

報道関係各位

2020年11月17日
株式会社クロス・マーケティング

“新型コロナ第三波”、7割がこれまで以上に警戒 11月の連休も引き続き慎重な姿勢は崩さず

－ 連休の行動と新型コロナ第三波に関する意識調査 －

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「連休の行動と新型コロナ第三波に関する意識調査」を実施しました。11月に入ってから、新型コロナの感染者数は再び増加しており、“第三波”の到来だという見方もあります。今回は、11月の3連休（11/21～11/23）の「お出かけ」予定や、新型コロナ“第三波”に関する意識、“第三波”による連休予定への影響の有無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/20201117coronadaisanpa/>

■調査結果

- ✓ 11月の3連休（11/21～11/23）のお出かけ先は、「ショッピング」が15%で最多。
一方、「出かけるつもりはない」が過半数を占める。

今年の11月の3連休のお出かけ意向を聴取したところ、「ショッピング」（15%）が最多となった。

「出かけるつもりはない」が52%と過半数を占め、9月の4連休（9/19～9/22）に関する調査より3ポイントの微増だったが、大きな差はみられなかった。＜図1＞

7月の4連休（7/23～7/26）に関する調査からみると、お出かけ意向は回復しつつも横ばいが続いている様子。＜図2＞

- ✓ “第三波”に対して、第一波・第二波より警戒している人は7割近くにのぼる。

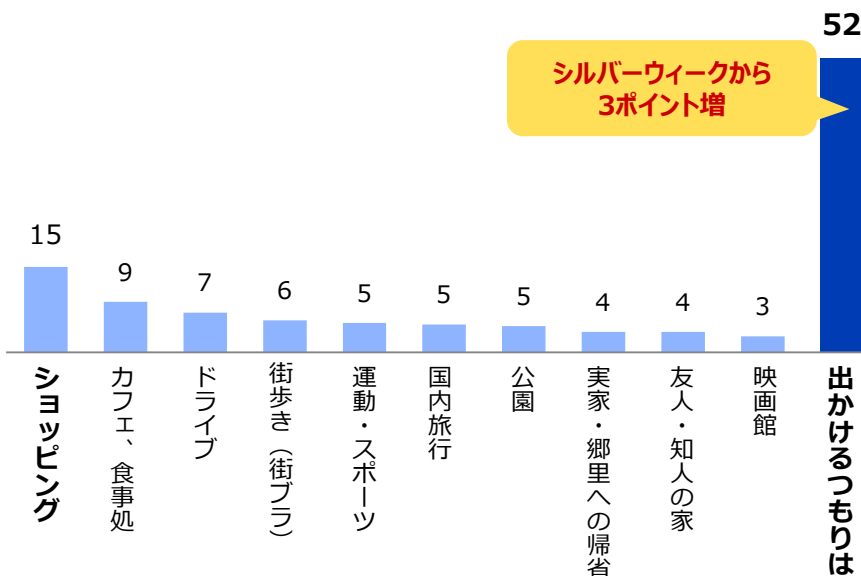
警戒している人では、3連休のお出かけ先を「密でない行き先にする」など、考えている様子。

感染者数が再び増加しつつある中で、現在の状況を“第三波”だとする見方もあることについて聴取したところ、

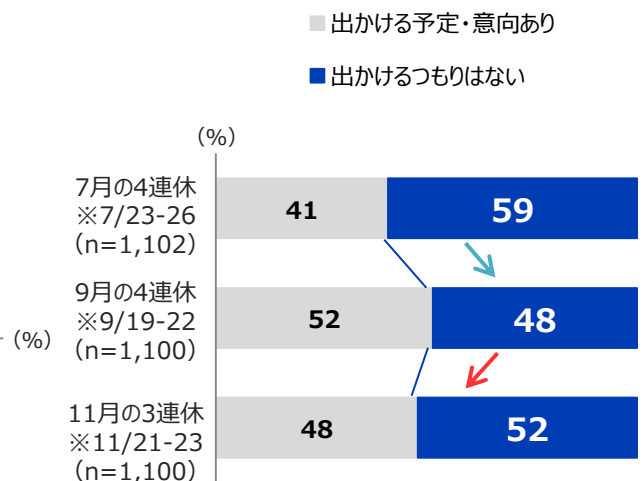
第一波・第二波より警戒していると回答した人が7割近くにのぼった。＜図3＞

11月の3連休にお出かけ予定・意向がある人について、“第三波”を警戒している人では、「密でない行き先にする」という回答が最も多い。お出かけを取りやめるまでは行かないものの、より感染リスクの少ない行き先を検討している様子が窺える。＜図4＞

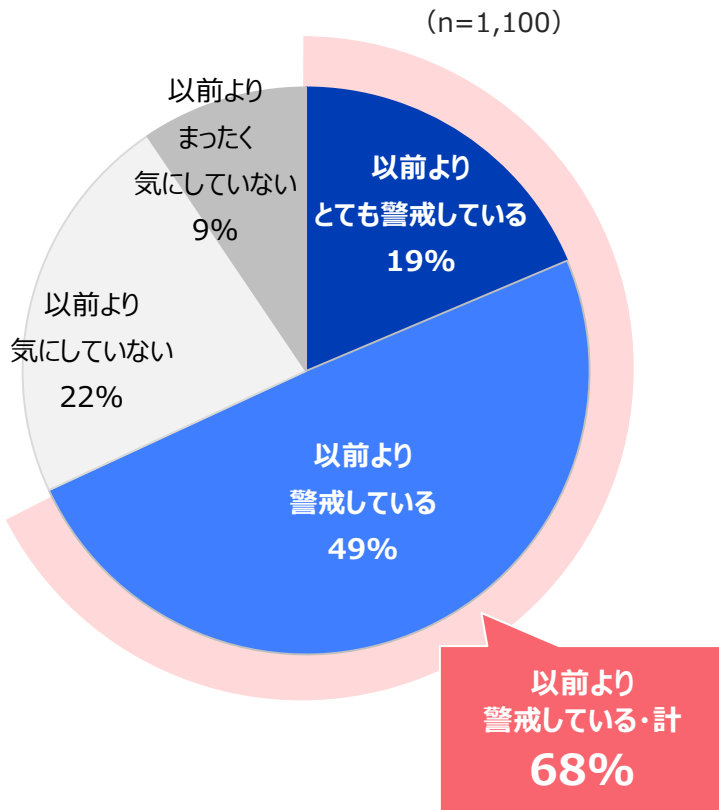
＜図1＞ 11月の3連休（11/21～11/23）の「お出かけ」予定
（複数回答、上位10項目抜粋） (n=1,100)



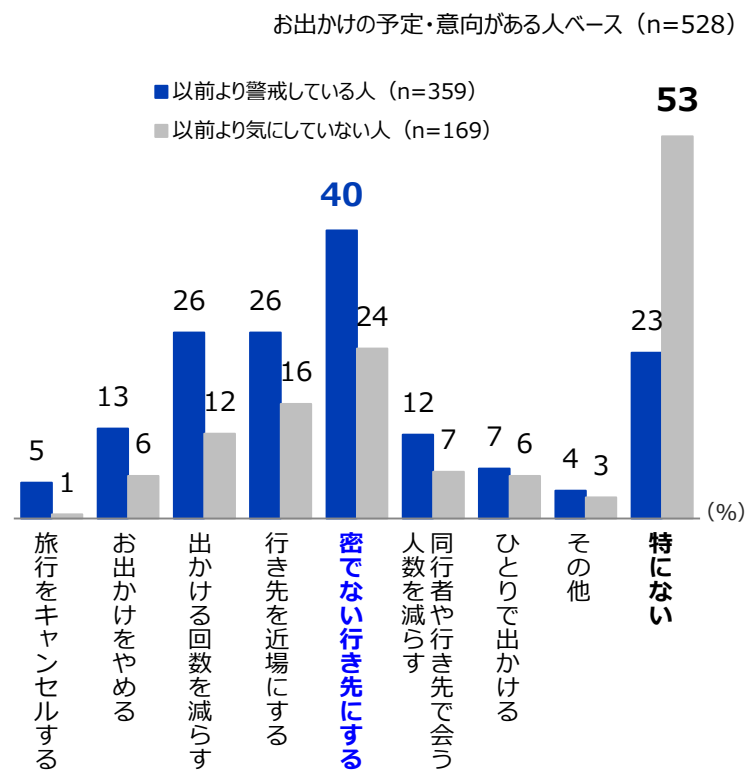
＜図2＞ 7月／9月の連休のお出かけ意向との推移比較



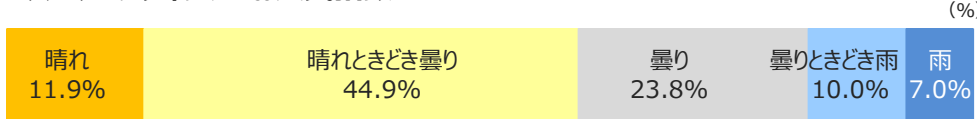
<図3> 第一波・第二波と比べた場合の、“第三波”に対する意識



<図4> “第三波”が来ている中で、3連休の予定について考えていること



クロス・マーケティング お天気指数



クロス・マーケティング お天気指数とは…直近1週間における人々の気分を5段階で聴取しています。(n=1,100)

お天気回答理由 (抜粋)

晴れときどき曇り
子供の運動会や音楽会を楽しんで、
農作業の手伝いもあり充実した1週間
だったが、とても疲れた。
(女性・43歳)

■ 調査項目

- 属性設問
- 直近1週間における気分とその理由
- 11月の3連休 (11/21~11/23) の「お出かけ」予定
- 新型コロナ“第三波”に関する意識
- “第三波”による連休予定への影響の有無

◆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/2020117coronadaisanpa/>

■ 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11月13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・・・」