

〒107-8417 東京都港区赤坂 4-8-18 TEL:03-3475-9382 FAX:03-3475-9419

(20-3)

2008年1月25日

東急エージェンシー“Insight Watch®”

正月の過ごし方。恒例の過ごし方に加えて、ITの波。

株式会社東急エージェンシー(本社:東京都港区、社長:五十嵐正)は、消費者の生活実態・インサイト(意識・心理の本質)を探る自主テーマ調査“Insight Watch®”(第8回)を実施いたしました。今回は、20~59歳の男女個人2,560人に“今年の正月休みの過ごし方”について尋ねたインターネット調査です。その結果の概要をまとめましたので、お知らせいたします。

今回の年末年始休暇は12月29日(土)までに70%の人が休暇に入りました。一方、休暇明けについては、仕事始めが1月4日(金)であった人(29%)より、7日(月)であった人(41%)の方が多く、今年の正月は10連休のような比較的長期の休暇をとりやすかったようです。

携帯年賀メール56%に対して年賀状82%。初詣は54%

年賀状を書いたのは82%で、年賀の携帯メールを送ったのは56%と、成人男女において年賀にも携帯メールがかなり浸透してきたことが伺えます。しかし、年賀状の平均は52枚に対して、携帯メールは6.5通と送る数自体には大きな差があり、カジュアルに送ることのできるごく親しい人への年賀挨拶という使い分けが行われていることが想定されます。

また、その他の新年の代表的風物詩の実施率について尋ねたところ、初詣は54%、帰省は33%、福袋は15%でした。正月に旅行に出かけた人は、国内旅行9%、スキー・スノーボード3%、海外旅行2%でした。

正月休みはチラシを楽しむ?

普段の休日と比べて正月休み中に接触時間が増えたメディアは、テレビ(地上波)、インターネット、チラシ、そして新聞が上位に上がりました。特に年始には時間の余裕があることも影響しているせいか、正月の外出で何を買おうかと、買い物を積極的に楽しもうとする気持ちがいつも以上に強まることが推測されます。年末年始のチラシは、正月の買い物に思いをめぐらす楽しいメディアとして、一段と存在感が高まっていることがわかりました。

正月の買い物戦線は、三が日で70%

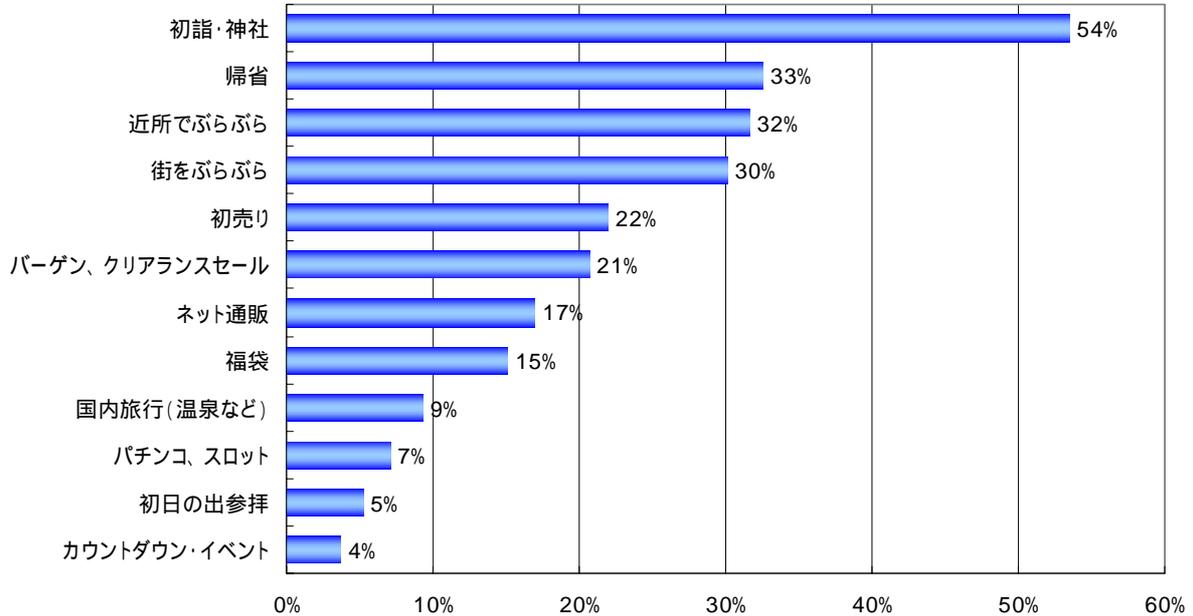
“初買い物”に行く日は2日が33%でピークとなり、正月三が日で消費者の7割に対する初売り商戦が終了することがわかりました。年末年始の行動として、ネット通販が17%と、福袋15%を凌ぎ、初売り22%やバーゲン・クリアランスセール21%にひっ迫するスコアとなり、新しい買い物行動が正月の新しい購買行動をつくり始めているようです。

以下に、“Insight Watch®”「正月の過ごし方」調査の結果の詳細をご紹介します。

調査結果サマリー

年末年始のイベント

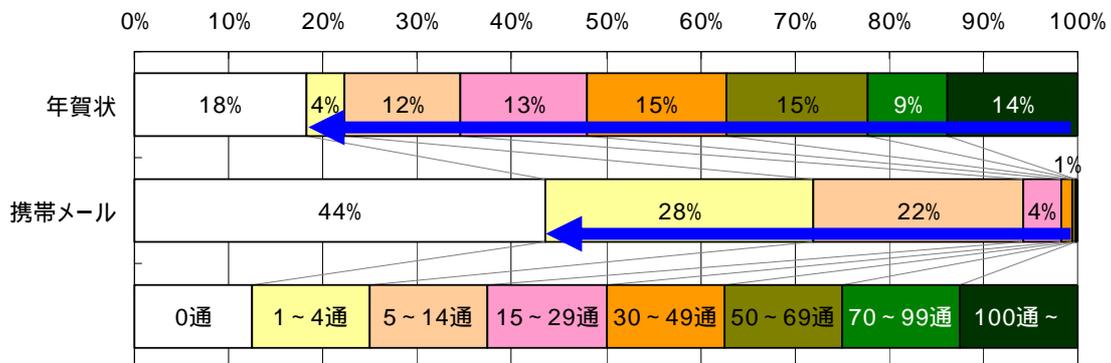
この年末年始に、初詣をした人は 54%、帰省をした人は 33%でした。また、初売りやクリアランスセールに出かけた人も 2 割ほどいました。



福袋を買った人は全体の 15%に留まり、ネット通販を年末年始にやった人(17%)の方がわずかに上回りました。福袋で夢を買うというよりも、ネット通販で自分の欲しい物を買う現実的な人が増えていることの現れでしょうか。ちなみに、福袋を買った人の購入個数の平均は 2.0 個、買った福袋の最高価格の平均は 9.0 千円でした。

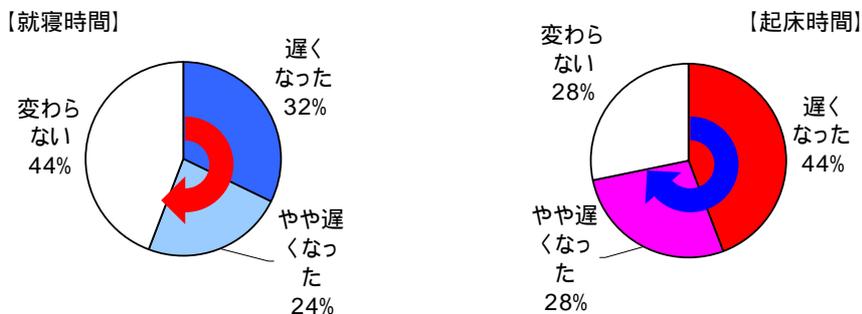
新年の挨拶事情

年賀状を書いた人は 82%であり、その平均は 52 枚でした。また、年賀の携帯メールを送った人は 56%であり、その平均は 6.5 通でした。

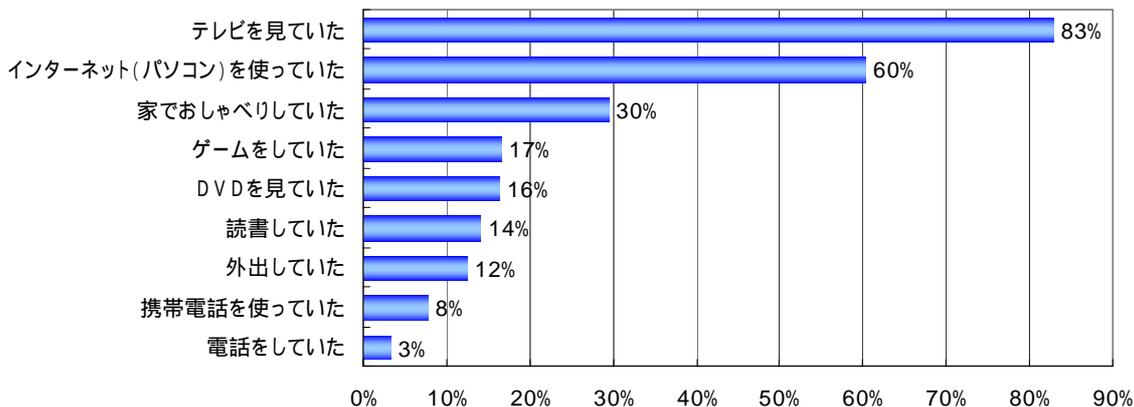


年末年始の自宅生活事情

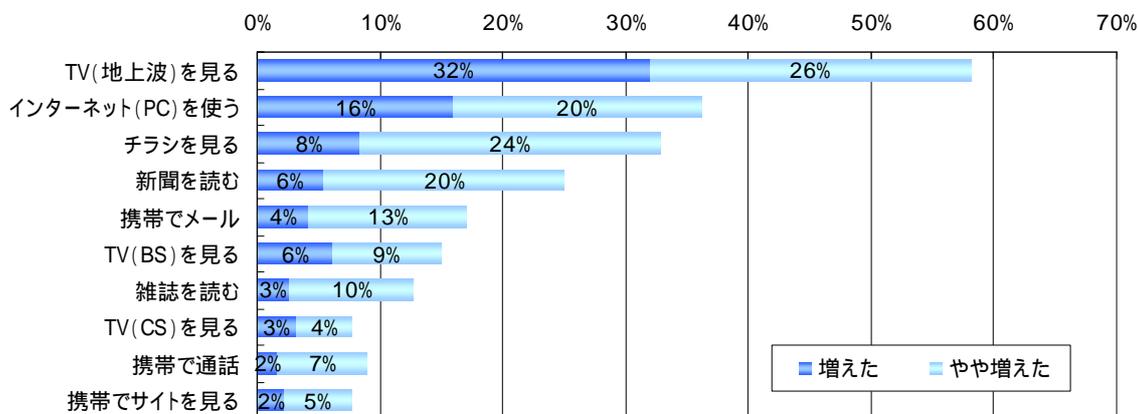
年末年始の就寝時間については全体の 69%が 23 時台から 26 時(午前 2 時)台に集中し、起床時間については 77%が 7 時台から 10 時台に集中しました。また、年末年始の睡眠を普段と比較すると、就寝時間が遅くなったと答えたのは 56%であり、夜更かし傾向は過半数に見られました。一方、起床が遅くなったのは 72%で、朝寝坊をする人は夜更かしよりもさらに多いことが確認できました。



そんな夜更かしの間にやっていたことは、圧倒的にテレビ視聴(83%)で、インターネットが 60%、おしゃべりが 30%でした。テレビとパソコン、そして団らんが正月休暇の家庭の平均的な風景であることがわかりました。

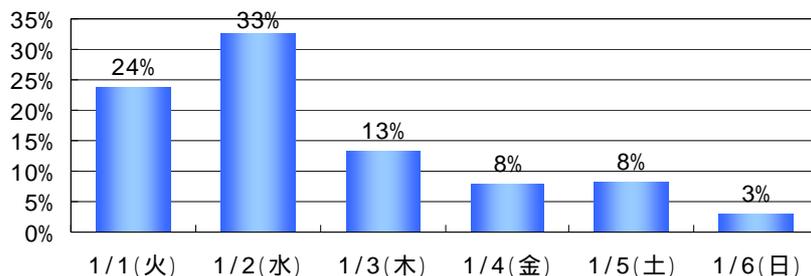


また、普段の休日中と比べて、正月休暇中にやった時間が増えたと感じることは、やはりテレビとパソコンがトップ 2 ですが、第 3 位にチラシ(33%)があげられ、買い物に対する探求の意欲が通常の週末以上に旺盛になるようです。



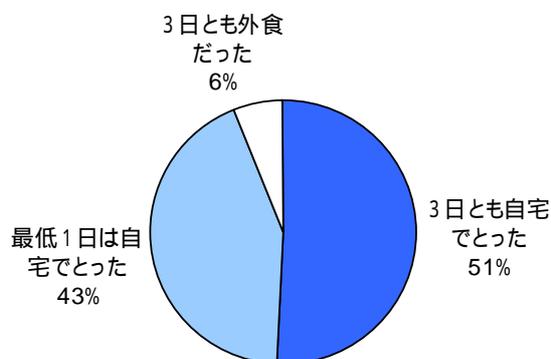
年始の買い物事情

商業施設(スーパー、百貨店・ショッピングセンター、ホームセンター)を新年最初に利用した日は元日が24%、2日が33%でした。累計すると57%が2日までに、70%が3日までに“初買い物”は済ませていたことになります。

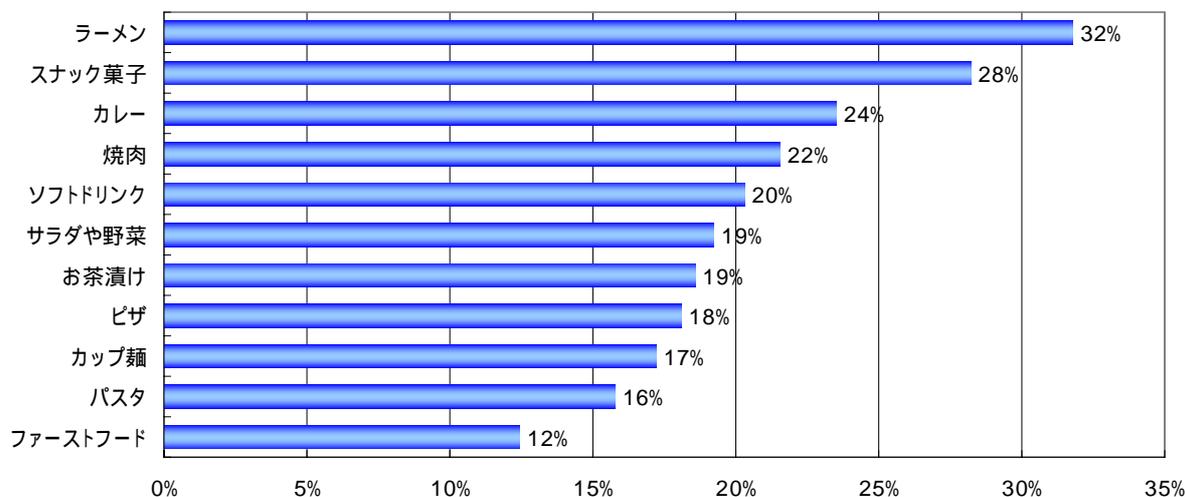


正月の食卓事情

正月三が日の夕食を全て自宅ですべて食べた人は51%と過半数に上ります。一方、逆の視点で、正月三が日の間に外食で夕食をとる“外食はじめ”をした人も49%いたと言えます。

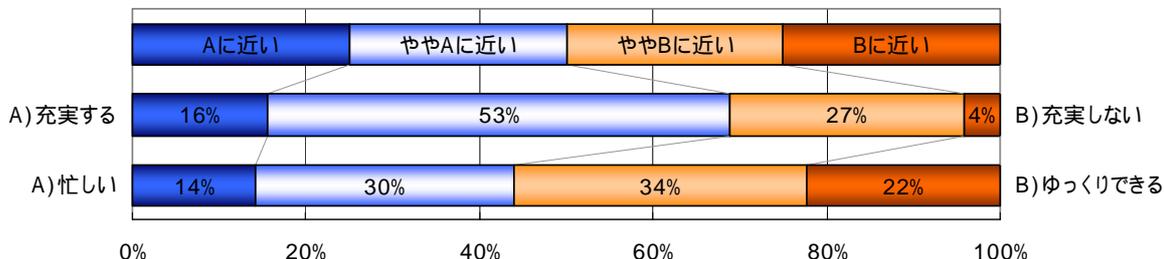


また、正月に食べたくなったものとして、ラーメンやカレー、焼肉などの家庭の定番メニューに加え、スナック菓子やソフトドリンクなどの軽食類も人気がありました。

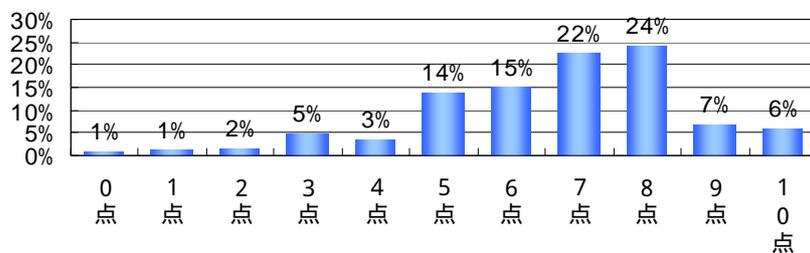


正月休暇の総合評価

正月休暇の充実度に関して尋ねると、69%が充実すると答えていますが、繁忙度については56%がゆっくりできると考えている一方で 44%が忙しいと考えており、意見が二分されました。このような正月休暇に対する考え方や価値観が、外出・消費性向などの過ごし方の多様化につながっていることが予想されます。



最後に、今年の自分の正月を総括して自己採点してもらったところ、平均点は 6.6 点でしたが、分布を見ると 7 点、8 点をつけた人が合計で 46%おり、ここがボリュームゾーンとなりました。概ね満足できる今年の正月であったようです。



調査実施概要

- 調査目的 : 正月休みの実態を把握する
- 調査対象者 : 20歳～59歳の男女(年末年始に休みを取れた人)
首都圏、大阪近郊、名古屋近郊、札幌近郊、福岡近郊在住
- サンプル数 : 2,560 サンプル
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査実施日 : 平成 20 年 1 月 11 日(金)～13 日(日)
- 調査企画 : 東急エージェンシー TMS(トータル・マーケティング・ソリューション)本部 ナレッジセンター

以上

この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

広報部 高橋、西脇

TEL 03-3475-9382

URL www.tokyu-agc.co.jp