リモートワーク時代の暮らしにおける

生活者インサイト

- 調査レポート -

オージス総研

本レポート内容の著作権等の権利は、オージス総研に属します。書面による事前の許可なく、変更・送信・複製・他者への配布はできません。許諾を受けずに本レポートを公表、又は再配布することは禁止されています。

調査概要

新型コロナウイルスの影響によって生活者のライフタイルが変わり、商品・サービス開発やマーケティング活動全般の在り方も変わってきている中、オージス総研では、今後の潮流を考察するため、リモートワークにおける生活者データを収集し、今注目すべき6つの生活者インサイトを導出しました。各企業様の商品・サービス開発など、マーケティング活動全般のご支援に活用していきたいと思います。

調査データ

調査対象者

弊社契約の生活者リサーチパートナー、
および弊社社員

期間

2020年3月～5月

調査内容

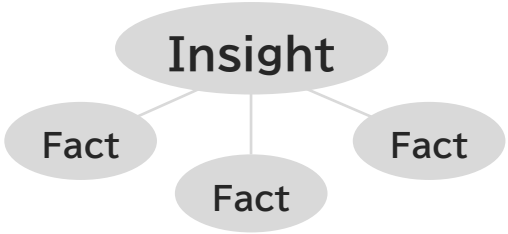
自分自身や家族の生活の中で「変化したこと、目につくようになった、意識するようになったこと、感情や気持ちの変化」についてのデータ（124データ）を収集

インサイトについて

インサイトとは、

複数の事実を総合的に俯瞰し、
統合することで導き出される本質的な仮説

と弊社では定義しています



Copyright © OGIS-RI Co.,Ltd. All rights reserved.

次ページから、6つのインサイトのご紹介！ →

Insight

ささやかだけど
生きているという感覚

自粛期間中にハマったガーデニング
木々の葉っぱがゆれ、花が咲く様子に
「わたし、生きている」と感じる

ささやかだけど、生きているという感覚ーーー

コロナで何もかもが止まってしまい
普段なら気づかない日々の小さくて静かな暮らしが目に留まる

月9ドラマのようなドラマチックなストーリーは今はいらない
朝ドラのような日々の楽しみが欲しい

時間が動いていると感じたい
生きているという実感が欲しい

そんな気持ちが働いたからか、人工的、無機質なモノへ拒否反応が起きたり
食を楽しむことで心が弱らないように自衛するような行動が見られた

オーシス総研 Copyright © OGIS-RI Co.,Ltd. All rights reserved.

1 工場生産の画一性 ＝人工感・無機質・冷たさへの拒否

30代女性／一人暮らし

昼食を買おうとコンビニに立ち寄った。昼前で多くの商品があり選び放題だったが、見ているだけで疲れて、家のものを食べようと何も買わずに帰った。多種多量の商品を見るだけで疲れた＆「完成されたモノ」としての商品の存在に疲れた（家庭料理の素朴さと逆）のが理由だと思う。

2 “生存のため”ではなく “楽しむため”の食事で心に栄養を

30代女性／夫、4歳、2歳の子どもと同居

まだまだ友人と会って気晴らしをすることが出来ない。その分、食べる事に興味がどんどん湧く。買い物に行く度に新しい物に目が行き、コーンフレークも次々と違う種類に挑戦している。

50代男性／単身赴任

これまではあまり利用していなかった全国のいろんなのこだわりのレトルトカレーやハヤシライスが想像以上に美味しい。スーパの売り場にコーナーがあって手軽に買うことができるので、外食する代わりに利用する機会が増えた。

3 自粛中でも楽しんでいるという実感、モノを買えるという余裕を感じたい

60代男性／妻・母と同居

お酒が大好きで、今までは付き合いでいろいろな居酒屋でお酒を楽しんでいた。それが無くなった今は自宅で飲む機会が増え、お酒は散歩や会社帰りに自分でお店で買うようになった。お店で飲むよりは安くつくと思うと、つい高めのお酒を買ってしまっている。

本資料にご興味をお持ちいただけましたら、
フルバージョンのダウンロードをお申し込みください。
一度お申し込みいただくと、行動観察に関連した掲載資料を
すべてダウンロードいただけます。

お申し込み

Copyright © OGIS-RI Co.,Ltd. All rights reserved.