

報道関係各位

2023年6月5日
株式会社クロス・マーケティング

感染予防対策は、意識・行動ともに低下が顕著 「腸内環境を整える」「免疫力UP」の食生活意識も弱まる

－ 2023年5月 新型コロナウイルス生活影響度調査（健康編） －

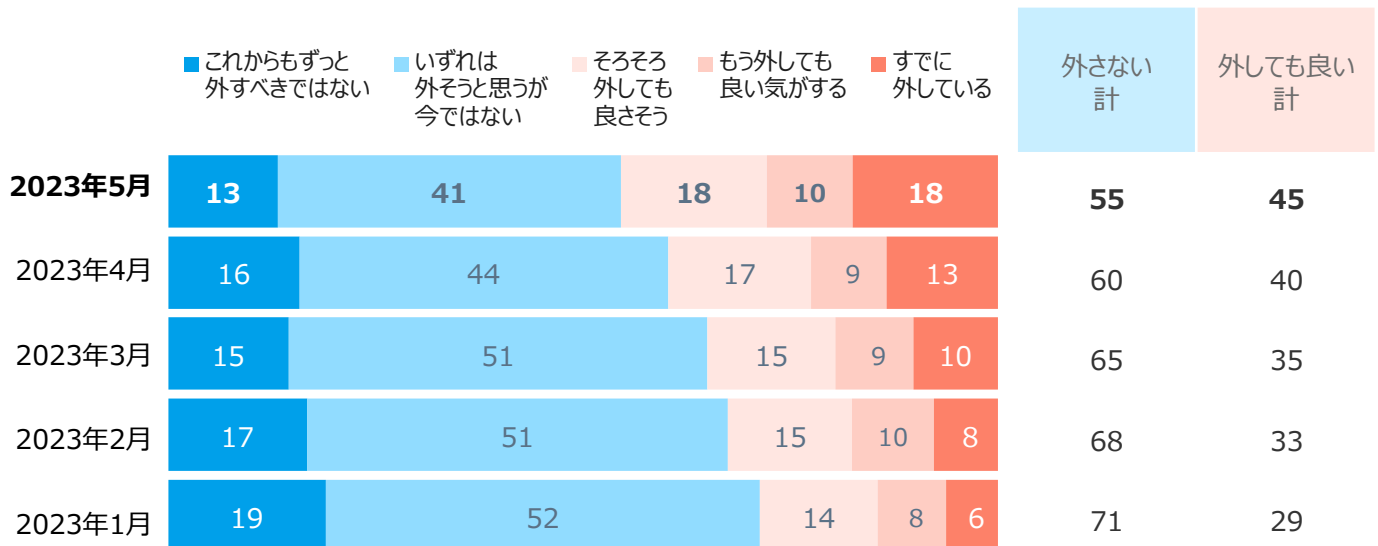
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施。2023年5月の第43回は、5類感染症へ移行し3週間が過ぎた、5月26日～28日に調査を行い、人々の意識・行動について分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【マスクの着用意識】** 家の外や外出先でのマスクの着用意識について、「外しても良い（そろそろ外しても良さそう～すでに外している）」は45%であり、「すでに外している」人は18%と先月調査より5ptの増加。今年に入り“外しても良い”割合は、増加傾向が続いてはいるものの、マスクを外すことに抵抗感を持つ人は一定数いると考えられる。＜図1＞ マスクを着用すべき外出先は、「公共交通機関での移動中」が63%、「商業施設」「勤務先」「娯楽施設」が4割台であり、いずれも減少傾向は続いている。＜図2＞
- ✓ **【予防対策と食生活】** 感染予防対策に対し、「努力をしている（最大限+努力している）」は30%、1年前までは「努力している」が半数を占めていたことから、感染予防意識の低下が見られる。また、感染予防対策は「あまり意識していない」が21%と半年前より11ptの増加。＜図3＞ 意識的に食生活を改善・強化している人の目的は、「ダイエット、体重管理」「腸内環境を整える」が3割台と多い。半年前の結果と比べると「腸内環境を整える」と「免疫力アップ」は5ptの減少。＜図4＞
- ✓ **【ダイエットへの取り組み】** 「現在、ダイエットをしている」は21%、「近いうちにダイエットをしたい」は26%であり、女性の「現在、ダイエットをしている」人は25%と多い。＜図5＞ 実際に行っているダイエットは「食べる量を減らす」が56%と最も多く、次いで「ウォーキング・ランニングなどをする」43%、「家でストレッチや体操などをする」38%が主な方法である。男性は「ウォーキング・ランニング」、女性は「ストレッチ」をする割合が多い。＜図6＞
- ✓ **【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」は、先月から微減の20%と過去最低値。「将来に対する不安度」は、先月から微増の35%。「直近1週間のストレス度」は、先月から微増の38%。＜図7＞ コロナにより習慣化しそうなことでは、「マスクの着用」「石鹸などを用いた手洗い」「アルコール消毒の使用」の予防対策、「規則正しい生活を心掛ける」の低下が目立つ。＜図8＞

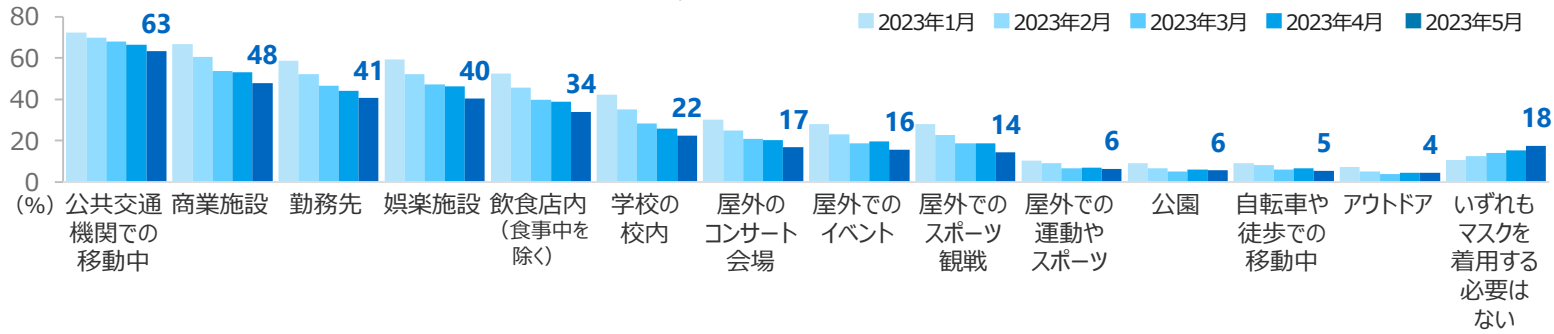
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20230605corona/>

＜図1＞ 家の外や外出先におけるマスク着用意識（単一回答：n=2,500）

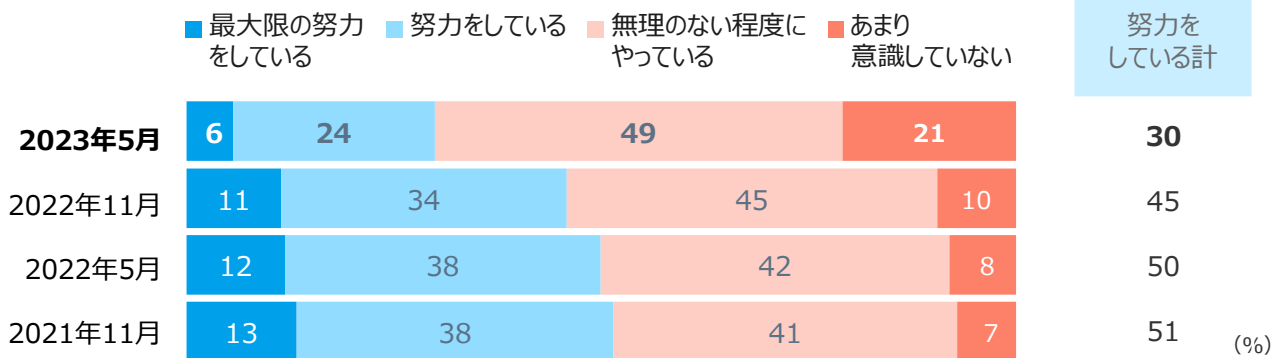


(%)

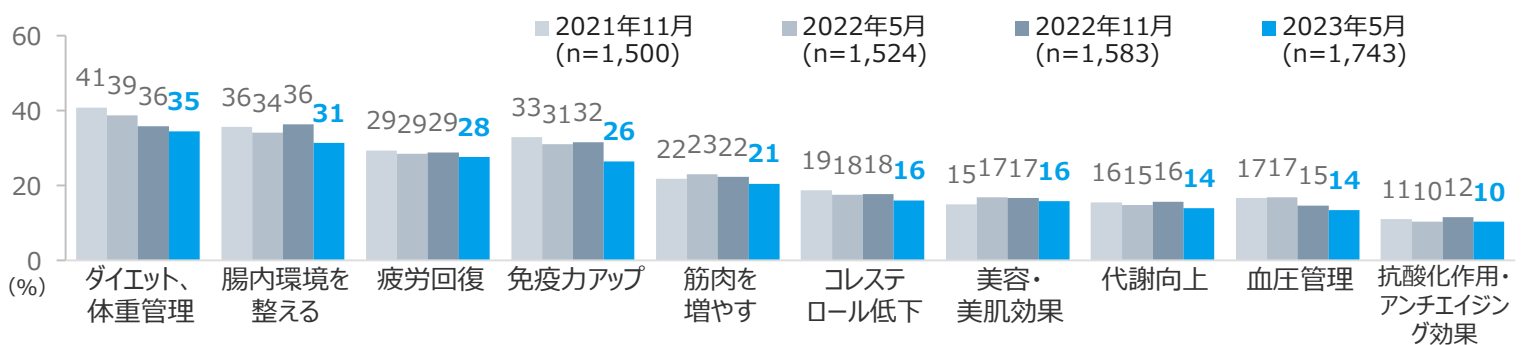
＜図2＞「マスクを着用すべき」と思うシーン（複数回答：n=2,500）



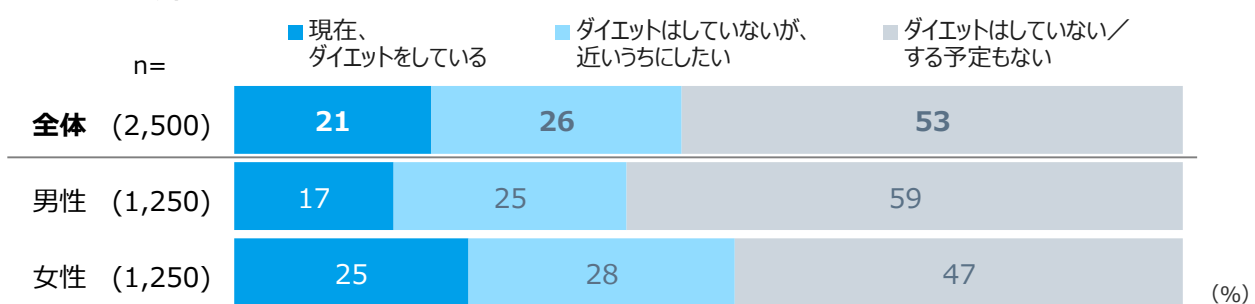
＜図3＞感染予防対策の度合い（単一回答：n=2,500）



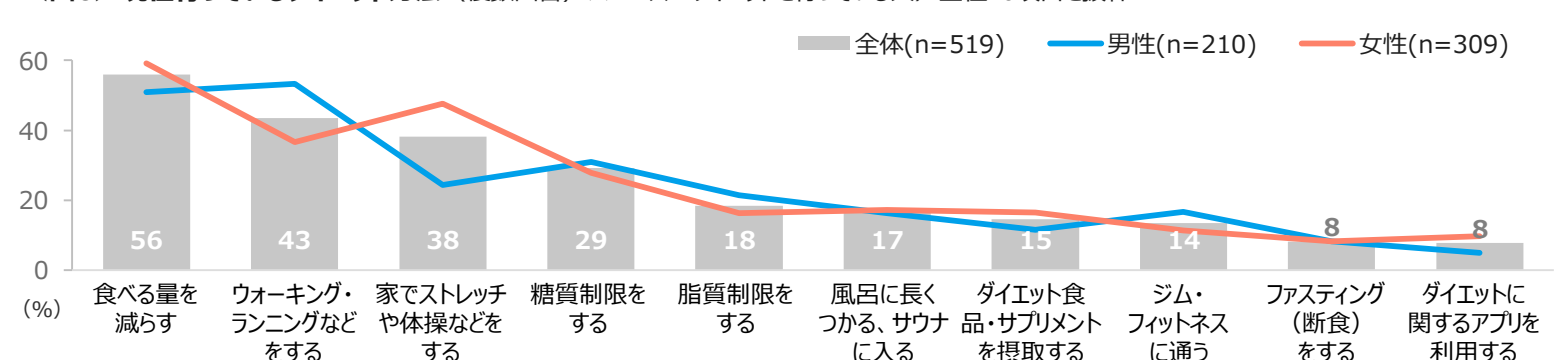
＜図4＞食生活の改善や強化の目的（複数回答）※ベース：食生活において意識して現在取り入れていることがある人／上位10項目を抜粋



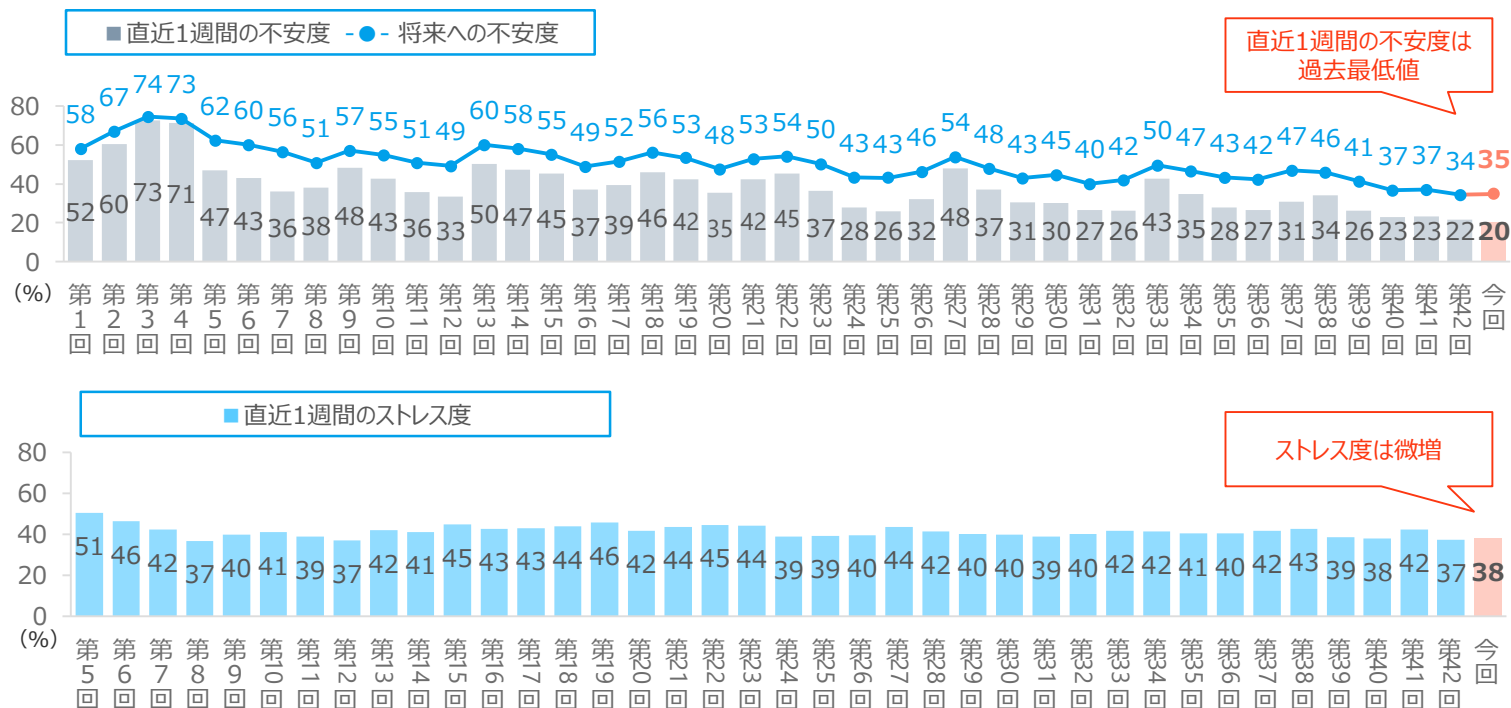
＜図5＞ダイエットの取り組み状況（単一回答）



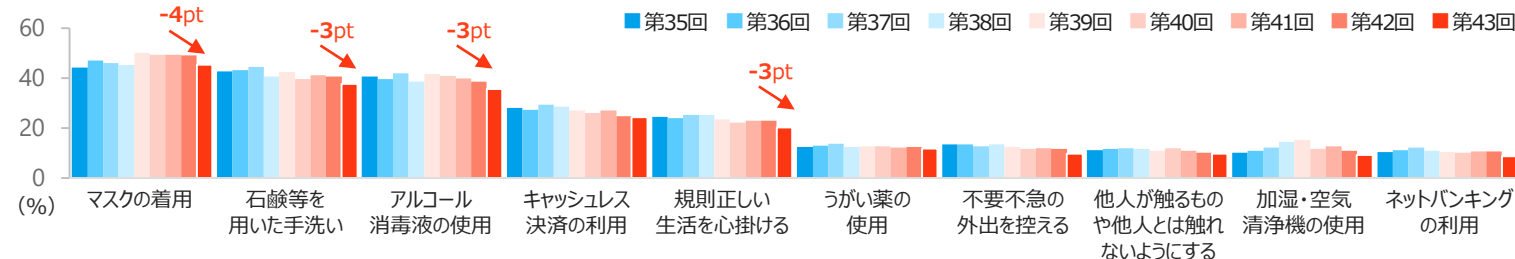
＜図6＞現在行っているダイエット方法（複数回答）※ベース：ダイエットを行っている人／上位10項目を抜粋



＜図7＞ 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8＞ 新型コロナウイルスの影響で習慣化しようなこと（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/習慣化しようなこと/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/阻害要因
- 新型コロナウイルス感染有無
- 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 コロナ禍における健康について

- 人との関わり方（友人/同僚やクラスメイト/地域住民/家族/夫婦関係）
- 現在の健康状態
- 体調面と精神面の不調
- 感染予防対策の度合い
- 健康管理や体調改善のために現在実行・今後強化していきたいこと
- 食生活で現在取り入れていること・今後強化していきたいこと
- 食生活の改善・強化目的
- 内面的な健康のために現在実行・今後強化していきたいこと
- コロナ禍における体重増減の実態
- ダイエットの取り組み状況
- 行っている/今後行いたい・今後も継続したいダイエット方法
- 健康維持や改善のために欲しいもの・欲しい理由（自由回答抜粋）

▼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

■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 : 2023年5月26日(金)～5月28日(日)
 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

<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)	第43回 (5/26-28)

【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・・・」