

2020年7月21日

報道関係各位

CCCマーケティング総合研究所

【CCCMK 総研レポート】「with コロナ時代における生活者の意識調査」
～年代・性別による意識差大きく～

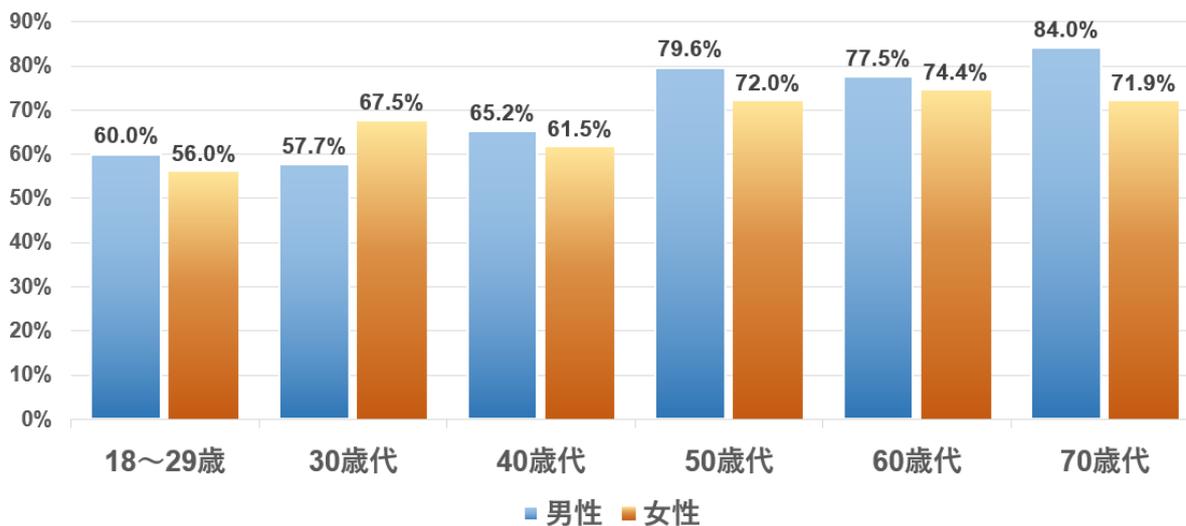
CCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）が設立した7000万人の思いを紡ぐ研究所「CCCマーケティング総合研究所」（以下「CCCMK 総研」）は、このたび、「with コロナ時代における生活者の意識調査」（<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks>）を実施し、その結果をまとめました。

新型コロナウイルス感染症の拡大は、働き方や買い物など、様々な点で社会に大きな変化をもたらしています。こうした変化に対して、生活者はどのように受け止めているのか、様々な観点からアプローチしました。

■新型コロナウイルス感染症との戦いは長期的になると思う

RESEARCH

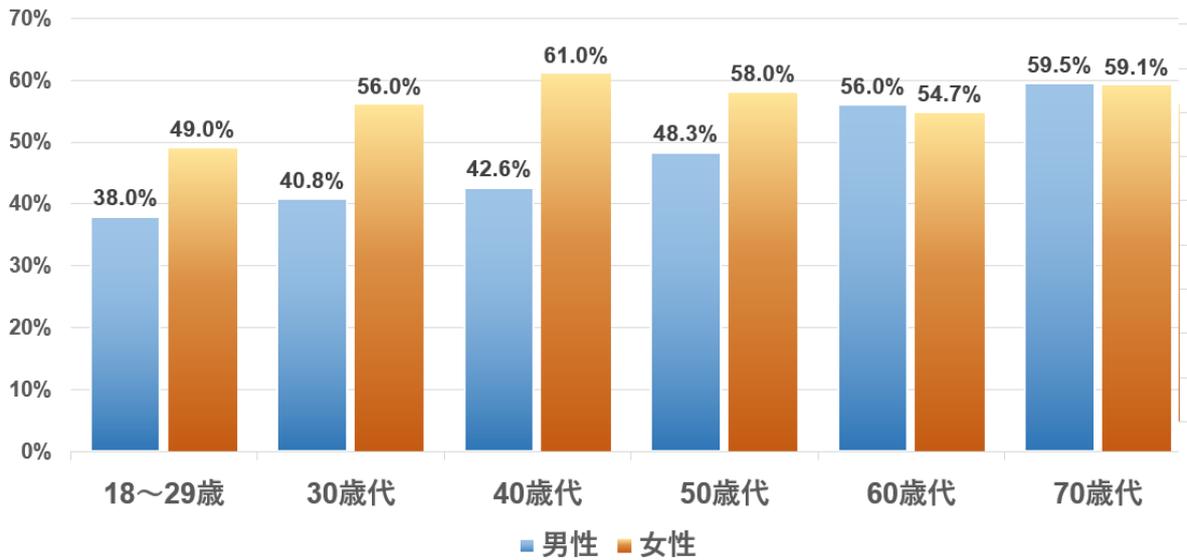
新型コロナウイルス感染症との戦いは長期的になると思う



新型コロナウイルス感染症については、「長期的になると思う」との回答は全体で70.8%にも上り、with コロナ期が長く続くことが意識されていますが、50歳代以上ではよりその思いが強く出る結果となりました。

■新型コロナウイルス感染症が国内で収束する時期が分からないので不安だ

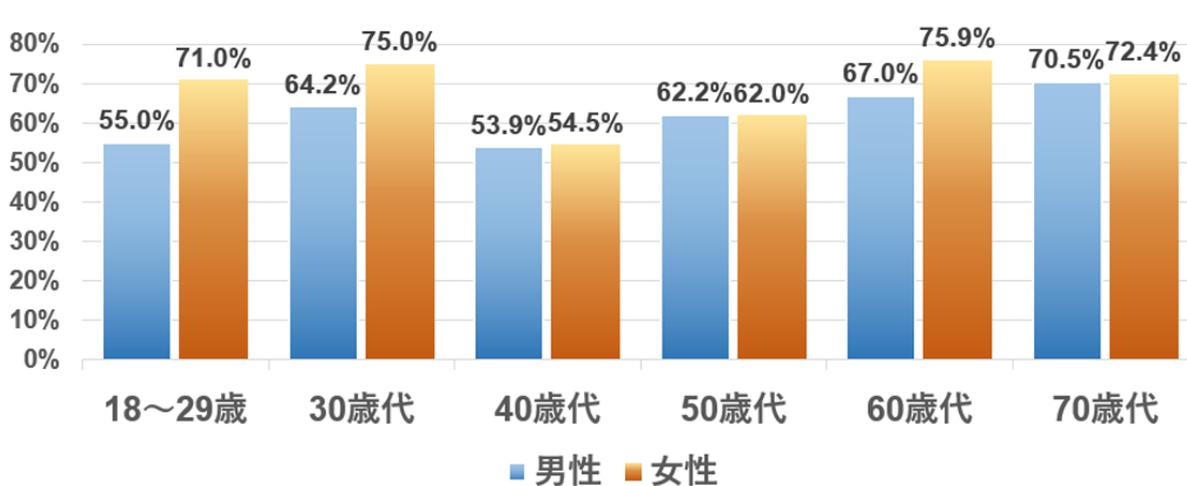
RESEARCH
新型コロナウイルス感染症が国内で収束する時期が分からないので不安だ



同様に「収束する時期が分からないので不安だ」と回答したのは全体で51.9%となっていますが、男性は総じて不安と思っている層が女性よりも低く、また、「18～29歳」、「30歳代」、「40歳代」の層では不安を感じる層は40%程度にとどまっており、男女差・年代差が大きく出ています。

■収束後、国内旅行に行きたい

RESEARCH
収束後、国内旅行に行きたい





収束後に実施したい行動で1位となったのは「国内旅行」で、全体の65.0%にも上っています。子供を抱える層が多い40歳代では男女共に半数程度にとどまり、年代差が出る結果となりました。

コロナウイルス感染症については、性別・年代別に受け止め方が異なり、今後の生活の在り方なども違いがあるようです。ほぼ全体のトーンが一致する項目もありますが、性別・年代による違いが出ている項目も様々あり、小売・サービス業の業況改善には、細かな層別のアプローチも有効かと思われる結果となりました。

CCCMK 総研では、今後も様々な社会の変化を読み解くべく、多様な自主調査を企画し、発表してまいります。

【with コロナ時代における生活者の意識調査】

調査主体：CCCMK 総研

調査方法：インターネットリサーチ（Tリサーチ）

調査対象：全国18歳～70代の男女

割付方法：合計2,412名

調査期間：2020年5月28日（木）～6月3日（水）

※今回の分析は、単純集計データを性・年代別構成、地域別構成に基づきウエイトバック集計したものです。

データを引用・転載する際は、「CCCMK 総研調べ」と出典を明記してご利用いただくようお願いします。
また、その旨を、CCCMK 総研（CCCMK-souken@ccc.co.jp）までご一報下さい。

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社
広報担当：安藤
TEL：03-6800-4464

CCCマーケティング総合研究所
MAIL：CCCMK-souken@ccc.co.jp

「カルチャー・インフラ」を、つくっていくカンパニー。

