

第4章

ニューノーマル

第1節 ニューノーマルでの生活

第2節 在宅勤務・テレワーク

第3節 オンライン学習

第4節 新たなサービスの利用意向

第1節

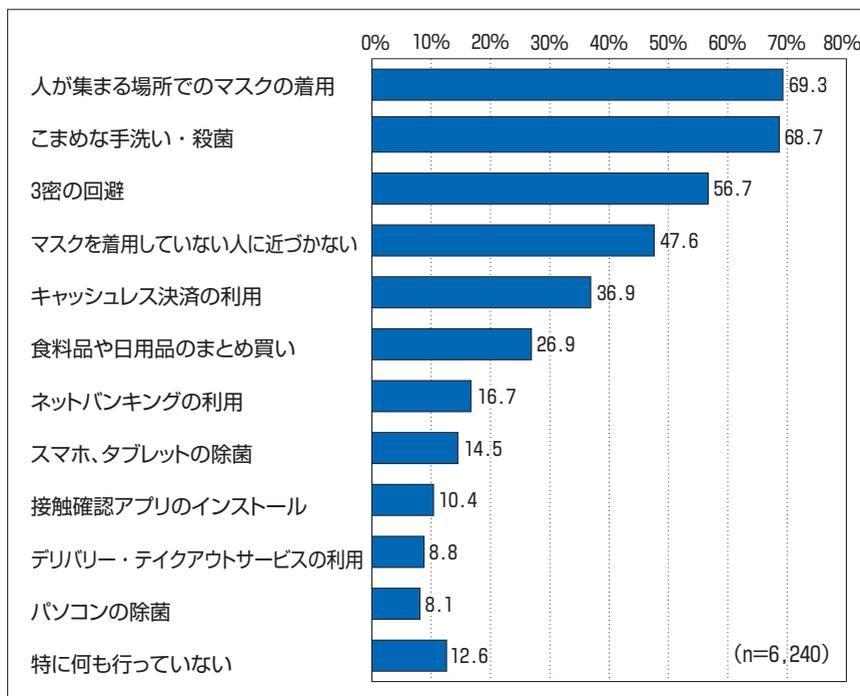
ニューノーマルでの生活

ポイント

- 「人が集まる場所でのマスク着用」「こまめな手洗い」「3密の回避」が5割を超える(資料4-1)。
 - 全体で約6割が新型コロナウイルスへの感染リスクを意識(資料4-2)。
 - コロナ情報収集は「民放」「ニュースサイト・アプリ」が5割を超え「NHK」が4割超で上位(資料4-3)。
 - コロナ後に活動機会が増えた「地上波テレビ視聴」「メールやメッセージのやりとり」「YouTube」「オンラインショッピング」6割超(資料4-4)。
 - コロナ禍以降に悪化したものは「目の不調」「肩・首筋のこり、痛み」約2割で上位(資料4-5)。
-

資料4-1 感染予防対策(複数回答)

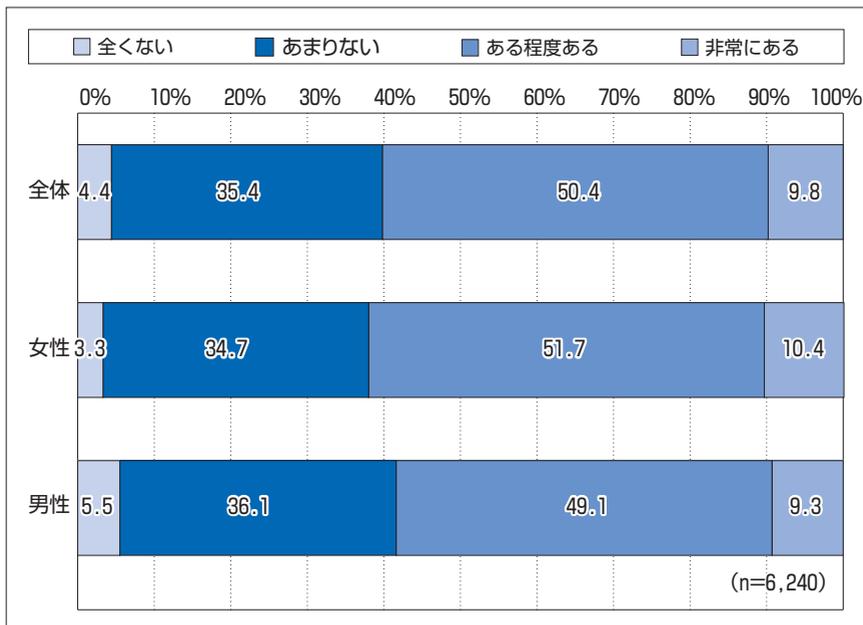
- 「人が集まる場所でのマスク着用」「こまめな手洗い」「3密の回避」が5割を超える。
- コロナ拡大後から推奨された「キャッシュレス決済の利用」約4割、「ネットバンキングの利用」約2割。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-2 感染リスク意識(複数回答)

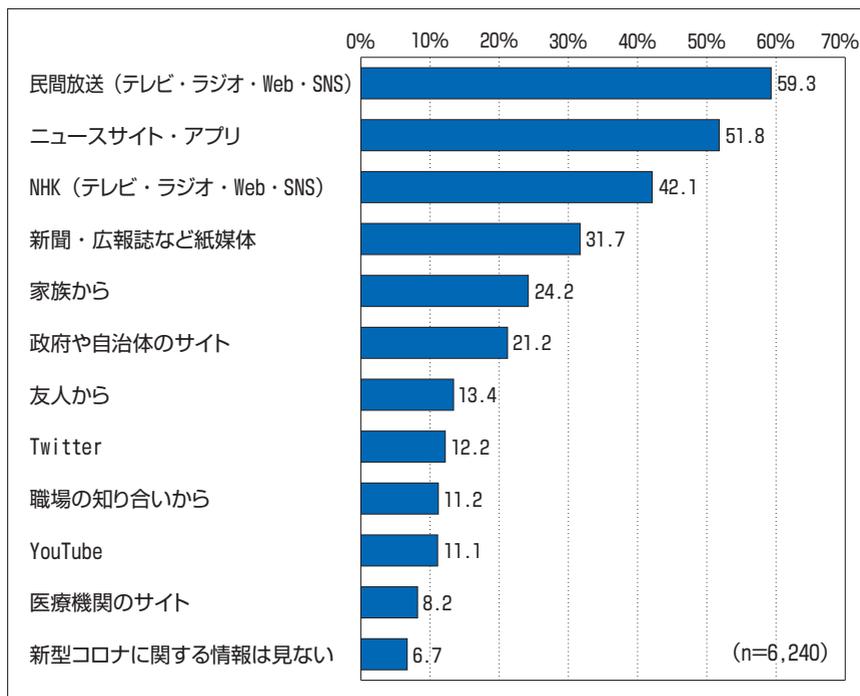
- 全体で約6割が新型コロナウイルスへの感染リスクを意識。約半数は「ある程度ある」。
- 男性の方が女性よりも感染リスク意識が低い。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-3 コロナ情報収集メディア(複数回答)

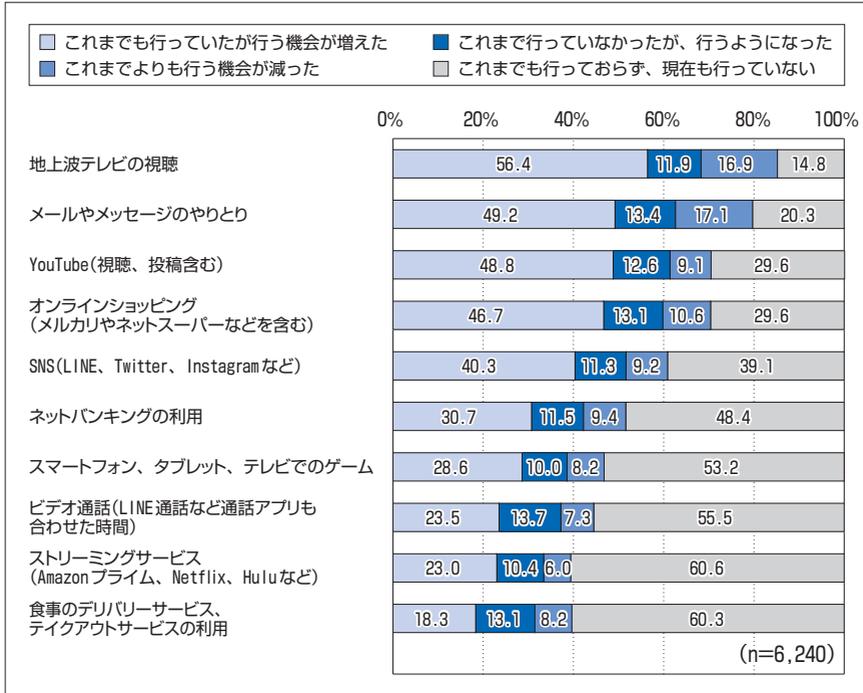
- 「民放」「ニュースサイト・アプリ」が5割を超え「NHK」が4割超で上位。
- 「家族から」約2割、「友人から」「職場の知り合いから」1割と人づても。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-4 コロナ禍前後での日々の活動の変化(複数回答)

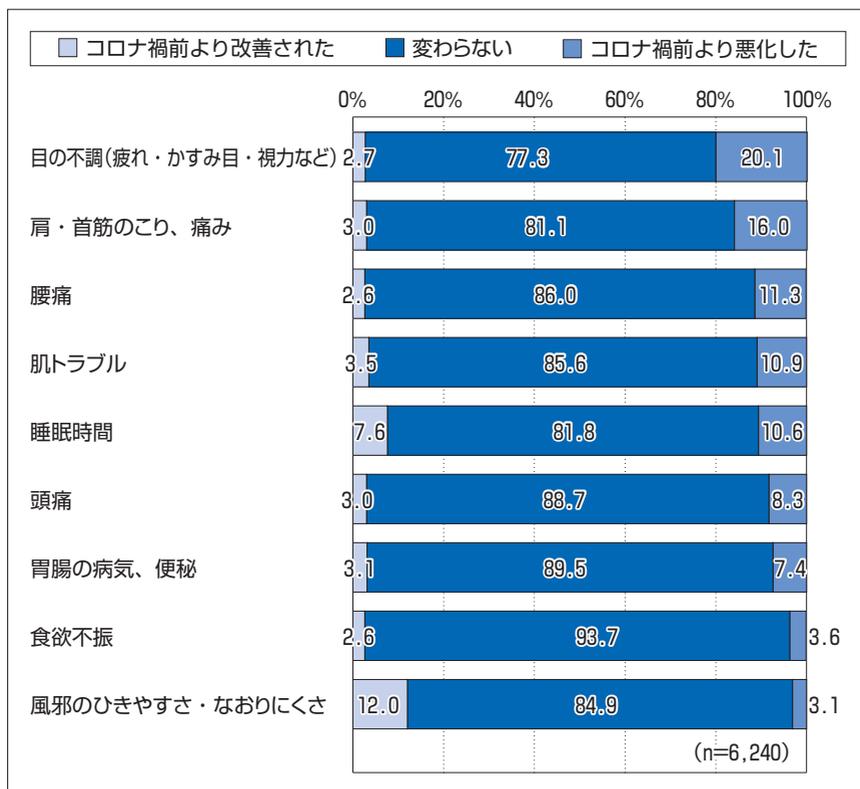
- 活動機会が増えた「地上波テレビ視聴」「メールやメッセージのやりとり」「YouTube」「オンラインショッピング」6割超。
- コロナ禍前から現在も行っていない「ストリーミングサービス視聴」「デリバリー・テイクアウト」約6割。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-5 日々の健康・体調面(複数回答)

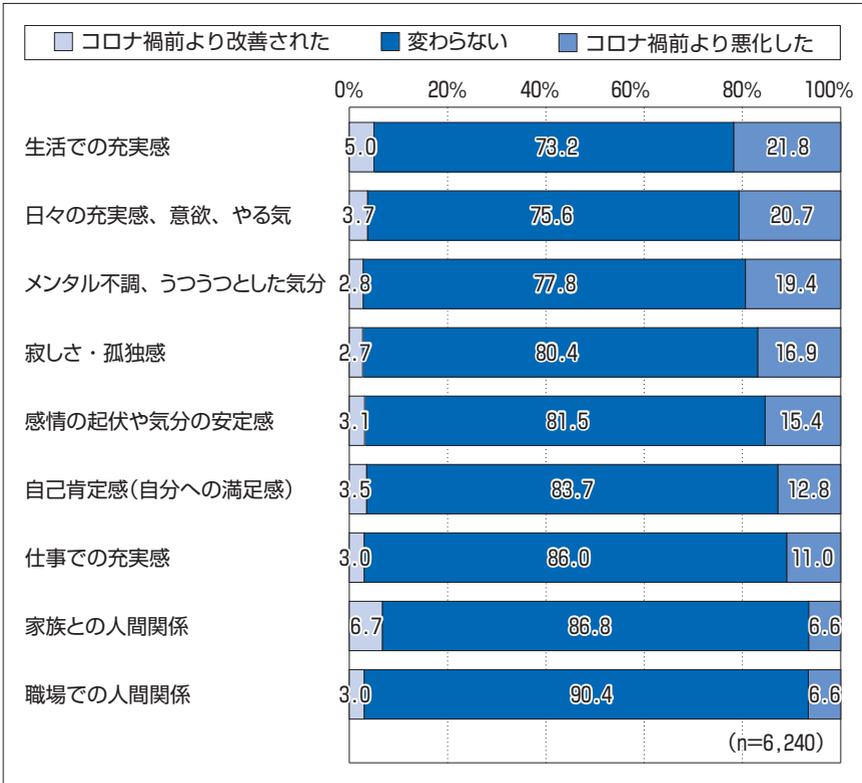
- 全体的に「変わらない」が8割前後で大半を占める。
- コロナ禍前より改善されたものとしては「風邪のひきやすさ・なおりにくさ」が12.0%でトップ。
- 悪化したものは「目の不調」「肩・首筋のこり、痛み」約2割で上位。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-6 日々の健康・メンタル面(複数回答)

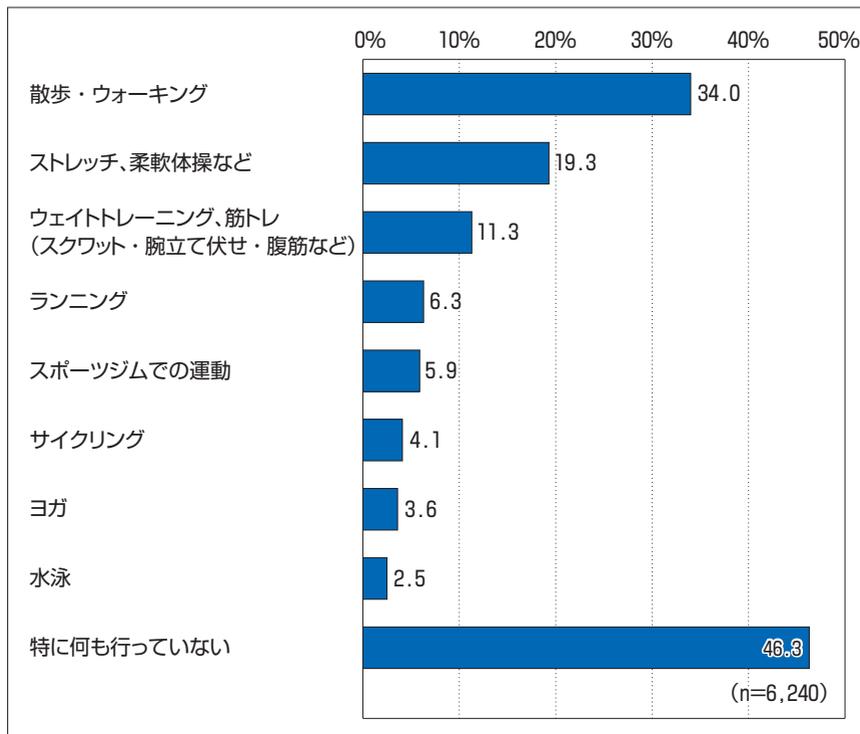
- 全体的に「変わらない」が7～9割と大半を占める。
- コロナ禍前より改善されたものとしては「家族との人間関係」が6.7%でトップ。
- 悪化したものは「生活での充実感」「日々の充実感、意欲、やる気」「メンタル不調」約2割。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-7 日々の運動習慣(複数回答)

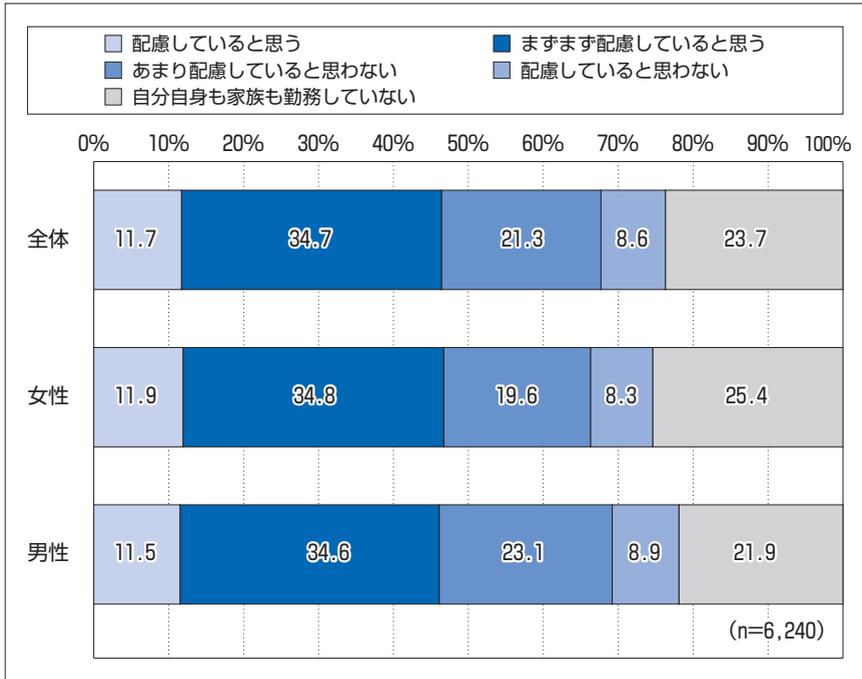
- 「散歩・ウォーキング」が34.0%でトップ。次いで「ストレッチ、柔軟体操など」が約2割。
- 「特に何も行っていない」が46.3%と半数弱を占める。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-8 勤務先の健康管理(複数回答)

- 勤務先が本人または家族の健康管理を「配慮していると思う」が約半数。
- 「配慮していないと思う」が約3割と「配慮していると思う」がやや上回る結果。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

第2節

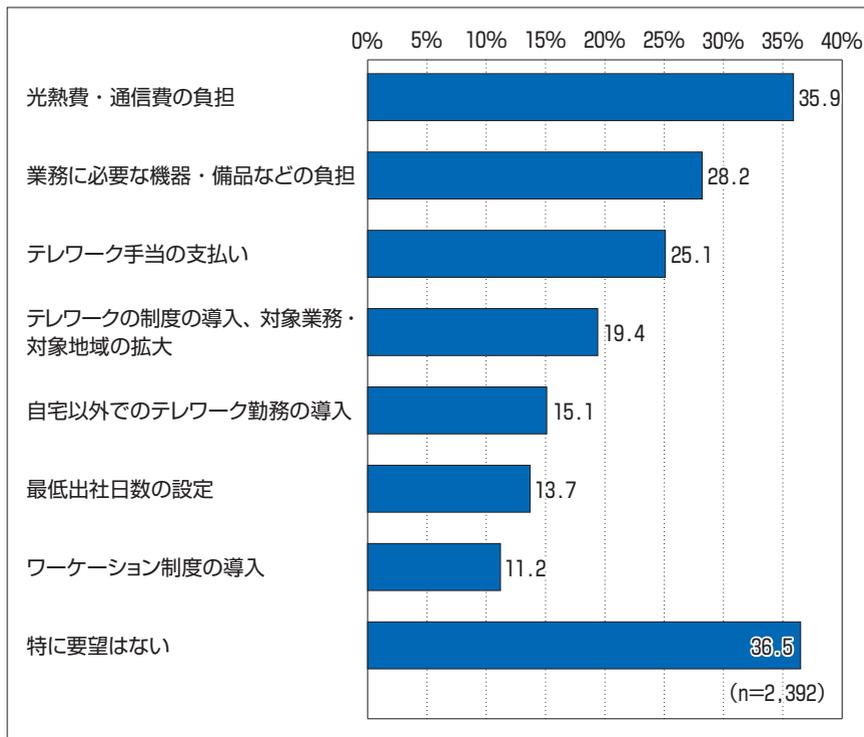
在宅勤務・テレワーク

ポイント

- テレワークへの要望「光熱費・通信費の負担」約4割、「業務に必要な機器・備品などの負担」「テレワーク手当の支払い」約3割(資料4-9)。
- テレワークの懸念「光熱費が高くなる」約半数、「同居家族への配慮が難しい」「周囲の雑音が邪魔」約3割(資料4-10)。
- テレワークのメリット「通勤時間を有効活用できる」約半数とトップ(資料4-11)。
- セキュリティ対策「最新のセキュリティ対策ソフト」「OSやソフトウェアの最新版へのアップデート」約4割(資料4-15)。
- オンライン会議のマナー「ミュートにしている」約半数でトップ(資料4-16)。

資料4-9 テレワークへの要望(複数回答)

- 「光熱費・通信費の負担」約4割、「業務に必要な機器・備品の負担」「テレワーク手当の支払い」約3割。
- 「特に要望はない」も約4割。

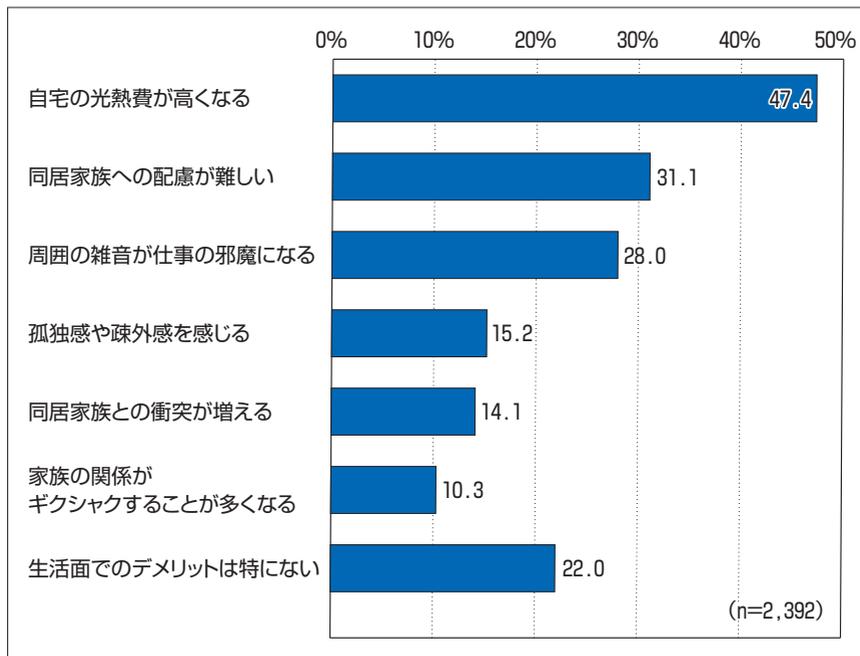


注1：自分または家族がテレワークを実施。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-10 テレワークの懸念(複数回答)

- 「光熱費が高くなる」約半数、「同居家族への配慮が難しい」「周囲の雑音が邪魔」約3割。
- 「生活面でのデメリットは特にない」約2割。

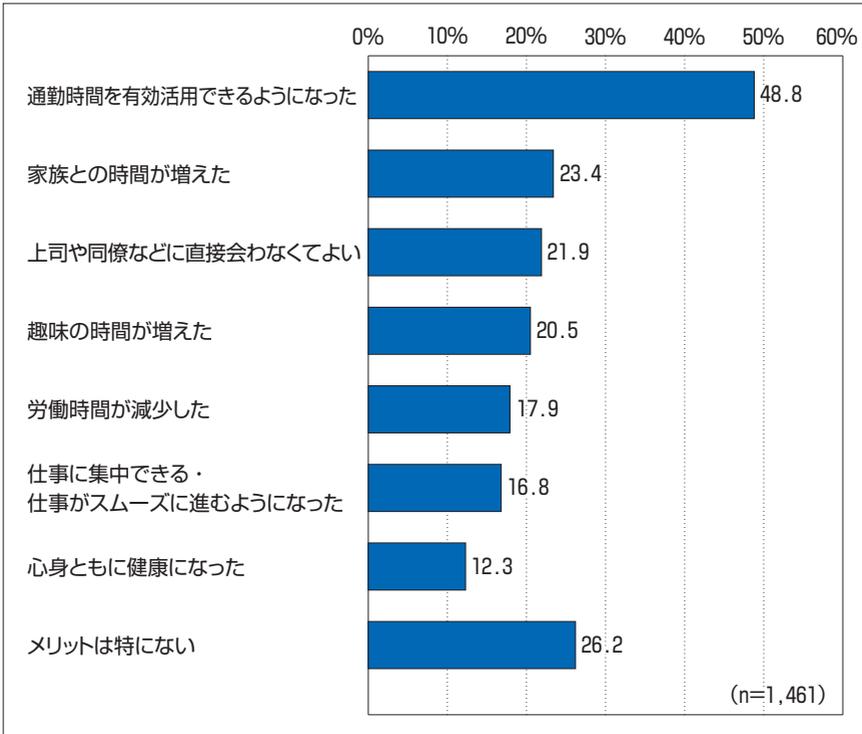


注1：自分または家族がテレワークを実施。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-11 ■ テレワークのメリット(複数回答)

- 「通勤時間を有効活用できる」約半数とトップ。
- 「メリットは特にない」約3割。

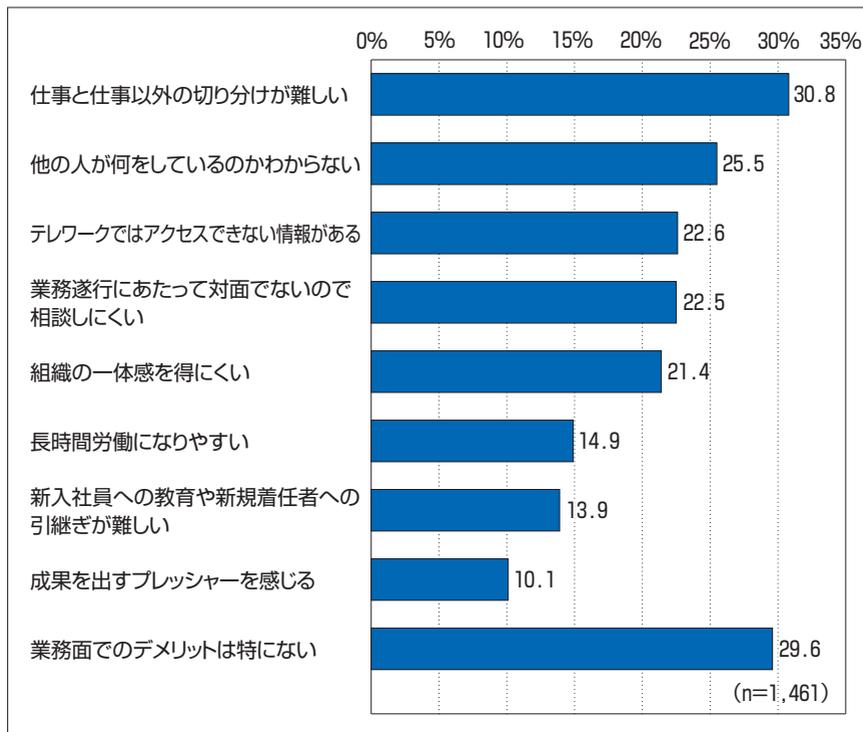


注1：テレワーク制度がある方。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-12 ■ テレワークのデメリット(複数回答)

- 「仕事と仕事以外の切り分けが難しい」「他の人が何をしているのかわからない」約3割。
- 「業務面でのデメリットは特にない」約3割。

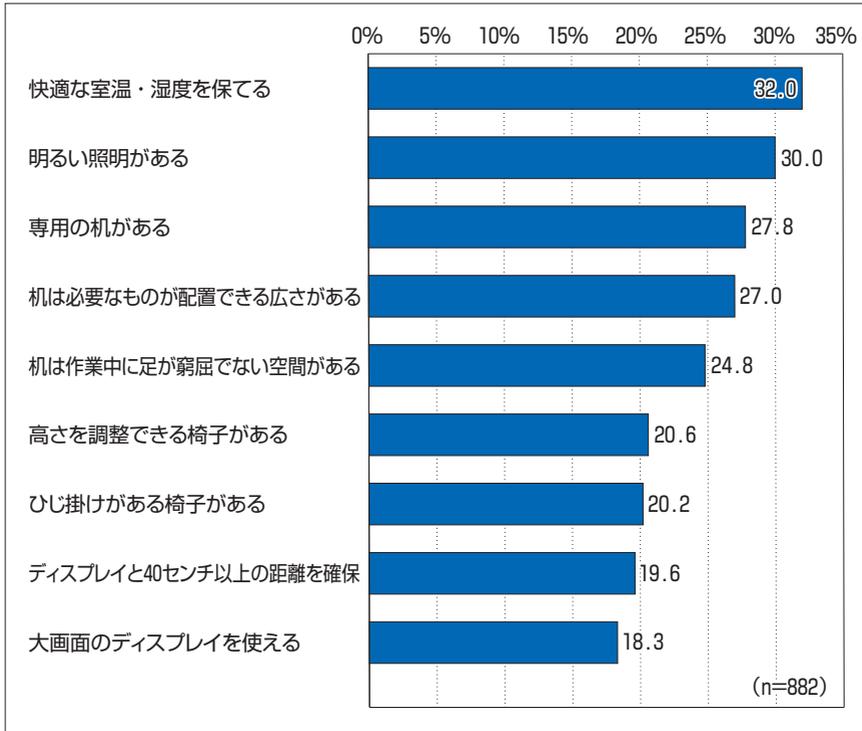


注1：テレワーク制度がある方。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-13 | テレワークの環境(複数回答)

- 「快適な室温・湿度」「明るい照明」「専用の机」「必要なものが配置できる広い机」約3割。

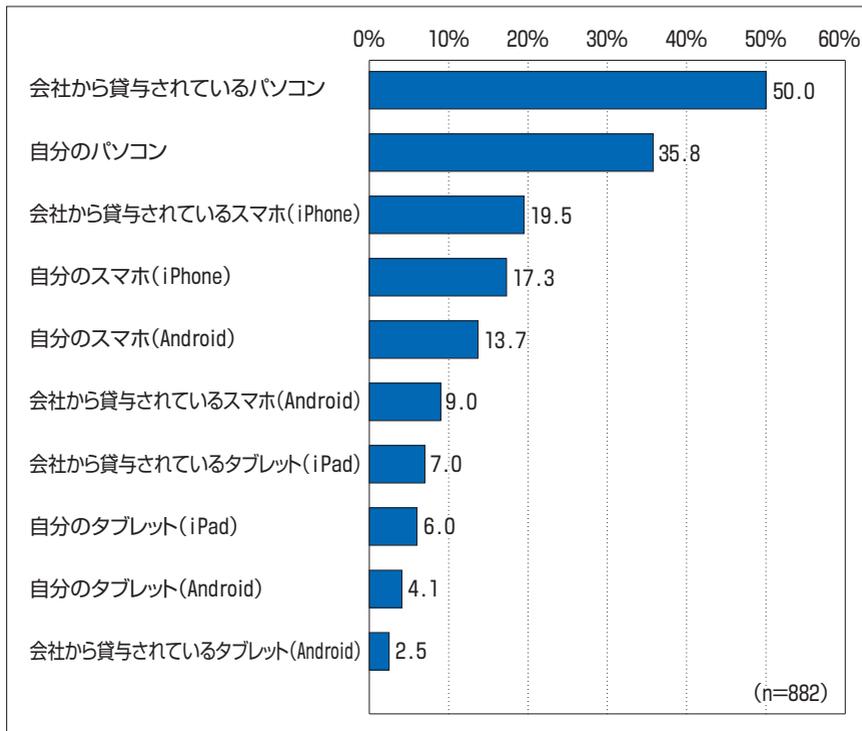


注1：テレワーク実施者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-14 | テレワークで使用している機器(複数回答)

- 「会社貸与のパソコン」5割でトップ。続いて「自分のパソコン」約4割。
- スマートフォンはiPhoneがAndroidよりも使用されている。
- タブレットを使用しているのは1割未満。

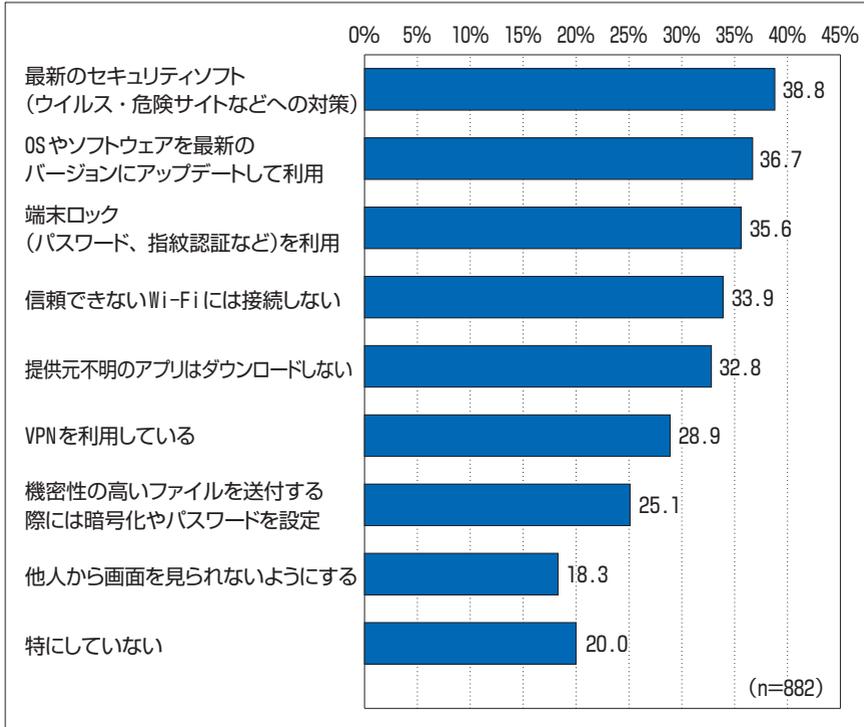


注1：テレワーク実施者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-15 テレワークのセキュリティ対策(複数回答)

- 「最新のセキュリティ対策ソフト」「OSやソフトウェアの最新版へのアップデート」約4割。
- 「特にしていない」2割。

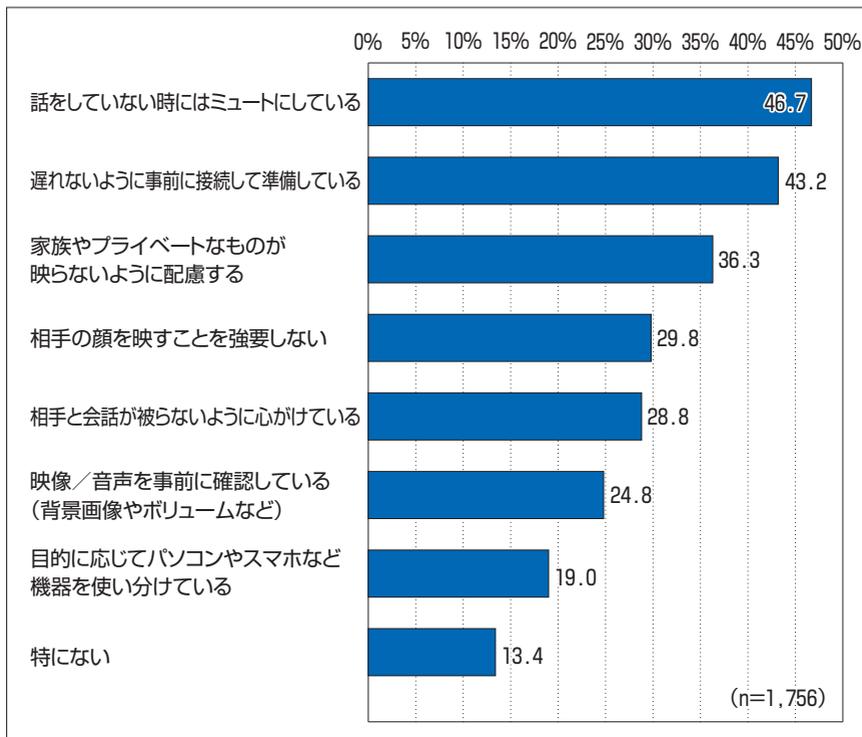


注1：テレワーク実施者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-16 オンライン会議のマナー(複数回答)

- 「ミュートにしている」約半数でトップ。
- 「事前接続準備」「プライベートが映らないように配慮」約4割。
- 「特にない」も約1割。



注1：オンライン会議経験者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

第3節

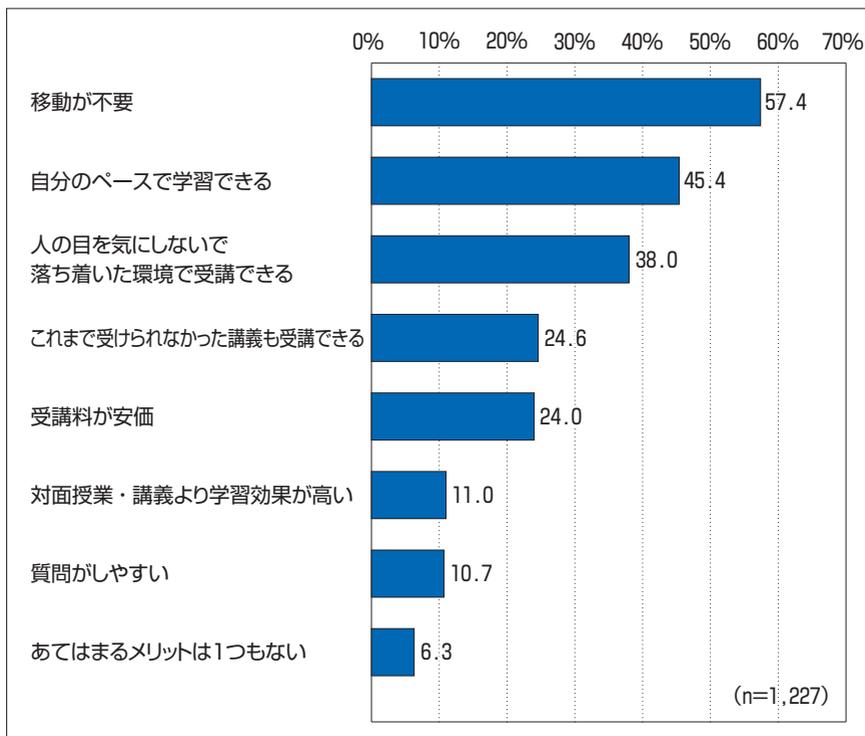
オンライン学習

ポイント

- オンライン学習のメリット「移動が不要」約6割(資料4-17)。
 - オンライン学習のデメリット「目や肩腰が疲れる」が約4割(資料4-18)。
 - オンライン学習で利用している機器「スマートフォン」約8割(資料4-19)。
 - オンライン学習では「Zoom」の利用頻度が最も高く約7割(資料4-20)。
-

資料4-17 オンライン学習のメリット(複数回答)

- 「移動が不要」約6割とトップ。
- 「自分のペースで学習」約半数、「落ち着いた環境」約4割。

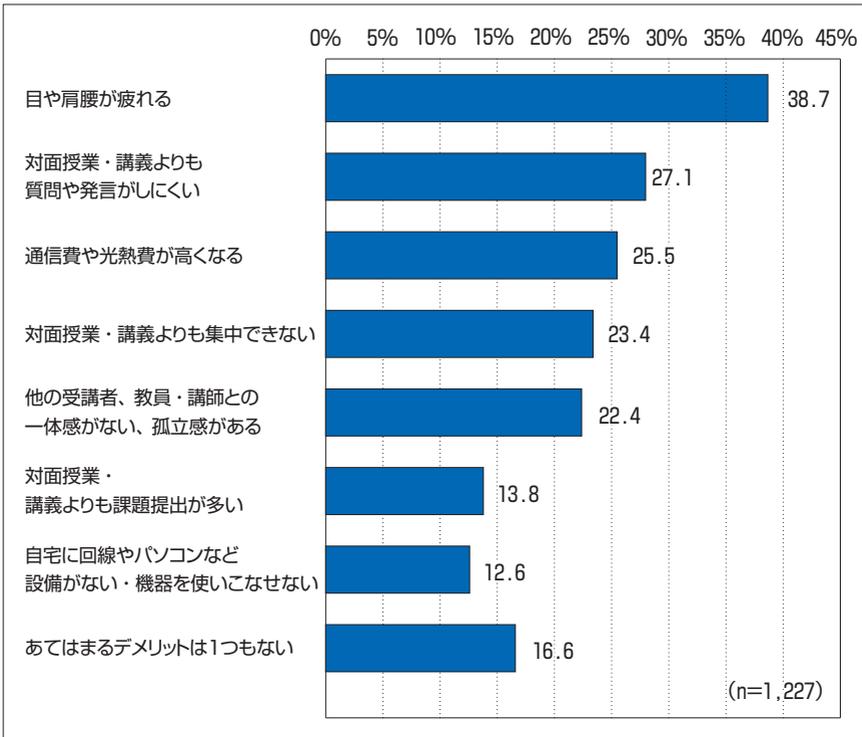


注1：オンライン学習経験者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-18 オンライン学習のデメリット(複数回答)

- 「目や肩腰が疲れる」が約4割でトップ。
- 「質問や発言しにくい」「通信費や光熱費が高くなる」約3割。
- 「あてはまるデメリットはない」約2割。

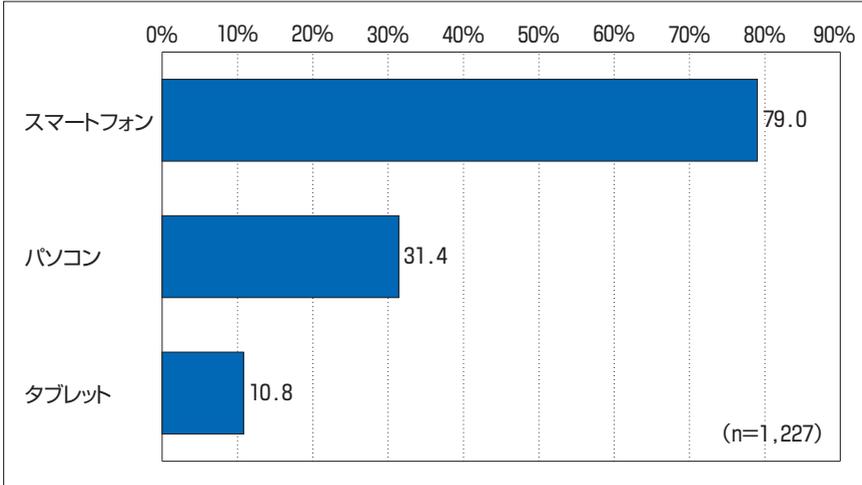


注1：オンライン学習経験者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-19 オンライン学習で利用している機器(複数回答)

- 「スマートフォン」約8割でトップ。
- 「パソコン」約3割、「タブレット」約1割。

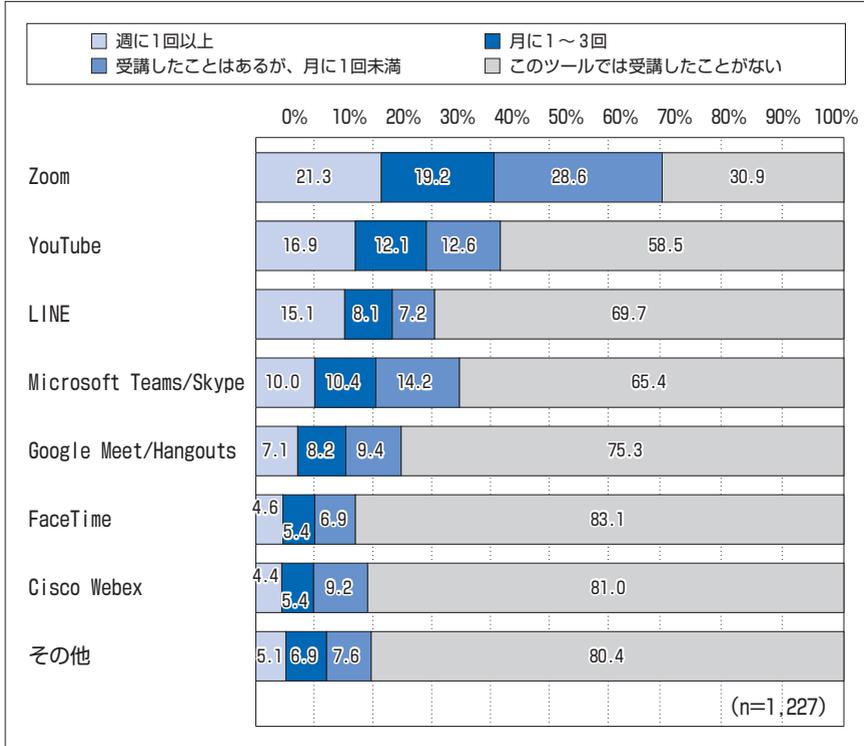


注1：オンライン学習経験者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-20 オンライン学習のツールと頻度(複数回答)

●「Zoom」の利用頻度が最も高く約7割。次いで「YouTube」が4割超。



注1：オンライン学習経験者。

出典：2022年次世代ライフスタイル調査

第4節

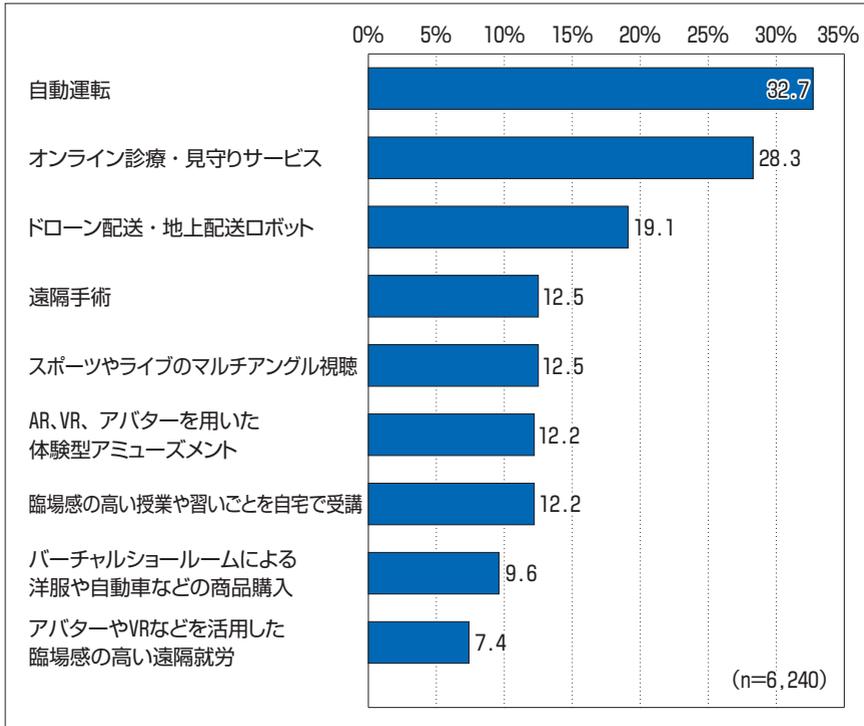
新たなサービスの利用意向

ポイント

- 今後利用してみたいサービス、実現を期待しているサービス「自動運転」「オンライン診療・見守りサービス」が約3割、「ドローン配送・地上配送ロボット」が約2割(資料4-21)。
- AIへの期待が大きいのは「生活家電」「医療」「グルメ・旅行」約半数(資料4-22)。
- AIへの不安が大きいのは「不動産・金融」「個人・ビジネスマッチング」「医療」2割超(資料4-22)。

資料4-21 新しいサービスの利用意向(複数回答)

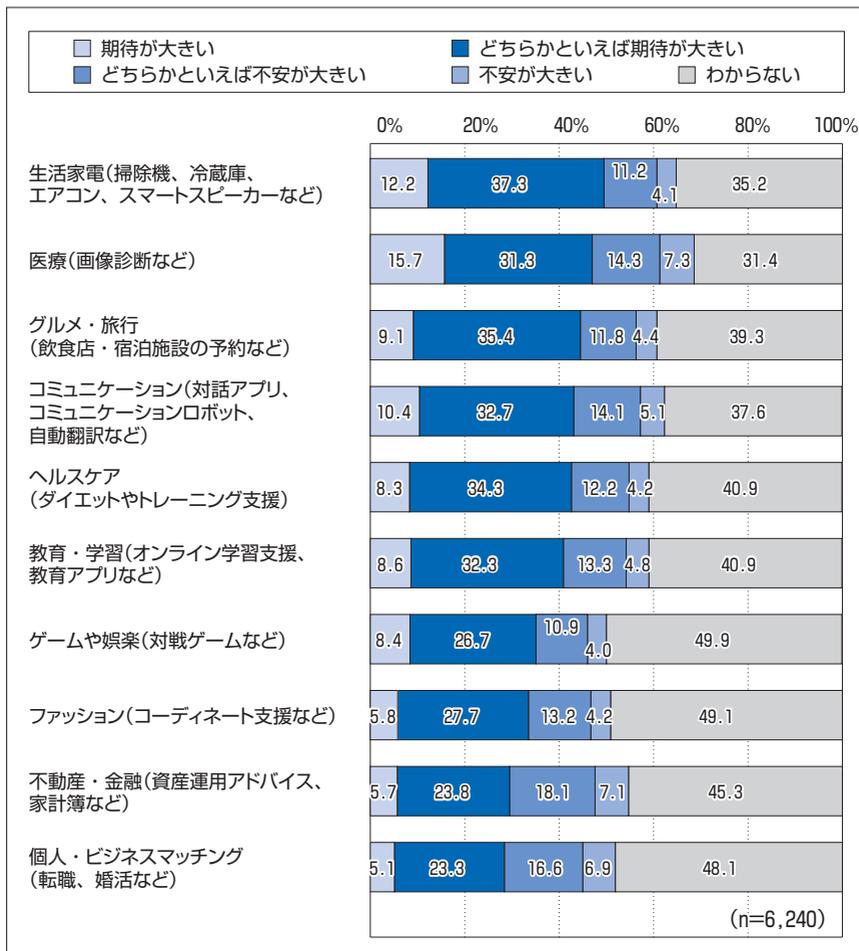
- 「自動運転」「オンライン診療・見守りサービス」が約3割。
- 「ドローン配送・地上配送ロボット」が約2割。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査

資料4-22 AIサービスの利用意向(複数回答)

- AIへの期待が大きいのは「生活家電」「医療」「グルメ・旅行」約半数。
- AIへの不安が大きいのは「不動産・金融」「個人・ビジネスマッチング」「医療」2割超。



出典：2022年次世代ライフスタイル調査