

余暇時間の満足度は35% 今後は宿泊と日帰りの「旅行」に行きたい ストレス解消法は「睡眠をとる」「テレビ・映画・動画を見る」

－ 2022年10月 新型コロナウイルス生活影響度調査（余暇行動編） －

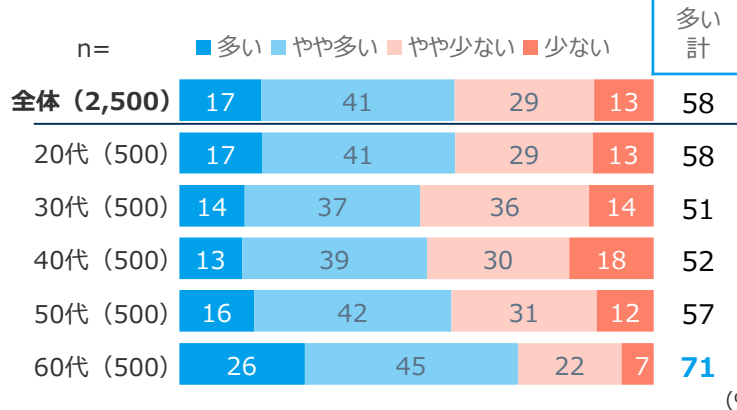
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施。2022年10月の第36回は、全国旅行支援（全国旅行割）が開始された10月28日～30日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

■ 調査結果（一部抜粋）

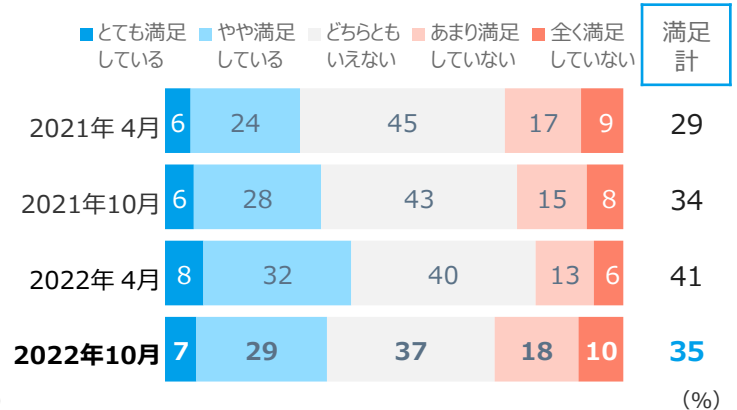
- ✓ **【余暇時間の現状】** 現在の余暇時間（自由に使える時間）は、「多い+やや多い」が58%、30代・40代がやや少なく、60代は71%と突出して高い。＜図1＞余暇時間の過ごし方に対する満足度は、「とても+やや満足」が35%であった。時系列で見ると、2022年4月まで満足度は増加傾向にあったが、今回調査では減少し、ほぼ1年前と同水準の結果となった。＜図2＞今後、増やしたい余暇時間は、「平日：家の中」が34%、次いで「休日：家の中」と「休日：家の外」。半年前の調査と比べ“平日”と“家の中”での余暇時間を増やしたい人が多くなった。＜図3＞
- ✓ **【外出行動とストレス解消方法】** 直近1か月以内の施設利用をともなう外出は、「公園」「宿泊をともなう旅行」「日帰り旅行」がTOP3。半年前と比較し、公園以外の施設への外出行動が増えた。特に「宿泊をともなう旅行」は6pの増加。＜図4＞今後予定している外出行動は、「宿泊をともなう旅行」が27%と最も多く、「日帰り旅行」「映画館」と続く。全国旅行支援が開始されたこともあり、“旅行”を計画している人は増えているといえる。＜図5＞ストレスを解消するための方法は、「睡眠をとる」「テレビ・映画・動画を観る」が40%台、「美味しいものを食べる」「音楽を聴く」「買い物をする」が30%台であった。女性は「美味しいものを食べる」「買い物をする」「親しい人と会話する」が特に高かった。＜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」など。一方、求めているが満足していないものは、「非日常感を感じる時間」「友人・知人と会って過ごすための時間」など、自由な外出や人と会うことを抑えている人も一定数いると推察される。
- ✓ **【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27%、「将来に対する不安度」も微減の42%と、いずれも不安度は8月から減少傾向であるが、ここ1か月の減少幅は小さい。「直近1週間のストレス度」は、40%と横ばい。＜図8＞項目別不安度は、「日本の経済が悪くなる」「世界の経済が悪くなる」「家族が感染することへの不安が高まっている。コロナだけではなく、値上げラッシュや長引く円安、世界情勢不安による経済悪化を懸念している様子が見てとれる。＜図9＞

◆ 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/20221108corona/>

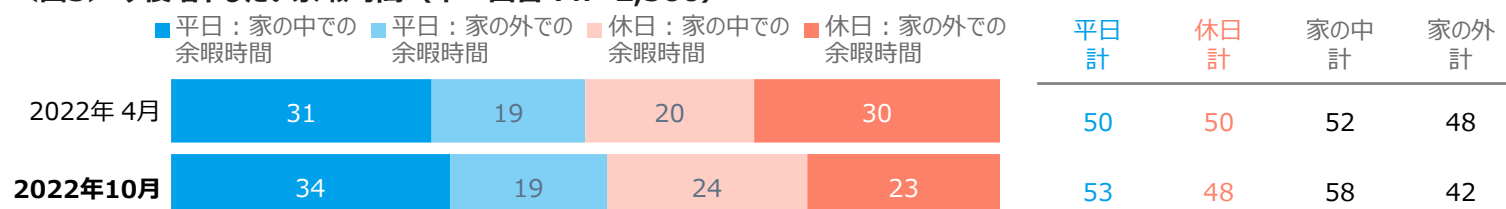
＜図1＞余暇時間（自由に使える時間）の現状
（単一回答）



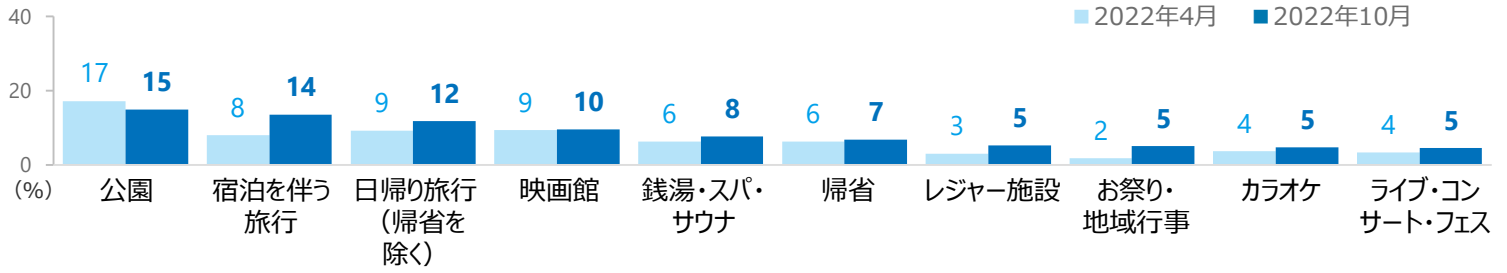
＜図2＞余暇時間の過ごし方に対する満足度
（単一回答：n=2,500）



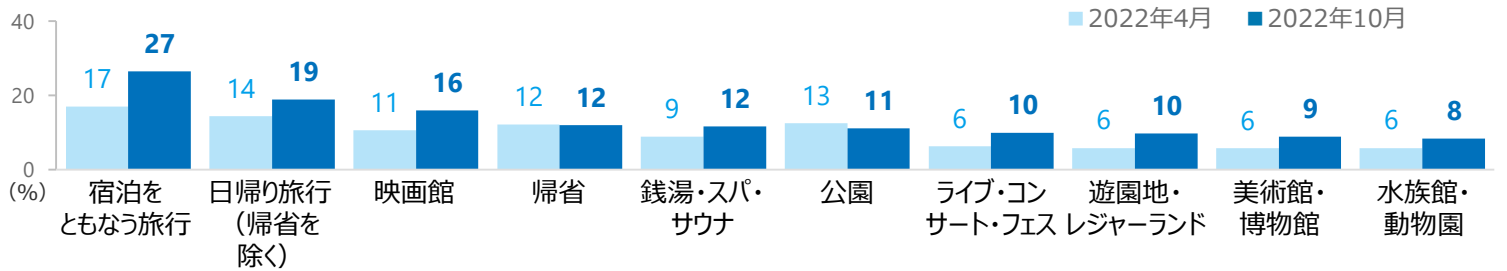
＜図3＞今後増やしたい余暇時間（単一回答：n=2,500）



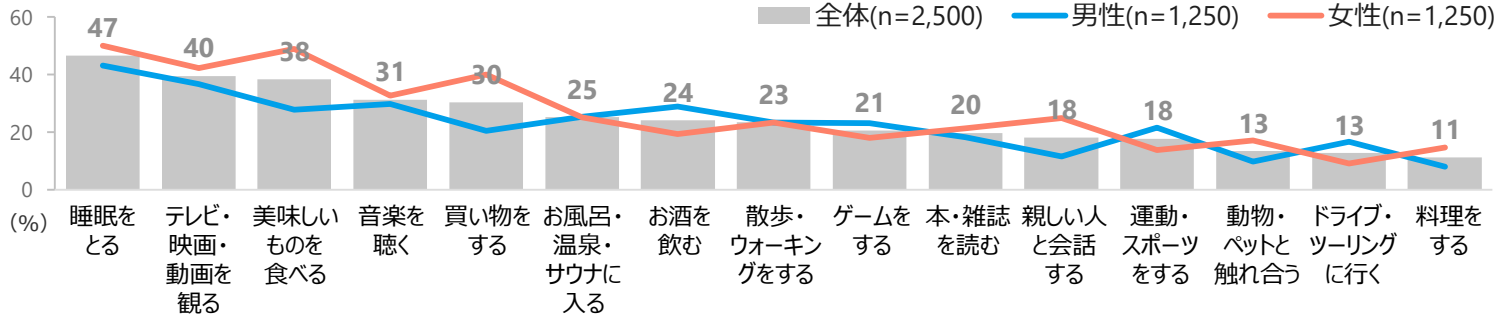
<図4> 直近1か月以内の施設利用をとまなう外出行動（複数回答：n=2,500）※上位10項目を抜粋



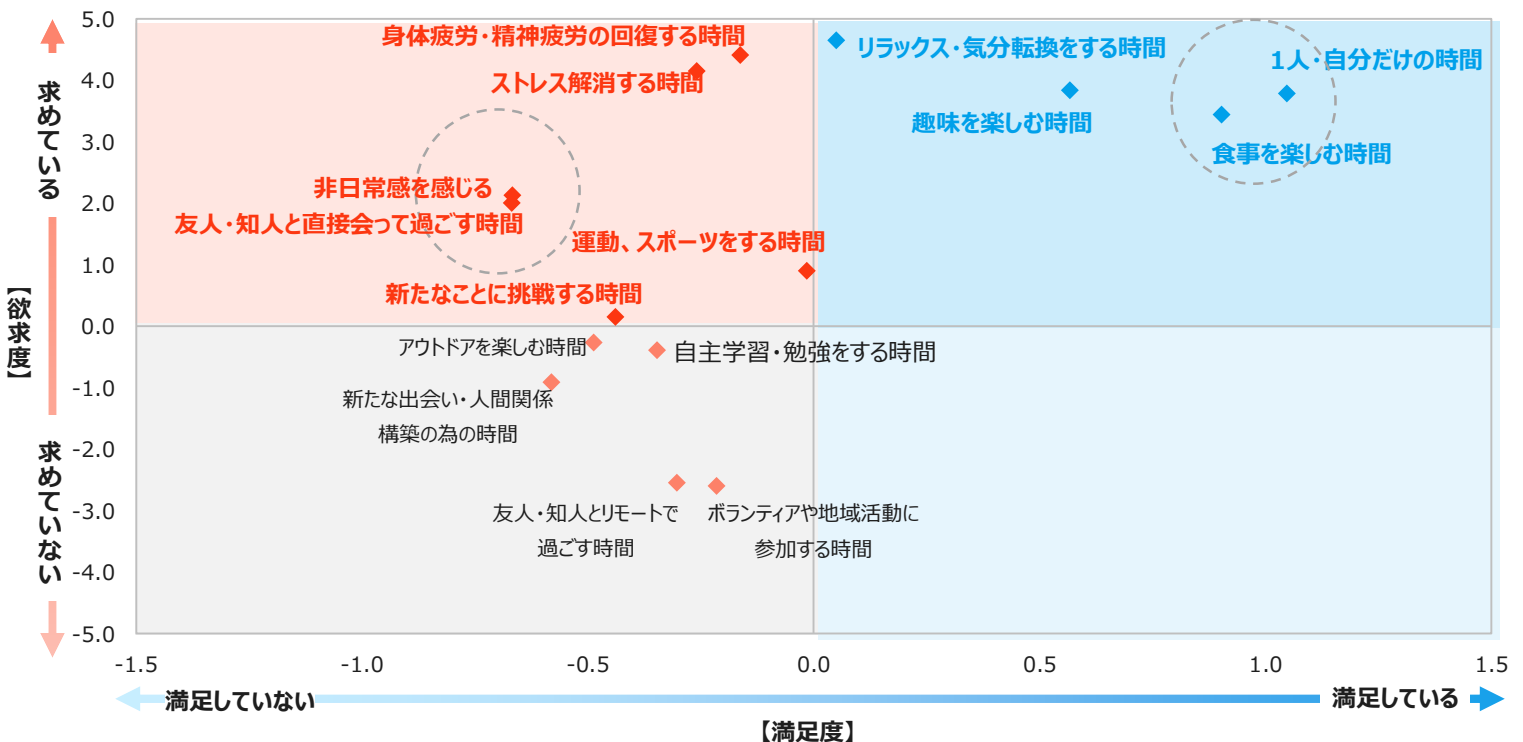
<図5> 今後予定している施設利用をとまなう外出行動（複数回答：n=2,500）※上位10項目を抜粋



<図6> ストレス解消方法（複数回答：n=2,500）※上位15項目を抜粋



<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）

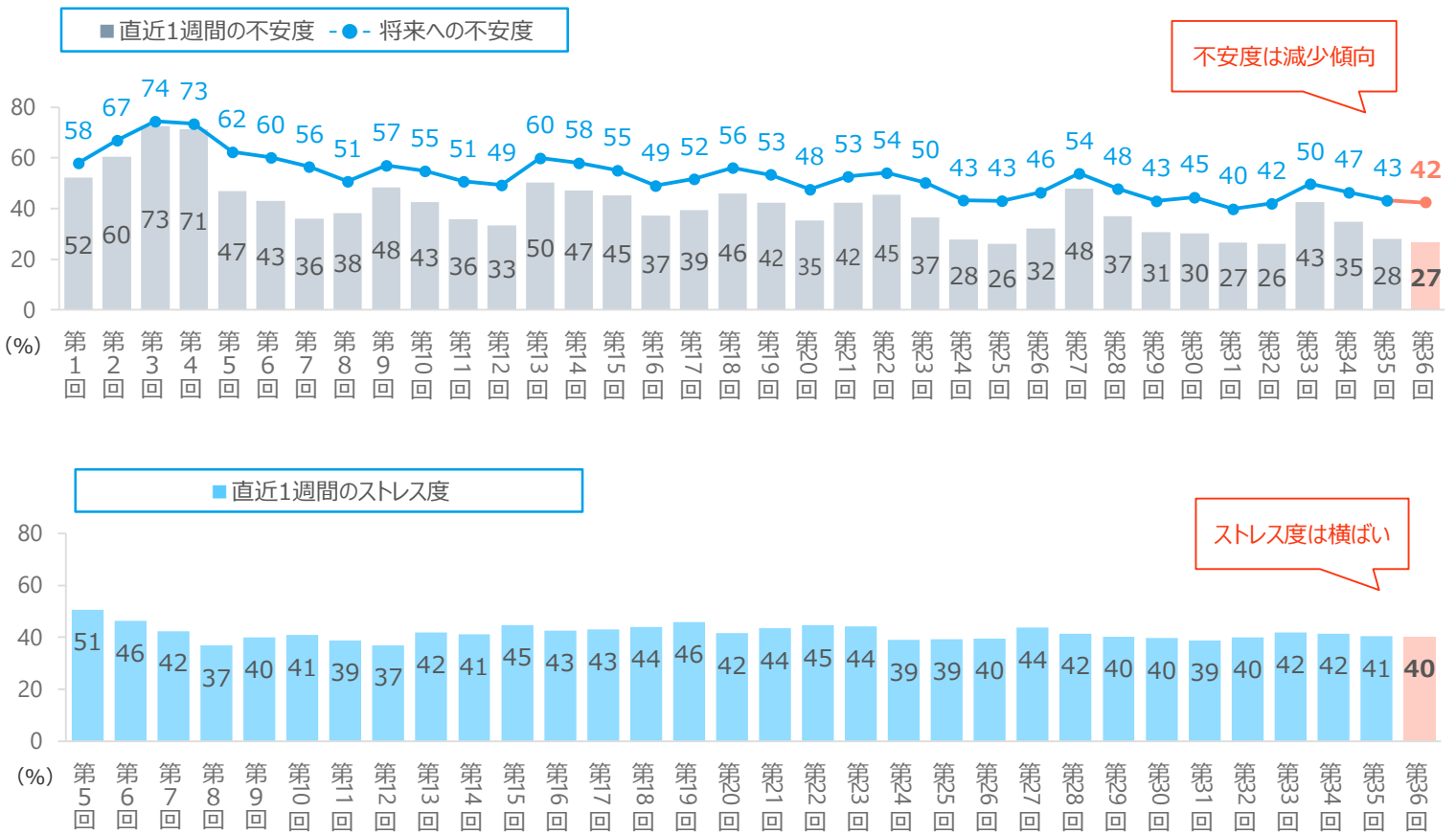


* 以下のウエイト値をかけて加重平均値を算出

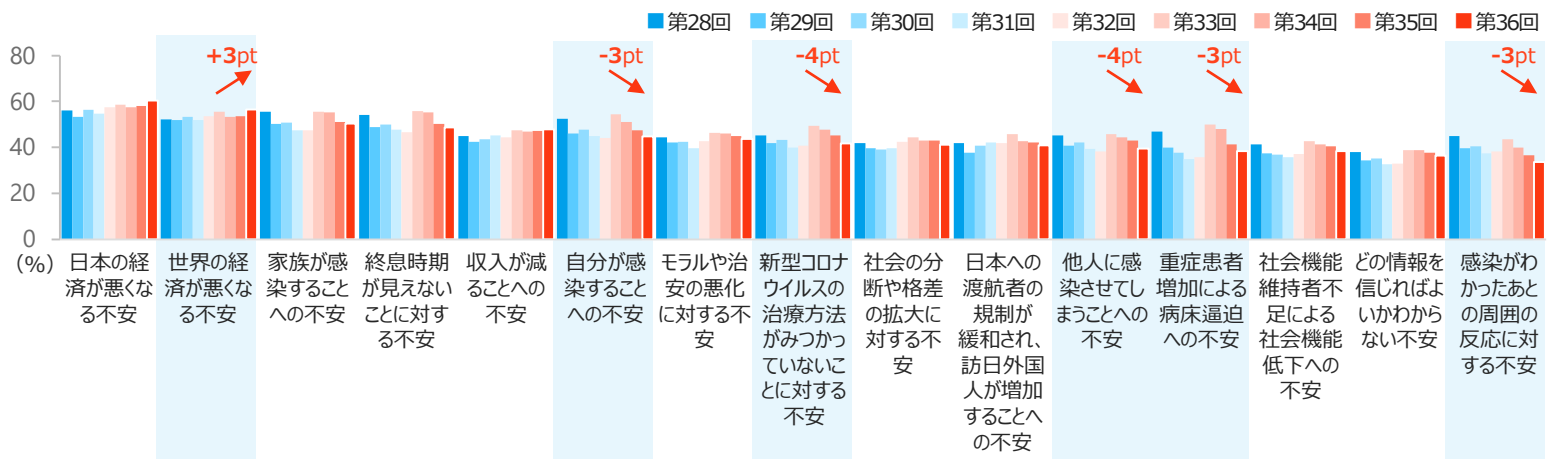
求めているもの⇒「とても求めている:10」「やや求めている:5」「どちらともいえない:0」「あまり求めている: -5」「全くも求めている: -10」

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」

<図8> 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9> 項目別の不安度（各項目単一回答:n=2,500）



<調査実施時期>

▼2020年

- 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)

▼2021年

- 第15回 (1/22-24)
- 第16回 (2/19-21)
- 第17回 (3/26-28)
- 第18回 (4/23-25)
- 第19回 (5/28-30)
- 第20回 (6/25-27)
- 第21回 (7/30-8/1)
- 第22回 (8/27-29)
- 第23回 (9/24-26)
- 第24回 (10/22-24)
- 第25回 (11/26-28)
- 第26回 (12/24-26)

▼2022年

- 第27回 (1/28-30)
- 第28回 (2/25-27)
- 第29回 (3/25-27)
- 第30回 (4/28-5/1)
- 第31回 (5/27-29)
- 第32回 (6/24-26)
- 第33回 (7/22-24)
- 第34回 (8/26-28)
- 第35回 (9/22-25)
- 第36回 (10/28-30)**

■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週間の外出目的
- 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 新型コロナウイルスのワクチン接種/マスク着用意識について

- 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
- 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

▼第3章 コロナ禍における余暇行動について

- 余暇時間に対する実感と満足度
- 今後増やしたい余暇時間
- 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
- 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
- 今後行いたい家の中での余暇行動
- 直近1か月以内での外出行動/今後の外出意向
- 直近1か月に行った外出を伴う運動
- 直近1か月以内に利用した施設/今後利用予定の施設
- 余暇時間の過ごし方（欲求度/満足度）
- 余暇の過ごし方（欲求度×満足度）
- 理想的な余暇の過ごし方（自由回答抜粋）
- ストレス解消法

▼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/20221108corona/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2022年10月28日（金）～10月30日（日）

調査地域 : 全国47都道府県

有効回答数 : 本調査2,500サンプル

調査対象 : 20～69歳の男女

※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ィング

◆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・・・」

