

～ 平成 22 年度 消 費 動 向 調 査 ～

若手ビジネスマンの消費動向調査結果

平成 23 年 3 月
富 山 市
富山商工会議所

平成 22 年度 消費動向調査

若手ビジネスマンの消費動向調査結果

■はじめに

県内の景気情勢は、一部には比較的活力のある業種もみられますが、全体的には未だ明るい兆しを感じられず、特に個人消費の冷え込みやデフレの進行により、小売業を中心とした商業環境は依然として厳しい状況が続いています。

こうした中、本調査は消費の中枢を担う若手ビジネスマン(35歳以下の男女従業員)を対象に、その消費動向とともにインターネットを含む通信販売の利用状況を掘むほか、あわせて金沢市での消費動向も探ることを目的に実施しました。本調査結果が顧客ニーズや消費の実態を捉えるうえで、少しでもお役立ていただければ幸いです。

なお、本調査実施にご協力いただきました企業・官公庁、並びにご回答いただいた皆様に心よりお礼申し上げます。

平成 23 年 3 月

富 山 市

富山商工会議所

目 次

I. 調査実施要領	1
II. 回答者の概要	2
III. 調査結果の概要	
1. 1カ月あたりの小遣い	3
2. 今、一番購入したいもの	4
3. 高額商品の購入者を決定付ける人	4
4. 商品別の購入場所	5
5. 商品を購入する際に重視するもの	6
6. 通信販売の利用状況（媒体・購入商品・金額）	6
7. 金沢市への訪問頻度	7
8. 金沢市までの交通機関	8
9. 金沢市へ行く目的と使用金額	8
10. 富山市の中心街に求めるもの	10
IV. 集計表	12
V. 調査票	24

I. 調査実施要領

1. 調査目的

本調査は、富山市内の企業・官公庁に勤める 35 歳以下の男・女従業員を対象に、最近の消費動向を調査し、今後の富山市の小売業等の振興のための資料とする。

2. 調査実施機関

富山市、富山商工会議所

3. 調査実施時期

平成 22 年 11 月 1 日～平成 22 年 11 月 19 日

4. 調査対象

富山商工会議所の会員事業所及び主要官公庁(全 224 事業所)に勤める 35 歳以下の男女従業員(職員)

5. 有効回答数

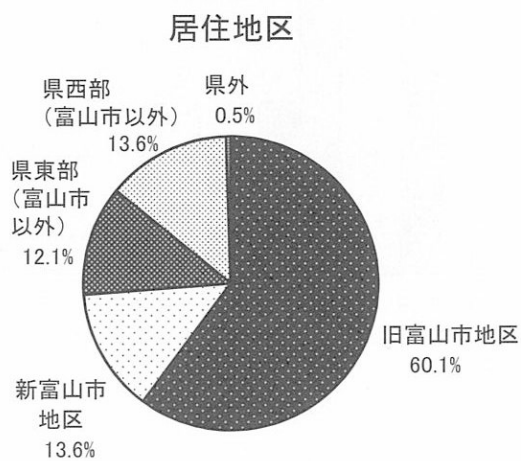
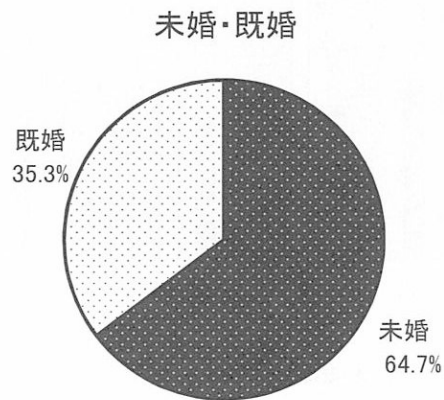
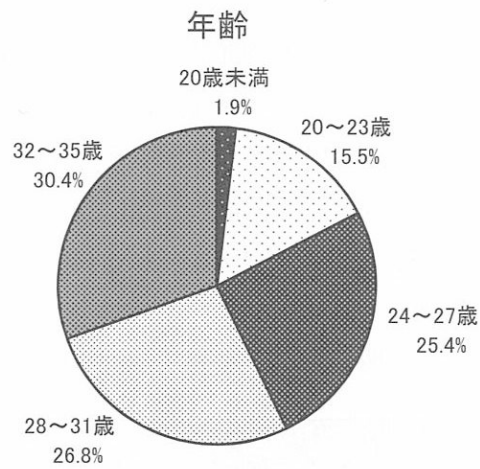
回答事業所 113 事業所 (回答率 50.5%)

有効回答数 828 件

6. 調査報告書の集計値と記号

- (1) 調査結果の割合(%)は小数第 2 位を四捨五入し算出した。従って、合計値が 100%にならない場合がある。
- (2) 1 つの質問に対して 2 つ以上の回答を求めているものは「MA」(Multiple Answer)と表示し、割合(%)は各選択項目の回答数を有効回答数で割った数値である。
- (3) 図表中に[N]と記してあるのは、その質問における回答者数である。

II. 回答者の概要



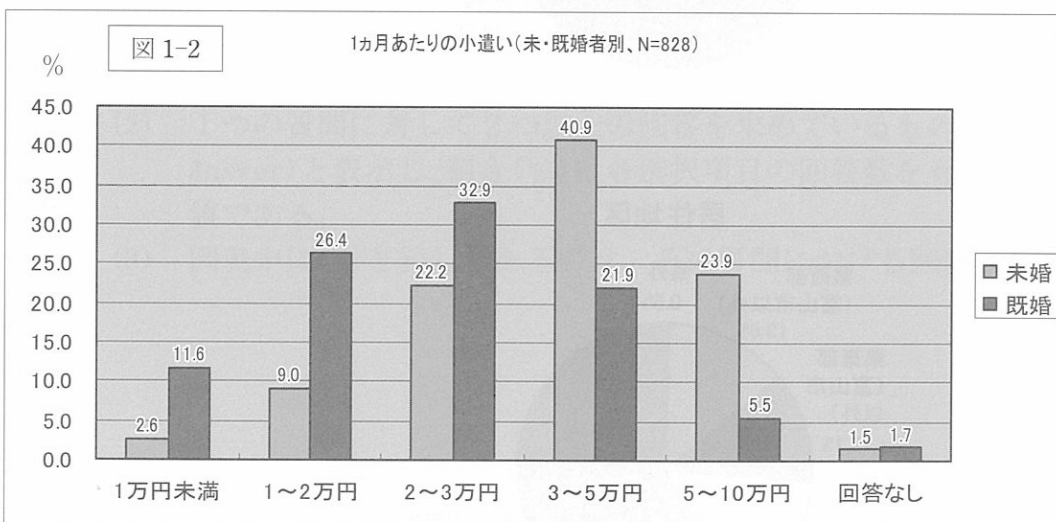
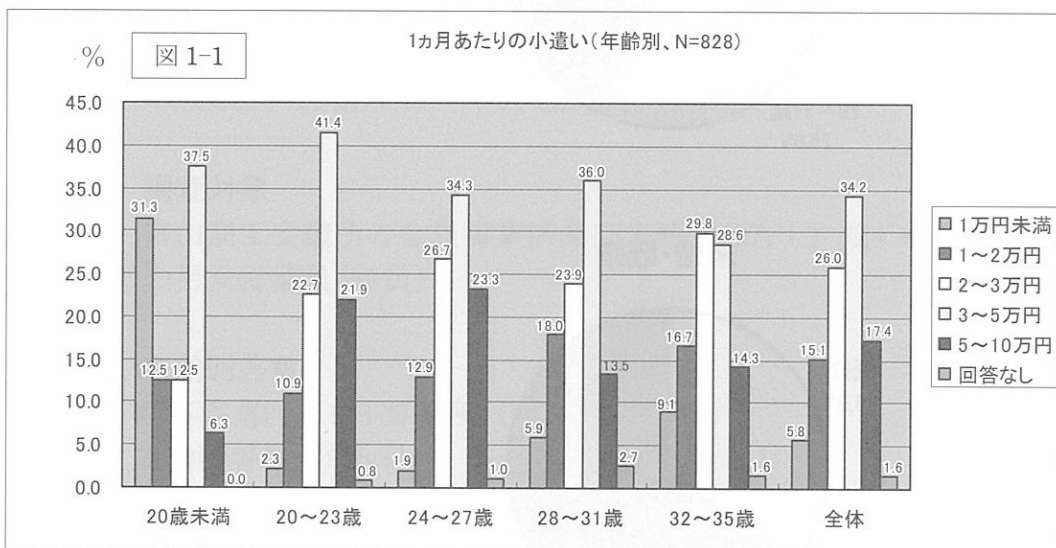
新富山市地区＝旧の婦中町、八尾町、山田村、大沢野町、大山町、細入村

Ⅲ. 調査結果の概要

1. 1カ月あたりの小遣い

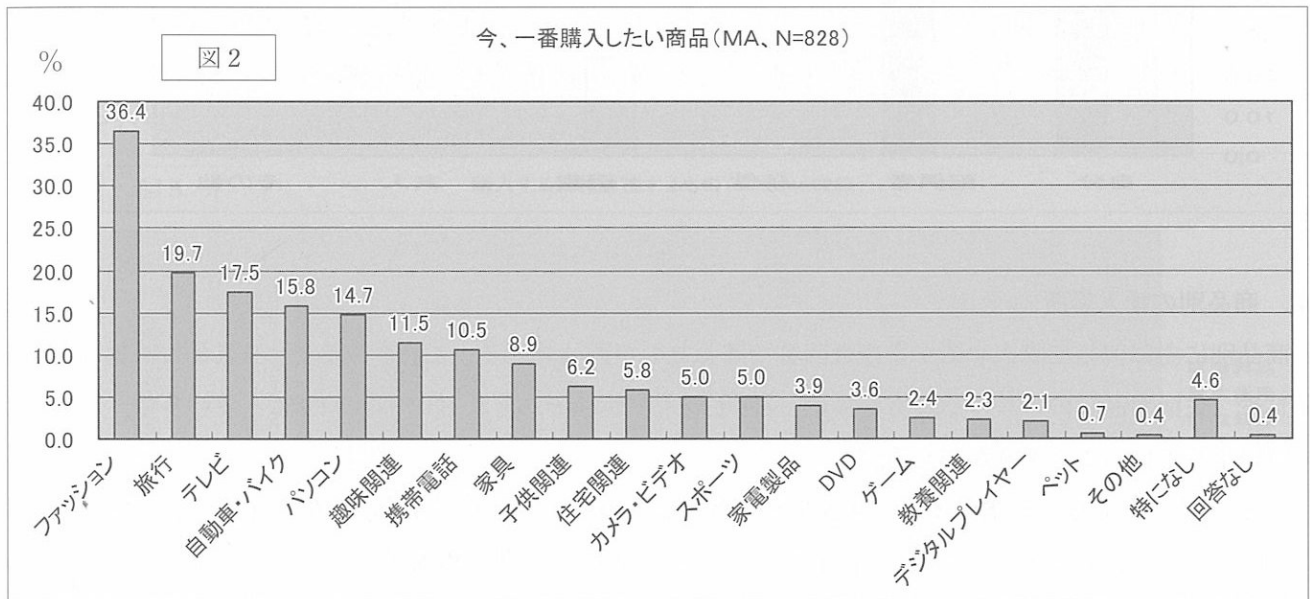
1カ月あたりの小遣いを尋ねた結果が図1-1（年齢別）、図1-2（未・既婚者別）である。これによると、「全体」では『3～5万円』が34.2%と最も多く、年齢別では、31歳以下の全てで『3～5万円』を上位としているが、「32～35歳」では『2～3万円』（29.8%）が『3～5万円』（28.6%）を僅かに上回った。

また、これを未婚者と既婚者に別けてみると、「未婚者」では『3～5万円』（40.9%）が最も多いが、「既婚者」では『2～3万円』（32.9%）となり、家計を重視する一方で小遣いへのしわ寄せがうかがえる。



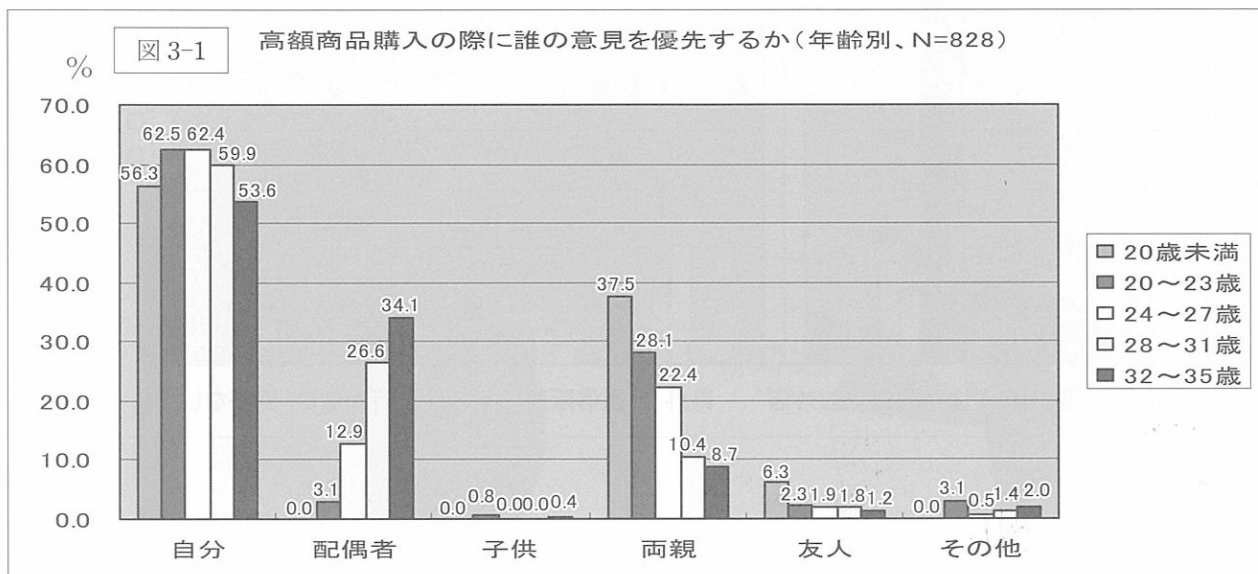
2. 今、一番購入したいもの

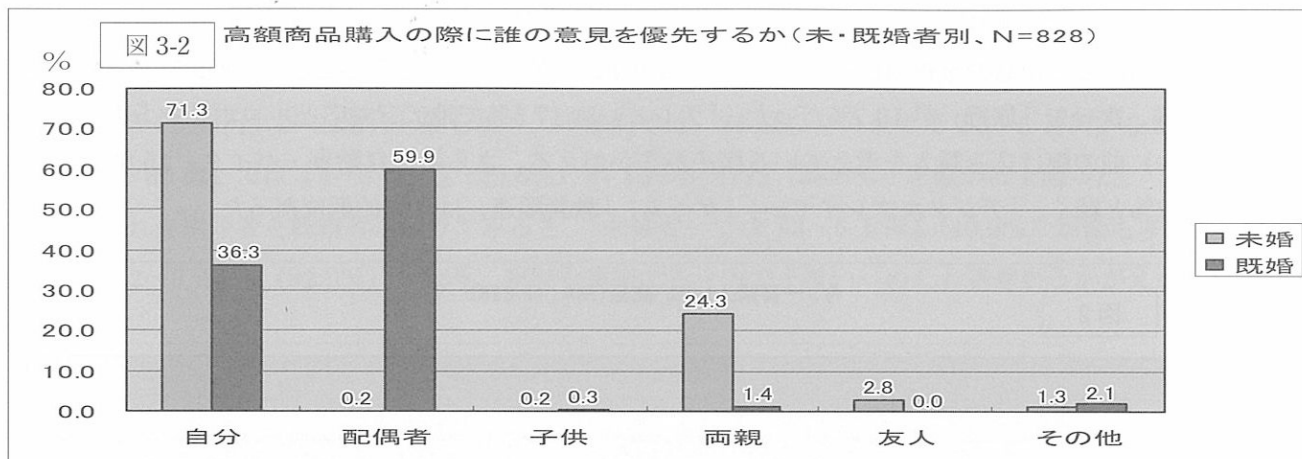
今、一番購入したいものを複数回答で尋ねたものが図2である。これを見ると、「ファッション」が最も多く36.4%、次いで「旅行」が19.7%だった。「テレビ」は17.5%で地デジ対応とエコポイント変更（ポイント数減少）前の駆け込み購入を考えている様子が見えうかがえる。さらに「自動車・バイク」15.8%、「パソコン」14.7%と続く。「デジタルプレイヤー」「ゲーム」「教養関連」は比較的低位だった。



3. 高額商品の購入を決定づける人

高額商品を購入する際に誰の意見を優先するかを年齢別に尋ねたのが図3-1である。これを見ると、全ての年齢で『自分』が圧倒的に多い結果となった。これを未婚者と既婚者に別けてみると、図3-2のとおり、それぞれ最も多いのは、「未婚者」が『自分』(71.3%)、「既婚者」が『配偶者』(59.9%)となった。「既婚者」は『自分』(36.3%)より配偶者の意見を重要視していることがうかがえる。

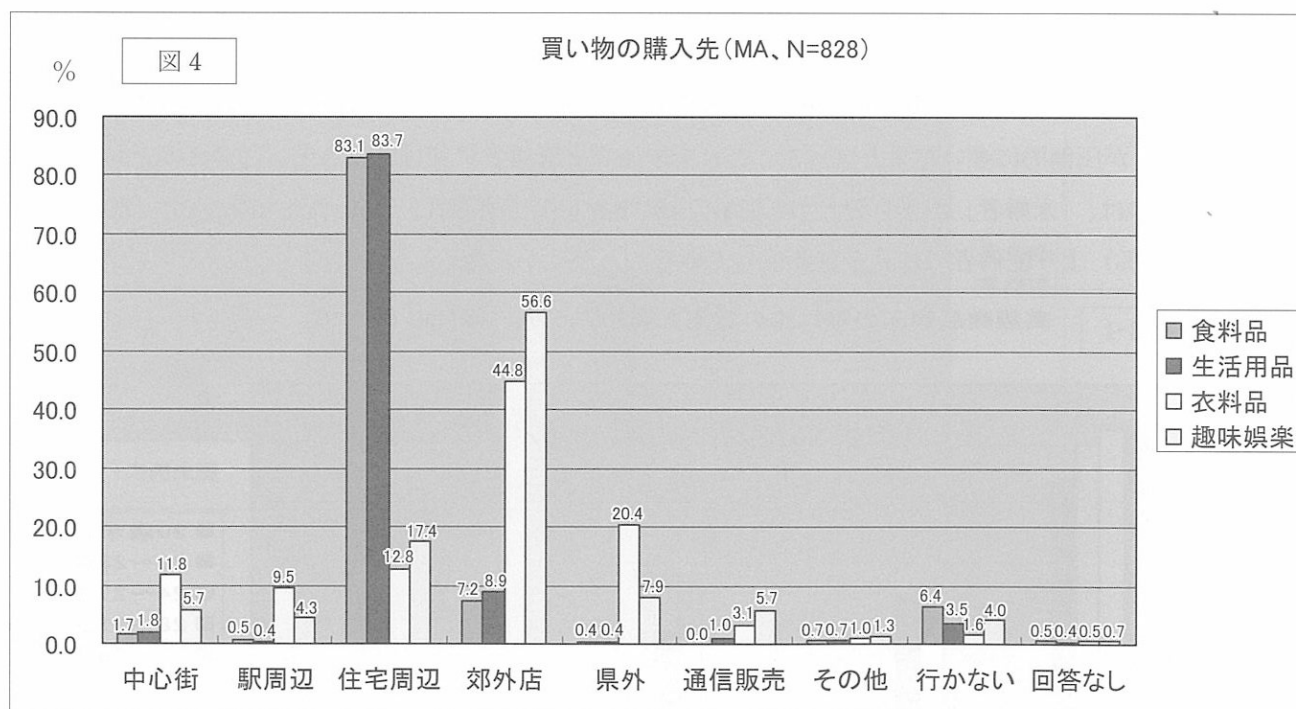




4. 商品別の購入場所

商品別に主に何処で購入するかを複数回答で尋ねたのが図 4 である。これをみると、日常的に必要な「食料品」や「生活用品」のいわゆる最寄り品は、『住宅周辺』が、それぞれ 83.1%、83.7%と最も多く、家の近くで買い求めていることがうかがえる。

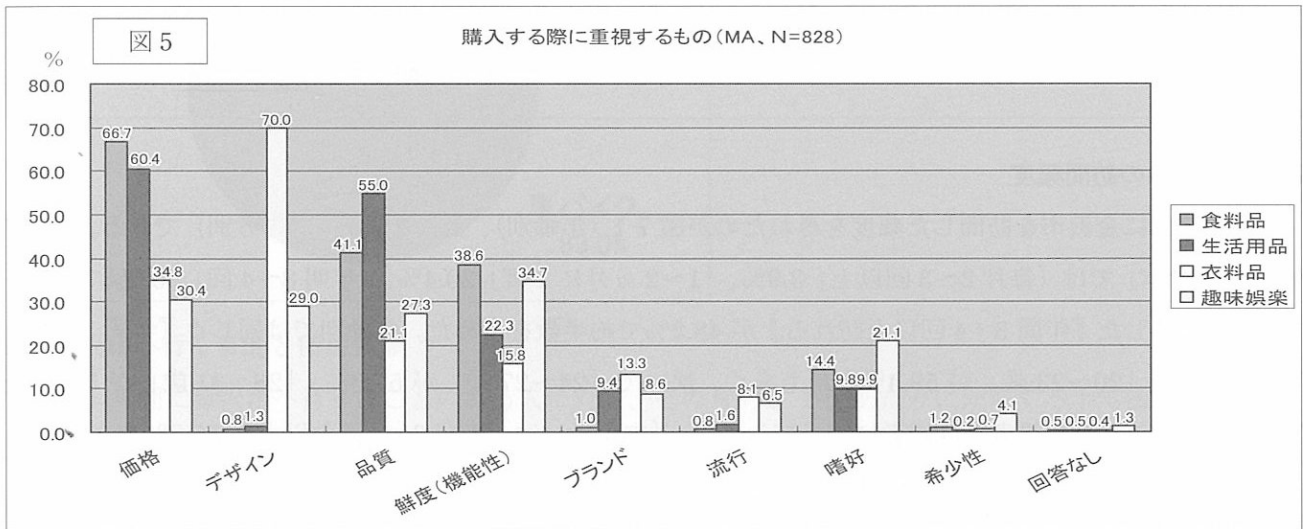
一方、「衣料品」はロードサイドショップや大型店などの『郊外店』が 44.8%と最も多く、次いで『県外』が 20.4%となり、金沢市などへの流出を示すものと考えられる。「趣味・娯楽品」についても『郊外店』が 56.6%と突出し、そのほかは分散している。



5. 商品を購入する際に重視するもの

商品を購入する際に主に何を重視するかを2つまで尋ねたのが図5である。これをみると、「食料品」は『価格』が66.7%と最も多く、次いで『品質』が41.4%、『鮮度』が38.6%と続いている。「生活用品」についても同様に『価格』(60.4%)、『品質』(55.0%)、『鮮度(機能性)』(22.3%)の順になっている。

「衣料品」は『デザイン』を最も重視し70.0%を占め、次いで『価格』が34.8%と続いている。「趣味・娯楽用品」は『機能性』が34.7%と最も多いものの、『価格』が30.4%、『デザイン』が29.0%、『品質』が27.3%となり、これらをそれぞれに重視していることが分かる。なお、いずれの商品をみても節約志向から『価格』、安全や安心を意識した『品質』を重視していることがうかがえる。

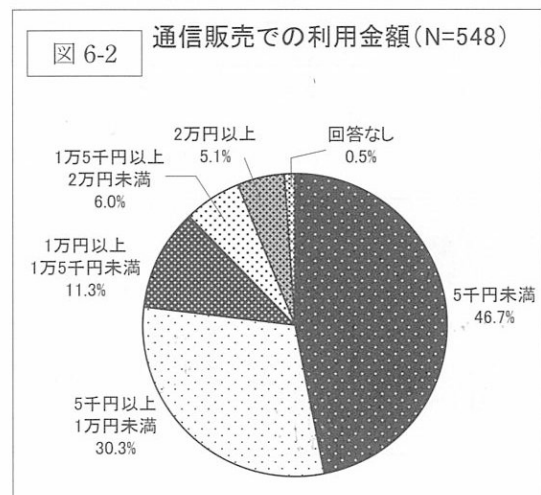
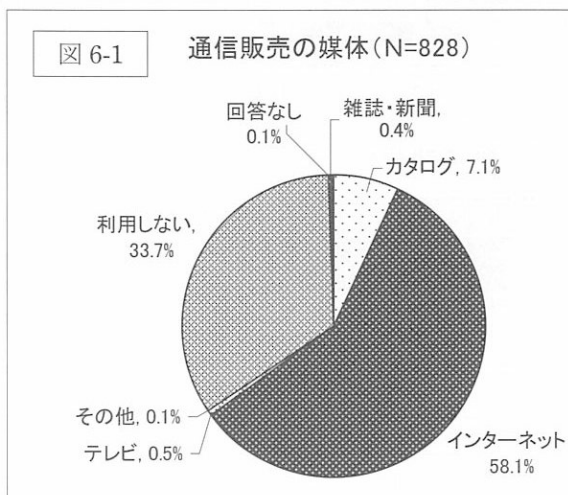


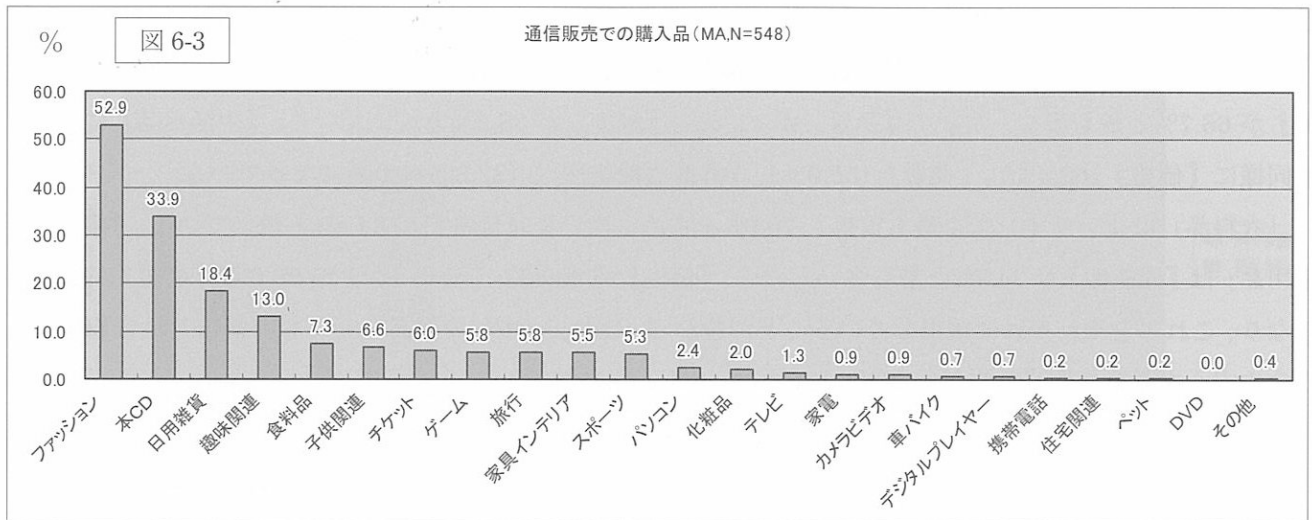
6. 通信販売の利用状況(媒体・購入商品・金額)

通信販売(インターネットを含む)で主に利用する媒体を尋ねたのが図6-1である。これをみると、最も多いのが「インターネット」で58.1%であり、次いで、(通信販売は)「利用しない」が33.7%を占めた。

さらに、通信販売で月平均の利用金額を尋ねたのが図6-2である。「5千円未満」が46.7%、「5千円~1万円未満」が30.3%であり、比較的安価な商品の購入に利用していることがうかがえる。

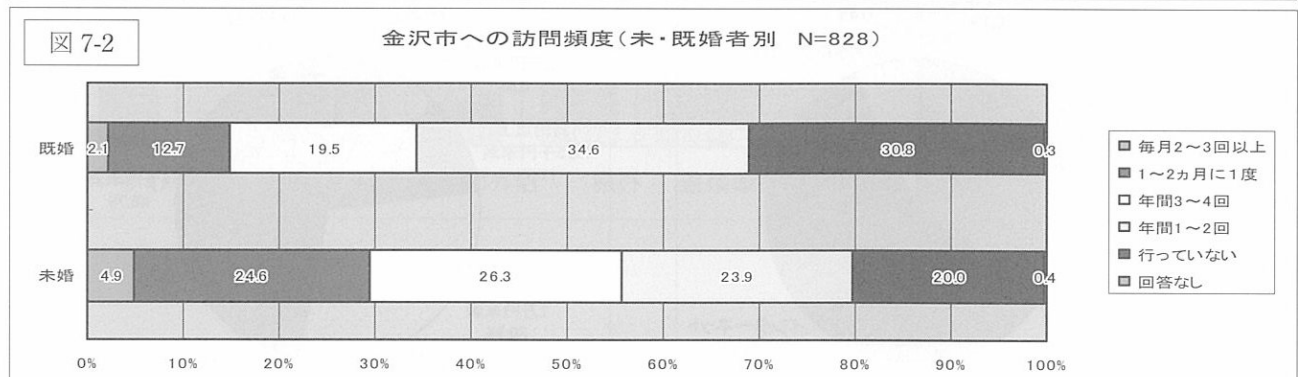
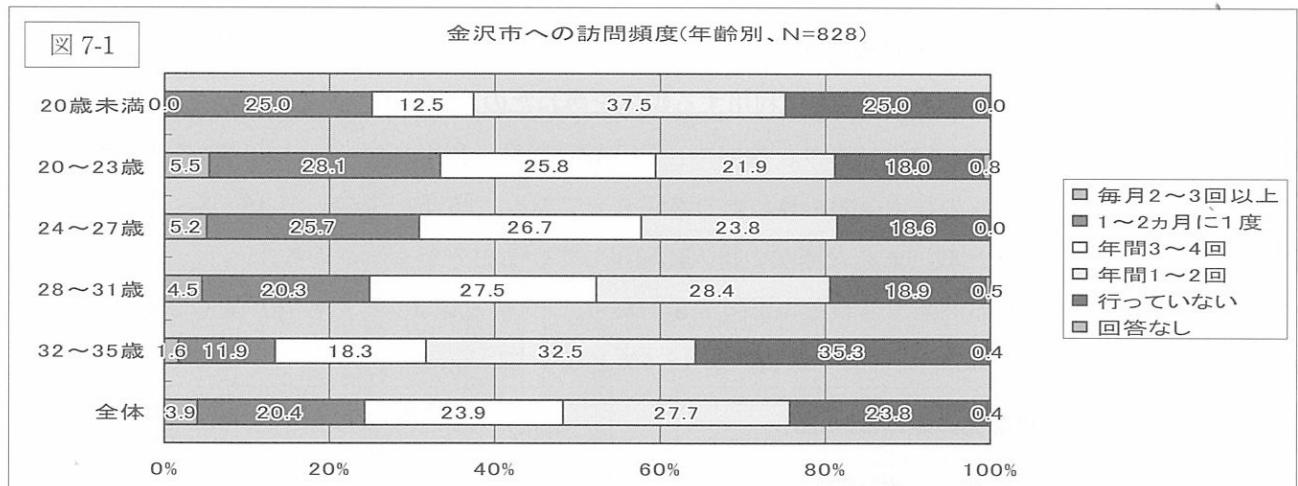
また、通信販売で購入する商品を探したのが図6-3である。「ファッション」の割合が最も高く52.9%を占め、続いて「本・CD」が33.9%、「日用雑貨」が18.4%となっている。





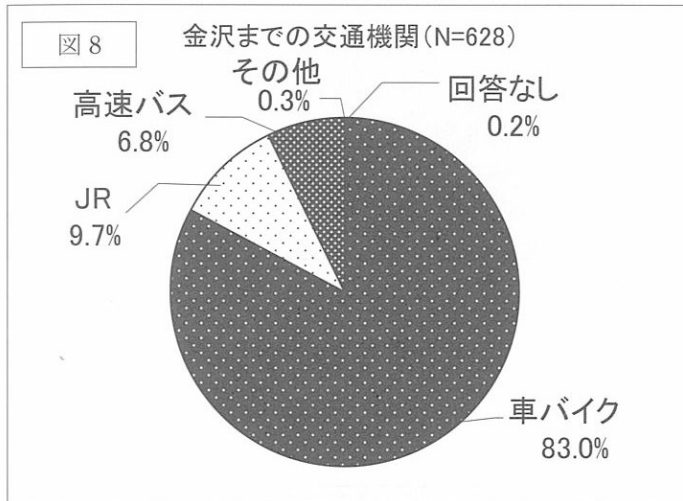
7. 金沢市への訪問頻度

最近1年間に金沢市を訪問した頻度を尋ねたのが図7-1(年齢別)、図7-2(未・既婚者別)である。これを見ると、「全体」では「毎月2～3回以上」3.9%、「1～2ヵ月に1度」20.4%、「年間3～4回」23.9%であり、これらを合計した『年間3・4回以上訪れる』が48.2%で約半数を占めた。年齢別では同じく『年間3・4回』以上訪れるが「20～23歳」が59.4%と最も多く、次いで「24～27歳」が57.6%、「28～31歳」が52.3%となっている。これを未婚者と既婚者に別けてみると、「未婚者」は『年間3・4回』以上が55.8%を占めるが、「既婚者」は34.3%と金沢市への訪問頻度が大幅に減少している。



8. 金沢市までの交通機関

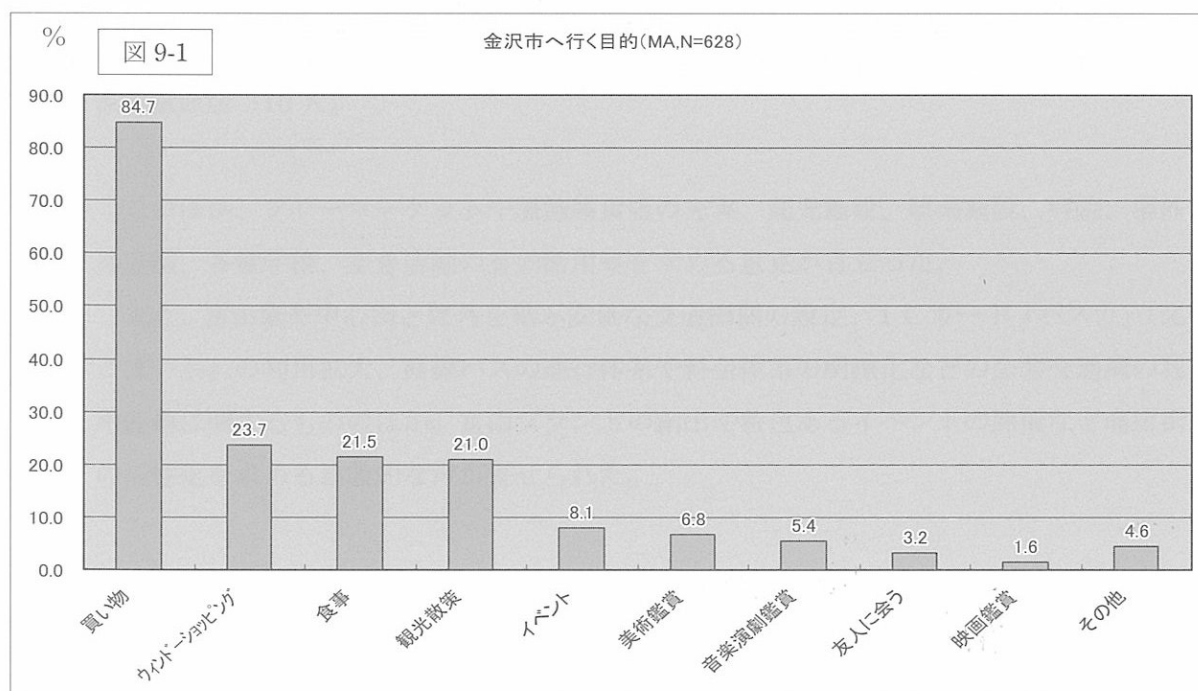
最近1年間に金沢市へ行ったことのある人に対し、その交通手段について尋ねたのが図8である。これを見ると最も多いのは「車・バイク」で83.0%を占める。公共交通機関では「JR」が9.7%、平成16年から運行が始まり、利用者が増えているといわれる「高速バス」(富山～金沢)が6.8%となった。

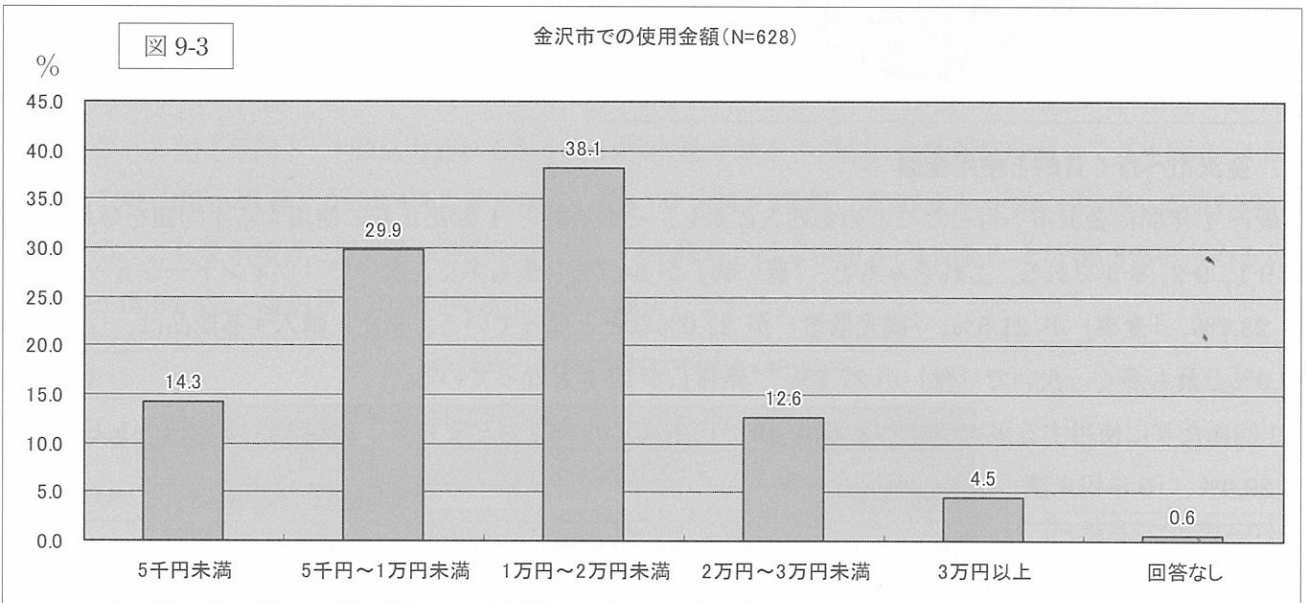
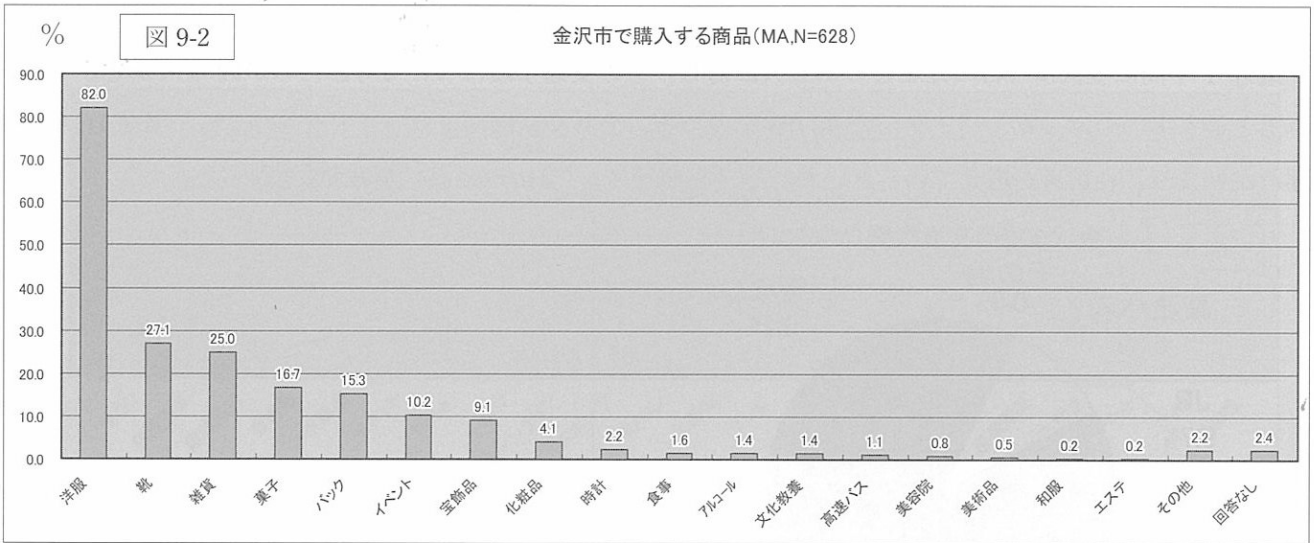


9. 金沢市へ行く目的と使用金額

最近1年間に金沢市へ行ったことのある人に対し、その目的と1回あたりに使用する平均額を尋ねたのが図9-1、9-2、9-3である。これを見ると、「買い物」が84.7%と最も多く、次いで「ウィンドーショッピング」が23.7%、「食事」が21.5%、「観光散策」が21.0%などとなっている。また、購入する商品は、「洋服」が82.0%と最も多く、次いで「靴」が27.1%、「雑貨」が25%となっている。

1回あたりに使用する平均額は、「1万円～2万円未満」が38.1%と最も多く、次いで「5千円～1万円未満」が29.9%、「5千円未満」が14.3%となった。





10. 富山市の中心街に求めるもの

富山市の中心街にあれば良いと思うものについて、フリーアンサーで尋ねた結果、360人（43.5%）から記入いただいた。主なものは以下のとおり。

- ・ファッションに関するもの（128人）
「フォーラス」のような若者向けファッションビル（64人）、アウトレットやブランド服飾店（44人）、大都市にあるデパート（18人）など
- ・飲食店に関するもの（78人）
おしゃれなカフェ（32人）、リーズナブルで美味しい飲食店（20人）、近江町のような魚市場、24時間営業のカフェや深夜営業の飲食店など
- ・娯楽施設やイベントに関するもの（83人）
大人から子供まで遊べる「ROUND 1」のような全天候型の娯楽施設（50人）、有名人のライブや素人の発表会（22人）、「食」をテーマにしたイベント（11人）
- ・駐車場に関するもの（64人）
無料（大型）駐車場、「街なか感謝デー」などの駐車場無料サービスの増加、ショッピングビル内の個店毎に発行する1時間無料サービス券、安価な駐車場など
- ・映画館（26人）、美術館や図書館等の文化施設（22人）
- ・「LOFT」や「東急ハンズ」のような雑貨を扱う店や、「IKEA」のようなインテリアを扱う店（40人）
- ・大型ショッピングセンター（40人）
- ・温泉（10人）
- ・家電量販店（10人）

このほか、フリーマーケットや服飾雑貨店の充実、託児施設、娯楽施設、病院、場外馬券場、各種学校、空き店舗の有効活用等を求める意見が目立った。

また、富山駅や中心街と郊外を結ぶ安価な交通機関の設定、ICカード「パスカ」「えこまいか」の利用拡大、路線バスの運行体系や料金体系の明瞭化などの公共交通網の利用促進に関するもののほか、富山ブランドの創出や特色あるイベントの開催など商店街の活性化を求める建設的な声が寄せられた。