

マスクを外したくない理由… 「素顔見られたくない」女性22.6%

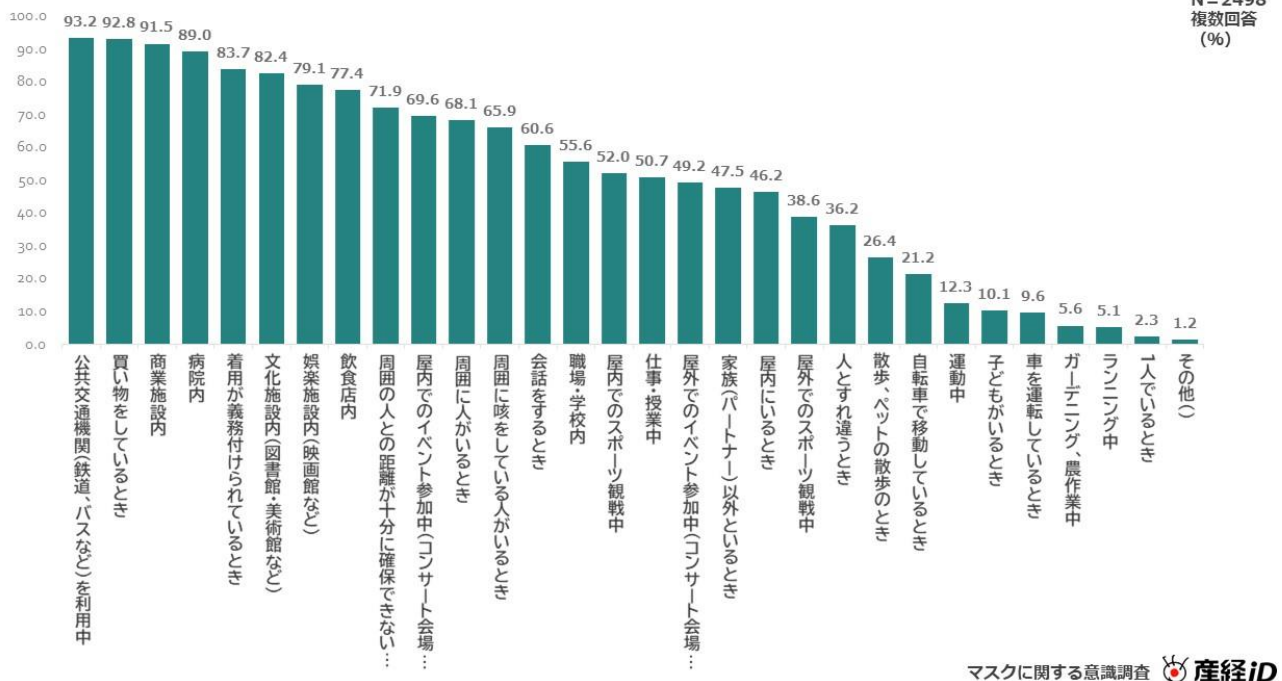
産経リサーチ&データ「マスクについてのアンケート」実施

産経新聞グループの産経リサーチ&データは、新型コロナウイルス「第8波」の懸念もある中、マスク着用の実態や今後の着用意向などを把握するため、「マスクについてのアンケート」と題して、マスクに関する意識調査を実施しました。今回の調査は、2022年10月21日から10月31日までの11日間、インターネットで実施し、2498人の回答を得ました。現在のマスク着用シーン、屋外でのマスク着脱状況、今後のマスク着用意向、「脱マスク化」が進む状況などの調査結果をまとめましたのでお知らせします。コロナ禍で長引くマスク生活は、心理面にも影響していることが浮き彫りとなっています。

■現在のマスク着用状況：調査結果

「公共交通機関」「買い物」「商業施設内」でのマスク着用9割以上 マスクしないは0.4%

Q. あなたが現在、マスクを着用するシーンとして、あてはまるものをすべてお教えてください。



マスクの着用状況を複数回答で聞いたところ、「公共交通機関を利用中」(93.2%)、「買い物中」(92.8%)、「商業施設内」(91.5%)など混雑する場所で着用率は高く、「マスクをしない」と回答した人はわずか0.4%でした。

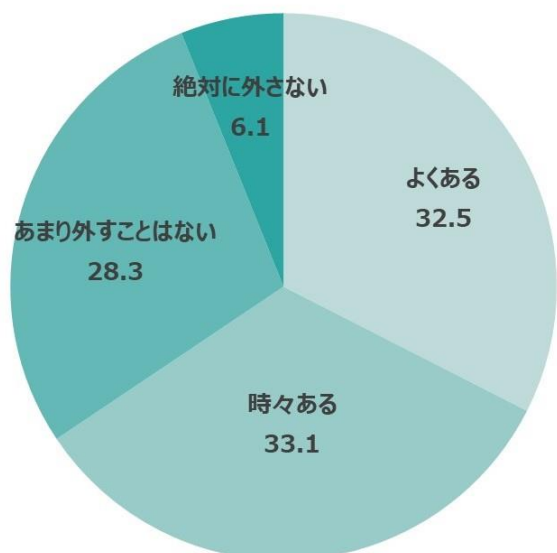
【本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先】

産経リサーチ&データ 担当：新岡（にいおか） 電話：03-3231-3333 メール：rd-info@sankei.co.jp

■屋外でのマスク着脱：調査結果

屋外でも3分の1が「外さない」 ウイルス対策のほか、マスク着用の習慣化などが要因

Q. あなたは普段、屋外でマスクを外すことがありますか。 N=2486 (%)

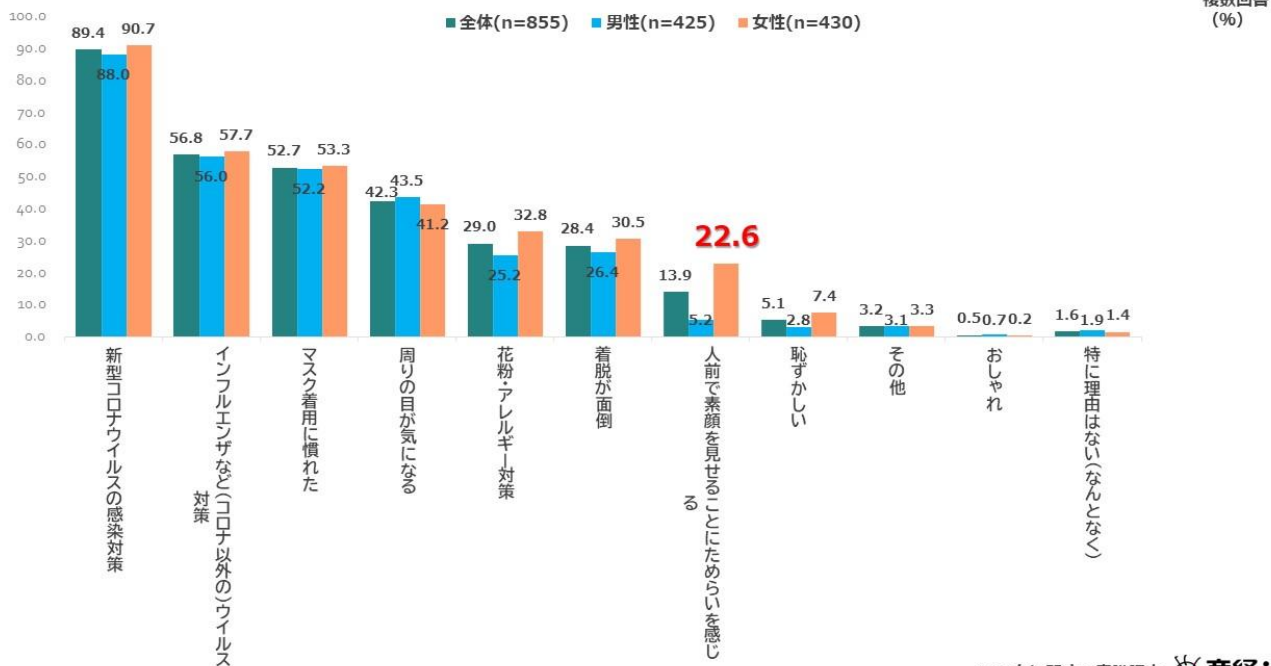


屋外での普段のマスク着用状況を尋ねたところ、「絶対に外さない」(6.1%)、「あまり外すことがない」(28.3%)と合わせて、約3分の1(855人)が屋外でマスクを外すことがないと回答しました。

理由を複数回答で尋ねたところ、トップは「新型コロナウイルスの感染対策」で89.4%。次いで、「インフルエンザなど(コロナ以外の)ウイルス対策」(56.8%)と、ウイルス対策としてのマスクの着用が上位を占めています。

一方で「マスク着用に慣れた」(52.7%)、「周りの目が気になる」(42.3%)、「着脱が面倒」(28.4%)、「人前で素顔を見せることにためらいを感じる」(13.9%)など、マスク着用の習慣化、周囲の反応を理由とする回答も一定数見られました。男女別にみると、女性では「人前で素顔を見せることにためらいを感じる」と回答した人が22.6%と高い結果となっています(男性は5.2%)。

Q.あなたが普段、屋外でマスクを外さない理由として、あてはまるものをすべてお教えてください。



マスクに関する意識調査 産経iD

【本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先】

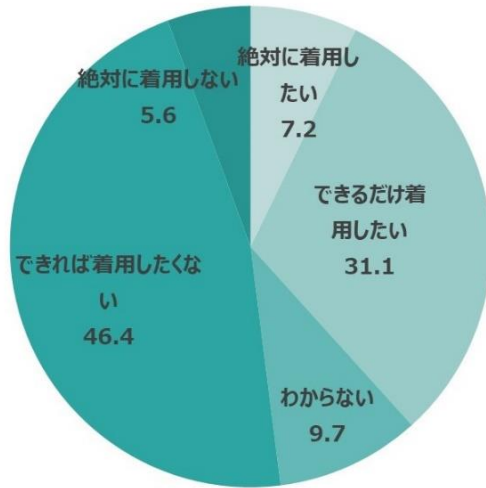
産経リサーチ&データ 担当：新岡 (にいおか) 電話：03-3231-3333 メール：rd-info@sankei.co.jp

■今後のマスク着用意向：調査結果

マスクを着用したくない人が過半数

Q. 今後のマスク着用について、あなたの考えに最も近いものをお教えてください。

N=2498 (%)



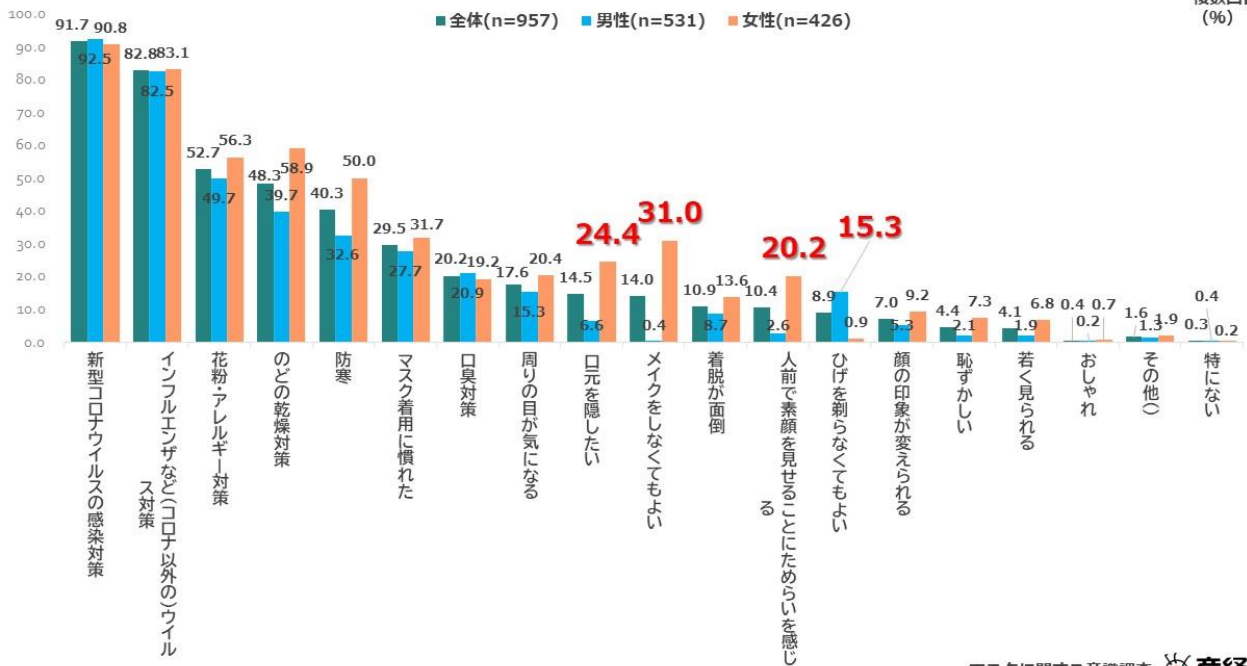
マスクに関する意識調査 産経iD

今後のマスク着用意向について尋ねたところ、「絶対に着用したい」(7.2%)、「できるだけ着用したい」(31.1%)と合わせて、「着用したい」と回答した人は38.3%。「絶対に着用しない」(5.6%)、「できれば着用したくない」(46.4%)と合わせて、「着用したくない」と回答した人は52.0%となり、着用したい人を上回る結果となりました。

また、今後も着用したいと回答した957人に複数回答で理由を尋ねたところ、「新型コロナウイルスの感染症対策」(91.7%)、「インフルエンザなど(コロナ以外の)ウイルス対策」(82.8%)「花粉・アレルギー対策」(52.7%)。次いで、「のどの乾燥対策」(48.3%)、「防寒」(40.3%)と、冬場ならではの理由も多い結果となりました。

Q. あなたが今後、マスクを着用したい理由として、あてはまるものをすべてお教えてください。

複数回答 (%)



マスクに関する意識調査 産経iD

マスク着用理由 「メイクしなくてもよい」女性 31.0% 「ひげを剃らなくてもよい」男性 15.3%

男女別にみると、女性では「メイクをしなくてもよい」(31.0%)、「口元を隠したい」(24.4%)、「人前で素顔を見せることにためらいを感じる」(20.2%)、男性では「ひげを剃らなくてもよい」(15.3%)などの差が見られ、化粧や除毛など、顔のケアをしていない素顔を隠したいという心理的な理由もあるようです。

【本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先】

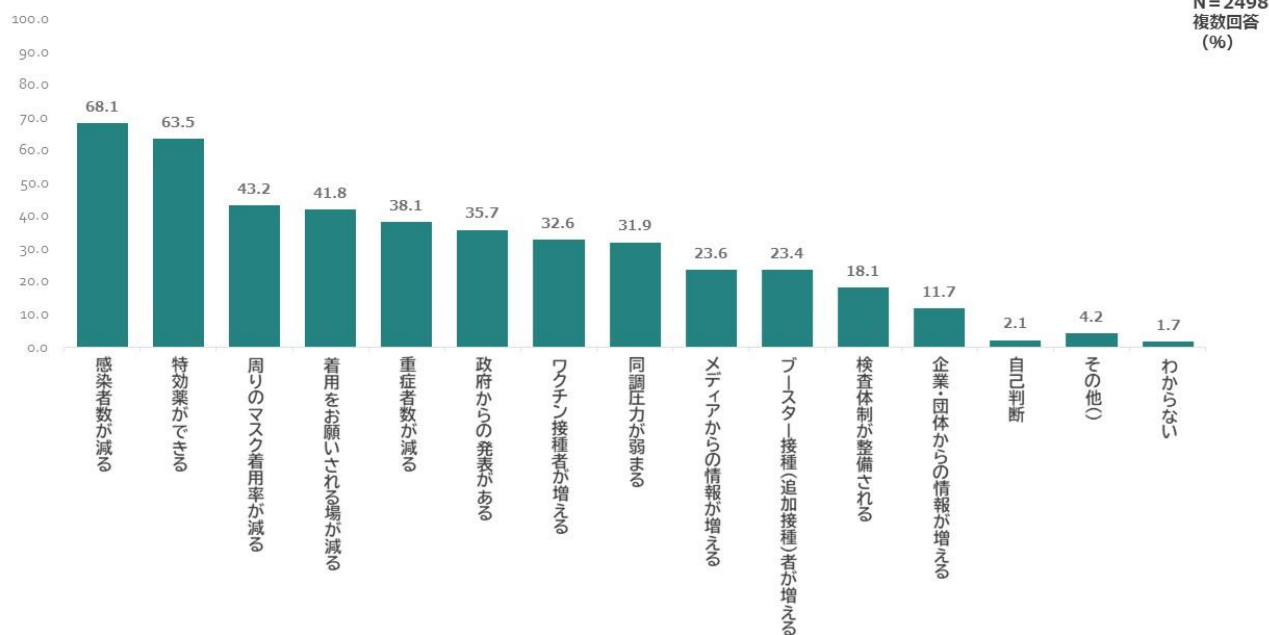
産経リサーチ&データ 担当：新岡 (にいおか) 電話：03-3231-3333 メール：rd-info@sankei.co.jp

■「脱マスク」化のきっかけとなるのは：調査結果

6割以上が「感染者数が減った時」「特效薬ができた時」

屋外では会話が少なければ必ずしもマスク着用は必要でないとする「脱マスク」はどのような状況になれば進むかと聞いたところ、「感染者数が減る」（68.1%）、「特效薬ができる」（63.5%）、「周りのマスク着用率が減る」（43.2%）、「着用をお願いされる場が減る」（41.8%）の順となりました。また、その他として、「（感染症法上の）分類を2類から5類相当に引き下げる」「感染者数を発表しない」という意見も一定数見られました。

Q. 「脱マスク」は、どのような状況になれば進むと思いますか。あなたの考えに近いものをすべてお教えてください。



マスクに関する意識調査 産経iD

【本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先】

産経リサーチ&データ 担当：新岡（にいおか） 電話：03-3231-3333 メール：rd-info@sankei.co.jp

【調査概要】

調査名：マスクに関する調査

調査対象：産経ID会員 有効回答 2498人

調査期間：2022年10月21日～31日

調査方法：インターネット調査

■回答者詳細

性別：男（n=1558）62.4%、女（n=940）37.6%

年代：29歳以下（n=43）1.7%、30～39歳（n=120）4.8%、40～49歳（n=288）11.5%、50～59歳（n=615）24.6%、60～69歳（n=792）31.7%、70～79歳（n=524）21.0%、80歳以上（n=116）4.6%

居住地：全国

【調査実施機関】

調査の実施は、産経新聞社が設立したマーケティング会社「産経リサーチ&データ」が担当しました。

■産経リサーチ&データ

自社モニター組織「くらするーむ」*1 を活用したインターネット調査や、ダイレクトに生活者の声をすくい上げることができる電話調査など、ハイブリッド型のリサーチを展開しています。また教育機関や各種研究機関との提携による、調査結果の広報や経済効果の分析、自治体の各種プロモーション、商品開発の支援なども実施。企業の発展や地域振興に貢献する、今までになかったマーケティングサービスを目指しています。コールセンター業務も受注しています。

*1 会員の新聞購読状況は、産経 24.2%、読売 10.2%、日経 4.0%、朝日 5.0%、毎日 1.5%、その他（地方紙・スポーツ・夕刊紙・電子版など）11.9%、新聞非購読 34.3%。複数回答含む、2022年6月弊社調べ

【データ利用上の注意】

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

【お客様からのお問い合わせ先】

株式会社産経リサーチ&データ

〒100-8077

東京都千代田区大手町1-7-2 東京サンケイビル9階

電話：03-3231-3333 メール：rd-info@sankei.co.jp

URL：<https://sankei-rd.co.jp/>