

<2018 年秋 消費者の暮らし向きに関するアンケート 調査結果より>

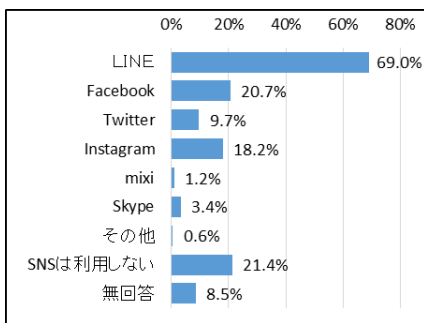
SNS の利用について 世代間で大きな差

SNS の利用は拡大し、生活の一部として定着しています。福井の消費者の SNS の利用状況や意識についてたずねました。

結果、幅広い年代で LINE を利用している人がかなり多い一方、写真や動画のアップについては、45 歳以上の年代では慎重であることも分かりました。「SNS のどのような情報が、商品やサービス購入のきっかけになるか」という問いには、全体では『SNS の情報がきっかけで商品やサービスを購入したことはない』と『無回答』が合わせて(=SNS の情報と消費行動が結びつかない)約 80%になりますが、その数値を年代別で見たとき、35 歳未満では約 22%、35 歳～45 歳未満では約 40%と、全体や 65 歳以上(約 89%)と大きな差があり、若い層ほど SNS の情報を消費行動の参考にする人が多い傾向にあります。

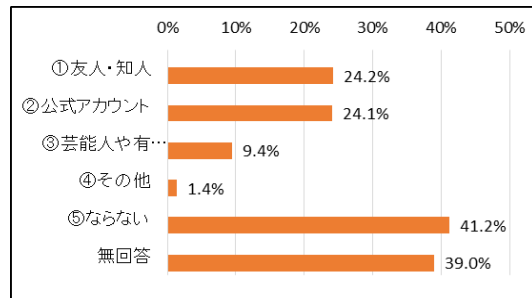
SNS のうち、利用しているもの

(複数回答、全回答者 831 に対する比率)

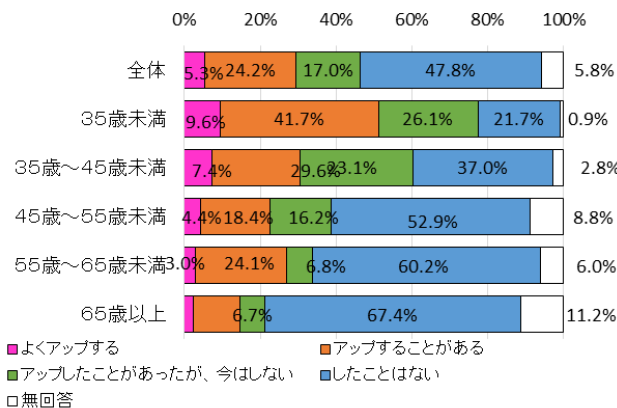


SNS の、どのような情報が、商品やサービスの購入のきっかけになりますか

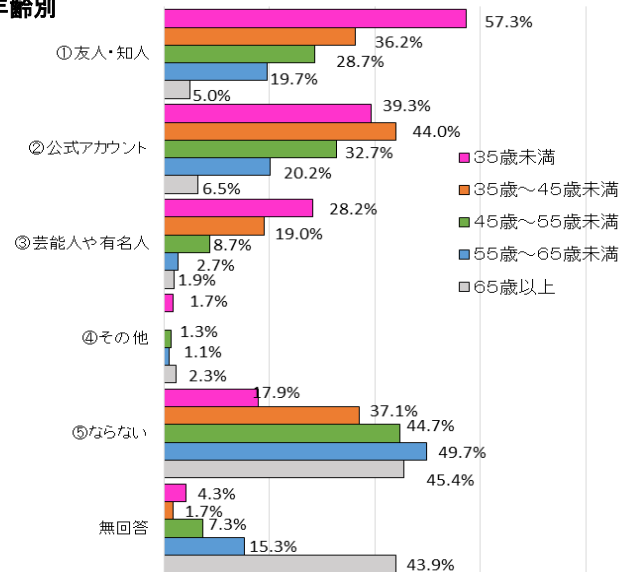
(複数回答)



SNS に写真や動画を投稿することがありますか(年齢別)



年齢別

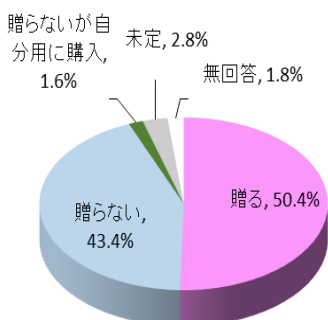


今年のお歳暮は？ 『贈る』人が半数

お歳暮を『贈る』割合は 50.4%と約半数でした。贈る予定の商品の順位は、1位「海産物」・2位「加工肉」・3位「和洋菓子」で、これは毎年の傾向と変わりませんでした。また、「米」が『購入予定』『もらって嬉しい商品』で順位が上がりましたが、福井県の新しいブランド米「いちほまれ」人気の影響があるかもしれません。

予算については、高価格の平均は約 6,900 円、低価格の平均金額は約 3,000 円となりました。

お歳暮は贈りますか



	予定商品	もらって嬉しいもの	もらって困るもの
1位	海産物	商品券・ギフト券	日本酒・地酒・焼酎
2位	加工肉(ハム・ソーセージ)	加工肉(ハム・ソーセージ)	らっきょう
3位	和洋菓子	海産物	ビール・発泡酒
4位	ビール・発泡酒	ビール・発泡酒	洗剤・石鹸・入浴剤
5位	日本酒・地酒・焼酎	米 ※17年は12位	ギフトカタログ
6位	うどん・そば・素麺など麺類	生鮮肉類	海産物
7位	生鮮肉類	洗剤・石鹸・入浴剤	レトルト食品・缶詰
8位	その他果物	ギフトカタログ	梅干
9位	米 ※17年は12位	その他果物	お茶
10位	珈琲・紅茶	和洋菓子	ジュース・ソフトドリンク