

今年の夏休み、県境を越える国内旅行がTOP 訪日外国人観光客へは、マナーや交通ルールの遵守を望む声

－ 2024年6月 新型コロナウイルス生活影響度調査（外出編） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施しています。2024年6月は、感染者数が緩やかな増加傾向にある6月21日～23日に調査を行い、人々の意識・行動について分析をしました。

■ 調査結果（一部抜粋）

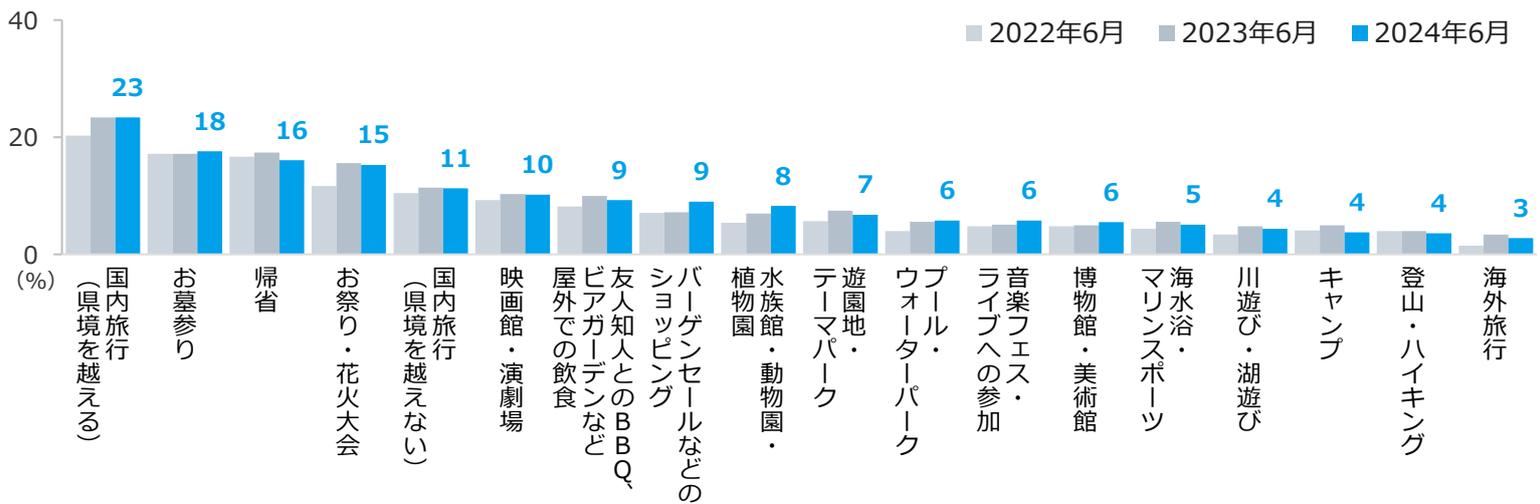
- ✓ **【外出頻度と行動範囲】** 新型コロナウイルスが感染症法上の5類に移行した1年前と比べ、休日の外出頻度が「増えた」と行動範囲が「広がった」と人はともに2割、いずれも「変わらない」は6割台と最も多い。20代と30代は、外出が「増えた」、行動範囲が「広がった」人は3割と外出行動は活発である。〈図1〉
- ✓ **【夏休み予定と旅行先の移動手段・理由】** この夏の予定は「県境を越える国内旅行」が23%とTOP、「お墓参り」18%、「帰省」16%、「お祭り・花火大会」15%と続く。「映画館・演劇場」「ショッピング」「水族館・動物園・植物園」「博物館・美術館」など猛暑を考慮してか室内で過ごせるところへの予定が昨年より若干増えている。〈図2〉 旅行先までの移動手段として利用したいのは、「自家用車」59%が最も多く、次いで「新幹線」50%、「電車」42%、「航空機」35%がメイン。〈図3〉 移動手段別にみた利用したい理由は、自家用車「周りの人に気を使わなくていい空間が確保されている」、新幹線「予定通りの時間で移動できる」、航空機「移動時間が短い」という特徴的な理由があげられた。〈図4〉
- ✓ **【訪日外国人観光客に対して思うこと】** この3月から訪日外国人観光客数が月間300万人を超え、オーバーツーリズムへの懸念が高まる中、訪日外国人観光客に対して思うことを聴取した。「路上飲み、禁煙場所での喫煙、ごみのポイ捨て」「文化遺産への落書き」「無許可での写真撮影や私有地への立ち入り」などマナー違反や迷惑行為をやめてほしい、「信号無視や歩道のないところでの横断など交通ルールを守ってほしい」「訪日外国人観光客で混雑している観光地へは行きにくい」と思う気持ちが上位にあがる。特に60代は突出して高い。〈図5〉
- ✓ **【新型コロナウイルスに対する不安・ストレス度】** 定点指標の「直近1週間の不安度」は、感染者数も増えたことから、4月より2.2pの微増の30%。「将来に対する不安度」は4月より横ばい。「直近1週間のストレス度」は、2023年8月より横ばいが続く。〈図6〉

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20240701corona/>

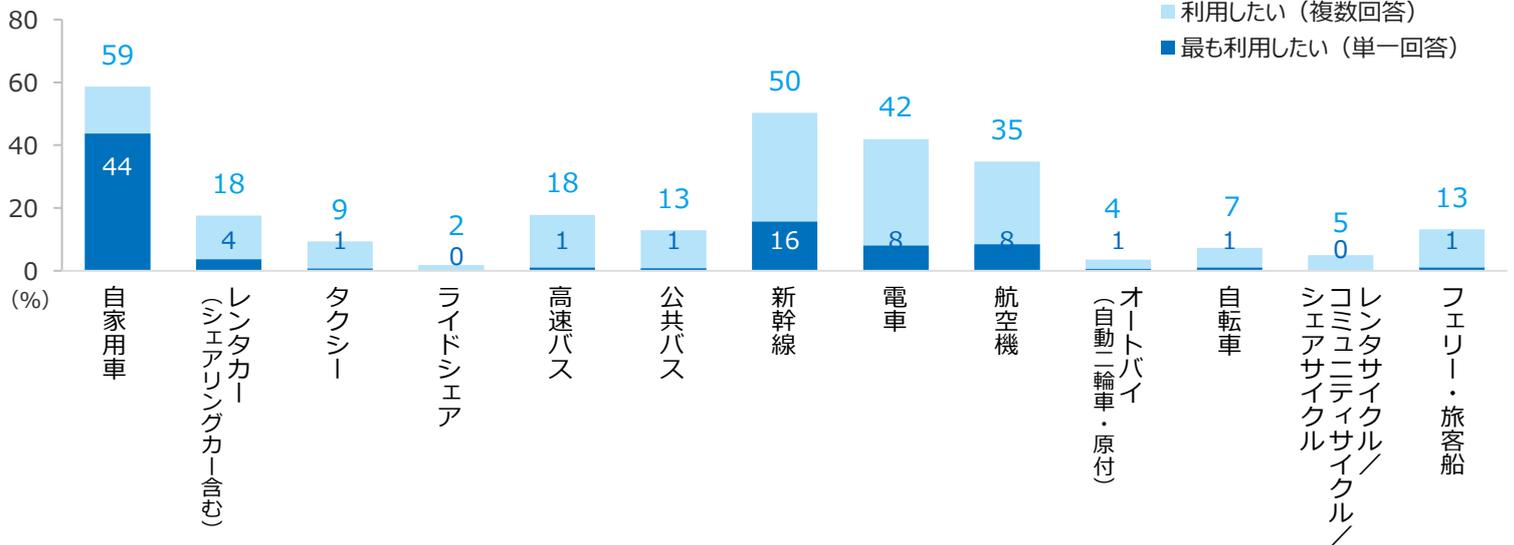
〈図1〉 1年前と比較した休日の外出頻度・行動範囲の変化（単一回答：n=2,500）



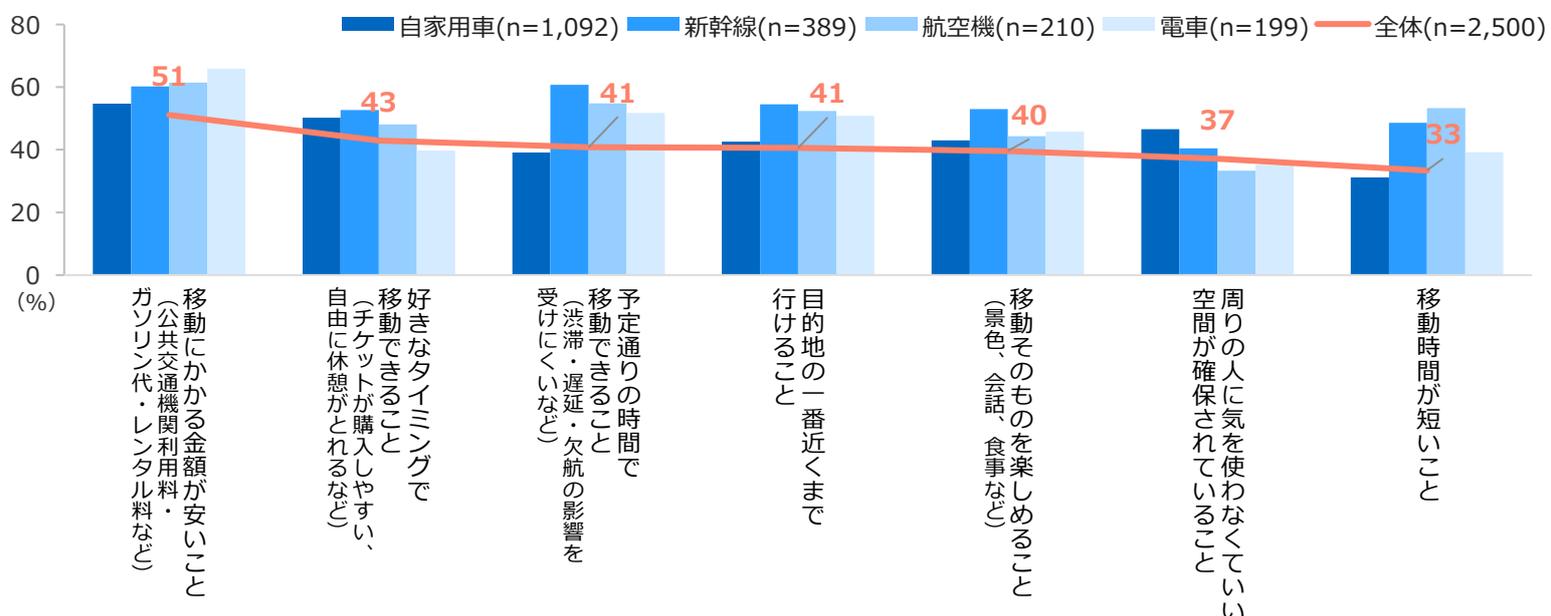
<図2> 夏休みに予定していること (複数回答 : n=2,500)



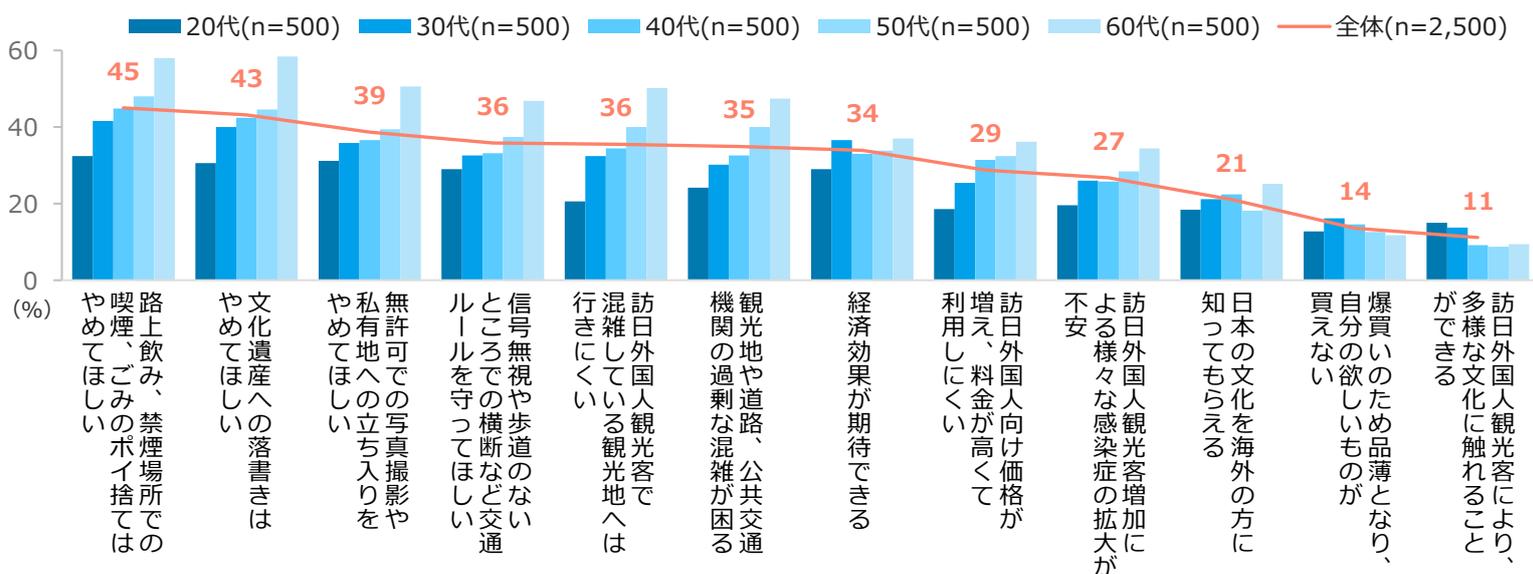
<図3> 旅行先までの移動手段 (n=2,500)



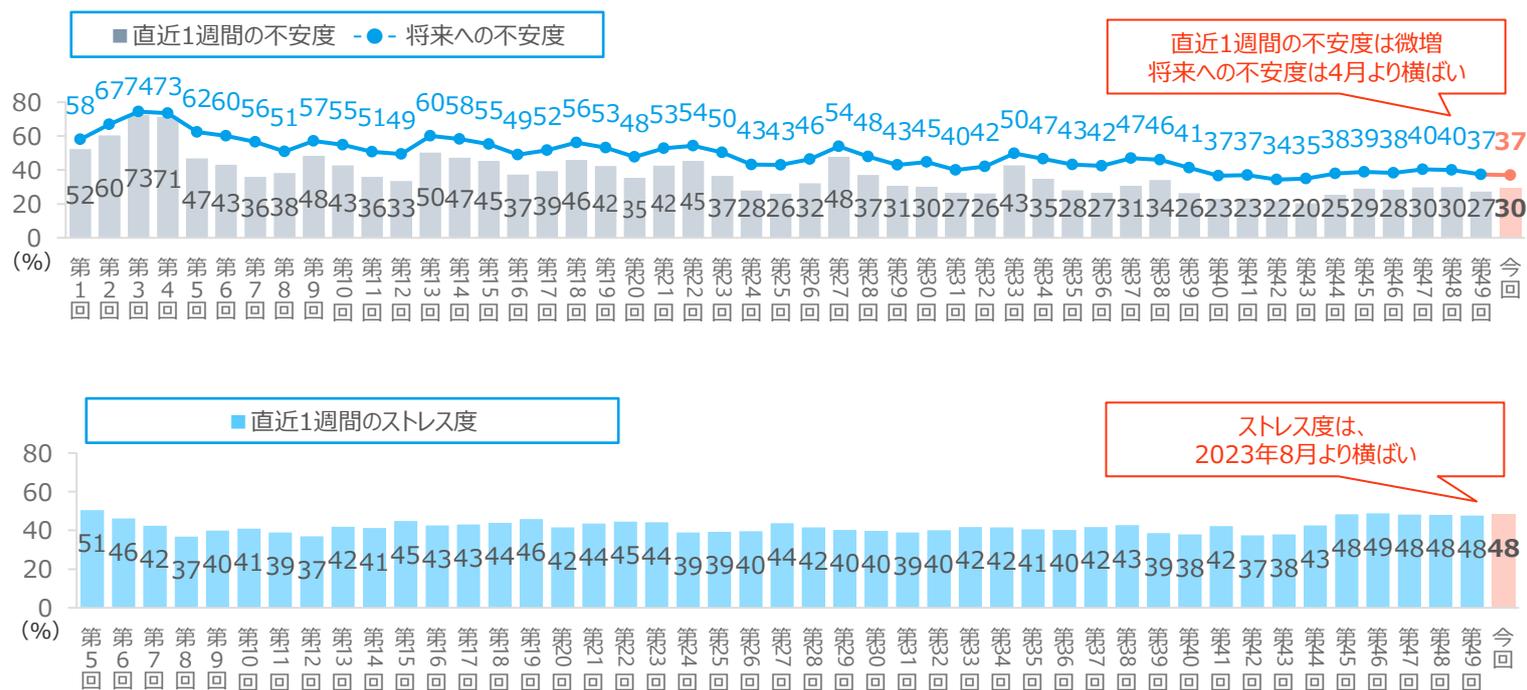
<図4> 旅行先までの移動手段での選定理由 (複数回答 : n=2,500)



<図5> 訪日外国人観光客に対して思うこと (複数回答)



<図6> 新型コロナウイルスに対する不安度・将来への不安度、ストレス度 (単一回答 : n=2,500)



■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/子ども有無/同居家族/同居子ども/世帯年収/職業）
- 調査結果トピックス（時系列比較まとめ・トピックスまとめ）

▼第1章 不安・行動の変化、ストレスについて

- 直近1週間の不安度/将来の不安度/直近1週間のストレス度
- 現在の気持ち、項目別の不安度
- 現在困っていること
- 直近1週間に実施したこと/習慣化しそうなこと

▼第2章 新型コロナウイルスのマスク着用意識/検査について

- 家の外や外出時におけるマスク着用意向/マスク非着用者への反応
- 活動シーン別のマスク着用意向
- 風邪症状があった場合のPCR・抗原検査の意向

▼第3章 新型コロナウイルスの流行を経た現在の外出について

- 外出先(屋内)に期待する感染症対策
- 直近1週間の外出頻度
- 1年前と比較した休日外出行動の変化/行動範囲
- 1年前と比較した休日外出行動の変化/外出頻度・行動範囲パターン
- 直近1ヶ月に外出した/今後外出したい場所・目的
- 今後1年以内の国内旅行意向
- 今後外出したい場所・目的
- 2024年の夏休みに予定していること
- 今後行きたい海外の国や地域/国内の観光地/遊園地・テーマパーク
- 今後行きたい観光名所やレジャー施設（自由回答抜粋）
- 旅行先での行きたい/興味・関心ごと
- 今後見てみたいお祭り・フェスティバル・イベント（自由回答抜粋）
- 希望する旅行先までの移動手段とその理由
- 訪日外国人観光客に対して思うこと

▼参考資料（調査結果詳細）

- 各項目の詳細分析

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/health/20240701corona/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女

調査期間 : 2024年6月21日（金）～ 23日（日）
 有効回答数 : 本調査2,500サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

<調査実施時期>

▼2020年

第1回 (3/12-13)
 第2回 (3/27-29)
 第3回 (4/13-14)
 第4回 (4/24-26)
 第5回 (5/15-17)
 第6回 (5/29-31)
 第7回 (6/12-14)
 第8回 (6/26-28)
 第9回 (7/17-19)
 第10回 (8/21-23)
 第11回 (9/18-20)
 第12回 (10/16-18)
 第13回 (11/20-22)
 第14回 (12/11-13)

▼2021年

第15回 (1/22-24)
 第16回 (2/19-21)
 第17回 (3/26-28)
 第18回 (4/23-25)
 第19回 (5/28-30)
 第20回 (6/25-27)
 第21回 (7/30-8/1)
 第22回 (8/27-29)
 第23回 (9/24-26)
 第24回 (10/22-24)
 第25回 (11/26-28)
 第26回 (12/24-26)

▼2022年

第27回 (1/28-30)
 第28回 (2/25-27)
 第29回 (3/25-27)
 第30回 (4/28-5/1)
 第31回 (5/27-29)
 第32回 (6/24-26)
 第33回 (7/22-24)
 第34回 (8/26-28)
 第35回 (9/22-25)
 第36回 (10/28-30)
 第37回 (11/25-27)
 第38回 (12/23-25)

▼2023年

第39回 (1/27-29)
 第40回 (2/27-28)
 第41回 (3/24-26)
 第42回 (4/28-30)
 第43回 (5/26-28)
 第44回 (6/23-25)
 第45回 (8/25-27)
 第46回 (10/27-29)
 第47回 (12/22-24)

▼2024年

第48回 (2/22-25)
 第49回 (4/26-29)
第50回 (6/21-23)

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

≪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・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」