

<ジーコム独自調査レポート No.137>

自粛生活による行動変化とストレス解消法

福岡県居住者の「新型コロナウイルスの影響」に関する調査②

2020年6月

調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2020年5月20日（水）～5月27日（水）

4. 調査規模

524サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	232	44.3
女性	292	55.7
全体	524	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市内	291	55.5
市外都市圏	112	21.4
その他福岡県	121	23.1
全体	524	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	41	7.8
30代	105	20.0
40代	105	20.0
50代	97	18.5
60代	114	21.8
70代以上	62	11.8
全体	524	100.0

■未既婚	件数	構成比(%)
未婚	126	24.0
既婚・子どもなし	62	11.8
既婚・子どもが小学生以下	108	20.6
既婚・子どもが中学生以上で扶養	67	12.8
既婚・子育て終了	161	30.7
全体	524	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	157	30.0
公務員	17	3.2
団体職員・病院勤務	17	3.2
経営者・会社役員	8	1.5
派遣社員・契約社員	28	5.3
商工自営	21	4.0
農林漁業	1	0.2
自由業	10	1.9
学生	4	0.8
パート・アルバイト	70	13.4
専業主婦(主夫)	122	23.3
無職	66	12.6
その他	3	0.6
全体	524	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

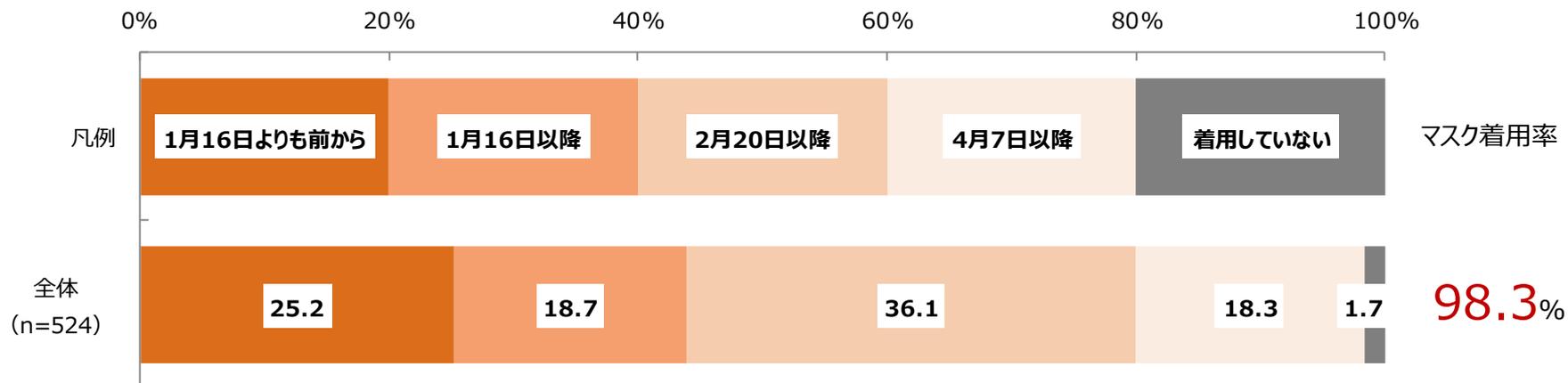
1. マスクの着用時期

マスク着用率は5月下旬時点で98%。2月20日（九州初の新型コロナウイルス感染者が確認された日）を境にそれ以前の着用率44%から大きく増加した。

マスクの着用時期は、「2月20日以降」の割合が36.1%で最も高く、5月下旬の調査時点でマスク着用率は98.3%である。

・属性別では、マスク着用率に大きな差は見られない。

◆マスクの着用時期【単一回答】



		調査数	1月16日より前から	1月16日以降	2月20日以降	4月7日以降	着用していない	マスク着用率
			【%】					【%】
全体		524	25.2	18.7	36.1	18.3	1.7	98.3
性別	男性	232	20.7	14.7	35.3	26.3	3.0	97.0
	女性	292	28.8	21.9	36.6	12.0	0.7	99.3
年代別	30代以下	146	29.5	17.8	38.4	13.7	0.7	99.3
	40・50代	202	28.7	21.8	28.7	19.3	1.5	98.5
	60代以上	176	17.6	15.9	42.6	21.0	2.8	97.2

*1月16日…日本国内発の新型コロナウイルス感染者が確認された日
 2月20日…九州初の新型コロナウイルス感染者が確認された日
 4月7日…緊急事態宣言が7都府県に発令された日

*マスク着用率: 全体-「着用していない」

2. マスクの入手手段 ※マスク着用層限定

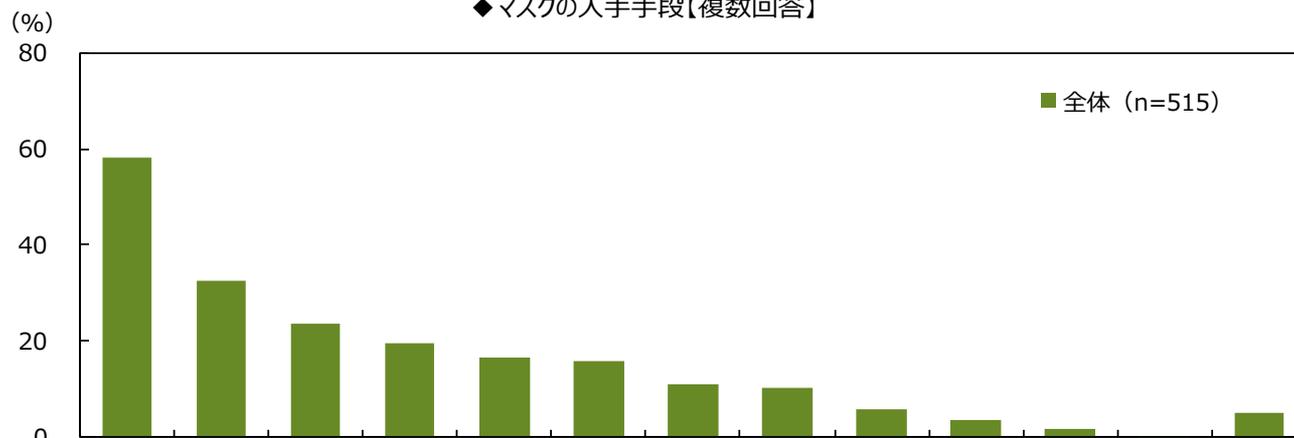
小売りでは「ドラッグストア・薬局」のみが突出して第1位だが、2位以降はもらいもの、手作り品と続く。

マスクの入手手段は、「ドラッグストア・薬局」の割合が58.1%で最も高く、次いで「家族や友人、知人からもらったもの」32.4%、「手作りしたマスク」23.7%の順である。

・性別では、女性は男性に比べて「ドラッグストア・薬局」「手作りしたマスク」の割合が高い。

・年代別では、大きな差は見られない。

◆マスクの入手手段【複数回答】



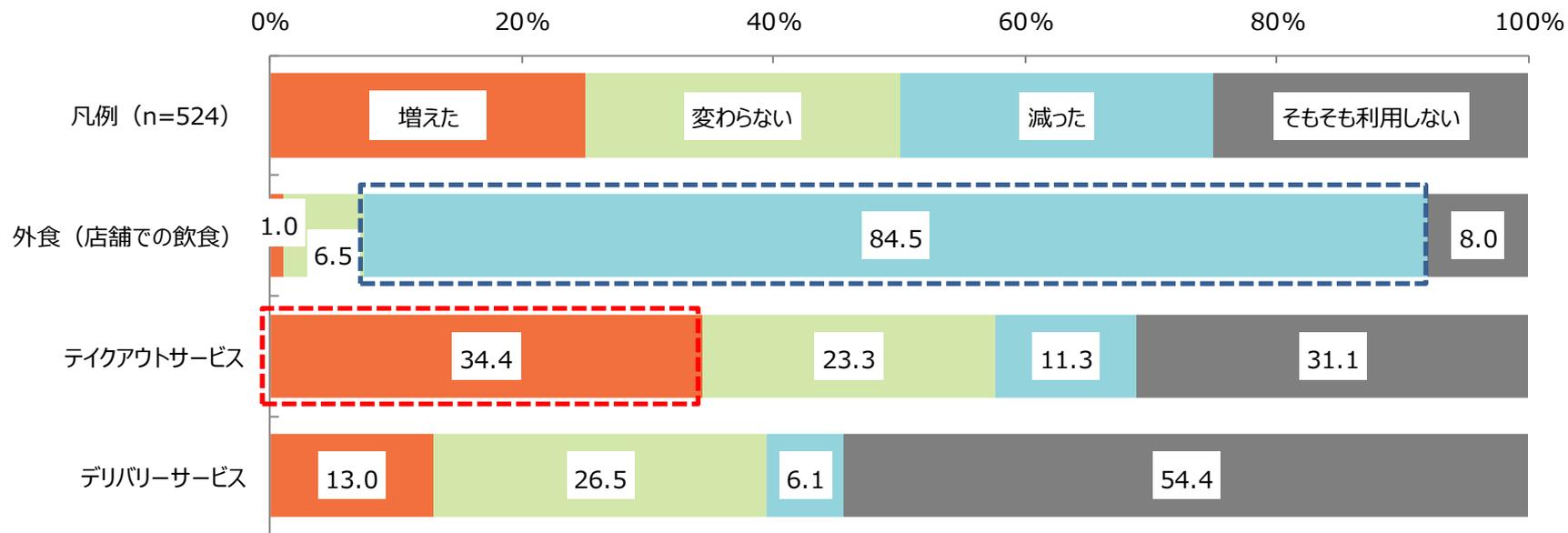
		調査数	ドラッグストア・薬局	家族や友人、知人からもらったもの	手作りしたマスク	ショッピングサイト	国や地域、会社などから支給されたもの	スーパーマーケット	ホームセンター	その他の小売店	コンビニエンスストア	メーカーサイト	フリマアプリ	ネットオークションや	他の製品（バンドナなど）での代用	その他
全体		515	58.1	32.4	23.7	19.6	16.7	15.7	10.9	10.3	5.8	3.5	1.6	0.2	5.0	
性別	男性	225	52.0	28.9	16.4	16.9	20.4	14.7	12.0	11.6	2.7	4.4	1.8	0.4	4.4	
	女性	290	62.8	35.2	29.3	21.7	13.8	16.6	10.0	9.3	8.3	2.8	1.4	-	5.5	
年代別	30代以下	145	57.2	39.3	21.4	18.6	17.9	18.6	8.3	11.0	6.9	3.4	2.1	-	2.8	
	40・50代	199	60.3	27.6	20.6	24.1	20.1	15.6	12.1	8.5	6.0	4.5	2.0	-	5.0	
	60代以上	171	56.1	32.2	29.2	15.2	11.7	13.5	11.7	11.7	4.7	2.3	0.6	0.6	7.0	

3. 外食の利用変化

テイクアウトサービスの利用増加率は34%で、若年層だと半数近くが利用増となった。

外食の利用変化について、テイクアウトサービスは「増えた」の割合が34.4%で最も高く、外食（店舗での飲食）は「減った」の割合が84.5%で最も高い。また、デリバリーサービスでは「増えた」の割合は13.0%であった。

◆外食の利用変化【単一回答】



【外食（店舗での飲食）】

・性別や年代別では、大きな差は見られない。

【テイクアウトサービス】

・性別では、女性は男性に比べて「増えた」の割合が高い。

・年代別では、年代が下がるにつれて「増えた」の割合が高くなる。また、60代以上はその他の年代に比べて「そもそも利用しない」の割合が高い。

【デリバリーサービス】

・性別や年代別では、大きな差は見られない。

◆外食の利用変化【単一回答】

			【%】				
		調査数	増えた	変わらない	減った	利 用 し な い	
（店舗での飲食） 外食	全体	524	1.0	6.5	84.5	8.0	
	性別	男性	232	1.3	10.8	79.3	8.6
		女性	292	0.7	3.1	88.7	7.5
	年代別	30代以下	146	2.1	3.4	88.4	6.2
		40・50代	202	1.0	7.4	84.7	6.9
60代以上		176	0.0	8.0	81.3	10.8	
テイクアウト サービス	全体	524	34.4	23.3	11.3	31.1	
	性別	男性	232	28.0	28.4	12.1	31.5
		女性	292	39.4	19.2	10.6	30.8
	年代別	30代以下	146	45.2	21.2	11.0	22.6
		40・50代	202	36.1	24.3	13.4	26.2
60代以上		176	23.3	23.9	9.1	43.8	
デリバリー サービス	全体	524	13.0	26.5	6.1	54.4	
	性別	男性	232	12.1	25.9	6.5	55.6
		女性	292	13.7	27.1	5.8	53.4
	年代別	30代以下	146	19.9	26.7	6.8	46.6
		40・50代	202	12.9	25.7	6.9	54.5
60代以上		176	7.4	27.3	4.5	60.8	

4. テイクアウト・デリバリーサービスの満足点 ※利用層限定

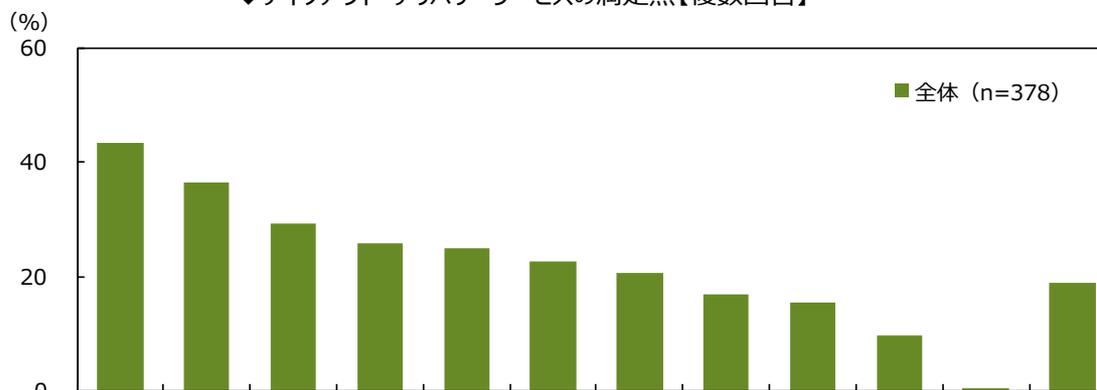
新しいお店発見や、飲食店応援の機会につながっている割合が女性で高い。

テイクアウト・デリバリーサービスの満足点は「家でゆっくり食事ができる」の割合が43.4%で最も高く、次いで「調理の時間が削減できる」36.5%、「新型コロナウイルスの感染を気にしなくてすむ」29.4%の順である。

・性別では、女性は男性に比べて「調理の時間が削減できる」「今まで知らなかったお店を知る機会になった」「地域の飲食店を応援したいと思うようになった」の割合が高い。

・年代別では、大きな差は見られない。

◆テイクアウト・デリバリーサービスの満足点【複数回答】



調査数		家でゆっくり食事ができる	調理の時間が削減できる	新型コロナウイルスの感染を気にしなくてすむ	今まで知らなかったお店を知る機会になった	外食よりも安くすむ	応援したいと思うようになった	地域の飲食店を選ぶ	家族と過ごす時間が	減らすことが利用できる	なつた(自分の住んでいる地域を)	その他	特にな	
性別	全体	378	43.4	36.5	29.4	25.7	24.9	22.8	20.6	16.9	15.3	9.8	0.5	18.8
	男性	164	37.8	26.8	23.8	19.5	22.6	13.4	18.9	17.7	13.4	9.8	0.6	28.0
	女性	214	47.7	43.9	33.6	30.4	26.6	29.9	22.0	16.4	16.8	9.8	0.5	11.7
年代別	30代以下	118	44.9	35.6	28.8	24.6	27.1	22.9	19.5	19.5	15.3	14.4	-	15.3
	40・50代	153	44.4	41.2	28.8	28.1	22.9	20.3	19.6	19.6	17.6	7.2	-	17.0
	60代以上	107	40.2	30.8	30.8	23.4	25.2	26.2	23.4	10.3	12.1	8.4	1.9	25.2

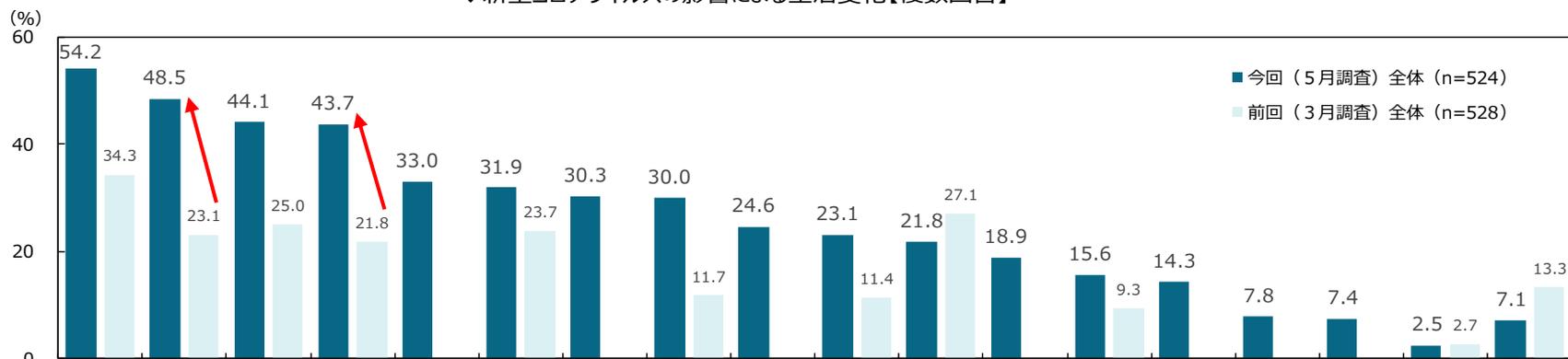
5. 新型コロナウイルスの影響による生活変化

女性は体重増加や健康意識向上の割合も高い。

生活変化では、「買い物に出かける頻度が減った」の割合が54.2%で最も高く、次いで「インターネットの利用時間が増えた」48.5%、「公共交通機関の利用を控えるようになった」44.1%の順である。3月調査と比べて「インターネットの利用時間が増えた」「テレビなどの動画を視聴する時間が増えた」は20ポイント以上増えた。

- ・性別では、女性は男性に比べて「買い物に出かける頻度が減った」「公共交通機関の利用を控えるようになった」などの割合が高い。
- ・年代別では、30代以下は「家事や育児の時間が増えた」、60代以上は「健康に(より)気を使うようになった」「趣味や習い事、スポーツジム等をやめた」の割合が他の年代に比べて高い。

◆新型コロナウイルスの影響による生活変化【複数回答】



調査数	減った買い物に出かける頻度が	インターネット利用時間が増えた	公共交通機関の利用を控えた	テレビなどの動画の視聴時間が増えた	運動不足のため体重が増えた	ある程度の物資を備蓄するようになった	健康に(より)気を使うようになった	ネットショッピングの利用頻度が増えた	休業日や在宅ワークが増えた	家事や育児の時間が増えた	ドラッグストアや薬局に立ち寄る機会が増えた	収入が減った	家でお酒を飲む頻度が増えた	趣味や習い事、スポーツジム等をやめた	オンラインで新しい趣味を始めた	新しい趣味を始めた	その他	特になし		
今回(5月調査)全体	524	54.2	48.5	44.1	43.7	33.0	31.9	30.3	30.0	24.6	23.1	21.8	18.9	15.6	14.3	7.8	7.4	2.5	7.1	
前回(3月調査)全体	528	34.3	23.1	25.0	21.8	23.7	23.7	11.7	11.7	11.4	27.1	9.3	9.3	7.8	7.4	2.7	13.3			
性別																				
男性	232	41.4	44.0	36.6	39.7	23.7	22.8	23.7	19.8	26.7	9.1	19.0	15.1	17.2	8.2	6.9	7.3	2.2	11.6	
女性	292	64.4	52.1	50.0	46.9	40.4	39.0	35.6	38.0	22.9	34.2	24.0	21.9	14.4	19.2	8.6	7.5	2.7	3.4	
年代別																				
30代以下	146	57.5	52.1	41.8	43.2	35.6	33.6	25.3	39.0	29.5	40.4	17.8	24.0	17.8	9.6	11.6	13.0	2.1	5.5	
40・50代	202	49.0	47.5	43.6	41.6	30.7	32.7	24.8	29.2	33.7	22.3	23.8	20.8	16.8	8.9	5.0	5.9	2.5	7.4	
60代以上	176	57.4	46.6	46.6	46.6	33.5	29.5	40.9	23.3	10.2	9.7	22.7	12.5	12.5	24.4	8.0	4.5	2.8	8.0	

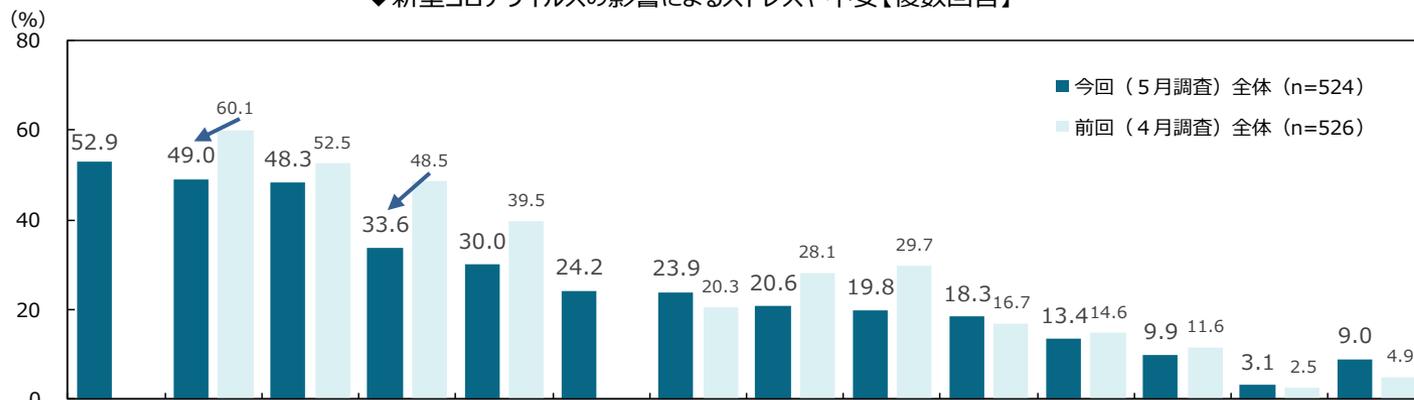
6. 新型コロナウイルスの影響によるストレスや不安

社会情勢や感染に対する不安は大きく減少も、日常生活に戻れる時期を不安視する割合が半数を超える。

ストレスや不安について、「いつになったら日常生活に戻れるのかわからない不安」の割合が52.9%で最も高く、次いで「感染拡大による社会情勢に対する不安」49.0%、「趣味・自由行動などの自粛によるストレス」48.3%の順である。4月調査と比べて、「感染拡大による社会情勢に対する不安」「通勤・通学・通院など外出先での感染に対する不安」は10ポイント以上減少した。

- ・性別では、女性は男性に比べて「いつになったら日常生活に戻れるのかわからない不安」「通勤・通学・通院など外出先での感染に対する不安」などの項目の割合が高い。
- ・年代別では、30代以下は「育児の増加によるストレス」、60代以上は「いつになったら日常生活に戻れるのかわからない不安」の割合が他の年代に比べて高い。

◆新型コロナウイルスの影響によるストレスや不安【複数回答】



調査数	調査項目	今回 (5月調査) 全体 (n=524)	前回 (4月調査) 全体 (n=526)	性別	年代別
524	いつになったら日常生活に戻れるのかわからない不安	52.9	60.1	男性 232	30代以下 146
526	感染拡大による社会情勢に対する不安	49.0	52.5	女性 292	40・50代 202
524	趣味・自由行動などの自粛によるストレス	48.3	48.5	男性 232	60代以上 176
526	通勤・通学・通院など外出先での感染に対する不安	33.6	39.5	女性 292	
524	可能性が感染しているの不安	30.0	24.2	男性 232	
526	自由に運動ができないストレス	23.9	20.3	女性 292	
524	面会による飲み会などの自粛	20.6	28.1	男性 232	
526	収入の減少による不安	19.8	29.7	女性 292	
524	生活物資不足の不安	18.3	16.7	男性 232	
526	仕事の増加によるストレス	13.4	14.6	女性 292	
524	子育て・教育に関する不安	9.9	11.6	男性 232	
526	育児の増加によるストレス	3.1	2.5	女性 292	
524	その他	9.0	4.9	男性 232	
526	特になし	9.0	4.9	女性 292	

7. ストレスや不安の解消法

※ストレスや不安実感層限定

新型コロナウイルスの影響によりストレスや不安を感じている人に、ストレス解消方法を聞いたところ、「運動・散歩」「飲食」「動画・音楽・本」に関する回答が多くあった。他にも、もともと趣味にしていたことを深める、オンライン上で家族や友人とコミュニケーションをとる、前向きな気持ちを心掛けるなど、様々な解消法がみられた。

◆ストレスや不安の解消法【自由回答】 ※一部抜粋

ジャンル	内容	性年代
運動・散歩	公園や海に行き歩いて走ったりして体を動かすこと	男性30代
	毎朝、ラジオ体操を実施している	男性70代以上
	YouTubeのエクササイズ動画を見ながら体を動かす	女性30代
飲食	ちょっと贅沢なお取り寄せをすること	男性50代
	テイクアウトをして家飲みをする	女性30代
	好きなスイーツを買って食べる。栄養を考えず好きなものだけを食べてスツとする	女性50代
動画・音楽・本	動画配信サイトで、アニメを観ること	男性40代
	漫画や本を読んで没頭できるものをつくる	女性30代
	YouTubeで好きなピアニストの演奏を聞いたり、ネットで美しい風景を視聴する	女性70代以上
趣味	ネットでの無料ギターレッスン活用。時間に余裕ができてじっくり練習できた	男性50代
	頻りに庭にでて、花を見たり、観葉植物の手入れをする	女性30代
	ブログで、料理や手作りのものをアップする	女性60代
コミュニケーション	テレビ会議システムを使って遠隔にいる孫達との会話	男性60代
	オンラインで友人や趣味仲間と定期的に集まり、お喋りすること	女性30代
	子供と家でスライム作りや、お菓子作りをしたり、レゴを買って作らせたりした	女性40代
睡眠・リラックス	早く寝る。寝れば考えなくていい	男性60代
	いつもより家でのおんびりダラダラする	女性30代
	免疫力を高めるために規則正しい生活を心がけている。特に睡眠時間の確保	女性70代以上
ショッピング	趣味で使う道具等を買って揃える。いつもよりもワンランク上の道具や物を買う	男性40代
	現金を使うこと	女性30代
	ネットショッピング	女性50代
前向きな気持ち	海外旅行に行けるようになった時のことを妄想して、気を紛らわしている	男性40代
	元気でいられることに感謝して、穏やかな気持ちで過ごすこと	男性70代以上
	新しい仕事の模索や働き方の変え方など考えるいい機会になった	女性20代

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL：<https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：inq@gcom-net.co.jp