

## 第20回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

### 1 はじめに

OKB総研では、毎年、岐阜・愛知・三重・滋賀県などに在住の主婦を対象に「主婦の消費行動に関するアンケート」を実施している。

増加基調にある企業収益や、好調な海外経済を背景とした輸出の増加により、日本経済が緩やかな回復を続けている中で、この地域的主婦がどのような消費行動をしているのか、以下でその実態を明らかにしたい。

### 2 調査概要

本調査の概要は以下のとおりである。

- (1) 調査時期：2017年11月7日～11月10日
- (2) 調査方法：OKB大垣共立銀行本店(東京・大阪を除く)に来訪した主婦<sup>(※1)</sup> 791人にアンケート用紙を配布・回収
- (3) 有効回答数：781名(有効回答率98.7%)
- (4) 回答者属性

属性	項目	割合
年代	20歳代	7.3%
	30歳代	14.9%
	40歳代	29.6%
	50歳代	32.4%
	60歳以上	15.9%
住所	岐阜県	56.1%
	愛知県	40.3%
	三重県	1.8%
	滋賀県	1.7%
	その他	0.1%
就業形態	専業主婦	13.1%
	正社員・公務員・自営業	42.8%
	パートタイマー	41.0%
	内職・その他	3.2%

(※1) 本調査における「主婦」とは、既婚女性で子どもの有無や就業形態は問わない。  
 (※2) 数値は四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同じ)。

### 3 定例調査

#### (1) 主婦の景気判断

最初に、消費行動を左右する景況感と物価観を概観する。

##### A. 主婦の景況感

「2017年の景気は、2016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、「良くなった」が全体の7.6%、「変わらない」が70.3%、「悪くなった」が15.8%となった。前年と比べて「良くなった」が4.6ポイント上昇し、「悪くなった」が13.9ポイント低下した(図表1)。

全ての年代・住所・就業形態において、「良くなった」「変わらない」の

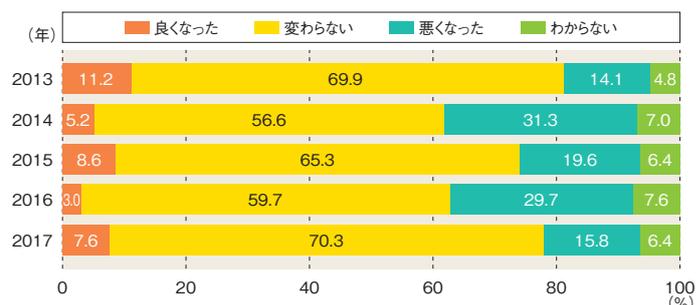
回答率が上昇し、「悪くなった」が低下した。特に20歳代と30歳代で「良くなった」が「悪くなった」を上回り、景況感の改善がうかがえた(図表2)。

景況D.I.(「良くなった」－「悪くなった」の回答率の差)は▲8.2%ポイントで、前年より18.5%ポイント改善した(図表3)。

##### B. 主婦の物価観

「2017年の物価は、2016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、「高くなった」が全体の53.4%、「変わらない」が42.1%、「安くなった」が0.9%となった。前年と比べて「高くなった」が19.0ポイント低下し、「変わらない」が18.5ポイント上昇した(図表4)。

図表1 主婦の景況感(全体)の推移



図表2 主婦の景況感(属性別)

	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
全体	7.6 (4.6)	70.3 (10.6)	15.8 (▲13.9)	6.4 (▲1.2)
20歳代	15.8 (8.5)	63.2 (1.4)	7.0 (▲9.4)	14.0 (▲0.5)
30歳代	9.5 (7.1)	76.7 (9.2)	8.6 (▲8.9)	5.2 (▲7.5)
40歳代	3.9 (1.8)	78.8 (9.9)	12.1 (▲11.1)	5.2 (▲0.6)
50歳代	7.9 (4.7)	65.6 (11.3)	20.9 (▲15.6)	5.5 (▲0.4)
60歳以上	8.1 (5.1)	61.0 (17.4)	22.8 (▲24.6)	8.1 (2.1)
岐阜県	6.2 (4.1)	68.9 (5.7)	17.6 (▲11.5)	7.3 (1.7)
愛知県	9.9 (5.8)	71.7 (16.2)	13.7 (▲16.3)	4.8 (▲5.6)
専業主婦	7.8 (4.9)	65.7 (17.6)	15.7 (▲18.9)	10.8 (▲3.6)
正社員等	10.5 (6.7)	68.6 (9.4)	15.3 (▲14.8)	5.7 (▲1.2)
パート	4.7 (2.4)	73.0 (8.9)	16.3 (▲11.3)	6.0 (0.0)

(※) 括弧内は、前年差を示す。

全ての年代・住所・就業形態において「高くなった」の回答率が低下したものの、その回答率は依然として高く、物価上昇を意識している主婦が多いことがうかがえた(図表5)。

また、物価D.I. (「高くなった」-「安くなった」)の回答率の差は52.5%ポイント。前回調査の72.0%ポイントから19.5%ポイント低下した(図表6)。

## (2) 家計について

次に、家計の収支動向を見てみる。

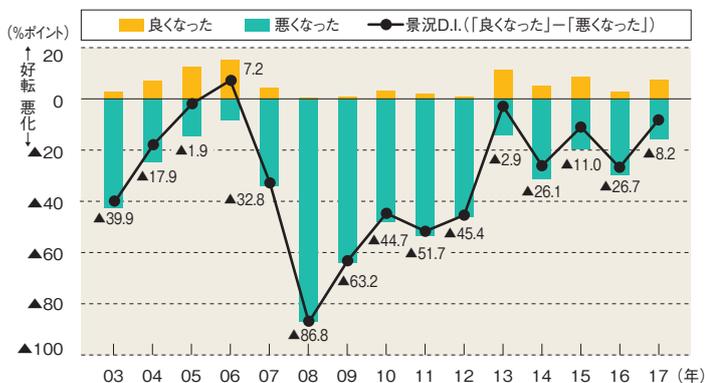
### A. 家計の収入

「2017年の家計収入は、2016年と比べてどうなりましたか」と尋ねたところ、「増えた」が全体の20.3%、「変わらない」が55.8%、「減った」が23.9%となった。前年と比べて「増えた」の

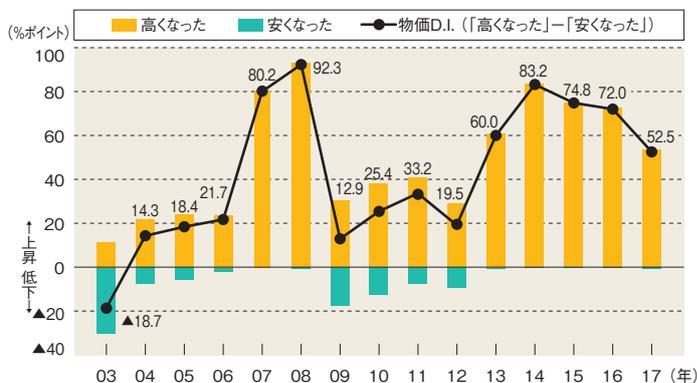
回答率は3.6ポイント上昇、「減った」は5.0ポイント低下し、わずかではあるが家計収入に改善の兆しうかがえた(図表7)。

全ての年代・住所で「増えた」の回答率が上昇し、「減った」が低下した。特に、20歳代と30歳代では「増えた」が30%を超え、他の年代に比べて高くなっている(図表8)。

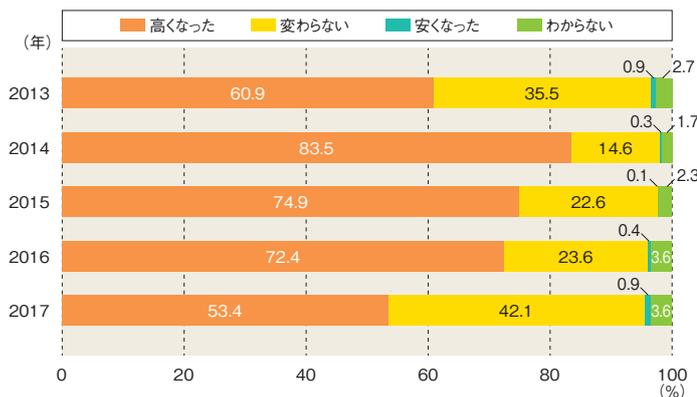
図表3 主婦の景況D.I.の推移



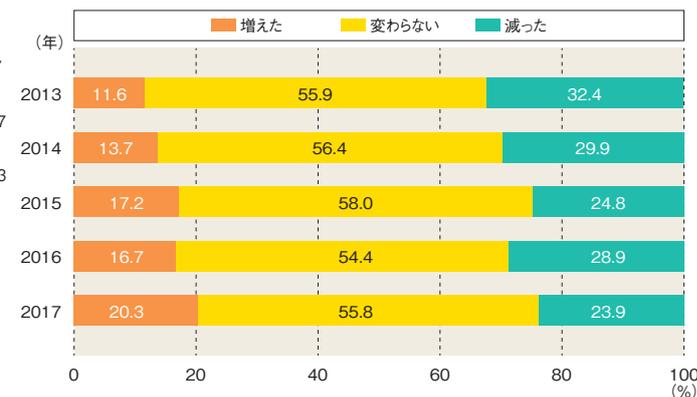
図表6 主婦の物価D.I.の推移



図表4 主婦の物価観(全体)の推移



図表7 家計収入(全体)の推移



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	53.4 (▲19.0)	42.1 (18.5)	0.9 (0.5)	3.6 (0.0)
20歳代	49.1 (▲25.4)	40.4 (24.0)	0.0 (▲1.8)	10.5 (3.2)
30歳代	50.9 (▲20.5)	45.7 (21.1)	0.9 (0.9)	2.6 (▲1.4)
40歳代	59.3 (▲13.3)	36.4 (11.5)	0.9 (0.9)	3.5 (1.0)
50歳代	50.0 (▲20.8)	46.8 (20.3)	0.8 (0.8)	2.4 (▲0.3)
60歳以上	53.7 (▲20.7)	40.7 (21.9)	1.6 (0.1)	4.1 (▲1.2)
岐阜県	51.0 (▲20.6)	43.9 (18.7)	1.4 (0.9)	3.7 (0.9)
愛知県	55.7 (▲17.8)	40.4 (18.9)	0.3 (0.0)	3.5 (▲1.2)
専業主婦	49.0 (▲21.2)	46.1 (23.0)	1.0 (0.0)	3.9 (▲1.9)
正社員等	55.9 (▲14.6)	39.6 (14.7)	1.2 (0.6)	3.3 (▲0.7)
パート	50.8 (▲24.6)	45.5 (22.6)	0.6 (0.6)	3.1 (1.4)

(\*)括弧内は、前年差を示す。

図表8 家計収入(属性別)

	増えた	変わらない	減った
全体	20.3 (3.6)	55.8 (1.4)	23.9 (▲5.0)
20歳代	33.9 (6.1)	50.0 (▲1.9)	16.1 (▲4.3)
30歳代	38.8 (5.7)	53.4 (1.8)	7.8 (▲7.5)
40歳代	21.7 (5.8)	59.6 (▲3.2)	18.7 (▲2.6)
50歳代	12.3 (0.9)	56.1 (4.5)	31.6 (▲5.4)
60歳以上	10.5 (3.6)	53.2 (5.5)	36.3 (▲9.1)
岐阜県	18.1 (3.2)	57.6 (2.6)	24.3 (▲5.9)
愛知県	22.9 (3.2)	53.3 (0.1)	23.8 (▲3.3)
専業主婦	18.6 (▲2.2)	50.0 (6.4)	31.4 (▲4.2)
正社員等	24.3 (5.3)	56.5 (2.9)	19.2 (▲8.2)
パート	16.6 (4.2)	57.4 (▲2.5)	26.0 (▲1.8)

(\*)括弧内は、前年差を示す。

## B. 家計の支出

一方、「2017年の家計支出は、2016年と比べてどうなりましたか」と尋ねたところ、「増えた」が全体の62.1%、「変わらない」が32.1%、「減った」が5.8%となった。前年と比べて「増えた」の回答率は2.2ポイント上昇し、「減った」は1.6ポイント低下した(図表9)。

年代別で見ると、20歳代と50歳代で「増えた」が前年よりそれぞれ9.2ポイントと1.7ポイント低下したものの、それ以外の年代では上昇した。また、全ての年代で「増えた」が5割を超えており、家計支出は増加していることがうかがえた(図表10)。

## C. 家計支出の費目別動向

それでは、家計支出の費目別の動

向はどうだろうか。以下に詳しく見てみたい。

### (a) 支出増加費目／支出減少費目

「2017年の家計支出を考えたとき、2016年より支出が増えた費目は何か(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「食費」が45.5%でトップであった。夏から秋にかけ台風の接近・上陸が続いたことによる野菜価格の高騰などが影響しているものと考えられる。2位は「交通・通信費」で前年3位から順位を上げた。ガソリン価格や配送費の上昇、スマートフォン(以下:スマホ)の普及に伴う通信費の上昇等が影響しているものと考えられる(図表11)。

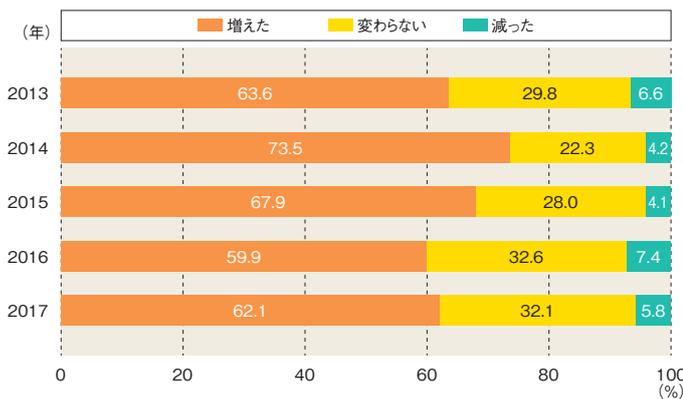
年代別に見ると、40歳代では「教育費」がトップで58.3%となった。子供を抱える世代の教育費負担の大き

がうかがえた。また、50歳代では「交通・通信費」がトップで38.3%であった。総務省の「情報通信白書」によると、近年50歳代のスマホ普及率が他の年代より大きく伸びており、スマホの普及による通信費増が要因の一つと考えられる(図表12)。

また、「2017年の家計支出を考えたとき、2016年より支出が減った費目は何か(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、1位は「レジャー費」で昨年に続いてトップとなった。2位は「衣料費」、3位は「外食費」で昨年より順位が逆転した(図表13)。

年代別に見ると、「衣料費」は40歳代を除く全ての年代で「支出が減った」の回答率が上昇し、特に20歳代では前年より13.8ポイント上昇した(図表14)。20歳代は支出が増えた

図表9 家計支出(全体)の推移

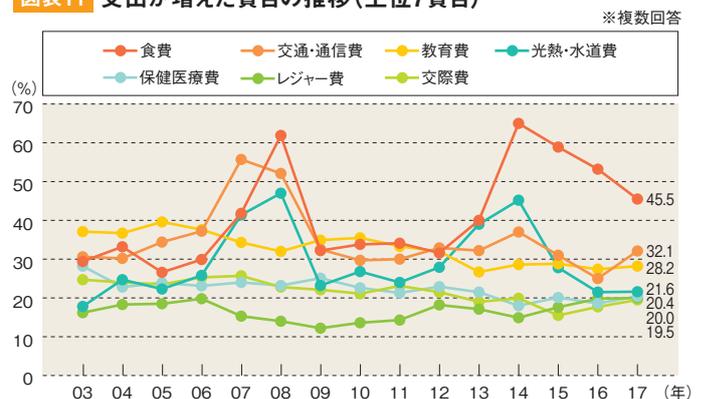


図表10 家計支出(属性別)

	増えた (%)	変わらない (%)	減った (%)
全体	62.1 (▲2.2)	32.1 (▲0.5)	5.8 (▲1.6)
20歳代	66.7 (▲9.2)	29.8 (9.4)	3.5 (▲0.2)
30歳代	69.8 (5.8)	25.9 (▲6.1)	4.3 (0.3)
40歳代	73.2 (6.7)	22.5 (▲5.1)	4.3 (▲1.6)
50歳代	50.6 (▲1.7)	40.6 (2.9)	8.8 (▲1.2)
60歳以上	55.6 (5.2)	39.5 (0.6)	4.8 (▲5.9)
岐阜県	60.2 (▲0.3)	33.0 (0.3)	6.9 (0.1)
愛知県	63.7 (4.8)	31.5 (▲1.7)	4.8 (▲3.1)
専業主婦	58.8 (▲3.0)	33.3 (2.9)	7.8 (0.0)
正社員等	64.3 (5.3)	30.3 (▲1.4)	5.4 (▲3.9)
パート	59.6 (▲0.7)	34.5 (0.2)	6.0 (0.7)

(\*)括弧内は、前年差を示す。

図表11 支出が増えた費目の推移(上位7費目)



図表12 支出が増えた費目(上位7費目、属性別)

	食費 (%)	交通・通信費 (%)	教育費 (%)	光熱・水道費 (%)	保健医療費 (%)	レジャー費 (%)	交際費 (%)
全体	45.5 (▲7.7)	32.1 (7.1)	28.2 (0.8)	21.6 (0.1)	20.4 (1.8)	20.0 (0.2)	19.5 (1.8)
20歳代	53.6 (▲14.3)	41.1 (29.8)	8.9 (5.1)	32.1 (11.3)	16.1 (14.2)	28.6 (11.6)	28.6 (15.4)
30歳代	61.7 (▲2.3)	20.9 (▲3.1)	41.7 (4.1)	11.3 (▲6.3)	15.7 (2.1)	22.6 (0.2)	9.6 (▲4.0)
40歳代	49.1 (▲5.4)	32.0 (8.2)	58.3 (1.7)	20.2 (0.6)	18.9 (4.0)	12.7 (▲1.3)	7.0 (▲2.4)
50歳代	34.6 (▲9.1)	38.3 (9.9)	10.7 (0.5)	23.9 (0.6)	20.2 (▲1.7)	22.6 (▲0.2)	24.3 (0.1)
60歳以上	41.0 (▲9.0)	26.5 (▲1.7)	1.7 (0.1)	24.8 (▲1.8)	30.8 (▲1.5)	22.2 (▲2.0)	39.3 (11.1)
岐阜県	45.0 (▲5.5)	31.6 (7.8)	28.3 (0.4)	22.6 (2.0)	21.5 (2.8)	15.8 (▲0.9)	18.2 (1.7)
愛知県	45.3 (▲11.4)	31.9 (6.3)	28.0 (1.4)	19.9 (▲3.8)	18.9 (1.0)	26.1 (2.7)	20.8 (1.2)
専業主婦	49.5 (▲8.7)	32.0 (8.5)	15.5 (▲2.9)	27.8 (2.3)	29.9 (6.4)	17.5 (▲7.0)	21.6 (0.2)
正社員等	46.0 (▲6.1)	31.5 (7.5)	25.6 (1.6)	17.9 (▲4.3)	19.1 (0.8)	23.8 (3.7)	21.6 (4.2)
パート	43.0 (▲10.2)	33.4 (7.1)	33.4 (▲0.6)	22.9 (3.7)	19.4 (2.6)	17.8 (▲0.7)	15.6 (▲0.2)

(\*)1は、各属性における最も回答率の高い費目。(\*)2括弧内は、前年差を示す。

費目として「交通・通信費」の回答率が大幅に上昇していることから、スマホの通信費などへの支出を「衣料費」の抑制で補っているものと考えられる。

(b) 今以上に切り詰めたい費目／増やしたい費目

続いて、今後の消費についてどのように考えているのかを見てみたい。

「2017年の家計支出を考えたとき、今以上に切り詰めたい費目は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「光熱・水道費」が41.9%でトップとなり、次に「食費」で38.3%、「交通・通信費」で25.8%となった(図表15)。特に「交通・通信費」は、11.1ポイント上昇し、前年まで10年連続でトップ3以内に入っていた「外食費」に代わり3位となった。スマホの普及に伴うコス

ト意識の表れと考えられる。

年代別に見ると、20歳代、30歳代は「食費」、40歳代以上は「光熱・水道費」がトップとなり、年代によって切り詰めたい費目に違いが見られた。

これに対して、「2017年の家計支出を考えたとき、今以上に支出を増やしていきたい費目は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「レジャー費」が55.8%でトップとなり、次に「教養娯楽費」で20.1%、「教育費」で16.0%となった(図表16)。特にトップの「レジャー費」は前年に比べ6.8ポイントと大きく上昇した。

上位3費目は順位の変動はあるものの、8年連続でトップ3を占める結果となった。さらに「レジャー費」は、全ての回答属性でトップとなっており、主婦が余暇の有効活用に高い意識を

示していることがうかがえた。

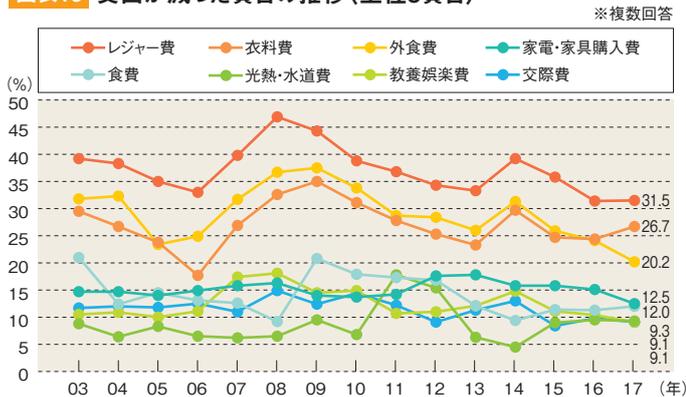
(c) 高額商品の購入

次に、高額商品の購入状況について見てみたい。

「2017年に1商品10万円以上する高価なお買い物(家族旅行を含む)はしましたか」と尋ねたところ、「はい」は60.4%、「いいえ」は39.6%となった。次に「はい」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32.8%でトップとなり、次に「一般家電」で29.3%、「自動車の購入・維持」で24.6%となった(図表17、図表18)。

購入した高額商品(上位5品目)(全体)の推移を見ると、2年ぶりに「国内旅行」が1位となり、「一般家電」は2位に順位を下げた。前回調査時(2016年11月)では、2016年4月

図表13 支出が減った費目の推移(上位8費目)



図表15 今以上に支出を切り詰めたい費目(上位7費目、属性別)

	光熱・水道費	食費	交通・通信費	外食費	衣料費	保険料	保健医療費
全体	41.9 (6.9)	38.3 (1.1)	25.8 (11.1)	22.2 (▲12.0)	15.3 (▲8.5)	14.9 (5.4)	14.1 (8.6)
20歳代	44.6 (15.8)	53.6 (15.1)	23.2 (13.6)	32.1 (▲12.1)	17.9 (2.5)	5.4 (▲0.4)	7.1 (7.1)
30歳代	35.5 (7.4)	45.5 (5.0)	28.2 (11.7)	32.7 (▲17.7)	7.3 (▲14.2)	14.5 (7.9)	8.2 (3.2)
40歳代	44.9 (6.6)	40.2 (1.5)	24.3 (9.1)	24.8 (▲9.5)	14.5 (▲2.5)	15.4 (3.7)	8.4 (2.3)
50歳代	43.6 (5.1)	33.6 (▲4.9)	30.3 (15.4)	15.8 (▲10.6)	17.4 (▲9.0)	16.2 (5.6)	17.4 (11.6)
60歳以上	36.9 (4.8)	29.1 (1.4)	17.5 (4.1)	15.5 (▲10.4)	19.4 (▲19.9)	16.5 (8.5)	28.2 (21.1)
岐阜県	42.0 (7.7)	38.0 (0.4)	25.4 (11.4)	20.7 (▲12.6)	17.8 (▲6.8)	12.8 (2.8)	14.8 (9.3)
愛知県	40.5 (5.0)	39.2 (2.7)	25.8 (11.1)	24.4 (▲11.4)	12.7 (▲10.0)	17.9 (8.5)	13.4 (8.0)
専業主婦	34.4 (▲1.8)	36.7 (1.6)	21.1 (▲2.3)	21.1 (▲11.9)	15.6 (▲12.1)	12.2 (▲1.6)	27.8 (19.3)
正社員等	39.5 (8.2)	37.8 (2.4)	28.0 (14.7)	22.0 (▲12.2)	14.8 (▲8.9)	11.8 (2.6)	12.2 (7.5)
パート	45.6 (7.5)	38.1 (▲1.7)	26.1 (12.5)	22.8 (▲10.9)	15.6 (▲7.2)	19.2 (10.0)	12.7 (7.3)

(※1) ■は、各属性における最も回答率の高い費目。(※2)括弧内は、前年差を示す。

図表14 支出が減った費目(上位8費目、属性別)

	レジャー費	衣料費	外食費	家電・家具購入費	食費	光熱・水道費	教養娯楽費	交際費
全体	31.5 (0.1)	26.7 (2.3)	20.2 (▲3.9)	12.5 (▲2.6)	12.0 (0.7)	9.3 (▲0.2)	9.1 (▲1.3)	9.1 (▲0.7)
20歳代	28.0 (5.3)	32.0 (13.8)	18.0 (▲4.7)	14.0 (0.4)	6.0 (▲3.1)	10.0 (5.5)	14.0 (2.6)	14.0 (▲6.5)
30歳代	23.3 (▲9.1)	20.0 (4.3)	16.7 (▲5.8)	11.1 (▲8.5)	4.4 (▲3.4)	13.3 (▲0.4)	3.3 (▲3.6)	10.0 (4.1)
40歳代	42.9 (7.3)	18.5 (▲1.3)	22.8 (▲5.9)	12.7 (▲2.2)	6.9 (▲2.5)	6.3 (1.8)	10.1 (▲1.3)	5.8 (▲3.1)
50歳代	27.5 (▲1.1)	29.9 (0.2)	19.4 (0.1)	9.5 (▲4.0)	18.0 (3.4)	10.4 (0.0)	9.5 (0.1)	9.0 (▲0.4)
60歳以上	27.7 (▲3.1)	39.4 (4.8)	21.3 (▲4.7)	19.1 (4.7)	19.1 (5.6)	8.5 (▲6.9)	9.6 (▲3.9)	12.8 (1.3)
岐阜県	32.6 (▲1.7)	24.9 (1.8)	22.3 (▲5.2)	11.4 (▲1.8)	13.4 (1.3)	8.0 (▲2.4)	9.4 (▲1.0)	8.3 (1.2)
愛知県	29.0 (0.8)	27.4 (1.1)	17.8 (▲1.1)	13.9 (▲3.1)	9.3 (▲1.1)	10.8 (3.1)	7.3 (▲2.0)	10.8 (▲2.3)
専業主婦	37.2 (12.8)	25.6 (1.2)	21.8 (▲2.6)	16.7 (2.7)	7.7 (▲2.8)	9.0 (▲8.4)	6.4 (▲1.7)	6.4 (▲4.1)
正社員等	26.6 (▲7.0)	27.0 (2.4)	21.2 (▲0.6)	11.2 (▲5.6)	14.3 (3.9)	10.4 (▲1.0)	9.3 (▲1.1)	11.6 (0.9)
パート	32.9 (4.2)	25.6 (0.8)	19.5 (▲7.6)	12.6 (▲1.7)	11.9 (▲0.1)	9.0 (4.0)	9.7 (▲1.5)	7.6 (▲0.5)

(※1) ■は、各属性における最も回答率の高い費目。(※2)括弧内は、前年差を示す。

図表16 今以上に支出を増やしたい費目(上位7費目、属性別)

	レジャー費	教養娯楽費	教育費	食費	外食費	家電・家具購入費	衣料費
全体	55.8 (6.8)	20.1 (1.6)	16.0 (▲4.6)	12.3 (1.3)	12.0 (0.9)	11.4 (0.3)	10.7 (3.6)
20歳代	46.7 (1.2)	24.4 (10.8)	15.6 (▲9.4)	15.6 (4.2)	13.3 (4.2)	6.7 (▲6.9)	11.1 (8.8)
30歳代	60.2 (16.0)	20.4 (2.7)	34.0 (▲10.2)	12.6 (▲2.4)	6.8 (1.5)	8.7 (0.7)	8.7 (▲1.9)
40歳代	52.0 (1.8)	17.7 (3.6)	25.3 (▲5.4)	11.1 (▲2.1)	13.6 (▲0.1)	14.1 (3.4)	9.1 (1.3)
50歳代	57.5 (7.0)	20.0 (1.0)	4.0 (▲0.3)	12.0 (5.5)	13.5 (3.2)	12.0 (▲1.6)	14.5 (8.0)
60歳以上	59.8 (9.3)	23.0 (▲6.7)	1.1 (0.1)	13.8 (3.9)	10.3 (▲4.6)	9.2 (▲0.7)	8.0 (3.0)
岐阜県	53.3 (6.6)	20.9 (2.5)	15.2 (▲6.5)	13.8 (4.2)	12.3 (0.5)	10.3 (▲1.5)	13.2 (6.6)
愛知県	57.3 (6.3)	18.1 (▲0.9)	16.2 (▲2.8)	10.4 (▲1.8)	11.2 (0.6)	13.8 (3.5)	8.5 (0.9)
専業主婦	51.9 (6.0)	15.2 (▲10.7)	17.7 (▲10.5)	12.7 (▲4.9)	10.1 (▲5.2)	15.2 (7.0)	11.4 (4.3)
正社員等	59.5 (6.1)	20.5 (1.3)	14.3 (▲1.7)	11.2 (1.6)	11.2 (▲2.3)	10.0 (▲1.4)	10.4 (4.0)
パート	56.0 (11.1)	21.2 (6.8)	15.4 (▲7.8)	13.9 (4.0)	14.3 (6.7)	11.7 (▲0.5)	10.3 (2.3)

(※1) ■は、各属性における最も回答率の高い費目。(※2)括弧内は、前年差を示す。

に熊本地震が発生し「旅行」を自重する動きが見られた一方、オリンピックタイヤーとしてテレビなどの「一般家電」の購入の動きが見られた。今回調査では、「国内旅行」「海外旅行」が堅調であるものの、「一般家電」は前年の反動を受ける結果になったものと考えられる。

#### D. 家計管理の工夫について

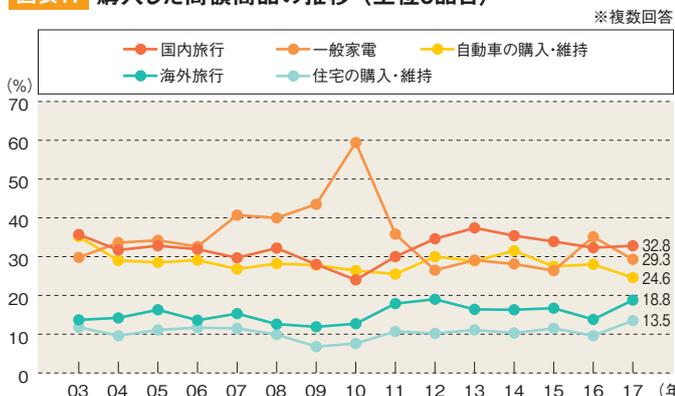
それでは、主婦はどのように家計管理を工夫しているのだろうか。

「家計管理をする中で、工夫していることは何ですか(自由回答)」と尋ねたところ、「特売品・安価商品を購入する」が34.3%でトップとなり、次に「家計簿をつける」で24.3%、「必要なものだけを購入する」で17.1%と

なった(図表19)。

年代別に見ると、20歳代から50歳代は「特売品・安価商品を購入する」が、60歳以上は「家計簿をつける」がトップであった(図表20)。主婦は、コストパフォーマンスを意識した賢い買い物をするにより家計管理を工夫していることがうかがえた。

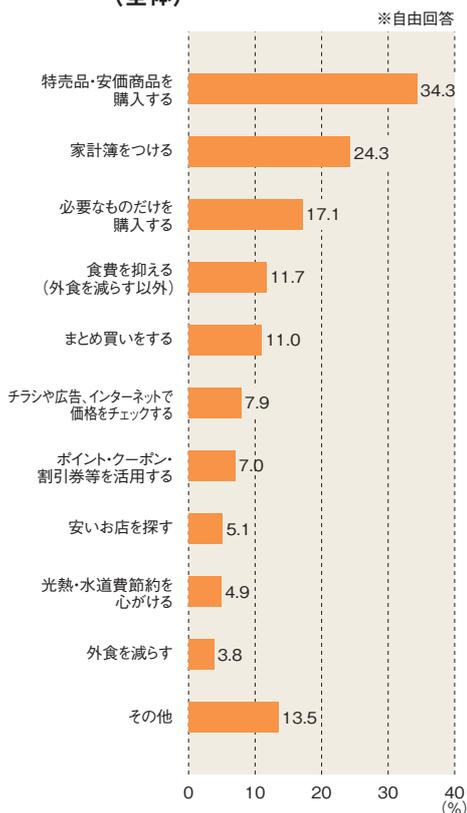
図表17 購入した高額商品の推移(上位5品目)



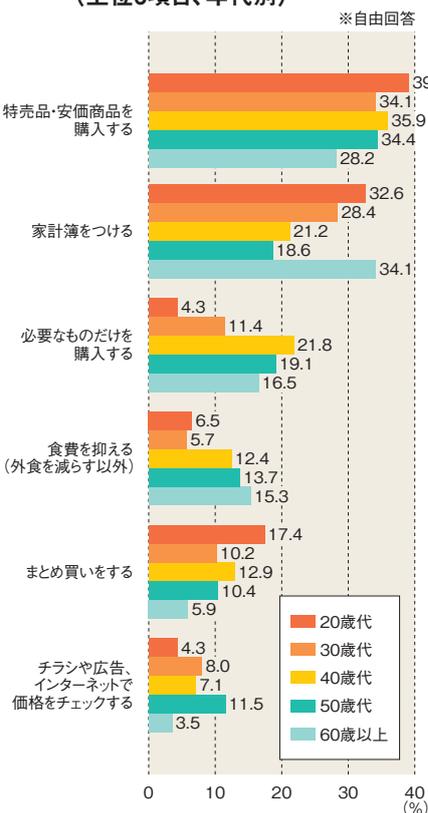
図表18 購入した高額商品(上位5品目、属性別)

	国内旅行	一般家電	自動車の購入・維持	海外旅行	住宅の購入・維持
全体	32.8 (0.5)	29.3 (▲5.8)	24.6 (▲3.4)	18.8 (5.0)	13.5 (3.9)
20歳代	22.0 (10.9)	39.0 (▲5.4)	29.3 (3.4)	48.8 (22.9)	14.6 (▲0.2)
30歳代	41.0 (3.7)	28.2 (▲1.1)	23.1 (▲6.2)	15.4 (▲1.9)	19.2 (8.5)
40歳代	31.2 (▲6.7)	27.2 (▲7.6)	26.4 (▲6.9)	12.0 (5.9)	11.2 (5.9)
50歳代	29.8 (2.3)	30.4 (▲4.7)	27.3 (5.2)	15.5 (1.0)	9.3 (▲2.9)
60歳以上	40.3 (6.5)	25.8 (▲12.2)	12.9 (▲15.3)	25.8 (7.5)	21.0 (11.1)
岐阜県	31.0 (▲0.5)	34.3 (▲1.8)	27.3 (0.0)	16.7 (7.0)	11.8 (0.7)
愛知県	33.8 (▲0.5)	24.0 (▲9.8)	20.6 (▲7.3)	21.1 (2.5)	15.7 (6.9)
専業主婦	38.6 (2.2)	28.1 (▲6.4)	28.1 (▲6.4)	19.3 (6.6)	22.8 (11.9)
正社員等	30.0 (▲1.0)	30.9 (▲4.8)	19.3 (▲8.3)	25.6 (7.5)	15.7 (4.7)
パート	34.7 (1.2)	27.7 (▲6.5)	27.7 (1.8)	10.4 (1.5)	7.5 (0.5)

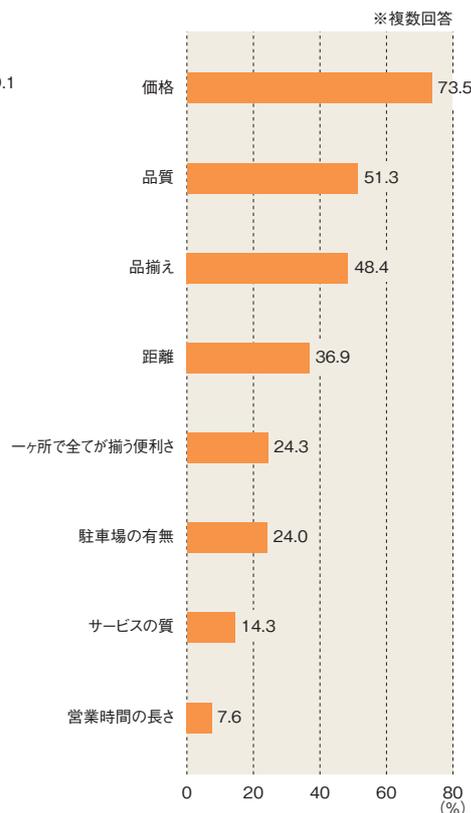
図表19 家計管理で工夫していること(全体)



図表20 家計管理で工夫していること(上位6項目、年代別)



図表21 買物場所の選択基準



## E. 買物場所について

では、主婦は実際に商品を購入する場所をどのように選択し、利用しているのだろうか。

### (a) 買物場所の選択基準

まず、「あなたが買物場所を選択するにあたり、重視する点は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「価格」が73.5%でトップであった。次に「品質」で51.3%、「品揃え」で48.4%となった(図表21)。

上位3項目は前回調査と変わらず、回答率にも大きな増減は見られなかった。

### (b) 買物場所の利用頻度

次に、実際に主婦はどのような店を利用しているのだろうか。

図表22は、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結果である。

主婦が最もよく利用する店は従来通り「スーパー」で、およそ2.5日に1度(年間144.3回)の頻度で利用されている。次に、「コンビニエンスストア」で5.2日に1度、「ドラッグストア」で7.2日に1度となっている。今回の調査では、「ドラッグストア」「ホームセンター」「百貨店」以外の買物場所で前回調査

から年間利用回数が減少し、特に「スーパー」では10.8日、「コンビニエンスストア」は3.8日減少と目立つ結果となった。

一方、「ドラッグストア」の平均利用回数は2.9日増加し年間50.7日となり、これは7.2日に1度の利用頻度となる。経済産業省の「商業動態統計月報(平成29年11月分)」によると、愛知県と岐阜県で営業するドラッグストアの店舗数は、平成28年11月の1,198店舗から平成29年11月には1,298店舗へと100店舗も増加している。主婦にとって利用しやすい環境となっていることも利用回数の増加につながっているものと思われる。

## 4 時事調査：「主婦のスマホ事情」について

近年、スマホが急速に普及し、総務省の「情報通信白書(2017年版)」によると2016年のスマホ世帯保有率は71.8%に達している。これはパソコンや固定電話の世帯保有率とほぼ同じ水準であり、今やスマホは、多くの主婦にとって無くてはならないものになっていると言っても過言ではな

いであろう。

そこで、今回の時事調査では、「主婦のスマホ事情」と題して、主婦のスマホの利用状況などについて調査を行った。

### (1) 主婦のスマホ保有状況：83.8%

はじめに、「あなたがお持ちの携帯電話は何ですか(1つだけ選択)」と尋ねたところ、「スマホ」が80.8%、「一般的な携帯電話(以下：ガラケー)」が15.3%、「スマホとガラケーの両方」が3.0%、「持っていない」が0.8%となった。スマホを保有していると回答した主婦(「スマホ」「スマホ+ガラケー」)の割合は83.8%で、スマホが主婦に浸透していることが確認できた(図表23)。

年代別に見ると、スマホの保有(「スマホ」「スマホ+ガラケー」)状況は、20歳代が100%、30歳代が97.4%、40歳代が95.1%、50歳代は79.5%、60歳以上は51.3%であった。20歳代から40歳代は95%を超え、ほとんどの主婦が保有している結果となった。また、60歳以上も51.3%とガラケーの保有率を上回る結果となり、ス

図表22 買物場所の年間平均利用回数

(単位：「利用頻度」を除く：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	ディスカウントストア	100円ショップ	ホームセンター	通信販売	商店街	百貨店	家電量販店
全体	144.3 (▲10.8)	70.2 (▲3.8)	50.7 (2.9)	22.9 (▲0.7)	19.9 (▲0.2)	16.6 (▲1.4)	16.3 (0.7)	11.6 (▲0.5)	6.2 (▲1.8)	5.9 (0.1)	3.9 (▲0.4)
20歳代	100.0 (▲24.4)	88.3 (▲33.5)	48.9 (▲0.2)	23.4 (0.6)	22.3 (▲1.2)	20.2 (▲2.8)	10.7 (▲0.6)	18.9 (▲3.4)	1.2 (▲1.5)	5.2 (▲0.2)	4.8 (1.2)
30歳代	119.9 (2.1)	86.9 (8.1)	51.5 (▲1.7)	31.1 (0.6)	20.5 (▲0.5)	22.0 (4.5)	13.4 (1.1)	18.8 (0.3)	0.7 (▲2.7)	5.8 (1.4)	3.8 (▲1.3)
40歳代	159.1 (▲0.1)	69.2 (▲10.1)	59.8 (10.9)	18.5 (▲5.9)	21.2 (▲0.9)	17.0 (1.1)	13.8 (▲1.1)	12.0 (3.4)	2.4 (▲1.1)	4.8 (0.3)	3.6 (▲0.2)
50歳代	143.7 (▲29.6)	66.5 (4.5)	45.0 (▲2.7)	23.2 (2.7)	17.9 (▲0.2)	13.7 (▲2.8)	18.5 (1.6)	7.4 (▲2.2)	7.3 (▲1.3)	5.6 (▲0.2)	3.4 (▲0.7)
60歳以上	162.8 (▲2.8)	55.7 (▲2.8)	44.6 (4.8)	23.8 (3.8)	18.3 (1.4)	14.5 (▲7.3)	22.6 (3.2)	7.9 (▲3.9)	20.2 (▲2.0)	9.3 (▲1.2)	6.0 (▲0.0)
岐阜県	139.0 (▲9.3)	65.3 (▲9.5)	54.6 (2.9)	23.0 (0.9)	25.1 (2.2)	14.9 (▲2.0)	17.8 (1.9)	9.7 (▲2.2)	8.0 (▲3.2)	4.4 (▲0.3)	4.4 (0.3)
愛知県	151.4 (▲10.4)	78.5 (6.2)	45.7 (2.6)	23.4 (▲2.7)	12.8 (▲3.0)	19.0 (▲0.2)	14.1 (▲0.6)	14.1 (2.2)	3.9 (0.2)	8.2 (0.5)	3.3 (▲1.5)
専業主婦	150.7 (0.3)	55.0 (▲6.1)	51.3 (4.1)	38.4 (10.0)	20.7 (4.1)	19.8 (1.2)	17.3 (0.4)	12.3 (3.0)	7.0 (▲8.7)	7.1 (1.2)	3.2 (▲0.9)
正社員等	127.0 (▲17.5)	87.7 (▲2.2)	47.6 (1.9)	19.9 (▲3.7)	14.5 (▲3.6)	13.0 (▲3.4)	14.8 (0.4)	13.6 (▲1.3)	7.4 (▲2.5)	6.6 (0.5)	4.5 (0.8)
パート	159.4 (▲13.3)	57.8 (▲0.7)	53.3 (3.1)	22.8 (1.2)	25.3 (2.4)	19.8 (1.7)	17.6 (0.8)	9.1 (▲1.3)	4.3 (1.5)	4.8 (▲0.5)	3.7 (▲0.5)
利用頻度(*1)	2.5 (0.2)	5.2 (0.3)	7.2 (▲0.4)	15.9 (0.4)	18.4 (0.2)	22.0 (1.7)	22.4 (▲1.1)	31.5 (1.3)	58.6 (13.0)	61.6 (▲0.7)	94.7 (9.3)

(\*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2.5日に1回利用するとの意味。

(\*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。

マホが中高年層へも着実に浸透してきていることがうかがえた(図表24)。

## (2) スマホの利用時間： 1時間16分

前問で、スマホを保有していると回答した主婦に「1日にスマホをどのくらいの時間利用(通話、アプリ、ゲームなどスマホの総利用時間数)していますか(1つだけ選択)」と尋ねたところ、「30分以上1時間未満」がトップで32.1%となった。次に「1時間以上2時間未満」で21.9%、「10分以上30分未満」で16.4%となった(図表25)。

年代別の利用時間を見ると、20歳

代と30歳代は「1時間以上2時間未満」、40歳代と50歳代は「30分以上1時間未満」、60歳以上は「10分以上30分未満」がトップであった(図表26)。

また、回答から平均利用時間を算出したところ、全体では1時間16分であった(図表27)。回答率は「30分以上1時間未満」が最も高かったが、平均利用時間は1時間を超える結果となった。

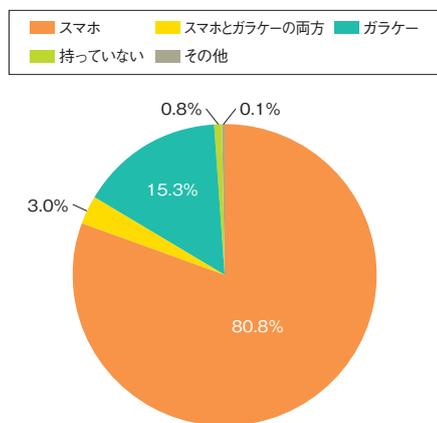
年代別に見ると、平均利用時間が最も長かったのが20歳代で2時間18分、最も短かったのが60歳以上で45分であった。年齢が若いほど利用時間が長くなる傾向が見てとれた。

子供の有無別により利用時間を見ると、子供有は「30分以上1時間未満」、子供無は「2時間以上3時間未満」がトップであった。平均利用時間は、子供有が1時間7分、子供無が2時間4分であった。子供のいない主婦の方が子供のいる主婦に比べて利用時間は長くなるという結果であった。

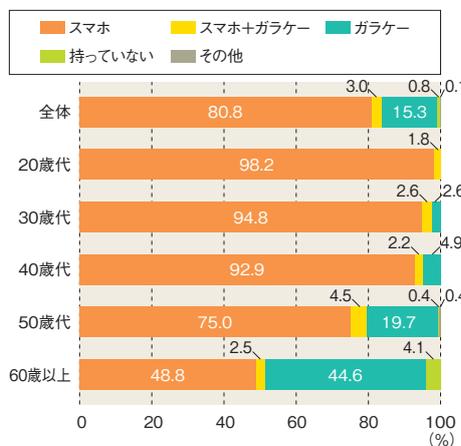
## (3) 利用しているアプリ：SNS

スマホを保有していると回答した主婦に対して「どの種類のアプリを利用していますか(該当項目全て選択)」と尋ねたところ、「SNS(LINE、Facebook、Twitter、メールなど)」

図表23 携帯電話の種類



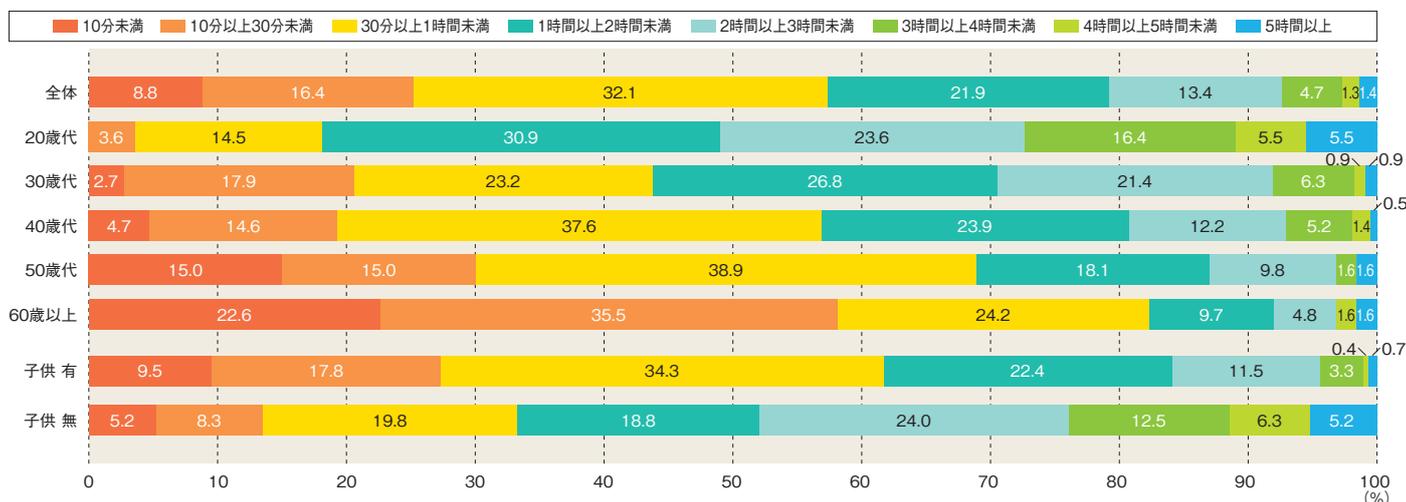
図表24 年代別の携帯電話保有状況



図表25 スマホの利用時間(1日)



図表26 属性別のスマホ利用時間



(以下:SNS)がトップで76.7%であった。次に「天気」で68.5%、「カメラ、写真、ビデオ」(以下:カメラ)で67.6%であった(図表28)。

「SNS」の回答率は8割弱に上った。他者とのコミュニケーション手段としての「SNS」の利用が、主婦に浸透していることが確認できた。

また、「天気」「ニュース」が60%を超えており、情報媒体としてスマホを利用している結果となった。一方、「ゲーム」が4割強、「ショッピング・フリマ」が3割強となっている点にも注目したい。主婦は娯楽や買い物の手段としてもスマホを利用している結

果となった。

このことから、主婦が日常生活の様々な場面でスマホを利用していることがうかがえた。

次に、年代別の特徴を見てみたい(図表29)。

20歳代において最も回答率が高かったアプリは、コミュニケーションツールの「SNS」であった。また、回答率94.5%は年代別の回答率の中で最も高く、20歳代にとっては必須であると言える。尚、その他のアプリについても、他の年代に比べ総じて回答率が高く、スマホを最も活用している年代であると言える。

30歳代のトップも「SNS」で回答率は82.1%であった。また、他の年代と比べ「ショッピング・フリマ」の回答率が50.9%と高いことが特徴的である。

40歳代と50歳代は類似しており、トップは20歳代、30歳代と同様に「SNS」で、重要なアプリであると言える。2位は「天気」、3位は「ニュース」でテレビや新聞などから得られる情報をスマホからも得ていることがうかがえた。

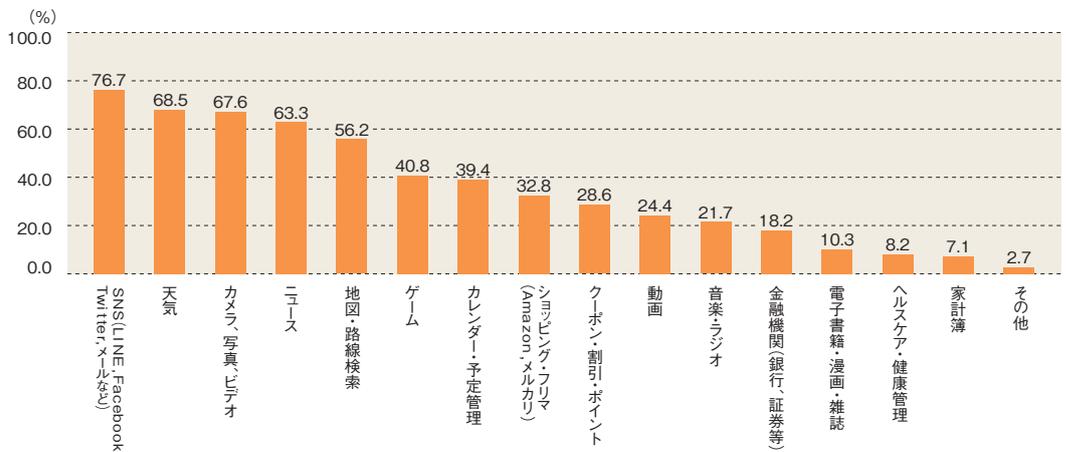
60歳以上のトップは「カメラ」で、他の年代でトップである「SNS」は52.5%に留まっているという特徴があった。

図表27 属性別のスマホ平均利用時間

属性	平均利用時間
全体	1時間16分
20歳代	2時間18分
30歳代	1時間29分
40歳代	1時間16分
50歳代	1時間01分
60歳以上	45分
子供有	1時間07分
子供無	2時間04分

(\*) 選択肢毎の中央値に回答数を掛け、足し上げた総数を属性毎の総回答数で割り算

図表28 利用しているアプリの種類



図表29 属性別の利用アプリ

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体 (回答率)	SNS (76.7)	天気 (68.5)	カメラ、写真、ビデオ (67.6)	ニュース (63.3)	地図・路線検索 (56.2)	ゲーム (40.8)	カレンダー・予定管理 (39.4)
20歳代	SNS (94.5)	カメラ、写真、ビデオ (87.3)	天気 (81.8)	地図・路線検索 (78.2)	カレンダー・予定管理 (72.7)	ニュース (69.1)	ゲーム (63.6)
30歳代	SNS (82.1)	カメラ、写真、ビデオ (69.6)	天気 (67.9)	ニュース (58.0)	地図・路線検索 (54.5)	ショッピング・フリマ (50.9)	ゲーム (44.6)
40歳代	SNS (78.8)	天気 (71.2)	ニュース (66.5)	カメラ、写真、ビデオ (65.1)	地図・路線検索 (57.1)	ゲーム (42.0)	ショッピング・フリマ (39.6)
50歳代	SNS (73.7)	天気 (64.4)	ニュース (64.4)	カメラ、写真、ビデオ (63.9)	地図・路線検索 (56.2)	カレンダー・予定管理 (37.1)	ゲーム (35.6)
60歳以上	カメラ、写真、ビデオ (66.1)	天気 (61.0)	SNS (52.5)	ニュース (52.5)	地図・路線検索 (35.6)	ゲーム (25.4)	カレンダー・予定管理 (20.3)

#### (4) 家計簿アプリ(連動型)の認知度

近年、新たな決済手段としてスマホを利用した決済(スマホ決済など)が普及しつつあるなど、金融の分野でもスマホの積極的な活用が見られ、最近では、銀行口座やクレジットカードなどと連携し、資産を一括で管理できるアプリ(以下:家計簿アプリ(連動型))が関心を集めつつある。そこで、スマホを保有していると回答した主婦に対して「あなたは「家計簿アプリ(連動型)」をご存知ですか(1つだけ選択)」と尋ねたところ、「知っており、使っている」が4.0%、「知っているが、使っていない」が52.7%、「知らない」が43.3%であった(図表30)。半数近くの主婦が知ってはいるものの、使っているのは4.0%に留まっていることが分かった。

使っていない」が43.3%、「知らない」が52.7%であった(図表30)。半数近くの主婦が知ってはいるものの、使っているのは4.0%に留まっていることが分かった。

#### (5) スマホを利用した買い物について

次に、スマホを保有していると回答した主婦に対して「スマホを利用して1か月平均いくら買い物をしますか。以下のAとBについてお答えください(それぞれ1つ選択)」と尋ねた。

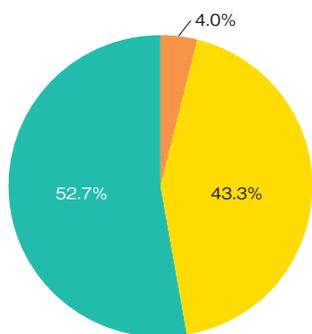
#### A. スマホショッピング:51.9%

「スマホを利用してアマゾンや楽天、個別企業ホームページからの購入等による買い物」(以下:スマホショッピング)について尋ねたところ、「利用している」が51.9%、「利用していない」が48.1%であった。半数はスマホショッピングをしている結果となった(図表31)。

年代別に見ると、「利用している」の回答は、20歳代と30歳代が7割を超えた一方、50歳代は4割弱、60歳以上は2割弱であった(図表32)。

次に、1カ月のスマホショッピング金額について見たい。全体では「5千円以上1万円未満」の回答率が39.6%

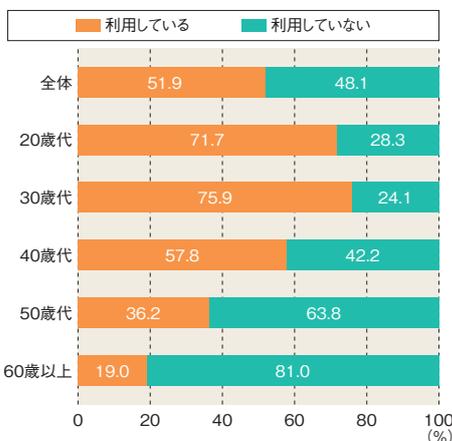
図表30 家計簿アプリの認知度



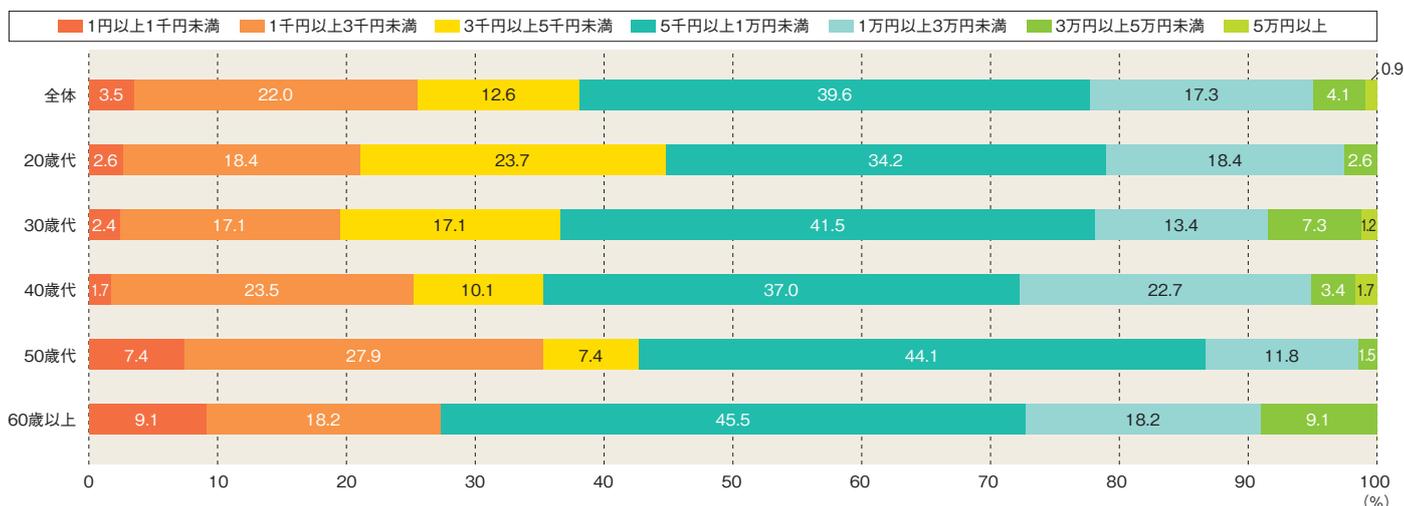
図表31 スマホショッピング状況



図表32 年代別スマホショッピング状況



図表33 年代別買い物金額(1か月平均)



とトップであった(図表33)。また、1万円未満の回答率が全体の8割弱を占める結果となった。回答から1カ月当たりの平均買い物金額を算出すると9,624円であった(図表34)。

年代別に見ると、どの年代も「5千円以上1万円未満」の回答率がトップで、平均買い物金額は1万円前後となった。

若い年代ほどスマホショッピングを利用する傾向にあるものの、どの年代も平均買い物金額は1万円前後とそれほど大きな違いは見られなかった。

## B. 有料モバイルコンテンツの購入:16.6%

「有料アプリやゲーム課金、LINEスタンプ購入等によるモバイルコンテンツの購入」について尋ねたところ、「利用している」が16.6%、「利用していない」が83.4%であった(図表35)。

年代別に見ると、「利用している」との回答は20歳代が最も高く23.5%で、他の年代の回答率は2割未満であった(図表36)。

また、図表は掲載していないが1カ

月の購入金額はほとんどが1千円未満であった。

## 5 おわりに

今回の調査結果から明らかになった主婦の消費行動及びスマホ事情について、以下の3点にまとめてみたい。

第1に、主婦の景況感は、全体としては依然として厳しい結果であったが、20歳代と30歳代の若い年代では改善がうかがえた。日本銀行の地域経済報告(2018年1月)(さくらレポート)や、当社が実施するOKB景況指数調査(2017年12月期調査)では、東海地域の景気は拡大しているとの調査結果を公表している。一方、今回の調査によると、景気D.I.は▲8.2%ポイントと依然として悪化傾向であることを示しており、各種経済指標と主婦の生活実感には開きがあることが見てとれた。但し、20歳代と30歳代では景気D.I.がプラスに転換しており、若い年代では景況感の改善が見られた。

第2に、引き続き物価上昇が意識されているということである。物価D.I.は

52.5%ポイントで、依然として半数以上の主婦が物価は高くなっていると感じていることが分かった。ガソリン価格や配送費の上昇、スマホの普及に伴う通信費の上昇などが影響しているのではないかと考える。

第3に、主婦のスマホ事情についてまとめてみたい。アップル社が2007年にiPhoneを発売し、約10年間で急速にスマホの普及が進んだ。今回の調査結果でもスマホ保有率が8割を超え、1日の平均利用時間が1時間16分であるなど、主婦にもスマホが浸透していることが分かった。利用しているアプリはコミュニケーション手段の「SNS」、趣味の「カメラ」、情報入手のための「天気」「ニュース」「地図・路線検索」が5割を超えていた。さらにスマホショッピングの利用率も5割を超えるなど、通話機能以外に様々な用途でスマホを利用していることが分かった。今後、益々、日常生活においてスマホを活用する場面が増えてくるであろう。

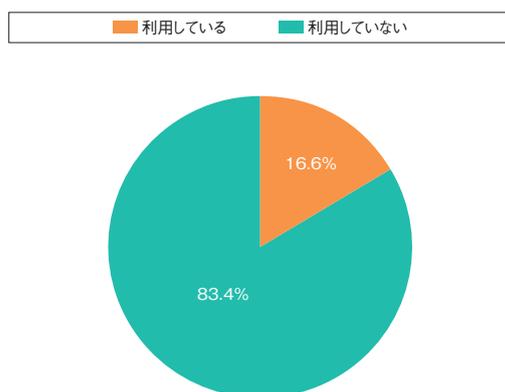
(2018.2.19)

OKB総研 調査部 間野 徹

図表34 年代別の平均買い物金額

年代	平均買い物金額
全体	9,624円
20歳代	8,539円
30歳代	10,585円
40歳代	10,681円
50歳代	7,000円
60歳以上	11,000円

図表35 モバイルコンテンツの購入状況



図表36 年代別モバイルコンテンツの購入状況

