

2026年1月16日

報道関係各位

株式会社OKB総研

## 第2回女性の消費行動に関するアンケート調査報告

OKBグループのシンクタンク株式会社OKB総研(大垣市郭町2-25 社長 小川 真二)は、  
標題のアンケートの結果を取りまとめましたので紹介します。

### «要約»

#### 1. 景気は「悪くなった」が43.3%

- 「良くなった」が7.0%、「変わらない」が41.8%、「悪くなった」が43.3%。
- 景況D.I.（「良くなった」の回答率－「悪くなった」の回答率）は▲36.3と、前回（2024年）から5.8㌽上昇。

#### 2. 97.7%が物価上昇を実感

- 「高くなった」が97.7%、「変わらない」が1.5%、「安くなった」が0.1%。
- 物価D.I.（「高くなった」の回答率－「安くなった」の回答率）は97.6（前回差0.6）と、前回から横ばい。

#### 3. 収入は「増えた」が37.1%

- 「増えた」が37.1%、「変わらない」が52.5%、「減った」が10.4%。
- 40歳代以下では4割以上が収入の増加を感じている。

#### 4. 支出は「増えた」が84.3%

- 「増えた」が84.3%、「変わらない」が13.1%、「減った」が2.7%。
- 費目別支出D.I.（「増えた」の回答率－「減った」の回答率）が最も高いのは「食費」で80.7。  
「レジャー費」が38.7（前回差10.1）、「家事用品費」が44.2（同7.7）と、前回からの上昇幅が大きい。

#### 5. 節約度合いが最も高いのは「衣料費」

#### 6. 約7割が現在の生活に「ゆとりがない」

### 【調査概要】

- 調査期間：2025年11月10日～11月14日
- 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805名に  
アンケート用紙を配布・回収（無記名方式）
- 有効回答者数：793名（有効回答率98.5%）
- 回答者属性：

年代	20歳代以下 30歳代 40歳代 50歳代 60歳代以上	7.9% 22.2% 21.5% 25.9% 22.5%	就業形態	専業主婦 正社員・公務員・自営業 パートタイマー その他	7.3% 50.5% 38.5% 3.7%
住所	岐阜県 愛知県 三重県 滋賀県 その他	51.6% 43.7% 3.3% 1.1% 0.3%	現在の結婚状況	結婚している 結婚していない	82.9% 17.1%

- 集計結果表記：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。

※調査結果詳細については次頁以降をご参照下さい。

資料配布場所：名古屋証券取引所・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：OKB総研 調査部 梅木 TEL 0584-74-2615 FAX 0584-74-2688】

## 1. 景況感

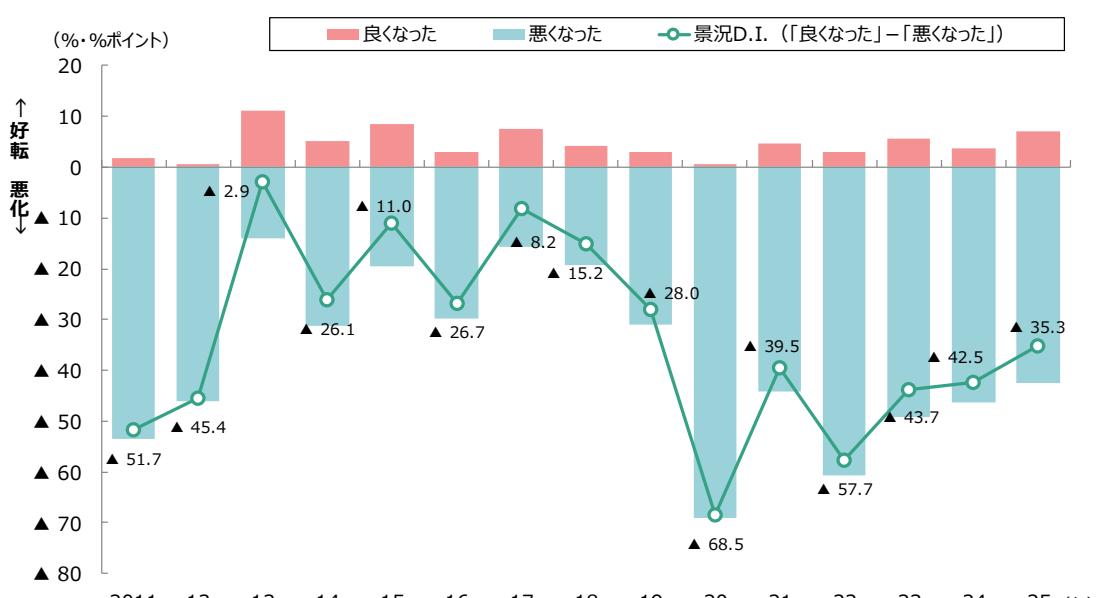
「現在（2025年）の景気は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「良くなった」が全体の7.0%、「変わらない」が41.8%、「悪くなった」が43.3%となった（図表1）。属性別に見ると、「悪くなった」は60歳代以上と専業主婦で5割を超えており、「悪くなった」と回答した理由としては、物価が高くなっていることや給料が上がらないことが多く挙げられた。

景況D.I.（「良くなった」の回答率－「悪くなった」の回答率）は▲36.3（前回差5.8）となった。属性別に見ると、全ての属性でマイナスとなっている。また、30歳代、50歳代、愛知県で10ポイント超上昇している。

図表1 景況感

	■ 良くなった	■ 変わらない	■ 悪くなった	■ わからない	景況D.I. 「良くなった」-「悪くなった」 前回差	
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体	7.0	41.8	43.3	7.9	▲ 36.3	(5.8)
20歳代以下	8.1	41.9	35.5	14.5	▲ 27.4	(▲3.1)
30歳代	6.9	54.3	28.6	10.3	▲ 21.7	(14.9)
40歳代	8.9	43.8	40.2	7.1	▲ 31.3	(0.4)
50歳代	5.4	42.4	45.8	6.4	▲ 40.4	(10.3)
60歳代以上	6.3	28.0	60.0	5.7	▲ 53.7	(2.9)
岐阜県	5.9	37.7	47.8	8.6	▲ 41.9	(2.9)
愛知県	8.2	46.9	38.2	6.7	▲ 30.0	(10.0)
専業主婦	9.1	25.5	56.4	9.1	▲ 47.3	(4.1)
正社員等	8.3	46.1	39.3	6.3	▲ 31.0	(5.4)
パート	5.0	39.7	46.0	9.3	▲ 41.0	(6.8)
結婚している	7.1	42.4	42.4	8.0	▲ 35.3	(7.2)
結婚していない	6.0	41.0	46.3	6.7	▲ 40.3	(0.3)

【参考】景況 D.I. の推移（既婚女性のみ）



(注1) 「悪くなった」は負の値で表示している。

(注2) 2024年と2025年は「結婚している」を選択した女性。

## 2. 物価観

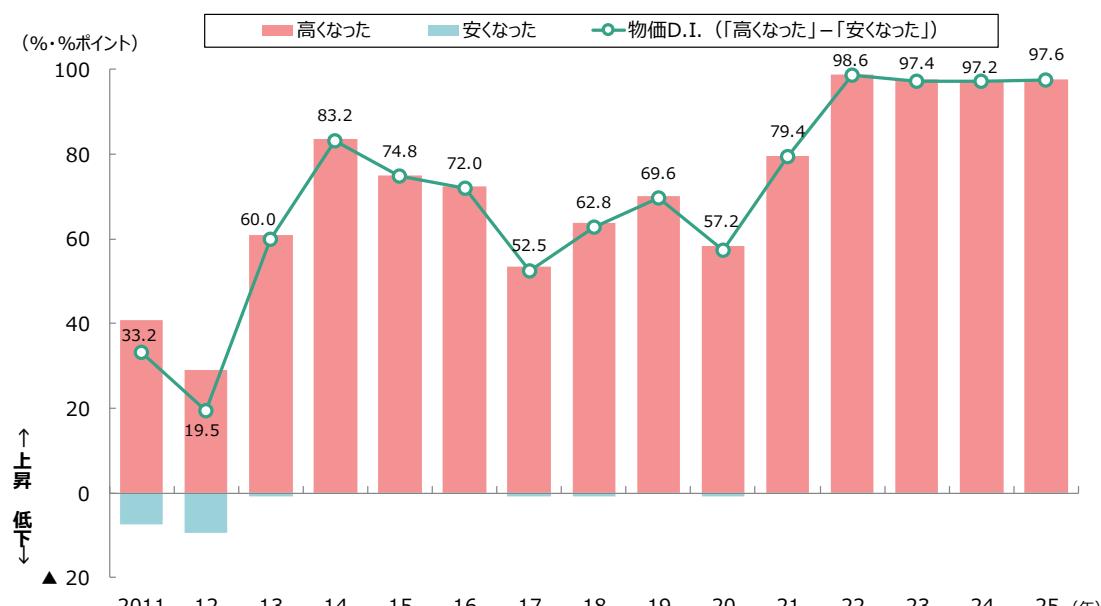
「現在の物価は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「高くなった」が全体の97.7%、「変わらない」が1.5%、「安くなった」が0.1%となった（図表2）。全ての属性で「高くなった」が9割を超えた。「高くなった」と回答した理由としては、食品など色々な物の値上がりが挙げられ、特にスーパーでの買い物で実感するとの声が寄せられた。

物価 D.I.（「高くなった」の回答率 - 「安くなった」の回答率）は97.6（前回差0.6）と、前回から横ばいとなつた。

図表2 物価観

	■ 高くなった	■ 変わらない	■ 安くなった	■ わからない	物価D.I. 「高くなった」-「安くなった」 前回差
0%	20%	40%	60%	80%	100% 0.1
全体			97.7		1.5 0.6 97.6 (0.6)
20歳代以下			93.5		6.5 93.5 (▲0.1)
30歳代			97.1		1.1 1.7 97.1 (0.9)
40歳代			98.8		0.6 0.6 98.8 (2.5)
50歳代			97.5		2.5 97.5 (▲0.6)
60歳代以上			98.9		0.6 0.6 98.3 (▲0.4)
岐阜県			98.0		1.5 0.5 98.0 (1.1)
愛知県			97.4		0.3 1.4 0.9 97.1 (0.3)
専業主婦			93.0		5.3 1.8 91.2 (▲7.4)
正社員等			98.0		1.5 0.5 98.0 (1.3)
パート			99.0		0.7 0.3 99.0 (1.5)
結婚している			97.8		1.5 0.2 0.5 97.6 (0.4)
結婚していない			97.0		1.5 1.5 97.0 (1.5)

【参考】物価 D.I. の推移（既婚女性のみ）



(注1) 「安くなった」は負の値で表示している。

(注2) 2024年と2025年は「結婚している」を選択した女性。

### 3. 収入と支出について

#### (1) 収入

「2025 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 37.1%、「変わらない」が 52.5%、「減った」が 10.4%となつた（図表 3）。「増えた」と回答した理由としては、時給の上昇、昇給、ボーナスの増加などが挙げられた。

属性別に見ると、「増えた」は若い年代ほど高くなつており、40 歳代以下は 4 割を超えてゐる。また、愛知県、正社員等、「結婚していない」においても「増えた」が比較的高くなつてゐる。一方、50 歳代以上と専業主婦は「増えた」が比較的低くなつてゐる。

収入 D.I.（「増えた」の回答率－「減った」の回答率）は 26.7（前回差 2.8）となつた。

図表3 収入

	■ 増えた	■ 変わらない	■ 減った			収入D.I. 「増えた」-「減った」 前回差		
				0%	20%	40%	60%	80%
全体	37.1		52.5		10.4		26.7	(2.8)
20歳代以下	50.0		43.5		6.5		43.5	(▲10.4)
30歳代	46.9		46.3		6.9		40.0	(2.8)
40歳代	45.8		41.7		12.5		33.3	(7.0)
50歳代	28.4		62.3		9.3		19.1	(3.3)
60歳代以上	23.9		61.9		14.2		9.7	(9.7)
岐阜県	33.3		56.0		10.6		22.7	(6.3)
愛知県	41.4		48.7		9.9		31.5	(▲1.5)
専業主婦	5.4	71.4		23.2			▲ 17.8	(▲0.9)
正社員等	42.3		47.1		10.6		31.7	(1.3)
パート	37.0		55.4		7.6		29.4	(4.0)
結婚している	35.2		54.6		10.2		25.0	(4.1)
結婚していない	45.5		43.3		11.2		34.3	(▲3.3)

## (2) 支出

「2025 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 84.3%、「変わらない」が 13.1%、「減った」が 2.7%となつた（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多く挙げられた。

属性別に見ると、全ての属性において「増えた」が 7~9 割となつた。特に 40 歳代は「増えた」が 9 割を超えている。

支出 D.I.（「増えた」の回答率 – 「減った」の回答率）は 81.6（前回差▲1.8）となつた。

**図表4 支出**

	■ 増えた	■ 変わらない	■ 減った	支出し D.I.		「増えた」-「減った」 前回差			
				0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体	84.3			13.1	2.7			81.6	(▲1.8)
20歳代以下	75.8	22.6	1.6			74.2	(▲9.1)		
30歳代	87.9	9.2	2.9			85.0	(▲4.1)		
40歳代	91.7	7.1	1.2			90.5	(0.2)		
50歳代	77.5	18.1	4.4			73.1	(▲7.0)		
60歳代以上	84.1	13.6	2.3			81.8	(8.1)		
岐阜県	83.2	14.1	2.7			80.5	(▲1.8)		
愛知県	86.6	10.5	2.9			83.7	(▲0.2)		
専業主婦	82.5	12.3	5.3			77.2	(▲4.5)		
正社員等	86.6	11.4	2.0			84.6	(▲1.7)		
パート	82.8	14.2	3.0			79.8	(▲2.1)		
結婚している	84.7	12.7	2.6			82.1	(▲2.9)		
結婚していない	81.8	15.2	3.0			78.8	(3.6)		

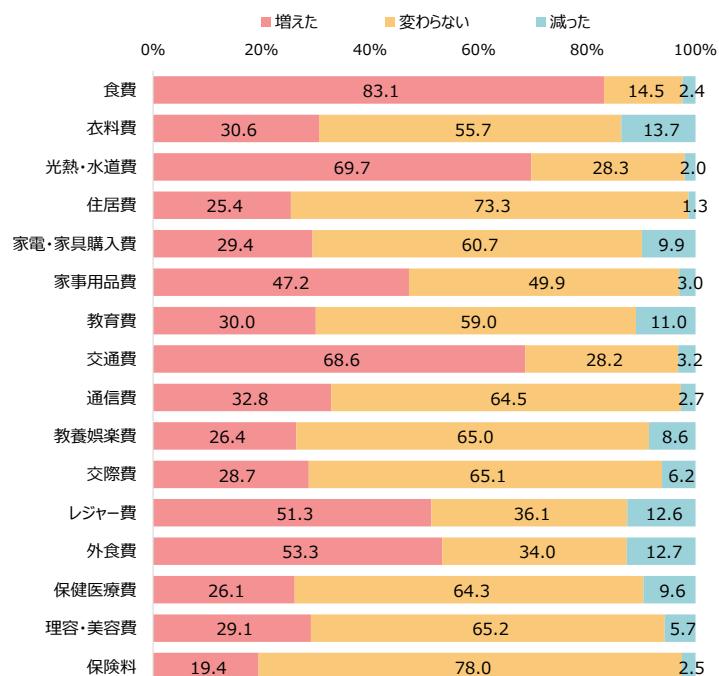
### (3) 費目別支出

2025 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 83.1% 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 80.7、次いで「光熱・水道費」が 67.7、「交通費（ガソリン代を含む）」が 65.4 となった。前回と比較すると、「レジャー費」が 38.7（前回差 10.1）、「家事用品費」が 44.2（同 7.7）と、上昇幅が大きくなっている。

費目別支出 D.I. を年代別に見ると、「レジャー費」は 40 歳代以上において前回からの上昇幅が 10 ポイント超となっている。また、「家事用品費」は 40 歳代と 60 歳代以上において前回からの上昇幅が 10 ポイント超となっている（図表 6）。

図表5 費目別支出（全体）



図表6 費目別支出 D.I.（属性別）

	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	80.7 (4.3)	16.9 (2.4)	67.7 (▲0.8)	24.1 (0.6)	19.5 (▲2.2)	44.2 (7.7)	19.0 (▲1.6)	65.4 (▲0.4)
20歳代以下	64.5 (▲9.8)	14.5 (▲3.5)	45.2 (▲11.9)	22.6 (0.2)	19.3 (▲0.2)	42.0 (4.8)	10.2 (0.1)	54.9 (▲18.2)
30歳代	92.0 (4.1)	37.0 (10.2)	66.1 (▲6.8)	19.5 (0.2)	12.3 (▲13.6)	48.9 (2.1)	46.4 (9.0)	70.1 (▲6.4)
40歳代	88.7 (4.6)	26.2 (▲7.5)	78.1 (7.3)	21.9 (▲1.2)	20.3 (▲3.3)	56.3 (12.8)	44.9 (▲9.5)	78.1 (11.9)
50歳代	75.4 (4.0)	6.4 (5.5)	67.2 (▲4.0)	29.7 (3.0)	21.2 (▲0.4)	42.3 (6.3)	▲ 2.7 (▲0.7)	60.8 (0.5)
60歳代以上	72.9 (10.7)	1.2 (5.3)	66.7 (4.6)	24.5 (▲1.0)	24.9 (9.9)	31.0 (14.5)	▲ 12.0 (▲6.0)	57.1 (2.0)
岐阜県	78.5 (4.8)	12.2 (▲0.1)	68.7 (▲3.0)	25.6 (0.4)	21.6 (0.4)	43.3 (5.2)	14.0 (▲1.5)	66.0 (▲3.0)
愛知県	84.0 (5.3)	21.2 (3.7)	68.2 (2.3)	22.9 (0.7)	16.5 (▲5.1)	45.8 (11.4)	24.0 (▲4.9)	65.9 (3.5)
専業主婦	76.7 (2.5)	7.2 (▲1.8)	65.5 (1.7)	30.2 (▲3.1)	22.7 (4.6)	38.8 (4.0)	▲ 5.0 (▲14.1)	57.7 (▲8.0)
正社員等	81.8 (4.2)	19.4 (1.1)	66.7 (▲6.1)	23.1 (3.6)	16.6 (▲1.9)	45.9 (9.7)	18.8 (▲0.4)	66.6 (▲0.5)
パート	80.8 (3.1)	16.6 (4.8)	69.7 (3.9)	24.4 (▲3.3)	23.2 (▲4.7)	44.2 (4.5)	23.9 (▲2.0)	65.9 (1.8)
結婚している	82.6 (4.3)	17.6 (2.7)	68.5 (▲1.2)	24.5 (▲0.7)	19.8 (▲3.9)	44.1 (6.7)	20.7 (▲2.2)	65.8 (0.1)
結婚していない	70.2 (3.5)	14.4 (0.8)	61.6 (▲0.7)	21.2 (5.7)	19.1 (4.6)	45.1 (11.0)	9.6 (▲0.1)	63.5 (▲3.4)
	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	30.1 (3.1)	17.8 (2.2)	22.5 (3.2)	38.7 (10.1)	40.6 (1.7)	16.5 (3.7)	23.4 (1.6)	16.9 (0.4)
20歳代以下	27.4 (9.0)	27.4 (1.4)	43.5 (▲6.5)	67.8 (8.9)	66.1 (2.0)	9.7 (▲3.3)	41.9 (4.7)	25.8 (▲6.2)
30歳代	19.0 (▲2.8)	32.5 (1.0)	28.8 (4.8)	54.6 (0.5)	60.9 (▲3.2)	10.9 (▲6.1)	29.9 (4.7)	13.8 (▲1.6)
40歳代	39.0 (5.6)	27.4 (2.7)	18.4 (0.4)	41.4 (13.6)	45.6 (7.9)	14.9 (11.2)	28.4 (0.7)	18.9 (▲1.5)
50歳代	30.1 (▲1.1)	7.5 (4.7)	17.2 (5.7)	28.9 (16.5)	31.8 (11.3)	12.8 (3.2)	18.2 (4.1)	14.3 (2.0)
60歳代以上	33.9 (10.1)	1.9 (4.7)	18.0 (8.6)	22.0 (17.2)	17.4 (▲4.2)	30.1 (9.2)	12.7 (▲2.2)	17.8 (6.6)
岐阜県	32.6 (2.2)	13.7 (1.8)	20.4 (1.6)	31.4 (4.3)	43.3 (8.0)	18.9 (1.8)	23.1 (1.4)	16.9 (▲6.5)
愛知県	27.0 (3.3)	23.3 (4.5)	24.5 (4.7)	47.8 (16.1)	38.1 (▲3.7)	13.1 (5.3)	23.3 (1.1)	16.8 (7.8)
専業主婦	37.0 (9.0)	3.9 (▲5.4)	3.6 (▲6.4)	25.0 (19.1)	25.5 (▲4.0)	30.3 (11.4)	21.5 (12.7)	21.4 (1.7)
正社員等	28.5 (1.5)	22.4 (4.3)	29.4 (5.0)	47.5 (8.0)	51.4 (2.5)	12.9 (2.5)	27.6 (2.1)	16.5 (▲4.3)
パート	31.0 (3.3)	15.6 (1.9)	17.3 (1.5)	31.1 (11.2)	32.0 (4.2)	18.3 (3.4)	19.9 (▲0.8)	16.6 (7.0)
結婚している	28.8 (2.6)	17.0 (3.2)	19.7 (3.7)	35.8 (11.4)	38.4 (0.9)	16.3 (3.5)	21.3 (0.3)	16.1 (2.0)
結婚していない	37.4 (6.6)	23.1 (▲0.7)	35.7 (▲1.2)	54.1 (4.5)	53.8 (7.6)	16.7 (3.9)	35.6 (7.8)	21.2 (▲7.0)

（注）括弧内は、前回差を示す。

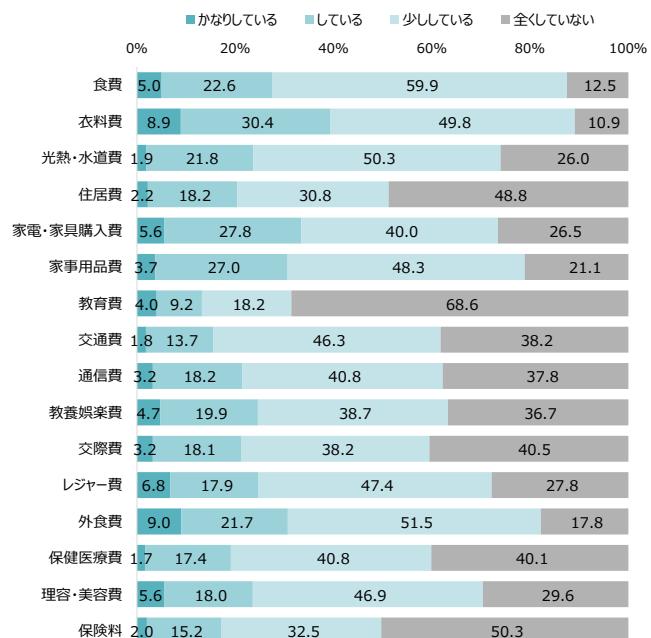
#### (4) 各費目の節約度合い

「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「衣料費」で89.1%、次いで「食費」が87.5%、「外食費」が82.2%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68.6%だった（図表7）。

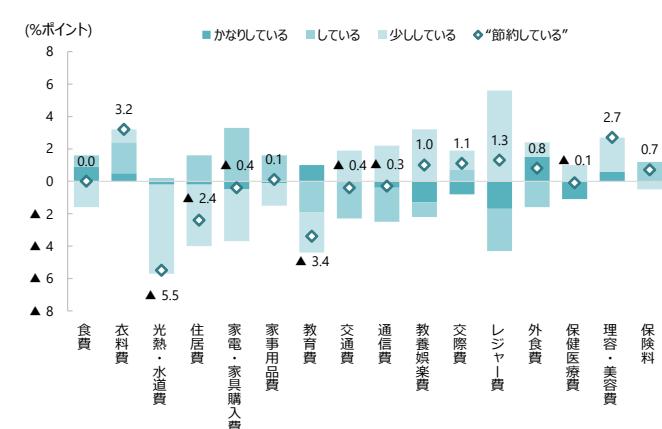
また、節約度合いの前回差を見ると、「光熱・水道費」で「少ししている」の割合が低下したことから、前回差▲5.5ポイントとなっている。また、「レジャー費」は「している」「かなりしている」が低下した一方、「少ししている」が上昇したことから、前回差1.3ポイントとなっている（図表8）。

“節約している”を年代別に見ると、20歳代以下は「食費」、それ以外の年代は「衣料費」が最も高くなっている。前回と比較すると、20歳代以下の「教養娯楽費」が35.0%（前回差▲15.1ポイント）と大幅が大きくなっている（図表9）。

図表7 各費目の節約度合い（全体）



図表8 節約度合いの前回差（全体）



図表9 各費目の“節約している”的割合（年代別）

	(%・%ポイント)					
	全体	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上
食費	87.5 (0.0)	<b>85.5</b> (6.0)	87.4 (0.1)	84.5 (▲2.8)	90.7 (0.7)	87.3 (▲2.1)
衣料費	<b>89.1</b> (3.2)	80.6 (3.7)	<b>89.7</b> (7.2)	<b>85.7</b> (▲1.5)	<b>92.1</b> (▲0.1)	<b>90.8</b> (6.4)
光熱・水道費	74.0 (▲5.5)	53.2 (▲13.1)	71.7 (▲4.6)	67.8 (▲9.5)	80.9 (▲2.9)	80.8 (▲5.0)
住居費	51.2 (▲2.4)	40.3 (3.1)	32.2 (▲5.4)	45.4 (▲4.6)	63.2 (▲4.0)	65.0 (▲1.2)
家電・家具購入費	73.4 (▲0.4)	52.4 (▲8.7)	67.2 (2.6)	71.1 (▲3.3)	81.8 (▲0.8)	78.9 (1.1)
家事用品費	79.0 (0.1)	58.1 (▲9.5)	75.6 (2.3)	78.3 (▲2.6)	84.3 (▲1.0)	84.2 (4.1)
教育費	31.4 (▲3.4)	27.6 (▲3.3)	27.7 (▲3.3)	29.9 (▲2.8)	34.1 (▲3.6)	36.2 (▲4.6)
交通費	61.8 (▲0.4)	50.0 (▲10.2)	54.0 (▲1.5)	56.6 (▲2.6)	69.1 (2.6)	69.9 (1.7)
通信費	62.2 (▲0.3)	48.4 (1.0)	56.7 (▲4.3)	61.9 (▲2.5)	66.2 (3.3)	68.0 (▲0.5)
教養娯楽費	63.3 (1.0)	35.0 (▲15.1)	55.5 (2.9)	64.5 (▲0.3)	71.7 (▲0.1)	70.9 (7.1)
交際費	59.5 (1.1)	41.0 (▲3.9)	53.5 (▲0.1)	63.5 (3.4)	64.5 (2.1)	61.3 (▲2.3)
レジャー費	72.1 (1.3)	60.7 (5.5)	<b>75.1</b> (9.3)	69.6 (▲3.8)	72.5 (▲1.5)	74.6 (▲1.6)
外食費	82.2 (0.8)	80.6 (3.7)	81.6 (3.9)	80.4 (▲1.8)	87.2 (3.0)	78.6 (▲5.0)
保健医療費	59.9 (▲0.1)	46.8 (▲3.2)	45.7 (▲8.1)	63.5 (7.1)	66.4 (1.0)	67.4 (▲1.1)
理容・美容費	70.5 (2.7)	58.0 (▲7.4)	<b>73.6</b> (7.5)	72.0 (2.1)	72.6 (3.5)	66.9 (0.2)
保険料	49.7 (0.7)	41.9 (▲6.2)	44.2 (▲3.1)	47.1 (▲0.2)	56.8 (8.5)	52.6 (▲1.6)

(注1) 括弧内は、前回差を示す。

(注2) 純掛けは各費目における最大値を示す。

(注3) 太字は、各属性における最大値を示す。

## 4. 生活のゆとりについて

### (1) 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 2.0%、「どちらかといえば感じる」が 27.7%、「どちらかといえば感じない」が 54.4%、「感じない」が 15.8%となつた（図表 10）。「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 29.7%、「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 70.2%となつた。また、“ゆとりがない”的前回差は 0.3 ポイントと横ばいだつた。

属性別に見ると、“ゆとりがない”は 40 歳代で最も高くなつてゐる。また、“ゆとりがない”は「パート」や「結婚していない」でも比較的高くなつてゐる。

**図表10 生活のゆとり**

	■ 感じる	■ どちらかといえば感じる	■ どちらかといえば感じない	■ 感じない	ゆとりがない・計	前回差
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体	2.0	27.7	54.4	15.8	70.2	(0.3)
20歳代以下	1.6	33.9	51.6	12.9	64.5	(▲3.4)
30歳代	2.9	29.5	57.2	10.4	67.6	(▲3.5)
40歳代	0.6	23.7	58.6	17.2	75.8	(0.2)
50歳代	1.5	26.5	55.9	16.2	72.1	(3.4)
60歳代以上	3.4	29.4	46.9	20.3	67.2	(2.8)
岐阜県	1.7	28.6	53.4	16.3	69.7	(▲0.4)
愛知県	2.3	26.7	55.5	15.4	70.9	(2.5)
専業主婦	7.0	26.3	45.6	21.1	66.7	(0.5)
正社員等	2.5	30.7	53.4	13.4	66.8	(▲1.7)
パート		23.6	58.1	18.3	76.4	(2.9)
結婚している	1.9	29.4	53.5	15.3	68.8	(▲0.3)
結婚していない	3.0	19.4	59.0	18.7	77.7	(4.0)

## (2) 幸福度

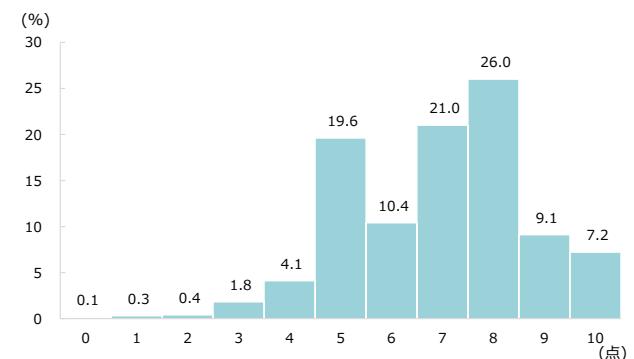
ふだん、どれくらい幸福だと感じるかについて、0 点から 10 点の 11 段階で尋ねたところ、最も回答率が高いのは「8 点」で 26.0%、次いで「7 点」で 21.0%となつた（図表 11）。

また、平均値を算出すると、全体では 6.93 点（前回差 0.19）と、前回から上昇した。

年代別に見ると、50 歳代は「5 点」、40 歳代は「7 点」、それ以外の年代は「8 点」が最も回答率が高くなつた。

各属性で平均値が比較的高いのは、30 歳代（7.27 点）、愛知県（7.14 点）、「結婚している」（7.00 点）となっている（図表 12）。

**図表11 幸福度（全体）**



**図表12 幸福度（属性別）**

	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	7点	8点	9点	10点	(%)	(点)
全体	0.1	0.3	0.4	1.8	4.1	19.6	10.4	21.0	26.0	9.1	7.2	6.93 (0.19)	
20歳代以下	1.6	0.0	0.0	1.6	4.9	9.8	11.5	26.2	27.9	9.8	6.6	7.03 (0.22)	
30歳代	0.0	0.0	0.6	1.1	4.0	10.9	10.3	19.5	35.1	11.5	6.9	7.27 (0.30)	
40歳代	0.0	0.0	0.6	3.0	5.9	17.8	10.1	23.7	21.9	9.5	7.7	6.86 (0.17)	
50歳代	0.0	0.0	0.0	1.5	3.4	29.1	10.8	21.7	19.7	5.9	7.9	6.70 (0.24)	
60歳代以上	0.0	1.1	0.6	1.7	2.3	22.6	9.6	18.1	27.1	10.2	6.8	6.90 (0.01)	
岐阜県	0.0	0.5	0.0	2.7	4.9	22.5	12.1	19.8	22.7	8.6	6.2	6.73 (0.11)	
愛知県	0.3	0.0	0.6	0.9	2.6	17.2	8.7	22.7	29.7	8.7	8.7	7.14 (0.24)	
専業主婦	0.0	0.0	1.8	1.8	0.0	17.5	21.1	19.3	22.8	5.3	10.5	6.93 (0.24)	
正社員等	0.3	0.5	0.3	2.0	3.5	17.9	8.6	20.2	28.5	10.4	7.8	7.04 (0.27)	
パート	0.0	0.0	0.3	1.3	5.3	22.3	11.3	23.3	21.6	9.0	5.6	6.78 (0.12)	
結婚している	0.0	0.2	0.3	1.2	3.9	19.0	10.7	20.9	27.2	9.3	7.4	7.00 (0.20)	
結婚していない	0.8	0.8	0.8	3.8	4.5	23.3	9.0	23.3	18.8	8.3	6.8	6.58 (0.14)	

(注1) 網掛けは、各属性における最も回答率の高い項目。

(注2) 平均の括弧内は、前回差を示す。

## 5. 買物について

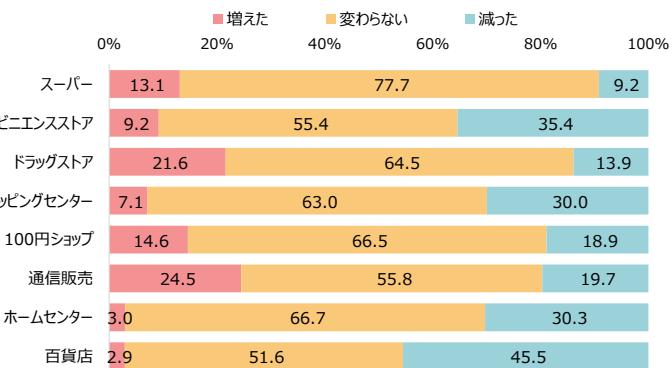
### (1) 買物場所の利用回数

「買物場所 8 業態について、1 年前と比べた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」(24.5%)、「減った」が最も高いのは「百貨店」(45.5%)だった（図表 13）。

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、8 業態中 5 業態でマイナスとなった。最も高いのは「ドラッグストア」(7.7)、最も低いのは「百貨店」(▲42.6) となった。

属性別に見ると、「コンビニエンスストア」「ホームセンター」「百貨店」は全ての属性でマイナスとなっている（図表 14）。

**図表13 買物場所の利用回数（全体）**



**図表14 買物場所の利用回数 D.I.（属性別）**

	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	3.9 (2.5)	▲ 26.2 (▲0.6)	7.7 (2.3)	▲ 22.9 (1.4)	▲ 4.3 (2.0)	4.8 (0.9)	▲ 27.3 (▲5.1)	▲ 42.6 (▲1.3)
20歳代以下	22.0 (2.5)	▲ 6.8 (7.5)	23.7 (6.6)	8.4 (16.2)	8.4 (4.5)	15.2 (▲4.8)	▲ 18.6 (4.8)	▲ 5.0 (14.5)
30歳代	7.9 (▲0.7)	▲ 13.7 (7.4)	13.2 (▲1.7)	▲ 8.5 (11.2)	0.0 (1.2)	23.1 (7.0)	▲ 28.3 (▲3.9)	▲ 34.9 (0.6)
40歳代	5.0 (4.4)	▲ 31.3 (▲7.4)	11.8 (9.2)	▲ 33.5 (▲11.0)	▲ 1.8 (4.5)	5.0 (▲3.2)	▲ 30.0 (▲7.4)	▲ 44.0 (4.4)
50歳代	1.0 (4.2)	▲ 38.1 (▲5.2)	5.3 (4.3)	▲ 31.8 (▲2.1)	▲ 9.9 (1.8)	0.0 (5.3)	▲ 27.2 (▲3.2)	▲ 47.9 (▲2.7)
60歳代以上	▲ 4.4 (4.8)	▲ 27.2 (2.0)	▲ 5.9 (▲2.4)	▲ 28.4 (4.4)	▲ 9.1 (0.1)	▲ 13.3 (▲0.6)	▲ 27.1 (▲10.6)	▲ 57.0 (▲10.7)
岐阜県	4.6 (4.4)	▲ 30.1 (▲0.2)	7.0 (▲1.7)	▲ 28.1 (▲2.5)	▲ 7.9 (▲1.1)	2.2 (▲1.9)	▲ 28.8 (▲6.5)	▲ 51.1 (▲5.5)
愛知県	2.7 (1.2)	▲ 22.0 (▲1.2)	9.1 (7.5)	▲ 18.5 (5.1)	0.0 (6.4)	7.9 (5.1)	▲ 25.5 (▲1.9)	▲ 32.9 (3.4)
専業主婦 正社員等 パート	▲ 3.8 (▲5.3)	▲ 34.7 (14.5)	▲ 7.8 (▲12.4)	▲ 25.0 (▲2.5)	▲ 3.9 (▲8.5)	▲ 25.0 (▲10.5)	▲ 21.6 (▲15.4)	▲ 47.1 (2.9)
結婚している 結婚していない	5.1 (▲0.4) 2.8 (6.5)	▲ 21.5 (▲1.9) ▲ 30.6 (▲2.3)	10.3 (4.1) 8.2 (3.8)	▲ 19.1 (3.4) ▲ 26.9 (0.0)	▲ 1.1 (3.1) ▲ 6.4 (5.0)	17.9 (6.1) ▲ 6.6 (▲4.8)	▲ 25.5 (▲2.2) ▲ 29.5 (▲5.4)	▲ 38.0 (▲2.2) ▲ 45.8 (1.0)
（注）括弧内は、前回差を示す。	2.9 (2.9) 10.5 (▲0.5)	▲ 26.9 (0.2) ▲ 21.2 (▲2.3)	7.3 (2.4) 11.3 (3.4)	▲ 23.9 (1.5) ▲ 16.8 (0.7)	▲ 6.3 (0.5) 8.0 (9.5)	2.9 (1.5) 16.9 (▲0.2)	▲ 26.9 (▲4.6) ▲ 28.0 (▲6.4)	▲ 44.2 (▲0.9) ▲ 33.6 (▲3.8)

## (2) 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」、「ドラッグストア」は「週 1 回」、「コンビニエンスストア」「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 ヶ月に 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つた（図表 15）。

年代別に見ると、20 歳代以下で最も利用頻度が高いのは「コンビニエンスストア」で「週 2~3 回」、それ以外の年代は「スーパー」が最も利用頻度が高く、「週 2~3 回」となつてゐる。また、「コンビニエンスストア」は若い年代ほど「週 2~3 回以上」（「ほぼ毎日」と「週 2~3 回」を合わせた割合）が高い。さらに、「百貨店」の「ほとんど利用しない」は 20 歳代以下が 1 割弱と低い一方、30 歳代以上では 3~4 割となつてゐる（図表 16）。

**図表15 買物場所の利用頻度（全体）**

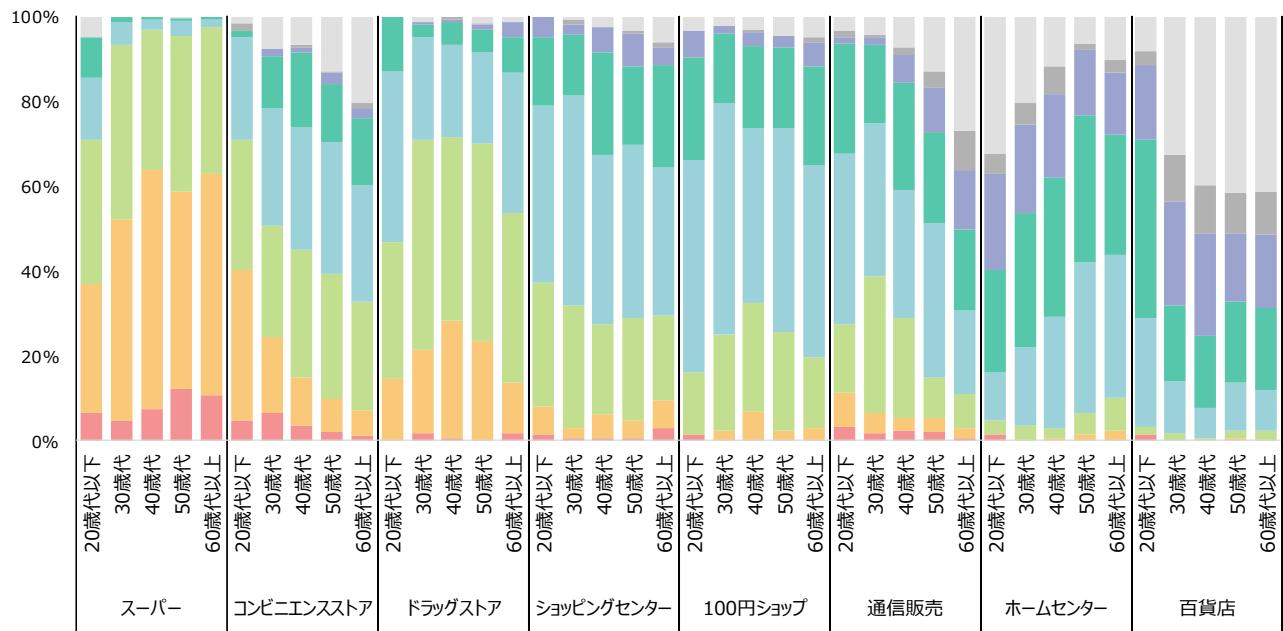
	ほぼ毎日	週2~3回	週1回	月1回	2~3ヶ月に1回	半年に1回	年に1回	ほとんど利用しない
スーパー	8.7 (▲0.7)	48.8 (4.5)	36.4 (▲2.5)	4.2 (▲0.6)	1.4 (0.1)	0.0 (▲0.3)	0.0 (0.0)	0.5 (▲0.5)
コンビニエンスストア	3.4 (▲1.3)	12.8 (▲0.1)	28.1 (▲0.6)	28.5 (1.1)	13.5 (1.3)	1.9 (▲0.4)	0.6 (0.5)	11.1 (▲0.5)
ドラッグストア	0.9 (0.3)	20.3 (0.4)	43.9 (▲0.5)	26.3 (▲1.9)	6.0 (0.6)	1.3 (0.8)	0.3 (0.2)	1.0 (0.2)
ショッピングセンター	1.2 (0.7)	4.8 (0.9)	24.0 (▲1.7)	41.3 (▲1.7)	19.9 (0.8)	5.2 (0.2)	0.6 (0.2)	3.0 (0.6)
100円ショップ	0.1 (0.1)	3.2 (0.7)	21.4 (4.1)	47.7 (▲2.4)	19.7 (▲2.8)	3.6 (▲0.2)	0.4 (▲0.5)	3.7 (0.8)
通信販売	1.8 (0.8)	3.8 (0.3)	17.9 (3.3)	31.4 (▲4.2)	21.5 (1.9)	7.8 (▲0.2)	3.7 (0.1)	12.1 (▲2.1)
ホームセンター	0.1 (0.1)	1.0 (0.5)	4.5 (▲0.5)	27.6 (0.4)	31.3 (1.8)	17.8 (▲0.9)	4.0 (▲1.7)	13.6 (0.1)
百貨店	0.1 (0.1)	0.1 (▲0.3)	1.7 (▲0.3)	11.3 (▲0.7)	20.2 (▲0.1)	20.0 (0.5)	9.9 (0.5)	36.6 (0.2)

（注1）括弧内は、前回差を示す。

（注2）網掛けは、各業態における最も回答率の高い項目。

**図表16 買物場所の利用頻度（年代別）**

■ ほぼ毎日 ■ 週2~3回 ■ 週1回 ■ 月1回 ■ 2~3ヶ月に1回 ■ 半年に1回 ■ 年に1回 ■ ほとんど利用しない



以上