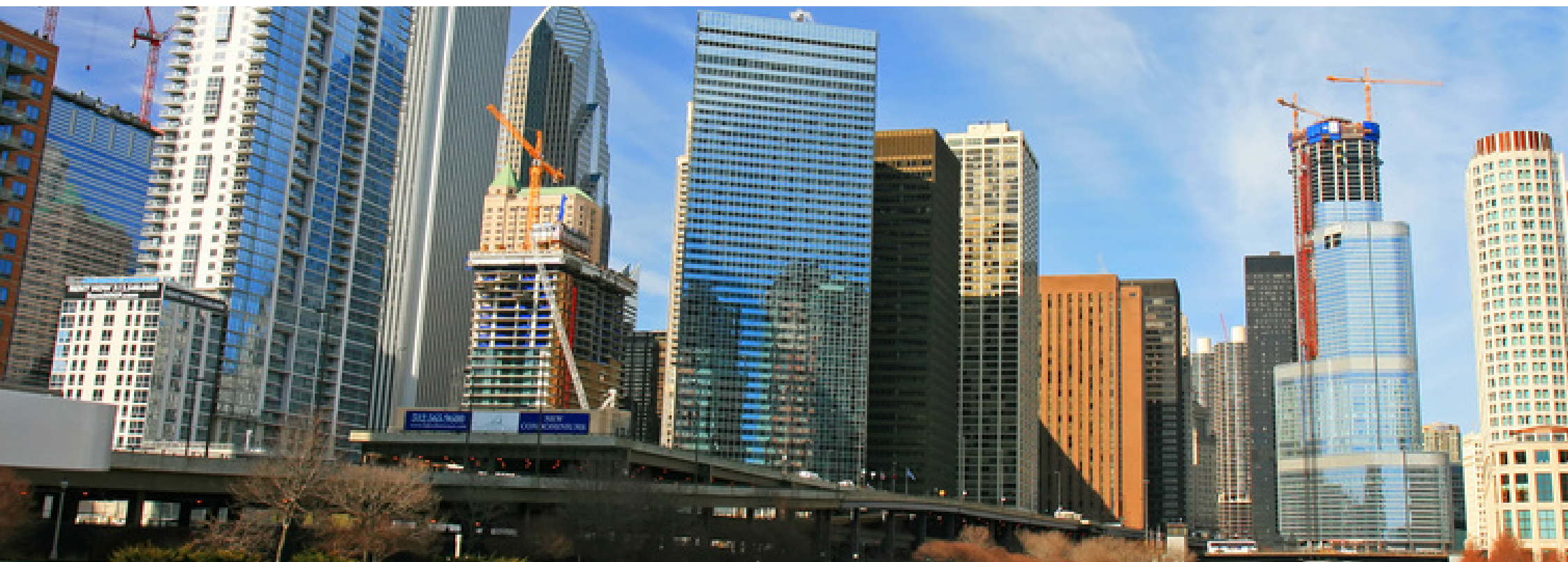


2013年5月震災後・生活意識調査

報告書【抜粋】



調査概要

調査目的： 東日本大震災から2年が経過した時点の、生活者の行動・消費意識の動向を把握する。

調査方法： Web調査

調査エリア： 関東：一都六県（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、群馬県、栃木県、茨城県）
 関西：二府四県（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）

サンプリング方法： JMAモニターサンプルに対するランダム配信

調査対象： 15-59歳 男女 ※職業チェック（住宅・建築関係、マスコミ関係、広告代理店、市場調査会社関係を除外）

サンプル数：

	関東		関西	
	男性	女性	男性	女性
15～29歳	50	50	50	50
30代	50	50	50	50
40代	50	50	50	50
50代	50	50	50	50
計	200	200	200	200
合計	800			

調査期間： 2013年5月23日（木）～24日（金）

調査実施機関： 株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシー

調査協力： 三井住友建設 株式会社

総論

遠のいてきた震災の意識とつながり志向

- 震災以後の不安は人々の意識からやや遠のいてきており、男性を中心に原発への反対意識も低まってきた。
- 同時に、震災後盛り上がった他人とのつながり志向も減少傾向にある。

徐々に景気回復への兆しを実感するが、生活態度・意識は保守傾向

- 男性若年層を中心に、景気への楽観的な見方が拡大している様子がみられた。
- しかし、給与や雇用などの直接的な実感はまだ得られておらず、今後の動向が注目される。
- 景気回復実感の兆しは見えるものの、消費や仕事に対する前向きな姿勢には繋がっておらず、安定感を重視する、保守的な生活態度・意識が継続している。

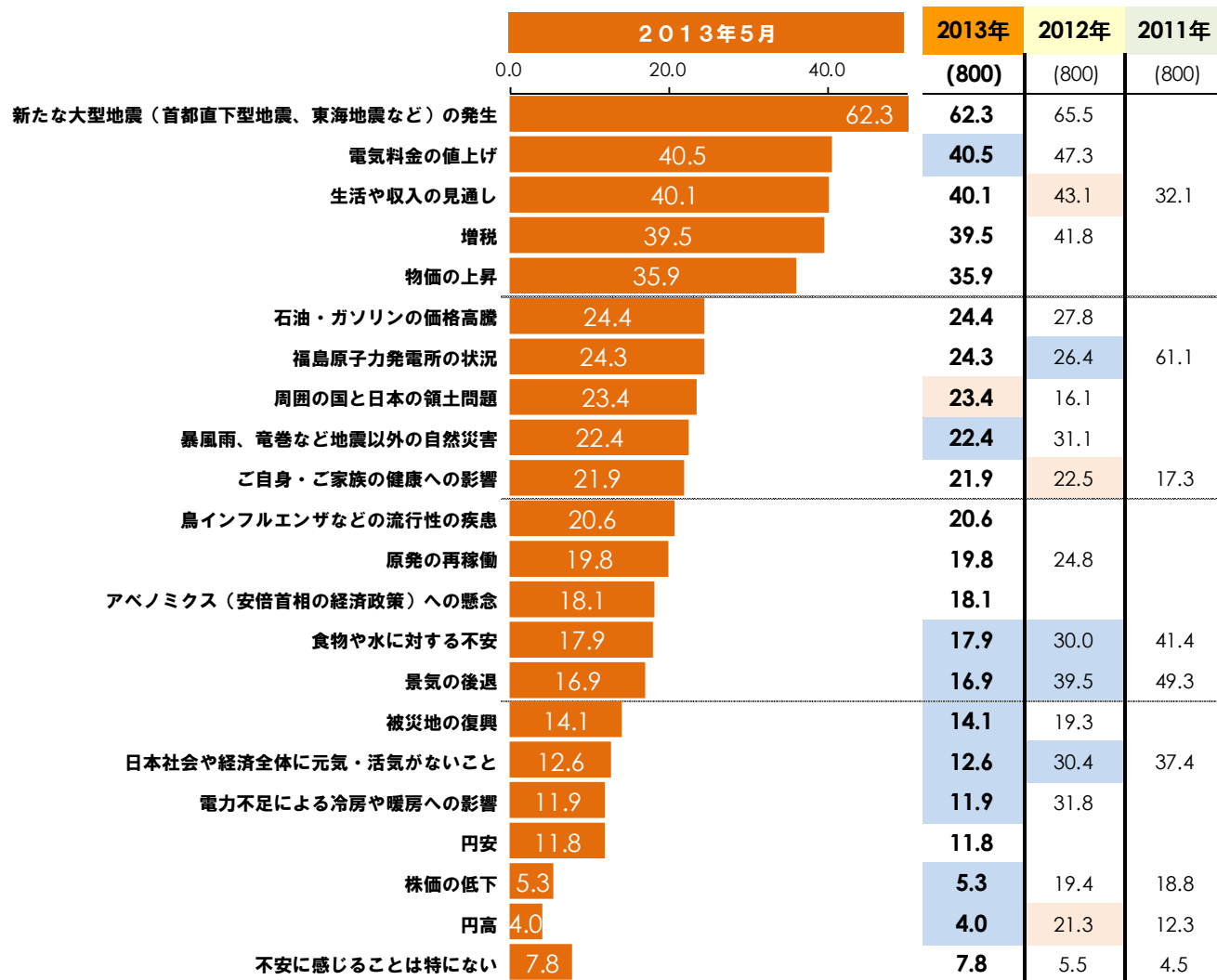
震災不安について

現在の震災不安

■現在の不安意識 全体：n=800

(%)

あなたが現在不安を感じていることを全てお選び下さい。



青：前年比5ポイント以上マイナス

オレンジ：前年比5ポイント以上プラス

現在の震災への不安意識は、「**新たな大型地震の発生**」が昨年に続いて1位。「**電気料金の値上げ**」は昨年からは数値をやや落としたものの全体では2位となった。

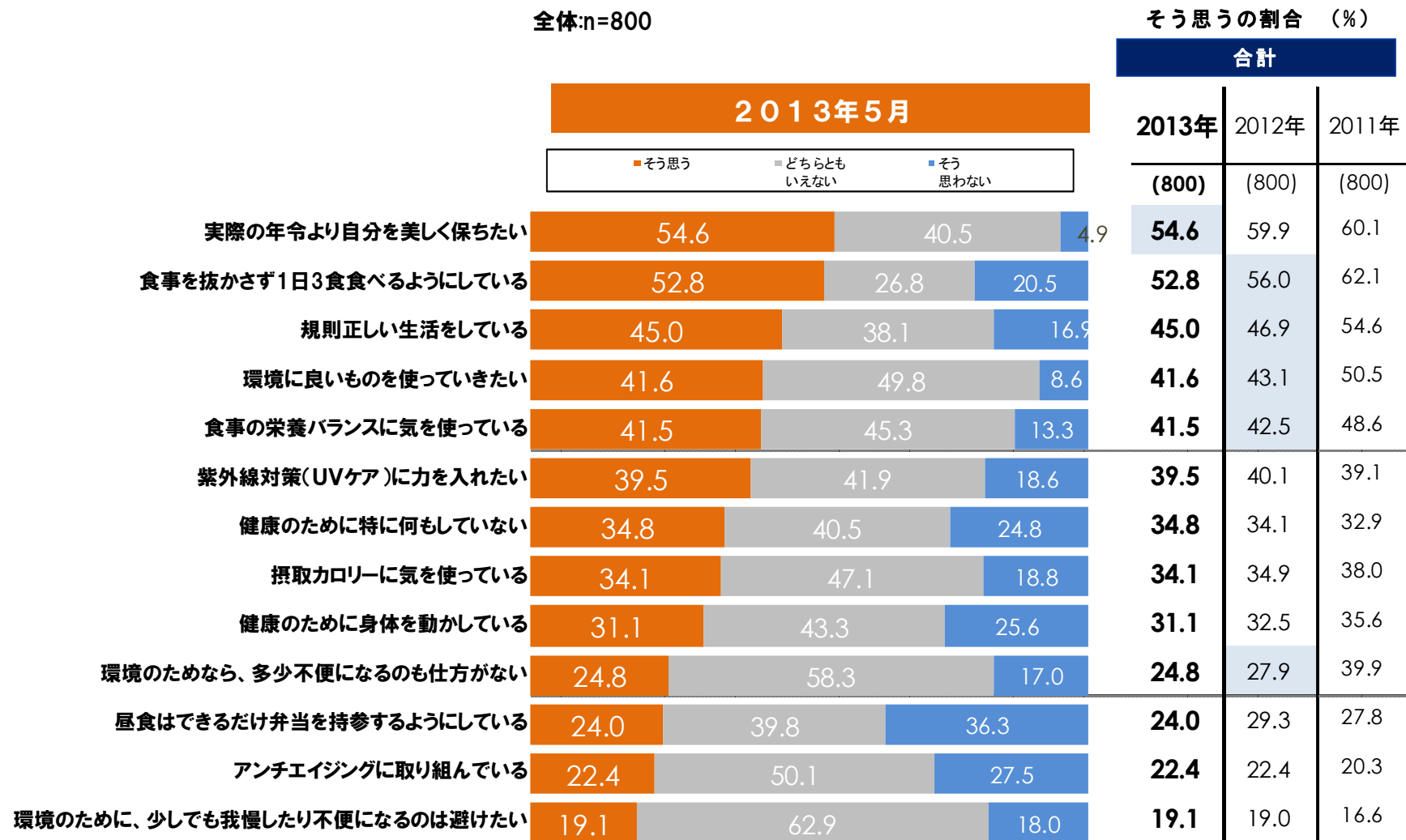
「**景気の後退**」が昨年から27ポイント減、「**食物や水に対する不安**」が12ポイント減と、大きく不安意識を後退させたのが目立つ。

「**株価の低下**」も昨年から16ポイント数字を落としており、経済的な不安意識が全体的に減ってきている様子がうかがえる。

生活行動・意識について

震災後の生活行動としては、「**実際の年齢より自分を美しく保ちたい**」「**食事を1日3食食べるようにしている**」が1位、2位。
2年前から大きく数値を落とした昨年と比べると、全体的に変化が少ない。

震災後の生活行動



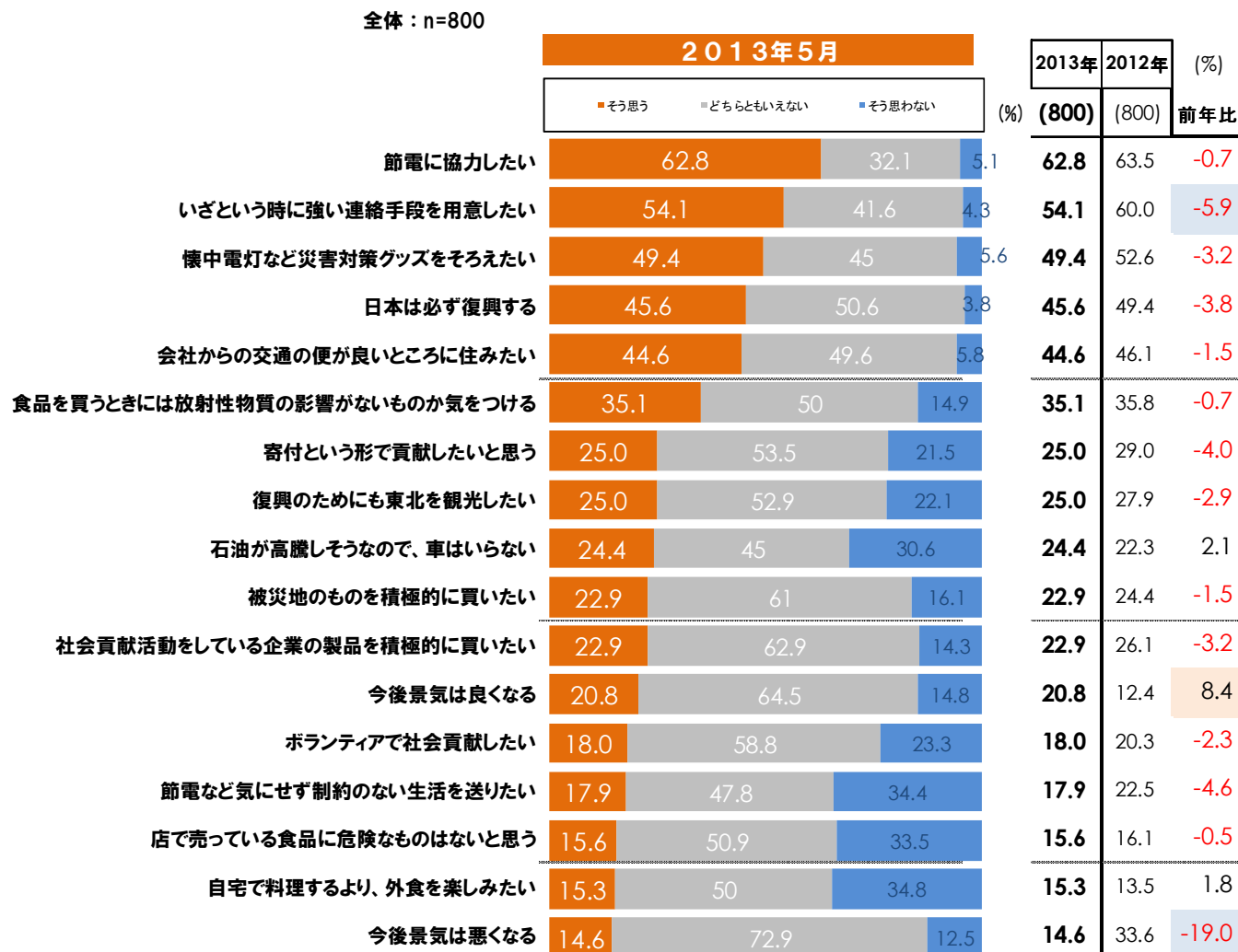
青：前年比5ポイント以上マイナス
オレンジ：前年比5ポイント以上プラス

生活行動・意識について

震災に関する生活意識では、「今後景気は良くなる」が昨年から8.4ポイント上昇し、逆に「今後景気は悪くなる」はマイナス19ポイントと大きく数値を落とした。

「節電に協力したい」「連絡手段を用意したい」「災害対策グッズをそろえたい」が上位3位だが、昨年からは数値を落としてきており、震災への備える意識が徐々に薄れつつある様子。

生活への考え方・意識について



青：前年比5ポイント以上マイナス

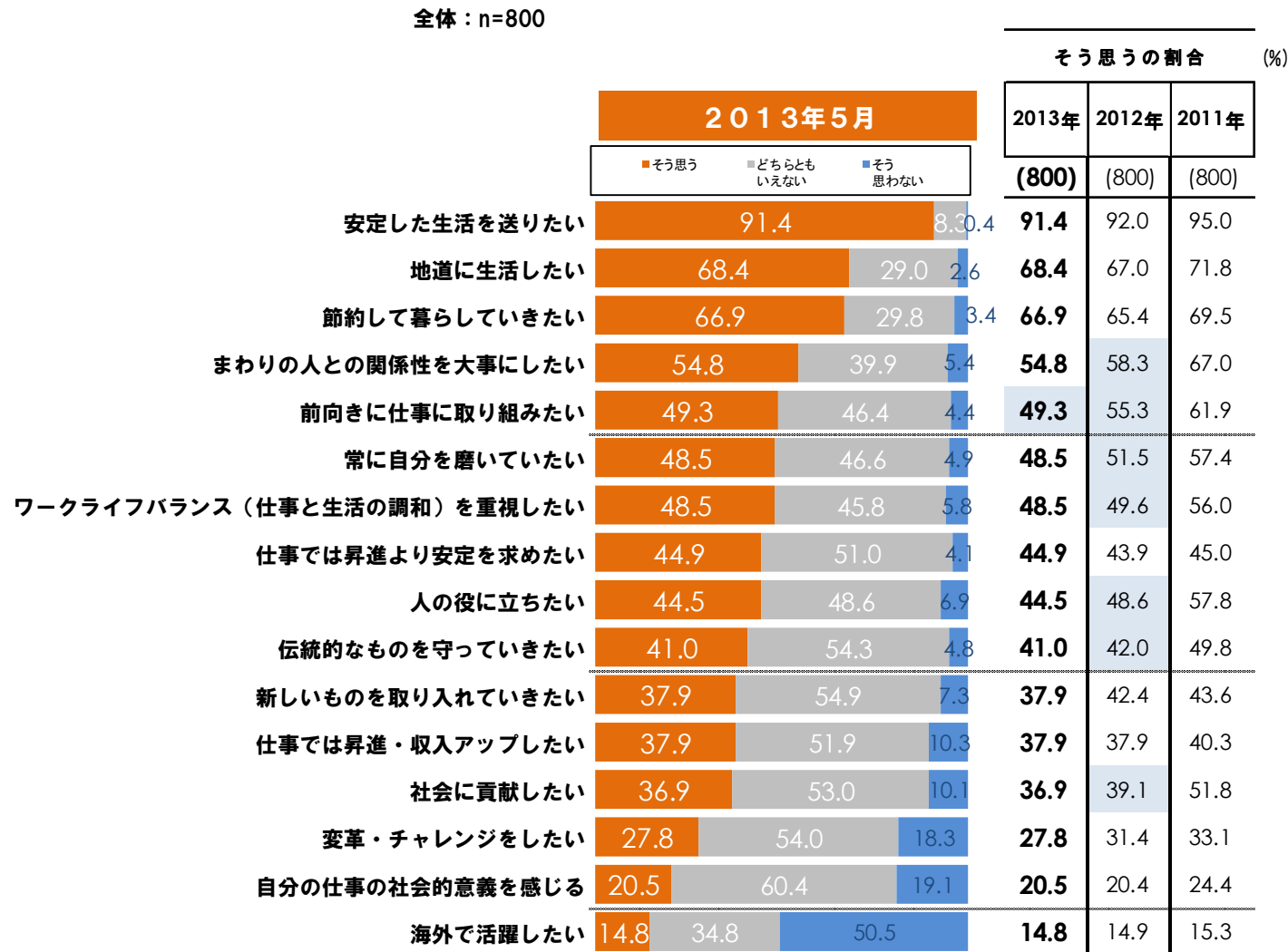
オレンジ：前年比5ポイント以上プラス

生活行動・意識について

より基本的な生活意識としては、「安定した生活を送りたい」が3年連続で圧倒的に1位。2位は「地道に生活したい」、3位は「節約して暮らして行きたい」も変わらず高く、安定志向は続いている様子。対照的に、「変革・チャレンジをしたい」「新しいものを取り入れていきたい」は低い数値に。

昨年に引き続き「前向きに仕事に取り組みたい」が下がり、2011年と比べると12ポイント以上低下しているのも特徴的。

基本的な考え方・意識について



ソートは2013年「そう思う」数値で降順

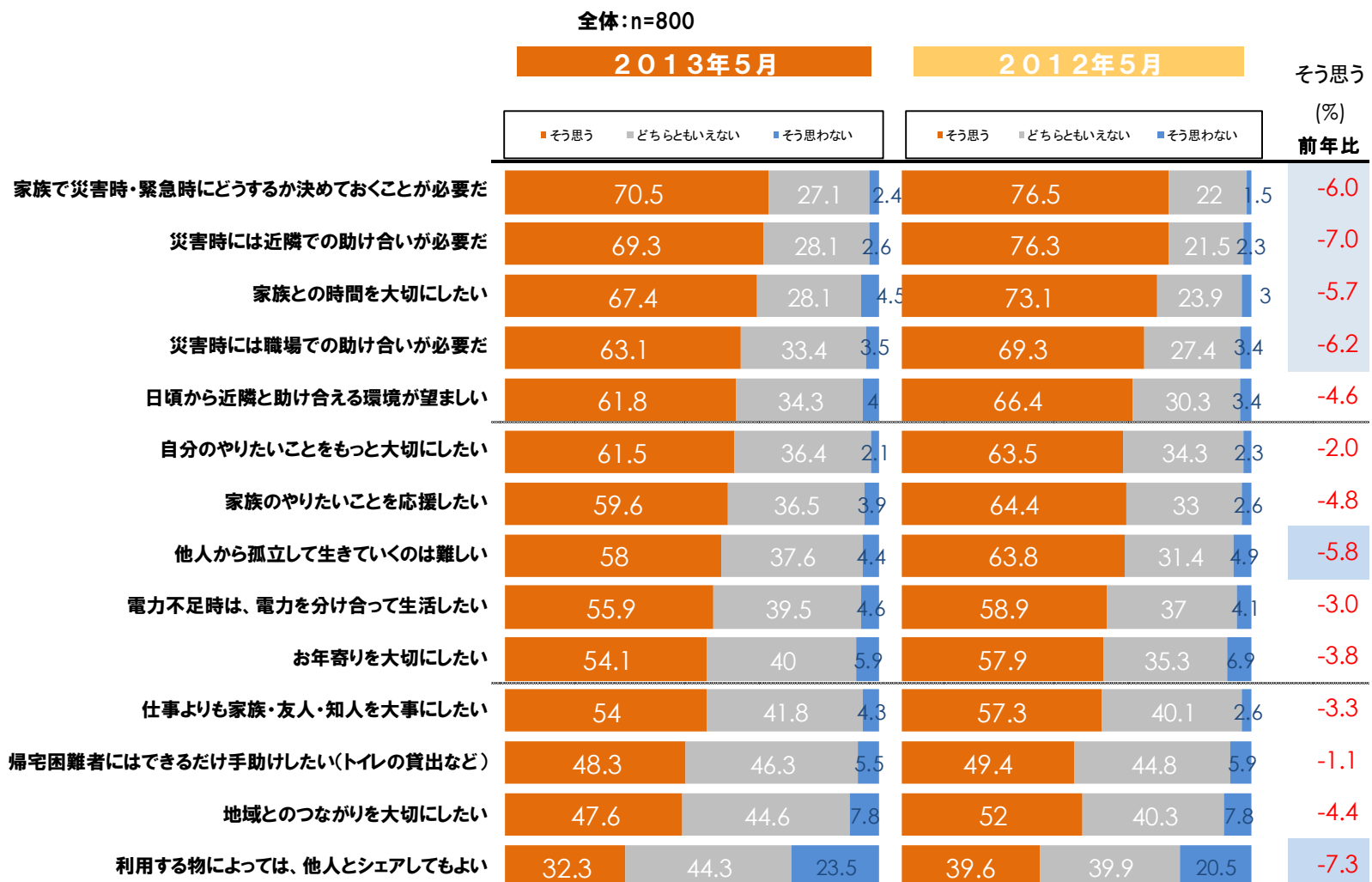
青：前年比5ポイント以上マイナス

オレンジ：前年比5ポイント以上プラス

生活行動・意識について

人間関係に関わる考え方については、昨年から順位はほとんど変わらなかったが、全体的に数値が低くなったのが特徴。災害によって高まった人間関係への意識が下がってきているのがうかがえる。特に下がったのは「利用する物によっては、他人とシェアしてもよい」、「災害時には近隣での助け合いが必要だ」で、7ポイント以上低下した。

人間関係に関わる考え方について



ソートは2013年「そう思う」数値で降順

青：差が5ポイント以上マイナス
オレンジ：差が5ポイント以上プラス

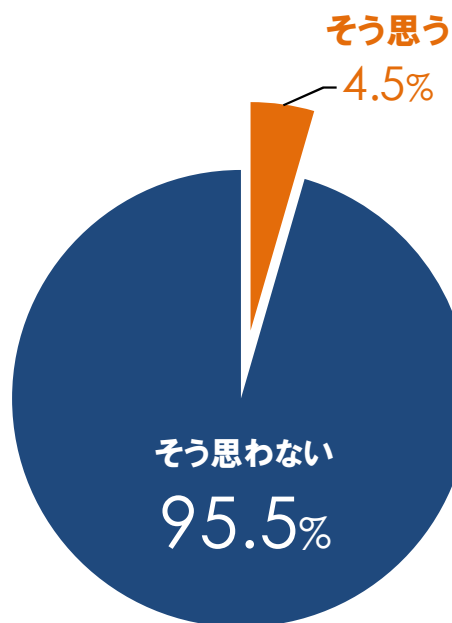
エネルギーについて

エネルギー不安の解消については、昨年から4ポイントほど下がったものの、91%が「(解消されたと)思わない」と回答しており、エネルギー不安は根強く残っていることがうかがえる。

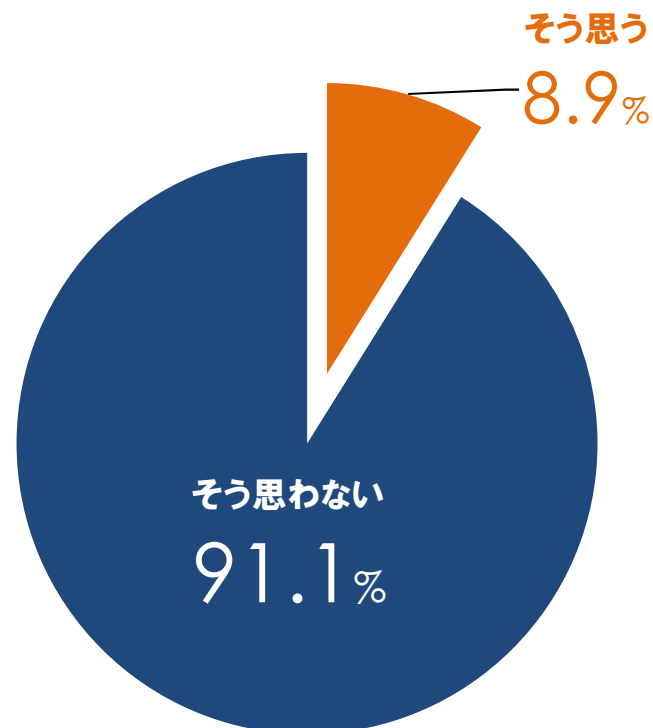
エネルギー不安の解消について

Q.東日本大震災後の、日本のエネルギーに対しての不安は解消されたと思いますか。

2012年5月



2013年5月



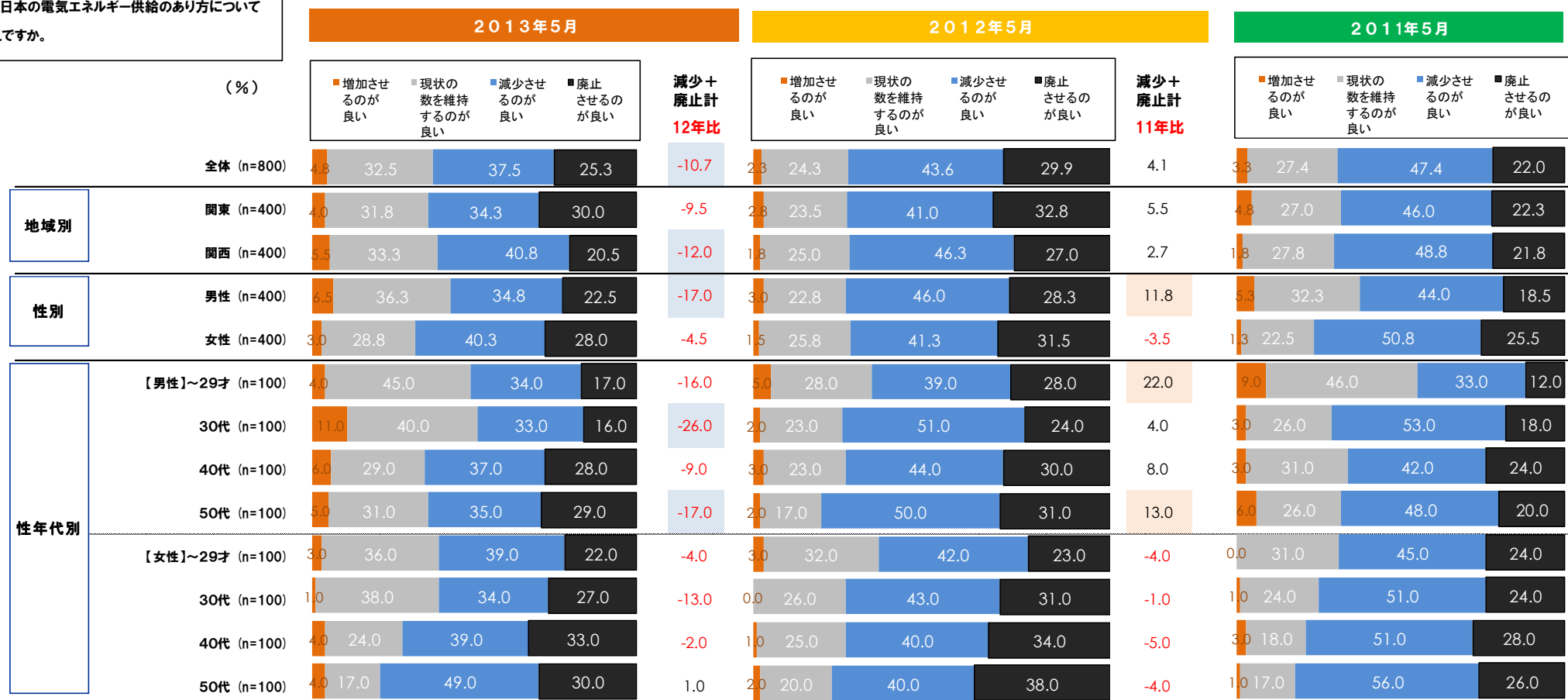
エネルギーについて

原子力発電所については、「増加させるのが良い」が全体の4.8%と低いものの、数値としては過去最高に。「減少させるのが良い」と「廃止させるのがよい」の合算も昨年比でマイナス10.7ポイントで過去最低となり、昨年盛り上がった原子力発電所への反対意識がやや低下してきているのがうかがえる。

性年代別にみると、特に男性30代は「減少」+「廃止」の数値が昨年から26ポイントと大幅に低下した。

日本の電力供給（原子力発電所）に対する意見

Q. 今後の日本の電気エネルギー供給のあり方について
どうお考えですか。



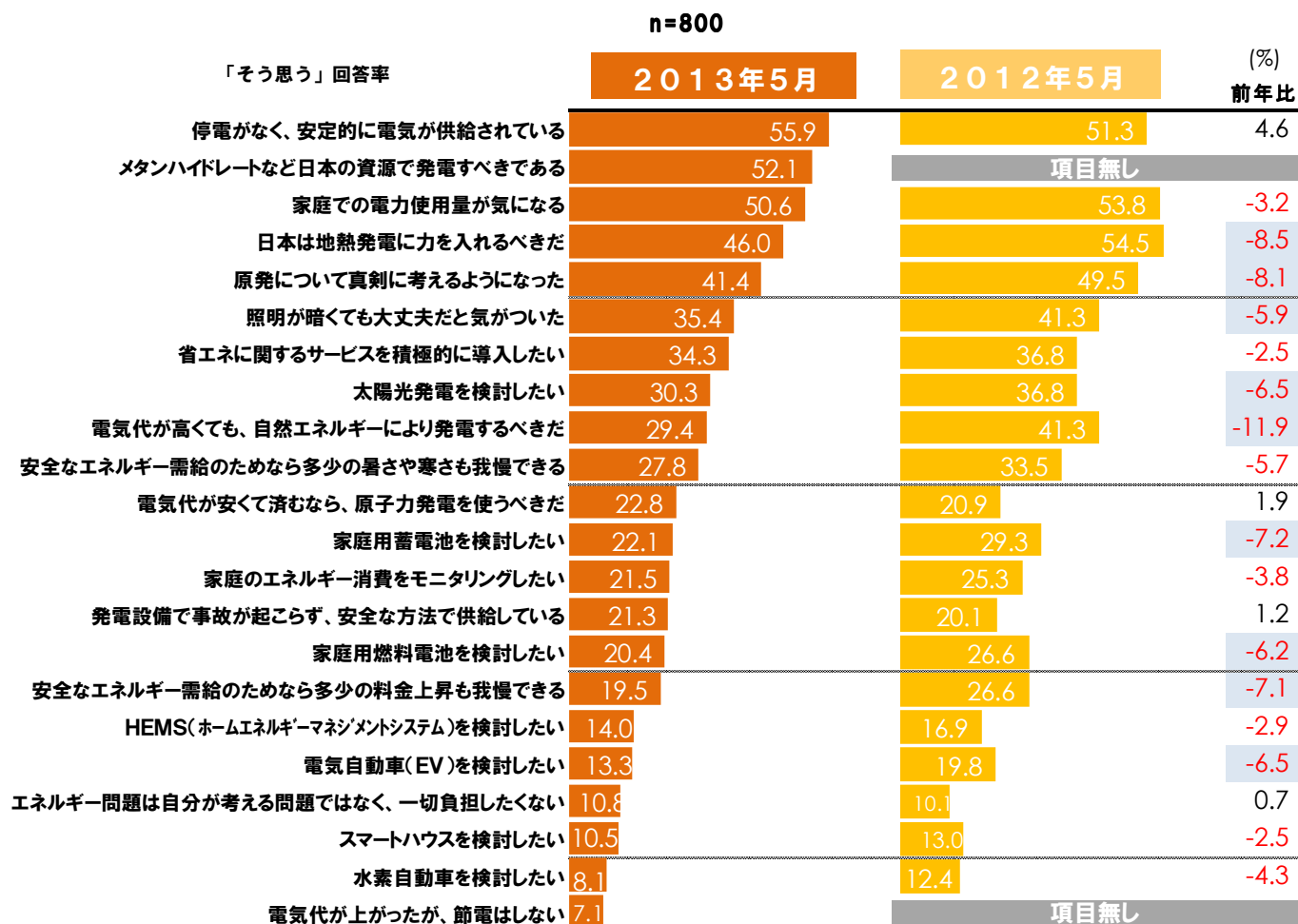
オレンジ: 前年比10ポイント以上増加

青: 前年比10ポイント以上減少

エネルギーについて

エネルギーについての考え方も、昨年と比べて全体的な意識の低下が見られた。
 特に下がったのが「電気代が高くても、自然エネルギーにより発電すべきだ」で、昨年から約12ポイントも低下。
 「メタンハイドレートなど日本の資源で発電すべき」は今回から追加した項目だが、52%で2位となった。
 昨年から増加したのは「停電がなく、安定的に電気が供給されている」で4.6ポイントのプラスとなった。

エネルギーについての考え方について



ソートは2013年数値で降順

青：前年比5ポイント以上マイナス

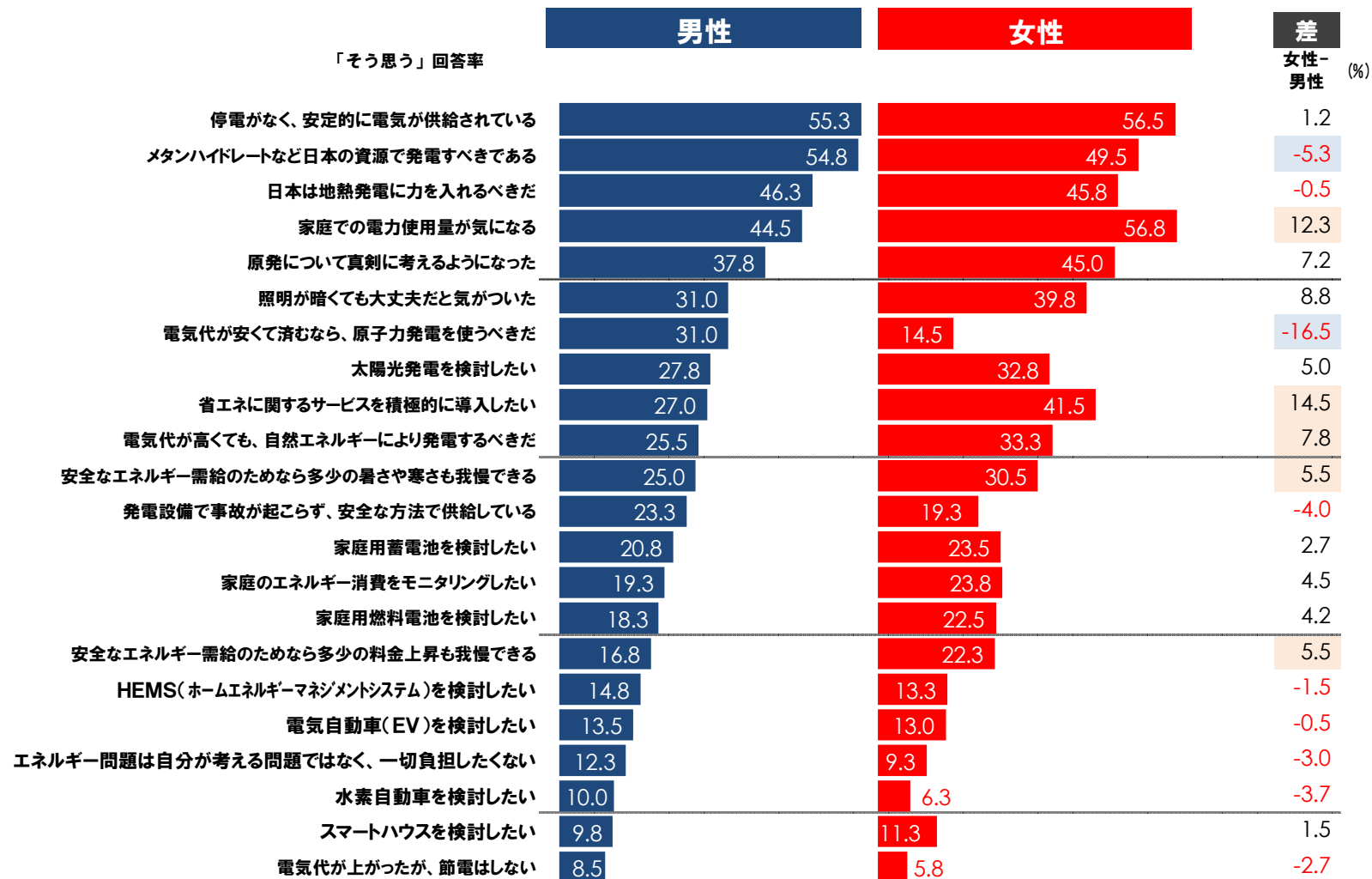
オレンジ：前年比5ポイント以上プラス

エネルギーについて

男女比をみると、「省エネに関するサービスを積極的に導入したい」「家庭での電力使用量が気になる」などで女性が10ポイント以上高い。家庭での光熱費に関わってくる項目がとくに女性の反応が高いことがわかる。

その一方で、「電気代が安く済むなら、原子力発電を使うべきだ」は男性のほうが16.5ポイントも高く、原子力への反対意識は女性のほうが強いことがうかがえる。

男女それぞれ：n=400



ソートは男性数値で降順

青：男性の方が5ポイント以上高い

オレンジ：女性の方が5ポイント以上高い

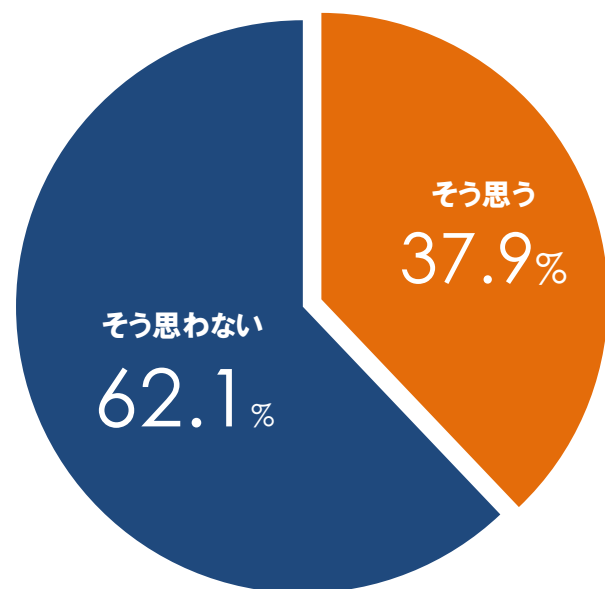
消費行動・景気について

景気の回復についてたずねたところ、回復していると感じていたのは約38%。
 性年代別では、男性のほうが景気回復を感じているのが特徴的。
 特に男性の10-20代で数値が高く、半数が回復を感じている。

景況感

今年に入り、日本の景気は回復していると感じますか。

2013年5月



2013年5月

■ そう思う ■ そう思わない (%)

地域別	全体 (n=800)	37.9	62.1
	関東 (n=400)	38.8	61.3
性別	関西 (n=400)	37.0	63.0
	男性 (n=400)	41.0	59.0
性年代別	女性 (n=400)	34.8	65.3
	【男性】～29才 (n=100)	50.0	50.0
	30代 (n=100)	34.0	66.0
	40代 (n=100)	45.0	55.0
	50代 (n=100)	35.0	65.0
	【女性】～29才 (n=100)	38.0	62.0
	30代 (n=100)	31.0	69.0
	40代 (n=100)	35.0	65.0
	50代 (n=100)	35.0	65.0

フルレポートのご案内

本レポートは抜粋編です。フルレポートは株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシーの自主調査として、無償でご提供させていただきます。
性年代別など分析軸別のデータ、ローデータを含む集計データは、有料(50,000円)にてご提供いたします。

ご興味ご関心をお持ちの方は、下記連絡先までお気軽にお問い合わせください。



下記のようなことをより詳しく知りたい方へ…

「節電」「シェア」のキーワードはまだ有効？
増税前の駆け込み需要、誰が・何をかう？
「震災への意識」についてより細かく知りたい
景気回復って、どんな理由で感じているの？
消費動向は？どんな商品が売れそう？

無料での提供

フル報告書 (総計48ページ)

- 1) 回答者プロフィール.....3P
- 2) 震災不安について.....8P
- 3) 生活行動・意識について.....18P
- 4) エネルギーについて.....32P
- 5) 消費行動・景気について.....39P



有料

集計データ

(性年代別・世帯構成別・居住地域別データ、ローデータ含む)

(価格:50,000円)

さらに、震災直後からの過去3年分のデータもご用意しております。



お問い合わせ先



tel:

03-3496-0131



e-mail:

sales@jma-net.com

fax: 03-3464-7996

担当者: 企画部 牛堂雅文 (うしどうまさふみ) / 小林祐児