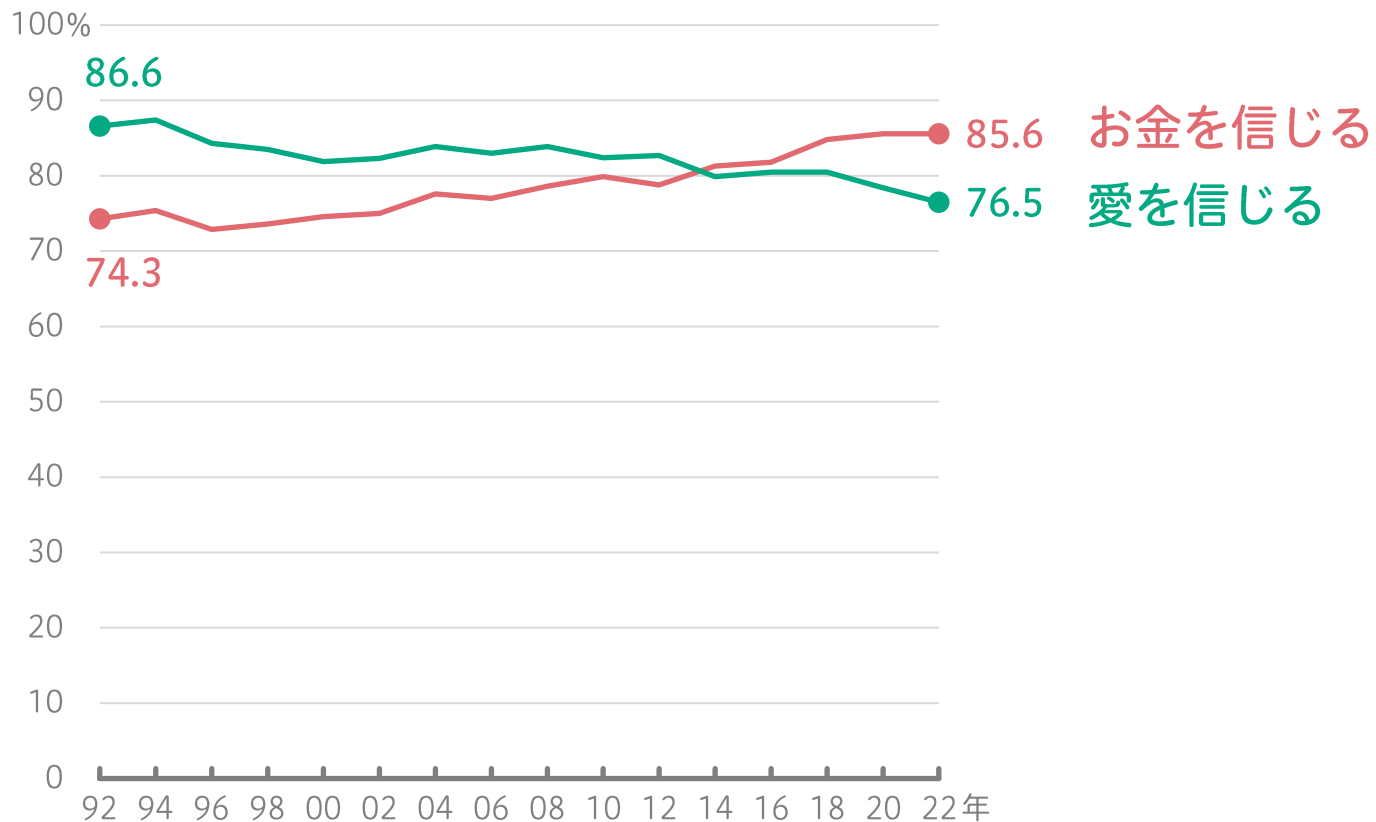
いくつになっても
恋愛をしたい

20代の恋愛熱、トップから最下位へ

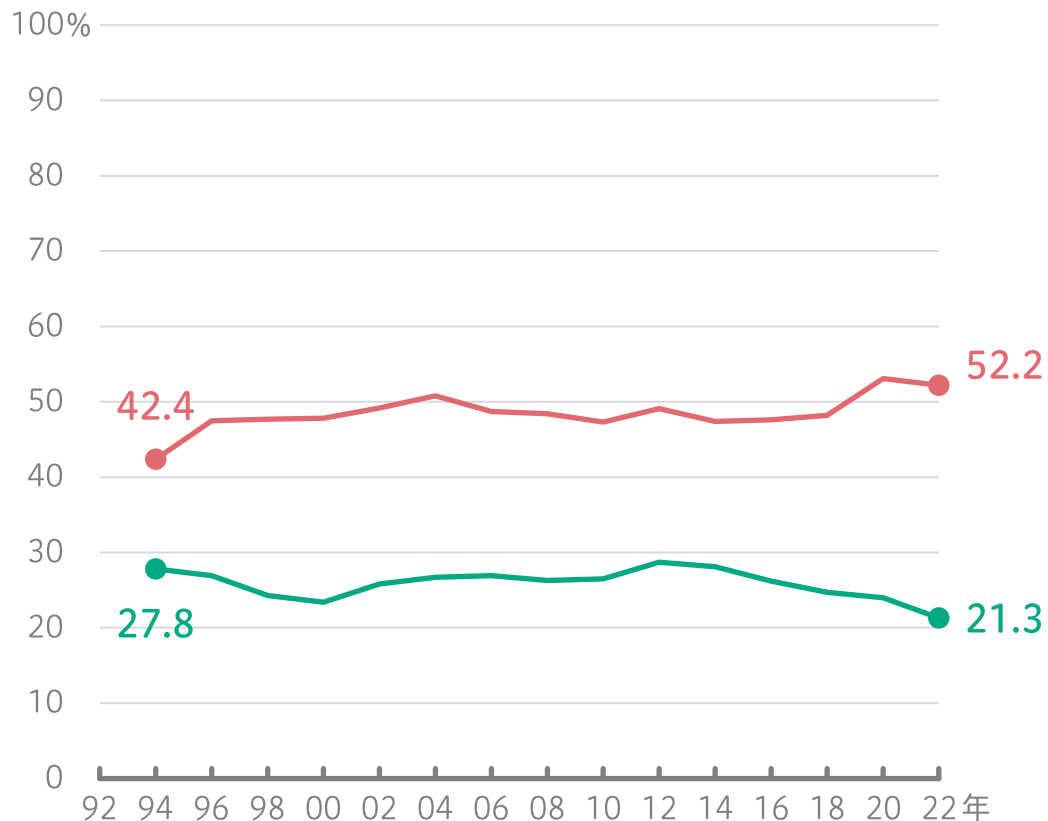


いくつになっても恋愛をしていたい

愛より金



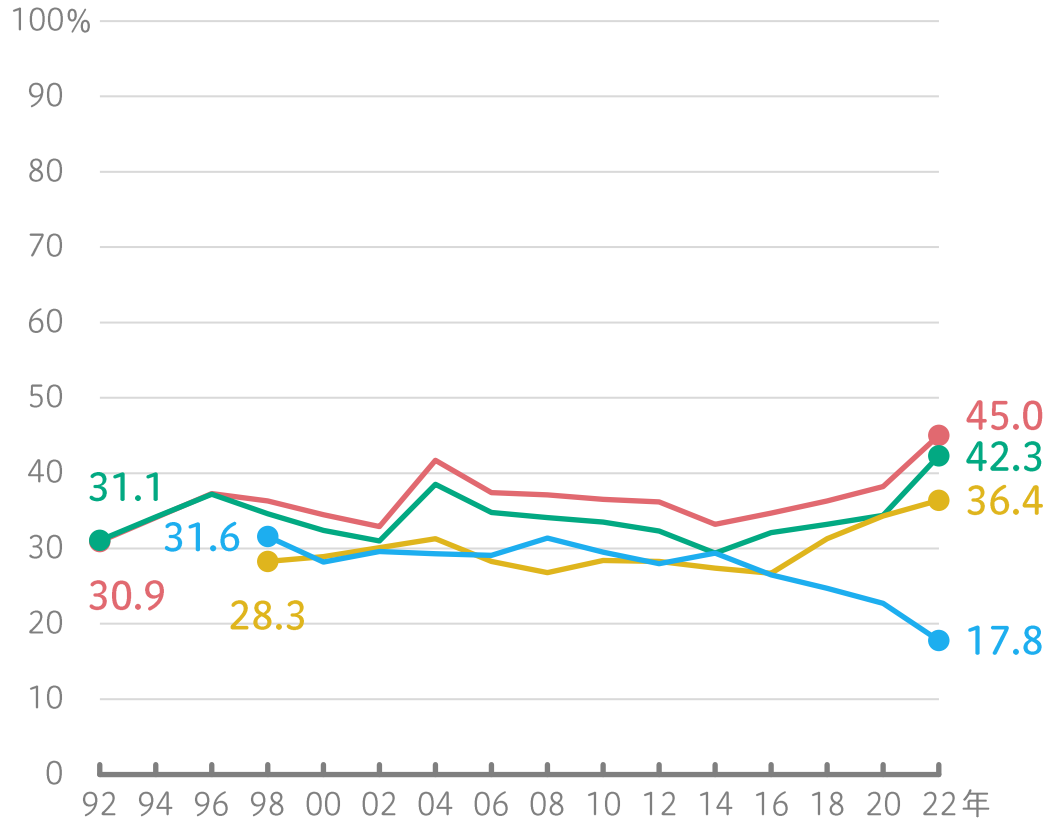
「恋愛あるある」からの脱却



男女のつきあいで、
女性がリードするのもいいと思う

デートの時の勘定は
男が払うべきだと思う

結婚規範からの解放



男性に結婚適齢期はないと思う

女性に結婚適齢期はないと思う

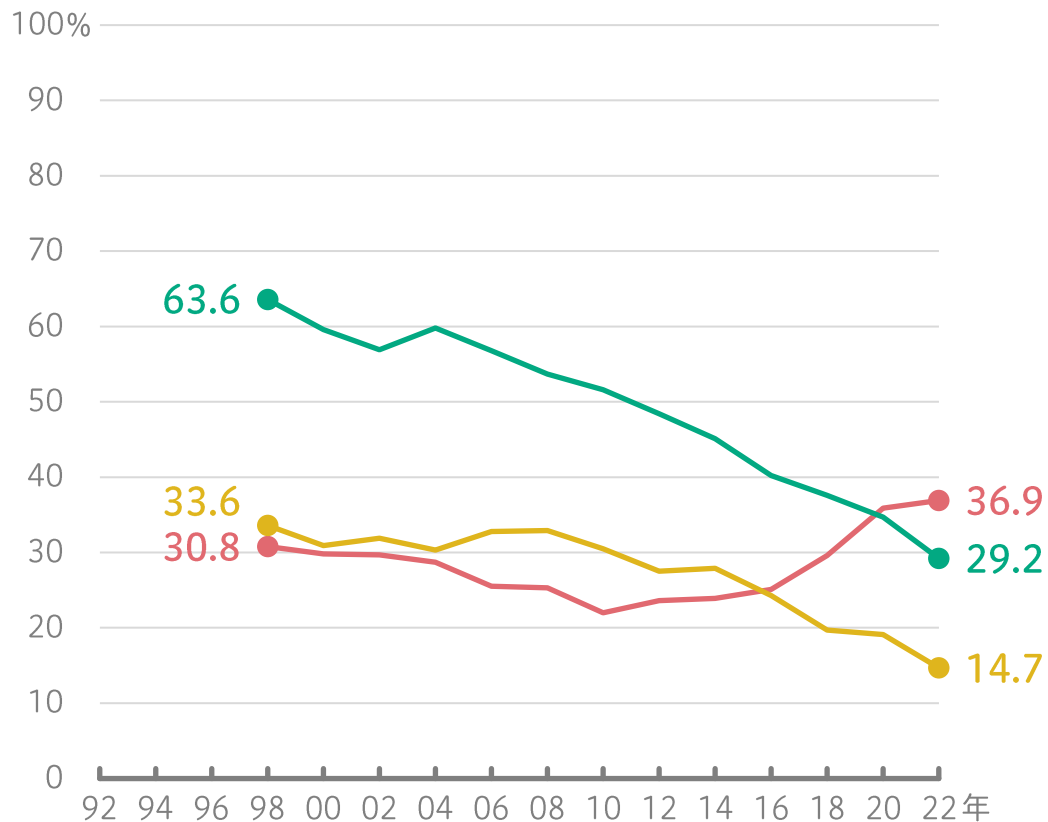
未婚で子供がいても
かまわないと思う

離婚はハンディキャップになると
思う



家族

家族である前に一個人

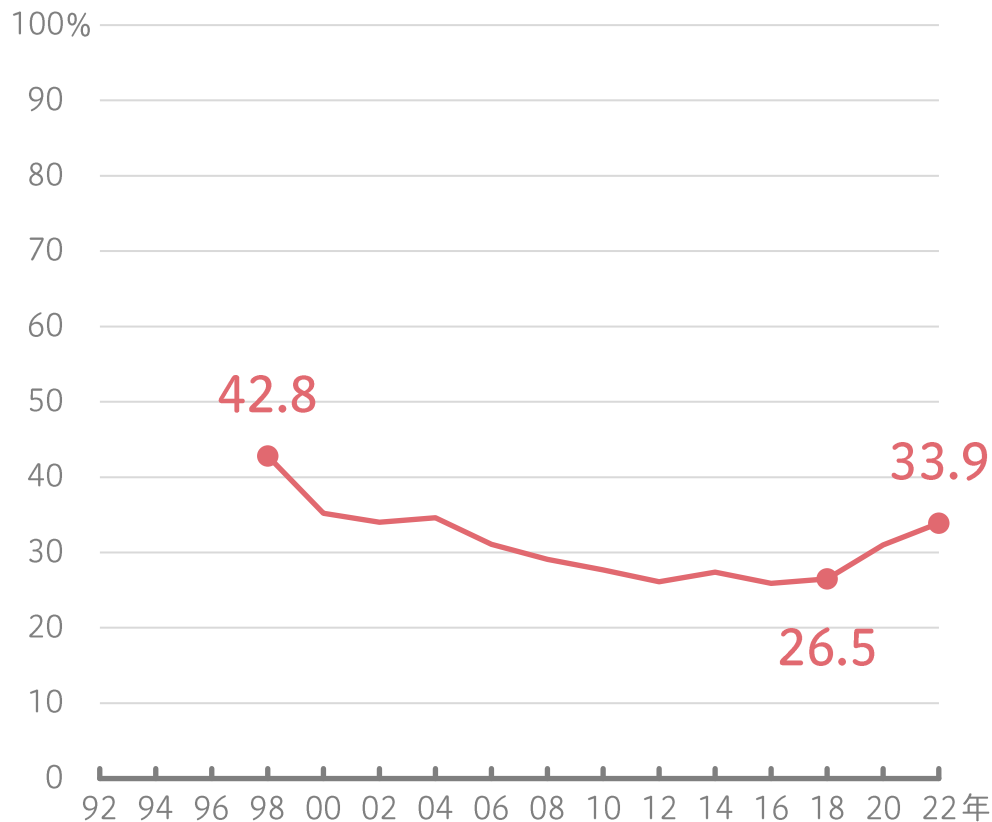


夫婦が別の姓を名のってもかまわないと思う

転勤になったら、家族も一緒に行く方がよいと思う

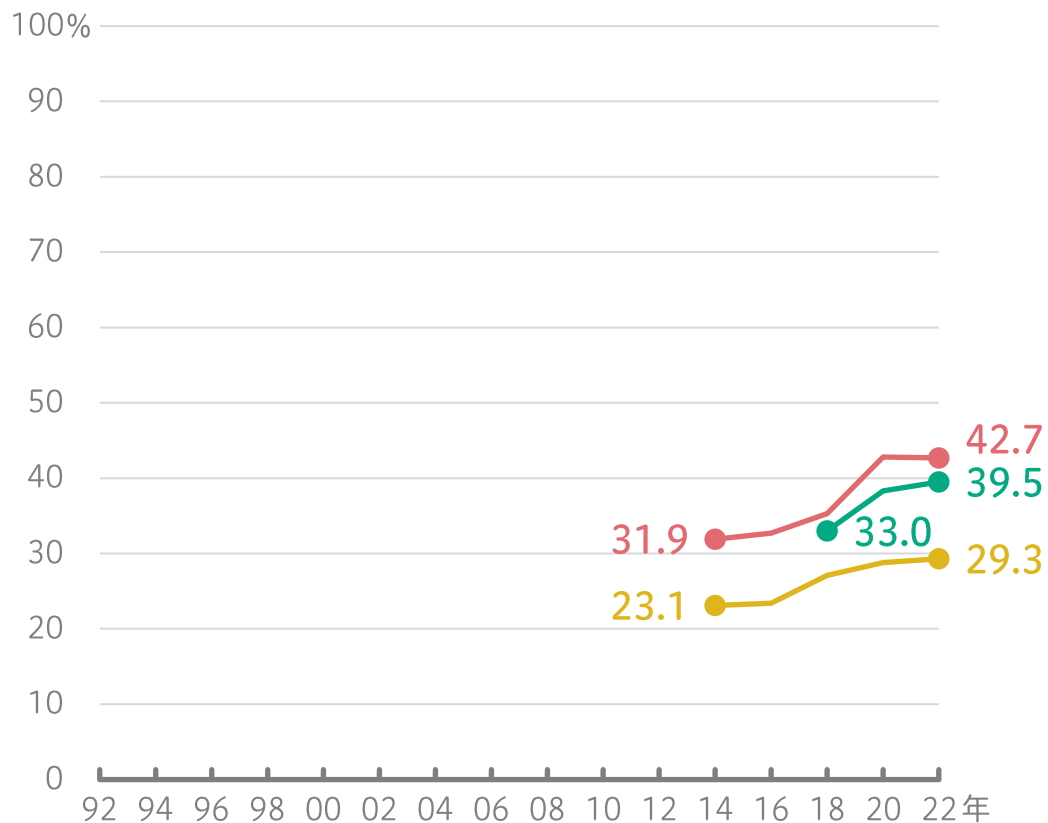
夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がよいと思う

コロナ禍で「友だち親子」願望が復活



友達のような
親子関係がよいと思う

家事育児の軽量化

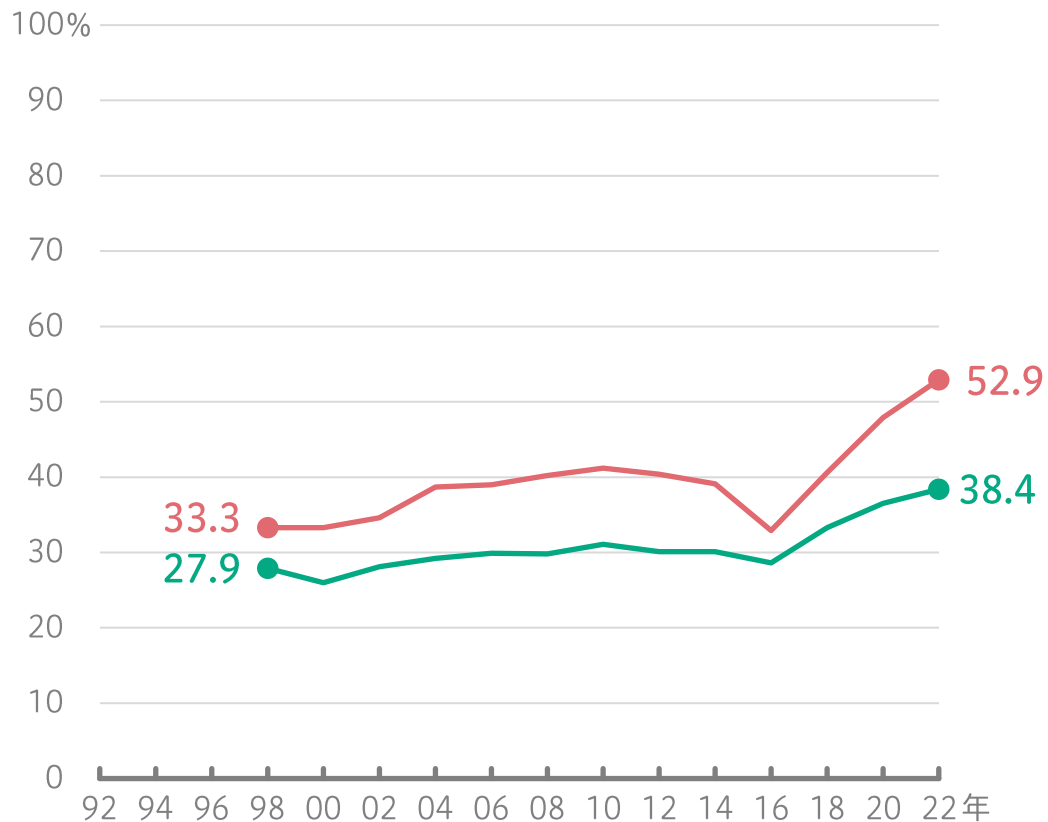


デジタル機器を
育児に活用してもかまわないと思う

家事の時間や手間を省ける家電を
充実させたい

仕事中、子供のためにベビーシッター
を雇ってもいいと思う

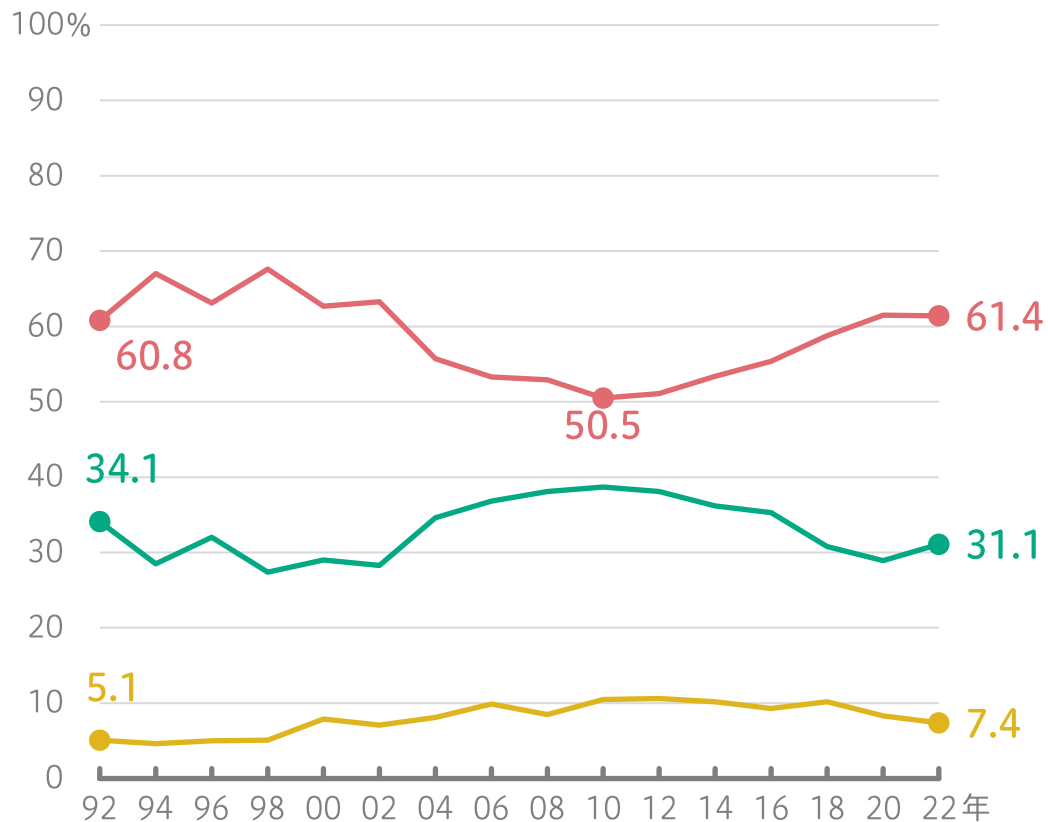
男性のライフワークバランスの見直し



男性でも、育児休暇をとるべきだと思う

夫も家事や育児を優先すべきだと思う

残る、社会での不平等感



社会全体での男女平等の状況

どちらかといえば
男性が優遇されている

ほぼ平等になっている

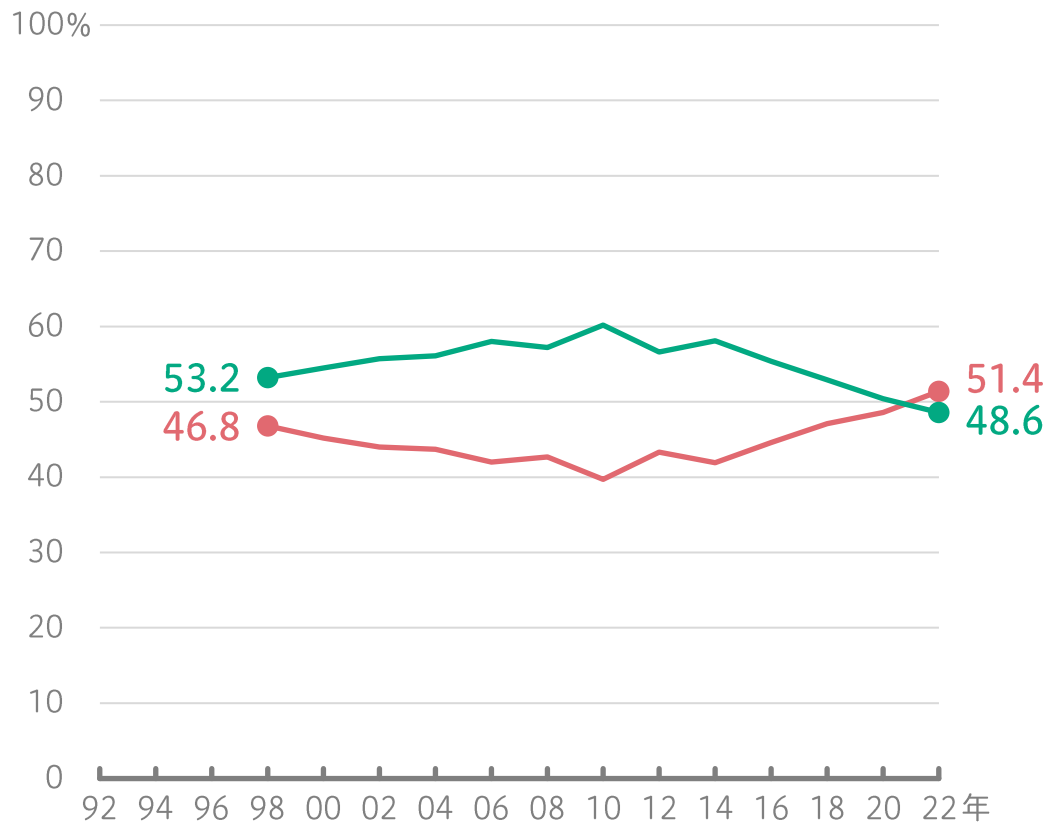
どちらかといえば
女性が優遇されている



働き

働き

「高い給料」より「休みたっぷり」

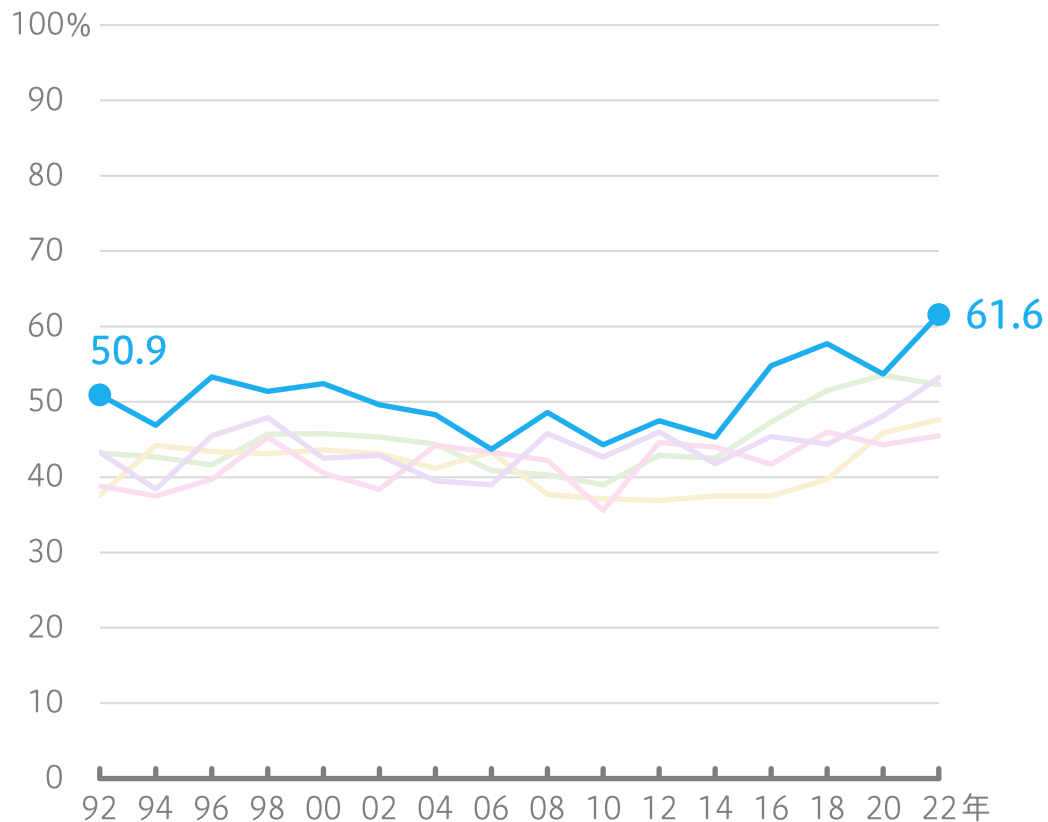


高い給料よりも、
休みがたっぷりの方がいい

休みがたっぷりよりも、
給料が高い方がいい

働き

「休みたっぷり」を牽引する20代



高い給料よりも、
休みがたっぴりの方がいい

20代

60代

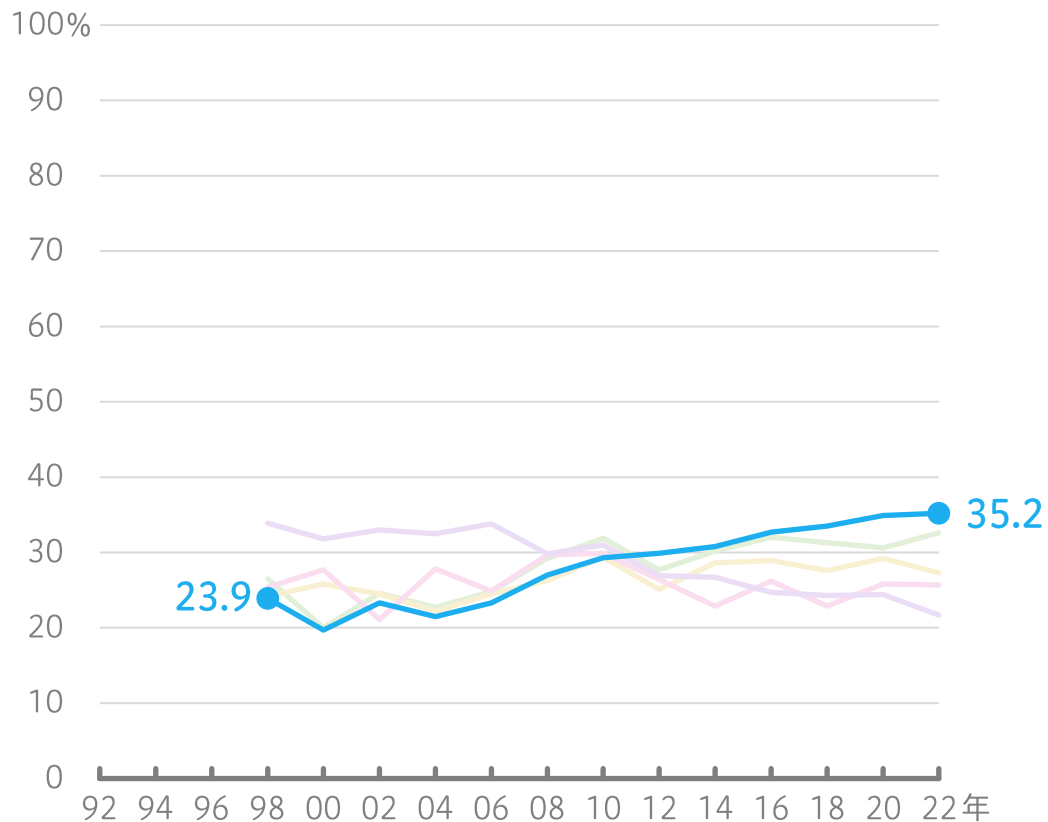
30代

40代

50代

働き

「やりがい」より「安定」な20代



仕事をするなら、やりがいよりも安定性で会社を選びたい

20代

30代

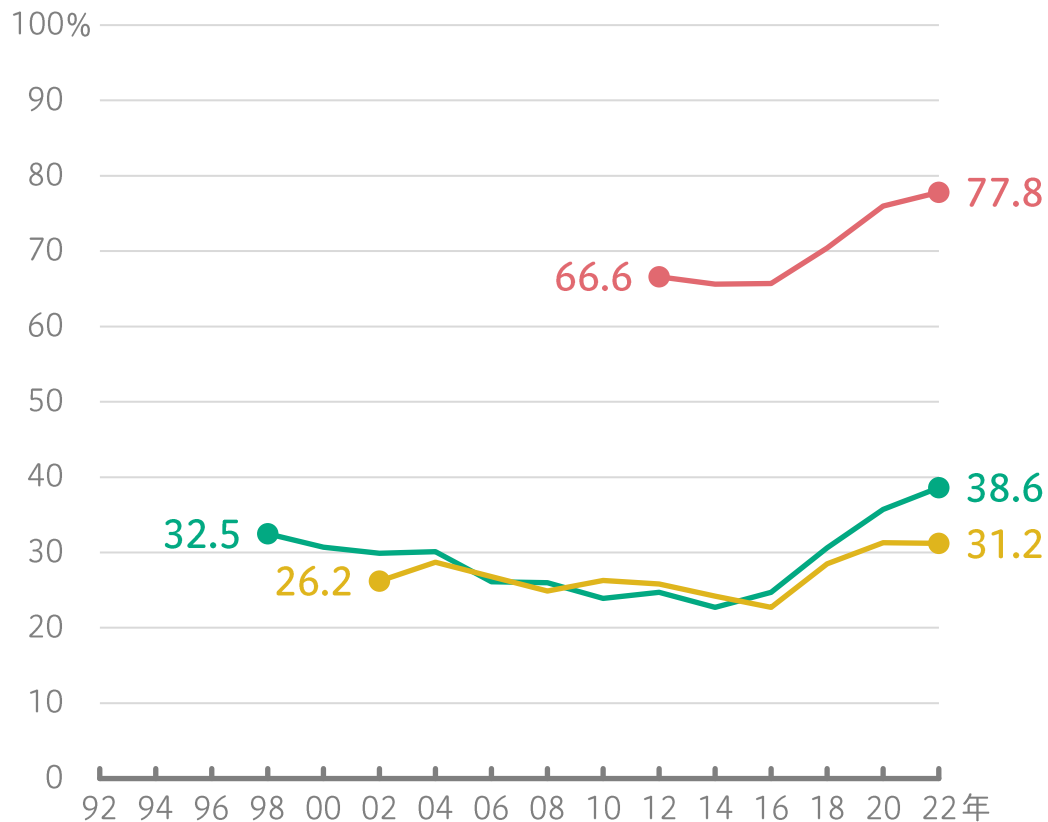
40代

50代

60代

働き

コロナで働き方はフリースタイルに



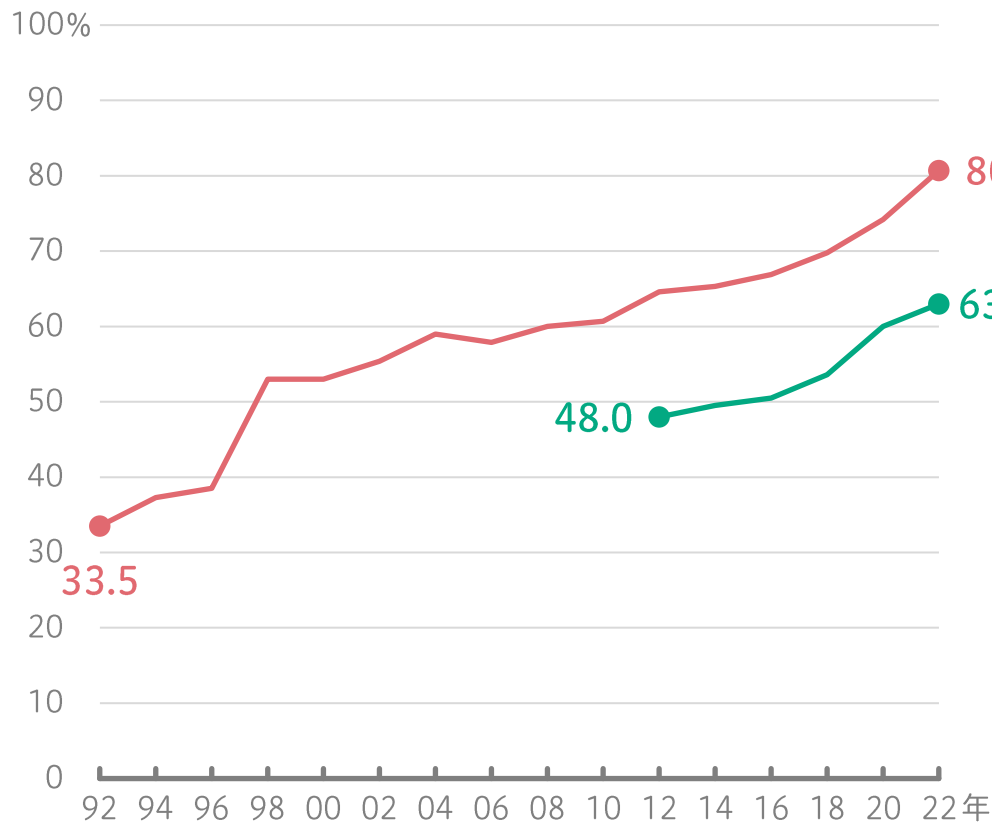
会社の仕事を会社や家以外の場所で
やっても別にかまわない

仕事さえきちんとしていれば、
どんな服装でもよいと思う

勤務中に会社のPCで私用のメールを
送受信しても別にかまわない

働き

性別や年齢によらない上下関係



女性の上司のもとで働くことに抵抗はない

年下の上司のもとで働くことに抵抗はない



人間を「まるごと」観る12分野

「生活定点1992-2022」特設サイト

生活
定点
1992-2022

ひらけ、あらい。
生活総研

SHARE

いいね! 5,314

ツイート

1,937



検索する



データを見る



サイトの使い方



ダウンロード



コラム

10/19更新



2022年の
分析を見る

生活定点 1992-2022

CHRONOLOGICAL LIFESTYLE SURVEY ON THE JAPANESE PEOPLE

博報堂生活総合研究所による定点調査
30年分の生活者観測データ約1,400項目を無償公開中

30周年
企画

データそのまま、
マンガに
してみた。

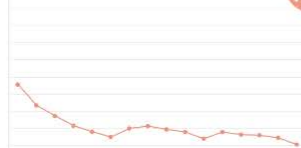
公開中! >>>

PICKUP DATA

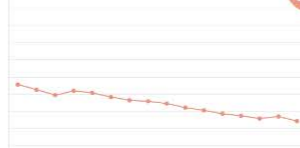
No.
1402



No.
1316



No.
543



No.
1286



No.
136



約1,400項目を閲覧可能

生活
定点
1992-2022



17.社会意識

社会のために不便をガマン派 vs 自分の便利を求める派

No.
1286



検索する



データを見る



サイトの使い方



ダウンロード



コラム

10/19更新



2022年の
分析を見る



No.
1285

自分の便利を求める派

◀ SHARE



No.
1287

最新（2022年）の調査結果

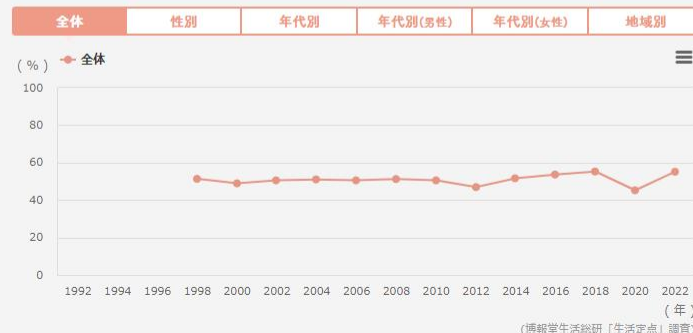
55.1%

初回(1998年)より **3.8** ↑ 前回(2020年)より **9.9** ↑

前回より9.8ポイント上昇

「社会のために不便をガマン派 vs 自分の便利を求める派」という質問に「自分の便利を求める派」と答えた人の割合は前回より約10ポイント上昇し、2022年は55.1%となりました。男女差はほとんどなく、2022年もほぼ同率になりました。地域差はほとんどなく、2022年もほぼ同率になりました。年代別に見ると、20代が68.7%で全体より約14ポイント高く、逆に60代は、全体より約11ポイント低い44.4%となりました。

※ このテキストはプログラムにより自動生成されています



「性別」「年代別」などでグラフを表示



17.社会意識

社会のために不便をガマン派 vs 自分の便利を求める派

No.
1286



検索する



データを見る



サイトの使い方



ダウンロード



コラム

10/19更新



2022年の
分析を見る



No.
1285

自分の便利を求める派

← SHARE

最新（2022年）の調査結果

55.1%



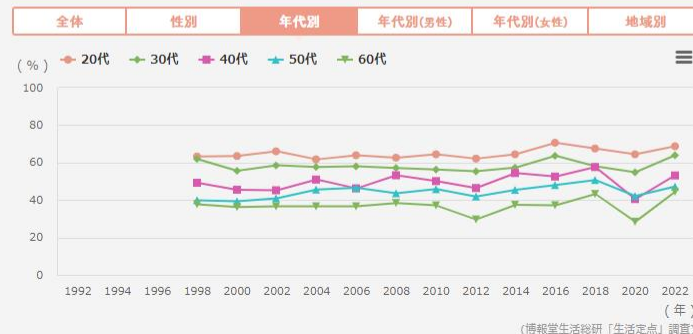
No.
1287

初回(1998年)より 3.8↑ 前回(2020年)より 9.9↑

前回より9.8ポイント上昇

「社会のために不便をガマン派 vs 自分の便利を求める派」という質問に「自分の便利を求める派」と答えた人の割合は前回より約10ポイント上昇し、2022年は55.1%となりました。男女差はほとんどなく、2022年もほぼ同率になりました。地域差はほとんどなく、2022年もほぼ同率になりました。年代別に見ると、20代が68.7%で全体より約14ポイント高く、逆に60代は、全体より約11ポイント低い44.4%となりました。

※ このテキストはプログラムにより自動生成されています



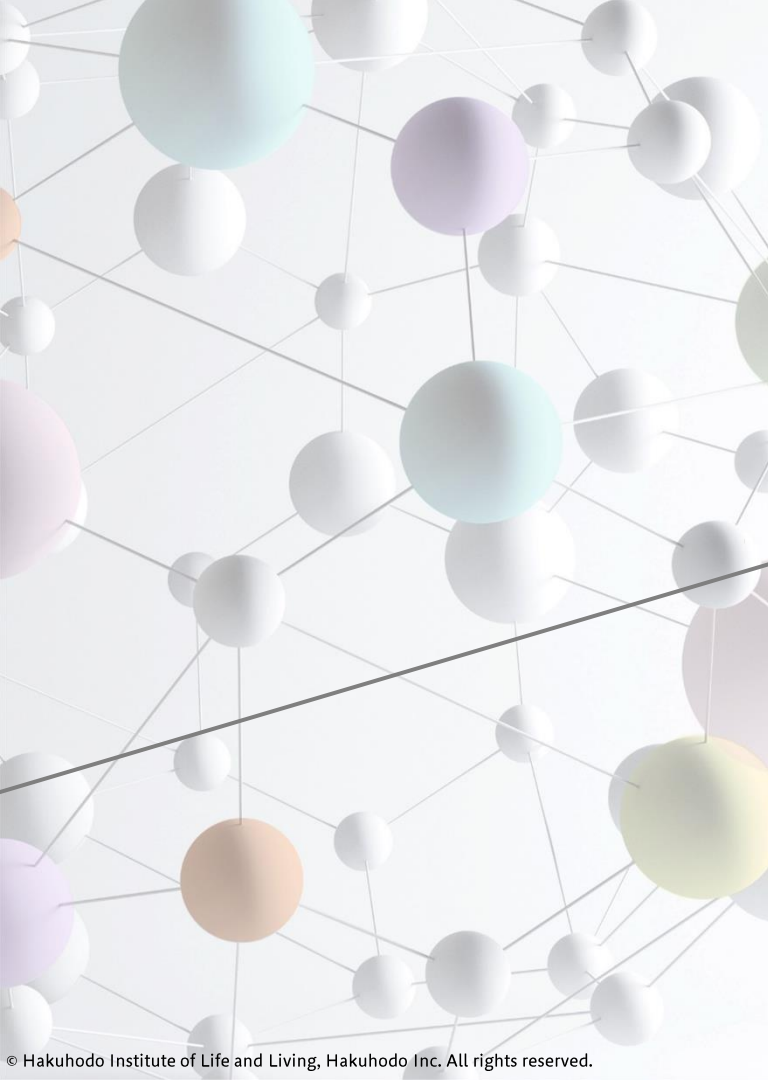
あわせて、生活総研webサイトもご活用ください

The screenshot displays the Hakuho Institute of Life and Living website. The main banner features the text '消齡化 lab.' (De-aging lab.) over a background of people. A pink button below the banner says '特設サイトで「消齡化」を知る' (Learn about 'De-aging' on the special site). Below the banner are four featured articles:

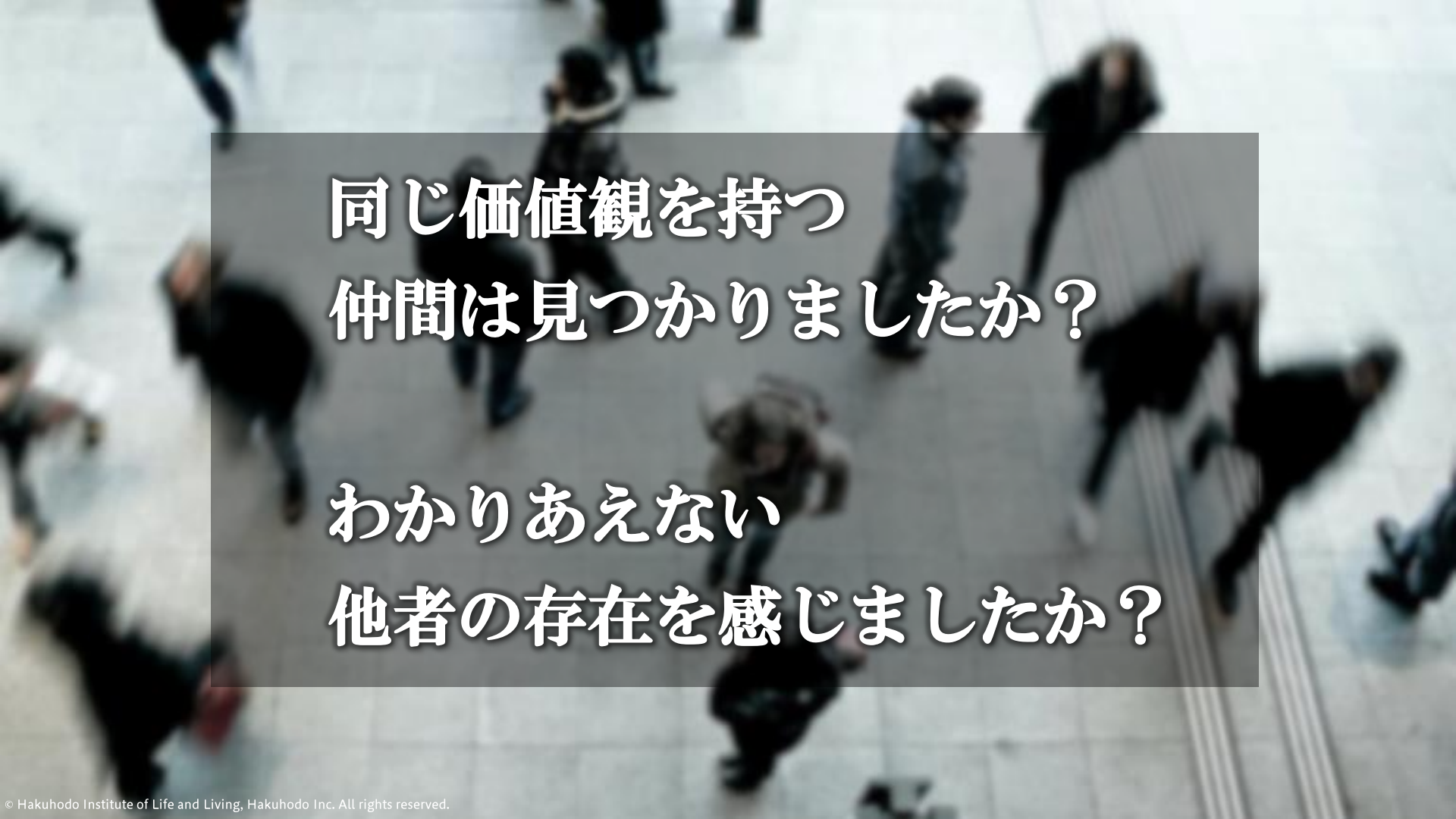
- 消齡化 × Z世代**: Z世代が自覚する意識・行動ランキン (Z-generation awareness and action ranking).
- 消齡化 × エンタメ消費**: コミック、ゲーム、音楽から消えゆく (Disappearing from comics, games, and music).
- 7月の消費予報 47.1点**: 前月比 +0.8, 前年比 -1.4 (July consumption forecast).
- AIで「流行りの曲」は作れるのか?**: デジノグラフィ 2023 vol.4 (Can AI create popular songs?).

The left sidebar contains navigation links such as 'ニュースリリース', '研究活動', '未来年表', and 'デジノグラフィ'. The top navigation bar includes '研究タグ' (Research tags) and 'VIEW ALL'.

生活者の“過去・現在・未来”を考えるヒントが満載

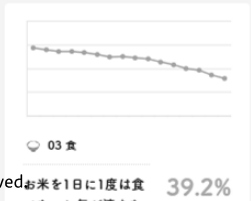
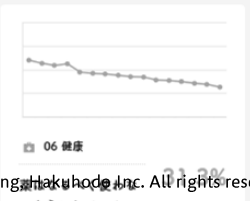
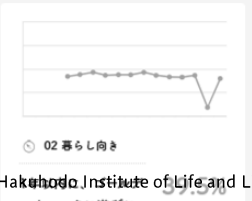
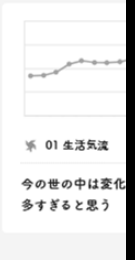
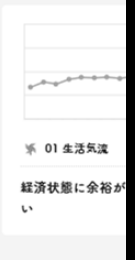


おわりに

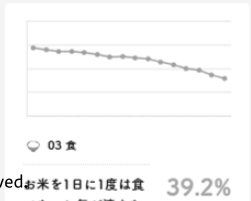
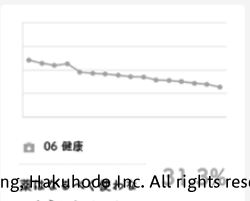
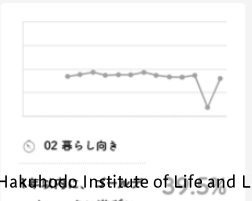
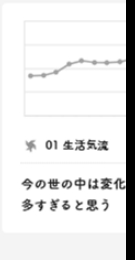


同じ価値観を持つ
仲間は見つかりましたか？

わかりあえない
他者の存在を感じましたか？



1,400の、「答え」?



1,400の、「問い」

自分の感覚値と 大きく異なった時の “驚き”や“疑問”こそ、 人間理解を深める きっかけ。

21 心理・身体特性

人の善意を信じる 84.0%

07 遊び

1年以内に海外旅行
(出張は除く)に行
っていない 99.4%

14 消費・お金

低利益でも危険が少
ない金融機関や商品
を利用したい 24.7%

01 生活気流

経済状態に余裕が
ない

11 恋愛・結婚

女性に結婚適齢期は
ないと思う 42.3%

16 メディア

休日、レンタルや販
売されているDVDや
ビデオを観てない 83.0%

09 働き

人は、しかるよりも
ほめた方がのびると
思う 91.0%

01 生活気流

心の豊かさやゆと
りある生活に重きを
きたい

02 暮らし向き

自分の暮らし向きは
これからも同じよう
なものだと思う 52.5%

09 働き

早めに出社しなく
ても始業時間に間に
あえばかまわないと思
う【有職者のみ】 42.5%

02 暮らし向き

専業主婦になりたい
【女性のみ】 24.2%

01 生活気流

今の世の中は変化
が多すぎると思う

02 暮らし向き

お米を1日に1度は食
う 95.9%

06 健康

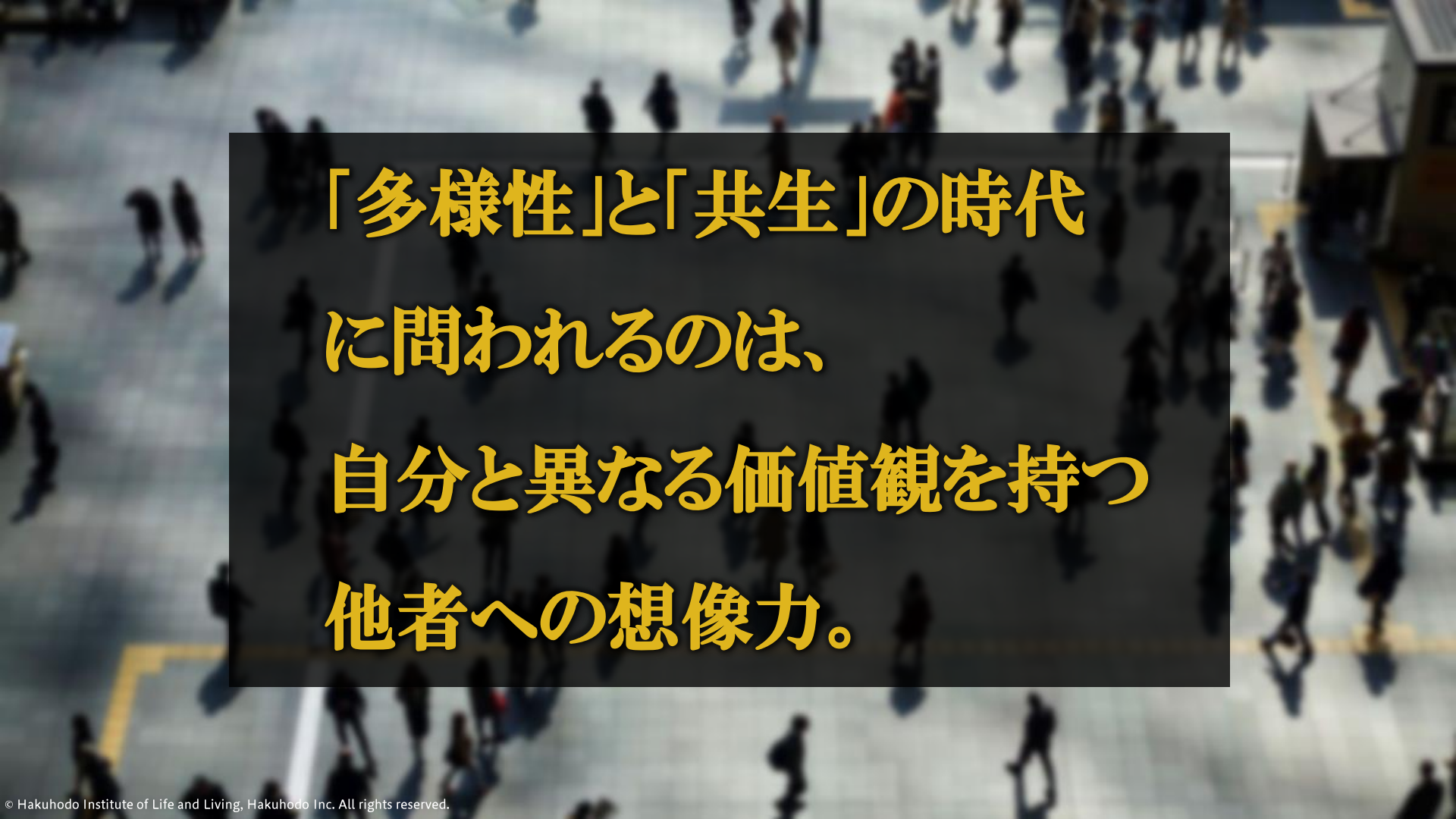
健康に気を配る 93.8%

03 食

お米を1日に1度は食
う 39.2%

02 暮らし向き

技術や資格を身に
つける 51.9%



**「多様性」と「共生」の時代
に問われるのは、
自分と異なる価値観を持つ
他者への想像力。**



ご清聴ありがとうございました。

ご質問はいつでもどうぞ

shuzou.ishidera@hakuhodo.co.jp