

第二報



株式会社

サーベイリサーチセンター

SURVEY RESEARCH CENTER CO.,LTD.

SRC 自主調査の調査結果について

【緊急調査】新型コロナウイルス感染症に関する国民アンケート

自分への感染不安と購買行動・日常行動の態様について

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が世界的に拡大する中、これまでそして現在の国民の意識や行動を明らかにするために、株式会社サーベイリサーチセンターでは、全国47都道府県にお住まいの20歳以上の男女に対するインターネットリサーチモニターに対する自主調査を実施しました。

調査全体の概要は、ホームページ「調査結果報告書をダウンロード」のボタンか下記URLから、ご覧ください。

https://www.surece.co.jp/wp_surece/wp-content/uploads/2020/03/20200311.pdf

本レポートは、この調査結果を用いた第二報となります。

SRC 情報総研

■本紙のポイント

〔自分への感染の不安の受け止め方〕

自分への感染の不安を感じている人の広がる順番は「若年層」→「首都圏居住者」→「ファミリー層や基礎疾患のある人との同居者」。

- 自分が新型コロナウイルス感染症に感染する不安について、強い不安を感じているのは30代が31.6%、60代以上が18.7%と、意外にも若い年代が多い。（p.3）
- 但し、20代の21.1%は不安を感じておらず、60代以上の16.0%に比べ5%程度ではあるが懸念度が低い。（p.3）
- 時系列で整理すると、まず「若年層」が自分が感染することに不安を感じはじめ、その後、「首都圏居住者」、「乳幼児～高校生」や「基礎疾患」のある人の同居者が不安を感じるようになっていく。（p.2）

〔自分への感染の不安の程度と消費行動〕

マスクは32.1%、アルコール消毒液は24.0%が買い増し意向。不安でも冷静な消費行動を。

- 自身の感染の不安が強い人の消費行動は、あらゆる商品の買い増し意向が強く、特にマスク、アルコール消毒液、除菌・抗菌用品については約4割の人が通常よりも多めに購入する意向を示している。（p.8）
- 一方、自身の感染の不安を感じていない人は、マスクでも買い増し意向があるのは約2割となっている。（p.8）

〔自分への感染の不安の程度と防疫行動〕

（手洗いやマスクなど）特に何も行っていない人が全体の5.6%

- 自分が感染する不安を感じている人は、利用・参加の予定や交通手段を避け、感染防止に努めている人が多い。（p.10-11）
- 不安感は消費行動では買い増し意向に影響しているが、日常活動では抑制がかかっている。
- 一方で、感染の不安を感じていない人は、15.4%もの人（全体では6.3%）が感染防止のために、特に気をつけて行っていることではないと回答しており、この層は日常行動も通常通り行っているため、感染拡大の懸念要因といえる。（p.9）
- 不安の有無にかかわらず、20代は外食や飲み会、旅行、スポーツジム、コンサートに参加してしまう傾向があり、60代は冠婚葬祭に参加してしまい、行動に抑制がかからない人も一定程度出現している。（p.10）

〔正しく不安を持ってもらうことが重要で、うわさを抑制し、事実・規範を含めた報道が重要〕

テレビが拡散を助長している可能性

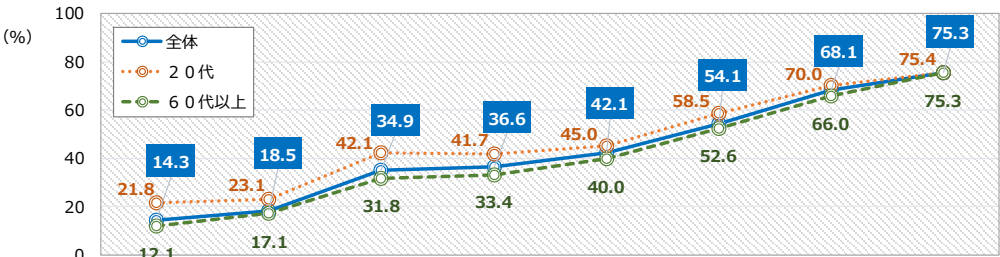
- トイレットペーパーのうわさの初回タッチポイントとして、「テレビ」が46.7%と最も多く、うわさの拡散に貢献してしまっている。（p.6）
- うわさを初めて知った媒体は、20代は「Twitter」26.0%、「テレビ」31.6%に対し、60代以上はTwitterを含めたインターネットが15.1%、「テレビ」59.1%となっているため、若年者にTwitterで拡散したうわさがテレビを通じて年配層に広がっているというケースも考えられる。（p.6）

■自分が感染する不安

1 **自分が感染することの不安の広がり**は「若年」→「首都圏」→「ファミリーや基礎疾患のある人」

- 自分が感染する不安についての傾向は現時点で、自分自身が感染することに「とても不安がある」と回答している「不安が強い層」は、全体に比べて早い段階から自身への感染に不安を感じている。一方で「やや不安がある」と回答している層は2020年2月28日（政府の臨時休校要請）から不安を感じている人が増えている。
- 年代別にみると、20代は全体に比べ、2019年12月31日（武漢で原因不明の肺炎）から不安を感じている人が多く、年代が高いほど不安を感じるタイミングがやや遅い傾向にある。
- 首都圏の居住者は、2020年2月19日（クルーズ船から下船開始）の時期から全体に比べて不安を感じる人が多くなっている。
- 同居者の種類別では、2020年2月19日（クルーズ船から下船開始）までは、種類別での傾向の差はみられなかったが、2月28日(臨時休校の要請)から「乳幼児～高校生」や「基礎疾患」の同居者がいる人の「とても不安がある」の回答割合が増えている。
- 不安を感じる人の増え方としては、初期段階は情報をキャッチするスピードの速い若年層が不安に感じ、その後生活圏域に係る地域である首都圏の居住者が不安に感じ、最後に臨時休校等、自身の生活に直接的に影響がある層が不安に感じるという経緯となっている。

Q 1 2． 年末から年始にかけて、中国の武漢で原因不明の肺炎や、新型コロナウイルスの存在が明らかになってから現在に至るまで、自分自身が感染する不安を感じましたか
＜「自分自身が感染する不安を感じた」の回答割合＞



		調査数	12月31日 (武漢で原因不明の肺炎)	1月23日(武漢市を封鎖措置)	1月28日(国内初の日本人患者確認)	2月5日(クルーズ船の集団感染が判明)	2月18日(クルーズ船の動画発表)	2月19日(クルーズ船から下船開始)	2月28日(臨時休校の要請)	3月 (現在)
全体		4700	14.3	18.5	34.9	36.6	42.1	54.1	68.1	75.3
性別	男性	2307	17.7	21.6	35.4	37.7	42.1	50.0	64.7	71.7
	女性	2393	11.1	15.5	34.5	35.6	42.0	58.2	71.4	78.8
年代別	20代	589	21.8	23.1	42.1	41.7	45.0	58.5	70.0	75.4
	30代	777	15.2	17.4	35.4	37.8	42.8	57.1	71.5	78.5
	40代	920	14.3	19.5	36.9	40.4	44.8	55.7	69.2	74.6
	50代	782	12.4	17.5	33.1	34.1	40.3	49.3	66.3	73.1
	60代以上	1632	12.1	17.1	31.8	33.4	40.0	52.6	66.0	75.3
エリア別	首都圏	1343	16.2	20.4	36.8	37.7	46.2	59.4	72.6	79.5
	中京圏	417	10.8	16.8	34.8	39.1	42.3	52.2	69.0	75.8
	京阪神	625	15.3	18.2	37.1	37.7	41.3	52.9	65.2	75.3
	その他	2315	13.6	17.7	33.2	35.3	39.8	51.8	66.1	72.8
同居者	乳幼児～高校生	1119	16.3	19.0	37.8	41.2	45.0	57.3	75.3	79.7
	高齢者	1230	10.5	15.3	30.8	31.2	39.0	52.1	65.4	73.6
	基礎疾患	289	7.7	16.1	31.9	34.0	42.3	50.7	67.1	78.5
	その他	1537	14.7	20.2	37.5	38.9	43.0	54.6	66.9	75.9
自身の感染の不安	とても不安を感じる	1144	26.0	35.0	57.5	63.0	67.6	79.7	90.5	95.0
	やや不安を感じる	2002	11.4	15.3	34.7	36.3	44.7	60.8	79.5	88.8
	どちらでもない～まったく不安を感じない	1554	9.4	10.4	18.6	17.7	19.9	26.8	36.9	43.4

※ : 全体よりも5%以上大きい値 : 全体よりも10%以上大きい値

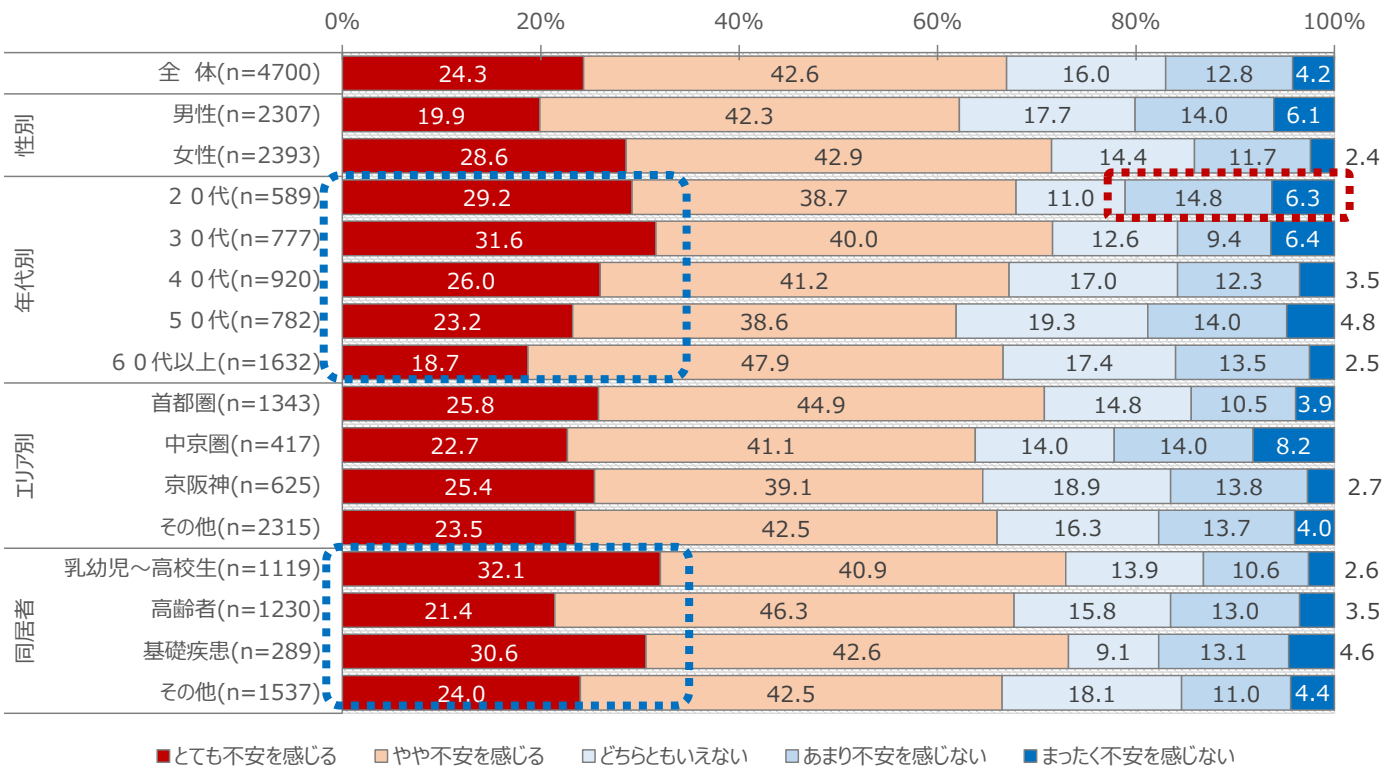
※ 選択肢は「自分自身が感染する不安を感じた」と「自分自身が感染する不安は感じなかった」

■自分が感染する不安

1 「とても不安を感じる」のは若年層が多いが、全年代の2割前後が「不安を感じていない」

- 自分への感染の不安の度合いについてみると、「とても不安を感じる」が24.3%、「やや不安を感じる」が42.6%となっており、その合計は66.6%となっている。
- 一方で、「あまり不安を感じない」と「まったく不安を感じない」の合計値をみると、すべての年代、地域、同居者で2割前後となっている。
- ただし、その中でも「不安を感じていない」の割合が高いのは「20代」で21.1%と、全体の17.0%に比べやや高くなっている。
- 年代別にみると、最も不安感の強い層は「30代」や「乳幼児～高校生」や「基礎疾患」と同居している人で、「とても不安を感じる」という不安度の強い人たちが3割強となっている。
- 年代別にみると、30代をピークとし、若年層の方が不安感が強くなっており、年配層はやや不安感が弱い傾向がみられる。
- 強い不安感を感じているのは、「30代」や「乳幼児～高校生」と同居している人であるため、ファミリー層の不安感が高いことが推察される。
- 全体の2割弱が、自分への感染の不安を感じていない。

Q 1 5 . あなたは、自分自身が感染するか、不安はありますか

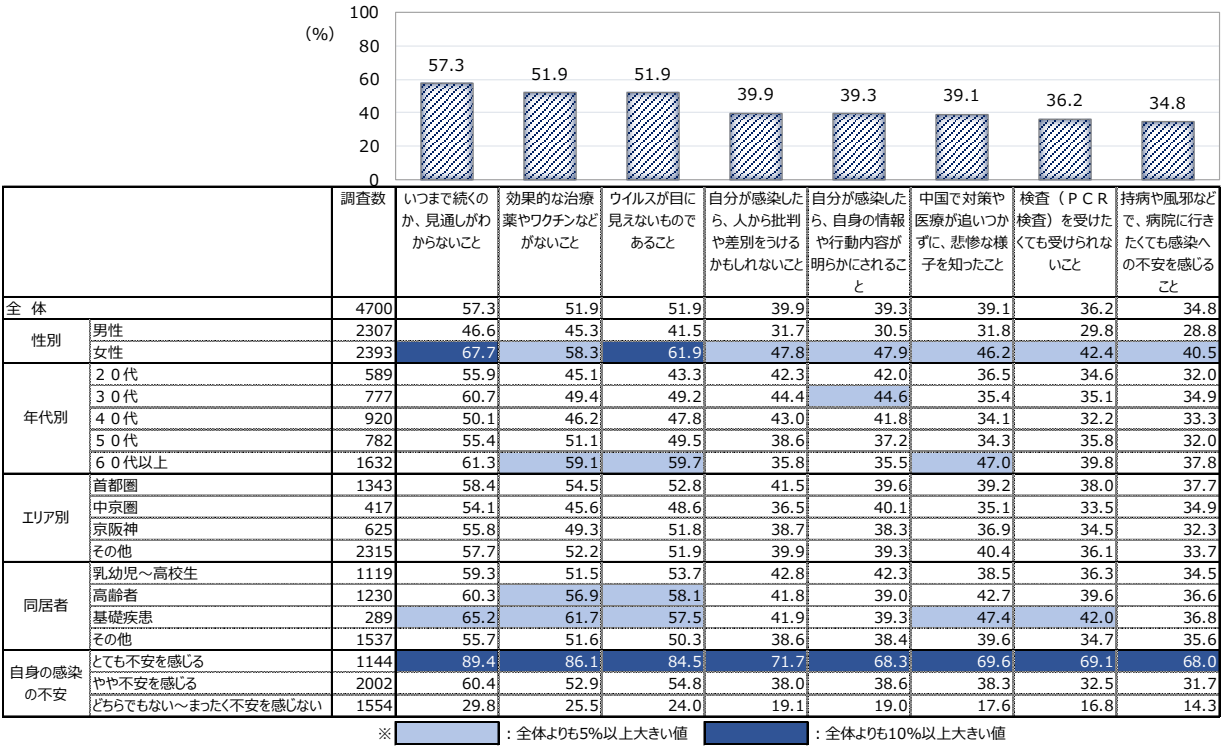


■自分が感染する不安

2 自分が感染することによって不安を感じるかが、様々な種類の不安に結びつく

- 不安に感じている内容についてみると、もっとも回答割合が高いのは「いつまで続くのか、見通しがわからないこと」で57.3%となっている。以下、「効果的な治療薬やワクチンなどがないこと」と「ウイルスが目に見えないものであること」がともに 51.9%、「自分が感染したら、人から批判や差別をうけるかもしれないこと」が 39.9%と続いている。
- 同居者別では、「高齢者」は「効果的な治療薬やワクチンなどがないこと」、「ウイルスが目に見えないものであること」などの回答割合が高く、「基礎疾患」は多くの項目で全体よりも回答割合が高いことが特徴的である。
- 年配層は悲惨な様子など社会全体の状況に憂慮するとともに、感染後の治療などに懸念している傾向があり、若年層やファミリー層は感染した際の避難や差別などの悪影響に懸念している可能性がある。

Q 1 3 . 新型コロナウイルス感染症を知ってから、あなたが具体的に不安を感じていることはありますか
＜「とても不安を感じる」の回答割合＞



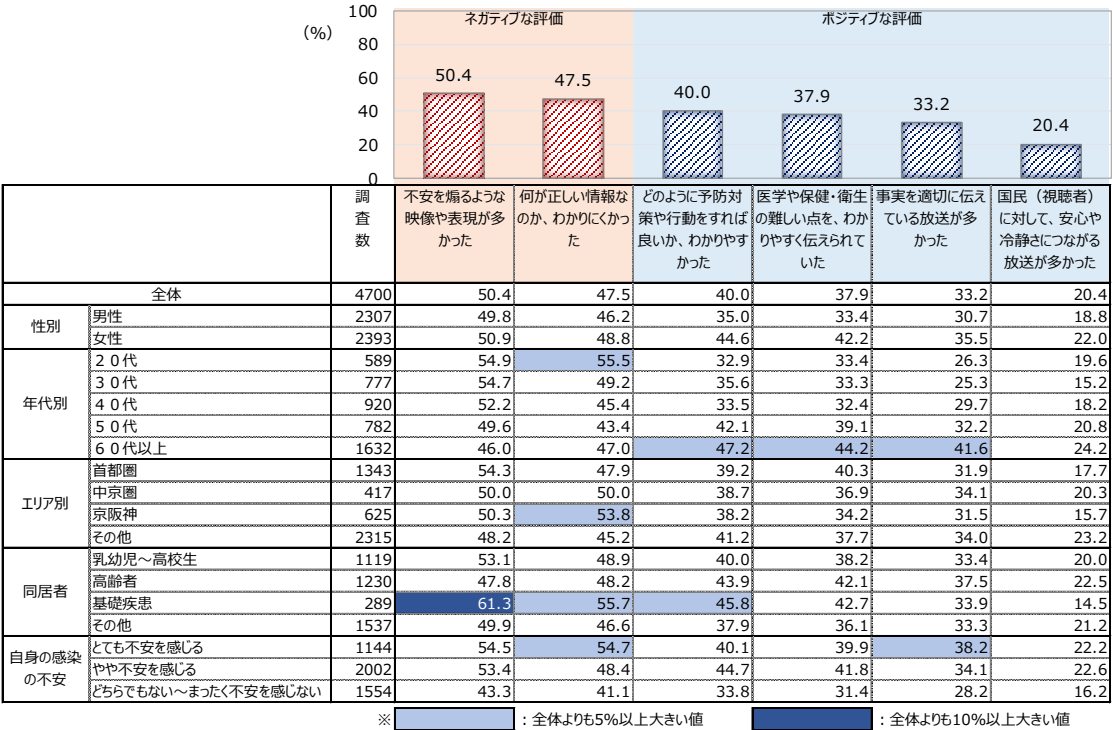
※ 選択肢は「とても不安を感じる」、「やや不安を感じる」、「どちらともいえない」、「あまり不安を感じない」、「まったく不安を感じない」の5段階で、図表の数値は「とても不安を感じる」の回答割合

■自分が感染する不安

3 若年層はテレビ報道の正確性などを懸念

- テレビ報道に対する認識についてみると、最も回答割合が高いのは「不安を煽るような映像や表現が多かった」で50.4%となっている。以下、「何が正しい情報なのか、わかりにくかった」47.5%、「どのように予防対策や行動をすれば良いか、わかりやすかった」40.0%、「医学や保健・衛生の難しい点を、わかりやすく伝えられていた」37.9%となっている。
- 年代別にみると、20代は「何が正しい情報なのか、わかりにくかった」が55.5%となっており、全体に比べ回答割合が高く、60代以上は「どのように予防対策や行動をすれば良いか、わかりやすかった」が47.2%、「医学や保健・衛生の難しい点を、わかりやすく伝えられていた」が44.2%、「事実を適切に伝えている放送が多かった」が41.6%となっており、全体に比べ回答割合が高くなっている。
- 不安感の強さ別にみると、不安感の強い層は「事実を適切に伝えている放送が多かった」が38.2%と全体に比べ回答割合が高くなっているものの、「不安を煽るような映像や表現が多かった」が54.5 %、「何が正しい情報なのか、わかりにくかった」が54.7%となっており、半数以上がネガティブな印象を持っている。
- テレビ報道については、若年層をはじめとして概ね半数以上が「不安を煽るような内容」という印象を持っており、また「何が正しいかわからない」という回答割合も多くなっている。
- 一方で、高齢層は、「どのように予防対策や行動をすれば良いか、わかりやすかった」や「医学や保健・衛生の難しい点を、わかりやすく伝えられていた」、「事実を適切に伝えている放送が多かった」と、一定の評価をしている。

Q 3 4 . テレビの報道（情報番組を含む）における、新型コロナウイルス感染症関連の情報提供について、お聞きます。
＜「そう思う」+「ややそう思う」の回答割合＞



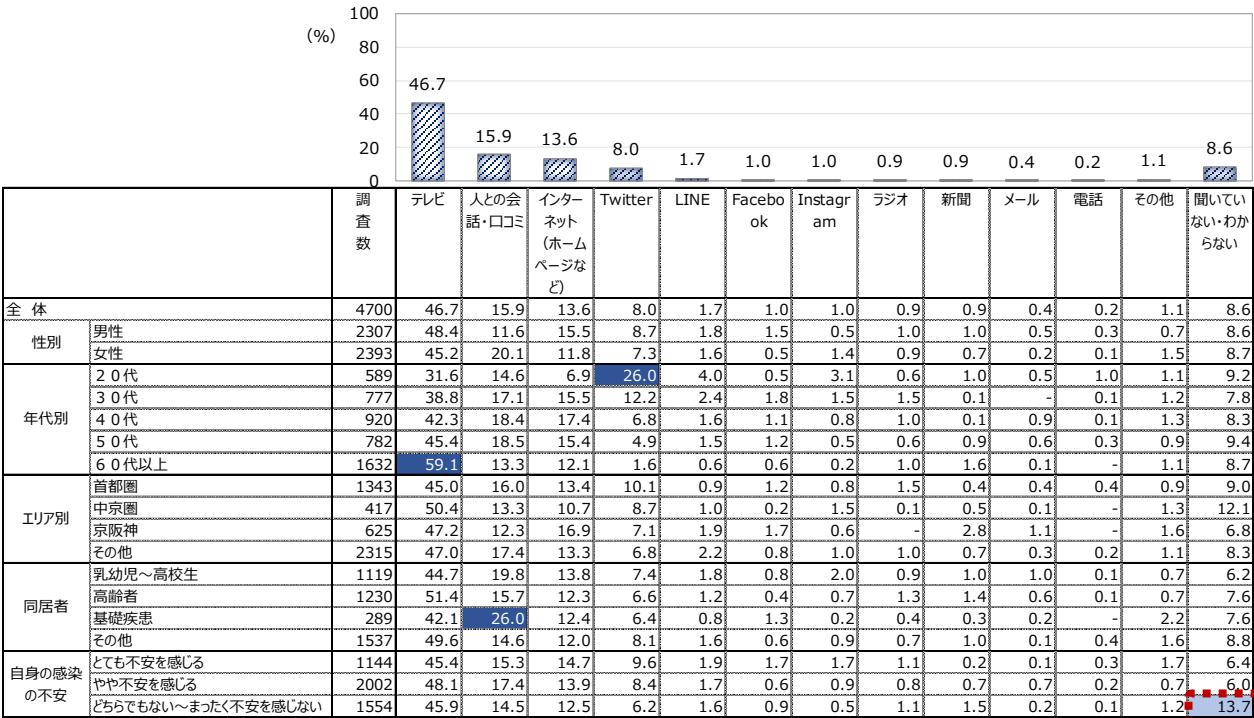
※ 選択肢は「そう思う」、「ややそう思う」、「どちらともいえない」、「あまりそう思わない」、「そう思わない」の5段階で、
図表の数値は「そう思う」と「ややそう思う」の回答割合の和 c

■自分が感染する不安

4 トイレトペーパー不足のうわさの拡散に「テレビ」も影響している可能性

- トイレトペーパーが不足するといううわさを最初に知った情報源についてみると、最も多いのは「テレビ」で46.7%、時点は「人との会話・口コミ」で15.9%となっている。
- 年代別にみると、20代は、他の世代同様に最も回答割合が高いのは「テレビ」が31.6%となっているが、「Twitter」が26.0%と非常に高い割合となっている。
- 一方で、60代以上は「テレビ」が59.1%となっており、「Twitter」、「Facebook」、「Instagram」、「LINE」、「インターネット」の合算である15.1%と比較しても「テレビ」の影響が強いことが示唆される。
- 同居者別では、「基礎疾患」が「人との会話、口コミ」が26.0%と、全体に比べ回答割合が高い。
- 不安感の強さ別では、「どちらでもない～全く不安を感じない」と回答した人は13.7%が「聞いていない・わからない」と回答している。
- 若年層の「Twitter」と「テレビ」で回答割合が拮抗しており、やや「テレビ」で初めて知る人が多い。
- 高齢層は2人に1人が「テレビ」が半数となっている。
- 全体をみると、うわさの拡散には「テレビ」の影響が強いことが懸念される。
- 不安感が弱い人は情報感度が低い可能性がある。

Q 2 5 . あなたが、「マスク増産による原材料不足でトイレトペーパーが不足する」といううわさを最初に知った情報源は何ですか



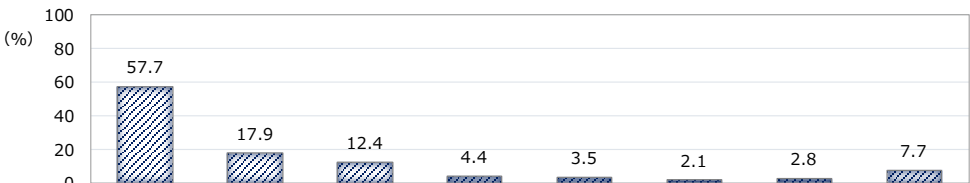
※ 全体よりも5%以上大きい値 全体よりも10%以上大きい値

■自分が感染する不安と消費行動

5 自身の感染に不安を感じている人と、不安を感じていない人の消費行動の違い

- トイレットペーパーのうわさに対する態度についてみると、「当面必要な分はあるので、無理に購入しようと考えなかった」が最も回答割合が高く、57.7%となっている。
- 自分の感染に不安を感じる人は「自宅に少ないので購入しようとした」23.8%と「念のため購入しようとした」17.7%の回答割合が高くなっている。
- 年代別にみると、「60代以上」は「当面必要な分はあるので、無理に購入しようと考えなかった」が66.9%と全体に比べ回答割合が高くなっている。
- 不安感の弱い人は「品切れが発生していることを知らなかった」が13.2%となっており、そもそもメディア接触や店舗訪問などの生活行動範囲や量が少ない層である可能性が示唆される。
- 年配層は「無理に購入しようと考えなかった」人が多く、比較的冷静な態度をとっているが、「乳幼児～高校生」と同居しているファミリー層などは、懸念度がやや高くなっている。

Q 2 9 . 店頭でトイレットペーパーの品切れが発生していることを知って、あなたはどのような対応をしましたか



		調査数	当面必要な分はあるので、無理に購入しようと考えなかった	自宅に少ないので購入しようとした	念のため購入しようとした	店舗を探し回った	特に理由はないが、家族などに言われて購入しようとした	インターネット通販で購入しようとした	その他	品切れが発生していることを知らなかった
全 体		4700	57.7	17.9	12.4	4.4	3.5	2.1	2.8	7.7
性別	男性	2307	57.6	14.2	12.3	5.2	4.6	1.6	3.1	9.7
	女性	2393	57.7	21.4	12.4	3.7	2.4	2.6	2.6	5.7
年代別	2 0 代	589	52.0	17.9	12.9	6.9	5.2	2.8	2.5	9.8
	3 0 代	777	48.5	22.4	15.2	5.1	4.5	3.3	3.2	9.4
	4 0 代	920	53.5	24.2	12.6	5.5	3.1	3.0	2.4	7.1
	5 0 代	782	56.7	16.2	12.6	5.1	3.5	1.2	3.3	7.7
	6 0 代以上	1632	66.9	13.0	10.6	2.2	2.6	1.1	2.8	6.4
エリア別	首都圏	1343	59.5	15.3	14.2	5.2	4.0	2.5	1.6	7.8
	中京圏	417	63.4	16.2	10.2	4.5	2.0	0.8	4.0	6.0
	京阪神	625	53.8	19.0	9.7	4.2	2.3	2.0	3.8	10.4
	その他	2315	56.6	19.3	12.4	4.0	3.7	2.1	3.1	7.2
同居者	乳幼児～高校生	1119	47.2	24.6	18.1	5.8	4.4	2.8	2.2	5.9
	高齢者	1230	60.7	14.9	14.2	3.3	3.7	1.4	2.0	7.5
	基礎疾患	289	64.2	17.7	16.6	5.1	2.5	2.4	1.2	1.9
	その他	1537	57.9	17.7	11.7	5.2	4.1	1.9	3.5	7.8
自身の感染の不安	とても不安を感じる	1144	49.9	23.8	17.7	6.1	4.5	3.3	2.1	5.4
	やや不安を感じる	2002	58.6	19.3	13.6	4.2	3.3	2.0	2.6	4.7
	どちらでもない～まったく不安を感じない	1554	62.1	11.7	6.8	3.5	2.9	1.2	3.6	13.2

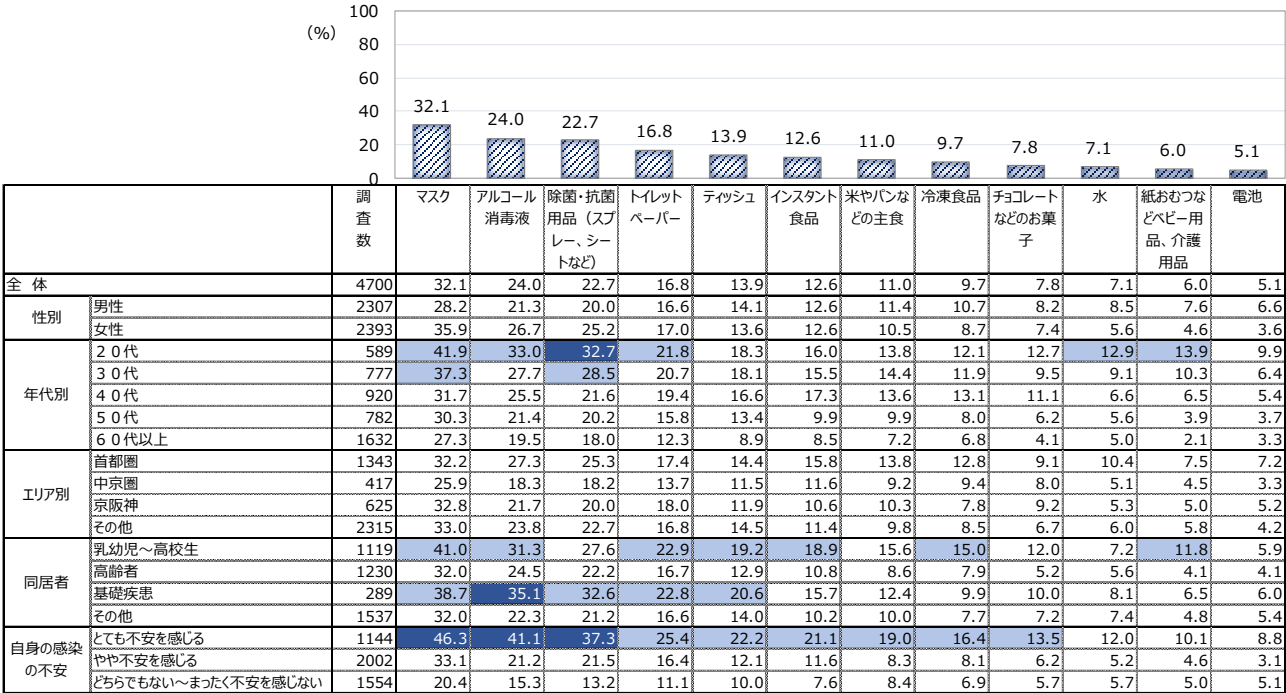
※ : 全体よりも5%以上大きい値 : 全体よりも10%以上大きい値

■自分が感染する不安と消費行動

6 自身への感染の不安感が強いと買いだめの意識も高い

- 新型コロナウイルス感染症を知ってからの日用品の購入状況についてみると、普段より多めに買う意向のある人が多いのは「マスク」が最も回答割合が高く、32.1%となっている。以下、「アルコール消毒液」24.0%、「除菌・抗菌用品（スプレー、シートなど）」22.7%、「トイレットペーパー」16.8%、「ティッシュ」13.9%と続いている。
- 年代別にみると、20代は「マスク」、「アルコール消毒液」、「除菌・抗菌用品」、「トイレットペーパー」、「水」、「紙おむつなどベビー用品、介護用品」などが全体に比べて高い回答割合となっている。
- 同居者別にみると、「乳幼児～高校生」や「基礎疾患」と同居している人は、いずれの項目も回答割合が高くなっている。
- 不安感の強さ別にみると、不安感の強い人ほど、通常より多めに購入したい人が多くなっている。
- 不安感と日用品の買いだめ意識は一定の関係性がみられる。
- 若年層は「通常より多めに購入したい人」が多い。

Q 2 3 . 新型コロナウイルス感染症を知ってから、現在までのお買い物は、普段と比べて変わりましたか
<多めに購入したい人（「通常よりも多めに買った」+「通常よりも多めに買ったかったが、買えていない」）の回答割合>



※ : 全体よりも5%以上大きい値 : 全体よりも10%以上大きい値

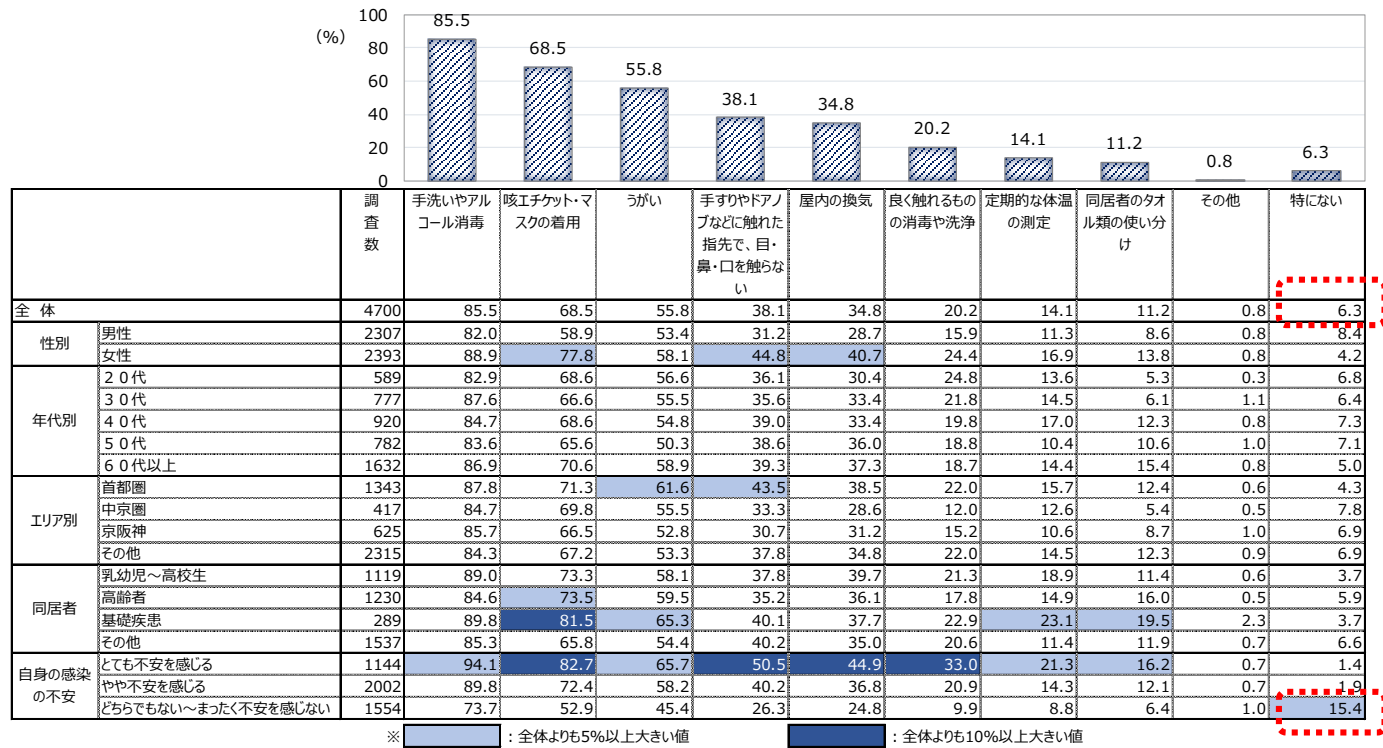
※ 選択肢は「通常よりも多めに買った」、「通常よりも多めに買ったかったが、買えていない」、「通常と変わらない」、「買っていない」、「まったく不安を感じない」の5段階で、図表の数値は「通常よりも多めに買った」と「通常よりも多めに買ったかったが、買えていない」の回答割合の和

■自分が感染する不安と日常行動

7 自身への感染の不安感と感染防止活動

- 感染防止のために気を付けて行っていることについてみると、「手洗いやアルコール消毒」が85.5%や、「咳エチケット・マスクの着用」が68.5%、「うがい」が55.8%となっており、半数を超えている。
- 男女別にみると、女性の方が感染防止の行動を行っている項目が多い傾向がある。
- 年代別にみると、大きい傾向の違いはみられなかった。
- 居住地別にみると、首都圏の「うがい」や「手すりやドアノブなどに触れた指先で、目・鼻・口を触らない」などの回答割合が高い。
- 同居者別にみると、「基礎疾患」と同居している人は、「咳エチケット・マスクの着用」81.5%、「うがい」65.3%、「定期的な体温の測定」23.1%、「同居者のタオル類の使い分け」19.5%が全体に比べ回答割合がやや高くなっている。
- 不安感の強さ別では、不安を強く感じている人のいずれの感染防止行動の回答割合が高くなっているが、不安感の弱い人は「特にない」と15.4%が回答していることが懸念される。
- 全体でも6.3%、不安感の弱い人は15.4%（全体の6.3%のうち5.1%）が特に何も気を付けていないことが懸念される。

Q 1 9 . あなたご自身が、感染防止のために、特に気をつけて行っていることは何ですか



(参考) 自身への感染の不安別 自身への感染の不安感別の感染防止のために、特に気を付けて行っていること

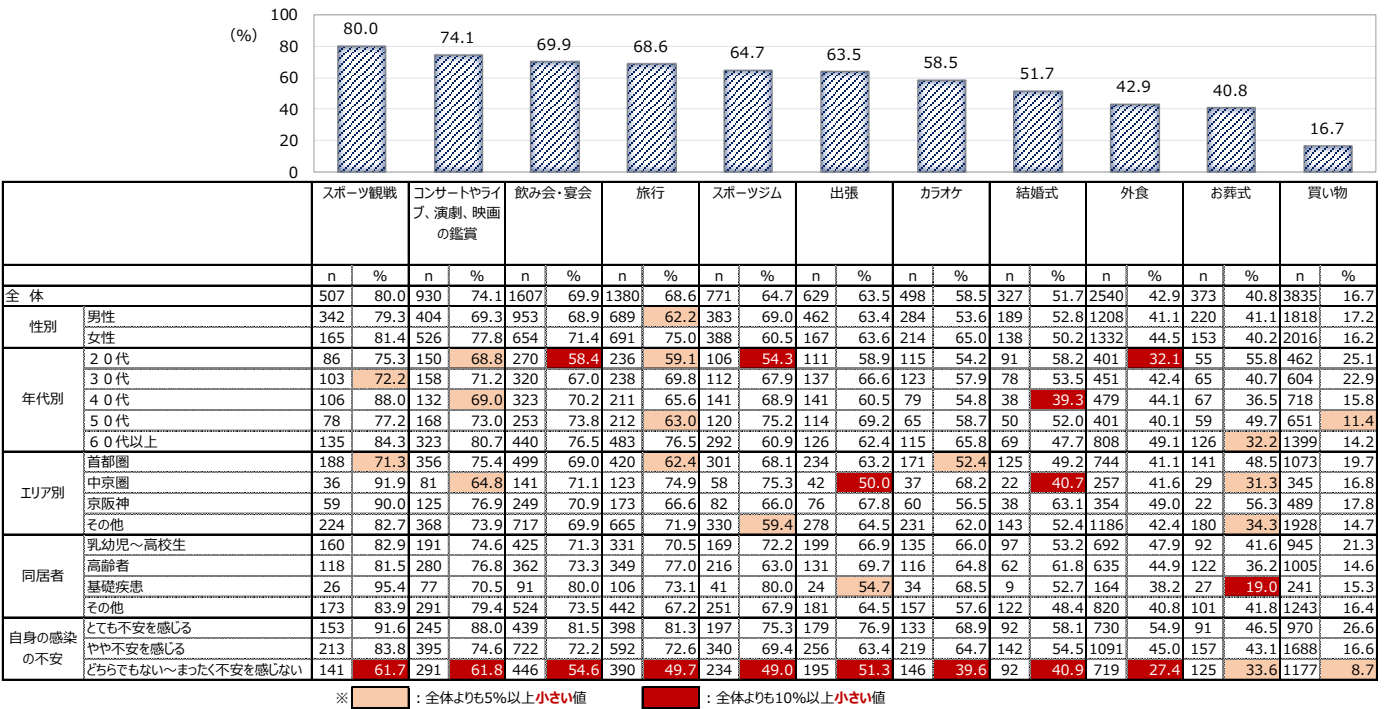
	調査数	手洗いやアルコール消毒	咳エチケット・マスクの着用	うがい	手すりやドアノブなどに触れた指先で、目・鼻・口を触らない	屋内の換気	良く触れるものの消毒や洗浄	定期的な体温の測定	同居者のタオル類の使い分け	その他	特にない
自身の感染の不安											
とても不安を感じる	1144	94.1	82.7	65.7	50.5	44.9	33.0	21.3	16.2	0.7	1.4
やや不安を感じる	2002	89.8	72.4	58.2	40.2	36.8	20.9	14.3	12.1	0.7	1.9
どちらでもない	753	77.3	57.7	47.8	29.7	28.5	10.5	9.4	7.3	0.5	10.1
あまり不安を感じない	604	78.2	54.2	47.6	27.1	25.6	9.2	8.7	5.7	1.6	12.2
まったく不安を感じない	197	46.6	30.6	29.3	10.7	7.9	9.5	6.5	4.8	1.0	45.2

■自分が感染する不安と日常行動

8 感染不安者と非不安者の日常行動（施設利用やイベント参加）

- 新型コロナウイルス感染症を知ってから利用や参加などを控えたものについてみると、予定があった人のうち、「予定していたが実施や参加・利用をやめた」の回答割合が高いのは「スポーツ観戦」80.0%、「コンサートやライブ、演劇、映画の鑑賞」74.1%、「飲み会・宴会」69.9%、「旅行」68.6%などとなっている。
- 属性別には、「予定していたが実施や参加・利用をやめた」の回答割合の**低さ**に着目する。
- 年代別にみると、若年層は「コンサートやライブ、演劇、映画の鑑賞」、「飲み会・宴会」や「旅行」、「スポーツジム」、「外食」などの回答割合が低く、参加してしまう人が多いことが示唆される。一方で、60代以上の「お葬式」などの回答割合が低い、全体的に参加・利用を控えている様子がみられる。
- 不安感の強さ別にみると、不安感の強い人は多くの項目で利用や参加などを控えている一方で、不安感の強くない人は、すべての項目で出かけてしまっている。
- 全体的にみれば、いずれの層も一定割合が通常よりも利用や参加を控えているが、不安感の強弱により大きな差がみられる。不安感の弱い人は、予定が入っていれば、72.6%は外食に行き、60.4%はカラオケに行き、51.0%はスポーツジムを利用していることになる。

Q 2 1. 新型コロナウイルス感染症を知ってから、あなたが利用や参加などを控えたものはありますか
く予定のあった人のうち、「予定していたが実施や参加・利用をやめた」の回答割合>



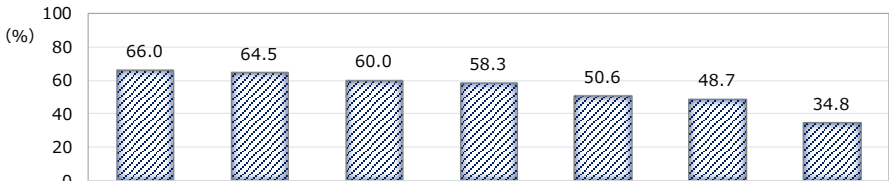
※ 選択肢は「もともと予定がなかった」、「予定していたが実施や参加・利用をやめた」、「実施や参加・利用をした」で、図表の数値は、「n」は「予定していたが実施や参加・利用をやめた」、「実施や参加・利用をした」と回答した人、つまり予定があった人の人数で、「%」はそのうち「予定していたが実施や参加・利用をやめた」の回答割合

■自分が感染する不安と日常行動

9 感染不安者と非不安者の日常行動（移動・交通）

- 交通手段の利用状況についてみると、利用する予定があったが利用を抑えたという回答割合が高いのは「飛行機による移動」66.0%、「新幹線による移動」64.5%、「混雑時のバスの移動」60.0%となっている。
- 属性別では、首都圏居住者の「避けている」の割合が、いずれの交通手段も全体に比べ低くなっている。
- 不安感の強さ別にみると、不安感の強い人はすべての項目で利用を「避けている」という回答割合が高く、一方で不安感の弱い人はすべての項目で「特に気にせず、利用している」という回答が多くなっている。
- 不安感の弱い人は「特に気にせず、利用している」傾向が強い。この不安感の弱い人は、感染防止行動の回答割合も低いことから、自身の感染リスクが高いとともに、利用を抑えないことでキャリアとなる可能性も高くなっており、課題感の大きい層といえる。

Q 2 2 . 新型コロナウイルス感染症を知ってから、あなたが利用を抑えたものはありますか
＜利用する予定のあった人のうち、「避けている」の回答割合＞



		飛行機 による移動		新幹線 による移動		混雑時の バスの移動		タクシー による移動		混雑時の 電車の移動		バスの移動		電車の移動	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全 体		1362	66.0	1459	64.5	1803	60.0	1552	58.3	2447	50.6	2054	48.7	2792	34.8
性別	男性	730	57.0	805	56.3	929	51.3	819	50.5	1304	41.0	1053	41.5	1443	30.9
	女性	632	76.4	654	74.6	874	69.3	733	66.9	1144	61.5	1001	56.2	1349	38.9
年代別	2 0 代	246	58.4	257	54.9	291	61.4	231	62.0	417	47.5	318	45.2	451	30.4
	3 0 代	267	63.4	301	62.5	321	57.0	294	56.0	432	43.7	357	52.1	493	34.0
	4 0 代	256	64.2	278	66.1	323	57.7	283	62.7	466	45.8	355	51.0	524	34.8
	5 0 代	212	58.5	226	55.4	274	54.6	228	52.7	370	43.8	318	42.0	434	28.8
	6 0 代以上	381	78.0	397	76.4	594	64.9	517	58.0	763	62.4	707	50.4	890	40.4
エリア別	首都圏	420	55.2	437	58.6	639	44.0	516	46.0	947	37.1	727	35.6	1066	23.4
	中京圏	91	77.7	110	64.2	138	57.9	97	65.0	210	52.9	162	46.3	242	35.3
	京阪神	215	73.2	228	67.7	282	61.9	232	67.5	433	49.3	308	57.1	475	30.5
	その他	636	69.0	684	67.3	745	73.5	708	63.3	857	65.6	856	57.2	1009	48.6
同居者	乳幼児～高校生	351	69.1	399	65.0	400	68.3	365	66.9	552	52.5	450	59.0	629	39.4
	高齢者	293	71.4	317	70.8	468	59.9	382	57.0	583	58.6	519	46.0	671	38.0
	基礎疾患	68	72.3	76	69.9	108	52.8	78	57.9	141	62.0	134	34.2	167	39.4
	その他	448	67.1	468	66.3	601	59.3	509	58.4	829	47.1	696	46.8	938	34.6
自身の感染 の不安	とても不安を感じる	436	78.4	458	74.9	577	65.7	500	66.5	740	59.2	612	58.8	790	41.8
	やや不安を感じる	534	68.7	567	69.5	749	62.9	663	57.5	1044	51.4	867	49.0	1191	36.4
	どちらでもない～まったく不安を感じない	393	48.6	434	47.1	477	48.8	389	49.1	664	39.7	574	37.4	811	25.5

※ : 全体よりも5%以上小さい値 : 全体よりも10%以上小さい値

※ 選択肢は「避けている」、「避けたいが、やむを得ず利用している」、「特に気にせず、利用している」、「この1か月程度は利用する予定がなかった」で、図表の数値は、「n」は「避けている」、「避けたいが、やむを得ず利用している」、「特に気にせず、利用している」と回答した人、つまり利用する予定があった人の人数で、「%」はそのうち「避けている」の回答割合

■サーベイリサーチセンター 会社概要

- 会社名 : 株式会社サーベイリサーチセンター
- 所在地 : 東京都荒川区西日暮里2丁目40番10号
- 設立 : 1975（昭和50）年2月
- 資本金 : 6,000万円
- 年商 : 70億円（2018（平成30）年度）
- 代表者 : 代表取締役 藤澤 士朗、長尾 健、石川 俊之
- 社員数 : 社員253名、契約スタッフ496名 合計749名（2019年3月1日現在）
- 事業所 : 東京（本社）、札幌、盛岡、仙台、静岡、名古屋、大阪、岡山、広島、高松、福岡、熊本、那覇
- 主要事業 : 世論調査・行政計画策定支援、都市・交通計画調査、マーケティング・リサーチ
- 所属団体 : 公益財団法人 日本世論調査協会
一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）
日本災害情報学会
一般社団法人 交通工学研究会 他
- その他 : ISO9001認証取得（2000年6月）
プライバシーマーク付与認定（2000年12月）
ISO20252認証取得（2010年10月）
ISO27001認証取得（2015年11月）※

※認証区分及び認証範囲：

- ・MR部が実施するインターネットリサーチサービスの企画及び提供
- ・全国ネットワーク部が実施する世論・市場調査サービスの企画及び提供

■本件に関するお問合せ先

株式会社サーベイリサーチセンター <https://www.surece.co.jp/>

- 広報担当：松下 正人 E-mail : src_support@surece.co.jp
品質部
TEL : 03-3802-6779 FAX : 03-3802-6729
- 調査担当：石川 俊之 E-mail : ishi_t@surece.co.jp
岩崎 雅宏 E-mail : iwa_m@surece.co.jp
柘植 航大 E-mail : tsuge_ko@surece.co.jp
営業企画本部
TEL : 03-3802-6727 FAX : 03-3802-7321
- 調査結果の無断転載・複製を禁じます
- 調査結果の引用にあたっては、調査主体として当社名を必ず明記してください
- 当社ホームページ（トップページ>自主調査レポート）をご覧ください
<https://www.surece.co.jp/research/>
- 本紙に記載している情報は、発表日時点のものです