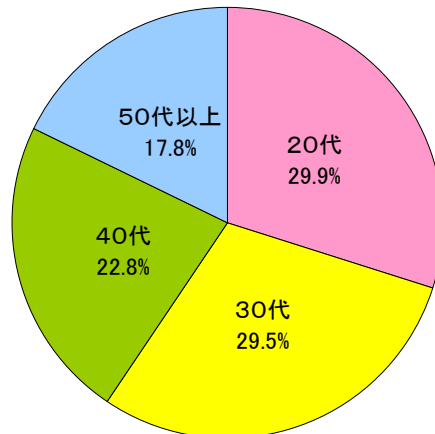


夏季購買動向調査 調査結果

I 調査の概要

- 1 調査目的 女性消費者の夏季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 調査期間 平成22年8月25日（水）～9月3日（金）
- 3 調査対象 任意に抽出した市内事業所346社に勤務する女性社員
- 4 調査方法 FAXによる調査
- 5 回答状況 有効回答数：141事業所より281件
- 6 回答者属性

回答者の年齢



Ⅱ 調査結果の概要

◆夏季休暇の過ごし方

- ・「自宅で過ごした」が全体の約半数（49.5%）、次いで「買い物に行った」（34.3%）、「里帰りで実家に帰った」（22.7%）、「国内旅行に行った」（18.8%）だった。

◆今年夏全体の消費動向

- ・昨年と比較した今年夏全体の消費動向は、前年と比べ「ほぼ同額」が約4割（42.4%）、「減った」は35.9%、「増えた」は21.8%だった。

◆夏季ボーナスの使い道

- ・今年お金をかけたいことは、割合の高い順に、「外食」（46.5%）、「洋服・ファッション」（41.0%）、「貯金」（39.5%）「趣味・娯楽」（29.2%）だった。
- ・20代、30代では「洋服・ファッション」が各57.3%、44.3%と高く、50代以上では、「住宅・リフォーム」が（12.5%）と高い。

◆今年夏のバーゲン・セール

- ・今年夏のバーゲン・セールには、54.1%が出かけた。
- ・行き先は、「県内ショッピングセンター」が45.0%と最も高く、次いで「県外（金沢）」（29.8%）、「福井駅前」（23.8%）だった。
20代は「県外」（特に金沢は51.9%）が高く、30代は「県内ショッピングセンター」の他に「ネット通販」（22.0%）が目立った。40代は2/3が「県内ショッピングセンター」に出かけ、50代以上は「福井駅前」が36.0%と高かった。
- ・セールでの購入金額は、約6割（62.3%）が3万円未満だった。
- ・セールでの購入金額は、全体の半数以上（55.3%）が昨年と比べ「ほぼ同額」と回答し、「減った」が31.3%、「増えた」が13.3%だった。

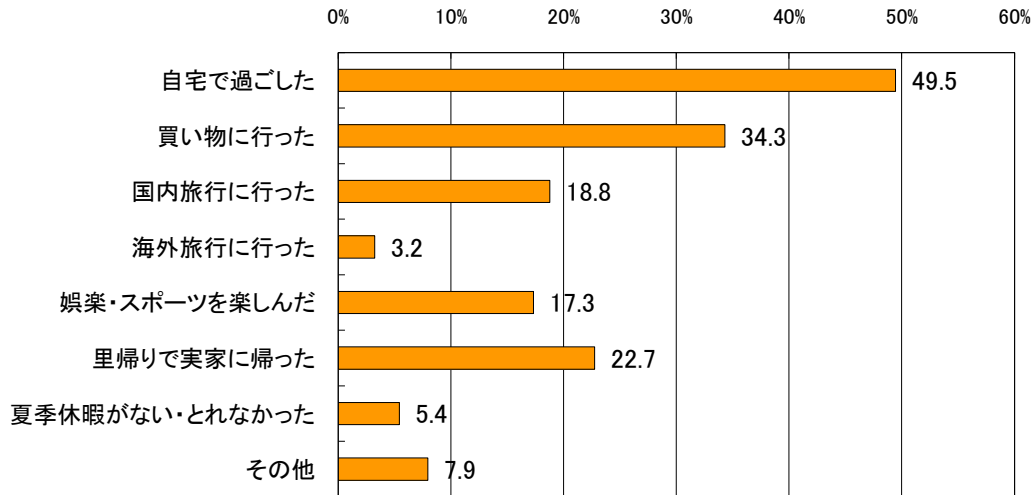
◆アウトレットモールについて

- ・今年夏にアウトレットモールには、23.8%が出かけた。
- ・出かけたのは20代が27.4%と最も高いが、どの年代でも2割から3割の間で大きな差は生じなかった。
- ・行き先は「三井アウトレットパーク滋賀竜王」が61.2%で最も高かった。
- ・アウトレットモールでの購入金額は、約8割（80.5%）が3万円未満だった。
- ・アウトレットモールでの滞在時間は、約9割（88.1%）が2時間以上5時間未満だった。
- ・アウトレットモール以外の立ち寄り場所は、「他に立ち寄らなかった」が56.1%と最も高く、次いで「名所等観光」（27.3%）だった。

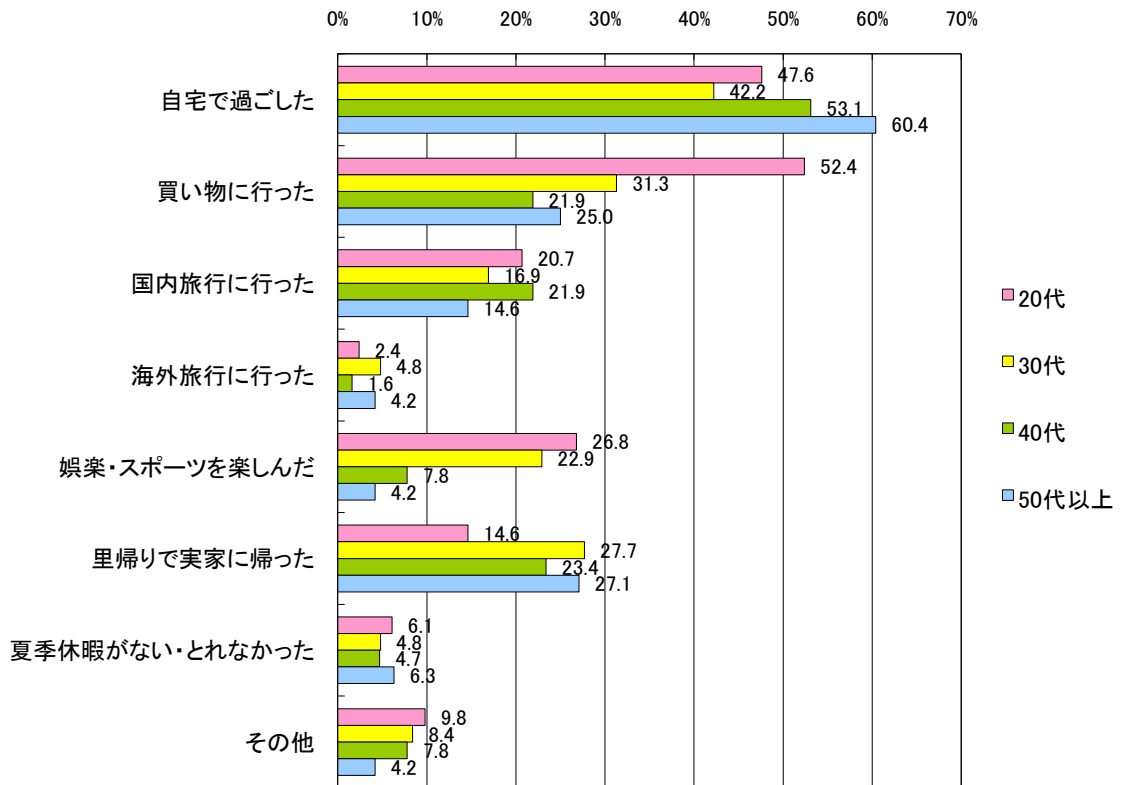
Ⅲ 調査結果

(1) 夏季休暇の過ごし方

夏季休暇の過ごし方については、「自宅で過ごした」が約5割で最も高く、次いで「買い物に行った」が34.3%、「里帰りで実家に帰った」が22.7%となった。

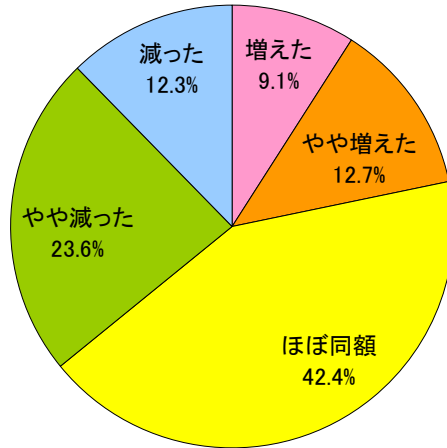


年代別にみると、20代の半数が「買い物に行った」と回答し、20・30代で「娯楽・スポーツを楽しんだ」割合が高く、若い世代で消費行動が目立つ。一方、40代以上の半数以上が「自宅で過ごした」と回答した。

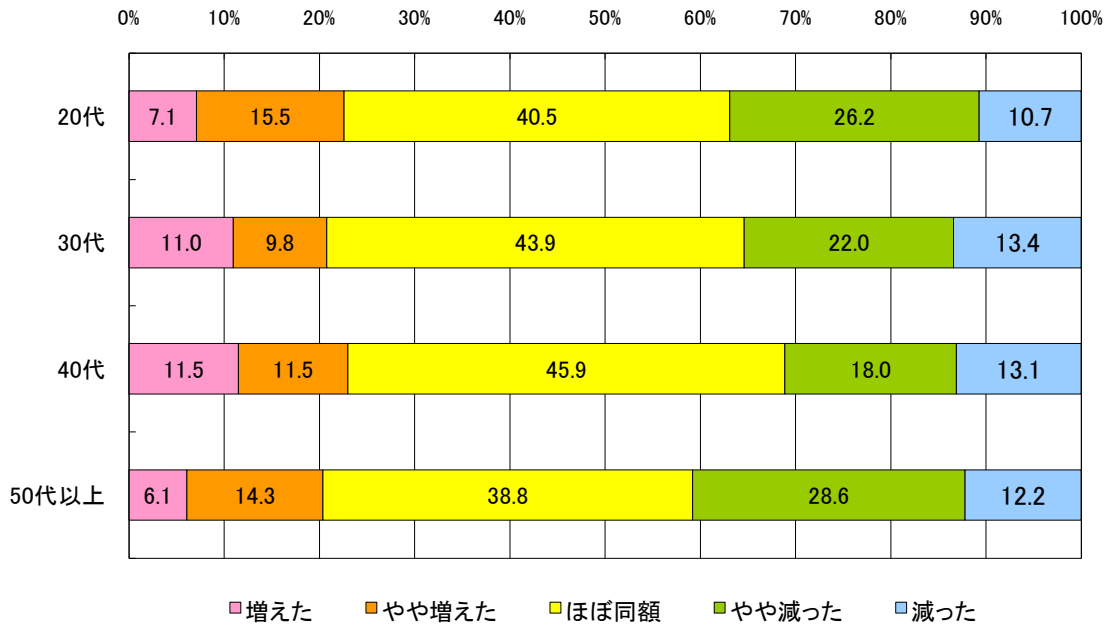


(2) 今年夏全体の消費金額の動向

昨年と比較した今夏の消費金額の動向は「増えた」と「やや増えた」を合計して21.8%、「やや減った」と「減った」を合計すると35.9%となっており、昨年よりも消費行動を引き締める傾向が強くなった。



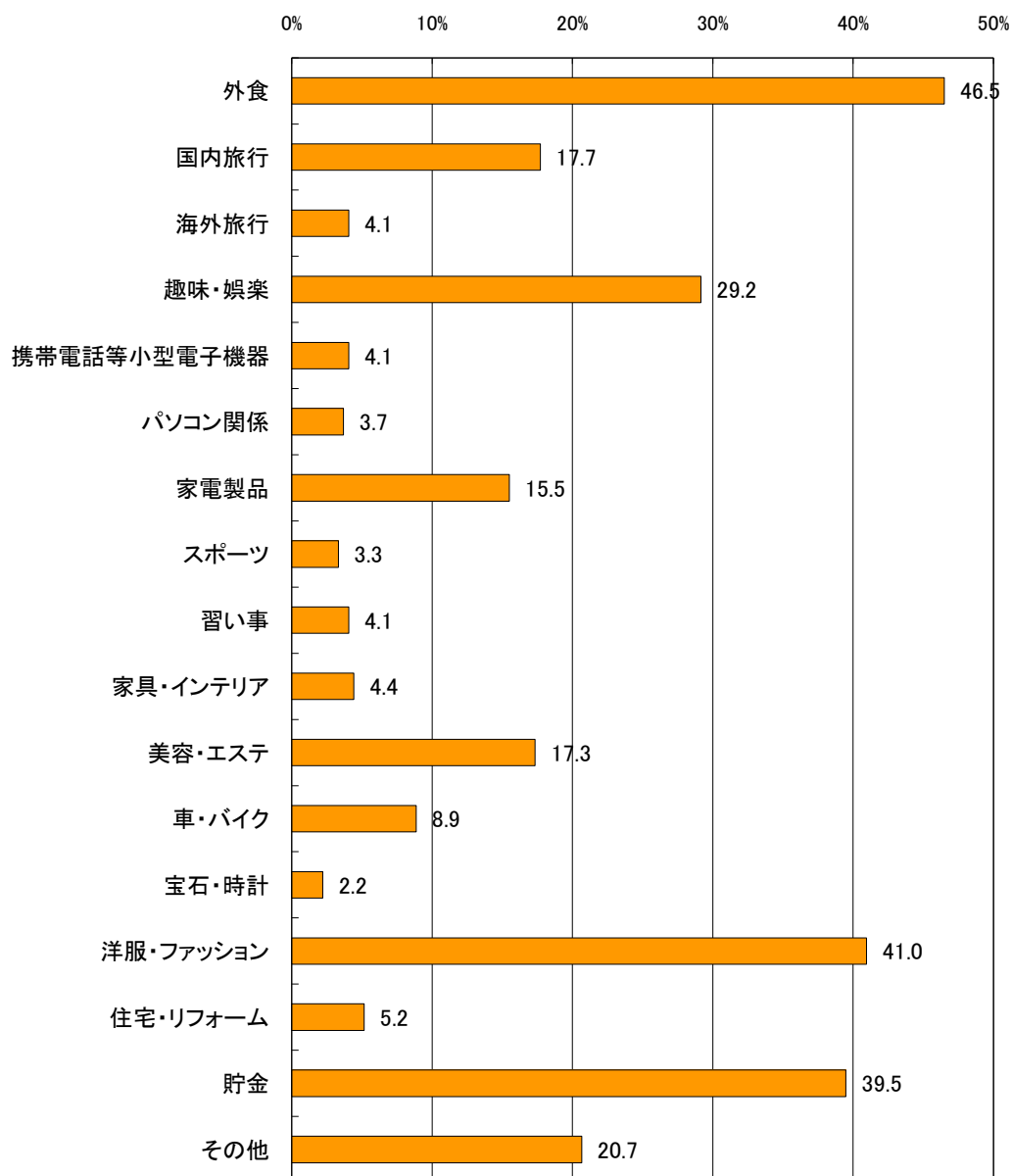
年代別にみると大きな特長は認められないが、40代の「やや減った」と「減った」の合計が31.1ポイントで最も低く、他世代よりも消費マインドが高かった。



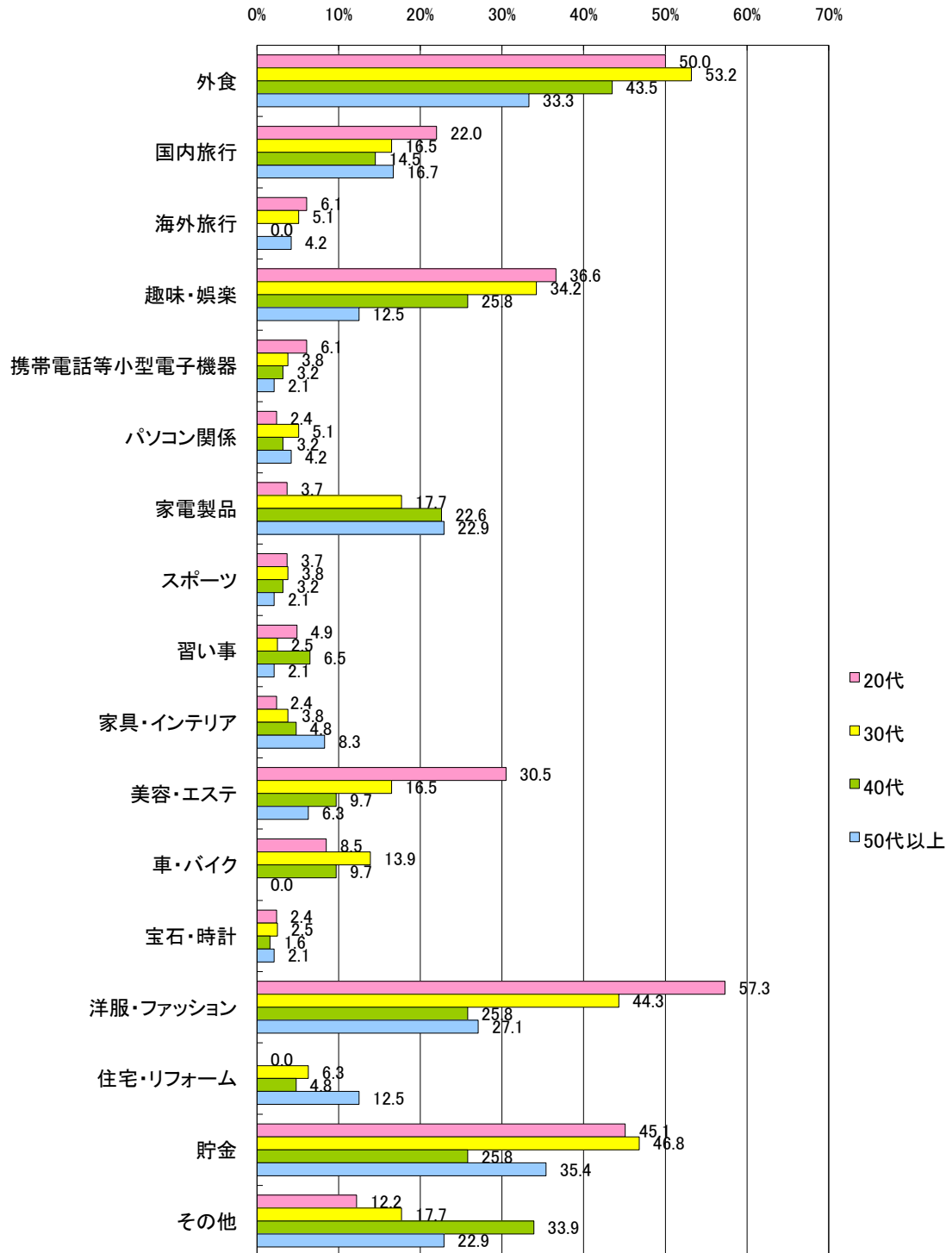
(3) 夏のボーナスでお金をかけたこと

夏のボーナスの使い道としては、割合の高い順に「外食」(46.5%)、「洋服・ファッション」(41.0%)、「貯金」(39.5%)、「趣味・娯楽」(29.2%)となっており、衣と食の分野が高かった。

「その他」の回答には「ローン返済」、「子供の学費」など一時金ならではのものに加え、「ボーナスなし」が4.1%あった。

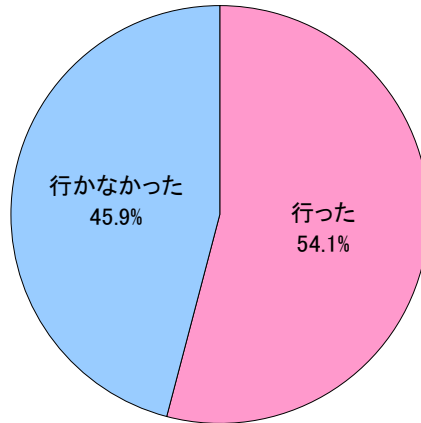


年代別にみると、「外食」、「貯金」は全年代でまんべんなく高いが、「洋服・ファッション」、「美容・エステ」は20代、30代が高く、「家電製品」、「家具・インテリア」、「住宅・リフォーム」は30代以上で高くなっている。

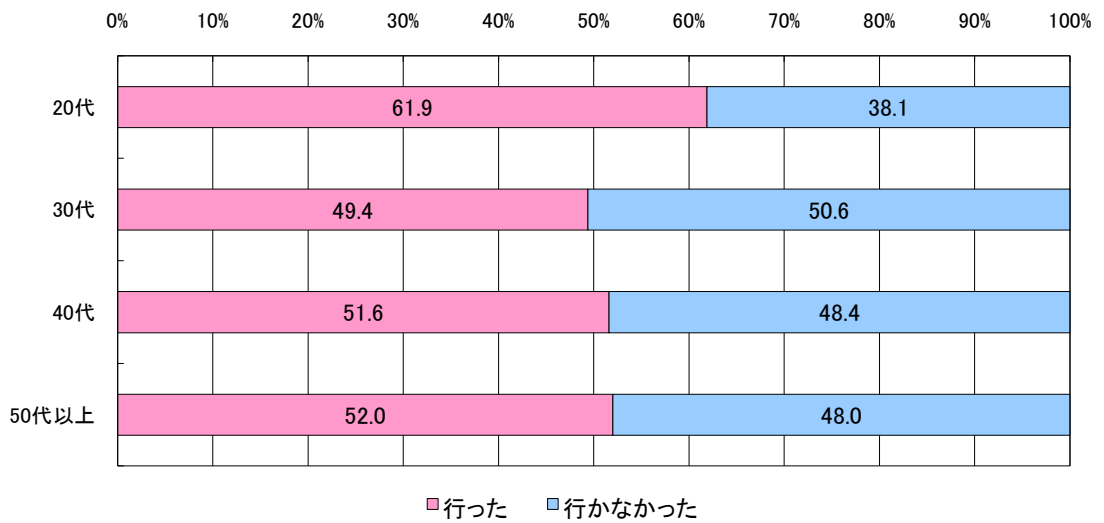


(4) 今年夏季のバーゲン・セールについて

今年夏季のバーゲン・セールには半数以上の54.1%が出かけた。

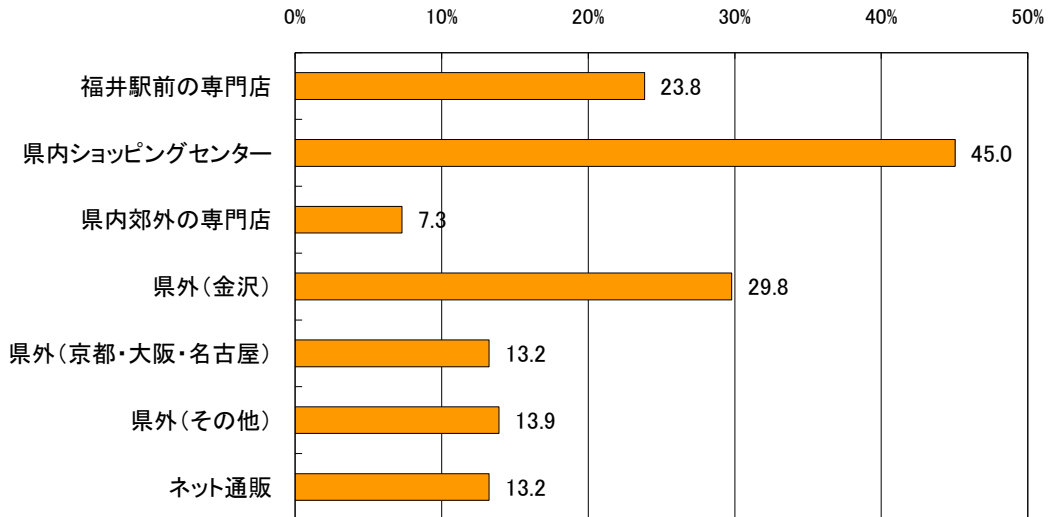


年代別で見ると、20代は61.9%と多くがバーゲン・セールに出かけたが、他の年代は概ね半数前後の割合だった。

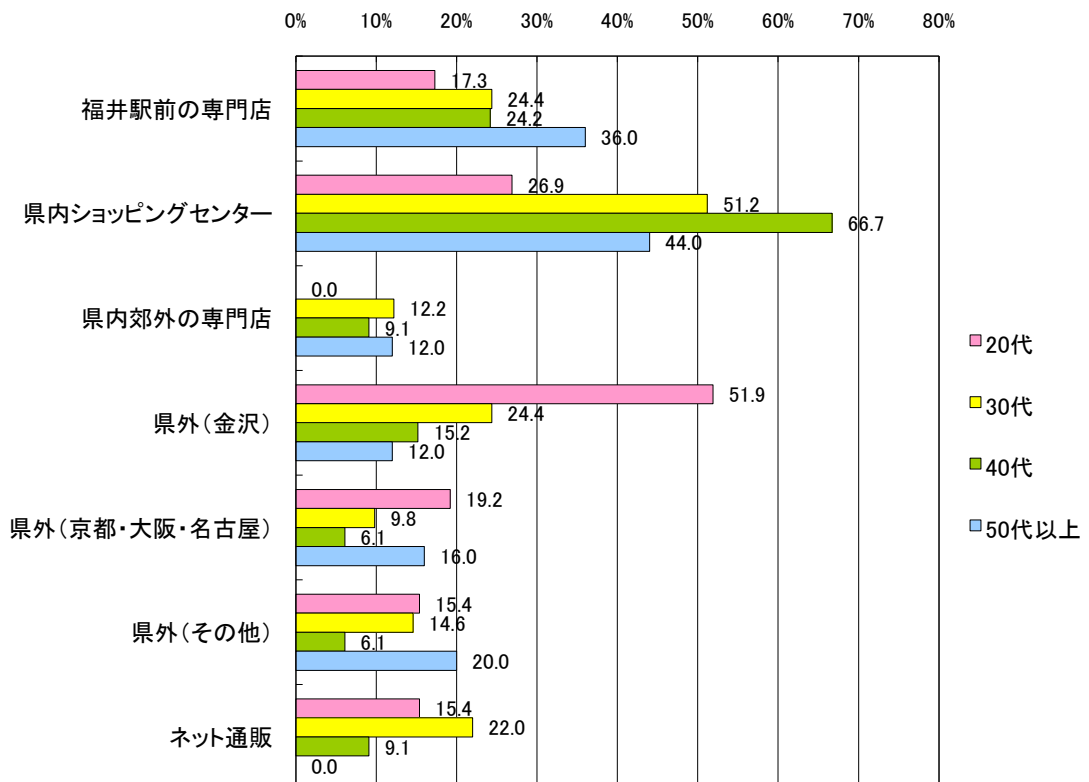


① バーゲン・セールでの購入先

セールに出かけた人に購入先を聞いたところ、「県内ショッピングセンター」が45.0%で最も高く、次いで「県外（金沢）」が29.8%、「福井駅前の専門店」が23.8%だった。

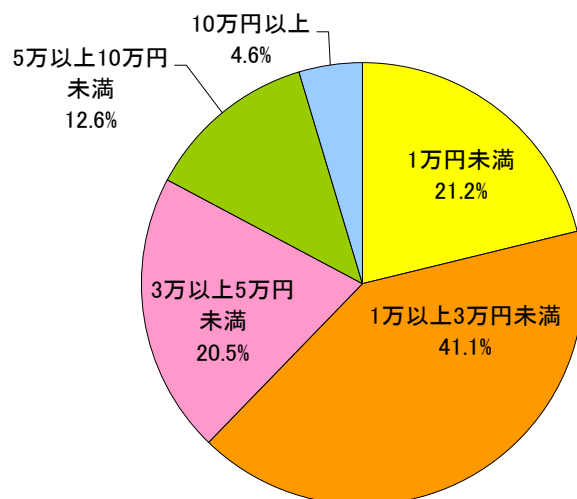


年代別にみると、20代は「県内ショッピングセンター」が低く、「県外（金沢）」が51.9%だった。逆に30代からは、「県内ショッピングセンター」が高く、40代では65.7%が購入先に挙げた。「福井駅前の専門店」は50代以上で一番高く36%が出かけた。「ネット通販」を利用したのは30代で22%にのぼった。

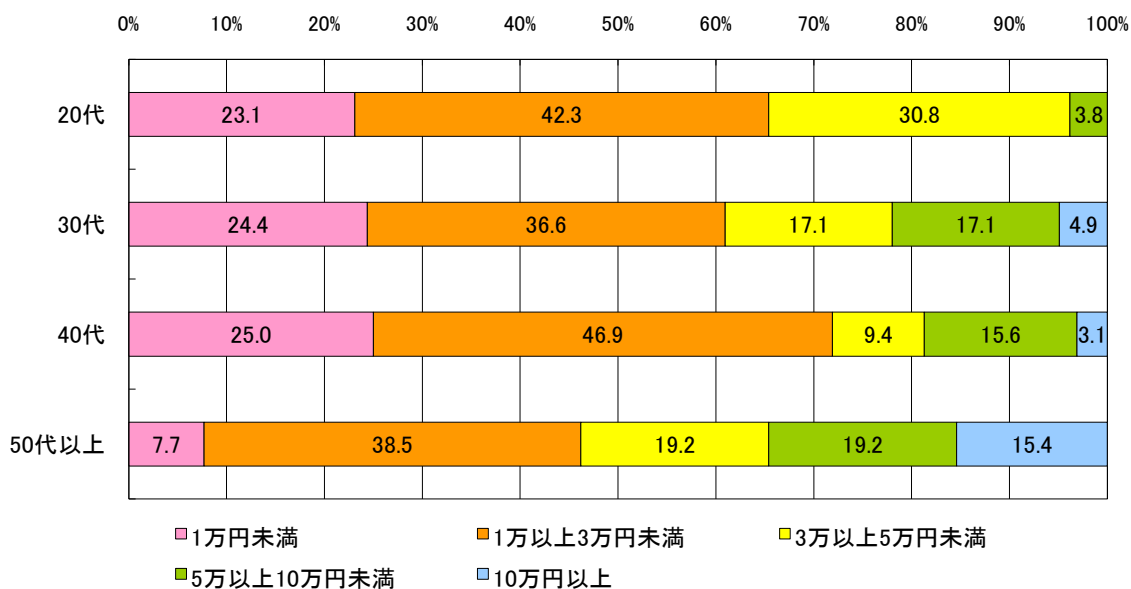


② バーゲン・セールでの購入金額

セールに出かけた人に購入金額を聞いたところ、「1万以上3万円未満」が41.1%で最も高く、次いで「1万円未満」が21.2%で、全体の62.3%が3万円未満だった。

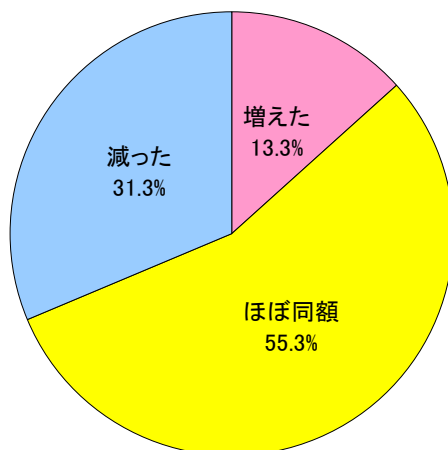


年代別にみると、「1万円未満」は40代まではほぼ同じ割合で、50代以上では極端に低くなった。逆に『5万円以上』の購入は20代でかなり少なく、30代・40代で2割前後、50代以上では全体の約3分の1を占めた。

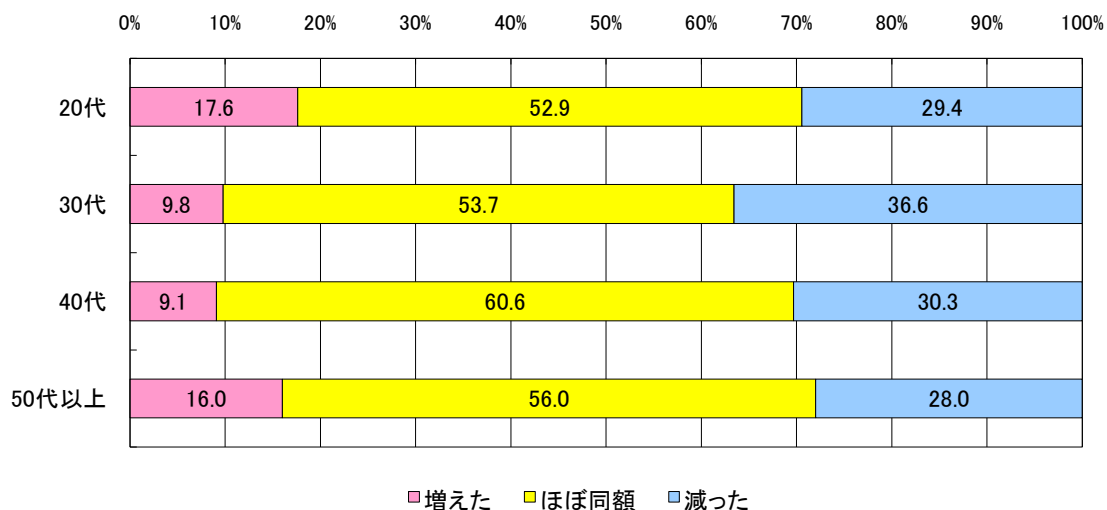


② バーゲン・セール購入金額の昨年との比較

セールに出かけた人に「昨年と比べて購入金額がどうか」と聞いたところ、全体の半数以上（55.3%）が「ほぼ同額」と回答し、「増えた」が13.3%で、「減った」が31.3%だった。

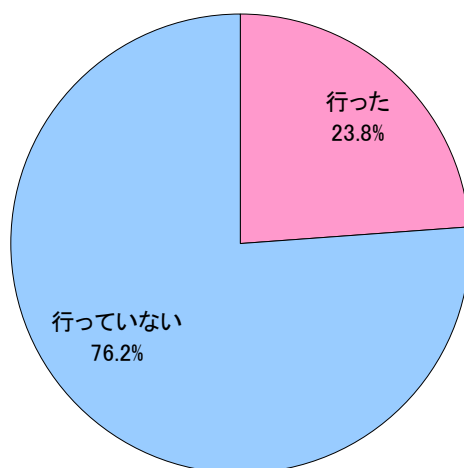


年代別にみると、20代と50代以上で「増えた」の回答が多く、30代が「減った」という回答が一番多かった。

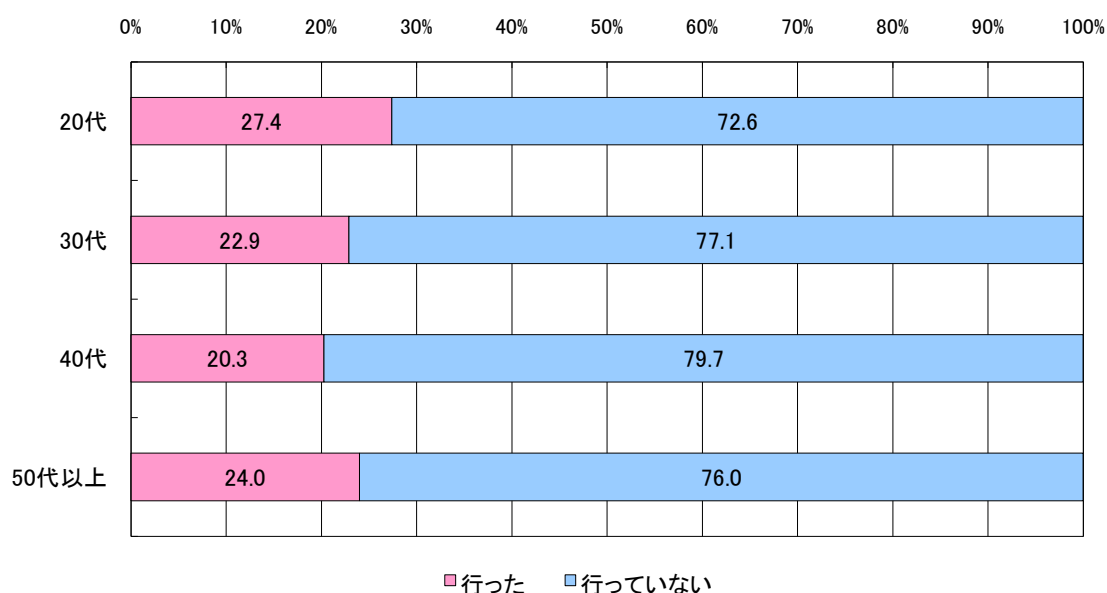


(5) アウトレットモールでの買い物について

今年夏季、アウトレットモールには全体の約4分の1にあたる23.8%が出かけた。出かけた回数はほとんど1回だったが、うち8%が複数回出かけた。

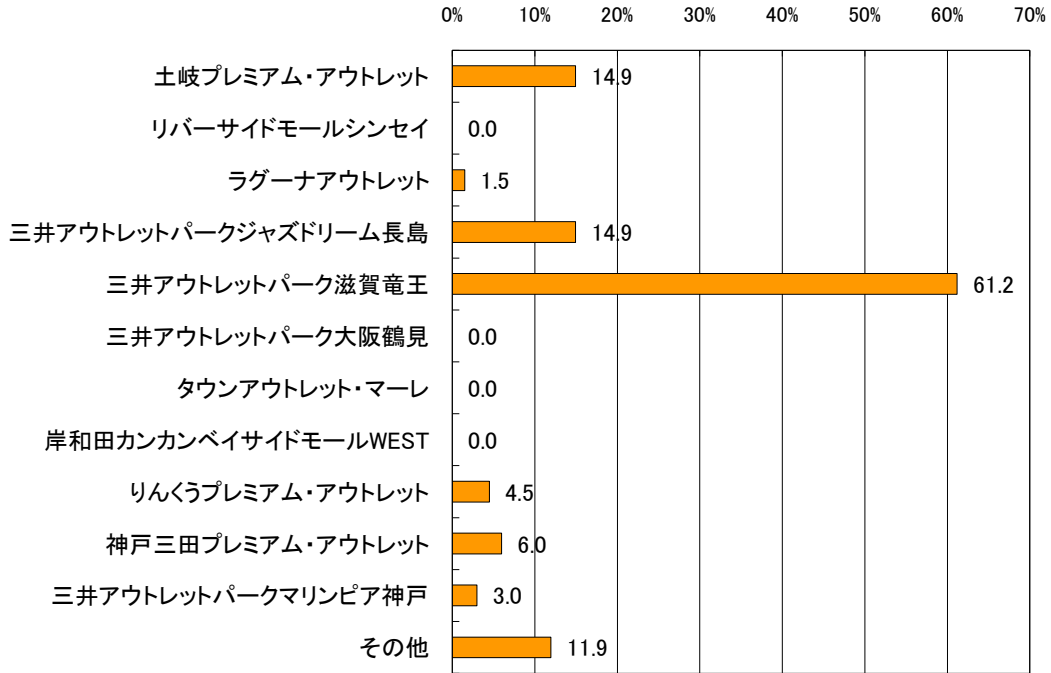


年代別で見ると、最も多く出かけたのが20代で27.4%、次いで50代以上が24.0%、30代が22.9%だった。

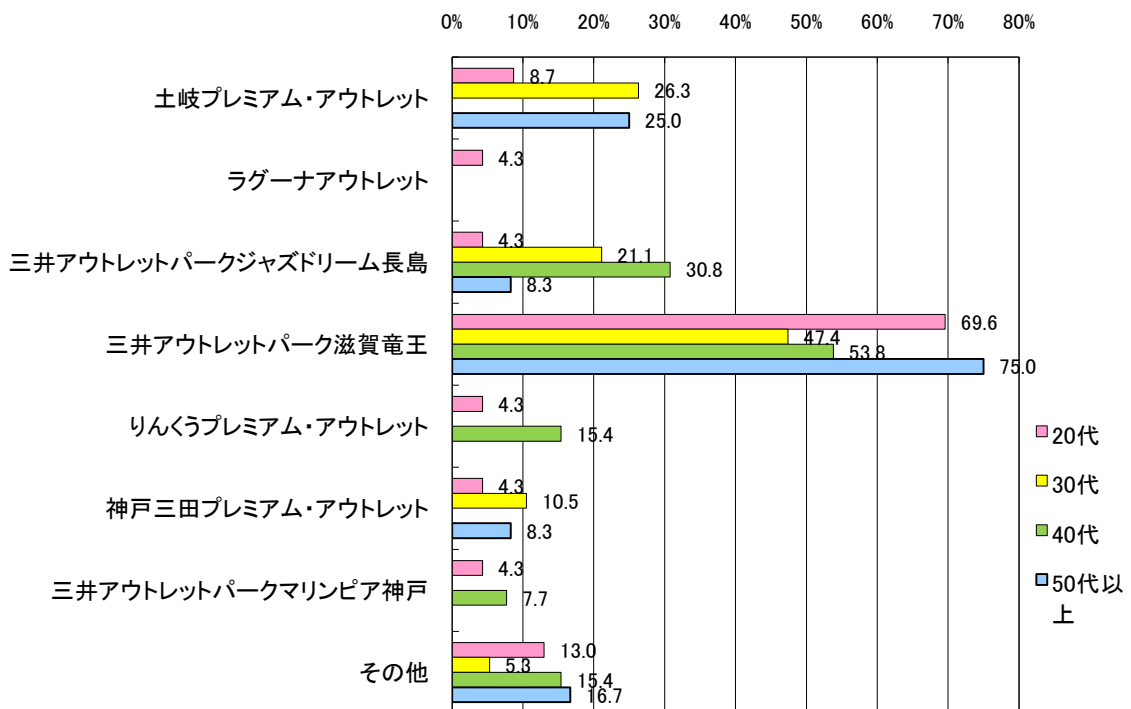


① どのアウトレットモールに出かけたか

アウトレットモールに出かけた人に立ち寄り先を聞いたところ、「三井アウトレットパーク滋賀竜王」が 61.2%で最も高く、次いで「土岐プレミアム・アウトレット」と「三井アウトレットパークジャズドリーム長島」が 14.9%で同数だった。

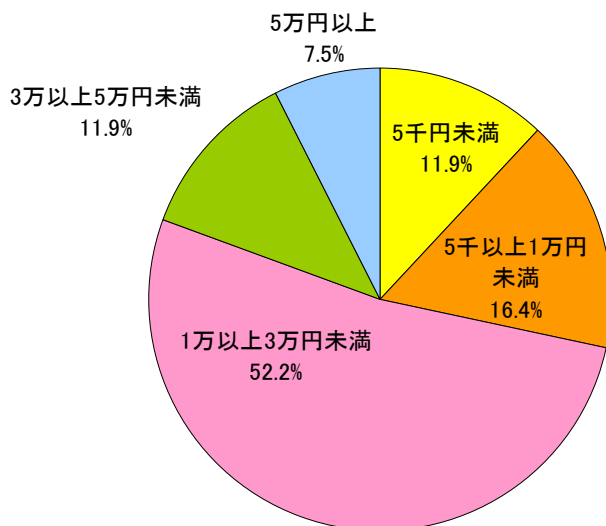


年代別にみても、全世代が「三井アウトレットパーク滋賀竜王」に一番高い割合で立ち寄っている。

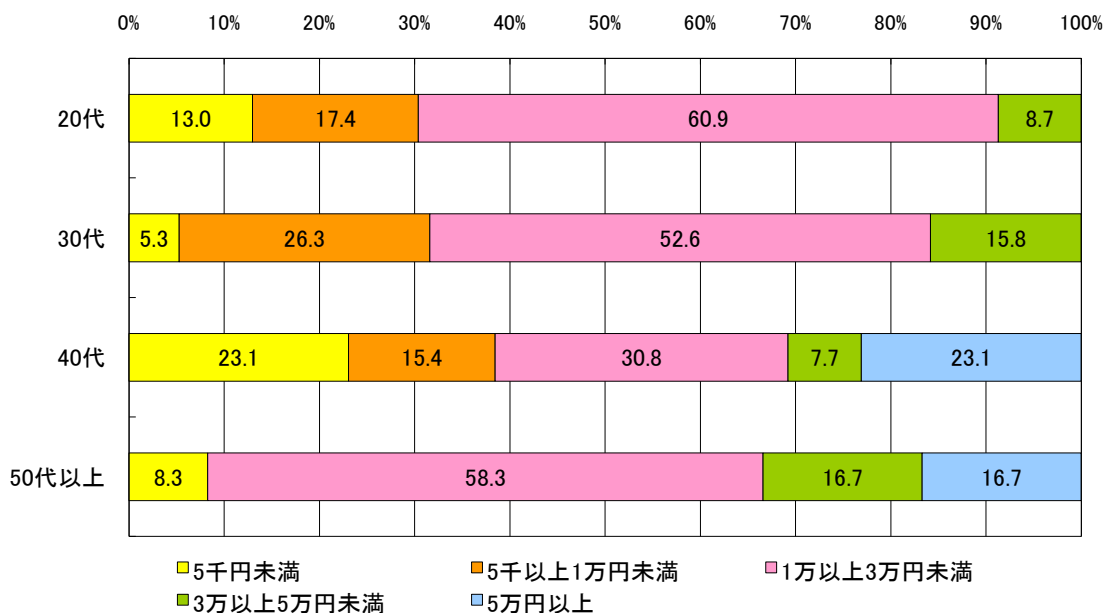


② アウトレットモールでの購入金額

アウトレットモールに出かけた人に購入金額を聞いたところ、「1万以上3万円未満」が52.5%と全体の半数以上で、次いで「5千以上1万円未満」が16.4%で、「5千円未満」と「3万以上5万円未満」が11.9%で同数だった。

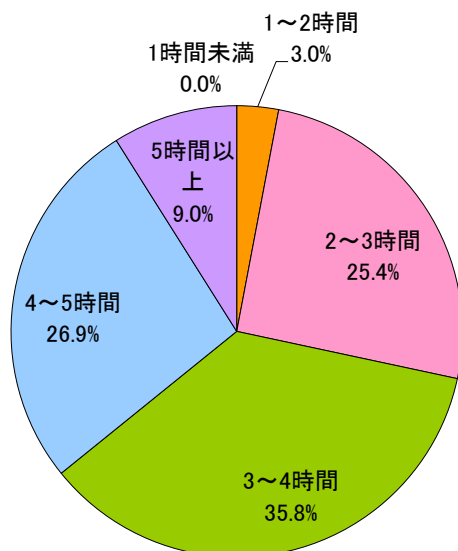


年代別にみると、40代までは『1万円未満』が3割以上は存在するが、50代以上は全体の1割以下だった。逆に「5万円以上」の購入は20代と30代では1人もおらず、40代以上では2割前後を占めた。

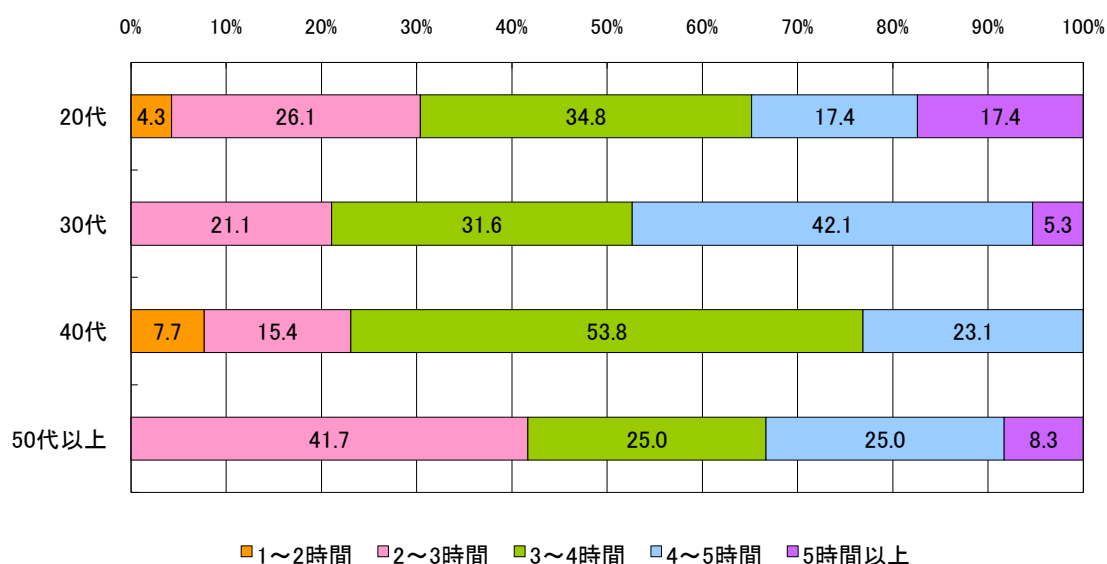


③ アウトレットモールでの滞在時間

アウトレットモールに出かけた人に滞在時間を聞いたところ、「3～4時間」が35.8%、次いで「4～5時間」が26.9%、「2～3時間」が25.4%と全体の9割弱が2時間以上5時間未満の滞在だった。

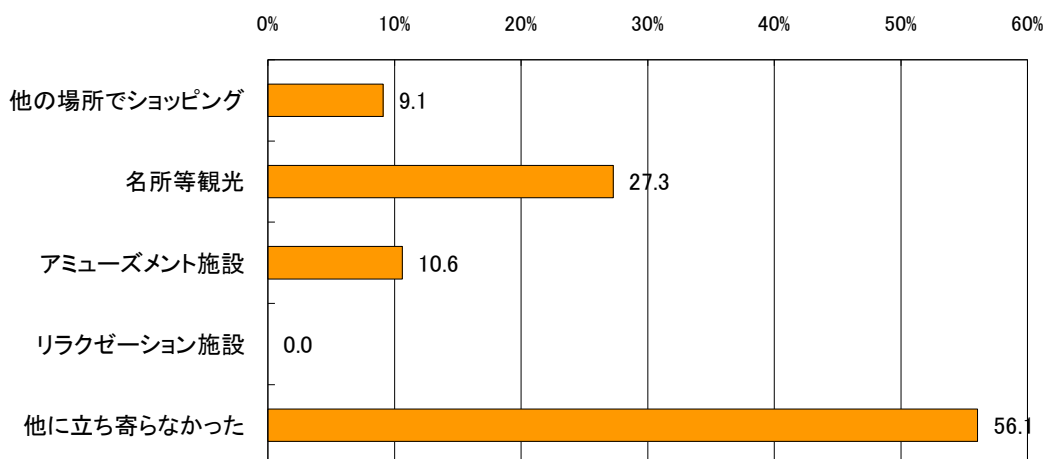


年代別にみると、30代の半数近く(47.4%)と20代の3分の1以上(35.8%)が『4時間以上』と若い世代で長い滞在の傾向にあり、50代以上は『2時間未満』が41.7%で、『4時間以上』の滞在が33.3%と両極端な結果になった。



④ アウトレットモール以外の立ち寄り場所

アウトレットモールに出かけた人に他に立ち寄った場所を聞いたところ、「他に立ち寄らなかった」が 56.1%、次いで「名所等観光」が 27.3%、「アミューズメント施設」が 10.6%と、アウトレットでのショッピングそのものがお出かけの目的だったことがうかがえる。



年代別にみると、20・30代は「他に立ち寄らなかった」が 60%を超えて一番高いが、40代以上は「他に立ち寄らなかった」と「名所等観光」が 41.7%で並ぶ結果となった。

