

## ふくい経済トピックス（行動編②）

### 〈趣味トップは音楽鑑賞〉

11月号に続き、社会生活基本調査結果から、福井県の男女別趣味・娯楽や旅行の行動者率（その行動をした人の割合）からマーケットの変化を考えてみたいと思います。

平成23年の調査結果から、福井県の男女別に「趣味・娯楽」行動の内容別にみた行動者率の上位から並べてみたものが、表1です。

男性で最も高いのは「CD等での音楽鑑賞」の40.4%、次いで「DVD等での映画鑑賞」の39.8%、「テレビゲーム等」の37.8%と続いています。

女性でも、「CD等による音楽鑑賞」が43.4%と最も高く、「趣味としての読書」の36.8%、「映画館等での映画鑑賞」の36.2%と続いています。

男女で、その行動者率を比較すると、女性の方がアクティブであることが分かります。

（表1）福井県男女別、趣味・娯楽行動者率の上位10項目（平成23年）

	男		女	
	趣味・娯楽行動	行動者率 (%)	趣味・娯楽行動	行動者率 (%)
1	CD等での音楽鑑賞	40.4	CD等での音楽鑑賞	43.4
2	DVD等での映画鑑賞	39.8	趣味としての読書	36.8
3	テレビゲーム等	37.8	映画館等での映画鑑賞	36.2
4	映画館等での映画鑑賞	30.3	DVD等での映画鑑賞	35.8
5	趣味としての読書	27.6	庭いじり・ガーデニング	30.4
6	遊園地、水族館等の見物	25.6	遊園地、水族館等の見物	29.6
7	パチンコ	21.9	趣味の料理・菓子作り	26.3
8	競技場でのスポーツ鑑賞	18.5	カラオケ	25.3
9	庭いじり・ガーデニング	18.1	テレビゲーム等	24.9
10	写真の撮影・プリント	17.8	写真の撮影・プリント	21.0

### 〈全国を大きく下回る読書〉

福井県の比率が、結構高いのかと思いきや、全国の値と比べると福井県の現状が見えてきます。

表2は、全国と福井県の調査結果を比較し（全国値 - 福井県値）、その差の大きいものから並べたものです。

男女共に、最も全国を下回ったのが「趣味のための読書」で、男性で6.8ポイント、女性で7.6ポイントとなっています。

都市部では、電車やバス通勤時に読書を行うことも多いようで、自家用車通勤が70%を超える福井県では、やむをえないことかも知れませんが、ちょっと残念な結果です。

(表2)全国値と比較し福井県が行動者率で下回る上位10項目(平成23年、全国ー福井)

	男		女	
	趣味・娯楽行動	行動者率の差(ポイント)	趣味・娯楽行動	行動者率の差(ポイント)
1	趣味としての読書	6.8	趣味としての読書	7.6
2	CD等での音楽鑑賞	4.9	写真の撮影・プリント	6.6
3	写真の撮影・プリント	4.5	CD等での音楽鑑賞	6.1
4	カラオケ	4.1	遊園地、水族館等の見物	5.9
5	競技場でのスポーツ鑑賞	3.8	演芸・演劇・舞踏鑑賞	4.9
6	美術館などでの美術鑑賞	2.4	DVD等での映画鑑賞	4.6
7	庭いじり・ガーデニング	2.3	カラオケ	4.2
8	楽器の演奏	2.0	テレビゲーム等	3.6
9	遊園地、水族館等の見物	1.8	競技場でのスポーツ鑑賞	3.2
10	映画館等での映画鑑賞	1.0	和裁・洋裁	2.9

趣味行動の最も高かった「CD等による音楽鑑賞」も全国との差で見ると男性で2位、女性で3位と低くなっています。

「共働き率日本一」ということもあり、女性の就業率が高いことで、趣味や娯楽の活動のための時間が制約されていることが全国値を下回る要因だと考えられます。

一方で、全国値を大幅に上回ったのが男性の「パチンコ」で、5.9ポイントも高くなっています。

この社会生活基本調査の平成13年、18年の調査結果と比較すると、男女とも全般的に「44歳以下」の世代で行動者率が低下し、「45歳以上」の世代では上昇する傾向が見られます。

特に、熟年層で大きな伸びが見られるのは、「映画鑑賞」と「テレビゲーム」で、「CD等による音楽鑑賞」も上昇傾向にあります。

このように、これまであまり顧客層がいなかった年齢層でも、これまでの趣味行動を延長させていく動きにより新たな顧客となっていくことが予想され、関心を持っていただくための働きかけに工夫が必要になっています。

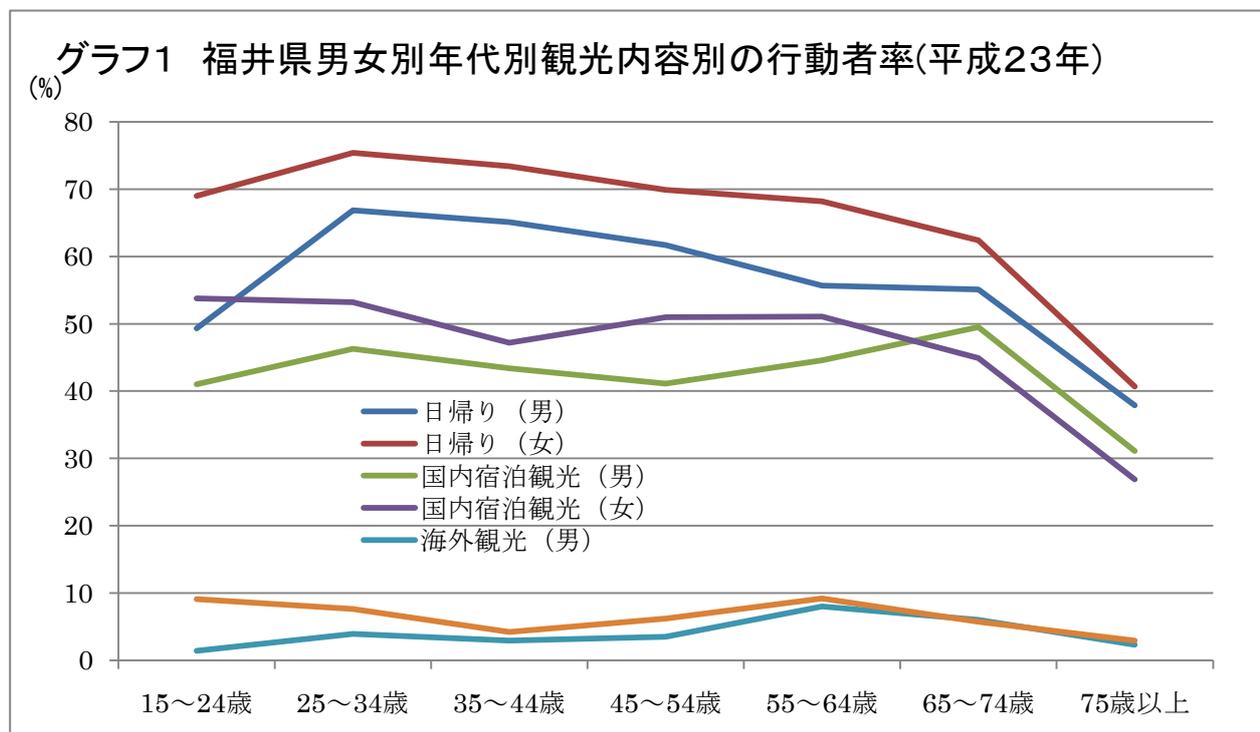
### 〈旅行も女性が活発〉

次に「旅行・行楽」の行動者率についてみてみましょう。

この調査では、「日帰り」、「1泊以上の国内観光旅行」、「帰省等」、「出張・研修」、「海外観光旅行」、「海外出張等」に分けて、その行動者率を紹介しています。

全国と福井県の調査結果を比較すると、福井県では「日帰り旅行」は活発に行っているが、「海外観光旅行」にはあまり出かけないということがわかります。特に、若手男性の海外旅行が極端に少なくなっています。

グラフ1は、平成23年の調査結果を基に、県内男女別年代別に観光旅行行動者率を表したものです。



行動者率をみると、女性の「日帰り旅行」が最も高く、次いで男性の「日帰り旅行」となり、国内宿泊旅行、海外観光旅行でも女性が男性を上回っています。

年代別に見ると、「15~24歳」は高校や大学の受験時期で行動者率が下がっていますが、「25~34歳」をほぼピークとして年齢が高くなるほど緩やかに減少する傾向が見られています。

「55~64歳」は、定年を機に「夫婦で海外旅行へ」という動きが見られますし、「65~74歳」では、男性の国内宿泊旅行が女性を上回っており「男性グループ」での温泉旅行などの動きが活発になるようです。

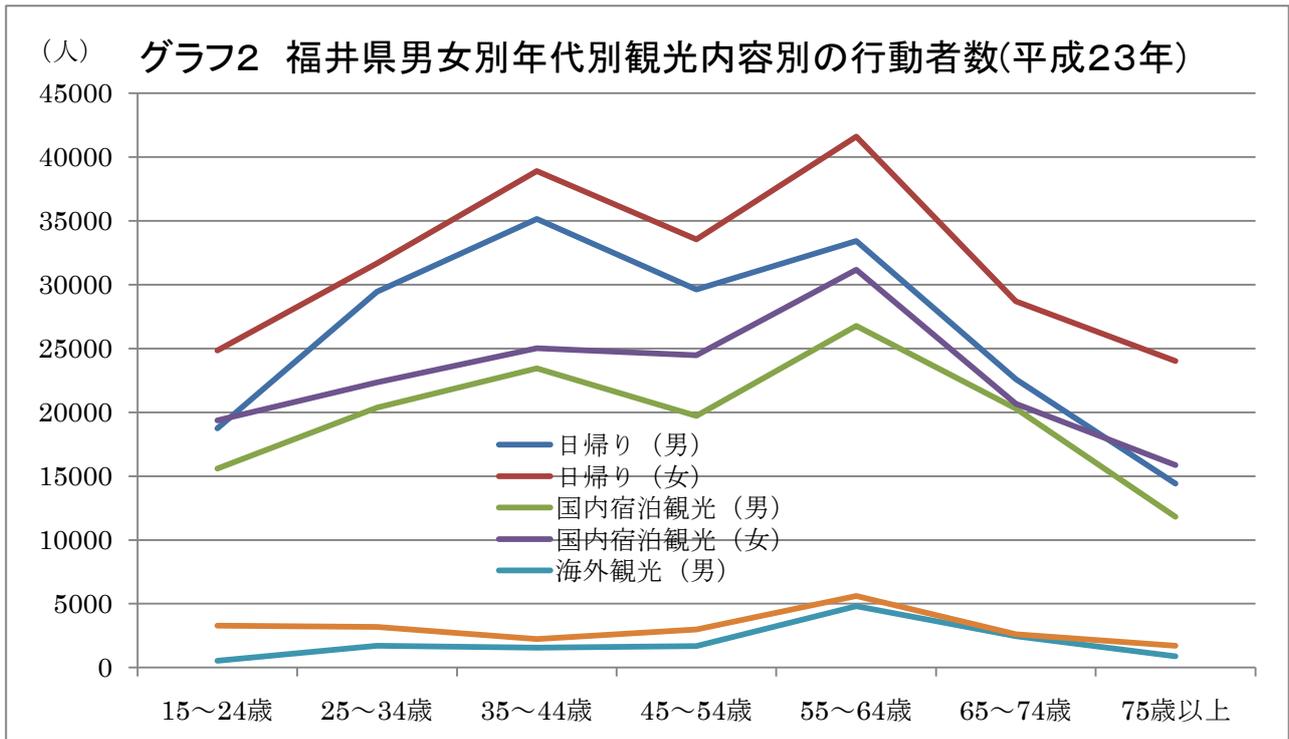
### 〈やっぱり市場は団塊世代〉

グラフ1は、男女別年代別の行動者率を見ていましたが、実際にはその年代の人口を重ねてみた「マーケット」の規模を見ないとはいけません。

そこで、行動者率にその年代の人口をかけた行動者数を表したのがグラフ2です。

これを見ると、やはり最大のマーケットは「団塊世代の女性」で、次は「団塊ジュニア世代の女性」となっていることが分かります。

男性の「日帰り旅行」では、団塊世代よりジュニア世代の方が、マーケットが大きく、「国内宿泊旅行」は男女とも団塊世代が、「海外旅行」は団塊世代と若い女性層が大きなマーケットだということが見えてきます。



今回は、福井県の男女についてその行動者率を見てきましたが、同様な傾向は全国でも見られます。

このような、旅行や趣味の行動の変化をとらえて、自店の特徴を活かしたターゲット市場の絞り込みと、それに合わせたメニューやプランづくりに取り組まれてはいかがでしょうか。

(福井商工会議所所報 新年号掲載)