

九州の女性はどこで服を買うのか。 交通環境の変化で進む、福岡・地元の使い分け。 ～電通九州、『九州3県の女性ファッション意識調査』を実施～

株式会社電通九州（本社：福岡市中央区赤坂 1-16-10、資本金 4 億円、社長：山洪幸徳）は、この度「九州 3 県の女性ファッション意識調査」をインターネットにて実施し、得られた結果と分析を「生活者研九白書 vol.4『九州女性のファッション消費』」としてまとめましたので、発表致します。

2009 年 3 月、ETC 利用での高速料金が土日祝日は 1000 円になり、車で九州内を移動する人が増えました。そして 2011 年、九州新幹線の全線開通により、鹿児島—福岡間が 1 時間 20 分でつながります。金銭的・時間的に九州内の移動がしやすくなっていく中、人々の消費はどう動くのか。交通環境の変化の影響を強く受ける熊本・大分・鹿児島において、消費意識が高いとされる女性をターゲットに、ファッションという切り口で消費動向を探りました。

詳細は同封の冊子「生活者研九白書 vol.4『九州女性のファッション消費』」に記載しておりますが、今回は地元と福岡のお買物が、どう使い分けされていくかに着目しております。交通環境の変化により、福岡市にファッション関連のお買物をしに行く県外の女性は増えており、この傾向は今後も増えていきそうです。とはいえ、地元でのお買物意向は 8 割以上が「変わらない」と答えています。さらに、ネットショッピングという新たな購買チャネルも手に入れ、女性のファッション消費はよりいっそう選べるようになっていくでしょう。どの購買チャネルに対しても、それぞれの良さを認めている女性たち。今後は、購買チャネルごとの独自の魅力を発信していくことが、消費を生むカギとなりそうです。

主な調査結果

- 高まる来福意向。ファッション消費に変化の兆し。
- 県外から来福した女性は、主目的に関わらず 8 割がファッション関連の買物をしている。
- 今後はバーゲン目的で福岡に来る県外の女性が増加。
- 地元でのお買物は今後も変わらず。ファッション意識の高い層も「買物のしやすさ」を評価。
- ネットショッピングの台頭。九州の女性の 4 割はネットショッピングが 1 年前よりも「増えた」。

※ 詳細は次項以降のサマリーを参照。

※ さらに詳しい内容は別添の「生活者研九白書 Vol.4『九州女性のファッション意識』」をご覧ください。

[このリリースに関するお問い合わせ]

(株)電通九州 CP 局 CP1 部（九州生活者研究班）熊本・和久田 TEL:092-713-2634

結果サマリー(一部抜粋)

■ 高まる来福意向。ファッション消費に変化の兆し。

九州新幹線の利用目的は、福岡が「温泉 (68.0%)」なのに対し、鹿児島は「都心での買物(52.0%)」。この傾向は特に 20 代女性に強く出ており、消費意欲が高い層を中心に地域間で行き来が生まれることが分かる。また、ETC 高速 1000 円により、福岡へ行く回数が「増えた」とする大分・熊本・鹿児島の女性は 28.3%であり、「今後もっと増える」とする女性は 47.3%。今後福岡へ行く県外の女性が増加することが予想される。

■ 県外から来福した女性は、主目的に関わらず 8 割がファッション関連の買物をしている。

大分・熊本・鹿児島の女性が、福岡へ行く主目的の 1 位は「ファッション関連の買物 (22.0%)」だが、そうでない層も「ついでにファッション関連の買物をする」と答えており、82.4%の女性が福岡に行くとかかしらファッション消費をしていることが分かった。理由の 1 位は「お店、商品の数が多い(72.7%)」だが、「いつもと違う気分が味わえる (61.3%)」「気分転換になる (60.0%)」といった情緒的な理由を挙げている女性も多い。

■ 今後はバーゲン目的で福岡に来る県外の女性が増加。

今後の福岡へ行く主目的も「ファッション関連の買物 (34.5%)」が 1 位であり、現在よりも割合が大きい。特に「バーゲン目的 (19.7%)」が増加し、今後はバーゲン期に県外から来る女性が増えることが予想される。また、来福 1 回あたりのファッション関連の予算変化は 50.7%が「増える」と答えている。

■ 地元でのお買物は今後も変わらず。ファッション意識の高い層も「買物のしやすさ」を評価。

大分・熊本・鹿児島の、地元でのファッション関連のお買物は、今後 82.7%が「変わらない」と答えており、今後もメインの買物スポットとして利用されることが分かった。その理由は「自分の家から行きやすい (73.7%)」「気軽に買物できる (59.7%)」「どこにどんな商品があるかを理解しているので買物しやすい (53.3%)」など、お買物のしやすさを挙げている女性が多い。この傾向はファッション意識が高い層に特に強く出ている。

■ ネットショッピングの台頭。九州の女性の 4 割はネットショッピングが 1 年前よりも「増えた」。

「ファッション関連のインターネット通販サイト利用が増えた」とする女性は九州全域で 40.7%であり、東京の女性よりも高いことが分かった。買っているものは、1 位は「書籍、雑誌 (43.7%)」だが、2 位以降は「スキンケア商品(42.4%)」「婦人服 (41.8%)」「下着などの衣料品 (32.7%)」と、ファッション関連の商品が続く。理由は、「24 時間いつでも利用できる (80.7%)」「色々な商品が揃っている (69.7%)」「ホームページを見ているだけで楽しい (45.6%)」など。

調査・分析手法については、3 ページをご覧ください。

調査手法について

1. 調査対象者について

調査対象者は 20～59 歳女性。ETC 利用により高速料金が土日祝日に 1000 円になったことや、新幹線全線開通などを契機に消費動向に変化が予想される、大分県・熊本県・鹿児島県の 3 県に対して調査を行った。各県 100 人ずつ、合計 300 サンプルに対して聞いている。

2. その他

一部の分析は 2009 年 1 月実施の「九州生活者調査 2009」の調査結果より抜粋している。

電通九州「九州 3 県の女性ファッション意識調査」調査概要

調査地域：	大分県・熊本県・鹿児島県
調査対象：	20～59 歳の女性個人
サンプル数：	3 県計 300 サンプル
調査方法：	インターネット調査 (株)電通リサーチ
調査期間：	2009 年 10 月 16 日(金)～10 月 18 日(日)
調査機関：	(株)電通リサーチ