

報道関係各位

2020年7月2日
株式会社クロス・マーケティング

“華金”は「家族で」が半数超 娯楽系の外出おさえ、まだまだステホームの意識は継続か

－緊急事態宣言解除後の“華金”の過ごし方に関する調査－

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、全国20歳～69歳の男女を対象に「緊急事態宣言解除後の“華金”の過ごし方に関する調査」を実施しました。外出自粛が解除され新たな生活がスタートし、週末の過ごし方もこれまでと変わってきているのではないのでしょうか。今回は、“華金”（6月26日の夜）に着目して、人々が「誰と」「どのように」過ごしていたのかを分析しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200702friday/>

■調査結果

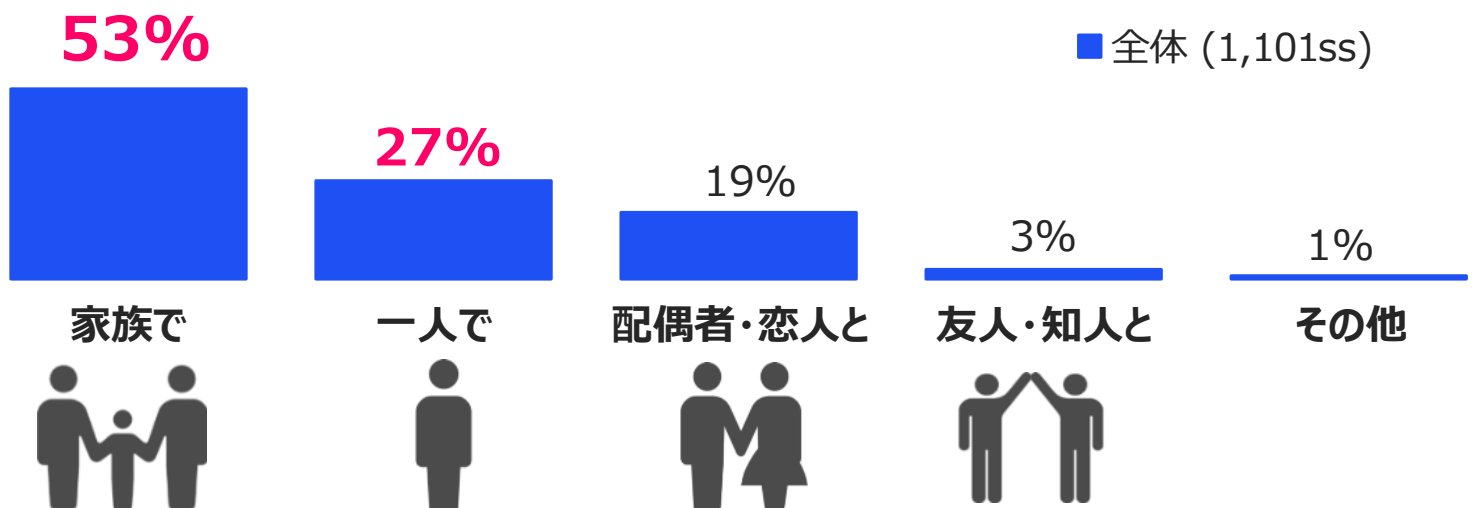
✓ “華金”（6月26日の夜）は「家族で」過ごした人が半数超、「一人で」は3割弱。〈図1〉

✓ 過ごし方は「家でいつもと同じような食事を作った」、「テレビ・録画番組を観た」、「家でお酒を飲んだ」が上位である一方、外出項目が低いことから、依然ステホームの意識がみられる。直近のコロナ感染者数増加により、ステホーム意識は継続していると推測される。〈図2〉

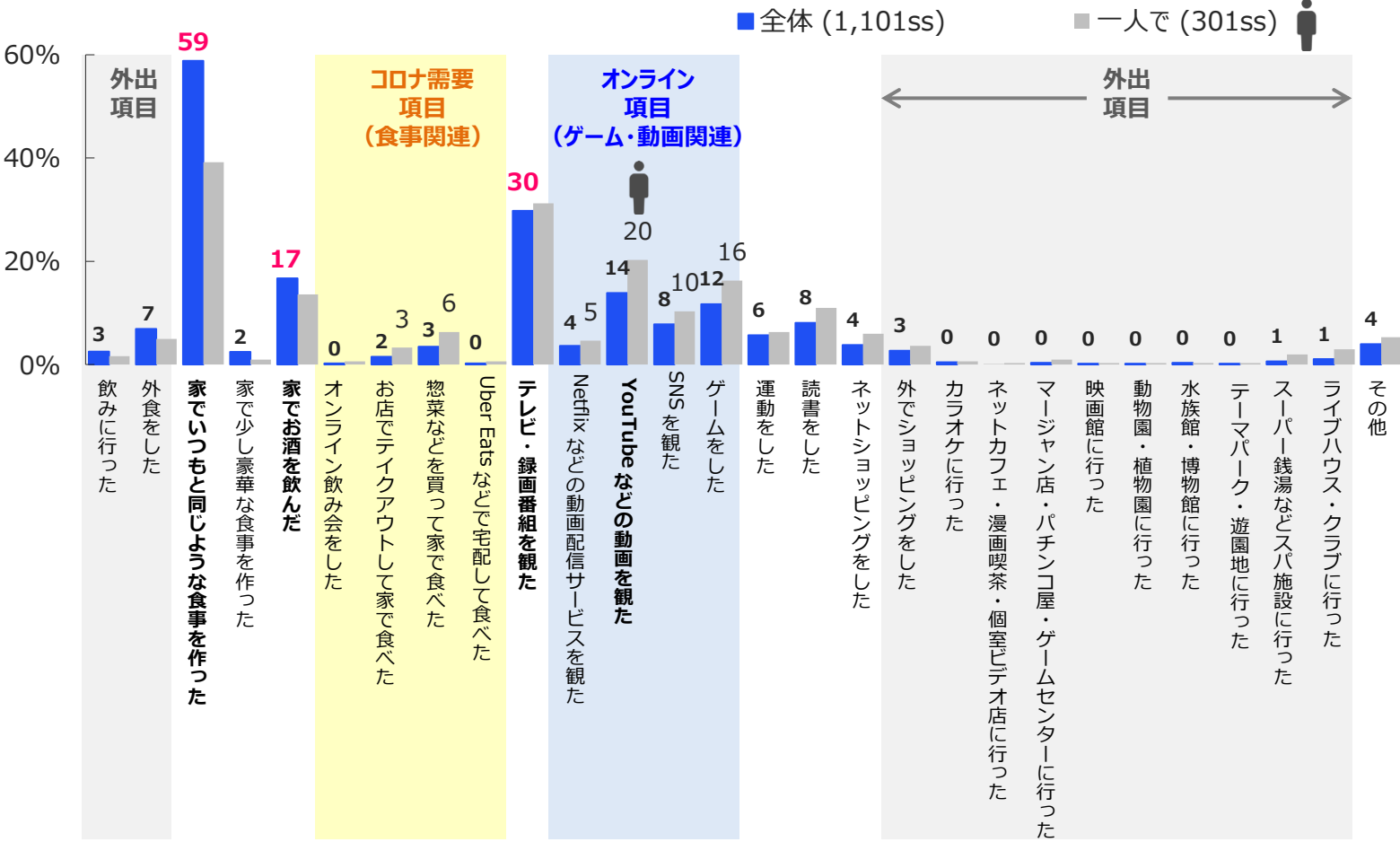
また、「一人で」の過ごし方はオンライン項目が高い傾向で、動画視聴・SNS・ゲームなどをして過ごしており、一人で過ごす“華金”だからといってテイクアウトや宅配をしている人はそこまで多くない様子。

✓ コロナにより需要が高まった「オンライン飲み会」や「テイクアウト／宅配」は全体的に利用が低く、外出自粛が解禁された今となっては、そこまでする必要がなくなってきた可能性も。

〈図1〉 6月26日（金）に一緒に過ごした人（複数回答）



<図2> 6月26日（金）の過ごし方（複数回答）



■調査項目

- 属性設問
- 直近1週間の外出頻度
- 直近1週間で自分の「楽しみ」のために使った金額
- 最近日常生活の中で「変わった」と思うこと
- 6月26日（金）の夜に誰と過ごしたか
- 6月26日（金）の夜はどのように過ごしたか

◆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/20200702friday/>

■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 : 2020年6月30日 (火)
 有効回答数 : 本調査1,101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

「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・・・」