

SOMPOインスティテュート・プラス コロナを経て人々の生活様式はどう変わったか①

「リベンジ消費」積極的な人ほど 高い生活満足度

利便性が浸透に 影響(キャッシュ レスvsオンライン 診療)

現金やキャッシュレス決済について、コロナ前と現在の利用頻度の変化を尋ねたところ、現金は「増えた」とする回答がわずかだった一方、キャッシュレス決済は「増えた」が一定割合を占める。特にコード決済は、積極的なポイント還元キャンペーンの効果などが

「増えた」が4割程度にのぼる。比較的新しいキャッシュレス決済手段であるコード決済については、年齢が上がるにつれて利用率(コロナ前より増えた十変わらない十減った)が低下する一方、クレジットカードは逆に高い年齢層ほど利用率が高くなっている。

キャッシュレス決済が増えた理由としては、「支払いが早い・簡単」「現金を持ち歩かなくて済む」「スマホで決済で

図3：オンライン診療について

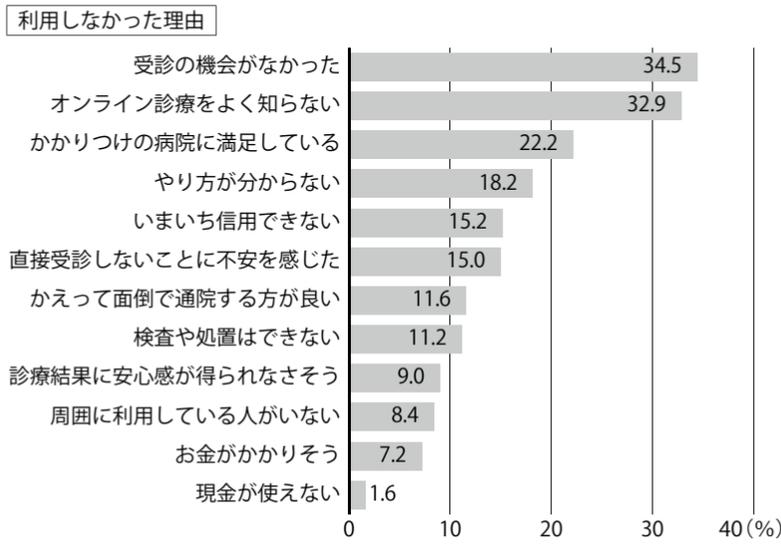
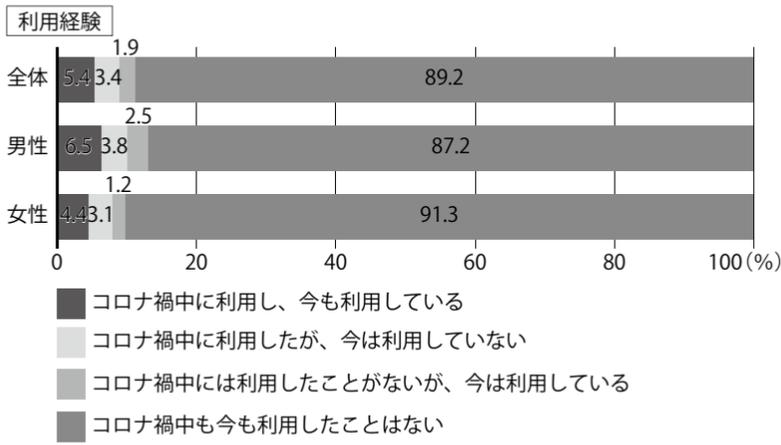
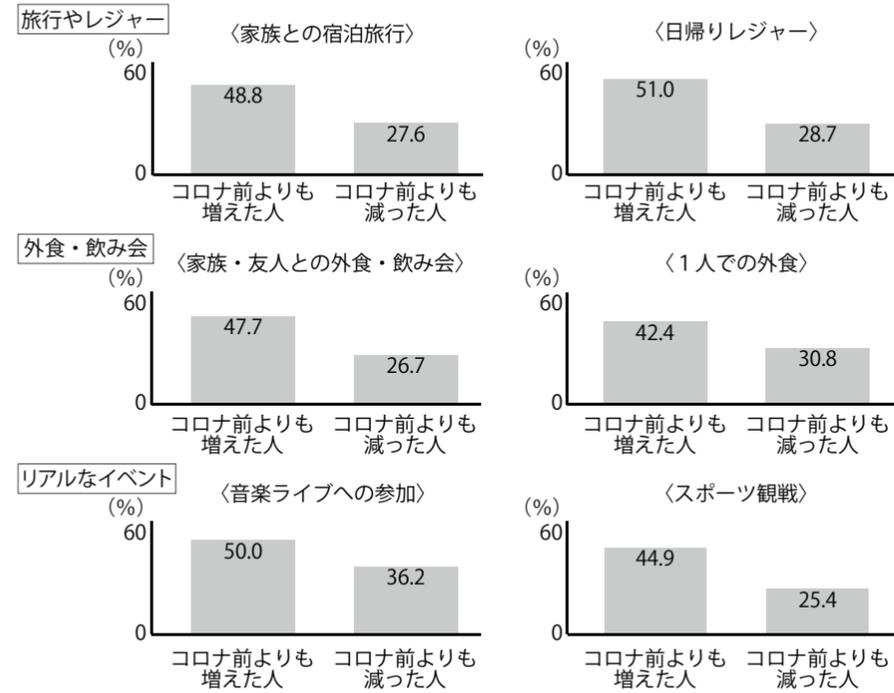


図4：リベンジ消費と生活満足度(実施・参加状況別)

●満足度が向上している人の割合



旅行や日帰りレジャーの頻度が「コロナ前より増えた」人は「生活満足度が最近向上している」の回答割合が高い。いわゆる「リベンジ消費」に積極的な人ほど、アフターコロナでの満足度が高い可能性を示唆している。

旅行・レジャー以外の側面からも、リベンジ消費と満足度の関係性を見てみると、外食・飲み会の頻度、あるいは音楽ライブやスポーツ観戦といったリアルなイベントへの参加頻度がコロナ前より増えた人ほど「生活満足度が最近向上している」の回答割合がやはり高くなっている(図4)。(おわり)

れる。オンライン診療の認知度が依然として低く、また、利便性をアピールするような取り組みも不十分であることが示唆される。

食事やレジャーの習慣はどう変わったか

さまざまな食事の習慣について尋ねたところ、外食・飲み会については、その頻度や費用が「コロナ前より減った」とする回答が一定割合を占めていることから、コロナ前に戻るプロセスの途上にあるものと考えられる。コロナ禍で増えた食事のテイクアウトやデリバリーについては、利用していない人の割合は高いものの、利用している人の1カ月あたりの費用でみると「コロナ前より増えた」「コロナ前と変わらない」との回答割合が外食・飲み会よりも高い。利用経験者にとっては、テイクアウト・デリバリーが生活に定着・浸透している様子が見える。

旅行や日帰りレジャーの頻度を尋ねたところ「コロナ前より減った」とする回答が一定割合を占めた。外食・飲み会と同様に、旅行・レジャー需要は回復途上にあるといえる。日帰りレジャーについては、1カ月あたりの費用も尋ねた。20代利用頻度がコロナ前に比べて増えた人は、現在利用していない人よりも「生活満足度が最近向上している」の回答割合が高い。一方、70代では「コロナ前より減った」の割合が高い。年代や性別によって回復状況に差があることが見てとれる。

変化への対応が生活満足度につながるか

テレワークを現在実施している人は、「仕事・生活の満足度が最近向上している」の回答割合が高い。勤務形態に柔軟性があるかどうか、満足度を左右する可能性を示唆している。

キャッシュレス決済の利用頻度がコロナ前に比べて増えた人は、現在利用していない人よりも「生活満足度が最近向上している」の回答割合が高い。新しい生活習慣が浸透・定着していることが、満足度にポジティブな影響を与えている可能性を示唆している。

旅行や日帰りレジャーの頻度が「コロナ前より増えた」人は「生活満足度が最近向上している」の回答割合が高い。いわゆる「リベンジ消費」に積極的な人ほど、アフターコロナでの満足度が高い可能性を示唆している。