
この夏の節電・暑さ対策、冷房なしで窓開放も5割が覚悟！

震災後1ヶ月・東日本大震災後の暮らしと生活意識に関する調査
(夏の備えと生活意識の変化編)

- 幸福感は下落するも、将来の生活、社会への安心感は維持されている
- 関東だけでなく関西でも、今夏の節電意識が高まっている
- ワークスタイルの変化を生活者の7割が望んでいるが、オフピーク通勤、クールビズ推進は全体の2割未満
- 夏休み取得は例年並みが5割強。「例年より長く」は1割に満たず

生活者が維持している将来への安心感を、確かなものとして実現する対応、制度的なバックアップが、行政や企業に求められています。

東日本大震災で被災された皆さまとご家族の方々に、心よりお見舞い申し上げます。
被災された皆さまの安全と、一日も早い復興をお祈り申し上げます。

.....

マイボイスコム株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:高井和久)と株式会社読売広告社(本社:東京都港区、代表取締役社長:中田安則)は、東日本大震災発生後、1ヶ月が経過した4月15日から19日にかけて、関東及び関西で3,000名を対象にインターネット調査を実施し、4月25日には速報として、「企業の取組みやコミュニケーション」に今、求められていることをまとめ、発表いたしました。

※マイボイスコムHP参照 http://www.myvoice.co.jp/news/pdf/shinsai_1.pdf

今回は、生活者の意識の変化や今夏の行動の展望について、2010年10月に実施の読売広告社生活者基本調査CANVASS2010との比較を含め、ご報告いたします。

【東日本大震災後の暮らしと生活意識に関する調査 概要】

実施時期:2011年4月15日から19日

調査方法:クローズドモニターに対するインターネット調査

調査対象:関東(埼玉、東京、神奈川)関西(大阪、京都、兵庫)に居住する20歳~69歳の男女個人(各年代均等150名、合計3,000名)

<調査結果の概要>

【震災1ヶ月後の生活観】

■ 幸福感は昨秋10月に比べ低下

震災後1ヶ月時点の幸福感を100点満点で聞いたところ、平均点は61点となりました。

2010年10月実施の読売広告社生活者基本調査CANVASS2010の結果と比較すると、昨秋10月時点の平均点70点に比べ9点低くなっており、幸福感は低下していることがうかがえます。*

■ 政治・行政への信頼感は低下。他方、企業への信頼感は維持されている

「政治・行政」「企業」「マスコミ」への信頼感を聞いたところ、昨秋10月に比べ、「政治・行政」「マスコミ」に対する信頼感が低下していることがわかりました。特に「政治・行政」に対しては、<信頼できない>(44.6%)が<やや信頼できない>(42.5%)を上回り、最も多い回答となっています。

他方で「企業」に対する信頼感は震災前後で大きな変化はなく、生活者の企業に対する信頼意識は保たれていることがうかがえます。*

■ 「現在」の不安は高まるも、「将来」への見通しは震災前後で変化なし

生活、社会への安心感を聞いたところ、震災前後で「現在」の生活、社会に対する不安が高まっていることがうかがえる結果となりました。震災後1ヶ月を経てもなお、日常生活のなかで不安を抱えていることがうかがえます。

対照的に、「将来」の生活や社会に対しての回答傾向には大きな違いは見られず、中長期的な見通しについては震災前後で変化していないことがうかがえる結果となりました。*

しかし、昨秋10月のCANVASS調査によれば、「将来の社会」について<安心+やや安心>としているのは約5%と、1割にも満たず、そもそも将来への不安感を感じている生活者が多いことが改めて確認できる結果となりました。

*CANVASS調査は訪問留置調査のため、調査方法の違いが影響している可能性もあります

【夏の備え】

■ 今夏の節電意識は関西でも高まっている

今夏に心がけようと考えている節電に関わる行動を聞いたところ、「窓を開けるなど自然に近い状態で過ごす」(全体 51.2%、関東 56.8%、関西 45.7%)「自宅やオフィスなどでできるだけ冷房を使わない」(全体 40.8%、関東 49.7%、関西 31.9%)が多く挙げられました。その他の項目を含め、全般に関東の節電行動への意向が関西を上回っていますが、心がけようと考えられている行動の傾向自体は地域間で大きな違いはみられず、関西でも節電への意識が高まっていることがうかがえます。

また、節電に関わる情報発信をマスメディアや企業に求めるニーズもかなり存在していることが改めてわかりました。マスメディアからの情報発信を回答者全体では 61.2% (関東 64.3%、関西 58.0%)、企業からの情報発信は全体では 35.9% (関東 40.7%、関西 31.1%) が望んでいます。

■生活者の7割前後がワークスタイルの変化を望んでいる

今後の仕事のあり方について、5つのワークスタイルを挙げて聞いたところ、次のような結果となりました。(括弧内数字は回答者全体のくあてはまる+ややあてはまる>の合計)

- (自宅勤務が可能であれば) 自宅での勤務も認められるべき (70.4%)
- 自由に出勤時間が選べるフレックスタイムの導入を進めるべき (70.4%)
- 有給休暇で社会貢献ができる制度の導入を進めるべき (70.1%)
- 長期休暇の取得を制度化して、休みを取りやすくするべき (69.6%)
- ITネットワークを利用して、どこでも仕事ができるようにする環境を作るべき (65.2%)

いずれも7割前後の生活者が賛成しており、ワークスタイルの変化が望まれていることがわかります。ただし、地域や性別、年齢ごとに求める内容は少しずつ異なっており、例えば、関東女性20代では<長期休暇の取得制度化>を求める人は約8割に達する一方で、関西男性50~60代では 61~62%にとどまっています。また、<フレックスタイムの導入>は関東の女性30~50代が希望する傾向がみられます。

また、この夏に心がけようとするワークスタイルを聞いたところ、「スーツを着ないで仕事を行う」との回答が多かったのは関東男性30~60代、関西男性40~50代でした。比率としては2割弱~3割弱、最も多い関東男性40代で 28.0%となっています。

「早めに出社し早く帰宅できるようにする」が多いのは関東男性30~60代で2割前後、「混雑する時間帯の交通機関をなるべく使わない」は関東女性60代が最も多く 36.7%、関東男性50~60代、関東女性20代、50代、関西男性60代が 25%前後で続いて多くなっています。

■夏休みの取得は「例年と変わらない」が最も多く、全体の 55.8%を占める。

今夏の夏休みの取得予定について聞いたところ、「例年と変わらない予定」(全体 55.8%) が最も多い回答となり、「夏休みはない」(全体 35.7%) が続いて多くなりました。

「例年よりも長く取る予定」と回答する傾向が最も強いのは関東男性の20~50代ですが、それでも10%前後にとどまり、「夏休みはない」に比べても少ない結果となっています。

震災後1ヶ月時点では全体としてはまだ大きな変化がみられていませんが、既に長期の夏休みを発表した企業もあり、今後の企業や政府の動向によっては今年の夏休み事情が大きく変化することも考えられます。

※詳細データは下記でご覧いただけます。(PDF)

http://www.myvoice.co.jp/news/pdf/shinsai_2_graph.pdf

<本件リリース調査結果およびマイボイスコムに関するお問い合わせ先>

MyVoice

マイボイスコム株式会社

リサーチグループ 森

企画営業グループ 長谷川

(TEL・FAX)03-5217-1911・03-5217-1913 (Email)otoiawase@myvoice.co.jp

(URL)http://www.myvoice.co.jp

■会社概要

所在地 : 東京都千代田区神田錦町 3-17-11 榮葉ビル 5 階
設立 : 1999 年 7 月
資本金 : 1 億 7,800 万円
代表者 : 代表取締役社長 高井和久
従業員数 : 45 名

■事業内容

ネットリサーチ、広告評価、Web サイト評価、行動付随分析、顧客満足度調査、リサーチレポート販売 等
マイボイスコム(株)は35万人のモニターを有し、企業の皆さまにインターネット調査を企画、設計、集計、レポート作成、ご報告までトータルにサポートしている『ネットリサーチ会社』です。