

コロナ禍における「ディスタンス (距離)」に関するアンケート実施

健康・医療分野の広告メディア事業ならびにマーケティング事業を行う株式会社 QLife (キューライフ/本社：東京都港区、代表取締役：有瀬和徳) は、新型コロナウイルス感染症 (以下、新型コロナ) 流行下における、さまざまな「ディスタンス (距離)」に関して、QLife 会員を対象にアンケートを実施した。調査結果の概要は以下の通り。

【調査結果の概要】

○調査概要

実施責任者：株式会社 QLife

目的：コロナ禍における身体的、精神的「ディスタンス」の実態と、それによるストレス度合いの把握

調査実施日：2020年9月7日～9月9日

調査方法：Web アンケート調査 (全 12 問、回答者属性を除く)

○結果概要

有効回答数：300

<回答者の属性>

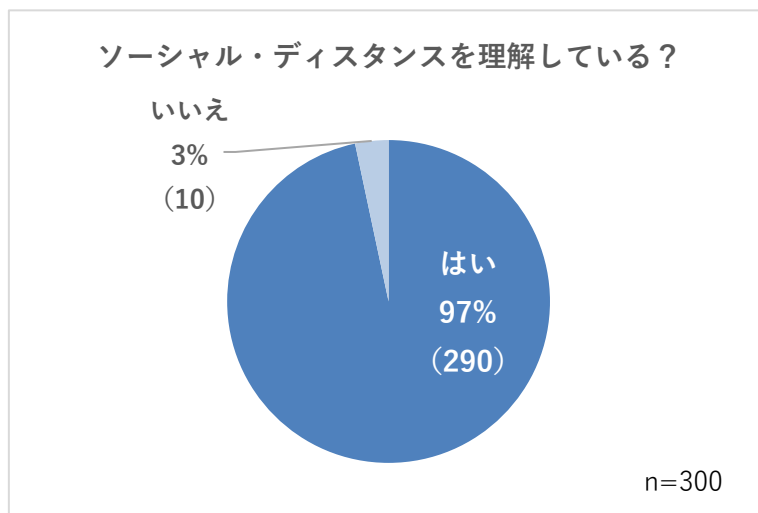
性別：男性 178 人 (59%)、女性 122 人 (41%)

居住地：全国 (多い順に、東京都 45 人、北海道 23 人、大阪府 21 人、千葉県 19 人、神奈川 18 人)

年代：50 代 (97 人)、60 代 (67 人)、40 代 (59 人) 中心に 10～80 代以上

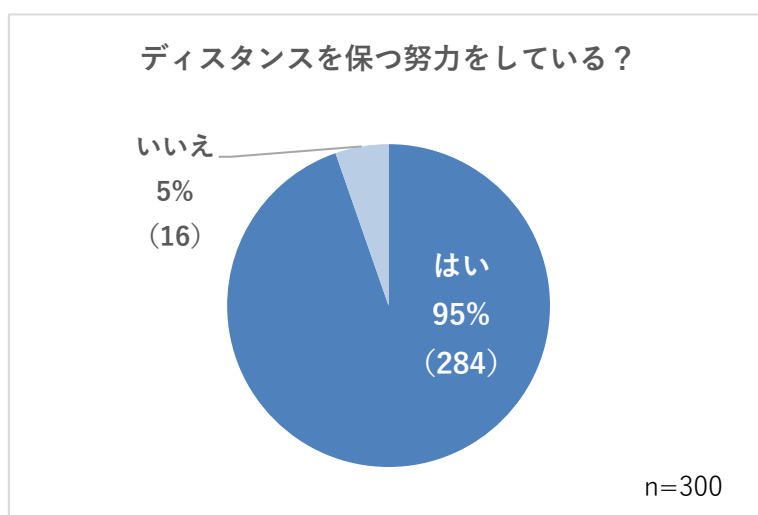
職業：公務員/会社員 (112 人)、無職 (75 人)、専業主婦 (主夫) (38 人) の順に多かった

「ソーシャル・ディスタンス」という新語の意味をほとんどが理解し、保つ努力をしている



Q:コロナ禍で「ソーシャル・ディスタンス」という言葉が使用されるようになりました。どういうことを意味するか、あなたは理解できていますか？（単一回答）

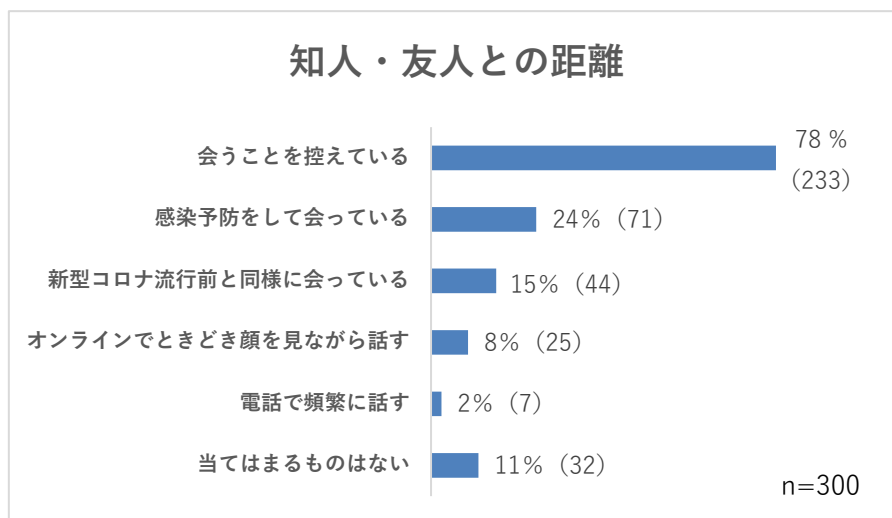
新型コロナ大流行に伴う緊急事態宣言以降、頻繁に報道されるようになった言葉の1つが「ソーシャル・ディスタンス」である。人から人への感染拡大防止のために距離をとり密集度を下げる、の意味合いで使われる。約半年が経過し、この言葉の意味を理解できているかを上記のように尋ねた。回答は、「はい」が97%（290人）で、ほとんどの回答者が「理解できている」と自覚していることがわかった。



Q:コロナ禍ではさまざまな場面で「ディスタンス（距離）」を保つことが推奨されています。あなたは、ディスタンスを保つ努力をしていますか？（単一回答）

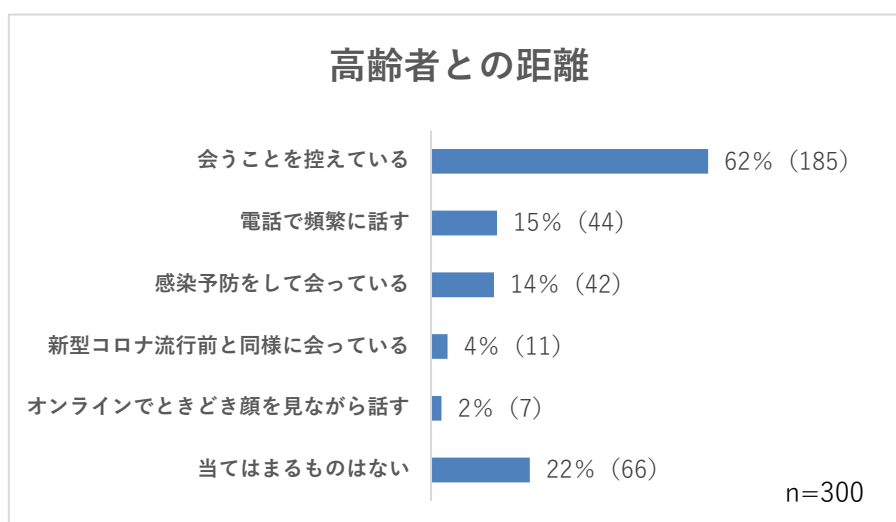
ディスタンスを保つ努力をしているかを尋ねたところ、ほとんどの回答者が「はい」（95%・284人）を選んだ。

友人、高齢者とは「会うのを控える」と半数以上が回答



Q:【知人・友人との距離】 コロナ禍での知人・友人との面会について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

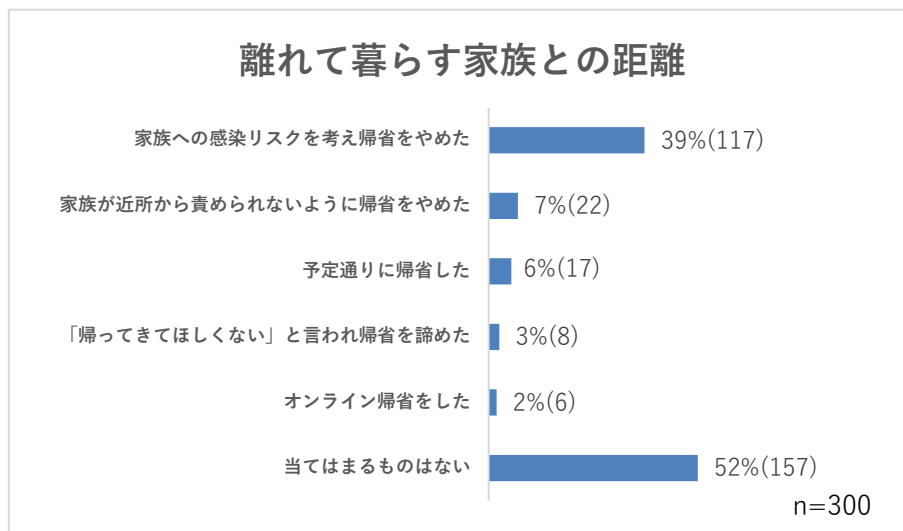
人との距離として、会う頻度やその方法について尋ねた。対友人・知人については、「会うことを控える」が最も多く78%（233人）であった。また、コロナ禍でビデオ通話を通じた対面がさまざまなシーンで普及し始めているが、「オンラインでときどき顔を見ながら話す」を選んだのは8%（25人）であった。



Q:【高齢者との距離】 コロナ禍での同居してない高齢者との面会について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

対高齢者の場合も同様に尋ねたところ、知人・友人の結果と同じく「会うことを控えている」が62%（185人）と最も多かったが、対知人・友人よりも「電話で頻繁に話す」（15%・44人）を選んだ人が多かった。

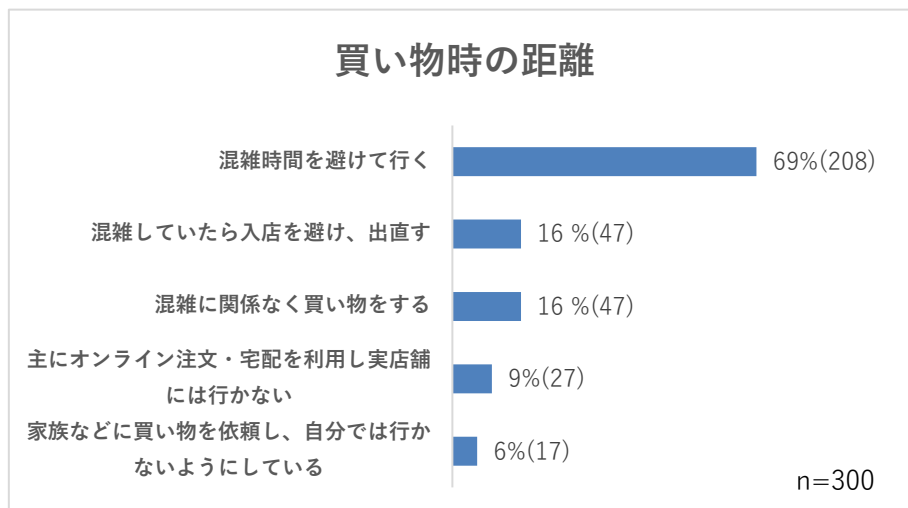
「帰省はやめた」と約半数、「帰ってきてほしくない」と言われたケースも



Q:【離れて暮らす家族との距離】 コロナ禍での帰省について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

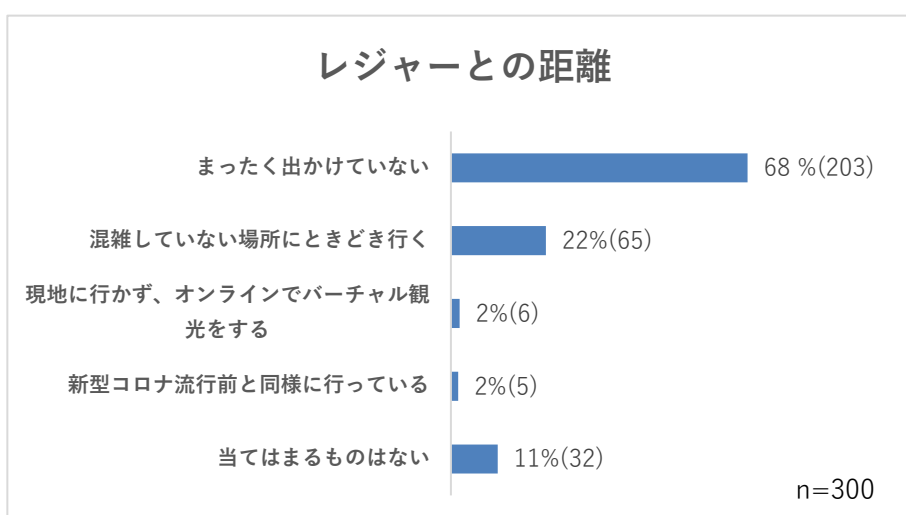
離れて暮らす家族の元への帰省について尋ねた結果、全体の 39%（117 人）が「感染リスクを考え帰省をやめた」を選んだ。「予定通り帰省した」は 6%（17 人）に留まった。

買い物は「混雑を避け」、レジャーは「行かない」



Q: 【買い物時の距離】 コロナ禍でのスーパーなどでの買い物について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

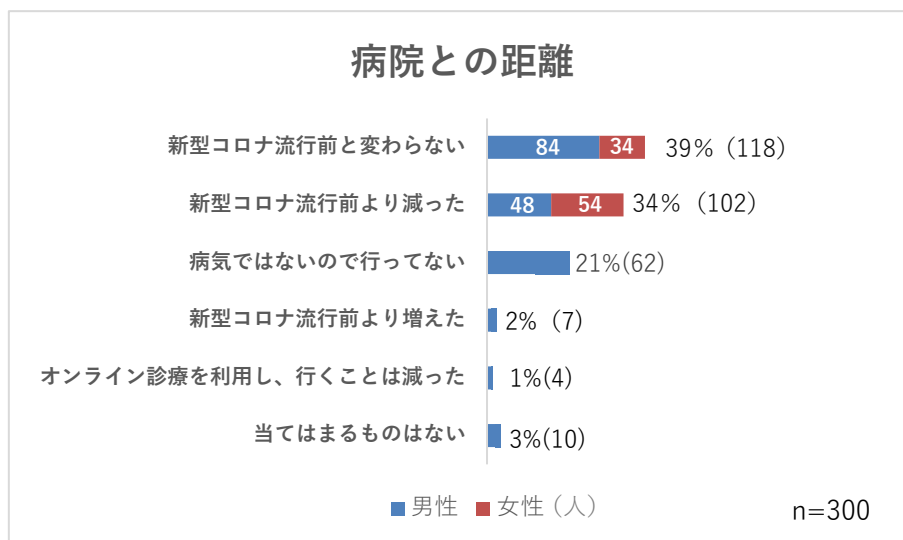
続いて、身近な行動におけるディスタンスについて尋ねた。買い物においては、「混雑時間を避ける」が69%（208人）と最も多かった。スーパーマーケット各社でインターネット注文による配達サービスも行われているが、「主にオンライン注文・宅配を利用し実店舗には行かない」を選んだのは9%（27人）に留まった。



Q: 【レジャーとの距離】 コロナ禍でのレジャーや観光の頻度について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

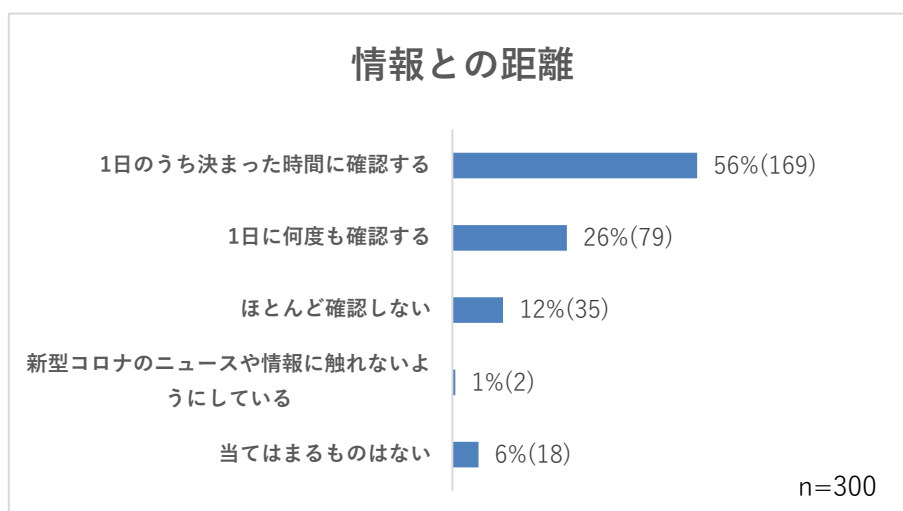
レジャーについて尋ねたところ、「まったく出かけていない」が68%（203人）で、30代から70代いずれの年代においても一番多かった。

病院に行く機会、男性は「流行前と変わらない」が多く、女性は「流行前より減った」



Q:【病院との距離】 コロナ禍での診療目的で病院に行く頻度について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

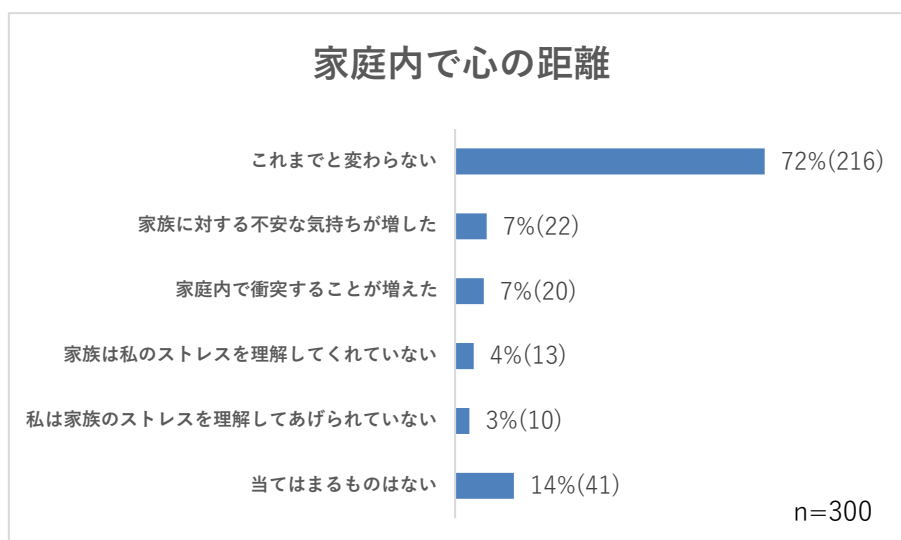
コロナ禍で来院者が減少していることを踏まえ、実際に病院に行く頻度について尋ねた。全体では「流行前と変わらない」が39%（118人）で最多だったが、性別では順位は異なった。男性は「流行前と変わらない」が84人（男性全体の約47%）、女性は「流行前より減った」が54人（女性全体の約44%）という結果だった。「オンライン診療」の導入も進みつつあるが、「オンライン診療を利用し、行くことは減った」を選んだのはわずか1%（4人）であった。



Q:【情報との距離】 新型コロナ関連のニュースや情報との接触頻度について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

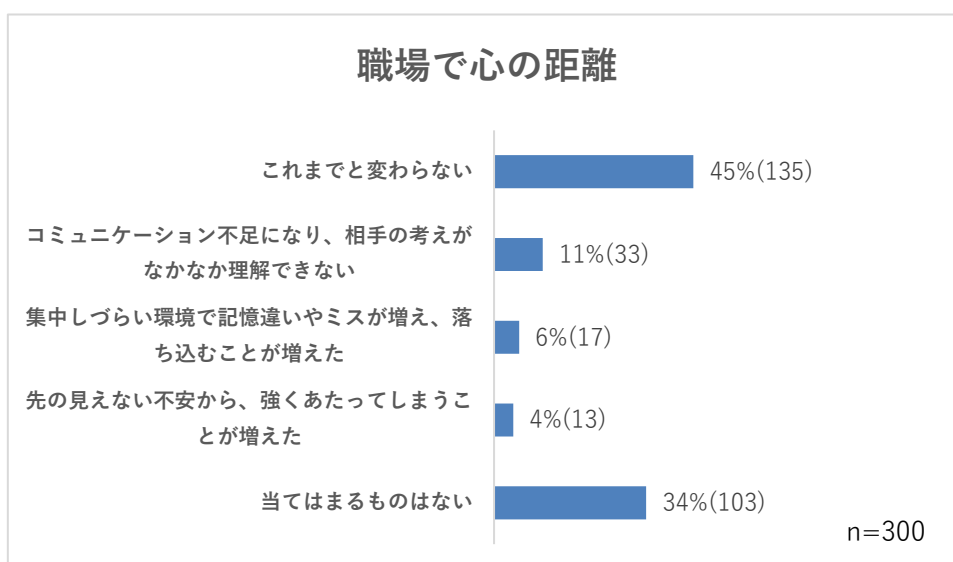
新型コロナに関するニュースとの接触頻度は、「決まった時間に確認する」が56%（169人）で最多だった。

心の距離感、「流行前と変わらない」が多い



Q:【家庭内で心の距離】 コロナ禍での家族との「心の距離」について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

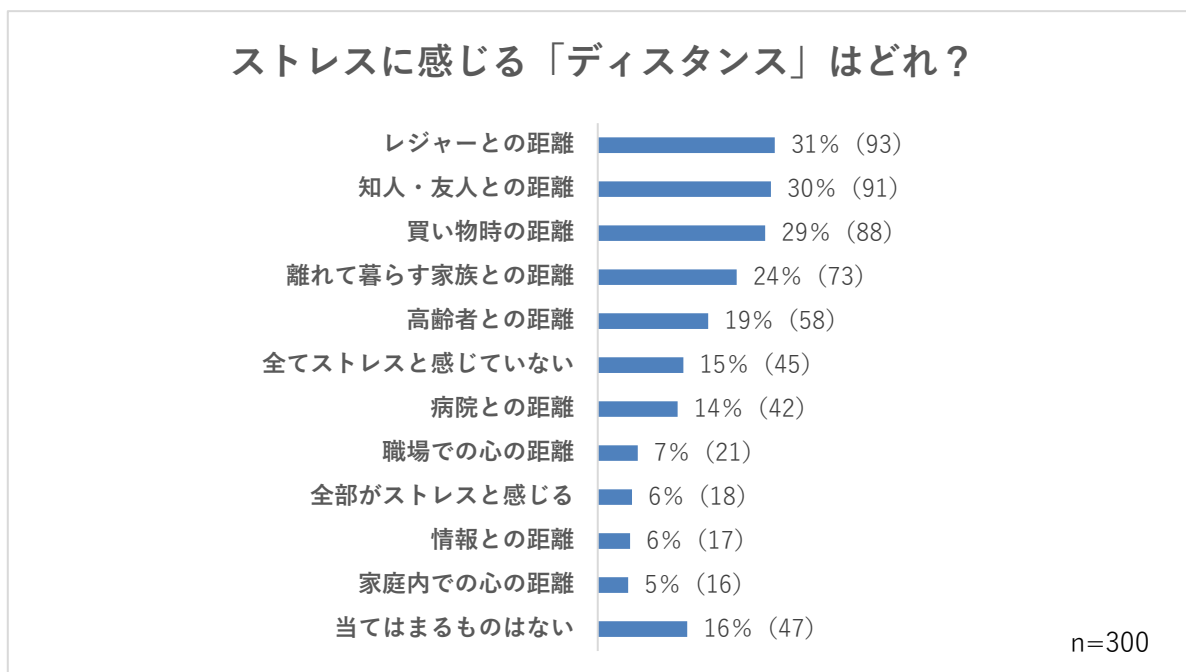
対家族、対職場それぞれにおける、心の距離について尋ねた。家族との心の距離について、「これまでと変わらない」が最多で72%（216人）だった。



Q:【職場で心の距離】 コロナ禍での職場や仕事関係の人々との「心の距離」について、当てはまるものを選んでください（複数回答）

職場の人々との距離についても、「これまでと変わらない」が最多で45%（135人）。また、「コミュニケーション不足になり、相手の考えがなかなか理解できない」を選んだ33人のうち、50代男性が12人で約3割を占めた。

レジャー、友人と会う、買い物の制限をストレスと感じている人が多い



Q:コロナ禍の「ディスタンス」で、あなたがストレスを感じるものとして、当てはまるものを選んでください (複数回答)

最後に、これまでに尋ねた「距離」の中で、ストレスを感じるものは何かを尋ねた。全体では「レジャーとの距離」(31%・93人)「知人・友人との距離」(30%・91人)「買い物時の距離」(29%・88人)が多いとわかったが、性別によって順位は異なった。男性では「レジャーとの距離」(53人)が最多だった一方、女性では「知人・友人との距離」(47人)が多くなった。また、男性では、「全てストレスと感じていない」(32人)を選んだ人も多かった。

	男性	女性
1位	レジャーとの距離 (53人)	知人・友人との距離 (47人)
2位	買い物時の距離 (46人)	買い物時の距離 (42人)
3位	知人・友人との距離 (44人)	レジャーとの距離 (40人)
4位	離れて暮らす家族との距離 (38人)	離れて暮らす家族との距離 (35人)
5位	全てストレスと感じていない (32人)	高齢者との距離 (27人)

【会社概要】

会社名：株式会社 QLife (キューライフ)

所在地：〒105-0001 東京都港区虎ノ門 4-3-9 住友新虎ノ門ビル 7F

代表者：代表取締役 有瀬和徳 設立日：2006年(平成18年)11月17日

事業内容：健康・医療分野の広告メディア事業ならびにマーケティング事業 URL：<http://www.qlife.co.jp>

お問い合わせ先：株式会社 QLife TEL：03-6860-5020/E-mail：info@qlife.co.jp