

マーケティング・
リサーチのプロに聞く

福岡の働く女性の消費考

メリハリ消費で、 トータルに充実感を追及する女性たち

「何を買うか」を決定するときの多くは「女性」に決定権があるといわれています。男性の衣服を買うにも女性が買ってくるのが多く、家や車といった高額な商品も妻の意見を汲んだ上で決定する、というシーンもよく見られますね。女性誌がこれだけ多く発行されているのも、女性たちが消費を牽引しているからと言えるでしょう。それだけ「女性」と「消費」は切っても切り離せない関係なのです。

福岡の働く女性は、果たしてどんな消費行動をしているのか。アンケートの結果からもわかるように、現在、女性たちの消費は「食」と「自分磨き」とくに「美」に対して消費額が大きいことがわかります。

こういった消費スタイルは、街の特徴にも表れています。福岡市は焼鳥店の数が全国1位(21都市中)だったり、魚を扱う飲食店の数が人口当たり全国2位だったり、スペイン・メキシコイタリヤ料理の店数も全国1位^{※1}だったりして、「食」がとても充実した街なのです。

また「福岡の女性は美しい」と関東から転勤してきた男性が口に出しているのを聞いたことがあるかもしれません。その根拠も街の特徴にあります。女性1万人あたりで、ヨガ教室、エステティックサロン、レストラン、婦人服店などが全国で一番に多い都市(政令指定都市中)^{※2}なのです。女性たちが「自分磨き」に自己投資するからお店が増えたのか、お

店があるから消費が促されたのかどちらが先かはわかりませんが、女性たちの消費と、福岡という街の特性には何らかの関係があると言えそうです。

また、福岡で働く女性たちの中には、目的を持って地元を離れ、活力ある都市(とはいえ、東京や大阪の大規模ではない身近な都会)に身を置いて自分の生活をする九州各県出身の人も多い。そうした影響もあって、福岡で働く女性たちは積極的に向上心ある人たちも多いと言えます。そんな彼女たちの消費の特徴は、なんとと言っても「メリハリ消費」。現在の社会情勢から将来に対する危機感を抱き、普段の生活は細かいつままで節約する。一方、ここぞという自分が納得したものに対して、消費額をいとわないという消費の仕方です。このような消費行動をするためには「価値を見極める力」が備わっていないと、いざというときに消費できません。

裏を返せば、メリハリ消費をしている女性たちは「目が肥えている」人たちと言えるのではないのでしょうか。昔からよいものに触れる機会があったり、経験しているからこそ「選択眼」を持っているのです。

※1 出典:サイト「Fukuoka」(注) ※2 出典:データバンク九州

株式会社ジーコム

取締役・調査研究部長

神崎 依子 さん

大学卒業後、大手金融機関を経て1993年に福岡、九州各地でのマーケティング・リサーチ会社株式会社ジーコムへ入社。
現在取締役・福岡の街づくりに関する調査やセミナー講師としても活躍中。