

報道関係各位

2022年9月5日
株式会社クロス・マーケティング

家にいることで「運動不足」「食事の支度」「自分の時間がない」が困りごと 「かかりつけ医」がいる人は半数、20～30代は知らない人も1割

－ 2022年8月 新型コロナウイルス生活影響度調査（家庭生活編）－

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8月の第34回は、第7波の感染者数が減少傾向に転じた8月26日～28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）

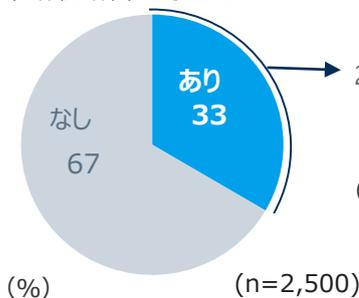
- ✓ **【在宅状況と住まいへの考え方】** オミクロン株の感染者数の増加により、8月に本人や同居家族の在宅勤務、休業・休校・休園があった世帯は33%にのぼる。本人や家族が家にいることで、「自分の運動不足」「食事を作る回数、手間が増えた」「自分の時間を持ってない」「買い物に行く回数・手間が増えた」などが困った点としてあげられた。60代は「自分の運動不足」「食事を作る回数、手間が増えた」「配偶者へ対するストレスが溜まる」において、突出して高い。＜図1＞ コロナ禍の住まいに対し、「今よりも広い家に住みたい」「書籍やマイルームがほしい」「庭つきの家に住みたい」との声があがった。20～30代は「今よりも広い家に住みたい」「庭つきの家に住みたい」が他世代より高い結果である。＜図2＞
- ✓ **【かかりつけ医】** 第7波では発熱外来の予約が困難な状況となり、まずは、かかりつけ医へ相談と受診の依頼があったことを鑑み、かかりつけ医の有無を確認した。半数は、かかりつけ医がいるとの回答であり、最も高い60代で66%、最も低い30代は38%であった。そもそも「かかりつけ医がわからない・知らない」人が、20～30代は1割ほど存在している状況であった。＜図3＞
- ✓ **【直近1か月の外出状況】** 感染者数が落ち着いた6月末に聴取した“今後、外出したい”ところと、この夏“直近1か月間に外出した”ところを比較した。実際に行った先は「飲食店」が最も多く40%、次いで「友人・知人・恋人に会う」「アウトレット・ショッピングモール・百貨店」。「県境を越える国内観光旅行」は、意向が44%に対し、行った人は14%と最も開きが大きかった。行動制限のない夏ではあったものの、近場で行楽をすすめている人が多かったと推察される。＜図4＞
- ✓ **【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8p減の35%、「将来に対する不安度」は3p減の47%と不安度は減少した。「直近1週間のストレス度」は、先月と同様の42%である。＜図5＞ 項目別の不安度は全項目において微減。その中でも「感染が分かった後の周囲の反応に対する不安」は4p減少した。＜図6＞

◆ 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/20220905corona/>

＜図1＞ 本人・同居家族の在宅勤務・休業・休校・休園について

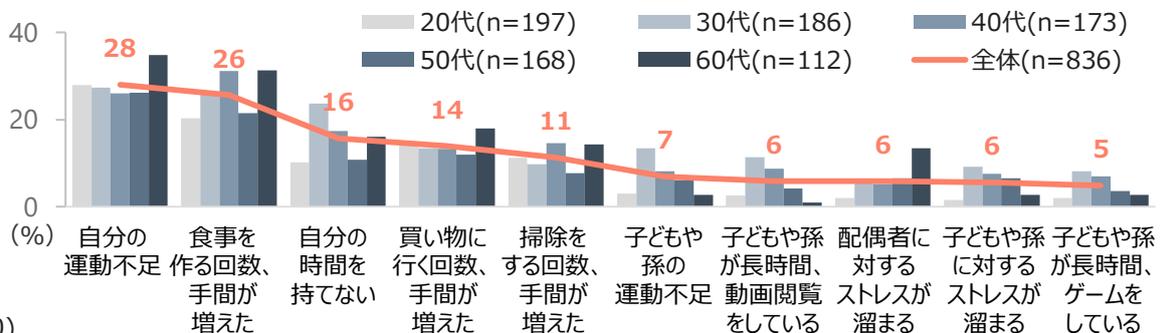
8月の在宅勤務、休業・休校・休園状況（単一回答）

※本人または同居家族が在宅勤務、休業・休校・休園を8月にしていたか

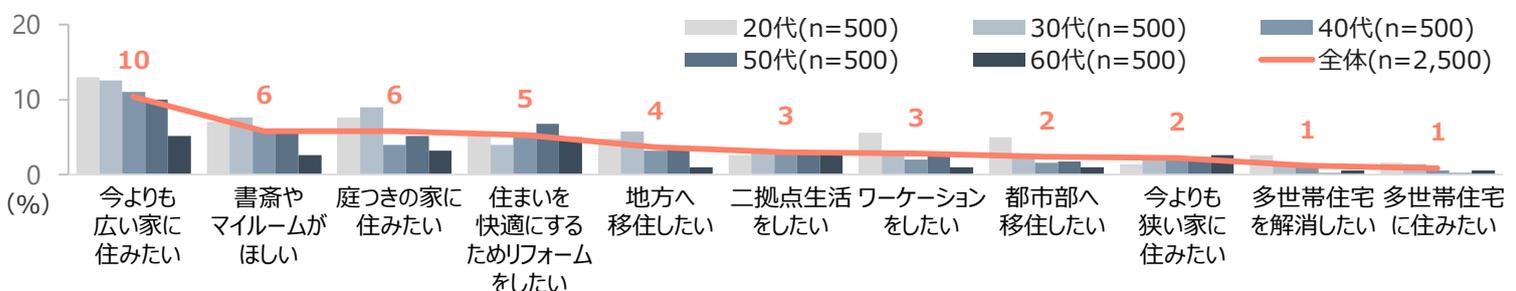


在宅勤務・休業・休校・休園での困りごと（複数回答）

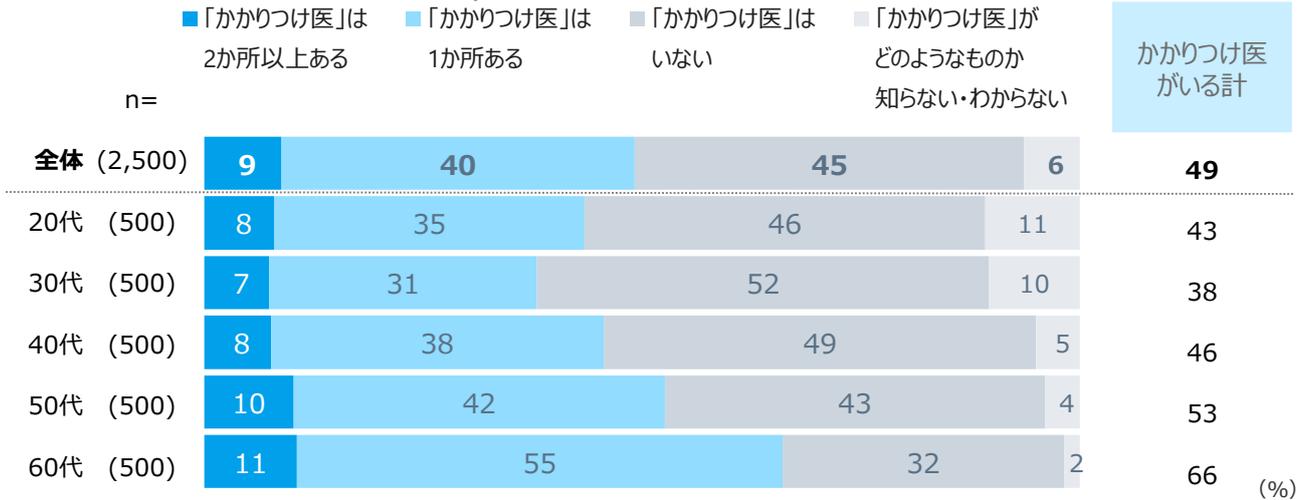
※ベース：自身と家族が在宅勤務・休校・休園になった人



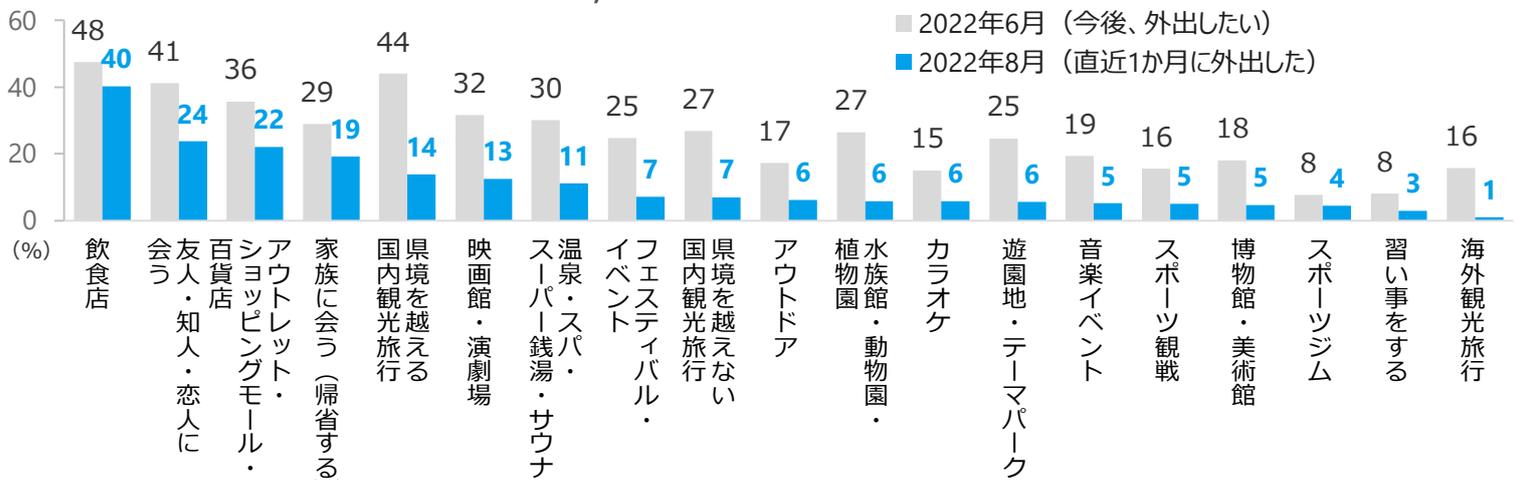
＜図2＞ 住まいへの考え方の変化（複数回答：n=2,500）



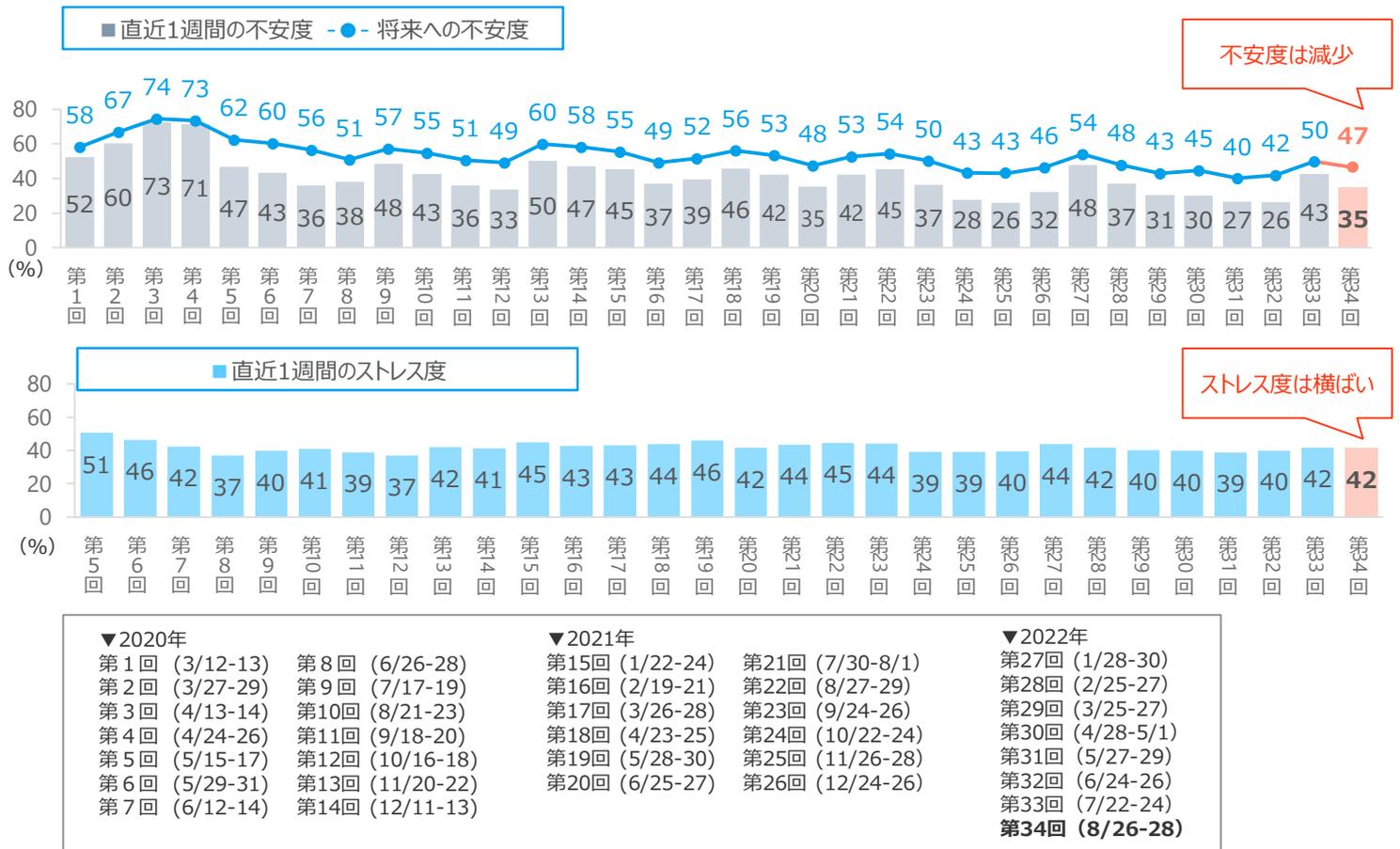
＜図3＞ かかりつけ医の有無（単一回答：n=2,500）



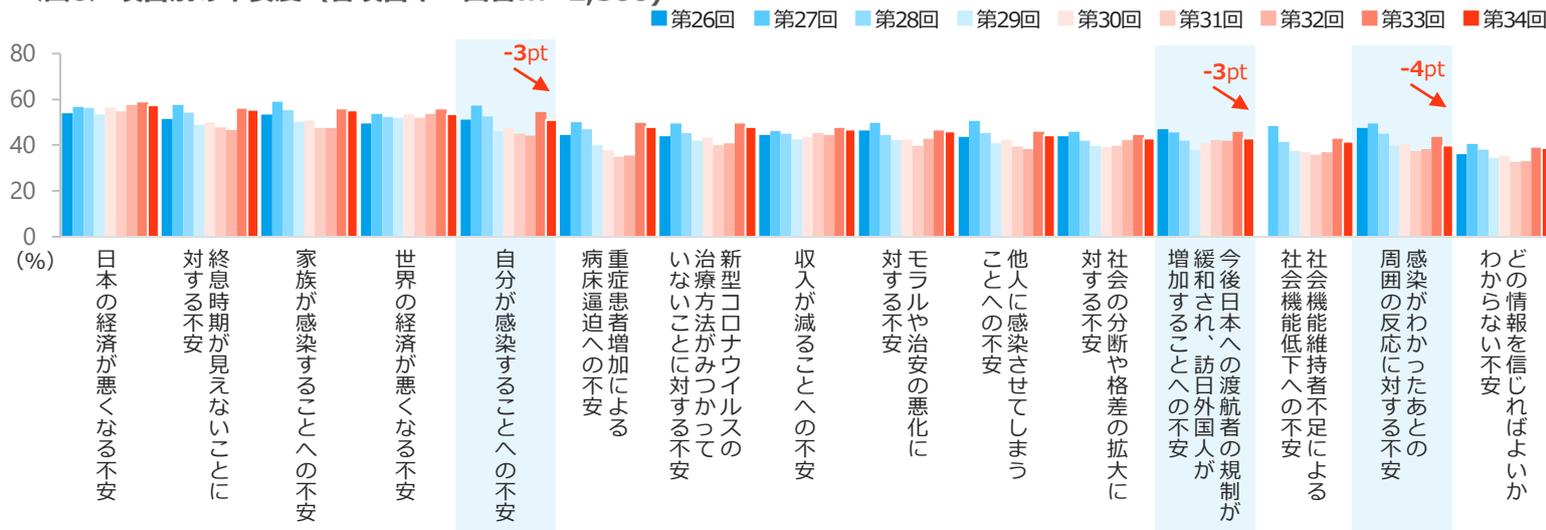
＜図4＞ 直近1か月の外出状況（複数回答：n=2,500）



＜図5＞ 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6> 項目別の不安度（各項目単一回答:n=2,500）



■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 ワクチン接種・「かかりつけ医」・マスク着用・直近1ヶ月の外出について

- ワクチン接種状況と追加接種意向
- ワクチン追加接種阻害要因
- 内科の「かかりつけ医」の有無
- 家の外や外出時におけるマスク着用意向/マスク非着用者への反応
- 活動シーン別のマスク着用意向
- 「外出時にマスクを着用すべき」と思う子供の年齢・学齢
- 直近1ヶ月 外出した場所・目的

▼第3章 コロナ禍における家庭生活について

- 家事・生活行動の変化
- 洗濯や掃除の行動変化
- 軽減したい家事・生活行動
- 生活用品・家電の購入・買い替え状況とコロナの影響
- 自宅で備蓄している食材・日用品
- 備蓄目的・理由/備蓄している量
- オンライン購入の有無
- テレワーク・休校・休園状況/困りごと
- 住まいへの考え方の変化
- ペットの有無/飼育数/生活・心身への影響
- 植物育成の有無/生活・心身への影響

▼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/20220905corona/>

■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8月26日（金）～8月28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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆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・・・」

