

働く女性の消費動向調査結果（平成 18 年度消費動向調査 概要版）

29 歳以下の 63% が金沢フォーラスへ

富山商工会議所

富山の商業環境は、消費と人口の郊外流出が進み、厳しい状況が続いている。また昨年 11 月に JR 金沢駅東口に北陸最大級のファッションビル「金沢フォーラス」が開店し、隣接する駐車場には多くの富山ナンバーの自動車が見られると伝えられ、都市間競争の激化を実感せざるを得ない。

本調査は、こうした変化する商業環境に、より敏感に反応すると考えられる働く女性を対象に、その消費動向とともに富山市内や金沢市での消費の現状を探るところを目的に実施した。

<調査結果の概要>

『衣料品（ファッション性の高いもの）』をどこで買うかについて年代別に見ると、「29 歳以下」では『富山駅周辺地区』が 29.5% と最も高く、次いで『金沢市の大型店、専門店』が 18.5% と高かった。

11 月に開店した金沢フォーラスへ“1 回以上行った”と答えた割合は「全体」では 36.6% だったが、「29 歳以下」に限ると同じく 63.0% に上る。また同店の印象では『富山にない商品・ブランドがある』（72.4%）、『いろいろなブランドのお店が集まっている』（46.4%）などが多かった。

調査実施要領

調査実施時期	平成 19 年 1 月 18 日～2 月 9 日
調査対象	当所の会員事業所及び主要官庁（全 124 事業所）に勤める女性従業員（職員）。
調査方法	調査票を郵送し、郵送で回収した
有効回答数	回答事業所 87 事業所（回答率 70.2%）、有効回答数 881 件

調査結果

(1)商品別の購入場所

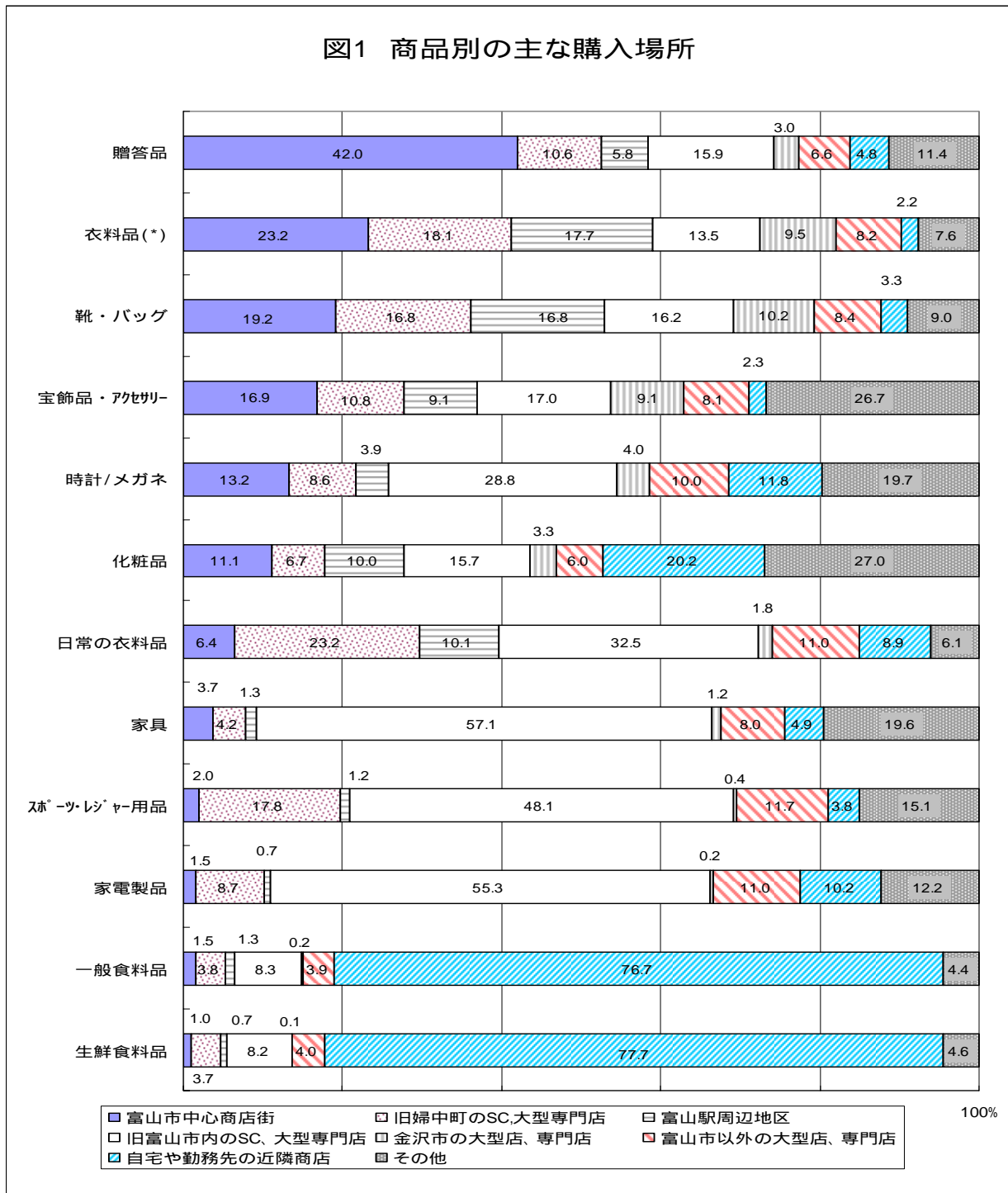
商品別に、最もよく利用する小売店の場所等について尋ねた結果が図 1 である。

これを見ると「贈答品」「衣料品（ファッション性の高いもの）」「靴・バッグ」では『富山市中心商店街』が最も高く、特に「贈答品」では 42.0% を占めた。「家具」「家電製品」では『旧富山市内の SC、大型専門店』の割合が高く、それぞれ 57.1%、55.3% に上る。

また、「一般食料品」「生鮮食料品」では『自宅や勤務先の近隣商店（商店街・スーパーマーケット）』が高く、それぞれ 76.7%、77.7%を占めた。

次に『衣料品（ファッション性の高いもの）』の購入場所について年代別に比較したものが図2である。これを見ると、「29歳以下」では『富山駅周辺地区』が29.5%と最も高く、『金沢市の大型店、専門店』も18.5%と高い点が注目される。また、「40歳代」では『旧富山市内のSC,大型専門店』が27.2%で、『旧婦中町のSC,大型専門店』（19.0%）を加えると46.2%が市内の郊外店で購入していることになる。

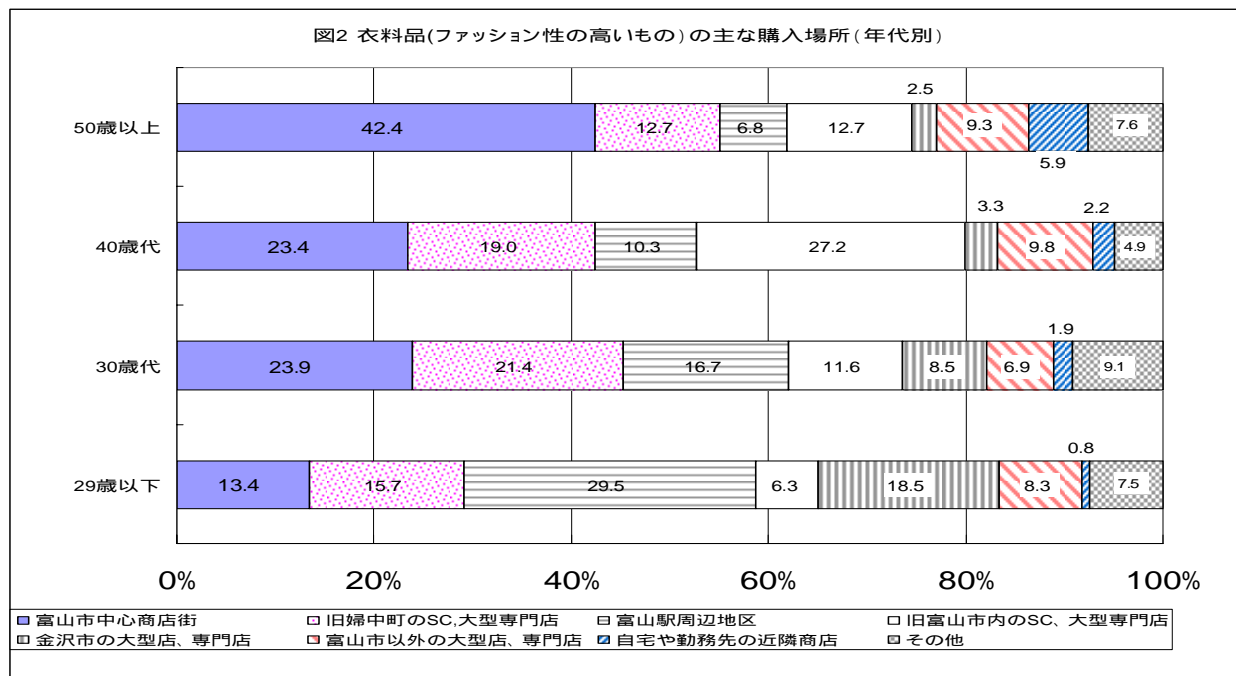
図1 商品別の主な購入場所



*「衣料品」はファッション性の高いもの

しかし「50歳以上」では『富山市中心商店街』が42.4%で最も高い結果となり、ファッション性の高い衣料品に関しては、「50歳以上」の女性は『富山市中心商店街』を最も支持しているという結果になった。

注1「旧富山市内のSC,大型専門店」は中心商店街・富山駅周辺地区を除く。



(2)金沢へ行く頻度

最近1年間で、買い物を目的として金沢市の中心街・金沢駅周をどのくらいの頻度で訪れたかを年代別に見たものが、図3である。

これを見ると全体では、『全く行っていない』が43.0%で最も多く、次いで『年間1~2回』(21.1%)、『年間3~4回』(17.0%)などとなり、年間1回以上訪れたと答えた人の合計は57.0%となった。これを年代別に見ると、「29歳以下」では年間1回以上訪れたと答えた人の合計は81.1%に上ったのに対し、「30歳代」では55.5%、「40歳代」では41.1%、「50歳代」では35.0%と年代が高くなるにつれて金沢を訪問する頻度は低くなる傾向を示した。また、「29歳以下」では『1~2カ月に1回程度』が33.1%、『毎月2~3回以上』が5.1%であり、3分の1以上(38.2%)の人が2カ月に1回以上の頻度で金沢を訪れていることになる。

(3)金沢フォーラスへ行ったか

平成18年11月に開店した「金沢フォーラス」へ行ったかどうかについてたずねた結果が図4である。これを見ると、「全体」では『行ってみたいが、行く予定はない』が38.6%で最も多い。『1回行った』(22.0%)と『2回以上行った』(14.6%)を合計すると36.6%だったが、「29歳以下」に限るとその合計は63.0%に上る。同様に「30歳代」では36.4%、「40歳代」では16.2%、「50歳代」では13.8%と、若い世代に対象を絞った「金沢フォーラス」の特徴を示す結果となった。

図3 金沢へ行く頻度

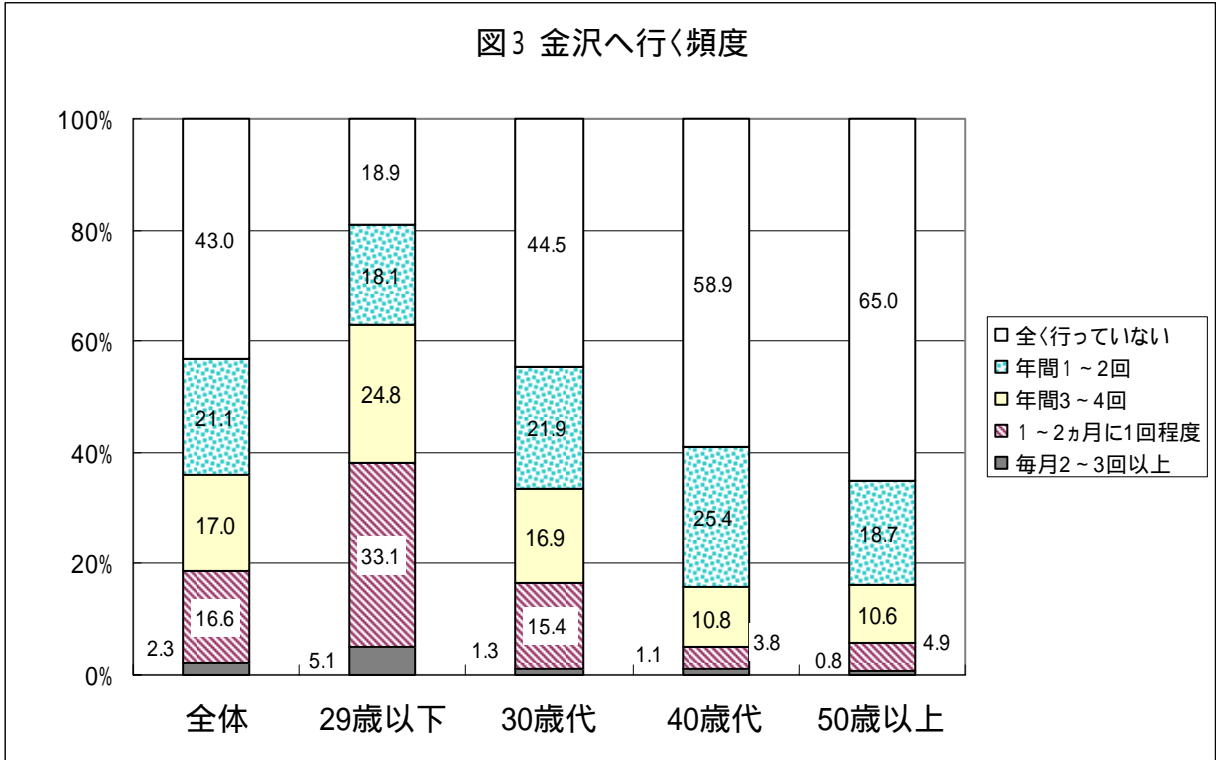
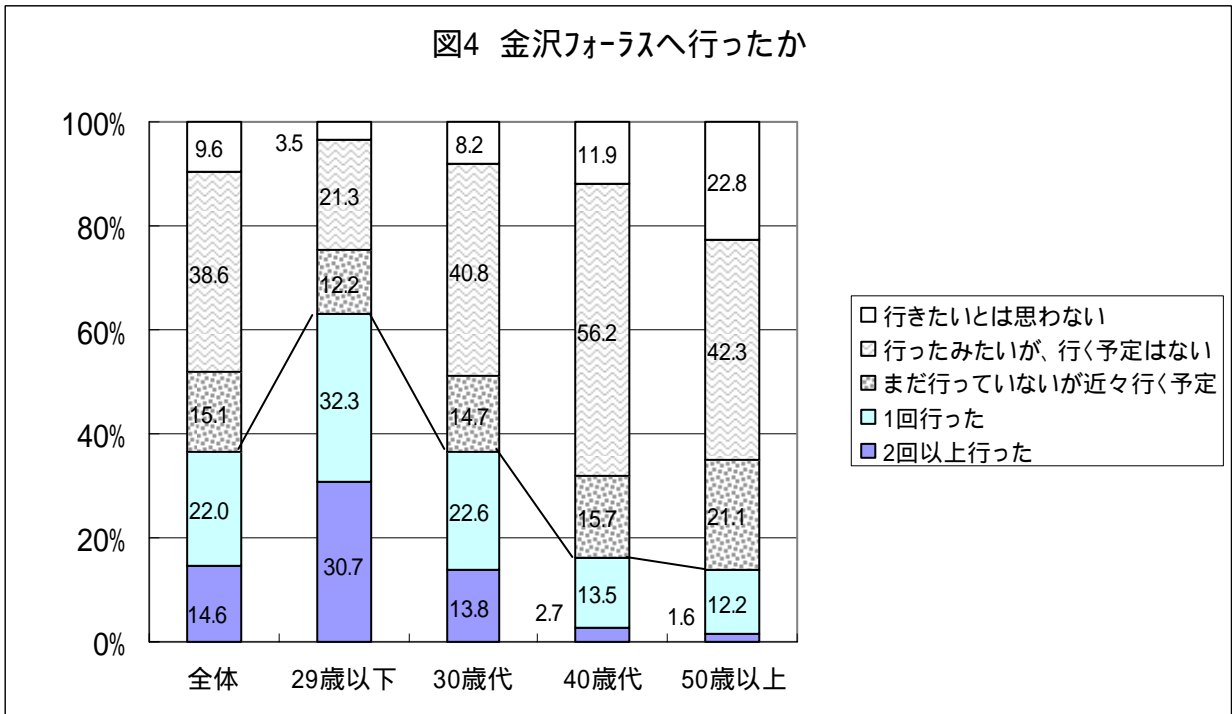


図4 金沢フォーラスへ行ったか

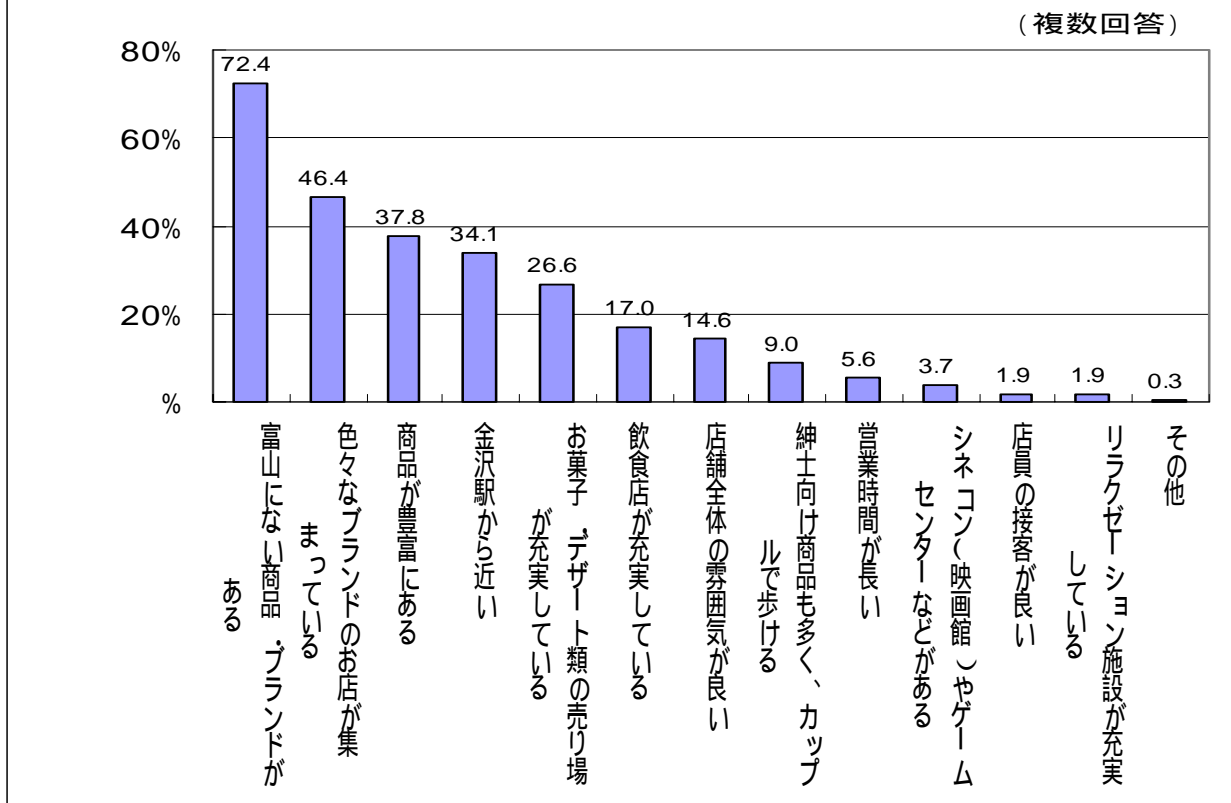


(4)金沢フォーラスの印象

「金沢フォーラス」に『1回行った』又は『2回以上行った』と答えた人に対し、そのプラスの印象を複数回答で尋ねた結果が図5である。

これによると、『富山にない商品・ブランドがある』が最も多く、72.4%に達した。次いで『いろいろなブランドのお店が集まっている』(46.4%)、『商品が豊富にある』(37.8%)、『金沢駅から近い』(34.1%)などとなった。

図5 金沢フォーラスのプラスの印象



(5)金沢フォーラスと同時に行った場所

「金沢フォーラス」に『1回行った』又は『2回以上行った』と答えた人に対し、同じ日に行った金沢市の施設について訪ねたものが図6である。これを見ると『香林坊・片町・豎町などの商店街や大型店へ行った』が48.3%で最も多く、半数近くの人が「金沢フォーラス」へ行った日に金沢市の中心商業施設へ足を運んでいる状況を示している。しかし『金沢フォーラス以外へは行かなかった』も37.8%を占めており、2分しているようにも捉えられる。

