

基礎研 レポート

GoToトラベル・イートの利用意向 「第2回新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

生活研究部 主任研究員 久我 尚子
(03)3512-1878 kuga@nli-research.co.jp

1—はじめに～政府の消費喚起策「GoToキャンペーン」、7月からトラベル、9月からイートが順次開始

新型コロナウイルスの感染拡大で需要が低迷した観光や外食などの需要喚起策として、政府が利用額の一部を負担する「GoToキャンペーン事業」が開始された。GoTo事業は、①旅行が対象の「GoToトラベル」、②飲食が対象の「GoToイート」、③イベントが対象の「GoToイベント」、④地域の商店街での買い物が対象の「GoTo商店街」の4本の柱から成る。7月下旬からトラベルが、9月からイートが開始されており、10月中旬からはイベントや商店街での事業者の募集が始まる。

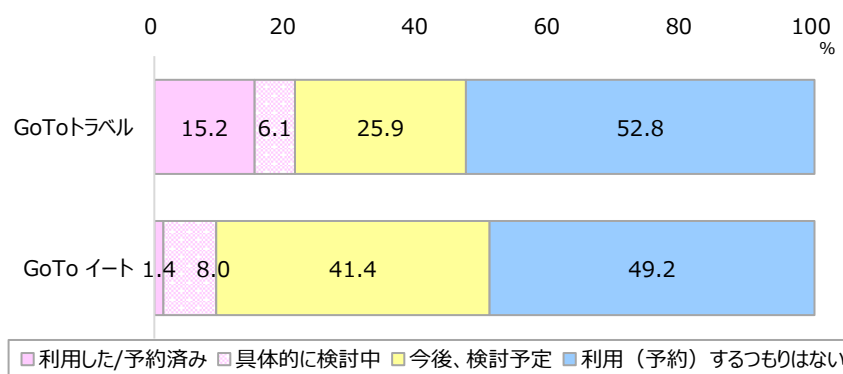
本稿では、9月末に、20～69歳の男女約2千名を対象に、ニッセイ基礎研究所が実施した「新型コロナによる暮らしの変化に関する調査¹」を用いて、GoToトラベルとイートの利用状況を確認する。

2—GoToトラベル・イートの利用状況～9月末の時点ではトラベルは15.2%、イートは1.4%

9月末の時点では、「利用した/予約済み」の割合は、GoToトラベルは15.2%、イートは1.4%にとどまる（図表1）。

これに「具体的に検討中」をあわせた『利用積極層』は、トラベルは21.3%、イートは9.4%であり、さらに「今後、検討予定」をあわせた『利用意向あり』層は、トラベルは47.2%、イートは50.8%を占める。つまり、どちらも現時点では、利用積極層は少数派だが、約半数の消費者には利用意向がある。

図表1 9月末のGoToトラベル・イートの利用状況（単一回答）n=2,066



¹ 調査時期は2020年9月25～28日、調査対象は全国に住む20～69歳の男女、インターネット調査、株式会社マクロミルのモニターを利用、有効回答2,066。

3—GoToトラベル・イートを利用していない理由～「感染がおさまっていない」、イートは「分かりにくい」も

GoToトラベルとイートを「利用した/予約済み」以外の回答者に対して、利用していない理由をたずねたところ、どちらも「国内の感染がまだおさまっていないため」（トラベル：42.8%、イート：31.1%）が最も多く、特にトラベルでは2位以下と大差をつけている（図表2）。

トラベルでは、次いで「旅行・外食をする予定がないため」（25.8%）、「感染して健康状態が悪化する不安から、外出を控えているため」（25.1%）と続く。なお、当初、東京は、感染状況から、GoToトラベルの対象地域から除外されており、10月から対象となったが、「東京に住んでおり、対象者ではなかったため」（7.4%）や「行きたい先が東京であり、対象地域ではなかったため」（4.4%）は1割未満にとどまる。

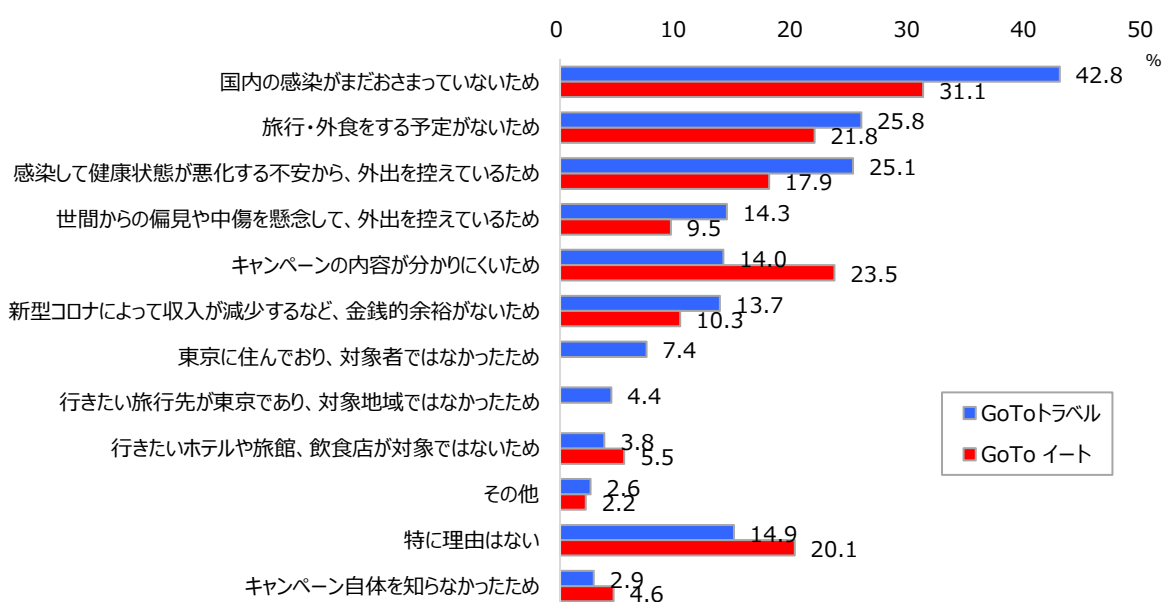
つまり、9月末の時点では、GoToトラベルを利用していない理由は、感染の収束が見えずに不安があるために、そもそも旅行を計画していない、といった様子が見ええる。

一方、イートを利用していない理由で2番目に多いのは「キャンペーンの内容が分かりにくい」（23.5%）であり、「旅行・外食をする予定がないため」（21.8%）と続く。なお、「キャンペーンの内容が分かりにくい」では、イートはトラベルの選択割合を大きく上回る（+9.5%pt）。つまり、イートでは「キャンペーンの分かりにくさ」も課題のようだ。

これは、キャンペーンの仕組みというよりも、内容の周知状況によるものだろう。なお、トラベルもイートも「キャンペーン自体を知らなかったため」は5%未満であり、どちらもキャンペーン自体の認知度は高い。

イートと比べてトラベルは、GoTo事業の中で最も早く始まったため、注目度が高かっただけでなく、開始した7月下旬は全国的に感染が再拡大した時期だ。事業開始に対する賛否も相まって、メ

図表2 GoToトラベル・イートを利用していない理由（複数回答）GoToトラベル:n=1,752 GoToイートn=2,037



（注1）回答者は図表1で「利用した/予約済み」選択者以外

（注2）上からGoToトラベルで選択割合の高かった順。

（注3）「東京に住んでおり、対象者ではなかったため」「行きたい旅行先が東京であり、対象地域ではなかったため」はGoToトラベルのみの選択肢

ディア等で取り上げられる機会も多く、消費者が事業の具体的な仕組みを知る機会も多かっただろう。一方で、イートは、トラベルと比べればメディア等で取り上げられる機会が少ない可能性がある。

なお、どちらも所管官庁（トラベルは国土交通省－観光庁、イートは農林水産省）、あるいは事業の運営委託先の専用サイトにて、対象事業者を検索でき、給付の仕組みも解説されている。

トラベルでは支払い時に旅行代金総額から最大 35%に給付金が充てられ、自己負担は 65%（上限 1 人 1 泊当たり 2 万円）となる。さらに、10 月以降は、旅行代金の 15%相当額の地域共通クーポンが配布され、土産物代や現地の飲食代などに使うことができる。

イートでは、各地の商工会や旅行代理店などが発行するプレミアム付き食事券を購入すると、購入金額に 25%分が上乗せされた食事券を得ることができる（1 回の購入当たり最大 2 万円分まで）。また、対象のオンライン飲食店予約サイト（農林水産省のHPに掲載）が取り扱う飲食店を利用時に、昼食代は最大 500 円分、夕食代は最大 1,000 円分のポイントが付与され、次回以降の飲食に利用することができる。

4— 利用消極層はどうか～感染状況の改善、今より落ち着けばイートは4割が利用

現在の利用状況（図表 1）で「今後、検討予定」と「利用（予約）するつもりはない」をあわせた『利用消極層』は、トラベルは 78.7%、イートは 90.6%である。

この利用消極層に対して、今後、どのような状況になれば利用するかをたずねたところ、トラベルでは、「国内の感染状況が収束したら」

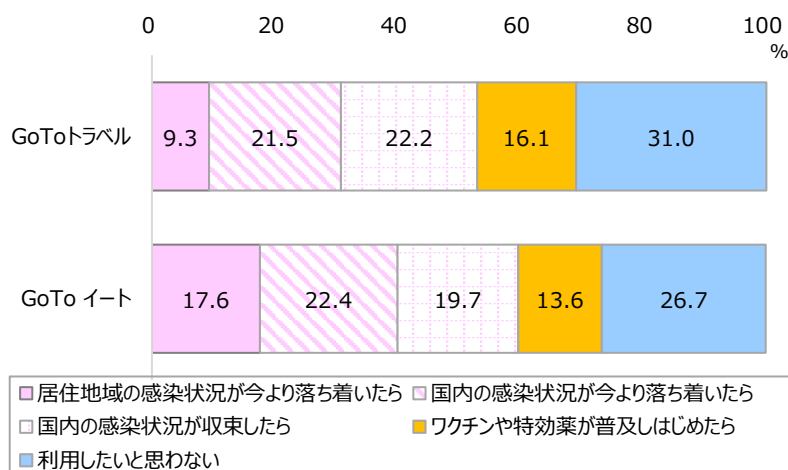
（22.2%）や「国内の感染状況が落ち着いたら」（21.5%）、「居住地域の感染状況が今より落ち着いたら」（9.3%）をあわせた『感染状況の改善』が過半数（53.0%）を占める（図表 3）。

ただし、30.8%は、感染状況が収束せずとも、今より「落ち着いたら」利用意向がある。

イートでも『感染状況の改善』が過半数（59.7%）を占めるが、今より「落ち着いたら」利用意向がある層は 40.0%であり、トラベルを大きく上回る（+9.2%pt）。飲食は、身近な場所で、短時間で楽しむことができるため、旅行と比べればコロナ禍でも利用しやすいということだろう。

一方で、感染状況等によらず「利用したいと思わない」という事業自体への関心が無い層は、トラベルでは利用消極層の 31.0%、イートは 26.7%を占める。

図表 3 GoToトラベル・イートをどうなれば利用するか
（単一回答）GoToトラベル：n=1,626 GoToイートn=1,872



（注）回答者は図表 1 で「今後、検討予定」・「利用（予約）するつもりはない」選択者

5—超消極層の特徴～世帯年収 400 万円未満が多いほか、何事にも反応の薄い層が多い

この「利用したいと思わない」と回答した『超消極層』の特徴を捉えるために、「G o T o トラベルやイートをどうなれば利用するか」と、調査で得られた様々な属性との関係を見たところ、超消極層では低所得層のほか、何事にも反応の薄い態度を取る層が多い様子が見られた。

超消極層では、全体より世帯年収 400 万円未満が多い（図表 4）。つまり、超消極層では、旅行や外食を楽しむ経済的余裕がないために「利用したいと思わない」という消費者が多いのだろう。一方で、「落ち着いたら利用したい」では、世帯年収 800 万円前後のやや高所得層が多い傾向がある。

また、調査ではコロナ禍の今後の見通しや生活不安についての複数の設問があるのだが、超消極層では、多くの設問で「どちらともいえない」や「該当しない」という反応の薄い態度を示す選択割合が高い傾向があった（図表略）。なお、必ずしも低所得層でこれらの回答が多いわけではない。

感染不安についても同様であり、超消極層では「どちらともいえない」が多い（図表 5）。また、「不安ではない」も多いため、超消極層では、必ずしも感染不安がG o T o トラベルやイート利用の障壁となっているわけではない。

図表 4 「G o T o トラベル・イートをどうなれば利用するか」と感染不安の強さの関係

		世帯年収									
		合計	200万未満	200～400万未満	400～600万未満	600～800万未満	800～1000万未満	1000～1500万未満	1500万以上	わからない	不明
		度数	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合
GoTo トラベル	合計	1626	8.2	19.5	20.5	14.3	7.3	4.9	2.0	12.7	10.5
	居住地域の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	151	5.3	13.9	23.8	19.9+	11.9+	6.6	2.0	8.6	7.9
	国内の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	349	4.3-	17.2	22.9	16.3	9.2	7.7+	2.3	8.6-	11.5
	国内の感染状況が収束してから利用したい	361	7.2	19.1	18.6	14.7	6.9	3.3	2.5	13.9	13.9+
	ワクチンや特効薬が普及しはじめたら利用したい	261	8.0	16.5	21.8	16.5	6.5	5.7	2.7	14.6	7.7
	利用したいと思わない	504	12.7+	24.6+	18.5	9.9-	5.4-	3.2-	1.2	15.1	9.5
GoTo イート	合計	1872	7.9	19.0	20.7	14.6	7.7	5.3	2.1	12.3	10.4
	居住地域の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	330	3.3-	15.5	24.5	18.2+	9.7	9.1+	1.8	7.6-	10.3
	国内の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	419	4.5-	17.9	23.4	15.0	10.0+	6.0	2.6	11.2	9.3
	国内の感染状況が収束してから利用したい	369	8.4	17.3	18.4	16.8	6.8	3.5	2.7	12.7	13.3+
	ワクチンや特効薬が普及しはじめたら利用したい	254	8.7	17.7	22.4	13.8	5.9	5.5	2.0	13.8	10.2
	利用したいと思わない	500	12.8+	24.2+	16.8-	10.8-	6.0	3.6-	1.4	15.2+	9.2

（注）合計と比べて選択割合の高い（+）/低い（-）ものに網掛け（有意水準 5%）

図表 5 「G o T o トラベル・イートをどうなれば利用するか」と感染不安の強さの関係

		自分や家族の感染による健康状態の悪化				
		合計	不安	どちらともいえない	不安ではない	該当しない
		度数	割合	割合	割合	割合
GoTo トラベル	合計	1626	61.6	22.8	12.4	3.3
	居住地域の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	151	57.0	26.5	11.9	4.6
	国内の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	349	66.5+	20.1	12.9	0.6-
	国内の感染状況が収束してから利用したい	361	67.9+	19.7	9.7	2.8
	ワクチンや特効薬が普及しはじめたら利用したい	261	73.2+	14.9-	10.3	1.5
	利用したいと思わない	504	49.0-	30.0+	15.1+	6.0+
GoTo イート	合計	1872	61.1	23.1	12.6	3.3
	居住地域の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	330	60.0	22.1	14.2	3.6
	国内の感染状況が今と比べて落ち着いたら利用したい	419	64.4	21.5	12.9	1.2-
	国内の感染状況が収束してから利用したい	369	67.8+	20.6	9.8	1.9
	ワクチンや特効薬が普及しはじめたら利用したい	254	74.0+	15.7-	8.3-	2.0
	利用したいと思わない	500	47.6-	30.6+	15.4+	6.4+

（注）合計と比べて選択割合の高い（+）/低い（-）ものに網掛け（有意水準 5%）

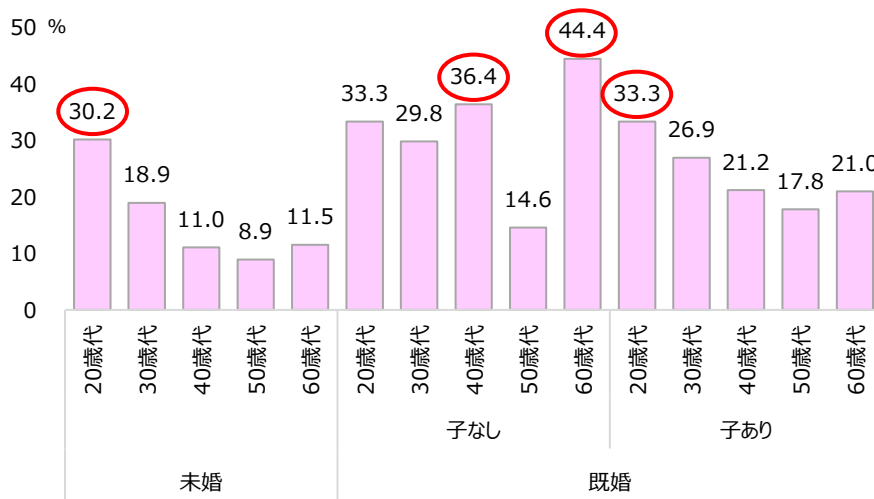
6—GoToトラベル利用積極層の特徴～お金や時間に余裕のある層、不安が弱く、見通しが明るい層

最後に、現在のところ全体の 21.3%を占める、GoToトラベルの『利用積極層』（「利用した/予約済み」・「具体的に検討中」）の特徴を捉える。

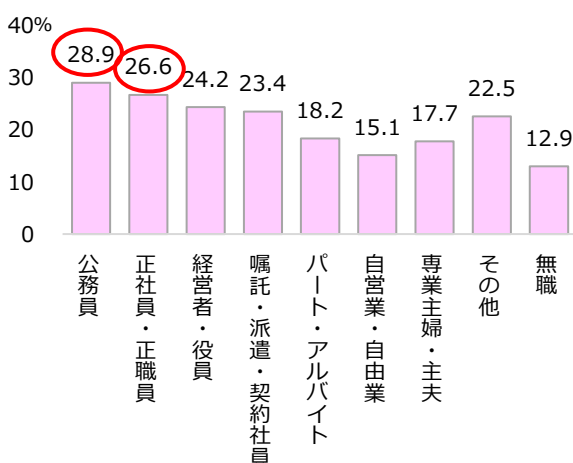
まず、デモグラフィック属性で見ると、利用積極層は、女性より男性、未婚の若者、既婚で子どものいないシニア・ミドル層、既婚で子どものいる比較的若い年代、居住地域は近畿地方、職業は公務員や正社員・正職員、高所得層が多い（図表6、詳細は付表1）。つまり利用積極層には、比較的、時間や経済的な余裕のある層が多いようだ。なお、利用消極層は、先に見たように、低所得層のほか、男性より女性、未婚の40歳代以上、パート・アルバイトや専業主婦が多い。

図表6 デモグラフィック属性別に見たGoToトラベルの利用積極層の割合

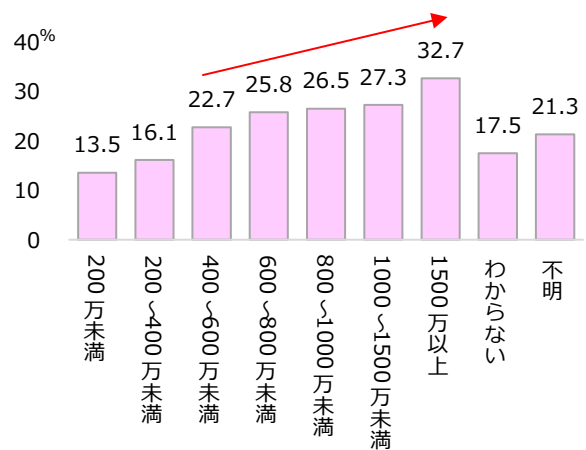
(a) 未既婚・子の有無・年代別



(b) 職業別



(c) 世帯年収別

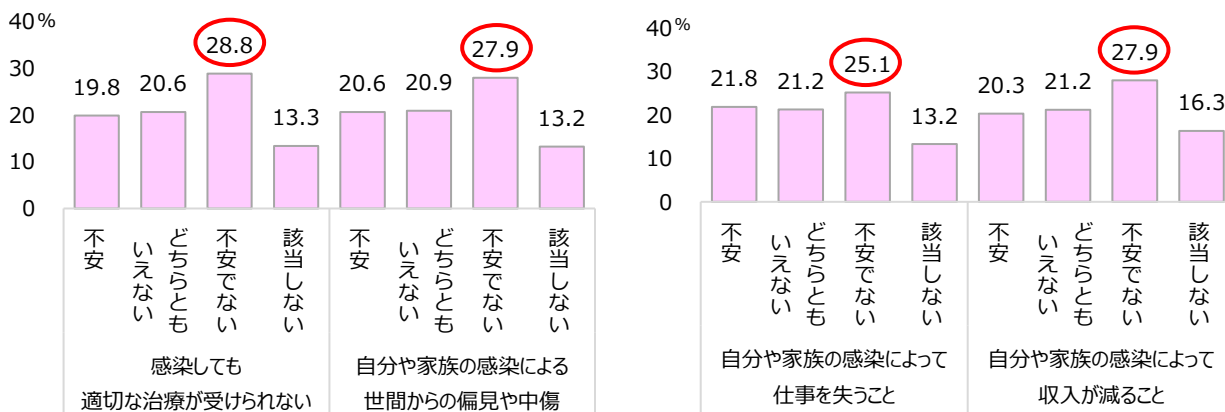


(注) 詳細なデータは付表1参照

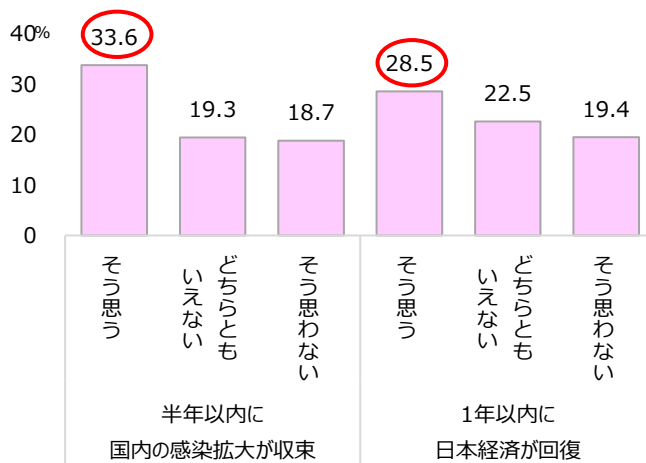
ところで、「感染不安と消費行動のデジタルシフト」²で見た通り、店舗での買い物などの外出行動は、感染不安との関係が深かった。よって、感染に関わる不安の強さ別に見ると、利用積極層は、感染しても適切な治療を受けられない不安や世間からの偏見や中傷への不安、感染によって仕事を失ったり、収入が減少する不安の弱い層が多い（図表7、詳細は付表2）。また、利用積極層は、今後の感染拡大の収束や経済回復への見通しを比較的明るく捉えている層が多い。つまり利用積極層は、感染によって被る不利益などへの不安が弱く、今後の見通しについても楽観的に捉えている傾向がある。

図表7 不安の強さや見通し別に見たG o T oトラベルの利用積極層の割合

(a) 感染による不安別



(b) 今後の見通し別



(注) 詳細なデータは付表2参照

なお、デモグラフィック属性別に感染不安や今後の見通しの状況を見ると、利用積極層の多いデモグラフィック属性で、必ずしも感染不安が弱く、見通しが明るいわけではない。しかし、一致する部分もあり、例えば、利用積極層の多い若者では、感染しても適切な治療を受けられない不安や世間からの偏見、仕事がなくなることや収入減少に対する不安のない層が多く、感染状況の収束や日本経済

² 久我尚子「[感染不安と消費行動のデジタルシフト](#)」、ニッセイ基礎研究所、基礎研レポート（2020/8/18）

の見通しを比較的明るく捉えている層が多い傾向がある（図表8）。また、同様に利用積極層の多い公務員や正社員・正職員では、治療が受けられない不安や収入減少への不安のない層が多く、感染状況の収束の見通しを比較的明るく捉えている層が多い傾向がある（図表9）。そして、世帯年収1,000～1,500万円では全体的に不安のない層が多く、感染による収入減少に対する不安のない層は高所得層ほど多い（図表10）。

一方で、利用積極層の多い、子のいないシニア層では感染に関わる不安のない層は少なく、見通しを明るく捉えているわけではない。また、公務員では感染による世間からの偏見への不安のない層は必ずしも多くなく、日本経済の見通しを明るく捉えているわけではない。

7—おわりに～GoTo東京追加でも観光業の劇的な回復は難しいが、企業の創意工夫に期待

10月からGoToトラベルの対象地域に東京も加わり、消費者の需要喚起が一層期待される。しかし、当調査で見た通り、東京在住であることや東京が対象地域でないことを理由に利用をしていない消費者は少数であり、感染がおさまっていないことが最大の理由であった。

現在のところ、新型コロナウイルスのワクチンや特効薬は開発段階にあり、コロナ禍はしばらく続きそうだ。また、秋以降はインフルエンザとの同時流行の懸念もある。よって、GoToトラベルに東京が追加されたとはいえ、短期間での観光業の劇的な回復は期待しにくいだろう。

一方で、コロナ禍における消費者の経験値は上がっている。また、企業の創意工夫も至るところに見られるようになってきた。例えば、参加者や観光地の安心・安全を担保するためにPCR検査付きの旅行プランが登場したり、レストランではソーシャルディスタンスを保つために使わない座席にぬいぐるみを配置するなど、感染対策を楽しく実施する事例も増えてきた。今後とも、十分な感染対策のもとで、消費者の安心感が醸成されるような企業の取り組みに期待したい。

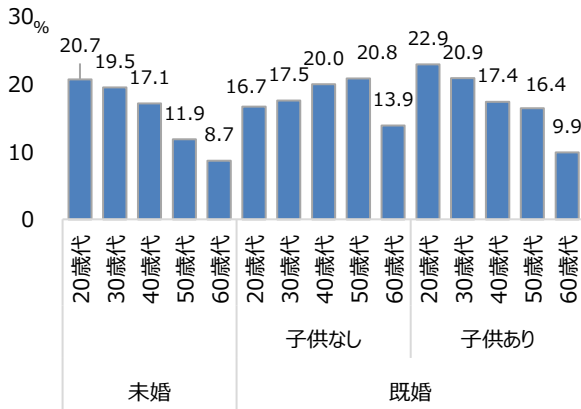
消費喚起策に期待を向ける一方、懸念されるのは低所得層だ。現在、飲食や観光など、新型コロナによって経営に打撃を受けた業種における立場の弱い労働者から、雇い止めなどの影響があらわれている³。GoToキャンペーンを利用したくてもできない、利用するどころではないという生活者も徐々に増えている。これらの層に対しては、消費喚起策とは別途、生活支援策が必要だ。「特別定額給付金」は迅速さの観点から、国民1人当たり一律10万円の給付となったが、今後は生活困窮世帯に対して、就業状況や家族構成などの各自の事情に合わせた手厚い支援策が継続的に必要だろう。

なお、本稿で用いた「新型コロナによる暮らし変化に関する調査」は継続的に実施予定であり、今後ともコロナ禍の消費者動向をタイムリーに捉えていく予定だ。

³ 久我尚子「[家計消費で見る足元の消費](#)」、ニッセイ基礎研究所、基礎研レター（2020/8/24）

図表8 未婚・子の有無・年代別に見た感染不安や今後の見通し

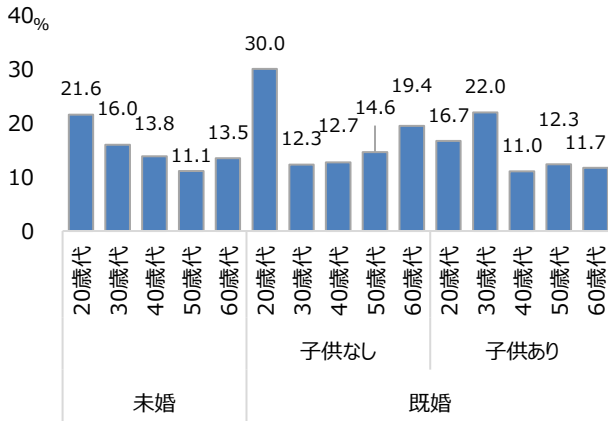
(a) 感染しても適切な治療が受けられない不安がない層の割合



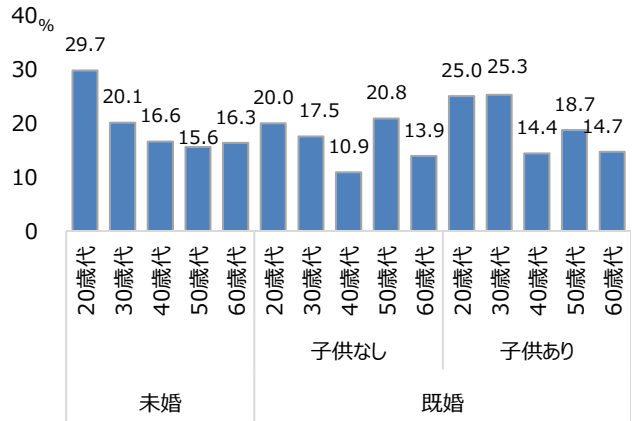
(b) 自分や家族の感染による世間からの偏見や中傷への不安がない層の割合



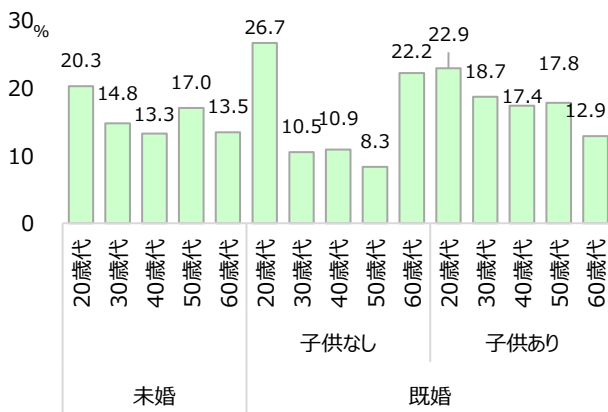
(c) 自分や家族の感染によって仕事を失う不安がない層の割合



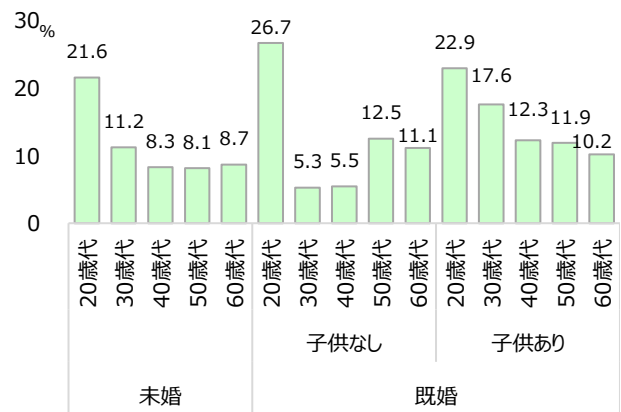
(d) 自分や家族の感染によって収入が減る不安がない層の割合



(e) 半年以内に国内の新型コロナウイルスの感染拡大が収束することについて、そう思う層の割合



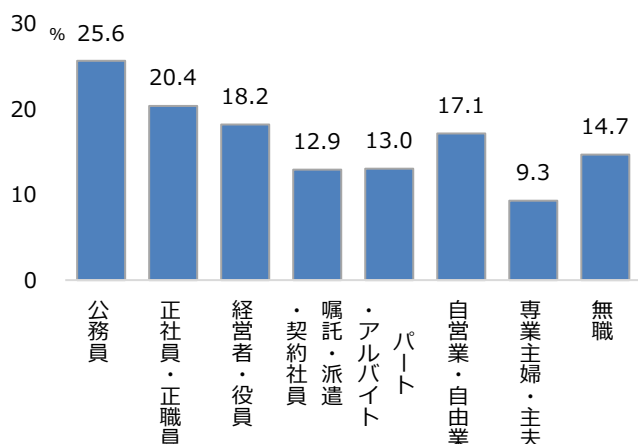
(f) 1年以内に日本経済が回復することについて、そう思う層の割合



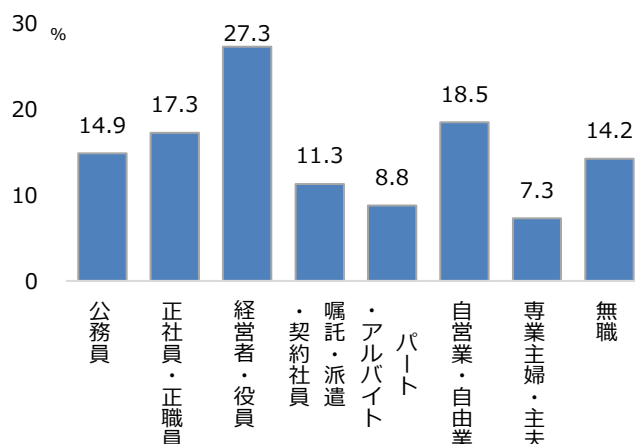
(注) 不安については「非常に不安」「やや不安」「どちらともいえない」「あまり不安ではない」「全く不安ではない」「該当しない」の6つの選択肢でたずねており、不安層は「非常に不安」と「やや不安」の合計。見通しについては「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」の5つの選択肢でたずねており、そう思う層は「そう思う」と「ややそう思う」の合計。

図表9 職業別に見た感染不安や今後の見通し

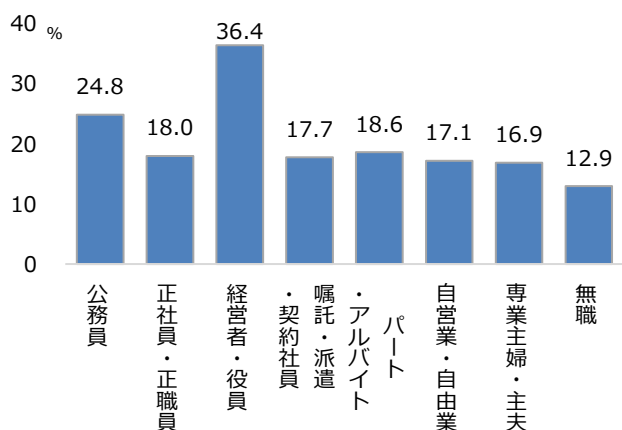
(g) 感染しても適切な治療が受けられない不安がない層の割合



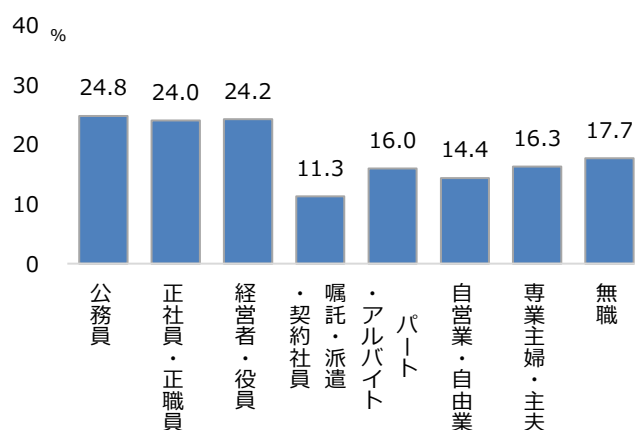
(b) 自分や家族の感染による世間からの偏見や中傷への不安がない層の割合



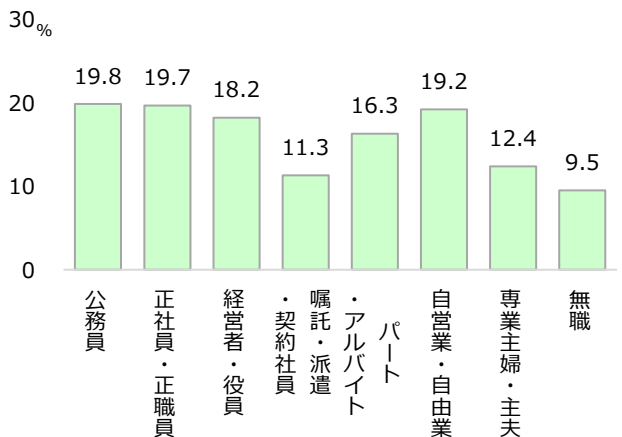
(c) 自分や家族の感染によって仕事を失う不安がない層の割合



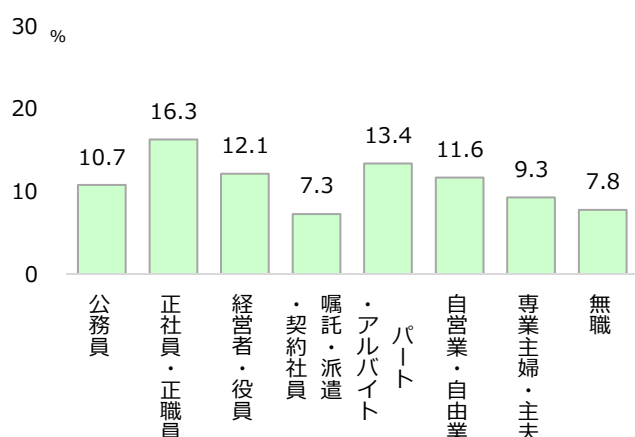
(d) 自分や家族の感染によって収入が減る不安がない層の割合



(e) 半年以内に国内の新型コロナウイルスの感染拡大が収束することについて、そう思う層の割合



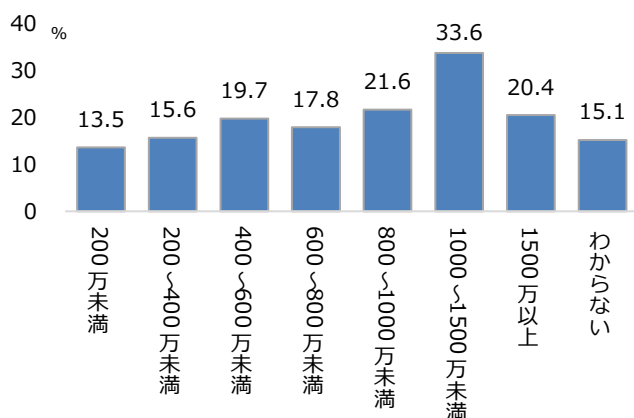
(f) 1年以内に日本経済が回復することについて、そう思う層の割合



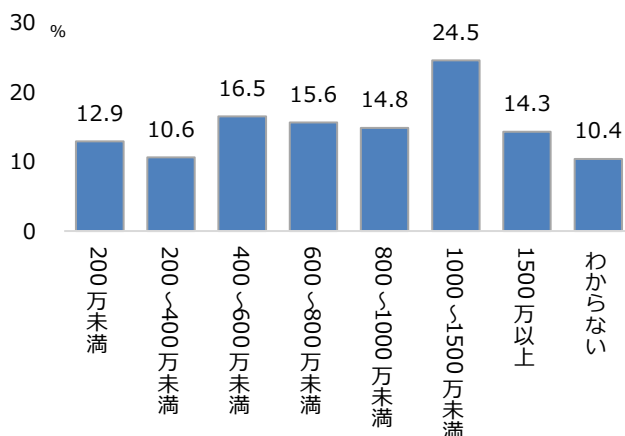
(注) 不安については「非常に不安」「やや不安」「どちらともいえない」「あまり不安ではない」「全く不安ではない」「該当しない」の6つの選択肢でたずねており、不安層は「非常に不安」と「やや不安」の合計。見通しについては「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」の5つの選択肢でたずねており、そう思う層は「そう思う」と「ややそう思う」の合計。

図表10 世帯年収別に見た感染不安や今後の見通し

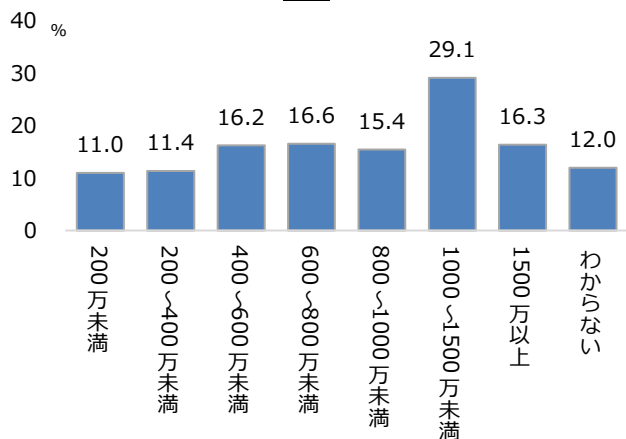
(g) 感染しても適切な治療が受けられない不安がない層の割合



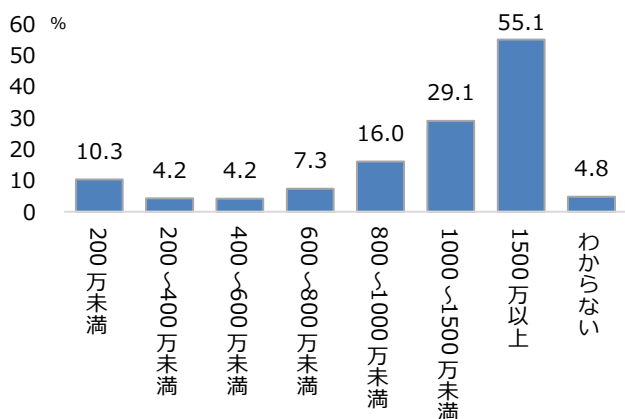
(b) 自分や家族の感染による世間からの偏見や中傷への不安がない層の割合



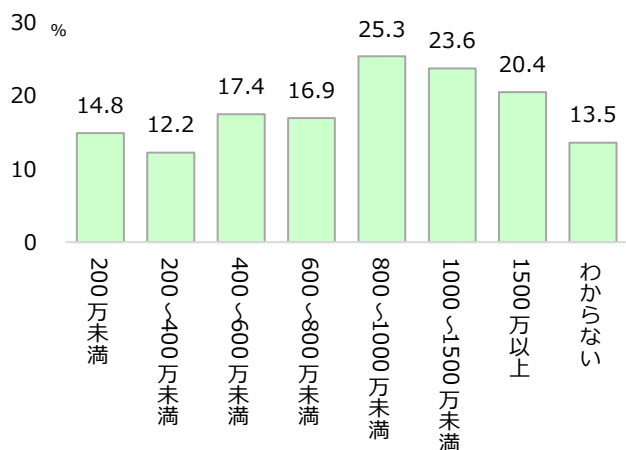
(c) 自分や家族の感染によって仕事を失う不安がない層の割合



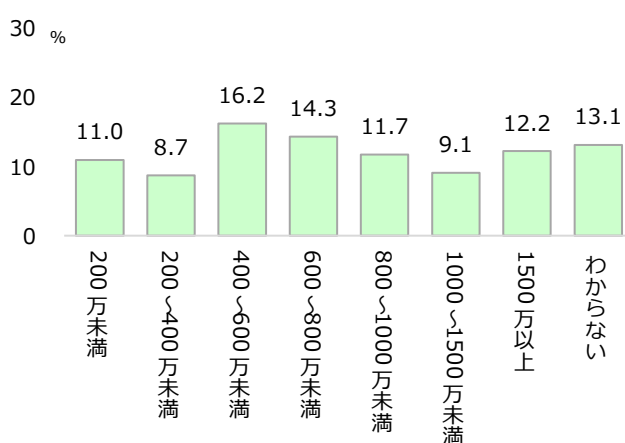
(d) 自分や家族の感染によって収入が減る不安がない層の割合



(e) 半年以内に国内の新型コロナウイルスの感染拡大が収束することについて、そう思う層の割合



(f) 1年以内に日本経済が回復することについて、そう思う層の割合



(注) 不安については「非常に不安」「やや不安」「どちらともいえない」「あまり不安ではない」「全く不安ではない」「該当しない」の6つの選択肢でたずねており、不安層は「非常に不安」と「やや不安」の合計。見通しについては「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」の5つの選択肢でたずねており、そう思う層は「そう思う」と「ややそう思う」の合計。

付表1 デモグラフィック属性別に見たG o T oトラベル利用状況

		合計	利用した/ 予約済み	具体的に 検討中	今後、検 討予定	利用（予 約）する つもりは ない	
		度数	割合	割合	割合	割合	
合計		2066	15.2	6.1	25.9	52.8	
性別	男性	1033	15.0	8.3+	26.7	50.0-	
	女性	1033	15.4	3.9-	25.2	55.6+	
未婚	20歳代	232	20.3+	9.9+	21.6	48.3	
	30歳代	169	9.5-	9.5	23.7	57.4	
	40歳代	181	7.7-	3.3	18.2-	70.7+	
	50歳代	135	5.9-	3.0	25.2	65.9+	
	60歳代	104	6.7-	4.8	22.1	66.3+	
既婚	子なし	20歳代	30	20.0	13.3	23.3	43.3
		30歳代	57	19.3	10.5	26.3	43.9
		40歳代	55	23.6	12.7+	18.2	45.5
		50歳代	48	14.6	0.0	31.3	54.2
		60歳代	36	27.8+	16.7+	22.2	33.3-
	子あり	20歳代	48	18.8	14.6+	25.0	41.7
		30歳代	182	19.2	7.7	31.9	41.2-
		40歳代	236	17.4	3.8	28.0	50.8
		50歳代	219	14.6	3.2	31.1	51.1
		60歳代	334	17.4	3.6-	29.0	50.0
地域	北海道	125	17.6	4.8	22.4	55.2	
	東北地方	112	11.6	4.5	32.1	51.8	
	関東地方	774	12.9-	6.8	25.3	54.9	
	中部地方	359	16.7	7.0	25.1	51.3	
	近畿地方	388	20.1+	5.2	28.9	45.9-	
	中国地方	94	10.6	9.6	21.3	58.5	
	四国地方	40	5.0	7.5	37.5	50.0	
	九州地方	174	16.7	2.9	22.4	58.0	
本人職業	公務員	121	21.5+	7.4	28.9	42.1-	
	正社員・正職員	707	18.0+	8.6+	29.7+	43.7-	
	経営者・役員	33	18.2	6.1	36.4	39.4	
	嘱託・派遣・契約社員	124	17.7	5.6	22.6	54.0	
	パート・アルバイト	307	12.7	5.5	22.8	59.0+	
	自営業・自由業	146	9.6	5.5	26.7	58.2	
	専業主婦・主夫	356	15.7	2.0-	24.4	57.9+	
	その他	40	15.0	7.5	22.5	55.0	
世帯年収	無職	232	7.8-	5.2	19.8-	67.2+	
	200万未満	155	9.0-	4.5	12.9-	73.5+	
	200～400万未満	378	11.4-	4.8	24.9	59.0+	
	400～600万未満	431	13.2	9.5+	26.9	50.3	
	600～800万未満	314	20.7+	5.1	29.3	44.9-	
	800～1000万未満	162	21.6+	4.9	31.5	42.0-	
	1000～1500万未満	110	20.9	6.4	38.2+	34.5-	
	1500万以上	49	26.5+	6.1	32.7	34.7-	
	わからない	251	12.7	4.8	19.9-	62.5+	
	不明	216	14.8	6.5	25.5	53.2	

(注) 合計と比べて選択割合の高い (+) /低い (-) ものに網掛け (有意水準5%)

付表2 不安や今後の見通し別に見たG o T oトラベル利用状況

		合計	利用した/ 予約済み	具体的に 検討中	今後、検 討予定	利用（予 約）するつ もりはない
		度数	割合	割合	割合	割合
合計		2066	15.2	6.1	25.9	52.8
感染しても適切な治療が受けられない	不安	1149	14.4	5.5	27.3	52.8
	どちらともいえない	520	15.2	5.4	24.0	55.4
	不安でない	337	19.3+	9.5+	26.1	45.1-
	該当しない	60	8.3	5.0	15.0-	71.7+
自分や家族の感染による世間からの偏見や中傷	不安	1164	15.5	5.2-	27.5	51.9
	どちらともいえない	513	13.1	7.8	25.5	53.6
	不安でない	283	19.4+	8.5	20.8-	51.2
	該当しない	106	11.3	1.9	24.5	62.3+
自分や家族の感染による人間関係への悪影響	不安	1053	15.5	5.6	28.3+	50.6-
	どちらともいえない	552	15.0	5.8	24.1	55.1
	不安でない	353	16.1	9.1+	22.7	52.1
	該当しない	108	10.2	2.8	23.1	63.9+
自分や家族の感染によって仕事を失うこと	不安	881	16.0	5.8	27.0	51.2
	どちらともいえない	561	14.6	6.6	25.1	53.7
	不安でない	390	17.9	7.2	23.1	51.8
	該当しない	234	9.0-	4.3	28.6	58.1
自分や家族の感染によって収入が減ること	不安	1060	13.7-	6.6	27.2	52.5
	どちらともいえない	520	16.5	4.6	24.6	54.2
	不安でない	308	19.8+	8.1	24.4	47.7
	該当しない	178	12.4	3.9	25.3	58.4
半年以内に国内の感染拡大が収束	そう思う	333	20.4+	13.2+	24.9	41.4-
	どちらともいえない	543	12.3-	7.0	28.9	51.7
	そう思わない	1190	15.0	3.7-	24.9	56.4+
1年以内に日本経済が回復	そう思う	260	16.2	12.3+	30.4	41.2-
	どちらともいえない	493	15.4	7.1	27.8	49.7
	そう思わない	1313	14.9	4.5-	24.4-	56.2+

(注1) 合計と比べて選択割合の高い (+) /低い (-) ものに網掛け (有意水準5%)

(注2) 不安については「非常に不安」「やや不安」「どちらともいえない」「あまり不安ではない」「全く不安ではない」「該当しない」の6つの選択肢でたずねており、表中の「不安」は「非常に不安」と「やや不安」の合計、「不安ではない」は「あまり不安ではない」と「全く不安ではない」の合計。見通しについては「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」の5つの選択肢でたずねており、表中の「そう思う」は「そう思う」と「ややそう思う」の合計、「そう思わない」は「あまりそう思わない」と「そう思わない」の合計。