

報道関係各位

2022年5月12日  
株式会社クロス・マーケティング

## 外出行動は増えても不安度・ストレス度は変わらず 余暇時間でマンガを読むときは「紙」より「電子・ネット」

－ 2022年4月 新型コロナウイルス生活影響度調査（余暇行動編） －

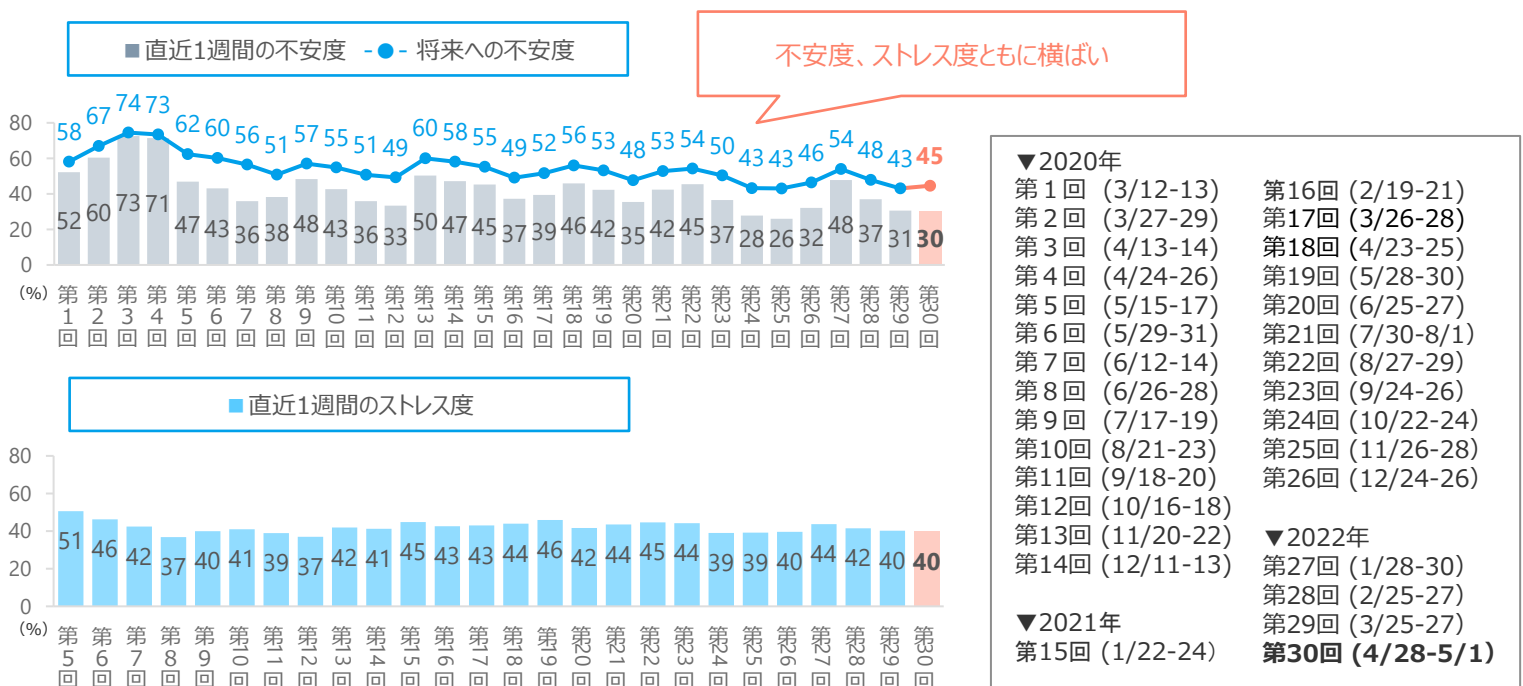
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施。2022年4月の第30回は、3年ぶりの行動制限のないゴールデンウィーク開始直前の4月28日～5月1日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

### ■ 調査結果（一部抜粋）

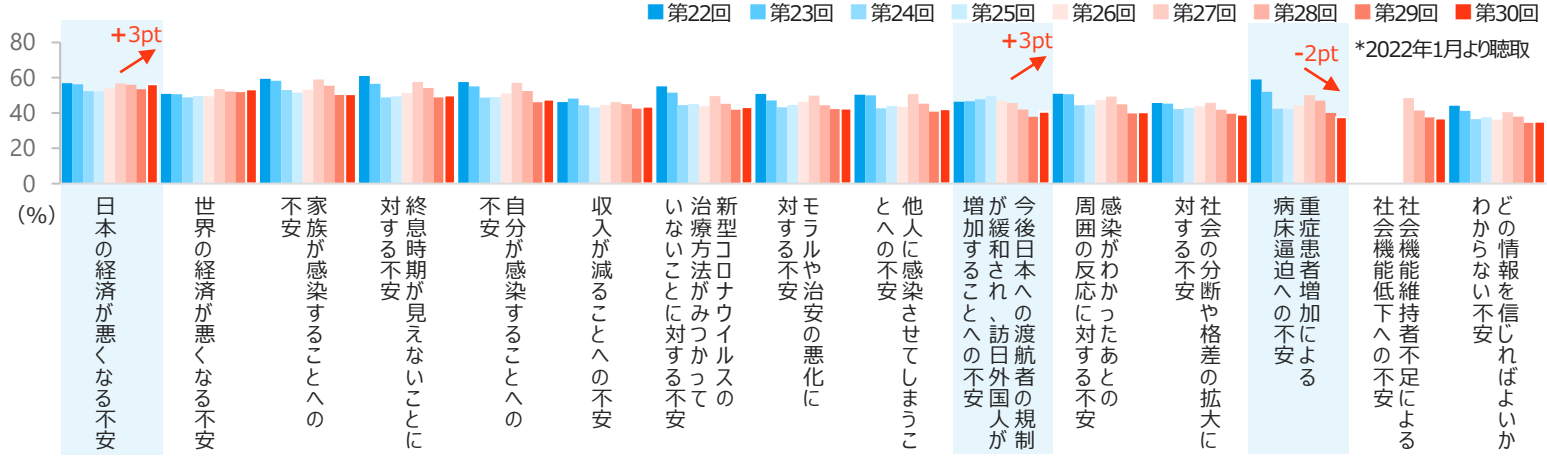
- ✓ **【新型コロナウイルスに対する不安・ストレス度】** 定点指標の「直近1週間の不安度」は微減の30%、「将来に対する不安度」は2p増の45%、「直近1週間のストレス度」は、微減の40%といずれも先月と大きな変化はなかった。＜図1＞ 項目別の不安度もおおむね先月同様の結果である。微増減があったのは「日本の経済が悪くなる」「今後日本への渡航者の規制が緩和され、訪日外国人が増加する」が3p増、「重症患者増加による病床逼迫」は2p減のみである。＜図2＞
- ✓ **【余暇時間の過ごし方】** 余暇時間の過ごし方の満足度（とても+やや満足している）は41%、1年前や半年前の調査結果と比べ上昇した。＜図3＞ 家の中での余暇で直近1週間で行ったことは「テレビを観る」「動画共有サービスを観る」「ネットショッピングをする」「SNSをする」「音楽を聴く」「読書をする」が上位。若い世代は、動画共有サービスやSNS、音楽を聴く行動、中高年はテレビの視聴やネットショッピングが高かった。読書のジャンルは「文芸」「マンガ」「雑誌」が多く、中でもマンガは、「紙の書籍」よりも「電子・ネット書籍」で読まれているケースが目立つ。＜図4、5＞ “直近1か月間に行った外出先”は「公園」「映画館」「日帰り旅行」が高い。“今後行きたい外出先”は「宿泊を伴う旅行」「日帰り旅行」「公園」「帰省」などが高い。＜図6＞
- ✓ **【余暇で求めているもの・満足しているもの】** 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”の結果＜図7＞をみると、求めている満足しているものは「1人・自分だけの時間」「食事を楽しむ時間」「趣味を楽しむ時間」など。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」「非日常感を感じる時間」などであった。

◆ 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/20220512corona/>

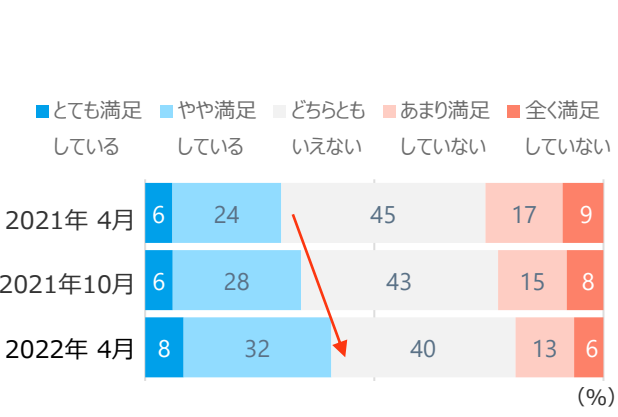
＜図1＞ 新型コロナウイルスに対する不安度・将来への不安度・ストレス度（単一回答:n=2,500）



<図2> 項目別の不安度（各項目単一回答：複数回答：n=2,500）



<図3> 現在の余暇時間の過ごし方に対する満足度（単一回答：n=2,500）

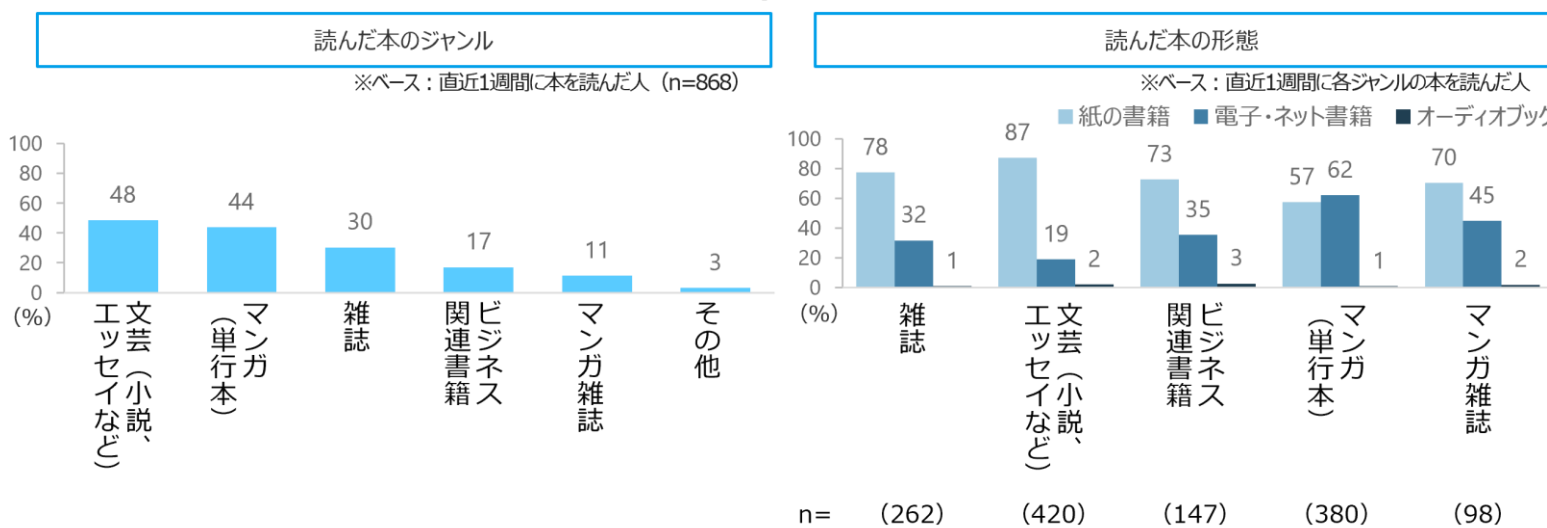


<図4> 直近1週間に家の中で行った余暇行動（複数回答）

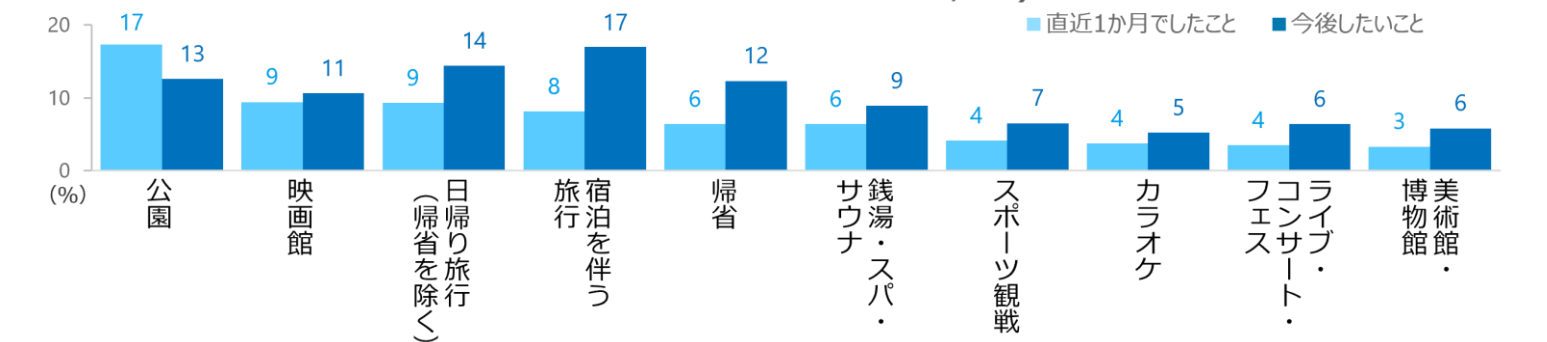
※上位10項目を抜粋

n=	テレビを観る	動画共有サービスを観る	ネットショッピングをする	SNSをする	音楽を聴く（ストリーミングサービス）	読書をする	ゲームをする	料理、お菓子作りをする	動画配信サービスを観る	音楽を聴く（CD、レコードなど）
全体 (2,500)	68	46	45	36	35	35	32	28	24	23
20代 (500)	53	62	36	57	53	27	43	27	38	18
30代 (500)	60	52	43	40	37	35	28	25	20	20
40代 (500)	71	41	48	34	32	38	25	21	25	25
50代 (500)	73	42	49	27	30	35	30	20	26	26
60代 (500)	83	34	50	20	25	38	20	15	25	25

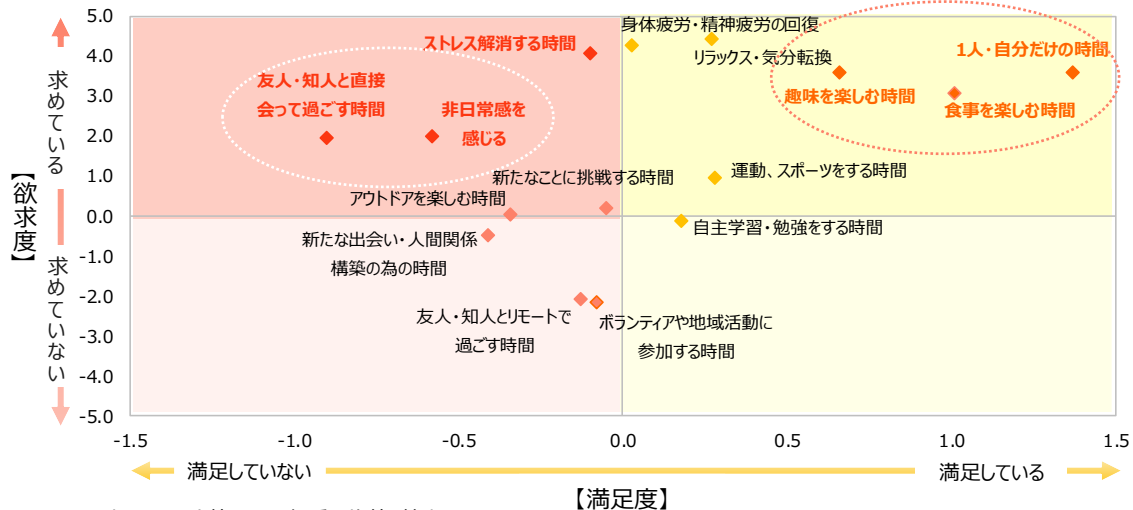
<図5> 直近1週間に読んだ本のジャンル、本の形態（複数回答）



<図6> 直近1か月にした外出行動・今後したい外出行動（複数回答：n=2,500）



＜図7＞ 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”（各項目単一回答：n=2,500）



\* 以下のウェイト値をかけて加重平均値を算出  
 求めているもの⇒「とても求めている:10」「やや求めている:5」「どちらともいえない:0」「あまり求めている: -5」「全く求めている: -10」  
 満足しているもの⇒「とても満足している:10」「やや満足している:5」「どちらともいえない:0」「あまり満足していない: -5」「全く満足していない: -10」

■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/ワクチン接種状況）
- 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、外出頻度、外出目的
  - 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週間に行った家の中での余暇行動/今後行いたい余暇行動
- 直近1週間で読んだ本のジャンル/形態
- 直近1週間でストリーミングサービスでの音楽選曲状況
- コロナ流行前と比べた余暇の利用・行動時間の変化
- 直近1か月以内での外出行動/今後の外出意向/外出を伴う運動の実態
- 直近1か月以内に利用した施設/今後利用予定の施設
- 余暇の過ごし方（欲求度×満足度）
- 今後増やしたい余暇時間
- 理想的な余暇の過ごし方/余暇充実のために欲しいもの（自由回答抜粋）
- 飲酒を伴う外食の適切な人数

▼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/20220512corona/>

■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 : 2022年4月28日（木）～5月1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](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・・・」