



VOICE（仙台版）調査レポート

仙台市青葉区本町3丁目2-26
株式会社 東日本リサーチセンター
代表取締役 佐藤 彰男

「東日本大震災」に関する調査

このたびの東北地方太平洋沖地震により被災されました皆様、ご関係者の方々には謹んでお見舞い申し上げますとともに、被災地の皆様の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

さて、当社では、東北地域における地元の民間調査研究機関として、東北地域の復興に向けて、微力ながら尽力して参りたいと考えておりましたが、その一環として、当社の仙台地域の消費者モニターを対象として、「東日本大震災」に関する調査を実施しました。

このたび、その調査結果がまとまりましたので、ご案内申し上げます。今後の被災地の復興に向けた参考資料にして頂ければ幸いです。

今後も、当社では地域に根ざした調査テーマについて、調査研究を続けて参りたいと考えておりますので、宜しくお願い申し上げます。

調査実施概要

1. 調査対象および回収状況

○調査対象者（仙台市内に居住する当社の消費者パネルモニター1,000人）

○回収状況（対象数1,000サンプル、回収数1,000サンプル、回収率100.0%）

		青葉区	宮城野区	若林区	太白区	泉区	合計
男性	20代	20	20	20	20	20	100
	30代	20	20	20	20	20	100
	40代	20	20	20	20	20	100
	50代	20	20	20	20	20	100
	60代	20	20	20	20	20	100
女性	20代	20	20	20	20	20	100
	30代	20	20	20	20	20	100
	40代	20	20	20	20	20	100
	50代	20	20	20	20	20	100
	60代	20	20	20	20	20	100
合計		200	200	200	200	200	1,000

2. 調査方法

○留置調査法（訪問留置、訪問回収）

3. 調査実施期間

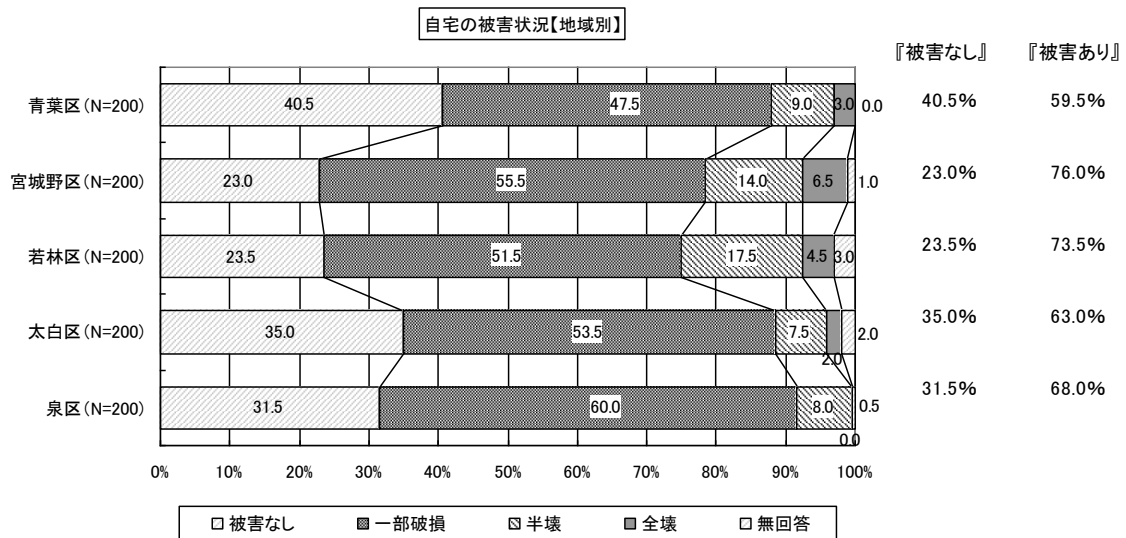
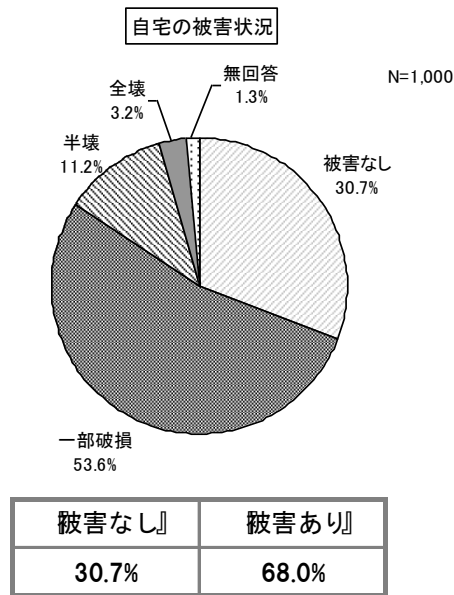
○平成 23 年 7 月

1. 自宅の被害状況 (単数回答)

自宅の被害状況は、『被害あり』がほぼ7割(68.0%)を占める。

○自宅の被害状況は、「一部破損」が53.6%、「半壊」が11.2%、「全壊」が3.2%となっており、これらを合わせた『被害あり』が68.0%となっている。

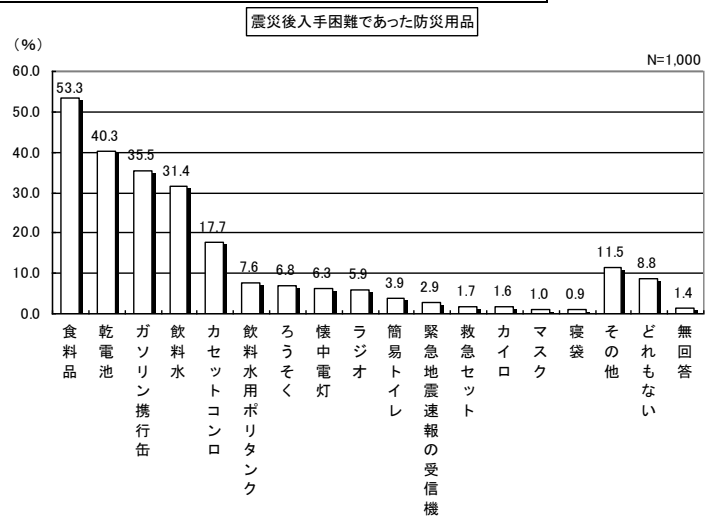
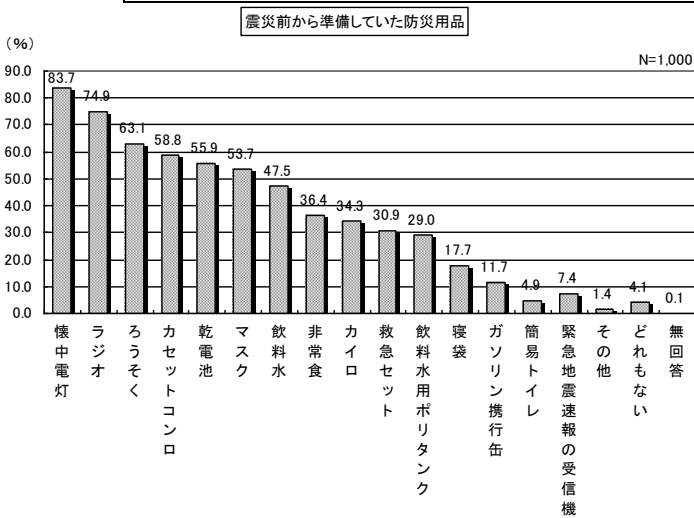
○地域別で見ると、『被害あり』が“宮城野区”と“若林区”で他の地域に比べ多くなっている。



2. 震災前から準備していた防災用品、震災後入手困難であった防災用品（複数回答）

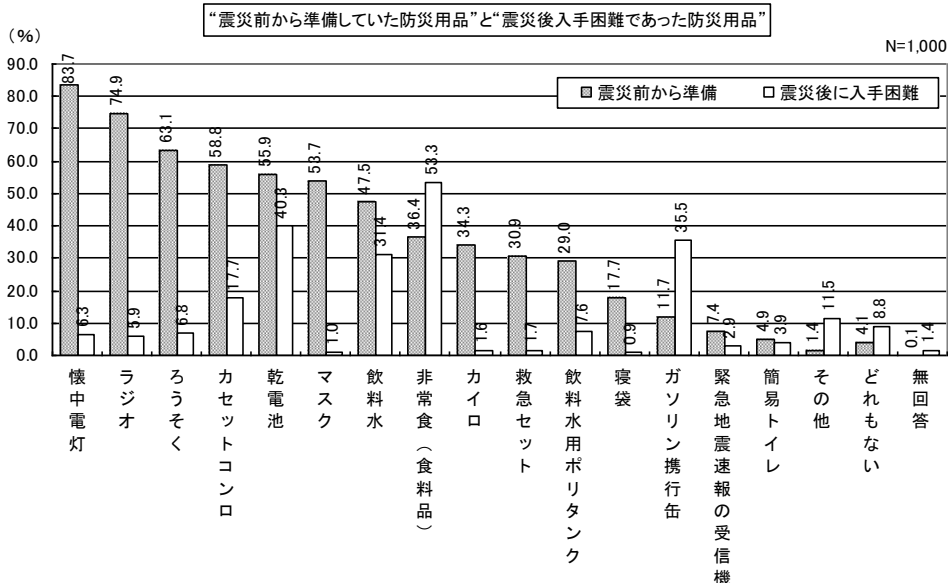
震災前から準備していた防災用品の上位3位は「懐中電灯」、「ラジオ」、「ろうそく」。
震災後入手困難であった防災用品の上位3位は「食料品」、「乾電池」、「ガソリン携行缶」。

- 震災前から準備していた防災用品の上位3位は、第1位が「懐中電灯」で83.7%となっている。次いで、第2位が「ラジオ」で74.9%、第3位が「ろうそく」で63.1%となっている。
- 一方、震災後入手困難であった防災用品の上位3位は、第1位が「食料品」(53.3%)で5割台となっており他を引き離している。次いで第2位が「乾電池」(40.3%)、第3位が「ガソリン携行缶」(35.5%)となっている。



（参考）“震災前から準備していた防災用品”、“震災後入手困難であった防災用品”の比較

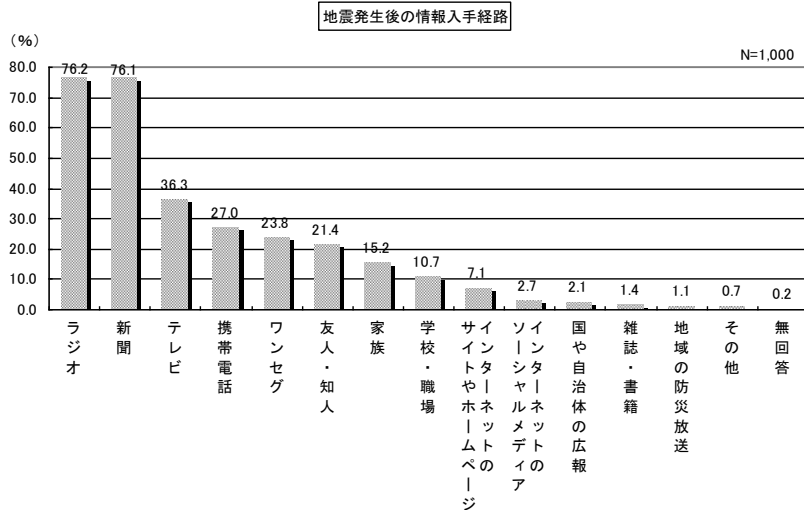
- “震災前から準備していた防災用品”と“震災後入手困難であった防災用品”を比較すると、「ガソリン携行缶」は震災前にほとんど準備されておらず、さらに震災後には入手困難となった様子がうかがえる。一方、「乾電池」や「飲料水」、「非常食（食料品）」は、震災前から準備されていたものの、震災後には入手困難となったことから、今後、防災用品を揃える際、これらについては、さらなる準備を行うことが必要であるといえる。



3. 地震発生後の情報入手経路 (複数回答)

地震発生後の情報入手経路は、「ラジオ」(76.2%)、「新聞」(76.1%)が、他を引き離している。

○地震発生後の情報入手経路は、第1位が「ラジオ」、(76.2%) 第2位が「新聞」(76.1%)で、これらは7割を超え、他を大きく引き離している。次いで、第3位が「テレビ」で36.3%となっている。

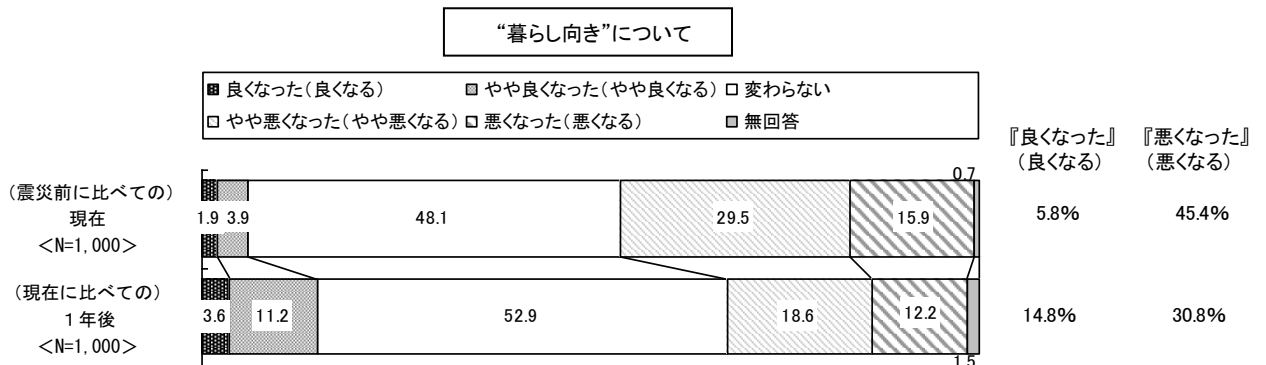


4. “現在の暮らし向き”と“1年後の暮らし向き”の見通し (単数回答)

“1年後の暮らし向き”の見通しは、現在に比べ『悪くなる』(30.8%)が『良くなる』(14.8%)を上回っている。

○震災前に比べての“現在”の暮らし向きは、「良くなった」(1.9%)と、「やや良くなった」(3.9%)を合わせた『良くなった』が5.8%となっている。一方、「やや悪くなった」(29.5%)と、「悪くなった」(15.9%)を合わせた『悪くなった』が45.4%となっている。なお、「変わらない」は48.1%となっている。

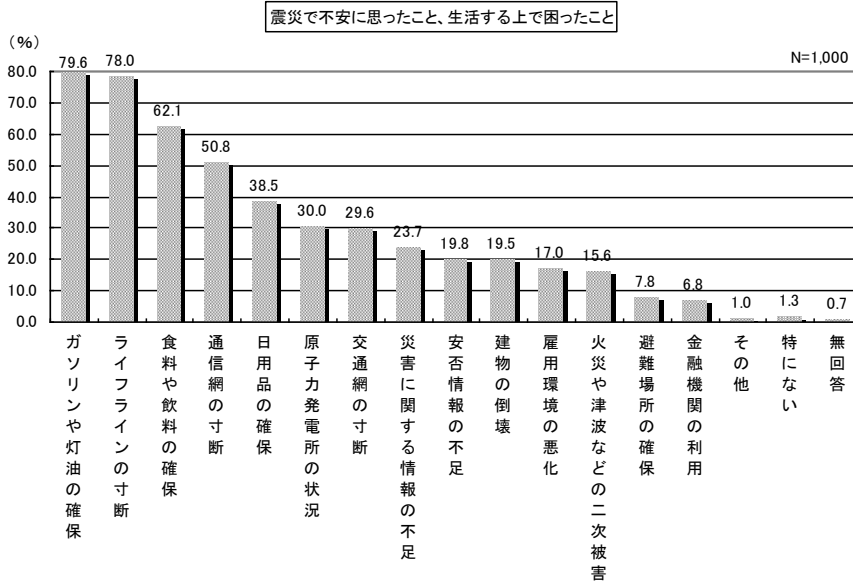
○現在に比べての“1年後”の暮らし向きの見通しは、「良くなる」(3.6%)と、「やや良くなる」(11.2%)を合わせた『良くなる』が14.8%となっている。一方、「やや悪くなる」(18.6%)と、「悪くなる」(12.2%)を合わせた『悪くなる』が30.8%となっている。なお、「変わらない」は52.9%となっている。



5. 震災で不安に思ったこと、生活する上で困ったこと (複数回答)

震災後に生活する上で困ったことは、「ガソリンや灯油の確保」(79.6%)、「ライフラインの寸断」(78.0%)がほぼ8割に達し、他を引き離している。

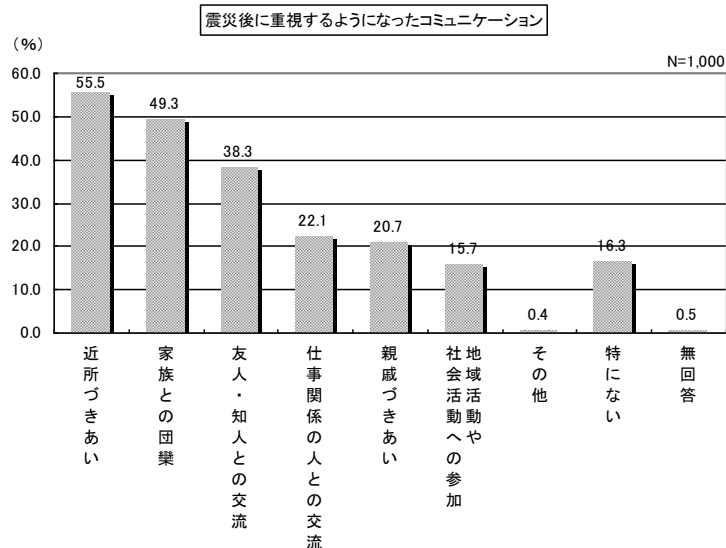
○震災で不安に思ったことや生活する上で困ったことは、第1位が「ガソリンや灯油の確保」(79.6%)、第2位が「ライフラインの寸断」(78.0%)で、ほぼ8割に達し、他を引き離している。次に、第3位「食料や飲料の確保」(62.1%)、第4位「通信網の寸断」(50.8%)、第5位「日用品の確保」(38.5%)と続いている。



6. 震災後に重視するようになったコミュニケーション (複数回答)

震災後に重視するようになったコミュニケーションは「近所づきあい」(55.5%)が最も多く、5割を超える人に挙げられている。

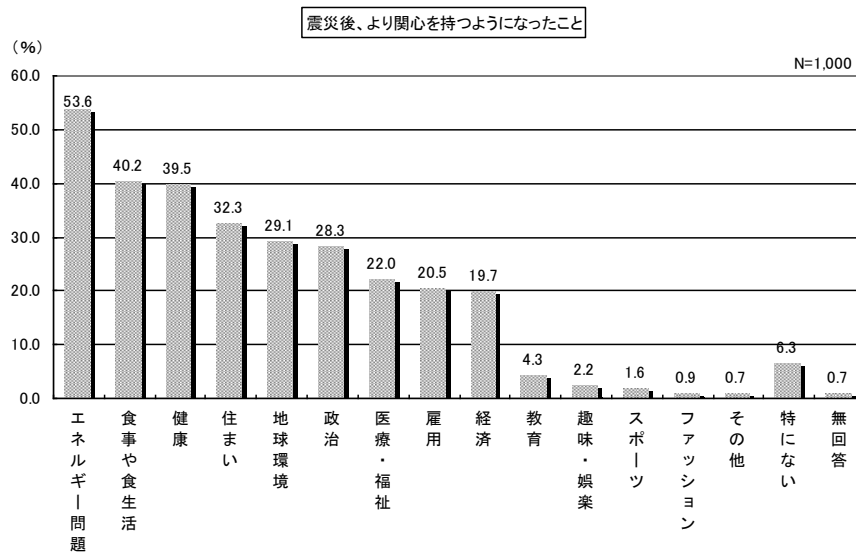
○震災後に重視するようになったコミュニケーションは、第1位が「近所づきあい」で55.5%と、5割を超えている。次いで、第2位「家族との団欒」(49.3%)、第3位「友人・知人との交流」(38.3%)と続いている。



7. 震災後、より関心を持つようになったこと（複数回答）

震災後、より関心を持つようになったことは、「エネルギー問題」（53.6%）で唯一5割を超えて最も多く、他を引き離している。

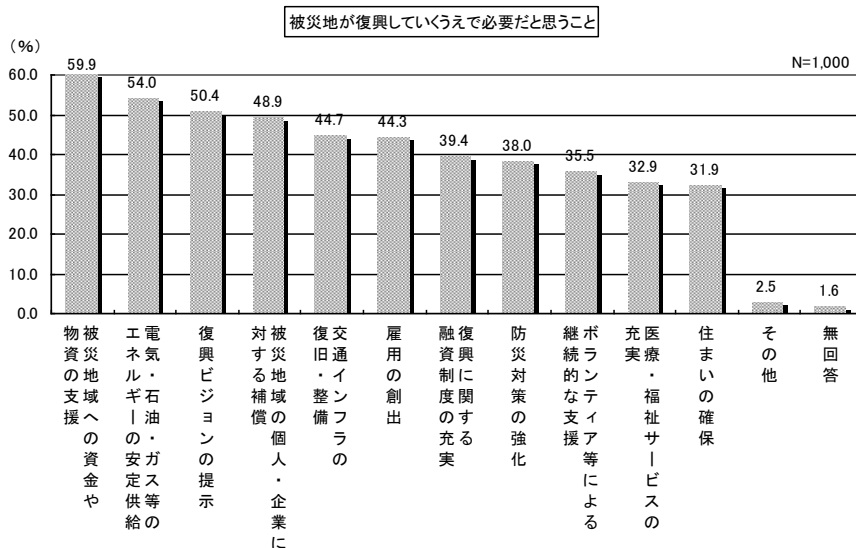
○震災後、より関心を持つようになったことは、第1位が「エネルギー問題」で53.6%と、唯一5割を超え、他を引き離している。次いで、第2位が「食事や食生活」（40.2%）、第3位が「健康」（39.5%）となっており、これらは4割前後で続いている。



8. 被災地が復興していく上で必要だと思うこと（複数回答）

5割を超える人が被災地復興に必要であることとして、「被災地域への資金や物資の支援」（59.9%）、「電気・石油・ガス等のエネルギーの安定供給」（54.0%）、「復興ビジョンの提示」（50.4%）を挙げている。

○被災地が復興していく上で必要だと思うことは、第1位が「被災地域への資金や物資の支援」（59.9%）、第2位が「電気・石油・ガス等のエネルギーの安定供給」（54.0%）、第3位が「復興ビジョンの提示」（50.4%）、第4位が「被災地域の個人・企業に対する補償」（48.9%）となっており、これらは5割前後の人に挙げられている。

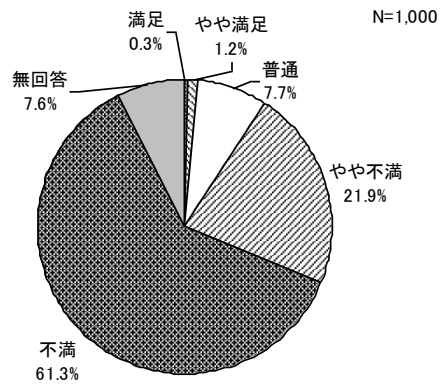


9. 震災に対する政府の行動や対応への評価 (単数回答)

震災に対する政府への評価は『不満』(83.2%)が『満足』(1.5%)を大きく上回る。

○震災に対する政府の行動や対応への評価は、「やや不満」(21.9%)と、「不満」(61.3%)を合わせた『不満』が83.2%となっており、「満足」(0.3%)と、「やや満足」(1.2%)を合わせた『満足』(1.5%)を大きく上回っている。

震災に対する政府の行動や対応への評価



『満足』	『不満』
1.5%	83.2%

当社では、「東日本大震災」に関する調査を、今回の“仙台版”の他に、

- ◆ “特別版”（仙台市中心部への来街者 240 人を対象とした街頭調査：平成 23 年 5 月実施）
- ◆ “東北版”（東北地域の当社の消費者モニター1,000 人を対象とした訪問留置調査：平成 23 年 7 月実施）

についても調査を行っており、その結果を公表しております。

詳しくは、当社ホームページ（<http://www.erc-voice.co.jp/>）をご覧ください。

★「お問合せ」

仙台市青葉区本町 3 丁目 2-26 TEL 022 (217) 3021 FAX 022 (217) 3022

E-mail : erc@erc-voice.co.jp <http://www.erc-voice.co.jp/>

株式会社 東日本リサーチセンター 企画調査部（担当：佐藤 貴俊）

禁無断転載