

報道関係各位

2020年9月30日  
株式会社クロス・マーケティング

## コロナ不安度は過去最低値を更新 GoTo拡大を目前に高まる「出かけたがたい」気持ち

－新型コロナウイルス生活影響度調査(第11回)－

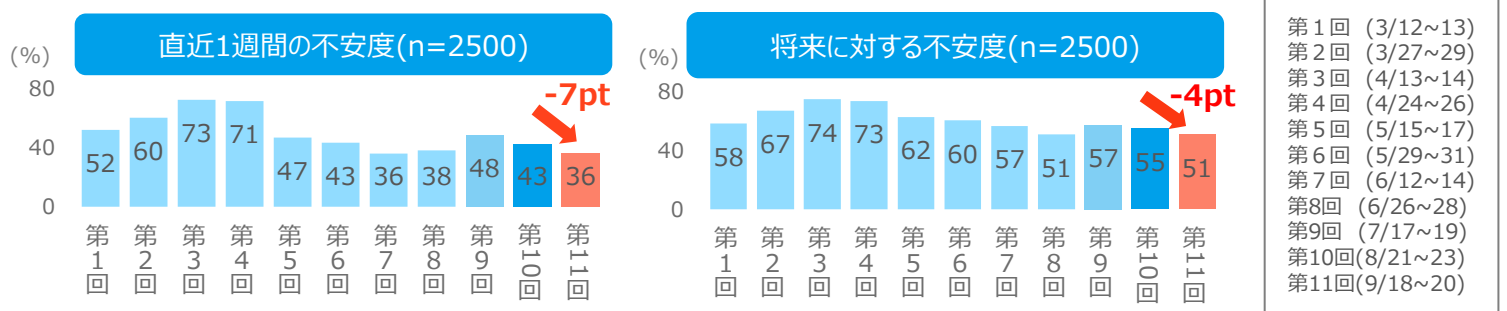
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を実施。第1回（3月12日～13日）から定期的に実施しており、第11回となる今回は、GoToトラベルキャンペーンの東京対象が正式決定し、菅新内閣の発足直後となる9月18日～20日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

### ■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、「直近1週間の不安度」・「将来に対する不安度」のどちらも減少し、調査開始以来の最低値を更新。“宣言解除”から1ヶ月が経った6月下旬頃の水準に再び戻った。〈図1〉
- ✓ **【実行したいが、できていないこと】** 制限緩和が徐々に始まる中、「やりたいこと・できていること」について第2回調査(3月下旬実施)から約6ヶ月ぶりに聴取した。3月下旬よりも「やりたいこと」はどの項目も軒並み上昇したものの、実際に「できている」との回答は横ばい傾向で、できていないことは少ない結果となった。特に「旅行に行く」「友人・同僚との付き合い（飲み会・遊び等）」「家族との外食」において意向と実行の差が大きみられた。〈図2〉 外出への不安は徐々に薄れつつあるものの、移動自粛のあった旅行や周囲の人との外食は未だ気持ちを抑えている様子が伺える。
- ✓ **【1週間における余暇の総時間】** 自粛中の余暇時間をどのように過ごしているかについて、利用日数と1日あたりの利用時間から、1週間のうちにしめるそれぞれの余暇の占有時間を算出したところ、どの年代でも最も多い行動は「テレビを見る」ことが1週間あたり平均18時間で最も高かった。年代別に傾向は分かれるが、年齢が上がるほど「テレビを見る」が高くなる一方、20代では「ゲーム・動画・SNS・音楽」が余暇時間の利用方法として特に高い結果となった。〈図3〉
- ✓ **【コロナ禍で社会課題に取り組む企業】** 「自社の事業を通じて社会的な課題を解決している」と思う“CSV企業”を自由回答で聴取した。1位「トヨタ」2位「花王」3位「サントリー」が上位の回答に上がり、4位以下では「シャープ・パナソニック・ユニクロ・イオン・Amazon・アイリスオーヤマ・ソフトバンク・楽天・ライオン・Google」などがあがった。〈図4〉

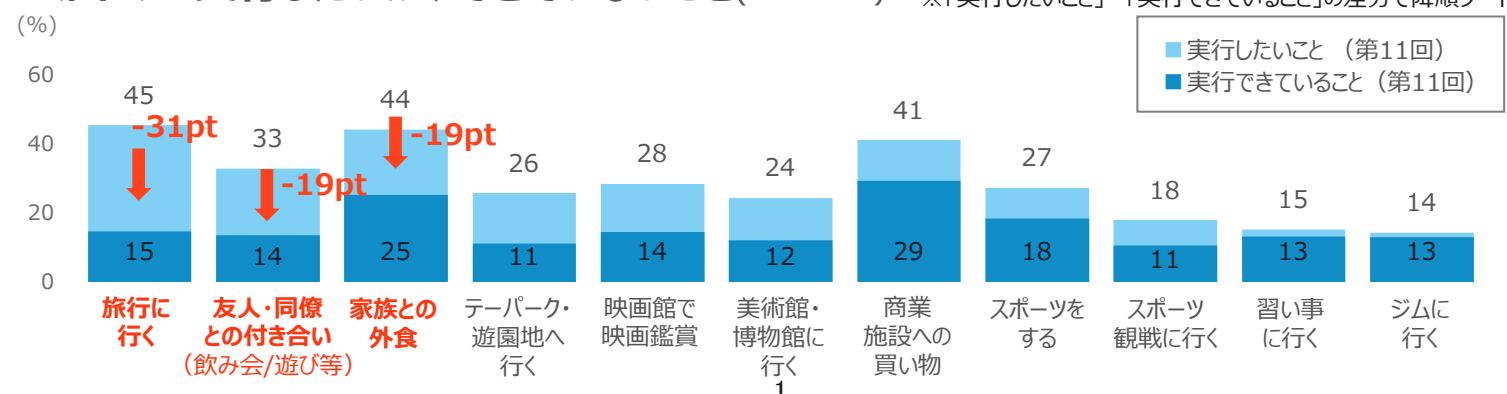
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200930corona/>

### 〈図1〉 新型コロナウイルスに対する不安度

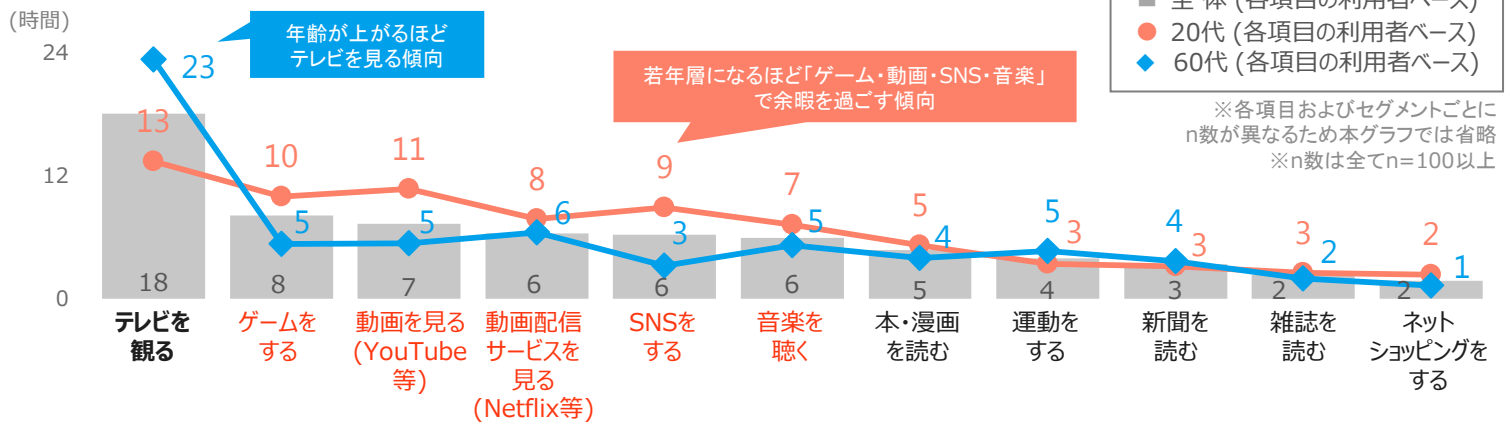


### 〈図2〉 実行したいが、できていないこと (n=2500)

※「実行したいこと」-「実行できていること」の差分で降順ソート



＜図3＞ 1週間における余暇の総時間（各項目の利用者ベース）



＜図4＞ 自社の事業を通じて社会課題を解決していると思う企業（自由回答・回答数の多い上位結果のみ抜粋）

1位	トヨタ	5位	パナソニック	9位	アイリスオーヤマ、ソフトバンク
2位	花王	6位	ユニクロ	11位	楽天
3位	サントリー	7位	イオン	12位	ライオン
4位	シャープ	8位	Amazon	13位	Google

■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）
- 時系列比較くまとめ
- 第11回 調査結果トピックス

▼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
- 項目別の不安度

- 新型コロナウイルス後の買い物の意識や行動
- 実行したいこと、実行していること
- 直近1週間の余暇の利用・行動
- 家事の回数の増減変化
- 新型コロナウイルス流行以降の洗濯や掃除について
- 社会的な課題を解決していると思う企業

▼第2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/20200930corona/>

■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9月18日(金)～20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](mailto: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・・・」