



2023年10月31日

**特別アンケート「アフターコロナ期の意識と行動」
～コロナ禍を通じた働く人の意識と行動変容に関する調査～**

株式会社ひろぎんホールディングス（社長 部谷 俊雄）は、特別アンケート「アフターコロナ期の意識と行動～コロナ禍を通じた働く人の意識と行動変容に関する調査～」をとりまとめたので、お知らせいたします。

以 上

本件に関するお問い合わせ先
株式会社ひろぎんホールディングス
経済産業調査部 経済産業調査グループ
TEL (082) 245-5151 (代表)

アフターコロナ期の意識と行動

～コロナ禍を通じた働く人の意識と行動変容に関する調査～

【要約】

■アフターコロナ期の行動

- ・実店舗での買い物や映画館での映画鑑賞など、コロナ禍で減少した行動の多くはコロナ禍前の水準を回復するとみられる。ただし、デジタル化の進展に伴いオンライン会議等が普及した出張や、職場関連の外出などはコロナ前の水準に回復しない可能性がある。
- ・コロナ禍で増加した行動では、キャッシュレス決済の利用等がさらに拡大するとみられるが、フードデリバリーや飲食店のテイクアウトなどは減少する公算が大きい。

■職場や職業に対する意識の変化

- ・コロナ禍を経て、自身の職場や職業に対する意識に「変化があった」と回答した人は31.8%で、多様な働き方や自身の収入増に対する関心が高まっている。
- ・アフターコロナ期におけるテレワークの実施率は15.2%と、コロナ禍（18.1%）から幾分低下したが、テレワーク経験者の6割近くが「今後も行いたい」と回答している。
- ・コロナ禍以降現在までに「転職をした」人は14.2%、「転職を検討した」人は25.4%と、合わせて約4割に達している。転職先を選ぶ上で重視すること（仕事内容以外）として、「勤務先が自宅から近いこと」および「賃金の水準」が上位となっている。
- ・生成AIの利用拡大により、4割近くの人が自身の仕事内容が「変化する」と考えており、新たなスキルの習得の必要性や、新しい発想や知識を生かす必要性を挙げる人が多い。

■経済社会環境の変化に対する意識

- ・物価上昇について、「今後も上がっていく」と回答した人が8割近くを占めたのに対し、賃上げの動きが「続く」と考える人は3分の1にとどまった。
- ・今後5年程度を展望して不安に思うことは、「さらなる物価上昇」が約5割を占めて最も多く、「新たな税負担の増大」および「老後資金の不足」も3割を超えている。
- ・こうした中で、金融商品に対する投資を「増やしたい」あるいは「始めたい」とする人は半数以上を占めている。

調査概要

【調査方法】 調査会社を通じたインターネットによるアンケート調査

【調査時期】 2023年9月13日～18日

【調査対象】 広島県内在住の20代～50代の会社員1,240人

（非正規社員を含む、アルバイトを除く）

年代別の人数と構成比は以下のとおり

（単位：人、%）

年代	20代	246 (19.8)	30代	286 (23.1)	40代	378 (30.5)	50代	330 (26.6)
----	-----	------------	-----	------------	-----	------------	-----	------------

（注）括弧内は構成比

はじめに

新型コロナウイルス感染拡大を受けて「非接触」が強く意識される中、巣ごもり需要が拡大し、デジタル化が加速。この間、国際商品市況の高騰や円安進行を受けてインフレが進むなど、コロナ禍（※1）は経済社会活動や私たちの暮らしに大きな影響を及ぼした。

本稿では、コロナ禍で起きた変化がアフターコロナ期を迎えてどうなるか、働く人たちは意識や行動をどう変化させているかを中心に実施したアンケートの内容をまとめた。

（※1）本稿では、コロナ禍を「2020年3月～2023年4月」、アフターコロナ期を「2023年5月以降」としている。

I. アフターコロナ期の行動

1. 実店舗での買い物等が回復

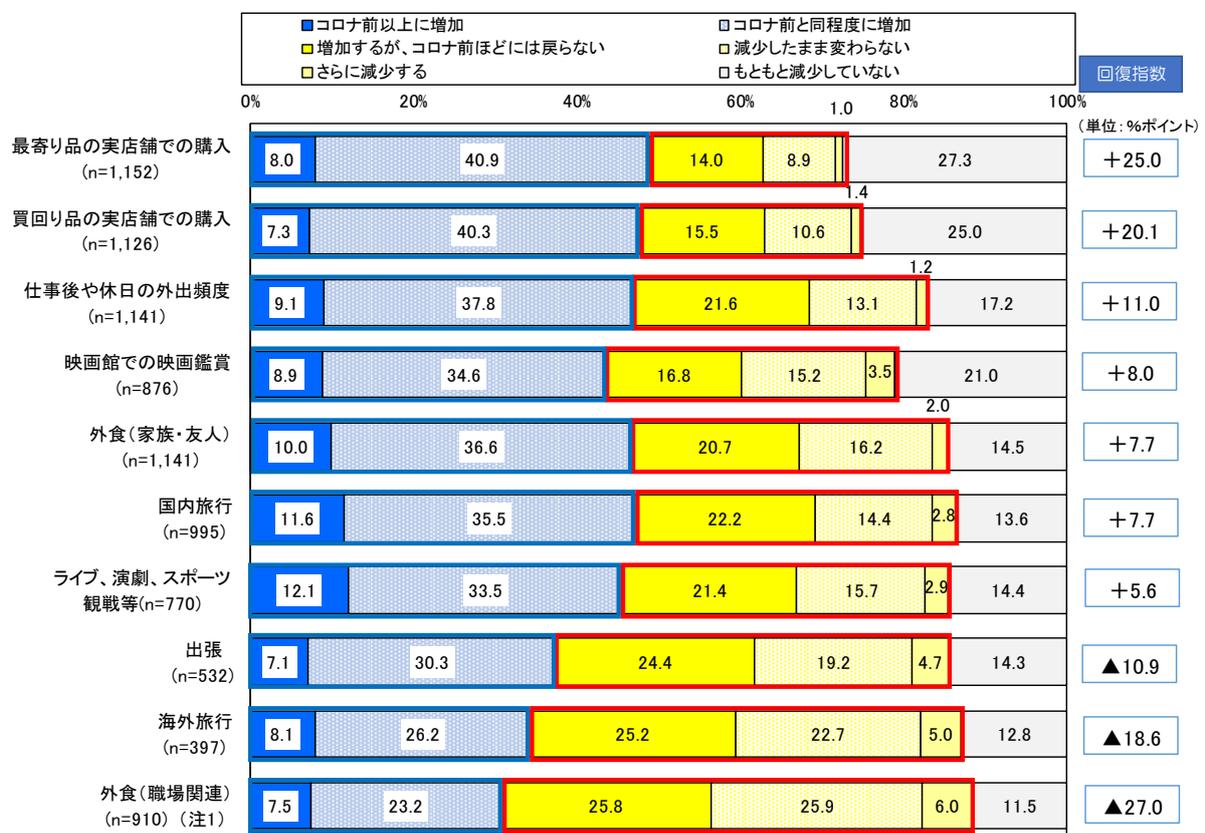
コロナ禍で減少した10の行動の「回復指数」（※2）は、「最寄り品の実店舗での購入」（+25.0%ポイント、以下数値のみ）および「買回り品の実店舗での購入」（+20.1）のほか、7の行動でプラスとなった（図表1）。

一方、「外食（職場関連）」（▲27.0）、「海外旅行」（▲18.6）、「出張」（▲10.9）の3行動はいずれも2桁のマイナスとなった。

（※2）回復指数

アフターコロナ期において、コロナ禍で減少した行動が「コロナ前以上に増加」と「コロナ前と同程度に増加」を合わせた割合から「増加するが、コロナ前ほどには戻らない」、「減少したまま変わらない」、「さらに減少する」を合わせた割合を引いた数値を「回復指数」と定義。「プラス」がコロナ禍前の水準あるいはコロナ禍前の水準以上に回復する目安。

図表1 アフターコロナ期における行動（コロナ禍で減少した行動）



（注1）外食（職場関連）は、会社の上司・同僚との会食や取引先との会食を指す

（注2）該当なしを除く

2. キャッシュレス決済が拡大

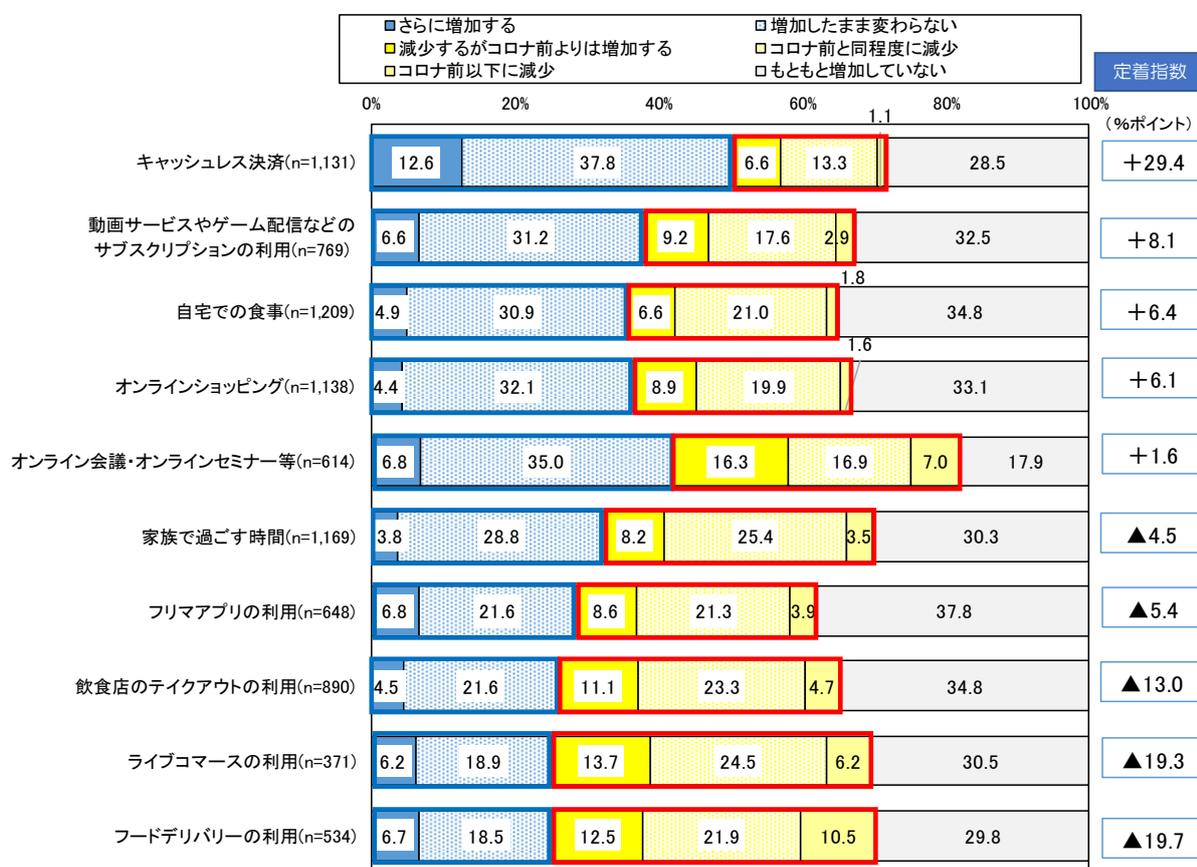
コロナ禍で増加した10の行動の「定着指数」(※3)は、「キャッシュレス決済」(+29.4)が突出して高く、「動画サービスやゲーム配信などのサブスクリプションの利用」(+8.1)、「自宅での食事」(+6.4)等と続いた(図表2)。

一方、「フードデリバリーの利用」(▲19.7)、「ライブコマースの利用」(▲19.3)、「飲食店のテイクアウトの利用」(▲13.0)等は2桁のマイナスとなっている。

(※3) 定着指数

アフターコロナ期において、コロナ禍で増加した行動が「さらに増加する」と「増加したまま変わらない」を合わせた割合から「減少するがコロナ前よりは増加する」、「コロナ前と同程度に減少」、「コロナ前以下に減少」を合わせた割合を引いた数値を「定着指数」と定義。「プラス」がアフターコロナ期においても増加・定着する目安。

図表2 アフターコロナ期における行動(コロナ禍で増加した行動)



(注)該当なしを除く

3. 回復・定着する行動と回復しない・縮小する行動

前記結果をまとめたのが次頁図表3である。

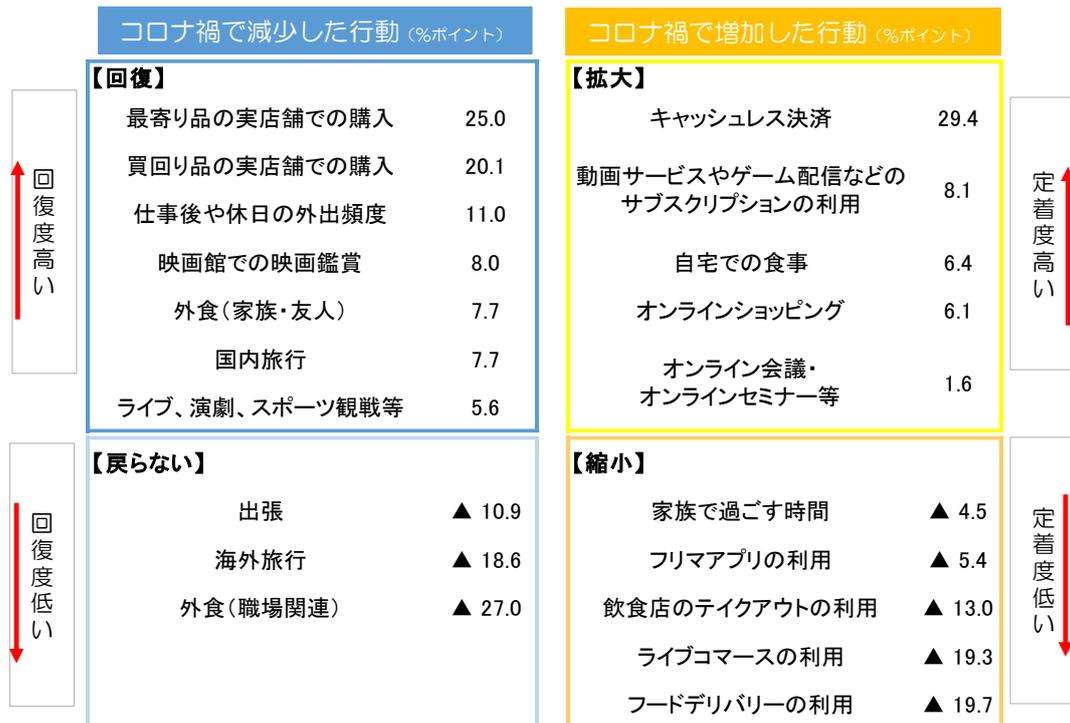
まず、実店舗での買い物や映画館における映画鑑賞、家族・友人との外食や国内旅行、ライブ・演劇・スポーツ観戦など、コロナ禍で減少した行動の多くは、コロナ禍前の水準を回復し、場合によっては、コロナ禍前の水準を上回るとみられる。

ただし、デジタル化の進展により、代替手段(オンライン会議・セミナー等)の有効性が認知され、コスト削減にも繋がる出張のほか、頻度や必要性自体が見直された可能性がある外食(職場関連)等は、コロナ禍前水準への回復は期待し難いと考えられる。なお、海外旅行については、不安定な国際情勢や円安進行の影響を受けている可能性がある。

一方、コロナ禍で増加した行動では、キャッシュレス決済の利用がさらに拡大するほか、サブスクリプションの利用や自宅での食事、オンラインショッピング、オンライン会議・セミナー等も定着するとみられる。

ただし、非接触下の巣ごもり需要を背景に増加した「飲食店のテイクアウトの利用」、「フードデリバリーの利用」等の行動は、アフターコロナ期において減少する公算が大きい。

図表3 コロナ禍で変化した行動の回復度・定着度



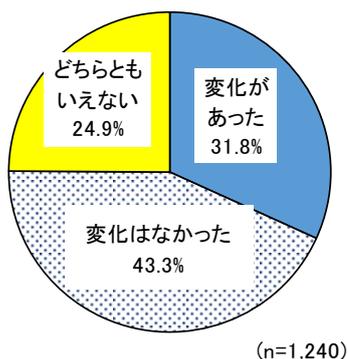
II. 職場や職業に対する意識の変化

1. 意識に変化があった人は約3割

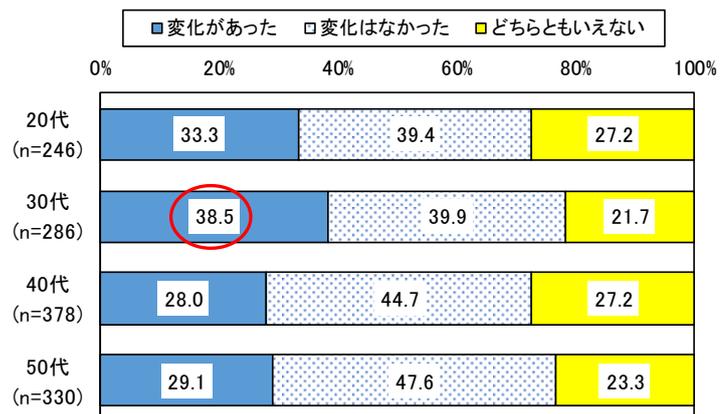
コロナ禍を経て、自身の職場や職業に対する意識の変化があったかを尋ねたところ、全体の31.8%が「変化があった」と回答した(図表4)。

この割合は30代(38.5%)で最も高く、20代(33.3%)が続いている(図表5)。

図表4 職場や職業に対する意識の変化



図表5 職場や職業に対する意識の変化(年代別)

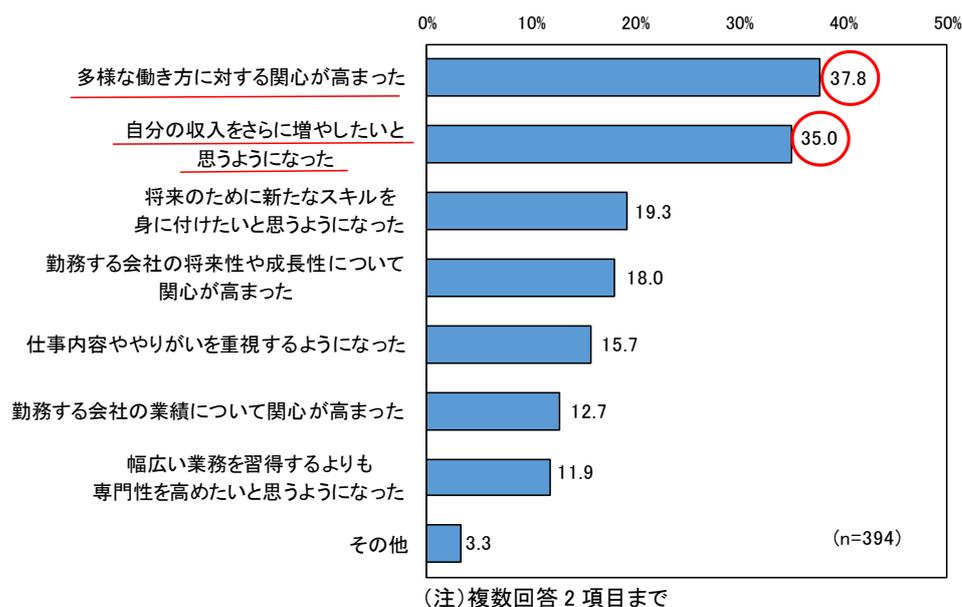


2. 「多様な働き方」と「収入」を意識

自身の職場や職業に対する意識に「変化があった」と回答した人にその内容について尋ねたところ、「多様な働き方に対する関心が高まった」(37.8%) および「自分の収入をさらに増やしたいと思うようになった」(35.0%) を挙げる割合が高くなっている(図表6)。

コロナ禍において時差出勤やテレワークをはじめとする働き方の選択肢が広がったほか、一部業種や企業では休業を余儀なくされ、収入に対する不安感が強まったことが背景にあるとみられる。

図表6 職場や職業に対する意識変化の内容



年代別には、各年代とも上位2項目は全体と同様であるが、40代以上では「多様な働き方」、30代以下では「収入」に対する意識の変化を挙げる割合が相対的に高い(図表7)。

なお、「将来のための新たなスキル」は30代、「会社の将来性・成長性」は20代、「仕事内容ややりがい」は30代と40代、「会社の業績」は50代、「専門性」は20代と30代で挙げる割合が高い。

図表7 職場や職業に対する意識変化の内容(年代別)

(単位: %)

変化の内容	20代 (n=82)	30代 (n=110)	40代 (n=106)	50代 (n=96)
多様な働き方に対する関心が高まった	34.1	36.4	42.5	37.5
自分の収入をさらに増やしたいと思うようになった	39.0	40.9	26.4	34.4
将来のために新たなスキルを身につけたいと思うようになった	18.3	23.6	17.9	16.7
勤務する会社の将来性や成長性について関心が高まった	24.4	15.5	21.7	11.5
仕事内容ややりがいを重視するようになった	12.2	19.1	19.8	10.4
勤務する会社の業績について関心が高まった	11.0	10.9	10.4	18.8
幅広い業務を習得するよりも専門性を高めたいと思うようになった	14.6	15.5	6.6	11.5

(注)複数回答 2項目まで

3. 働き方の変化

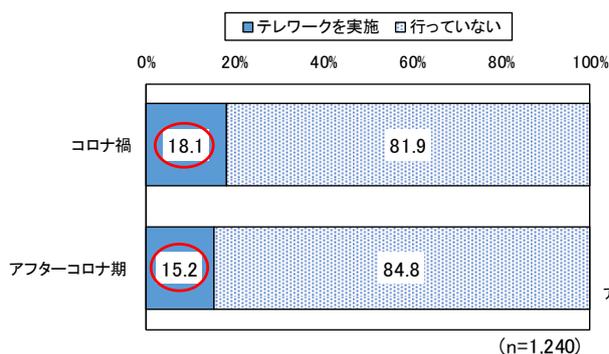
(1) テレワーク

①テレワーク実施率はやや低下

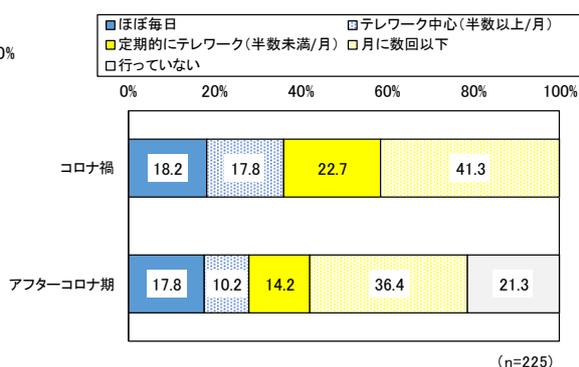
テレワークの実施状況を尋ねたところ、アフターコロナ期の実施率は15.2%と、コロナ禍（18.1%）から幾分低下した（図表8）。

また、実施頻度も減少しており、コロナ禍でのテレワーク経験者のうち21.3%の人がアフターコロナ期では「行っていない」と回答している（図表9）。

図表8 テレワークの実施率



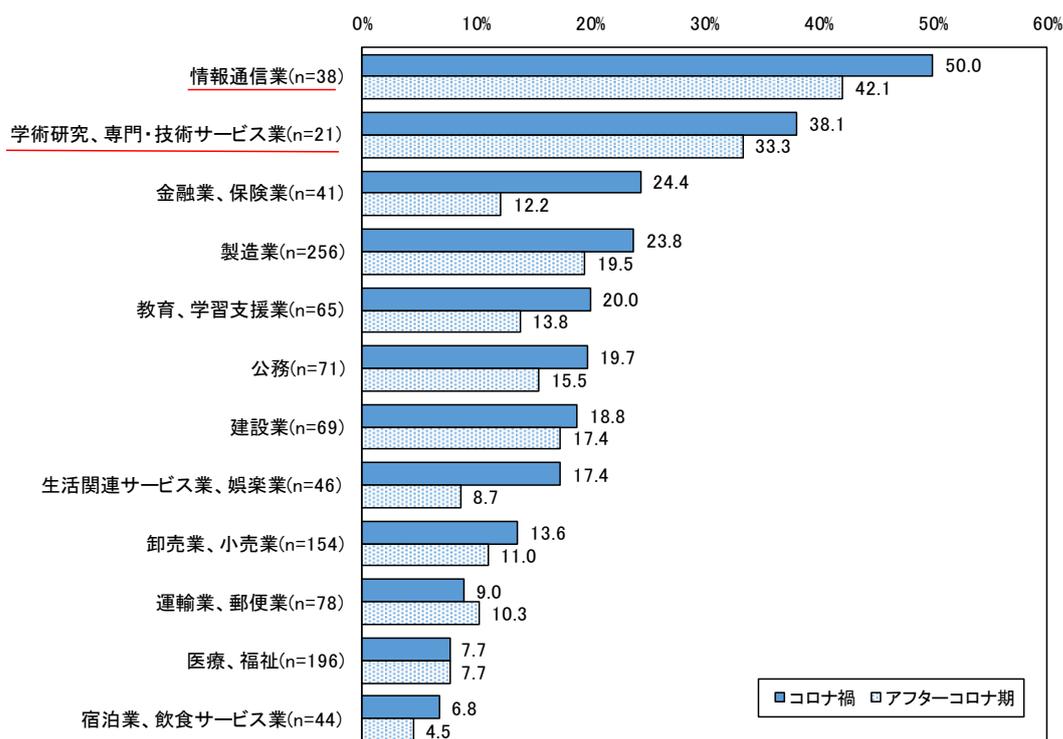
図表9 テレワークの頻度



②実施率上位は「情報通信業」、「学術研究、専門・技術サービス業」

テレワークの実施状況を回答者の就業先の業種別にみると、実施率は「情報通信業」（コロナ禍：50.0%→アフターコロナ期：42.1%）が最も高く、次いで「学術研究、専門・技術サービス業」（同 38.1%→33.3%）となっている（図表10）。この2業種においても実施率は低下しているが、なお高い水準を維持している。

図表10 テレワークの実施率（業種別）

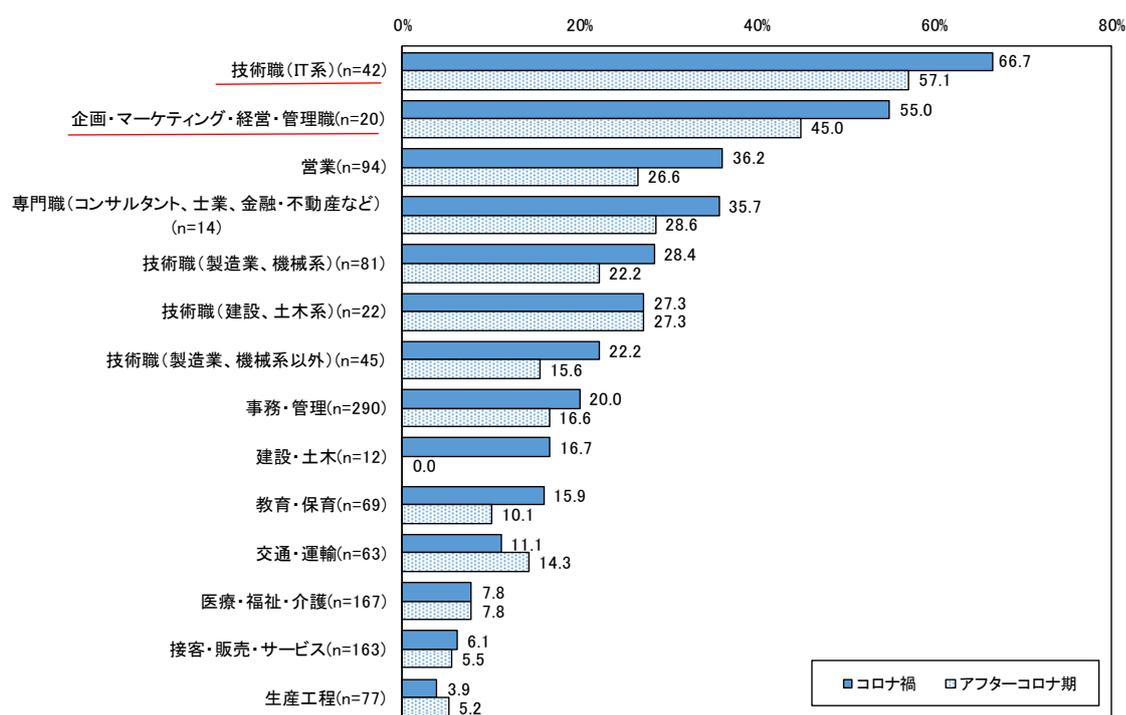


③技術職を中心に実施率が高い

実施率を職種別にみると、「技術職（IT系）」（同 66.7%→57.1%）や「企画・マーケティング・経営・管理職」（同 55.0%→45.0%）はアフターコロナ期においても高い水準を維持している（図表 11）。

また、「営業」や「専門職（コンサルタント、工業、金融・不動産など）」、「技術職（製造業、機械系）」、「技術職（建設、土木系）」もアフターコロナ期において 2 割以上の実施率を維持しており、「技術職（建設、土木系）」や「医療・福祉・介護」のように、コロナ禍の実施率を維持している職種もみられた。

図表 11 テレワークの実施率（職種別）



テレワークとオンライン会議・セミナー

「オンライン会議・セミナー」の定着指数を職種別にみると、「企画・マーケティング・経営・管理職」（31.6%）が最も高く、次いで「技術職（IT系）」（25.7%）等となっており、テレワーク実施率の高い職種が上位を占めている（図表 12）。

また、テレワーク実施率がアフターコロナ期においても低下していない「医療・福祉・介護」および「技術職（建設、土木系）」の定着指数も比較的高い。

図表 12 オンライン会議・セミナーの定着指数（上位 5 職種）

（単位：%ポイント）

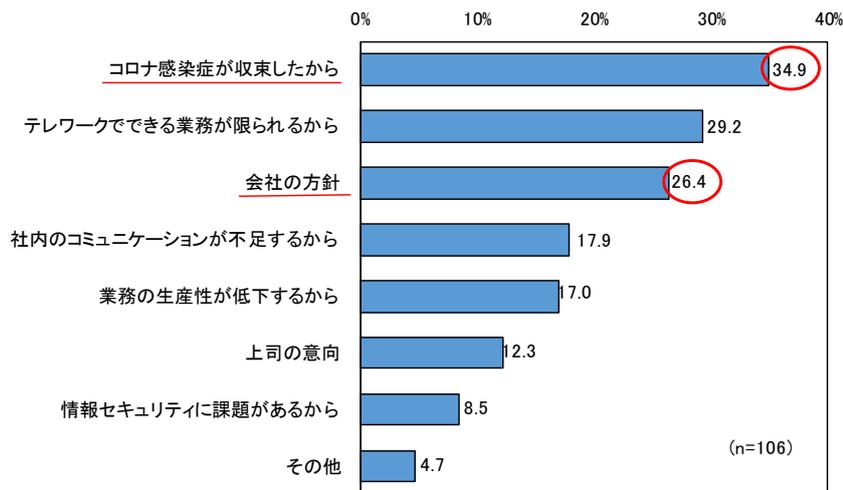
職種	定着指数
企画・マーケティング・経営・管理職	31.6
技術職(IT系)	25.7
専門職(コンサルタント、工業、金融・不動産など)	16.7
医療・福祉・介護	14.8
技術職(建設、土木系)	14.3

④「コロナの収束」を受けて減少

テレワークの実施頻度が減少した人にその理由を尋ねたところ、「コロナ感染症の収束」が3分の1以上、「会社の方針」が4分の1を占めており、テレワークが“コロナ禍の一時的な対応”に止まっているケースが多い結果となった（図表13）。

また、「テレワークのできる業務に限られる」のほか、「社内のコミュニケーションの不足」や「業務の生産性低下」を挙げる割合も一定程度あり、実施のための環境整備や業務プロセスの見直し等も課題として残っている。

図表13 テレワークの減少理由



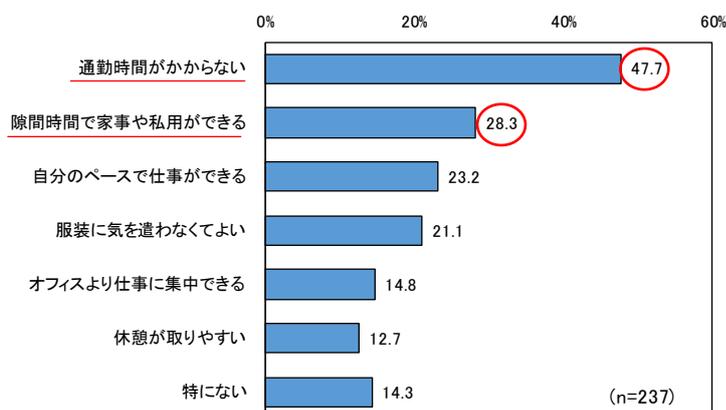
(注)複数回答 2項目まで

⑤再拡大の余地あるテレワーク

テレワークを実施して良かったことを経験者に尋ねたところ、「通勤時間がかからない」(47.7%)を挙げる割合が最も高く、「隙間時間で家事や私用ができる」(28.3%)が続いている（図表14）。すなわち、時間の有効活用ができる点を最大のメリットとして感じている人が多いことが窺える。

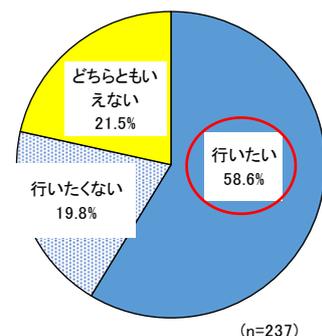
また、テレワーク経験者の6割近くが今後もテレワークを「行いたい」と回答しているが（図表15）、上記減少理由をみると、企業側と働き手側でテレワークに対する認識に差があるとも考えられる。こうした認識の共有やテレワーク実施上の課題解決が進めば、多様な働き方の手段の一つとしてテレワークが再拡大する余地はあるとみられる。

図表14 テレワークを実施して良かったこと



(注)複数回答 2項目まで

図表15 テレワークの今後の意向



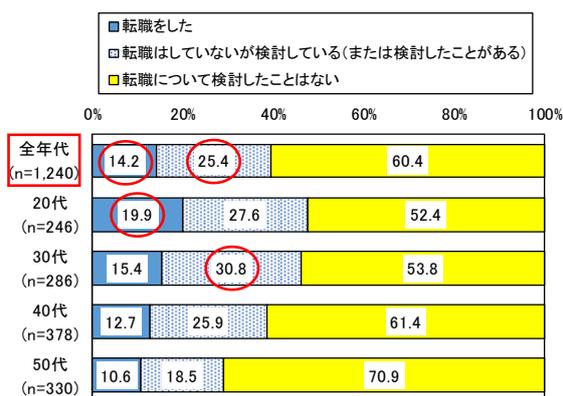
(2) 転職

① 「転職をした人」は14.2%

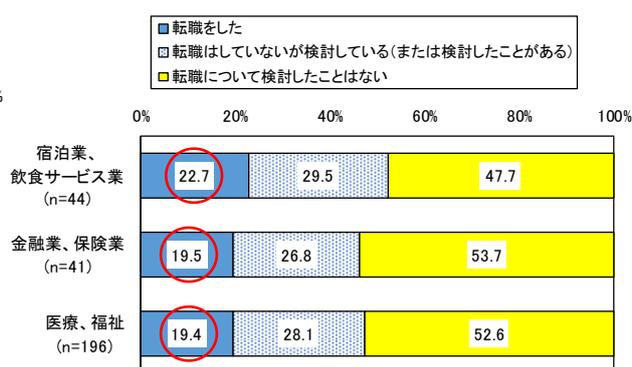
コロナ禍以降現在までに「転職をした」人（以下、転職経験者）は全体の14.2%、「転職を検討している（または検討したことがある）」（以下、転職検討者）人は25.4%であった（図表16）。転職経験者の割合は20代で約2割、転職検討者の割合は30代で約3割を占めるなど、若い世代で高くなっている。

また、転職経験者を業種別にみると、コロナ禍で大きな影響を受けた「宿泊業、飲食サービス業」や「医療・福祉」のほか、「金融業・保険業」で2割前後を占めている（図表17）。

図表16 コロナ禍の転職の状況（年代別）



図表17 コロナ禍の転職の状況（上位3業種）

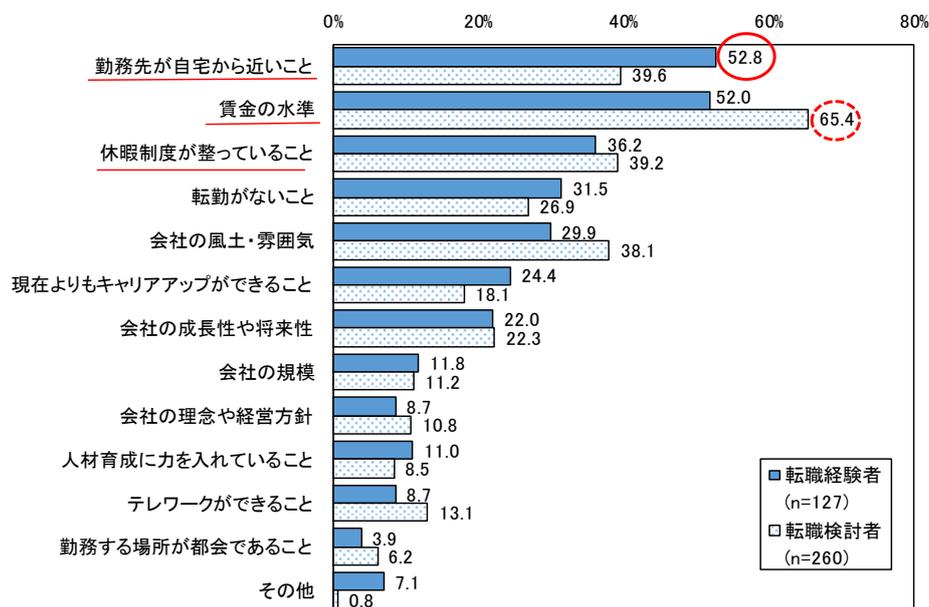


② 「勤務する場所」も職場を選ぶ上でのポイント

正社員に転職先を選ぶ上で重視する点（仕事内容以外）を尋ねたところ、転職経験者は「勤務先が自宅から近いこと」（52.8%）、転職検討者は「賃金の水準」（65.4%）を挙げる割合が最も高い（図表18）。勤務地と賃金は、両者ともに重視する上位2項目であるが、両者の差もこの2項目で最も大きくなっている。すなわち、転職の検討段階では処遇面を第一に考えるも、実際の転職場面では、通勤時間の優先度が上昇する傾向にあると考えられる。

なお、両者ともに「休暇制度が整っていること」等を挙げる割合も高い。

図表18 転職先を選ぶ上で仕事内容以外に重視すること（正社員）



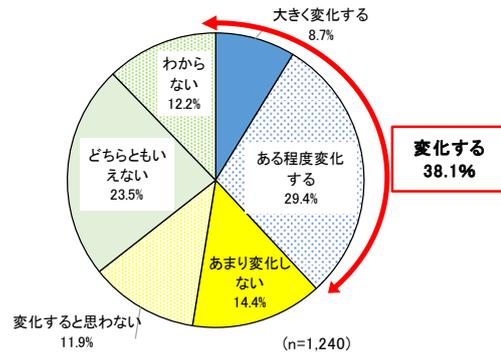
(注)複数回答3項目まで

(3) 生成 AI

①「仕事が変わる」と考える人が4割近く

生成 AI の利用拡大による影響について、自身の仕事内容が「大きく変化する」が 8.7%、「ある程度変化する」が 29.4%、合わせて4割近くの人が「変化する」と回答している（図表 19）。

図表 19 生成 AI の利用拡大による影響



職種別には、「変化する」との回答割合が最も高いのが、「企画・マーケティング・経営・管理職」（75.0%）で、「教育・保育」（55.1%）、「技術職（IT系）」（54.8%）等と続くが、「大きく変化する」と考える割合は「技術職（IT系）」と「教育・保育」で2桁となっている（図表 20）。

業種別には、「金融業、保険業」（63.5%）、「教育、学習支援業」（58.5%）、「学術研究、専門・技術サービス業」（57.1%）等で「変化する」との回答割合が高いが、うち「大きく変化する」と考える割合は「金融業、保険業」に次いで「公務」で高い（図表 21）。

図表 20 生成 AI の利用拡大による影響（上位 5 職種）

職種	変化するの割合	うち大きく変化する
企画・マーケティング・経営・管理職	75.0	0.0
教育・保育	55.1	10.1
技術職 (IT系)	54.8	11.9
営業	46.8	7.4
技術職 (製造業、機械系)	45.7	8.6

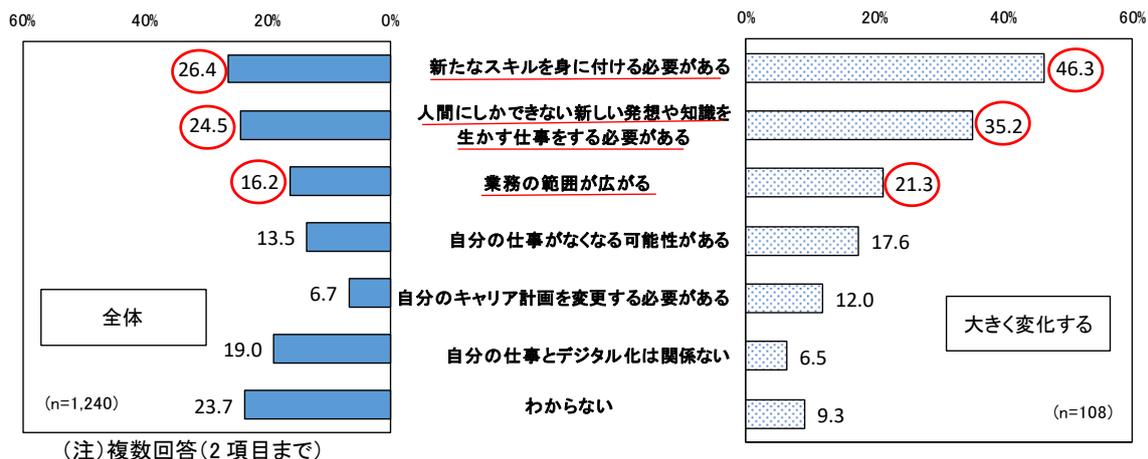
図表 21 生成 AI の利用拡大による影響（上位 5 業種）

職種	変化するの割合	うち大きく変化する
金融業、保険業	63.5	19.5
教育、学習支援業	58.5	10.8
学術研究、専門・技術サービス業	57.1	4.8
情報通信業	50.0	7.9
公務	43.7	12.7

②高まる“学び”に対する意識

生成 AI の利用など、今後、業務のデジタル化が一層進むことをどう捉えているか尋ねたところ、「新たなスキルを身に付ける必要がある」（26.4%）が最も多く、次いで「人間にしかできない新しい発想や知識を生かす仕事をする必要がある」（24.5%）、「業務の範囲が広がる」（16.2%）等の順となっている（図表 22）。

図表 22 デジタル化進展の捉え方



(注)複数回答(2項目まで)

このうち、自身の仕事が「大きく変化する」と考える人は各項目で全体割合を上回っており、新たなスキルの習得など、“学び”の必要性を挙げる人は4割台半ばを占めている。

なお、上位3項目を年代別にみると、「新たなスキルの必要性」および「新しい発想・知識を生かす必要性」については大きな違いは見られないが、「業務の範囲が広がる」との回答割合は若い年代ほど高くなっている（図表 23）。

図表 23 デジタル化進展の捉え方（年代別）

変化の内容	(単位:%)			
	20代 (n=246)	30代 (n=286)	40代 (n=378)	50代 (n=330)
新たなスキルを身に付ける必要がある	24.0	26.9	28.8	24.8
人間にしかできない新しい発想や知識を生かす仕事をする必要がある	24.4	23.4	24.6	25.5
業務の範囲が広がる	23.6	21.3	13.2	9.7

(注)複数回答 2項目まで

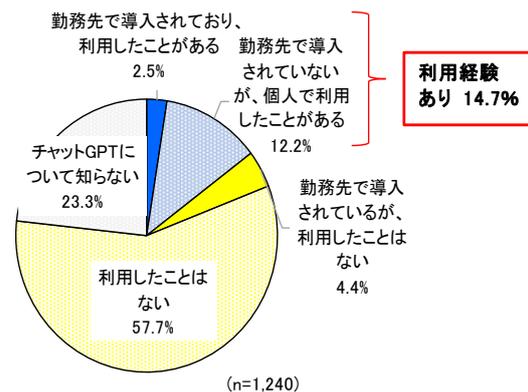
チャット GPT の利用

■チャット GPT の利用経験は 14.7%

チャット GPT の利用について尋ねたところ、利用経験がある人は 14.7%で、うち「勤務先で導入」されている人は 2.5%に止まった（図表 24）。

なお、利用経験に関わらず、「勤務先に導入されている」との回答は 6.9%である。

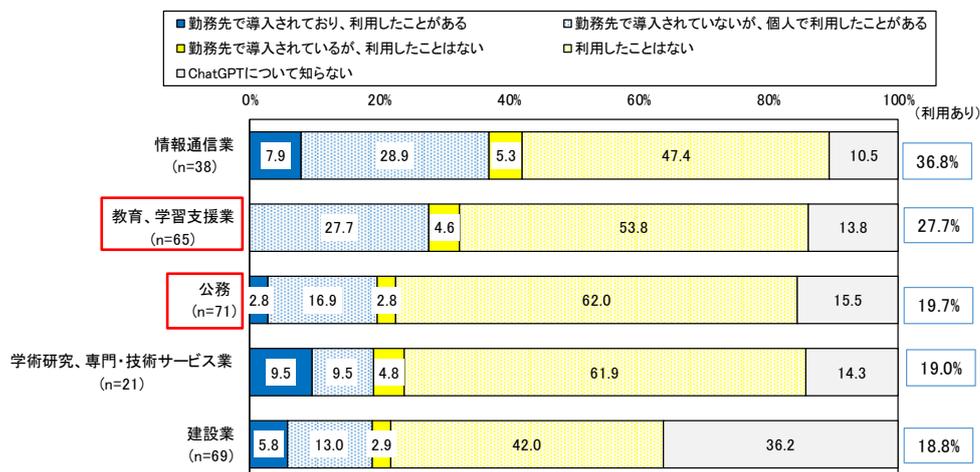
図表 24 チャット GPT の利用状況



■情報通信業、教育・学習支援業、公務等で高い

業種別には、「情報通信業」(36.8%)が最も高く、次いで、「教育、学習支援業」(27.7%)、「公務」(19.7%)等の順となっている（図表 25）。因みに、文部科学省は 2023 年 7 月に「初等中等教育段階における生成 AI の利用に関する暫定的なガイドライン」を、総務省は 2022 年 6 月に「自治体における AI 活用・導入ハンドブック」を公表している。

図表 25 チャット GPT の利用状況（上位 5 業種）



Ⅲ. 経済社会環境の変化に対する意識

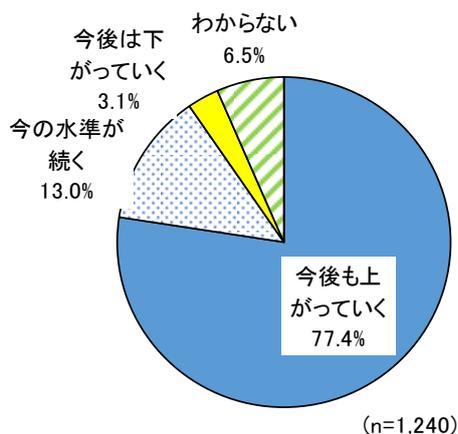
1. 物価上昇と賃金

(1) 「今後も物価は上昇する」と考える人は8割近く

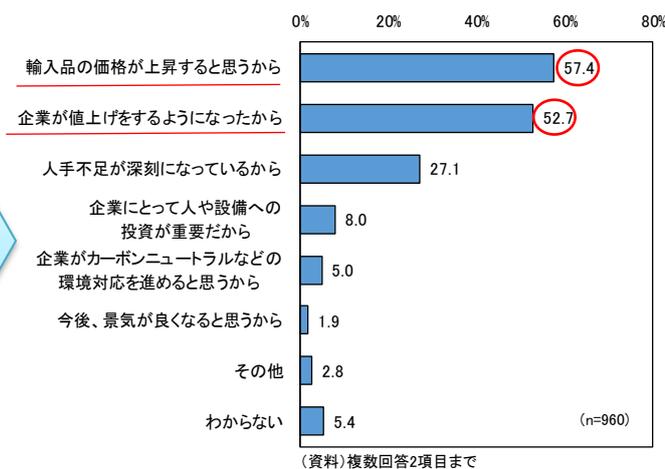
今後のモノやサービス価格の動きについて尋ねたところ、「今後も上がっていく」(77.4%)と回答した人は8割近くに達した(図表26)。

その理由として、「輸入品の価格が上昇すると思うから」(57.4%)および「企業が値上げをするようになったから」(52.7%)を挙げる人がともに5割を超えている(図表27)。

図表26 今後の物価の動き



図表27 物価が上がると思う理由

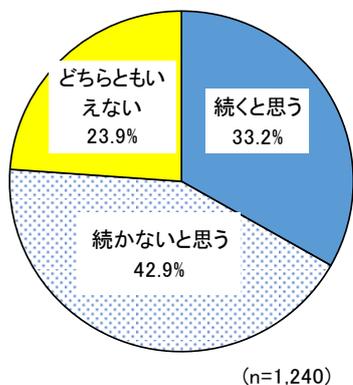


(2) 賃上げが「続くと思う」人は3分の1

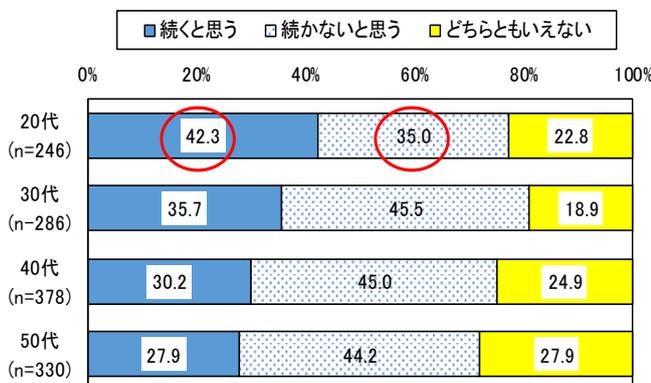
一方、今春以降広がった賃上げの動きについて、来年以降も「続くと思う」(33.2%)人は3分の1にとどまり、「続かないと思う」(42.9%)人の割合を下回った(図表28)。

年代別にも、「続く」が「続かない」を上回ったのは20代のみで、年代が上がるほど「続く」と考える人の割合は低下している(図表29)。

図表28 来年以降の賃上げについて



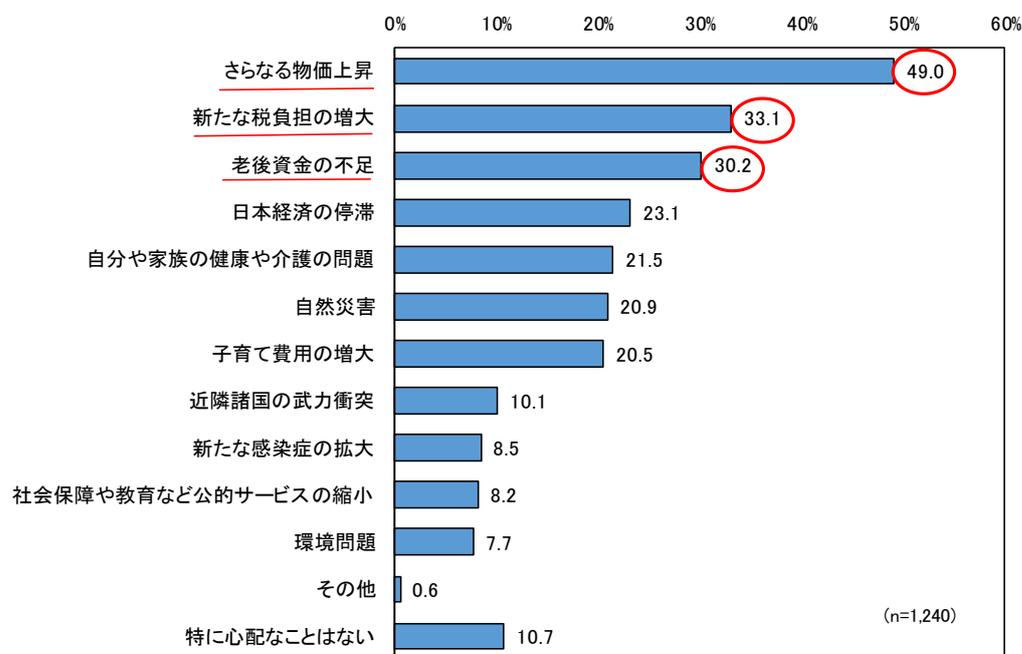
図表29 来年以降の賃上げについて(年代別)



(3) 「さらなる物価上昇」など経済的な不安が上位

今後5年程度（中長期）を展望し、不安に思うことについて尋ねたところ、「さらなる物価上昇」（49.0%）が約5割を占めて最も多く、次いで「新たな税負担の増大」（33.1%）、「老後資金の不足」（30.2%）等の順となっており、経済的な不安感が上位を占める結果となった（図表30）。

図表30 今後に対する不安（今後5年程度）



(注)複数回答3項目まで

年代別にみると、「子育て費用の増大」が20代、30代で上位を占めたが、「老後資金の不足」は50代（44.5%）のみならず、若い年代においても上位を占めている（図表31）。

図表31 今後に対する不安（年代別、上位5項目）

(単位: %)

順位	20代(n=246)	割合	30代(n=286)	割合	40代(n=378)	割合	50代(n=330)	割合
1	さらなる物価上昇	50.8	さらなる物価上昇	53.1	さらなる物価上昇	50.8	老後資金の不足	44.5
2	新たな税負担の増大	39.0	新たな税負担の増大	34.3	新たな税負担の増大	33.6	さらなる物価上昇	42.1
3	日本経済の停滞	25.2	子育て費用の増大	32.9	老後資金の不足	26.7	自分や家族の健康や介護の問題	30.0
4	子育て費用の増大	24.4	老後資金の不足	25.5	日本経済の停滞	25.9	新たな税負担の増大	27.0
5	老後資金の不足	21.5	日本経済の停滞	22.4	自分や家族の健康や介護の問題	23.8	自然災害	26.4

(注)複数回答3項目まで

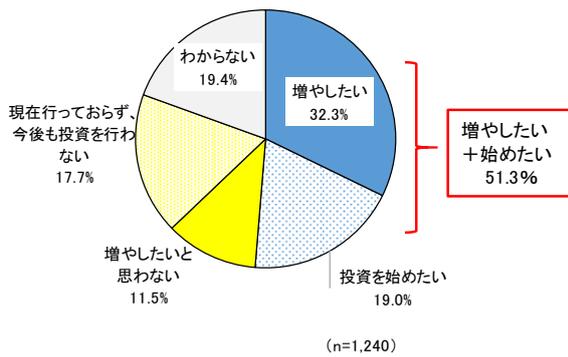
2. 金融商品に対する投資

(1) 半数以上が投資に前向き

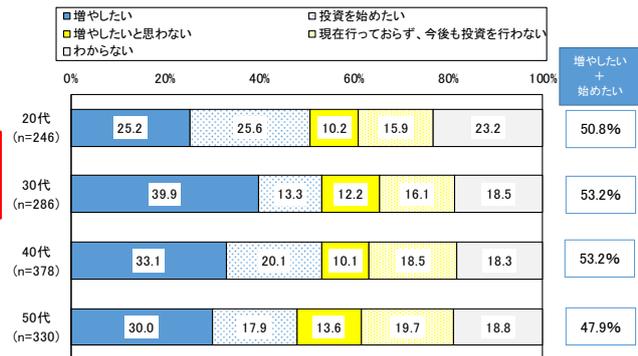
投資信託や株式、債券等の金融商品への投資に対する姿勢を尋ねたところ、投資を「増やしたい」が32.3%、「始めたい」が19.0%で、合わせて半数以上の人が投資に前向きな姿勢を示している（図表32）。

なお、「増やしたい」および「始めたい」人の割合は、各年代とも5割前後を占め、大きな違いは見られなかった（図表33）。

図表32 投資に対する姿勢



図表33 投資に対する姿勢（年代別）

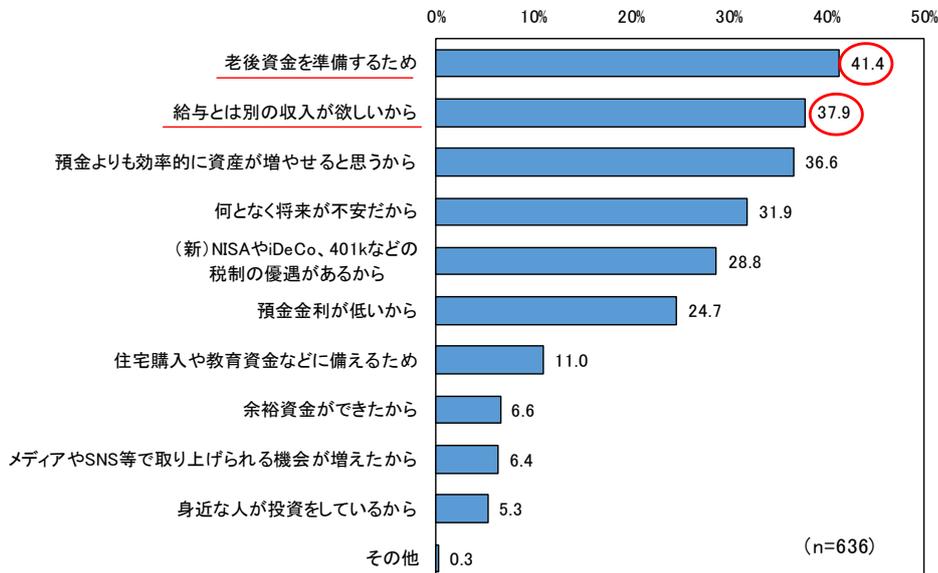


(2) 「老後資金の準備」が最多

投資を「増やしたい」、「始めたい」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「老後資金を準備するため」が41.4%を占めて最も多く、「給与とは別の収入が欲しいから」(37.9%)が続いている（図表34）。

また、「預金よりも効率的に資産を増やせると思うから」(36.6%)や「何となく将来が不安だから」(31.9%)等を挙げる割合も高く、低金利環境が続く中で、老後を含めた将来に対する不安感が主な動機の一つとなっている。

図表34 投資を増やしたい、始めたいと考える理由



(注)複数回答3項目まで

(3) 30代以下は副収入、40代以上は老後資金

投資を増やす理由を年代別にみると、30代以下では「給与とは別の収入が欲しいから」、40代以上では「老後資金を準備するため」が最も高くなっている（図表 35）。

なお、40代を除き、「(新) NISA や iDeCo、401k などの税制の優遇があるから」を挙げる人も高い割合を占めており、一定の政策効果がみてとれる。

図表 35 投資を増やす理由（年代別、上位 5 項目）

(単位:%)

順位	20代(n=125)	割合	30代(n=152)	割合	40代(n=201)	割合	50代(n=158)	割合
1	給与とは別の収入が欲しいから	44.0	給与とは別の収入が欲しいから	44.7	老後資金を準備するため	41.8	老後資金を準備するため	55.7
2	何となく将来が不安だから	36.8	預金よりも効率的に資産が増やせると思うから	36.8	給与とは別の収入が欲しいから	40.3	預金よりも効率的に資産が増やせると思うから	40.5
3	預金よりも効率的に資産が増やせると思うから	31.2	老後資金を準備するため	36.8	預金よりも効率的に資産が増やせると思うから	36.8	預金金利が低いから	29.7
4	老後資金を準備するため	28.0	(新)NISA や iDeCo、401k などの税制の優遇があるから	32.2	何となく将来が不安だから	31.3	何となく将来が不安だから	29.7
5	(新)NISA や iDeCo、401k などの税制の優遇があるから	25.6	何となく将来が不安だから	30.9	預金金利が低いから	28.4	(新)NISA や iDeCo、401k などの税制の優遇があるから	26.6

(注)複数回答3項目まで

おわりに

本アンケート調査は、コロナ禍からアフターコロナ期へ移行する中で、働く人の行動、職場や職業に対する意識、物価上昇等の経済社会環境といった 3 つの変化に焦点を当て、実施した。

コロナ禍の非接触の中で増減した行動は、アフターコロナ期において回復・定着する行動がある一方で、回復・定着を期待し難い行動があることが裏付けられた。

また、デジタル技術の活用が進み、働き方の選択肢が広がる中で、時間の有効活用や休暇制度の充実などワークライフバランスを重視する姿勢が窺えた。そして、デジタル技術の進展は、新たなスキルの習得など、働く人の“学び”の必要性に対する認識を今後さらに促していく可能性がある。

最後に、物価上昇や税負担の増大、老後資金の不足など、コロナ禍以降、将来に対する経済的な不安はさらに高まったものと思われる。物価上昇に見合った賃上げの動きが続くかが、経済正常化の下での暮らしの実感を大きく左右するものとみられる。