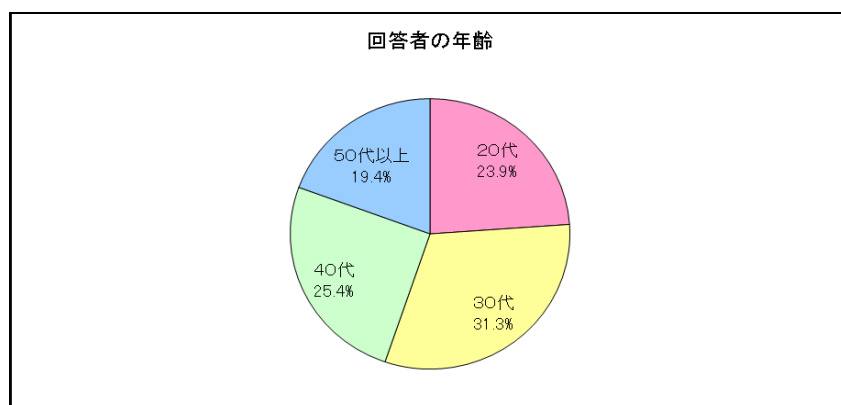


## 「新春購買動向調査」調査結果

1. 調査目的 女性消費者の新春の購買動向を把握することにより、今後の中心市街地のまちづくりや商業の振興の参考とする。
2. 調査機関 まちづくり福井株式会社
3. 調査期間 平成21年1月5日（月）～1月14日（水）までの10日間
4. 調査対象 任意に抽出した市内事業所に勤務する女性社員 300名
5. 調査方法 FAXによる調査
6. 回収 135名（回収率45.0%）
7. 回答者データ



### 8. 調査結果の概要

#### 【初売りと年末年始について】

- ・今年の初売りには、昨年より4.5ポイント高い65.9%が出かけた。  
行き先は「県内ショッピングセンター」が約7割（68.5%）と圧倒的に多く、また、「県外」へ出かける割合が年々増加している。
- ・福袋の購入理由としては、「お得だから」「欲しい商品があったから」が多く、「なんとなく」購入する人が年々減少していることから、堅実な消費行動がうかがえた。
- ・福袋を含めた初売り購入金額は、昨年と比べ「減った」とする人が43.7%と多かった。
- ・年末年始に金沢市へ買い物に出かけた人は、全体の約3割（28.9%）だった。20歳代では特に割合が高く約6割（59.4%）が出かけている。

#### 【今年の購買動向について】

- ・今年の購買については、半数以上（51.5%）が「買い控える」とし、消費マインドが低迷している結果となった。

#### 【福井駅前のイメージについて】

- ・最近の福井駅前の印象については、明るさ、美観の面では「よくなった」との回答が多く、賑わい、行きやすさの面では「変わらない」との回答が多かった。2年半前（平成18年7月）に行った「駅前イメージ調査」調査結果と比較すると、JR福井駅高架化開業（平成17年4月）、アーケード完成（平成18年3月）等が続いた平成18年7月当時の方が、明るさ、美観、賑わい、行きやすさ、全ての面で「よくなった」というイメージが強かったことがわかる。

- ・ 5年後の福井駅前については、全体の約3割（31.8%）が「もっと賑やかになっている」「やや賑やかになっている」と回答しており、賑わいへの期待感がうかがえるが、平成18年7月当時と比べると、38.9ポイント減っており、賑わいへの期待感は薄らいでいるといえる。

## 9. 調査結果

### (1) 今年（2009年）の初売り（1月1日～3日）について

今年の初売りには、全体の約3分の2（65.9%）が出かけた。20歳代、40歳代では約7割と、他の年代に比べ出かけた割合が多い。今年は景気を反映してか、出かけた割合が昨年と比べ4.5ポイント高くなった。

図1 今年(2009年)の初売り(1月1日～3日)について

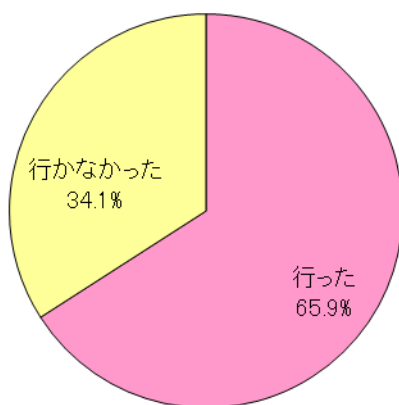


図1-1 今年(2009年)の初売り(1月1日～3日)について【年代別】

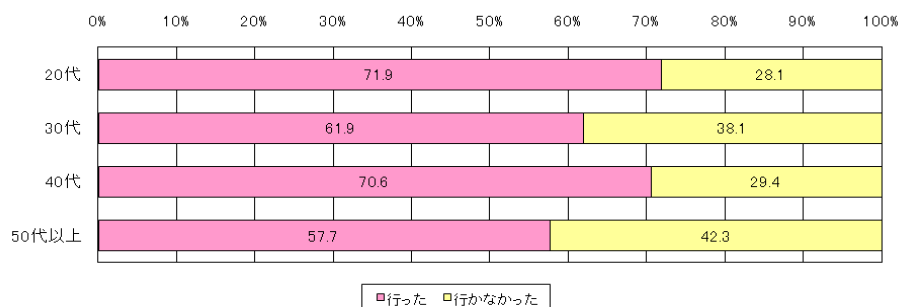
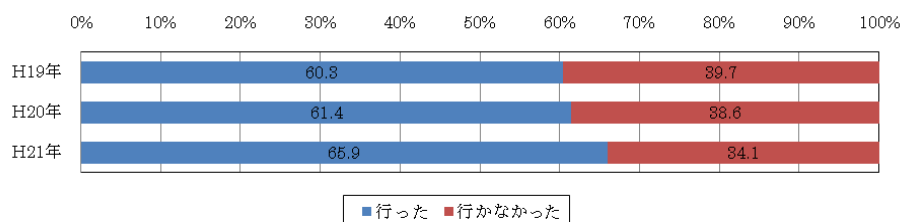
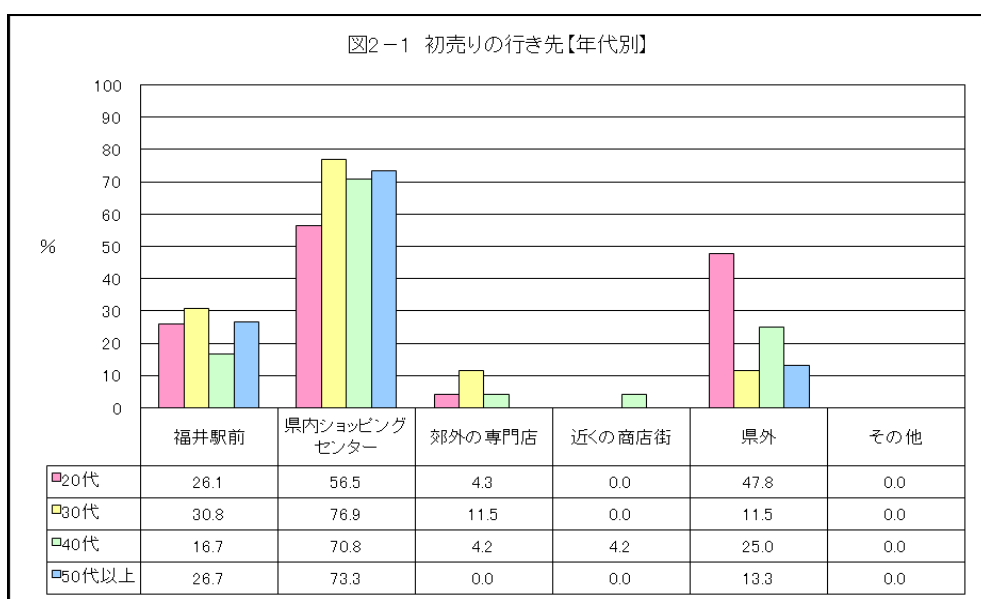
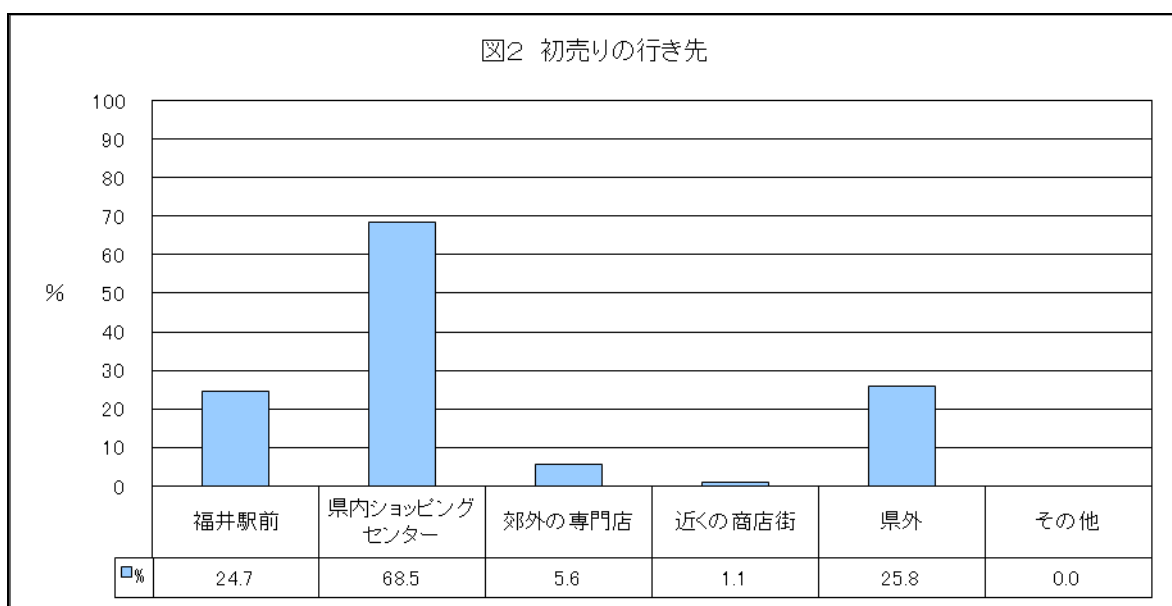


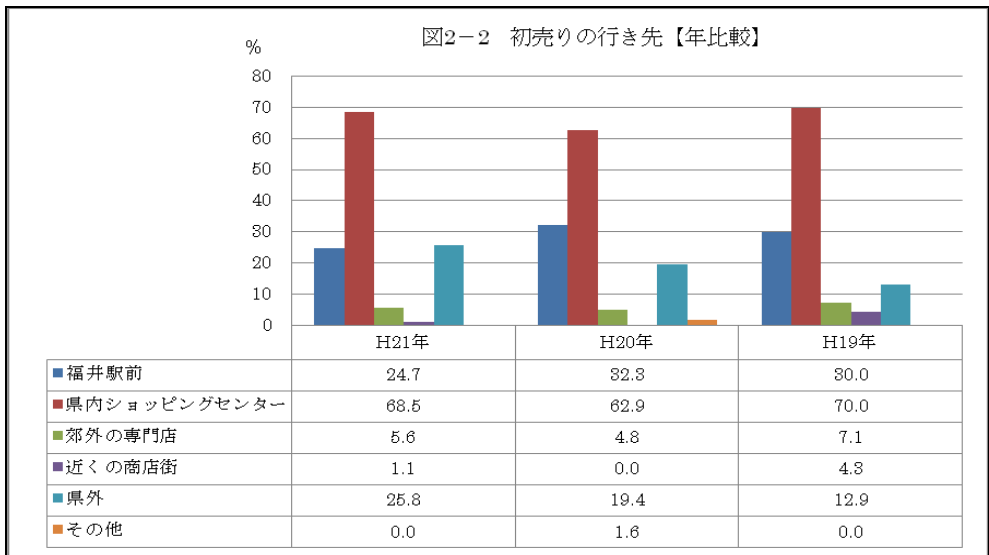
図1-2 今年(2009年)の初売り(1月1日～3日)について【年比較】



## (2) 初売りの行き先

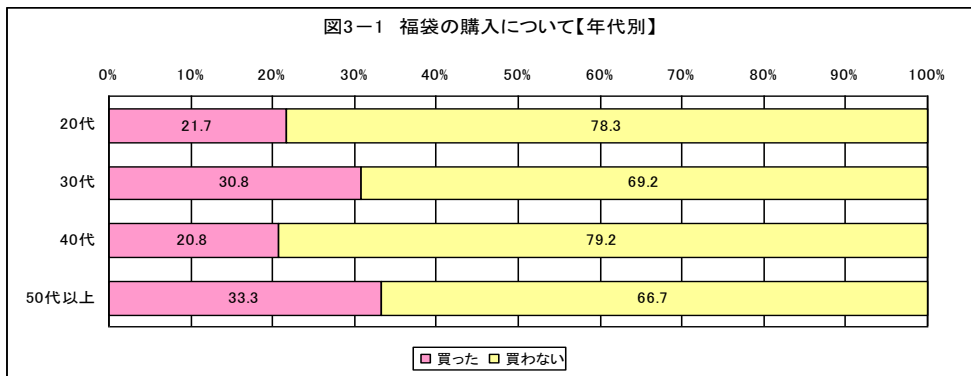
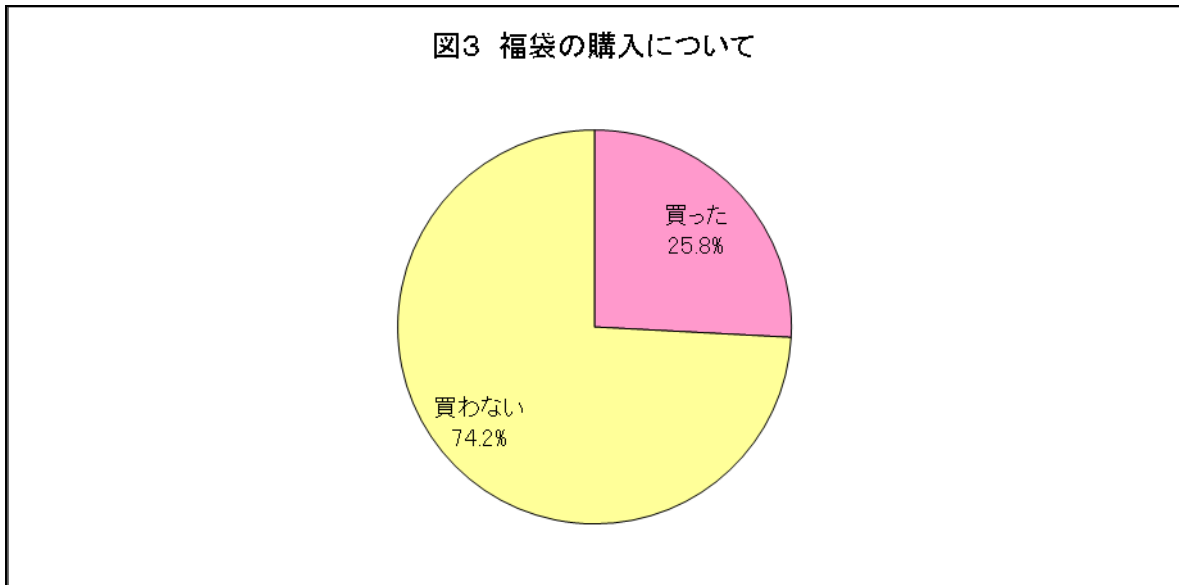
初売りに出かけた人に行き先を聞いたところ、約7割（68.5%）が「県内ショッピングセンター」に出かけており、次いで「県外」（25.8%）、「福井駅前」（24.7%）となった。年代別にみても、調査した全ての世代において「県内ショッピングセンター」が一番多かったが、30歳代以上で7割以上が県内ショッピングセンターに出かけたのに比べ、20歳代では56.5%と割合が低く、その分、他の世代に比べ、県外の初売りに出かける割合が47.8%と高い。一昨年、昨年の調査結果との比較から、少なくともここ3年は、初売りの行き先として「県内ショッピングセンター」が圧倒的に多い傾向が続いている。また、「県外」の割合が年々増加しており、今回の調査では「福井駅前」より多くなった。

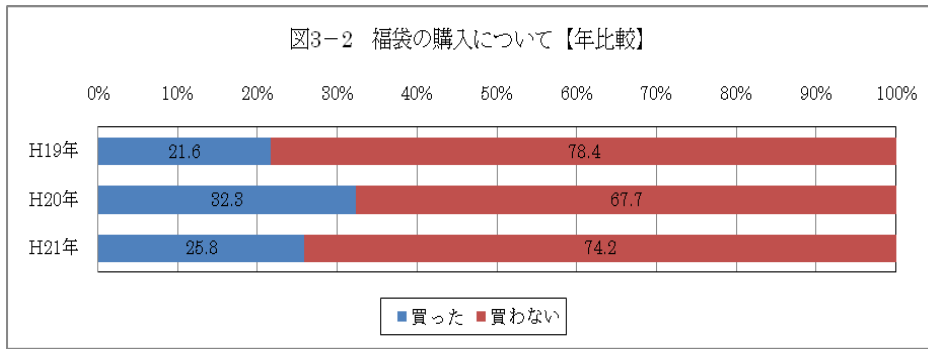




### (3) 福袋の購入について

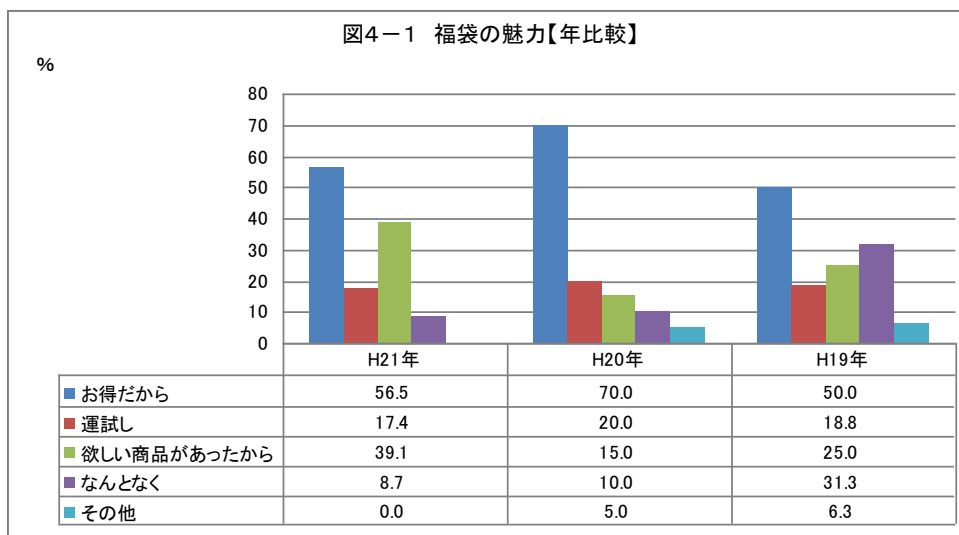
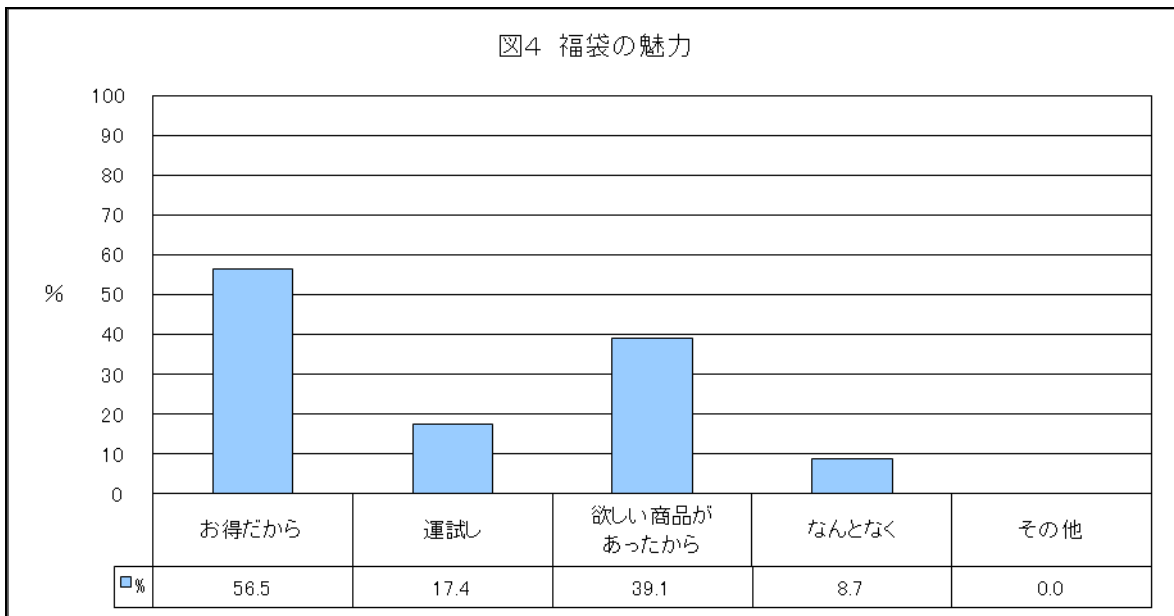
初売りに出かけた人に福袋の購入状況について聞いたところ、約4分の1（25.8%）が購入している。年代別では、30歳代、50歳代以上で割合が高くなっている。昨年に比べ購入する割合は6.5ポイント低くなっている。





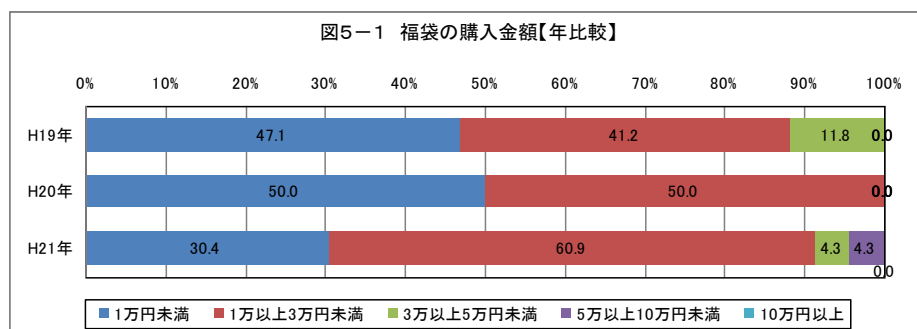
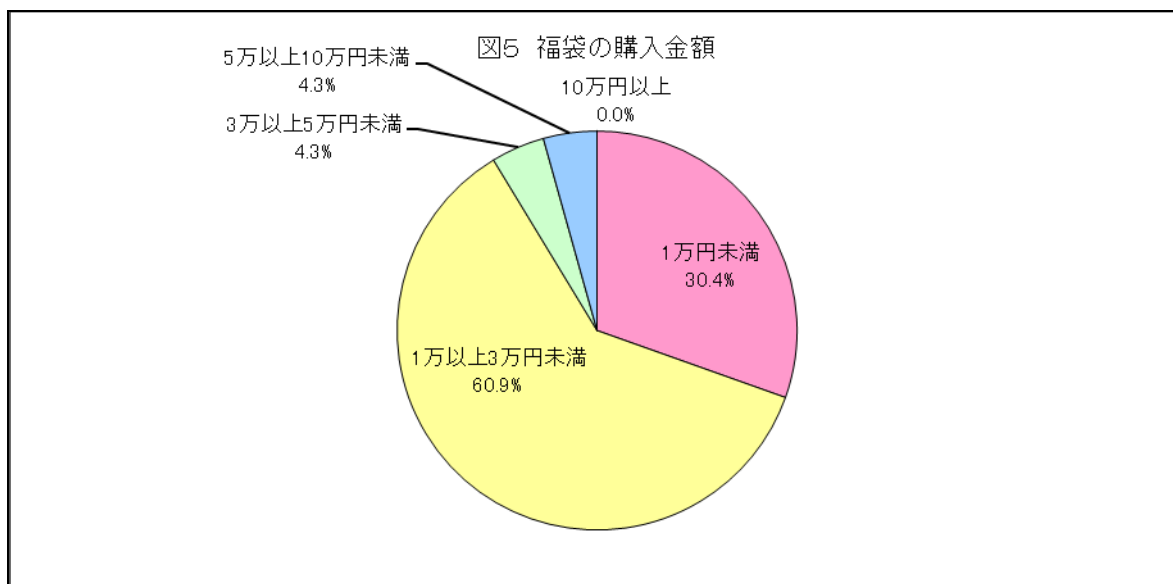
#### (4) 福袋の魅力

福袋を購入した人に福袋の魅力聞いたところ、約6割（56.5%）が「お得だから」、次いで約4割（39.1%）が「欲しい商品があったから」と回答した。一昨年、昨年の調査結果と比較すると、福袋を「なんとなく」購入する人は減り、「お得感」のある福袋、「欲しい商品」の福袋を購入する割合が高くなった。



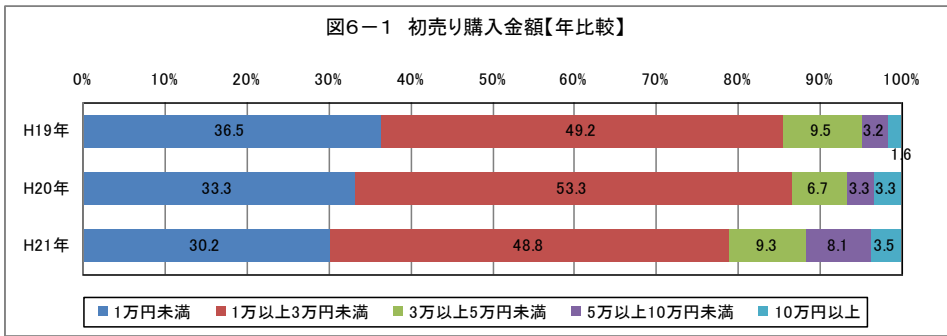
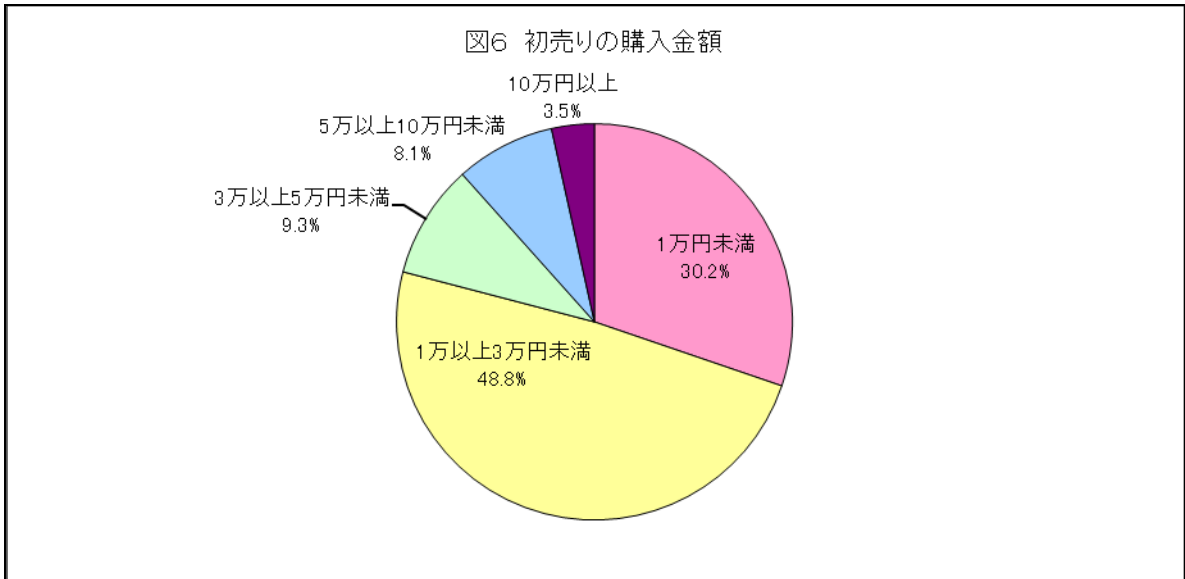
## (5) 福袋の購入金額

福袋を購入した人に購入金額について聞いたところ、約6割（60.9%）が「1万円～3万円」、次いで約3割（30.4%）が「1万円未満」、約1割（8.6%）が「3万円以上」と回答した。昨年と比べると、今年は、1万円未満の低額福袋購入者の割合が減り、5万円以上の高額福袋購入者がみられるなど、昨年より高額な福袋を購入する傾向がみられた。



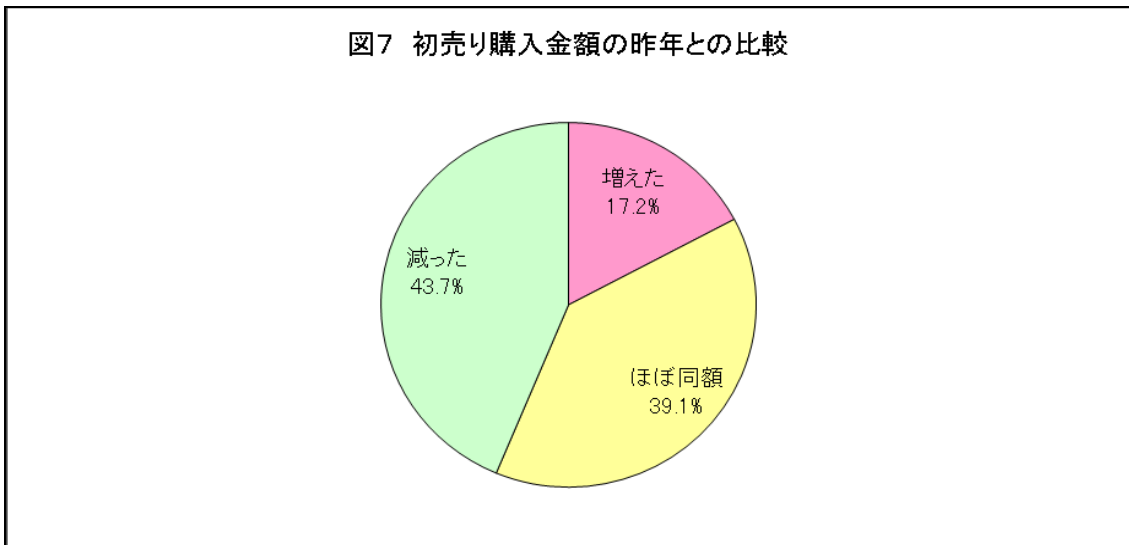
## (6) 初売りの購入金額

初売りに出かけた人に初売りの購入金額を聞いたところ、「1万円～3万円」が約5割（48.8%）、次いで「1万円未満」が約3割（30.2%）、「3万円以上」が約2割（20.9%）となった。一昨年、昨年の調査結果と比較すると、1万円未満の人が減り、3万円以上の人が増えるなど、初売りの購入金額は高額化傾向にある。



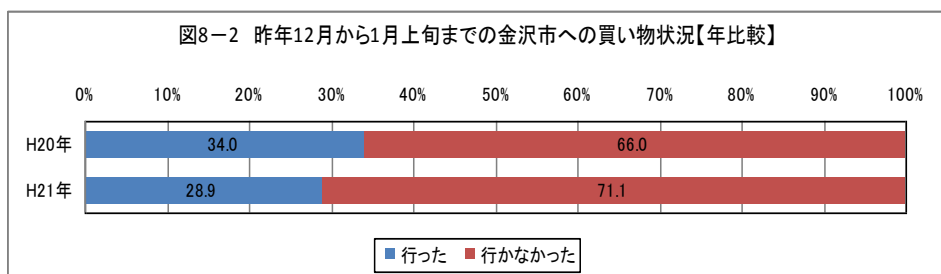
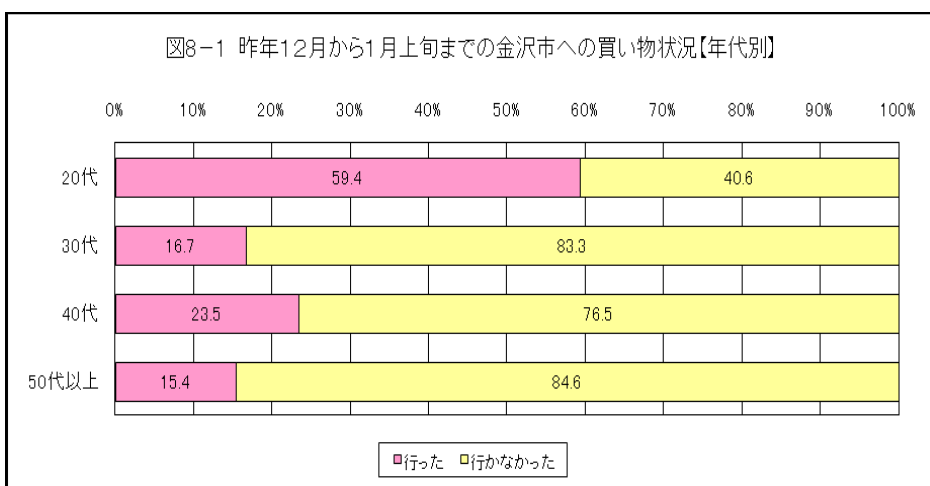
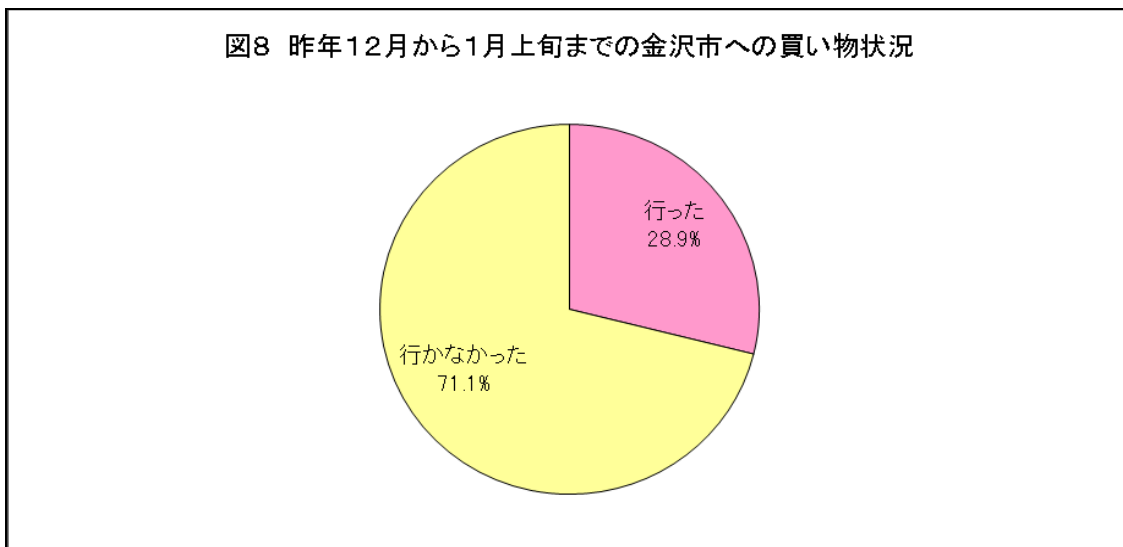
**(7) 初売り購入金額の昨年との比較**

初売りに出かけた人に昨年と比べて購入金額がどうなったか聞いたところ、(6)の結果とは異なり、43.7%が「減った」と回答し、「増えた」と回答した人を26.5ポイント上回った。



### (8) 昨年12月から1月上旬までの金沢市への買い物状況

年末年始に金沢市へ買い物に出かけた人は、全体の約3割（28.9%）で、昨年より減少した（昨年は34.0%）。年代別にみると、20歳代では、他の世代に比べて金沢へ出かける割合が圧倒的に多く、約6割（59.4%）の人が出かけている。



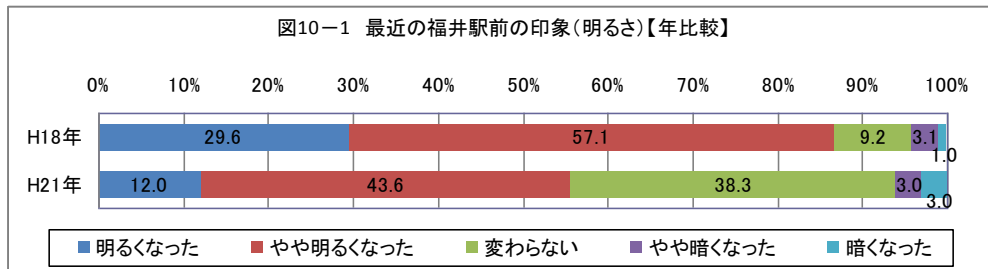
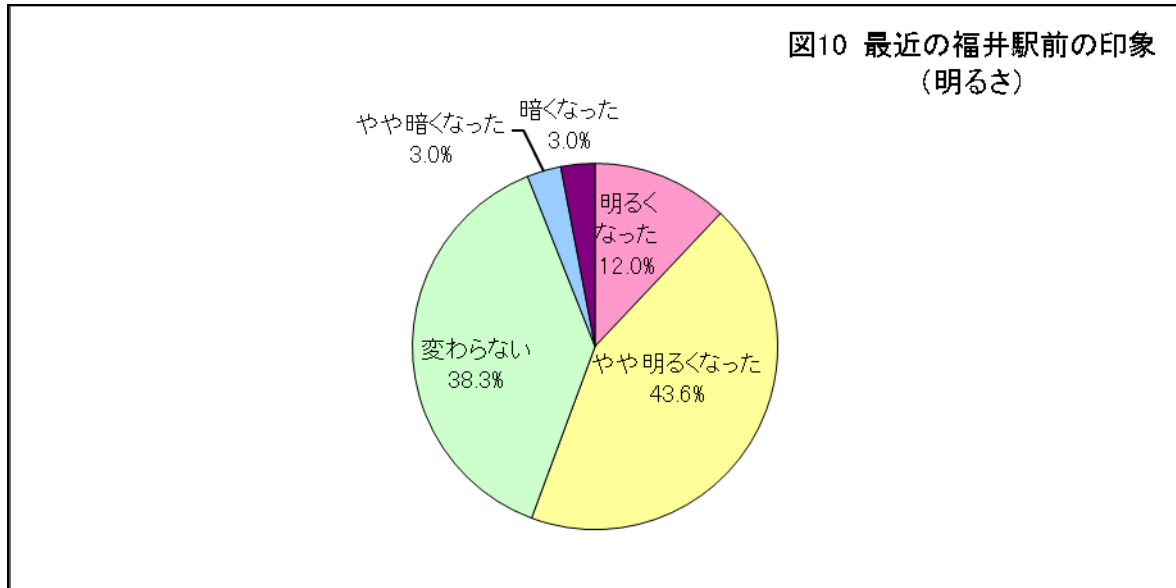
### (9) 金沢市での買い物場所

年末年始金沢へ買い物に出かけた人に買い物先を聞いたところ、多い順に「金沢フォーラス」（79.5%）、「大和香林坊・アトリオ」（46.2%）、「香林坊109」（33.3%）、「金沢百番街」（28.2%）「竪町商店街」（25.6%）となった。



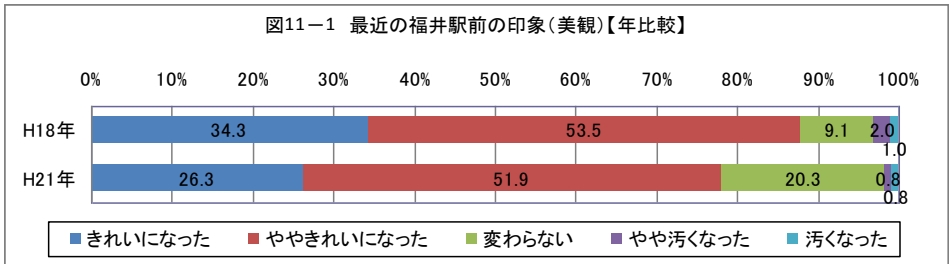
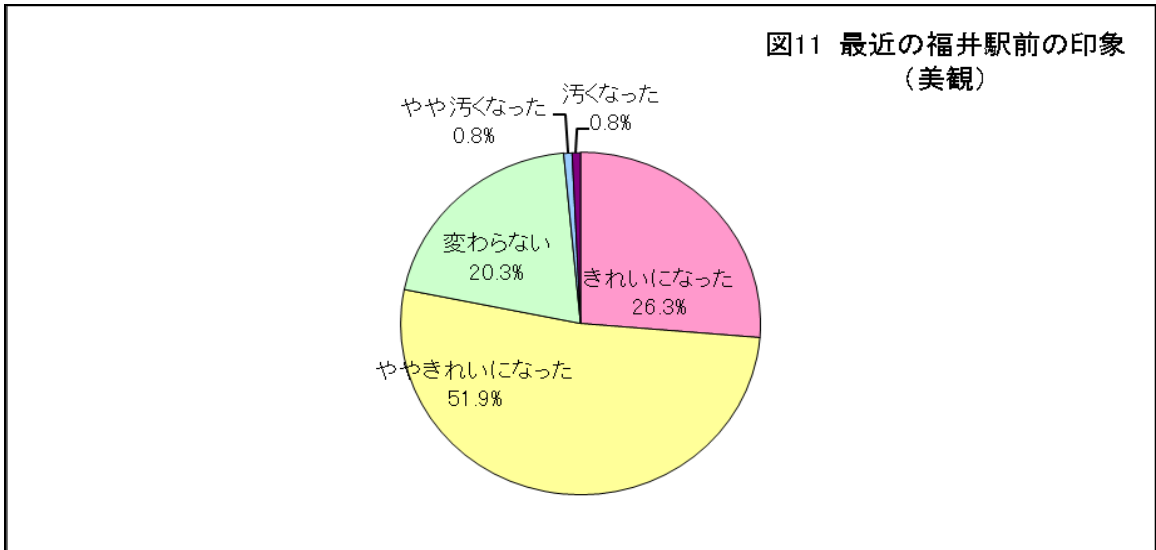
### (10) 最近の福井駅前の印象（明るさ）

最近の福井駅前の印象（明るさ）については、全体の約6割（55.6%）が「明るくなった」「やや明るくなった」、次いで約4割（38.3%）が「変わらない」と回答し、「暗くなった」「やや暗くなった」はわずか（6.0%）だった。平成18年7月の「駅前イメージ調査」結果と比較すると、「明るくなった」「やや明るくなった」が31.1ポイント減っており、JR福井駅高架化開業（平成17年4月）、アーケード完成（平成18年3月）等が続いた平成18年7月当時の方が、明るくなった印象が強かったことがわかる。



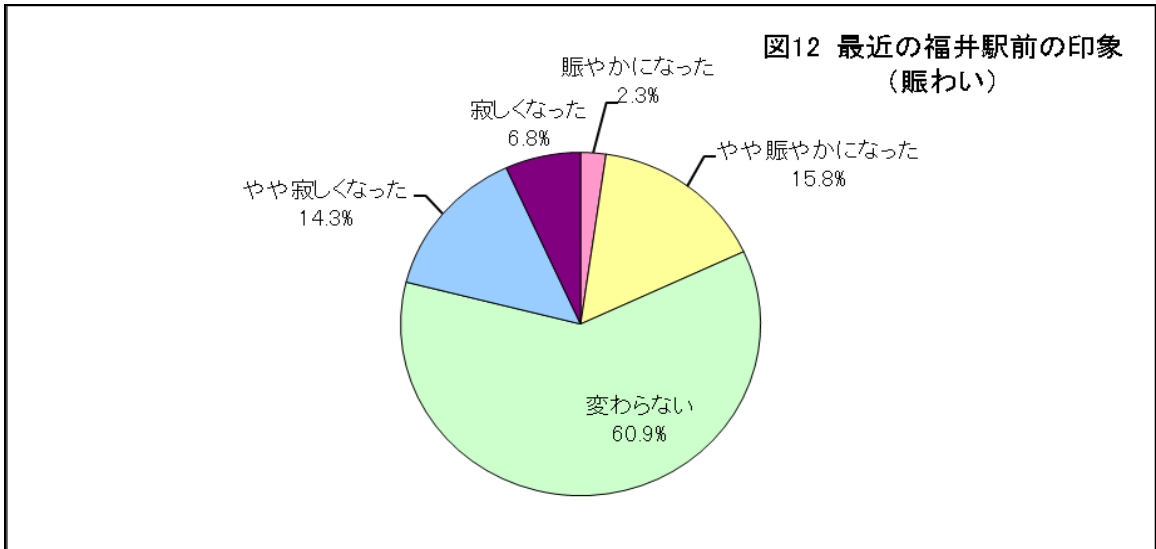
### (11) 最近の福井駅前の印象（美観）

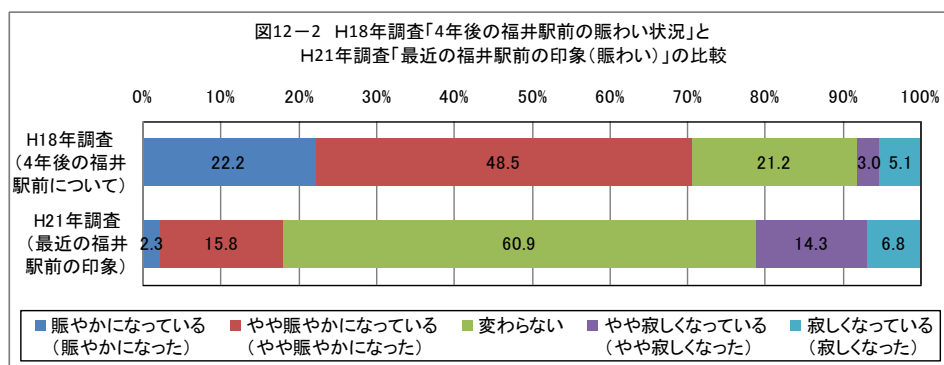
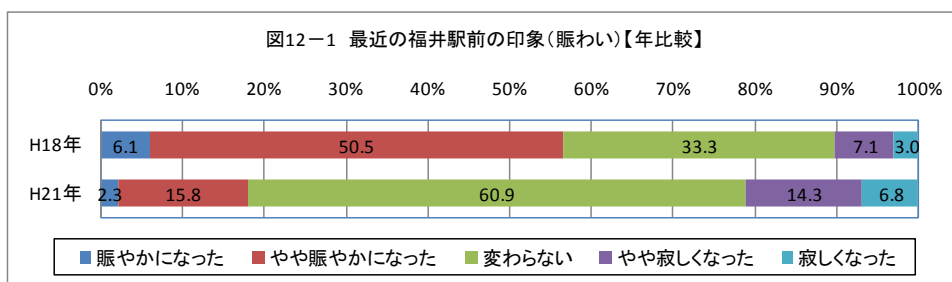
最近の福井駅前の美観については、全体の約8割（78.2%）が「きれいになった」「ややきれいになった」、次いで約2割（20.3%）が「変わらない」と回答し、「汚くなった」「やや汚くなった」はわずか（1.6%）だった。平成18年7月の「駅前イメージ調査」結果と比較すると、「きれいになった」「ややきれいになった」が9.6ポイント減ってはいるものの、きれいになったイメージが継続していることがわかる。



**(12) 最近の福井駅前の印象 (賑わい)**

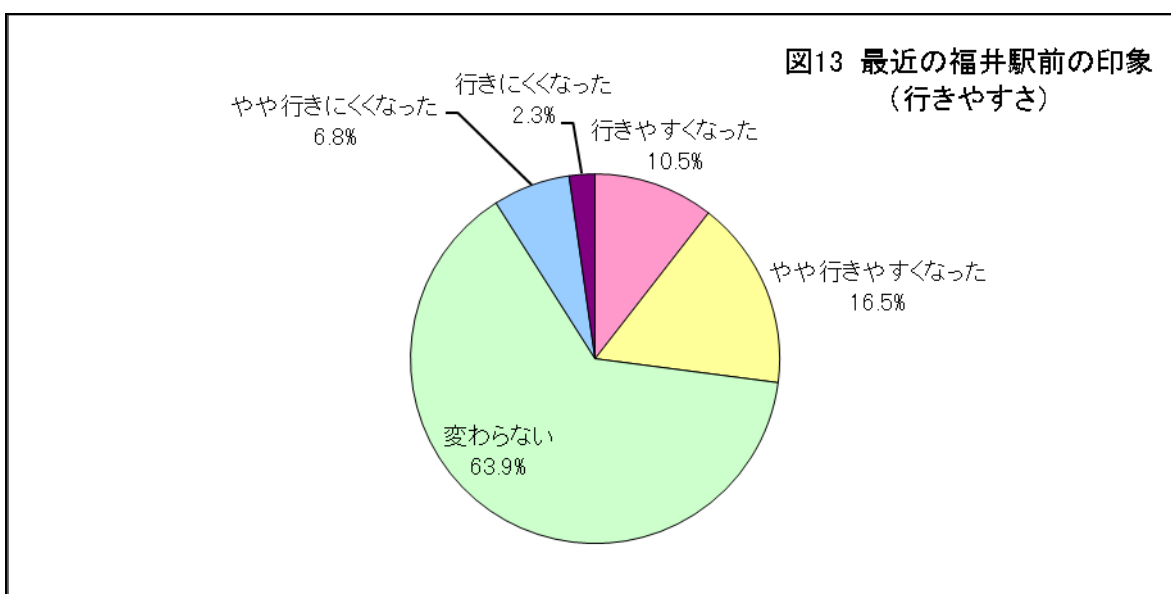
最近の福井駅前の賑わいについては、全体の約6割（60.9%）が「変わらない」と回答した。「賑やかになった」「やや賑やかになった」は18.1%で、「寂しくなった」「やや寂しくなった」（21.1%）を若干下回った。平成18年7月の「駅前イメージ調査」結果と比較すると、「賑やかになった」「やや賑やかになった」が38.5ポイント減少、「変わらない」が27.6ポイント増加、「暗くなった」「やや暗くなった」が11.0ポイント増加した。また、上記「駅前イメージ調査」で4年後（平成21年）の福井駅前について聞いたところ、約7割（70.7%）が「もっと賑やかになっている」「やや賑やかになっている」と回答したが、今回の調査では約6割が「変わらない」と回答していることから、期待どおりの賑わいに至ってない現状がうかがえる。

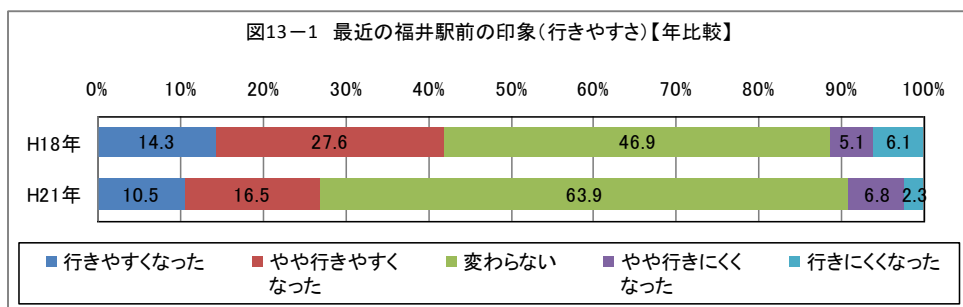




### (13) 最近の福井駅前の印象(行きやすさ)

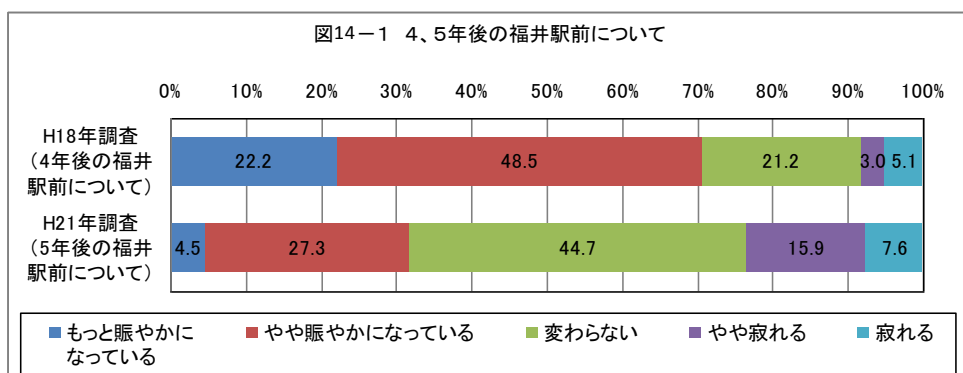
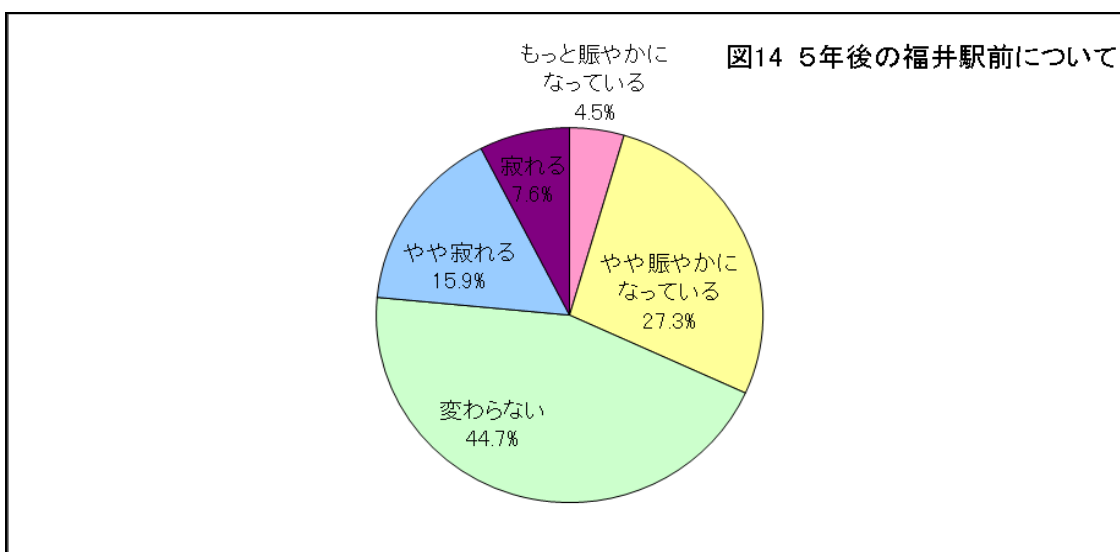
最近の福井駅前の行きやすさについては、全体の約6割(63.9%)が「変わらない」と回答し、次いで、全体の約3割(27.0%)が「行きやすくなった」「やや行きやすくなった」、約1割(9.1%)が「行きにくくなった」「やや行きにくくなった」と回答した。平成18年7月の「駅前イメージ調査」結果と比較すると、「変わらない」が17.0ポイント増加、「行きやすくなった」「やや行きやすくなった」が14.9ポイント減少してはいるものの、JR福井駅高架化開業(平成17年4月)、アーケード完成(平成18年3月)等、大規模工事が終了した2年半前に引き続き、福井駅西口地下駐車場完成(平成19年10月)、幸橋開通(平成19年10月)等により、行きやすくなったイメージがが継続していることがうかがえる。





#### (14) 5年後の福井駅前について

5年後の福井駅前については、全体の約4割（44.7%）が「変わらない」と回答し、次いで、約3割（31.8%）が「もっと賑やかになっている」「やや賑やかになっている」、約2割（23.5%）が「寂れる」「やや寂れる」と回答した。（12）では、「賑やかになった」「やや賑やかになった」とする人が全体の18.1%にとどまったが、5年後については、約3割（31.8%）が「もっと賑やかになっている」「やや賑やかになっている」と回答しており、賑わいへの期待感がみられる。しかしながら、平成18年7月の「駅前イメージ調査」での4年後（平成21年）の福井駅前についての回答と比較すると、「変わらない」が23.5ポイント増加、「もっと賑やかになっている」「やや賑やかになっている」が38.9ポイント減少、「寂れる」「やや寂れる」が15.4ポイント増加しており、平成18年7月当時に比べ、賑わいへの期待感が薄らいでいることがうかがえる。

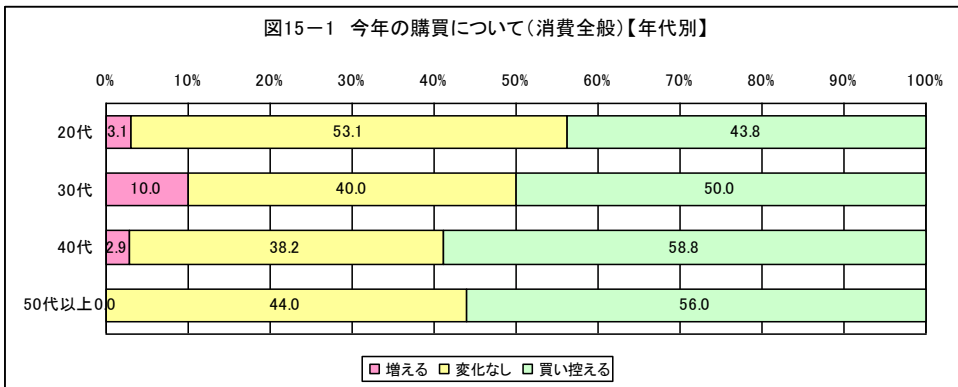
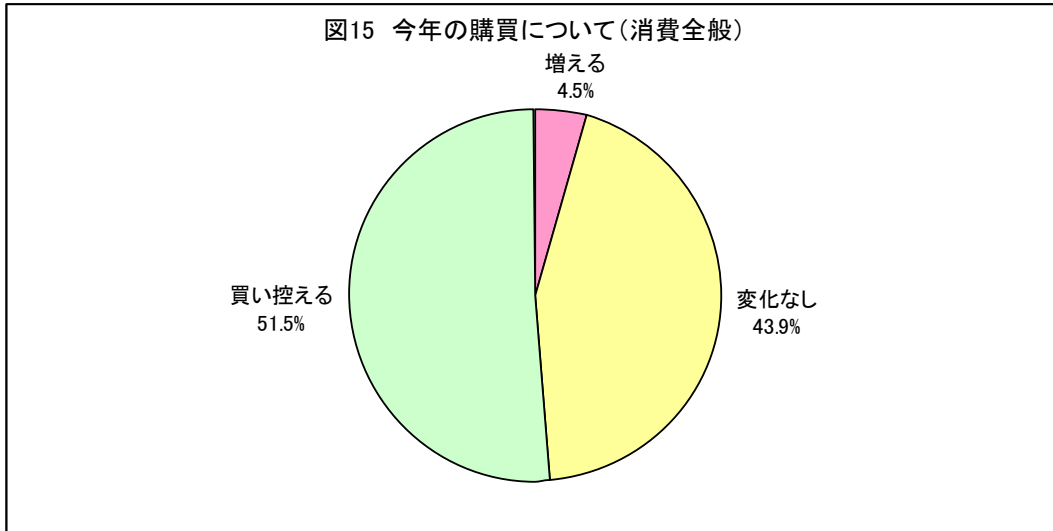


**(15) 今年の購買について**

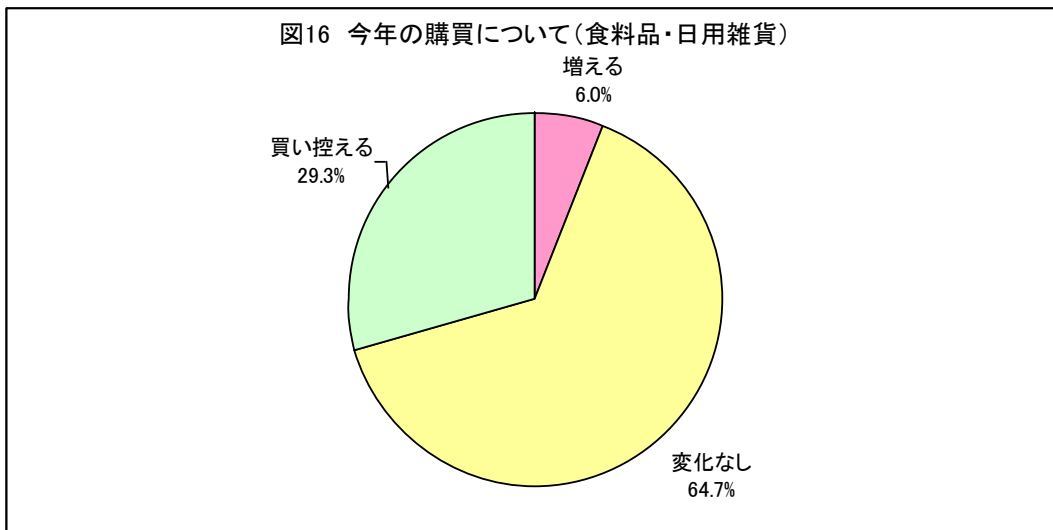
今年の消費全般については、半数以上（51.5%）が「買い控える」と回答し、「増える」と回答した人はわずか（4.5%）だった。

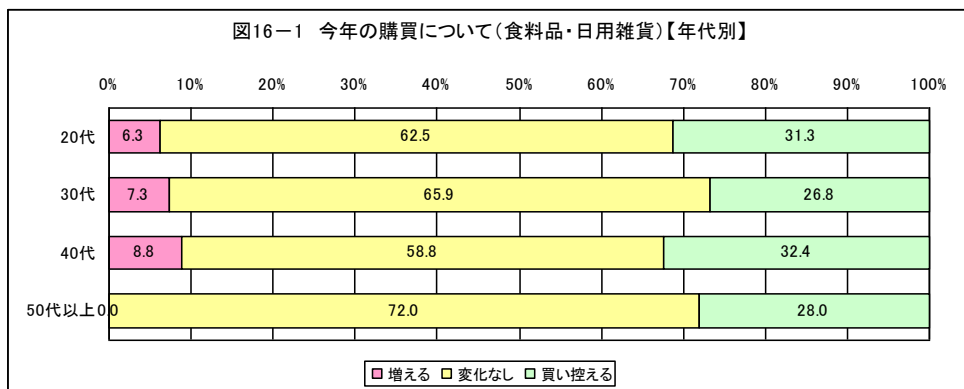
食料品・日用雑貨については、約3割（29.3%）が「買い控える」としたが、婦人服・ファッション関連では、半数以上の52.6%が買い控えるとし、特に婦人服・ファッション関連で消費マインドが冷え込んでいる結果となった。

◆消費全般



◆食料品・日用雑貨





◆婦人服・ファッション関連

