

2025 年 3 月 31 日

博報堂生活総合研究所 写真調査サイト『生活図鑑』

第四弾となる「シェア」カテゴリを公開

—生活者が自ら撮影した「シェア」に関する 400 枚の写真を収録。
豊富な検索機能により、シェアを通じた生活者同士の交流など
生活者のリアルを映し出す行動や意識の把握・探索に活用可能—

株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）のシンクタンクである博報堂生活総合研究所では、生活者が撮影した写真を収集・分析する「生活写真調査」を行っています。このたび、そのデータを閲覧できるサイト『生活図鑑』では「衣」・「食」・「住」のカテゴリに続き第四弾として「シェア」を公開しました。

「シェア」に関する生活写真は 310 名の方が提供して下さった 400 枚で、撮影対象は「身近な人とのシェア」と「不特定多数の人とのシェア」で分かれているほか、撮影者の性別・年代・居住地などの特性からも自由に検索が可能です。

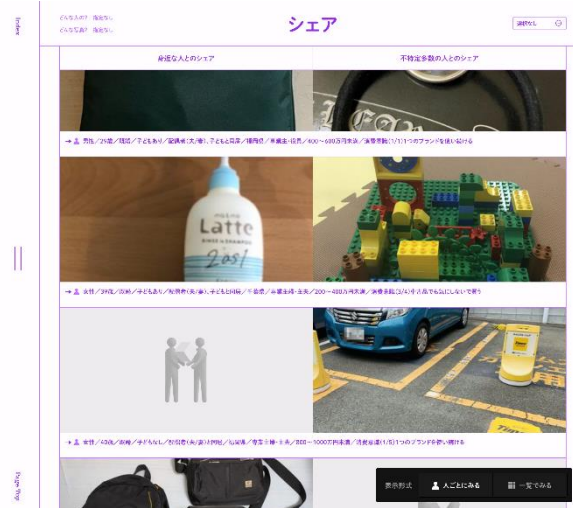
今回の公開により、『生活図鑑』では生活者のリアルな生活実態や意識を総計 4,378 枚の写真から網羅的に把握・探索することが可能になりました。それぞれのカテゴリ毎に、生活者の新たな価値観や欲求について写真をもとに考察した「研究員の発見ノート」も収録しています。

生活者の“いま”を知り、“これから”を洞察するツールとして、ぜひご活用ください。

また、『生活図鑑』の第 5 弾として「環境」カテゴリの公開を予定しています。

【サイト URL】 <https://seikatusoken.jp/seikatsu-zukan/>

◆「シェア」では、「身近な人とのシェア」と「不特定多数の人とのシェア」の 2 カテゴリの写真を収録
※写真は一例です



◆撮影した生活者の特徴、写真の特徴、フリーワードなどで絞り込みも可能

👤 **どんな人の？** ——— 指定なし
性別 年齢 未既婚 子ども 同居家族 エリア 職業 世帯年収 消費意識
閉じる ⤴

性別 男性 女性

年齢 20歳 69歳 20 ~ 69 歳

未既婚 未婚 既婚 離死別

子ども あり なし

同居家族 ひとり暮らし 配偶者(夫/妻) 子ども 親 祖父母 兄弟姉妹 その他

エリア 北海道 東北 関東 北陸 東海 近畿 中国 四国 九州・沖縄

職業 事業主・役員・フリーランス 会社勤務 家業手伝い 学生 専業主婦・主夫 無職

世帯年収 0円 1000万円以上 0 ~ 1000 万円以上

消費意識

<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 1つのブランドを使い続ける <input checked="" type="checkbox"/> 計画的な買い物をする事が多い <input checked="" type="checkbox"/> 自分は買い物上手な方だと思う <input checked="" type="checkbox"/> 中古品でも気にしないで買う <input checked="" type="checkbox"/> ものは買うより、できるだけレンタルやシェアで済ませたい 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 買うことで人や社会に役立つ商品を買いたい <input checked="" type="checkbox"/> ネットを通じて個人からものを買うことに抵抗はない <input checked="" type="checkbox"/> ものを買う時はブランドを意識する <input checked="" type="checkbox"/> ものを買う時は、高く売れるかどうかを意識する
---	--

📷 **どんな写真？** ——— 指定なし
撮影した対象 何を 誰と 何のために
閉じる ⤴

撮影した対象 身近な人とのシェア 不特定多数の人とのシェア

何を トイレタリー用品/薬品 スキンケア/コスメ PC/スマホ関連機器 洋服/バッグ/装身具 家具/家電

健康/趣味 家事関連 文具/工具/生活雑貨 飲食料 自転車/クルマ/移動

共用什器やスペース

誰と 家族 配偶者/パートナー 子ども 親/兄弟姉妹(義理含む) 友人/恋人 職場の人

近隣や同地域の人/自治体 施設/サービスの利用者

何のために 共通の目的/利便性 節約/経済的 省スペース/省力化/スッキリ 低頻度/低使用量商品の活用

楽しみの共有/交流 消費/収入につながる 共有しやすい商品 評価/推奨される商品

もったいない/エコ視点 健康維持/増進/衛生 人助け/助け合い

◆研究員が、写真や説明コメントから見えてきた「生活者の新たな欲求」や「意識の変化」について解説

01

人の心もつなぐ ご近所シェアの実態



生活総研 上席研究員
松井 博代

ご近所づきあいは、昔に比べると希薄になっているといわれていますが、シェアでご近所間の交流が生まれ、親睦を深めている生活者たちを発見。大都市圏も含めて地域も年齢も問わず、あちこちで発生していることが印象的で、人との適切な距離感をはかるのが難しい今の時代でも続く、ご近所コミュニケーションの在り方のようです。

シェアしている物の特徴は、余った、あるいは余りそうな食べ物でした。日常で消費する気軽な物であることで、ご近所という距離感でシェアされる側が負い目を感じずに受け取れることもポイントなのではないでしょうか。



◆現在、「食」「衣」「住」「シェア」カテゴリーを公開中。今後、他カテゴリーも順次更新予定

Index

写真でわかる 生活者

博報堂生活総合研究所では、衣・食・住などのテーマに
合わせ生活者が自由に撮影した写真を収集・分析する
「写真調査」を行っています。

生活回廊では、その全データを検索し閲覧できます。
SNSでは見られないリアルな暮らしの風景から、生活
者の価値観や欲求をのぞいてみましょう。

生活 図鑑

Lifestyle Photo Encyclopedia

ひらけ、みらい。
生活総研

Total Data
1156 people
4378 photos
4 themes

使い方のヒント ?

1632 photos 313 people



生活者が撮影した写真:
一日の食事、冷蔵庫や冷凍庫の中身

View more →

研究員の発見ノート →

981 photos 211 people



生活者が撮影した写真:
外出着、家での服装、衣類の収納スペース

View more →

研究員の発見ノート →

1375 photos 322 people



生活者が撮影した写真:
家の中、住まいの工夫や課題

View more →

研究員の発見ノート →

400 photos 310 people



生活者が撮影した写真:
身近な人や不特定多数の人とのシェア行動

View more →

研究員の発見ノート →

Now calculating



生活者が撮影した写真:
環境のための行動

Coming Soon —

分析中... —

Share   

博報堂生活総合研究所

© 2024 Hakuho Institute of Life and Living, Hakuho Inc.

Page Top

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 成田・白川 koho.mail@hakuho.co.jp