

2021年11月2日
株式会社ビデオリサーチ

“今の生活スタイルを維持したい”人が約7割 ～アフターコロナの新しい“当たり前”「ハイブリッド生活」とは？～

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長執行役員:望月 渡)は、with コロナ時代の生活者の状況について、「[ACR/ex 調査](#)」より結果をまとめましたのでお知らせいたします。

新型コロナウイルス感染リスクが減少傾向となり、制限や制約のない日常を取り戻しつつあります。

自粛生活の長期化による“生活者意識の変化”についてご紹介いたします。

※以降 12-69 オデータ(東京 50 km圏)を中心に結果の一部を掲載しております。コロナ影響に関する生活者意識の、[調査レポートはこちら](#)からダウンロードいただけます。

<今回のリリースのポイント>

- ✓ “今の生活スタイルを維持したい”意識はライフステージが上がるにつれ増加傾向
- ✓ 「仕事」関係はオンライン派が多めの傾向、「飲み会・友人との交際」はリアル派が多数

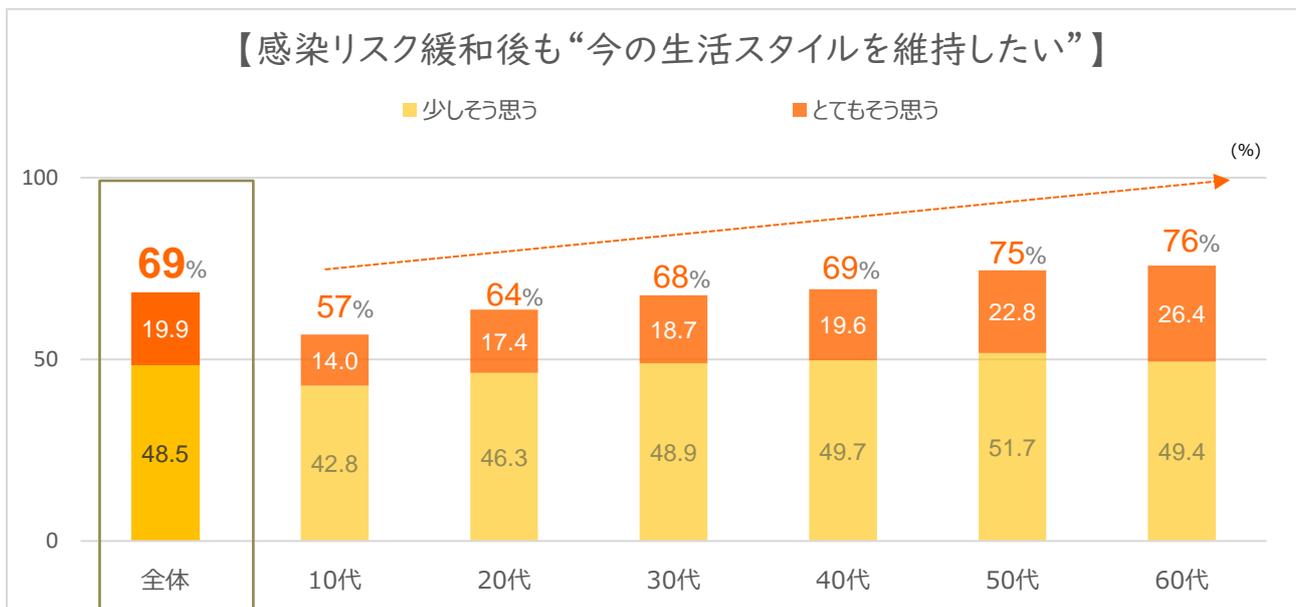
◇“今の生活スタイルを維持したい”意識はライフステージが上がるにつれ増加傾向

<新型コロナウイルス感染リスク緩和後の生活スタイル>

・自粛要請が最も長期化した東京 50 km圏の 12-69 才において、感染リスク緩和後も「今の生活スタイルを維持したい」と思っている人は全体で 69%と with コロナのライフスタイルが定着し始めている様子がうかがえる。(図表 1)

・“維持したい(計)”を年齢別に見た場合、「10代(57%)」「20代(64%)」「30代(68%)」「40代(69%)」「50代(75%)」「60代(76%)」とライフステージが上がるにつれ、変化した“今”を受け入れている傾向が見受けられる。(図表 1)

◆新型コロナウイルス感染リスク緩和後の「生活スタイル」(図表 1)

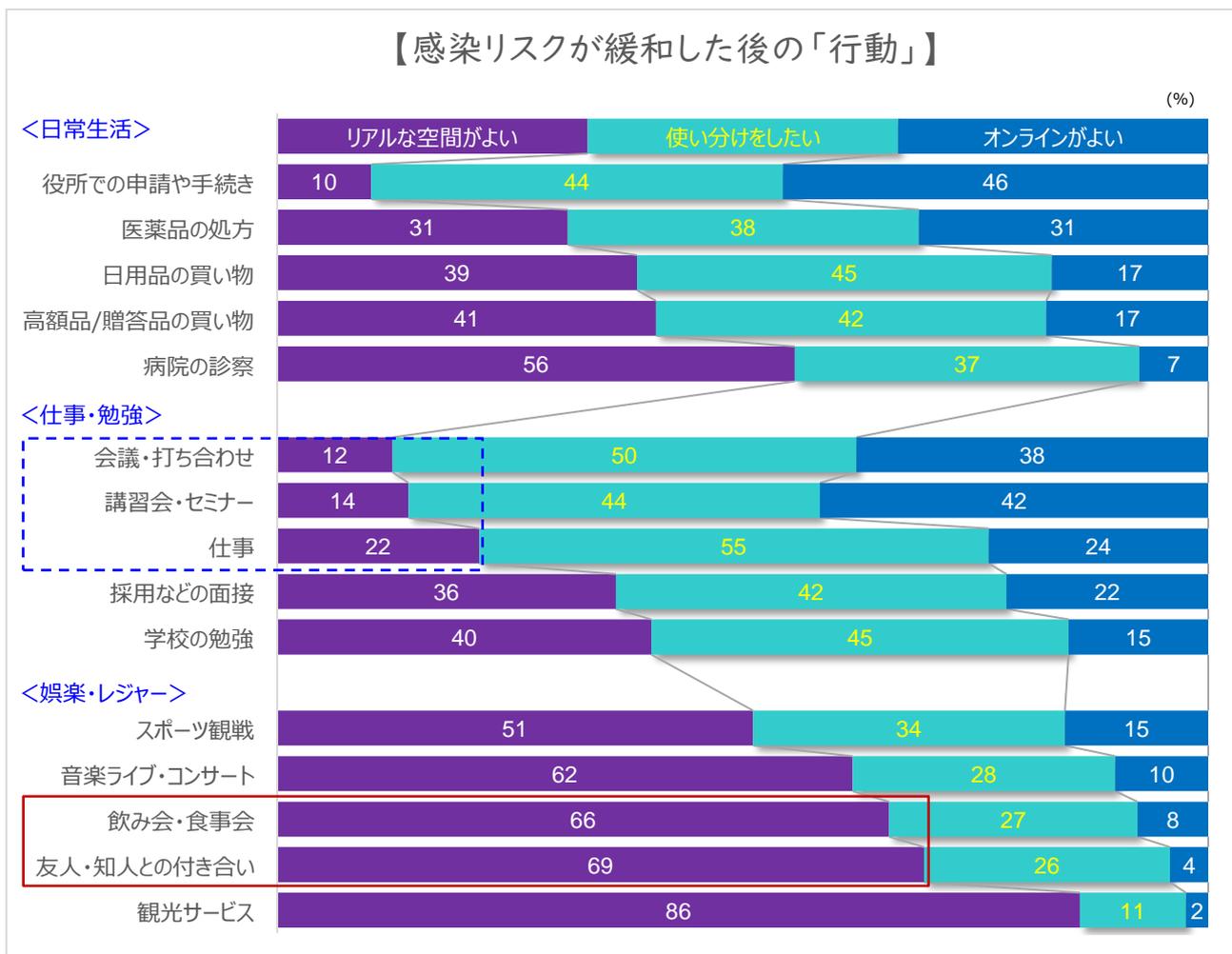


◇「仕事」関係はオンライン派が多めの傾向、「飲み会・友人との交際」はリアル派が多数

＜新型コロナウイルス感染への懸念がなくなった後に行きたい行動＞

- ・日常生活においてリアル希望が最も少ないのは「役所での申請や手続き(10%)」となっており、ワクチン接種予約などオンライン手続きの利便性を体感している様子がうかがえる。また、「日用品の買い物」「高額・贈答品の買い物」など**買い物行動**についても、「リアル」と「オンライン」との使い分けがどちらも**4割程度**となっており、生活のデジタル化が見受けられる。
- ・仕事・勉強において、リアル開催への希望が最も低いのは「会議・打ち合わせ(12%)」、次が「講習会・セミナー(14%)」「仕事(22%)」となっており、“仕事”に対する意識やスタイルが大きく変化している。
- ・娯楽・レジャーにおいてはリアルな空間への需要が高く「観光」については86%がリアル希望。「飲み会・食事会・友人との付き合い」についても7割程度がリアルな空間を希望している。 (上記すべて図表2)

◆新型コロナウイルス感染リスク緩和後の「行動スタイル」(図表2)



2020年4月に発出された緊急事態宣言以降、世の中の仕組みや考え方が、尋常ではないスピードで大きく変わりました。その大きな変化の中でも、社会全体が生活者の安全と快適を守る努力をしたことで、後戻りすることなく新しいライフスタイルが受け入れられている様子が、アンケート結果から読み取れます。より豊かな生活へのコミュニケーション活動に向け、生活者の意識や変化を捉え、社会や企業に提案していけるよう、ビデオリサーチは今後も努めてまいります。

<★過去の「ACR/ex 新型コロナウイルス感染症における生活意識調査」に関するレポート>

[「コロナ禍」で生活者が消費している“モノ”と“コト” \(2020/05/13\)](#)

[「コロナ禍」で生活者の意識は“新しい生活”へ～ニューノーマル時代の兆し～ \(2020/06/18\)](#)

[『生活満足度』は前年比 3%増加、ニューノーマルを積極的に実践中 \(2020/07/29\)](#)

[with コロナで“体調変化”74%～ニューノーマルは健康管理とメリハリのある生活がカギ～ \(2020/08/31\)](#)

[<2020 年夏の振り返り>エンタメは「テレビ視聴 62%」が 1 位～“おうち時間”も“おそと時間”も充実させるのがニューノーマル～ \(2020/10/08\)](#)

[2021 年ゴールデンウィークは“巣ごもりウィーク”、「テレビ」が主役の連休に \(2021/04/28「お知らせ」掲載\)](#)

[with コロナの日常が 1 年経過、昨年よりは減っているものの、生活者の「不安」や「ストレス」が再び増加傾向 \(2021/05/11\)](#)

[～with コロナ時代×オンライン生活～在宅中心の生活の中で、同居家族が居る人も「一人時間」が増加中 \(2021/07/01\)](#)

※新型コロナウイルスに対する生活者意識調査概要

1. 調査手法 回答専用タブレットを用いたインターネット調査 (ACR/ex 調査)
2. 対象者抽出方法 ARS(エリア・ランダム・サンプリング) ※調査対象者の無作為抽出、インターネット非利用者も含む市場全体を母集団とする設計
3. 調査地区 東京 50 km圏
4. 調査期間 2021 年 10 月 1 日(金)～17 日(日) ※速報値
5. 調査対象者 上記調査地区に在住の男女 12～69 才(7 地区)。12 才は中学生以上。
6. 調査対象者数

東京計	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代
5,449	2,862	2,587	565	990	1,006	1,191	984	713

●株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチは、日本国内で唯一テレビ視聴率データを提供する調査機関として 1962 年に設立されました。以来、日本国内におけるテレビ視聴率調査やラジオ聴取率調査をはじめとする各種メディアデータやマーケティングデータなど最先端のデータを提供し、企業のマーケティング課題に対するトータルサポートを行っています。