



2020 年度特別調査

「第3回 新型コロナによる
暮らしの変化に関する調査」

調査結果概要

2021 年 1 月 21 日

株式会社 ニッセイ基礎研究所

1——調査概要

調査目的	新型コロナウイルスの感染拡大によって暮らしが激変する中で、消費行動や働き方、生活不安などの状況を把握し、ウィズコロナ／アフターコロナの行動を予測する。
調査時期	2020年12月19日～21日(次回は2021年3月頃の予定)
調査対象	全国の20～69歳の男女(株式会社マクロミルのモニター)
調査方法	インターネット調査
有効回答数	2,069
調査内容	
1 トピックス	
① 年末年始の過ごし方	7
② GoTo トラベルおよび GoTo イートの利用意向	9
③ 新型コロナウイルス接触確認アプリの利用意向	14
2 新型コロナによる行動変容	
① 店舗やネットショッピングの利用	16
② シェアリングサービスの利用	17
③ 移動手段の利用	18
④ 食事サービスの利用	19
⑤ メディアの利用	20
⑥ 生活時間	21
⑦ 働き方	22
3 新型コロナによる生活不安	
① 感染に関わる不安	23
② 家族関連不安(子どもや高齢家族)	24
③ 経済不安	25
④ 人間関係不安	26
⑤ 行動不安	27
⑥ 働き方不安	28
4 今後の見通し	
① 感染拡大の収束・経済の見通し	29
② 政治・政策の見通し	30
③ 生活行動の見通し	31
④ 家庭生活の見通し	32
⑤ 働き方の見通し	33
5 回答者プロフィール	34

2—調査結果のポイント

1 | トピックス

① 年末年始の過ごし方

- ✓ 感染拡大の第三波が収束しない中で、今年の年末年始休暇は、全体としてはステイホームを心がける予定の生活者が多く、感染による重篤化リスクの高い高齢ほど、その傾向が強い。一方で、重篤化リスクの低い若者ほど帰省や旅行、外食などにも比較的積極的である。
- ✓ 年末年始のイベント(忘年会やクリスマス会、新年会、成人式、同窓会等)は、全体としては予定していない生活者が多い。一方で、感染による重篤化リスクの低い若者ほど、多数派ではないものの、規模を縮小して実施したり、予定通り実施する傾向が見られた。

② GoTo トラベルおよび GoTo イートの利用意向

- ✓ GoTo トラベル・イート共に利用者数を伸ばしており、うち半数程度はリピーターである。一方、感染再拡大によってキャンペーンが一旦停止される中で、積極的に利用したいと考えていなかった層が、より消極的になることで、過半数に利用意向がなくなっている。
- ✓ GoTo トラベルの非利用理由は圧倒的に国内の感染が収束していないため。9月と比べて感染状況が悪化したためか、「感染して健康状態が悪化する不安から、外出を控えているため」の割合がやや上昇している。
- ✓ GoTo イートの非利用理由は圧倒的に国内の感染が収束していないため。また、キャンペーン開始から時間の経過とともに内容の認知が進んだためか、分かりにくさなどの選択割合は低下している。
- ✓ 感染状況が改善されれば、GoTo トラベル・イートの利用消極層の約4割に利用意向がある。なお、12月下旬から海外でワクチン接種が開始されたが、「ワクチンや特効薬が普及しはじめたら」は1割以下であり、「経済的余裕ができれば」をやや下回る。

③ 新型コロナウイルス接触確認アプリの利用意向

- ✓ 新型コロナウイルス接触確認アプリは、普及が進まず、興味関心が低下しているためか、リリース当初と比べて認知度がやや下がり、利用をやめた層の増加も相まって利用積極層は 33.6%へと低下している。
- ✓ 新型コロナウイルス接触確認アプリの非利用者では、セキュリティの不安が最大。利用者が増えたり、陽性者が確実に登録すれば利用するとの回答がある一方、利便性などが向上しても約3割には利用するつもりはない。

2 | 新型コロナによる行動変容

- ✓ コロナ禍で、ネットショッピングやキャッシュレス決済サービスなどのデジタル手段の利用は、引き続き増加傾向にあり、12月の利用増加層は約3割を占める。一方、店舗は利用控えが見られ、店舗によっても温度差がある。スーパーなど主に食料や日用品を購入する店舗では、利用減少層は約2割で低下傾向にある。一方、主に衣料品や贅沢品を購入するデパートやショッピングモールでは、利用減少層は約4割で、コロナ禍で全く利用していなかった層で利用再開の動きはあるものの、第三波が到来した12月は、ある程度利用していた層の再度の利用控えの動きが見られる。
- ✓ シェアリングサービスでは、フリマアプリの売買が引き続き増加傾向にあり、12月の利用増加層は約1割を占める。その他のサービスでは、利用減少層が利用増加層をやや上回るものの、以前と同様の利用状況に戻る層が増えることなどにより、全体的に徐々に回復傾向を示している。
- ✓ 移動手段の利用では、自動車や自家用車などのセルフ手段の利用が引き続き増加傾向にあり12月の増加層は自家用車は約2割、自転車は約1割を占める。一方、公共交通機関は利用控えが見られ、12月の利用減少層は電車やバスは約4割、飛行機やタクシーは約2割を占める。ただし、公共交通機関を全く利用していなかった層で利用が再開され、利用者数自体は回復傾向を示している。
- ✓ 食事サービスの利用では、テイクアウトやデリバリーなどの中食手段の利用は増加しているが、伸びは鈍化しており、12月の増加層はテイクアウトは約25%、デリバリーは約15%を占める。外食は引き続き利用控えが目立ち、12月の利用減少層は過半数を占める。なお、コロナ禍で外食を全く利用していなかった層で利用が再開されているが、第三波が到来した12月はその動きも鈍化している。
- ✓ メディアの利用では、すべてのメディアで利用増加が目立ち、6月以降、感染者数の増減等によらず、おおむね同水準を維持している。12月の利用増加層は、テレビやネットは約3割、動画配信サービスやSNS、本や漫画は約2割、新聞や雑誌、ラジオは約1割を占める。
- ✓ 生活時間では、家の中で過ごす時間は増える一方、外での活動も含む「交際やつき合い時間（オンライン含む）」は減っている。12月の増加層は「家族と過ごす時間」や「休養・くつろぎの時間」、「家事時間」などの家の中で過ごす時間で2～3割程度、減少層は「交際やつき合い時間（オンライン含む）」で約半数を占める。6月以降、家の中で過ごす時間が増え、外での活動時間が減る状況はやや緩和されているが、引き続き、巣ごもりを軸とした生活が続いている。
- ✓ 働き方では、テレワークによるデジタル行動が増え、対面のリアル行動が減っている。12月の増加層はオンライン会議や在宅勤務で約2割、減少層は会食や出張は25%前後、出社は約2割を占める。ただし、6月以降、オンライン会議はやや増える一方、出社が増えたこともあり在宅勤務はやや減っている。出張や会食では引き続き減少が目立つものの、全くしていなかった層での再開の動きが見られる。

3 | 新型コロナによる生活不安

- ✓ 感染に関わる不安では、健康状態の悪化や世間からの偏見、適切な治療や検査を受けられないことに5～6割が不安を感じている。全体的に6月より感染に関わる不安は増しており、特に、健康状態の悪化や適切な治療を受けられない不安が増している。
- ✓ 家族関連不安では、子どもの休校による学習の遅れや成長の不十分さなどについては約3割(該当者の過半数)が不安を感じている。高齢家族の生活維持の難しさや運動機能・認知機能の低下については約4割(該当者の約半数)が不安を感じており、6月より生活維持の難しさへの不安が増している。
- ✓ 日本経済や世界経済などマクロ環境については6割以上、自分や家族の収入減少や失業などのミクロ環境については45%前後が不安を感じている。6月より収入減少への不安は和らぐ一方、失業への不安はやや増している。
- ✓ 人間関係不安では、不安層は3割台以下だが、6月より不安は増している。特に、友人との距離や非対面コミュニケーションが増えることによるトラブルなどで不安が増している。
- ✓ 行動不安では、店舗での買い物や外食については約半数、電車やバスなどの利用は約4割、飛行機の利用約3割、タクシーの利用は約2割が不安を感じている。6月以降、店舗での買い物への不安はやや増しているが、外食がしにくくなる不安はやや和らいでいる。
- ✓ 働き方関連の不安では、在宅勤務ができないために仕事を継続しにくくなることに約3割が不安を感じており、非不安層を上回る。その他は不安層が非不安層を下回るが、在宅勤務が増えることで集中力の低下や労働時間が長くなること、コミュニケーションの取りにくさ、成果主義への移行について約2割が不安を感じている。なお、全体的に6月より不安は増している。

4 | 今後の見通し

- ✓ 半年以内の感染拡大の収束や1年以内の経済・雇用回復の見通しは、引き続き半数以上が否定的。一方、12月下旬から海外でワクチン接種が開始されたことを受けて、ワクチンや特効薬の開発についての見通しは明るくなっている。
- ✓ デジタル化の進展や政治への関心の高まり、マイナンバーカードの取得率の高まりなど、政治・政策の見通しでは、6月以降、全体的に肯定的な見方が弱まっている。
- ✓ 生活行動の見通しでは、社会的距離を保つ行動の習慣化は約6割、キャッシュレス決済やオンラインサービスが好まれるようになることについては約半数をそう思っているが、6月より減っている。
- ✓ 家庭生活の見通しでは、産科等への通院や乳幼児の感染リスクから出産をためらい、少子化がさらに進行することについて、約4割がそう思っており、6月より増えている。
- ✓ 働き方を見通しでは、約半数がエッセンシャルワーカーの価値が高まると思っている。また、郊外居住や成果主義への移行、自由時間の増加など在宅勤務が増えることによる生活変化を3～4割が感じている。

3—調査結果

1 | トピックス

① 年末年始の過ごし方

(1) 年末年始の休暇予定

Q.あなたの年末年始休暇でのご予定を教えてください。(いくつでも)

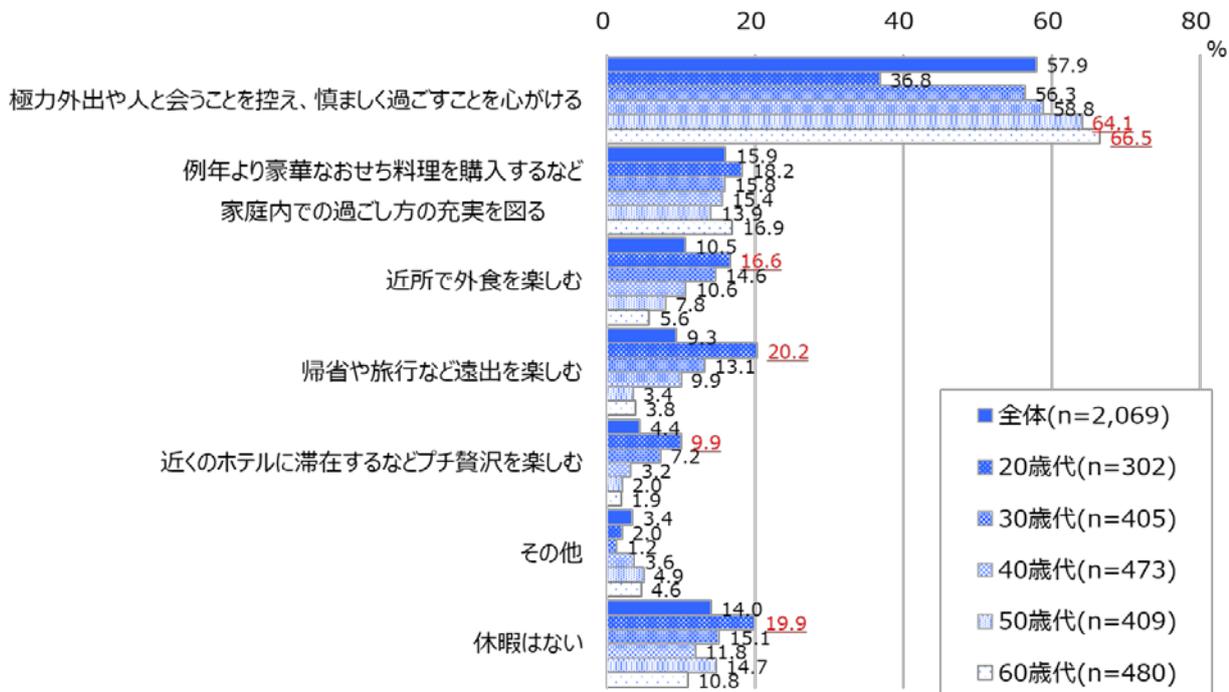
年末年始の休暇予定についてたずねたところ、圧倒的に多いのは「極力外出や人と会うことを控え、慎ましく過ごすことを心がける」(57.9%)であり、次いで「例年より豪華なおせち料理を購入するなど家庭内での過ごし方の充実を図る」(15.9%)、「近所で外食を楽しむ」(10.5%)と続く。

年代別に見ても、30歳代以上では全体と同様だが、20歳代では、2位に「帰省や旅行など遠出を楽しむ」がある。また、若いほど「帰省や旅行など遠出を楽しむ」や「近所で外食を楽しむ」、「近くのホテルに滞在するなどプチ贅沢を楽しむ」の割合が高く、20歳代では、それぞれ+10.9%pt、+6.1%pt、+5.5%pt 全体を上回る。一方、高年齢ほど「極力外出や人と会うことを控え、慎ましく過ごすことを心がける」の割合が高く、60歳代では+8.6%pt、50歳代では+6.2%pt 全体を上回る。

なお、20歳代では「休暇はない」も多く、全体を+5.9%pt 上回る。

⇒感染拡大の第三波が収束しない中で、今年の年末年始休暇は、全体としてはステイホームを心がける予定の生活者が多く、感染による重篤化リスクの高い高年齢ほど、その傾向が強い。一方で、重篤化リスクの低い若者ほど帰省や旅行、外食などにも比較的積極的である。

年末年始の休暇予定（複数回答）



(注1) 上から合計で「その他」「休暇はない」を除いて選択割合の高かった順

(注2) 合計より+5%pt以上は赤字下線

(2) 年末年始のイベントの予定

Q.あなたの年末年始の忘年会やクリスマス会、新年会、成人式、同窓会等のイベントのご予定を教えてください。(1つだけ)※複数のイベント予定のある方は該当する状況が最も多いものをお選びください。

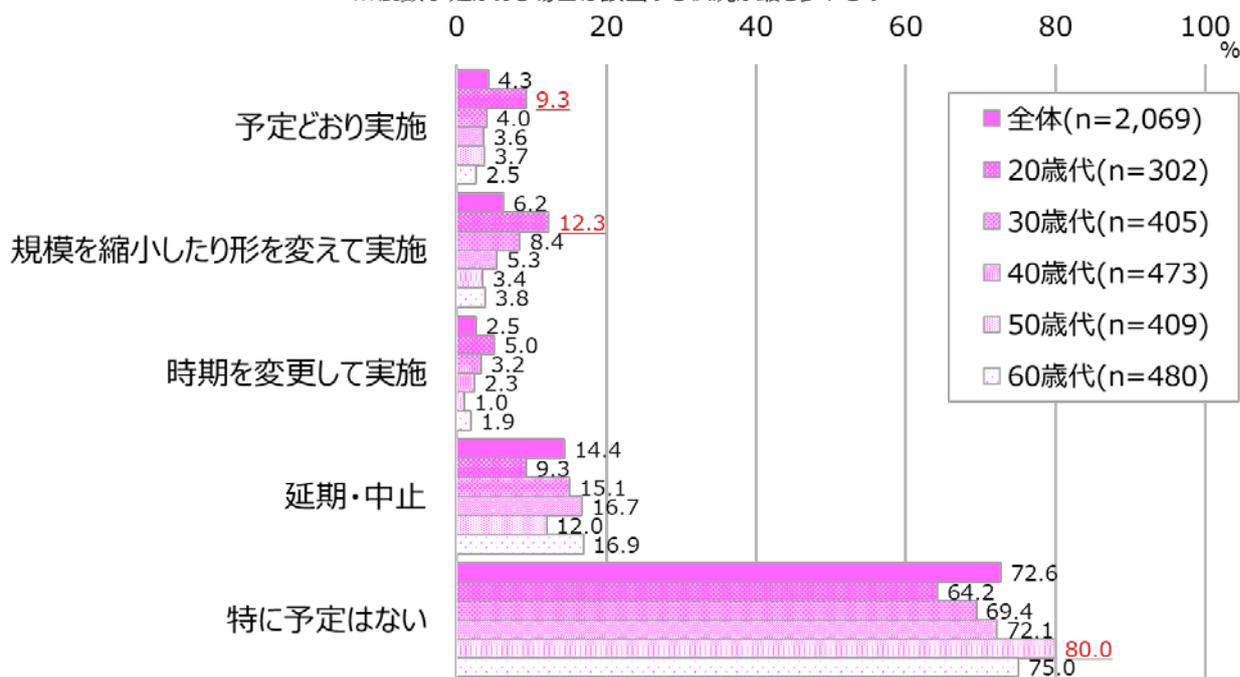
年末年始の忘年会やクリスマス会、新年会、成人式、同窓会等のイベント予定についてたずねたところ、圧倒的に多いのは「特に予定はない」(72.6%)である。予定がある場合は、最も多いのは「延期・中止」(14.4%)であり、次いで「規模を縮小したり形を変えて実施」(6.2%)、「予定どおり実施」(4.3%)、「時期を変更して実施」(2.5%)と続く。

年代別に見ても同様であり、圧倒的に「特に予定はない」が多く、全ての年代で6割を超える。一方、若いほど「規模を縮小したり形を変えて実施」や「予定どおり実施」の割合が高く、20歳代では、それぞれ+6.1%pt、+5.0%pt 全体を上回る。

⇒年末年始のイベント(忘年会やクリスマス会、新年会、成人式、同窓会等)は、全体としては予定していない生活者が多い。一方で、感染による重篤化リスクの低い若者ほど、多数派ではないものの、規模を縮小して実施したり、予定通り実施する傾向が見られた。

年末年始のイベント予定 (単一回答)

※複数予定がある場合は該当する状況が最も多いもの



(注1) 合計より+5%pt以上は赤字下線

② GoTo トラベルおよび GoTo イートの利用意向

(1) 現在の利用状況

Q1. 新型コロナウイルスの感染拡大で需要が低迷してしまった観光や外食などの需要喚起策として、政府が利用額の一部を負担する「GoTo キャンペーン事業」が開始されています。7 月下旬から旅行が対象の「GoTo トラベル」が、9 月から飲食が対象の「GoTo イート」が順次開始されていますが、あなたのご利用状況等について教えてください。

※「GoTo イート」は、全国一律に実施された「オンライン飲食予約」と、自治体ごとに発行される「プレミアム付食事券」の 2 種類がありますが、ここでは両者をあわせた利用状況としてお答えください。現在一時的にストップしておりますが検討については現在の感染拡大状況での意向についてお答えください。

GoTo トラベルを「利用した/予約済み」は、12 月は 27.9% (9 月より+12.7%pt) であり、このうち、「すでに複数回利用した(予約中も含む)」は 13.0%、「一度だけ利用した(予約中も含む)」は 14.9% を占める。

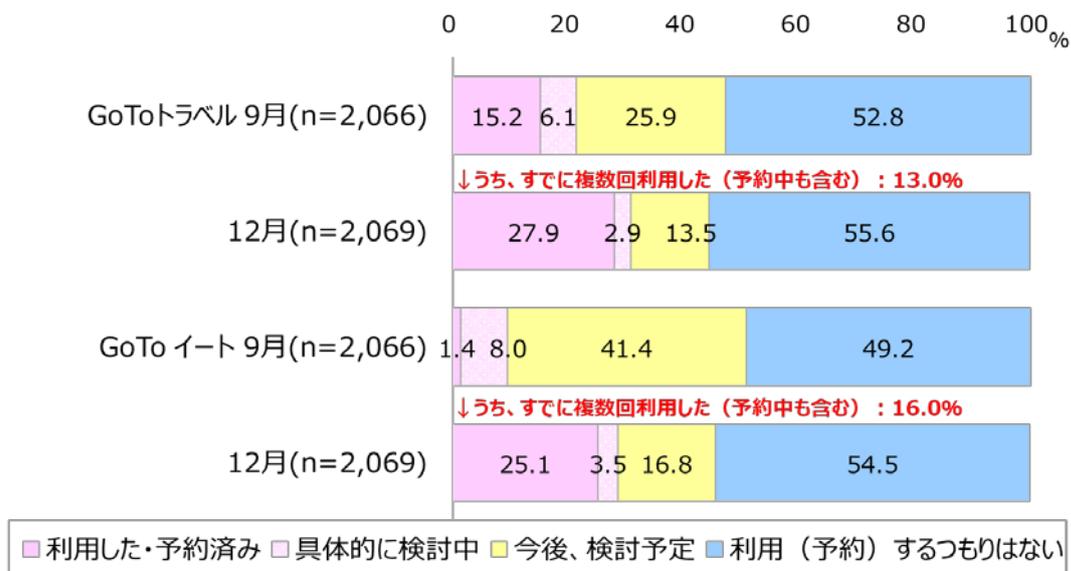
「利用した/予約済み」に「具体的に検討中」を含めた利用積極層は 30.8% (+9.5%pt) へと上昇する一方、利用積極層に「今後、検討予定」を含めた利用意向あり層は 44.3% (▲2.9%pt) へとやや低下している。また、「利用(予約)するつもりはない」と答えた、利用意向なし層は 55.6% (+2.8%pt) へとやや上昇している。

GoTo イートを「利用した/予約済み」は、12 月は 25.1% (+23.7%pt) であり、このうち、「すでに複数回利用した(予約中も含む)」は 16.0%、「一度だけ利用した(予約中も含む)」は 9.1% を占める。

利用積極層は 28.6% (+19.2%pt) へと上昇する一方、利用意向あり層は 45.4% (▲5.4%pt) へと低下している。また、利用意向なし層は 54.5% (+5.3%pt) へと上昇している。

⇒GoTo トラベル・イート共に利用者数を伸ばしており、うち半数程度はリピーターである。一方、感染再拡大によってキャンペーンが一旦停止される中で、積極的に利用したいと考えていなかった層が、より消極的になることで、過半数に利用意向がなくなっている。

GoToトラベル・イートの利用状況（単一回答） ※12月末調査時点では一旦停止



(注) 12月末の「利用した・予約済み」は「すでに複数回利用した(予約中も含む)」と「一度だけ利用した(予約中も含む)」の合計

(2) 利用していない理由

(Q1で「利用した/予約済み」以外の選択者)

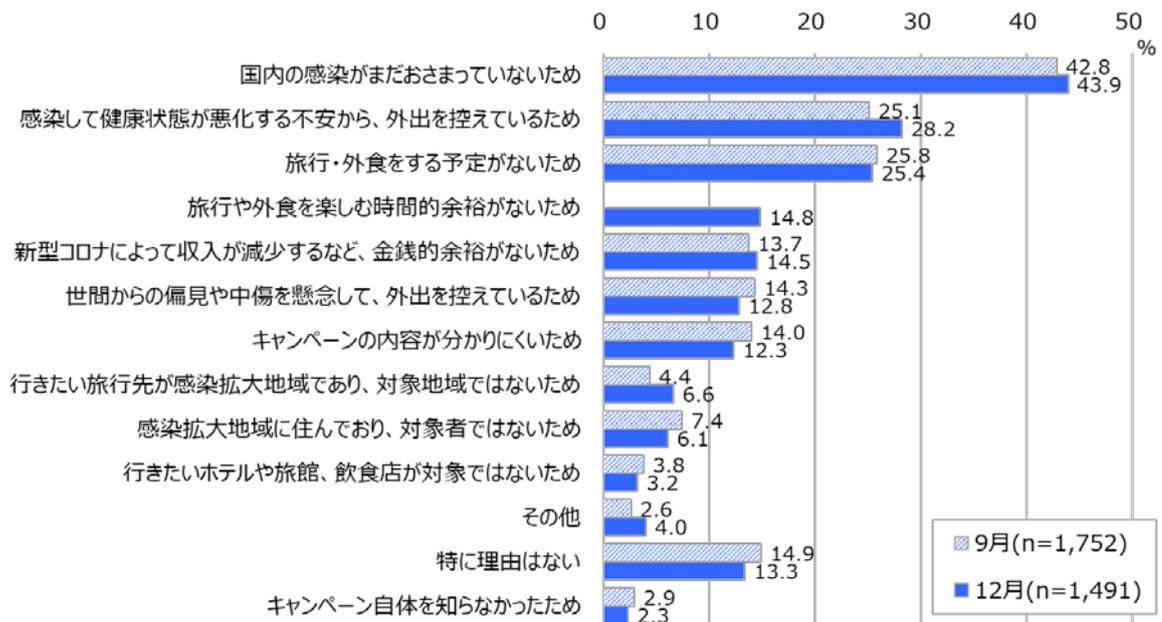
Q2.あなたがGoToキャンペーンを利用していない理由をお聞かせください。(いくつでも)

<GoTo トラベル>

GoTo トラベルを利用していない理由として12月で圧倒的に多いのは「国内の感染がまだおさまっていない」(43.9%)であり、次いで「感染して健康状態が悪化する不安から、外出を控えているため」(28.2%)、「旅行・外食をする予定がないため」(25.4%)と続いている。なお、4番目には、新たに選択肢に加えた、「旅行や外食を楽しむ時間的余裕がないため」(14.8%)が続く。また、9月と比べて、「感染して健康状態が悪化する不安から、外出を控えているため」(+3.1%pt)がやや上昇している。

⇒GoTo トラベルの非利用理由は圧倒的に国内の感染が収束していないため。9月と比べて感染状況が悪化したためか、「感染して健康状態が悪化する不安から、外出を控えているため」の割合がやや上昇している。

GoToトラベルを利用していない理由(複数回答) ※12月末調査時点では一旦停止



(注1) 上から12月末調査結果で「その他」「特に理由はない」「キャンペーン自体を知らなかったため」を除いて選択割合の高かった順

(注2) 「旅行や外食を楽しむ時間的余裕がないため」は12月調査のみの選択肢

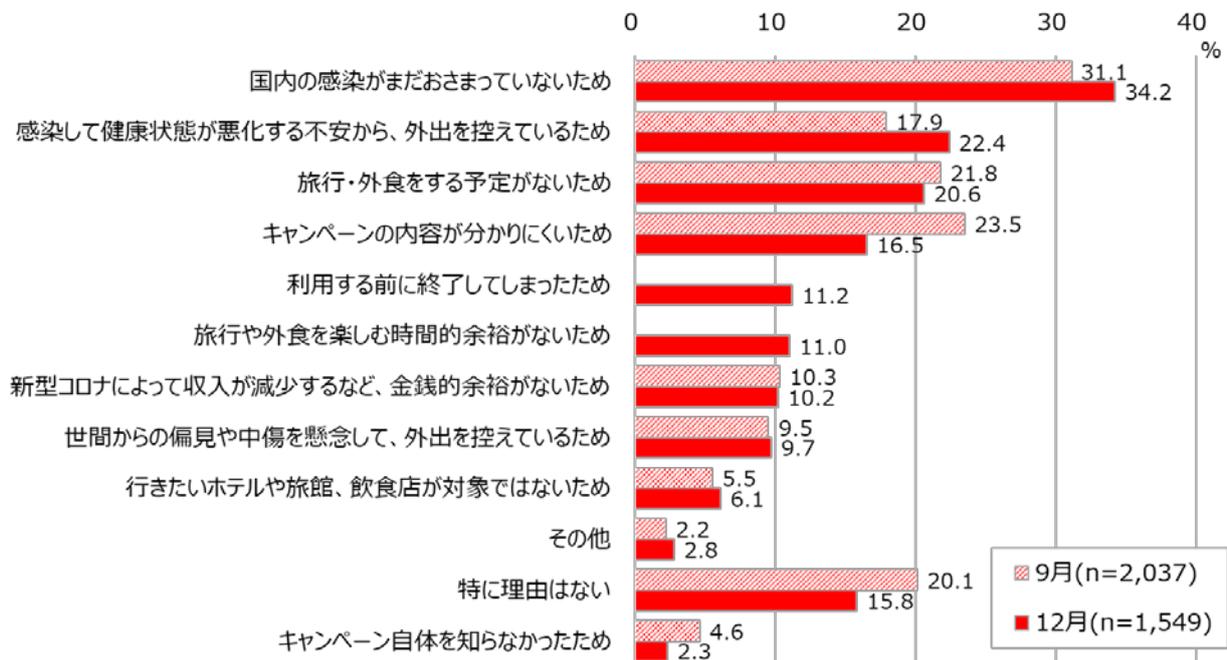
<GoTo イート>

GoTo イートを利用していない理由として 12 月で圧倒的に多いのは「国内の感染がまだおさまっていない」(34.2%)であり、次いで「感染して健康状態が悪化する不安から、外出を控えているため」(22.4%)、「旅行・外食をする予定がないため」(20.6%)と続く。9月と比べて「キャンペーンの内容が分かりにくいため」(▲7.0%)が低下したため、上位の順位が入れ替わっている。なお、5・6番目には、新たに選択肢に加えた、「利用する前に終了してしまったため」(11.2%)と「旅行や外食を楽しむ時間的余裕がないため」(11.0%)が僅差で続く。

なお、9月と比べて「特に理由はない」(▲4.3%pt)も低下している。

⇒GoTo イートの非利用理由は圧倒的に国内の感染が収束していないため。また、キャンペーン開始から時間の経過とともに内容の認知が進んだためか、分かりにくさなどの選択割合は低下している。

GoToイートを利用していない理由（複数回答） ※12月末調査時点では一旦停止



(注1) 上から12月末調査結果で「その他」「特に理由はない」「キャンペーン自体を知らなかったため」を除いて選択割合の高かった順

(注2) 「利用する前に終了してしまったため」「旅行や外食を楽しむ時間的余裕がないため」は12月調査のみの選択肢

(3)どのような状況になれば利用するか

(Q1で「今後、検討予定」・「利用(予約)するつもりはない」選択者)

Q3.どのような状況になったらGoToキャンペーンを利用したいと思いますか。(1つだけ)

※最もお気持ちに近いものをお答えください。

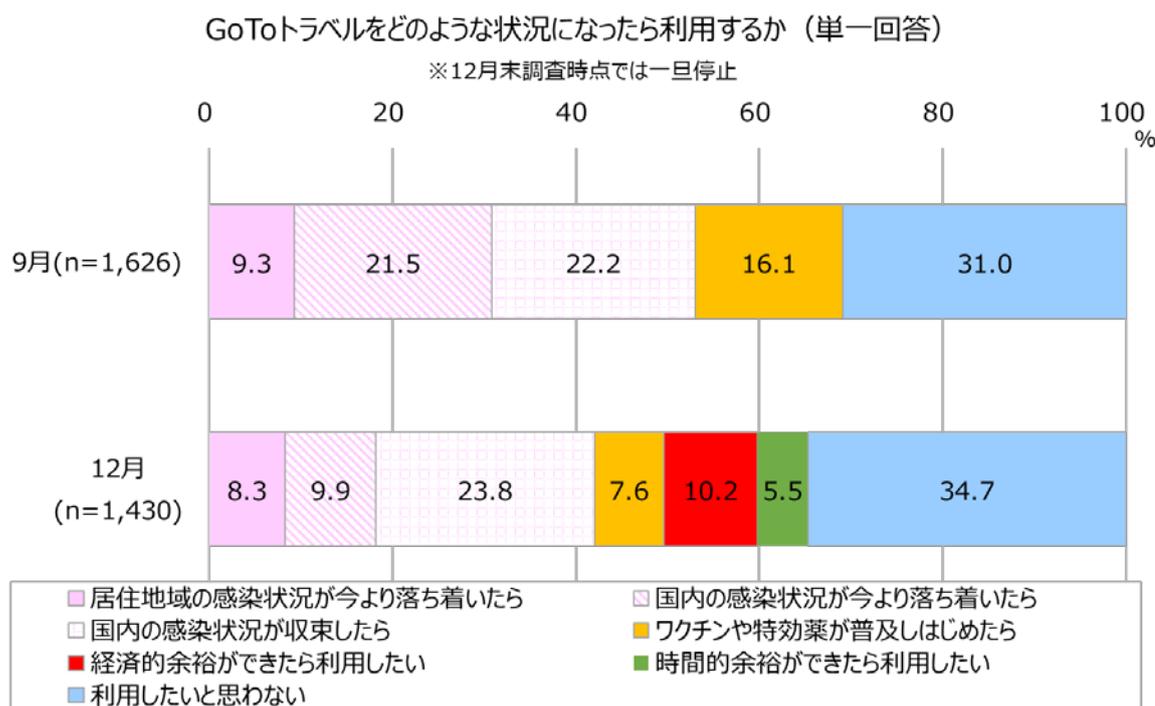
<GoTo トラベル>

どのような状況になれば利用するかについてたずねたところ、12月は「国内の感染状況が収束したら」(23.8%)や「国内の感染状況が今より落ち着いたら」(9.9%)、「居住地域の感染状況が今より落ち着いたら」(8.3%)をあわせた感染状況の改善が42.0%を占める。

また、「ワクチンや特効薬が普及しはじめたら」は7.6%であり、選択肢が異なるため単純な比較はできないが、9月と比べて▲8.5%pt 低下している。なお、新たに選択肢に加えた、「経済的余裕ができたなら利用したい」は10.2%を占めて、「ワクチンや特効薬が普及しはじめたら」をやや上回る。

一方、「利用したいと思わない」は34.7%(9月+3.7%pt)を占める。

⇒感染状況が改善されれば、GoTo トラベル利用消極層の約4割に利用意向がある。なお、12月下旬から海外でワクチン接種が開始されたが、「ワクチンや特効薬が普及しはじめたら」は1割以下であり、「経済的余裕ができたなら」をやや下回る。



(注) 「経済的余裕ができたなら利用したい」「時間的余裕ができたなら利用したい」は12月調査のみの選択肢

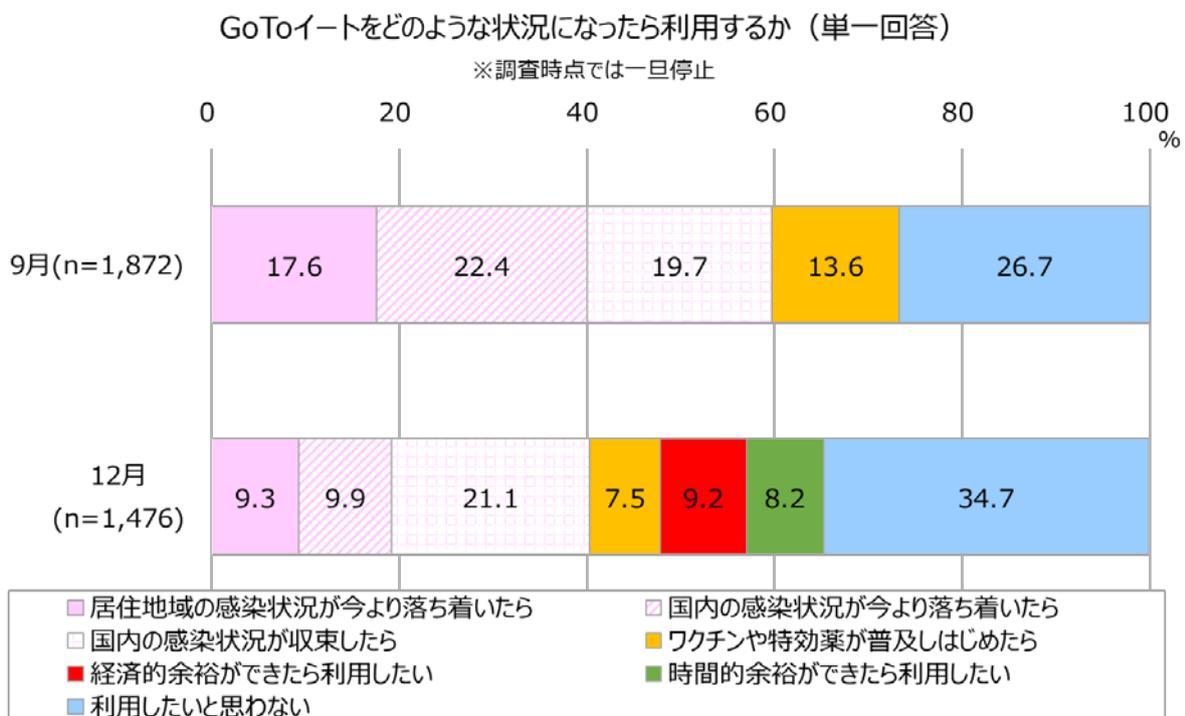
<GoTo イート>

どのような状況になれば利用するかについてたずねたところ、12月には「国内の感染状況が収束したら」(21.1%)や「国内の感染状況が今より落ち着いたら」(9.9%)、「居住地域の感染状況が今より落ち着いたら」(9.3%)をあわせた感染状況の改善が40.3%を占める。

また、「ワクチンや特效薬が普及しはじめたら」は7.5%であり、選択肢が異なるため単純な比較はできないが、9月と比べて▲6.1%pt 低下している。なお、新たに選択肢に加えた、「経済的余裕ができれば利用したい」は9.2%、「時間的余裕ができれば利用したい」は8.2%を占めて、「ワクチンや特效薬が普及しはじめたら」をやや上回る。

一方、「利用したいと思わない」は34.7%(9月+8.0%pt)を占める。

⇒感染状況が改善されれば、GoTo イート利用消極層の約4割に利用意向がある。なお、調査期間頃から海外でワクチン接種が開始されたが、「ワクチンや特效薬が普及しはじめたら」は1割以下であり、「経済的余裕ができれば」や「時間的余裕ができれば」をやや下回る。



(注) 「経済的余裕ができれば利用したい」「時間的余裕ができれば利用したい」は12月調査のみの選択肢

③ 新型コロナウイルス接触確認アプリの利用意向

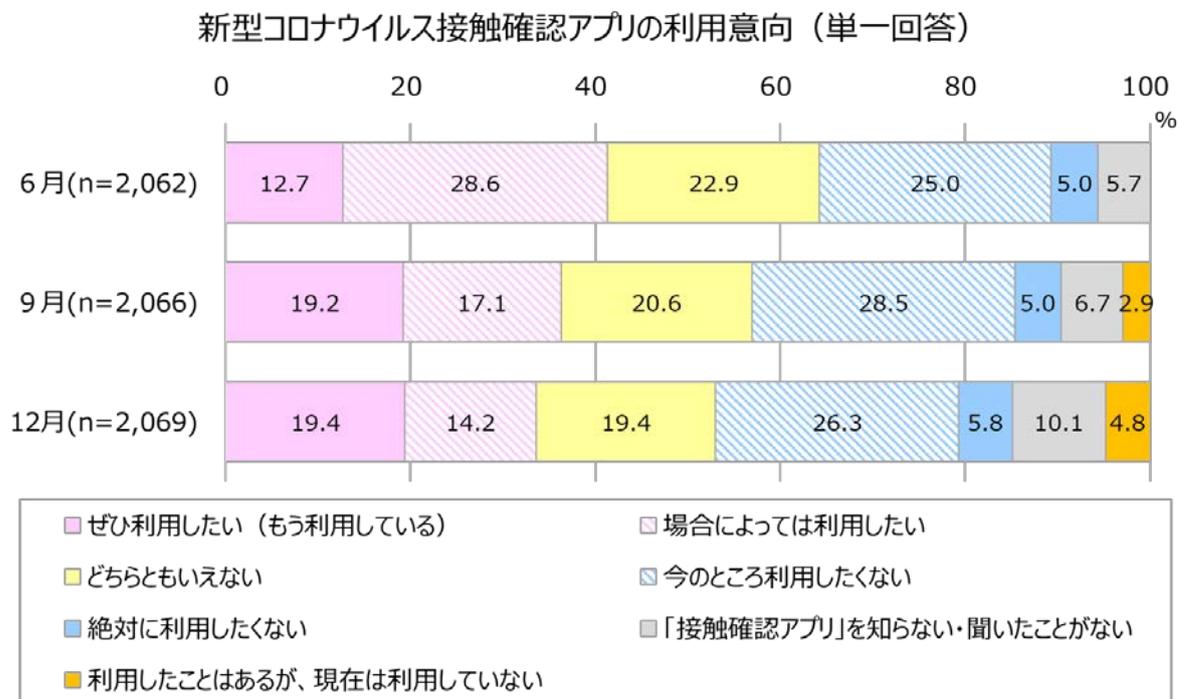
(1) 利用意向

Q1.厚生労働省が公表した新型コロナウイルス感染者と濃厚接触した人に通知される「接触確認アプリ」について、あなたの関心度合いをお聞かせください。(1つだけ)

新型コロナウイルス接触確認アプリを「ぜひ利用したい(もう利用している)」は 19.4%(6月より+6.7%pt、9月より+0.2%pt)を占めて、6月より上昇しているが、9月と比べると横ばいである。一方、これに「場合によっては利用したい」を合わせた利用積極層は 33.6%(6月より▲7.7%pt、9月より▲2.7%pt)を占めて、低下傾向にある。

一方、「接触確認アプリを知らない・聞いたことがない」(10.1%、6月より+4.4%pt、9月より+3.4%pt)や「利用したことはあるが、現在は利用していない」(9月より+1.9%pt)はやや上昇している。

⇒新型コロナウイルス接触確認アプリは、普及が進まず、興味関心が低下しているためか、リリース当初と比べて認知度がやや下がり、利用をやめた層の増加も相まって利用積極層は 33.6%へと低下している。



(注) 「利用したことはあるが、現在は利用していない」は9月・12月調査で追加した選択肢

(2) どうなれば利用するか

(Q1で「どちらともいえない」「今のところ利用したくない」「絶対に利用したくない」「接触確認アプリを知らない・聞いたことがない」「利用したことはあるが、現在は利用していない」選択者)

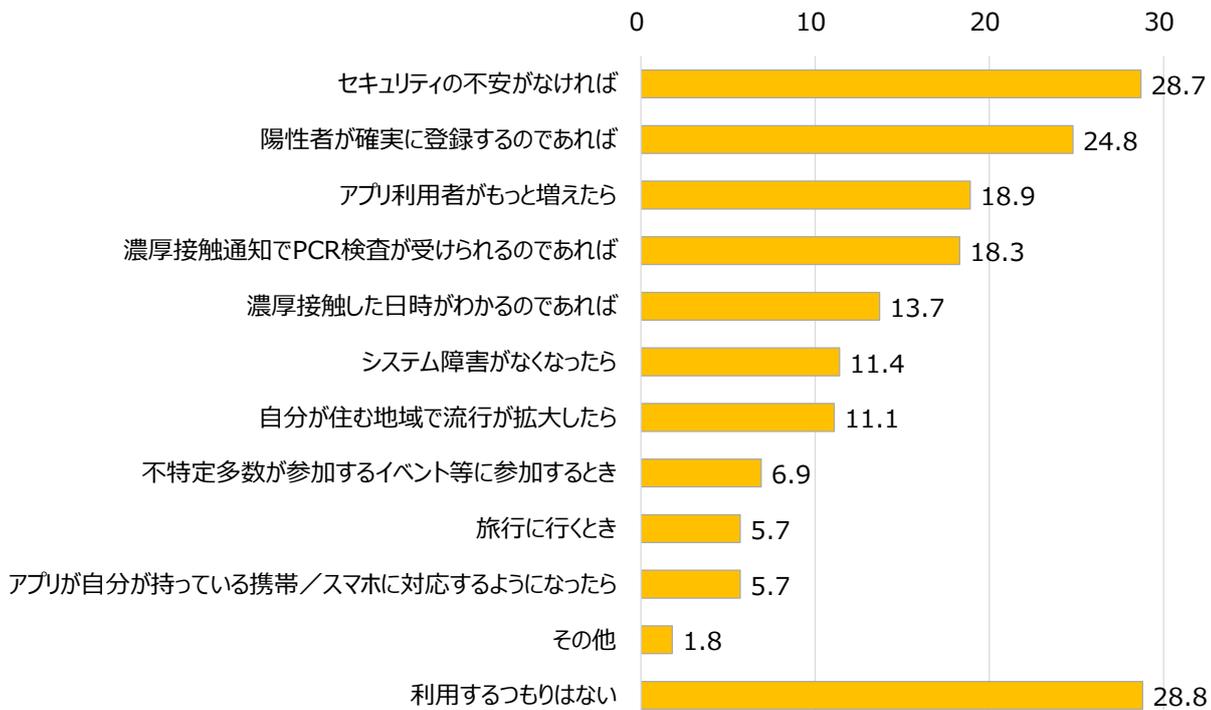
Q.2 厚労省接触確認アプリについて、どうなれば利用すると思いますか？(いくつでも)

新型コロナウイルス接触確認アプリについて、どうなれば利用するかで、最も多いのは「セキュリティの不安がなければ」(28.7%)、次いで「陽性者が確実に登録するのであれば」(24.8%)、「アプリ利用者がもっと増えたら」(18.9%)、「濃厚接触通知でPCR検査が受けられるのであれば」(18.3%)、「濃厚接触した日時がわかるのであれば」(13.7%)と続く。

一方で、「利用するつもりはない」(28.8%)も多い。

⇒新型コロナウイルス接触確認アプリの非利用者では、セキュリティの不安が最大。利用者が増えたり、陽性者が確実に登録すれば利用するとの回答がある一方、利便性などが向上しても約3割には利用するつもりはない。

新型コロナウイルス接触確認アプリをどうなれば利用するか(複数回答) n=1,167



(注) 上から「その他」「利用するつもりはない」を除いて選択割合の高かった順

2 | 新型コロナによる行動変容

Q.生活に関わる行動をあげています。それぞれについて、**新型コロナウイルスの感染が拡大する前(今年1月頃)と比べて**、あなたの行動がどの程度変わったか(変わりそうか)、**現在(第1回調査は6月、第2回調査は9月、第3回調査は12月)**の状況をお聞かせください。(1つだけ)

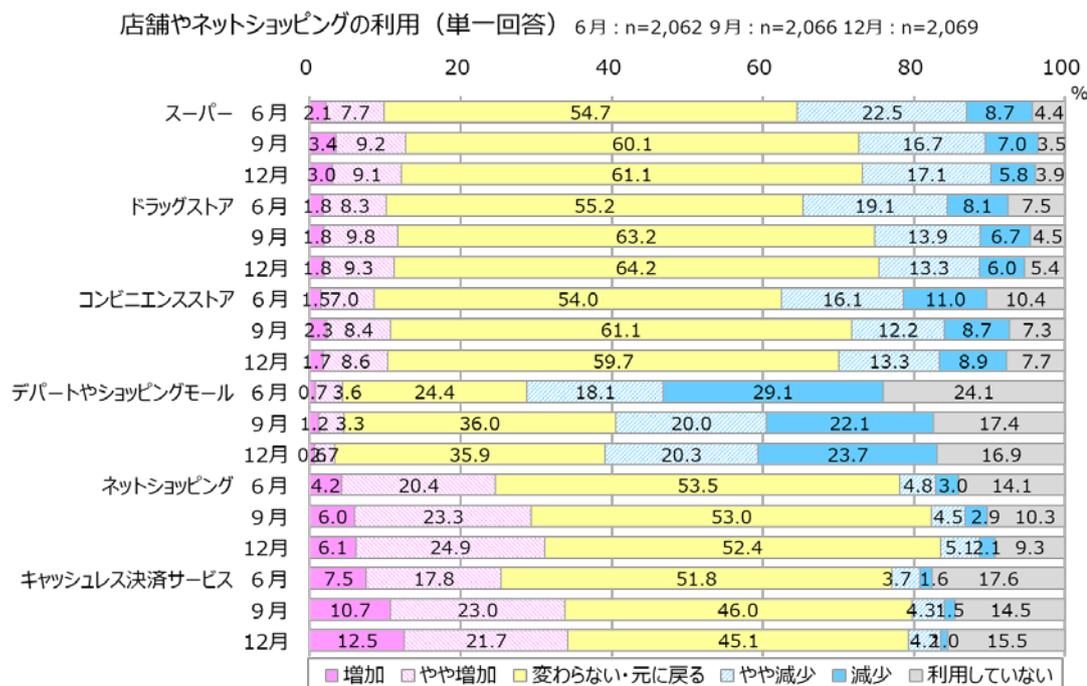
① 店舗やネットショッピングの利用

コロナ禍でデジタル手段では利用増加が目立つ。12月の増加層(「増加」+「やや増加」)は、「キャッシュレス決済サービス」は34.2%(6月より+8.9%pt、9月より+0.5%pt)、「ネットショッピング」は31.0%(6月より+6.4%pt、9月より+1.7%pt)を占めて上昇傾向にある。

一方、店舗では利用減少が目立つ。12月の減少層(「減少」+「やや減少」)は、特に「デパートやショッピングモール」(44.0%、6月より▲3.2%pt、9月より+1.9%pt)が目立つ。また、減少層は「スーパー」(22.9%、6月より▲8.3%pt、9月より▲0.8%pt)や「コンビニエンスストア」(22.2%、6月より▲4.9%pt、9月より+1.3%pt)、「ドラッグストア」(19.3%、6月より▲7.9%pt、9月より▲1.3%pt)でも約2割を占める。

なお、「スーパー」や「ドラッグストア」では減少層は低下傾向にあり、変わらない・元に戻る層が約6割を占めて増加傾向にある。一方、「デパートやショッピングモール」では減少層は6月より、やや低下しているものの、9月よりやや上昇している。ただし、「デパートやショッピングモール」では利用していない層(16.9%、6月より▲7.2%pt、9月より▲0.5%pt)は低下傾向にある。

⇒コロナ禍で、ネットショッピングやキャッシュレス決済サービスなどのデジタル手段の利用は、引き続き増加傾向にあり、12月の利用増加層は約3割を占める。一方、店舗は利用控えが見られ、店舗によっても温度差がある。スーパーなど主に食料や日用品を購入する店舗では、利用減少層は約2割で低下傾向にある。一方、主に衣料品や贅沢品を購入するデパートやショッピングモールでは、利用減少層は約4割で、コロナ禍で全く利用していなかった層で利用再開の動きはあるものの、第三波が到来した12月は、ある程度利用していた層の再度の利用控えの動きが見られる。



② シェアリングサービスの利用

※シェアリングサービスは、フリマアプリ以外は「利用していない/しない」が約8割以上で利用率が低いため、グラフの見やすさから、「利用していない/しない」を除いた結果を掲載。

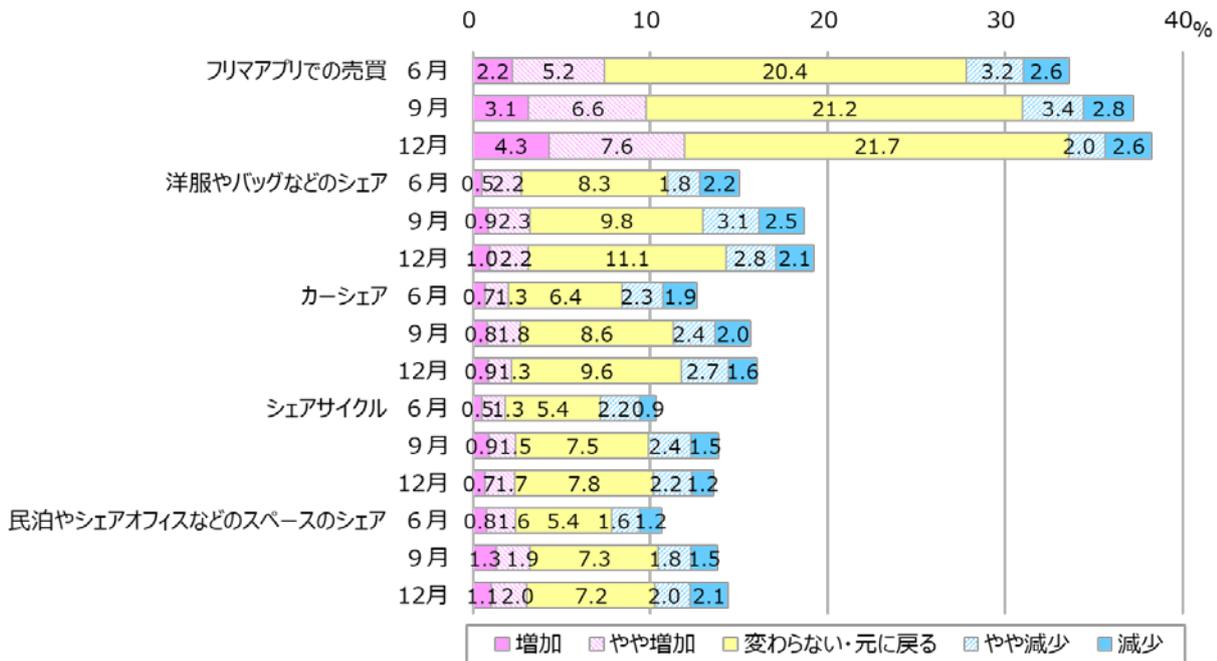
コロナ禍で利用増加が目立つのは、利用率が比較的高い「フリマアプリでの売買」である。12月の増加層は11.9%（6月より+4.5%pt、9月より+2.2%pt）を占めて、やや上昇傾向にある。

その他のシェアリングサービスは、いずれも減少層が増加層をやや上回り、減少層は必ずしも低下しているわけではない。しかし、変わらない・元に戻る層が増えることで、全てをあわせた利用者層自体は、「洋服やバッグなどのシェア」は19.2%（6月より+4.2%pt、9月より+0.6%pt）、「カーシェア」は16.1%（6月より+3.5%pt、9月より+0.5%pt）、「民泊やシェアオフィスなどのスペースのシェア」は14.4%（6月より+3.8%pt、9月より+0.6%pt）、「シェアサイクル」は13.6%（6月より+3.3%pt、9月より▲0.2%pt）へとおおむねやや上昇傾向にある。

⇒コロナ禍で、フリマアプリの売買が引き続き増加傾向にあり、12月の利用増加層は約1割を占める。その他のサービスでは、利用減少層が利用増加層をやや上回るものの、以前と同様の利用状況に戻る層が増えることなどにより、全体的に徐々に回復傾向を示している。

シェアリングサービスの利用（単一回答） 6月：n=2,062 9月：n=2,066 12月：n=2,069

※「利用していない」を除いた結果

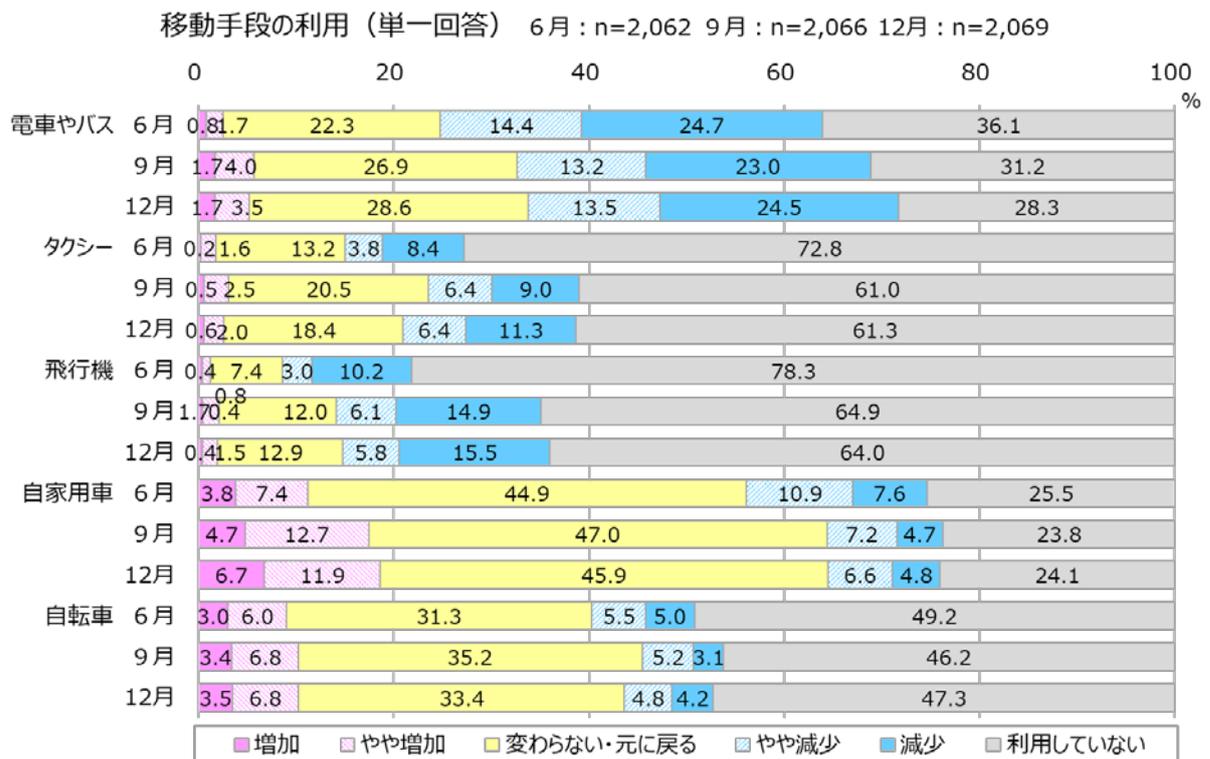


③ 移動手段の利用

コロナ禍で利用増加が目立つのは、「自家用車」や「自転車」などのセルフ手段である。12月の増加層は、「自家用車」は18.6%（6月より+7.4%pt、9月より+1.2%pt）、「自転車」は10.3%（6月より+1.3%pt、9月より+0.1%pt）を占めて、やや上昇傾向にある。

一方、公共交通機関では利用減少が目立つ。12月の減少層は、元々利用者の多い、「電車やバス」（38.0%、6月より▲1.1%pt、9月より+1.8%pt）が目立ち、飛行機（21.3%、6月より+8.1%pt、9月より+0.3%pt）やタクシー（17.7%、6月より+5.5%pt、9月より+2.3%pt）でも比較的多い。いずれも減少層は6月より上昇しているが、利用していない層は「電車やバス」（28.3%、6月より▲7.8%pt、9月より▲2.9%pt）や「飛行機」（64.0%、6月より▲14.3%pt、9月より▲0.9%pt）で低下傾向にある。

⇒コロナ禍で、自家用車や自転車などのセルフ手段の利用が引き続き増加傾向にあり、12月の増加層は自家用車は約2割、自転車は約1割を占める。一方、公共交通機関は利用控えが見られ、12月の利用減少層は電車やバスは約4割、飛行機やタクシーは約2割を占める。ただし、公共交通機関を全く利用していなかった層で利用が再開され、利用者数自体は回復傾向を示している。



④ 食事サービスの利用

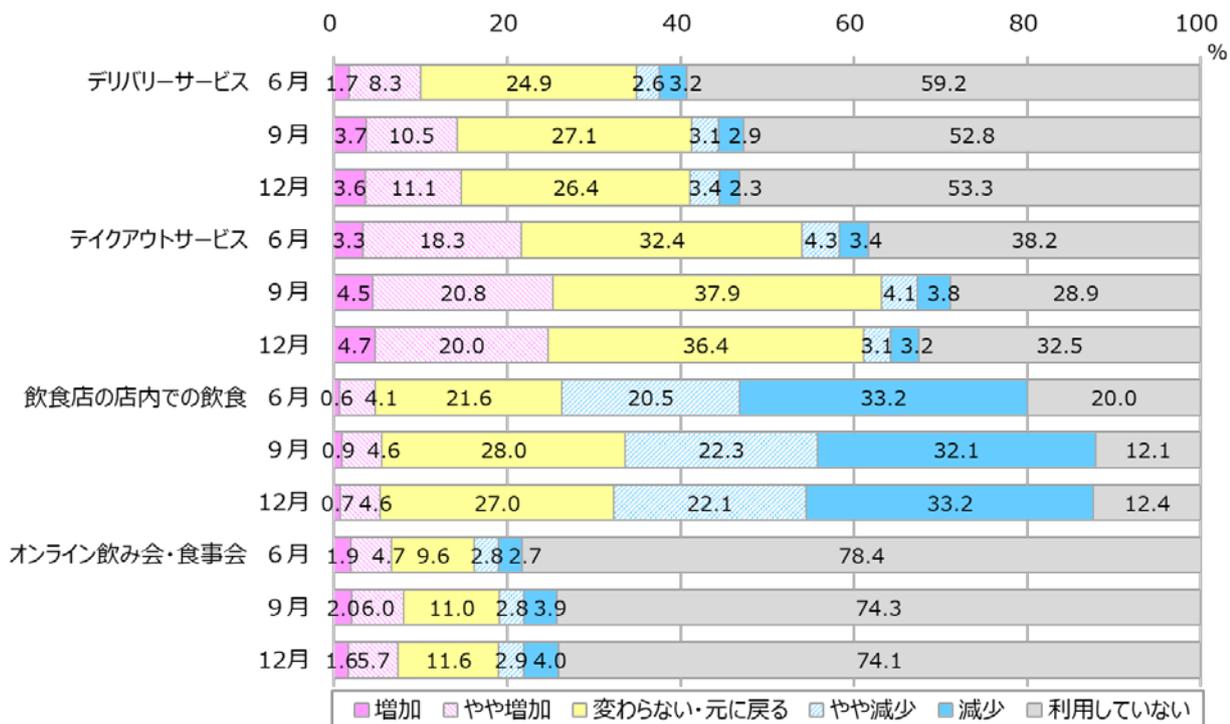
コロナ禍で利用増加が目立つのは、「テイクアウトサービス」や「デリバリーサービス」などの中食手段である。12月の増加層は、「テイクアウトサービス」は24.7%（6月より+3.1%pt、9月より▲0.6%pt）、「デリバリーサービス」は14.7%（6月より+4.7%pt、9月より+0.5%pt）を占めて、6月より上昇しているが、9月と比べると横ばいである。

一方、利用減少が目立つのは、「飲食店の店内での飲食」である。12月の減少層は55.3%（6月より+1.6%pt、9月より+0.9%pt）を占めて、やや上昇傾向にある。ただし、利用していない層（12.4%、6月より▲7.6%pt、9月より+0.3%pt）は6月より低下している。

「オンライン飲み会・食事会」は利用していない層が74.1%を占めて多数派である。一方、利用者層は6月よりやや上昇し、9月と比べると横ばいである（25.9%、6月より+4.3%pt、9月より+0.2%pt）。

⇒コロナ禍で、テイクアウトやデリバリーなどの中食手段の利用は増加しているが、伸びは鈍化しており、12月の増加層はテイクアウトは約25%、デリバリーは約15%を占める。外食は引き続き利用控えが目立ち、12月の利用減少層は過半数を占める。なお、コロナ禍で外食を全く利用していなかった層で利用が再開されているが、第三波が到来した12月はその動きも鈍化している。

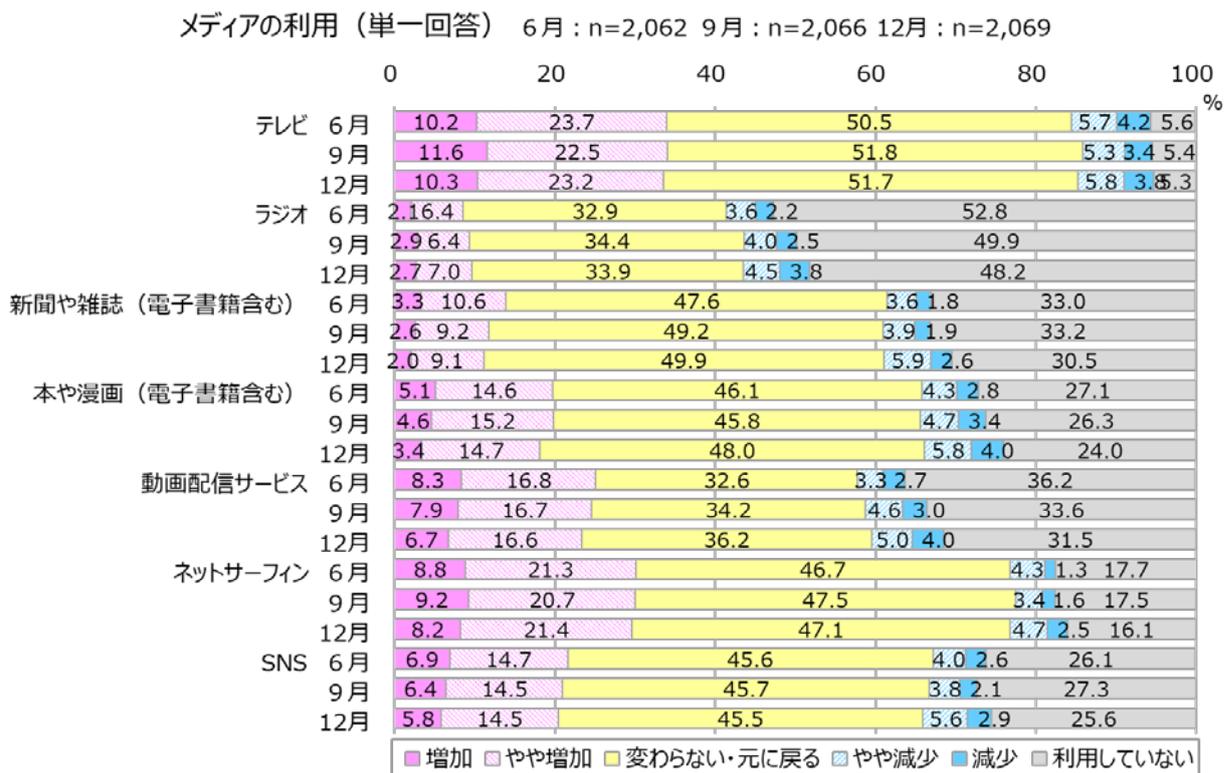
食事サービスの利用（単一回答） 6月：n=2,062 9月：n=2,066 12月：n=2,069



⑤ メディアの利用

コロナ禍で、すべてのメディアで利用増加が目立つ。12月で増加層が最も多いのは、元々利用者の多い「テレビ」(33.5%)であり、次いで「ネットサーフィン」(29.6%)、「動画配信サービス」(23.3%)、「SNS」(20.3%)、「本や漫画(電子書籍含む)」(18.1%)、「新聞や雑誌(電子書籍含む)」(11.1%)、「ラジオ」(9.7%)と続く。全体的に6月以降、おおむね横ばいである。

⇒コロナ禍で、すべてのメディアで利用増加が目立ち、6月以降、感染者数の増減等によらず、おおむね同水準を維持している。12月の利用増加層は、テレビやネットは約3割、動画配信サービスやSNS、本や漫画は約2割、新聞や雑誌、ラジオは約1割を占める。



⑥ 生活時間

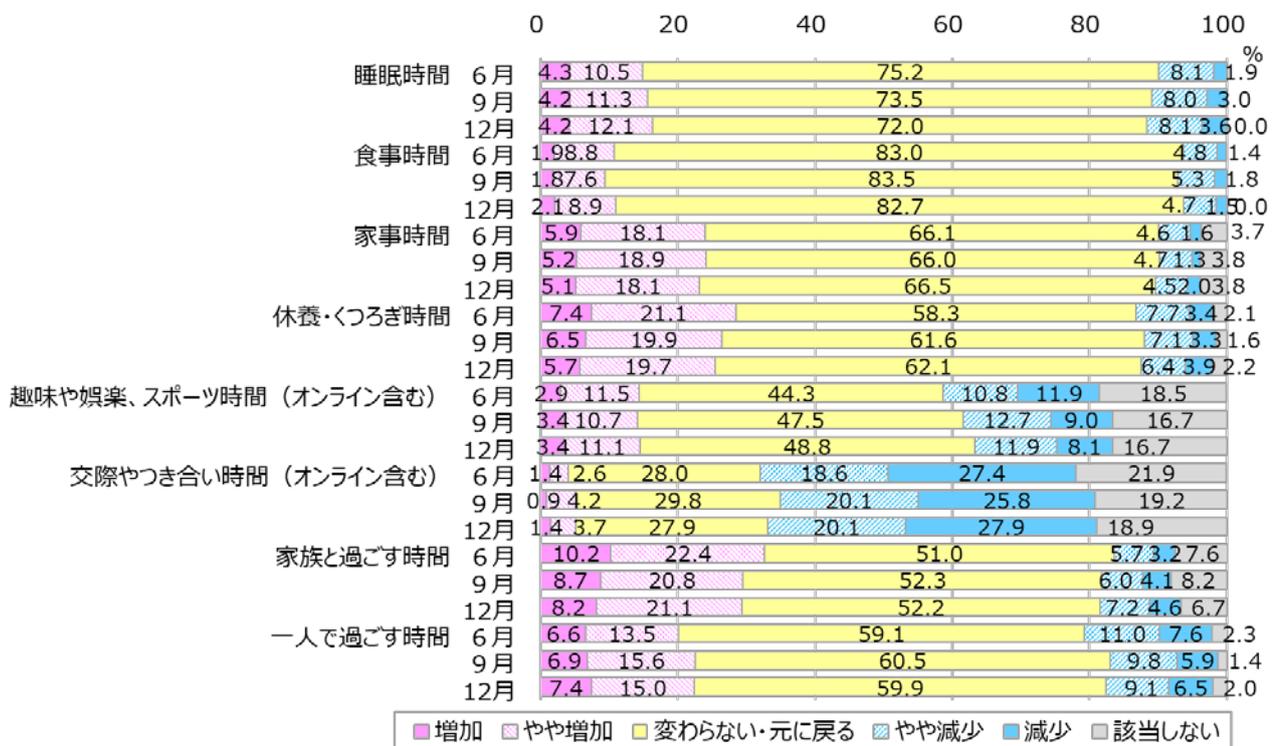
コロナ禍の生活時間で増加が目立つのは、家の中で過ごす時間である。12月で増加層が最も多いのは「家族と過ごす時間」(29.3%)であり、次いで「休養・くつろぎ時間」(25.4%)、「家事時間」(23.2%)、「一人で過ごす時間」(22.4%)、「睡眠時間」(16.3%)、「趣味や娯楽、スポーツ時間(オンライン含む)」(14.5%)、「食事時間」(11.0%)、「交際やつき合い時間(オンライン含む)」(5.1%)と続く。なお、6月以降、「家族と過ごす時間」や「休養・くつろぎ時間」、「家事時間」の増加層がやや低下傾向にある。

一方、増加も減少も目立つのは、「趣味や娯楽、スポーツ時間(オンライン含む)」や「一人で過ごす時間」である。これは、「趣味や娯楽、スポーツ時間(オンライン含む)」は必ずしも家の中での行動とは限らないこと、また、「一人で過ごす時間」は世帯によって違いがあるためと考えられる(単身世帯では一人で過ごす時間は増えるが、家族世帯では減るなど)。

一方、減少が目立つのは、外での活動も含む「交際やつき合い時間(オンライン含む)」である。12月の減少層は48.0%(6月+2.0%pt、9月+2.1%pt)を占めて、やや上昇している。

⇒コロナ禍で、家の中で過ごす時間は増える一方、外での活動も含む「交際やつき合い時間(オンライン含む)」は減っている。12月の増加層は「家族と過ごす時間」や「休養・くつろぎの時間」、「家事時間」などの家の中で過ごす時間で2~3割、減少層は「交際やつき合い時間(オンライン含む)」で約半数を占める。6月以降、家の中で過ごす時間が増え、外での活動時間が減る状況はやや緩和されているが、引き続き、巣ごもりを軸とした生活が続いている。

生活時間 (単一回答) 6月: n=2,062 9月: n=2,066 12月: n=2,069

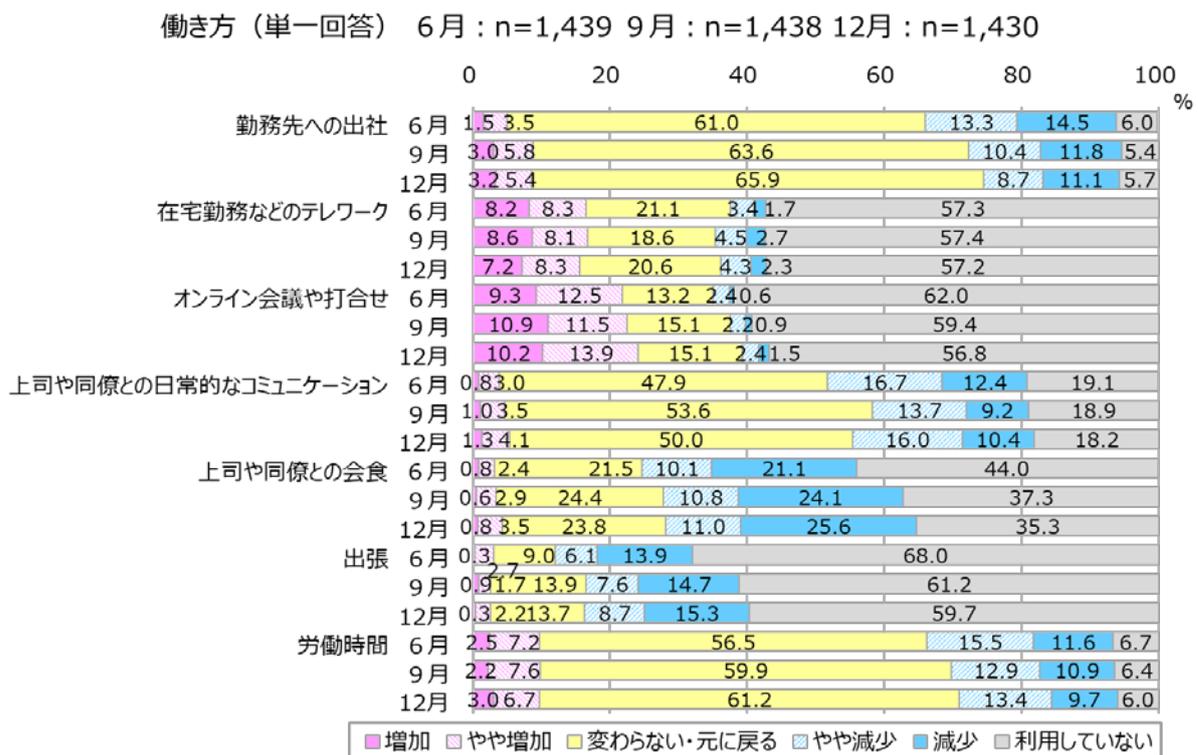


⑦ 働き方

コロナ禍で増加が目立つのは、「オンライン会議や打合せ」や「在宅勤務などのテレワーク」などのデジタル行動である。12月の増加層は、「オンライン会議や打合せ」は24.1%（6月より+2.3%pt、9月より+1.7%pt）、「在宅勤務などのテレワーク」は15.5%（6月より▲1.0%pt、9月より▲1.2%pt）を占める。6月以降、「オンライン会議や打合せ」はやや上昇しているが、「在宅勤務などのテレワーク」はやや低下している。

減少が目立つのは、「上司や同僚との会食」をはじめとしたリアル行動である。12月の減少層は、「上司や同僚との会食」は36.6%（6月より+5.4%pt、9月より+1.7%pt）、「上司や同僚との日常的なコミュニケーション」は26.4%（6月より▲2.7%pt、9月より+3.5%pt）、「出張」は24.0%（6月より+4.0%pt、9月より+1.7%pt）、「労働時間」は23.1%（6月より▲4.0%pt、9月より▲0.8%pt）、「勤務先への出社」は19.8%（6月より▲8.0%pt、9月より▲2.4%pt）を占める。なお、「上司や同僚との会食」や「出張」は減少層が上昇しているが、利用していない層は低下傾向にある（上司や同僚との会食：35.3%、6月より▲8.7%pt、9月より▲2.0%pt、出張：59.7%、6月より▲8.3%pt、9月より▲1.5%pt）。

⇒コロナ禍で、テレワークによるデジタル行動が増え、対面のリアル行動が減っている。12月の増加層はオンライン会議や在宅勤務で約2割、減少層は会食や出張は25%前後、出社は約2割を占める。ただし、6月以降、オンライン会議はやや増える一方、出社が増えたこともあり在宅勤務はやや減っている。出張や会食では引き続き減少が目立つものの、全くしていなかった層での再開の動きが見られる。



3 | 新型コロナによる生活不安

Q.様々な不安をあげています。それぞれについて、あなたの不安度合いがどの程度か、**現在(第1回調査は6月末、第2回調査は9月末、第3回調査は12月)**の状況をお聞かせください。(1つだけ)

① 感染に関わる不安

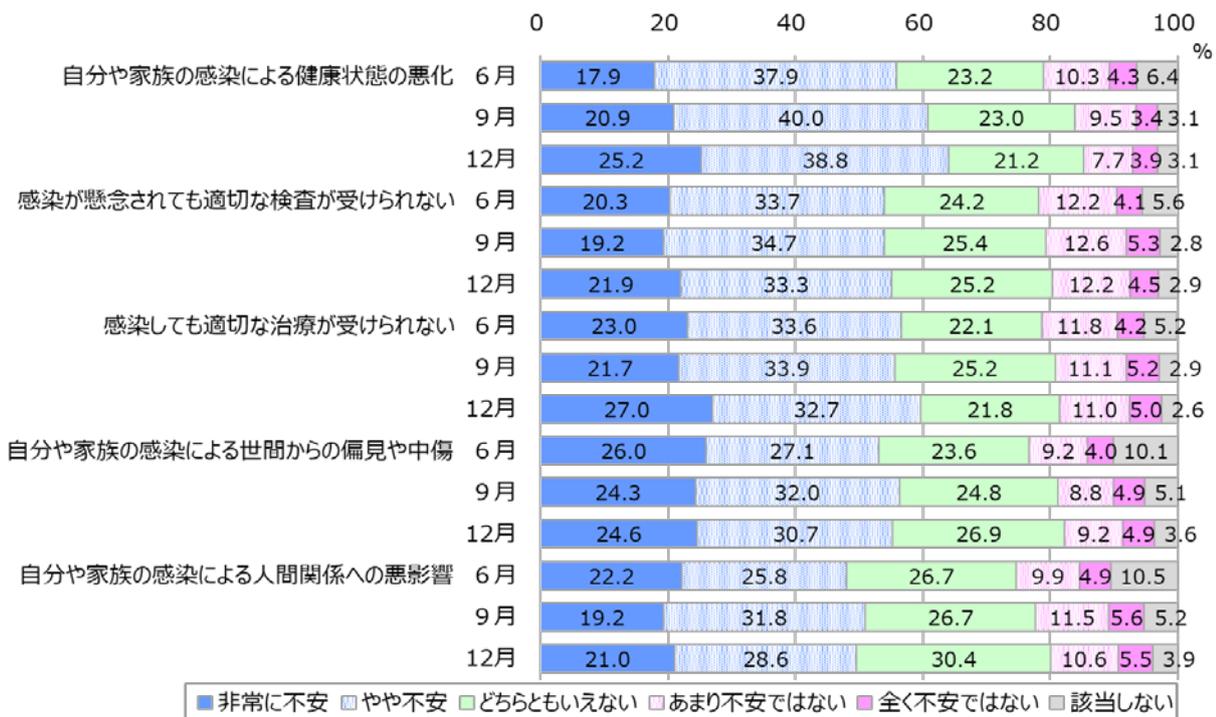
コロナ禍での感染に関わる不安では、12月は不安層(「非常に不安」+「やや不安」)が5~6割を占め、いずれも6月より上昇している。

不安層が最も多いのは「自分や家族の感染による健康状態の悪化」(64.0%)であり、次いで、「感染しても適切な治療が受けられない」(59.7%)、「自分や家族の感染による世間からの偏見や中傷」(55.3%)、「感染が懸念されても適切な検査が受けられない」(55.2%)、「自分や家族の感染による人間関係への悪影響」(49.6%)と続く。

なお、6月や9月と比べて、不安層の上昇が目立つのは、「自分や家族の感染による健康状態の悪化」(6月より+8.2%pt、9月末より+3.1%pt)や「感染しても適切な治療が受けられない」(6月より+3.1%pt、9月より+4.1%pt)である。

⇒感染に関わる不安では、健康状態の悪化や世間からの偏見、適切な治療や検査を受けられないことに5~6割が不安を感じている。全体的に6月より感染に関わる不安は増しており、特に、健康状態の悪化や適切な治療が受けられない不安が増している。

感染に関わる不安 (単一回答) 6月 : n=2,062 9月 : n=2,066 12月 : n=2,069

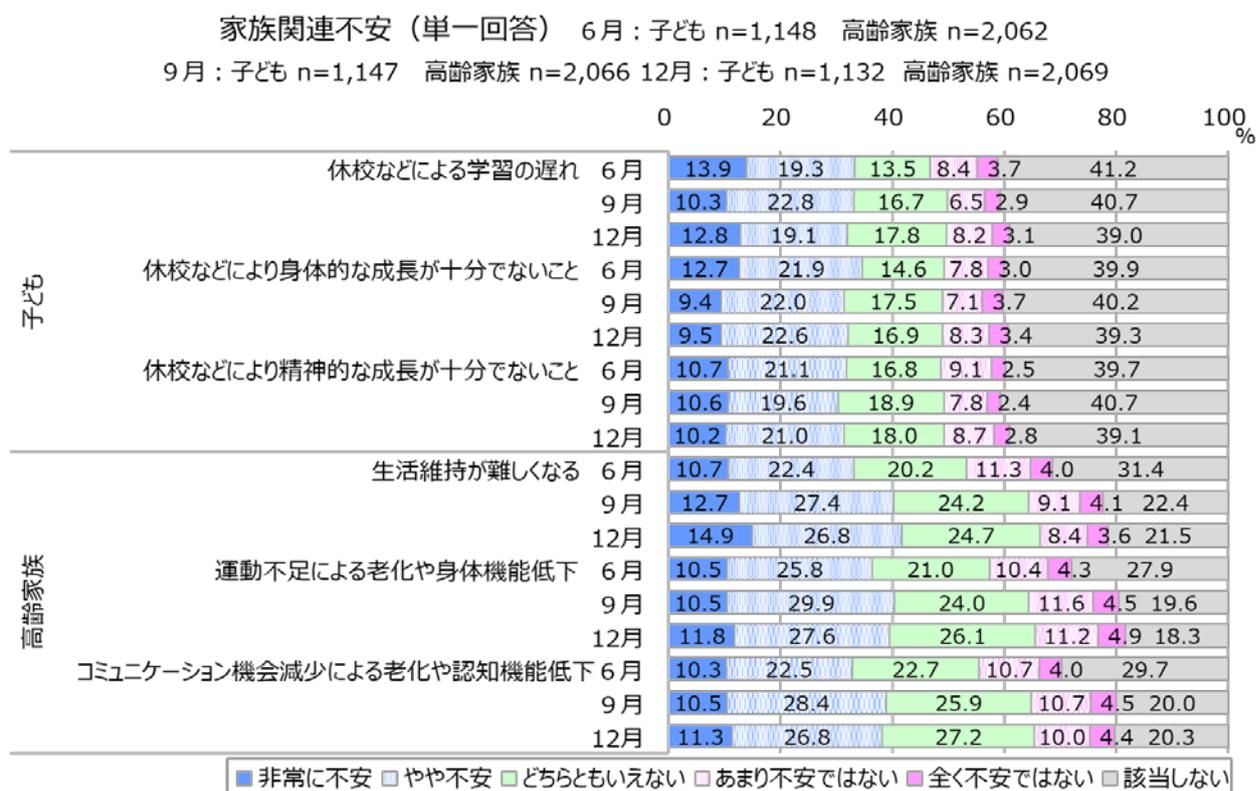


② 家族関連不安(子どもや高齢家族)

コロナ禍での子どもに関わる不安では、12月の不安層は「休校などにより身体的な成長が十分でないこと」は32.1%(6月より▲2.5%pt、9月より+0.7%pt)、「休校などによる学習の遅れ」は31.9%(6月より▲1.3%pt、9月より▲1.2%pt)、「休校などにより精神的な成長が十分でないこと」は31.2%(6月より▲0.6%pt、9月より+1.0%pt)を占めて、「休校などによる学習の遅れ」はやや低下傾向にある。

高齢家族に関わる不安では、不安層は「生活維持が難しくなる」は41.7%(6月より+8.6%pt、9月より+1.6%pt)、「運動不足による老化や身体機能低下」は39.4%(6月より+3.1%pt、9月より▲1.0%pt)、「コミュニケーション機会減少による老化や認知機能低下」は38.1%(6月より+5.3%pt、9月より▲0.8%pt)を占めて、「生活維持が難しくなる」は上昇傾向にある。

⇒家族関連不安では、子どもの休校による学習の遅れや成長の不十分さなどについては約3割(該当者の過半数)が不安を感じている。高齢家族の生活維持の難しさや運動機能・認知機能の低下については約4割(該当者の約半数)が不安を感じており、6月より生活維持の難しさへの不安が増している。



③ 経済不安

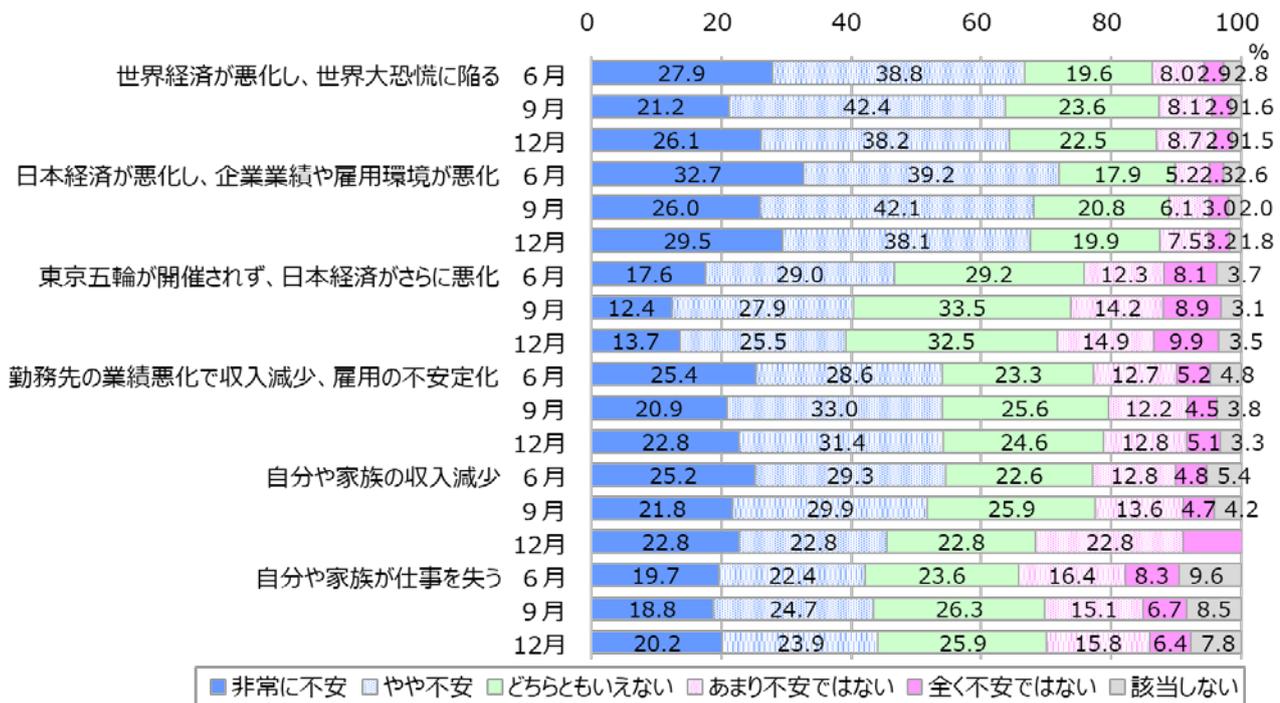
コロナ禍の経済不安では、12月の不安層は、「日本経済が悪化し、企業業績や雇用環境が悪化」は67.6%（6月より▲4.3%pt、9月より▲0.5%pt）、「世界経済が悪化し、世界大恐慌に陥る」は64.3%（6月より▲2.4%pt、9月より+0.7%pt）を占めて、マクロ経済悪化への不安は6割を超えるが、6月よりやや低下している。

一方、「自分や家族の収入減少」（45.6%、6月より▲8.9%pt、9月より▲6.1%pt）や「自分や家族が仕事を失う」（44.1%、6月より+2.0%pt、9月より+0.6%pt）など、ミクロ環境悪化への不安は45%程度を占める。6月以降、不安層は収入減少について低下傾向の一方、失業については上昇傾向にある。なお、就業者のみにたずねた「勤務先の業績悪化で収入減少、雇用の不安定化」（54.2%、6月より+0.2%pt、9月より+0.3%pt）への不安は過半数を占めて、6月以降、横ばいである。

また、「東京五輪が開催されず、日本経済がさらに悪化」（39.2%、6月より▲7.5%pt、9月より▲1.1%pt）への不安は低下傾向にある。

⇒日本経済や世界経済などマクロ環境については6割以上、自分や家族の収入減少や失業などのミクロ環境については45%前後が不安を感じている。6月より収入減少への不安は和らぐ一方、失業への不安はやや増している。

経済不安（単一回答） 6月：n=2,062 9月：n=2,066 12月：n=2,069



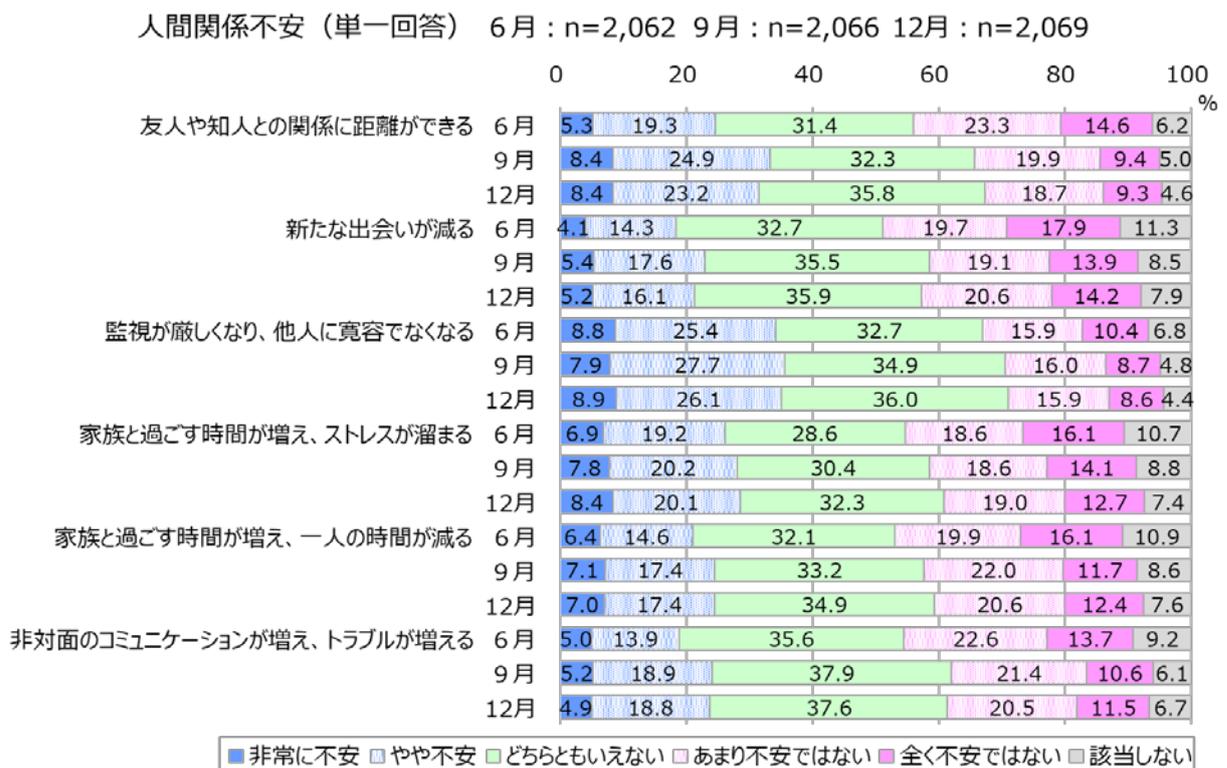
(注) 「勤務先の業績悪化で収入減少、雇用の不安定化」は就業者のみの設問で、6月：n=1,439、9月：n=1,438、12月：n=1,430

④ 人間関係不安

コロナ禍の人間関係不安では、12月の不安層は3割台以下を占めて、いずれも6月より上昇している。不安層が最も多いのは「監視が厳しくなり、他人に寛容でなくなる」(35.0%)であり、次いで、「友人や知人との関係に距離ができる」(31.6%)、「家族と過ごす時間が増え、ストレスが溜まる」(28.5%)、「家族と過ごす時間が増え、一人の時間が減る」(24.4%)、「非対面のコミュニケーションが増え、トラブルが増える」(23.7%)、「新たな出会いが減る」(21.3%)と続く。

なお、6月と比べて、不安層の上昇が目立つのは、「友人や知人との関係に距離ができる」(6月より+7.0%pt、9月より▲1.7%pt)であり、「非対面のコミュニケーションが増え、トラブルが増える」(6月より+4.8%pt、9月より▲0.4%pt)や「家族と過ごす時間が増え、一人の時間が減る」(6月より+3.4%pt、9月より▲0.1%pt)、「新たな出会いが減る」(6月より+2.9%pt、9月より▲1.7%pt)、「家族と過ごす時間が増え、ストレスが溜まる」(6月より+2.4%pt、9月より+0.5%pt)でもやや上昇している。

⇒人間関係不安では、不安層は3割台以下だが、6月より不安は増している。特に、友人との距離や非対面コミュニケーションが増えることによるトラブルなどで不安が増している。

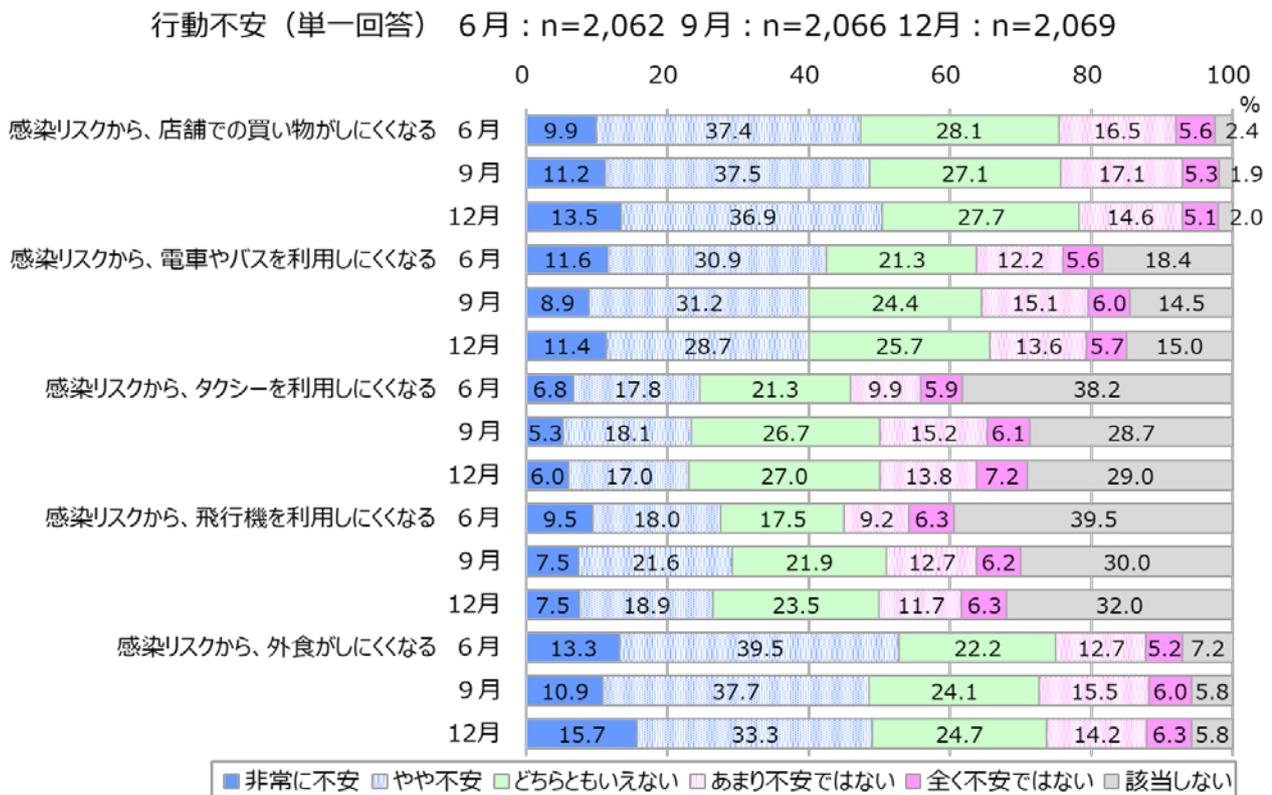


⑤ 行動不安

コロナ禍の行動不安では、12月の不安層は、「感染リスクから、店舗での買い物がしにくくなる」(50.4%)や「感染リスクから、外食がしにくくなる」(49.0%)は約半数、「感染リスクから、電車やバスを利用しにくくなる」(40.1%)は約4割、「感染リスクから、飛行機を利用しにくくなる」(26.4%)や「感染リスクから、タクシーを利用しにくくなる」(23.0%)は2割台を占める。

6月以降、不安層は「感染リスクから、店舗での買い物がしにくくなる」(6月より+3.1%pt、9月より+1.7%pt)ではやや上昇傾向にあるが、6月と比べて「感染リスクから、外食がしにくくなる」(6月より▲3.8%pt、9月より▲0.4%pt)はやや低下している。

⇒行動不安では、店舗での買い物や外食については約半数、電車やバスなどの利用は約4割、飛行機の利用約3割、タクシーの利用は約2割が不安を感じている。6月以降、店舗での買い物への不安はやや増しているが、外食がしにくくなる不安はやや和らいでいる。



⑥ 働き方不安

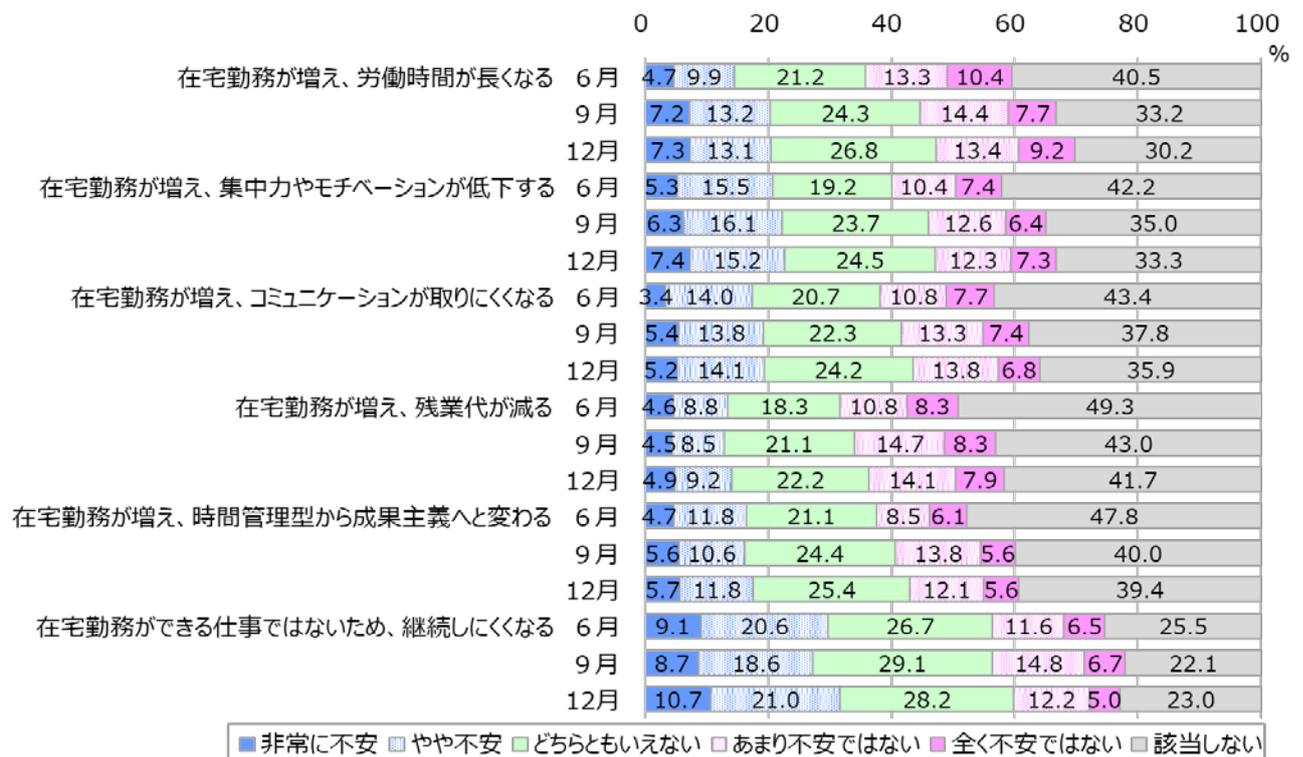
コロナ禍で在宅勤務が増えることによる働き方不安では、12月の不安層で最も多いのは、「在宅勤務ができる仕事ではないため、継続しにくくなる」(31.7%)であり、不安層が非不安層(「全く不安ではない」+「あまり不安ではない」)を大幅に上回る(+14.5%pt)。

以下は不安層が非不安層を下回るが、不安層が多い順に「在宅勤務が増え、集中力やモチベーションが低下する」(22.6%)、「在宅勤務が増え、労働時間が長くなる」(20.4%)、「在宅勤務が増え、コミュニケーションが取りにくくなる」(19.3%)、「在宅勤務が増え、時間管理型から成果主義へと変わる」(17.5%)、「在宅勤務が増え、残業代が減る」(14.1%)と続く。

6月以降、不安層はいずれも上昇傾向にあり、特に「在宅勤務が増え、労働時間が長くなる」(6月より+5.8%pt、9月より+0.0%pt)が目立つ。

⇒在宅勤務ができないために仕事を継続しにくくなることに約3割が不安を感じており、非不安層を上回る。その他は不安層が非不安層を下回るが、在宅勤務が増えることで集中力の低下や労働時間が長くなること、コミュニケーションの取りにくさ、成果主義への移行について約2割が不安を感じている。なお、全体的に6月より不安は増している。

働き方不安（単一回答） 6月：n=1,439 9月：n=1,438 12月：n=1,430



4 | 今後の見通し

Q.新型コロナウイルスの影響による社会や生活の変化をあげています。それぞれについて、あなたがどの程度そう思うかをお聞かせください。(1つだけ)

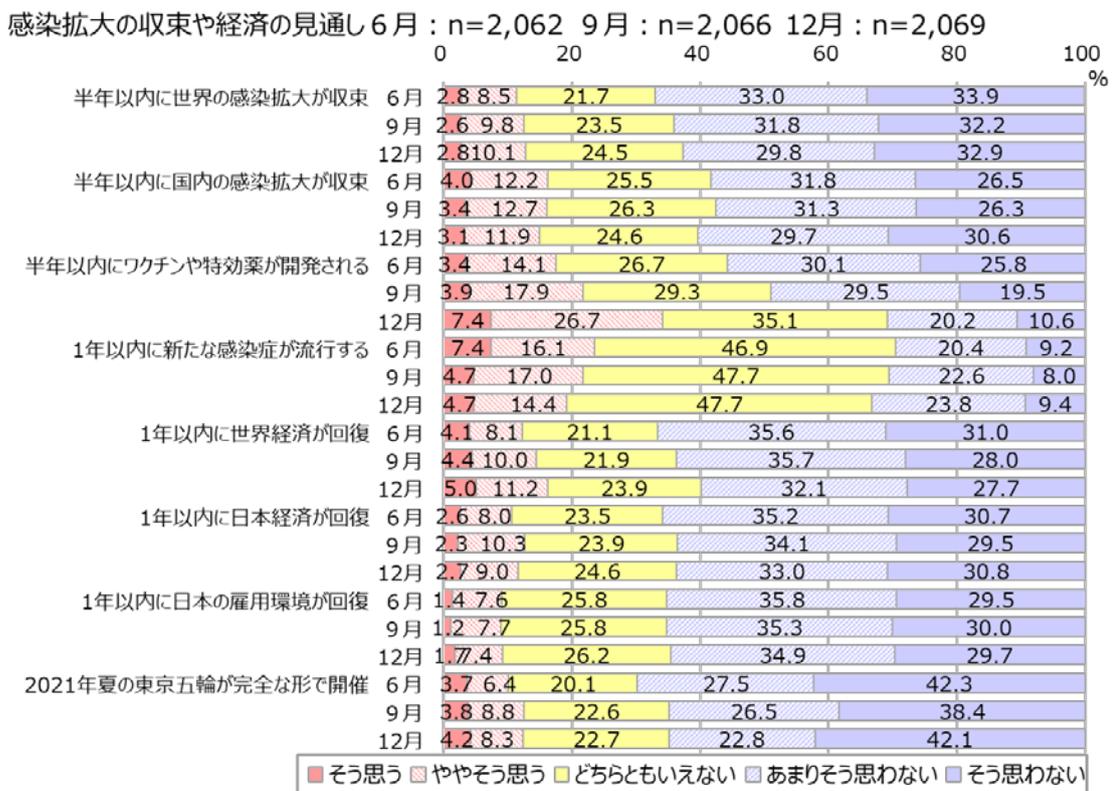
① 感染拡大の収束や経済の見通し

コロナ禍の感染拡大の収束や経済・雇用回復の見通しについて、そう思う(「そう思う」+「ややそう思う」)層は、「半年以内にワクチンや特効薬が開発される」(34.1%)が唯一3割を超え、6月以降、上昇傾向にある(6月より+16.6%pt、9月より+12.3pt)。

その他は全て、そう思わない層(「そう思わない」+「あまりそう思わない」)がそう思う層を上回る。12月のそう思わない層で最も多いのは「2021年夏の東京五輪が”完全な形”で開催される」(64.9%)であり、次いで僅差で「1年以内に日本の雇用環境が回復」(64.6%)、「1年以内に日本経済が回復」(63.8%pt)、「半年以内に世界の(新型コロナウイルス)感染拡大が収束」(62.7%)、「半年以内に国内の(新型コロナウイルス)感染拡大が収束」(60.3%)、「1年以内に世界経済が回復」(59.8%)と半数以上で続く。

6月以降、そう思わない層は「1年以内に世界経済が回復」(6月より▲6.8%pt、9月より▲3.9%pt)や「半年以内に世界の感染拡大が収束」(6月より▲4.2%pt、9月より▲1.3%pt)では低下傾向にある。

⇒半年以内の感染拡大の収束や1年以内の経済・雇用回復の見通しは、引き続き半数以上が否定的。一方、12月下旬から海外でワクチン接種が開始されたことを受けて、ワクチンや特効薬の開発についての見通しは明るくなっている。

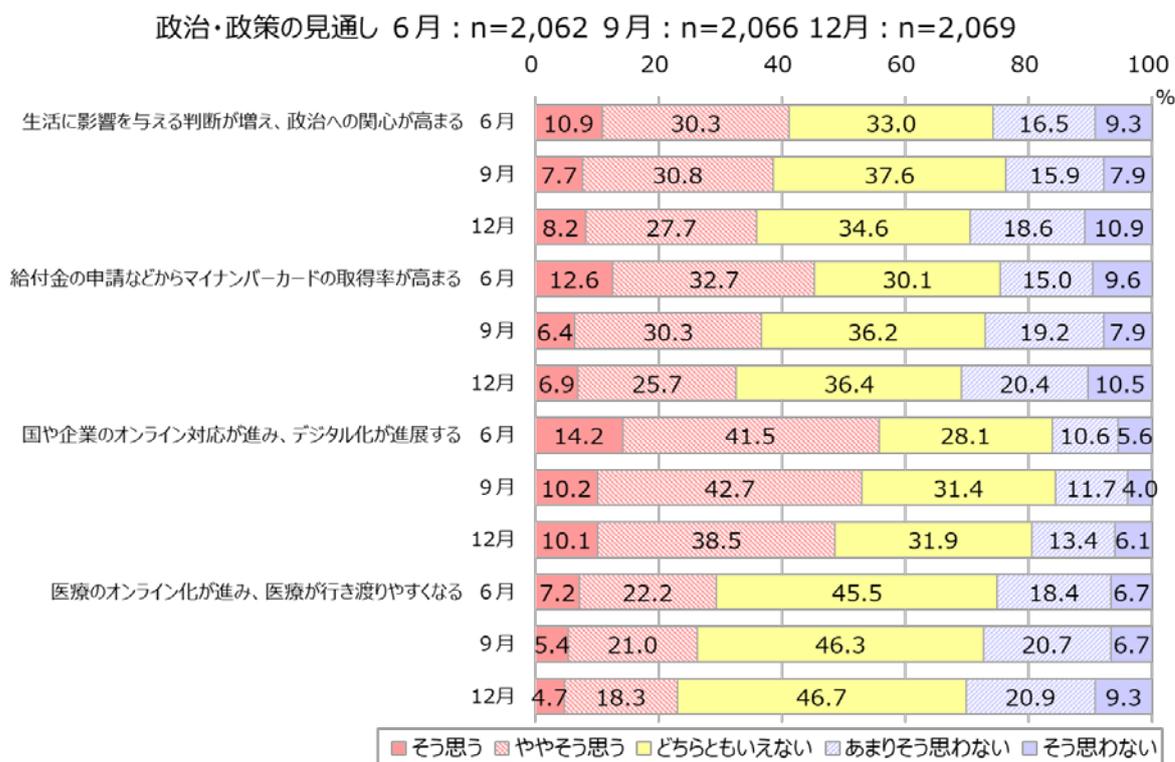


② 政治・政策の見通し

コロナ禍の政治・政策の見通しでは、12月のそう思う層は、「国や企業のオンライン対応が進み、デジタル化が進展する」(48.6%)は約半数、「生活に多大な影響を与える政治判断が増えたことで、政治への関心が高まる」(35.9%)や「給付金の申請などからマイナンバーカードの取得率が高まる」(32.6%)は3割台、「医療のオンライン化が進むことで、必要な人へ医療が行き渡りやすくなる」は約2割(23.0%)を占める。

6月以降、いずれも、そう思う層は低下傾向にあり、特に、「給付金の申請などからマイナンバーカードの取得率が高まる」(6月より▲12.7%pt、9月より▲4.1%pt)が目立つ。

⇒デジタル化の進展や政治への関心の高まり、マイナンバーカードの取得率の高まりなど、政治・政策の見通しでは、6月以降、全体的に肯定的な見方が弱まっている。

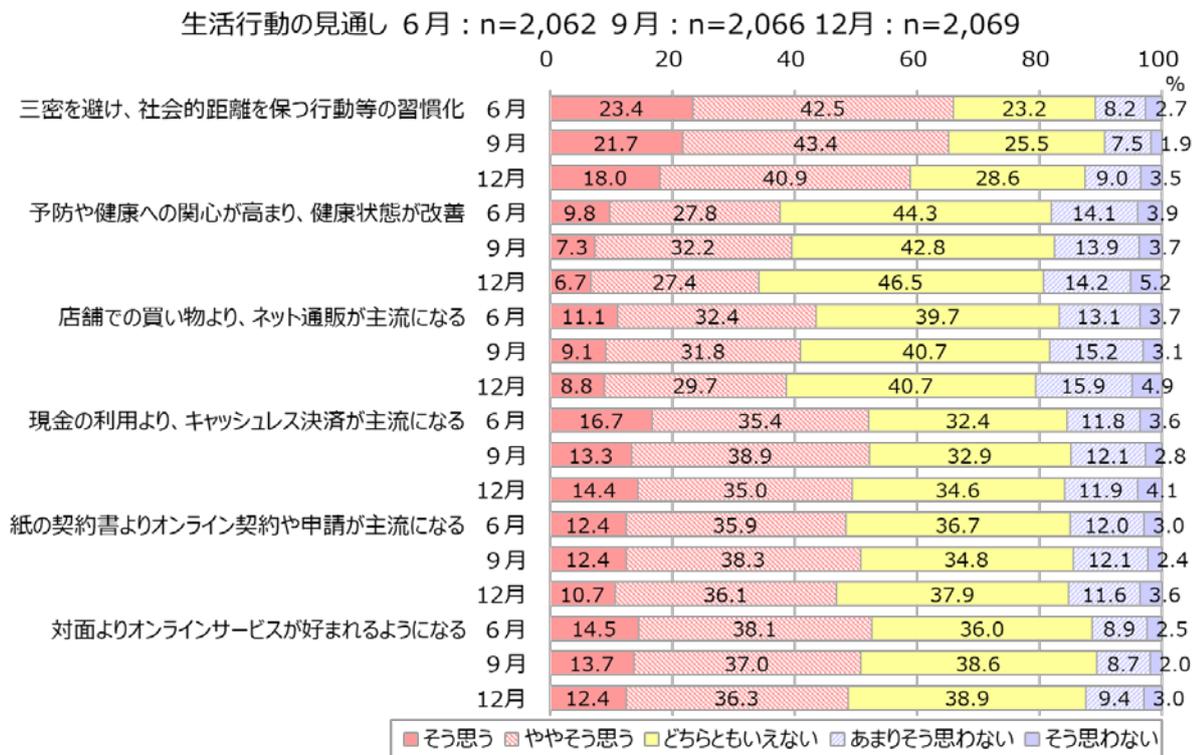


③ 生活行動の見通し

コロナ禍の生活行動の見通しでは、12月のそう思う層は、「三密を避け、社会的距離を保つ行動などが習慣化する」は58.9%、「現金の利用より、キャッシュレス決済が主流になる」(49.4%)や「(同様のサービスが受けられるのであれば)対面よりオンラインサービスが好まれるようになる」(48.7%)、「紙の契約書(や判子)より、オンライン契約や申請が主流になる」(46.8%)は約半数、「店舗での買い物より、ネット通販が主流になる」(38.5%)や「予防や健康維持への関心が高まり、健康状態が改善」(34.1%)は3割台を占める。

6月より、いずれも、そう思う層は低下しており、特に「三密を避け、社会的距離を保つ行動などが習慣化する」(6月より▲7.0%pt、9月より▲6.2%pt)が目立つ。

⇒社会的距離を保つ行動の習慣化は約6割、キャッシュレス決済やオンラインサービスが好まれるようになることについては約半数をそう思っているが、6月より減っている。

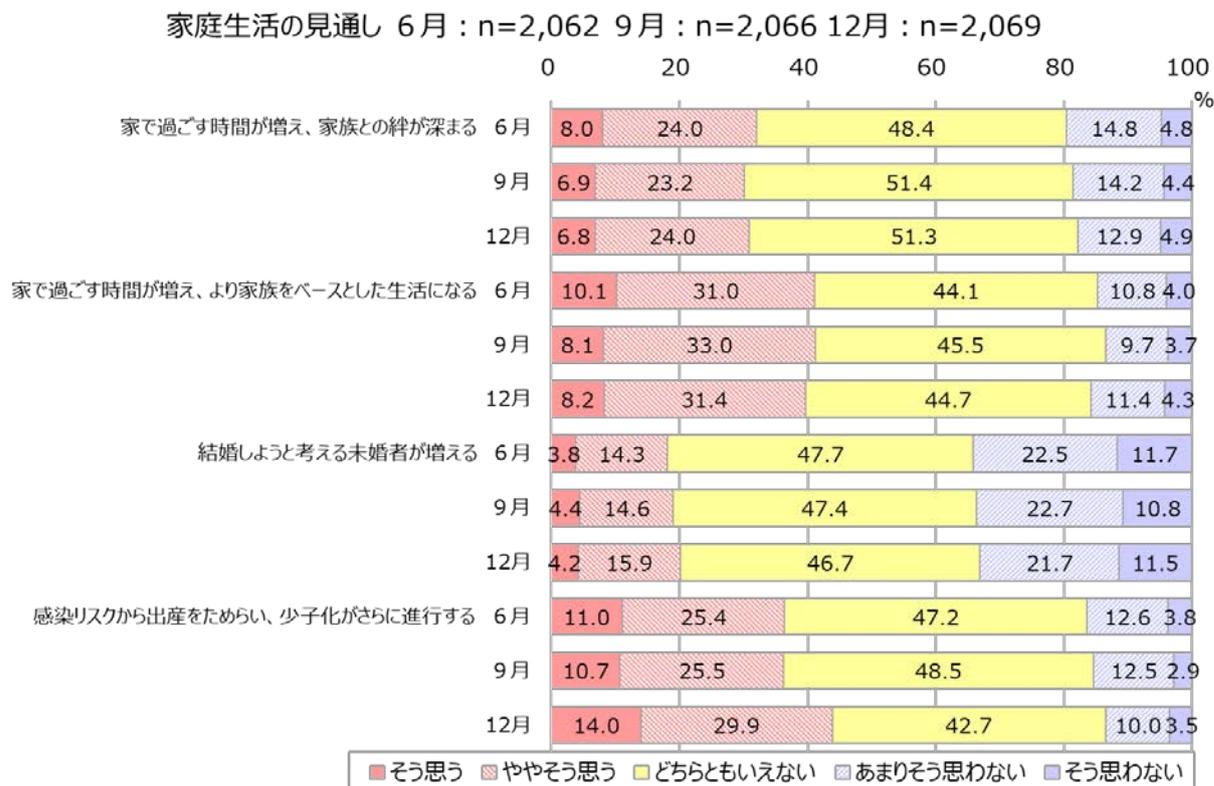


④ 家庭生活の見通し

コロナ禍の家庭生活の見通しでは、12月のそう思う層は、「(産科等への通院や乳幼児の)感染リスクから出産をためらい、少子化がさらに進行する」は43.9%、「家で過ごす時間が増え、より家族をベースとした生活になる」は39.6%、「家で過ごす時間が増え、家族との絆が深まる」は30.8%、「結婚しようとする未婚者が増える」は20.1%を占める。

6月と比べて、「(産科等への通院や乳幼児の)感染リスクから出産をためらい、少子化がさらに進行する」(6月より+7.5%pt、9月より+7.7%pt)の上昇が目立つ。

⇒家庭生活の見通しでは、産科等への通院や乳幼児の感染リスクから出産をためらい、少子化がさらに進行することについて、約4割がそう思っており、6月より増えている。

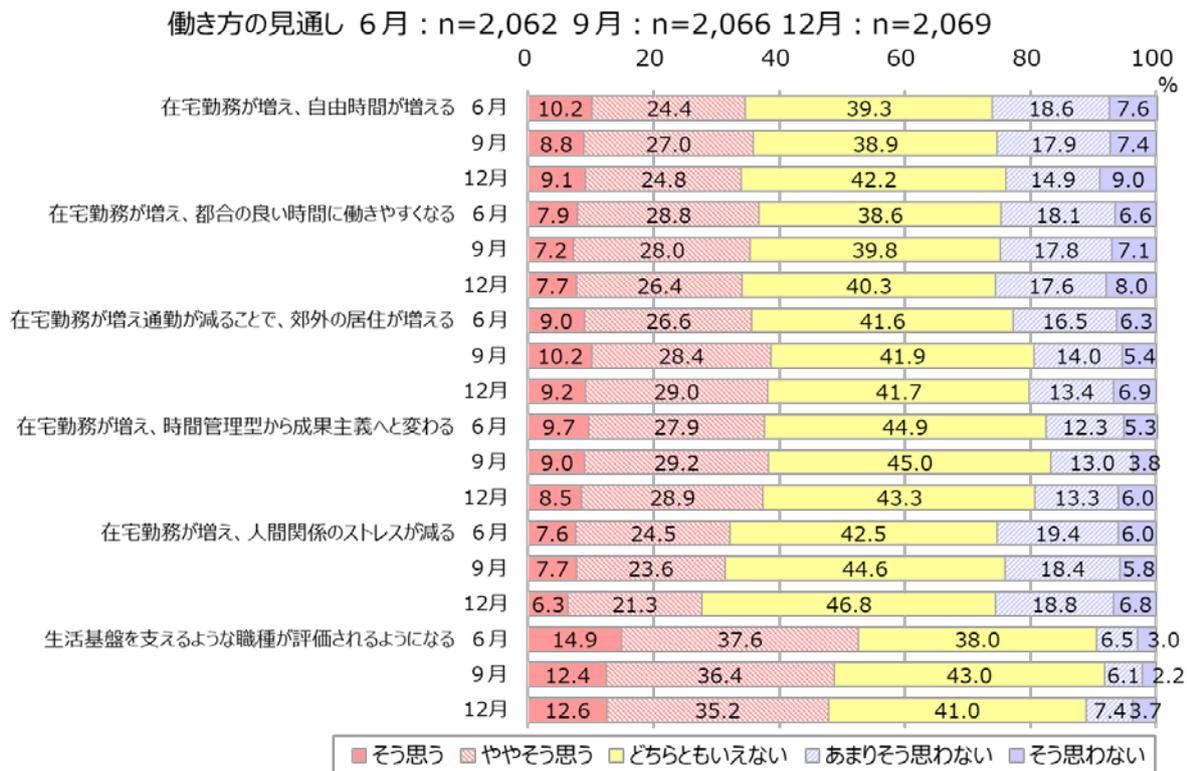


⑤ 働き方の見通し

コロナ禍の働き方への見通しでは、12月のそう思う層は、「(スーパーや宅配サービスなどの)生活基盤を支えるような職種が(これまでより)評価されるようになる」は47.8%を占める。また、在宅勤務が増えることによる生活変化は、いずれもそう思うが3~4割を占めており、「在宅勤務が増え通勤が減ることで、郊外の居住が増える」は38.2%、「在宅勤務が増え、時間管理型から成果主義(の報酬体系)へと変わる」は37.4%、「在宅勤務が増え、自由時間が増える」は33.9%、「在宅勤務が増え、都合の良い時間に働きやすくなる」は34.1%、「在宅勤務が増え、人間関係のストレスが減る」は27.6%を占める。

6月以降、そう思う層は「生活基盤を支えるような職種が評価されるようになる」(▲4.7%pt、▲1.0%pt)や「在宅勤務が増え、人間関係のストレスが減る」(▲4.5%pt、▲3.7%pt)で、やや低下傾向にある。

⇒約半数がエッセンシャルワーカーの価値が高まると思っている。また、郊外居住や成果主義への移行、自由時間の増加など在宅勤務が増えることによる生活変化を3~4割が感じている。



5 | 回答者プロフィール

		n	%
性別	男性	1,036	50.1
	女性	1,033	49.9
年齢	20～29 歳	302	14.6
	30～39 歳	405	19.6
	40～49 歳	473	22.9
	50～59 歳	409	19.8
	60～69 歳	480	23.2
地域	北海道	120	5.8
	東北地方	118	5.7
	関東地方	773	37.4
	中部地方	339	16.4
	近畿地方	403	19.5
	中国地方	100	4.8
	四国地方	46	2.2
	九州地方	170	8.2
未既婚	未婚	828	40.0
	既婚	1,241	60.0
子の有無	子供なし	937	45.3
	子供あり	1,132	54.7
就業・非就業	就業	1,430	69.1
	非就業	639	30.9