

報道関係各位

2020年9月1日
株式会社クロス・マーケティング

今年の夏の思い出、上位は「ドライブ」「海・川」「バーベキュー」 新型コロナ禍、“密”を避けて楽しむ夏

－夏の思い出に関する調査（2020）－

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「夏の思い出に関する調査（2020）」を実施しました。新型コロナの影響で今年の夏はこれまでの夏とは違う過ごし方をしたという人も多いかと思いません。今回は、今年の夏に行った夏らしいことや今年の夏に買ったものについて分析しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200901summer2020/>

■調査結果

✓ 今年の夏に行った【夏らしいこと】は、「ドライブに行く」が15.5%でトップ。
その後に「海・川に行く」「バーベキューをする」「野菜・植物を育てる」が続く。

✓ 20-30代では2割が「海・川に行く」と回答。

全体として、密にならない、オープンエアでの楽しみが上位に来ている傾向。

年代別に見ると、20-30代では「海・川に行く」や「バーベキューをする」が他年代に比べて高く、コロナ禍にあってもアウトドアに積極的な様子が窺える。

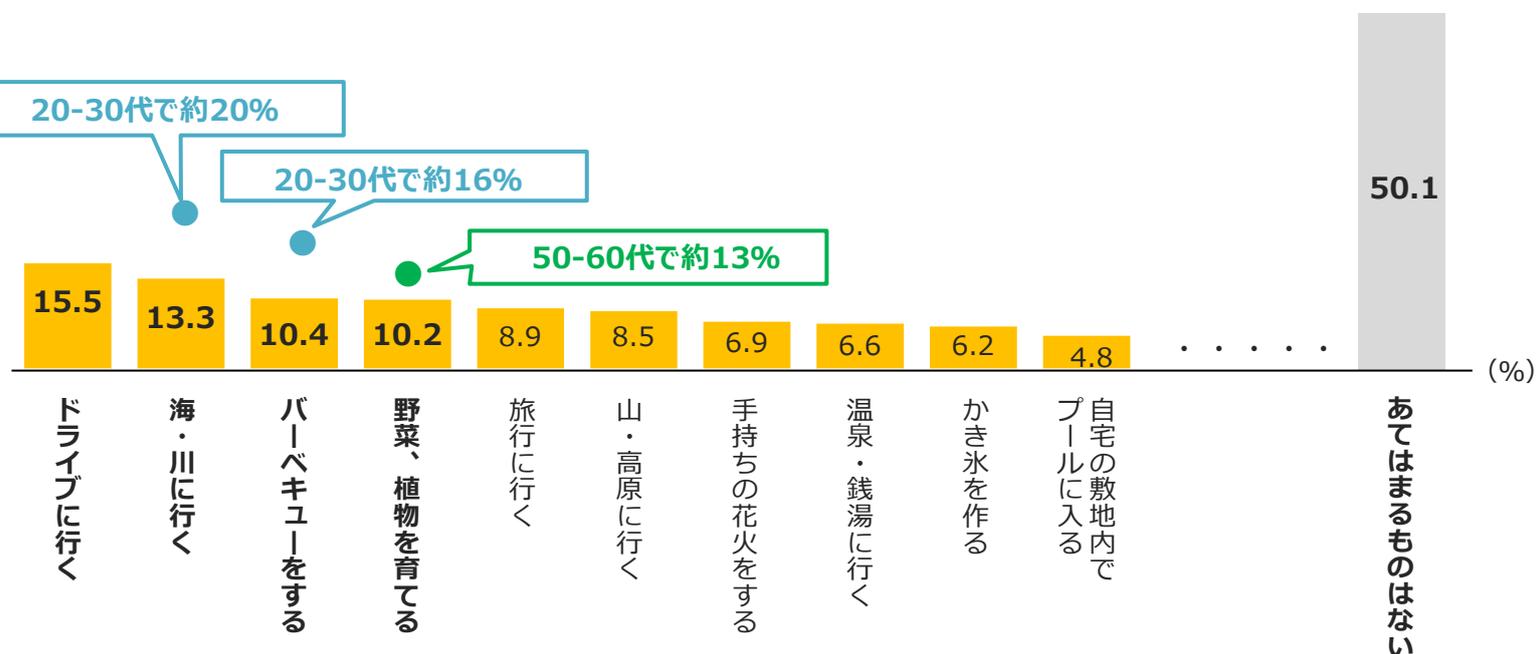
一方、50-60代では、「野菜・植物を育てる」が高く、自宅での楽しみを見出している様子が見受けられる。

ただ全体としては、約半数が「あてはまるものはない」と回答した。〈図1〉

✓ この夏買ったものは、「衣類・靴」が26.3%とトップ。「書籍・雑誌・漫画」がそれに続く。

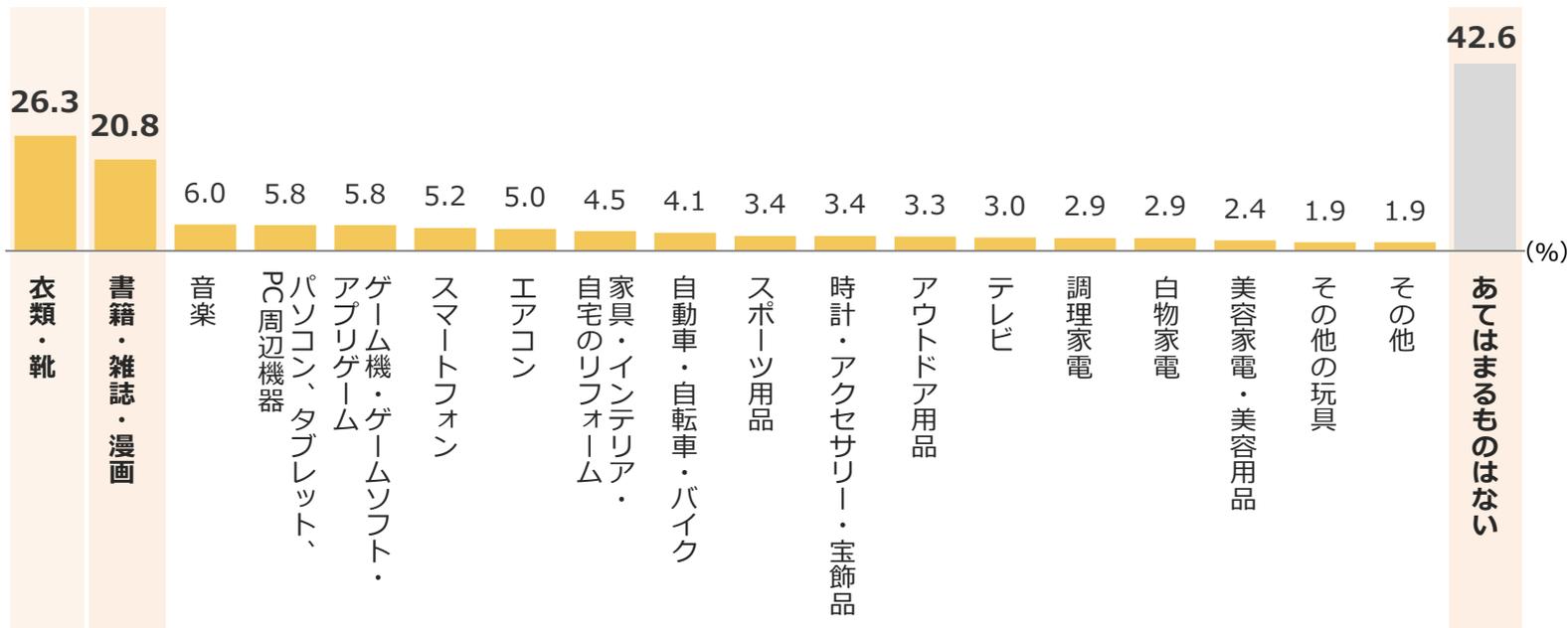
今夏はコロナの影響で例年よりも移動や行動が制限されたこともあってか、4割強が「あてはまるものはない」と回答した。〈図2〉

〈図1〉今年の夏に行った【夏らしいこと】（複数回答）



※上位10項目・「あてはまるものはない」以外の選択肢は省略

<図2> 今年の夏に買ったもの（複数回答）



■ 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
- 昨今の状況下で「してもいい」と思うこと
- 今年の夏に行った「夏らしい行動」
- 今年の夏に買ったもの

◆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/20200901summer2020/>

■ 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8月28日（金）
 有効回答数 : 本調査1,100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・・・」