

# 外出における消費者の 心理・行動トレンド調査

2022 NOVEMBER REPORT

Social Intelligence Analytics

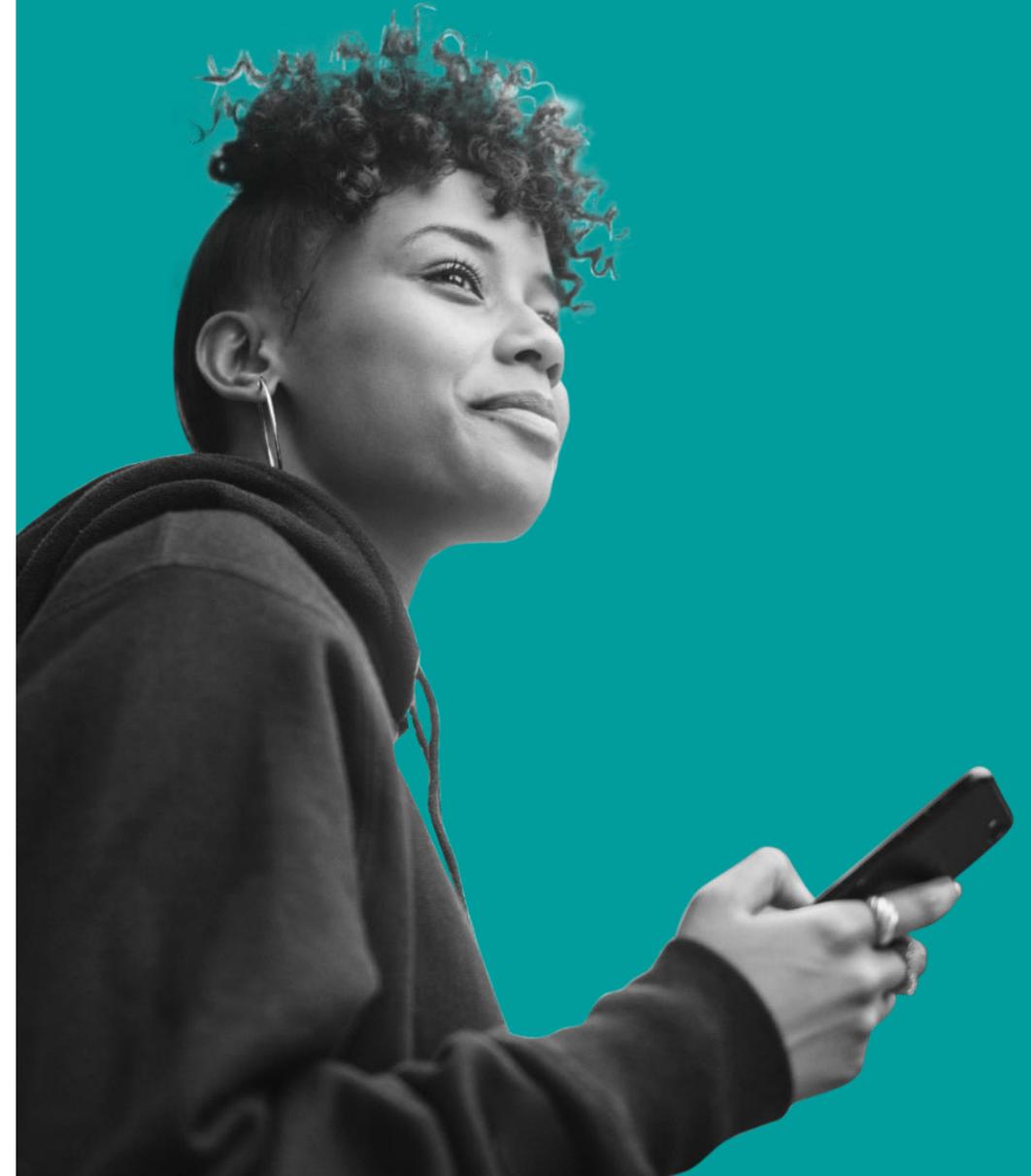
© 2022 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



# CHAPTER 1

# INTRODUCTION

GAME CHANGERS



## INTRODUCTION

# 外出における消費者の心理/行動トレンド

かつて、メーカー・事業会社からの広告活動による一方向の情報発信のみだった時代と異なり、現代は、ソーシャルメディアの発達により、消費者自身がメディアとなることが可能になりました。

マーケットの新しい動きは、消費者自身の発信や、消費者同士の交流から生まれるケースも少なくありません。今まで以上に、消費者自身の言葉や、興味関心の変化をビビットに捉える必要性が増えています。

イプソスのソーシャルインテリジェンスチームでは、外出における消費者の心理・行動トレンドのトラッキングがスタートしました。

パンデミックによって生活が激変した中、2022年には初めての行動制限なしの夏休みが始まりました。そんな中、過去最高の感染者数を記録しています。

このような状況の中、人々の外出における心理や行動の変化をビビットに捉えて理解することは、企業の新製品開発やコミュニケーション戦略等にとっても重要となります。



5月以降遊びに行っていない  
...そろそろどっか行きたい...  
コロナが落ち着くまではなるべく  
自粛したいけど、いい加減  
遊びに行きたいよね...  
(Twitter, Aug23)



## INTRODUCTION

# RESEARCH DESIGN

調査手法	Social Intelligence (Trend Radar)
プラットフォーム	見える化エンジン（10%サンプリングデータ）
データソース	Twitter
期間	2022年11月
言語	日本語
トピック	P.6-7参照
クエリ	“に行きたい”

# 外出における消費者の心理・行動データ

## – 消費者のWANTに注目

今回のテーマは消費者の外出における“Want”に注目しました。

パンデミックの中で行動制限が解除され始めている世の中、“行きたい”という消費者の要望に付随する心理や行動は激しく変化することが予想されます。

また、これらのデータを細かく「感情」や「誰と行くのか」、「どこに行くのか」を分けてトラッキングしていくことで、消費者の中に起きている“変化”を正確にとらえることができます。



## 話題軸一覧 (1/2)



### EMOTION

怒り  
嫌悪  
恐怖  
喜び  
悲しみ  
驚き  
苦しみ  
諦め  
くやしさ・後悔  
恥ずかしい



### CENSYDIAM\* + α

Enjoyment  
Vitality  
Power  
Recognition  
Control  
Security  
Belonging  
Conviviality  
Social  
Intender  
\*詳細はAppendixへ



### OUTDOOR ACTIVITY

キャンプ・BBQ  
登山・ハイキング  
スキー・スノボ  
プール・海水浴  
クルーズ  
釣り  
遊園地  
スポーツ観戦  
果物狩り  
花観賞  
写真撮影



### INDOOR ACTIVITY

温泉  
美術館・博物館  
ライブ・クラブ  
観劇・舞台  
絵画・陶芸教室  
動物園  
水族館  
植物園



### OVERSEAS

ハワイ  
台湾  
タイ  
シンガポール  
ベトナム  
韓国  
グアム  
イタリア  
オーストラリア

## 話題軸一覧 (2/2)



### DOMESTIC

沖縄  
北海道  
福岡  
石川  
大阪  
鹿児島  
宮城  
京都  
愛知  
長崎  
広島  
東京  
群馬



### TRANSPORTATION

車  
電車  
新幹線  
飛行機  
バイク



### TRAVEL TYPE

個人  
団体・ツアー



### STAY PERIOD

日帰り  
1泊  
2泊  
長期



### PEOPLE

1人  
家族  
友達  
カップル  
同僚  
ペット  
オタク仲間  
新婚（ハネムーン）

# MATURITYとVELOCITYでトレンドに注目

## – イプソス独自のマトリクス

各要素をMaturity（成熟度）とVelocity（成長速度）でプロットすることで、消費者の間で話題になっているトレンドを特定することができます。

大きな市場性が期待できるトレンドや、長期的に注目すべきトレンドなどを洗い出し、注目トレンドを特定します。\*

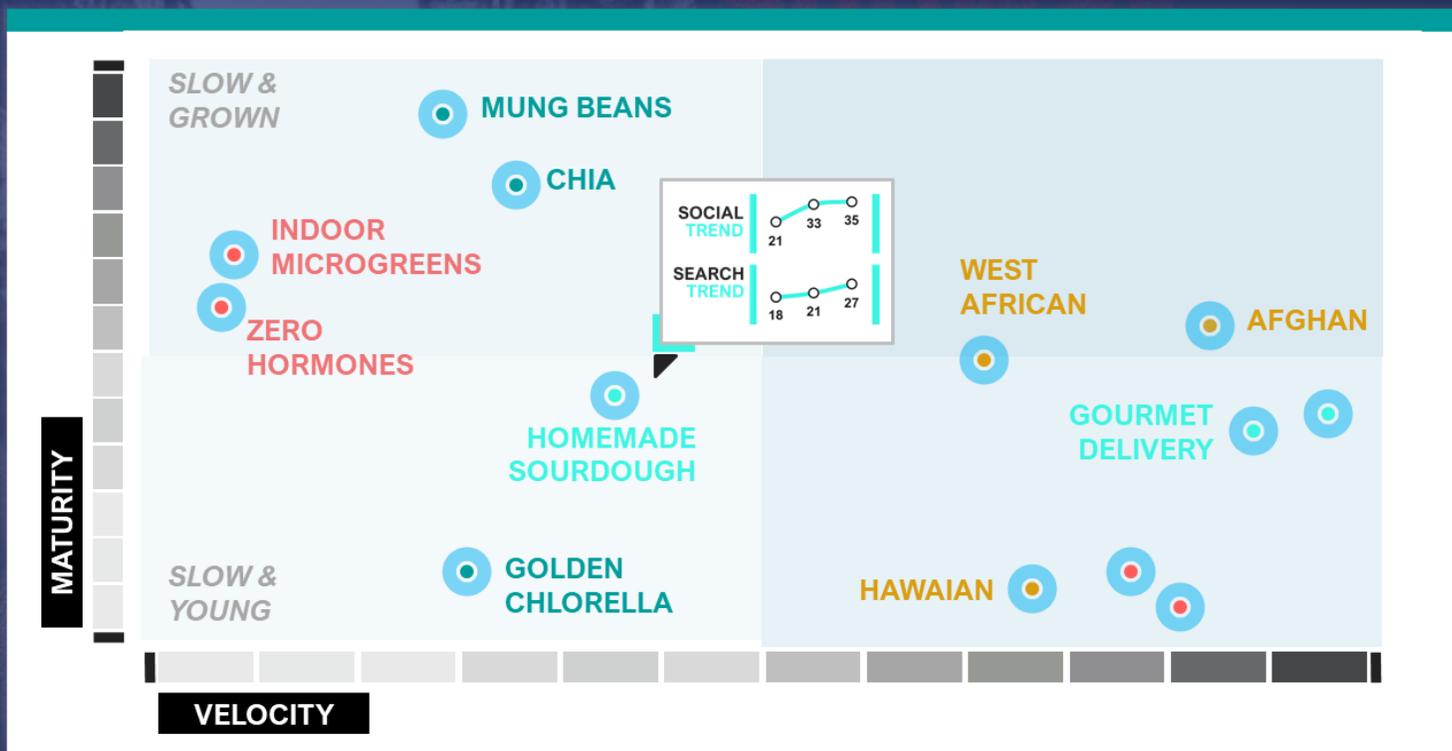
Maturity：2022年11月の各トピックの話題量

Velocity：2022年6月から11月の平均増加率

\*消費者の行動、意識の変化を捉えるうえで分析に有効なものを加味してアナリストが選択しています。

MACRO TREND CLASSIFICATION

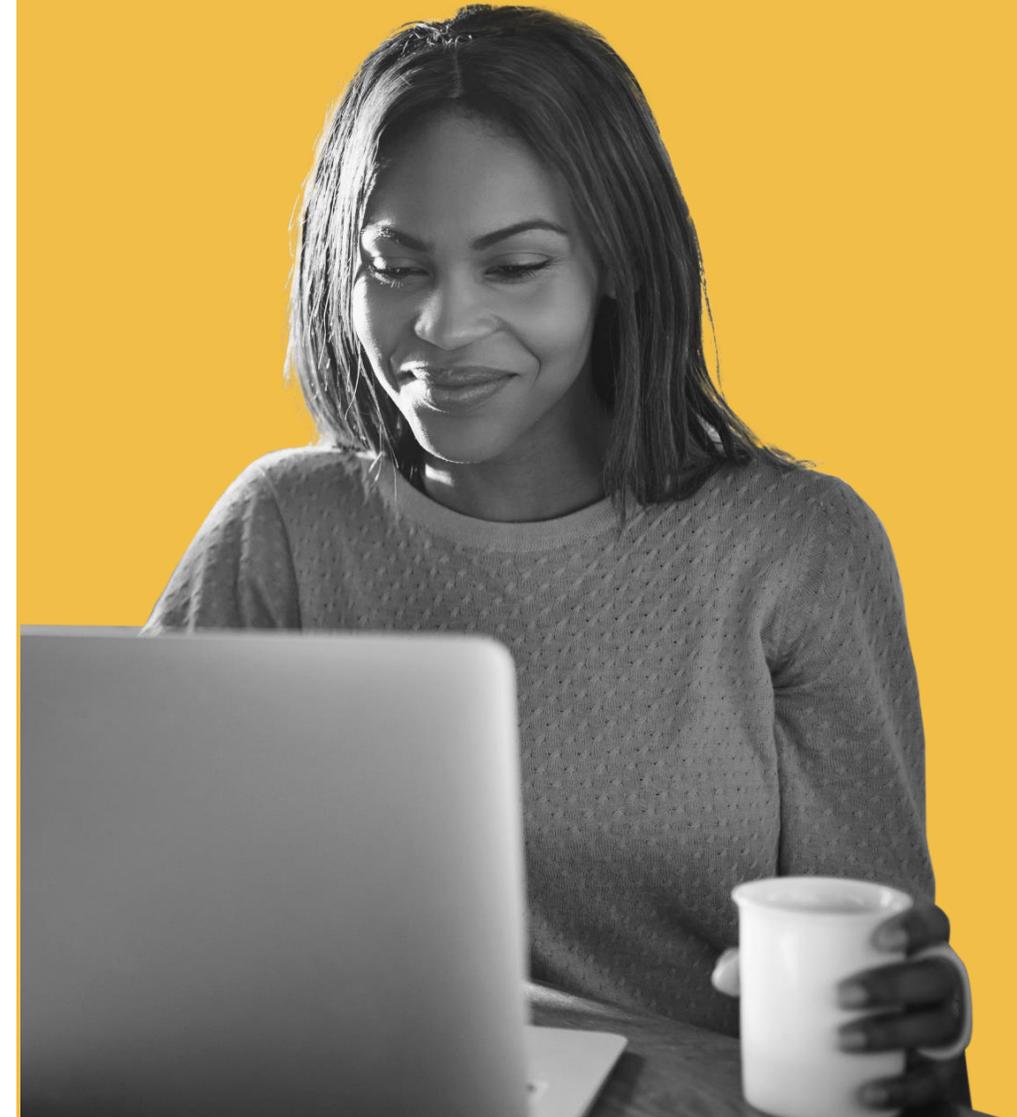
- INGREDIENT TRENDS
- BEHAVIORAL TRENDS
- ORGANIC TRENDS
- CUISINE TRENDS



# CHAPTER 2

# SOCIAL FINDINGS

GAME CHANGERS



# Emotion



「喜び」は減少傾向にあるが、11月には『すずめの戸締り』が公開され多くの話題を呼んでいたため、見に行くことへの喜びが感じられた。また、年末が近づいていることで来年へのお出かけ先を投稿し、楽しみを共有する様子が見られた。

オタクの後輩に、すずめの戸締りめっちゃ良かったです！！沼りましたって言われたから見に行きたい...

10:47 PM - Nov 29, 2022

北海道のグルメはほんとに美味しいものばかりだね🥰  
すでに飛行機とか調べてるしww←早すぎ👏👏www  
でも考えるだけでも来年の楽しみがある感じでワクワクする❤️遠征は癖になるよね👏久しぶりに行きたい地もあるし(←欲張り笑)  
ぜひ、来年北海道行きましょー\*、❤️💙、\*

1:39 PM - Nov 23, 2022

# Censydiam + α



Vitality (頑張る気持ち) は減少傾向にあるが、11月には行きたい場所を目標に設定して日々の勉強や仕事を頑張るという様子が見られた。

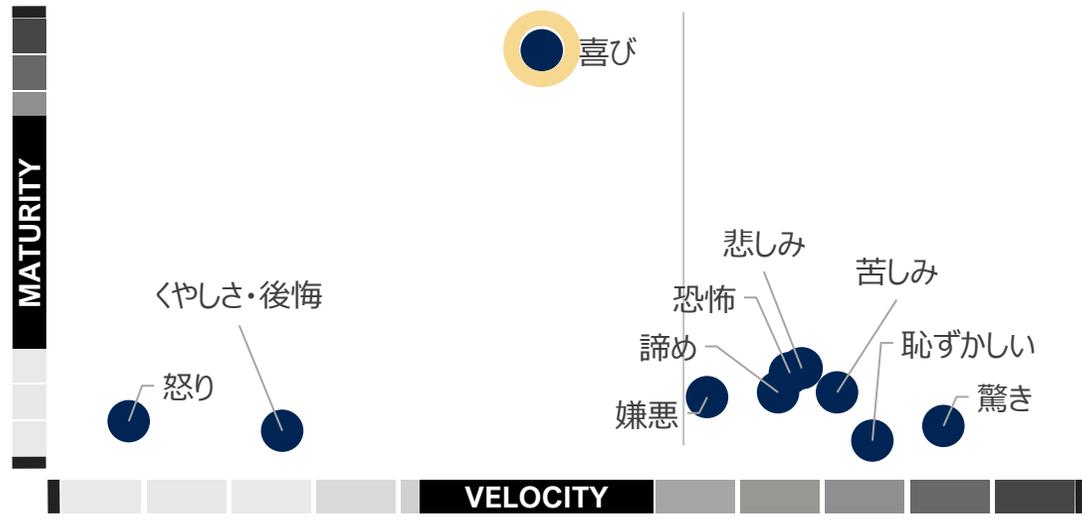
今年目標をたてて新しい事を始めることができたので、来年頑張る為にも温泉旅行に行きたいです。

4:09 PM - Nov 24, 2022

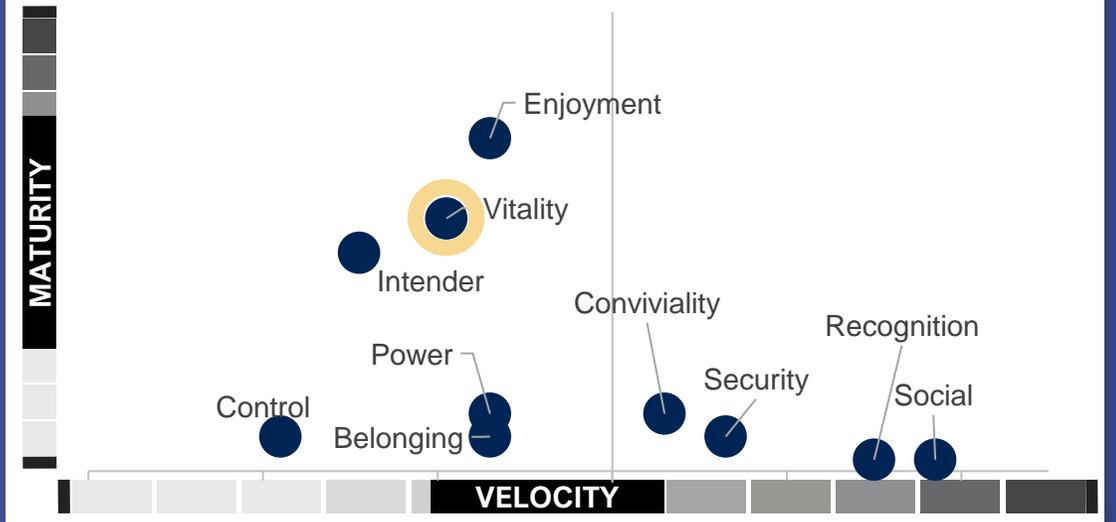
#こころ旅  
尾道水道の景色、いいですね  
また見に行きたいなあ  
人生の目標、一つ追加

11:58 AM - Nov 19, 2022

## TREND MATURITY & VELOCITY



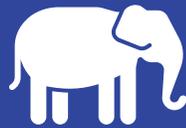
## TREND MATURITY & VELOCITY



# Indoor activity

寒くなるにつれ、温泉に対する興味関心が引き続き上昇した。

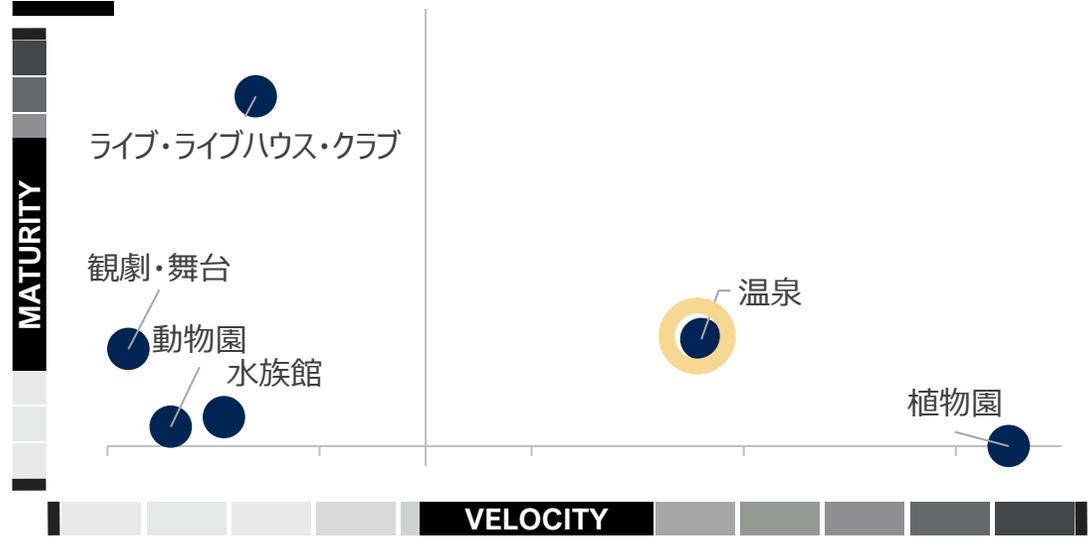
全国旅行での行き先や、年末年始の予定を立てている消費者も多く、銀山温泉や、草津が特に注目されている様子。



全国旅行支援で関東近郊の温泉に行きたいんごねえ  
10:22 AM · Nov 25, 2022

全国旅行支援を使ってフォロワさんとダイエット旅行に行きたい🌊🏊  
朝から皆でジョギングして踊って健康に食べて温泉に浸かってきゃっさしたい  
という妄想をしながら運動してる🥰  
1:22 PM · Nov 3, 2022

## TREND MATURITY & VELOCITY



# Outdoor Activity

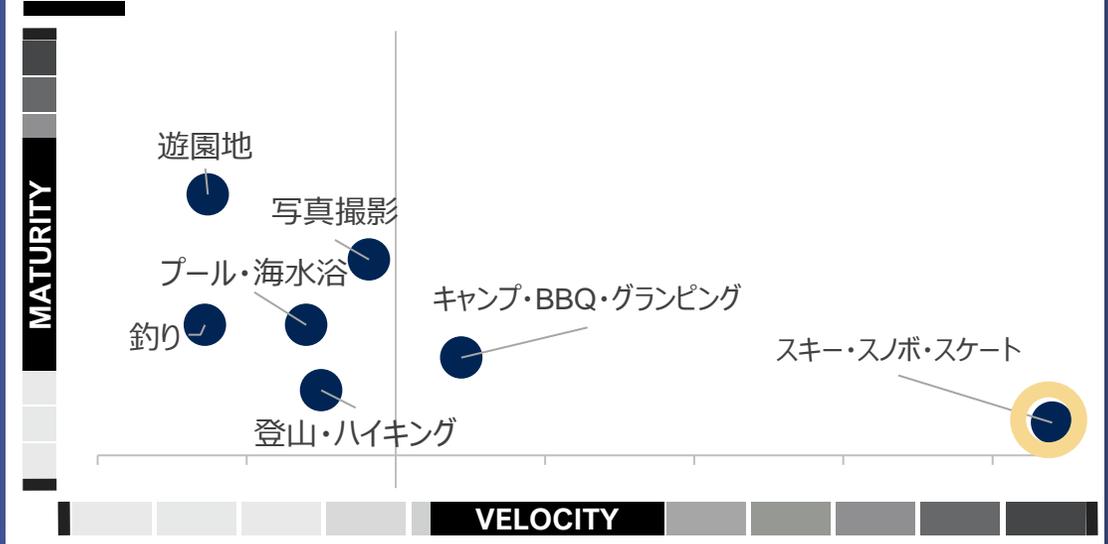
一部のスキー場ではゲレンデがオープンしたため、「スキー・スノボ」関連の投稿量が上昇した。コロナ禍でスキー場に行けていなかった層も今年は遠出をしてスキーを楽しみたいといった声があがっている。



北海道行きたい!!!!  
あと、今季は泊まりでスノボ滑りに行きたい!!  
あと、あと、アホみたいな距離をソリ専用にしてる所行きたい。  
冬だけ車が欲しい。  
8:07 PM · Nov 22, 2022

最近すごく寒い!  
寒いといえばもうすぐスノーボードの季節!  
早くスノボに行きたい^^  
今年JSBAの2級とれるように頑張るぞ!  
今シーズンは板も新しく買った!  
GRAYのシュレッドっていう種類の板を今シーズンは使っていきます! 前使ってた板も使う!  
7:34 PM · Nov 17, 2022

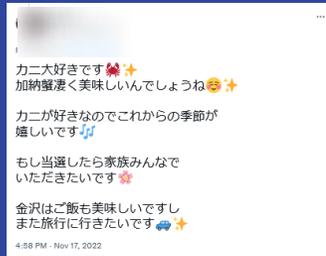
## TREND MATURITY & VELOCITY



# Domestic

福岡は先月と比較して上昇しており、博多駅で行われているクリスマスマーケットに注目が集まっている。

また、一部で石川県のカニに注目が集まり、冬の味覚を楽しみにしているようだ。

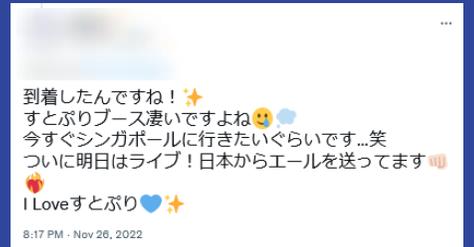
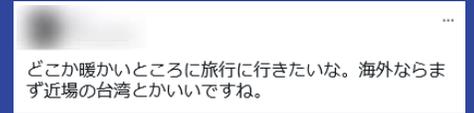


# Overseas

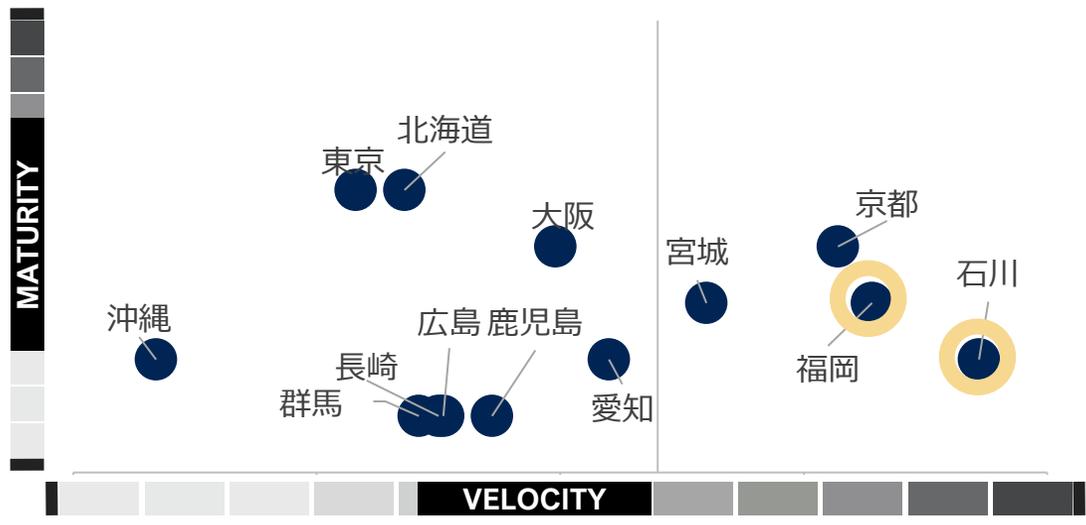


人々の海外旅行への関心は高まっており、“とりあえず台湾あたり”として台湾に興味を持っている人が増えている。

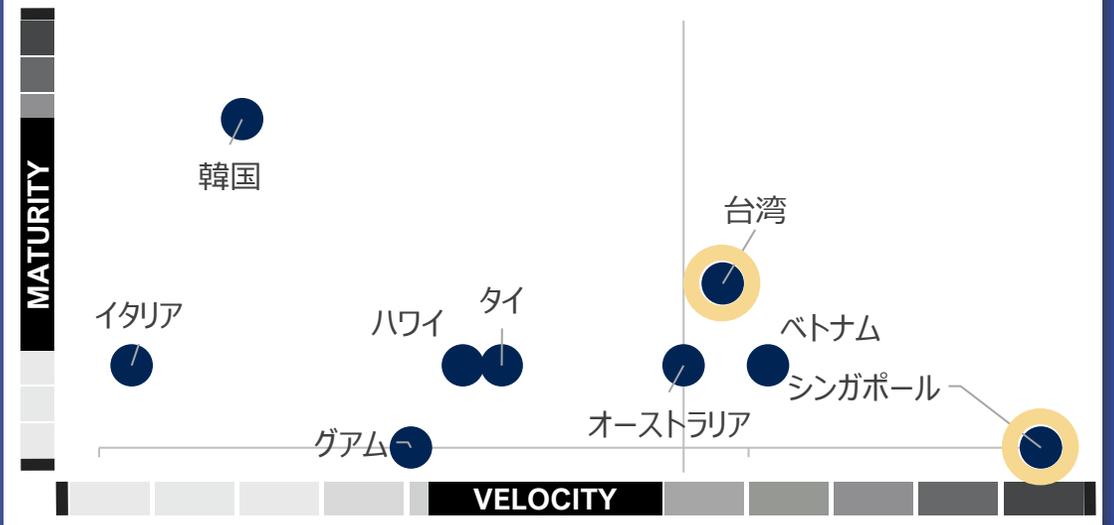
シンガポールでは、すとぷりが初の海外イベント Anime Festival Asia Singapore に出演したことでファンによる投稿が集まった。



## TREND MATURITY & VELOCITY



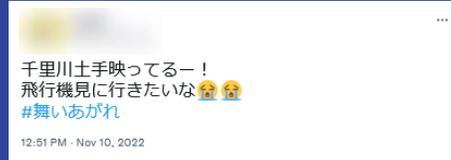
## TREND MATURITY & VELOCITY



# Transportation/Travel type/Stay Period



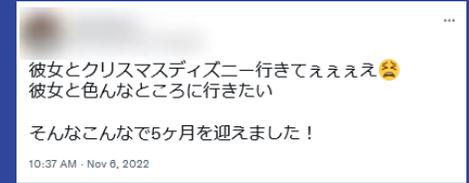
飛行機に対する注目が上昇している。特に、NHK朝ドラ『舞い上がれ』で主人公が飛行機を操縦している様子に影響され、飛行機で旅をしたいという思いがみられた。また、飛行機を見るだけでもワクワクしている様子もある。



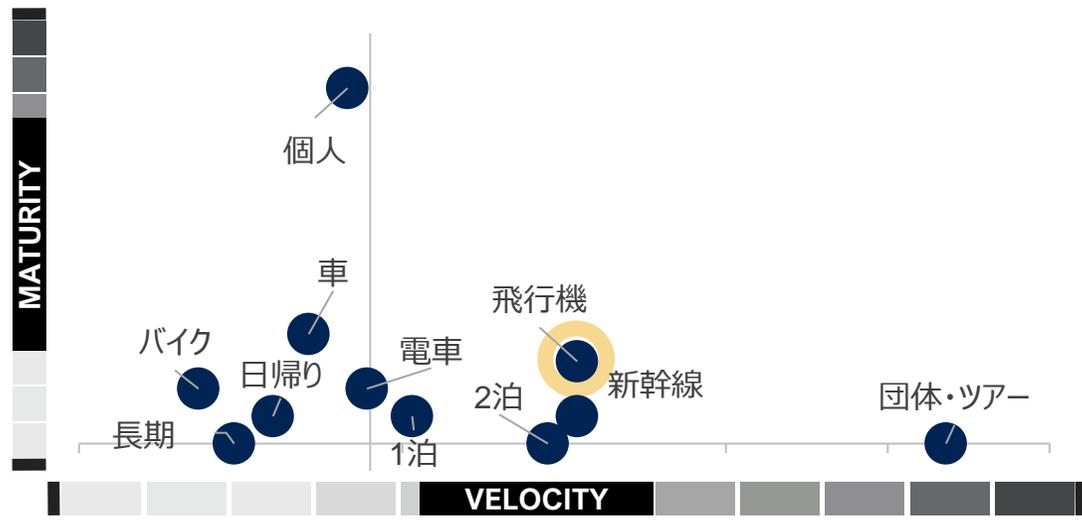
# People



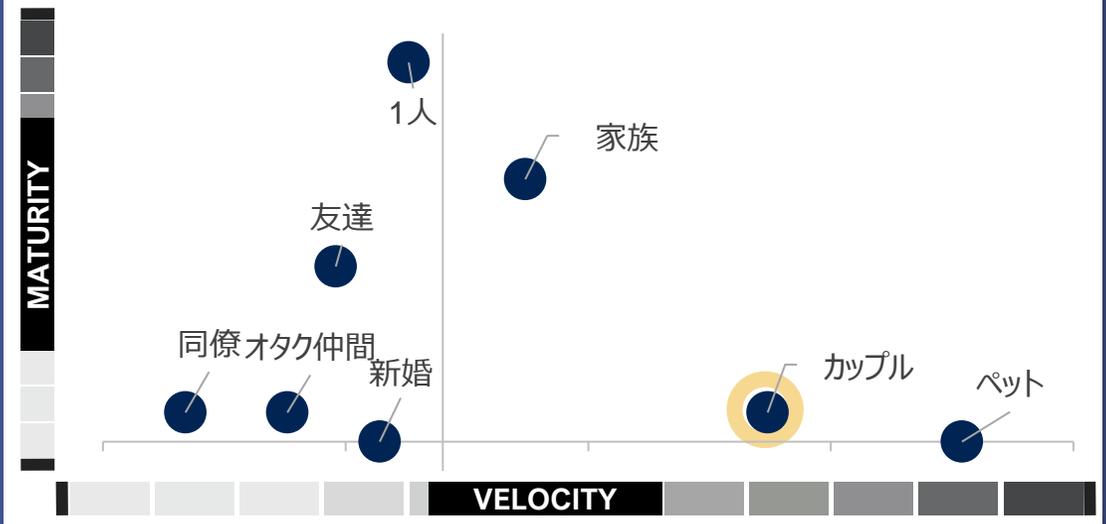
クリスマスシーズンが近づき、カップルとお出かけに注目が集まっている。特にクリスマスをイメージさせるイルミネーションや、ディズニーリゾートへの興味が高まっている。



## TREND MATURITY & VELOCITY



## TREND MATURITY & VELOCITY



# 外出意識に関する人々のトレンド（11月編）

クリスマスが近づいていることでお出かけに対する楽しみが見られた。また、行動制限なしの年末年始が始まる  
として、遠出の予定を立てている消費者が目立った。

<p><b>Emotion</b></p> 	<p>「喜び」は減少傾向にあるが、11月には『すずめの戸締り』が公開され多くの話題を呼んでいたため、映画を見に行くことへの喜びが感じられた。また、<b>年末が近づいていることで来年へのお出かけ先を投稿し、楽しみを共有する</b>様子が見られた。</p>	<p><b>Domestic</b></p> 	<p>福岡は先月と比較して上昇しており、博多駅で行われている<b>クリスマスマーケット</b>に注目が集まっている。また、一部で石川県のカニに注目が集まり、冬の味覚を楽しみにしているようだ。</p>
<p><b>Censydiam</b> +α</p> 	<p>Vitality (頑張る気持ち) は減少傾向にあるが、<b>11月には行きたい場所を目標に設定して日々の勉強や仕事を頑張る</b>という様子が見られた。</p>	<p><b>Overseas</b></p> 	<p>人々の海外旅行への関心は高まっており、“とりあえず台湾あたり”として台湾に興味を持っている人が増えている。シンガポールでは、すとぷりが初の海外イベント Anime Festival Asia Singapore に出演したことでファンによる投稿が集まった。</p>
<p><b>Indoor Activity</b></p> 	<p>寒くなるにつれ、温泉に対する興味関心が引き続き上昇した。全国旅行での行き先や、<b>年末年始の予定を立てている</b>消費者も多く、<b>银山温泉や、草津</b>が特に注目されている様子。</p>	<p><b>Transportation/ Travel type/ Stay Period</b></p> 	<p>飛行機に対する注目が上昇している。特に、NHK朝ドラ『舞い上がれ』で主人公が飛行機を操縦している様子に影響され、飛行機で旅をしたいという思いがみられた。また、飛行機を見るだけでもワクワクしている様子もある。</p>
<p><b>Outdoor Activity</b></p> 	<p>一部のスキー場ではゲレンデがオープンしたため、「スキー・スノボ」関連の投稿量が上昇した。<b>コロナ禍でスキー場に行けていなかった層も今年は遠出をしてスキーを楽しみたい</b>といった声があがっている。</p>	<p><b>People</b></p> 	<p><b>クリスマスシーズンが近づき、カップルとのお出かけに注目が集まっている</b>。特にクリスマスイメージさせるイルミネーションや、ディズニーリゾートへの興味が高まっている。</p>

# CHAPTER 3

## DEEP DIVE

## ANALYSIS

GAME CHANGERS



# スキー・スノボ



あー!!今年こそスキーに行きたい  
!! 🎿 🌨️ 20代か30代初頭の身体柔らかいうちにボード乗れるようになった 📷

(Nov 29, Twitter)

娘のオムツもとれたし、15年ぶりくらいにスキー場行きたいな

(Nov 28, Twitter)



## TREND DESCRIPTION

11月には一部のスキー場が解放されたことによって、スキー・スノボに関する投稿数が上昇。  
冬の定番スポーツであるスキーやスノボは、リフレッシュにもなり、気分転換としてのポジションで楽しまれている様子。また、ずっと行けていなかった年末年始の旅行を兼ねてスキー・スノボに行くことで、窮屈なコロナ生活への終わりを感している様子も見られた。



## TREND NEEDS & MOTIVATIONS

### FUNCTIONAL NEEDS

- 子供に普段味わえない遊びを経験させたい
- 冬にしかできないスポーツを通して冬らしさを感じたい

### EMOTIONAL DRIVERS

- 多忙でストレスフルな生活から抜け出して、自分自身をリフレッシュさせたい
- コロナ禍の窮屈な生活への終わりを感したい



## TREND OPPORTUNITY & ACTIVATION

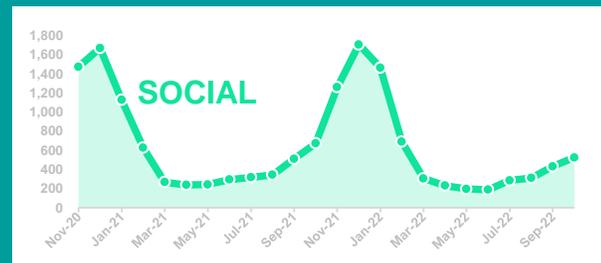
### COMMUNICATION

- 普段ストレスを抱えているお父さんお母さんのリフレッシュとして、また、子供にとってのかけがえのない体験になることを中心に、家族に向けたコミュニケーション。



## TREND EVOLUTION

Search VolumeやSearch Volumeは昨年と同程度である。検索ワードでは、「マスク」といったコロナ禍での楽しみ方や、「キッズ」や「何歳から」といった子供とのお出かけについて検索している消費者行動が観察された。



### EMERGING SEARCH KEYWORDS

スキーウェア キッズ

スキー マスク

スキー 何歳から



# APPENDIX

# CENSYDIAM FRAMEWORK

人間の行動モチベーションを類型化したIpsos独自のフレームワーク。  
以下の2つ軸で構成されている。

1) North/South – 解放や喜びといったEnjoymentとControlの間の  
関係から作られるパーソナルな次元

2) East/West - 力や支配を求めるPowerと、コミュニティや他者に  
合わせるBelongingの関係から作られる社会的次元。  
他の4つは、これらの中間点である。

## Censydiamの特徴



### People first

意思決定は消費者の基本的なニーズを中心  
に行われる。



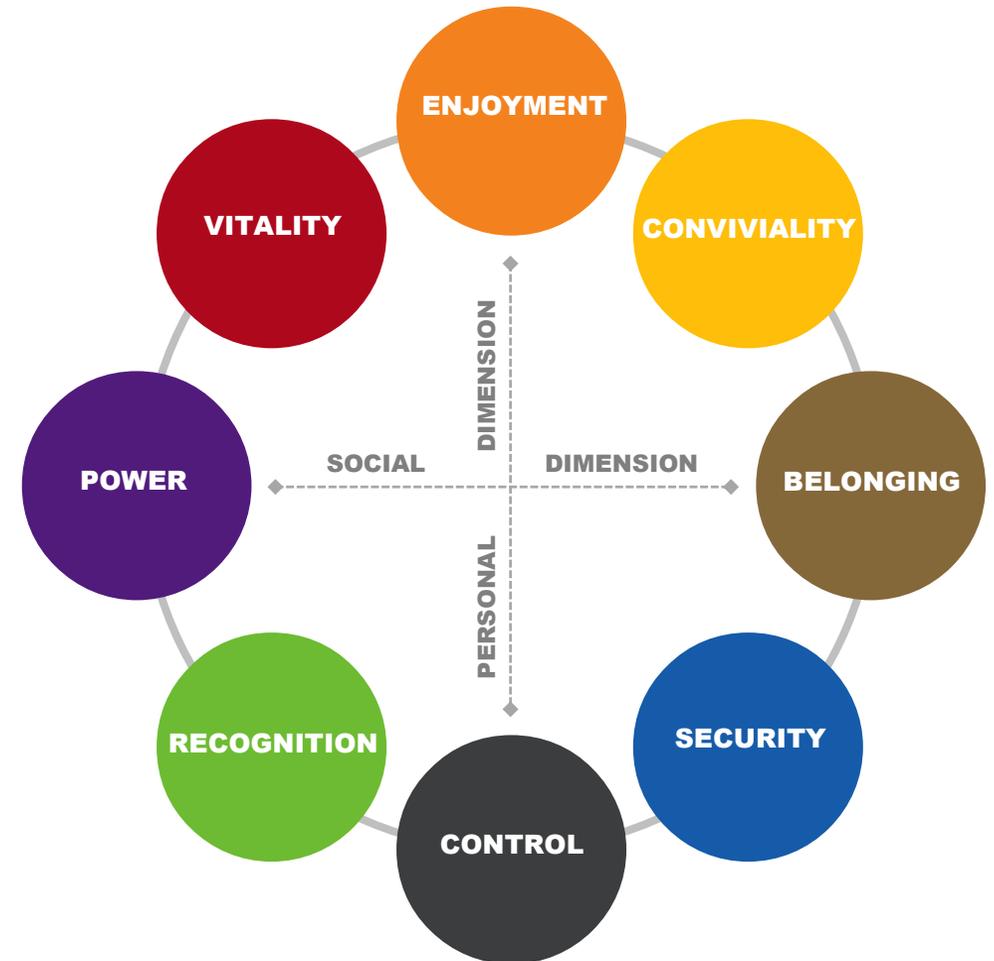
### Precise

細かいニーズやモチベーションを設定することで、気  
づけていないニーズやモチベーションを発見できる。



### Universal

どんなマーケットでも活用することが可能。



# THANK YOU

© 2022 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential, Trade Secret and Proprietary Information.

The contents of this document constitute the sole and exclusive property of Ipsos Japan ("Ipsos") and/or the addressee and may not be used in any manner without the prior written consent of Ipsos. Ipsos retains all rights, title and interest in or to any of Ipsos' trademarks, technologies, norms, models, tools, proprietary methodologies and analyses, including, without limitation, algorithms, techniques, databases, computer programs and software, used, created or developed by Ipsos in connection with Ipsos' preparation of this document. No license under any copyright is hereby granted or implied.

The contents of this document are confidential, proprietary and are strictly for the review and consideration of the addressee and its officers, directors and employees. No other use is permitted, and subject to a separate written agreement between Ipsos and the addressee, the contents of this document (in whole or part) may not be disclosed to any third party, in any manner whatsoever, without the prior written consent of Ipsos.



**synthesio**  
AN IPSOS COMPANY

