

「2022年 生活者の消費マインド予測」を公開

2022年の核となるキーワードは「^{こしょく}己食」

～自分自身(己)と向き合い、己の暮らしを整え、己のココロとカラダを整え、
己を律し、知己を得ることに向かうと予測～

日清オイリオグループ株式会社（社長：久野 貴久）「生活科学研究課」は、社会環境や生活者の価値観の変化、それらに起因する生活習慣の動向などについて調査研究し、情報発信しています。

この度、「2022年 生活者の消費マインド予測」を作成し、当社ホームページにて公開しました。

生活科学サイト：<https://www.nisshin-oillio.com/report/>



[画像ダウンロード](#)

■ 「2022年 生活者の消費マインド予測」概要

2021年は、地球環境やダイバーシティへの取り組みが推進されたほか、デジタル化が加速したことにより、生活者の選択肢が多彩になりました。そのようななか、生活者の消費マインドは「想食」（※昨年予測：地球を想い、人を想い、身体を想う）がベースとなり、自身の暮らしを見つめ直す機会が増えたと考えています。今後も急速に変化し続ける社会において、生活者は、ココロとカラダの健康、人を惹きつける個性、信頼し合う関係を特に重視し、一人一人のライフスタイルや価値観に合うものを積極的に選びながら暮らしを充実させていくと予想します。

「2022年 生活者の消費マインド予測」について、高質・個・共有・健康・環境の5つの視点から分析しました。その結果、消費マインドは自分自身(己)と向き合い、己の暮らしを整え、己のココロとカラダを整え、己を律し、知己を得ることに向かうと考え、2022年の核となるキーワードを「己食（こしょく）」としました。

■ 5つの視点からの予測

○ 高質：見えるプロセスで変わる価値観

節約するモノとお金をかけるモノの明確な使い分けが常態化すると考えます。また、素材から生産・販売まで、素性の分かりやすい食品への注目度が上がると予想します。（レポート5頁参照）

○ 個：尊重し合う、強く・しなやかな自分軸

多様な個性が受け入れられるなか、一人一人の力を活かす取り組みが活況となると考えます。また、各々の生活志向・食嗜好や、その時々シチュエーションに応じて、食のスタイルも変えるようになると予想します。（レポート6頁参照）

○ 共有：自分で見つける、アレンジできる余白

デジタル化で便利になる一方、ゆとり感のあるアナログな繋がりにも惹かれると考えます。また、そのままでもおいしいが、ひと手間かけて自分流のおいしさを創り出せる食を志向すると予想します。（レポート7頁参照）

○ 健康：ココロとカラダを充実させるフードリテラシー

ライフスタイル変化とそれに伴うストレスの変化により、ココロとカラダを整える意識が高まると考えます。また、「食べる力は生きる力」が再認識され、幅広い知識や知恵に関心が集まると予想します。（レポート8頁参照）

○ 環境：生活に溶け込む 捨てない暮らし

環境保護気運が高まり、生活に関わるあらゆる側面で循環型システムが身近になると考えます。また、食べ物を無駄にしない意識が強まり、「もったいない」が食の基盤となると予想します。（レポート9頁参照）

◆ 詳細(レポート)はホームページをご覧ください。

<https://www.nisshin-oillio.com/report/>

【2022年 生活者の消費マインド予測】に関するお問合せ先

日清オイリオグループ株式会社 技術本部 中央研究所 生活科学研究課
TEL:045-757-5461 〒235-8558 神奈川県横浜市磯子区新森町1番地

【リリースに関するお問合せ先】

日清オイリオグループ株式会社 コーポレートコミュニケーション部 広報課
TEL:03-3206-5109 〒104-8285 東京都中央区新川一丁目23番1号