

報道関係各位

2021年12月8日  
株式会社クロス・マーケティング

## 新型コロナに対する「恐れ」から、知識や情報を伴った「慣れ」へ 「してもいい」と思うことの割合、過去最高値に近づく

—いま「してもいい」と思うことに対する意識調査（2020-2021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、コロナ禍の日常生活において、外出を伴う行動で「してもいい」と思うこと21項目について、2020年6月以降、継続的にトラッキングしてきました。今回は今まで聴取した「してもいい」と思うことについて分析します。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211208fixedpointsurvey/>

### ■ 調査結果

- ✓ **外出を伴う行動についての意向、自粛意識のピークは2020年7月と2021年1月の2回。最低値は2021年11月になってから。〈図1〉**

2020年7月には、「してもいい」と思うこと21項目のうち、14項目が最低値になるなど、外出に対する自粛傾向が強くみられた。

2020年7月は、第二波の襲来が現実のものとなり、そこまでで感染者数が最大になった時点。2021年1月は、第2回緊急事態宣言が発出された時点。この2回のピークの間には、GoToトラベル/GoToイートが実施され、第二波の収束とともに、外出意欲も回復傾向にあった。

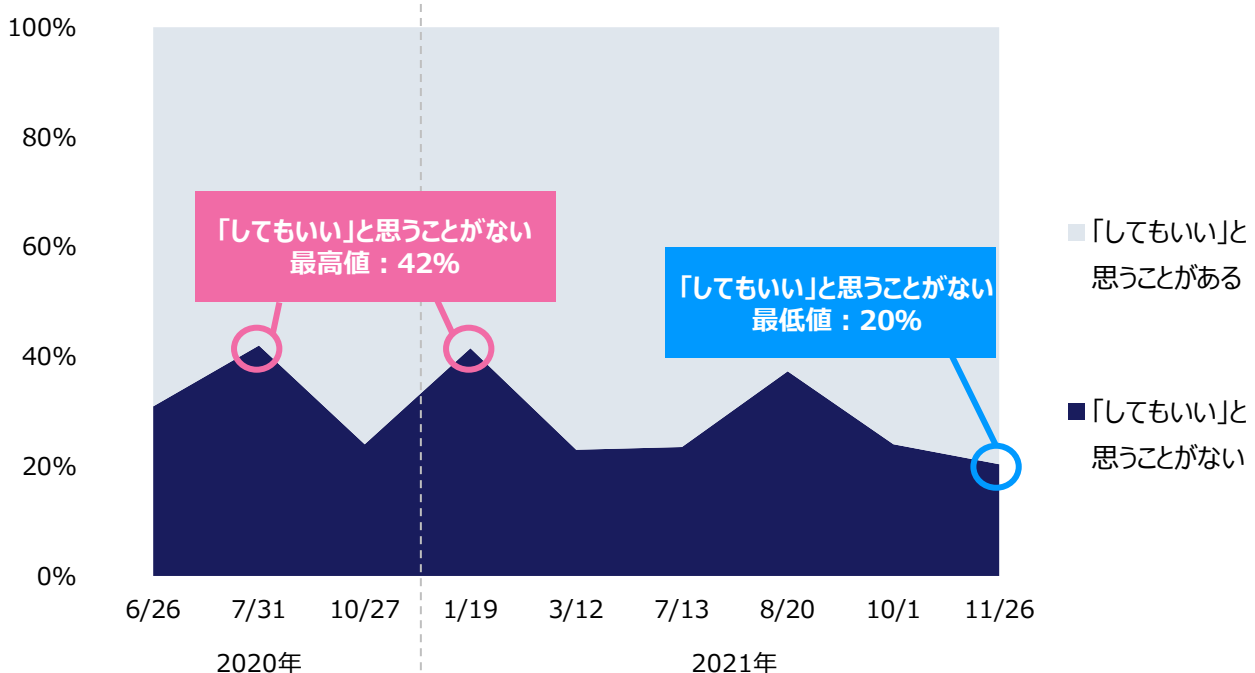
- ✓ **飲食系では、「家族と近所で」か、「1人で食事」がポイント。〈図2〉**

「家族で家の近所で食事」と、「1人でカフェ、食事処に行く」は、調査開始以来1位2位を維持。「ひとりカフェ」は、2021年の夏以降、1位になることが多かった。感染が拡大する中でも、施策がとられた店で一人で黙食なら大丈夫、という知識面の裏付けと、気分転換したい気持ちの表われと思われる。

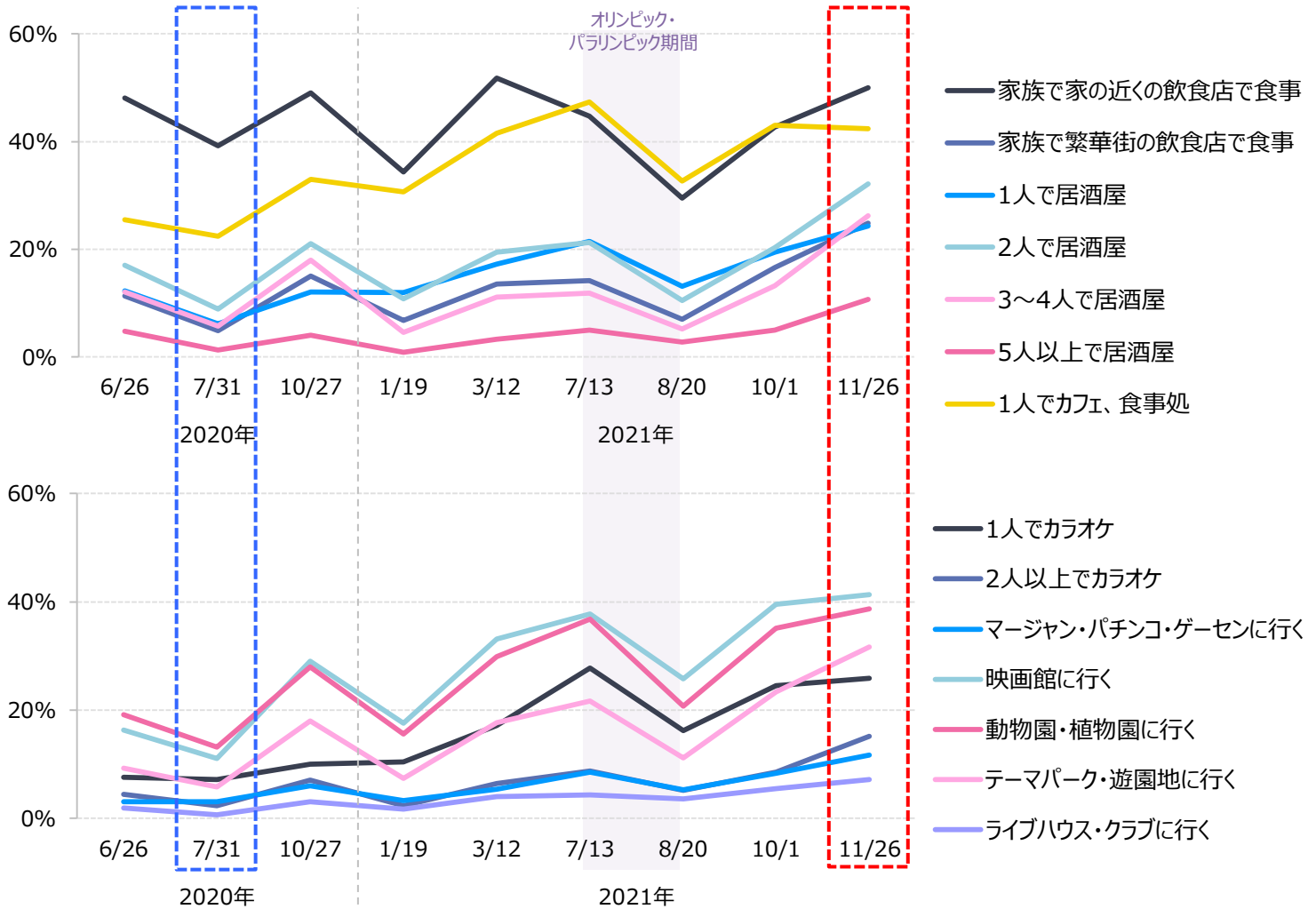
- ✓ **2021年8月の落ち込み以降、どの項目も大きく回復。〈図2〉**

2020東京オリンピック・パラリンピックを挟んだ2021年の8月は、全国の感染者数が2万人を超える日が続く中、それまでの回復基調から一転、1月に近い落ち込みをみせたが、飲食系よりもエンタメ・レジャー系は、1月と比べるとやや高止まりで、長く続く自粛疲れだけでなく、コロナ禍で外出する際の対策を含めた慣れもあると思われる。

〈図1〉いま「してもいい」と思うことの割合の推移（単数回答：各n=1,100）



<図2> いま「してもいい」と思うこと 項目別の推移 (複数回答：各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

◆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/20211208fixedpointsurvey/>

■ 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6月5日(金)~2020年6月7日(日) から 2020年11月20日(金)~11月22日(日) まで変則  
2021年1月19日(金)~2021年1月21日(日) から2021年11月26日(金)~11月28日(日) まで毎週

有効回答数 : 本調査 各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・・・」