

報道関係者各位
プレスリリース

2023年3月7日
株式会社 mitoriz

マスク着用の個人判断は過半数が賛成も、抵抗なく外す人は約10%！ 女性がマスク着用を続ける理由は「ノーメイクでもごまかせる」が第2位！

株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員2,011人に「マスクに関する調査」を実施致しました。

2020年からの新型コロナウイルスの流行により、マスク着用が当たり前の生活が3年ほど続きましたが、政府は、マスク着用に関して3月13日から屋内・屋外を問わず個人の判断に委ねる方針を決定しました。また、5月8日からは感染法上の分類が季節性インフルエンザと同じ「5類」に引き下げられるなど、長く続いたコロナ禍に大きな変化が起きようとしています。そんな中、当たり前になっていたマスク着用に関して消費者がどのように考えているのか調査致しました。

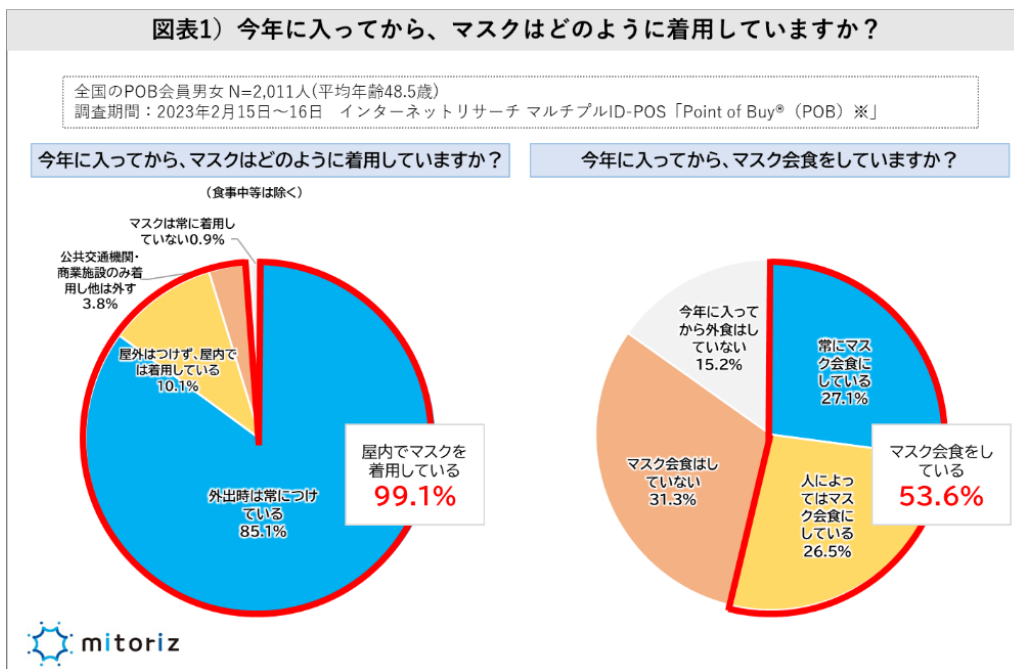
《調査サマリー》

- ・2023年に入ってからマスク着用率、屋内では99.1%と非常に高水準
- ・3月13日からのマスク着用の個人判断については51.7%が賛成
- ・3月13日からマスクを外すと回答した人は37.9%、抵抗なく外すと回答した人は10%以下
- ・5月8日の「5類」への引き下げは48.1%が賛成、マスクを外す意向と回答した人は40.2%
- ・女性のマスクを着用し続けたい理由の2位は「身だしなみ（ノーメイクなど）をごまかせる」で29.7%

2023年に入ってから99.1%とほとんどの人がマスクを着用している！

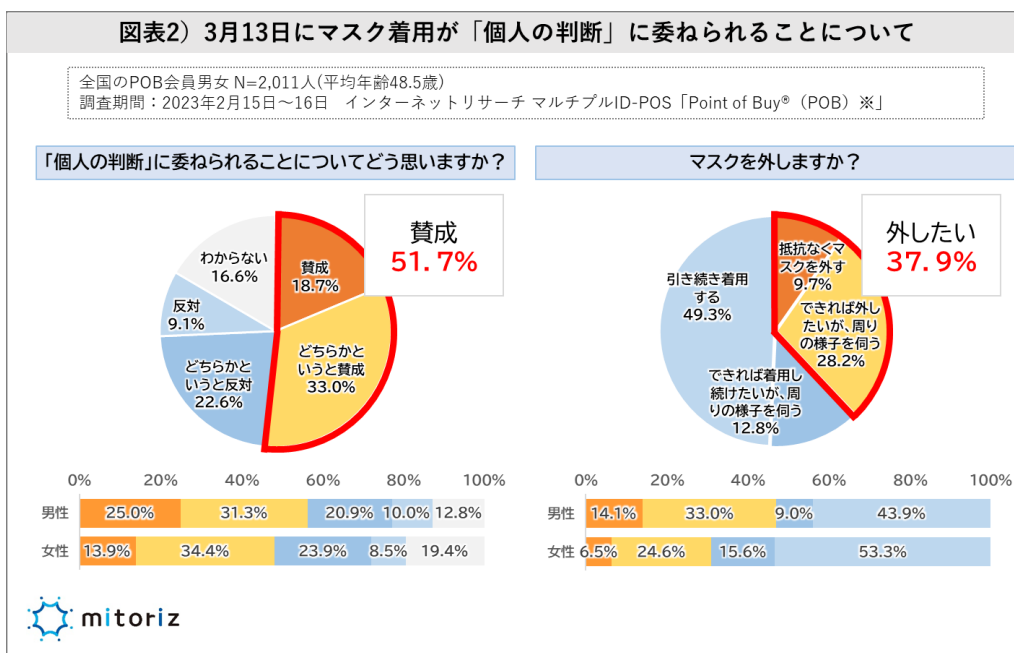
まず、今年に入ってからマスクの着用状況を尋ねたところ、最も多かったのは「外出時は常につけている（85.1%）」という結果となりました。「屋外ではつけず、屋内では着用している（10.1%）」、「公共交通機関・商業施設のみ着用し他は外す（3.8%）」といったシーンに応じて着用しているも合わせると着用率は99.1%となりました。「マスクを常に着用していない（0.9%）」と回答した人は非常に少なく、マスクを着用することが当たり前になっている状況が続いています。

また、マスク会食の実施状況に関しても尋ねたところ、「常にマスク会食にしている（27.1%）」、「人によってはマスク会食にしている（26.5%）」と合わせて半数以上の人々がマスク会食を続けている状況だとわかりました（図表1）。



「マスク着用の個人判断」に過半数以上が賛成も、「抵抗なくマスクを外す」と答えた人は10%以下

大多数の人がマスク着用を続けている中で3月13日からマスク着用が個人判断に委ねられることについて、どのように思っているのかを尋ねましたところ、「賛成 (18.7%)」・「どちらかという賛成 (33.0%)」を合わせ、賛成派が 51.7%と、過半数を超える結果となりました。実際に「マスクを外しますか？」と尋ねたところ、「抵抗なくマスクを外す (9.7%)」と回答したのは1割程度、「できれば外したいが周りの様子を伺う (28.2%)」と合わせてもマスクを外すことに前向きな人は4割程、6割以上の人々が「できれば着用し続けたいが周りの様子を伺う (12.8%)」、「引き続き着用する (49.3%)」と回答しました (図表 2)。



■「賛成」・「どちらかという賛成」の回答者コメント

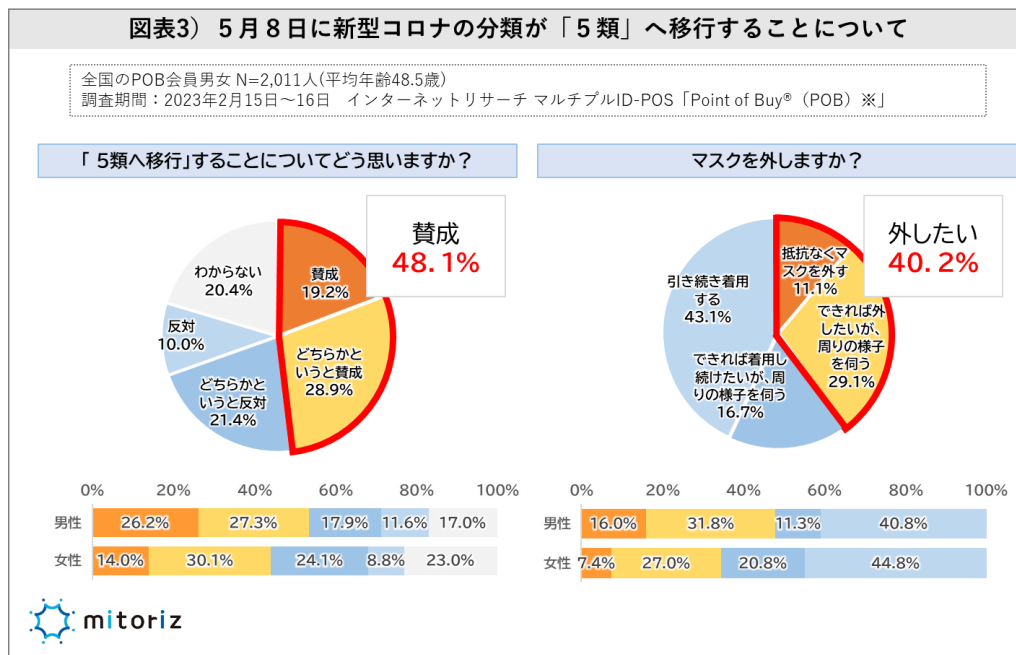
- ・海外はマスクを外している国もあるが深刻なパンデミックが起こっていないから。(20代男性)
- ・確かに必要なかわからなくなって来たが、やはり心配なので暫くは付けたいと思います。(40代男性)
- ・ワクチンも進んでいるし、感染者を減っているのでもスクはしなくてもいいと思う。(50代男性)
- ・もういい加減にして欲しい。マスクなんて面倒でならない。(50代女性)

■「反対」・「どちらかという反対」の回答者コメント

- ・飲食店、特にビュッフェ形式などの場合マスクの着用は不可欠だと思うので、社会的にマスクを外していく流れが不安（20代女性）
- ・個人の判断に任せられるのは難しい（30代女性）
- ・実際に罹患した際に大変さを感じたから（30代男性）
- ・まだまだ変異したりしそうなので先が分からないから（40代男性）
- ・まだ安心できるとは思わない（50代女性）

新型コロナの「5類」移行については「賛成」48.1%もマスクを外したいと考えている人は大きく変わらず

また、5月から新型コロナの感染症法上の位置づけが「2類」相当から季節性インフルエンザと同等の「5類」へと移行することについては、「賛成（48.1%）」が半数程度となりました。マスクの着用については、「抵抗なくマスクを外す（11.1%）」、「できれば外したいが周りの様子を伺う（29.1%）」が4割程度と3月の結果と大きくは変わりはありませんが、「できれば着用し続けたいが周りの様子を伺う（16.7%）」、「引き続き着用する（43.1%）」と、着用し続けるか迷いがある人の割合が増えている状況でした（図表3）。



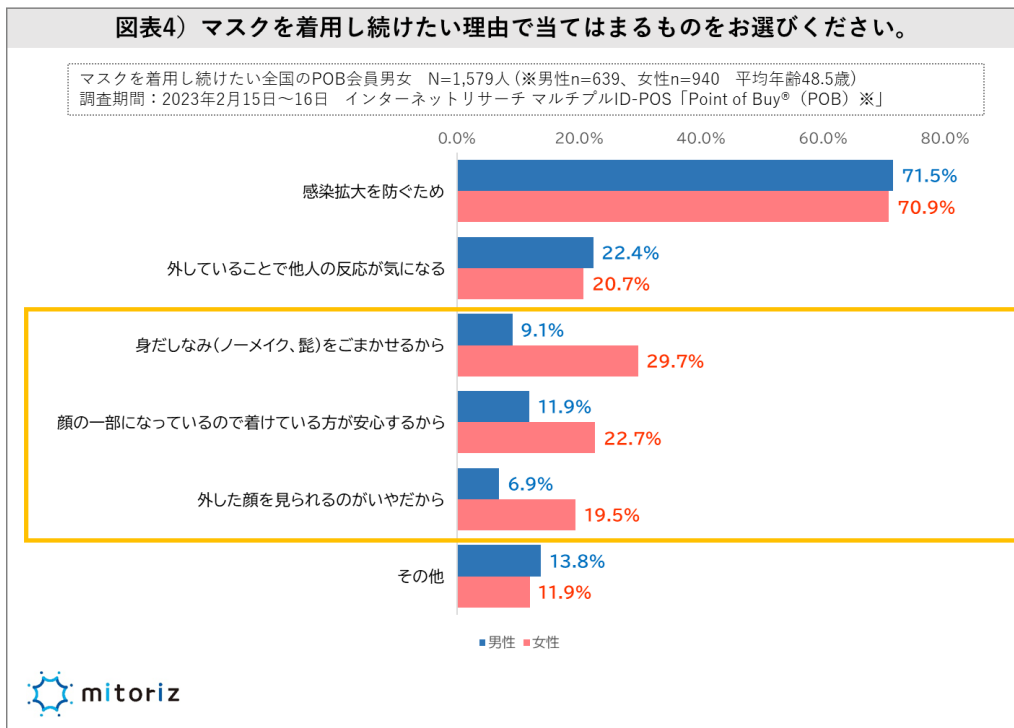
女性がマスクを着用し続ける理由「感染予防」の次に多いのは「ノーメイクをごまかせる」が29.7%

引き続きマスクの着用を考えている方に、その理由を答えてもらいました。男女ともに「感染拡大を防ぐため（男性71.5%、女性70.9%）」が最も多く、次いで多かった回答は男性が「外していることで他人の反応が気になる（22.4%）」に対して、女性は「身だしなみ（ノーメイク、髭）をごまかせるから（29.7%）」という結果となりました。他にも「顔の一部になっているので着けている方が安心するから（男性11.9%、女性22.7%）」、「外した顔を見られるのがいやだから（男性6.9%、女性19.5%）」も女性の方が比率が高く、女性は顔を隠せることを理由にマスク着用を続けたいと考えている人が多いことが伺えます（図表4）。

■女性回答者のコメント抜粋

- ・久しぶりにはずし、顔全体を見られるのが恥ずかしい（20代女性）
- ・ノーメイクで過ごすことが当たり前になり、改めて顔を見せることに躊躇するため（30代女性）
- ・バッチリメイクしなくてもいいから。口元を隠せる。（40代女性）

- ・化粧しなくてすむので着用する（50代女性）



【アンケート調査概要】

調査期間：2023年2月15日～16日

調査対象：mitorizの消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）
POB会員（平均年齢48.5歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：2011件）

消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy®：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ：<https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL : 03-6328-0052 FAX : 03-6328-3631 MAIL : press@mitoriz.co.jp

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

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

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）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227,537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。キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。