

新潟県民の消費動向に関する調査

2010年 5月

 株式会社 スピードリサーチ



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

前回、アメリカの金融危機に端を発した世界的な経済の悪化により、1年間で新潟県民の景気動向がどのように変化したか、『新潟県の生活者の今』を明らかにするために2009年10月にアンケート調査を実施した。

今回も引き続き同様のアンケート調査を実施し、新潟県民の景気動向の1年前との比較を調査するとともに、前回調査とどのような差異がみられるかも比較した。

- ◆ 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21～76歳の男女
- ◆ 有効回収数 : 403 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	50	51	51	50	202
女性	50	50	50	51	201

- ◆ 実施期間 : 2010年4月15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		403	51	148	163	41	251	52	35	45	20
性別 × 世代	男性 20代	50	9	17	17	7	38	3	2	0	7
	男性 30代	51	6	20	22	3	43	1	6	0	1
	男性 40代	51	5	11	30	5	48	0	3	0	0
	男性 50代以上	50	6	19	16	9	33	1	14	0	2
	女性 20代	50	4	20	22	4	32	7	1	7	3
	女性 30代	50	4	24	18	4	20	14	1	13	2
	女性 40代	50	10	15	21	4	20	11	3	13	3
	女性 50代以上	51	7	22	17	5	17	15	5	12	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

12項目中9項目で
「減った」が「増えた」の2倍を超える

◆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」(31.6%)

「自宅での飲酒量」(28.7%)

「家電製品の購入金額」(19.2%)

となった。

「高速道路の利用」、「自宅での飲酒量」の割合が高く、それぞれ、「ETC休日特別割引」の効果、「主に飲酒目的での外食頻度」が減ったことが原因の一つとして推測される。

また、「家電製品の購入金額」が増えた理由としては「家電エコポイント制度」の効果や、平成23年7月に完全移行する地上デジタル放送化への対応などが推測される。

◆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

「食事目的の外食頻度」(42.1%)

「外出着/靴/服飾品等の購入金額」(41.9%)

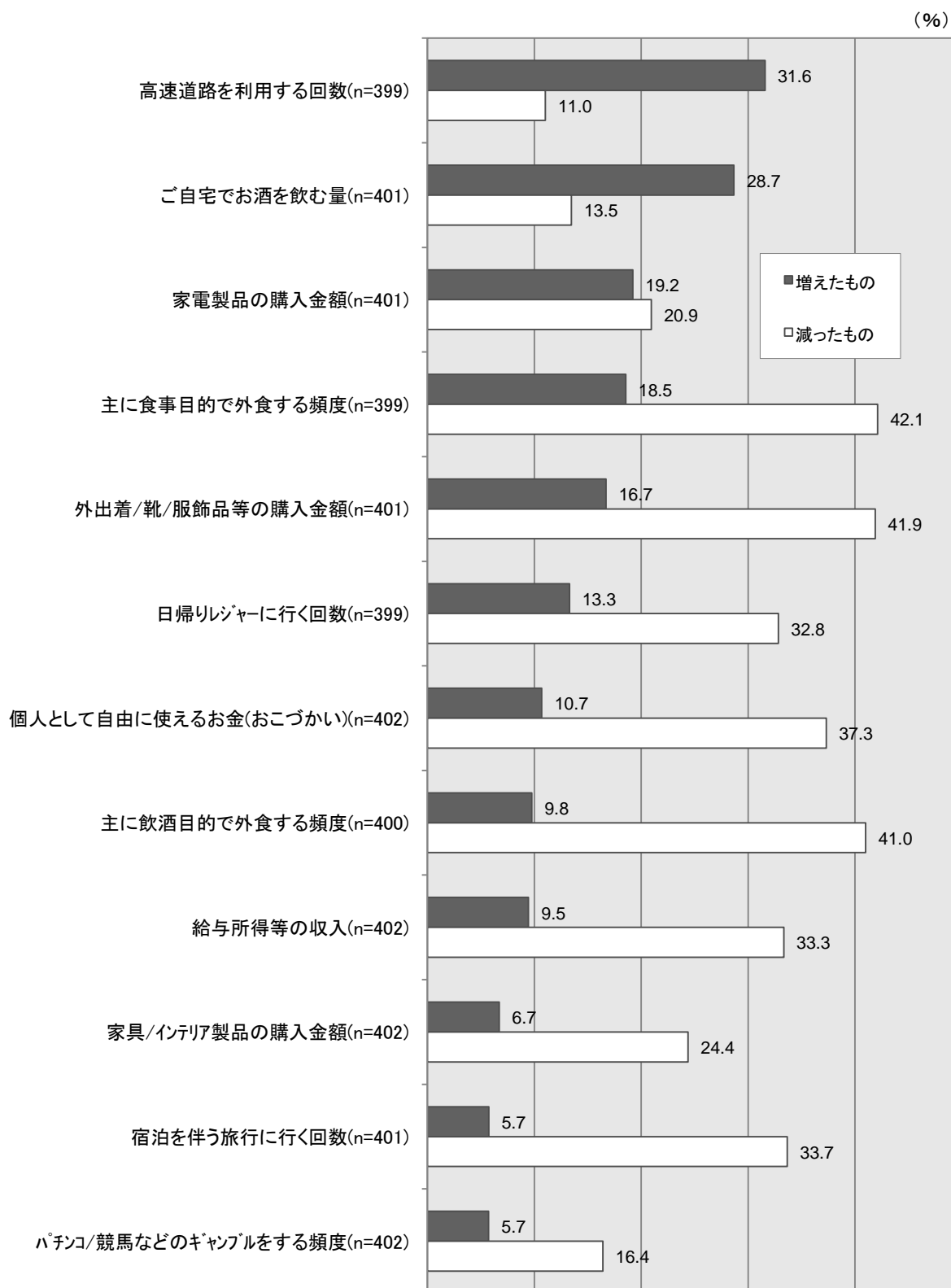
「飲酒目的の外食頻度」(41.0%)

となった。

減ったと回答した割合が12項目中7項目で3割以上、上位3項目では4割以上と高く、新潟県民の生活状況が厳しくなっていることが伺える。

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

3割以上が収入が『減った』

◆全体結果(図 2-1)

『とても減った』(17.4%) 『減った』(15.9%) となり、合計で 33.3% 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 代以上で『とても減った』『減った』と回答した県民が 4 割を超え、20 代、30 代と比べ割合が高い。

性別では男性で『とても減った』『減った』と回答した割合が高い。

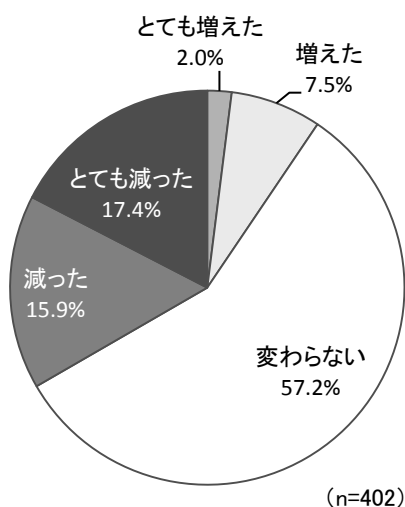
◆前回調査(2009 年 9 月実施)との比較(図 2-2)

全体では『とても減った』と回答した県民が前回に比べ 6.0 ポイント減少した。

世代別では 30 代で『とても増えた』『増えた』と回答した割合が前回より 6.9 ポイント増加した。

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

属性	調査時期	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	
全体	2010年4月	2.0	7.5	57.2	15.9	17.4	
	2009年9月	3.0	6.0	50.9	16.7	23.4	
性別	男性	2010年4月	3.0	7.5	52.7	17.4	19.4
		2009年9月	4.0	6.0	50.0	15.0	25.0
性別	女性	2010年4月	1.0	7.5	61.7	14.4	15.4
		2009年9月	2.0	6.0	51.7	18.4	21.9
世代	20代	2010年4月	3.0	10.0	67.0	10.0	10.0
		2009年9月	5.0	8.0	59.0	17.0	11.0
世代	30代	2010年4月	5.0	11.9	58.4	9.9	14.9
		2009年9月	3.0	7.0	61.0	8.0	21.0
世代	40代	2010年4月	5.9	5.9	52.5	18.8	22.8
		2009年9月	4.0	6.0	37.0	23.0	30.0
世代	50代以上	2010年4月	2.0	5.0	51.0	25.0	22.0
		2009年9月	3.0	2.0	46.5	18.8	31.7

個人として自由に使えるお金(おこづかい)

4割近くがおこづかいも『減った』

◆全体結果(図3-1)

『とても減った』(19.2%)『減った』(18.2%)となり、合計で県民の約4割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)

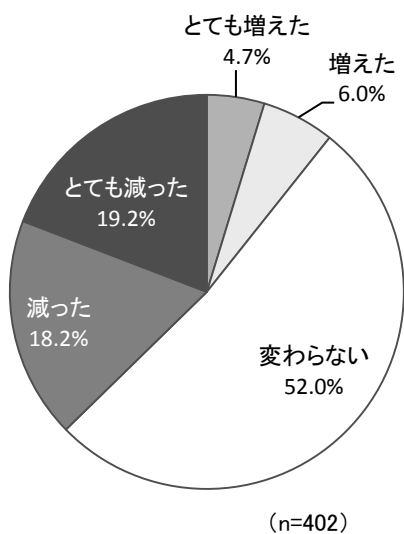
世代別では40代、50代以上で『とても減った』『減った』と回答した県民が4割を超える。

◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図3-2)

世代別では20代の『とても増えた』『増えた』の合計が6.0ポイント増加しているが、50代以上では逆に『とても減った』『減った』の合計が8.6ポイント増加している。

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	変わらない	減った	とても減った	
全体	2010年4月	4.7	6.0	52.0	18.2	19.2	
	2009年9月	3.8	5.5	49.1	20.8	20.8	
性別	男性	2010年4月	4.5	4.5	55.2	15.9	19.9
		2009年9月	4.0	4.0	47.2	21.6	23.1
	女性	2010年4月	5.0	7.5	48.8	20.4	18.4
		2009年9月	3.5	7.0	51.0	20.0	18.5
世代	20代	2010年4月	7.0	12.0	44.0	19.0	18.0
		2009年9月	5.0	8.0	51.0	23.0	13.0
	30代	2010年4月	3.0	6.9	66.3	12.9	10.9
		2009年9月	2.0	4.0	56.0	18.0	20.0
	40代	2010年4月	4.0	2.0	52.5	18.8	22.8
		2009年9月	3.0	6.0	37.0	20.0	34.0
	50代以上	2010年4月	5.0	3.0	45.0	22.0	25.0
		2009年9月	5.1	4.0	52.5	22.2	16.2

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割超える

◆全体結果(図4-1)

『とても増えた』(11.8%)『増えた』(6.8%)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』(19.5%)『減った』(22.6%)と食事目的の外出頻度が減った県民は4割以上という結果となった。

◆属性別結果(図4-2)

世代別の20代で『とても増えた』『増えた』の合計(30.6%)が、『減った』『とても減った』の合計(28.5%)を上回る以外は、『とても減った』『減った』の割合が『とても増えた』『増えた』の割合よりも高い。

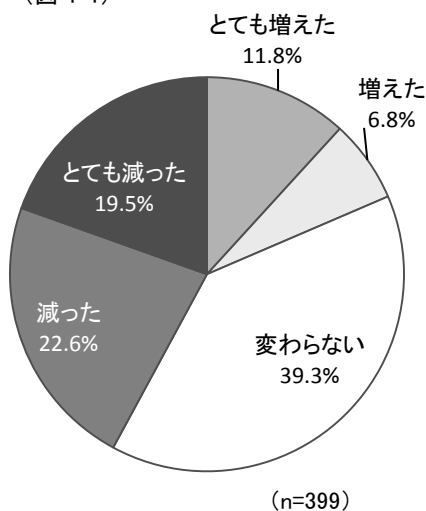
◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図4-2)

全体では『とても減った』『減った』の合計が6.3ポイント増加した。

世代別では40代で『とても増えた』『増えた』の合計が17.0ポイントと大きく減少した。また、50代以上では『とても減った』『減った』の合計が18.1ポイントと大きく増加した。

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

属性	調査年	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	
全体	2010年4月	11.8	6.8	39.3	22.6	19.5	
	2009年9月	9.1	11.1	43.9	17.4	18.4	
性別	男性	2010年4月	8.5	8.5	43.5	21.5	18.0
		2009年9月	6.1	13.1	42.9	19.2	18.7
性別	女性	2010年4月	15.1	5.0	35.2	23.6	21.1
		2009年9月	12.1	9.1	44.9	15.7	18.2
世代	20代	2010年4月	22.4	8.2	40.8	16.3	12.2
		2009年9月	13.1	9.1	52.5	10.1	15.2
世代	30代	2010年4月	12.1	12.1	44.4	15.2	16.2
		2009年9月	11.2	12.2	39.8	19.4	17.3
世代	40代	2010年4月	3.0	2.0	43.6	25.7	25.7
		2009年9月	7.0	15.0	35.0	18.0	25.0
世代	50代以上	2010年4月	9.9	5.0	28.7	32.7	23.8
		2009年9月	5.1	8.1	48.5	22.2	16.2

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』(4.0%)『増えた』(5.8%)の合計9.8%に対して、『とても減った』(19.3%)『減った』(21.8%)と飲酒目的の外出頻度が減った県民の割合の合計は41.1%と非常に高い。

◆属性別結果(図5-2)

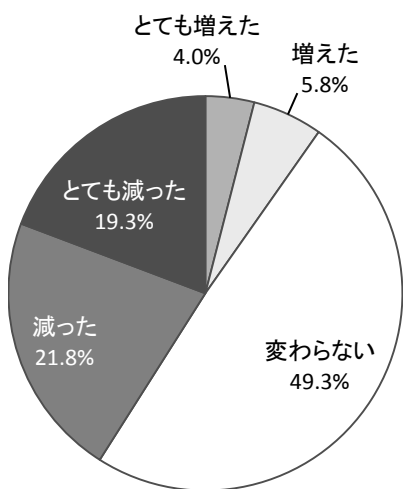
世代別では『とても減った』『減った』と回答した県民の割合の合計が多いのは50代以上(47.0%)で、世代が上がるにつれて減ったと回答した県民の割合が増す傾向にある。

◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図5-2)

世代別では30代で『とても増えた』『増えた』の合計が7.9ポイント増加したのに対し、40代で8.0ポイント減少している。

主に飲酒目的で外出する頻度

(図5-1)



(n=400)

(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

属性	調査時期	割合 (%)					
		とても増えた	増えた	変わない	減った	とても減った	
全体	2010年4月	4.0	5.8	49.3	21.8	19.3	
	2009年9月	4.8	4.8	51.5	20.6	18.3	
性別	男性	2010年4月	5.0	7.0	45.7	22.6	19.6
		2009年9月	5.6	5.1	45.2	22.3	21.8
性別	女性	2010年4月	3.0	4.5	52.7	20.9	18.9
		2009年9月	4.0	4.5	57.7	18.9	14.9
世代	20代	2010年4月	9.1	11.1	45.5	20.2	14.1
		2009年9月	11.1	9.1	52.5	16.2	11.1
世代	30代	2010年4月	3.0	9.9	49.5	23.8	13.9
		2009年9月	1.0	4.0	57.6	19.2	18.2
世代	40代	2010年4月	1.0	2.0	54.0	22.0	23.0
		2009年9月	7.0	2.0	43.0	27.0	21.0
世代	50代以上	2010年4月	3.0	2.0	48.0	21.0	26.0
		2009年9月	4.0	2.0	53.0	20.0	23.0

日帰りレジャーに行く回数

『減った』が3割以上

◆全体結果(図 6-1)

『とても増えた』(4.0%)『増えた』(9.3%)に対し、『とても減った』(11.5%)『減った』(21.3%)となり、減った県民の割合が増えた県民の割合より高くなっている。

◆属性別結果(図 6-2)

世代別では40代、50代以上で『減った』『とても減った』と回答した割合が特に高い。

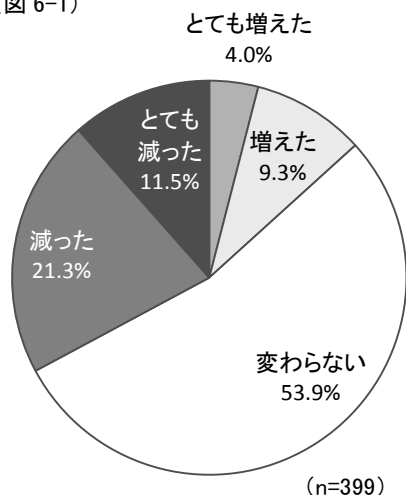
◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図 6-2)

全体では『とても増えた』『増えた』の合計が10.5ポイント減少し、『とても減った』『減った』の合計が8.2ポイント増加している。

世代別では40代、50代以上で『とても減った』『減った』の合計の割合の差が大きい。

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

世代	性別	調査年	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
全体		2010年4月	4.0	9.3	53.9	21.3	11.5
		2009年9月	10.0	13.8	51.8	14.3	10.3
男性		2010年4月	2.5	8.0	56.5	21.5	11.5
		2009年9月	10.5	13.5	50.0	16.5	9.5
	女性	2010年4月	5.5	10.6	51.3	21.1	11.6
		2009年9月	9.5	14.0	53.5	12.0	11.0
20代		2010年4月	4.0	11.0	59.0	16.0	10.0
		2009年9月	11.0	15.0	57.0	11.0	6.0
	30代	2010年4月	5.9	12.9	58.4	16.8	5.9
		2009年9月	9.0	9.0	60.0	14.0	8.0
	40代	2010年4月	8.0		50.0	27.0	15.0
		2009年9月	8.0	12.0	50.0	14.0	16.0
50代以上	2010年4月	6.1	5.1	48.0	25.5	15.3	
	2009年9月	12.0	19.0	40.0	18.0	11.0	

高速道路を利用する回数

『増えた』が3割以上

◆全体結果(図 7-1)

『とても増えた』(17.5%)『増えた』(14.0%)となり、『とても減った』(4.0%)『減った』(7.0%)を上回った。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が続いていることが挙げられる。

◆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 35.0%と他の世代と比べやや高い。

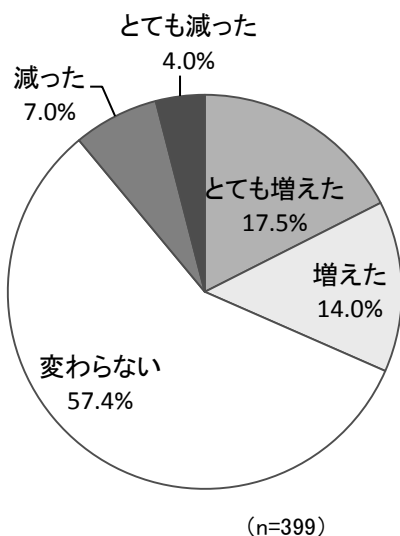
◆前回調査(2009 年 9 月実施)との比較(図 7-2)

全体では『とても増えた』『増えた』で 4.3 ポイント減少、『とても減った』『減った』で 2.0 ポイント増加した。

性別では男性が、世代別では 50 代以上で減ったと回答した割合の増加率がやや高い。

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

	調査年	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	
全体	2010年4月	17.5	14.0	57.4	7.0	4.0	
	2009年9月	21.3	14.5	55.3	5.5	3.5	
性別	男性	2010年4月	21.5	14.0	50.0	8.0	6.5
		2009年9月	22.1	16.1	51.8	5.0	5.0
性別	女性	2010年4月	13.6	14.1	64.8	6.0	1.5
		2009年9月	20.4	12.9	58.7	6.0	2.0
世代	20代	2010年4月	17.0	12.0	62.0	8.0	1.0
		2009年9月	17.0	14.0	62.0	5.0	2.0
世代	30代	2010年4月	16.0	19.0	56.0	5.0	4.0
		2009年9月	24.0	18.0	51.0	5.0	2.0
世代	40代	2010年4月	20.0	13.0	57.0	5.0	5.0
		2009年9月	23.0	12.0	55.0	4.0	6.0
世代	50代以上	2010年4月	17.2	12.1	54.5	10.1	6.1
		2009年9月	21.0	14.0	53.0	8.0	4.0

宿泊を伴う旅行に行く回数

『増えた』が1割未満に対して『減った』は3割以上

◆全体結果(図8-1)

『とても増えた』(1.5%)『増えた』(4.2%)に対して『とても減った』(12.2%)『減った』(21.4%)が大きく上回り、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46.0%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。

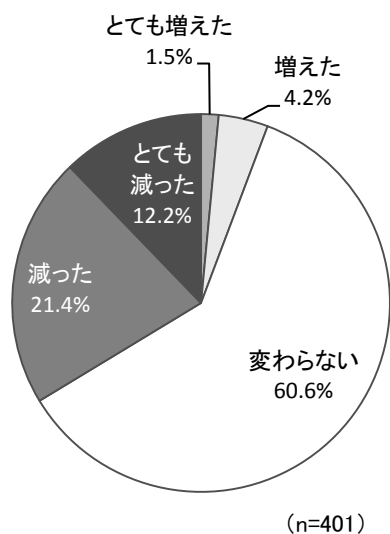
◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図8-2)

全体では『とても増えた』『増えた』の割合が5.6ポイント減少している。

性別では女性が増えた(6.5ポイント減)、減った(5.9ポイント増)とも前回調査と差がみられる。

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	調査年	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
全体	2010年4月	1.5	4.2	60.6	21.4	12.2
	2009年9月	4.3	7.0	57.8	19.0	12.0
男性	2010年4月	0.5	2.5	63.9	20.3	12.9
	2009年9月	3.0	4.5	58.8	20.1	13.6
女性	2010年4月	2.5	6.0	57.3	22.6	11.6
	2009年9月	5.5	9.5	56.7	17.9	10.4
20代	2010年4月	3.0	8.0	66.0	16.0	7.0
	2009年9月	2.0	11.0	72.0	7.0	8.0
30代	2010年4月	2.0	3.0	66.0	18.0	11.0
	2009年9月	5.0	7.0	61.0	19.0	8.0
40代	2010年4月	1.0	3.0	60.4	22.8	13.9
	2009年9月	5.0	5.0	51.0	26.0	13.0
50代以上	2010年4月	1.0	3.0	50.0	29.0	17.0
	2009年9月	5.0	5.0	47.0	24.0	19.0

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』(8.2%)『増えた』(8.5%)と、増えたと回答した県民の割合の合計が16.7%に対し、『とても減った』(19.0%)『減った』(22.9%)県民の割合の合計は41.9%と非常に高い。

◆属性別結果(図9-2)

性別では女性が『とても増えた』『増えた』と回答した割合が大きく上回る一方で、『とても減った』『減った』と回答した割合も高い。

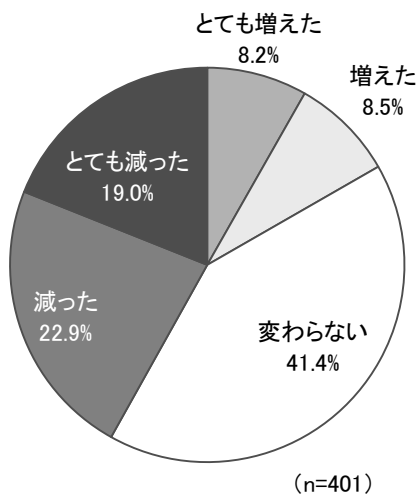
世代別では20代で『とても増えた』『増えた』と回答した県民の割合が26.3%と他の世代と比べて高い。

◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図9-2)

全体では大きな差は見られないが、世代別でみると20代で『とても増えた』と回答した県民の割合が6.9ポイント減少と大きく変動している。

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	調査時期	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	
全体	2010年4月	8.2	8.5	41.4	22.9	19.0	
	2009年9月	8.6	9.1	40.3	22.9	19.1	
性別	男性	2010年4月	4.0	7.0	50.2	22.4	16.4
		2009年9月	4.5	8.5	49.2	24.6	13.1
	女性	2010年4月	12.5	10.0	32.5	23.5	21.5
		2009年9月	12.6	9.6	31.3	21.2	25.3
世代	20代	2010年4月	10.1	16.2	38.4	21.2	14.1
		2009年9月	17.0	9.0	38.0	21.0	15.0
	30代	2010年4月	8.0	5.0	45.0	19.0	23.0
		2009年9月	6.1	9.2	42.9	20.4	21.4
	40代	2010年4月	6.9	5.9	46.5	24.8	15.8
		2009年9月	6.0	8.0	40.0	27.0	19.0
50代以上	2010年4月	7.9	6.9	35.6	26.7	22.8	
	2009年9月	5.1	10.1	40.4	23.2	21.2	

家電製品の購入金額

『増えた』・『減った』割合はほぼ同じ

◆全体結果(図 10-1)

『とても増えた』(9.0%)『増えた』(10.2%)の割合の合計19.2%に対し、『とても減った』(6.7%)『減った』(14.2%)の割合の合計20.9%とほぼ同じ割合となった。

◆属性別結果(図 10-2)

世代別では50代以上で『とても増えた』『増えた』と回答した県民の割合の合計が23.0%と他の世代と比べて高い。また、世代が上がるにつれ『とても減った』『減った』と回答する割合が高くなる傾向がある。

◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図 10-2)

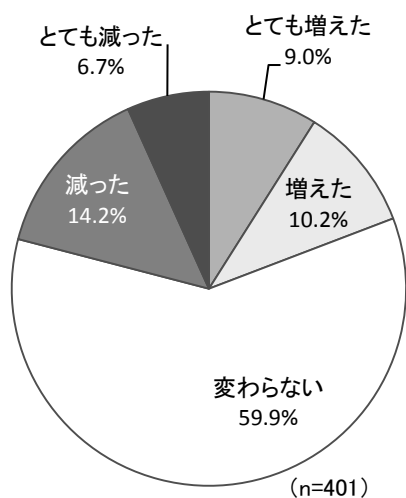
全体では『とても増えた』『増えた』の合計が4.3ポイント増加した。

世代別では20代で『とても増えた』『増えた』の合計が9ポイントと大きく増加した。

家電製品の購入金額

(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

(図 10-1)



属性	調査年	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	
全体	2010年4月	9.0	10.2	59.9	14.2	6.7	
	2009年9月	7.3	7.6	62.6	16.7	5.8	
性別	男性	2010年4月	9.0	10.5	57.0	15.0	8.5
		2009年9月	10.2	7.1	55.3	18.8	8.6
性別	女性	2010年4月	9.0	10.0	62.7	13.4	5.0
		2009年9月	4.5	8.0	69.8	14.6	3.0
世代	20代	2010年4月	7.0	12.0	67.0	12.0	2.0
		2009年9月	4.0	6.0	77.0	11.0	2.0
世代	30代	2010年4月	8.0	12.0	60.0	13.0	7.0
		2009年9月	8.0	6.0	63.0	19.0	4.0
世代	40代	2010年4月	5.9	8.9	61.4	16.8	6.9
		2009年9月	6.1	7.1	57.6	19.2	10.1
世代	50代以上	2010年4月	15.0	8.0	51.0	15.0	11.0
		2009年9月	11.3	11.3	52.6	17.5	7.2

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』(1.7%)『増えた』(5.0%)と回答した県民の割合の合計6.7%に対し、『とても減った』(7.5%)『減った』(16.9%)と回答した県民の割合の合計は24.4%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大きく上回った。

◆属性別結果(図 11-2)

世代別では50代以上で家具・インテリア製品の購入金額が減った県民の割合が高く、世代が上がるにつれ、減った割合が高くなる傾向がある。

◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図 11-2)

全体では『とても増えた』『増えた』の割合が若干増加している。

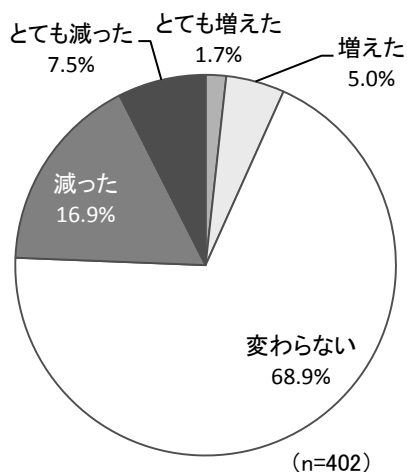
属性別で比較しても『増えた』が前回調査に比べ増加しているが、『とても減った』の割合も40代を除き増加している。

家具・インテリア製品の購入金額

(図 11-2)

■とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

(図 11-1)



属性	調査時期	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
全体	2010年4月	1.7	5.0	68.9	16.9	7.5
	2009年9月	1.8	5.3	69.5	21.0	5.3
男性	2010年4月	2.0	4.5	71.3	14.9	7.4
	2009年9月	2.0	4.0	68.5	22.5	4.0
女性	2010年4月	1.5	5.5	66.5	19.0	7.5
	2009年9月	1.5	6.5	70.5	19.5	6.5
20代	2010年4月	2.0	8.0	72.0	12.0	6.0
	2009年9月	4.0	2.0	77.0	14.0	2.0
30代	2010年4月	4.0	4.0	70.3	16.8	5.0
	2009年9月	1.0	1.0	81.0	14.0	3.0
40代	2010年4月	4.0	4.0	70.3	17.8	7.9
	2009年9月	1.0	3.0	65.0	23.0	8.0
50代以上	2010年4月	1.0	4.0	63.0	21.0	11.0
	2009年9月	1.0	3.0	55.0	33.0	8.0

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15%

◆全体結果(図12-1)

『とても増えた』(15.0%)『増えた』(13.7%)と回答した県民の割合の合計は28.7%、『とても減った』(5.5%)『減った』(8.0%)と回答した県民の割合の合計は13.5%となり、増えた合計が減った合計の倍以上となった。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)

性別では男性が『とても増えた』(20.0%)『増えた』(18.0%)の割合の合計が38.0%と非常に高い。

世代別では30代で『とても増えた』(16.8%)『増えた』(16.8%)と合計で33.6%と高くなっている。

◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図12-2)

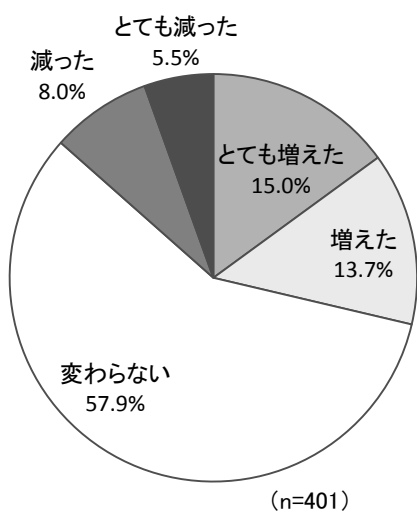
全体では『とても増えた』『増えた』の合計が2.2ポイントとわずかながら増加している。

世代別では30代で『とても増えた』『増えた』の合計が7.6ポイント増と他の世代に比べ差が見られた。

ご自宅でお酒を飲む量

(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

(図12-1)



	調査時期	割合 (%)					
		とても増えた	増えた	変わない	減った	とても減った	
全体	2010年4月	15.0	13.7	57.9	8.0	5.5	
	2009年9月	14.0	12.5	59.1	9.3	5.0	
性別	男性	2010年4月	20.0	18.0	51.5	4.5	6.0
		2009年9月	20.0	14.5	53.0	8.0	4.5
性別	女性	2010年4月	10.0	9.5	64.2	11.4	5.0
		2009年9月	8.0	10.6	65.3	10.6	5.5
世代	20代	2010年4月	11.1	10.1	60.6	12.1	6.1
		2009年9月	11.0	12.0	61.0	12.0	4.0
	30代	2010年4月	16.8	16.8	55.4	6.9	4.0
		2009年9月	12.0	14.0	60.0	7.0	7.0
	40代	2010年4月	14.9	15.8	51.5	9.9	7.9
		2009年9月	17.2	14.1	53.5	11.1	4.0
50代以上	2010年4月	17.0	12.0	64.0	3.0	4.0	
	2009年9月	16.0	10.0	62.0	7.0	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』(4.0%)『増えた』(1.7%)と合計5.7%の微増に対し、『とても減った』(7.2%)『減った』(9.2%)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77.9%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)

世代では、世代が上がるにつれてギャンブルをする頻度が増えたと回答している。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』(10.9%)『減った』(11.9%)の合計22.8%となり、他の世代より高くなっている。

◆前回調査(2009年9月実施)との比較(図13-2)

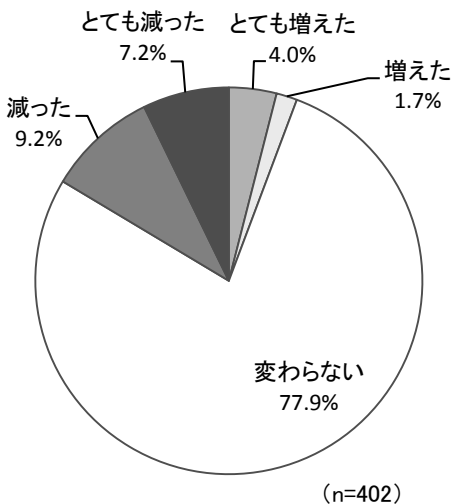
全体では『とても減った』『減った』のポイント差(3.2ポイント増)が『とても増えた』『増えた』のポイント差(1.5ポイント増)よりわずかながら多かった。

世代別では30代、40代、50代以上で『増えた』・『減った』の割合が共に増加しているのに対し、20代では減少するという逆の現象がみられた。

パチンコ・競馬などのギャンブルをする頻度

(図13-2) ■とても増えた □増えた □変わらない ■減った ■とても減った

(図13-1)



世代	調査年	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
全体	2010年4月	4.0	1.7	77.9	9.2	7.2
	2009年9月	2.5	1.7	82.5	6.7	6.5
男性	2010年4月	7.0	2.0	65.7	14.4	10.9
	2009年9月	4.0	2.5	74.5	9.5	9.5
女性	2010年4月	1.0	1.5	90.0	4.0	3.5
	2009年9月	1.0	1.0	90.5	4.0	3.5
20代	2010年4月	1.0	2.0	83.8	8.1	5.1
	2009年9月	7.0	3.0	76.0	5.0	9.0
30代	2010年4月	5.0	1.0	79.2	8.9	6.9
	2009年9月	1.0	1.0	89.0	4.0	6.0
40代	2010年4月	5.0	2.0	70.3	10.9	11.9
	2009年9月	2.0	2.0	77.0	14.0	5.0
50代以上	2010年4月	5.0	3.0	78.2	8.9	5.0
	2009年9月	2.0	2.0	88.1	5.9	4.0

平成 22 年 5 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。