

5. 「福岡・博多の伝統工芸品」に関する調査結果の総括（問 10～12）

福岡市には、福岡・博多の長い歴史と伝統の中で育まれた伝統的技術、技法により製造されたさまざまな工芸品がある。国指定の伝統的工芸品として、博多織と博多人形の2品目、福岡県指定の特産民工芸品として、博多独楽、博多鋏、博多張子、博多曲物、マルチグラス、今宿人形、博多おきあげの7品目がある。

福岡市では、伝統工芸品の紹介や販売を行う施設として、「はかた伝統工芸館」が平成23年(2011年)に開設されたほか、後継者育成や販路拡大などの支援を行い、伝統産業の振興を図っている。

こうした中、市民の、伝統工芸品の認知、所有状況や、関心度を把握し、今後のさらなる需要の拡大や伝統産業の振興を検討するための参考として、調査結果を確認したい。

（1）福岡・博多の伝統工芸品の認知・所有（購入）状況（問 13～16）

福岡・博多の伝統工芸品の認知度（問 13）は、「博多人形」（95.0%）、「博多織」（88.4%）が特に高い。「博多織」は居住年数が長いほど認知度も向上するが、「博多人形」は居住年数の短い市民でも認知度が8割前後と高く、全国的に知られている状況がうかがえる。そのほか「博多独楽」（39.2%）、「博多曲物」（39.1%）、「博多鋏」（29.2%）、「博多張子」（26.2%）なども一定の認知度となっているが、低い年代では、認知度は低く、年代による差が大きい。

福岡・博多の伝統工芸品の所有状況（問 14）は、「持っているものはない」が45.3%を占める。所有しているものでは、認知度同様、「博多織」（37.8%）、「博多人形」（36.5%）が多いが、その他の工芸品の所有率は1割未満と低い。所有しているのは、いずれも60代以上が中心となっている。

過去3年間における購入経験（問 15）は、「全く購入したことがない」（58.9%）が過半数を占めるが、「ある」（9.3%）、「過去3年間にはないが、それ以前は購入したことがある」（24.1%）を合わせた購入経験者（＝「ある」＋「過去3年間にはないが、それ以前は購入したことがある」の計）は3割（33.4%）を超える。各工芸品とも、普段使いのために頻繁に購入するものではないことから、3年以内の購入者は限られる。認知度や所有状況同様、年齢が高いほど購入経験者も多くなるが、40代を境に購入経験者が増える傾向となっている。

購入経験者の購入目的（問 15-1）は、博多織は「自分のために購入」が約半数（50.3%）、博多人形は「人に贈るために購入」が約4割（39.8%）と、異なる傾向となっている。博多人形は、男性の60代以上などで「人に贈るために購入」が多く、贈答品としてとらえている人が多い。

同じく、購入金額が最も高額だったもの（問 15-2）は、購入者の多い「博多織」（48.2%）、「博多人形」（33.0%）が多い。男性60代以上では、贈答品目的の購入が多かった「博多人形」の方が高い。

最も高額なものの購入金額（問 15-3）は、全体としては「1万円以上～5万円未満」（24.2%）、「5千円以上～1万円未満」（20.0%）が多いが、女性の18～29歳・30代など低い年代では、「3千円未満」が主流で、年代とともに高額化する傾向にある。

最も高額なものの購入場所（問 15-4）は、「生産者による直販店、専門店」（32.2%）、「百貨店や大型商業施設」（26.4%）が多く、それぞれ商品や目的で使い分けられているとみられるが、男女とも70歳以上で「生産者による直販店、専門店」が多い。30代から50代の、私用や仕事で遠方

に移動することが多い年代層では、「まちなかや駅・空港などにある土産物店」も相対的に多く、土産物としての需要が一定数あることがわかる。

福岡・博多の伝統工芸品を全く購入したことのない人の、購入しなかった理由（問 15-5）は、「使用する機会がない」（37.7%）、「興味・関心がないから」（30.0%）、「価格が高い」（23.4%）などが多い。趣味嗜好品や贈答品としての用途が多いため、日常的、実用的な用途で購入する人は少ないとみられるが、興味・関心のなさや価格が高いという理由も、伝統工芸品に対する情報や認識不足によるところが大きいと考えられる。男女とも低い年代で「興味・関心がないから」が多くなっており、伝統工芸品に対して、情報に接する機会の少なさから、イメージで敬遠する人も少なくないと考えられる。

過去3年間におけるはかた伝統工芸館への来館経験（問 16）は、「来館したことがある」（14.9%）は一部にとどまり、「知っているが、来館したことはない」（29.9%）、「知らない、来館したことがない」（53.8%）と合わせて、8割以上（83.7%）が来館経験がなく、過半数の市民には知られていない。男女とも18～29歳・30代などの低い年代で知らない人が多く、興味・関心の低さと同様の傾向となっている。福岡・博多の伝統工芸品を紹介する施設として、観光客だけでなく、福岡市民に対しても、さらに認知度を高めるための情報発信を充実させていくことが求められる。

福岡・博多の伝統工芸品については、認知、所有とも、低い年代へは浸透していないのが現状である。伝統工芸品は、日常的に触れるものではないため、展示施設や販売店に行かない限りは、低い年代が認知するきっかけは少ないが、地元・福岡市にも、多様な伝統工芸品があることや、優れた技術や技法の価値を知ること、自身のため、また人に贈るものとして、選択肢の中に含まれる可能性はある。低い年代にも関心が持たれるような、安価で、身近で手軽な物から、福岡・博多の伝統工芸品を知る機会を増やしていくことが重要といえる。

（2）福岡・博多伝統工芸品の普及に向けて（問 17～21）

福岡・博多の伝統工芸品の好きなデザイン（問 17）は、「伝統は残しつつも、新しさを取り入れたデザイン」（41.2%）が最も多く、「昔からの伝統を忠実に守っているデザイン」（18.9%）を大きく上回る。いずれも伝統の重要性を認識しているのは共通しているが、現代風にアレンジした商品が、より求められている。

福岡・博多の伝統工芸品の魅力（問 18）は、「歴史・伝統文化に触れられる」（47.4%）、「文化や技術の承継につながる」（36.0%）など、文化的な価値は高く評価されている。その上で、「飾ることで見て楽しめる」（20.8%）、「愛着が持てる」（19.9%）、「生活に深みがでる、豊かな気持ちになれる」（18.7%）など、人の感性に訴える点が評価されている。伝統や文化の魅力だけでなく、人の感性に訴求することも、伝統工芸品に関心を持つきっかけになると考えられる。

今後、どのように関わりたいか（問 19）は、「人に贈るために購入したい」（35.8%）、「自分のために購入したい」（28.6%）、「伝統工芸品についてもっと知りたい」（20.3%）など、積極的な姿勢も見える。女性の18～29歳では、「伝統工芸品についてもっと知りたい」「制作体験をしたい」などが相対的に多く、より関心をもつ可能性は低くないといえる。

関心をもつための取り組み（問 20）は、「現代風にアレンジされたデザインの商品開発」（45.8%）、「企業とコラボした商品開発」（40.3%）が多い。70歳以上は「昔ながらの商品のデ

デザイン」を求めているものの、多くの市民は、デザインの好みとして伝統と新しさの融合をあげたように、低い年代を中心に、伝統に裏付けされた新しい価値を期待している状況がうかがえる。女性の30代や40代では、「セレクトショップでの販売拡大」が多く、伝統工芸品の現代風なデザインの商品に期待していることがうかがえる。

今後、重点的に取り組むべき振興施策（問21）は、「新たな担い手や新規伝統工芸士の育成」（32.4%）が最も多く、文化の継承を重視する人は多い。「伝統工芸品の小物・グッズなどの商品開発」（30.1%）は、伝統工芸品にあまり縁のない低い年代などに対し、気軽に触れられる商品が増えることを期待しているものと考えられる。男女18～29歳では、「有名人や有名ブランドとコラボした商品開発」が多く、伝統工芸品の新たな価値創出に対する期待がうかがえる。

福岡・博多の伝統工芸品は、博多人形や博多織が一定の認知度や所有、購入されている状況もみられるものの、それ以外は、一部認知度はあっても所有、購入は少ない。

文化や技術を受け継いでいくために、新たな担い手づくりや情報発信は重要であるが、現代風にアレンジした商品開発や販売チャネルの多様化など、これまで接点のなかった世代などへアプローチすることにより、新たなファンが増えて、結果として伝統や文化が継承されることにつながると思われる。

6. 「福岡・博多の伝統工芸品」に関する調査結果

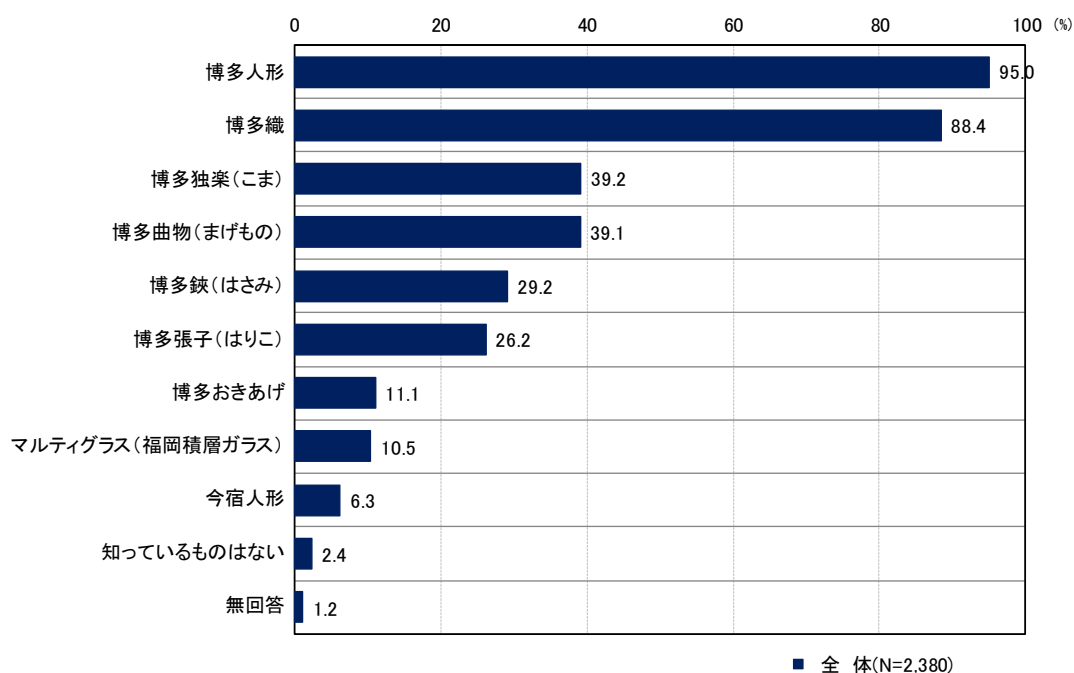
※この調査でいう「福岡・博多の伝統工芸品」とは、福岡・博多の長い歴史と伝統の中で育まれた、伝統的技術または技法によって製造された工芸品のことを言います。

(1) 福岡・博多の伝統工芸品の認知度

問 13 福岡・博多の伝統工芸品について、あなたが知っているものを**すべて**選び、番号に○をつけてください。

福岡・博多の伝統工芸品の認知度について聞いたところ、「博多人形」が 95.0%と最も多く、次いで「博多織」(88.4%)となっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の認知度【全体】※複数回答(すべて)



性別にみると、女性では「博多曲物（まげもの）」（42.2%）の割合が男性（34.1%）に比べて8.1ポイント高くなっている。さらに女性では「博多織」（91.3%）の割合が男性（84.0%）に比べて7.3ポイント、「博多張子（はりこ）」（28.8%）の割合が男性（22.4%）に比べて6.4ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18～29歳・30代、女性18～29歳では「知っているものはない」の割合が1割前後となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の認知度【性・年代別】※複数回答（すべて）

		単位：%											
		調査数	博多人形	博多織	博多独楽（こま）	博多曲物（まげもの）	博多鉢（はさみ）	博多張子（はりこ）	博多おきあげ	層マルティグラス（福岡積）	今宿人形	知っているものはない	無回答
全体		2,380	95.0	88.4	39.2	39.1	29.2	26.2	11.1	10.5	6.3	2.4	1.2
性・年代別	男性計	967	94.1	84.0	40.2	34.1	28.5	22.4	8.3	8.9	5.6	3.2	1.2
	18～29歳	89	82.0	61.8	23.6	9.0	14.6	11.2	3.4	1.1	2.2	10.1	2.2
	30代	123	87.8	69.1	24.4	16.3	12.2	17.1	8.1	4.1	10.6	10.6	-
	40代	156	94.2	80.8	30.1	23.7	12.8	16.7	5.8	6.4	1.9	2.6	0.6
	50代	177	97.2	88.7	44.6	34.5	30.5	28.2	9.0	10.7	7.3	0.6	0.6
	60代	172	97.1	91.9	52.9	47.7	41.9	20.9	7.6	11.0	2.9	1.2	1.7
	70歳以上	223	97.8	93.7	51.1	50.7	41.3	30.9	11.7	13.5	6.7	0.4	1.8
	女性計	1,387	95.7	91.3	38.4	42.2	29.4	28.8	13.1	11.4	6.8	1.7	1.2
	18～29歳	160	86.9	81.3	18.1	10.6	9.4	23.8	10.0	3.8	8.1	9.4	-
	30代	185	95.1	85.9	22.2	22.2	13.0	24.3	8.1	2.2	2.7	2.2	0.5
	40代	255	96.9	92.9	26.3	33.3	18.8	22.4	9.0	6.3	5.5	1.2	0.8
	50代	242	97.9	95.5	43.4	51.7	36.8	32.6	12.4	12.4	6.2	-	0.8
60代	204	99.5	95.6	46.1	53.4	37.3	27.0	17.2	17.6	4.4	-	0.5	
70歳以上	323	95.7	93.5	59.1	62.8	46.4	37.8	18.3	19.5	11.5	0.6	3.1	

居住年数別にみると、居住年数が長いほど「博多織」「博多曲物（まげもの）」の割合が高くなっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の認知度【居住年数別】※複数回答（すべて）

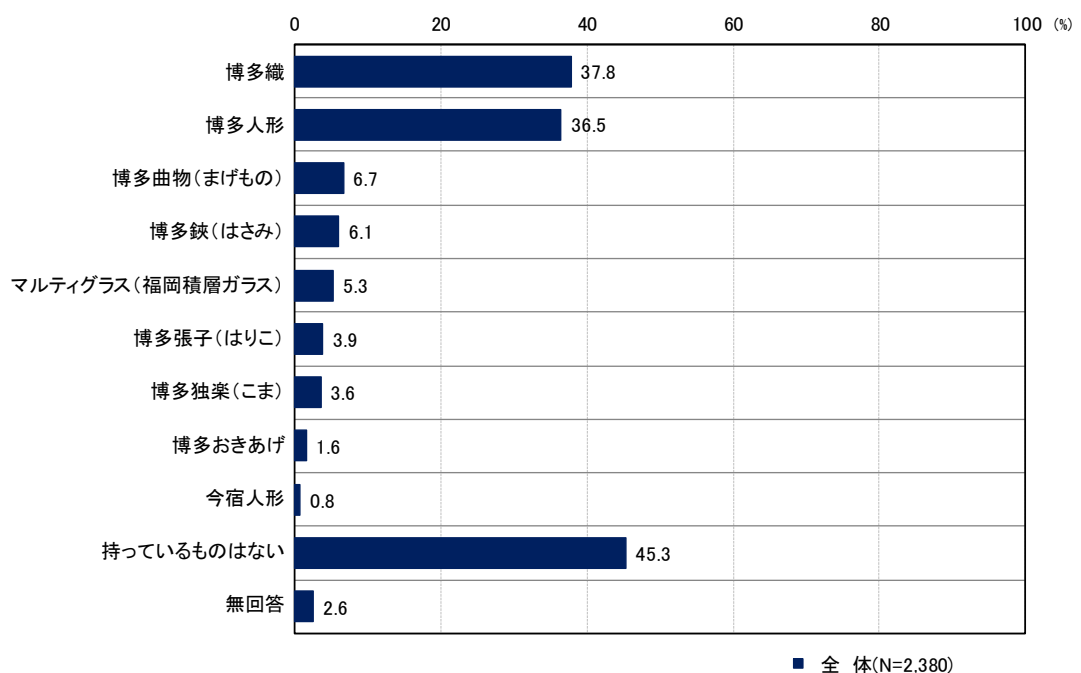
		単位：%											
		調査数	博多人形	博多織	博多独楽（こま）	博多曲物（まげもの）	博多鉢（はさみ）	博多張子（はりこ）	博多おきあげ	層マルティグラス（福岡積）	今宿人形	知っているものはない	無回答
全体		2,380	95.0	88.4	39.2	39.1	29.2	26.2	11.1	10.5	6.3	2.4	1.2
居住年数別	1年未満	39	84.6	64.1	15.4	12.8	12.8	20.5	7.7	5.1	5.1	7.7	-
	1年以上 3年未満	104	78.8	64.4	14.4	13.5	3.8	15.4	4.8	-	4.8	15.4	1.0
	3年以上 5年未満	99	86.9	72.7	20.2	15.2	9.1	11.1	6.1	5.1	2.0	8.1	-
	5年以上 10年未満	182	90.1	79.7	24.7	18.1	13.7	19.2	7.7	2.7	3.8	6.0	0.5
	10年以上 20年未満	346	97.1	88.4	30.1	25.7	20.8	21.4	6.9	5.2	6.6	1.2	0.6
	20年以上 30年未満	408	96.3	90.4	33.1	35.0	26.5	24.8	8.6	8.8	6.9	1.7	0.7
	30年以上	1,179	97.4	93.3	50.8	52.6	39.3	31.6	14.8	15.3	7.0	0.6	1.7

(2) 福岡・博多の伝統工芸品の所有状況

問 14 福岡・博多の伝統工芸品について、あなたが持っている、またはあなたの家にあるもの（※）を**すべて**選び、番号に○をつけてください。

福岡・博多の伝統工芸品の所有状況について聞いたところ、「持っているものはない」が45.3%と最も多く、次いで「博多織」(37.8%)、「博多人形」(36.5%)となっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の所有状況【全体】※複数回答（すべて）



※ 小物も含まれます。例：博多織のストラップを持っている ⇒ 博多織に○

性別にみると、男性では「持っているものはない」(52.4%)の割合が女性(40.5%)に比べて11.9ポイント高くなっている。また、女性では「博多織」(44.5%)の割合が男性(28.3%)に比べて16.2ポイント、「博多人形」(38.7%)の割合が男性(33.1%)に比べて5.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18歳～50代、女性18歳～40代で「持っているものはない」の割合が5割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の所有状況【性・年代別】※複数回答(すべて)

単位:%

	調査数	博多織	博多人形	博多曲物(まげもの)	博多鉢(はさみ)	マルテイグラス(福岡積)	博多張子(はりこ)	博多独楽(こま)	博多おきあげ	今宿人形	持っているものはない	無回答	
全体	2,380	37.8	36.5	6.7	6.1	5.3	3.9	3.6	1.6	0.8	45.3	2.6	
性・年代別	男性計	967	28.3	33.1	5.3	5.3	4.3	2.7	2.6	0.8	52.4	2.7	
	18～29歳	89	13.5	15.7	2.2	1.1	1.1	2.2	3.4	1.1	74.2	2.2	
	30代	123	4.1	13.0	0.8	-	-	0.8	2.4	0.8	78.9	2.4	
	40代	156	14.1	17.9	2.6	-	1.9	2.6	1.3	0.6	69.9	2.6	
	50代	177	29.4	24.9	4.0	2.8	3.4	3.4	2.3	1.1	55.4	1.1	
	60代	172	39.5	45.9	7.0	9.3	5.8	1.7	2.9	0.6	37.8	1.7	
	70歳以上	223	48.9	58.7	10.3	12.6	9.9	4.0	3.6	0.9	1.3	25.6	4.9
	女性計	1,387	44.5	38.7	7.6	6.6	5.9	4.7	4.3	2.2	1.0	40.5	2.2
	18～29歳	160	15.6	9.4	1.3	1.3	1.3	1.9	0.6	1.3	0.6	78.8	-
	30代	185	20.0	14.1	2.7	0.5	0.5	2.2	1.1	2.2	0.5	65.9	3.8
	40代	255	29.8	25.9	5.1	1.2	2.7	2.7	3.1	2.0	1.2	52.5	2.0
	50代	242	47.5	36.4	7.4	7.0	4.5	4.5	4.1	1.7	1.7	36.8	1.2
	60代	204	60.8	56.9	10.3	10.3	9.8	2.9	3.4	2.0	1.5	20.1	1.5
70歳以上	323	72.4	68.1	13.9	14.6	12.4	10.5	9.9	3.7	0.6	13.0	3.4	

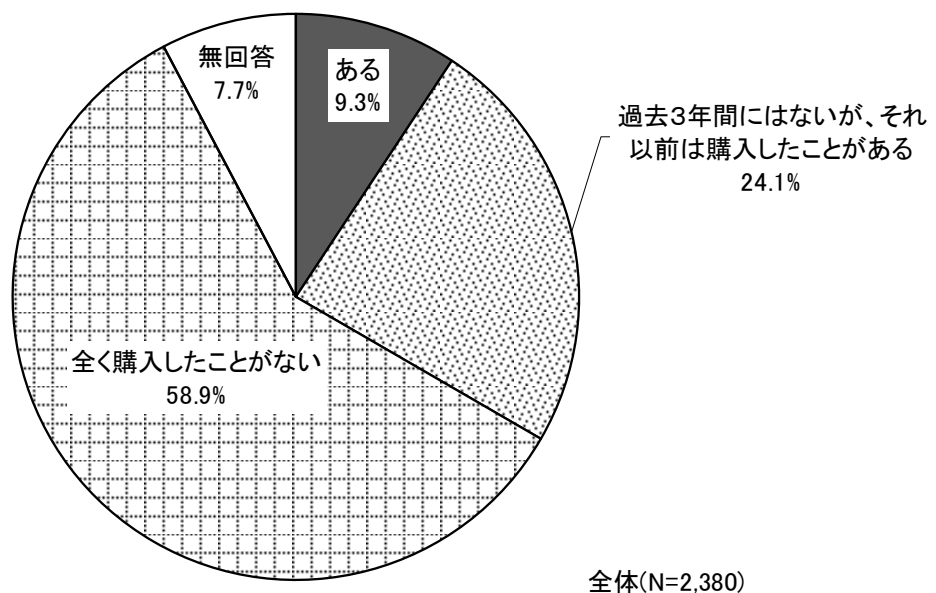
(3) 過去3年間における購入経験

問 15 あなたは、**過去3年間に**、福岡・博多の伝統工芸品（※問 14 同様、小物も含みます。）を購入したことがありますか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

過去3年間における購入経験について聞いたところ、「全く購入したことがない」が 58.9%と最も多く、次いで「過去3年間にはないが、それ以前は購入したことがある」（24.1%）となっている。

『購入したことがある』（＝「ある」＋「過去3年間にはないが、それ以前は購入したことがある」）の割合は 33.4%となっている。

図表 過去3年間における購入経験【全体】

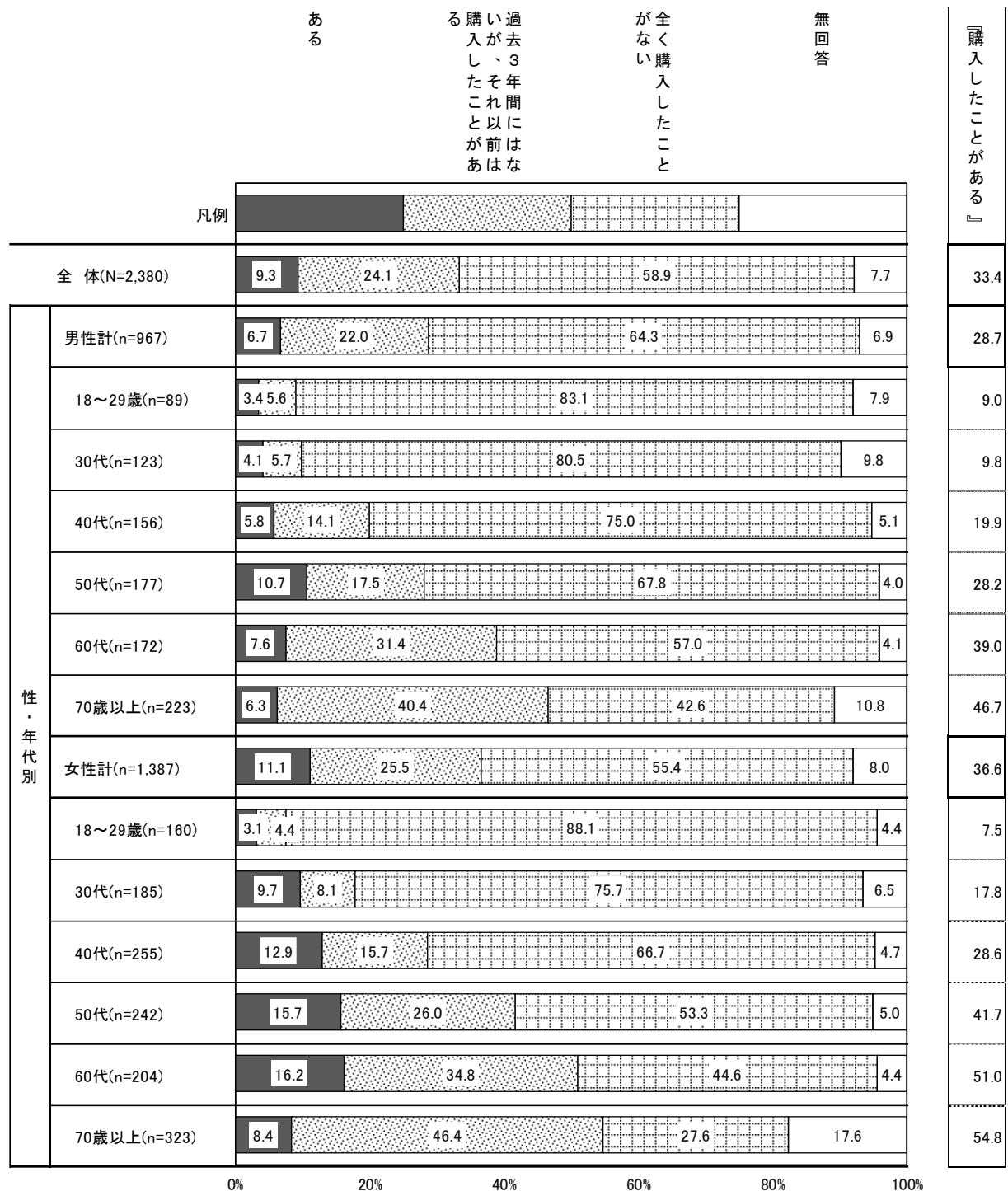


『購入したことがある』 33.4%

性別にみると、女性では『購入したことがある』(36.6%)の割合が男性(28.7%)に比べて7.9ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男女とも年代が高くなるほど『購入したことがある』の割合が高くなっている。

図表 過去3年間における購入経験【性・年代別】



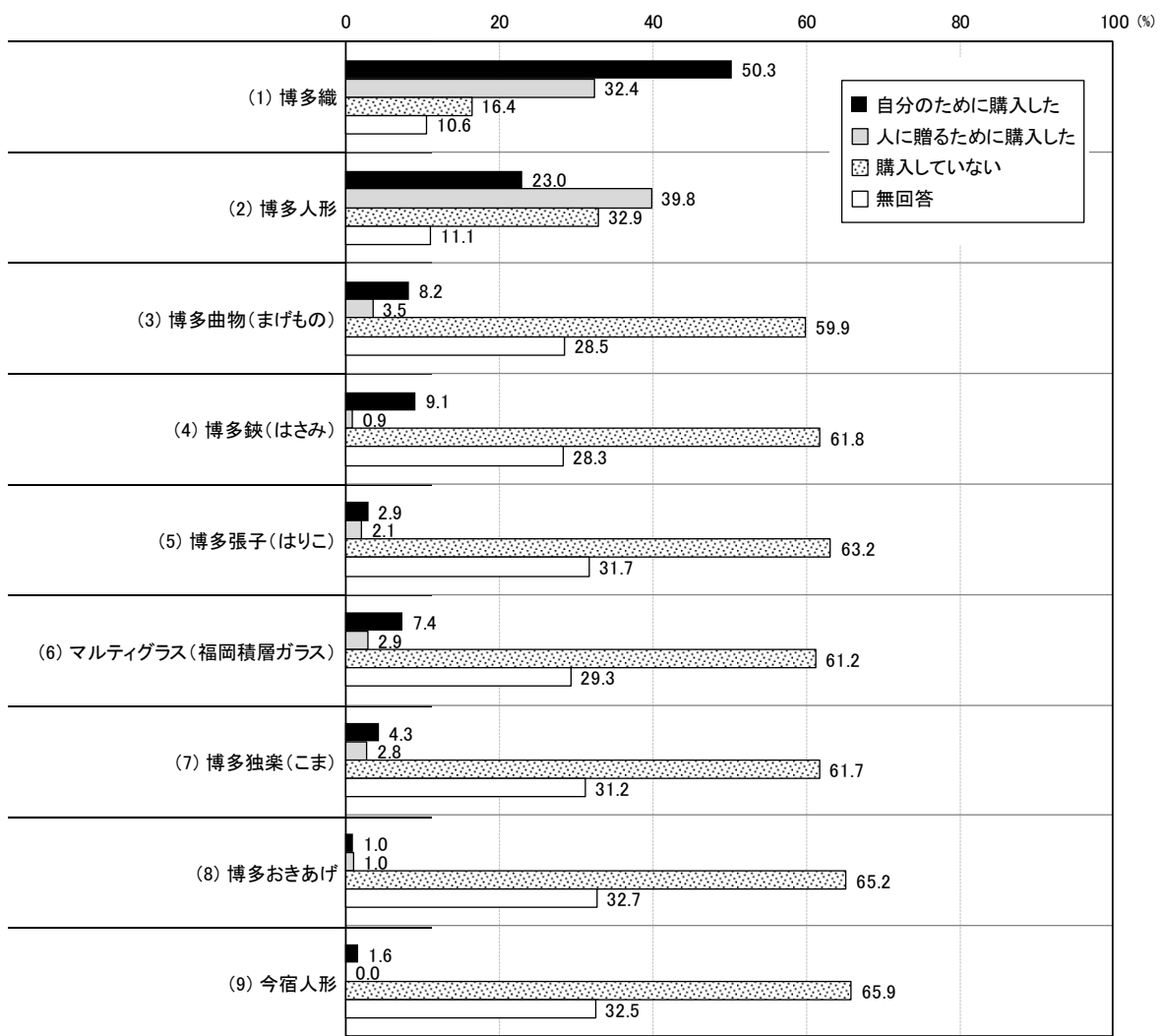
(4) 購入目的

問 15-1 《 問 15 で「1」「2」と回答した方におたずねします。 》

何を何のために購入しましたか。次の(1)～(9)のそれぞれについて、あてはまるものをすべて選び番号に○をつけてください。

購入目的について聞いたところ、「自分のために購入した」は博多織が 50.3%と最も多く、次いで博多人形 (23.0%) となっている。「人に贈るために購入した」は博多人形が 39.8%と最も多く、次いで博多織 (32.4%) となっている。

図表 購入目的【全体】※複数回答(すべて)



全体(n=794)

①博多織

性別にみると、女性では「自分のために購入した」(55.1%)の割合が男性(42.1%)に比べて13.0ポイント高くなっている。

②博多人形

性別にみると、男性では「人に贈るために購入した」(43.5%)の割合が女性(37.6%)に比べて5.9ポイント高くなっている。

③博多曲物(まげもの)

性別にみると、大きな違いはみられない。

図表 購入目的【性・年代別(その1)】※複数回答(すべて)

単位: %

	調査数	①博多織				②博多人形				③博多曲物(まげもの)				
		購入自分のために	購入に贈るために	購入していない	無回答	購入自分のために	購入に贈るために	購入していない	無回答	購入自分のために	購入に贈るために	購入していない	無回答	
全体	794	50.3	32.4	16.4	10.6	23.0	39.8	32.9	11.1	8.2	3.5	59.9	28.5	
性・年代別	男性計	278	42.1	27.3	20.9	15.1	25.2	43.5	29.5	7.6	6.5	3.6	62.2	27.7
	18~29歳	8	50.0	50.0	-	12.5	12.5	25.0	50.0	12.5	-	12.5	75.0	12.5
	30代	12	16.7	33.3	50.0	8.3	25.0	25.0	41.7	8.3	-	8.3	66.7	25.0
	40代	31	38.7	29.0	32.3	6.5	16.1	29.0	38.7	19.4	-	6.5	71.0	22.6
	50代	50	48.0	28.0	20.0	12.0	20.0	24.0	48.0	10.0	4.0	2.0	76.0	18.0
	60代	67	40.3	28.4	22.4	14.9	22.4	47.8	34.3	-	7.5	-	67.2	25.4
	70歳以上	104	44.2	22.1	15.4	20.2	33.7	59.6	11.5	5.8	9.6	4.8	48.1	37.5
	女性計	508	55.1	34.8	14.0	7.7	22.2	37.6	34.4	13.2	8.9	3.3	59.3	28.7
	18~29歳	12	75.0	41.7	-	8.3	8.3	16.7	83.3	-	-	-	91.7	8.3
	30代	33	54.5	51.5	9.1	3.0	12.1	18.2	63.6	9.1	3.0	3.0	69.7	24.2
	40代	73	45.2	37.0	13.7	12.3	13.7	16.4	49.3	21.9	5.5	4.1	65.8	24.7
	50代	101	52.5	41.6	16.8	4.0	12.9	24.8	49.5	15.8	8.9	3.0	69.3	19.8
60代	104	54.8	37.5	11.5	7.7	22.1	43.3	27.9	13.5	4.8	3.8	57.7	33.7	
70歳以上	177	59.3	25.4	15.3	9.0	33.3	54.8	15.3	10.2	14.1	3.4	47.5	35.0	

④博多鉢（はさみ）

性別にみると、大きな違いはみられない。

⑤博多張子（はりこ）

性別にみると、大きな違いはみられない。

⑥マルチグラス（福岡積層ガラス）

性別にみると、大きな違いはみられない。

図表 購入目的【性・年代別（その2）】※複数回答（すべて）

単位：%

	調査数	④博多鉢（はさみ）				⑤博多張子（はりこ）				⑥マルチグラス（福岡積層ガラス）				
		購入したため	購入したため	購入していない	無回答	購入したため	購入したため	購入していない	無回答	購入したため	購入したため	購入していない	無回答	
全体	794	9.1	0.9	61.8	28.3	2.9	2.1	63.2	31.7	7.4	2.9	61.2	29.3	
性・年代別	男性計	278	9.0	1.1	62.9	27.0	2.2	2.2	64.7	30.9	7.6	2.9	62.9	27.7
	18～29歳	8	-	-	87.5	12.5	-	12.5	75.0	12.5	-	-	87.5	12.5
	30代	12	-	-	75.0	25.0	8.3	-	66.7	25.0	-	-	75.0	25.0
	40代	31	-	-	77.4	22.6	-	6.5	71.0	22.6	6.5	3.2	74.2	19.4
	50代	50	10.0	-	74.0	16.0	2.0	-	78.0	20.0	6.0	-	76.0	18.0
	60代	67	7.5	-	70.1	22.4	1.5	-	71.6	26.9	7.5	1.5	67.2	23.9
	70歳以上	104	14.4	2.9	45.2	37.5	2.9	2.9	51.0	43.3	10.6	4.8	48.1	38.5
	女性計	508	9.1	0.4	61.6	28.9	3.3	2.2	62.8	31.7	7.3	3.0	60.8	29.7
	18～29歳	12	-	-	91.7	8.3	-	8.3	91.7	-	-	-	91.7	8.3
	30代	33	-	3.0	72.7	24.2	-	-	75.8	24.2	-	-	72.7	27.3
	40代	73	2.7	-	72.6	24.7	4.1	-	68.5	27.4	1.4	2.7	68.5	27.4
	50代	101	5.0	-	74.3	20.8	3.0	-	75.2	21.8	3.0	1.0	76.2	20.8
	60代	104	5.8	-	60.6	33.7	1.9	1.9	61.5	34.6	7.7	1.0	57.7	34.6
	70歳以上	177	18.1	0.6	46.3	35.0	4.5	4.5	49.7	41.2	13.6	6.2	45.8	35.6

⑦博多独楽（こま）

性別にみると、大きな違いはみられない。

⑧博多おきあげ

性別にみると、大きな違いはみられない。

⑨今宿人形

性別にみると、大きな違いはみられない。

図表 購入目的【性・年代別（その3）】※複数回答（すべて）

単位：％

	調査数	⑦博多独楽(こま)				⑧博多おきあげ				⑨今宿人形				
		購入したために	購入し贈るために	購入していない	無回答	購入したために	購入し贈るために	購入していない	無回答	購入したために	購入し贈るために	購入していない	無回答	
全体	794	4.3	2.8	61.7	31.2	1.0	1.0	65.2	32.7	1.6	-	65.9	32.5	
性・年代別	男性計	278	6.8	3.2	59.7	30.2	1.1	1.1	66.5	31.3	1.8	-	67.3	30.9
	18～29歳	8	12.5	12.5	62.5	12.5	-	-	87.5	12.5	-	-	87.5	12.5
	30代	12	8.3	16.7	50.0	25.0	-	-	75.0	25.0	-	-	75.0	25.0
	40代	31	6.5	6.5	64.5	22.6	-	-	77.4	22.6	-	-	77.4	22.6
	50代	50	8.0	4.0	70.0	18.0	-	2.0	78.0	20.0	2.0	-	80.0	18.0
	60代	67	4.5	-	71.6	23.9	1.5	-	73.1	25.4	-	-	73.1	26.9
	70歳以上	104	7.7	1.9	46.2	44.2	1.9	1.9	51.0	45.2	3.8	-	51.9	44.2
	女性計	508	3.0	2.6	63.2	31.3	1.0	1.0	65.0	33.1	1.4	-	65.6	33.1
	18～29歳	12	-	-	91.7	8.3	-	-	91.7	8.3	8.3	-	83.3	8.3
	30代	33	-	-	72.7	27.3	-	-	72.7	27.3	-	-	72.7	27.3
	40代	73	-	1.4	71.2	27.4	-	1.4	72.6	26.0	2.7	-	68.5	28.8
	50代	101	1.0	2.0	75.2	21.8	-	1.0	77.2	21.8	1.0	-	77.2	21.8
	60代	104	-	1.0	64.4	34.6	1.0	1.0	62.5	35.6	1.9	-	64.4	33.7
70歳以上	177	7.9	5.1	48.0	39.0	2.3	1.1	52.5	44.1	0.6	-	55.4	44.1	

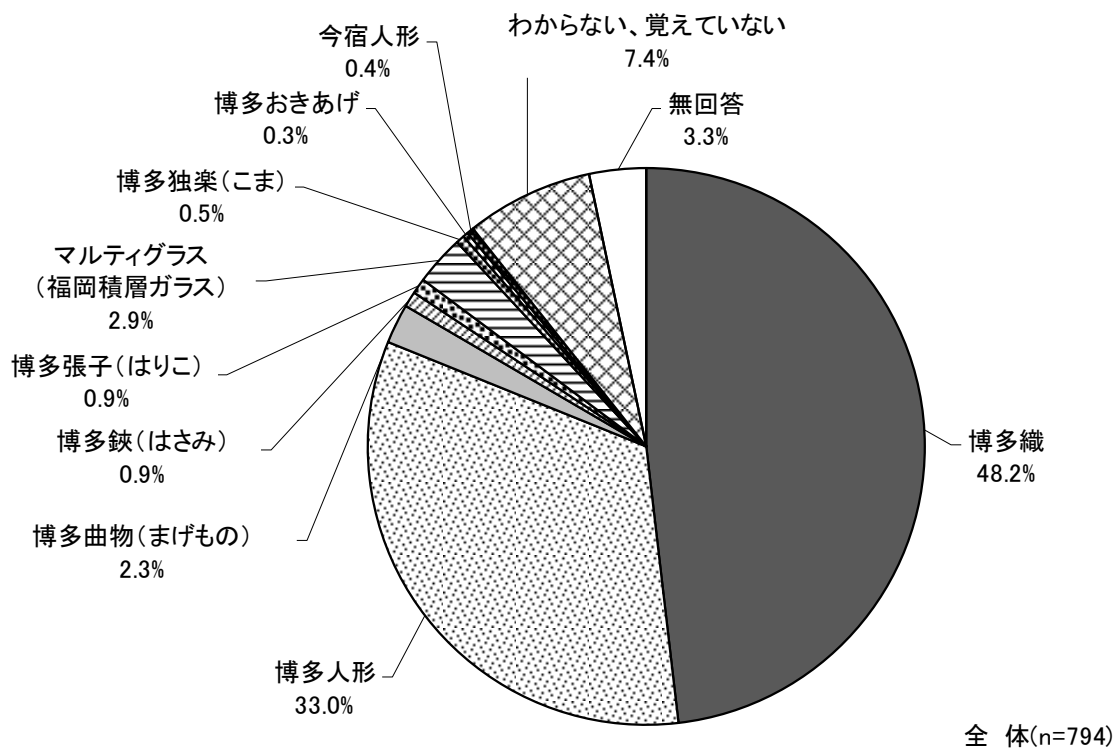
(5) 購入金額が最も高額だったもの

問 15-2 《 問 15 で「1」「2」と回答した方におたずねします。 》

購入したもののうち、購入金額が最も高額だったものは何ですか。あてはまるものを**1つだけ**選び番号に○をつけてください。

購入したもののうち、購入金額が最も高額だったものについて聞いたところ、「博多織」が48.2%と最も多く、次いで「博多人形」(33.0%)となっている。

図表 購入金額が最も高額だったもの【全体】



性別にみると、男性では「博多人形」(42.4%)の割合が女性(28.0%)に比べて14.4ポイント高くなっている。また、女性では「博多織」(54.1%)の割合が男性(37.8%)に比べて16.3ポイント高くなっている。

図表 購入金額が最も高額だったもの【性・年代別】

単位: %

	調査数	博多織	博多人形	博多曲物(まげもの)	博多鉢(はさみ)	博多張子(はりこ)	マルティグラス(福岡積層ガラス)	博多独楽(こま)	博多おきあげ	今宿人形	わからない、覚えていない	無回答	
全体	794	48.2	33.0	2.3	0.9	0.9	2.9	0.5	0.3	0.4	7.4	3.3	
性・年代別	男性計	278	37.8	42.4	1.8	1.4	1.1	3.2	1.4	-	0.4	6.1	4.3
	18~29歳	8	62.5	25.0	-	-	-	-	-	-	-	12.5	-
	30代	12	33.3	41.7	8.3	-	8.3	-	8.3	-	-	-	-
	40代	31	45.2	29.0	3.2	-	3.2	3.2	3.2	-	-	6.5	6.5
	50代	50	42.0	30.0	4.0	4.0	2.0	2.0	4.0	-	-	10.0	2.0
	60代	67	37.3	47.8	-	1.5	-	3.0	-	-	-	7.5	3.0
	70歳以上	104	32.7	51.0	1.0	1.0	-	4.8	-	-	1.0	2.9	5.8
	女性計	508	54.1	28.0	2.6	0.6	0.8	2.6	-	0.4	0.4	8.1	2.6
	18~29歳	12	75.0	16.7	-	-	-	-	-	-	-	8.3	-
	30代	33	78.8	15.2	3.0	-	-	-	-	-	-	3.0	-
	40代	73	56.2	21.9	4.1	1.4	1.4	2.7	-	1.4	-	8.2	2.7
	50代	101	52.5	25.7	3.0	-	1.0	2.0	-	-	1.0	10.9	4.0
60代	104	56.7	29.8	1.0	1.0	-	1.9	-	1.0	1.0	4.8	2.9	
70歳以上	177	47.5	33.3	2.3	0.6	1.1	4.0	-	-	-	9.0	2.3	

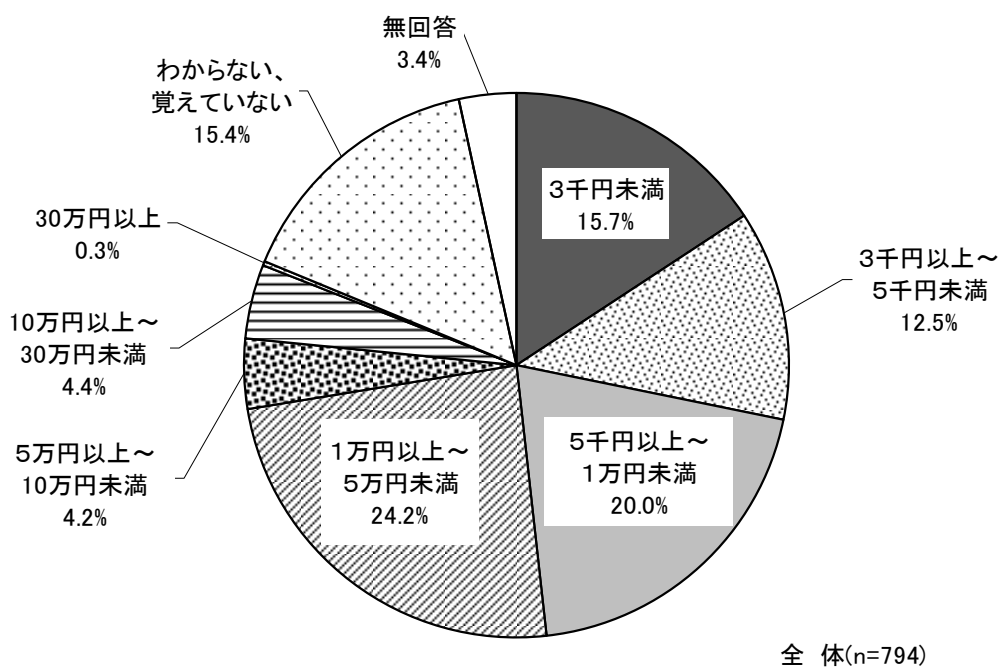
(6) 購入金額

問 15-3 《 問 15 で「1」「2」と回答した方におたずねします。 》

問 15-2 で回答したものの購入金額について、あてはまるものを**1つだけ**選び番号に○をつけてください。

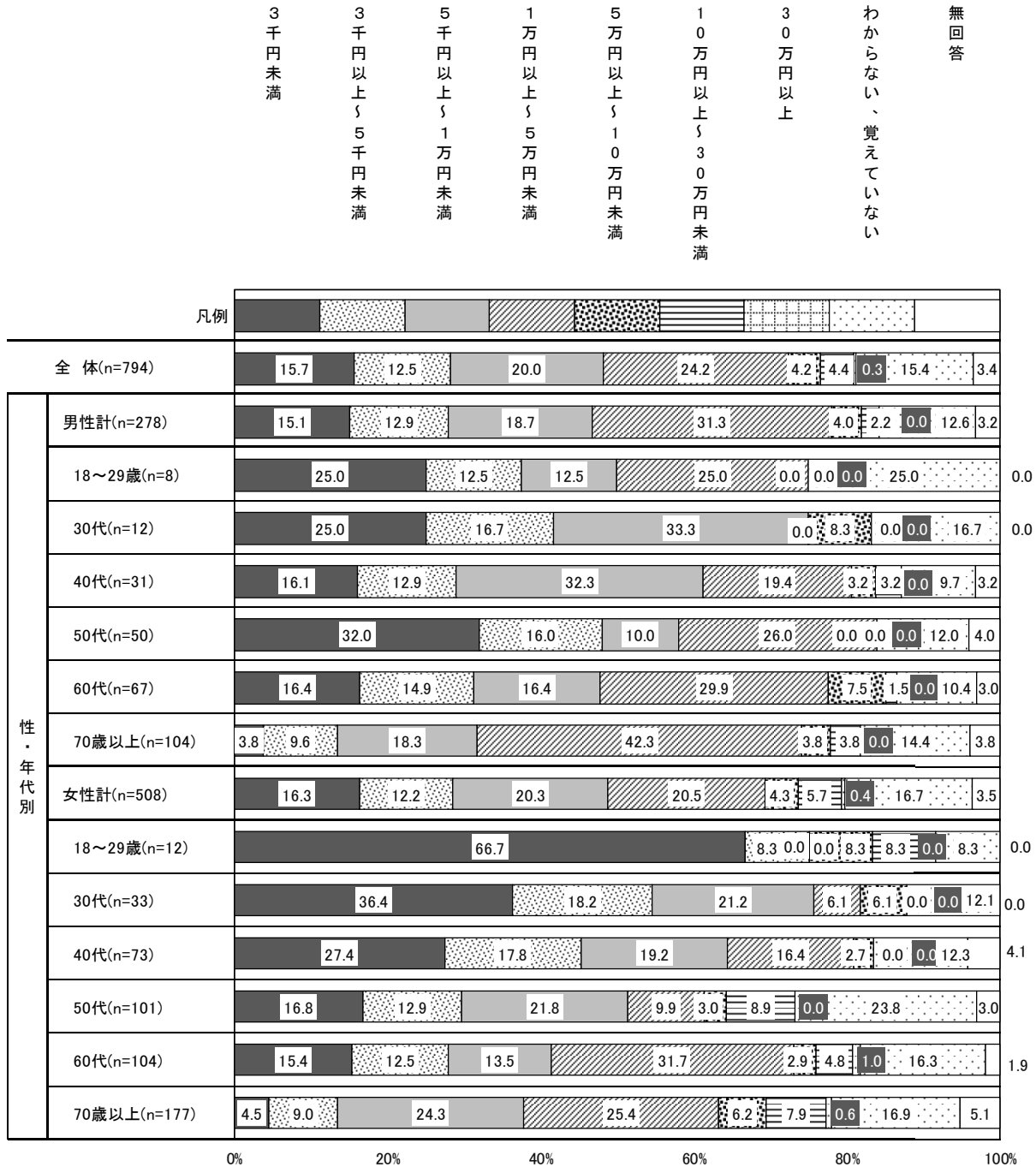
購入金額について聞いたところ、「1万円以上～5万円未満」が24.2%と最も多く、次いで「5千円以上～1万円未満」(20.0%)となっている。

図表 購入金額【全体】



性別にみると、男性では「1万円以上～5万円未満」(31.3%)の割合が女性(20.5%)に比べて10.8ポイント高くなっている。

図表 購入金額【性・年代別】



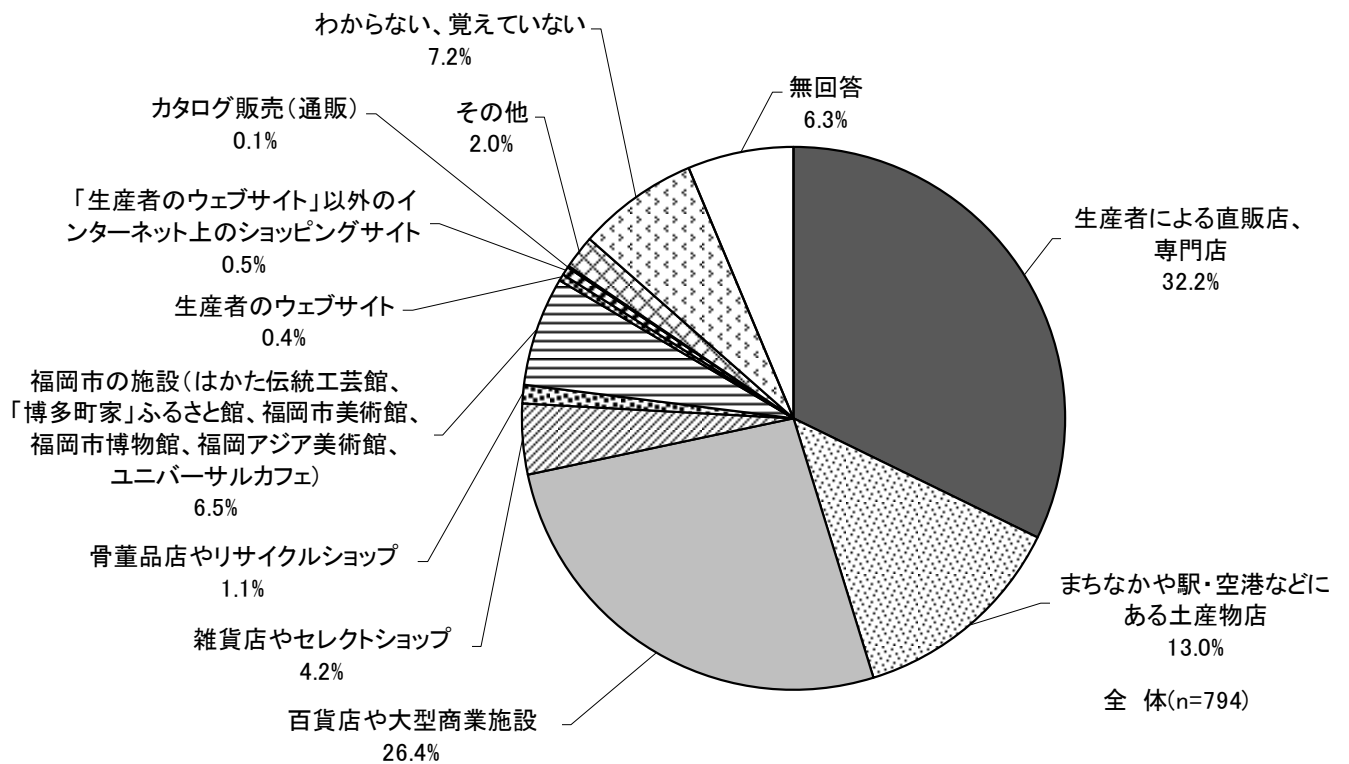
(7) 購入場所

問 15-4 《 問 15 で「1」「2」と回答した方におたずねします。 》

問 15-2 で回答したものを購入した場所について、あてはまるものを**1つだけ**選び番号に○をつけてください。

購入した場所について聞いたところ、「生産者による直販店、専門店」が 32.2%と最も多く、次いで「百貨店や大型商業施設」(26.4%)となっている。

図表 購入場所【全体】



性別にみると、大きな違いはみられない。

図表 購入場所【性・年代別】

単位：%

	調査数	生産者による直販店、専門店	まちなかや駅・空港などにある土産物店	百貨店や大型商業施設	雑貨店やセレクトショップ	骨董品店やリサイクルショップ	福岡市の施設（はかた伝統工芸館、「博多町家」 ふるさと館、福岡市美術館、福岡市博物館、福岡 アジア美術館、ユニバーサルカフェ）	生産者のウェブサイト	「生産者のウェブサイト」以外のインターネット	カタログ販売（通販）	その他	わからない、覚えていない	無回答	
全体	794	32.2	13.0	26.4	4.2	1.1	6.5	0.4	0.5	0.1	2.0	7.2	6.3	
性・年代別	男性計	278	30.2	14.7	29.1	3.2	0.4	7.6	1.1	0.7	-	1.4	6.8	4.7
	18～29歳	8	12.5	12.5	50.0	12.5	-	12.5	-	-	-	-	-	-
	30代	12	41.7	16.7	16.7	-	-	8.3	-	-	-	-	8.3	8.3
	40代	31	35.5	22.6	22.6	3.2	-	3.2	3.2	3.2	-	-	3.2	3.2
	50代	50	20.0	22.0	30.0	6.0	-	8.0	4.0	-	-	2.0	4.0	4.0
	60代	67	22.4	11.9	32.8	6.0	-	9.0	-	-	-	3.0	11.9	3.0
	70歳以上	104	39.4	11.5	26.9	-	1.0	7.7	-	1.0	-	1.0	6.7	4.8
	女性計	508	33.7	12.2	24.4	4.7	1.6	5.9	-	0.4	0.2	2.4	7.5	7.1
	18～29歳	12	25.0	8.3	8.3	16.7	-	8.3	-	-	-	-	33.3	-
	30代	33	18.2	18.2	33.3	6.1	3.0	3.0	-	-	-	9.1	3.0	6.1
	40代	73	17.8	17.8	21.9	8.2	4.1	5.5	-	2.7	-	4.1	8.2	9.6
	50代	101	37.6	17.8	17.8	4.0	-	8.9	-	-	-	2.0	7.9	4.0
60代	104	32.7	9.6	26.9	5.8	2.9	8.7	-	-	1.0	1.9	5.8	4.8	
70歳以上	177	42.4	7.9	27.7	1.7	0.6	2.8	-	-	-	0.6	7.3	9.0	

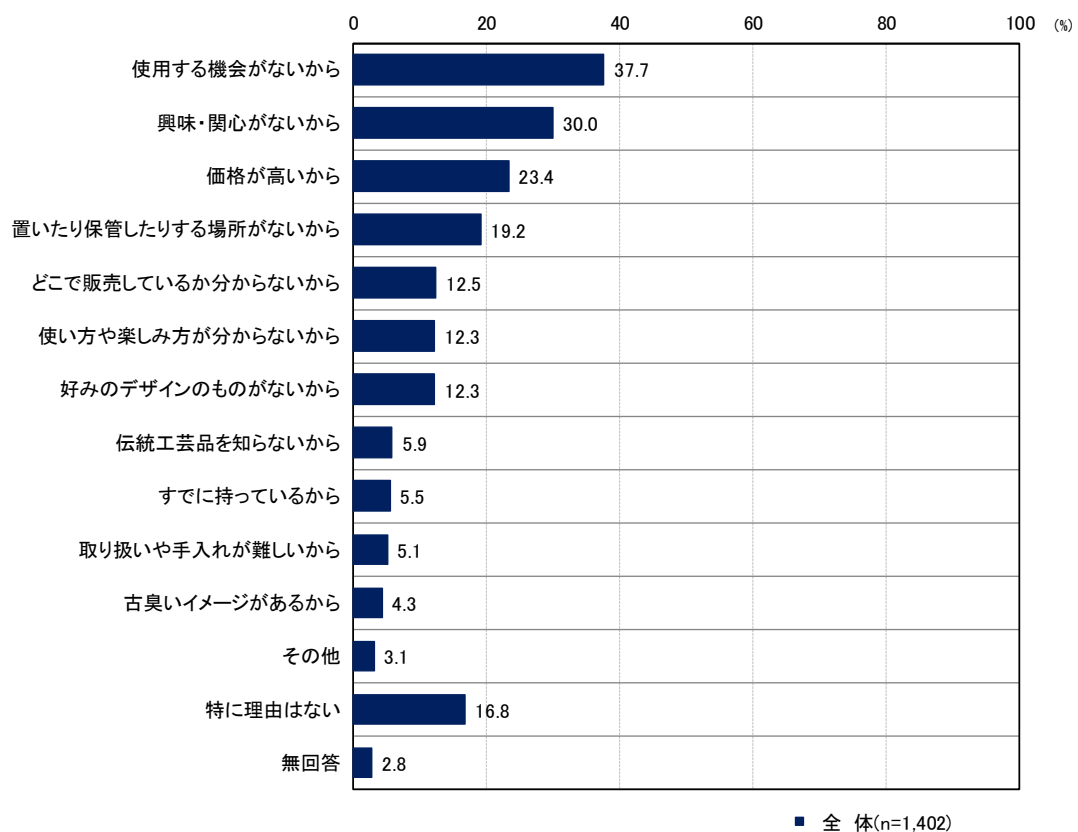
(8) 購入しなかった理由

問 15-5 《 問 15 で「3 全く購入したことがない」と回答した方におたずねします。 》

福岡・博多の伝統工芸品を購入しなかった理由は何ですか。特にあてはまるものを**3つまで**選び番号に○をつけてください。

福岡・博多の伝統工芸品を購入しなかった理由について聞いたところ、「使用する機会がないから」が37.7%と最も多く、次いで「興味・関心がないから」(30.0%)となっている。

図表 購入しなかった理由【全体】※複数回答（3つまで）



性別にみると、男性では「興味・関心がないから」(35.5%)の割合が女性(25.8%)に比べて9.7ポイント、「使い方や楽しみ方が分からないから」(15.4%)の割合が女性(9.8%)に比べて5.6ポイント高くなっている。また、女性では「価格が高いから」(26.8%)の割合が男性(19.1%)に比べて7.7ポイント、「好みのデザインのものが無いから」(14.6%)の割合が男性(9.6%)に比べて5.0ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性30代では「興味・関心がないから」の割合が4割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。さらに、男性18～29歳・30代では「使い方や楽しみ方が分からないから」の割合が2割台となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 購入しなかった理由【性・年代別】※複数回答(3つまで)

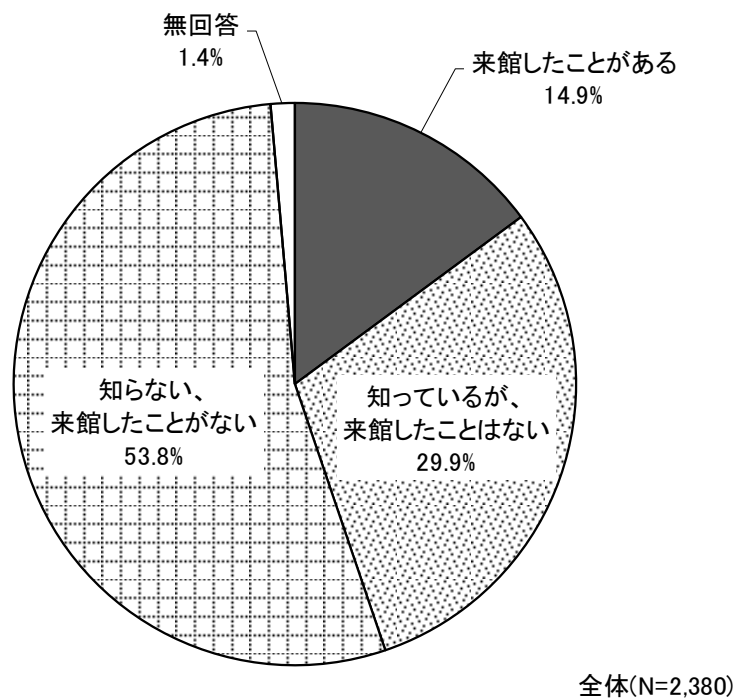
		単位: %														
調査数	使用する機会がないから	興味・関心がないから	価格が高いから	置いたり保管したりする場所がないから	どこで販売しているか分からないから	使い方や楽しみ方が分からないから	好みのデザインのものが無いから	伝統工芸品を知らないから	すでに持っているから	取り扱いや手入れが難しいから	古臭いイメージがあるから	その他	特に理由はない	無回答		
全体	1,402	37.7	30.0	23.4	19.2	12.5	12.3	12.3	5.9	5.5	5.1	4.3	3.1	16.8	2.8	
性・年代別	男性計	622	37.3	35.5	19.1	17.2	13.3	15.4	9.6	6.8	3.9	3.5	2.9	2.9	17.7	1.8
	18～29歳	74	32.4	35.1	12.2	20.3	20.3	24.3	5.4	13.5	1.4	4.1	1.4	1.4	16.2	1.4
	30代	99	27.3	46.5	23.2	26.3	12.1	24.2	13.1	9.1	-	5.1	1.0	1.0	17.2	-
	40代	117	37.6	37.6	12.0	17.9	13.7	17.1	12.8	5.1	1.7	4.3	5.1	5.1	14.5	2.6
	50代	120	45.0	30.8	24.2	12.5	12.5	11.7	10.0	4.2	3.3	2.5	4.2	2.5	15.8	1.7
	60代	98	45.9	28.6	24.5	15.3	12.2	12.2	12.2	4.1	6.1	-	4.1	4.1	20.4	1.0
	70歳以上	95	35.8	31.6	17.9	13.7	10.5	5.3	3.2	7.4	11.6	6.3	1.1	3.2	21.1	4.2
	女性計	768	37.8	25.8	26.8	21.1	11.7	9.8	14.6	5.1	6.8	6.4	5.5	3.4	16.1	3.4
	18～29歳	141	36.9	34.0	24.1	19.9	15.6	16.3	13.5	7.1	0.7	7.8	5.0	1.4	17.0	2.8
	30代	140	34.3	30.0	25.0	22.9	13.6	10.7	22.9	5.7	2.1	6.4	5.7	2.9	15.7	5.0
	40代	170	34.1	21.2	28.8	24.1	12.4	8.8	18.2	4.1	3.5	8.8	5.9	5.3	15.3	1.8
50代	129	42.6	25.6	29.5	27.9	10.1	7.0	16.3	5.4	8.5	4.7	7.8	2.3	9.3	2.3	
60代	91	48.4	24.2	30.8	9.9	12.1	8.8	6.6	3.3	14.3	3.3	7.7	5.5	22.0	-	
70歳以上	89	34.8	16.9	22.5	16.9	3.4	2.2	2.2	3.4	20.2	5.6	-	3.4	20.2	10.1	

(9) 過去3年間におけるはかた伝統工芸館への来館経験

問 16 あなたは、過去3年間に、福岡・博多の伝統工芸品を展示・紹介する「はかた伝統工芸館※」へ来館したことがありますか。また、知っていますか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

過去3年間におけるはかた伝統工芸館への来館経験について聞いたところ、「知らない、来館したことがない」が53.8%と最も多く、次いで「知っているが、来館したことはない」(29.9%)、「来館したことがある」(14.9%)となっている。

図表 過去3年間におけるはかた伝統工芸館への来館経験【全体】

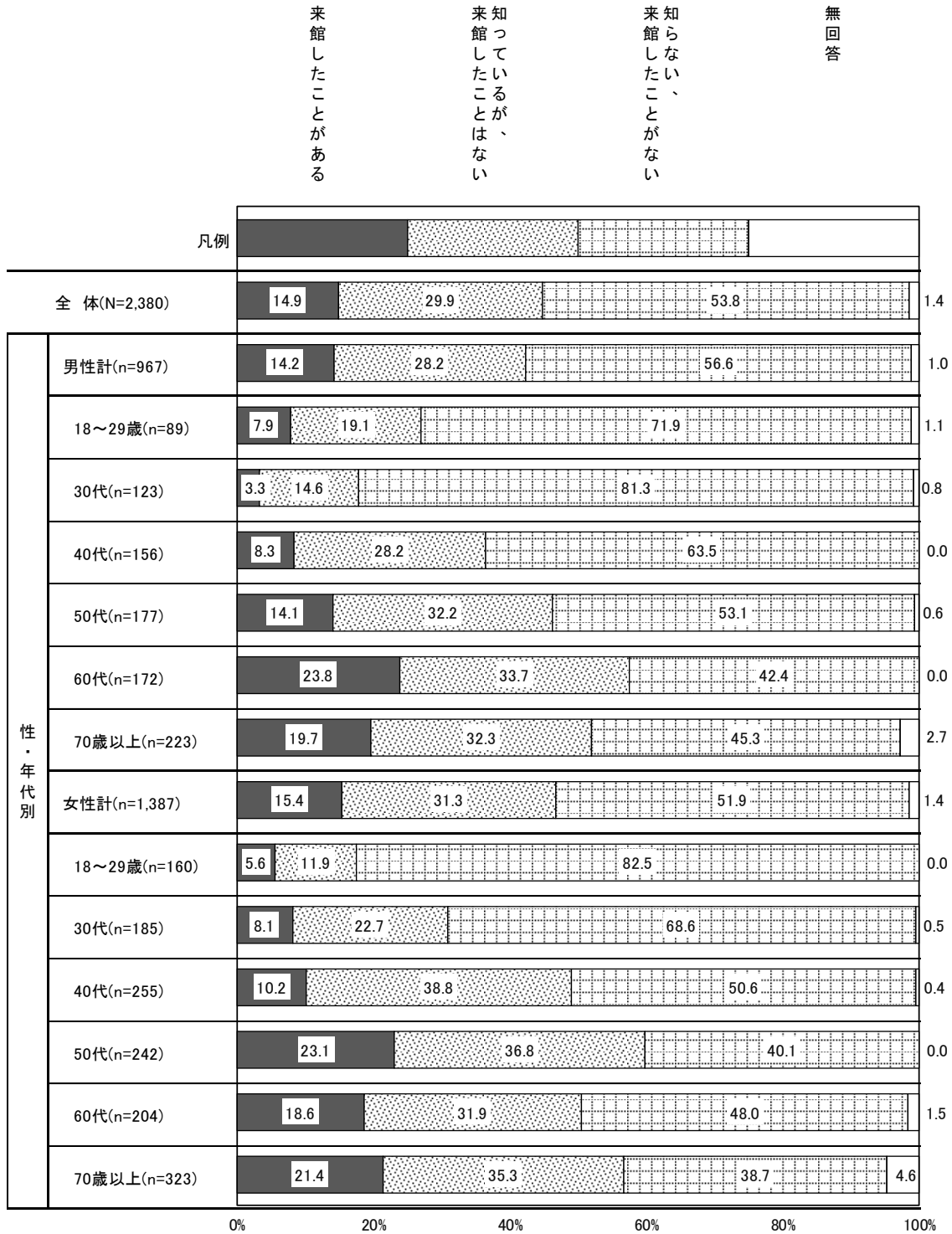


※ 令和3年3月30日まで博多区上川端町にて運営していましたが、令和3年4月28日から早良区百道浜の福岡市博物館2階に移転しています。

性別にみると、大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、男性 30 代、女性 18～29 歳では「知らない、来館したことがない」の割合が 8 割台となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 過去3年間におけるはかた伝統工芸館への来館経験【性・年代別】

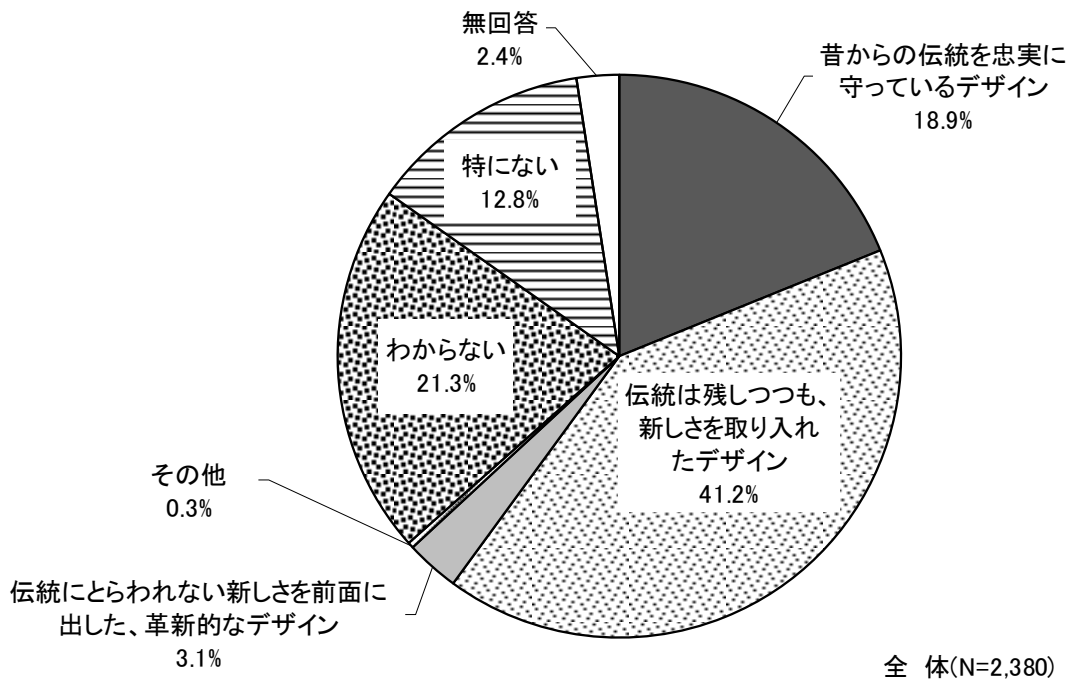


(10) 福岡・博多の伝統工芸品の好きなデザイン

問 17 福岡・博多の伝統工芸品について、あなたはどのデザインのものが好きですか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

福岡・博多の伝統工芸品の好きなデザインについて聞いたところ、「伝統は残しつつも、新しさを取り入れたデザイン」が41.2%と最も多く、次いで「わからない」(21.3%)となっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の好きなデザイン【全体】

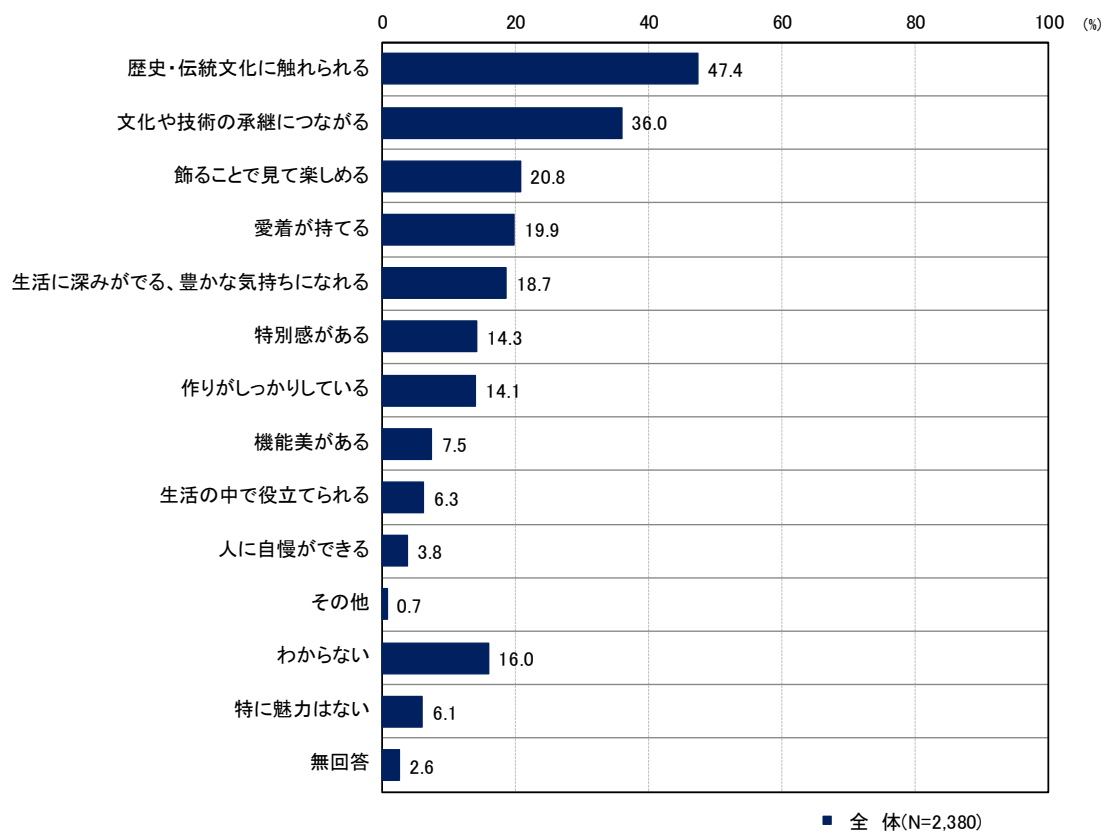


(11) 福岡・博多の伝統工芸品の魅力

問 18 あなたが思う福岡・博多の伝統工芸品の魅力は何ですか。あてはまるものを3つまでで選び、番号に○をつけてください。

福岡・博多の伝統工芸品の魅力について聞いたところ、「歴史・伝統文化に触れられる」が47.4%と最も多く、次いで「文化や技術の承継につながる」(36.0%)となっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の魅力【全体】※複数回答(3つまで)



性別にみると、女性では「作りがしっかりしている」(16.7%)の割合が男性(10.5%)に比べて6.2ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男女とも70歳以上では「飾ることで見て楽しめる」の割合が3割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 福岡・博多の伝統工芸品の魅力【性・年代別】※複数回答(3つまで)

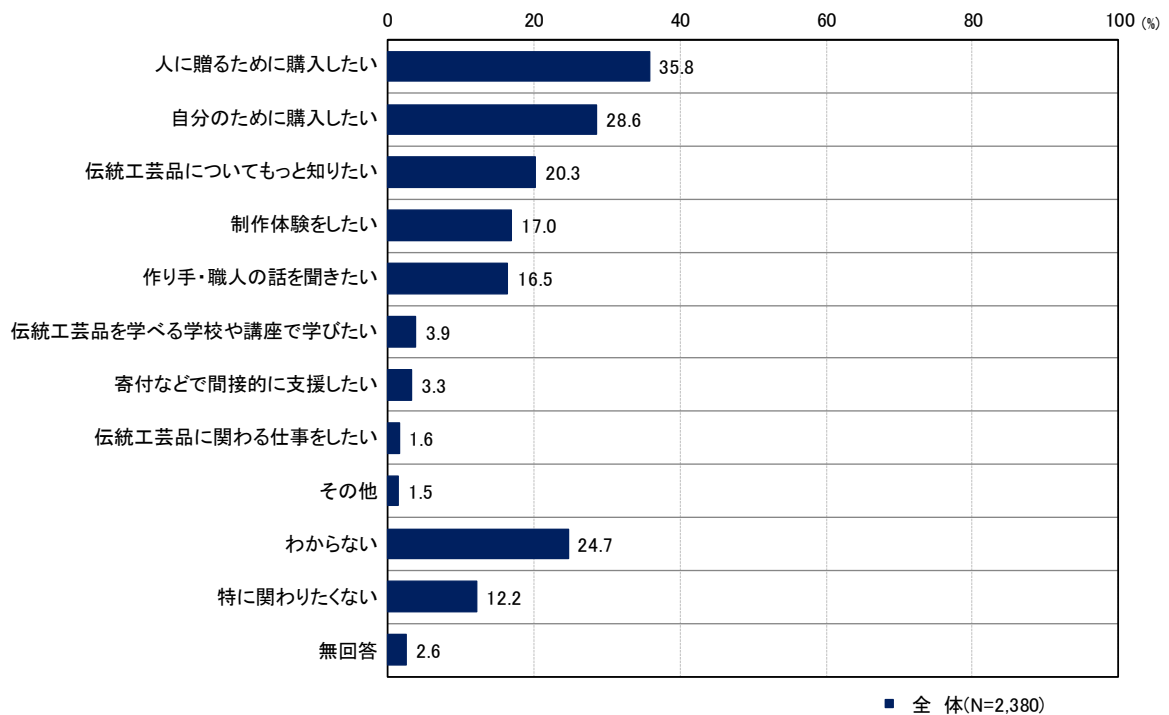
		単位: %														
調査数		歴史・伝統文化に触れられる	文化や技術の承継につながる	飾ることで見て楽しめる	愛着が持てる	生活に深みがでる、豊かな気持ちになれる	特別感がある	作りがしっかりしている	機能美がある	生活の中で役立てられる	人に自慢ができる	その他	わからない	特に魅力はない	無回答	
全体	2,380	47.4	36.0	20.8	19.9	18.7	14.3	14.1	7.5	6.3	3.8	0.7	16.0	6.1	2.6	
性・年代別	男性計	967	47.7	33.9	19.8	17.8	16.6	13.1	10.5	7.7	5.8	5.1	0.6	18.3	9.0	2.4
	18~29歳	89	42.7	34.8	18.0	16.9	15.7	19.1	11.2	4.5	5.6	1.1	-	22.5	5.6	2.2
	30代	123	38.2	28.5	10.6	7.3	13.8	13.0	13.8	7.3	6.5	1.6	1.6	34.1	14.6	1.6
	40代	156	44.2	29.5	16.0	16.0	16.7	12.8	13.5	9.0	3.2	5.1	0.6	21.2	6.4	1.9
	50代	177	53.1	45.2	15.8	19.2	15.8	13.6	6.2	10.2	6.2	4.0	-	14.7	8.5	1.7
	60代	172	53.5	37.2	22.1	18.0	16.3	9.3	12.2	7.6	7.6	4.7	-	14.5	8.1	1.7
	70歳以上	223	48.4	28.7	30.9	24.7	20.2	13.9	9.4	6.7	6.3	9.9	1.3	11.2	8.1	3.6
	女性計	1,387	47.4	37.7	21.6	21.5	19.9	15.3	16.7	7.5	6.6	2.9	0.7	14.3	4.1	2.5
	18~29歳	160	48.1	40.0	21.3	11.9	11.3	18.1	11.3	3.1	2.5	3.1	0.6	21.9	6.3	1.9
	30代	185	50.3	40.0	14.1	14.1	16.8	20.5	16.8	5.4	2.7	0.5	-	19.5	5.4	1.6
	40代	255	47.8	45.1	18.0	18.4	16.1	16.1	12.9	10.6	5.5	0.8	0.8	15.7	4.3	1.2
	50代	242	54.1	46.3	15.7	24.0	23.6	12.0	17.8	11.2	8.7	2.5	0.4	10.7	2.1	0.8
60代	204	42.6	38.7	23.5	22.1	23.0	14.7	19.6	8.8	12.3	2.9	1.0	13.2	4.4	2.0	
70歳以上	323	44.6	23.2	32.2	29.1	23.5	13.3	19.8	4.3	6.8	6.2	1.2	9.9	3.1	6.2	

(12) 今後、どのように関わりたいか

問 19 あなたは、今後、福岡・博多の伝統工芸品とどのように関わりたいですか。あてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

今後、どのように関わりたいかについて聞いたところ、「人に贈るために購入したい」が35.8%と最も多く、次いで「自分のために購入したい」(28.6%)となっている。

図表 今後、どのように関わりたいか【全体】※複数回答(3つまで)



性別にみると、女性では「制作体験をしたい」（20.5％）の割合が男性（12.0％）に比べて8.5ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性 18～29 歳・30 代、女性 18～29 歳で「人に贈るために購入したい」の割合が2割台となっており、他の性・年代に比べて低くなっている。

図表 今後、どのように関わりたいか【性・年代別】※複数回答（3つまで）

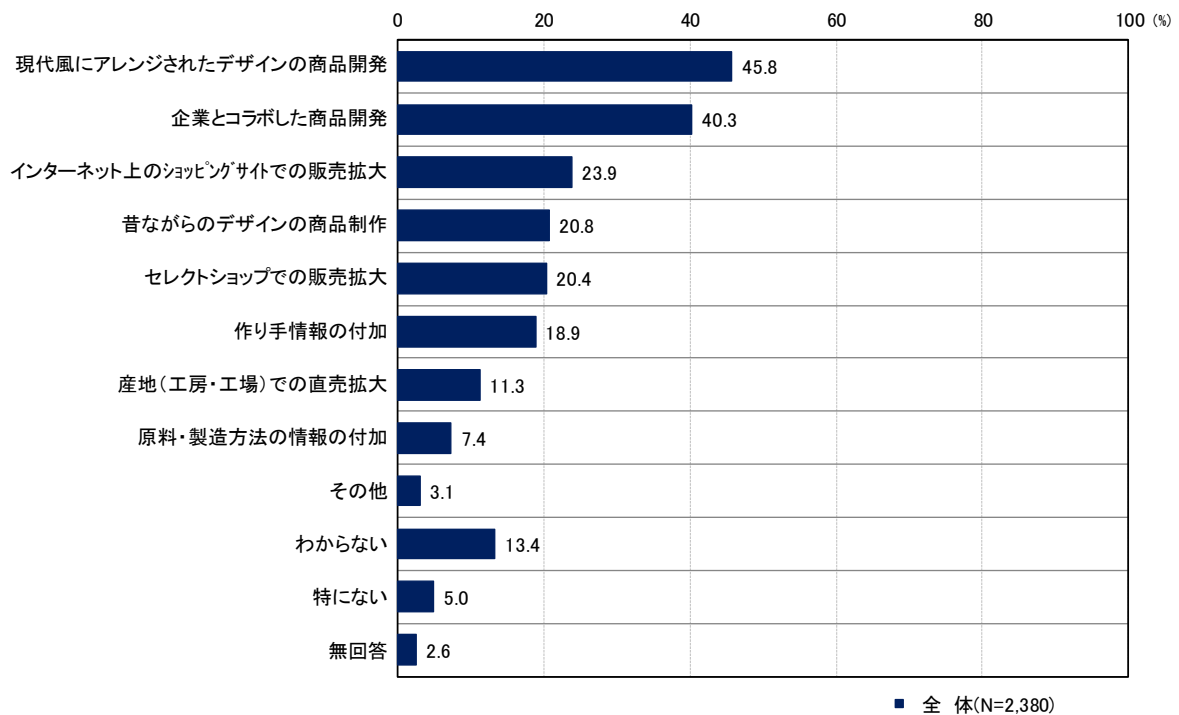
		単位：%												
調査数		人に贈るために購入したい	自分のために購入したい	伝統工芸品についてもっと知りたい	制作体験をしたい	作り手・職人の話を聞きたい	伝統工芸品を学べる学校や講座で学びたい	寄付などで間接的に支援したい	伝統工芸品に関わる仕事をしたい	その他	わからない	特に関わりたくない	無回答	
全体	2,380	35.8	28.6	20.3	17.0	16.5	3.9	3.3	1.6	1.5	24.7	12.2	2.6	
性・年代別	男性計	967	34.0	26.5	21.2	12.0	15.3	4.1	3.9	1.8	0.9	25.4	16.4	2.2
	18～29歳	89	25.8	20.2	18.0	20.2	10.1	7.9	7.9	-	1.1	22.5	18.0	2.2
	30代	123	22.8	16.3	15.4	17.9	13.8	6.5	4.9	4.1	-	30.1	23.6	-
	40代	156	35.9	20.5	17.3	11.5	9.6	1.9	5.1	3.8	0.6	30.1	16.0	1.9
	50代	177	35.0	32.8	20.9	13.0	16.9	6.2	4.0	1.1	1.1	20.3	15.3	2.3
	60代	172	37.8	29.1	25.6	10.5	15.1	4.1	2.9	0.6	1.2	25.6	12.2	1.7
	70歳以上	223	37.7	32.7	26.5	6.7	21.1	0.9	2.2	1.3	1.3	24.7	15.7	3.6
	女性計	1,387	37.1	30.3	19.7	20.5	17.4	3.8	2.8	1.5	1.9	24.2	9.4	2.6
	18～29歳	160	23.1	20.6	25.6	31.9	15.6	3.1	5.0	1.9	1.3	21.3	15.0	0.6
	30代	185	33.5	23.8	16.2	27.6	14.1	3.2	3.2	1.1	2.2	29.7	8.6	1.1
	40代	255	39.6	32.2	16.5	26.7	17.3	5.5	2.7	2.4	2.7	21.6	9.0	-
50代	242	41.3	36.0	25.2	24.8	20.2	5.0	3.7	2.1	0.8	18.2	7.4	1.2	
60代	204	41.7	34.8	17.6	11.3	16.7	2.5	2.5	1.0	1.5	27.9	8.3	2.9	
70歳以上	323	38.1	29.7	18.9	9.3	18.6	3.1	1.2	0.9	2.5	26.3	9.9	7.4	

(13) 関心を高めるための取り組み

問 20 あなたは、どのようなことが、福岡・博多の伝統工芸品への関心を高めると思えますか。あてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

関心を高めるための取り組みについて聞いたところ、「現代風アレンジされたデザインの商品開発」が45.8%と最も多く、次いで「企業とコラボした商品開発」(40.3%)となっている。

図表 関心を高めるための取り組み【全体】※複数回答(3つまで)



性別にみると、女性では「セレクトショップでの販売拡大」(23.6%)の割合が男性(16.1%)に比べて7.5ポイント高くなっている。さらに女性では「現代風アレンジされたデザインの商品開発」(48.9%)の割合が男性(41.9%)に比べて7.0ポイント、「企業とコラボした商品開発」(42.9%)の割合が男性(36.7%)に比べて6.2ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男女とも18~29歳では「インターネット上のサイトでの販売拡大」の割合が3割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 関心を高めるための取り組み【性・年代別】※複数回答(3つまで)

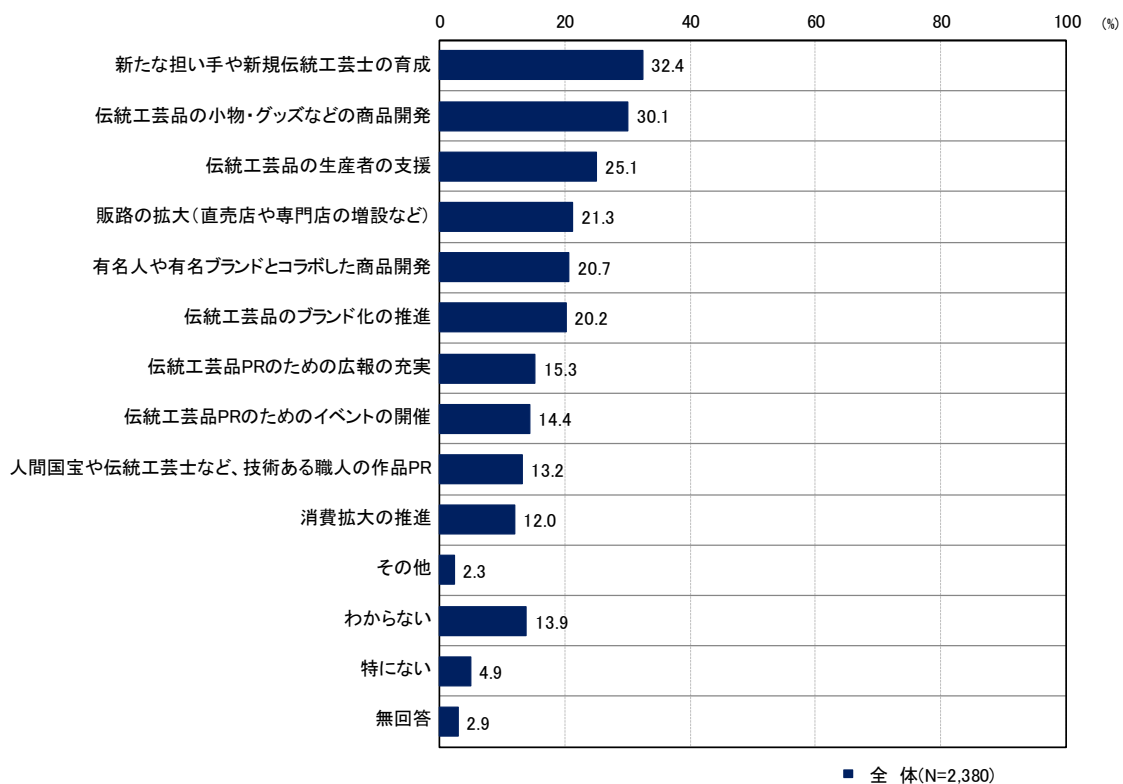
		単位:%												
	調査数	現代風 開発 にア レン ジさ れた デザ イン の商 品	企業 とコ ラボ した 商品 開発	イン ター ネッ ト上 のシ ョッ ピン グサ イト での 販売 拡大	昔な がら のデ ザイ ンの 商品 制作	セレ クト ショ ップ での 販売 拡大	作り 手情 報の 付加	産地 (工 房・ 工場) での 直売 拡大	原料 ・製 造方 法の 情報 の付 加	その他	わか らな い	特 に ない	無 回 答	
全体	2,380	45.8	40.3	23.9	20.8	20.4	18.9	11.3	7.4	3.1	13.4	5.0	2.6	
性・ 年代 別	男性計	967	41.9	36.7	25.9	23.3	16.1	20.8	11.9	8.1	3.2	14.1	6.6	2.5
	18~29歳	89	50.6	48.3	34.8	13.5	21.3	6.7	6.7	5.6	3.4	9.0	3.4	2.2
	30代	123	45.5	48.0	25.2	17.1	9.8	11.4	3.3	8.1	6.5	17.1	7.3	-
	40代	156	43.6	50.6	29.5	15.4	26.3	14.7	10.3	5.1	7.7	13.5	2.6	1.3
	50代	177	42.9	44.1	26.6	27.7	14.1	23.7	12.4	8.5	1.1	11.3	4.0	1.7
	60代	172	44.8	26.7	26.2	20.3	18.6	26.7	14.0	12.2	2.3	15.7	6.4	2.3
	70歳以上	223	34.5	21.1	19.3	35.0	9.4	28.7	18.4	8.1	0.9	14.3	11.2	4.9
	女性計	1,387	48.9	42.9	22.9	18.9	23.6	17.7	11.0	6.9	3.0	12.6	3.9	2.5
	18~29歳	160	58.8	54.4	33.8	15.6	16.9	8.1	3.8	3.1	-	10.6	1.9	0.6
	30代	185	61.1	53.5	27.0	14.6	30.8	8.6	4.9	5.4	4.9	9.7	3.2	1.6
	40代	255	54.5	52.5	27.8	15.3	31.4	16.5	7.8	3.5	5.1	6.7	3.1	-
	50代	242	54.5	49.2	26.4	14.9	25.6	24.8	11.6	9.5	3.7	7.9	3.7	1.2
60代	204	44.1	37.7	17.6	18.1	26.5	22.5	13.2	9.3	1.5	16.7	5.9	2.0	
70歳以上	323	32.2	22.3	11.1	29.4	13.3	20.1	19.2	9.0	2.5	20.1	5.0	7.1	

(14) 今後、重点的に取り組むべき振興施策

問 21 福岡市が、今後重点的に取り組むべき福岡・博多の伝統工芸品の振興施策はどのようなことだと思いますか。あてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

今後、重点的に取り組むべき振興施策について聞いたところ、「新たな担い手や新規伝統工芸士の育成」が 32.4%と最も多く、次いで「伝統工芸品の小物・グッズなどの商品開発」(30.1%)となっている。

図表 今後、重点的に取り組むべき振興施策【全体】※複数回答（3つまで）



性別にみると、男性では「伝統工芸品のブランド化の推進」(23.7%)の割合が女性(17.9%)に比べて5.8ポイント高くなっている。また、女性では「伝統工芸品の小物・グッズなどの商品開発」(34.3%)の割合が男性(24.1%)に比べて10.2ポイント、「新たな担い手や新規伝統工芸士の育成」(35.0%)の割合が男性(28.7%)に比べて6.3ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男女ともに18～29歳では「有名人や有名ブランドとコラボした商品開発」の割合が4割前後となっており、他の性・年代別に比べて高くなっている。

図表 今後、重点的に取り組むべき振興施策【性・年代別】※複数回答(3つまで)

		単位: %														
調査数	新たな担い手や新規伝統工芸士の育成	伝統工芸品の小物・グッズなどの商品開発	伝統工芸品の生産者の支援	販路の拡大(直売店や専門店の増設など)	有名人や有名ブランドとコラボした商品開発	伝統工芸品のブランド化の推進	伝統工芸品PRのための広報の充実	伝統工芸品PRのためのイベントの開催	人間国宝や伝統工芸士など、技術ある職人の作品PR	消費拡大の推進	その他	わからない	特にない	無回答		
全体	2,380	32.4	30.1	25.1	21.3	20.7	20.2	15.3	14.4	13.2	12.0	2.3	13.9	4.9	2.9	
性・年代別	男性計	967	28.7	24.1	23.6	23.3	22.8	23.7	15.8	12.9	12.9	2.5	13.7	6.7	2.8	
	18～29歳	89	25.8	27.0	14.6	23.6	38.2	21.3	13.5	10.1	16.9	13.5	-	9.0	5.6	3.4
	30代	123	17.1	17.9	16.3	17.1	30.1	30.9	11.4	16.3	9.8	11.4	6.5	18.7	8.1	-
	40代	156	34.0	28.8	22.4	21.8	30.8	20.5	16.7	13.5	9.6	12.2	4.5	12.8	4.5	1.9
	50代	177	28.8	28.2	26.0	22.0	29.9	30.5	11.9	13.0	11.9	9.6	2.8	9.6	4.0	1.7
	60代	172	34.3	28.5	29.1	27.3	14.0	21.5	16.9	12.8	15.1	16.3	1.2	11.6	5.2	2.3
	70歳以上	223	28.3	16.1	28.3	25.6	9.0	20.2	21.1	12.6	13.9	14.8	0.4	18.4	9.4	5.8
	女性計	1,387	35.0	34.3	26.1	20.2	19.5	17.9	15.1	15.6	13.4	11.5	2.2	14.1	3.6	2.7
	18～29歳	160	26.9	29.4	17.5	17.5	45.0	18.1	16.9	16.3	8.8	11.3	3.8	13.8	3.1	1.3
	30代	185	35.1	36.2	20.0	19.5	33.0	16.8	14.6	17.8	8.6	13.5	2.2	13.5	2.7	1.6
	40代	255	32.5	35.3	27.8	23.1	21.2	22.0	15.3	15.3	12.5	11.4	2.7	11.8	2.0	0.8
	50代	242	40.9	40.5	34.3	17.8	16.1	18.6	14.5	13.6	19.8	12.4	1.2	11.2	4.1	0.8
60代	204	37.3	39.2	27.5	20.1	11.8	19.1	18.1	21.6	12.3	8.8	1.5	14.2	4.9	2.0	
70歳以上	323	35.3	28.5	26.0	22.0	5.3	14.2	13.3	12.1	14.9	11.8	1.9	18.0	4.3	7.4	

