

# 大量消費型から転換

深刻な不況や雇用不安などを背景に、県内の消費行動に変化がみられ、大量消費型のライフスタイルとは明らかに異なる新たな価値観が芽生えつつあることが、福岡市の市場調査会社ジューコムがインターネットを使って実施した調査で明らかになった。

超えていた。

こうした傾向について、同社は「不況だからといって単に生活防衛に走るだけでなく、自らの消費行動や生活習慣を見直す中で、大量消費型のライフスタイルとは明確に異なる新たな価値観が芽生え、定着しつつある」と指摘。

そのうえで、企業と生活者の新しい関係づくりのポ

イントとして、ローカルブランドの製造販売に代表される「地域」、「共感」、ものづくりや地域づくりに共同で取り組む「共創」の3点を挙げ、具体的な展開例として「地元の食文化を継承するメニュー開発」や「環境や福祉などの分野の活動支援、参加」「生活者が企画する商品の製造販売」などを紹介している。

ジューコムは17日午後2時から、福岡市・天神のアクロス福岡7階大会議室で今回の調査に関する報告会を開く。参加無料。定員15

## 「安全・安心」「金の使い方メリハリ」

### 県内消費行動 福岡の会社調査

調査は4月、20歳以上の男女を対象に実施。福岡都市圏を中心に会社社員や主婦、パート・アルバイト、自営業、学生など500人から回答を得た。

その結果、「同じ商品なら少しでも安く買う」とした人が「ややそう思う」を加えると8割を超え、外食のほか、不要不急の商品の取り扱いが多い百貨店などの施設利用を控える傾向も明らかになった。

一方で、ほぼ8割が「お金をかけるもの」とそうでないもののメリハリをつけた」と回答。「できるだけ安全・安心な商品やサービスを利用したい」「気に入ったものは修理して長く使いたい」とした人も8割を

0人になり次第、締め切る。問い合わせは同社(092・2803・2085)へ。