

報道関係各位

2020年6月16日
株式会社クロス・マーケティング

3人に1人が「冷感マスクを使用してみたい」 夏のコロナ対策は「より涼しく、快適に」

－マスクとその関連商品に関する調査－

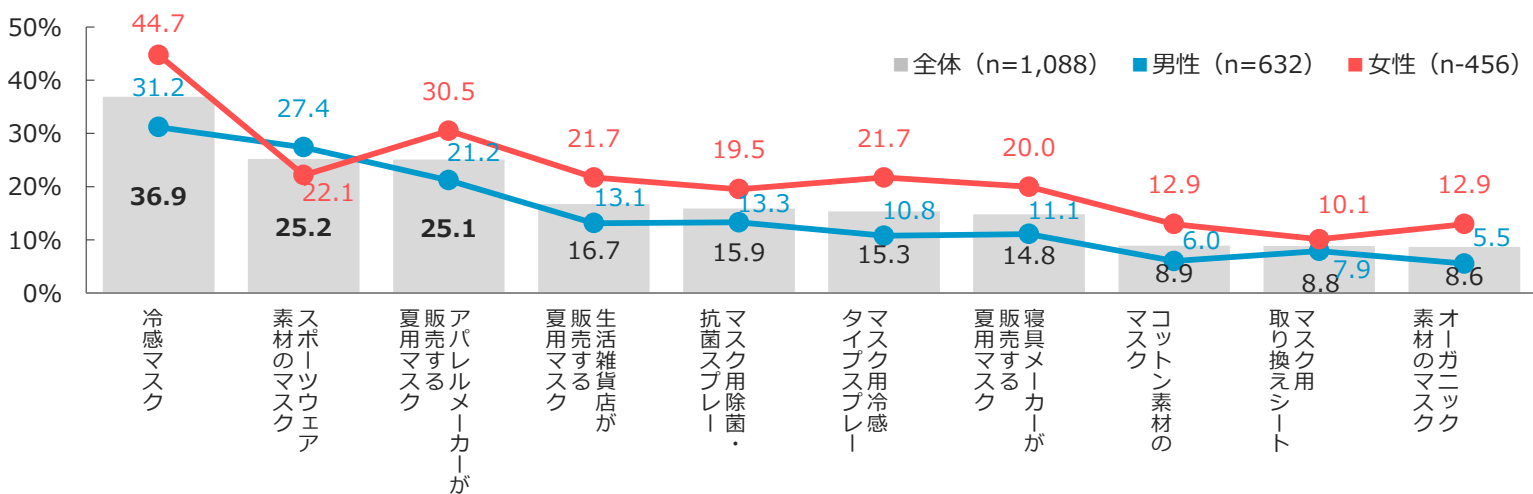
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「マスクとその関連商品に関する調査」を実施しました。今回は、新型コロナウイルスの影響で日常に定着したマスクについて、これから夏を迎えるにあたりどのような商品が求められているかを、マスク関連商品も含めて分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200616corona/>

■調査結果

- ✓ 「冷感マスク」を使用してみたい人の割合は4割弱。＜図1＞
「冷感マスク」「スポーツウェア素材のマスク」「アパレルメーカーが販売する夏用マスク」の順でスコアが高い。梅雨、夏と季節が変わっていくこの時期に、マスクを少しでも快適に着用したいという気持ちが窺える。
- ✓ 女性は男性と比較して使用してみたい商品が多い。特に女性の50～60代は総じてスコアが高くなっている商品が多い。男性は「スポーツウェア素材のマスク」で女性を上回り、女性は「冷感マスク」「アパレルメーカーが販売する夏用マスク」「生活雑貨店が販売するマスク」「マスク用冷感タイプスプレー」などで男性を上回っている。
- ✓ 年代別に見ると、特に50～60代で「スポーツウェア素材のマスク」のスコアが高い。

＜図1＞使用してみたいと思うマスクまたはマスク関連商品（上位10項目を抜粋）



■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
- 使用してみたいと思うマスクまたはマスク関連商品
- 特別定額給付金の使用目的（または使用予定）

◆クロス集計表のダウンロードはこちら

⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200616corona/>

■調査概要

- 調査手法：インターネットリサーチ
(クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
- 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12日（金）
- 有効回答数：本調査1,088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・・・」