

報道関係各位

2020年9月15日
株式会社クロス・マーケティング

シルバーウィークのお出かけ意向、7月の4連休よりも回復 10月からのGoTo第二弾は、4割以上が「利用したい」

– シルバーウィークの過ごし方に関する調査（2020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「シルバーウィークの過ごし方に関する調査（2020年）」を実施しました。9月に入ってから新型コロナの感染者数は少し落ち着き、街の人出も増えているように感じます。今回は、9月のシルバーウィーク（9/19～9/22）を対象に、お出かけ意向やその内訳、GoToトラベルキャンペーンの利用意向などについて聴取しました。また、7月の連休に関する調査の結果と比較し、意識の変化について分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200915holiday/>

■調査結果

✓ 今年のシルバーウィークの出かけ先は、「ショッピング」が18%で最多。

一方、「出かけるつもりはない」が半数近くを占める。

今年のシルバーウィーク（9/19～9/22）のお出かけ意向を聴取したところ、「ショッピング」（18%）が最多となった。

「出かけるつもりはない」が49%と半数近くを占めたものの、7月の4連休（7月23日～7月26日）に関する調査に比べると10ポイント減少。徐々に外出自粛のムードが緩和され、お出かけ意向が回復している様子が窺える。<図1>

✓ シルバーウィークに「GoToトラベル」キャンペーンを利用する意向があるのは2割弱にとどまる。

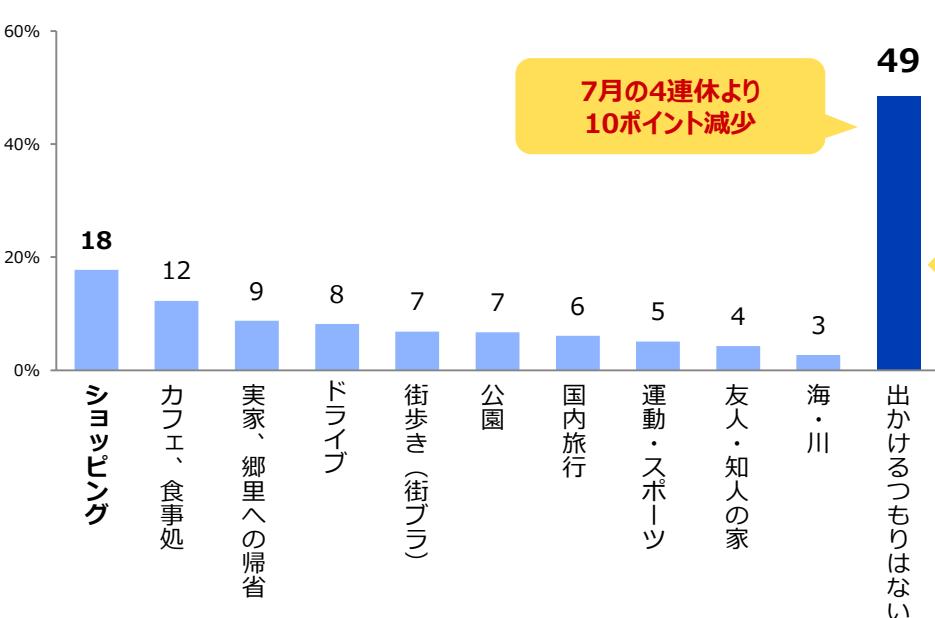
10月1日以降の“第2弾”については、4割以上が「使ってみたい」と回答した。

東京都以外の居住者でシルバーウィークに出かける意向がある人に、連休中のキャンペーン利用意向を聴取したところ、「利用するつもりはない」が8割程度となった。<図2>

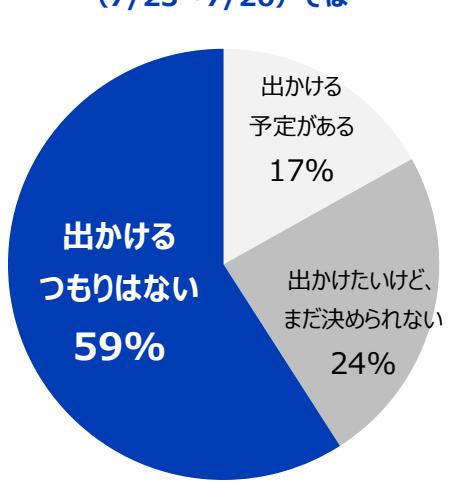
10月1日以降の“第2弾”については、キャンペーンの認知を問わず「使ってみたいと思う」が4割を超える。特に20代や、同居している子どもがいる層での利用意向が、他の層より高い。<図3>

<図1> 今年のシルバーウィークの「お出かけ」予定（複数回答、上位10項目抜粋）

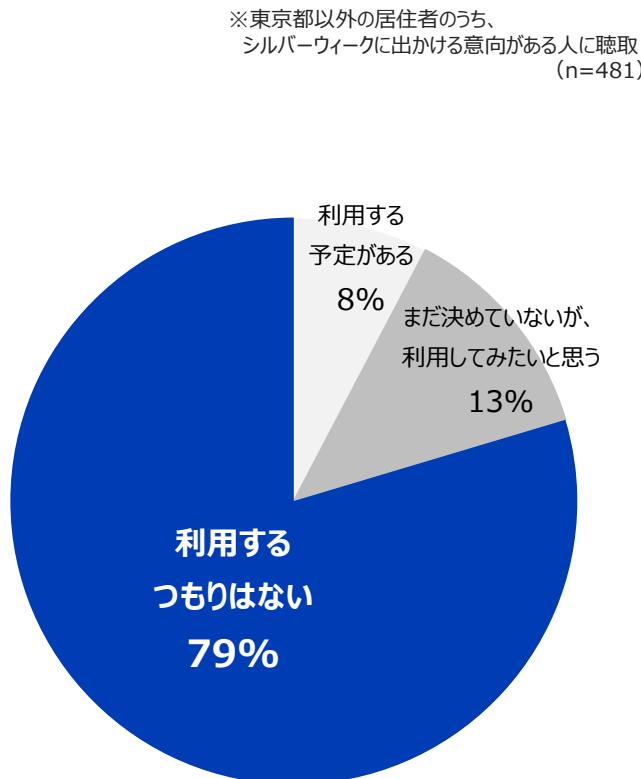
(n=1,100)



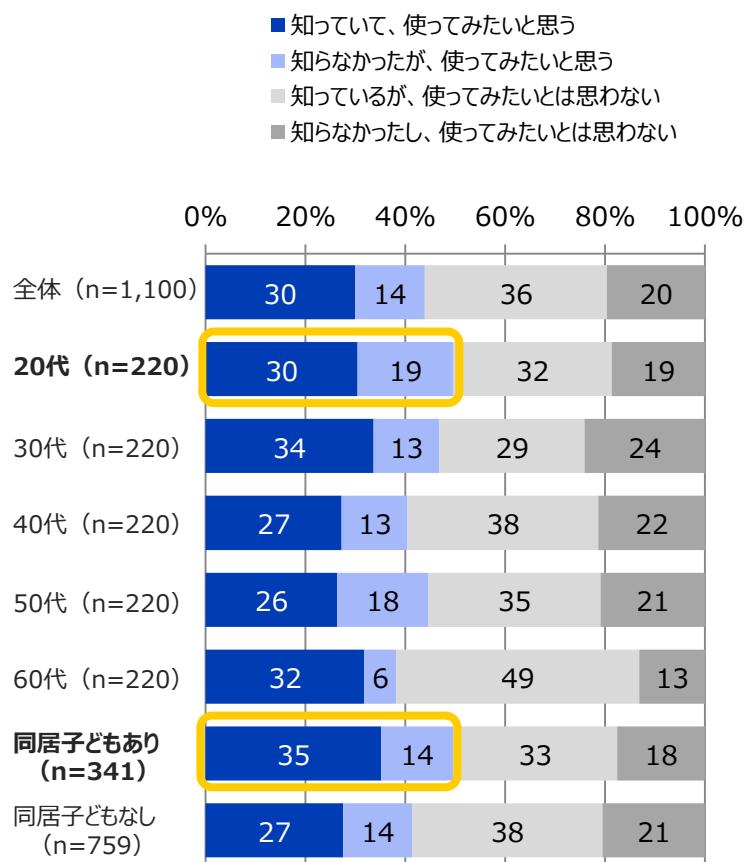
2020年7月の4連休
(7/23～7/26) では…



＜図2＞シルバーウィークの「GoToトラベル」キャンペーン利用意向（単一回答）



＜図3＞10月1日以降、“第2弾”「GoToトラベル」キャンペーンの利用意向（単一回答）



■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
昨今の状況下で「してもいい」と思うこと
シルバーウィークのお出かけ予定
シルバーウィークの「GoToトラベル」キャンペーン利用意向
“第2弾”「GoToトラベル」キャンペーンの利用意向

◆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/20200915holiday/>

■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9月11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・・・」