

報道関係各位

株式会社 共立総合研究所

## 第15回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

株式会社 共立総合研究所(大垣市郭町 2-25 取締役社長 森秀嗣)は、標題のアンケートの結果を取りまとめましたのでご紹介します。

### 《要約》

#### 1. 主婦の景況感は大きな改善はみられず、物価に対してもデフレの実感なし

- ・景気が「悪くなった」との回答率は46.1%と前年から7.5ポイント低下したものの東日本大震災で悪化した景況感から大きな改善はみられず。
- ・物価観は「変わらない」が55.8%と最多。エネルギー価格の高止まり等でデフレの実感はない。

#### 2. インセンティブ政策に敏感に反応

- ・高額商品の購入の回答率において、一般家電が低下し、自動車の購入が上昇した。一般家電においては、2010年の「家電エコポイント制度」の後押しにより販売が大きく伸びたことの反動が続いている一方、自動車においては、エコカー補助金制度の復活が買い換えを促したといえる。特にシニア層での自動車購入の回答率の上昇が特徴的であった。

#### 3. 「モノ（製品）消費」から「コト（体験）消費」へ

- ・「国内旅行」「海外旅行」など体験型商品の購入が増加している。元気で豊富な資産を有するシニア層の増加という構造的要因に加え、家族や友人とのつながりを大切にする「コト（体験）消費」を重視する傾向がみてとれる。

### 【調査概要】

1. 調査期間：2012年11月16日～22日
2. 調査方法：大垣共立銀行本支店（東京・大阪を除く）に来訪した主婦（\*）784名にアンケート用紙を配布・回収（無記名方式）
3. 有効回答者数：760名（有効回答率 96.9%）
4. 回答者属性：

年齢	20歳代	6.8%
	30歳代	19.7%
	40歳代	32.0%
	50歳代	28.6%
	60歳以上	12.9%
住所	岐阜県	56.8%
	愛知県	38.4%
	三重県	2.8%
	滋賀県	2.0%
職業	専業主婦	13.0%
	正社員・公務員・自営業	34.2%
	パートタイマー	50.9%
	内職・その他	1.8%

（\*）本調査における「主婦」とは、既婚の女性で、子どもの有無、就業形態は問わない。

（注）四捨五入により合計が100%にならない場合がある（以下同じ）。

資料配布場所：名古屋金融記者クラブ、大垣市政経済記者クラブ

【本件に関する問合せ先：共立総合研究所 調査部 渡邊 剛 TEL 0584-74-2615】

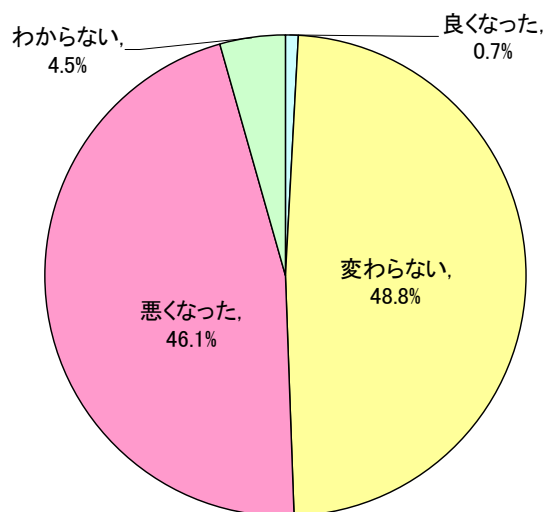
## 1. 主婦の景況感

「現在（2012年）の景気は、2011年と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ「悪くなった」は全体の46.1%（前年差7.5ポイント低下）、「良くなった」は0.7%（前年差1.2ポイント低下）となった（図表1）。

多くの属性で「悪くなった」の回答率が低下し「変わらない」が増加している（図表2）。

景況D.I.（「良くなった」－「悪くなった」の回答率の差）は▲45.4%ポイント（前年差6.3ポイント上昇）と大きな改善はみられなかった（図表3）。

図表1：主婦の景況感（全体）



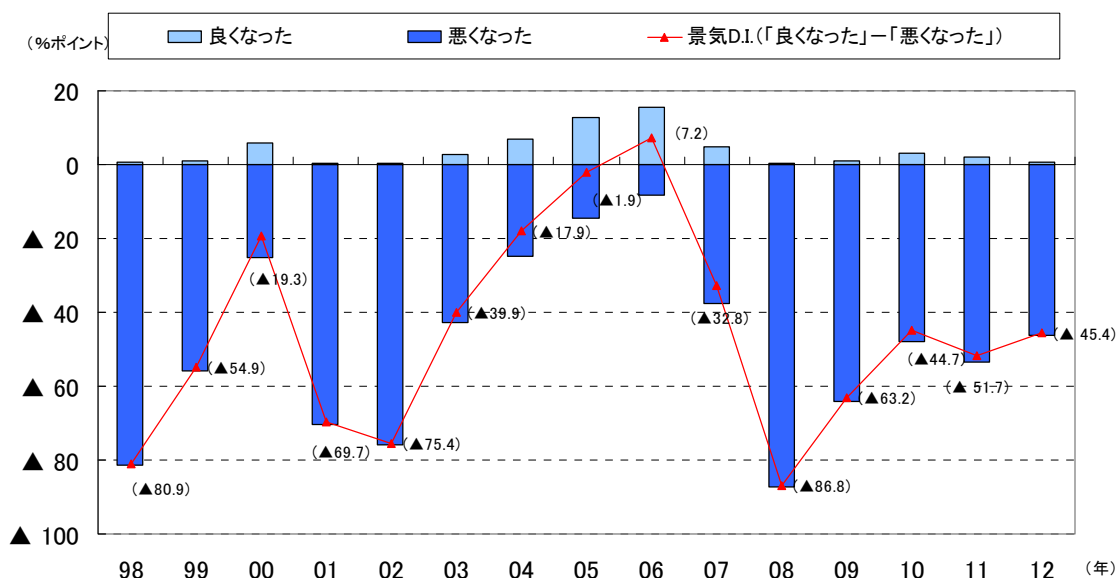
図表2：主婦の景況感（属性別）

	(単位：%)			
	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
全体	0.7 (▲1.2)	48.8 (8.1)	46.1 (▲7.5)	4.5 (0.8)
20歳代	1.9 (0.1)	46.2 (▲6.5)	38.5 (▲1.5)	13.5 (8.0)
30歳代	0.0 (▲4.8)	60.7 (6.2)	33.3 (▲3.3)	6.0 (1.9)
40歳代	1.6 (▲0.3)	53.9 (11.2)	42.0 (▲10.3)	2.5 (▲0.6)
50歳代	0.0 (0.0)	42.4 (7.2)	53.5 (▲7.7)	4.1 (0.5)
60歳以上	0.0 (▲1.7)	33.7 (10.8)	63.3 (▲7.9)	3.1 (▲1.1)
岐阜県	0.5 (▲1.7)	47.5 (5.1)	47.5 (▲4.4)	4.6 (1.1)
愛知県	0.3 (▲1.4)	47.9 (10.3)	46.9 (▲9.9)	4.8 (1.0)
専業主婦	0.0 (▲1.7)	40.4 (4.0)	57.6 (2.5)	2.0 (▲4.8)
正社員	0.4 (▲3.6)	45.0 (5.4)	50.8 (▲2.3)	3.8 (0.5)
パート	1.0 (0.4)	53.5 (10.2)	40.1 (▲13.0)	5.4 (2.3)

(注) 括弧内は、前年差を示す。

(注) 網掛けは、各属性における最も高い数値を示す。

図表3：主婦の景況D.I.の推移



## 2. 主婦の物価観

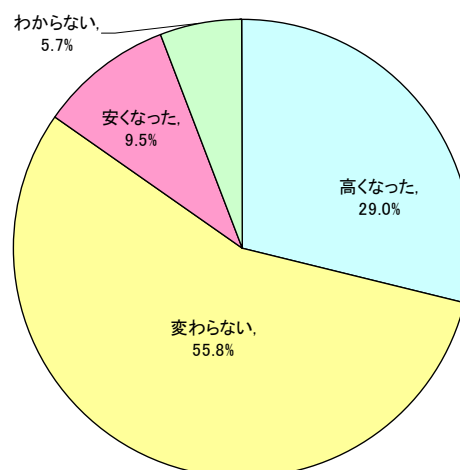
「最近（2012年）の物価は、2011年と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「変わらない」55.8%（前年差8.4ポイント上昇）となった（図表4）。

全ての属性において「高くなった」の回答率が低下し、「安くなった」の回答率は上昇した（図表5）。

物価D.I.（「高くなった」－「安くなった」の回答率の差）は19.5%ポイント（前年差13.7ポイント低下）となった（図表6）。

家電製品などの耐久消費財の価格は下落傾向が続いている中、エネルギー価格は高止まっている。それが物価に対するシビアな意識を醸成しているとみられる。

図表4：主婦の物価観（全体）



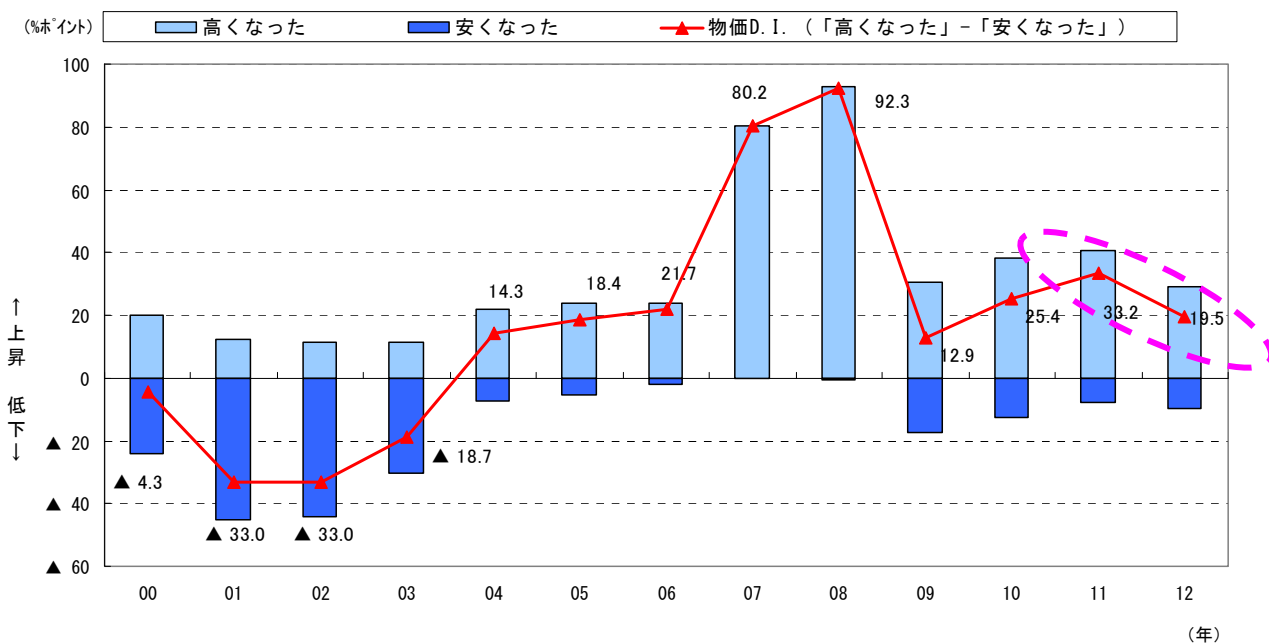
図表5：主婦の物価観（属性別）

	（%）			
	高くなった	変わらない	安くなった	わからない
全体	29.0 (▲ 11.8)	55.8 (8.4)	9.5 (1.9)	5.7 (1.4)
20歳代	30.8 (▲ 7.4)	44.2 (▲ 1.3)	5.8 (4.0)	19.2 (4.7)
30歳代	28.7 (▲ 5.5)	54.7 (1.3)	9.3 (0.4)	7.3 (3.9)
40歳代	30.5 (▲ 12.6)	58.4 (8.4)	6.6 (2.4)	4.5 (1.8)
50歳代	31.0 (▲ 12.4)	58.3 (13.4)	8.3 (0.1)	2.3 (▲ 1.3)
60歳以上	20.6 (▲ 20.1)	51.5 (12.5)	21.6 (6.3)	6.2 (1.1)
岐阜県	30.1 (▲ 12.5)	53.7 (7.8)	10.0 (2.7)	6.3 (2.1)
愛知県	28.2 (▲ 9.8)	57.4 (8.3)	8.9 (0.2)	5.5 (1.3)
専業主婦	22.7 (▲ 9.5)	57.7 (6.0)	13.4 (4.9)	6.2 (▲ 1.4)
正社員	26.5 (▲ 17.0)	55.8 (13.0)	11.2 (2.5)	6.5 (1.4)
パート	32.0 (▲ 9.7)	55.6 (5.6)	7.5 (1.4)	4.9 (2.7)

（注）括弧内は、前年差を示す。

（注）網掛けは、各属性における最も高い数値を示す。

図表6：主婦の物価D.I.の推移

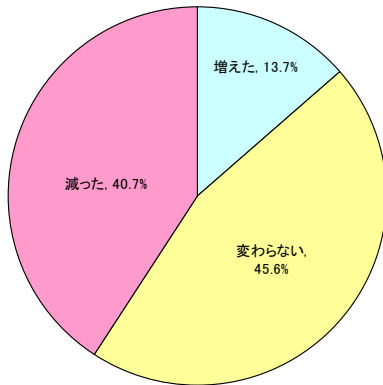


### 3. 家計の収支

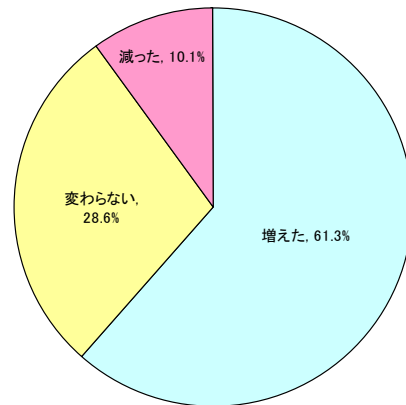
「2012年の家計収入は、2011年と比べてどうなりましたか」と尋ねたところ、「増えた」は全体の13.7%（前年差1.4ポイント上昇）、「減った」は全体の40.7%（前年差0.8ポイント低下）となった（図表7）。家計支出についても同様に尋ねたところ、「増えた」は全体の61.3%（前年差4.8ポイント上昇）、「減った」は全体の10.1%（前年差0.7ポイント低下）となった（図表8）。

収入面は多くの属性で「変わらない」「減った」との回答率が依然として高い（図表9）。支出面は全ての属性で「増えた」との回答率が高く、全体の6割以上を占めた（図表10）。

図表7：家計の収入（全体）



図表8：家計の支出（全体）



図表9：家計の収入（属性別）

	（%）		
	増えた	変わらない	減った
全体	13.7 (1.4)	45.6 (▲0.6)	40.7 (▲0.8)
20歳代	25.0 (▲8.3)	51.9 (14.9)	23.1 (▲6.5)
30歳代	24.8 (3.6)	46.3 (▲5.8)	28.9 (2.2)
40歳代	14.0 (2.4)	47.5 (▲3.1)	38.4 (0.6)
50歳代	4.6 (▲0.6)	41.5 (▲0.3)	53.9 (0.8)
60歳以上	9.6 (4.5)	45.7 (5.0)	44.7 (▲9.5)
岐阜県	13.3 (1.4)	46.7 (▲0.3)	40.0 (▲1.2)
愛知県	13.2 (1.0)	44.4 (▲1.2)	42.4 (0.2)
専業主婦	15.5 (6.2)	35.1 (▲10.7)	49.5 (4.6)
正社員	14.7 (▲1.8)	52.5 (9.6)	32.8 (▲7.9)
パート	13.0 (2.1)	43.5 (▲4.7)	43.5 (2.6)

（注）括弧内は、前年差を示す。

（注）網掛けは、各属性における最も高い数値を示す。

図表10：家計の支出（属性別）

	（%）		
	増えた	変わらない	減った
全体	61.3 (4.8)	28.6 (▲4.1)	10.1 (▲0.7)
20歳代	60.8 (1.5)	35.3 (0.1)	3.9 (▲1.7)
30歳代	71.8 (9.5)	22.8 (▲8.0)	5.4 (▲1.4)
40歳代	71.9 (8.4)	17.8 (▲9.5)	10.3 (1.1)
50歳代	49.3 (▲0.2)	37.2 (0.2)	13.5 (0.0)
60歳以上	45.3 (1.2)	42.1 (3.1)	12.6 (▲4.3)
岐阜県	62.6 (1.3)	26.9 (▲2.4)	10.5 (1.1)
愛知県	58.7 (9.0)	32.3 (▲5.8)	9.0 (▲3.2)
専業主婦	63.9 (10.9)	26.8 (▲10.8)	9.3 (▲0.1)
正社員	54.5 (▲0.3)	35.4 (0.5)	10.1 (▲0.2)
パート	65.7 (7.1)	23.9 (▲5.5)	10.4 (▲1.5)

（注）括弧内は、前年差を示す。

（注）網掛けは、各属性における最も高い数値を示す。

## 4. 家計支出の動向

### (1) 支出が増えた費目

「2012年の家計支出を考えたとき、2011年より支出が増えた費目は何ですか（あてはまるもの全て選択）」と尋ねたところ、「交通・通信費」（32.9%）がトップとなり、ついで「教育費」（32.0%）、「食費」（31.6%）となった。年代別でみると、20歳代では「食費」、30歳代では「食費」と「教育費」、40歳代では「教育費」、50歳代で「交通・通信費」、60歳以上では「保健医療費」が最も高くなった（図表11）。

費目別では、「交通・通信費」「光熱・水道費」「保健医療費」が上昇し、「教育費」「食費」「家電・家具購入費」「交際費」が低下した。

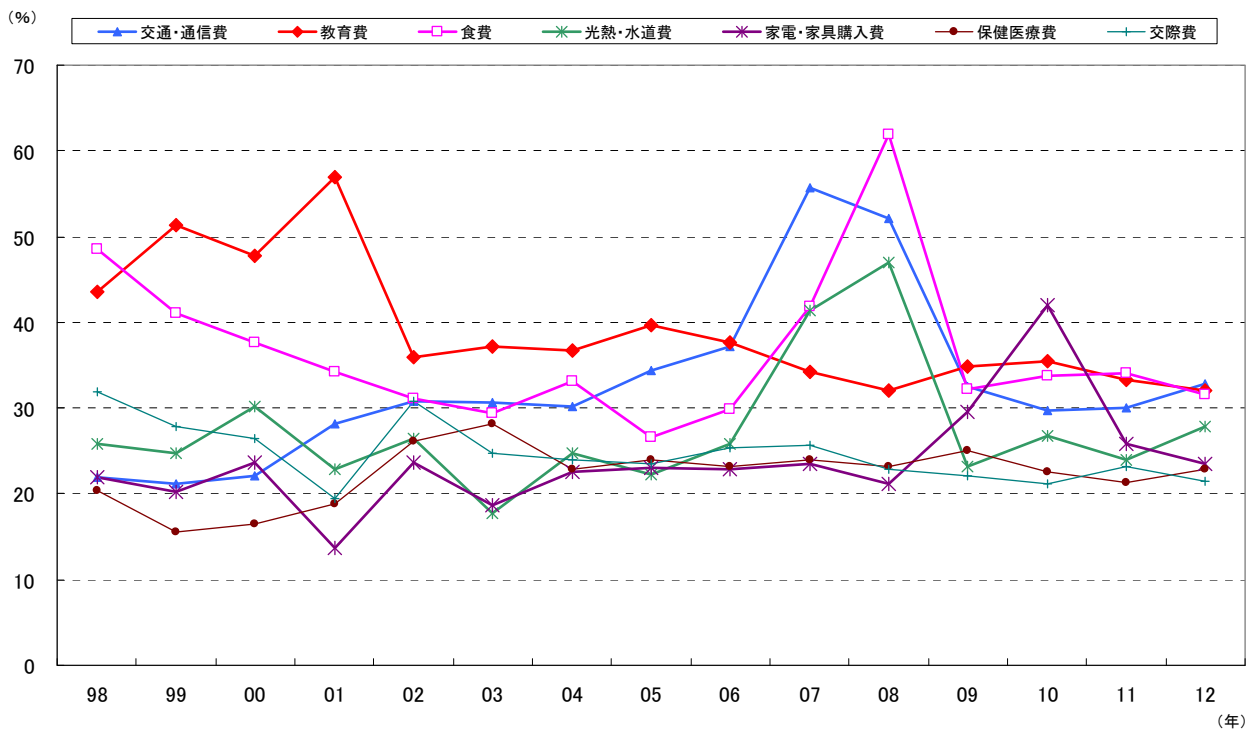
図表11：支出が増えた上位7費目（属性別）

	※複数回答 (%)													
	交通・通信費		教育費		食費		光熱・水道費		家電・家具購入費		保健医療費		交際費	
全体	32.9	(2.9)	32.0	(▲1.3)	31.6	(▲2.5)	27.9	(3.9)	23.5	(▲2.3)	22.9	(1.6)	21.5	(▲1.6)
20歳代	32.0	(▲3.8)	14.0	(▲3.0)	42.0	(▲12.7)	26.0	(▲4.2)	28.0	(▲0.3)	12.0	(▲8.8)	20.0	(6.8)
30歳代	29.3	(2.9)	43.5	(▲2.2)	43.5	(▲1.5)	24.5	(▲0.5)	19.0	(▲1.0)	18.4	(11.3)	10.9	(0.2)
40歳代	38.0	(2.9)	61.1	(0.7)	35.5	(2.4)	30.8	(10.0)	22.2	(▲1.5)	17.9	(4.0)	12.0	(▲3.5)
50歳代	35.3	(7.1)	8.8	(▲2.4)	20.1	(▲3.3)	26.5	(5.2)	27.0	(▲5.4)	25.5	(▲10.1)	32.8	(▲3.9)
60歳以上	20.2	(▲3.4)	0.0	(▲2.7)	22.5	(▲8.4)	30.3	(▲1.5)	23.6	(▲1.9)	43.8	(12.0)	39.3	(2.0)
岐阜県	32.4	(0.4)	31.6	(▲5.1)	31.4	(▲3.2)	29.0	(4.4)	23.9	(▲2.2)	19.8	(▲1.8)	22.2	(▲1.0)
愛知県	33.9	(7.1)	30.0	(1.4)	32.1	(0.0)	26.4	(2.5)	23.5	(▲3.6)	28.5	(7.8)	21.3	(0.2)
専業主婦	26.6	(3.0)	22.3	(▲4.1)	37.2	(▲1.0)	34.0	(5.8)	22.3	(▲0.4)	35.1	(7.8)	26.6	(3.9)
正社員	27.9	(▲3.4)	21.7	(▲1.2)	28.3	(▲0.3)	27.0	(3.0)	22.5	(▲4.2)	21.3	(▲0.1)	24.2	(0.5)
パート	38.1	(7.9)	41.0	(▲2.6)	32.4	(▲5.4)	27.3	(4.9)	24.4	(▲1.2)	21.2	(1.4)	18.5	(▲3.9)

(注1) 網掛けは、各属性における最も回答率の高い費目。

(注2) 括弧内は前年差。

図表12：支出が増えた上位7費目（全体）の推移



## (2) 支出が減った費目

「2012年の家計支出を考えたとき、2011年より支出が減った費目は何ですか（あてはまるもの全て選択）」と尋ねたところ、「レジャー費」（34.3%）がトップとなり、ついで「外食費」（28.4%）、「衣料費」（25.3%）となった。年代別では、20歳代、50歳代では「衣料費」、30歳代、40歳代、60歳以上では「レジャー費」の支出が減ったとする回答率が一番高かった（図表13）。

費目別では、「レジャー費」「外食費」「衣料費」のトップ3に変化はなかったが、節約疲れからか、ここ数年回答率は減少傾向にある。

図表13：支出が減った上位5費目（属性別）

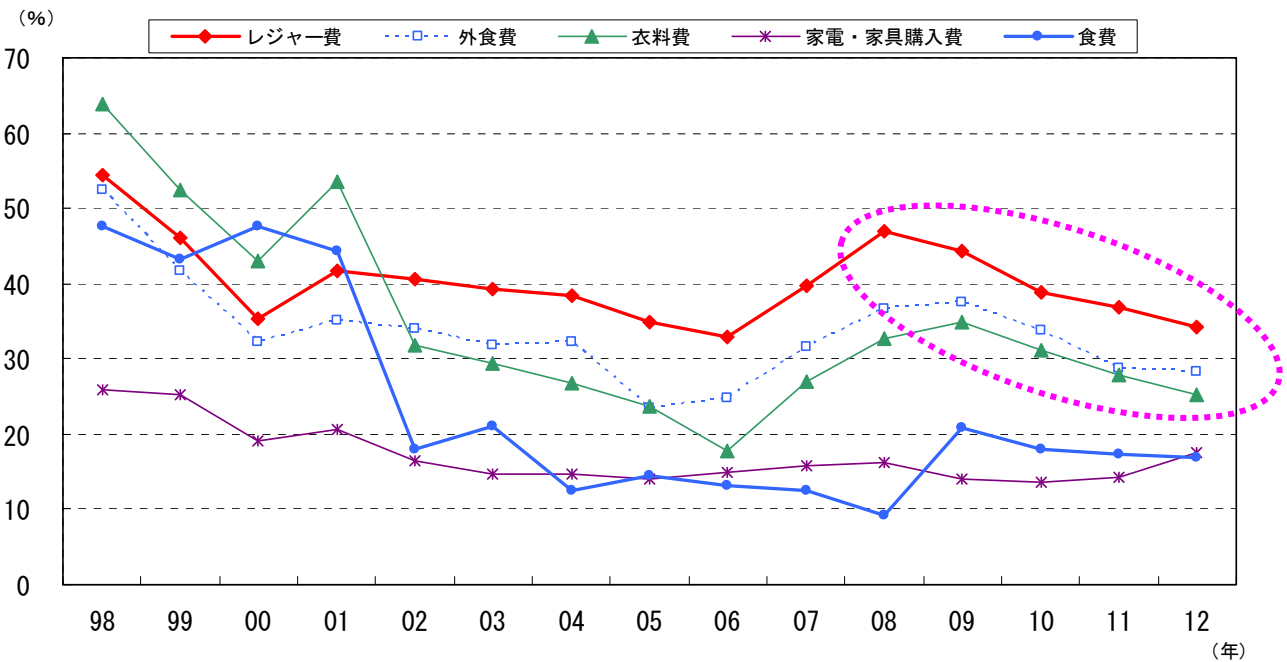
	レジャー費	外食費	衣料費	家電・家具購入費	食費
全体	34.3 (▲2.5)	28.4 (▲0.3)	25.3 (▲2.5)	17.6 (3.4)	16.8 (▲0.5)
20歳代	28.9 (▲13.7)	15.6 (▲16.3)	31.1 (12.0)	22.2 (11.6)	15.6 (2.8)
30歳代	34.1 (▲5.0)	28.5 (▲3.7)	15.4 (▲8.1)	21.1 (7.2)	11.4 (▲0.8)
40歳代	44.4 (3.3)	30.7 (2.7)	20.0 (▲3.4)	16.6 (1.6)	12.2 (▲3.7)
50歳代	24.1 (▲8.1)	28.2 (0.9)	32.3 (5.0)	14.4 (1.3)	22.1 (0.2)
60歳以上	36.3 (5.5)	30.0 (3.1)	33.8 (▲12.4)	20.0 (3.7)	25.0 (4.8)
岐阜県	35.3 (▲2.9)	27.1 (▲2.2)	25.0 (▲2.5)	17.4 (5.6)	19.2 (1.9)
愛知県	33.9 (▲0.5)	32.2 (5.0)	27.1 (▲0.1)	19.1 (3.5)	13.1 (▲6.1)
専業主婦	34.5 (▲6.9)	28.6 (0.3)	28.6 (▲8.8)	13.1 (▲8.1)	11.9 (▲3.3)
正社員	29.9 (▲6.2)	25.8 (▲0.4)	30.3 (2.4)	20.8 (7.5)	15.4 (▲6.5)
パート	37.2 (▲0.1)	29.7 (▲1.5)	20.7 (▲3.4)	17.1 (3.6)	18.6 (3.5)

※複数回答 (%)

(注1) 網掛けは、各属性における最も回答率の高い費目。

(注2) 括弧内は前年差。

図表14：支出が減った上位5費目（全体）の推移



### (3) 高額商品の購入について

2012年に1商品10万円以上する高額商品の購入について質問し、「購入した」と回答した人に「具体的にどんなお買物をしましたか」と尋ねたところ、「国内旅行」が全体の34.6%と最も多く、ついで「自動車の購入・維持」(30.0%)、「一般家電」(26.5%)となった。年齢別では、20歳代で「海外旅行」が突出している以外は「国内旅行」がトップとなった。60歳以上では「自動車の購入・維持」も大きく伸びている(図表15)。

購入した高額商品の推移をみると、「国内旅行」「海外旅行」は2年連続で回答率が上昇している。「体験型消費」を重視する消費志向が確認できた。また、エコカー補助金制度の復活もあり「自動車の購入・維持」の回答率が高まった。一方、家電エコポイントが終了した「一般家電」の回答率は2年連続で低下した(図表16)。

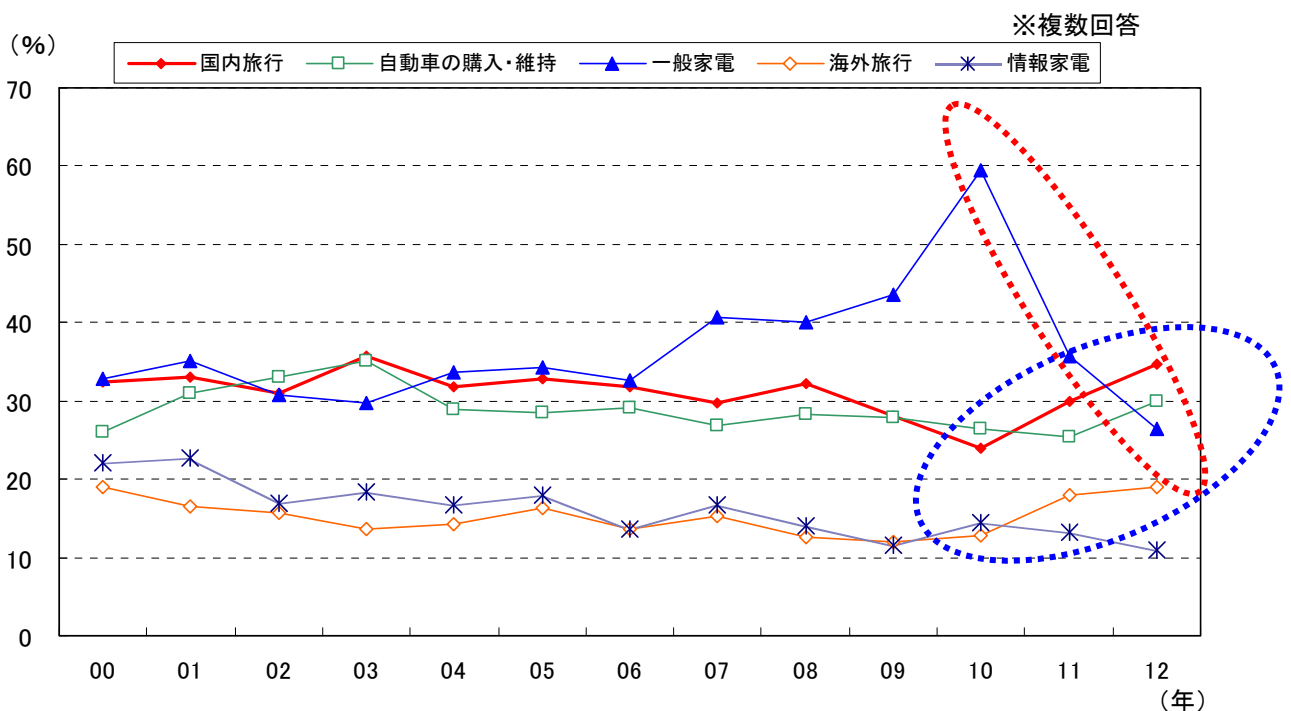
図表15：購入した高額商品（上位5品目）（属性別）

	※複数回答 (%)				
	国内旅行	自動車の購入・維持	一般家電	海外旅行	情報家電
全体	34.6 (4.6)	30.0 (4.5)	26.5 (▲9.3)	19.0 (1.1)	11.0 (▲2.2)
20歳代	26.3 (2.8)	18.4 (▲8.1)	28.9 (2.4)	50.0 (8.8)	2.6 (▲6.2)
30歳代	40.4 (4.6)	30.9 (7.7)	26.6 (▲11.3)	11.7 (▲0.9)	11.7 (0.1)
40歳代	37.2 (9.0)	31.8 (▲2.2)	27.0 (▲7.6)	10.8 (▲1.4)	16.9 (2.2)
50歳代	29.2 (▲3.3)	28.5 (3.3)	25.5 (▲11.9)	23.4 (3.1)	10.2 (▲7.7)
60歳以上	36.5 (10.9)	34.9 (23.4)	25.4 (▲11.8)	20.6 (▲1.2)	3.2 (▲3.2)
岐阜県	31.3 (3.9)	35.5 (7.4)	27.5 (▲9.7)	13.6 (1.6)	11.7 (▲1.1)
愛知県	37.5 (3.6)	22.4 (▲0.4)	24.5 (▲9.9)	27.1 (1.7)	10.4 (▲3.9)
専業主婦	34.4 (6.9)	39.3 (16.1)	27.9 (▲15.6)	11.5 (▲7.3)	6.6 (0.8)
正社員	33.2 (6.2)	25.0 (▲0.4)	23.4 (▲7.3)	32.6 (7.2)	7.1 (▲8.2)
パート	35.4 (2.5)	32.7 (6.3)	29.1 (▲8.9)	9.9 (▲2.1)	16.1 (2.2)

(注1) 網掛けは、各属性別における、最も回答率の高い商品。

(注2) 括弧内は前年差を示す。

図表16：購入した高額商品（上位5品目）（全体）の推移



## 5. 主婦の買物場所

主婦は実際に商品をどこで購入しているのか。主婦の買物場所（11業態）の利用頻度を1年間の平均利用回数に換算した（図表17）。

主婦が最もよく利用する店は「スーパー」で、およそ2日に1度（1年間に156.2回）の頻度で利用されている。「スーパー」は各年齢層で利用回数が一番多く、身近な買い物場所となっている。「コンビニエンスストア」は年齢層が低くなるほど利用回数が多くなっている。

図表17：買物場所の年間平均利用回数

(単位:回/年)

	スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	複合型SC	ホームセンター	ディスカウントストア	100円ショップ	商店街	百貨店	通信販売	家電量販店
全体	156.2 (2.1)	62.7 (0.7)	38.3 (▲1.6)	21.5 (▲3.9)	17.0 (1.6)	19.0 (0.6)	14.9 (▲0.6)	11.2 (1.0)	7.5 (▲0.5)	8.4 (1.7)	5.3 (0.6)
20歳代	115.7 (6.0)	107.1 (7.4)	44.4 (6.1)	32.7 (▲0.1)	15.6 (0.0)	26.9 (3.3)	12.7 (▲9.3)	3.4 (▲0.1)	7.8 (0.2)	5.2 (▲3.0)	5.4 (▲1.9)
30歳代	136.3 (6.3)	82.8 (22.0)	42.2 (▲0.6)	21.1 (▲4.2)	16.8 (1.1)	19.9 (▲0.7)	16.7 (▲0.6)	1.8 (▲5.7)	4.8 (▲6.9)	9.6 (6.2)	5.2 (▲0.3)
40歳代	170.4 (5.6)	59.4 (▲8.7)	40.9 (▲3.8)	24.1 (3.3)	17.1 (3.2)	24.1 (5.1)	16.9 (3.6)	11.4 (4.9)	4.6 (▲4.8)	10.2 (5.3)	5.6 (1.1)
50歳代	162.9 (▲2.1)	50.4 (▲5.9)	38.0 (0.5)	18.2 (▲14.2)	16.4 (▲0.2)	15.5 (0.9)	12.9 (▲0.6)	11.6 (▲5.6)	10.4 (5.1)	8.5 (▲0.4)	5.0 (0.6)
60歳代以上	157.0 (▲6.6)	42.0 (2.5)	23.6 (▲6.9)	17.8 (▲1.7)	20.1 (3.3)	7.6 (▲9.6)	14.4 (▲4.0)	30.1 (15.7)	12.4 (8.9)	4.0 (▲5.7)	4.7 (1.2)
岐阜県	147.6 (▲4.1)	60.9 (▲1.8)	40.0 (0.1)	22.3 (▲3.5)	16.8 (0.4)	22.3 (2.8)	15.4 (▲0.7)	8.4 (▲1.4)	4.8 (▲1.7)	8.0 (3.2)	5.8 (1.0)
愛知県	166.6 (12.6)	65.2 (3.8)	36.5 (▲3.9)	21.2 (▲3.4)	17.1 (2.8)	14.5 (▲2.0)	14.4 (▲0.5)	15.2 (4.8)	11.2 (1.5)	9.2 (▲0.4)	4.5 (▲0.1)
専業主婦	145.1 (▲12.6)	43.3 (▲7.7)	37.5 (▲4.8)	22.3 (▲9.1)	28.5 (9.9)	27.5 (2.4)	17.6 (▲5.5)	8.4 (▲3.1)	6.9 (▲5.3)	10.8 (3.8)	8.5 (3.4)
正社員	131.5 (▲5.3)	86.6 (11.4)	35.0 (▲2.4)	22.2 (▲2.8)	14.8 (0.4)	17.3 (1.1)	13.9 (2.5)	13.7 (3.2)	9.1 (1.4)	10.1 (3.7)	4.6 (▲0.2)
パート	176.1 (11.1)	50.7 (▲5.3)	40.9 (▲0.2)	20.5 (▲3.2)	15.8 (0.5)	18.7 (0.6)	15.5 (▲1.1)	10.1 (1.1)	6.6 (0.1)	6.8 (0.7)	5.0 (0.4)
利用頻度 (注1)	2.3 (▲0.1)	5.8 (▲0.1)	9.5 (0.3)	17.0 (2.6)	21.5 (▲2.2)	19.2 (▲0.6)	24.5 (1.0)	32.7 (▲3.1)	48.6 (2.8)	43.6 (▲10.7)	68.8 (▲8.7)

(注1)「利用頻度」とは、「全体」において、それぞれの業態に訪れる間隔を日数単位で表したものを示す。スーパーであれば2.3日に1回利用するとの意味。  
 (注2)括弧の中の数字は、前年利用回数および前年利用頻度との差を示す。

以上