

女性の余暇消費調査

～ 女性のライフコースと余暇 ～

調査目的

“ 巣ごもり消費 ” と言われるように、昨年後半から国内の景気が急速に悪化する中で、食事や娯楽などの消費を家庭で完結させる傾向が強まっている。家の中で過ごす時間を充実させるための新たな商品が話題となっているが、実際、消費者は、どのような余暇時間（仕事や家事以外の時間）を過ごしているのだろうか。また、就学、就業、結婚、子供を持つなど、人生上の出来事によって、人は様々な“ ライフコース（人生の道筋）”をたどるが、そのライフコースは、どのような意識や行動の変化をもたらすのだろうか。これら 2 つの問題を検証するために、男性に比べ余暇行動が活発で、多様なライフコースをたどる女性を対象に、ネットリサーチを実施した。

調査概要

調査対象：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、
大分県、宮崎県、鹿児島県在住の
20 代～40 代の女性

調査時期：2009 年 3 月 24 日～30 日

調査方法：ネットリサーチ

有効回答数：4,330 件

回答者の属性

(上段:実数、下段:%)

	20代	30代	40代	合計
福岡県	273 6.3	206 4.8	307 7.1	786 18.2
佐賀県	140 3.2	206 4.8	106 2.4	452 10.4
長崎県	206 4.8	206 4.8	206 4.8	618 14.3
熊本県	223 5.2	206 4.8	233 5.4	662 15.3
大分県	206 4.8	206 4.8	206 4.8	618 14.3
宮崎県	190 4.4	206 4.8	180 4.2	576 13.3
鹿児島県	206 4.8	206 4.8	206 4.8	618 14.3
合計	1444 33.3	1442 33.3	1444 33.3	4330 100.0

ライフコースについて

女性のライフコースは、就学を終えた後、就業、結婚、出産の 3 つのライフイベントで分岐し 10 のコースに類型される。今回の調査では、この 10 コースの中から、構成比とコースの類似性を鑑みながら、ワーキングシングル、ワーキングミセス、復職ミセス、ハウスミセス、ハウスマザー、離職希望のシングルの 6 つのグループを取り上げ、生活意識や余暇行動を考察する。なお、離職希望のシングルとは、「ワーキングシングル」の中で、将来結婚・出産後に仕事を辞めたいと希望している者で、仕事の継続を希望するワーキングシングルとは傾向が異なるために別のグループとしたものである。

本調査で取り上げる 6つのグループ

(上段:実数、下段:%)

① ワーキングシングル (未婚、仕事継続希望)	587 13.6
⑥ 離職希望シングル (結婚・出産後離職希望)	548 12.7
② ワーキングミセス (既婚、就業継続希望)	606 14.0
③ 復職ミセス (結婚・出産後離職後復職)	644 14.9
④ ハウスミセス	775 17.9
⑤ ハウスマザー	656 15.2

1. 自由になるお金と時間

平日の自由時間については、全体では「2～3時間」が25.7%と最も多く、次いで「3～6時間」が23.1%、「1～2時間」が17.6%となった。これをライフコース別にみると、ワーキングミセスの約6割が、平日の自由時間は2時間以内と回答しており、最も時間にゆとりがないグループである。一方で、未婚者のワーキングシングルや離職希望のシングル、既婚者のハウスミセスのグループでは6割以上の回答者が、平日の自由時間は2時間以上と回答しており、時間にゆとりを持っている。休日の自由時間については、既婚者のグループは、平日の自由時間と同様に自由時間が少なく、特にハウスマザーは、「全くない」が11.1%、「2時間以内」が43.6%と、休日は子供の学校が休みのためか、平日よりも休日の方が自由時間は少なくなっている。

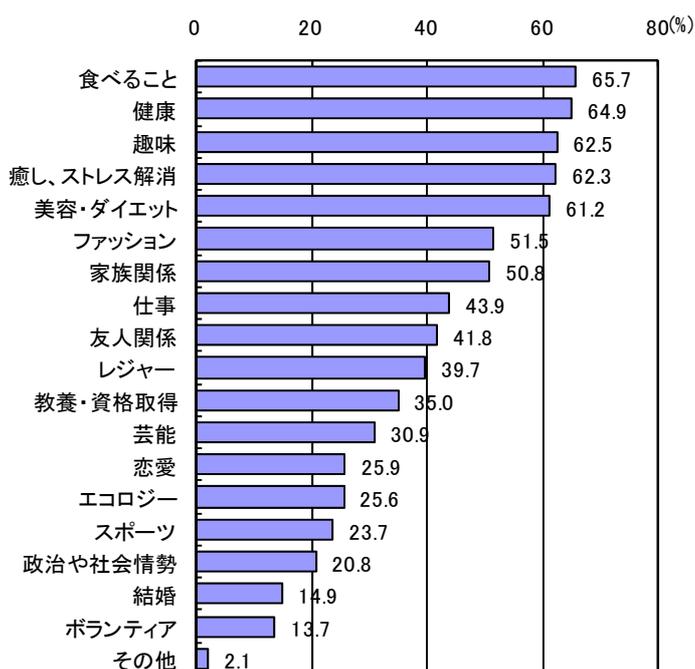
ひと月に自由に使えるお金については、全体平均で26,724円となった。ライフコース別にみると、ワーキングシングルで45,410円、離職希望のシングル40,141円と、未婚者は既婚者よりも経済的にゆとりがある。また、既婚者でも継続的に働いてきたワーキングミセスは28,801円と、他の既婚者グループに比べ高くなっている。

2. 関心事と好きなエンターテイメント

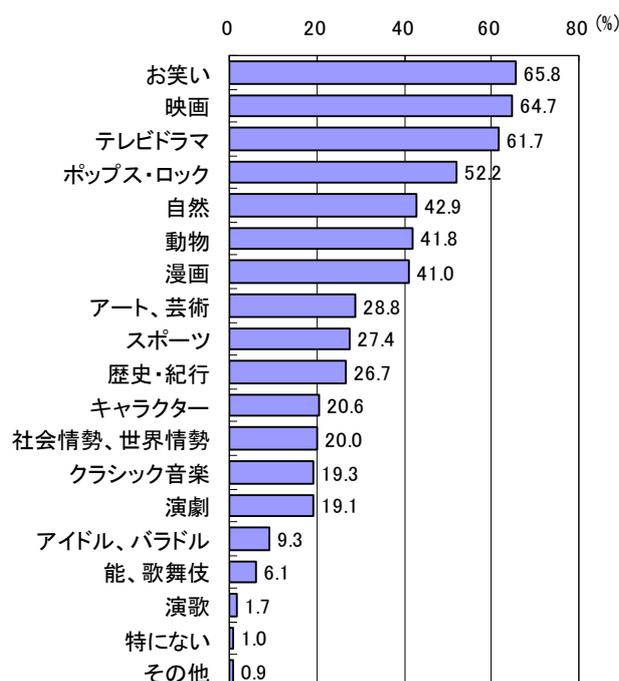
日常で興味・関心のあること(複数回答)については、全体では「食べること」が65.7%、「健康」が64.9%、「趣味」が62.5%「癒し、ストレス解消」が62.3%、「美容・ダイエット」が61.2%と回答が多くなった(図表1)。

好きなエンターテイメント(複数回答)については、全体では「お笑い」が65.8%、「映画」が64.7%、「テレビドラマ」が61.7%と回答が多くなった(前頁図表2)。

図表1 関心・興味のあること



図表2 好きなエンターテイメント



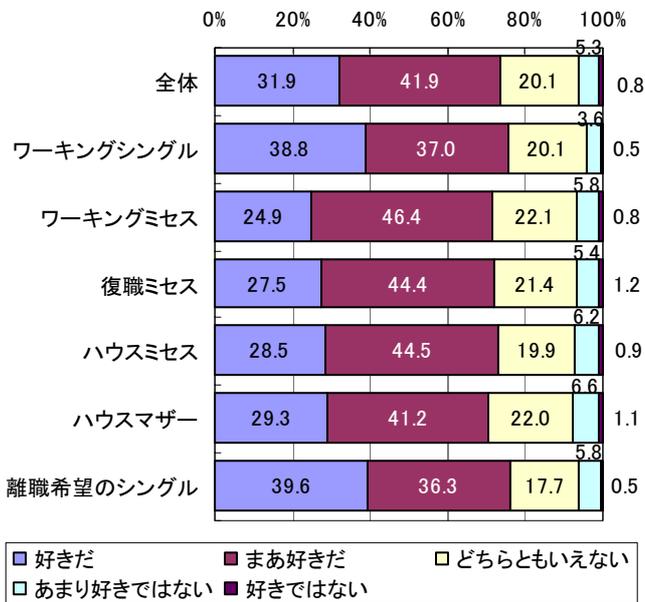
興味・関心のある事と、好きなエンターテインメントのいずれも、ライフコース別に差がみられるが、“癒し”、“美容”、“お笑い”といった、現在のブームを反映したものとなった。また、好きなエンターテイナーを記入してもらったところ、アイドルグループでは「嵐」、ミュージシャンでは「Mr.Children」、「福山雅治」、俳優では「水嶋ヒロ」、お笑い芸人では「オードリー」の人気の高い。

3. 巣ごもり消費

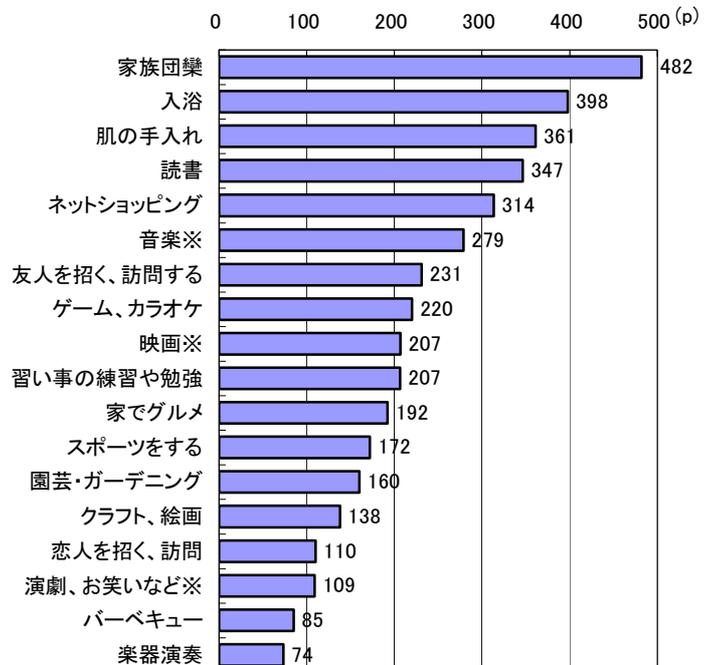
“外で過ごすよりも、自分の家または自分の部屋で過ごすことが好きですか？”とたずねたところ、「好きだ」という回答が全体で 31.9%、「まあ好きだ」が 41.9%と、約 7 割の人が自分の家で過ごすことが好きだと答えている（図表 3）。

読書や音楽を聴くといった、家の中で行う余暇の頻度については、図表 4 のようになった（ポイントの算出方法については図表の脚注参照）。最もポイントが高くなったのは、「家族団楽」で 482p、続いて「入浴時間を楽しむ」が 398p、「肌の手入れ」が 361p、「読書」が 347p、「ネットショッピング」が 314p となった。不況により消費が低迷する中で、家族で楽しむゲームや、入浴剤やセルフエステ商品、浴室用テレビなど、家で過ごす時間を充実させる“巣ごもり消費”の商品が売れているというが、その傾向が今回の調査結果からもうかがえる。

図表 3 自分の家（部屋）で過ごすことが好きか



図表 4 家の中での余暇



※：テレビやラジオなど、メディアを通じた無料のものではなく、有料で購入したり、レンタルして楽しんでいる頻度。
ポイントの算出方法：設問に対して、「ほぼ毎日」6点～「年に1度以上」1点と配点し加算した合計をサンプル数で除した。

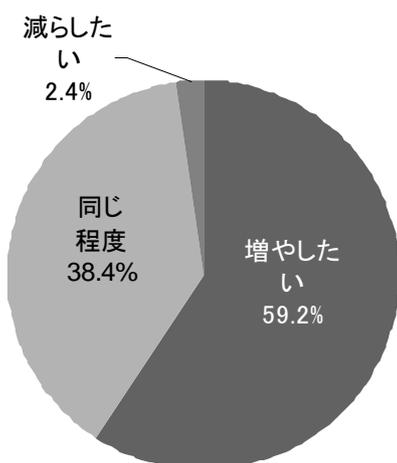
4 . 旅行について

今後の旅行意向については、「増やしたい」が 59.2%、「同じ程度」が 38.4%、「減らしたい」が 2.4%と、約 6 割が旅行回数を増やしたいと回答している（図表 5）。日帰り旅行の回数についても同様の結果となっており、旅行に対するニーズは高いと思われる。

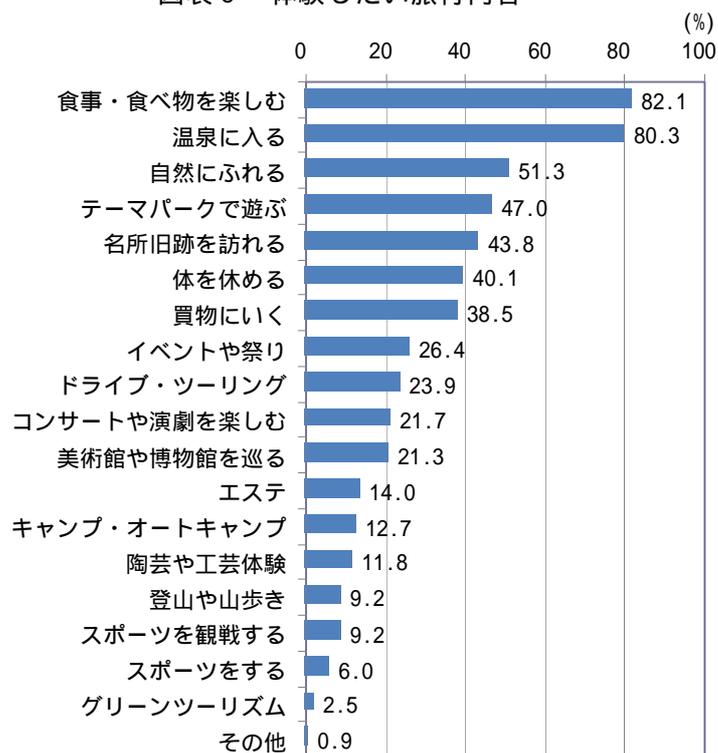
今後 1 年間の国内の宿泊旅行で、どのような体験をしたいかたずねたところ、最も回答が高かったのは「食事・食べ物を楽しむ」が 82.1%、次いで「温泉に入る」が 80.3%と、“グルメ”と“温泉”の人気は高い（図表 6）。続いて「自然にふれる」が 51.3%、「テーマパークで遊ぶ」が 47.0%、「名所旧跡を訪れる」が 43.8%、「体を休める」が 40.1%となった。

旅行のシチュエーションごとに 1 泊 2 日の国内旅行の予算金額をたずねたところ、全体では「一人の旅行」が 22,539 円、「女友達との旅行」が 25,318 円、「恋人・夫との旅行」では 28,957 円となった（図表 7）。

図表 5 今後の旅行意向



図表 6 体験したい旅行内容



図表 7 旅行の予算金額

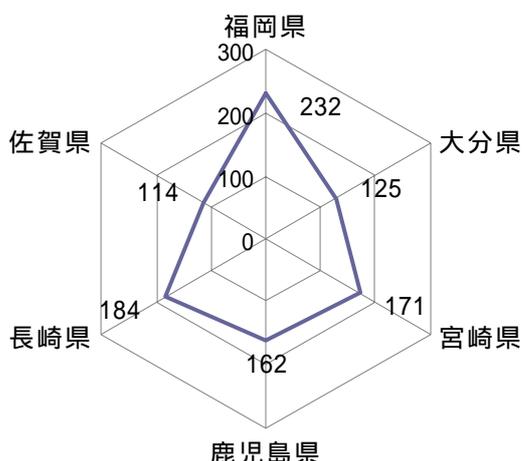
	全体	ワーキング シングル	ワーキング ミセス	復職ミセス	ハウス ミセス	ハウス マザー	離職希望の シングル
一人の旅行	22,539	25,021	22,297	21,983	21,237	21,790	22,468
女友達との旅行	25,318	27,836	24,455	24,405	23,502	24,643	26,437
恋人・夫との旅行	28,957	30,202	28,469	27,986	28,192	28,950	28,914

5 . 熊本県への訪問数

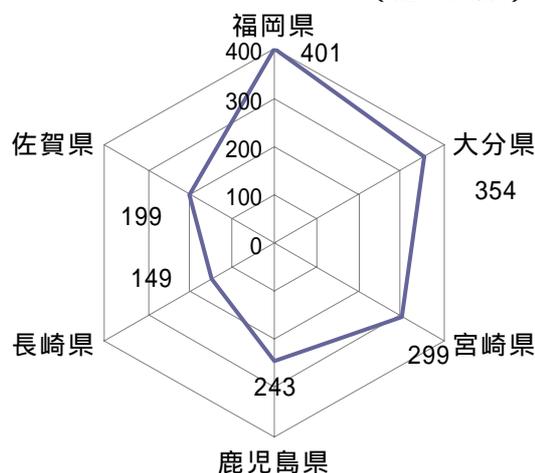
食事・食べ物を楽しむ、温泉に入るなどの事柄を行う時に、九州 7 県のどの県を訪問したいかとたずねたところ、熊本県では、温泉に入る（2 位 52.7%）、自然に触れる（1 位 52.9%）、体を休める（2 位 31.4%）、ドライブツーリング（1 位 42.8%）、名所旧跡を訪れる（2 位 32.4%）といった事柄で順位が高くなっている。総じて熊本県は、自然にまつわる事柄で回答が高く、熊本は“豊かな自然を楽しむ場所”というイメージがあるようだ。

過去 1 年間の旅行先から熊本県への来訪者を集計すると、宿泊旅行では、福岡県在住者が最も多く 232 人（延べ人数）、次いで長崎県在住者が 184 人、宮崎県在住者が 171 人となった（図表 8）。日帰り旅行については、福岡県在住者が 401 人（延べ人数）、大分県在住者が 354 人、宮崎県在住者が 299 人となっている（図表 9）。

図表 8 他県から熊本県に宿泊旅行をした人数
（延べ人数）



図表 9 他県から熊本県に日帰り旅行をした人数
（延べ人数）



まとめ

女性は、就学、就業、結婚、出産といった人生上の出来事によって、様々な“ライフコース（人生の道筋）”をたどる。特に、結婚や出産は、人生の大きなターニングポイントであり、それを機に仕事を辞めるといった選択がある。今回の調査結果からは、ライフコースによって、“自立度”と“仕事と家庭への意識”に大きな差がみられ、この価値観の違いが余暇における意識と行動の違いをもたらしていることが明らかになった。ライフコースの違いは、余暇に限らず様々な消費意識、消費行動に影響を及ぼしているものと思われる。

したがって、年齢と結婚だけではなく、出産、就業、志向など、より細かな属性を把握することができれば、よりきめ細やかなサービスの提供、商品の開発など、女性の潜在的なニーズを対応していくことが出来るであろう。景気が停滞し“巣ごもり消費”といわれるなかで、潜在的なニーズの掘り起こしに努めることが、新規顧客の獲得とリピーターの維持につながるものと思われる。