



新型コロナウイルスがいつ終息するかわからない、先が見えない日々の中で、生活者の意識や行動が大きな影響を受けていることは明らかである。こうした騒動下において起きている意識や行動の変化を捉えるために、緊急で調査を行いました。

<調査概要>

- 調査目的: 新型コロナウイルスの騒動における意識や行動
- 調査方法: 簡易掲示板式ネット調査
- 調査実施期間: 2020年 3月13日 ~ 3月15日
- 調査地域: 全国
- 調査対象: 20歳以上の一般男女
- 調査数: 調査①:723人 / 調査②:421人

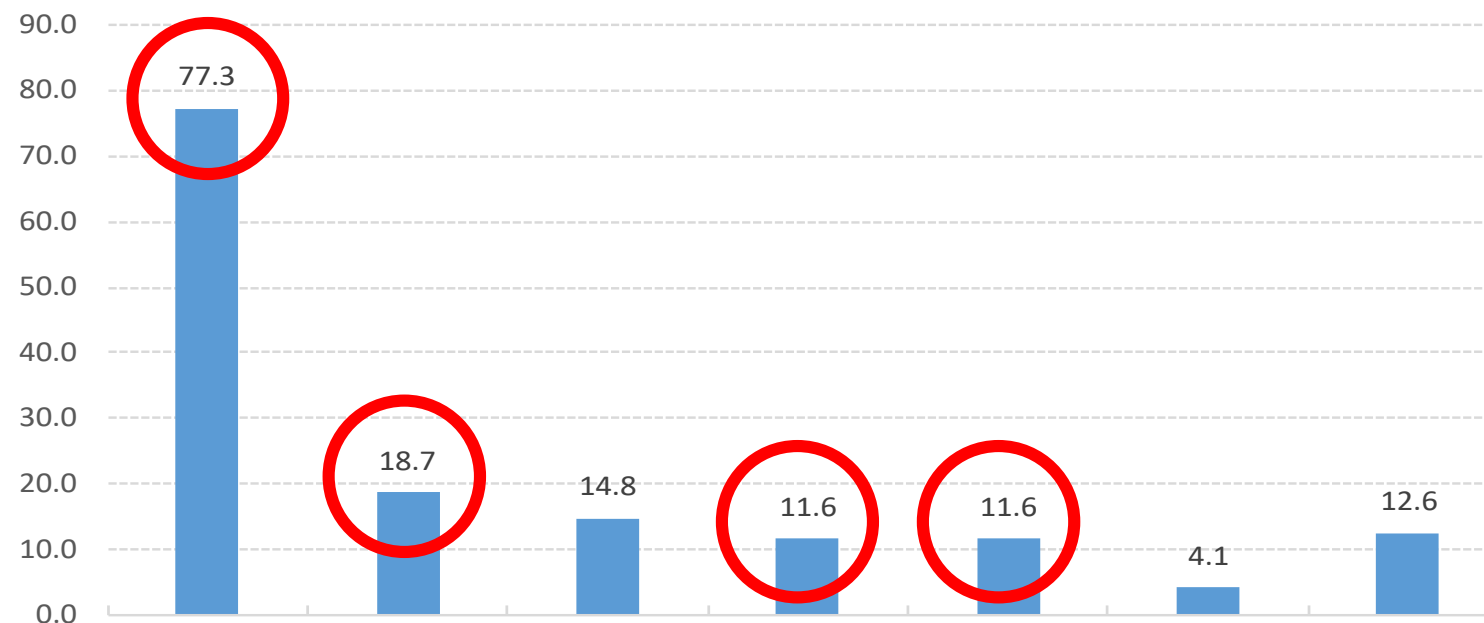
要約

- 外出を控え、在宅中心の生活が基本となる生活の中では、暇な時間が増えたり、家族とのコミュニケーションを取る時間なども増え、落ち着いた生活シーンを取り戻したような姿も伺える。
- 在宅中心ということで、行動に制約を受ける生活では、やはり主役はネットを介した各種サービスの利用で、「ネット通販」や「ネット配信の映画」などの利用が増えている。
- しかし、ネット中心の生活には、「目が疲れる」や「ネットサーフィンで無為な時間を過ごしてしまう」などのネガティブな意識も多く見られ、反対に、「カタログは良い気分転換になる」など、改めて紙媒体を評価する意識なども芽生えてきていることがわかった。

①新型コロナウイルスの騒動による生活の変化（1問アンケート）

<新型コロナウイルスの影響で、騒動が起きる前と後での、生活の変化を教えてください！>

Q.新型コロナウイルスの影響で、あなたご自身の生活で変化したことを、次の中からすべてお選びください。



	n	外出する機会が減った	休日などは暇な時間が増えた	家で家族と食事をする時間が増えた	ネット通販で買い物をする機会が増えた	ネット配信の映画や番組を視聴する時間が増えた	新しい勉強や趣味を始めた	その他
TOTAL	723	77.3	18.7	14.8	11.6	11.6	4.1	12.6
男性	262	70.6	17.2	10.7	6.1	10.3	3.4	17.2
20代	26	73.1	30.8	11.5	3.8	11.5	0.0	7.7
30代	55	78.2	12.7	9.1	5.5	3.6	5.5	12.7
40代	70	65.7	24.3	7.1	4.3	14.3	2.9	17.1
50代	55	63.6	14.5	9.1	1.8	10.9	3.6	25.5
60代	43	74.4	11.6	16.3	16.3	11.6	2.3	14.0
70代	13	76.9	0.0	23.1	7.7	7.7	7.7	30.8
女性	461	81.1	19.5	17.1	14.8	12.4	4.6	10.0
20代	67	86.6	26.9	16.4	14.9	17.9	7.5	3.0
30代	136	83.8	18.4	14.7	15.4	11.0	2.9	8.1
40代	142	79.6	18.3	19.7	12.0	9.9	4.2	11.3
50代	77	77.9	19.5	18.2	18.2	14.3	3.9	13.0
60代	25	72.0	24.0	20.0	16.0	16.0	12.0	16.0
70代	14	78.6	0.0	7.1	14.3	7.1	0.0	21.4

■はTOTALと比べて5%以上高いセル ■はTOTALと比べて10%以上高いセル (%)

→ 「外出」が減り、「暇な時間」や「ネット通販・配信」が増えていることが分かる。

①新型コロナウイルスの騒動による生活の変化（自由回答の事例）

Q.新型コロナウイルスの影響で、あなたのご自身の生活で何か変化が起きましたか？
騒動が起きる前と後とで変わったことを具体的にお聞かせください。



ろびん(49077) 40代 女性

1日前

外出を避けるようになった。外食もしていない。子供がずっと家に居る。家族と職場以外の人と会わなくなった。買い物も必要な物だけ短時間で買うようになった。家事が増え、疲労がとれない。心にゆとりがなくなった。



うさぎ(78199) 20代 女性

1日前

外出を控えています。家時間が増えたので、快適に過ごすために掃除をしたり本や雑誌を買いだめしてのんびりと過ごしています。



ゆーちん(61909) 40代 女性

2日前

外食にいけなくなった。通販で買い物をするのがかなり増えた



比叡金剛榛名(38894) 40代 女性

2日前

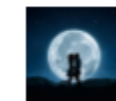
生鮮食品以外ネット通販が増えてしまった。どこに行くにも子供向けイベントが自粛で、テレビやDVD見たり時間が増えて、ときどき外に行きたい子供をなだめる日々。



もえ(40687) 30代 女性

2日前

外出が減り、ネットスーパーや通販を利用する機会が増え、なんとか楽しめることを探しています



KSN(76875) 30代 男性

3日前

外出の機会は確実に減りました。ただネット通販などが増えたので消費はそれほど減っていません。

→ 自由回答からも、外出が減り、暇になった時間を家で過ごす様子、買い物をネット通販などで済ます様子がうかがえる。

②家での過ごし方（自由回答の事例）

新型コロナウイルス騒動を受けて、外出が減って家で過ごす時間が増えた方にお聞きします！

Q.新型コロナウイルス騒動下における、
家での ①主な過ごし方 ②どんな風に気分転換をしているか を教えてください。

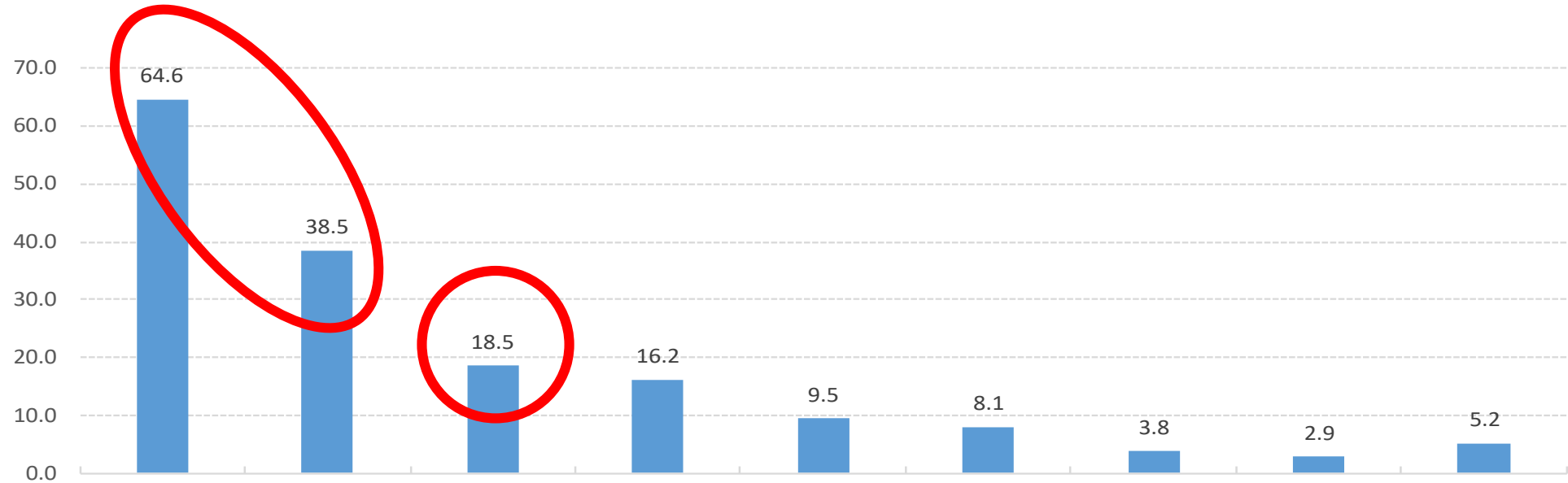
男性	30代	①ネットサーフィン②特になし
女性	40代	①テレビやネットで海外ドラマを見る。本を読む。SNSをチェックする。 ②掃除をする。部屋の片づけをする。ラジオ体操をする。
男性	40代	①インターネット、たまっていた録画番組を見る②ない
女性	30代	①家事と育児をしています②ネット通販
男性	50代	①テレビやネットを見てる ②テレビやネットを見ながらスナック菓子を食べる
女性	30代	①ネット、テレビ、工作③散歩、公園
女性	30代	①スマホをみる(ゲームかSNSかネットサーフィン)→動画配信サービスをみる→YouTubeをみる。このループ②洗濯物を外へ干すときと取り込むときが窓を開け
男性	50代	①ネットサーフィン、動画閲覧②ストレッチ
女性	40代	①ゲーム 漫画 映画 ハンクラ ②今まで買ってみなかったものをあえてネット通販で買ってみた
女性	50代	1. ネット徘徊。2. 家族とおしゃべり。
男性	20代	①ネットをみる ②買い物のため外に出る
女性	30代	①ネットで閲覧 ②ネットで映画やドラマを見ることが気分転換になっている
女性	60代	①ネットと、AmazonPrimeVideo。家事をこなす。②家にこもるのが嫌いではないので、平気です。
女性	50代	①録画したものを見る。ネットを見る。読書。片付けや掃除。 ②近くを散歩する。人ごみでなければ我慢せず出かける。
女性	40代	①新聞を隅から隅まで読む、ネット、動画、情報番組を見る②通販、動画
女性	40代	①録画した映画や番組をみたり、ネットサーフィンをする②時々体を動かして庭に出る
女性	50代	①掃除を念入りにする、ネットサーフィン、TV②短時間でも外には出てスーパーに行ったり近所を歩いたりする。
男性	70代	①主にネットサーフィンだが、代わり映えがしないので最近飽きてきた②室内体操をやって気分転換している。
女性	40代	①家で片付けやネット。②なかなか気分転換はできていないかも。普通の春休みとは違って出かけにくいので子供たちのストレスがすごく、当たられるのがつら
女性	30代	①ネットしたり、掃除や整理をしたり②運動器具を使って体を動かす、甘いものを食べる。
女性	40代	①家でネットやテレビ ②犬の散歩
女性	40代	①業務再開に向けて準備。ヨガインストラクターをやっているので練習や勉強に充てた②ネットでドラマや映画を見て過ごす
女性	50代	①ネットで動画などを観る・読書 ②公園まで散歩しています
男性	30代	①ネットサーフィン ②ときどき自宅近くを散歩する
女性	30代	①ネットをひたすら見てしまう。②コーヒーや紅茶を飲む
男性	40代	①ゲーム、テレビ、ネット ②散歩やジョギング
男性	60代	①テレビを見たりネットサーフィンをしたりです。②アルコール飲料を飲んで寝ることです。

→ “家での過ごし方”について改めて聞いた場合にも、
「ネット」で過ごすという回答が多数。

②家での過ごし方（1問アンケート）

新型コロナウイルス騒動を受けて、外出が減って家で過ごす時間が増えた方にお聞きします！

Q.コロナ騒動下、家でネット等の媒体を見て過ごす中で感じる意識について、あてはまるものを全て教えてください。



	n	ネットは目が疲れやすいと感じる	あてもなくネット検索やネットサーフィンをした場合、無為な時間を過ごしたと感じてしまう	たまに紙のカタログなどの情報誌を見ると、良い気分転換になる	ネットで視聴するコンテンツは、あまりどれも代り映えしないように感じる	ネットではなく、改めて紙で閲覧する行為の良さを感じるようになった	ネットで見聞きしたことはあまり記憶に残っていないが、紙の媒体は印象に残りやすいと感じた	ダイレクトメールで送られてきたカタログなどの情報誌を読むようになった	ダイレクトメールで送られてきたカタログなどの情報誌を見る時間が長くなった	その他
TOTAL	421	64.6	38.5	18.5	16.2	9.5	8.1	3.8	2.9	5.2
男性	151	60.3	33.8	15.9	16.6	10.6	7.3	5.3	2.6	8.6
20代	27	74.1	18.5	11.1	22.2	3.7	3.7	0.0	0.0	3.7
30代	32	62.5	37.5	21.9	15.6	9.4	9.4	9.4	6.3	0.0
40代	35	54.3	37.1	11.4	20.0	14.3	2.9	5.7	0.0	11.4
50代	28	60.7	35.7	17.9	10.7	7.1	3.6	3.6	3.6	14.3
60代	25	60.0	40.0	20.0	16.0	16.0	12.0	8.0	4.0	12.0
70代	4	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0
女性	270	67.0	41.1	20.0	15.9	8.9	8.5	3.0	3.0	3.3
20代	42	76.2	28.6	14.3	11.9	4.8	4.8	4.8	4.8	0.0
30代	88	76.1	42.0	19.3	17.0	3.4	4.5	0.0	2.3	3.4
40代	78	56.4	41.0	23.1	12.8	11.5	6.4	1.3	1.3	5.1
50代	44	61.4	56.8	20.5	20.5	13.6	15.9	6.8	2.3	2.3
60代	12	66.7	33.3	16.7	25.0	25.0	33.3	8.3	8.3	8.3
70代	6	50.0	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0

■はTOTALと比べて5割以上高いセル ■はTOTALと比べて10割以上高いセル (%)

→ 「ネットに疲れている様子」も多く見られるが、カタログなどの「紙媒体の良さを再認識」している人が2割弱いることも分かった。