

報道関係各位

2020年8月31日
株式会社クロス・マーケティング

今年の夏「家で過ごした」が今年の2倍超 夏のボーナス支給状況は「昨年と変わらない」が最多

－新型コロナウイルス生活影響度調査(第10回)－

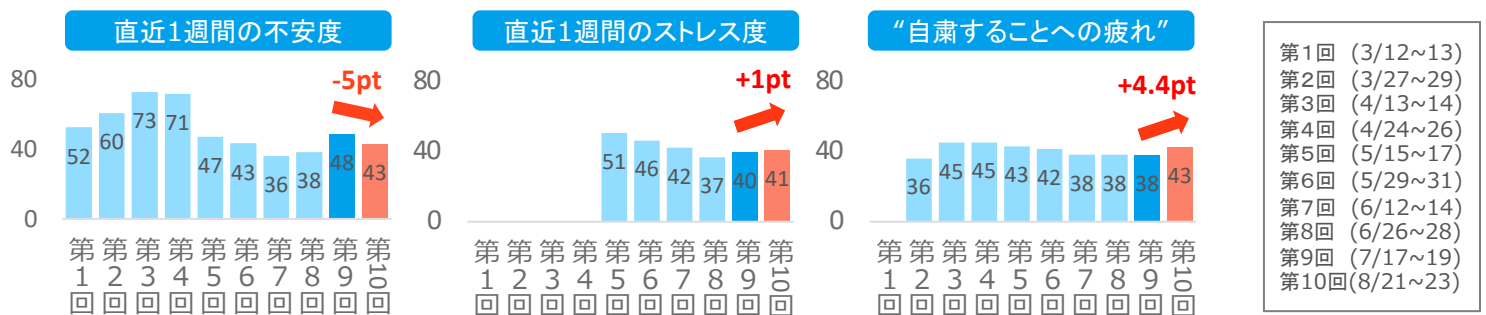
新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を実施。第1回（3月12日～13日）から定期的に行っており、第10回となる今回は、GoToトラベルキャンペーンが開始され約1ヶ月が経ち、梅雨明けとお盆を過ぎた、8月21日～23日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

■調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【新型コロナウイルスに対する不安度】** 定点指標の【不安度】は、感染者数が8月前半のピーク時から少し落ち着いたこともあり今回調査では低下した。一方、【ストレス度】は僅かに上昇傾向。「自粛することに疲れている」が4.4pt増となっていることから、長期化する自粛環境に疲れやストレスが高まってきていることが窺える。〈図1〉
- ✓ **【今年の夏にしたこと】** GoToトラベルキャンペーンが開始され約1ヶ月が経ち、【今年の夏にしたこと】を聞いたところ、「家で過ごした」が約6割で最も高く、昨年の夏と比べると2倍以上高い結果となった。特に「県外への旅行・イベント参加」は、「去年の夏にも行っており今年もしたいと思っていたが、できなかったこと」として差が大きく開いた。今年は梅雨明けまでの期間が長かったせいもあってか、「キャンプ・バーベキュー・海・山でのレジャー」も低く、「したいことができない夏」だった様子が窺える。〈図2〉
- ✓ **【夏のボーナスの使い道】** 今年の夏のボーナス支給状況について、昨年と比べて支給金額は「変わらなかった」が最も多く、有職者全体の68%が「支給された」と回答。〈図3-1〉また支給された人のうち「使い道が決まっている」のは4割にのぼり、使い道として「家電」の購入が大差で1位で、2位以降は「旅行」「外食」「ローン返済」「投資」などがあがった。〈図3-2〉
- ✓ **【コロナ禍で好感をもった・応援したい企業】** おうち時間の増加や自粛期間といった生活の変化に伴い各社で様々な対応がみられる中、コロナ禍で「好感を持った」「応援したい」と思う企業をそれぞれ自由回答で聴取した。応援したい企業では「飲食店、楽天、Amazon、地元の飲食店、ユニクロ、旅行会社、日本企業、アイリスオーヤマ、ANA、イオン」など、好感を持った企業では「シャープ、アイリスオーヤマ、ユニクロ、Amazon、イオン、アパホテル、ANA、楽天、マクドナルド、オリエンタルランド」など、国内企業を中心に多数の回答があがった。また「地元/近所の～」といった地元を応援する回答も多くあがった。〈図4〉 企業名は回答の多い順に記載。

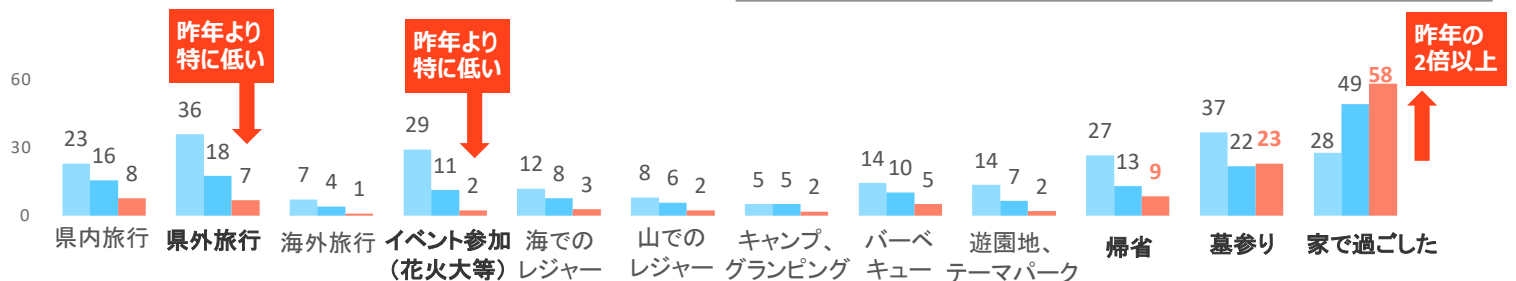
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200831corona/>

〈図1〉 新型コロナウイルスに対する直近1週間の不安度・ストレス度 (n=2500)

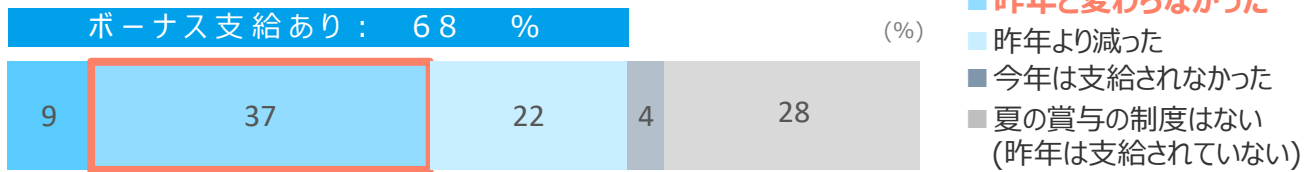


第1回	(3/12~13)
第2回	(3/27~29)
第3回	(4/13~14)
第4回	(4/24~26)
第5回	(5/15~17)
第6回	(5/29~31)
第7回	(6/12~14)
第8回	(6/26~28)
第9回	(7/17~19)
第10回	(8/21~23)

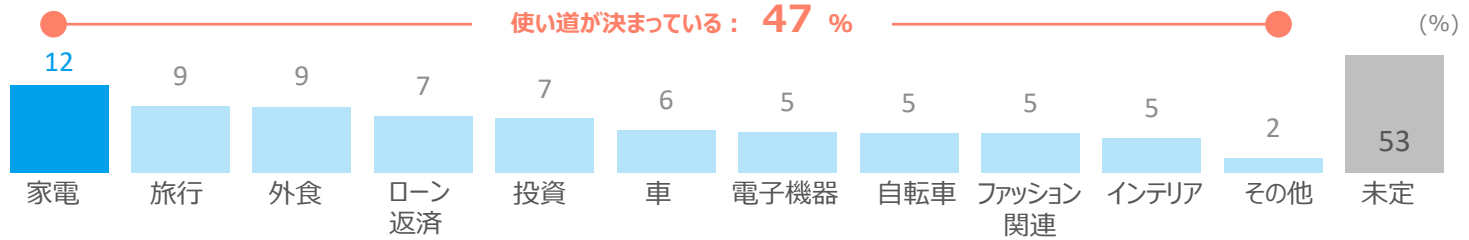
〈図2〉 今年の夏にしたこと (n=2500)



＜図3-1＞夏のボーナス支給状況（有職者のみ/n=1432）



＜図3-2＞夏のボーナス使い道 TOP10（有職者かつボーナス支給あり/n=973）



＜図4＞コロナ禍で、好感をもった・応援したい企業（一部抜粋）

応援したい企業

飲食店、楽天、Amazon、地元の飲食店、ユニクロ、旅行会社、日本企業、アイリスオーヤマ、ANA、イオンなど

好感をもった企業

シャープ、アイリスオーヤマ、ユニクロ、Amazon、イオン、アパホテル、ANA、楽天、マクドナルド、オリエンタルランドなど

■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10回トピックス<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
 - 昨年の夏したこと/今年の夏したいこと/今年の夏したこと
- コロナ後の意識や行動、在宅勤務率
- ▼第2章 ワークেশンの旅行先、ワークেশンで体験したいこと
 - ワークেশンの旅行先、体験したいこと
 - おうち時間を充実させるためにしていること、新たに買ったもの
 - 今年の夏のボーナス支給状況、使い道
 - コロナ禍で好感を持った企業、応援したい企業
- ▼第3章 参考資料(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/20200831corona/>

■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8月21日(金)～23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・・・」