

2022年2月7日

博報堂行動デザイン研究所「with コロナ時代の行動デザイン予報」

## 10代を中心に安心・安全を意識し慎重に行動

先の事より「とりあえず今を乗り切り」「どんな状況にも柔軟に対応したい」

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）の専門組織・博報堂行動デザイン研究所は、デジタル時代の行動デザインモデル「PIX ループ™」を活用し、15～69歳スマートフォン保有の男女1,000名を対象に、コロナ禍において生活者の意識がどう変化したのかを調査しました。

それらの結果を『with コロナ時代の行動デザイン予報 2022』としてご紹介いたします。

### 【調査結果のポイント】

#### コロナ禍による行動欲求、意識の変化

- 全年代で、安全・損失回避・簡便を求める「安心系欲求」は高い傾向。
- 10代男女で「慎重な行動や自粛の継続」の支持が他年代と比べて高い。
- もともと10代女性で高い数値を示す優越系欲求（独占欲、競争欲、顕示欲）/同調系欲求（追従欲、一体欲）の回復傾向が見られる。

#### コロナ禍による新しい生活様式がもたらした人生観や考え方の変化、デジタルライフの浸透

- 人生観や考え方の変化として「とりあえず今を乗り切る」が全体で36.9%と最多。10代が特に強い傾向。次いで「柔軟に対応できるように準備や行動をしたい」が続く。
- 19の情報行動ジャンルにおいて「デジタルのみで体験したい」との解答が優位なもの無く、10代もほとんどのジャンルで「デジタル/リアルの使い分け」を支持。60代においては、利用したことが無いとの回答が多いジャンル（「恋愛」「子ども関連」等）に対するデジタル体験への関心や利用意向が高くみられる。

### 【with コロナ時代の行動デザイン予報 2022】

- 生活者は全年代で安心・安全を重視して周りに合わせて慎重に行動することを意識しています。一方で、10代女性の“他者への関心”は少しずつ戻りつつあるため、感染対策を万全にしつつ、彼ら向けの、人とのふれあいを感じることができるような施策が有効と思われる。
- 先行きの不透明感から、生活者は「今」を懸命に乗り切ることを重視しています。将来に備えるより「今」を充実させるようなサービス・商品が注目されるのではないのでしょうか。
- シニア世代のデジタルサービスへの利用意向が高まっています。シニア向けの継続的な啓発やユーザー体験の強化も重視していきましょう。

博報堂行動デザイン研究所は、生活者の情報行動や欲求を捉えた「実際に人が動く」行動デザインを標榜、ソリューションを提供しています。今後も変わりゆく生活者の行動を研究し、生活者を動かせるマーケティング活動をサポートしてまいります。

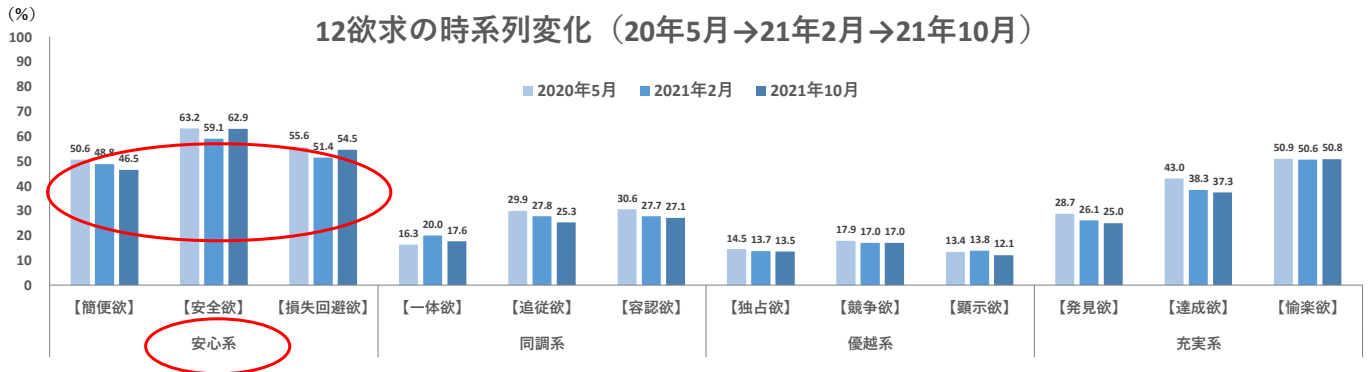
### 【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 大野・戸田 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161

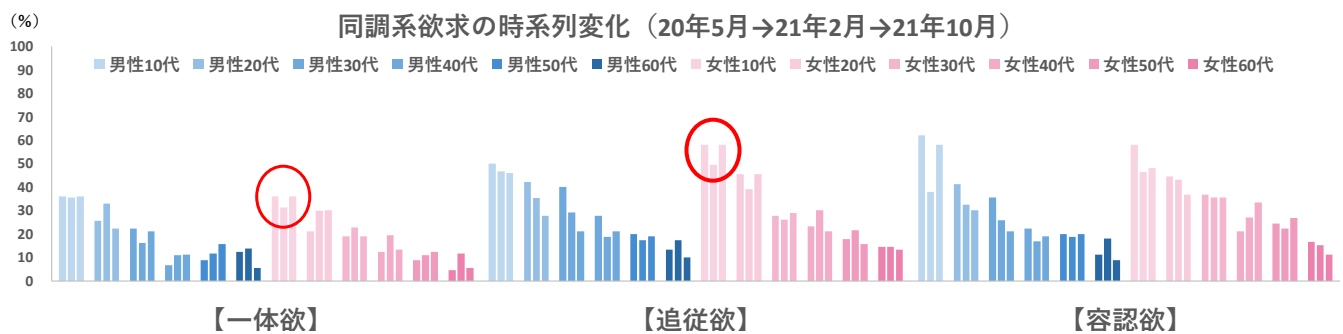
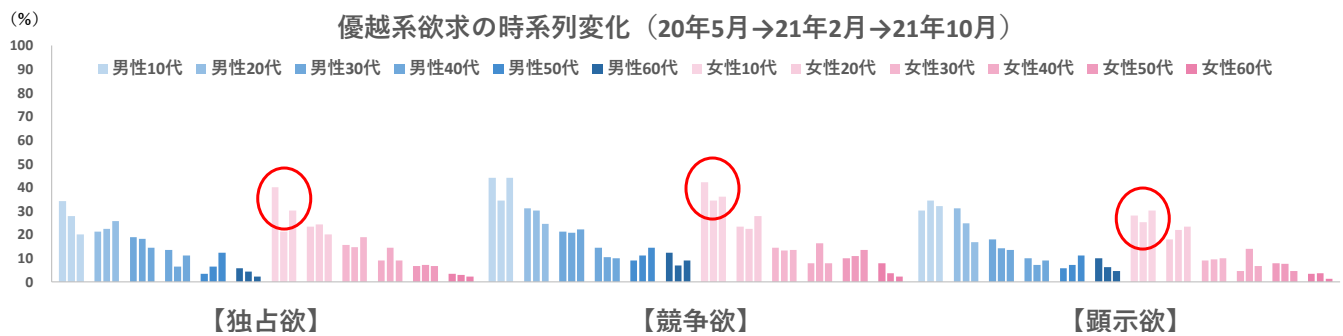
【参考資料1：全国的な非常事態宣言/まん延防止等重点措置解除直後（2021年10月）における行動欲求や意識の変化】

● 情報プール(Pool)<sup>※1</sup>及び気持ちの発火(Ignite)の元となる「12 欲求」

当研究所が定義した「12 欲求」<sup>※2</sup>のコロナ禍における時系列変化をみると、安全・損失回避・簡便を求める「安心系欲求」は全年代で引き続き高い傾向（※1：参考資料3 ※2：参考資料4 参照）



もともと10代女性で高い数値を示す優越系欲求（独占欲、競争欲、顕示欲）/同調系欲求（追従欲、一体欲）の回復傾向も見られた。



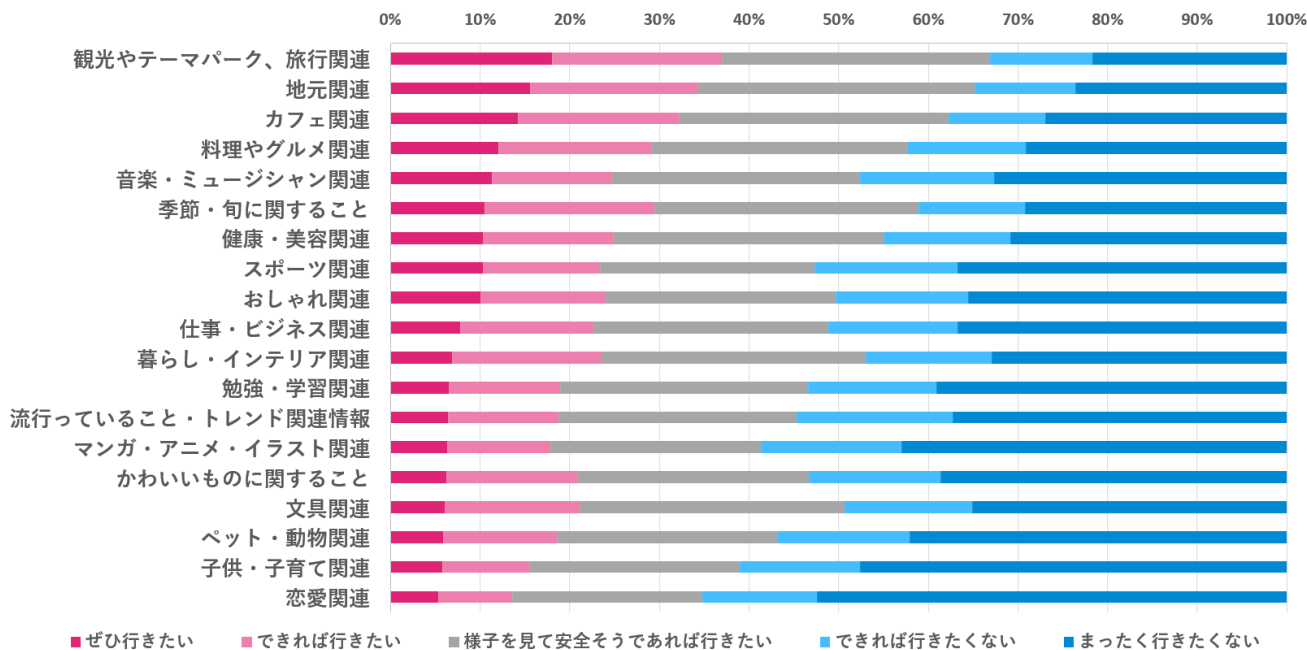
※集計ベース：スマートフォン保有者

● 情報プールの今後の変化

ジャンル別では、調査19項目のうち、「観光やテーマパーク・旅行」「地元（行きつけのお店・街）」や「カフェ」など、外出が絡むジャンルについて、全国的な非常事態宣言/まん延防止等重点措置解除直後に行動意向復調の兆しが見られる一方、それ以外のジャンルでは、お金や時間の投資を控えていくという心理状態が続き、抑制された行動の揺り戻しには慎重な傾向。

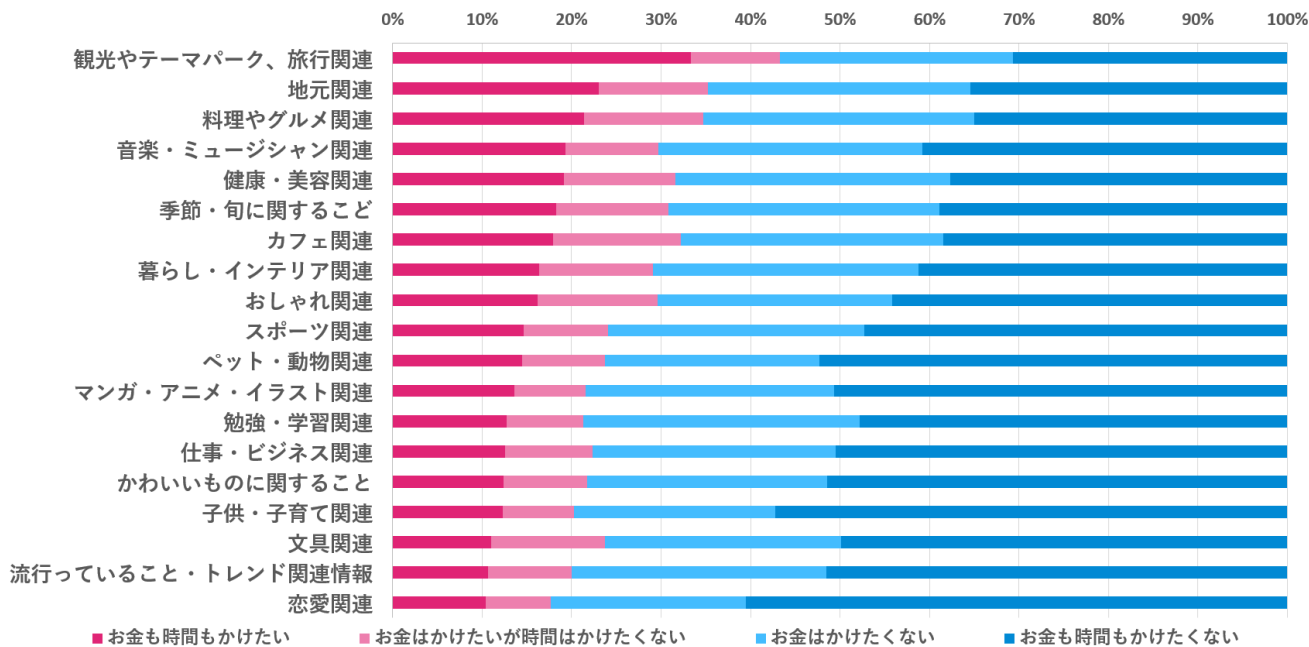
緊急事態宣言もしくはまん延防止等重点措置の全国的な解除後

Poolジャンル別の外出を伴う行動意向



緊急事態宣言もしくはまん延防止等重点措置の全国的な解除後

Poolジャンル別のお金や時間の消費意向



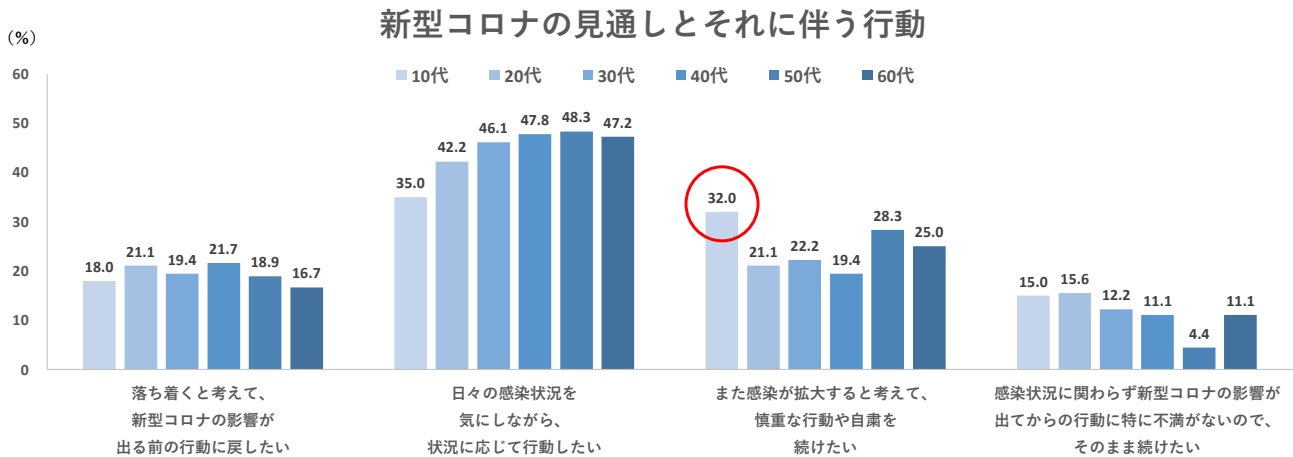
※集計ベース：スマートフォン保有者

【参考資料2：コロナ禍による新しい生活様式がもたらしたデジタルライフの浸透、人生観や考え方の変化】

今回は、長期にわたる非常事態宣言等が明けた後の生活者欲求の変化以外に、デジタル体験の利用意向や今後の人生観や考え方への影響といった視点を加えて生活者を捉えました。

● 新型コロナの見通しとそれに伴う行動

新型コロナの見通しとそれに伴う行動については、総じて慎重派が多い。「慎重な行動や自粛を続けたい」という項目では10代がトップ、秩序を守り常識的な行動を心掛けていることが伺える。

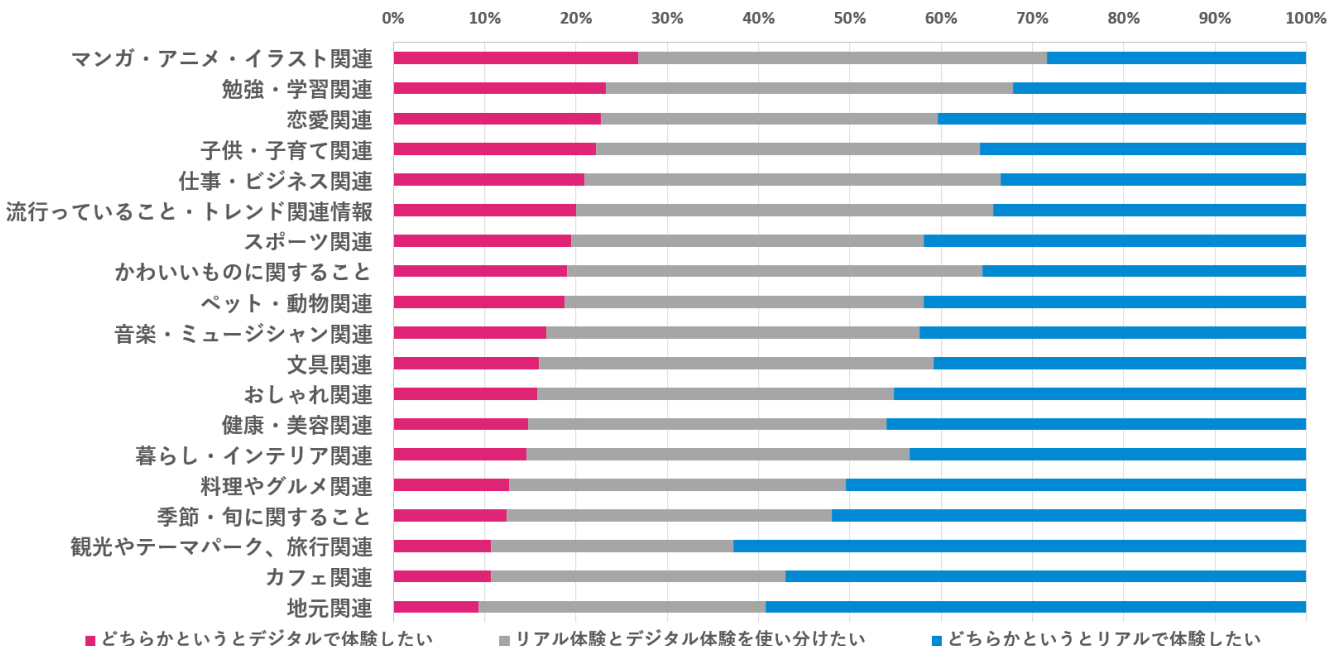


※集計ベース：スマートフォン保有者

● デジタル体験の利用意向

「デジタルのみで体験したい」が優位な Pool ジャンルはなく、若年層でもデジタル/リアルの使い分けを支持している。

緊急事態宣言もしくはまん延防止等重点措置の全国的な解除後  
Poolジャンル別のデジタル体験もしくはリアル体験の利用意向



緊急事態宣言もしくはまん延防止等重点措置の全国的な解除後

Poolジャンル別のデジタル体験もしくはリアル体験の利用意向\_リアル体験とデジタル体験を使い分けたい

	該当数	ペット・動物関連	おしゃれ関連	かわいく感じるものに	料理やグルメ関連	カフェ関連	観光や旅行マ	季節・旬に関する	健康・美容関連	子供・子育て	音楽・ミュージック	地元関連	仕事・ビジネス	恋愛関連	暮らし・インテリア	マンガ・イラスト	スポーツ	勉強・学習	文芸	流行情報
全体	1000	39.4	39.1	45.5	36.9	32.2	26.5	35.6	39.3	42.0	40.9	31.5	45.6	36.9	41.9	44.8	38.6	44.6	43.3	45.7
年代別																				
10代	100	54.0	48.0	61.0	38.0	41.0	34.0	47.0	49.0	51.0	50.0	36.0	61.0	44.0	53.0	52.0	47.0	51.0	54.0	55.0
20代	180	43.9	42.2	45.6	45.0	36.1	33.9	40.0	42.2	45.0	43.3	36.1	48.3	40.0	43.3	42.2	43.9	44.4	45.6	46.1
30代	180	37.8	36.1	43.9	38.3	30.0	30.6	36.7	38.9	39.4	36.7	31.1	45.0	42.8	44.4	45.0	37.2	45.0	40.6	46.1
40代	180	41.7	38.9	45.6	34.4	36.7	25.6	33.9	38.3	41.7	44.4	31.7	48.3	33.3	42.2	45.6	38.3	46.7	39.4	47.8
50代	180	34.4	37.8	45.0	33.3	26.1	22.8	32.8	36.1	43.3	40.6	25.6	43.3	31.7	39.4	46.7	36.7	45.6	45.6	45.6
60代	180	31.1	35.6	38.9	32.8	27.2	15.6	28.3	35.6	35.6	34.4	30.6	34.4	32.8	33.9	40.6	32.2	37.8	39.4	37.8

緊急事態宣言もしくはまん延防止等重点措置の全国的な解除後

Poolジャンル別のデジタル体験もしくはリアル体験の利用意向\_どちらかというデジタルで体験したい

	該当数	ペット・動物関連	おしゃれ関連	かわいく感じるものに	料理やグルメ関連	カフェ関連	観光や旅行マ	季節・旬に関する	健康・美容関連	子供・子育て	音楽・ミュージック	地元関連	仕事・ビジネス	恋愛関連	暮らし・インテリア	マンガ・イラスト	スポーツ	勉強・学習	文芸	流行情報
全体	1000	18.7	15.7	19.0	12.7	10.7	10.7	12.4	14.7	22.2	16.7	9.3	20.9	22.7	14.6	26.8	19.5	23.3	15.9	20.0
年代別																				
10代	100	6.0	8.0	6.0	6.0	3.0	7.0	7.0	11.0	16.0	9.0	7.0	14.0	11.0	8.0	19.0	15.0	19.0	8.0	11.0
20代	180	20.0	17.8	21.7	16.7	17.8	17.8	18.9	16.7	23.9	19.4	16.7	26.1	22.2	19.4	31.1	26.1	28.3	22.2	23.3
30代	180	14.4	10.0	12.8	7.2	6.1	5.6	7.8	11.1	12.8	13.3	7.2	18.3	14.4	8.9	23.3	15.0	18.3	13.3	13.9
40代	180	20.0	18.3	21.1	13.9	8.9	11.1	11.7	13.9	22.8	16.1	7.8	22.8	26.1	16.1	28.3	20.0	23.9	15.6	22.8
50代	180	23.3	16.7	20.0	11.7	11.1	10.0	11.7	12.8	25.0	15.6	6.1	15.6	23.9	12.2	23.9	17.8	22.8	14.4	17.2
60代	180	22.8	20.0	26.7	17.8	13.9	11.1	15.0	21.1	30.0	23.3	10.0	25.6	33.3	20.0	31.7	21.1	25.6	18.3	27.8

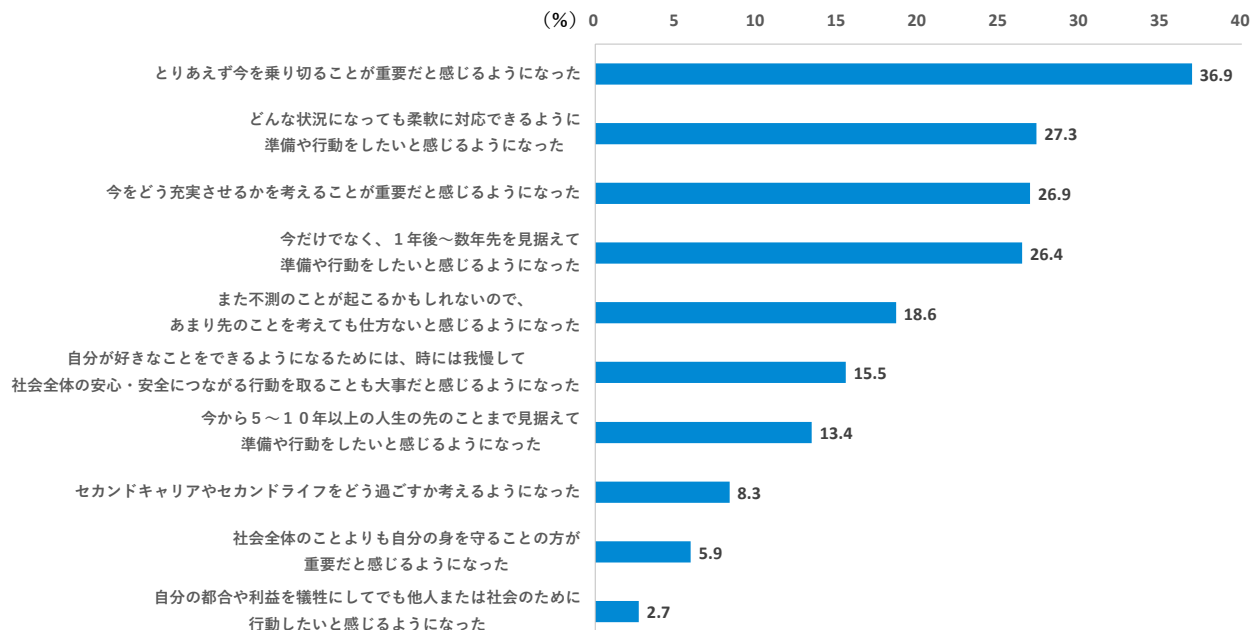
■ 全体+10ポイント  
■ 全体+5ポイント  
■ 全体-5ポイント  
■ 全体-10ポイント  
 (n=30以上の回収)

※集計ベース：スマートフォン保有者

● 人生観や考え方の変化

人生観や考え方の変化として、「とりあえず今を乗り切る」は全体で 36.9%と最多。10代から20代が特に強い傾向。続いて「柔軟に対応できるように準備や行動したい」が2割台で60代に顕著。

コロナ禍が人生観や考え方に与えた変化



コロナ禍が人生観や考え方に与えた変化													
	該当数	うごちりあえず乗る切	る考をど充たさ感	な方先もし不測のこ	う行年先をえ、1年	かンセカランドイフ	とえ人から5、10年	る備軟どんな状況	な重分社	感会に自	と行の時	るよ	な上
全体	1000	36.9	26.9	18.6	26.4	8.3	13.4	27.3	5.9	2.7	15.5	15.3	
年 代 別	10代	100	41.0	34.0	22.0	32.0	5.0	16.0	26.0	5.0	6.0	18.0	14.0
	20代	180	37.8	24.4	21.7	26.1	9.4	15.0	20.0	5.6	2.8	8.3	20.6
	30代	180	35.0	22.2	19.4	25.6	8.9	11.7	22.2	7.8	1.7	8.3	19.4
	40代	180	31.1	24.4	15.0	22.8	8.3	15.0	23.9	6.7	1.7	10.6	15.0
	50代	180	40.0	30.0	15.6	23.3	10.0	14.4	33.3	5.6	3.3	20.0	14.4
	60代	180	38.3	29.4	19.4	31.1	6.7	9.4	37.8	4.4	2.2	28.9	7.8

※集計ベース：スマートフォン保有者

## 調査概要

【2021年 情報行動・欲求に関する調査】

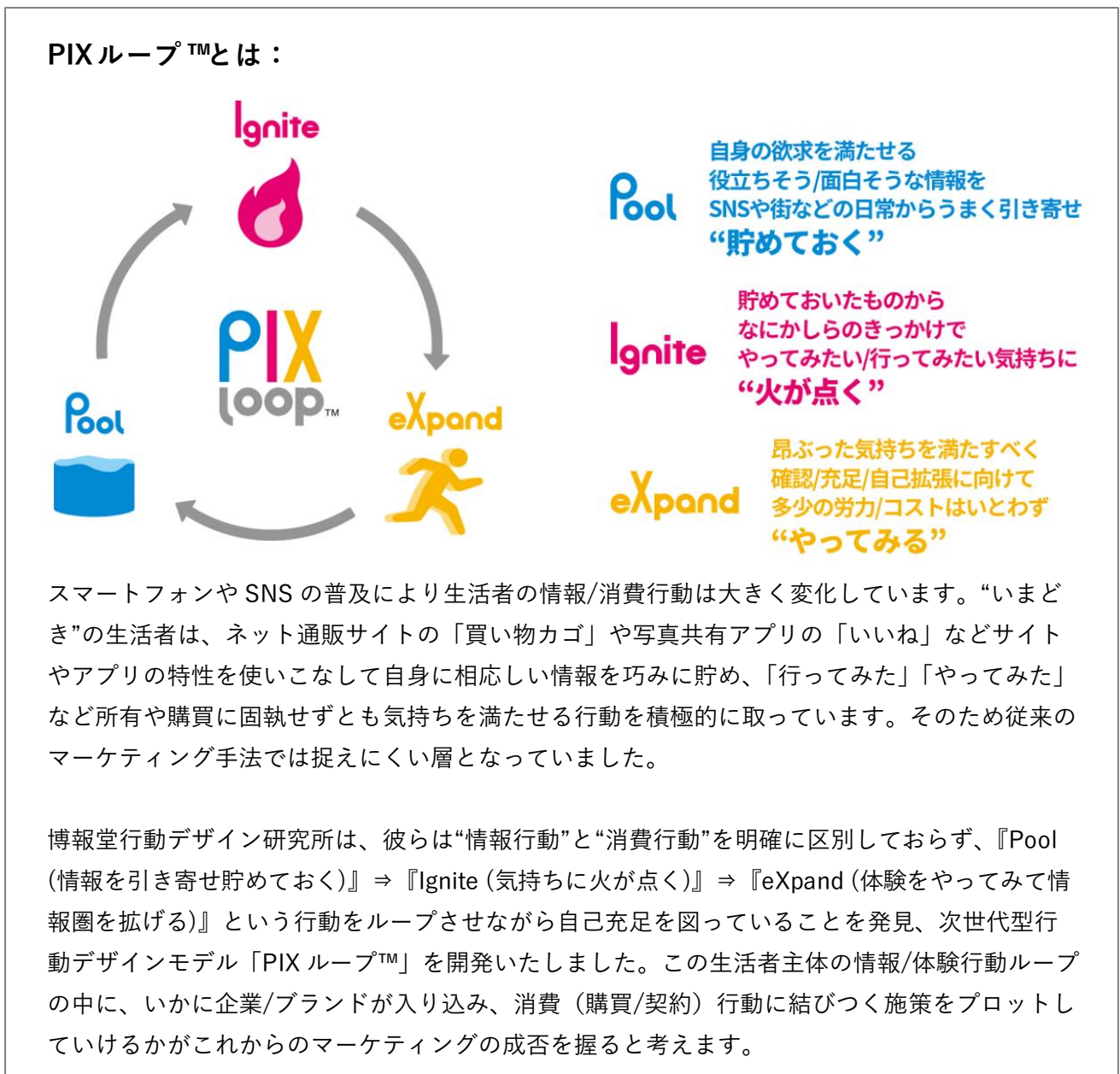
実施時期：2021年10月22日～10月26日

調査方法：インターネットリサーチ（全国）

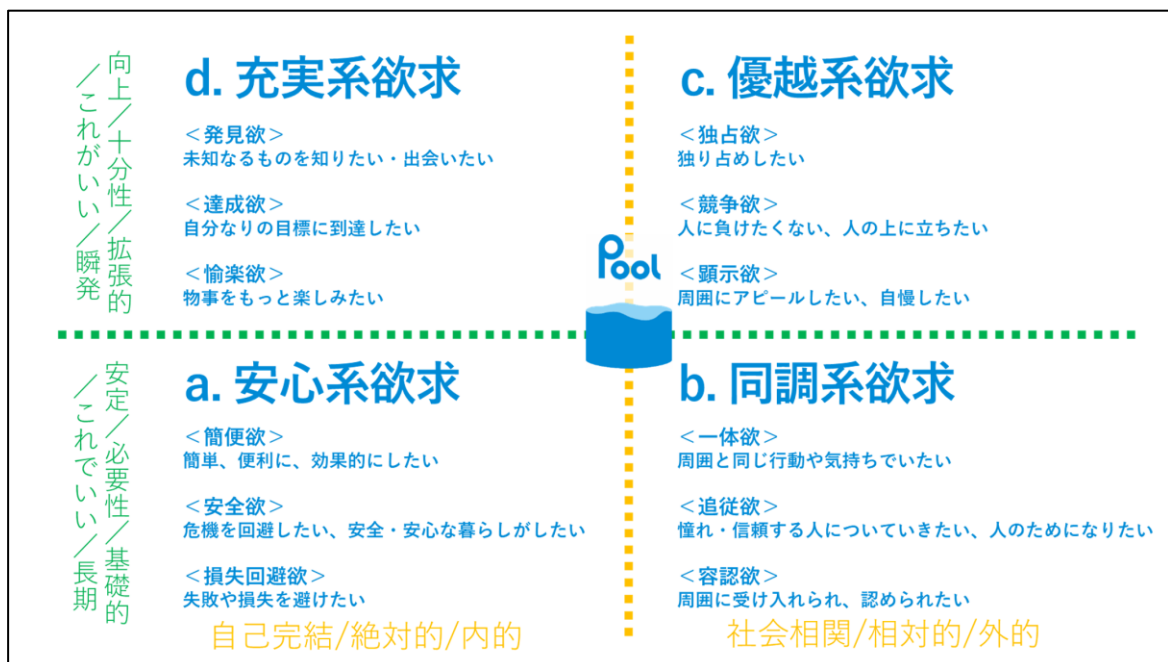
対象者：15歳～69歳のスマートフォン保有の男女

サンプル数：1,000人

【参考資料3：SNS時代の情報/行動デザインモデル】



【参考資料4：当研究所が定義した情報プール（Pool）、気持ちの発火（Ignite）の元となる「12 欲求」】



<過去の調査リリース>

こちらも併せてご参照ください。

●博報堂行動デザイン研究所、“情報をプールする”生活者を捉える デジタル時代の行動デザインモデル「PIX ループ™」を開発（2019年11月21日リリース）

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/75158/>

●博報堂行動デザイン研究所、「アフターコロナにおける行動デザイン予報」を発表（2020年7月20日リリース）

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/83247/>

●博報堂行動デザイン研究所、博報堂行動デザイン研究所、情報行動・欲求及び新型コロナウイルス感染予防意識・予防行動の全国調査を実施（2021年3月3日リリース）

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/89070/>