

報道関係各位

2021年5月12日  
株式会社クロス・マーケティング

## コロナ前よりも行動範囲は「狭まった」が6割超 1日に歩く時間は、平日／休日ともに“1時間以内”が7割

－コロナ禍の移動手段に関する調査（2021年）－

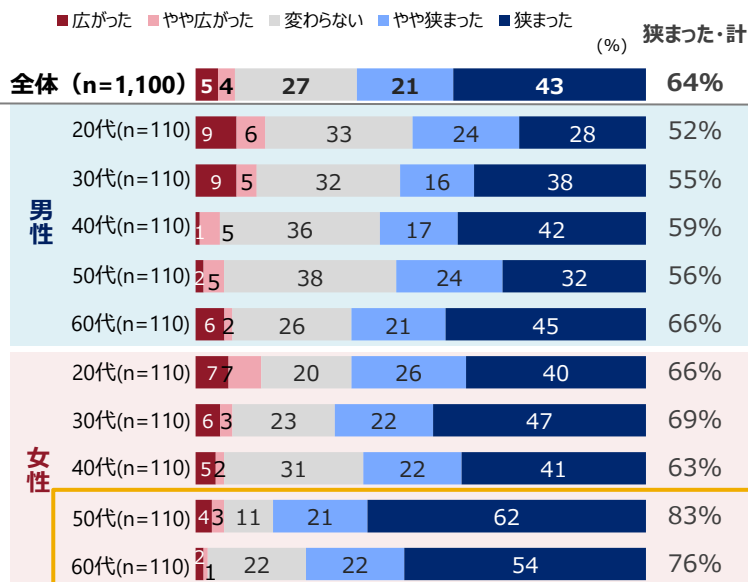
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に【コロナ禍の移動手段に関する調査（2021年）】を実施しました。新型コロナの感染拡大が始まって1年以上が経過しましたが、人々の移動手段や行動範囲はどのように変化しているのでしょうか。今回は、新型コロナ感染拡大前と比較した行動範囲や移動手段の変化、直近1ヶ月における平日／休日の徒歩移動時間などを聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210512move/>

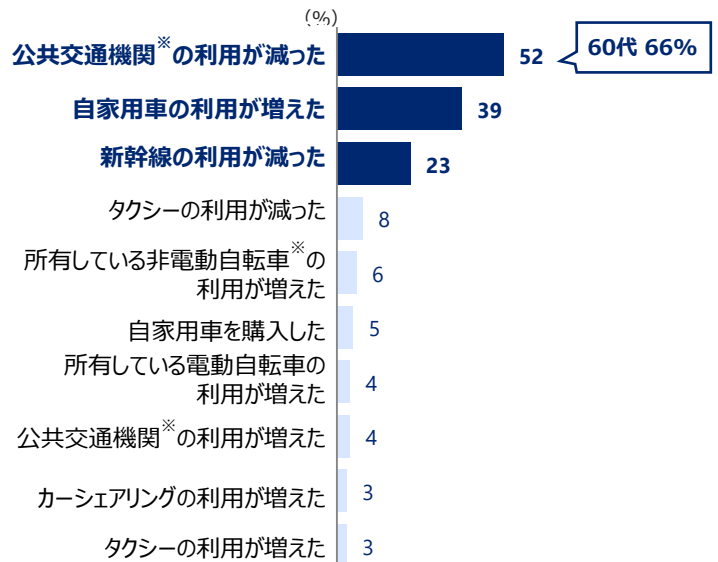
### ■調査結果

- ✓ 普段の行動範囲は“新型コロナウイルス感染拡大前(2019年)”よりも「狭まった」と回答した人が全体の約6割  
性年代別にみると、特に女性50-60代は7割超が「行動範囲が狭まった」と回答。〈図1〉
- ✓ 新型コロナ感染拡大前と比較した移動手段の変化は、公共交通機関の利用が減り、自家用車の利用が増加  
移動手段に変化のあった人のうち、最も多かった回答は「公共交通機関の利用減少」。特に60代では6割にのぼる。次に「自家用車の利用増加」「新幹線の利用減少」が続く。〈図2〉
- ✓ 新型コロナ感染拡大前と現在を比較して、意識的に自宅から近い店舗・施設を利用するようになったものは、スーパーマーケット、薬局・ドラッグストア、コンビニエンスストアがTOP3  
日常生活に必要なものはできるかぎり自宅近くの店舗で購入し、外出時間を短縮している様子がうかがえる。〈図3〉
- ✓ 新型コロナの影響で生活環境が変化中、日常で歩く時間は平日／休日ともに「1時間以内」が7割  
性年代別にみると、男性50代、女性40代は1日の歩く時間が1時間以内の割合が他世代に比べて高い傾向。〈図4〉

〈図1〉 新型コロナウイルス感染拡大前と比較した行動範囲の変化（単一回答：n=1,100）



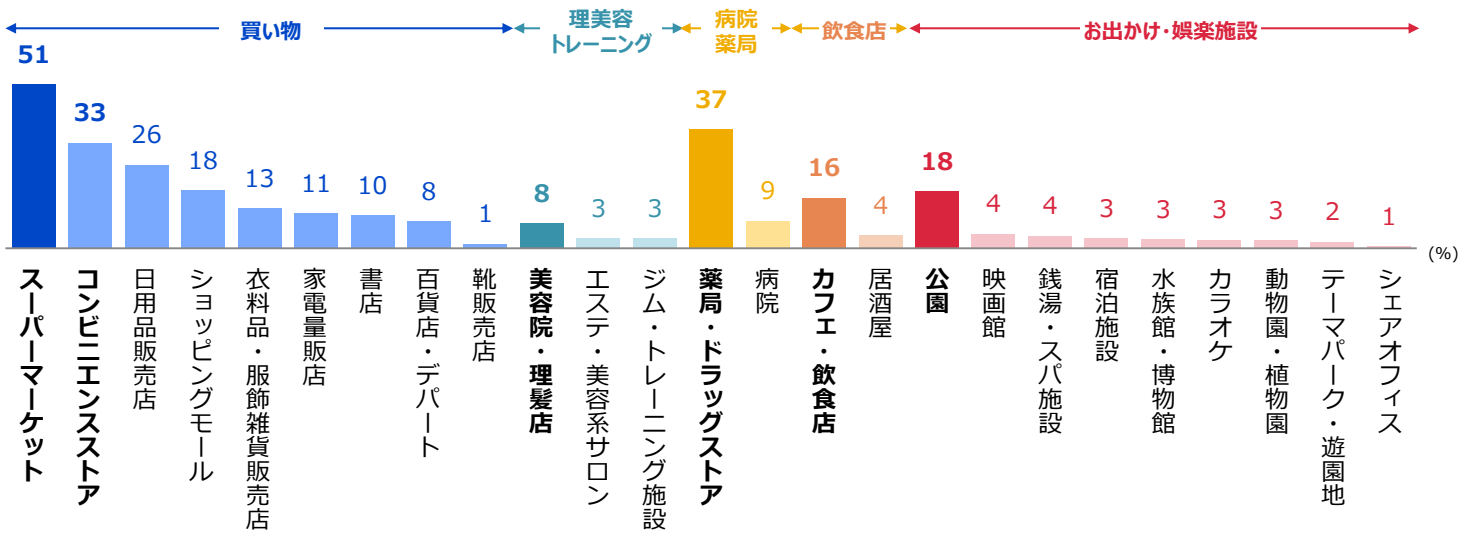
〈図2〉 新型コロナウイルス感染拡大前と比較した移動手段の変化 TOP10（複数回答：移動手段が変化した人ベース n=505）



※公共交通機関：電車、バスなど  
※非電動自転車：シティサイクル、ロードバイクなど

<図3> 新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、意識的に自宅から近い店舗・施設を利用ようになったもの

(複数回答：自宅近くの店舗・施設を利用ようになった人ベース n=559) ※各カテゴリー内降順並べ替え



<図4> 直近1ヶ月における平日/休日の徒歩移動時間(1日平均) (単一回答：n=1,100)

	平日							休日										
	15分未満	15分~30分未満	30分~1時間未満	1時間~2時間未満	2時間~3時間未満	3時間~4時間未満	4時間~5時間未満	5時間以上	1時間以内・計 (%)	15分未満	15分~30分未満	30分~1時間未満	1時間~2時間未満	2時間~3時間未満	3時間~4時間未満	4時間~5時間未満	5時間以上	1時間以内・計 (%)
全体(n=1,100)	20	22	29	15	6	2	15	71	21	24	25	17	7	2	14	71		
男性	19	16	26	19	5	4	4	6	61	16	16	23	16	13	2	4	10	62
20代(n=110)	21	21	32	15	4	3	2	4	74	18	33	25	17	2	1	5	74	
30代(n=110)	19	19	33	17	5	1	5	71	17	19	27	25	8	1	3	71		
40代(n=110)	19	25	33	14	5	3	12	77	25	26	20	20	5	4	76			
50代(n=110)	17	24	33	18	5	1	12	74	18	22	29	23	5	1	11	74		
60代(n=110)	20	23	26	13	5	3	4	7	69	30	17	21	15	7	3	2	5	69
女性	18	20	26	15	8	3	10	64	14	23	29	13	9	5	3	5	65	
20代(n=110)	29	24	28	10	5	1	4	81	24	32	24	12	6	3	81			
30代(n=110)	15	25	30	9	12	2	6	70	22	23	26	11	7	4	2	5	70	
40代(n=110)	21	25	22	20	4	4	2	68	22	27	25	20	2	1	2	67		
50代(n=110)	60代(n=110)																	

■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
- 新型コロナ感染拡大前と比較した移動手段/行動範囲の変化
- 新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、自宅により近い店舗・施設を利用ようになったもの
- 直近1ヶ月における平日/休日の徒歩移動時間(1日平均)

◆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/20210512move/>

■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 調査期間：2021年5月7日(金)～5月9日(日)  
 調査対象：20～69歳の男女 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](mailto: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・・・」