

お金と時間の使い方に関する調査 結果報告書

2009年7月
株式会社ジーコム生活行動研究所

Marketing & Development
G:COM

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成21年4月20日(月)～23日(木)

4. 調査規模

500サンプル

【標本構成】

性	件数(人)	構成比(%)
男性	250	50.0
女性	250	50.0
全体	500	100.0

年代	件数(人)	構成比(%)
20代	110	22.0
30代	130	26.0
40代	130	26.0
50代以上	130	26.0
全体	500	100.0

職業	件数(人)	構成比(%)
会社員	185	37.0
公務員・団体職員	26	5.2
会社役員	10	2.0
商工自営	29	5.8
農林漁業自営	1	0.2
自営手伝い	5	1.0
医師・弁護士・会計士	7	1.4
専業主婦	111	22.2
パート・アルバイト	64	12.8
学生	21	4.2
その他	41	8.2
全体	500	100.0

未婚	件数(人)	構成比(%)
未婚	154	30.8
既婚	346	69.2
全体	500	100.0

居住地	件数(人)	構成比(%)
福岡市内	281	56.2
福岡市以外の都市圏	106	21.2
北九州市	57	11.4
その他福岡県内	56	11.2
全体	500	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

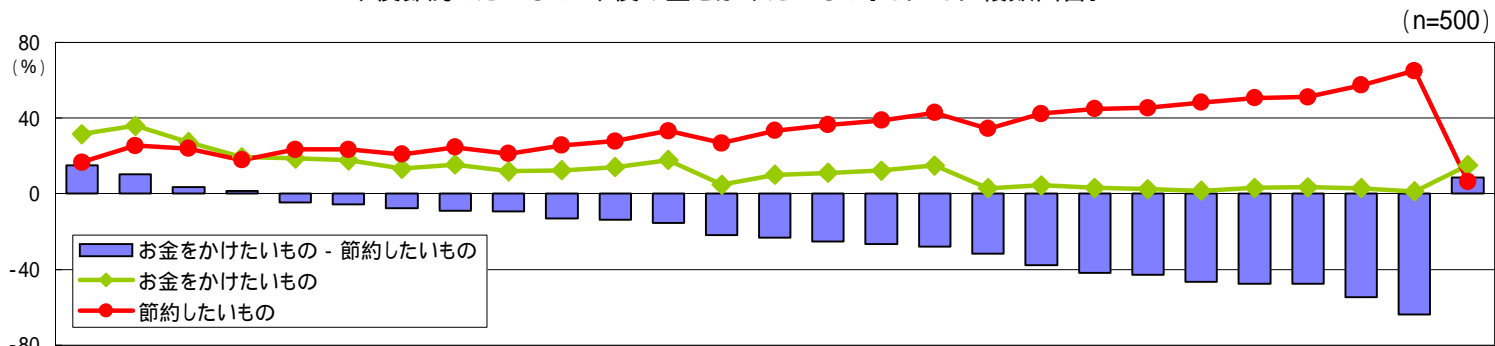
1. 節約したいもの・お金をかけたいもの

生活者は人とのつながりにかかわる部分で支出意向が強い。人とのつながりや交わりの中に消費のヒントがありそうだ。

今後節約したいものは「光熱・水道費」65.0%、「携帯電話」57.4%、「自動車関連」51.0%、「お昼の外出」50.6%の順である。一方、今後お金をかけたいものは「宿泊旅行」35.8%、「記念日などの外出」31.4%、「趣味・娯楽費」27.2%、「家族への贈り物」19.2%などが上がっている。全体的に節約意向のほうが強いが、今後お金をかけたいものの上位4項目については支出意向が節約意向を上回っている。

- ・性別では、女性は男性に比べて「食料品」「光熱水道費」の節約意向が高い一方で、「記念日などの外出」「美容・健康」については支出意向が高くなっている。
- ・年代別では、若年層ほど「食料品」の支出意向が高い。また、20代は他の年代に比べて「衣料品(外出着)」「趣味・娯楽費」の支出意向が高くなっている。

今後節約したいもの・今後お金をかけたいもの【それぞれ複数回答】



	記念日などの外出	宿泊旅行	趣味・娯楽費	家族への贈り物	習い事や資格取得・書籍	美容・健康	運動・スポーツ	日帰りレジャー	教育費	友人・知人への贈り物	家電品や情報機器	衣料品(外出着)	ペット	家具やインテリア	ケーキやデザート	週末の外出	食料品	日用雑貨	衣料品(普段着)	保険	医療費	平日の外出	お昼の外出	自動車関連	携帯電話	光熱・水道費	あてはまるものはない
お金をかけたいもの	31.4	35.8	27.2	19.2	18.6	17.6	13.2	15.4	11.8	12.4	14.0	17.8	4.8	10.0	11.0	12.2	14.8	2.8	4.4	3.0	2.4	1.6	3.0	3.4	2.8	1.2	15.0
節約したいもの	16.6	25.4	23.8	17.8	23.4	23.4	20.8	24.6	21.2	25.6	27.8	33.2	26.8	33.4	36.4	38.8	42.8	34.4	42.2	44.8	45.4	48.2	50.6	51.0	57.4	65.0	6.4
お金をかけたいもの - 節約したいもの	14.8	10.4	3.4	1.4	-4.8	-5.8	-7.6	-9.2	-9.4	-13.2	-13.8	-15.4	-22.0	-23.4	-25.4	-26.6	-28.0	-31.6	-37.8	-41.8	-43.0	-46.6	-47.6	-47.6	-54.6	-63.8	8.6

1. 節約したいもの・お金をかけたいもの

今後節約したいもの【複数回答】

		調査数	記念日などの外食	宿泊旅行	趣味・娯楽費	家族への贈り物	書籍	習い事や資格取得	美容・健康	運動・スポーツ	日帰りレジャー	教育費	友人・知人への贈り物	家電品や情報機器	衣料品（外出着）	ペット	家具やインテリア用品	ケーキヤデザート	週末の外食	食料品	日用雑貨	衣料品（普段着）	保険	医療費	平日の外食	お昼の外食	自動車関連	携帯電話	光熱・水道費	いあてはまるものはな
全体		500	16.6	25.4	23.8	17.8	23.4	23.4	20.8	24.6	21.2	25.6	27.8	33.2	26.8	33.4	36.4	38.8	42.8	34.4	42.2	44.8	45.4	48.2	50.6	51.0	57.4	65.0	6.4	
性別	男性	250	16.4	26.4	22.8	15.6	24.4	23.2	19.6	26.0	21.2	28.4	25.2	32.0	29.6	32.0	34.4	37.2	32.0	30.4	34.4	43.2	43.6	46.8	50.4	48.4	53.2	56.8	10.0	
	女性	250	16.8	24.4	24.8	20.0	22.4	23.6	22.0	23.2	21.2	22.8	30.4	34.4	24.0	34.8	38.4	40.4	53.6	38.4	50.0	46.4	47.2	49.6	50.8	53.6	61.6	73.2	2.8	
年代別	20代	110	16.4	17.3	17.3	11.8	18.2	20.9	14.5	17.3	20.9	20.9	17.3	20.0	20.0	30.9	38.2	52.7	39.1	34.5	33.6	40.0	45.5	50.9	44.5	53.6	53.6	10.9		
	30代	130	9.2	26.2	27.7	16.9	24.6	26.2	20.8	25.4	18.5	23.1	31.5	33.8	25.4	35.4	36.2	34.6	46.2	40.0	50.0	47.7	48.5	48.5	56.2	55.4	63.8	71.5	3.1	
	40代	130	13.8	27.7	23.1	19.2	22.3	23.8	23.8	23.8	31.5	21.5	26.9	28.5	32.3	30.8	33.1	32.3	35.4	42.3	30.0	43.1	47.7	47.7	50.0	53.1	58.5	67.7	6.2	
	50代以上	130	26.9	29.2	26.2	22.3	27.7	22.3	23.1	23.1	23.8	30.8	32.3	46.9	30.0	43.1	45.4	46.9	31.5	29.2	40.0	48.5	44.6	48.5	42.3	50.0	53.1	65.4	6.2	

今後お金をかけたいもの 回答

		調査数	記念日などの外食	宿泊旅行	趣味・娯楽費	家族への贈り物	書籍	習い事や資格取得	美容・健康	運動・スポーツ	日帰りレジャー	教育費	友人・知人への贈り物	家電品や情報機器	衣料品（外出着）	ペット	家具やインテリア用品	ケーキヤデザート	週末の外食	食料品	日用雑貨	衣料品（普段着）	保険	医療費	平日の外食	お昼の外食	自動車関連	携帯電話	光熱・水道費	いあてはまるものはな
全体		500	31.4	35.8	27.2	19.2	18.6	17.6	13.2	15.4	11.8	12.4	14.0	17.8	4.8	10.0	11.0	12.2	14.8	2.8	4.4	3.0	2.4	1.6	3.0	3.4	2.8	1.2	15.0	
性別	男性	250	25.6	35.6	30.0	18.8	20.4	11.2	16.4	16.0	11.6	11.2	18.4	15.6	2.8	9.2	8.8	13.6	12.8	3.2	3.6	3.6	2.4	1.2	1.6	4.8	2.8	1.6	14.0	
	女性	250	37.2	36.0	24.4	19.6	16.8	24.0	10.0	14.8	12.0	13.6	9.6	20.0	6.8	10.8	13.2	10.8	16.8	2.4	5.2	2.4	2.4	2.0	4.4	2.0	2.8	0.8	16.0	
年代別	20代	110	33.6	31.8	37.3	22.7	18.2	14.5	10.9	13.6	4.5	14.5	15.5	30.0	1.8	11.8	10.9	11.8	9.1	2.7	7.3	2.7	0.9	1.8	2.7	5.5	3.6	2.7	12.7	
	30代	130	37.7	36.9	19.2	21.5	24.6	12.3	12.3	16.2	14.6	13.1	16.9	16.2	4.6	12.3	13.8	16.9	14.6	3.1	3.8	1.5	2.3	1.5	3.1	2.3	1.5	0.8	9.2	
	40代	130	30.8	36.2	24.6	20.0	13.8	20.0	16.2	13.8	18.5	10.8	10.0	16.9	2.3	6.9	13.1	13.1	17.7	3.8	3.1	2.3	1.5	1.5	2.3	3.8	2.3	0.8	16.9	
	50代以上	130	23.8	37.7	29.2	13.1	17.7	23.1	13.1	17.7	8.5	11.5	13.8	10.0	10.0	9.2	6.2	6.9	16.9	1.5	3.8	5.4	4.6	1.5	3.8	2.3	3.8	0.8	20.8	

2. 人とのつながりに関する意識

家族や友人・知人にとどまらず人とのつながりを求める意識が強い。

肯定層(＊)の割合が最も高いのは「家族と過ごす時間を大切にしたい」で、82.4%である。

- ・性別では、女性は男性に比べて「家族と過ごす時間を大切にしたい」「友人や知人など仲間と過ごすのが好きだ」「地域やご近所との付き合いは大切だと思う」の割合が高い。
- ・年代別では、年代が下がるにつれて「人間関係でストレスを感じることが多い」「初対面の人と話すのは苦手だ」の割合が高くなっており、20代ではともに5割を超えている。

人とのつながりに関する意識【それぞれ単一回答】

	調査数	【%】		【%】		【%】		【%】		【%】		【%】	
		肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層
全体	500	82.4	3.0	65.6	7.6	57.4	11.6	66.2	8.0	47.8	19.6	43.4	31.6
性別													
男性	250	75.2	4.4	59.2	10.4	54.4	13.2	61.2	7.2	45.6	20.0	46.0	27.2
女性	250	89.6	1.6	72.0	4.8	60.4	10.0	71.2	8.8	50.0	19.2	40.8	36.0
年代別													
20代	110	76.3	5.4	71.8	3.6	55.4	11.8	60.9	6.4	58.2	16.4	54.6	24.6
30代	130	83.8	3.1	66.9	9.2	60.8	14.6	64.6	7.7	53.1	16.9	46.1	27.7
40代	130	86.9	0.8	61.5	7.7	60.0	8.5	72.3	8.5	46.9	15.4	39.2	30.7
50代以上	130	81.5	3.0	63.1	9.2	53.1	11.5	66.2	9.2	34.6	29.3	35.4	42.3

＊肯定層:「そう思う」と「ややそう思う」の合計 / 否定層:「そう思わない」「あまりそう思わない」の合計

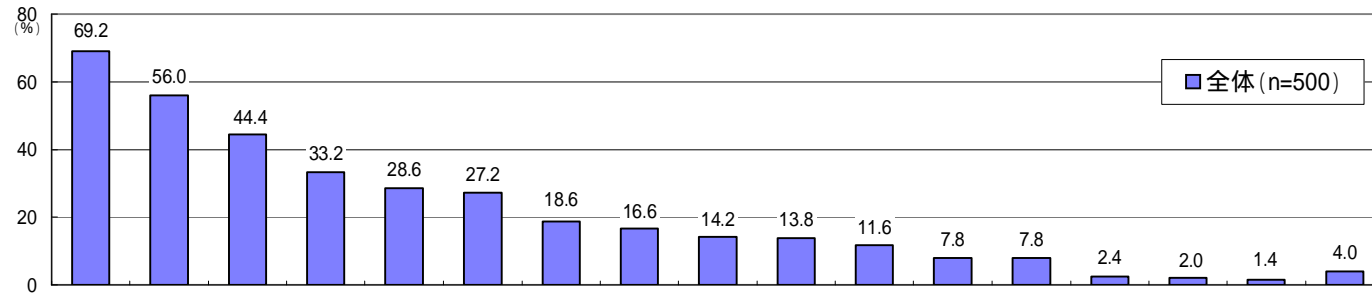
3. 家族や恋人と過ごしたい時間

家族や恋人とは「自宅でのんびりと」「宿泊旅行」「日帰りレジャー」の順。若年層ほど「自宅でのんびりと」の割合が高い。

家族や恋人と過ごしたい時間は「自宅でのんびりと」の割合が69.2%で最も高く、次いで「宿泊旅行」56.0%、「日帰りレジャー」44.4%、「自宅で少し贅沢に飲食」33.2%、「映画を見に行く」28.6%の順である。

- ・性別では、女性は男性に比べて「自宅でのんびりと」の割合が高い。
- ・年代別では、年代が下がるにつれて「自宅でのんびりと」の割合が高くなっている。また、20・30代は「買物やウインドウショッピング」、40代は「自宅で少し贅沢に飲食」の割合がそれぞれ他の年代に比べて高い。

家族や恋人と過ごしたい時間【複数回答】



	調査数	自宅でのんびりと過ごす	宿泊旅行に行く	日帰りレジャーに行く	自宅で少し贅沢に飲食をする	映画を見に行く	ショッピングやウインドウショッピングをする	高級なレストランで飲食をする	美術鑑賞・音楽鑑賞に出かける	居酒屋で飲食をする	イベントやコンサートに出かける	フード店で飲食をする	カフェ・ファストフード店	スポーツをする	趣味の活動をする	WEB上で対話するなど	メールやブログなど	勉強・学習・研究をする	ボランティア活動をする	あてはまるものはない
全体	500	69.2	56.0	44.4	33.2	28.6	27.2	18.6	16.6	14.2	13.8	11.6	7.8	7.8	2.4	2.0	1.4	4.0		
性別	男性	250	64.0	54.0	41.2	30.0	29.6	20.8	17.6	12.8	13.6	10.4	5.6	8.0	2.0	1.6	0.4	7.2		
	女性	250	74.4	58.0	47.6	36.4	27.6	16.4	15.6	15.6	14.0	12.8	10.0	7.6	2.8	2.4	2.4	0.8		
年代別	20代	110	76.4	48.2	30.0	30.0	30.9	17.3	13.6	16.4	14.5	16.4	7.3	9.1	2.7	0.9	0.9	4.5		
	30代	130	70.0	60.0	50.0	31.5	24.6	20.8	15.4	17.7	12.3	16.2	11.5	9.2	2.3	3.1	0.8	1.5		
	40代	130	67.7	61.5	52.3	43.8	25.4	15.4	20.8	15.4	12.3	6.9	9.2	6.9	0.8	2.3	0.8	3.1		
	50代以上	130	63.8	53.1	43.1	26.9	33.8	14.6	15.4	21.5	10.0	16.2	7.7	3.1	6.2	3.8	1.5	3.1	6.9	

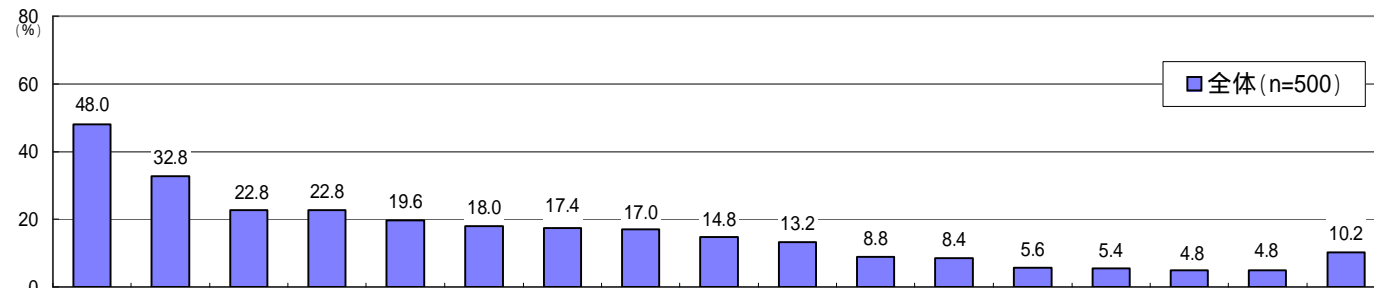
4. 友人や知人と過ごしたい時間

友人・知人とは「居酒屋で飲食」「カフェ・ファストフード店で飲食」「日帰りレジャー」「趣味の活動」の順。

友人・知人と過ごしたい時間は「居酒屋で飲食」の割合が48.0%で最も高く、次いで「カフェ・ファストフード店で飲食」32.8%、「日帰りレジャー」22.8%、「趣味の活動」22.8%、「買物やウィンドウショッピング」19.6%の順である。

- ・性別では、男性は女性に比べて「居酒屋で飲食」「スポーツ」、女性は男性に比べて「カフェ・ファストフード店で飲食」「買物やウィンドウショッピング」「宿泊旅行」の割合が高い。
- ・年代別では、年代が下がるにつれて「カフェ・ファストフード店で飲食」「買物やウィンドウショッピング」の割合が高くなっている。また、20代は他の年代に比べて「自宅でのんびりと」「宿泊旅行」の割合が高い。

友人・知人と過ごしたい時間【複数回答】



	調査数	居酒屋で飲食をする	カフェ・ファストフード店で飲食をする	日帰りレジャーに行く	趣味の活動をする	買物やウィンドウショッピングをする	WEBやブログなどで対話する	イベントやセミナーに出かける	スポーツをする	映画を見に行く	宿泊旅行に行く	美術鑑賞・音楽鑑賞に出かける	高級なレストランで飲食をする	自宅でのんびりと過ごす	自宅で少し贅沢な飲食をする	勉強・学習・研究をする	ボランティア活動をする	あてはまるものはない	
全体	500	48.0	32.8	22.8	22.8	19.6	18.0	17.4	17.0	14.8	13.2	8.8	8.4	5.6	5.4	4.8	4.8	10.2	
性別																			
男性	250	56.4	18.8	20.4	24.8	5.6	14.8	13.2	24.8	10.0	8.4	6.0	4.8	5.2	3.6	6.0	5.2	14.4	
女性	250	39.6	46.8	25.2	20.8	33.6	21.2	21.6	9.2	19.6	18.0	11.6	12.0	6.0	7.2	3.6	4.4	6.0	
年代別																			
20代	110	49.1	40.0	30.0	11.8	27.3	17.3	20.9	18.2	19.1	20.0	8.2	0.9	16.4	5.5	3.6	0.9	4.5	
30代	130	53.8	36.2	20.0	24.6	21.5	23.8	18.5	23.1	11.5	9.2	6.9	7.7	2.3	9.2	6.9	6.2	6.9	
40代	130	50.8	31.5	20.0	26.9	18.5	16.2	17.7	18.5	17.7	10.8	8.5	11.5	2.3	4.6	3.8	4.6	10.8	
50代以上	130	38.5	24.6	22.3	26.2	12.3	14.6	13.1	8.5	11.5	13.8	11.5	12.3	3.1	2.3	4.6	6.9	17.7	

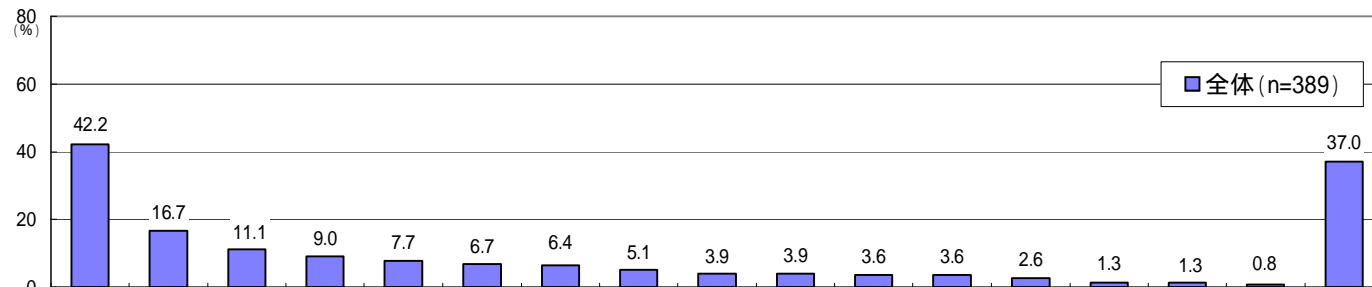
5. 職場や仕事関係の人と過ごしたい時間

職場や仕事関係の人とは「居酒屋で飲食」が飛び抜けている。

職場や仕事関係の人と過ごしたい時間は「居酒屋で飲食」の割合が42.2%で最も高く、続く「勉強・学習・研究」16.7%、「カフェ・ファストフード店で飲食」11.1%、「スポーツ」9.0%、「日帰りレジャー」7.7%とは開きがある。

- ・性別では、男性は女性に比べて「居酒屋で飲食」の割合が高い。
- ・年代別では、30・40代は「勉強・学習・研究」、40代は「居酒屋で飲食」の割合がそれぞれ他の年代に比べて高くなっている。

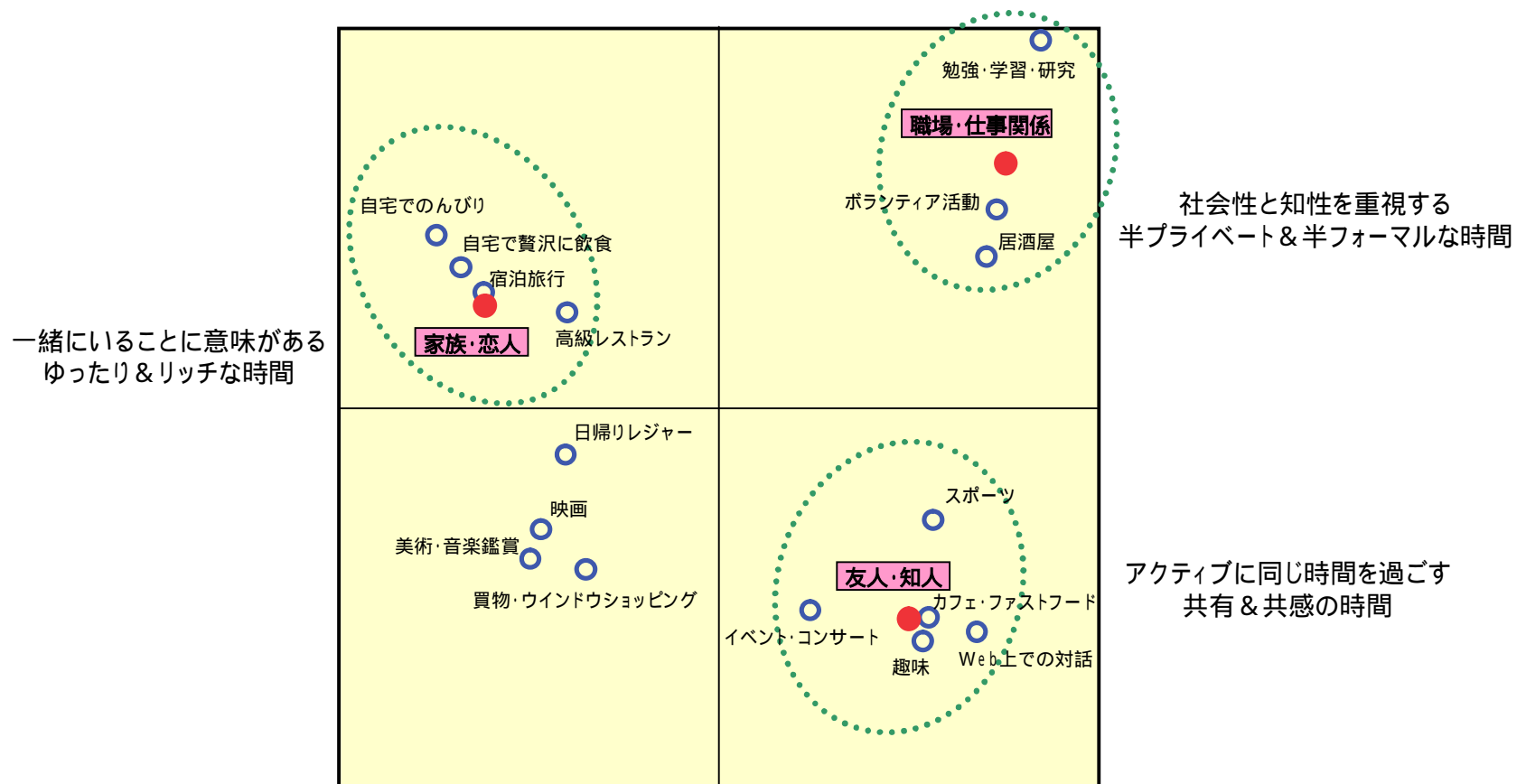
職場や仕事関係の人と過ごしたい時間(専業主婦を除く)【複数回答】



	調査数	居酒屋で飲食をする	勉強・学習・研究をする	カフェ・ファストフード店で飲食をする	スポーツをする	日帰りレジャーに行く	メールやブログなどで対話する	趣味の活動をする	ボランティア活動をする	高級なレストランで飲食をする	イベントやコンサートに出かける	宿泊旅行に行く	買い物やショッピングをする	映画を見に行く	自宅でのんびりと過ごす	自宅で少し贅沢な飲食をする	美術鑑賞・音楽鑑賞に出かける	あてはまるものはない
全体	389	42.2	16.7	11.1	9.0	7.7	6.7	6.4	5.1	3.9	3.9	3.6	3.6	2.6	1.3	1.3	0.8	37.0
性別																		
男性	249	46.6	18.5	8.0	12.0	7.6	4.8	7.2	6.0	2.4	4.0	3.2	1.6	0.8	2.0	1.6	0.8	36.1
女性	140	34.3	13.6	16.4	3.6	7.9	10.0	5.0	3.6	6.4	3.6	4.3	7.1	5.7	-	0.7	0.7	38.6
年代別																		
20代	93	39.8	10.8	11.8	11.8	7.5	3.2	4.3	3.2	4.3	4.3	5.4	6.5	1.1	5.4	2.2	1.1	43.0
30代	99	38.4	20.2	11.1	12.1	10.1	10.1	8.1	8.1	3.0	4.0	3.0	1.0	5.1	-	1.0	1.0	34.3
40代	107	50.5	22.4	9.3	5.6	10.3	6.5	8.4	5.6	4.7	2.8	2.8	3.7	2.8	-	0.9	0.9	29.0
50代以上	90	38.9	12.2	12.2	6.7	2.2	6.7	4.4	3.3	3.3	4.4	3.3	3.3	1.1	-	1.1	-	43.3

過ごす相手と過ごしたい時間のポジショニングを見ると、家族や恋人と過ごす時間は「宿泊旅行」「自宅で贅沢に飲食」「高級レストラン」「自宅でのんびり」、友人知人とは「カフェ・ファストフード」「趣味」「Web上での対話」「イベント・コンサート」「スポーツ」、職場や仕事関係者とは「ボランティア活動」「居酒屋」「学習・研究」が近い関係にあることがわかる。

過ごす相手と過ごしたい時間のポジショニングマップ【コレスポネン分析】



* コレスポネン分析: 複数の変数間の類似度や関係の深さを分析する手法

発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町2番4号 KSコモンドビル4F

TEL 092 - 283 - 2085

FAX 092 - 262 - 6110

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E - mail : info@gcom-net.co.jp