

コロナ禍により施設の選定基準は清掃・感染対策に

～施設選定における清潔度意識調査を実施～ (商業施設・小売施設、宿泊施設、レジャー施設)

本レポートは、一般消費者が施設（商業・小売、宿泊、レジャー）を選ぶ際に重要視することが、コロナ禍前後でどのように変化したか、アンケートを実施し、まとめたレポートとなります。

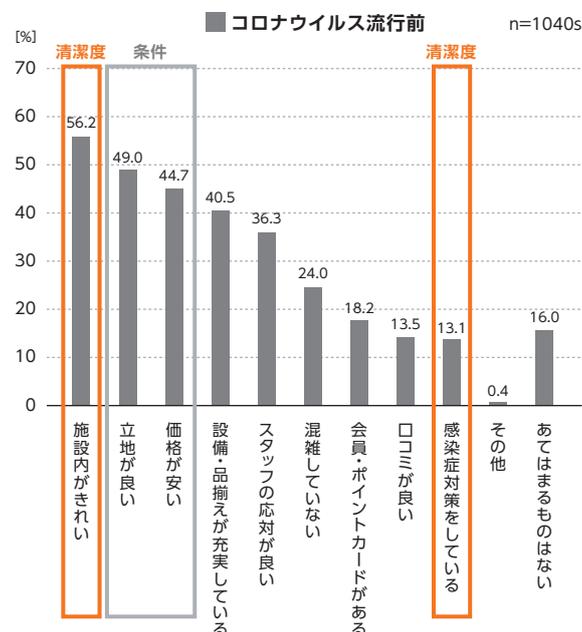
調査概要

調査主体	ソフトバンクロボティクス株式会社
調査実施機関	株式会社インテージ
調査実施時期	2020年7月31日～8月3日
対象者条件	15歳以上の男女
サンプルサイズ	1,040サンプル ※サンプルの構成比は人口構成比に準拠

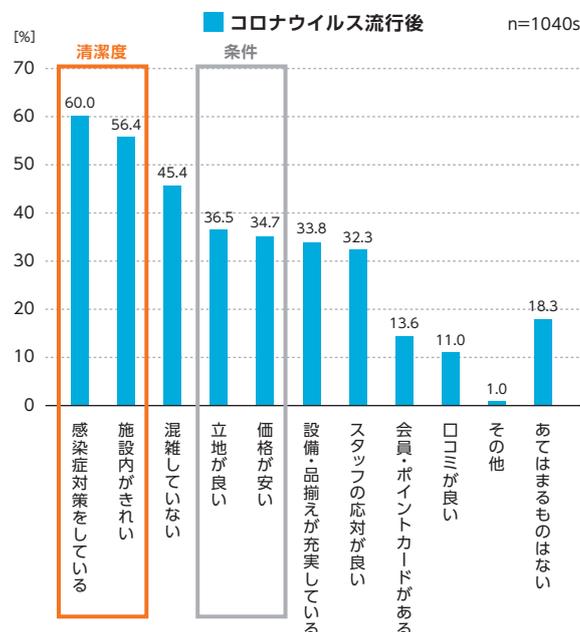
コロナウイルス流行による施設選定基準の変化

●コロナ流行後は、施設の条件面より清潔度が重要視されており、「施設内のきれいさ」だけでなく「感染症対策」を行っているかが重視される選定基準となった。

Q1 コロナウイルスが流行する前のことを思い出してお答えください。訪れる施設を選ぶうえで重視していたことを全てお選びください。



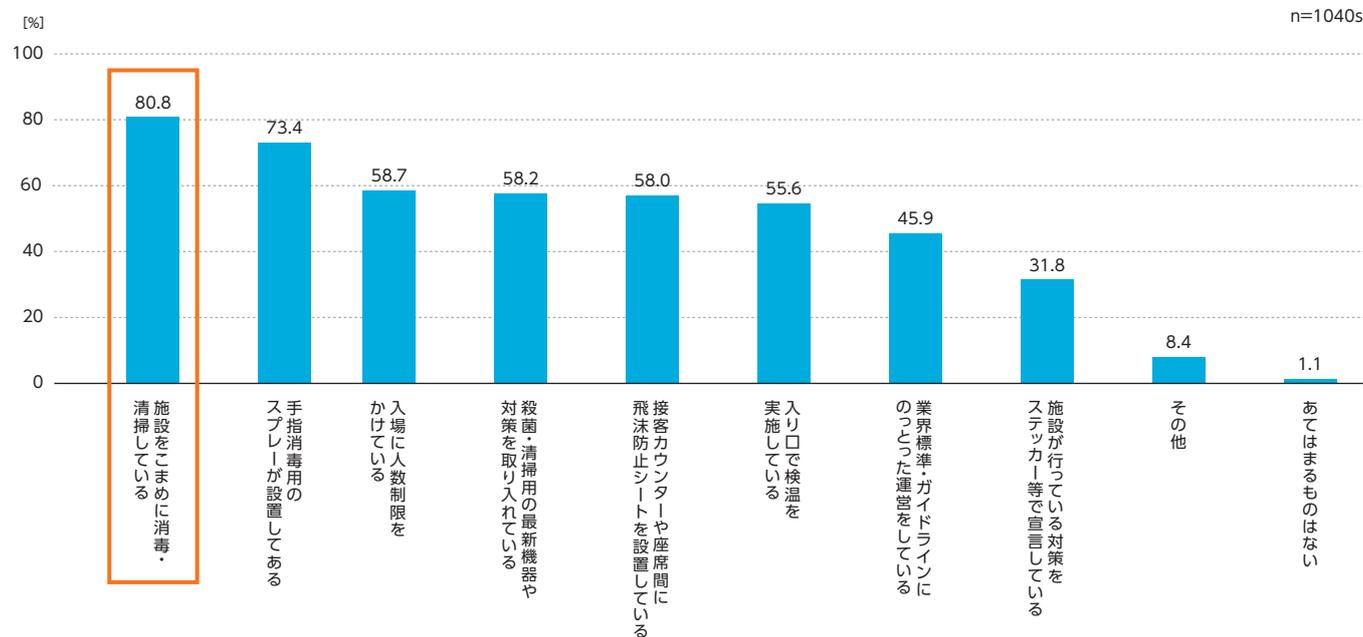
Q2 コロナウイルス流行後のことについてお伺いします。訪れる施設を選ぶうえで重視していることを全てお選びください。



施設の感染症対策として実施していると安心するもの

- 感染症対策の中でも「施設をこまめに消毒・清掃すること」＝「清掃している姿を見せる」ことが、最も顧客の安心を得られるという結果となった。

Q3 施設の感染症対策として実施していると安心するものを全てお答えください。



施設で営業時間中にWhizを稼働することについて

- 93.5%の方がWhizを営業時間中に稼働させることに対して良い印象を受けると回答。Whizを活用することで「清潔さの維持に力を入れている」印象を持ってもらえるという結果となった。

Q4 (AI清掃ロボット「Whiz(ウィズ)」の特徴を見ていただいた上で回答いただいております) Whiz(ウィズ)を営業時間中に活用している施設に対して、受ける印象として近いものをお答えください。

n=1040s

