

報道関係各位

2024年2月15日
株式会社クロス・マーケティング

「待つ」のは30分以内、「待たせる」のは10分以内まで 女性が並んで待つ「アトラクション」「握手会」「ライブのグッズ販売」

－待つ・待たせることに関する調査（2024年）－

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、全国20歳～69歳の男女を対象に「待つ・待たせることに関する調査（2024年）」を実施しました。誰かと待ち合わせをしたり、人気の飲食店や話題のイベントに行くために行列に並んだり、普段から何かを待つシーンは多くあります。反対に、誰かを待たせることもあるかもしれません。今回は、そのような「待つ」「待たせる」ことに対する意識について聴取しました。

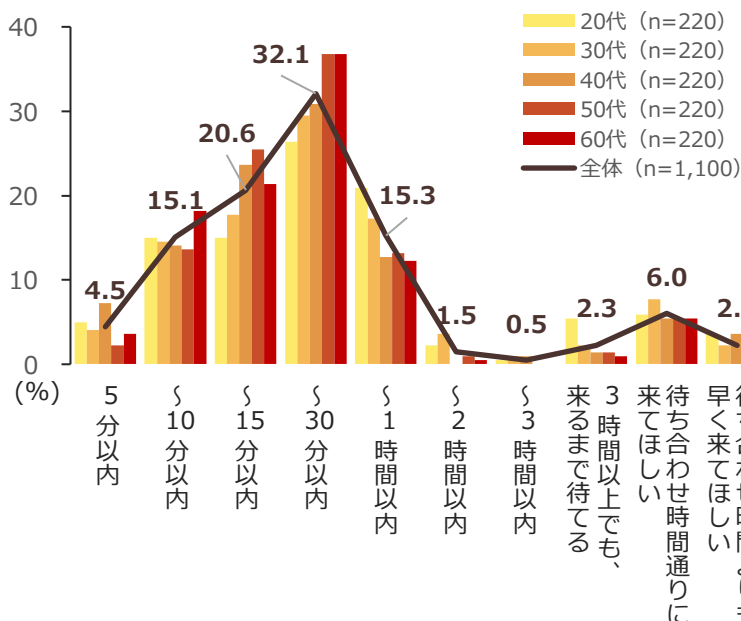
*「待つ・待たせる」は、プライベートで、家族や友人・知人と待ち合わせをした場合として聴取

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240215wait/>

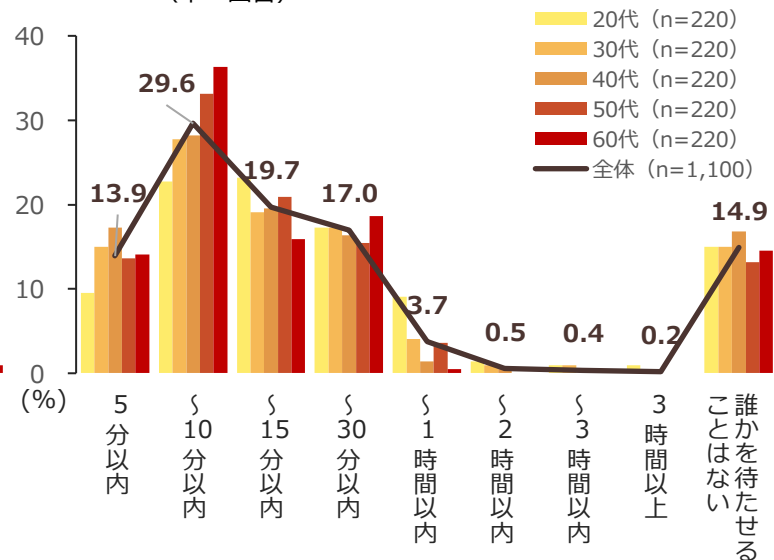
■調査結果

- ✓ プライベートの待ち合わせで、相手が遅れているときに、怒らずに待てる時間の境界線は30分以内。〈図1〉
一方、自分が相手を待たせるときに謝れば、許してもらえと思う時間は10分以内。〈図2〉
若年層ほど、相手を待てる時間も謝れば許してもらえと思う時間も他の年代に比べ長い傾向がみられる。待ち時間に対する意識の年代差は、スマートフォンの普及による連絡の取り方の変化や、暇つぶし手段の多様化などがあると推察される。
- ✓ 並びたくない・並んで待ちたくないものは、「予約のできない人気の飲食店」。〈図3〉
並んで待ってもよい・並んでも待ちたいものは、「遊園地やテーマパークのアトラクション」。〈図4〉
女性では、並んで待ってもよい・並んでも待ちたいと思うシーンが全体的に男性よりも高い。待つことに対する抵抗感の低さが女性においてうかがえた。
- ✓ 並んだ結果、待った甲斐があったのは、「人気のアトラクションに乗れた」「憧れの人に会えた」など。期待以上の嬉しさや満足感が得られたとのエピソードがあがる。〈図5〉
待ったのに残念だったと感じたことでは、「抽選で外れた」「整理券が自分の前でなくなった」などで、期待がかなえられなかった場合が多い。「待っている間に期待があがりすぎた」という体験もみられた。〈図6〉

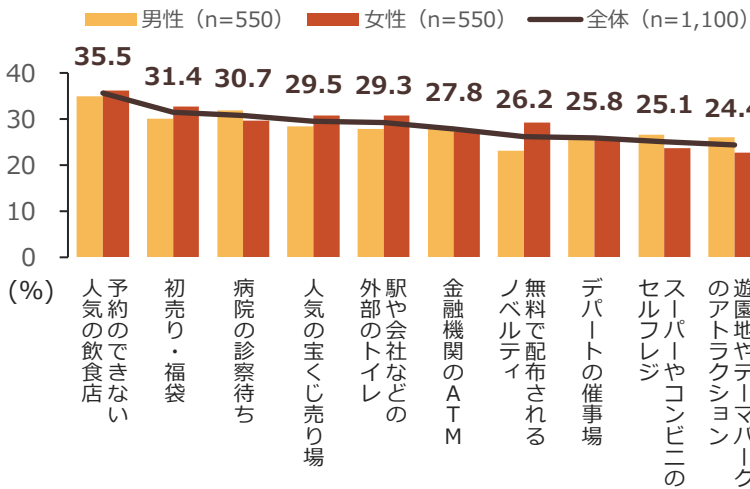
〈図1〉 待ち合わせで怒らずに待てる時間（単一回答）



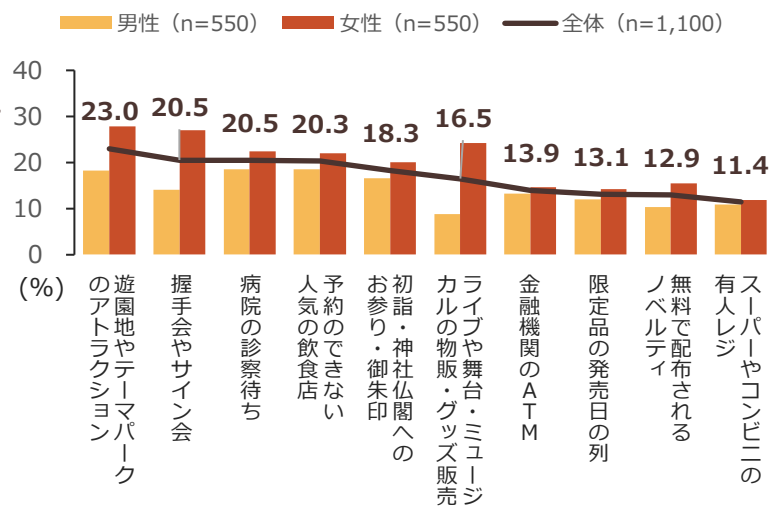
〈図2〉 待たせても謝れば許してもらえと思う時間（単一回答）



＜図3＞ 並びたくない・並んで待ちたくないもの TOP10（複数回答）



＜図4＞ 並んで待ってもよい・並んでも待ちたいもの TOP10（複数回答）



＜図5＞ 並んで待った結果、待った甲斐があったと感じたこと（自由回答抜粋）

- 東京にある中でも人気のアトラクションに並び乗るまでに二時間ぐらい時間がかかったが、実際に乗ると楽しく高揚感があったので並んでよかった。（20代女性）
- プロ野球選手のサイン会で待っていましたが、最後に大好きな選手のサインをもらえた（40代男性）
- 伊勢神宮の御朱印と出雲大社の御朱印。なんとなくご利益がありそうなのと周りの自然や歴史的建造物を見て歴史を想像し自然に癒された。（50代男性）

＜図6＞ 並んで待った結果、待ったのに残念だったと感じたこと（自由回答抜粋）

- レシートでできるショッピングモールの抽選。並んだのに当たったのは参加賞のティッシュだった。（20代女性）
- 待ってる間に期待度が上がってしまい、実際に食べた時に期待外れだったとき（20代女性）
- スーパーのレジで、自分より遅く並んだ隣の人が自分より早く会計しているのを見た時。（30代女性）
- 整理券を配布される限定商品の購入の際、自分の数人前で整理券がなくなり、結局、購入できなかったこと（50代女性）

■調査項目

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 属性設問 | <input type="checkbox"/> 並びたくない、並んで待ちたくないと思うもの |
| <input type="checkbox"/> プライベートでの待ち合わせで怒らずに待てる時間 | <input type="checkbox"/> 並んで待ってもよい・並んでも待ちたいと思うもの |
| <input type="checkbox"/> プライベートでの待ち合わせで待たせても、謝れば許してもらえと思う時間 | <input type="checkbox"/> 並んで待った結果、待った甲斐があったと感じたこと |
| | <input type="checkbox"/> 並んで待った結果、待ったのに残念だったと感じたこと |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240215wait/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
 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 : 2024年2月9日（金）～2月10日（土）
 有効回答数 : 本調査1,100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 <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・・・」