MS&C

COVID-19感染症対策に対する消費者意識

～消費者は感染症対策をどう捉えているのか～

2020年7月1日

株式会社 MS&Consulting

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

調査の背景と目的

新型コロナウイルス(以下COVID-19)の感染縮小に伴い5月25日に全国で緊急事態宣言が解除され、早くも1か月が経ちました。しかし、世界的にはまだパンデミックは収まっておらず、日本においても東京都を中心に新規感染者数は確認され続けており、第二波への警戒が続いています。

一方、サービス事業者においては厚生労働省や各種業界団体から提示された「新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン」に沿って“新しい生活様式”への対応と営業との両立という挑戦に取り組まれています。その中では、営業を再開されながらも「過度に対策をしすぎると経営が成り立たない」「対策が不十分に感じられてしまうとお客さまに不安を与えてしまう」という、感染症対策のバランスに悩まれることもあると思います。

一般消費者の調査パネル51万人（2020年2月末時点）を持つ株式会社MS&Consultingは、そのようなサービス事業者の皆様にとって「お客さま持つ“今”の感覚」をネットリサーチにより継続的に把握し、その挙動を社会へ発信していくことは有意義であると考え、無料レポートを継続的に公開していくことにしました。

感染症対策と経済活動の両立を目指すサービス事業者の皆様に役立つ情報をタイムリーに発信していきたいと考えております。

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

調査結果サマリー・目次

1. COVID-19に対する危機感レベル … P.05

危機感の平均値は緊急事態宣言が出ていた4月以降、確実に低下傾向にある。特に10点満点で10点をつける「非常に不安」の割合は前回（5月中旬）から10pt低下している。一方「どちらともいえない」よりも高い点数を付けている、少しでも不安を感じている層については、まだ8割弱存在している。

2. マスクの着用率 …P.07

マスクの着用率は高く、外出時には9割以上の人が「必ず着用している」「ほとんど着用している」と回答している。ただ、1都3県以外は「必ず着用している」の割合が8.3pt低く、若干の地域差があった。

3. サービスを利用するときの、感染症対策に関する抵抗感 …P.08

ビュッフェ形式のように、複数のお客様が自分で取り分ける食事形態に対しての抵抗感は依然として強くなっている。また、同じ外食でも居酒屋よりもファストフードの方が抵抗感は弱い。一方、4月以降に居酒屋への来店経験のある人はそうでない人よりも居酒屋へ行くことに対する抵抗感は確かに弱いが、それでも、特に1都3県以外では約3割が抵抗感があるという結果となった。

4. 行列に並ぶことに対する抵抗感（飲食店、テーマパーク） …P.16

飲食店、テーマパークともに行列に並ぶ抵抗感は強く「行列に並ぶところには行きたくない」という回答が、いずれも約4割となっていた。

5. 対面接客で不安を感じる時間の長さ …P.18

お互いにマスクを付けていたとしても、対面接客において10分を超えると約半数が抵抗を感じるようになる。マスクを付けていれば不安はないという回答は約3割にとどまっていた。

6. 外食をする理由 …P.19

最も多かった理由はストレス発散、続いて手間を省きたい需要だった。外出自粛により、ストレス発散で外食に行きたいという需要が高まっていると考えられる。

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

調査概要

調査方式：

インターネットによるアンケート調査

対象者：

弊社モニター会員

期間：

2020年6月17日 ～ 2020年6月23日

回答者数：

823名（詳細は右表）

※P5のみ過去調査との比較を行っていますが、P6以降は全て第3回の調査結果です。

表. 回答者詳細

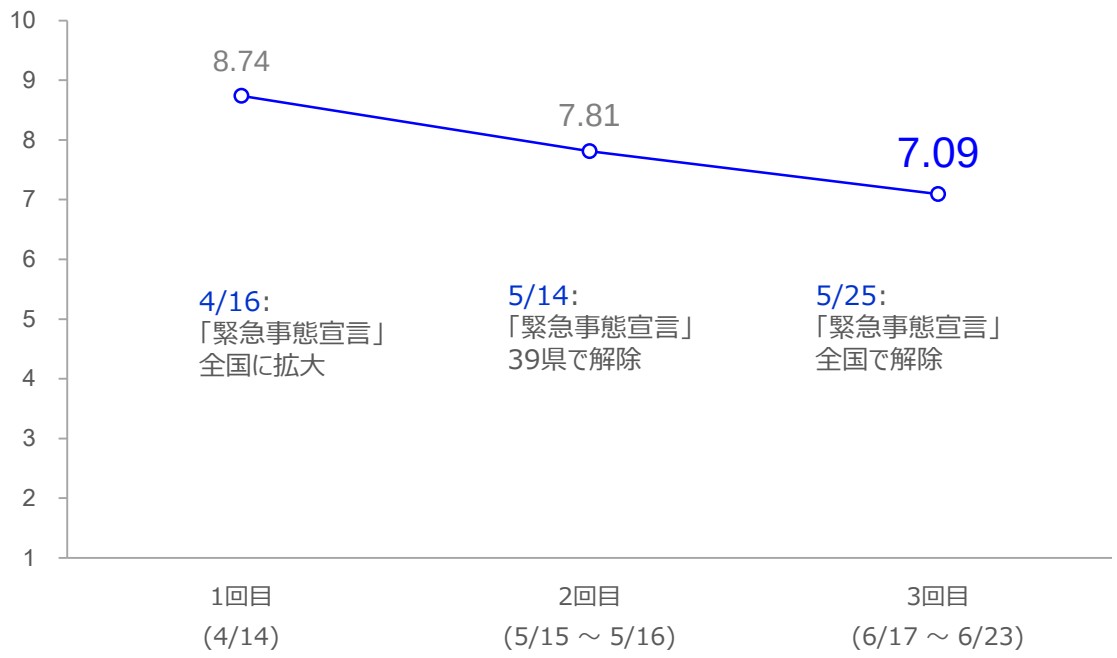
性別	エリア	年代	回答数
男性	1都3県	～29	50
男性	1都3県	30～39	53
男性	1都3県	40～49	51
男性	1都3県	50～	50
男性	1都3県以外	～29	50
男性	1都3県以外	30～39	50
男性	1都3県以外	40～49	53
男性	1都3県以外	50～	60
女性	1都3県	～29	50
女性	1都3県	30～39	50
女性	1都3県	40～49	50
女性	1都3県	50～	51
女性	1都3県以外	～29	50
女性	1都3県以外	30～39	51
女性	1都3県以外	40～49	52
女性	1都3県以外	50～	52
		合計	823

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

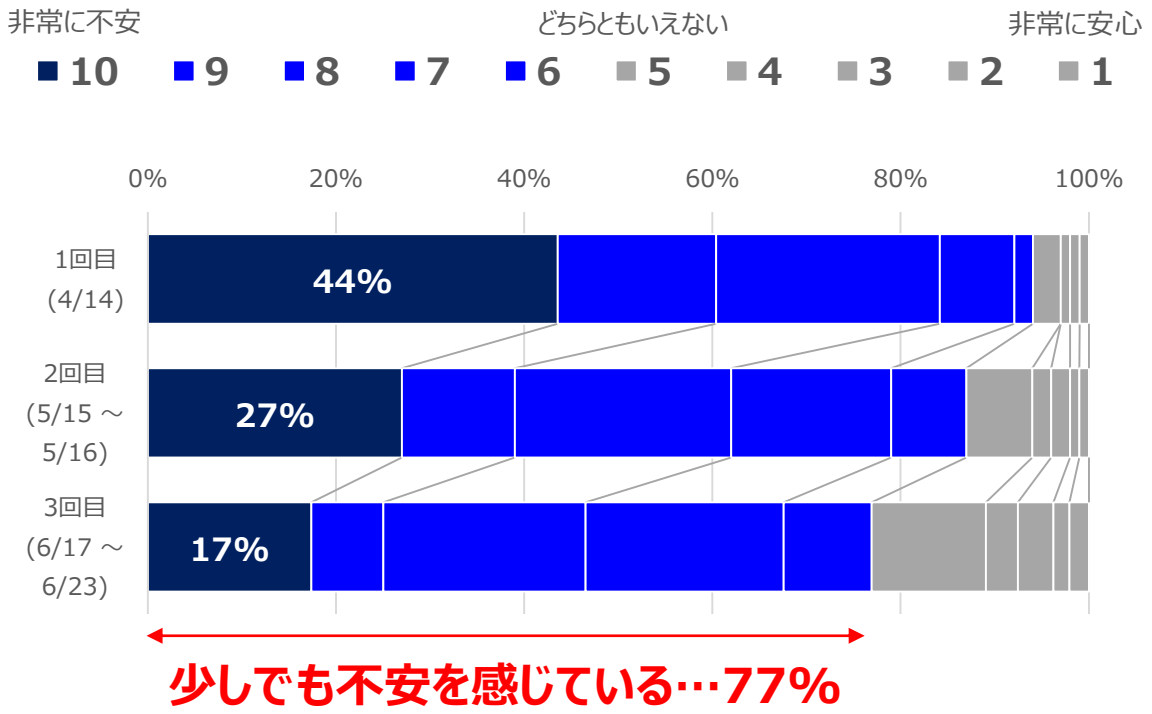
COVID-19に対する強い危機感は確実に下降しているが、未だ約8割の人は不安を感じている。

MS&C

COVID-19 に対する危機感平均の推移*



COVID-19 に対する危機感の分布*

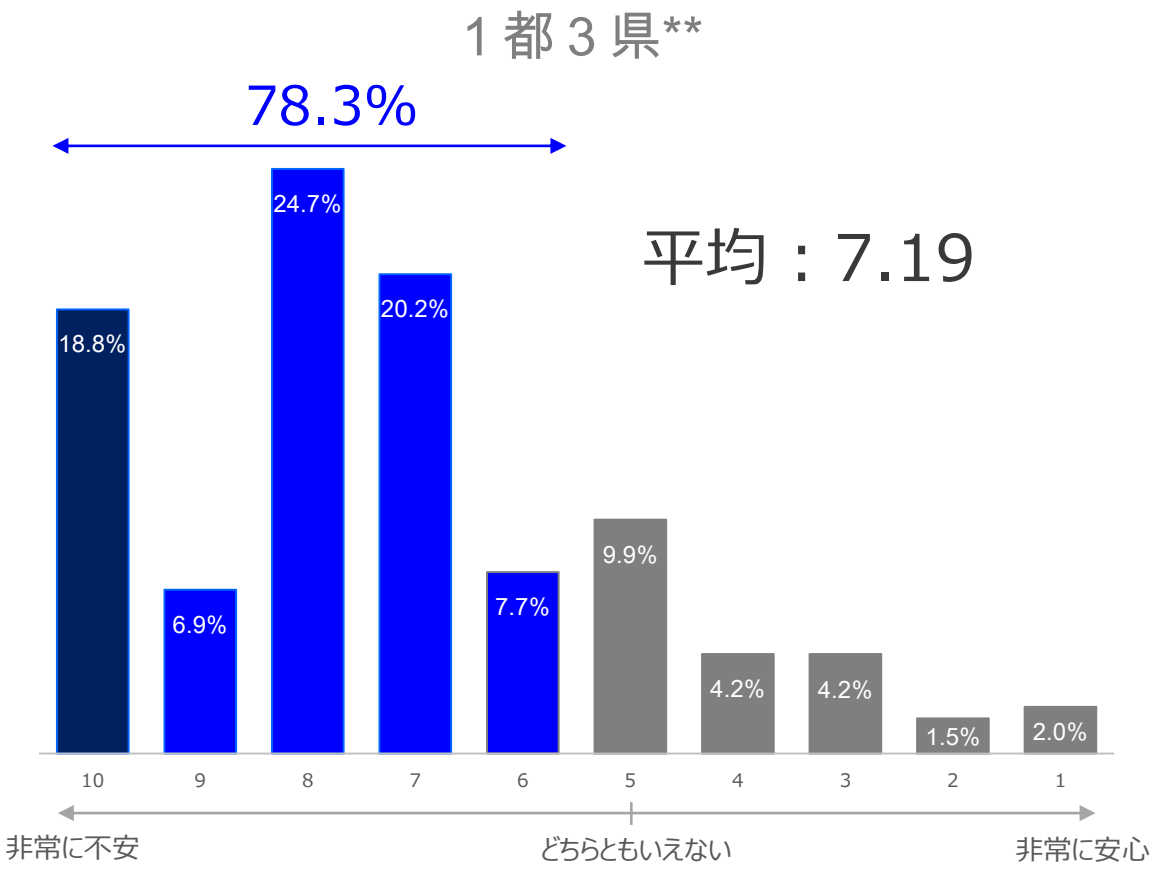


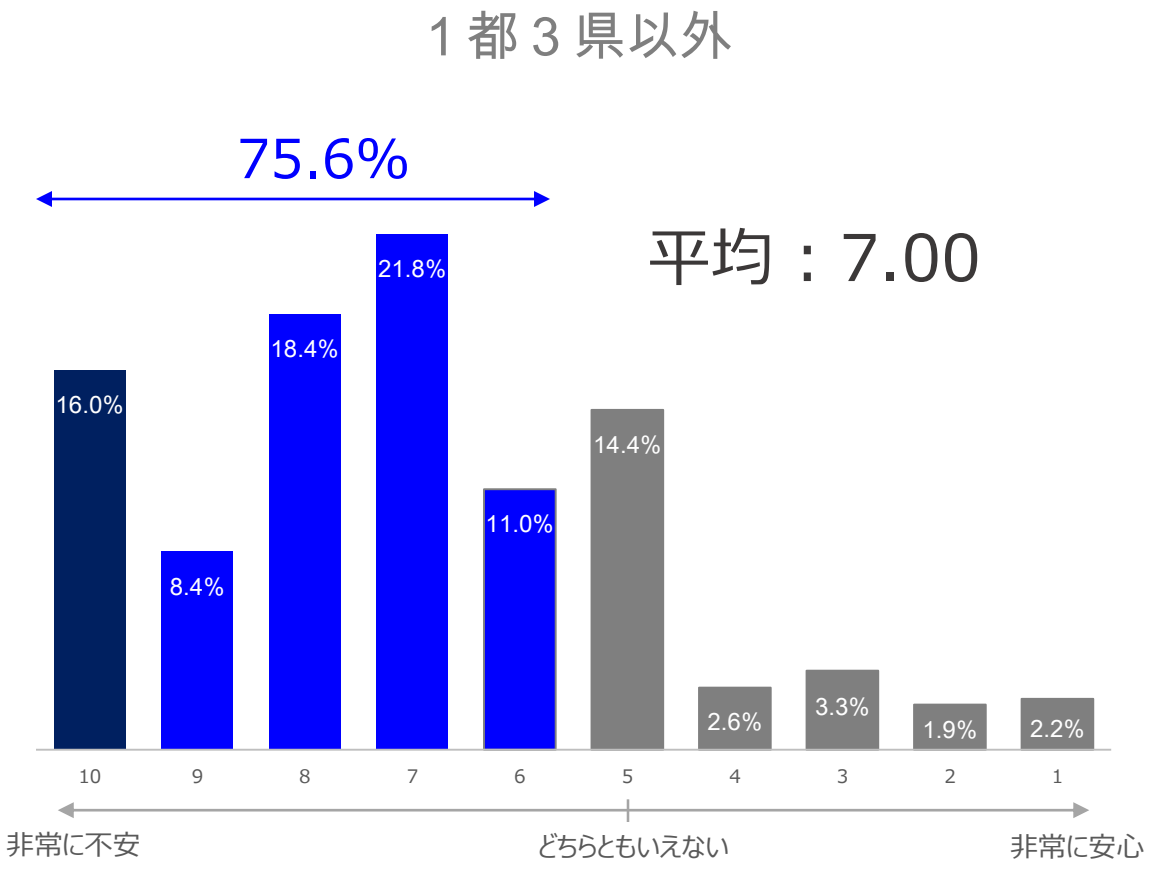
* 「コロナウイルスに対する危機感をどの程度感じていますか？10段階でお答えください。」に対する回答
1回目：2020年4月14日,インターネットによるアンケートリサーチ(N=375)、2回目：2020年5月15日～16日,インターネットによるアンケートリサーチ(N=1109)

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

第3回の調査において、COVID-19に対する危機感は若干1都3県の方が高いが、地域に関係なく不安を感じている人は多い。

COVID-19に対する危機感*



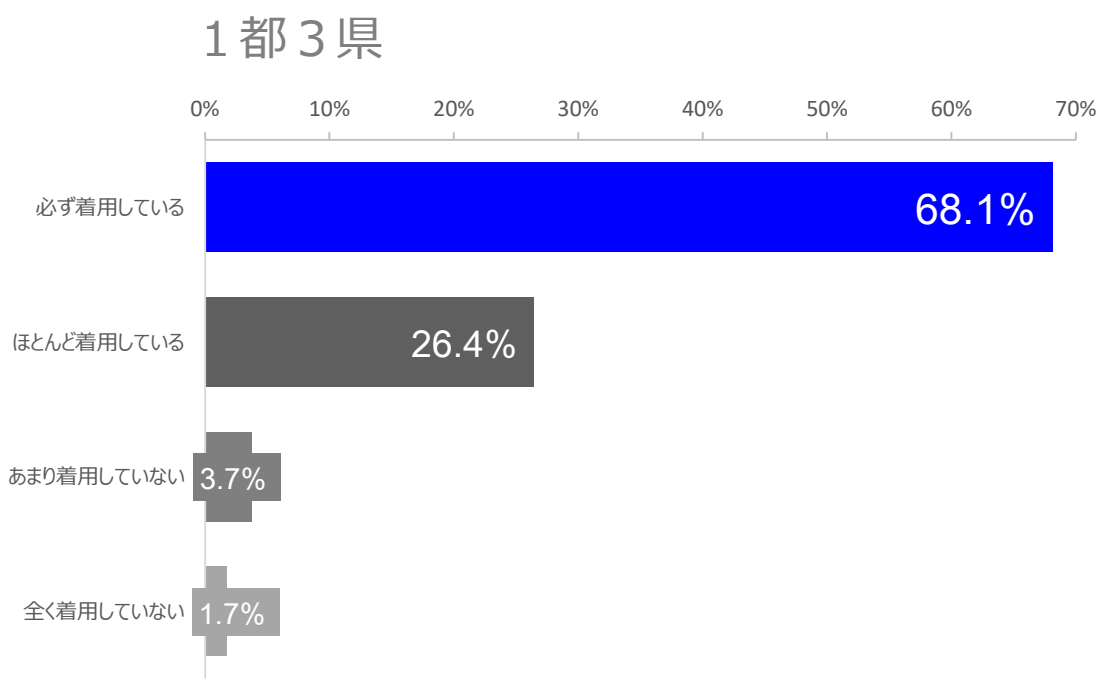


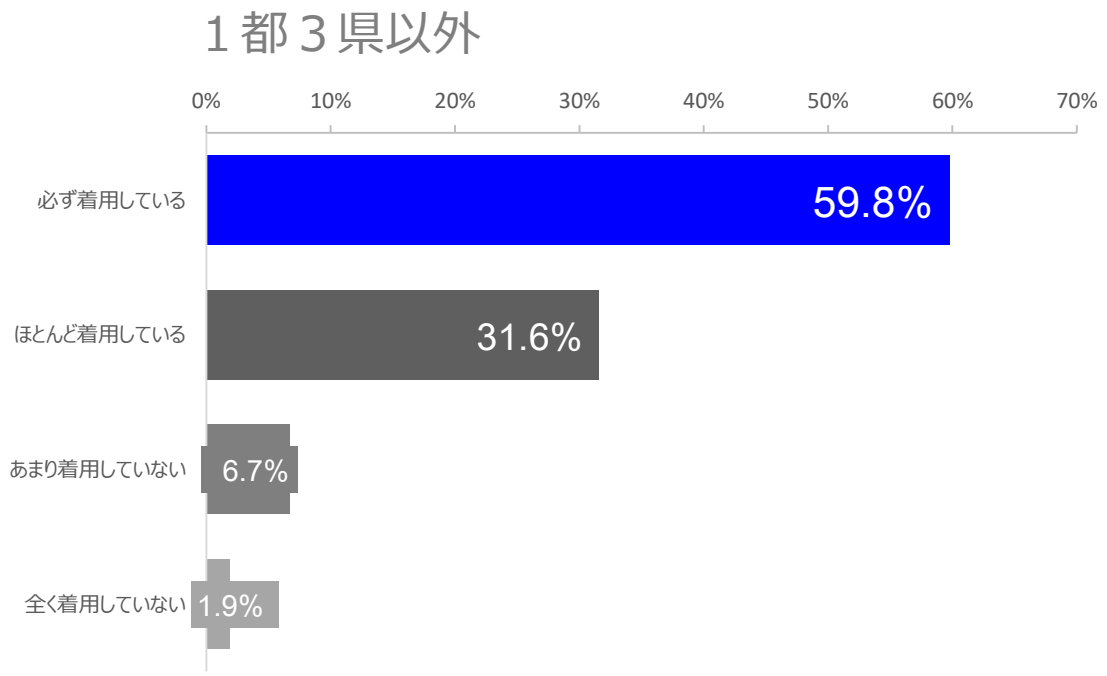
* 「コロナウイルスに対する危機感をどの程度感じていますか？10段階でお答えください。」に対する回答
** １都３県：東京都,千葉県,神奈川県,埼玉県

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

外出時には9割以上の人がマスクを「必ず／ほとんど」着用している。ただ、1都3県と比較してそれ以外は「必ず着用」の割合が8.3pt低い。

普段外出する時にマスクをする人の割合*





* 「あなたは普段外出をするとき、マスクをしていますか」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ビュッフェ形式の食事に対しての抵抗感は依然として強い。居酒屋よりもファストフードの方が抵抗感は弱い。

MS&C

抵抗感のあるサービス利用形態ランキング

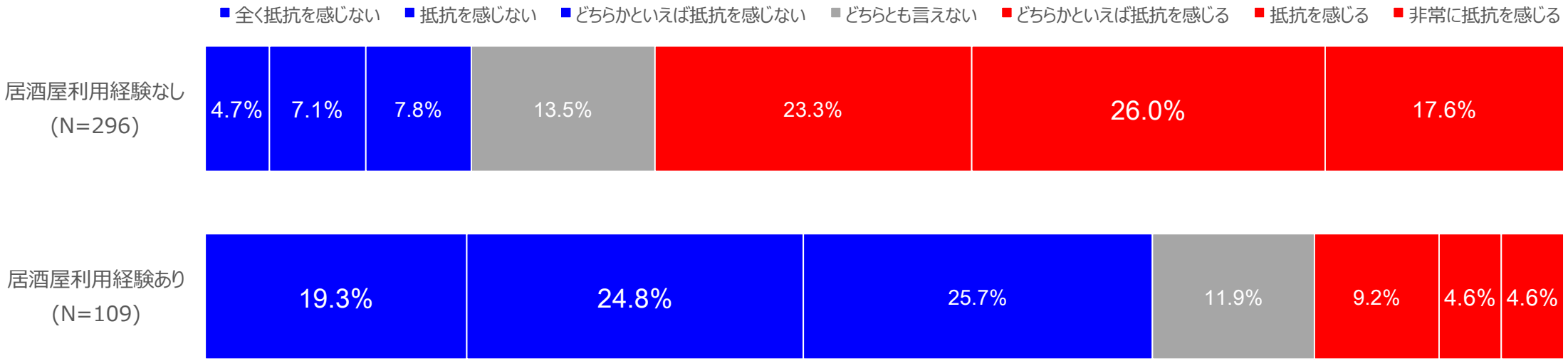
○○に抵抗を感じますか	合計 (a～c)	a 非常に抵抗を感じる	b 抵抗を感じる	c どちらかといえば抵抗を感じる	d どちらとも言えない	e どちらかといえば抵抗を感じない	f 抵抗を感じない	g 全く抵抗を感じない
ビュッフェ形式の食事	**74.9%**	31.7%	23.3%	19.9%	9.0%	8.1%	3.9%	4.1%
ドアを開けず空調のみで換気	**55.9%**	12.8%	15.8%	27.3%	18.2%	11.1%	8.3%	6.6%
1m間隔での（※）居酒屋利用	**51.9%**	12.3%	17.1%	22.5%	14.2%	15.6%	9.8%	8.5%
他人が手に取る商品の購入	**51.4%**	9.7%	13.7%	27.9%	18.2%	15.7%	8.4%	6.3%
1m間隔での（※）ファストフード利用	**43.4%**	10.1%	12.0%	21.3%	15.1%	20.0%	11.9%	9.6%

＊　日本フードサービス協会のガイドラインにおける「テーブルは、飛沫感染予防のためにパーティションで区切るか、できるだけ２ｍ（最低１ｍ）以上の間隔を空けて」の部分に基づき、ガイドライン上で最低限求められている1mに設定。

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

１都３県において、居酒屋利用における抵抗感は COVID-19拡大以降の利用経験有無によって顕著な差がある。

１都３県における
2020年4月以降の居酒屋利用経験 × 他のグループと1m以上間隔があいている場合の抵抗感



利用経験がある人のうち
69.7%の人は抵抗を感じていない
(利用経験がない人は19.6%)

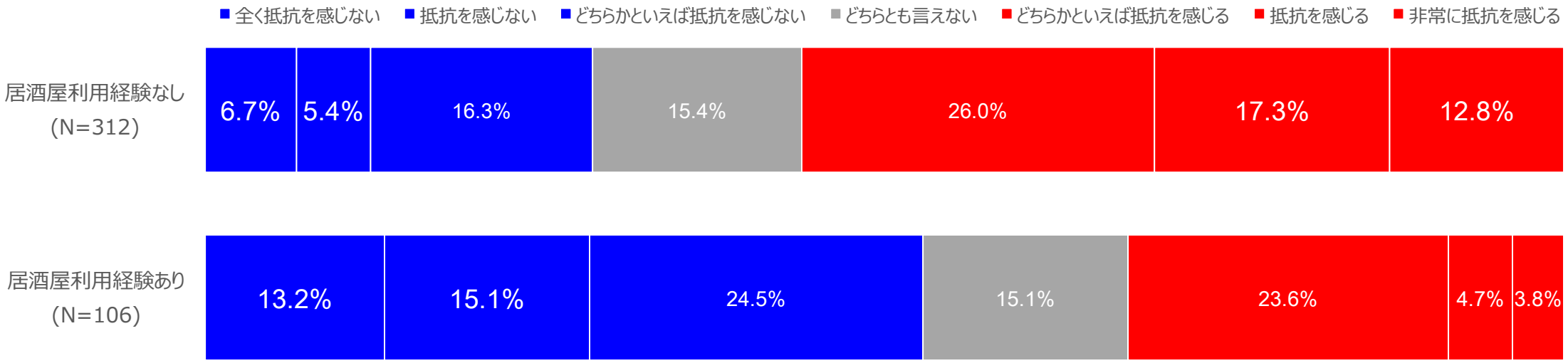
利用経験がある人のうち
抵抗を感じている人は18.4%
(利用経験がない人は66.9%)

＊　「他のグループと1m以上間隔が空いている場合、”居酒屋”で飲食することに抵抗を感じますか？ 」に対する回答
＊＊「 2020年4月以降、直近で”居酒屋”を利用したのはいつですか？(テイクアウト等でのご利用ではなく、店内飲食に限ります) 」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

１都３県以外においても、居酒屋利用における抵抗感はCOVID-19拡大以降の利用経験有無によって顕著な差がある。

１都３県以外における
2020年4月以降の居酒屋利用経験 × 他のグループと1m以上間隔があいている場合の抵抗感



利用経験がある人のうち
52.8%の人は抵抗を感じていない
(利用経験がない人は28.5%)

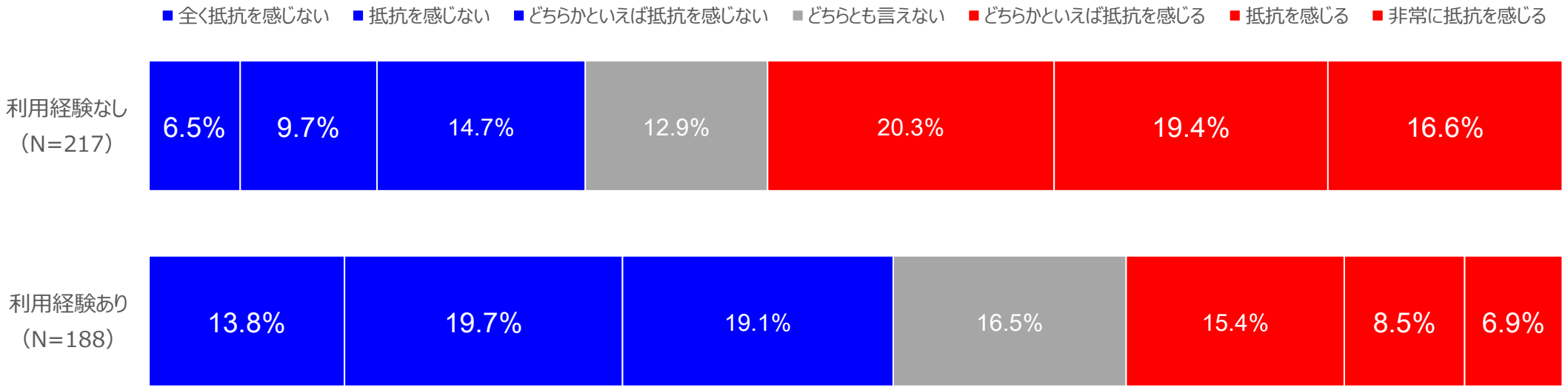
利用経験がある人のうち
抵抗を感じている人は32.1%
(利用経験がない人は56.1%)

＊　「他のグループと1m以上間隔が空いている場合、”居酒屋”で飲食することに抵抗を感じますか？ 」に対する回答
＊＊「 2020年4月以降、直近で”居酒屋”を利用したのはいつですか？(テイクアウト等でのご利用ではなく、店内飲食に限ります) 」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

１都３県において、ファストフード店利用における抵抗感はCOVID-19拡大以降の利用経験有無によって顕著な差がある。

１都３県における
2020年4月以降のファストフード店利用経験 × 他のグループと1m以上間隔があいている場合の抵抗感



利用経験がある人のうち
52.7%の人は抵抗を感じていない
(利用経験がない人は30.9%)

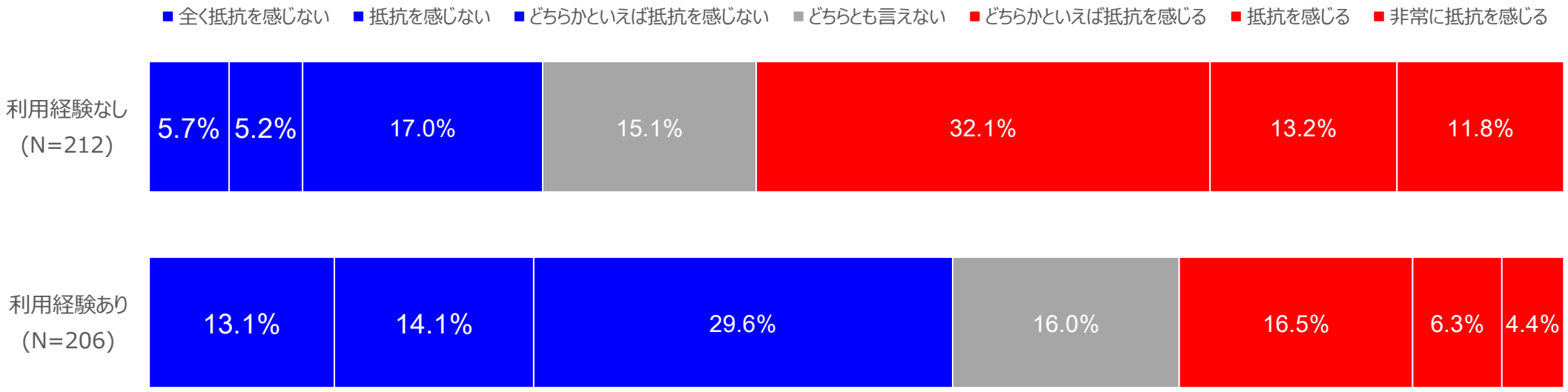
利用経験がある人のうち
抵抗を感じている人は30.9%
(利用経験がない人は56.2%)

＊　「他のグループと1m以上間隔が空いている場合、”ファストフード店”で飲食することに抵抗を感じますか？ 」に対する回答
＊＊「 2020年4月以降、直近で”ファストフード店”を利用したのはいつですか？(テイクアウト等でのご利用ではなく、店内飲食に限ります) 」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

１都３県以外においても、ファストフード店利用における抵抗感はCOVID-19拡大以降の利用経験有無によって顕著な差がある。

１都３県以外における
2020年4月以降のファストフード店利用経験 × 他のグループと1m以上間隔があいている場合の抵抗感



利用経験がある人のうち
56.8%の人は抵抗を感じていない
(利用経験がない人は27.8%)

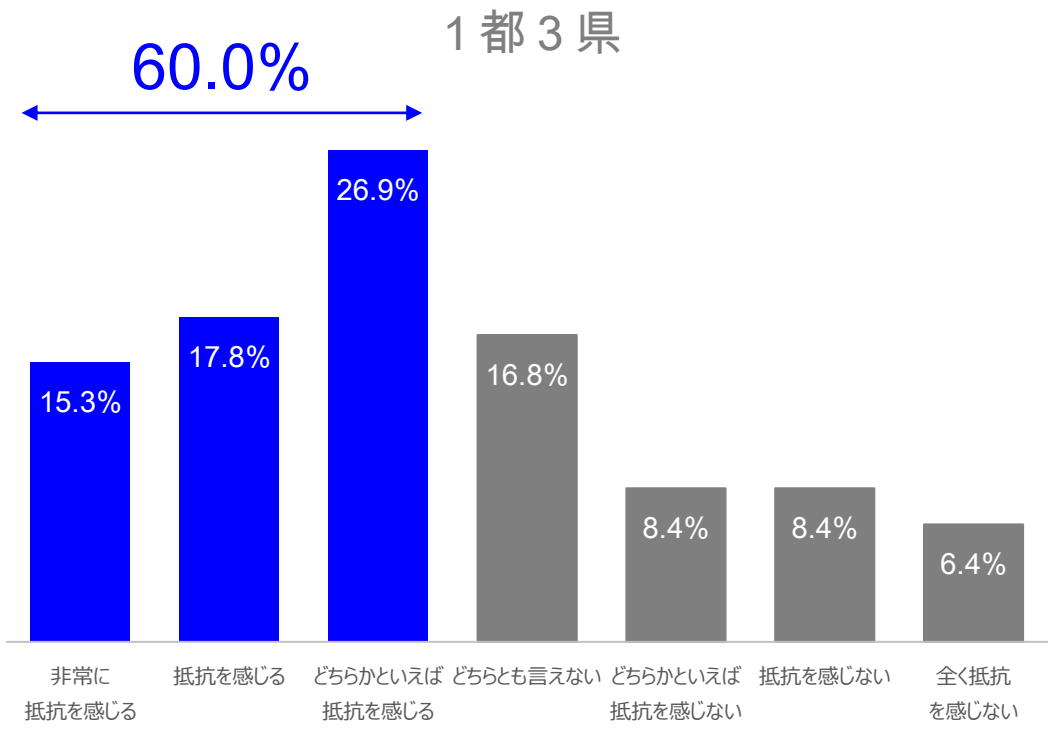
利用経験がある人のうち
抵抗を感じている人は27.2%
(利用経験がない人は57.1%)

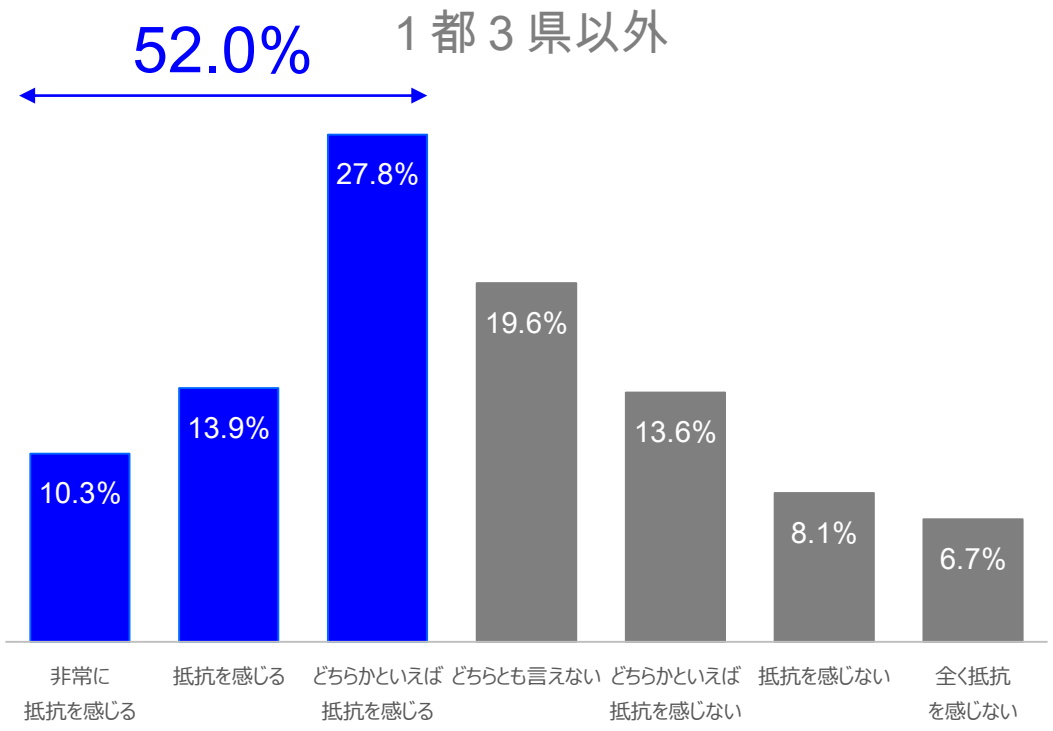
＊　「他のグループと1m以上間隔が空いている場合、”ファストフード店”で飲食することに抵抗を感じますか？ 」に対する回答
＊＊「 2020年4月以降、直近で”ファストフード店”を利用したのはいつですか？(テイクアウト等でのご利用ではなく、店内飲食に限ります) 」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

半数以上の人は空調だけの換気には抵抗を感じる。特に１都３県においては、その割合が６割にのぼる。

空調のみの換気に対する抵抗感*



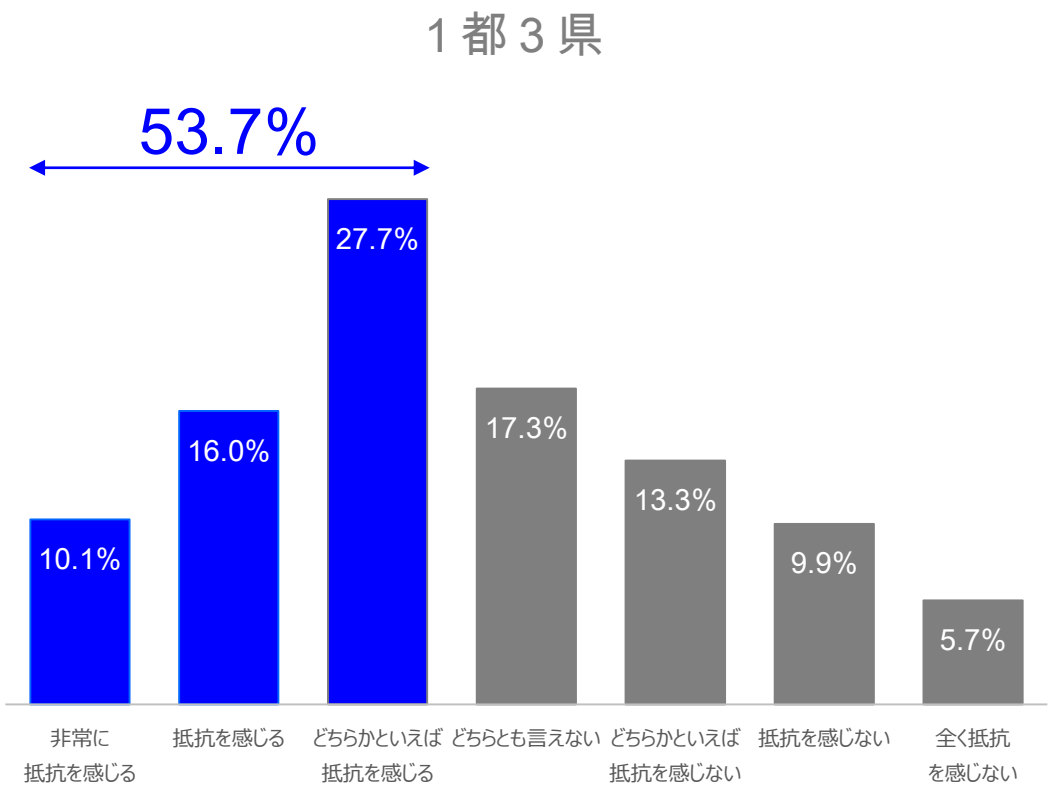


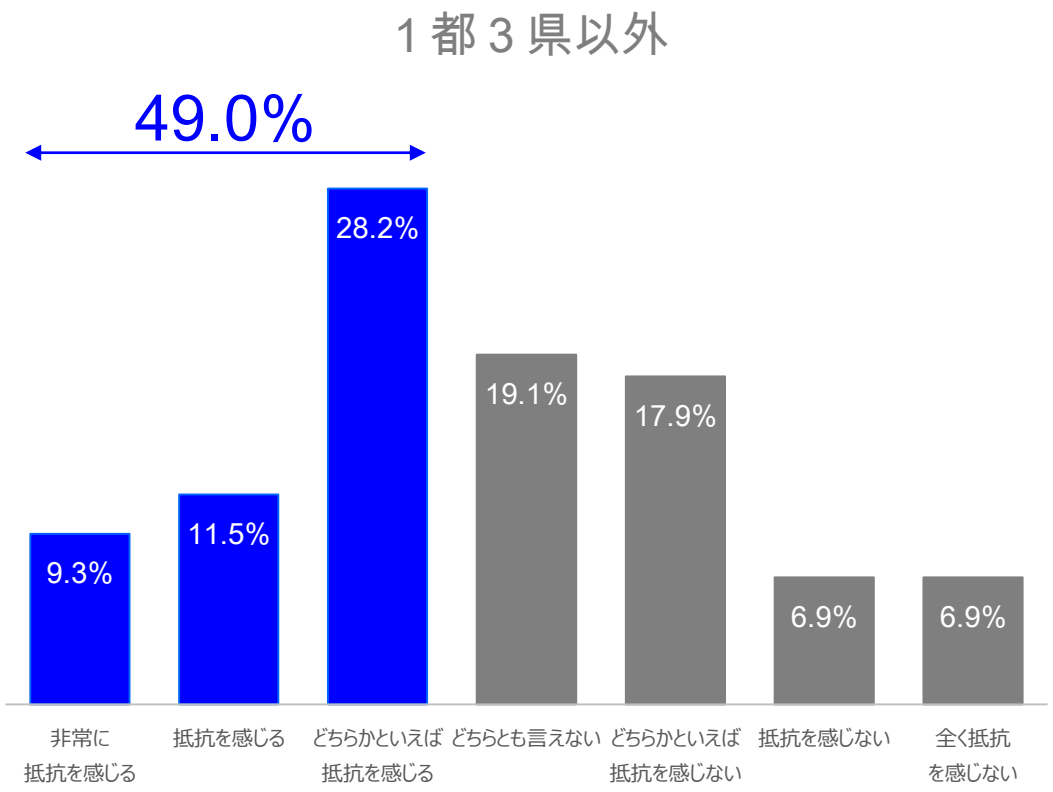
＊　「店内の換気について、『ドアの解放はせずに空調のみで換気をするお店』に抵抗を感じますか？ 」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

小売店などで買い物をする時に、約半数の人は、手に触れやすい商品を買うことに抵抗がある。

小売店において、様々な人が手に触れられる商品を購入することへの抵抗感*



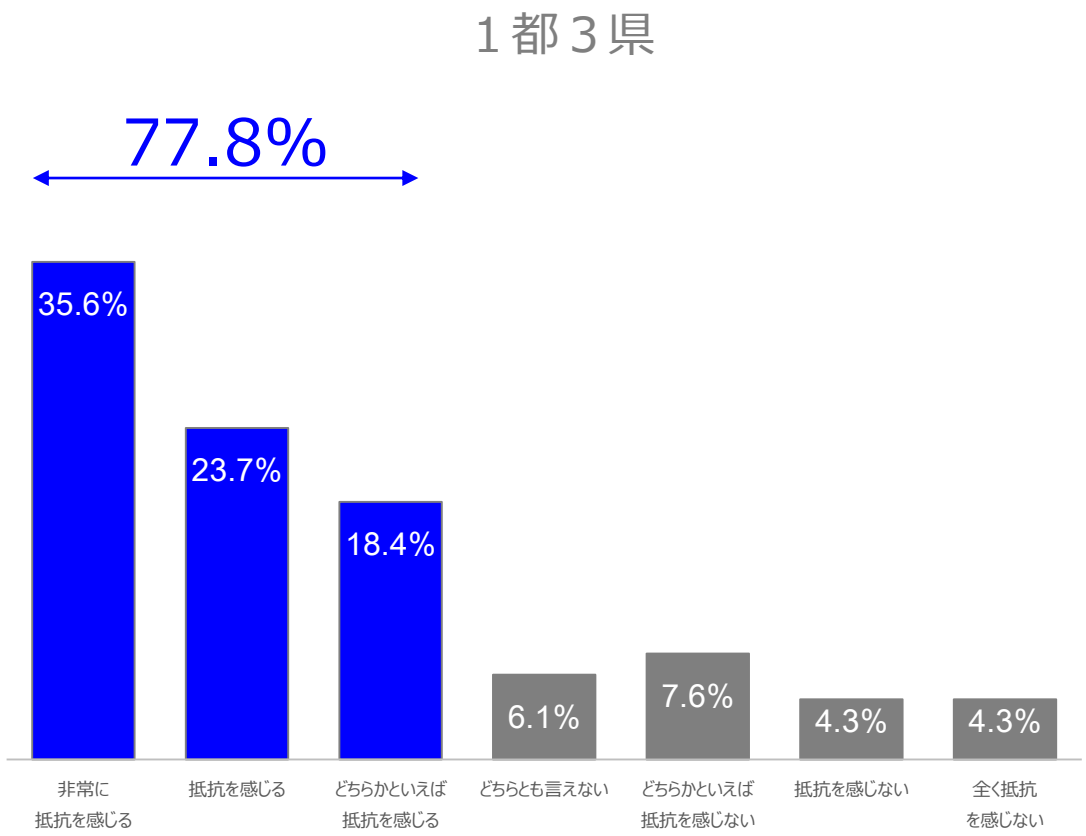


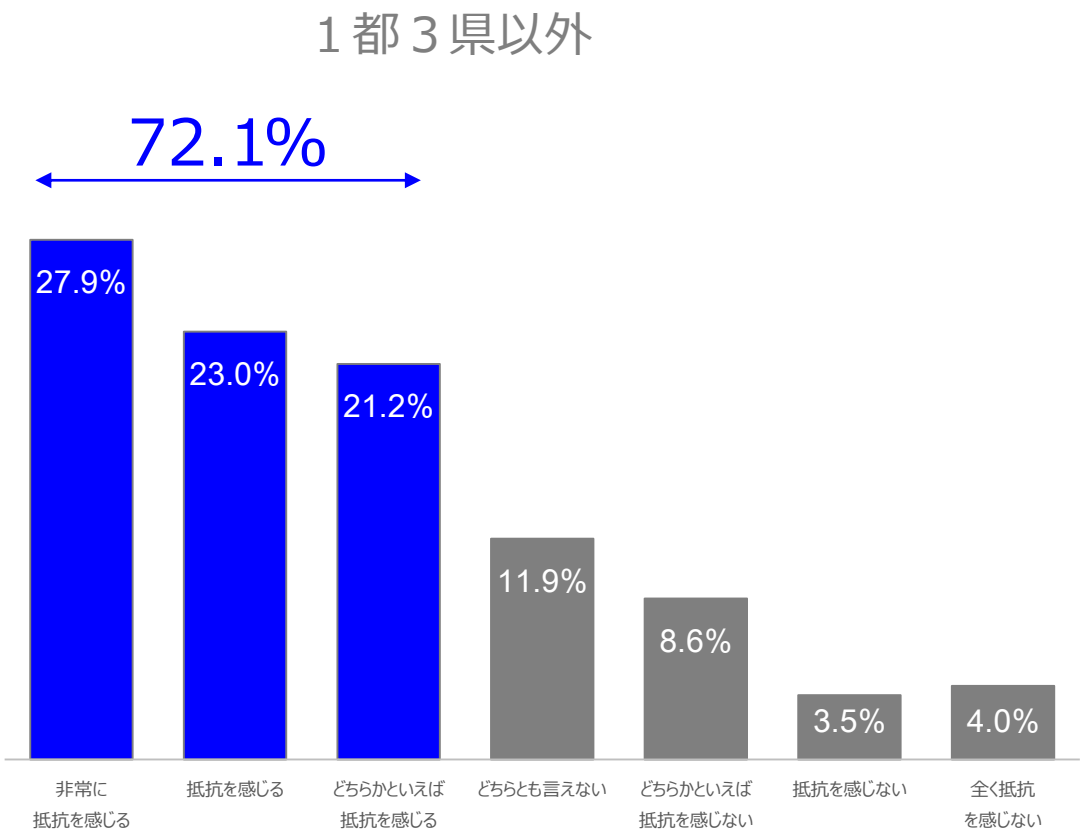
*　「小売店において、様々なお客様が触れることができる商品を購入することに抵抗を感じますか？」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ビュッフェのような、自分で取り分ける食事形態への抵抗感は非常に大きい。

自分で取り分ける食事形態に対する抵抗感*



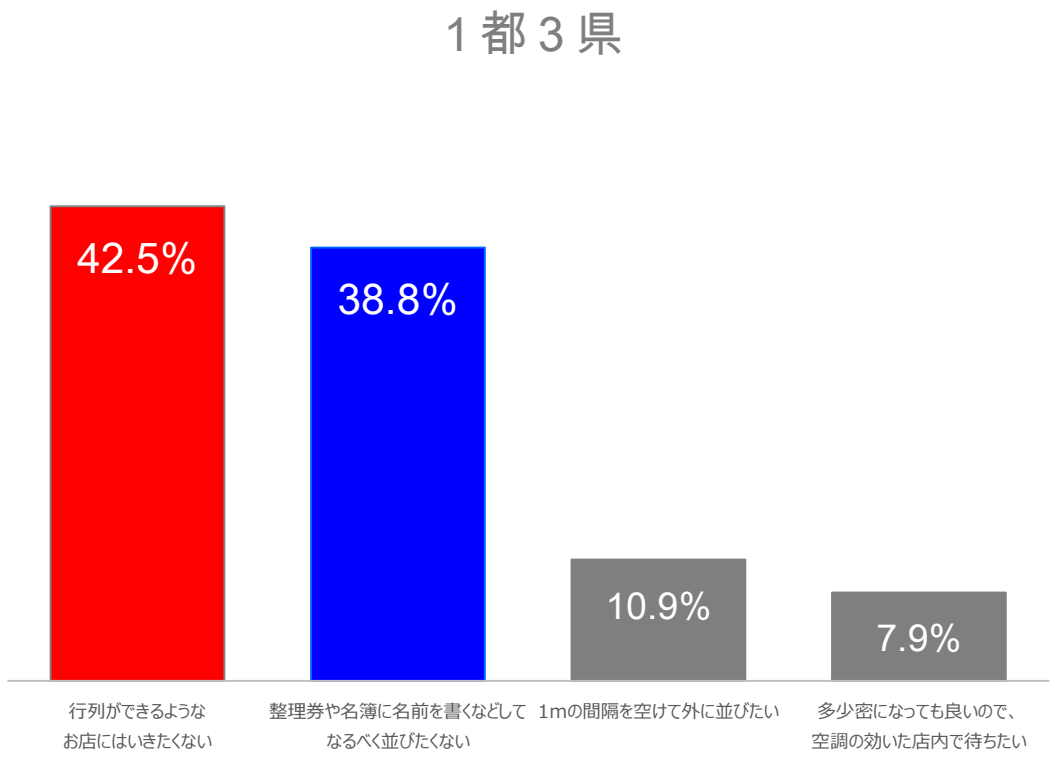


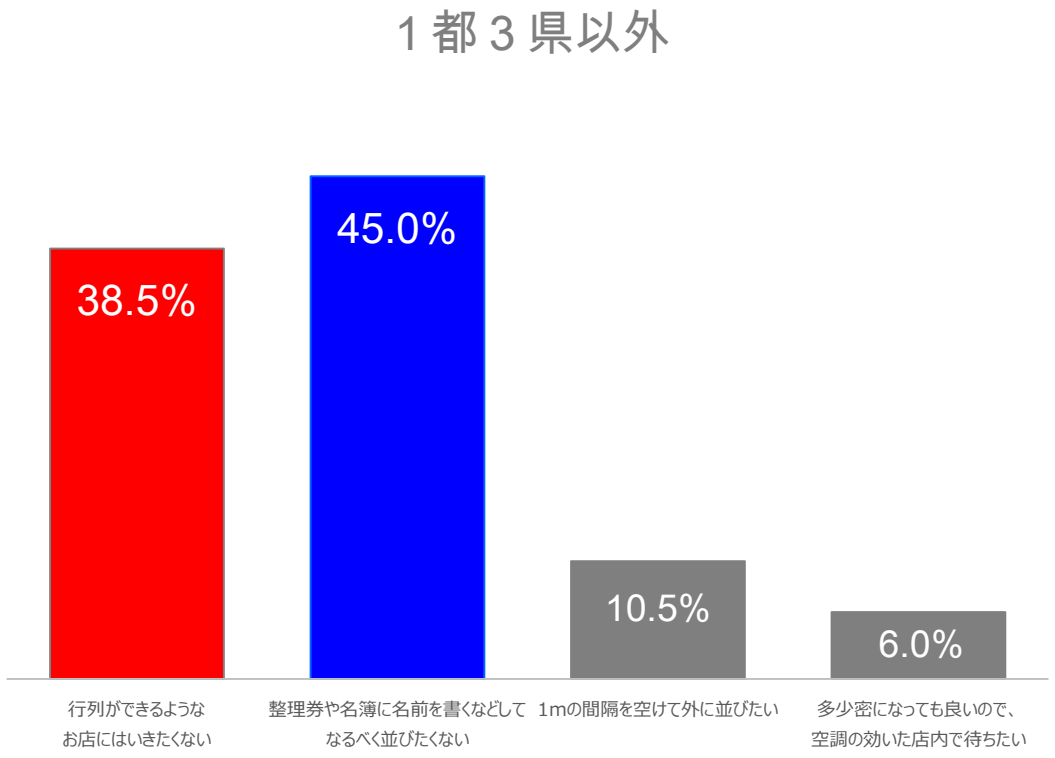
*　「ビュッフェ形式のような、複数のお客様が自分で取り分ける食事形態について抵抗を感じますか？」に対する回答
※「利用経験がなくわからない」の回答を除いた回答割合

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

飲食店においては、並びたくないお客様が大半。
今後、夏が本格化していくにつれてどのように変化するか注目される。

行列のできる飲食店では、どのように順番を待ちたいか＊



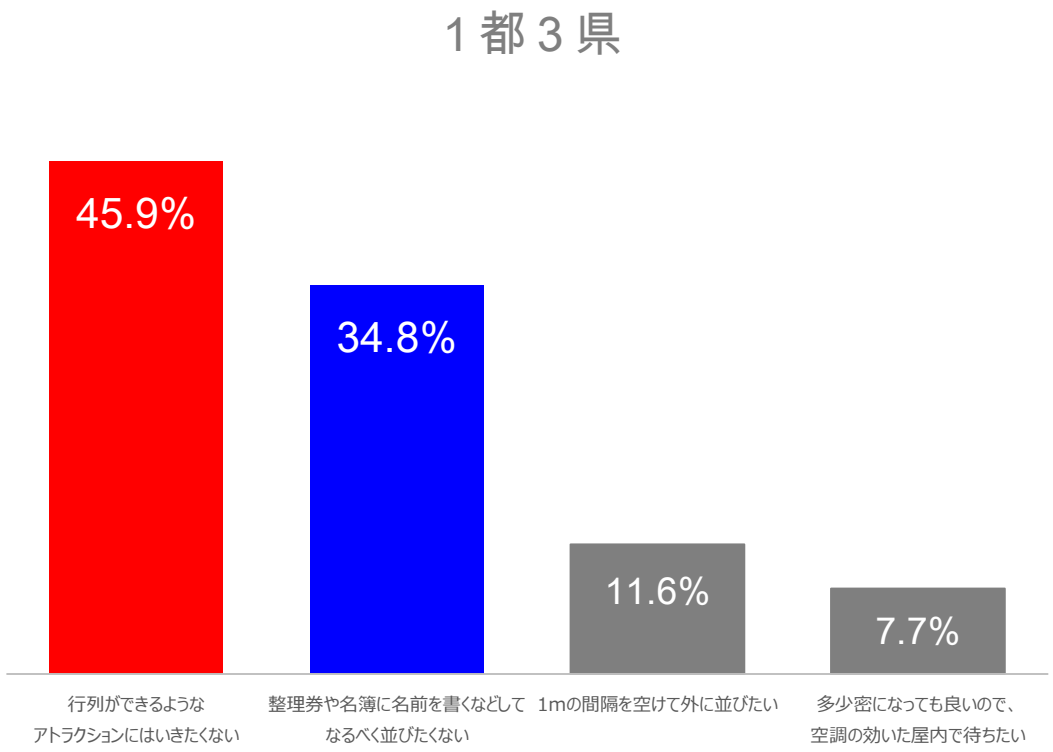


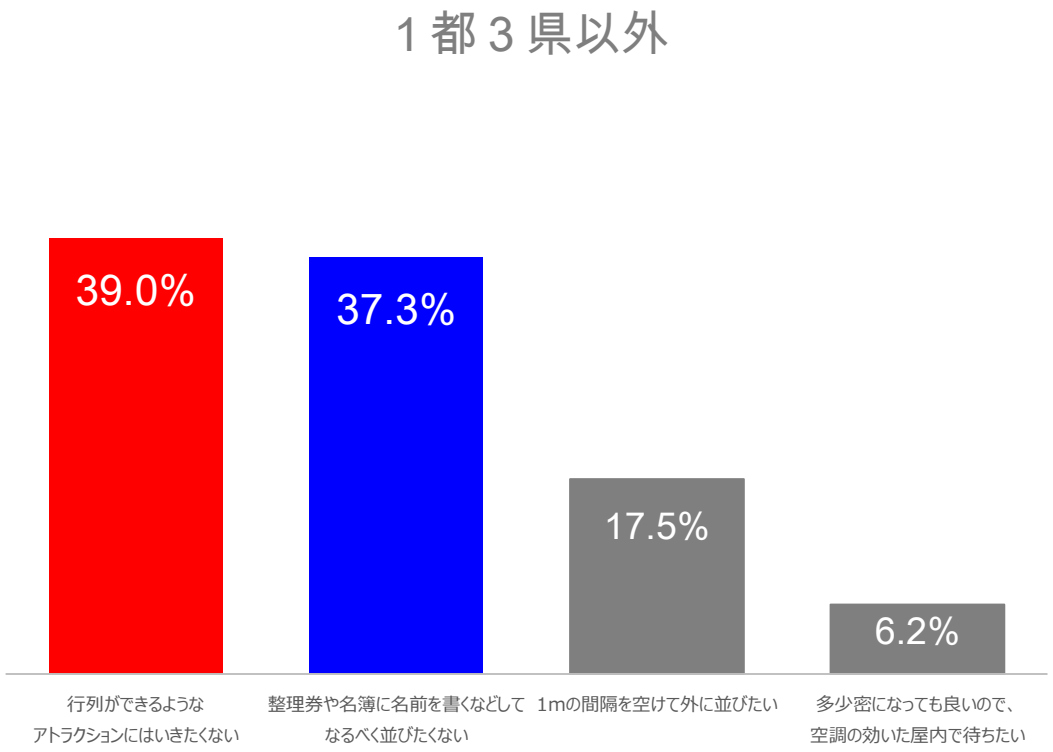
＊　「『行列のできる飲食店』に行ったとき、あなたはどのように順番を待ちたいと思いますか？」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

テーマパークにおいても、行列に対してはまだ抵抗感が強い。行列が理由で行きたくない、という回答も多い。

遊園地やテーマパークでどのように待ちたいか＊



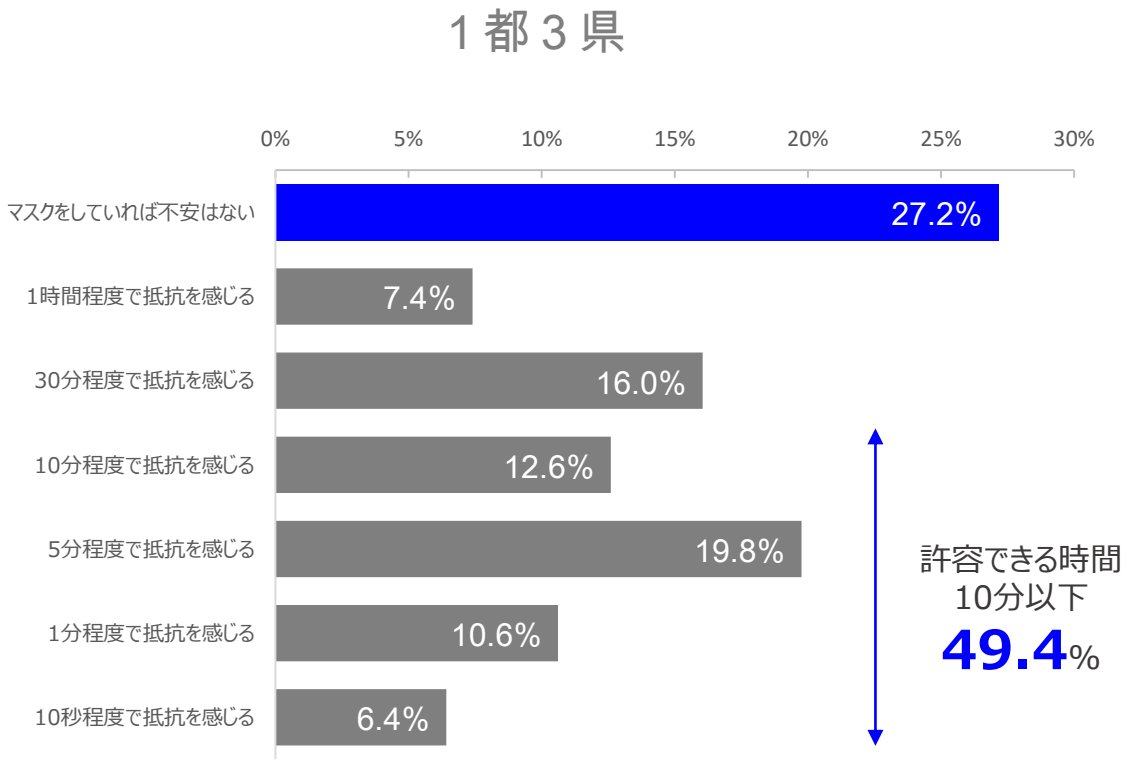


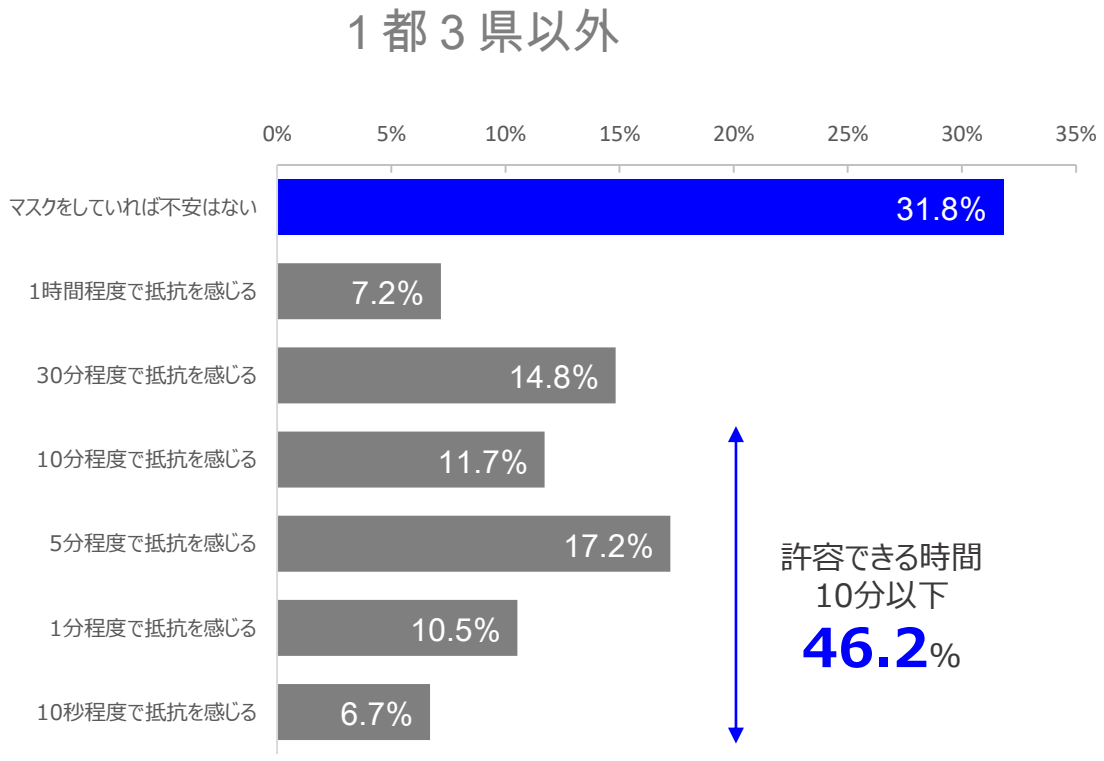
＊　「遊園地やテーマパークで『行列のできるアトラクション』があったとき、あなたはどのように順番を待ちたいと思いますか？」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

マスクをしていても、10分を超えると約半数が抵抗を感じるようになる。不安はないという回答は約3割にとどまる。

マスクをしている場合に抵抗を感じる接客時間＊



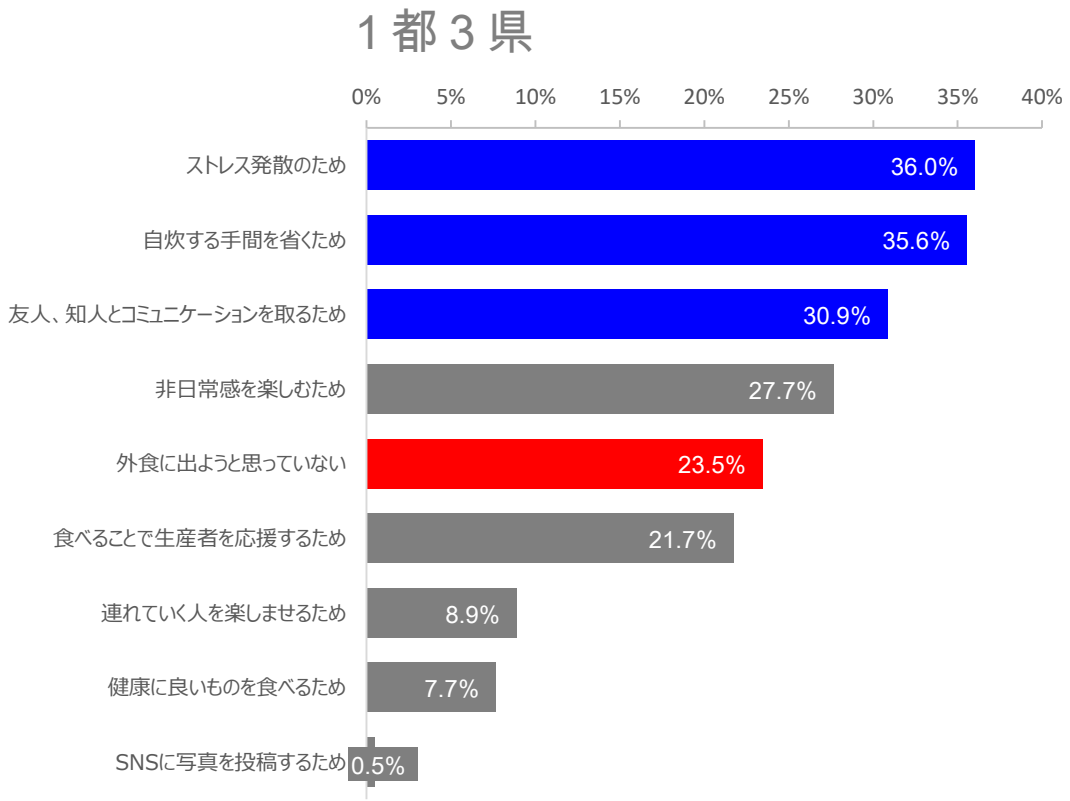


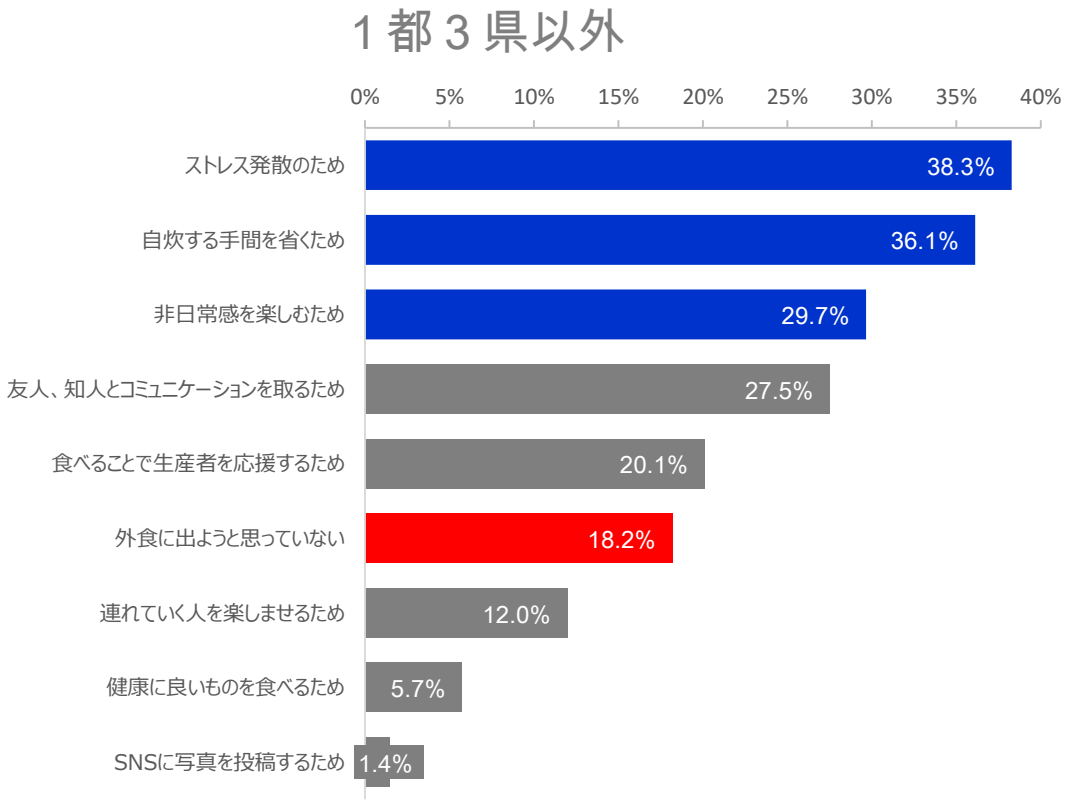
＊　「自分もスタッフさんもお互いにマスクをしている場合、対面で接客を受ける時間として不安を感じるもの全て選択してください。」に対する回答のうち最も短い時間の回答比率

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.

外食に行く最大の理由はストレス発散、続いて手間を省きたい需要。

外食に出かける理由（複数回答）＊





＊　「現在、外食に出る理由として当てはまるものを以下の選択肢の中から全て選択してください。」に対する回答

©2020 MS&Consulting Co.,Ltd. All Rights Reserved.