



『コロナ禍』における生活者意識調査

～ACR/exパネル7月調査より～

2020年8月
ACR/ex事業推進部

◆転載・引用について

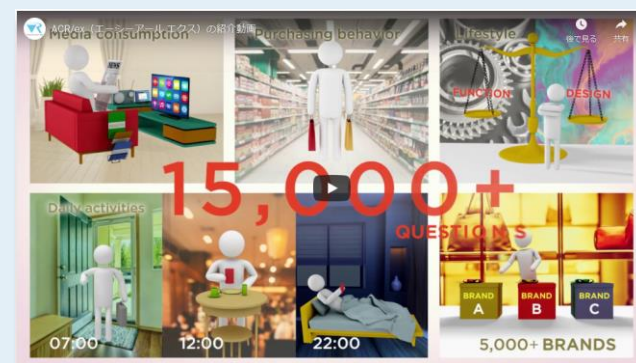
本レポートの著作権は、株式会社ビデオリサーチが保有します。
本レポートの内容を転載・引用する場合には、「(株)ビデオリサーチ調べ」と明記してご利用ください。
お問い合わせ：<https://www.videor.co.jp/inquiry/index.html>

はじめに

当レポートの調査パネルである『ACR/ex』とは生活者の属性や商品関与、メディア接触など網羅的に調査した、代表性のある大規模シングルソースデータです。日本の主要マーケットである7地区において、生活者の現状と変化を「人」「モノ」「メディア」の3つの視点で捉えたシングルソースデータを提供しています。同一サンプルに対し、生活者属性、商品関与、メディア接触などを網羅的に調査しているため、多角的にそして正確に捉えることが可能です。

詳しくは弊社ホームページをご参照ください。
<https://www.video.co.jp/service/communication/acrex.html>

◆『ACR/ex』コンセプト紹介動画をHPに掲載しています。



※下記サンプル数は当調査(2020年7月)の回答者数となります。

調査概要

対象年齢	男女12-69才	
調査エリアおよびサンプル数	・東京 50km圏	5,025s
対象者抽出方法	ARS(エリア・ランダム・サンプリング) ※調査対象者の無作為抽出、インターネット非利用者も含む市場全体を母集団とする設計	
調査方法	訪問による調査対象者の説得後、電子調査票による調査 ※回答者全員に通信機能付き回答専用端末(タブレット端末)を貸与	
調査期間	2020年7月3日(金)～7月19日(日)	

調査内容

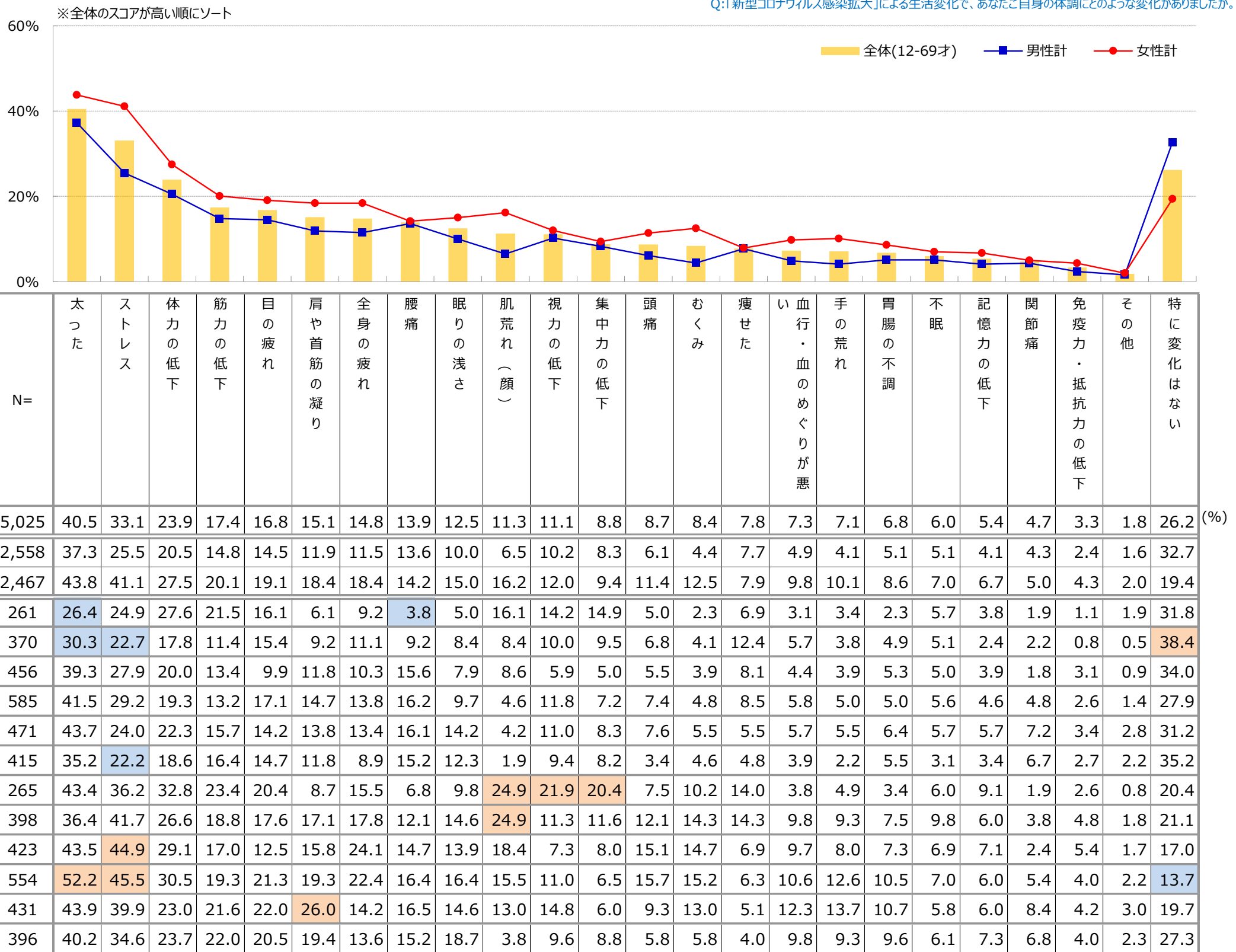
※下記項目は当調査(2020年6月)の調査内容となります。/黒字=5月からの継続、青字=6月から調査開始

QNO.	設問項目	回答形式 ※ () 項目数	備考
Q1.	『新型コロナウイルス感染』による変化 1	MA : 体調の変化(23)	<変化 : 23項目> 太った・痩せた・目の疲れ・視力の低下、肌荒れ(顔)、腰痛・関節痛、など
Q2.	『新型コロナウイルス感染』による変化 2	SA : 収入の変化	5段階 とても減った・少し減った・どちらとも言えない・少し増えた・とても増えた
Q3.	『新型コロナウイルス感染』による変化 3	MA : 増えた支出/減った支出 ×内容(20)	<支出内容 : 20項目> 食費、光熱費、通信費、医療費、宅配サービス、化粧品、家電製品、など
Q4.	『新型コロナウイルス感染』による変化 4	MA : 新しい生活習慣(31)	<新しい生活習慣 : 31項目> 自宅で過ごす休日・睡眠時間の確保・テレビのリアルタイム視聴、など
Q5.	キャッシュレス決済について 1	MA : 増えたキャッシュレス決済 ×方法(6)	<増えたキャッシュレス決済 : 6項目> クレジットカード、デビットカード、交通系ICカード、各種ポイントカード、など
Q6.	キャッシュレス決済について 2	MA : インターネット購入商品 ×商品(20)	<商品・サービス : 20項目> 食品・菓子類・健康食品・飲料・家具・DIY用品・医薬品・化粧品、など
Q7.	サブスクリプション・サービス	各MA : 最近3か月以内に加入/意向 ×サービス(17)	<サービス種類 : 17項目> 食材・グルメ、レストラン、動画、音楽、マンガ、ゲーム、コスメ、自動車、など
Q8.	メディアに対する印象	各MA : メディア(6) × 印象(10)	<印象 : 10項目> 生活に欠かせない、楽しめる、質が高い、企業名・商品名を覚えやすい、など
Q9.	在宅時間が長い時に見たい番組ジャンル	MA : 番組ジャンル (11)	<番組ジャンル : 11項目> ニュース、ワイドショー、ドラマ、バラエティ、音楽、映画、スポーツ、趣味、など
Q10.	生活変化でプラスになったと思うこと	MA : プラスになったと思う ×事象(22)	<事象 : 22項目> 家族との時間が増えた、生活を見直すきっかけになった、体調がよくなった、など
Q11.	生活変化でマイナスになったと思うこと	MA : マイナスになったと思う ×事象(10)	<事象 : 10項目> 経済面、食生活、体調管理、余暇、家族とのコミュニケーション、自己啓発、など
Q12.	新しい生活様式の実践	各SA : 新しい生活様式(8) ×4段階	4段階 : 実践している/すこし実践している/あまり実践していない/まったく実践していない
Q13.	感染対策として控えていること	MA : 控えている × 行為 (15)	<行為 : 15項目> 買い物、外食、旅行、映画館利用、医療機関利用、友人との交流など
Q14.	社会の活性化に向けた期待	MA : 期待している ×事象 (15)	<事象 : 15項目> 経済回復、イベントの開催、医療体制の強化、多様な働き方の実現、など
Q15.	ニューノーマルで重視したいこと	各SA : 内容 (14) × 4段階	4段階 : とても重視する/すこし重視する/あまり重視しない/まったく重視しない



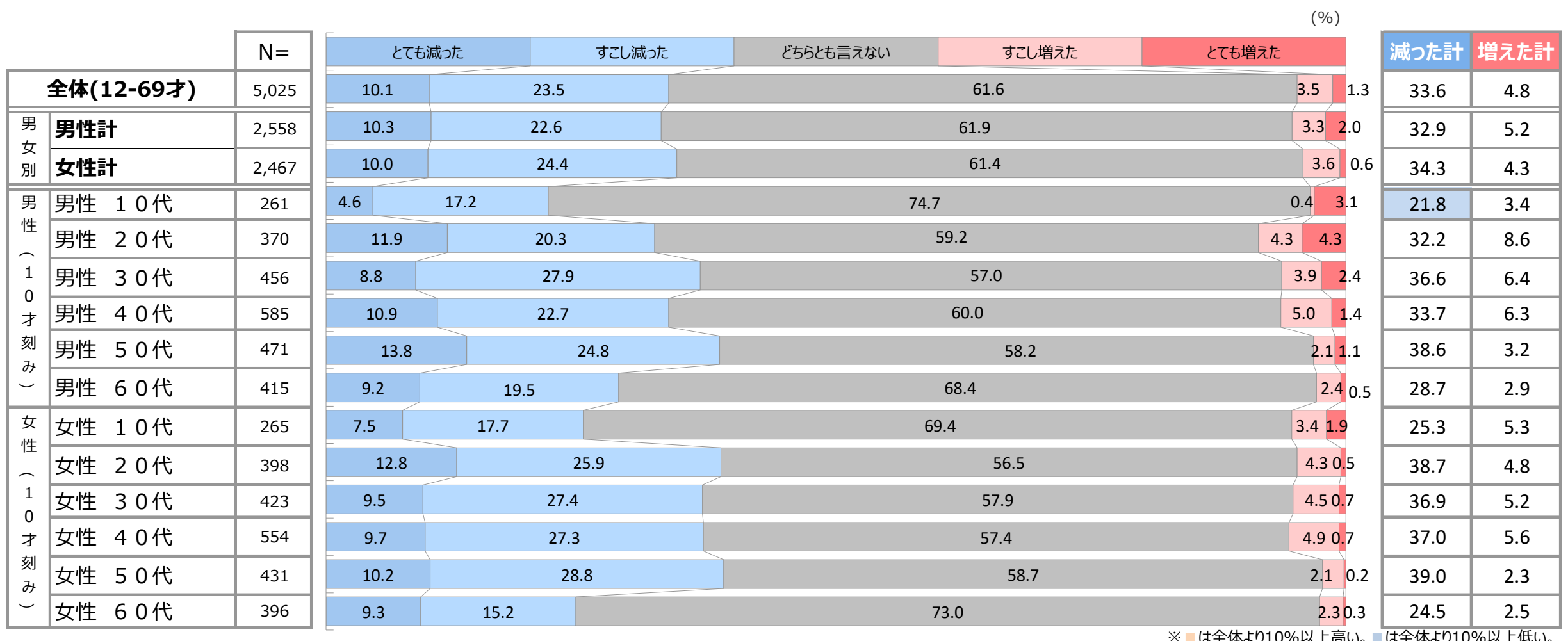
◆体調の変化

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」による生活変化で、あなたご自身の体調にどのような変化がありましたか。



◆収入の変化

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」による生活変化で、あなたのご家庭の収入に変化はありましたか。

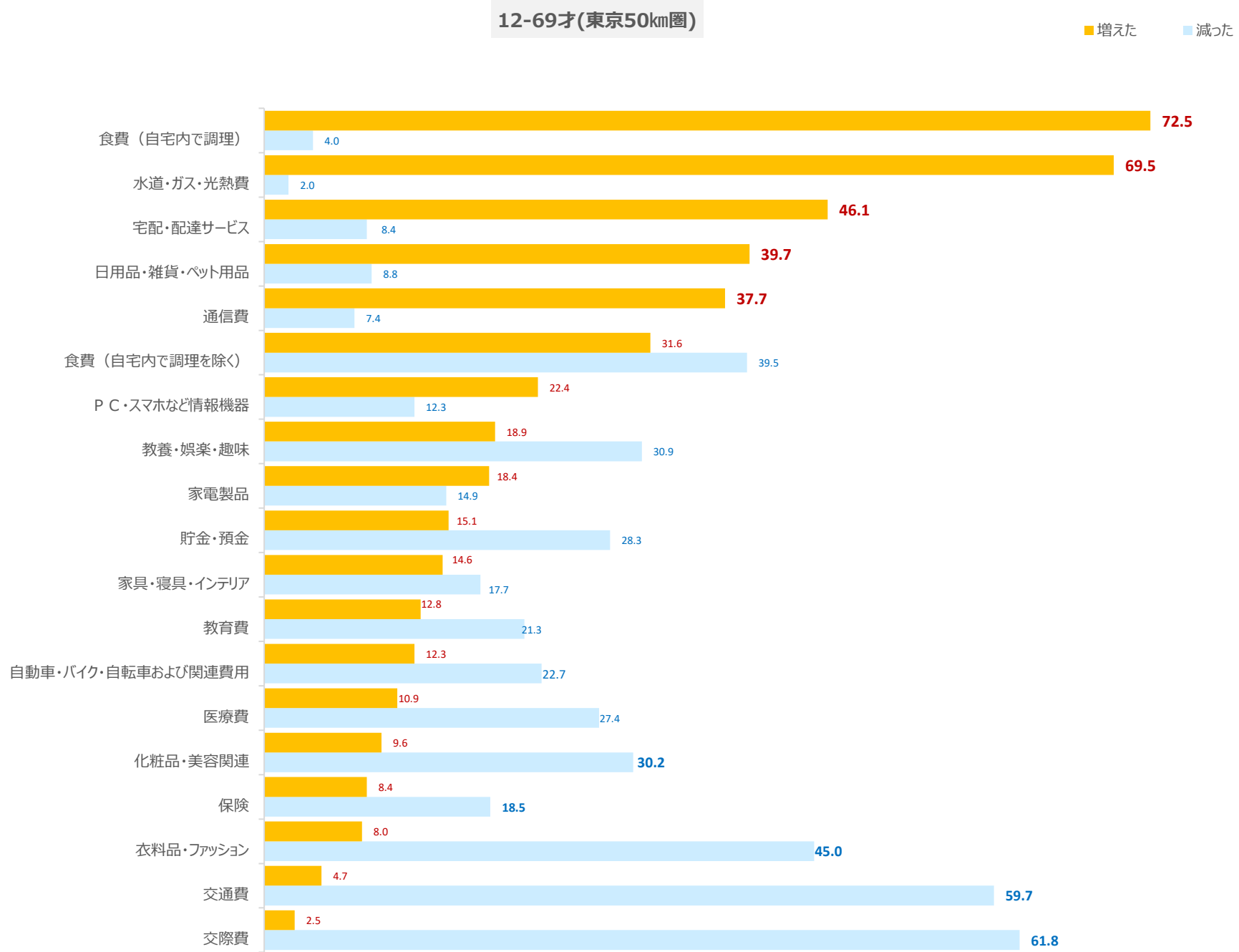


『新型コロナウイルス感染』による変化：増えた支出・減った支出



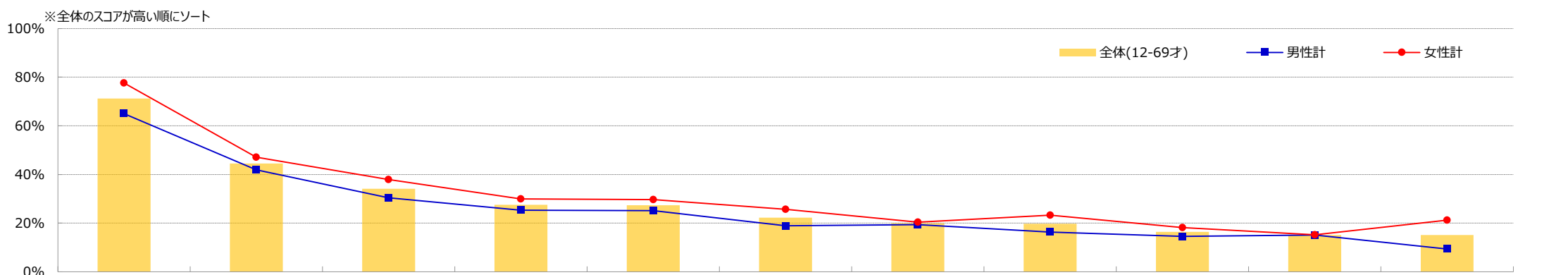
◆支出の増減

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」により、あなたもしくはあなたのお家で「増えた支出」「減った支出」をお知らせください。



◆新しい生活習慣<上位10項目>

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」により、あなたの生活で新しい習慣となったことはありますか。



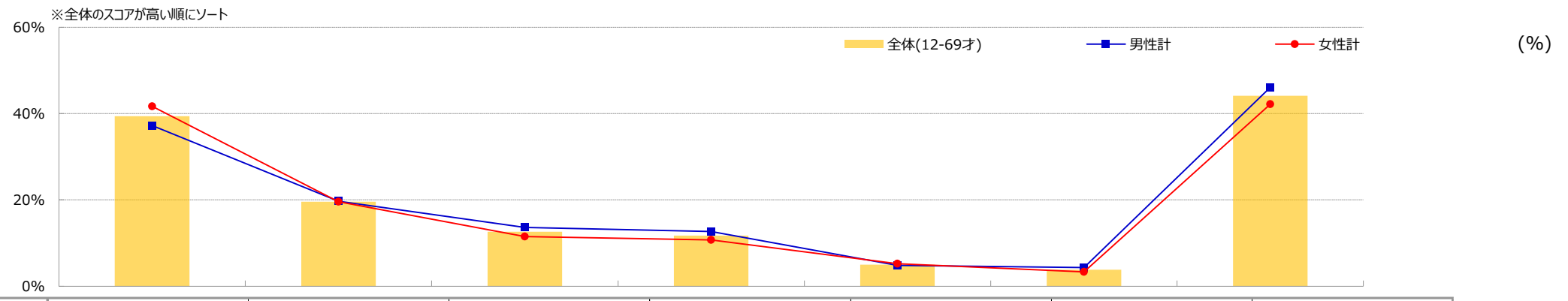
	N=	対ウイルス感染予防策 (除菌・消毒)	自宅での過ごし方	おうち配達の利用	インターネットでの買い物	キャッシュレス決済の利用	手作りの食事	動画視聴 (無料)	インターネットの視聴	掃除・片付け・整理	テレビのリアルタ	睡眠時間の確保	食料品の確保
全体(12-69才)	5,025	71.2	44.5	34.1	27.5	27.3	22.2	19.9	19.7	16.4	15.1	15.1	
男性計	2,558	65.0	41.9	30.4	25.3	25.1	18.9	19.4	16.3	14.5	15.1	9.3	
女性計	2,467	77.6	47.1	37.9	29.9	29.7	25.7	20.4	23.3	18.2	15.2	21.2	
男性 (10才刻み)													
男性 10代	261	45.6	33.7	14.6	14.9	7.7	9.2	19.5	9.6	8.0	12.6	2.7	
男性 20代	370	49.5	36.2	25.9	16.5	15.9	14.3	17.6	12.4	8.1	14.6	5.4	
男性 30代	456	64.3	42.1	37.9	25.2	24.1	19.5	17.1	13.4	8.3	15.6	8.3	
男性 40代	585	72.1	45.3	36.9	29.9	28.2	18.6	19.7	16.4	17.8	16.4	9.7	
男性 50代	471	71.1	45.6	28.9	27.0	28.7	22.1	20.0	17.4	17.4	14.4	11.5	
男性 60代	415	74.9	43.1	28.7	31.1	36.6	25.1	22.2	25.5	23.4	15.2	14.7	
女性 (10才刻み)													
女性 10代	265	59.6	40.4	24.2	21.5	9.4	16.6	23.0	17.4	15.1	17.4	4.9	
女性 20代	398	66.8	44.0	37.2	30.9	23.9	23.1	21.1	21.4	13.8	18.8	10.1	
女性 30代	423	76.4	53.2	51.8	35.9	33.3	26.7	19.9	22.7	14.2	14.4	20.6	
女性 40代	554	83.9	50.5	43.5	30.7	34.7	27.1	21.7	22.4	16.6	13.4	26.9	
女性 50代	431	84.5	45.0	37.8	31.3	36.4	25.8	20.6	26.9	21.3	13.9	26.7	
女性 60代	396	85.6	46.0	25.5	25.5	30.8	31.6	16.4	27.5	28.0	14.9	29.8	

※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。



◆「増えた」キャッシュレス決済

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」により、あなたのふだんの支払いで増えたキャッシュレス方法をすべてお知らせください。

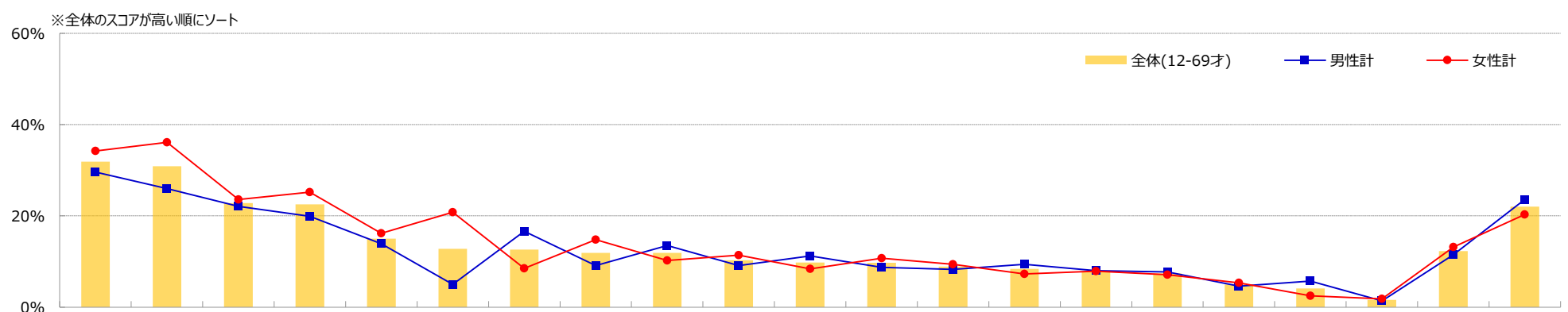


N=		※全体のスコアが高い順にソート							
		クレジット カード	Pay系 アプリ	電子 マネー	交通系 IC カード	各種 ポイント カー ド	デビ ット カー ド	増 え た 方 法 は な い シ ュ	
全体(12-69才)	5,025	39.4	19.6	12.6	11.7	5.0	3.8	44.1	
男女別	男性計	2,558	37.2	19.7	13.6	12.7	4.8	4.3	46.1
	女性計	2,467	41.7	19.6	11.5	10.7	5.2	3.3	42.2
男性 (10才刻み)	男性 10代	261	13.0	8.4	5.4	4.6	1.1	5.0	71.3
	男性 20代	370	29.5	15.7	10.0	10.0	3.8	5.9	54.3
	男性 30代	456	39.5	24.8	11.4	11.0	2.0	1.8	44.1
	男性 40代	585	42.2	25.0	17.9	13.5	5.5	3.2	39.1
	男性 50代	471	41.8	18.7	15.1	17.2	6.4	4.5	42.3
	男性 60代	415	44.6	18.6	16.6	16.1	8.4	6.5	39.0
女性 (10才刻み)	女性 10代	265	12.5	6.8	5.3	6.4	1.5	3.8	72.1
	女性 20代	398	43.2	17.8	9.8	13.6	3.3	4.3	41.5
	女性 30代	423	48.0	26.7	12.5	10.9	4.0	2.4	34.5
	女性 40代	554	44.9	25.1	13.2	9.6	5.2	2.3	35.9
	女性 50代	431	45.2	22.3	14.6	13.2	7.4	4.6	36.9
	女性 60代	396	44.7	11.6	10.6	9.1	8.6	2.8	45.5

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

◆自粛期間中のネット・ショッピング

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」による自粛期間の間、あなたもしくはあなたのお宅でインターネットで購入されたものをすべてお知らせください。



N=		※全体のスコアが高い順にソート																					
		味食 料品 ・食 料品 ・調 剤	日 用 雑 貨	書 籍 ・ コ ミ ッ ク	家 庭 ・ 生 活 用 品	飲 料	化 粧 品	機 器 周 辺 機 器 ・ パ ソ コ ン ピ ュ ー ・ A ソ ウ ア ラ イ ブ コ ン プ レ ッ ト	菓 子 類	家 電	家 具 ・ イ ン テ リ ア	ゲ ー ム 類	健 康 食 品	ペ ット 用 品	画 ・ 雑 誌 ・ ラ ジ オ ・ 動 画	サ ブ ス ク リ プ シ ョ ン	C D ・ D V D	ア ル コ ー ル 飲 料	医 薬 品	D I Y 用 品	ド リ ン ク 剤	そ の 他	自 粛 期 間 の 間 に 購 入 し た ネ ッ ト 上 の 商 品 は な い
全体(12-69才)	5,025	31.9	30.9	22.8	22.5	15.0	12.8	12.6	11.9	11.9	10.3	9.8	9.7	8.9	8.4	7.9	7.4	5.0	4.1	1.6	12.3	22.0	
男女別	男性計	2,558	29.6	26.0	22.1	19.9	13.9	5.0	16.6	9.1	13.5	9.1	11.2	8.7	8.3	9.4	8.0	7.7	4.6	5.7	1.4	11.5	23.6
	女性計	2,467	34.2	36.1	23.6	25.2	16.2	20.8	8.5	14.8	10.2	11.4	8.4	10.7	9.4	7.3	7.9	7.1	5.3	2.5	1.8	13.2	20.3
男性 (10才刻み)	男性 10代	261	17.6	11.5	16.1	11.5	8.4	1.5	13.8	5.0	5.4	5.0	14.6	4.6	8.0	6.5	5.4	1.5	1.9	1.5	0.4	10.0	39.8
	男性 20代	370	25.1	20.5	22.4	12.7	8.9	4.6	13.5	8.1	10.8	8.6	15.4	6.5	3.2	13.8	7.0	6.5	2.2	3.0	1.6	8.6	30.3
	男性 30代	456	36.2	32.0	23.0	22.4	19.1	6.8	14.0	12.5	14.9	12.5	16.4	7.5	8.6	12.1	8.3	7.9	4.8	6.4	1.8	9.9	16.9
	男性 40代	585	32.5	31.8	29.2	26.3	15.6	5.0	20.0	11.6	17.1	12.8	14.9	8.5	8.5	11.3	8.2	7.4	5.5	6.8	0.9	13.8	15.6
	男性 50代	471	31.2	28.2	22.3	21.4	16.1	5.7	21.0	7.6	13.8	7.9	4.5	11.9	12.7	8.9	10.0	10.8	6.4	6.2	1.7	12.7	21.0
	男性 60代	415	28.0	22.4	14.2	18.3	11.3	4.6	14.0	7.0	14.0	4.8	2.2	11.1	7.5	2.2	7.7	9.2	5.1	8.0	1.9	12.0	28.9
女性 (10才刻み)	女性 10代	265	18.1	18.1	22.3	11.7	6.8	14.7	5.7	10.2	4.9	5.3	8.3	4.9	4.9	7.5	12.8	1.9	2.3	-	-	9.8	34.0
	女性 20代	398	29.1	31.7	22.1	20.1	13.6	25.1	8.8	13.6	10.6	12.1	10.8	10.3	7.3	10.6	8.8	4.3	4.0	2.0	1.0	17.1	15.6
	女性 30代	423	43.3	50.6	24.8	36.2	22.5	20.1	8.0	17.3	11.6	17.0	12.8	11.1	9.2	9.0	7.1	8.5	5.4	3.5	2.8	13.9	10.9
	女性 40代	554	41.5	48.2	35.9	32.9	20.6	26.0	13.0	19.3	11.9	14.4	11.2	12.6	11.7	9.0	10.1	10.6	8.5	3.2	2.7	15.0	8.8
	女性 50代	431	35.0	32.7	21.3	24.6	17.6	22.3	7.9	15.3	11.8	10.2	4.4	12.5	12.3	6.3	6.0	8.1	5.8	2.8	1.2	12.5	21.1
	女性 60代	396	29.3	24.0	10.1	17.4	10.6	12.6	5.1	9.6	7.6	6.1	1.8	10.1	8.6	0.8	3.3	5.6	3.5	2.3	2.3	8.8	40.9

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

●メディアに対する印象/在宅時間が長い時に見たい番組ジャンル



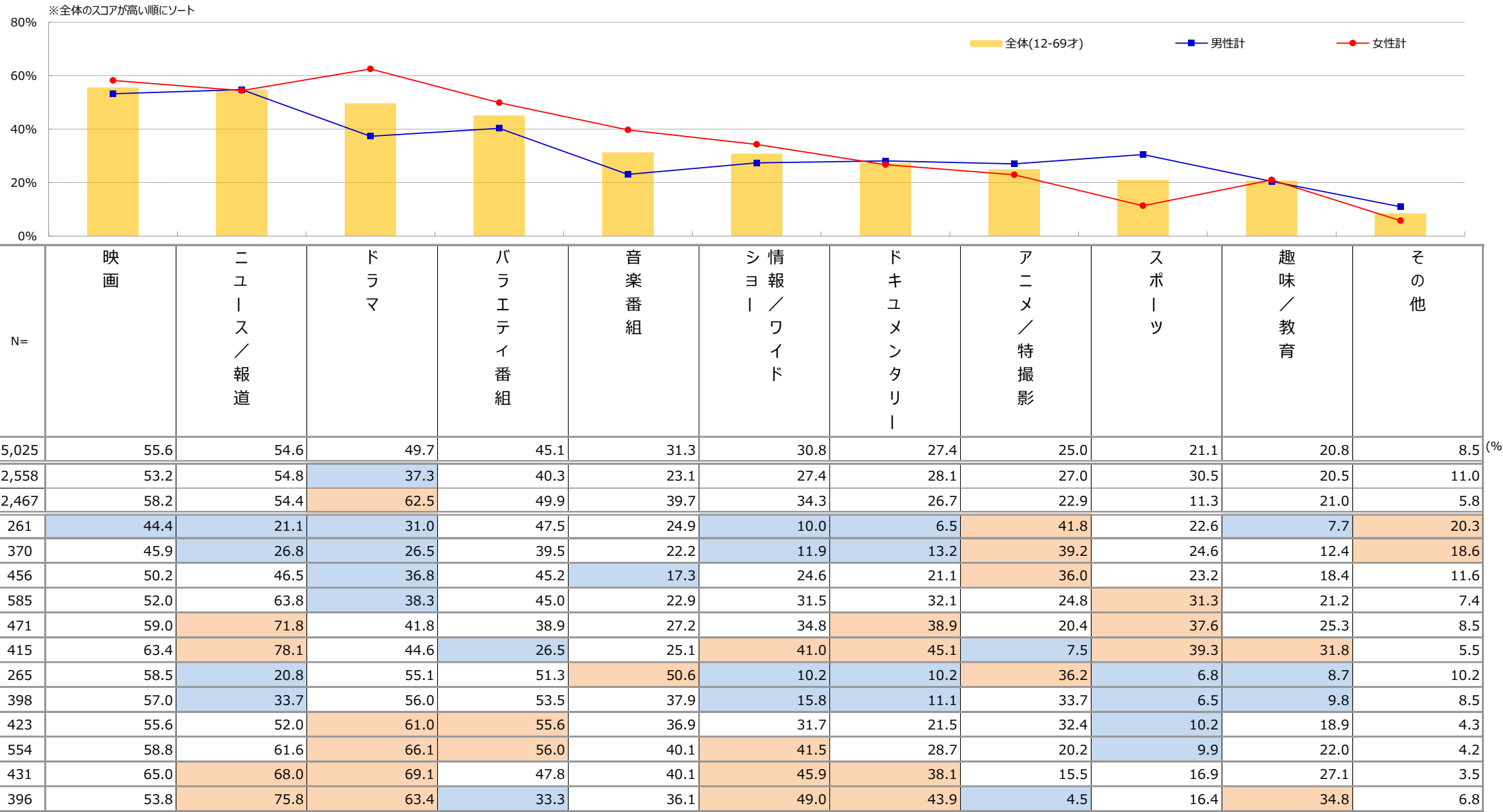
◆メディアに対する印象<全体>

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」による在宅時間が長い期間、あなたはメディアについてどのような印象を持ちましたか。それぞれのメディアについてあてはまるものをすべてお知らせください。(%)

	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット	交通・屋外広告
自分の生活に欠かせない	60.4	10.3	14.4	4.1	71.6	0.4
楽しめる・生活を豊かにする	57.9	13.5	9.1	14.8	66.3	1.2
生活の一部になっている	58.1	9.3	12.2	2.7	68.9	0.8
落ち着いて見れる・聴ける・読める	39.5	12.2	17.6	11.6	46.7	0.7
別のことをしながら楽しめる	51.7	22.8	1.8	1.8	34.9	1.0
制作力が高い・質が高い	22.1	4.3	7.6	4.6	16.7	2.0
トークやコメントがよい	29.2	12.1	3.7	2.0	16.6	0.3
アピール力・インパクトがある	31.9	3.9	4.4	3.5	23.2	7.8
企業名・商品名を覚えやすい	39.2	6.3	5.3	4.2	19.6	8.3
なくなるとさみしく感じる	58.0	16.3	14.1	12.6	54.2	7.1

◆在宅時間が長い時に見たい番組ジャンル

Q:あなたは今後、在宅時間が長い時にどのような番組を見たいと思いますか。



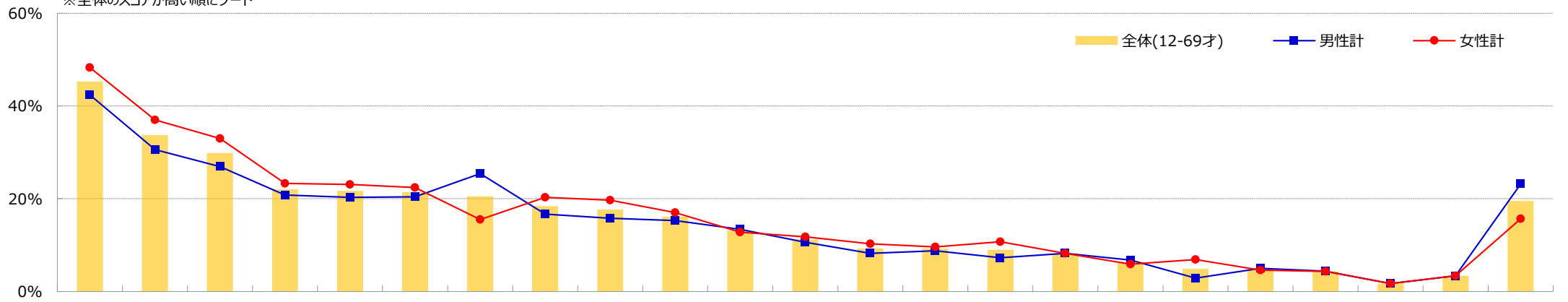
●プラスになったこと/マイナスになったこと



◆プラスになったこと

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」に関する生活環境の変化の中で、あなたにとってプラスになったと思われることはありますか。

※全体のスコアが高い順にソート



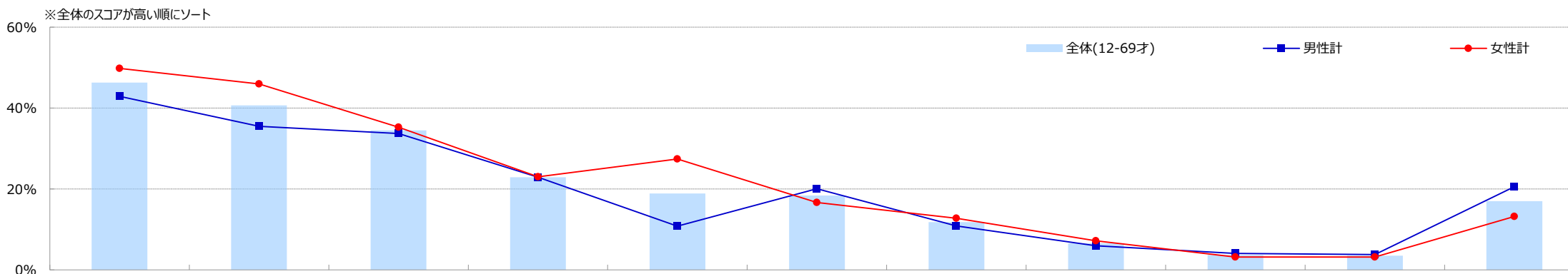
N=	家族との時間が増えた	健康意識が高まった	生活を見直すきっかけになった	時間の使い方を考えるようになった	お金の使い方を考えるようになった	将来を考えるきっかけになった	通勤・通学などの混雑から解放された	政府・自治体の取り組みについて関心が高まった	家族との繋がりが強くなった	節約・節約ができた	自分の時間が持てるようになった	食生活が改善した	楽しみ方が広がった	付いた知識や技術が身に付いた	新しい知識や技術が身についた	環境保護・エコ意識が高まった	勉強や自己啓発を行った	時間の使い方が効率的になった	友人・知人との繋がりが強くなった	体調がよくなった	海外に対する関心が高まった	仕事上の連絡が取りやすくなった	その他	プラスになったことはない
全体(12-69才)	5,025	45.3	33.7	29.9	22.0	21.7	21.4	20.5	18.4	17.7	16.1	13.1	11.2	9.3	9.2	9.0	8.2	6.4	4.9	4.8	4.3	1.7	3.4	19.5
男性計	2,558	42.4	30.6	26.9	20.8	20.3	20.4	25.4	16.7	15.8	15.3	13.4	10.6	8.2	8.8	7.3	8.2	6.8	2.9	5.0	4.4	1.7	3.4	23.2
女性計	2,467	48.3	37.0	33.0	23.3	23.1	22.4	15.5	20.3	19.7	17.0	12.8	11.8	10.3	9.6	10.7	8.2	5.9	6.9	4.6	4.3	1.7	3.4	15.7
男性(10才刻み)																								
男性 10代	261	36.0	16.5	11.9	13.0	10.7	14.6	21.8	6.5	11.1	7.3	21.5	4.6	10.0	7.3	2.7	10.3	4.6	7.3	3.8	2.3	-	3.4	30.3
男性 20代	370	32.4	21.4	20.3	19.2	17.6	21.1	24.1	9.7	10.8	15.7	13.2	11.4	8.1	6.8	5.1	9.5	6.8	4.6	4.9	4.3	3.0	2.4	33.0
男性 30代	456	50.2	29.4	30.3	20.6	19.1	22.6	23.7	13.6	18.9	14.5	9.2	11.4	10.5	8.8	6.6	8.1	6.1	1.5	6.6	3.9	0.9	2.9	21.5
男性 40代	585	52.5	28.4	31.8	23.9	25.1	22.2	30.1	17.9	19.8	16.4	12.1	10.4	7.4	9.1	5.8	7.4	7.2	1.7	5.8	3.4	2.4	3.9	16.2
男性 50代	471	42.3	34.6	30.4	21.4	22.5	21.2	31.4	18.7	16.1	16.6	13.8	11.0	7.9	8.7	7.6	7.4	7.4	2.5	4.2	4.9	1.7	3.8	22.3
男性 60代	415	32.8	47.5	28.0	22.4	20.7	17.3	17.1	28.4	14.0	17.8	14.7	12.8	6.5	11.6	14.7	8.2	7.7	2.2	3.9	7.2	1.7	3.9	22.7
女性(10才刻み)																								
女性 10代	265	49.8	20.4	18.9	16.6	10.9	17.0	33.2	5.7	15.8	9.4	24.9	7.5	15.5	5.7	3.4	13.2	4.2	8.3	6.0	2.3	-	3.0	17.7
女性 20代	398	47.7	30.4	32.2	20.4	25.4	23.6	27.9	13.3	18.6	19.3	15.8	11.6	10.6	7.8	5.8	11.8	7.8	7.8	5.0	3.0	2.5	2.0	17.8
女性 30代	423	61.5	39.0	35.9	24.3	23.4	21.7	12.3	16.8	26.7	13.9	9.0	13.7	13.9	9.9	7.8	5.4	8.0	7.3	5.2	1.9	1.7	2.1	12.3
女性 40代	554	56.0	38.1	35.9	25.8	26.9	23.5	11.2	17.0	22.7	16.8	9.0	13.9	8.3	10.5	11.7	8.1	5.8	5.2	4.3	4.2	1.8	2.9	15.2
女性 50代	431	42.9	40.6	35.5	26.5	22.7	23.9	11.6	27.8	16.5	18.3	12.8	11.6	9.5	11.1	14.2	7.4	5.1	6.0	3.9	4.9	2.6	5.1	15.3
女性 60代	396	29.0	47.0	33.3	22.5	23.7	22.2	4.8	37.1	15.2	21.7	11.1	10.1	6.3	10.6	18.7	5.1	4.0	8.1	3.8	8.8	0.8	5.1	17.2

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

◆マイナスになったこと

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」に関する生活環境の変化の中で、あなたにとってマイナスになったと思われることはありますか。

※全体のスコアが高い順にソート



N=	余暇・趣味・レジャー	友人・知人とのコミュニケーション	収入・経済面	健康・体調管理	自分の時間・時間確保	仕事・勉強	食生活	家族とのコミュニケーション	自己啓発	その他	マイナスになったことはない	
全体(12-69才)	5,025	46.3	40.7	34.5	22.9	18.9	18.4	11.8	6.6	3.7	3.5	17.0
男性計	2,558	42.9	35.5	33.7	22.9	10.8	20.1	10.9	6.0	4.1	3.8	20.6
女性計	2,467	49.8	46.0	35.3	23.0	27.4	16.7	12.8	7.2	3.2	3.2	13.2
男性(10才刻み)												
男性 10代	261	26.8	37.2	11.9	22.2	3.8	29.5	8.8	5.0	1.9	3.1	35.2
男性 20代	370	36.8	35.9	30.8	20.3	9.2	18.9	11.4	6.8	3.5	4.3	28.1
男性 30代	456	44.3	33.8	37.7	20.8	17.8	20.8	11.8	7.5	4.6	2.9	17.8
男性 40代	585	49.6	37.3	39.3	23.6	15.2	22.4	10.8	6.7	5.0	3.1	15.2
男性 50代	471	43.1	32.5	41.0	21.4	9.6	18.9	10.4	5.3	6.6	4.9	16.8
男性 60代	415	47.5	36.9	29.4	28.7	4.3	12.3	11.3	4.1	1.4	4.8	19.8
女性(10才刻み)												
女性 10代	265	32.8	43.0	15.8	18.1	7.9	44.5	14.0	3.8	4.2	3.8	20.4
女性 20代	398	47.0	45.2	39.2	23.9	18.3	16.6	12.3	7.3	2.8	3.5	15.8
女性 30代	423	53.2	42.3	39.5	18.9	41.1	13.9	13.9	10.6	2.4	1.9	10.2
女性 40代	554	51.4	44.4	43.7	24.9	41.2	12.8	15.9	6.5	3.6	3.1	9.0
女性 50代	431	52.2	49.9	38.3	22.7	27.6	14.8	11.4	6.0	3.5	5.1	10.9
女性 60代	396	55.3	51.0	24.7	27.3	15.2	8.6	8.6	8.1	3.0	2.0	17.2

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

●『新し生活様式』の実践/控えていること

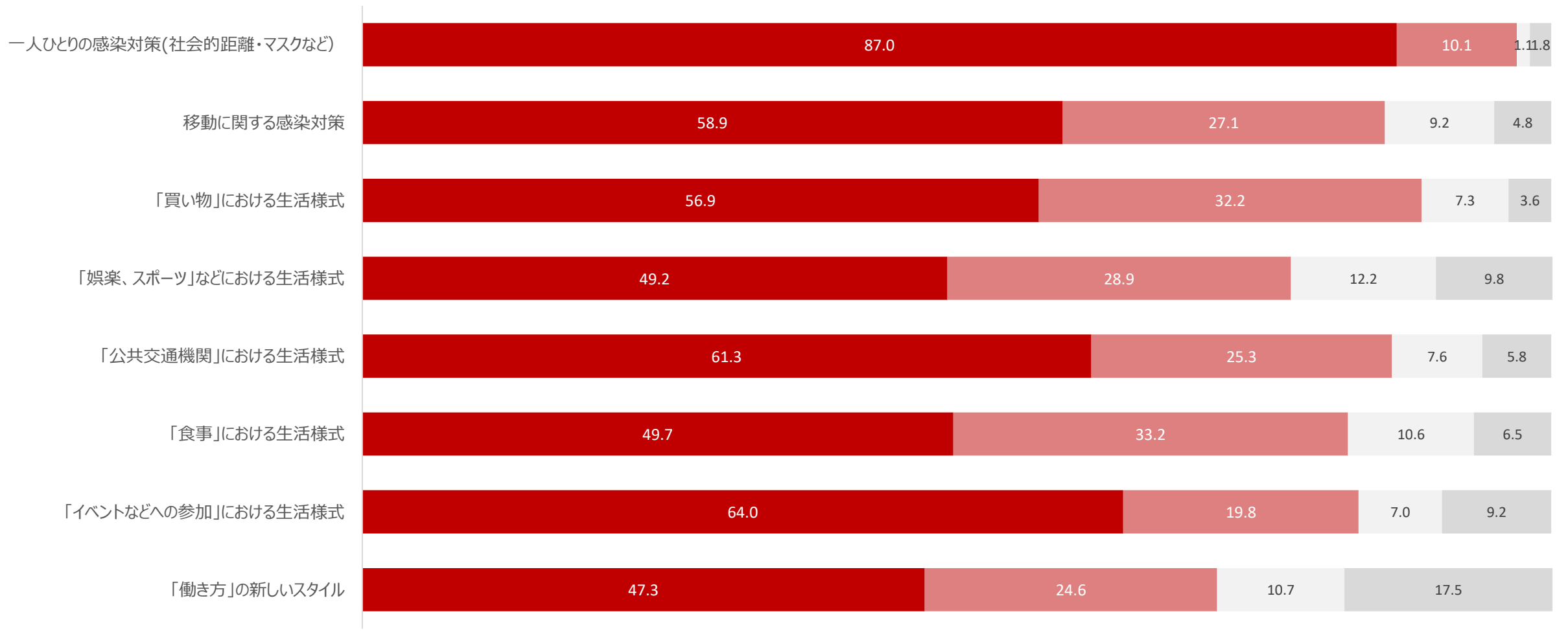


◆『新しい生活様式』の実践<全体>

Q:『新しい生活様式』について、あなたはどの程度実践されていますか。

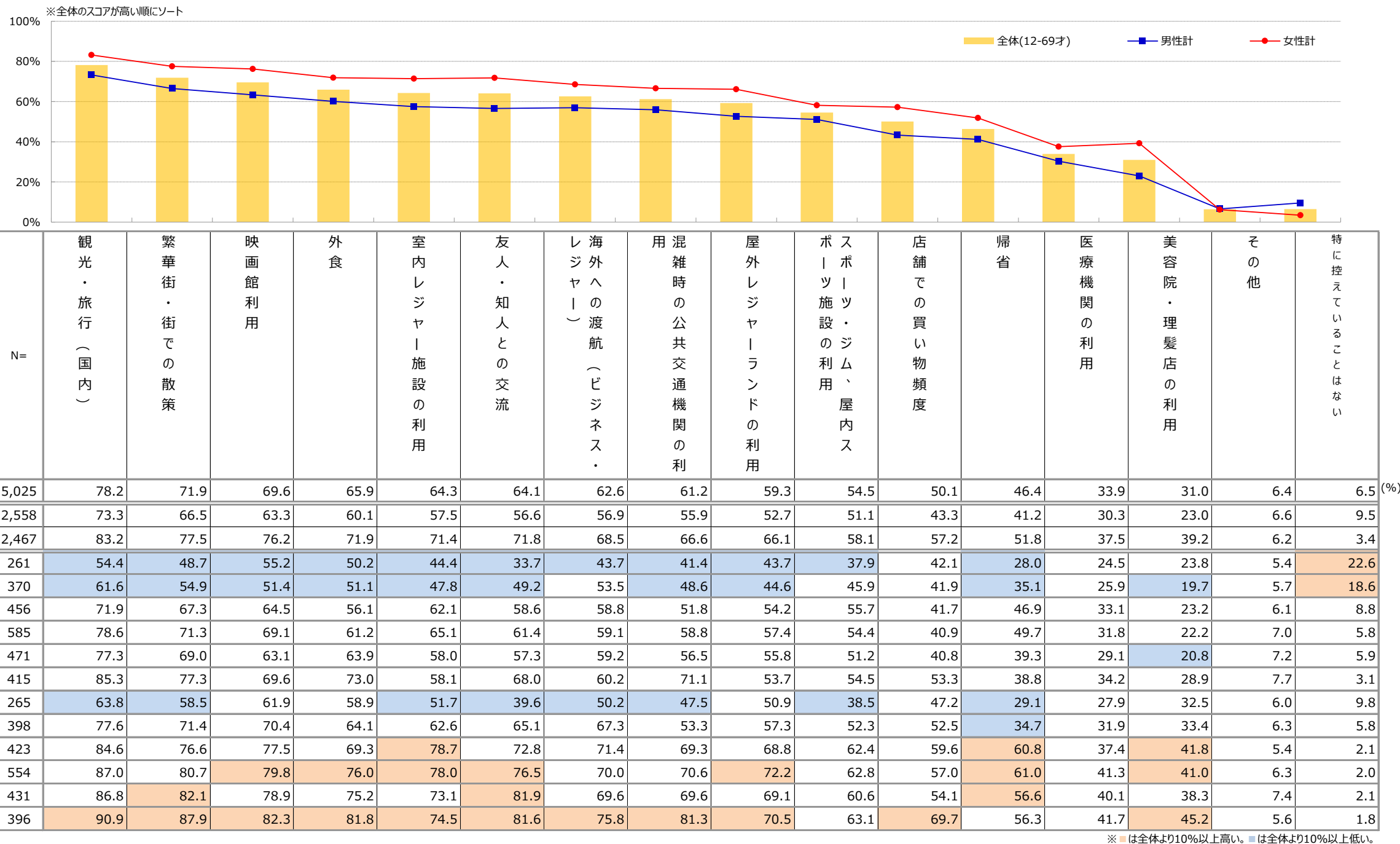
(%)

■ 実践している 100 ■ すこし実践している 100 ■ あまり実践していない 100 ■ まったく実践していない 100



◆控えていること

Q:『新型コロナウイルス感染拡大』の予防として、あなたが控えていることをすべてお知らせください。

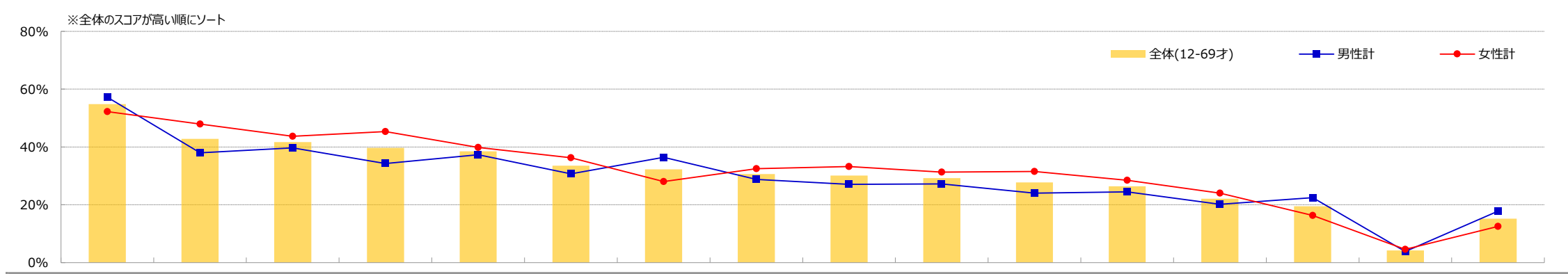


●『新しい社会』への期待/『新しい生活スタイル』で後重視すること



◆『新しい社会』への期待

Q:『新しい生活スタイル』での経済回復および社会の活性化に向けて、あなたはどのようなことを期待しますか。



	N=	昇経済の回復・株価の上	入医療体制の強化と受け	様働くある所働き時間など現多	運学校・行事の再開の安定	域祭り・花火の大会など地	情メディアによる迅速な	開スポーツ・イベントの	便の充実による効率的で	のオンライン・サ率	スの開サート・音楽フエ	安大型レジャー・常業	対大型施設における感染	作ドラマ・映画などの新	るサイバーネットを防止す	光への自治体による観	その他	特に期待していることはない
全体(12-69才)	5,025	54.8	42.8	41.7	39.7	38.5	33.5	32.3	30.6	30.1	29.2	27.7	26.4	22.1	19.5	4.2	15.2	
男性計	2,558	57.2	38.0	39.7	34.3	37.3	30.7	36.4	28.8	27.1	27.2	24.0	24.5	20.2	22.5	3.8	17.8	
女性計	2,467	52.2	47.9	43.7	45.3	39.8	36.3	28.0	32.5	33.2	31.3	31.5	28.5	24.0	16.3	4.6	12.5	
男性(10才刻み)																		
男性 10代	261	24.5	11.9	13.4	30.7	26.1	16.1	28.7	12.6	18.8	19.9	11.5	23.8	8.8	10.3	2.3	38.7	
男性 20代	370	46.8	24.3	30.8	21.9	26.5	18.4	28.4	26.8	24.1	26.2	18.1	21.1	17.0	18.4	4.1	31.1	
男性 30代	456	61.8	30.9	42.8	33.3	41.2	26.8	30.7	28.3	25.0	34.2	24.6	23.9	16.0	21.9	2.2	18.2	
男性 40代	585	62.9	38.8	48.9	41.2	39.0	32.6	36.6	31.5	25.1	29.1	24.8	21.5	22.6	25.1	4.6	12.5	
男性 50代	471	63.7	48.8	47.1	35.9	38.4	35.9	41.8	34.8	32.3	25.9	29.1	26.1	25.3	24.8	4.7	11.0	
男性 60代	415	66.5	60.7	39.3	37.1	46.0	46.5	48.0	30.8	34.0	23.9	29.4	30.8	25.8	28.0	4.3	7.7	
女性(10才刻み)																		
女性 10代	265	22.3	15.5	14.7	38.1	38.5	16.6	23.4	18.1	40.4	36.2	15.8	30.9	9.4	5.3	3.0	26.8	
女性 20代	398	43.5	28.6	41.0	29.6	43.0	22.4	26.9	25.6	36.4	37.7	25.1	29.1	12.6	16.1	4.3	18.1	
女性 30代	423	49.6	44.2	46.6	47.8	42.6	30.0	23.2	34.0	27.0	35.5	31.4	26.0	20.3	14.9	2.8	15.1	
女性 40代	554	57.9	52.7	51.4	57.2	37.5	40.8	25.5	40.4	26.9	29.2	32.7	25.1	26.4	17.3	4.5	9.0	
女性 50代	431	62.6	63.6	50.1	41.8	38.5	49.7	33.6	37.1	36.9	25.5	37.1	31.1	35.3	19.0	6.5	7.0	
女性 60代	396	64.6	68.9	44.9	50.3	39.4	49.5	34.8	31.1	36.9	26.3	40.7	30.8	33.8	21.2	5.8	5.6	

※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。

◆『新しい生活スタイル』で重視すること

Q:『新しい生活スタイル』において、あなたはご自身の生活でどのようなことを重視したいと思われていますか。

(%)

