

報道関係各位

2023年5月11日
株式会社クロス・マーケティング

コロナに対する不安度は過去最低値 ピーク時の半分以下 直近1か月間の外出先「映画館」「銭湯・スパ・サウナ」「スポーツ観戦」が上昇

－ 2023年4月 新型コロナウイルス生活影響度調査（余暇行動編） －

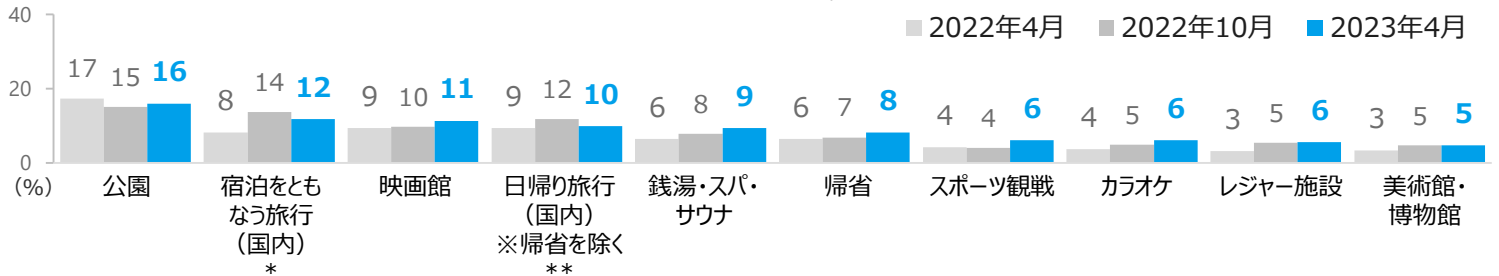
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施。2023年4月の第42回は、5類感染症移行まで残り一週間となった4月28日～30日に調査を行い、人々の意識・行動について分析をしました。

■ 調査結果（一部抜粋）

- ✓ **【外出行動】** 直近1か月間の外出は、「公園」「宿泊をともなう旅行（国内）」「映画館」「帰省を除く日帰り旅行」で1割を超えた。「映画館」「銭湯・スパ・サウナ」「帰省」「スポーツ観戦」などへのお出かけは、ゆるい上昇傾向にある。＜図1＞GWも含む今後の予定では「宿泊をともなう旅行（国内）」が26%、「帰省を除く日帰り旅行」が18%と旅行の予定が高く、次いで「映画館」が17%であった。＜図2＞
- ✓ **【余暇の過ごし方の満足度】** 余暇の過ごし方としては「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」の満足度が高い。時系列で見ると大半の項目で上昇傾向にある。20代においては、運動をする・人と会う・非日常を感じる・アウトドアをするなど多くの場面での満足度が高く、余暇時間を満喫している様子がうかがえる。特に「友人・知人と直接会って過ごす時間」は、突出して高い。＜図3＞
- ✓ **【自由に過ごすための阻害要因とコロナによる余暇の変化】** 余暇時間を自由に過ごすことへの阻害要因は、「金銭的な余裕がない」が39%と最も多く、次いで「平日の余暇時間が少ない」の18%であり、いずれも上昇傾向。「家事・育児などで余暇時間がとれない」人は14%と一定数存在する。一方、コロナが要因となる「人との接触を控えたい」「外出にともなう感染が怖い」は大幅な低下。＜図4＞ コロナ禍により余暇時間の使い方の変化では、「動画配信やゲームの時間が増えた」「人の少ない場所を探して出歩いた」、考え方の変化は「人と過ごす時間が大切だと実感」「お金より時間重視になった」などの声があがった。＜図5＞
- ✓ **【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」と「将来に対する不安度」は、先月からは微減の過去最低値。「直近1週間のストレス度」は、先月から5p減の37%と2020年の1回目の緊急事態宣言解除後と第2波が落ちついた時期の結果と並ぶ最低値であった。＜図6＞直近1週間で行った感染症対策は、低下傾向が続いているものの「マスクの着用」と「アルコール消毒液の使用」は5～6割の人が行っている。＜図7＞

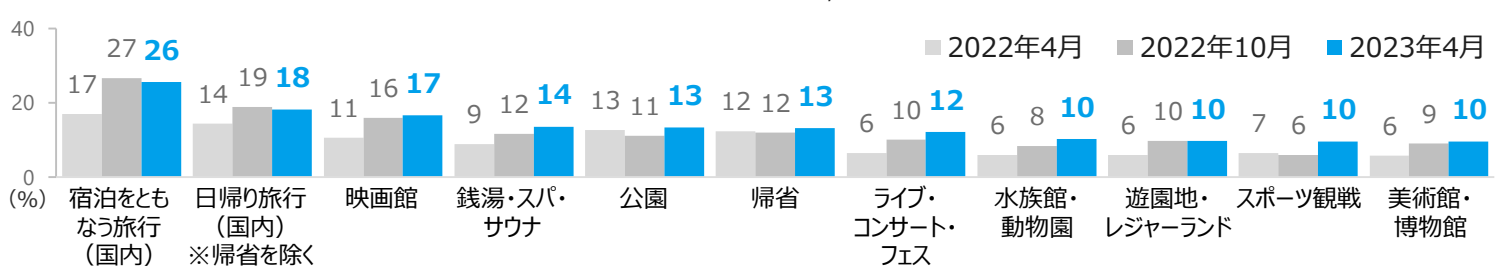
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20230511corona/>

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



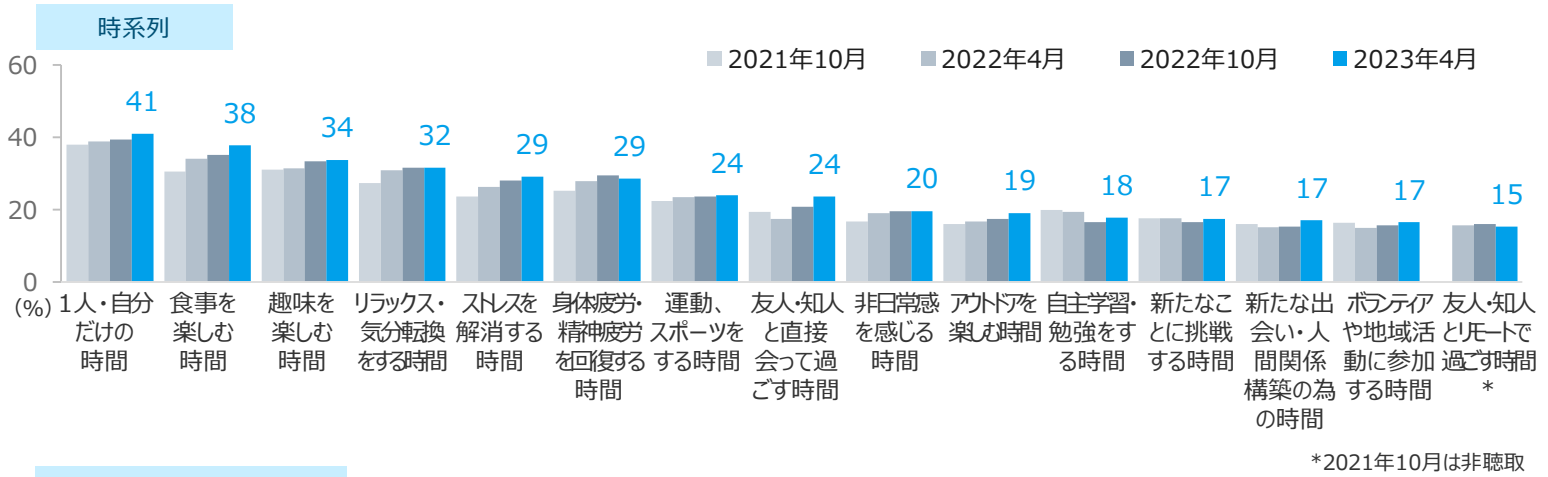
*2022年4月・10月は「宿泊を伴う旅行」で聴取/**2022年4月・10月は「日帰り旅行（帰省を除く）」で聴取

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

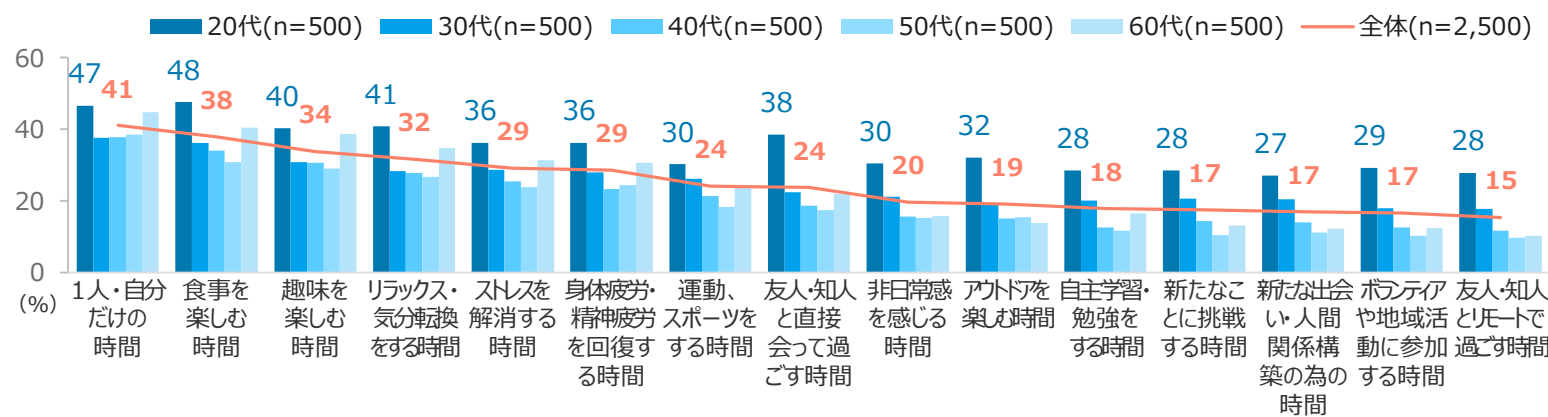


*2022年4月・10月は「宿泊を伴う旅行」で聴取/**2022年4月・10月は「日帰り旅行（帰省を除く）」で聴取

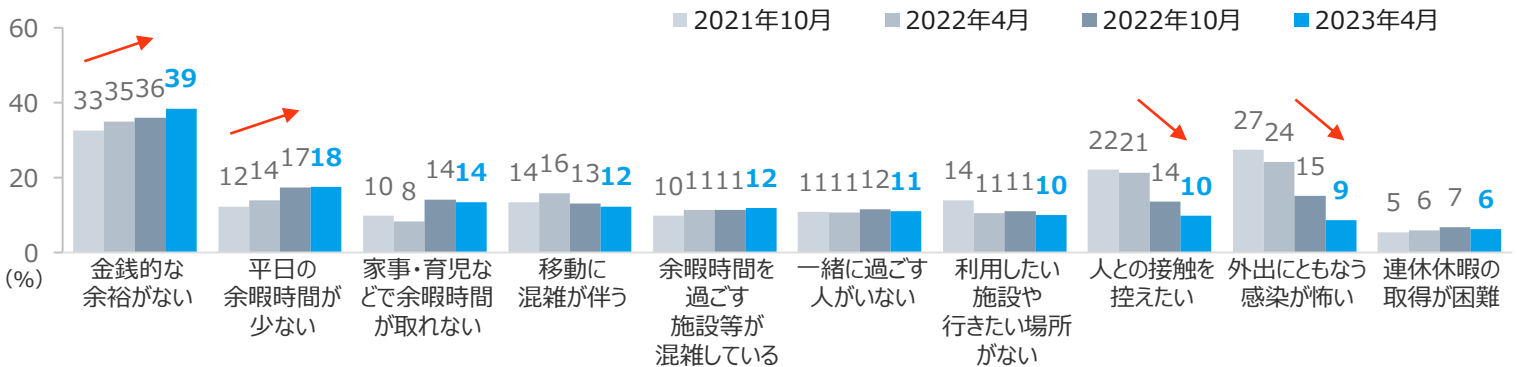
<図3> 余暇の過ごし方として満足しているもの (各項目単一回答：n=2,500) ※5段階評価で「とても+やや満足している」の数値をグラフ化



年代別/2023年4月結果



<図4> 余暇時間を自由に過ごすことへの阻害要因 (複数回答：n=2,500) ※上位10項目を抜粋



<図5> 新型コロナウイルスをきっかけとした余暇時間の使い方や考え方の変化 (自由回答一部抜粋：n=2,500)

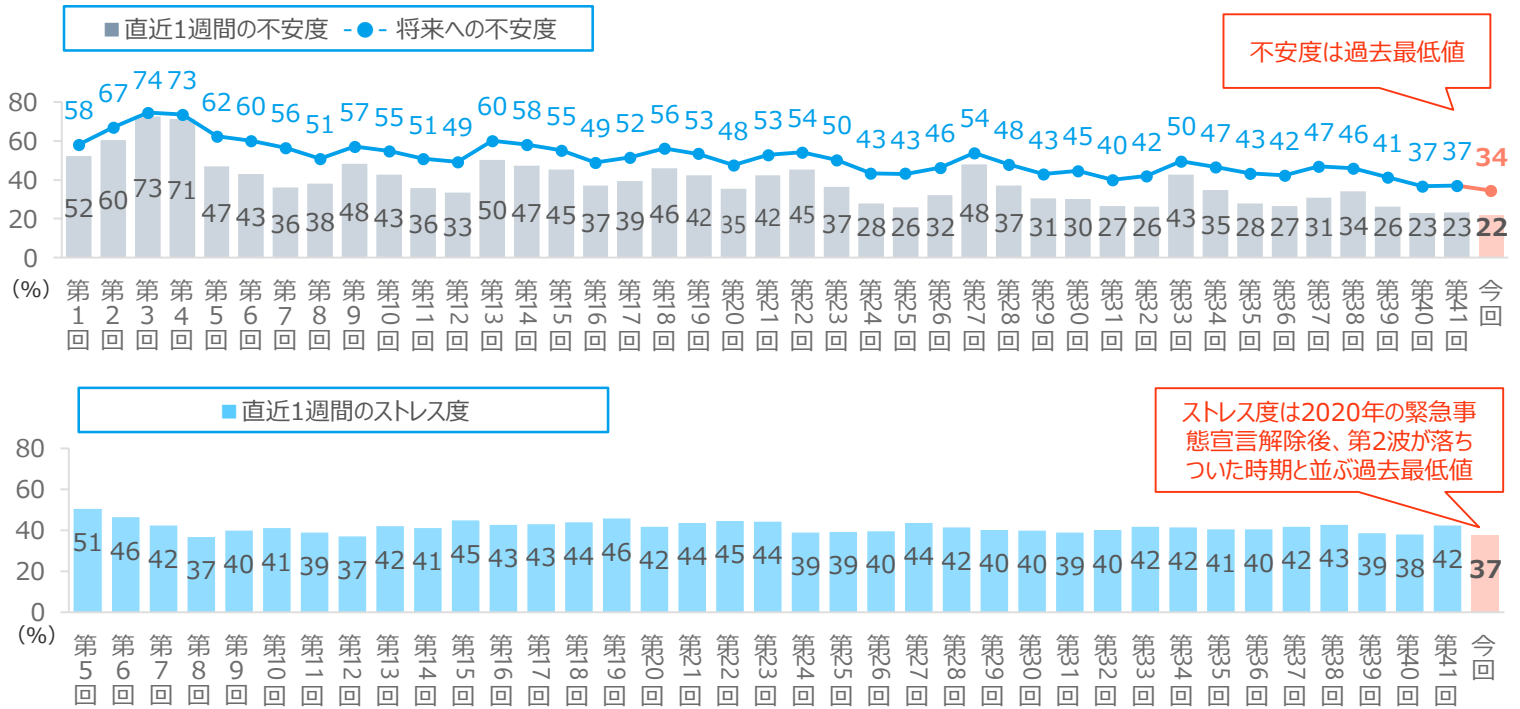
コロナ禍で変化した余暇時間の使い方

- コロナ前に比べて自宅にいる時間が増えて色々な方とゲームで遊ぶ・生配信するようになった。在宅で少しでも稼げるよう考えることがかなり増えた。
- 自宅内で過ごすことが多くなり、動画配信サービスやネットサーフィンの時間が増加した。屋外でのスポーツや趣味の活動をしなくなりグッズを処分した。
- 外出するのが好きだったが、コロナ禍になって人が少ない場所でゆっくり出来る場所を探して出歩くようになった
- 外出や友人・家族との交流が殆どなくなった。これにより体力の低下やストレスが増え、生活が不規則となってしまった。

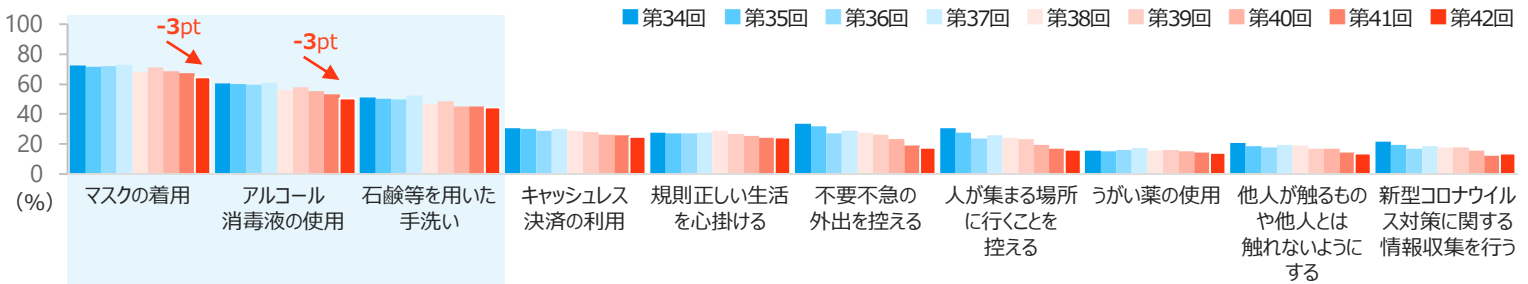
コロナ禍で変化した余暇時間の考え方

- コロナ前は、自分一人で過ごす時間を大切にしたいと考えていましたが、コロナ禍で実際に人と会えない時間が増えると、日々の刺激や癒しになっていたのは、人と過ごす時間だったと感じた。そのため、今後は人と過ごす時間を大切にしていきたいと考えている。
- 家にいる時間が格段に増えたことで快適さもあり、また外出した時の喜びにも繋がっている。
- 家の中で家族で出来る時間が大切だと思った
- お金よりも時間を重視するようになった。
- しっかり、心身の疲れを軽減する事にポイントを置いた。

＜図6＞ 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7＞ 直近1週間に実行したこと（複数回答：n=2,500）※上位10項目を抜粋



■ 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
- 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）
- 余暇の過ごし方の変化/余暇を充実させるために欲しいもの（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/20230511corona/>

■ 調査概要

調査手法	: インターネットリサーチ	調査期間	: 2023年4月28日（金）～4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

<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41回 (3/24-26)
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42回 (4/28-30)
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・・・」