

報道関係各位

株式会社 電通リサーチ 大阪支社  
2009年1月9日

【関西マーケット・アイズVol.12】

年末・年始の準備は「大掃除」「年越しそば」「お雑煮」「おせち料理」。

過ごし方は大きく様変わりし、「テレビ(特別番組)」と「インターネット」が中心。  
「凧あげ」「独楽回し」「双六」「羽子板」など伝統的な遊びは2%未満。

外出行動は大型連休にもかかわらず、昨年とほとんど変化が見られず抑え気味。  
年末・年始のマイカー利用率もガソリンが高騰した昨年並み。

各種行事へのお金のかけ方は景気低迷を反映し、軒並みダウン。

2009年の日本を明るくする人物は「石川遼」「イチロー」「浅田真央」のスポーツ選手。

電通リサーチ「年末・年始調査」より

この度、株式会社電通リサーチ大阪支社(大阪市北区堂島、大阪支社長 片山雅文)は、関西(2府4県:大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県、和歌山県)、関東(1都3県:東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)に居住する「20歳以上の男女」を対象に、「年末・年始調査」を実施し、その結果をまとめましたので発表させていただきます。

実施期間は2009年1月4日(日)～1月5日(月)、調査手法は電通リサーチのインターネット調査システム「DR919」(DRクイック)を用いたWeb調査より行い、有効な回答を1,000名から得られました。

**【結果のまとめ】** 「調査結果の概要」については次ページ以降を参照ください。

## 1. 暮れやお正月の準備でしたこと

年末年始の主な準備は「年越しそば」「お雑煮」「大掃除」「おせち料理」の4つ、これらは7割前後の人が実施。関東より関西の方が準備に熱心。とくに「お雑煮」「歯ブラシなどを新しいものに取り替える」「お墓の掃除」「餅つき」は5ポイント以上高い。

## 2. 年末・年始の過ごし方

年末・年始の過ごし方は「テレビ」と「インターネット」。「凧あげ」「独楽回し」「双六」「羽子板」などは2%未満。

## 3. 年末の大掃除

「水回り(キッチン・浴室)」「換気扇」「畳・床下・フローリング」はお母さん、「車の洗車」はお父さんの役目。「網戸」「エアコン」「窓ガラス・サッシ」「庭・外回り」についてはお父さん・お母さんの担当率はほぼ同率。

## 4. 年末・年始の外出行動

9連休の大型年末・年始休暇をとった人が多かった今年でも外出行動は昨年に比べ変わらなかった人がほとんど。

最も多いのは「初詣・除夜の鐘」の4割強、次いで「親戚・知人宅への挨拶回り」「帰省」が続く。

年末・年始のマイカー利用率はガソリン高騰の昨年とほぼ同じだが、関東を中心に帰省でのマイカー利用率は回復基調。

## 5. 年末・年始の行事とお金の出し入れの状況

年末・年始の行事としては、「年賀状」「おせち料理」「忘年会・新年会」「初詣のお賽銭」「クリスマスケーキ」などを中心におこなわれているものの、それらの行事にかけた費用などは軒並み「減った・止めた」という比率が高い。

特に「忘年会・新年会」「冬のボーナス」「年賀状」「年末・年始セール、バーゲン」の数量・金額減少が目立つ。

## 6. 2009年の日本を明るくする人物

トップ3は「石川遼」「イチロー」「浅田真央」のスポーツ選手、次いで「小沢一郎(民主党党首)」「オバマ(次期アメリカ大統領)」「麻生太郎(首相)」の政治家が続く。

芸能部門は「明石家さんま」「北野武」「オードリー」「島田紳介」が上位にあげられるが、日本を元気にするという観点ではやや力不足。

< お問合せ先 >

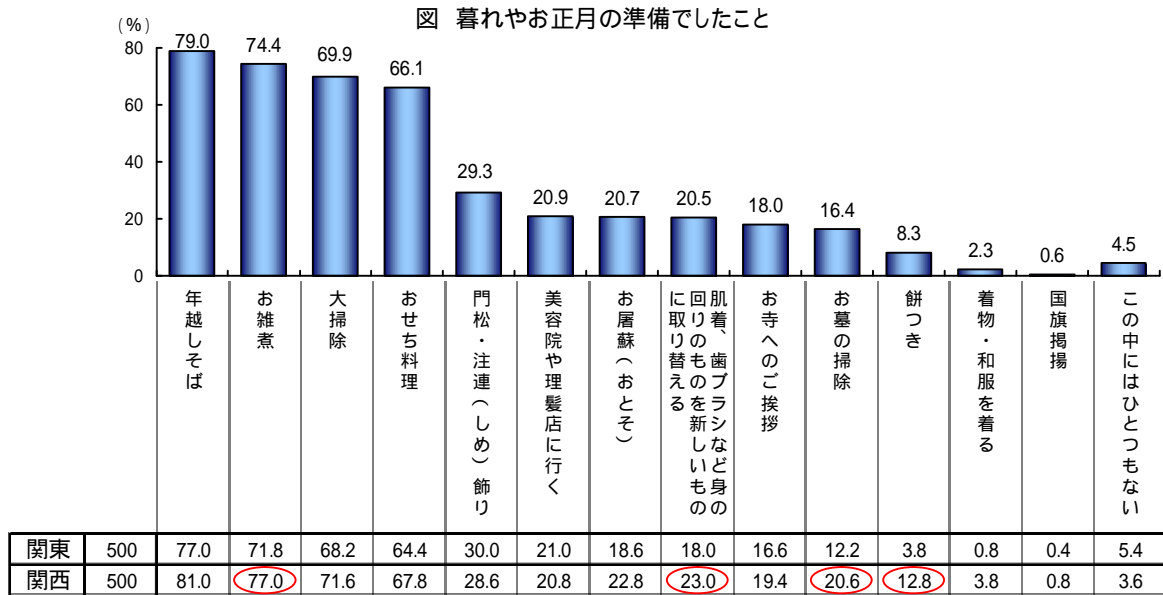
株式会社 電通リサーチ 大阪支社  
富山・川西 (06-6342-3333)

## 1. 暮れやお正月の準備でしたこと

年末年始の主な準備事は「年越しそば」(79.0%)、「お雑煮」(74.4%)、「大掃除」(69.9%)、「おせち料理」(66.1%)。

6割以上が「年越しそば」「お雑煮」「おせち料理」の準備、「大掃除」を実施している。次いで、「門松・注連(しめ)飾り」(29.3%)「美容院・理髪店に行く」(20.9%)「お屠蘇」(20.7%)「肌着、歯ブラシなど身の回りのものをあたらしいものに取り替える」(20.5%)があげられている。

一般的に関西の方が実施度が高め。特に、「餅つき」「お墓の掃除」「お雑煮」「肌着、歯ブラシなど身の回りのものをあたらしいものに取り替える」で差がみられる。

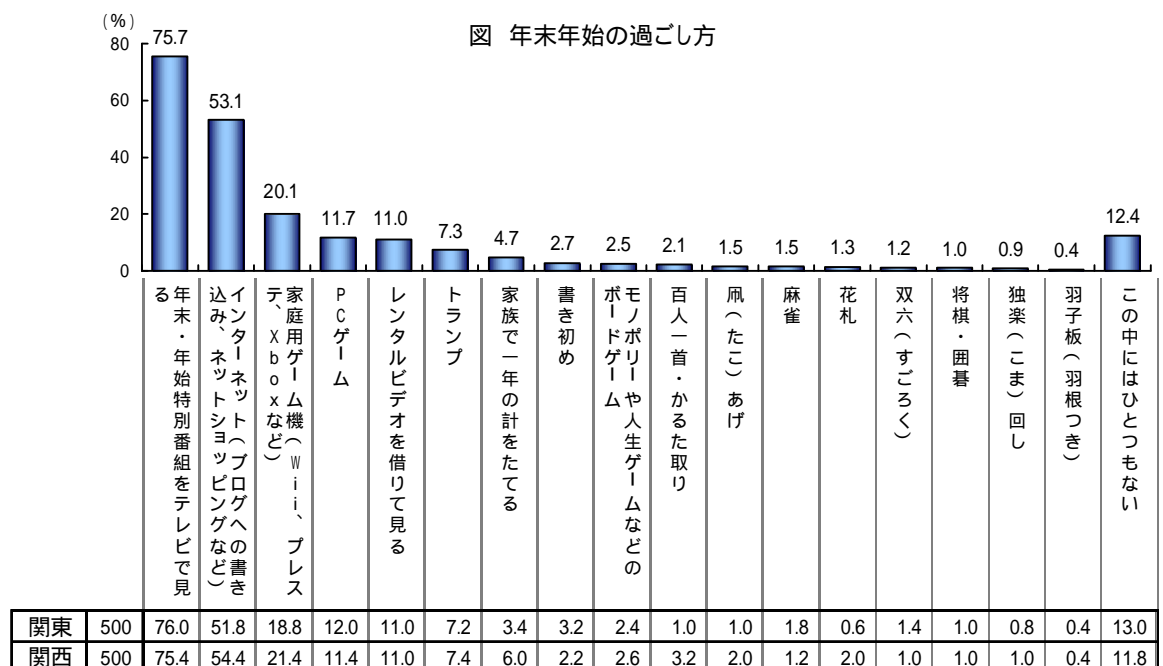


注) 数値は回収数(N)を100とした%

## 2. 年末年始の過ごし方

約8割の人が「正月テレビ番組」をみて過ごしている。また、インターネットも約半数が年末年始に利用。

「年末・年始特別番組を見た」(75.7%)が最も多く、次いで「インターネット」(53.1%)、「家庭用ゲーム機」(20.1%)、「PCゲーム」(11.7%)、「レンタルビデオを借りて見た」(11.0%)があげられている。「凧あげ」「独楽回し」「双六」「羽子板」など伝統的なものは2%未満。



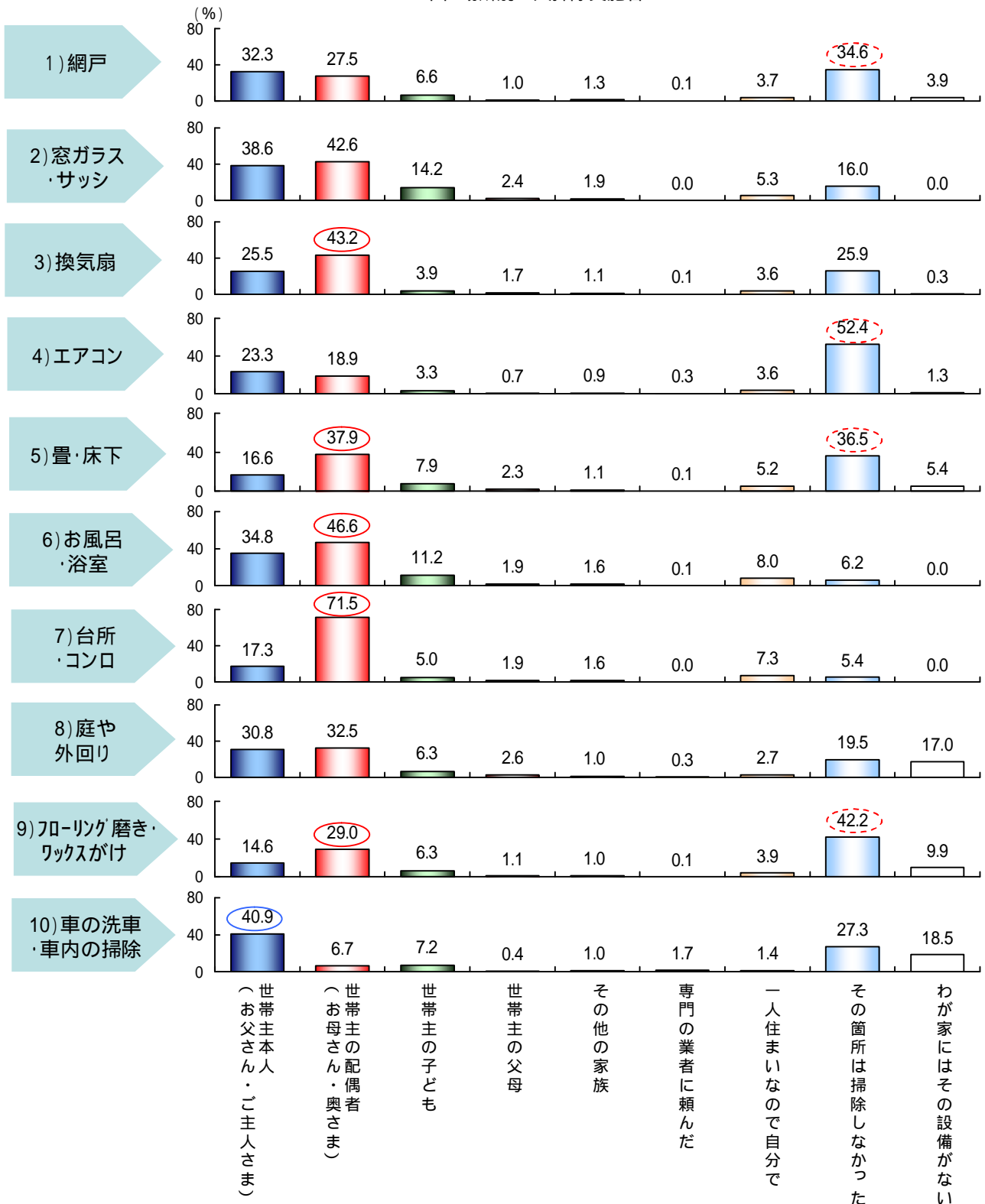
注) 数値は回収数(N)を100とした%

### 3. 年末の大掃除実施箇所と実施者

水回り(キッチン・浴室)/換気扇/畳・床下・フローリングは配偶者、車は世帯主がメイン担当。  
 網戸、エアコン、窓ガラス・サッシ、庭・外回りについては配偶者と世帯主の担当率ほぼ同率。

掃除をしなかった率が高いのは、「エアコン」(52.4%)、「フローリング磨き・ワックスがけ」(42.2%)、「畳・床下」(36.5%)、「網戸」(34.6%)。

図 場所別の大掃除実施者



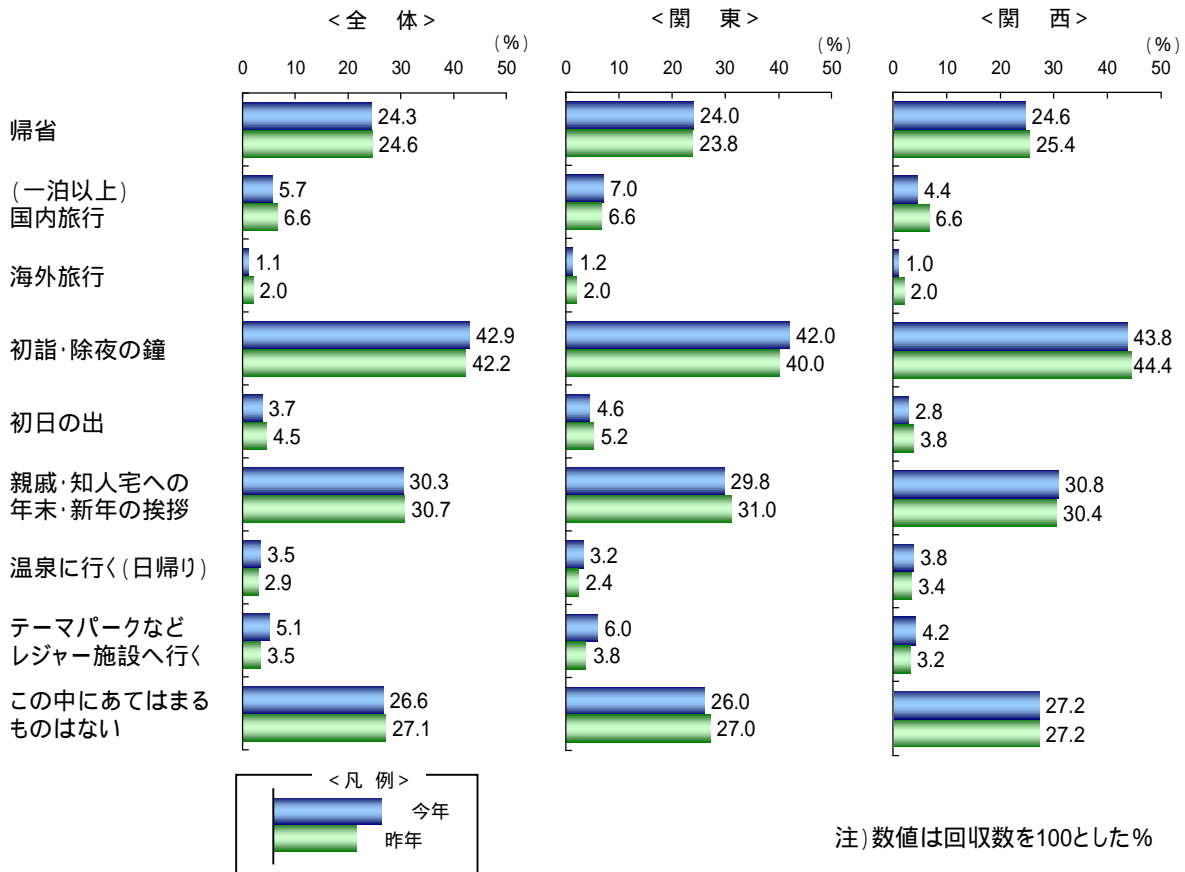
注) 数値は大掃除をした人を100とした%

## 4. 年末・年始の外出行動

### (1) 年末・年始の行動

比較的長期の年末・年始休暇の割に、外出行動は昨年に比べ変わらなかった人がほとんど。

この年末・年始の過ごし方を昨年の行動と比較すると、ほぼ昨年と変わらない行動であったようだ。最も多いのは「初詣・除夜の鐘」(42.9%)で約4割強。次いで、「親戚・知人宅への挨拶回り」(30.3%)で、「帰省」(24.3%)がそれに続いている。



### (2) 年末・年始のマイカー利用動向

全体的なマイカー利用は昨年とほぼ横這いだが、関東を中心に帰省でのマイカー利用率は回復基調。

比較的行動率の高い年末・年始の行動での利用交通機関について昨年と今年を比較してみた。ガソリン価格の高騰は昨年後半に一段落し価格は以前の水準に戻ったが、全体的にはマイカーの利用率は、ほぼ横這いで大きな変化はない。

\* もともと帰省での利用率の高い関西は、昨年も今年も6割を超える人がマイカーを利用。一方、関東は、昨年から今年の利用率は5%程度上昇し、ほぼ半数の人がマイカーを利用するまで回復している。関西では、「年末・年始の挨拶回り」でのマイカー利用が、昨年に比べ増えている。

	利用交通機関(全体)						利用交通機関(関東)						利用交通機関(関西)					
	新幹線		在来線		マイカー		新幹線		在来線		マイカー		新幹線		在来線		マイカー	
	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年
帰省	13.4	12.8	19.1	19.3	53.7	55.6	18.5	16.7	22.7	23.3	43.7	49.2	8.7	8.9	15.7	15.4	63.0	61.8
初詣・除夜の鐘	-	-	17.1	16.8	46.7	43.8	-	-	17.0	17.1	42.5	40.0	-	-	17.1	16.4	50.5	47.5
年末・年始の挨拶回り	-	-	19.5	15.8	68.1	70.6	-	-	21.9	20.8	67.1	66.4	-	-	17.1	11.0	69.1	74.7

## 5. 年末・年始の行事とお金の出し入れの状況

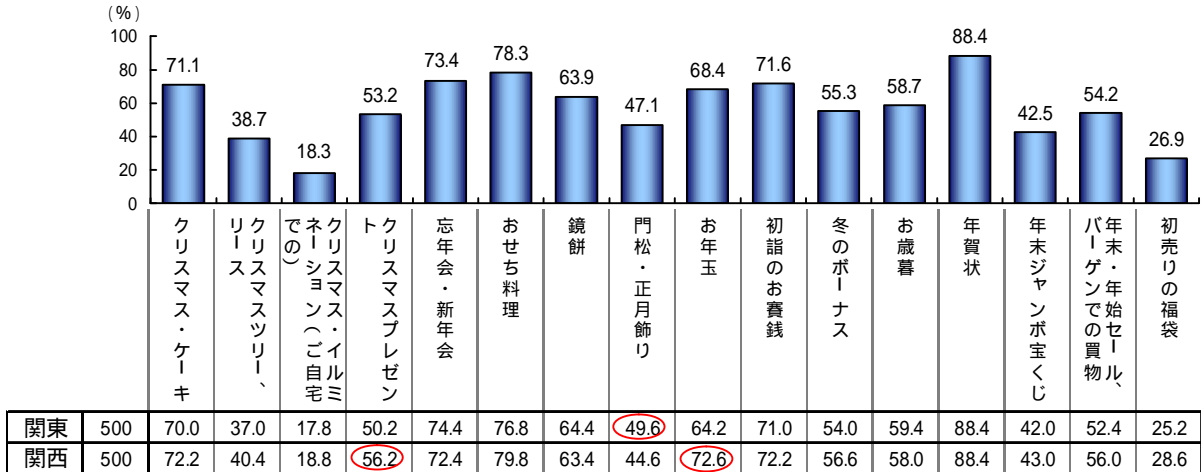
### (1) 年末・年始の各種行事について

年末・年始行事は1人平均9個(16個中)行なわれている。

「年賀状」(88.4%)を出した人が最も多く、以下「おせち料理」(78.3%)「忘年会・新年会」(73.4%)「初詣のお賽銭」(71.6%)「クリスマスケーキ」(71.1%)などが続く。

「門松・正月飾り」は関東で高く、「お年玉」「クリスマスプレゼント」は関西で高い。

図 年末・年始の各種行事の実施状況



注) 数値は回収数(N)を100とした%

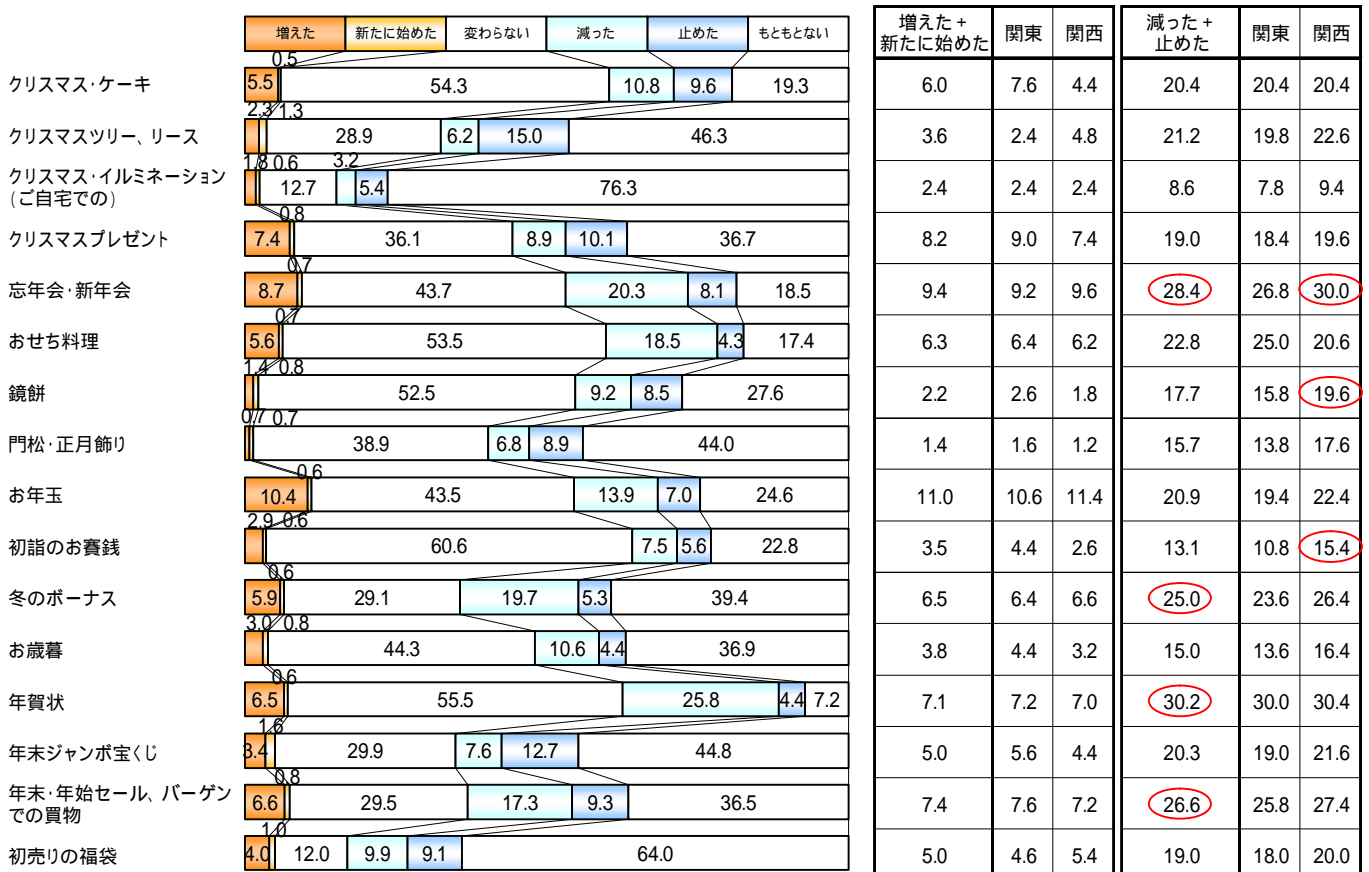
### (2) 年末・年始行事へのお金のかけ具合

各行事とも数量・金額が「増えた・新たに始めた」という比率より、「減った・止めた」の比率が大きく上回る。

数量・金額が減った・止めたの比率が高いのは、「年賀状」「忘年会・新年会」「年末・年始のセール、バーゲン」「冬のボーナス」など。これらは4人に1人以上の人が減った・止めたと回答している。

関西で減った・止めたの比率が関東より高いのは、「忘年会」「鏡餅」「初詣のお賽銭」など。

図 各行事別お金のかけ具合の増減

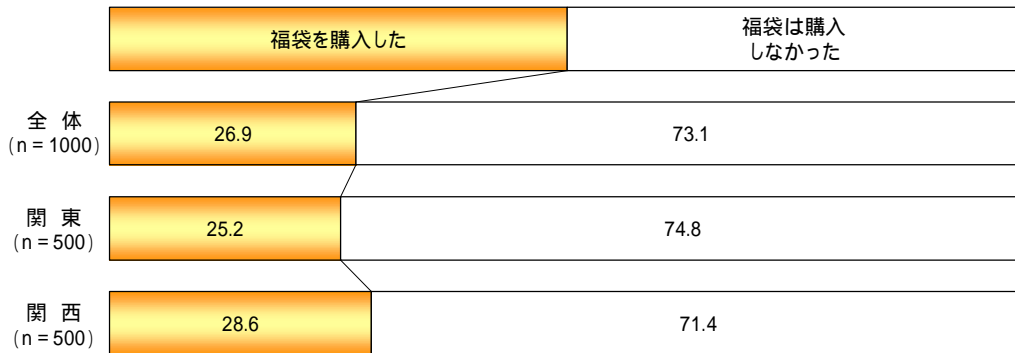


注) 数値は回収数(N)を100とした%

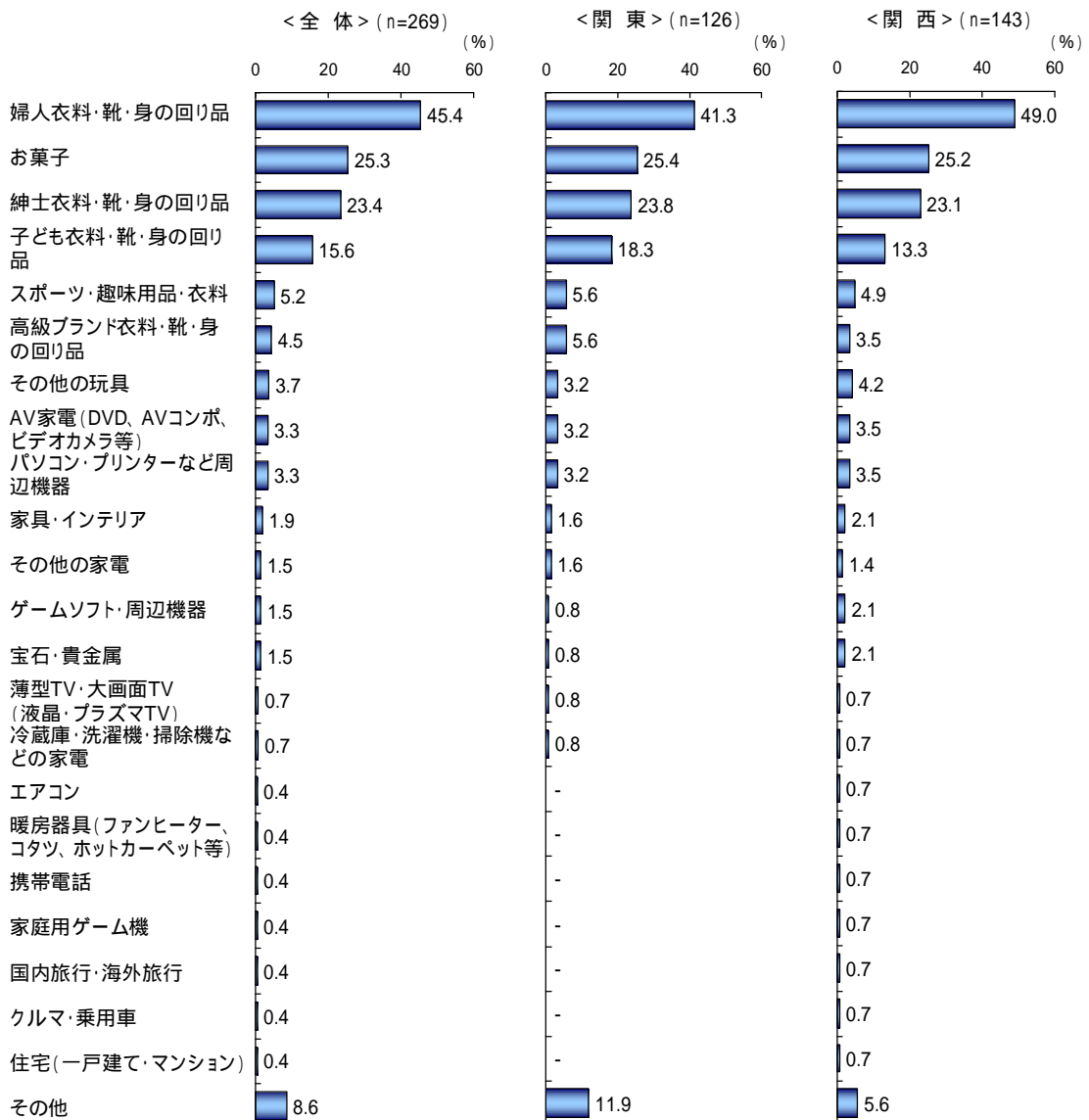
## 6. 福袋の購入実態

今年、福袋を購入した人は26.9%と約4人に1人。「婦人衣料」が半数近くを占めるが、「お菓子」も人気。

福袋を購入した人の割合は26.9%と約4人に1人で、関東(25.2%)、関西(28.6%)で大きな差はない。福袋の内容で最も多いのは「婦人衣料・靴・身の回り品」(45.4%)で約半数近くを占める。次いで、「お菓子」(25.3%)、「紳士衣料・靴・身の回り品」(23.4%)、「子ども衣料・靴・身の回り品」(15.8%)と衣料品が上位を占めるが、意外と「お菓子」も人気。



注) 数値は回収数を100とした%



注) 数値は福袋購入者を100とした%

## 7. 2009年の日本を元気にする人物

トップ3はスポーツ選手で「石川遼」「イチロー」「浅田真央」、次いで「小沢一郎」民主党党首、「オバマ」次期アメリカ大統領、「麻生太郎」首相。

首都圏、関西圏の各500人、合計1000人に、「2009年の日本を元気にする人物」を自由回答で3人まであげてもらった。回答を「政治」「スポーツ」「芸能」「文化・その他」で分類した結果が下記の分野別トップ5である。

トップはプロゴルファーの「石川遼」で136票、実に13.6%もの支持を集めた。特に女性での支持が強く、その爽やかな強さが今年の日本を明るくすると期待されている。2位は「イチロー」で86票。メジャーリーグでの活躍はもちろん、WBCの連覇で日本を明るくすると期待されているようである。3位はフィギュアスケートの「浅田真央」で68票。世界選手権などでの活躍が期待されている。

スポーツ選手には及ばないものの、政治家への期待が高い。民主党の「小沢一郎」党首は53票を集め政治家のトップ。全体でも4位である。次いで「オバマ」次期アメリカ大統領と「麻生太郎」首相がともに33票で全体の5位である。

アメリカ経済を立て直してもらわないと日本も元気にならない！との想いや首相としての日本の舵取りへの期待がうかがえる。なお、橋下大阪府知事は29票を獲得しており、特に関西圏で強い支持を得ている。大阪府政の抜本的立直しへの期待が強く感じられる。

芸能人は「明石家さんま」「北野武」「オードリー」「島田紳介」が上位につけているが日本を元気にするという観点ではやや力不足のようである。

文化人ではノーベル物理学賞を昨年受賞した「益川」博士が3票を獲得してトップであった。お茶目な言動と受賞スピーチを日本語で押し通した事等で一躍存在感を示した。

### < 2009年の日本を元気にする人物 >

[全体上位5位]

順位		総計
1	石川遼	136
2	イチロー	86
3	浅田真央	68
4	小沢一郎	53
5	バラク・オバマ	33
5	麻生太郎	33

[政治部門上位5位]

順位		総計
1	小沢一郎	53
2	バラク・オバマ	33
2	麻生太郎	33
4	橋下徹	29
5	東国原英夫	27
次点	渡辺喜美	6

[スポーツ部門上位5位]

順位		総計
1	石川遼	136
2	イチロー	86
3	浅田真央	68
4	原辰徳	15
5	真弓明信	12
次点	松坂大輔	11

[芸能部門上位5位]

順位		総計
1	明石家さんま	29
2	北野武	25
3	オードリー	22
3	島田紳介	22
5	妻夫木聡	19
次点	NON STYLE	18

## 【今回調査の設計】

調査エリア： 関西（2府4県：大阪府・京都府・兵庫県・奈良県・滋賀県・和歌山県）  
及び関東（1都3県：東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）  
調査対象： 20歳以上の男女個人  
調査方法： インターネットによるアンケート  
（クイックインターネット調査システム「DR919（DRクイック）」による）  
標本数： 1,000ss回収（関西：500ss、関東：500ss）  
調査期間： 2009年1月4日（日）～1月5日（月）

## 【「DR919（ディーアールクイック）」について】

「DR919」は電通リサーチが提供する手軽なクイックインターネット調査サービスです。  
アンケート内容（html調査票）の確定から最短24時間で集計結果をお届けすることが可能です。

## 【「KANSAI MARKET EYES（関西マーケット・アイズ）」について】

「関西マーケット・アイズ」は電通リサーチ大阪支社が、関西エリアの生活者の消費動向や意識について独自の視点を持って調査の結果を分析し社会や企業に情報発信していこうとするものです。テーマによっては全国エリアの調査を行うこともありますが、その中心は「関西の市場」に見据えたエリアデータを関西のメディア各社へリリースしてまいります。

## 【電通リサーチについて】

電通リサーチは、電通の市場調査部門から独立して1967年の設立以来、電通グループ唯一の調査会社としてマーケティングリサーチをビジネスドメインの中心に据え、鮮度の高い生活者情報を収集・分析し顧客にお届けしています。

### 会社概要

会社名： 株式会社 電通リサーチ  
設立： 1967年11月1日  
資本金： 3億2,000万円  
代表者： 代表取締役社長 野村 清（のむら きよし）  
所在地： 東京本社 〒104-8171 東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル  
大阪支社 〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-31 京阪堂島ビル  
名古屋支社 〒460-0008 名古屋市中区栄4-15-32 日建住生ビル  
HP： <http://www.dentsuresearch.co.jp>