

2021年12月24日

～コロナ禍2年目も衛生意識は向上、帰省・新年会の予定なし7割～ サンスター、生活意識変化の調査結果を Web マガジン「New Normal, New Care!」で公開

サンスターグループ(以下サンスター)は、企業サイト内の特設サイト、人と地球の未来を健康にする Web マガジン「New Normal, New Care!」1、2月号(<https://jp.sunstar.com/newnormal/>)を2021年12月24日(金)に公開しました。

全国の男女1,000名を対象に実施した、新型コロナウイルス流行前からコロナ禍を経た2019年～2021年の行動変化についての調査結果をはじめ、社員の健康を考えてデンタルリンス電動サーバーを洗面所に設置した企業へのインタビュー、懸念される運動不足の解消につながるご当地体操の紹介や、今後も続くマスク生活のための正しいつけ方のおさらいなど、みなさまのお役に立つ情報を掲載しています。



【調査サマリー】

・歯みがき、洗口液の使用などの衛生行動頻度は継続して上昇

マスクの着用、手洗い、うがいだけでなく、歯みがき、洗口液の使用といったオーラルケア行動の頻度もコロナ禍1年目、2年目とも継続して上昇傾向がみられた。

・外出機会の減少は継続。体力・筋力低下や心の健康面で懸念も。

対面で人に会う、会食、行楽、運動、通院など外出を伴う行動に関しては、コロナ禍1年目に大きく頻度が下がった後、2年目は頻度が上がった人が増えているものの、全体的にみると、出かける機会が大幅に減った状況から回復していない。外出機会の減少が継続することによる運動不足が体力・筋力の低下、また人に会わないことで孤独感・ストレス増加などにつながる懸念される。

・「おひとりさま」がしやすくなった、自由時間の増加など、ポジティブな面も

自由回答では一人で行動してもおかしくない空気感の歓迎、働き方の変化による自由度向上、家族との絆が深まったなどの声も聞かれた。

・帰省・旅行・忘年会・新年会については、7割以上の人予定なし

2021年末から2022年初にかけて忘年会・新年会の「予定なし」78.3%、帰省・旅行の「予定なし」72.9%と、どちらも7割以上の人実施しないことがわかった。

サンスターでは、今後も、これまで注力してきたお口と全身の健康の重要性啓発、フレイル・オーラルフレイル予防啓発をはじめ、心身の健康の増進につながる情報、サービス、製品をご提供してまいります。

<本件に関するマスコミからのお問い合わせ先>

サンスターグループ 広報部 MAIL: sunstarpr@jp.sunstar.com

〒105-0014 東京都港区芝 3-8-2 芝公園ファーストビル 21階 <https://jp.sunstar.com/>

<調査概要>

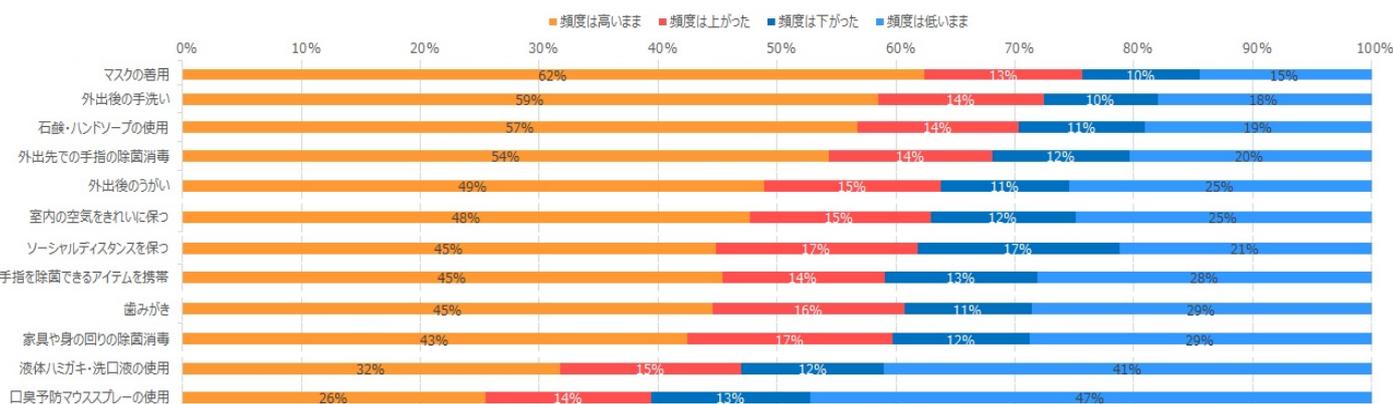
新型コロナウイルス流行前・コロナ禍 1 年目・2 年目の生活意識と行動についてのアンケート(インターネット調査)
 対象者:全国の 20~69 歳 男女 1,000 名 ※10 歳刻み/各 100 名 調査期間:2021 年 12 月 9~10 日

<調査結果>

■衛生行動頻度の変化

マスクの着用や手洗いなど衛生行動の頻度については、全 12 項目でコロナ禍 1 年目、2 年目とも継続して上昇傾向がみられ、コロナ禍 1 年目と 2 年目の比較でも「頻度が高いまま(オレンジ色)」の値が高く、「頻度が上がった(赤)」が「頻度が下がった(青)」を上回るものが大半を占めました。(図 1)。自由回答の内容からは、マスク生活の苦痛が聞かれた一方、衛生行動が習慣化されることで風邪をひきにくくなった、健康的な生活が身についたなどの声もみられました。

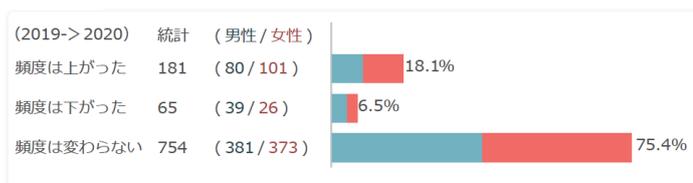
図 1:コロナ禍 1 年目と 2 年目の衛生行動頻度の変化



歯みがき、洗口液の使用といったお口の衛生行動をとっていても、歯みがきの頻度では、コロナ禍 1 年目と比べ「上がった」が 16.1%、「高いまま」が 44.6%とおおよそ 6 割、洗口液の使用頻度は「上がった」15.2%、「高いまま」31.8%とおおよそ 5 割の人がコロナ禍以前よりも実施頻度が上がり、そのまま定着していると推察されます。(図 2)

図 2:歯みがき、液体歯みがきの行動頻度の変化

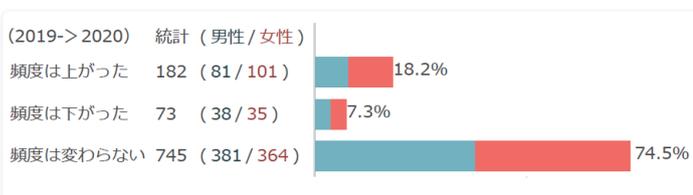
-歯みがき: コロナ前 (2019年) とコロナ1年目 (2020年)



-歯みがき: コロナ1年目 (2020年) とコロナ2年目 (2021年)



-液体ハミガキ・洗口液使用: コロナ前 (2019年) とコロナ1年目 (2020年)



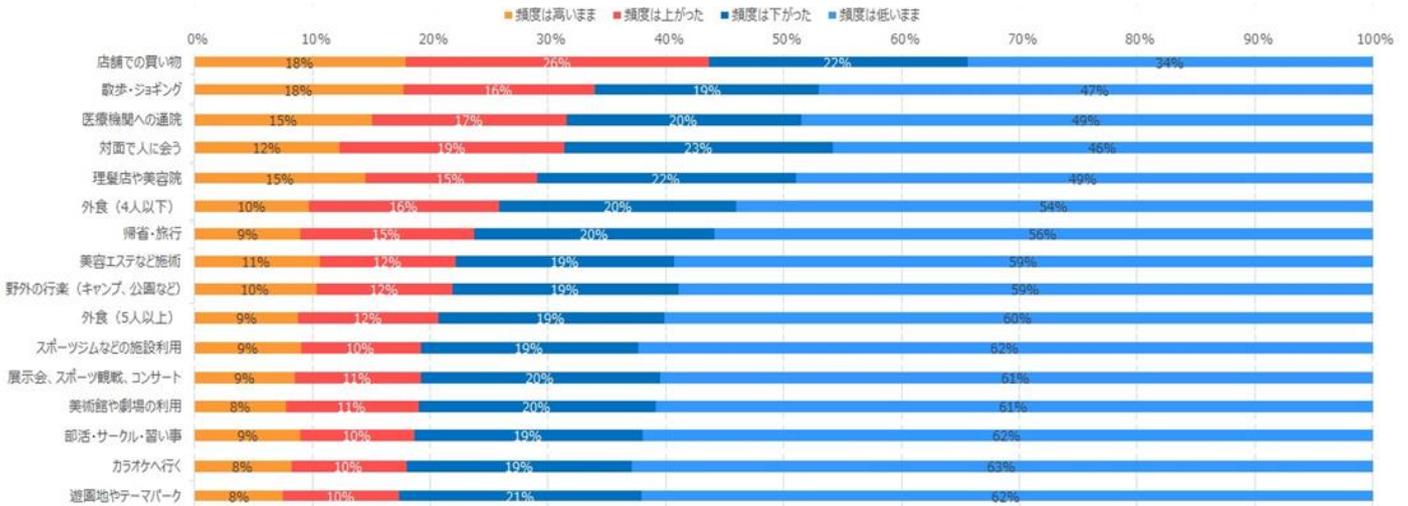
-液体ハミガキ・洗口液使用: コロナ1年目 (2020年) とコロナ2年目 (2021年)



■生活行動頻度の変化

対面で人に会う、会食、行楽、運動、通院など外出を伴う生活行動では、コロナ禍 1 年目と 2 年目の比較で「頻度が低いまま(水色)」が 50%を越えるものが多く、「頻度が下がった(青)」が「頻度が上がった(赤)」よりも多いものが大半です。1 年目に大きく頻度が下がった後、2 年目は頻度が上がった人が増えているものの、買い物を除く 15 項目で、実施頻度が上がった人より下がった人のほうが多く、全体的にみると、出かける機会が大幅に減った状況から回復しておらず、体力・筋力の低下、体の虚弱化が心配される状況となりました。(図 3)

図 3: コロナ禍 1 年目と 2 年目の生活行動頻度の変化



自由回答では、会いたい人に会えない、異性に会えない、人と話すのが苦手になった、飲食店の閉店が多く夕食難民になった、失職や収入減、自由に行動できないなどの記述が多く、孤独感やストレス増加など心の健康面も懸念される記述が多くみられました。

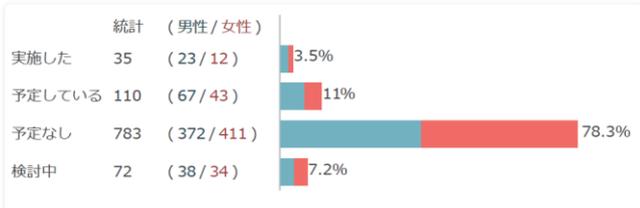
一方で、テレワークの広がりによる働き方の自由度向上や、気が進まない会合・人付き合いからの解放、自己啓発など自分を見つめる時間や自由時間の増加、家族との絆の高まり、一人でも行動しやすい空気感を歓迎する声などポジティブな記述もみられました。

■忘年会、帰省の予定

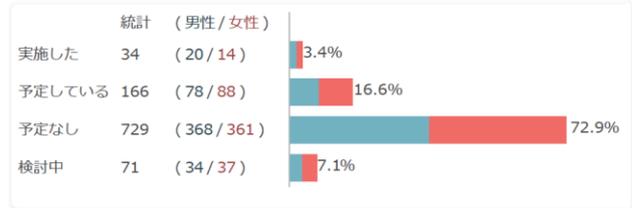
2021 年末から 2022 年初にかけての帰省・旅行・忘年会・新年会については、7 割以上の方が実施しない予定と回答しました。緊急事態宣言解除後も引き続き自粛をする人が多いという結果となりました。(図 4)

図 4: 忘年会・新年会、帰省・旅行の予定

今年の年末年始、忘年会や新年会など会食を予定していますか？



今年の年末年始、帰省や旅行を予定していますか？



【人と地球の未来を健康にする Web マガジン「New Normal, New Care!」について】

サンスターは、2020 年春以降、コロナ禍のお口と全身の健康啓発情報の特設サイト「Stay Home, Stay Healthy!」を企業サイト内に開設、その後「Stay Healthy, Stay Safe!」に進化させ情報発信してきました。「New Normal, New Care!」は、その後を継ぐサイトとして 2021 年 11 月に開設したものです。新しい生活様式が定着する中、心身の健康と、地球環境、自然災害、社会問題をあわせて考える必要性が高まっています。サンスターは、人と地球の未来の健康を願い、生活者のみなさまと一緒に考える場として Web マガジンで情報を隔月刊で発信していきます。(https://jp.sunstar.com/newnormal/)

【サンスターグループについて】

サンスターグループは、持株会社サンスターSA(スイス・エトワ)を中心に、オーラルケア、健康食品、化粧品など消費者向けの製品・サービスをグローバルに統括するサンスター・スイスSA(スイス)と、自動車や建築向けの接着剤・シーリング材、オートバイや自動車向け金属加工部品などの産業向け製品・サービスをグローバルに統括するサンスター・シンガポール Pte. Ltd.(シンガポール) を中核会社とする企業グループです。

100年 mouth 100年 health

人生 100 年時代、サンスターが目指すのは、お口の健康を起点とした、全身の健康と豊かな人生。毎日習慣として行う歯みがきなどのオーラルケアは、お口の健康を守り、そして全身の健康を守ることにもつながっています。100 年食べ、100 年しゃべり、笑う。一人ひとり、自分らしく輝いた人生、豊かな人生を送るためにも、お口のケアを大切にしていきたいと考えています。今後もお口の健康を起点としながら全身の健康に寄与する情報・サービス・製品をお届けすることで、人々の健康寿命の延伸に寄与することを目指していきます。



<本件に関するマスコミからのお問い合わせ先>

サンスターグループ 広報部 MAIL: sunstarpr@jp.sunstar.com

〒105-0014 東京都港区芝 3-8-2 芝公園ファーストビル 21 階 <https://jp.sunstar.com>