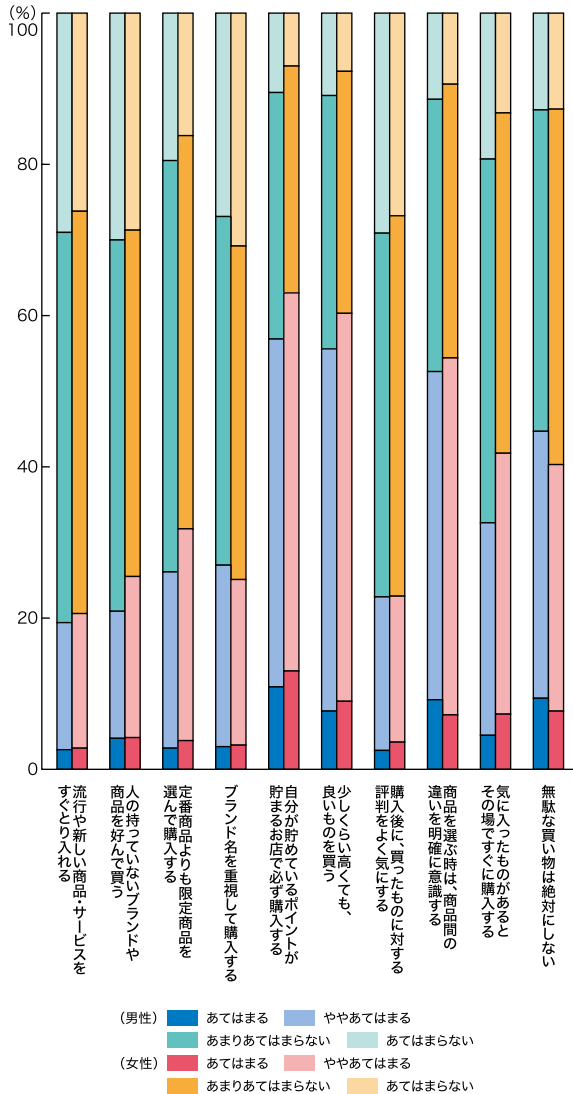


# 生活意識

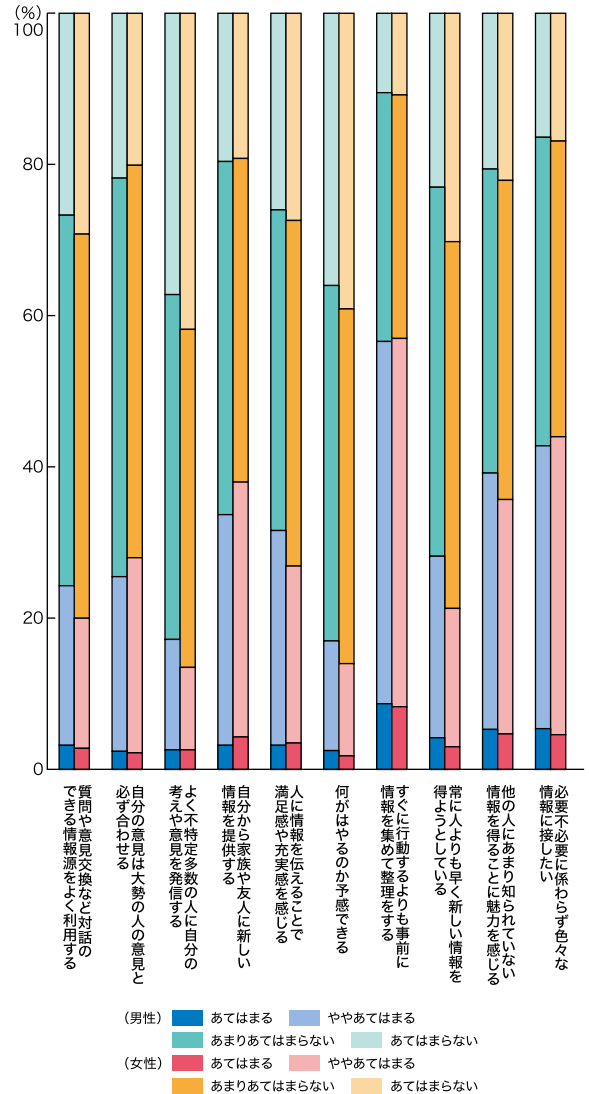
男女ともに買い物に際しては商品選択を慎重に行う傾向が見られ、情報の収集・発信に積極的な人が多く見られます。

■ JR西日本利用者の生活意識 (%)

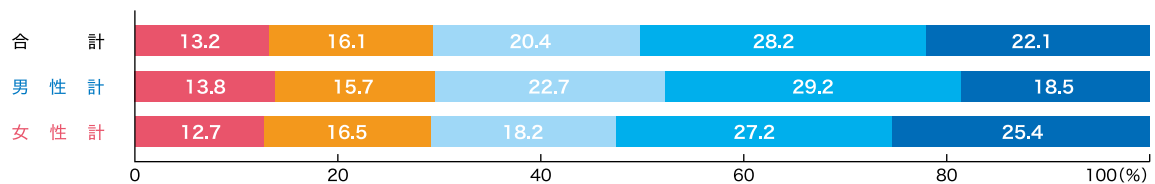
## ■ 消費に関する意識



## ■ 情報に対する態度



## 上記の消費意識と情報態度項目により分類された、JR西日本利用者の志向別クラスター



「2019年度関西圏移動者調査」(株)ジェイアール東日本企画調べ、協力：(株)JR西日本コミュニケーションズ  
 ※利用者とは、1週間に1度以上利用した人を表す。