

# 独身ビジネスパーソンの消費動向調査概要

- 1. 調査の目的
  - 給与を自分のために希望通りに使える独身者をターゲットに  
前回の「独身サラリーマン・OLの消費動向調査」（平成9年度）と  
比較することで購入先の動きを見る。
  - モノよりコトを大切にする若者の消費を確認したい。
- 2. 調査実施時期
  - 平成 25 年 8 月 20 日～9 月 30 日
- 3. 調査対象
  - 208 事業所
  - 回答事業所＝115 事業所（回答率 55.3%）
  - 回答者数＝ 1,138 人（男性 584 人 女性 554 人）

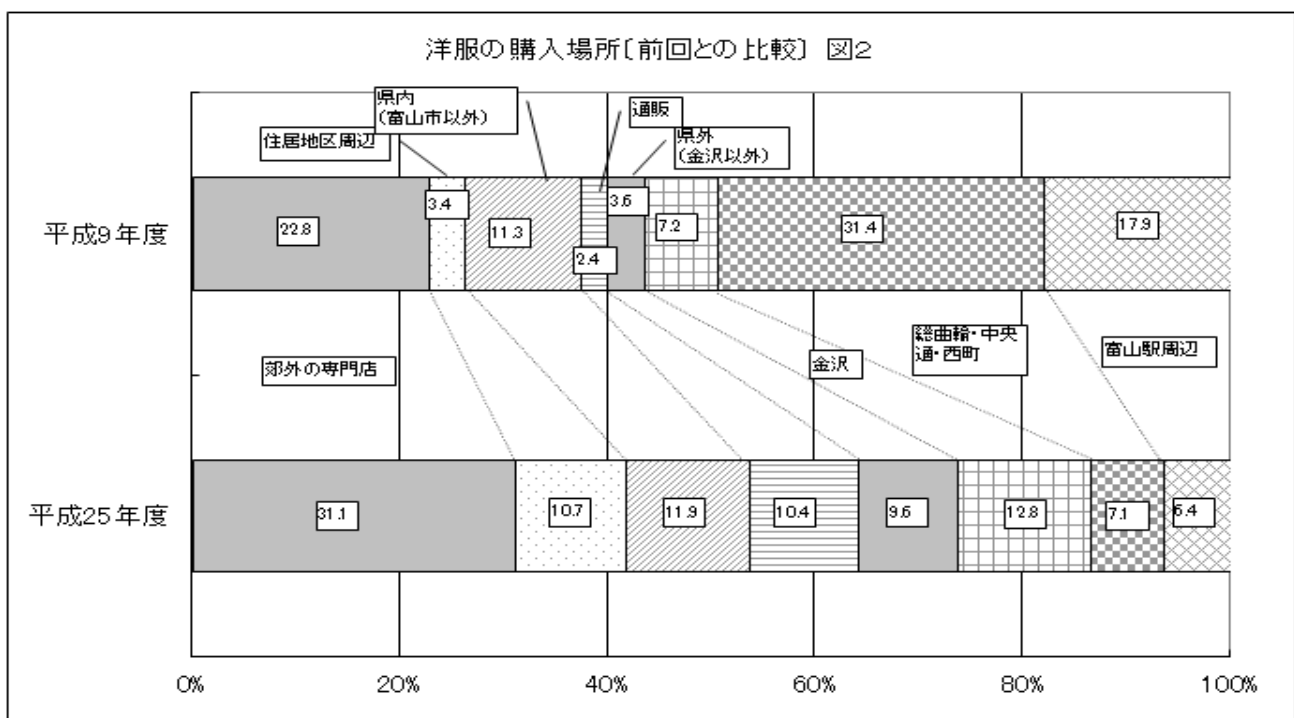
## 1. 購入場所 ～洋服は郊外の専門店での購入が増加～

「洋服」と「家電」について主な購入場所を尋ねた結果を平成9年度に同様の設問を行った「独身サラリーマン・OLの消費動向調査」の結果（以下「前回調査」という）と比較したものが図1、図2である。「洋服」は、『総曲輪・中央通り、西町（前回 31.4%、今回 7.1%）』『富山駅周辺（前回 17.9%、今回 6.4%）』が減少する一方、『郊外の専門店・大型店（前回 22.8%、今回 31.1%）』『住居地区周辺（前回 3.4%、今回 10.7%）』『通信販売（インターネットショップを含む）（前回 2.4%、今回 10.4%）』が増加した。

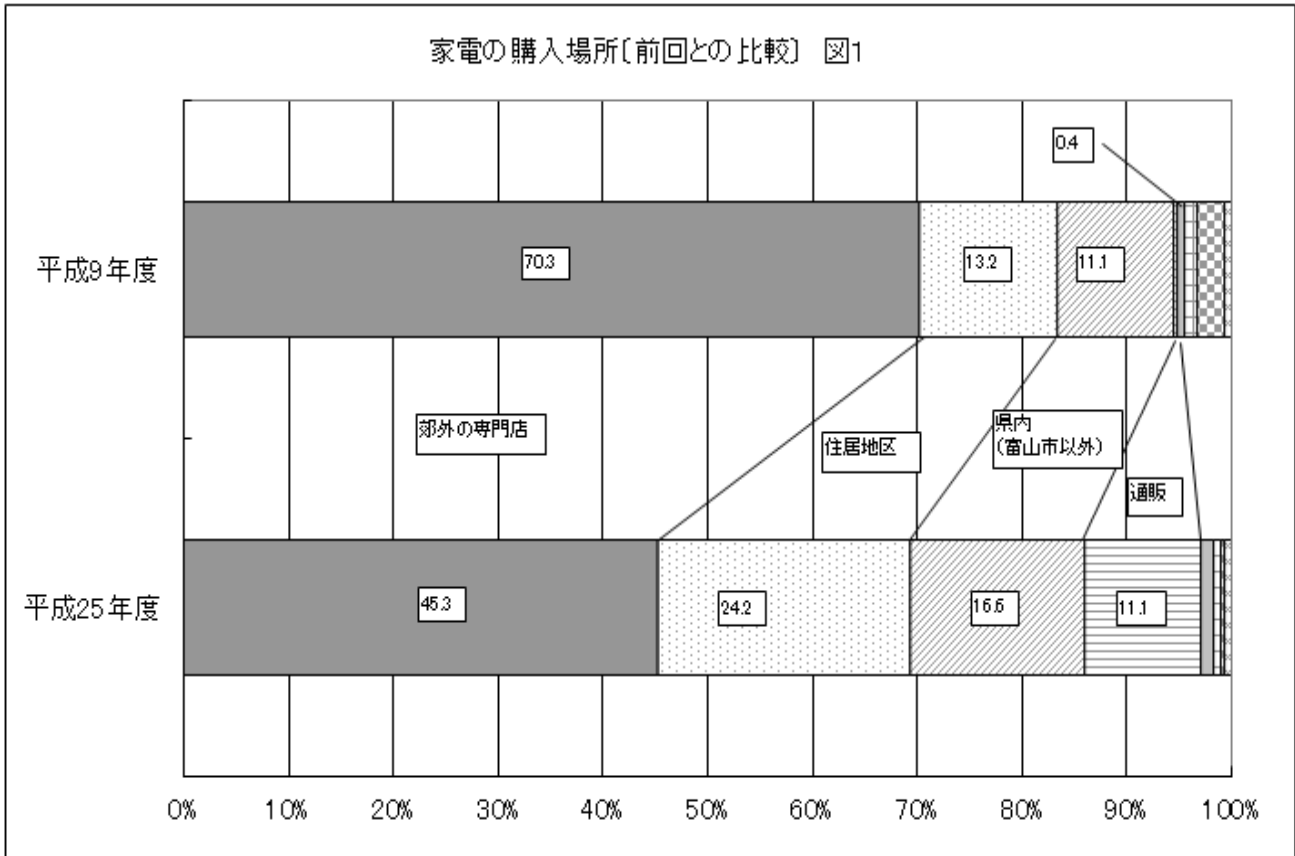
また、「家電」は、『郊外の専門店（前回 70.3%今回 45.3%）』が減少した一方、『住居地区（前回 13.2%、今回 24.2%）』『通信販売（前回 0.4%、今回 11.1%）』が上昇した。

これは、中心市街地からの大型店の撤退、郊外でのショッピングセンターや大型専門店等の出店、インターネットショップ等の普及が、消費行動に大きな変化が生じていることを窺わせる。

洋服の購入場所〔前回との比較〕図1



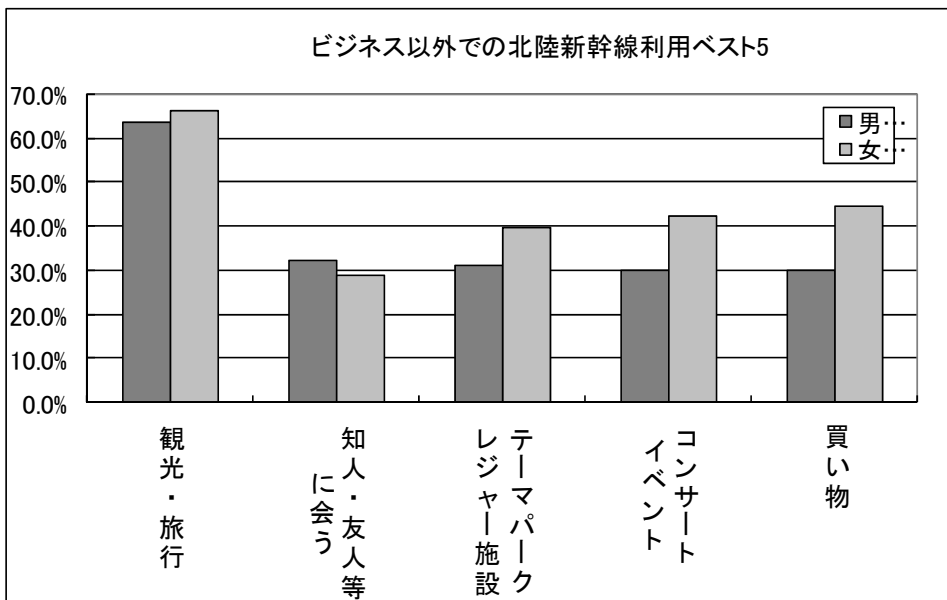
家電の購入場所〔前回との比較〕 図2



## 2. 北陸新幹線を利用したビジネス以外の目的

平成27年3月に開業予定の北陸新幹線を利用したビジネス以外の目的を複数回答で尋ねた結果、男女ともに「観光・旅行」が最も多く、男女ともに順位は異なるものの上位5位は、同じであった。

	1位	2位	3位	4位	5位
男性	観光・旅行 (370)	知人・友人等に会う (188)	テーマパーク・レジャー施設 (182)	コンサートイベント (175)	買い物 (174)
女性	観光・旅行 (367)	買い物 (247)	コンサートイベント (235)	テーマパーク・レジャー施設 (220)	知人・友人等に会う (159)

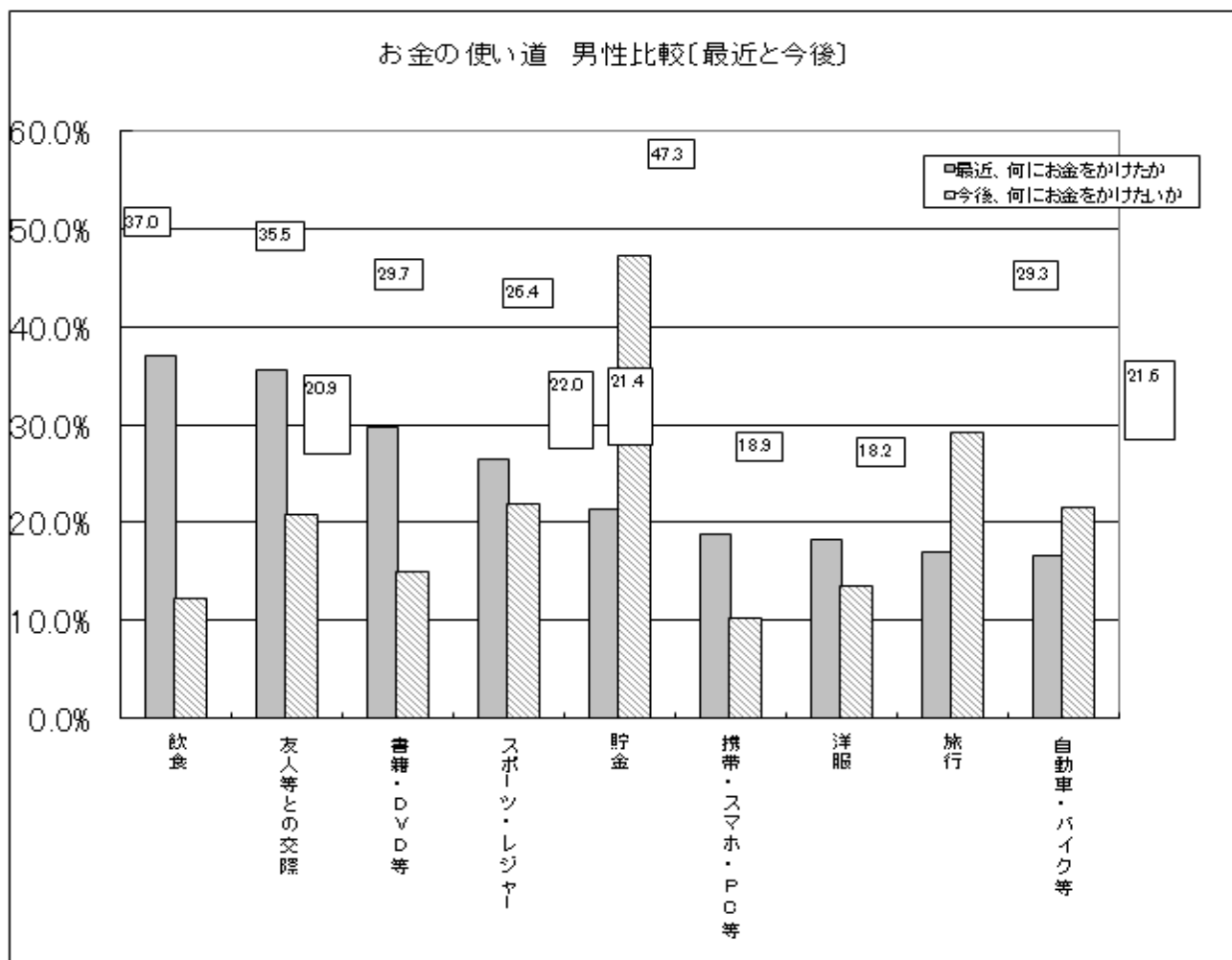


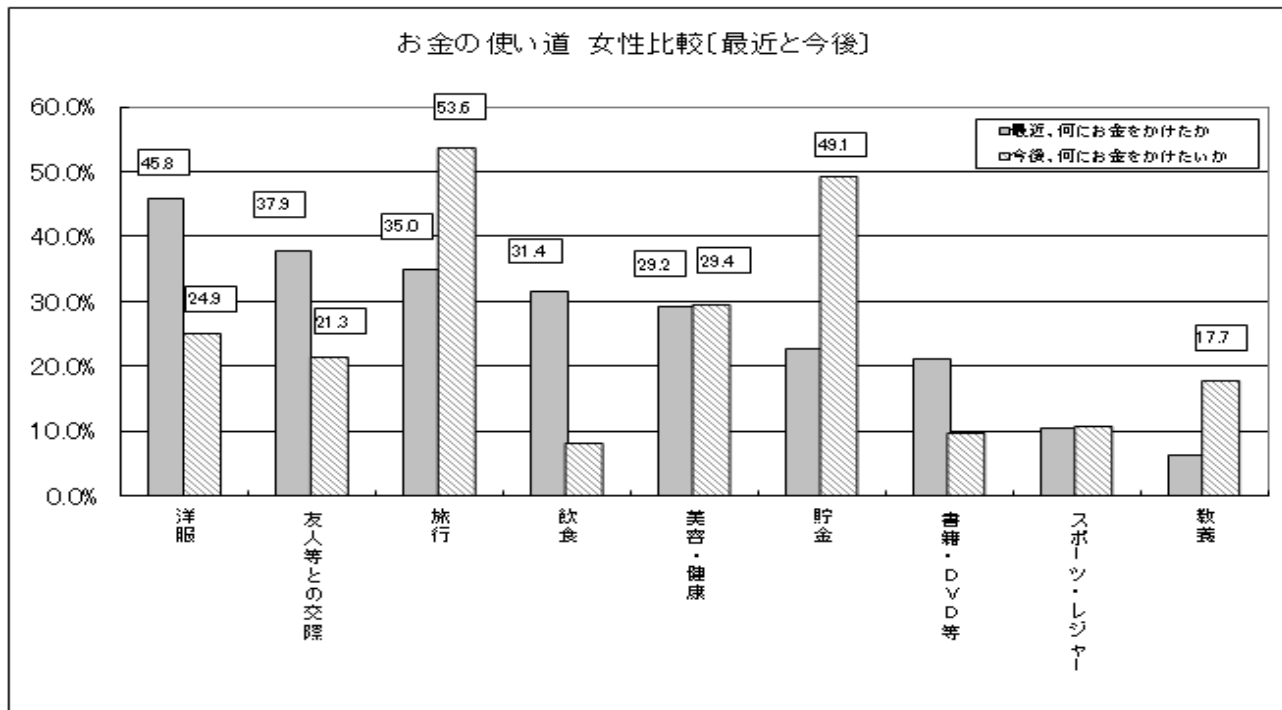
### 3. お金の使い道 ～男女とも貯金が上位へ～

最近、何にお金をかけたか（かけているか）また今後、何にお金をかけたいかを複数回答で尋ねたところ、男女別の上位5つは、次の通りであった。男女とも「今後、何にお金をかけたいか」については、「貯金」が上位に入り、堅実性を示すとともに、景気の見通しについて不安定を感じているものとも考えられる。

男性	1位	2位	3位	4位	5位
最近、何にお金をかけたか	飲食 (216)	友人等との交際 (207)	書籍・DVD等 (173)	スポーツ・レジャー (154)	貯金 (125)
今後、何にお金をかけたいか	貯金 (276)	旅行 (171)	スポーツ・レジャー (128)	自動車・バイク等 (126)	友人等との交際 (122)

女性	1位	2位	3位	4位	5位
最近、何にお金をかけたか	洋服 (254)	友人等との交際 (210)	旅行 (194)	飲食 (174)	美容・健康 (162)
今後、何にお金をかけたいか	旅行 (297)	貯金 (272)	美容・健康 (163)	洋服 (138)	友人等との交際 (118)





※本調査冊子をご希望の方は、専門相談課へお問合せください。