

I. コロナ禍における生活の変化

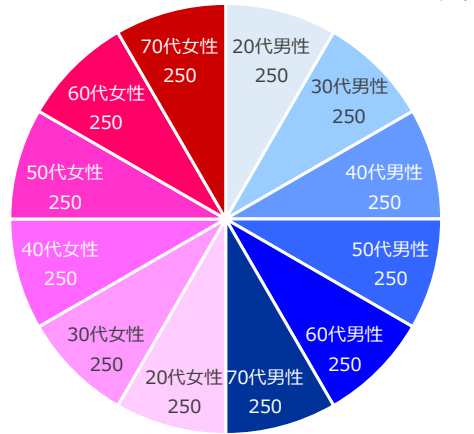
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

【調査概要】

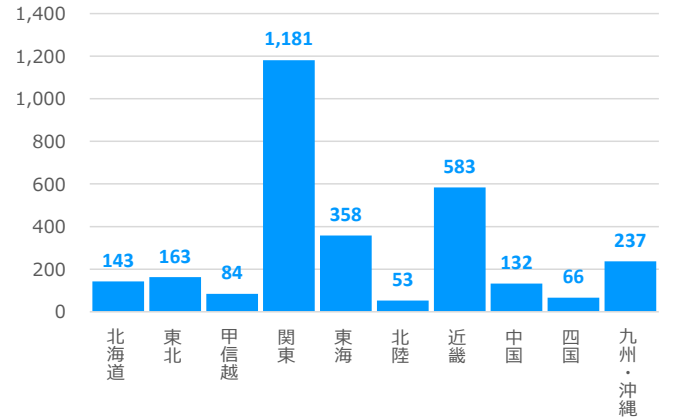
- ◇ 調査方法 インターネットによるアンケート調査
- ◇ 調査期間 2022年2月4日～8日
- ◇ 調査対象 日本国内在住の20～79歳男女
- ◇ 回答者数 3,000名
(内訳) 各年代(20～70代)ごとに、男女250名ずつ

本調査の対象者

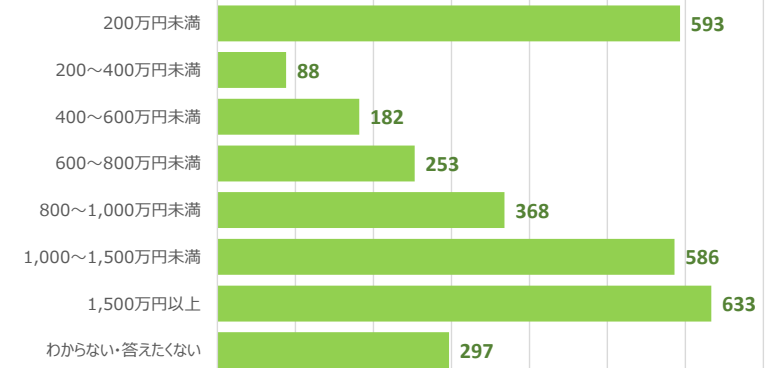
◇ 性・年代



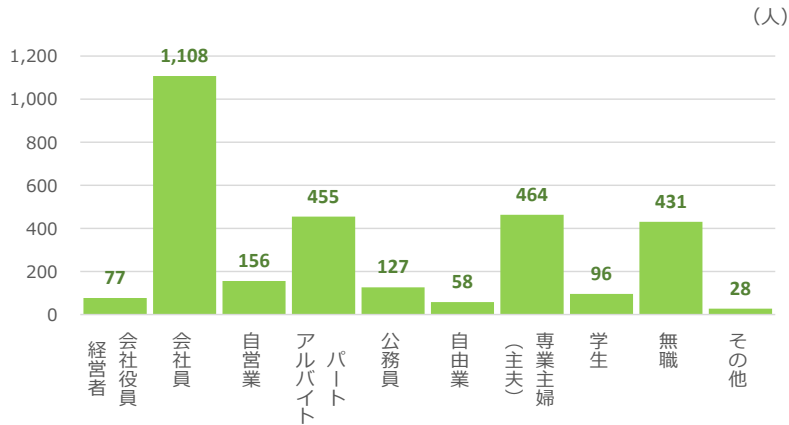
◇ 居住エリア



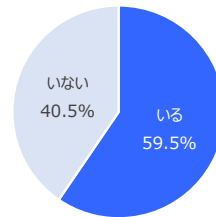
◇ 世帯の年収



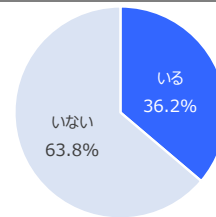
◇ 職業



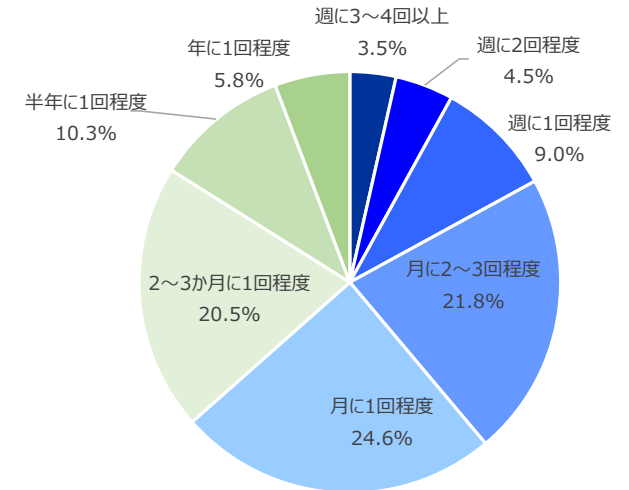
◇ 同居の配偶者・パートナー



◇ 同居の子供



◇ 直近1年間のインターネットでの買物頻度



I. コロナ禍における生活の変化

1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

新型コロナウイルスが日本で確認されてから2年以上が経過し、私達はこれまで経験したことのない行動変容を迫られてきた。コロナ前に比べて日常生活がどのように変化したかを調査した。

仕事や収入に大きな影響

◆ 仕事（テレワークを含む）

- ・ 全年代にわたり、「仕事が減った」または「無くなった」が22%を超え、年齢に比例してその傾向は高くなっている。
- ・ 「全く無くなった」と回答した人も、13.0%（男性12.7%、女性13.3%）存在する。

◆ 世帯の収入

- ・ 昨年の調査と同様に、世帯収入が「減った」「無くなった」の合計が28.2%と高い割合になっている。
- ・ さらに深刻なのは「まったく無くなった」と回答した人が全体で2.3%（去年は1.6%）、男性で2.9%（前回は1.3%）と増えていることである。社会的弱者の救済システムを真剣に考えるべき時代になっていると言えるのではないか。

お店での買い物が減少

◆ お店での買物（食料品）

- ・ 「増えた」または「とても増えた」が、13.1%に対し、「やや減った」、「とても減った」、「まったく無くなった」の合計が、25.8%となり、食料品のお店での買い物は昨年に続き減少している。

◆ お店での買物（食料品以外）

- ・ 「増えた」または「とても増えた」が、7.8%に対し、「やや減った」、「とても減った」、「まったく無くなった」の合計が、35.3%となり、食料品以外でもお店での買い物は大きく減少している。
- ・ 男性よりも女性の方が、顕著に減っていることも特徴的である。

1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

ECの利用が大きく増加

◆ インターネットでの買物

- ・ 「とても増えた」または「やや増えた」が、33.4%であり、コロナ禍によりECの利用が大きく伸長した。
また、「まったく無くなった」の回答は前回に続きゼロであり、ECによる買い物は日常生活に浸透していることがわかる。

健康に関する意識が高まる

◆ 生活必需品の備蓄

- ・ 「とても増えた」または「やや増えた」が、24.7%となり、コロナ禍で家庭内での備蓄は確実に増えている。

◆ 健康に関する意識・関心

- ・ 「とても増えた」または「やや増えた」が、48.1%に上り、健康に関する意識や関心は確実に高まっている。
また、男性よりも女性、若い年代よりも高齢者層の意識・関心が高いことも特徴的である。

食事スタイルが大きく変化

◆ 外食（お店での飲食）

- ・ 「やや減った」または「とても減った」が、55.7%に達し、ふだんの生活での外食は激減している。「まったく無くなった」との回答も10.3%あった。

◆ 食事のデリバリー

- ・ 「とても増えた」または「やや増えた」が、16.0%。男女とも20～30代の若い世代の利用比率が高い。

◆ 自宅で食事を作る機会

- ・ 「とても増えた」と「やや増えた」が、37.9%。女性は全世代で自宅で食事を作る機会が増えている。

I. コロナ禍における生活の変化

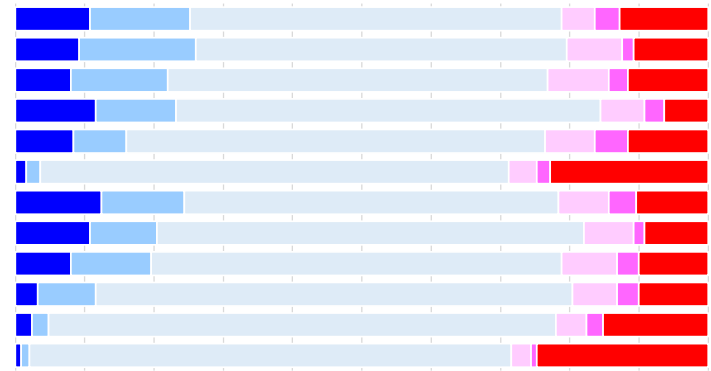
1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

Q. あなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、コロナ前に比べ増えましたか、減りましたか。(SA)

(1) 仕事（テレワーク含む）

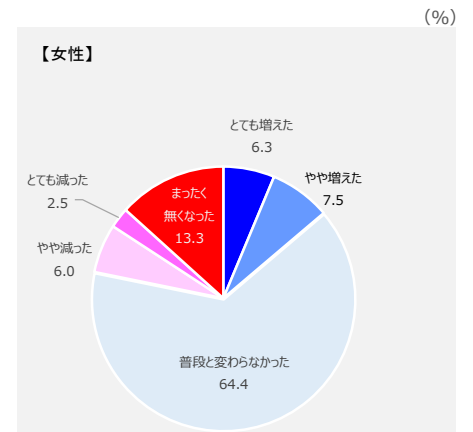
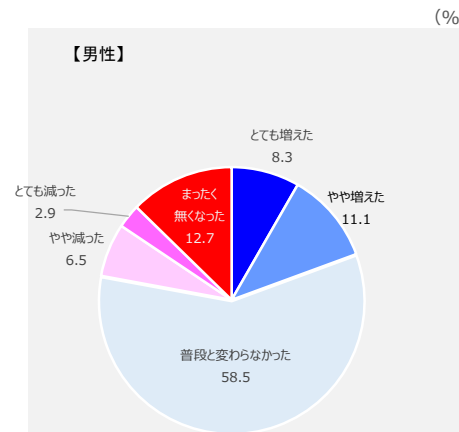
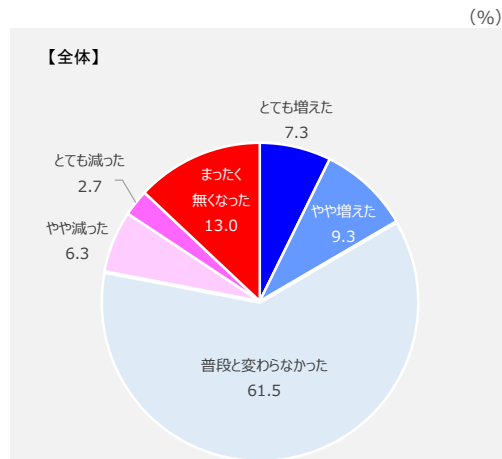
		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体		3,000	7.3	9.3	61.5	6.3	2.7	13.0
性別	男性	1,500	8.3	11.1	58.5	6.5	2.9	12.7
	女性	1,500	6.3	7.5	64.4	6.0	2.5	13.3
性年代別	男性-20代	250	10.8	14.4	53.6	4.8	3.6	12.8
	男性-30代	250	9.2	16.8	53.6	8.0	1.6	10.8
	男性-40代	250	8.0	14.0	54.8	8.8	2.8	11.6
	男性-50代	250	11.6	11.6	61.2	6.4	2.8	6.4
	男性-60代	250	8.4	7.6	60.4	7.2	4.8	11.6
	男性-70代	250	1.6	2.0	67.6	4.0	2.0	22.8
	女性-20代	250	12.4	12.0	54.0	7.2	4.0	10.4
	女性-30代	250	10.8	9.6	61.6	7.2	1.6	9.2
	女性-40代	250	8.0	11.6	59.2	8.0	3.2	10.0
	女性-50代	250	3.2	8.4	68.8	6.4	3.2	10.0
	女性-60代	250	2.4	2.4	73.2	4.4	2.4	15.2
	女性-70代	250	0.8	1.2	69.6	2.8	0.8	24.8

■ とても増えた ■ やや増えた ■ 普段と変わらなかった ■ やや減った ■ とても減った ■ まったく無くなった



(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

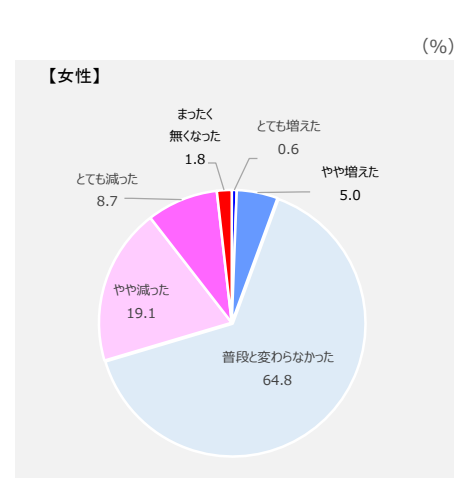
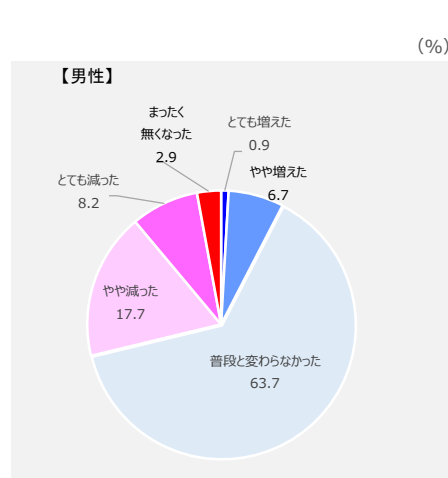
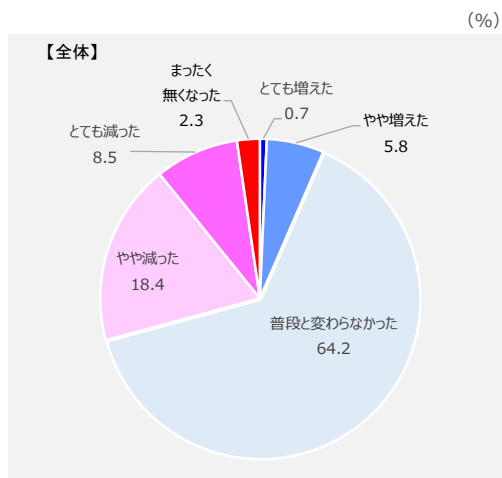
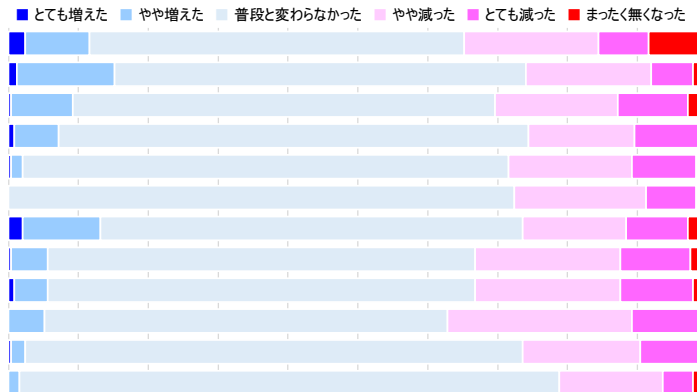
1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(2) 世帯の収入

		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体		3,000	0.7	5.8	64.2	18.4	8.5	2.3
性別	男性	1,500	0.9	6.7	63.7	17.7	8.2	2.9
	女性	1,500	0.6	5.0	64.8	19.1	8.7	1.8
性年代別	男性-20代	250	2.4	9.2	53.6	19.2	7.2	8.4
	男性-30代	250	1.2	14.0	58.8	18.0	6.0	2.0
	男性-40代	250	0.4	8.8	60.4	17.6	10.0	2.8
	男性-50代	250	0.8	6.4	67.2	15.2	9.6	0.8
	男性-60代	250	0.4	1.6	69.6	17.6	9.2	1.6
	男性-70代	250	0.0	0.0	72.4	18.8	7.2	1.6
	女性-20代	250	2.0	11.2	60.4	14.8	8.8	2.8
	女性-30代	250	0.4	5.2	61.2	20.8	10.0	2.4
	女性-40代	250	0.8	4.8	61.2	20.8	10.4	2.0
	女性-50代	250	0.0	5.2	57.6	26.4	10.0	0.8
	女性-60代	250	0.4	2.0	71.2	16.8	8.8	0.8
	女性-70代	250	0.0	1.6	77.2	14.8	4.4	2.0

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

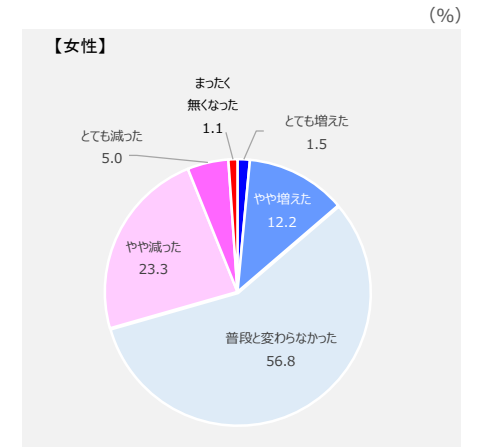
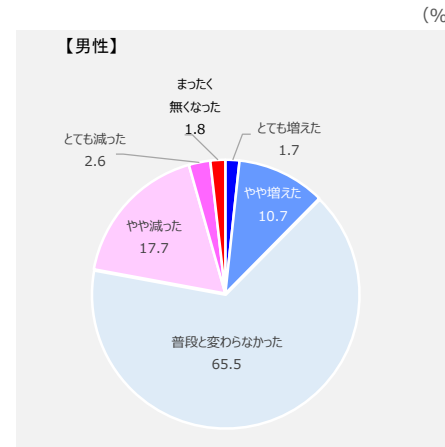
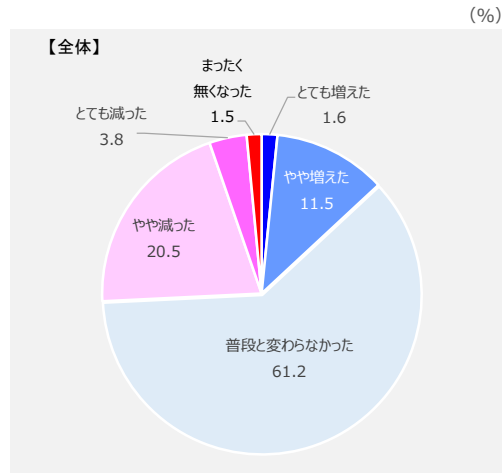
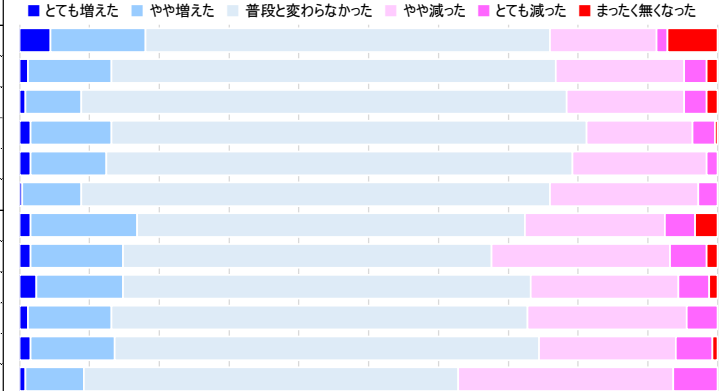
1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(3) お店で買い物 (食料品)

		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体		3,000	1.6	11.5	61.2	20.5	3.8	1.5
性別	男性	1,500	1.7	10.7	65.5	17.7	2.6	1.8
	女性	1,500	1.5	12.2	56.8	23.3	5.0	1.1
性年代別	男性-20代	250	4.4	13.6	58.0	15.2	1.6	7.2
	男性-30代	250	1.2	12.0	63.6	18.4	3.2	1.6
	男性-40代	250	0.8	8.0	69.6	16.8	3.2	1.6
	男性-50代	250	1.6	11.6	68.0	15.2	3.2	0.4
	男性-60代	250	1.6	10.8	66.8	19.2	1.6	0.0
	男性-70代	250	0.4	8.4	67.2	21.2	2.8	0.0
	女性-20代	250	1.6	15.2	55.6	20.0	4.4	3.2
	女性-30代	250	1.6	13.2	52.8	25.6	5.2	1.6
	女性-40代	250	2.4	12.4	58.4	21.2	4.4	1.2
	女性-50代	250	1.2	12.0	59.6	22.8	4.4	0.0
	女性-60代	250	1.6	12.0	60.8	19.6	5.2	0.8
	女性-70代	250	0.8	8.4	53.6	30.8	6.4	0.0

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

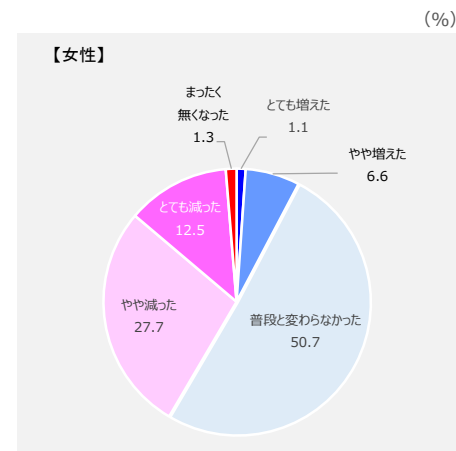
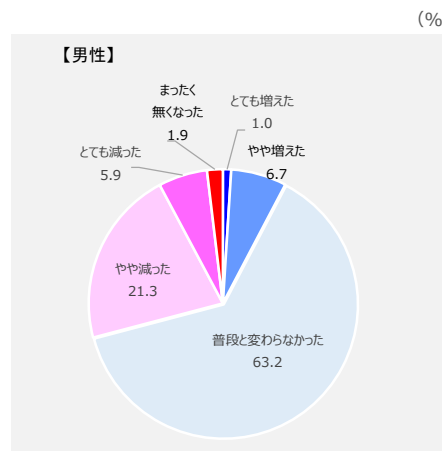
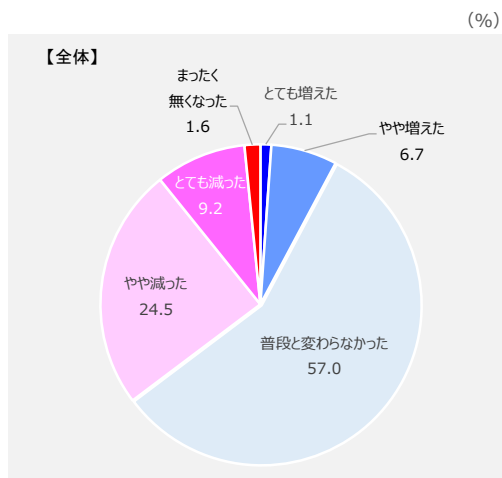
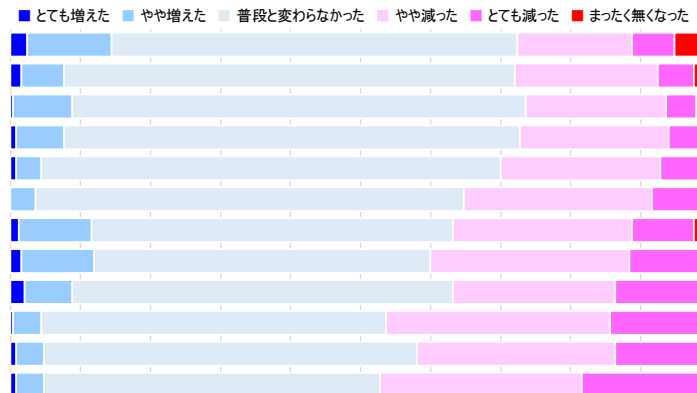
1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(4) お店で買い物 (食料品以外)

		合計	とも増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とも減った	まったく無くなった
全体		3,000	1.1	6.7	57.0	24.5	9.2	1.6
性別	男性	1,500	1.0	6.7	63.2	21.3	5.9	1.9
	女性	1,500	1.1	6.6	50.7	27.7	12.5	1.3
性年代別	男性-20代	250	2.4	12.0	58.0	16.4	6.0	5.2
	男性-30代	250	1.6	6.0	64.4	20.4	5.2	2.4
	男性-40代	250	0.4	8.4	64.8	20.0	4.4	2.0
	男性-50代	250	0.8	6.8	65.2	21.2	5.6	0.4
	男性-60代	250	0.8	3.6	65.6	22.8	6.8	0.4
	男性-70代	250	0.0	3.6	61.2	26.8	7.2	1.2
	女性-20代	250	1.2	10.4	51.6	25.6	8.8	2.4
	女性-30代	250	1.6	10.4	48.0	28.4	10.4	1.2
	女性-40代	250	2.0	6.8	54.4	23.2	12.4	1.2
	女性-50代	250	0.4	4.0	49.2	32.0	14.0	0.4
	女性-60代	250	0.8	4.0	53.2	28.4	12.0	1.6
	女性-70代	250	0.8	4.0	48.0	28.8	17.2	1.2

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

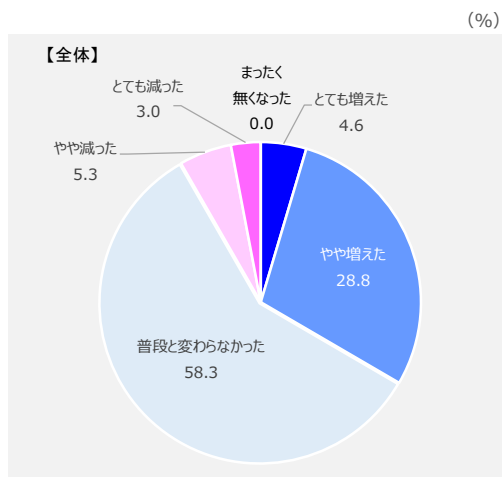
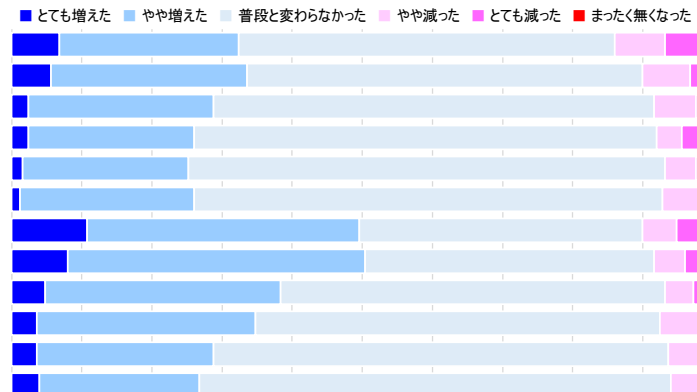
1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(5) インターネットでの買物

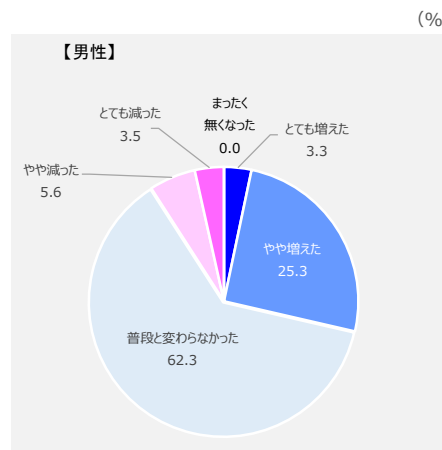
		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体		3,000	4.6	28.8	58.3	5.3	3.0	0.0
性別	男性	1,500	3.3	25.3	62.3	5.6	3.5	0.0
	女性	1,500	5.8	32.3	54.3	4.9	2.6	0.0
性年代別	男性-20代	250	6.8	25.6	53.6	7.2	6.8	0.0
	男性-30代	250	5.6	28.0	56.4	6.8	3.2	0.0
	男性-40代	250	2.4	26.4	62.8	6.0	2.4	0.0
	男性-50代	250	2.4	23.6	66.0	3.6	4.4	0.0
	男性-60代	250	1.6	23.6	68.0	4.4	2.4	0.0
	男性-70代	250	1.2	24.8	66.8	5.6	1.6	0.0
	女性-20代	250	10.8	38.8	40.4	4.8	5.2	0.0
	女性-30代	250	8.0	42.4	41.2	4.4	4.0	0.0
	女性-40代	250	4.8	33.6	54.8	4.0	2.8	0.0
	女性-50代	250	3.6	31.2	57.6	6.4	1.2	0.0
	女性-60代	250	3.6	25.2	64.8	5.6	0.8	0.0
	女性-70代	250	4.0	22.8	67.2	4.4	1.6	0.0

(人)

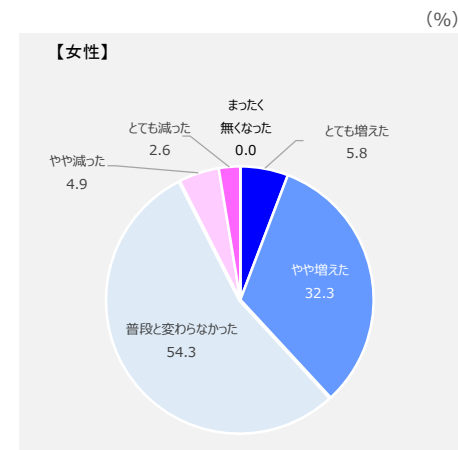
(%)



(%)



(%)



(%)

I. コロナ禍における生活の変化

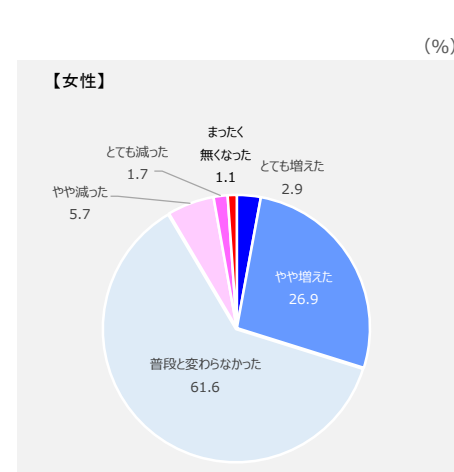
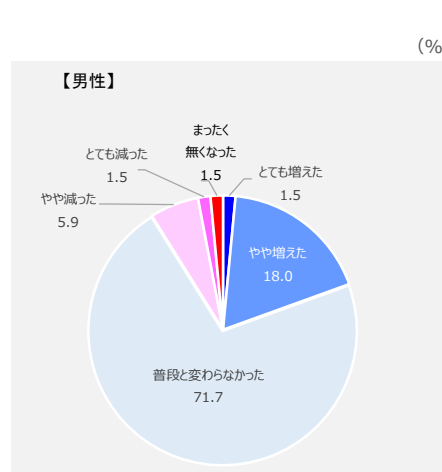
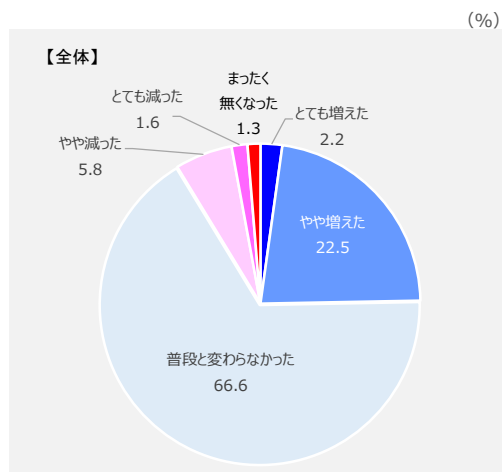
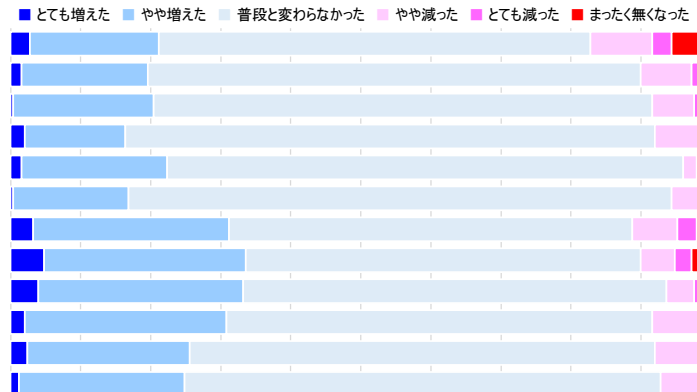
1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(6) 生活必需品の備蓄 (医薬品、衛生品、食料)

		合計	とも増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とも減った	まったく無くなった
全体		3,000	2.2	22.5	66.6	5.8	1.6	1.3
性別	男性	1,500	1.5	18.0	71.7	5.9	1.5	1.5
	女性	1,500	2.9	26.9	61.6	5.7	1.7	1.1
性年代別	男性-20代	250	2.8	18.4	61.6	8.8	2.8	5.6
	男性-30代	250	1.6	18.0	70.4	7.2	1.6	1.2
	男性-40代	250	0.4	20.0	71.2	6.0	0.8	1.6
	男性-50代	250	2.0	14.4	75.6	6.4	1.6	0.0
	男性-60代	250	1.6	20.8	73.6	2.0	2.0	0.0
	男性-70代	250	0.4	16.4	77.6	4.8	0.0	0.8
	女性-20代	250	3.2	28.0	57.6	6.4	2.8	2.0
	女性-30代	250	4.8	28.8	56.4	4.8	2.4	2.8
	女性-40代	250	4.0	29.2	60.4	4.0	2.0	0.4
	女性-50代	250	2.0	28.8	60.8	6.8	1.2	0.4
	女性-60代	250	2.4	23.2	66.4	6.4	0.8	0.8
	女性-70代	250	1.2	23.6	68.0	6.0	1.2	0.0

(人)

(%)



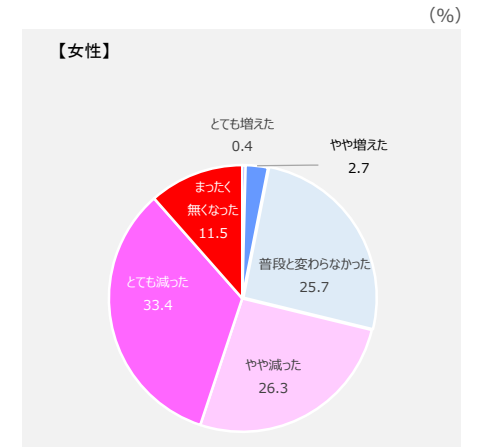
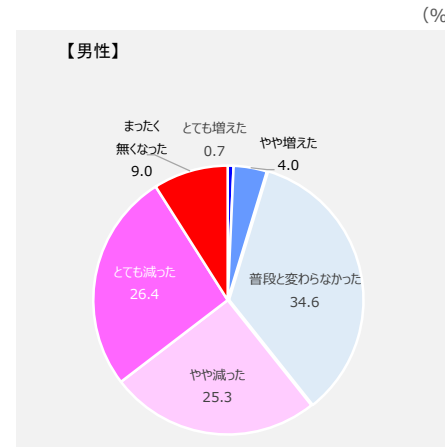
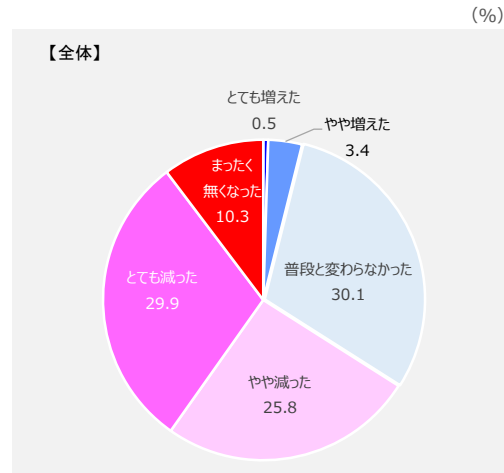
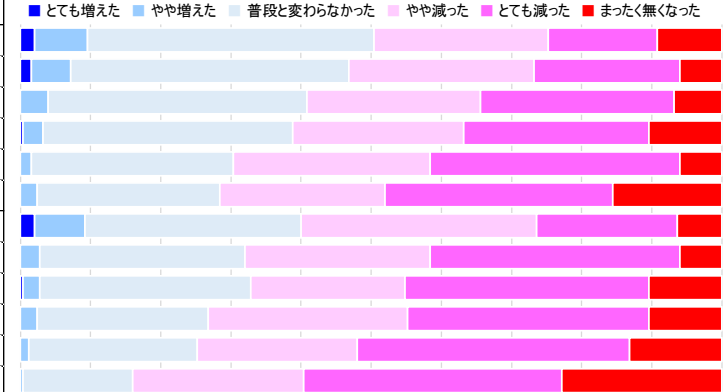
I. コロナ禍における生活の変化

1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(7) 外食（お店での飲食）

		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体		3,000	0.5	3.4	30.1	25.8	29.9	10.3
性別	男性	1,500	0.7	4.0	34.6	25.3	26.4	9.0
	女性	1,500	0.4	2.7	25.7	26.3	33.4	11.5
性年代別	男性-20代	250	2.0	7.6	40.8	24.8	15.6	9.2
	男性-30代	250	1.6	5.6	39.6	26.4	20.8	6.0
	男性-40代	250	0.0	4.0	36.8	24.8	27.6	6.8
	男性-50代	250	0.4	2.8	35.6	24.4	26.4	10.4
	男性-60代	250	0.0	1.6	28.8	28.0	35.6	6.0
	男性-70代	250	0.0	2.4	26.0	23.6	32.4	15.6
	女性-20代	250	2.0	7.2	30.8	33.6	20.0	6.4
	女性-30代	250	0.0	2.8	29.2	26.4	35.6	6.0
	女性-40代	250	0.4	2.4	30.0	22.0	34.8	10.4
	女性-50代	250	0.0	2.4	24.4	28.4	34.4	10.4
	女性-60代	250	0.0	1.2	24.0	22.8	38.8	13.2
	女性-70代	250	0.0	0.4	15.6	24.4	36.8	22.8

(人) (%)

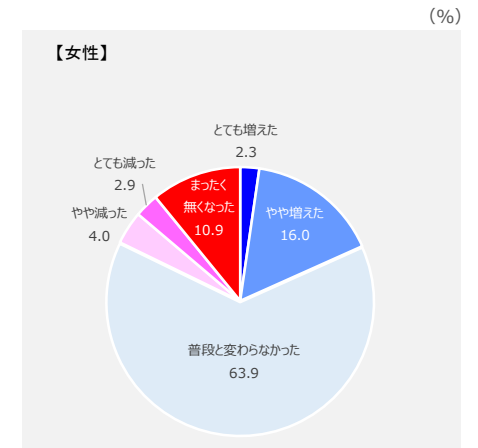
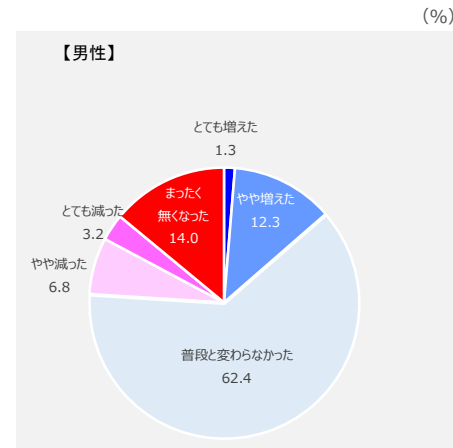
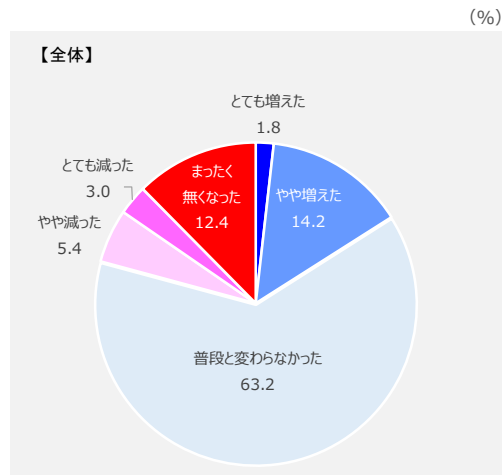
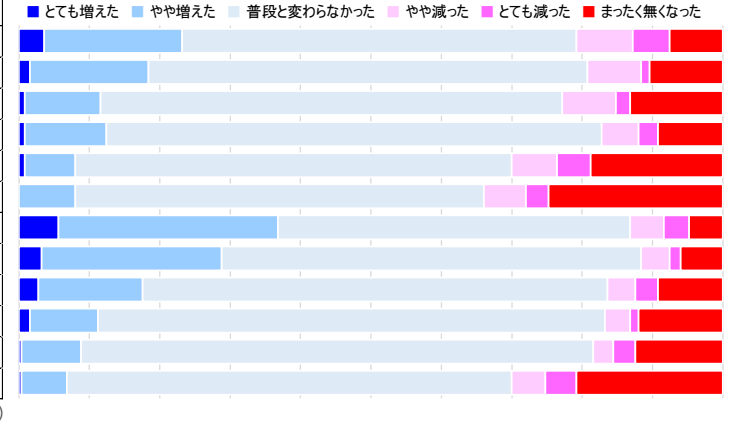


I. コロナ禍における生活の変化

1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(8) 食事のデリバリー

		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかつた	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体		3,000	1.8	14.2	63.2	5.4	3.0	12.4
性別	男性	1,500	1.3	12.3	62.4	6.8	3.2	14.0
	女性	1,500	2.3	16.0	63.9	4.0	2.9	10.9
性年代別	男性-20代	250	3.6	19.6	56.0	8.0	5.2	7.6
	男性-30代	250	1.6	16.8	62.4	7.6	1.2	10.4
	男性-40代	250	0.8	10.8	65.6	7.6	2.0	13.2
	男性-50代	250	0.8	11.6	70.4	5.2	2.8	9.2
	男性-60代	250	0.8	7.2	62.0	6.4	4.8	18.8
	男性-70代	250	0.0	8.0	58.0	6.0	3.2	24.8
	女性-20代	250	5.6	31.2	50.0	4.8	3.6	4.8
	女性-30代	250	3.2	25.6	59.6	4.0	1.6	6.0
	女性-40代	250	2.8	14.8	66.0	4.0	3.2	9.2
	女性-50代	250	1.6	9.6	72.0	3.6	1.2	12.0
	女性-60代	250	0.4	8.4	72.8	2.8	3.2	12.4
	女性-70代	250	0.4	6.4	63.2	4.8	4.4	20.8



I. コロナ禍における生活の変化

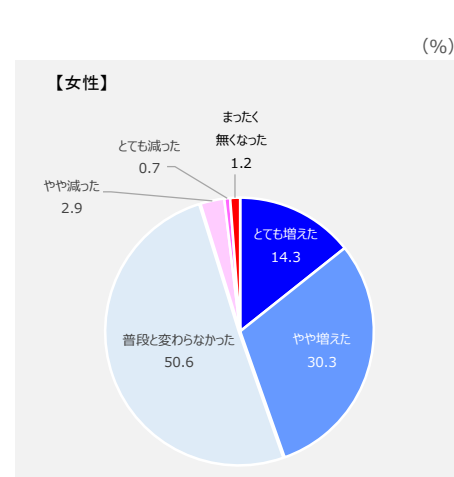
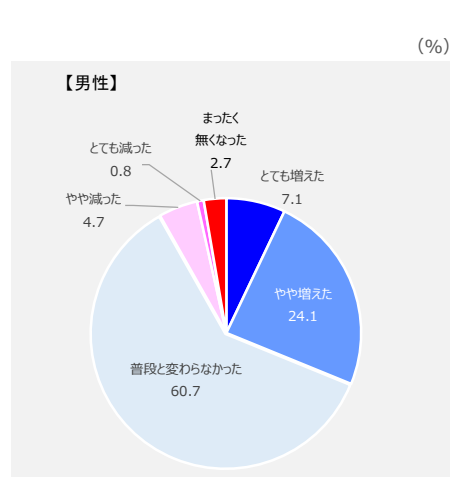
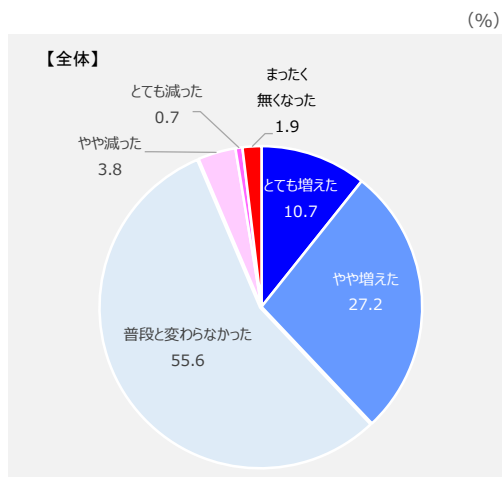
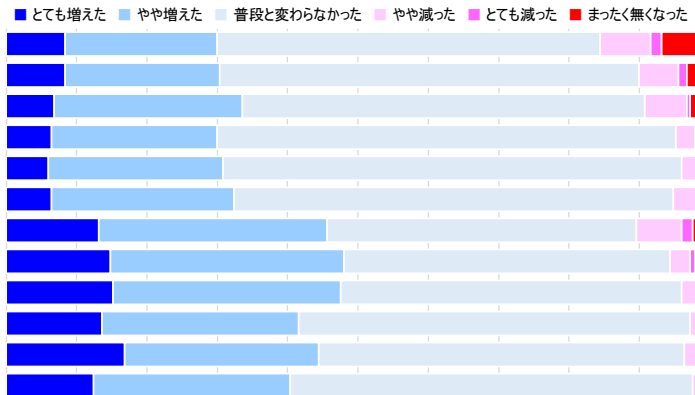
1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(9) 自宅で料理を作る機会

		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体		3,000	10.7	27.2	55.6	3.8	0.7	1.9
性別	男性	1,500	7.1	24.1	60.7	4.7	0.8	2.7
	女性	1,500	14.3	30.3	50.6	2.9	0.7	1.2
性年代別	男性-20代	250	8.4	21.6	54.4	7.2	1.6	6.8
	男性-30代	250	8.4	22.0	59.6	5.6	1.2	3.2
	男性-40代	250	6.8	26.8	57.2	6.0	0.4	2.8
	男性-50代	250	6.4	23.6	65.2	2.8	0.8	1.2
	男性-60代	250	6.0	24.8	65.2	2.4	0.4	1.2
	男性-70代	250	6.4	26.0	62.4	4.0	0.4	0.8
	女性-20代	250	13.2	32.4	44.0	6.4	1.6	2.4
	女性-30代	250	14.8	33.2	46.4	2.8	0.8	2.0
	女性-40代	250	15.2	32.4	48.4	2.8	0.8	0.4
	女性-50代	250	13.6	28.0	55.6	2.0	0.4	0.4
	女性-60代	250	16.8	27.6	52.0	2.0	0.4	1.2
	女性-70代	250	12.4	28.0	57.2	1.6	0.0	0.8

(人)

(%)



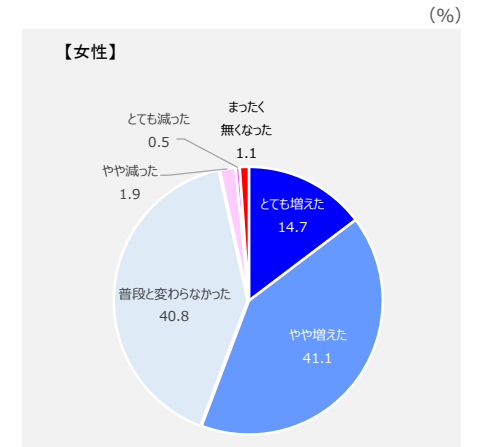
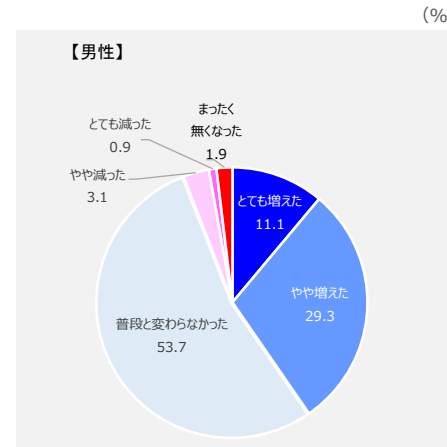
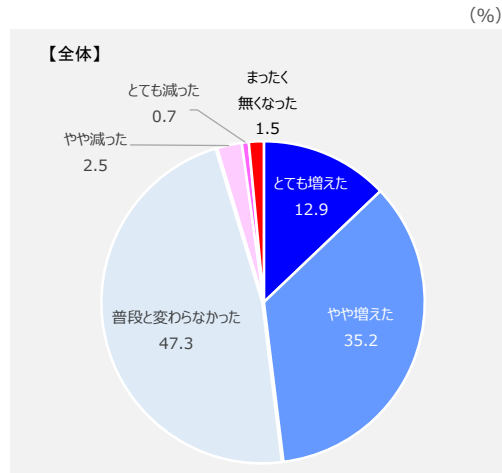
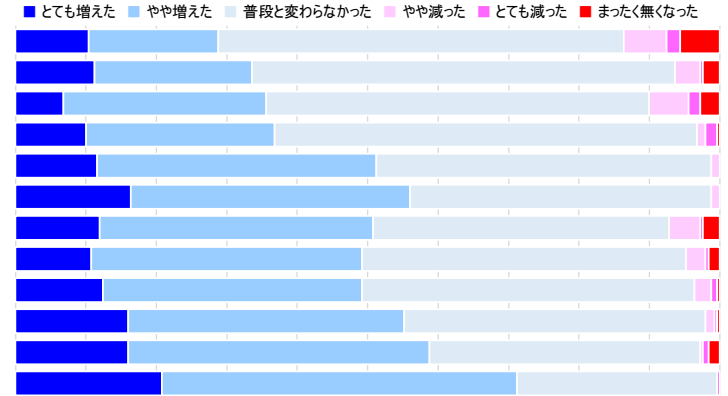
I. コロナ禍における生活の変化

1. 新型コロナウイルス感染拡大による日常生活の変化

(10) 健康に関する意識・関心

		合計	とても増えた	やや増えた	普段と変わ らなかった	やや減った	とても減った	まったく 無くなった
全体		3,000	12.9	35.2	47.3	2.5	0.7	1.5
性別	男性	1,500	11.1	29.3	53.7	3.1	0.9	1.9
	女性	1,500	14.7	41.1	40.8	1.9	0.5	1.1
性年代別	男性-20代	250	10.4	18.4	57.6	6.0	2.0	5.6
	男性-30代	250	11.2	22.4	60.0	3.6	0.4	2.4
	男性-40代	250	6.8	28.8	54.4	5.6	1.6	2.8
	男性-50代	250	10.0	26.8	60.0	1.2	1.6	0.4
	男性-60代	250	11.6	39.6	47.6	1.2	0.0	0.0
	男性-70代	250	16.4	39.6	42.8	1.2	0.0	0.0
	女性-20代	250	12.0	38.8	42.0	4.4	0.4	2.4
	女性-30代	250	10.8	38.4	46.0	2.8	0.4	1.6
	女性-40代	250	12.4	36.8	47.2	2.4	0.8	0.4
	女性-50代	250	16.0	39.2	42.8	1.2	0.4	0.4
	女性-60代	250	16.0	42.8	38.4	0.4	0.8	1.6
	女性-70代	250	20.8	50.4	28.4	0.0	0.4	0.0

(人) (%)



節約志向・貯蓄意識が高まる

◆ 節約

- ・「コロナ前よりも節約している」と回答した人が、全体で41.3%となり、「節約していない」と回答した人14.0%を大きく上回った。男女ともに若い世代の方が節約している意識が高く、特に20代ではその傾向が顕著に表れている。

◆ 貯蓄と消費

- ・お金の「貯蓄」と「消費」では、貯蓄に回している人は28.2%、消費している人が19.2%となり、若干貯蓄に回している人が上回った。ただ、年代によって意識が異なっており、若い世代は貯蓄中心、年齢が上がるに連れ消費中心に変わっている。

備蓄への意識は高い

◆ まとめ買いと備蓄

- ・コロナ禍で家で過ごす時間が増え、また一時期、マスクや紙製品が品薄になったこともあり、47.0%の人が備蓄を心掛けている。一般消費財の家庭内在庫は大きくなったと推測される。

メリハリのある消費活動

◆ 本当に必要なものだけにお金を使う

- ・自分にとって本当に必要なものだけにお金を使う人が全体で46.0%に達した。性別でも差が出ており、男性40.6%に対し女性では51.6%であり、女性の方がより必要なものだけにお金を使う傾向が強いようである。

I. コロナ禍における生活の変化

2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

- ◆ 気に入った商品は高価でも購入
 - ・自分が気に入った商品なら高価でも購入すると回答した人は33.1%で、そうでない人22.2%を上回った。この傾向は若い世代ほど多く、特に20代女性は43.2%、30代女性では42.8%となった。
- ◆ 買う前にはできるだけ多くの情報を集める
 - ・できるだけ多く情報を集め、お気に入りの商品を買うと回答した人は44.9%に上った。スマホで簡単に検索できる時代の買物には事前の情報収集は当たり前になってきているようだ。

SDGsを意識した買物行動はまだ発展途上

- ◆ 環境への配慮や、社会貢献につながる商品の購入は少数派
 - ・環境への配慮や社会貢献を意識した買い物を心掛けている人は23.9%にとどまった。SDGsという言葉は日本社会にも浸透してきているが、日常生活での行動に移すのはこれからなのかもしれない。

経済的な余裕はなくなっている

- ◆ コロナ前より経済的に厳しくなった
 - ・コロナ前より経済的に余裕が出てきている人が11.8%なのに対し、そうでない人は45.8%に上った。経済的な余裕がなくなっている人が半数近くに上ったのは、コロナによる収入や貯蓄の減少だけでなく国際情勢など将来への不安要素が多くなってきていることも影響しているのではないかと考えられる。

I. コロナ禍における生活の変化

2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

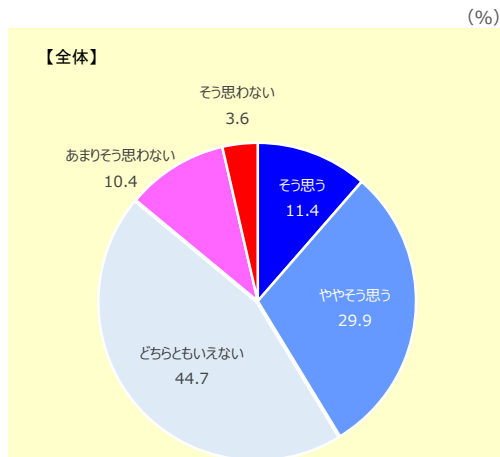
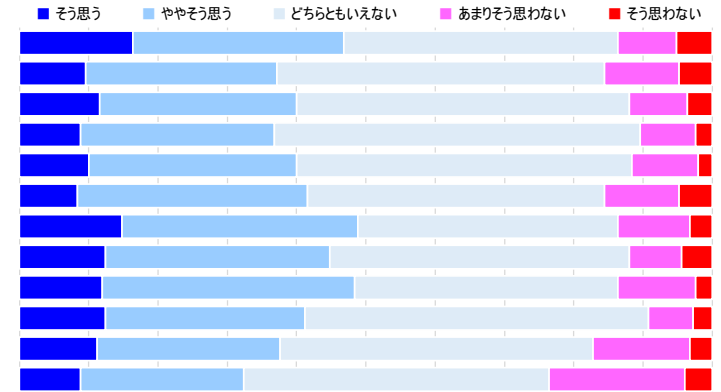
Q.お金や、買物・消費など日常生活に関する意識で、次にあげる点について、あなたはどのような認識をお持ちですか。（SA）

(1) コロナ前より、節約して生活をしている

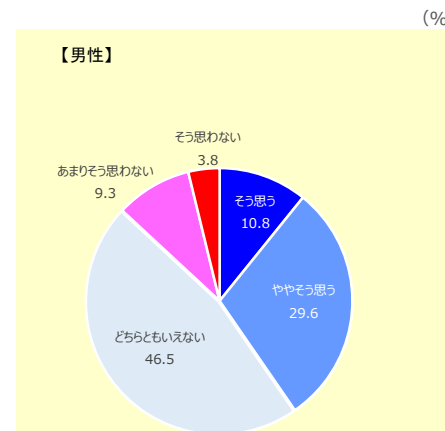
		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	11.4	29.9	44.7	10.4	3.6
性別	男性	1,500	10.8	29.6	46.5	9.3	3.8
	女性	1,500	11.9	30.3	42.9	11.5	3.3
性年代別	男性-20代	250	16.4	30.4	39.6	8.4	5.2
	男性-30代	250	9.6	27.6	47.2	10.8	4.8
	男性-40代	250	11.6	28.4	48.0	8.4	3.6
	男性-50代	250	8.8	28.0	52.8	8.0	2.4
	男性-60代	250	10.0	30.0	48.4	9.6	2.0
	男性-70代	250	8.4	33.2	42.8	10.8	4.8
	女性-20代	250	14.8	34.0	37.6	10.4	3.2
	女性-30代	250	12.4	32.4	43.2	7.6	4.4
	女性-40代	250	12.0	36.4	38.0	11.2	2.4
	女性-50代	250	12.4	28.8	49.6	6.4	2.8
	女性-60代	250	11.2	26.4	45.2	14.0	3.2
	女性-70代	250	8.8	23.6	44.0	19.6	4.0

(人)

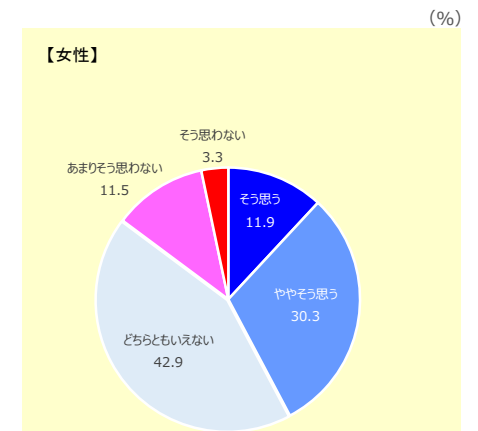
(%)



(%)



(%)



(%)

I. コロナ禍における生活の変化

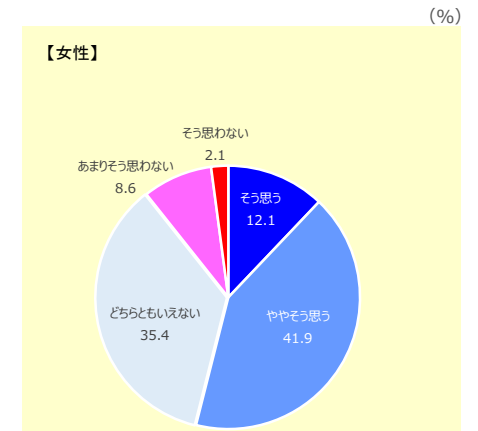
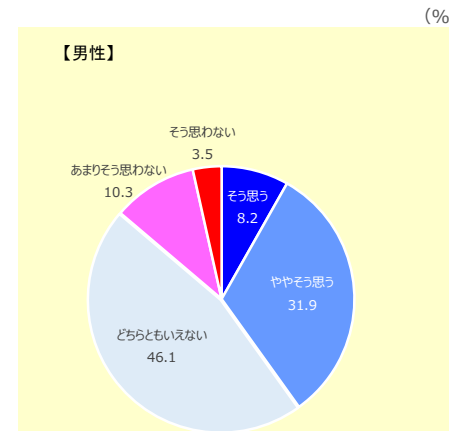
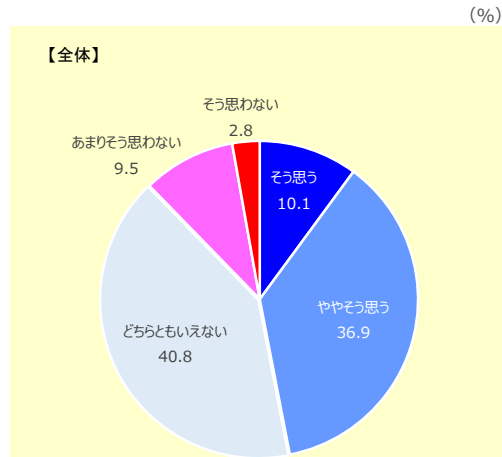
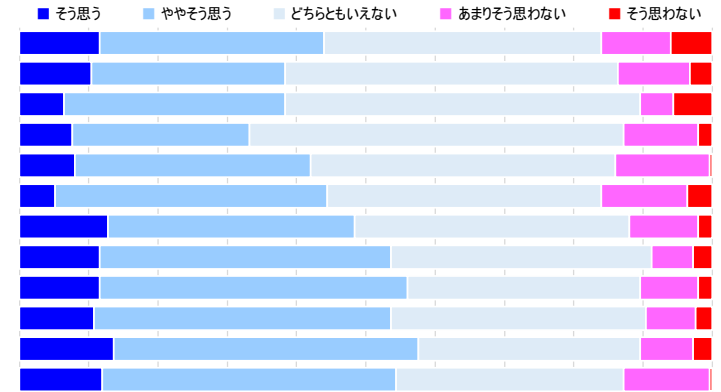
2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(2) まとめ買いや、常にストックをチェックするなど、備蓄を心がけている

		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	10.1	36.9	40.8	9.5	2.8
性別	男性	1,500	8.2	31.9	46.1	10.3	3.5
	女性	1,500	12.1	41.9	35.4	8.6	2.1
性年代別	男性-20代	250	11.6	32.4	40.0	10.0	6.0
	男性-30代	250	10.4	28.0	48.0	10.4	3.2
	男性-40代	250	6.4	32.0	51.2	4.8	5.6
	男性-50代	250	7.6	25.6	54.0	10.8	2.0
	男性-60代	250	8.0	34.0	44.0	13.6	0.4
	男性-70代	250	5.2	39.2	39.6	12.4	3.6
	女性-20代	250	12.8	35.6	39.6	10.0	2.0
	女性-30代	250	11.6	42.0	37.6	6.0	2.8
	女性-40代	250	11.6	44.4	33.6	8.4	2.0
	女性-50代	250	10.8	42.8	36.8	7.2	2.4
	女性-60代	250	13.6	44.0	32.0	7.6	2.8
	女性-70代	250	12.0	42.4	32.8	12.4	0.4

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

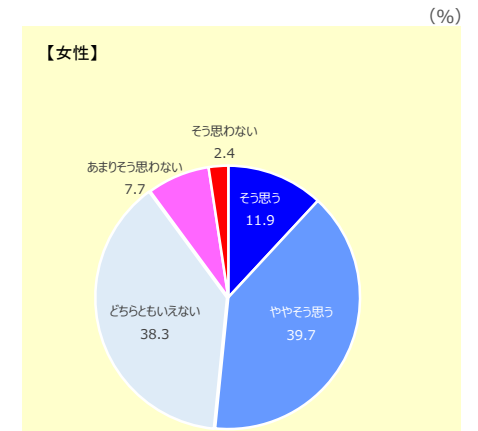
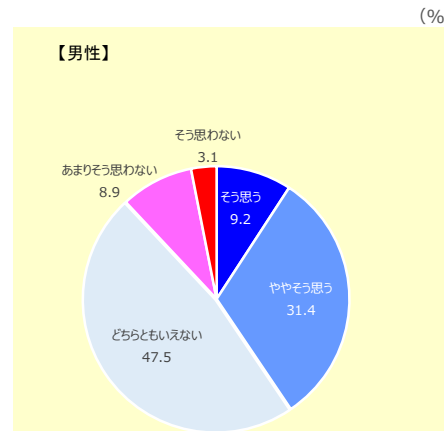
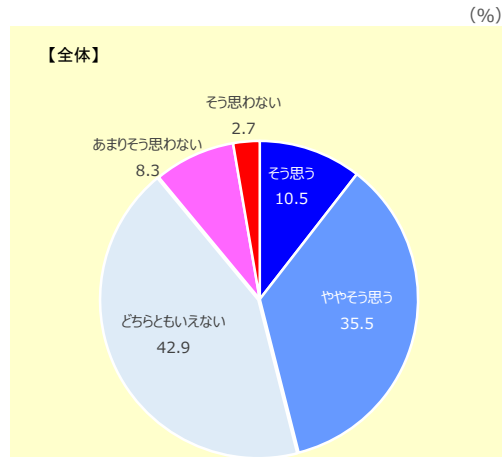
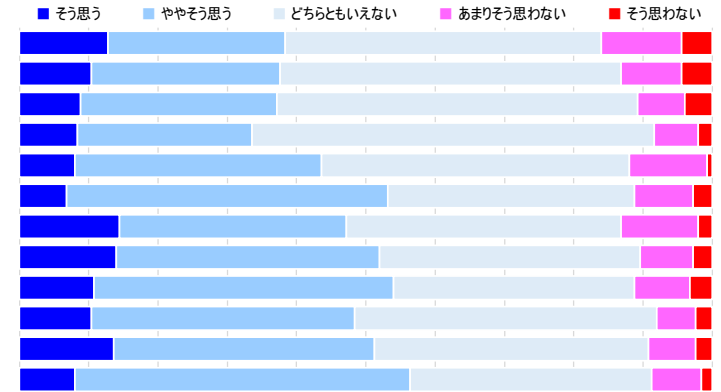
2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(3) 自分にとって本当に必要なものにだけお金を使うようになった

		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	10.5	35.5	42.9	8.3	2.7
性別	男性	1,500	9.2	31.4	47.5	8.9	3.1
	女性	1,500	11.9	39.7	38.3	7.7	2.4
性年代別	男性-20代	250	12.8	25.6	45.6	11.6	4.4
	男性-30代	250	10.4	27.2	49.2	8.8	4.4
	男性-40代	250	8.8	28.4	52.0	6.8	4.0
	男性-50代	250	8.4	25.2	58.0	6.4	2.0
	男性-60代	250	8.0	35.6	44.4	11.2	0.8
	男性-70代	250	6.8	46.4	35.6	8.4	2.8
	女性-20代	250	14.4	32.8	39.6	11.2	2.0
	女性-30代	250	14.0	38.0	37.6	7.6	2.8
	女性-40代	250	10.8	43.2	34.8	8.0	3.2
	女性-50代	250	10.4	38.0	43.6	5.6	2.4
	女性-60代	250	13.6	37.6	39.6	6.8	2.4
	女性-70代	250	8.0	48.4	34.8	7.2	1.6

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

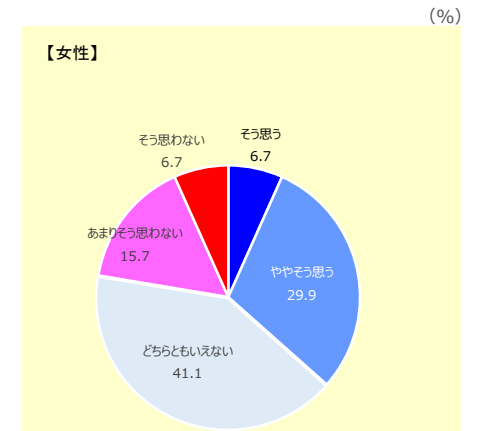
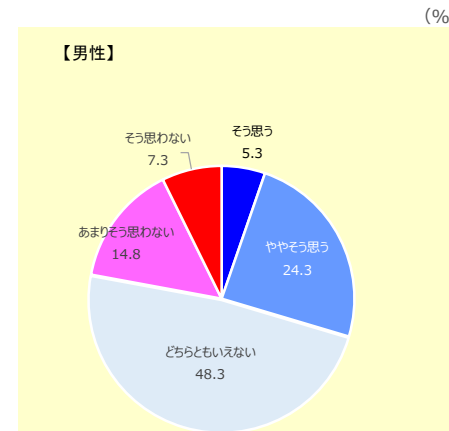
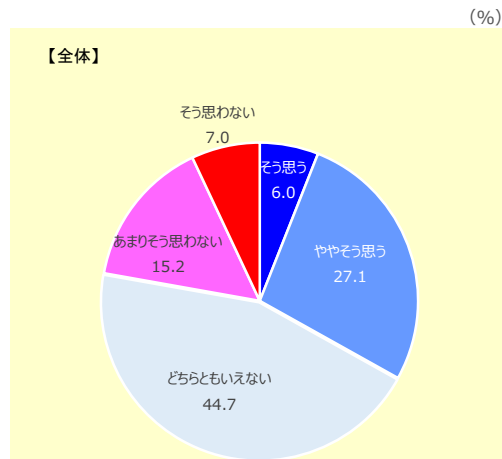
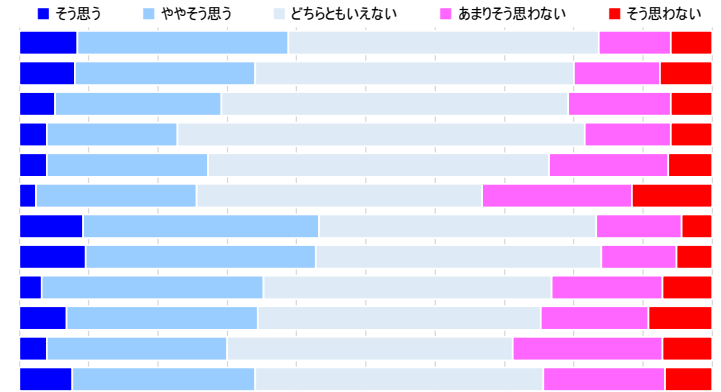
2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(4) 自分が気に入った付加価値のあるものなら、高価でも購入する

		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	6.0	27.1	44.7	15.2	7.0
性別	男性	1,500	5.3	24.3	48.3	14.8	7.3
	女性	1,500	6.7	29.9	41.1	15.7	6.7
性年代別	男性-20代	250	8.4	30.4	44.8	10.4	6.0
	男性-30代	250	8.0	26.0	46.0	12.4	7.6
	男性-40代	250	5.2	24.0	50.0	14.8	6.0
	男性-50代	250	4.0	18.8	58.8	12.4	6.0
	男性-60代	250	4.0	23.2	49.2	17.2	6.4
	男性-70代	250	2.4	23.2	41.2	21.6	11.6
	女性-20代	250	9.2	34.0	40.0	12.4	4.4
	女性-30代	250	9.6	33.2	41.2	10.8	5.2
	女性-40代	250	3.2	32.0	41.6	16.0	7.2
	女性-50代	250	6.8	27.6	40.8	15.6	9.2
	女性-60代	250	4.0	26.0	41.2	21.6	7.2
	女性-70代	250	7.6	26.4	41.6	17.6	6.8

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

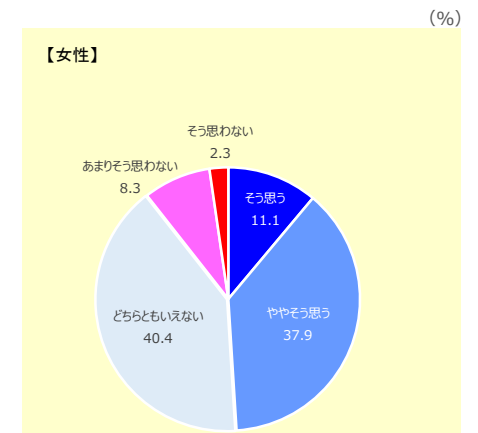
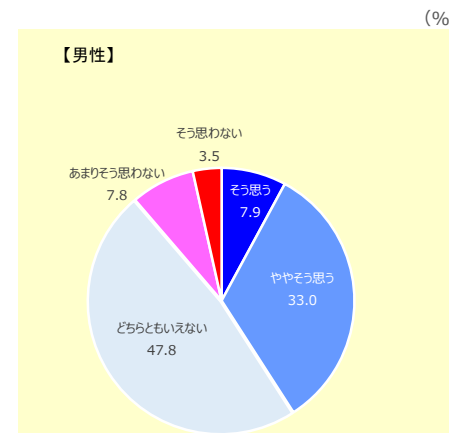
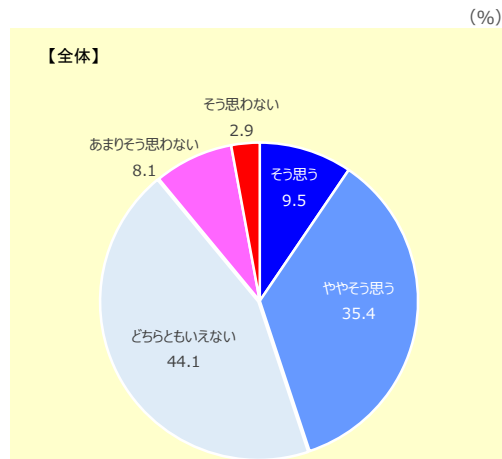
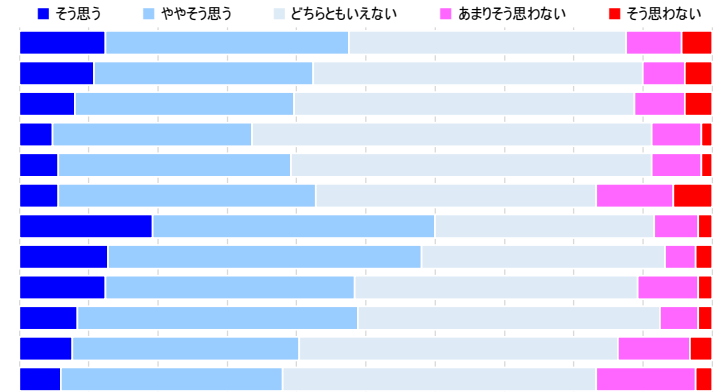
2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(5) できるだけ多く情報を集め、お気に入りの商品を買うようにしている

		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	9.5	35.4	44.1	8.1	2.9
性別	男性	1,500	7.9	33.0	47.8	7.8	3.5
	女性	1,500	11.1	37.9	40.4	8.3	2.3
性年代別	男性-20代	250	12.4	35.2	40.0	8.0	4.4
	男性-30代	250	10.8	31.6	47.6	6.0	4.0
	男性-40代	250	8.0	31.6	49.2	7.2	4.0
	男性-50代	250	4.8	28.8	57.6	7.2	1.6
	男性-60代	250	5.6	33.6	52.0	7.2	1.6
	男性-70代	250	5.6	37.2	40.4	11.2	5.6
	女性-20代	250	19.2	40.8	31.6	6.4	2.0
	女性-30代	250	12.8	45.2	35.2	4.4	2.4
	女性-40代	250	12.4	36.0	40.8	8.8	2.0
	女性-50代	250	8.4	40.4	43.6	5.6	2.0
	女性-60代	250	7.6	32.8	46.0	10.4	3.2
	女性-70代	250	6.0	32.0	45.2	14.4	2.4

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

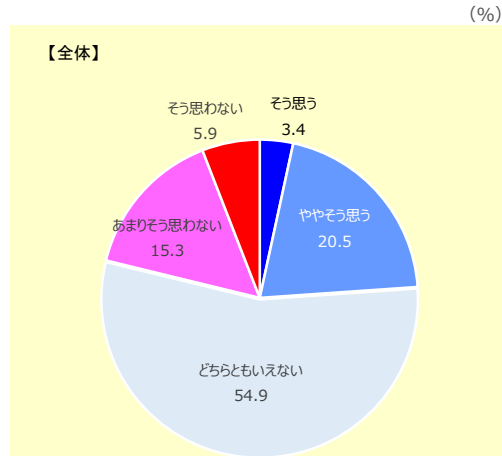
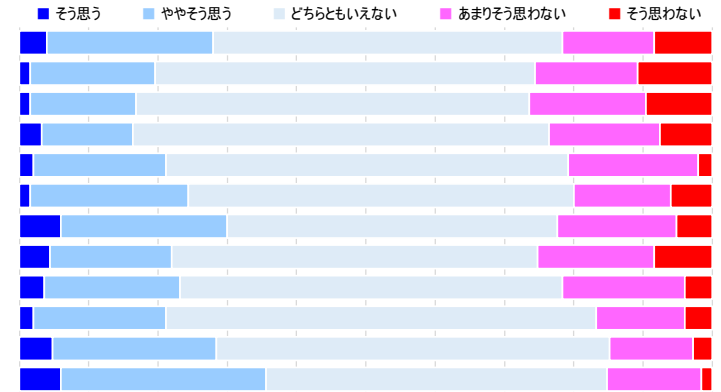
2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(6) 環境への配慮や、社会貢献につながる商品を買っている

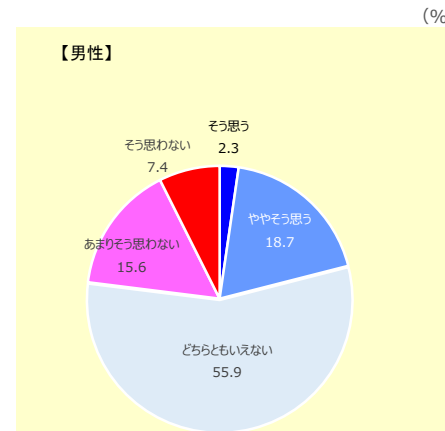
		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	3.4	20.5	54.9	15.3	5.9
性別	男性	1,500	2.3	18.7	55.9	15.6	7.4
	女性	1,500	4.5	22.3	53.9	15.0	4.3
性年代別	男性-20代	250	4.0	24.0	50.4	13.2	8.4
	男性-30代	250	1.6	18.0	54.8	14.8	10.8
	男性-40代	250	1.6	15.2	56.8	16.8	9.6
	男性-50代	250	3.2	13.2	60.0	16.0	7.6
	男性-60代	250	2.0	19.2	58.0	18.8	2.0
	男性-70代	250	1.6	22.8	55.6	14.0	6.0
	女性-20代	250	6.0	24.0	47.6	17.2	5.2
	女性-30代	250	4.4	17.6	52.8	16.8	8.4
	女性-40代	250	3.6	19.6	55.2	17.6	4.0
	女性-50代	250	2.0	19.2	62.0	12.8	4.0
	女性-60代	250	4.8	23.6	56.8	12.0	2.8
	女性-70代	250	6.0	29.6	49.2	13.6	1.6

(人)

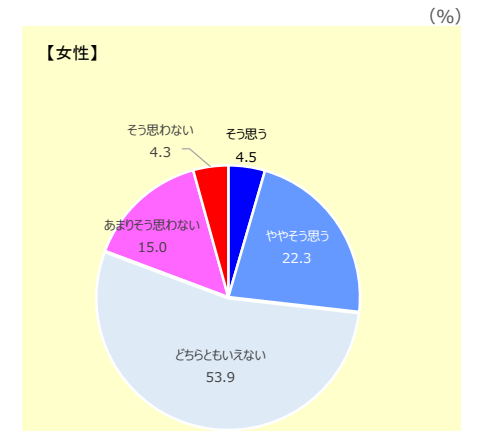
(%)



(%)



(%)



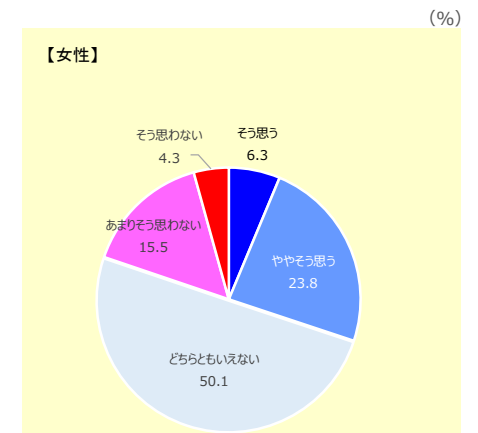
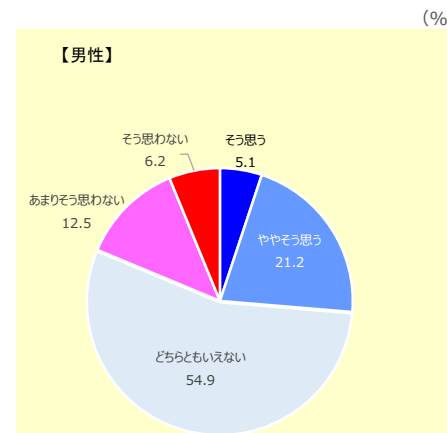
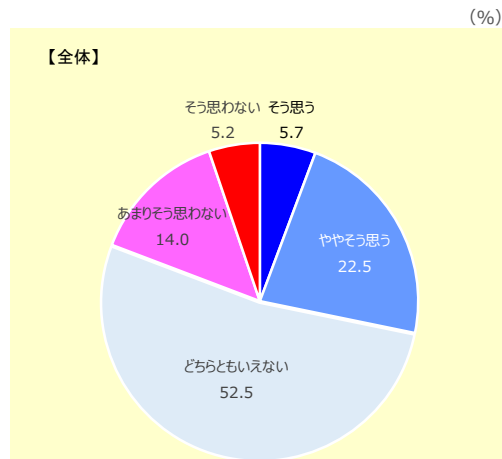
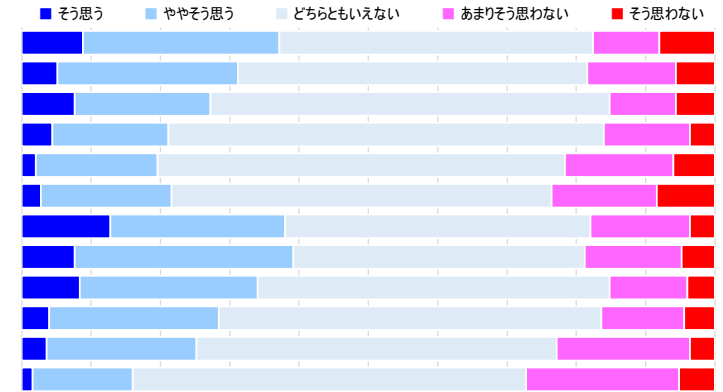
(%)

I. コロナ禍における生活の変化

2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(7) 今は消費に使うより、お金は貯蓄に回している

		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	5.7	22.5	52.5	14.0	5.2
性別	男性	1,500	5.1	21.2	54.9	12.5	6.2
	女性	1,500	6.3	23.8	50.1	15.5	4.3
性年代別	男性-20代	250	8.8	28.4	45.2	9.6	8.0
	男性-30代	250	5.2	26.0	50.4	12.8	5.6
	男性-40代	250	7.6	19.6	57.6	9.6	5.6
	男性-50代	250	4.4	16.8	62.8	12.4	3.6
	男性-60代	250	2.0	17.6	58.8	15.6	6.0
	男性-70代	250	2.8	18.8	54.8	15.2	8.4
	女性-20代	250	12.8	25.2	44.0	14.4	3.6
	女性-30代	250	7.6	31.6	42.0	14.0	4.8
	女性-40代	250	8.4	25.6	50.8	11.2	4.0
	女性-50代	250	4.0	24.4	55.2	12.0	4.4
	女性-60代	250	3.6	21.6	52.0	19.2	3.6
	女性-70代	250	1.6	14.4	56.8	22.0	5.2



I. コロナ禍における生活の変化

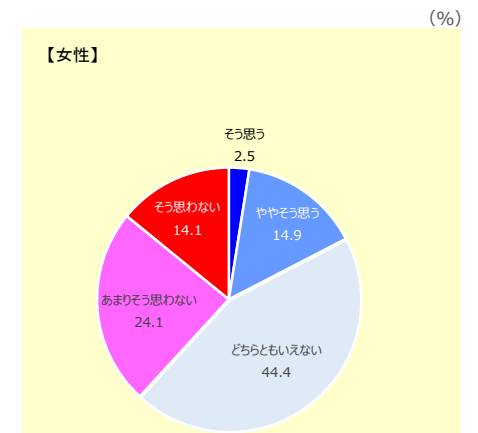
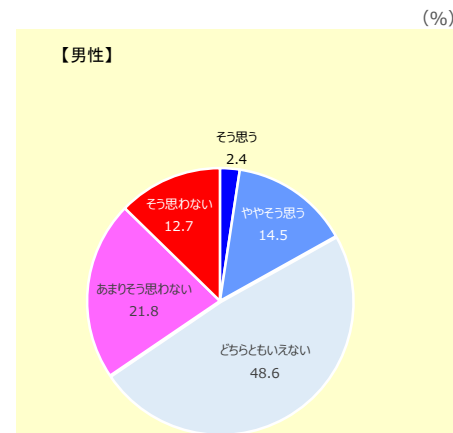
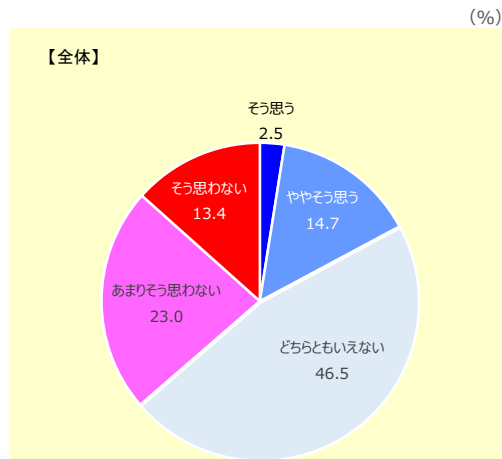
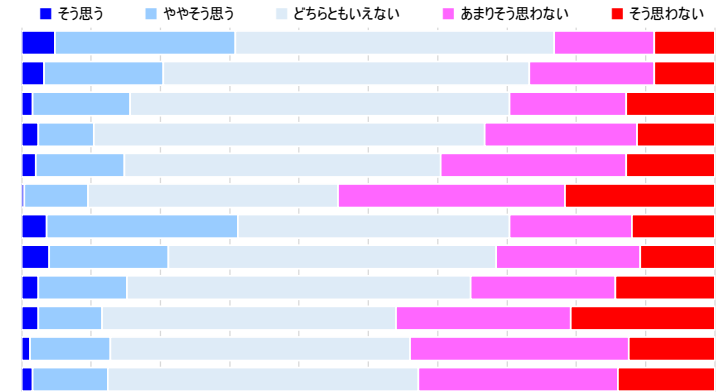
2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(8) 我慢しないで、活発にお金を使っている

		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	2.5	14.7	46.5	23.0	13.4
性別	男性	1,500	2.4	14.5	48.6	21.8	12.7
	女性	1,500	2.5	14.9	44.4	24.1	14.1
性年代別	男性-20代	250	4.8	26.0	46.0	14.4	8.8
	男性-30代	250	3.2	17.2	52.8	18.0	8.8
	男性-40代	250	1.6	14.0	54.8	16.8	12.8
	男性-50代	250	2.4	8.0	56.4	22.0	11.2
	男性-60代	250	2.0	12.8	45.6	26.8	12.8
	男性-70代	250	0.4	9.2	36.0	32.8	21.6
	女性-20代	250	3.6	27.6	39.2	17.6	12.0
	女性-30代	250	4.0	17.2	47.2	20.8	10.8
	女性-40代	250	2.4	12.8	49.6	20.8	14.4
	女性-50代	250	2.4	9.2	42.4	25.2	20.8
	女性-60代	250	1.2	11.6	43.2	31.6	12.4
	女性-70代	250	1.6	10.8	44.8	28.8	14.0

(人)

(%)



I. コロナ禍における生活の変化

2. お金や、買物・消費に関する意識の変化

(9) コロナ前より、経済的には余裕が出てきている

		合計	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
全体		3,000	1.6	10.2	42.4	26.3	19.5
性別	男性	1,500	1.7	11.1	45.7	24.2	17.3
	女性	1,500	1.5	9.3	39.0	28.3	21.8
性年代別	男性-20代	250	3.2	23.6	42.8	16.8	13.6
	男性-30代	250	2.8	14.0	46.4	21.2	15.6
	男性-40代	250	1.6	11.6	49.2	18.0	19.6
	男性-50代	250	1.6	8.4	51.2	23.2	15.6
	男性-60代	250	0.8	5.6	49.2	27.2	17.2
	男性-70代	250	0.0	3.6	35.6	38.8	22.0
	女性-20代	250	2.0	16.8	45.2	20.0	16.0
	女性-30代	250	2.4	12.8	35.6	26.8	22.4
	女性-40代	250	2.0	11.2	34.8	29.6	22.4
	女性-50代	250	2.0	4.8	40.8	26.0	26.4
	女性-60代	250	0.8	4.8	41.2	31.2	22.0
	女性-70代	250	0.0	5.6	36.4	36.4	21.6

(人)

(%)

