

TBS 総合嗜好調査

あらゆるものの「好み」について長期的に調査し、
今後の生活者の動向を捉える調査データベースです。



企画・実施：株式会社TBSテレビ

販売： 株式会社ジェーディーエス

TBS 総合嗜好調査

TBSテレビは、1975年から生活者の日常生活に密接な関係をもつ様々な事物に対しての「好み」を調べる調査を実施しております。

総合嗜好調査は、従来の調査ではカバーされていない領域を幅広く網羅しており、人々の様々な好みについて理解できる設計になっております。「好きな料理」、「主食」、「おかず」などからはじまり「好きなCMの情景」、「季節をイメージする物事」、「なるほどと思うことわざ」など約350設問、約8,500項目に及び、他には類のない「幅広い<<くわしき>>」を持っている調査データです。

また、40年以上の調査実績を通して「好み」に関する絶対量や変化を定量化しているユニークな調査データベースです。生活者インサイト、今後の市場予測を検討する上で高い評価を頂いております。

□ 調査内容

1部. 生活関連項目

- (1) 食生活に関するもの
- (2) 衣生活・装身具に関するもの
- (3) 住生活・耐久消費財に関するもの
- (4) 銀行・保険等サービスに関するもの

2部. レジャー関連項目

3部. マスコミ関連項目

4部. 人物・企業関連項目

- (1) 人物に関するもの
- (2) 企業・団体に関するもの
- (3) 動植物・季節に関するもの

5部. ライフスタイル関連項目

- (1) 性格・行動、生活態度、習慣・行事。言葉
- (2) フェースシート

□ 調査設計

(1)調査対象：満13歳～74歳 一般男女

(2)調査地域・標本数：

東京地区 約1,280サンプル 東京都(区・市・町村の全域、但し島部を除く)

阪神地区 約660サンプル 大阪市、神戸市を中心とする阪神28市

大阪市、豊中市、池田市、箕面市、吹田市、茨木市、高槻市、枚方市、寝屋川市、摂津市、門真市、守口市、大東市、東大阪市、八尾市、柏原市、藤井寺市、松原市、羽曳野市、富田林市、堺市、神戸市、芦屋市、西宮市、宝塚市、川西市、伊丹市、尼崎市

(3)標本抽出法：2段抽出

(4)調査方法： 配布留置自記式法

(6)調査時期： 毎年10月下旬～11月上旬

調査項目

1部 生活編	好きなインターネットのサイトサービス	好きなテレビコマーシャルの景色や情景	好きな言葉	フェース
好きな料理	好きな動画・音楽配信サービス・アプリ	好感もてるテレビ広告	きらいな言葉	性別
好きなごはんもの・めん類・パンなど	利用している銀行サービス	好きなキャスター・アナウンサー	好きな擬音語・擬態語	年齢
好きな料理、おかず	利用している貯蓄・投資	好きなお天気キャスター	なるほどと思うことわざ	年齢下1桁
好きな主食	好感をもつ銀行・金融機関	好きなコメンテーター	かかさずにする行事	職業
好きな朝食	利用しているクレジットカード	好きなメイン司会者	生活満足度	主婦の勤務経験
好きなパスタ（スパゲティ）	利用している電子決済・QRコード決済サービス	おもしろいと思うお笑いタレント	不安に思っていること	最終学歴
好きなラーメン・うどん・そば	利用したことのある金券・商品券	好きなラジオパーソナリティ	健康のためにしていること	自動車免許証の有無
好きな副食・間食	利用したTVショッピング、通信販売、インターネット通販など	好きな野球解説者	疲労回復・ストレス解消のためにしていること	本人の平均月収額
好きな肉類、加工肉、卵、乳脂品	インターネットで購入したもの	好きなスポーツ出身解説者・レポーター	よりどころ	月平均こづかい額
好きな魚類、貝類	加入している保険	最近1ヶ月に見たテレビ番組	性格・人柄	配偶者の有無
好きな加工魚、ねり物、海産物	好感を持つ保険会社	好きな新聞	意見・行動	配偶者と死別・離別した経験
好きな寿司ネタ	2部 レジャー編	好きな新聞記事	生活態度・生活習慣	結婚年数
好きな野菜	好きな余暇の過ごし方	好きな出版社	社会的態度	結婚したい（した）年齢
好きな加工食品、つけもの	現在通っている習いごと	好きな文庫本・新書	食生活態度	子供人数
好きなインスタント食品・粉末食品	これから通いたい習いごと	好きな週刊誌	住生活態度	長子・末子年齢
好きな冷凍食品	好きな音楽	好きな月刊誌の種類	衣生活態度	ほしい子供人数
好きな果物	興味のある占い	好きな月刊誌	商品や広告に対する考え方	既婚女性の就業意向
好きな調味料、香辛料	あなたがするレジャーやスポーツ	好きな書籍の種類	買物の仕方や態度	預貯金額
好きな菓子・おやつ類	見たいスポーツ競技会	読んだまたは読みたい最近話題になった本	主な情報源	世帯主との続柄
好きな飲料	好きなプロ野球チーム	好きな漫画・劇画	-A おしゃれ・ファッション	休日形態
好きな酒類	好きなJリーグサッカーチーム	好きなキャラクター	-B 化粧品	身長
酒類の飲み方のタイプ	面白かった・見たい映画	4部 人物・企業・動植物編	-C グルメ・レストランなど	体重
好きなビールの種類	好きな芝居・演劇・演芸の種類	興味のある日本歴史上の人物	-D イベント・催しもの	血液型
好きなビール	好きな催し物	興味のある世界歴史上の人物	-E 旅行	めがね・コンタクトの使用
使っている、使いたい美容・健康食品・飲料	好きなデパート、ショッピングプラザ	男性タレントの好感度	-F 家電製品	使用めがね・コンタクトの種類
料理をする頻度	好きなスーパー・ディスカウントストア	女性タレントの好感度	贈答品としてもらいたいもの	1日の喫煙本数
平日に夕食を作るときの調理時間	コンビニエンスストアの好感度	好きな歌手・演奏家	景品の種類	飲酒程度
休日に夕食を作るときの調理時間	好きなレストラン・飲食店	好きな外国映画俳優	自宅での主な食事方法	出身地
好きな服の色	好きな街・盛り場	スポーツ選手の好感度	自分で料理をする割合	世帯主年齢
好きな宝石類	行ってみたい、または好きな遊園地	好きな日本の作家・詩人	自分で料理以外の家事をする割合	世帯主配偶者の年齢
好きなブランド	好きな鉄道沿線	好きな外国の作家・詩人	好きな家事/嫌いな家事	世帯主職業
所有している衣類	好きな旅行の乗物	好きな話題になっている人	家庭内の習慣、しつけなど	世帯主配偶者の職業
日頃気をくばる洋服・装身具	好きな旅行のしかた	好きな料理研究者・料理人	結婚相手の見つけ方	世帯主配偶者の収入の使い途
持っている化粧品	好きなパッケージツアー	好きな政治家・著名人	結婚相手との知りあいかた	同居家族人数
日頃気をつける下着（女性）	好きな宿泊施設	好きでない政治家・著名人	外国人とのつきあい・海外旅行経験	世帯の世代構成
化粧をする時注意する部分（女性）	好きなホテル	企業の好感度	社会の傾向	同居している親
持っている、ほしい個人財・趣味用耐久財	行ってみたい、好きな日本の土地	植えてある、植えておきたい植物	生活の中で充実させたいもの	同居している子供の年代
持っている、欲しい情報機器・通信機器	行ってみたいリゾート地	好きな動物	生活になくってはならないもの	塾・予備校通いの有無
お宅にある、欲しい部屋や場所	行ってみたい外国などの土地	飼っているペット	信仰または関心を持っている宗派	世帯月収額
持っている、欲しい不動産、冷暖房、照明器具、家具	好きな航空会社	-飼っている犬・猫の種類	「ありそうだ」「いそうだ」と思うもの	世帯預貯金額
持っている・欲しい家事用品	3部 マスコミ編	-利用しているペットフード、ペットサービス	好きな政党	テレビの世帯所有台数
持っている・欲しい機械・器具	ラジオ聴取程度	好きな季節	こづかいの使いみち	テレビで受信できるもの
持っている・欲しい家庭用ゲーム機	好きなラジオ局	好きな曜日	毎週きまって外出する日数	衛星放送の視聴方法
好きなゲームソフトの種類	好きなFM・AMラジオ番組・番組内容	好きな時間帯	外出目的	みることのできるBS・CS放送
持っている・欲しい乗物	AMラジオのでききたい情報	5部 ライフスタイル編	自宅にいて起きていた時間	ケーブルテレビ視聴可否
持っている・欲しいインテリア・小物	好きなラジオパーソナリティタイプ	好きな色	自宅内で家事・仕事等の時間	ラジオの世帯所有台数
インターネットの使用/使用方法	テレビ視聴程度	季節を表す色	自宅内でテレビをみていた時間	自家用車所有台数
興味や関心のあるもの	好きなテレビ局	季節にふさわしいもの	自宅内外でラジオをきいていた時間	住居形態
好きなデジタルカメラのブランド	好きなテレビ番組種類	好きな香り		部屋数
好きなパソコンメーカー	好きなバラエティ番組	食べ物・飲み物の好み		現住居居住年数
好きなオートバイ、モーターバイクのタイプ	好きなテレビスポーツ番組	好きな国		現住地の居住年数
持っている乗用車のボディタイプ	新たに加入したい有料テレビ放送・配信サービス	好きでない国		居住地域（東京/阪神地域）
ほしい乗用車のボディタイプ	お金を払ってでも見たいジャンル・コンテンツ	好きな数字		
ほしい車の装置・機能	一日平均インターネット利用時間	きらいな数字		
好きな自動車メーカー	半年間の映像ソフトレンタル（DVDブルーレイ）利用			
好きな乗用車	-レンタルしたソフトの種類			
便利な買貨商品・サービス	好きな広告			

■2023年10月実査 時点
調査項目は若干異なることもあります。

□ 過去の調査実績

回	実施時期	有効回収数		回	実施時期	有効回収数	
		東 京	阪 神			東 京	阪 神
1	1975年 4月下旬	505	—	26	2000年10月下旬	1004	504
2	1976年 7月中旬	1020	—	27	2001年10月下旬	1003	502
3	1977年10月中旬	1296	—	28	2002年10月下旬	1004	510
4	1978年10月中旬	1264	—	29	2003年10月下旬	1005	502
5	1979年10月中旬	1034	506	30	2004年10月下旬	1009	505
6	1980年10月下旬	1002	502	31	2005年10月下旬	1201	604
7	1981年10月中旬	1017	510	32	2006年10月下旬	1210	609
8	1982年10月中旬	1015	516	33	2007年10月下旬	1210	604
9	1983年10月中旬	1004	536	34	2008年10月下旬	1207	609
10	1984年10月中旬	1003	504	35	2009年10月下旬	1209	603
11	1985年10月下旬	1015	511	36	2010年10月下旬	1204	604
12	1986年10月下旬	1010	502	37	2011年10月下旬	1204	604
13	1987年10月下旬	1010	514	38	2012年10月下旬	1202	602
14	1988年10月下旬	1014	514	39	2013年10月下旬	1203	602
15	1989年10月下旬	1006	526	40	2014年10月下旬	1286	664
16	1990年10月下旬	1002	508	41	2015年10月下旬	1288	664
17	1991年10月下旬	1006	504	42	2016年10月下旬	1290	668
18	1992年10月下旬	1003	513	43	2017年10月下旬	1282	662
19	1993年10月下旬	1003	505	44	2018年10月下旬	1281	662
20	1994年10月下旬	1004	503	45	2019年10月下旬	1285	662
21	1995年10月下旬	1003	509	46	2020年10月下旬	1284	662
22	1996年10月下旬	1001	510	47	2021年10月下旬	1284	662
23	1997年10月下旬	1006	503	48	2022年10月下旬	1280	661
24	1998年10月下旬	1005	511	49	2023年10月下旬	1282	663
25	1999年10月下旬	1003	502				

第1回は18歳～59歳、第2回は15歳～59歳、第3回～第30回は13歳～59歳、
第31回からは13歳～69歳、第40回からは13歳～74歳を調査対象とした。

会員専用WEBサイトよりデータ提供

データベースへアクセスすることにより分析が可能

会員WEBサイト
によるデータ提供
サービス

単年度 基本クロスデータ 閲覧

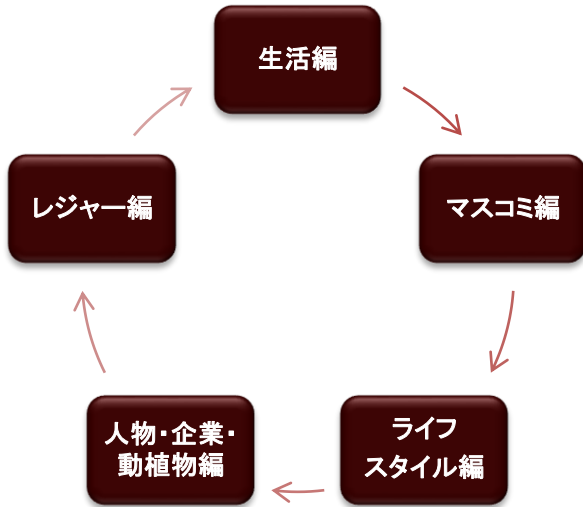
時系列データ 閲覧

クロス分析集計システム

会員向けコンテンツ(分析例等)

生活者の過去からの変化・推移を捉え今後の
傾向を捉えます。

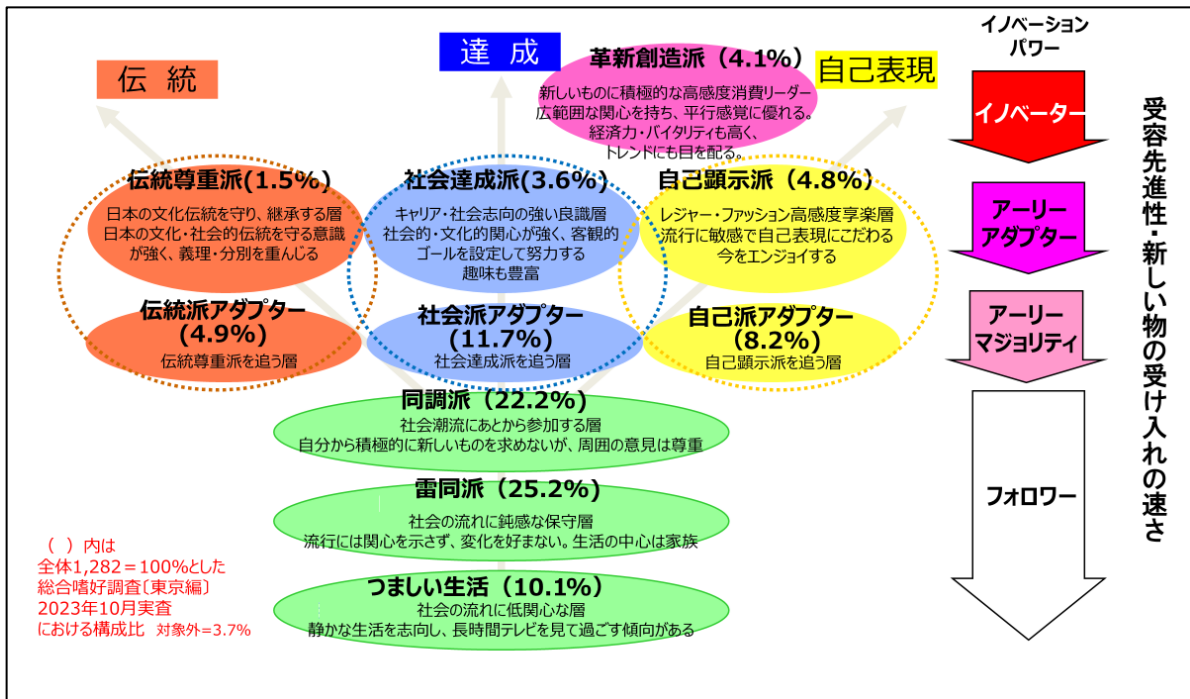
■生活者を様々な視点で捉える シングルソースデータ



8500項目に及ぶ設問からターゲットプロファイルを詳細に描けます。また特定事象の背後にある様々な要因を説明することが可能です。

■生活者の行動の動機モチベーションを Japan-VALS™の視点で捉える

Japan-VALS™は、日本市場を10セグメントに区分します。自己顕示派、社会達成派、伝統尊重派が日本市場への入り口となるアーリーアダプターです。3つの異なる消費モチベーションを示します。同調派、雷同派、つましい生活派は明確な消費のモチベーションを持たないフォロワーグループになります。



※VALS™は、1980年代にSRIとスタンフォード大学、UCバークレーの共同で開発されました。外部からの影響を受けにくい個人の心理部分に注目して市場を区分したVALSは、長期間に渡って安定した市場戦略の枠組みを提供します。

会員専用WEBサイトから様々なコンテンツデータを提供

報告書： 調査結果レポート(調査全項目 性・年代別クロス集計表)
 時系列結果： 調査主要項目時系列データ(過去約45年)
 性年代別プロファイル： 特定ターゲットのプロファイル
 クロス集計： データ検索、クロス集計、トレンド集計などの
 データ集計用webサイト CV21の提供
 ・・・・ etc

会員社コンテンツサイト



CV21 データ集計用WEBサイト

会員サイトからCV21 WEBページにて、データの閲覧、
 クロス集計、時系列データ集計など
 約45年間※の調査結果データの集計が可能です。
 結果はEXCELファイルとしてダウンロード出来ます。



※ 契約条件により異なります

TBS CV21 WEB

集計対象年度設定 調査項目の検索データ閲覧 クロス集計 トレンド集計 プロジェクト 集計結果

集計結果クロス集計

【表制】 集計2 【表調】 かかすにする行事(50028) 【年度】 2023年10月 【該当者条件】 なし

調査数 1945

調査数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
全体	1945	46.2	16.4	27.0	43.7	4.5	45.1	46.1	16.8	5.8	28.1	37.5	27.4
男	289	37.4	8.3	19.7	34.6	4.2	32.5	34.3	10.7	6.2	15.6	28.7	18.0
女	330	48.2	15.2	22.1	43.9	4.8	38.5	38.5	13.0	5.5	26.4	33.3	21.2
男	121	44.6	23.1	25.6	42.1	4.1	29.8	42.1	16.5	4.1	27.3	29.8	11.6
女	507	59.0	21.3	33.7	50.5	4.5	57.0	55.6	22.1	5.7	37.5	48.5	35.9

集計結果トレンド集計

【表制】 ライフステージ 【表調】 trend_ビール

調査数	2009年10月	2010年10月	2011年10月	2012年10月	2013年10月	2014年10月	2015年10月	2016年10月	2017年10月	2018年10月	2019年10月	2020年10月	2021年10月	2022年10月	2023年10月
全体	44.9	44.9	41.9	42.4	41.7	40.1	42.6	43.2	38.8	42.2	39.9	37.2	37.8	37.7	37.3
男性未婚	42.3	37.5	40.0	33.3	36.6	33.6	38.4	36.2	35.0	39.4	34.5	30.0	29.2	31.4	30.4
男性既婚	66.4	66.6	63.3	61.8	60.7	59.4	62.8	64.3	58.0	63.0	61.2	59.0	59.1	61.5	56.7
女性未婚	18.3	17.9	18.8	22.0	21.2	16.4	18.2	18.4	14.3	16.1	14.7	13.5	14.3	14.7	16.0
女性既婚	35.9	38.4	32.1	35.9	34.9	35.0	35.7	37.5	32.9	35.0	34.6	31.4	34.1	31.8	34.5

「Trends Search System」 時系列データ抽出用プログラム

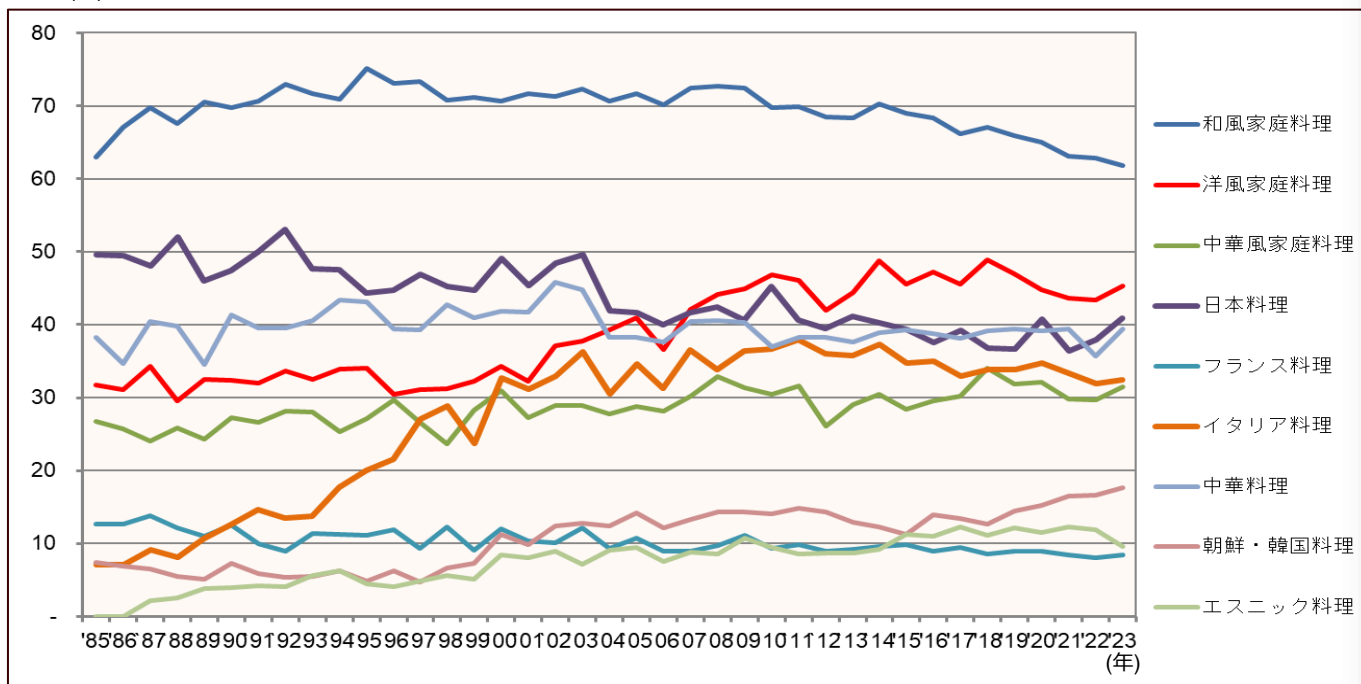
総合嗜好調査 Trends Search system

「どの設問」についての時系列結果を見たいか?
任意設問を選択し、全体値の時系列で見ると見たいか?
任意の属性を選択し、指定した設問の結果の時系列で見ると見たいか?
任意の選択肢を選択し、結果を個人・世帯属性別に時系列で見ると見たいか?
各調査年度の設問の結果を個人・世帯属性での違いを確認する

※ 別途 お申込みが必要です

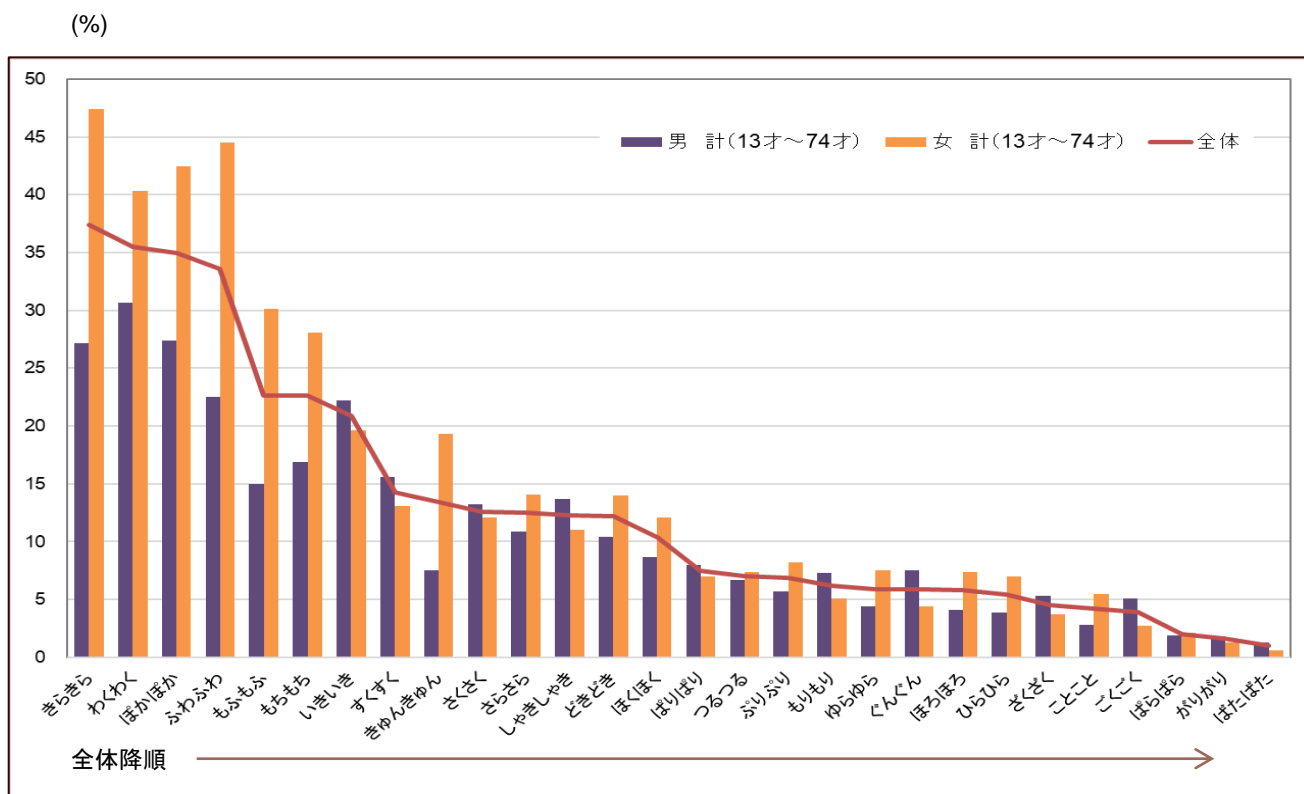
日本料理減少、イタリア料理伸長

好きな料理時系列



女性は「きらきら」、男性は「わくわく」

好きな擬音語・擬態語



□ 提供サービス

総合嗜好調査 は年間会員サービスです。

●データ提供サービス

会員専用Webサイトよりデータ提供

- ・ 当該年における最新調査データレポート(調査全項目 性・年代別クロス集計表)
- ・ 調査主要項目時系列データ(過去約40年)
- ・ データ集計サイト CV21Webより データ検索、クロス集計、トレンド集計などのデータ集計環境の提供

個別設問要望の受付※

※設問要望の調査は無料ですが調査を確約するものではありません

●レポート提供サービス

最新調査データレポート(性年代等の基本属性によるクロス集計結果)
調査主要項目における時系列結果表

●その他サービス

データ集計・解析のサポート (有償)
個別テーマの分析業務 (有償)

□ 年間会員費用

費用は、提供物内容、データ使用年度により異なりますので
個別に見積をいたします。

お問い合わせ先



株式会社ジェーディーエス 〒164-0001 東京都中野区中野4-10-2 中野セントラルパークサウス2F

Tel: 03-5005-0664 <http://www.jds.ne.jp> E-mail info@jds.ne.jp