



23/05/18

コロナ禍で変わったこと・変わらなかったこと

メディア環境を総括する

博報堂DYメディアパートナーズ

メディア環境研究所



# 本日のスピーカー



上席研究員

**新美 妙子**

TAEKO NIIMI



研究員

**藺田 和斉**

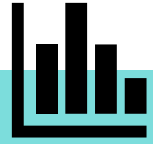
KAZUHITO SONODA



フェロー

**平塚 元明**

MOTOAKI HIRATSUKA



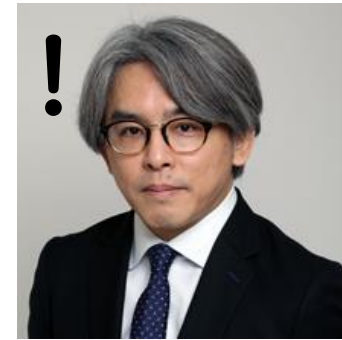
コロナ禍を機に  
メディア意識・行動  
におきた変化を  
探る調査



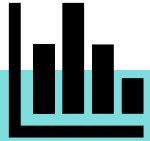
新美の視点



菌田の視点



平塚の視点



コロナ禍を機に  
メディア意識・行動  
におきた変化を  
探る調査

- 調査期間 2023年3月9日～14日
- 調査対象者 15～69歳男女 1,200サンプル
- 調査手法 Web調査
- 調査地域 東京都

上記の量的調査に加え、生活者インタビューも実施

# 質問した意識行動 (全50項目)

1. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	26. 自分のつぶやき・動画などのコンテンツを多くの人に見てもらいたい
2. 感動する情報・コンテンツに触れたい	27. 友人・知人（ネット上の友人・知人含む）と一緒に同時視聴でコンテンツを楽しみたい
3. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	28. 「推し」仲間と楽しめる情報・コンテンツに触れたい
4. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	29. 友人・知人と共通の話題になる情報・コンテンツに触れたい
5. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	30. 仲間とリモート飲み会を楽しみたい
6. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	31. 教養を深める情報・コンテンツに触れたい
7. 時間は限られているため効率良く情報・コンテンツに触れたい	32. 自分の成長につながる情報・コンテンツに触れたい
8. 長時間没頭できる情報・コンテンツに触れたい	33. 新しいことを始めるキッカケになる情報・コンテンツに触れたい
9. ライブ中継など、リアルタイムで進行しているコンテンツに触れたい	34. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい
10. コンテンツを選ぶときは失敗ないように口コミやネットの情報を参考にしたい	35. 過去のコンテンツ（名作・名シーンなど）に触れたい
11. 家事や買物など生活に役立つ情報・コンテンツに触れたい	36. 自分が好きな情報・コンテンツだけに触れていたい
12. 仕事に役立つ情報・コンテンツに触れたい	37. 情報・コンテンツは無料で手に入るものだけで十分だと思う
13. レジャーに役立つ情報・コンテンツに触れたい	38. 接触する情報・コンテンツは多ければ多いほどよいと思う
14. ご近所生活が楽しくなる地域の情報・コンテンツに触れたい	39. マスメディアとソーシャルメディアの両方にバランスよく触れたい
15. 日本各地のローカル情報・コンテンツに触れたい（自分が住んでいる地域以外）	40. メディアに触れない時間をつくりたい
16. ネット上で何が流行っているかを常に押さえておきたい	41. 広告は役に立つと思う
17. 世相やニュースをやさしく説明かしてくれる情報・コンテンツに触れたい	42. マスメディアの情報は自分にとって必要だ
18. 自分の知識をアップデートしてくれる情報・コンテンツに触れたい	43. SNSの情報は自分にとって必要だ
19. ニュースの裏側や真相を教えてくれる情報・コンテンツに触れたい	44. 情報は自分で取捨選択したい
20. 海外の情報に触れたい	45. 何の情報を信じてよいかわからない
21. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	46. ネットで不快な情報は見聞きしたくない
22. できるだけ多様な意見に触れたい	47. 情報・コンテンツになんとか触れている時間を減らしたい
23. 信頼できる個人からの情報に触れたい	48. 有料であっても質の高い情報・コンテンツに触れたい
24. マスメディアの情報・コンテンツは信頼できる	49. メディアに触れている時間のコスパ（タイパ）が気になる
25. ネットの情報・コンテンツは信頼できる	50. 本をじっくり読みたい

# 「コロナ禍で強くなった」意識行動ランキング

全体（15～69歳）	コロナ禍で強くなった	あてはまる
1. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	33.4	(76.9)
2. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	32.8	(80.4)
3. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	31.5	(75.2)
4. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	30.9	(79.4)
5. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	30.6	(82.0)
6. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	28.0	(76.6)
7. 情報は自分で取捨選択したい	27.6	(87.8)
8. 新しいことを始めるキッカケになる情報・コンテンツに触れたい	25.7	(70.9)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	25.4	(74.0)
10. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	24.1	(65.8)

単位：%

# 「コロナ禍で強くなった」意識行動ランキング【年代別】

## T (15～19歳)

	コロナ禍で 強くなった	あてはまる
1. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	42.8	(77.2)
2. 新しいことを始めるきっかけになる情報・コンテンツに触れたい	40.2	(75.6)
3. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	40.2	(81.3)
4. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	38.3	(76.2)
5. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	37.1	(74.7)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.8	(82.3)
7. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	36.2	(83.6)
8. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	34.7	(72.2)
9. 何の情報を信じてよいかわからない	33.1	(57.1)
10. 「推し」仲間と楽しめる情報・コンテンツに触れたい	32.2	(60.9)

## MF1 (20～34歳)

1. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.6	(78.8)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	35.6	(78.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	34.5	(77.6)
4. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	33.6	(76.5)
5. 新しいことを始めるきっかけになる情報・コンテンツに触れたい	33.6	(73.5)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	31.9	(82.0)
7. 情報は自分で取捨選択したい	30.3	(82.8)
8. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	30.0	(75.1)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	28.7	(74.6)
10. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.1	(69.9)

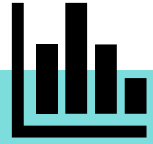
## MF2 (35～49歳)

1. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	32.4	(77.6)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	31.1	(74.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	31.0	(78.3)
4. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	30.7	(79.0)
5. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	29.5	(76.5)
6. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.8	(74.5)
7. 情報は自分で取捨選択したい	27.2	(89.5)
8. 何の情報を信じてよいかわからない	25.5	(54.2)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.7	(75.0)
10. ニュースの裏側や真相を教えてくれる情報・コンテンツに触れたい	23.2	(68.0)

## MF3 (50～69歳)

1. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	36.2	(77.8)
2. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	32.8	(84.1)
3. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	28.4	(84.7)
4. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	28.3	(83.5)
5. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	27.1	(73.1)
6. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	26.5	(82.2)
7. 信頼できる個人からの情報に触れたい	26.3	(71.7)
8. 情報は自分で取捨選択したい	25.7	(91.0)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.1	(72.9)
10. 海外の情報に触れたい	21.3	(62.3)

単位：%



コロナ禍を機に  
メディア意識・行動  
におきた変化を  
探る調査



新美の視点



菌田の視点



平塚の視点



# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

## T (15～19歳)

コロナ禍で  
強くなった  
あてはまる

1. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	42.8	(77.2)
2. 新しいことを始めるきっかけになる情報・コンテンツに触れたい	40.2	(75.6)
3. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	40.2	(81.3)
4. <b>メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる</b>	38.3	(76.2)
5. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	37.1	(74.7)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.8	(82.3)
7. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	36.2	(83.6)
8. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	34.7	(72.2)
9. <b>何の情報を信じてよいかわからない</b>	33.1	(57.1)
10. 「推し」仲間と楽しめる情報・コンテンツに触れたい	32.2	(60.9)

## MF1 (20～34歳)

1. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.6	(78.8)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	35.6	(78.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	34.5	(77.6)
4. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	33.6	(76.5)
5. 新しいことを始めるきっかけになる情報・コンテンツに触れたい	33.6	(73.5)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	31.9	(82.0)
7. <b>情報は自分で取捨選択したい</b>	30.3	(82.8)
8. <b>メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる</b>	30.0	(75.1)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	28.7	(74.6)
10. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.1	(69.9)

## MF2 (35～49歳)

1. <b>メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる</b>	32.4	(77.6)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	31.1	(74.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	31.0	(78.3)
4. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	30.7	(79.0)
5. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	29.5	(76.5)
6. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.8	(74.5)
7. <b>情報は自分で取捨選択したい</b>	27.2	(89.5)
8. 何の情報を信じてよいかわからない	25.5	(54.2)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.7	(75.0)
10. ニュースの裏側や真相を教えてくれる情報・コンテンツに触れたい	23.2	(68.0)

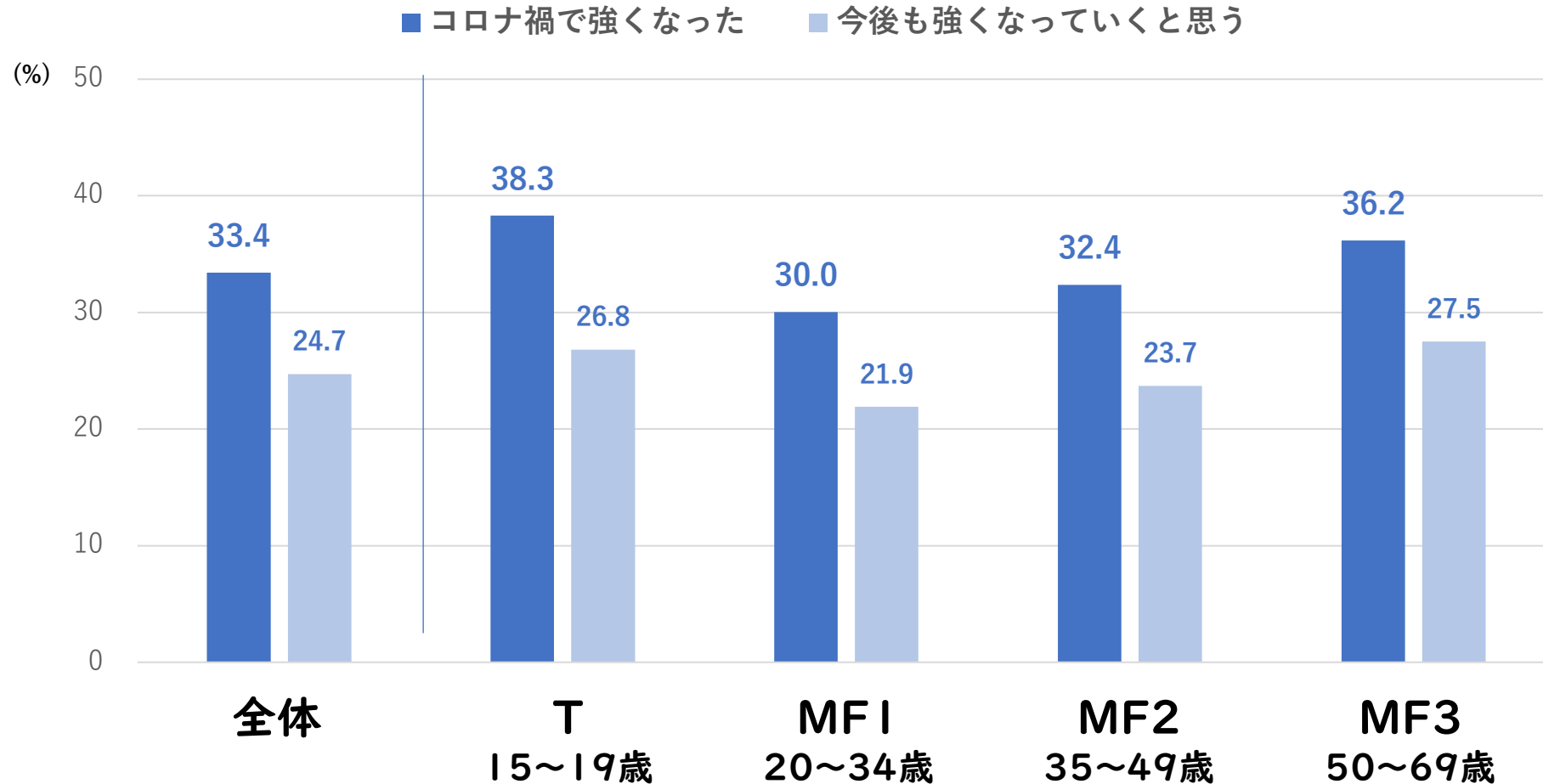
## MF3 (50～69歳)

1. <b>メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる</b>	36.2	(77.8)
2. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	32.8	(84.1)
3. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	28.4	(84.7)
4. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	28.3	(83.5)
5. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	27.1	(73.1)
6. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	26.5	(82.2)
7. <b>信頼できる個人からの情報に触れたい</b>	26.3	(71.7)
8. <b>情報は自分で取捨選択したい</b>	25.7	(91.0)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.1	(72.9)
10. 海外の情報に触れたい	21.3	(62.3)

単位：%

# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる



# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

## 生活者インタビューから

### マスメディアの情報・コンテンツは 信頼できない

テレビで言っていることは本当なのか、これを全部信用してもいいのか…周りの人も違う意見を言っている人がけっこういて、それで自分なりに考えたいと思っいろいろ調べ始めた。

コロナ禍初期の頃はテレビの情報を信じていたけど、だんだん、twitterなんかで色々見るようになって、あまりテレビで言っていることを真に受けない方がいいという考えになった。



(女性・40代)

### マスメディアの情報・コンテンツは 信頼できる

twitterでは過激なデマが流れてくるというか、社会的にも不安なのですごくセンセーショナルなことを言っている人がいて、それは本当かなと。

クローズアップ現代とかNHKスペシャルで、実際はどうなのか、現実を取材しましたというのがあったので、そういう検証情報はあてになった。本当にまずい事態が起きている中で、オールドメディアが輝いている感じがあったと思う。



(男性・30代)

# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

有識者にもお話をきいてみた

## 地域の不安にこたえる

「安心させる≒正しい」情報を早く出す体制構築

- ・放送とネットで同時配信 県知事の生声など
- ・「新型コロナ時代を生きる」シリーズ70本放送
- ・手話通訳の実情取材と透明マスク生産～配布

放送に留まらず住民と地域課題の共有（解決へ）

目的は「放送」ではなく「地域をよくすること」

※「メ環研の部屋」に個人としてお寄せいただいた声です



上田 和泉 さん  
中海テレビ放送  
メディア創造本部  
報道制作部



# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

新型コロナ時代を生きる (放送開始：2021年5月～)

CHUKAI CABLE TELEVISION  
SYSTEM OPERATOR  
株式会社 中海テレビ放送

※禁転載

飲食店・学校・救急医療・観光地・公民館・地域活動……  
あらゆる視点でコロナ禍を見つめる企画を放送中



米子市ワクチン接種	鳥取県 病床確保へ	病院でボランティア活動	介護施設 コロナ禍の面会
子ども食堂の模索	高専の職域接種	小学校のタブレット授業	悩む保護者 子どものワクチン
鳥大の看護師	妊婦と赤ちゃん守る対策は	コロナ禍の部活動	活動を再開した奥日野源流太鼓
バス会社や観光地の苦悩	アフターコロナを見据えて	ホテルの味を自宅で味わう	飲食店の現状
米子市のワクチン誤接種 対策	重症患者用コロナ病棟開設	withコロナの童謡講座	鳥大病院 高度救命救急センター
観光業界の今	自宅療養を電話でサポート	コロナ後遺症と向き合う	米子市飲食店応援キャンペーン
南部町 地域病院との連携	日南町で感染予防してコンサート	機械化で接触減を目指す	新型コロナの現状
兵庫県派遣の看護師報告	米子市のキャンペーン 手軽さ人気	新しい発想で事業を展開	
時短制限 繁華街の現状	米子市の成人式	ネット通販で魅力発信	
コロナ禍の墓掃除を代行	コロナ禍の宿泊業	県西部のワクチン接種は	

2023年5月で終了  
全70本



上田 和泉 さん  
中海テレビ放送  
メディア創造本部  
報道制作部



# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

## 手話通訳と透明マスク

CHUKAI CABLE TELEVISION  
SYSTEM OPERATOR  
株式会社 中海テレビ放送

※禁転載

- ・手話通訳の実情について取材
- ・兵庫県伊丹市で透明マスクを制作
- ・NPOは透明マスクの受注生産スタート
- ・市長に贈呈、県立聾学校に納入、県外から発注 など



### 【考察】

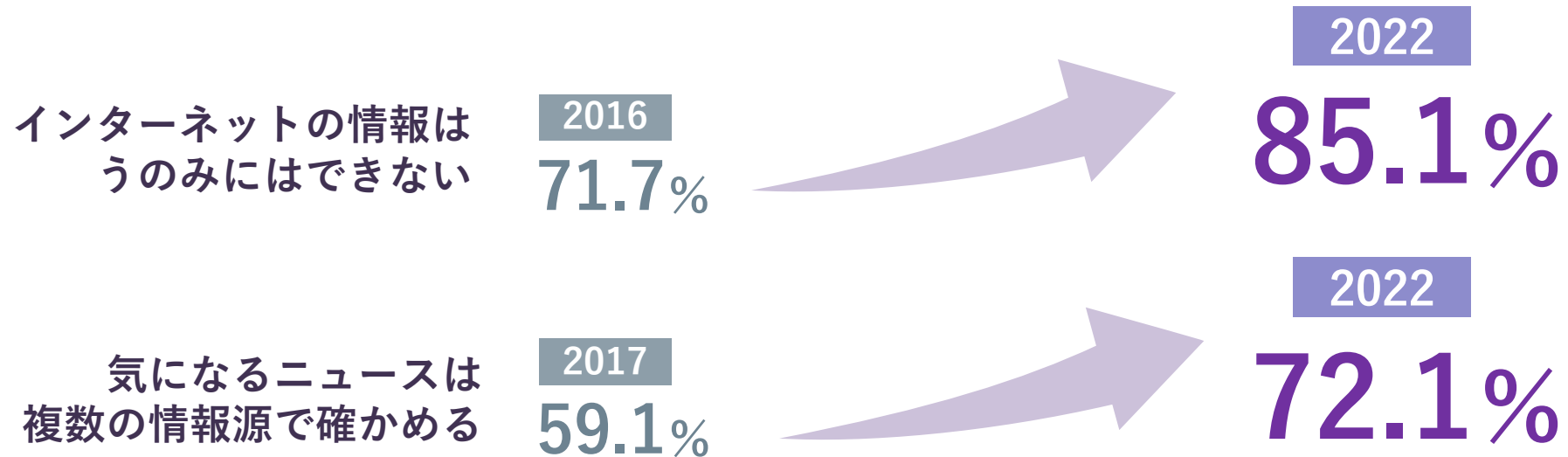
- ①指示された取材ではなく、一緒に解決に進めた初感覚
- ②ニュースによる波及効果ややりがいを感じた
- ③放送によって行動する人が現れ、自信につながった



上田 和泉 さん  
中海テレビ放送  
メディア創造本部  
報道制作部

# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

「メディア定点調査」 2016・2017・2022



①公からの発表

③当事者の見解

②皆の意見

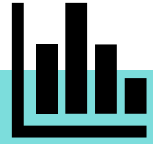
④専門家の知識

# 新美の視点：情報の“信頼性”についての意識

- 社会不安で揺らいだ信頼
- 情報に対する姿勢の変化
- 情報は主体的に選択
- “たしからしさ”の進化







コロナ禍を機に  
メディア意識・行動  
におきた変化を  
探る調査



新美の視点



菌田の視点



平塚の視点

# 菌田の視点：メディアの“コト化”

## T (15～19歳)

コロナ禍で  
強くなった あてはまる

1. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	42.8	(77.2)
2. <b>新しいことを始めるキッカケになる情報・コンテンツに触れたい</b>	40.2	(75.6)
3. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	40.2	(81.3)
4. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	38.3	(76.2)
5. <b>ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい</b>	37.1	(74.7)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.8	(82.3)
7. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	36.2	(83.6)
8. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	34.7	(72.2)
9. 何の情報も信じてよいかわからない	33.1	(57.1)
10. 「推し」仲間と楽しめる情報・コンテンツに触れたい	32.2	(60.9)

## MF1 (20～34歳)

1. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.6	(78.8)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	35.6	(78.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	34.5	(77.6)
4. <b>ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい</b>	33.6	(76.5)
5. <b>新しいことを始めるキッカケになる情報・コンテンツに触れたい</b>	33.6	(73.5)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	31.9	(82.0)
7. 情報は自分で取捨選択したい	30.3	(82.8)
8. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	30.0	(75.1)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	28.7	(74.6)
10. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.1	(69.9)

## MF2 (35～49歳)

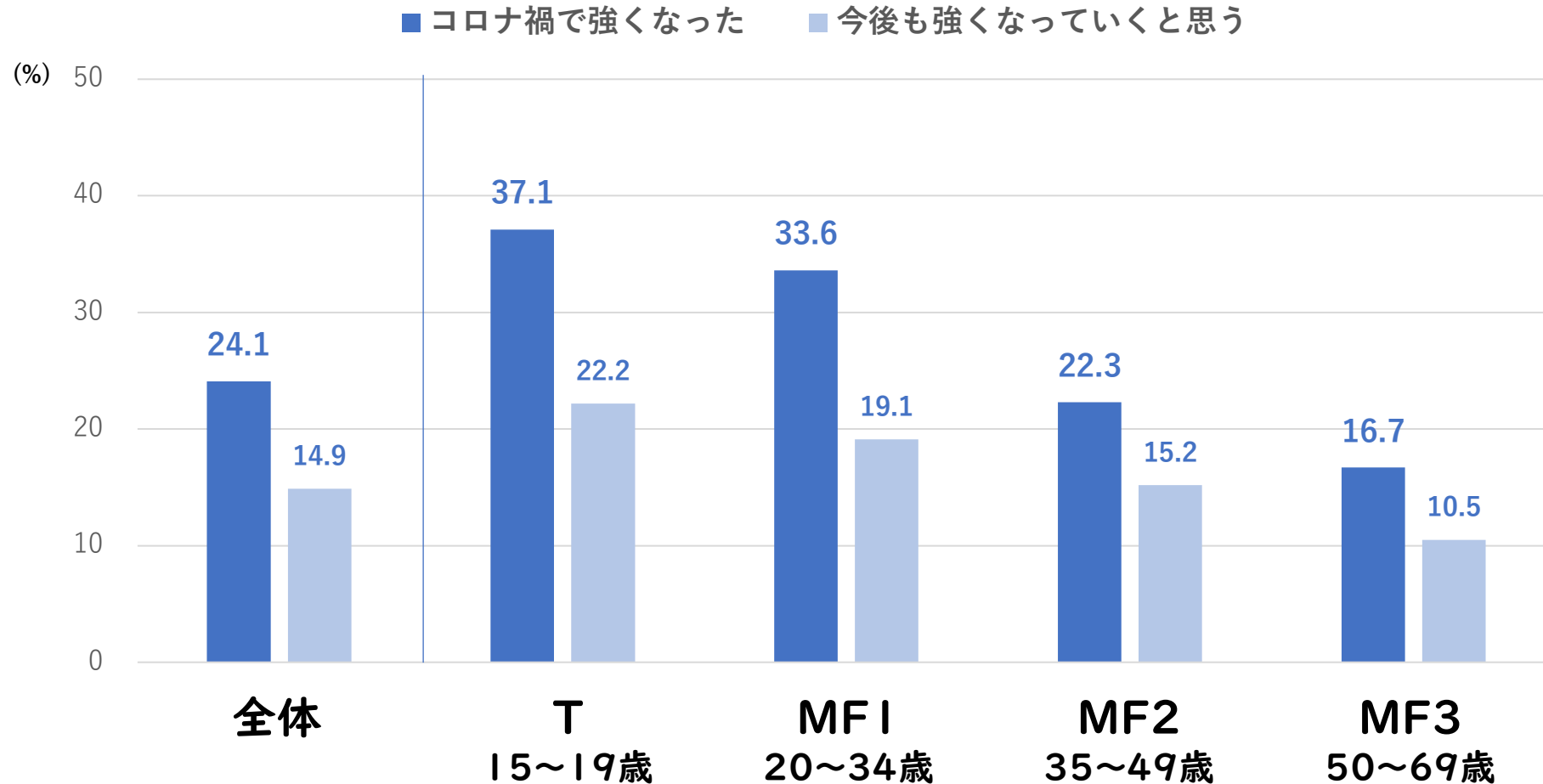
1. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	32.4	(77.6)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	31.1	(74.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	31.0	(78.3)
4. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	30.7	(79.0)
5. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	29.5	(76.5)
6. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.8	(74.5)
7. 情報は自分で取捨選択したい	27.2	(89.5)
8. 何の情報も信じてよいかわからない	25.5	(54.2)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.7	(75.0)
10. ニュースの裏側や真相を教えてください情報・コンテンツに触れたい	23.2	(68.0)

## MF3 (50～69歳)

1. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	36.2	(77.8)
2. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	32.8	(84.1)
3. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	28.4	(84.7)
4. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	28.3	(83.5)
5. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	27.1	(73.1)
6. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	26.5	(82.2)
7. 信頼できる個人からの情報に触れたい	26.3	(71.7)
8. 情報は自分で取捨選択したい	25.7	(91.0)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.1	(72.9)
10. 海外の情報に触れたい	21.3	(62.3)

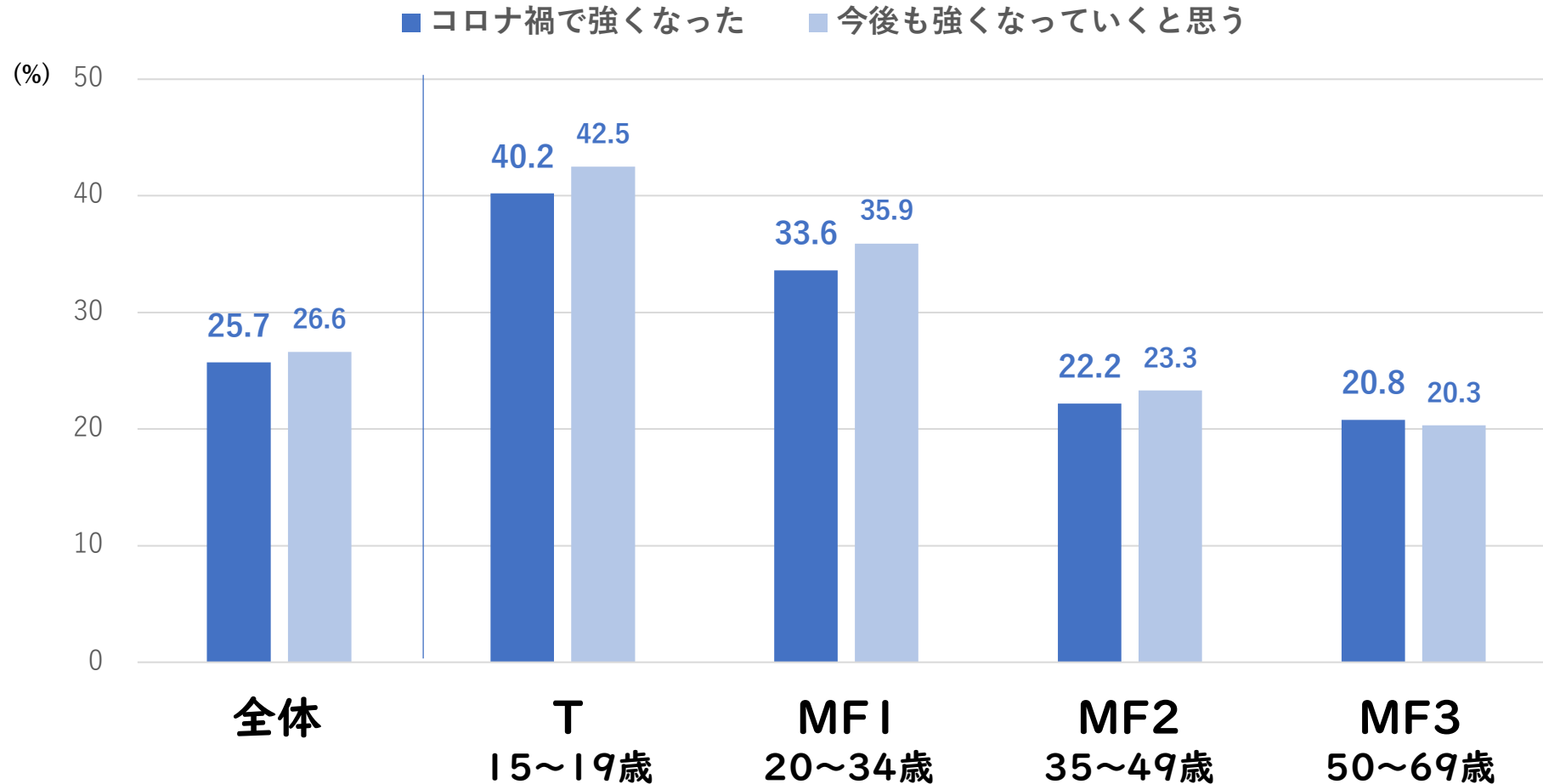
# 菌田の視点：メディアの“コト化”

ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい



# 藁田の視点：メディアの“コト化”

新しいことを始めるキッカケになる情報・コンテンツに触れたい



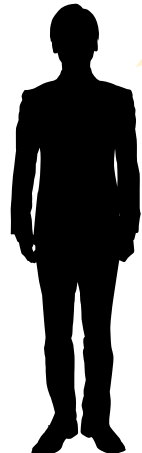
# 藺田の視点：メディアの“コト化”

## 生活者インタビューから

### 「ひまだから見る」と 「見たいから見る」の違い

コロナ禍では、暇な時間も多かったし、活動も制限されたので、できることの中でしたいことをし尽しても暇な時間があって、仕方なくスマホで暇つぶしにSNSをだらだらと見ていた時間が多かった。

でも、「見たいから見る」のと「ひまだから見る」のでは、満足感がちがう。コロナ禍も明けたこれからの生活では「見たいから見る」時間を重視したい。



(男性・30代)

### 新しい行動のキッカケ としてのメディア

コロナ禍に友人との飲み会や旅行などのリアルな行動ができなくなった中で、これまでそれほどSNSでの投稿が多くなかった人もSNSでの投稿が増えた。

料理や音楽など自分の趣味がある人の投稿を見ていると、コロナ禍でも生活が充実しているように見えて羨ましくなり、時間もあったので自分も何か新しいことを始めてみたいと思うようになった。



(男性・20代)

# 藺田の視点：メディアの“コト化”

コロナ環境下で「ひまだから見る」(パッシブな情報接触) 時間が増えた  
⇒ 在宅時間の増加や環境の変化も相まって「新しい“コト”」=ポジティブな楽しみかたに昇華

触れるメディア・情報の幅が広がった

## × 在宅時間増加

・ How To動画の増加

- ・ 時間があればしてみたいと思っていた行動
- ・ メディアで仕入れた情報の中で面白そうな行動 にチャレンジ

本格料理に挑戦  
How To動画も多く  
挑戦しやすかった

ずっと気になってた  
ポケモンを始めた

宅トレはじめた

ソロのサウナや  
キャンプをはじめた

## × 環境の変化

- ・ タレントのSNS発信の増加
- ・ リアルで人に出会う場の減少

推し活する人が  
周囲でもぐっと  
増えた感じがある

マッチングアプリを  
楽しむ人が増えた  
& 隠さなくなった

# 菌田の視点：メディアの“コト化”

コロナ環境下で「ひまだから見る」(パッシブな情報接触) 時間が増えた  
⇒ 在宅時間の増加や環境の変化も相まって「新しい“コト”」=ポジティブな楽しみかたに昇華

触れるメディア・情報の幅が広がった

## × 在宅時間増加

- ・ How To動画の増加

- ・ 時間があればしてみたいと思っていた行動
- ・ メディアで仕入れた情報の中で面白そうな行動 にチャレンジ

本格料理に挑戦  
How To動画も多く  
挑戦しやすかった

家での食事への満足度が  
高まったので、コロナが  
あけても時間があればやる

宅トレはじめた

在宅時間も減ったし、  
成果もあまり出なかった  
のでもうそんなにやらない

ずっと気になってた  
ポケモンを始めた

暇な時間も減ったし、  
もうそんなにやらない

ソロのサウナや  
キャンプをはじめた

友人とも行けるようになったので  
これからも続ける

## × 環境の変化

- ・ タレントのSNS発信の増加
- ・ リアルで人に出会う場の減少

推し活する人が  
周囲でもぐっと  
増えた感じがある

コロナがあけたら  
推し活の幅が広がるので  
より活動していきたい

マッチングアプリを  
楽しむ人が増えた  
&隠さなくなった

ふつうに便利なので  
コロナがあけても  
継続して使う

# 藺田の視点：メディアの“コト化”

コロナ環境下で「ひまだから見る」(パッシブな情報接触)時間が増えた  
⇒ 在宅時間の増加や環境の変化も相まって「新しい“コト”」=ポジティブな楽しみかたに昇華

触れるメディア・情報の幅が広がった

## × 在宅時間増加

・ How To動画の増加

コロナ禍は、メディア接触を経ての**新たな“コト”へのチャレンジ期間**だった。

- ・ 時間があればしてみたいと思っていた行動
- ・ メディアで仕入れた情報の中で面白そうな行動 にチャレンジ

コロナがあけてからは、便利さ・満足感・人との繋がりを感じたものは**継続**。  
How To動画も多く“暇つぶし”に留まったものや成果が出なかったものは**継続せず**。

家での食事への満足度が  
高まったので、コロナが  
あけても時間があればやる

宅トレはじめた

在宅時間も減ったし、  
成果もあまり出なかった  
もうそんなにやらない

暇な時間も減ったし、  
もうそんなにやらない

ソロのサウナや  
キャンプをはじめた

友人とも行けるようになったので  
これからも続ける

## × 環境の変化

コロナがあけたら  
推し活の幅が広がるので  
より活動していきたい

ふつうに便利なので  
コロナがあけても  
継続して使う



# 菌田の視点：メディアの“コト化”

今後、「一定割合のテレワークの定着／ワークライフバランス意識の社会的な高まり」等から在宅時間やプライベート時間はコロナ前に比べると多くなると思われ、新しい“コト”へのチャレンジ意識・情報収集は一定数継続すると思われる。

触れるメディア・情報の幅が広がった

## × 在宅時間増加

- ・ How To動画の増加

- ・ 時間があればしてみたいと思っていた行動
- ・ メディアで仕入れた情報の中で面白そうな行動 にチャレンジ

## × 環境の変化

- ・ タレントのSNS発信の増加
- ・ リアルで人に出会う場の減少

本格料理に挑戦  
How To動画も多く

アフターコロナ時代、8割のITエンジニアが転職先のリモートワーク不可に「意向度低下」。企業に求められる新たな期待とは？

ITエンジニアのリモートワーク意識調査

Geekunia  
📅 2023年5月18日 10時00分

ITコンサルやエンジニアの人材紹介を行う株式会社 Geekunia（代表取締役社長：齋藤 理）は、ITエンジニアの働き方と仕事環境についての新たな視点を提供することを目指し、独自のリモートワークに関する意識調査（※）を実施いたしました。イーロン・マスク氏から「道徳的に間違っている」との意見が出されるなど、経営者からは評価が分かれるリモートワークについて、実際に働くITエンジニアたちはどのように考えているのか、企業に求めるものなど、その実態を明らかにしている調査となります。

成果もあまり出なかったのでもうそんなにやらない

ずっと気になってた

推し活する人が  
周囲でもぐっと

Job総研による『2023年 ワークライフ実態調査』を実施 理想はプライベート重視7割 実際は仕事に偏りギャップ顕著

～ 出社組は残業20時間未満が8割 リモート組との差は？ ～

ライブ  
📅 2023年5月15日 09時30分

キャリアや就職・転職に特化した匿名相談サービス「JobQ(※1)」を開発・運営する株式会社ライブ（本社:東京都渋谷区 代表取締役：森宏記 以下「ライブ」）の調査機関『Job総研(※2)』は、796人の社会人男女を対象に「2023年 ワークライフ実態調査」を実施しました。同調査は年代別を含めたワークライフバランスの理想と現実のギャップや、ワークライフバランスが与える影響、また働き方別に見る毎月の残業時間と、プライベートの時間に重視することなどについて調査しました。

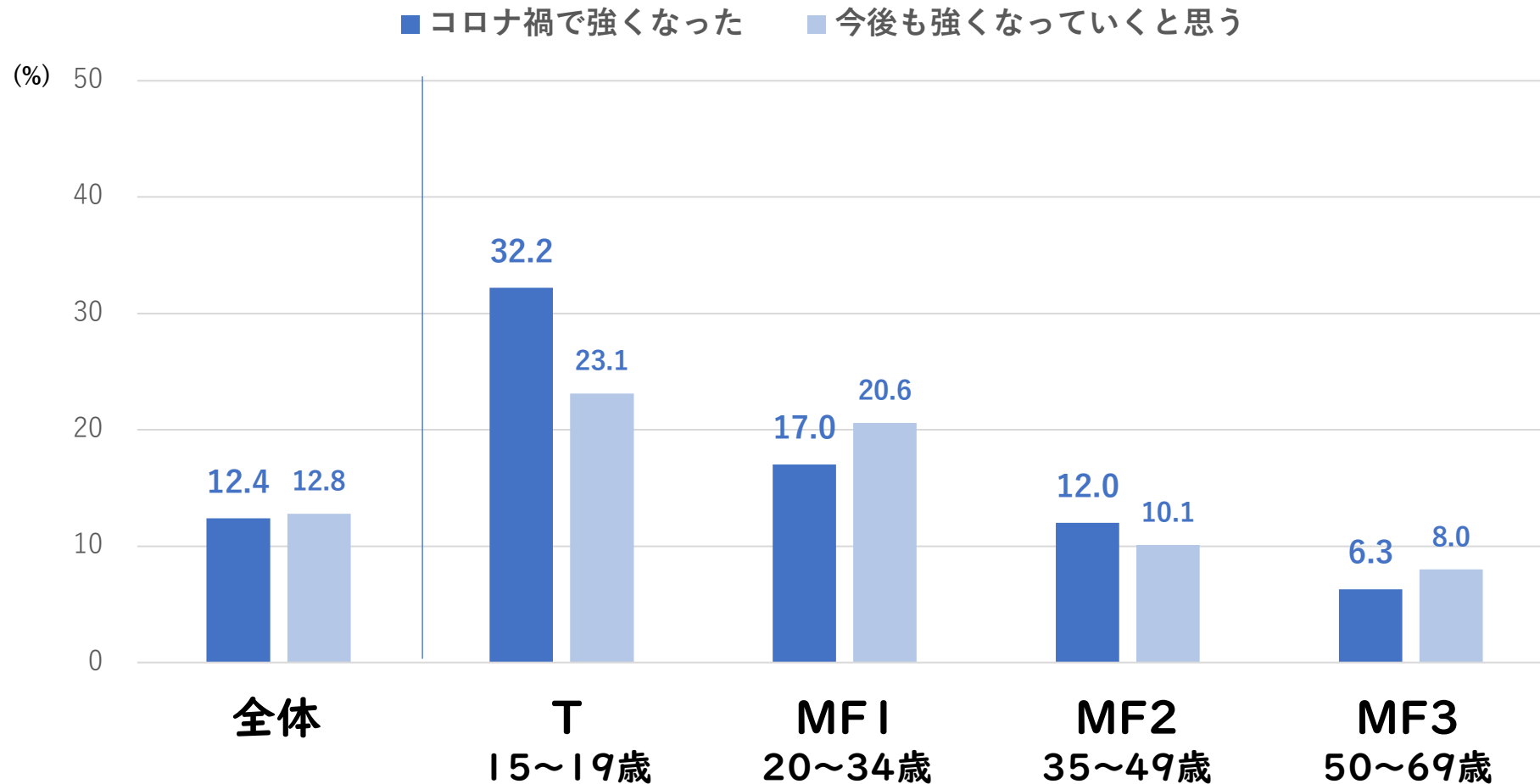
友人とも行けるようになったのでこれからも続ける

マッチングアプリを  
楽しむ人が増えた

成果もあまり出なかったのでもうそんなにやらない

# 藪田の視点：メディアの“コト化”

「推し」仲間と楽しめる情報・コンテンツに触れたい



# 藺田の視点：メディアの“コト化”

有識者にもお話をきいてみた



滝瀬 美穂 さん  
スターツ出版  
オズマガジン編集部  
プロデューサー

「つくりかた、届けかた、ありかた」  
コロナ禍で変化が加速した

【つくりかた】

文字からビジュアルへ～瞬間で行動喚起

【届けかた】

書店で読者を待つ→関係人口にどう売り切るか

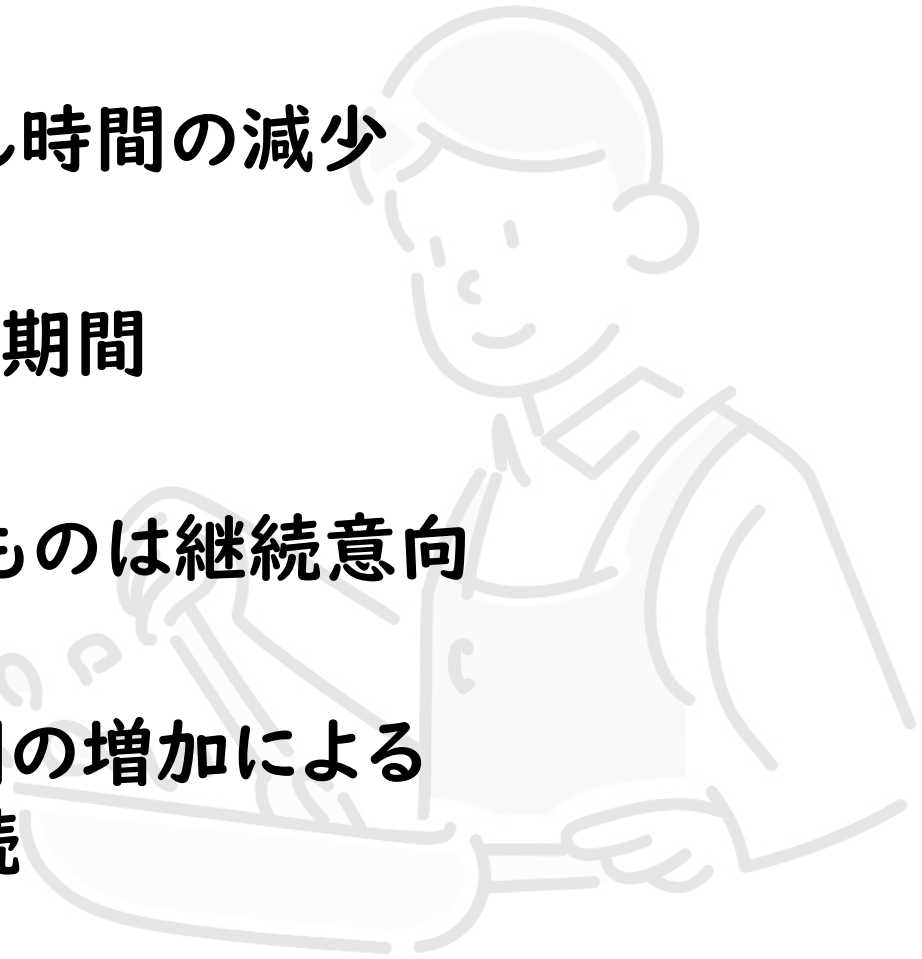
【ありかた】

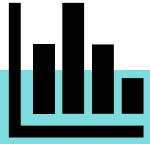
リアルな雑誌→OZブランド×異業種コラボ  
場づくりのハブ的存在へ

「雑誌」というメディアから、“知”のある役立つ「雑貨」へ

※「メ環研の部屋」に個人としてお寄せいただいた声です

- 目的意識による充実感の違い、暇つぶし時間の減少
- コロナ禍は新たな“コト”へのチャレンジ期間
- 便利さ・満足感・人との繋がりを感じたものは継続意向
- 不可逆的な在宅時間・プライベート時間の増加による新たな“コト”へのチャレンジ意識の継続





コロナ禍を機に  
メディア意識・行動  
におきた変化を  
探る調査



新美の視点



藺田の視点



平塚の視点

# 平塚の視点： “増えた時間”の行方

## T (15～19歳)

コロナ禍で  
強くなった あてはまる

1. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	42.8	(77.2)
2. 新しいことを始めるきっかけになる情報・コンテンツに触れたい	40.2	(75.6)
3. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	40.2	(81.3)
4. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	38.3	(76.2)
5. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	37.1	(74.7)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.8	(82.3)
7. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	36.2	(83.6)
8. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	34.7	(72.2)
9. 何の情報を信じてよいかわからない	33.1	(57.1)
10. 「推し」仲間と楽しめる情報・コンテンツに触れたい	32.2	(60.9)

## MF1 (20～34歳)

1. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	36.6	(78.8)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	35.6	(78.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	34.5	(77.6)
4. ひまつぶしになる情報・コンテンツに触れたい	33.6	(76.5)
5. 新しいことを始めるきっかけになる情報・コンテンツに触れたい	33.6	(73.5)
6. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	31.9	(82.0)
7. 情報は自分で取捨選択したい	30.3	(82.8)
8. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	30.0	(75.1)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	28.7	(74.6)
10. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.1	(69.9)

## MF2 (35～49歳)

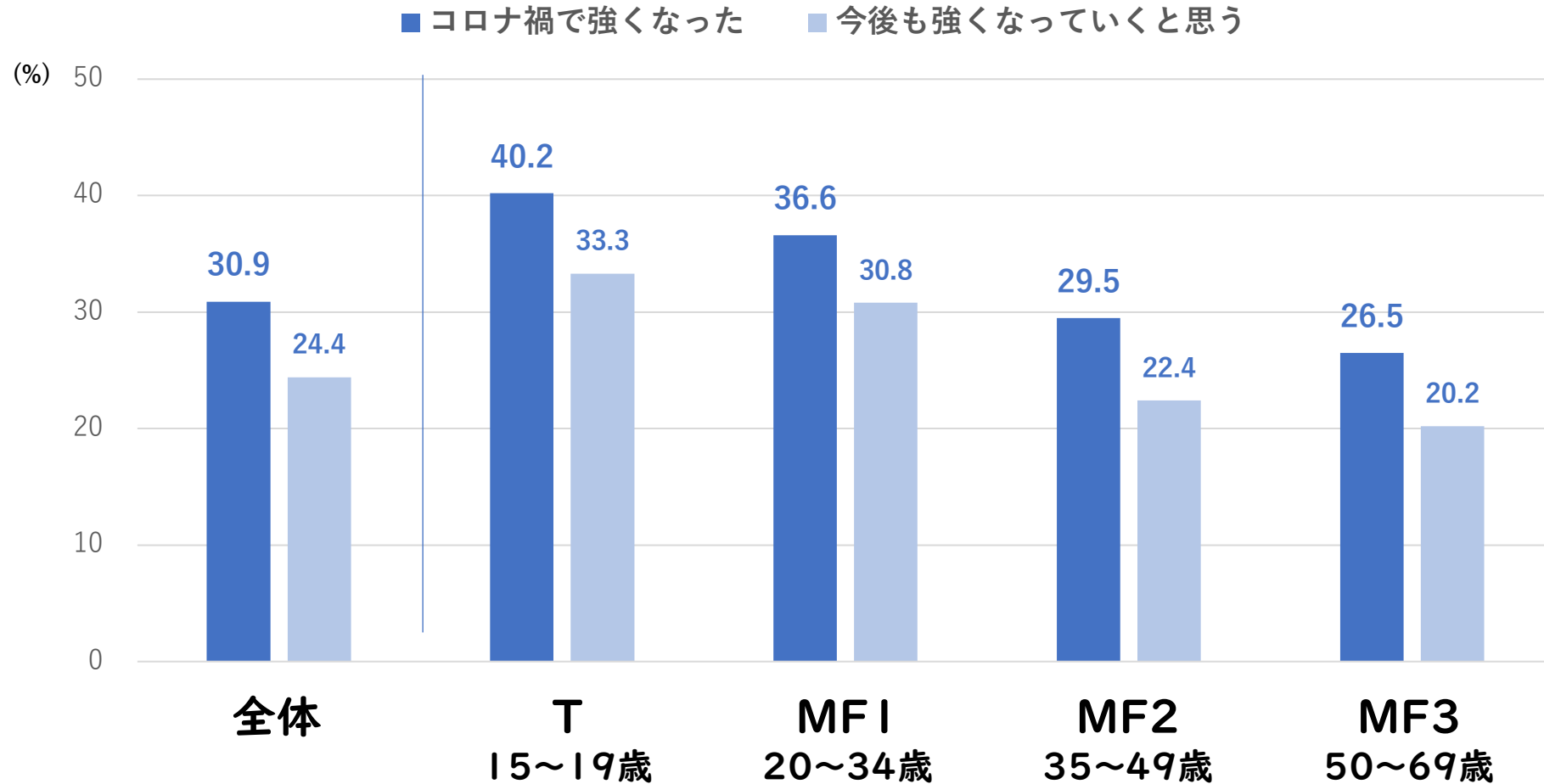
1. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	32.4	(77.6)
2. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	31.1	(74.6)
3. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	31.0	(78.3)
4. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	30.7	(79.0)
5. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	29.5	(76.5)
6. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	27.8	(74.5)
7. 情報は自分で取捨選択したい	27.2	(89.5)
8. 何の情報を信じてよいかわからない	25.5	(54.2)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.7	(75.0)
10. ニュースの裏側や真相を教えてくれる情報・コンテンツに触れたい	23.2	(68.0)

## MF3 (50～69歳)

1. メディアで触れる情報について、その情報源が確かかどうか気になる	36.2	(77.8)
2. 癒される・心地いいコンテンツに触れたい	32.8	(84.1)
3. おだやかな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	28.4	(84.7)
4. ネットで不快な情報は見聞きしたくない	28.3	(83.5)
5. 不安や悩みを解消してくれる情報・コンテンツに触れたい	27.1	(73.1)
6. 前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい	26.5	(82.2)
7. 信頼できる個人からの情報に触れたい	26.3	(71.7)
8. 情報は自分で取捨選択したい	25.7	(91.0)
9. 気晴らしになる情報・コンテンツに触れたい	23.1	(72.9)
10. 海外の情報に触れたい	21.3	(62.3)

# 平塚の視点： “増えた時間” の行方

前向きな気持ちになれる情報・コンテンツに触れたい



# 平塚の視点： “増えた時間” の行方

## 生活者インタビューから

### なんとなくTVを見てるより 楽しいこと

みんな、以前よりも早く家に戻るようになってるんじゃないかな。今はスマホのゲームに時間をかけてる。会ったことない人とチームを組んでワイワイやって楽しい。なんとなくTVを見る時間が単純に増えるだけ…というのなんかね。

最近ではコロナも落ち着いてきて外に出る人も増えてきたので、ゲームもいいけど、大人数でサッカーとかフットサルをしたいなと思ってる。



(男性・30代)

### 没頭できるのはいいな と思った

ずっと一日中スマホを見てたんだけど、友人から「太宰治へのまなざし」というちょっと評論チックな本をお勧めされたので読まなきゃで読んだ。

久しぶりにSNSから離れて、なんかいいなって思った。その世界に入り込む感覚が、SNSだとあまりないなって思って。すぐにお勧めとか関連のいろいろな情報が出てくるので。1つのことに没頭できるのはいいなと思った。

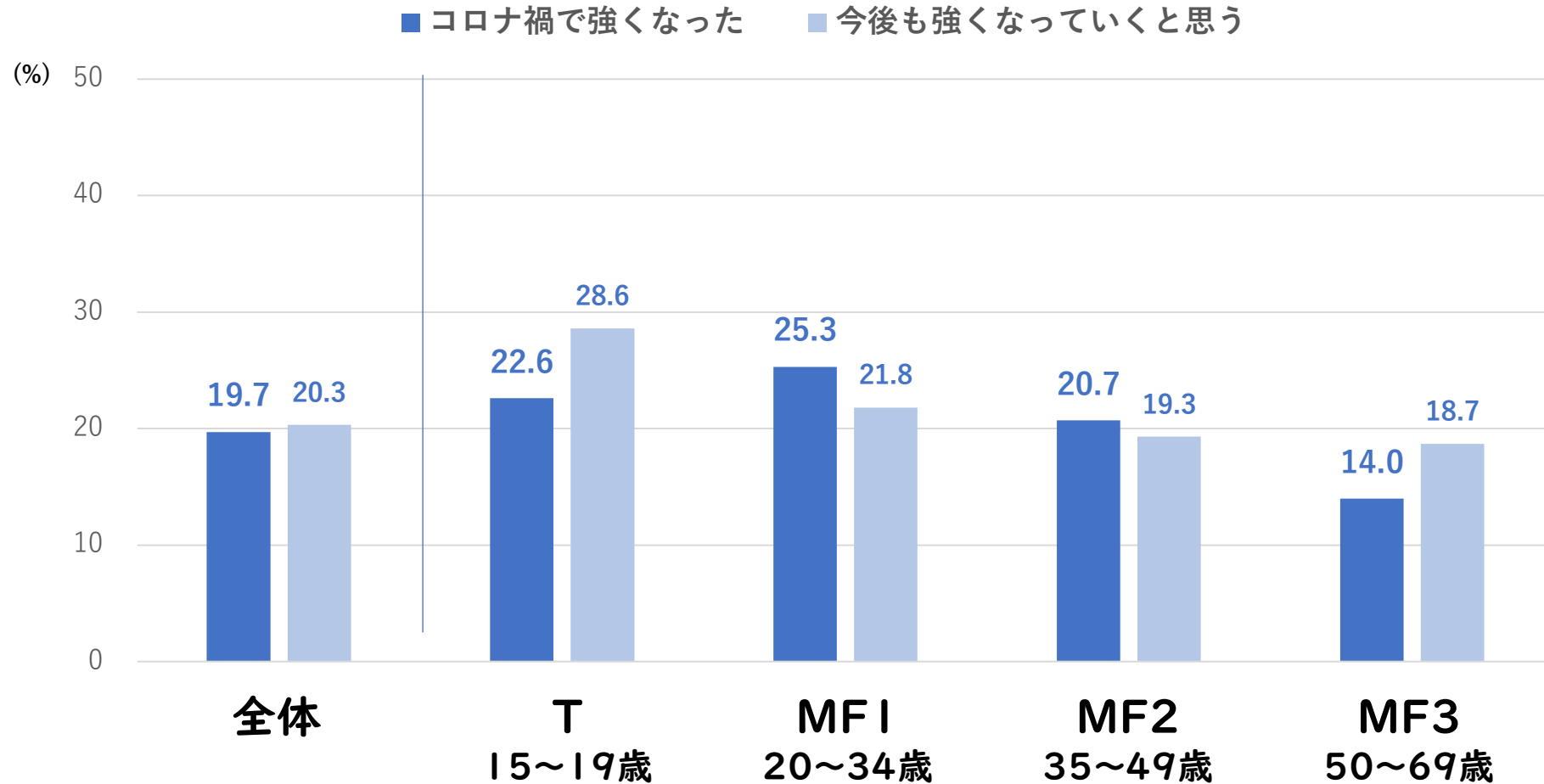


(女性・20代)



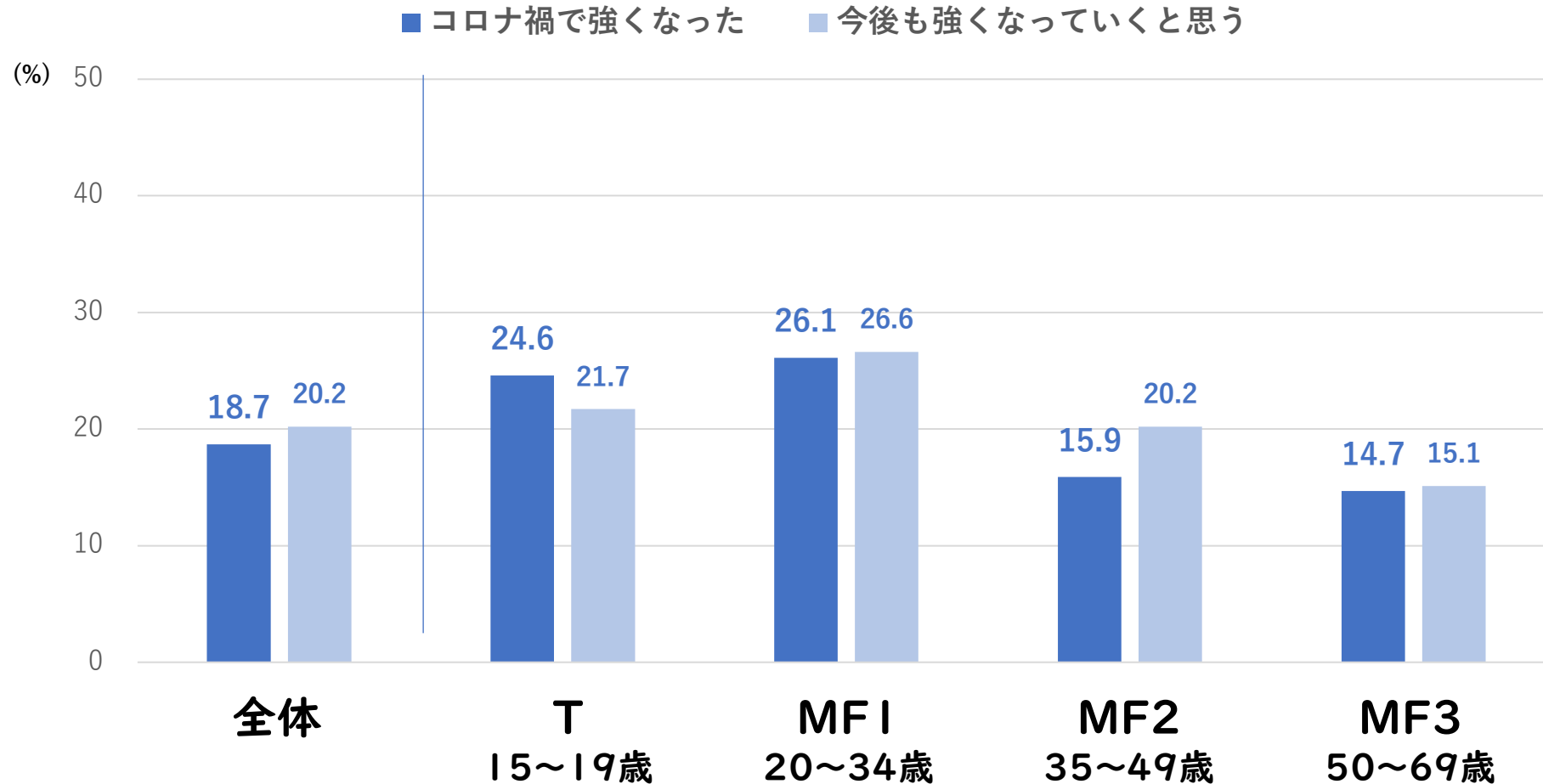
# 平塚の視点： “増えた時間” の行方

情報・コンテンツになんとか触れている時間を減らしたい



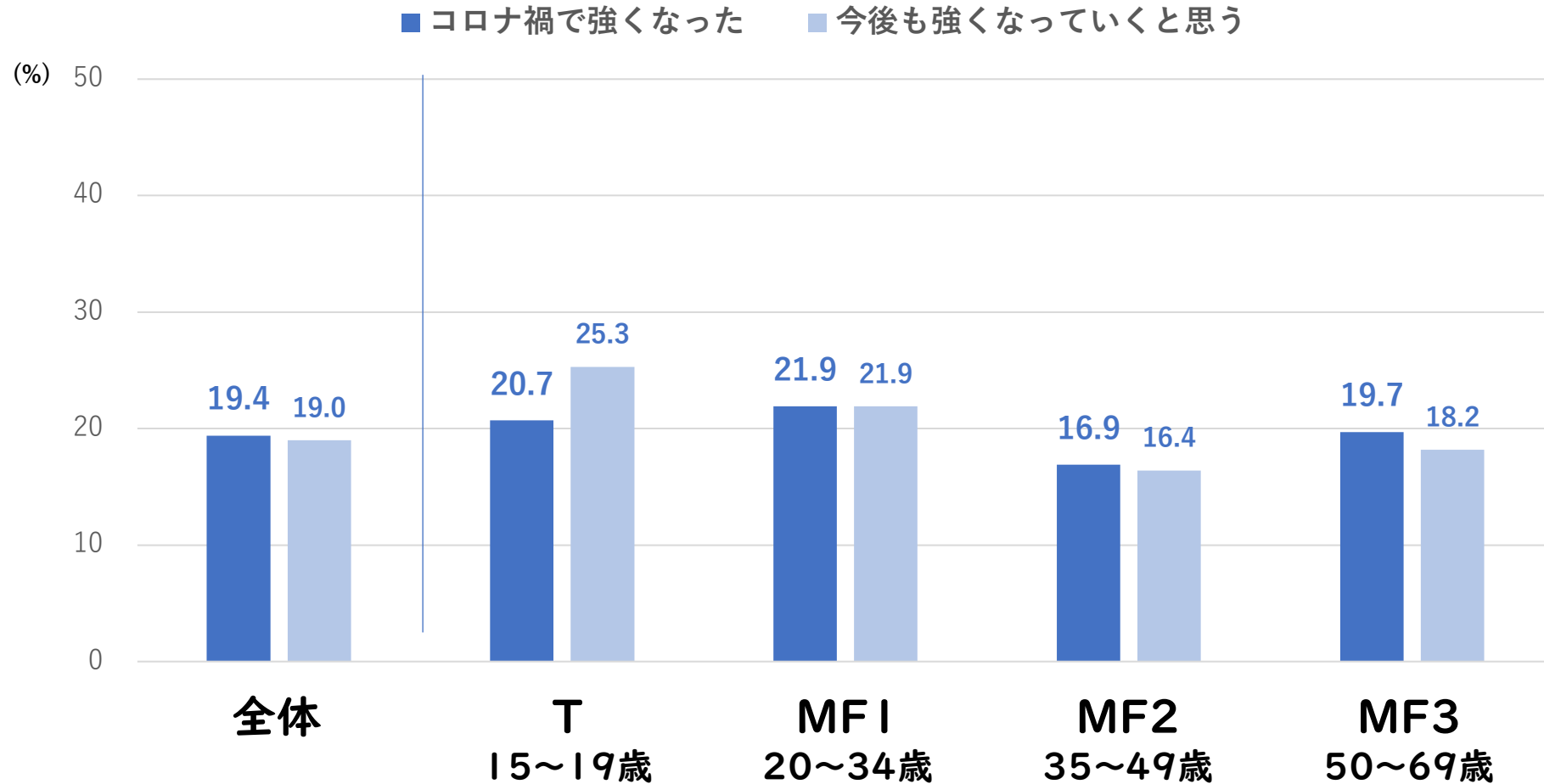
# 平塚の視点： “増えた時間” の行方

## メディアに触れない時間をつくりたい



# 平塚の視点： “増えた時間” の行方

## 本をじっくり読みたい



- ギア比の異なる「タイパ」
- 没頭・深さ・味わい
- コンテンツ⇔時間⇔スクリーン
- AI時代の「人間」論



# コロナ禍で変わらなかったこと

## 「コロナ禍でも変わらなかった」意識行動ランキング

(50%以上が「あてはまる」且つ「変わらなかった」が高い項目)

### T (15～19歳)

	変わら なかった	あてはまる
1. 広告は役に立つと思う	78.1	(65.4)
2. 情報・コンテンツは無料で手に入るものだけで十分だと思う	76.1	(75.1)
3. コンテンツを選ぶときは失敗しないように口コミやネットの情報を参考にしたい	75.1	(62.5)
4. 接触する情報・コンテンツは多ければ多いほどよいと思う	74.2	(51.9)
5. メディアに触れている時間のコスバ(タイパ)が気になる	73.3	(62.5)

### MF1 (20～34歳)

1. 広告は役に立つと思う	79.4	(59.7)
2. 友人・知人と共通の話題になる情報・コンテンツに触れたい	78.2	(55.4)
3. メディアに触れている時間のコスバ(タイパ)が気になる	77.2	(55.2)
4. コンテンツを選ぶときは失敗しないように口コミやネットの情報を参考にしたい	77.0	(57.9)
5. 世相やニュースをやさしく説明かしてくれる情報・コンテンツに触れたい	76.7	(63.6)

### MF2 (35～49歳)

1. コンテンツを選ぶときは失敗しないように口コミやネットの情報を参考にしたい	82.4	(52.8)
2. 情報・コンテンツは無料で手に入るものだけで十分だと思う	80.9	(67.9)
3. マスメディアとソーシャルメディアの両方にバランスよく触れたい	79.5	(68.5)
4. 感動する情報・コンテンツに触れたい	79.3	(65.2)
5. 自分が好きな情報・コンテンツだけに触れていたい	79.3	(68.9)

### MF3 (50～69歳)

1. 広告は役に立つと思う	86.2	(64.7)
2. 自分の知識をアップデートしてくれる情報・コンテンツに触れたい	83.7	(76.1)
3. 情報・コンテンツは無料で手に入るものだけで十分だと思う	83.0	(76.4)
4. マスメディアとソーシャルメディアの両方にバランスよく触れたい	82.1	(66.9)
5. 仕事に役立つ情報・コンテンツに触れたい	82.1	(54.8)

単位：%

「失敗したくない」「タイパ」「マスとネットのバランス」…といった項目は、コロナ禍の影響が少ない

## 「コロナ禍で変わったこと」3つの視点



新美の視点



菌田の視点



平塚の視点

問題意識

情報の  
“信頼性”

メディアの  
“コト化”

“増えた時間”  
の行方

背景となる要素

社会不安

行動制限

生活時間変化

他にも様々な考察ができると思います。  
調査データにご興味ある方はお問合せください。