

報道関係各位

2020年11月25日
株式会社クロス・マーケティング

コロナ第3波、「経済よりも感染防止」が半数超え 「食べるとき以外はマスク」約4割が実施

－新型コロナ対策に関する意識調査－

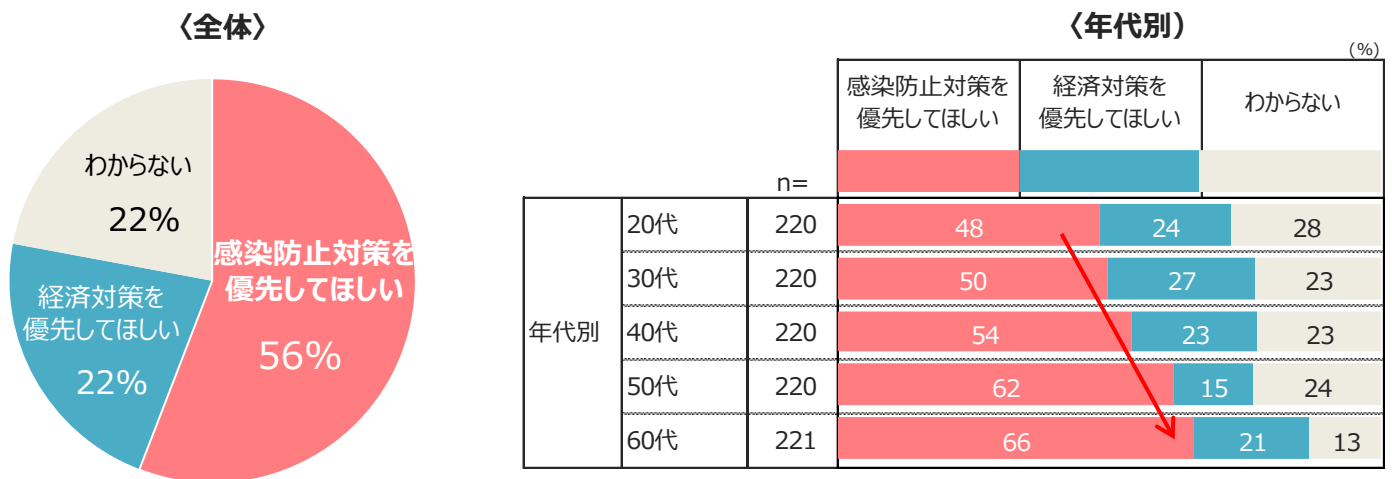
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「新型コロナ対策に関する意識調査」を実施しました。「感染防止対策」と「経済対策」でより優先すべきと思うもの、会食時のマスク着用状況、新型コロナに関する各対策についての意識を聴取、また、現在「してもいい」と思うことについての定点調査の結果を分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201125corona/>

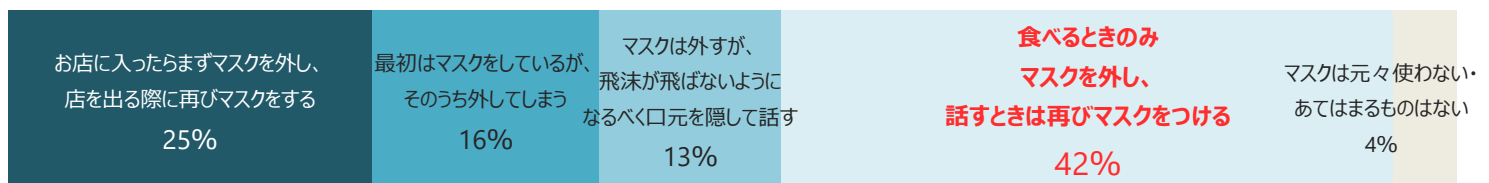
■調査結果

- ✓ **新型コロナの拡大に際して、経済対策と感染防止対策のどちらを優先すべきだと思うか聴取したところ、「感染防止対策を優先してほしい」が半数以上。年代が高くなるほど、「感染防止対策優先」の声が高まる。〈図1〉**
- ✓ **複数人での外食時には、「マスク会食（食べるときのみマスクを外し、話すときは再びマスクをつける）」が42%にのぼる。**
次に多いのが、「お店に入ったらまずマスクを外し、店を出る際に再びマスクをする」で25%という結果になった。〈図2〉
- ✓ **接待を伴う飲食店への営業時短要請や企業のテレワーク推進については、6割以上が賛成。**
一方、「Go to Eat/トラベル」キャンペーンの継続には半数弱が反対。
補助金の使い道として、「医療関連施設への補助金を増やす」に賛成が79%と多くの票を集めた。企業や店舗への要請としては、「接待を伴う飲食店への営業時短要請」や「企業のテレワーク推進」の他、「イベントやライブ、コンサートの人数制限強化」に賛成という回答が過半数を超えたが、「緊急事態宣言」については賛成が4割にとどまった。個人への要請としては、「マスク着用の義務化」に賛成が72%、「不要不急な外出の自粛」に賛成が63%となっている。一方、「一律自粛ではなく、感染者の少ない地域/リスクの低い人に活発な経済活動を促す」といった意見への賛成は半数を下回る結果となっている。感染状況の把握としては、「PCR検査を増やす」に賛成が68%と最も多い。〈図3〉
- ✓ **現在「してもいい」と思うことを聴取したところ、10月末調査と比べて、1人での居酒屋や飲食、カラオケなど“1人行動関連”が増加傾向。**
「1人で居酒屋」「1人でカフェ、食事処に行く」「1人でカラオケに行く」が10月末調査と比べて、10ポイント前後増加している。〈図4〉

〈図1〉 「経済対策」と「感染防止対策」のどちらをより優先すべきか（単一回答）（n=1,101）



〈図2〉 複数人で外食する際のマスクの使い方（単一回答）（n=1,101）



<図3> 日本政府が下記の対応を行うことに賛成か、反対か（各単一回答）（n=1,101）

● 補助金の使い道

■ 賛成 ■ どちらともいえない ■ 反対

医療関連施設への補助金を増やす



業績が悪化した企業への補助金を増やす



飲食店がデリバリーや通信販売を開始する際にかかる費用を補助する



Go to Eatキャンペーンを継続する



Go to トラベルキャンペーンを継続する



反対が賛成を上回る

● 企業や店舗への要請

■ 賛成 ■ どちらともいえない ■ 反対

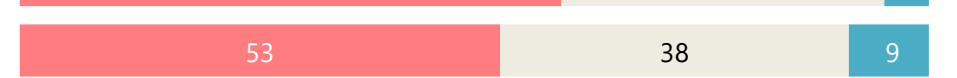
接待を伴う飲食店に営業時間短縮の要請をする



企業により一層テレワークを要請する



イベントやライブ、コンサートの人数制限を現状より厳しくする



一般の飲食店に営業時間短縮の要請をする



緊急事態宣言を出す



● 個人への要請

■ 賛成 ■ どちらともいえない ■ 反対

外出時のマスク着用を義務化する



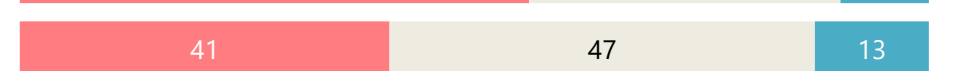
不要不急な外出の自粛を要請する



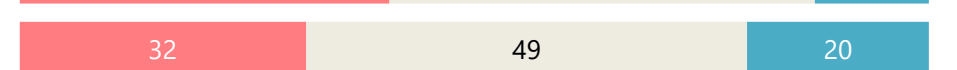
5人以上での飲食を禁止する



一律に自粛を求めるのではなく、感染者の少ない地域では活発な経済活動を促す



一律に自粛を求めるのではなく、リスクの低い人たちに活発な経済活動を促す



● 感染状況の把握

■ 賛成 ■ どちらともいえない ■ 反対

PCR検査の数を増やす



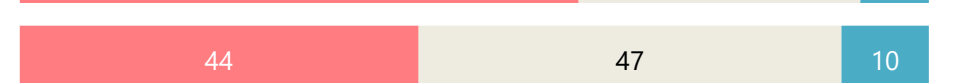
新型コロナウイルスに感染した人とそれ以外の人の意識・行動の違いを分析・公表する



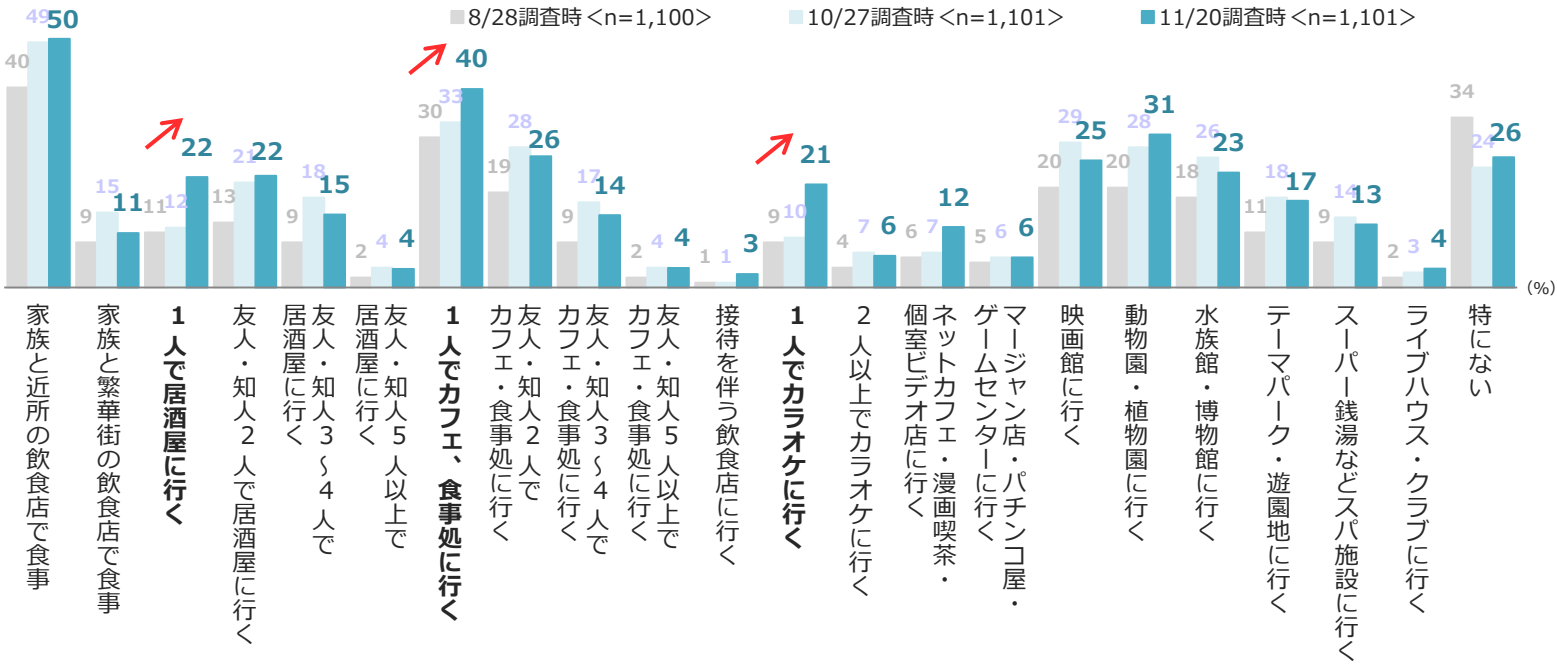
新型コロナ感染者の感染した場面や感染元との関係性などをより詳細に公表する



新型コロナウイルス接触確認アプリのダウンロードを推進する



<図4> 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思うこと（複数回答）



クロス・マーケティング お天気指数

お天気	お天気理由(抜粋)
晴れ 16.8	晴れときどき曇り
晴れときどき曇り 41.5	曇り
曇り 22.9	曇りときどき雨
曇りときどき雨 10.9	雨
雨 7.9	

お天気理由(抜粋)
晴れときどき曇り
基本自宅におり、憂鬱な時もあつたが、読書や勉強を通して新たな気づきがあつたため。
(男性・23歳)

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=1,101)

■調査項目

- 属性設問
- 直近1週間における気分とその理由
- 新型コロナに関して「経済対策」と「感染防止対策」でより優先すべきと思うもの
- 複数人で外食する際のマスクの使い方
- 新型コロナに関する各対策についての意識
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思うこと

◆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/20201125corona/>

■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20日(金)～21日(土)
 有効回答数 : 本調査1,101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・・・」