

第17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。

2014年4月に消費税が増税され、その駆け込み需要の反動の影響は夏ごろには薄らぐと当初は見られていたが、夏の天候不順などの影響もあって消費の回復が遅れ、生産も緩やかな回復に留まっている。こうした消費税の増税や金融緩和に伴う円安での輸入価格上昇などにより、物価が上昇する中で、この地域の主婦がどのような消費行動をしているのか、以下ではその実態をアンケート結果から明らかにする。

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:2014年11月25日～12月1日
- (2) 調査方法:大垣共立銀行本店(東京・大阪を除く)に訪した主婦^(*)798名にアンケート用紙を配布・回収
- (3) 有効回答数:776名(有効回答率97.2%)
- (4) 回答者属性

年代	20歳代	8.5%
	30歳代	18.9%
	40歳代	30.2%
	50歳代	27.7%
	60歳以上	14.7%
住所	岐阜県	59.9%
	愛知県	37.4%
	三重県	1.8%
	滋賀県	0.8%
	その他	0.1%
就業形態	専業主婦	15.3%
	正社員・公務員・自営業	37.2%
	パートタイマー	43.7%
	内職・その他	3.7%

(注) 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)
 ※本調査における「主婦」とは、既婚女性で子供の有無や就業形態は問わない。

3 定例調査

(1) 主婦の景気判断

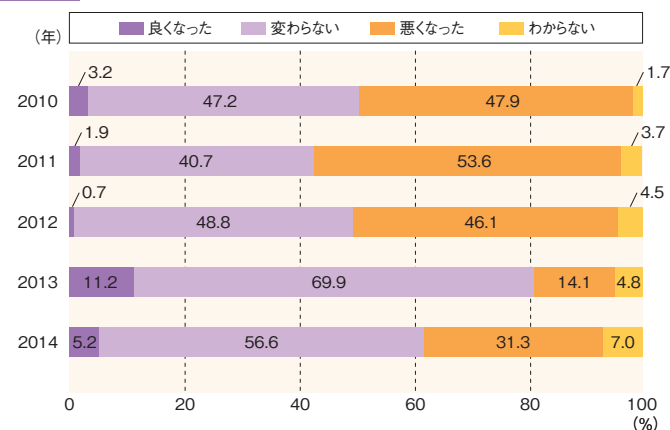
最初に、消費行動を左右する景況感と物価観を概観する。

A. 主婦の景況感

「現在(2014年)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5.2%と前年から▲6.0ポイント低下、「悪くなった」は31.3%と前年から17.2ポイントと大幅に上昇した(図表1)。

ほぼ全ての年代・住所・就業形態において、「良くなった」は低下、「悪くなった」は上昇している。唯一、60歳以上の年代において「良くなった」が0.7ポイントだけ上昇しているが、

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	5.2 (▲6.0)	56.6 (▲13.3)	31.3 (17.2)	7.0 (2.2)
20歳代	6.1 (▲20.9)	66.7 (5.9)	16.7 (9.9)	10.6 (5.2)
30歳代	4.1 (▲9.1)	68.7 (▲9.8)	18.4 (16.7)	8.8 (2.2)
40歳代	3.4 (▲6.3)	58.5 (▲13.3)	33.3 (18.4)	4.7 (1.1)
50歳代	7.0 (▲2.9)	49.3 (▲19.0)	35.8 (18.0)	7.9 (3.9)
60歳以上	6.1 (0.7)	44.7 (▲21.5)	43.9 (21.6)	5.3 (▲0.9)
岐阜県	5.8 (▲3.1)	54.8 (▲17.6)	33.8 (19.3)	5.6 (1.4)
愛知県	4.5 (▲10.4)	58.3 (▲7.1)	29.0 (15.1)	8.3 (2.5)
専業主婦	7.6 (▲1.0)	54.6 (▲19.5)	30.3 (20.8)	7.6 (▲0.2)
正社員	5.2 (▲10.2)	57.1 (▲8.8)	31.1 (17.1)	6.6 (1.9)
パート	4.1 (▲4.1)	57.8 (▲15.4)	30.7 (15.2)	7.4 (4.4)

(注) 括弧内は、前年差を示す。

景況感はほぼ全ての属性で悪くなっている(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、前年の▲2.9%ポイントから大幅に悪化し▲26.1%ポイントであった(図表3)。消費税増税の影響からの回復が遅れていることがこの地域の主婦の景況感にも表れている。

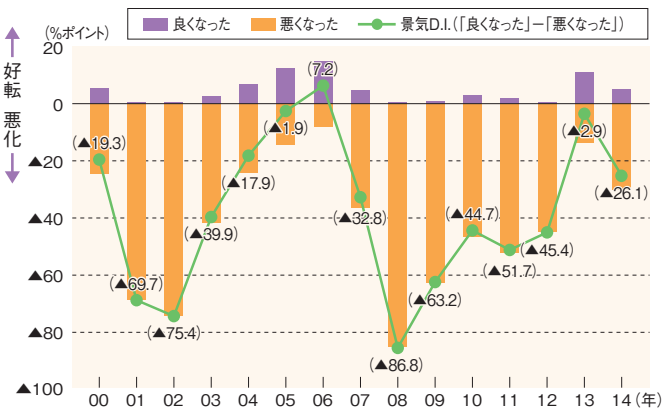
B.主婦の物価観

「現在（2014年）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83.5%と前年から22.6ポイントの大幅上昇、「安くなった」は前年から0.6ポイント低下し、0.3%となった(図表4)。

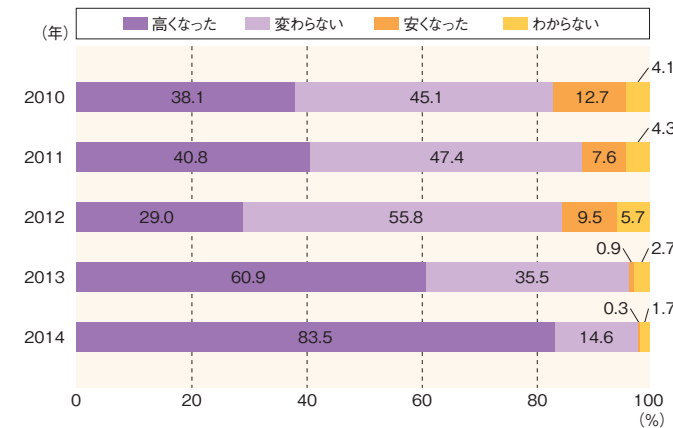
全ての年代・住所・就業形態において、「高くなった」は大幅に上昇した一方、「変わらない」が大幅に低下し、「安くなった」は60歳以上を除く年代でゼロだった(図表5)。

また、物価D.I.（「高くなった」―「安くなった」の回答率の差）は83.2%ポイントと前年から23.2ポイント上昇した(図表6)。

図表3 主婦の景況D.I.の推移



図表4 主婦の物価観(全体)の推移



総務省の消費者物価指数を見ると2014年4月以降、消費税増税および円安による輸入価格の上昇の影響で、2%超の物価上昇が続いており、主婦の物価観もこれと同じく物価高を強く感じている。

(2)家計について

次に、家計の収支動向を見てみたい。

A.家計の収入

「2014年の家計収入は、2013年と比べてどうなりましたか」と尋ねたところ、「増えた」は前年から2.1ポイント上昇し13.7%だった一方、「減った」は2.5ポイント低下し29.9%だった。アベノミクスを推進する政府による働き掛けで昨年の春闘では賃上げが大企業を中心に一定程度広がった一方で、多くの世帯では未だ家計収入は厳しいことがうかがえた(図表7)。

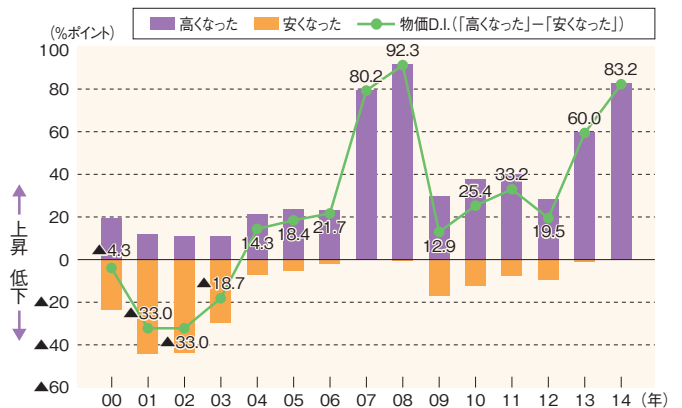
年代別では、20歳代において「増えた」が前年より10.8

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	83.5 (22.6)	14.6 (▲20.9)	0.3 (▲0.6)	1.7 (▲1.0)
20歳代	77.3 (24.6)	15.2 (▲30.7)	0.0 (0.0)	7.6 (6.2)
30歳代	80.3 (15.8)	19.0 (▲11.6)	0.0 (0.0)	0.7 (▲4.3)
40歳代	84.2 (26.1)	14.5 (▲24.2)	0.0 (▲1.6)	1.3 (▲0.3)
50歳代	85.4 (20.1)	13.1 (▲18.6)	0.0 (0.0)	1.4 (▲1.6)
60歳以上	86.0 (25.5)	11.4 (▲22.7)	1.8 (▲0.5)	0.9 (▲2.2)
岐阜県	83.2 (20.6)	14.9 (▲19.0)	0.4 (▲0.5)	1.5 (▲1.2)
愛知県	84.4 (25.6)	13.5 (▲23.6)	0.0 (▲1.0)	2.1 (▲1.0)
専業主婦	81.5 (30.2)	17.6 (▲26.7)	0.0 (▲1.7)	0.8 (▲1.8)
正社員	81.9 (20.4)	14.6 (▲20.2)	0.7 (0.0)	2.8 (▲0.2)
パート	85.5 (21.5)	13.3 (▲19.6)	0.0 (▲0.6)	1.2 (▲1.2)

(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17回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

ポイント上昇して27.0%となり、30歳代も「増えた」が前年より▲1.4ポイントと低下したものの21.1%で、いずれも「増えた」が「減った」よりも多かった(図表8)。一方、40歳代以上においては、「減った」が30%前後から50%以上と「増えた」よりも多かった。

また、住所別に見ると、岐阜、愛知両県とも「増えた」は14%前後だった一方、「減った」は約30%と倍以上だった。岐阜県では「減った」が前年から▲4.9ポイント低下し、「増えた」が3.4ポイント上昇した一方、愛知県では「減った」が3.0ポイント上昇し、「増えた」が▲0.2ポイント低下した。岐阜、愛知両県の収入に関する感じ方の差がほぼなくなった。

B.家計の支出

一方、「2014年の家計支出は、2013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73.5%と前年から9.9ポイントの上昇、「減った」は4.2%と前年から▲2.4ポイント

の低下となった(図表9)。

年代・住所・就業形態別に見ると、「増えた」はいずれでも上昇、一方「減った」は唯一40歳代を除き、他全てで低下している(図表10)。物価が上昇し、家計の支出は確実に増加していることがうかがえる。

C.家計支出の費目別動向

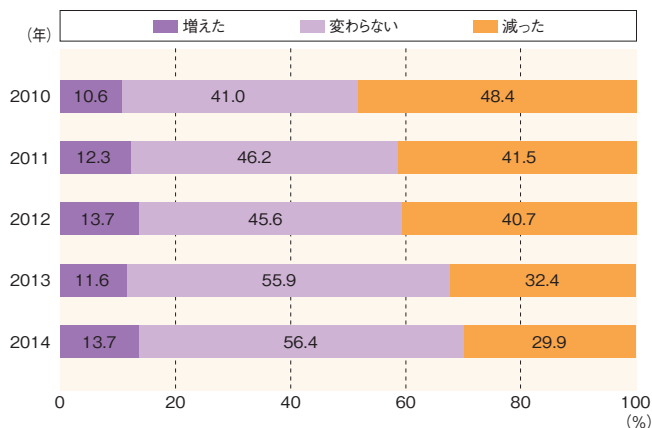
それでは、家計支出の費目別の動向はどうだろうか。以下に詳しく見てみたい。

(a)支出増加費目／支出減少費目

「2014年の家計支出を考えたとき、2013年より支出が増えた費目は何ですか(あてはまるものを全て選択)」と尋ねたところ、「食費」(65.0%)がトップとなり、ついで「光熱・水道費」(45.2%)、「交通・通信費」(37.0%)となった(図表11)。

支出増加上位4費目は2013年と同じだったが、「食費」の2013年からの上昇が特に大きかった。年代・住所・就業形態

図表7 家計収入(全体)の推移

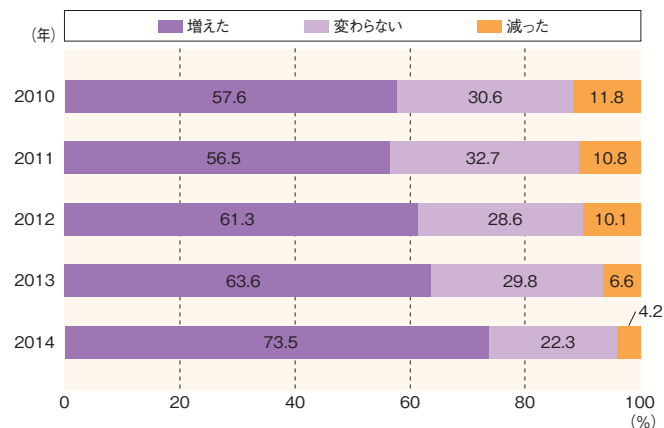


図表8 家計収入(属性別)

	増えた (%)	変わらない (%)	減った (%)
全体	13.7 (2.1)	56.4 (0.5)	29.9 (▲2.5)
20歳代	27.0 (10.8)	63.5 (2.7)	9.5 (▲13.5)
30歳代	21.1 (▲1.4)	62.6 (▲0.7)	16.3 (2.1)
40歳代	12.0 (▲0.6)	58.8 (0.3)	29.2 (0.3)
50歳代	9.9 (3.9)	55.4 (4.9)	34.7 (▲8.8)
60歳以上	7.1 (1.5)	41.1 (▲8.5)	51.8 (7.0)
岐阜県	13.3 (3.4)	56.1 (1.6)	30.7 (▲4.9)
愛知県	14.3 (▲0.2)	56.1 (▲2.9)	29.6 (3.0)
専業主婦	17.1 (8.3)	45.3 (▲8.2)	37.6 (▲0.1)
正社員	14.8 (1.3)	61.3 (2.7)	23.9 (▲4.0)
パート	11.8 (0.6)	55.6 (0.3)	32.5 (▲1.0)

(注)括弧内は、前年差を示す。

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	73.5 (9.9)	22.3 (▲7.5)	4.2 (▲2.4)
20歳代	69.8 (7.6)	28.6 (▲5.2)	1.6 (▲2.5)
30歳代	76.2 (9.0)	22.4 (▲4.5)	1.4 (▲4.5)
40歳代	84.5 (12.0)	12.0 (▲12.2)	3.4 (0.1)
50歳代	67.5 (10.7)	25.5 (▲5.7)	7.1 (▲5.0)
60歳以上	60.7 (6.3)	33.9 (▲5.3)	5.4 (▲1.0)
岐阜県	75.2 (11.8)	21.1 (▲9.1)	3.7 (▲2.7)
愛知県	71.4 (7.6)	23.7 (▲5.6)	4.9 (▲2.0)
専業主婦	69.2 (9.4)	25.6 (▲9.2)	5.1 (▲0.3)
正社員	73.9 (12.8)	22.6 (▲7.8)	3.5 (▲4.9)
パート	76.3 (8.4)	19.8 (▲7.0)	3.8 (▲1.5)

(注)括弧内は、前年差を示す。

別に見てもいずれでも「食費」が1位だった(図表12)。

2014年は円安に伴い輸入価格が上昇し、小麦粉、食用油、乳製品など食品値上げが相次いだためと思われる。同じく円安に伴う燃料費等の上昇による電気・ガス料金の引上げが続き、「光熱・水道費」も大きく上昇した。

また、「2014年の家計支出を考えたとき、2013年より支出が減った費目は何ですか(あてはまるものを全て選択)」と尋ねたところ、1位「レジャー費」(39.2%)、2位「外食費」(31.3%)、3位「衣料費」(29.7%)となった(図表13)。これら上位3費目はいずれもリーマンショック直後の2010年の水準近くまで上昇しており、2014年の消費税増税や輸入価格の上昇に伴う物価上昇の影響の大きさがうかがえる。

年代別では20歳代と60歳以上で「衣料費」が「レジャー費」よりも減った割合が高かった(図表14)。

(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。

「2014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「食費」(42.6%)、2位は「光熱・水道費」(37.4%)、3位は「外食費」(35.4%)となった(図表15)。

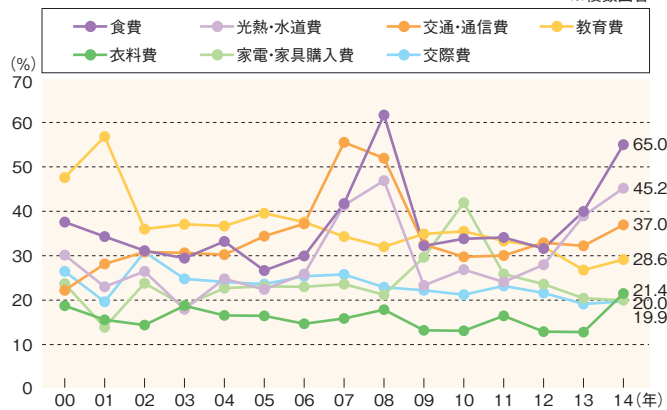
上位3費目は8年連続でトップ3を占めているが、「食費」が前年から4.0ポイント上昇した一方、「光熱・水道費」は同▲8.1ポイントと大幅に低下しており、円安による燃料費等輸入価格の上昇で切り詰めるのにも限界があることがうかがえる。

これに対して、「2014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」(46.1%)、2位「教育費」(22.3%)、3位「教養娯楽費」(19.0%)となった(図表16)。

上位3費目は5年連続でトップ3を占めている。ただし、「レジャー費」は前年から▲2.9ポイント、「教養娯楽費」が同▲2.6ポイントと低下した一方、「教育費」は同1.5ポイント

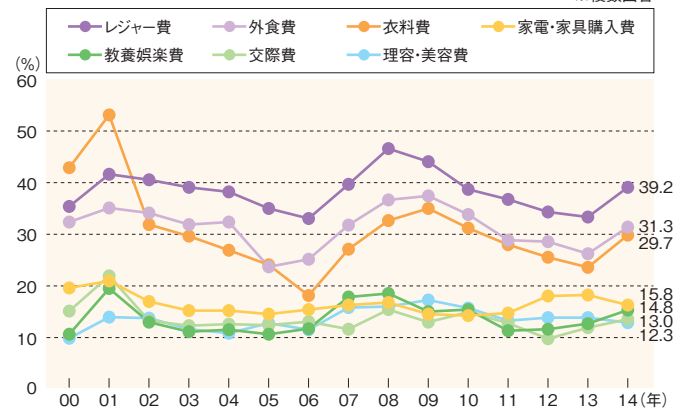
図表11 支出が増えた費目の推移(上位7費目)

※複数回答



図表13 支出が減った費目の推移(上位7費目)

※複数回答



図表12 支出が増えた費目(上位7費目)

※複数回答(%)

	食費	光熱・水道費	交通・通信費	教育費	衣料費	家電・家具購入費	交際費
全体	65.0 (25.0)	45.2 (6.2)	37.0 (4.8)	28.6 (1.9)	21.4 (8.8)	20.0 (▲0.3)	19.9 (0.9)
20歳代	66.1 (14.0)	35.5 (▲2.9)	40.3 (18.4)	1.6 (▲5.2)	22.6 (13.0)	29.0 (9.8)	24.2 (14.6)
30歳代	77.9 (26.6)	37.9 (▲0.2)	29.7 (▲2.2)	42.1 (2.3)	31.7 (7.8)	14.5 (▲4.1)	9.7 (▲1.8)
40歳代	63.3 (20.4)	46.7 (5.4)	44.1 (7.0)	57.6 (6.3)	24.0 (9.4)	16.2 (▲1.3)	12.2 (▲2.4)
50歳代	55.8 (22.3)	46.6 (7.9)	41.8 (8.3)	10.1 (0.7)	18.8 (9.4)	25.5 (0.9)	26.4 (0.2)
60歳以上	68.2 (41.8)	54.5 (18.1)	20.9 (▲6.4)	0.9 (▲4.1)	6.4 (1.4)	20.0 (▲1.5)	34.5 (5.6)
岐阜県	63.4 (23.5)	46.1 (6.0)	38.2 (3.7)	28.0 (2.4)	21.2 (8.4)	18.8 (▲0.8)	20.1 (1.9)
愛知県	67.9 (26.5)	44.3 (6.1)	36.1 (7.9)	29.6 (2.8)	21.1 (8.2)	22.5 (1.1)	18.9 (▲1.1)
専業主婦	66.4 (32.2)	44.2 (9.1)	26.5 (2.2)	24.8 (5.0)	19.5 (8.7)	15.9 (▲4.8)	17.7 (▲0.3)
正社員	65.2 (21.6)	44.4 (1.5)	35.1 (4.0)	23.3 (5.0)	20.1 (6.3)	18.6 (0.3)	22.6 (4.6)
パート	64.4 (25.2)	46.4 (10.2)	42.8 (6.6)	33.8 (▲4.4)	23.7 (11.7)	21.9 (▲0.4)	18.3 (▲0.5)

(注1) 色付きセルは、各属性における最も回答率の高い費目。
(注2) 括弧内は、前年差を示す。

図表14 支出が減った費目(上位7費目)

※複数回答(%)

	レジャー費	外食費	衣料費	家電・家具購入費	教養娯楽費	交際費	理容・美容費
全体	39.2 (5.9)	31.3 (5.3)	29.7 (6.4)	15.8 (▲2.0)	14.8 (3.8)	13.0 (3.9)	12.3 (▲1.0)
20歳代	28.6 (2.8)	20.4 (▲0.6)	36.7 (9.3)	8.2 (▲11.2)	6.1 (1.7)	6.1 (▲2.8)	10.2 (▲1.1)
30歳代	36.5 (▲1.0)	24.3 (▲2.8)	20.0 (10.6)	21.7 (2.9)	8.7 (▲1.1)	12.2 (2.4)	13.0 (▲4.7)
40歳代	47.4 (11.8)	39.3 (10.9)	25.0 (4.4)	11.7 (▲8.4)	14.3 (5.0)	12.8 (3.0)	13.3 (▲0.1)
50歳代	34.4 (4.5)	30.1 (6.0)	29.5 (3.6)	19.1 (2.4)	22.4 (7.0)	11.5 (2.3)	13.1 (2.8)
60歳以上	40.2 (4.8)	30.9 (3.8)	47.4 (12.0)	14.4 (0.9)	13.4 (3.4)	20.6 (14.3)	9.3 (▲6.3)
岐阜県	39.2 (5.3)	32.9 (6.1)	28.2 (4.1)	16.1 (0.1)	16.8 (6.5)	13.4 (4.7)	14.7 (1.1)
愛知県	39.1 (7.4)	28.4 (3.2)	31.7 (10.0)	16.0 (▲4.9)	11.9 (▲0.8)	12.3 (2.1)	9.5 (▲3.1)
専業主婦	35.4 (8.4)	25.0 (3.7)	34.4 (6.3)	12.5 (▲4.4)	14.6 (5.1)	15.6 (3.7)	6.3 (▲3.8)
正社員	38.3 (5.2)	26.9 (2.4)	32.6 (6.5)	17.6 (▲1.2)	14.1 (4.1)	14.1 (5.5)	14.5 (0.6)
パート	39.7 (5.1)	36.0 (6.4)	25.7 (8.0)	15.4 (▲1.9)	15.1 (2.8)	11.3 (2.9)	13.0 (▲0.8)

(注1) 色付きセルは、各属性における最も回答率の高い費目。
(注2) 括弧内は、前年差を示す。

第17回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

上昇している。上位3費目を増やしたいという気持ちはあるものの、物価上昇の影響で「レジャー費」や「教養娯楽費」を増やしたいという気持ちは抑えられているようである。

(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。

「2014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、図表にはないが全体の61.2%が「購入した」、38.8%が「購入しなかった」と回答、約6割が高額商品を購入しており、この割合は例年と変化がなかった。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、「国内旅行」(35.4%)が最も多く、次いで「自動車の購入・維持」(31.5%)、「一般家電」(28.1%)となった(図表17)。

上位5品目をみると、図表にはないが2013年は消費税増税前の住宅購入・リフォームの駆け込み需要の影響から5位に「住宅の購入・維持」があがっていたものの、2014

年は「家具・インテリア」に変わった(図表18)。

それ以外では、「国内旅行」が前年に続き1位だったものの、50歳代を除いて全世代で低下した。一方、2位の「自動車の購入・維持」は30歳代、60歳以上を除く世代で上昇した。

年代別に見ると20歳代で「自動車の購入・維持」が13.0ポイント、「一般家電」が10.2ポイント前年より上昇しており、消費税増税前の駆け込みと思われるが、それ以外には、駆け込み需要の顕著な動きはみとれない。

D. 家計管理の工夫について

それでは、消費税が増税されたり、円安に伴い輸入価格が上昇するなど物価が上がる中、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37.4%でトップとなり、次いで「家計簿をつける」(26.9%)、

図表15 今以上に切り詰めたい費目(上位7費目) ※複数回答(%)

	食費	光熱・水道費	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	42.6 (4.0)	37.4 (▲8.1)	35.4 (▲0.5)	24.8 (0.7)	17.5 (2.9)	15.7 (1.9)	13.0 (1.2)
20歳代	53.3 (▲0.2)	28.3 (▲19.6)	45.0 (▲1.5)	23.3 (5.0)	15.0 (8.0)	13.3 (▲0.8)	10.0 (▲2.7)
30歳代	48.9 (▲2.0)	41.5 (▲8.5)	42.2 (0.2)	20.7 (3.7)	14.8 (5.0)	17.8 (▲1.0)	7.4 (▲0.6)
40歳代	45.7 (3.4)	42.0 (▲4.7)	35.2 (▲1.8)	20.1 (2.0)	20.5 (2.9)	17.4 (5.1)	11.9 (0.0)
50歳代	35.5 (1.6)	34.5 (▲10.9)	32.0 (1.4)	31.0 (4.2)	15.2 (▲0.6)	15.2 (▲0.1)	15.7 (5.9)
60歳以上	34.7 (16.8)	32.7 (▲4.9)	27.6 (▲2.3)	29.6 (▲12.3)	20.4 (4.2)	11.2 (1.8)	19.4 (1.5)
岐阜県	43.1 (3.7)	36.9 (▲9.7)	36.2 (0.4)	26.8 (2.8)	17.4 (2.0)	15.5 (3.2)	14.4 (3.6)
愛知県	42.0 (3.7)	37.1 (▲6.9)	34.8 (▲1.3)	20.8 (▲2.1)	18.2 (4.7)	16.7 (0.5)	10.6 (▲1.8)
専業主婦	33.7 (▲0.6)	36.5 (3.2)	37.5 (4.2)	26.0 (▲1.6)	23.1 (6.0)	19.2 (10.6)	14.4 (4.9)
正社員	44.2 (1.8)	34.6 (▲13.4)	36.2 (0.7)	24.6 (2.3)	15.4 (4.2)	13.8 (0.0)	12.7 (▲1.1)
パート	45.0 (8.0)	38.8 (▲9.1)	33.8 (▲3.5)	25.0 (0.9)	18.1 (0.7)	16.3 (0.9)	11.9 (0.6)

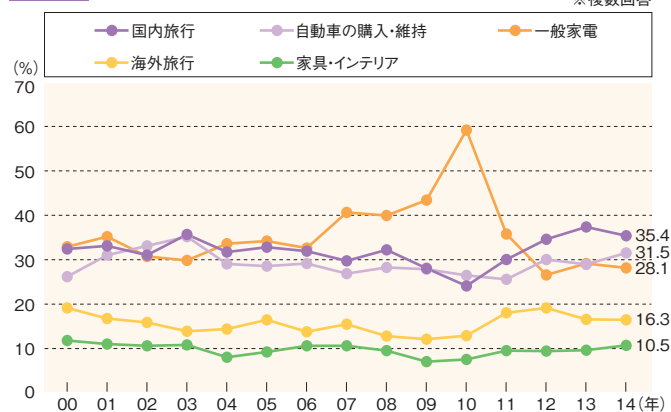
(注1) 背景色は、各属性別における最も回答率の高い費目。
(注2) 括弧内は、前年差を示す。

図表16 今以上に支出を増やしたい費目(上位7費目) ※複数回答(%)

	レジャー費	教育費	教養娯楽費	住居費	食費	外食費	家電・家具購入費
全体	46.1 (▲2.9)	22.3 (1.5)	19.0 (▲2.6)	13.1 (1.4)	10.8 (0.9)	10.4 (1.6)	10.1 (▲2.7)
20歳代	51.7 (▲0.6)	12.1 (▲3.3)	22.4 (5.5)	8.6 (5.5)	12.1 (▲0.2)	3.4 (▲2.8)	8.6 (4.0)
30歳代	38.6 (▲4.1)	51.2 (4.6)	22.8 (5.3)	4.7 (1.8)	6.3 (▲1.5)	6.3 (▲1.5)	3.9 (▲9.7)
40歳代	39.0 (▲4.9)	32.3 (1.6)	14.9 (▲7.5)	13.8 (5.5)	9.2 (▲2.0)	9.7 (▲0.1)	13.8 (0.1)
50歳代	53.8 (▲0.7)	4.9 (1.7)	18.5 (▲6.2)	18.5 (▲1.6)	12.0 (3.6)	14.1 (5.7)	12.5 (▲1.1)
60歳以上	52.9 (▲2.8)	1.1 (▲3.0)	21.8 (▲0.9)	14.9 (▲5.7)	17.2 (6.9)	14.9 (4.6)	6.9 (▲7.5)
岐阜県	44.3 (▲4.9)	22.3 (2.7)	19.0 (▲2.3)	11.1 (▲3.0)	10.4 (1.8)	10.9 (0.7)	7.8 (▲4.9)
愛知県	47.1 (▲0.1)	23.1 (2.2)	20.2 (▲3.2)	16.8 (7.9)	10.5 (▲2.7)	10.1 (2.9)	14.3 (1.1)
専業主婦	45.9 (▲4.1)	19.4 (▲6.7)	26.5 (9.5)	5.1 (▲1.7)	8.2 (▲3.2)	7.1 (▲0.9)	11.2 (▲4.7)
正社員	48.2 (0.1)	20.4 (2.0)	16.7 (▲4.6)	16.7 (6.2)	10.6 (0.1)	10.2 (2.7)	7.3 (▲3.6)
パート	43.1 (▲6.7)	25.4 (2.3)	17.7 (▲5.0)	12.0 (▲1.9)	12.0 (2.8)	12.0 (2.1)	12.4 (▲0.8)

(注1) 背景色は、各属性別における最も回答率の高い費目。
(注2) 括弧内は、前年差を示す。

図表17 購入した高額商品の推移(上位5品目) ※複数回答(%)



図表18 購入した高額商品(上位5品目) ※複数回答(%)

	国内旅行	自動車の購入・維持	一般家電	海外旅行	家具・インテリア
全体	35.4 (▲2.0)	31.5 (2.6)	28.1 (▲1.0)	16.3 (▲0.1)	10.5 (1.1)
20歳代	14.0 (▲3.0)	27.9 (13.0)	44.2 (10.2)	53.5 (4.6)	34.9 (9.4)
30歳代	46.6 (▲9.0)	37.5 (▲6.9)	15.9 (▲10.5)	10.2 (▲0.9)	13.6 (3.9)
40歳代	33.8 (▲3.6)	37.4 (5.0)	28.1 (0.8)	7.2 (▲2.2)	5.8 (2.2)
50歳代	36.3 (2.5)	32.6 (8.5)	32.6 (2.5)	16.3 (▲1.0)	7.4 (▲0.1)
60歳以上	36.1 (▲3.1)	9.8 (▲15.5)	24.6 (▲5.8)	19.7 (7.0)	6.6 (▲6.1)
岐阜県	35.5 (0.8)	34.0 (3.0)	25.3 (▲4.6)	13.6 (▲1.9)	8.7 (▲1.6)
愛知県	35.3 (▲5.6)	28.9 (4.0)	31.0 (1.7)	19.8 (1.0)	13.4 (5.7)
専業主婦	33.3 (▲16.0)	26.7 (2.8)	26.7 (1.3)	22.7 (1.8)	12.0 (3.0)
正社員	34.7 (0.3)	25.3 (1.7)	30.6 (▲0.2)	25.3 (0.7)	14.7 (2.4)
パート	36.5 (▲0.1)	37.9 (2.3)	25.6 (▲3.2)	7.4 (0.6)	5.9 (▲0.9)

(注1) 背景色は、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。

「必要なものだけを購入する」(17.6%)となった(図表19)。

年代別に見ると、「家計簿をつける」が20歳代と60歳以上で例年と同じく高かった。また、「必要なものだけを購入する」が50歳代では他世代よりも多い一方、20歳代では顕著に低かった(図表20)。

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」が全体の74.4%と最も高く、次いで、「品揃え」(47.8%)、「品質」(47.4%)となった(図表21)。

例年と同様に、「価格」の回答率が他の項目を大きく引き離している。その他は「品質」と「品揃え」において順位の入れ替えはあったものの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。

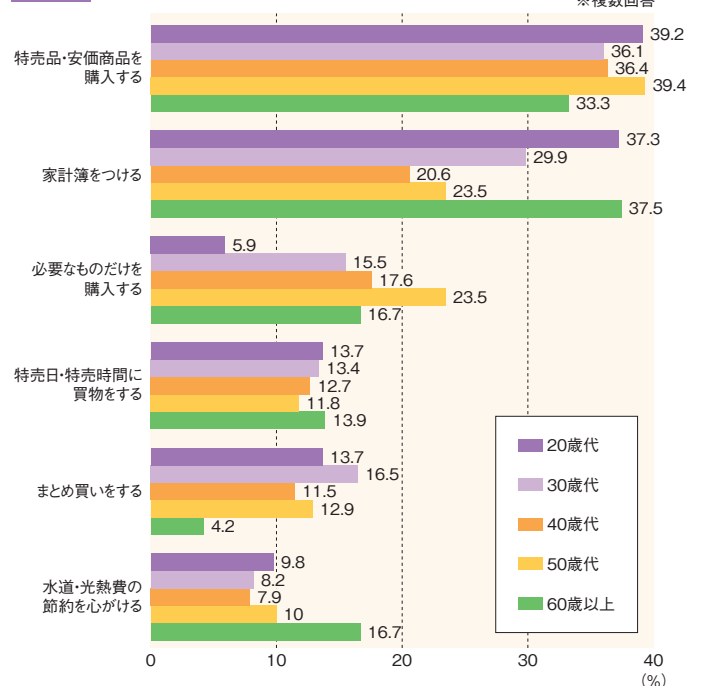
主婦が最もよく利用する店は従来通り「スーパー」で、1年

間に140.8回(2.6日に1度)の頻度で利用されている。

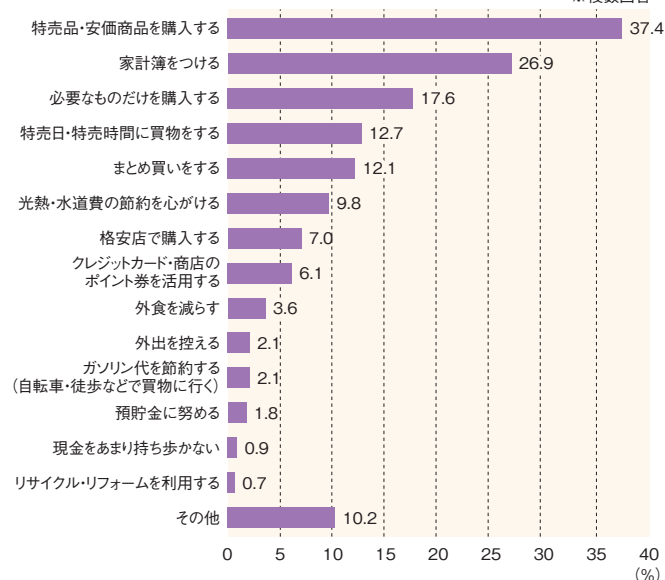
今回調査では、「コンビニエンスストア」の利用回数が年9.2回伸びており、目立って大きかった。2013年に利用回数が大きく上昇した「ドラッグストア」は減少しているものの3位のままである。また、「ディスカウントストア」の利用回数は上昇し、「ホームセンター」を抜いて5位になった。

年代別では、60歳以上の世代以外で「コンビニエンスストア」と「ディスカウントストア」の利用回数が上昇している。また、「通信販売」の利用は特に20歳代、30歳代で顕著だが、他世代でも回数が増加している。若い世代に限らず、インターネットやスマートフォンからモノを注文することが当たり前になりつつあることがうかがえる。

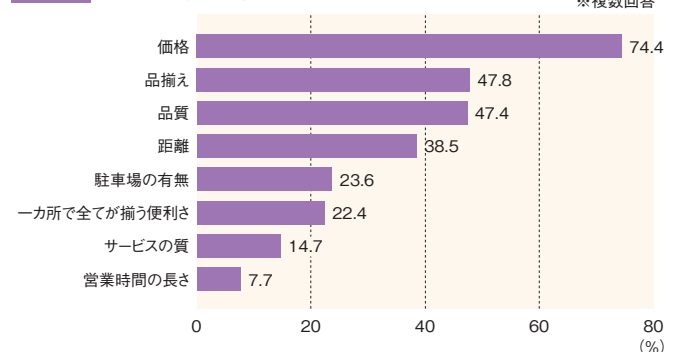
図表20 家計管理で工夫していること(上位6項目、年代別) ※複数回答



図表19 家計管理で工夫していること(全体) ※複数回答



図表21 買物場所の選択基準 ※複数回答



第17回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

4 時事調査:「健康」について

近年、健康志向が高まる一方、政府や健康保険組合もメタボ対策、生活習慣病予防などに取り組み、多くの人が食事や普段の生活で健康を意識することが増えてきた。このような中、主婦は健康に関してどのような消費行動をしているのかについて調査した。

(1) 健康への関心

最初に、「ご自身の健康について、あなたは普段どの程度気をつけていますか」と尋ねたところ、全体では「適度に気をつけている」が69.1%と最も高く、「とても気をつけている」の12.7%と合わせて80%を超えた(図表23)。

年代別では、30歳代で「適度に気をつけている」が63.2%と全世代の中で最も低い一方、「どちらとも言えない」が11.8%、「あまり気をつけていない」が14.6%といずれも全世代の中で最も高かった。30歳代は子育て世代であり、特に子どもがまだ幼かったり、自分の体力もまだある世代のため、自分の健康への関心が後回しになっていると思われる。

(2) 健康のために普段行っていること

次に「ご自身の健康のために、あなたが普段行っていることは何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、全体では「食事の栄養バランスに気をつける」が45.8%と最も高く、次いで「食べ過ぎない」が34.0%で食事に関して気を使う割合が高かった(図表24)。また、「健康診断を定期的に受ける」(32.9%)や「十分な睡眠を取る」(30.2%)、「体重・体脂肪を定期的に測る」

(22.6%)など体の手入れや体調に気をつける割合も高かった。

もともと「栄養バランス」や「食べ過ぎ」など食事に気をつける項目が上位に来ているが、同じく「食事」に関することでも「健康食品やサプリメントを取る」は22.2%と他の項目と比べてあまり高くなく、「有機野菜など質で食材を選ぶ」は7.4%と低かった。

また、「ウォーキングなど家庭で運動する」(13.9%)や「移動ではなるべく歩いたり、階段を使う」(10.3%)、「スポーツジムなど施設で運動する」(7.5%)など体を動かすことはいずれもあまり高くなかった。

年代別に見ると、20歳代では「健康診断を定期的に受ける」(6.2%)が他の世代に比べて圧倒的に低い一方、「十分な睡眠を取る」(44.6%)が高い。一方、50歳代や60歳以上では「十分な睡眠を取る」がそれぞれ21.0%と25.7%と比較的低い。「栄養バランス」や「食べ過ぎ」に気をつけたり、「健康食品やサプリメントを取る」や「有機野菜など質で食材を選ぶ」など食事に関する項目は年代が上がるごとに高まっている。また、「ウォーキングなど家庭で運動する」や「移動ではなるべく歩いたり、階段を使う」はほぼ年代が上がるごとに高まる傾向が見られる。

(3) 健康のために使っている金額(月額)

「ご自身の健康のために、1ヵ月平均どのくらいお金を使っていると思いますか」と尋ねたところ、「なし」が28.0%で最も高く、ついで「1,000円以上5,000円未満」が26.4%、「5,000円以上10,000円未満」が22.1%、「10,000円以上50,000円未満」が20.7%だった(図表25)。30%近くの人が健康のためにお金をかけていない一方、月額1万円以上かけている人も20%以上いた。

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	ホームセンター	100円ショップ	通信販売	商店街	百貨店	家電量販店
全体	140.8 (▲4.7)	71.4 (9.2)	41.0 (▲1.6)	24.1 (▲0.4)	21.1 (4.9)	15.1 (▲2.3)	14.8 (▲0.8)	10.7 (2.0)	6.9 (▲1.5)	6.8 (▲1.0)	4.6 (▲0.1)
20歳代	103.8 (3.2)	117.3 (37.7)	43.6 (▲5.5)	31.8 (▲1.7)	28.5 (7.8)	10.8 (3.2)	16.9 (5.0)	14.3 (5.1)	1.2 (▲1.6)	8.6 (0.9)	4.9 (▲1.2)
30歳代	114.4 (▲21.4)	88.6 (19.6)	43.4 (0.4)	24.7 (▲1.2)	20.8 (5.8)	11.3 (▲3.5)	17.4 (0.8)	18.2 (1.0)	4.3 (▲0.9)	4.5 (0.5)	4.4 (0.1)
40歳代	151.6 (▲0.4)	70.7 (2.2)	44.6 (▲0.4)	22.3 (▲0.3)	25.4 (8.4)	16.6 (▲1.7)	15.5 (0.1)	8.8 (0.9)	4.2 (1.2)	3.6 (▲0.4)	5.4 (0.6)
50歳代	160.2 (0.6)	56.7 (4.3)	36.8 (▲4.1)	26.2 (0.2)	20.1 (4.7)	16.0 (▲0.1)	11.9 (▲2.9)	9.0 (2.0)	10.3 (▲0.5)	10.8 (▲1.1)	4.3 (▲0.4)
60歳以上	139.3 (▲7.5)	48.5 (▲0.7)	35.0 (0.1)	17.3 (▲0.5)	8.9 (▲5.6)	17.5 (▲7.2)	15.2 (▲3.4)	5.5 (2.5)	13.2 (▲9.1)	9.5 (▲3.3)	3.9 (0.1)
岐阜県	131.9 (▲6.0)	68.2 (6.8)	42.6 (0.2)	23.7 (▲1.8)	24.2 (6.6)	15.7 (▲1.9)	15.0 (▲0.4)	10.2 (1.4)	7.2 (▲2.4)	5.2 (▲0.6)	4.9 (0.0)
愛知県	152.6 (▲6.3)	77.1 (14.0)	38.4 (▲5.7)	24.5 (0.9)	14.6 (0.6)	13.9 (▲2.9)	14.3 (▲2.2)	11.9 (3.9)	6.5 (▲0.5)	9.3 (▲1.6)	4.3 (▲0.2)
専業主婦	134.7 (▲24.3)	68.1 (20.0)	44.4 (▲0.3)	29.5 (4.2)	19.1 (3.1)	16.6 (▲3.3)	15.9 (▲1.1)	12.0 (3.2)	13.2 (5.2)	11.0 (1.6)	5.0 (▲1.4)
正社員	121.9 (▲1.7)	86.1 (8.0)	36.2 (▲3.1)	24.4 (▲0.2)	21.5 (6.1)	14.2 (▲2.5)	12.8 (▲1.6)	11.8 (0.7)	6.6 (▲2.3)	6.9 (▲2.6)	4.2 (0.4)
パート	163.8 (2.2)	60.8 (7.8)	43.4 (▲2.5)	22.9 (▲1.1)	22.2 (5.3)	15.6 (▲0.7)	16.7 (0.9)	9.2 (2.8)	5.3 (▲2.4)	5.4 (▲0.2)	5.2 (0.2)
利用頻度(注1)	2.6 (0.1)	5.1 (▲0.8)	8.9 (0.3)	15.1 (0.2)	17.3 (▲5.2)	24.2 (3.2)	24.6 (1.3)	34.3 (▲7.8)	53.1 (9.4)	53.3 (6.7)	79.8 (0.9)

(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2.6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。

年代別にみると、30歳代、40歳代では「なし」が40%近いが、50歳代、60歳以上では「10,000円以上」が30%を超えた。20歳代は「なし」が30%以上ある一方、「10,000円以上」も約20%で、お金をかけている割合が50歳代、60歳以上ほどではないが一定数に上った。

平均金額は全体で5,352円で、年代別に見ると20歳代が5,702円、30歳代4,243円、40歳代3,361円、50歳代6,831円、60歳以上7,576円と、30歳代、40歳代が低かった。

30、40歳代は子育て世代であり、自身の健康よりも子どもなどにかけるお金を優先しているためと思われる。

「健康のために使っている金額(月額)」ごとに先述の「健康のために普段行っていること」の割合を見てみると、普段行っている割合が高かった「栄養のバランスに気をつける」や「健康診断を定期的に受ける」、「十分な睡眠を取る」などは健康のために使っている金額が増えるほど割合が低くなっている(図表26)。一方、普段行っている割合が

高くなかった「健康食品やサプリメントを取る」や「スポーツジムなど施設で運動する」は健康のために使っている金額が増えるほど割合が高くなっている。また、「食べ過ぎない」や「体重・体脂肪を定期的に測る」は健康のために使っている金額にはあまり関係ない。総じて、多くの人が普段行っていることは、あまりお金をかけずに済むことが主である。

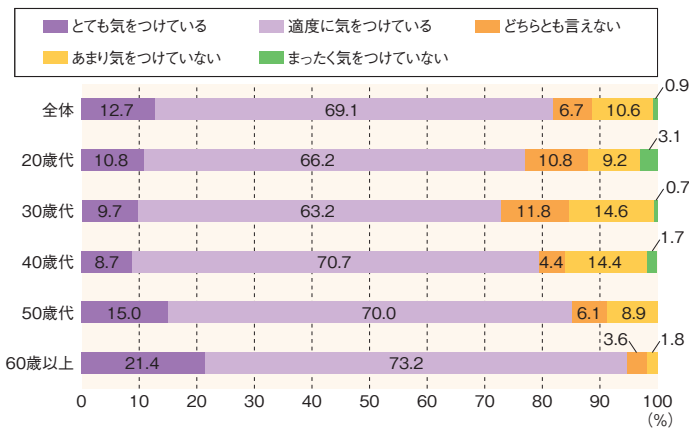
(4) 健康診断の受診頻度

健康のために普段行っていることの3位にも挙がった「健康診断」について、「あなたは普段の健康チェックとして、どれくらいの頻度で健康診断を受けていますか」と尋ねたところ、「年に1回程度」が82.2%だった(図表27)。

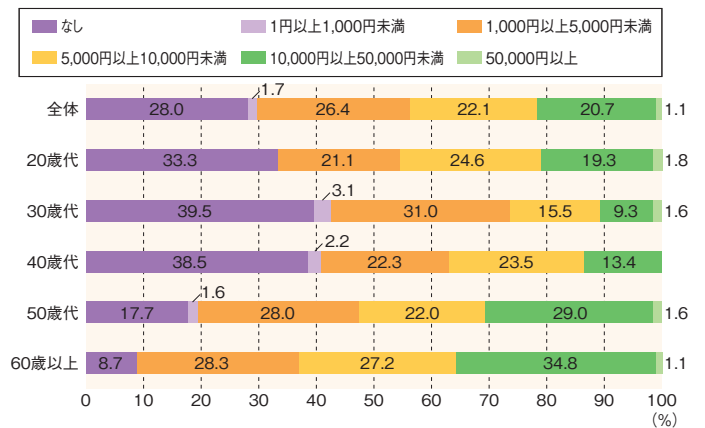
年代別に見ると60歳以上が77.5%と他世代と比べて若干低い、それ以外はいずれも8割以上だった。

年代別では大きな差はなかったが、就業形態別に見てみると専業主婦では「年に1回程度」が69.7%と他の就業形態と

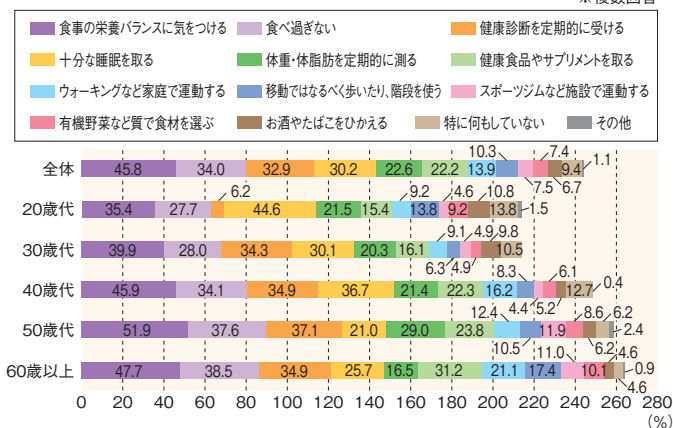
図表23 健康への関心(年代別)



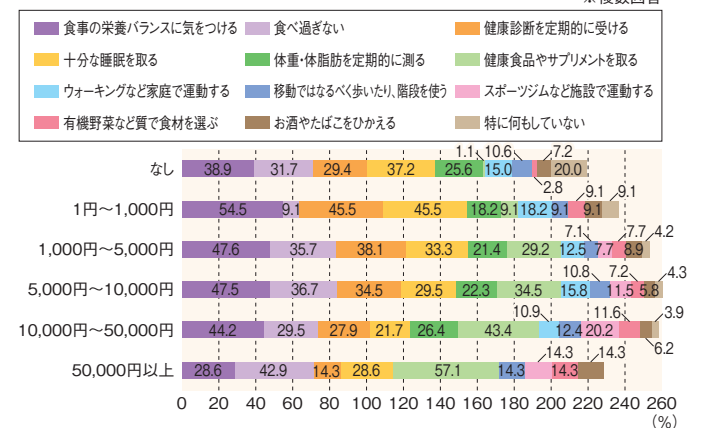
図表25 健康のために使っている金額(月額・年代別)



図表24 健康のために普段行っていること(年代別)



図表26 健康のために普段行っていること(健康のために使っている金額(月額)別)



第17回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

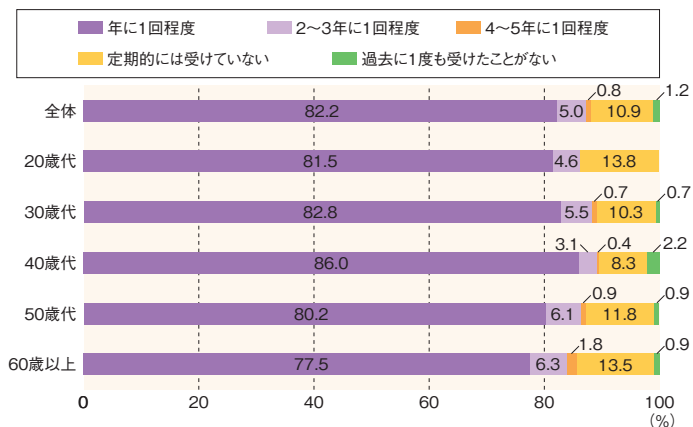
比べて低く、「2～3年に1回程度」(9.2%)や「定期的には受けていない」(18.5%)が他と比べて高かった(図表28)。健康診断は勤め先の健康保険組合などを通して受けることが多く、専業主婦では健康診断を受ける機会が少ないためと思われる。

(5) 健康診断受診の障害

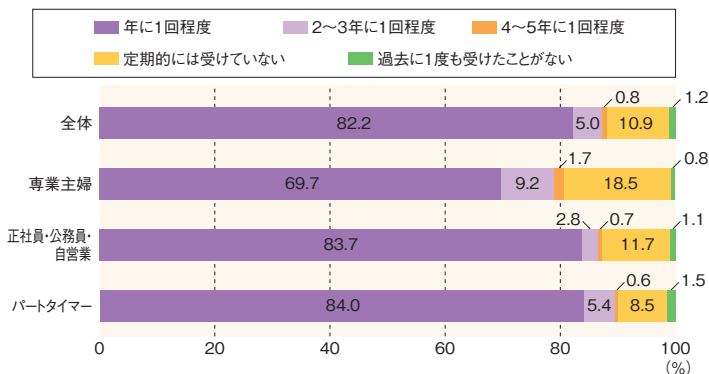
「健康診断を受けるのに障害となることは何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「面倒くさい」が37.2%と最も高く、次いで「お金がかかる」が37.0%、「きっかけがない」が24.0%となった(図表29)。

年代別に見ると、20歳代では「お金がかかる」(42.2%)や「きっかけがない」(54.7%)が他世代よりも高かった一方、「病気が発覚するのが怖い」(3.1%)は顕著に低かった。「病気が発覚するのが怖い」は年代が上がるにつれて増える一方、「お金がかかる」は年代が上がるにつれて減っている。子育て世代の30歳代では「子育てが忙しい」(38.7%)が他世代に比べて極めて高かった。

図表27 健康診断の受診頻度(年代別)



図表28 健康診断の受診頻度(就業形態別)

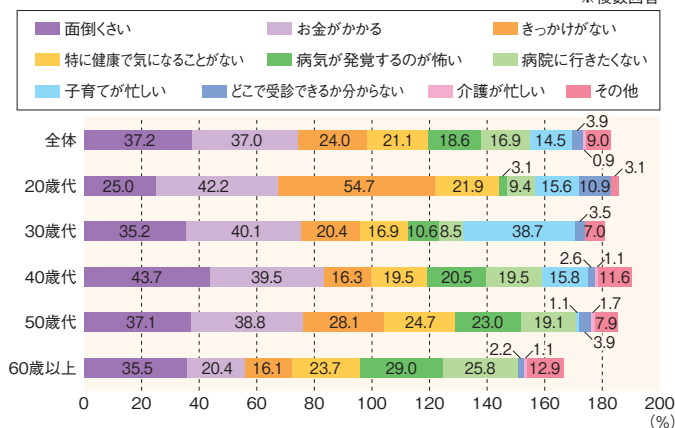


就業形態別に見ると、パートタイマーで「お金がかかる」(45.7%)や「面倒くさい」(41.2%)が他に比べて高かった(図表30)。パートタイマーで働いている人にとっては、特にお金や時間を健康診断に使うことには他の就業形態の人より抵抗があるのかもしれない。また、専業主婦では「きっかけがない」(27.4%)が他よりも比較的高かったことは、先述したとおり、健康診断を受ける場合、勤め先の健康保険組合などを通して受けることが多いため、専業主婦では健康診断を受ける機会が少ないことがうかがえる。

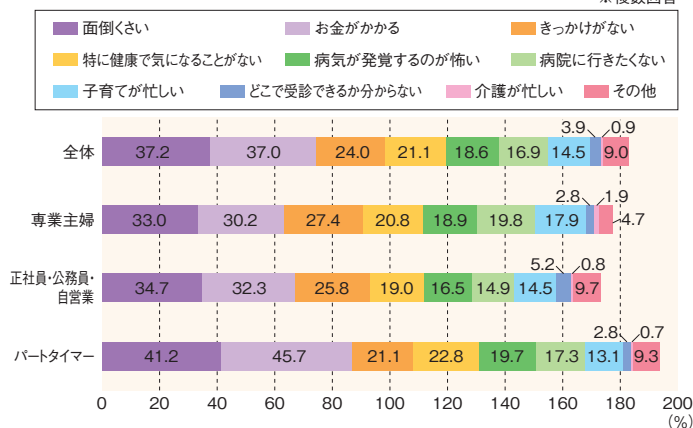
(6) 健康維持のために希望すること

「あなた自身が健康を維持していくために、あったらいいなと思うことは何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「ワンコイン(500円)の健康診断」が40.9%で最も高く、次いで「健康維持のための休暇制度」が39.0%、「健康に配慮したレシピの無料共有webサイト」が18.3%だった(図表31)。

図表29 健康診断受診の障害(年代別)



図表30 健康診断受診の障害(就業形態別)



年代別に見ると、60歳以上では、他の世代で比較的順位の低い「健康に関する無料の個別相談」が27.7%と2位だった。50歳代以下では「健康維持のための休暇制度」や「家族の協力による健康維持の時間確保」などが高く、健康維持のために何らかの方法で時間を確保したいという希望がうかがえた。また、20歳代、30歳代では「託児サービス付きの健康診断」がそれぞれ16.9%と21.5%で、子育て世代ならではの希望がうかがえた。

(7) 健康に関して主に利用する情報源

「あなたが普段、一番利用する健康に関する情報の入手先は何ですか」と尋ねたところ、「テレビやラジオ」が55.0%と最も高く、次いで「新聞、雑誌、本」が15.7%、「インターネット」が13.7%だった(図表32)。

年代別に見るとテレビやラジオは全年代にわたって40~60%と最も高かった。「新聞、雑誌、本」はほぼ年代が上がる

につれ増え、それとは逆に「インターネット」は年代が上がるにつれ減っている。スマートフォンの普及により、若い年代では健康に関する情報を得るのに、新聞、雑誌、本に代わってインターネットが広く浸透していることがうかがえる。

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に消費税増税およびアベノミクスの影響が顕著に見られた。前年にアベノミクスの影響で大きく改善した景況感、2014年は消費税増税とともに、アベノミクスの金融緩和による円安に伴う輸入価格の上昇で物価上昇が強く意識され、景況感が大きく後退した。また、アベノミクスの家計への影響としては、家計収入はわずかに増える傾向が見える一方、家計支出は物価上昇にともなって大きく増え、食費や光熱・水道費など生活必需品への支出増加が目立った。

第2に健康に関しては、健康への関心は全ての世代で高いことがうかがえた。普段、健康のために行っていることは食事の栄養バランスやその量などの管理や体調管理などだった。一方、運動するなど積極的な健康づくりに取り組むことまでは普段行っていなかった。

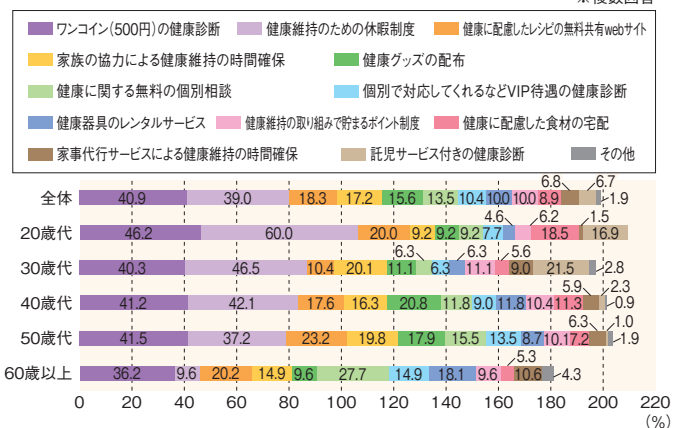
第3に普段健康のために行っていることは、いずれもお金をかけずに済むことが主であった。この傾向は、健康維持のために希望することでも、「ワンコイン(500円)の健康診断」や「健康維持のための休暇制度」、「健康に配慮したレシピの無料共有webサイト」などお金のかからないことが上位を占めたことから認められた。

ただし、年代が上がるとともに「健康食品やサプリメントを取る」、「有機野菜など質で食材を選ぶ」などを行うようになり、健康のためにある程度お金をかける割合が高くなることがうかがえた。

以上、家計収入があまり増えない一方で、消費税増税や円安に伴う輸入価格の上昇などによる物価上昇もあり、家計支出は増加しており、健康維持への関心は高いものの、できるだけお金をかけずに済ませようとする主婦の消費行動がうかがえた。

(2015.2.2) 共立総合研究所 調査部 市来 圭
中島 奈美

図表31 健康維持のために希望すること(年代別) ※複数回答



図表32 健康に関して主に利用する情報源(年代別)

