

報道関係各位

2023年3月7日
株式会社クロス・マーケティング

緩みはじめたマスク着用意識、不安度は過去最低値に
家事は「水回りの掃除」「食事を作る」「献立を考える」を軽減したい

－ 2023年2月 新型コロナウイルス生活影響度調査（家庭生活編）－

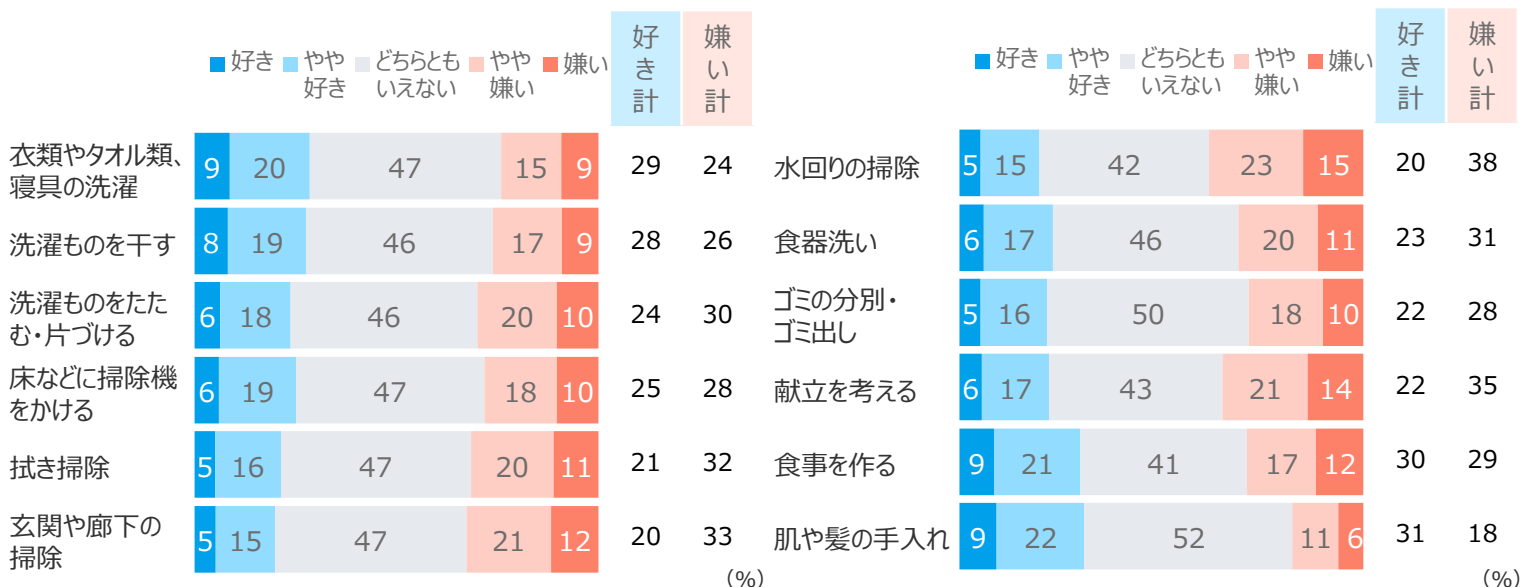
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施。2023年2月の第40回は、マスクの着用が個人の判断となる3月13日をむかえる前の2月27日～28日に調査を行い、人々の意識・行動について分析をしました

■ 調査結果（一部抜粋）

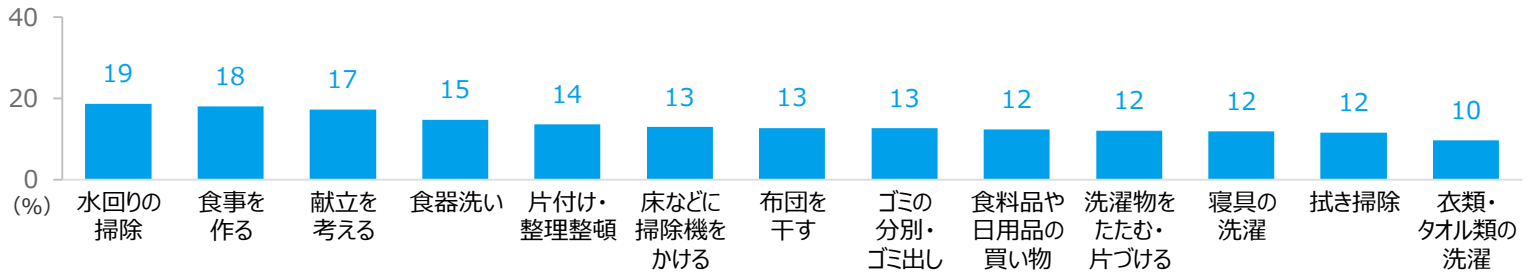
- ✓ **【家事・生活行動】** 家事や生活行動で、好き（好き+やや好き）の上位は、「肌や髪の手入れ」「食事を作る」「衣類やタオル類、寝具の洗濯」。嫌い（嫌い+やや嫌い）は、「水回りの掃除」「献立を考える」「廊下や玄関の掃除」があがる。“好き”より“嫌い”な家事・生活行動の方が相対的に多い。＜図1＞ 軽減したい家事・生活行動は、「水回りの掃除」「食事を作る」「献立を考える」があがった。＜図2＞
- ✓ **【リモートワーク】** 有職者に対しリモートワークについて聴取した。リモートワーク対応が可能な業務にたずさわっている人は28%、男性は30%と女性よりやや多い。リモートワーク対応ができる人に、一週間の理想のリモートワーク日数を確認したところ、「毎日リモート勤務」が17%と最も多かった。「3日以上リモート勤務」は49%と半数。特に女性は、「毎日リモート勤務」の希望者が25%、「3日以上リモート勤務」は54%と多い。＜図3＞
- ✓ **【ストック品】** 家庭でストックしているもののなかでも、「ティッシュペーパー・トイレットペーパー」「石鹸・ハンドソープ」「洗剤」「シャンプー」、「冷凍食品」のストック率が、過去調査の中で最も高まった。いずれもその業界の企業が値上げを公表しており、その影響で駆け込み需要が起こったと推察される。＜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」は先月から3p減の23%、「将来に対する不安度」は5p減の37%で、いずれも不安度は過去3年間の中で最低値となった。「直近1週間のストレス度」は、微減の38%と過去2番目の低さである。＜図5＞ マスクを着用すべきと思うシーンは、「商業施設」「娯楽施設」「勤務先」「飲食店内（食事中を除く）」「学校の校内」が6～7p低下、そのほかすべてのシーンにおいて低下傾向にあり、マスクを外すことへの警戒心は薄らいできている。＜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/20230307corona/>

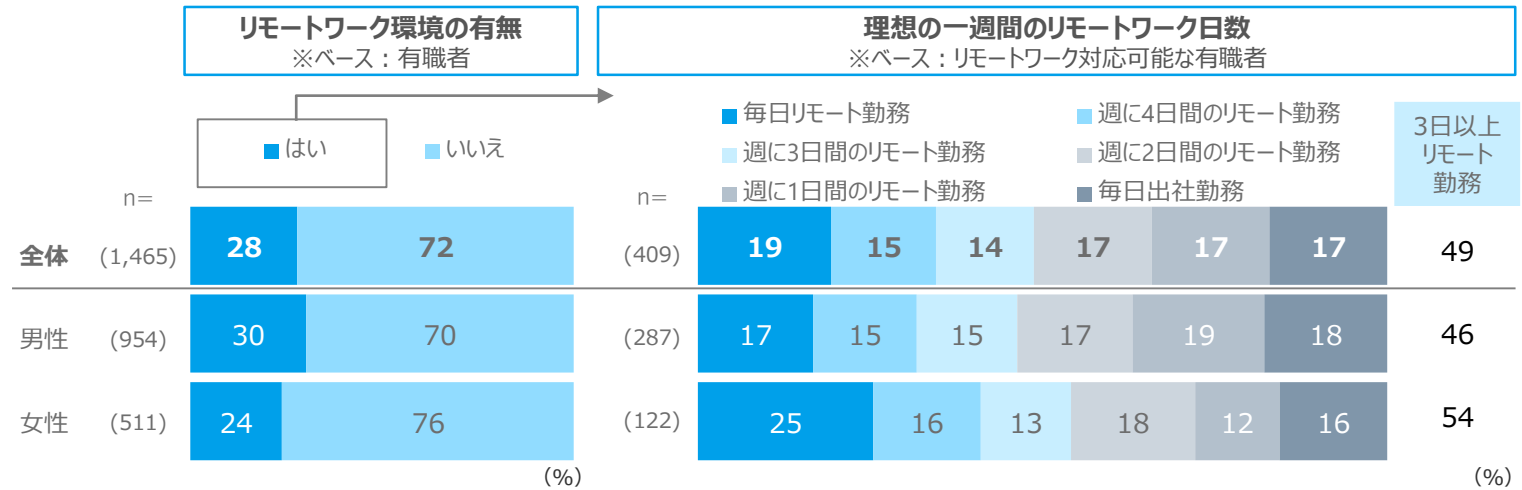
＜図1＞ 家事・生活行動の好意度（単一回答：n=2,500）



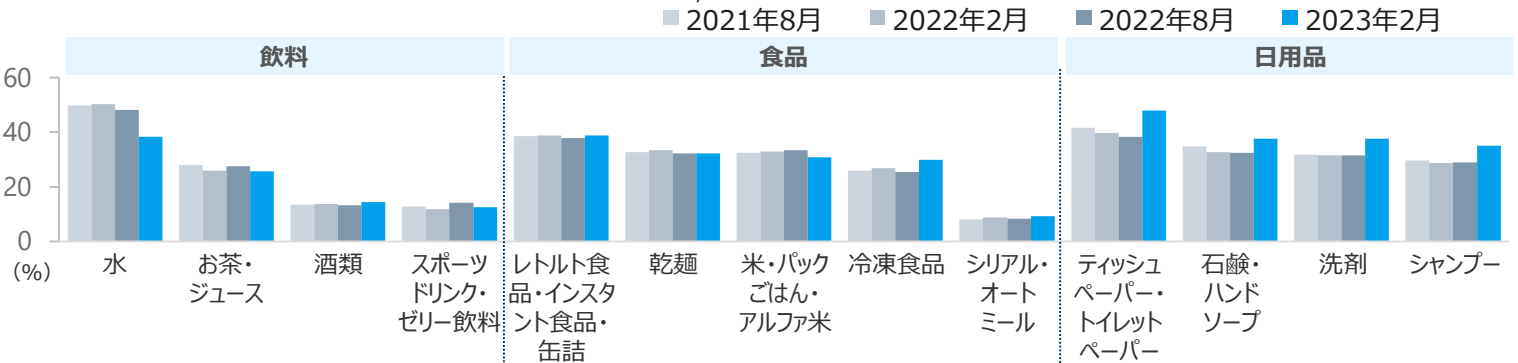
<図2> 軽減したい家事・生活行動 (複数回答：n=2,500) ※上位13項目を抜粋



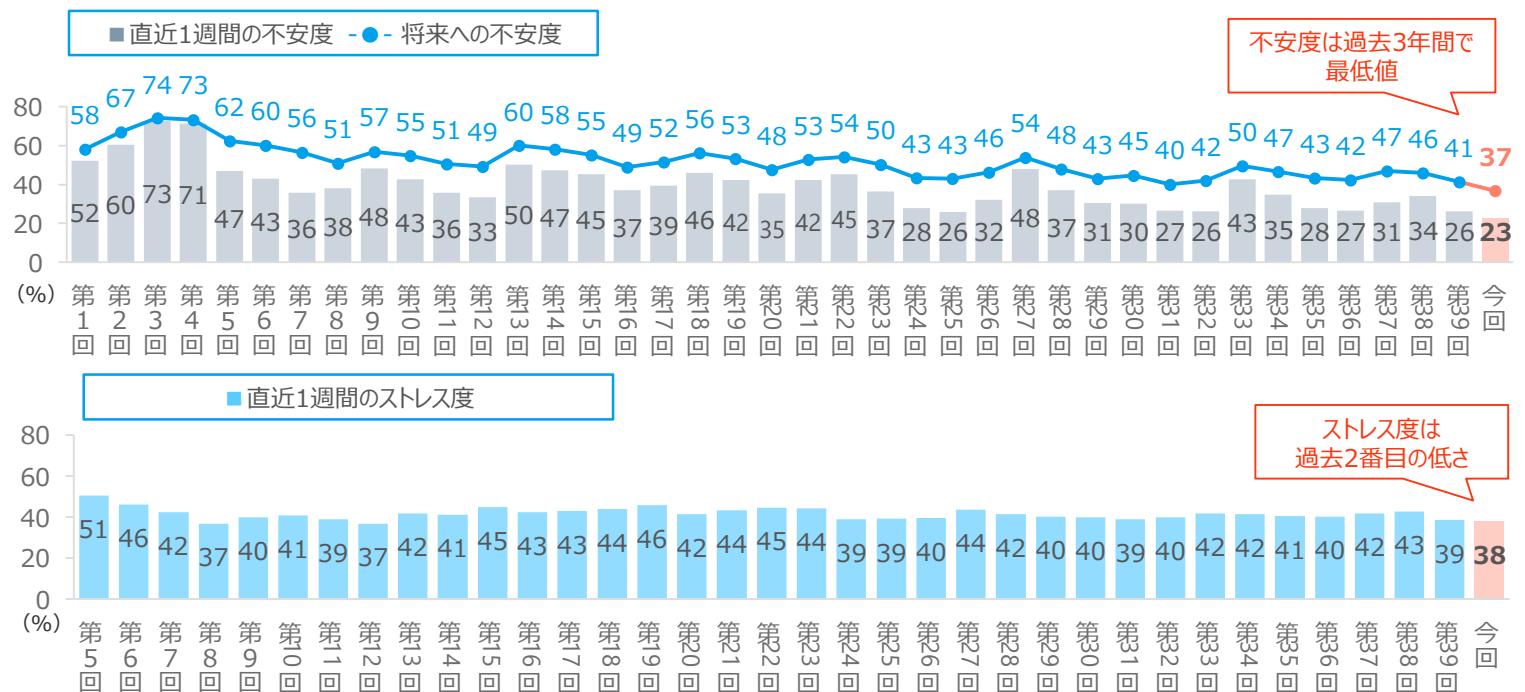
<図3> リモートワーク環境の有無 (単一回答)



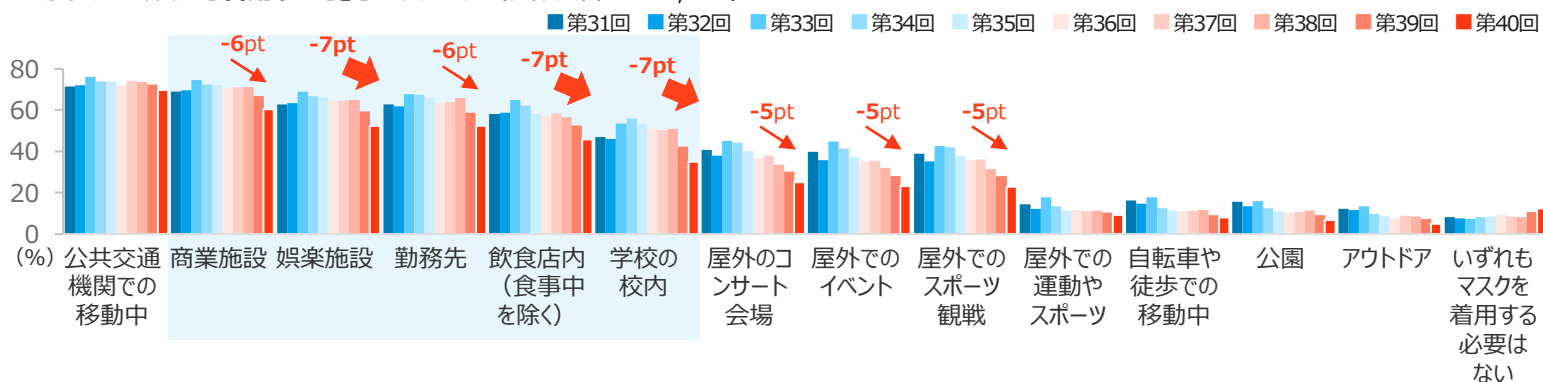
<図4> 自宅でストックしている食品・日用品 (複数回答：n=2,500)



<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>「マスクを着用すべき」と思うシーン（複数回答：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/感染状況/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
- ワクチン追加接種不安要因/障害要因
- 新型コロナウイルス感染有無/罹患症状
- 新型コロナウイルス感染後の対処行動/後遺症の有無/後遺症の症状・困りごと（自由回答抜粋）
- 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 コロナ禍における家庭生活について

- 家事・生活行動の好意度/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
- リモートワーク・休校・休園状況/困りごと
- リモートワーク対応状況/理想のリモート勤務日数
- 住まいへの考え方の変化

▼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/20230307corona/>

■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 : 2023年2月27日（月）～2月28日（火）
 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

<調査実施時期>

▼2020年	第10回 (8/21-23)	第18回 (4/23-25)	▼2022年	第36回 (10/28-30)
第1回 (3/12-13)	第11回 (9/18-20)	第19回 (5/28-30)	第27回 (1/28-30)	第37回 (11/25-27)
第2回 (3/27-29)	第12回 (10/16-18)	第20回 (6/25-27)	第28回 (2/25-27)	第38回 (12/23-25)
第3回 (4/13-14)	第13回 (11/20-22)	第21回 (7/30-8/1)	第29回 (3/25-27)	
第4回 (4/24-26)	第14回 (12/11-13)	第22回 (8/27-29)	第30回 (4/28-5/1)	▼2023年
第5回 (5/15-17)		第23回 (9/24-26)	第31回 (5/27-29)	第39回 (1/27-29)
第6回 (5/29-31)	▼2021年	第24回 (10/22-24)	第32回 (6/24-26)	第40回 (2/27-28)
第7回 (6/12-14)	第15回 (1/22-24)	第25回 (11/26-28)	第33回 (7/22-24)	
第8回 (6/26-28)	第16回 (2/19-21)	第26回 (12/24-26)	第34回 (8/26-28)	
第9回 (7/17-19)	第17回 (3/26-28)		第35回 (9/22-25)	

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://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・・・」

