

報道関係各位

2020年6月11日
株式会社クロス・マーケティング

“コロナ太り”にはできることから手軽に 3割が運動・食事両方で対策開始

－コロナ太り対策に関する調査－

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、全国20歳～69歳の男女を対象に「コロナ太り対策に関する調査」を実施しました。今回は、新型コロナウイルスの影響で家で過ごす時間が増え、懸念されている“コロナ太り”への対策について運動と食事の両面から分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200611corona/>

■ 調査結果

✓ “コロナ太り”をしないように、運動面で「新たに始めた」ことがある人の割合は半数弱。

「散歩」や「ストレッチ」、「体重・体脂肪の測定」といった“手軽に”できることでコロナ太り対策。

散歩や体重測定以外で、性年代別に見ると男性20-30代で「筋トレ」「動画を見ながら運動」「体幹トレーニング」「ランニング」といった高負荷の運動をしている一方、女性20-30代では「ストレッチ」「動画を見ながら運動」といった低負荷の運動をしている様子が伺える。

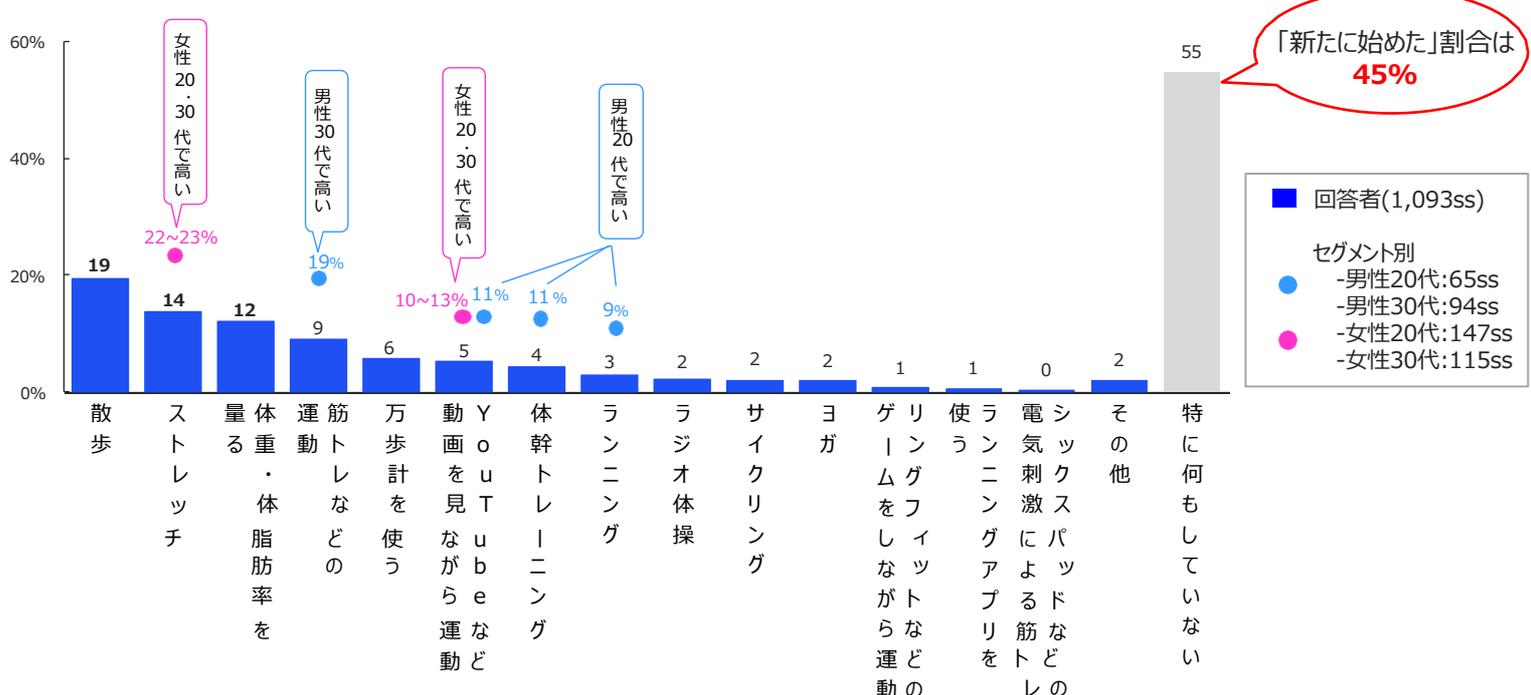
<図1>

✓ 食事面で「新たに始めた」ことがある人の割合は3割程度。乳酸菌や発酵食品といった免疫面にも効果がありそうな“身近な”食品摂取がコロナ太り対策として取り入れられている。

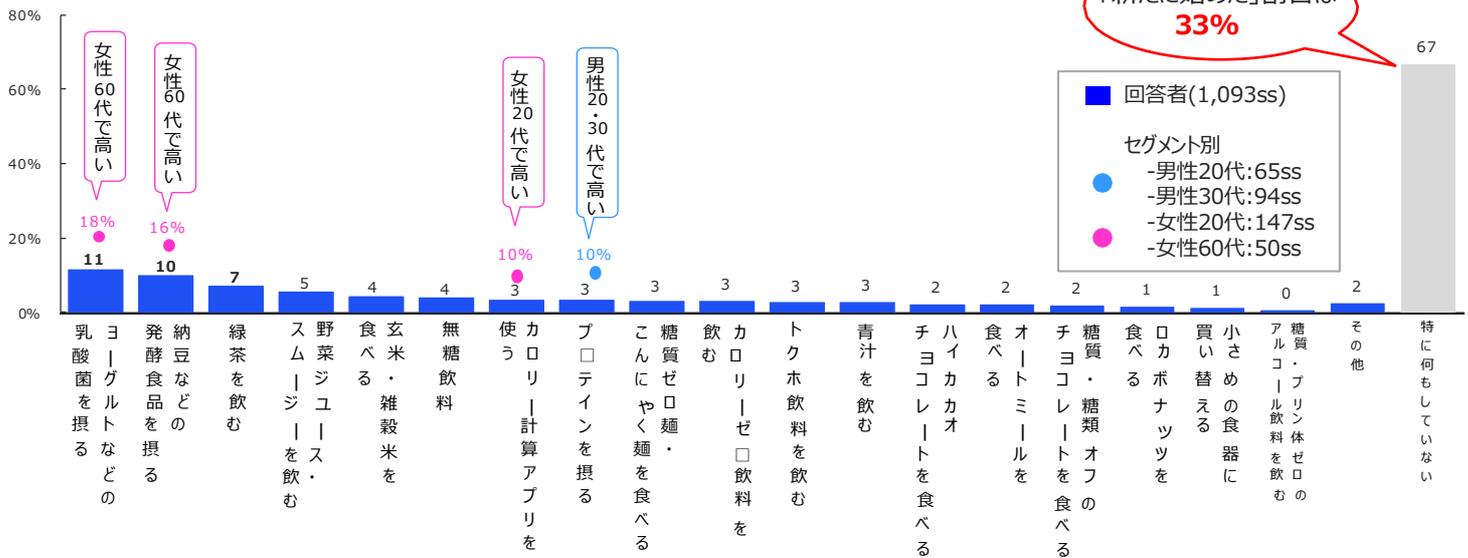
✓ 運動・食事の両面で「新たに始めた」割合が高いのは20代。

他年代と比べて、男性20代は「高負荷運動+プロテイン摂取」、女性20代は「低負荷運動+カロリー計算アプリ」と運動・食事の両面で対策をしている割合が高い。<図2・図3> 外出自粛で時間的な余裕ができたことや十分に運動ができていないという意識が、太らないような食事や運動を始めるきっかけになっていると考えられる。

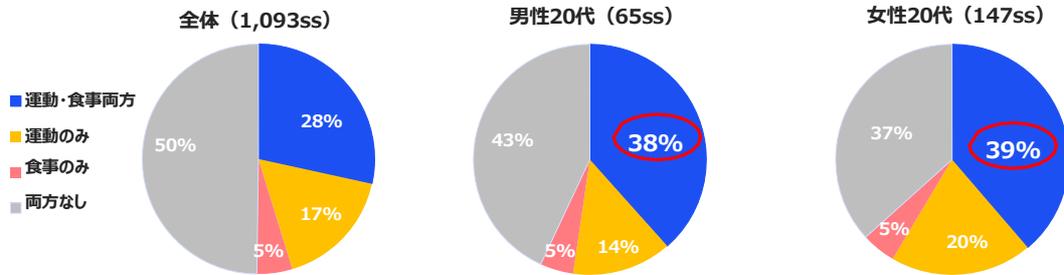
<図1> 運動面で新しく始めたこと・頻度が増えたこと



<図2> 食事面で新しく始めたこと・頻度が増えたこと



<図3> 運動面・食事面での対策有無



■ 調査項目

- 属性設問
- 直近1週間の外出頻度
- 直近1週間で自分の「楽しみ」のために使った金額
- 最近日常生活の中で「変わった」と思うこと
- コロナ太りをしないように運動面で新しく始めたこと・頻度が増えたこと
- コロナ太りをしないように食事面で新しく始めたこと・頻度が増えたこと

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200611corona/>

■ 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6月9日(火)
 有効回答数 : 本調査1,093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

«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・・・」