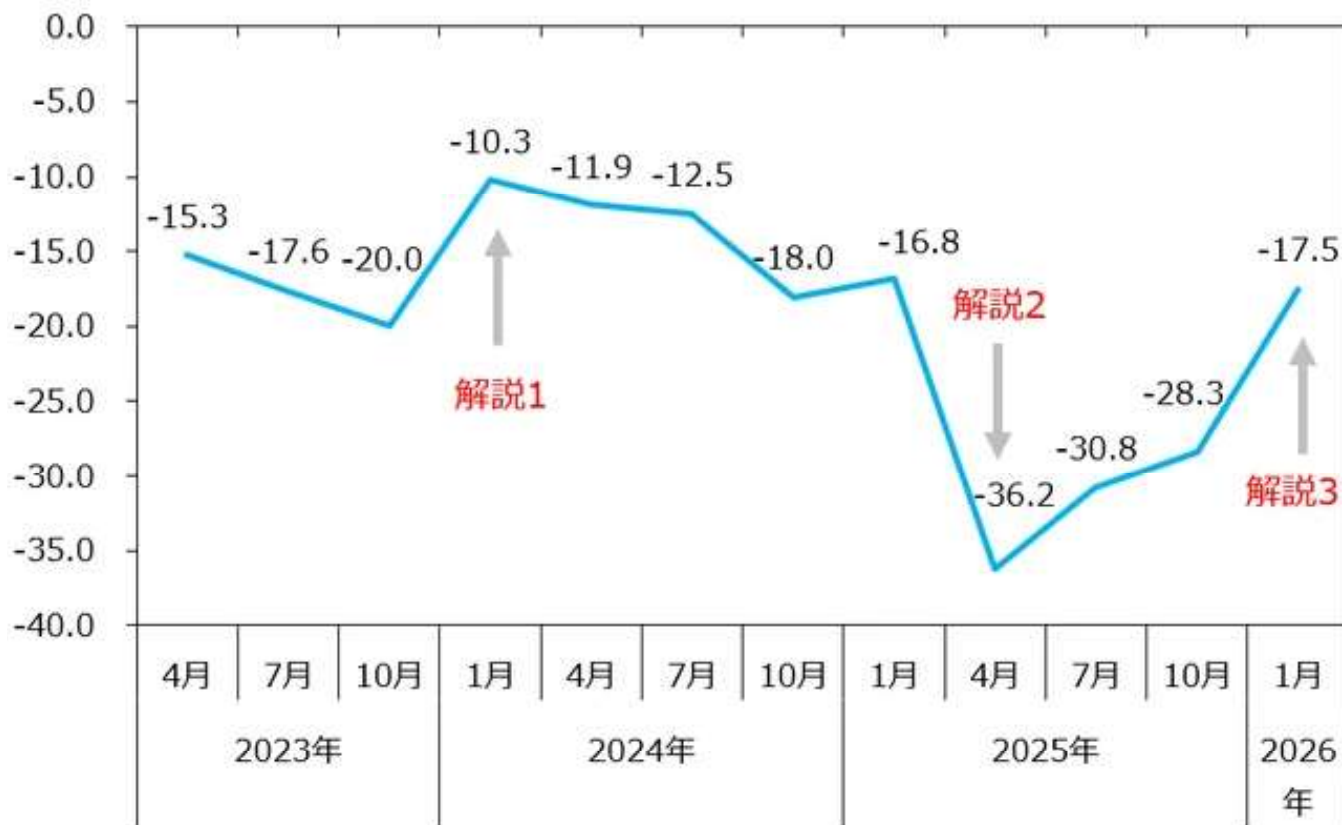


# 生活の厳しさ継続 「ショッパー暮らし向きD.I.」はマイナス17.5～3期連続上昇で回復傾向も 2026年は改善と足踏みを左右する重要局面

外部環境に翻弄される消費者の暮らし向き意識、12回の調査結果を通じて明らかに【ショッパーマインド定点調査】

暮らし向きD.I.の推移



暮らし向きD.I.の推移

公益財団法人 流通経済研究所（東京都千代田区、理事長：加藤 弘貴）は、2019年より実施しているインターネット消費者調査「ショッパーマインド定点調査」の一部結果を公表します。本調査は、ショッパーの購買動向および生活動向を捉え、消費市場の現在地を明らかにすることを目的に、「ISMショッパー研究プロジェクト」の一環として3か月ごとに実施しています。当研究プロジェクトの知見を活用していただくため、「ショッパー暮らし向きD.I.」の集計結果を公開します。

## サマリー（概要）

本調査の「ショッパー暮らし向きD.I.」とは、現在の暮らし向きについて、3か月前と比較した変化を5段階で聴取し算出する指標です。2025年4月にマイナス36.2を記録して以降、3回連続で上昇し、2026年1月にはマイナス17.5に到達しました。

**算出式：** D.I. = （「よくなった」「ややよくなった」の合計%） - （「悪くなった」「やや悪くなった」の合計%）

指数の上限は100、下限は-100。プラスであれば改善、マイナスであれば悪化していると感じる層が多いことを示します。

## 研究員の解説（ショッパーマインドの変遷と現状の分析）

### 解説1. 2024年初頭：緩やかな変動と持ち直し

2024年1月には -10.3と、全期間中で最も高い水準を記録しました。コロナ禍からの経済正常化への期待や、賃上げへの初動的な関心が反映された時期と言えます。

### 解説2. 2025年春：観測史上最大級のショック

2025年4月、暮らし向きD.I.は -36.2 と過去に類を見ないレベルまで急落しました。

この時期は、米を筆頭とする生活必需品の相次ぐ値上げがショッパーを直撃しました。また、米国関税政策への懸念が、ショッパーに将来のさらなる物価高を強く予感させた可能性があります。

実質賃金の伸びが物価高に追いつかない中でのマインドの冷え込みは、消費行動の極端な慎重化を招いたと推察されます。

### 解説3. 2026年1月：回復の兆しと恒常的な厳しさ

最新の2026年1月調査では3回連続の上昇となり、-17.5まで回復しました。これは、2023年当時の水準まで戻ったことを意味します。

しかし、この回復を楽観視しすぎるのは禁物です。指数値は依然として大幅なマイナス圏にあります。これは「生活が良くなった人」よりも「悪くなった人」が依然として多い状態が続いていることを示しています。あくまでも、急激な悪化のスピードが緩やかになったという側面が強く、多くのショッパーにとって生活の厳しさは解消されていない点に留意する必要があります。

2026年は、この回復基調が本物となり、D.I.がさらにゼロに近づき改善に向かうのか、あるいは再び足踏みをするのか。ショッパーの消費マインドを左右する重要な局面として、引き続き注視が必要です。

## 調査概要

調査対象	全国の20代から70代の男女
調査期間	2023年4月から2026年1月（計12回分）
調査方法	インターネット消費者調査
有効回答数	各回 N=2,400（性別および年代の12セルで各200名を割付）
調査協力	株式会社マーケティングアプリケーションズ

## ショッパーの意識と行動をとらえる「ショッパーマインド定点調査」について

今回ご紹介した「ショッパー暮らし向きD.I.」は、本調査のごく一部です。「ショッパーマインド定点調査」では、ショッパーの意識と行動に焦点を当て、多角的な視点から継続的に観測を行っています。主な調査項目は次の通りです。

- ・小売業態別の利用実態（利用率・利用頻度・利用店舗数）
- ・買物への向き合い方（節約志向、時短志向、PB志向、エンジョイ志向など）
- ・店舗・商品の選択基準（価格、品質、サステナビリティなどの優先順位）

これらについて調査し、分析することで、変化を続けるショッパーの実態を把握します。

## リテールマーケティング共同研究プロジェクトについて

本調査を主宰する「ISMショッパー研究プロジェクト」は、メーカー・卸売業・小売業の会員社と共同で実施する研究プロジェクトです。

年に5回の詳細な報告会では、「ショッパーマインド定点調査」の分析結果に加え、膨大な購買データの分析を通じて把握するショッパーの実態、リアル店舗で実施したショッパー調査の結果を踏まえた売場づくりに関する示唆などを報告しています。

本リリースのデータ詳細や、当プロジェクトへの参画にご興味をお持ちいただけましたら、ぜひお気軽に事務局までお問い合わせください。貴社のマーケティング戦略や営業提案の精度を高める一助として、当プロジェクトの知見をご活用いただけます。

お問い合わせは公式ページ下部の「お申込み・お問い合わせボタン」よりご連絡ください。

[https://www.dei.or.jp/project/ism\\_shopper/living.php](https://www.dei.or.jp/project/ism_shopper/living.php)

## 公益財団法人 流通経済研究所について



公益財団法人流通経済研究所は、昭和38年3月に任意団体として発足した流通経済研究所が母体となり、昭和41年10月に通商産業省（現 経済産業省）の指導のもとに財団法人に改組し、さらに平成25年4月1日からは、「公益財団法人 流通経済研究所」として新たにスタートいたしました。設立以来、流通経済に関する研究調査、情報収集・発信、普及啓蒙及び人材の育成等を通じて流通及びマーケティングの改善を図り、もって日本及び世界経済の均衡ある発展に寄与しています。

法人名：公益財団法人 流通経済研究所

理事長：加藤 弘貴

設立：1966年10月

所在地：東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル10F

ホームページ：<https://www.dei.or.jp/>

---

流研のプレスリリース一覧

[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/36006](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/36006)

---

(本発表資料のお問い合わせ先)

公益財団法人流通経済研究所

担当：伊藤、山崎、荒瀬

〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル10F

TEL：03-5213-4532