

平成24年2月8日

## 震災一周年を控えた生活者の意識を電通が調査 —2012年を表す漢字は「希」「進」「和」「明」—

株式会社電通(本社:東京都港区、社長:石井直)の社内の横断プロジェクト「NEXT STAGE PROJECT」は新しい年を迎えた生活者の震災復興等に関する意識について調査を実施致しました(1月19日～22日実施、対象は首都圏・関西圏・東北3県 18～69歳男女個人各500サンプル、計1500サンプル)。

昨年3月11日に発生した大震災からの復興を始めとして、様々な不安を抱えながらも、2012年に前向きで明るい雰囲気期待する生活者心理が窺える結果となりました。

調査結果の主なポイントは以下の通りです。

### 1、2012年の日本を表現する漢字一文字

上位に挙がってきたのは「希」「進」「和」「明」。“2012年は希望をもって前進したい”という意識が映し出されている。

### 2、2012年の新聞・テレビ等による記事報道で「明るさ」が期待できる分野

オリンピック年ということもあってか、日本のスポーツが世の中を明るくしてくれることへの期待が66%と高く、次いで日本の科学技術(42.3%)日本の文化(30.5%)となった。

### 3、震災後意識が高まり、現在も引き続き意識していること

「家族との絆」(64.1%)意識や「家計のための省エネ」(60.1%)意識の高まりが持続性をもっている。

### 4、2012年の3月11日の位置付け(「追悼」に加え)

災害の事実や教訓を改めて思い出すとともに、「復興への誓いを新たに」(47.0%)機会としても強く意識されている。

調査結果の詳細については3ページ以降をご覧ください。

### <電通「NEXT STAGE PROJECT」について>

東日本大震災発生直後に発足した、震災復興にむけた情報集約・発信・ソリューション提案のための社内・グループ横断プロジェクトです。大震災及び復興のプロセスにおいて生活者や企業・社会にもたらされる影響を様々な角度から調査・分析し、今後の社会のあり方や生活者のライフスタイル等を予測・提言するとともに、クライアント企業への提案を行っております。

具体的な活動は以下の通りです。

- ①震災復興の影響を踏まえた各種インサイトの発見と発信
- ②震災後社会におけるライフスタイルの探索と提案
- ③社会の意識変化・構造変化に対応するビジョン構築とソリューションの提供
- ④有識者・関連団体とのネットワーク構築とセミナー開催



#### ●本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部

Tel 03-6216-8041

#### ●NEXT STAGE PROJECT及び調査内容に関するお問い合わせ先

株式会社電通 ビジネス推進局 戦略プロジェクト室 NEXT STAGE PROJECT事務局

鎌倉・逸見・大野

Tel 03-6216-8779

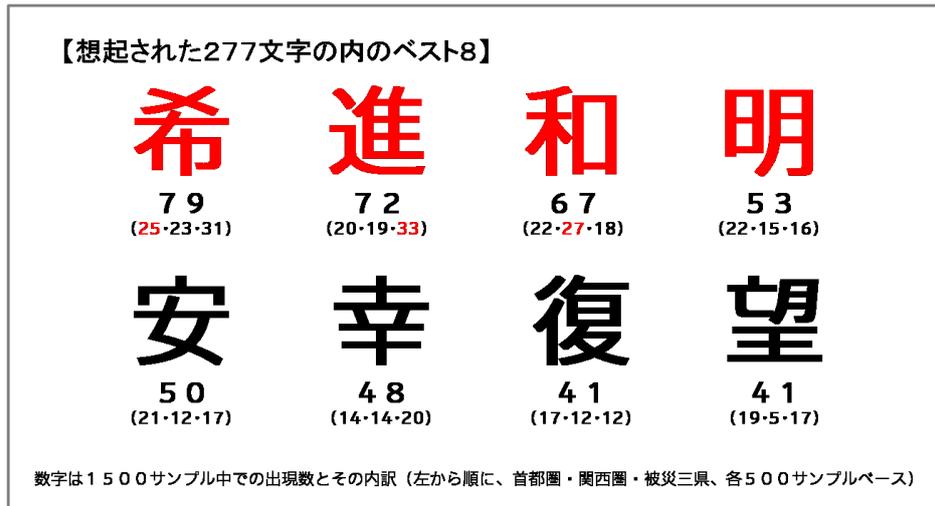
株式会社電通 電通総研 ナレッジ・センター 情報サービス部 望月

Tel 03-6216-8708

【調査結果の詳細】

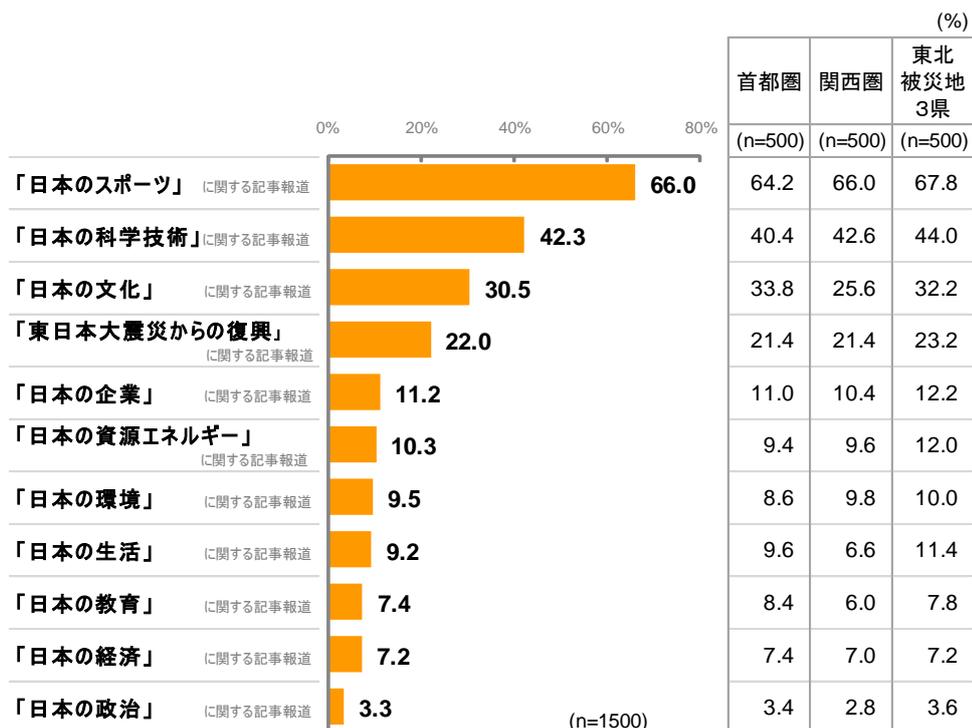
1、日本社会や生活についてイメージすることを踏まえて、今年2012年の日本を漢字1文字で表すとしたら、どのような文字を思い浮かべますか(自由回答)

→ 上位に挙がってきたのは「希」「進」「和」「明」といった漢字。全体として“2012年は希望をもって前に進んでいきたい”という意識の投影がみられる。



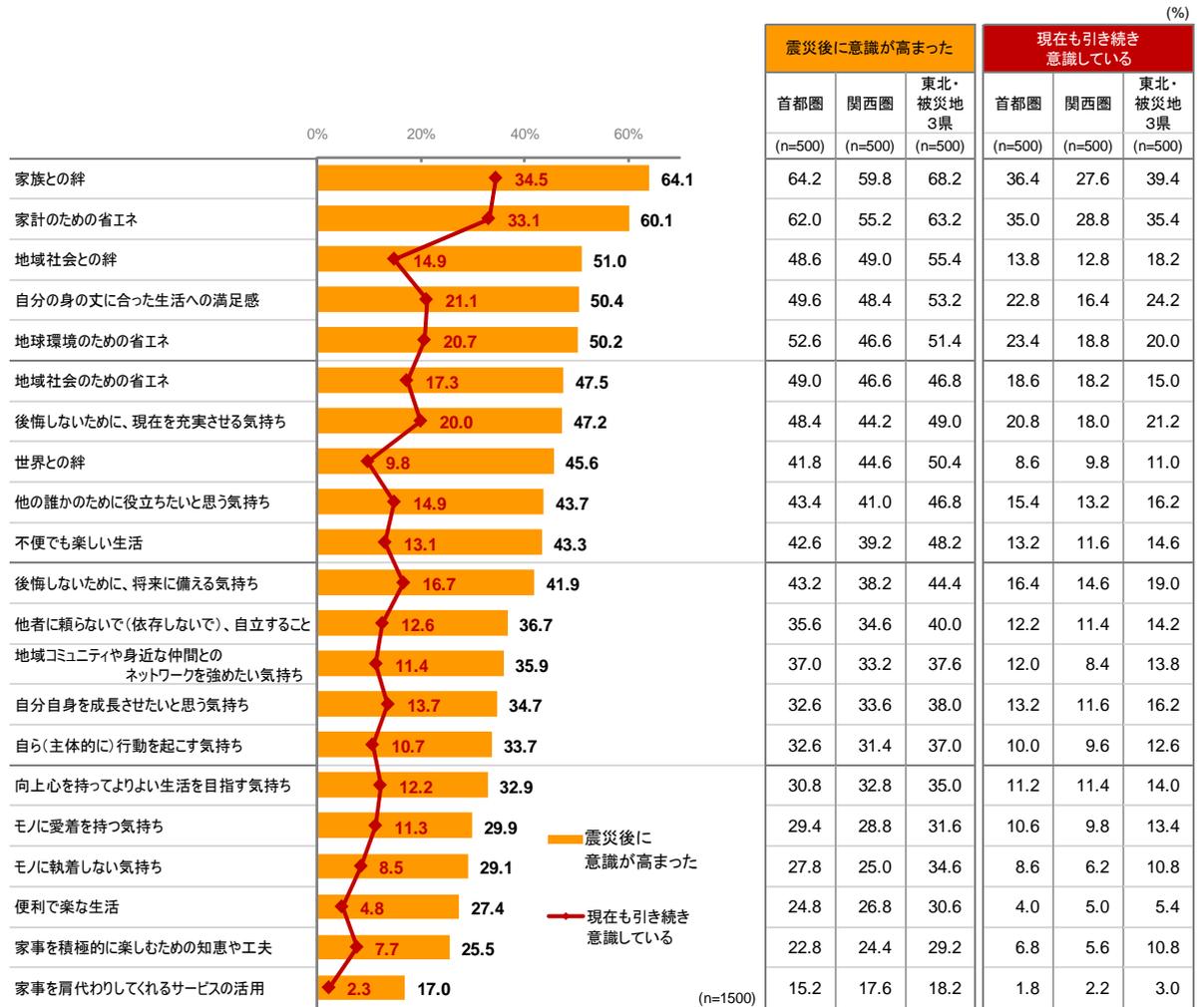
2、2012年の新聞・テレビ等による記事報道で「明るさ」が期待できる分野

→ ロンドンオリンピック開催の影響か、スポーツが世の中を明るくしてくれることへの期待が高い。次いで科学技術面や文化面からの明るい話題をイメージしている。



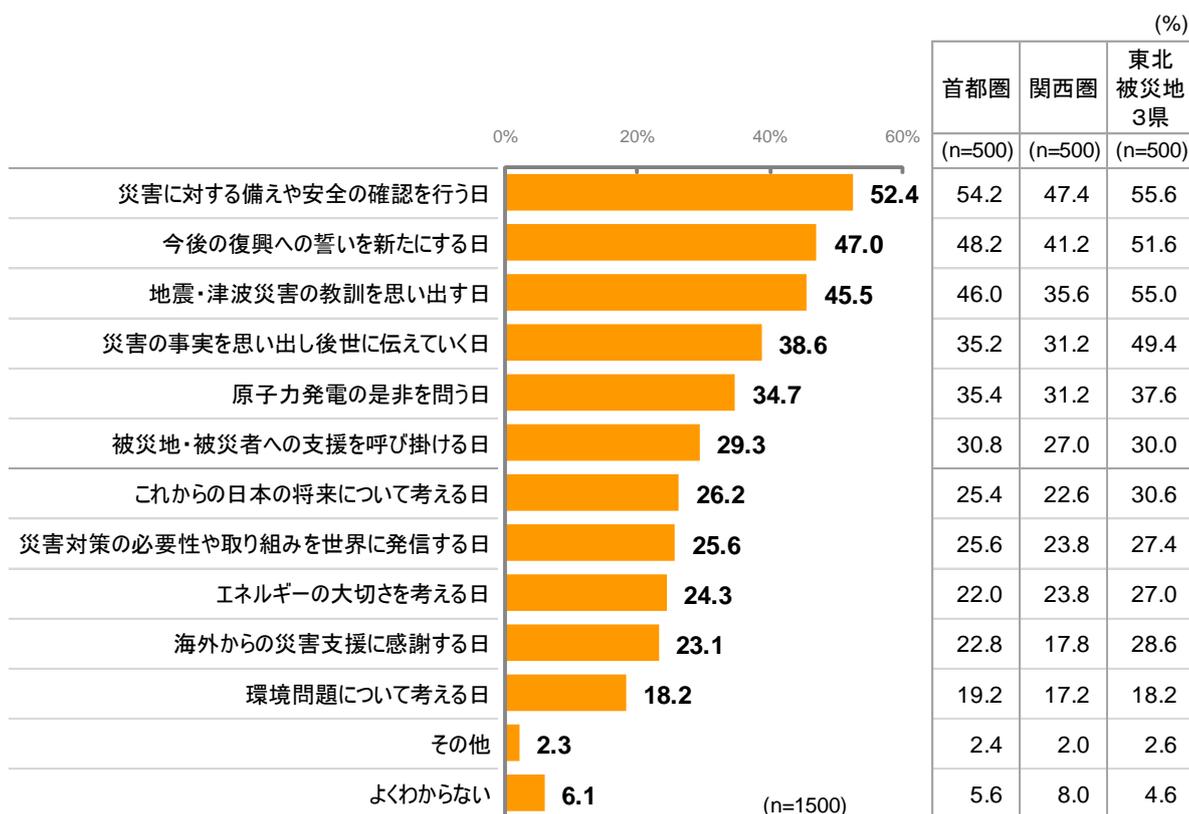
3、震災後に意識が高まった事柄、その中で現在も引き続き意識している事柄(複数回答)

→ 震災から1年近くなり、結果として「家族との絆」意識や「家計のための省エネ」意識の持続性が高くなった。家族以外の「絆」意識はやや後退気味。



4、「東日本大震災」から1年、今年の3月11日を、犠牲者の追悼に加えて、どのような日として位置付けるべきだと思いますか(複数回答)

→災害を記憶にとどめ、教訓や備えを改めて確認する日として認識されているとともに、「復興への誓いを新たにする」機会としても強く意識されている。



<調査概要>

対象者：18～69歳男女個人 各地域500サンプル、計1500サンプル

調査地域：首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）

関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県）

東北3県（岩手県、宮城県、福島県）

調査時期：2012年1月19日～22日

調査手法：インターネット調査

調査機関：(株)電通マーケティングインサイト

調査項目：2012年の漢字一文字（日本全体）/2012年の記事報道のイメージ

/東日本大震災後の意識・行動変化/被災地への貢献活動

/3月11日の位置づけ/企業・メディアの復興支援活動の評価 他