



一番は旅行

普段はショッピングにテレビ、読書

20代はテーマパーク、30、40代は映画も好む

この半年の娯楽実行率を、家庭外と家庭内の2シーンに分けて問いかけた。外出する娯楽の一番はショッピング。レジャーとしてのショッピングは女性にとって不動のトップである。次いで国内宿泊旅行、映画、日帰り旅行の順(図1)。50代以上では、国内宿泊旅行、日帰り旅行がぐっと増え、逆にテーマパークは若年層に人気が高い。美術館・ギャラリーは年代とともに上昇。実行した回数を見ると、ショッピングは別格として、平均2~3回程度。大半の人は半年に1回限りの経験だった。家庭内では、テレビ、読書、ビデオ・DVDがベストスリー(図2)。30代はインターネットとビデオ・DVDが他の世代より支持されている。ガーデニングは40歳を超えると半数が実行していた。では一番の娯楽は何かを聞くと、千差万別だが、そのなかでは国内宿泊旅行、ショッピング、読書、映画と続く。日常から脱出して、ストレスを解消する時間が大事ということである。

全娯楽費平均17358円

1カ月の全娯楽費を尋ねると、平均17358円。しかし1万円以下が51%で、財布の紐は固い。書籍・雑誌・CD・DVD代は平均3118円。73%は3000円以下だった。出費を抑えて、図書館を利用する人が増えているようだ。関連業界への要望は、デフレ状況を反映して半数が種々の料金の低減だった。映画、芝居、コンサートチケット、ツアー、スポーツ施設や高速道路通行料金、習い事まで、あらゆるジャンルに渡り、クーポンや割引料金の設定も望まれている。そして、乳幼児連れへの配慮を求める声が高い。独身時代に享受した娯楽を、子供が生まれた後も味わいたいのである。

映画の料金を安くして、いつも1000円ならもっと見に行きます(33、フルタイム勤務)

テーマパークの家族割引率を上げてほしい(35、主婦専業)

ウィークデー割引や高齢割引がもっと増えてほしい(60、専業)

調査概要

リビング新聞2002年11月9日、16日付(首都圏7版)紙面掲載アンケート。応募総数545通。プロフィールの確かな女性からの350通を抽出、集計

年齢構成 20代14.3%、30代39.1%、40代19.7%、50代以上26.9%

配偶者の有無 あり94.6%、なし5.4%

子供の有無 子供あり 78.9%、子供なし21.1%

職業 主婦専業54.0%、パートタイム勤務26.6%、フルタイム勤務15.7%、自由・自営3.4%、その他0.3%

住所 東京23区内32.6%、都下18.3%、神奈川県20.3%、千葉県27.7%、埼玉県1.1%

図1 この半年間で出かけた娯楽(%)
複数回答 N=350

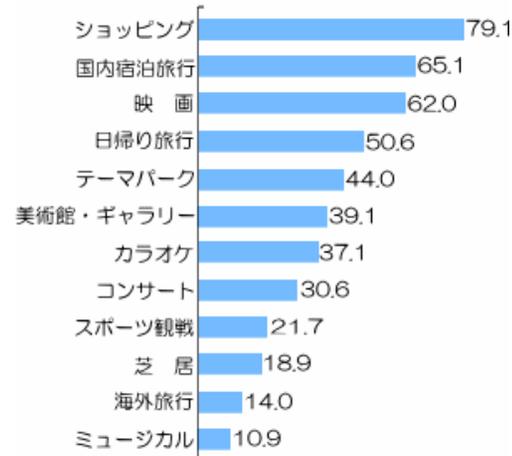
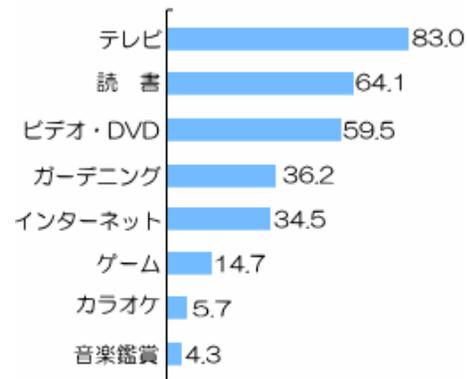


図2 家でする娯楽(%)
複数回答 N=348



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



< 調査項目 >

- 1.半年間で出かけた娯楽 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 2.半年間で出かけた娯楽・その他 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 3.回数・映画 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 4.回数・芝居 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 5.回数・コンサート (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 6.回数・ミュージカル (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 7.回数・オペラ (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 8.回数・美術館/ギャラリー (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 9.回数・スポーツ観戦 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 10.回数・カラオケ (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 11.回数・国内宿泊旅行 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 12.回数・日帰り旅行 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 13.回数・海外旅行 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 14.回数・テーマパーク (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 15.回数・ショッピング (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 16.回数・その他 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 17.家でする娯楽 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 18.家でする娯楽・その他 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 19.スポーツをするか (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 20.回数・水泳 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 21.回数・テニス (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 22.回数・ゴルフ (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 23.回数・ウォーキング (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 24.回数・登山 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 25.回数・その他 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 26.種類・スポーツその他 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 27.習い事の有無 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 28.習い事の数 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 29.習い事の種類 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 30.習い事の頻度(月) (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 31.習い事の費用(月額) (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 32.一番の娯楽 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 33.一番の娯楽である理由 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 34.1年前に比べて減った娯楽 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 35.減った理由 (年代別)(職業別)(子供の有無別)

- 36.今後増やしたい娯楽 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 37.増やしたい理由 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 38.1か月の書籍・雑誌・CD・DVD代 (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 39.1か月の全娯楽費(月額平均) (年代別)(職業別)(子供の有無別)
- 40.関連業界について (年代別)(職業別)(子供の有無別)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。
あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430