

報道関係各位

2020年4月17日  
株式会社クロス・マーケティング

## 生活者の気持ちに変化 「都市部での生活はリスクが高い」が過半数超え 公的機関の申請や手続きなどデジタルシフトへの期待も高い

－第3回 新型コロナウイルス生活影響度調査－

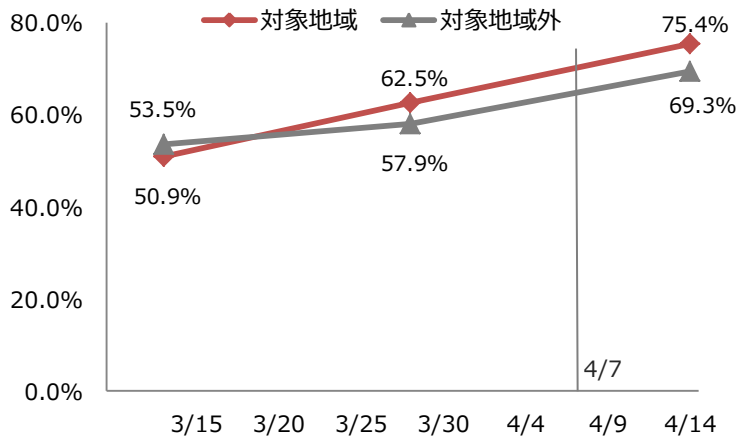
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響を把握することを目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を、第1回（3月12日～13日）・第2回（3月27日～3月29日）に続き、第3回は、緊急事態宣言が出された後の4月13日～14日に実施、人々の意識・行動について分析しました。

◆自主調査レポートでは、年代別など詳細な分析も行っています。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200417corona/>

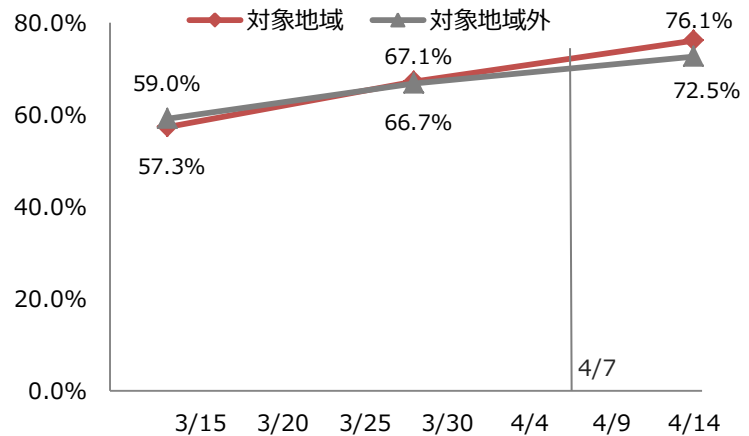
### ■調査結果（一部抜粋）

- ✓ 4月7日に緊急事態宣言が出た7都府県と他の地域で【直近1週間の不安度】を時系列で比較すると、宣言後、対象地域の不安度が上昇し、対象地域外との差が開いた。＜図1-1＞しかし【将来に対する不安度】では大きな差はみられず、宣言の対象地域に関わらず将来を不安視する気持ちは強い。＜図1-2＞
- ✓ 【直近1週間の外出頻度】は、週5日以上外出する人は全体で4割を超え、特に男性30～50代の半数以上は週5日以上外出しており、仕事などでどうしても外出せざるを得ない人が多いと考えられる。男女20代は外出していなかった人が他の年代よりも多い傾向。＜図2＞
- ✓ 【デジタルシフトに対する期待度】では「公的機関の電子申請・手続き」が59.3%、「選挙のオンライン投票」56.8%、「キャッシュレス決済」53.3%、「遠隔診療」50.2%が主に望まれている結果に。＜図3＞
- ✓ 【生活に対する現在の気持ち】では、普段の生活や健康の大切さを実感するとともに「都市部の生活はリスクが高い」と感じていることが判明。「時間やスペースにゆとりがある生活を送りたい」との声も多く、今回のことをきっかけに生活そのものを見直すことも考えられる。＜図4＞

＜図1-1＞ 直近1週間の不安度  
（緊急事態宣言が出た7都府県との比較）



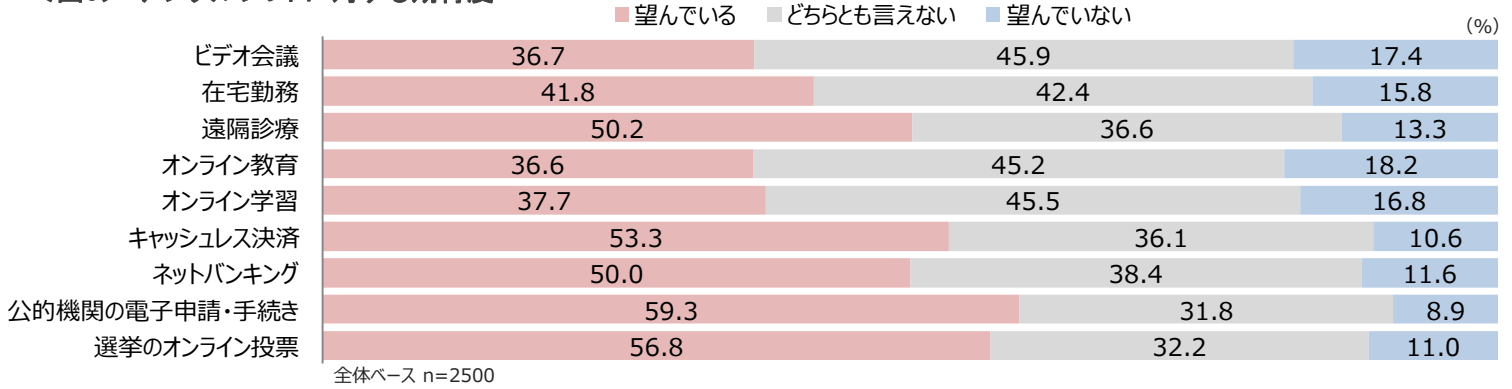
＜図1-2＞ 将来に対する不安度  
（緊急事態宣言が出た7都府県との比較）



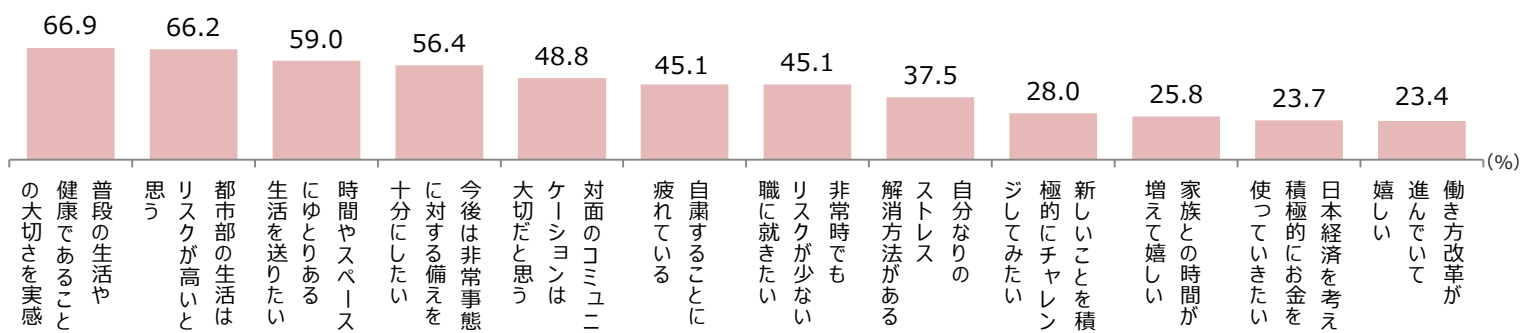
＜図2＞ 直近1週間の外出頻度

	毎日 (%)	週5～6日 (%)	週3～4日 (%)	週1～2日 (%)	外出していなかった (%)
全体 n=2,500	18.3	25.8	18.4	26.6	10.8
男性20代 n=250	18.0	21.6	16.0	24.8	19.6
男性30代 n=250	18.8	33.2	11.6	26.0	10.4
男性40代 n=250	24.8	28.8	17.2	18.0	11.2
男性50代 n=250	26.8	30.0	14.4	22.8	6.0
男性60代 n=250	23.2	20.4	22.4	26.4	7.6
女性20代 n=250	14.8	23.2	18.8	28.4	14.8
女性30代 n=250	15.6	33.2	14.8	23.2	13.2
女性40代 n=250	14.8	26.0	21.6	27.6	10.0
女性50代 n=250	15.2	22.8	24.0	29.2	8.8
女性60代 n=250	10.8	19.2	23.6	40.0	6.4

＜図3＞ デジタルシフトに対する期待度



＜図4＞ 生活に対する現在の気持ち



■全調査項目

- 属性設問 (性別・年代・居住地・婚姻状況・同居家族・同居子供・世帯年収・職業)
- 新型コロナウイルス関心度
- 新型コロナウイルス理解度
- 直近1週間の不安度
- 直近1週間の行動変化度合い【生活習慣】
- 余暇の過ごし方に関する増減変化
- 直近1週間の外出頻度
- 直近1週間のマスク着用頻度
- マスクをつけていない人に対する意識
- 項目別の不安度【自分で対策可能なこと】
- 項目別不安度【自分で対策不可能なこと】
- 新型コロナウイルスの影響で生まれた新たな楽しみ
- 緊急事態宣言後、困っていること
- 現在の気持ち
- デジタルシフトに関する期待度
- 将来に対する不安度
- 初動の行動タイプ

◆全調査項目のレポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200417corona/>

■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 : 2020年4月13日(月)～4月14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

【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

◆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](mailto: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・・・」