東日本大震災が消費・旅行に与える影響

「復興のために個人や社会が元気に」意識広まる

JTBグループのツーリズム・マーケティング研究所は、「東日本大震災が消費・旅行に与える影響に関する調査」を4月上旬にインターネットで実施し、その調査結果をこのほど発表した。結果から「震災からの復興のためにも、個人や社会が元気にならないといけないという意識が広まっていると見られる」という。

震災から約1カ月後の調査では、「東日本大震災と津波、それに伴う福島原子力発電所の停止などの出来事は、日常生活における行動に何らかの影響を及ぼしたか」と質問（図1―1）。「影響はなかった」の回答は30・6％で、7割の人が何らかの影響を受けていた。

「家庭や職場での節電を心掛けた」（45・0％）、「テレビを見る時間が増えた」（32・4％）に次いで、「趣味・娯楽のための外出が減った」（18・2％）、「夜に飲みに行く・外食をすることが減った」（17・4％）、「車での外出を控えるようになった」（17・0％）など、外出や外食を控えるようになったという回答が多い。旅行関連では、「旅行を中止、延期した」は14・0％、「出張を中止、延期した」が4・8％となった。

旅行や出張を中止、延期した人に理由を聞くと、「交通手段がなくなった、不便になったから」（40・0％）、「世の中がなんとなく暗い、楽しめない気がするから」（27・1％）、「被災した方々に対して罪悪感があるから」（24・7％）という理由をあげる人が多かった。

回答者の居住地別に見ると（図1―2）、自身の日常生活に「影響はなかった」は首都圏でわずか14・8％であるのに対し、中京圏では41・0％、関西圏では50・0％と、西日本へいくほど日常生活で震災の影響が少ないと感じている人が多い。また、中京圏や関西圏では首都圏よりも外出や外食などを控える傾向が少ないことから、西日本から旅行需要の回復が進んでいくと期待される。

また、「こういう状況だから、積極的に買い物したり、出かけたりして元気を出した方がいいと思うか」との設問で、そう思う人は50・8％と過半数を占めた（図2）。「娯楽を控えようと思うか」については、控えようと思う人は24・6％に過ぎない（図3）。個人や社会が元気にならないといけないという意識が広まっていると見られる。

しかし、「災害状況が悪化するかもしれないので不安」と感じている人は70・6％もおり、不安感の解消が課題だ（図4）。

「今、どんな気分転換がしたいか」という設問では、「温泉でのんびり」が58・2％で1位となり、「外食でおいしいものが食べたい」（42・2％）、「気の合う仲間と、家以外の場所で遊びたい」（34・2％）、「映画館やコンサート、ライブに行きたい」（29・8％）、「趣味・娯楽のための買い物がしたい」（26・2％）などの回答が多かった（図5―1）。

調査は4月8～12日に実施。対象は、首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）、中京圏（愛知県、三重県、岐阜県）、関西圏（京都府、大阪府、兵庫県、奈良県）に居住する20～69歳の男女。サンプル数は500人（首都圏250人、中京圏100人、関西圏150人）。

ツーリズム・マーケティング研究所　調査

図1－1　東日本大震災と津波、それに伴う福島原子力発電所の停止などの出来事は、日常生活における行動に何らかの影響を及ぼしたか。（n＝500）

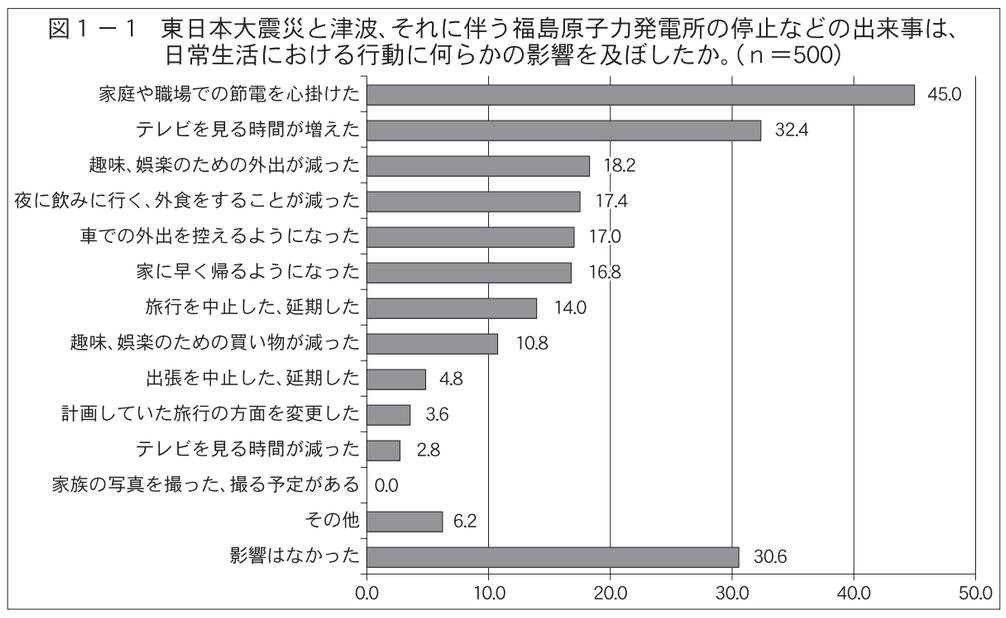

図1－2　同設問（居住地別）

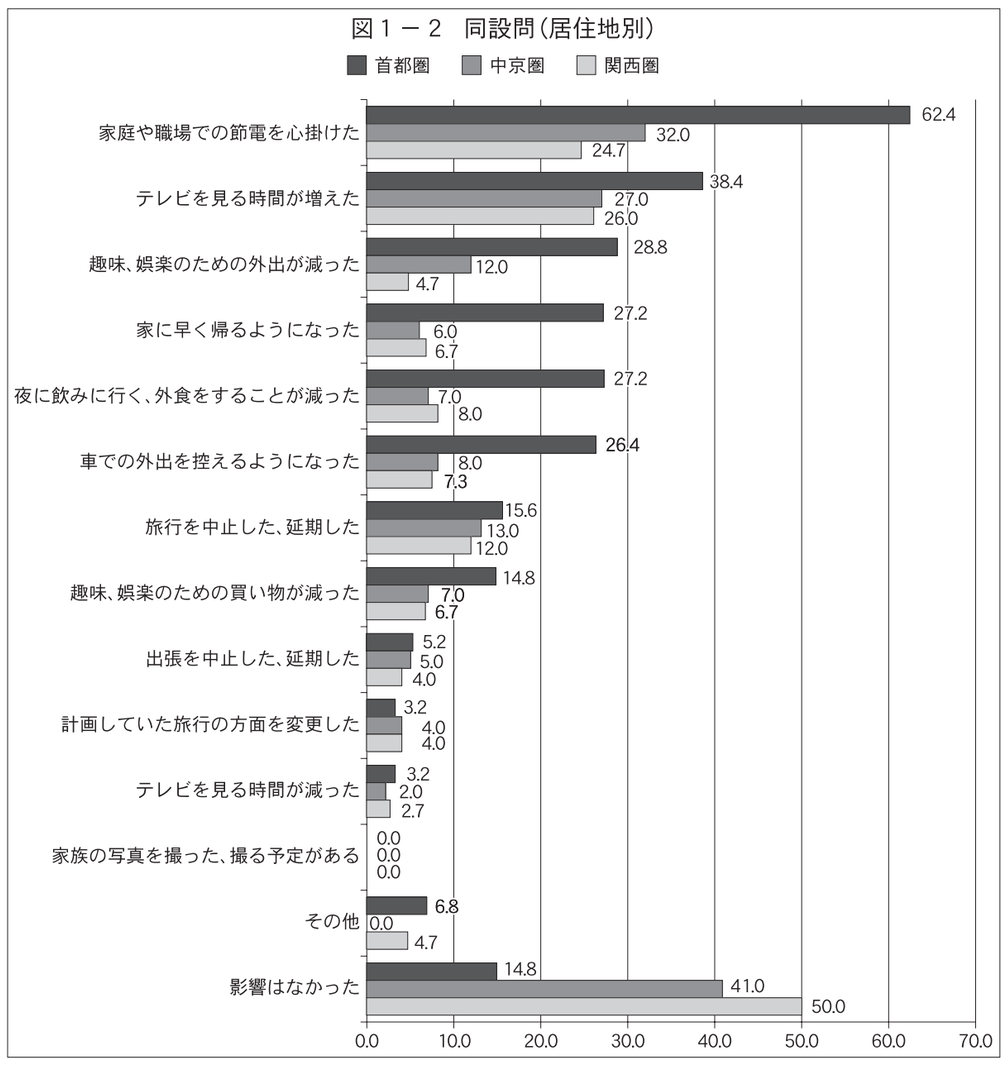

図2　こういう状況だから、積極的に買い物したり、出かけたりして元気を出した方がいいと思うか

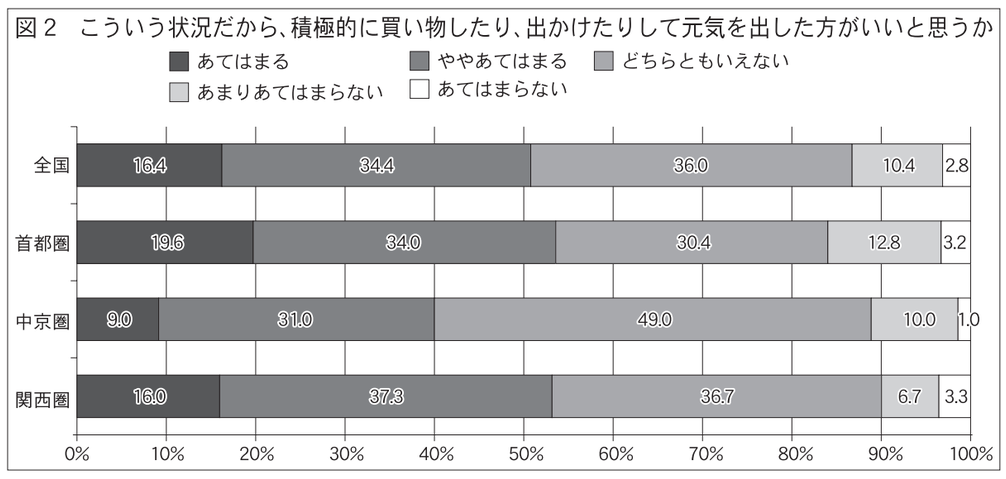

図3　娯楽を控えようと思うか

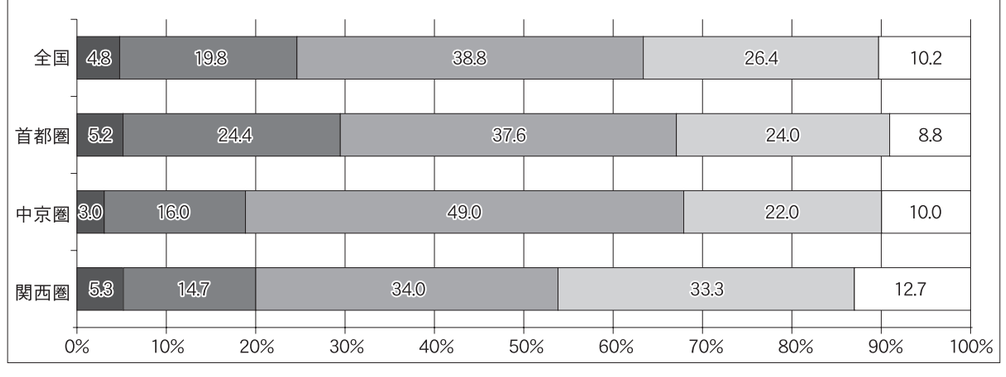

図4　災害状況が悪化するかもしれないので不安と思うか

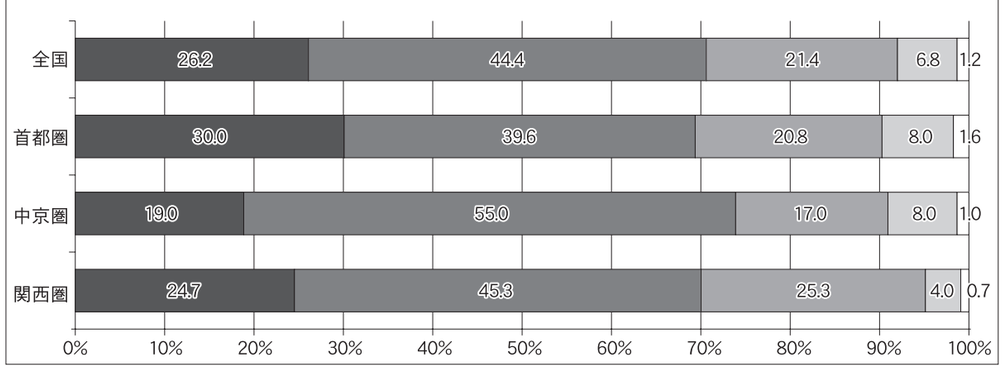

図5－1　実際に実現可能かどうかにかかわらず、今、どんな気分転換がしたいか（全体）

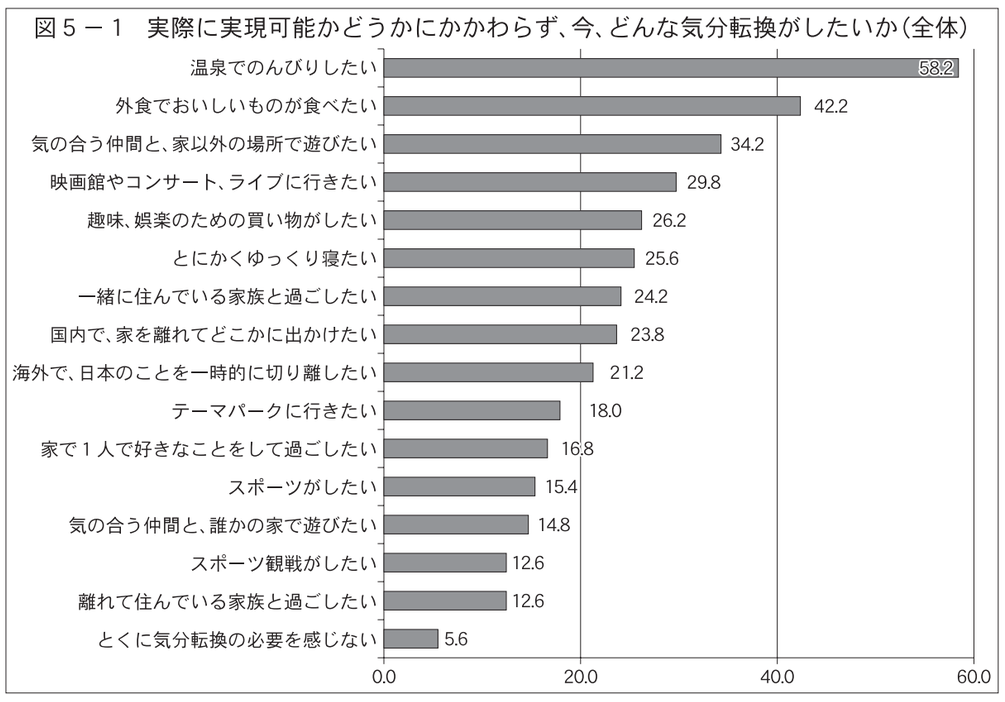
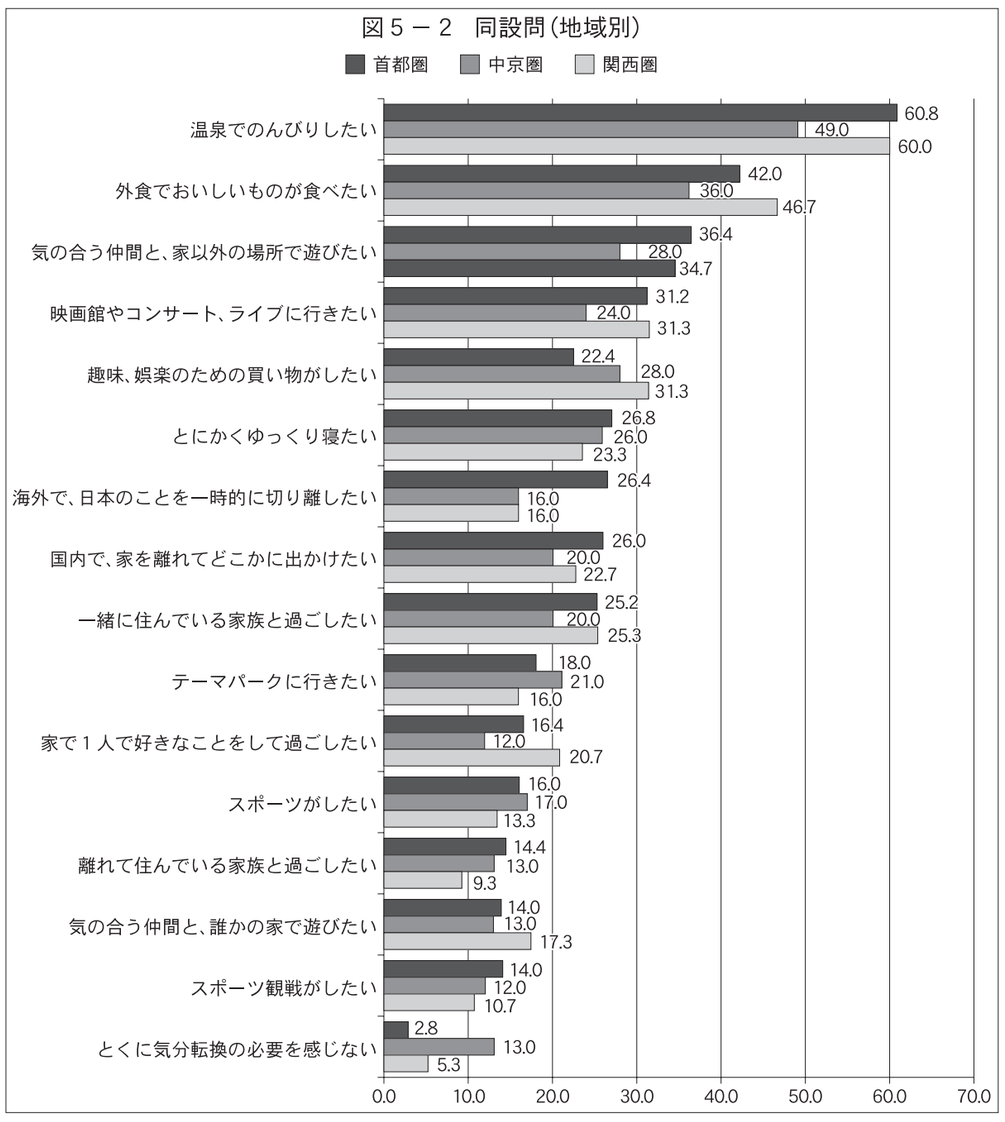
図5－2　同設問（地域別）