

報道関係各位

2020年10月1日
株式会社クロス・マーケティング

デジタル化で「公的機関の手続きリモート化」への期待高まる この秋の旅行は「GoToトラベル」も活用しつつ、密を避けられる場所に

－ 2020年度下半期 新たな動きに対する意識調査 －

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「2020年度下半期 新たな動きに対する意識調査」を実施しました。新型コロナの影響が少し落ち着き、政府主導でGoToキャンペーンやデジタル庁設置の推進など、新たな動きが始まっています。今回は、デジタル化が進むことで期待する変化や、この秋の旅行意向・「GoToトラベル」の利用意向について分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201001corona/>

■ 調査結果

✓ デジタル化に期待する変化は、「公的機関・行政機関の手続きリモート化」「在宅勤務」「世の中全体のペーパーレス化」がTOP3。

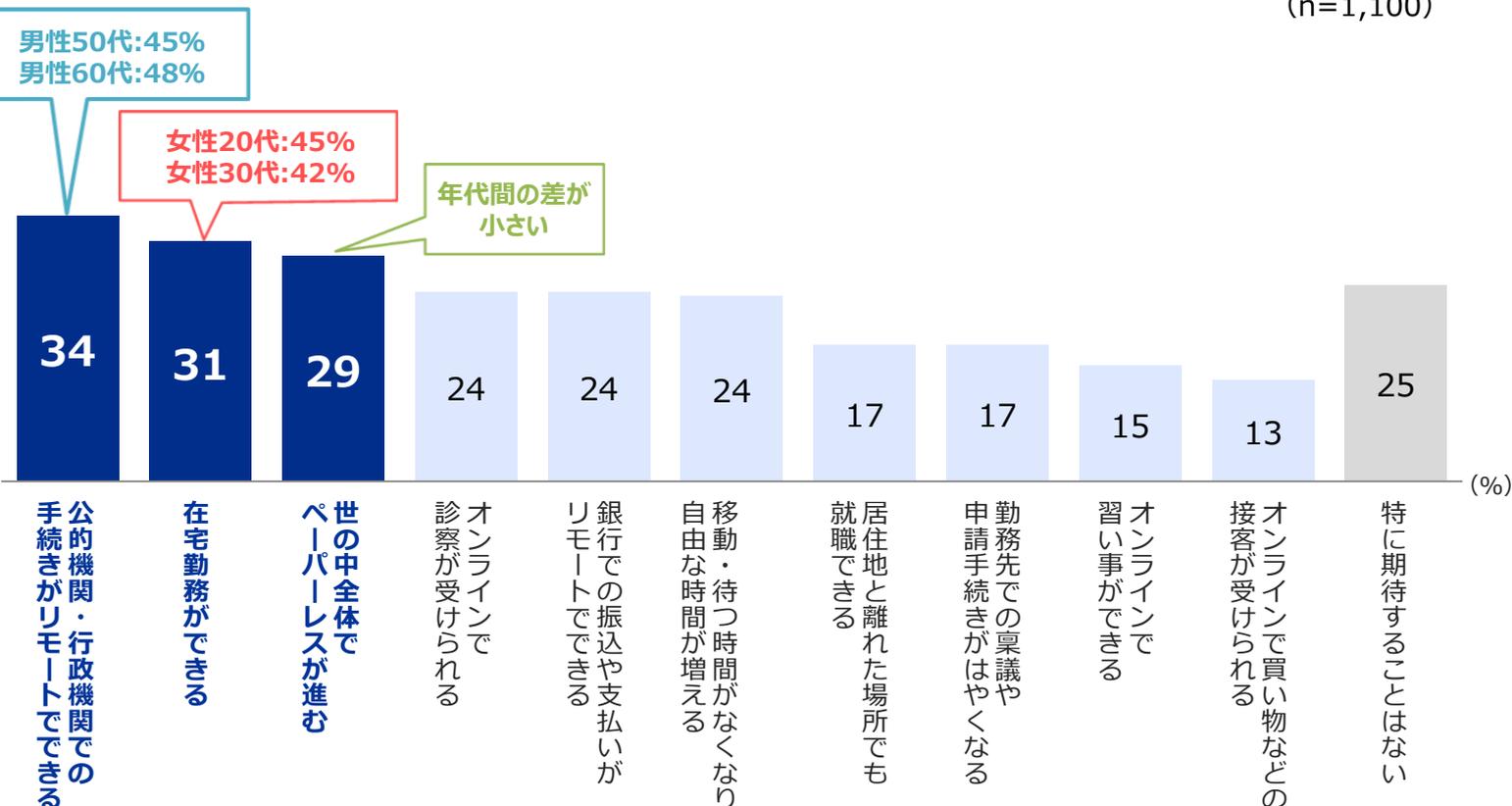
性年代別に見ると、「公的機関行政機関の手続きリモート化」は男性の50・60代、「在宅勤務」は女性の20・30代で、特に意識する人が多い。「世の中全体のペーパーレス化」は、年代間の差が小さく、全年代共通でデジタル化のメリットとして意識されている様子がうかがえる。〈図1〉

✓ この秋の旅行は、「人出が少ない」「住んでいる都道府県以外」「自然が多い」ところが人気。〈図2〉
GoToトラベルは、使うなら「最大限に利用」する派が多い。〈図3〉

性年代別にみると、「この秋はまだ旅行しない」人は43%だが、東京在住者では38%となり、旅行したい気持ちは東京在住者がやや高い傾向が見られた。〈図2〉

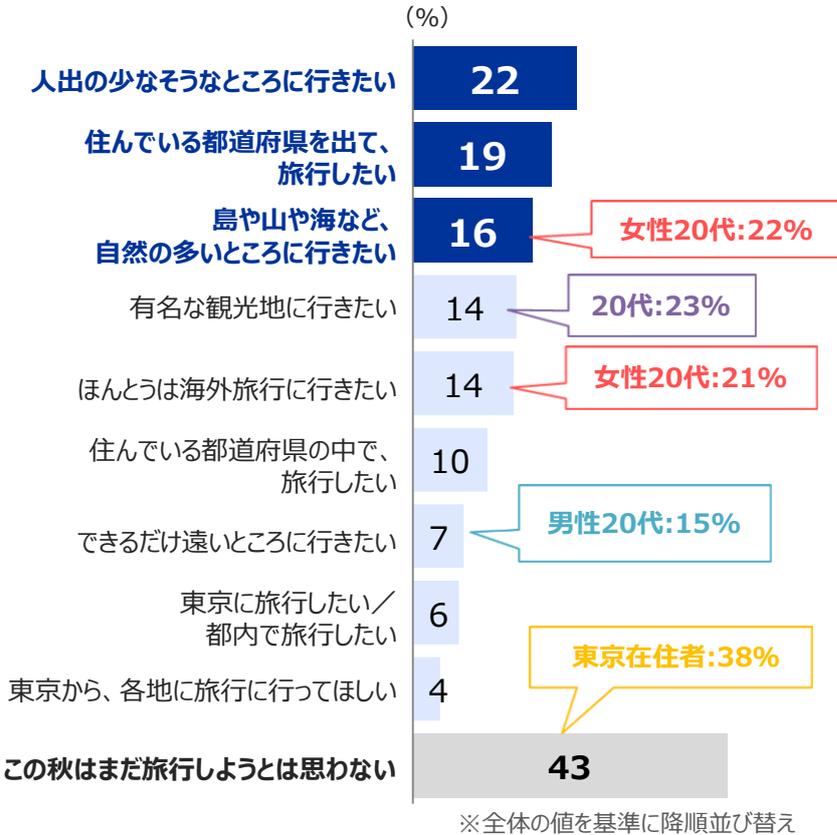
〈図1〉 デジタル化が進むことで期待する変化（複数回答） ※上位10項目抜粋

(n=1,100)



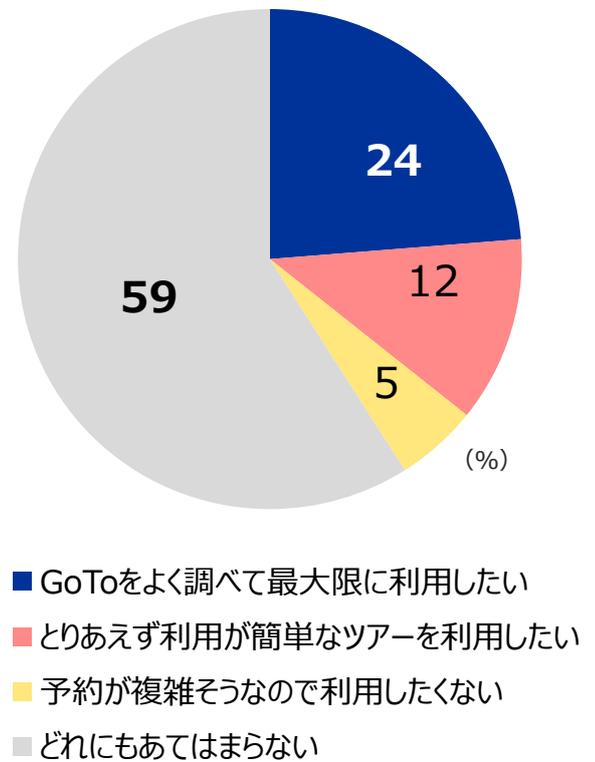
＜図2＞この秋の旅行について（複数回答）

(n=1,100)



＜図3＞この秋の旅行での「GoToトラベル」の利用について（単一回答）

(n=1,100)



■ 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
- デジタル化が進むことで期待する変化
- この秋の旅行意向
- この秋の旅行での「GoToトラベル」の利用意向

◆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/20201001corona/>

■ 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9月29日 (火)
 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・・・」