
愛知万博について

～ *MyVoice*レポート ～

2005年2月

マイボイスコム株式会社

MyVoice

<目次>

1. 調査の概要-----	2
2. 回答者の属性-----	3
3. 調査結果の概要-----	4
4. 調査結果-----	5
4-1. 愛知万博の認知	7
4-2. 愛知万博のテーマや内容の認知	12
4-3. 愛知万博のパビリオンの認知	16
4-4. 愛知万博に期待するもの	20
4-5. 愛知万博への訪問意向	24
4-6. 愛知万博のテーマ“自然の叡智”に対する好感度	28
4-7. 世界に対して何をメッセージすべきか	33

資料編

調査票

集計結果

自由回答結果一覧

1. 調査の概要

1 - 1. 調査目的

愛知万博についての認知度や意識の把握

1 - 2. 調査方法

ネットコミュニティ「MyVoice」を用いたウェブ形式のアンケート

1 - 3. 調査期間

2005年2月1日～2月5日

1 - 4. 調査対象者

当社のリサーチコミュニティ「MyVoice」に登録している調査モニター

1 - 5. 回収数

13,156人

1 - 6. 調査項目

愛知万博の認知

愛知万博のテーマや内容の認知

愛知万博のパビリオンの認知

愛知万博に期待するもの

愛知万博への訪問意向

愛知万博のテーマ“自然の叡智”に対する好感度

世界に対して何をメッセージすべきか

*「MyVoice」のメンバーは、約30項目の個人属性を登録しており、必要に応じ分析が可能です。

本調査に関するお問合せは・・・

マイボイスコム株式会社

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-17-11 榮葉ビル5F

Tel:03-5217-1911 fax:03-5217-1913

voice@myvoice.co.jp

無断転載はご遠慮下さい。調査結果の転載等をご希望の場合は事前にご連絡願います。

2. 回答者の属性

回答者属性

性別区分

	度数	構成比%
男性	5,880	44.7
女性	7,276	55.3
合計	13,156	100.0

年齢階層

	度数	構成比%
10代	620	4.7
20代	3,114	23.7
30代	5,072	38.6
40代	3,072	23.4
50代以上	1,278	9.7
合計	13,156	100.0

独身・既婚

	度数	構成比%
独身	5,047	38.4
既婚	8,109	61.6
合計	13,156	100.0

職業分類

	度数	構成比%
会社員・役員	5,043	38.3
自営業	682	5.2
専門職	466	3.5
公務員	487	3.7
学生	1,323	10.1
専業主婦	2,866	21.8
パート・アルバイト	1,530	11.6
無職	424	3.2
その他	335	2.5
合計	13,156	100.0

地域分類

	度数	構成比%
北海道	525	4.0
東北	563	4.3
関東	6,325	48.1
北陸	326	2.5
中部	1,303	9.9
近畿	2,503	19.0
中国	532	4.0
四国	305	2.3
九州	774	5.9
合計	13,156	100.0

世帯の年収区分

	度数	構成比%
300万円未満	2,048	15.6
300～500万円未満	3,808	28.9
500～700万円未満	3,189	24.2
700～1000万円未満	2,698	20.5
1000～1500万円未満	1,121	8.5
1500万円以上	292	2.2
合計	13,156	100.0

家族の世帯形態

	度数	構成比%
一人暮らし	1,581	12.0
夫婦のみ	2,053	15.6
夫婦（または片親） と未婚の子供	6,266	47.6
2世代同居	1,637	12.4
3世代同居	924	7.0
その他	695	5.3
合計	13,156	100.0

3. 結果概要

今回の調査は生活者のファミリーレストランの利用状況を把握する目的で行いました

(1) 愛知万博の認知は約85%

愛知万博の認知(「知っている人」+「なんとなく知っている人」計)は、84.6%です。

性別では、女性がやや認知度が低くなっています。

年代別では、年代が高いほど認知度が高い傾向にあり、10代と50代以上の認知度の差は20ポイントとなっています。

「中部」地域での認知は96%

地域別では、開催地である「中部」の認知が、他地域に比して圧倒的に高くなっています。

また、「中部」の周辺地域である「北陸」「関東」「近畿」での認知もやや高い傾向にあります。

(2) 「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」の認知度は4割

愛知万博のテーマや内容の認知について聞いたところ、「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」に対する認知(40.5%)がもっとも高く、「愛知万博のテーマ(自然の叡智)」32.1%、「具体的な場所」24.5%が続きます。

「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」の認知度は女性が約5割

性別では、「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」に対する認知度について、女性が男性を約17ポイント上回っているのに対し、他の項目については、男性の方が高い傾向にあります。

年代別では、若年層では「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」や「イベントの内容」が高いのに対し、高年齢層では「愛知万博のテーマ」「具体的な開催場所」「開催期間」が高くなっています。

(3) パビリオン認知では「トヨタグループ館」(19.1%)がトップ

愛知万博のパビリオン認知について、上位3つは「トヨタグループ館」(19.1%)、「JR東海 超電導リニア館」(16.6%)、「愛・地球広場」(14.6%)となっています。一方、「いずれも知らない」が6割近くに及びます。

上位2項目「トヨタグループ館」「JR東海 超電導リニア館」の認知度は、両方とも男性が女性を上回っており、年代別では高年齢層ほど高い傾向にあります。

その他の「サツキとメイの家」や「モリゾー・キッコロメッセ」は、10・20代の若年層に認知度が高い傾向にあります。

(4) 愛知万博に期待するもののトップは「地球環境の保護」

愛知万博に期待するものの上位3つは、「地球環境の保護」(31.5%)、「最先端の技術の紹介」(26.8%)、「経済的効果」(23.0%)の順になっており、いずれも2～3割程度となりました。これに対し、「期待するものはない」も3割見られます。

性別で見ると、女性の方が高い項目として、「子どもが遊べるイベント」「いろいろな国の人たちとの触れ合い」「サービスの充実」が挙げられ、男性の方が高い項目として「最先端の技術」が挙げられます。

30代は「子どもが遊べるイベント」への期待度が高い

年代別では、30代の特徴として、「子どもが遊べるイベント」は高いが、他の項目については低い傾向が見られます。また、「地球環境の保護」は、10代と50代以上の年代の期待度が高く見られます。

(5) 訪問意向のある人は約4割

愛知万博への“訪問意向のある人”(「是非行ってみたい」+「まあまあ行ってみたい」計)は、41.9%であったのに対し、訪問意向のない人(「あまり行きたくない」+「全く行きたくない」)は33.1%と、訪問意向のある人がやや上回っています。

性別や年代別では差が見られませんが、性年代別では、女性は40代の訪問意向が最も低くなっています。

地域別では、「中部」(65.4%)の訪問意向が最も高く、中部近辺の「北陸」(44.8%)、「近畿」(45.4%)も高くなっています。

(6) 愛知万博の好感度は6割強

愛知万博のテーマ“自然の叡智”に対する好感度は、「好感が持てる」22.4%、「まあまあ好感が持てる」41.4%で、合計63.8%となっています。

性別では、男性に比べ、女性の好感度が8ポイント高くなっています。

年代別では、40代の好感度が他の年代より低いという特徴が見られます。

(7) 世界に対して何をメッセージすべきか(自由回答)

主な意見として、「環境」や「技術の発展」、「愛と平和」に関するメッセージが挙げられています。

「環境」に関しては、資源の無駄遣いに対する批判や、人間と自然との共存を主張するものが見られます。また、「技術の発展」に関しては、エコロジー製品の開発や、日本の科学技術の進歩を伝えてほしいというものが見られました。

* 単位の繰上げは、四捨五入によっています。単位の繰上げにより、内訳の数値の合計と、合計欄の数値が一致しないことがあります。構成比(%)についても、単位の繰上げのため合計が100とならない場合があります。

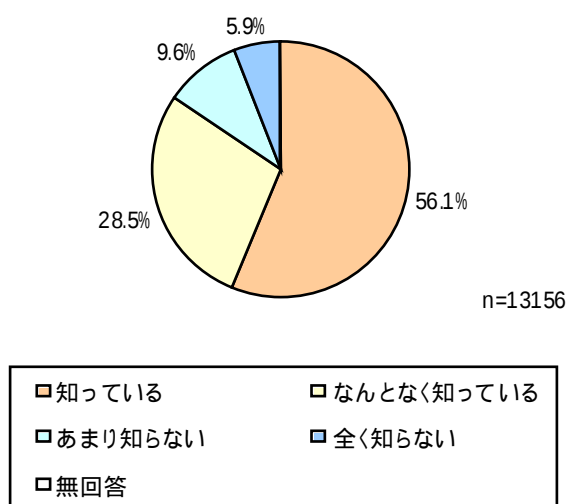
4. 調查結果

4 - 1. 愛知万博の認知

(Q: あなたは「愛知万博」が開催されることをご存知ですか)

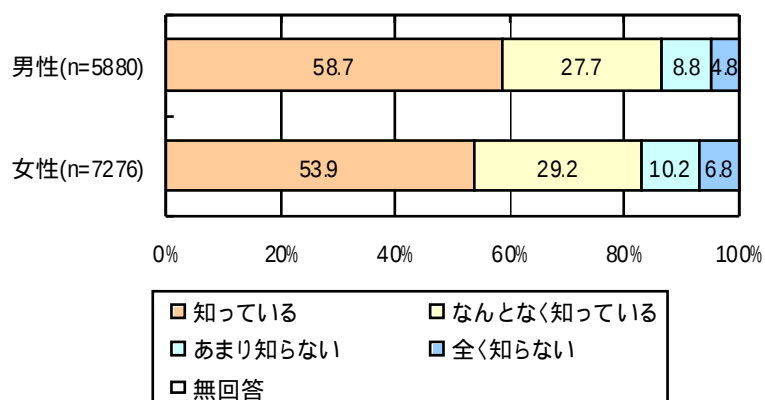
○ 愛知万博の認知者(「知っている」+「なんとなく知っている」)は84.6%

図表4-1-1. 愛知万博の認知



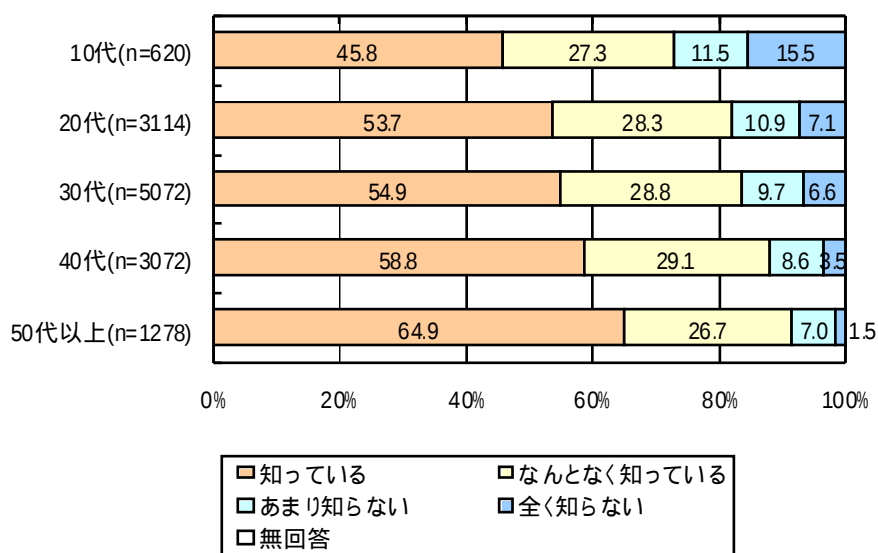
○ 女性の方が認知度が低い傾向

図表4-1-2. 性別 愛知万博の認知



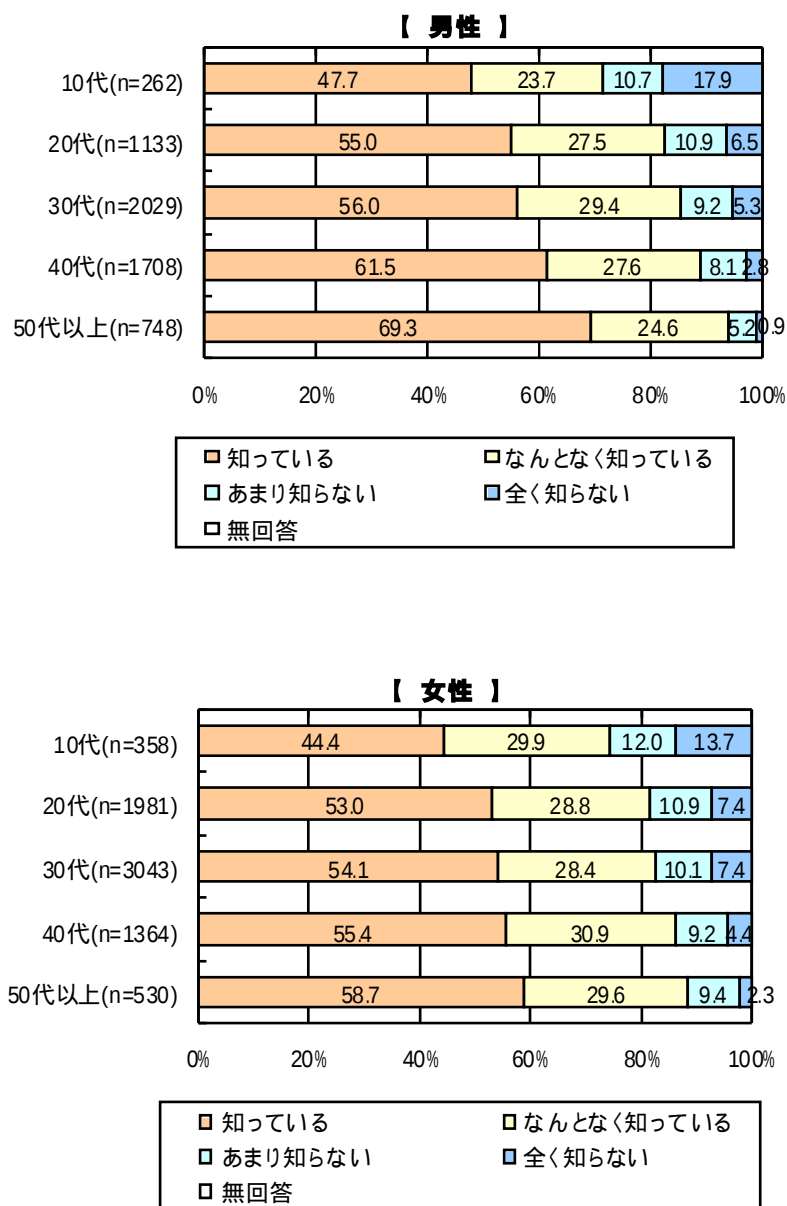
- 年代が高くなるほど認知度が高い
- 「知っている」は、10代と50代以上との差が約20ポイントと大きい

図表4-1-3.年代別 愛知万博の認知



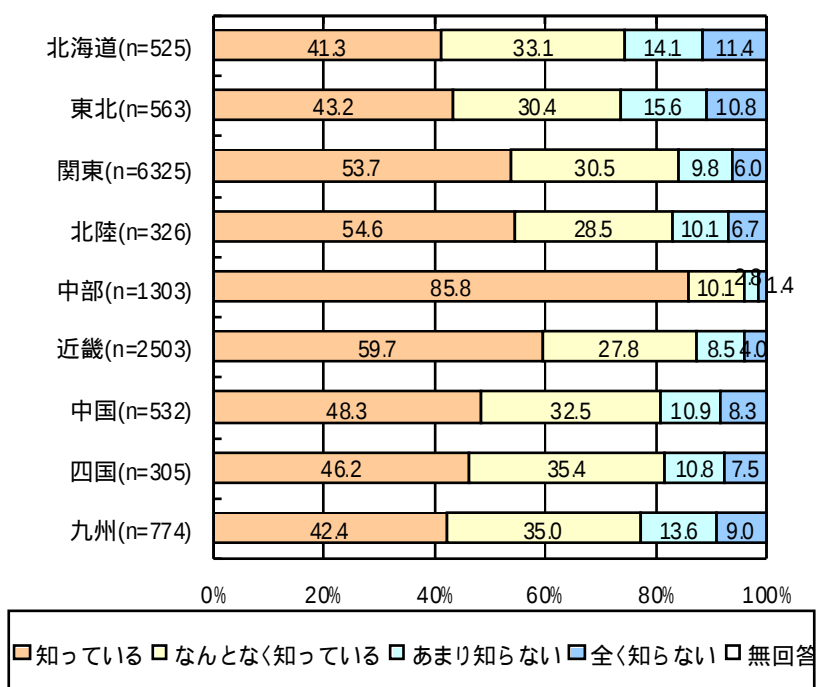
○認知者の割合は、女性に比べ、男性の方が高年齢層に向かうほど大きな差が生じている

図表4-1-4. 性・年代別 愛知万博の認知



- 開催地である「中部」での認知は、他地域に比べ圧倒的に高い
- 「中部」に比較的近い地域である「北陸」「関東」「近畿」での認知もやや高い傾向にある

図表4-1-5. 地域別 愛知万博の認知

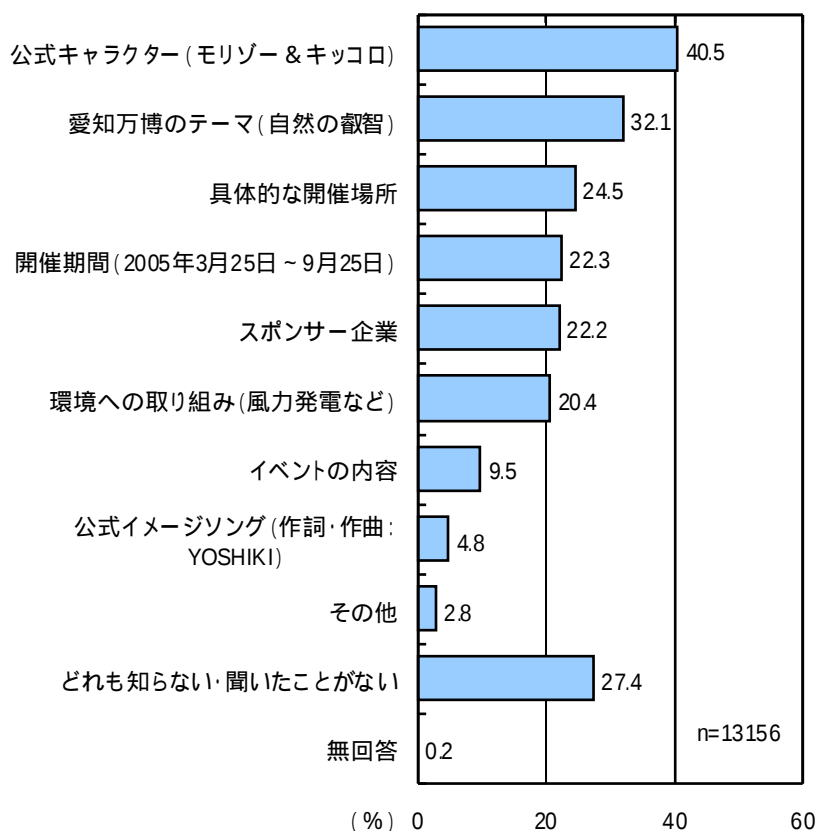


4 - 2 . 愛知万博のテーマや内容の認知

(Q: あなたは「愛知万博」のテーマや内容についてどの程度知っていますか 知っている・聞いたことがあると思われるものをお選び下さい 複数回答可)

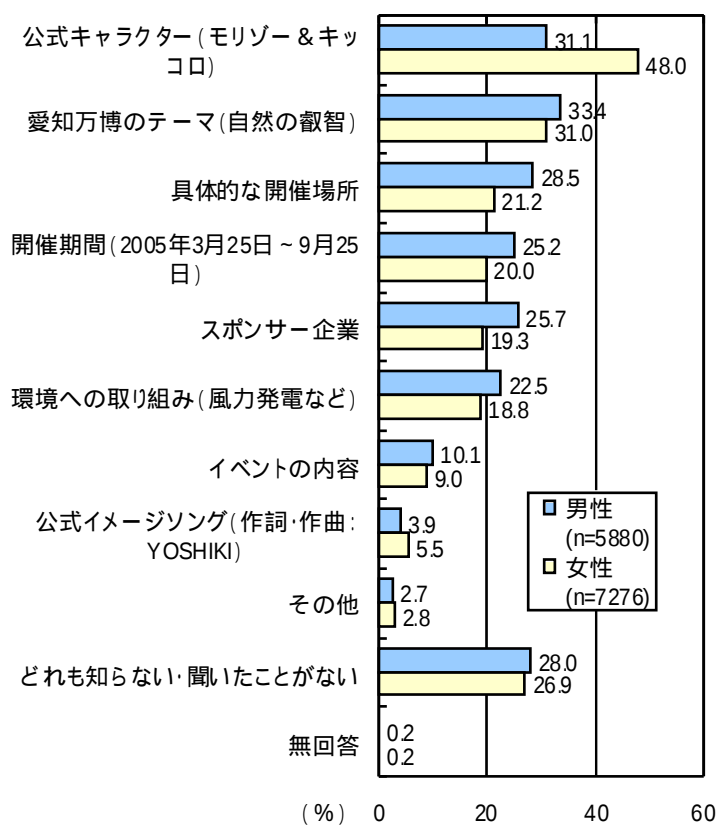
○「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」に対する認知が最も高く(40.5%)、「愛知万博のテーマ(自然の叡智)」32.1%、「具体的な開催場所」(24.5%)が続く

図表4-2-1 . 愛知万博のテーマや内容の認知



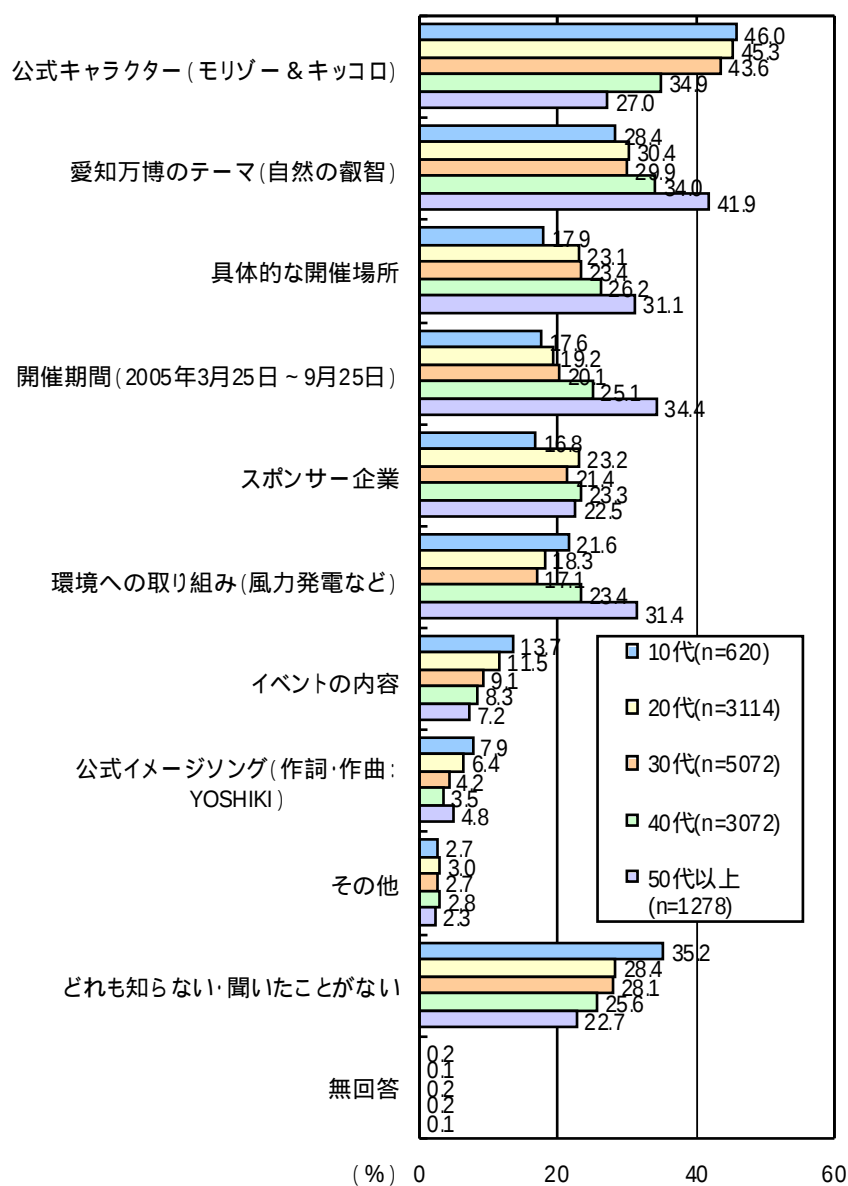
○「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」の認知は、女性が男性に比べ約17ポイント高いのに対し、他の項目については、男性の方がやや高めの傾向にある

図表4-2-2. 性別 愛知万博のテーマや内容の認知



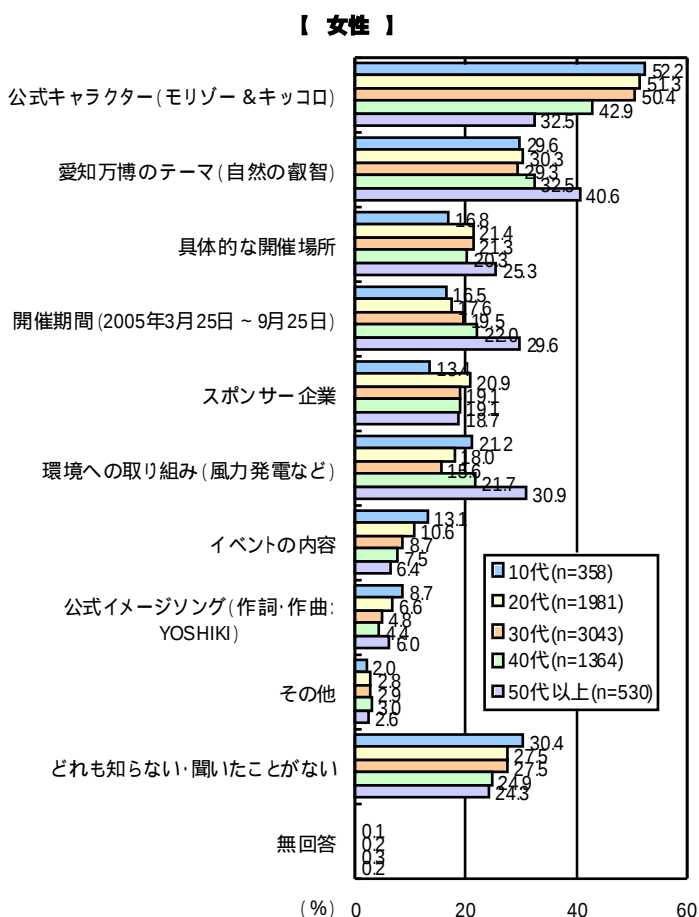
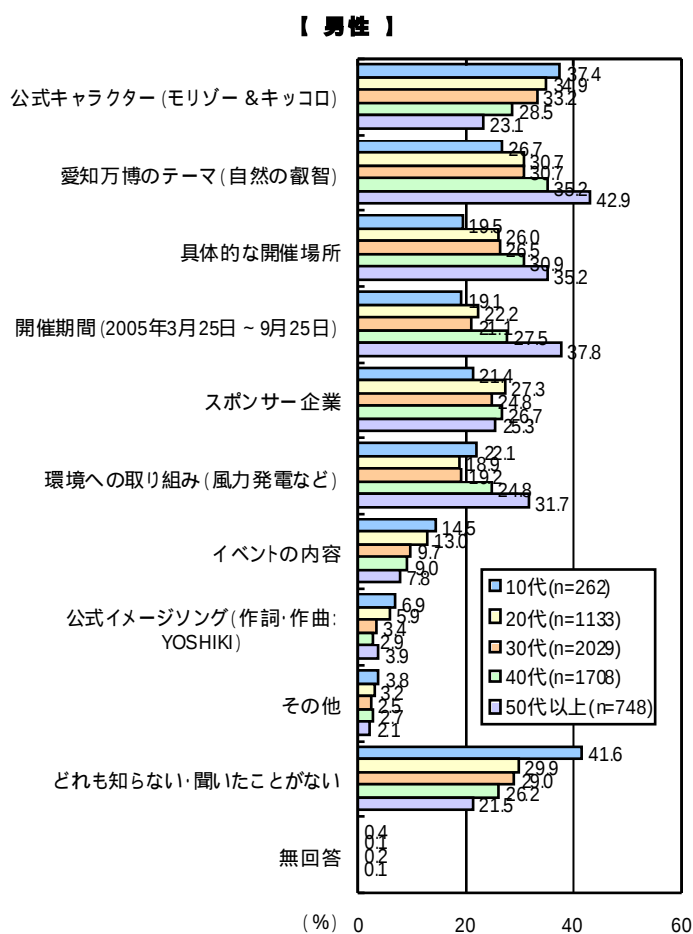
○「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」や「イベントの内容」については、若年層ほど認知率が高いのに対し、「愛知万博のテーマ」「具体的な開催場所」「開催期間」については、高年齢層ほど高い傾向にある

図表4-2-3.年代別 愛知万博のテーマや内容の認知



○「公式キャラクター(モリゾー & キッコロ)」では、女性若年層が半数以上に及ぶ

図表4-2-4. 性・年代別 愛知万博のテーマや内容の認知

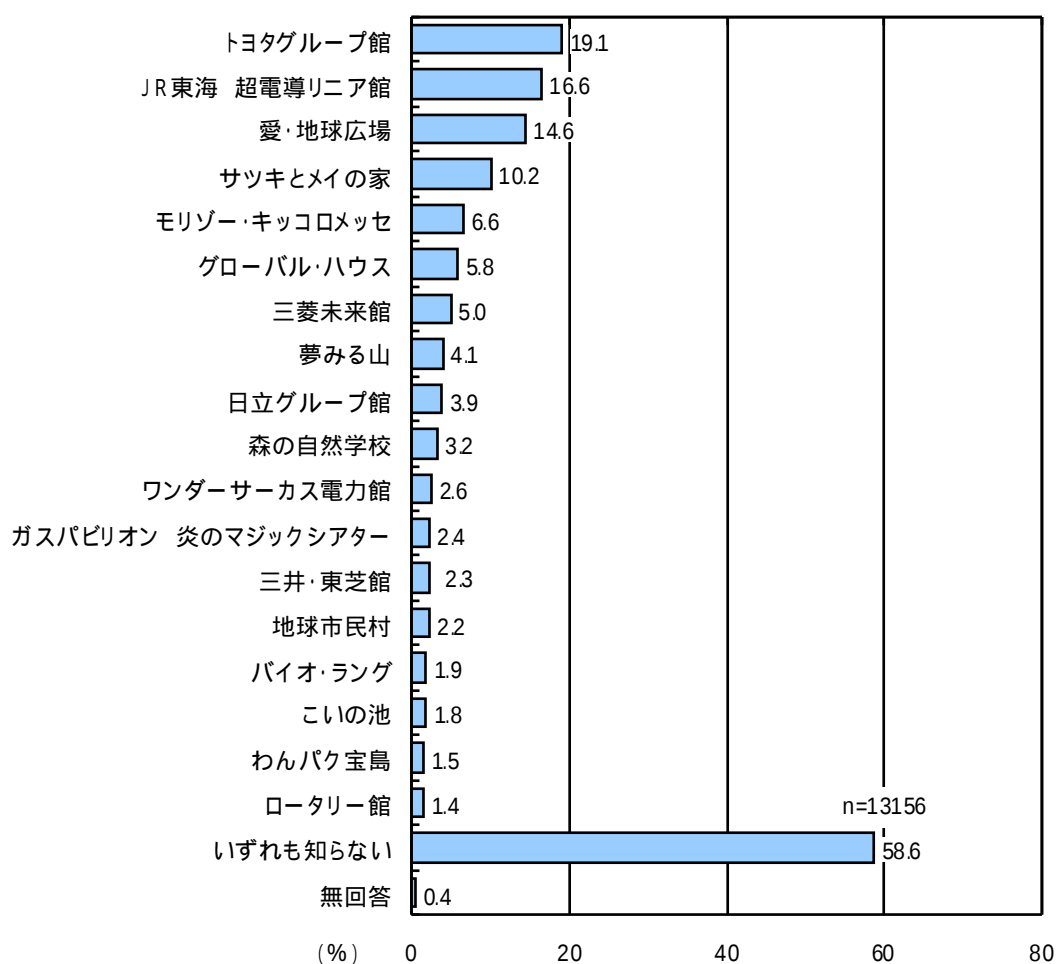


4 - 3 . 愛知万博のパビリオンの認知

(Q: あなたは「愛知万博」のパビリオンについてどの程度知っていますか 知っている・聞いたことがあると思われるものをお選び下さい 複数回答可)

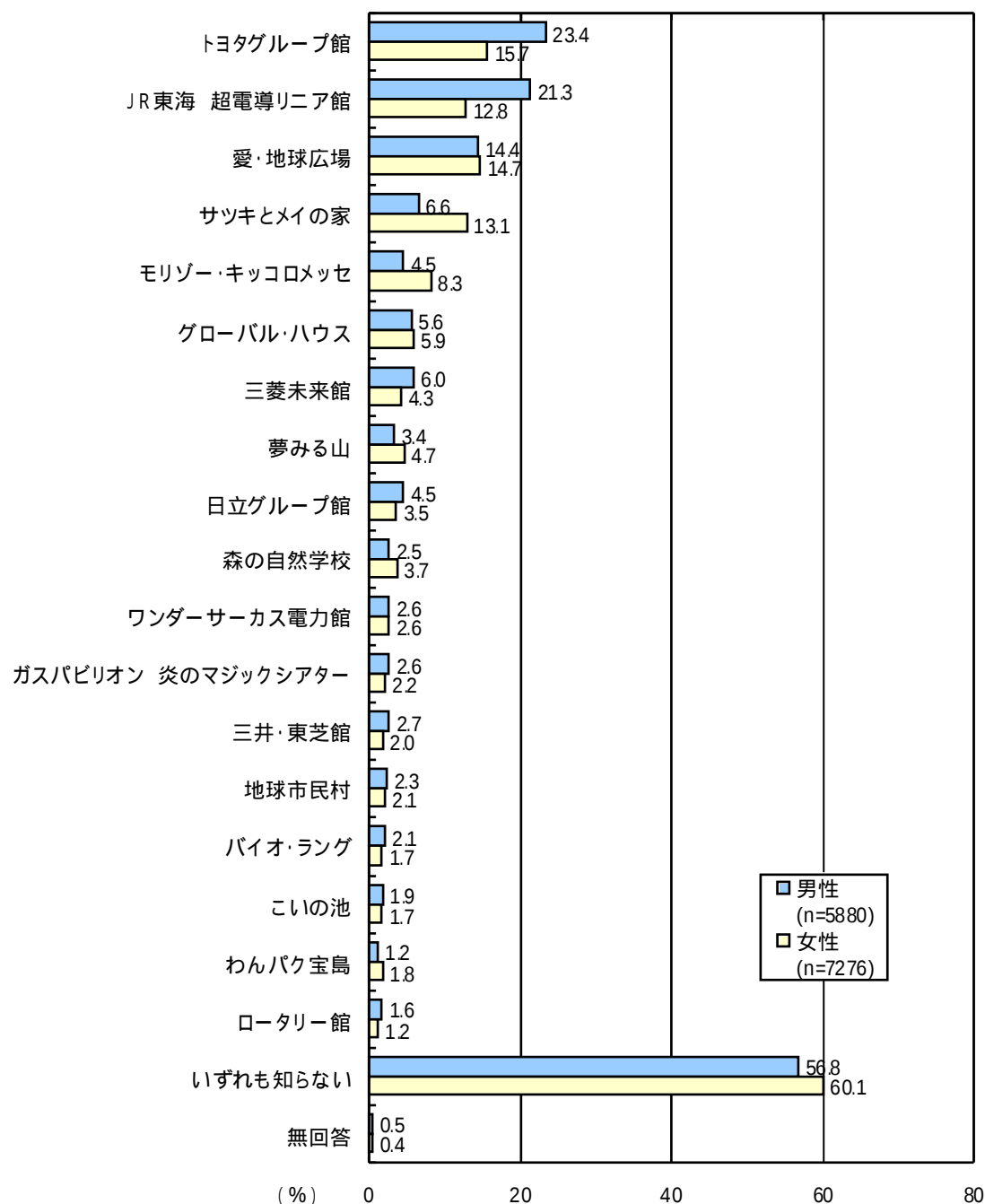
- 「トヨタグループ館」(19.1%) がトップで、次位以下の「JR東海 超電導リニア館」(16.6%)、「愛・地球広場」(14.6%) とほぼ同率
- 「いずれも知らない」が6割近くに達する

図表4-3-1 . 愛知万博のパビリオンの認知



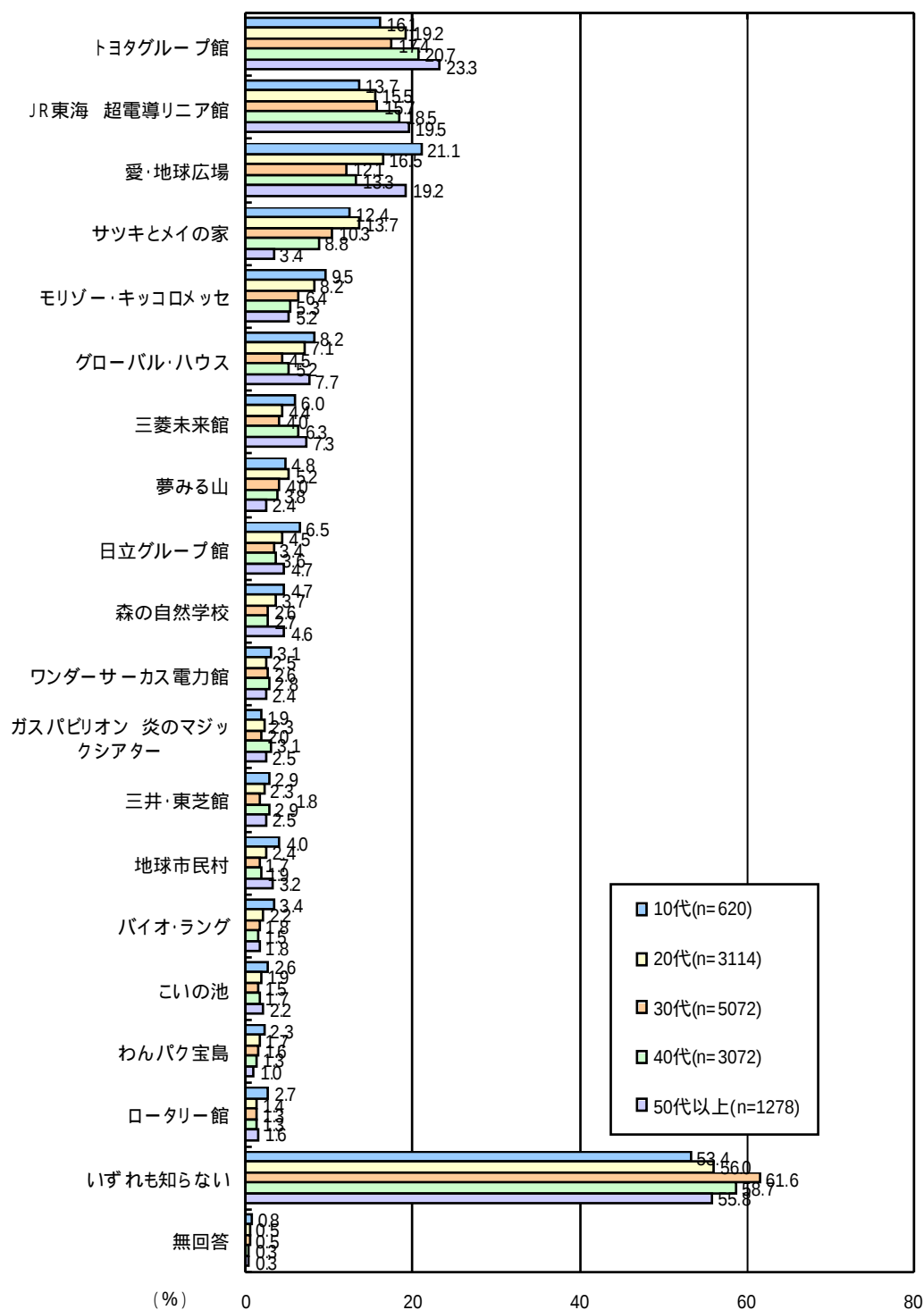
- 上位2つ(「トヨタグループ館」「JR東海 超電導リニア館」)の認知は、男性の方が高いのに対し、「サツキとメイの家」「モリゾー・キッコロメッセ」は女性が高い
- 「愛・地球広場」はほぼ同じ割合

図表4-3-2. 性別 愛知万博のパビリオンの認知



- 「トヨタグループ館」や「JR東海 超電導リニア館」は、40以上の層で高い傾向にあり、「サツキとメイの家」「モリゾー・キッコロメッセ」は、10～20代層で高い傾向
- 「愛・地球広場」は、10代と50代以上で高い

図表4-3-3. 年代別 愛知万博のパビリオンの認知

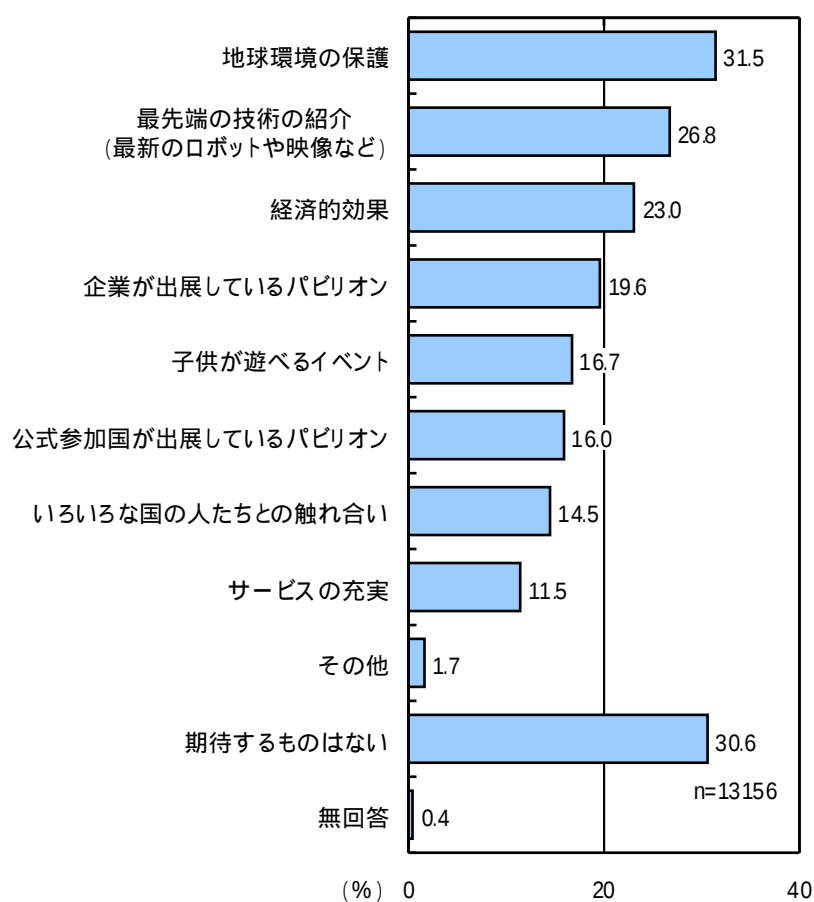


4 - 4 . 愛知万博に期待するもの

(Q : あなたが「愛知万博」に期待するものは何ですか 複数回答可)

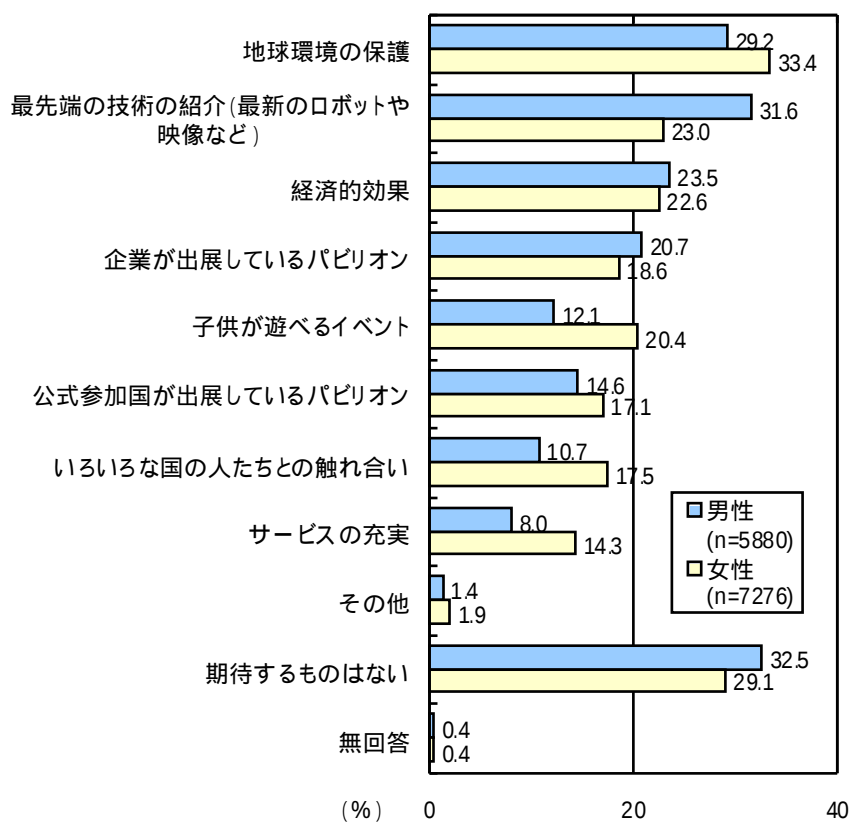
- 「地球環境の保護」(31.5%) が最も高く、「最先端の技術の紹介」(26.8%)、「経済的効果」(23.0%)の順に続く
- 「期待するものはない」も3割と、トップとあまり差がない

図表4-4-1. 愛知万博に期待するもの



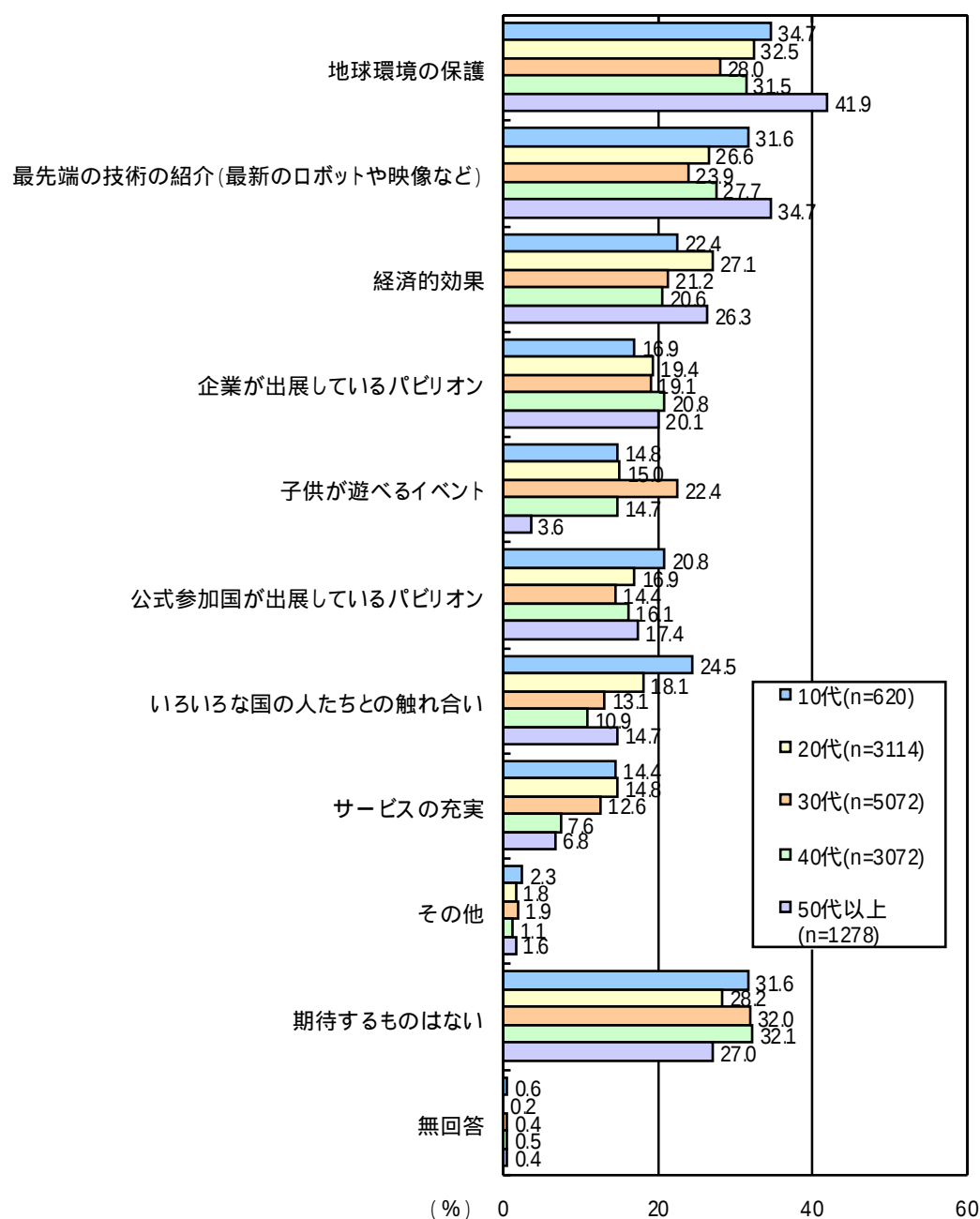
- 女性の方が5ポイント以上高い項目として「子供が遊べるイベント」「いろいろな国の人たちとの触れ合い」「サービスの充実」が挙げられる
- 男性の方が5ポイント以上高い項目として「最先端の技術の紹介」が挙げられる

図表4-4-2. 性別 愛知万博に期待するもの



○30代の特徴として、「子どもが遊べるイベント」は高いが、「地球環境の保護」「最先端の技術の紹介」では期待度が低い傾向

図表4-4-3.年代別 愛知万博に期待するもの

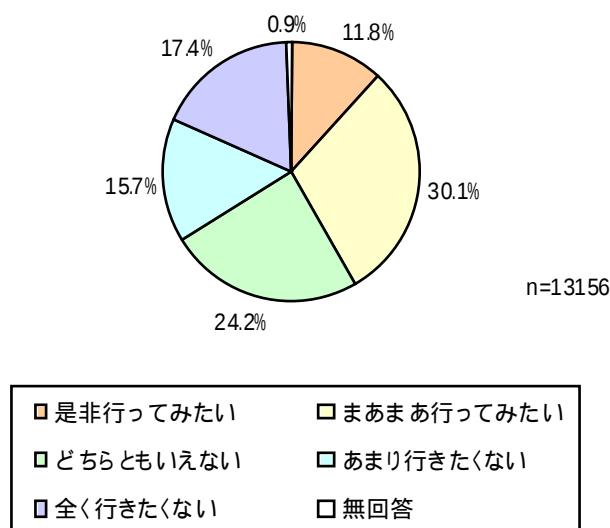


4 - 5 . 愛知万博への訪問意向

(Q:あなたは「愛知万博」に行ってみたいと思いますか)

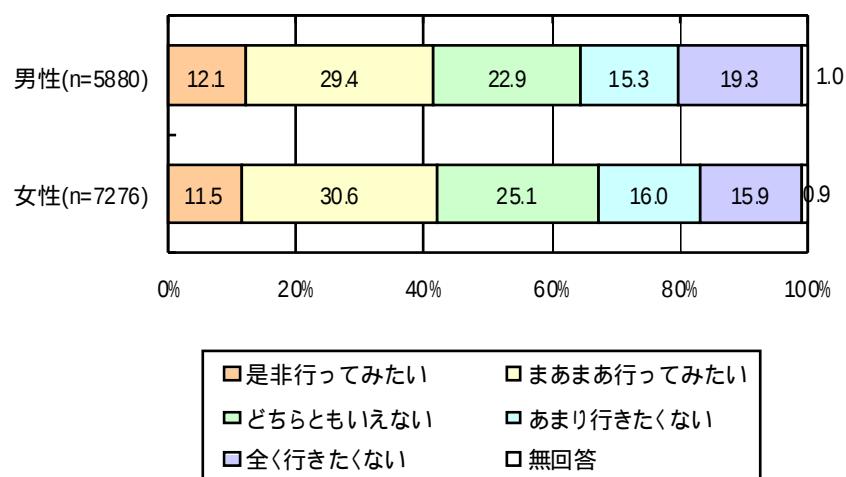
○ 訪問意向のある人(「是非行ってみたい」+「まあまあ行ってみたい」)は、42%

図表4-5-1. 愛知万博への訪問意向



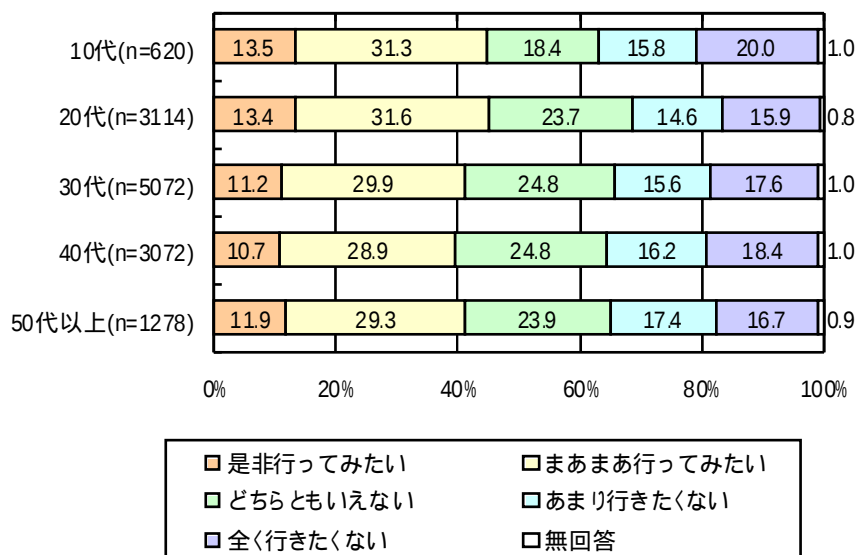
○ 訪問意向に性差はあまり見られない

図表4-5-2. 性別 愛知万博への訪問意向



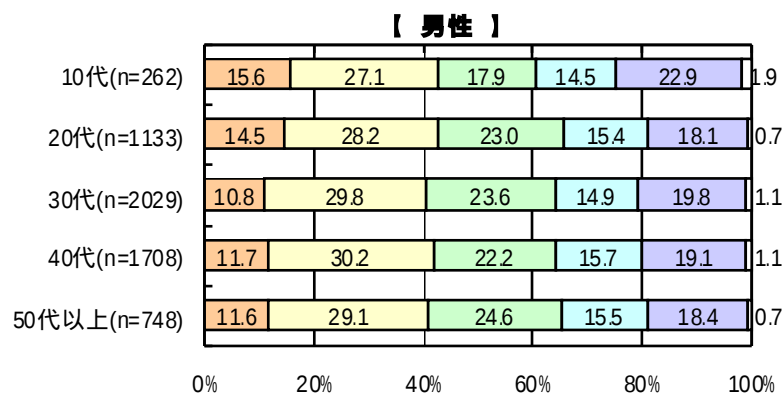
○年代差も見られない

図表4-5-3. 年代別 愛知万博への訪問意向

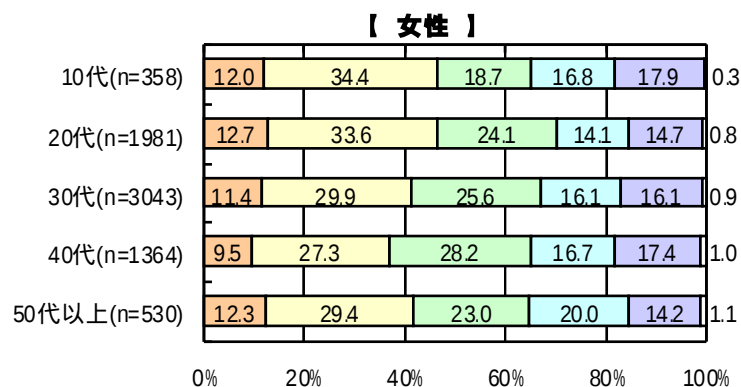


○男性の訪問意向は、あまり年代別で差異が見られないが、女性の方は、40代にかけて低くなっており、50代以上でまた高くなっている

図表4-5-4. 性・年代別 愛知万博への訪問意向



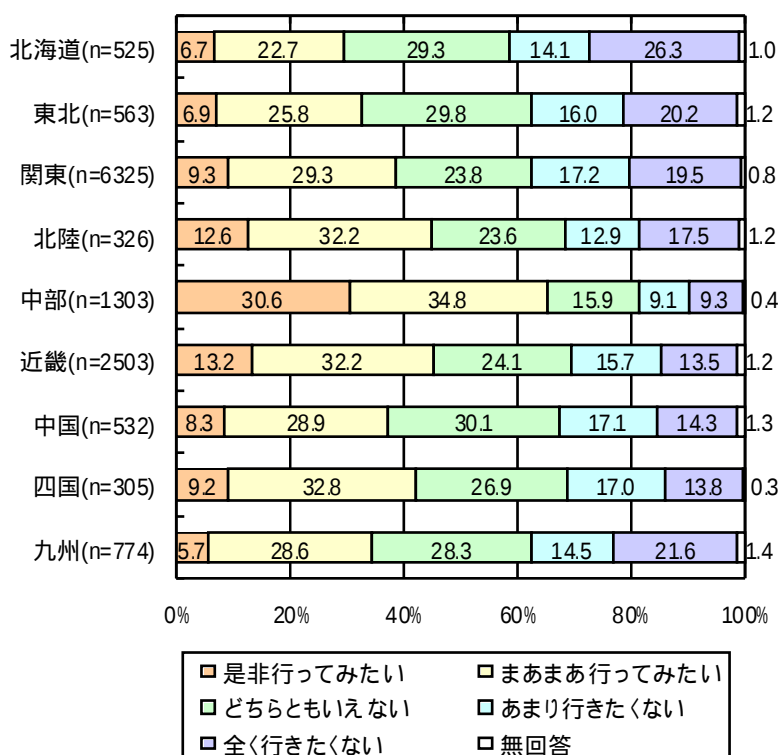
■ 是非行ってみよう ■ まあまあ行ってみよう
 ■ どちらともいえない ■ あまり行きたくない
 ■ 全く行きたくない ■ 無回答



■ 是非行ってみよう ■ まあまあ行ってみよう
 ■ どちらともいえない ■ あまり行きたくない
 ■ 全く行きたくない ■ 無回答

○訪問意向については、愛知万博の認知と同様「中部」で最も高く、中部近辺の地域（「北陸」「近畿」）などで高くなっている

図表4-5-5. 地域別 愛知万博への訪問意向

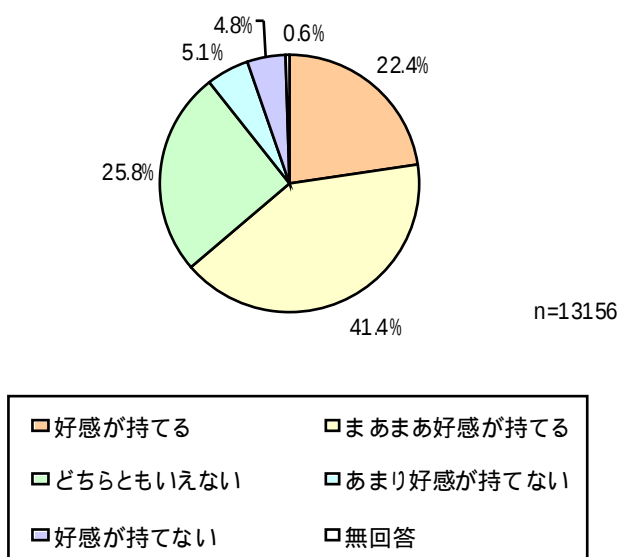


4 - 6 . 愛知万博のテーマ“自然の叡智”に対する好感度

(Q: 愛知万博のテーマは“自然の叡智”という、環境への取り組みをメインに考えられていますが、あなたはこのテーマについてどうお感じになりますか)

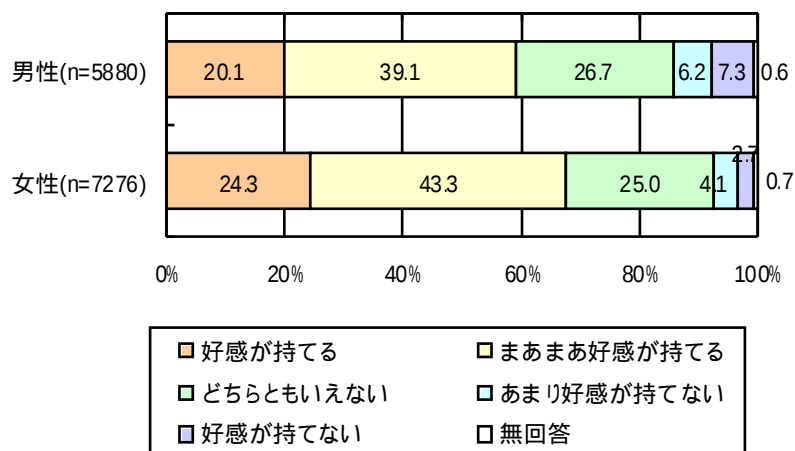
○ 好感を持っている人(「好感が持てる」+「まあまあ好感が持てる」の合計)は、63.8%を占める

図表4-6-1. 愛知万博のテーマ“自然の叡智”に対する好感度



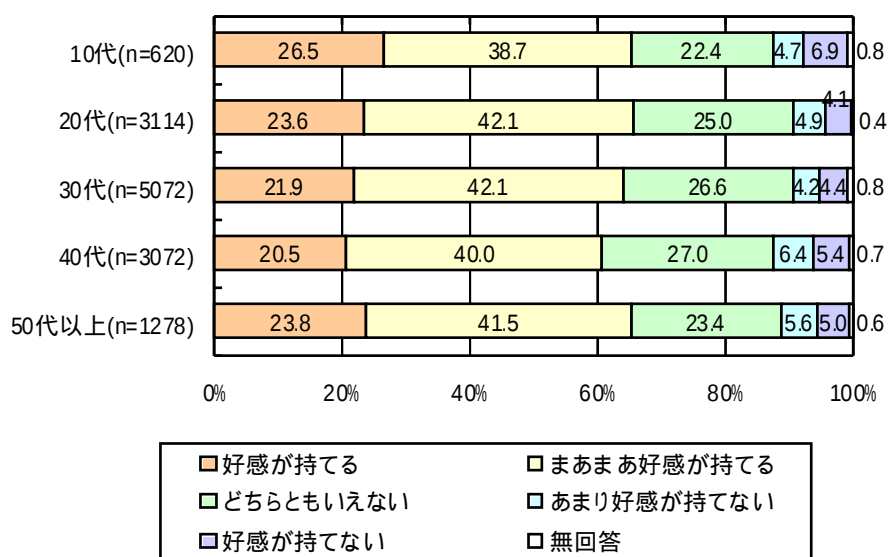
○ 好感を持っている人は、女性の方が8ポイント多い

図表4-6-2. 性別 愛知万博のテーマ“自然の叡智”に対する好感度



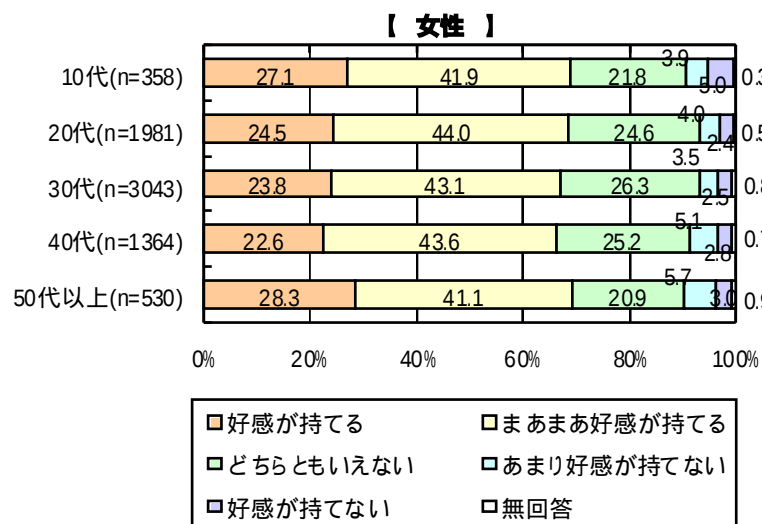
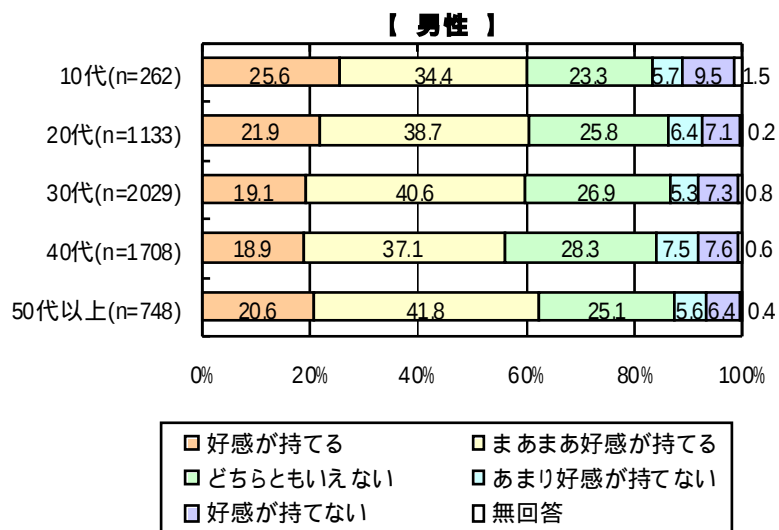
○ 好感を持っている人は、40代にかけて減少している

図表4-6-3. 年代別 愛知万博のテーマ“自然の叡智”に対する好感度



○男女とも、40代での好感度がやや低めとなっている

図表4-6-4. 性・年代別 愛知万博のテーマ「自然の叡智」に対する好感度



4 - 7. 世界に対して何をメッセージすべきか

(Q:「愛知万博」で日本は、世界に対して何をメッセージすべきだと思いますか。ご自由にお答え下さい)

あげられた主な意見は以下のとおりです。

環境
資源の無駄遣いを反省すること (女性30歳)
人間と自然との賢い共存 (女性54歳)
温暖化対策になり得るもの (男性29歳)
京都議定書の批准をアメリカに強く働きかける (男性67歳)
自然がどれほど大切かという事を伝えるべき (男性14歳)

技術の発展
エコロジー製品の技術 (女性16歳)
省エネ技術をアピールしてほしい (男性43歳)
日本の科学の進歩 (女性32歳)
日本の技術力の高さと安全性 (男性27歳)

愛と平和
平和で美しい日本をアピールして欲しいです (女性43歳)
愛をテーマであること、平和な世界の建設 (男性24歳)
核の撲滅、世界平和 (男性47歳)
平和をずっと唱え続けなければならないと思う (女性38歳)