

## 女性の消費行動に関するアンケート結果

### 1 はじめに

主に岐阜県や愛知県に住む女性を対象に、2024年の景況感や消費行動などについてアンケートを実施した。

### 2 調査概要

- (1) 調査時期：2024年11月11日～11月15日
- (2) 調査方法：OKB大垣共立銀行本支店（東京・大阪を除く）に来訪した女性812人にアンケート用紙を配布・回収
- (3) 有効回答数：804名（有効回答率99.0%）
- (4) 回答者属性

年代	20歳代以下	9.8%
	30歳代	22.9%
	40歳代	20.5%
	50歳代	27.8%
	60歳代以上	19.0%
住所	岐阜県	52.5%
	愛知県	42.8%
	三重県	2.1%
	滋賀県	2.4%
	その他	0.3%
	就業形態	専業主婦
	正社員・公務員・自営業	52.5%
	パートタイマー	35.6%
	その他	3.0%
現在の結婚状況	結婚している	83.2%
	結婚していない	16.8%

(\*）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)

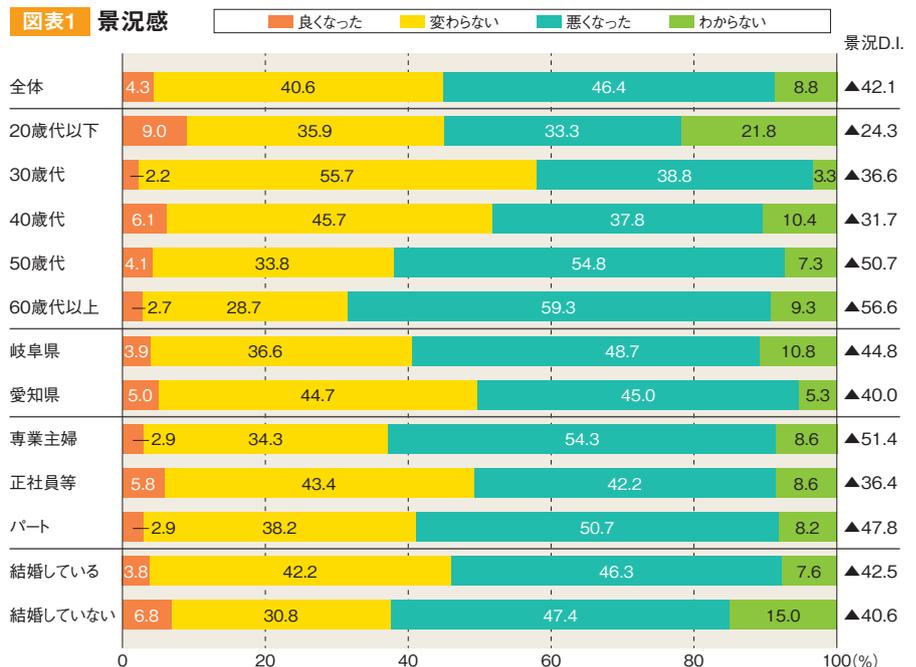
### 3 調査結果

#### (1) 女性の景気判断

##### A. 景況感

「現在(2024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」が全体の4.3%、「変わらない」が40.6%、「悪くなった」が46.4%となった(図表1)。属性別に見ると、「悪くなった」は50歳代以上で比較的高く、40歳代以下で比較的低くなっている。「悪くなった」と回答した理由としては、物価の上昇が多く挙げられた。

景況D.I.（「良くなった」の回答率－「悪くなった」の回答率）は▲42.1となった。



##### B. 物価観

「現在の物価は、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97.1%、「変わらない」が2.2%、「安くなった」が0.1%となった(図表2)。「高くなった」と回答した理由としては、食料品や野菜、米などの値上がりが挙げられた。

物価D.I.（「高くなった」の回答率－「安くなった」の回答率）は97.0となった。

#### (2) 収入と支出について

##### A. 収入

「2024年の収入は、1年前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35.7%、「変わらない」が52.5%、「減った」が11.8%となった(図表3)。「増えた」と回答した

理由としては、時給の増加、賃上げやベースアップ、昇給などが多く挙げられた。

属性別に見ると、「増えた」は年代が下がるにつれて高くなっており、特に20歳代以下は6割を超えている。また、30歳代、愛知県、正社員等、「結婚していない」においても「増えた」が比較的高くなっている。一方、60歳代以上と専業主婦は「増えた」が比較的低く、「減った」が比較的高くなっている。

## B. 支出

「2024年の支出は、1年前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85.0%、「変わらない」が13.4%、「減った」が1.6%となった(図表4)。「増えた」と回答した理由としては、食費や光熱費の増加、物価の高騰、子ども関連の出費の増加が挙げられた。

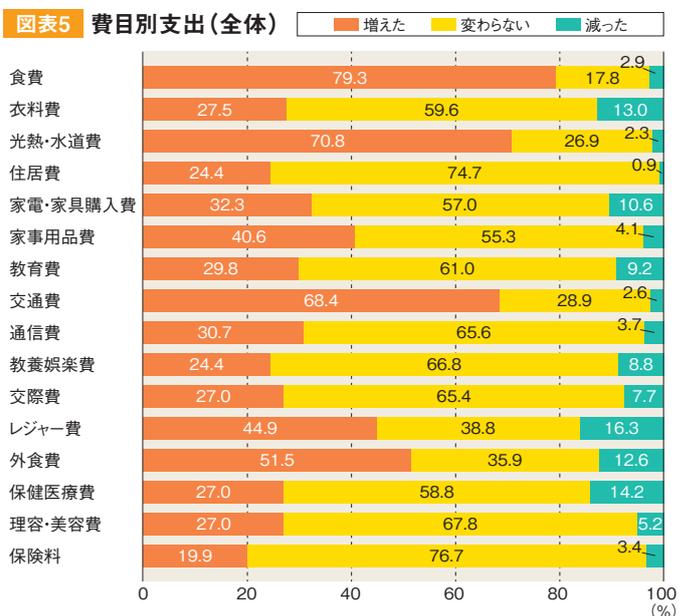
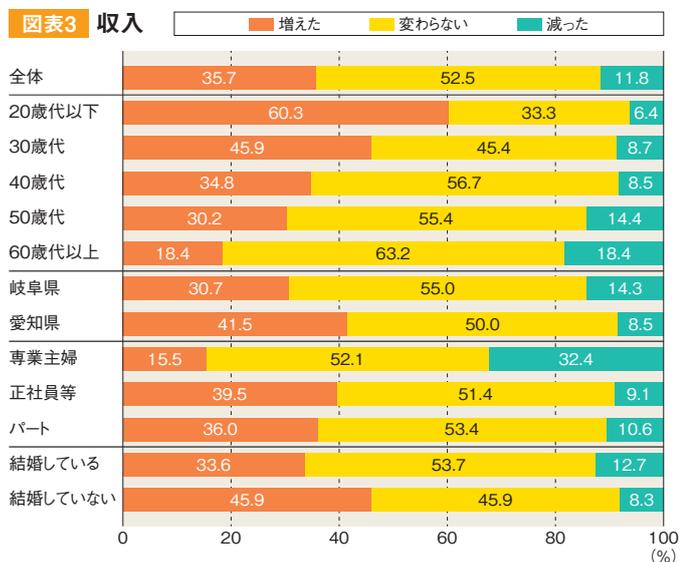
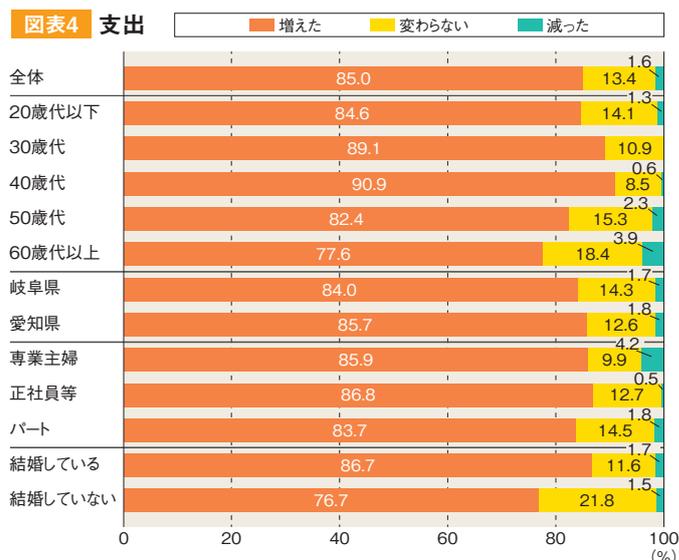
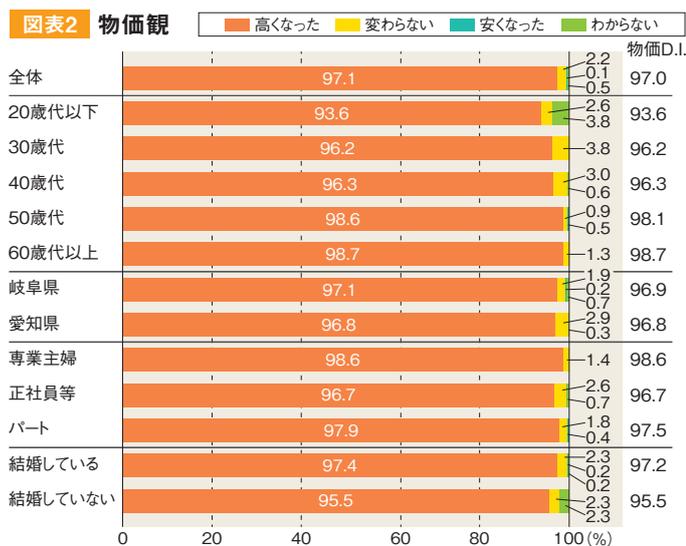
属性別に見ると、全ての属性において「増えた」が7~9割となった。60歳代以上や「結婚していない」では

「増えた」の回答率が比較的低い一方、40歳代や「結婚している」では比較的高くなっている。

## C. 費目別支出

2024年の費目別の支出について尋ねたところ、「増えた」が最も高いのは「食費」で79.3%だった(図表5)。

費目別支出D.I.（「増えた」の回答率-「減った」の回答率）を見ると、最も高いのは「食費」で76.4、次いで「光熱・水道費」が68.5、「交通費(ガソリン代



図表6 費目別支出D.I.(年代別)

(%ポイント)

	食費	衣料費	光熱・水道費	住居費	家電・家具 購入費	家事用品費	教育費	交通費
全体	76.4	14.5	68.5	23.5	21.7	36.5	20.6	65.8
20歳代以下	74.3	18.0	57.1	22.4	19.5	37.2	10.1	73.1
30歳代	87.9	26.8	72.9	19.3	25.9	46.8	37.4	76.5
40歳代	84.1	33.7	70.8	23.1	23.6	43.5	54.4	66.2
50歳代	71.4	0.9	71.2	26.7	21.6	36.0	▲2.0	60.3
60歳代以上	62.2	▲4.1	62.1	25.5	15.0	16.5	▲6.0	55.1

	通信費	教養娯楽費	交際費	レジャー費	外食費	保健医療費	理容・美容費	保険料
全体	27.0	15.6	19.3	28.6	38.9	12.8	21.8	16.5
20歳代以下	18.4	26.0	50.0	58.9	64.1	13.0	37.2	32.0
30歳代	21.8	31.5	24.0	54.1	64.1	17.0	25.2	15.4
40歳代	33.4	24.7	18.0	27.8	37.7	3.7	27.7	20.4
50歳代	31.2	2.8	11.5	12.4	20.5	9.6	14.1	12.3
60歳代以上	23.8	▲2.8	9.4	4.8	21.6	20.9	14.9	11.2

(※1) 色付きは、各費目における最大値を示す。

(※2) 太字は、各年代における最大値を示す。

図表7 購入した高額商品

※複数回答(%)

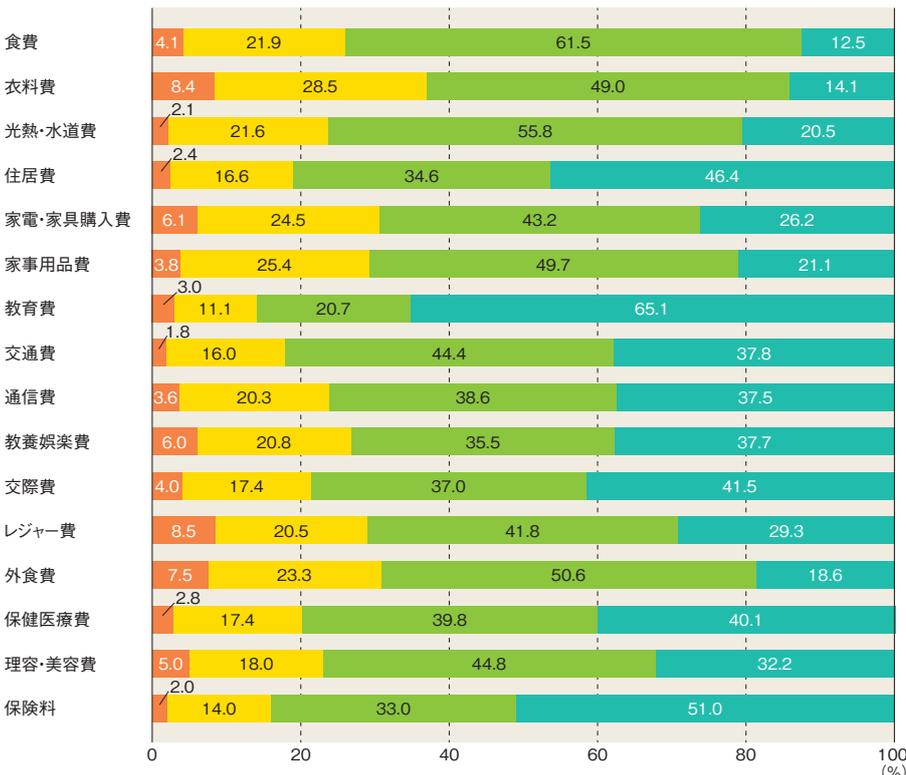
	国内旅行	一般家電	自動車・ 自動車 関連用品	住宅の 購入・ リフォーム	海外旅行	情報家電	家具・ インテリア	貴金属・ アクセサリ	和洋服	その他
全体	48.6	27.5	16.9	12.9	11.8	7.4	5.8	5.4	3.0	7.6
20歳代以下	38.6	15.9	2.3	6.8	29.5	15.9	9.1	11.4	2.3	20.5
30歳代	63.1	16.9	14.6	8.5	12.3	8.5	6.9	7.7	2.3	6.2
40歳代	57.1	26.8	17.9	12.5	7.1	9.8	3.6	4.5	2.7	7.1
50歳代	34.1	36.4	25.0	18.2	9.8	6.1	3.8	3.8	5.3	5.3
60歳代以上	42.1	38.2	13.2	14.5	10.5	0.0	9.2	2.6	1.3	6.6

(※1) 色付きは、各項目における全体との差が+10ポイント以上のもの。

(※2) 太字は、各年代における最大値を示す。

図表8 各費目の節約度合い(全体)

かなりしている している 少ししている 全くしていない



を含む)」が65.8となった(図表6)。

費目別支出D.I.を年代別に見ると、「レジャー費」および「外食費」は30歳代以下で高い一方、50歳代以上で低くなっている。また、「教育費」は40歳代、「交際費」は20歳代以下で高くなっている。一方、60歳代以上は「衣料費」、「教育費」、「教養娯楽費」がマイナスになっている。

#### D. 高額商品の購入

「2024年に1商品10万円以上する高価な買い物(家族旅行を含む)をしましたか」と尋ねたところ、図表にはないが、「はい」は62.6%だった。年代別に見ると、30歳代が72.0%で最も高かった。

次に、「はい」と回答した人に「具体的にどのような買い物をしましたか」と尋ねたところ、最も高いのは「国内旅行」で48.6%、次いで「一般家電」が27.5%、「自動車・自動車関連用品」が16.9%となった(図表7)。

年代別に見ると、50歳代は「一般家電」、それ以外は「国内旅行」が最も高くなった。「国内旅行」は30歳代(63.1%)、「海外旅行」は20歳代以下(29.5%)で比較的高くなっている。

### (3) 節約について

#### A. 各費目の節約度合い

「各費目について、節約の度合いを4段階でお答えください」と尋ねたところ、「かなりしている」「している」「少ししている」を合わせた「節約している」が最も高いのは「食費」で87.5%だった。16費目中14費目で「節約している」が5割を超えた。「全くしていない」が最も高いのは「教育費」で65.1%だっ

た(図表8)。

「節約している」を年代別に見ると、50歳代は「衣料費」、それ以外は「食費」が最も高くなっている(図表9)。

各費目における「かなりしている」または「している」との回答について、数量化3類<sup>(注1)</sup>による分析を行った。得られた2つの軸について、1軸は選択的支出と必需的支出を判別する軸、2

軸は固定費と変動費を判別する軸と解釈した(図表10)。

サンプルスコアを年代別に見ると、20歳代以下は必需的支出、30歳代と50歳代は必需的支出・変動費、40歳代と60歳代以上は選択的支出・変動費を節約する傾向にある(図表11)。

さらに、数量化3類で得られたサンプルスコアをもとにクラスター分析<sup>(注2)</sup>

を行い、節約タイプを4つに分類した。各費目における「かなりしている」または「している」を合わせた割合について、「レジャー費」や「外食費」などが高いタイプを「趣味・交際費節約型」、ほぼすべての費目が高いタイプを「暮らし全般費節約型」、「食費」や「衣料費」などが高いタイプを「生活必需費節約型」、「かなりしている」または「し

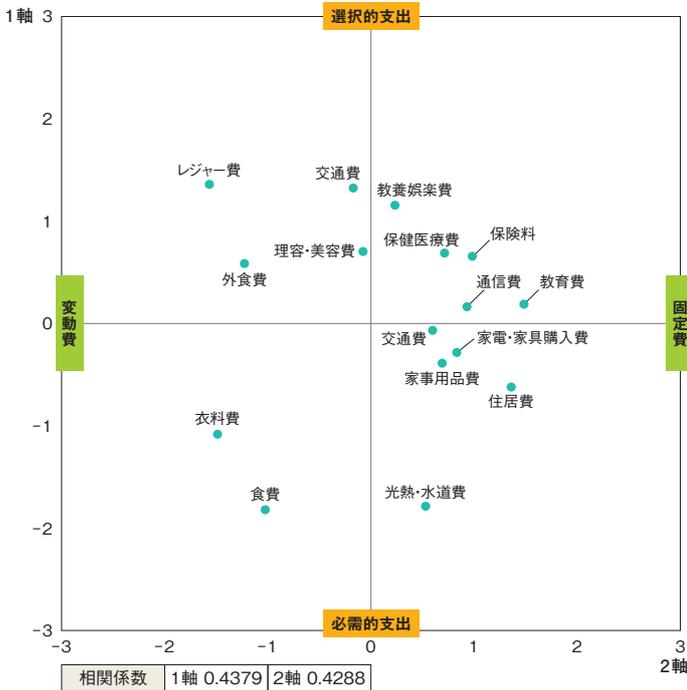
図表9 各費目の節約度合い(「節約している」の上位5費目、年代別)

(%)

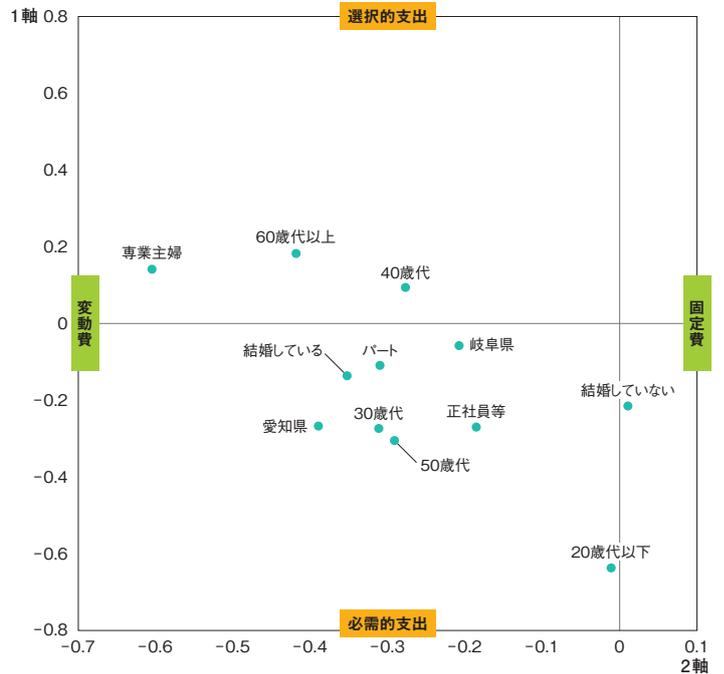
順位	全体	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上
1	食費 (87.5)	食費 (79.5)	食費 (87.3)	食費 (87.3)	衣料費 (92.2)	食費 (89.4)
2	衣料費 (85.9)	衣料費 (76.9)	衣料費 (82.5)	衣料費 (87.2)	食費 (90.0)	光熱・水道費 (85.8)
3	外食費 (81.4)	外食費 (76.9)	外食費 (77.7)	外食費 (82.2)	家事用品費 (85.3)	衣料費 (84.4)
4	光熱・水道費 (79.5)	家事用品費 (67.6)	光熱・水道費 (76.3)	家事用品費 (80.9)	外食費 (84.2)	外食費 (83.6)
5	家事用品費 (78.9)	光熱・水道費 (66.3)	家事用品費 (73.3)	光熱・水道費 (77.3)	光熱・水道費 (83.8)	家事用品費 (80.1)

(\*)括弧内は、「節約している」の回答割合。

図表10 節約度合いに関する数量化3類のカテゴリスコア



図表11 節約度合いに関する数量化3類の属性別サンプルスコア



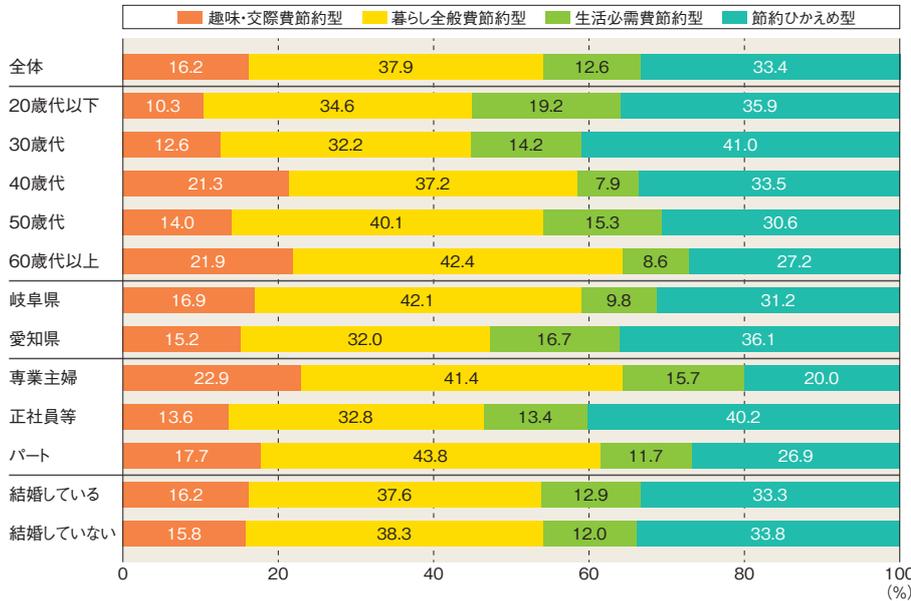
図表12 節約「かなりしている」・「している」を選択した割合(節約タイプ別)

(%)

	構成比	食費	衣料費	光熱・水道費	住居費	家電・家具購入費	家事用品費	教育費	交通費	通信費	教養娯楽費	交際費	レジャー費	外食費	保健医療費	美容・美容費	保険料	少しいる・全くしていない
全体	100.0	26.0	36.9	23.7	19.0	30.6	29.2	14.1	17.8	23.9	26.8	21.4	29.0	30.8	20.2	23.0	16.0	33.4
趣味・交際費節約型	16.2	13.9	38.4	5.4	0.0	17.2	13.4	2.8	10.3	15.0	45.6	42.8	71.4	62.0	18.1	32.0	10.3	0.0
暮らし全般費節約型	37.9	42.1	58.2	47.8	48.0	68.8	65.3	36.8	40.2	54.3	51.1	38.7	42.8	46.9	44.9	44.8	37.9	0.0
生活必需費節約型	12.6	62.4	69.3	38.0	5.1	12.9	18.8	1.1	6.9	6.9	3.0	0.0	8.9	24.8	2.0	7.9	1.0	0.0
節約ひかえめ型	33.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

(\*) は、各費目における全体との差が+15ポイント以上のもの。

図表13 節約タイプ(属性別)



ている」の回答がないグループを「節約ひかえめ型」とした(図表12)。構成比としては、暮らし全般費節約型が37.9%で最も多く、次いで節約ひかえめ型が33.4%、趣味・交際費節約型が16.2%、生活必需費節約型が12.6%となった。

節約タイプを属性別に見ると、20歳代以下、30歳代、愛知県、正社員等は節約ひかえめ型、それ以外は暮らし全般費節約型が最も割合が高くなっている。また、40歳代と60歳代以上は、趣味・交際費節約型が他の年代に比べて高くなっている(図表13)。

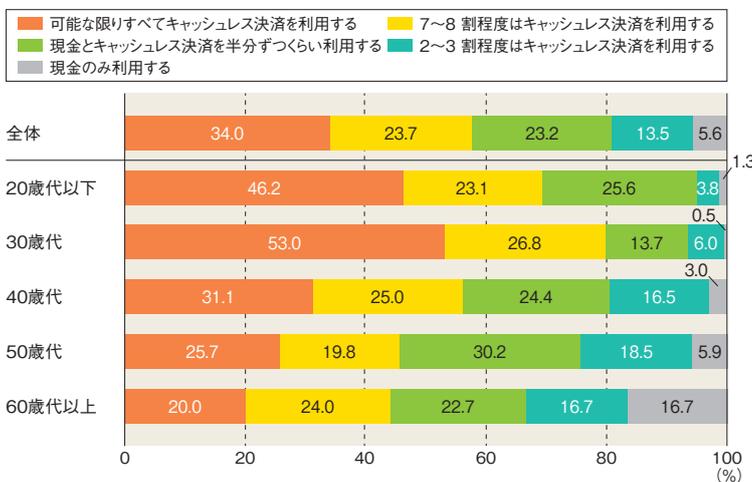
図表14 節約のために工夫していること

※複数回答(%)

	ポイント・クーポン割引券等を活用する	特売品・安価商品を購入する	必要なものだけを購入する	外食を減らす	光熱・水道費節約を心がける	まとめ買いをする	安いお店を探す	食費を抑える(外食を減らす以外)	チラシや広告、インターネットで価格をチェックする	家計簿をつける	その他
全体	73.4	65.8	57.5	36.7	35.2	34.8	33.7	29.9	26.6	17.7	0.5
20歳代以下	75.6	53.8	53.8	20.5	15.4	23.1	37.2	24.4	12.8	26.9	0.0
30歳代	80.3	61.2	59.0	38.3	29.5	40.4	31.7	25.7	21.3	19.1	0.0
40歳代	74.2	66.9	52.1	43.6	35.0	35.6	35.6	30.1	25.2	17.2	0.6
50歳代	72.5	70.3	55.9	35.6	39.2	35.1	32.0	34.7	31.1	14.0	1.4
60歳代以上	64.9	69.5	65.6	37.7	46.4	32.5	34.4	31.8	35.8	17.9	0.0
趣味・交際費節約型	74.6	71.5	62.3	53.8	35.4	36.2	33.8	28.5	26.9	20.8	0.0
暮らし全般費節約型	72.7	71.1	59.2	47.0	47.7	37.2	41.8	40.5	31.9	18.4	0.7
生活必需費節約型	78.2	78.2	60.4	35.6	34.7	33.7	35.6	42.6	27.7	26.7	0.0
節約ひかえめ型	71.6	52.2	51.9	16.8	20.9	31.7	23.5	13.8	19.8	11.9	0.7

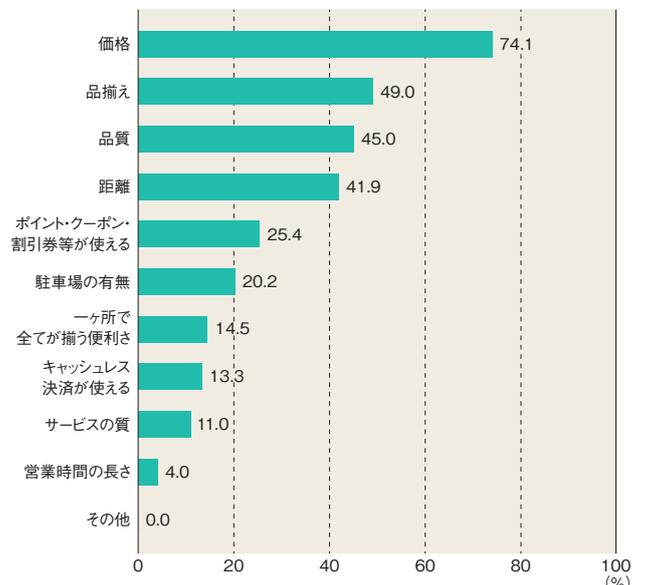
(※1) 色付きは、各項目における全体との差が+10ポイント以上のもの。  
 (※2) 太字は、各属性における最大値を示す。

図表15 キャッシュレス決済の利用状況



図表16 買物場所の選択基準

※複数回答



## B. 節約のための工夫

「節約のために工夫していることは何ですか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」が73.4%で最も高く、次いで「特売品・安価商品を購入する」が65.8%、「必要なものだけを購入する」が57.5%となった。

年代別に見ると、60歳代以上は「特売品・安価商品を購入する」、それ以外は「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」がそれぞれ最も高くなった。

節約タイプ別に見ると、趣味・交際費節約型は「外食を減らす」、暮らし全般費節約型は「光熱・水道費節約を心がける」、「外食を減らす」、「食費を抑える(外食を減らす以外)」、生活必需費節約型は「特売品・安価商品を購入する」、「食費を抑える」が比較的高くなっている(図表14)。

## (4) 買物について

### A. キャッシュレス決済の利用状況

キャッシュレス決済(クレジットカードや電子マネー、スマホ決済など)の利

用状況について尋ねたところ、「可能な限りすべてキャッシュレス決済を利用する」が34.0%で最も高くなった。「7～8割程度以上」「可能な限りすべて」と「7～8割程度」を合わせた割合は57.7%となった。

年代別に見ると、「7～8割程度以上」が最も高いのは30歳代で79.8%となっている(図表15)。

### B. 買物場所の選択基準

「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74.1%で最も高く、次いで「品揃え」が49.0%、「品質」が45.0%となった(図表16)。

### C. 買物場所の利用回数

「買物場所8業態について、1年前と比べて利用回数をお答え下さい」と尋ねたところ、いずれの業態も「変わらない」が過半数を占めた。「増えた」の回答率が最も高いのは「通信販売」(21.8%)、「減った」が最も高いのは「百貨店」(44.8%)だった(図表17)。

買物場所の利用回数D.I.(「増えた」の回答率-「減った」の回答率)を見ると、最も高いのは「ドラッグストア」(5.4)、最も低いのは「百貨店」(▲41.3)となった。

年代別に見ると、「コンビニエンスストア」、「ショッピングセンター」、「ホームセンター」、「百貨店」は全ての年代でマイナスとなっている。また、「スーパー」や「通信販売」は、40歳代以下ではプラスである一方、50歳代以上ではマイナスとなっている(図表18)。

### D. 買物場所の利用頻度

「買物場所8業態について、実際の利用頻度をお答え下さい」と尋ねたところ、「スーパー」は「週2～3回」、「コンビニエンスストア」、「ドラッグストア」は「週1回」、「ショッピングセンター」、「100円ショップ」、「通信販売」は「月1回」、「ホームセンター」は「2～3か月に1回」、「百貨店」は「ほとんど利用しない」がそれぞれ最も回答率が高くなった(図表19)。

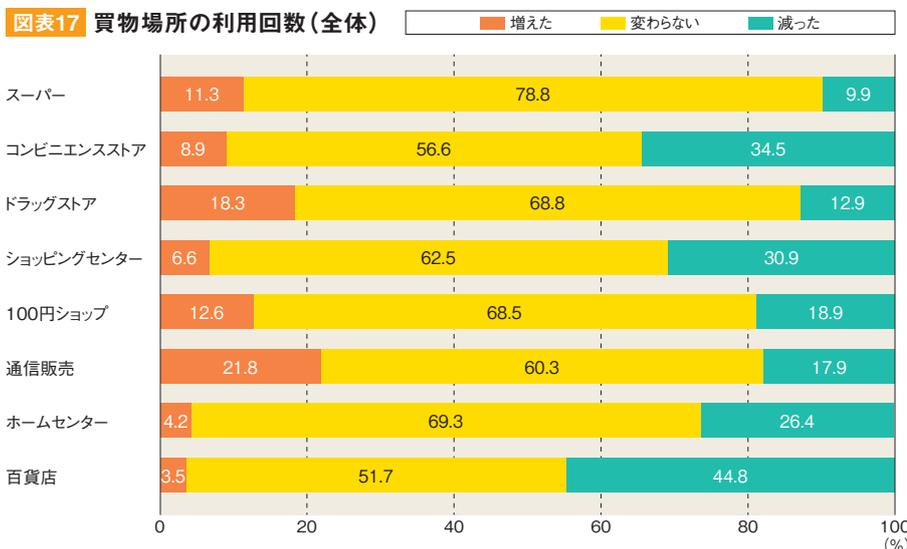
## (5) 生活のゆとりについて

### A. 生活のゆとり

「現在の生活にゆとりを感じますか」と尋ねたところ、「感じる」が2.1%、「どちらかといえば感じる」が28.0%、「どちらかといえば感じない」が51.7%、「感じない」が18.2%となった(図表20)。「感じる」と「どちらかといえば感じる」を合わせた“ゆとりがある”は30.1%、「どちらかといえば感じない」と「感じない」を合わせた“ゆとりがない”は69.9%となった。

属性別に見ると、パートで「感じない」が高くなっている。

図表17 買物場所の利用回数(全体)



図表18 買物場所の利用回数D.I.(年代別)

(%ポイント)

	スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	ショッピングセンター	100円ショップ	通信販売	ホームセンター	百貨店
全体	1.4	▲ 25.6	5.4	▲ 24.3	▲ 6.3	3.9	▲ 22.2	▲ 41.3
20歳代以下	19.5	▲ 14.3	17.1	▲ 7.8	3.9	20.0	▲ 23.4	▲ 19.5
30歳代	8.6	▲ 21.1	14.9	▲ 19.7	▲ 1.2	16.1	▲ 24.4	▲ 35.5
40歳代	0.6	▲ 23.9	2.6	▲ 22.5	▲ 6.3	8.2	▲ 22.6	▲ 48.4
50歳代	▲ 3.2	▲ 32.9	1.0	▲ 29.7	▲ 11.7	▲ 5.3	▲ 24.0	▲ 45.2
60歳代以上	▲ 9.2	▲ 29.2	▲ 3.5	▲ 32.8	▲ 9.2	▲ 12.7	▲ 16.5	▲ 46.3

(※1) 色付きは、各業態における最大値を示す。

(※2) 太字は、各年代における最大値を示す。

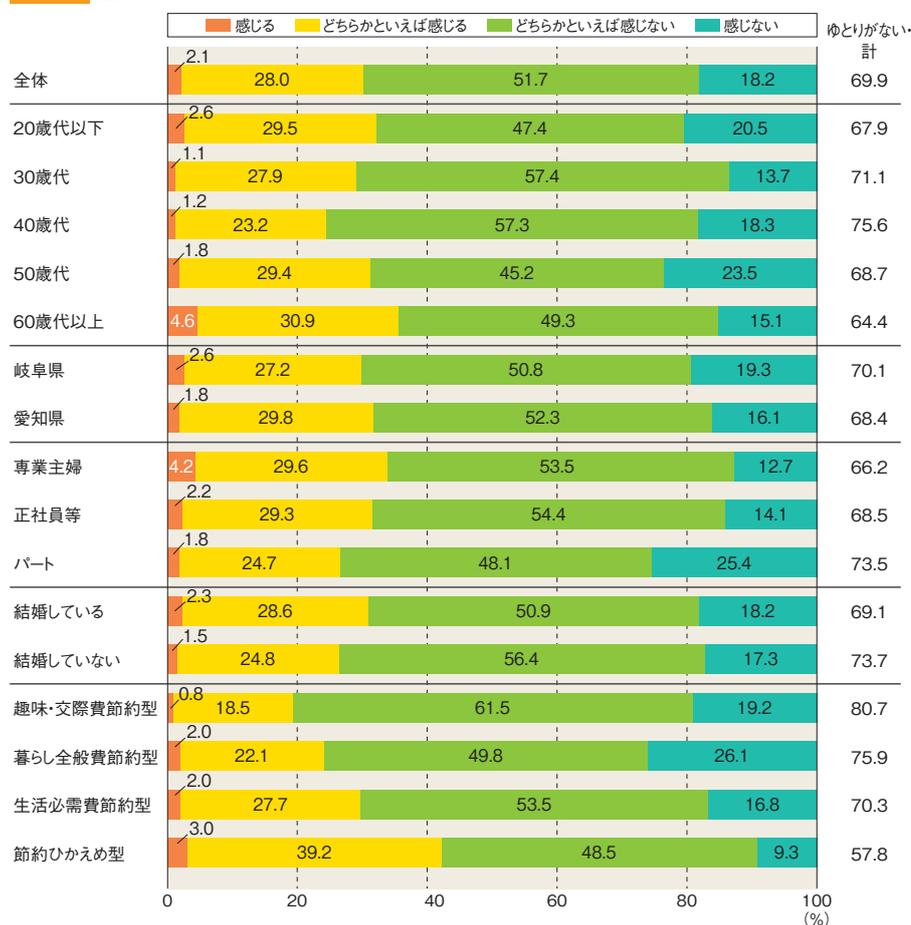
図表19 買物場所の利用頻度

(%)

	ほぼ毎日	週2~3回	週1回	月1回	2~3か月に1回	半年に1回	年に1回	ほとんど利用しない
スーパー	9.4	44.3	38.9	4.8	1.3	0.3	0.0	1.0
コンビニエンスストア	4.7	12.9	28.7	27.4	12.2	2.3	0.1	11.6
ドラッグストア	0.6	19.9	44.4	28.2	5.4	0.5	0.1	0.8
ショッピングセンター	0.5	3.9	25.7	43.0	19.1	5.0	0.4	2.4
100円ショップ	0.0	2.5	17.3	50.1	22.5	3.8	0.9	2.9
通信販売	1.0	3.5	14.6	35.6	19.6	8.0	3.6	14.2
ホームセンター	0.0	0.5	5.0	27.2	29.5	18.7	5.7	13.5
百貨店	0.0	0.4	2.0	12.0	20.3	19.5	9.4	36.4

(※) 色付きは、各業態における最も回答率の高い項目。

図表20 生活のゆとり



また、節約タイプ別に見ると、「ゆとりがない」は趣味・交際費節約型が最も高く、80.7%に上っている。

## B. 幸福度

ふだんどれくらい幸福だと感じるかについて、0点から10点の11段階で尋ねたところ、最も回答率が高いのは「8点」で24.1%、次いで「7点」で21.7%となった(図表21)。また、平均値を算出すると、全体では6.74点となった。

年代別に見ると、50歳代は「5点」、それ以外は「8点」が最も回答率が高くなった。60歳代以上は「7点」と「8点」が同率で最も高くなった。

各属性で平均値が最も高いのは、30歳代、愛知県、正社員等、「結婚している」となっている。

## 4 時事調査: 猛暑について

2024年は全国的に気温が高い日が続き、東海地方でも9月半ばまで最高気温35度以上を記録するなど異例の暑さとなった。そこで、猛暑がこの地域の女性の生活行動などにどのような影響を与えたのか調査した。

### (1) 猛暑による変化

#### A. 生活行動

2024年の猛暑を受け、生活行動は前年(2023年)と比べてどうだったか尋ねたところ、「エアコンの使用頻度」

が「増えた」との回答は63.8%に上った。また、「自宅で過ごす時間」の「増えた」と「やや増えた」を合わせた割合(以下、「増えた」)は44.5%となった。一方、「やや減った」と「減った」を合わせた割合(以下、「減った」)は、「屋外イベントへの参加頻度」では49.5%、「屋外スポーツやフィットネス活動の頻度」では41.1%、「外出の頻度」では36.5%となっている(図表22)。

5段階評価のそれぞれ「増えた・良くなった」に+0.5、「やや増えた・やや良くなった」に+0.25、「変わらない」に0、「やや減った・やや悪くなった」に▲0.25、「減った・悪くなった」に▲0.5

の点数を与え、項目ごとに猛暑影響指数を算出した。

「外出の頻度」は20歳代以下、「屋外スポーツやフィットネス活動の頻度」は40歳代でマイナスの値が比較的小さくなっている。「公共施設(図書館や児童館など)の利用頻度」は50歳代や60歳代以上でマイナスの値が比較的大きくなっている(図表23)。

#### B. 消費行動

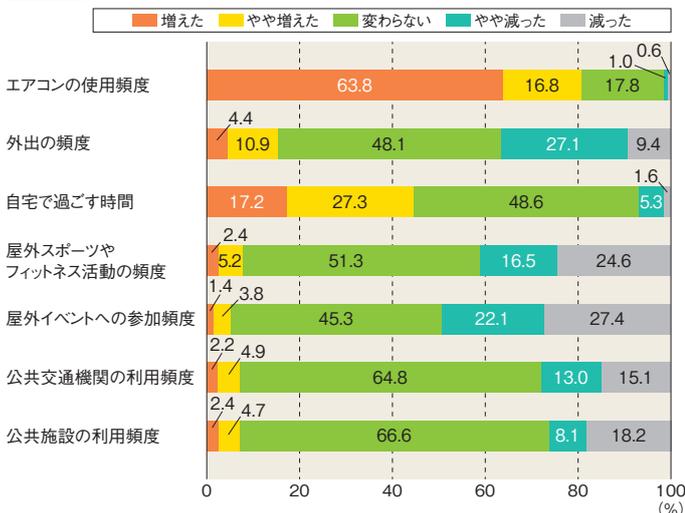
2024年の猛暑を受け、消費行動は前年と比べてどうだったか尋ねたところ、「増えた」は、「冷たい食べ物やアイスクリームなどの購入」(55.8%)、「暑

図表21 幸福度

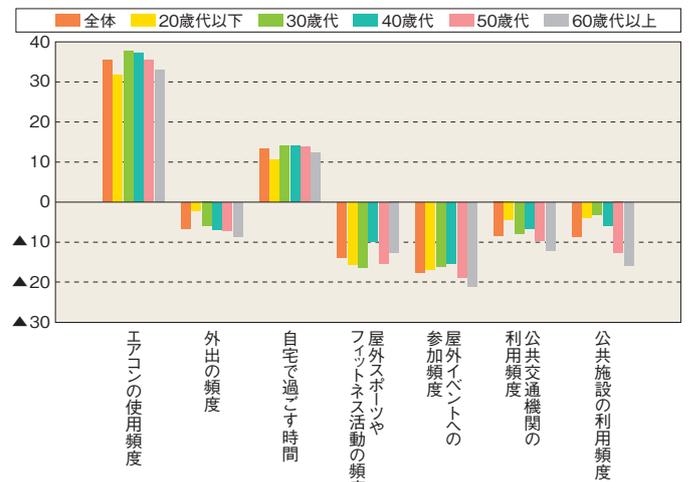
	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	7点	8点	9点	10点	平均
全体	0.1	0.1	0.1	3.9	3.6	21.4	11.3	21.7	24.1	8.0	5.5	6.74
20歳代以下	0.0	0.0	0.0	5.1	3.8	12.8	17.9	23.1	24.4	6.4	6.4	6.81
30歳代	0.0	0.0	0.0	2.2	4.9	14.3	12.6	23.6	27.5	10.4	4.4	6.97
40歳代	0.0	0.6	0.0	3.7	3.1	25.2	11.0	17.8	25.8	6.1	6.7	6.69
50歳代	0.5	0.0	0.5	5.1	2.8	28.6	8.3	23.0	20.7	6.9	3.7	6.46
60歳代以上	0.0	0.0	0.0	3.3	4.0	19.9	11.3	21.9	21.9	9.9	7.9	6.89
岐阜県	0.0	0.0	0.2	4.3	4.6	24.2	11.6	19.1	23.4	7.2	5.3	6.62
愛知県	0.3	0.3	0.0	2.9	2.3	17.9	11.1	25.5	24.6	9.7	5.3	6.90
専業主婦	0.0	0.0	0.0	4.2	2.8	22.5	11.3	26.8	19.7	7.0	5.6	6.69
正社員等	0.2	0.2	0.0	3.1	4.4	19.9	12.8	20.1	25.2	9.0	5.1	6.77
パート	0.0	0.0	0.4	3.9	3.2	24.3	10.0	23.2	23.6	6.1	5.4	6.66
結婚している	0.2	0.2	0.2	3.4	3.4	20.9	10.8	21.8	25.2	8.2	5.8	6.80
結婚していない	0.0	0.0	0.0	6.1	4.6	23.7	14.5	22.1	18.3	6.1	4.6	6.44

(※1) 色は、各属性における最も回答率の高い項目。  
(※2) 太字は、各属性において平均値が最も高いもの。

図表22 猛暑による生活行動の変化



図表23 猛暑影響指数(生活行動)



さ対策グッズの購入」(45.8%)、「飲料の購入」(45.2%)において4割を超えている(図表24)。

猛暑影響指数を見ると、「買い物の頻度」は20歳代以下でプラスの値が高くなっている。「冷たい食べ物やアイスクリームなどの購入」や「暑さ対策グッズの購入」は30歳代や40歳代を中心とした子育て世代でプラスの値が大きくなっている。「外食の頻度」、「冷房が効いた施設(ショッピングモールやカフェなど)の利用頻度」、「通信販売・ネットショッピングの利用頻度」は年代が下がるほどプラスの値が大きいが一方、「外食の頻度」、「旅行やレジャーの頻度」は年代が上がるほどマイナスの値が大きくなっている(図表25)。

### C. 健康・ストレス

2024年の猛暑を受け、健康・ストレスは前年と比べてどうだったか尋ねたところ、「やや悪くなった」と「悪くなった」を合わせた割合(以下、「悪くなった」)は、「睡眠の質」(41.4%)、「ストレス」(41.0%)、「体調」(37.4%)において4割前後となっている(図表26)。

猛暑影響指数を見ると、「睡眠の質」、「ストレス」、「体調」は全ての年代でマイナスの値が大きい(図表27)。

### D. 支出

2024年の猛暑を受け、支出は前年と比べてどうだったか尋ねたところ、「全体の支出」は73.6%が「増えた」と回答している(図表28)。費目別では「光熱費」(79.5%)、「食費」(58.7%)で「増えた」の割合が高く、半数を超えている。

猛暑影響指数を見ると、「光熱費」、

「食費」、「全体の支出」でプラスの値が大きい。「レジャー費」は40歳代以下ではプラスである一方、50歳代以上ではマイナスとなっている(図表29)。

## (2) 使用した暑さ対策グッズ

「暑さ対策グッズとして、2024年の夏に使用したものはありますか」と尋ねたところ、「日傘」が最も高く、80.8%に上った。次いで「帽子」が58.4%、「接触冷感の寝具」が46.5%だった(図表30)。

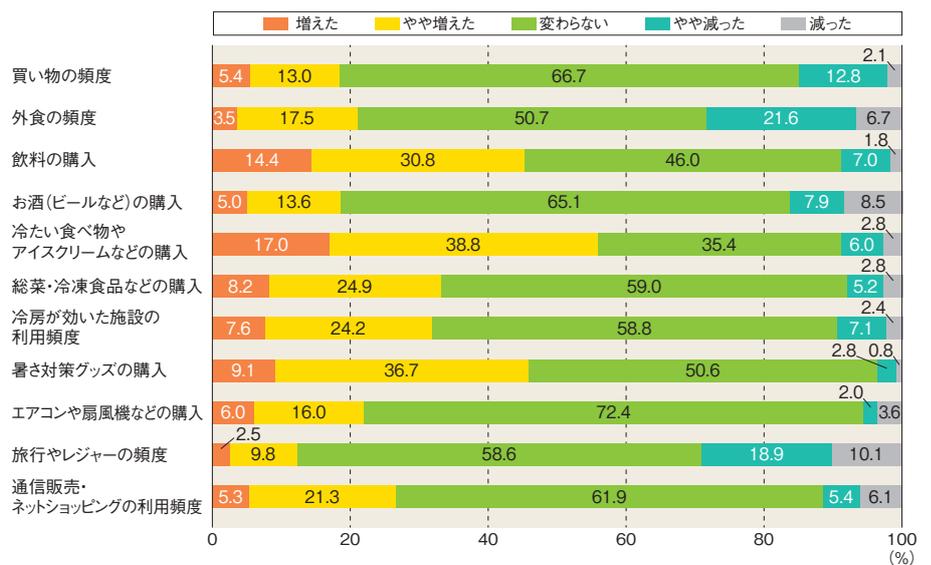
年代別に見ると、いずれの年代も「日傘」が7割超で最も高くなった。また、「首掛け扇風機・ハンディファン」は40歳代以下で5割を超えている一方、60歳代以上は26.9%と他の年代に比べて低くなっている。「ネッククーラー」は20歳代以下が19.5%と他の年代に比べて低くなっている。

## (3) 冷房について

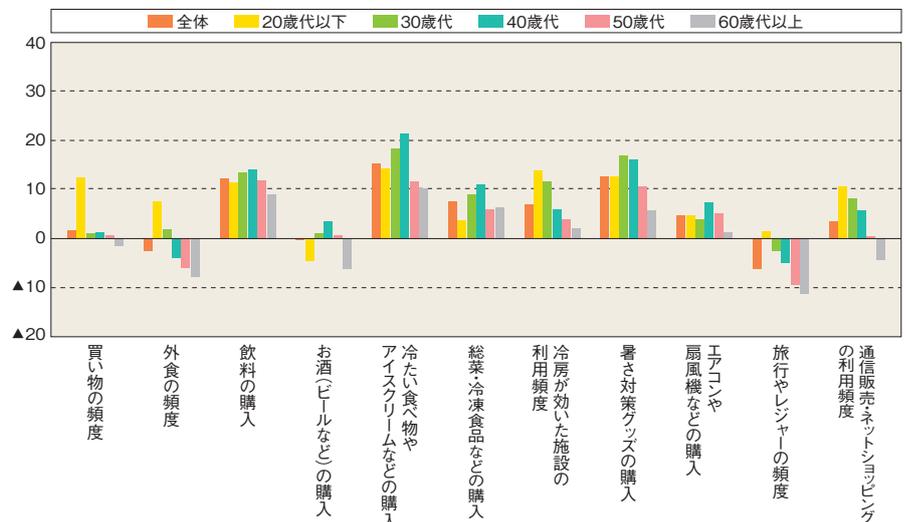
### A. 冷房の設定温度

「2024年の夏は、冷房の設定温度

図表24 猛暑による消費行動の変化



図表25 猛暑影響指数(消費行動)



を何度くらいにしていたか」と尋ねたところ、「26度」が31.4%で最も高く、次いで「27度」が27.4%、「25度」が18.0%となった(図表31)。

年代別に見ると、いずれの年代も「26度」が最も高く、次いで「27度」となっている。

### B. 前年と比べた冷房の設定温度

「冷房の設定温度は前年(2023年)と比べてどうですか」と尋ねたところ、「変わらない」が70.0%で最も高く、次

いで「低め」が25.7%となった(図表32)。年代別に見ると、いずれの年代も「変わらない」が7割前後で最も高くなった。

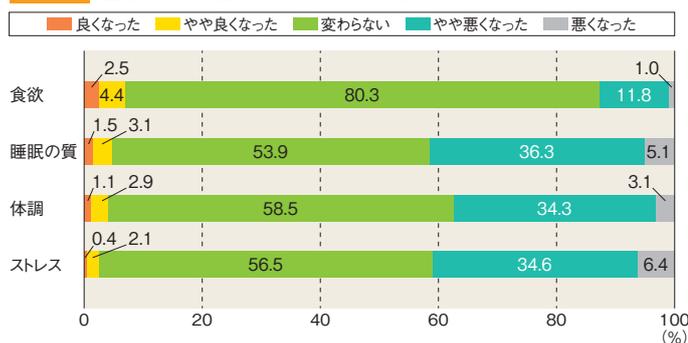
前年と比べた冷房の設定温度別に、冷房の設定温度を見ると、「低め」および「変わらない」と答えた人は「26度」が最も割合が高く、「高め」と答えた人は「27度」が最も割合が高くなった。また、「低め」と答えた人は「24度以下」の割合が高く、「27度」、「28度」の割合が低くなっている(図表33)。

### C. 冷房を使用する際に電気代が気になったか

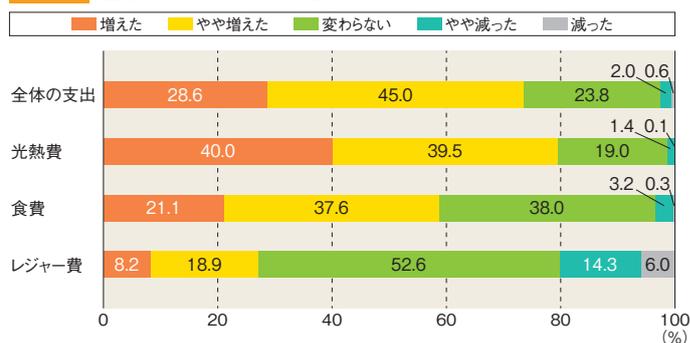
「冷房を使用する際に電気代が気になりましたか」と尋ねたところ、「やや気になった」が41.3%で最も高く、次いで「気になった」が38.9%、「どちらともいえない」が11.8%となった。「気になった」と「やや気になった」を合わせた“気になった”は80.2%となった(図表34)。

年代別に見ると、いずれの年代も“気になった”が7割を超えている。ま

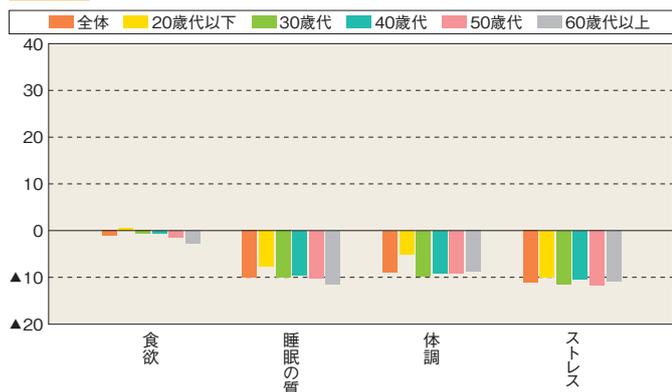
図表26 猛暑による健康・ストレスの変化



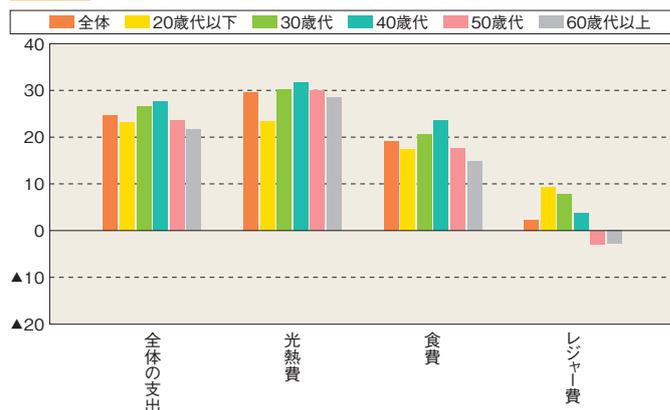
図表28 猛暑による支出の変化



図表27 猛暑影響指数(健康・ストレス)



図表29 猛暑影響指数(支出)



図表30 使用した暑さ対策グッズ

	日傘	帽子	接触冷感の寝具	首掛け扇風機・ハンディファン	ネッククーラー	接触冷感の衣服	冷却タオル	冷却材・氷のう	冷却スプレー	熱中症対策作業着	その他
全体	80.8	58.4	46.5	46.3	34.1	28.3	18.6	18.1	16.6	3.0	0.8
20歳代以下	85.7	51.9	51.9	55.8	19.5	16.9	19.5	9.1	26.0	0.0	1.3
30歳代	84.0	71.8	48.1	58.0	39.2	24.3	18.8	15.5	13.8	1.1	0.6
40歳代	77.2	60.1	46.8	53.2	43.0	32.3	29.7	31.0	19.6	7.0	1.3
50歳代	81.1	47.6	47.6	40.6	28.3	31.6	11.8	14.6	14.6	2.4	0.5
60歳代以上	77.9	59.3	40.7	26.9	32.4	31.0	14.5	15.9	13.1	3.4	0.7

(※1) 太字は、各項目における全体との差が+10ポイント以上のもの。  
(※2) 太字は、各年代における最大値を示す。

た、「気になった」は50歳代にかけて高くなっている。

また、生活のゆとり別に見ると、「ゆとりがない」と答えた人は「気になった」の割合が高くなっている。

#### (4) 猛暑によるマイナス影響

##### A. 仕事へのマイナス影響

「2024年の猛暑によって仕事にマイナスの影響はありましたか」と尋ね

たところ、「どちらともいえない」が35.9%で最も高く、次いで「ややあった」が33.1%、「あった」が12.9%となった。「あった」と「ややあった」を合わせた“あった”は46.0%となった(図表35)。

年代別に見ると、いずれの年代も4割以上が“あった”と回答した。また、“あった”の割合が最も高いのは20歳代以下で58.5%だった。

##### B. 家事へのマイナス影響

「2024年の猛暑によって家事にマイナスの影響はありましたか」と尋ねたところ、「ややあった」が41.0%で最も高く、次いで「どちらともいえない」が27.3%、「あった」が20.4%となった。「あった」と「ややあった」を合わせた“あった”は61.4%と、仕事へのマイナス影響を15.4ポイント上回った(図表36)。

年代別に見ると、いずれの年代も

図表31 冷房の設定温度



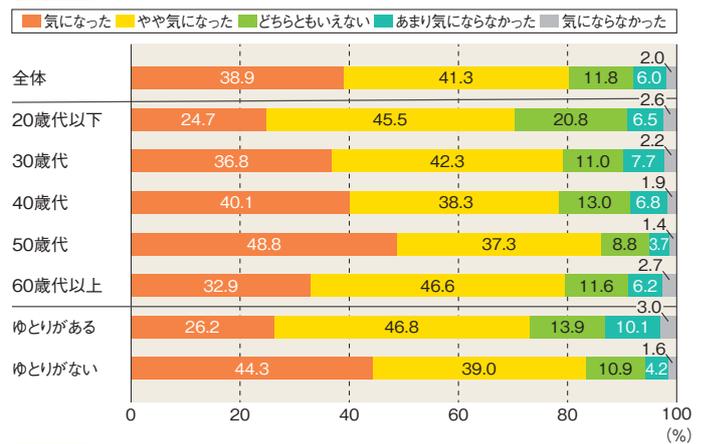
図表32 前年と比べた冷房の設定温度



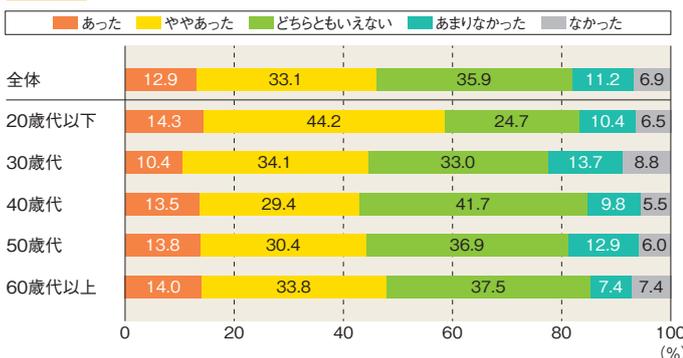
図表33 冷房の設定温度(前年との比較別)



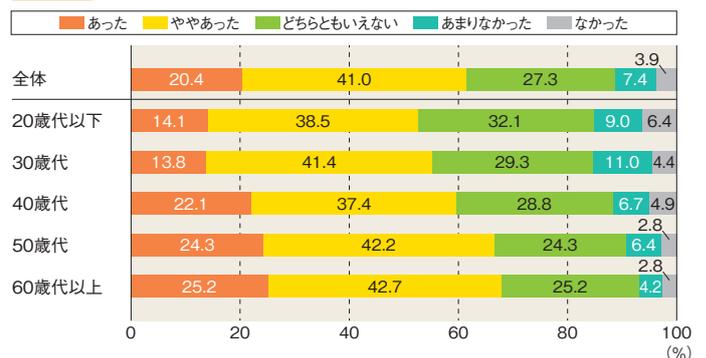
図表34 冷房を使用する際に電気代が気になったか



図表35 仕事へのマイナス影響



図表36 家事へのマイナス影響



5割以上が“あった”と回答した。また、“あった”の割合は年代が上がるにつれて高くなっており、60歳代以上が67.9%で最も高くなっている。

## (5) 猛暑についての意見

「2024年の猛暑について、あなたの思いや意見があればご記入ください(自由回答)」と尋ねたところ、(図表37)のような回答が寄せられた。

地球温暖化の影響を強く感じ、毎年暑さが続くことへの不安の声が聞かれた。また、猛暑により外出が抑制され、自宅で過ごす時間が増えたとの声が多く聞かれた。子どもの健康や運動不足を気遣う声もあった。

猛暑対策のために経済的負担が増えたことへの不満の声がある一方、冷房等に関しては熱中症リスクを考慮し、割り切って使用しているという声もあった。

### 図表37 猛暑についての意見(一部抜粋)

#### (1) 猛暑の影響

- 暑すぎて出かける気になれず、自宅ですごすことが多くなった。そのため外食費、レジャー費は減ったが、食費と家事負担は増加しました。(30歳代)
- 最近の夏は暑すぎて、子どもを外のおさんぽに連れていけず、ずっと部屋で過ごすか、お買い物に行くぐらいしかできなかった。身体を動かして遊ぶことがなかなかできない。(30歳代)
- 普段は料理が好きで、多種のものを作っていたが、暑いので気力が落ちて、やる気が起きなかった。(60歳代以上)

#### (2) 体調について

- 熱中症にかかり、家事、仕事に影響した。対策していても、夜に疲れがでるのでしょね…。助けが欲しいです。(40歳代)
- 暑い期間が長すぎて、体がずっとだるく感じました。外出が億劫になりました。(50歳代)

#### (3) 経済的負担

- 猛暑の為、エアコン使用は仕方ないとは思いますが、家族が多いほど使用する台数が増え電気代もかなり上がった。もう少し家計に優しくしてほしい。(40歳代)
- 体調を考えると光熱費が増えても冷房はがまんせず使用した方がよい。熱中症になれば、それ以上に出費が増える。(60歳代以上)

## 5 おわりに

厚生労働省によると、2024年の民間主要企業の春季賃上げ率は5.33%と、33年ぶりの高い伸びとなった。

本アンケートにおいても、およそ3人に1人が収入の増加を実感している結果となった。ただし収入が「増えた」との回答は若年層で高く、年代で差がみられる。一方で、物価については、ほぼ全ての女性が上昇を感じており、支出が増加したとの回答は85%に上った。また、生活にゆとりを感じるとの回答は3割にとどまっており、年代でもほとんど差がみられない。

景況感については、「悪くなった」との回答は若年層で低く、高年層で高くなっており、収入の増加が物価上昇による景況感の悪化をやわらげたと考えられる。

#### (4) 将来への不安

- 地球温暖化を実感した。今後更に温暖化が進んでいくと思うので、一人一人の意識と工夫が必要だと思う。(40歳代)
- 毎年猛暑期間が長くなってきている。これからの夏はどうなるか不安もあり、台風など防災の必要性も感じている。(60歳代以上)

#### (5) 暑さ対策

- お金がかかっても暑さ対策をしようと思った。(20歳代以下)
- 夏を快適に過ごすグッズなどたくさん購入しました。(40歳代)
- 安眠を守るために、朝までエアコンをつけて睡眠時間を確保した。電気代が上がるのは気になるが…。(50歳代)

#### (6) その他

- 暑さについて、国や自治体からの対策を施行してほしい。来年に対しての課題は沢山あると思う。(30歳代)
- 暑い。職場のエアコン設定温度が28℃厳守で死ぬかと思った。日本の職場が堅苦しい。暑いから、もっとフランクでいい。気軽に飲み物も摂れない。休憩時間増やすとかしてほしい。(40歳代)

トピックスでは猛暑による生活行動などへの影響について聞いた。結果、2024年の猛烈な暑さは外出意欲を著しく低下させたことが明らかとなり、特に高年層においてその傾向が顕著に表れた。

消費行動では、アイスクリームや暑さ対策グッズなどの需要が拡大したものの、その購買層は主に若年層や子育て世代に集中している。

また、この猛暑は心身の健康状態にもマイナスの影響を与えた。さらに、在宅時間が増えたことで、冷房使用による電気代や食費などの支出が増加し、家事の負担も増大する結果となった。

日本気象協会によると、2025年夏は梅雨明けが早めで猛暑となり、秋は残暑が厳しくなると見込まれている<sup>(注3)</sup>。暑さによる健康被害への対策や夏季の家計負担軽減策など、包括的な取り組みが求められる。

(注1) データの特徴からサンプルやカテゴリーの類似度を探る分析手法。「している」または「かなりしている」との回答にウェイト(カテゴリースコア)を付けた関係式を作成し、各サンプルの得点(サンプルスコア)を算出する。

(注2) データの特徴が似ているサンプル同士をグルーピングする分析手法。今回は非階層クラスター分析(k-means法)を使用。

(注3) 日本気象協会「ウェザーマーケティングレポート Vol.1 2024年は高温の年、2025年はメリハリの年に～春の訪れは早く、夏にかけて季節の進みは早め～」  
2024/12/20,  
<https://www.jwa.or.jp/news/2024/12/24864/>, (参照2025/01/06)

(2025.1.29)

OKB総研 調査部 梅木 風香