# ＜データ販売＞【共同調査】首都圏における震災1ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート

報道関係者各位

平成２３年５月２４日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

---

【共同調査】
首都圏における震災1ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート

～震災1ヶ月後調査に見る日本人のたくましさ～
自粛意識を持ちながらも、こんな時こそ明るくなれるイベントすべき66%～

---

■■ 要約 ■■

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都中央区、 代表取締役社長：五十嵐 幹）は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントと共同で、首都圏40km圏に住む18～74才の男女を対象に、「震災1ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート」を行い、その集計結果を販売開始しました。

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=567

■■ 調査背景・目的 ■■

株式会社クロス・マーケティングと株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントは、共同で、「首都圏における震災1ヵ月後の生活と消費の意識に関するアンケート」を実施しました。
震災前と比較すると「買い物が好きで楽しんでいる」という人の割合が59%から43%と大きく落ち込み、消費マインドの冷え込みが鮮明になる一方で、「こんな時こそ明るくなれるイベント・行事をするべき」という回答が66%にのぼるなど、暗いムードを跳ね返そうとする”たくましさ”も見えてきました。

■■ 調査結果トピックス ■■

◇買いだめの動機は「店頭での品不足」がきっかけ
買いだめをした人のきっかけは、「店頭で商品が不足していた」が61.5%。
情報よりも、棚に商品がないという目で見た事実が不安感をあおり、消費者を買いだめに走らせ、更に品不足を生んだと思われます。

◇消費マインドは大幅な冷え込み
消費に関する意識を震災前と比較すると、「買い物が好きな方で楽しんでいる」という人の割合が、震災前の59%から震災後は43%に低下し、消費マインドが大きく低下していることが分かりました。

◇自粛意識をもちながらも暗いムードを跳ね返そうとする日本人
消費自粛の意識について、自粛意識が高い中でも「節約の中でもささやかな贅沢を楽しみたい」が81%、「こんな時こそ明るくなれるイベント・行事をするべき」が66%と、自粛意識を持ちながらも、暗いムードを跳ね返そうと言う日本人のたくましさがデータで見られます。

■■ 調査概要 ■■

調査時期 ： 2011年4月8日(金) ~2011年4月11日(月)

調査対象者 ： 首都圏40km圏に居住する18才～75才男女個人
(昨年調査の回答者4,260人を対象に実施)

有効回答数 ： 3,088サンプル

調査手法 ： インターネット調査

■■ 商品概要 ■■

商品名 ： 【共同調査】
首都圏における震災1ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート
発刊日 ： 2011年4月
調 査 ： 株式会社クロス・マーケティング
実 査 ： 株式会社クロス・マーケティング
販 売 ： 株式会社クロス・マーケティング
版 型 ： クロス集計表(エクセル)
※付録として、下記にて、無料配布しているPDFレポートをお付けしています。
価 格 ： 31,500円(本体30,000円＋消費税1,500円)

◇無料配布
調査結果のレポートは、無料配布しております。
ご希望の方は、下記リンク先よりお申し込みください。

http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/id/3524/

■■ 購入方法 ■■

下記URLよりお申し込みください。

詳細：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=567

【お支払い方法】
法人様・・銀行振込みの後払いとなります。
商品と同封、または別送にて請求書と納品書をお送りいたしますので、振込み期日までに指定口座へお振込みください。

個人様・・銀行振込みの前払いとなります。
お申し込み後に請求書をお送りいたします。
ご入金が確認されましてから、商品を発送いたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング オリジナル資料 ■■

ランニングに関する調査
～花粉症はランナーにとっても大敵!
ランニング挫折経験者の46.9%は、「冬の寒さ・夏の暑さ・花粉」が原因～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=483

「アウトドアとアウトドア用品に関する調査」
～堅調な伸びを見せるアウトドア市場。
なかでも昨今のファッションを中心とした山ブームに着目し、今後の市場拡大の行方を左右する山系アウトドア参加者層と潜在需要を持つ山系アウトドア関心層に意識調査を実施～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=330

【Cross Shop Research】サイクリングに関する調査
～サイクリング活動状況が明らかに～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=537

【Cross Shop Research】スポーツとスポーツウェアに関する調査
～スポーツ参加動向とスポーツウェア購入実態～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=440

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号 銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月
URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 本件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
Cross Shop 販売窓口担当
Tel： 03-3549-1319
Fax： 03-5565-5458
Mail： cs-info@cross-m.co.jp
Facebook：http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033
twitter：http://twitter.com/cross_CS

---

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com