

報道関係各位

2020年6月8日  
株式会社クロス・マーケティング

## 不安度減少で変化するコロナ需要 今後欲しいものは「PC、テレビ、空気清浄機、掃除家電」

－新型コロナウイルス生活影響度調査(第6回)－

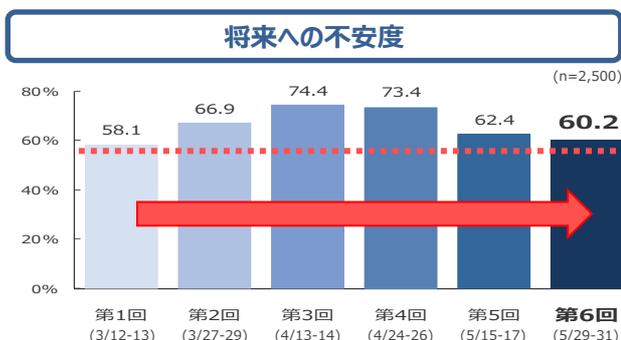
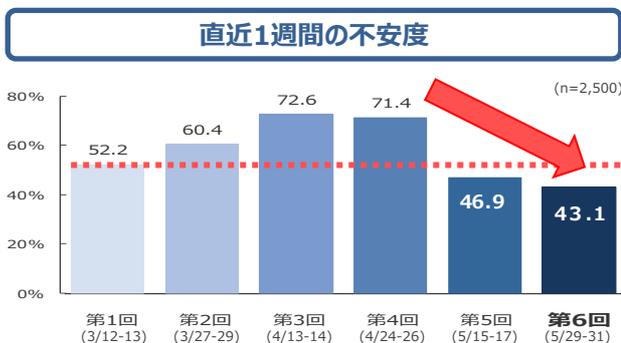
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を実施。第1回（3月12日～13日）から隔週で実施しており、第6回となる今回は全国で緊急事態宣言が正式に解除された直後の5月29日～31日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

### ■調査結果（一部抜粋）

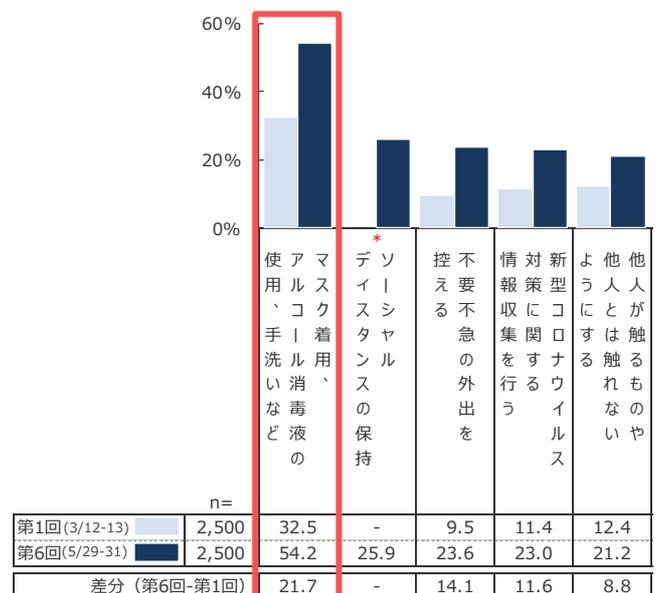
- ✓【新型コロナウイルスに対する不安度】を聞いたところ、「直近の不安度」は43%と大幅に減少し、これまでの調査結果から最も低い水準となった。一方、「将来への不安度」については、まだ半数以上が先行きへの不安を感じている状況。また【感染が終息した後も、習慣化しそうなこと】として、「マスク着用・手洗い・アルコール消毒液の使用」がTOPにあがっていることから、全国での宣言解除によって、ピーク時よりは不安感が緩和されてきているものの、依然として将来への不安視は続いており、コロナ渦で生まれた“感染予防”の習慣は、今後も継続されることが窺える結果となった。〈図1〉
- ✓【消費意欲】に関しては、やや回復の兆しが見える傾向となった。前回調査時点（宣言解除前の5月初旬）と比べて、「商品・サービス利用意向度」で軒並み意欲的な回答傾向となり、特に、自宅での時間をより快適に過ごすための「PC/テレビ/空気清浄機/掃除家電」といった家電類の購入意向が大幅に上昇。宣言解除に伴い、これまで買いに行けなかった家電等を実際に買いに行きたい、といった気持ちの変化がみられる。〈図2〉
- ✓また、今回の調査で新たに「自治体」に対する“肯定的”な関心が高まっていることが判明した。【信頼できる情報源】として、「自治体のHP・SNS」が+8.2pt上昇し、「新型コロナウイルス対策への満足度」においても、「自治体」への満足度が+5.8ptと大きく上昇した。3月以降から各自治体単位でのコロナ対策が施行され、ニュースや政府関連のHPだけでなく、より住まいに近いところでの具体的な対策・周辺情報に関心が高まったものと思われる。〈図3〉

◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200608corona/>

〈図1〉 新型コロナウイルスに対する不安度(時系列変化)および今後も習慣化しそうなこと



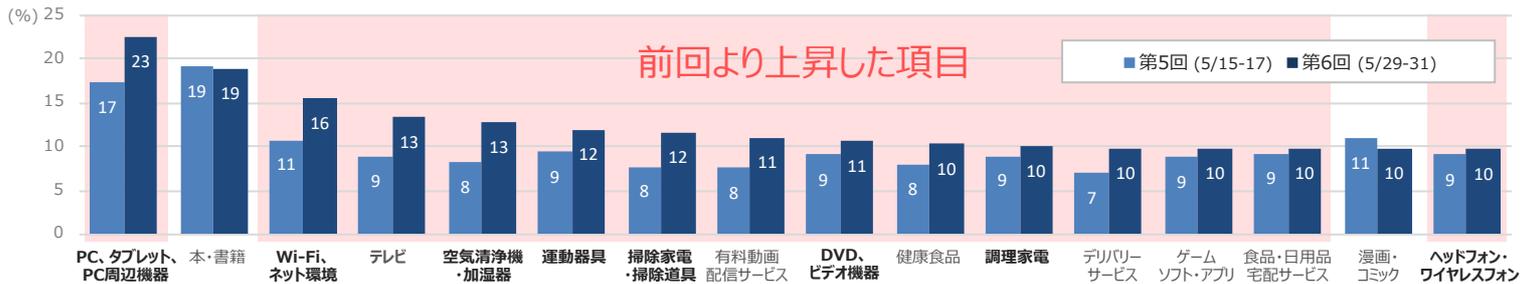
感染が終息した後も、習慣化しそうなこと(TOP5)



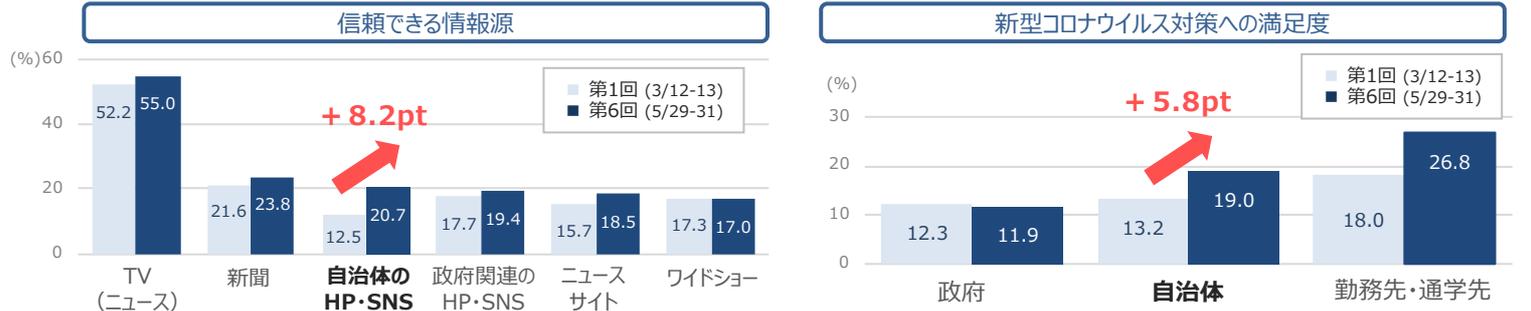
※第2回～第5回非聴取/「\*」は第1回非聴取  
※第6回の値を基準に上位5項目まで掲載

＜図2＞商品・サービス利用意向度（今後欲しい商品や利用したい有料サービス）

\* 第6回の上位16項目を抜粋



＜図3＞自治体への関心（信頼できる情報源・対策への満足度）



■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/子ども有無/同居家族/同居子供/世帯年収/職業）
- 時系列比較<まとめ>

▼第1章 不安・行動の変化、ストレスについて

- 直近1週間の不安度/将来の不安度/ストレス度
- 流行前から増えたストレス・悪くなったこと
- 流行前から減ったストレス・良くなったこと
- 現在の気持ち
- 直近1週間と流行前との行動変化度合い
- 余暇の過ごし方に関する増減変化
- 直近1週間で実行したこと
- 感染が終息した後も、習慣化しようなこと
- ソーシャルディスタンスを意識している場面や場所

▼第2章 自粛生活・解除後の生活の実態、困りごと

- 直近1週間の外出頻度・目的
- 緊急事態宣言前後の勤務実態(出社/在宅勤務など)
- 現在困っていること
- 今後したいこと/最もしたいこと/既にしたこと
- 今後欲しい商品や利用したい有料サービス
- 利用・購入することで応援したい業態

▼第3章 新型コロナウイルス関連の情報源、機関・団体への満足度

- 新型コロナウイルス関連の情報源/信頼できる情報源/疑わしい情報源
- 機関・団体のコロナ対策に対する満足度

▼第4章 参考資料 \* 多数の詳細項目を掲載

◆レポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200608corona/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県 調査対象 : 20～69歳の男女  
 調査期間 : 2020年5月29日(金)～31日(日)  
 有効回答数 : 本調査2,500サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」