

新型インフルエンザに関する意識調査結果

弱毒性から強毒性に変化することに警戒感を持つ人が、8割以上。

「マスク」は一人あたり平均41枚の購入。京阪神では7割を超える着用率

このたび博報堂と、グループ会社である東京サーベイ・リサーチ(社長:中澤勝、東京都中央区)は、博報堂グループ独自の調査パネルである「Hi-panel」を使って、今回の新型インフルエンザに関する生活者意識調査を実施いたしましたので、ご紹介いたします。

(調査日:6/13(土)・14(日)、対象:「Hi-panel (*1)」モニター会員 704名、手法:Web アンケート調査)

新型インフルエンザに対する現在の不安感は、国内感染が判明した頃(5月中旬、詳細は次ページ)から約20ポイント減少して約37%となり、不安のピークは過ぎ、落ち着きつつあることが分かりました。しかし約82%の人が、新型インフルエンザが弱毒性から強毒性に変化するという“新たな脅威”に対して警戒感を持っており、新型インフルエンザについての高い関心は当面続きそうです。

こうした脅威に備えての情報収集は、主にマスメディアが情報源となっています。特に「信頼できる情報源」では、全ての情報源の中で1位がテレビ番組69%、2位が新聞61%となっており、マスメディアの情報への信頼と期待が伺えます。

また本調査では、今回の新型インフルエンザに伴う主な社会現象についても調べています。「豚肉の買い控え」に関しては、「なるべく豚肉を食べないようにした」という人はほとんどおらず、多くの生活者は冷静に対応していたようです。「マスクの売り切れ」については、購入意向者のほぼ半数が購入するまでに3店舗以上探し回ったことや、購入者一人あたりの購入枚数が平均41枚という実態が明らかになり、マスメディアで報道された売り切れ現象を実証する結果となりました。なお最初に国内感染の中心地となった京阪神圏では、マスク着用率が7割以上と、首都圏に比べて30ポイントも高く、あらためて同地域の生活者の危機意識が明らかになりました。

今後も博報堂グループでは、様々な生活者意識調査をタイムリーに実施してまいります。

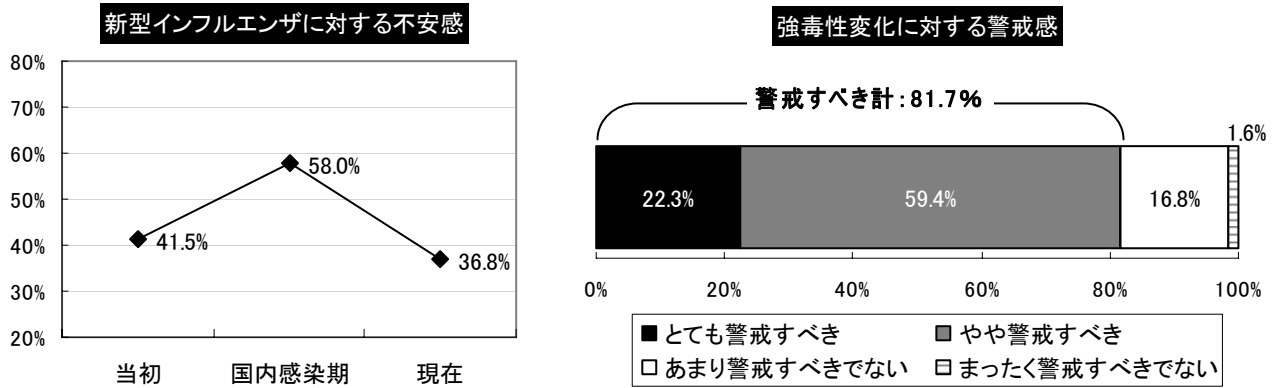
<調査結果のポイント>

- 新型インフルに対する現在の不安感は36.8%。ピーク時(国内感染期)に比べて約20ポイント減少。
- 新型インフルの弱毒性から強毒性への変化に対して警戒すべきだと感じている人は81.7%。
- 新型インフルに関する情報源は主にマスメディアで、98.7%の人が情報源としている。
- 信頼できる情報源は、1位:テレビ(69%)、2位:新聞(60.8%)、3位:国のホームページ(50.1%)
- 「なるべく豚肉を食べないようにした」人は国産:1.1%、外国産:2.4%と、ほとんど見受けられない。
- 全体の69%がマスク購入意向あり。実際に購入した人は55.1%、買おうとしたが買えなかった人も。
- マスク購入者の平均購入枚数は41枚。
- マスク購入意向者のほぼ半数(48%)が、購入するまでに「3店舗以上」探し回っている。
- 京阪神圏のマスク着用率は71.9%と、首都圏(41.2%)に比べ30ポイントも高い。「外出時に人ごみを避ける」「外出自体を控える」行動も、京阪神圏で顕著。

添付資料: 調査データ

<意識>

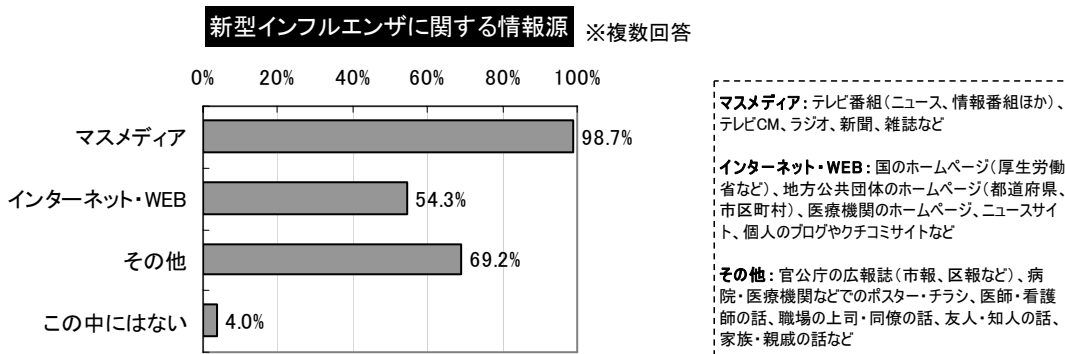
- 新型インフルに対する現在の不安感は 36.8%。ピーク時(国内感染期)に比べて約 20 ポイント減少。
- 新型インフルの弱毒性から強毒性への変化に対して警戒すべきだと感じている人は 81.7%。



(※注) 上左グラフの「当初」は「成田空港などで海外渡航者の感染が報道された当初」(＝5月頭)、「国内感染期」は「国内(神戸・大阪など関西)での感染が報道された頃」(＝5月中旬～)、「現在」は調査実施時点(＝6月中旬)として、それぞれの時点における自分や家族が感染することへの不安の程度を質問したものです。

<情報収集>

- 新型インフルに関する情報源は主にマスメディアで、98.7%の人が情報源としている。
- 信頼できる情報源は、1位: テレビ(69%)、2位: 新聞(60.8%)、3位: 国のホームページ(50.1%)



新型インフルに関する信頼できる情報源 TOP10		合計(%)
1	テレビ番組(ニュース、情報番組ほか)	69.0
2	新聞	60.8
3	国のホームページ(厚生労働省など)	50.1
4	医療機関のホームページ	46.2
5	医師・看護師の話	43.6
6	官公庁の広報誌(市報、区報など)	39.2
7	病院・医療機関などでのポスター・チラシ	37.9
8	地方公共団体のホームページ(都道府県、市区町村)	32.5
9	ニュースサイト	25.4
10	ラジオ	12.4

※複数回答

<購買行動>

●「なるべく豚肉を食べないようにした」人は国産:1.1%、外国産:2.4%と、ほとんど見受けられない。

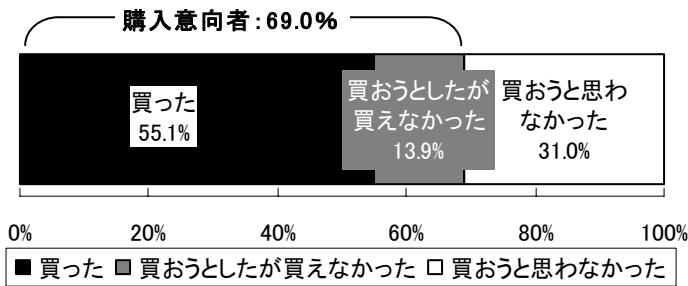
予防対策として、豚肉を控えたかどうか

※複数回答

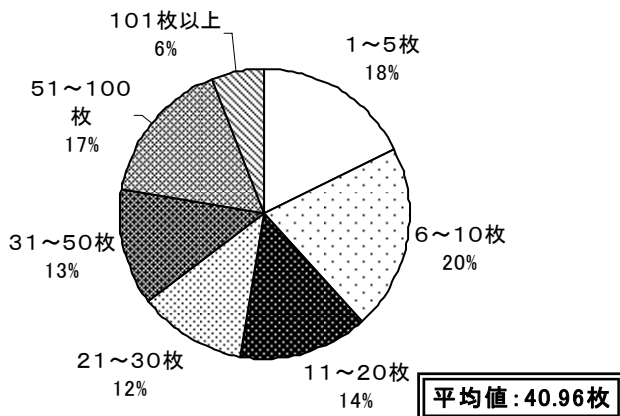


- 全体の69%がマスク購入意向あり。実際に購入した人は55.1%、買おうとしたが買えなかった人も。
- 実際に購入した人の平均購入枚数は41枚。
- マスク購入意向者のほぼ半数(48%)が、購入するまでに「3店舗以上」探し回っている。

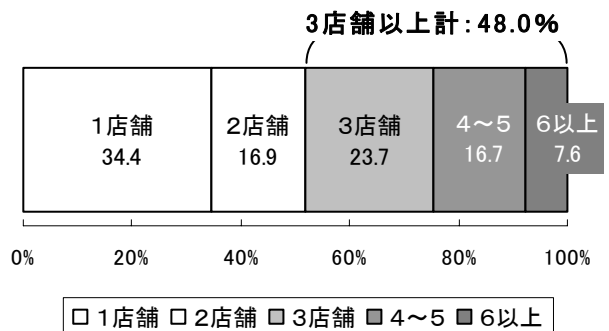
マスクの購買意欲と実際の購買行動



マスクの購入枚数
(「買った人」ベース)

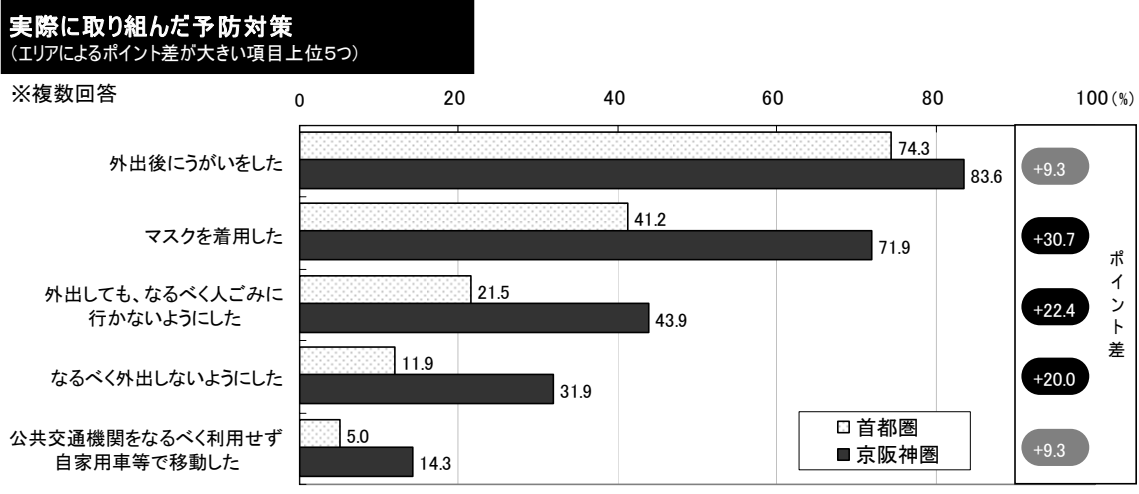


マスクを購入するまでに探して回った店舗数
(「買った」+「買おうとしたが買えなかった」人ベース)



<エリア比較>

- 京阪神圏のマスク着用率は 71.9%と、首都圏(41.2%)に比べ 30 ポイントも高い。
「外出時に人ごみを避ける」「外出自体を控える」行動も、京阪神圏で顕著。



<調査概要>
 調査方法: Web アンケート調査 調査日: 6月13日(土)・14日(日)
 調査対象: 「Hi-panel」のモニター会員(男女 15歳~69歳) 首都圏・京阪神圏 全24層
 有効回答数: 704名(男性 355名、女性 349名)

*1 「Hi-panel」とは・・・ 調査回答者の「顔が見える、声が聞こえる」、博報堂グループ独自のハイクオリティなインターネット調査システムです。事前の戸別訪問による協力依頼のもとに登録してもらったアンケートモニターが調査対象です。そのため、調査対象者としては不適切な謝礼金や懸賞品目的のユーザーの排除や、インターネットのヘビーユーザーに偏らない調査対象者の設定が可能です。

本件に関するお問い合わせ：

博報堂 広報室 西尾・山野 (Tel:03-6441-6161)
 東京サーベイ・リサーチ 開発企画部 (Tel:03-5543-2353)