

平成 24 年 3 月 7 日

**電通総研が「震災後二年目に向けての生活者の意識・行動変化」に関する調査結果を発表**

電通総研は、震災一カ月後、三カ月後などの節目で、震災による生活者の意識・行動変化を見てきました。この度、震災から一年を迎えるにあたり、新たに調査を実施いたしましたので、主な結果をお知らせします。

**【調査結果トピックス】**

1. 「近い将来、東日本大震災と同じくらいの天災が起きる可能性は高いと思う (87.9%)」、「もし再び、東日本大震災と同程度の天災が発生したら、また同じように困惑するだけだと思う (71.8%)」。  
しかし、「地震が多くても、日本で暮らしたい(85.8%)」 ※表1参照

## 1) 震災から一年が経過した現在の認識は、

「震災の影響から復旧したと思う (54.5%)」、「震災の影響から復旧していないと思う (45.5%)」

「震災の影響から復興したと思う (35.0%)」、「震災の影響から復興していないと思う (65.0%)」

※本調査では、「復旧」は普段の生活に支障がない水準、「復興」は経済活動などが再活性化した水準として質問

・「震災関連の記憶や教訓が風化してきている/生かせていないと思う (50.2%)」が過半数超え

しかし、被災地では36.0% (全国平均との差-14.2%) と、風化していない

## 2) 「2012年は復興庁が発足するなどして復興元年であると思う、期待する (50.3%)」、「震災時に比べ、希望がある (53.5%)」など、期待・希望も過半数超え

## 3) 「自然現象に対して恐れを感じる (85.0%)」、「震災後、日頃の生活の中で、自分が死ぬ場合のことを意識している (66.2%)」など、自然観・死生観に大きな影響を与えている

## 4) 「がんばろう日本 (助け合って日本を立て直そう) という気持は強い (76.9%)」、「東日本大震災の経験を後世に伝承したい (88.0%)」など、連帯の必要性を求める意識は非常に高くなっている

**2. 震災を契機に、今後の購入が期待される商品・サービス**

1位「エコカー」、2位「耐震・免震構造の住宅」、3位「太陽光発電パネル・燃料電池」 ※表2参照

上位15アイテムは次の3つのキーワードで分類することができる

## 1) 震災対策となる「リスク低減」型商品・サービス

耐震・免震構造の住宅(2位)、ガイガーカウンター (4位)、資産価値の高い貴金属・宝飾品 (6位)

地震保険・防犯サービス(9位)、緊急時の安否確認・伝言サービス(11位)、地震や津波、使用電力量のピークを予め教えてくれる警報サービス (15位)

- 2) 震災をきっかけに、気づきを得た「癒し」型商品・サービス  
墓地・仏壇（5位）、絆婚などで注目された結婚サービス（7位）、ペット（9位）、今日を楽しむための娯楽・遊興サービス（11位）
- 3) 震災を機に発想や行動の転換を図る「スマート・エコ」型商品・サービス  
エコカー（1位）、太陽光発電パネル・家庭用燃料電池（3位）、自転車（14位）

3. 震災をきっかけにこれまで以上に大切にしようと思った人間関係は、全体的に増加傾向 ※表3-1参照  
重視するようになったことの1位は、「親」には「電話」、「恋人」には「メール」 ※表3-2参照

～震災三ヵ月後調査との比較～

- 1) 震災をきっかけにこれまで以上に大切にしようと思った人間関係は  
1位「親(57.6% ; +3.8)」、2位「配偶者(50.3% ; +3.3)」、3位「兄弟姉妹(49.1% ; +2.5)」、  
4位「子ども(46.9% ; -0.1)」、5位「現在付き合いのある友人(36.6% ; +4.3)」、  
6位「最近交流が少なくなってきた旧友(18.7% ; +0.7)」、7位「仕事関係の知人(15.2% ; +1.7)」、  
8位「恋人(13.6% ; +2.1)」、9位「直接ではなくネットなどでやり取りのある友人(9.3% ; +2.0)」、  
10位「過去に付き合いしていた恋人(5.1% ; +1.4)」と増加傾向

【注】( ; ±数値)は震災三ヵ月後調査との増減

- 2) 大切にしたい人間関係において重視するようになったことは、「親」に対しては1位「電話(48.6%)」、  
2位「一緒に時間を過ごすこと(40.9%)」、3位「会いに行くこと(37.3%)」  
・「恋人」に対しては、1位「メール(37.1%)」、2位「一緒に時間を過ごすこと(36.4%)」、3位「電話  
(33.5%)」  
・大切にしたい人間関係においては、SNSやブログといった不特定多数とのコミュニケーションまで  
をも可能にするツールより、電話やメール、一緒に時間を過ごすなど、当該人物との直接的な  
コミュニケーションを求める傾向が強い

- 3) 独身男女が「恋人」との絆を深めるための行動は、ほぼ全項目で女性が男性を上回り、  
「電話(+15.5%)」、「一緒に過ごすこと(+14.7%)」、「約束事・決め事をする(+8.7%)」、「プレゼントを  
贈る(+7.9%)」、「会いに行くこと(+7.4%)」、「記念日を祝う(+6.4%)」と、女性の積極性が目立つ  
【注】(+数値)は対独身男性比

4. 「ささやかな幸せ」、「絆」を大切にするため、「想定外」の事態を想定し、  
「ムダ」を見直し、「メリハリ」をつける価値観・ライフスタイルが定着 ※表4参照

～震災一ヵ月後調査との比較～

- 1) 震災から一年が経過しても7割超を維持している「お金や時間の使い方にメリハリを付けたい(1位:72.7%)」、「想定外(従来の常識にとられない)の事態を想定し、対策を立てたい(2位:70.8%)」は、震災後の行動基準として定着
- ・被災地は、全国平均より、前者が+8.6%、後者が+6.5%、更に高い
- 2) 「ささやかな幸せを大切にしたい(3位:69.8%)」、「家族や身近な人々との絆を大切にしたい(5位:68.5%)」といった精神的充足感を求める志向も顕著
- 3) 被災地では、その他にも「これまでのムダを見直す」が74.7%、全国平均68.9%に対し+5.8%高く、「社会に貢献しよう、よい社会に変えていこうという姿勢の企業を応援したい」が72.0%と、全国平均62.2%に対し約10%高くなっている。被災地においては、ムダに対する厳しさ、企業の支援などに対する期待や評価がうかがえる

## 【資料編】

【表1】震災一年後の認識などに関するデータ

Q. 現在のあなたご自身のお気持ちや状態に近いと思うのはどちらですか(全国平均/n=2000 被災地/n=75)

(単位:%)

	A	Aに近い 全国平均	Bに近い 全国平均	B
		被災地	被災地	
1) 震災二年目に向けての物理的な状態について	震災の影響から復旧した	54.5 73.3	45.5 26.7	震災の影響から復旧していない
	震災の影響から復興した	35.0 38.7	65.0 61.3	震災の影響から復興していない
	震災関連の記憶や教訓を生かせるようになっていと思う	49.8 64.0	50.2 36.0	震災関連の記憶や教訓が風化してきている/生かせていないと思う
2) 震災二年目に向けての心理的な状態について	震災時に比べ、現在は安心している	52.9 60.0	47.1 40.0	震災時に比べ、現在も不安である
	震災時に比べ、現在は希望がある	53.5 56.0	46.5 44.0	震災時と比べ、現在も希望がない
	自然現象に対して恐れを感じる	85.0 82.7	15.0 17.3	自然現象に対して恐れは感じない
	震災後、日頃の生活の中で、自分が死ぬ場合のことを意識している	66.2 66.7	33.8 33.3	震災後、日頃の生活の中で、自分が死ぬ場合のことは意識していない
3) 震災の体験を踏まえ、将来に対する認識・意識について	2012年は復興片が発足するなどして「復興元年」であると思う、期待する	50.3 46.7	49.7 53.3	2012年は復興片が発足するなどしたが「復興元年」とは思わない、期待できない
	近い将来、東日本大震災と同じくらいの天災が起きる可能性は高いと思う	87.9 77.3	12.1 22.7	近い将来、東日本大震災と同じくらいの天災が起きる可能性は低いと思う
	もし再び、東日本大震災と同程度の天災が発生したとしても、うまく対応できると思う	28.2 37.3	71.8 62.7	もし再び、東日本大震災と同程度の天災が発生したら、また同じように困惑するだけだと思う
	「がんばろう日本」(助け合って日本を立て直そう)という気持は強い	76.9 68.0	23.1 32.0	「がんばろう日本」(助け合って日本を立て直そう)という気持は弱い
	東日本大震災のような天災はいつ発生するかわからないだけに、経験を後世に伝承したい	88.0 85.3	12.0 14.7	東日本大震災のような天災はいつ発生するかわからないだけに、経験を後世に伝承しても仕方ない
	地震が多くても、日本で暮らしたい	85.8 82.7	14.2 17.3	日本は地震が多いので、できれば海外で暮らしたい

※「Aに近い」には「Aにやや近い」を含む(Bも同様)

AまたはBより30.0ポイント以上高い項目  
AまたはBより30.0ポイント以上低い項目

【表2】震災を契機に、今後の購入が期待される商品・サービスの上位15アイテム

※震災をきっかけに関心を持った商品・サービスの内、「既に購入した」よりも「今も購入検討している」割合が大きい項目は、高額商品、買い回り商品等であることを差し引いても、今後の購入が期待できるとして算出したランキング

(単位:%)

Q.あなたが震災をきっかけにして、関心を持った、購入した、購入を検討している商品・サービスをそれぞれすべてお答えください (n=2000)

	A-B	A 購入検討	B 購入済
1 燃費効率の良いエコカー	5.4	9.5	4.1
2 耐震・免震構造の住宅	3.5	5.7	2.2
3 太陽光発電パネル(太陽電池、PV(太陽光発電))、家庭用燃料電池	2.3	4.7	2.4
4 ガイガーカウンター(放射線測定器)	2.2	3.4	1.2
5 墓地、仏壇	1.3	2.3	1.0
6 資産価値の高い貴金属・宝飾品(金製品、宝石、高級腕時計など)	1.2	2.2	1.0
7 非常時の避難生活に活用できる寝袋、テント、ヘルメット、小型発電機などのアウトドアグッズ	1.1	10.8	9.7
7 絆婚(震災を契機に結婚する)などで注目された結婚サービス	1.1	1.6	0.5
9 地震保険、防犯サービスなど	0.9	5.2	4.3
9 ペット	0.9	2.2	1.3
11 緊急時の安否確認・伝言サービスなど	0.8	4.9	4.1
11 (明日どうなるかわからないので)今日を楽しむための娯楽・遊興サービス	0.8	2.8	2.0
13 帰宅難民になっても歩きやすい通勤用シューズ	0.5	3.7	3.2
14 (燃料を必要としない)自転車	0.4	3.3	2.9
15 地震や津波、使用電力量のピークを予め教えてくれる警報サービス	0.3	3.4	3.1

Q.あなたが震災をきっかけにして、関心を持った商品・サービスをそれぞれすべてお答え下さい (n=2000)

(単位:%)

1 節電型家電製品(LED電球、冷蔵庫、洗濯機、エアコンなど)	51.9	16 5億円の東日本大震災復興支援グリーンジャンボ宝くじ	25.3
2 昔ながらの冷暖房器具(湯たんぼ、カイロ、扇風機、うちわなど)	41.3	17 通信機器・サービス(インターネット、携帯電話など)	24.4
3 非常食にもなる真空パック入りなどの食品や菓子類	41.1	18 太陽光発電パネル(太陽電池、太陽光発電)、家庭用燃料電池	23.9
4 耐震・免震構造の住宅	40.1	19 地震や津波、使用電力量のピークを予め教えてくれる警報サービス	23.6
5 非常時用の懐中電灯、ラジオなどの電化製品	40.0	20 医薬品、サプリメントなど	22.4
6 節電対応クール/ウォームビズ衣類、保温性・涼感のある下着	38.7	21 フェイスブック、ツイッターなどのSNS	21.1
7 非常時の避難生活に活用できる寝袋、テントなどのアウトドア用品	37.2	22 被災地に経済効果をもたらす観光ツアーなどの商品・サービス	19.3
8 灯油、電池など	34.5	22 新聞・雑誌・書籍	19.3
9 燃費効率の良いエコカー	34.3	24 放射線測定器(ガイガーカウンター)	18.3
10 日常生活に必要な日用品(トイレタリー商品、台所用品など)	34.2	25 燃料を必要としない自転車	17.2
11 緊急時の安否確認・伝言サービスなど	32.8	26 帰宅難民になっても歩きやすい通勤用シューズ	15.8
12 売上の一部を寄附に回す商品・サービス(催事、キャンペーン)	30.0	27 金融商品(株、投資信託、金の延べ棒など)	14.8
13 被災地の生産品を販売支援する商品・サービス(催事など)	27.9	28 産地を選べる食材宅配サービス	14.4
14 地震保険、防犯サービスなど	27.6	29 資産価値の高い貴金属・宝飾品(金製品、宝石、高級腕時計など)	11.8
15 地震対策の補強器具(タンスなどの転倒防止具など)	26.7	30 どうなるかわからないので今日を楽しむための娯楽・遊興サービス	11.5

【表3-1】 震災をきっかけに大切にしようと思った人間関係と行動に関するデータ

Q. 東日本大震災によって、あなたご自身の人間関係に何か変化はありましたか  
 これまで以上に大切に思った人間関係についてお知らせください

全体ランキング		(単位:%)	
対象者		震災三ヵ月後 (n=1200)	震災一年後 (n=2000)
1	親	53.8	57.6
2	配偶者	47.0	50.3
3	兄弟姉妹(↑前回4位)	46.6	49.1
4	子ども(↓前回同率2位)	47.0	46.9
5	現在付き合いのある友人	32.3	36.6
6	最近交流が少なくなってきた旧友	18.0	18.7
7	仕事関係の知人	13.5	15.2
8	恋人(彼氏・彼女)	11.5	13.6
9	ネットでのバーチャルな友人	7.3	9.3
10	過去に付き合いしていた恋人(元彼氏・元彼女)	3.7	5.1

【表3-2】

Q.これまで以上に大切にしようと思った人間関係において重視するようになったこと

	対「親」	(単位:%)		対「恋人」	(単位:%)				
		全体 (n=1152)	男性 (n=489)		女性 (n=663)	全体 (n=272)	男性 (n=148)	女性 (n=124)	
1	電話	48.6	45.6	50.8	1	メール	37.1	35.1	39.5
2	一緒に時間を過ごすこと	40.9	37.8	43.1	2	一緒に時間を過ごすこと	36.4	29.7	44.4
3	会いに行くこと	37.3	31.9	41.3	3	電話	33.5	26.4	41.9
4	メール	22.9	22.7	23.1	4	会いに行くこと	25.0	21.6	29.0
5	プレゼントを贈る	12.9	9.0	15.8	5	記念日を祝う	11.0	8.1	14.5
6	記念日を祝う	12.1	9.0	14.3	5	プレゼントを贈る	11.0	7.4	15.3
7	写真やビデオを撮る	5.2	4.3	5.9	7	約束事・決め事をする	7.4	3.4	12.1
8	約束事・決め事をする	4.8	3.7	5.6	8	写真やビデオを撮る	5.5	3.4	8.1
9	手紙	3.0	2.0	3.6	9	手紙	4.4	5.4	3.2
10	SNSやブログ	0.3	0.0	0.5	10	SNSやブログ	2.6	2.0	3.2

男女で10.0ポイント以上差が付いている項目

【表4】 震災後一年を経て定着した価値観・ライフスタイル

～震災一か月後と震災一年後の比較～

Q. 東日本大震災震災を経験して、あなたは今後の生活についてどのようにお考えですか ※とてもそう思う/そう思う/どちらともいえない/あまりそう思わない/まったくそう思わないの5段階中 「とてもそう思う+そう思う」の数値を記載	震災一か月後 全国平均 (n=2000)	震災一年後 全国平均 (n=2000)
	被災地 (n=39)	被災地 (n=75)
1 お金や時間の使い方に「メリハリ」を付けたい	69.2 69.2	72.7 81.3
2 「想定外」(従来の常識等にとらわれない)の事態を想定し、対策を立てたい	79.4 82.1	70.8 77.3
3 「ささやかな幸せ」を大切にしたい	65.2 76.9	69.8 72.0
4 これまでの「ムダ」を見直す	67.6 74.4	68.9 74.7
5 家族や身近な人々との「絆」を大切にしたい	63.9 71.8	68.5 73.3
6 できるだけ「節電や節水」をする	70.3 79.5	68.3 72.0
7 できるだけ「本質的・実質的な情報」を選んでいきたい	65.7 71.8	64.9 69.3
8 日常のストレスを忘れたり、「非日常的」な気持ちになれる時間・場所を作っておきたい	60.6 66.7	64.8 62.7
9 「エネルギーの生産・供給体制」などを知りたい	66.0 71.8	62.9 68.0
10 「社会に貢献しよう、よい社会に変えていこうという姿勢の企業」を応援したい	65.2 74.4	62.2 72.0

■ 全国平均に比べ被災地が5.0ポイント以上高い項目

【震災後二年目に向けての生活者の意識・行動調査概要】

調査手法：インターネット調査

調査地域：全国 47 都道府県 ※本調査における「被災地」は岩手、宮城、福島の 3 県を指します

調査対象：20-69 歳男女個人（学生除く）2,000 名（国勢調査の性×年代別人口構成比に基づき割付）

実施日程：2012 年 2 月 24 日（金）～3 月 1 日（木）

<参考>

震災一か月後調査：2011 年 4 月 11 日～12 日/全国 20-69 歳男女個人/2,000 名/ネット調査

震災三か月後調査：2011 年 6 月 4 日～5 日/全国 20-69 歳男女個人/1,200 名/ネット調査

<このリリースに関する問い合わせ先>

(株) 電通 電通総研 ヒューマン・インサイト部

四元、野村、大貫、穴沢 TEL：03-6216-8458