

Covid-19 Social Impact Report 2

2020.7.29

BUSINESS DESIGN CROSSPOINT

**SIGN
ING**

希望が未来をつくる。

5月1日リリースの『Covid-19 Social Impact Report』では、
緊急事態宣言下で様々な生まれていた変化の中から、
「生活者がポジティブに受け止めていること」に
フォーカスして分析・考察を行い、
ありがたいことに、非常に多くの反響をいただきました。

第2回となる本レポートでは、緊急事態宣言から3ヶ月を経て、
コロナで起きた変化に対して生活者が感じている
「ふやしたい・へらしたい・なくしたくない」という
意識に着目しながら、人々の「希望」を通して、
ポストコロナの来るべき未来の姿についての
考察と提言を行っています。

※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
という意図で作成しています。また感染拡大への細心の注意をはかりウイルスとの共生を前提に社会の変化を予測するも
のです。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。

我慢がつくる NEW NORMAL から

希望がつくる NEW NORMAL へ

OUR POINT OF VIEW

コロナ禍で起きた変化

我慢

やらなきゃ

〈面倒・手間〉

やめなきゃ

〈抑制・禁止〉

従わなきゃ

〈規制・マナー〉

これからも必要な領域

希望

ふやしたい

〈促進・開始〉

へらしたい

〈改善・改革〉

なくしたくない

〈保護・復活〉

今回着目した領域

Research Timing

Research #1 4/16-17

1 / 16	国内初感染者
2 / 27	全国の小中高校の休校要請
4 / 16	緊急事態宣言、全国に発令
4 / 25ー	STAYHOME週間
5 / 7	国内の感染者 1日の人数が100人下回る
5 / 25	緊急事態宣言の解除宣言
6 / 19	全国の県外移動解禁
6 / 28	世界の感染者1000万人超え
7 / 3	国内感染者 2ヶ月ぶり200人超え
7 / 9	国内感染者 300人超え
7 / 22	Go Toトラベル開始

Research #2 7/1-7/2

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

- ・第1回：2020年4月16日（木）－17日（金）
- ・第2回：2020年7月01日（水）－02日（木）

●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

希望の最前線

ふえたこと・へったこと・なくしたくないこと

生活のオンラインシフトにより、消費・趣味・人間関係の再構築が進行。
ワンマイル生活圏でのストレスフリーな暮らしが加速している。

3ヶ月でふえた意識・行動

(4月調査から7月調査でのスコア増加が大きいものTOP10)

01 情報

WEBサービスを上手く使える
ようになり良かった

+11.8_{pt}

7月調査 **38.9%**

02 交際

行きたくない飲み会・会合に
出ずにすんで良かった。

+11.1_{pt}

7月調査 **45.1%**

03 交際

会いたくない人や苦手な人と
会わなくて良かった。

+11.0_{pt}

7月調査 **44.2%**

04 住環境

掃除や家具購入など住環境を
整える時間ができ良かった。

+9.0_{pt}

7月調査 **35.5%**

05 宅配

宅配・デリバリーを利用する
機会が増えた。

+8.9_{pt}

7月調査 **20.7%**

06 経済

しっかり仕事をして経済を
とめないことが大事だ。

+8.7_{pt}

7月調査 **48.5%**

07 家族

家族の仲が良かった。

+8.6_{pt}

7月調査 **32.8%**

08 貯蓄

貯蓄をするようにしている。

+8.3_{pt}

7月調査 **52.2%**

09 趣味

テレビ・漫画・ゲームなど、
好きな時間が増え良かった。

+8.0_{pt}

7月調査 **46.4%**

10 煙草

煙草は吸わない、
減らすようにしている。

+7.8_{pt}

7月調査 **53.7%**

緊急事態宣言下に比べて経済・家計への不安は減少傾向にあるが、依然として経済的な先行き不安は大きい。

3ヶ月でへった意識・行動
(4月調査から7月調査でのスコア減少が大きいものTOP10)



性年代別での特徴的な変化

経済

若い世代は
仕事に前向きに

こういうときこそ仕事をして経済をとめないことが大事だ



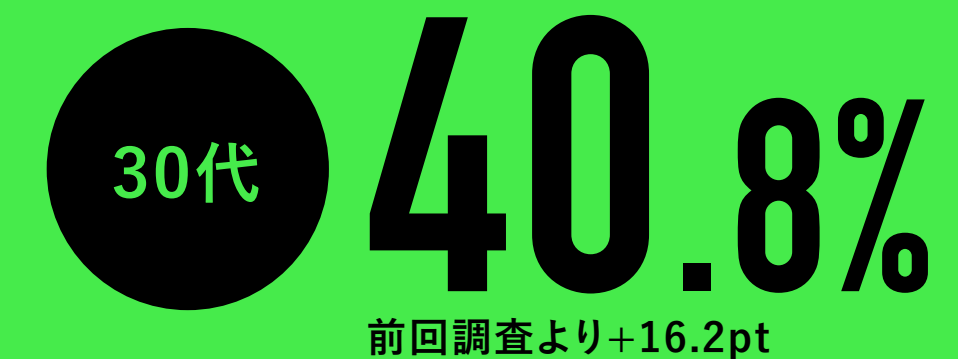
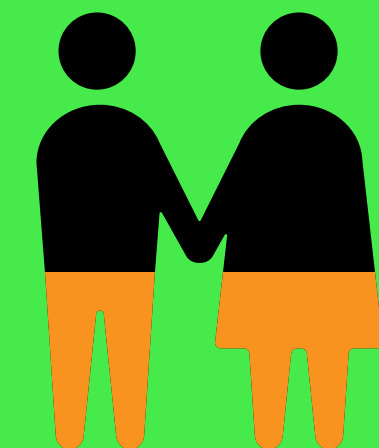
コロナショックは新しいビジネスが生まれるチャンスだ



絆

30代で家族仲が良化

家族の仲が
よくなった



住

進む家事と仕事の
マルチタスク

家事をしながら仕事をするようにしている



オンオフの切り替えにシャワーやお風呂に入る



食

男性の自炊増、
シニアの
デリバリー増

自炊をするようになった



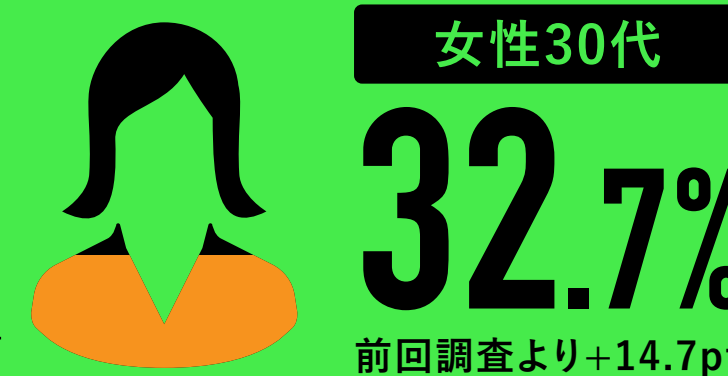
デリバリーの利用機会が増えた



働

女性で
進む副業

副業をはじめた／はじめたい



衣

浸透する
Web会議用
ファッション

Web会議用の楽に過ごせる
服を探している



マスク着用&リモート生活が進んでいる。
一方で接触を伴うハレのシーンでの行動が大きく減少。

ふえたこと / へったこと TOP10

ふえたこと TOP10

1位	マスクをつけること	+75.2pt
2位	オンライン飲み会をすること	+72.6pt
3位	リモート/オンライン会議をすること	+66.9pt
4位	オンラインセミナーに参加すること	+63.6pt
5位	在宅勤務をすること	+63.3pt
6位	サブスクリプションでのコンテンツを視聴すること	+59.1pt
7位	時差出勤をすること	+55.6pt
8位	オンラインでのライブ・フェスに参加すること	+54.1pt
9位	凝った料理をすること・料理にこだわること	+48.4pt
10位	フードデリバリーを利用すること	+47.4pt

へったこと TOP10

1位	屋外のライブ・フェスに行くこと	-54.3pt
2位	会社の人と飲みに行くこと	-52.6pt
3位	屋内のライブ・フェスに行くこと	-50.6pt
4位	カラオケに行くこと	-50.3pt
5位	大人数で飲み会・食事会をすること	-49.6pt
6位	人数の多い会議をすること	-49.1pt
7位	クラブ(音楽を聴く場所)に行くこと	-49.0pt
8位	屋内のイベントに参加すること	-48.1pt
9位	少人数で飲み会や食事会をすること	-46.8pt
10位	会社の送別会や忘年会に参加すること	-46.4pt

在宅ワークを増加をする意向が顕著。
また、物理的な行動を効率化したい意識も高い。

ふやしたいこと / へらしたいこと TOP10

ふやしたいこと TOP10

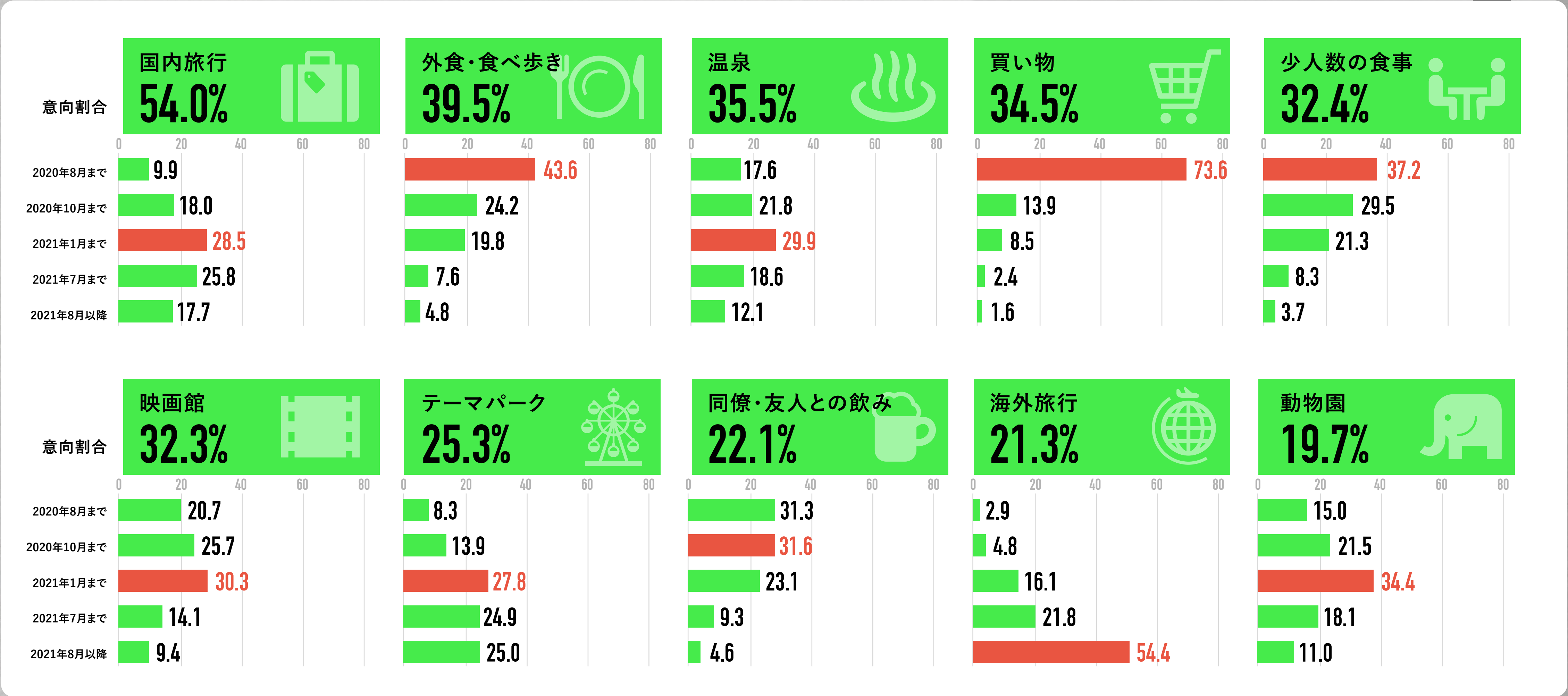
1位	在宅勤務をすること	+58.2pt
2位	時差出勤をすること	+56.7pt
3位	オンラインセミナー・ウェビナーに参加すること	+56.0pt
4位	リモート/オンライン会議をすること	+52.6pt
5位	凝った料理をすること・料理にこだわること	+48.9pt
6位	屋内のライブ・フェスに行くこと	+48.7pt
7位	副業をすること	+46.4pt
8位	散歩をすること	+44.2pt
9位	ジム・エクササイズにいくこと	+43.6pt
10位	親友と一緒に過ごすこと	+42.9pt

へらしたいこと TOP10

1位	人数の多い会議をすること	-48.9pt
2位	全社集会をすること	-29.4pt
3位	衝動買いすること	-19.3pt
4位	電車通勤をすること	-18.6pt
5位	現金での支払いをすること	-15.9pt
6位	相席をすること	-15.2pt
7位	紙の書類を使用すること	-13.7pt
8位	会社の送別会や忘年会に参加すること	-13.5pt
9位	家事代行を頼むこと	-11.8pt
10位	直ばしで食べること	-10.0pt

外食・買物は一ヶ月以内、
 国内旅行や行楽は年内、海外旅行は来年以降まで様子見。

やりたいこと、いつからはじめる？



※各行動の実施意向者ベース

COVID-19の影響で生まれた生活者の「希望」を四分類する。

「へった」but
「ふやしたい」こと

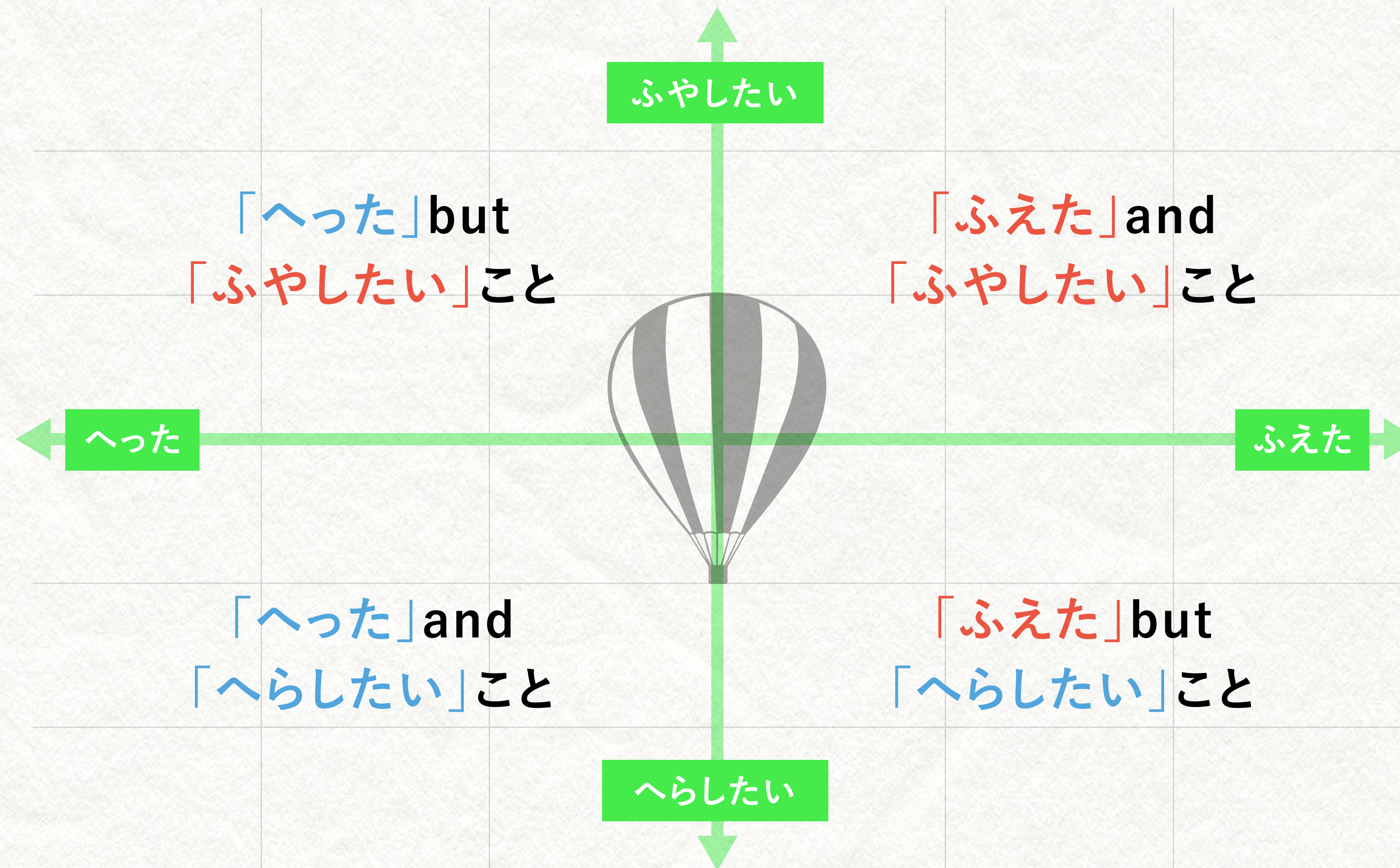
「ふえた」and
「ふやしたい」こと

「へった」and
「へらしたい」こと

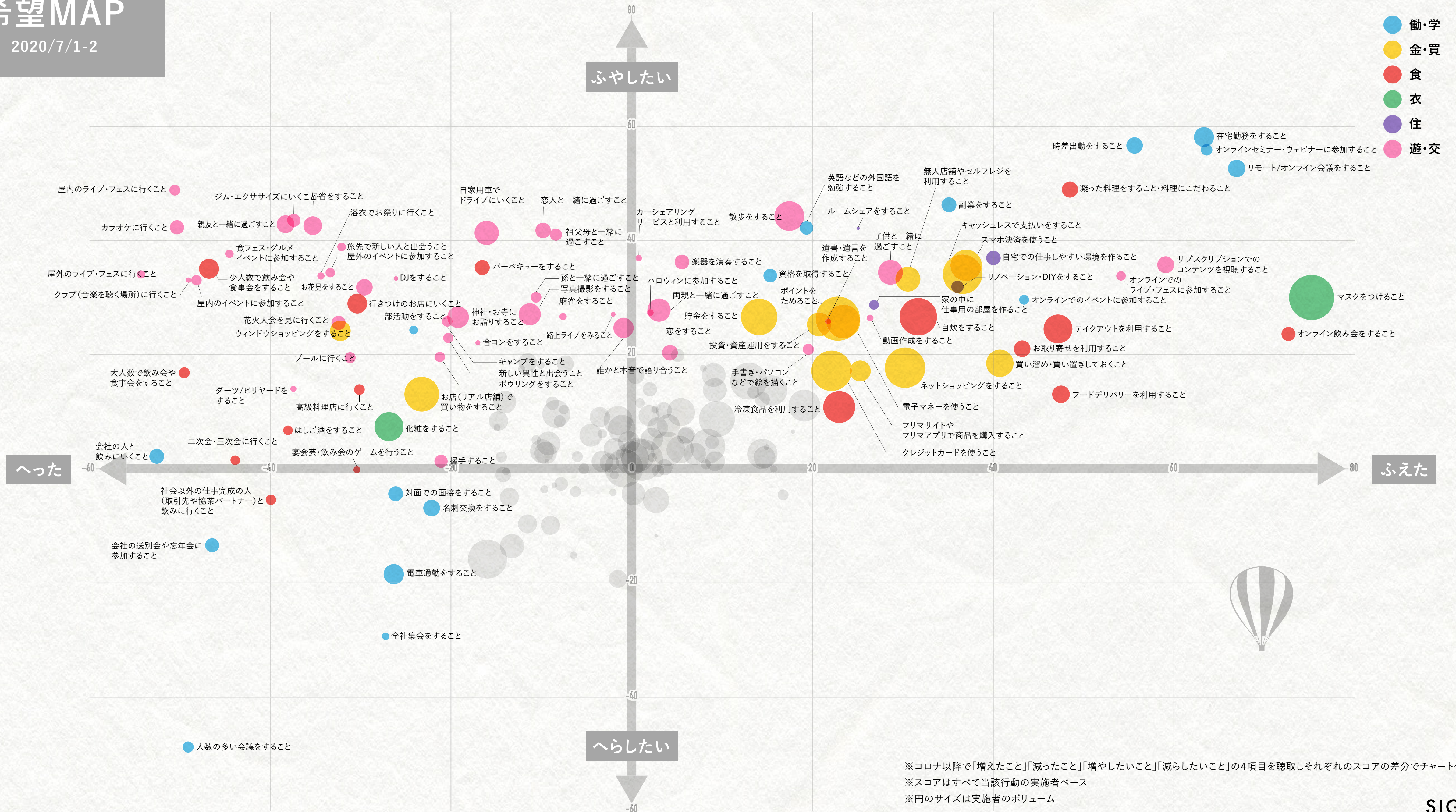
「ふえた」but
「へらしたい」こと

生活者の「希望MAP」

「希望」の4分類から、人々がこれからの生活に望む「ふやしたいこと・へらしたいこと・なくしたくないこと」が見えてきました。

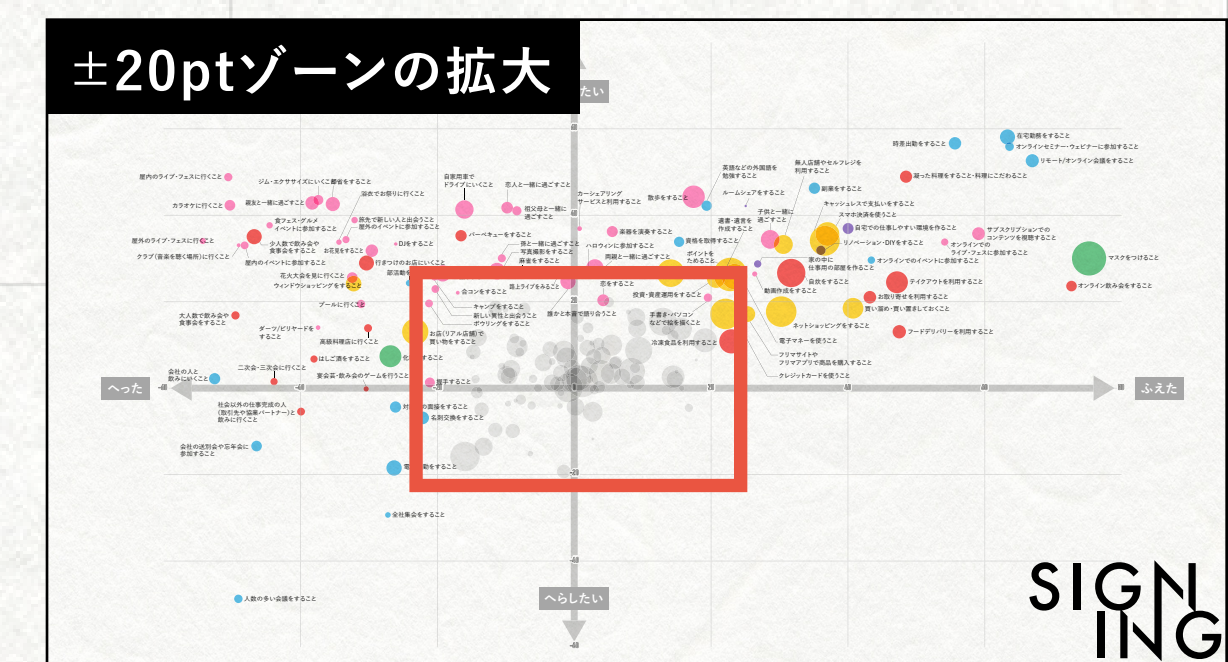


2020/7/1-2

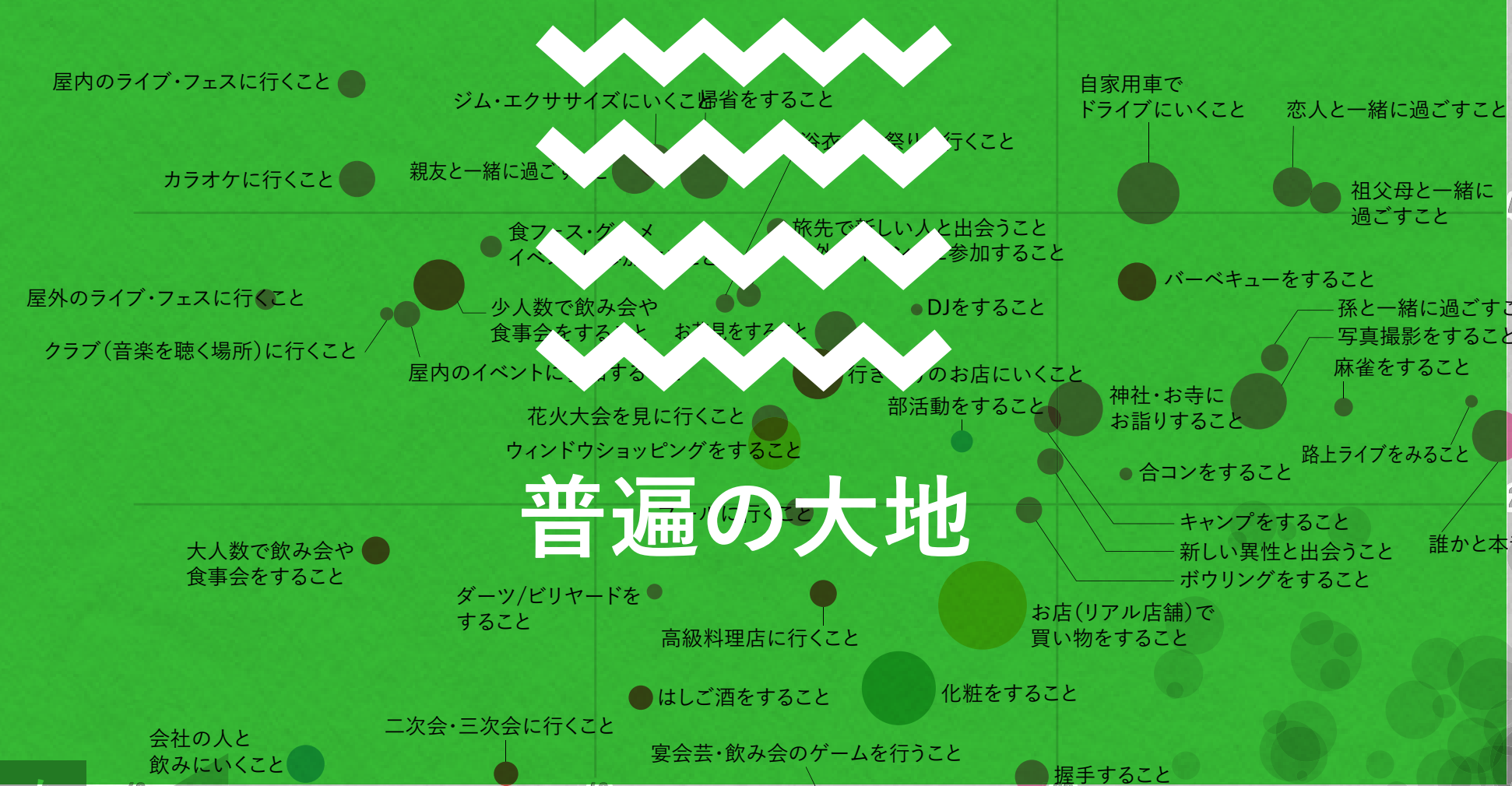


※コロナ以降で「増えたこと」「減ったこと」「増やしたいこと」「減らしたいこと」の4項目を聴取しそれぞれのスコアの差分でチャート化
※スコアはすべて当該行動の実施者ベース
※円のサイズは実施者のボリューム

拡大版

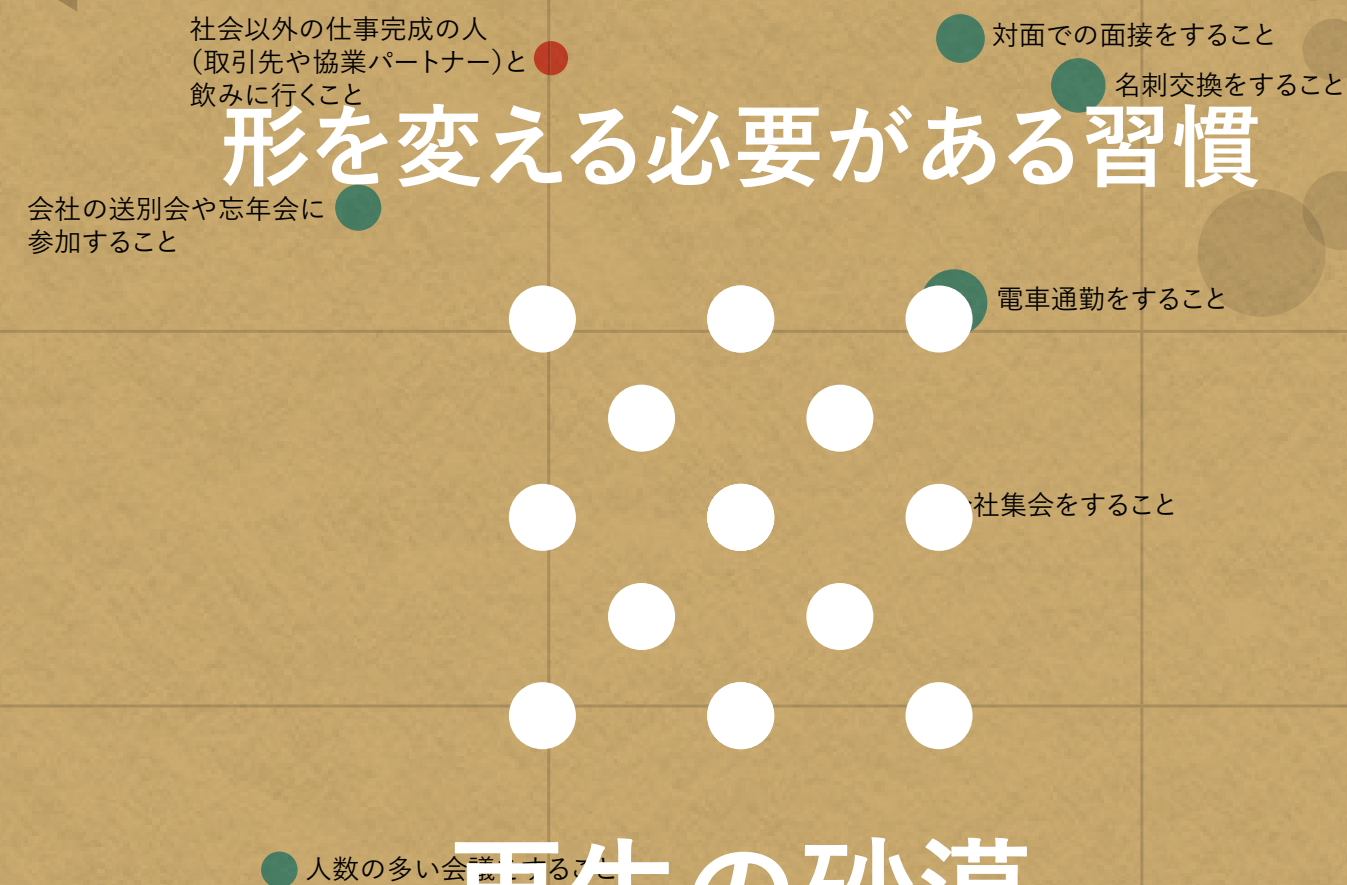


なくなる人間らしい体験



普遍の大地

形を変える必要がある習慣

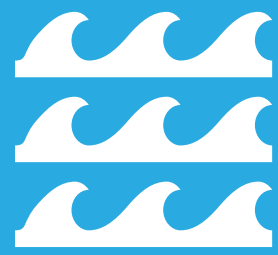


再生の砂漠

広がる新しいスタイル

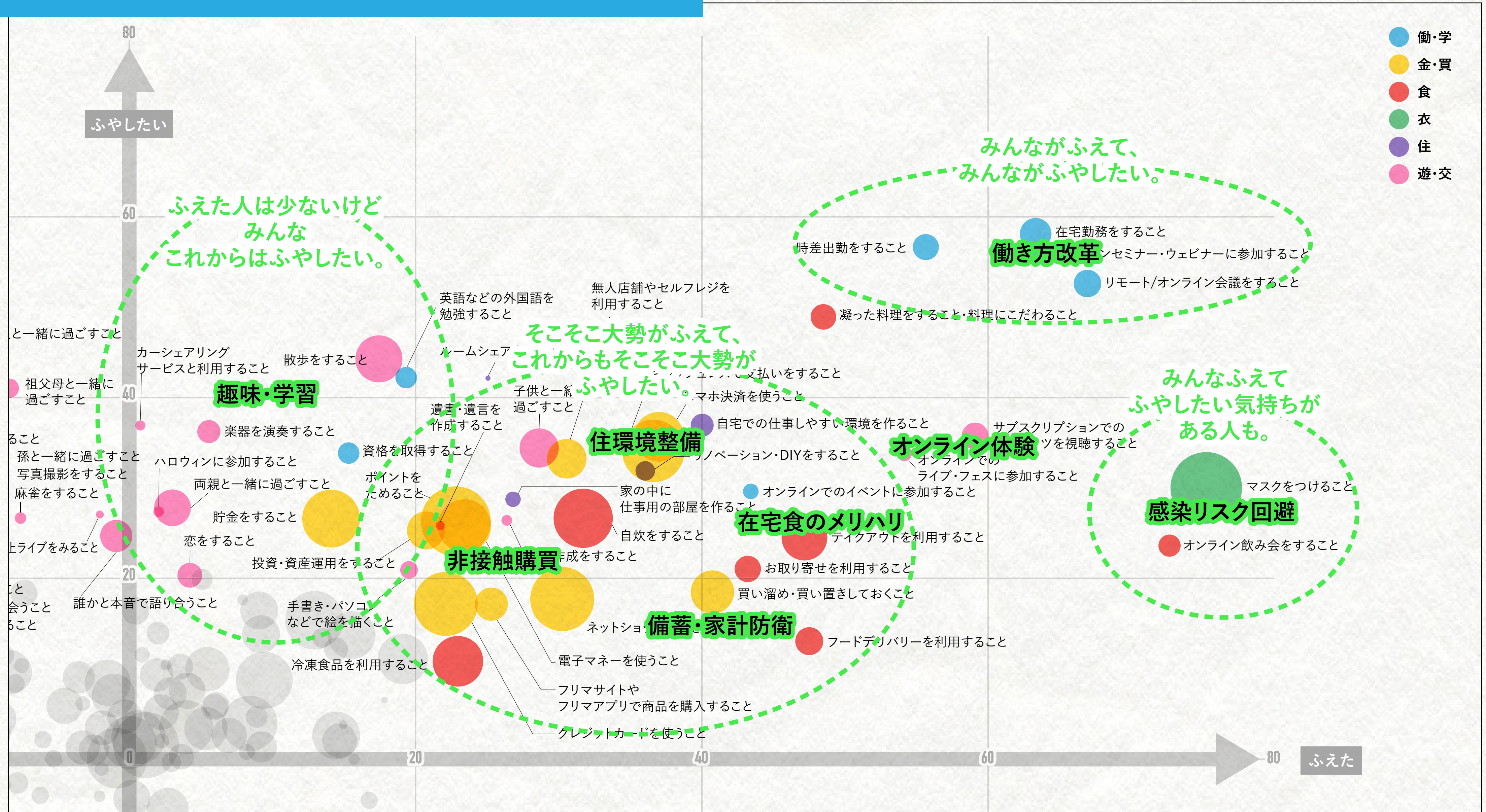


開拓の海原



希望MAP「ふえた」&「ふやしたい」エリア

オンライン化・在宅化で広がる新しいスタイルの兆し。

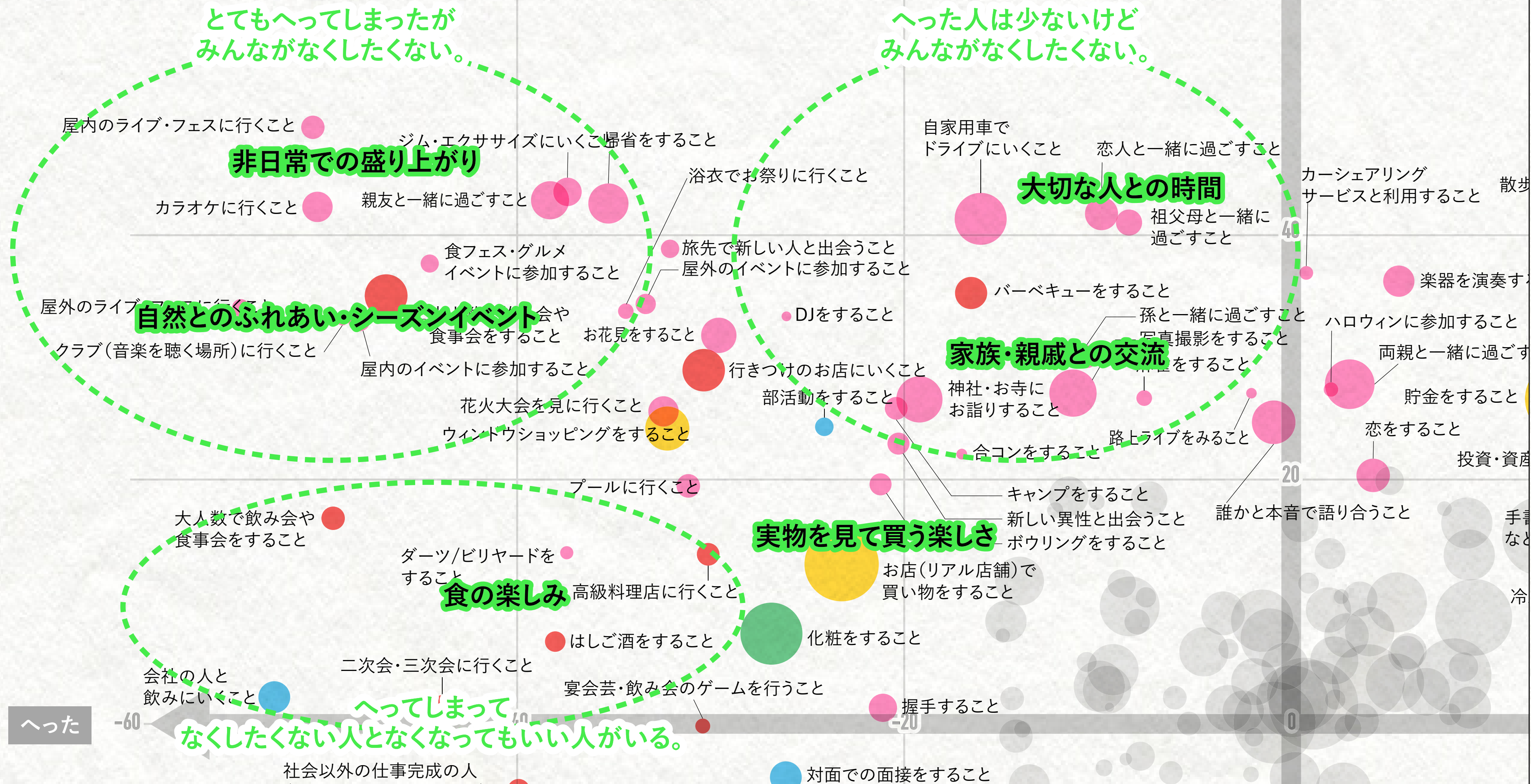


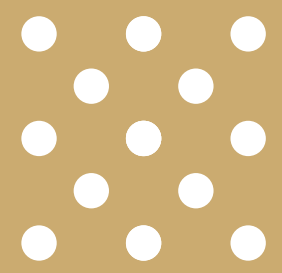


希望MAP「へった」&「ふやしたい」エリア

特別な体験・人間らしい体験のなくしたくない気持ちのあらわれ。

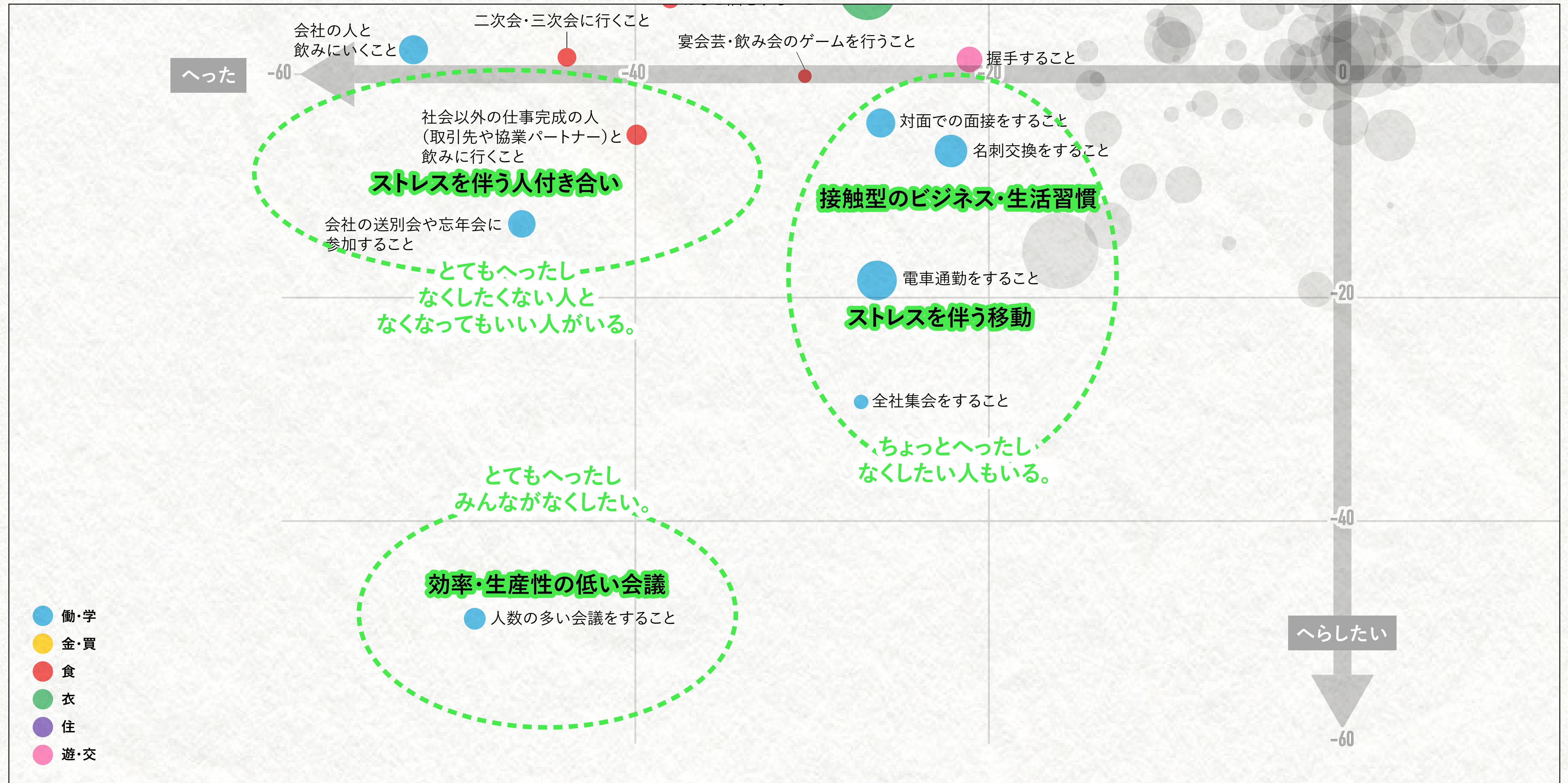
- 働・学
- 金・買
- 食
- 衣
- 住
- 遊・交





希望MAP「へった」&「へらしたい」エリア

あたりまえは、かたちを変えて生き残るのか。

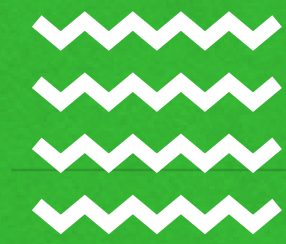


02

NEW NORMAL の歩き方

希望MAPを手掛かりに
NEW NORMALの世界（海原・大地・砂漠…）を
歩くコンパスとなる14のTOPICSをご紹介します。

TOPICS 一覧



なくならない人間らしい体験 普遍の大地

Topics 1

やっぱり人は気持ちよく歌いたい

Topics 2

今こそ新しいスタイルで旅に出よう

Topics 3

行きたいお店を「はしご○○」で楽しもう

Topics 4

会えないから盛り上がる「平安時代型」恋愛?!

Topics 5

ライブの感動をリポート&アップデート

Topics 6

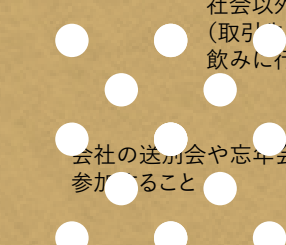
“国民総運動不足”の解消に動き出そう

Topics 7

季節の伝統行事を未来へ

Topics 8

非接触でも青春はつづく



形を変える必要がある習慣 再生の砂漠

Topics 12

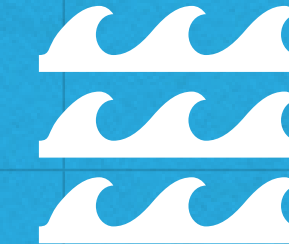
どうなる仕事仲間との交流

Topics 13

オンラインとオフラインが融合した“オーバーライン”会議

Topics 14

接待はオワコン化するのか?



広がる新しいスタイル 開拓の海原

Topics 9

在宅勤務の“NEW FORMAL”の誕生

Topics 10

家をもっとフレキシブルに

Topics 11

若者のネオグローバルキャリア



Topics 1

やっぱり人は気持ちよく歌いたい



エンタメ

KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

カラオケ

全体 **48%** [全項目中
2位]

コロナ明けにしたいこと

カラオケ

10代 **44%** [全体
+26pt]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

国民的ストレス解消ツールのカラオケは、他のレジャーと比べて「今後増やしたい」と思っている人が非常に多い。非接触時代の安心安全な楽しみ方を提案することで、まだまだ発展していく可能性が高い。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

1

スマホがマイクに。一人にひとつ「マイマイク」

他人の使用したマイクを使う必要のない「マイマイク」やスマホをマイクにできるアプリが生まれる。叫ばなくても大声が出せる高性能マイクも登場していくのでは。

2

ひとりカラオケが趣味として一般化

密のリスクのないひとりカラオケを気軽に楽しめるサービスや技術が登場。ひとりカラオケがさらに増加。趣味が高じて「歌ってみた」とネットにアップし、有名になる一般人も。

3

カラオケ「ボックス」からカラオケ「パーク」へ

密を避けられる屋外でのカラオケ施設が登場。指向性音響などまわりに迷惑をかけない機材も登場してくる?



Topics 2

今こそ新しいスタイルで旅に出よう



KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

旅先で新しい人と出会う

全体 **38%** [およそ
3人に1人]

コロナ明けにしたいこと

国内旅行

全体 **54%** [全項目中
1位]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

コロナによって旅行や旅先での思いがけない出会いが減少している。地域の観光業も大きな打撃を受けている中では、「withコロナ」での安心安全な新しい旅の楽しみ方を模索していく必要がある。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 働きながらバケーションする、「ワーケーション」の浸透**
どこでも仕事ができる時代、仕事に「遊び」の要素を加え、避暑地・観光地に滞在しながら働く「ワーケーション」が今後進む。
- 2 地元の魅力を再発見、「ジモトリップ」が人気に**
長距離移動を伴わない超マイクロツーリズムとして、1時間からできる旅行「ジモトリップ」をする「ジモトラベラー」が増加する。
- 3 時空を旅する「バーチャルタイムトラベル」サービス開始**
VR・AR技術を活用し、オンラインならではの旅行の新体験。その土地の現在と未来を行き来できる「バーチャルタイムトラベル」サービスが今後登場してくる。



Topics 3

行きたいお店を「はしご○○」で楽しもう



KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

行きつけの
店に行く

全体 **32%**
[およそ3人に1人]

二次会・
三次会に行く

全体 **27%**
[およそ4人に1人]

コロナ明けの行動時期(1ヶ月以内)

飲食街・
横丁に行く

全体 **32%** [およそ
3人に1人]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

外食機会の減少は、行きつけのお気に入りのお店を楽しむ機会も減らしている。横丁や街の食堂など地域の魅力的なお店をなくしてしまうかもしれない。好きなお店を何軒も楽しみたい、という希望を叶える新外食スタイルが求められている。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

1

テイクアウトによる「食べ歩き」がさらに普及

テイクアウトサービスの普及に伴い食べ歩き・飲み歩きのスタイルがさらに浸透。下町商店街や横丁の新しい楽しみ方に。

2

自家用車による「はしごドライブスルー」の登場

SA・PAや国道沿いのお店などでのドライブスルー対応店舗が充実。車移動しながらいろいろなお店を楽しむスタイルが登場。

3

自宅にしながら楽しめる「オンラインはしご酒」が話題

自宅にしながら複数のお店からデリバリーを少量ずつ注文できる「オンラインはしご酒」を横丁のある自治体が始める。「キャッシュレスせんべろ」が楽しめる話題に。



Topics 4

会えないから盛り上がる「平安時代型」恋愛?!



KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

新しい異性と出会う

全体 **25%** [およそ
4人に1人]

恋人と一緒に過ごす

全体 **27%** [およそ
4人に1人]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

”会えない”コロナ時代だからこそ、恋人と過ごすことへの欲求はむしろ高まっている。会いたい気持ちを詠でおくる平安時代のようなスタイルや、直接会うことを前提としない「非接触型の恋愛」が、恋愛の新しいルールになるかもしれない。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 オンラインでの初対面を好印象にするアイテムが普及**
「初対面がオンライン」が普通に。「画面上の第一印象」を良くするメイク・メガネ・ファッションが各社から登場。
- 2 オンラインデートを盛り上げるノウハウが充実**
オンラインゲーム、動画を共有、食事を送りあうなど、直接会えない中で仲を深める新スタイルが登場
- 3 令和のドラマは“はじめての出会いのシーン”がハイライトに?!**
オンラインデートを重ねてから実際に会うことが特別なイベントに。出会いのシーンからはじまる昭和のトレンドドラマから、出会いのシーンがゴールになる令和スタイルに。



Topics 5

ライブの感動をリブート&アップデート



エンタメ

KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

屋内のライブ・フェスに行くこと

全体 **52%** [全項目中
1位]

屋外のライブ・フェスに行くこと

全体 **48%** [全項目中
3位]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

コロナの影響でライブやフェスに行く機会は大きく奪われた。共に踊り、共に歌い、臨場感や一体感を感じるための、新たな「ライブ」のあり方の探求が始まろうとしている。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 声を出さずに一体感を生む「サイン」による応援**
マスク着用フェスで「声」を出さず、共通のハンドサインを出すなど、新しい盛り上がり方が登場。
- 2 リモートでファンの「声援」が届けられるサービス**
オンラインライブでもファンの声援を届けられるシステムが整備。演者とファンの間に双方向のやり取りがあってこそライブが盛り上がる。
- 3 世界が一つになるオンラインミュージックフェス開催**
世界中のミュージシャンとファンが音楽の力とオンラインでつながるフェスティバルが開催され伝説化?!



Topics 6

“国民総運動不足”の解消に動き出そう



KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

ジム・エクササイズに行くこと

全体 **45%** [およそ
5人に2人]

できるだけ運動をするようにしている

全体 **41%** [およそ
5人に2人]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

ジムなどでの日常的な運動の機会が減少。「密」を避けながら体を動かせる新たなエクササイズが求められている。

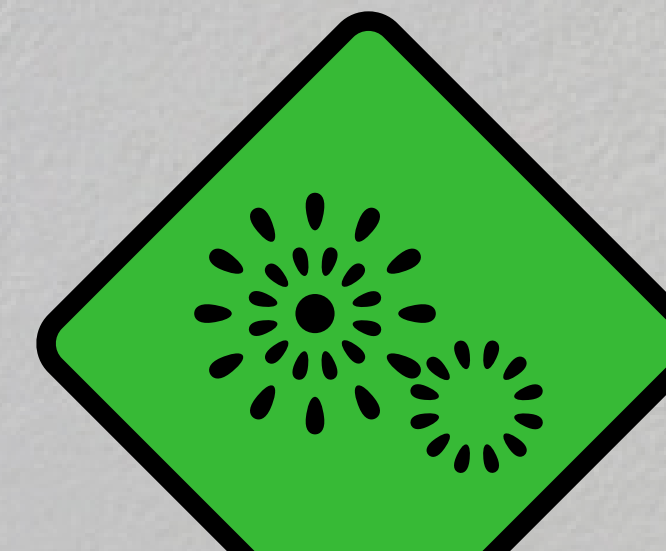
Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 オンライン“パーソナル”トレーニングが新業態に**
スポーツジムは施設運営から新たな業態として、自宅でのエクササイズスペース開発からオンラインでのレッスンの提供までをする、総合運動サービスに。
- 2 公園やキャンプ場での「アウトドアエクササイズ」が広がる**
密を避けられ、開放感のある公園やキャンプ場などにトレーニングスペースが登場。子供の遊具に並んで大人のトレーニングマシンが併設され使用料が自治体の新たな収入に。
- 3 旅行欲と運動不足の同時解消「スポーツーリズム」の誕生**
自然豊かなエリアを選んだ旅行×スポーツを楽しむ新スタイルを旅行会社とスポーツブランドが提案する。



Topics 7

季節の伝統行事を未来へ



催事

KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

浴衣でお祭り

全体 **39%** [およそ
3人に1人]

花火

全体 **31%** [およそ
3人に1人]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

お祭り・お花見・花火など季節行事は多くの人がなくしたくないと願うイベント。日本の伝統文化を後世に残していくためにも海外に伝えるためにも非接触時代に対応した新しいあり方が求められる。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

1

「ドライブイン花火大会」「ドライブインお花見」が広がる

距離や空間を保ちながら一ヶ所に大勢の人が集まる方法として「ドライブインシアター」のような楽しみ方が普及。自家用車や専用モビリティにのって移動しながらパーソナルな空間で花火やお花見を楽しめるスタイルが広がる。

2

日本の伝統行事のVRテーマパークが開園

自宅にしながら日本全国のお祭りに参加できるテーマパーク。インバウンド新需要の獲得と日本文化のVRミュージアムとして文化遺産保護にもつなげていく。



Topics 8

非接触でも青春はつづく



青春

KEY DATA

▼ へったbutふやしたい ▲

部活動
10代 **33%** [およそ
3人に1人]

コロナ影響でなくなってほしくないこと10代ランキング

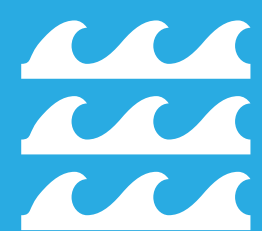
1位 カラオケ 2位 修学旅行
3位 部活動

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

10代の「部活動」「修学旅行」「カラオケ」など、コロナで減少してしまった「青春」を満喫できる体験への欲求が高まっている。非接触時代の新しい青春のあり方がこれから生まれていきそうだ。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 学校行事のオンラインイベント化**
オンライン文化祭やゲーム運動会など、オフラインの学校行事がオンライン化することで中止を免れる。家にいても、集まらなくても、皆で体験可能な青春の1ページに。
- 2 「eスポーツ部」に続き「eアート部」「e音楽部」入部者増**
オンライン、非接触、自宅でもできる部活動としてeスポーツ・eアート・e音楽に取り組み、10代のデジタルクリエイターが活躍する
- 3 デジタルだから青春の思い出が色褪せない**
デジタル卒業証書・オンライン卒アル、デジタル第二ボタンなど、オンラインを駆使した思い出の作り方が登場。



Topics 9

在宅勤務の“NEW FORMAL”の誕生



KEY DATA

▲ ふえたandふやしたい ▲

1日中カジュアル着で過ごす

10-20代 **27%** [およそ
3人に1人]

アイテム着用・使用頻度変化〈へったもの〉

スーツ

全体 **54%** [全アイテム中
1位]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

若い世代を中心にカジュアルな服装で1日を過ごす人が増加。ビジネスの現場ではまだまだ服装の「礼儀」が重んじられる中で、フォーマルとカジュアルを両立できる「新しいフォーマル」の需要が高まりそうだ。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

1

「ノンスーツ・フォーマル」な商品が人気に

スウェット生地に着心地のよい「スウェケット」やネクタイの代わりに首にかけるだけの「ネックレストアイ」などが誕生。快適さとビジネスマナーが両立する新しいフォーマルな服装が生まれる。

2

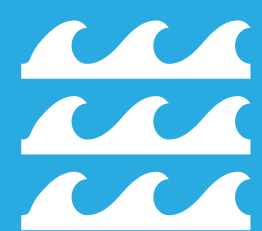
スーツはファッション愛好家の非日常アイテムに

スーツはビジネスパーソンのフォーマルウェアという枠組みに限定されないおしゃれ着に。カラーバリエーションや素材の多様化が進みこだわりの対象へ。

3

オーダースーツから「オーダー在宅ワーク什器」に。

自分の体に合わせたオーダースーツを作ることと同様に、体に合わせたオフィスチェアやデスクを作ることがビジネスパーソンのステータスに。



Topics 10

家をもっとフレキシブルに



KEY DATA

▲ ふえたandふやしたい ▲

在宅ワーク環境の充実

全体 **40%** [住関連
13項目で1位]

リノベ・DIY

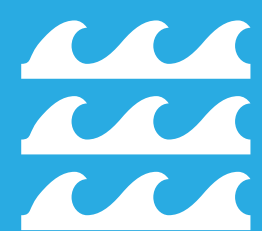
全体 **35%** [住関連
13項目で2位]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

コロナで普及しつつある在宅勤務。この流れを歓迎する人も多い一方で在宅勤務の環境整備が追いついていない人も多く、自宅をフレキシブルに改造する需要が高まりそうだ。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 リビングや廊下を書斎にする「一畳書斎」が人気に**
部屋のなかのデッドスペースや寝室・廊下を小さな書斎に仕立てる「一畳書斎」を家の中に作る人が増加。在宅勤務の集中スペースに。
- 2 手軽に模様変えできる「サブスクインテリア」が人気に**
気分によって気軽に部屋の模様替えができるサブスクリプションサービスが登場。時代や環境にあわせて暮らし方を「変え続ける」ことがスタンダードに。
- 3 簡単に間取りを変えられる「フレキシブルリビング」が登場**
壁や仕切り・家具をそのときの状況に応じて簡単に移動することができるフレキシブルリビングが人気に。新築やリノベーション物件で取り入れる人が増加。



Topics 11

若者のネオグローバルキャリア



KEY DATA

▲ ふえたandふやしたい ▲

英語の勉強

10-20代 **36%** [およそ
3人に1人]

動画制作

10-20代 **27%** [およそ
4人に1人]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

若者はコロナを通じて外国語やクリエイティブ能力の研鑽に目覚める。オンラインが生活に入り込んでくる生活様式のなか、日本にしながらグローバルキャリアを形成する「新しいグローバルキャリア」を選ぶ若者が増えそうだ。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

1

海を越えないグローバルキャリアの形成

コロナによって海外渡航が制限されるなか、ネットを通じて海外との接点をもつ若者が増加。若者のグローバルキャリア形成が、実際に海を越えなくても可能に。

2

海外の大学・専門学校へのオンライン入学が加速

大学入学もオンライン枠が増加。留学をしなくても気軽に海外の学校へ入学ができるようになり高校や大学入学のタイミングで海外を選択する若者も増える。

3

「逆輸入型」デジタルクリエイターが増加

エンタメやアートの展示会がオンライン型にシフトすることで、海外からの来場者も増加。日本よりも先に海外の観客から支持を集める「逆輸入型」クリエイターが登場。



KEY DATA

▼ へったandへらしたい ▼

会社の飲み会

全体 **28%** [およそ
4人に1人]

▼ へったandふやしたい ▲

花見

全体 **32%**
[およそ3人に1人]

BBQ

全体 **28%**
[およそ4人に1人]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

同僚や仕事仲間との「飲みニケーション」はコロナの影響でさらに減少。それを歓迎している人も多い。仕事仲間との人間関係づくりも、非接触時代に適した方法が求められていきそうだ。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

1 「少人数・個室」で交流を促進

大人数の飲み会の減少で居酒屋も、対面距離の大きいテーブルの全席個室がベースに。少人数の会をこまめに開催していく交流方法が主流になる。

2 「屋外イベント×飲み会」で参加したくなる会社の懇親会を

花見・花火・BBQなどイベント性の高い屋外型飲み会へシフト。キャンプチェアやテーブルなどアウトドアグッズが会社備品化。

3 学びをプラスした「オフィス飲み会」へ

オフィスで飲みながらプレゼン&交流をはかる「ビアバッシュ」にいよいよ注目が。仕事の学びにもなり短時間で終わるので若手社員も参加しやすいスタイルとして広がっていく。



働き方

KEY DATA

▼ へったandへらしたい ▼

全社集会

全体 **35%** [およそ
3人に1人]

人数の多い会議

全体 **52%** [半数
以上]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

人数の多い会議や全社集会は、今後減少していくことを望む人が非常に多かった。多くの人数が集まって情報共有したり、一体感を作るやり方も、リモート時代ならではの方法が求められている。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 オフラインとオンラインが融合したオーバーライン会議が主流に**
会議は、密を避けることや効率性を考え、オフライン&オンラインから見る2方向の視聴が一般的に。オンオフ双方の参加者がやり取りしやすい新会議ツールが登場する。
- 2 「オンラインMCや通訳」などの新たなサービスが誕生**
オンラインでの会議・集会が普通になることで会議を円滑に進行するオンライン特化型ファシリテーションMCやオンライン通訳といったAIサービスが生まれる。
- 3 「空気感や熱量」まで伝わる仕組みも!?**
WEBカメラから表情の変化を読み取り、オンライン上でも温度感・熱量・喜怒哀楽が伝わる“オーバーライン”体感サービスも。



KEY DATA

▼ へったandへらしたい ▼

取引先との飲み会

全体 **24%** [およそ
4人に1人]

宴会芸・飲み会でのゲーム

全体 **23%** [およそ
4人に1人]

What's going on? いま、起きている生活者の「希望」

日本のビジネスカルチャー「接待」。今後減らしていきたいと考えている人が多いようだ。大切なビジネスパートナーとの関係性を維持し、仕事を作っていくためのビジネススキルにも新しいやり方が模索されていく。

Signs of Update 希望から見えるNEW NORMALの兆し

- 1 オンラインならではのおもてなしを提供する「ネオ接待」**
事前に相手先に飲み物や食事を贈り、より相手を喜ばせたり、同じメニューを参加者で楽しんだり、とビジネスのおもてなしの幅が広がる。
- 2 「情」の接待から「知」の接待へ**
距離感の縮め方にも変化が求められる。例えばウェビナーとディナーをワンプログラムにするなど人脈や知識の提供をいかにできるかが重要に。
- 3 接待ゴルフならぬ接待ゲームへ**
接待の代表格として楽しまれていたゴルフは、時間と場所を選ばないゲームにシフトしていく可能性もある。事前準備・練習不要で参加できるので、世代関係なく楽しめるコンテンツに。

Topic Summary

1	 エンタメ	やっぱり人は気持ちよく歌いたい
2	 旅行	今こそ新しいスタイルで旅に出よう
3	 食	行きたいお店を「はしご〇〇」で楽しもう
4	 恋愛	会えないから盛り上がる 「平安時代型」恋愛?!
5	 エンタメ	ライブの感動をリブート&アップデート
6	 運動	“国民総運動不足”の解消に動き出そう
7	 催事	季節の伝統行事を未来へ

8	 青春	非接触でも青春はつづく
9	 衣	在宅勤務の“NEW FORMAL”の誕生
10	 住	家をもっとフレキシブルに
11	 国際	若者のネオグローバルキャリア
12	 人間関係	どうなる仕事仲間との交流
13	 働き方	オンラインとオフラインが融合した “オーバーライン”会議
14	 飲み会	接待はオワコン化するのか？

03

希望の地図の道標

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

会社や今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

プロジェクト進行中/商標出願中

デジタルオルタナティブ

Lover Zoo Project

動物を愛する企業と人々による、オンライン動物園を開園。

対象: 動物をシンボルマークに掲げる企業・日本全国の動物園

デジタルオルタナティブ/地方分散型社会

STAY OFURO

自宅のお風呂で絶景アートを楽しめるリモート温泉体験。

対象: 地方自治体・温泉旅館・旅行会社など

新しい国際関係

“オーバーライン”ビジネスカンファレンス

「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×オフラインで開催

対象: 企業のイノベーション部門・スタートアップ企業

& more

Social Signs on 希望 MAP



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 REPORT2」
2020/7/1-2 n=3000

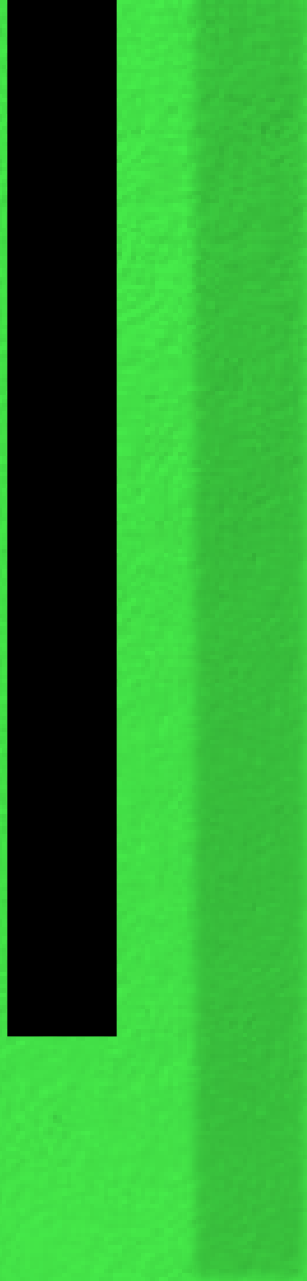
ソーシャルサイン

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