

震災は生活者をどう変えたのか

R&D CORE2011 夏期オプション調査 特別企画 「震災後の消費に関する共同調査」

震災前後での首都圏生活者の意識行動比較データ集

〈販売のご案内〉

震災前後の生活者の意識・行動を属性別に比較検証できる詳細データ集です。

●データの一例

《装いの意識態度》

ファッションやおしゃれについて
D1 装いの意識態度 (YES率:「はい/いいえ」のうち「はい」と回答した割合)

サンプル	着るに専ら	シヨに専ら	行はるに専ら	名前を付けて	まわりと合わせ	通す	化粧品の	自然素材の	価格の	品質の	機能性	その他
全体	670	24.6	51.6	14.2	16.4	61.8	23.5	5.1	31.7	28.2	10.1	42.1
年齢別												
18~24	670	24.6	51.6	14.2	16.4	61.8	23.5	5.1	31.7	28.2	10.1	42.1
25~29	498	14.5	33.7	5.4	14.1	44.4	17.3	10.8	12.2	9.0	10.1	42.1
30~39												
40~49												
50~59												
60~69												
70~74												
男性計	182											
女性計	488											

ファッションやおしゃれについて
A7 装いの意識態度 (YES率:「はい/いいえ」のうち「はい」と回答した割合)

サンプル	着るに専ら	シヨに専ら	行はるに専ら	名前を付けて	まわりと合わせ	通す	化粧品の	自然素材の	価格の	品質の	機能性	その他
全体	299	21.1	33.8	7.7	18.7	50.8	17.4	30.4	10.4	5.7	21.4	33.4
年齢別												
18~24	299	21.1	33.8	7.7	18.7	50.8	17.4	30.4	10.4	5.7	21.4	33.4
25~29	256	24.6	26.6	5.9	16.4	46.9	16.0	46.5	10.2	4.3	21.4	33.4
30~39	94	28.7	18.1	9.6	17.0	46.8	24.5	47.9	23.4	4.3	21.4	33.4
40~49												
50~59												
60~69												
70~74												
男性計	820	22.0	29.9	5.5	19.1	58.2	6.7	19.0	11.0	12.3	21.4	33.4
女性計	182											

昨年調査結

今年調査結

	昨年調査結果	今年調査結果
全体	15.7	25.0
年齢別		
18~24	10.1	9.4
25~29	5.1	11.0
30~39	10.1	16.0
40~49	10.8	21.4
50~59	20.7	30.4
60~69	27.9	46.5
70~74	30.7	47.9
男性計	12.7	19.0
女性計	18.9	31.2
年齢別		
18~24	11.4	11.5
25~29	5.3	10.0
30~39	7.2	11.2
40~49	8.1	16.3
50~59	17.5	24.7
60~69	21.6	34.7
70~74	25.0	31.1
男性計	12.7	19.0
女性計	18.9	31.2
年齢別		
18~24	8.7	6.6
25~29	5.0	12.0
30~39	13.3	20.8
40~49	13.8	26.7
50~59	24.0	36.2
60~69	33.9	57.0
70~74	35.9	63.3

▲…5ポイント以上上昇 / ▲…10ポイント以上上昇 / ▲…20ポイント以上上昇

《「食料品」購入時重視点》

買い物(ショッピング)について
J6 「食料品」購入時重視点 (MA)

サンプル	値段が安いこと	食の安全	ブランド	銘産品	め店員	国産品	性添加物	と長期保存	新鮮さ	と旬の食材
全体	337	61.1	35.6	21.4	9.2	1.8	20.2	13.9	14.2	50.4
年齢別										
18~24	337	61.1	35.6	21.4	9.2	1.8	20.2	13.9	14.2	50.4
25~29	293	66.6	35.2	19.5	13.0	4.4	29.7	14.3	13.7	51.2
30~39	670	70.1	37.2	17.2	12.1	2.8	33.7	19.0	11.6	62.2
40~49										
50~59										
60~69										
70~74										
男性計	1612									
女性計	488									

買い物(ショッピング)について
C5 「食料品」購入時重視点 (MA)

サンプル	値段が安いこと	食の安全	ブランド	銘産品	め店員	国産品	性添加物	と長期保存	新鮮さ	と旬の食材
全体	63.4	37.2	27.1	22.9	4.0	28.3	19.6	14.3	70.1	31.0
年齢別										
18~24	63.4	37.2	27.1	22.9	4.0	28.3	19.6	14.3	70.1	31.0
25~29	54.9	31.7	25.0	19.2	3.8	18.9	14.4	15.4	58.2	21.3
30~39	63.8	42.5	21.3	16.3	2.5	20.0	10.0	12.5	57.5	13.8
40~49	68.7	30.7	21.8	18.4	5.0	27.4	15.6	11.7	63.1	17.9
50~59	72.3	35.5	22.0	18.4	4.3	20.6	14.2	13.5	63.8	14.2
60~69	57.3	40.0	30.0	24.7	5.3	28.7	20.7	14.0	68.7	31.3
70~74	62.8	42.1	38.0	32.2	1.7	46.3	35.5	20.7	76.0	32.2
男性計	45	55.6	48.9	40.0	44.4	4.4	44.4	35.6	22.2	72.8
女性計	797	65.1	44.2	28.9	26.0	4.8	33.9	37.5	13.8	76.0
年齢別										
18~24	76	71.1	25.0	17.1	18.4	2.6	28.9	22.4	22.4	63.2
25~29	75	74.7	37.3	38.7	9.3	34.7	22.7	16.0	60.0	29.3
30~39	178	74.7	37.3	38.7	9.3	34.7	22.7	16.0	60.0	29.3

昨年調査結

今年調査結

	昨年調査結果	今年調査結果
全体	40.7	36.0
年齢別		
18~24	20.2	22.8
25~29	29.7	27.1
30~39	33.7	32.5
40~49	35.7	28.6
50~59	48.3	40.1
60~69	61.1	50.4
70~74	60.2	58.5
男性計	30.0	28.3
女性計	51.8	43.9
年齢別		
18~24	17.0	18.3
25~29	20.4	20.0
30~39	25.1	27.4
40~49	23.9	20.6
50~59	33.6	28.7
60~69	50.0	46.3
70~74	46.4	44.4
男性計	30.0	28.3
女性計	51.8	43.9
年齢別		
18~24	23.6	28.9
25~29	39.7	34.7
30~39	43.0	37.6
40~49	48.5	37.0
50~59	63.1	51.7
60~69	71.8	54.1
70~74	72.8	71.4

▲…5ポイント以上低下 / ▲…10ポイント以上低下

(裏面へ続く→)

【質問項目】

(●…全選択肢について震災前後での比較が可能／○…一部選択肢について比較可能／△…震災後データのみ)

<p>生活のいろいろな分野について</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 生活分野別の重視度、満足度 ● 余暇の過ごし方、レジャーの意識・態度 ● 余暇が増えたら行いたい活動 ● 家庭内・外での飲酒頻度 ● 喫煙経験、頻度 ● ファッションやおしゃれに関する意識・態度 ○ 食事や飲料に関する意識・態度 ● 料理の実施頻度 ○ 料理や食品の買い物に関する意識・態度 ● 住まいに関する意識・態度 ● 住まいについての重視点 ○ リフォームの意向、内容 <p>生活全般のお考えについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 暮らし方全般の志向、意識、価値観 ● 時間のゆとり感 ● 収入の余裕感 ● 貯蓄・資産の充足感 ● 健康度自己評価 ● 健康状態 ● ストレスの状態 <p>買い物(ショッピング)について</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 買い物、ショッピングの意識・態度 ● 店を選ぶときの重視点 ● 買い物の時の参考情報源 ● 食料品や雑貨の買い物頻度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 食料品購入時の重視点 ● 身のまわり品購入時の重視点 ● 電気製品購入時の重視点 ● 商品ラベルを読む程度 △ 家計領域別の支出増減意向 <p>環境問題について</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 環境問題に関する意識・態度 ● 「環境にやさしい商品」へのコスト意識 ● 「企業の社会的責任」への関心度 <p>震災について</p> <ul style="list-style-type: none"> △ 震災の影響(自分と家族の暮らし、社会全体) △ 震災後の不安の感じ方 △ 震災後の生活で心がけている行動 △ 震災を通じて役に立ったメディア、情報源 △ 節電減灯に関する意見 △ 電気を無駄遣いしていると感じること △ 震災後、つい気になること △ 地震による住宅への被害度 <p>デモグラフィック属性</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 性、年齢、未既婚 ● 職業 ● 同居家族 ● 同居子供の年齢 ● 世帯年収 ● 住居形態、所有関係
--	--

●調査設計

	昨年調査	今年調査
地域及び対象者：	首都圏40km圏に在住の18～74才男女個人	
サンプリング：	エリア・サンプリングによる訪問設定 (平成17年度国勢調査結果に基づき性別・年齢別に割当)	
調査時期：	2010年10月	2011年6月
サンプル数：	3,000サンプル	1,617サンプル
調査方法：	訪問留置調査(訪問回収)	郵送調査

●価格

10万円(消費税別)

上記費用に含まれる納品物

- ① **属性別クロス集計表** 今年調査結果(A4判100ページ)
 昨年調査結果(対象項目のみ)(A4判63ページ) } 各1部
 (ハードコピー(冊子) および/または Excel形式データファイル)

② **今年度調査票**

※その他、RAWデータ、簡易集計ソフトによる任意集計可能形式によるご提供なども可能です。
 ※個別オーダーによるカスタム集計、報告書作成も承ります。詳細はご相談下さい。

お申し込み・お問い合わせ

担当スタッフ または 下記までお寄せ下さい。

(株)リサーチ・アンド・ディベロプメント 開発研究部 (野口・小川)

e-Mail: info@rad.co.jp

TEL: 03-5642-7755 FAX: 03-5642-7732