

報道関係各位

2021年5月10日
株式会社クロス・マーケティング

三度目の緊急事態宣言で不安度は上昇 コロナ禍で増えた余暇時間、満たされていないニーズは気分転換とストレス解消

－ 2021年4月 新型コロナウイルス生活影響度調査（余暇行動編） －

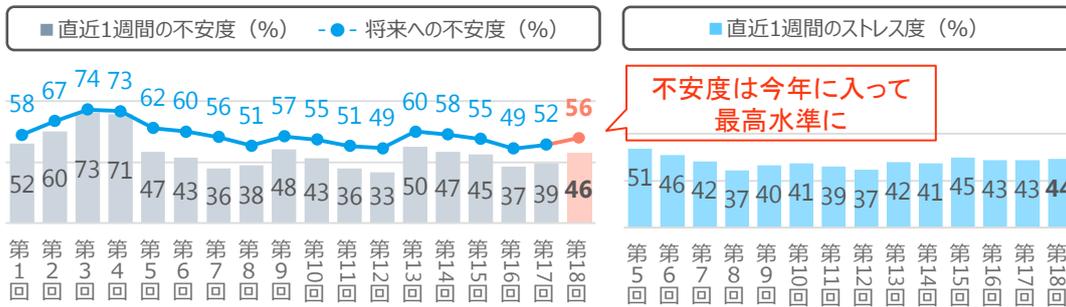
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施。2021年4月の第18回は、4都府県の3回目の緊急事態宣言発令が正式決定した4月23日～25日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

■調査結果（一部抜粋）

- 【新型コロナウイルスに対する不安・ストレス度】** 定点指標の「直近1週間の不安度」は6.4p増の46%、「将来に対する不安度」は4.4p増の56%と先月よりいずれも増加。「直近1週間のストレス度」は、0.9p増の44%と微増。特に不安度は、今年に入って最も高い水準となった。＜図1＞項目別の不安度は、先月よりすべての項目において高まっている。大阪府で感染者数が急激に増えた原因とみられる変異株や、東京都の感染者数の増加傾向などが報じられていたこともあり、「重症患者増加による病床逼迫への不安」と「新型コロナウイルスの治療方法が見つからないことに対する不安」は、特に増加が目立っている。＜図2＞
- 【余暇時間・過ごし方】** コロナ禍前と比べた余暇時間は、23%の人が「増えた」と回答。特に20代では33%と高い。今後、時間を増やしていきたい項目は、「運動・スポーツをする」が41%、「テレビを観る」25%、「食事やお酒を飲みに出かける」23%、「本や漫画を読む」21%が上位。20～30代は「勉強をする」「動画共有サービスを観る」「動画配信サービスを観る」「ゲームをする」「SNSをする」、60代においては「運動・スポーツをする」が他の年代より極めて高い。＜図3＞18時以降の夜の余暇時間（自由回答）では、「テレビやYouTubeなどの動画を観る」「ゲームをする」「読書・漫画を読む」、若い層では「ポイント活動をする」という声があがった。女性は、家事、育児に忙しいという人が多く、夜の余暇時間の少なさがうかがえた。また、余暇の過ごし方として“求めているもの”と“満足しているもの”を掛け合わせた結果をみると＜図4＞、求めているが満足しているものは「1人・自分だけの時間」「食事や趣味を楽しむ時間」などであった。一方、求めているが満足していないものは、「友人・知人と会って過ごすための時間」「気分転換の時間」「ストレス解消のための時間」であり、コロナ疲れが垣間見える。
- 【コロナ禍で楽しんでいること】** コロナ禍だからこそ楽しんで行っていること（自由回答）では、運動面で「散歩やランニング」「自宅で可能な筋トレ」、家族との時間では「ゲームや映画鑑賞」「料理を作る・食事をする」、勉強面は「資格取得」「投資」、趣味は「オンラインライブ配信参加」「アプリでラジオを聴く」「ガーデニング」「clubhouseやZoomなどを利用した人との交流」などが声があがった。＜図5＞

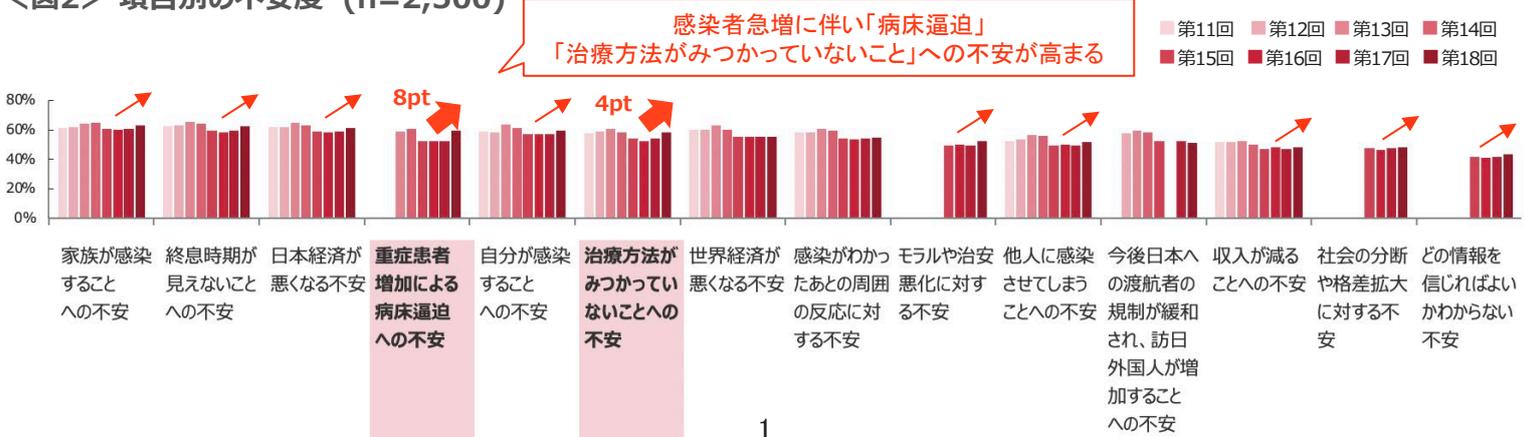
◆詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20210510corona/>

＜図1＞ 新型コロナウイルスに対する不安度・将来への不安度・ストレス度（n=2,500）

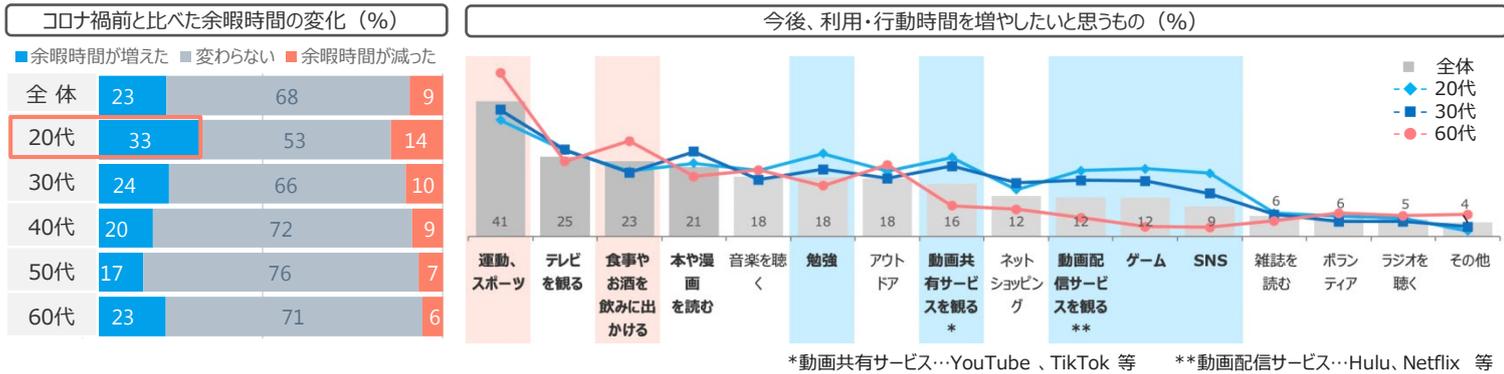


調査回	調査期間
第1回	(3/12-13)
第2回	(3/27-29)
第3回	(4/13-14)
第4回	(4/24-26)
第5回	(5/15-17)
第6回	(5/29-31)
第7回	(6/12-14)
第8回	(6/26-28)
第9回	(7/17-19)
第10回	(8/21-23)
第11回	(9/18-20)
第12回	(10/16-18)
第13回	(11/20-22)
第14回	(12/11-13)
第15回	(1/22-24)
第16回	(2/19-21)
第17回	(3/26-28)
第18回	(4/23-25)

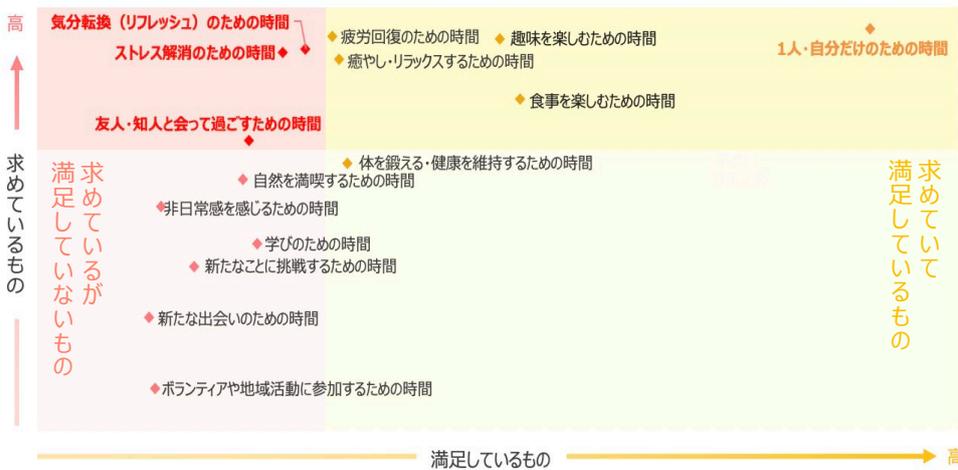
＜図2＞ 項目別の不安度（n=2,500）



<図3> 余暇時間の変化と、今後時間を増やしたいと思うもの (n=2,500)



<図4> 余暇の過ごし方として“求めているもの”と“満足しているもの”



<図5> コロナ禍で楽しんでいること(自由回答)

- 運動**
 - 散歩・ウォーキング (家族や犬と)
 - 自宅で筋トレ、室内フィットネス、ヨガ
 - ランニング
- 趣味**
 - オンラインライブ配信参加 (多数の人との共感)
 - radikoでラジオを聴く
 - ポイント活動
 - ガーデニング・家庭菜園
- 家族との時間**
 - 家族とゲームや映画鑑賞をする
 - 家族と一緒に食事をする
 - 子どもと料理を作る遊ぶ
- 勉強**
 - オンライン授業を受ける
 - 資格取得の勉強
 - 投資の勉強
- その他**
 - SNSを利用した人との交流 (clubhouse、Zoomなど)

■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/同居子ども/世帯年収/職業)
- 調査結果トピックス (時系列比較まとめ/トピックスまとめ)
- ▼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、項目別の不安度
 - 直近1週間と流行前との行動変化度合い
 - 直近1週間に実施したこと/習慣化しそうなこと/現在困っていること
- ▼第2章 コロナ禍における余暇時間の使い方について
 - 余暇時間の増減変化
 - 余暇時間の過ごし方に対する満足度
 - 余暇時間を自由に過ごすことへの阻害要因
 - 直近1週間の余暇の利用・行動 (頻度/平均時間)
 - 利用・行動時間を増やしたいと思うもの
 - 直近1週間に観たテレビ番組のジャンル
 - 直近1週間に利用したSNS、音楽・動画関連サービス
 - 余暇の過ごし方に求めているもの、満足しているもの
- 楽しんでいること (自由回答抜粋)
- ▼参考資料 (調査結果詳細)
 - 各項目の詳細分析
 - 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/20210510corona/>

■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 : 2021年4月23日(金)~25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・・・」