

報道関係各位

2020年7月29日
株式会社クロス・マーケティング

新型コロナへの“不安度”再び上昇、3月中旬の水準に。 「価格変動制」導入 “ピーク時間の分散”と“新たな利用機会創出”なるか

－新型コロナウイルス生活影響度調査(第9回)－

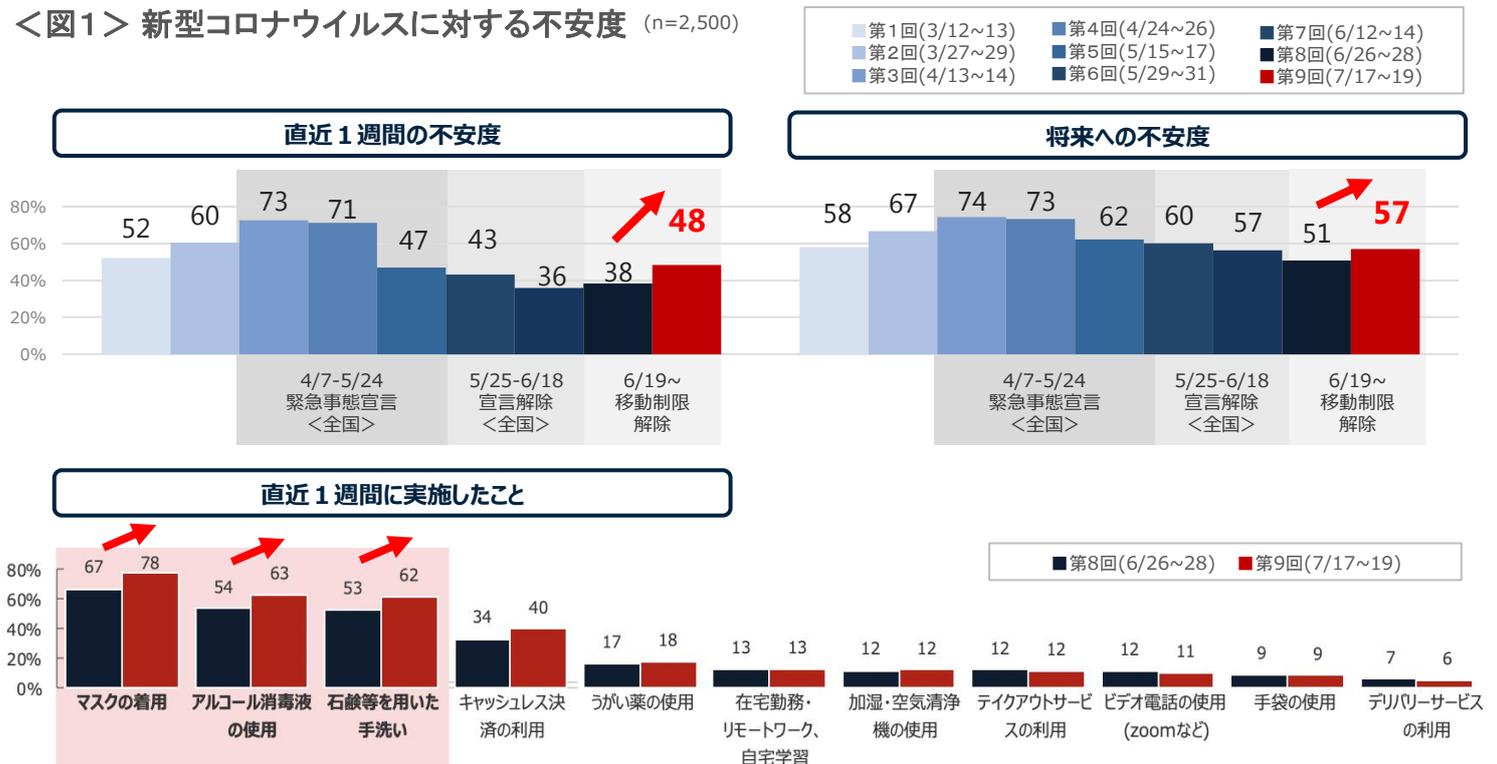
新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を実施。第1回（3月12日～13日）から定期的に実施しており、第9回となる今回は、緊急事態宣言解除から約2ヶ月が経ち国内感染者が再び増加傾向に転じた7月17日～19日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

■調査結果（一部抜粋）

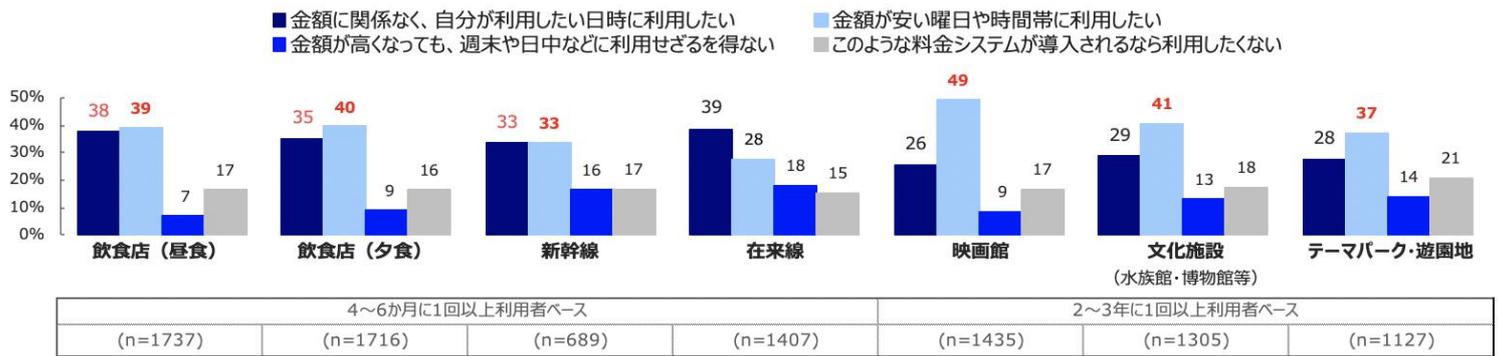
- ✓ **【新型コロナウイルスに対する不安度】** 定点指標としてきた「直近1週間の不安度」および「将来への不安度」の推移について、前回調査時点から今回大きく上昇に転じ、第1回目調査の3月中旬の水準にまで再び達した。緊急事態宣言の解除後、不安度は減少傾向にあったものの、連日の感染者数の増加に伴い再び緊張感が高まっていることが窺える。その影響もあり、【直近1週間に実施したこと】として、「マスクの着用/アルコール消毒の使用/石鹸等を用いた手洗い」などの感染予防の実施率が大きく上昇した。<図1>
- ✓ **【価格変動制(ダイナミックプライシング)の受容性】** 「密」を避ける対策として注目されている「価格変動制(ダイナミックプライシング)」の受容性について業界別に聴取した。価格変動制が導入された場合、【飲食店・新幹線】では「金額の安い時間帯に利用」と「金額に関係なく自分の利用したい日時に利用」の両方が高いことから、“ピーク時間の分散”が期待される。また「映画館・文化施設・テーマパーク」など【レジャー関連施設】は「金額の安い曜日や時間帯」での利用意向がより高く、新たな利用機会やユーザー創出が期待される。“便利さ”を重視したいのか、“お得感”を重視したいかで、業界それぞれニーズが分かれそうな見込みだ。<図2>
- ✓ **【観戦・鑑賞を促進する付加価値要素】** 新型コロナの影響を大きく受けるエンタメ業界において、利用促進の一助となりそうな付加価値要素を聴取した。スポーツ観戦・音楽ライブ・観劇では、会場なら「特別なエリアで観られる」こと、オンラインなら「観たい角度のカメラを選んで観られる」ことで参加意向が高く、利用促進の可能性がうかがえる。またスポーツ観戦・ファッションショーでは「プレミアムグッズがついている」ことで、会場での参加意向が高い結果となった。<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/20200729corona/>

<図1> 新型コロナウイルスに対する不安度 (n=2,500)

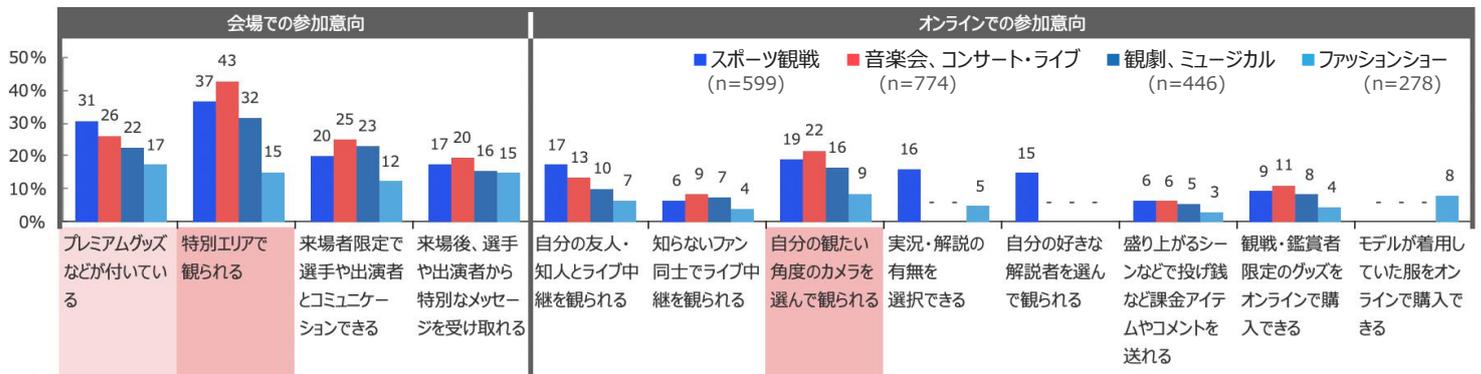


<図2> 価格変動制(ダイナミックプライシング) 導入時の受容性



<図3> 観戦・鑑賞を促進する付加価値要素

各1年以内に参加経験ありベース
(※ファッションショーのみ3年以内に参加経験ありベース)



■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
 - 現在の気持ち
 - 直近1週間と流行前との行動変化度合い
 - 直近1週間の外出頻度/目的/実施したこと/習慣化しそうなこと
- ▼第2章 この夏したいこと、GoToキャンペーン利用意向、給付金の使い道
 - 今年・昨年の夏にしたこと
 - GoToトラベルキャンペーン利用意向/予算感
 - 給付金の使い道
- ▼第3章 価格変動制(ダイナミックプライシング)受容性、エンターテインメント・イベントの参加意向
 - 価格変動制(ダイナミックプライシング)の受容性(利用頻度別)
 - 観戦・鑑賞を促進する付加価値要素
- ▼第4章 調査結果詳細
 - 各項目の詳細分析
 - 新型コロナウイルス新規感染者数推移×調査期間 など

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200729corona/>

■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7月17日(金)~19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

《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・・・」