

On Corona

With Corona **With Risk**

After Corona

2022/1/21



– With Corona –
‘新しい日常’への兆し

〈Vol.14〉

株式会社インテージ
カスタマー・ビジネス・ドライブ本部 事業デザイン部
生活者研究センター センター長
田中 宏昌

1. ふたたびの‘不安’ 3

～ 第6波・新規感染者数の増加とともに ～

2. 暮らしへのインパクト 14

～ 購買行動・内食率・健康意識など ～

3. ‘視なおす’ということ 28

～ With Corona から With Risk へ ～

◆ディスクレイマー

本資料は、貴社内での議論・検討を目的に作成されたものであり、弊社がその実現性を保証するものではありません。

本資料は、貴社提供資料、弊社の内部情報、および、一般情報他、弊社が信頼できると判断した情報をもとに作成されておりますが、弊社はその内容についての真実性・正確性および完全性を保証するものではありません。また、本資料には、弊社の主観的意見が含まれることがあります。

本資料は、貴社内での使用のみに限り作成しておりますので、外部への公表資料として掲載許可を取得していない情報を含みます。

弊社は、その内容の用途について何ら責任を負うものではありません。

On Corona

With Corona

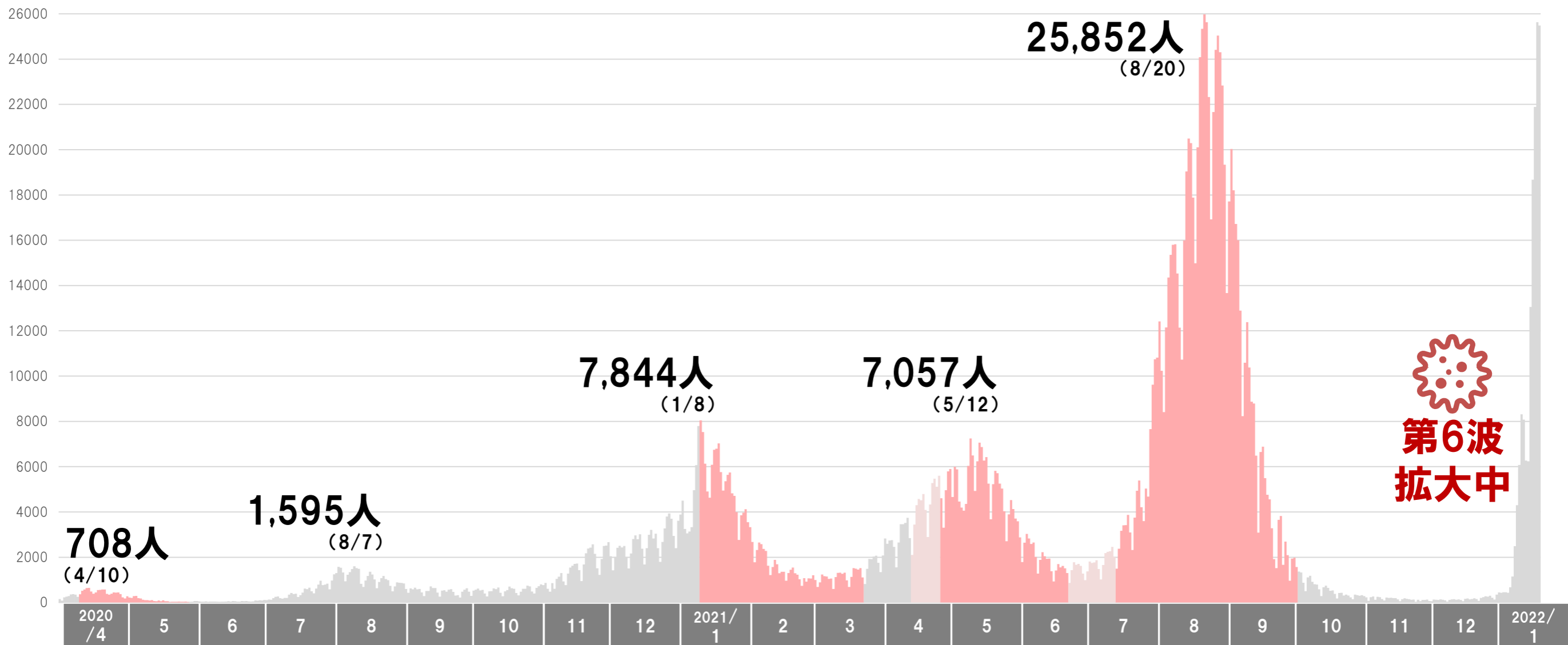
With Risk

After Corona



1. ふたたびの‘不安’

～ 第6波・新規感染者数の増加とともに ～

新型コロナ新規感染者数推移(全国)

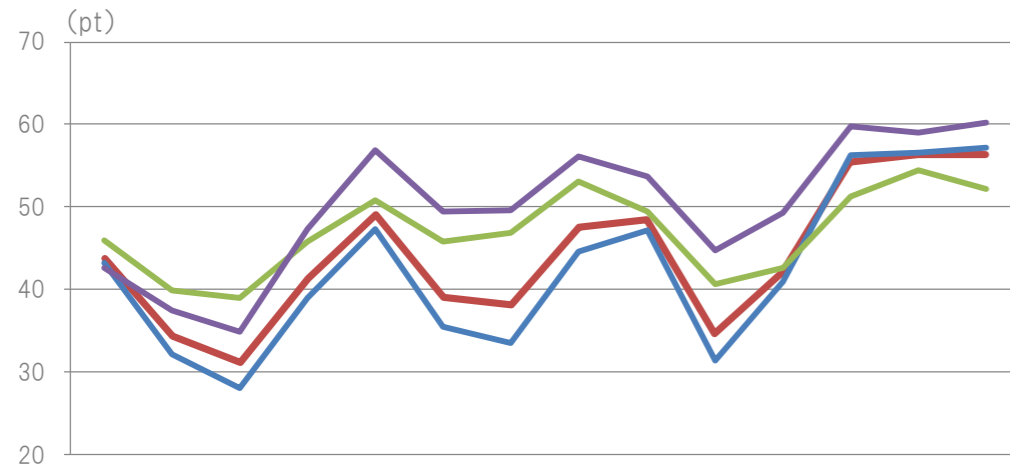



**第6波
 拡大中**

- 
《緊急事態宣言(東京)》
 ・1回目 2020/4/7-5/25
 ・2回目 2021/1/8-3/21
 ・3回目 2021/4/25-6/20
 ・4回目 2021/7/12-9/30
- 
《まん延防止等重点措置(東京)》
 ・1回目 2021/4/12-4/24
 ・2回目 2021/6/21-7/11

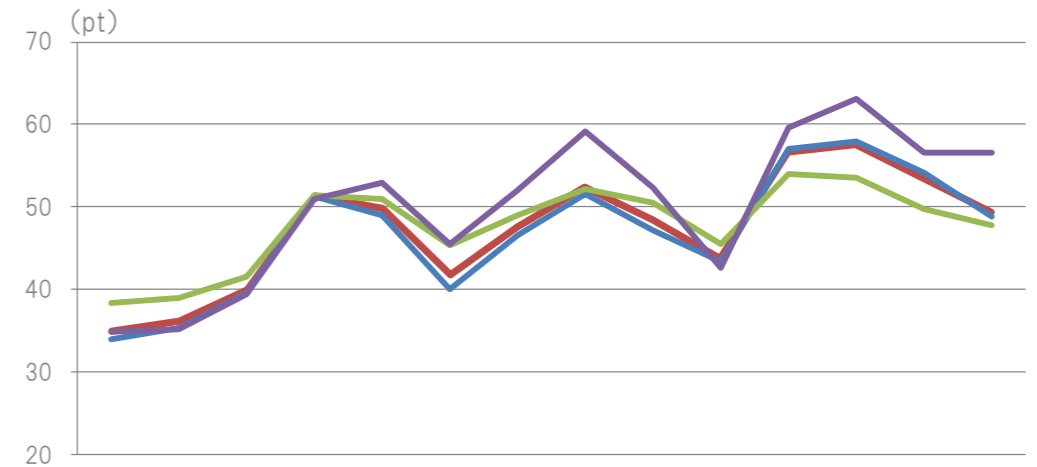
景況感(内閣府 景気ウォッチャー)

①景気の現状DI



	11	12	21/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	前月差
合計	44	34	31	41	49	39	38	48	48	35	42	56	56	56	0.1
家計動向関連	43	32	28	39	47	35	34	45	47	31	41	56	57	57	0.7
企業動向関連	46	40	39	46	51	46	47	53	49	41	43	51	55	52	-2.4
雇用関連	43	37	35	47	57	49	50	56	54	45	49	60	59	60	1.2

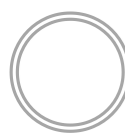
②景気の先行きDI



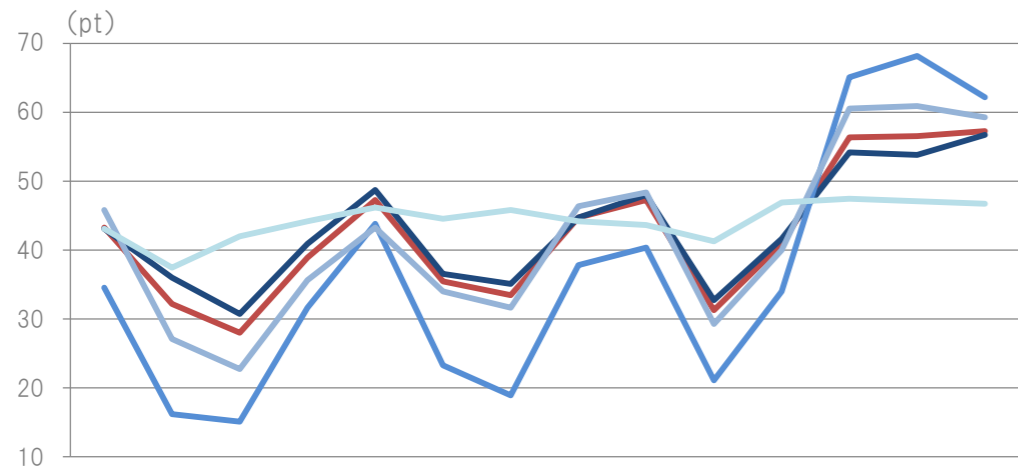
	11	12	21/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	前月差
合計	35	36	40	51	50	42	48	52	48	44	57	58	53	49	-4.0
家計動向関連	34	35	40	51	49	40	47	52	47	43	57	58	54	49	-5.2
企業動向関連	38	39	42	51	51	45	49	52	51	46	54	54	50	48	-2.1
雇用関連	35	35	39	51	53	46	52	59	52	43	60	63	57	57	-0.1

【出典】内閣府 景気ウォッチャー(DI ※ディフュージョン・インデックス) <https://www5.cao.go.jp/keizai3/2022/0112watcher/bassui.html>

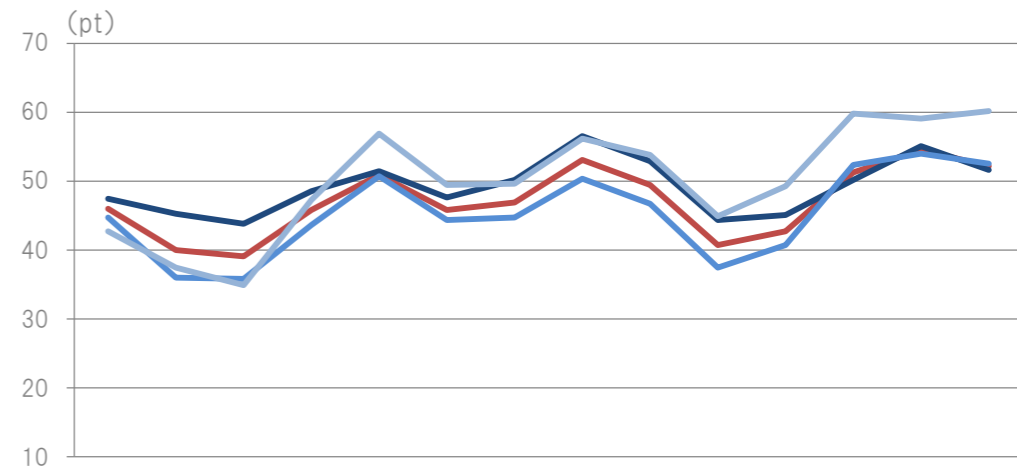
国内でのオミクロン株の感染確認により、現状DIは横ばいに、
先行きDIは悪化に転じる。



【詳細内訳】①景気の現状DI



	11	12	21/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	前月差
合計	44	34	31	41	49	39	38	48	48	35	42	56	56	56	0.1
家計動向関連	43	32	28	39	47	35	34	45	47	31	41	56	57	57	0.7
小売関連	43	36	31	41	49	37	35	45	48	33	42	54	54	57	3.0
飲食関連	35	16	15	32	44	23	19	38	40	21	34	65	68	62	-6.1
サービス関連	46	27	23	36	43	34	32	46	48	29	40	61	61	59	-1.6
住宅関連	43	37	42	44	46	45	46	44	44	41	47	48	47	47	-0.3

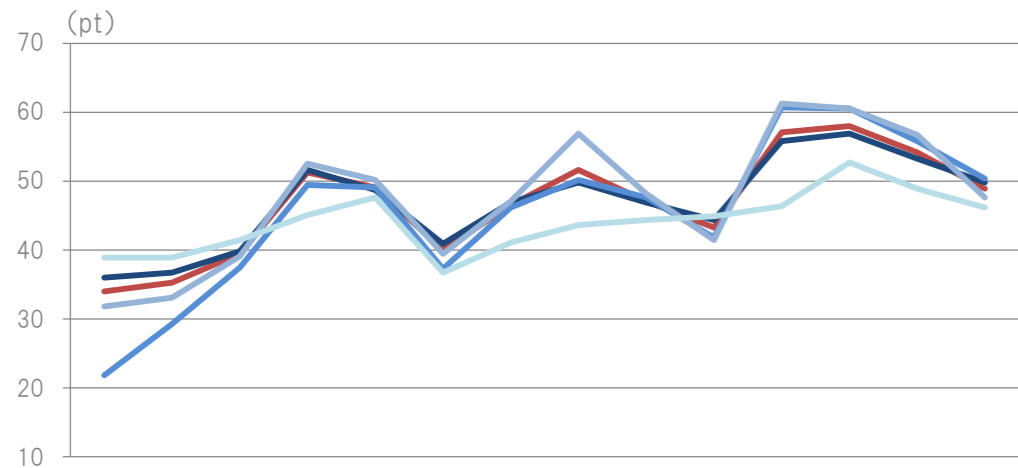


	11	12	21/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	前月差
合計	44	34	31	41	49	39	38	48	48	35	42	56	56	56	0.1
企業動向関連	46	40	39	46	51	46	47	53	49	41	43	51	55	52	-2.4
製造業	47	45	44	49	51	48	50	57	53	44	45	50	55	52	-3.5
非製造業	45	36	36	44	51	44	45	50	47	37	41	52	54	53	-1.5
雇用関連	43	37	35	47	57	49	50	56	54	45	49	60	59	60	1.2

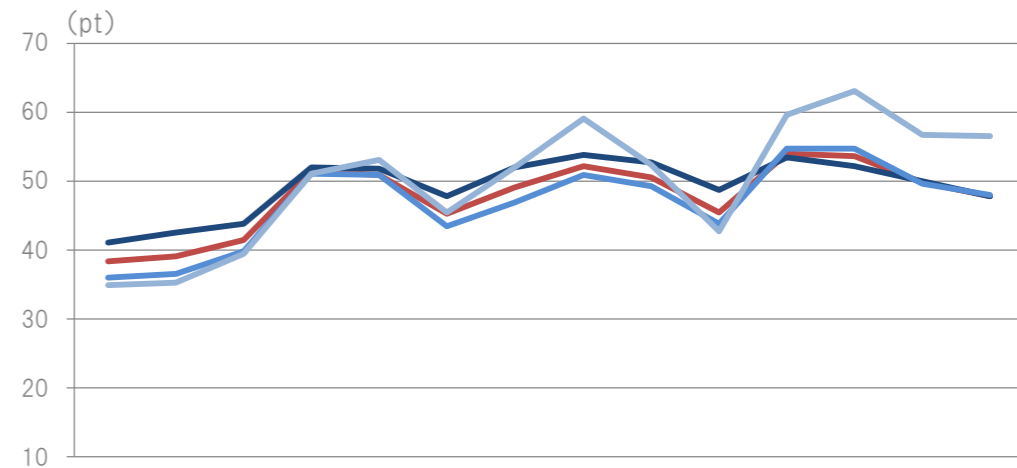
【出典】内閣府 景気ウォッチャー(DI ※ディフュージョン・インデックス) <https://www5.cao.go.jp/keizai3/2022/0112watcher/bassui.html>

回復に向かった飲食が再び悪化へ。
回復傾向だったその他も横ばいへ。

【詳細内訳】②景気の先行きDI



	11	12	21/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	前月差
合計	35	36	40	51	50	42	48	52	48	44	57	58	53	49	-4.0
家計動向関連	34	35	40	51	49	40	47	52	47	43	57	58	54	49	-5.2
小売関連	36	37	40	52	49	41	47	50	47	44	56	57	53	50	-3.6
飲食関連	22	29	38	49	49	37	46	50	48	42	61	60	56	50	-5.4
サービス関連	32	33	39	53	50	40	47	57	48	41	61	60	57	48	-9.1
住宅関連	39	39	42	45	48	37	41	44	44	45	46	53	49	46	-2.6





	11	12	21/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	前月差
合計	35	36	40	51	50	42	48	52	48	44	57	58	53	49	-4.0
企業動向関連	38	39	42	51	51	45	49	52	51	46	54	54	50	48	-2.1
製造業	41	43	44	52	52	48	52	54	53	49	53	52	50	48	-2.3
非製造業	36	37	40	51	51	44	47	51	49	44	55	55	50	48	-1.6
雇用関連	35	35	39	51	53	46	52	59	52	43	60	63	57	57	-0.1

【出典】内閣府 景気ウォッチャー(DI ※ディフュージョン・インデックス) <https://www5.cao.go.jp/keizai3/2022/0112watcher/bassui.html>

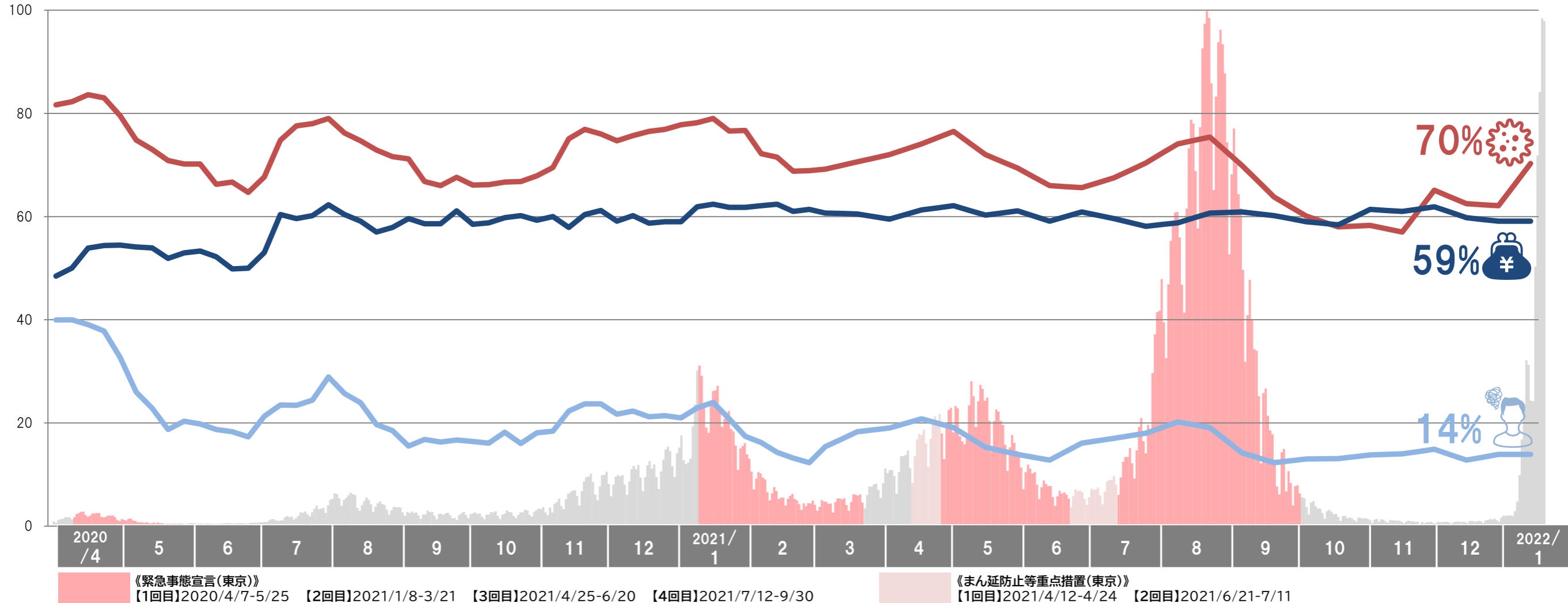
**先行きDIは小売, 飲食, サービスなど悪化傾向へ。
回復基調だった雇用も急激に悪化へ。**

【長期推移】晴れない不安：感染拡大, 暮らしについて(3/30~時系列推移)

 **新型コロナ感染拡大**
(不安がある)

 **家庭の暮らし向き**
(今より悪くなる)

 **節約意識**
(家計の節約を心がけている)

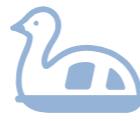


感染不安は再び7割。節約意識、暮らし向きの不安も底堅く推移。

【長期推移】晴れない不安：感染拡大，外出や行動について(3/30～時系列推移)



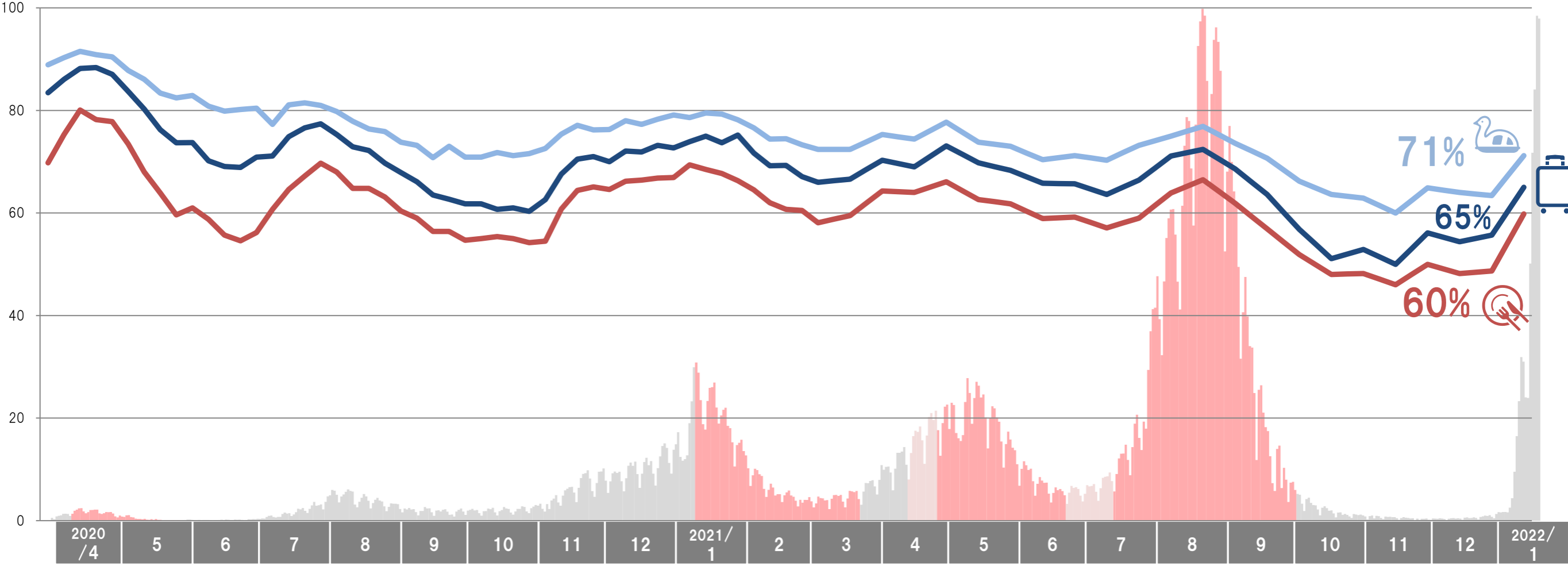
飲食店での食事
(不安がある)



テーマパークや繁華街・人が集まる場所
(不安がある)



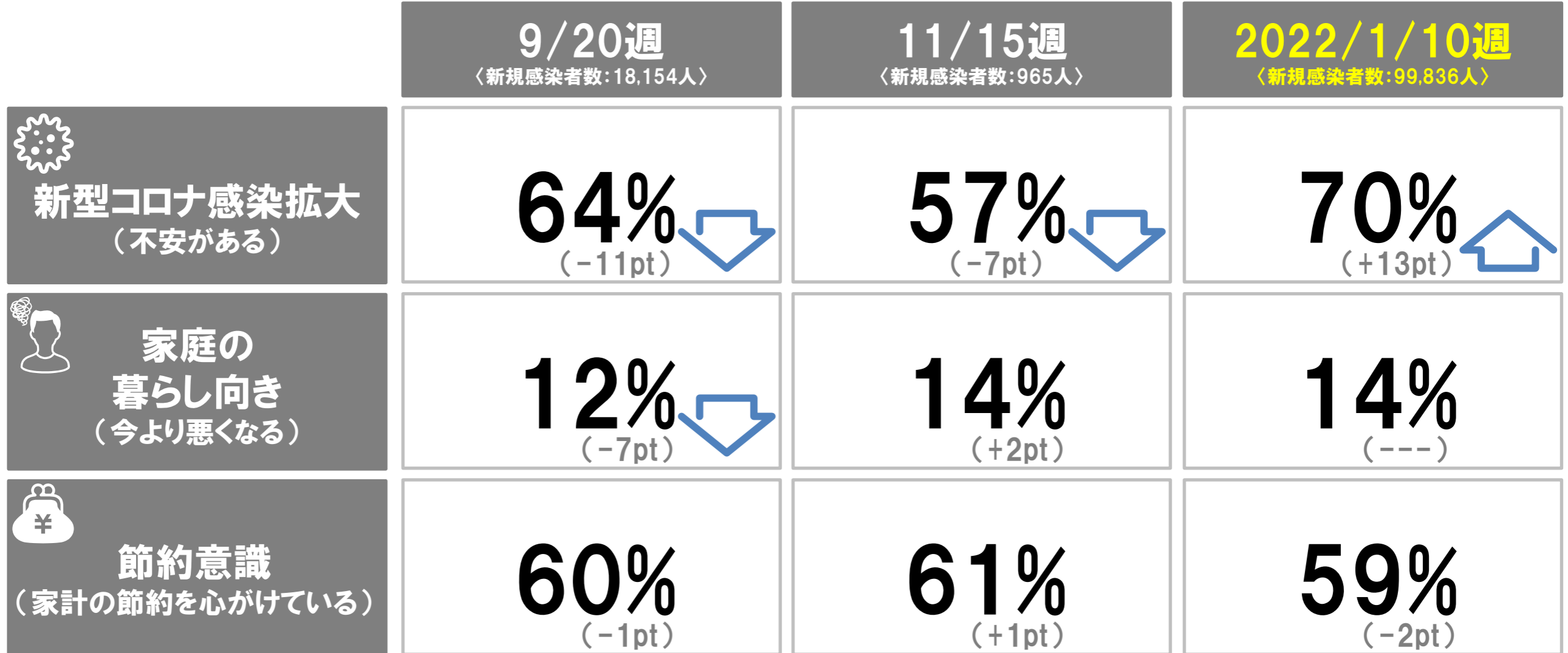
国内旅行
(不安がある)



《緊急事態宣言(東京)》
 【1回目】2020/4/7-5/25
 【2回目】2021/1/8-3/21
【3回目】2021/4/25-6/20
【4回目】2021/7/12-9/30
《まん延防止等重点措置(東京)》
 【1回目】2021/4/12-4/24
 【2回目】2021/6/21-7/11

オミクロン株拡大(第6波)に連鎖し、行動不安は大きく増加へ。

晴れない不安：感染拡大，暮らしについて

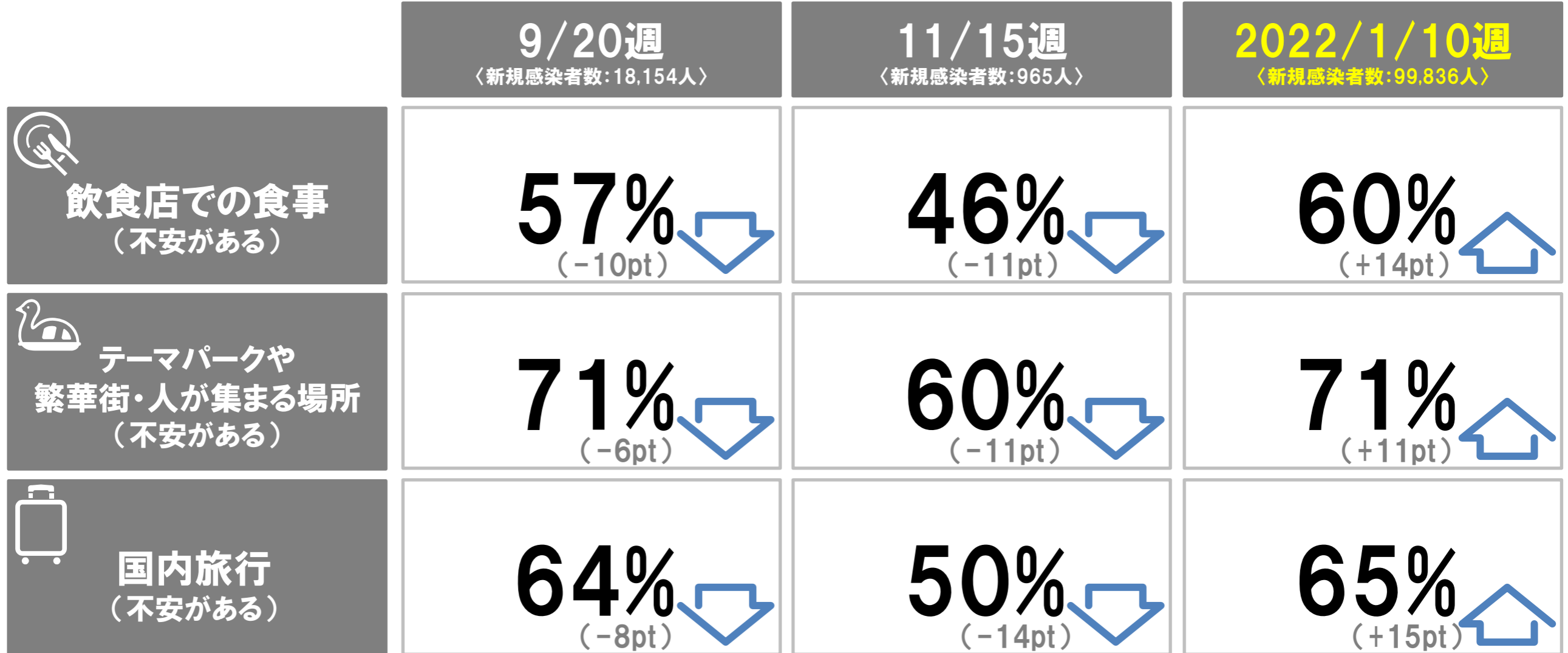


【感染者数出典】厚生省 新型コロナウイルス感染症について
<https://www.mhlw.go.jp/stf/covid-19/open-data.html>

【ウィークリー調査：2020年7月～】
 調査地域：全国 対象者条件：15-79歳の男女 標本サイズ：n=3,000s(1回あたり) 調査実施時期：2020年7月10日(金)～毎週末

第6波発生により感染不安は大きく増加して7割へ。
 節約意識、暮らし向きの不安も底堅く推移。

晴れない不安：外出や旅行について



【感染者数出典】厚生省 新型コロナウイルス感染症について
<https://www.mhlw.go.jp/stf/covid-19/open-data.html>

【ウィークリー調査:2020年7月~】
 調査地域:全国 対象者条件:15-79歳の男女 標本サイズ:n=3,000s(1回あたり) 調査実施時期:2020年7月10日(金)~ 毎週末

**感染不安の増加に伴い、外出を伴う行動不安も大きく増加。
 外食や旅行などの不安増加が著しい。**

晴れない不安：新型コロナ感染拡大の不安(エリア別)



新型コロナ 感染拡大不安

	全国	緊急事態宣言 先行7エリア※	先行7エリア 以外
全体	70%	70%	71%
男性	62%	62%	63%
女性	78%	78%	79%



地震・台風などの自然災害

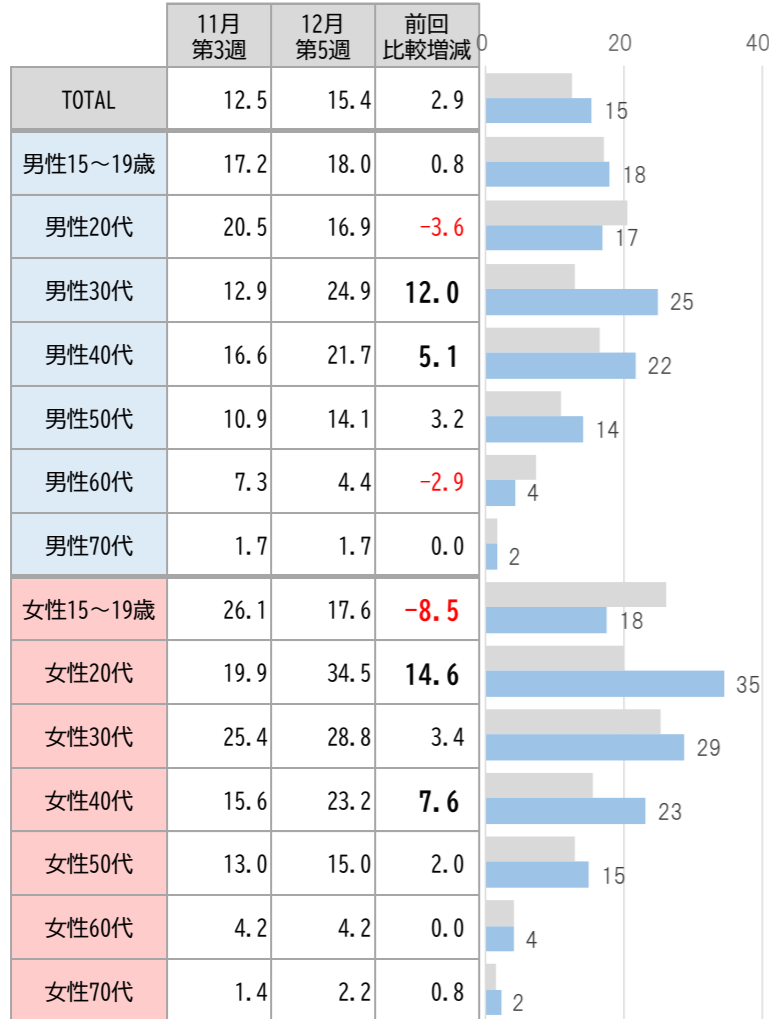
	8/23週	9/20週	11/15週
全体	53% (+2pt)	50% (-3pt)	51% (+1pt)
男性	46% (+2pt)	45% (-1pt)	44% (-1pt)
女性	60% (+1pt)	55% (-5pt)	57% (+2pt)

【ウィークリー調査:2022年1月2週】調査地域:全国 対象者条件:15-79 歳の男女 標本サイズ:n=3,142s(1回あたり) 調査実施時期:感染拡大不安_2022年1月14日(金)~2022年1月16日(日) / 自然災害_2021年11月19日(金)~21(日)

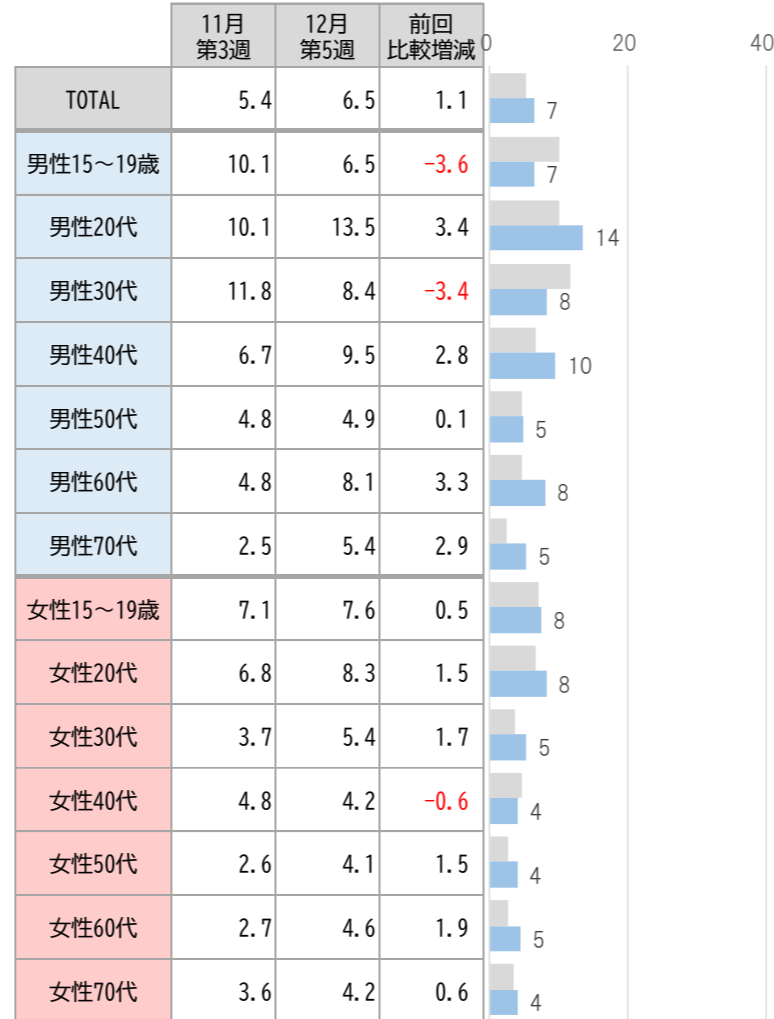
全国的に感染不安が拡大。災害に関する不安は横ばいが続く。
感染不安・災害不安ともに女性の方が強い。

年末・年始の旅行や実家への帰省予定

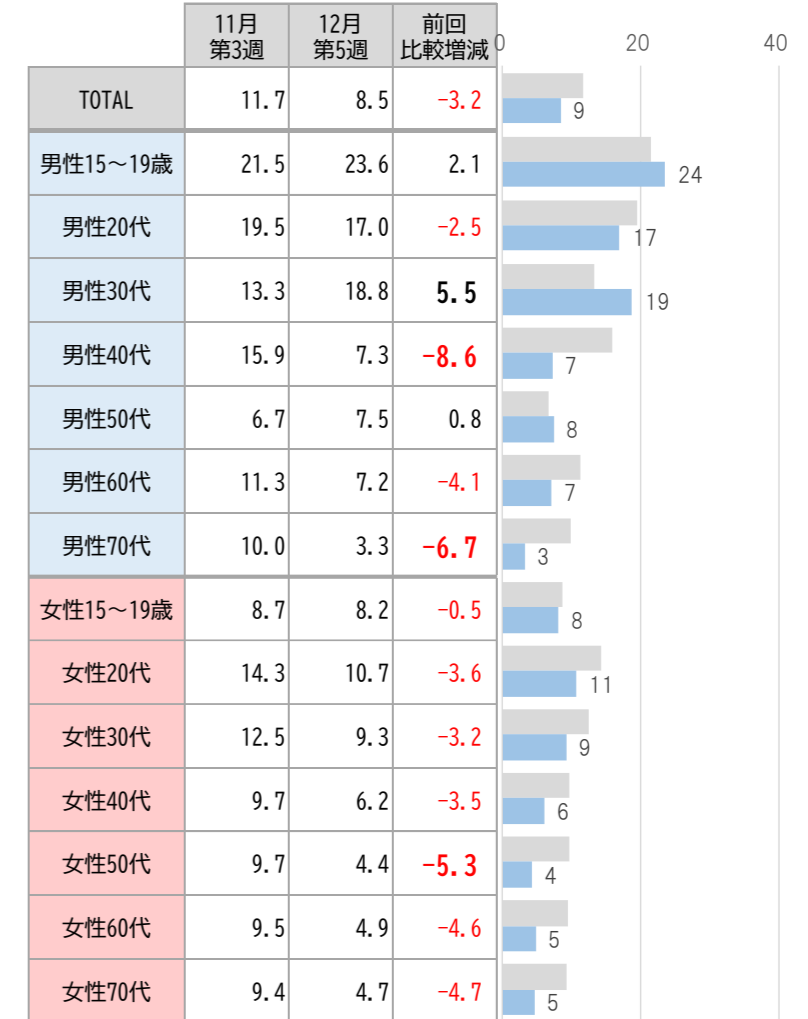
実家への帰省



日帰りの国内旅行



宿泊ありの国内旅行



【ウィークリー調査:2022年1月2週】調査地域:全国 対象者条件:15-79歳の男女 標本サイズ:n=3,142s(1回あたり) 調査実施時期:感染拡大不安_2022年1月14日(金)~2022年1月16日(日) / 自然災害_2021年11月19日(金)~21(日)

実家への帰省予定は20～40代を中心に大きく増加。
一方、宿泊ありの国内旅行は多くの年代層で減少へ。

On Corona

With Corona

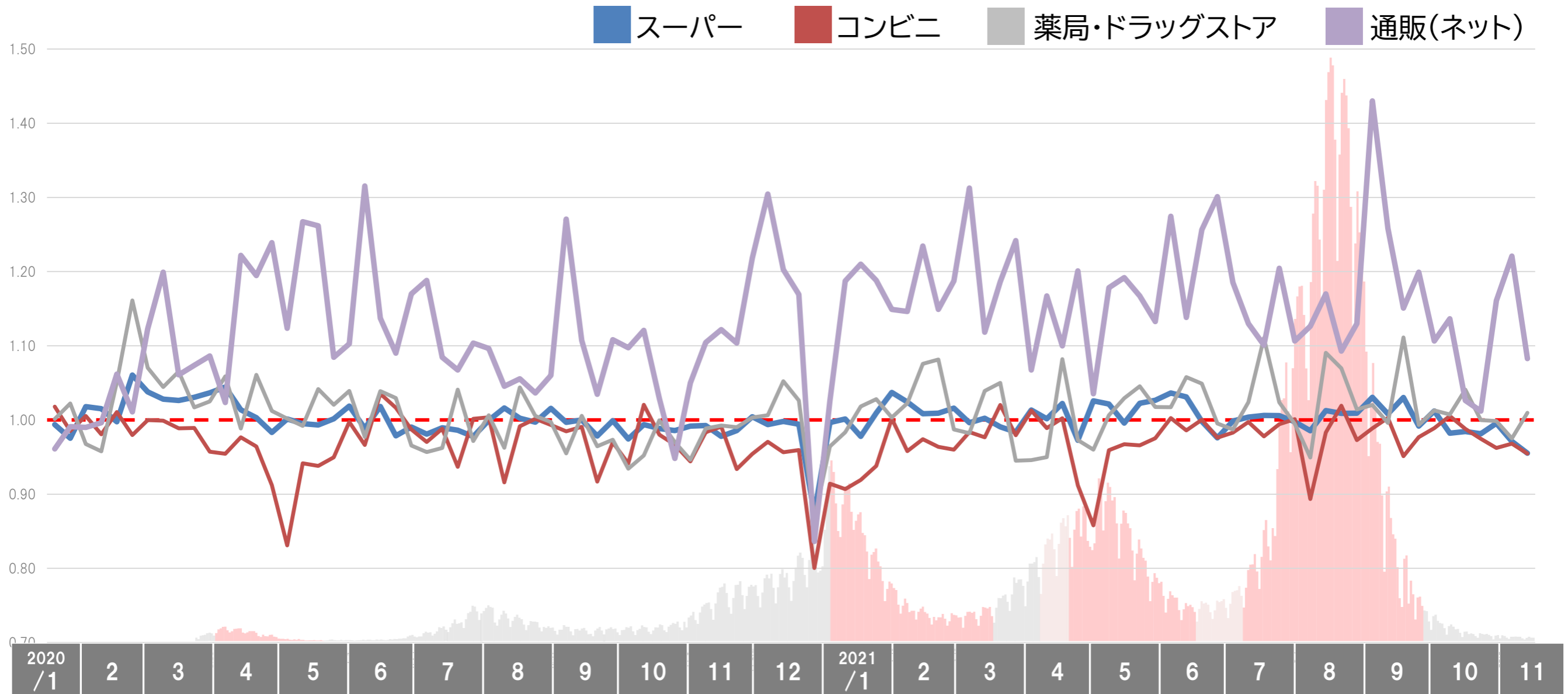
With Risk

After Corona

2. 暮らしへのインパクト

～ 購買行動・内食率・健康意識など ～

買い物行動：1週間の総買い物回数の変化

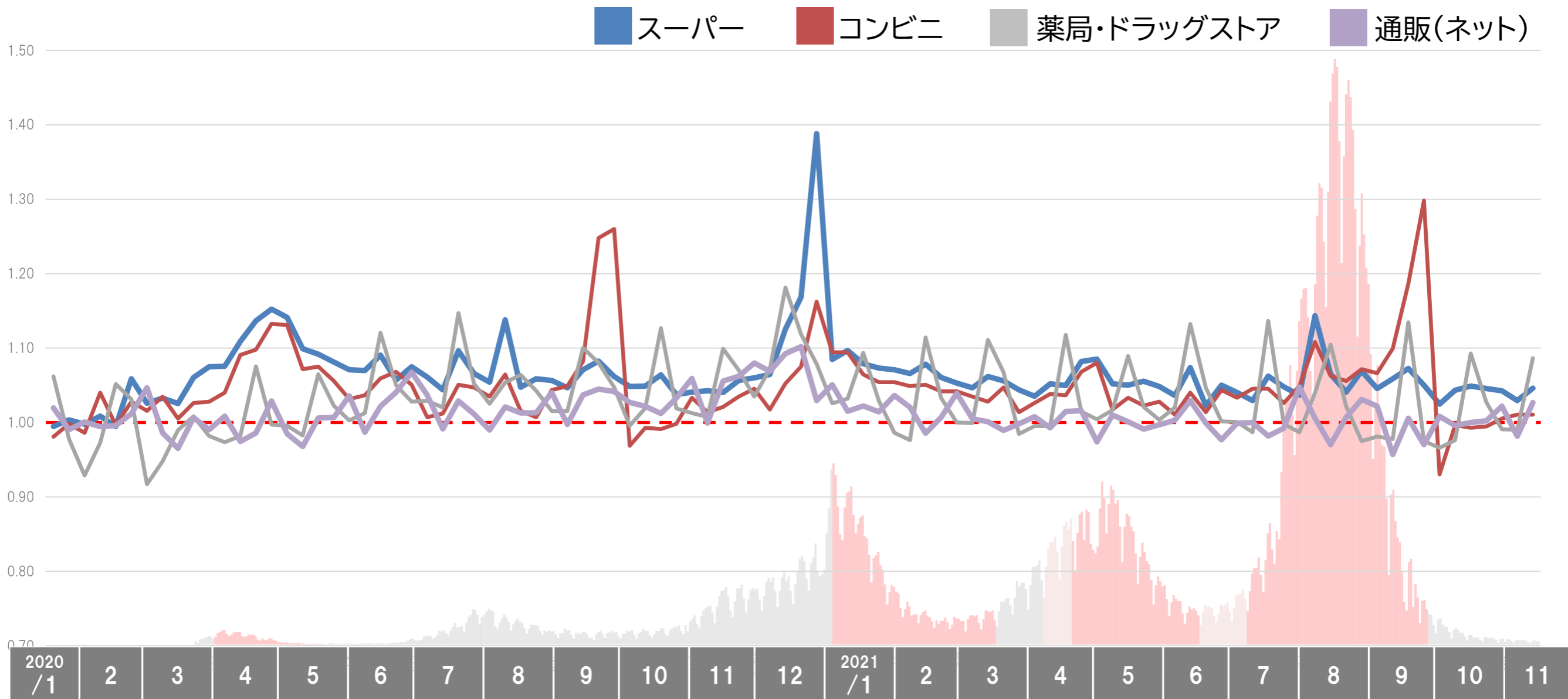


データ: インテージ SCI@レシートデータ 集計期間:2020/1/20-2021/11/21
対象: 食品・日用雑貨品・化粧品・医薬品のいずれかを含む買い物

指標: 水準値_日常生活に影響が出はじめる前(2020/1/20~2/23)の平均値を100とした時の数値
(全業態における購入1回当たりの決済金額ベース)

感染不安が高まるとリアル店舗の利用は減少し、ネットへシフト。

買い物行動：1回あたり平均買い物金額の変化

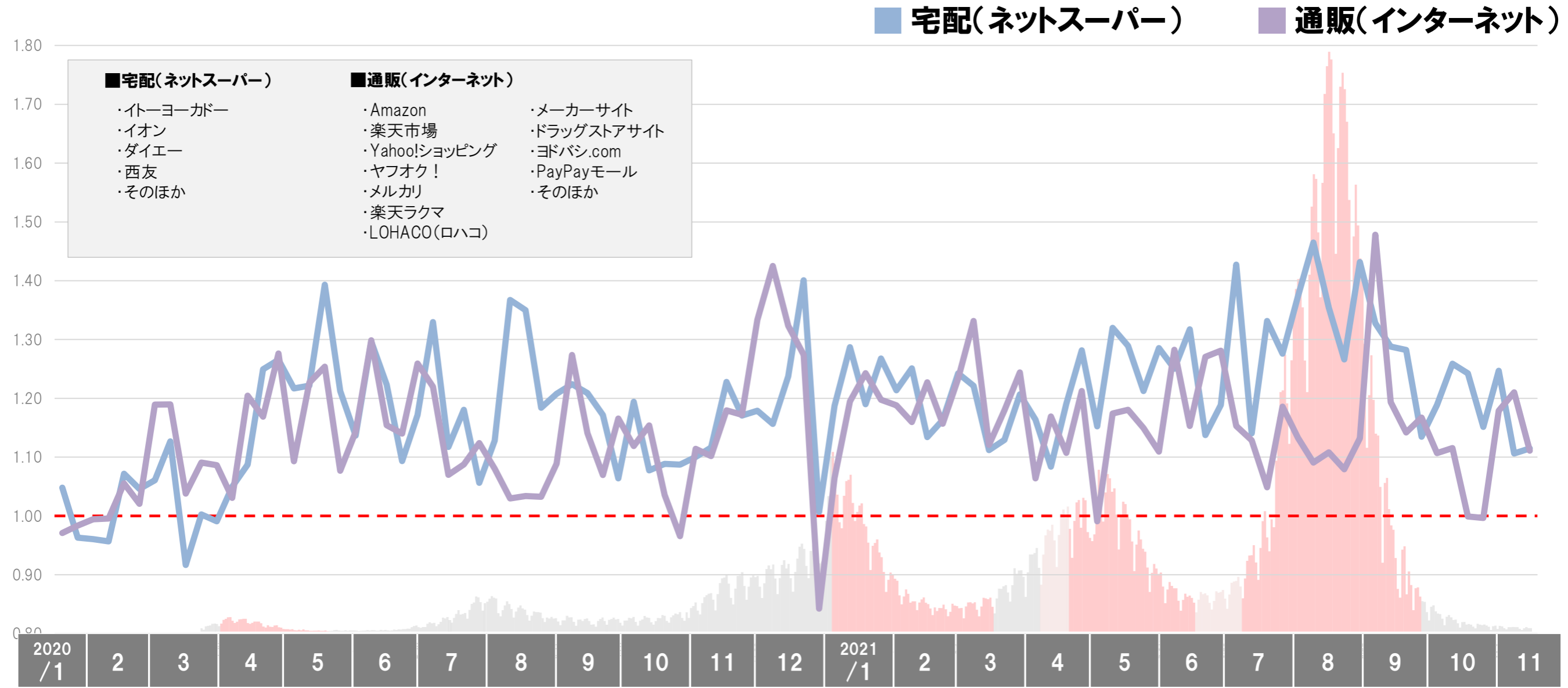


データ: インテージ SCI@レシートデータ 集計期間:2020/1/20-2021/11/21
 対象: 食品・日用雑貨品・化粧品・医薬品のいずれかを含む買い物

指標: 水準値_日常生活に影響が出はじめる前(2020/1/20~2/23)の平均値を100とした時の数値
 (全業態における購入1回当たりの決済金額ベース)

リアル店舗の利用回数が減少するとまとめ買いが顕著に。

買い物行動：宅配(ネットスーパー) vs 通販(インターネット)



データ: インテージ SCI@レシートデータ 集計期間:2020/1/20-2021/1/3 対象:食品・日用雑貨品・化粧品・医薬品のいずれかを含む買い物

緊急時にネットスーパーの活用が活発に. その後 定着へ.

買い物行動：チャンネル × 大品目分類別の変化

【1回目】緊急事態宣言下

2020/3/30 - 2020/5/10

	トータル	飲料	食品	雑貨	化粧品
トータル	109%	112%	109%	103%	85%
スーパー	113%	118%	112%	104%	72%
コンビニ	101%	101%	103%	89%	99%
ホームセンター	117%	115%	109%	115%	90%
薬局/ドラッグ	103%	108%	112%	95%	93%
デパート	41%	63%	43%	45%	23%
通販(ネット)	114%	119%	114%	120%	109%
通販(ネット以外)	108%	127%	106%	102%	88%

【1回目】宣言解除 経済再始動期(GotoXX期)

2020/9/7 - 2020/10/18

	トータル	飲料	食品	雑貨	化粧品
トータル	104%	116%	101%	103%	98%
スーパー	104%	120%	101%	100%	84%
コンビニ	106%	107%	109%	92%	104%
ホームセンター	105%	120%	93%	104%	94%
薬局/ドラッグ	100%	117%	97%	98%	97%
デパート	81%	83%	67%	94%	88%
通販(ネット)	115%	125%	108%	122%	106%
通販(ネット以外)	104%	122%	100%	106%	79%

【2回目】緊急事態宣言期

2020/12/28 - 2021/2/7

	トータル	飲料	食品	雑貨	化粧品
トータル	106%	104%	104%	98%	94%
スーパー	110%	108%	106%	98%	89%
コンビニ	99%	98%	98%	75%	86%
ホームセンター	102%	99%	96%	95%	92%
薬局/ドラッグ	101%	101%	105%	96%	95%
デパート	88%	113%	88%	106%	78%
通販(ネット)	112%	111%	115%	115%	102%
通販(ネット以外)	101%	96%	101%	93%	80%

【2回目】緊急事態宣言_延長期

2021/2/8 - 2021/3/21

	トータル	飲料	食品	雑貨	化粧品
トータル	107%	109%	106%	102%	106%
スーパー	107%	111%	106%	100%	98%
コンビニ	101%	101%	101%	67%	93%
ホームセンター	103%	108%	100%	97%	103%
薬局/ドラッグ	107%	112%	111%	99%	106%
デパート	88%	95%	82%	88%	93%
通販(ネット)	120%	125%	123%	121%	115%
通販(ネット以外)	108%	115%	107%	106%	87%

【4回目】緊急事態宣言期

2021/7/5 - 2021/8/1

	トータル	飲料	食品	雑貨	化粧品
トータル	104%	127%	99%	104%	101%
スーパー	104%	133%	99%	102%	106%
コンビニ	102%	111%	100%	64%	99%
ホームセンター	104%	115%	83%	107%	113%
薬局/ドラッグ	106%	136%	101%	103%	115%
デパート	65%	90%	56%	97%	65%
通販(ネット)	114%	145%	108%	115%	104%
通販(ネット以外)	102%	135%	102%	103%	76%

【4回目】宣言解除 経済再始動期(ワクチン接種後)

2021/10/11 - 2021/11/21

	トータル	飲料	食品	雑貨	化粧品
トータル	102%	110%	100%	101%	100%
スーパー	102%	111%	100%	101%	91%
コンビニ	98%	110%	95%	67%	101%
ホームセンター	98%	98%	85%	98%	97%
薬局/ドラッグ	103%	112%	105%	100%	103%
デパート	79%	80%	70%	105%	88%
通販(ネット)	111%	121%	109%	113%	105%
通販(ネット以外)	99%	108%	99%	92%	78%

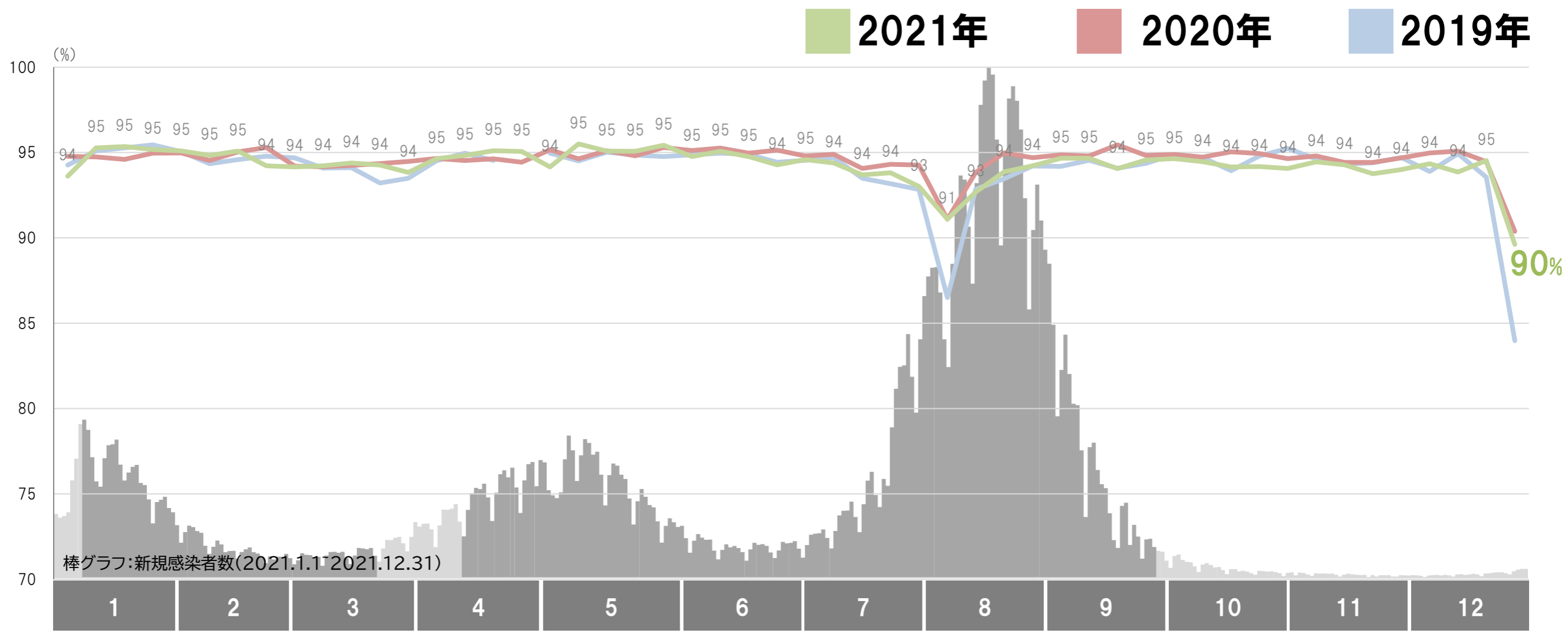
データ：インテージ SCI@レシートデータ
 集計期間：①2020/3/30-5/10、②2020/9/7 - 2020/10/18、③2020/12/8 - 2021/2/7、
 ④2021/2/8 - 2021/3/21、⑤2021/7/5 - 2021/8/1、⑥2021/10/11 - 2021/11/21
 指標：水準値_日常生活に影響が出はじめる前(2020/1/20~2/23)の平均値を100とした時の数値
 (総買い物金額:業態別の決済金額ベース)

ハッチング：エクセル 条件付き書式(3色スケールにてハッチング)



通販(ネット)はどの大品目分類においても高い水準を維持。

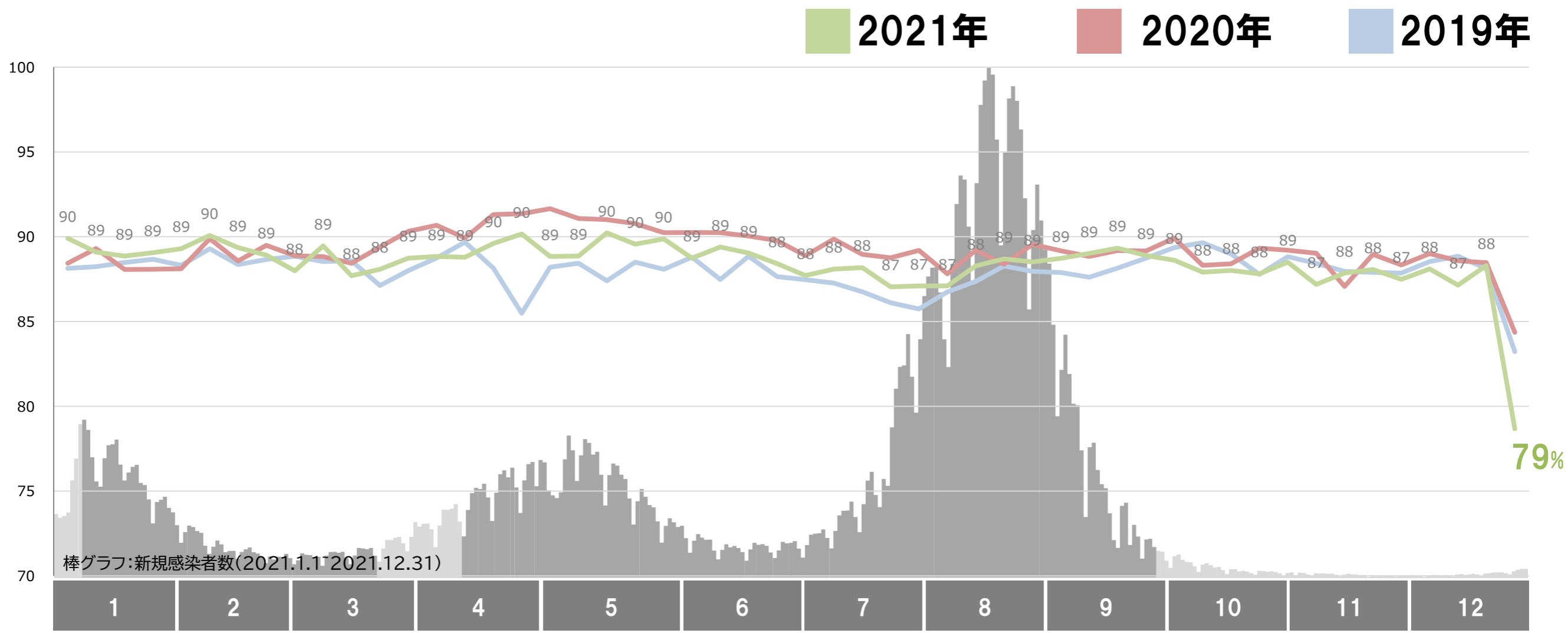
内食率_朝食【平日】



データ: Kitchen Diary 速報値(京浜+京阪神+東海/70代含む) 集計期間:2019/1 ~ 2021/12月第4週 指標:内食率

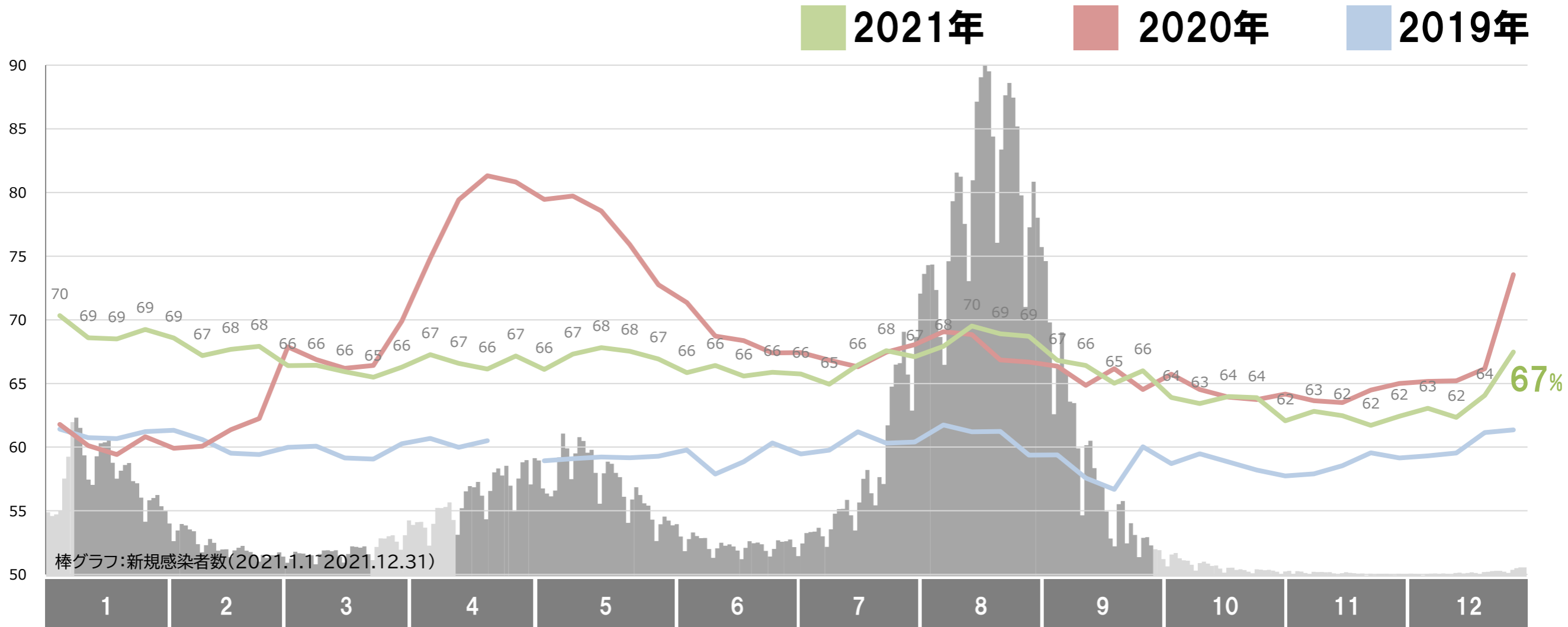
※2019年5月1週目(4/29-5/5)はすべて休日だったため平日データなし

内食率_朝食【休日】



データ: Kitchen Diary 速報値(京浜+京阪神+東海/70代含む) 集計期間:2019/1 ~ 2021/12月第4週 指標:内食率

内食率_昼食【平日】

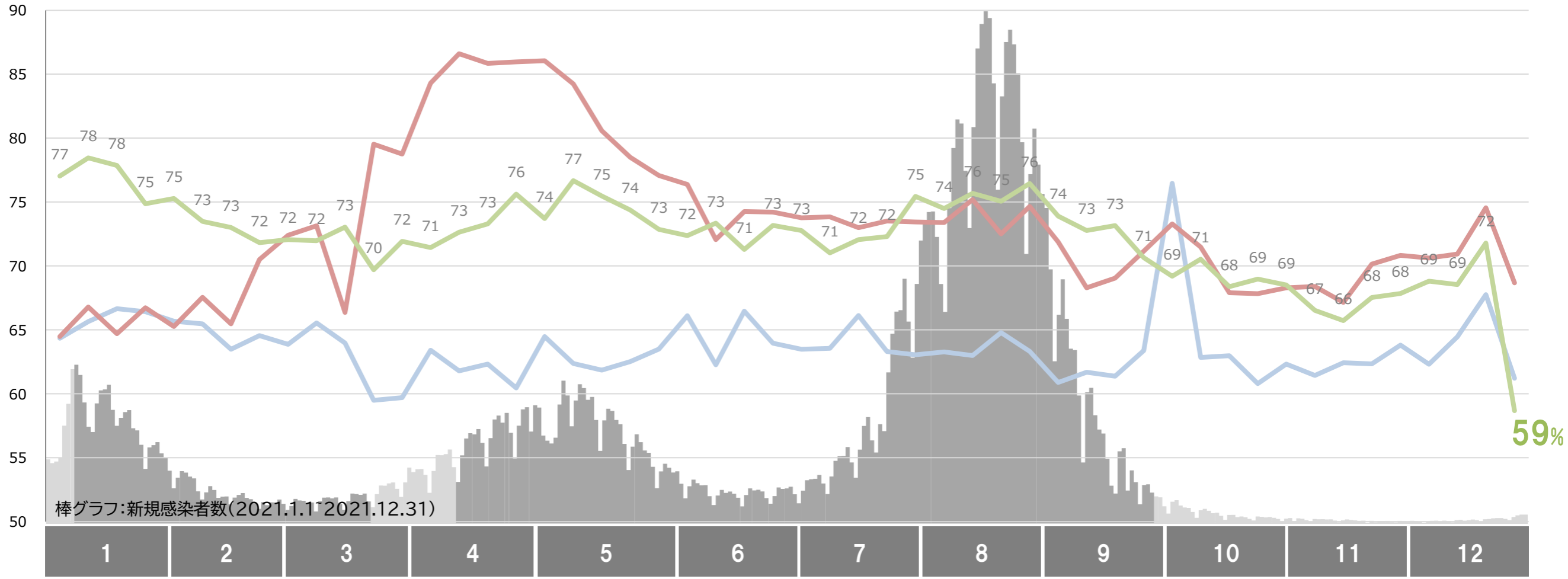


データ: Kitchen Diary 速報値(京浜+京阪神+東海/70代含む) 集計期間:2019/1 ~ 2021/12月第4週 指標:内食率

※2019年5月1週目(4/29-5/5)はすべて休日だったため平日データなし

内食率_昼食【休日】

2021年 2020年 2019年

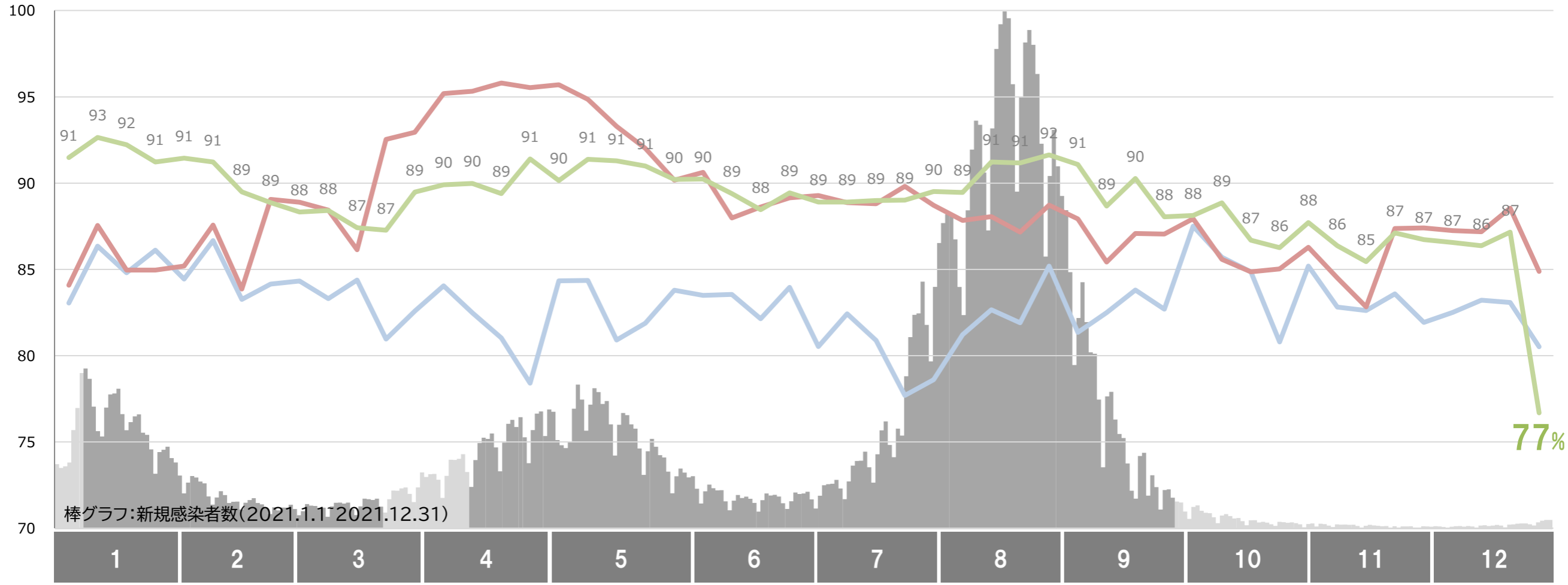


棒グラフ:新規感染者数(2021.1.1~2021.12.31)

データ: Kitchen Diary 速報値(京浜+京阪神+東海/70代含む) 集計期間:2019/1 ~ 2021/12月第4週 指標:内食率

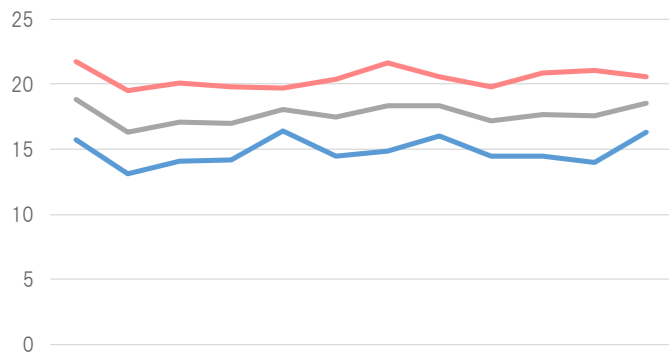
内食率_夕食【休日】

2021年 2020年 2019年



健康意識の変化

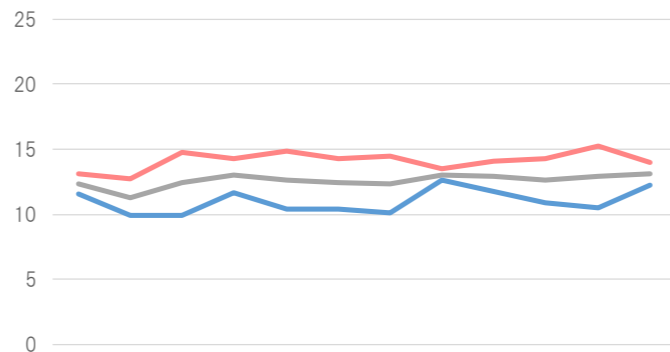
①より健康的な食生活を送るようになった



	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	19	16	17	17	18	18	18	18	17	18	18	19	1
男性	16	13	14	14	16	15	15	16	15	15	14	16	2
女性	22	20	20	20	20	20	22	21	20	21	21	21	-1

	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	19	16	17	17	18	18	18	18	17	18	18	19	1
男性15~19	16	12	12	6	11	9	17	11	15	16	11	13	2
男性20代	15	10	9	13	11	12	10	11	10	12	12	15	2
男性30代	14	12	10	10	13	10	13	13	14	12	9	10	2
男性40代	10	7	13	11	14	10	11	10	12	11	11	13	2
男性50代	14	8	12	10	15	14	14	15	7	11	12	10	-2
男性60代	20	20	16	20	18	17	17	20	22	18	17	20	3
男性70代	23	23	24	25	27	27	24	29	21	23	24	32	8
女性15~19	12	21	16	16	12	17	16	15	12	23	14	14	0
女性20代	13	17	18	18	10	17	17	17	16	14	12	17	5
女性30代	16	15	18	15	19	15	15	16	20	11	16	16	-0
女性40代	18	17	15	14	17	13	16	17	20	16	18	13	-5
女性50代	20	16	18	18	19	17	23	20	10	22	21	21	-0
女性60代	28	23	20	24	22	29	26	25	24	25	25	26	1
女性70代	35	28	33	30	31	31	33	29	30	32	33	31	-1

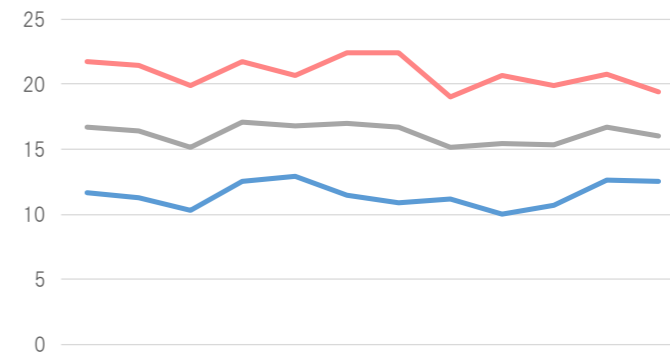
②健康を意識して運動をするようになった



	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	12	11	12	13	13	12	12	13	13	13	13	13	0
男性	12	10	10	12	10	10	10	13	12	11	11	12	2
女性	13	13	15	14	15	14	15	14	14	14	15	14	-1

	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	12	11	12	13	13	12	12	13	13	13	13	13	0
男性15~19	7	12	11	6	11	5	6	6	12	12	9	10	1
男性20代	11	6	6	14	5	8	8	9	10	12	11	9	-1
男性30代	11	7	11	9	8	8	12	10	11	10	7	12	5
男性40代	8	10	6	7	9	10	7	10	11	10	10	12	2
男性50代	12	10	10	10	7	8	6	12	7	8	7	8	1
男性60代	11	12	13	16	12	13	11	14	13	11	12	12	1
男性70代	19	13	13	19	20	18	19	22	19	16	18	21	3
女性15~19	7	19	15	10	17	16	19	9	13	17	15	10	-6
女性20代	7	15	13	14	12	12	11	11	10	13	11	9	-2
女性30代	12	10	13	12	15	10	9	11	15	9	10	7	-3
女性40代	14	11	12	10	10	13	10	10	13	11	14	12	-2
女性50代	12	8	9	11	14	10	11	12	8	13	16	17	1
女性60代	13	16	15	17	15	13	16	15	15	14	16	15	-0
女性70代	21	16	25	23	23	26	26	21	22	23	22	23	1

③家族の健康に対してより気を配るようになった (食生活や衛生など)



	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	17	16	15	17	17	17	17	15	15	15	17	16	-1
男性	12	11	10	13	13	12	11	11	10	11	13	13	-0
女性	22	21	20	22	21	22	22	19	21	20	21	19	-1

	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	17	16	15	17	17	17	17	15	15	15	17	16	-1
男性15~19	2	7	7	5	4	5	8	5	2	10	5	7	1
男性20代	5	4	6	7	7	5	3	5	6	6	8	8	0
男性30代	10	9	8	5	8	6	7	6	7	7	5	9	3
男性40代	9	8	6	12	11	12	6	10	6	8	10	8	-2
男性50代	15	8	10	10	13	11	12	12	6	10	10	11	1
男性60代	14	17	14	16	14	16	15	16	14	15	15	15	0
男性70代	19	24	19	27	26	20	21	18	24	18	30	27	-4
女性15~19	7	13	10	8	13	8	16	6	12	9	11	11	0
女性20代	9	12	11	13	12	13	10	12	12	12	9	12	3
女性30代	20	19	16	16	21	19	22	14	22	16	19	15	-3
女性40代	20	20	21	25	17	18	22	20	22	17	20	17	-3
女性50代	25	22	19	21	23	25	25	19	22	25	26	22	-4
女性60代	26	28	21	22	26	27	23	23	21	22	24	25	1
女性70代	31	26	31	32	26	34	30	27	26	28	25	25	0

ハッチングルール
「全体」との差

- +20pt
- +10pt
- +5pt
- 5pt
- 10pt
- 20pt

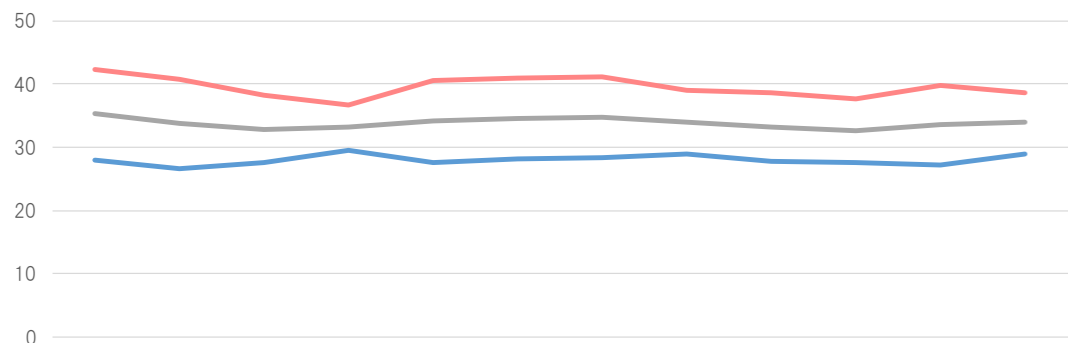
【出典】With コロナ マンスリー調査 全国 15~79歳 男女個人/約3,000s

最新：第12回：2021年11月調査 / 3,159s回収/実施期間 2021.11.30~12/2

健康は日常の食生活や運動など身近な取り組みから。

健康・免疫力強化意識の変化

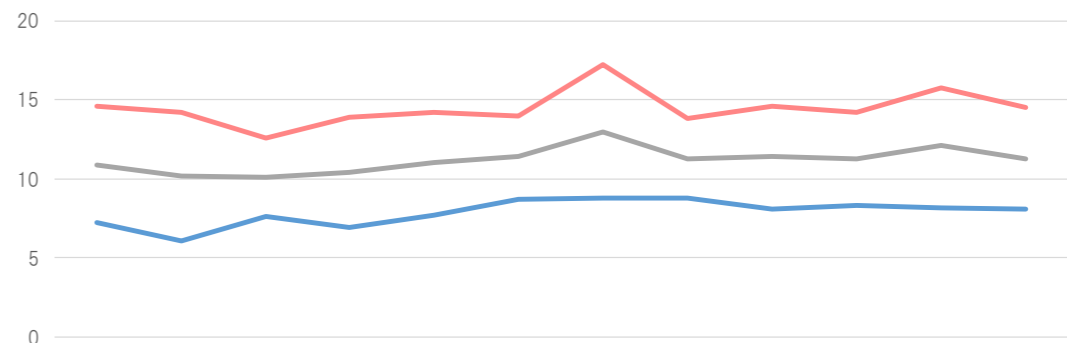
①規則正しい生活を心がける



	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	35	34	33	33	34	35	35	34	33	33	34	34	0
男性	28	27	28	30	28	28	28	29	28	28	27	29	2
女性	42	41	38	37	41	41	41	39	39	38	40	39	-1

	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	35	34	33	33	35	35	35	34	33	33	34	34	0
男性15~19	19	17	22	20	19	19	19	19	16	24	18	19	1
男性20代	23	16	16	20	22	22	22	17	24	19	23	22	-0
男性30代	21	24	21	23	21	21	21	22	23	21	17	23	6
男性40代	20	22	18	23	23	23	23	22	24	22	20	18	-2
男性50代	24	23	21	24	21	21	21	25	16	20	22	23	2
男性60代	31	34	41	40	36	36	36	40	33	32	38	37	-1
男性70代	54	45	48	52	50	50	50	51	51	54	48	55	6
女性15~19	20	28	10	16	21	21	21	19	24	21	19	19	0
女性20代	24	27	26	24	28	28	28	24	23	20	23	23	-0
女性30代	39	37	32	30	31	31	31	30	34	28	31	29	-3
女性40代	35	40	38	33	40	40	40	41	35	32	37	36	-1
女性50代	42	39	33	36	41	41	41	34	35	41	47	40	-7
女性60代	54	47	46	44	49	49	49	49	50	46	46	48	2
女性70代	62	54	59	54	58	58	58	55	53	57	53	56	3

②免疫を高めるという食品や飲みものを摂る



	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	11	10	10	10	11	11	13	11	11	11	12	11	-1
男性	7	6	8	7	8	9	9	9	8	8	8	8	-0
女性	15	14	13	14	14	14	17	14	15	14	16	15	-1

	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	11	10	10	10	13	13	13	11	11	11	12	11	-1
男性15~19	5	3	3	3	10	10	10	8	8	10	5	3	-2
男性20代	11	3	3	8	5	5	5	9	8	8	10	7	-3
男性30代	7	6	9	6	9	9	9	8	11	8	8	12	4
男性40代	7	5	7	5	9	9	9	8	6	10	6	5	-1
男性50代	6	6	8	6	7	7	7	10	5	7	5	7	2
男性60代	4	8	10	10	10	10	10	12	10	5	12	11	-1
男性70代	10	9	9	8	10	10	10	6	10	12	10	9	-2
女性15~19	6	11	7	6	8	8	8	5	7	10	3	9	6
女性20代	9	7	6	6	11	11	11	9	6	7	10	11	1
女性30代	12	12	7	14	16	16	16	13	14	9	10	9	-1
女性40代	14	13	13	10	18	18	18	14	14	13	14	13	-2
女性50代	17	15	14	13	18	18	18	13	16	16	22	18	-4
女性60代	20	22	18	20	19	19	19	18	20	19	20	20	0
女性70代	17	16	17	19	20	20	20	17	17	19	20	17	-4

ハッチングルール
「全体」との差

+20pt

+10pt

+5pt

-5pt

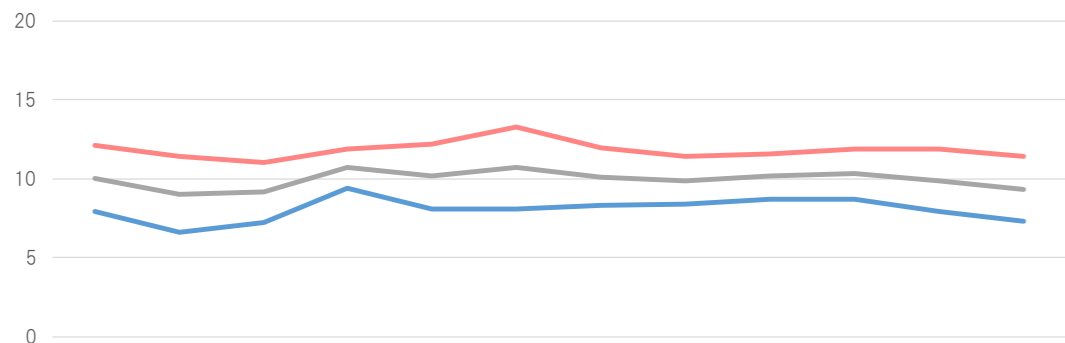
-10pt

-20pt

規則正しい生活や食事が第一。健康食品やサプリも上手に活用

健康・免疫力強化意識の変化

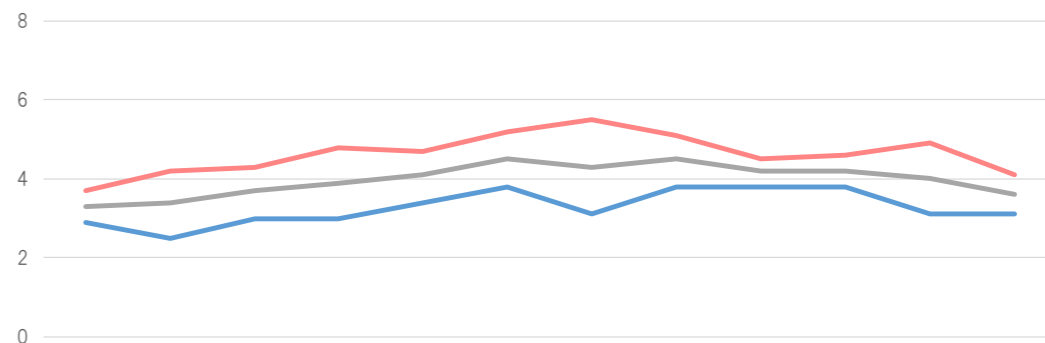
③健康食品やサプリで体調維持、免疫向上をはかる



	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	10	9	9	11	10	11	10	10	10	10	10	9	-1
男性	8	7	7	9	8	8	8	8	9	9	8	7	-1
女性	12	11	11	12	12	13	12	11	12	12	12	11	-1

	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	10	9	9	11	10	10	10	10	10	10	10	9	-1
男性15~19	3	3	2	5	3	3	3	1	7	9	6	6	-1
男性20代	6	6	4	10	6	6	6	7	7	8	5	5	-0
男性30代	8	7	8	8	10	10	10	6	12	12	9	6	-2
男性40代	8	6	6	5	8	8	8	8	5	11	7	8	1
男性50代	11	6	7	9	8	8	8	9	8	6	6	5	-1
男性60代	6	9	10	15	10	10	10	11	11	7	11	12	1
男性70代	10	8	10	12	8	8	8	11	10	9	10	7	-3
女性15~19	5	7	4	4	4	4	4	5	6	4	4	4	0
女性20代	7	6	5	5	5	5	5	6	5	6	8	7	-2
女性30代	9	8	8	10	10	10	10	12	12	7	8	10	1
女性40代	13	11	12	10	14	14	14	12	13	15	11	12	1
女性50代	14	14	15	17	14	14	14	9	12	13	16	13	-3
女性60代	16	15	15	15	14	14	14	12	13	14	16	15	-0
女性70代	15	13	10	14	15	15	15	18	15	16	13	13	-0

④市販薬や漢方薬で体調維持、免疫向上をはかる



	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	-0
男性	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	0
女性	4	4	4	5	5	5	6	5	5	5	5	4	-1

	20/7	8	9	10	11	12	21/2	4	6	7	9	12	±
全体	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	-0
男性15~19	2	1	2	3	5	5	5	2	4	8	3	1	-2
男性20代	2	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	-1
男性30代	3	3	4	2	4	4	4	4	6	3	4	5	1
男性40代	2	2	1	2	2	2	2	3	4	5	3	2	-1
男性50代	5	2	3	4	4	4	4	5	2	4	2	3	1
男性60代	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	3	4	2
男性70代	4	3	4	3	2	2	2	5	5	2	3	2	-1
女性15~19	2	6	2	2	5	5	5	1	2	4	2	1	-1
女性20代	4	4	4	4	4	4	4	6	5	4	5	4	-1
女性30代	2	3	5	7	6	6	6	7	4	4	6	5	-0
女性40代	4	5	3	4	7	7	7	5	5	5	6	5	-2
女性50代	5	3	5	6	5	5	5	5	6	6	3	4	1
女性60代	4	5	4	4	5	5	5	6	4	4	6	3	-2
女性70代	4	4	6	5	6	6	6	5	4	6	4	4	-1

ハッチングルール
「全体」との差

- +20pt
- +10pt
- +5pt
- 5pt
- 10pt
- 20pt

【出典】With コロナ マンスリー調査 全国 15~79歳 男女個人/約3,000s

最新：第10回：2021年7月調査 / 3,152s回収/実施期間 2021.7.31~8/2

規則正しい生活や食事が第一。健康食品やサプリも上手に活用

On Corona

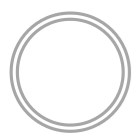
With Corona

With Risk

After Corona

3. '視なおす' ということ

～ With Corona から With Risk へ ～



行きつ戻りつ「視なおす」

視なおす

目を凝らし耳を澄まして周囲を確認し、
安心・安全を確信しながら、少しずつ暮らしの視なおしを進める。

少しでも「不安」を察知すると、もと来た以上の道を駆け戻って、
より安心・安全な道を選択する。

少しずつ、少しずつ。



安心・安全の手触りを確認しながら
行きつ戻りつ '新しい日常' へ

○ **‘かぎりあるもの’を「視なおす」**

視なおす

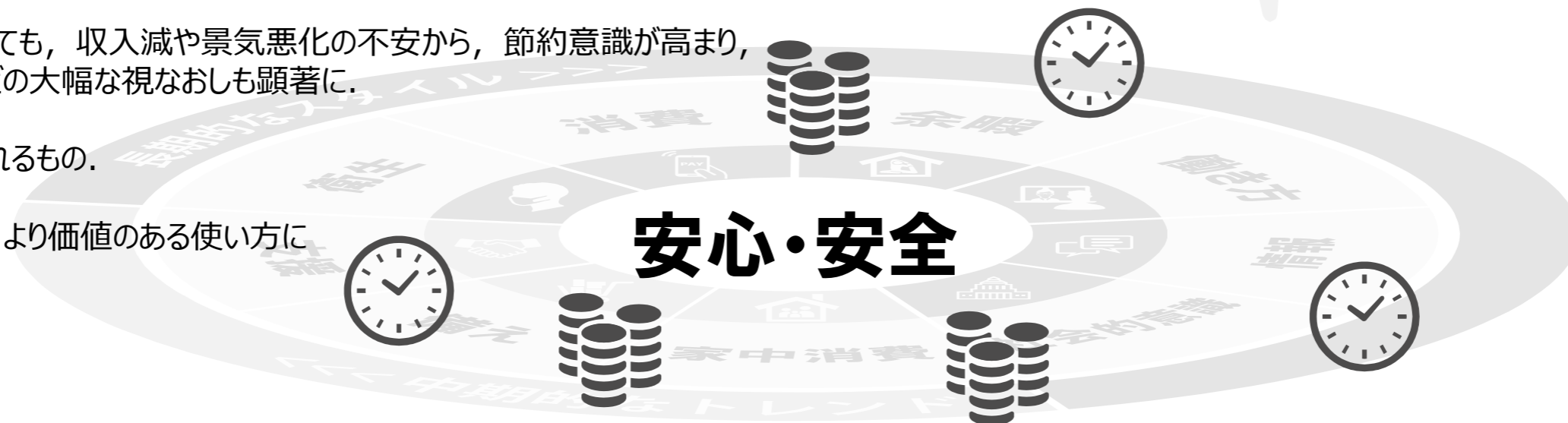
「時間」と「お金」の‘視なおし’は特に重要。

時間については、外出自粛などで一日の時間の使い方が大きく変化。
これを機会に時間の使い方を視なおす動きが強くなった。

お金についても、収入減や景気悪化の不安から、節約意識が高まり、
固定費などの大幅な視なおしも顕著に。

ともに限られるもの。

吟味して、より価値のある使い方に



**時間とお金. かぎりある財産.
‘どのように使うのか’を丁寧に‘視なおす’**

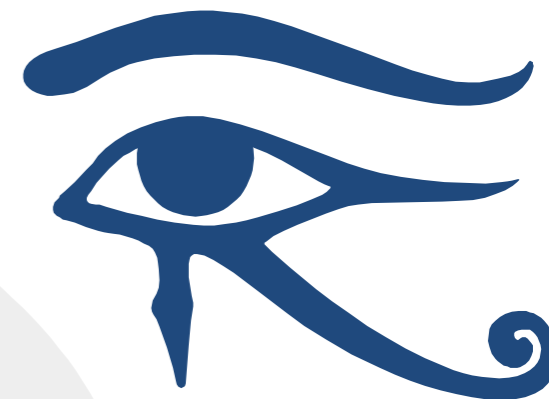
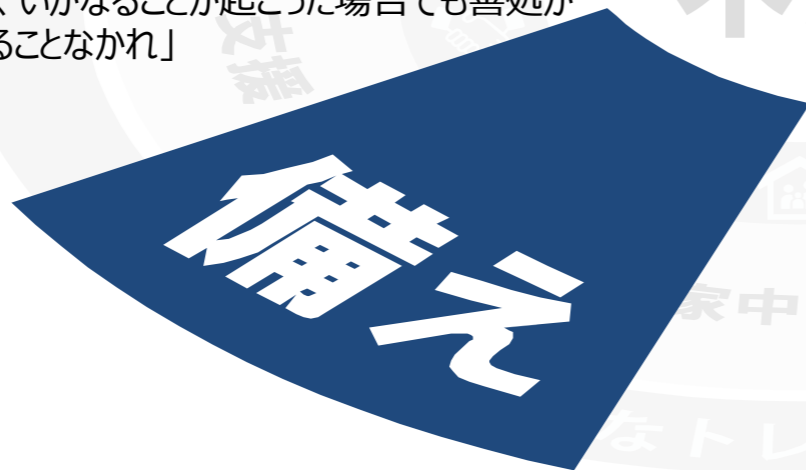
備えよ, 常に.

長期化するコロナ禍において, 生活者の危機意識はより強くなっている。
自身の健康, 家族の健康, 収入, 雇用, さらには自然災害。
収束の見通しも立たず, 再びの拡大の足音すら聴こえる。

暮らしのおけるさまざまなリスクを想像し, 常に備える。

備えよ, 常に。

「いつなん時、いかなる場所で、いかなることが起こった場合でも善処ができるように、常々準備を怠ることなかれ」



◆Eye of Wadjet_Egyptian Symbol

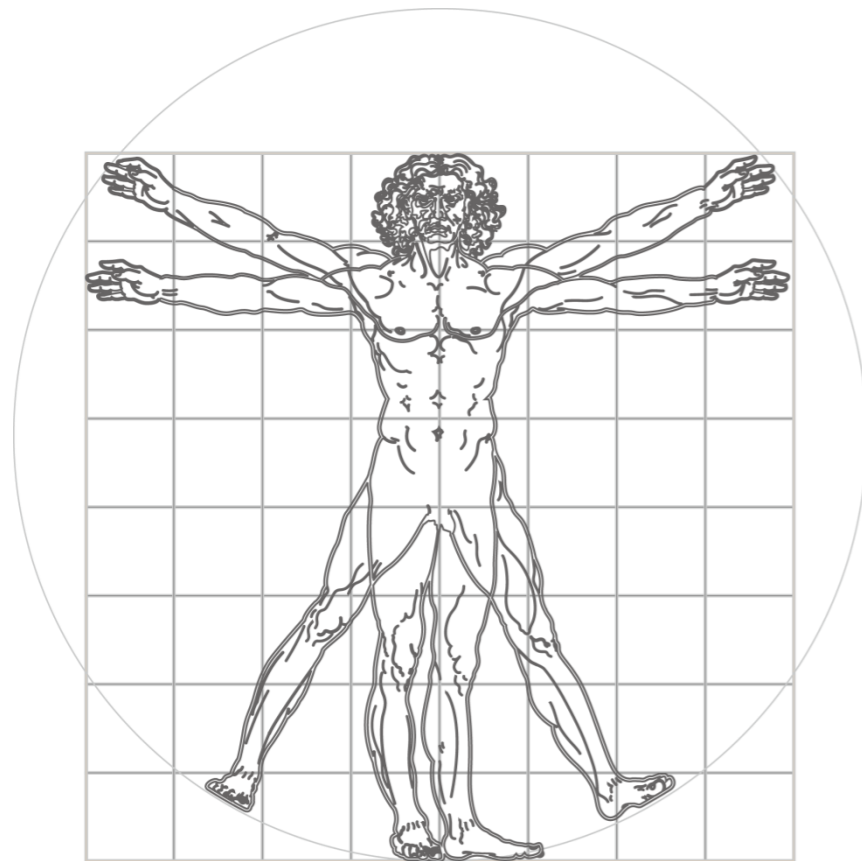
古代エジプト神、ホルスの左目。ウアジェト（ウジャト）の眼と呼ばれている。
ウアジェトの眼は月を象徴しており、周期的に満ち欠けすることから
「失ったものを回復させる」「修復されたもの」「完全なるもの」という意味をもつ。

新型コロナの先にある‘暮らしのリスク’を想定して備える
備えよ, つねに.

変化が‘新しい日常’を創りだしてゆく

これまでも、そして、これからも

Understanding Humanity



Leonardo's Vitruvian Man

生活者研究センター（英語名称 Institute for Human Research）は、インテージの生活者理解の拠点として2020年8月3日に誕生しました。

長きにわたり蓄積している生活者の消費行動やメディアへの接触行動、さらには、生活意識・価値観データなど膨大な情報を連携・横断して用いるとともに、社内の各領域におけるスペシャリストの経験や知見を織り合わせるにより、生活者を深く理解し、生活者を起点とする情報を発信・提供することを目的として設立されました。

また、クライアントへの直接的な貢献を目的として、共同研究や具体的なプロジェクトへの参画などにも積極的に取り組んでいく予定です。