

マイデータ・バンク  MEY を活用した

## 新型コロナウイルス（COVID-19）による影響レポート 第一弾

株式会社マイデータ・インテリジェンスは、生活者がパーソナルデータを信託する情報銀行サービス「マイデータ・バンクMEY（ミー）」にて、新型コロナウイルス感染拡大の状況下において、生活者の情報信託を受けたデータから「新型コロナウイルスによる影響レポート」を作成いたしました。

この取り組みは、提供された生活者のパーソナルデータから、生活者が本当に求めるニーズを分析し、その情報を企業が活用することで、企業が、ウィズ/アフターコロナにおける新たな生活様式を、生活者にサービスや商品でフィードバックすることを目標に展開しております。

### パーソナルデータ収集概要

[収集方法]MEYサービス上

#### 施策①

[施策タイトル]外出自粛中の日常を教えてください。嬉しかったことや困ったことはありませんか？

[実施期間]4月16日～7月1日(実施中) ※4月16日～5月26日分のデータを使用し集計

[回答者数]1,015名

[回答数]5,367数

#### 施策②

[施策タイトル]あなたの生活の変化を教えてください

[実施期間]4月23日～4月29日

[回答者数]2,048名

※レポート上に記載されている図表グラフに関しては、記載がない場合は施策②のデータを元にしています。

# レポート内容

1. レポートサマリー  
ウィズ/アフターコロナにおける新たな生活様式
2. 私生活への影響
  - ・ 外出/購買活動への影響
  - ・ 食事への影響
  - ・ 嗜好品への影響
  - ・ 移動手段への影響
  - ・ 困り事
3. 働き方・学び方への影響
  - ・ 収入や副業などへの影響
  - ・ 働く環境への影響
  - ・ 人との接し方への影響
4. 時間の使い方に対する影響
5. 生活者の不安
6. 最後に

# 1. レポートサマリー

## ウィズ/アフターコロナにおける新たな生活様式

生活者からお預かりしているパーソナルデータ、生活者の声から見えてきたウィズ/アフターコロナにおける新たな生活様式

UPDATE	ウィズ/アフターコロナにおける新たな生活様式	求められるサービスや対応
購買活動	商品自体の価値だけでなく、消費者がそれを手に入れるにあたって付随するコストやリスク、体験や感情を見据えたストレスフリーな購買様式	EC・通販から各種定期購買サービス それらを応用したプロダクト
食事	今までの自分の食事スタイルに囚われない。 食事をとるまでに発生しうるストレスを無くし、新たなお店や料理との出会いにもつながる食事様式	デリバリー・テイクアウトサービス・ 様々な食材宅配サービスの活用
嗜好品	依存、過剰摂取しないセルフコントロールをした上で正しく付き合う趣味嗜好様式	各種ライフログアプリ・ 定期購買サービスの活用
移動	コロナなど有事の際に限らず、また不要不急を問わず移動せずとも対応出来る環境	会議ツール・テレワーク形態・ 各種オンラインサービスの活用
収入や副業	単一的な収入源や働き方の価値観にとらわれない様式	保険・投資サービスの検討 副業から、スキルアップ等による 新しい可能性の模索
働く環境	働く環境に左右されない業務スタイルを確立した様式	会議ツール・ マネージメントサービスの活用
人との接し方	対面コミュニケーションを前提としない、様々なコミュニケーションツールを活用する交流様式	会議ツール・オンラインサービスの活用
時間の使い方	急遽発生する余暇や、家族間での時間共有に対するストレスを感じる事がないう、 予定やコミュニケーション管理を常日頃からストレスフリーな状態で維持し生活出来る環境	タイム・ライフマネージメント

各項目に関する詳細、生活者の声などレポート詳細は次ページ以降となります。

## 2. 私生活への影響

### ・外出/購買活動への影響

#### <データサマリー>

「衛生面で気を遣うようになった」が85%、「外出する機会が減った」が84%の割合で回答されており共に80%を超えている。「マスク等の衛生消耗品による出費が増えた」が51%となっており衛生面の意識が向上が見受けられる。「出費が増えた(衛生消耗品を除く)」も31%となっており、外出の機会が減る中でも家庭内での消費行動が進んでいる傾向が見受けられる。

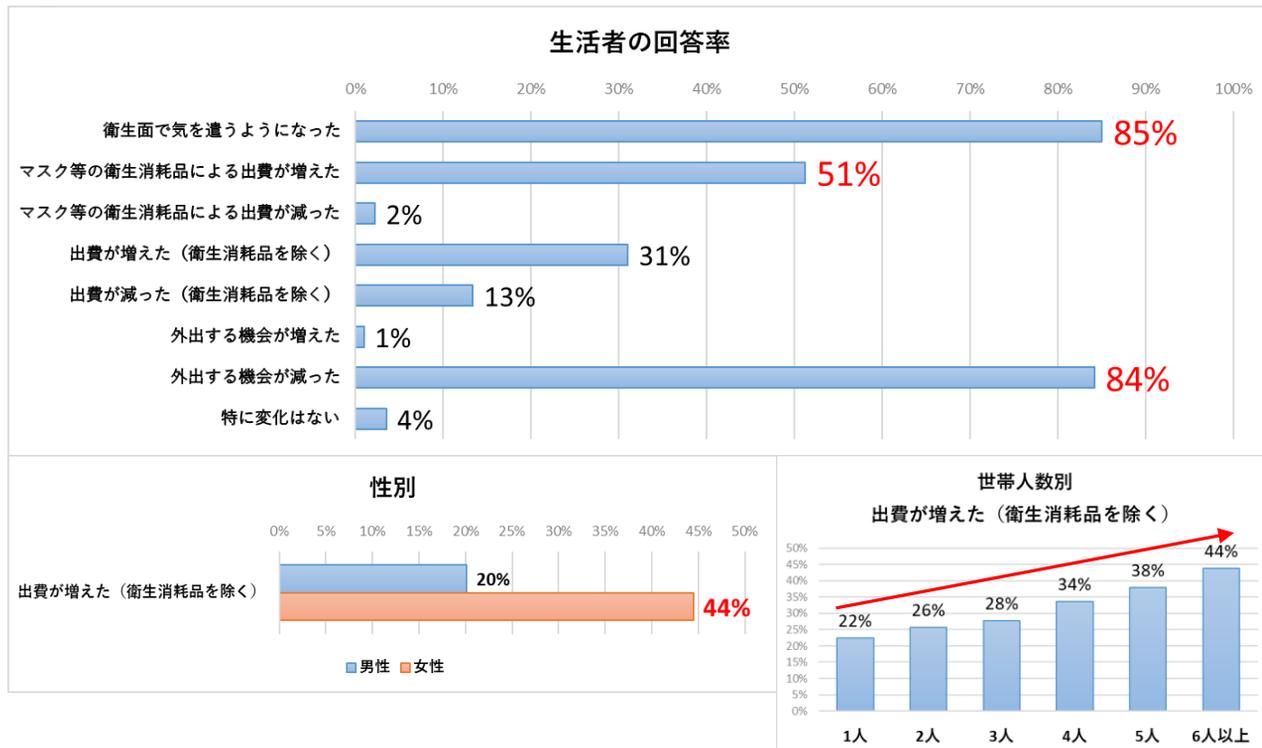
「出費が増えた(衛生消耗品を除く)」の項目に関しては、男性より女性の方が22%回答率が高く、世帯人数が増える毎に回答割合も上がる傾向があり、世帯人数が多いほど様々な対応への出費が増えていると見受けられる。

#### <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、店舗の混雑・商品不足に加え、周りの人のマナーに対してストレスを感じている内容が見られる。コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声に関しては、悩み・不満の声に対応するように通販での利便性に関する内容が見られた。

コロナ禍により、**通販サイトなどの来店を必要としない購買手段はその利便性だけでなく、購買活動に付随する他人との距離感・価値観の相違により受けている対人ストレスの影響を受けにくいなどのメリットも認識され新たな生活様式に組み込まれつつあると考えられる。**

企業側は、従来の商品の品ぞろえや価値だけでなく、**購買活動に伴って生活者が感じている各種ストレスへの対応**も今後求められると考えられる。



### 生活者の声

#### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・通販で安く買えたこと。今後も利用したい。(50代/男性)
- ・ネットスーパーや通販サイトを見る機会が増え、寝る前にサイトを見出すとストレス解消に自分の好きなブランドばかりみてしまい、頭の中は買い物天国になって楽しいひと時を過ごしています。コロナ疲れから逃れています。(30代/女性)
- ・レジに並んでる時の距離を開けるルールが浸透したりしてるなど、皆がなれてきて混乱がなくなってきていると感じています。(20代/男性)

#### <コロナ禍での悩み・不満の声>

- ・出入り口にあるアルコール消毒をしない客がいる(30代/男性)
- ・スーパーで並んだ時、後ろに並んできた人がかなり距離を詰めてきて困った。(30代/女性)
- ・スーパーやドラッグストアを5店舗ほど回っても、マスクが買えず、衛生面が徹底できなくて困っています。(30代/男性)

#### <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

ご家族の構成や日頃の備えに関する情報、衛生面に関する価値観等の個人情報に信託頂くことにより、日々世の中に登場する様々な購買サービスの中から生活者に最適・必要なものだけご提案し生活が豊かになる仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

## 2. 私生活への影響

### ・食事への影響

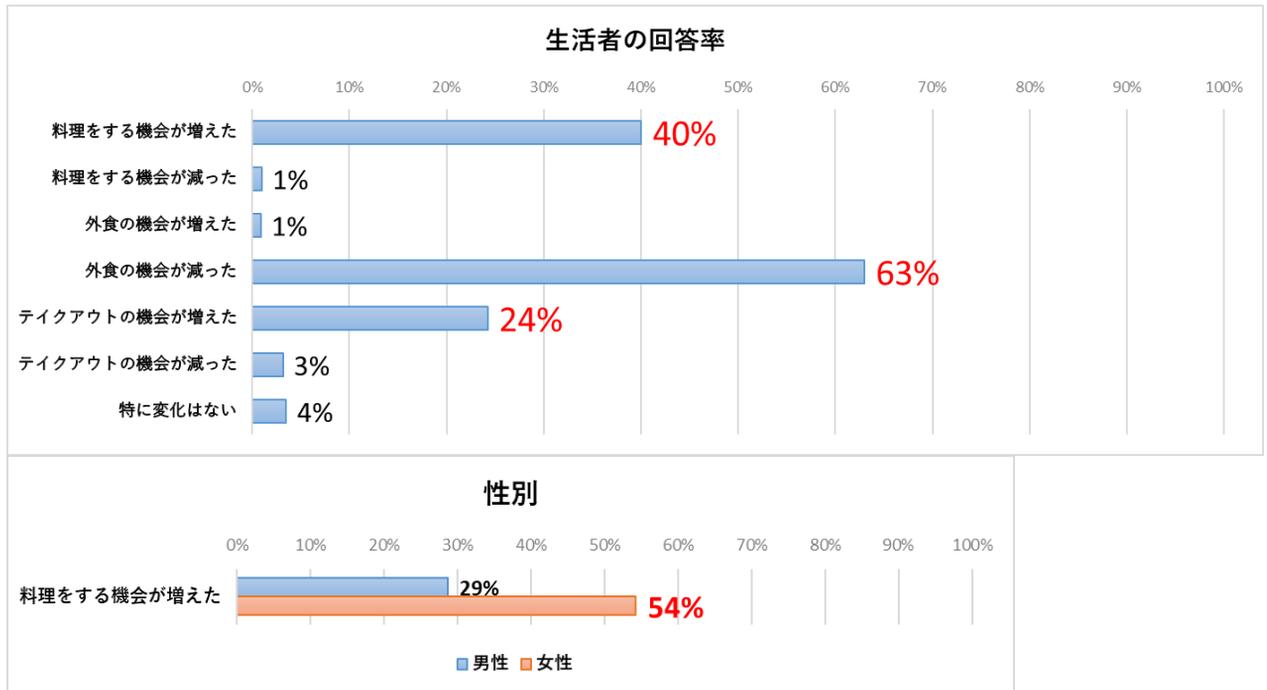
#### <データサマリー>

「外食の機会が減った」は63%、「料理をする機会が増えた」は40%。  
また、「テイクアウトの機会が増えた」は24%の回答率となっている。  
外食の機会が減った分、料理（自炊）及びテイクアウトの割合が引き上げられている。  
「料理をする機会が増えた」の設問に関しては、男性より女性の方が25%回答率が高くなっている。

#### <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、外食が出来ない事や食事のバリエーションが限られてしまう事に対しての内容が見られる。  
コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声に関しては、デリバリーサービスやテイクアウトを活用した事によって新しい店舗や料理の発見に繋がった内容が見られる。

コロナ禍により、外食での行動が制限される中において、デリバリーサービスや、テイクアウト対応店が増える事は生活者が新たな店舗群を知るきっかけにもなっており、生活者の満足と共に活用が進み始めている面が見て取れる。  
企業側は店内飲食以外での商機を逃さないための対応を行っている様子が見て取れ、新たな販路やコミュニケーションを用いる事による工夫が求められている事が伺える。



### 生活者の声

#### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・週末、出かけられないのでウーバーイーツで検索して食事を注文したが、その結果いままでも知らなかった美味しいお店を知ることができた。自粛しないでよくなったらお店にも行ってみたいと思った。(30代/女性)
- ・テイクアウトに対応するお店が増えて、今まで行ったことがないお店の食事を食べる機会が増えた。(40代/女性)
- ・通販で販売してないお菓子が特別に通信販売されていたこと。(10代/男性)

#### <コロナ禍での悩み・不満の声>

- ・お店が沢山営業自粛しているので、行きたいところに行けない。(50代/女性)
- ・外食しづらくなった。(50代/男性)
- ・家の食事が飽きた(30代/男性)

#### <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

日々食べている食事のメニュー情報や画像などを信託頂き情報を分析、生活者に合ったメニューや食事提供サービスをお勧めする事により、健康的で充実した食生活が送れる仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

## 2. 私生活への影響

### ・嗜好品への影響

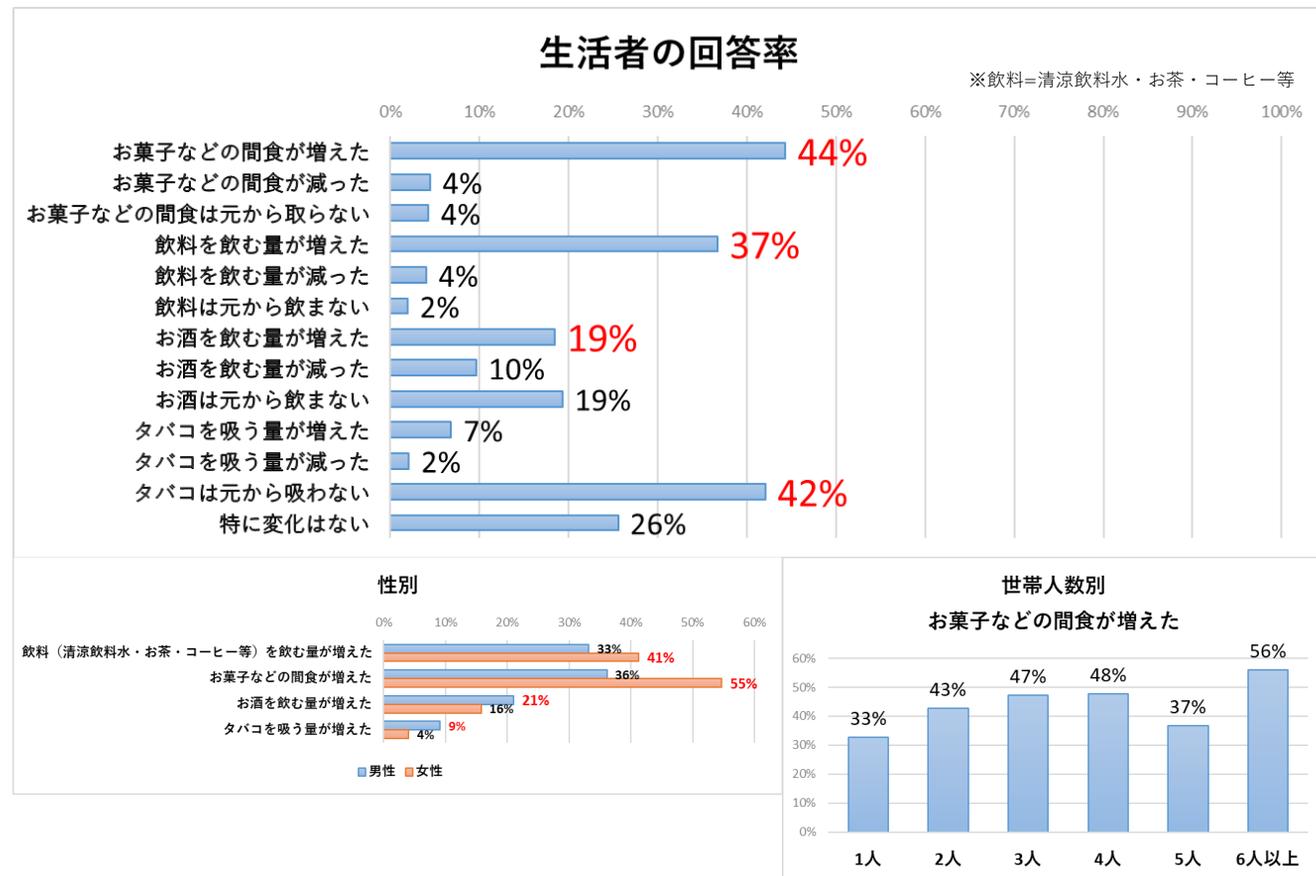
#### <データサマリー>

「お菓子などの間食が増えた」は44%、「飲料を飲む量が増えた」は37%、「お酒を飲む量が増えた」は19%の回答率となっている。一般的に嗜好品の消費量は増えており、飲料・お菓子に関しては女性の消費が、お酒・タバコに関しては男性の消費が伸びている。世帯人数が多い程、お菓子などの間食が増加しており衛生消耗品以外の出費が上がる要因の一つと考えられる。

#### <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、つつい嗜好品の消費量が多くなってしまいう事に対する内容が見られる。コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声に関しては、普段ないお菓子が出回ったり、サプライズ要素のあるサービスに対する楽しみ内容が見られる。

コロナ禍により、嗜好品の消費は増加傾向となっており、それに応じるように過剰摂取による悩みや飽きに対する内容が見られる。企業側は、単一商品が飽きられてしまった場合に備えサプライズ要素のある提供形式や、健康面への意識、消費によって罪悪感の湧かない商品開発が必要になると考えられる。



### 生活者の声

#### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・自粛中で通販が増えたが酒ガチャというおもしろいものを発見し買うとプレミアムなお酒をゲットできた (20代/女性)
- ・通販で販売してないお菓子が特別に通信販売されていたこと。(10代/男性)

#### <コロナ禍での悩み・不満の声>

- ・タバコの量が増えました。(50代/男性)
- ・お酒を自宅で飲む機会が増えた。依存の危険を感じる。(20代/男性)
- ・つついお菓子を食べて過ぎてしまうこと。(10代/男性)

#### <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

お好みの嗜好品や消費頻度に関する情報を信託する事により、生活者の嗜好に合う可能性の高い製品のご紹介から、摂取量のコントロールなどによりヘルスケアなどに繋がる仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

## 2. 私生活への影響

### ・移動手段への影響

#### <データサマリー>

「公共交通機関の利用が減った」は43%、「徒歩や自転車、自家用車での移動が増えた」は28%

「タクシーの利用が減った」は11%の回答率となっている。

年代別の「徒歩や自転車、自家用車での移動が減った」回答を見ると、若いほど徒歩等での移動が減少傾向ある。

一方、回答者の41%は特に変化は無いと回答しており、従来通りの移動手段での生活を送っている生活者も多いことが分かった。

#### <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

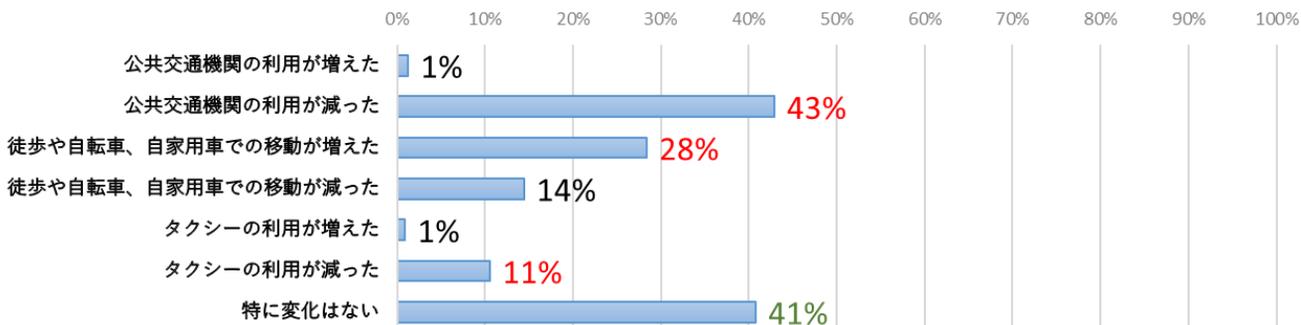
コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、在宅勤務などにより移動そのものが少なくなり、結果、運動不足となる等の内容が見られる。

コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声に関しては、交通機関を使う人の数が減り、交通機関を利用する人からは空いており快適という内容、レンタカーなどを活用した普段と異なる行動に加え、移動そのものが減った事により時間が出来た事に触れる内容が見られた。

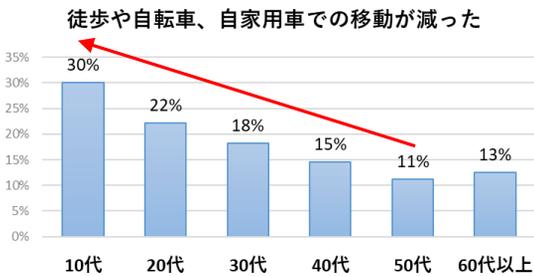
コロナ禍により、在宅勤務が普及した事により移動そのものの頻度が減り、慢性的な運動不足が生じている事、使える時間が増えた事により様々な活動を始めた様子が見える。

企業側は、生活者の運動不足解消へ繋がるサービスや、余暇の充実を図るサービスの提供が求められていると考えられる。

### 生活者の回答率



#### 年代別



### 生活者の声

#### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・通勤電車が空いている(40代/男性)
- ・朝の車通勤で道が空いていて快適だった(40代/男性)
- ・レンタカーで、買い物に行った。ふだん、なかなか行けない店に行けた。(60代/男性)
- ・在宅勤務となり通勤時間が無くなったので、その分家族との時間に費やせて嬉しい(30代/男性)
- ・在宅勤務は通勤時間が省けるので、手の込んだ夕食が作れて嬉しい。(50代/男性)
- ・テレワークが前提となり、通勤時間がなくなったため、それ以外の時間を有効的に使えるようになった。(30代/男性)

#### <コロナ禍での悩み・不満の声>

- ・在宅勤務になり、今まで通勤で合計一時間ほど歩いていたが、それがなくなり、運動不足となった(40代/男性)
- ・テレワークになり、通勤がなくなった。一日中自宅に居るので運動不足で心配(60代/男性)

#### <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

居住地や勤務地、その間に使用する店舗の情報などを信託頂き分析する事により、現状の品質向上や、変化があった際に従来の利用店舗の代用となる店舗のお勧めが出来る仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

## 2. 私生活への影響

### ・困り事

#### <データサマリー>

「衛生消耗品（マスク・ティッシュ等）が買えないこと」は59%、「人混みの中での買い物」は38%  
「ご自身の健康管理」は35%の回答率となっている。

次いで趣味を楽しめない事、不安・孤独感・ストレスなど精神面での困り事となっている。

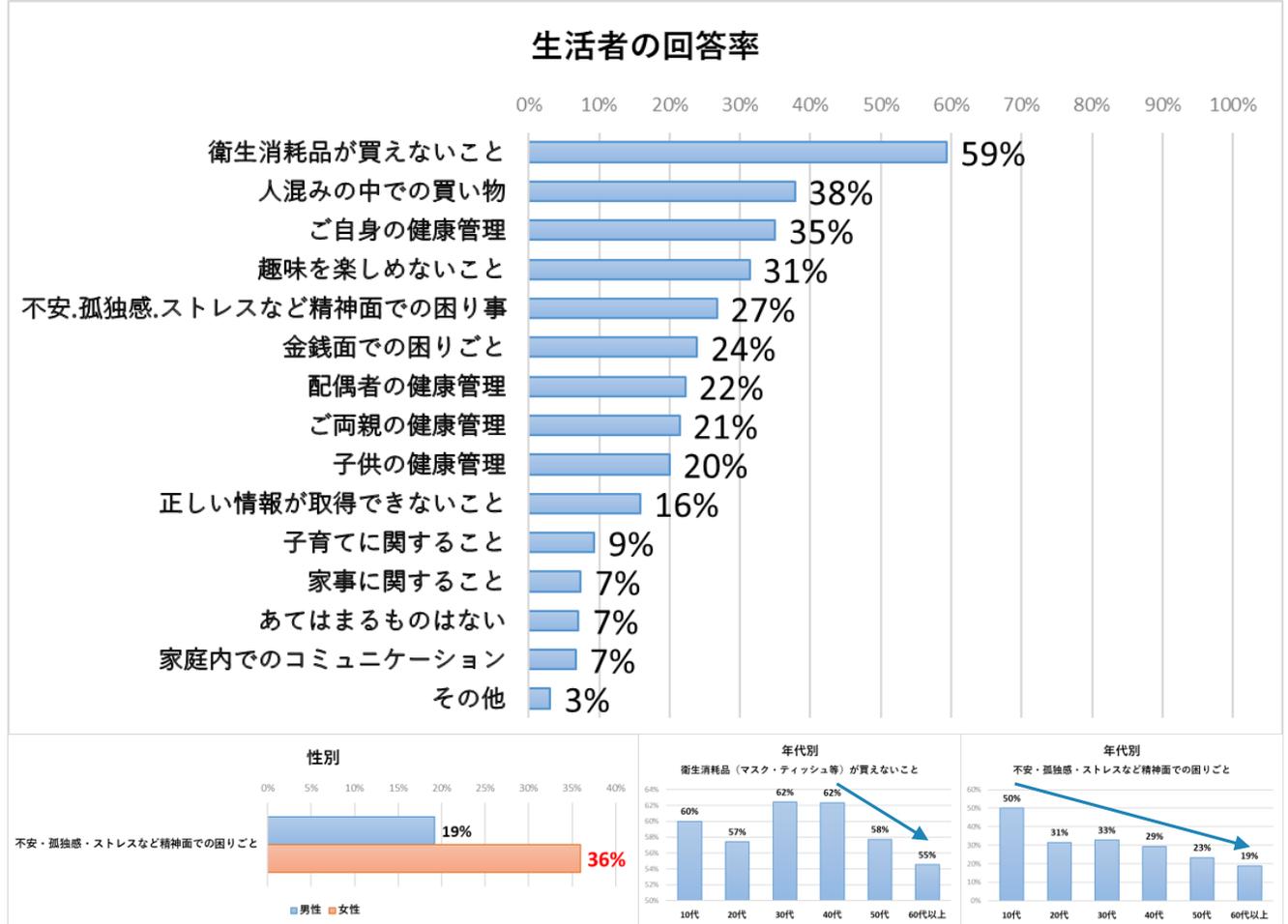
「不安・孤独感・ストレスなど精神面での困りごと」に関しては男性より女性の方が17%回答率が高くなっている。  
「衛生消耗品（マスク・ティッシュ等）が買えないこと」「不安・孤独感・ストレスなど精神面での困りごと」共に、若い方の回答率が高くなっており、年齢と共に下がっていった。

#### <生活者の声から見える困り事>

買物に関する事、健康に関する事、不安などの精神面についての困り事に関する内容が見られる。

買物に関しては品切れを起因とすることが多く、健康に関しては感染対策モラルに対する声も見られた。

有事の際の混乱を避けるため、日頃からの備蓄などによる対策やメンタルも含めた健康管理に対する需要の高まりが予想される。



### 生活者の声

- ・未だに、マスクしないで買い物してる親子連れやお年寄りがよく見かける。意識が低くて呆れる。(30代/女性)
- ・買占めがひどすぎる(30代/男性)
- ・マスクがネット通販で出回っているのを見かけるが通常の6倍はするので、結局転売されていた価格と変わらない。(40代/男性)
- ・間隔を空けて並ばない人がいる(20代/女性)

#### <情報銀行の活用による困り事への対応>

生活者からお預かりした様々な信託情報を元に、生活者に寄り添い困り事の解決に繋がるご提案が出来る仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

# 2. 私生活への影響

## ・ appendix

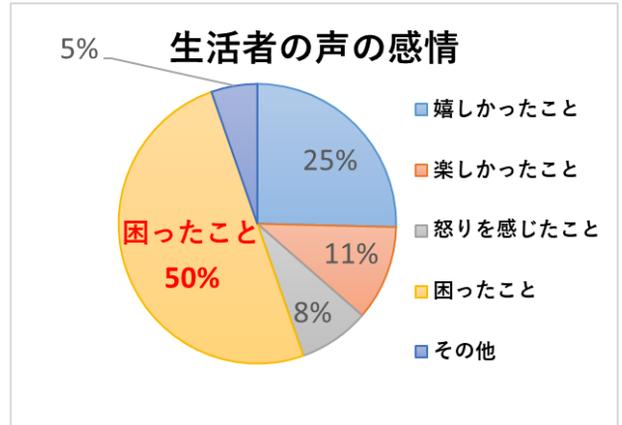
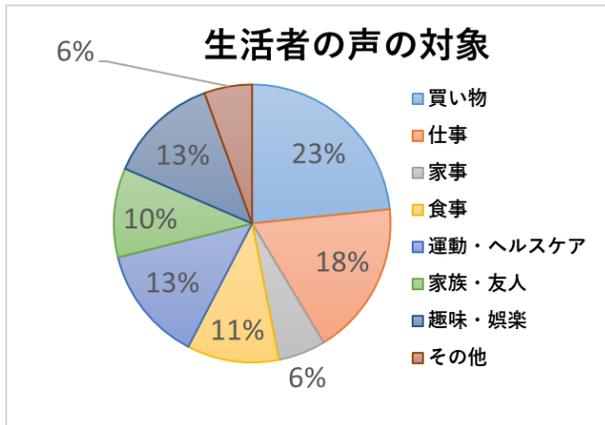
下記施策にて寄せられた生活者の声の対象と感情の割合

[施策タイトル]外出自粛中の日常を教えてください。嬉しかったことや困ったことはありますか？

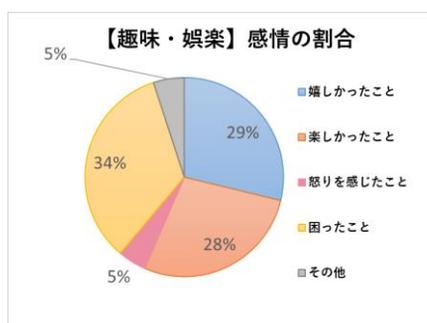
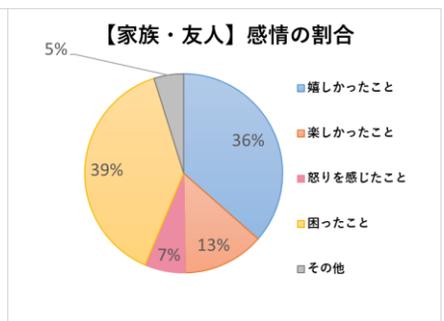
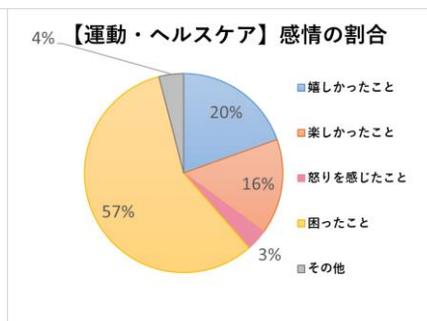
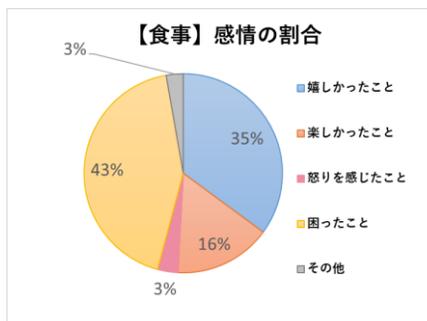
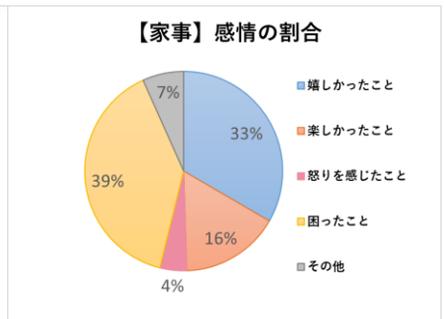
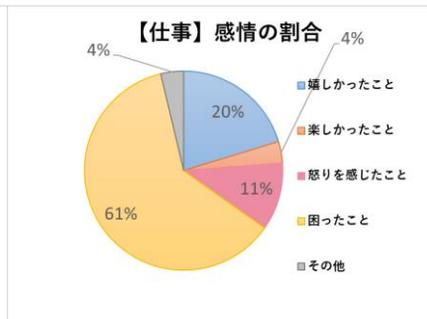
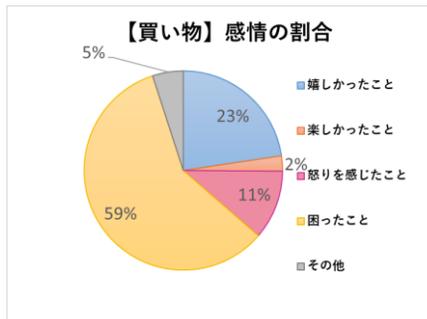
[実施期間]4月16日～7月1日(実施中) ※4月16日～5月26日分のデータを使用し集計

[回答者数]1,015名

[回答数]5,367数



### 対象別の寄せられた感情



# 3. 働き方・学び方への影響

## ・収入や副業などへの影響

### <データサマリー>

「勤務時間が減った」は28%、「収入が減った」は26%回答率となっており、4人に一人は影響を受けている。  
「仕事自体が減った・なくなった」も21%となっており5人に一人が影響を受けており多くの方が収入面で影響を受けている事がわかる。  
「勤務時間が減った」に該当するアルバイト・パートの方はより大きな影響を受けていると考えられる。

### <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、解雇を不安にしている声に加え、実際に解雇された方、回答者の配偶者が勤める企業が

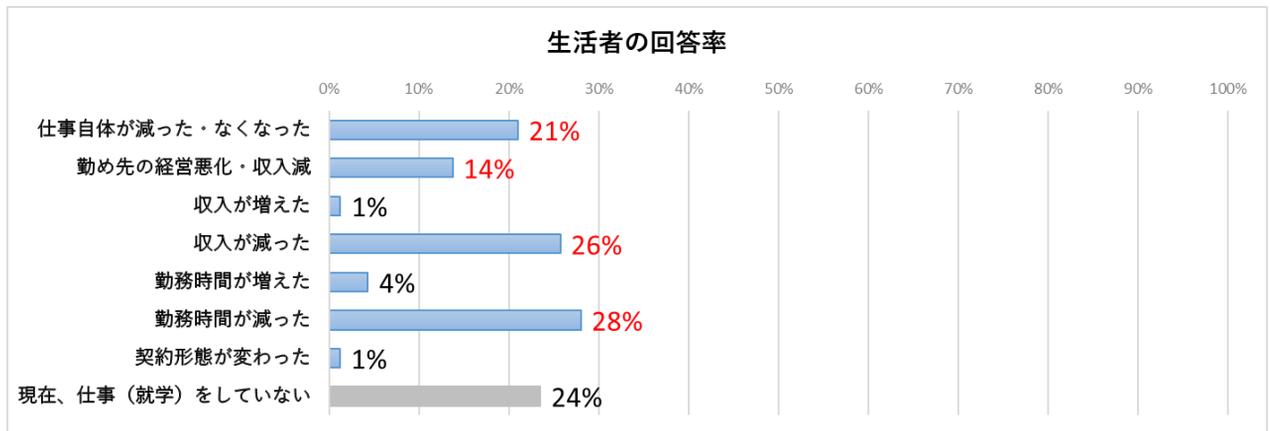
試用期間中の人の正式採用を取りやめる決定をしたというような内容が見られた。  
対策を行っている内容の声に関しては、スキルアップ・副業に関する内容も見られた。

コロナ禍により、生活者は避けられない収入低下に対し、スキルアップや副業を行おうとしている声が見られた。

また、オンラインでのレッスンや面接など場所や時間にとられないサービス、対応も見て取れた。

企業側へは、自社の社員や生活者に対し働き方の多様性の推進と容認が求められ、生活者も単一の技能や収入にとられない考え方が求められてくると考えられる。

今後は、今以上に企業はweb会議ツールをはじめとしたタスク管理ツールによる対応、生活者は雇用形態にとられない「働く」に繋がるサービスの活用が必要になってくると考えられる。



## 生活者の声

### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・在宅でできる副業を始めるためいろいろなスキルアップに時間がかかるようになった。(60代/男性)
- ・働く時間が減ったため、収入も減ってしまうこと。対策として考えているのは、現在行っている副業に力を入れること。(20代/男性)
- ・共働き家庭で、妻が著しく収入減となっている。すでに妻は別の仕事を探して働きに出ているが、それでも収入減は避けられない。近々、私も副業を始めて、補うことにしている。(40代/男性)
- ・グループでの初めてのオンラインレッスンに挑戦している人々がうまくできたところを見れた(40代/女性)
- ・娘が東京に就活中です。コロナの影響で足踏み状態でしたがWeb面接で3次選考まで進めて少し希望がみえました。(40代/女性)

### <コロナ禍での悩み・不満の声>

※コロナ禍での悩み・不満の声に関する掲載は控えさせていただきます。

### <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

生活者の収入や就業形態・価値観を信託頂くことにより、新しい働き方体験や労働条件の向上に繋がる仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

# 3. 働き方・学び方への影響

## ・働く環境への影響

### <データサマリー>

「テレワーク（通信教育）が始まった」は21%となっており、5人に一人はテレワークが始まっている。

「仕事の効率が悪くなった」は17%、「在宅勤務の環境が整っていない」は14%、

「働いている場所/環境に変化があった」は14%の回答率となっている。

「勤め先から明確な方針が出されていない」は11%となっており、企業も変化に対応するのが難しかったと考えられる。

### <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

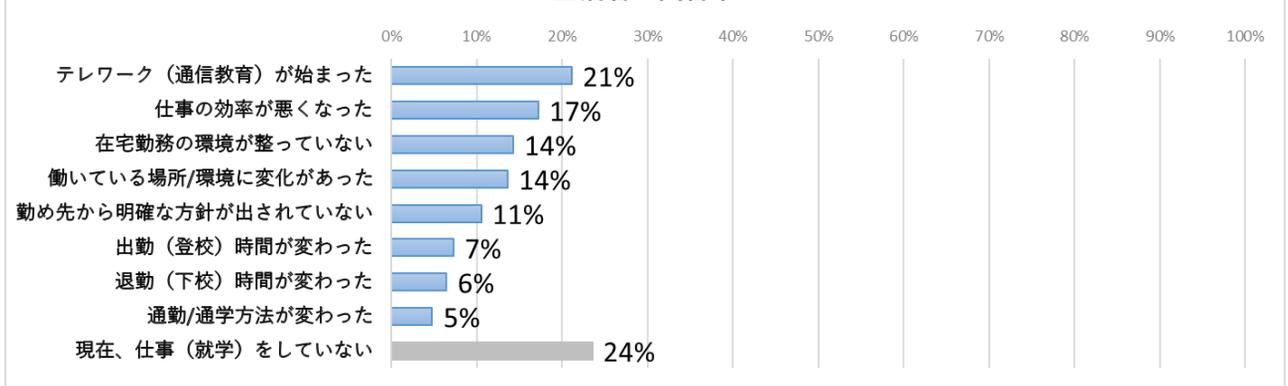
コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、在宅勤務による育児両立の負荷、仕事効率の低下、休みの日に受ける連絡などに対する不満の内容が見られる。

コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声に関しては、在宅勤務でも仕事がこなせる。通勤時間が削減されたことにより新しい時間の使い方が出来るようになったというような内容が見られる

コロナ禍により、テレワーク導入の難易度は業種や家庭環境にも左右される事が伺えるが、新たな取り組みや発見・気づきの声もありウィズ/アフターコロナ以降も浸透し活用が継続され新たな働き方として発展していく事が考えられる。

企業に関しては、テレワークにより効率が低下する人員やタスク管理に対する課題を解決する為のサービスが求められていくと考えられる。

生活者の回答率



## 生活者の声

### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・仕事の進捗をリモートでしっかりコントロールできたこと。(40代/男性)
- ・テレワークになったので通勤時間がかからなくていいです。(40代/女性)
- ・テレワークで定時後自由になるのが早く夕飯が健康的な時間に食べられるようになった(20代/男性)

### <コロナ禍での悩み・不満の声>

- ・やはり休園中の子供をみながらのテレワークは大変(T^T) (40代/男性)
- ・業者がテレワークの為、担当がなかなかつかまらない (50代/男性)
- ・在宅勤務とはいえ祝日に仕事の連絡をしてこないで欲しい(30代/男性)

### <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

労働・学習環境や趣味嗜好や考え方に繋がる情報を信託頂き、生活者の労働・学習環境の向上から業績、成績向上に繋がる仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

# 3. 働き方・学び方への影響

## ・人との接し方への影響

### <データサマリー>

「会社や学校の人との接点が減った」は39%、「ランチ/宴会の機会・回数が減った」は31%の回答率となっている。外出自粛・在宅勤務の導入により人との接点が大きく減っている事が見て取れる。

取引先との打ち合わせの方法や回数にも変化があり、「在宅勤務により社員間での意思疎通がうまくいかない事が増えた・時間がかかるようになった」に関しても10%の生活者が該当しておりはコミュニケーションコストが上がっている。

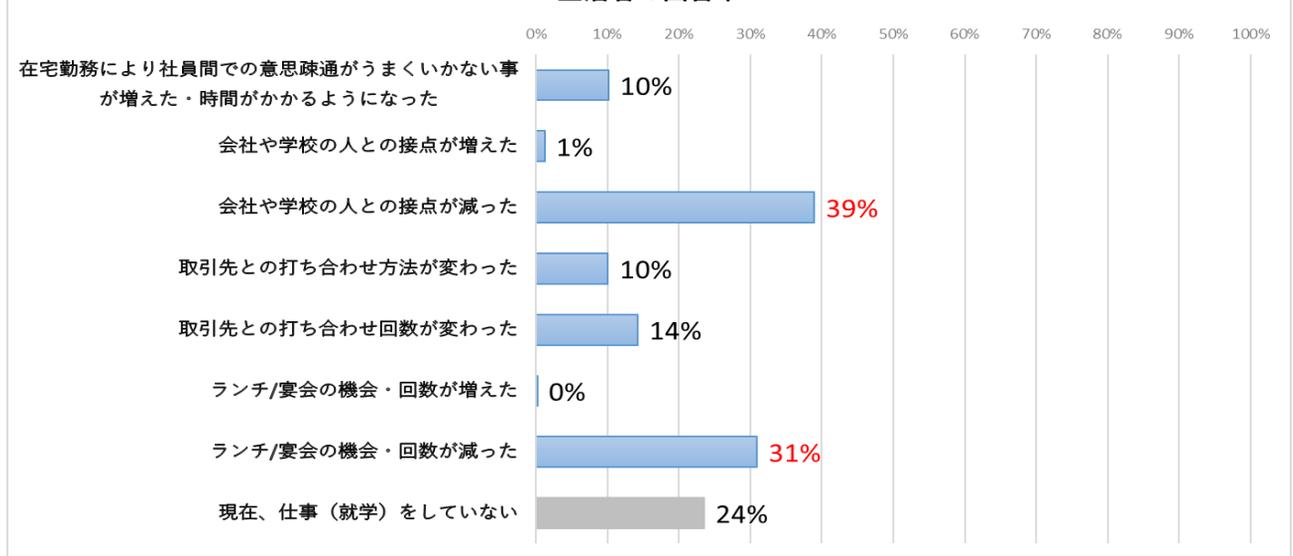
### <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、コミュニケーション不足による不備やストレスの内容が見られる。

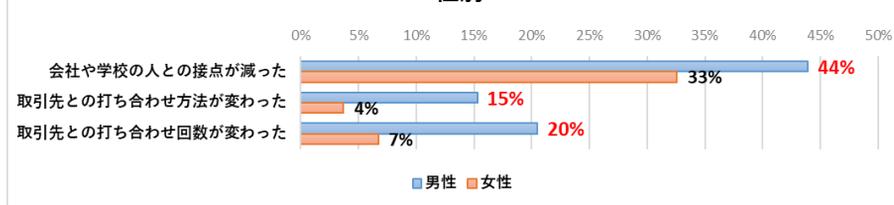
コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声に関しては、ライブやイベントなどの一対多となり提供するコミュニケーションやサービスに関しては利便性を享受する内容が見られる。

コロナ禍により、web会議ツールなど非対面での生活様式が進みコミュニケーションコストが増え様々な不満が増しているが、**コミュニケーションツールを活用し、今までにない様式でのライブやイベントなどを行い成功している内容も見られた。**企業側も様々なコミュニケーション手段・サービス提供手段をもって生活者と接する為の多様性と柔軟性が求められている。

生活者の回答率



性別



## 生活者の声

### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・ライブをオンラインで鑑賞できる(40代/男性)
- ・様々なイベントがオンラインになって参加しやすくなった(40代/女性)
- ・オンラインでセミナーやっているとされた。頼りにされている感じがした。(30代/男性)

### <コロナ禍での悩み・不満の声>

- ・同僚に話を聞きたい時にすぐにコミュニケーションが取れずに困る(40代/男性)
- ・同僚との飲み会ができなくなり、ストレス発散できない。(50代/男性)
- ・取引先が感染症対策に手を取られて仕事の打ち合わせが進まなくなっている。(30代/男性)

### <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

所有している通信機器(スマートフォン・タブレット等)やご利用のサービスなどを元に、生活者に合った新たなコミュニケーションツールやサービスなどが展開された場合にお勧めする仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

# 4. 時間の使い方に対する影響

## <データサマリー>

「他人と会う機会や回数が減った」が61%、次いで「家事の時間が増えた」は43%、「家族と接する時間が増えた」は41%、「自分に使う時間が増えた」は35%の回答率となっている。

他人と接する機会が減った生活者が多く、家事・自分に使う時間が増え、趣味や家族に費やすようになっている。家族と過ごす時間が増えたためか、「家族との接し方が変わった」に関しても11%の人が回答している。

女性は男性に比べ家事に費やす時間が増える傾向と、自分の時間が減っている傾向が見られる。世帯人数が多くなるにつれて家族と接する時間、家事の時間が増えたとの回答率が上がっている。また、自分に使う時間が減ったと回答する割合も世帯人数に応じ上がっている。

## <生活者の声から見える生活様式の変化と企業に求められる対応>

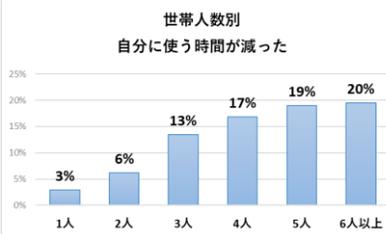
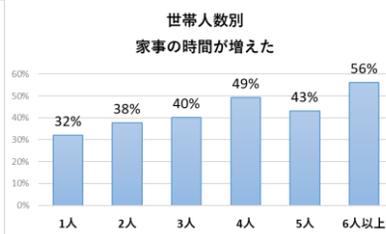
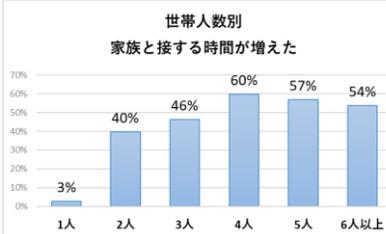
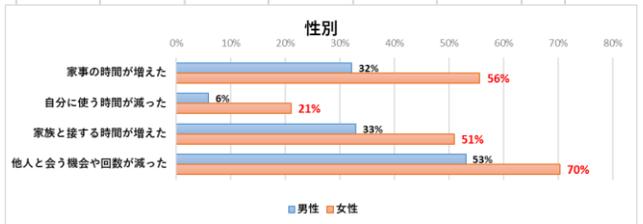
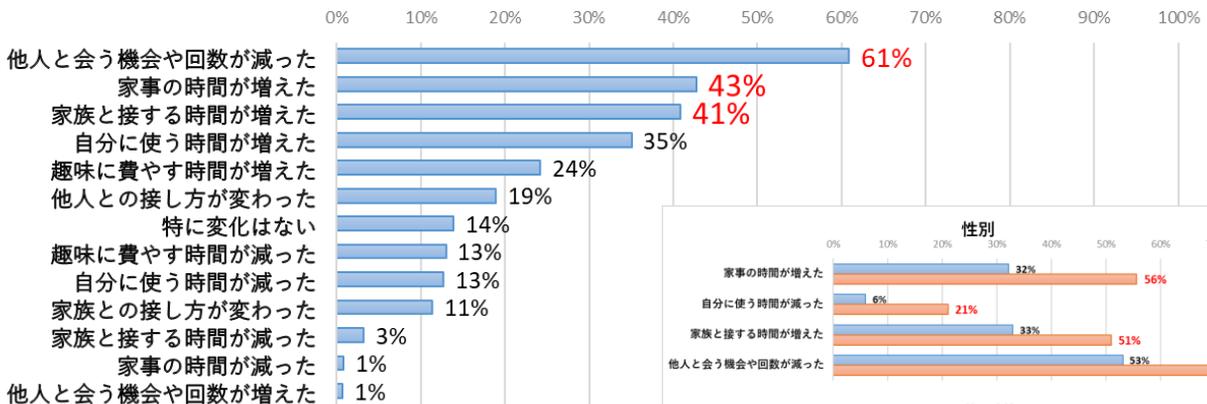
コロナ禍での悩み・不満の声に関しては、時間を持て余す、家族との時間が増えた事による家族間のフラストレーション増加に関する内容が見られる。

コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声に関しては、時間が出来た事による新しい事へのチャレンジ、家族との時間が増えた事により楽しみが増えた等の内容が見られる。

コロナ禍により、生活様式が変わった結果、時間が出来た人は新しいチャレンジ、家族との付き合い方の変化が見て取れる。

今まで時間がなく出来なかった料理や様々な趣味に対する消費が促進、また家族コミュニケーションが進んでいるが、家人という時間が増えた事による家事などの増加、家庭内での家族間でのストレスなどが増している傾向も見受けられ、企業側は無人も含めた家事の負担が減る製品やサービスなどの提供が求められていると考えられる。

### 生活者の回答率



## 生活者の声

### <コロナ禍での取り組み・発見や気づきの声>

- ・家にいる時間が増えて、自分の時間が増えたのでやりたいことをやれるようになった。(20代/女性)
- ・自粛ムードになって仕事が終わるのが早くなり、今までは運動をスキマ時間などにやる程度だったのが、まとまった時間をとってできるようになりました。(30代/男性)
- ・時間があるので色々な料理に挑戦出来る。良い機会だと思っている(30代/男性)
- ・家族で居る時間が増え、特に孫たちと居る時間が増えているので楽しんでいます。

### <コロナ禍での悩み・不満の声>

- ・することがないので、とにかく暇(40代/男性)
- ・食事の準備も含めて家事が増えた。それを当たり前と思っている家族に腹が立つ。(40代/女性)
- ・だらけすぎ。規則正しい生活をしない。家事を手伝う気配が無い。(40代/女性)

## <情報銀行の活用による生活様式への貢献>

生活スタイルや趣味嗜好など様々な情報を信託頂くことにより、すき間時間やご自身の趣味嗜好がより充実し豊かな生活に繋がる仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

# 5. 生活者の不安

## <データサマリー>

「将来に漠然とした不安を感じる」は58%、次いで「金銭面での不安を感じる」は47%、「ご自分の健康に不安を感じる」は44%の回答率となっている。

様々な不安事に関し、男性より女性が不安を感じている傾向がある。

健康の不安に関しては、自他問わず年代が上がるにつれて不安を感じるとの回答が高くなっている。

30代以上になると、「ご両親への健康に不安を感じる」と回答している割合が上がり年代的に気にかけている方が多い。

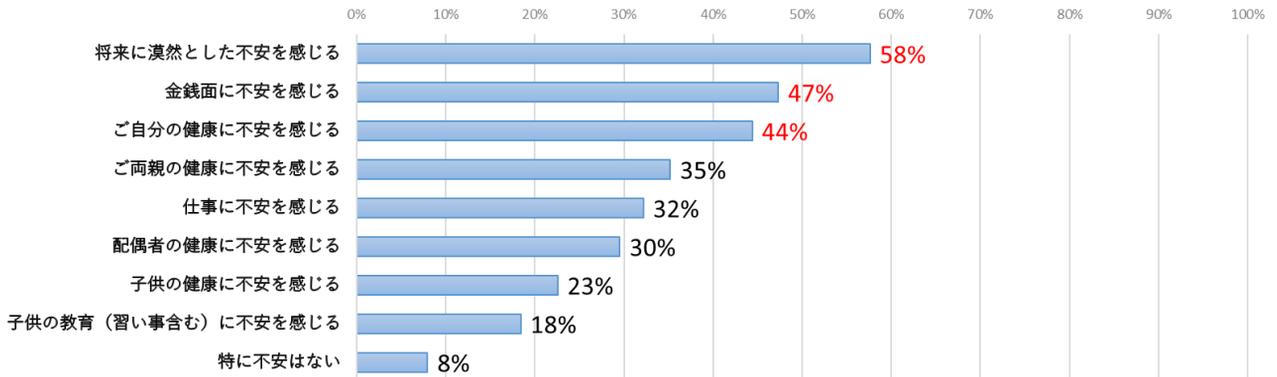
## <生活者の声から見える不安と企業に求められる対応>

他人との接触、仕事に対する不安、健康に対する不安など多種多様な事に対する不安が見受けられる。

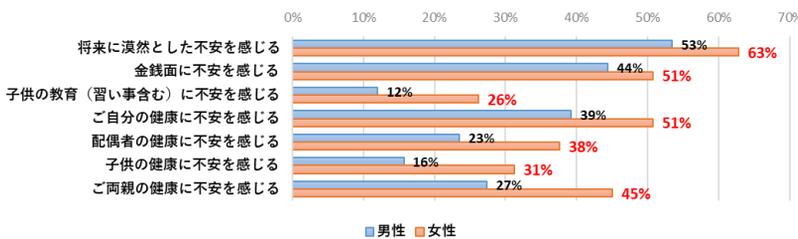
コロナ禍により、生活者は様々な不安を抱え生活している事が見て取れる。

生活者の悩みは一人ひとり異なる為、企業は今まで以上に個の生活者にあったニーズを捉え最適なアプローチが求められる事が予想される。

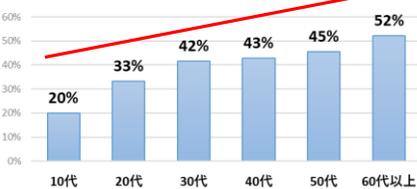
### 生活者の不安



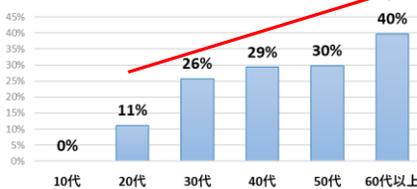
### 性別



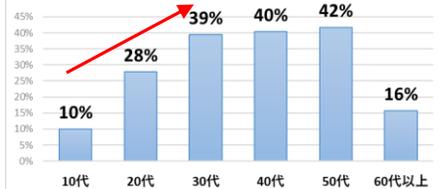
### 年代別 ご自分の健康に不安を感じる



### 年代別 配偶者の健康に不安を感じる



### 年代別 ご両親の健康に不安を感じる



※10代に関しては母数が少ない為、極端な値となっております。

## 生活者の声

- ・急激に人々が戻っている点が心配、不安です。揺り戻しが心配(40代/男性)
- ・再就職ができるかどうか不安(20代/女性)
- ・この先が不安なので高い食べ物を遠慮するようになった(30代/男性)
- ・健康診断の案内が届いた。まだ3密が怖いので、行くかどうかで迷っている。検診は受けたいが困った。(50代/男性)

## <情報銀行の活用による不安への対応>

生活者からお預かりした様々な信託情報を元に、

生活者に寄り添い不安の解消から予防も含めた仕組みを作り貢献出来ればと考えております。

## 6. 最後に

株式会社マイデータ・インテリジェンスは、今後も引き続き提供された生活者のパーソナルデータから、生活者が本当に求めるニーズを分析し、その情報を企業が活用することで、企業が、ウィズ/アフターコロナにおける新たな生活様式を、生活者にサービスや商品でフィードバックすることを目標に活動を展開してまいりたいと思います。

株式会社マイデータ・インテリジェンスは、情報銀行事業者として今回生活者から信託頂きましたデータに関しましても、レポートの作成が最終的な目的ではなく、生活者へ最適なサービスを提供する為の大切な信託データとしてお預かりさせて頂いております。

本レポートは新型コロナウイルス及び、新型コロナウイルスにより発生した様々な問題を肯定するものではありません。