

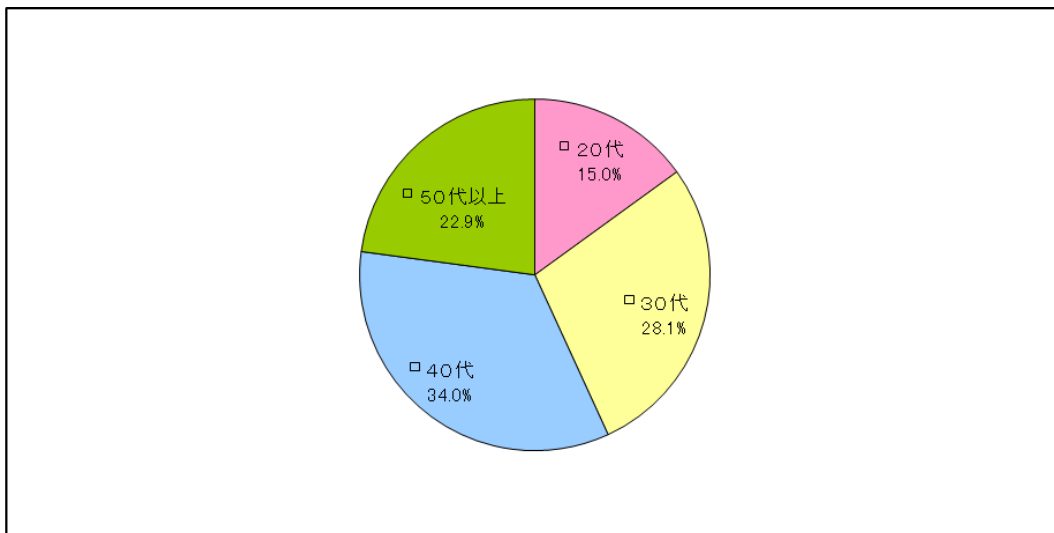
# 年末年始購買動向調査 調査結果

## I 調査の概要

---

1. 調査目的 女性消費者の年末年始の購買動向を把握することにより、中心市街地のまちづくりや商業活性化の参考とする。
2. 実施機関 (調査実施機関) 福井市都市戦略部中心市街地振興課  
(調査集計・分析) まちづくり福井株式会社
3. 調査期間 平成 22 年 1 月 4 日 (月) ~1 月 14 日 (木)
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 346 名
5. 調査方法 F A Xによる調査
6. 回 収 回収数 153 件 / 配布数 346 件 (回収率 44.2%)
7. 回答者データ

回答者の年齢



## Ⅱ 調査結果の概要

---

### ◆昨冬のお歳暮

- ・昨冬（2009年）、約4分の3（73.7%）のお宅がお歳暮を贈っており、うち大半（85.3%）が5件以内の贈答だった。
- ・お歳暮を贈ったお宅の約9割（86.1%）が、総額3万円未満の贈答だった。
- ・贈った総額は、前年と比べ「ほぼ同額」が約8割（81.5%）、「減った」は15.1%、「増えた」は3.4%だった。

### ◆年末年始の過ごし方

- ・「自宅で過ごした」が全体の約8割（77.1%）、次いで「初詣に行った」（59.5%）、「買い物に行った」（51.0%）、「親元・親戚を訪ねた」（45.1%）だった。

### ◆今年の初売り

- ・今年（2010年）の初売りには、例年に比べ少ない54.2%が出かけた。
- ・行き先は、「県内ショッピングセンター」が例年同様多く約6割（61.4%）、次いで「福井駅前」（24.1%）、「県外」（20.5%）だった。今年は、年々増加していた「県外」の割合が伸び悩み、「郊外の専門店」へ出かける割合が高くなった。
- ・初売りの購入金額は、約8割（83.2%）が3万円未満だった。今年は、これまでの高額化傾向に変化が見られ、1万円未満の少額購入、5万円以上の高額購入がともに増える消費行動の二極化傾向がみられた。
- ・初売り購入金額は、全体の半数近く（47.6%）が昨年と比べ「ほぼ同額」と回答し、「減った」が34.1%、「増えた」が18.3%だった。「減った」との回答が4割以上と多かった昨年に比べ、今年は、「減った」が減少、「ほぼ同額」が増加しており、消費額の落ち着き感がみられた。

### ◆今年の購買動向

- ・消費全般について、半数近く（47.7%）が「買い控える」と回答した。昨年に比べると、「増える」が4.5%から8.5%へと増え、「買い控える」が51.5%から47.7%へと減っており、買い控えの傾向は弱まっている。
- ・婦人服・ファッション関連については、昨年に比べ買い控えの傾向は弱まっておらず（53.3%）、消費マインドの低迷が続いている。

### ◆今年、お金をかけたこと、節約したいこと

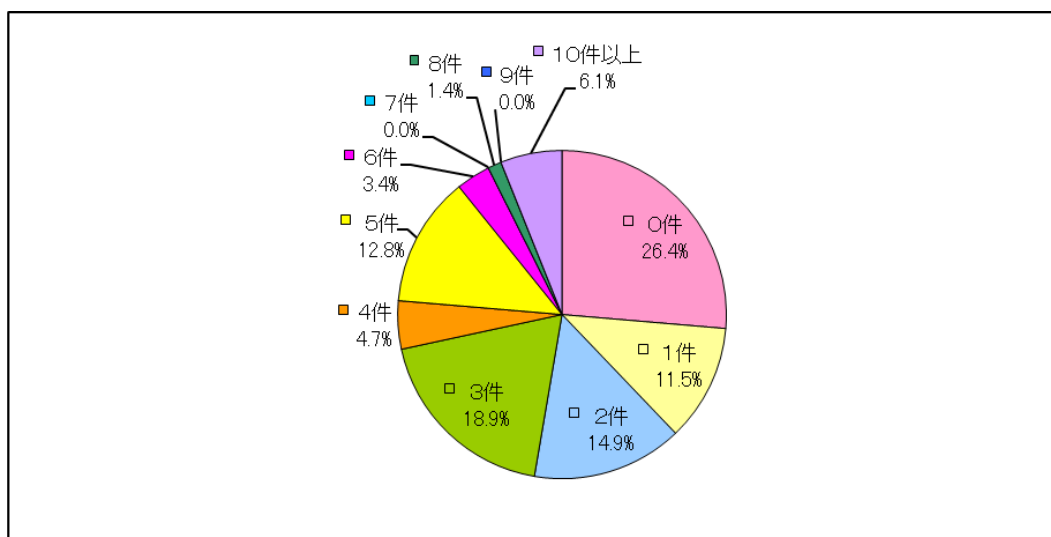
- ・今年お金をかけたことは、割合の高い順に、「貯金」（48.6%）、「国内旅行」（37.0%）、「趣味」（29.5%）「家電品」（26.0%）だった。
- ・30代、40代では「貯金」が各57.5%、54.0%と高く、20代では、「国内旅行」が約6割（60.9%）と高い。
- ・今年節約したいことは、多い順に「外食」（60.4%）、「洋服・ファッション」（40.3%）、「携帯電話」（33.3%）だった。
- ・20代では、上記3項目のほか「車・バイク」の節約志向が高く、50代では上記3項目のうち「携帯電話」はそれほど多くなく、代わりに「宝石・時計」の節約志向が高くなっている。

### Ⅲ 調査結果

#### 1. 昨冬（2009年）お歳暮を贈った件数

「昨冬（2009年）お宅では何件お歳暮を贈りましたか」と聞いたところ、全体の約4分の3（73.7%）が「贈った」と回答し、うち大半（85.3%）が5件以内の贈答だった。

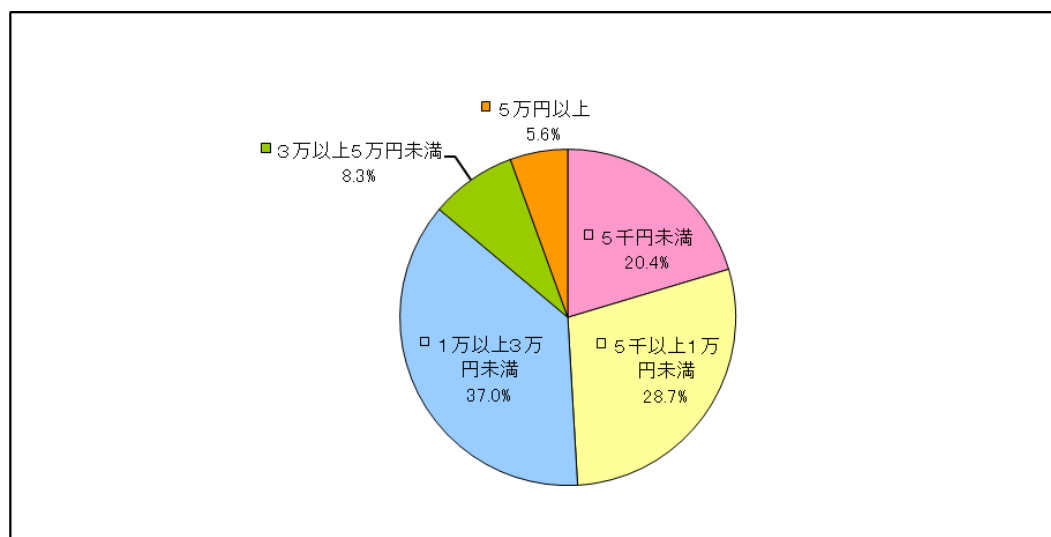
昨冬（2009年）お歳暮を贈った件数



#### 2. 昨冬（2009年）お歳暮を贈った総額

昨冬（2009年）お歳暮を贈ったお宅に、贈った総額を聞いたところ、「1万以上3万円未満」が37.0%、「5千以上1万円未満」が28.7%、「5千円未満」が20.4%となり、全体の約9割（86.1%）が3万円未満だった。

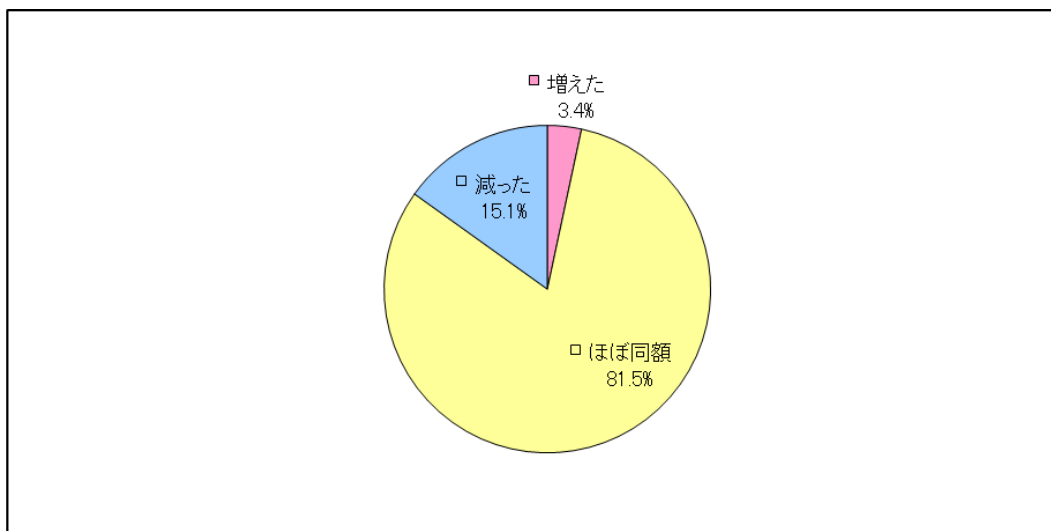
昨冬（2009年）お歳暮を贈った総額



### 3. お歳暮を贈った総額の前年との比較

「お歳暮を贈った総額は前年と比べてどうか」と聞いたところ、全体の約8割（81.5%）が前年と比べて「ほぼ同額」と回答し、「減った」は15.1%、「増えた」は3.4%だった。

お歳暮を贈った総額の前年との比較



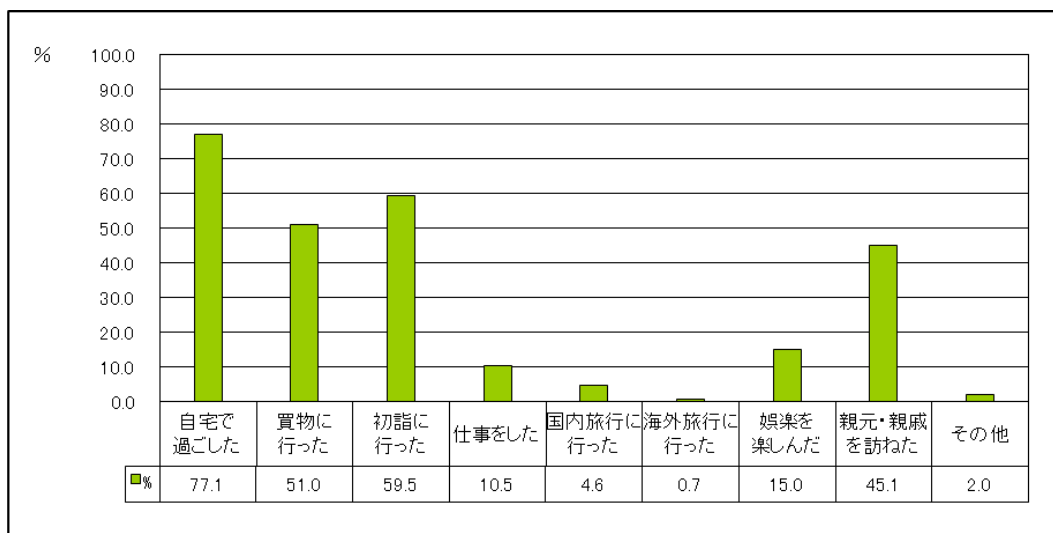
### 4. 年末年始の過ごし方

年末年始の過ごし方は、「自宅で過ごした」が全体の約8割（77.1%）、次いで「初詣に行った」（59.5%）、「買い物に行った」（51.0%）、「親元・親戚を訪ねた」（45.1%）だった。

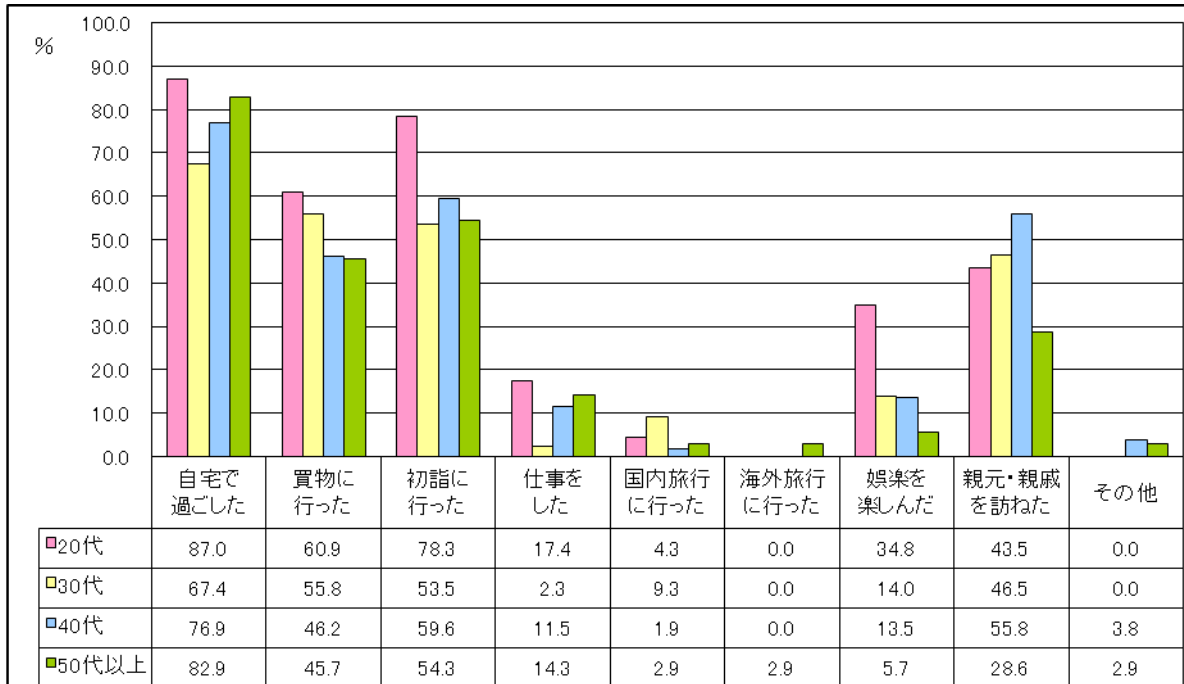
年代別にみても、全年代で「自宅で過ごした」が一番多かった。

20代は「初詣に行った」や「娯楽を楽しんだ」割合が他の世代に比べて高く、約8割（78.3%）が初詣に出かけ、約3分の1（34.8%）が娯楽を楽しんだ。

年末年始の過ごし方



### 年末年始の過ごし方【年代別】



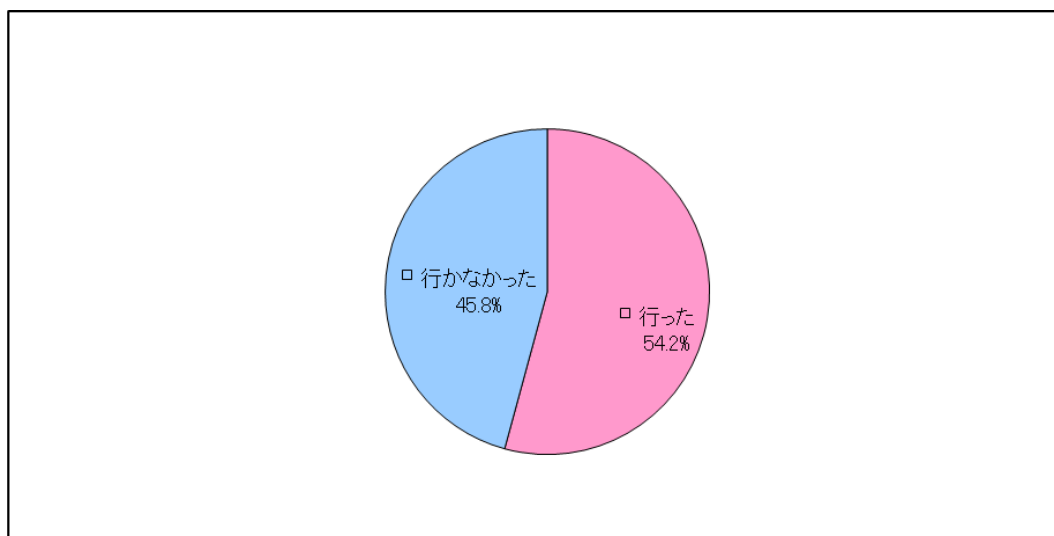
### 5. 今年（2010年）の初売り（1月1日～3日）について

今年（2010年）の初売りには、全体の半数以上（54.2%）が出かけた。

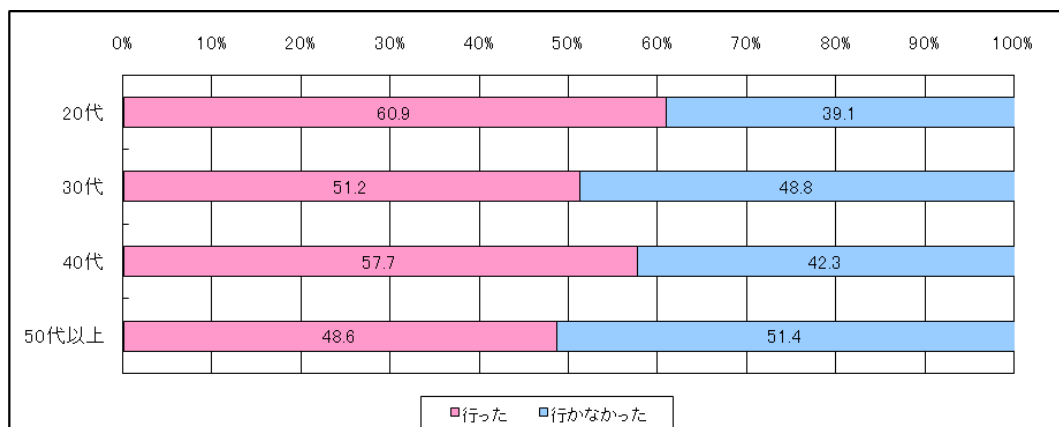
年代別にみると、20代、40代は他の年代に比べ出かけた割合が高く、約6割（各60.9%、57.7%）が出かけた。

過去3年の調査結果と比較すると、初売りに出かけた人が6割以上だった例年に比べ、今年は、出かける割合が低かった。

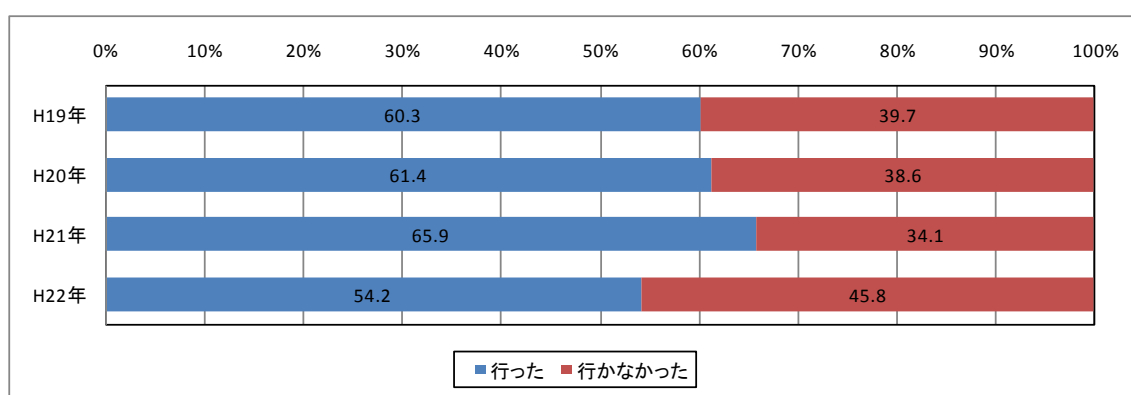
### 今年（2010年）の初売り（1月1日～3日）について



### 今年（2010年）の初売り（1月1日～3日）について【年代別】



### 今年の初売り（1月1日～3日）について【年比較】



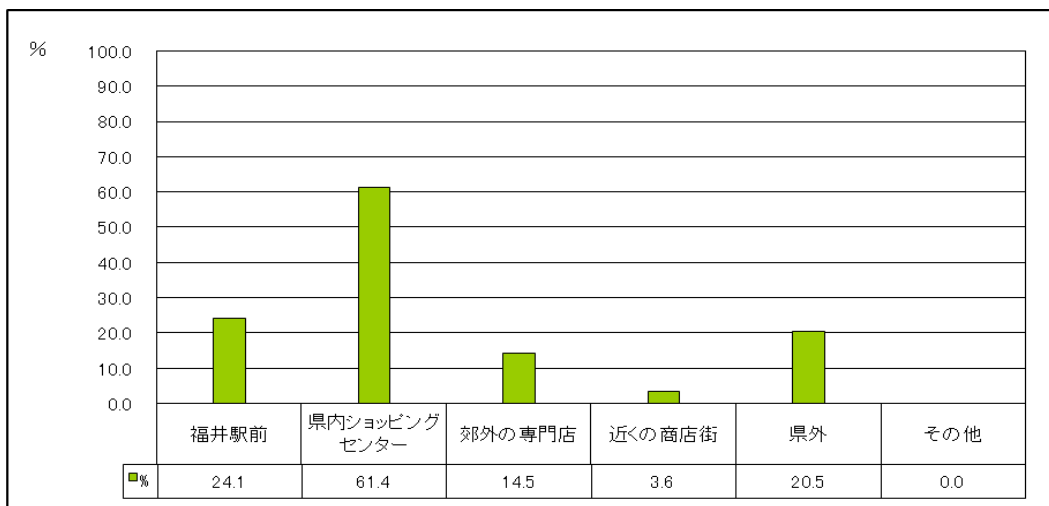
## 6. 初売りの行き先

初売りに出かけた人に行き先を聞いたところ、全体の約6割（61.4%）が「県内ショッピングセンター」に出かけており、次いで「福井駅前」（24.1%）、「県外」（20.5%）だった。

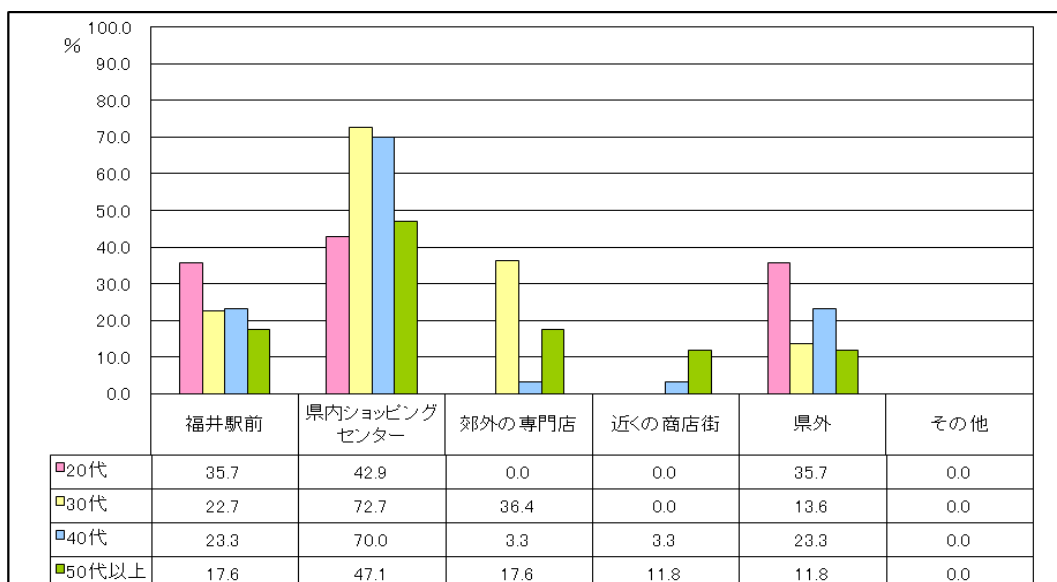
年代別にみると、30代、40代は他の世代に比べ、「県内ショッピングセンター」へ出かけた割合が約7割（各72.7%、70.0%）と高く、また、20代は他の世代に比べ、「福井駅前」や「県外」へ出かけた割合が約3分の1（各35.7%）と高い。

過去3年の調査結果との比較から、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、今年は、年々増加していた「県外」の割合が伸びず、「郊外の専門店」へ出かける割合が高くなった。

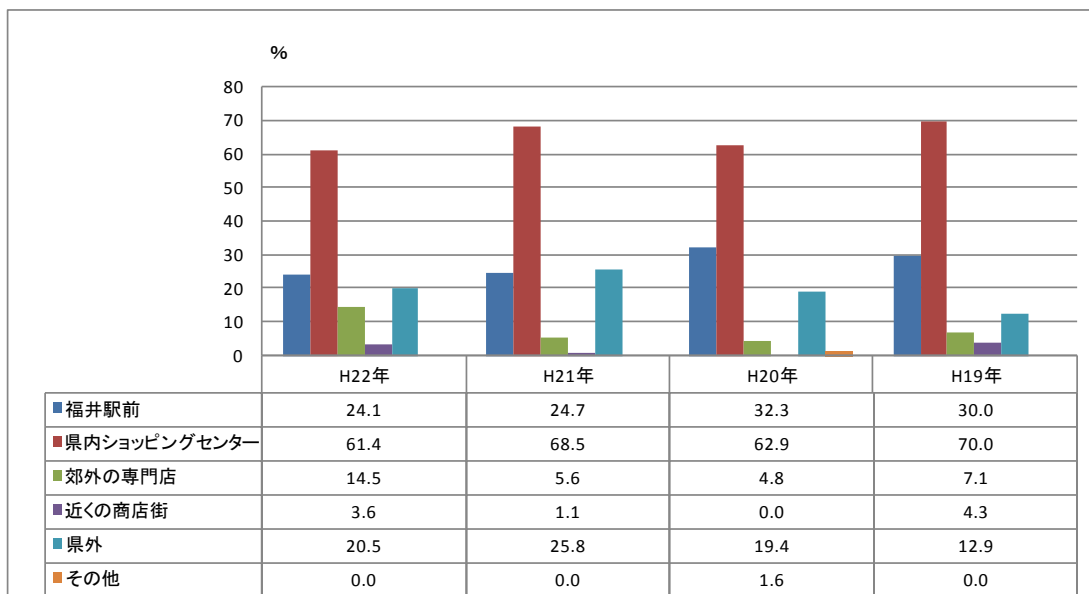
### 初売りの行き先



### 初売りの行き先【年代別】



### 初売りの行き先【年比較】



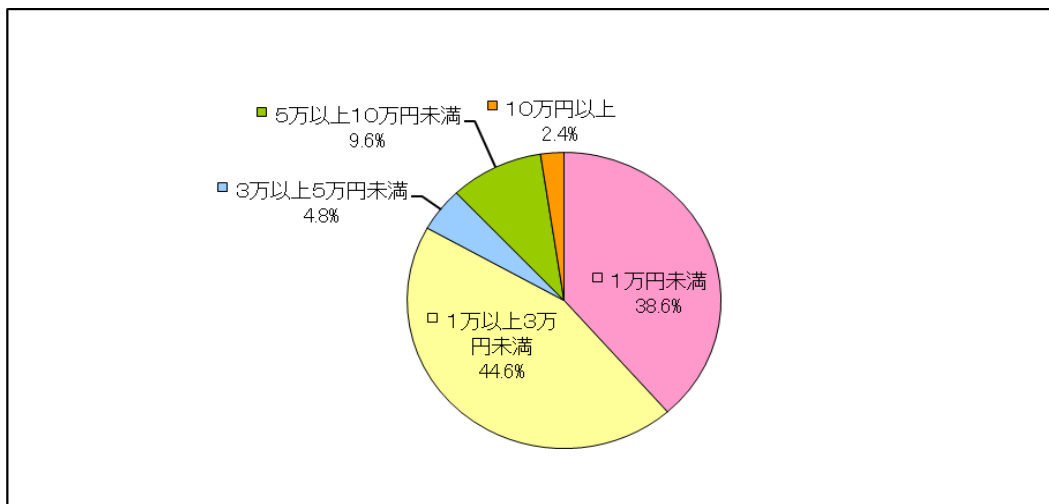
## 7. 初売りの購入金額

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、「1万以上3万円未満」が44.6%、次いで「1万円未満」が38.6%と、全体の約8割（83.2%）が3万円未満だった。

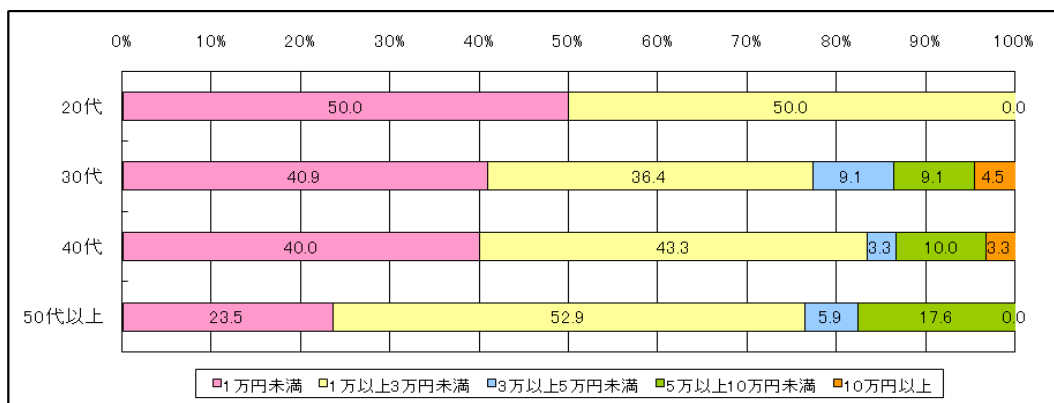
年代別にみると、年代が高くなるにつれ1万円以上購入する割合が高くなる傾向がみられた。

過去3年の調査結果と比較すると、今年は、これまでの高額化傾向に変化が見られ、1万円未満の少額購入、5万円以上の高額購入がともに増える消費行動の二極化傾向がみられた。

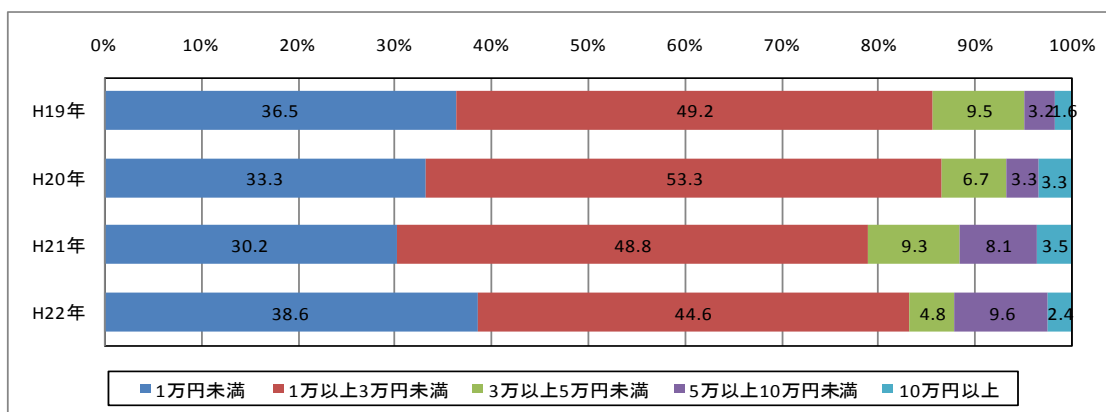
初売りの購入金額



初売りの購入金額【年代別】



初売りの購入金額【年比較】





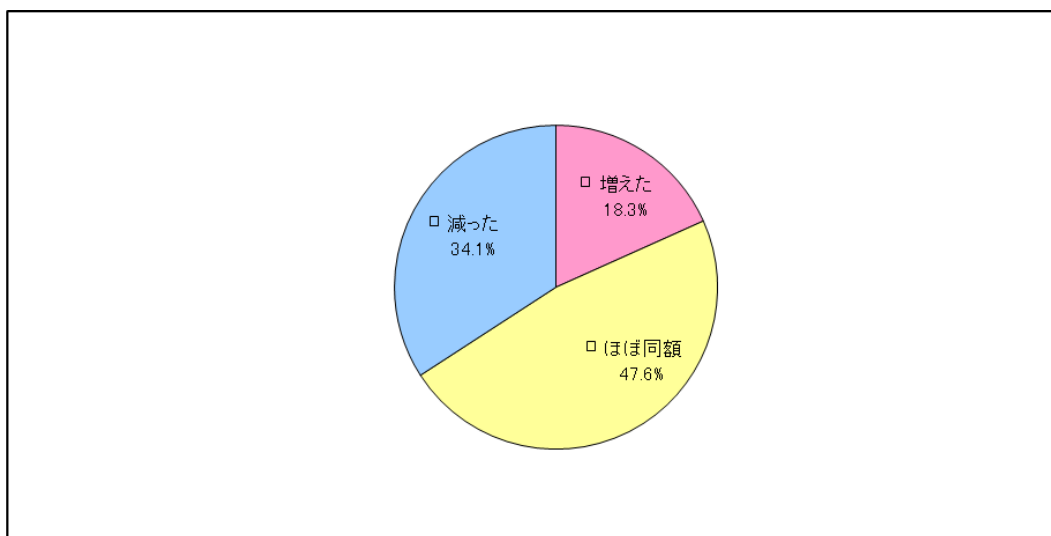
## 8. 初売り購入金額の昨年との比較

初売りに出かけた人に「初売り購入金額は昨年と比べてどうか」と聞いたところ、全体の半数近く（47.6%）が「ほぼ同額」と回答し、「減った」が34.1%、「増えた」が18.3%だった。

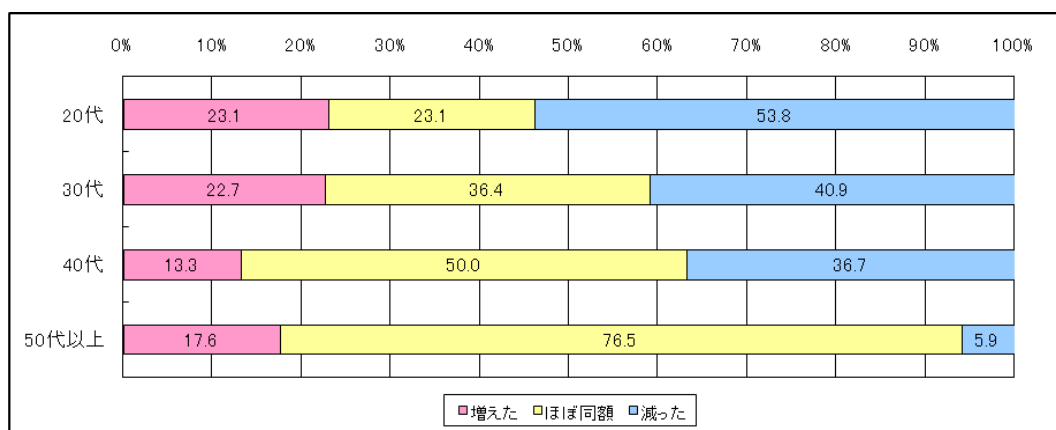
年代別にみると、年代が高くなるにつれ、「減った」とする回答が少なくなっている。

「減った」との回答が4割以上と多かった昨年に比べ、今年は、「減った」が減少、「ほぼ同額」が増加しており、消費額の落ち着き感がみられた。

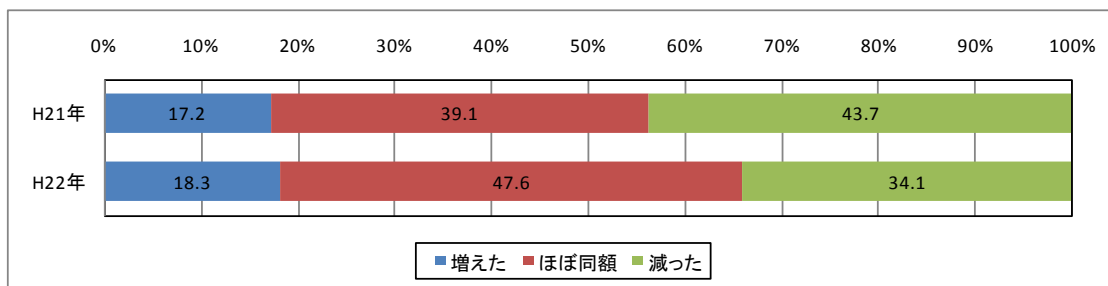
初売り購入金額の昨年との比較との



初売り購入金額の昨年との比較【年代別】



初売り購入金額の昨年との比較【年比較】



## 9. 今年の購買動向

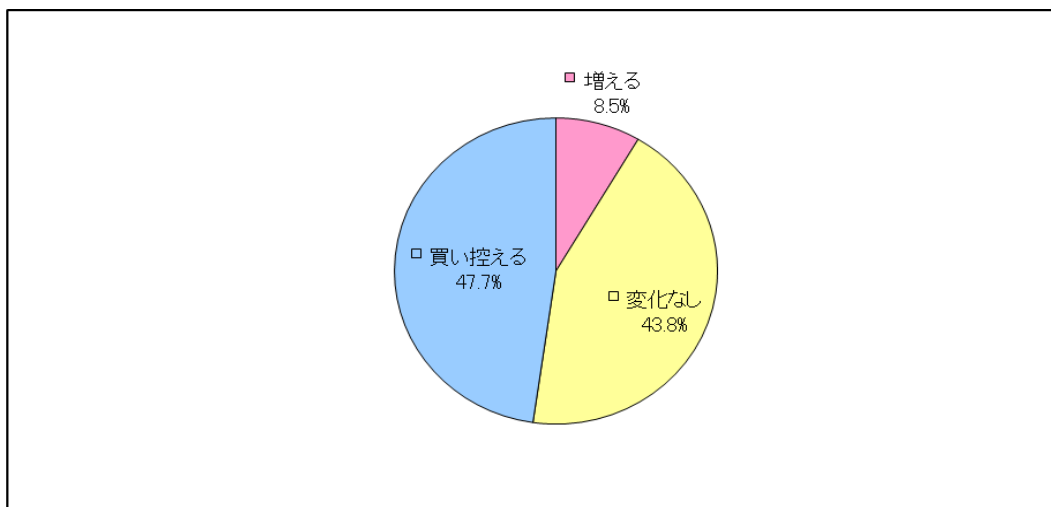
### (1) 消費全般

消費全般について、半数近く（47.7%）が「買い控える」と回答し、「増える」と回答した人は1割に満たなかった（8.5%）。

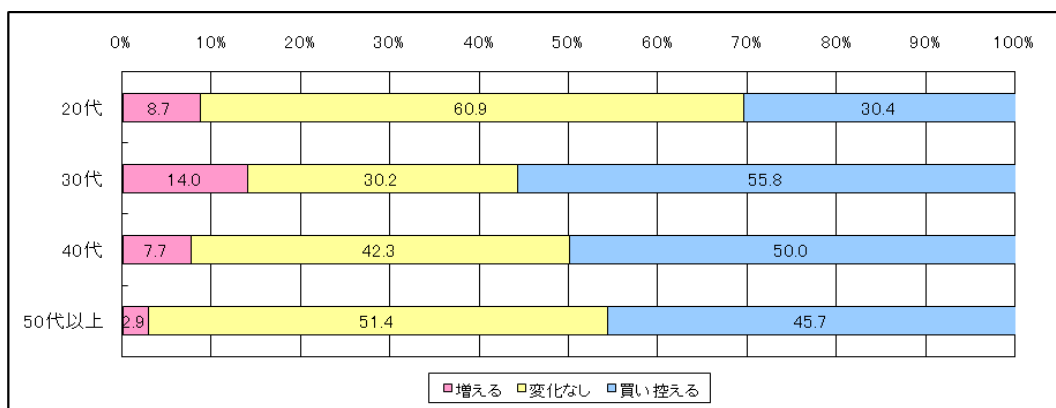
年代別にみると、30代では、他の世代に比べ「買い控える」、「増える」がともに多くなっている。

昨年と比べると、「増える」が4.5%から8.5%へと増え、「買い控える」が51.5%から47.7%へと減っており、買い控えの傾向は弱まっている。

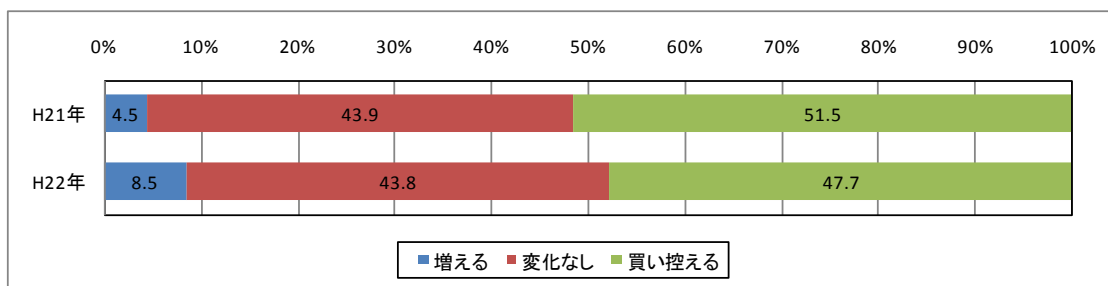
今年の購買動向（消費全般）



今年の購買動向（消費全般）【年代別】



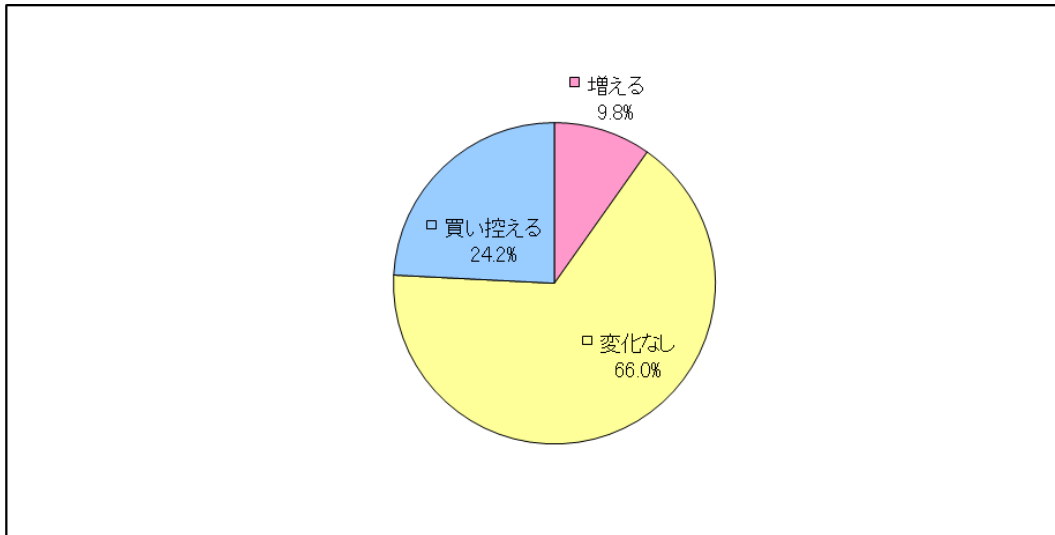
今年の購買動向（消費全般）【年比較】



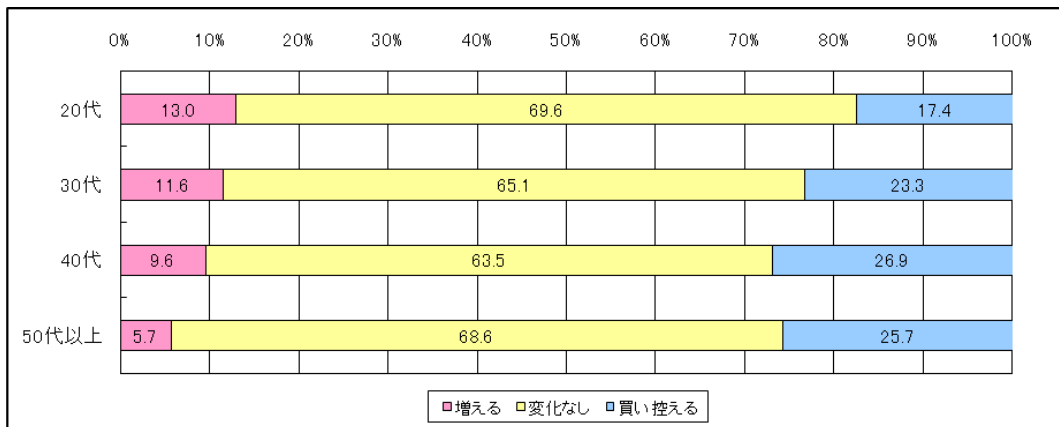
## (2) 食料品・日用雑貨

食料品・日用雑貨では、「買い控える」が約4分の1(24.2%)、「増える」が9.8%だった。年代別にみると、年代が高くなるにつれ、買い控えの傾向が若干強くなる。食料品・日用雑貨についても、昨年に比べると、買い控えの傾向は弱まっている。

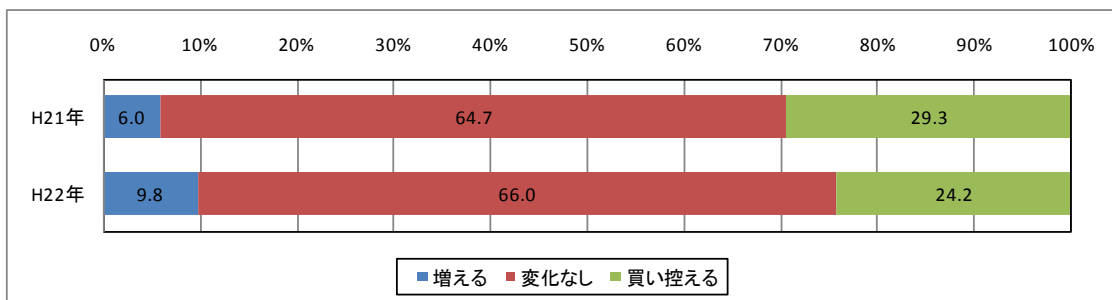
今年の購買動向（食料品・日用雑貨）



今年の購買動向（食料品・日用雑貨）【年代別】



今年の購買動向（食料品・日用雑貨）【年比較】



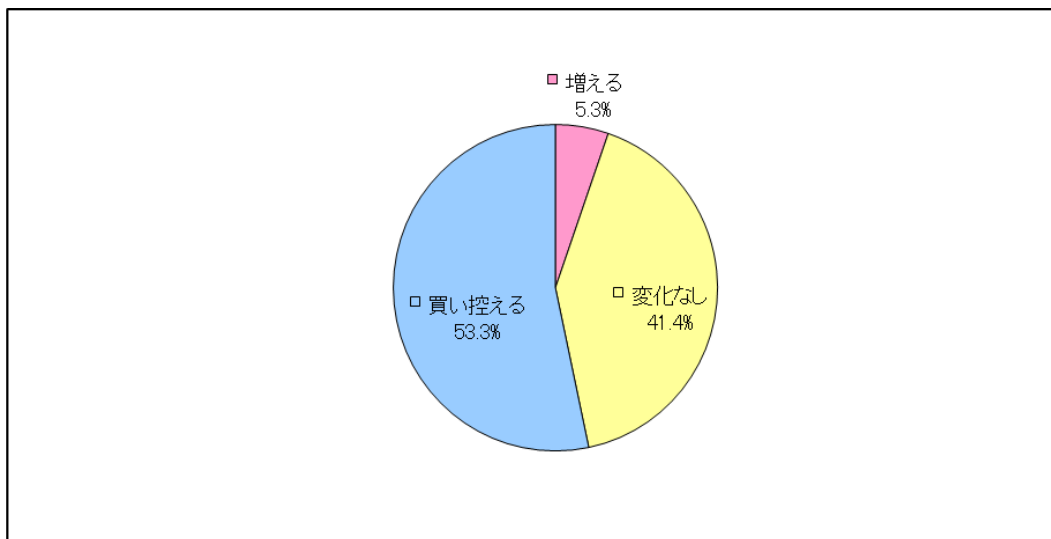
### (3) 婦人服・ファッション関連

婦人服・ファッション関連では、「買い控える」が全体の半数以上（53.3%）と多く、「増える」はわずか（5.3%）だった。

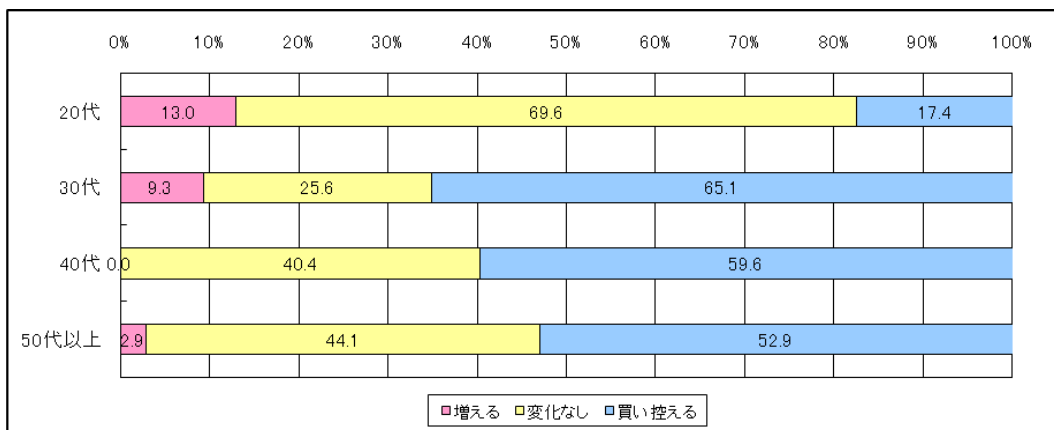
年代別にみると、買い控えの傾向は、強い順に30代、40代、50代となっている。

婦人服・ファッション関連については、昨年と傾向に変化はない。

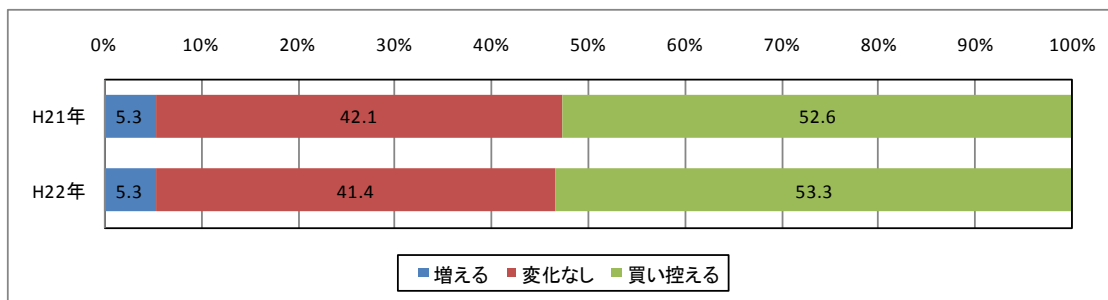
今年の購買動向（婦人服・ファッション関連）



今年の購買動向（婦人服・ファッション関連）【年代別】



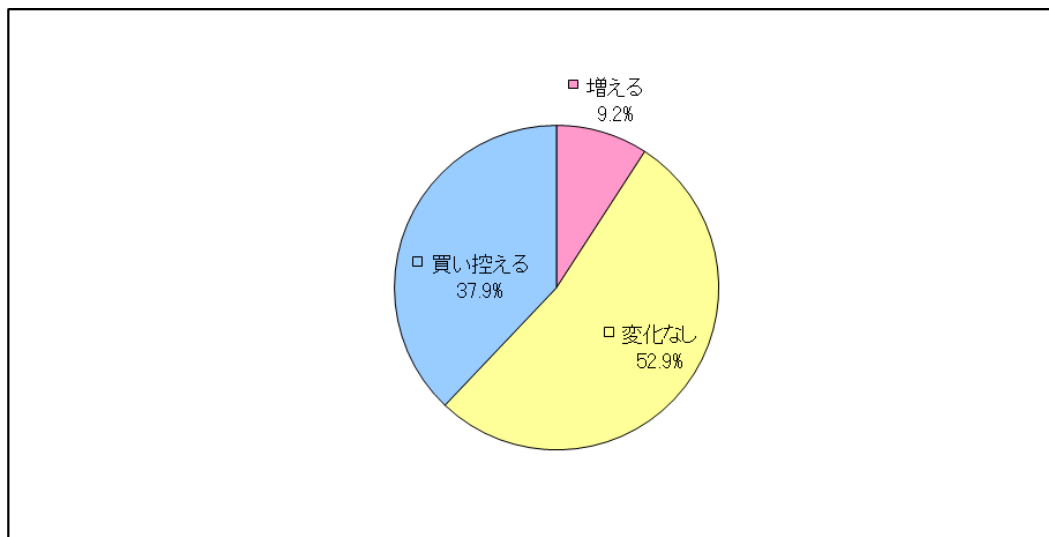
今年の購買動向（婦人服・ファッション関連）【年比較】



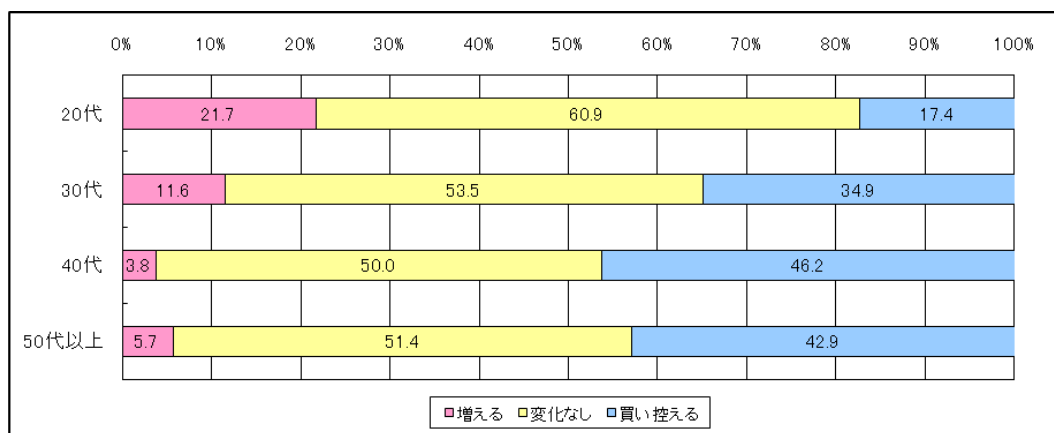
#### (4) レジャー全般

レジャー全般では、「買い控える」が約4割（37.9%）、「増える」が9.2%だった。  
年代別にみると、40代で買い控えの傾向が強い。

今年の購買動向（レジャー全般）



今年の購買動向（レジャー全般）【年代別】

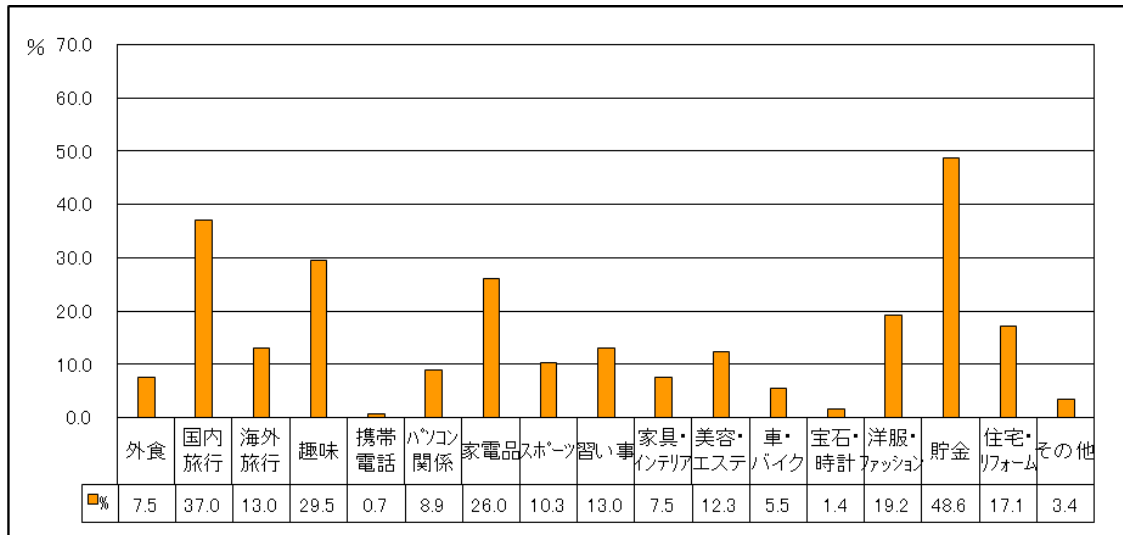


## 10. 今年、お金をかけたいこと

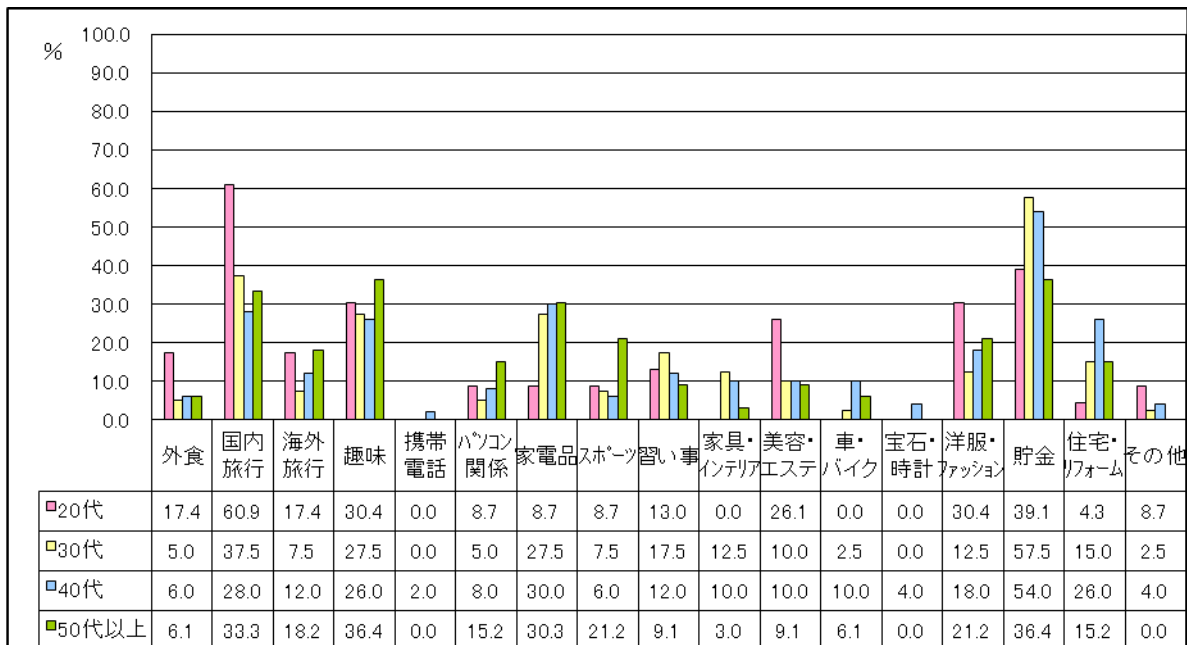
今年お金をかけたいことは、割合の高い順に、「貯金」(48.6%)、「国内旅行」(37.0%)、「趣味」(29.5%)「家電品」(26.0%) だった。

年代別にみると、30代、40代では「貯金」との回答が各57.5%、54.0%と高く、20代では、「国内旅行」が約6割(60.9%)と高い。

今年、お金をかけたいこと



今年、お金をかけたいこと【年代別】

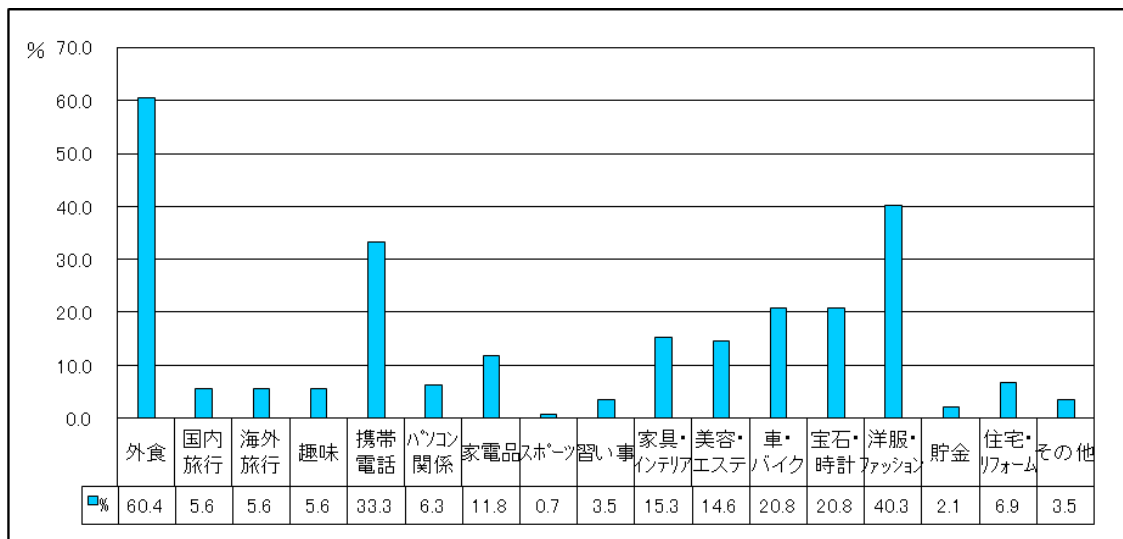


## 11. 今年、節約したいこと

今年節約したいことは、多い順に「外食」(60.4%)、「洋服・ファッション」(40.3%)、携帯電話(33.3%)だった。

年代別にみると、20代では、上記3項目のほか「車・バイク」の節約志向が高く、50代では上記3項目のうち「携帯電話」はそれほど多くなく、代わりに「宝石・時計」の節約志向が高くなっている。

今年、節約したいこと



今年、節約したいこと【年代別】

