

LIFE AT HOME IN 2022

嵐をしのぐ 場所を 探して

世界中で、物価の上昇が毎日の暮らしに大きな影響を与えています。

そうした状況に対処するため、多くの人々は生活必需品をはじめ、支出を切り詰める必要に迫られています。より手ごろな価格のもの、よりサステナブルなものなど、家の中で代替策を見つけようとしています。



奮闘する家庭

世界中の人々が
物価の上昇と経済的不安に
見舞われています。

10人に4人

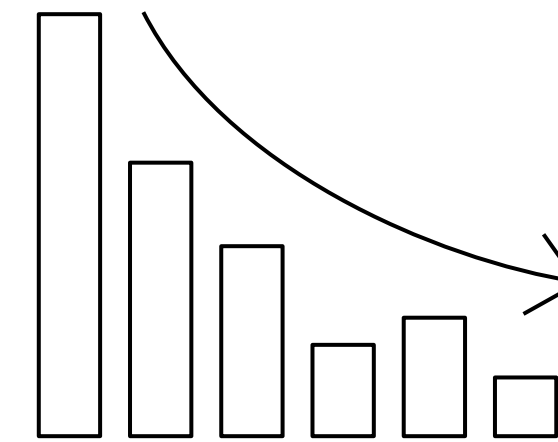
(42%) を超える人がインフレを心配しており、インフレは世界でもっとも懸念される問題になっている

(Ipsos、2022 年 10 月)

45%

の人が家庭の経済状況が悪化していると答えている

(Kantar、2022 年 9 月)



10人に7人

が今後さらにインフレが進むと考えている

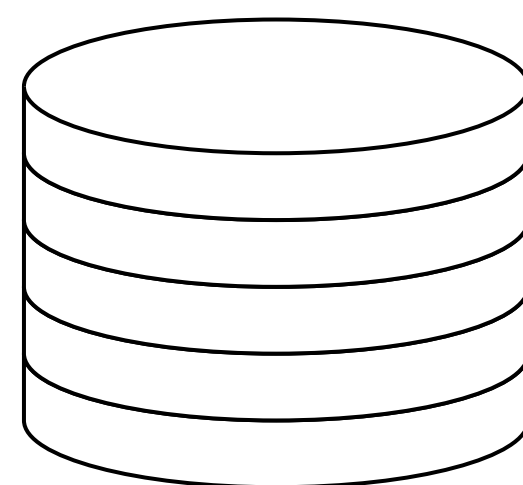
(Kantar、2022 年 9 月)



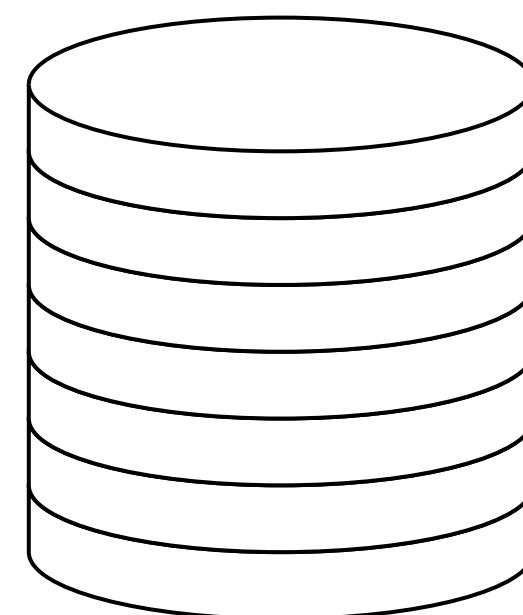
家計負担増加による危機に苦しめられ続けているため、若い世代は生活水準の維持に負担を感じています。



29% 36%



のZ世代



のミレニアル世代

が生活費の上昇が**最大の不安**だと
答えている

(Deloitte、2022年1月)

46% 47%

のZ世代

のミレニアル世代

が**給料ギリギリ**で暮らしていると
認めている

(Deloitte、2022年1月)

「両親の家に戻らざるを得ず

『Uターン』する
子どもたち

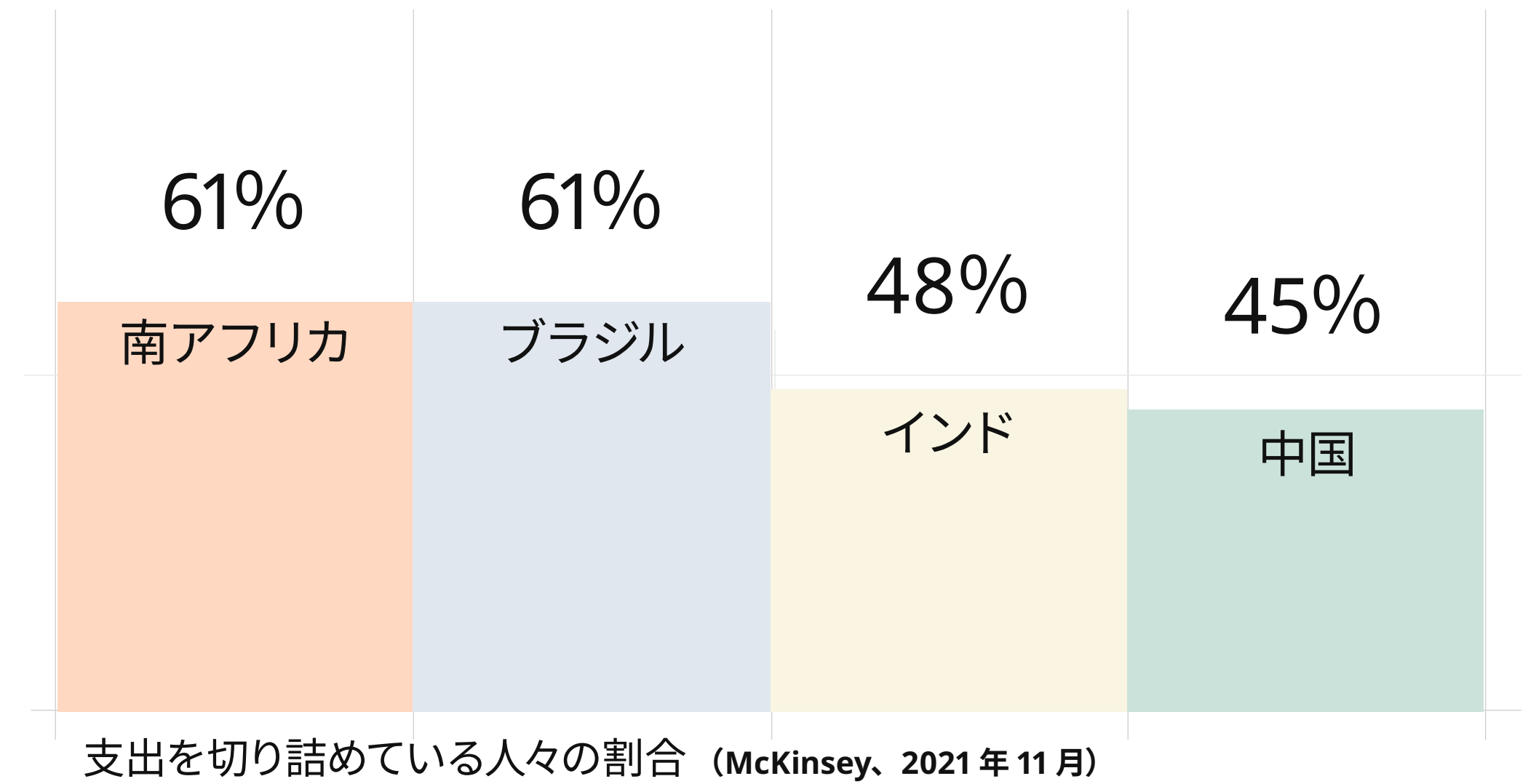
が多くおり、自力ではもう家を出ら
れない状態になっている」

(Dazed、2022年)

危機への対処



人々は物価上昇に対抗するため、意識的に支出を減らしています。



38%

の欧州の消費者が、今後3カ月間に必需品でないものへの支出を減らすつもりだと答えている

(McKinsey, 2022 年 10 月)

人々は生活費の上昇にうまく対処するため、行動を変化させています。

27%

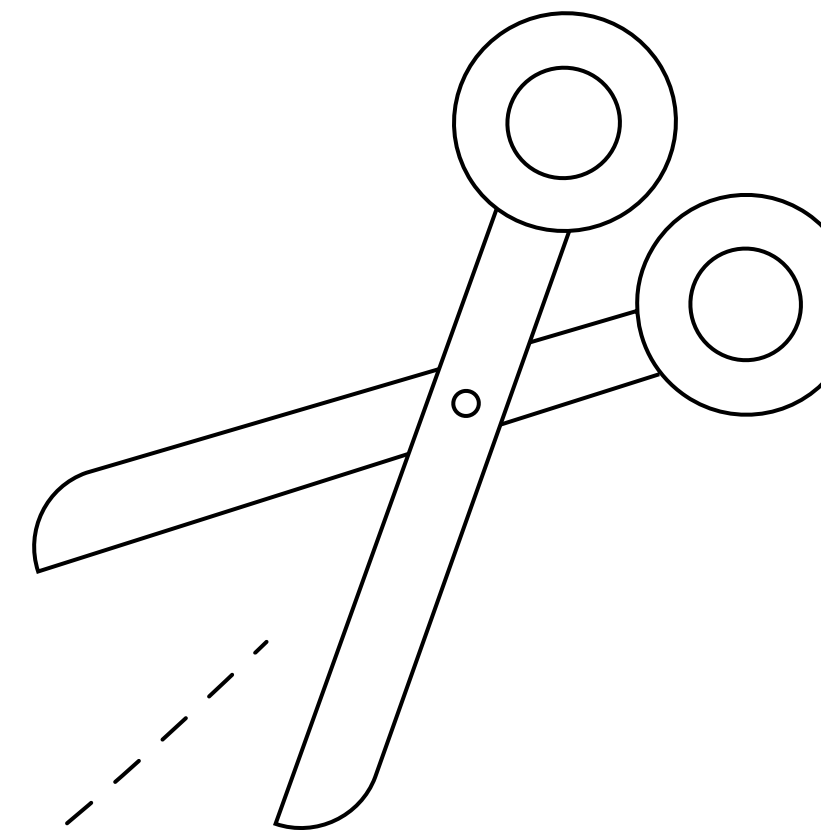
の人が全般的な支出を切り詰めている

(Kantar, 2022 年 11 月)

40%

の人がお買い得品やクーポンを探している

(Ipsos, 2022 年 9 月)

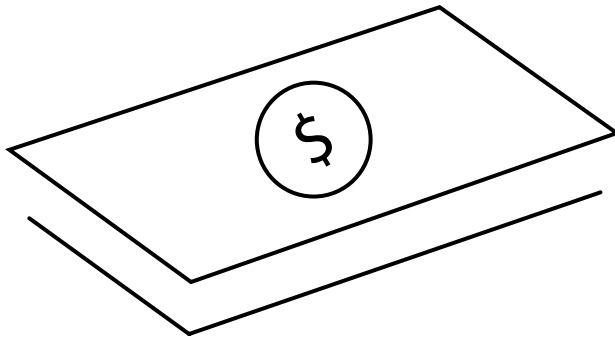


家計のやりくりで奮闘しているため、多くの世帯が伝統的なお祝いごとなどを部分的に見送ることが予想されます。

「経済的なロックダウンに追い込まれるのでは、と考えるのはあまり気分のいいものではありません。特にクリスマスが近づく時期はそうです。私はもう家族と話し合って、今年もプレゼント代を減らすことにしました」

Lucy、イギリス

(スタイリスト、2022 年)

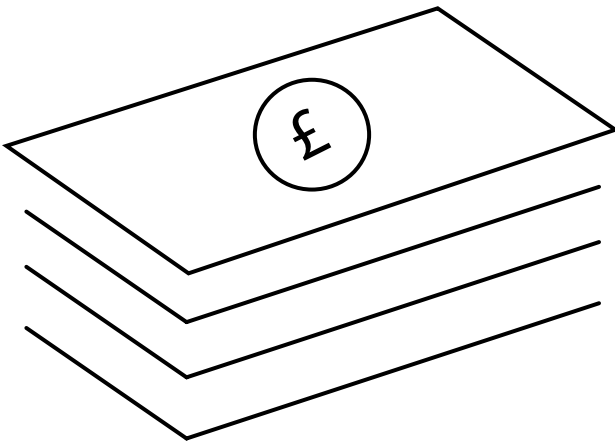


57%

のアメリカ人

72%

のイギリス人



がホリデーシーズン中の出費を減らすつもりでいる

(Response Source、2022 年 9 月)



65%

のイギリスの消費者が、今年のクリスマスは近親家族へのプレゼントを優先する予定

(Internet Retailing、2022 年 8 月)



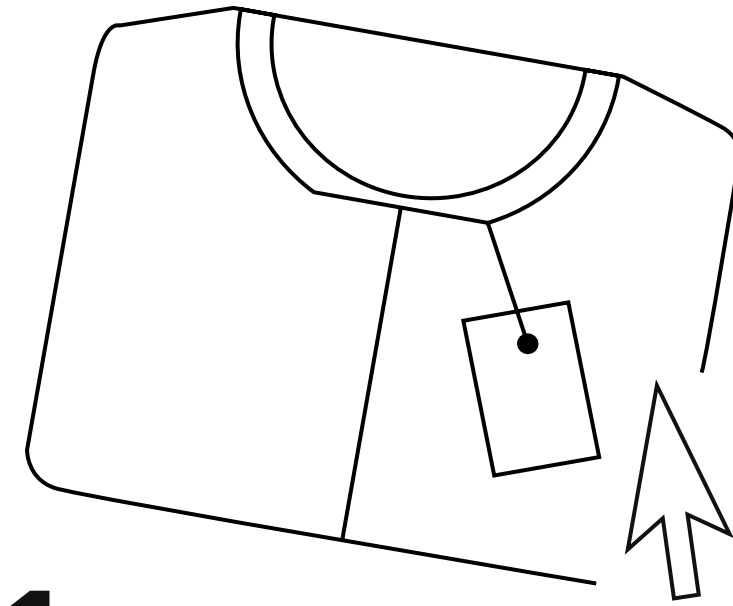
一部の人々は、経済的な回復力とクライメート・レジリエンス（気候変動の影響からの回復力）を高める方法として、よりサステナブルなソリューションに目を向けるようになっていきます。



の検索の上昇率

120%

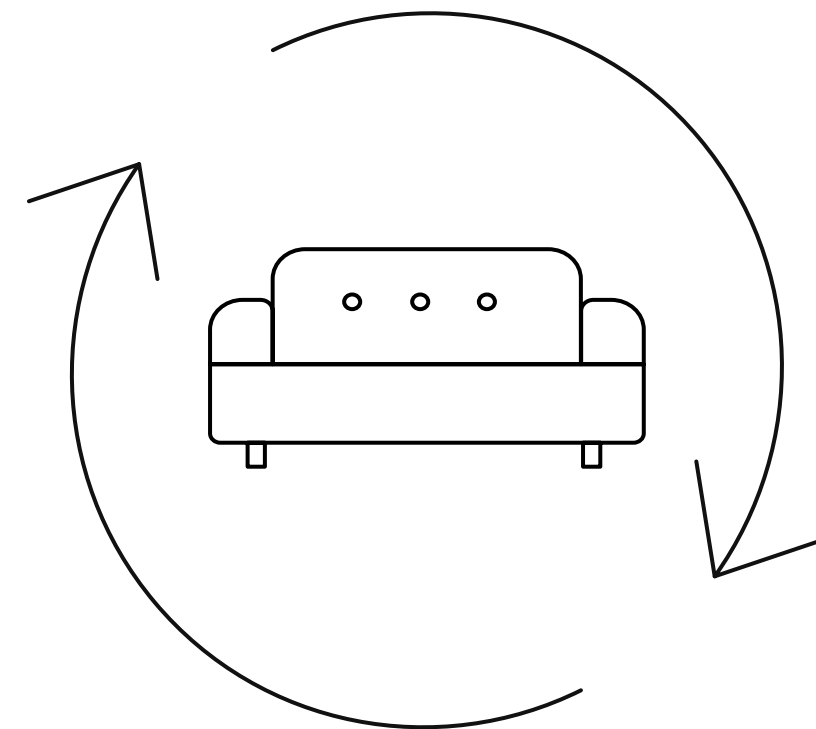
(Google Trends、2022年)



およそ **4人に1人**

が中古品を扱うウェブサイトを通じて、オンラインでより**節約**したいと思っている

(Instagram Trend Report、2021年10月)



6500万ビュー

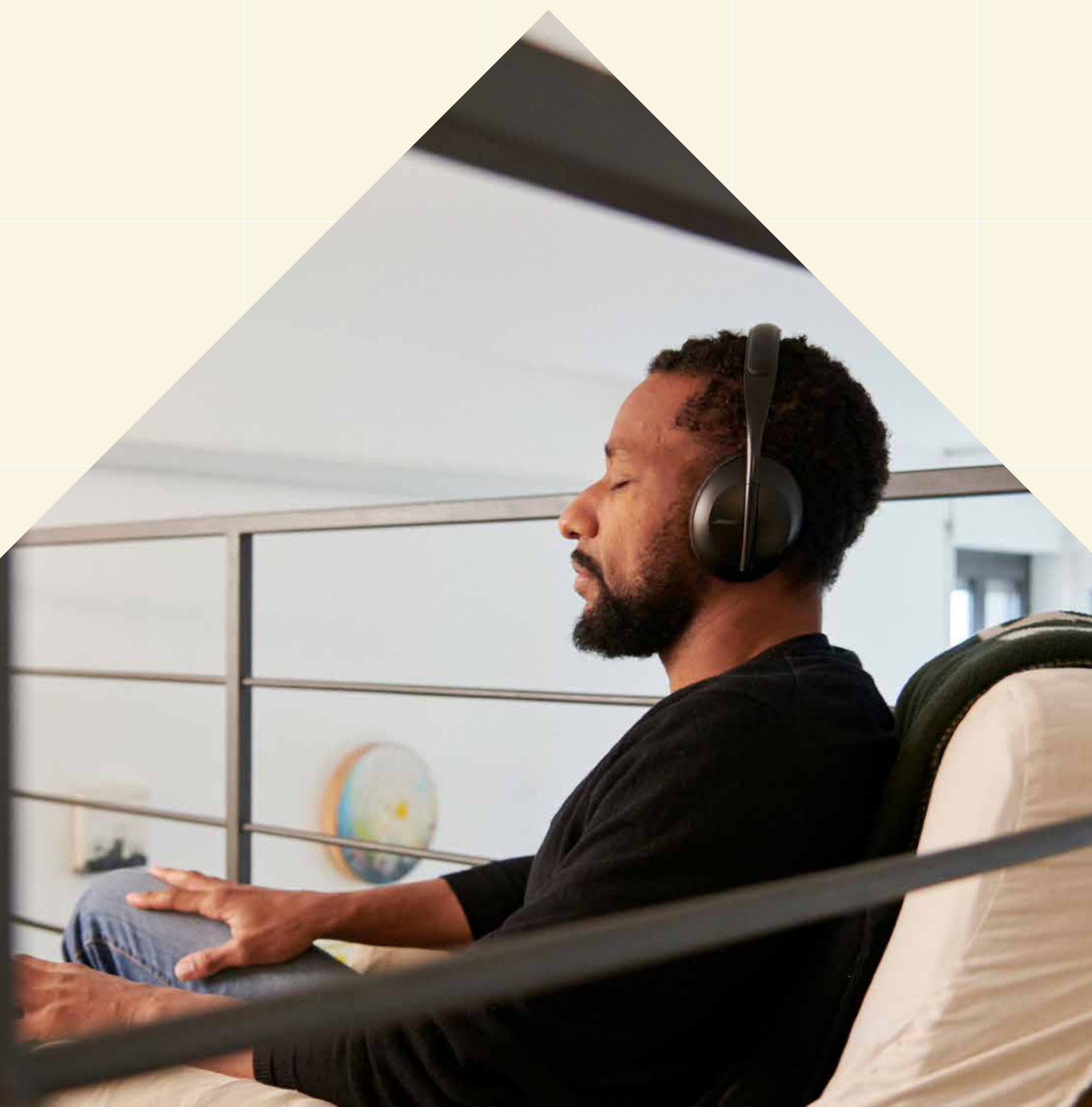
2021年に「**アップサイクリング**」をタイトルに含む動画の視聴数

(YouTube Culture and Trends、2021年)



IKEA Swedenでは現在、お客さまに**手ごろな価格のヒートポンプ**ソリューションを提供することで、クリーンなエネルギーソリューションでお金を節約してよりサステナブルな暮らしをしたいという人々の緊急のニーズをサポートしています。

混乱の中で コントロールする 方法を見つける



外の世界は混迷していても、家は
ゆっくり休んで充電する場所である
ことに変わりはありません。

55%

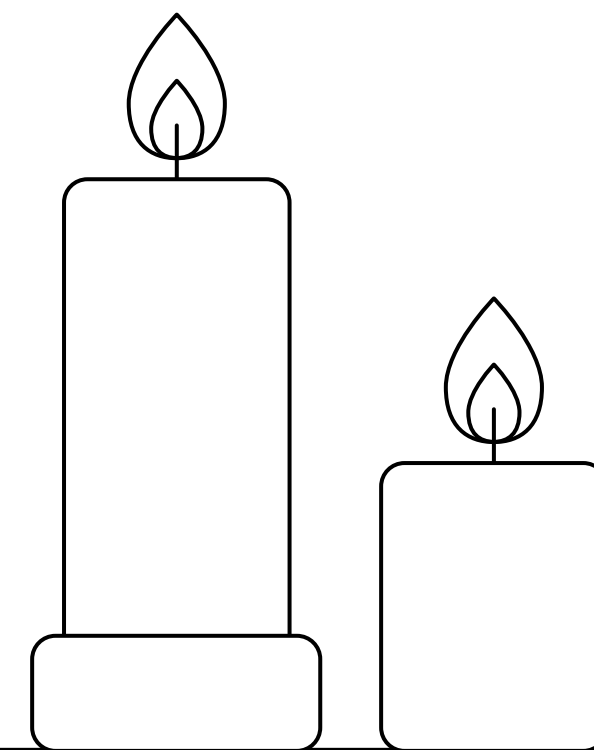
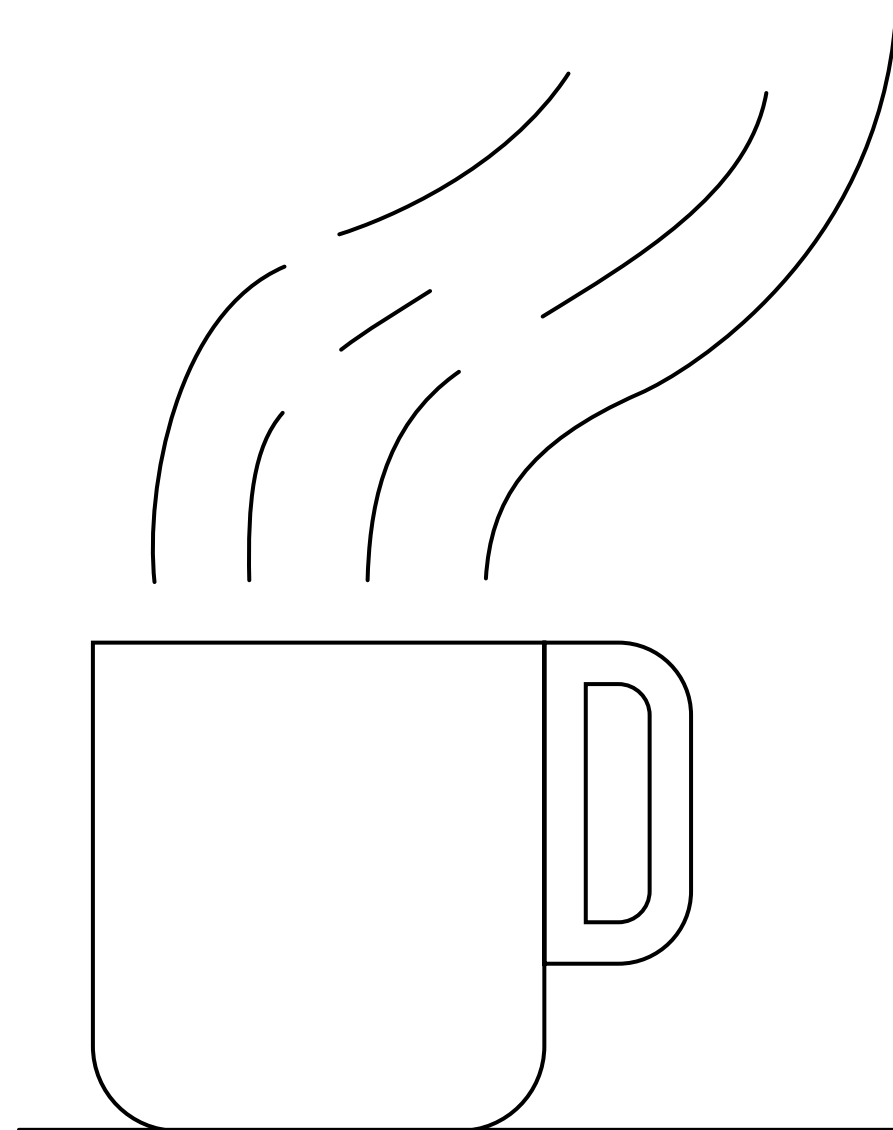
の人が、家でのウェルビーイング
を実現するのにもっとも重要な活
動はくつろぐことだと答えている

(IKEA LAHR、2021 年)

83%

のZ世代が、YouTube
を利用して心が安らぐ
コンテンツを見てリ
ラックスしている

(YouTube、2022 年)



24%

の女性が、セルフケアのた
めの時間をもっと取りたい
と思っている（男性は 9%）

(IKEA LAHR、2021 年)



家に心地いい安らぎの場所をつくるため、多くの人はスペースの考え方や使い方を変えて、ニーズをうまくサポートできるようにしています。

60%

の人が家を模様替えして、やりたい活動や必要な活動ができるようにしたと答えている

(IKEA LAHR、2021 年)



26%

の人が、家で趣味や個人的にやりたいことに費やす時間は、精神的なウェルビーイングを維持するのに重要だと答えている

(IKEA LAHR、2021 年)

Charlie はアーティストであり障害者の運動家で、イギリスのデボン州にある自宅のベッドで アクセシブルアート（手で触れられるアート）を制作しています。

「私のベッドは小さな世界になっています。私はここでアートをつくります。ミーティングも、犬のしつけをするのもここです。食事も、夫とくつろぐのもここです」

Charlie、イギリス

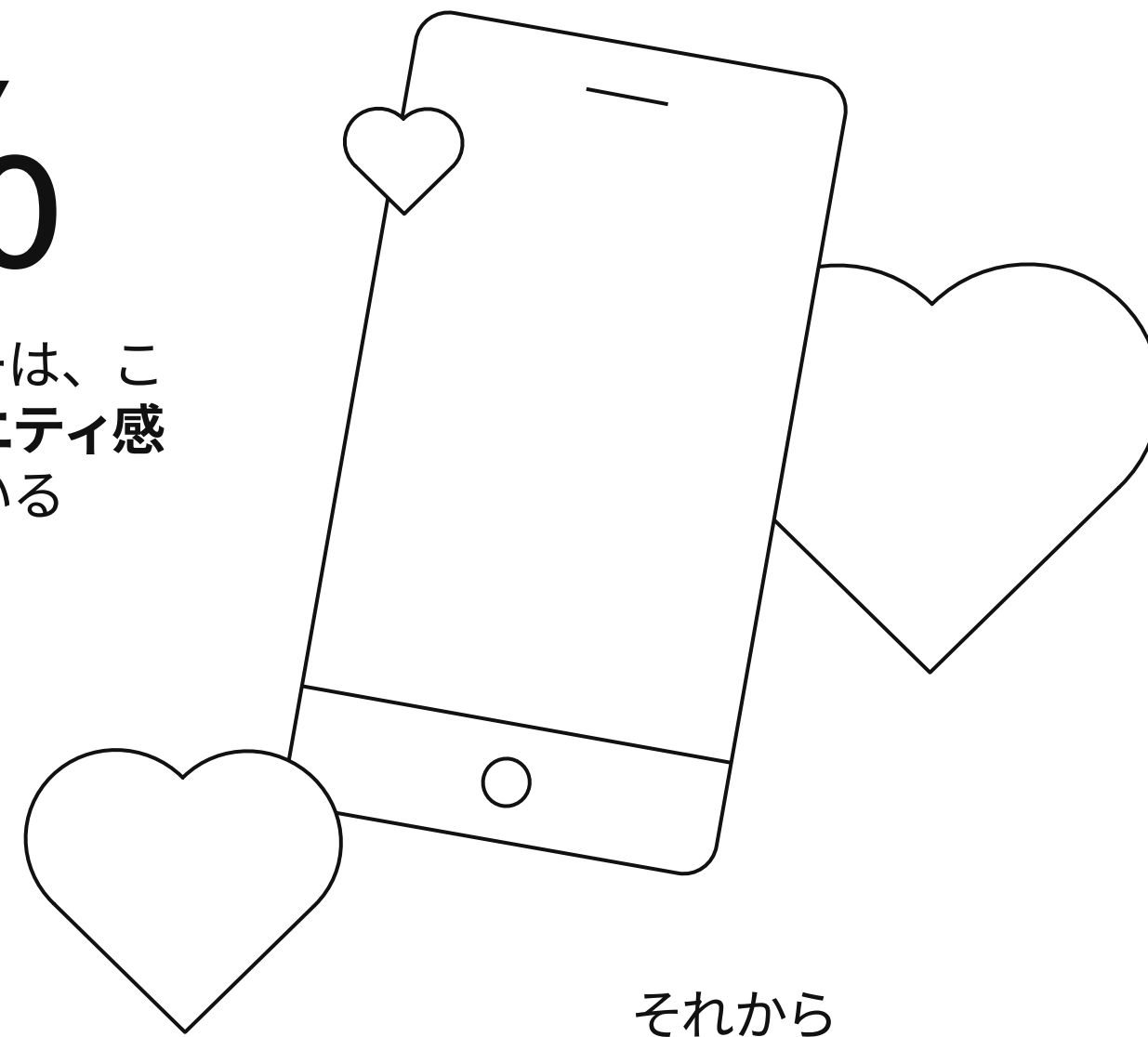
(IKEA Life at Home Stories、2022 年)



一部の人々は、対面でのやりとりに代わる方法、あるいは補う方法として、バーチャルコミュニティにも目を向けています。

59%

の TikTok ユーザーは、このアプリに**コミュニティ感**を感じると答えている



それから

77%

の人が、自分をオープンに表現できる場所だと答えている

(Nielsen、2021 年)



ゲーム

は 18~34 歳の **18%**にとって、家で精神的なウェルビーイングを維持するのにもっとも重要なものの1つになっています。

(IKEA LAHR、2021 年)

家計負担の増加による危機など、先行きが不透明な時代にも、家は人々にとって、快適で安全な場所として心のよりどころであり続けています。

未来を守るため、私たちは家が今後も人を育む場所であり続けられるようにする必要があります。手ごろな価格で、サステナブルな方法で実現する必要があるのです。

