【共同調査】第3回首都圏における震災3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６月２８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】第3回首都圏における震災3ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート

～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%～

■■ 要約 ■■

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、その調査結果を販売いたしております。

詳細URL：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=576

■■ 調査背景・目的 ■■

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。

■■ 調査項目 ■■

目次
調査概要

I）生活の回復状況と生活習慣の変化

II）頼りになる関係、役に立っている情報源

III）購買行動

IV）消費マインド、消費行動の変化.

V）計画停電による意識・行動の変化

VI）夏の休暇の過ごし方

VII）生活意識、価値観の変化

■■ 調査概要 ■■

調査方法：インターネット調査
対象地域：首都圏40km圏
対象条件：18～74歳男女個人
*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。
実施時期および有効回答数
今回調査 ： 2011年 6月 9日～ 6月12日 ［2,988サンプル］
前回調査 ： 2011年 5月12日 ～5月15日 ［3,050サンプル］
前々回調査: 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。

■■ 商品概要 ■■

商品名 ： 【共同調査】第3回首都圏における震災3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6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 ： PDFレポート
クロス集計表
レポート+クロス集計

【備考】
本商品は、2011年6月17日 リリースの自主調査『 【共同調査】第3回首都圏における震災3ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート』の販売商品になります。

※2011年5月20日 リリースの第2回調査『【共同調査】首都圏における震災2ヶ月後の生活と消費の意識に関するアンケート』はこちらから
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=581

※2011年4月25日 リリースの第1回調査『【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』はこちらから
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=567

■■ 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=585

【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。

■■ ダウンロードレポートのご案内 ■■

「女性サイト比較調査2008【ダウンロード版】」
～インターネット女性ユーザーの価値観など、ユーザー像を細かく調査、今、女性が「女性向けサイト」に期待していることは～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=554

「クレジットカード利用実態調査【ダウンロード版】」
～ユーザーは、どのような特典やサービスにメリットを感じて、クレジットカードを利用しているのか
ポイントサービス飽和時代、実際のユーザーの利用実態は?～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=558

「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

「オーガニック化粧品に関する調査」
～スキンケア化粧品におけるオーガニック化粧品の使用は1割未満だがオーガニック化粧品への興味度は4割強～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=576

■■ 自主調査無料ダウンロード ■■

株式会社クロス・マーケティングの過去の自主調査の
ローデータ無料ダウンロードページがオープンしました！

詳細はこちら⇒ https://a06.hm-f.jp/cc.php?t=M41905&c=1&d=c37d

■■ 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