






2020年11月12日
凸版印刷株式会社
株式会社 ONE COMPATH

電子チラシサービス『Shufoo!』、全国6万人の「コロナ意識度」調査 慎重だけど工夫して新生活様式を楽しむ「インドア型」が40.3%で最多

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:磨 秀晴、以下 凸版印刷)と、凸版印刷のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH(ワン・コンパス、本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO:早川 礼、以下 ONE COMPATH)は、ONE COMPATH が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!(シュフー)」(※1)を利用する63,984名を対象に、新型コロナウイルス感染拡大防止への意識度アンケートを実施しました。

この結果から、凸版印刷が独自で作成した「TOPPAN Original Scale(以下 コロナ意識度スケール)」を基に、5タイプの人物像に当てはめ、消費者の「コロナ意識度」を分析しました。「コロナ意識度スケール」は、予めテーマ設定した設問と評価点を定めた選択肢の中から、回答者の感情に最も近いものを選択してもらい、合計点数から新型コロナウイルスへの意識度レベルに応じた5タイプの人物像のうち、どのタイプに当てはまるかを評価するものです。

今回の調査では、コロナ意識度61~80%の「インドア型」が最多の40.3%、最も低かったのはコロナ意識度0~20%の「自由型」で2.0%という結果でした。ここから、新型コロナウイルスへの意識は比較的高く、工夫して新しい生活様式を楽しむ人が多いことが分かりました。

コロナ意識度スケールを基にした人物像 一覧					
コロナ意識度	0%-20%	21%-40%	41%-60%	61%-80%	81%-100%
合計点数	0~5点	6~12点	13点~19点	20点~26点	27点~32点
タイプ	自分らしく振舞いたい 孤高の存在 自由型 	協調重視で 空気を読みながら動く 遊動型 	さまざま意見を 取り入れ判断する バランス型 	不安の「こなし方」も 生活の彩りになりうる インドア型 	石橋を叩き石の上に 留まることも厭わない 籠城型 
Shufoo! ユーザー 結果	2.0% (1,279名)	12.3% (7,851名)	37.1% (23,751名)	40.3% (25,773名)	8.3% (5,330名)

調査期間：2020年8月4日~8月31日 サンプル数63,984名
調査対象者：「シュフーポイント」会員（全年齢層の男女）
※イラストはイメージです

■ 「コロナ意識度スケール」と5タイプの人物像

衛生環境や食事など、生活に関する8つのテーマに分けた設問を用意。回答者に自身の考え方に最も近い選択肢を選択してもらい、各選択肢に割り当てられた数値の合計点数から「コロナ意識度」5タイプに分類しました。人物像の設定基準は、コロナへの考え方(感染症への警戒度)です。5つのタイプは「コロナ意識度」が低い順から、「自由型」(コロナ意識度:0~20%)、「遊動型」(同:21~40%)、「バランス型」(同:41~60%)、「インドア型」(同:61~80%)、「籠城型」(同:81~100%)です。合計点数が低いほど「コロナ意識度」が低く、合計点数が高いほど「コロナ意識度」が高い人物像に分類されます。

なお、本調査の対象は、電子チラシサービス「Shufoo!」を利用するユーザー63,984名で、2020年8月4日から8月31日まで実施したアンケートより分析しました。

《生活に関する8つのテーマに基づいた設問》

新型コロナウイルス感染拡大前から、ウィズコロナ/アフターコロナへと変化していく生活者の思考と行動について、8つのテーマで設問を用意。各設問の選択肢に評価点を設定しました。テーマは「衛生意識」「食事に対する意識(主に外出について)」「スーパーでの買物に対する考え方」「運動に対する意識」「飲み会についての考え方」「余暇の過ごし方についての考え」「通勤に対する意識」「緊急事態宣言解除後の生活に対する思い」の8つです。

《コロナ意識度レベルに応じた5タイプの人物像》

・タイプ1.「自由型」(コロナ意識度:0~20%) 合計点数:0~5点

「自分らしく振舞いたい、孤高の存在」

「もう大丈夫」と自分の判断基準で行動。コロナ前の生活スタイルに戻し、積極的に外に出るタイプ。

・タイプ2.「遊動型」(21~40%) 合計点数:6~12点

「協調重視で空気を読みながら動く」

「緊急事態は解除されたから」と周囲の温度感とのバランスを見て行動。以前の生活をベースに、自身が思うマナーの範囲で対策をとるタイプ。

・タイプ3.「バランス型」(コロナ意識度:41~60%) 合計点数:13~20点

「さまざま意見を取り入れ判断する」

「対策も、快適な生活も大事」と要不要を使い分けて行動。自分の生活ペースを維持しながら、リスクに合わせた対策をとるタイプ。

・タイプ4.「インドア型」(コロナ意識度:61~80%) 合計点数:21~26点

「不安の「こなし方」も生活の彩りになりうる」

「やっぱり注意は必要」と用心して行動。新しい生活様式を楽しむ工夫をし、対策はしっかりするタイプ。

・タイプ5.「籠城型」(コロナ意識度:81~100%) 合計点数:27~32点

「石橋を叩き、石の上に留まることもいとわない」

「コロナ怖い」と警戒心が高い。新しい生活様式を周囲にも推奨し、万全の対策をとるタイプ。

■Shufoo!ユーザーへの調査結果

コロナ意識度 61~80%の「インドア型」が 40.3%と最多、次いでコロナ意識度 41~60%「バランス型」が 37.1%となり、この2タイプが全体の 77.4%を占めました。

一方、コロナ意識度 81%~100%と最も意識が高いタイプ「籠城型」は 8.3%と少数派となりました。最も少なかったのは、コロナ意識度 0~20%の「自由型」で、2.0%でした。

この結果から、消費者の大多数がコロナに対する意識は比較的高く、慎重に行動しながらも、さまざまな意見を取り入れたり新しい生活様式を楽しんだりしているようです。

■「コロナ意識度スケール」作成者のコメント

・「コロナ意識度スケール」を作成した経緯・目的

この「コロナ意識度スケール」は、緊急事態宣言下に、これからの新しい生活様式を意識して作成しました。ちょうど世の中が不安と閉塞感に満ちていた頃ですが、はやく元通りの生活に戻ってアクティブに過ごしたいと感じている人から、コロナ禍を境に大きく生活スタイルを変えようとする人までいることが分かりました。コロナ禍でストレスを抱えているという事実は同じですが、両者はまったく逆の思考を持っています。それぞれの思考を尊重しながら、未来を考えるヒントになるようにと考えました。

・本調査に対する見解

今回のアンケートに回答してくださった「Shufoo!」ユーザーは比較的主婦層が多く、コロナ意識度が「やや高い」という傾向が見られました。6月に実施した別の調査では、若年層と男性は比較的コロナ意識度が「低い」という結果が出ており、主婦層についての傾向は今回と同様「やや高い」でした。コロナ意識度が60%以下の層には、「Go To キャンペーン」などの消費促進策が歓迎されそうです。今回の調査では半数程度を占めるコロナ意識度 61%以上の層は、オンライン上で完結する消費やエンターテインメントが求められそうです。多様な視点から、さまざまな思考の人が喜ぶ取り組みの検討が必要と考えます。

■「コロナ意識度スケール」作成者プロフィール

ブランドコンサルタント 井口実夏

(凸版印刷株式会社 情報コミュニケーション事業本部
エクスペリエンスデザイン本部 ブランド統括部)



セールスプロモーション部門、金融企画部門などで、数多くのコミュニケーション企画立案に携わる。ブランディングセクションに異動後は、多岐にわたる情報を整理・分析しブランド戦略を立案することを得意としている。ブランドステートメント開発、CI/VI 開発、ブランド体系化、事業・商品サービスブランディング、空間ブランディングなど幅広い領域を担当。

■ 調査概要

「Shufoo!」利用者調査

調査エリア：全国

調査対象者：「シュフーポイント」会員(全年齢の男女)

サンプル数：合計有効回答サンプル数 63,984 名 ※回答者全員

調査期間：2020年8月4日～8月31日

調査方法：インターネットリサーチ

- 本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、以下のクレジットを必ず明記してください。
クレジット：「凸版印刷・ONE COMPATH 『Shufoo!』調べ」

※「TOPPAN Original Scale」の使用をご希望の場合、下記お問合せまでご連絡ください。

■ 株式会社 ONE COMPATH について

所在地：東京都港区芝浦 3-19-26 トップラン芝浦ビル

設立：1997年1月20日

資本金：600百万円

代表者：代表取締役社長 CEO 早川 礼

従業員：130名(2020年4月時点/出向者を含む)

URL：<https://onecompath.com>

※1 「Shufoo!」について

凸版印刷が2001年8月より運営を開始し、30～50代の女性を中心に利用されている国内最大の電子チラシサービス。2019年4月1日、株式会社 ONE COMPATH へ事業が継承されました。大手流通各社、地域主力スーパーなど約4,400法人、約120,000店舗が参加。PV数は月間4.5億PV、ユニークユーザー数は月間1,600万(2020年10月現在、提供ASP上のアクセス含む)となっています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また、生活者はスマートフォンやタブレット端末、PCなど、さまざまなデバイスから日本全国のチラシをはじめとするお買い物情報を閲覧することができます。

* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* 本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以 上

【報道機関からのお問い合わせ】

凸版印刷株式会社 広報本部

TEL: 03-3835-5636 MAIL: kouhou@toppan.co.jp

株式会社 ONE COMPATH 東京都港区芝浦 3-19-26

広報(戸田、千野) press@onecompath.com TEL: 03-3769-3501

※「コロナ意識度スケール」を利用した調査を実施したい場合は、お問合せください