

報道関係者各位
プレスリリース

2021年1月7日
ソフトブレイン・フィールド株式会社

【新型コロナ】緊急事態宣言再び、1都3県1200名緊急アンケート 「感染リスクを意識」7割超えるも、ワクチン接種は慎重姿勢

新型コロナウイルス対策で、政府は、首都圏の1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）を対象に7日緊急事態宣言を発令する方針です。

そこで、フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレイン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、首都圏1都3県在住の20代～60代以上のアンケート会員（N＝1203名）を対象に、今回の緊急事態宣言に対する意識調査を実施しました。（調査期間2021年1月5日～6日）

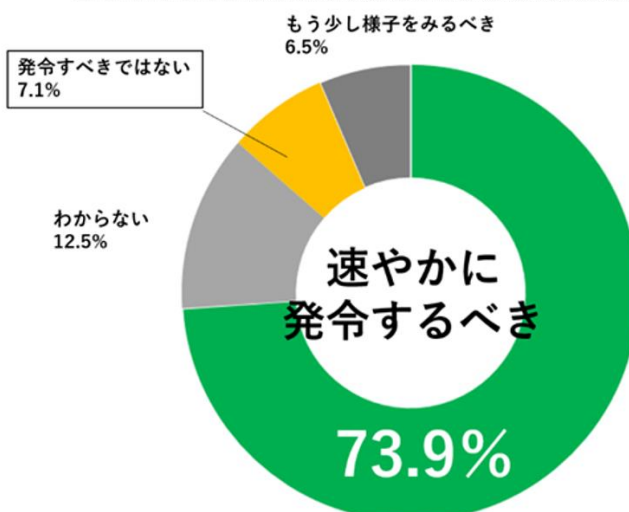
〔調査のポイント〕

- ・再び発令される2回目の緊急事態宣言について、「速やかに発令すべき」がおよそ8割。感染リスクの高い飲食店など限定的な措置に対する方針は「妥当」が6割。
- ・緊急事態宣言中の外出については、7割以上が解除まで控えると回答。巣ごもり消費が引き続き高まることが予想される。前回の発令時よりも「感染リスクを意識している（71.1%）」が7割超えるも、「意識していない（14.0%）」となり理由はコロナ慣れ・現実味のなさなど。
- ・新型コロナワクチン接種については、およそ6割が接種を希望するも「すぐにでも接種したい（11.6%）」「様子をみってから（54.9%）」で慎重な姿勢がうかがえる。

まずは、まもなく発令される2回目の緊急事態宣言についてどう思うか尋ねました。

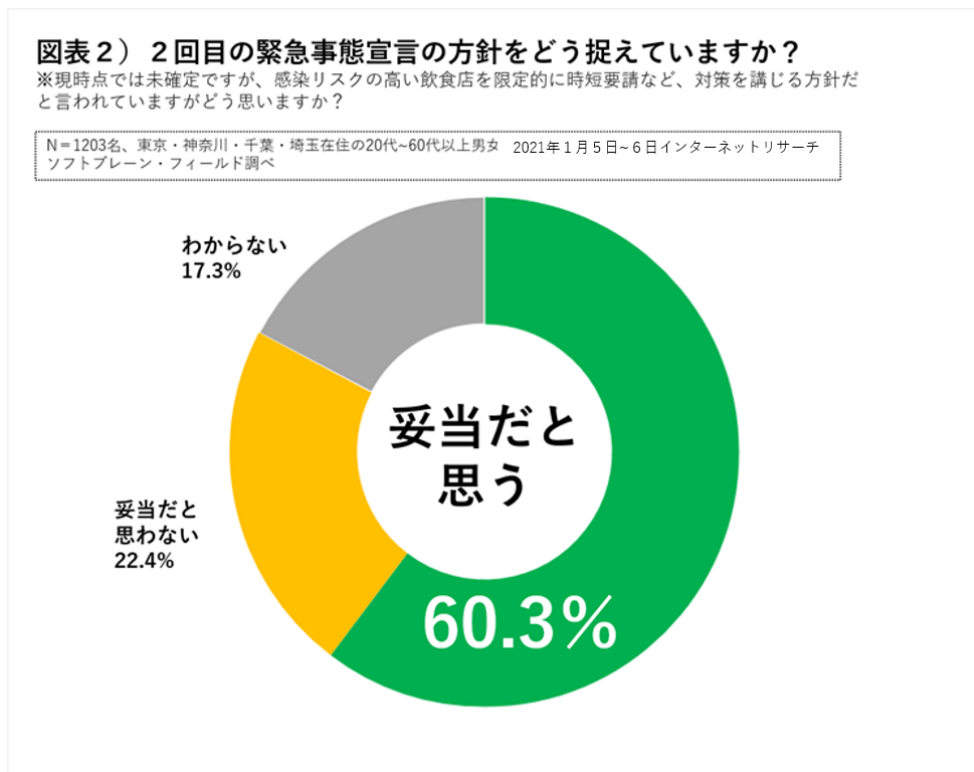
図表1）まもなく発令される2回目の緊急事態宣言をどう思いますか？

N＝1203名、東京・神奈川・千葉・埼玉在住の20代～60代以上男女 2021年1月5日～6日インターネットリサーチ
ソフトブレイン・フィールド調べ



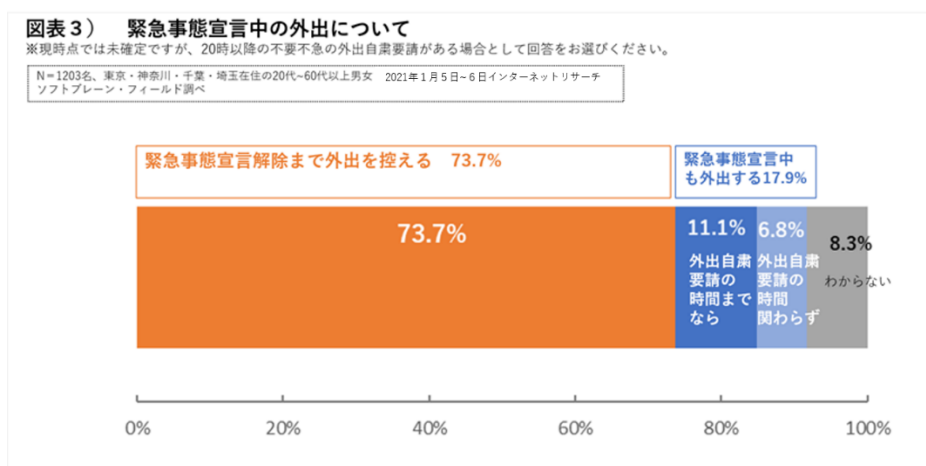
2回目の緊急事態宣言について、およそ8割の人が「速やかに発令すべき（73.9%）」と回答し、「発令すべきではない（7.1%）」、「もうすこし様子を見るべき（6.5%）」は少数派となりました。

昨年4月に発令された緊急事態宣言では、商品の欠品や買い占めなどが発生しました。今回の緊急事態宣言に合わせて何か事前に準備をしていることがあるか尋ねると、「ある（18.3%）」に留まり、そのうち、食料や生活必需品の買い置きをした人は3割程度で、多くの人が落ち着いた行動をとっていることが考えられます。



今回の緊急事態宣言で政府は、経済への影響を最小限に抑えたいとして、飲食の場での感染リスク軽減など、限定的な措置を講じる方針だと言われています。この方針について尋ねると、「妥当だと思う（60.3%）」となり、「妥当だとは思わない（22.4%）」を大きく上回る結果となりましたが、コメントをみると、「一斉休校はないが果たして実際それでよいのかと悩む」といった声や、「前回よりも陽性者、重傷者が増えてきているのだから飲食店だけ規制しても意味がなさそう」といった意見もありました。

次からは、緊急事態宣言中の行動や前回との意識の変化、2月下旬にも開始されるという新型コロナワクチンの接種についてどう思うか調査をしました。



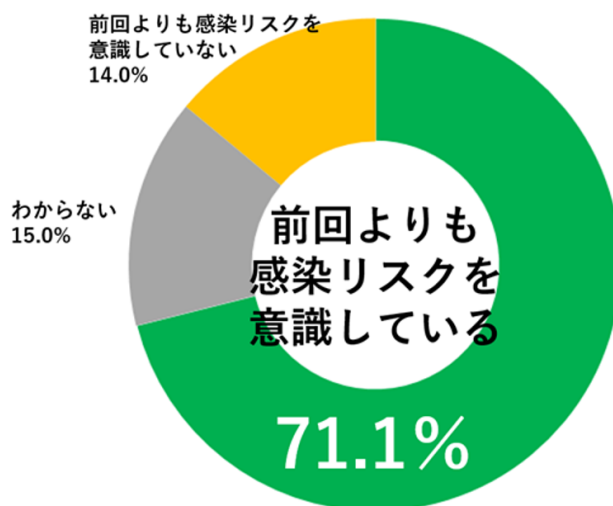
1都3県では、今月8日から、今月末まで「緊急事態行動」として住民に対して20時以降の不要不急の外出自粛を

要請していく方向で最終調整をしているといいます。

緊急事態宣言中の外出について尋ねると、およそ8割の人が「緊急事態宣言解除まで外出を控える（73.7%）」と回答し、巣ごもり消費が引き続き高まることが予想されます。

図表4）前回の緊急事態宣言発令時と、現在において感染リスクへの意識についてお選びください。

N=1203名、東京・神奈川・千葉・埼玉在住の20代~60代以上男女
ソフトブレイン・フィールド調べ 2021年1月5日~6日インターネットリサーチ

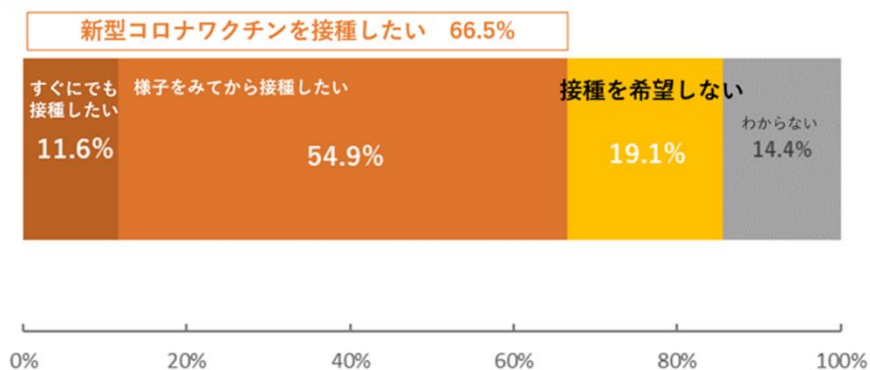


次に、前回の緊急事態宣言発令時と、現在において感染リスクの意識について尋ねると、「前回よりも感染リスクを意識している（71.1%）」と多くの人が回答しています。その理由としては、「東京での感染者数が連日1000人を超え、全世界でも感染拡大しているから」、「変異種ウイルスも出てきたから」といった声が多くみられました。

一方で、「前回よりも感染リスクを意識していない（14.0%）」となり、その理由としては、「前回よりも、国民一人一人の気が緩んでいると思う」という、コロナ慣れを挙げる声や、「身の回りに発症者がいないから」といった、感染リスクに対する現実味を感じられないといった声がありました。

図表5）新型コロナワクチンの接種を希望しますか？

N=1203名、東京・神奈川・千葉・埼玉在住の20代~60代以上男女
ソフトブレイン・フィールド調べ 2021年1月5日~6日インターネットリサーチ



最後に、新型コロナワクチンの接種について尋ねると、およそ6割の人が「新型コロナワクチンを接種したい（66.5%）」と回答しましたが、そのうち「すぐにでも接種したい（11.6%）」に留まり、半数以上が「様子をみてから接種し

たい（５４．９％）」と慎重な姿勢をみせていることがわかりました。

一方で、およそ２割の人が「接種を希望しない（１９．１％）」と回答し、その理由としては、「ワクチンがどこまであてになるのかわからないことが不安」といった声が多くみられました。

政府は、専門家による分科会がつくった４段階の感染状況で、最も深刻な「ステージ４」からの脱却を緊急事態宣言解除の条件としており、病床の逼迫度合いや療養者数など６つの指標をもとに、国と自治体が協議して各自治体の状況を総合的に判断するといいます。

６日の東京都の新規感染者数は１５９１人、１日あたりの感染者数としては昨年１２月３１日の１３３７人を超え、過去最多を更新し感染拡大に歯止めが利かない状態になっています。緊急事態宣言においては「医療崩壊」を避けることを目的とされておりますが、発令期間が長引けば、飲食店をはじめ多くの人の生活への影響が深刻化が懸念されます。

【調査概要】

図表１～５：N＝１２０３名（東京都５８４名、神奈川県２６３名、埼玉県１９６名、千葉県１６０名）

	20代	30代	40代	50代	60代以上	計
女性	15	54	219	223	109	620
男性	13	39	130	231	170	583
男女計	28	93	349	454	279	1203
(%)	2.3%	7.7%	29.0%	37.7%	23.2%	100.0%

調査対象：全国のPOB会員アンケートモニター

調査日時：２０２１年１月５日～６日

調査方法：インターネットリサーチ

調査機関：ソフトブレン・フィールド

過去分析レポート※）コロナ禍における生活意識・行動変化レポート

- ・第１回目「買い物行動分析」 <https://www.sbfield.co.jp/press/20200820-15783/>
- ・第２回目「外食利用分析」 <https://www.sbfield.co.jp/press/20200907-15841/>
- ・第３回目「菓子類の購入分析」 <https://www.sbfield.co.jp/press/20200923-15874/>
- ・第４回目「ドラッグストア購買行動分析」 <https://www.sbfield.co.jp/press/20201016-15939/>
- ・第５回目「食品・総合スーパー購買行動分析」 <https://www.sbfield.co.jp/press/20201106-16082/>
- ・第６回目「コンビニ大手３社購買行動分析」 <https://www.sbfield.co.jp/press/20201224-16192/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 広報担当 石井（いしい） / 山室（やまむろ）

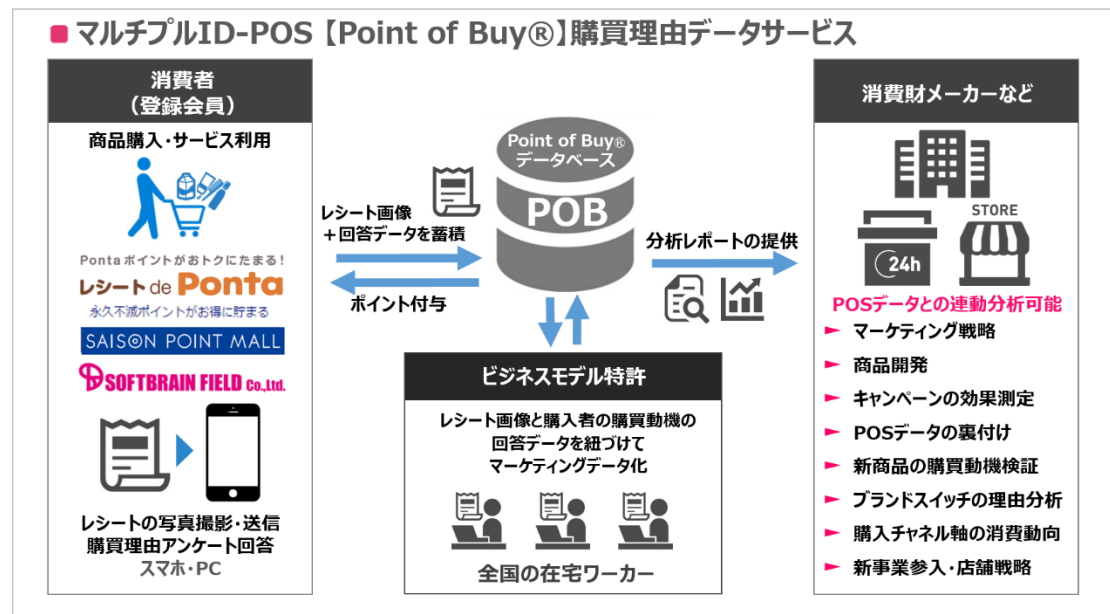
TEL：０３-６３２８-３８８３ FAX：０３-６３２８-３６３１ MAIL: press@sbfield.co.jp

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 POB推進部 太田（おおた）

TEL：０３-６３２８-３８８３ FAX：０３-５５６１-８５９９

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された334,187人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース （一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーボ <https://recepipo.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ92,555名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など187,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博 URL：<https://www.sbfield.co.jp/>