

報道関係各位

平成23年 6月17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

今年の夏休みは実家に『疎開』？ - 首都圏生活者に“脱出組”

“省電力型ライフスタイル”定着する 65%

～ 震災3ヵ月後調査結果 ～

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、2ヵ月後調査に続き、「第3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3ヵ月後調査]」を実施しました。

その結果、今年の夏休みの過ごし方として「自宅でのんびり過ごそうと思う」が約4割、「主に自宅にいて近場に出かける」が約3割で、全体としては“安近短”の傾向が現れた結果となりました。

また「自宅から離れた場所に滞在して過ごす」という人の中で、予定している滞在期間が「いつもの夏休みより長い」という人が3割近く存在していますが、この人たちの特徴を全体と比較したところ、滞在場所として「実家や親戚の家」という割合が高く、また自宅から離れた場所に滞在する理由として「放射能の影響を避けたいから」や「できるだけ節電するため」という回答が高いなど、放射能の不安や節電で暑い夏が予想される首都圏を脱出し実家などにしばらく退避しようという『疎開型』の夏休み傾向がうかがえます。

また、家庭や職場での節電を意識した『省電力型ライフスタイル』について、「一時的なものでなく、今後長期にわたって人々の意識や行動に定着する」という見方を示す人が、全体の65%と大多数にのぼっていることがわかりました。

この調査結果のレポートは、本日より定価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-m.co.jp/report/report.html?id/5707/> をご覧ください。

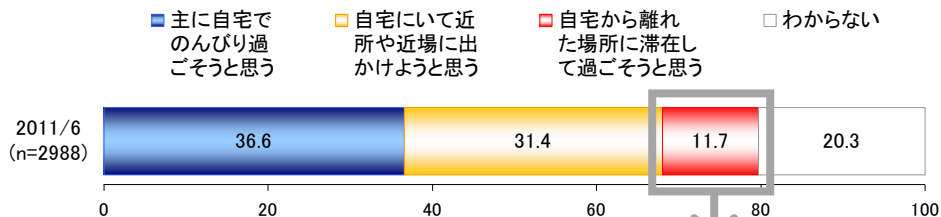
主な発見事項

■この夏の休暇の過ごし方としては“自宅でのんびり”が約4割。“自宅から離れた場所に滞在”の人のうち「いつもの年より滞在期間が長い」が約3割。

- 「自宅から離れた場所に滞在して過ごそうと思う」人のうち、滞在期間が「いつもの年より長い」という回答が28%と少なからず存在している。

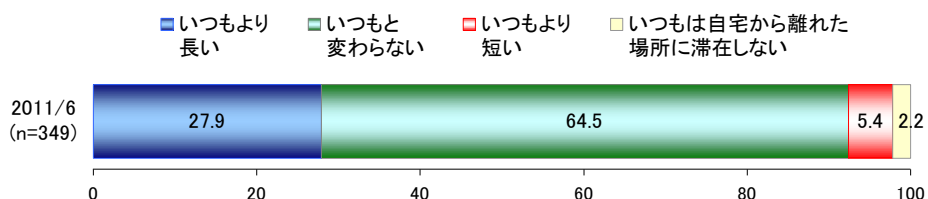
夏の過ごし方

【夏の休暇の過ごし方】



【滞在期間の例年比較】

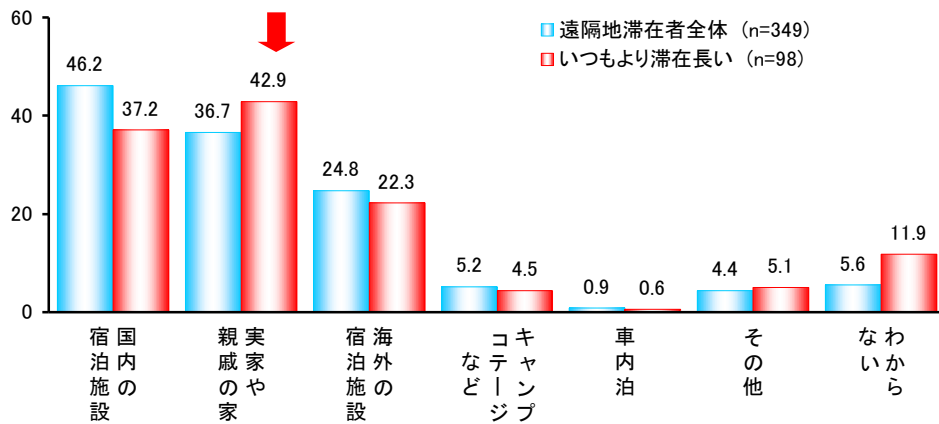
(遠隔地滞在者のみ)



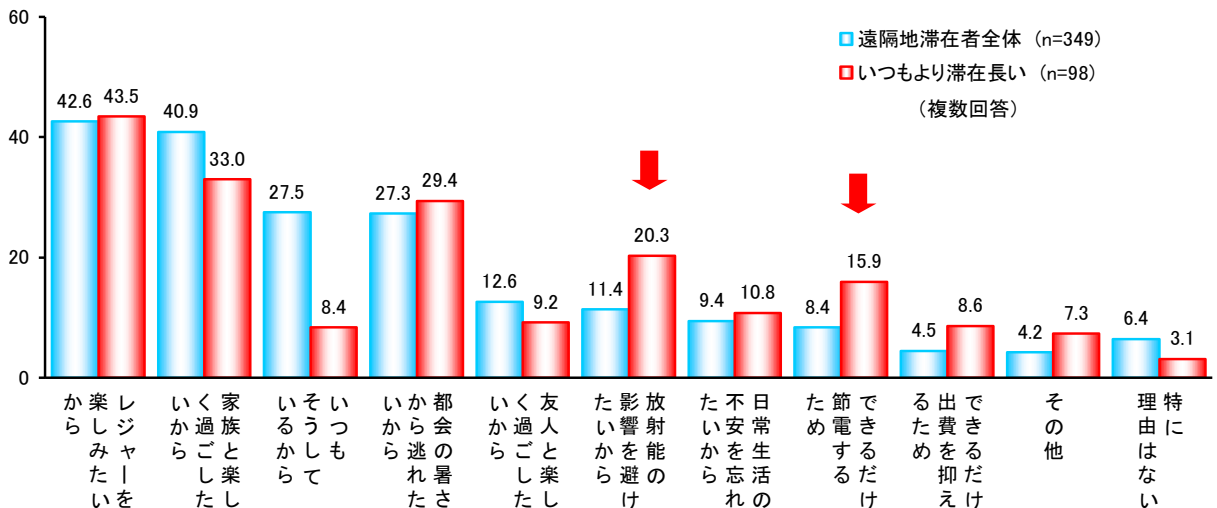
■滞在期間が“いつもより長い”という人は、「実家や親戚の家」に滞在する人が多く、また「放射能の影響を避けるため」や「節電するため」を目的としてあげる人が多い。

- 「自宅から離れた場所に滞在する」という人の滞在予定場所（複数回答）としては、「国内の宿泊施設」が46%で最も多く、次いで「実家や親戚の家」の37%となっているが、滞在期間が「いつもの年より長い」と答えた人についてみると「実家や親戚の家」が43%で最も多く、「国内の宿泊施設」は37%と二番目となっている。
- 「自宅から離れた場所に滞在する」人の滞在理由としては、「レジャーを楽しみたいから」が43%、「家族と楽しく過ごしたいから」が41%などとなっているが、滞在期間が「いつもの年より長い」という人ではこれらの理由に加えて、「放射能の影響を避けたいから」(20%)や「できるだけ節電するため」(16%)などが目立って高く、放射能のリスク回避や節電の目的で首都圏を脱出しようという『疎開型』の滞在傾向がうかがえる。

滞在予定場所



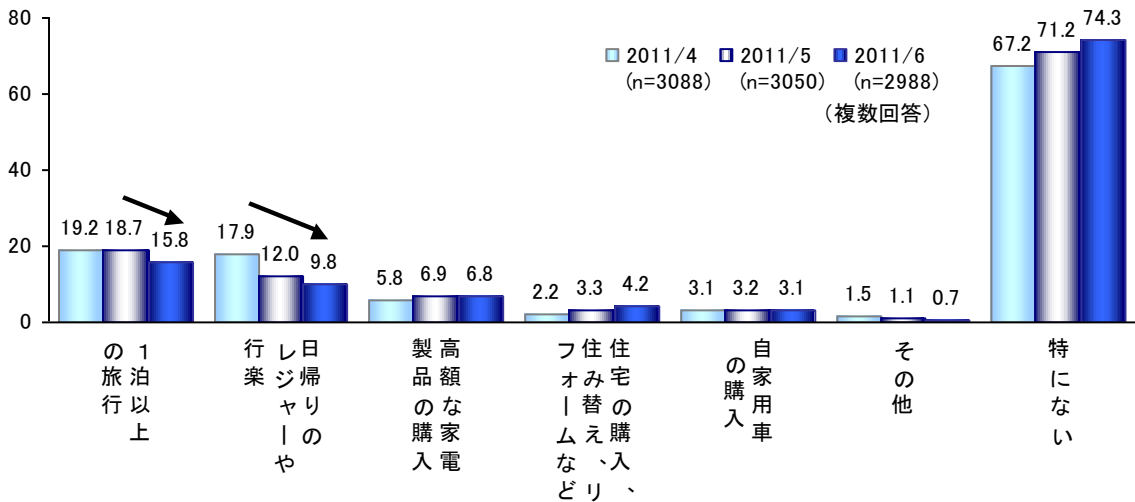
自宅外滞在理由



■高額支出の自主規制は緩和。一方、省電力型ライフスタイルは定着するという見方が多い。

- ▶ 震災後に中止・延期している出費については、「1泊以上の旅行」が5月19%→6月16%、「日帰りのレジャーや行楽」が同じく18%→10%に減少し、「特にない」は4月の67%から6月は74%に増加するなど、自粛ムードの落ち着きと共に高額な支出の自主規制の傾向も緩和しつつあるようだ。
- ▶ 家庭や社会における節電の意識・行動が、「今夏だけの一時的なものだと思うか、今後長期にわたって人々の意識や行動に定着すると思うか」をきいたところ、全体の65%が「今後長期にわたって人々の意識や行動に定着していくと思う」と回答しており、首都圏生活者の多くが、震災を契機に高まった「省電力型ライフスタイル」が将来にわたって人々の意識や行動に定着すると感じているようだ。

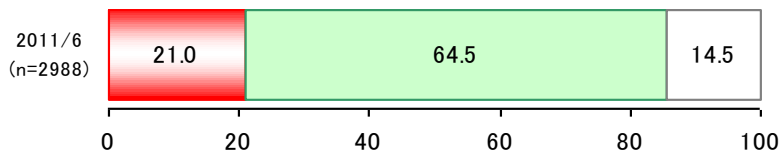
中止・延期している出費



節電意識・行動の定着化

【節電意識・行動の定着化】

- 今年の夏だけの一時的なものに終わると思う
- 今後長期にわたって人々の意識や行動に定着していくと思う
- わからない



■調査概要

【今回調査】

調査時期: 2011年6月9日(木)～2011年6月12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: 2,988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。
震災2ヵ月後調査: 2011年5月12日～5月15日 [3,050サンプル]
震災1ヵ月後調査: 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 販促サポート担当 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・研究部 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。