

平成17年3月7日



少子高齢化が進展する中、50歳代の消費動向が注目されています。この世代は戦後の自由な社会の中で育ち、高度経済成長期に青年期を過ごした世代であり、それまでの中高年のイメージとは大きく異なり、自分の価値観に合うものであれば高価な商品でも購入し、ITなどの新しい分野にも積極的に取り組む、元気で健康的な生活者であり、マーケットとしても非常に魅力的であると思われます。

そこで当所ではこうした50歳代のサラリーマンの消費動向を把握し、小売業振興の資料とすることを目的に調査を実施しました。

・調査実施要領

- | | |
|----------|--|
| 1.調査実施機関 | 富山市、富山商工会議所 |
| 2.調査実施時期 | 平成17年2月 |
| 3.調査対象 | 当所の会員事業所及び主要官公庁(全117事業所)に勤める50歳～59歳の男性従業員(職員)。 |
| 4.有効回答数 | 回答事業所 59事業所(回答率 50.4%)
有効回答調査票数 542件 |

・調査結果の概要

3分の1が家電製品・家具を購入

最近1年間に購入した商品・サービスで、1回の支出が10万円以上(ロソ・ルジットを含む)のものについて複数回答でたずねたところ、図1-1のとおり、最も多かったのは「家電製品・家具の購入」(33.2%)で、次いで「自動車・オートバイの取得」(23.1%)「住宅取得・リフォーム」(22.9%)、「国内旅行」(22.9%)となった。

「家電製品・家具の購入」には、人気の薄型テレビやDVDレコーダーのほか白物家電、高級家具など幅広い商品が含まれ、主として家庭内での生活を充実させるような商品に最も支出しているといえる。また「自動車・オートバイの取得」は富山県の自動車普及率の高さを反映するものであり、「住宅の取得・リフォーム」は持ち家率と住宅関連への支出の

図1-1最近購入した商品・サービス
(10万円以上のもの・全体)

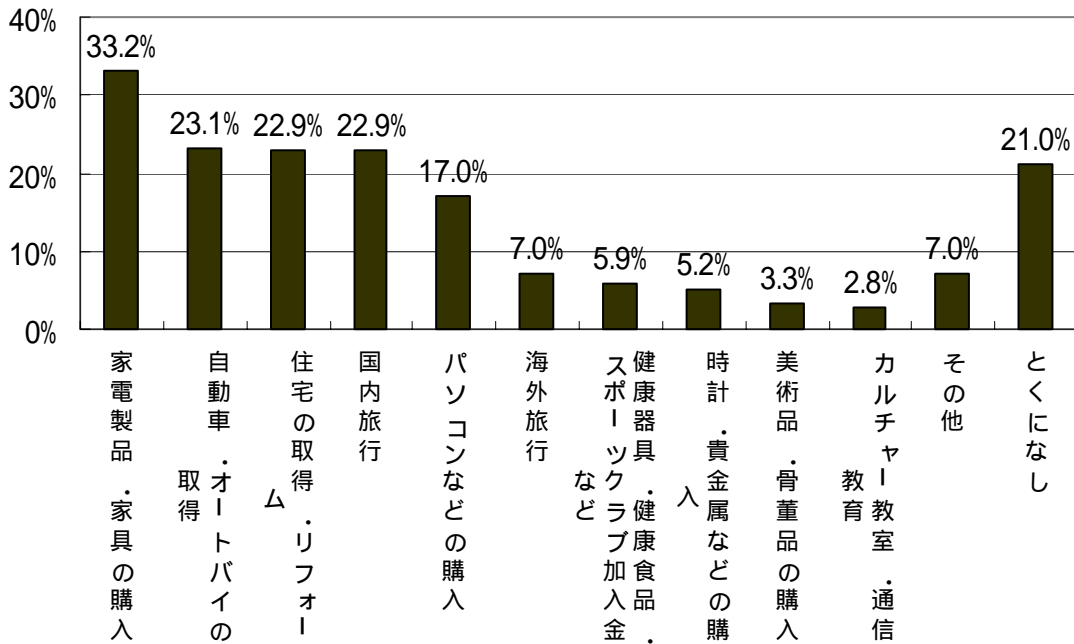
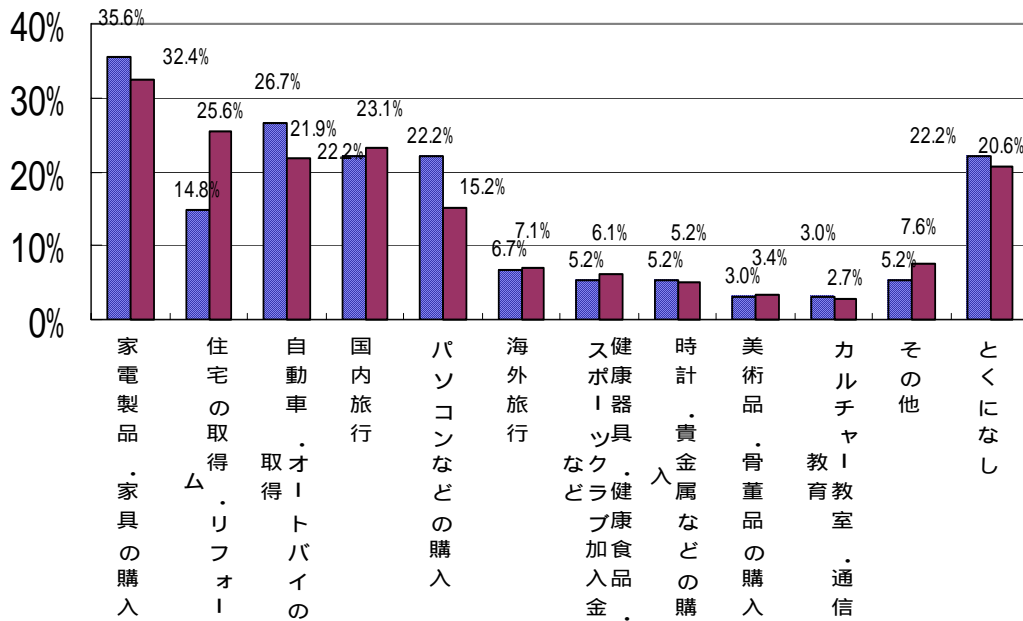


図1-2最近購入した商品・サービス
(10万円以上のもの、県外で生活する大学生の子供の有無別)



■ 県外で生活する大学生の子供がいる ■ 県外で生活する大学生の子供がいない

高さを示すものと考えられる。

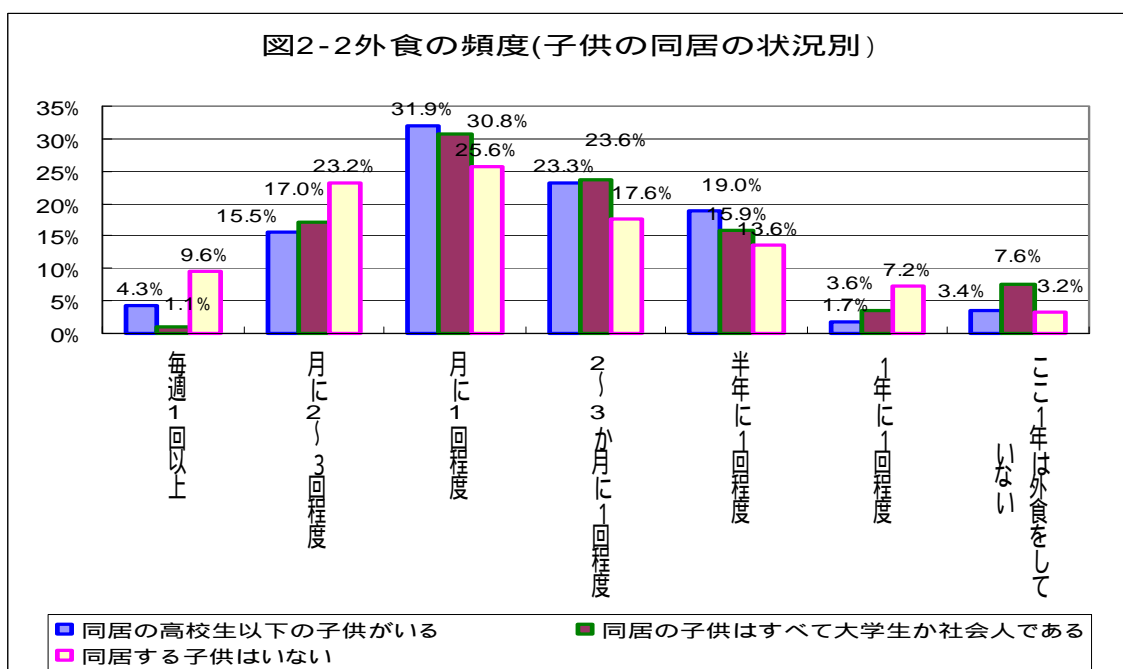
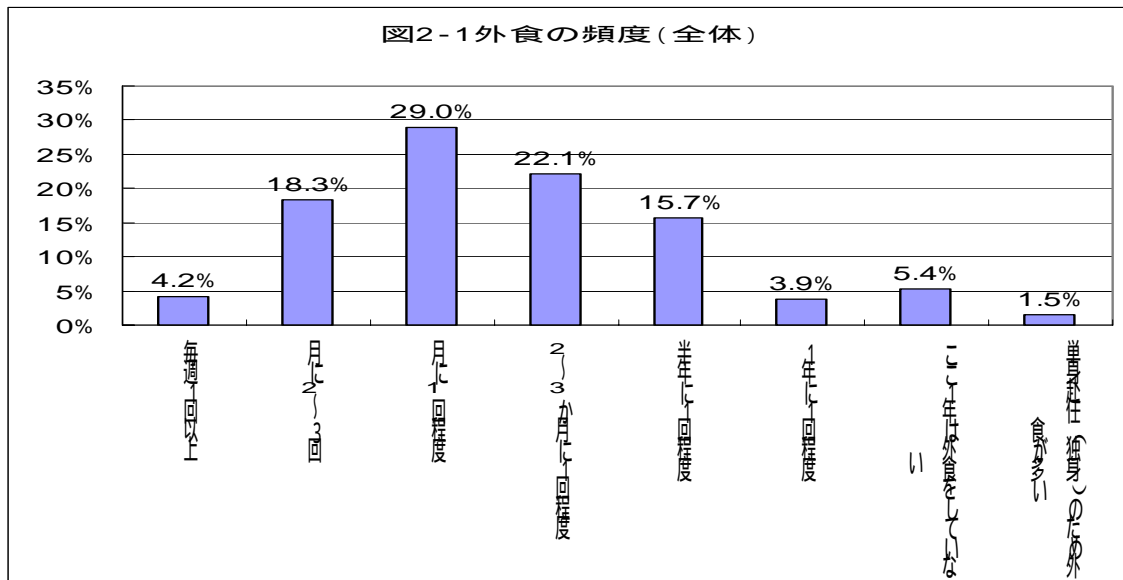
他方、「とくになし」と答えた人は 21.0%もあり、10 万円以上の高額商品を購入するゆとりがないという層と、特にほしい物がなく貯蓄や各種金融商品に振り向けている層などが考えられる。

次に、最近 1 年間に購入した商品・サービスを、県外で生活する大学生の子供が『いる』グループと『いない』グループに分けて集計したものが図 1-2 である。県外で生活する大学生の子供がいる場合、仕送りなどで多額の支出があり消費動向に影響があると想定した設問だったが、集計した結果、「住宅の取得・リフォーム」では、県外で生活する大学生の子供が『いる』グループが『いない』グループを大きく下回る結果が出たものの、その他では明らかな差異は生じなかった。この結果から、県外で生活する大学生の子供のいる 50 代サラリーマンは、「住宅の取得・リフォーム」といった高額な支出は控えているが、その他の物品購入などの消費はそれほど抑えることなく、生活の水準を維持している姿がうかがえる。(注:「大学生」には短大、専門学校、大学院等の学生を含む)

1か月に1回以上外食する人が半数以上

家族又は夫婦二人での外食(自宅以外での夕食)がどれくらいの頻度かについてたずねた結果が図 2-1 である。これを見ると「月に 1 回程度」と答えた人が 29.0%と最も多く、「月に 2 ~ 3 回」(18.3%)、「毎週 1 回以上」(4.2%)であり、月 1 回以上外食に出かけている人が 51.5%に上る結果となった。

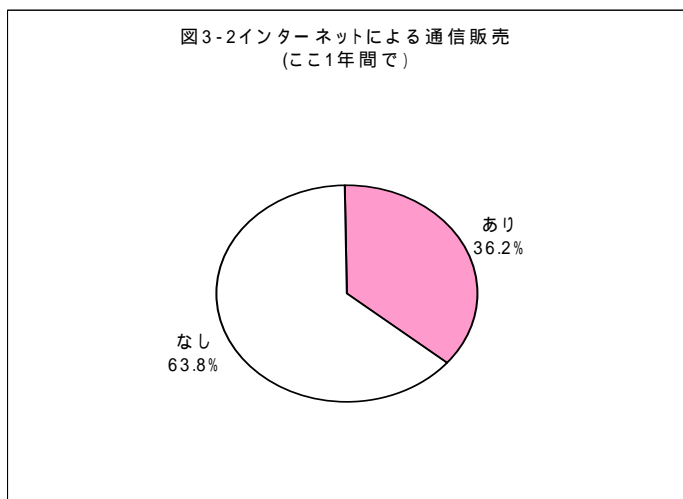
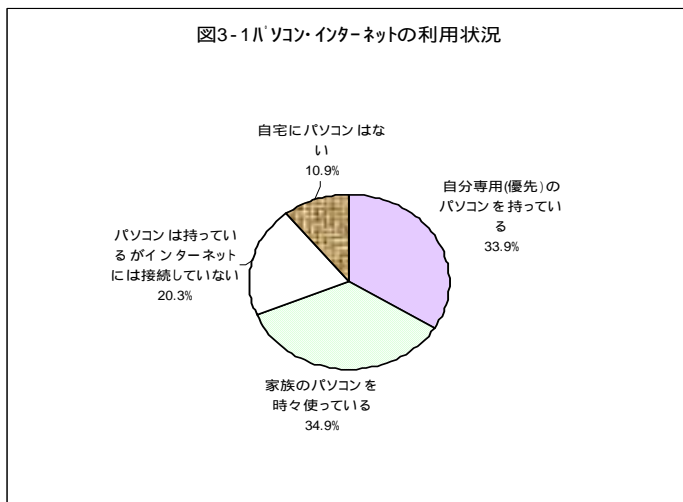
さらに子供の同居の状況別に、『同居の高校生以下の子供がいる』『同居の子供はすべて大学生か社会人である』『同居の子供はいない』の 3 つに分けて見たものが図 2-2 である(「単身赴任(又は独身)」は省略)。これを見ると『同居する子供はいない』グループは「毎週 1 回以上」「月に 2 ~ 3 回程度」が他の 2 つのグループより割合が高く、子供と同居していない、夫婦だけの世帯が外食に出かける頻度が高くなっていることを示している。



インターネットも積極的に活用

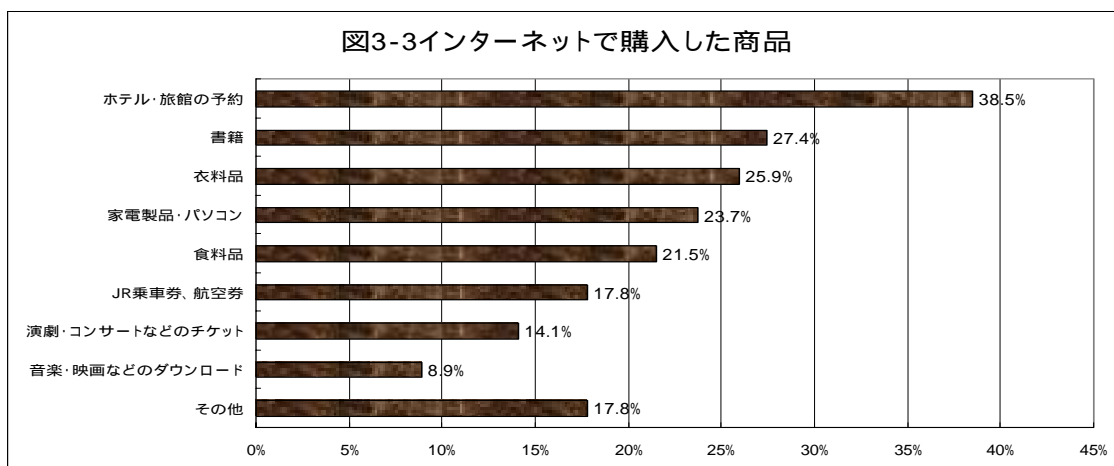
自宅でのパソコンやインターネットの利用状況についてたずねた結果が図 3-1 である。これによると「自分専用(優先)のパソコン(インターネット接続)を持っている」は 33.9%、「家族(妻や子供)のパソコン(インターネット接続)を時々使っている」が 34.9%であり、両者を合計すると、自宅にインターネットを利用できる環境を持っている人は 68.8%に上る。また、「自宅にパソコンはない」は 10.9%にとどまった。

次に、自宅にインターネットを利用できる環境を持っている人だけに、ここ1年でイン



ターネットによる通信販売(オークションを含む)を利用したことがあるかとたずねた結果、図3-2のとおり36.2%が「ある」と答えた。さらに「ある」と答えた人だけに、どのような商品・サービスを購入したかを複数回答で尋ねた結果が図3-3である。

これを見ると、最も多かったのは「ホテル・旅館の予約」であり、インターネットによる通信販売を利用したことがあると答えた人の38.5%を占めた。次いで、「書籍」(27.4%)、「衣料品」(25.9%)などとなった。「ホテル・旅館の予約」が高かったのは、空き室情報などインターネットならではの便利さのほか、代金決済の問題がないなど、他の物販に比べ利用しやすい点が考えられる。



8割が携帯電話を持ち、うち40%がメール機能を利用

自分専用の携帯電話を持っているかどうかを尋ねた結果、図4-1のとおり「持っている」が80.4%を占めた。

「持っている」と答えた人に携帯電話をどのように使っているかを尋ねた結果が図4-2である。これによると「ほとんどが電話機能のみの使用」が最も多く57.8%であり、「電話のほか、メールの送受信機能もかなり利用する」は40.1%だった。しかし、「電話・メール機能のほか乗車券やチケット購入などにも利用している」は1.4%にとどまった。

携帯電話の電話機能以外の利用については若い世代ほど利用されている傾向があるが、今後50代サラリーマンにおいてもメールの送受信、有料コンテンツ・サービスの利用、携帯電話での通信販売など多くのサービスを利用する人たちが増えていくのではないかと考えられる。

