

2011年5月18日

インターワイヤード株式会社

ネットリサーチ DIMSDRIVE「震災後の意識変化」に関する調査結果を発表

防災意識高まる…東北・関東の4割強が、震災後「防災グッズ・防災セット」を購入

「震災後は家族のコミュニケーションが増えた」 関東の 55.6%

インターワイヤード株式会社運営のネットリサーチサービス「ディムスドライブ」(本社:東京都品川区)では、『震災当日・震災後の生活に関するアンケート』を2011年4月7日～4月21日に行いました。

本リースでは、震災後の防災意識の変化と家族コミュニケーションの変化についてまとめました。

国の災害指定区域(青森・岩手・宮城・福島・茨城)を除く都道府県在住者9,905人から回答を得ています。

この度の東日本大震災により被災された皆様に、心よりお見舞い申し上げます。

被災地の一日も早い復興をお祈り致しております。

調査結果の詳細 <http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2011/110518>

防災意識の変化 東北・関東の4割強が、震災後「防災グッズ・防災セット」を購入

震災後の「防災」に対して【意識の変化】・【行動の変化】はあったのか?

回答者に、“あてはまる”～“あてはまらない”の5段階で尋ねた。

5段階のうち、“あてはまる”・“ややあてはまる”と回答した、『変化のあった人』の割合を見てみると、

①ニュースを見る・聞くことが増えた…

【東北】の69.1%、【関東】の72.2%が当てはると回答。【東北】と【関東】では変化が大きい。

【その他の地域】についても6割を超える高い割合だった。

②自宅で過ごす時間が増えた…【東北】56.8%、【関東】48.3%

③防災グッズ・防災セットを購入した…【東北】43.9%、【関東】42.7%

④保存水・非常食を購入した…【東北】43.9%、【関東】36.5%であった。

⑤家具の転倒や落下防止などの対策を行った…【関東】は他の地域よりも割合が高く、26.1%であった。

今回の震災を機に、全体的に防災意識が高まっている傾向にあった。

特に【東北】と【関東】では意識の変化が強く、4割強が、震災後に防災グッズ・セットを用意している。

家族コミュニケーションの変化 「震災後、コミュニケーションが増えた」 関東の 55.6%

同様に、家族と同居している人の『震災後の、家族コミュニケーション』変化割合を見てみると、

①家族で震災について話し合った…

【東北】55.6%、【関東】54.5%と半数を超え、高い割合だった。【その他の地域】でも4割を超えた。

②家族と一緒に過ごす時間が増えた…

【東北】は39.5%、【関東】は32.6%。【その他の地域】では12.8%と差があった。

③家族の会話が増えた…

【東北】は37.9%、【関東】は32.1%。【その他の地域】では17.9%であった。

震災についての話し合いは地域に関わらず増えているが、震災の影響が大きい【東北】・【関東】では3～4割が、家族の会話や、一緒に過ごす時間が増え、コミュニケーションが増えた事が分かった。

仲間・近所のコミュニティを大事にし始めた…1人暮らしの 16.7%

一方、ひとり暮らしの人の『生活の変化』については、

①(離れた)家族との電話などの連絡が増えた…【東北】は50.0%と半数。【関東】も28.4%であった。

②仲間・近所などのコミュニティの付き合いを大事にした…【東北】16.7%、【関東】12.1%、

震災をきっかけに、特に【東北】の人々は、家族や仲間・ご近所との繋がりを大事に思う人が増えたようである。

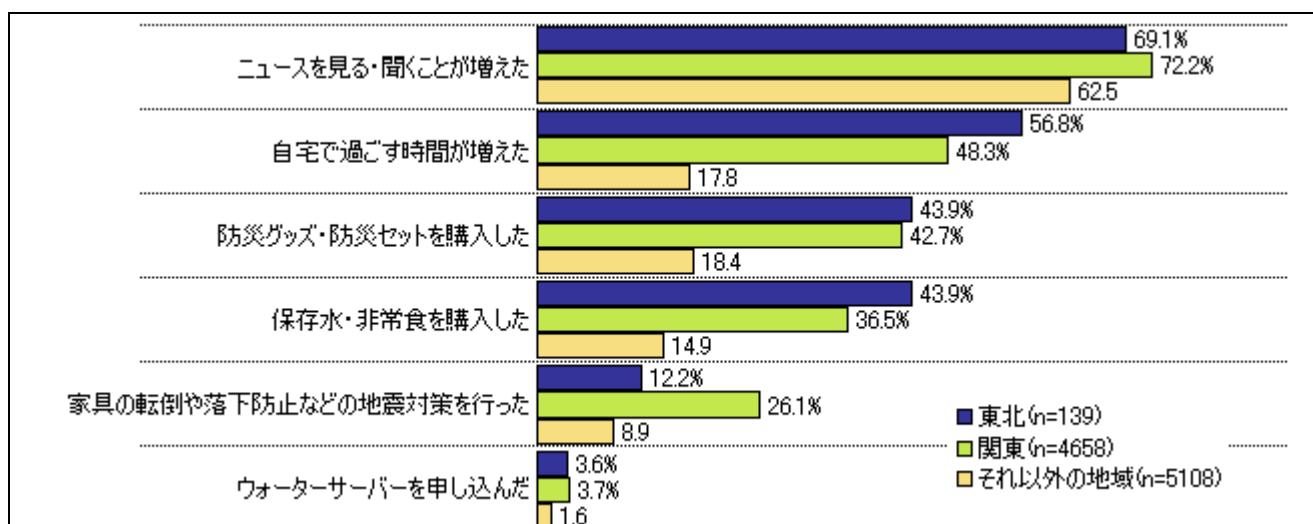
グラフ資料

【Q：次の事柄について、震災以降、変化などはありましたか。あてはまる度合いをお選びください。】
 (各項目につき単一回答)

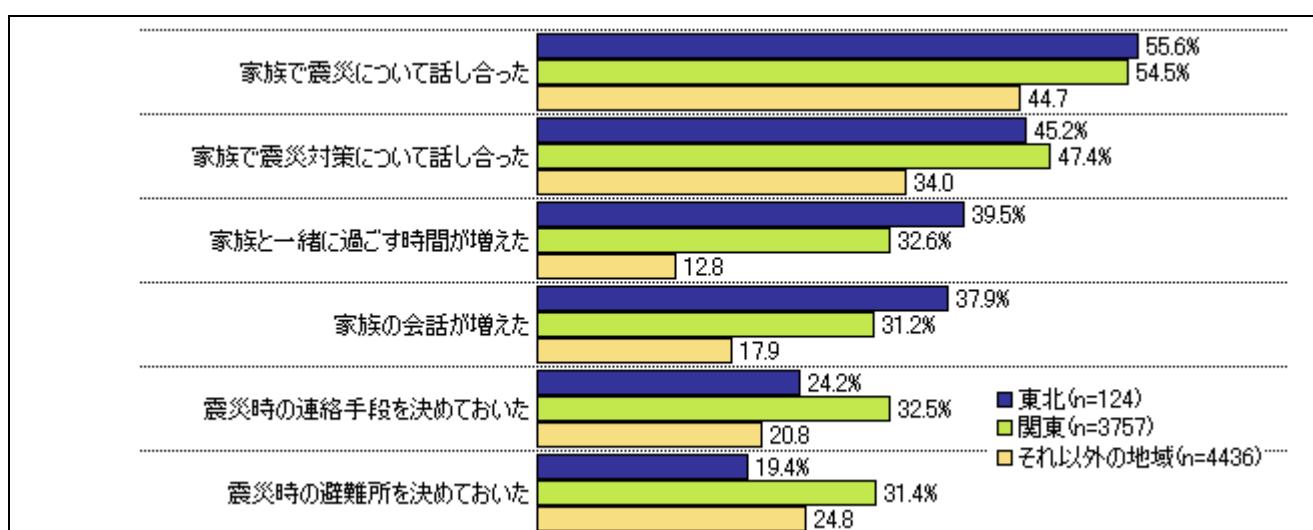
回答者全員：9,905名

<『あてはまる』人の割合(「あてはまる」と「ややあてはまる」回答者)>

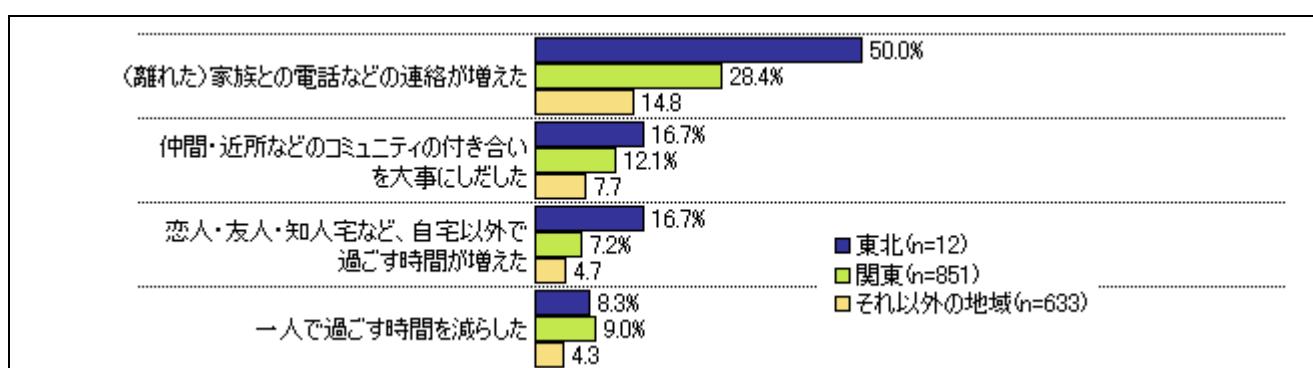
◆震災後の、防災意識が変化した人の割合(東北・関東・それ以外の地域)



◆震災後の、家族コミュニケーション意識の変化



◆震災後の、一人暮らし者の生活変化



調査項目

- 震災以降の、防災意識の変化
(家具などの地震対策・防災グッズ、セット、保存食等の用意)
- 震災以降の、家族コミュニケーションの変化
(家族と一緒に過ごす時間・家族の会話・震災、震災対策についての話し合い・避難場所、連絡方法の取りきめ)
- 震災以降の、1人暮らしの生活変化
(一人で過ごす時間・自宅以外で過ごす時間・家族との連絡・コミュニティの付き合い)

<リリース掲載外データ>

- 3月11日の地震発生時について(居た場所、停電状況)
- 震災当日の帰宅について(帰宅したかしないか・帰宅方法・帰宅しなかった際の滞在場所)
- 情報ツールについて(近親者と連絡が取れるなど、一段落するまでに利用したツール・役に立ったツール)

調査概要

調査方法	インターネットを利用したアンケート調査	
調査期間	2011年4月7日～4月21日	
調査対象者	DIMSDRIVE モニター 9,905人	
対象地域	青森・岩手・宮城・福島・茨城在住者を除いた、全国	
性別	N	%
男性	5529	55.8
女性	4376	44.2
年代	N	%
10代	48	0.5
20代	704	7.1
30代	2418	24.4
40代	3263	32.9
50代	2078	21.0
60代以上	1394	14.1
エリア	N	%
北海道	428	4.3
東北(秋田・山形)	139	1.4
甲信越	291	2.9
関東(茨城除く)	4658	47.1
東海	1085	11.0
北陸	172	1.7
近畿	1835	18.5
中国	425	4.3
四国	247	2.5
九州・沖縄	625	6.3

ネットリサーチのDIMSDRIVEについて

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に18万人のモニターを擁し、インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、マーケティングのトータルソリューションサービスです。広告効果測定やライフスタイル分析など、目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

本アンケートは、DIMSDRIVEの公開調査「タイムリーリサーチ」の企画調査です。

- ◆DIMSDRIVEホームページ <http://www.dims.ne.jp/>
- ◆DIMSDRIVE【Timely Research】ホームページ <http://www.dims.ne.jp/>

＜所在地＞ 東京都品川区東品川2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F TEL:03-5463-8255
＜代表者＞ 斎藤 義弘
＜事業内容＞ Webマーケティングリサーチサイト「DIMSDRIVE」運営

<調査結果に関するお問合せ>
インターワイヤード株式会社 『ディムスドライブ事務局』
TEL: 03-5463-8256 Email: timely@dms.ne.jp