

FIRST

TOTAL
MARKETING
AGENCY

2025年2月25日
株式会社ファースト

季節感は生活者のしあわせマインドに影響する？ 株式会社ファーストが考察するしあわせなときに関する調査報告

「人と商品のしあわせな出会いをつくる」を企業理念にマーケティングサービスを提供する株式会社ファースト(本社:東京都港区、代表取締役社長:岡 勝利)は、“しあわせ”とは何に起因し、こういった状態のことをあらわしているのかをテーマに調査分析を行っています。今回は第3回目の調査となり、更なる考察を広げます。各界企業様のマーケティング活動のヒントになれば幸いです。

■調査概要

- ・調査名:しあわせなときに関する調査
- ・目的:生活者の“しあわせの気持ち”を見つけ出し、生活者の気持ちを動かすポイントや新たな価値を創り出す。
- ・実施時期:2024年11月13日~12月1日
- ・対象数:20歳以上の男女256名(男性129名 女性127名)
- ・調査手法:アンケート調査
- ・アンケート調査内容:①ここ1カ月間の「しあわせ度」調査(10段階評価)
②「しあわせなときの写真」の投稿、しあわせ度(10段階評価)、コメント
③3カ月後の「しあわせ度」調査(10段階評価)、コメント
- ・第1回調査記事:よろしければご参照ください。
https://www.the-first.co.jp/com/pdf/news/20240913_news.pdf
- ・第2回調査記事
https://www.the-first.co.jp/com/pdf/news/20241115_news.pdf
- ・調査主体:株式会社ファースト
- ・実施機関:株式会社クロス・マーケティング

■「しあわせなときに関する調査」結果からの考察(サマリー)

しあわせキーワード①:季節感がもたらすしあわせマインド

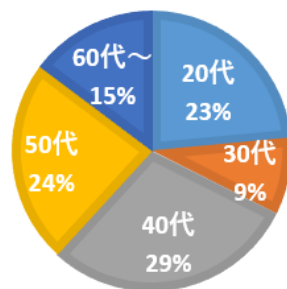
季節感そのもの・季節の催事やイベントが生活者のしあわせにいかに関与しているかを考察。

季節感ワードを伴ったコメントは計 34 件。

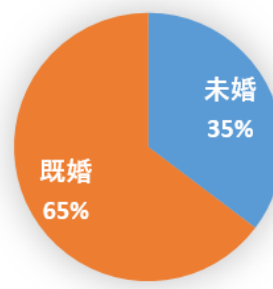
	写真	3ヶ月後	両方
コメント箇所内訳	16	16	2

属性別では以下のような結果であった。

世代別



未既婚



40代が最も多く、30代が少なめだがどの世代もコメントは一定数みられる。
また、既婚者の割合が高く、ご夫婦で季節感を楽しむコメントがいくつかみられた。
(男女・子どもの有無での差はほぼなし)

<写真コメント>

紅葉(5件)



親しい友人と恒例の中島公園の紅葉を散策できたこと。
(60代/女性/未婚)



ペットと紅葉を楽しんで気持ちが癒やされた。
(40代/男性/既婚)

秋(3件)



芸術の秋。
妻と二人で絵画を鑑賞出来たこと。
(50代/男性/既婚)



20年以上参加している秋祭り。1年で一番楽しみなイベントです。最高の秋晴れのなか今年は、離れて暮らす娘も帰省して家族みんなで楽しみました。
(50代/男性/既婚)

クリスマス(2件)



2ヶ月くらい前に発表されたクリスマスディズニーのスイーツをようやく食べに行けたからです。ハロウィンのスイーツは時期が合わず食べられなかったもので、今回は少し待ってでも食べられて良かったです。
(20代/女性/未婚)



クリスマスツリーを購入しました。イベントを楽しむっていいなと思いました。
(20代/女性/未婚)

更に、季節感ワードが入る箇所による数値にも注目。

	ここ1カ月	写真	3カ月後
全体平均	6.5	8.3	7.0
季節ワード入り平均	6.6	8.6	7.7

→写真コメントに季節のワードが入っている人はしあわせ度の数値が全体平均よりも0.3point高く、また、ここ1カ月のしあわせ度から写真のしあわせ度の伸び率が平均より+0.2point高い。些細な出来事でも季節の要素が加わるとしあわせ度が増強する傾向があるのではないかな。

→3カ月後のコメントに季節のワードが入っている人は平均よりしあわせ予測値が高い。特に今回は「年末」や「正月」というワードが目立ち、家族が集まる・特別な予定があるなどワクワク感につながるようなコメントが多かった。季節の移り変わりに伴うイベントと共に、しあわせ度の高まりに繋がっている。

結論:季節そのものや伴ったイベントに生活者はしあわせを感じる傾向がある
 何気ない季節の移り変わりを感じることで、季節のイベントを体験、そして未来にそのような予定があることで(待つしあわせ)、しあわせマインドをUPさせることができるのではないかな。

しあわせキーワード②: しあわせ度の高い人は自分が感じたしあわせの言語化に長けている!

しあわせ度に関するコメント量から推察するしあわせ感度の違い

「しあわせなときの写真」へのコメント量が多い人は、
 総じて「ここ1カ月のしあわせ」「3カ月後のしあわせ」の点数が高い傾向にあることがわかる。

しあわせ度の低い人／写真へのコメント例

男性 61歳 既婚子なし ここ1カ月のしあわせ度:1 写真のしあわせ度:8 3ヶ月後のしあわせ度:2  久しぶりの外食だったから。	男性 50歳 未婚子なし ここ1カ月のしあわせ度:3 写真のしあわせ度:7 3ヶ月後のしあわせ度:3  老犬がまだ健在だから。	女性 55歳 既婚子あり同居 ここ1カ月のしあわせ度:2 写真のしあわせ度:2 3ヶ月後のしあわせ度:2  ネイルがキレイに仕上がったため。
---	---	---

しあわせ度の高い人／写真へのコメント例

女性 42歳 既婚子なし ここ1カ月のしあわせ度:9 写真のしあわせ度:9 3ヶ月後のしあわせ度:9  パンを家族のために作りたいと思う気持ち、作って出来立てを一緒に食べる幸せな時間を専ら感じました。	女性 55歳 既婚子なし ここ1カ月のしあわせ度:10 写真のしあわせ度:10 3ヶ月後のしあわせ度:10  私の趣味、生きがいは大好きな小物集めとインテリアです。特にミニチュアが大好きで、自分の好みのデザインや、精巧に作られていねばいねば心から癒やされます。何度も見ても最初のトキメキを呼び起こしてくれるこれらのミニチュアは、私の幸せです。	男性 46歳 既婚子なし ここ1カ月のしあわせ度:9 写真のしあわせ度:9 3ヶ月後のしあわせ度:9  JRAのWINS名吉屋に2室しか無い、エクセルルームを予約する事ができました。ルーム内にあるマッサージチェアを使いつつ、名吉屋の友人と時間を共に過ごせた事がしあわせでした。
--	---	--

※しあわせ度の低い人＝「ここ1カ月のしあわせ」「3カ月後のしあわせ」がともに4以下の方
 ※しあわせ度の高い人＝「ここ1カ月のしあわせ」「3カ月後のしあわせ」がともに9以上の方に設定

しあわせ度の高い人は、自分がしあわせに感じたときの表現や自分のしあわせが何に起因するのか、
 について言語化が来ている。

更に、しあわせ度の違いによる写真内容やコメントを比較したところ、特徴がみられた。

	しあわせ度が低い人	しあわせ度が高い人
しあわせなときの 写真について	食べ物、家族、友人、ペット、趣味、 風景(旅行先景色)など	食べ物、家族、友人、ペット、趣味、 風景(旅行先景色)など
しあわせなときへの コメント量	少ない (単語のみの場合も)	比較的多い
しあわせなときへの コメント内容	・しあわせを感じたモノやコトのみを記載 (しあわせを感じた理由の記載がないものもみられる) ・食に関するコメントが約4割	・一つの事項だけではなく、自分がしあわせだと感じた 要因や経緯を列挙し、結果しあわせだと説明 ・食に関するコメントは3割未満
3ヶ月後のしあわせ へのコメント内容	・物価高や大きな変化がないことへの嘆き ・夢や希望をもてない、大変なことばかり浮かぶと いった気持ちの余裕がない状況	・変わらない日常が続く(変化がない)ことへの安心感 ・楽しみな予定

しあわせ度の高い人は気持ちや時間に余裕があることを前提に、
 「自分」や「自分のしあわせ」について捉え方が深い。
 つまり、自分や日常・暮らしへのしあわせの言語化に長けていると言えるのではないか。

また、食に関するコメントが多かったため、その内容を比較しても
 しあわせ度の低い人は食べ物の説明や味についてのコメントが中心、
 しあわせ度の高い人は食そのものよりも食を囲んだ相手やシーンに関するコメントが中心であった。

<コメント例:しあわせ度が低い人>

<コメント例:しあわせ度が高い人>

しあわせ写真コメント	しあわせ写真コメント
この時は遠出をしていて、昼ごはんとして食べていたので、めちゃくちゃ美味しかった	ダイエット中なのですがカロリーの低い素材で作った大好きなワッフルを食せたので、すごく幸せでした。
食後のデザートで、シャインマスカットのパフェを食べました。旬のものだったので、とても幸せでした。	楽しく家族で深谷ネギビザを食べ放題飲み放題で美味しかったです。
外食しているとき、食べ歩きしているときに幸せです。	自分の誕生日に家族が焼肉をご馳走してくれて、誕生日を祝ってくれた。
プレゼント後のお疲れ様でしたの焼ご飯です。大変だったぶん、後の楽しみも倍になりました。	美味しいワインを見つけたので夫と久しぶりに飲んだから。
久しぶりの外食だったから。	三角チョコパイが食べれる季節がきたね、冬だねと言いながら美味しく食べたこと
お酒	彼女が美味しいと絶賛したラーメン屋で食べたラーメンをようやく味わうことができた
美味しいコーヒー	美味しい日本食を食べながら、大切な人とお祝いごとの時間を一緒に過ごす時間。

結論:『自分や自分のしあわせへの解像度を高める』

つまり、自分や自分にとってのしあわせなモノ・コト・トキについて、語れる状況が多くあるとしあわせを感じやすくなる。

可処分所得の増加に寄与することは難しいが、
 自身を振り返る時間・余裕のある状態をつくるのがしあわせを感じるきっかけにつながるかもしれない。
 自分をよく知る時間を作り、さまざまな時間単位でリラックスできる時間を持つことが重要で、
 また、「食」以外にも興味や関心を持つことは、幸福感を高める一因といえる。
 自分自身と向き合い、心にゆとりを持つことがしあわせを感じるための第一歩になるのではないか。

しあわせキーワード③:「食べるしあわせ」東西比較

～食べることによるしあわせについて、東京・大阪の女性で比較～

しあわせ(写真)コメントに「食べる」と記載された女性をピックアップ。
「食べることによるしあわせ」について東京と大阪の違いに注目。

3つのアンケート項目におけるしあわせ度の平均をみると、
食べることにしあわせを感じる方は全体的なしあわせ度が高い傾向があった。
特に大阪は全体的に高い数値になっている。



また、東京と大阪ではコメントの傾向に違いがみられた。

東京	大阪
<p>しあわせは“誰かと食べる時間”</p>  <p>子供と一緒にお菓子作り 30代</p>  <p>家族とのBBQ 40代</p>  <p>美味しいワインを見つけたので夫と久しぶりに飲んだから。 60代</p>  <p>また通いたくなるようなお店を見つけることができ、そこで先輩のお祝いをして喜んでもらえたこと。 20代</p>  <p>久しぶりに会う方と会食。なかなか予約の取れない焼き鳥屋さんに連れて行っていただきました。写真は珍しい部位の「ちょうちん」です。すっごくおいしかったです。 40代</p>	<p>しあわせは“食べるシチュエーション”</p>  <p>三角チョコパイが食べれる季節がきたね、冬だねと言いなから美味しく食べたこと 20代</p>  <p>息子が保育園で初めての遠足に。普段は給食なので初めてお弁当を作りました。息子からのリクエストでキャラ弁をつくり、とても喜んでくれたことと、遠足に行くほど大きくなったんだと成長を感じて幸せな気持ちになりました。 20代</p>  <p>旦那と仕事終わりにピザを食べに行きました。一緒に美味しいものを食べる時間が好きだからです。休日ではないのも珍しくて良かったです。 20代</p>  <p>奈良に行ってお昼にもち御膳を食べた。9種類の小皿にそれぞれ違ったお餅のアレンジ料理。おかしも甘味も餅を使っている。餅の可能性と日本の食の多様性に感動した。 30代</p>  <p>ダイエット中なのですがカロリーの低い素材で作った大好きなワッフルを食べたので、すっごく幸せでした。 40代</p>

※東京・大阪ともに、食べることに関するコメントで、しあわせ度10・9を抽出

結論:

- ・食べることにしあわせを感じる方は東京・大阪ともに平均よりしあわせ度が高い
- ・東京の食べることにしあわせを感じる人は、
“誰かと食べる時間”についてしあわせを感じている
- ・大阪の食べることにしあわせを感じる人は、
“食べるシチュエーション”がしあわせのポイント

■「しあわせ発掘プロジェクト」とは

「しあわせ調査」を通して生活者の“しあわせの気持ち”を分析。
“しあわせ”とは何に起因し、どういった状態のことを表しているのかを見つけ、
新たな価値や消費のカタチなど“しあわせ”を軸にした
マーケティングに役立つ生活者情報を発信する自社内プロジェクトです。



■お問い合わせ先

調査報告書の詳細版については、メールまたは代表電話にて、下記担当宛にご連絡ください。

株式会社ファースト

東京本社 : 東京都港区港南1丁目8番15号 Wビル 8階

代表電話番号: 03-6704-4760

大阪本社 : 大阪府大阪市中央区常盤町1丁目3番8号 中央大通 FNビル 20F

代表電話番号: 06-7639-2020

担当 : しあわせ発掘プロジェクト(中島・大谷・小笠原・今村)

e-mail : shiawase-project@the-first.co.jp