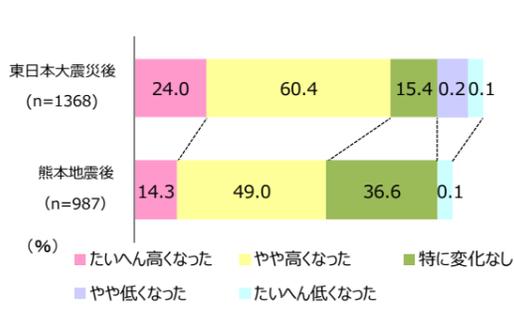


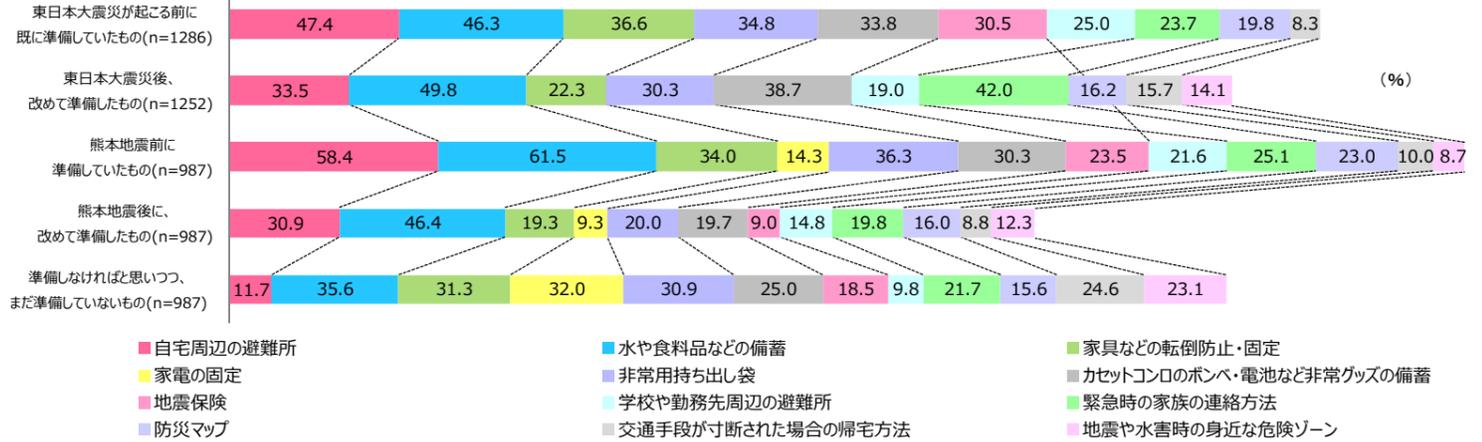
01 Woman's Trend

熊本地震後、気になりつつも出来ていないのは「家具・家電の固定」(32%) 耐震診断・耐震工事に、半数以上が関心あり

Q. 防災に対する意識、大地震後変わった？



Q. 災害対策として、確認・準備していたものは？



東日本大震災(以下東日本)で津波の恐ろしさを知り、熊本地震(以下熊本)では直下型地震の恐ろしさを改めて突き付けられた。耐震設計基準も見直しねばならないほど頻繁な揺れは、私たちの防災意識も変えたのではないかと思う。

東日本後にとったアンケート結果と比較すると、熊本後はさらに防災意識が高くなった人が6割。特に変化なしという人は、東日本で十分に高まったのでという回答が多かった。

東日本前から準備確認していたことに比べ熊本前のそれが全体に多いのは、やはり東日本でかなり意識が高まったからだと考えられる。それでも、自宅周辺の避難所の確認と水や食料の備蓄以外は、まだまだ半数以下が出来ていない状態。

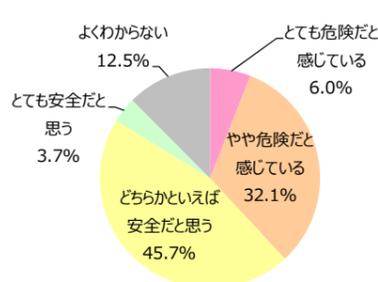
熊本後でも、準備しなげれば思いつく出来ていない筆頭は、家具や家電の固定。費用と効果を考えると面倒だというのが先に立

つ象徴的な分野なのだろう。水や食料の備蓄は、熊本前でも6割が用意し、地震後改めて5割近くが備蓄し、さらに準備しなければと思う人が35%に上る、最も準備しやすい分野。「常備蓄」という言葉も一般的になりレシピなども出るようになっただけはある。

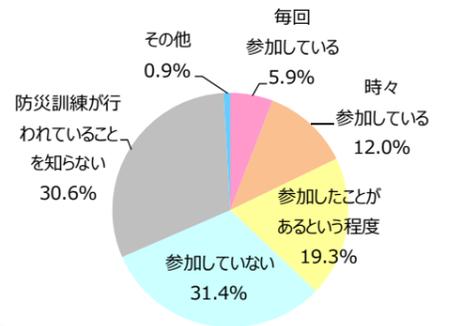
自分が住む地域を危険だと感じている人は4割近く。にも関わらず、防災訓練に参加したことがあるのは3割、耐震診断や耐震工事を済ませているのも3割弱。耐震診断・耐震工事は若い世代ほど関心が高く、20代では7割が関心があると回答した。

熊本後の心境の変化を自由に回答してもらったら、家があっても帰れない状態になることは想定外だったとする人が多く、車の中にも常備しようとマイホームも善し悪しといった声が散見された。またテントなどのキャンプ用品を買った人も多く、備えの方向性にも変化がみられる。(所長/植田奈保子)

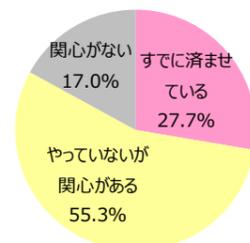
Q. 自分が住む地域は、災害に対して安全だと思う？



Q. 自治体などの防災訓練に参加したことはある？



Q. 耐震診断・耐震工事に関心がある？



2016. 7. 07~7. 10
女性を対象にWEB調査 (n=987)

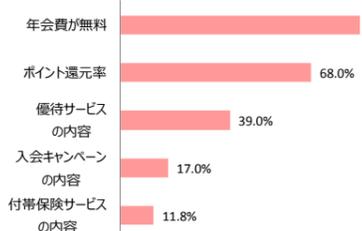
02 Woman's Data

【ミセスのキモチ】

クレジットカード、ためたポイントの利用は？

リビング新聞グループが持つ女性組織「リビングパートナー」にクレジットカードについて調査した。自分名義のカードを持っているのは85.0%。カードを選ぶ基準は「年会費無料」が85.4%とトップだが、「ポイント還元率」も7割近くが重視している。が、ためたポイントの利用頻度は「ほとんど利用していない」が4割、「2カ月に1回」が3割。ポイントはある程度ためてから利用しているようだ。

【クレジットカードを選ぶ基準(上位5位を表記) n=575】



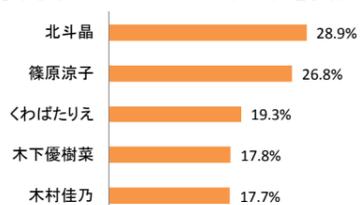
2016. 5. 13~5. 18 女性組織「リビングパートナー」を対象にリビングプロシード調べ

【園児ママのキモチ】

好きなママタレント、トップは北斗晶さん

幼稚園児と保育園児のママに好きなママタレントを聞いたところ、1位「北斗晶」28.9%、2位「篠原涼子」26.8%がトップ。北斗晶さんには「料理も子育ても学ぶことが多く愛がたっぷり」、篠原涼子さんには「キレイで好印象」「かっこいい、自然体」などのコメントが寄せられた。ママの支持は「作り過ぎない」がポイントかも。

【好きなママタレント(上位5位を表記) n=1532】



2016. 5. 11~6. 5 『あんふあん』調べ

03 Group Eyes

学生にとってフリーペーパーは？ 若年層が講義で感じ取る紙への魅力

メディアを学ぶ学生、ましてや作ってみようと思っている若い人たちにとって、フリーペーパー発行業のビジネスモデルを知る機会は少ない。

そこで日本生活情報紙協会(JAFNA)では、過去には早稲田大学、現在では目白大学、東洋学園大学で「フリーペーパー講座」を実施しており、当社も会員社として社員を派遣し、広告営業や編集制作等それぞれの分野について講義している。

また最近では、「チヨモ」というフリーペーパーを制作している明治大学商学部小川ゼミの「フリーペーパー勉強会」に当社の営業本部長が招かれ、生々しい営業現場の話を展開し大変喜ばれたようだ。このように当社では大学での講義を通じて、フリーペーパービジネスの内実を若い世代へ伝える活動を行っている。

話は変わるが、東京の小金井市にはフリーペーパー専門の書店があると聞く。当たり前前の存在である「紙」が、スマホ世代の若者にとってはオシャレ



明治大学商学部小川ゼミでの「フリーペーパー勉強会」の様子

だったり、新鮮だったりするようだ。彼らはフリーペーパーについて、今までのイメージとはまた少し違ったメディア感で見ているのかもしれない。

今後も大学での講義などの活動を通じて、若い世代の意識をすくい取り、「紙」の可能性を極めていきたい。

(サンケイリビング新聞社CC室)