

<ジーコム独自調査レポート No.138>

コロナ禍の生活変化で増えた行動

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③

2020年7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6月19日（金）～6月26日（金）

4. 調査規模

521サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比 (%)
男性	240	46.1
女性	281	53.9
全体	521	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20代	39	7.5
30代	99	19.0
40代	104	20.0
50代	99	19.0
60代	111	21.3
70代以上	69	13.2
全体	521	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	273	52.4
市外都市圏	117	22.5
その他福岡県	131	25.1
全体	521	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	119	22.8
既婚・子どもなし	53	10.2
既婚・子どもが小学生以下	111	21.3
既婚・子どもが中学生以上で扶養	74	14.2
既婚・子育て終了	164	31.5
全体	521	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	153	29.4
公務員	18	3.5
団体職員・病院勤務	16	3.1
経営者・会社役員	9	1.7
派遣社員・契約社員	35	6.7
商工自営	21	4.0
農林漁業	0	0.0
自由業	9	1.7
学生	5	1.0
パート・アルバイト	63	12.1
専業主婦（主夫）	124	23.8
無職	65	12.5
その他	3	0.6
全体	521	100.0

【報告書の見方】

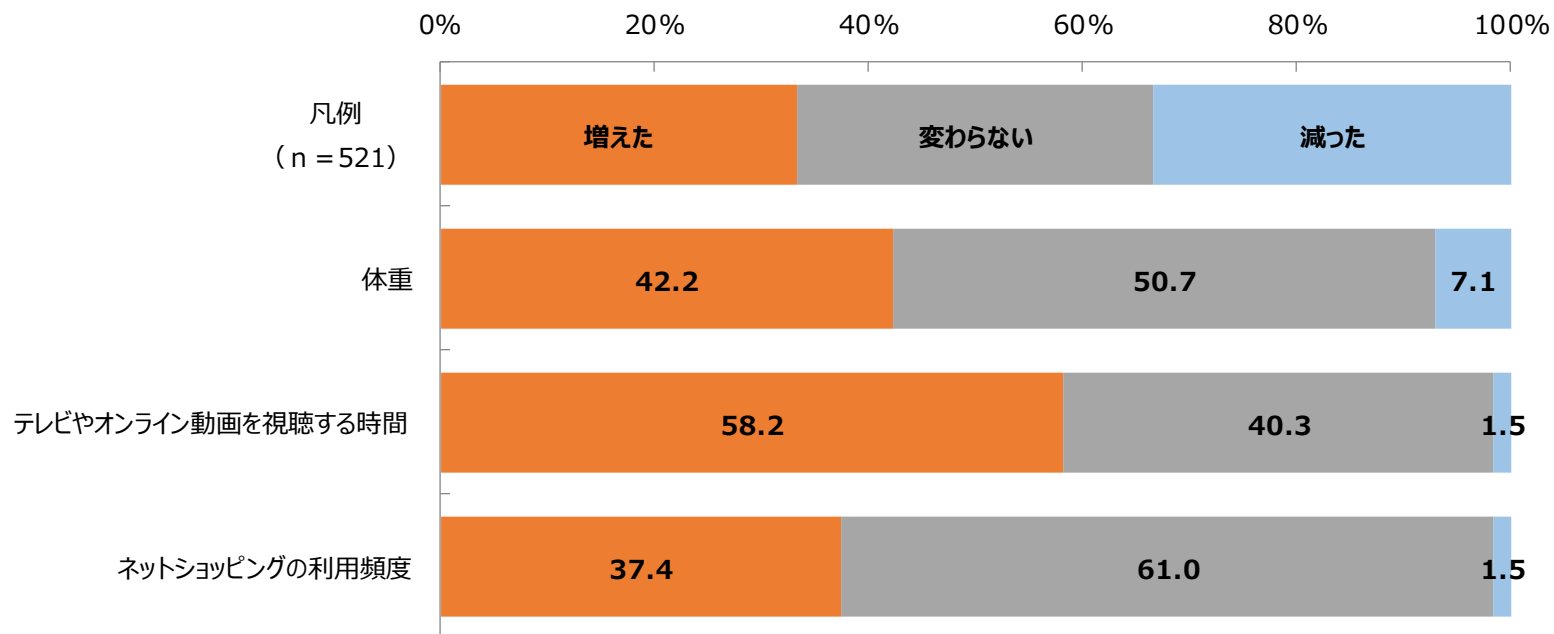
- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. 緊急事態宣言前と比べた生活変化

6割で動画視聴時間が増加。すべて女性で増加が顕著。

緊急事態宣言前と比べた生活変化について、「増えた」割合は、「体重」42.2%、「テレビやオンライン動画を視聴する時間」58.2%、「ネットショッピングの利用頻度」37.4%である。

◆緊急事態宣言前と比べた生活変化【単一回答】



- ・性別では、すべての項目で男性は「変わらない」、女性は「増えた」の割合が高い。
- ・年代別では、「体重」の項目で20・30代は「増えた」の割合が他の年代に比べて高い。

◆緊急事態宣言前と比べた生活変化【単一回答】

			【%】			
		調査数	増えた	変わらない	減った	
体重	全体	521	42.2	50.7	7.1	
	性別	男性	240	33.8	59.2	7.1
		女性	281	49.5	43.4	7.1
	年代別	20・30代	138	50.7	42.0	7.2
		40・50代	203	39.4	51.7	8.9
		60代以上	180	38.9	56.1	5.0
テレビや オンライン動画 を視聴する時間	全体	521	58.2	40.3	1.5	
	性別	男性	240	52.5	46.3	1.3
		女性	281	63.0	35.2	1.8
	年代別	20・30代	138	63.0	36.2	0.7
		40・50代	203	55.7	41.9	2.5
		60代以上	180	57.2	41.7	1.1
ネットショッピング の利用頻度	全体	521	37.4	61.0	1.5	
	性別	男性	240	27.5	70.8	1.7
		女性	281	45.9	52.7	1.4
	年代別	20・30代	138	46.4	52.9	0.7
		40・50代	203	37.9	61.1	1.0
		60代以上	180	30.0	67.2	2.8

2. 体重増加の対策

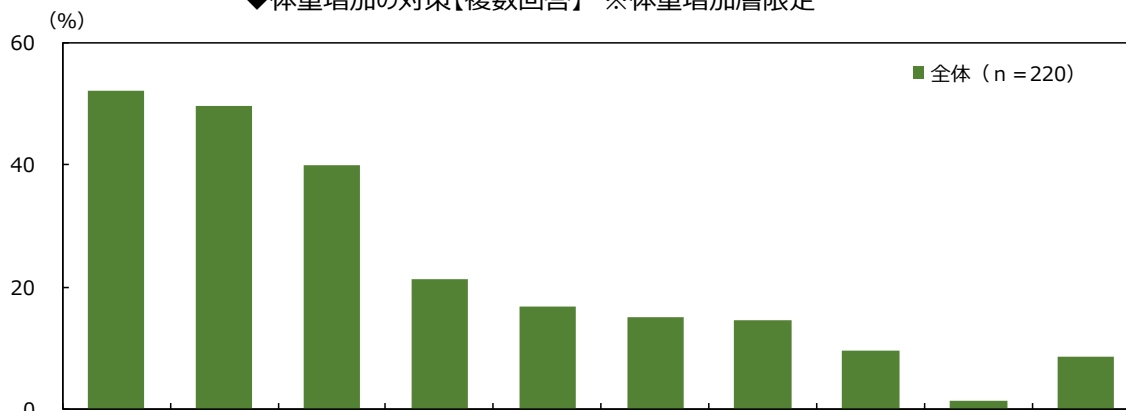
女性は動画を利用した運動が人気。

体重が増加したことへの対策は、「ウォーキングなど、外で手軽な運動をする」の割合が52.3%で最も高く、次いで「間食や夜食は控える」49.5%、「カロリーに気を付けて食事をする」40.0%の順である。

・性別では、男性は「ウォーキングなど、外で手軽な運動をする」「自宅でできる運動用品を利用する」、女性は「YouTubeなどの動画を利用して、自宅で運動する」の割合が高い。

・年代別では、20・30代は「YouTubeなどの動画を利用して、自宅で運動する」、60代以上は「ウォーキングなど、外で手軽な運動をする」の割合が他の年代に比べて高い。

◆体重増加の対策【複数回答】 ※体重増加層限定



	調査数	外でウォーキングなど、手軽な運動をする	間食や夜食は控える	食事やカロリーに気を付けて	自動で動画を運動する	YouTubeを利用する	外食を控える、家庭で調理したもの食べる	自宅ですることができる運動用品	スポーツジムやヨガ	サプリメントなどを摂取する	健康食品	その他	特に考えていない
全体	220	52.3	49.5	40.0	21.4	9.9	16.8	15.0	14.5	9.5	6.2	1.4	8.6
性別													
男性	81	60.5	44.4	40.7	9.9	16.0	22.2	11.1	11.1	6.2	1.2	1.2	8.6
女性	139	47.5	52.5	39.6	28.1	17.3	10.8	16.5	16.5	11.5	1.4	1.4	8.6
年代別													
20・30代	70	44.3	42.9	32.9	32.9	17.1	15.7	10.0	10.0	4.3	-	-	12.9
40・50代	80	50.0	48.8	40.0	20.0	10.0	17.5	15.0	15.0	10.0	2.5	2.5	8.8
60代以上	70	62.9	57.1	47.1	11.4	24.3	11.4	18.6	18.6	14.3	1.4	1.4	4.3

3. 視聴時間が増えた番組ジャンル

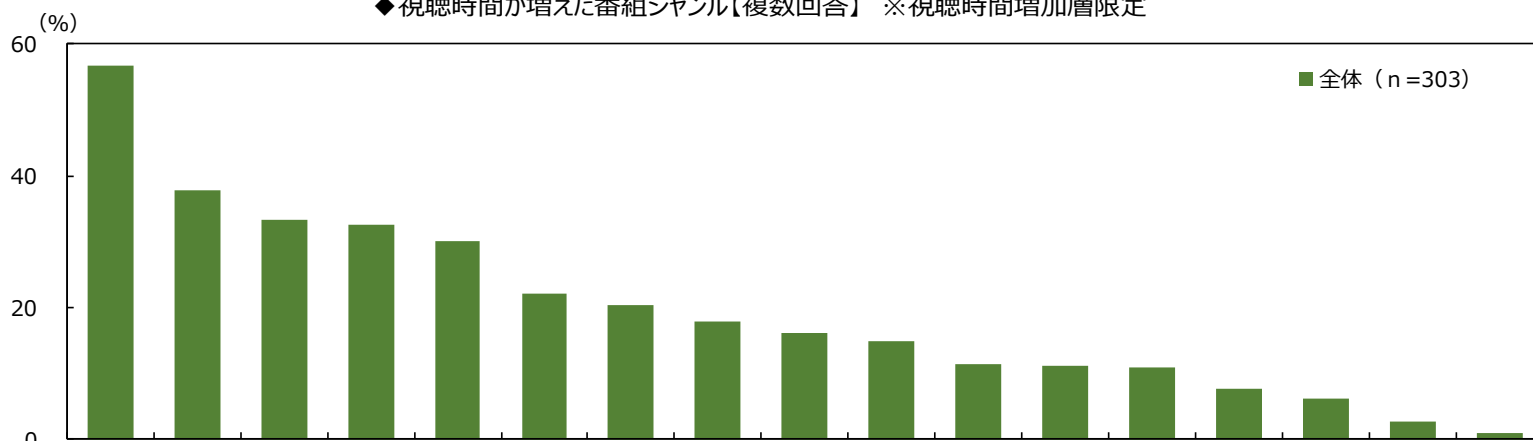
「ニュース・報道・天気予報」が男女ともにトップ。男性は「映画」が4割を超えて第2位。

テレビやオンライン動画で視聴時間が増えた番組ジャンルについて、「ニュース・報道・天気予報」の割合が56.8%で最も高く、次いで「国内ドラマ」38.0%、「映画」33.3%の順である。

・性別では、男性は「映画」、女性は「ワイドショー」の割合が高い。

・年代別では、20・30代は「バラエティ」「アニメ」、60代以上は「ニュース・報道・天気予報」「ワイドショー」「健康・医療」「ドキュメンタリー・教養」の割合が他の年代に比べて高い。

◆視聴時間が増えた番組ジャンル【複数回答】 ※視聴時間増加層限定



調査数		天気予報・ニュース・報道	国内ドラマ	映画	ワイドショー	バラエティ	海外ドラマ	音楽	地域情報	健康・医療	ドキュメンタリー・教養	アニメ	動物・ペット	グルメ	旅行・観光情報	スポーツ	通販	その他	
全体	303	56.8	38.0	33.3	32.7	30.0	22.1	20.5	17.8	16.2	14.9	11.6	11.2	10.9	7.6	6.3	2.6	1.0	
性別	男性	126	61.1	38.9	40.5	26.2	31.0	22.2	18.3	16.7	15.9	16.7	7.9	7.9	10.3	10.3	11.9	2.4	0.8
	女性	177	53.7	37.3	28.2	37.3	29.4	22.0	22.0	18.6	16.4	13.6	14.1	13.6	11.3	5.6	2.3	2.8	1.1
年代別	20・30代	87	35.6	35.6	34.5	24.1	42.5	19.5	18.4	16.1	9.2	9.2	23.0	8.0	10.3	4.6	2.3	2.3	1.1
	40・50代	113	55.8	39.8	30.1	30.1	27.4	18.6	27.4	11.5	7.1	8.0	9.7	8.8	6.2	6.2	8.0	1.8	1.8
	60代以上	103	75.7	37.9	35.9	42.7	22.3	28.2	14.6	26.2	32.0	27.2	3.9	16.5	16.5	11.7	7.8	3.9	-

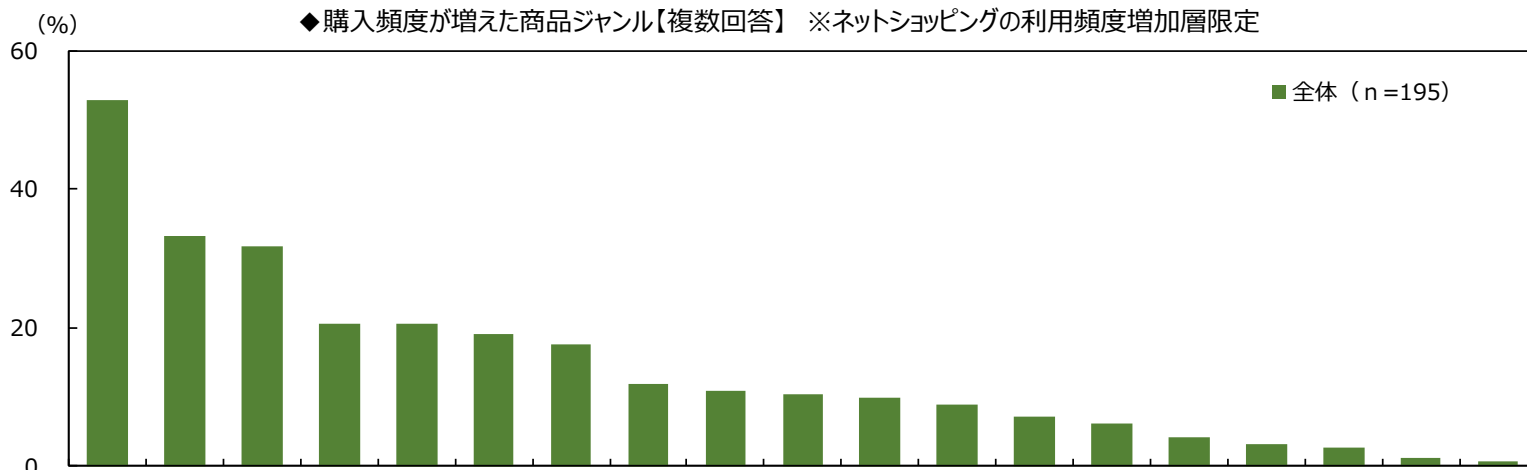
4. 購入頻度が増えた商品ジャンル

女性は衣料品が4割を超え、食品に次いでネットからの購入が進んだ。

ネットショッピングで購入頻度が増えた商品ジャンルは、「食品・飲料」の割合が52.8%で最も高く、次いで「衣料品」33.3%、「日用雑貨・文房具・手芸」31.8%の順である。

・性別では、男性は「家電・パソコン・スマホ」、女性は「衣料品」「美容・コスメ」の割合が高い。

・年代別では、20・30代は「衣料品」「美容・コスメ」の割合が他の年代に比べて高い。



調査数	食品・飲料	衣料品	日用雑貨・文房具・手芸	スイーツ・お菓子	美容・コスメ	本・DVD・CD	スマホ・パソコン	家電・パソコン	サプリメント	健康食品	靴・バッグ	酒類	趣味用品	おもちゃ	インテリア雑貨	ゲームソフト・機器	運動レジャー用品	家庭菜園用品	学習用品	時計・宝飾品	その他
全体	195	52.8	33.3	31.8	20.5	20.5	19.0	17.4	11.8	10.8	10.3	9.7	8.7	7.2	6.2	4.1	3.1	2.6	1.0	0.5	
性別	男性	66	51.5	18.2	25.8	15.2	6.1	19.7	25.8	13.6	9.1	15.2	15.2	7.6	6.1	9.1	7.6	-	1.5	-	-
	女性	129	53.5	41.1	34.9	23.3	27.9	18.6	13.2	10.9	11.6	7.8	7.0	9.3	7.8	4.7	2.3	4.7	3.1	1.6	0.8
年代別	20・30代	64	56.3	48.4	28.1	20.3	31.3	18.8	14.1	4.7	12.5	4.7	6.3	15.6	7.8	9.4	6.3	-	3.1	1.6	-
	40・50代	77	51.9	31.2	31.2	20.8	15.6	26.0	14.3	14.3	13.0	16.9	13.0	7.8	6.5	7.8	2.6	2.6	3.9	1.3	1.3
	60代以上	54	50.0	18.5	37.0	20.4	14.8	9.3	25.9	16.7	5.6	7.4	9.3	1.9	7.4	-	3.7	7.4	-	-	-

5. 今年の夏の宿泊旅行の予定

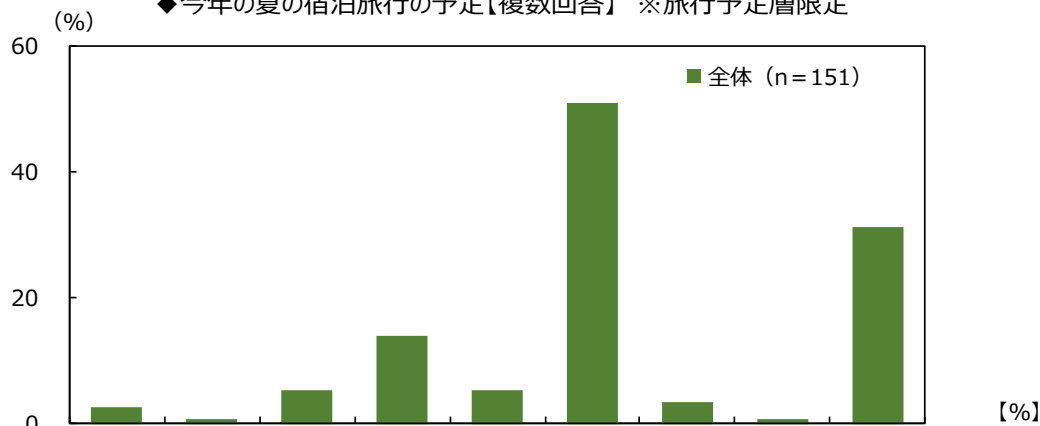
今年の夏の旅行の予定は近場志向が高く、また、新型コロナウイルスの感染状況の様子見のためか、3割は訪問地域を未定としている。

今年の夏（7月～8月）の宿泊旅行の予定について聞いたところ、旅行予定層は29.0%であった。旅行予定層のうち、訪問予定地域は、「九州」の割合が51.0%で最も高く、次いで「中部・近畿」13.9%、「関東」「中国・四国」5.3%の順である。九州外いずれかの地域を予定している層は24.5%であった。

・性別では、男性は女性に比べて「中部・近畿」の割合が高く、九州外旅行予定層の割合が高い。

・年代別では、60代以上は「九州」の割合が他の年代に比べてやや高い。

◆今年の夏の宿泊旅行の予定【複数回答】 ※旅行予定層限定



		調査数	北海道	東北	関東	中部・近畿	中国・四国	九州	沖縄	海外	場所は未定	九州外旅行予定層
全体		151	2.6	0.7	5.3	13.9	5.3	51.0	3.3	0.7	31.1	24.5
性別	男性	75	4.0	-	5.3	20.0	6.7	46.7	4.0	1.3	30.7	30.7
	女性	76	1.3	1.3	5.3	7.9	3.9	55.3	2.6	-	31.6	18.4
年代別	20・30代	40	-	2.5	5.0	10.0	5.0	47.5	10.0	-	30.0	30.0
	40・50代	49	4.1	-	2.0	16.3	6.1	46.9	2.0	2.0	34.7	26.5
	60代以上	62	3.2	-	8.1	14.5	4.8	56.5	-	-	29.0	19.4

*九州外旅行予定層:「北海道」「東北」「関東」「中部・近畿」「中国・四国」「沖縄」「海外」いずれかの選択層

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