

報道関係者各位  
プレスリリース

2021年1月15日  
ソフトブレン・フィールド株式会社

## 【新型コロナ】緊急事態宣言、7府県追加発令

### 地方への「急速拡大」危機感募らせるも、「感染リスク意識」都市部よりやや低く

緊急事態宣言再発令対象エリア「1都3県」「7府県」会員対象のアンケート調査結果

新型コロナウイルス対策で、政府は、今月7日に首都圏の1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）に緊急事態宣言を出し、さらに14日には、7府県（栃木県、岐阜県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、福岡県）に拡大され、現在11都府県が対象地域となります。

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、今月7日配信した「1都3県の会員を対象とした緊急事態宣言に対するアンケート調査」に続き、新たに追加された「7府県の会員を対象としたアンケート調査」を実施しました。（N=457人、調査期間2021年1月13日～14日）今回のアンケート調査では、再発令された緊急事態宣言の方針でもある、「外出自粛」や「テレワークの実施」において1都3県と7府県における意識の比較調査結果をまとめました。

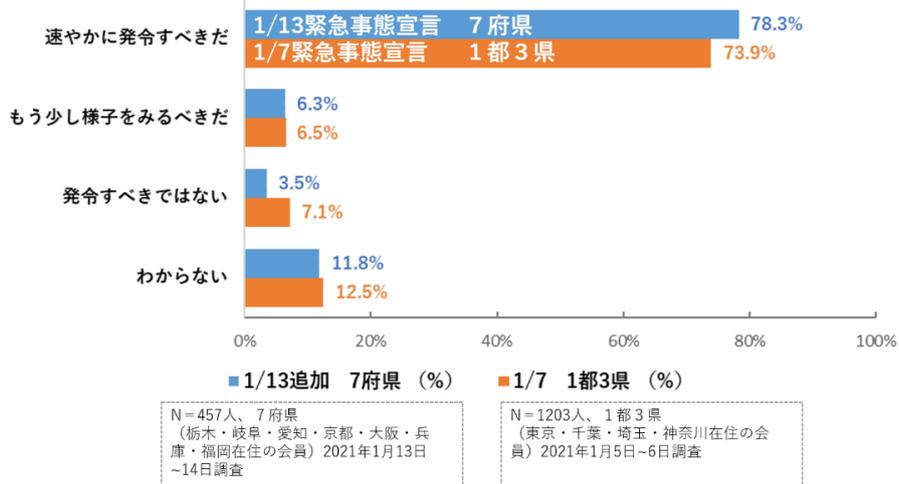
#### 〔調査のポイント〕

- ・再発令された緊急事態宣言を「速やかに発令すべき」と多くの人が回答。7府県会員457名のうち、78.9%、1都3県会員1203名では、73.9%となり、7府県会員が4.4pt上回る。「発令すべきではない」は、7府県会員では、3.5%、1都3県会員7.1%を3.6pt下回ったことから、日々悪化している感染拡大状況により、新たに緊急事態宣言エリアに追加された7府県会員のほうが宣言を前向きにとらえる姿勢がうかがえる。
- ・緊急事態宣言中の外出は、「できるかぎり外出を控える」がおよそ7割。7府県会員では68.9%、1都3県会員では73.3%となり、7府県会員が4.8pt下回った。
- ・緊急事態宣言中の仕事は、「今と変わらず出社が主」が最多回答となり、7府県会員では49.2%、1都3県会員では41.8%。「在宅勤務する」が、7府県会員では20.1%、1都3県会員では26.9%となり、7府県のテレワーク推進が1都3県と比較すると低調であったとともに、対策の徹底が求められる首都圏でさえ、「出勤者数の7割減」の目標値からはほど遠い状況にある。
- ・前回の緊急事態宣言発令時と、現在の感染リスクの意識は「前回よりも感染リスクを意識している」とおよそ7割が感じ、7府県会員66.7%、1都3県会員71.1%で7府県会員が4.4pt下回り、感染リスクへの意識は1都3県よりもやや低い傾向がみられた。

まずは、再発令された緊急事態宣言についてどう思うか尋ねました。

図表1) 再発令された緊急事態宣言についてどう思いますか？

全国POB会員20代~60代以上男女 調査方法：インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ



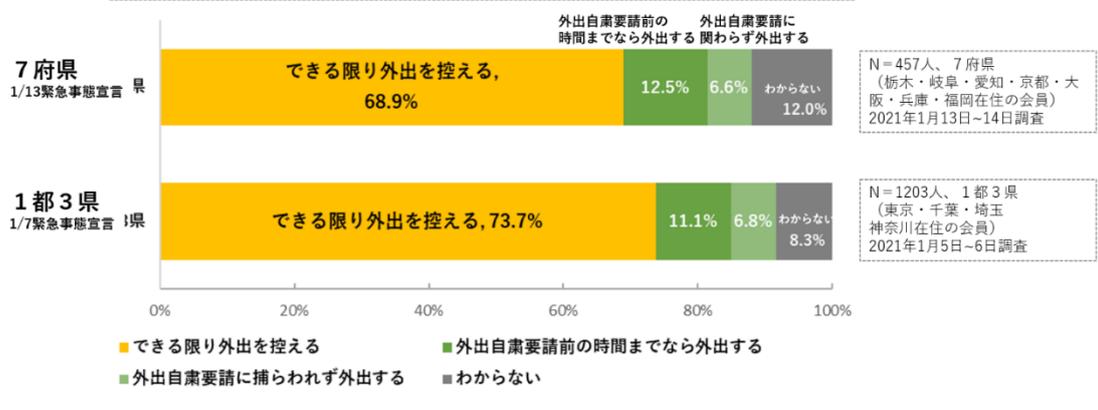
再発令された緊急事態宣言について、「速やかに発令すべき」と多くの人が回答し、7府県会員 457 名のうち、78.9%、1都3県会員 1203 名では、73.9%となり、7府県エリア会員が4.4pt 上回りました。

また、「発令すべきではない」においては、7府県エリア会員では、3.5%、1都3県会員 7.1%を3.6pt 下回ったことから、日々悪化する感染拡大状況により、新たに緊急事態宣言エリアに追加された7府県会員のほうが宣言を前向きに受け止めている姿勢がうかがえます。

次からは、今回の緊急事態宣言中の外出自粛やテレワークの推進に伴う働き方の変化をポイントに尋ねました。

図表2) 再発令された緊急事態宣言中の外出について

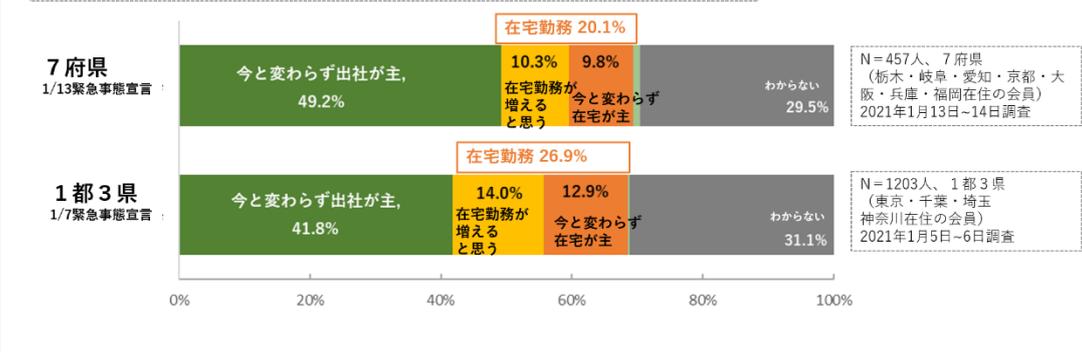
全国POB会員20代~60代以上男女 調査方法：インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ



まず、緊急事態宣言中の外出は、「できるかぎり外出を控える」がおおよそ7割で最多回答となり、7府県会員では68.9%、1都3県会員では73.3%となり、7府県会員が4.8pt 下回る結果となりました。

図表3) 再発令された緊急事態宣言中の仕事について

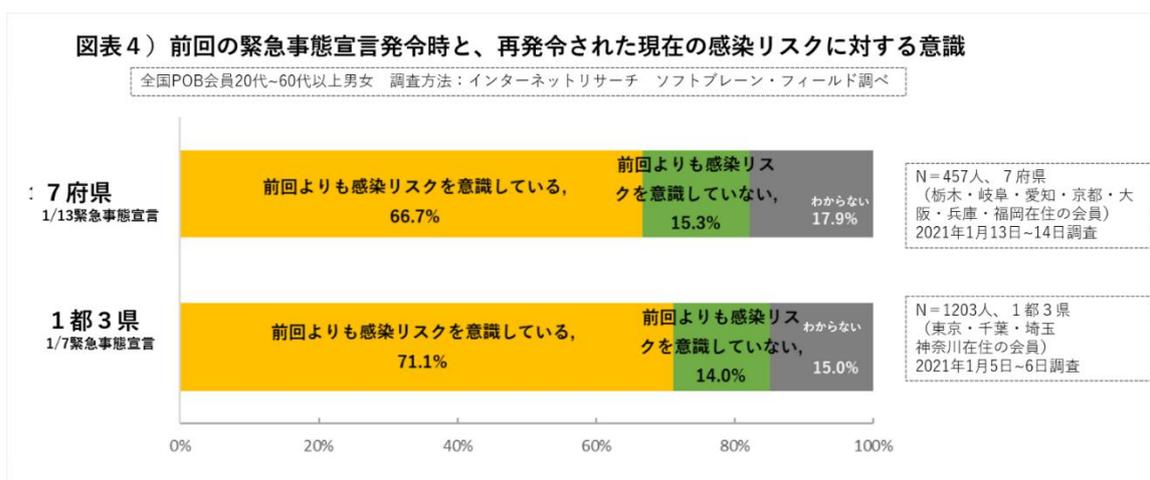
全国POB会員20代~60代以上男女 調査方法：インターネットリサーチ ソフトブレン・フィールド調べ



次に、緊急事態宣言中の仕事についてどう変化しようか尋ねると、「今と変わらず出社が主」が最多回答となり、7府県会員では49.2%、1都3県会員では41.8%となりました。

いずれもテレワークができない理由としては、制度やICT環境の整備、職種や業務などが挙げられますが、再発令された緊急事態宣言を機に、「在宅勤務が増えると思う」と回答した人は、7府県会員では10.3%、1都3県会員では14.0%となり、「今と変わらず在宅が主」と回答した、7府県会員9.8%、1都3県会員12.9%とあわせると、在宅勤務する人が、7府県会員では20.1%、1都3県会員では26.9%となり、7府県のテレワーク推進が1都3県と比較すると低調であることがうかがえます。

また、今月7日に1都3県の緊急事態宣言の再発令を決定した際に掲げた目標は「出勤者数の7割減」であったことから、対策の徹底が求められる首都圏でさえ、目標値からはほど遠い状況にあるといえることが浮き彫りとなりました。



最後に、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」とおよそ7割が感じており、7府県会員では66.7%、1都3県会員では71.1%となり、7府県会員が4.4pt下回る結果となりましたが、コメントをみると、「感染者数の急激な拡大」や「変異種ウイルスに対する不安」だけでなくといった、「市内でも感染拡大が広がっている」「職場でも感染した人がいるから」などといった、首都圏だけではなく、地方でも感染が急拡大し、感染への危機感が表れた一方で、感染リスクへの意識は1都3県よりもやや低い傾向がみられました。

【調査概要】図表1~4

調査対象：全国のPOB会員アンケートモニター、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

N=7府県会員457人(大阪府139人、愛知県111人、兵庫県87人、福岡県46人、京都府35人、岐阜県21人、栃木県18人)2021年1月13日~14日調査

N=1都3県会員1203人(東京都584名、神奈川県263名、埼玉県196名、千葉県160名)2021年1月5日~6日調査

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】

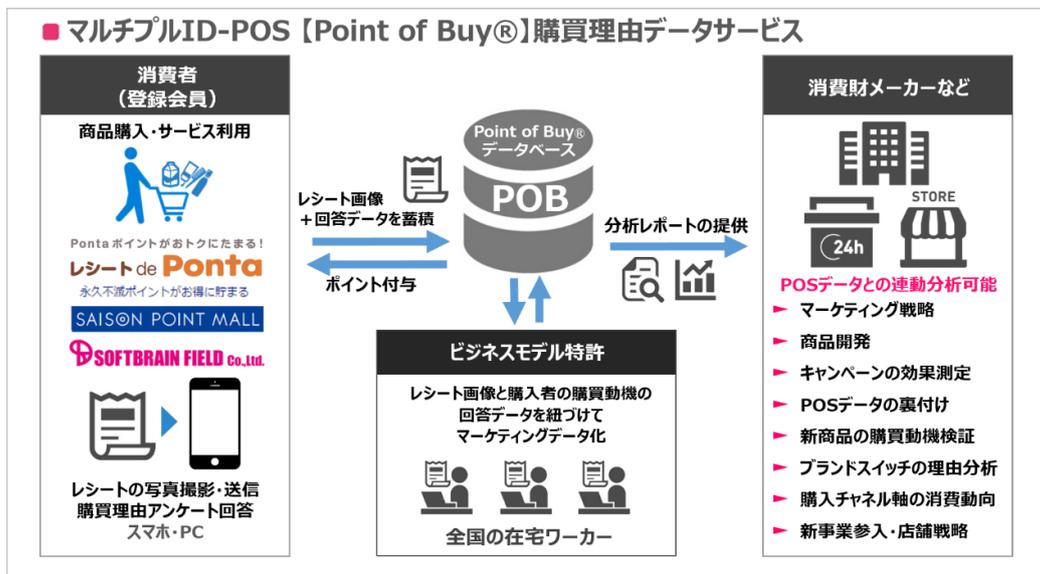
ソフトブレン・フィールド株式会社 広報担当 石井(いしい) / 山室(やまむろ)

TEL: 03-6328-3883 FAX: 03-6328-3631 MAIL: [press@sbfield.co.jp](mailto: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/>
- ・レシーポ <https://receipo.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/>