

報道関係各位

2020年2月25日
株式会社クロス・マーケティング

新型コロナワクチン「すぐに接種したい」は 12月調査から17ポイント上昇 国内でのワクチン接種開始を受けて、コロナ収束への期待感も高く

－新型コロナウイルスワクチンに関する調査（第3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、全国20歳～69歳の男女を対象に「新型コロナウイルスワクチンに関する調査（第3回）」を実施しました。2月の中旬から、日本国内で医療従事者より段階的に新型コロナワクチンの接種が始まりました。今回は、ワクチンの接種意向を2020年10月、12月それぞれの調査結果と比較し、国内でワクチンの接種が始まったことによるコロナ収束への期待感の変化やワクチンを「すぐに接種したくない」理由、ワクチン接種後、抗体ができたらしらと思うことについても分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210225corona/>

■調査結果

✓ 新型コロナワクチンの接種意向は「すぐに接種したい」が25%。

前回（2020年12月）調査時は「すぐにでも接種したい」が8%だったが、今回の調査では25%と17ポイントの上昇。「様子を見てから摂取したい」「あまり摂取したくない」も減少傾向にあり、ワクチン接種に前向きな傾向があると窺える。〈図1〉

✓ 国内で新型コロナワクチンの接種が始まったことによる、コロナ収束への期待感の変化については、「期待感が高まった」と回答した人が63%。

最も多かったのは、「少し期待が高まった」で33%。「非常に期待が高まった」「期待が高まった」も合わせると63%。日本でもワクチン接種が始まったことで、コロナ収束が現実味を帯びてきたのではないかと推察される。〈図2〉

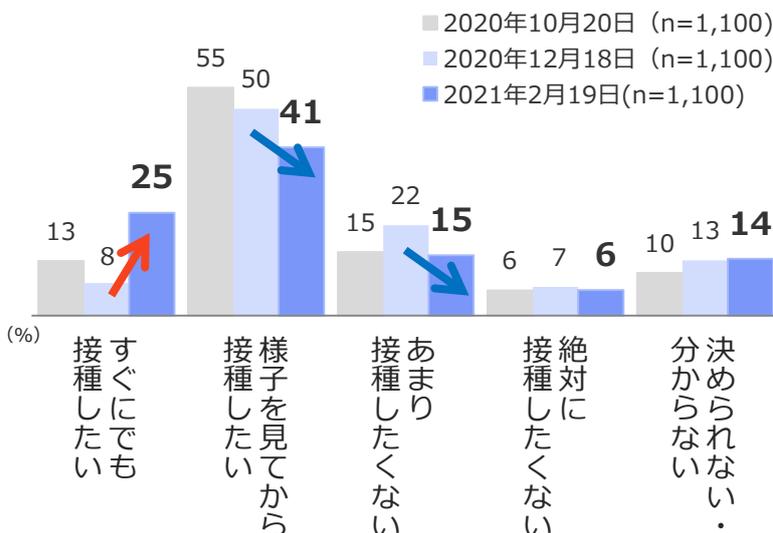
✓ 新型コロナワクチンをすぐに接種したくない理由は、「接種した後の副反応が怖いから」が約半数でトップ。

前回調査に引き続き、「接種した後の副反応が怖いから」が49%と最も高い。次に、「効果があるか疑わしいから」(23%)、「ワクチンの効果がどのくらい続くかわからないから」(20%)と続く。〈図3〉

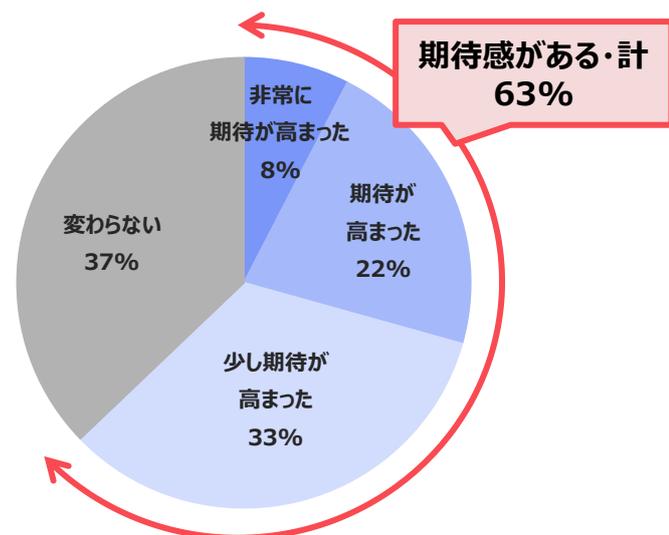
✓ ワクチン接種後、抗体ができたらしらと思うことは、「国内旅行に行く」が35%でトップ。

「国内旅行に行く」が35%と最も高く、「温泉に行く」(20%)、「買い物に行く」(16%)と続く。〈図4〉

〈図1〉 新型コロナワクチンの接種意向（単一回答）



〈図2〉 国内で新型コロナワクチンの接種が始まったことによる、コロナ収束への期待感の変化（単一回答） (n=1,100)

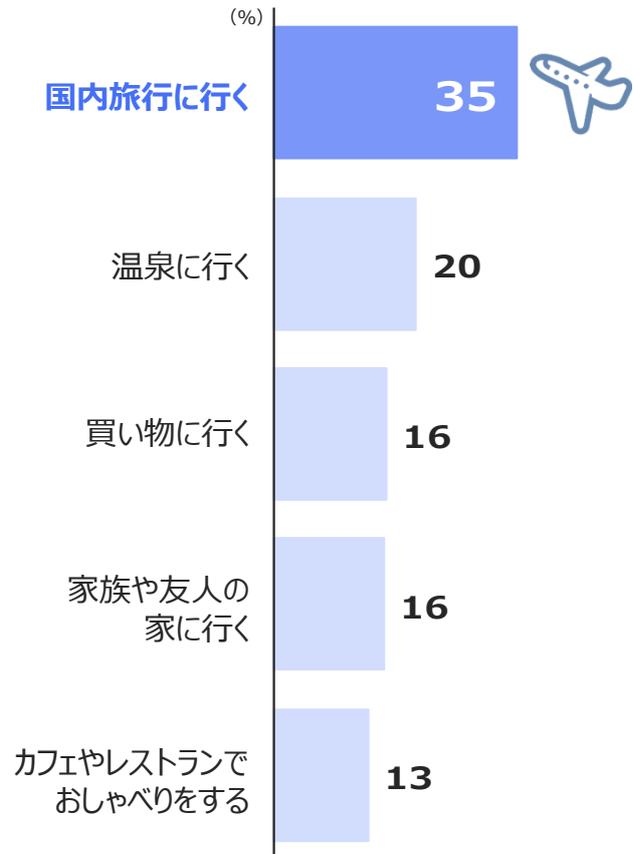


＜図3＞ 新型コロナワクチンを「すぐに接種したくない」理由
(複数回答：n=827)

※新型コロナワクチンを「すぐに接種したい」以外を回答した人ベース



＜図4＞ 新型コロナワクチン接種後、抗体ができたらしたいと思うこと (複数回答：n=1,100)



■ 調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 新型コロナウイルスワクチンの接種意向
- 新型コロナワクチンを「接種したくない」理由
- 新型コロナワクチン接種後、抗体ができたらしたいと思うこと
- 新型コロナワクチンの接種が始まったことによる、コロナ収束への期待感の変化

◆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/20210225corona/>

■ 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 : 2021年2月19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・・・」