

福岡県居住者の行事関心度調査 結果報告書

2011年2月
株式会社ジーコム 生活行動研究所

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23年1月28日(金)～2月1日(火)

4. 調査規模

432サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	207	47.9
女性	225	52.1
全体	432	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	75	17.4
30代	90	20.8
40代	90	20.8
50代	88	20.4
60代以上	89	20.6
全体	432	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	155	35.9
公務員	16	3.7
団体職員	5	1.2
会社役員	5	1.2
商工自営	20	4.6
農林漁業	-	-
自営手伝い	1	0.2
医師・弁護士・税理士等	3	0.7
学生	11	2.5
パート・アルバイト	62	14.4
主婦専業	104	24.1
無職	34	7.9
その他	16	3.7
全体	432	100.0

■未婚	件数	構成比(%)
未婚	116	27.0
既婚	316	73.0
全体	432	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡都市圏	330	76.4
その他福岡県内	102	23.6
全体	432	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%とまらない場合がある。
- ・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都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

関心のある行事は「正月」「クリスマス」「お盆」「花見」の順。全体的に女性や既婚者で関心が高い

主要な年間行事で関心のあるものは、「正月」の割合が82.8%で最も高く、次いで「クリスマス」61.2%、「お盆」50.2%、「花見」41.3%、「母の日・父の日」36.9%の順である。

- ・性別では、女性は男性に比べて「クリスマス」「母の日・父の日」「バレンタインデー」「節分」「桃の節句」の割合が高い。
- ・年代別にみると、年代が下がるにつれて「クリスマス」「バレンタインデー」「ホワイトデー」、年代が上がるにつれて「お盆」「花見」の割合が高くなっている。なお、30代は「母の日・父の日」、60代以上は「敬老の日」の割合が、それぞれ他の年代に比べて高い。
- ・未既婚別にみると、既婚者は未婚者に比べて「お盆」「花見」「節分」「桃の節句」「敬老の日」「端午の節句」の割合が高くなっている。

◆関心のある年間行事【複数回答】



	調査数	正月	クリスマス	お盆	花見	母の日・父の日	バレンタインデー	節分	桃の節句	敬老の日	七夕	ホワイトデー	端午の節句	十五夜(月見)	ハロウィン	はない/はまるもの	
全体	432	82.8	61.2	50.2	41.3	36.9	32.5	27.2	19.8	16.5	15.2	14.9	14.0	11.6	9.6	7.3	
性	男性	207	83.9	53.0	49.8	37.5	25.4	19.8	19.5	12.6	13.6	11.4	13.5	14.0	6.4	4.8	9.5
	女性	225	81.8	68.8	50.6	44.9	47.5	44.2	34.4	26.5	19.1	18.8	16.2	14.1	16.4	14.0	5.3
年代	20代	75	80.4	75.8	34.1	33.2	43.8	50.1	16.0	16.0	8.7	13.3	27.8	13.1	1.9	15.5	1.9
	30代	90	82.1	72.1	49.6	38.9	53.2	41.8	28.8	24.4	15.8	24.4	20.4	18.1	12.5	13.8	4.7
	40代	90	81.2	69.4	46.7	36.3	37.9	33.0	31.2	22.0	11.5	11.7	13.1	13.8	11.2	11.7	10.8
	50代	88	83.2	55.4	53.8	41.6	32.7	20.3	27.4	18.3	18.6	10.8	8.7	7.2	13.3	3.3	11.6
	60代以上	89	86.8	35.5	64.5	55.6	17.7	19.8	31.0	17.6	26.7	15.5	6.6	17.8	17.6	4.4	6.6
未既婚	未婚	116	78.1	57.2	40.2	33.5	32.9	34.1	12.4	5.4	6.4	14.1	20.1	6.2	7.4	11.4	7.0
	既婚	316	84.5	62.7	53.9	44.2	38.3	31.9	32.7	25.1	20.2	15.7	13.0	16.9	13.2	8.9	7.4

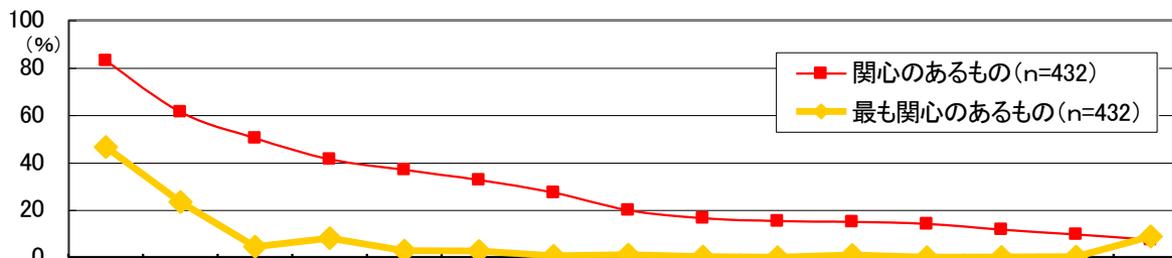
1. 年間行事に対する関心度②

最も関心がある行事は、「正月」と「クリスマス」。「正月」は男性と高年層、「クリスマス」は女性と低年層の関心が高い

最も関心のある行事(黄色線)は、1位「正月」46.4%、2位「クリスマス」23.3%で、3位の「花見」8.1%以下とは開きがある。

- ・性別では、男性は女性に比べて「正月」、女性は男性に比べて「クリスマス」の割合がやや高くなっている。
- ・年代別にみると、年代が上がるにつれて「正月」、年代が下がるにつれて「クリスマス」の割合が高くなっている。

◆最も関心のある年間行事(黄色線)【単一回答】



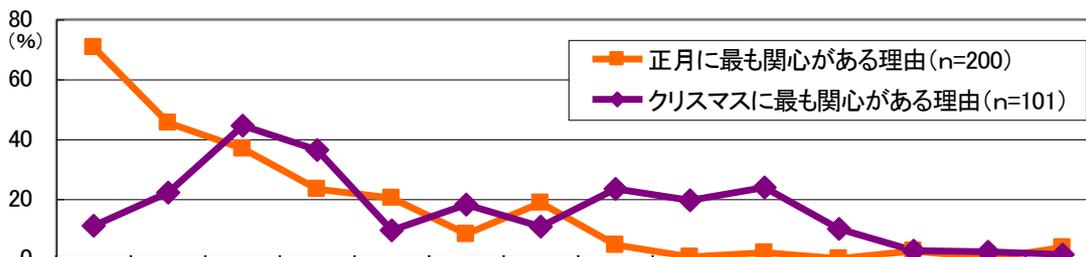
	調査数	正月	クリスマス	お盆	花見	母の日・父の日	デー バレンタイン	節分	桃の節句	敬老の日	七夕	ホワイトデー	端午の節句	十五夜(月見)	ハロウィン	はあてはまるもの はない	
全体	432	46.4	23.3	4.5	8.1	2.8	2.7	0.6	1.1	0.2	-	1.0	-	0.1	0.3	8.8	
性	男性	207	50.9	18.5	7.4	6.1	1.7	1.9	0.9	-	-	0.5	-	-	-	-	12.1
	女性	225	42.3	27.8	1.8	10.0	3.9	3.4	0.3	2.1	0.3	-	1.5	-	0.3	0.6	5.8
年代	20代	75	36.8	44.1	-	4.8	2.9	7.5	-	-	-	1.0	-	-	1.0	-	1.9
	30代	90	40.1	38.9	2.2	4.2	3.5	1.8	-	0.7	-	0.7	-	0.7	-	7.2	
	40代	90	38.2	25.0	5.1	8.7	4.1	2.1	0.9	0.7	-	-	-	-	0.7	14.5	
	50代	88	48.9	9.4	7.8	9.2	3.6	2.8	2.0	1.6	0.8	-	1.1	-	-	-	12.7
	60代以上	89	66.6	2.2	6.7	13.4	-	-	-	2.2	-	-	2.2	-	-	-	6.6
未既婚	未婚	116	46.8	27.6	2.8	5.7	2.3	3.5	-	0.5	-	-	1.2	-	-	0.6	9.0
	既婚	316	46.2	21.8	5.1	9.1	3.0	2.4	0.8	1.3	0.2	-	0.9	-	0.2	0.2	8.8

正月は「日本の伝統・文化を大切にしたい」、クリスマスは「普段とは違う華やいだ雰囲気を楽しめる」が最大の関心理由

最も関心のある行事として関心度が高かった正月とクリスマスについて関心理由を尋ねたところ、正月は「日本の伝統・文化・風習を大切にしたいから」の割合が70.6%で最も高く、次いで「家族とのつながりや、一緒に過ごす時間を大切にしたいから」45.4%、「普段とは違う華やいだ雰囲気を楽しめるから」36.8%の順であった。

また、クリスマスは、「普段とは違う華やいだ雰囲気を楽しめるから」44.4%、「季節感が味わえるから」36.3%、「イベントなどが多いから」23.8%の順になっている。

◆正月及びクリスマスに関心のある理由【それぞれ複数回答】



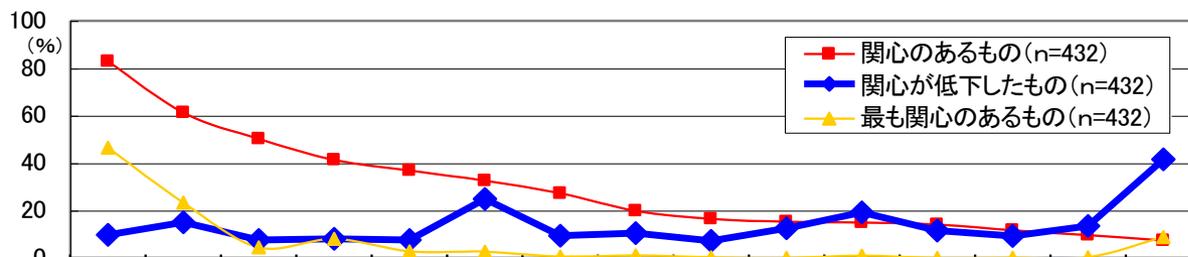
調査数	日本の伝統・文化・風習を大切にしたいから	家族とのつながりや、一緒に過ごす時間を大切にしたいから	普段とは違う華やいだ雰囲気を楽しめるから	季節感が味わえるから	子どもや孫に日本の伝統・文化・風習を伝えた	自分自身が楽しめるから	我が家で毎年行っている行事だから	家族が喜ぶから	友人・知人とのつながりや、一緒に過ごす時間を大切にしたいから	イベントなどが多いから	友人・知人が喜ぶから	生活が潤うような気がするから	宗教的な理由で	その他	
正月に関心がある理由	200	70.6	45.4	36.8	23.2	20.3	8.2	18.6	4.6	0.6	2.0	-	2.6	-	3.7
クリスマスに関心がある理由	101	11.0	22.1	44.4	36.3	9.5	18.1	10.7	23.3	19.5	23.8	9.9	2.7	2.3	1.3

関心が低下したのは「バレンタインデー」「ホワイトデー」「クリスマス」「ハロウィン」など横文字イベントが上位を占める

主要な年間行事のうち最近関心が低下したものの(グラフの青線)は、「バレンタインデー」の割合が24.9%で最も高く、次いで「ホワイトデー」19.2%、「クリスマス」15.0%、「ハロウィン」13.4%、「七夕」12.5%の順であるが、「あてはまるものはない」が4割を超えている。

・年代別にみると、60代以上は他の年代に比べて「ホワイトデー」の割合が高くなっている。

◆最近関心が低下した年間行事(青線)【複数回答】



	調査数	正月	クリスマス	お盆	花見	母の日・父の日	バレンタインデー	節分	桃の節句	敬老の日	七夕	ホワイトデー	端午の節句	十五夜(月見)	ハロウィン	あてはまるものはない	
全体	432	9.7	15.0	7.6	8.0	7.6	24.9	9.4	10.4	7.2	12.5	19.2	11.5	9.3	13.4	41.5	
性	男性	207	7.3	14.7	5.8	7.6	6.1	24.2	6.5	6.4	4.8	8.5	6.9	7.4	11.3	50.2	
	女性	225	11.9	15.3	9.2	8.4	8.9	25.6	12.1	14.1	9.3	16.2	20.4	15.6	11.0	15.4	33.4
年代	20代	75	8.5	4.8	8.5	7.5	3.9	17.2	7.5	9.4	4.8	12.1	9.4	8.5	7.5	12.1	47.2
	30代	90	9.3	13.6	8.2	11.5	6.4	28.3	8.6	9.3	4.7	8.6	21.0	6.1	7.1	10.0	40.3
	40代	90	9.4	17.2	4.8	6.6	6.0	23.9	11.7	11.5	5.5	11.0	16.8	11.9	6.4	11.9	42.2
	50代	88	10.0	20.1	10.0	12.0	12.3	31.8	12.5	12.7	11.7	17.4	15.9	17.1	9.7	15.3	34.0
	60代以上	89	11.0	17.8	6.7	2.2	8.9	22.3	6.6	8.8	8.9	13.3	31.2	13.3	15.5	17.8	44.5
未婚/既婚	未婚	116	8.5	13.5	7.4	7.2	5.0	23.6	12.4	11.7	5.3	10.9	15.9	11.5	6.9	11.9	51.0
	既婚	316	10.1	15.6	7.7	8.3	8.5	25.4	8.4	9.9	7.9	13.1	20.4	11.4	10.2	14.0	37.9

4. 年間行事への参加度

全体的に女性や既婚者の参加度が高い。「ホワイトデー」「バレンタインデー」等は消極的な参加意識もうかがえる

この1～2年で実際に参加した行事(グラフの緑線)は、「正月」の割合が91.9%で最も高く、次いで「クリスマス」66.4%、「お盆」56.4%、「花見」45.3%、「母の日・父の日」45.0%の順であり、ほとんどの行事は参加度が関心度(p2)を上回っている。一方で、「七夕」と「十五夜」は参加度が関心度を下回っており、関心があるのに参加していないといえる。

- ・性別では、女性は男性に比べて「クリスマス」「花見」「母の日・父の日」「バレンタインデー」「桃の節句」「敬老の日」の割合が高い。
- ・年代別では、20代・30代・40代は50代・60代以上に比べて「バレンタインデー」「ホワイトデー」の割合が高い。また、30代は「母の日・父の日」「桃の節句」「七夕」、60代以上は「お盆」「花見」の割合が、それぞれ他の年代に比べて高くなっている。
- ・未婚別では、「ハロウィン」を除くすべての項目で既婚者のほうが割合が高くなっており、特に「節分」「桃の節句」については20ポイント以上の開きがある。

◆年間行事への参加度(緑線)【複数回答】



	調査数	正月	クリスマス	お盆	花見	母の日・父の日	バレンタインデー	節分	桃の節句	敬老の日	七夕	ホワイトデー	端午の節句	十五夜(月見)	ハロウィン	はあてはまるもの	
全体	432	91.9	66.4	56.4	45.3	45.0	43.5	39.4	23.5	20.2	13.7	27.7	14.3	10.0	9.8	3.6	
性	男性	207	90.4	52.2	54.2	36.4	32.3	27.4	34.7	16.9	14.6	8.8	28.1	12.7	6.6	7.4	4.5
	女性	225	93.2	79.5	58.5	53.5	56.7	58.3	43.8	29.6	25.4	18.3	27.4	15.7	13.1	12.0	2.7
年代	20代	75	95.2	82.6	48.9	31.5	49.4	50.3	31.0	20.6	13.5	9.7	37.1	13.1	5.6	16.9	1.9
	30代	90	86.3	74.6	47.4	47.9	59.4	58.1	39.0	31.8	23.9	23.5	38.3	17.1	13.5	17.1	4.7
	40代	90	90.8	71.6	57.7	40.2	48.4	52.8	45.7	20.6	14.2	13.5	33.5	18.2	6.0	11.9	5.1
	50代	88	89.9	56.7	60.5	47.2	44.0	28.1	37.9	19.7	23.8	5.6	17.7	7.2	6.4	3.9	5.9
	60代以上	89	97.8	48.7	66.7	57.7	24.4	28.8	42.2	24.3	24.5	15.5	13.3	15.5	17.7	-	-
未婚/既婚	未婚	116	87.8	60.6	43.8	30.0	34.0	34.9	21.7	7.1	9.9	8.8	27.7	2.9	7.8	10.9	6.8
	既婚	316	93.4	68.5	61.1	51.0	49.1	46.6	46.0	29.6	24.0	15.5	27.8	18.5	10.8	9.4	2.4

この年末年始にしたことは「雑煮を食べた」「年越しそばを食べた」「おせち料理を食べた」がトップ3

この年末年始にしたことは、「雑煮を食べた」の割合が76.4%で最も高く、次いで「年越しそばを食べた」75.5%、「おせち料理を食べた」75.3%、「自宅の大掃除をした」54.3%、「家族揃って年越しをした」51.3%の順である。

- ・性別で見ると、女性は男性に比べて「正月飾りをした」「おせち料理をつかった」「七草粥を食べた」の割合が高い。
- ・年代別では、年代が上がるにつれて「おせち料理を食べた」「おせち料理をつかった」の割合が高くなっている。また、60代以上は他の年代に比べて「雑煮を食べた」「自宅の大掃除をした」「正月飾りをした」の割合が高い。
- ・未婚別では、すべての項目において既婚者は未婚者に比べて割合が高くなっており、「家族揃って年越しをした」については20ポイント以上の開きがある。

◆この年末年始にしたこと【複数回答】



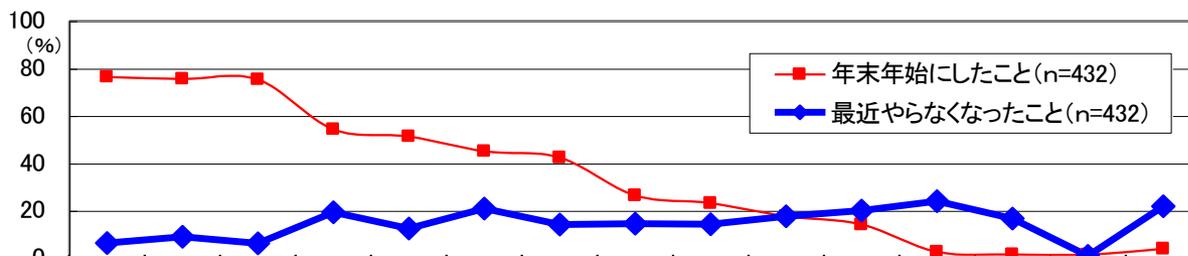
	調査数	雑煮を食べた	年越しそばを食べた	おせち料理を食べた	自宅の大掃除をした	家族揃って年越しをした	初詣に行った	正月飾りをした	おせち料理をつかった	七草粥を食べた	福袋を購入した	餅つきをした	伝統的な遊びをした	着物を着た	その他	はあてはまるものはない	
全体	432	76.4	75.5	75.3	54.3	51.3	45.0	42.4	26.4	23.2	17.6	14.2	2.7	1.6	1.4	4.0	
性	男性	207	73.8	73.3	72.4	51.9	47.0	42.1	34.1	12.4	17.5	13.9	15.1	1.4	-	-	5.2
	女性	225	78.9	77.5	78.1	56.5	55.3	47.7	50.2	39.3	28.4	21.0	13.4	3.9	3.0	2.6	2.9
年代	20代	75	72.9	68.5	68.3	47.7	54.0	43.6	32.9	15.2	10.6	17.2	10.2	1.0	1.0	1.0	1.0
	30代	90	73.1	74.4	69.7	51.8	50.7	50.1	29.9	12.1	19.9	18.1	14.9	8.5	0.7	2.1	5.8
	40代	90	75.6	81.2	74.0	53.3	56.7	47.3	43.3	26.6	29.4	18.1	15.6	3.7	0.7	0.7	4.4
	50代	88	73.4	76.5	77.0	52.9	48.8	46.0	49.3	34.5	29.6	19.0	11.8	-	3.3	0.8	6.2
	60代以上	89	86.7	75.6	86.7	64.5	46.7	37.9	55.5	42.0	24.4	15.6	17.8	-	2.2	2.2	2.2
未婚別	未婚	116	67.6	62.8	63.3	45.3	36.7	34.1	30.0	13.7	14.8	11.7	6.5	0.6	0.6	1.2	5.7
	既婚	316	79.7	80.1	79.8	57.6	56.7	49.1	47.0	31.1	26.3	19.8	17.0	3.5	1.9	1.4	3.4

年末年始にやらなくなったことは、「伝統的な遊び」「初詣」「餅つき」「自宅の大掃除」「福袋の購入」の順

最近、年末年始にやらなくなったことは、「伝統的な遊び」の割合が24.0%で最も高く、次いで「初詣」20.9%、「餅つき」20.0%、「自宅の大掃除」19.3%、「福袋の購入」17.7%の順である。

・未婚別では、既婚者は未婚者に比べて「伝統的な遊び」の割合が高くなっている。

◆年末年始にやらなくなったこと(青線)【複数回答】



		調査数	雑煮を食べる	年越しそばを食べる	おせち料理を食べる	自宅の大掃除	家族揃って年越しをする	初詣に行く	正月飾りをする	おせち料理をつくる	七草粥を食べる	福袋を購入する	餅つき	伝統的な遊びをする	着物を着る	その他	あてはまるものはない
全体		432	6.4	9.0	6.2	19.3	12.5	20.9	14.2	14.5	14.3	17.7	20.0	24.0	16.7	1.0	21.9
性	男性	207	4.0	8.5	5.2	18.0	8.9	19.6	13.4	12.7	12.1	14.5	22.3	25.8	15.4	-	26.4
	女性	225	8.6	9.5	7.2	20.6	15.8	22.1	14.9	16.2	16.3	20.7	17.9	22.2	17.9	1.8	17.8
年代	20代	75	6.8	12.1	9.7	15.0	11.6	13.3	16.0	8.5	12.1	17.4	20.6	13.8	7.3	1.0	24.2
	30代	90	6.7	7.1	8.8	17.9	8.9	16.4	8.9	12.5	7.5	14.0	13.6	20.6	8.6	-	29.2
	40代	90	8.5	7.6	7.3	16.3	17.9	24.8	14.7	14.7	15.8	22.8	22.6	28.3	15.4	-	20.5
	50代	88	7.8	9.8	5.9	24.7	12.8	19.8	13.9	13.9	15.6	16.6	16.7	31.2	17.5	1.6	25.0
	60代以上	89	2.2	8.9	-	22.2	11.1	28.9	17.8	22.1	20.0	17.8	26.7	24.5	33.3	2.2	11.1
未婚別	未婚	116	5.8	15.8	9.2	17.6	15.4	19.4	14.7	11.1	12.2	13.2	22.8	16.0	10.1	0.6	27.4
	既婚	316	6.6	6.5	5.1	19.9	11.4	21.4	14.0	15.8	15.0	19.4	19.0	26.9	19.1	1.1	19.9

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

TEL092-283-2085

FAX092-262-6110

URL：<http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：info@gcom-net.co.jp