

新潟県民の消費動向に関する調査

2009年 10月

 株式会社 スピードリサーチ



10821904(02)
JISQ15001:2006準拠

目次

調査概要.....	2
1. 1年前と比較した新潟県民の消費動向.....	3
2. 給与所得等の収入.....	5
3. 個人として自由に使えるお金（おこづかい）.....	6
4. 主に食事目的の外出頻度.....	7
5. 主に飲酒目的の外出頻度.....	8
6. 日帰りレジャーに行く回数.....	9
7. 高速道路を利用する回数.....	10
8. 宿泊を伴う旅行に行く回数.....	11
9. 外出着・靴・服飾品等の購入金額.....	12
10. 家電製品の購入金額.....	13
11. 家具・インテリア製品の購入金額.....	14
12. 自宅でお酒を飲む量.....	15
13. 競馬・パチンコなどのギャンブルをする頻度.....	16

調査概要

2008年9月の米大手証券会社リーマン・ブラザーズの経営破たんを契機とした世界規模の金融危機の影響により世界的に景気が悪化、日本でも「派遣切り」など社会経済情勢は急激に悪化した。

新潟県においても大手電機メーカーの工場閉鎖など、この1年で新潟県民の生活を取り巻く環境は大きく変化している。

本調査は現在の新潟県民の景気動向に関するアンケート調査を実施し、『新潟県民の生活者の今』を明らかにするための基礎資料を得ることを目的とする。

- ◆ 調査方法 : 携帯電話 Web 機能を利用した調査
- ◆ 調査対象者 : 弊社運営サイト「100off.com」会員で新潟県在住の20～71歳の男女
- ◆ 有効回収数 : 401サンプル（性別・世代別均等割付）

	20代	30代	40代	50代以上	合計
男性	100	100	100	100	200
女性	100	100	100	101	201

- ◆ 実施期間 : 2009年9月29日～9月30日
- ◆ 回答者属性

		地域別				職業別					
		下越・佐渡	新潟市	中越	上越	会社員・公務員	パート・アルバイト・派遣	自営業・経営者等	専業主婦	学生・その他	
全体		401	44	173	155	29	259	57	30	36	19
性別 × 世代	男性 20代	50	2	11	27	10	38	4	1	0	7
	男性 30代	50	5	21	22	2	43	1	5	0	1
	男性 40代	50	7	23	19	1	42	0	7	0	1
	男性 50代以上	50	5	20	22	3	42	0	7	0	1
	女性 20代	50	9	23	16	2	27	12	1	7	3
	女性 30代	50	5	26	15	4	26	11	2	9	2
	女性 40代	50	7	25	15	3	24	15	2	7	2
	女性 50代以上	51	4	24	19	4	17	14	5	13	2

集計・分析にあたって

(1) 図表中の「n」とは回答者総数（または該当者質問での該当者数）のことで、100%が何人の回答者に相当するかを示す比率算出の基数である。

(2) 数値（%）は少数点未満を四捨五入してあるので、総数と内訳の計が一致しないこともある。

1年前と比較した新潟県民の消費動向

「高速道路の利用」「自宅での飲酒量」以外は
全ての項目で『減った』が『増えた』を上回る

◆1年前と比べて増えたもの(図1)

1年前と比較した商品やサービスの購入金額や利用頻度が『とても増えた』『増えた』と回答した割合の合計が高かったものは

「高速道路の利用」(35.8%)

「自宅での飲酒量」(26.6%)

「日帰りレジャー」(23.8%)

となった。

その原因として平成21年3月より実施となったETC搭載車の料金割引制度、いわゆる「1000円高速」の効果で、高速道路を利用しての日帰りレジャーへ行く頻度が増えたことが挙げられる。

また、「自宅での飲酒量」が増えた理由は、「主に飲酒目的での外食頻度」が減ったことにより、自宅でお酒を飲む機会が増えたことが原因の1つとして推測される。

◆1年前と比べて減ったもの(図1)

逆に1年前と比較した商品やサービスの購入金額や利用頻度が『とても減った』『減った』と回答した割合の合計が高かったものは

「外出着/靴/服飾品等の購入金額」(42.1%)

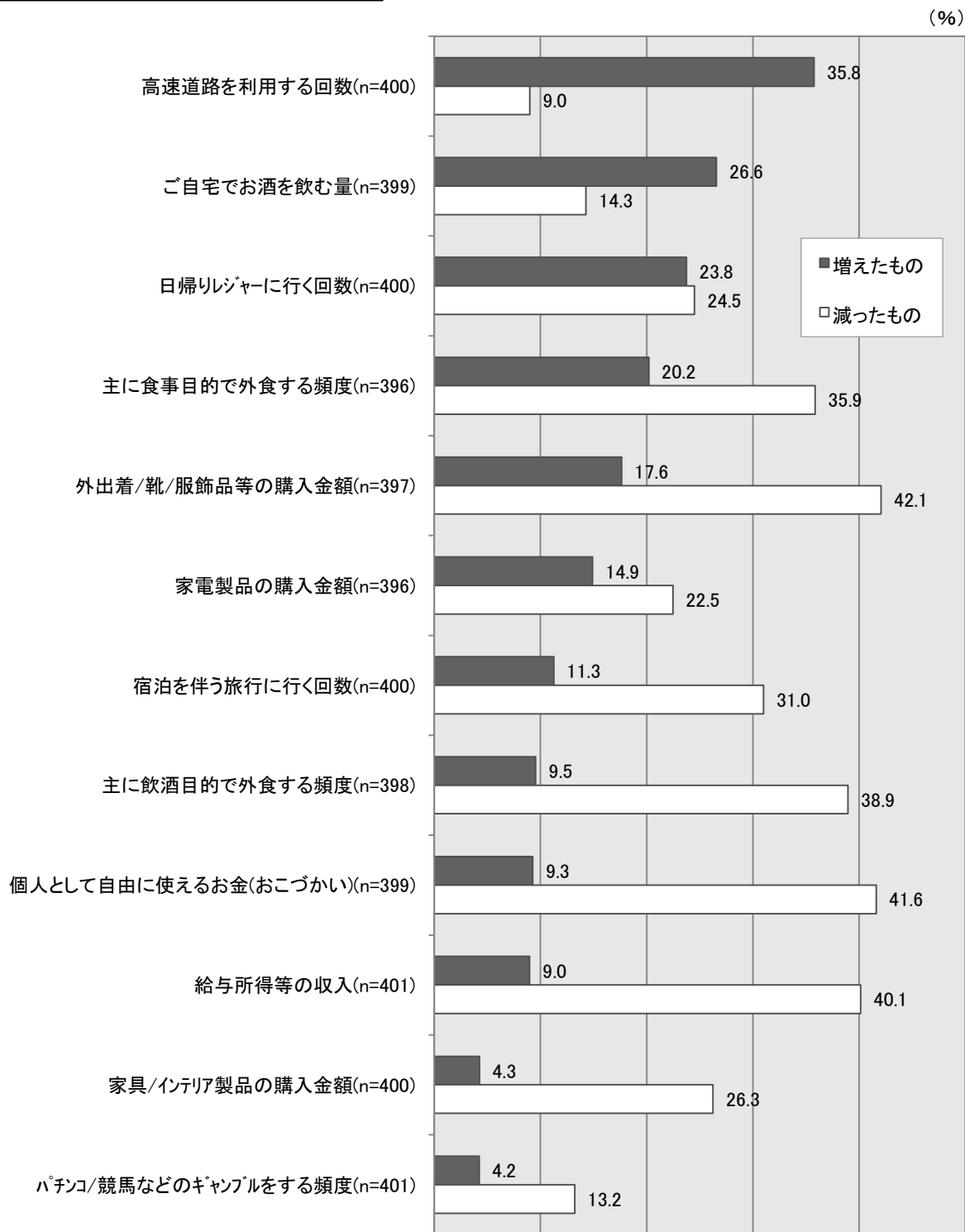
「個人として自由に使えるお金(おこづかい)」(41.6%)

「給与所得等の収入」(40.1%)

となった。

給与所得等の収入の減少により、あらゆる商品の購入やサービスの利用を控えざるを得ない新潟県民の厳しい生活状況が今回の調査で浮き彫りとなった。

1年前と比べて増えたもの・減ったもの (図1)



給与所得等の収入

約4割が収入が『減った』

◆全体結果(図2-1)

『とても減った』(23.4%)『減った』(16.7%)となり、合計で40.1%の県民が給与所得等の収入が『減った』と回答した。

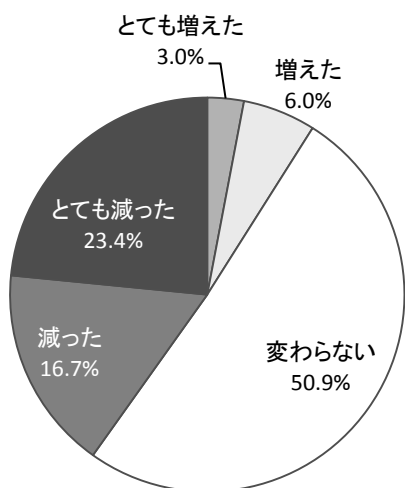
◆属性別結果(図2-2)

世代別では40代、50代以上が、『減った』『とても減った』と回答した県民が半数を超え、20代、30代と比べ多い。

家族構成別では子供のいる世帯で『減った』『とても減った』と回答した県民の割合が、合計で47.7%となり、子供がいない世帯と比べより厳しい状況となっている。

給与所得等の収入

(図2-1)



(図2-2)

		とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った
性別	全体(n=401)	3.0	6.0	50.9	16.7	23.4
	男性(n=200)	4.0	6.0	50.0	15.0	25.0
世代	女性(n=201)	2.0	6.0	51.7	18.4	21.9
	20代(n=100)	5.0	8.0	59.0	17.0	11.0
家族構成	30代(n=100)	3.0	7.0	61.0	8.0	21.0
	40代(n=100)	4.0	6.0	37.0	23.0	30.0
	50代以上(n=101)	3.0	46.5	18.8	31.7	
子供あり(n=235)	子供あり(n=235)	2.6	4.3	45.5	20.0	27.7
	子供なし(n=166)	3.6	8.4	58.4	12.0	17.5

個人として自由に使えるお金(おこづかい)

4割以上がおこづかいも『減った』

◆全体結果(図 3-1)

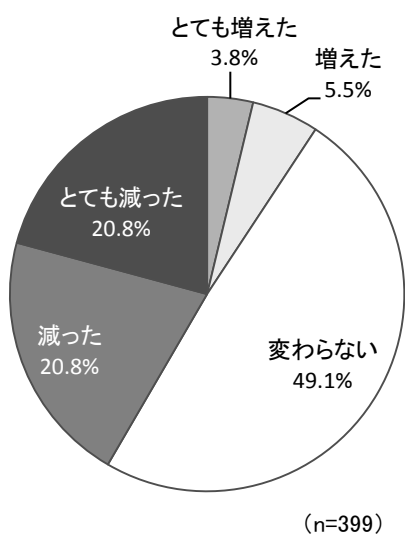
『とても減った』(20.8%)『減った』(20.8%)となり、合計で県民の4割以上が個人として自由に使えるお金(おこづかい)も減ったと回答した。

◆属性別結果(図 3-2)

世代別では40代で『とても減った』(34.0%)『減った』(20.0%)と回答した県民が半数を超える。

個人として自由に使えるお金(おこづかい)

(図 3-1)



(図 3-2)

■とても増えた □増えた □変わない ■減った ■とても減った

属性	とても増えた	増えた	変わない	減った	とても減った
全体(n=399)	3.8	5.5	49.1	20.8	20.8
性別					
男性(n=199)	4.0	4.0	47.2	21.6	23.1
女性(n=200)	3.5	7.0	51.0	20.0	18.5
世代					
20代(n=100)	5.0	8.0	51.0	23.0	13.0
30代(n=100)	2.0	4.0	56.0	18.0	20.0
40代(n=100)	3.0	6.0	37.0	20.0	34.0
50代以上(n=99)	5.1	4.0	52.5	22.2	16.2
家族構成					
子供あり(n=234)	3.8	4.3	46.2	22.6	23.1
子供なし(n=165)	3.6	7.3	53.3	18.2	17.6
所得の増減					
増えた計(n=36)	16.7	30.6	38.9	8.3	5.6
減った計(n=160)	1.3	34.4	32.5	30.6	1.3

主に食事目的の外出頻度

『増えた』のは約2割だが『減った』のは4割近い

◆全体結果(図4-1)

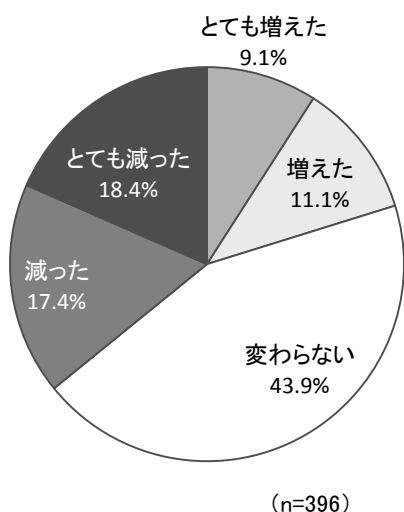
『とても増えた』(9.1%)『増えた』(11.1%)と食事目的の外出頻度が増えた県民が約2割に対して、『とても減った』(18.4%)『減った』(17.4%)と食事目的の外出頻度が減った県民は約4割という結果となった。

◆属性別結果(図4-2)

世代別では40代、50代以上が若い世代と比べて食事目的で外出する頻度が特に減っている。特に40代で頻度が減っている人が多く、子育て世代の厳しい生活状態が伺える。

主に食事目的で外出する頻度

(図4-1)



(図4-2)

		■とても増えた	□増えた	□変わらない	■減った	■とても減った
性別	全体(n=396)	9.1	11.1	43.9	17.4	18.4
	男性(n=198)	6.1	13.1	42.9	19.2	18.7
	女性(n=198)	12.1	9.1	44.9	15.7	18.2
世代	20代(n=99)	13.1	9.1	52.5	10.1	15.2
	30代(n=98)	11.2	12.2	39.8	19.4	17.3
	40代(n=100)	7.0	15.0	35.0	18.0	25.0
	50代以上(n=99)	5.1	8.1	48.5	22.2	16.2
家族構成	子供あり(n=231)	6.9	11.7	41.1	18.6	21.6
	子供なし(n=165)	12.1	10.3	47.9	15.8	13.9
所得の増減	増えた計(n=36)	8.3	25.0	33.3	16.7	16.7
	減った計(n=160)	6.9	8.8	40.6	25.0	18.8

主に飲酒目的の外出頻度

『増えた』が約1割に対して『減った』は約4割

◆全体結果(図5-1)

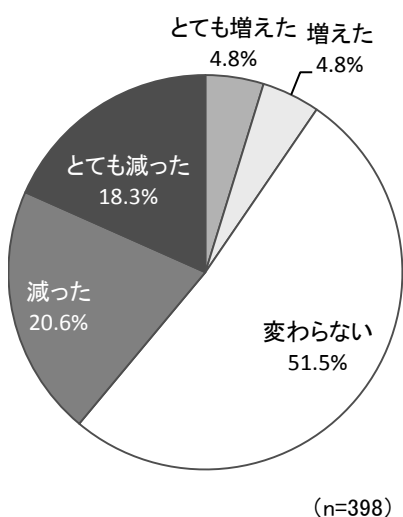
『とても増えた』(4.8%)『増えた』(4.8%)の合計9.6%に対して、『とても減った』(18.3%)『減った』(20.6%)と飲酒目的の外出頻度が減った県民の割合の合計は38.9%と非常に高い。

◆属性別結果(図5-2)

世代別では『とても減った』『減った』と回答した県民の割合の合計が特に多いのは40代(48.0%)となった。食事目的の外出頻度と同様に、子育て世代の厳しい生活状態が伺える。

主に飲酒目的で外出する頻度

(図5-1)



(図5-2)

		とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った
性別	全体(n=398)	4.8	4.8	51.5	20.6	18.3
	男性(n=197)	5.6	5.1	45.2	22.3	21.8
	女性(n=201)	4.0	4.5	57.7	18.9	14.9
世代	20代(n=99)	11.1	9.1	52.5	16.2	11.1
	30代(n=99)	1.0	4.0	57.6	19.2	18.2
	40代(n=100)	7.0	2.0	43.0	27.0	21.0
	50代以上(n=100)	4.0	2.0	53.0	20.0	23.0
	子供あり(n=232)	3.0	3.9	52.6	22.4	18.1
	子供なし(n=166)	7.2	6.0	50.0	18.1	18.7
所得の増減	増えた計(n=36)	11.1	11.1	47.2	8.3	22.2
	減った計(n=160)	3.1	3.8	41.9	31.9	19.4

日帰りレジャーに行く回数

『変わらない』が約半数
『増えた』・『減った』割合もほぼ同じ

◆全体結果(図 6-1)

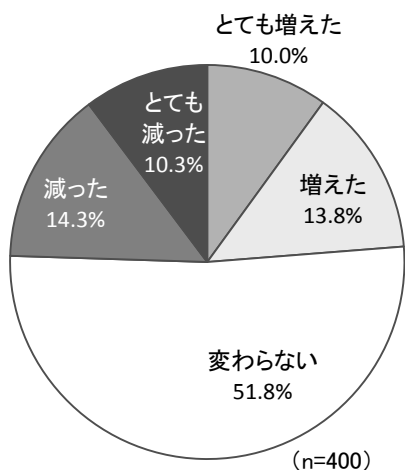
『変わらない』と回答した県民の割合が 51.8%と約半数となり、『とても増えた』(10.0%)『増えた』(13.8%)、『とても減った』(10.3%)『減った』(14.3%)と増えた県民と減った県民の割合もほぼ同じとなった。

◆属性別結果(図 6-2)

世代別では 50 代以上で『とても増えた』『増えた』と回答した割合の合計が 31.0%と他の世代と比べやや高い。所得の増減別でも『とても増えた』『増えた』と回答した割合の合計は、収入の増減にかかわらずほとんど変わらない。いわゆる「1000 円高速」により、マイカーでの日帰りレジャーが増えたことが推測される。

日帰りレジャーに行く回数

(図 6-1)



(図 6-2)

■とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

属性	とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った
全体(n=400)	10.0	13.8	51.8	14.3	10.3
性別					
男性(n=200)	10.5	13.5	50.0	16.5	9.5
女性(n=200)	9.5	14.0	53.5	12.0	11.0
世代					
20代(n=100)	11.0	15.0	57.0	11.0	6.0
30代(n=100)	9.0	9.0	60.0	14.0	8.0
40代(n=100)	8.0	12.0	50.0	14.0	16.0
50代以上(n=100)	12.0	19.0	40.0	18.0	11.0
家族構成					
子供あり(n=235)	9.4	13.2	48.1	16.6	12.8
子供なし(n=165)	10.9	14.5	57.0	10.9	6.7
所得の増減					
増えた計(n=36)	8.3	16.7	52.8	8.3	13.9
減った計(n=161)	13.0	11.8	46.0	18.0	11.2

高速道路を利用する回数

『とても増えた』が約2割以上

◆全体結果(図7-1)

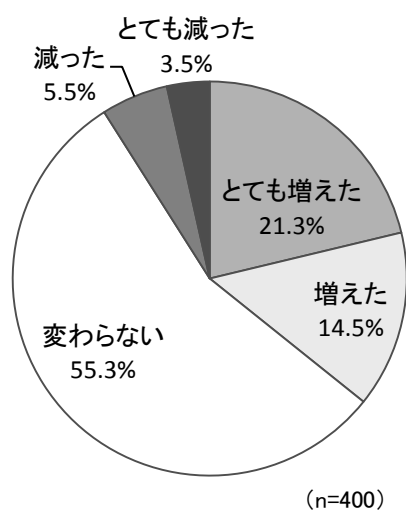
『とても増えた』(21.3%)『増えた』(14.5%)となり、『とても減った』(3.5%)『減った』(5.5%)を大きく上回った。原因として平成21年3月より実施となった高速道路料金の割引効果で、高速道路利用者が増えたことが挙げられる。

◆属性別結果(図7-2)

世代別では30代で『とても増えた』『増えた』と回答した県民の割合の合計が44.0%と他の世代と比べやや高い。所得の増減別では『とても増えた』『増えた』と回答した割合の合計が、収入が減った県民でも40.7%が高速道路を利用した回数が増えたと回答している。

高速道路を利用する回数

(図7-1)



(図7-2)

■とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

属性	とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った
全体(n=400)	21.3	14.5	55.3	5.5	3.5
性別					
男性(n=199)	22.1	16.1	51.8	5.0	5.0
女性(n=201)	20.4	12.9	58.7	6.0	2.0
世代					
20代(n=100)	17.0	14.0	62.0	5.0	2.0
30代(n=100)	24.0	18.0	51.0	5.0	2.0
40代(n=100)	23.0	12.0	55.0	4.0	6.0
50代以上(n=100)	21.0	14.0	53.0	8.0	4.0
家族構成					
子供あり(n=234)	24.4	13.2	51.7	6.4	4.3
子供なし(n=166)	16.9	16.3	60.2	4.2	2.4
所得の増減					
増えた計(n=36)	25.0	22.2	44.4	2.8	5.6
減った計(n=160)	26.9	13.8	46.9	8.1	4.4

宿泊を伴う旅行に行く回数

『増えた』が約1割に対して『減った』は約3割

◆全体結果(図8-1)

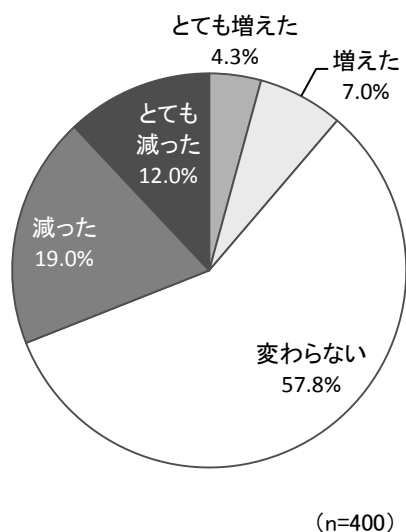
『とても増えた』(4.3%)『増えた』(7.0%)に対して『とても減った』(12.0%)『減った』(19.0%)と宿泊を伴う旅行に行く回数が減った県民の割合が高い。

◆属性別結果(図8-2)

世代別では50代以上で『とても減った』『減った』割合の合計が43.0%と他の世代と比べて高い。世代が上がるにつれて回数が減っていく傾向にある。所得の増減別では所得が増えた県民で国内旅行に行く回数が『とても増えた』『増えた』合計が27.8%と非常に高く、所得が減った県民では逆に宿泊旅行に行く回数が減った人が合計41.3%と多く、宿泊旅行の増減が所得の増減に大きく影響されていることが分かる。

宿泊を伴う旅行に行く回数

(図8-1)



(図8-2) ■とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

属性	とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った
全体(n=400)	4.3	7.0	57.8	19.0	12.0
性別					
男性(n=199)	3.0	4.5	58.8	20.1	13.6
女性(n=201)	5.5	9.5	56.7	17.9	10.4
世代					
20代(n=100)	2.0	11.0	72.0	7.0	8.0
30代(n=100)	5.0	7.0	61.0	19.0	8.0
40代(n=100)	5.0	5.0	51.0	26.0	13.0
50代以上(n=100)	5.0	5.0	47.0	24.0	19.0
家族構成					
子供あり(n=234)	4.3	5.6	52.6	22.6	15.0
子供なし(n=166)	4.2	9.0	65.1	13.9	7.8
所得の増減					
増えた計(n=36)	2.8	25.0	55.6	13.9	2.8
減った計(n=160)	6.3	5.0	47.5	26.3	15.0

外出着・靴・服飾品等の購入金額

『増えた』が約2割に対して『減った』は約4割

◆全体結果(図9-1)

『とても増えた』(8.6%)『増えた』(9.1%)と、増えたと回答した県民の割合の合計が17.7%となった一方、『とても減った』(19.1%)『減った』(22.9%)県民の割合の合計は42.0%と非常に高い。

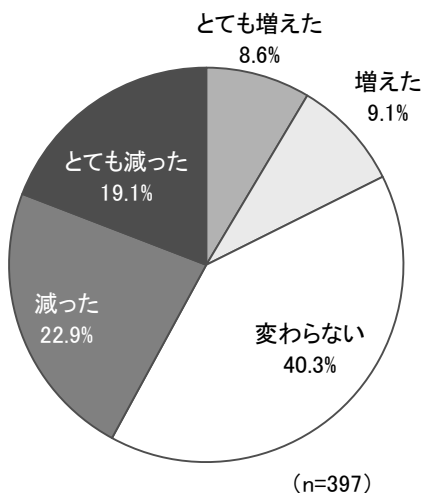
◆属性別結果(図9-2)

世代別では20代で『とても増えた』と回答した人の割合が17.0%と他の世代と比べて高い。

所得の増減別では所得が減った県民の半数以上が外出着・靴・服飾品等の購入金額が『とても減った』あるいは『減った』と回答している。県内デパートや百貨店の売上が減少しているが、外出着・靴・服飾品等の購入金額が、所得の増減による影響を大きく受けていることが分かる。

外出着・靴・服飾品等の購入金額

(図9-1)



(図9-2)

□とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

属性	とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った
全体(n=397)	8.6	9.1	40.3	22.9	19.1
性別					
男性(n=199)	4.5	8.5	49.2	24.6	13.1
女性(n=198)	12.6	9.6	31.3	21.2	25.3
世代					
20代(n=100)	17.0	9.0	38.0	21.0	15.0
30代(n=98)	6.1	9.2	42.9	20.4	21.4
40代(n=100)	6.0	8.0	40.0	27.0	19.0
50代以上(n=99)	5.1	10.1	40.4	23.2	21.2
家族構成					
子供あり(n=233)	6.4	8.2	39.9	23.6	21.9
子供なし(n=164)	11.6	10.4	40.9	22.0	15.2
所得の増減					
増えた計(n=36)	11.1	16.7	47.2	11.1	13.9
減った計(n=161)	4.3	5.0	34.8	32.9	23.0

家電製品の購入金額

『とても増えた』は1割に満たない

◆全体結果(図10-1)

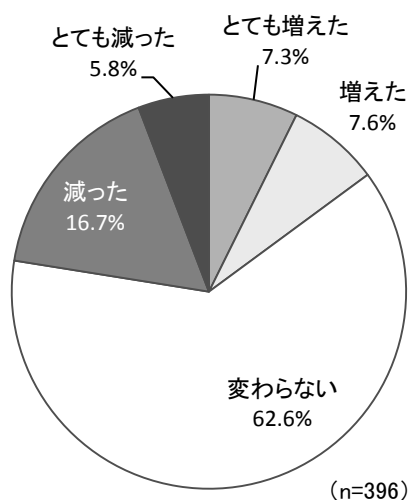
平成21年5月よりグリーン家電普及促進事業、いわゆる「エコポイント制度」が始まったが、今回の調査では家電製品の購入金額は『とても増えた』(7.3%)『増えた』(7.6%)にとどまった。

◆属性別結果(図10-2)

世代別では50代上で『とても増えた』『増えた』と回答した県民の割合の合計が22.6%と他の世代と比べて高い。所得の増減別では所得が減った県民の家電製品の購入金額が『とても減った』『減った』と回答した割合が高い。

家電製品の購入金額

(図10-1)



(図10-2)

■とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

属性	属性別	割合 (%)					合計
		とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った	
性別	全体(n=396)	7.3	7.6	62.6	16.7	5.8	
	男性(n=197)	10.2	7.1	55.3	18.8	8.6	
	女性(n=199)	4.5	8.0	69.8	14.6	3.0	
	20代(n=100)	4.0	6.0	77.0	11.0	2.0	
	30代(n=100)	8.0	6.0	63.0	19.0	4.0	
世代	40代(n=99)	6.1	7.1	57.6	19.2	10.1	
	50代以上(n=97)	11.3	11.3	52.6	17.5	7.2	
	子供あり(n=230)	8.3	8.7	56.5	19.1	7.4	
家族構成	子供なし(n=166)	6.0	6.0	71.1	13.3	3.6	
	増えた計(n=36)	5.6	8.3	80.6	5.6		
所得の増減	減った計(n=157)	5.7	7.6	51.6	26.8	8.3	

家具・インテリア製品の購入金額

『減った』が2割以上

◆全体結果(図 11-1)

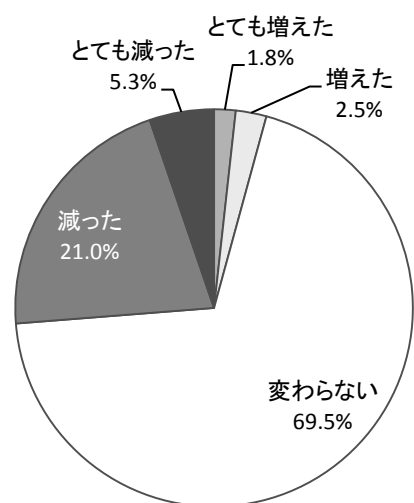
『とても増えた』(1.8%)『増えた』(2.5%)と回答した県民の割合の合計4.3%に対し、『とても減った』(5.3%)『減った』(21.0%)と回答した県民の割合の合計は26.3%と、家具・インテリア製品の購入金額が減ったと回答した県民の割合が、増えたと回答した県民の割合を約2割上回った。

◆属性別結果(図 11-2)

世代別では50代以上で、家族構成別では子供がいる世帯で家具・インテリア製品が減った県民の割合が高い。

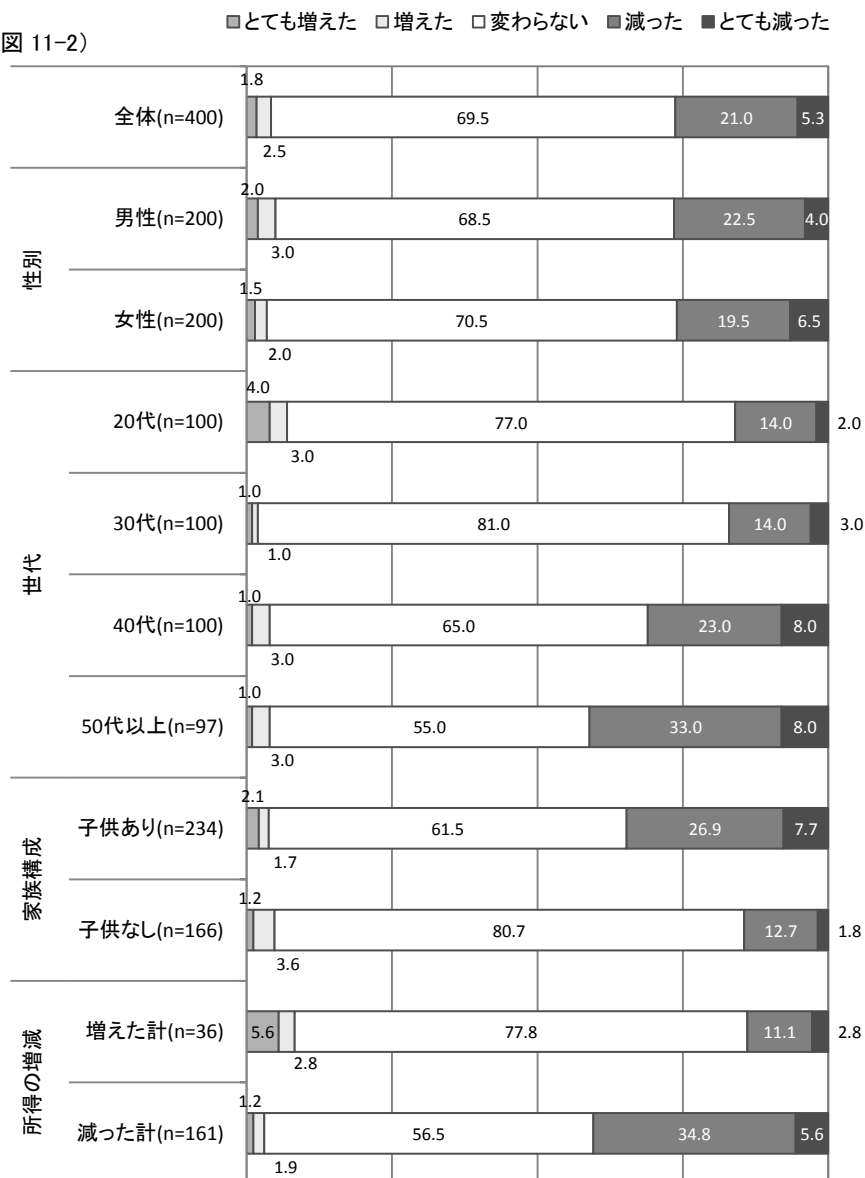
家具・インテリア製品の購入金額

(図 11-1)



(n=400)

(図 11-2)



自宅でお酒を飲む量

『とても増えた』と回答した県民の割合が14%

◆全体結果(図 12-1)

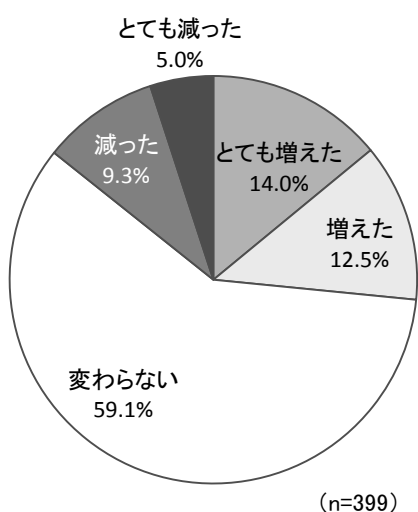
『とても増えた』(14.0%)『増えた』(12.5%)と回答した県民の割合の合計は26.5%、『とても減った』(5.0%)『減った』(9.3%)と回答した県民の割合の合計は14.3%となり、増えた合計が減った合計よりも1割以上多い。主に飲酒目的で外食する頻度が約4割減っていることから、外食を控え、自宅でお酒を飲む機会が増えたと推測される。

◆属性別結果(図 12-2)

性別では男性の2割が『とても増えた』と回答。世代別では40代で『とても増えた』(17.2%)『増えた』(14.1%)と合計で32.0%と高くなっている。

ご自宅でお酒を飲む量

(図 12-1)



(図 12-2)

■とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

属性	属性別	割合 (%)					
		とても増えた	増えた	変わらない	減った	とても減った	
性別	全体(n=399)	14.0	12.5	59.1	9.3	5.0	
	男性(n=200)	20.0	14.5	53.0	8.0	4.5	
	女性(n=199)	8.0	10.6	65.3	10.6	5.5	
	世代	20代(n=100)	11.0	12.0	61.0	12.0	4.0
		30代(n=100)	12.0	14.0	60.0	7.0	7.0
40代(n=99)		17.2	14.1	53.5	11.1	4.0	
50代以上(n=100)		16.0	10.0	62.0	7.0	5.0	
家族構成	子供あり(n=234)	15.0	14.1	58.1	8.5	4.3	
	子供なし(n=165)	12.7	10.3	60.6	10.3	6.1	
所得の増減	増えた計(n=36)	11.1	13.9	50.0	13.9	11.1	
	減った計(n=160)	14.4	14.4	55.6	10.6	5.0	

競馬・パチンコなどのギャンブルをする頻度

『増えた』の微増に対し『減った』は1割以上

◆全体結果(図 13-1)

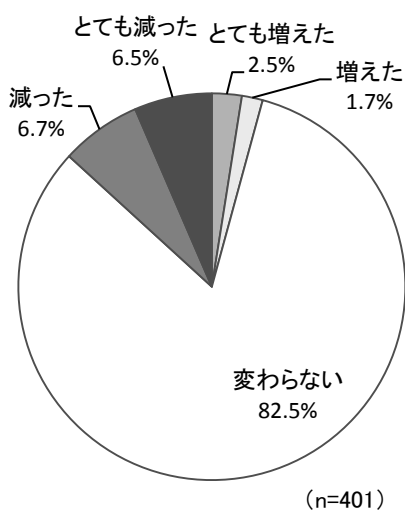
『とても増えた』(2.5%)『増えた』(1.7%)と合計4.2%の微増に対し、『とても減った』(6.5%)『減った』(6.7%)と競馬・パチンコなどのギャンブルをする頻度が減ったと回答する県民の割合がやや高い。『変わらない』が82.5%と高いのは、もともと競馬やパチンコなどのギャンブルをしない人が多いことが要因。

◆属性別結果(図 13-2)

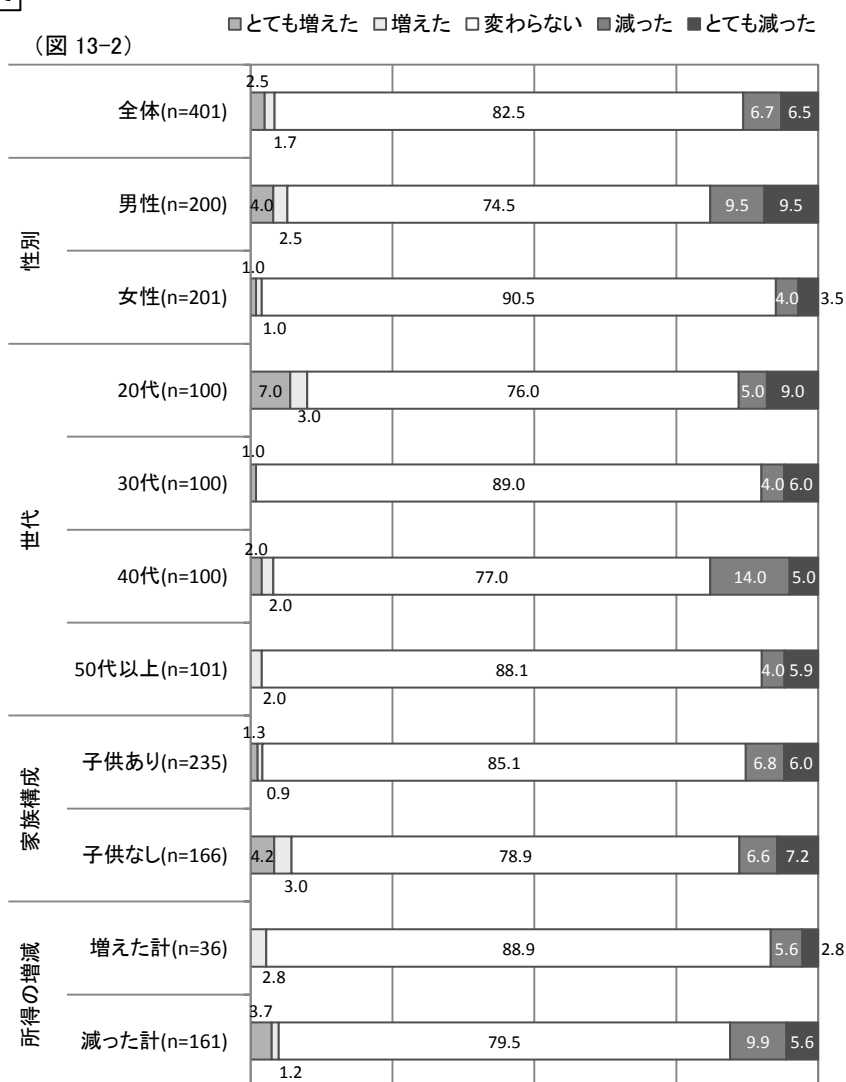
性別では男性、世代では20代、家族構成別では子供がいない世帯、所得の増減別では収入が減った県民が『とても増えた』と回答した割合がわずかなから高い。逆にギャンブルをする頻度が減ったのは、世代別では40代が『とても減った』(5.0%)『減った』(14.0%)の合計19.0%となり、他の世代より若干高くなっている。

パチンコ・競馬などのギャンブルをする頻度

(図 13-1)



(図 13-2)



平成 21 年 10 月

新潟県民の消費動向に関する調査

《本調査に関する問合せ先》

〒 950-0026 新潟市東区小金町 1-7-1

株式会社 スピードリサーチ

電話 025 - 270 - 3800 FAX 025 - 270 - 3883

Eメール info@speed-r.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には必ずクレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「新潟市の調査会社スピードリサーチが実施した調査によると・・・」

業務内容

- ◆各種アンケート調査の企画・設計
- ◆郵送・研修会・イベント会場等のアンケート調査等(データ入力・集計・分析・報告書作成)
- ◆CS調査、覆面調査、ES調査
- ◆グループインタビュー・ワークショップ等の調査の企画・運営
- ◆調査モニターリクルーティング
- ◆インターネット調査(県内1万人を越す回答者が登録)
- ◆アンケート用システムサービス(PC、携帯で回答できるWEBシステムのASPサービス)
- ◆各種キャンペーン事務局の運営
- ◆その他、データベースシステムの構築等

新潟県様、新潟市様、国土交通省様、団体・民間企業様に多数の実績があります。