

報道関係各位

【関西マーケット・アイズVol.7】

## 環境問題への取組みとしての、サマータイム導入や コンビニエンスストアの営業時間規制に対する認知度は8割近くの人が認知

### 子どもの年齢が上がるにつれてサマータイム導入反対派は増加 子どもの朝寝坊を懸念か？

### コンビニへの関与度が強い年代、つまり若者ほど営業時間規制に対する反対派は増加 若者や単身者にとって、深夜のコンビニは欠かせない存在

電通リサーチ「サマータイム導入とコンビニエンスストア営業時間短縮に関する意識調査」より

この度、株式会社電通リサーチ大阪支社(大阪市北区堂島、取締役大阪支社長 安部 謙)は、関西(2府4県:大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県)、関東(1都3県:東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)に居住する20~69歳の男女に、「サマータイム導入とコンビニエンスストア営業時間短縮に関する意識調査」を実施し、その結果をまとめましたので発表させていただきます。

実施期間は2008年6月30日(月)~7月1日(火)、調査手法は電通リサーチのクイックインターネット調査システム「DR919」(DRクイック)を用いた自記式アンケートにより行い、有効な回答を1,000名から得られました。

#### 【結果のまとめ】 「調査結果の概要」については次ページ以降を参照ください。

##### 1. サマータイム導入に対する認知と賛否

サマータイム導入の動きを、約8割の人が認知。賛成3割、反対4割と意見は分かれている。

認知・賛否ともに、関東と関西では大きな差はない。

乳幼児を子どもに持つ親の4割以上がサマータイム導入に賛成。一方で中高生を子どもに持つ親の約半数は反対。

\* 乳幼児を子どもに持つ親は、サマータイム導入により子どもの生活リズムに合わせた生活が可能に。

\* 一方中高生を持つ親にとっては、今でもなかなか起きない子どもを起こす苦労が増加？

##### 2. コンビニの営業時間規制に対する認知と賛否

コンビニの営業時間規制の動きを、約8割の人が認知。賛成4割、反対4割と賛否両論。

賛否についての態度保留派が2割以下と少なく、賛成・反対を明確にしている人が多いことから、社会的な関心の高さがうかがえる。

認知・賛否ともに、関東と関西では大きな差はない。

コンビニへの関与度が高い20代・30代・単身者の半数以上がコンビニの営業時間規制には反対。

若者や単身者にとって深夜のコンビニは欠かせない存在。

\* 20代の56.5%、30代の53.0%、単身者の54.3%はコンビニの営業時間規制に反対。

40代・50代ではコンビニの営業時間規制に対して賛否両論。ただし、中高生を子どもに持つ親ほど反対派は増えている。

\* 40代・50代全体でみると、賛成4割、反対4割と意見は分かれている。ただし、中高生を子どもに持つ

40~50代では46.1%の人が反対(コンビニの防犯機能が失われてしまうことを懸念か?)

<お問合せ先>

info@dentsuresearch.co.jp

## 1. サマータイム導入に対する認知と賛否

**サマータイム導入の動きを8割の人が認知。賛成3割、反対4割、態度保留派は3割と、意見は分かるところ**

**子どもの年齢が上がるにつれて反対派は増加。子どもの朝寝坊を懸念か？**

サマータイム導入に対する賛否をみると、「非常に賛成」と「やや賛成」の合計が32.6%、「非常に反対」と「やや反対」の合計が38.2%と、反対している人の方がやや多くなっているが、「どちらともいえない」とする態度保留派も29.2%と3割を占め、意見は分かるところ。

サマータイム導入に対する認知・賛否ともに、関東と関西で大きな差はない。

「非常に賛成」と「やや賛成」の合計をみると、乳幼児を子どもに持つ親の43.0%がサマータイム導入に賛成しており、小学生を子どもに持つ人の31.6%、中学生を子どもに持つ人の27.8%を大きく上回っている。

「非常に反対」と「やや反対」の合計をみると、中学生を子どもに持つ親の49.6%と約半数がサマータイム導入に反対しており、乳幼児を子どもに持つ人の29.0%、小学生を子どもに持つ人の32.6%を大きく上回っている。

\* 小さな子どもは元来、早寝早起きで、親としては子どもに合わせて朝早く起きなければいけない(起こされてしまう)こともしばしば。

サマータイム導入により、子どもの生活リズムに合わせた生活が可能に。

\* 一方で中学生ともなれば夜型の生活が定着しており、朝起こすのも一苦労。今よりさらに早起きを強いられるようになれば、起こす苦労はさらに増加か？

### <サマータイム導入の動きに対する認知>

(1) サマータイムを導入する動きがあることをご存知でしたか。

全体		認知状況	
		知っていた	知らなかった
	全体 (N=1000)	79.5	20.5
地域別	関東 (N=500)	80.6	19.4
	関西 (N=500)	78.4	21.6

### <サマータイム導入に対する賛否>

(2) サマータイム導入にあなたは賛成ですか、反対ですか。

全体		賛否				
		非常に賛成	やや賛成	どちらともいえない	やや反対	非常に反対
	全体 (N=1000)	10.6	22.0	29.2	15.5	22.7
地域別	関東 (N=500)	9.8	22.4	28.8	16.4	22.6
	関西 (N=500)	11.4	21.6	29.6	14.6	22.8
子どもの年齢別	乳幼児(6歳未満:未就学児) (N=93)	12.9	30.1	28.0	11.8	17.2
	小学生 (N=92)	10.9	20.7	35.9	13.0	19.6
	中学生・高校生 (N=115)	7.8	20.0	22.6	13.9	35.7

## 2. コンビニの営業時間規制に対する認知と賛否

コンビニの営業時間規制の認知度は高く、賛成・反対をはっきり表明している人も多いことから、社会的な注目度は高いといえる

コンビニの営業時間規制に対する賛否はコンビニへの関与度に比例、若者や単身者にとって、深夜のコンビニは欠かせない存在

40代・50代ではコンビニの営業時間規制に対して賛否両論、ただし、中高生を子どもに持つ親ほど反対派は増えている

コンビニの営業時間を規制する動きがあることを「知っていた」と答えた人は75.5%と、全体の8割近くに達している。

営業時間規制に対する賛否をみると、「非常に賛成」と「やや賛成」の合計が40.2%、「非常に反対」と「やや反対」の合計が42.2%と、賛否は分かれているが、「どちらともいえない」と答えた態度保留派は17.8%とサマータイム導入に対する賛否での29.2%を大きく下回っており、コンビニの営業時間規制に対する社会的な関心の高さがうかがえる。

コンビニの営業時間規制に対する認知・賛否ともに、関東と関西で大きな差はない。

\* 「非常に反対」と「やや反対」の合計(反対計)をみると、20代・30代や単身世帯の半数以上がコンビニの営業時間規制には反対。

\* 年代が上がるにつれて賛成の割合が増えており、コンビニをあまり利用しない60代では6割以上の方が賛成。

\* 40代・50代の人の賛否を子どもの年齢別にみると、中高生を子どもに持つ親では反対派が46.1%と多くなっている。まだまだ子どもだけ、夜出歩くことが増えがちな中高生を持つ親は、コンビニの防犯機能が失われてしまうことを懸念しているのであろうか。

### <コンビニの営業時間を午後11時までにする動きに対する認知>

(3) コンビニエンスストアの営業時間を規制する動きがあることをご存知でしたか。

全体	知っていた		知らなかった	
	割合	人数	割合	人数
全体 (N=1000)	75.5	755	24.5	245
地域別				
関東 (N=500)	74.6	373	25.4	127
関西 (N=500)	76.4	382	23.6	118

### <コンビニの営業時間を午後11時までにすることに賛否>

(4) コンビニエンスストアの営業時間を午後11時までにすることにあなたは賛成ですか、反対ですか。

全体	割合	人数	非常に賛成	やや賛成	どちらともいえない	やや反対	非常に反対	反対計
			割合	人数	割合	人数	割合	
全体 (N=1000)			18.9	21.3	17.6	19.3	22.9	42.2
地域別								
関東 (N=500)			17.8	21.4	16.2	19.6	25.0	44.6
関西 (N=500)			20.0	21.2	19.0	19.0	20.8	39.8
年代別								
20代 (N=200)			9.0	16.0	18.5	23.5	33.0	56.5
30代 (N=200)			12.5	21.0	13.5	25.5	27.5	53.0
40代 (N=200)			18.5	19.0	22.0	13.5	27.0	40.5
50代 (N=200)			17.5	24.5	19.0	20.0	19.0	39.0
60代 (N=200)			37.0	26.0	15.0	14.0	8.0	22.0
世帯構成別								
単身世帯 (N=162)			11.1	15.4	19.1	17.3	37.0	54.3
家族世帯 (N=824)			20.5	22.7	17.4	19.7	19.8	39.5

40～50代の賛否を、子どもの年齢別にみると……

反対計	小学生	中学生・高校生	短大・大学・専門学校生
	31.9	46.1	32.4

## 【今回調査の設計】

調査エリア： 関西（ 2府4県：大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・滋賀県・和歌山県）  
及び関東（ 1都3県：東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）  
調査対象： 20～69歳の男女個人  
調査方法： インターネットによる対象者自記式アンケート  
（クイックインターネット調査システム「DR919（DRクイック）」による）  
標本数： 1,000ss回収（関西：500ss、関東：500ss）  
調査期間： 2008年6月30日（月）～7月1日（火）

## 【「DR919（ディーアールクイック）」について】

「DR919」は電通リサーチが提供する手軽なクイックインターネット調査サービスです。  
アンケート内容（html 調査票）の確定から最短24時間で集計結果をお届けすることが可能  
です。

## ● 【「KANSAI MARKET EYES（関西マーケット・アイズ）」について】 ●

「関西マーケット・アイズ」は電通リサーチ大阪支社が、関西エリアの生活者の消費動向や意識に  
ついて独自の視点を持って調査の結果を分析し社会や企業に情報発信していこうとするものです。  
テーマによっては全国エリアの調査を行うこともありますが、その中心は「関西の市場」に見据え  
たエリアデータを関西のメディア各社へリリースしてまいります。

## 【電通リサーチについて】

電通リサーチは、電通の市場調査部門から独立して1967年の設立以来、電通グループ唯一の  
調査会社としてマーケティングリサーチをビジネスドメインの中心に据え、鮮度の高い生活者情  
報を収集・分析し顧客にお届けしています。

### 会社概要

会社名： 株式会社 電通リサーチ  
設立： 1967年11月1日  
資本金： 3億2,000万円  
代表者： 代表取締役社長 野村 清（のむら きよし）  
所在地： 東京本社 〒104-8171 東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル  
大阪支社 〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-31 ORIX堂島ビル  
名古屋支社 〒460-0008 名古屋市中区栄4-15-32 日建住生ビル  
HP： <http://www.dentsuresearch.co.jp>