

報道関係各位

2021年1月26日
株式会社クロス・マーケティング

緊急事態宣言から2週間 早くも外出意識は復活傾向か ニューノーマルな生活で良かったことは「病気予防の習慣化」

－ニューノーマルな生活と昨今の状況下での外出に関する意識調査－

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「ニューノーマルな生活と昨今の状況下での外出に関する意識調査」を実施しました。2021年1月26日現在、緊急事態宣言発令から約2週間が経過しています。今回は、昨今の状況下で「してもいい」と思う外出を伴う行動について、2021年1月15日・1月22日（緊急事態宣言下）の調査結果を時系列で分析し、またニューノーマルな生活になって「よかったこと」「ストレスに感じること」についても聴取しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210126corona/>

■調査結果

✓ 昨今の状況下で「してもいい」と思う外出を伴う行動の割合は、1週間前と比較し全体的に増加傾向

特に増加が見られたのは2人以内での外出や、映画館、水族館・博物館などの娯楽施設へ行くこと。1月8日に発令された緊急事態宣言から日が経つにつれ、外出自粛への意識が少しずつ緩まっている様子。また、「1人でカフェ、食事処に行く」「家族と近所の飲食店で食事」をしてもいいと回答した人は約4割にのぼり、外出は“少人数”“近場”という意識が見られる。〈図1〉

✓ ニューノーマルな生活でよかったことは「病気予防の習慣化」、ストレスは「コロナに感染した時の不安」

生活様式が変わってよかったことには、「病気予防の習慣化」や「健康を気にするようになった」など健康関連がTOP5にランクイン。どちらも女性60代で高い。〈図2〉一方、ストレスに感じることは「コロナに感染した時の不安」が42%と最も高く、特に女性30-60代で高い傾向。その後には「親戚、家族、恋人、友人となかなか会えない」「運動不足」「咳をすると周りの目が気になる」と続くなど、コロナに直接感染する不安以外にも、コロナの影響を受け様々な面でストレスを抱えている様子が見えてくる。〈図3〉

✓ ニューノーマルな生活で新たに習慣化したことは「予防対策」「運動」「朝」に関連したものが多く

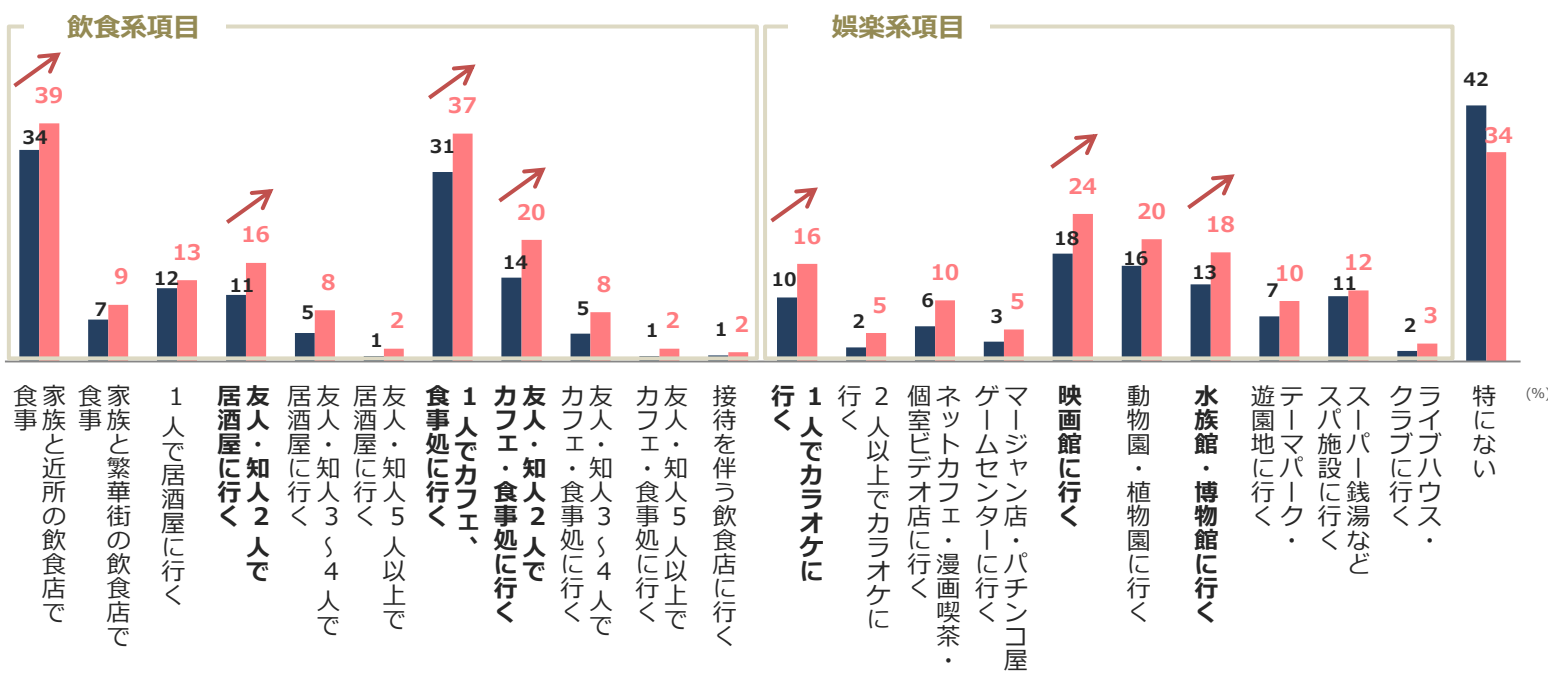
特に「朝」新たにできるようになった習慣として、「検温」や「除菌清掃」などが挙げられた。〈図4〉

〈図1〉 昨今の状況下の中で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動（複数回答）

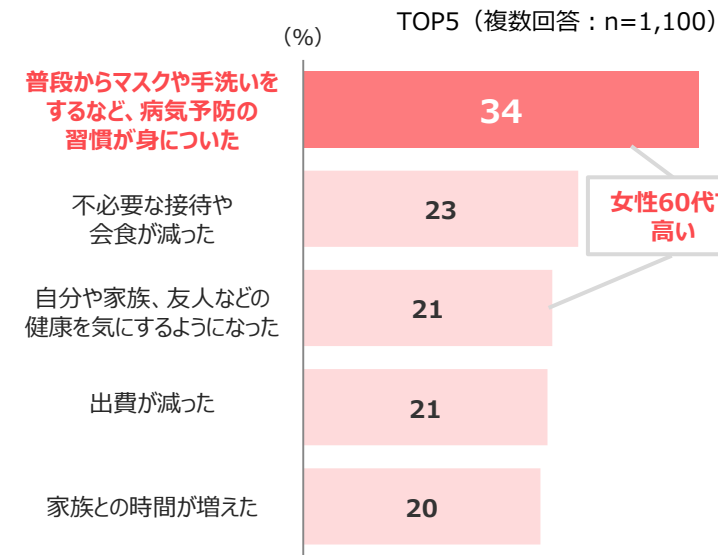
↑ : 1/15調査時より5ポイント以上スコアが増加

■ 1/15調査時 <n=1,100>

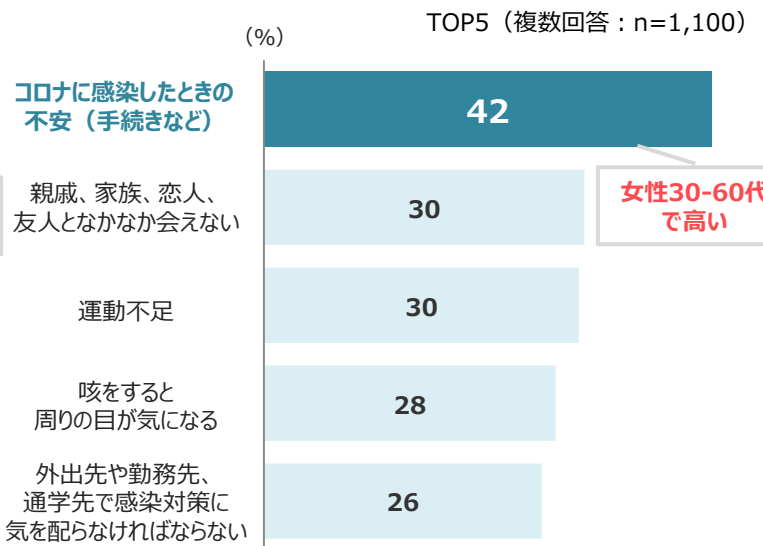
■ 1/22調査時 <n=1,100>



<図2> ニューノーマルな生活で「よかった」と感じること



<図3> ニューノーマルな生活で「ストレス」を感じること



<図4> ニューノーマルな生活でのルーティーン ※一部抜粋 (自由回答 : n=1,100)

新たに習慣化したルーティーン	変わらないルーティーン
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 外出時のマスクの着用 ✓ 手洗いうがいをする ✓ アルコール消毒をする <p style="text-align: right;">} 予防対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ウォーキングをする ✓ ラジオ体操をする <p style="text-align: right;">} 運動</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 毎朝検温する ✓ 毎朝除菌清掃をする <p style="text-align: right;">} 朝の習慣</p> <p>その他 : ペットの散歩、週末に料理をする など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 早寝早起き ✓ 規則正しい生活 <p style="text-align: right;">} 生活習慣</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 手洗いうがい ✓ マスクをする <p style="text-align: right;">} 予防対策</p> <p>その他 : 晩酌、電車での通勤 など</p>

■ 調査項目

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 属性設問 | <input type="checkbox"/> ニューノーマルな生活で「ストレス」を感じること |
| <input type="checkbox"/> 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動 | <input type="checkbox"/> ニューノーマルな生活で新たに習慣化したルーティーン |
| <input type="checkbox"/> ニューノーマルな生活で「よかった」と感じること | <input type="checkbox"/> ニューノーマルな生活になっても変わらないルーティーン |

◆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/20210126corona/>

■ 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 : 2021年1月22日 (金)
 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 <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・・・」