

第14回 「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

1 はじめに

共立総合研究所では、毎年、岐阜・愛知・三重・滋賀4県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。

2011年3月11日、東日本大震災という未曾有の災害が日本を襲った。震源地から離れていたことから直接の被害はなかったものの、「100年に1度」と言われた金融危機から立ち直りかけていた矢先に大規模災害に襲われ、この地方の主婦が景気や物価をいかに感じながら消費行動をしているのかその実態に迫ってみたい。

2 調査概要

本調査の概要は、以下の通りである。

- (1) 調査時期:2011年11月15日~21日
- (2) 調査方法:大垣共立銀行本店(東京・大阪を除く)に来訪した主婦^(※) 791名にアンケート用紙を配布・回収
- (3) 有効回答者数:776名 (有効回答率 98.1%)
- (4) 回答者属性:

年齢	20歳代	7.1%
	30歳代	18.8%
	40歳代	33.5%
	50歳代	25.3%
	60歳以上	15.3%
住所	岐阜県	58.3%
	愛知県	37.0%
	三重県	2.8%
	滋賀県	1.8%
	その他	0.1%
職業	専業主婦	15.3%
	正社員・公務員・自営業	35.6%
	パートタイマー	46.4%
	内職・その他	2.7%

※本調査における「主婦」とは、主に家計を担っている既婚女性で、子供の有無、就業形態は問わない。

3 定例調査

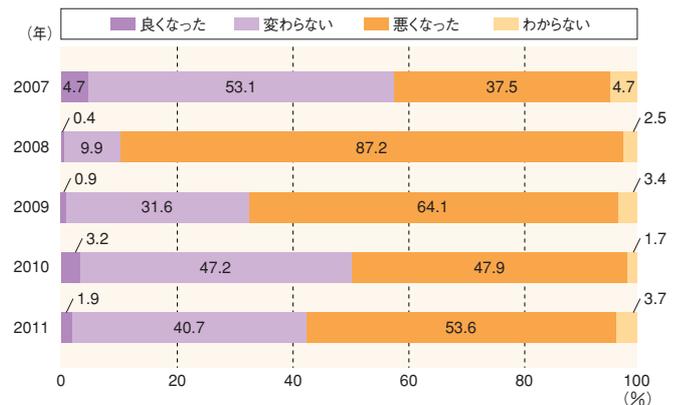
(1) 主婦の景気判断

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

「現在の景気は、1年前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」は全体の1.9%（前年差1.3ポイント低下）、「悪くなった」は53.6%（前年差5.7ポイント上昇）となった（図表1）。「悪くなった」の回答率は、

図表1 主婦の景況感の推移



(注) 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)。

図表2 主婦の景況感

	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
全体	1.9 (▲1.3)	40.7 (▲6.5)	53.6 (5.7)	3.7 (2.0)
20歳代	1.8 (▲8.0)	52.7 (▲1.0)	40.0 (10.7)	5.5 (▲1.8)
30歳代	4.8 (▲0.8)	54.5 (0.1)	36.6 (1.0)	4.1 (▲0.3)
40歳代	1.9 (0.0)	42.7 (▲10.8)	52.3 (7.7)	3.1 (3.1)
50歳代	0.0 (▲2.8)	35.2 (▲0.4)	61.2 (0.6)	3.6 (2.5)
60歳以上	1.7 (0.8)	22.9 (▲15.0)	71.2 (10.0)	4.2 (4.2)
岐阜県	2.2 (▲0.2)	42.4 (▲3.5)	51.9 (2.2)	3.5 (1.5)
愛知県	1.7 (▲3.2)	37.6 (▲11.0)	56.8 (11.7)	3.8 (2.4)
専業主婦	1.7 (▲3.9)	36.4 (▲8.8)	55.1 (9.1)	6.8 (3.6)
正社員等	4.0 (0.4)	39.6 (▲2.0)	53.1 (▲0.7)	3.3 (2.2)
パートタイマー	0.6 (▲1.7)	43.3 (▲8.9)	53.1 (9.4)	3.1 (1.4)

(注) 括弧内は、前年差を示す。

全ての年齢・地域において上昇している。(図表2)。

また、景況D.I.（「良くなった」－「悪くなった」の回答率の差）は▲51.7%ポイント（前年差7.0ポイント低下）となった(図表3)。

金融危機後景況D.I.は、2009年、2010年とマイナスながらも徐々に改善していたが、東日本大震災、円高等による景気の減速を反映し悪化したものと思われる。

B 主婦の物価観

「最近の物価は、1年前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40.8%（前年差2.7ポイント上昇）、「安くなった」は7.6%（前年差5.1ポイント低下）となった(図表4)。

「高くなった」の回答率は30歳代、60歳以上を除いた

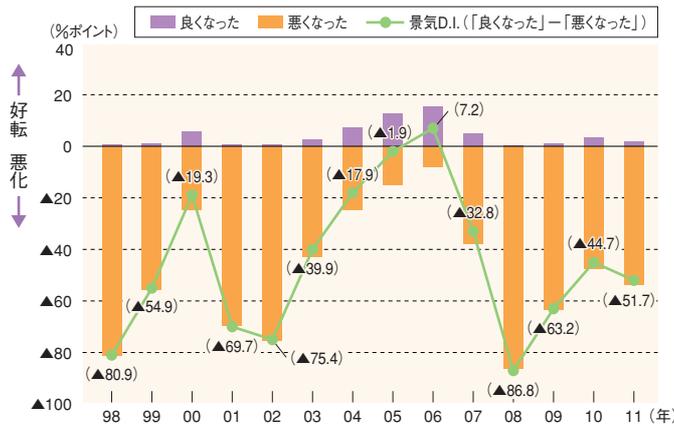
年齢層、全ての地域・就業形態において上昇、「安くなった」の回答率は全ての年齢・地域・就業形態で低下した(図表5)。

また、物価D.I.（「高くなった」－「安くなった」の回答率の差）は33.2%ポイント（前年差7.8ポイント上昇）となった(図表6)。

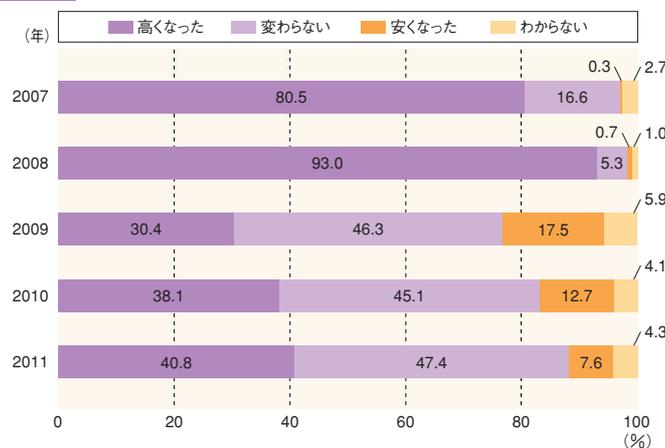
総務省の消費者物価指数を見ると、生鮮食品を除く総合指数はマイナスが続いており、デフレは依然として続いている。しかし、消費者物価指数の個別品目をみるとテレビ等耐久財が大幅に値下がりする一方で、光熱費、穀類等は上昇している。

主婦の物価観としては、消費財の価格の変化を敏感にキャッチし、物価に対するシビアな意識が醸成されているようだ。

図表3 主婦の景況D.I.の推移



図表4 主婦の物価観の推移

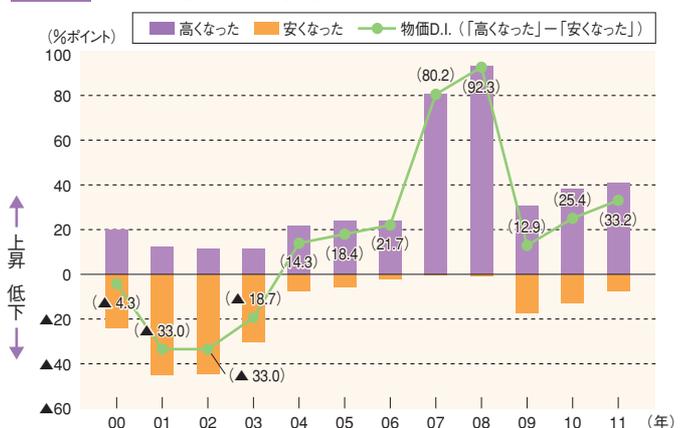


図表5 主婦の物価観

	高くなった (%)	変わらない (%)	安くなった (%)	わからない (%)
全体	40.8 (2.7)	47.4 (2.3)	7.6 (▲5.1)	4.3 (0.2)
20歳代	38.2 (1.6)	45.5 (11.4)	1.8 (▲12.8)	14.5 (▲0.1)
30歳代	34.2 (▲4.7)	53.4 (9.0)	8.9 (▲2.2)	3.4 (▲2.2)
40歳代	43.1 (8.1)	50.0 (▲3.7)	4.2 (▲5.9)	2.7 (1.5)
50歳代	43.4 (3.4)	44.9 (1.6)	8.2 (▲5.1)	3.6 (0.3)
60歳以上	40.7 (▲0.7)	39.0 (5.4)	15.3 (▲3.7)	5.1 (▲0.9)
岐阜県	42.6 (5.5)	45.9 (▲0.5)	7.3 (▲5.4)	4.2 (0.4)
愛知県	38.0 (0.2)	49.1 (5.0)	8.7 (▲4.5)	4.2 (▲0.7)
専業主婦	32.2 (0.2)	51.7 (6.9)	8.5 (▲8.3)	7.6 (1.2)
正社員等	43.5 (8.0)	42.8 (▲1.3)	8.7 (▲7.1)	5.1 (0.4)
パートタイマー	41.7 (0.0)	50.0 (3.1)	6.1 (▲2.4)	2.2 (▲0.7)

(注) 括弧内は、前年差を示す。

図表6 主婦の物価D.I.の推移



第14回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

(2) 家計について

次に、家計の収支動向について見てみたい。

A 家計の収入

「2011年の家計収入は、2010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12.3%（前年
差1.7ポイント上昇）、「減った」は41.5%（前年差6.9ポイ
ント低下）となった（図表7）。

年齢別では、50歳代を除いて「増えた」の回答率が上
昇する一方、60歳以上を除いて「減った」の回答率は低下
した（図表8）。

地域別では、「増えた」の回答率は、岐阜県は前年に比
べ3.2ポイント上昇し11.9%であったのに対し、愛知県は前
年に比べ1.4ポイント低下し12.2%であった。家計の収入が

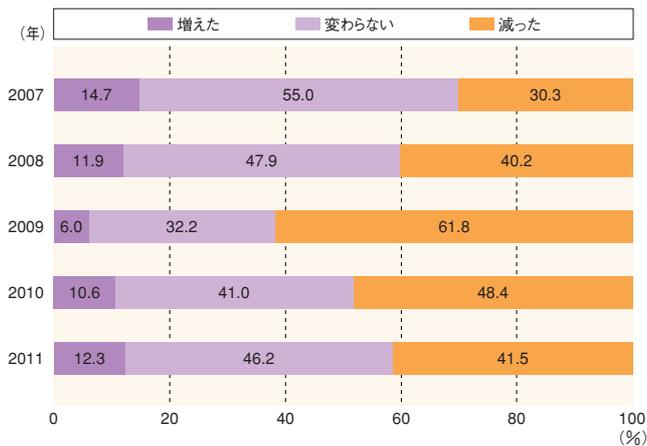
「増えた」の回答率は、岐阜県が押し上げている。毎月
勤労統計調査の賃金^(注)の動きを見ても、岐阜県は2011年
6月まで18ヶ月連続で前年同月を上回り良好に推移したの
に対し、愛知県は2011年1月から9月まで前年同月を下回っ
ていた。

B 家計の支出

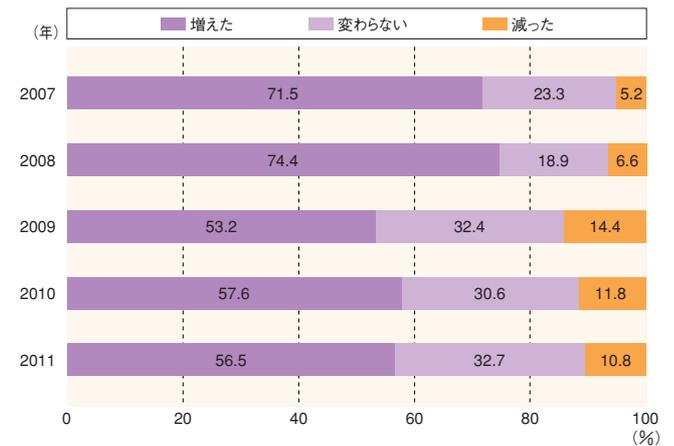
一方、「2011年の家計支出は、2010年と比べてどうなりま
したか」と尋ねたところ、「増えた」は全体の56.5%（前年差
1.1ポイントの減少）、「減った」は10.8%（前年差1.0ポイント
の低下）となった（図表9）。

地域別では、「増えた」の回答率は岐阜県では2.5ポイ
ント増加しているのに対し、愛知県では5.2ポイント減少して
いる（図表10）。

図表7 家計の収入(全体)



図表9 家計の支出(全体)



図表8 家計の収入(属性別)

	増えた (%)	変わらない (%)	減った (%)
全体	12.3 (1.7)	46.2 (5.2)	41.5 (▲6.9)
20歳代	33.3 (6.5)	37.0 (▲4.5)	29.6 (▲2.1)
30歳代	21.2 (5.6)	52.1 (▲4.0)	26.7 (▲1.6)
40歳代	11.6 (1.5)	50.6 (13.8)	37.8 (▲15.3)
50歳代	5.2 (▲1.5)	41.8 (11.5)	53.1 (▲9.8)
60歳以上	5.1 (0.8)	40.7 (▲2.4)	54.2 (1.6)
岐阜県	11.9 (3.2)	47.0 (5.1)	41.2 (▲8.2)
愛知県	12.2 (▲1.4)	45.6 (5.7)	42.2 (▲4.3)
専業主婦	9.3 (▲1.8)	45.8 (1.4)	44.9 (0.5)
正社員等	16.5 (7.9)	42.9 (▲1.5)	40.7 (▲6.3)
パートタイマー	10.9 (▲1.6)	48.2 (12.3)	40.9 (▲10.7)

(注) 括弧内は、前年差を示す。

図表10 家計の支出(属性別)

	増えた (%)	変わらない (%)	減った (%)
全体	56.5 (▲1.1)	32.7 (2.1)	10.8 (▲1.0)
20歳代	59.3 (0.8)	35.2 (10.8)	5.6 (▲11.5)
30歳代	62.3 (▲0.5)	30.8 (0.2)	6.8 (0.1)
40歳代	63.5 (▲1.2)	27.3 (1.7)	9.2 (▲0.5)
50歳代	49.5 (▲1.9)	37.0 (5.4)	13.5 (▲3.4)
60歳以上	44.1 (1.5)	39.0 (▲3.6)	16.9 (2.1)
岐阜県	61.3 (2.5)	29.3 (▲0.5)	9.4 (▲2.0)
愛知県	49.7 (▲5.2)	38.1 (5.2)	12.2 (0.0)
専業主婦	53.0 (▲5.7)	37.6 (7.4)	9.4 (▲1.7)
正社員等	54.8 (6.8)	34.9 (▲0.9)	10.3 (▲5.8)
パートタイマー	58.6 (▲6.8)	29.4 (3.0)	11.9 (3.7)

(注) 括弧内は、前年差を示す。

家計の収入が「増えた」の回答率が岐阜県では増加し、愛知県では減少している影響もあり、愛知県の家計のさいふの紐は岐阜県より固くなっているようだ。

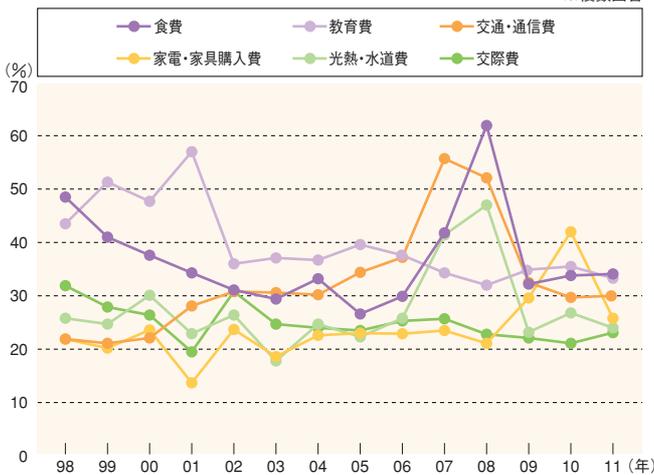
C 家計支出の費目別動向

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

「2011年の家計支出を考えたとき、2010年より支出が増えた費目は何か(あてはまるものをすべて選択)」と尋ねたところ、「食費」(34.1%)がトップとなり、ついで「教育費」(33.3%)、「交通・通信費」(30.0%)となった(図表11)。

図表11 支出が増えた費目の推移(上位6費目) ※複数回答



図表12 支出が増えた費目(上位6費目) ※複数回答 (%)

	食費	教育費	交通・通信費	家電・家具購入費	光熱・水道費	交際費
全体	34.1 (0.3)	33.3 (▲2.2)	30.0 (0.3)	25.8 (▲16.2)	24.0 (▲2.8)	23.1 (2.0)
20歳代	54.7 (8.4)	17.0 (12.1)	35.8 (9.0)	28.3 (3.9)	30.2 (3.4)	13.2 (1.0)
30歳代	45.0 (2.7)	45.7 (▲9.2)	26.4 (▲4.5)	20.0 (▲14.3)	25.0 (1.0)	10.7 (▲4.2)
40歳代	33.1 (0.6)	60.4 (0.6)	35.1 (0.5)	23.7 (▲16.5)	20.8 (0.9)	15.5 (▲0.4)
50歳代	23.4 (▲5.7)	11.2 (1.5)	28.2 (▲2.7)	32.4 (▲16.7)	21.3 (▲10.7)	36.7 (10.4)
60歳以上	30.9 (5.4)	2.7 (0.8)	23.6 (7.6)	25.5 (▲28.3)	31.8 (▲6.9)	37.3 (▲1.4)
岐阜県	34.6 (0.0)	36.7 (0.2)	32.0 (▲0.6)	26.1 (▲13.4)	24.6 (▲4.0)	23.2 (0.6)
愛知県	32.1 (1.0)	28.6 (▲4.7)	26.8 (0.1)	27.1 (▲17.6)	23.9 (0.1)	21.1 (1.3)
専業主婦	38.2 (0.5)	26.4 (1.0)	23.6 (0.6)	22.7 (▲21.6)	28.2 (3.6)	22.7 (▲10.1)
正社員等	28.6 (▲1.6)	22.9 (▲7.3)	31.3 (5.7)	26.7 (▲13.8)	24.0 (▲3.1)	23.7 (4.6)
パートタイマー	37.8 (2.0)	43.6 (▲0.3)	30.2 (▲5.3)	25.6 (▲18.0)	22.4 (▲4.8)	22.4 (3.9)

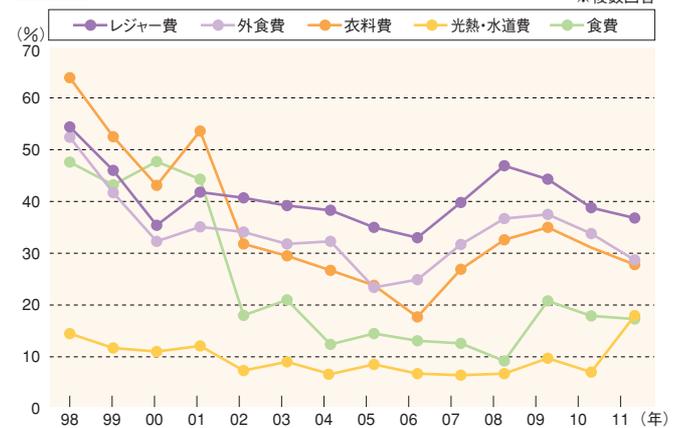
(注1) 色付きセルは、年代別等から見て、最も回答率の高い費目を示す。
(注2) 括弧内は、前年差を示す。

「食費」は食品価格の上昇・内食ブームがあった2008年以來3年振りのトップとなった。一方、家電エコポイント制度の恩恵を受け、2010年に支出が増えた費目のトップであった「家電・家具購入費」の回答率は大幅に低下(前年差16.2ポイント低下)し4位に後退した。

年齢別に見ると、20歳代は「食費」、30歳代、40歳代は「教育費」が例年どおりトップ。50歳代、60歳以上は、2010年は「家電・家具購入費」がトップであったが、2011年は「交際費」がトップになった。家電エコポイント制度に反応したのは、50歳代、60歳以上のようなようだ(図表12)。

また、「2011年の家計支出を考えたとき、2010年より支出が減った費目は何か(あてはまるものをすべて選択)」と尋ねたところ、1位「レジャー費」(36.8%)、2位「外食費」(28.7%)、3位「衣料費」(27.8%)となった(図表13、14)。

図表13 支出が減った費目の推移(上位5費目) ※複数回答



図表14 支出が減った費目(上位5費目) ※複数回答 (%)

	レジャー費	外食費	衣料費	光熱・水道費	食費
全体	36.8 (▲2.0)	28.7 (▲5.1)	27.8 (▲3.3)	17.8 (11.0)	17.3 (▲0.6)
20歳代	42.6 (21.5)	31.9 (▲2.3)	19.1 (▲17.7)	8.5 (3.2)	12.8 (▲5.6)
30歳代	39.1 (0.1)	32.2 (0.0)	23.5 (▲1.2)	13.9 (8.4)	12.2 (1.9)
40歳代	41.1 (▲4.0)	28.0 (▲8.9)	23.4 (▲0.6)	17.8 (12.6)	15.9 (▲3.4)
50歳代	32.2 (▲4.8)	27.3 (▲6.7)	27.3 (▲11.0)	21.9 (13.3)	21.9 (▲0.3)
60歳以上	30.8 (▲1.8)	26.9 (▲1.0)	46.2 (0.9)	19.2 (8.7)	20.2 (1.6)
岐阜県	38.2 (▲2.2)	29.3 (▲3.7)	27.5 (▲6.8)	16.0 (9.7)	17.3 (0.0)
愛知県	34.4 (▲2.0)	27.2 (▲7.9)	27.2 (0.3)	19.6 (12.6)	19.2 (▲0.2)
専業主婦	41.4 (1.4)	28.3 (▲0.7)	37.4 (8.4)	19.2 (12.2)	15.2 (5.2)
正社員等	36.1 (0.7)	26.2 (▲8.8)	27.9 (▲11.3)	16.3 (6.3)	21.9 (0.6)
パートタイマー	37.3 (▲4.3)	31.2 (▲4.4)	24.1 (▲1.6)	19.3 (15.7)	15.1 (▲1.4)

(注1) 色付きセルは、年代別等から見て、最も回答率の高い費目を示す。
(注2) 括弧内は、前年差を示す。

第14回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

2002年の調査以降、これら上位3費目に変化はなく、依然として不要不急の支出を抑えていることがうかがえる。夏場の電力不足への対応による節電の結果によるものと思われるが、「光熱・水道費」が支出が減った費目の4位(17.8%(前年差11.0ポイント上昇))となったことが2011年を象徴していると言えよう。

(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。

「2011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、1位は「光熱・水道費」(42.2%)、2位は「食費」(34.4%)、3位は「外食費」(29.2%)となった(図表15)。

これら3費目は5年連続でベスト3を占めており、主婦が切り詰めたいと考える費目に大きな変化は見られない。

これに対して、「2011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、1位「レジャー費」(49.4%)、2位「教養娯楽費」(22.3%)、3位「教育費」(20.4%)となった(図表16)。

支出が減った費目のトップとなった「レジャー費」が、支出を増やしたい費目でも、全ての年齢、地域、就業形態で最も回答率が高くなっている。所得が増えない状況下、節約の対象となっているレジャー、教養娯楽への希求は一段と強くなっているようだ。

(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。

図表15 今以上に切り詰めたい費目(上位7費目)

※複数回答(%)

	光熱・水道費	食費	外食費	衣料費	レジャー費	交通・通信費	家電・家具購入費
全体	42.2 (0.9)	34.4 (▲5.7)	29.2 (▲6.2)	27.7 (5.8)	16.0 (▲0.3)	13.0 (▲1.2)	15.5 (2.2)
20歳代	39.2 (▲10.8)	52.9 (5.7)	27.5 (▲8.6)	29.4 (10.0)	19.6 (5.7)	15.7 (▲6.5)	15.7 (7.4)
30歳代	47.8 (5.0)	39.6 (▲6.1)	33.6 (▲7.4)	24.6 (8.4)	14.2 (2.1)	14.2 (1.5)	8.2 (▲2.2)
40歳代	41.5 (▲0.2)	36.3 (▲3.3)	33.1 (▲3.9)	23.4 (5.1)	16.9 (1.2)	14.1 (▲1.2)	11.7 (▲3.6)
50歳代	45.1 (6.3)	30.8 (▲9.8)	25.8 (▲7.3)	31.9 (▲1.2)	13.2 (▲8.1)	11.5 (▲1.6)	23.1 (11.8)
60歳以上	33.0 (▲5.3)	20.4 (▲7.3)	21.4 (▲3.1)	34.0 (10.6)	19.4 (1.3)	9.7 (▲3.1)	20.4 (1.3)
岐阜県	41.9 (3.4)	33.5 (▲7.7)	30.8 (▲4.1)	27.7 (6.2)	17.1 (▲0.8)	13.7 (▲2.3)	16.1 (3.3)
愛知県	42.5 (▲2.3)	35.0 (▲5.1)	26.3 (▲9.8)	28.9 (5.5)	14.7 (0.0)	11.3 (▲1.0)	15.4 (1.5)
専業主婦	42.5 (▲1.1)	29.2 (▲11.0)	20.8 (▲12.5)	34.0 (13.5)	18.9 (3.5)	17.9 (3.4)	15.1 (2.3)
正社員等	40.6 (1.2)	28.7 (▲2.2)	25.6 (▲10.4)	26.8 (4.3)	14.2 (▲5.3)	11.8 (▲2.6)	18.1 (3.7)
パートタイマー	43.8 (2.8)	39.9 (▲6.7)	34.3 (▲0.9)	27.2 (4.7)	16.9 (2.4)	12.4 (▲2.1)	13.9 (1.6)

(注1) 色付きは、年代別等から見て、最も回答率の高い費目を示す。

(注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6費目)

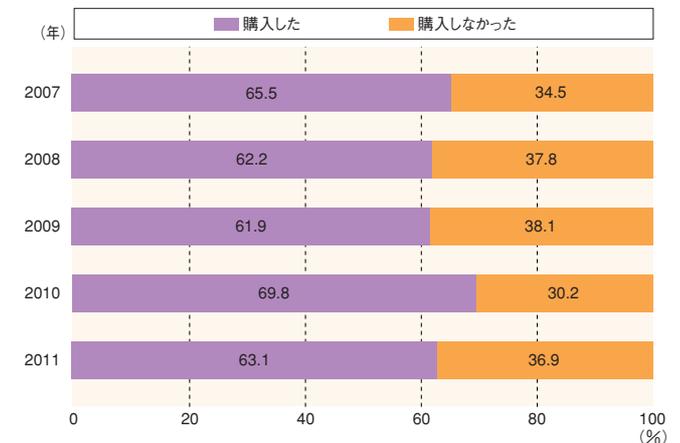
※複数回答(%)

	レジャー費	教養娯楽費	教育費	住居費	家電・家具購入費	食費
全体	49.4 (1.6)	22.3 (▲0.7)	20.4 (▲2.2)	12.6 (0.0)	12.0 (▲2.8)	10.0 (▲0.8)
20歳代	58.1 (4.0)	18.6 (▲0.3)	27.9 (6.3)	0.0 (▲2.7)	2.3 (▲11.2)	4.7 (▲8.8)
30歳代	45.2 (▲1.2)	14.5 (▲11.0)	41.1 (▲3.3)	6.5 (0.0)	9.7 (▲4.0)	8.1 (0.3)
40歳代	40.3 (0.3)	17.0 (0.8)	27.7 (▲1.8)	14.6 (1.3)	12.6 (▲2.6)	9.2 (0.2)
50歳代	57.4 (3.9)	27.7 (▲1.5)	3.2 (0.4)	18.1 (▲2.0)	14.2 (▲3.9)	9.7 (▲2.1)
60歳以上	58.2 (0.4)	37.4 (10.9)	1.1 (1.1)	13.2 (▲0.1)	14.3 (3.5)	17.6 (▲0.5)
岐阜県	48.3 (2.0)	20.5 (0.1)	18.3 (▲3.7)	13.8 (▲1.4)	13.8 (▲2.7)	9.3 (▲1.2)
愛知県	51.7 (1.3)	24.8 (▲1.0)	22.2 (▲0.7)	11.1 (1.8)	9.4 (▲3.3)	10.7 (▲1.6)
専業主婦	56.0 (11.3)	33.0 (7.8)	27.0 (▲0.2)	4.0 (▲7.7)	6.0 (▲5.7)	9.0 (▲9.4)
正社員等	54.5 (4.9)	26.8 (4.0)	16.4 (▲1.0)	13.2 (1.1)	10.0 (▲8.3)	10.0 (▲0.7)
パートタイマー	44.5 (▲2.5)	14.9 (▲6.5)	21.4 (▲2.8)	14.9 (1.7)	15.3 (1.4)	9.6 (0.7)

(注1) 色付きは、年代別等から見て、最も回答率の高い費目を示す。

(注2) 括弧内は、前年差を示す。

図表17 高額商品購入状況の推移

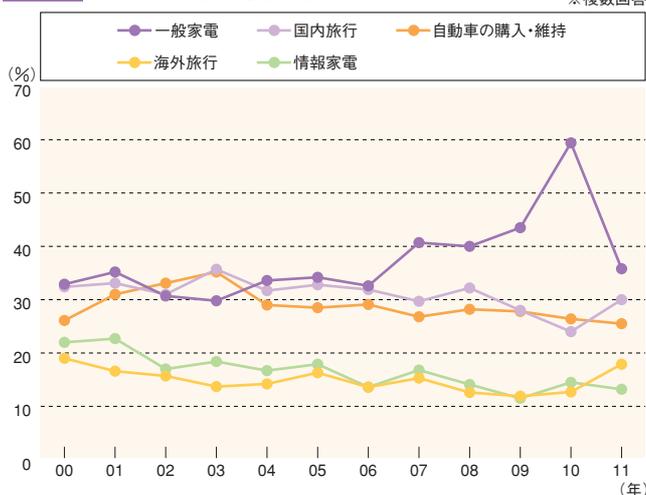


「2011年、1商品10万円以上する買物をしましたか」と尋ねたところ、全体の63.1%が「購入した」、36.9%が「購入しなかった」と回答した(図表17)。「購入した」の回答率は、前年に比べ6.7ポイント低下した。

また、高額商品を「購入した」と回答した人に、「具体的にどんな買物をしましたか(あてはまるものを全て選択)」と尋ねたところ、「一般家電」が全体の35.8%と最も多く、次いで「国内旅行」(30.0%)、「自動車の購入・維持」(25.5%)、となった。

上位5品目の推移をみると、家電エコポイント制度終了によって「一般家電」は大幅に(前年差23.6ポイント)減少、「自動車の購入・維持」、「情報家電」も減少する一方、「国内旅行」、「海外旅行」は増加した(図表18)。

図表18 購入した高額商品の推移(上位5品目) ※複数回答



図表19 購入した高額商品(上位5品目) ※複数回答 (%)

	一般家電	国内旅行	自動車の購入・維持	海外旅行	情報家電
全体	35.8 (▲23.6)	30.0 (6.0)	25.5 (▲0.9)	17.9 (5.2)	13.2 (▲1.3)
20歳代	26.5 (▲34.2)	23.5 (5.6)	26.5 (19.4)	41.2 (▲1.7)	8.8 (▲16.2)
30歳代	37.9 (▲13.8)	35.8 (5.3)	23.2 (▲7.3)	12.6 (3.3)	11.6 (▲1.1)
40歳代	34.6 (▲23.2)	28.2 (4.9)	34.0 (7.9)	12.2 (5.5)	14.7 (▲2.0)
50歳代	37.4 (▲21.3)	32.5 (7.9)	25.2 (▲7.3)	20.3 (3.6)	17.9 (2.0)
60歳以上	37.2 (▲36.9)	25.6 (8.0)	11.5 (▲7.3)	21.8 (7.7)	6.4 (▲0.7)
岐阜県	37.2 (▲21.3)	27.4 (4.5)	28.1 (▲2.1)	12.0 (1.7)	12.8 (▲1.5)
愛知県	34.4 (▲26.2)	33.9 (9.3)	22.8 (▲0.4)	25.4 (10.6)	14.3 (▲0.5)
専業主婦	43.5 (▲18.0)	27.5 (5.5)	23.2 (2.3)	18.8 (10.0)	5.8 (▲6.3)
正社員等	30.7 (▲29.6)	27.0 (▲1.6)	25.4 (2.3)	25.4 (8.3)	15.3 (0.7)
パートタイマー	38.0 (▲20.6)	32.9 (11.3)	26.4 (▲4.6)	12.0 (1.2)	13.9 (▲1.6)

(注1) 色付きは、年代別等から見て、最も回答率の高い費目を示す。
(注2) 括弧内は、前年差を示す。

年齢別にみると、20歳代が購入した高額商品として「自動車の購入・維持」が前年比大幅に上昇(19.4ポイント上昇)し、例年並みに回復したことが目を引く(図表19)。

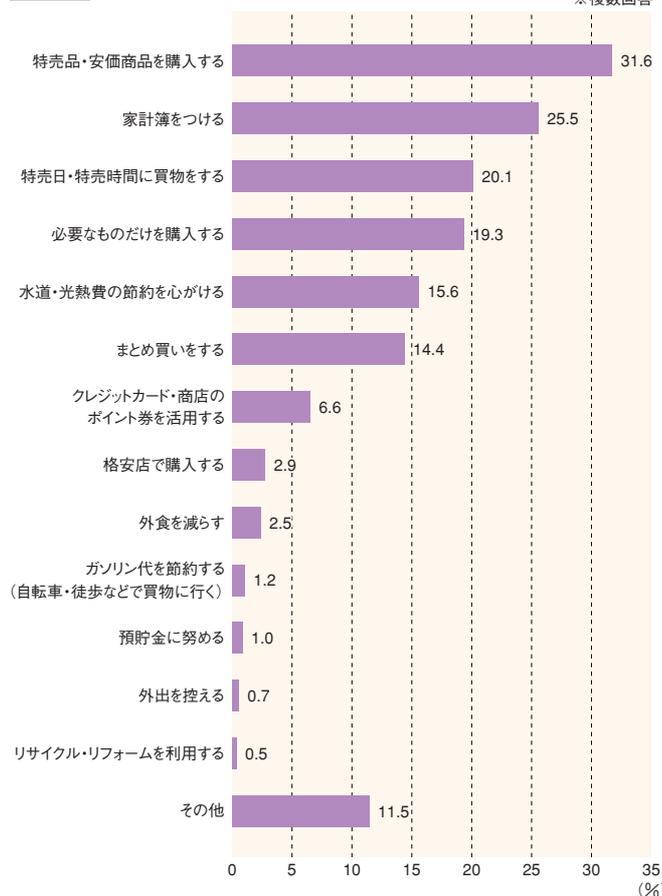
D 家計管理の工夫について

依然として厳しい所得環境にある中、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31.6%でトップとなり、次いで「家計簿をつける」(25.5%)、「特売日・特売時間に買物をする」(20.1%)、となった(図表20)。

前回調査では、20歳代は「家計簿をつける」が44.1%でトップであったが、今年は「特売品・安価商品を購入する」が40.5%でトップになった(図表21)。若い主婦の家計管理の

図表20 家計管理で工夫していること(全体) ※複数回答



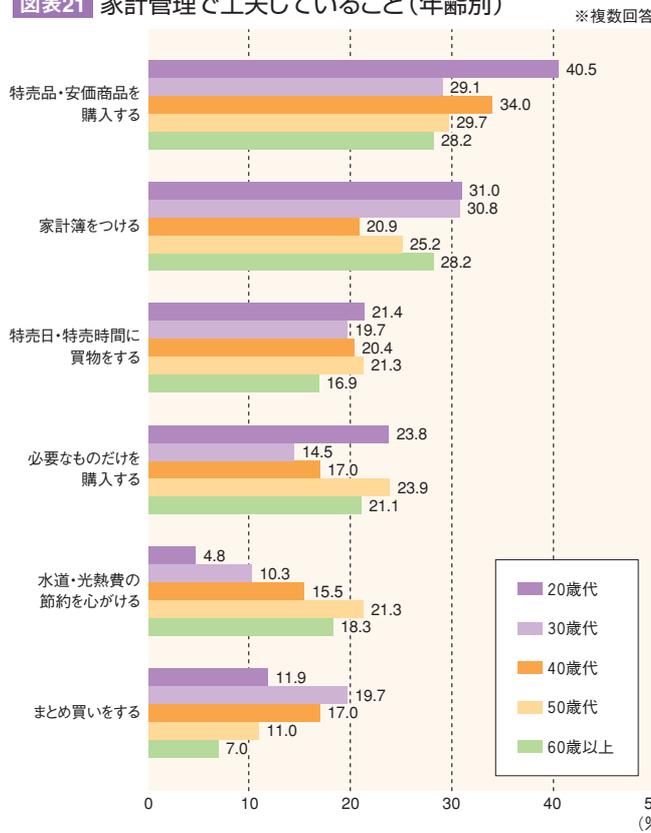
第14回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

行動が、家計簿をつけることによる実態把握を経て、現実的な行動へと移り、世代を問わず特売品を買い求めている。

E 買物場所について

それでは、主婦は実際に商品を購入する場所をどのように選択し、利用しているのでしょうか。

図表21 家計管理で工夫していること(年齢別)



図表23 買物場所の年間平均利用回数

	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	154.1 (2.8)	62.0 (4.4)	39.9 (3.9)	25.4 (3.5)	15.4 (▲2.6)	18.4 (3.2)	15.5 (0.8)	10.2 (▲4.0)	6.7 (▲0.1)	8.0 (0.2)	4.7 (▲1.3)
20歳代	109.7 (3.4)	99.7 (4.6)	38.3 (5.6)	32.8 (11.5)	15.6 (▲0.7)	23.6 (6.2)	22.0 (4.9)	3.5 (3.4)	8.2 (▲2.6)	7.6 (3.9)	7.3 (1.8)
30歳代	130.0 (▲6.2)	60.8 (▲1.9)	42.8 (1.2)	25.3 (4.6)	15.7 (1.8)	20.6 (5.0)	17.3 (▲1.3)	7.5 (3.2)	3.4 (▲5.2)	11.7 (7.1)	5.5 (0.4)
40歳代	164.8 (14.9)	68.1 (14.6)	44.7 (8.2)	20.8 (▲1.1)	13.9 (▲3.6)	19.0 (3.8)	13.3 (▲0.4)	6.5 (▲2.7)	4.9 (▲1.2)	9.4 (5.2)	4.5 (▲2.0)
50歳代	165.0 (▲7.4)	56.3 (▲5.9)	37.5 (2.7)	32.4 (5.9)	16.6 (▲6.7)	14.6 (1.1)	13.5 (▲1.3)	17.2 (▲5.7)	8.9 (3.7)	5.3 (▲4.9)	4.4 (▲2.0)
60歳以上	163.6 (0.3)	39.5 (5.1)	30.5 (3.6)	19.5 (1.9)	16.8 (▲2.0)	17.2 (0.8)	18.4 (7.5)	14.4 (▲22.1)	9.7 (3.7)	3.5 (▲17.2)	3.5 (▲2.5)
岐阜県	151.7 (3.7)	62.7 (5.6)	39.9 (3.5)	25.8 (4.7)	16.4 (▲2.4)	19.5 (2.8)	16.1 (0.6)	9.8 (▲6.2)	4.8 (▲2.8)	6.5 (▲0.5)	4.8 (▲1.2)
愛知県	154.0 (▲4.3)	61.4 (2.4)	40.4 (5.9)	24.6 (▲0.6)	14.3 (▲2.1)	16.5 (3.9)	14.9 (0.2)	10.4 (▲1.4)	9.6 (4.9)	9.7 (0.5)	4.6 (▲1.3)
専業主婦	157.7 (▲0.6)	51.0 (6.1)	42.3 (7.6)	31.4 (5.8)	18.6 (0.7)	25.1 (10.7)	23.1 (5.7)	11.5 (▲1.1)	7.0 (0.1)	12.2 (0.0)	5.1 (▲1.2)
正社員等	136.8 (5.7)	75.2 (1.3)	37.4 (5.1)	25.0 (5.2)	14.4 (▲5.6)	16.2 (2.4)	11.4 (▲0.1)	10.5 (▲6.7)	6.4 (▲1.1)	7.7 (0.4)	4.8 (▲1.6)
パートタイマー	165.0 (1.3)	56.0 (8.6)	41.1 (2.0)	23.7 (1.1)	15.3 (▲1.5)	18.1 (0.9)	16.6 (▲0.1)	9.0 (▲2.8)	6.1 (0.0)	6.5 (▲0.2)	4.6 (▲1.1)
利用頻度(注1)	2.4 (0.0)	5.9 (▲0.4)	9.2 (▲0.9)	14.4 (▲2.3)	23.7 (3.4)	19.8 (▲4.3)	23.5 (▲1.3)	35.8 (10.2)	54.3 (0.3)	45.8 (▲1.1)	77.5 (16.3)

(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。
 (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。

(a) 買物場所の選択基準

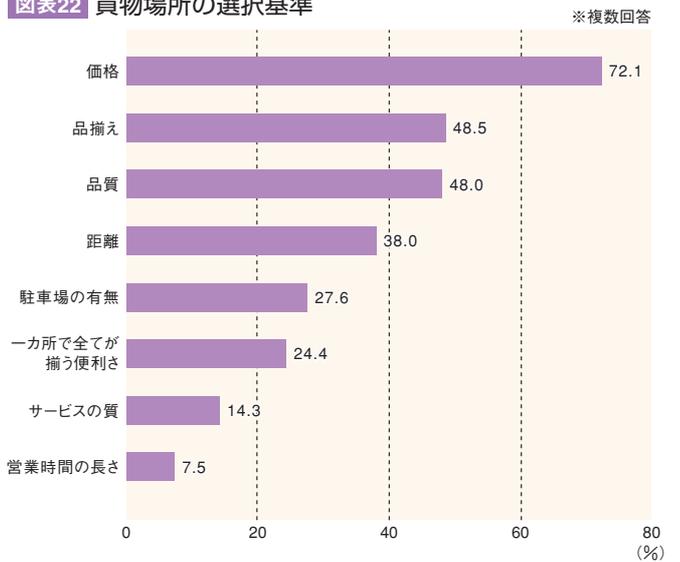
まず、「あなたが買物場所を選択するにあたり、重視する点は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「価格」が全体の72.1%と最も高く、次いで、「品揃え」(48.5%)、「品質」(48.0%)となった(図表22)。

前回調査と同様に、「価格」の回答率が他の項目を大きく引き離している。なお、前回調査時と比べて、回答率に大きな増減はない。

(b) 買物場所の利用頻度

上記の選択基準をふまえて、実際に主婦はどのような店を利用しているのでしょうか。

図表22 買物場所の選択基準



図表23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日に1度(1年間に154.1回)の頻度で利用されている。

利用回数が前年に比べ最も増えている業態は「コンビニエンスストア」であった。取扱い商品の拡充、移動店舗の導入、弁当の宅配サービス等によってコンビニエンスストアは着実に利用者を増やしている。

一方、利用回数が前年に比べ最も減っている業態は「商店街」であった。特に、60歳以上の主婦の利用が減少しており、買物場所として「商店街」は高齢者にも魅力が失われつつあるようだ。

4 時事調査:韓流消費について

2004年頃、ドラマ「冬のソナタ」が爆発的にヒットし韓流ブームが高まった。その後、韓流への関心は低迷したが、最近では、K-POPが若者を中心に人気を集め新韓流ブームとマスコミで取り上げられている。そこで、主婦の韓流に対する実態について調査した。

(1) 韓流への関心の実態

韓流への関心を調査するために、①好きな韓流スター

の有無、②韓国ドラマを見る頻度、③韓国旅行の経験・関心の3点について質問した。

まず、好きな韓流スターの有無を尋ねたところ、全体の25.0%が「いる」、75.0%が「いない」と回答した。

年齢別に見ると、「好きな韓流スターがいる」の回答率は50歳代が最も高く(31.6%)、30歳代が最も低かった(16.1%) (図表24)。

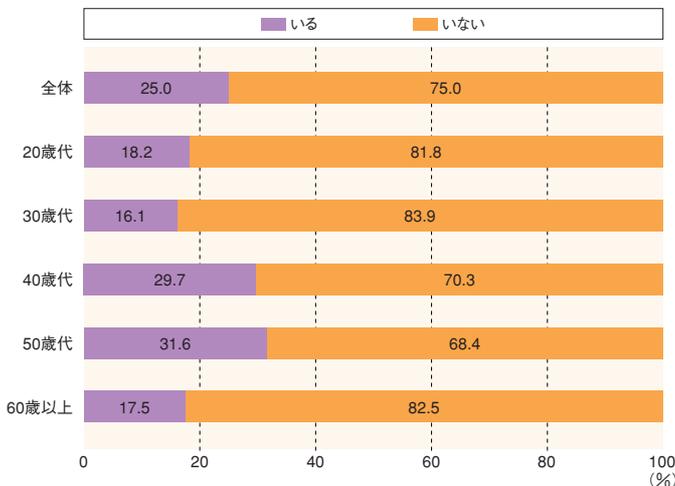
次に、韓国ドラマをどれくらいの頻度で見ると尋ねたところ、「あまり見ない」の回答率が最も高く(37.9%)、次いで「見たことがない」(25.3%)、「ときどき見る」(20.7%)、「よく見る」(16.0%)の順であった。

年齢別に見ると「よく見る」、「ときどき見る」を合わせた回答率は、50歳代が最も高かった(合計回答率47.6%) (図表25)。

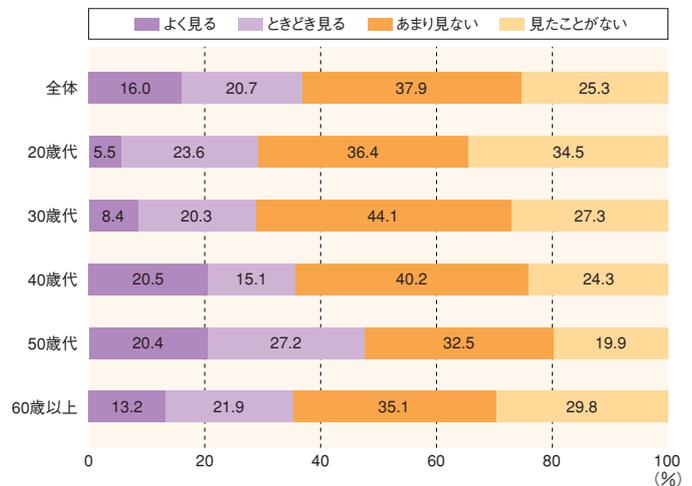
最後に、韓国旅行の経験・関心について尋ねたところ、「ないが行ってみたい」の回答率が最も高く(43.4%)、次いで「行きたいとは思わない」(27.1%)、「1度だけある」(17.8%)、「複数回ある」(11.7%)の順であった。

年齢別では、韓国旅行の経験があるのは20歳代が最も多く(「複数回ある」、「1度だけある」の合計回答率:43.6%)、「行きたいとは思わない」は60歳以上が最も多かった(49.6%) (図表26)。

図表24 好きな韓流スターの有無



図表25 韓国ドラマを見る頻度



第14回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

(2) 韓流についての自己評価

韓流について自己評価を確認するために、「あなたはご自分を韓流好きといますか」と尋ねたところ、「韓流好きとは思わない」(71.9%)が、「韓流好きと思う」(11.0%)、「どちらかと言えば韓流好きと思う」(17.1%)を大きく上回った。

年齢別に見ると、「韓流好きと思う」、「どちらかと言えば韓流好きと思う」を合わせた回答率は、50歳代が最も高く(35.9%)、20歳代が最も低かった(16.3%) (図表27)。

次に、自分自身を「韓流」好きと思う回答者に、「韓流」に興味を持ったのはいつ頃ですか」と尋ねたところ、「5～

9年前」が最も高く(44.8%)、「3年以内」(28.6%)、「3～5年前」(20.5%)、「10年以上前」(6.2%)の順であった。

年齢別に見ると、40歳以上の年齢層で、「5～9年前」が最も高かった(図表28)。

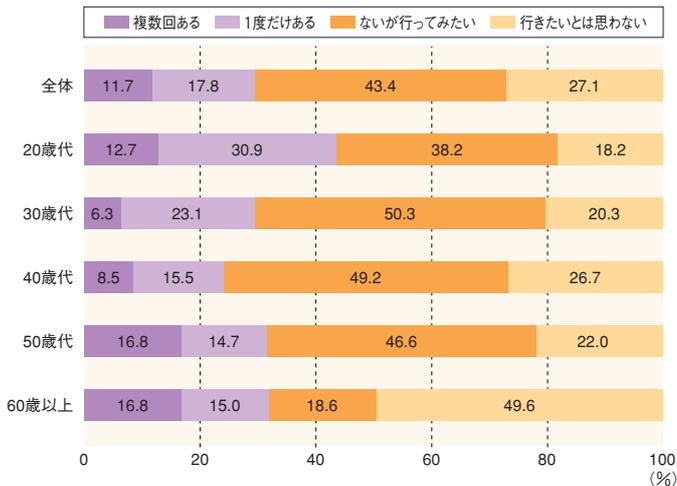
「韓流」に興味を持ったきっかけとして、約4割が2003年に日本で初めて放送された「冬のソナタ」を挙げている。ここ数年、K-POPが人気であり、昨年末の紅白歌合戦に韓国のアイドルが3組出場する等勢いがあるが、主婦にとっては、K-POPよりドラマの方が関心が高く、韓流好きのきっかけとしては、依然“ヨンさま”が根強いようだ。

(3) 韓国製の製品購入に対する意識

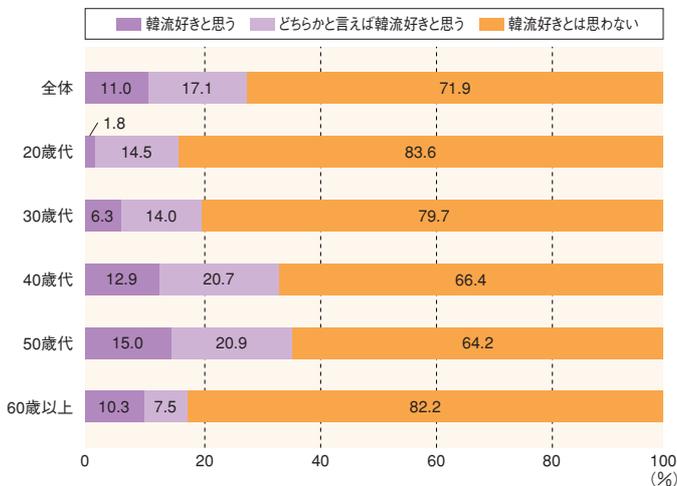
これまで見てきた「韓流」への関心を踏まえ、韓国製の製品購入についての主婦の意識を調査した。

「衣料品」、「食料品」など日常の身の回り品から、「家電」、「自動車」など9品目について、韓国製の製品を購入することに抵抗があるかないか、品目別に尋ねたところ、「全く抵抗はない」、「あまり抵抗はない」を合わせた回答率が50%を超えたのは「衣料品」のみであり、「携帯電話」、「季節家電」、「テレビ」、「パソコン」、「白物家電」、「自動車」の6商品は「全く抵抗はない」、「あまり抵抗はない」を合わせた回答率は20%未満であり、依然韓国製の製品を購入することに対する抵抗は小さくないようだ(図表29)。

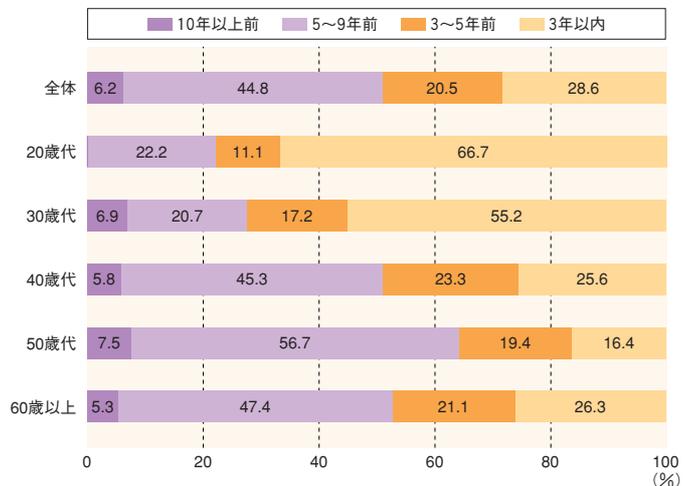
図表26 韓国旅行の経験・関心



図表27 「韓流」についての自己評価

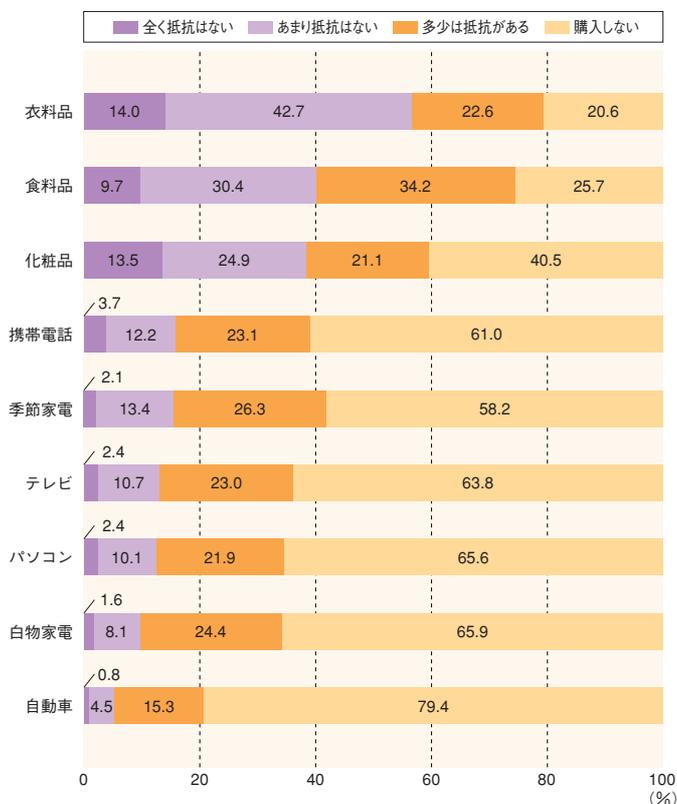


図表28 「韓流」に興味を持った時期

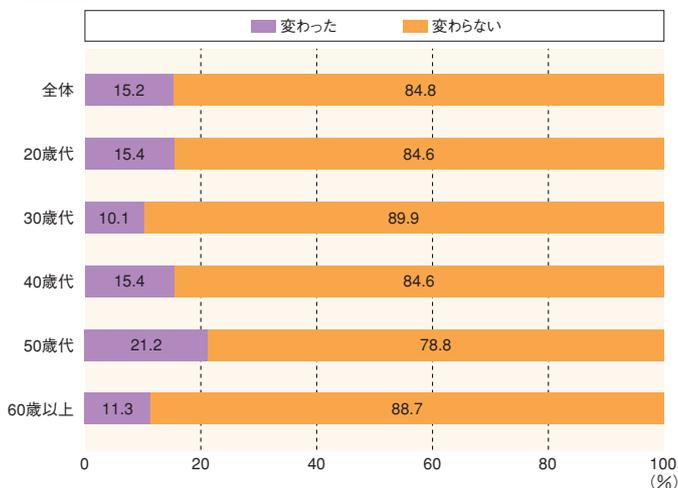


また、「韓流ブームによって、あなたの韓国製製品を購入することに対する意識は変わりましたか」と尋ねたところ、「変わった」との回答率は15.2%であった。韓流ブームが主婦の消費行動に与えた影響は小さいようだ(図表30)。

図表29 韓国製の製品購入への意識



図表30 「韓流ブーム」と韓国製の製品購入意識



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の特徴について、以下の3点に絞ってまとめてみたい。

第1に、物価観が前年に比べ更に厳しくなっている点である。総務省の消費者物価指数は、テレビ等「耐久財」の価格下落が激しく、食料品、ガソリン等「非耐久財」の価格が上昇しているにも関わらずマイナス状態にあることから、専門家はわが国の物価は下落傾向にある(デフレ状態)と判定している。一方、主婦の肌感覚としては、購入頻度の少ないテレビ等の価格の下落よりも、購入頻度の高い食料品、ガソリン価格の上昇により敏感に反応している。

第2に、今回の特徴的な動きは、「光熱・水道費」への支出が大きく減少していることである。

東日本大震災後、わが国のエネルギー供給力が低下するなか、節電意識の高まりから「光熱・水道費」への支出が抑えられている。

第3に、韓流に対する関心、韓流ブームによる影響である。K-POPの台頭、食品、コスメをはじめとする韓国製商品ブームのマスコミでの取り上げ方、新聞のテレビ欄における韓国ドラマの占有状況からかなりの盛り上がりを予想したが、結果は予想を下回るものであった。20歳代の回答者が7.1%と若年層のウェイトが低かったことによる影響も考えられるが、今回の結果からは、この地方の主婦の間に「新韓流ブーム」といった“熱”を確認することはできなかった。

(注) 賞与等特別に支給される給与を除いた決まって支給される給与。
 <規模5人以上の事業所・調査産業計>
 ※複数回答のグラフ、表は合計が100%を超える。

(2012.2.6) 共立総合研究所 調査部 瀨瀬 光元