

# Covid-19 Social Impact Report

2020.5.1

BUSINESS DESIGN CROSSPOINT

**SIGN  
ING**

# UPDATE OUR WORLD.

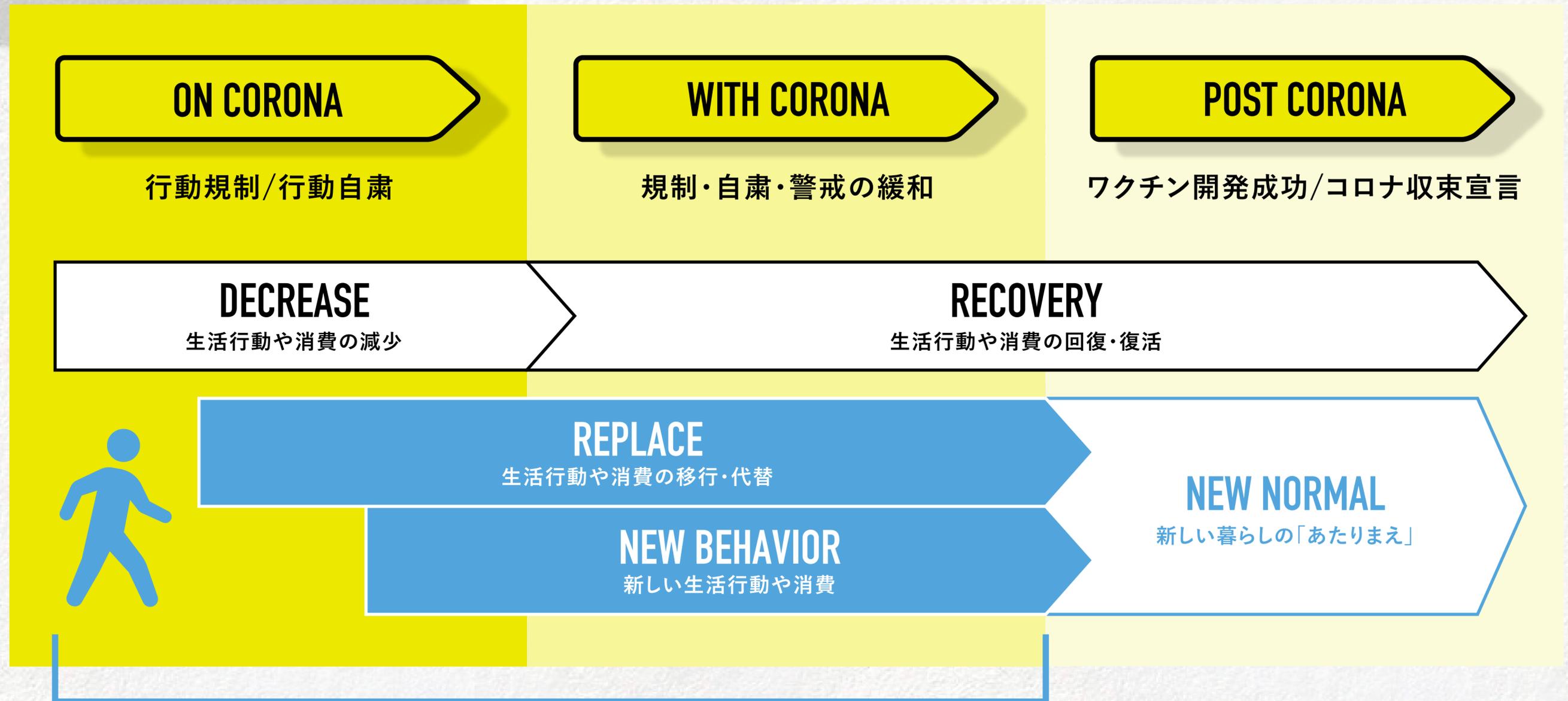
昨年12月にはじめて中国で新型コロナウイルスの感染者が発見されてから早5ヶ月。これまでに様々な対策措置が取られてきましたが、いまだ事態収束の見通しは見えていません。日本はもとより世界中の国々で、多くの人命が奪われ、多くの家庭が収入減や失業に追いやられ、多くの人が感染リスクの伴う過酷な現場でいまも戦っています。

そんな辛く苦しい状況が続く今だからこそ、コロナの影響で生まれた様々な変化をフラットに見つめながら、その中により良い未来が到来する「兆し」を見出していくことも重要ではないかと私たちは考えました。

本レポートでは、3,000人の生活者調査をもとに、この危機をきっかけとして生まれた社会や人々への「ポジティブな影響」と、私たちの社会・生活・ビジネスを「アップデートしていくための視点」を分析・考察しています。

先行きが不透明な中で苦しむ企業・組織・個人に向けて、一歩前に進むキッカケを与えていくことが出来ればという想いのもと、広く社会に共有・公開いたします。

# Analysis Perspective



※本レポートは世界的な新型コロナウイルスの危機に対して厳しい状況だからこそその中に前向きな変化の兆しを見つけたいという意図で作成しています。新型コロナウイルスそのものや、それによって発生している諸問題を肯定するものではありません。

# Research Timing

1/13週	国内初感染者
2/3週	ダイヤモンドプリンセス号船内待機
3/2週	小中高校の休校開始
3/23週	東京五輪延期
4/6週	緊急事態宣言、7都府県に発令
4/13週	緊急事態宣言、全国に発令
4/20週	政府からマスク配布開始
4/25-5/6	STAY HOME週間

4.16 Research

5.1 Report Release

# Research Outline

- 対象者
  - ・16-69歳男女
  - ・全国
  - ・3,000サンプル
- 調査方法
  - ・インターネット調査
- 実施時期
  - ・2020年4月16日(木)–17日(金)
- 調査機関
  - ・株式会社  
マーケティングアンドアソシエイツ

## ● サンプル構成(ウェイトバック後)

	男性	女性
16-19歳	88	83
20-29歳	232	218
30-39歳	266	258
40-49歳	340	332
50-59歳	288	286
60-69歳	297	311

※各セル250サンプルずつ回収し、人口統計に応じてウェイトバックを実施。

01

**What is changed? Who is changed?**

Q.あなたが今ストレスに感じていることはなんですか？

## NEGATIVE IMPACT TOP10

01 遊び

60%

週末や休日にどこにも  
遊びに行けない

02 品不足

54%

食品や日用品が  
手に入りづらい

03 外食

53%

外食に行けない

04 交遊

50%

友人と気軽に会えない

05 買い物

49%

買い物に出かけられない

06 運動不足

48%

運動不足になっている

07 対話

41%

人と直接あって  
会話が出来ない

08 出勤・出社

32%

この状況下でも自分は  
出社しなければならない

09 在宅勤務

28%

在宅勤務をする  
環境が整っていない

10 一人時間

28%

一日中家族が家にいて  
一人の時間がない

Q.コロナで起きた変化の中で良かったと思えることはなんですか？

## POSITIVE IMPACT TOP10

01 健康

77%

健康の大切さを実感できた

02 衛生

69%

衛生面を気にして  
過ごすようになった

03 家族

58%

家族の大切さを実感できた

04 政治

51%

政治に対する  
関心が高まった

05 家庭

51%

家族と過ごす時間が増えた

06 情報

51%

メディアや情報に対する  
リテラシーが高まった

07 節約

47%

節約意識が芽生えた

08 絆

45%

人とのつながりやふれあいの  
大切さを実感できた

09 家事

44%

家事をする時間が増えた

10 互助

43%

困っている人同士で  
助け合う気持ちが生まれた

Q.コロナ問題をきっかけに変わって欲しいと思うことはなんですか？

# HOPE FOR POST CORONA SOCIETY



Q.コロナ問題が収束した後に  
やりたいと思うことはなんですか？

## WHAT YOU WANT TO DO AFTER CORONA

01 国内旅行

58%

国内旅行をすること



02 美食

53%

外食・グルメ・食べ歩きを  
すること



03 買物

49%

買い物をすること



04 温泉

46%

温泉旅行に行くこと



05 友人

31%

友人と過ごす時間を  
増やすこと



06 飲酒

27%

同僚や友人と飲みに行くこと



07 テーマパーク

27%

テーマパークに行くこと



08 ドライブ

25%

ドライブをすること



09 音楽イベント

20%

音楽ライブ・フェス・  
コンサート鑑賞をすること



10 家族

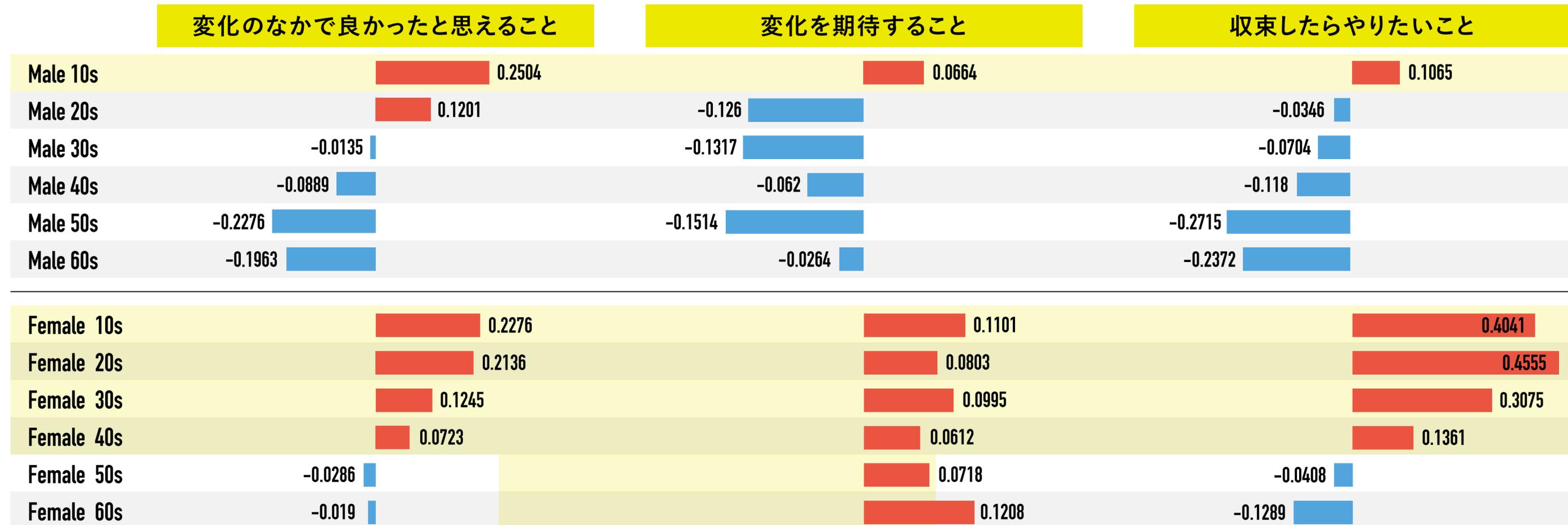
20%

家族と過ごす時間を  
増やすこと



# Degree of Positive Reaction by SEGMENT

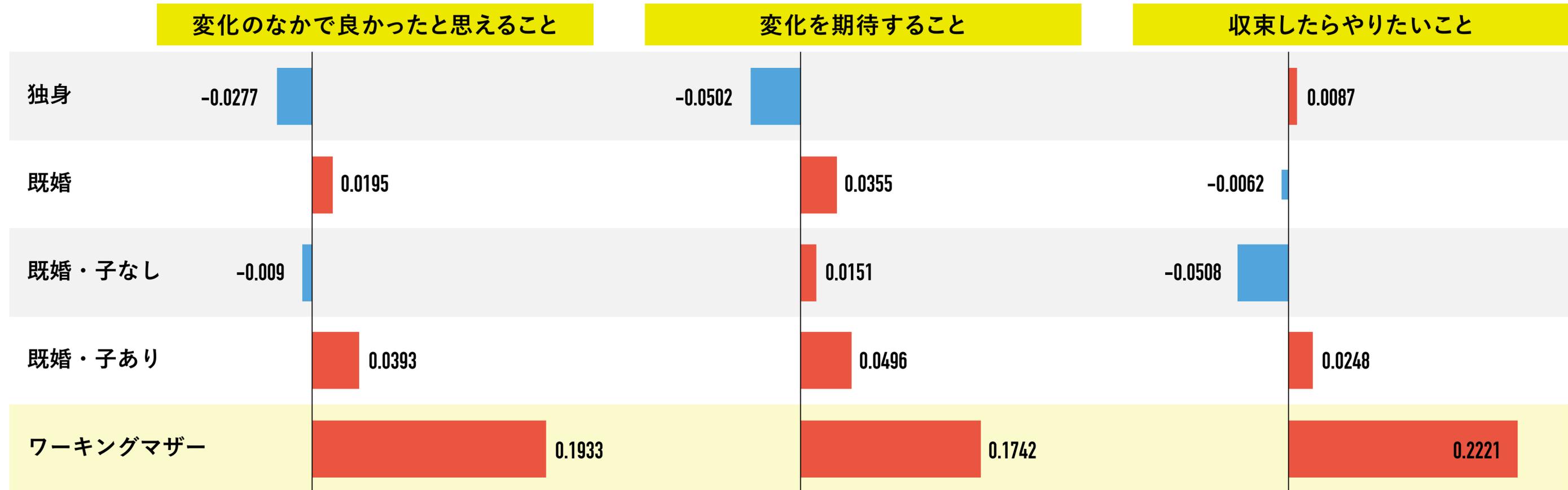
若年層・女性ほど、コロナによって起きた変化の中にポジティブな部分があることを実感しており、ポストコロナ時代の社会のアップデートへの期待を多く抱いている。



※本レポートは世界的な新型コロナウイルスの危機に対して厳しい状況だからこそその中に前向きな変化の兆しを見つけたいという意図で作成しています。新型コロナウイルスそのものや、それによって発生している諸問題を肯定するものではありません。

# Degree of Positive Reaction by LIFESTAGE

ライフステージ別で見ると、ワーキングマザーでコロナによる変化を前向きに捉えようとしている傾向が顕著。

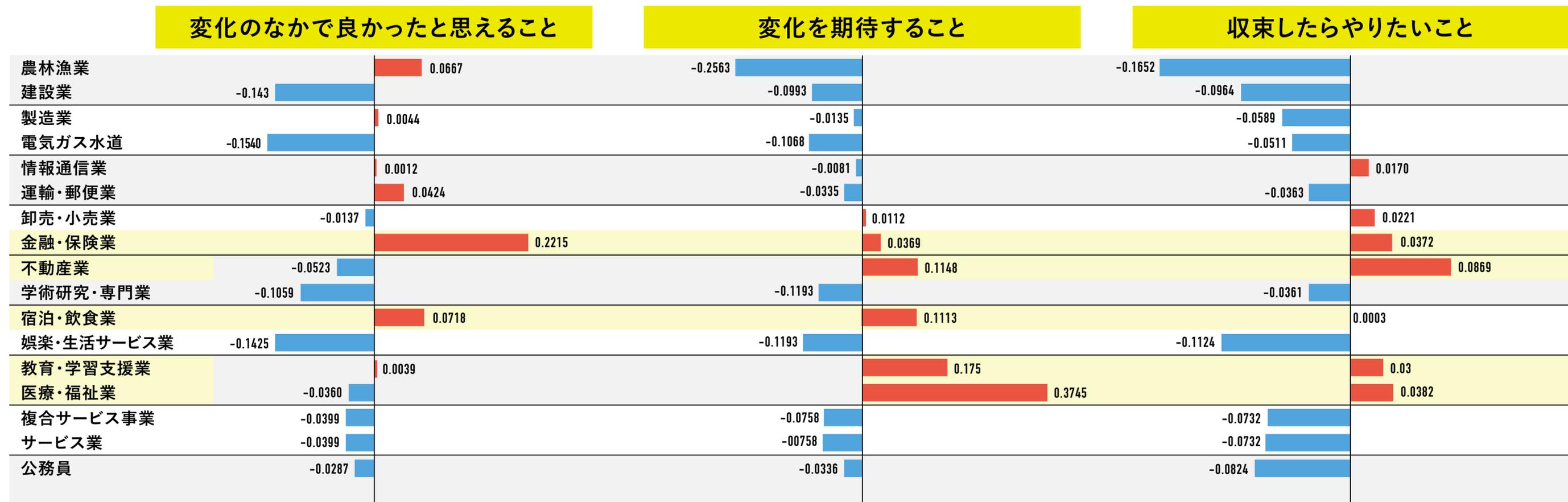


※各設問のTOP2反応量の全体に対する比率の差分で作成

※本レポートは世界的な新型コロナウイルスの危機に対して厳しい状況だからこそその中に前向きな変化の兆しを見つけたいという意図で作成しています。新型コロナウイルスそのものや、それによって発生している諸問題を肯定するものではありません。

# Degree of Positive Reaction by JOB

業種で見ると、医療・福祉のほか、金融・保険業、教育、宿泊飲食、不動産といった、今回の新型コロナ問題により大きな影響を受けた業種で社会変化への期待が強い。

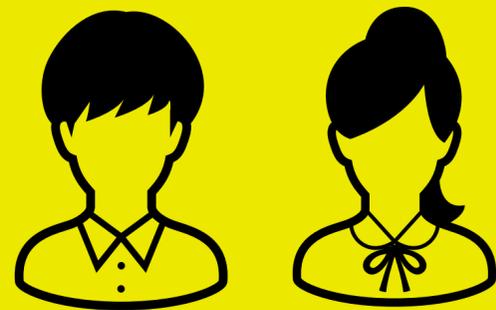


※各設問のTOP2反応量の全体に対する比率の差分で作成

※本レポートは世界的な新型コロナウイルスの危機に対して厳しい状況だからこそその中に前向きな変化の兆しを見つけたいという意図で作成しています。新型コロナウイルスそのものや、それによって発生している諸問題を肯定するものではありません。

## People at forefront of change

コロナ危機の中にあってポジティブな兆しを感じられている人々。  
生活と価値観のアップデートがこれらの人々を起点に進むことが考えられる。



若者  
(10代・20代)



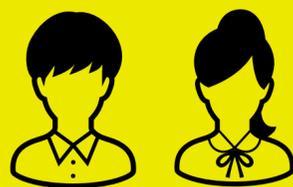
ワーキングペアレンツ  
(既婚・同居子あり・有職者)

仕事に直接的な影響の  
大きかった業種の従事者  
(※今回調査対象となった業種/n数40以上)



教育業/宿泊飲食業/  
不動産・金融業従事者

## Update Points



### 若者

- 趣味/自分時間への投資
- より柔軟な働き方やキャリア選択
- 実力主義・評価主義



### ワーキングペアレンツ (既婚・同居子あり・有職者)

- 家庭で過ごす時間の充実
- 節約意識の高まり
- より柔軟な働き方へのシフト



### 仕事に直接的な影響の 大きかった業種の従事者 (宿泊・飲食/不動産・金融/教育・学習)

- 職場の絆とチームワーク向上
- 業務の合理化・効率化  
(リモートワーク/時差出勤等)
- 自分時間や家事時間の充実

# Update Points -Detail 1



若者  
(10代・20代)

## コロナによる変化の中で良かったと思えること(全体との差分TOP5)

1. 自分の時間が増えた ..... **+23pt (61%)**
2. ネットリテラシーがあがった ..... **+16pt (43%)**
3. 趣味が見つかった ..... **+14pt (27%)**
4. キャリアや仕事をじっくり考える機会ができた ..... **+13pt (38%)**
5. 副業を始められた ..... **+13pt (24%)**

## コロナをキッカケに変わって欲しいと思うこと(全体との差分TOP5)

1. 在宅勤務が認められるようになってほしい ..... **+11pt (64%)**
2. 出前・デリバリーフードサービスが充実してほしい ..... **+9pt (56%)**
3. 子どもがいる家庭へのサポート意識が高まってほしい ..... **+7pt (69%)**
4. 実力や成果で正当に評価されるようになってほしい ..... **+7pt (63%)**
5. 職場の同僚との絆やチームワークが強まってほしい ..... **+6pt (52%)**

## Update Points -Detail 2



### ワーキング ペアレンツ

(既婚・同居子あり・有職者)

#### コロナによる変化の中で良かったと思えること(全体との差分TOP5)

1. 家族と過ごす時間が増えた ..... **+23pt (74%)**
2. 家事をする時間が増えた ..... **+19pt (63%)**
3. 自炊をするようになった ..... **+15pt (49%)**
4. 行きたくない飲み会・会合に出ずにすんだ ..... **+13pt (47%)**
5. 家計を見直すきっかけになった ..... **+12pt (47%)**

#### コロナをキッカケに変わって欲しいと思うこと(全体との差分TOP5)

1. 子どもを持つ家庭も働きやすい社会になってほしい ..... **+24pt (69%)**
2. 子どもがいる家庭へのサポート意識が高まってほしい ..... **+23pt (61%)**
3. 家族の絆が強まってほしい ..... **+20pt (62%)**
4. 時差出勤が認められるようになってほしい ..... **+16pt (62%)**
5. 実力や成果で正当に評価されるようになってほしい ..... **+16pt (56%)**

※データはワーキングマザーのもの

教育・学習業では業務の効率化と職場のチームワーク向上が、  
 金融・不動産業では在宅勤務など柔軟な働き方の取り入れが、  
 宿泊・飲食業では自分時間や家事時間の充実がポジティブに捉えられている。

## Update Points -Detail 3

### コロナによる変化で良かったと思えること/コロナをキッカケに変わって欲しいと思うこと(全体との差分上位)



教育・学習業

- 仕事で無駄な会議が減った ..... +7pt (33%)
- 職場や同僚とのチームワークがよくなった ..... +7pt (20%)
- 職場の同僚との絆やチームワークが強まって欲しい ..... +15pt (62%)
- デリバリーサービスがより充実して欲しい ..... +8pt (55%)



金融・不動産業

- 仕事で無駄な会議が減った ..... 金融:+27pt (53%) 不動産:+5pt (30%)
- 在宅勤務が許容されやすい空気ができた ..... 金融:+23pt (57%) 不動産:+10p (43%)
- 時差出勤が認められるようになってほしい ..... 金融:+15pt (77%) 不動産:+19pt (82%)
- これをきっかけに在宅勤務が認められるようになってほしい ..... 金融:+10pt (63%) 不動産:+14pt (68%)



宿泊・飲食業

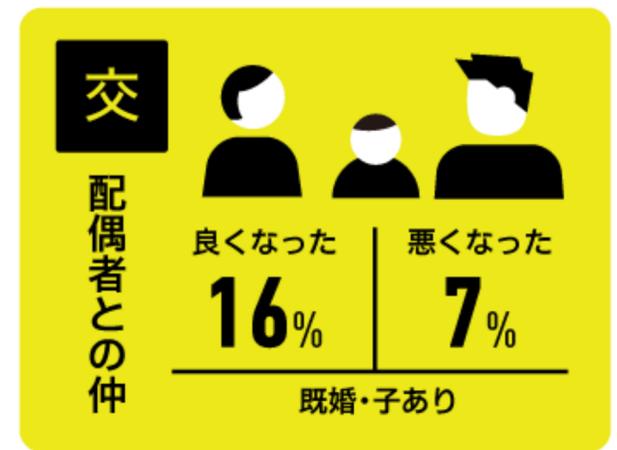
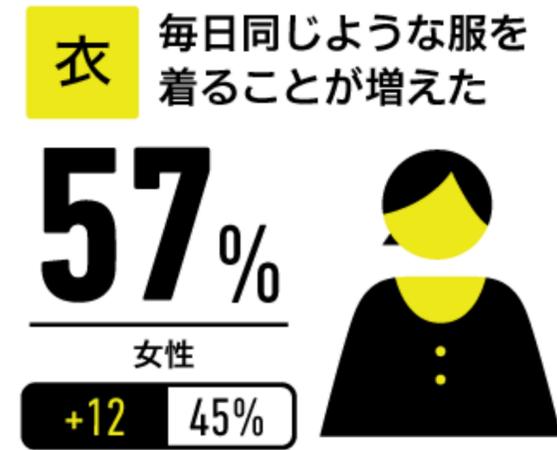
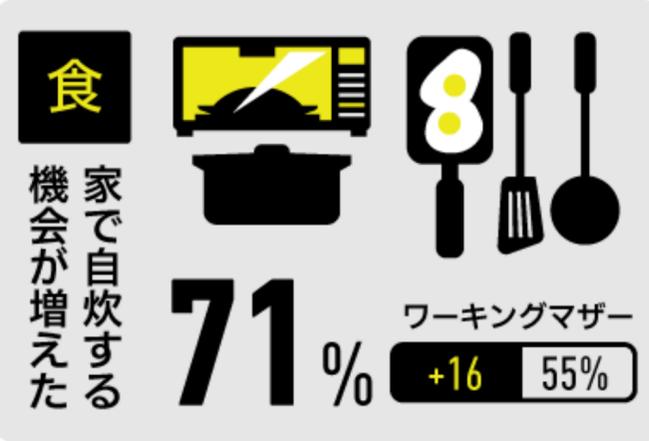
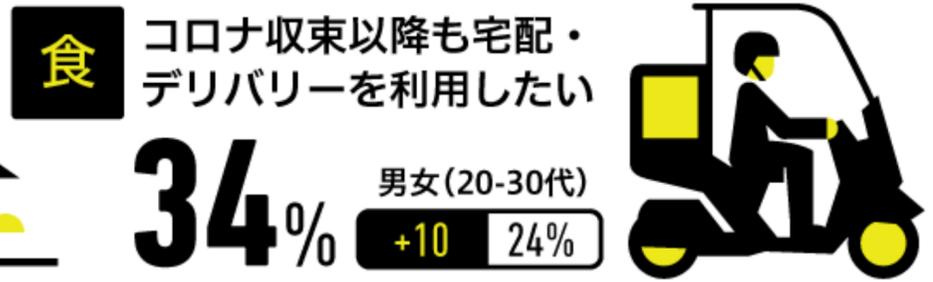
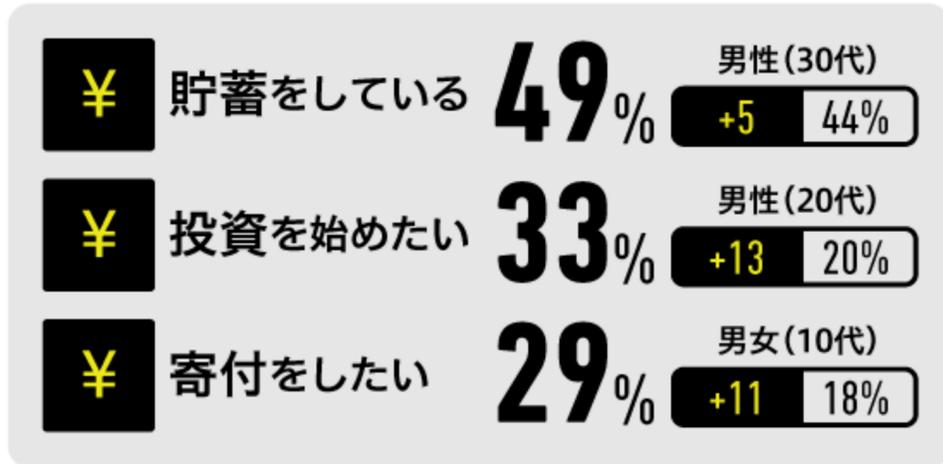
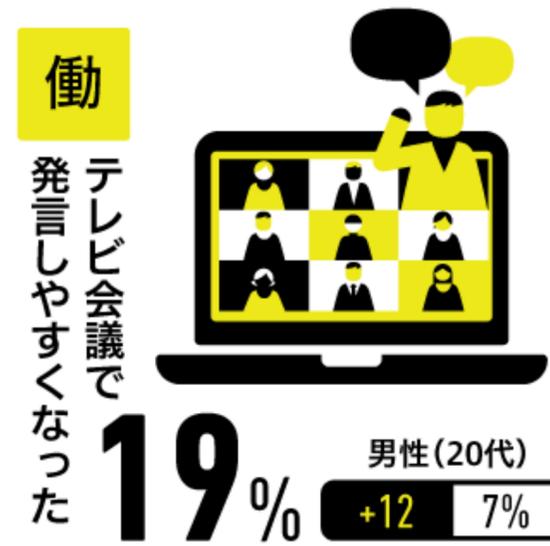
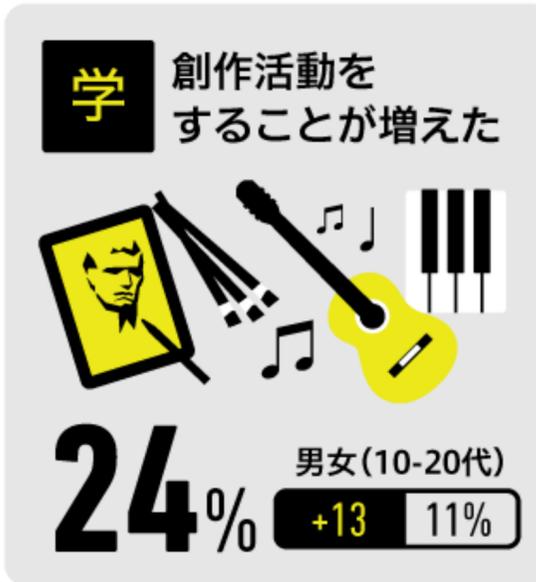
- 自分の好きなことを出来る時間が増えた ..... +16pt (54%)
- 節約意識が芽生えた ..... +10pt (57%)
- 家事をする時間が増えた ..... +8pt (53%)
- 世界から差別や偏見が減って欲しい・なくなって欲しい ..... +7pt (80%)

※本レポートは世界的な新型コロナウイルスの危機に対して厳しい状況だからこそその中に前向きな変化の兆しを見つけたいという意図で作成しています。  
 新型コロナウイルスそのものや、それによって発生している諸問題を肯定するものではありません。

02

**What will change?**

調査データの中からポストコロナ時代の  
「NEW NORMAL」の兆しとなる意識を  
ピックアップしてご紹介いたします



±差 全体%

SIGNING Ltd. 『Covid-19 Social Impact Report』(2020/4/16-17) 16-69歳男女 / 全国 / N=3,000 / インターネット調査

## Topics 1

# デジタルメディアは孤独解消の欠かせないインフラに



### 孤独を感じる

男女10-20代

**33%**

(およそ3人に1人)

全体  
+15pt

孤独感解消のためにマッチングアプリ等で  
会ったことのない人と交流をしている

男女10-20代

**16%**

全体  
+9pt

### What's going on? 現在起きていること

若い世代で孤独感が強まっている。友人知人とスマホやSNSで交流するだけでなく、いままで会ったことのない人・知らない人との出会いや交流にも積極的に。デジタルメディアはリモートの時代の人の孤独を癒やす欠かせないインフラになりはじめている。

### Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

01

若い世代はオンライン上での新しい出会いやネットワークづくりに積極的に。

02

オンライン交流サービスが拡大し、はじめてのデートは「オンライン遊園地」なカップルも増加。

03

オンライン上での五感共有体験ができるデバイスが流行!?



自分の考えや意見をSNSに  
発信している

男女10-20代

**44%** 全体  
+21pt

「SNSへの投稿を積極的にしている」(男性10代)

「思ったことを言うことが大切」(女性20代)

### What's going on? 現在起きていること

SNSで日常の出来事を綴るだけでなく、コロナ問題について自らの意見を発信する若者が増えている。コロナ対応をめぐる政治への関心度が高まっていることも原因の1つか。コロナ禍をキッカケに若者のネットメディアリテラシーはさらに高まっている傾向も見られ、今後オンライン上で若者を中心とした新しい言論空間が生まれそうだ。

### Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 SNSを通じて若者の政治への関心が高まる。
- 02 ネットを中心に積極的に政治や社会問題にコミットする若者が増えていく。
- 03 YouTuberが立ち上げたオンライン政党が、オンライン選挙で若者の得票を集める!?



創作活動をするが増えた

男女10-20代

24%

全体  
+13pt

(およそ4人に1人)

男女10代

楽器を演奏

30%

全体  
+12pt

絵を描く

30%

全体  
+11pt

What's going on? 現在起きていること

家にいる時間をつかってクリエイティブな活動始める10代が増えている。絵を描いたり楽器を演奏してネットで公開する人も多く、コロナをキッカケとして日本の若い世代のクリエイティビティの高まりが期待できそうだ。

Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 若者が在宅時間を使って創作活動をはじめ。
- 02 リアルを前提としないアート・エンタメジャンルが確立される (オンラインミュージシャン、VRミュージアム)
- 03 全世界で同時に自宅制作型カルチャーが勃興・連携し コロナ明けに文化の「ルネサンス」現象が起きる

## Topics 4

# 都市部で「職住近接」から「職住遠隔」へシフト



コロナが収束したあとも在宅勤務をしたい

男性10-30代

35%

(およそ3人に1人)

全体  
+7pt

通勤時間を気にしなくていい場所  
に住みたくなった

男性10-30代

27%

(およそ4人に1人)

全体  
+11pt

## What's going on? 現在起きていること

在宅勤務の浸透、リモートワークの普及により、オフィスの近くに住むことの必要性が低下。これまでの「職住近接」のトレンドから「職住遠隔」へとシフトの兆しが見られる。住まい選びや就職先選び、企業のオフィス投資に対する考え方も変わっていきそうだ。

## Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

01

通勤時間よりも居住空間で住まいを選ぶ人が増加。  
住みたい街ランキングでは地方が上位にあがってくるように。

02

企業は都心部のオフィスを縮小し、代わりに住居手当を増やす。

03

マンションの人気の間取りは「1LDK」から「1LTK」に!?  
(T:テレワークルーム)

## Topics 5

# キャリアのリデザインに動きはじめる若者たち



自分の今後のキャリアや  
やりたいことについて考えることが増えた

男女20代

# 33%

全体  
+8pt

(およそ3人に1人)

副業をはじめた/  
はじめたい

# 30%

全体  
+18pt

転職をしたいと  
思うようになった

# 30%

全体  
+12pt

## What's going on? 現在起きていること

若者を中心にキャリアの見直しが進んでいる。時間に余裕ができたことや、感染拡大が業種によっては大きな打撃を受けることを実感したり、景気悪化を見越した経済リスクへの懸念などが影響していると考えられる。

## Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 若者の就職傾向は安定志向とやりがい志向の二極化が進み就職・転職人気ランキングも大きく変動。
- 02 自己実現とリスク分散のために副業を始める人が増える。
- 03 スラッシャー／マルチワーカー等、複数の肩書をもった働き方が標準化し、アイデンティティの多層化が進む!?



テレビ会議になって  
若手でも発言しやすくなった

男性20代

19%

全体  
+12pt

仕事を頑張る人と  
サボる人に  
二極化しそうだ

40%

全体  
+8pt

年功序列ではなく  
実力や成果で評価  
されるようになってほしい

66%

全体  
+10pt

## What's going on? 現在起きていること

テレワークにより日本企業の組織文化にも変化の兆し。上司と画面越しの対等なポジションで会話をする機会が増え、年功序列の考え方は益々薄れそうだ。業務プロセスが共有されにくくなったり管理の目も届きにくくなった結果、より成果主義的傾向も強まり、モチベーションを持って仕事に励む人とそうでない人に二極化している感覚も強まっている。

## Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 社員間の関係性がフラットになり、やる気のある若手も評価されやすい組織に。
- 02 社員の勤怠や成果がオンライン上で管理されるようになる。
- 03 「オンライン会議指南本」がビジネス書の人気ジャンルに!? (オンラインで有効なブレスト法、パソコンごしでも人を納得させるプレゼン術等)

## Topics 7

# 寄付する10代、投資する20代、貯金する30代



寄付をしたい

男女10代

全体 +11pt

29%

投資を始めたい

男性20代

全体 +13pt

33%

貯蓄をするようにしている

男性30代

全体 +5pt

49%

### What's going on? 現在起きていること

コロナをきっかけにしたお金の使い方で見られる世代差。30代は将来への不安から貯蓄を、20代は資産を増やすチャンスと投資を、10代はソーシャル意識の芽生えから寄付を行っている。

### Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 20代を中心に日本人の金融・投資リテラシーが向上。
- 02 10代は寄付・ドネーションやエコでエシカルなソーシャルグッド消費が当たり前の世代に。
- 03 社会課題解決につながる活動に投資しながら超長期で資産運用を行う「ソーシャルグッド・ファンド」が世界中で流行!?

## Topics 8

# フードデリバリーが新しい食習慣として定着



コロナ収束以降も  
宅配・デリバリーを利用したい

男女20-30代

34%

全体  
+10pt

(およそ3人に1人)

デリバリーサービスの便利さを実感した

宿泊・  
飲食業従事者

23%

全体  
+3pt

## What's going on? 現在起きていること

外出自粛により、宅配・デリバリーという選択肢が増し、様々なデリバリーの種類や活用方法が増えている。採用する店舗の拡大も影響し、今後若い世代を中心に新標準として定着していきそうだ。

## Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 お店は「行きつけ」から「お気に入り」で選ばれるように。
- 02 「食住近接」が進み、地元の飲食店が賑わう。
- 03 店を持たないで営業するレストランが増加(ゴーストレストラン)
- 04 お店側が個々の客の好みや健康状況を把握し、カロリーや栄養バランスがパーソナライズされた食事を届けてもらえるようになる!?



友人知人とオンライン飲みをする

男性20代

26%

(およそ4人に1人)

全体  
+18pt

会社の同僚や職場の人とオンラインで飲み会をやる

男性20代

18%

全体  
+12pt

What's going on? 現在起きていること

インターネットツールを通じたオンライン飲み会が若い世代を中心に普及している。コロナが収束して以降も、遠隔地に住む友人同士や子育て世代を中心に、新しいお酒の楽しみ方として定着が進みそうだ。

Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 若者目線での「オンライン接待マナー」が生まれる
- 02 同じフードとお酒を参加者に届ける  
デリバリーパーティサービス開始
- 03 オンライン上ではよりリラックスして飲めるということで若者の  
お酒消費量が増加していき、「若者のお酒離れ」に歯止めがかかる!?



一人の時間がないことに  
ストレスを感じる

ワーキングマザー

51%

全体  
+23pt

料理の手間  
が増えた

30%

+18pt

家事の手間  
が増えた

48%

+24pt

子育ての負荷  
が増えた

45%

+29pt

What's going on? 現在起きていること

家事負担・育児負担などの増加により「一人時間がない」ことにストレスを強めるワーキングマザーが増加中。ワーキングマザーのひとり時間確保のための家庭・企業努力が必要に。

Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 夫婦や親世代との家事・育児分担が進む。
- 02 家事代行サービスが会社の福利厚生に。
- 03 親よりもロボットベビーシッターになつく子どもたちが出てくる!?



家族の大切さを実感した

女性

64%

(およそ3人に2人)

全体  
+10pt

結婚したいと思うようになった

女性20代

27%

独身全体  
+8pt

配偶者との仲

良くなった 16%

変わらない 77%

悪くなった 7%

(既婚・子あり)

What's going on? 現在起きていること

女性を中心に、夫婦や家族のつながりという価値が見直されている。オンライン中心の生活から生まれる孤独感が、家族のつながりの再認識を促したようだ。

Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 独身者で結婚意欲が向上。これまで結婚に消極的だった人も結婚を検討するようになる。
- 02 オンライン恋愛需要が拡大する (オンラインデート/オンラインマッチング)
- 03 2020-21年にかけて「コロナ婚」が世界中で誕生!?



毎日同じような服を着ることが増えた

全体

# 45%

着る機会が減った洋服

男性

- 1. スーツ …… 21%
- 2. ネクタイ …… 18%
- 3. 腕時計 …… 14%

女性

- 1. スカート …… 26%
- 2. コート …… 23%
- 3. ブラウス …… 19%

### What's going on? 現在起きていること

在宅勤務の増加によりファッションのルーティン・カジュアル化が浸透。オンライン会議にあわせたコーディネートも広がり。「楽ちんでおしゃれ」が今後のビジネスファッションのキーになりそうか。

### Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 在宅時のファッションスタイルが進化・多様化 (ルームウェア、ワンマイルウェア)
- 02 楽ちんだけどきちんと見える、テレワーク時代の新ビジネスファッションスタイルが生まれる。
- 03 100日洗わなくてもいい服が人気商品に!?



1日中メイクをしない日が増えた

女性

51%

使用頻度が減った化粧品(女性)

- 1. 口紅/グロス …………… 41%
- 2. ファンデーション …… 36%
- 3. チーク …………… 33%

What's going on? 現在起きていること

外出自粛の影響で、メイク頻度が減少。肌の調子が良くなったと答える女性も増加中。メイクをする人もマスク着用が前提のアイメイク中心メイクで、口周りのメイク品の使用は減少。

Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 すっぴん女性のスキンケア需要が増加。
- 02 マスクスタイル時のメイク術で進化・多様化が進む。
- 03 オンライン上できれいに見える、ハイブランドの「デジタルメイク」が人気に!?



衛生面を気にして  
過ごすようになった

女性

79%

全体 +10pt

男性

59%

全体 -10pt

「冬場以外も手洗いうがい除菌を習慣にする」(女性20代)

「手洗いうがい消毒が日課になっているので、収束したあとも継続して他の病気にもかからないようにしていきたいです。」(女性20代)

What's going on? 現在起きていること

衛生習慣として、外出後の手洗い、うがいはもちろんのこと、マスク着用や手指消毒など、衛生面に配慮した新たな生活習慣が生まれている。社会全体の感染症に対する知識の高まりもうけて、今後衛生新マナーとして定着していく可能性が高い。

Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 外出したら「手洗い・うがい・手指消毒」が、身だしなみや臭いケアと同様の新マナーに。
- 02 あらゆる製品で衛生面に配慮した機能がついたものが登場(服・クルマ・スマホ・スキンケア...)
- 03 きれい好きの国日本で生まれた個人の衛生指数をスコアリングをするスタートアップサービスが、世界を席卷?!



食品や日用品が不足することが不安

ワーキングマザー

79%

全体  
+9pt

「終息したら、元の生活に戻ると思うけど、震災の時の備蓄と共に、感染対策としてのマスク等衛生用品の備蓄もしようと思う」(女性40代)

What's going on? 現在起きていること

食品や日用品の買い溜めが生じ、それにより品が手に入りづらい状態。特に、多忙なワーキングマザーがストレスに感じている。コロナショックを教訓に緊急事態時の買い物マナーと備蓄意識が高まっていくことが推測される。

Signs of Update ポストコロナ時代の兆しと見立て

- 01 備蓄意識が高まり、「ローリングストック法(循環備蓄法)」などの新しい備蓄習慣が定着していく。
- 02 買い占めを未然に防ぐ、買い置き定期便サービスが流行。
- 03 防災大国日本から生まれた省スペースの地域コミュニティ向けシェアリング備蓄サービスが海外へ展開。

## Topic Summary

1	 交際	デジタルメディアは 孤独解消の欠かせないインフラに
2	 情報	SNSで意見表明する若者たち
3	 学び	家中クリエイティブな10-20代
4	 住	都市部で「職住近接」から 「職住遠隔」へシフト
5	 働き	キャリアのリデザインに 動きはじめる若者たち
6	 働き	企業の組織文化はフラット型にシフト
7	 金	寄付する10代、投資する20代、 貯金する30代

8	 食	フードデリバリーが新しい 食習慣として定着
9	 食	オンライン上で生まれるお酒の 新カルチャー
10	 住	家での一人時間の確保に動く ワーキングマザー
11	 交際	女性が進める家族のつながり
12	 衣	ファッションのルーティン化と カジュアル化が加速
13	 美	素肌志向のメイクが人気に
14	 衛生	衛生新マナーを女性が牽引する
15	 消費	緊急時の買い物マナーと 備蓄意識が向上

03

**Action Beyond Covid-19**

ポストコロナの新しいライフスタイルを提案する  
“Social Sign / ソーシャルサイン”※を  
クリエイティブコモンズとして公開します。

※SIGNINGでは新しい世界の道標となる  
社会課題解決型のビジネスアイデアを”ソーシャルサイン“と呼んでいます。

# 5 viewpoints for ideation

「接触リスク」の回避から人々の意識・行動が変化し新しい社会が生まれる

人と会うときのマナーとして  
消毒や除菌は続けていく

買い占めではなく  
買い置きをすることが大事

危機克服により生まれた  
省エネ・節電のようなモラルが生まれる

新しい衛生観念や  
消費意識が芽生えた社会

1

テレワークでも出来る仕事って  
こんなにあったんだ!

リアルで会うことの  
大切さにも気付いた

デジタル代替により  
“人とのつながり方”が進化した

デジタル  
オルタナティブ社会

2

通勤時間を気にせず  
自分の好きな場所で暮らせるようになる

都市集中型ではない  
地方創生が進んだ

地方分散型社会

3

会社やこれまでの仕事の仕方を  
考えるきっかけになった

この暮らしに合わせた  
新ビジネスが生まれる

企業・ビジネスのかたちが  
変革を遂げる

企業ポートフォリオが  
再構築された社会

4

世界同時危機を乗り越えることで  
差別のない平和な世界が来て欲しい。

2020年の東京を中心に

新しい国際関係が  
はじまる社会

5

ポストコロナ社会で  
アップデートされる事象に向けた  
具体的なアイデア×アクションで  
より良い社会とビジネスを。

# Social Signs

プロジェクト進行中/商標出願中

新しい衛生観念や消費意識

## ながら備蓄

いつものものを使いながら備える新しい消費&備蓄法  
“ローリングストック”で買い占めを未然に防ぐ

対象:全ての生活者/流通・生活日用品メーカー

デジタルオルタナティブ

## HOME Biz

在宅勤務のファッション・ライフスタイル提案

対象:在宅ワーカー/アパレル・ライフスタイル・住宅メーカー・メディア

地方分散型社会

## サマーワーケーション

夏のテレワーク×バケーションが働き方改革を進化させ、地方を活性化する

対象:テレワーカー/企業働き方部門・自治体・旅行/交通会社・通信会社

# Social Signs

企業ポートフォリオ再構築

## アメンバーワーカー

ひとつの仕事にこだわらずアイデンティティを分散させた  
”複業“スタイルで安心安全な働き方が増殖

対象:ビジネスパーソン/人材企業

新しい国際関係

## オンライン世界同時開催のイノベーションイベント

2020年の東京を拠点に“ポストコロナのビジネス“をテーマに世界最先端のイノベーションイベントをオンライン一斉開催

対象:企業のイノベーション部門・スタートアップ企業

& more

# Share with everyone

## リサーチデータ

出典表記を頂くことで  
どなたでも使って頂けます。

【出典表記】

SIGNING「Covid-19 SOCIAL IMPACT REPORT」  
2020/4/16-17 n=3000

## ソーシャルサイン

お問い合わせ頂くことで  
アイデアや言葉をご利用頂けます。

【お問い合わせ】

使用対象・意図をお伺いし条件を確認させていただきます。  
(公序良俗に反していないかなど)

アイデア創発が同時多発的に進行していくことが  
世界的危機を乗り越え新しい社会の到来を早めると考えます。



新しい世界に道標を。

BUSINESS DESIGN CROSSPOINT

SIGN  
ING

[contact@signing.co.jp](mailto:contact@signing.co.jp)