

2023年4月25日  
株式会社ビデオリサーチ

## コロナ感染の不安感は流行初期の2割に減るも 9割以上が感染対策を継続する、新しい日常へ

～観光は9割リアル回帰「ACR/ex」最新データより～

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、「ACR/ex 調査(3月)」より新型コロナウイルス感染症に対する生活者の意識や変化について調査結果をまとめましたのでお知らせいたします。2023年3月より『マスク生活』が緩和となり、ゴールデンウィークやコロナ「5類」移行に向けて外出やリアルでのコミュニケーションが増えてきている中、生活者の現状についてご紹介いたします。

### <今回のリリースのポイント>

- ✓ コロナ感染に対して「とても不安」はコロナ禍初期の2割程に大幅減、一方で自主的な感染対策は継続
- ✓ 観光は9割リアル回帰、仕事はリアルとオンラインの使い分けが5割など“ふだんの生活”は使い分けが定着
- ✓ コロナ禍を経て8割以上が意識に変化。“当たり前”と“新しさ”の双方を意識し充実感のある日常に変化

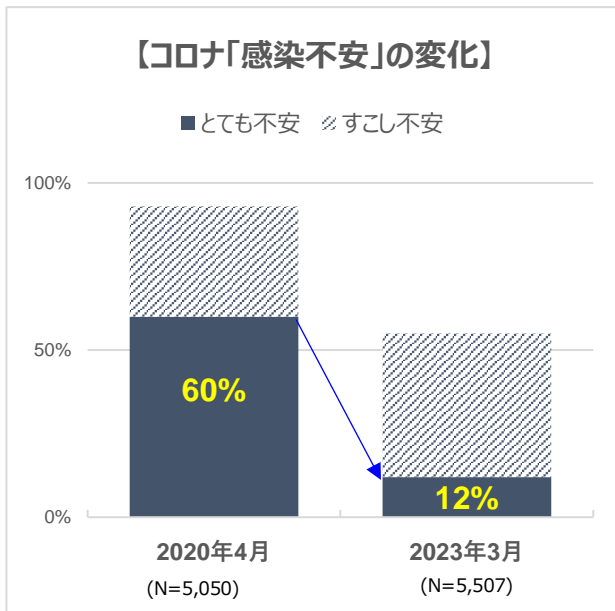
※2023年3月スコアは速報値にて掲載しています。

### ◇ コロナ感染に対して「とても不安」はコロナ禍初期の2割程に大幅減、一方で自主的な感染対策は継続

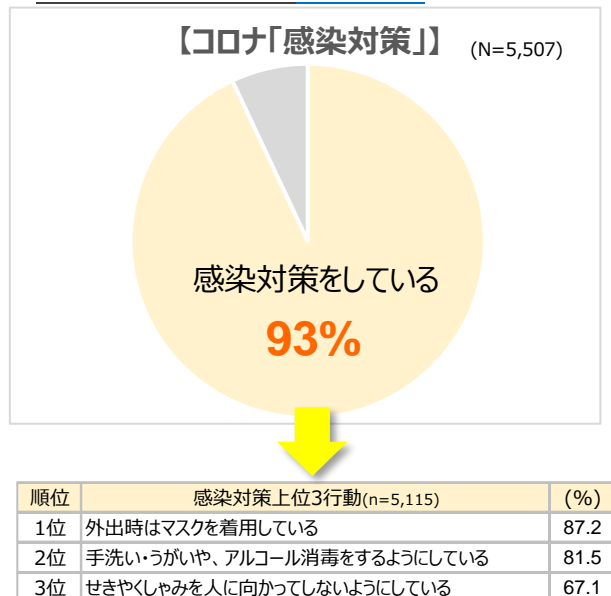
#### <新型コロナウイルス感染に対する“不安”と“対策”>

- ・2023年3月、新型コロナウイルス感染に対する「とても不安」は12%となっており、初めて緊急事態宣言が発出された2020年4月に比べ大きく減少している。(図表1)
- ・一方で“マスクなし生活”が解禁となった3月時点でも感染対策は93%が継続している。(図表2)
- ・感染対策としては「外出時のマスク着用(87%)」「手洗いうがい・アルコール消毒(82%)」「せきやくしゃみを人に向かってしないようにしている(67%)」が高くなっており、自分自身の安全と周囲への配慮を合わせた感染対策は継続傾向となっている。(図表2)

#### ◆ コロナ感染への「不安」変化 (図表1)



#### ◆ 「感染対策」実施状況 (図表2)



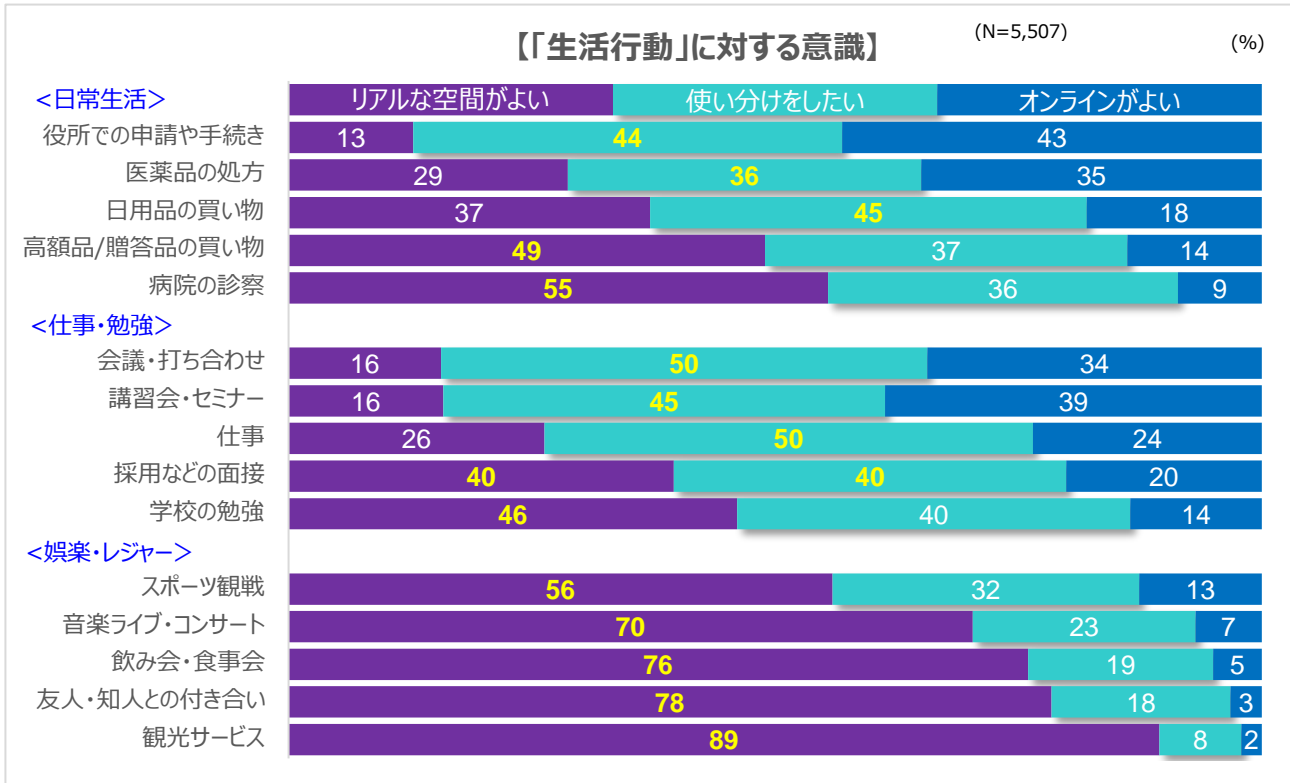
## ◇ 観光は9割リアル回帰、仕事はリアルとオンラインの使い分けが5割など“ふだんの生活”は使い分けが定着

### <生活行動に対する意識>

・日常生活、仕事関係においてはリアルとオンラインの“使い分け”や“オンライン”が高めになっており、リモートワークなどが定着している様子がうかがえる。

・娯楽・レジャーでは“リアルな空間”が高く、外出や人との交流に対して積極的な意識が見受けられる。(すべて図表3)

### ◆「生活行動」に対する意識(2023年3月) (図表3)



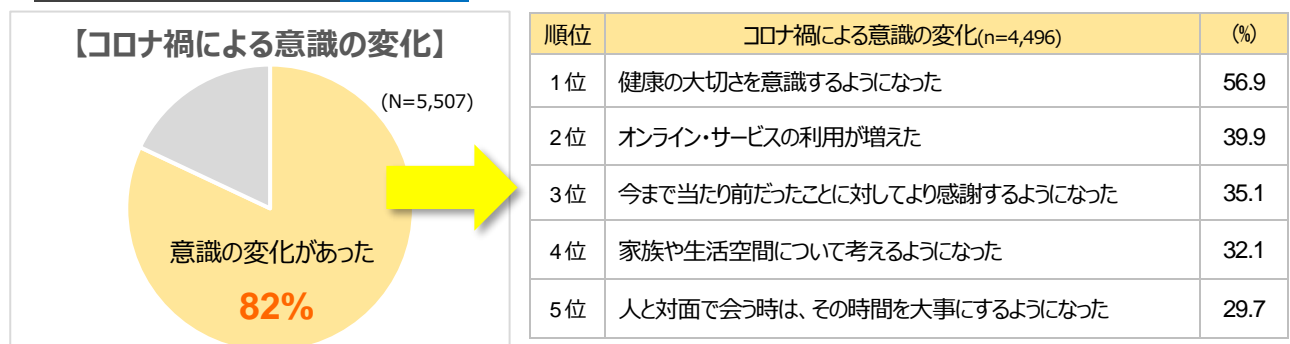
## ◇ コロナ禍を経て8割以上が意識に変化。“当たり前”と“新しさ”の双方を意識し充実感のある日常に変化

### <コロナ禍による意識の変化>

・コロナ禍により82%の生活者が「意識の変化があった」と感じている。

・意識の変化で最も高いのは「健康の大切さを意識するようになった(57%)」、次が「オンライン・サービスの利用が増えた(40%)」「今まで当たり前だったことに対してより感謝するようになった(35%)」と続いており、従来から続く“大事なこと”と“新しい生活様式”の双方を意識し、充実感のある日常に変化している様子がうかがえる。(上記すべて図表4)

### ◆コロナ禍による意識の変化 (図表4)



2020年1月、国内初の新型コロナウイルス感染者が確認されて以降、外出自粛、テレワーク、オンライン飲み会など、今までにない日常が次々と始まり、感染対策を最優先する生活が続いていました。それと同時に生活におけるデジタル化が促進され、仕事や役所などでの手続きに限らず、娯楽やレジャーにおいてもインターネットを活用したサービスが拡大を続けています。そのような多くの変化の中においても、生活者は“今”を捉え、柔軟に適応している様子が調査結果からうかがえます。

ビデオリサーチは、「見るを、見つめる。」を基本理念に、生活者の変化を的確に捉え、社会や企業に提案していけるよう努めてまいります。

#### ※新型コロナウイルス感染症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 2023年3月・2020年4月
5. 調査対象者 上記調査地区に在住の男女12-69才。12才は中学生以上。
6. 調査対象者数 5,507s(2023年3月)・5,050s(2020年4月)

※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過去のプレスリリースは、下記にてまとめています。

【記事まとめ】 コロナ禍における生活者の意識・行動の変化

<https://www.videor.co.jp/digestplus/market/2021/11/45077.html>

#### ●株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチは、テレビも含めた動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。テレビ視聴率データを提供する調査機関として1962年に設立し、以来、日本国内におけるテレビ視聴率調査をはじめとした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解決のトータルサポートを行っています。