

報道関係各位

2020年10月26日
株式会社クロス・マーケティング

5人に1人はGoToトラベル利用 withコロナ生活慣れはじめ、行動範囲広がる

—新型コロナウイルス生活影響度調査(第12回)—

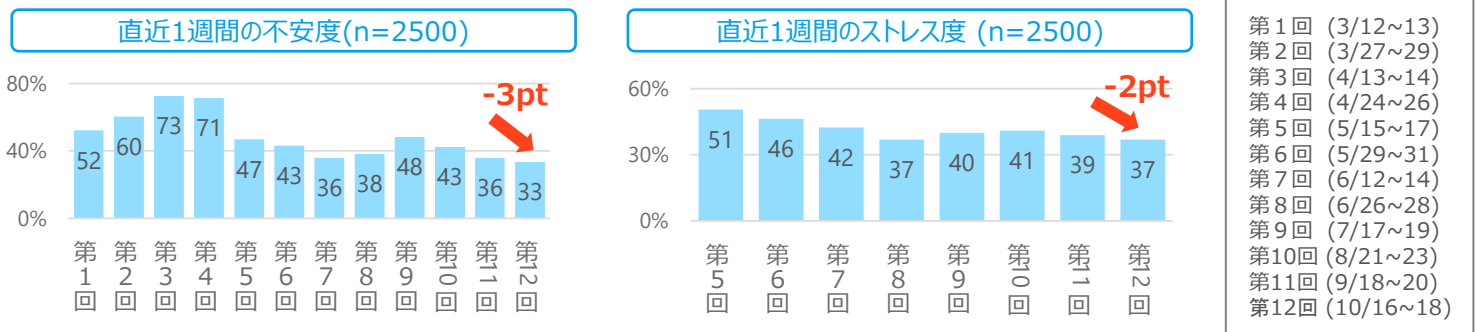
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を実施。第1回（3月12日～13日）から定期的実施しており、第12回となる今回は、GoToトラベルキャンペーンが東京でも開始され2週間ほどたった10月16日～18日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

■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「直近1週間の不安度」は先月からさらに減少し再び最低値を更新。「ストレス度」も減少し、感染者数が一時的に落ち着いていた6月下旬と同程度の水準となった。＜図1＞「直近1週間の外出目的」においても、“必要最低限”の外出が増加しているだけでなく、「外食/遊びに行く/友人・知人・離れた家族に会う/旅行/習い事」といった不要不急の外出も長期トレンドで上昇しており、withコロナ生活に慣れ始め“行動の幅”が広がってきている状況が伺える。＜図2＞
- ✓ **【GoToキャンペーン ファネル】** GoToキャンペーンについて「認知・興味・利用経験・今後の利用意向」をファネル分析した。認知状況は、「GoToトラベル・GoToイート」が9割と非常に高く、キャンペーン開始前の「GoToイベント・GoTo商店街」でも約6割程度にのぼる。利用状況については「GoToトラベル」が全体の20%と、5人に1人は利用しており、利用意向も「GoToトラベル・GoToイート」で全体の約半数と非常に高い関心が集まっている。＜図3＞ 直前で決められるくらいのちょっとした外出や、感染対策を十分にできると判断できた上での会食や旅行であれば出かけたい、といった気持ちが推察される。
- ✓ **【これからの社会に必要な企業として思い浮かぶ企業】** 「これからの社会に必要な企業」として思い浮かぶ企業を自由回答で聴取した。15票以上で回答の多かった企業は、「TOYOTA/amazon/楽天/google/富士フィルム/NTT/花王/JR/シャープ/イオン/アップル/docomo/ソフトバンク/パナソニック/ヤマト運輸/suntory」であった。（表記は回答のまま掲載）＜図4＞

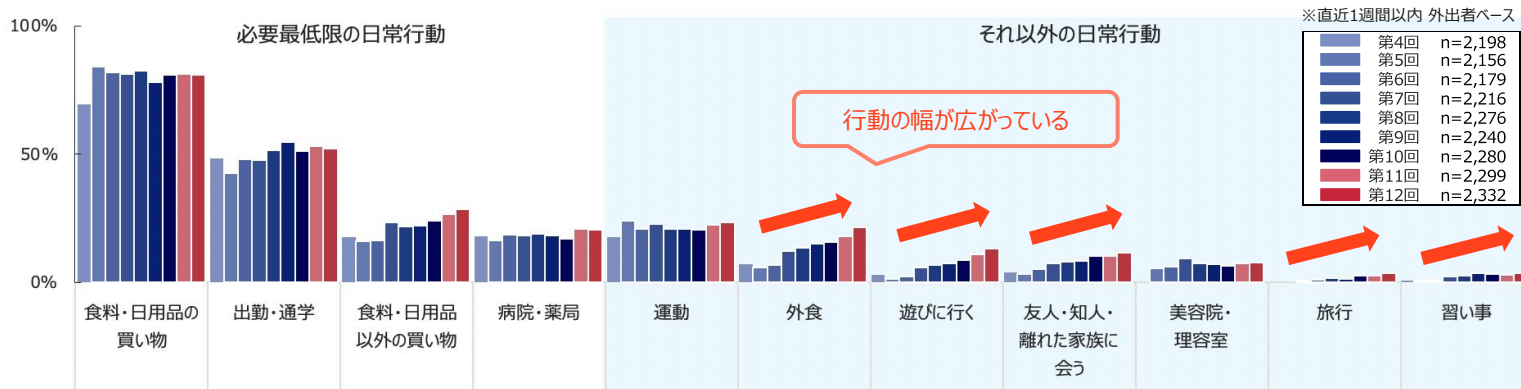
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20201026corona/>

＜図1＞ 新型コロナウイルスに対する不安度



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)
第11回	(9/18~20)
第12回	(10/16~18)

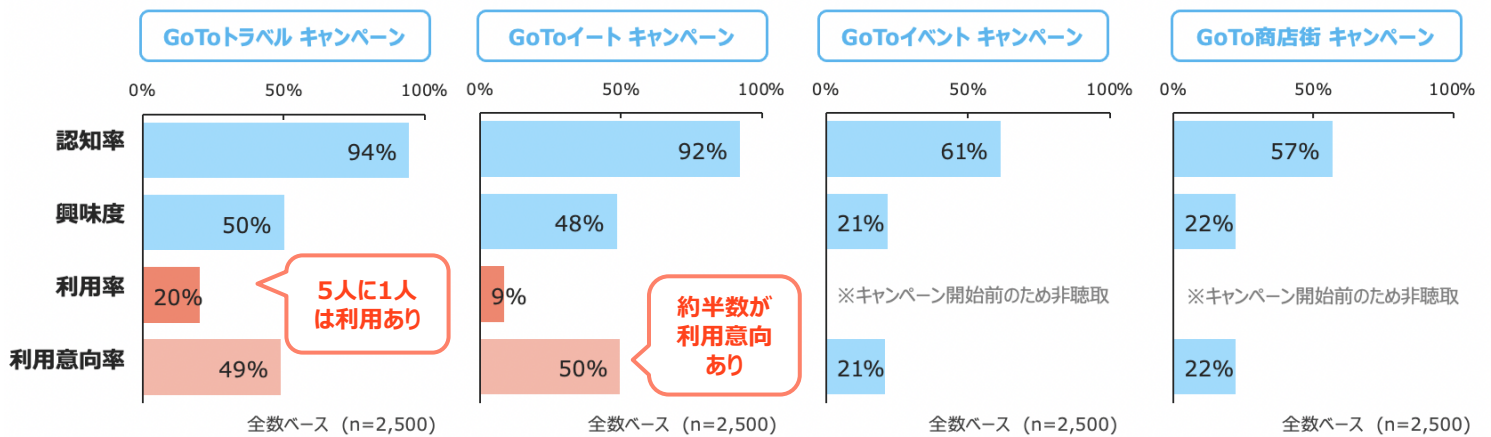
＜図2＞ 直近1週間の外出目的



※直近1週間以内 外出者ベース

第4回	n=2,198
第5回	n=2,156
第6回	n=2,179
第7回	n=2,216
第8回	n=2,276
第9回	n=2,240
第10回	n=2,280
第11回	n=2,299
第12回	n=2,332

<図3> GoToキャンペーン ファネル分析



<図4> 「これからの社会に必要な企業」として思い浮かぶ企業 (自由回答・15票以上の企業名のみ抜粋・表記は回答のまま掲載)

1位	TOYOTA	6位	NTT	11位	ソフトバンク
2位	amazon	7位	花王	12位	パナソニック
3位	楽天	8位	JR	13位	ヤマト運輸、suntory
4位	google	9位	シャープ、イオン、アップル		
5位	富士フィルム	10位	docomo		

■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12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

▼第2章 直近3ヶ月以内の購入商品、年末年始予定、GoToキャンペーンファネル、これからの社会に必要な企業について

- 直近3ヶ月以内購入商品/購入チャネル
- 昨年の年末年始に行ったこと/今年の年末年始に予定していること
- GoToキャンペーンファネル/各キャンペーン利用状況詳細
- 「これからの社会に必要な企業」として思い浮かぶ企業

▼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/20201026corona/>

■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10月16日(金)~18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・・・」