

報道関係各位

平成23年 5月20日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

喉元過ぎても・・・心の奥底に漠然とした先行き不安

～ 震災2ヶ月後調査結果 ～

1ヵ月後調査と比較して震災の直接の影響は減るも、「先行き不安なのでなるべく節約」のGW

株式会社クロス・マーケティング(所在地:東京都中央区、代表取締役社長:五十嵐幹)と、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント(所在地:東京都中央区、代表取締役:桑田瑞松)は、震災1ヵ月後調査に続き、「第2回 首都圏における震災後の生活と消費の意識に関するアンケート[震災2ヵ月後調査]」を実施し、本日結果の一部を発表いたしました。

その結果、日々の生活はほぼ元に戻ったと感じながら、今後の景気や物価に対する不安感がまだまだ影を落としており、GWのレジャーが安近短の傾向にあった背景には、「今年は家計が苦しいから」「今後収入が減るかもしれないから」「先行きが不安なのでなるべくお金を節約」といった思いがあったことがわかりました。

また、夏に向けて「電力不足による不便な生活」に不安を「非常に感じる」が、37%→39%と上昇、節電を常に意識しつつも、「節電してほしくないもの」として「電車の運行本数」「街灯や道路の照明」「電車の空調」があげられ、公共サービスの節電によって利用者や住民の生活不便の感覚が強まっている様子が見られます。

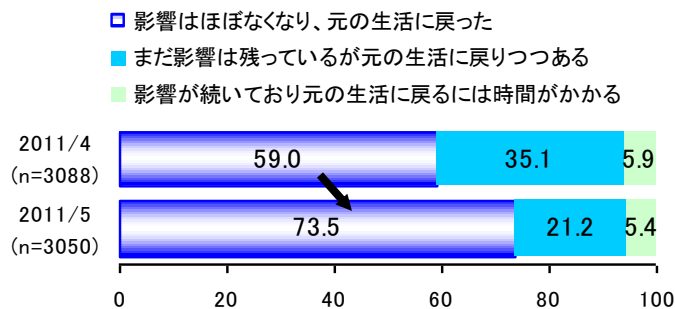
この調査結果のレポートは、本日5月20日より定価30,000円にて販売いたします。詳細につきましては、弊社HP http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=581 をご覧ください。

■主な発見事項

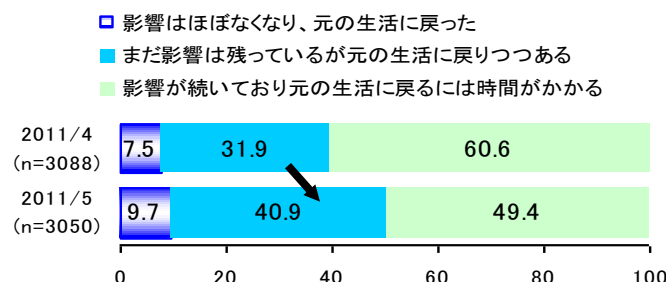
➢ 震災の直接の影響は減退しつつあるが、依然強い先行き不安感。

暮らし・社会全体の回復の認識

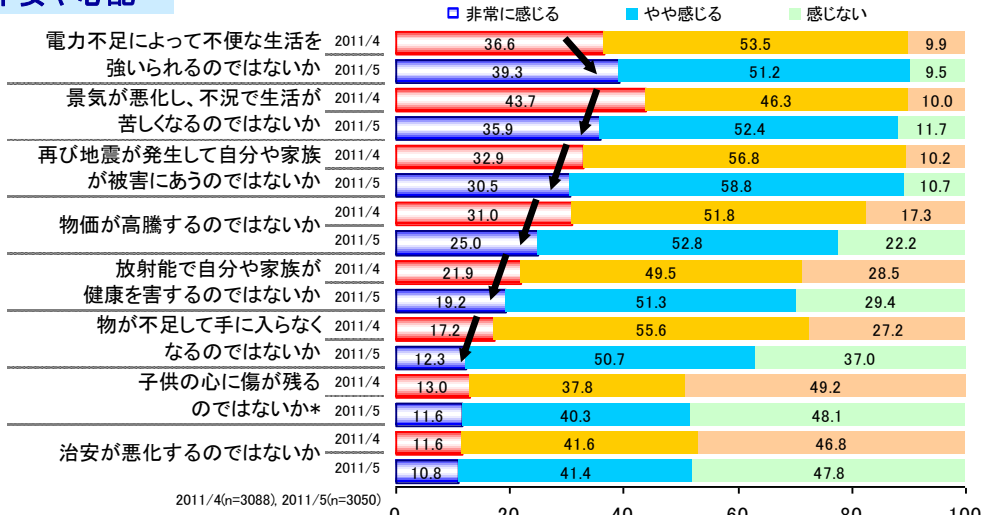
【自分と家族の暮らし】



【社会全体】



今後の不安や心配

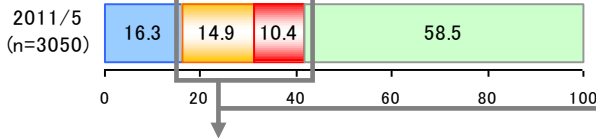


- ▶ 今年のGWはレジャーの規模や出費の抑制が明確に。その背景には家計の先行きに対する不安が。
 - GWの楽しみ方としては、全体の4分の1が“我慢した”、“一切控えた”など、楽しみをセーブした様子。お金の使い方についても、出費を抑えた人が約2割となり、「積極的にお金を使うようにした」は3%に留まった。
 - 旅行やレジャーを控えた／出費を抑えた理由としては、「今年は家計が苦しいから」「今後、収入が減るかもしれないから」「先行きが不安なのでなるべくお金を節約」など、自身の将来への経済的な不安がGWの過ごし方やお金の掛け方に影響。将来を不安視する結果、節約の為、安い近場でGWを過ごした人が多かったのではないかと推測される。

GWの過ごし方の変化

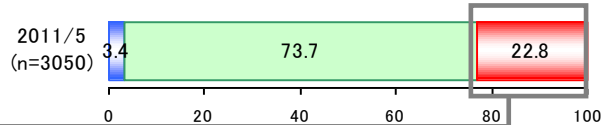
【旅行やレジャーの楽しみ方】

- 十分に旅行やレジャー・行楽を楽しんだ
- 期間を短縮したり、手近なところでがまんするなど控えた
- 旅行やレジャー・行楽は一切控えた
- いつもこれといった旅行やレジャー・行楽はない



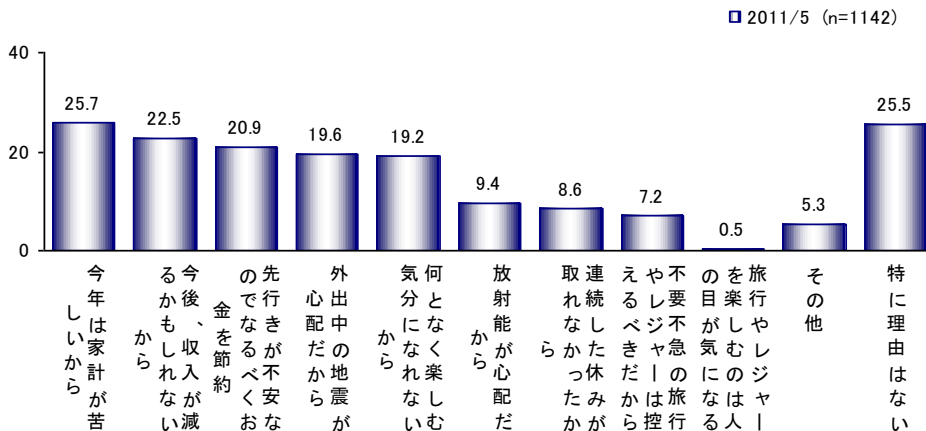
【お金の使い方】

- いつものGWより積極的にお金を使うようにした
- 特にいつもと違うことは意識しなかった
- いつものGWより使うお金をできるだけ抑えた



旅行やレジャー・行楽を控えた理由

(旅行やレジャー・行楽を控えたり、出費を抑えた人のみ、3つまで)

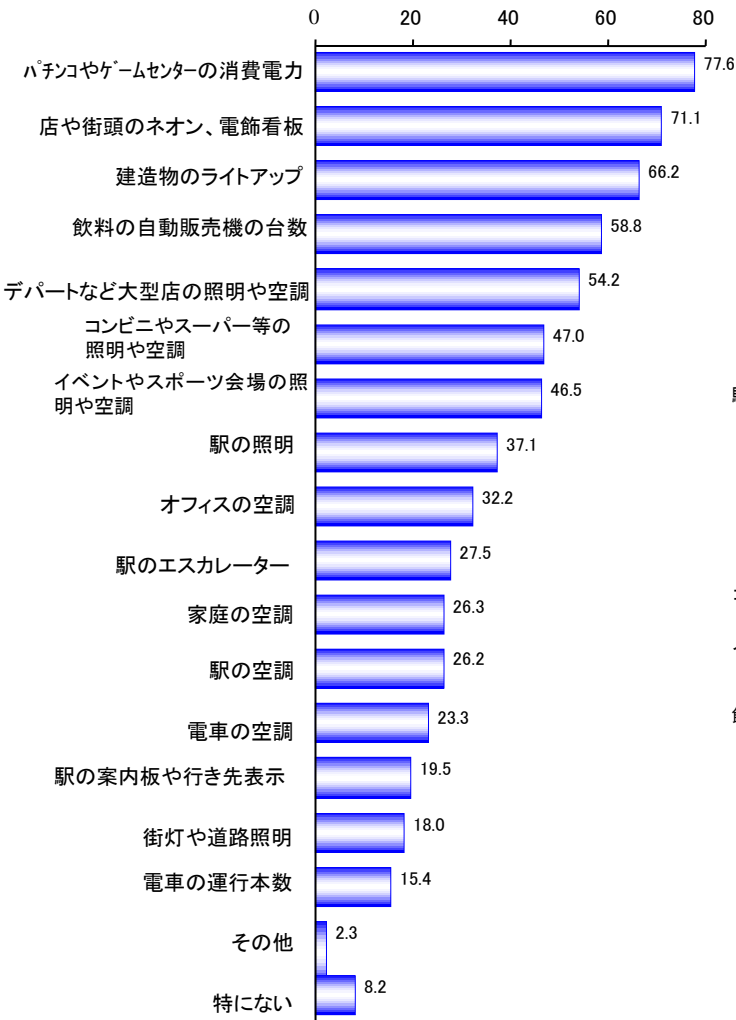


➤ 節電のため減らしてよいもの、減らしてほしくないもの

節電への協力意向は高いものの、「電車の運行本数」「街灯や道路の照明」「電車の空調」の3項目は「減らしてほしくない」の割合が「減らしてもよい」を上回っており、不便に感じられていると推測される。

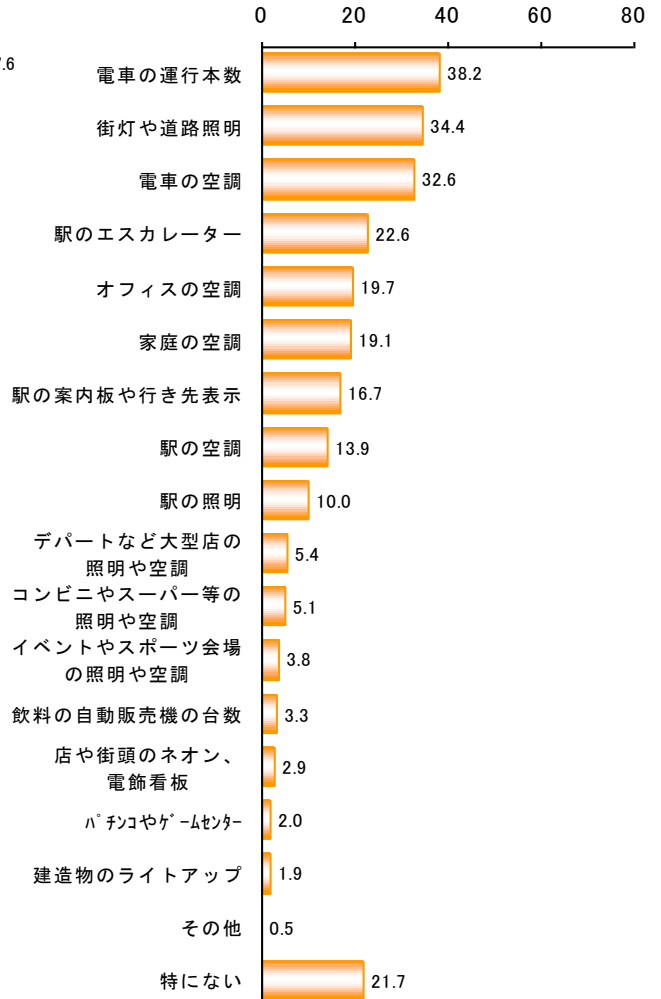
減らしてよいもの

2011/5 (n=3050、複数回答)



減らしてほしくないもの

2011/5 (n=3050、複数回答)



■調査概要

【今回調査】

調査時期: 2011年5月12日(木)~2011年5月15日(日)
調査対象者: 首都圏40km圏に居住する18才~74才男女個人
(昨年10月調査回答者を対象とする。年齢は昨年10月時点のもの。)
有効回答数: 3,050サンプル
調査手法: インターネット調査

【実施時期および有効回答数】

詳細レポートでは、昨年10月調査との回答比較もしています。
前回調査: 2011年4月8日~4月11日 [3,088サンプル]
昨年調査: 2010年10月20日~11月1日 [4,260サンプル]

※いずれの調査についても、性別、年齢別に首都圏の人口構成比に比例するよう回答データに補正(ウェイトバック)をかけている。

■会社概要■

会社名: 株式会社クロス・マーケティング(東証マザーズ: 3629)
所在地: 〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目15番2号
代表者: 代表取締役社長 五十嵐 幹
資本金: 267,110千円
設立: 2003年4月1日
URL: <http://www.cross-m.co.jp/>
事業内容: ネットリサーチ事業

会社名: 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント
所在地: 〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町1丁目4番10号
代表者: 代表取締役 桑田 瑞松
資本金: 30,000千円
設立: 1968年1月17日
URL: <http://www.rad.co.jp>
事業内容: マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

■本資料に関するお問い合わせ先■

株式会社クロス・マーケティング 社長室 広報担当 大島
TEL: 03-3549-0603 e-mail: pr-cm@cross-m.co.jp
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント 販促サポートチーム 小林・鈴木
TEL: 03-5642-7711(代表) e-mail: radnews@rad.co.jp

■調査内容に関するお問い合わせ先■

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント 開発・研究チーム 野口・小川
TEL: 03-5642-7711(代表) e-mail: radnews@rad.co.jp

〈引用・転載時のクレジット表記のお願い〉

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〉「クロス・マーケティングとリサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

【東北地方太平洋沖地震について】

このたびの三陸沖を震源とする大震災により被災された皆さま、そのご家族・ご関係者の方々に対しまして、心よりお見舞い申し上げますとともに、被災地の一日も早い復興と、被災された地域の皆さまの安全とご健康を心よりお祈り申し上げます。

株式会社クロス・マーケティングでは、国民生活・企業活動に関わるマーケティング活動の支援を通じて、被災地の復興および被災者の救援に貢献させて頂きたいと考えております。

尚、本地震による被災地の復興および被災者の救済に役立てて頂くため、関係会社である株式会社リサーチパネルを通じ調査アンケートにお答え頂いたポイント謝礼額の5%相当を、日本赤十字社を通じて義援金として寄付させて頂きました。