



# 『コロナ禍』における生活者意識調査

～ACR/exパネル**8月**調査より～

2020年10月  
ACR/ex事業推進部

◆転載・引用について

本レポートの著作権は、株式会社ビデオリサーチが保有します。  
本レポートの内容を転載・引用する場合には、「(株)ビデオリサーチ調べ」と明記してご利用ください。  
お問い合わせ：<https://www.videor.co.jp/inquiry/index.html>

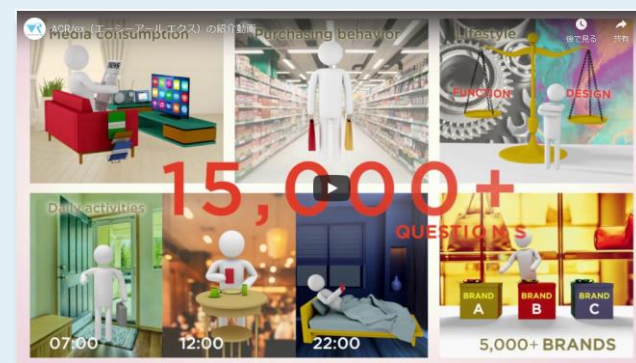
## はじめに

当レポートの調査パネルである『ACR/ex』とは、生活者の属性や商品関与、メディア接触など網羅的に調査した、代表性のある大規模シングルソースデータです。日本の主要マーケットである7地区において、生活者の現状と変化を「人」「モノ」「メディア」の3つの視点で捉えたシングルソースデータを提供しています。同一サンプルに対し、生活者属性、商品関与、メディア接触などを網羅的に調査しているため、多角的にそして正確に捉えることが可能です。

詳しくは弊社ホームページをご参照ください。

<https://www.video.co.jp/service/communication/acrex.html>

◆『ACR/ex』コンセプト紹介動画をHPに掲載しています。



※下記サンプル数は当調査(2020年7月)の回答者数となります。

## 調査概要

対象年齢	男女12-69才	
調査エリアおよびサンプル数	・東京 50km圏	4,953s
対象者抽出方法	ARS(エリア・ランダム・サンプリング) ※調査対象者の無作為抽出、インターネット非利用者も含む市場全体を母集団とする設計	
調査方法	訪問による調査対象者の説得後、電子調査票による調査 ※回答者全員に通信機能付き回答専用端末(タブレット端末)を貸与	
調査期間	2020年8月7日(金)～8月23日(日)	

## 調査内容

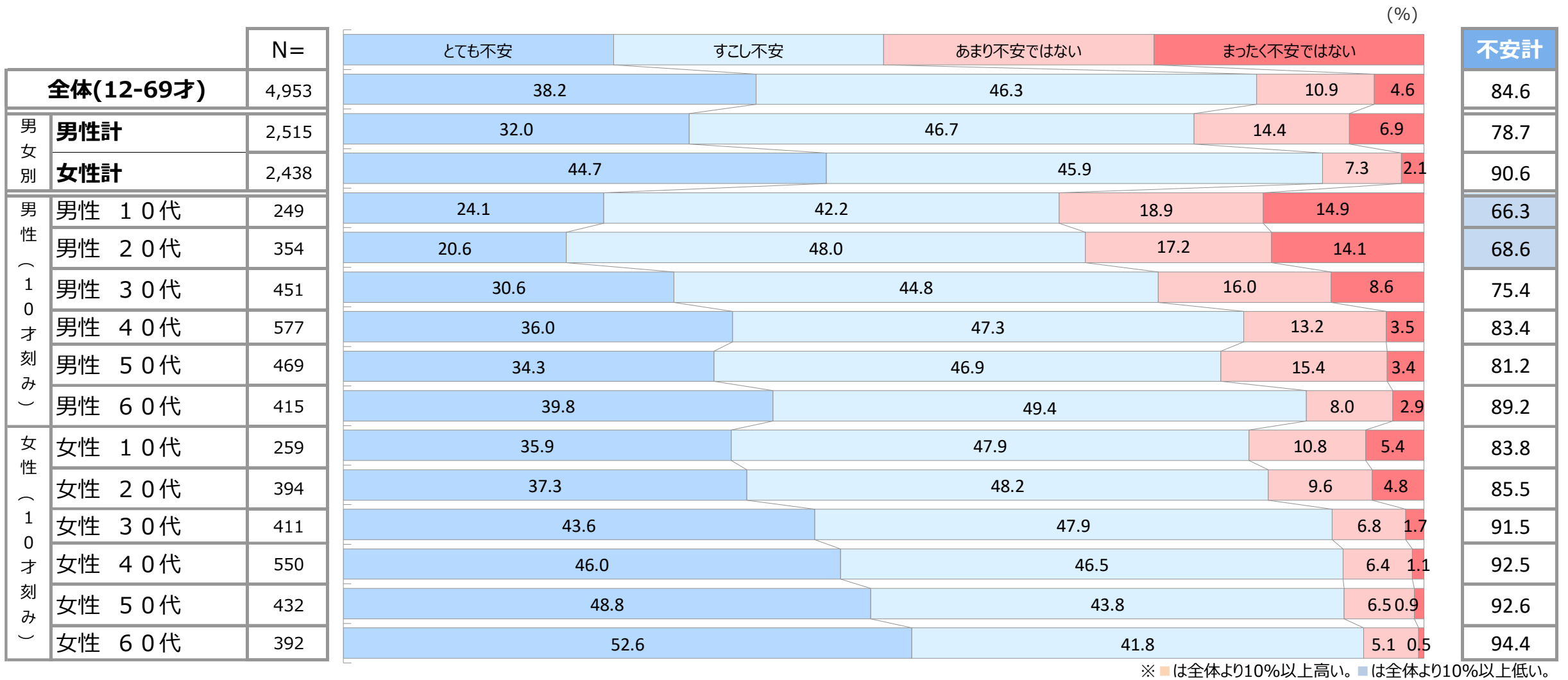
QNO.	設問項目	回答形式 ※ ( ) 項目数	備考
Q1.	新型コロナウイルスに対する不安の程度	SA	4段階： とても不安/少し不安/あまり不安でない/まったく不安でない
Q2.	新型コロナウイルスに対する不安なこと	MA 不安なこと×事象(18)	<事象：18項目> 政府・自治体からの要請/社会経済/ウイルス対策商品/社会の平常化/東京五輪の開催、など
Q3.	感染対策として控えていること	MA： 控えている × 行為 (15)	<行為：15項目> 買い物、外食、旅行、映画館利用、医療機関利用、友人との交流など
Q4.	新型コロナウイルスに関する情報収集	SA： 収集状況	4段階： とても積極的/少し積極的/あまり積極的でない/まったく積極的でない
Q5.	新型コロナウイルス情報源の位置づけ	MA：メディア(17)	<メディア：17項目> 地上波民放テレビ・地上波NHK・BS放送・その他有料放送・AMラジオ・FMラジオ・新聞・雑誌・交通機関・インターネット(ニュースサイト)、など
Q6.	新しい生活様式の実践	各SA： 新しい生活様式(8) ×4段階	4段階： 実践している/すこし実践している/あまり実践していない/まったく実践していない
Q7.	新しい生活様式の定着	SA： 定着状況	4段階： とても定着している/すこし定着している/あまり定着していない/まったく定着していない
Q8.	新しい生活様式へのストレス	SA： ストレス状況	4段階： とてもストレス/すこしストレス/あまりストレスではない/まったくストレスではない
Q9.	キャッシュレス決済利用状況	SA： 利用状況	4段階： とてもよく利用/ときどき利用/あまり利用していない/まったく利用していない
Q10.	インターネット・ショッピング利用状況	SA： 利用状況	4段階： とてもよく利用/ときどき利用/あまり利用していない/まったく利用していない
Q11.	インターネット・ショッピング利用内容	MA： 最近1か月利用あり ×商品・サービス(23)	<商品・サービス：23項目> 食品・食材・お菓子、飲料、健康食品、アルコール飲料、デリバリー、化粧品、など
Q12.	サブスクリプション・サービス	各MA： 現在利用/意向 ×サービス(15)	<サービス種類：15項目> 食材・グルメ、レストラン、動画、音楽、マンガ、ゲーム、コスメ、自動車、など
Q13.	余暇や休日の過ごし方	各MA： 最近1か月に楽しんだ/意向 ×行動(20)	<行動：20項目> テレビ番組、録画番組視聴、ネット動画、SNS、オンライン公式イベント、など
Q14.	テレビやネットで見たいコンテンツ(番組・動画)	MA： コンテンツ・イメージ(15)	<コンテンツ・イメージ：15項目> 楽しい気分になる、目新しい、感動を覚える、笑える、泣ける、爽快になる、など
Q15.	経済回復・社会活性化に向けた期待	MA： 期待すること(14)	<期待すること：14項目> 株価の上昇、大型レジャーランド平常営業、スポーツ・イベントの開催など
Q16.	Go toキャンペーン認知	MA： キャンペーン(4)	<キャンペーン：4項目> Go to Travel, Go to EAT, Go to EVENT, Go to商店街
Q17.	Go toキャンペーン利用経験・意向	各MA： 利用経験/意向 × キャンペーン(4)	<キャンペーン：4項目> Go to Travel, Go to EAT, Go to EVENT, Go to商店街
Q18.	旅行したい都道府県	MA： 地域(9)	<地域：9項目> 北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、沖縄

# 『新型コロナウイルス感染』に対する不安



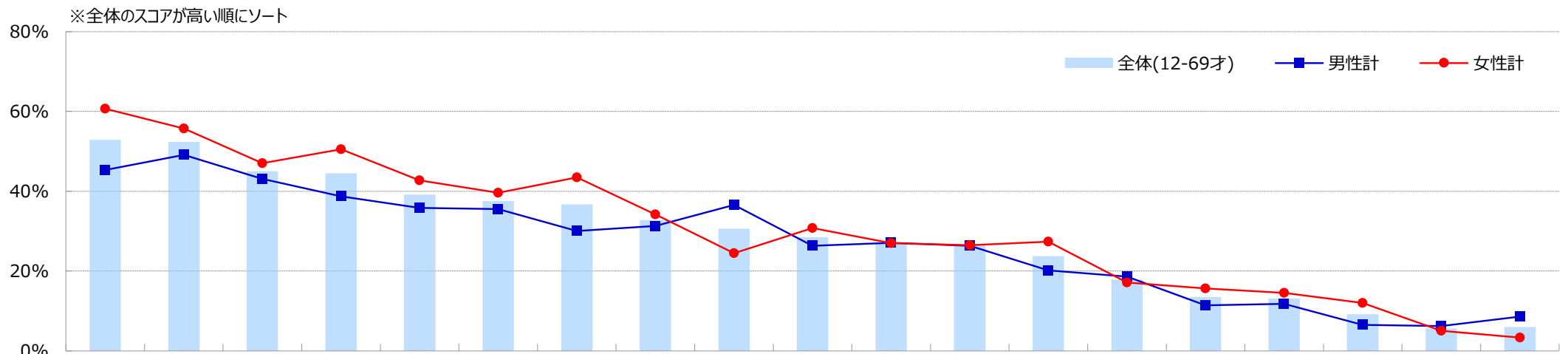
## ◆不安の程度

Q:あなたは新型コロナウイルスの感染についてどの程度不安ですか。



## ◆不安なこと

Q:あなたは新型コロナウイルスの感染について、どのようなことが不安ですか。あてはまるものをすべてお知らせください。



		N=	体自調分・自健康、状況同居家族の	の検査発キツト・ワクチン	校(社会)の全体(会社・学)	医療機関の崩壊	感染経路の解明	新型コロナウイルスの社会的変異感	や離れた生活して生る親	の要請・自治体・から	外など自粛・休校・在宅	株値など経済回復の見	設の再開・見通し	る商業施設の平常化	ラ東京オリンピックの開催	商品の生産体制	マシナリなど	経済的支援	食の安全性	す職・転職・受検	と増・D	その他	不安なことではない
全体(12-69才)		4,953	52.9	52.4	45.0	44.5	39.2	37.5	36.7	32.8	30.6	28.5	27.1	26.4	23.7	17.9	13.5	13.1	9.2	5.6	6.0		
男女別	男性計	2,515	45.3	49.1	43.1	38.7	35.8	35.5	30.0	31.3	36.6	26.3	27.1	26.3	20.2	18.6	11.4	11.8	6.5	6.2	8.6		
	女性計	2,438	60.7	55.7	47.0	50.5	42.7	39.6	43.5	34.2	24.5	30.8	27.0	26.5	27.4	17.1	15.6	14.5	12.0	5.0	3.3		
男性(10才刻み)	男性 10代	249	28.9	24.9	28.9	14.5	18.1	21.3	8.4	36.9	15.3	19.3	11.2	17.3	14.1	8.0	9.2	19.3	5.2	7.6	23.3		
	男性 20代	354	32.2	33.6	31.9	26.3	25.7	33.1	16.9	26.8	35.6	28.0	18.6	21.2	13.8	18.9	4.2	22.6	5.1	5.6	17.2		
	男性 30代	451	43.9	47.7	43.9	33.3	31.7	36.6	32.4	31.3	40.4	33.0	25.7	27.5	20.6	25.7	10.4	7.5	9.1	5.5	8.6		
	男性 40代	577	51.1	55.5	49.6	41.9	39.5	39.0	41.8	34.7	44.4	25.5	33.1	26.9	22.2	21.7	13.2	10.9	6.2	4.9	4.2		
	男性 50代	469	51.4	54.8	49.5	45.0	40.7	39.2	35.0	31.6	37.1	28.1	32.6	28.6	22.8	16.8	12.4	11.7	5.1	6.8	3.8		
	男性 60代	415	53.0	63.1	43.9	58.1	48.7	35.7	29.6	27.0	34.9	21.0	30.6	31.3	22.9	14.5	16.1	4.1	7.5	7.7	3.9		
女性(10才刻み)	女性 10代	259	35.9	25.9	30.5	20.8	24.7	23.9	12.7	40.2	8.9	30.9	12.4	13.5	15.4	9.3	10.8	17.4	7.3	6.6	10.4		
	女性 20代	394	51.3	47.0	37.3	35.5	33.0	31.5	27.2	33.2	21.8	36.0	24.9	19.0	18.5	23.6	10.4	17.3	10.9	7.9	7.6		
	女性 30代	411	66.2	52.6	45.0	51.3	41.6	42.1	54.5	40.4	27.0	36.3	27.5	26.0	30.9	23.4	15.3	10.0	16.8	3.9	2.4		
	女性 40代	550	68.4	58.7	57.3	53.6	43.1	41.5	53.8	41.1	27.5	29.6	28.2	27.1	35.6	17.3	15.5	17.5	8.4	5.1	1.3		
	女性 50代	432	65.3	66.2	51.4	60.2	44.2	41.9	50.0	25.9	28.5	28.0	28.5	34.3	24.1	15.0	15.0	16.7	12.0	3.9	1.2		
	女性 60代	392	65.1	71.9	50.3	69.1	63.5	50.5	47.2	24.5	26.3	24.7	35.2	33.7	32.9	11.5	25.3	8.2	16.1	3.6	0.5		

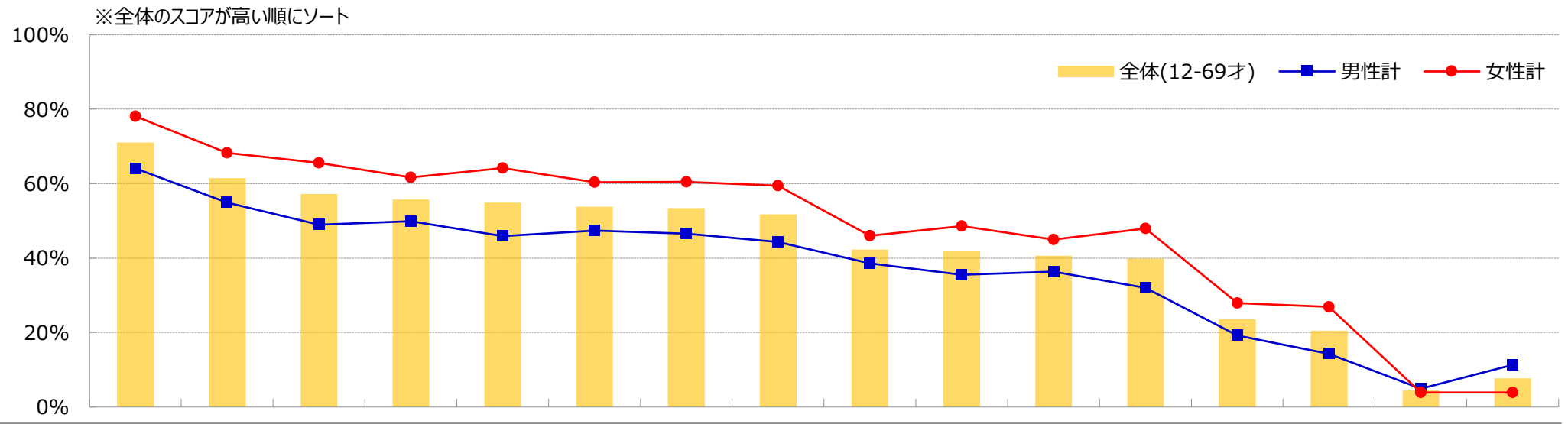
※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。

© 2020 Video Research Ltd. ACR



◆感染対策として控えていること

Q:「新型コロナウイルス感染拡大」の予防として、あなたが控えていることをすべてお知らせください。



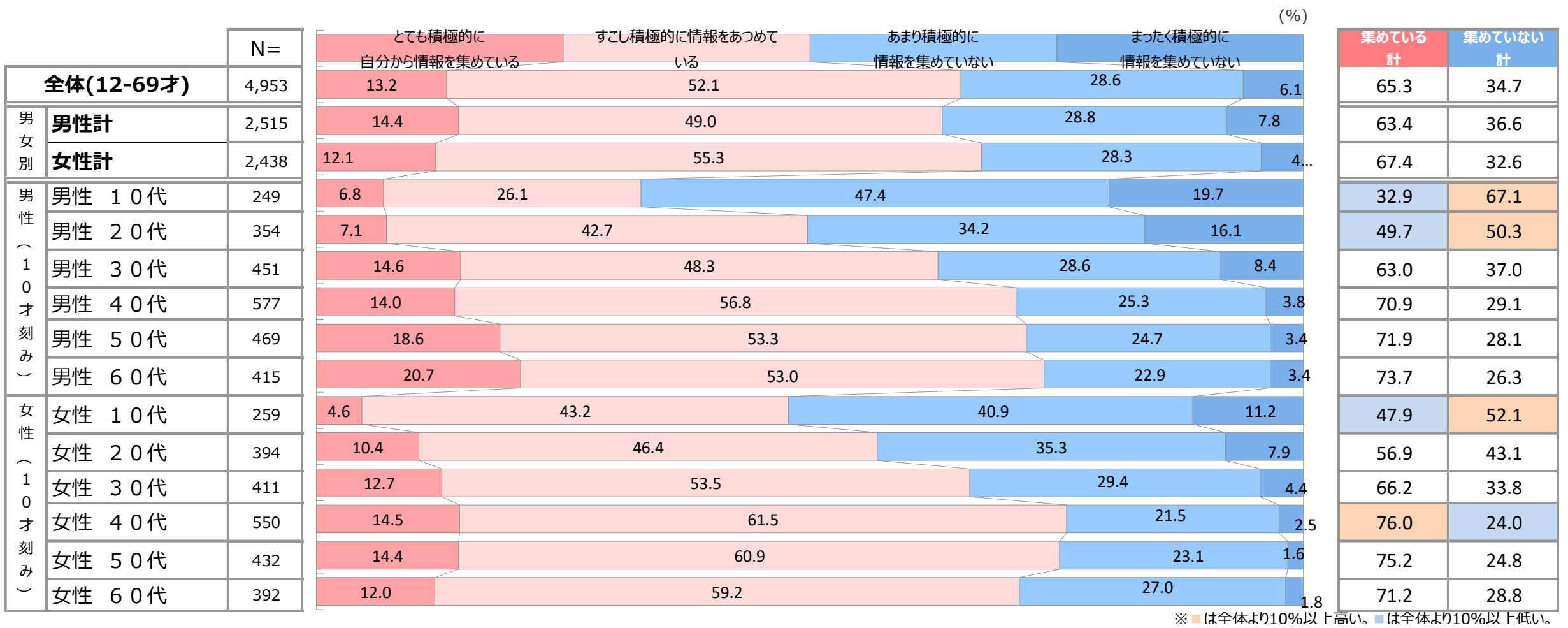
N=		観光・旅行(国内)	繁華街・街での散策	混雑時の公共交通機関の利用	外食	友人・知人との交流	海外への渡航(ビジネス)	映画館利用	室内レジャー施設の利用	帰省	屋外レジャーランドの利用	スポーツ施設・ジム・屋内	店舗での買い物頻度	医療機関の利用	美容院・理髪店の利用	その他	他に控えていることはない	
<b>全体(12-69才)</b>		4,953	71.0	61.5	57.2	55.7	54.9	53.8	53.4	51.7	42.3	42.0	40.6	39.9	23.5	20.5	4.4	7.7
男女別	<b>男性計</b>	2,515	64.1	54.9	49.0	49.9	45.9	47.4	46.5	44.3	38.6	35.5	36.3	32.0	19.2	14.3	4.9	11.3
	<b>女性計</b>	2,438	78.1	68.3	65.6	61.7	64.2	60.4	60.5	59.4	46.0	48.6	45.0	47.9	27.9	26.9	3.9	3.9
男性(10才刻み)	男性 10代	249	44.6	34.5	31.7	41.4	26.5	27.3	38.2	33.7	23.3	29.3	24.1	31.7	14.1	13.7	4.8	25.3
	男性 20代	354	52.3	39.8	38.7	33.6	34.5	44.6	32.8	36.4	28.8	29.4	30.5	26.6	13.3	13.8	4.8	21.2
	男性 30代	451	62.1	56.3	46.3	44.6	51.4	50.1	45.9	50.3	43.9	40.8	41.2	31.0	20.2	14.6	4.0	11.3
	男性 40代	577	68.8	60.3	50.6	51.3	50.1	52.2	51.8	49.9	51.0	39.0	39.0	32.2	20.5	13.9	5.0	5.7
	男性 50代	469	68.0	60.3	54.4	57.1	48.4	50.5	50.3	46.3	39.0	35.8	38.8	31.6	21.7	15.1	4.3	8.5
	男性 60代	415	76.9	64.6	62.7	64.6	52.5	48.7	52.3	41.0	33.0	33.7	36.4	38.3	21.9	14.2	6.7	5.5
女性(10才刻み)	女性 10代	259	63.3	44.8	49.0	52.5	36.7	42.9	43.2	46.7	30.9	39.8	31.3	42.5	22.0	21.6	4.2	9.3
	女性 20代	394	69.5	58.9	54.6	50.5	51.0	61.7	51.3	56.1	33.2	43.1	41.1	43.7	26.4	24.9	4.3	8.1
	女性 30代	411	80.0	73.5	69.3	56.7	65.7	64.0	66.7	68.6	55.7	50.6	51.3	51.8	28.2	31.1	3.4	1.9
	女性 40代	550	79.1	72.7	70.0	63.3	69.1	63.3	63.5	64.2	56.7	51.8	50.2	48.2	30.9	28.5	2.9	2.2
	女性 50代	432	83.8	73.6	65.3	67.8	74.8	62.7	63.0	57.6	46.8	49.3	47.7	42.8	27.3	23.6	3.7	2.8
	女性 60代	392	86.7	75.5	77.8	75.5	75.3	60.5	67.9	56.4	42.6	52.8	41.1	56.9	29.1	29.3	5.4	2.0

※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。



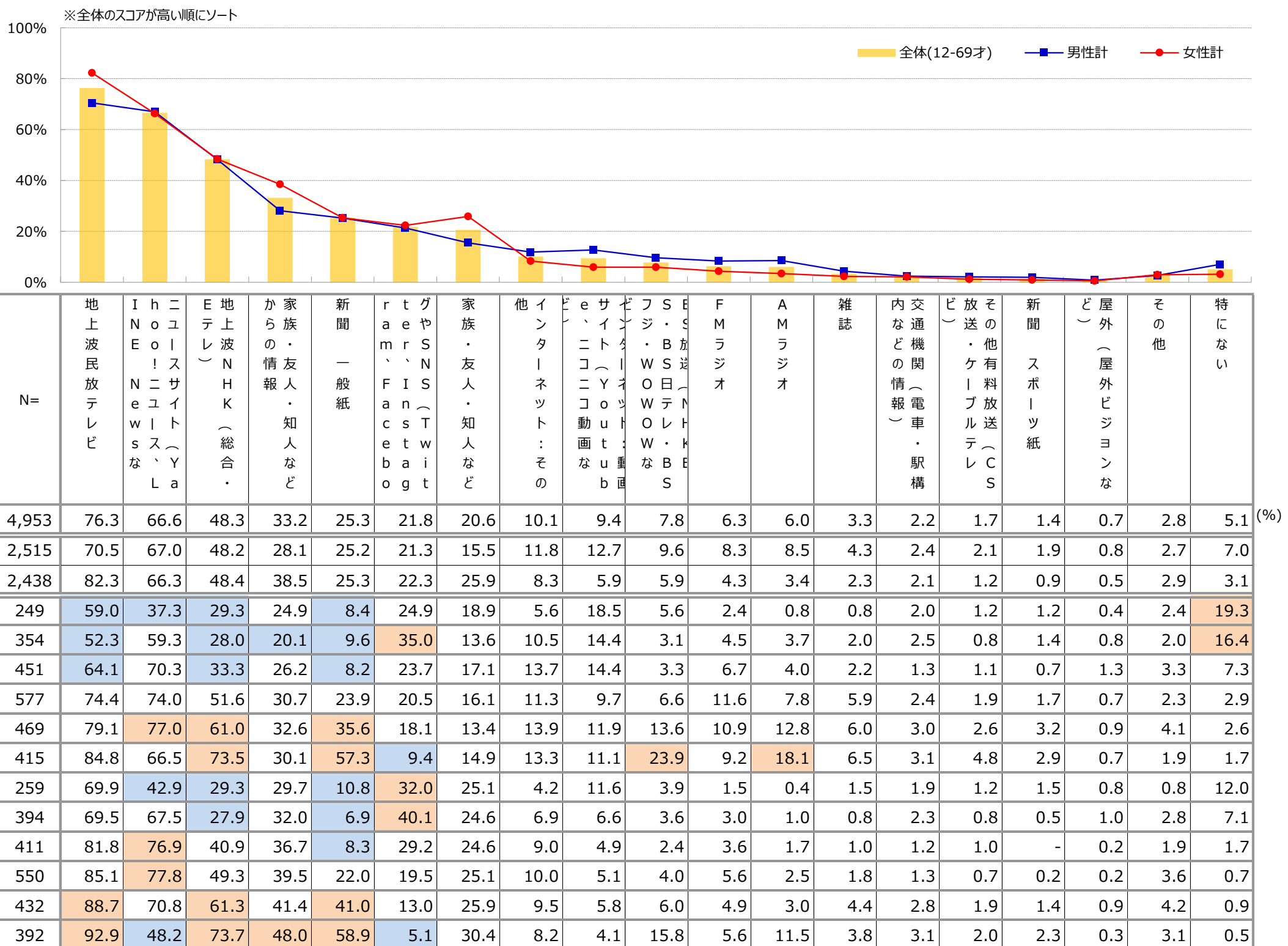
◆新型コロナウイルスに関する情報収集

Q:新型コロナウイルスの感染について、あなたはどの程度情報収集をされていますか。



◆利用している情報源

Q:新型コロナウイルスの感染について、あなたが利用されている情報源をすべてお知らせください。

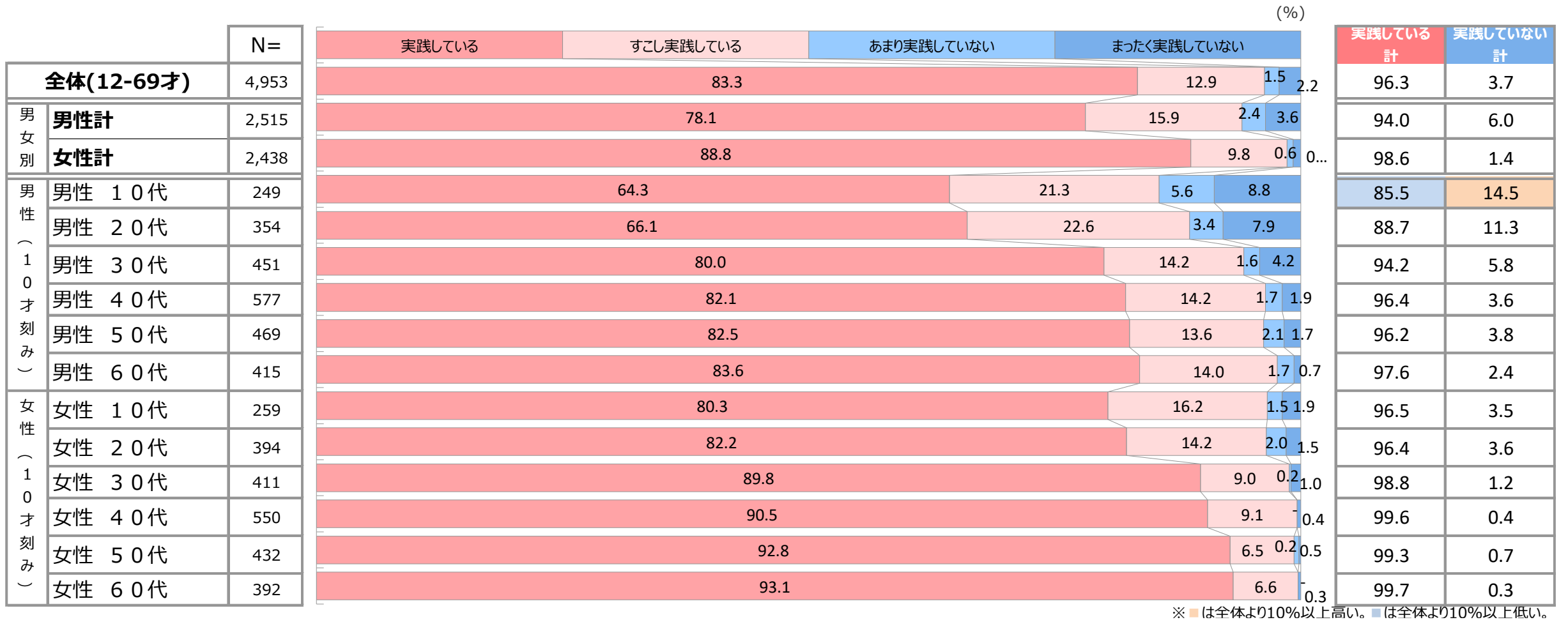


# 『新しい生活様式』：実践状況(1)

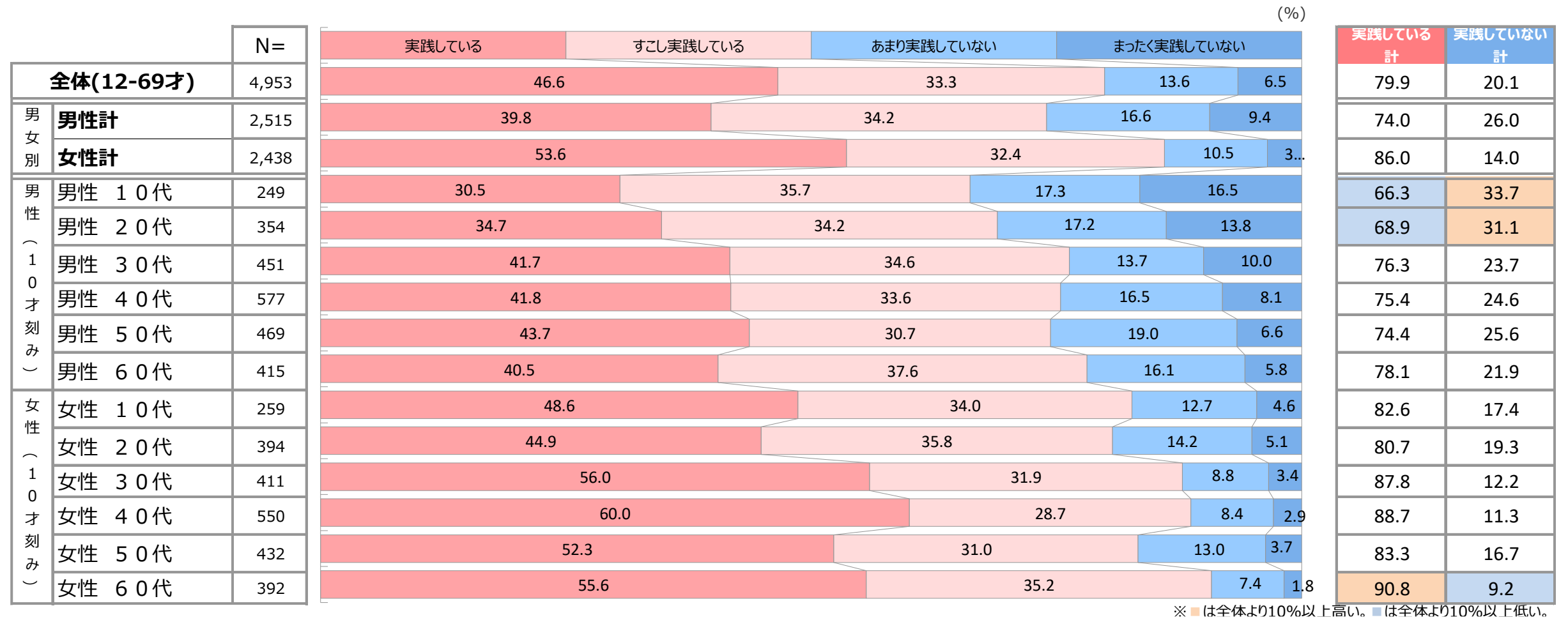
Q:「新しい生活様式」について、あなたはどの程度実践されていますか？あてはまるものをそれぞれお知らせください。



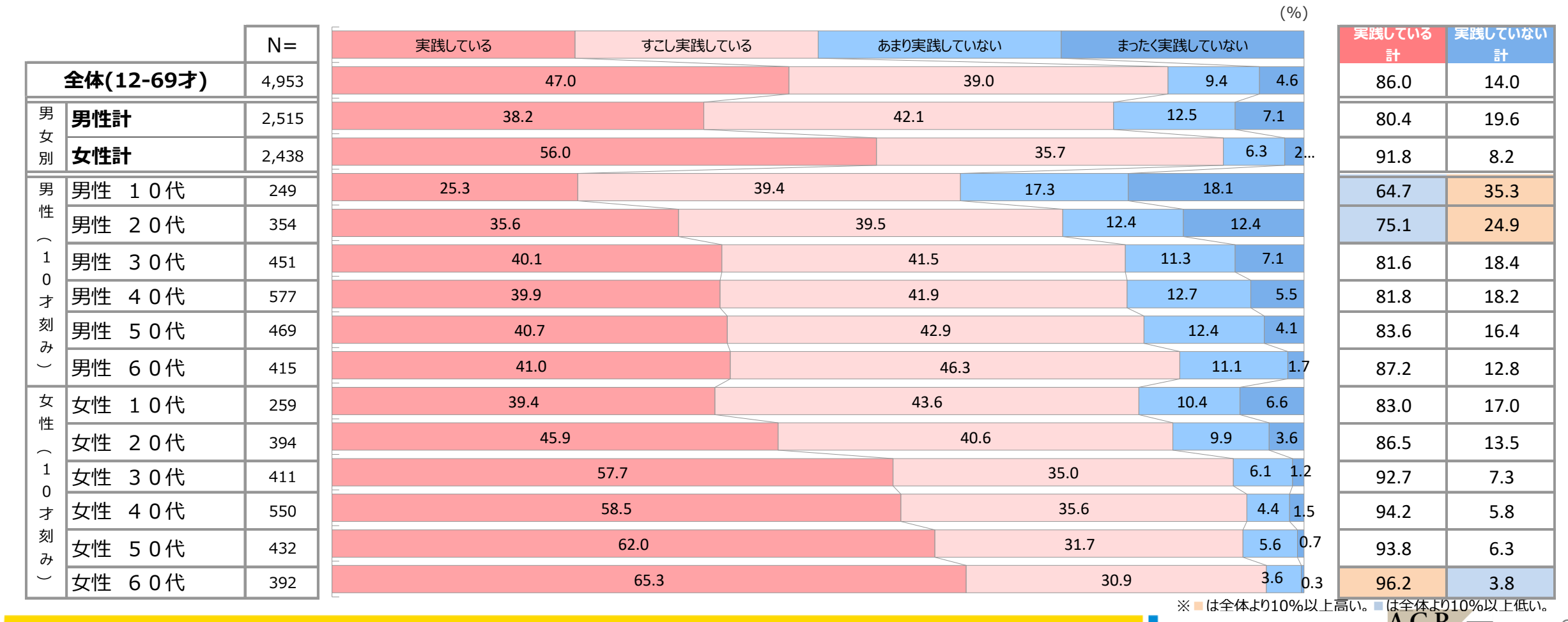
## ◆新しい生活様式（1）一人ひとりの感染対策（①身体的距離の確保、②マスクの着用、③手洗い、など）



## ◆新しい生活様式（2）移動に関する感染対策（目的地の感染状況の確認と移動の判断）



## ◆新しい生活様式（3）「買い物」における生活様式（通販、少人数、電子決済、展示品への接触、レジ前での間隔確保、など）

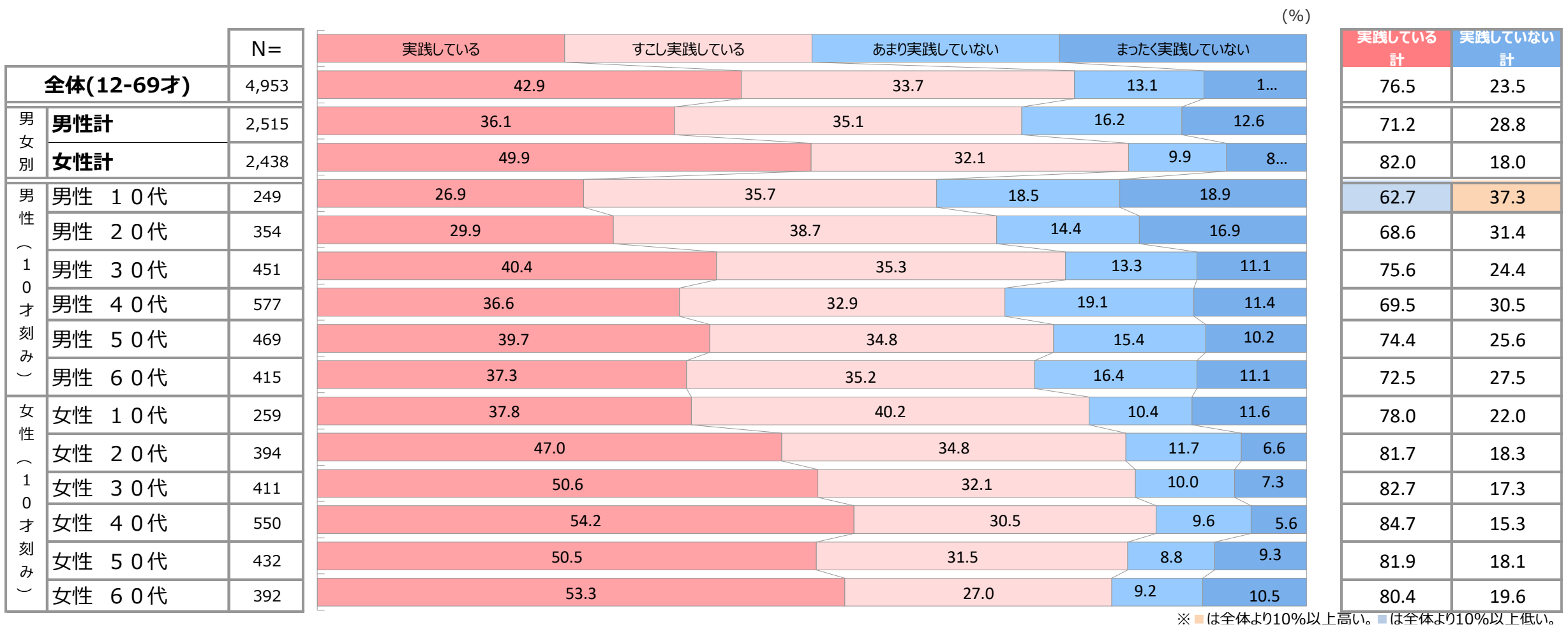


# ●『新しい生活様式』：実践状況(2)

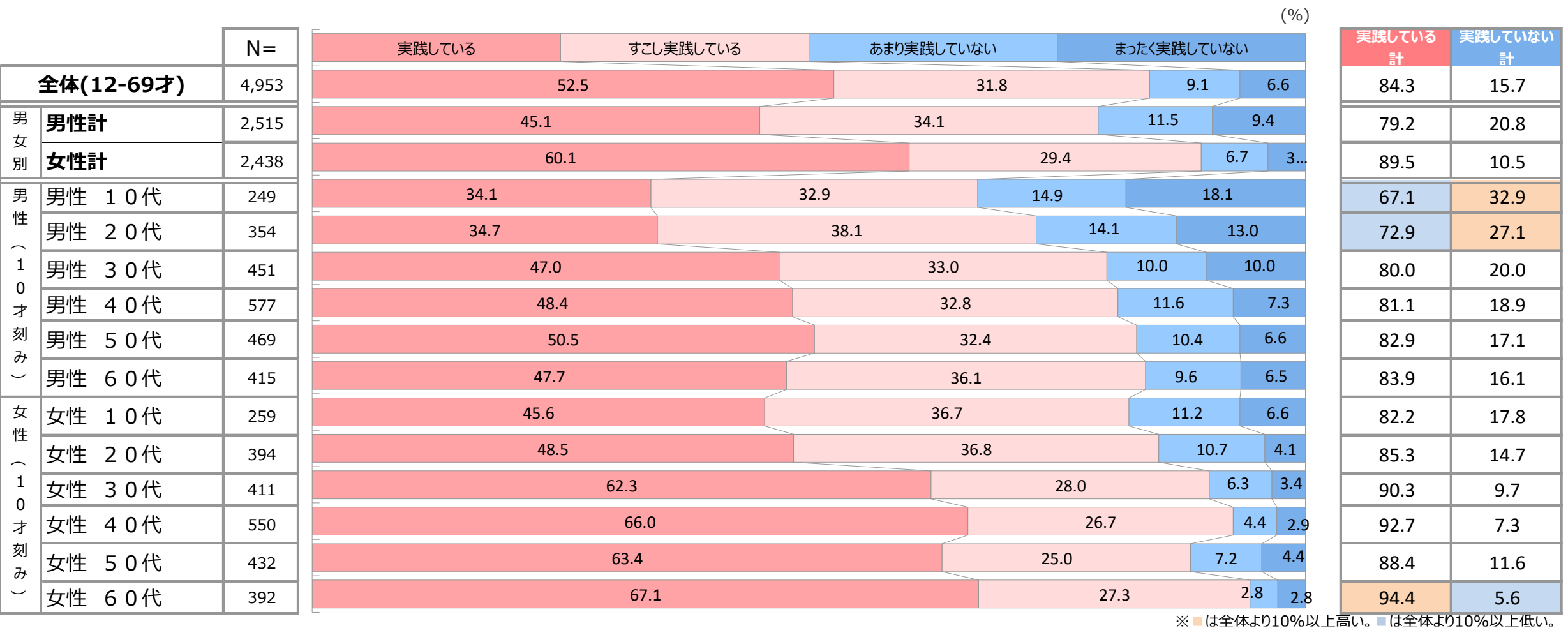
Q:『新しい生活様式』について、あなたはどの程度実践されていますか？あてはまるものをそれぞれお知らせください。



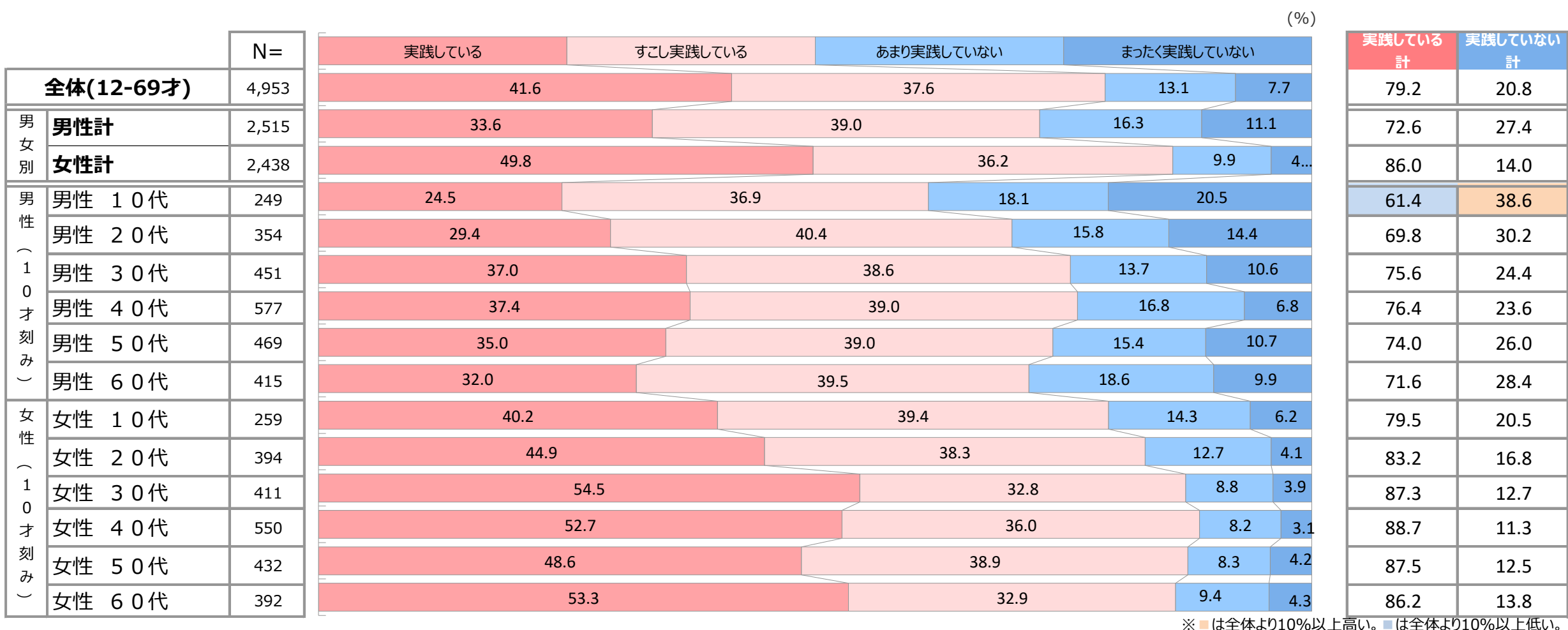
## ◆新しい生活様式（４）「娯楽、スポーツ」などにおける生活様式（空いた時間と場所の選択、動画の活用、距離の確保）



## ◆新しい生活様式（５）「公共交通機関」における生活様式（会話は控えめ、混雑を避ける、徒歩・自転車の利用）



## ◆新しい生活様式（６）「食事」における生活様式（持ち帰り・出前・デリバリー・屋外空間・横並び・会話控えめ・食器の共有を控える）



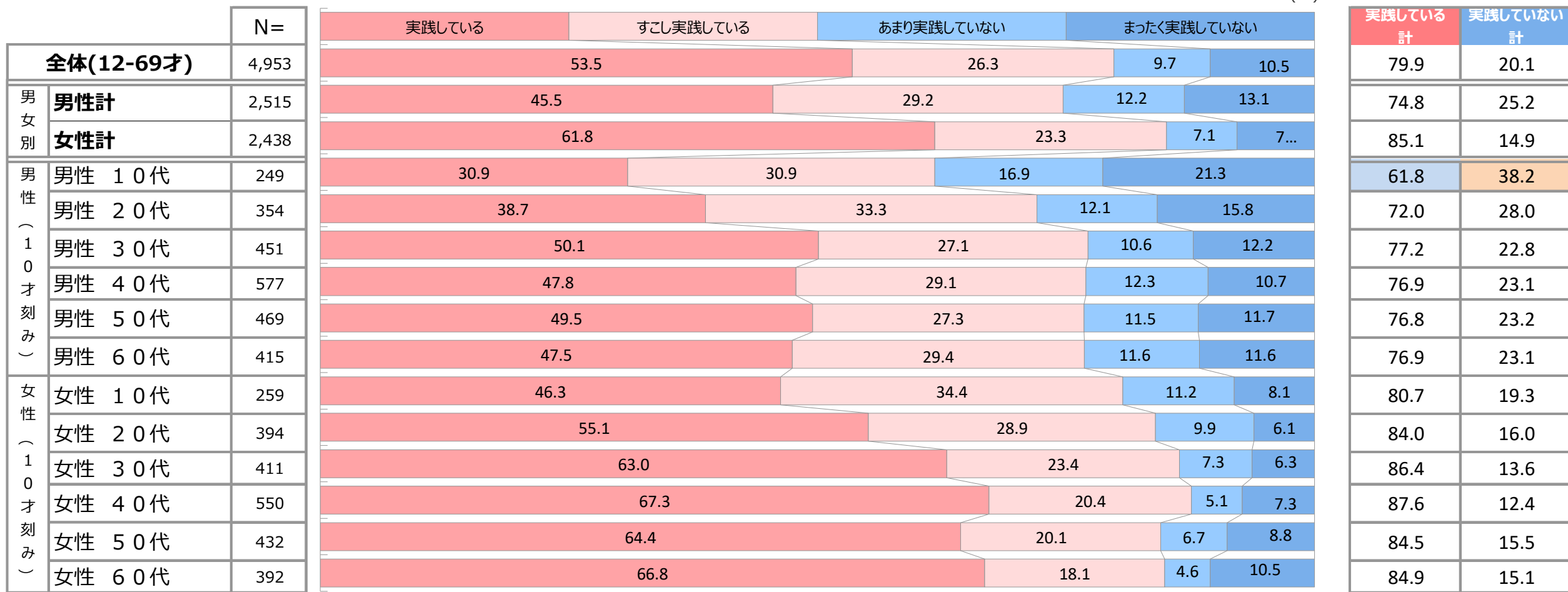


Q:「新しい生活様式」について、あなたはどの程度実践されていますか？あてはまるものをそれぞれお知らせください。



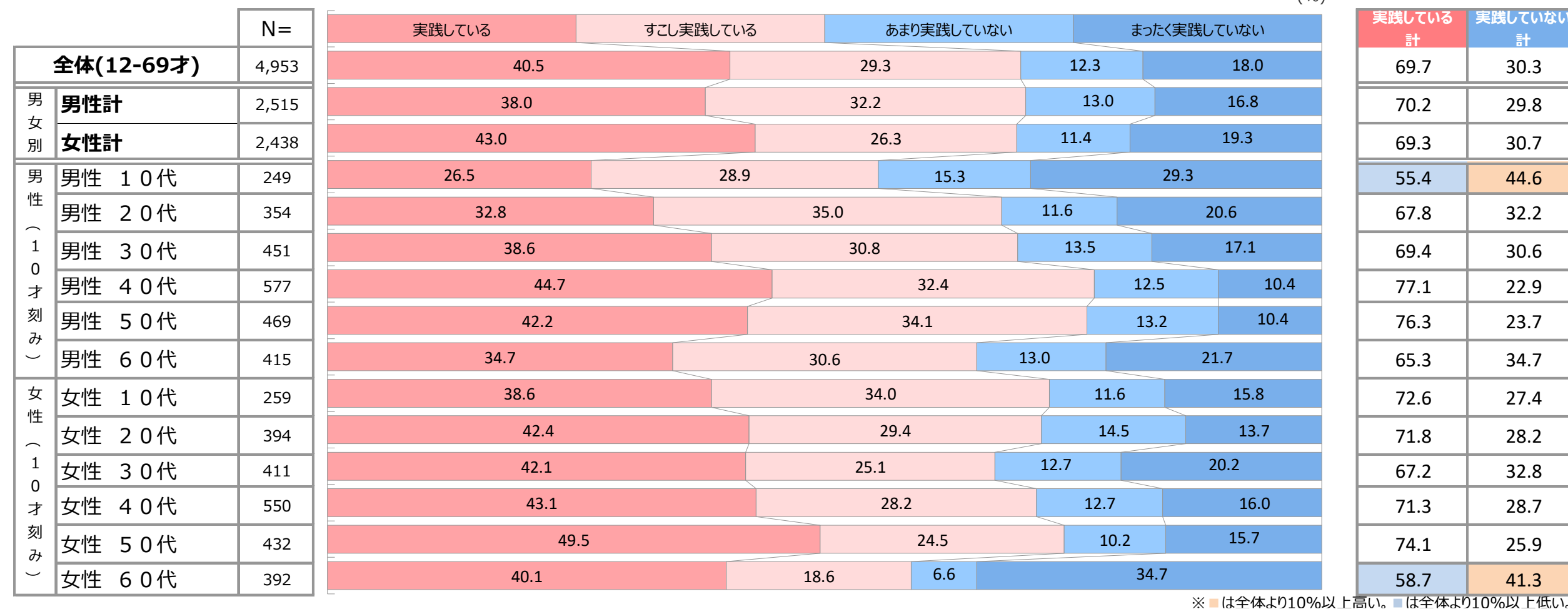
◆新しい生活様式（7）「イベントなどへの参加」における生活様式（接触確認アプリの活用、体調不良の場合の参加自粛）

(%)



◆新しい生活様式（8）「働き方」の新しいスタイル（テレワーク・ローテーション勤務・時差勤務・スペース確保・オンライン会議、など）

(%)



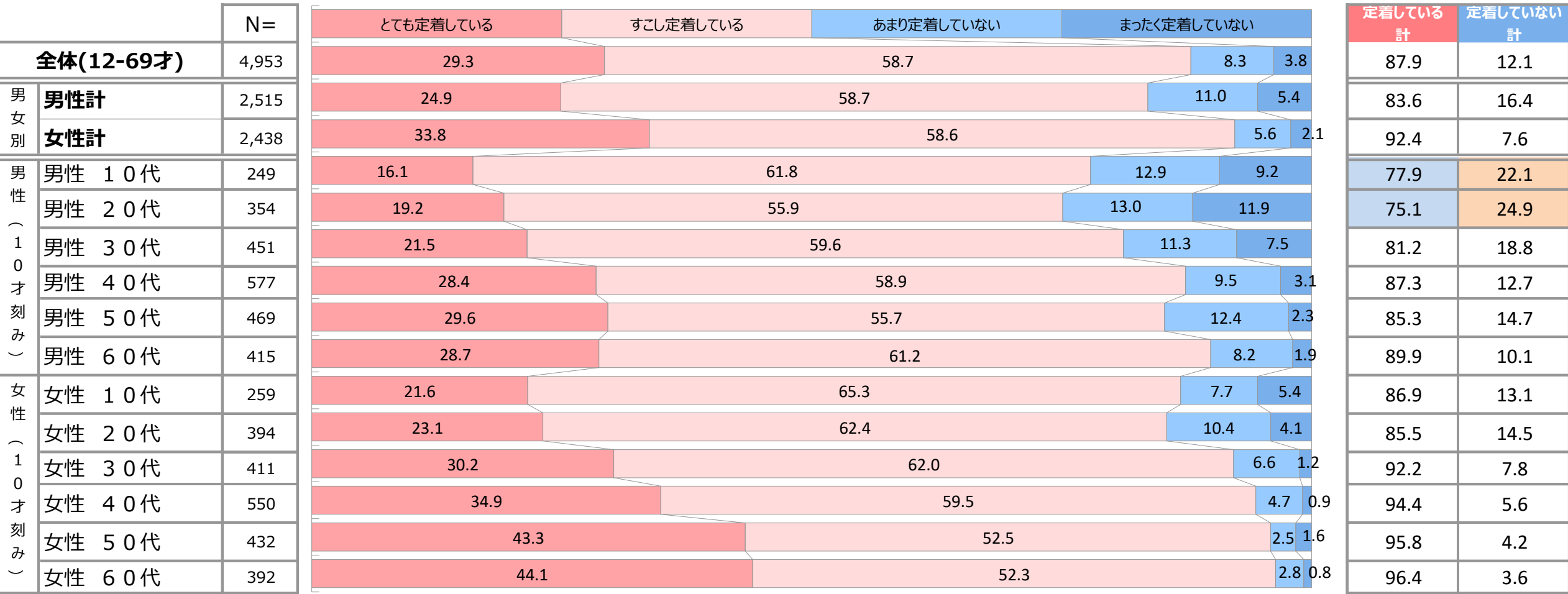


# 『新しい生活様式』：定着度・ストレス・キャッシュレス決済



## ◆『新しい生活様式』定着度

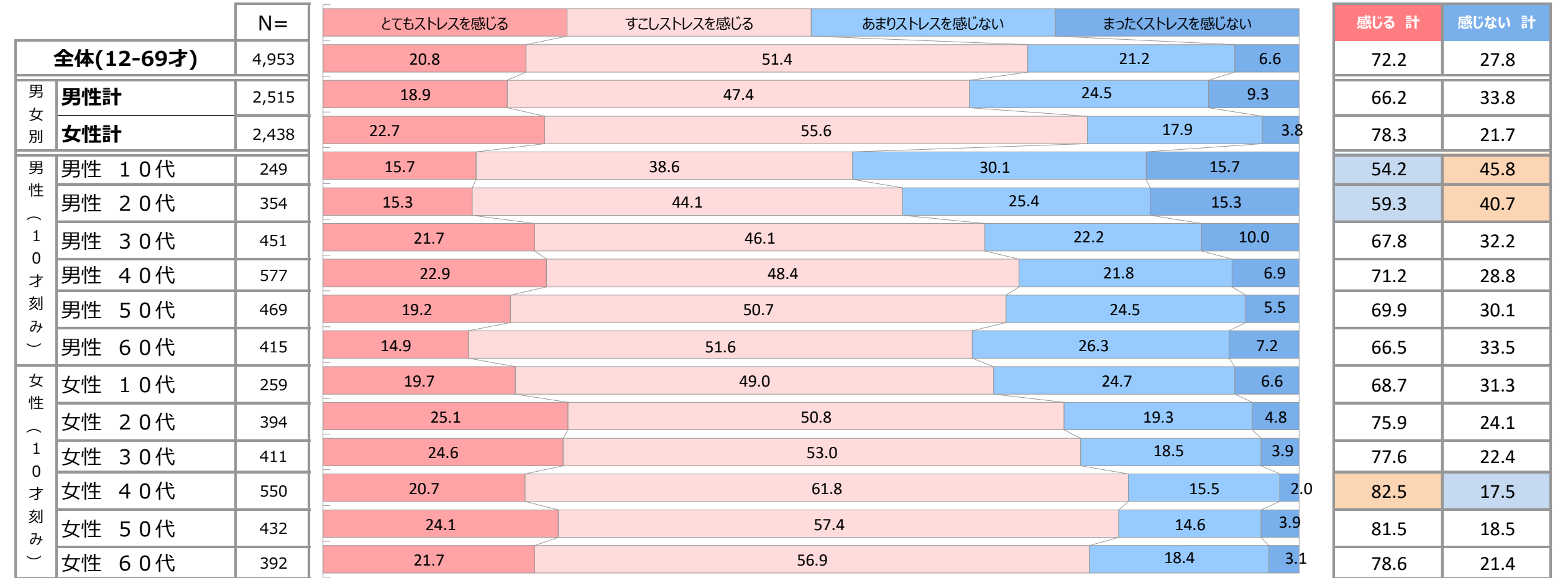
Q:『新しい生活様式』について、あなたの生活の中でどの程度定着していますか。(%)



※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。

## ◆『新しい生活様式』ストレス

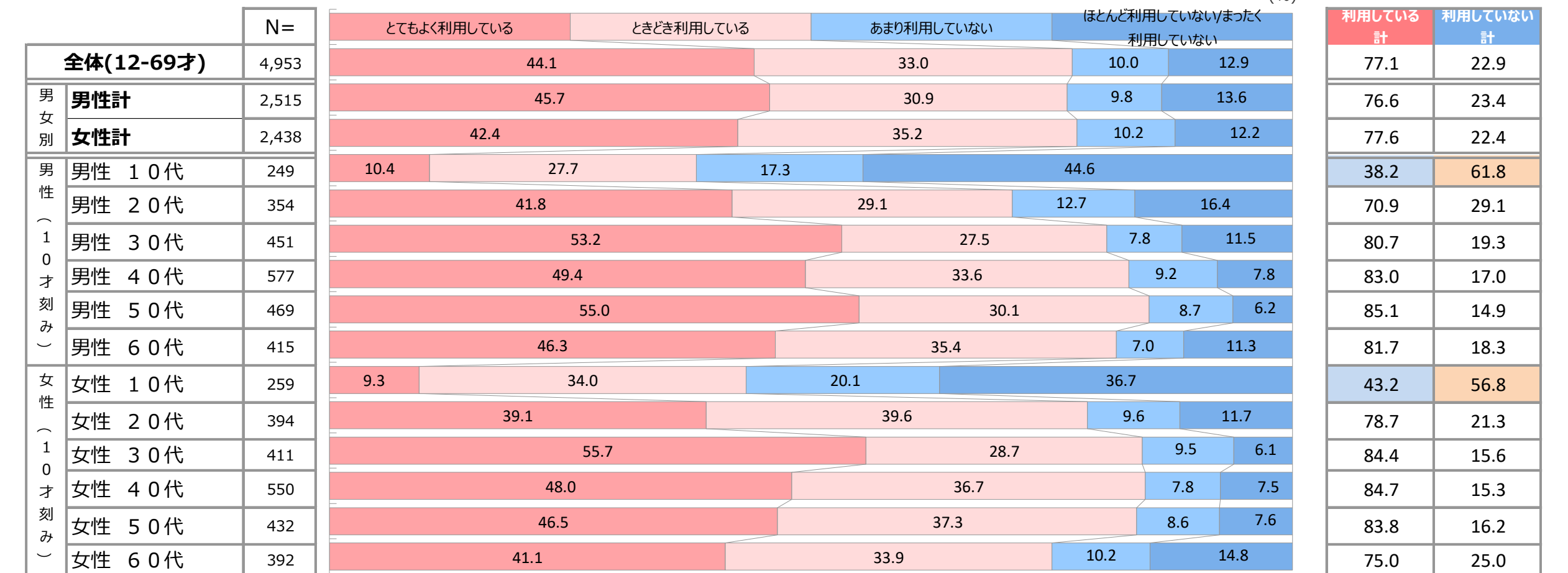
Q:『新しい生活様式』について、あなたはどの程度ストレスを感じていますか。(%)



※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。

## ◆『新しい生活様式』キャッシュレス決済利用状況

Q:『新しい生活様式』のなかで、あなたはキャッシュレス決済をどの程度利用されていますか。(%)

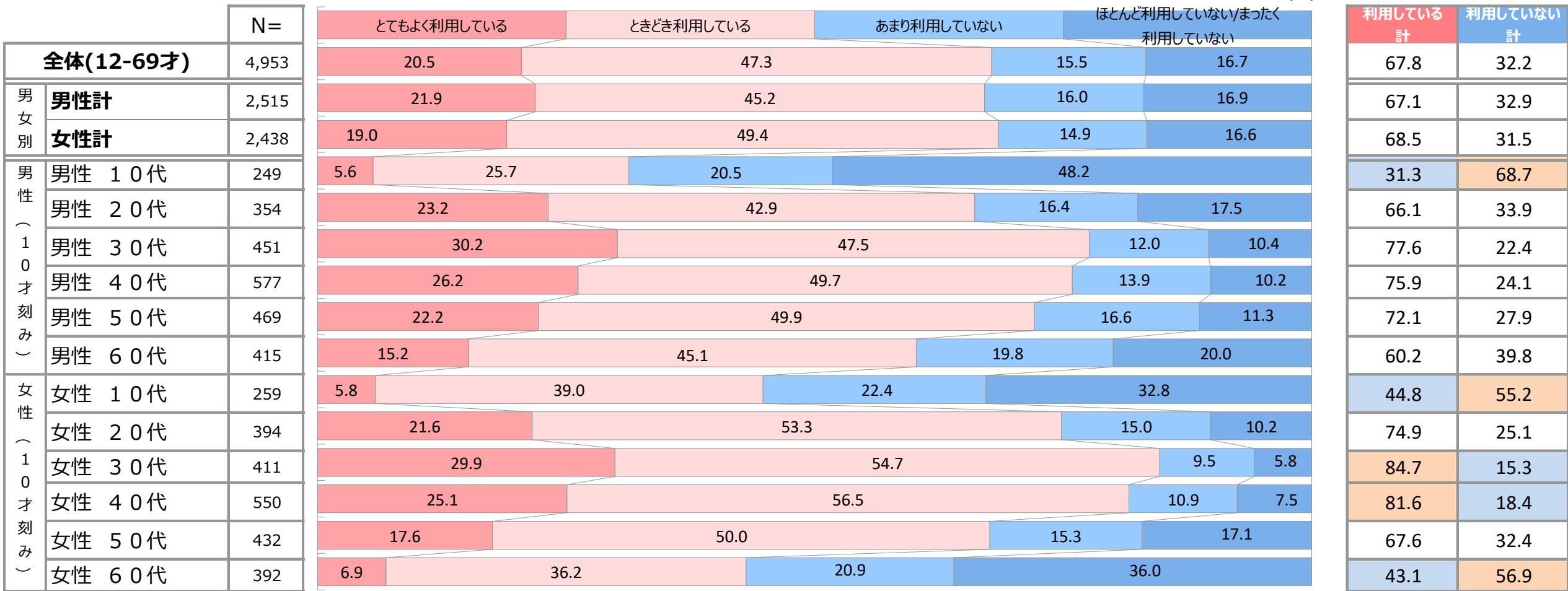


※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。



◆インターネット・ショッピング利用状況

Q:「新しい生活様式」の中で、あなたはだんの買い物でインターネット・ショッピングをどの程度利用されていますか。(%)

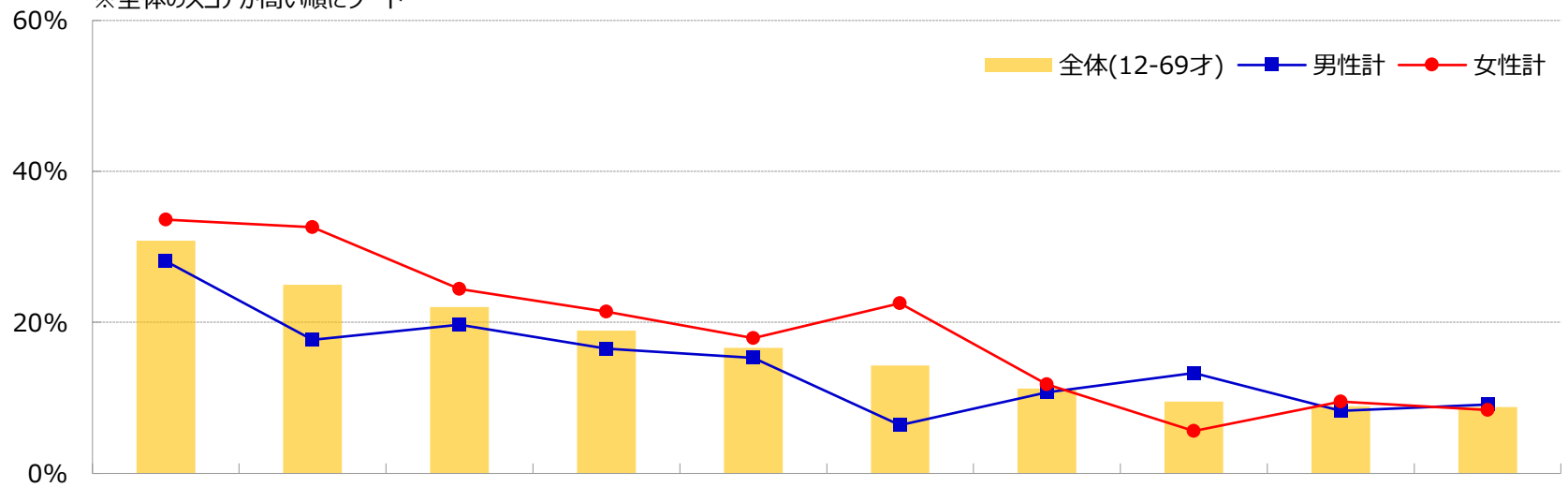


※ は全体より10%以上高い、 は全体より10%以上低い。

◆インターネット・ショッピング(最近1か月利用) <上位10>

Q:インターネットで購入する商品やサービスについて、あなたもしくはあなたのお家で最近1か月間で利用されたものをすべてお知らせください。

※全体のスコアが高い順にソート



	N	生活雑貨・日用品	連靴衣類商品など	食品・食材・お菓子	ウ毒マ イ薬 ス除 対菌 策製 品な の消	飲料	美容 コス メ 関連 スキン ケア	リ健 メ食 ト	よト パ びソ 周 ス コ 辺 マ 機 器	デレ リス パリ ー ( 宅 配 ) の 飲 食 店 の	マンガ・コミック
全体(12-69才)	4,953	30.8	25.0	22.0	18.9	16.6	14.3	11.2	9.5	8.9	8.8
男性計	2,515	28.1	17.7	19.7	16.5	15.3	6.4	10.7	13.3	8.3	9.1
女性計	2,438	33.6	32.6	24.4	21.4	17.9	22.5	11.8	5.6	9.5	8.4
男性 10代	249	13.7	11.6	14.5	6.8	9.6	4.8	3.6	8.8	4.0	7.6
男性 20代	354	20.9	10.5	13.6	8.8	10.7	6.5	6.2	7.6	7.6	11.9
男性 30代	451	33.5	22.4	23.5	15.5	20.0	6.2	8.9	11.8	11.8	13.5
男性 40代	577	33.1	24.1	22.2	19.8	16.8	8.0	11.6	15.9	9.7	10.1
男性 50代	469	32.4	18.6	22.2	25.2	16.8	6.0	15.8	19.0	8.1	8.1
男性 60代	415	25.3	12.3	17.8	15.9	13.7	5.8	13.7	12.5	5.8	2.9
女性 10代	259	13.1	25.1	15.4	10.4	10.0	17.0	5.0	3.5	5.8	9.3
女性 20代	394	29.2	36.8	18.5	15.2	12.4	26.6	6.9	4.8	10.4	8.6
女性 30代	411	47.4	43.3	27.5	20.0	24.1	23.4	8.8	4.9	14.1	10.5
女性 40代	550	45.5	39.5	30.9	29.1	22.2	25.3	15.5	8.4	10.9	13.6
女性 50代	432	33.3	28.5	27.1	26.9	22.5	24.1	16.4	6.5	9.3	5.1
女性 60代	392	20.9	17.1	20.7	19.4	11.2	15.6	14.3	3.6	4.6	1.5

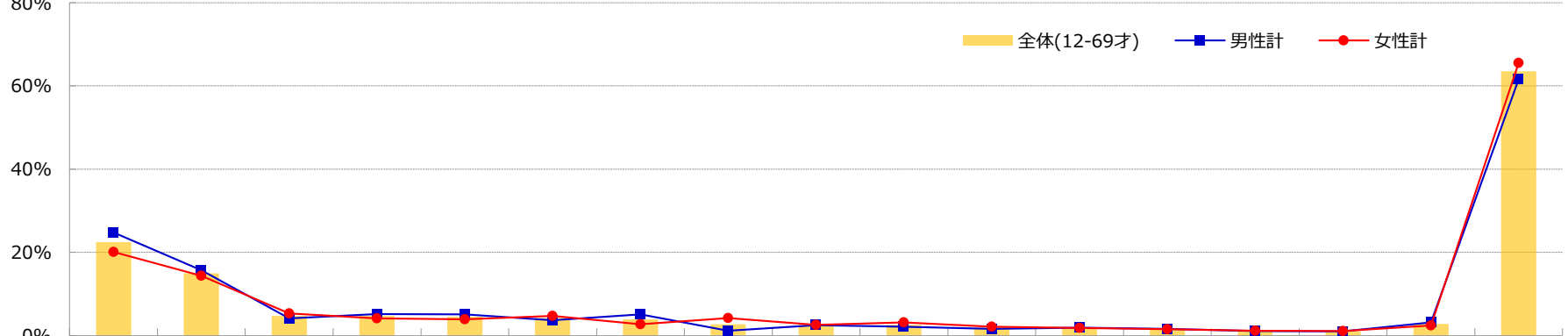
※ は全体より10%以上高い、 は全体より10%以上低い。



Q:サブスクリプション・サービス(定額制)について、あなたが現在利用されているもの、今後(も)利用したいと思うものをすべてお知らせください。

◆サブスクリプション・サービス(現在利用) <全体>

※全体のスコアが高い順にソート

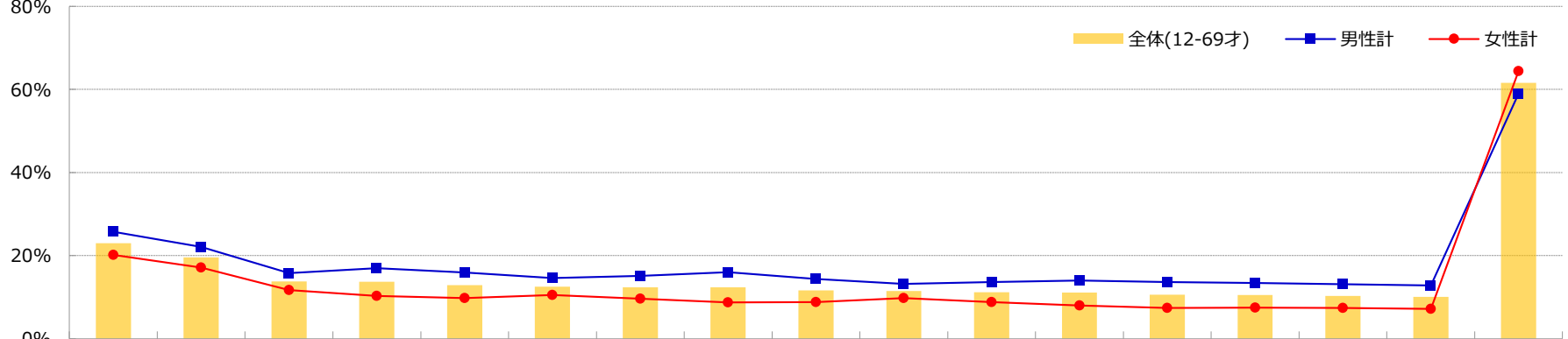


N=		ニドラマ・映画・アニメ	音楽	健康食品・サプリメント	ジネスガ・小説・マンガ	雑誌	食材・グルメ・飲料	ゲーム	コスメ・美容関連	学習・教材・英会話	コンタクトレンズ	レストラン・飲食	自動車	写真・カメラ	恋愛・婚活	ワーク・スペース	その他	特にない	
<b>全体(12-69才)</b>		4,953	22.5	15.0	4.7	4.7	4.5	4.2	3.9	2.7	2.6	2.6	1.9	1.8	1.5	1.1	1.0	2.8	63.5 (%)
男女別	男性計	2,515	24.8	15.7	4.1	5.2	5.1	3.7	5.1	1.2	2.5	2.1	1.6	1.9	1.6	1.1	1.0	3.2	61.6
	女性計	2,438	20.1	14.4	5.3	4.1	3.9	4.7	2.7	4.2	2.6	3.2	2.1	1.8	1.5	1.2	1.1	2.4	65.5
男性(10才刻み)	男性 10代	249	22.5	18.9	4.0	8.4	4.0	9.2	16.1	4.4	6.8	4.4	4.0	3.2	4.4	3.6	4.0	6.0	60.6
	男性 20代	354	36.7	23.2	2.3	6.2	3.7	3.4	7.6	1.7	2.3	2.8	2.5	2.5	2.0	1.4	1.4	2.3	49.7
	男性 30代	451	32.2	16.4	1.1	5.1	5.8	2.7	6.4	0.7	2.0	2.0	0.7	1.3	0.9	0.9	0.9	1.6	55.4
	男性 40代	577	27.9	15.9	3.3	6.1	6.9	3.1	3.6	0.7	3.1	1.7	1.4	1.6	1.2	0.7	0.7	3.5	60.3
	男性 50代	469	19.8	14.3	4.5	4.5	4.1	1.9	1.7	0.6	1.1	1.5	0.9	1.5	1.3	0.4	0.2	3.2	68.7
	男性 60代	415	9.2	7.7	9.4	1.9	5.1	4.6	0.7	0.5	1.4	1.2	1.7	1.9	1.2	0.7	0.2	3.9	72.8
女性(10才刻み)	女性 10代	259	20.5	17.4	5.0	4.6	5.8	5.0	7.3	4.2	5.8	5.0	5.8	4.2	3.5	3.5	3.1	4.2	64.1
	女性 20代	394	35.0	25.1	2.5	6.1	4.8	4.3	4.3	3.6	2.8	4.3	3.0	2.0	2.5	1.3	1.8	2.5	51.8
	女性 30代	411	27.3	20.0	3.6	7.1	4.4	5.8	3.2	3.6	4.1	4.4	2.2	1.7	2.2	1.9	1.5	2.2	59.4
	女性 40代	550	21.3	14.4	3.5	4.2	3.6	4.7	1.6	3.6	2.4	2.7	1.3	1.3	0.5	0.4	0.4	2.4	64.4
	女性 50代	432	13.2	8.8	7.9	2.5	3.2	4.4	1.4	4.6	1.2	2.1	1.2	1.9	0.7	0.7	0.7	1.9	72.5
	女性 60代	392	3.6	2.0	9.9	0.5	2.0	4.1	0.8	5.9	0.8	1.3	0.8	0.5	0.5	0.5	0.3	2.0	80.6

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

◆サブスクリプション・サービス(利用意向) <全体>

※全体のスコアが高い順にソート



N=		ニドラマ・映画・アニメ	音楽	食材・グルメ・飲料	ジネスガ・小説・マンガ	雑誌	健康食品・サプリメント	レストラン・飲食	ゲーム	コスメ・美容関連	学習・教材・英会話	コンタクトレンズ	自動車	ワーク・スペース	写真・カメラ	恋愛・婚活	その他	特にない	
<b>全体(12-69才)</b>		4,953	23.0	19.6	13.8	13.7	12.9	12.5	12.4	12.4	11.6	11.5	11.2	11.1	10.6	10.5	10.3	10.1	61.6 (%)
男女別	男性計	2,515	25.7	22.1	15.8	17.0	15.9	14.6	15.1	16.0	14.4	13.2	13.6	14.0	13.6	13.4	13.1	12.8	59.0
	女性計	2,438	20.2	17.1	11.7	10.3	9.8	10.5	9.6	8.7	8.8	9.8	8.8	8.0	7.4	7.5	7.4	7.2	64.4
男性(10才刻み)	男性 10代	249	25.7	22.1	17.7	21.7	20.1	17.7	20.5	23.7	18.1	18.9	18.1	19.3	18.9	17.7	19.3	14.1	58.6
	男性 20代	354	33.1	26.0	15.0	16.9	13.6	13.0	14.7	16.9	14.4	11.3	13.0	13.0	12.4	12.1	11.6	11.6	51.4
	男性 30代	451	26.2	21.5	17.5	17.1	15.7	15.7	16.0	18.0	15.1	14.0	14.6	13.7	14.9	14.2	13.5	13.1	56.5
	男性 40代	577	26.5	20.8	16.1	17.3	16.1	12.7	14.2	15.3	14.2	12.1	12.7	12.1	12.7	12.7	12.3	13.0	59.6
	男性 50代	469	25.6	23.7	13.9	16.2	16.4	15.4	13.2	13.2	13.2	12.4	12.8	14.3	12.4	12.6	12.2	13.4	59.1
	男性 60代	415	18.1	19.3	15.4	14.5	14.7	14.5	14.5	12.5	13.0	12.8	12.5	14.5	12.8	12.8	12.3	12.0	67.5
女性(10才刻み)	女性 10代	259	20.5	23.2	15.8	16.6	15.8	14.7	14.7	16.2	14.3	15.8	14.3	13.1	13.9	13.5	13.5	12.0	64.5
	女性 20代	394	31.5	26.6	13.5	13.2	13.7	11.9	11.4	11.7	8.4	12.7	11.9	10.4	9.1	8.9	9.6	9.1	50.5
	女性 30代	411	23.1	18.7	14.8	12.2	10.5	10.2	10.9	9.2	11.4	10.0	8.8	8.0	7.5	8.3	7.5	7.3	58.4
	女性 40代	550	20.7	16.9	10.2	9.3	7.3	8.5	8.5	7.1	7.8	8.0	7.5	6.7	6.0	5.6	5.8	6.2	65.1
	女性 50代	432	14.6	10.2	7.9	6.0	6.7	8.3	6.3	3.9	5.3	6.0	5.1	4.4	3.7	4.2	3.7	4.2	70.1
	女性 60代	392	11.0	9.7	10.5	7.4	8.2	11.5	8.4	7.7	8.2	9.7	7.9	8.2	7.4	7.4	7.4	6.9	77.0

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

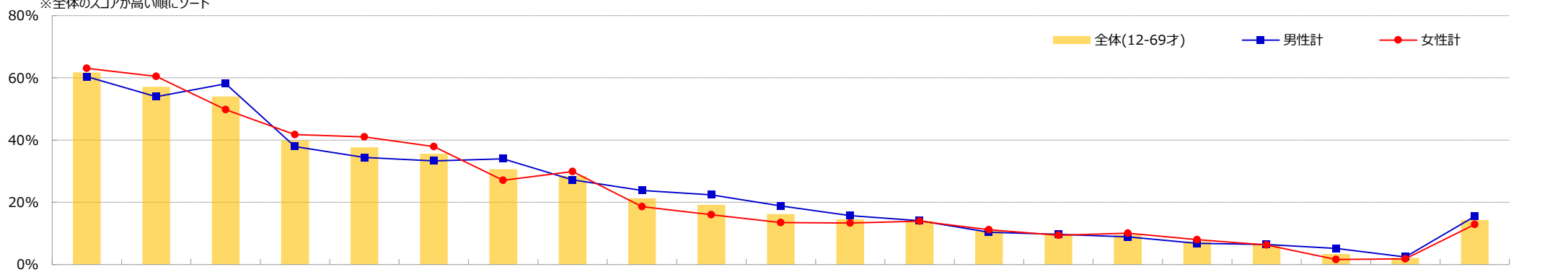
# ●余暇やレジャーについて



Q:余暇や休日の過ごし方について、あなたが最近1か月で楽しまれたこと、今後(も)楽しみたいことをすべてお知らせください。

## ◆最近1か月で楽しんだこと

※全体のスコアが高い順にソート

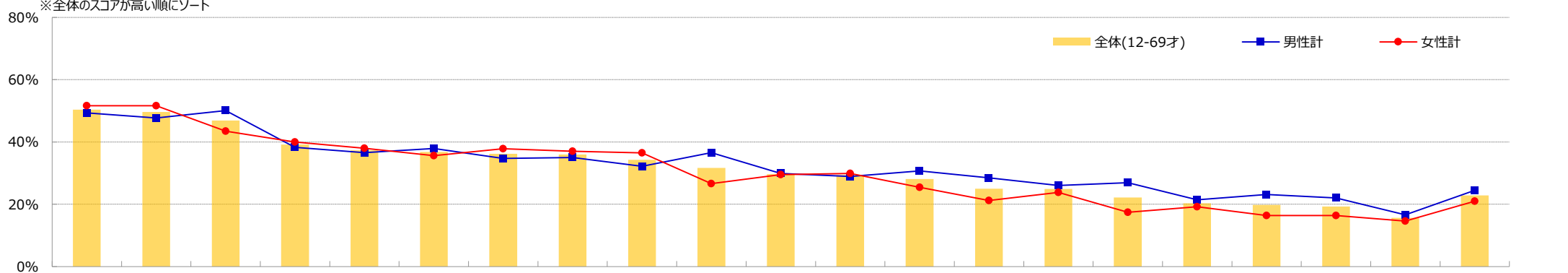


	N=	テレビ番組(リアルタイム)	録画したテレビ番組視聴	インターネットで動画視聴	インターネットでの買い物	Twitter、Instagram、SNS(Facebookなど)	店舗での買い物	ゲーム(ゲーム機・オンライン・SNSなど)	レストランや飲食店などの外食	ジョギング・ウォーキングなど体力づくり	日曜大工や趣味	ラジオ番組	雑誌	出帰り旅行や近郊への外出	公園やアスレチックなどアウトドアでの活動	宿泊を伴う旅行	映画館での映画鑑賞	オンラインでの公式イベントへの参加	レジャーランドや娯楽施設	スポーツ観戦	イベントへの参加(オンライン・イベント以外)	その他	
<b>全体(12-69才)</b>	4,953	61.7	57.1	54.0	39.8	37.7	35.6	30.6	28.5	21.3	19.2	16.2	14.5	14.0	10.8	9.6	9.5	7.4	6.4	3.4	2.1	14.3	
<b>男性計</b>	2,515	60.4	53.9	58.1	37.9	34.4	33.3	34.0	27.2	23.8	22.4	18.8	15.7	14.1	10.4	9.7	8.9	6.8	6.4	5.2	2.4	15.5	
<b>女性計</b>	2,438	63.1	60.5	49.8	41.8	41.0	37.9	27.1	29.9	18.6	16.0	13.5	13.3	13.9	11.2	9.4	10.1	8.0	6.3	1.6	1.8	12.9	
<b>男性(10才刻み)</b>																							
男性 10代	249	53.4	44.6	59.8	16.1	39.4	15.7	56.2	15.7	15.7	10.0	10.0	6.8	9.2	6.0	8.8	10.0	6.8	9.2	8.0	5.2	23.3	
男性 20代	354	44.9	36.4	60.2	28.5	48.3	22.6	47.5	20.1	14.4	14.1	10.7	11.0	9.6	7.3	5.9	11.3	8.5	5.1	5.6	2.5	20.1	
男性 30代	451	51.7	49.4	61.0	38.6	35.3	34.1	44.6	30.2	22.2	22.2	12.2	16.0	15.7	17.7	10.9	8.0	8.4	9.5	4.7	2.4	16.2	
男性 40代	577	61.9	55.8	59.6	45.1	33.6	40.9	31.5	32.6	26.2	25.5	21.0	16.6	15.6	12.3	10.4	9.5	6.8	6.6	5.5	2.3	12.3	
男性 50代	469	72.3	66.1	60.6	46.3	33.5	38.2	24.9	31.3	27.5	26.7	24.5	19.0	16.0	7.7	11.5	9.0	6.4	5.1	4.3	1.7	12.6	
男性 60代	415	71.6	62.7	47.2	38.8	21.0	35.9	11.1	25.1	31.1	28.0	28.4	19.8	14.7	8.0	9.2	6.0	3.9	3.9	4.1	1.7	14.2	
<b>女性(10才刻み)</b>																							
女性 10代	259	54.1	54.1	57.5	23.9	57.5	24.3	38.2	18.9	12.4	11.6	10.4	12.4	8.9	6.2	8.1	15.1	13.1	7.7	2.3	3.1	19.3	
女性 20代	394	52.5	47.2	59.4	40.1	65.2	32.2	34.3	29.7	14.2	10.2	9.4	10.2	14.5	10.7	10.7	12.4	10.9	9.6	1.5	2.8	12.9	
女性 30代	411	60.8	60.3	53.0	48.2	51.1	39.9	35.5	36.3	20.0	15.6	11.2	12.2	22.1	25.1	12.4	10.0	6.1	10.2	1.7	1.9	12.2	
女性 40代	550	65.1	67.5	51.3	55.3	37.6	41.1	28.2	33.5	17.6	16.9	15.1	12.5	14.4	12.4	9.5	10.0	8.5	6.2	2.0	1.8	9.3	
女性 50代	432	70.6	68.3	48.4	43.5	27.1	44.0	19.9	33.1	19.7	17.4	14.6	15.0	12.7	5.1	8.3	9.7	6.9	3.0	1.2	1.4	10.0	
女性 60代	392	71.2	59.9	30.9	28.1	15.1	39.5	9.9	22.2	26.0	22.2	18.6	17.3	8.4	5.4	7.1	5.4	4.1	1.8	1.3	0.5	17.9	

※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。

## ◆今後(も)楽しみたいこと

※全体のスコアが高い順にソート



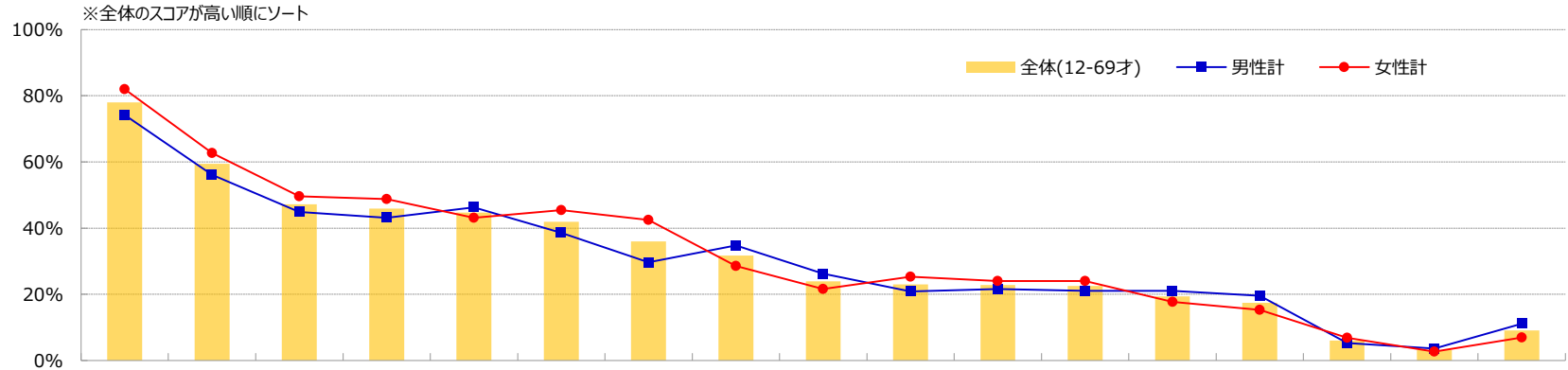
	N=	テレビ番組(リアルタイム)	録画したテレビ番組視聴	インターネットで動画視聴	インターネットでの買い物	出帰り旅行や近郊への外出	宿泊を伴う旅行	店舗での買い物	レストランや飲食店などの外食	Twitter、Instagram、SNS(Facebookなど)	ゲーム(ゲーム機・オンライン・SNSなど)	レジャーランドや娯楽施設	映画館での映画鑑賞	ジョギング・ウォーキングなど体力づくり	日曜大工や趣味	アウトドアでの活動	公園やアスレチックなど	スポーツ観戦	イベントへの参加(オンライン・イベント以外)	ラジオ番組	雑誌	オンラインでの公式イベントへの参加	その他
<b>全体(12-69才)</b>	4,953	50.4	49.6	46.9	39.2	37.3	36.8	36.2	36.0	34.3	31.7	29.7	29.4	28.1	25.0	24.9	22.2	20.3	19.8	19.3	15.6	22.8	
<b>男性計</b>	2,515	49.3	47.7	50.1	38.3	36.6	37.9	34.7	35.0	32.2	36.6	29.9	28.9	30.7	28.5	26.0	26.9	21.4	23.1	22.0	16.6	24.5	
<b>女性計</b>	2,438	51.6	51.6	43.5	40.0	38.0	35.6	37.8	37.0	36.5	26.6	29.5	29.9	25.4	21.2	23.8	17.4	19.2	16.4	16.4	14.6	21.0	
<b>男性(10才刻み)</b>																							
男性 10代	249	43.8	43.0	50.6	21.3	28.1	27.3	23.7	24.9	29.3	53.0	28.5	28.5	23.3	21.7	20.9	25.7	20.9	17.7	17.3	15.3	31.7	
男性 20代	354	39.5	35.3	51.1	31.9	28.5	30.8	29.4	28.5	44.9	46.0	26.0	30.2	26.6	22.9	22.3	24.9	17.8	17.2	15.5	18.1	26.8	
男性 30代	451	43.0	44.8	54.1	39.7	38.8	39.5	33.7	35.5	31.0	43.2	35.0	29.0	28.6	25.9	31.7	26.6	23.1	20.0	20.8	15.7	23.7	
男性 40代	577	48.7	49.0	49.2	42.6	39.2	41.2	40.2	38.6	31.7	35.7	35.2	27.9	30.5	29.8	30.3	28.9	23.2	24.8	25.0	17.7	21.8	
男性 50代	469	59.9	57.1	53.9	45.8	44.1	43.3	40.1	40.3	33.0	30.5	31.1	32.0	34.1	34.1	26.4	30.1	22.4	26.7	26.4	17.9	23.5	
男性 60代	415	56.4	51.6	41.7	38.1	34.2	37.6	33.3	35.2	24.1	19.5	20.0	25.5	37.6	32.3	19.5	23.4	19.0	28.4	22.4	14.0	23.6	
<b>女性(10才刻み)</b>																							
女性 10代	259	45.6	45.6	52.5	23.2	27.0	27.0	23.9	24.7	45.6	36.7	27.4	30.1	18.1	18.5	20.8	14.7	19.3	18.9	17.0	17.8	29.0	
女性 20代	394	41.6	40.4	50.0	38.6	33.2	32.0	33.5	35.5	55.1	30.2	32.2	32.2	20.6	15.0	21.6	14.5	20.6	14.2	15.7	15.0	18.5	
女性 30代	411	51.1	50.1	44.5	45.5	43.8	39.9	42.3	41.1	41.6	32.1	35.0	28.5	27.0	19.0	36.7	18.7	19.2	13.4	15.1	12.2	18.0	
女性 40代	550	55.5	58.7	45.8	48.2	41.1	38.2	42.4	41.8	36.4	26.2	33.5	31.8	27.1	23.3	27.1	19.1	19.8	16.5	16.9	15.5	18.7	
女性 50代	432	55.8	56.3	40.7	42.8	40.3	38.7	41.0	40.7	23.1	21.1	25.7	29.4	25.9	23.8	16.2	20.1	19.0	16.2	16.2	12.5	20.1	
女性 60代	392	56.4	53.3	29.8	32.4	37.0	33.7	36.7	31.6	21.4	17.3	20.9	26.8	30.6	26.0	18.1	15.6	17.3	20.2	17.9	15.8	25.8	

※ ■は全体より10%以上高い。■は全体より10%以上低い。



Q:あなたはテレビやインターネットでどのようなコンテンツ(番組や動画)を見たいと思いますか。

◆テレビやインターネットで見たいコンテンツ(番組・動画)

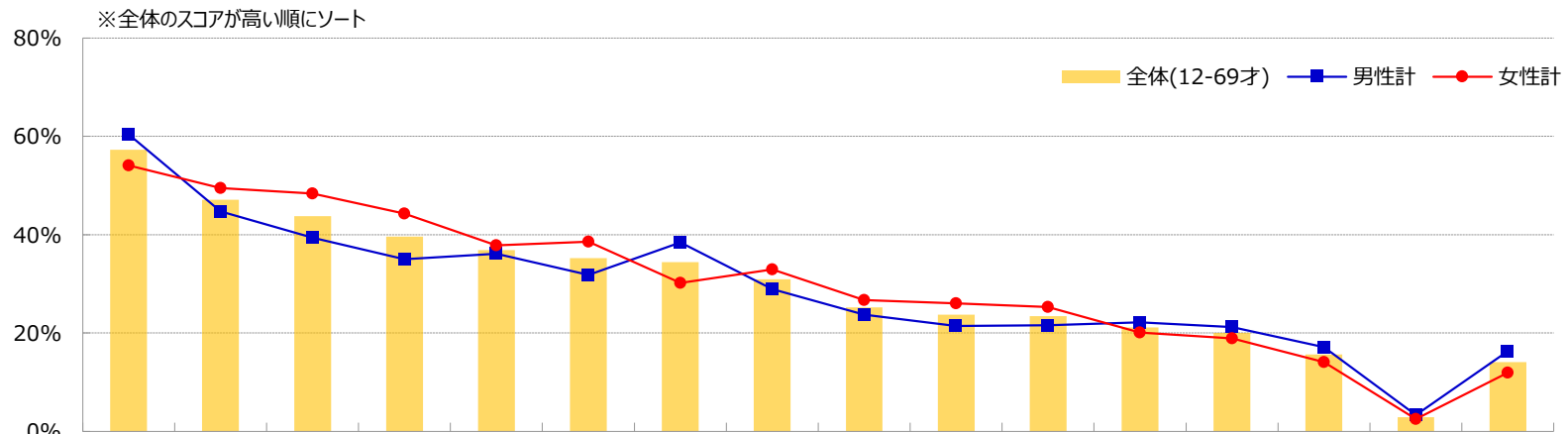


N=		も楽しい気分になる	笑えるもの	立つもの	自分にとって役に	感動を覚えるもの	知識・情報が得られる	爽やかな気分になる	のハッピーエンドも	を感ずるもの	新鮮さ	泣けるもの	つ親かしのあな	の共感をおぼえるも	な壮大な・非日常的	が性的なもの・独自性	クル・ネットで盛り上がる	その他	ない	特に見たいものは
全体(12-69才)		4,953	78.0	59.4	47.2	45.9	44.7	41.9	36.0	31.7	23.9	23.0	22.8	22.5	19.4	17.4	6.0	3.1	9.1	
男女別	男性計	2,515	74.2	56.1	44.9	43.1	46.3	38.6	29.7	34.8	26.2	20.8	21.6	21.0	21.0	19.5	5.3	3.6	11.1	
	女性計	2,438	82.0	62.7	49.6	48.8	43.1	45.4	42.5	28.5	21.6	25.3	24.0	24.0	17.7	15.3	6.8	2.7	6.9	
男性(10才刻み)	男性 10代	249	70.7	58.6	27.7	28.1	23.7	29.7	21.3	25.7	26.5	19.7	10.0	13.7	16.1	13.7	11.2	2.8	20.5	
	男性 20代	354	69.2	58.8	39.3	30.8	37.0	32.2	29.1	34.5	28.0	17.2	19.5	19.5	22.9	22.9	10.2	3.4	19.5	
	男性 30代	451	76.1	57.0	42.4	40.4	44.8	40.4	27.5	37.7	27.9	20.4	21.3	19.5	23.1	22.2	4.7	2.7	12.9	
	男性 40代	577	79.0	58.1	51.1	43.7	50.8	40.4	31.4	37.3	26.2	23.7	23.1	22.2	20.8	19.6	4.7	4.5	5.9	
	男性 50代	469	75.7	56.5	49.7	51.0	52.7	42.9	32.8	34.5	27.9	24.3	24.9	23.0	21.5	20.5	3.0	4.3	7.7	
	男性 60代	415	70.1	48.4	48.7	55.7	56.1	40.0	31.6	34.2	20.5	16.6	24.8	24.6	20.0	15.9	1.7	3.1	7.7	
女性(10才刻み)	女性 10代	259	77.6	61.4	30.1	35.1	20.5	34.7	36.3	23.2	26.3	25.9	15.1	16.2	13.9	15.1	13.5	1.9	13.9	
	女性 20代	394	80.2	59.4	40.4	37.6	32.5	39.3	39.8	26.9	24.1	26.6	19.8	19.0	19.5	18.0	14.0	2.8	9.1	
	女性 30代	411	83.9	65.2	53.0	41.8	43.1	50.1	46.0	29.9	25.3	27.3	26.3	21.4	18.7	16.1	7.5	1.5	6.3	
	女性 40代	550	84.2	65.6	54.0	51.8	47.5	47.5	45.3	28.7	18.0	25.6	22.5	25.8	15.3	15.3	4.0	2.5	4.5	
	女性 50代	432	85.2	65.5	54.4	56.0	47.9	49.3	44.2	30.3	22.0	25.5	26.6	28.5	19.4	13.9	2.8	3.7	4.4	
	女性 60代	392	78.1	56.9	56.6	64.0	57.1	46.4	39.5	30.1	16.8	20.7	30.6	29.6	18.9	13.3	2.6	3.6	6.9	

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

◆『新しい生活』の活性化

Q:『新しい生活』での経済回復および社会の活性化に向けて、あなたはどのようなことを期待しますか。



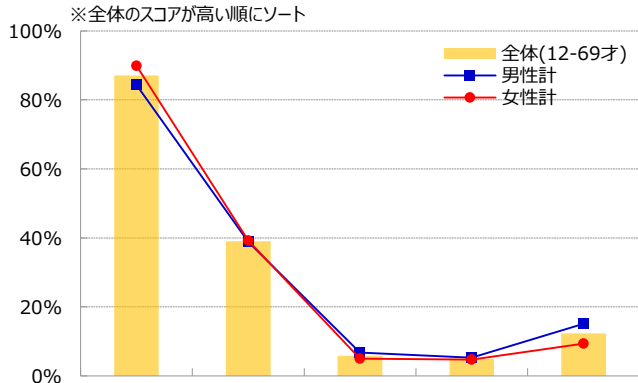
N=		昇経済の回復・株価の上	域祭イベントの開催など	入医療機関の強化と受け	運学校・行事の再開	様働く場所や時間など	スコンサート・音楽フェ	開スポーツイベントの	安大型レジヤラウンドの	情メデリアによる迅速な	対策機器の導入による感	作ドラマ・映画などの新	便の拡充による社会的	の安心なネットを防止す	光への自治体による観	その他	は特ない期待していること	
全体(12-69才)		4,953	57.3	47.1	43.8	39.6	36.9	35.2	34.4	30.9	25.2	23.7	23.4	21.1	20.0	15.6	2.9	14.1
男女別	男性計	2,515	60.4	44.7	39.4	35.0	36.1	31.8	38.4	28.9	23.7	21.4	21.6	22.2	21.2	17.1	3.3	16.3
	女性計	2,438	54.1	49.5	48.4	44.3	37.8	38.6	30.2	32.9	26.7	26.0	25.3	20.1	18.9	14.1	2.5	11.9
男性(10才刻み)	男性 10代	249	27.7	24.5	16.1	28.9	12.4	20.1	25.7	22.9	10.0	9.2	18.1	12.9	8.0	9.2	4.0	41.0
	男性 20代	354	51.1	32.5	23.2	22.3	31.6	27.1	28.8	31.4	15.3	17.5	20.3	19.5	18.6	14.4	3.4	26.6
	男性 30代	451	61.0	48.8	32.6	34.6	39.9	32.8	36.4	36.8	22.8	22.6	18.2	24.8	17.7	18.4	2.2	17.3
	男性 40代	577	70.0	45.2	42.3	41.4	45.1	31.0	39.5	31.7	24.8	23.6	20.1	26.3	23.1	18.4	3.1	10.1
	男性 50代	469	68.4	51.2	47.1	40.5	41.8	35.0	43.7	26.7	28.6	25.6	24.9	24.1	26.4	21.3	4.5	10.7
	男性 60代	415	64.6	54.7	61.7	34.5	31.1	39.5	48.7	20.7	33.0	23.1	26.7	19.3	26.5	16.1	3.1	7.0
女性(10才刻み)	女性 10代	259	18.1	41.7	17.8	38.2	15.1	40.9	23.6	34.7	13.1	13.1	24.3	10.4	5.8	5.4	1.2	30.5
	女性 20代	394	45.4	45.2	28.7	28.7	36.8	41.9	25.9	37.8	18.3	21.1	24.9	20.6	12.2	13.7	2.5	18.0
	女性 30代	411	57.7	53.5	47.0	49.6	44.8	30.2	25.8	39.4	27.3	29.7	21.2	24.8	17.8	15.1	1.7	12.7
	女性 40代	550	58.0	52.4	55.3	58.2	42.5	36.2	30.0	33.3	28.7	31.1	21.3	24.7	18.4	14.5	2.4	7.3
	女性 50代	432	64.4	49.3	61.3	42.1	42.1	42.4	38.2	26.9	32.2	29.9	28.9	19.4	29.2	17.1	3.0	5.3
	女性 60代	392	66.1	51.0	66.1	41.3	34.9	41.6	35.2	25.8	34.9	24.5	32.4	15.1	24.7	15.1	4.1	6.1

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。



◆ 認知

Q: 日本政府が実施している「Go toキャンペーン」について、あなたがご存知のものをすべてお知らせください。

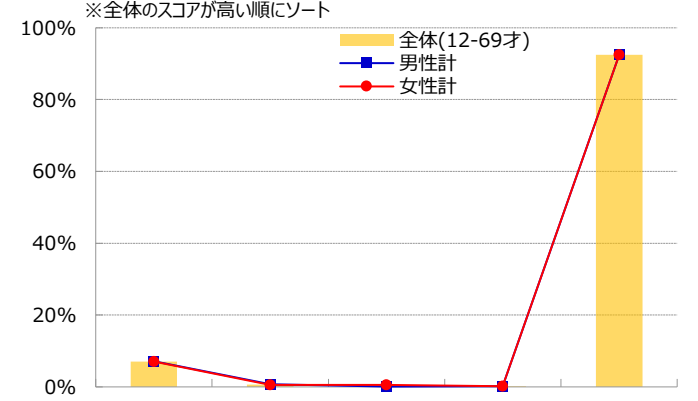


N=		eGo キャンペーン Travel	Go キャンペーン EAT	Go キャンペーン EVEN	Go キャンペーン 商店街	い ず れ も 知 ら な い	
<b>全体(12-69才)</b>		4,953	87.1	39.0	5.8	5.0	12.3 (%)
男女別	<b>男性計</b>	2,515	84.3	38.8	6.7	5.3	15.1
	<b>女性計</b>	2,438	89.9	39.2	5.0	4.7	9.3
男性 (10才刻み)	男性 10代	249	62.7	16.1	1.6	2.0	36.1
	男性 20代	354	74.3	27.7	5.4	3.7	24.6
	男性 30代	451	82.3	33.5	5.1	4.4	16.9
	男性 40代	577	88.7	44.9	6.6	4.9	10.7
	男性 50代	469	92.5	48.0	7.2	6.2	7.2
	男性 60代	415	92.5	48.7	12.0	9.2	7.5
女性 (10才刻み)	女性 10代	259	69.9	13.1	2.7	2.7	29.7
	女性 20代	394	87.6	32.2	5.3	4.8	10.4
	女性 30代	411	89.5	37.2	1.9	2.4	10.2
	女性 40代	550	94.2	47.1	5.5	4.9	5.3
	女性 50代	432	94.7	48.4	7.4	7.4	4.4
	女性 60代	392	94.6	44.4	5.9	4.8	4.8

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

◆ 利用経験(認知者ベース)

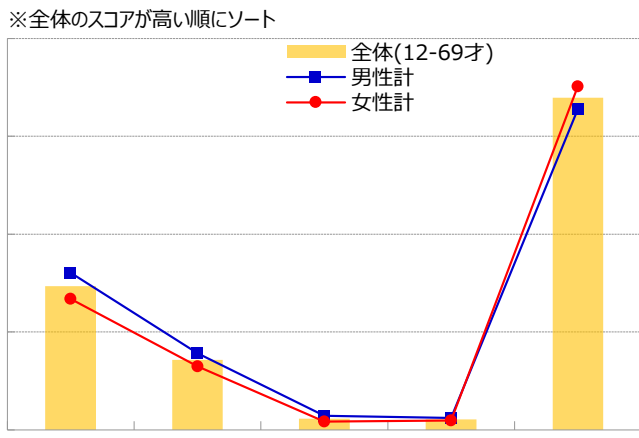
Q: 日本政府が実施している「Go toキャンペーン」について、あなたが利用したことがあるもの、今後(も)利用したいと思うものをすべてお知らせください。



n=		eGo キャンペーン Travel	Go キャンペーン EAT	Go キャンペーン 商店街	Go キャンペーン EVEN	こ の 中 に は な い	
<b>全体(12-69才)</b>		4,346	7.0	0.6	0.3	0.2	92.5 (%)
男女別	<b>男性計</b>	2,135	7.1	0.7	0.1	0.2	92.5
	<b>女性計</b>	2,211	7.0	0.5	0.5	0.2	92.5
男性 (10才刻み)	男性 10代	159	8.2	-	0.6	-	91.2
	男性 20代	267	6.7	1.1	0.4	-	92.5
	男性 30代	375	8.5	0.3	-	0.3	91.2
	男性 40代	515	7.0	0.6	-	0.2	92.4
	男性 50代	435	6.7	0.9	0.2	0.5	92.9
	男性 60代	384	6.0	0.8	-	-	94.0
女性 (10才刻み)	女性 10代	182	7.1	-	0.5	-	92.3
	女性 20代	353	9.9	0.8	0.8	0.6	89.2
	女性 30代	369	10.3	0.3	-	-	89.4
	女性 40代	521	5.8	0.4	-	0.2	94.2
	女性 50代	413	3.6	0.2	0.7	0.2	95.9
	女性 60代	373	6.2	0.8	0.8	-	92.8

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

◆ 利用意向(認知者ベース)

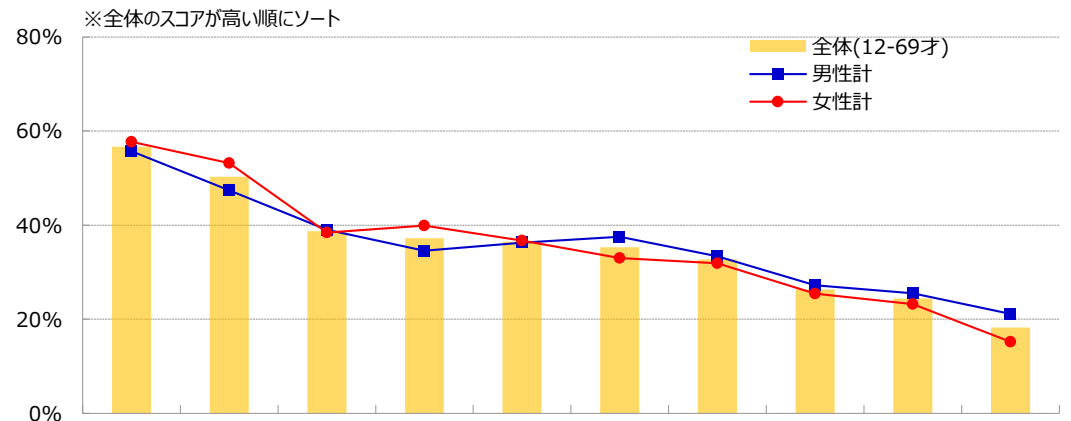


n=		eGo キャンペーン Travel	Go キャンペーン EAT	Go キャンペーン EVEN	Go キャンペーン 商店街	こ の 中 に は な い	
<b>全体(12-69才)</b>		4,346	29.4	14.3	2.3	2.1	67.9 (%)
男女別	<b>男性計</b>	2,135	32.1	15.6	2.9	2.4	65.5
	<b>女性計</b>	2,211	26.8	13.0	1.7	1.9	70.2
男性 (10才刻み)	男性 10代	159	22.6	6.9	0.6	0.6	74.2
	男性 20代	267	25.8	12.4	2.6	1.9	72.3
	男性 30代	375	35.7	12.8	2.1	2.1	62.1
	男性 40代	515	30.1	16.5	2.9	2.3	66.8
	男性 50代	435	35.9	19.3	3.0	2.3	61.6
	男性 60代	384	35.4	19.0	4.4	4.2	63.3
女性 (10才刻み)	女性 10代	182	18.7	4.4	-	-	80.2
	女性 20代	353	28.0	10.8	1.7	2.0	69.4
	女性 30代	369	28.2	11.4	0.5	0.8	69.4
	女性 40代	521	27.1	16.9	2.5	2.5	68.9
	女性 50代	413	28.6	14.5	2.4	2.9	68.0
	女性 60代	373	26.0	13.7	1.6	1.6	71.0

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。

◆ 国内旅行先意向地域

Q: あなたが今後旅行先として行きたいと思われる都道府県をすべてお知らせください。



N=		北海道	沖縄	九州地方	近畿地方	中部地方	東北地方	関東地方	四国地方	中国地方	特 に な い	
<b>全体(12-69才)</b>		4,953	56.7	50.3	38.7	37.2	36.5	35.3	32.7	26.3	24.4	18.2 (%)
男女別	<b>男性計</b>	2,515	55.7	47.4	39.0	34.6	36.3	37.5	33.4	27.2	25.5	21.1
	<b>女性計</b>	2,438	57.7	53.2	38.4	39.9	36.7	33.0	31.9	25.4	23.2	15.2
男性 (10才刻み)	男性 10代	249	41.8	37.8	22.1	27.7	19.7	21.3	16.9	18.1	14.9	37.8
	男性 20代	354	46.9	42.1	35.3	34.5	30.2	29.7	27.7	24.3	23.2	33.6
	男性 30代	451	55.2	53.2	41.5	34.4	37.5	33.9	34.8	26.6	25.3	20.0
	男性 40代	577	62.7	54.9	40.9	35.5	39.5	40.7	37.6	29.6	27.6	14.6
	男性 50代	469	60.8	47.5	48.0	37.7	39.2	44.6	39.9	32.6	29.4	16.6
	男性 60代	415	56.4	41.0	37.1	34.5	42.2	45.5	33.7	26.5	27.0	15.7
女性 (10才刻み)	女性 10代	259	40.9	48.6	26.6	36.3	22.4	17.0	18.5	14.7	12.0	30.9
	女性 20代	394	57.9	56.1	41.9	42.6	31.0	28.9	31.0	24.1	23.1	17.3
	女性 30代	411	58.4	63.7	38.4	37.2	39.2	31.1	41.1	27.0	19.5	13.1
	女性 40代	550	61.6	61.5	39.5	41.3	40.9	34.4	36.7	29.3	26.5	12.5
	女性 50代	432	61.6	48.6	43.5	41.7	37.7	37.5	27.8	27.8	25.9	10.6
	女性 60代	392	58.2	36.0	35.7	38.5	42.3	42.6	29.6	24.0	27.0	13.5

※ は全体より10%以上高い。 は全体より10%以上低い。