



2020・2021 年度特別調査

「第5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 7 月 20 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	2021年7月5日～7日
調査対象	全国の20～74歳の男女（株式会社マクロミルのモニター） ※第1～4回調査では20～60歳代を対象としていたため、今回の調査結果概要では比較のため20～60歳代の結果をお伝え致します。70歳代の結果は今後、順次報告予定の各研究員の個別レポートをご覧ください。
調査方法	インターネット調査
有効回答数	2,582（70歳代を除き、本資料の分析に用いた有効回答数は2,487）

調査内容

1 トピックス	
① 新型コロナウイルスのワクチン接種意向	5
② ワクチンパスポートの国内活用	10
③ 今年の夏休みの予定	12
④ オリンピック後の期待と不安	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	15
② シェアリングサービスの利用	16
③ 移動手段の利用	17
④ 食事サービスの利用	18
⑤ メディアの利用	19
⑥ 働き方	20
3 新型コロナによる生活不安	
① 感染に関わる不安	21
② 高齢家族関連不安	22
③ 経済不安	23
④ 人間関係不安	24
⑤ 働き方不安	25
4 今後の見通し	
① 感染拡大の収束・経済の見通し	26
② 家庭生活の見通し	27
③ 働き方の見通し	28
5 回答者プロフィール	29

1 | トピックス

① 新型コロナウイルスのワクチン接種意向

- ✓ 高齢者に続き現役世代でもワクチン接種が進み、ワクチン接種が完了した、または目途がたっている割合は20～60歳代で3割強へと拡大している。一方、ワクチン接種に消極的な層は若いほど多く、20歳代の約1割は絶対に接種したくないと回答している。
- ✓ ワクチン接種に積極的ではない理由の首位は副反応への心配で、3月の調査に引き続き過半数を占める。このほか、副反応の情報の少なさや安全性・効果が確認できていないことなどが続く。国内での接種が進んだことで、接種の進捗や情報の少なさに起因する理由の選択割合は低下している。
- ✓ ワクチン接種に前向きになるための条件は、長期的な安全性や効果の確認、副反応の情報が4～5割を占め、ワクチン接種に積極的ではない理由(前項)と対応している。一方、ワクチン接種に前向きになることはない割合も約2割と目立つ。
- ✓ ワクチン接種が進んだ後もマスク着用や社会的距離などの新しい生活様式は6割強が定着すると考えている。一方、4～5割が店舗での買い物や友人と会うこと、公共交通機関の利用といった外出を伴う行動の再開を期待している。また、4割前後がテレワークと併用した働き方になると考えている。
- ✓ ワクチン接種後にやりたいことは圧倒的に国内旅行であり、過半数を占める。このほか、外食や友人と会うこと、店舗でのショッピングなど、コロナ禍で自粛傾向の強い外出を伴う行動が上位にあがる。

② ワクチンパスポートの国内利用

- ✓ ワクチンパスポートの国内利用に過半数が肯定的。ただし、うち3割は活用対象については慎重に検討した方が良いと回答。
- ✓ ワクチンパスポートの利用方法は介護施設や医療機関での面会制限の緩和のほか、飲食代金の割り引きやポイントの割り増しなどの優待措置では前向きに捉えられる一方、パスポート保有者を限定したイベントやキャンペーンの実施については否定的な見方が比較的多い。

③ 今年の夏休みの予定

- ✓ 半数以上が遠出を避け、自宅や近所で過ごす予定とする中、高齢層では自宅からのオリンピック観戦にも関心。一方、若年層では帰省や近場の旅行、映画館・美術館など外出の計画も比較的多い。
- ✓ 夏休みの予算は過半がコロナ前より抑えており、コロナ前を超える予算を想定する層は海外や国内でも遠方への旅行を計画する層などに限られる。

④ オリンピック後の期待と不安

- ✓ 新型コロナウイルスの感染拡大や国内景気、雇用環境の悪化など不安感には同意する声が、政権支持率の向上や新型コロナウイルスへの不安感の払拭などオリンピック後への期待には否定する声が多く、総じて不安の大きさが期待を抱けない状況を生み出している様子がうかがえる。

2 | 新型コロナによる行動変容

- ✓ コロナ禍で、キャッシュレス決済サービスやネットショッピングなどのデジタル手段の利用は増え続けている。7月の増加層はどちらも約4割を占め、昨年6月よりキャッシュレス決済サービスは約2割、ネットショッピングは約1割増えている。一方、店舗は引き続き利用控えが見られ、店舗によって温度差がある。スーパーなど主に食料や日用品を購入する店舗では減少層は2割台で横ばいだが、デパートなど主に衣料品や贅沢品を購入する店舗では減少層は約半数を占めて、昨年6月の水準に戻っている。よって、店舗の利用は最低限にとどめられる中で買い物手段のデジタルシフトが進行している様子がうかがえる。
- ✓ シェアリングサービスでは、フリマアプリの売買は増えており、7月の増加層は約1割を占める。その他のサービスでは利用控え傾向が続く上、全体的に利用者層が減少傾向にある。なお、次頁に示すように、移動手段では自家用車などのセルフ手段の利用が増えているが、カーシェアなど他人とシェアする手段の利用は増えていない。
- ✓ 移動手段では、自家用車や自転車、徒歩などのセルフ手段の利用が引き続き増えている。7月の増加層は自家用車や徒歩は約2割、自転車は約1割を占め、自家用車は昨年6月より約1割増えている。一方、公共交通機関では引き続き利用控えが見られる。当初より利用していない層が減り、必要に応じて利用を再開しているようだが、最低限の利用にとどめていると見られる。よって、公共交通機関の利用控えが続く中で、移動手段のセルフシフトが進んでいる様子がうかがえる。
- ✓ 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えているが、テイクアウトは増加傾向が続く一方、デリバリーは2020年9月以降、おおむね変わらない。7月の増加層はテイクアウトは約3割、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つとともに、利用控えの傾向は昨年の秋冬より強まっており、7月の減少層は6割台を占める。よって、外食控えが続く中で、テイクアウトを中心とした中食シフトが進んでいる様子がうかがえる。
- ✓ メディアの利用では、すべてのメディアで引き続き利用増加が目立つ。また、新聞や雑誌以外では昨年6月より増加層は増えている。コロナ禍でメディア接触が増えた状態が続いており、メディアの影響力が増していると見られる。

- ✓ 働き方では、引き続き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。デジタル行動では、在宅勤務の7月の増加層は約2割を占め、昨年6月よりやや増えている。一方、リアル行動では、出社や(リアルとは限らないが)コミュニケーションなどの日常的な行動が減った状況は当初より緩和されているが、出張控えや会食控えは続いている。また、出張・会食控え傾向は昨年冬より強まっており、7月の減少層は会食は4割台、出張は約3割を占める。

3 | 新型コロナによる生活不安

- ✓ 感染に関わる不安では、依然として健康状態の悪化や治療・検査を受けられないこと、世間からの偏見などに5～6割が不安を感じているものの、全体的に冬頃をピークにやや弱まっている。
- ✓ 高齢家族関連不安では、生活維持の難しさや運動機能・認知機能の低下への不安は、いずれも2020年6月よりやや強まっている(不安層は約4割)。昨年冬のピーク時より生活維持の難しさや認知機能低下への不安は弱まっているが、運動機能低下への不安は一層強まっている。
- ✓ 日本経済や世界経済などマクロ環境については半数以上、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4割前後が不安を感じているものの、全体的に昨年6月より不安は弱まっている。ただし、収入減少については昨年冬より不安がやや強まっている。
- ✓ 人間関係不安(不安層は2～3割)は感染不安や経済不安より弱いものの、他の不安のように不安が弱まっているわけではない。特に、友人との距離や出会いの減少では不安が強まる状況が続いている。
- ✓ 在宅勤務が増えることによる不安(不安層は1～2割)は全体的に昨年冬頃のピーク時より弱まっている。ただし、在宅勤務ができる仕事ではないために継続しにくくなることや集中力・モチベーションの低下についての不安は比較的強く、不安層が非不安層より多い。

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、引き続き否定的な見方が多く、6割前後が否定的。国内における感染拡大の収束については悲観的であるものの日本経済や雇用の見通しについては、回復への期待の高まりもうかがえる。
- ✓ 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、昨年6月より増えている。
- ✓ 働き方の見通しでは、在宅勤務による成果主義への移行や自由時間の増加、ストレスの軽減など、いずれも関心の薄まりや在宅勤務慣れなどの影響か、肯定的な見方がやや弱まっている。

3—調査結果

1 | トピックス

① 新型コロナウイルスのワクチン接種意向

(1) 新型コロナウイルスのワクチン接種状況および今後の意向

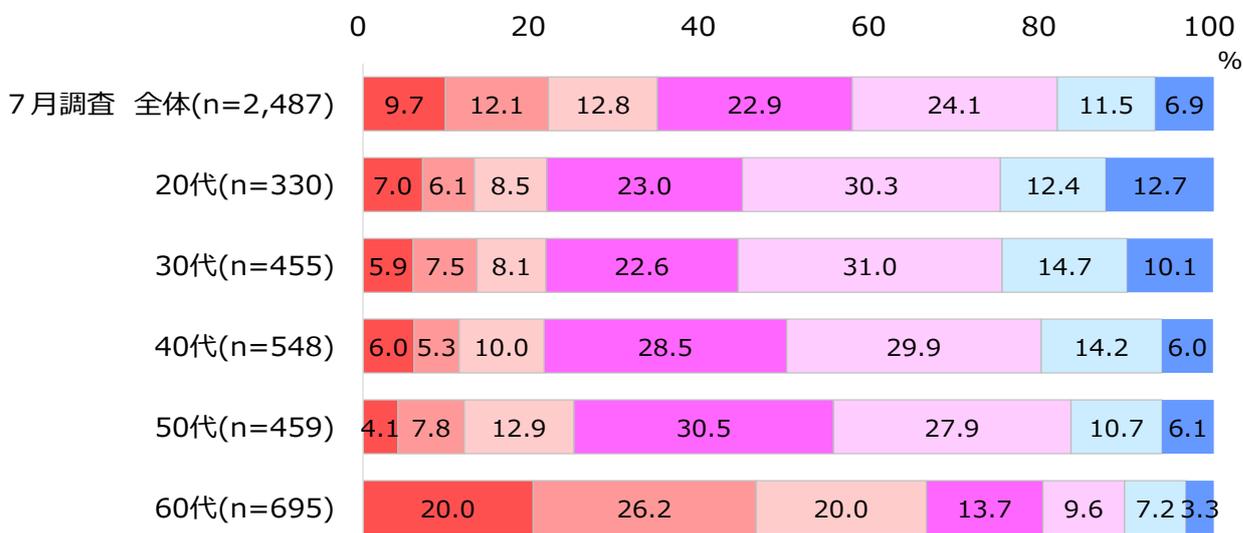
Q1. 新型コロナウイルス感染症のワクチン接種が可能となった場合、あなたのお気持ちをお聞かせください。(1 つだけ)

新型コロナウイルスのワクチン接種状況および今後の意向についてたずねたところ、全体で最も多いのは「まだ予約しておらず、しばらく様子を見てから接種したい」(24.1%)であり、「まだ予約していないが、すぐにでも接種したい」(22.9%)と続く。また、「二回目まで接種を完了している」(9.7%)や「一回目の接種は終えている」(12.1%)、「一回目の接種予約は完了し、接種日を待っている」(12.8%)といったワクチン接種が完了した、あるいは目途がたっている割合は 34.6%を占める。一方、「まだ予約しておらず、あまり接種したくない」(11.5%)や「まだ予約しておらず、絶対に接種したくない」(6.9%)を合わせた消極層は 18.4%を占める。なお、消極層は3月(23.4%)より ▲5.0%pt 低下している。

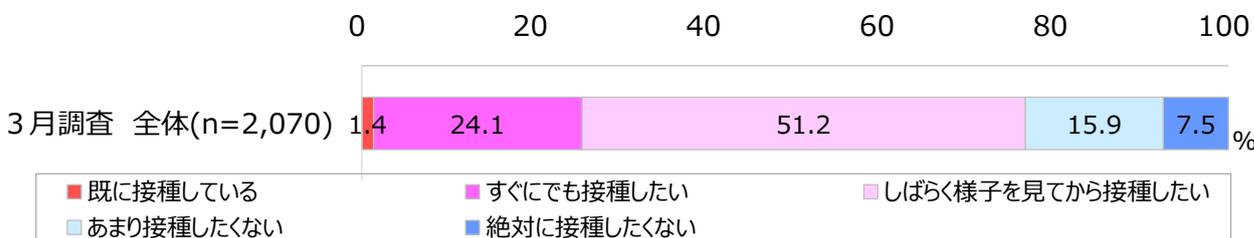
年代別に見ると、接種が完了した、または目途がたっている割合は、60 歳代で圧倒的に高く 66.2%を占めるが、20~50 歳代では 20%台でおおむね同程度である。一方、消極層は若いほど多い傾向があり、20 歳代では「絶対に接種したくない」が 12.7%を占める。

⇒高齢者に続き現役世代でもワクチン接種が進み、ワクチン接種が完了した、または目途がたっている割合は 20~60 歳代で3割強へと拡大している。一方、ワクチン接種に消極的な層は若いほど多く、20 歳代の約1割は絶対に接種したくないと回答している。

ワクチン接種状況および今後の意向 (単一回答)



■ 二回目まで接種を完了している ■ 一回目の接種は終えている
■ 一回目の接種予約は完了し、接種日を待っている ■ まだ予約していないが、すぐにでも接種したい
■ まだ予約しておらず、しばらく様子を見てから接種したい ■ まだ予約しておらず、あまり接種したくない
■ まだ予約しておらず、絶対に接種したくない



(2) ワクチン接種に積極的ではない理由

(Q1で「しばらく様子を見てから接種したい」「あまり接種したくない」「絶対に接種したくない」を選択者)

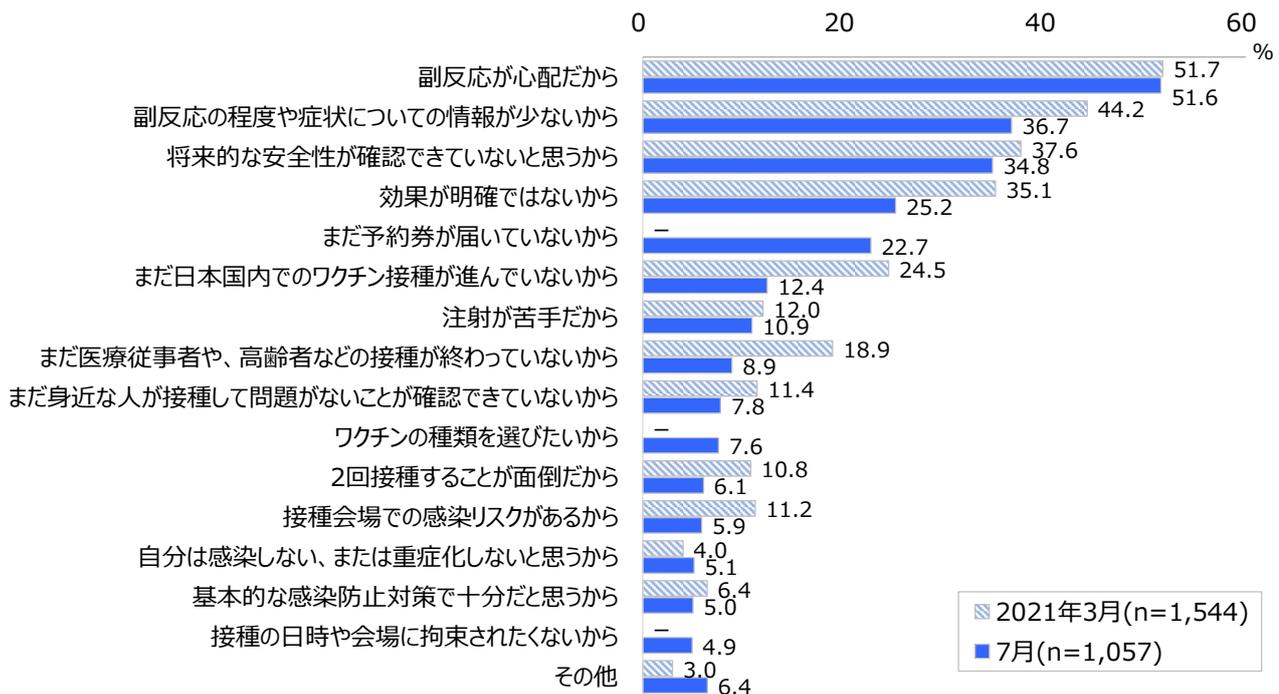
Q. ワクチン接種に積極的ではない理由をお聞かせください。(いくつでも)

ワクチン接種に積極的ではない理由についてたずねたところ、全体で最も多いのは「副反応が心配だから」(51.6%)であり、次いで「副反応の程度や症状についての情報が少ないから」(36.7%)、「将来的な安全性が確認できていないと思うから」(34.8%)、「効果が明確ではないから」(25.2%)と続く。なお、今回の調査から選択肢に加えた、「まだ予約券が届いていないから」は22.7%となっている。

3月と比べて、「まだ日本国内でのワクチン接種が進んでいないから」(▲10.1%pt)、「まだ医療従事者や、高齢者などの接種が終わっていないから」(▲10.0%pt)、「効果が明確ではないから」(▲9.9%pt)、「副反応の程度や症状についての情報が少ないから」(▲7.5%pt)、「接種会場での感染リスクがあるから」(▲5.3%pt)などで選択割合が低下している。

⇒ワクチン接種に積極的ではない理由の首位は副反応への心配で、3月の調査に引き続き過半数を占める。このほか、副反応の情報の少なさや安全性・効果が確認できていないことなどが続く。国内での接種が進んだことで、接種の進捗や情報の少なさに起因する理由の選択割合は低下している。

ワクチン接種に積極的ではない理由 (複数回答)



(注1) 上から7月調査全体で選択割合の高い順

(注2) 「まだ予約券が届いていないから」「ワクチンの種類を選びたいから」「接種の日時や会場に拘束されたくないから」は7月調査で選択肢に追加

(3)どのようなことをしたらワクチン接種に前向きになるか

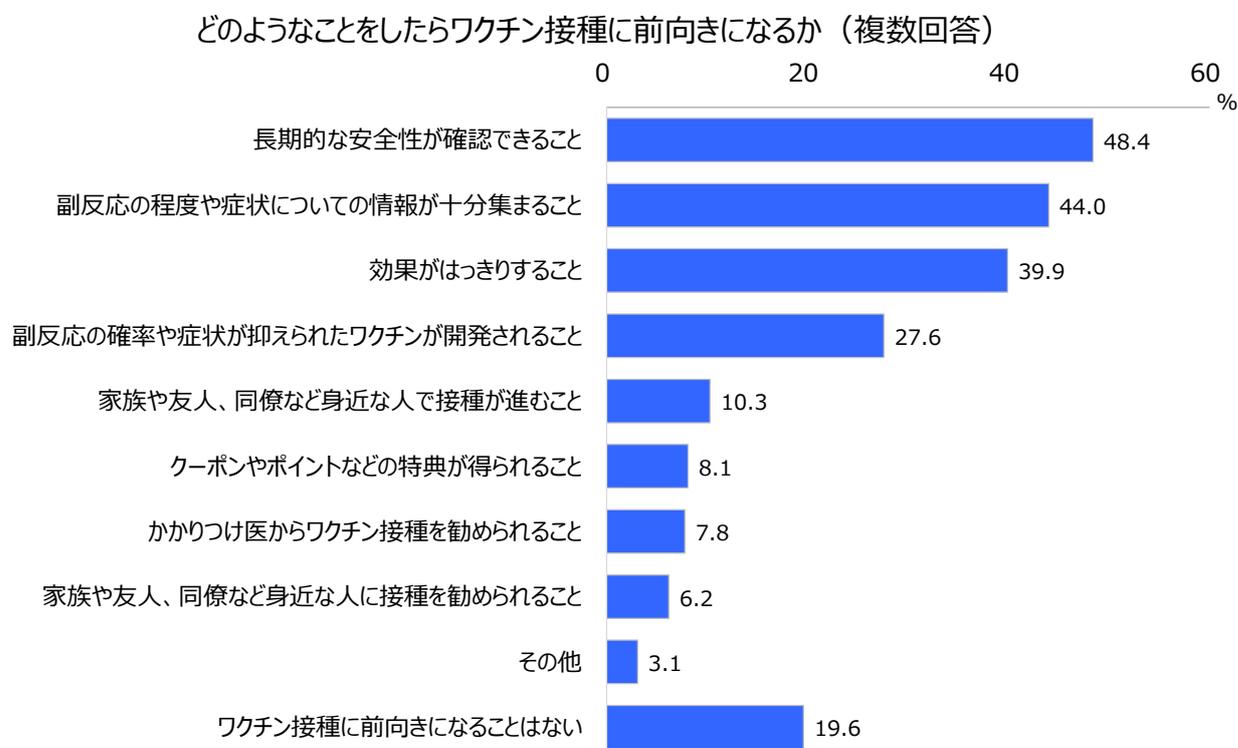
(Q1で「しばらく様子を見てから接種したい」「あまり接種したくない」「絶対に接種したくない」を選択者)

Q. ワクチン接種について前向きに考えられるようになるためには、どのようなことがあるとよいと思いますか。(いくつかでも)

ワクチン接種について前向きに考えられるようになるためには、どのようなことがあるとよいと思うかについてたずねたところ、全体で最も多いのは「長期的な安全性が確認できること」(48.4%)であり、次いで「副反応の程度や症状についての情報が十分集まること」(44.0%)、「効果をはっきりすること」(39.9%)、「副反応の確率や症状が抑えられたワクチンが開発されること」(27.6%)と続く。

一方、「ワクチン接種に前向きになることはない」(19.6%)も比較的多い。

⇒ワクチン接種に前向きになるための条件は長期的な安全性や効果の確認、副反応の情報が4～5割を占め、ワクチン接種に積極的ではない理由(前項)と対応している。一方、ワクチン接種に前向きになることはない割合も約2割と目立つ。



(注1) 上から7月調査全体で選択割合の高い順

(4) ワクチン接種後の予測(期待感・その他)

Q. ワクチン接種が進んだ後の社会や生活の状況をあげています。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)

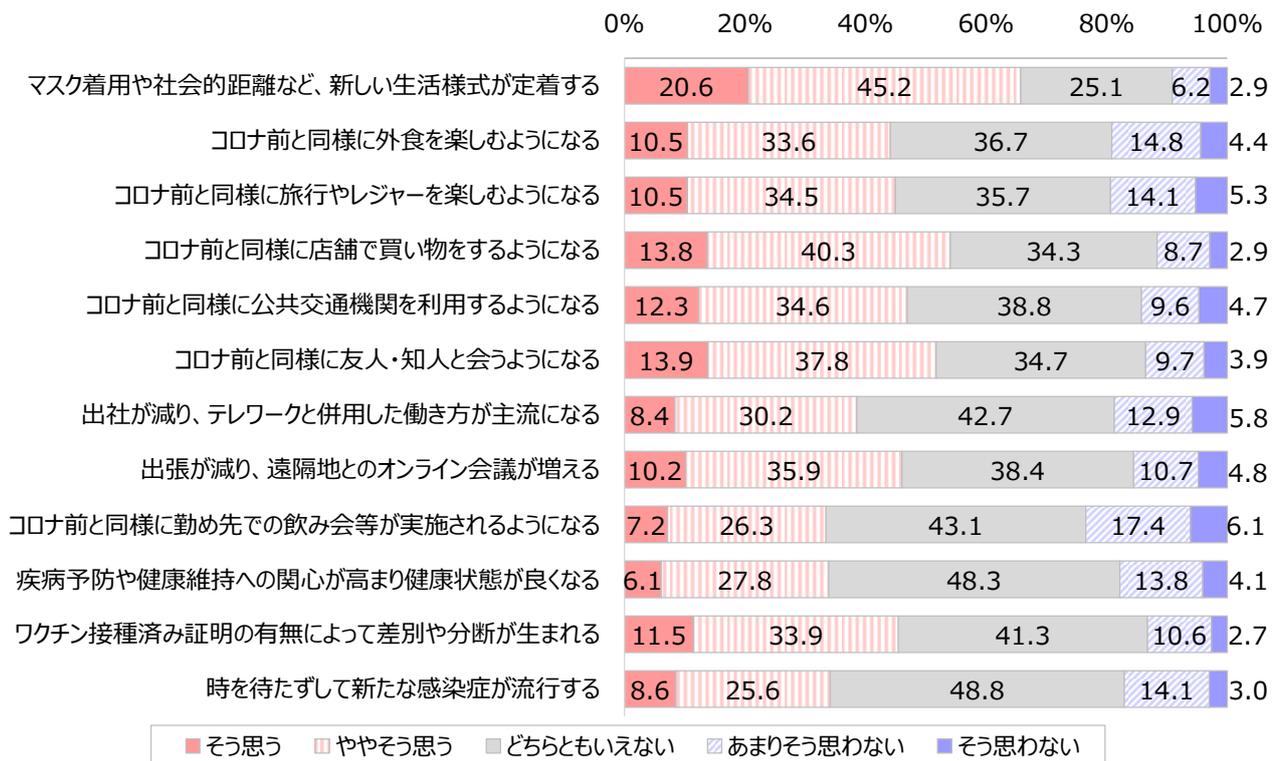
ワクチン接種が進んだ後の社会や生活の状況について見ると、そう思う層(「そう思う」+「ややそう思う」)は、「マスク着用や社会的距離など、新しい生活様式が定着する」で65.7%を占める。

消費行動の再開については、そう思う層は「コロナ前と同様に店舗で買い物をするようになる」(54.1%)や「コロナ前と同様に友人・知人と会うようになる」(51.7%)で半数を超える。また、「コロナ前と同様に公共交通機関を利用するようになる」(46.9%)や「コロナ前と同様に旅行やレジャーを楽しむようになる」(45.0%)、「コロナ前と同様に外食を楽しむようになる」(44.1%)でも4割以上を占め、いずれもそう思う層がそう思わない層(「そう思わない」+「あまりそう思わない」)を上回る。

働き方については、そう思う層は「出張が減り、遠隔地とのオンライン会議が増える」は46.1%、「出社が減り、テレワークと併用した働き方が主流になる」は38.6%を占める。

⇒ワクチン接種が進んだ後もマスク着用や社会的距離などの新しい生活様式は6割強が定着すると考えている。一方、4～5割が店舗での買い物や友人と会うこと、公共交通機関の利用といった外出を伴う行動の再開を期待している。また、4割前後がテレワークと併用した働き方になると考えている。

ワクチン接種後の予測 (単一回答) n=2,487

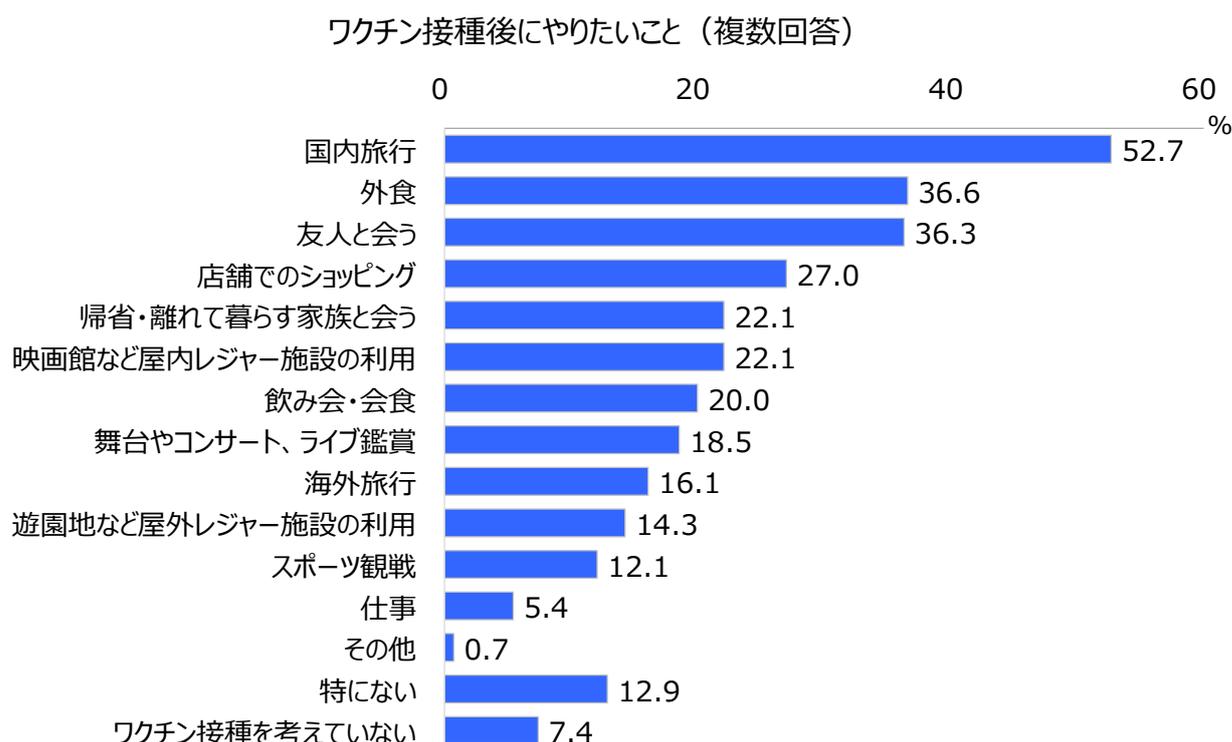


(5) ワクチン接種後にやりたいこと

Q. ワクチン接種によって抗体が得られた後、あなたが積極的にやりたいと思っていることをお聞かせください。(いくつでも)

ワクチン接種後にやりたいことをたずねたところ、全体で圧倒的に多いのは「国内旅行」(52.7%)であり、過半数を占める。次いで「外食」(36.6%)、「友人と会う」(36.3%)、「店舗でのショッピング」(27.0%)、「帰省・離れて暮らす家族と会う」「映画館など屋内レジャー施設の利用」(いずれも 22.1%)、「飲み会・会食」(20.0%)と続く。

⇒ワクチン接種後にやりたいことは圧倒的に国内旅行であり、過半数を占める。このほか、外食や友人と会うこと、店舗でのショッピングなど、コロナ禍で自粛傾向の強い外出を伴う行動が上位にあがる。



(注) 上から全体で選択割合の高い順

② ワクチンパスポートの国内利用

(1)「ワクチンパスポート」の国内利用についての考え方

Q. あなたは、「ワクチンパスポート」の国内利用について、どのようにお考えですか。(1つだけ)

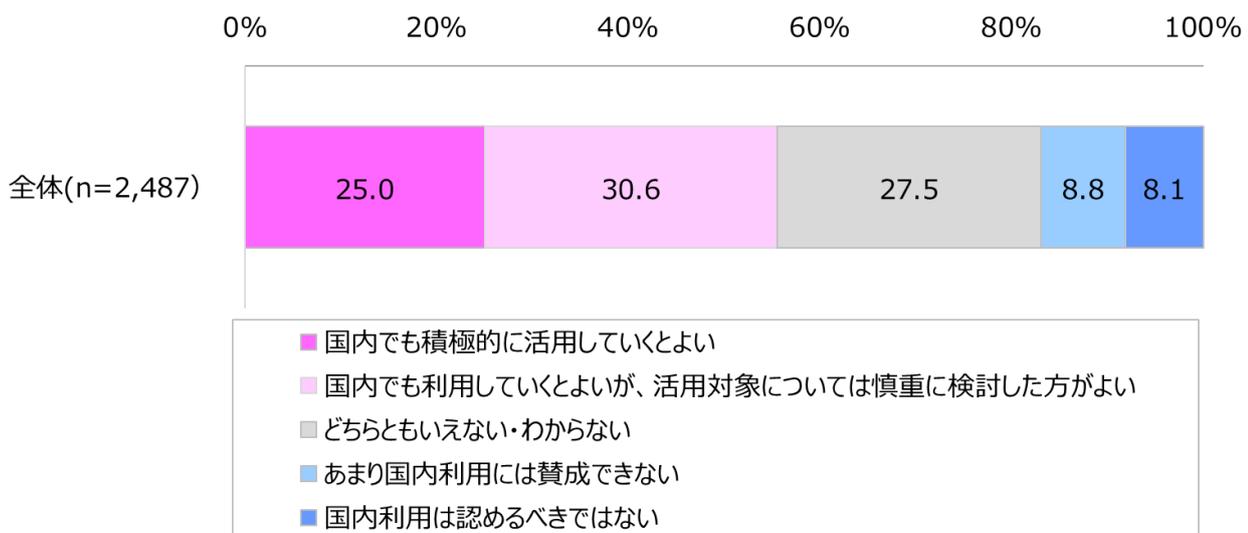
※政府が導入に向けて調整を進めている、新型コロナウイルスのワクチン接種の証明である「ワクチンパスポート」については、海外渡航者の出入国時の必要への対応以外に、ワクチン接種記録の提示によって会場やイベントへの入場時の要件が緩和されたり、さまざまなサービスやキャンペーンが受けられたりするなどの国内における活用についても検討されていることを注記

「ワクチンパスポート」の国内での利用意向についてたずねたところ、最も多いのは「国内でも利用していくとよいが、活用対象については慎重に検討した方がよい」(30.6%)である。なお、「国内でも積極的に活用していくとよい」(25.0%)を合わせた肯定的な層は 55.6%を占める。

一方、「あまり国内利用には賛成できない」(8.8%)や「国内利用は認めるべきではない」(8.1%)を合わせた否定的な層は 16.9%を占める。

⇒ワクチンパスポートの国内利用に過半数が肯定的。ただし、うち3割は活用対象については慎重に検討した方がよいと回答。

「ワクチンパスポート」の国内利用についての考え方（単一回答）



(2)「ワクチンパスポート」の利用方法についての考え方

Q. 「ワクチンパスポート」の国内での利用については様々な利用方法が検討されています。「ワクチンパスポート」について国内で次にあげるような利用ができるようになったとしたら、あなたはどのようにお感じになりますか。(1つだけ)

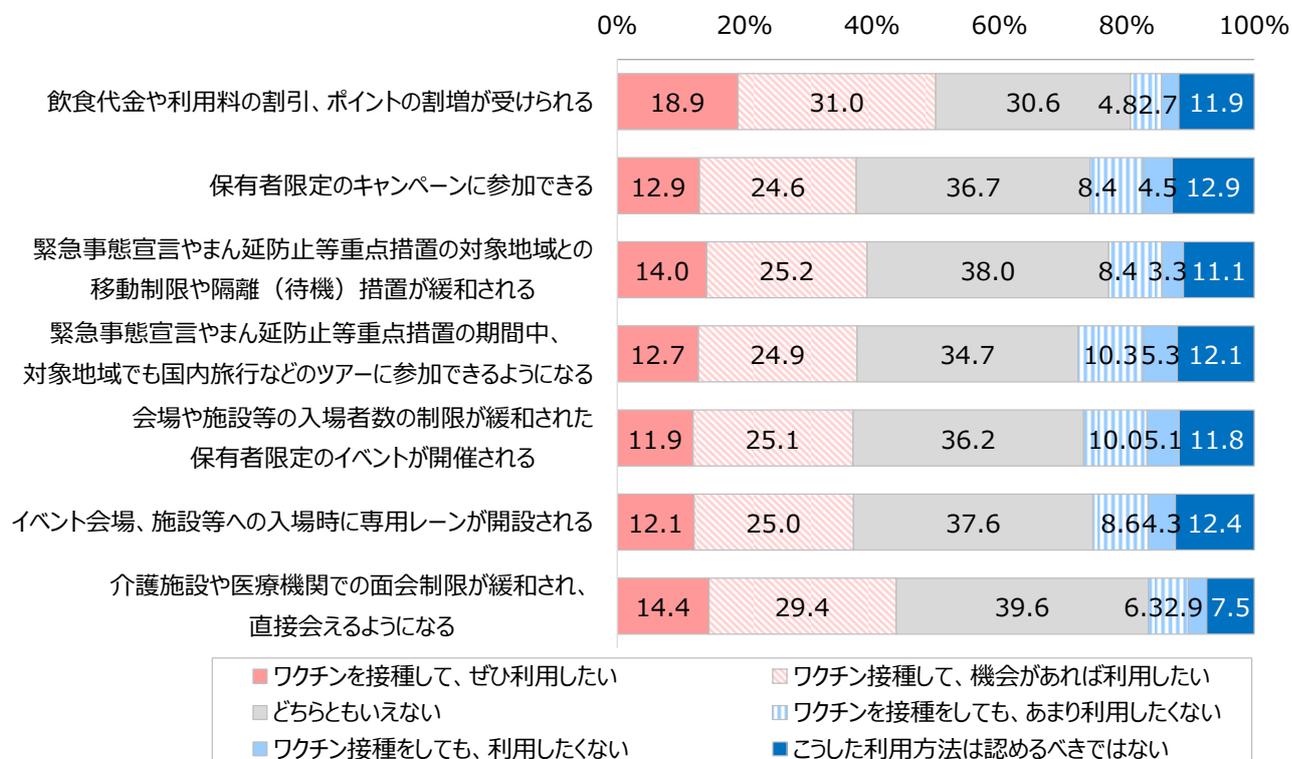
「ワクチンパスポート」の利用についてどのように感じるかについてたずねたところ、利用積極層(「ワクチンを接種して、ぜひ利用したい」+「ワクチンを接種して、機会があれば利用したい」)が最も多いのは「飲食代金や利用料の割引、ポイントの割増が受けられる」(49.9%)であり、次いで、「介護施設や医療機関での面会制限が緩和され、直接会えるようになる」(43.8%)、「(略)移動制限や隔離(待機)措置が緩和される」(39.2%)、「(略)対象地域でも国内旅行などのツアーに参加できるようになる」(37.6%)、「保有者限定のキャンペーンに参加できる」(37.5%)と続く。

一方、利用消極・反対層(「ワクチンを接種しても、あまり利用したくない」+「ワクチンを接種しても、利用したくない」+「こうした利用方法は認めるべきでない」)が最も多いのは「会場や施設等の入場者数の制限が緩和された保有者限定のイベントが開催される」(26.8%)であり、次いで「保有者限定のキャンペーンに参加できる」(25.8%)、「イベント会場、施設等への入場時に専用レーンが開設される」(25.3%)と続く。

なお、いずれも利用積極層が利用消極・反対層を上回る。

⇒ワクチンパスポートの利用方法は介護施設や医療機関での面会制限の緩和のほか、飲食代金の割引やポイントの割増しなどの優待措置では前向きに捉えられる一方、パスポート保有者に限定したイベントやキャンペーンの実施については否定的な見方が比較的多い。

「ワクチンパスポート」の利用方法についての考え方 (単一回答) n=2,487



③ 今年の夏休みの予定

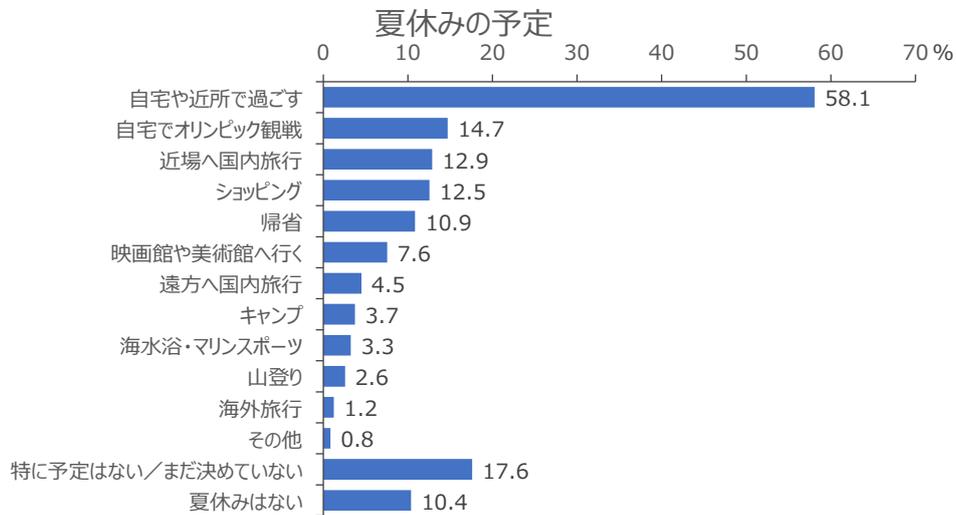
(1) 今年の夏休みの予定

Q 今年の夏休みのご予定をお聞かせください。(いくつでも)

今年の夏休みの予定をたずねたところ、全体では「自宅や近所で過ごす」(58.1%)が圧倒的に多く、「自宅でオリンピックの観戦」(14.7%)、「近場へ国内旅行」(12.9%)、「帰省」(10.9%)までが1割を超えて続く。一方、「特に予定はない／まだ決めていない」(17.6%)や「夏休みはない」(10.4%)も1割を超えて多くなっている。

年代別にみると、高齢層ほど「自宅でオリンピックの観戦」が、若年層ほど「帰省」が高く、20歳代では「近場へ国内旅行」「映画館や美術館へ行く」も高い。また、50歳代では「特に予定はない／まだ決めていない」が高くなっている。

⇒半数以上が遠出を避け、自宅や近所で過ごす予定とする中、高齢層では自宅からのオリンピック観戦にも関心。一方、若年層では帰省や近場の旅行、映画館・美術館など外出の計画も比較的多い。



	N	す 自 宅 や 近 所 で 過 ご す	ク 自 宅 で オ リ ン ピ ッ ク 観 戦	近 場 へ 国 内 旅 行	シ ョ ッ ピ ン グ	帰 省	行 く 画 館 や 美 術 館 へ	遠 方 へ 国 内 旅 行	キ ャ ン プ	ポ ー ツ ・ マ リ ン ス	山 登 り	海 外 旅 行	そ の 他	ま だ 決 め て い な い ／	特 に 予 定 は な い	夏 休 み は な い
全体	2487	58.1	14.7	12.9	12.5	10.9	7.6	4.5	3.7	3.3	2.6	1.2	0.8	17.6	10.4	
20歳代	330	50.0	8.8	18.8	15.2	16.7	13.9	7.6	7.0	5.5	3.6	2.1	0.6	16.7	12.1	
30歳代	455	56.7	9.0	13.6	13.6	15.8	7.7	6.4	4.6	5.9	2.9	3.7	0.7	16.0	10.5	
40歳代	548	60.8	13.3	14.6	13.7	12.2	6.2	4.9	5.1	4.6	3.3	0.9	1.3	17.0	8.2	
50歳代	459	54.7	14.8	7.6	7.6	6.5	4.6	2.6	1.5	0.4	1.1	0.0	0.7	22.7	11.1	
60歳代	695	62.9	22.3	11.7	12.9	6.6	7.5	2.7	2.0	1.3	2.3	0.3	0.9	16.3	10.6	

(注) 全体より±5%に網掛け。

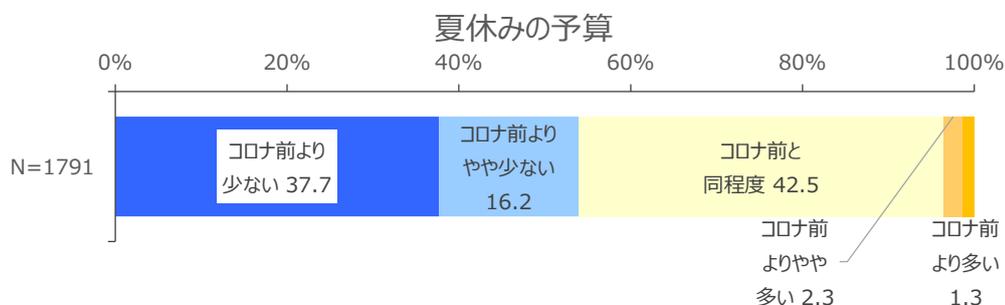
(2) 夏休みの予算

Q 前問で今年の夏休みに予定があると答えの方にお聞きます。
 今年の夏休みのご予算はどの程度か、お聞かせください。(1つだけ)

コロナ前と比べた夏休みの予算の程度をたずねたところ、全体では「コロナ前と同程度」(42.5%)が最も多く、「コロナ前より少ない」(37.7%)と「コロナ前よりやや少ない」(16.2%)をあわせた『コロナ前より少ない計』は 53.9%、「コロナ前より多い」(1.3%)と「コロナ前よりやや多い」(2.3%)をあわせた『コロナ前より多い計』(3.6%)を大きく上回る。

世帯年収別にみると、400万円未満の層で「コロナ前と同程度」が、600～1,000万円未満で「コロナ前より少ない計」が高い。また、夏休みの予定別では、遠方への国内旅行、山登り、海外旅行で「コロナ前より多い計」が1割を超えて高く、自宅でオリンピック観戦、ショッピングで「コロナ前より少ない計」が6割前後と高い。

⇒夏休みの予算は過半がコロナ前より抑えており、コロナ前を超える予算を想定する層は海外や国内でも遠方への旅行を計画する層などに限られる。



	N	コロナ前より		コロナ前より少ない計	コロナ前と同程度	コロナ前より多い計		コロナ前より多い
		コロナ前より少ない	コロナ前よりやや少ない			コロナ前よりやや多い	コロナ前より多い	
全体	1791	37.7	16.2	53.9	42.5	3.6	2.3	1.3
200万未満	125	30.4	7.2	37.6	55.2	7.2	3.2	4.0
200～400万未満	334	34.7	11.4	46.1	49.7	4.2	2.4	1.8
400～600万未満	360	40.0	16.7	56.7	40.8	2.5	1.9	0.6
600～800万未満	275	38.9	21.8	60.7	36.7	2.5	2.2	0.4
800～1,000万未満	175	45.1	17.1	62.3	33.1	4.6	2.9	1.7
1,000万円以上	160	31.9	19.4	51.3	42.5	6.3	5.0	1.3
自宅や近所で過ごす	1444	41.8	15.2	57.1	41.1	1.9	1.2	0.7
自宅でオリンピック観戦	366	39.3	20.8	60.1	36.3	3.6	2.5	1.1
近場へ国内旅行	320	27.2	25.6	52.8	41.3	5.9	3.8	2.2
ショッピング	312	34.9	24.7	59.6	36.2	4.2	3.2	1.0
帰省	270	28.1	19.6	47.8	46.7	5.6	3.7	1.9
映画館や美術館へ行く	188	30.9	26.1	56.9	35.6	7.4	5.3	2.1
遠方へ国内旅行	112	10.7	23.2	33.9	53.6	12.5	9.8	2.7
キャンプ	93	20.4	28.0	48.4	41.9	9.7	8.6	1.1
海水浴・マリンスポーツ	81	29.6	24.7	54.3	38.3	7.4	4.9	2.5
山登り	64	18.8	25.0	43.8	43.8	12.5	4.7	7.8
海外旅行	31	3.2	41.9	45.2	41.9	12.9	9.7	3.2
その他	27	28.6	19.0	47.6	52.4	0.0	0.0	0.0

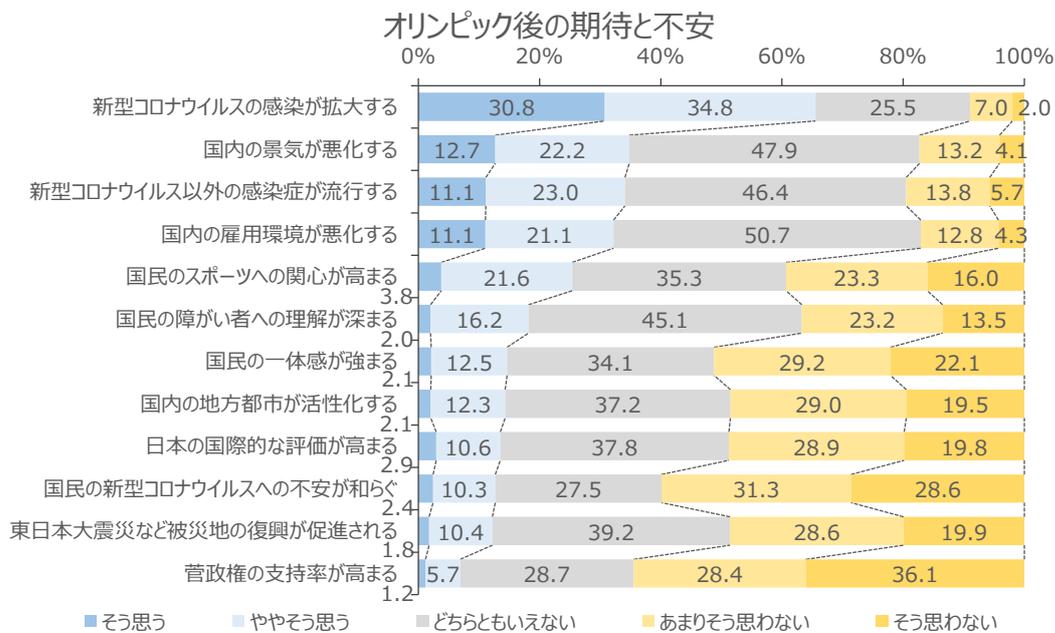
(注) 全体より±5%に網掛け。斜字は参考値。

④ オリンピック後の期待と不安

Q 予定通り東京五輪が実施された後の社会や生活の状況をあげています。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)

オリンピック後の社会や生活の状況を表す文章についてどの程度そう思うかをたずねたところ、『そう思う計』(「そう思う」+「まあそう思う」)では「新型コロナウイルスの感染が拡大する」(65.5%)が最も多く、「国内の景気が悪化する」(34.8%)、「新型コロナウイルス以外の感染症が流行する」(34.1%)、「国内の雇用環境が悪化する」(32.2%)の順で続く。一方、『そう思わない計』(「そう思わない」+「あまりそう思わない」)では「菅政権の支持率が高まる」(64.5%)が最も多く、「国民の新型コロナウイルスへの不安が和らぐ」(59.9%)、「国民の一体感が高まる」(51.2%)までが半数を超えて続く。このほか「日本の国際的な評価が高まる」(48.7%)、「東日本大震災など被災地の復興が促進される」(48.6%)、「国内の地方都市が活性化する」(48.5%)も『そう思わない計』が『そう思う計』を大きく上回っており、総じて不安の大きさが期待を抱けない状況を生み出している様うかがえる。

⇒新型コロナウイルスの感染拡大や国内景気、雇用環境の悪化など不安感には同意する声が、政権支持率の向上や新型コロナウイルスへの不安感の払拭などオリンピック後への期待には否定する声が多く、総じて不安の大きさが期待を抱けない状況を生み出している様うかがえる。



2 | 新型コロナによる行動変容

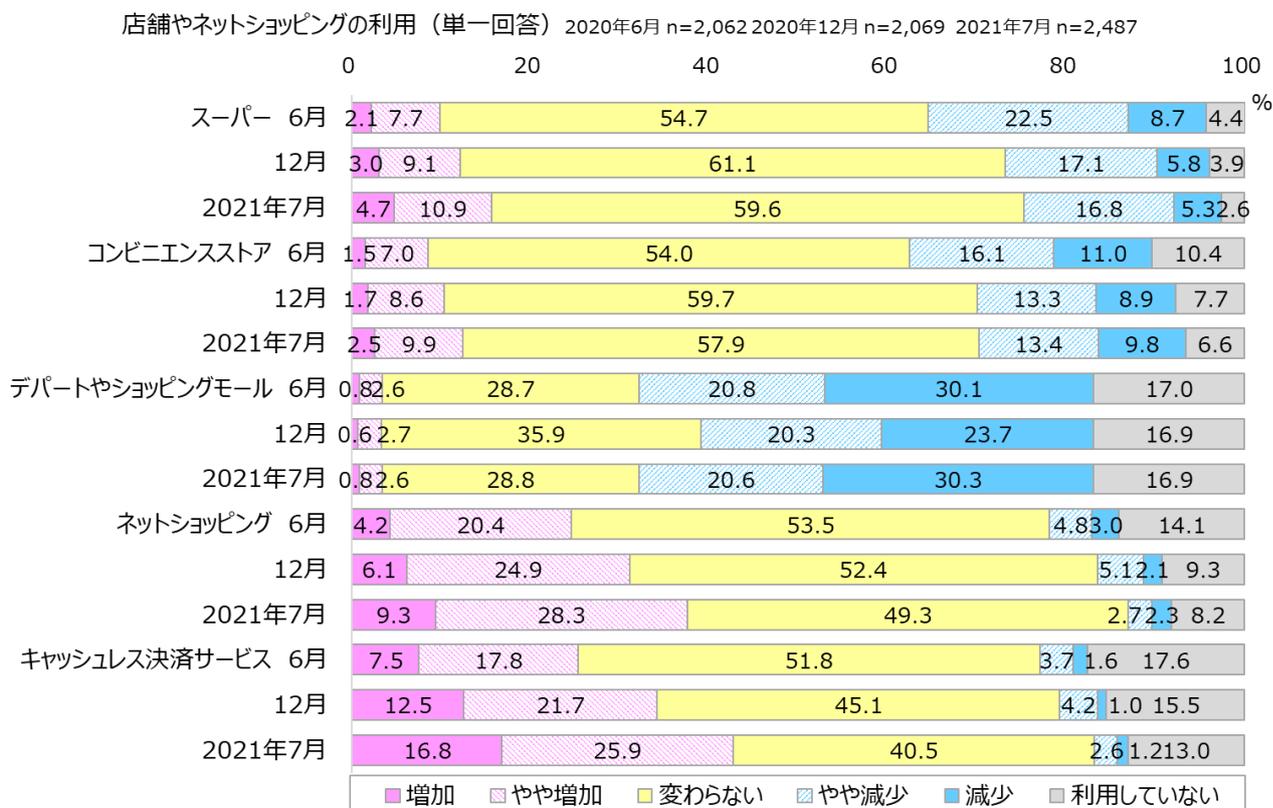
Q.生活に関わる行動をあげています。それぞれについて、**新型コロナウイルスの感染が拡大する前(2020年1月頃)と比べて**、あなたの行動がどの程度変わったか、現在の状況をお聞かせください。(1つだけ)

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の利用増加が目立ち、増加層(「増加」+「やや増加」)は増え続けている。「キャッシュレス決済サービス」の7月の増加層は42.7%(2020年6月より+17.4%pt)、「ネットショッピング」は37.6%(+13.0%pt)を占める。

一方、店舗は引き続き利用減少が目立つが、スーパーやコンビニエンスストアでは当初より減少層(「減少」+「やや減少」)は減っており、7月の減少層は、「スーパー」は22.1%(2020年6月より▲9.1%pt)、「コンビニエンスストア」は23.2%(▲3.9%pt)を占める。なお、「デパートやショッピングモール」の減少層は50.9%を占めて、2020年12月より増え(+6.9%pt)、2020年6月と同程度に戻っている。

⇒コロナ禍で、キャッシュレス決済サービスやネットショッピングなどのデジタル手段の利用は増え続けている。7月の増加層はどちらも約4割を占め、昨年6月よりキャッシュレス決済サービスは約2割、ネットショッピングは約1割増えている。一方、店舗は引き続き利用控えが見られ、店舗によって温度差がある。スーパーなど主に食料や日用品を購入する店舗では減少層は2割台で横ばいだが、デパートなど主に衣料品や贅沢品を購入する店舗では減少層は約半数を占めて、昨年6月の水準に戻っている。よって、店舗の利用は最低限にとどめられる中で、買い物手段のデジタルシフトが進行している様子がうかがえる。



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」を除いた利用者層の結果を掲載。

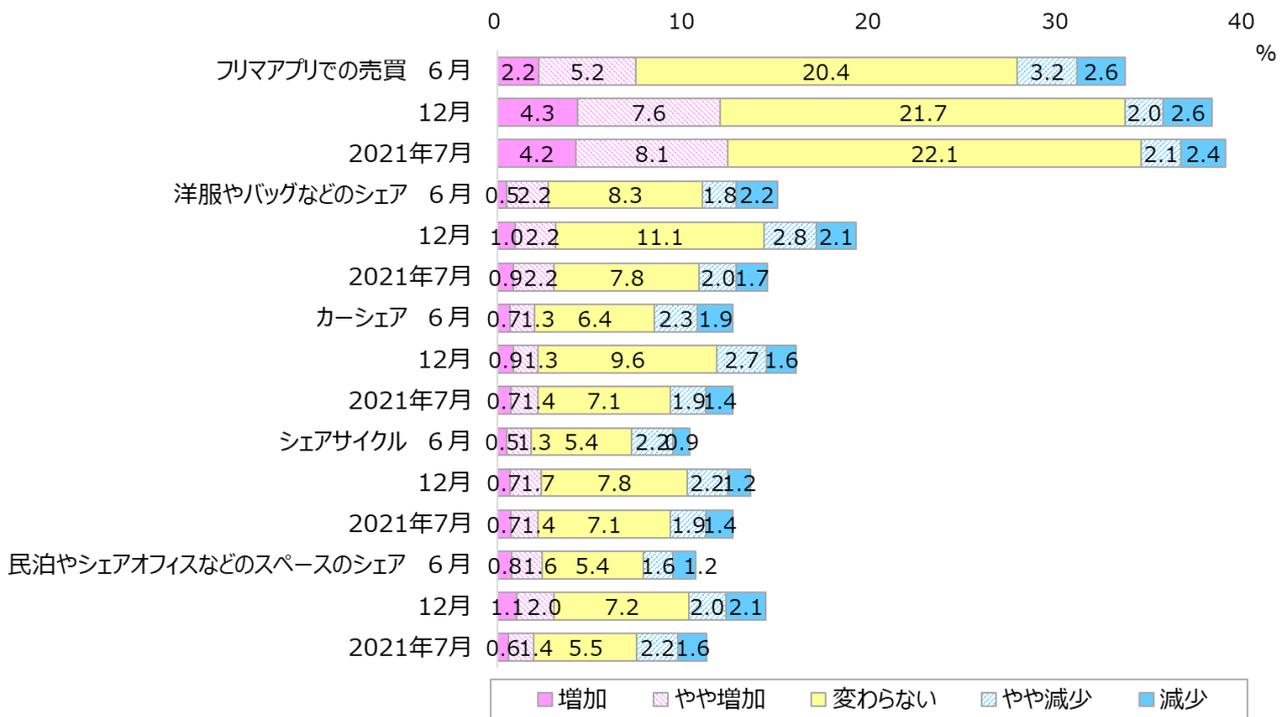
コロナ禍で利用増加が目立つのは、利用率が比較的高い「フリマアプリでの売買」であり、増加層は増え続けている。「フリマアプリでの売買」の7月の増加層は12.3%を占める(2020年6月より+4.9%pt)。

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る状況が続いている。また、7月の利用者層(全体から利用していない層を除いた層)は2020年12月より減っている(3月実施の前回調査でも、12月より減っており、同様の傾向)。

⇒コロナ禍で、フリマアプリの売買は増え続けており、7月の増加層は約1割を占める。その他のサービスでは利用控え傾向が続く上、全体的に利用者層が減少傾向にある。なお、次頁に示すように、移動手段では自家用車などのセルフ手段の利用が増えているが、カーシェアなど他人とシェアする手段の利用は増えていない。

シェアリングサービスの利用 (単一回答) ※「利用していない」を除いた結果

2020年6月 n=2,062 2020年12月 n=2,069 2021年7月 n=2,487

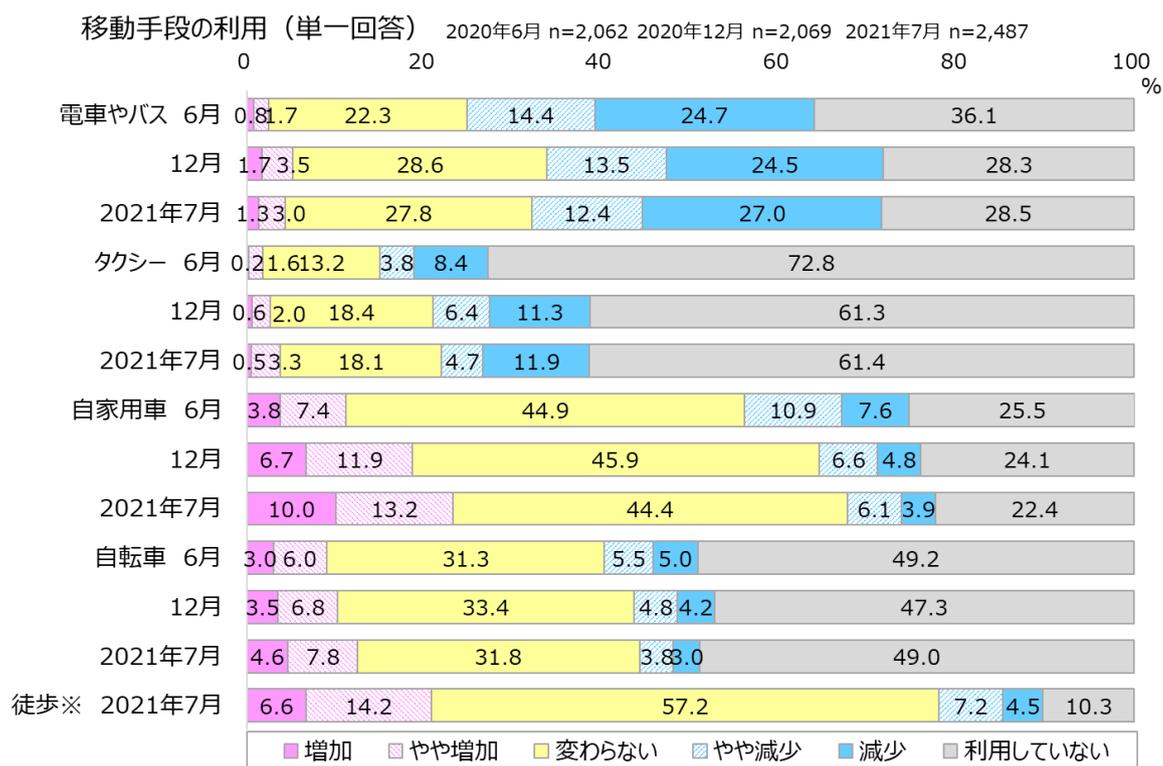


③ 移動手段の利用

コロナ禍で利用増加が目立つのは、「自家用車」や「自転車」、「徒歩」などのセルフ手段である。「自家用車」の7月の増加層は23.2%（2020年6月より+12.0%pt）、「自転車」は12.4%（+3.4%pt）を占める。なお、セルフ手段として今回調査から加えた、「徒歩での移動」の7月の増加層は20.8%を占める。

一方、公共交通機関では引き続き利用減少が目立つ。「電車やバス」の7月の減少層は39.4%を占めて、おおむね横ばいで推移している。一方、利用していない層は28.5%を占めて、2020年6月より▲7.6%pt減っている（12月と同程度を維持）。また、「タクシー」の7月の減少層は16.6%であり、2020年6月よりやや増えているが（+4.4%pt）、「電車やバス」と同様に、利用していない層は減っている（61.4%で▲11.4%pt、12月と同程度を維持）。

⇒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えている。7月の増加層は自家用車や徒歩は約2割、自転車は約1割を占め、自家用車は昨年6月より約1割増えている。一方、公共交通機関では引き続き利用控えが見られる。当初より利用していない層が減り、必要に応じて利用を再開しているようだが、最低限の利用にとどめていると見られる。よって、公共交通機関の利用控えが続く中で、移動手段のセルフシフトが進んでいる様子がうかがえる。



(注) ※印は2021年7月から調査

④ 食事サービスの利用

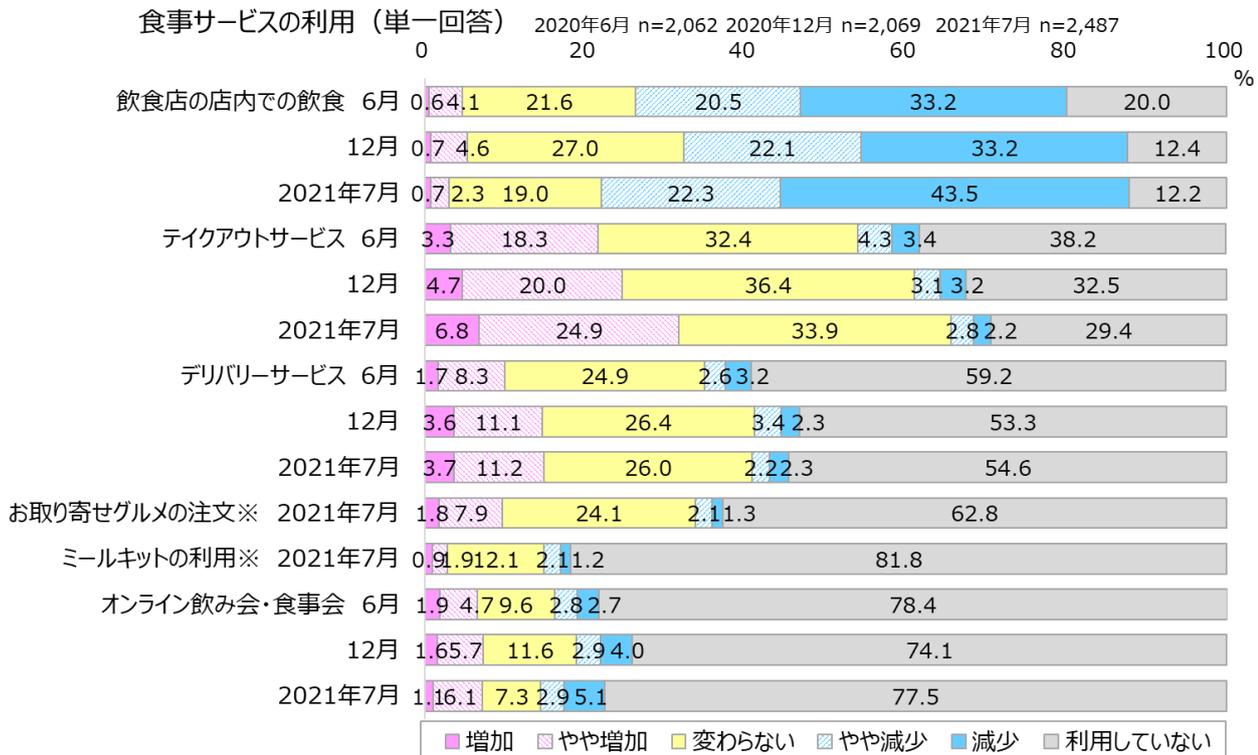
コロナ禍で利用増加が目立つのは、「テイクアウトサービス」や「デリバリーサービス」などの中食手段である。「テイクアウトサービス」の7月の増加層は 31.7% (2020 年6月より+10.1%pt)、「デリバリーサービス」は 14.9% (+4.9%pt)を占める。なお、「テイクアウトサービス」は増加傾向が続いているが、「デリバリーサービス」は 2020 年9月以降(2020 年9月、2021 年3月の結果は掲載省略)、おおむね横ばいで推移している。

なお、中食手段として今回調査から加えた、「お取り寄せグルメの注文」の7月の増加層は 9.7%、「ミールキットの利用」は 2.8%を占める。

一方、「飲食店の店内での飲食」は引き続き利用減少が目立つ。7月の減少層は 65.8% (2020 年6月より+12.1%pt)を占めて増えている。なお、利用していない層は 12.2%を占めて、2020 年6月より減っているが(▲7.8%pt)、12 月と同程度を維持している。

「オンライン飲み会・食事会」は利用していない層が 77.5%を占めて多数派である。2021 年3月までは利用者層は徐々に増えていたが、7月は 2020 年6月と同程度に戻っている。

⇒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えているが、テイクアウトは増加傾向が続く一方、デリバリーは 2020 年9月以降、おおむね変わらない。7月の増加層はテイクアウトは約3割、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つとともに、利用控えの傾向は昨年の秋冬より強まっており、7月の減少層は6割台を占める。よって、外食控えが続く中で、テイクアウトを中心とした中食シフトが進んでいる様子がうかがえる。



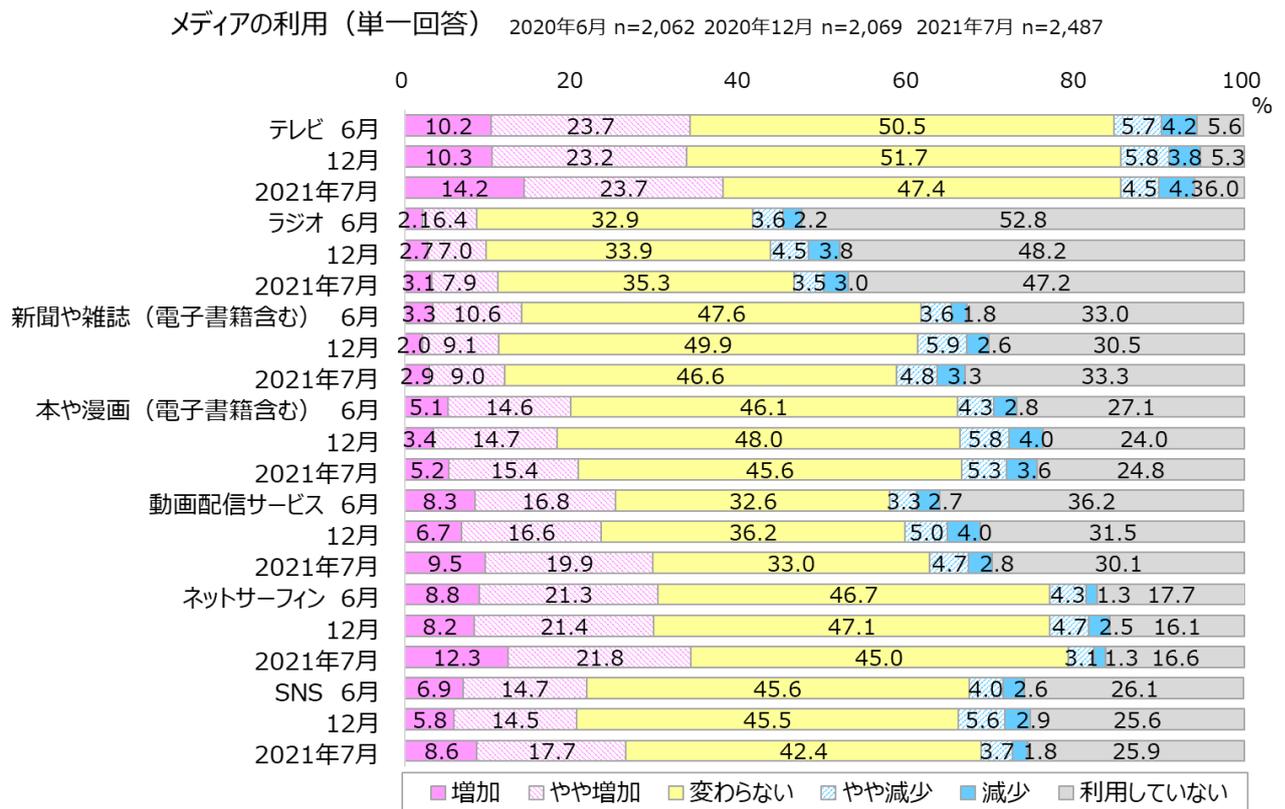
(注) ※印は2021年7月から調査

⑤ メディアの利用

コロナ禍で、すべてのメディアで引き続き利用増加が目立つ。新聞や雑誌(電子書籍含む)以外では2020年6月より増加層は増えている。

7月の増加層で最も多いのは、元々利用者の多い「テレビ」(37.9%)であり、次いで「ネットサーフィン」(34.1%)、「動画配信サービス」(29.4%)、「SNS」(26.3%)、「本や漫画(電子書籍含む)」(20.6%)、「新聞や雑誌(電子書籍含む)」(11.9%)、「ラジオ」(11.0%)と続く。

⇒コロナ禍で、すべてのメディアで引き続き利用増加が目立つ。また、新聞や雑誌以外では昨年6月より増加層は増えている。コロナ禍でメディア接触が増えた状態が続いており、メディアの影響力が増していると見られる。



⑥ 働き方

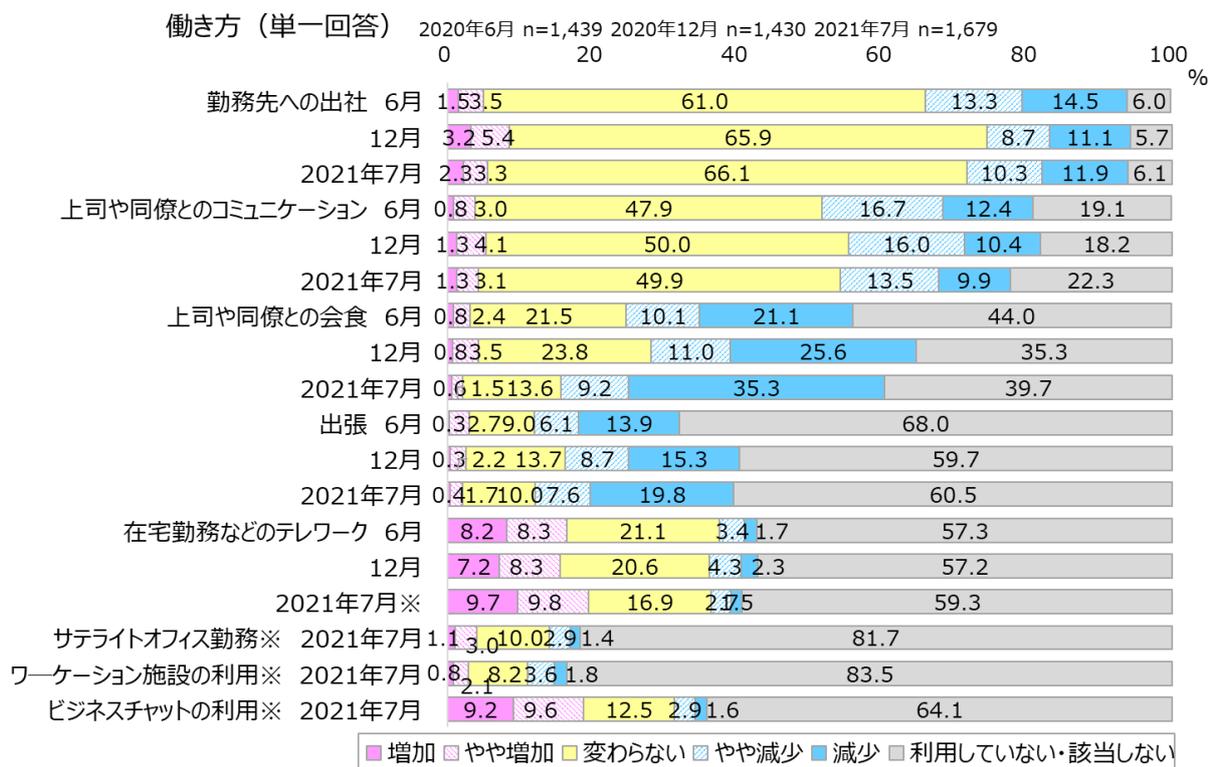
コロナ禍で増加が目立つのは、「在宅勤務などのテレワーク」や「ビジネスチャットの利用」(今回調査から追加)などのデジタル行動である。「在宅勤務などのテレワーク」の7月の増加層は19.5%(2020年6月より+3.0%pt)、「ビジネスチャットの利用」は18.8%を占める。

なお、テレワーク手段として今回調査から加えた、「サテライトオフィス勤務」や「ワーケーション施設の利用」の7月の利用者層(全体から利用していない層を差し引いた層)は約2割を占める。

減少が目立つのは、会食はじめとしたリアル行動である。「上司や同僚との会食」の7月の減少層は44.5%(2020年6月より+13.3%pt)、「出張」は27.4%(+7.4%pt)、「上司や同僚との日常的なコミュニケーション」は23.4%(▲5.7%pt)、「勤務先への出社」は22.2%(▲5.6%pt)を占める。

なお、「上司や同僚との会食」や「出張」では減少層は2020年6月より増えているが、利用していない層は減っている(39.7%で▲4.3%pt、60.5%で▲7.5%pt)。ただし、12月よりやや増えている(+4.4%pt、+0.8%pt)。また、「勤務先への出社」は減少層が減ることで、変わらないが増えている(66.1%で2020年6月より+5.1%pt)。

⇒コロナ禍で、引き続き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。デジタル行動では、在宅勤務の7月の増加層は約2割を占め、昨年6月よりやや増えている。一方、リアル行動では、出社や(リアルとは限らないが)コミュニケーションなどの日常的な行動が減った状況は当初より緩和されているが、出張控えや会食控えは続いている。また、出張・会食控え傾向は昨年の冬より強まっており、7月の減少層は会食は4割台、出張は約3割を占める。



(注) 在宅勤務などのテレワークの2021年7月は「在宅勤務」としてたずねて得た結果。その他※印は2021年7月から調査。

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)

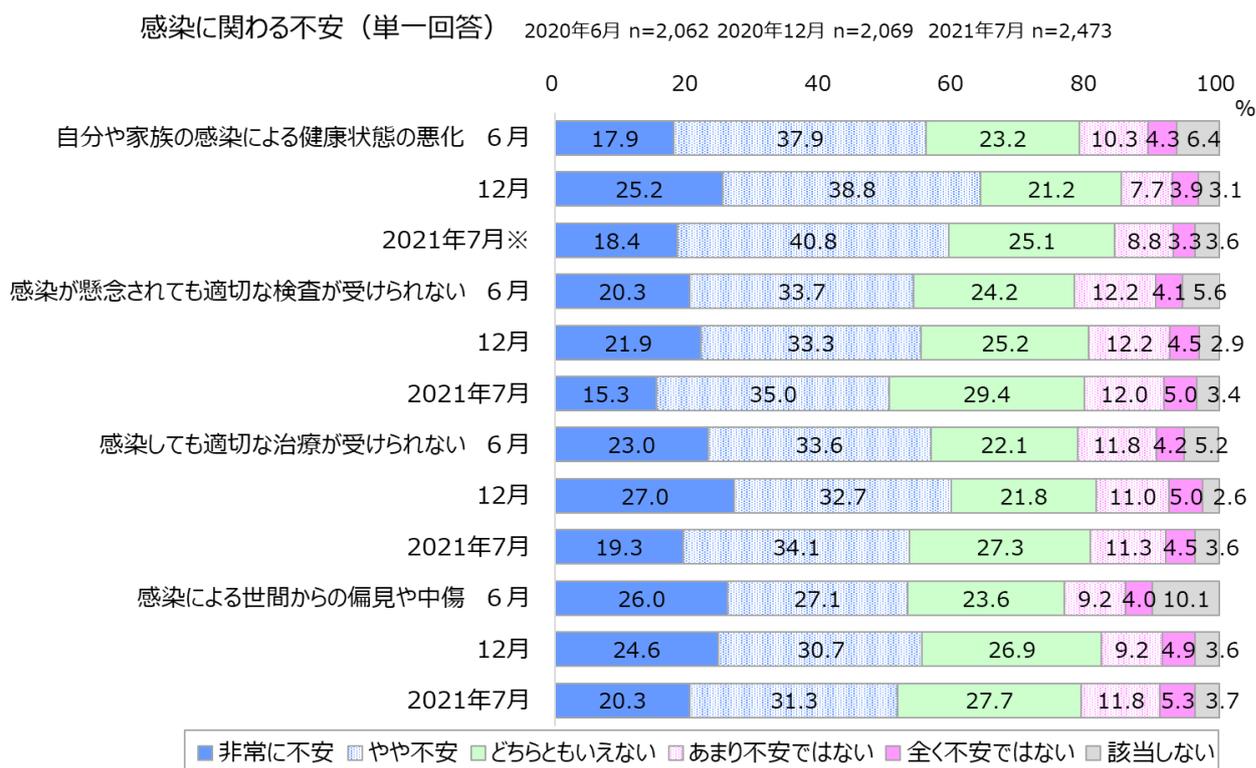
① 感染に関わる不安

コロナ禍の感染に関わる不安は、依然として不安層(「非常に不安」+「やや不安」)が5～6割を占めるが、全体的に2020年12月頃のピーク時より減っている。

「自分や家族の感染による健康状態の悪化」の7月の不安層は59.2%であり、2020年6月よりやや増えているが(+3.4%pt)、12月(▲4.8%pt)よりやや減っている。

その他は、いずれも2020年6月や12月と比べて不安層がやや減っており、7月の不安層は「感染がしても適切な治療が受けられない」は53.4%(6月より▲3.2%pt、12月より▲6.3%pt)、「自分や家族の感染による世間からの偏見や中傷」は51.6%(▲1.5%pt、▲3.7%pt)、「感染しても適切な検査が受けられない」50.3%(▲3.7%pt、▲4.9%pt)を占める。

⇒感染に関わる不安では、依然として健康状態の悪化や治療・検査を受けられないこと、世間からの偏見などに5～6割が不安を感じているものの、全体的に昨年冬頃をピークに弱まっている。



(注) 自分や家族の感染による健康状態の悪化の2021年7月は「感染による健康状態の悪化」としてたずねて得た結果

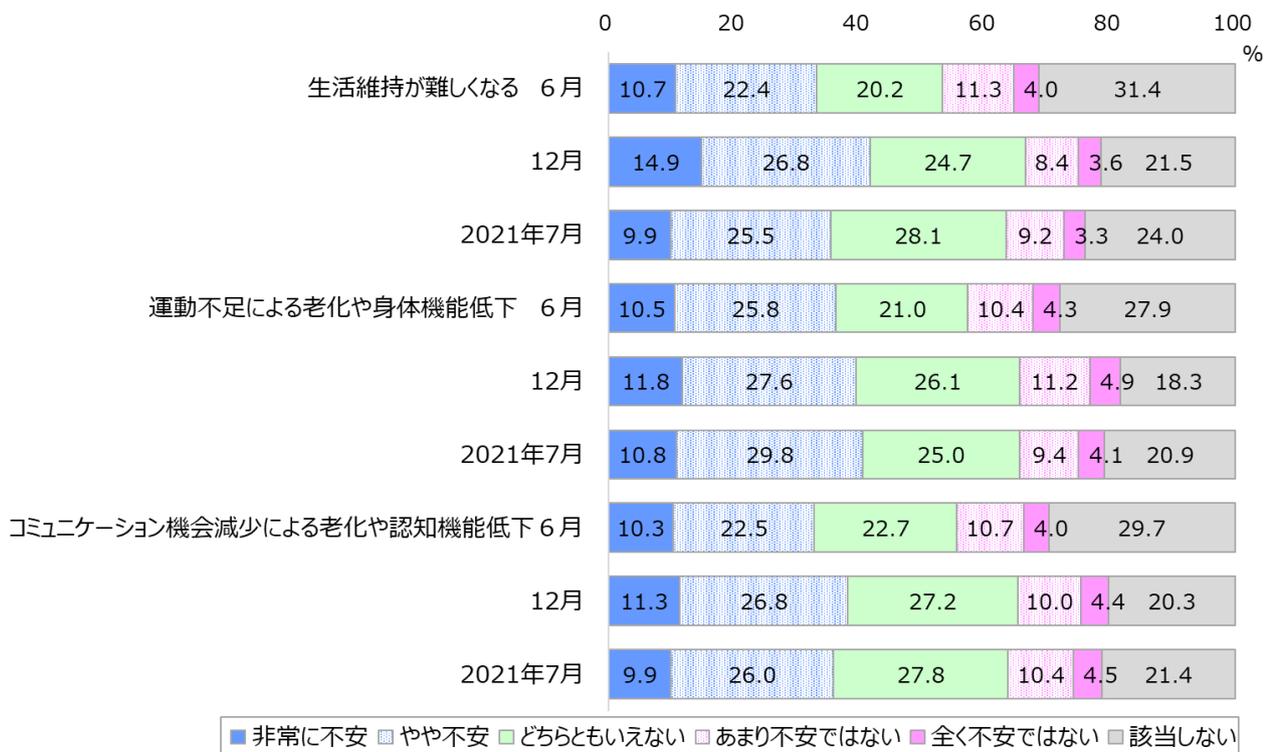
② 高齢家族関連不安

コロナ禍の高齢家族に関わる不安では、不安層は約4割を占め、いずれも2020年6月よりやや増えている。

「運動不足による老化や身体機能低下」の7月の不安層は40.6%を占めて増加傾向にある(6月より+4.3%pt、12月より+1.2%pt)。一方、「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35.9%(+3.1%pt、▲2.2%pt)、「生活維持が難しくなる」は35.4%(+2.3%pt、▲6.3%pt)を占めて、2020年12月のピーク時より減っている。

⇒高齢家族の生活維持の難しさや運動機能・認知機能の低下への不安は、いずれも2020年6月よりやや強まっている(不安層は約4割)。昨年冬のピーク時より生活維持の難しさや認知機能低下への不安は弱まっているが、運動機能低下への不安は一層強まっている。

高齢家族関連不安 (単一回答) 2020年6月 n=2,062 2020年12月 n=2,069 2021年7月 n=2,473

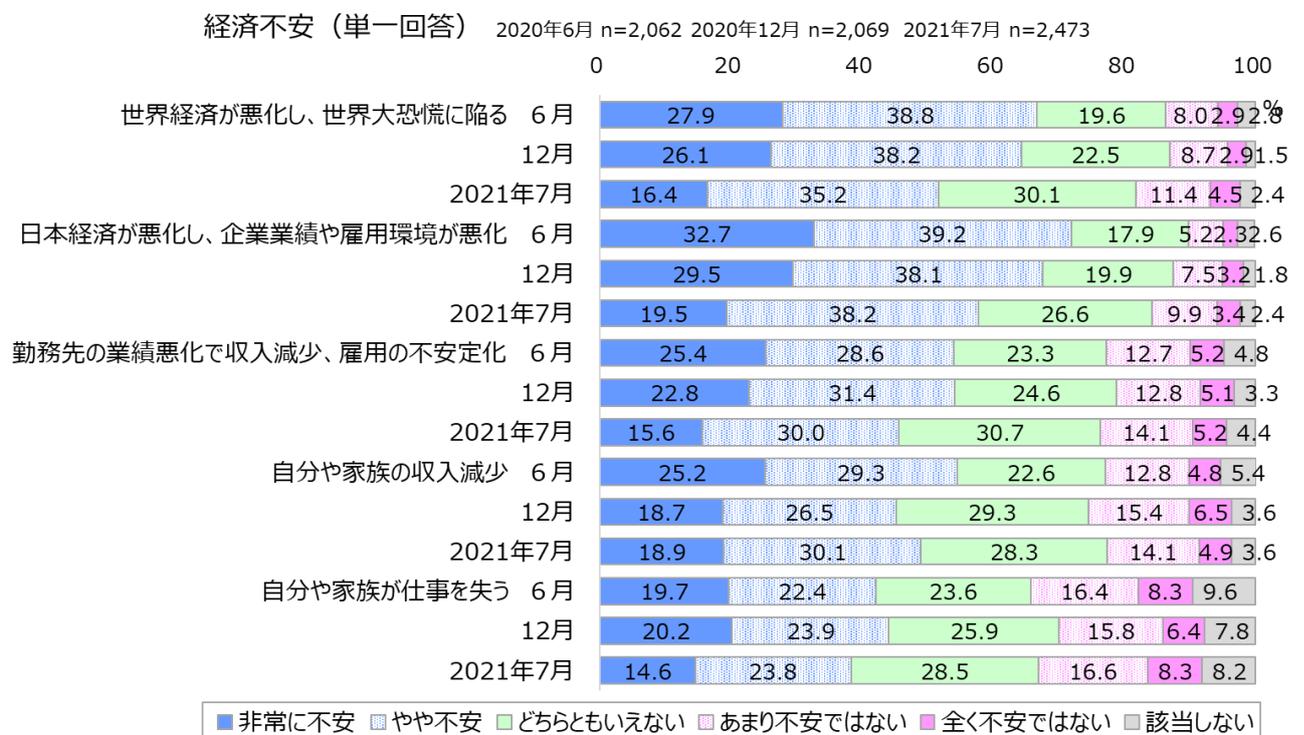


③ 経済不安

コロナ禍の経済不安では、依然として不安層が4～6割を占めるが、全体的に2020年6月より減っている。

「日本経済が悪化し、企業業績や雇用環境が悪化」の7月の不安層は57.7%（6月より▲14.2%pt）、「世界経済が悪化し、世界大恐慌に陥る」は51.6%（▲15.1%pt）、「自分や家族の収入減少」は49.0%（▲5.5%pt）、「勤務先の業績悪化で収入減少、雇用の不安定化」は45.6%（▲8.4%pt）、「自分や家族が仕事を失う」は38.4%（▲3.7%pt）を占める。ただし、「自分や家族の収入減少」のみ、2020年12月より不安層がやや増えている（+3.8%pt）。

⇒日本経済や世界経済などマクロ環境については半数以上、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4割前後が不安を感じているものの、全体的に昨年6月より不安は弱まっている。ただし、収入減少については昨年冬より不安がやや強まっている。



（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、2020年6月：n=1,439、2020年12月：n=1,430、2021年7月：n=1,679

④ 人間関係不安

コロナ禍の人間関係不安では、不安層が2～3割を占める。推移を見ると、2020年6月以降、増加傾向にあるもの、(おおむね)減少傾向にあるもの、ピーク時より減って当初と同程度に戻っているものの3種類に分けられる。

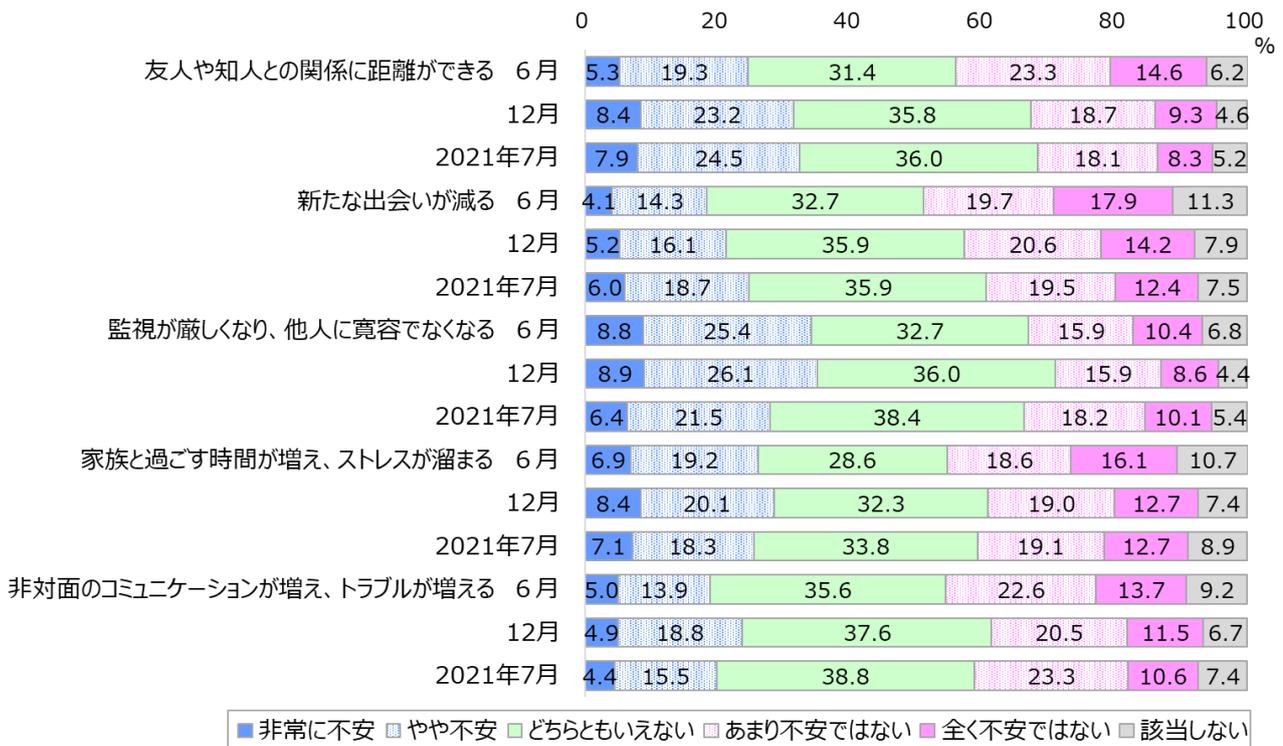
増加傾向にあるものは、「友人や知人との関係に距離ができる」(7月は32.4%、2020年6月より+7.8%pt)や「新たな出会いが減る」(24.7%、+6.3pt)である。

(おおむね)減少傾向にあるものは、「監視が厳しくなり、他人に寛容でなくなる」(27.9%、▲6.3%pt)である。

ピーク時より減って当初と同程度に戻っているものは、「家族と過ごす時間が増え、ストレスが溜まる」(25.4%、2020年6月より▲0.7%pt、12月より▲3.1%pt)、「非対面(メールやLINE)のコミュニケーションが増え、トラブルが増える」(19.9%、+1.0%pt、▲3.8%pt)である。

⇒人間関係不安(不安層は2～3割)は感染不安や経済不安より弱いものの、他の不安のように不安が弱まっているわけではない。特に、友人との距離や出会いの減少では不安が強まる状況が続いている。

人間関係不安(単一回答) 2020年6月 n=2,062 2020年12月 n=2,069 2021年7月 n=2,473



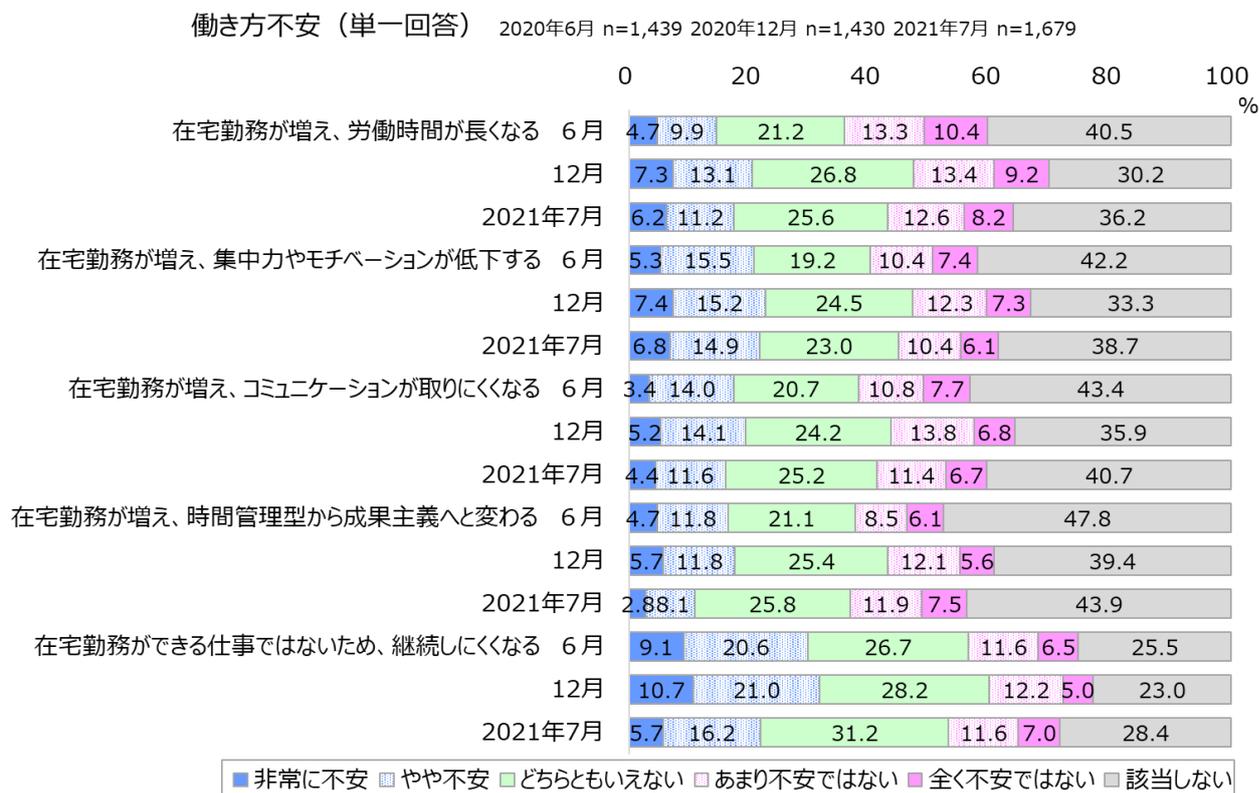
⑤ 働き方不安

コロナ禍で在宅勤務が増えることによる働き方変化についての不安では、不安層が1～2割を占めるが、全体的に2020年12月頃のピーク時より減っている。

不安層と非不安層(「あまり不安ではない」+「全く不安ではない」)の差に注目すると、7月で不安層が非不安層を上回るのは、「在宅勤務が増え、集中力やモチベーションが低下する」(不安層 21.7%、非不安層 16.5%、不安層が+5.2%pt)や「在宅勤務ができる仕事ではないため、継続しにくくなる」(21.9%、18.6%、+3.3%pt)である。

一方、不安層が非不安層を下回るのは、「在宅勤務が増え、労働時間が長くなる」(17.4%、20.8%、▲3.4%pt)や「在宅勤務が増え、コミュニケーションが取りにくくなる」(16.0%、18.1%、▲2.1%pt)、「在宅勤務が増え、時間管理型から成果主義へと変わる」(10.9%、19.4%、▲8.5%pt)である。

⇒在宅勤務が増えることによる不安(不安層は1～2割)は全体的に昨年冬頃のピーク時より弱まっている。ただし、在宅勤務ができる仕事ではないために継続しにくくなることや集中力・モチベーションの低下についての不安は比較的強く、不安層が非不安層より多い。



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)

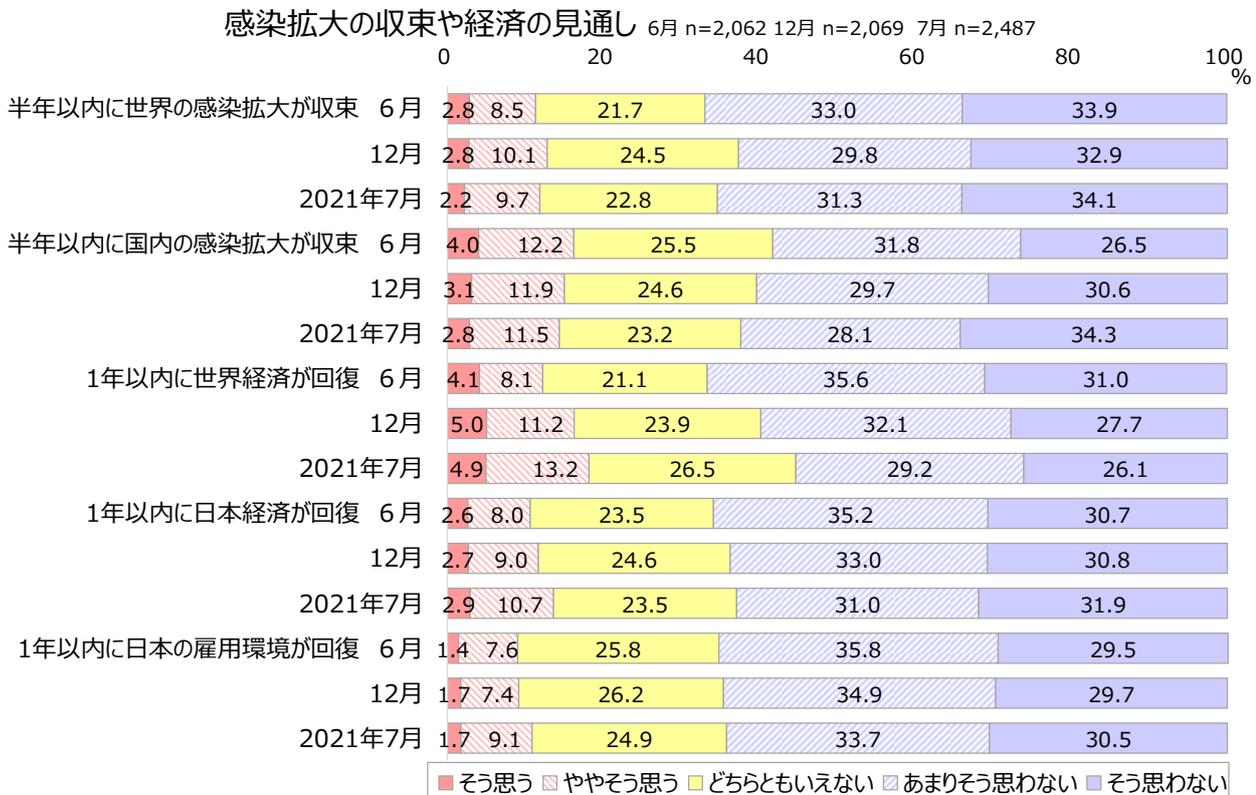
① 感染拡大の収束や経済の見通し

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みると、いずれも、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(「そう思う」+「ややそう思う」)層を上回り、「1年以内に世界経済が回復」を除きそう思わない層が6割台を占める。

感染拡大の収束については、国内についてそう思わない層が増えている。「半年以内に国内の感染拡大が収束」の7月のそう思わない層は 62.4%(昨年6月より+4.1%pt、12月より+2.0%pt)を占める。

経済や雇用回復については、「1年以内に世界経済が回復」の7月のそう思わない層は 55.3%であり、昨年6月より大きく減っている(▲11.3%pt)。「1年以内に日本経済が回復」(62.9%)や「1年以内に日本の雇用環境が回復」(64.2%)も概ね横ばいではあるものの、昨年6月に比べ「1年以内に日本経済が回復」は▲3.0%pt、「1年以内に日本の雇用環境が回復」は▲1.1%ptと回復への期待の高まりがうかがえる結果となっている。

⇒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、引き続き否定的な見方が多く、6割前後が否定的。国内における感染拡大の収束については悲観的であるものの日本経済や雇用の見通しについては、回復への期待の高まりもうかがえる。

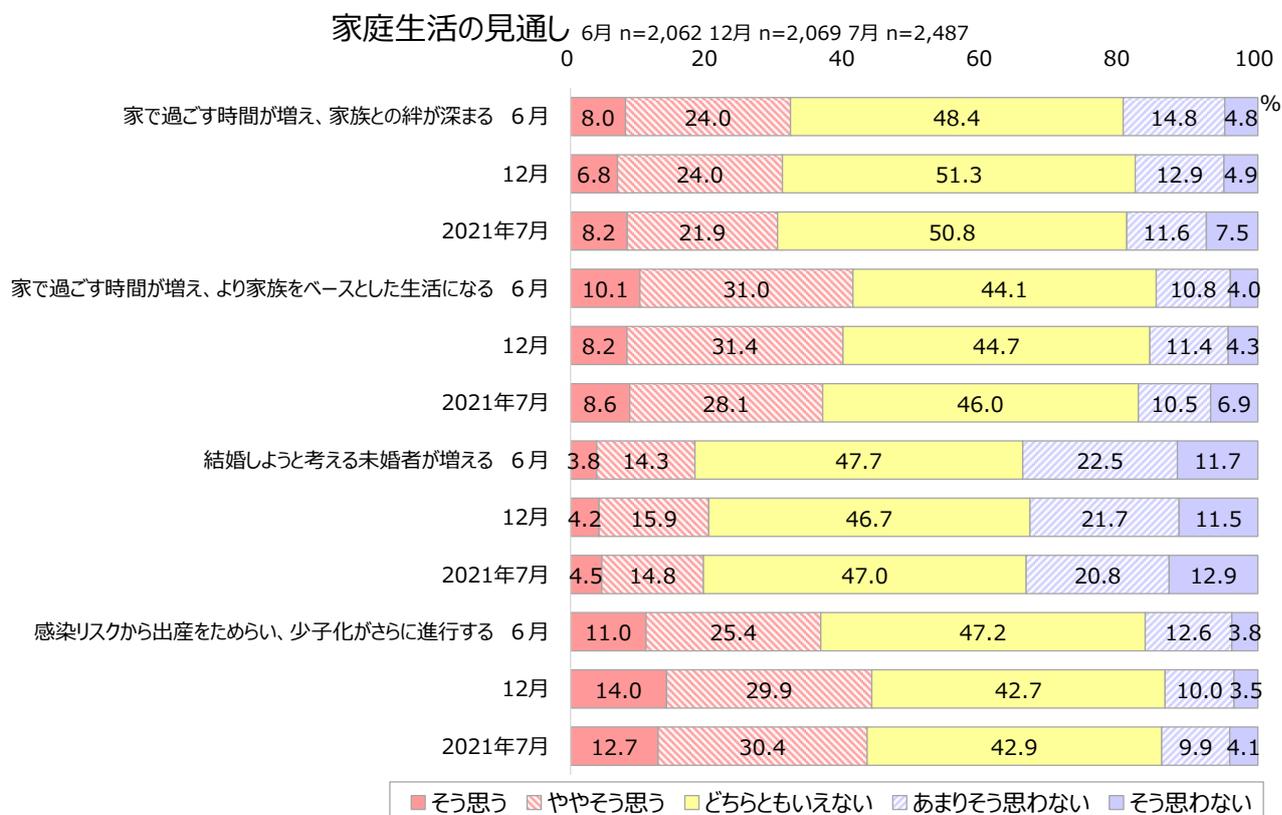


② 家庭生活の見通し

コロナ禍の家庭生活の見通しでは、家で過ごす時間が増えることによる変化については、そう思う層が減少傾向にあり、「家で過ごす時間が増え、家族との絆が深まる」は 30.1%（昨年6月から▲1.9%pt）、「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 36.7%（同▲4.4%pt）となっている。

一方、家族形成については、「結婚しようとする未婚者が増える」は、そう思う層はおおむね横ばい（19.3%、1.2%pt）で推移しているが、「（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 43.1%と昨年 12 月からはわずかながら減少しているものの、6月から 6.7%pt 増と高い水準を維持している。

⇒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、昨年6月より増えている。

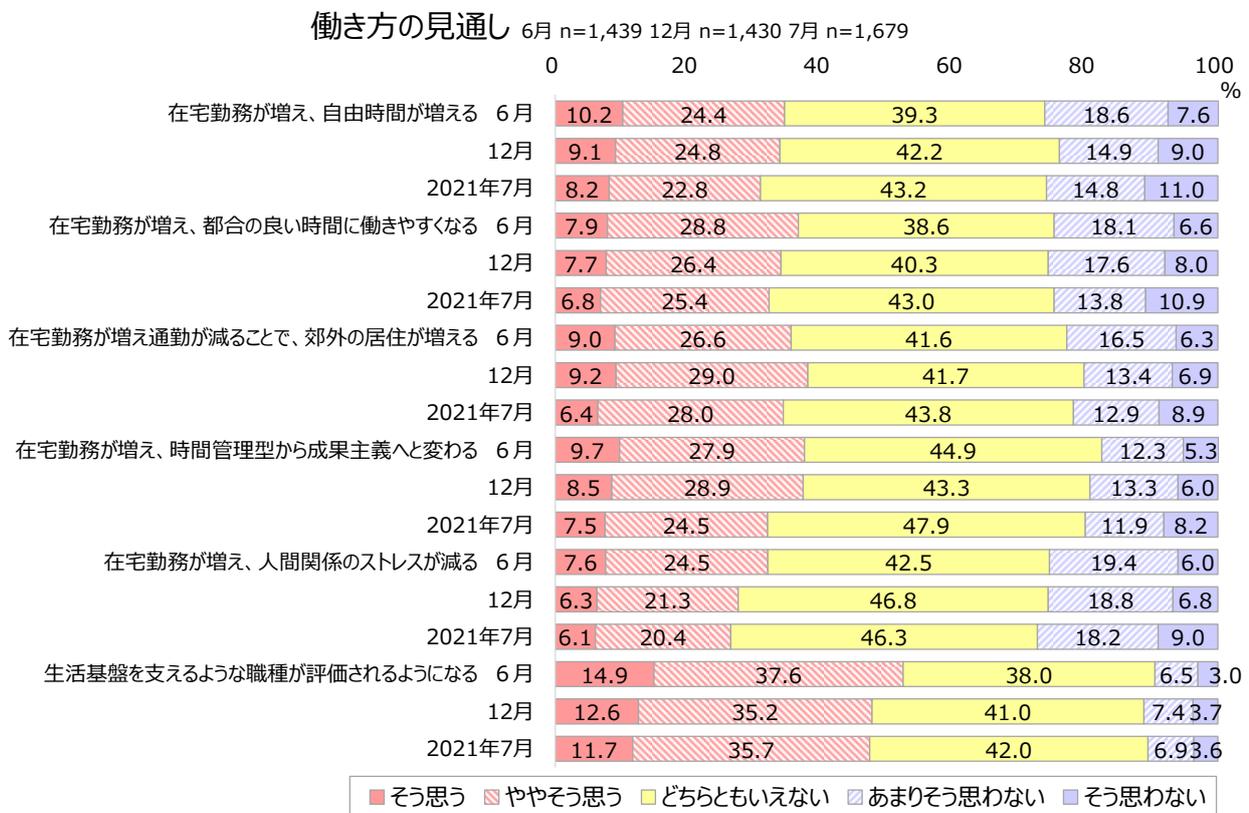


③ 働き方の見通し

コロナ禍の働き方への見通しでは、6月以降、そう思う層は概ね減少傾向が続いており、「在宅勤務が増え、時間管理型から成果主義へと変わる」(32.0%、昨年6月から▲5.6%pt)、「在宅勤務が増え、人間関係のストレスが減る」(26.5%、▲5.6%pt)、「生活基盤を支えるような職種が評価されるようになる」(47.4%、▲5.1%pt)、「在宅勤務が増え、都合の良い時間に働きやすくなる」(32.3%、▲4.4%pt)、「在宅勤務が増え、自由時間が増える」(31.0%、▲3.6%pt)となっている。

また、「在宅勤務が増え、通勤が減ることで、郊外の居住が増える」は昨年12月には35.6%と6月から増加したものの、7月には34.4%(12月から▲3.7%)と、減少に転じている。

⇒働き方の見通しでは、在宅勤務による成果主義への移行や自由時間の増加、ストレスの軽減など、いずれも関心の薄まりや在宅勤務慣れなどの影響か、肯定的な見方がやや弱まっている。



5 | 回答者プロフィール

		n	%
性別	男性	1228	49.4
	女性	1259	50.6
年齢	20～29 歳	330	13.3
	30～39 歳	455	18.3
	40～49 歳	548	22.0
	50～59 歳	459	18.5
	60～69 歳	695	27.9
地域	北海道	135	5.4
	東北地方	143	5.7
	関東地方	943	37.9
	中部地方	388	15.6
	近畿地方	480	19.3
	中国地方	119	4.8
	四国地方	53	2.1
	九州地方	226	9.1
未既婚	未婚	1004	40.4
	既婚	1483	59.6
子の有無	子供なし	1109	44.6
	子供あり	1378	55.4
就業・非就業	就業	1679	67.5
	非就業	1010	32.5