

消費購買動向調査結果概要

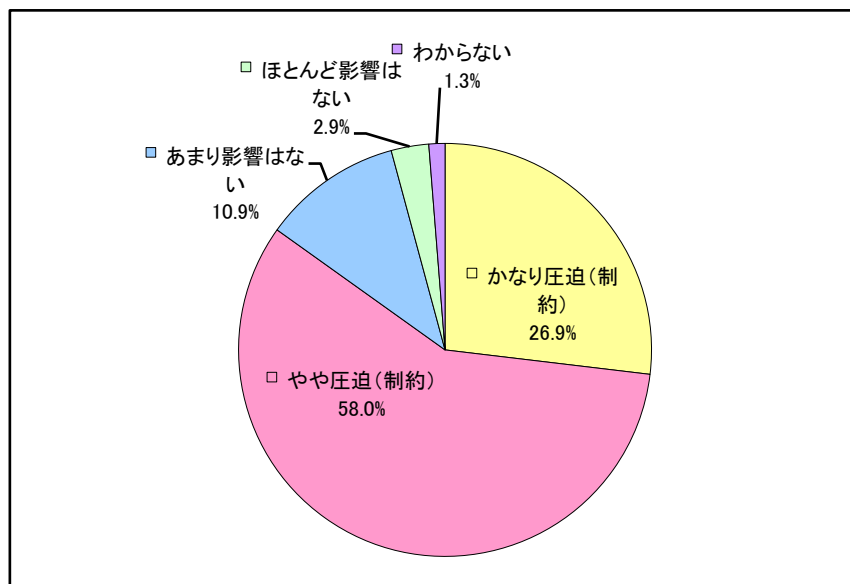
- 1、 目的 最近の諸物価高騰による影響と中心市街地における消費購買動向について把握する。
- 2、 調査期間 平成20年9月18日（木）～9月30日（火）
- 3、 調査対象 市内に勤務する会社員600人
- 4、 調査方法 郵送による調査
- 5、 回収 回収 239人（39.8%）
- 6、 調査実施 まちづくり福井㈱
(福井市中央1-4-13 響のホール6階 TEL0776-30-0330)
- 7、 結果概要

<最近の諸物価の高騰と購買動向>

諸物価の高騰による生活行動への影響は大で、買い控え・節約

(1) 家計に与える全体的な影響

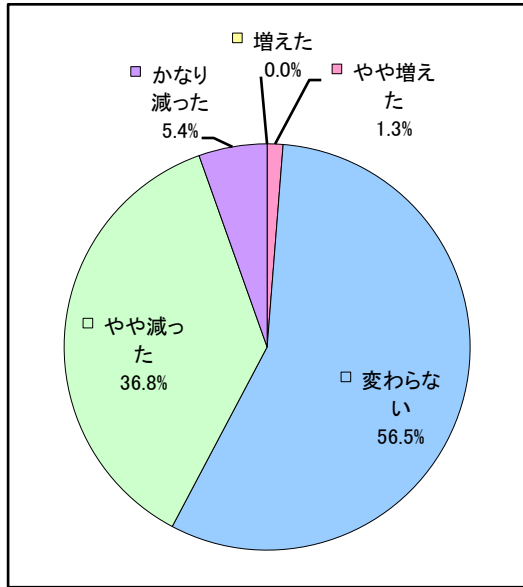
諸物価の高騰による家計全体への影響度合いについては「かなり圧迫（制約）」が26.9%、「やや圧迫」が58.0%となっており、8割以上が生活行動に影響を受けている。



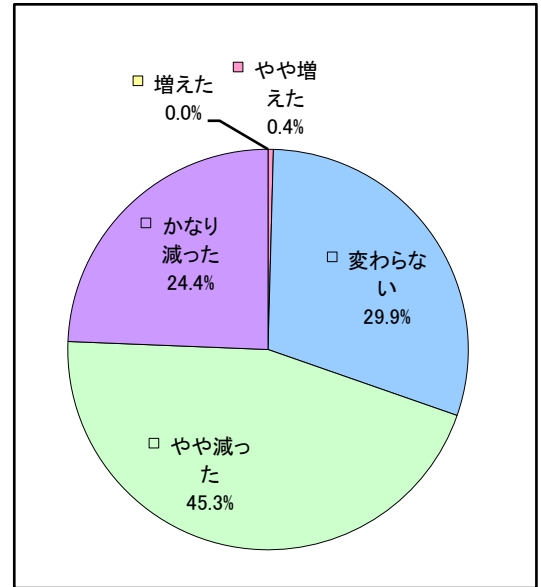
(図1) 生活行動への影響

(2) 買い物回数の変化

食料品や日用品では、「変わらない」が56.5%となっているが、「やや減った」36.8%となっている。洋服などの買い回り品では、「やや減った」45.3%、「かなり減った」24.4%となっており、買い回り品での節約はもちろん、最寄品での節約傾向も伺える。



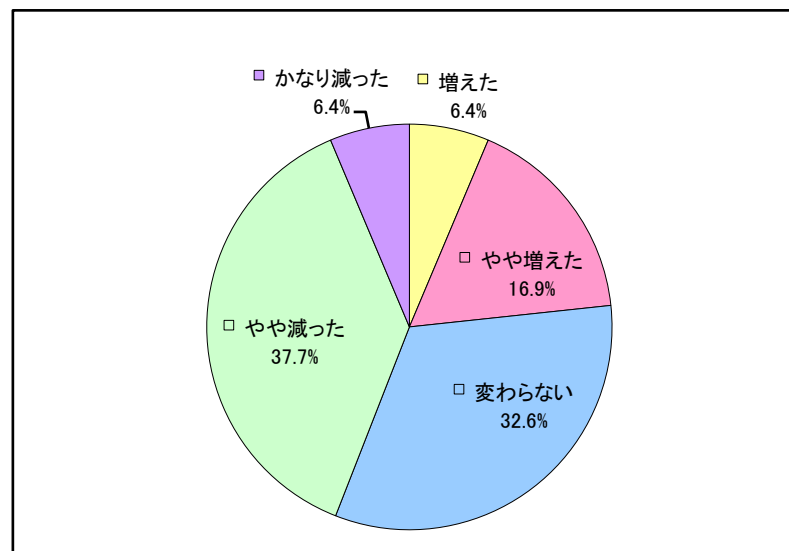
(図2) 買い物回数の変化 (食料品・日用品)



(図3) 買い物回数の変化 (洋服など買い回り品)

(3) 買い物金額の変化

全体の買い物金額については、買い物回数を減らしているにも拘らず「やや増えた」が16.9%、「変わらない」が32.6%見受けられるが、「やや減った」37.7%「かなり減った」6.4%と消費金額も控える傾向が伺える。



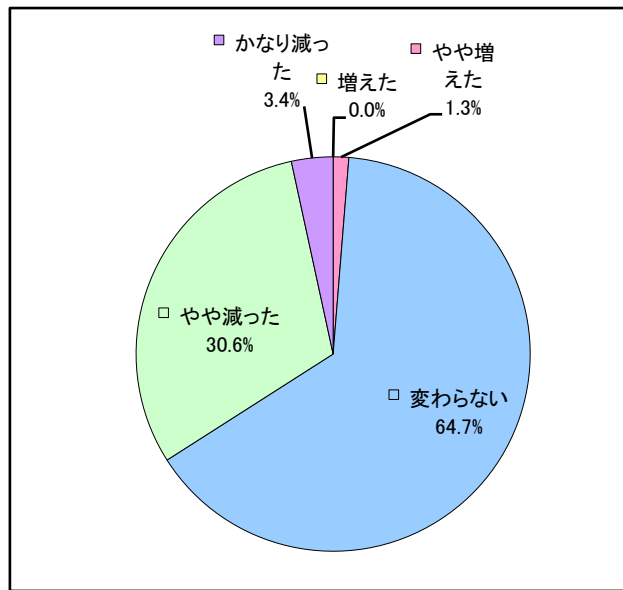
(図4) 買い物金額の変化

車による買い物控える

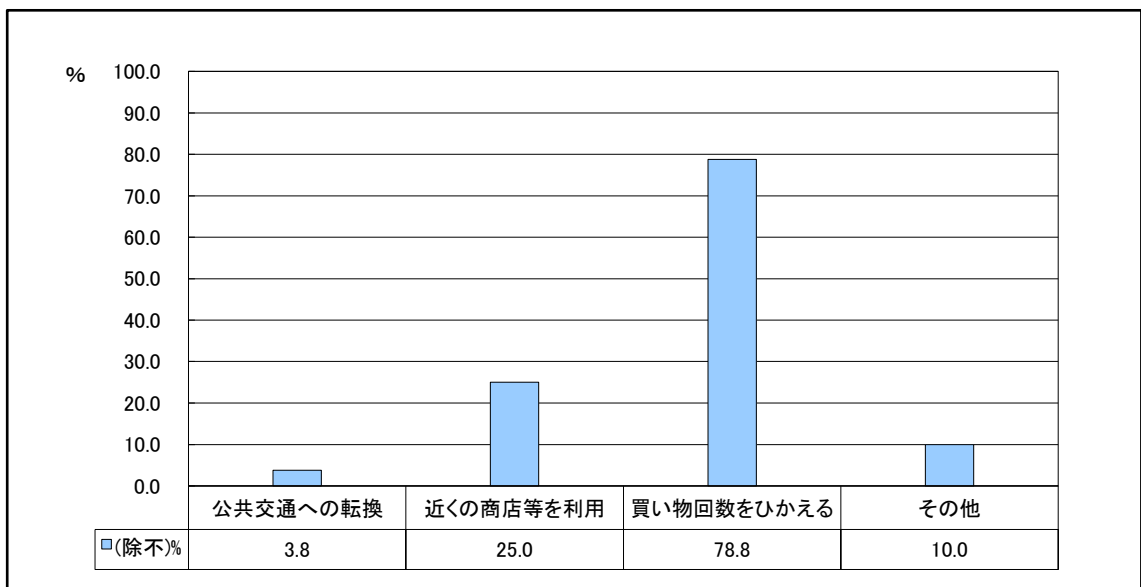
(4) ガソリン高騰による車での買い物動向

車での買い物回数は「変わらない」が64.7%あるが、「やや減った」30.6%「かなり減った」3.4%となっており、車社会の本市においても車の利用を控える傾向が伺える。

また、車の利用を控えた後の購買動向については、78.8%がそのまま買い物回数を控えるようになっており、公共交通への転換はわずか3.8%であった。



(図5) 車での買い物回数



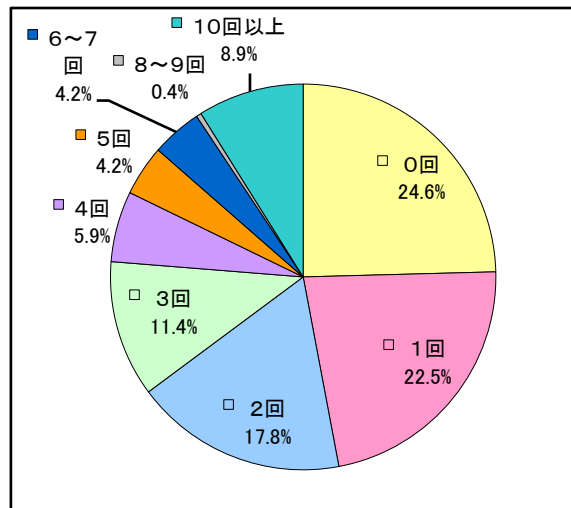
(図6) 減少した車での買い物回数への対策

< 中心市街地における購買動向 >

中心市街地への訪問は月1回～3回、来訪者の半数は西武百貨店へ

(1) 8月の中心市街地への訪問回数

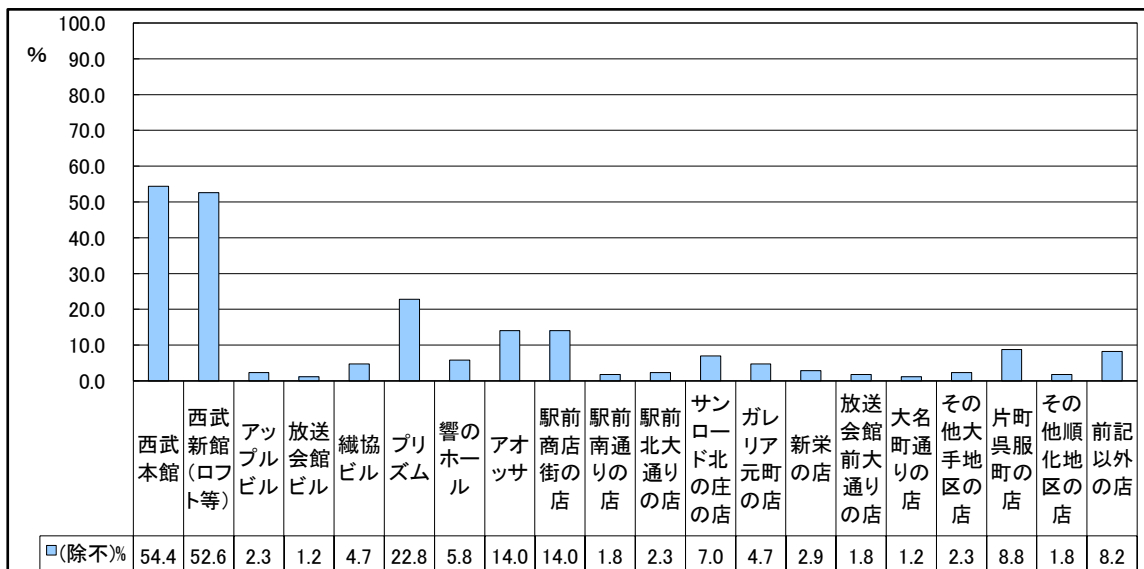
8月中に中心市街地へ訪問した回数は「1回」22.5%「2回」17.8%「3回」11.4%となり、中心市街地への訪問回数は少なくなっている。また、「0回」は24.6%と約四分の一もあった。



(図7) 8月中の中心市街地への訪問回数

(2) 買い物・レジャーで訪れた施設

訪れた施設は「西武百貨店」が54.4%次いで「西武新館」52.6%「プリズム」22.8%「アオッサ」14.0%「駅前商店街のお店」14.0%となり、商業関係の集積のある施設への訪問が多く見受けられるが、それ以外の店舗の利用は少なく、まちなかの回遊性も課題となっている。



(図8) 8月中に訪れた中心市街地の施設

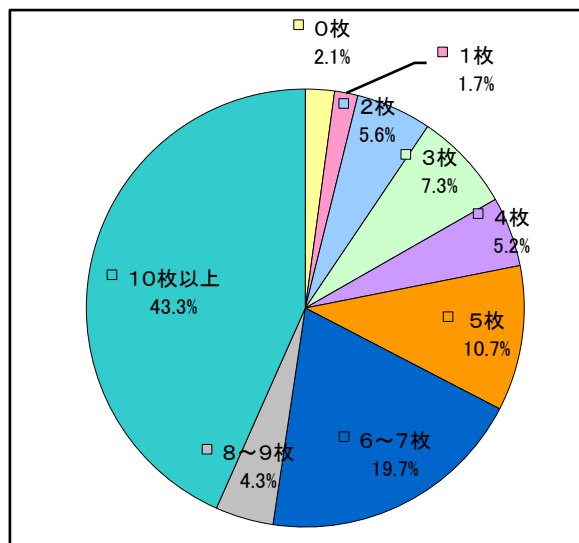
<ポイントカード>

ポイントカードは5枚以上所有が7割、最寄品取扱店での使用頻度が高い

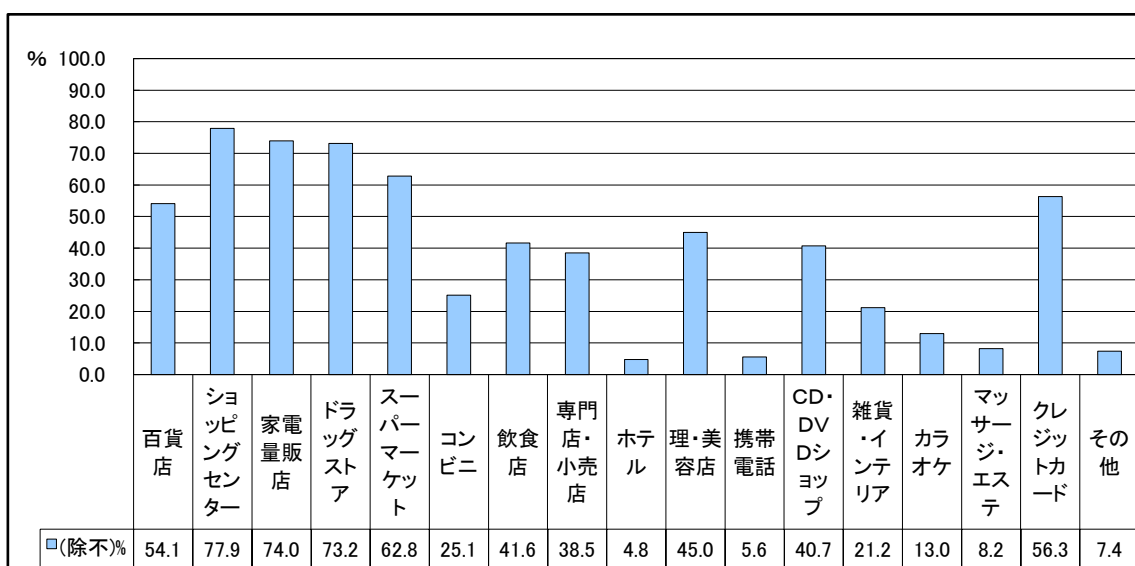
(1) 所有枚数と所有の多いカード

ポイントカードの所有枚数は「10枚以上」43.3%、次いで「6～7枚」19.7%「5枚」10.7%となっており、5枚以上の所有者が7割以上となっている。

所有割合の高いカードは「ショッピングセンター」77.9%、「家電量販店」74.0%「ドラッグストア」73.2%、「スーパーマーケット」62.8%「クレジットカード」56.3%「百貨店」54.1%の順となっている。



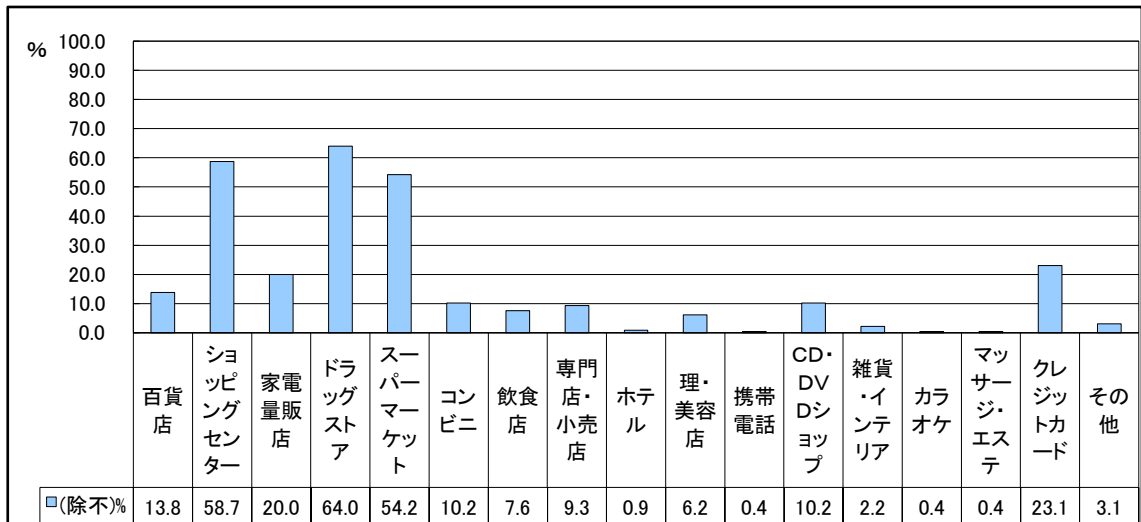
(図9) ポイントカードの所有枚数



(図10) カード別所有割合

(3) 使用頻度の高いカード

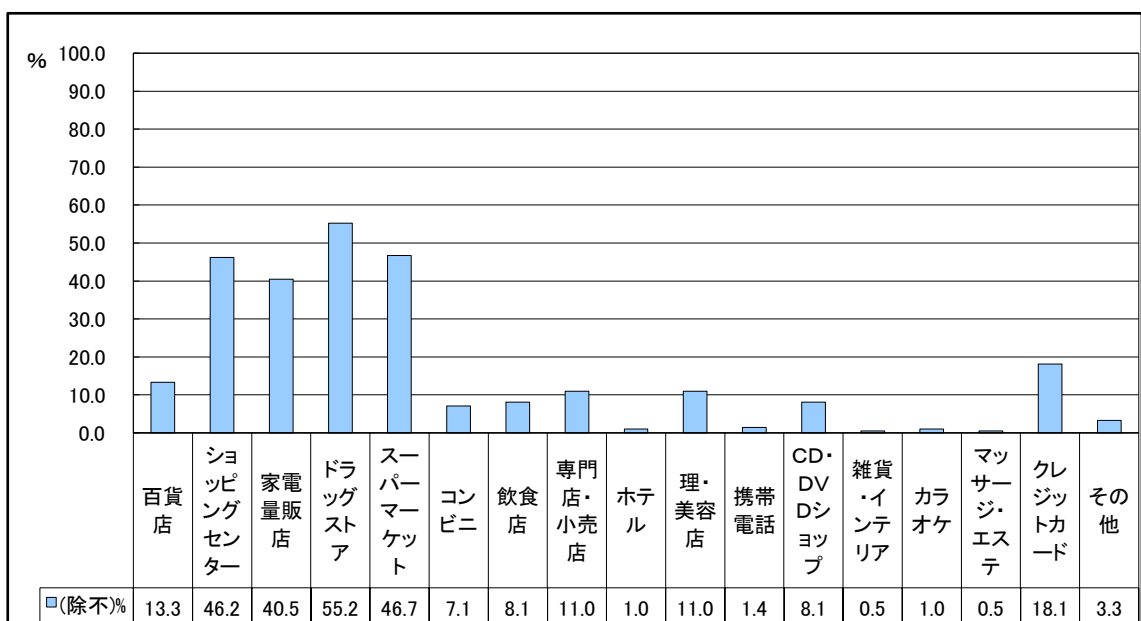
多数所有するカードの中で、使用頻度の高いものとしては「ドラッグストア」64%、「ショッピングセンター」58.7%「スーパーマーケット」54.2%となっており、最寄品などの主取扱店舗があげられている。



(図 11) 使用頻度の高いカード

(4) お得感の高いカード

「ドラッグストア」55.2%「スーパーマーケット」46.7%「ショッピングセンター」46.2%「家電量販店」40.5%となっており、使用頻度の高いカードとほぼ同様な傾向にある



(図 12) お得感のあるカード

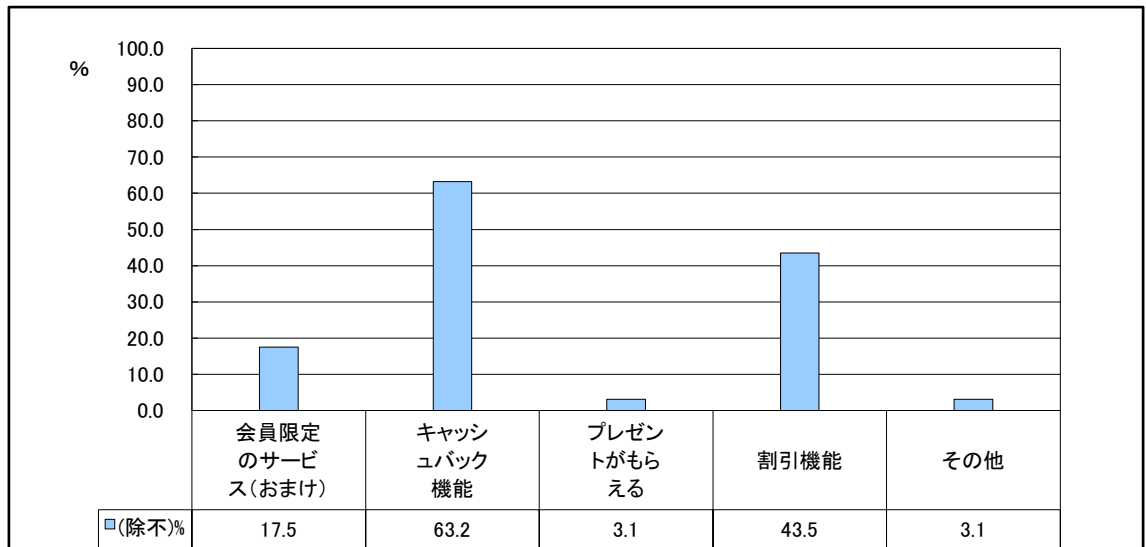
求められる機能はキャッシュバック。カードの所有は店舗選定にも影響。

(5) カード所有のメリットと購入店舗の選定

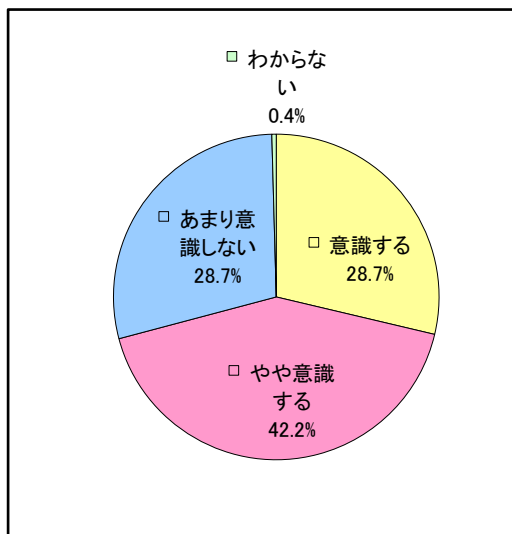
カード所有のメリットとしては「キャッシュバック機能」63.2%次いで「割引制度」43.5%、「会員限定のサービス」17.5%に集約される。

また、カードの有無によって購入店舗を選ぶかとの問いに対して、「意識する」28.7%「やや意識する」42.2%となっており、購入店舗の選別にも大きな影響を与えている。

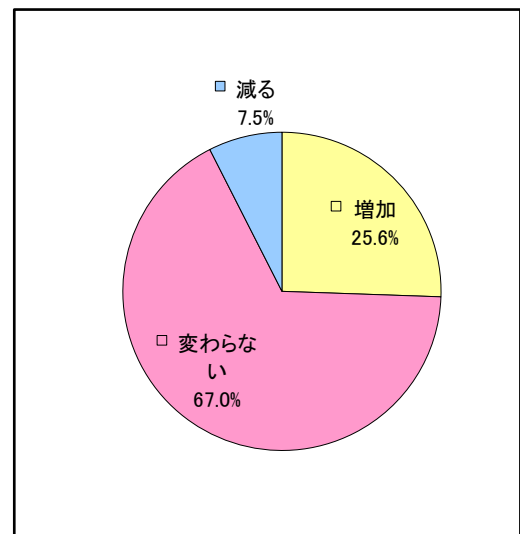
今後のカードの枚数は「変わらない」67%占めるが、「増加」25.6%となっており、そう多くは増えないと思われるが、今後も増加傾向にある。



(図 13) ポイントカード所有のメリット



(図 14) ポイントカードの有無による店舗選択



(図 15) 今後所有するポイントカードの枚数