

報道関係各位

2018年12月11日  
株式会社クロス・マーケティング

## 2019年5月の改元認知率は92% 平成生まれの25%が改元をきっかけに物事を始めたい意向あり

— 改元に関する調査 —

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、全国47都道府県に在住する20~79歳の男女を対象に「改元に関する調査」を実施しました。

### ■調査目的

2019年5月に元号が改められることを受け、今回の改元に対する意識や考えを把握するとともに、元号そのものに対する意識を改めて把握することを目的としています。同時に、改元を含めた2019年の出来事やイベントへの認知・関心の実態を把握し、来年の消費行動を考える基礎資料とするため調査を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/event/era20181211/>

### ■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 改元の認知状況については、回答者全体の92.0%が認知しており、世代別で見ると上の世代ほど認知率が高い。改元することの認知者全体からみた新元号施行日や「生前退位」をすることの認知状況も上の世代ほど高い。〈図1〉
- ✓ 改元を機に物事を始めることへの意向は、20.1%が始めたいとの意向を示した。世代別では、若い世代ほど改元を機に物事を始めることへの意向が高い。具体的に始めてみたい事柄としては、「国内旅行をしたい」が最も多く、以下、「皇居を観光したい」、「新しい趣味を始めたい」、「一般参賀に参加したい」、「資格取得やスキルアップのための勉強を始めたい」と続く。〈図2〉
- ✓ 新元号に対して期待するものを見ると、回答者全体では、「書きやすいものがいい」が最も多く、以下、「シンプルなものがいい」、「頭文字が「明治」「大正」「昭和」「平成」と重複しないものがいい」と続く。世代別で見ると、昭和43年以前生まれは、他の層を上回っている項目が多く、新元号に対して期待するものが多い。〈図3〉

〈図1〉 改元の認知状況

		n=	改元の認知率
全体		3,000	92.0%
世代別	平成生まれ (20歳~29歳)	1,000	89.1%
	昭和44年以降生まれ (29歳~49歳)	1,000	91.4%
	昭和43年以前生まれ (49歳~79歳)	1,000	95.4%

※生まれ年の元号と、前回の改元(昭和から平成)時に成人していた年代を基準に割付

		n=	新元号施行日の認知率	「生前退位」をすることの認知率
全体		2,759	76.1%	95.6%
世代別	平成生まれ (20歳~29歳)	891	72.1%	92.3%
	昭和44年以降生まれ (29歳~49歳)	914	73.2%	96.0%
	昭和43年以前生まれ (49歳~79歳)	954	82.6%	98.4%

【改元することの認知者ベース】

〈図2〉 改元を機に物事を始めることへの意向と事柄

		n=	改元を機に物事を始めることへの意向
全体		3,000	20.1%
世代別	平成生まれ	1,000	24.9%
	昭和44年以降生まれ	1,000	19.5%
	昭和43年以前生まれ	1,000	15.8%

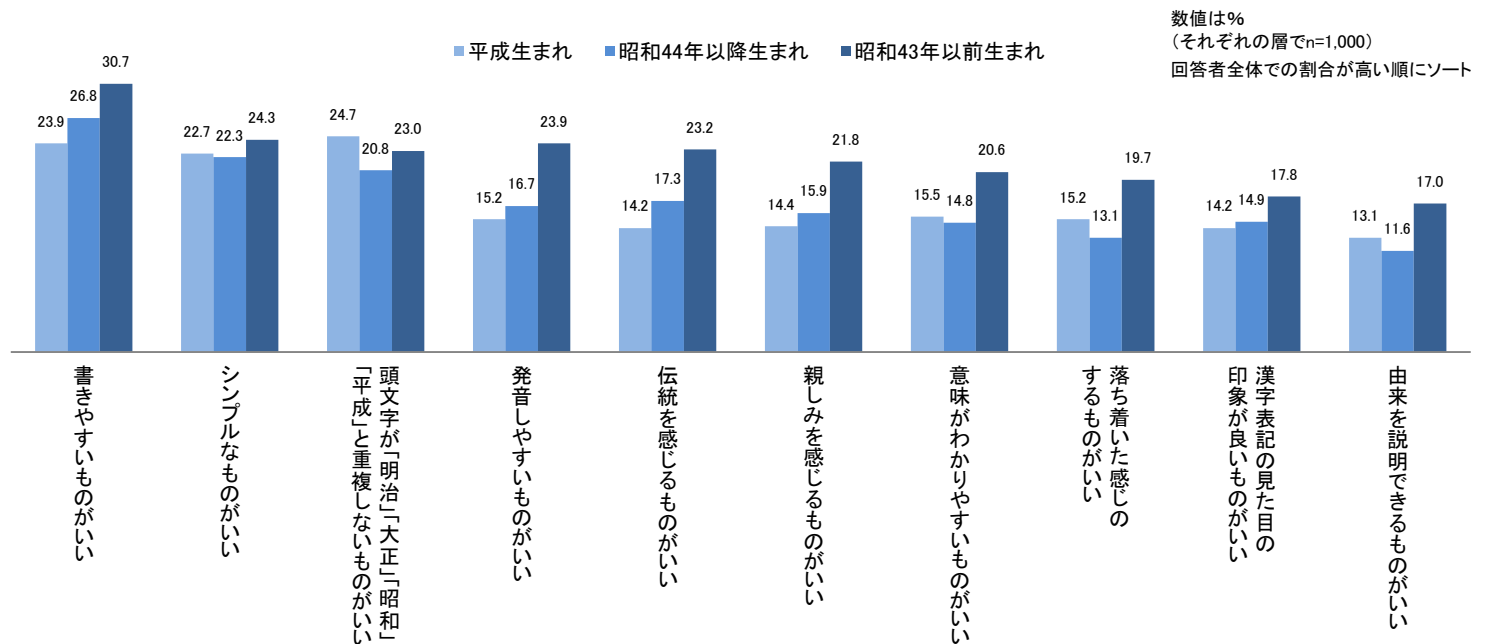


#### 改元を機に始めてみたい事柄

【改元を機に物事を始めたい意向がある人ベース n=602】

- 1位: 国内旅行をしたい(28.1%)
- 2位: 皇居を観光したい(24.4%)
- 3位: 新しい趣味を始めたい(23.9%)
- 4位: 一般参賀に参加したい(22.4%)
- 5位: 資格取得やスキルアップのための勉強を始めたい(18.8%)

<図3> 新しい元号への期待(TOP10)



※全項目の割合は詳細レポートに記載しています

■全調査内容

- 属性設問 (性別・年齢・生まれ年(和暦)・居住地・職業)
- 改元に対する意識 (2019年に改元することの認知・新元号に切り替わる時期(日付)の認知・改元の認知経路・「生前退位」であることの認知・今回の生前退位の賛否・生前退位は特例とすべきかどうかと理由・改元についての意識)
- 元号そのものに対する意識 (ビジネスシーン/日常生活での元号利用実態・公文書における元号/西暦の使用意向・元号/西暦の使用意向・「新元号」に求めるイメージ・「元号」自体に対する意識)
- 改元をきっかけとした行動についての意識 (「平成最後」を意識することの有無・「新元号」を機に新しく物事に挑戦することへの意向・「新元号」を機にやってみたいこと)
- 来年の行事・イベントへの意識 (2019年の行事/イベントの認知・2019年の行事/イベントのうち関心のあること・10連休についての意識・10連休の過ごし方)

◆全調査項目のレポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/event/era20181211/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20~79歳の男女  
 調査期間 : 2018年11月16日(金)~2018年11月19日(月)  
 有効回答数 : 本調査3,000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 : 横田 TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp) お問い合わせ : [https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane\\_media/](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・・・」