

全国の20歳～69歳の男女1000人に聞いた
「第2回緊急事態宣言に関する生活者実態調査」
今回の緊急事態宣言の方が危機意識を持っている：約5割！
テレワーク実施率：3割強！

生活者起点の研究&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2021年1月20日（水）～2021年1月21日（木）の2日間、全国の20歳～69歳の男女1000人を対象に「第2回緊急事態宣言における生活者実態」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

2021年1月8日から発令された2回目となる緊急事態宣言。緊急事態宣言の発令によって、人々の行動も変化しました。しかし、1回目の緊急事態宣言時とは、人々の受け止め方も行動範囲も異なっている様子が伺えます。緊急事態宣言発令から約2週間が経過した今、改めて人々の意識と行動実態を調査しました。ぜひ報道の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

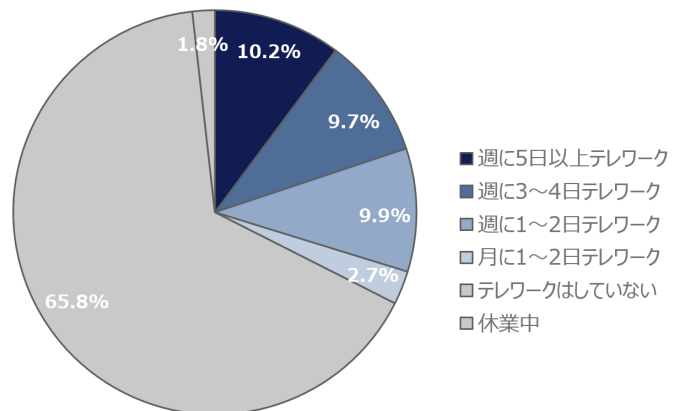
1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、20歳～69歳の男女を対象に実施
3. 有効回答数：1000名
4. 調査実施日：2021年1月20日（水）～2021年1月21日（木）

◆「第2回緊急事態宣言に関する生活者実態調査」主な質問と回答

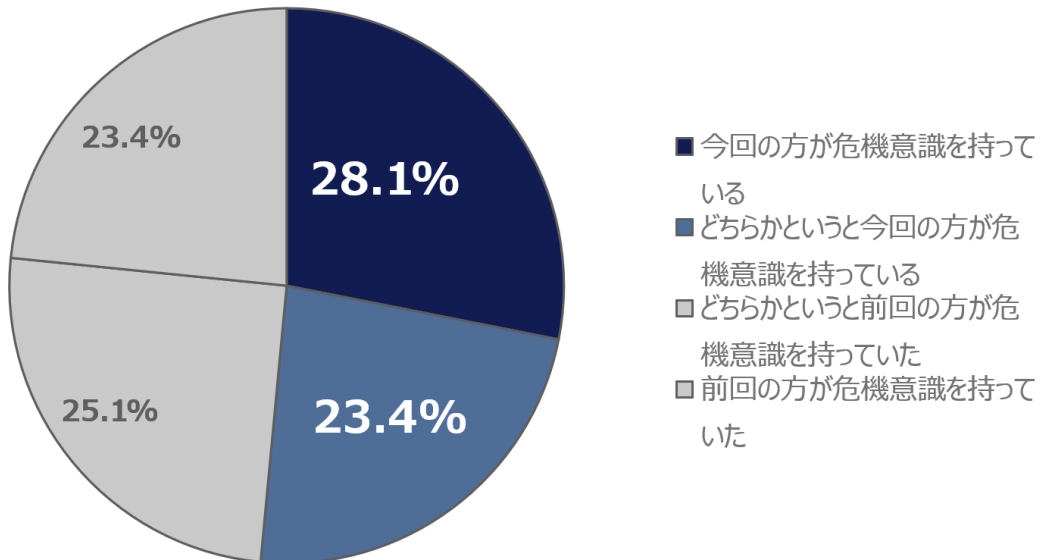
◆前回の緊急事態宣言と今回、どちらが危機意識を持っているか：意見は半分にわかれる結果に
今回の緊急事態宣言下の方が新型コロナウイルスの感染者数や重症者数は多いものの、今回の方が危機意識を持っていると回答した方は約5割にとどまった。

◆有職者のテレワーク実施率：全国では3割強

有職者の中で、現在テレワークをしている方の割合は3割強となった。週のテレワーク実施日数については、週に5日以上、週に3～4日、週に1～2日、週に1～2日、それぞれ1割程度となった。



Q1. 前回の緊急事態宣言の時と比較して、あなたのお気持ちに当てはまるものをお答えください。(単数回答)【n=1000】
また、前回の緊急事態宣言の時の方が危機意識を持っていたと回答した理由を教えてください。(自由回答)



今回と前回 2020 年 4 月～5 月の緊急事態宣言下において、どちらが危機意識を持っているか、お聞きしました。

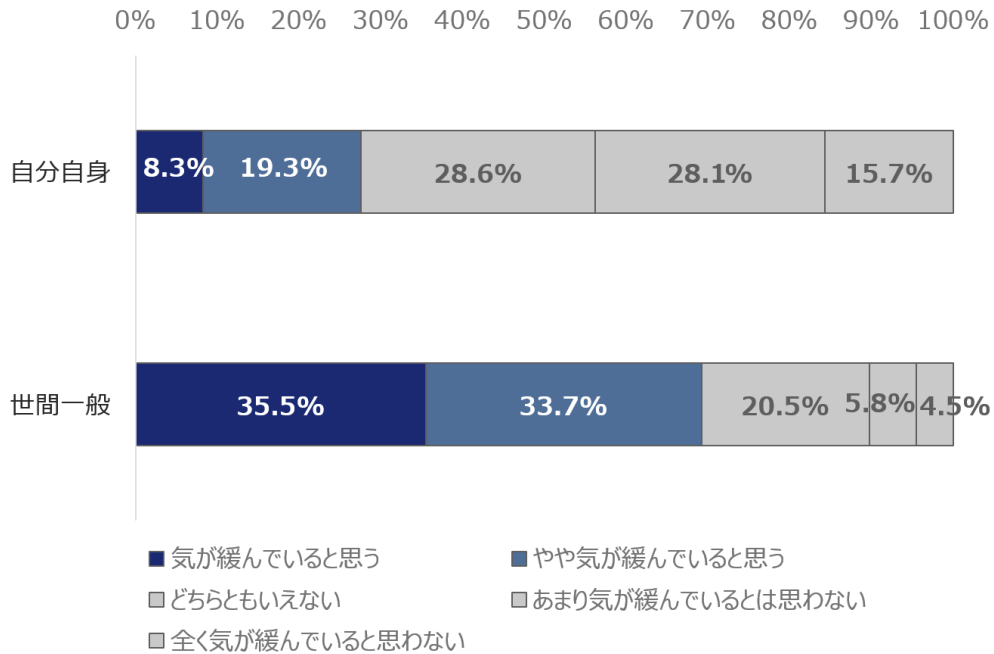
今回の緊急事態宣言下の方が新型コロナウイルスの感染者数や重症者数は多いものの、今回の方が危機意識を持っていると回答した方は約 5 割となりました。

前回の方が危機意識を持っていたという方にその理由も伺ったところ、前は初めてのことで危機意識を強く持っていたという意見、今回よりも制限が強かったという意見、新型コロナウイルスへの対処方法がわかっていなかったからという意見などが見受けられました。

【一部抜粋】

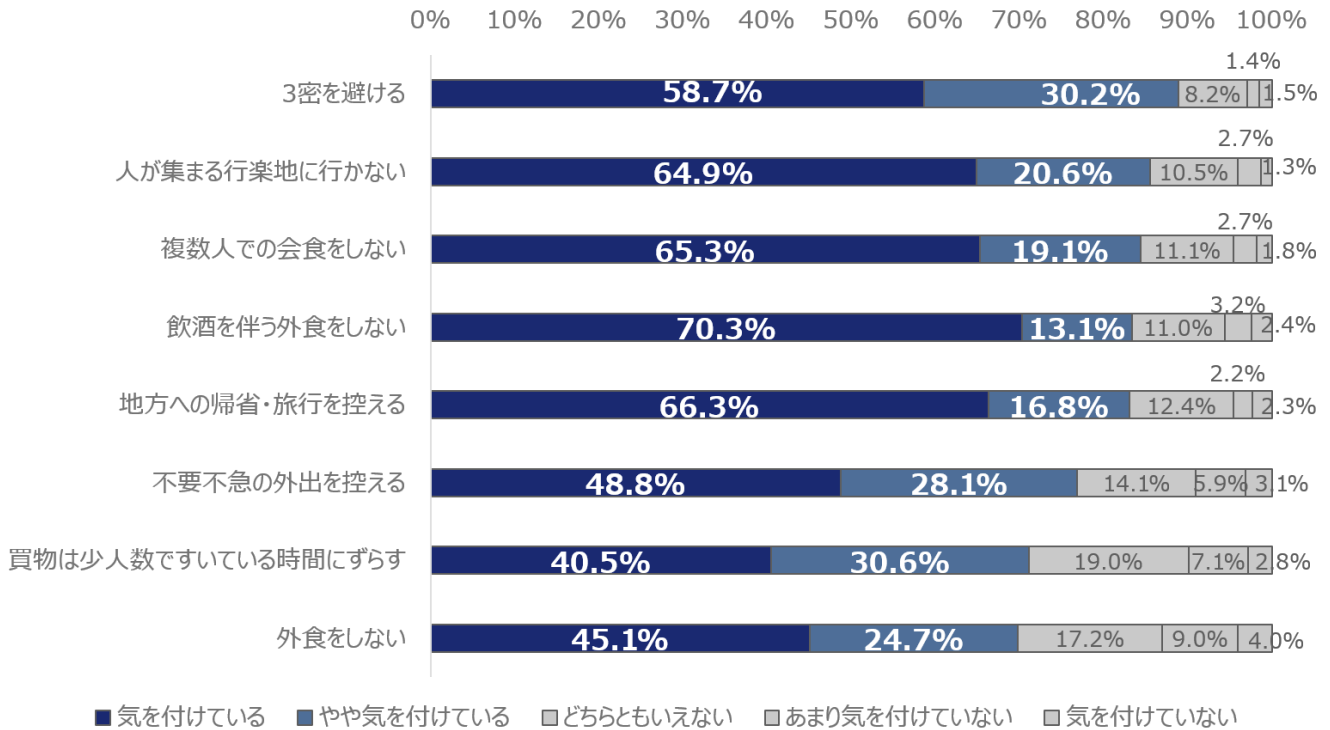
- ・初めてだったというのもあるし 今回は、抑止力が弱く感じるため【男性、40代】
- ・前は得体の知れない未知の病気という認識だったが、1年経って慣れてきた【男性、40代】
- ・自粛生活にもなれ対処法がわかってきたから【女性、30代】
- ・全国じゃないから【男性、30代】
- ・まだ不明な点が多かったこと。営業店舗が前回より休業していないので、人出が減っていないので外出しても不安が少ない【男性、30代】
- ・コロナに対する対策がほとんど分かっていなかった前回に比べて今回は自分がすべき事が分かっているので対策が取りやすいと思うから【女性、40代】
- ・コロナがよくわからないから、かかったら死んでしまうかもという気持ちが強かったので【女性、20代】
- ・初めてのことだったし、マスク不足など不安要素が多かったから【女性、20代】

Q2. 現在のご自身の新型コロナウイルスに対する気持ちをお答えください。また、あなたから見た世間一般の新型コロナウイルスに対する気持ちにあてはまると思うものをお答えください。（お答えはそれぞれ1つ）（単数回答）【n=1000】



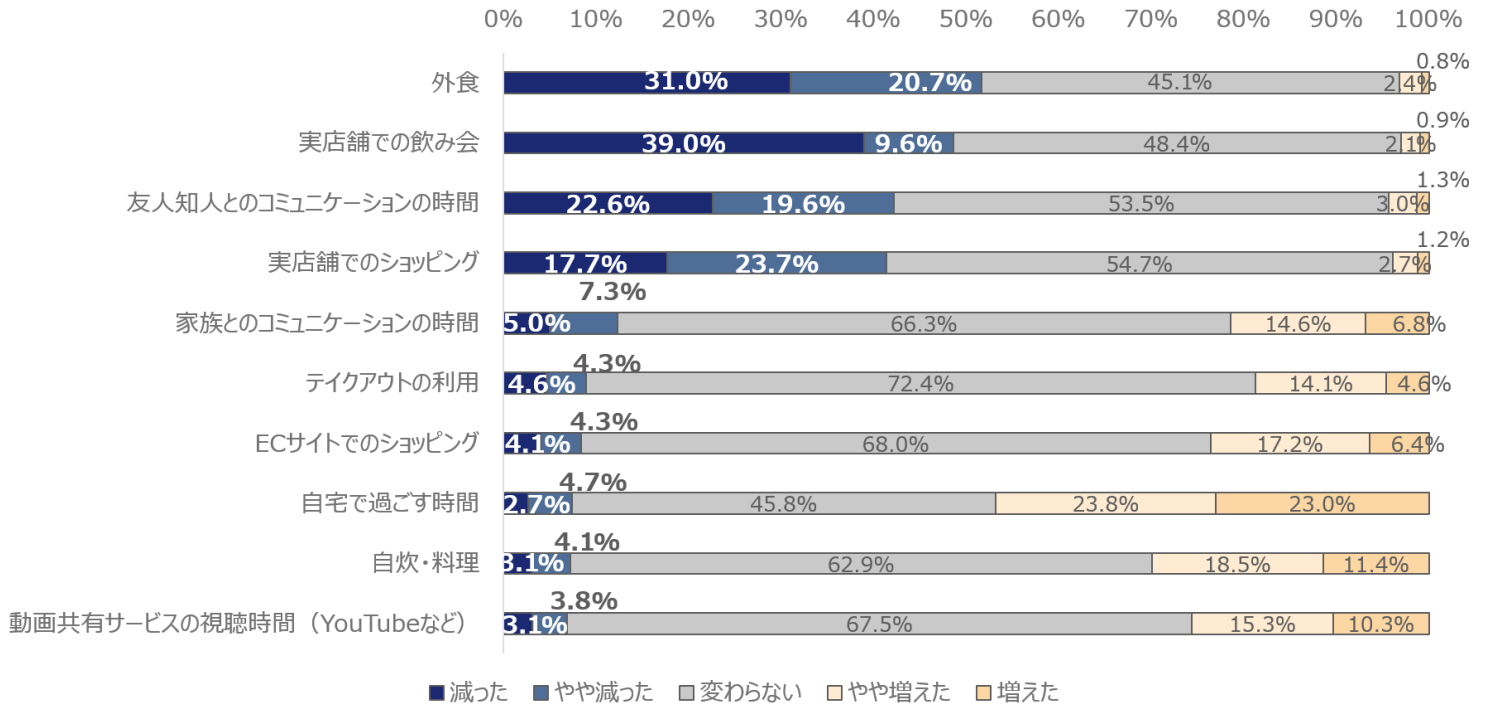
新型コロナウイルスに対して、自分自身は気が緩んでいないと回答した方が4割以上である一方で、世間の人への気の緩みを感じている方は約7割となりました。自分自身というよりは世間の人への気の緩みを感じている人が多い、という結果となりました。街中の人出や通勤の様子、メディアの報道などを見てそのように感じるのかもしれない。

Q3. あなたの現在の行動について、気を付けているものをお答えください。(お答えはそれぞれ1つ)
(単数回答)【n=1000】



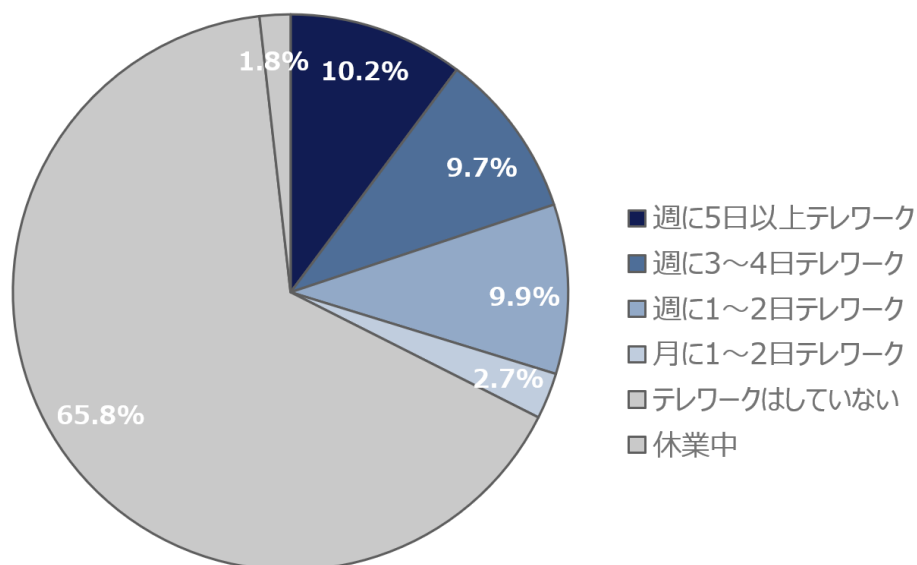
現在の行動について、気を付けているものを伺いました。感染拡大を防ぐための行動項目について、7~8割程の方が気を付けていると回答しています。特に感染リスクが高いと言われている、3密をさける意識、会食や飲酒を伴う外食をさける意識を多くの方が持っているようです。一方で、買い物時の人数や時間、飲酒を伴わない外食に関しては、やや気を付けている方の割合が少なくなっています。生活者自身が感染リスクを考慮して、取ってもいい行動の範囲を選択している様子が伺えます。

Q4. 緊急事態宣言前と現在とを比較して、あなたの行動の変化についてそれぞれお答えください。(お答えはそれぞれ1つ) ※これまでに行なったことがない行動については「変わらない」をお選びください。(単数回答)【n=1000】



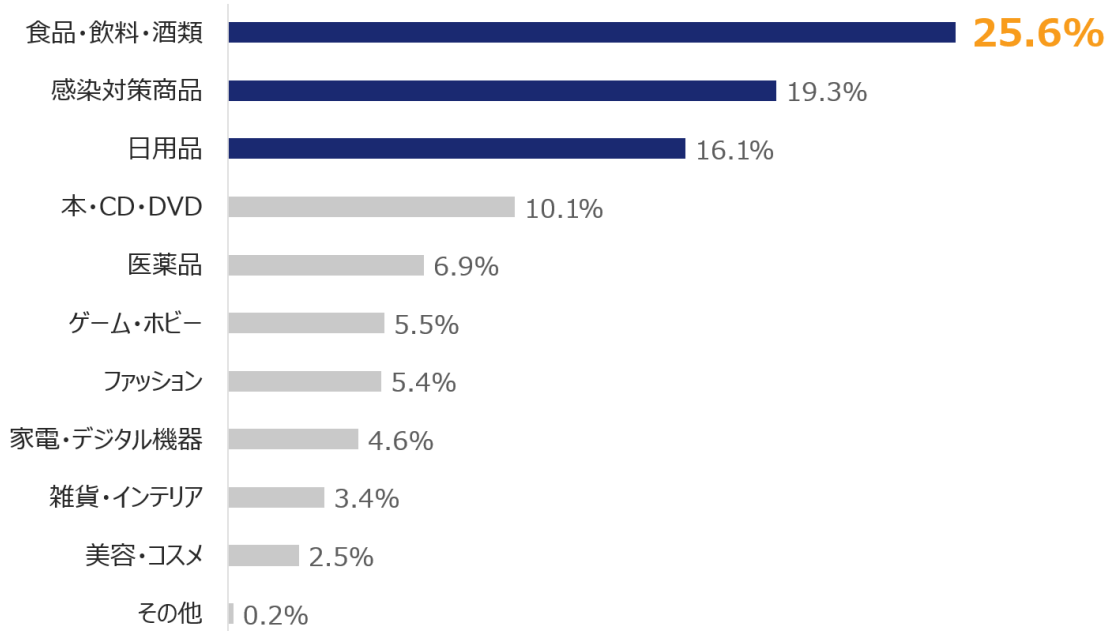
緊急事態宣言前との行動の変化を伺いました。外食、飲み会、知人や友人との交流、実店舗でのショッピングの機会が減少していることが伺えます。また、外出機会の【減少】と自宅で過ごす時間の【増加】の結果、自炊やテイクアウトの機会、ECサイトでのショッピング機会、動画共有サービスの視聴時間の増加などが見られました。

Q5. あなたの現在の働き方について、お答えください。(単数回答)【n=558】



有職者の方に現在のテレワークの状況を伺ったところ、テレワークをしている方の割合は3割強でした。そのうち、週に5日以上テレワークをしている方、週に3~4日テレワークをしている方、週に1~2日テレワークをしている方は1割程度と、ほぼ同じ割合になっています。緊急事態宣言が発令されている地域では、出勤者を7割減にする目標が掲げられていますが、出勤せざるを得ない方も多いのが実態ではないでしょうか。

Q6. 緊急事態宣言発令をきっかけとして、購入が増えたものをすべてお答えください。(複数回答)
【n=1000】



前回の緊急事態宣言下において、供給が追いつかず店頭で品薄となった商品が数多くありましたが、今回はどのような商品の購入が増えたのでしょうか。
購入が増えた商品について、食料品、感染対策商品、日用品の増加が目立ちます。お家時間の増加による食料品、日用品の買い増し、感染対策のための商品購入の傾向が見られました。

■この調査のその他の質問

- ・緊急事態宣言の発令がきっかけで購入が増えた食料品（単数回答）
- ・緊急事態宣言の発令がきっかけで購入が増えた加工食品の形態（複数回答）
- ・緊急事態宣言の発令をきっかけとした食料品の購入頻度の変化（複数回答）
- ・緊急事態宣言が解除された後の行動予測（単数回答）

■この調査でを使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■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・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>