

イースターは日本で定着する？ SNS高頻度ユーザーの内容認知率は42%！

イベント参加やアイテム作り・料理などでイースターを楽しむ傾向

<イースターに関するアンケート>

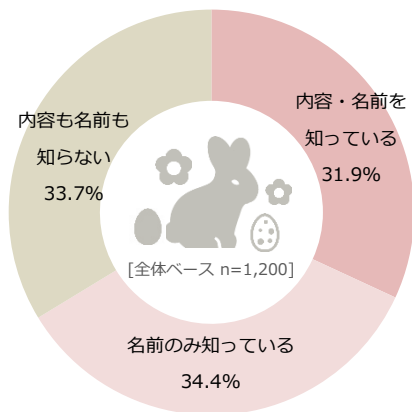
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、東京・神奈川・千葉・埼玉に在住する20歳～39歳の男女を対象に「イースターに関するアンケート」を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/ea20170412/>

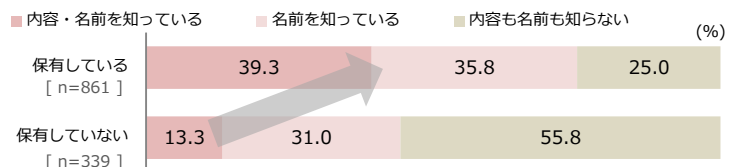
■ 調査結果（一部抜粋）

- ☑ イースターの認知度は「内容・名前を知っている」が32%、「名前のみ知っている」が34%で全体では7割近い認知率となった。SNSアカウント保有有無別では、保有者の方が内容認知の割合が高く、最多利用SNSの利用日数別でも、利用日数が多い人ほど認知率が高いことがわかった。<図1>
- ☑ イースターの予定有無は「行う予定あり」が10%となり、半数以上が「行いたいと思わない」と回答。予定あり・予定意向者のイースターである・したい内容では「遊園地やテーマパークのイースターイベントに行く」が47%で最多。その他イースターエッグや料理・お菓子を作る、お菓子を購入するなど家庭で楽しむ傾向が見られた。<図2-1,図2-2>
- ☑ イースター関連市場規模が増加している実感があるかたずねると、「増加の実感がある」は全体で21%だが、男女別では、男性の12%に対して女性は30%と高い。新商品やトレンドなどに敏感な若い女性がイースターの日本での広がりを特に感じているのではないかと考えられる。<図3>

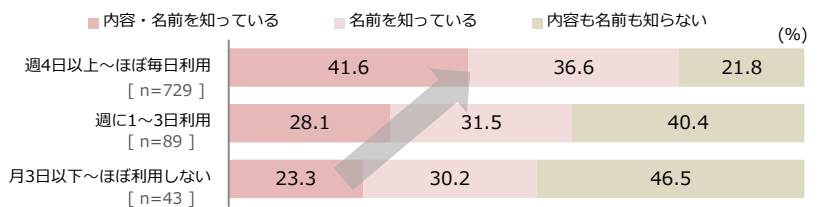
<図1> イースターの認知度



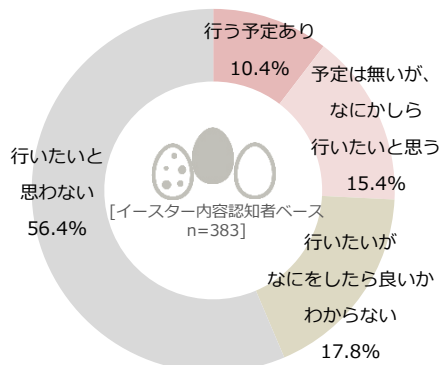
SNSアカウント保有有無別 イースターの認知度 [全体ベース n=1,200]



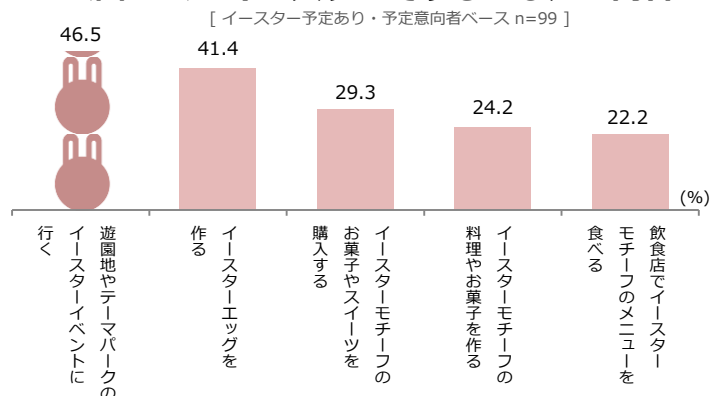
最多利用SNSの利用日数別 イースターの認知度 [SNSアカウント保有者ベース n=861]



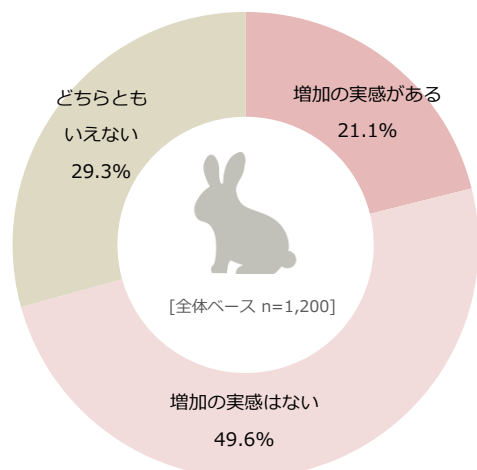
<図2-1> イースターの予定有無



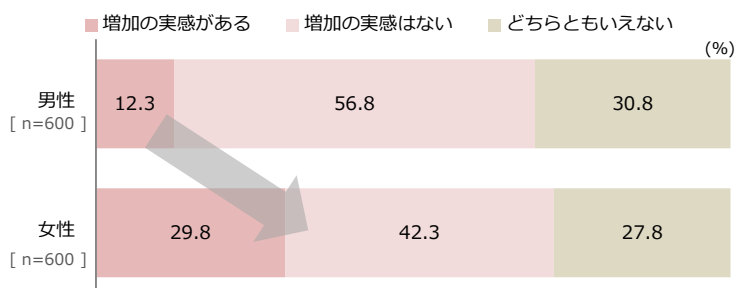
<図2-2> イースターである・したい内容



<図3> イースター関連市場規模増加の実感有無



男女別 イースター関連市場規模増加の実感有無 [全体ベース n=1,200]



■ 全調査項目

- 属性設問 (性別・年代・居住地・婚姻状況・子の有無・恋人の有無・職業・同居者・個人年収・世帯年収)
 - SNSアカウント保有有無
 - 保有しているSNS
 - 最もよく使っているSNS
 - 最もよく使っているSNSの主な利用目的
 - 最もよく使っているSNSの利用日数
 - 最もよく使っているSNSの一日の利用時間
 - イースターの認知度
 - イースターを知ったきっかけ
 - イースターの認知内容
 - イースターの興味度
 - イースターにちなんだ行動有無
 - イースターの予定有無
 - イースターの予定内容/意向内容
 - イースターの予算
 - イースターを一緒に過ごしたい人
 - イースターの予定意向理由
 - イースターの非意向理由
 - イースター関連市場規模増加の実感有無
 - イースターでの印象的なエピソード
- ◆全調査項目結果DLはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/ea20170412/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査地域 : 東京・神奈川・千葉・埼玉
 調査対象 : 20~39歳の男女
 調査期間 : 2017年4月4日 (火) ~4月5日 (水)
 有効回答数 : 1,200サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 会社概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/
 <<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> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」