

2011年5月23日
株式会社オールアバウト

マネー情報誌『あるじゃん』が震災後の行動とお金に関するアンケートを実施 ～SNS・ブログ利用者は「インターネット募金」「物資提供」に積極的～ ～ふだんから「貯めている人」ほど率先して被災地支援に取り組む傾向に～

マネー情報誌『あるじゃん』を発行する株式会社オールアバウト(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO:江幡哲也)は、総合情報サイト「All About」ユーザ 470 名を対象に 2011 年 3 月 11 日の「東北地方太平洋沖地震」後における被災地支援行動および、日常のお金の管理方法について調査する「震災後の行動とお金に関するアンケート」を実施いたしました。

■総括

- ・震災後、8割が「募金活動をした」。1人あたりの平均募金総額は 11,612 円。
- ・ポイントを利用した募金は、20代～50代まで幅広い年齢層に浸透。
- ・「家計簿をつけている人」、「先取り貯蓄をしている人」などお金の意識が高い人は平均募金額が高く、被災地支援にも積極的。
- ・SNS・ブログ利用者は非利用者よりも「インターネット経由での募金」、「物資の提供・寄付」の比率が高い。

■調査結果のポイント

1) 「震災後、募金活動をした」約8割

震災のあと、被災地支援のために行ったことはあるか尋ねたところ、何か行動をした人は 9 割を超えました。具体的な行動内容は「募金」が 83%で最も多く、次いで「節電」(68%)、「買いだめや買占めをしないようにした」(58%)となりました。震災後、募金をはじめ多くの人が、被災地支援につながる行動をとったことがうかがえます。

2) 平均募金額、1人あたりの総額は 11,612 円

募金額について尋ねたところ、男性の平均募金額は 10,705 円、女性は 12,442 円と女性の平均額が男性を上回りました。また、「家計簿をつけている」人は「つけていない」人より平均募金額が高く、給料から先に貯蓄するお金を取り分けて貯める「先取り貯蓄をしている」人は、「生活費やこづかいの残りを貯めている」人より平均募金額が高くなりました。お金に対して意識の高い人は、募金額も高い傾向があるようです。

3) 募金方法「ポイントを利用」34%、幅広い年代でのポイント普及が募金を後押し

どのような方法で募金をしたか尋ねたところ、「店頭・街頭」が最も多く 37%、次に企業が発行している「ポイントを利用して」が 34%となりました。年代別にポイント利用の割合を見ても、利用率が最も高い 40～44 歳が 45%、最も低い 50 歳以上でも 29%となり、幅広い年齢層にポイントでの募金が浸透していることが分かりました。

4) SNS・ブログ利用者、インターネットを募金に活用、物資提供も積極的

募金方法について、「企業サイト経由の募金や寄付つき商品を購入した」人の割合を見ると、SNS・ブログを利用している人が 25%に対して、SNS・ブログを利用していない人が 15%と、SNS・ブログ利用者は非利用者よりもインターネット経由で募金していることがうかがえます。また、震災後、被災地支援のために行ったことについて、「物資提供・寄付」をした人の割合を見ると、非利用者が 12%に対して、ブログ利用者(25%)、Twitter 利用者(22%)、mixi 利用者(19%)、Facebook 利用者(17%)と、SNS・ブログ利用者は非利用者よりも、物資の提供や寄付を行う傾向が高いことが分かりました。

5) 「家計簿をつけている人」約 3 割が計画的に募金を捻出

募金のお金はどこから捻出したか尋ねたところ、ふだん家計簿をつけている人は「貯金にまわそうと思っていたお金」が 19%で最も多く、次いで「貯金していたお金」が 14%となっています。一方、家計簿をつけていない人は「こづかい」から捻出した人が 48%と、約半数が貯蓄以外のお金から募金していたことが分かりました。ふだんからお金の管理をしている人は、募金のお金も計画的に捻出している傾向が見受けられました。

6) 「先取り貯蓄派」、被災地支援の行動に積極的

給料から先に貯蓄するお金を取り分けて貯める「先取り貯蓄をしている」人は、「先取り貯蓄をしていない」人よりも、被災地支援のための行動をしている割合が高い結果となりました。「募金」だけでなく、「節電」や「買い控え・消費控えをしない」など、被災地支援行動のほとんどの項目において、「先取り貯蓄をしていない」人のポイントを超える結果となっています。お金の貯蓄意欲が高い人ほど、被災地支援に積極的に行動している傾向があるようです。

■あるじゃん編集長 飯塚真由美のコメント

調査では 8 割以上の方が募金を行っており、その平均額は 11,000 円超。募金の方法としてはポイントが広く使われていました。手軽にできる方法が広がったことが募金を身近なものにしたようです。なお SNS やブログ利用者では 4 割以上がポイントを利用して募金しているほか、企業サイト経由の募金や寄付も非利用者より高い比率となっています。また、ふだんから計画的に貯蓄している人や、家計簿をつけているといった習慣のある人ほど平均募金額や支援のアクション率が高い傾向が見られます。支援したい、チカラになりたいといった気持ちは同じでも、イザというときに対応する準備ができていのかどうかで差が出たものと考えられます。

■あるじゃんについて <http://argent-net.jp>

株式会社オールアウトが発行するマネー情報誌『あるじゃん』は、「お金のチカラは一生モノ！」を媒体コンセプトとした、幅広い読者に向けてお金情報をお届けする情報誌。「お金をもっと貯めたい、増やしたい」「イザというときや老後の不安に備えたい」といった、何かしらのお金に関する興味や悩みを持っている金融初心者に対し、気づきから理解・行動までを支援します。

あるじゃん 7 月号(5 月 21 日発売)では、『イザに備えるみんなのお金の知恵 大募集!』と称してコンテストを開催。今回の震災後にはじめて「お金の知恵」、以前からやっていたことで今回とても役に立った「お金の知恵」を幅広く募集し、大賞には賞金 10 万円が贈られます。コンテスト結果はあるじゃん 10 月号にて発表。

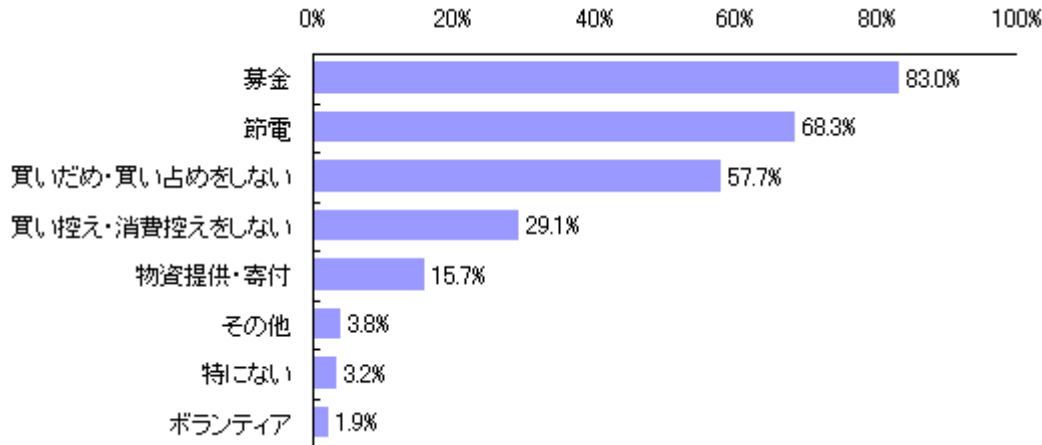
■調査概要

- ・調査期間 2011 年 4 月 22 日～5 月 8 日
- ・調査対象 総合情報サイト「All About」ユーザ
- ・回収件数 470 件(男性 47.7%、女性 52.3%)
- ・調査方法 インターネット

■調査結果データ

1. 震災のあと、被災地支援のために行ったことを尋ねたところ、「募金」(83.0%)、「節電」(68.3%)、「買いだめ・買い占めをしない」(57.7%)が上位となりました。

震災のあと、被災地支援のために行ったこと(複数回答) (n=470)



2. 募金額について尋ねたところ、平均募金総額は1人あたり11,612円で、「女性」は「男性」より1,737円上回り12,442円という結果となりました。最も募金額が多かった回答は、年代別では「45～49歳」が最も高く16,008円、募金の捻出元別では「貯金していたお金から」が最も高い33,885円となりました。「家計簿をつけている」人はつけていない人よりも2,353円高い金額である12,803円となり、「先取り貯蓄をしている」人は「生活費やこづかいの残りを貯めている」人よりも498円高い12,231円となりました。

(単位:円)

| 性別 | n | 平均募金額 |
|----|-----|--------|
| 男性 | 186 | 10,705 |
| 女性 | 204 | 12,442 |
| 総計 | 390 | 11,612 |

| 募金の捻出元 | n | 平均募金額 |
|-----------------|-----|--------|
| 食費・生活費 | 87 | 6,535 |
| 貯金にまわそうと思っていたお金 | 63 | 17,895 |
| こづかい | 155 | 6,087 |
| へそくり | 13 | 9,708 |
| 貯金していたお金 | 46 | 33,885 |
| その他 | 26 | 7,374 |

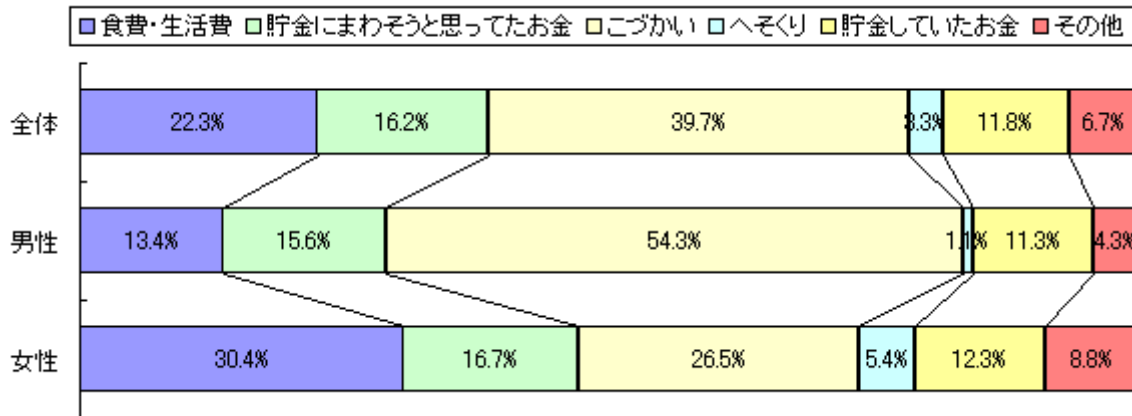
| 家計簿をつけているか | n | 平均募金額 |
|------------|-----|--------|
| 家計簿をつけている | 191 | 12,803 |
| 家計簿をつけていない | 199 | 10,450 |

| 年代別 | n | 平均募金額 |
|--------|-----|--------|
| 24歳以下 | 6 | 4,613 |
| 25～29歳 | 27 | 3,556 |
| 30～34歳 | 46 | 8,552 |
| 35～39歳 | 68 | 9,806 |
| 40～44歳 | 64 | 15,560 |
| 45～49歳 | 69 | 16,008 |
| 50歳以上 | 110 | 11,385 |

| お金の貯め方 | n | 平均募金額 |
|-------------------|-----|--------|
| 生活費やこづかいの残りを貯めている | 128 | 11,733 |
| 貯蓄用のお金を先にとり分けて貯める | 221 | 12,231 |
| その他 | 13 | 12,417 |
| 貯めていない | 28 | 5,861 |

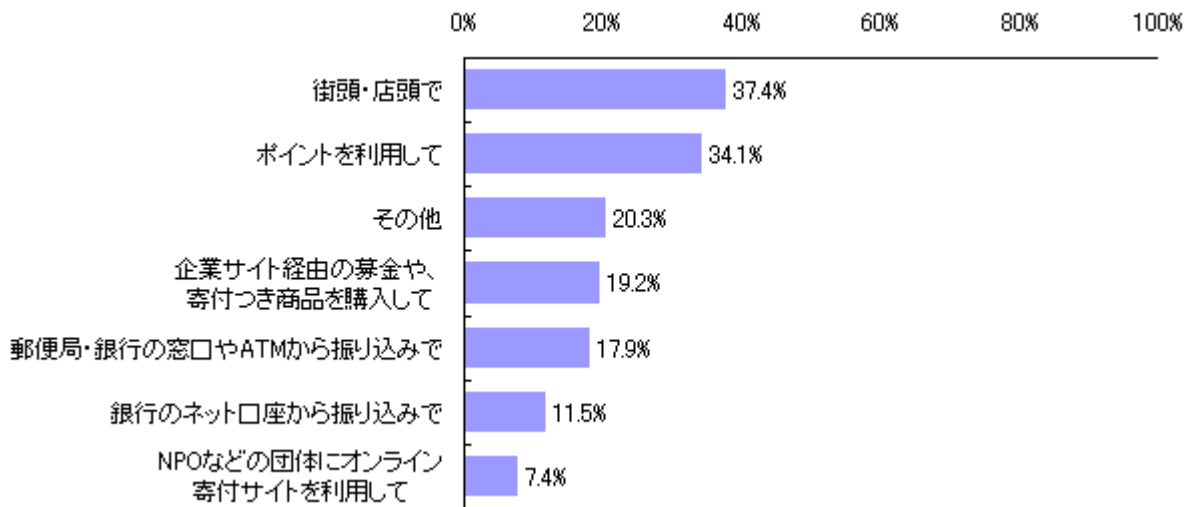
3. 募金したお金をどこから捻出したか尋ねたところ、「こづかい」が 4 割近くで最も多く、男性は「こづかい」から、女性は「食費・生活費」から捻出するという傾向が見られました。

募金の捻出元 (n=390)

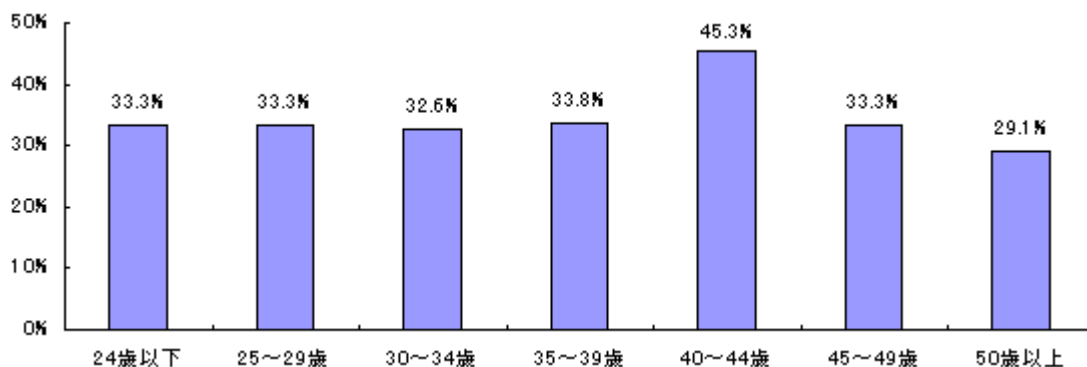


4. 募金方法について尋ねたところ、「街頭・店頭で」が 37.4%と高く、次いで「ポイントを利用して」が 34.1%と続きました。「ポイントを利用して」募金した人は各年代とも満遍ない割合で回答が得られ、世間一般のポイント利用の広がりを感じることができました。

募金方法(複数回答) (n=390)

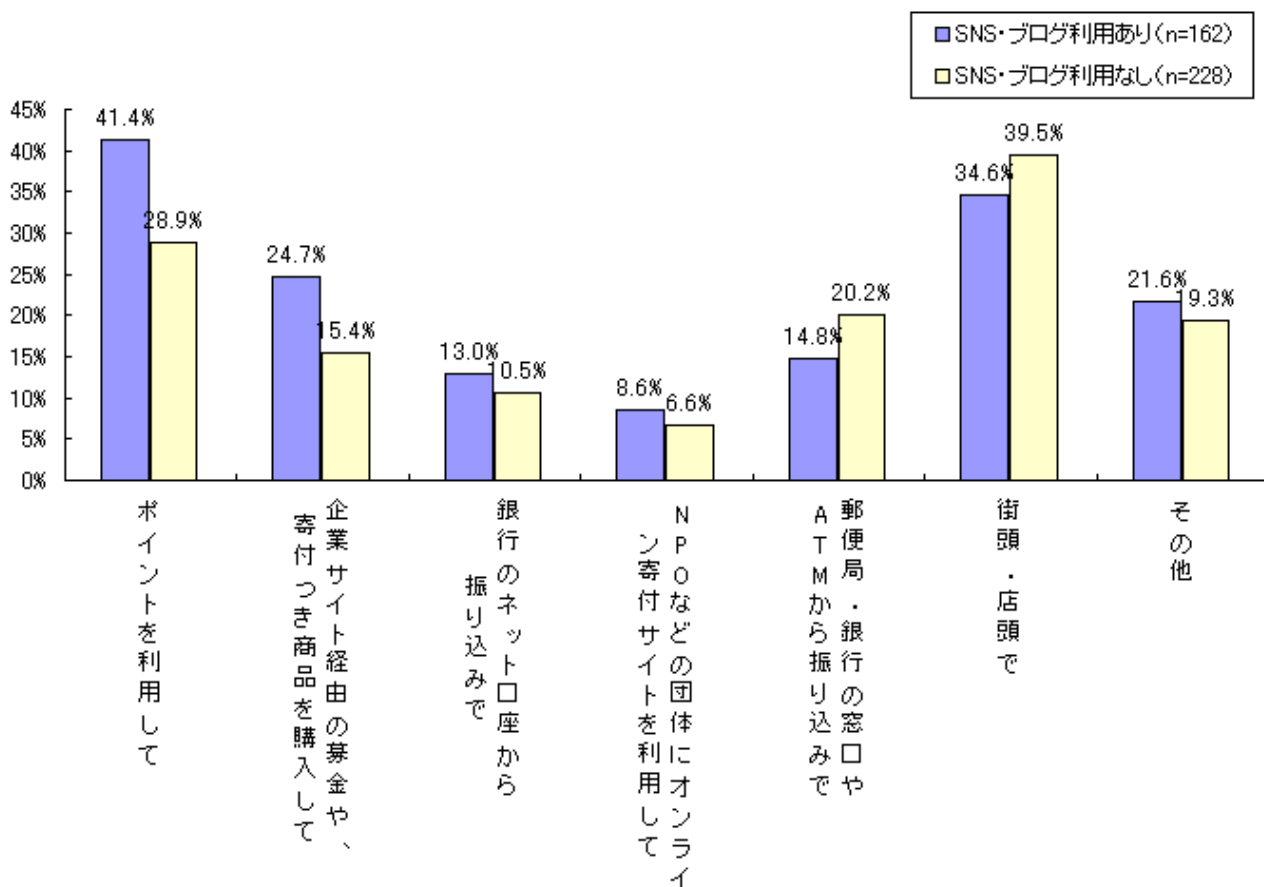


【年代別】ポイント利用率(n=390)



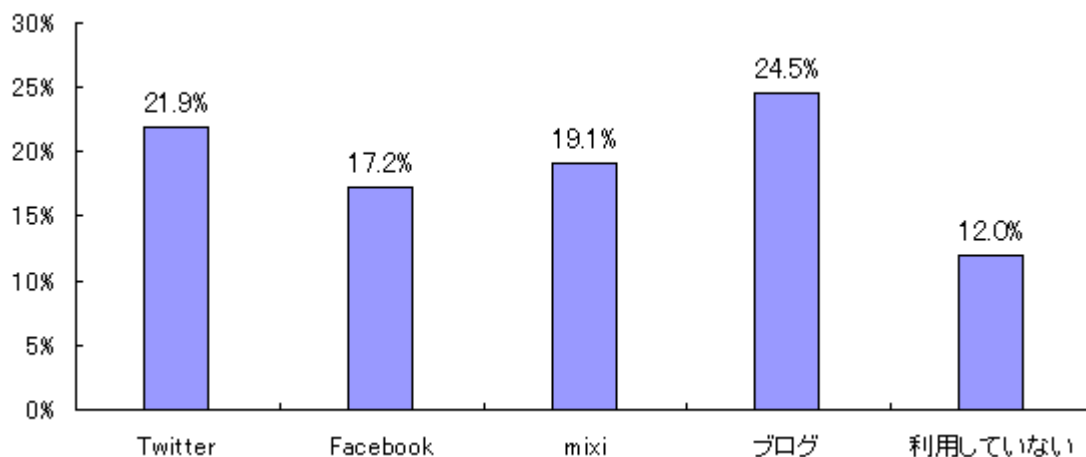
5. SNS・ブログ利用者に募金方法を尋ねたところ、非利用者よりも「ポイントを利用して」募金した人や、「企業サイトの募金や寄付つき商品を購入して」募金した人の割合が高い結果となりました。

【SNS・ブログ利用別】募金方法



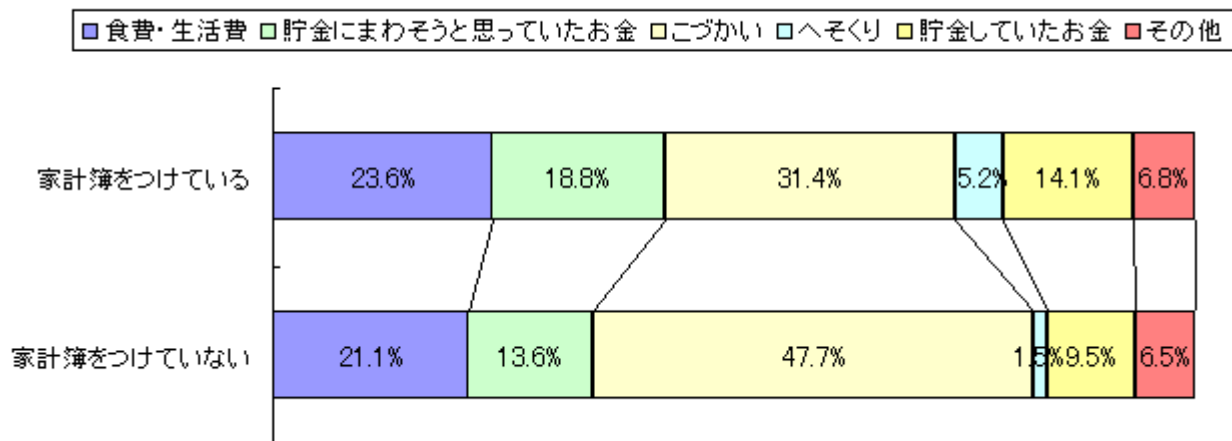
6. SNS・ブログ利用者に被災地支援の行動について尋ねたところ、非利用者よりも「物資の提供・寄付」をしている割合が高い傾向が見られました。物資提供や寄付の送付先の情報がなかなか発表されなかった震災直後に、ふだんから SNS・ブログを利用している人は、自ら情報収集を行った可能性が高いことがうかがえます。

【SNS・ブログ利用状況】物資提供・寄付率 (n=470)



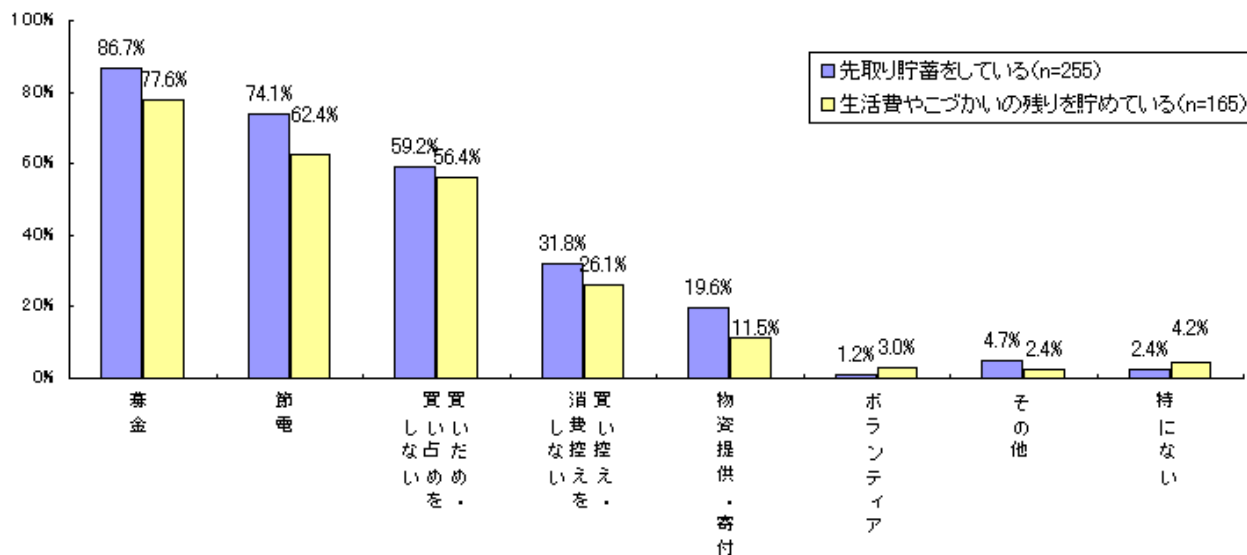
7. 家計簿をつけている人に募金の捻出元について尋ねたところ、家計簿をつけている人はつけていない人よりも「貯金にまわそうと思っていたお金」、「へそくり」、「貯金していたお金」から捻出した割合が高いことが分かりました。家計簿をつけている人は、比較的すぐに使う必要がない余裕資金から募金を捻出している傾向が見受けられます。

【家計簿】募金の捻出元 (n=390)



8. 貯蓄用のお金を先にとり分けて貯める「先取り貯蓄をしている」人に被災地支援の行動について尋ねたところ、86.7%は募金をしたと回答し、「生活費やこづかいの残りを貯めている」人よりも被災地支援のアクションをしている割合が全体的に高い結果となりました。

【お金の貯め方】被災地支援の行動



本件に関するお問い合わせ先:
 株式会社オールアウト広報担当: 柏原・八鍬
 TEL: 03-6362-1309 FAX: 03-6696-4144 E-mail: pr@staff.allabout.co.jp