

第21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。

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：2018年11月12日～11月16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^(※1) 791人にアンケート用紙を配布・回収
- (3) 有効回答数：786名(有効回答率99.4%)
- (4) 回答者属性

属性	項目	割合
年代	20歳代	7.7%
	30歳代	15.1%
	40歳代	28.7%
	50歳代	29.9%
	60歳以上	18.6%
住所	岐阜県	56.4%
	愛知県	39.8%
	三重県	2.0%
	滋賀県	1.8%
就業形態	専業主婦	13.3%
	正社員・公務員・自営業	43.1%
	パートタイマー	41.3%
	内職・その他	2.3%

(※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

「現在(2018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4.1%、「変わらない」が69.9%、「悪くなった」が19.3%となった(図表1)。前年と比べて「良くなった」が3.5ポイント低下し、「悪くなった」が3.5ポイント上昇した。全体として主

婦の景況感は悪化していることがうかがえた。

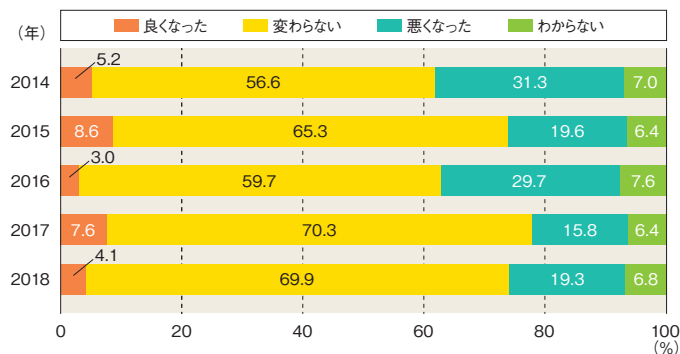
年代別に見ると、全ての年代で「良くなった」が低下した。また、50歳代を除く全ての年代で「悪くなった」の回答率が上昇し、特に「60歳以上」では前年比10ポイント超の大幅上昇であった。就業形態別では、「専業主婦」で「悪くなった」の回答率が大きく上昇した(図表2)。

景況D.I.(「良くなった」の回答率-「悪くなった」の回答率)は▲15.2。前年より7.0ポイント低下した(図表3)。

B. 主婦の物価観

「現在(2018年)の物価は、1年前と

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	4.1 (▲3.5)	69.9 (▲0.4)	19.3 (3.5)	6.8 (0.4)
20歳代	8.3 (▲7.5)	65.0 (1.8)	15.0 (8.0)	11.7 (▲2.3)
30歳代	6.8 (▲2.7)	67.8 (▲8.9)	13.6 (5.0)	11.9 (6.7)
40歳代	2.7 (▲1.2)	75.6 (▲3.2)	15.1 (3.0)	6.7 (1.5)
50歳代	3.8 (▲4.1)	75.2 (9.6)	17.9 (▲3.0)	3.0 (▲2.5)
60歳以上	2.7 (▲5.4)	56.2 (▲4.8)	34.2 (11.4)	6.8 (▲1.3)
岐阜県	3.4 (▲2.8)	66.3 (▲2.6)	22.4 (4.8)	7.9 (0.6)
愛知県	5.1 (▲4.8)	75.3 (3.6)	14.1 (0.4)	5.4 (0.6)
専業主婦	1.9 (▲5.9)	63.5 (▲2.2)	27.9 (12.2)	6.7 (▲4.1)
正社員等	6.2 (▲4.3)	69.7 (1.1)	16.6 (1.3)	7.4 (1.7)
パート	2.8 (▲1.9)	72.1 (▲0.9)	19.2 (2.9)	5.9 (▲0.1)

(※) 括弧内は、前年差を示す。

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63.7%、「変わらない」が32.1%、「安くなった」が1.0%となった(図表4)。前年と比べて「高くなった」が10.3ポイント上昇し、「変わらない」が10.0ポイント低下した。

年代・住所・就業形態別に見ると、全ての属性において「高くなった」の回答率が上昇し「変わらない」が低

下した。前年と比べ物価上昇を実感している主婦が増加している結果となった(図表5)。

物価D.I.（「高くなった」の回答率－「安くなった」の回答率）は62.8。前回調査から10.3ポイント上昇した(図表6)。

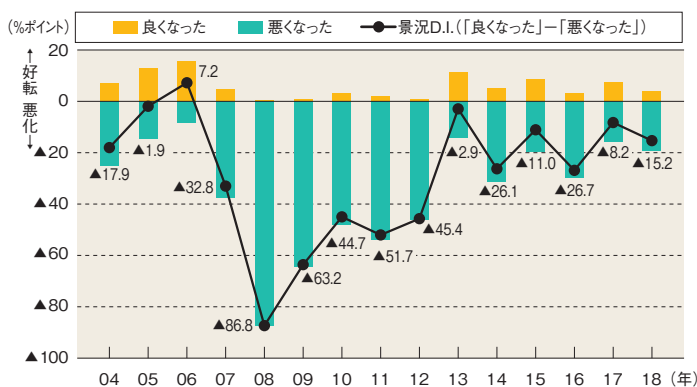
(2) 家計について

次に、家計の収支動向を見てみる。

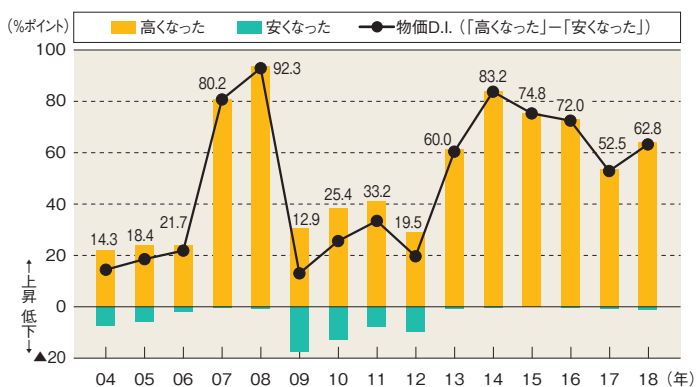
A. 家計の収入

「2018年の家計収入は、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16.2%、「変わらない」が55.5%、「減った」が28.3%となった(図表7)。前年と比べて「増えた」の回答率は4.1ポイント低下、「減った」は4.4ポイント上昇した。家計の収入悪化がうかがえる結果となった。

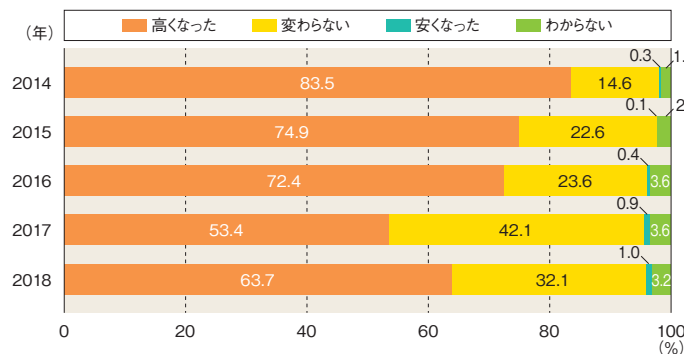
図表3 主婦の景況D.I.の推移



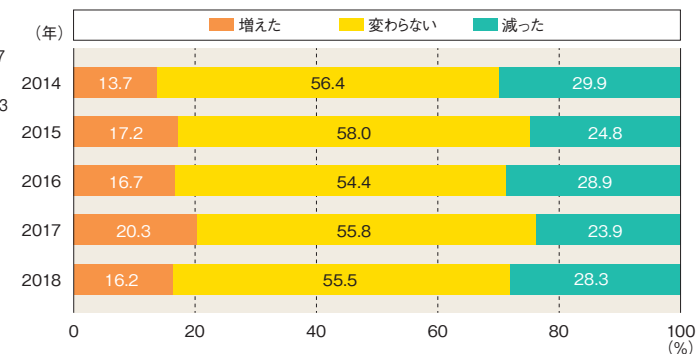
図表6 主婦の物価D.I.の推移



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	63.7 (10.3)	32.1 (▲10.0)	1.0 (0.1)	3.2 (▲0.4)
20歳代	76.7 (27.6)	16.7 (▲23.7)	1.7 (1.7)	5.0 (▲5.5)
30歳代	60.2 (9.3)	33.9 (▲11.8)	0.0 (▲0.9)	5.9 (3.3)
40歳代	64.9 (5.6)	31.6 (▲4.8)	0.9 (0.0)	2.7 (▲0.8)
50歳代	61.5 (11.5)	35.0 (▲11.8)	0.9 (0.1)	2.6 (0.2)
60歳以上	63.0 (9.3)	32.9 (▲7.8)	2.1 (0.5)	2.1 (▲2.0)
岐阜県	63.6 (12.6)	32.1 (▲11.8)	1.4 (0.0)	2.9 (▲0.8)
愛知県	64.4 (8.7)	31.1 (▲9.3)	0.6 (0.3)	3.8 (0.3)
専業主婦	58.7 (9.7)	37.5 (▲8.6)	0.0 (▲1.0)	3.8 (▲0.1)
正社員等	63.8 (7.9)	32.3 (▲7.3)	0.6 (▲0.6)	3.3 (0.0)
パート	66.3 (15.5)	29.4 (▲16.1)	1.5 (0.9)	2.8 (▲0.3)

(*)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	16.2 (▲4.1)	55.5 (▲0.3)	28.3 (4.4)
20歳代	26.7 (▲7.2)	58.3 (8.3)	15.0 (▲1.1)
30歳代	31.4 (▲7.4)	47.5 (▲5.9)	21.2 (13.4)
40歳代	16.9 (▲4.8)	60.0 (0.4)	23.1 (4.4)
50歳代	9.8 (▲2.5)	63.2 (7.1)	26.9 (▲4.7)
60歳以上	9.0 (▲1.5)	41.4 (▲11.8)	49.7 (13.4)
岐阜県	15.4 (▲2.7)	53.3 (▲4.3)	31.3 (7.0)
愛知県	17.0 (▲5.9)	58.7 (5.4)	24.4 (0.6)
専業主婦	10.6 (▲8.0)	51.0 (1.0)	38.5 (7.1)
正社員等	19.0 (▲5.3)	56.8 (0.3)	24.1 (4.9)
パート	15.5 (▲1.1)	57.0 (▲0.4)	27.6 (1.6)

(*)括弧内は、前年差を示す。

年代・住所・就業形態別に見ると、全ての属性で「増えた」の回答率が低下した。特に専業主婦では、「増えた」が8.0ポイント減少し、「減った」が7.1ポイント増加した(図表8)。

B. 家計の支出

一方、「2018年の家計支出は、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63.6%、

「変わらない」が30.8%、「減った」が5.6%となった(図表9)。前年と比べて「増えた」の回答率は1.5ポイント上昇し、「減った」は0.2ポイント低下した。

年代別に見ると、家計支出が「増えた」は30歳代と40歳代で前年よりそれぞれ2.9ポイントと4.0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、家計の支出

は増加していることがうかがえた(図表10)。

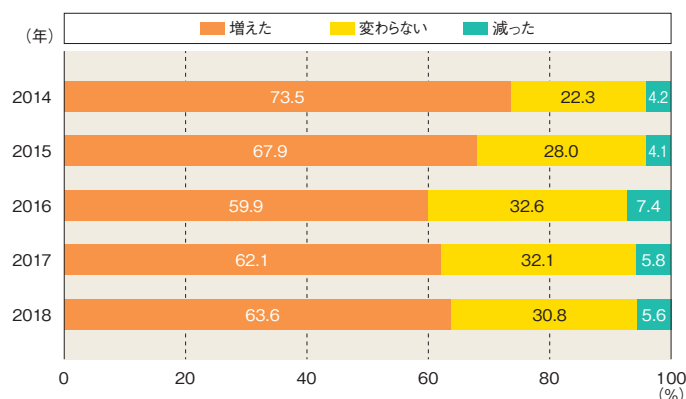
C. 家計支出の費目別動向

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

「2018年の家計支出を考えたとき、1年前より支出が増えた費目は何です

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	63.6 (1.5)	30.8 (▲1.3)	5.6 (▲0.2)
20歳代	70.0 (3.3)	26.7 (▲3.1)	3.3 (▲0.2)
30歳代	66.9 (▲2.9)	30.5 (4.6)	2.5 (▲1.8)
40歳代	69.2 (▲4.0)	27.7 (5.2)	3.1 (▲1.2)
50歳代	55.6 (5.0)	33.8 (▲6.8)	10.7 (1.9)
60歳以上	62.3 (6.7)	32.9 (▲6.6)	4.8 (0.0)
岐阜県	64.5 (4.3)	31.0 (▲2.0)	4.5 (▲2.4)
愛知県	62.7 (▲1.0)	30.2 (▲1.3)	7.1 (2.3)
専業主婦	55.8 (▲3.0)	35.6 (2.3)	8.7 (0.9)
正社員等	61.7 (▲2.6)	33.5 (3.2)	4.7 (▲0.7)
パート	67.4 (7.8)	26.7 (▲7.8)	5.9 (▲0.1)

(*)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5費目)

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
1位	教育費	家電・家具購入費	食費	交通・通信費	食費	食費	食費	食費	食費	食費 (46.7)
2位	交通・通信費	教育費	教育費	教育費	光熱・水道費	光熱・水道費	交通・通信費	教育費	交通・通信費	光熱・水道費 (27.9)
3位	食費	食費	交通・通信費	食費	交通・通信費	交通・通信費	教育費	交通・通信費	教育費	教育費 (26.6)
4位	家電・家具購入費	交通・通信費	家電・家具購入費	光熱・水道費	教育費	教育費	光熱・水道費	光熱・水道費	光熱・水道費	交通・通信費 (24.0)
5位	保険医療費	光熱・水道費	光熱・水道費	家電・家具購入費	保険医療費	衣料費	家電・家具購入費	レジャー費	保険医療費	交際費 (21.9)
										増えた費目なし (3.8)

※複数回答(%)

図表12 支出が増えた費目(上位5費目、属性別)

	食費	光熱・水道費	教育費	交通・通信費	交際費	増えた費目はない
全体	46.7 (1.2)	27.9 (6.3)	26.6 (▲1.6)	24.0 (▲8.1)	21.9 (2.4)	3.8 (新設)
20歳代	56.7 (3.1)	33.3 (1.2)	6.7 (▲2.2)	25.0 (▲16.1)	25.0 (▲3.6)	3.3 (新設)
30歳代	62.9 (1.2)	30.2 (18.9)	39.7 (▲2.0)	19.0 (▲1.9)	12.9 (3.3)	2.6 (新設)
40歳代	51.8 (2.7)	24.3 (4.1)	52.7 (▲5.6)	24.3 (▲7.7)	13.1 (6.1)	1.4 (新設)
50歳代	34.1 (▲0.5)	28.8 (4.9)	13.5 (2.8)	28.8 (▲9.5)	24.9 (0.6)	4.4 (新設)
60歳以上	41.8 (0.8)	27.7 (2.9)	4.3 (2.6)	19.1 (▲7.4)	36.9 (▲2.4)	7.8 (新設)
岐阜県	45.8 (0.8)	31.0 (8.4)	24.8 (▲3.5)	26.2 (▲5.4)	20.4 (2.2)	4.4 (新設)
愛知県	49.0 (3.7)	22.7 (2.8)	28.6 (0.6)	21.4 (▲10.5)	24.4 (3.6)	2.9 (新設)
専業主婦	58.3 (8.8)	33.0 (5.2)	26.2 (10.7)	23.3 (▲8.7)	24.3 (2.7)	4.9 (新設)
正社員等	46.5 (0.5)	25.1 (7.2)	20.8 (▲4.8)	20.8 (▲10.7)	20.2 (▲1.4)	4.5 (新設)
パート	43.4 (0.4)	28.5 (5.6)	32.9 (▲0.5)	27.2 (▲6.2)	23.1 (7.5)	2.5 (新設)

※複数回答(%)

(※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。

か(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「食費」が46.7%でトップであった。前年同様、今年も夏から秋にかけて台風が相次いで上陸し、野菜などの食材価格が高騰したことも影響しているのではないかと考える。2位は「光熱・水道費」で、前年より6.3ポイント上昇し27.9%であった。発電用燃料価格の上昇に伴い、直近の1年間で電気料が上昇していることが要因であるとする。なお、2011年から7年連続で3位以内に入っていた「交通・通信費」は、前年より8.1ポイント低下し24.0%で4位であった(図表11)。

年代別に見ると、「教育費」がトップであった40歳代を除き、全ての年代で「食費」がトップであった。「光熱・水道費」は全ての年代で回答率が上昇した。特に30歳代は18.9ポイントと大幅に上昇した。一方、全体で

4位となった「交通・通信費」の回答率は全ての年代で低下し、特に20歳代では16.1ポイントも低下する結果となった(図表12)。

次に、「2018年の家計支出を考えたとき、1年前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、トップは「レジャー費」、2位は「衣料費」、3位は「外食費」で昨年と同じ順位であった(図表13)。

ところで今回の調査から回答項目に「支出が減った費目はない」を追加したところ、この項目の回答率が最も高かった。3割強の主婦はどの費目も減っていないことがわかった。

年代別に見ると、20歳代と50歳代は「衣料費」、30歳代は「外食費」、40歳代と60歳以上は「レジャー費」の回答率が最も高くなった(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。

「2018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か(3つまで選択)」と尋ねたところ、「光熱・水道費」が39.7%でトップとなり、次に「食費」で38.2%、「外食費」で22.5%となった(図表15)。前年の調査で3位であった「交通・通信費」は15.5%で、10.3ポイントの大幅な低下となり順位を4位に落とした。年代別に見ると、全ての年代で「光熱・水道費」と「食費」が上位を占める結果となった。なお、20歳代は他の年代に比べ「外食費」、「交通・通信費」、「保険料」の回答率が大幅に上昇した。

一方、「2018年の家計支出を考え

図表13 支出が減った費目の推移(上位5費目)

※複数回答(%)

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	
1位	レジャー費	レジャー費	レジャー費	レジャー費	レジャー費	レジャー費	レジャー費	レジャー費	レジャー費	レジャー費	(22.3)
2位	外食費	外食費	外食費	外食費	外食費	外食費	外食費	衣料費	衣料費	衣料費	(18.3)
3位	衣料費	衣料費	衣料費	衣料費	衣料費	衣料費	衣料費	外食費	外食費	外食費	(16.2)
4位	食費	食費	光熱・水道費	家電・家具購入費	家電・家具購入費	家電・家具購入費	家電・家具購入費	家電・家具購入費	家電・家具購入費	食費	(8.7)
5位	理容・美容費	理容・美容費	食費	食費	理容・美容費	教養娯楽費	理容・美容費	食費	食費	理容・美容費	(8.2)
										減った費目なし	(31.9)

図表14 支出が減った費目(上位5費目、属性別)

※複数回答(%)

	レジャー費		衣料費		外食費		食費		理容・美容費		減った費目はない
全体	22.3	(▲9.2)	18.3	(▲8.4)	16.2	(▲4.0)	8.7	(▲3.3)	8.2	(▲0.8)	31.9 (新設)
20歳代	19.0	(▲9.0)	22.4	(▲9.6)	15.5	(▲2.5)	10.3	(4.3)	10.3	(▲1.7)	24.1 (新設)
30歳代	15.2	(▲8.1)	9.5	(▲10.5)	17.1	(0.4)	1.0	(▲3.4)	12.4	(▲0.9)	38.1 (新設)
40歳代	25.4	(▲17.5)	15.0	(▲3.5)	15.0	(▲7.8)	4.2	(▲2.7)	6.6	(▲2.9)	37.6 (新設)
50歳代	18.7	(▲8.8)	20.4	(▲9.5)	13.8	(▲5.6)	14.7	(▲3.3)	6.7	(▲1.4)	30.7 (新設)
60歳以上	30.4	(2.7)	25.2	(▲14.2)	21.5	(0.2)	11.1	(▲8.0)	8.9	(4.6)	23.7 (新設)
岐阜県	24.2	(▲8.4)	18.9	(▲6.0)	15.8	(▲6.5)	8.6	(▲4.8)	8.9	(▲0.5)	31.3 (新設)
愛知県	19.6	(▲9.4)	18.2	(▲9.2)	17.9	(0.1)	8.6	(▲0.7)	6.5	(▲2.8)	33.0 (新設)
専業主婦	25.0	(▲12.2)	29.2	(3.6)	17.7	(▲4.1)	6.3	(▲1.4)	13.5	(2.0)	26.0 (新設)
正社員等	19.8	(▲6.8)	17.0	(▲10.0)	14.8	(▲6.4)	8.8	(▲5.5)	6.6	(▲1.1)	33.0 (新設)
パート	24.3	(▲8.6)	15.8	(▲9.8)	15.8	(▲3.7)	9.2	(▲2.7)	7.6	(▲2.1)	33.6 (新設)

(※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。

たとき、今以上に支出を増やし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37.9%でトップとなり、次に「教養娯楽費」で11.6%、「教育費」で11.5%となった(図表16)。今回の調査から回答項目に「増やしたい費目はない・特に考えていない」を追加したところ、この項目の回答率が最も高い結果となった。(2)A「家計収入」の質問項目で、家計収入の悪化が見てとれることもあり、主婦の節約志向がうかがえた。

(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。

「2018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、「買い物をした」は60.1%であった。次に「買い物をした」と回答した人に「具体的に

どのような買い物をしたか」と尋ねたところ、「国内旅行」が39.2%でトップとなった。次に「一般家電」で33.4%、「自動車の購入・維持」で26.5%となった(図表17)。

年代別に見ると、30歳代～50歳代のトップは「国内旅行」で、20歳代と60歳以上は「一般家電」であった(図表18)。

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。

「あなたは家計を管理する中で、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62.2%でトップであった。次に「特売品・安価商品を購入する」で52.6%、「必要なものだけを購入する」で

45.2%となった(図表19)。下位の項目でも回答率が20%前後となっていることから、主婦は家計管理において様々な工夫を行っており、必要に応じて使い分けしていることが見てとれた。

年代別に見ると、20歳代～50歳代は「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」がトップで、2位は「特売品・安価商品を購入する」であったが、60歳以上は「必要なものだけを購入する」がトップで、2位が「特売品・安価商品を購入する」であった(図表20)。60歳以上は他の年代でトップであった「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」の回答率が低いことが見てとれた。このことから、若い年代の主婦の家計管理の工夫は、お値打ちに買い物をするための工夫が上位となっているのに対し、60歳以上は、必要でないものは購入しないことが

図表15 今以上に支出を切り詰めたい費目(上位5費目、属性別)

※複数回答(%)

	光熱・水道費	食費	外食費	交通・通信費	保険料	減らしたい費目はない・特に考えていない
全体	39.7 (▲2.2)	38.2 (▲0.1)	22.5 (0.3)	15.5 (▲10.3)	13.6 (▲1.3)	12.5 (新設)
20歳代	51.7 (7.1)	51.7 (▲1.9)	41.7 (9.6)	31.7 (8.5)	18.3 (12.9)	8.3 (新設)
30歳代	44.8 (9.3)	55.2 (9.7)	32.8 (0.1)	12.1 (▲16.1)	13.8 (▲0.7)	6.0 (新設)
40歳代	43.4 (▲1.5)	40.2 (0.0)	22.8 (▲2.0)	16.4 (▲7.9)	12.8 (▲2.6)	11.9 (新設)
50歳代	40.1 (▲3.5)	31.5 (▲2.1)	17.2 (1.4)	13.4 (▲16.9)	14.7 (▲1.5)	13.8 (新設)
60歳以上	24.5 (▲12.4)	26.6 (▲2.5)	14.0 (▲1.5)	13.3 (▲4.2)	11.2 (▲5.3)	18.2 (新設)
岐阜県	38.2 (▲3.8)	34.3 (▲3.7)	21.1 (0.4)	14.5 (▲10.9)	11.7 (▲1.1)	14.0 (新設)
愛知県	42.0 (1.5)	42.7 (3.5)	25.4 (1.0)	17.3 (▲8.5)	15.6 (▲2.3)	10.4 (新設)
専業主婦	35.3 (0.9)	37.3 (0.6)	16.7 (▲4.4)	10.8 (▲10.3)	9.8 (▲2.4)	15.7 (新設)
正社員等	36.3 (▲3.2)	39.0 (1.2)	24.5 (2.5)	16.0 (▲12.0)	13.0 (1.2)	15.7 (新設)
パート	45.6 (0.0)	38.7 (0.6)	21.7 (▲1.1)	16.7 (▲9.4)	16.0 (▲3.2)	8.5 (新設)

(※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5費目、属性別)

※複数回答(%)

	レジャー費	教養娯楽費	教育費	食費	外食費	増やしたい費目はない・特に考えていない
全体	37.9 (▲17.9)	11.6 (▲8.5)	11.5 (▲4.5)	8.6 (▲3.7)	8.6 (▲3.4)	39.4 (新設)
20歳代	37.3 (▲9.4)	8.5 (▲15.9)	16.9 (1.3)	5.1 (▲10.5)	6.8 (▲6.5)	40.7 (新設)
30歳代	44.8 (▲15.4)	12.1 (▲8.3)	28.4 (▲5.6)	5.2 (▲7.4)	6.0 (▲0.8)	31.9 (新設)
40歳代	36.7 (▲15.3)	15.1 (▲2.6)	18.8 (▲6.5)	9.6 (▲1.5)	9.6 (▲4.0)	37.2 (新設)
50歳代	37.0 (▲20.5)	8.4 (▲11.6)	1.3 (▲2.7)	7.0 (▲5.0)	7.0 (▲6.5)	44.5 (新設)
60歳以上	35.5 (▲24.3)	12.3 (▲10.7)	0.0 (▲1.1)	13.8 (0.0)	12.3 (2.0)	40.6 (新設)
岐阜県	36.3 (▲17.0)	11.4 (▲9.5)	9.1 (▲6.1)	8.6 (▲5.2)	9.1 (▲3.2)	40.9 (新設)
愛知県	40.1 (▲17.2)	11.6 (▲6.5)	15.6 (▲0.6)	7.9 (▲2.5)	7.6 (▲3.6)	36.8 (新設)
専業主婦	36.4 (▲15.5)	17.2 (2.0)	15.2 (▲2.5)	10.1 (▲2.6)	12.1 (2.0)	34.3 (新設)
正社員等	38.3 (▲21.2)	10.0 (▲10.5)	9.7 (▲4.6)	7.6 (▲3.6)	7.0 (▲4.2)	44.4 (新設)
パート	37.8 (▲18.2)	10.6 (▲10.6)	11.9 (▲3.5)	8.0 (▲5.9)	8.3 (▲6.0)	37.2 (新設)

(※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。

家計管理の工夫として上位となっていることがわかった。

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72.3%でトップであった。次に「品揃え」で50.4%、「品質」で48.2%となった(図表21)。

上位3項目について、前回調査から「品揃え」と「品質」の順位が入れ替わったものの、回答率には大きな増減は見られなかった。

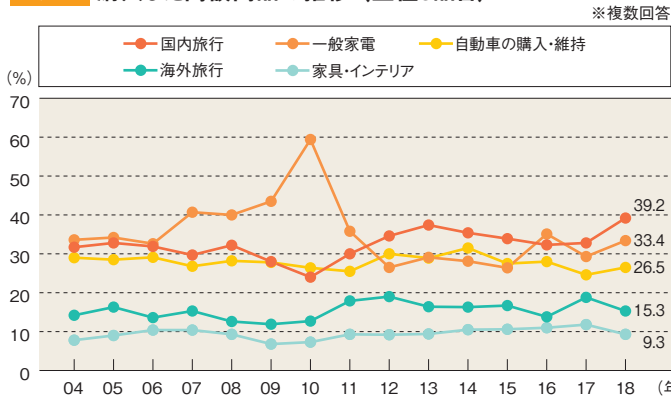
(b) 買物場所の利用頻度

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2.6日に1度(年間143.1回)の頻度で利用されて

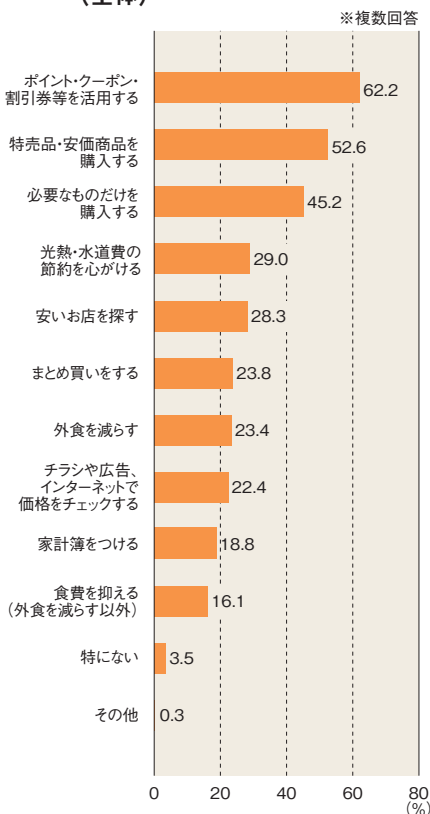
図表17 購入した高額商品の推移(上位5品目)



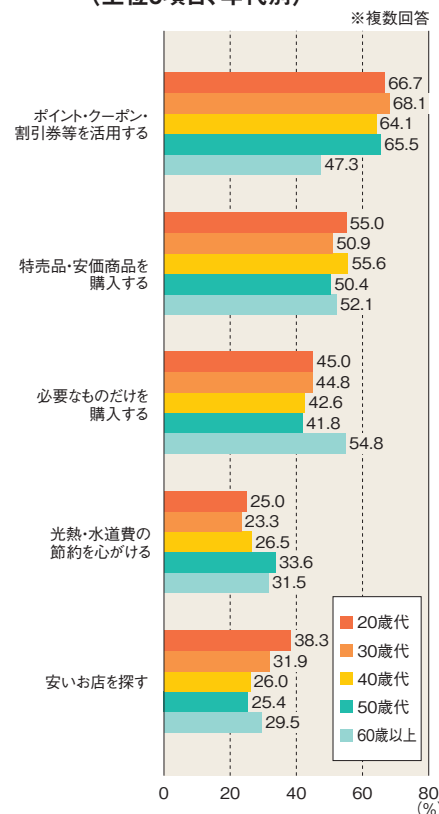
図表18 購入した高額商品(上位5品目、属性別)

	国内旅行	一般家電	自動車の購入・維持	海外旅行	家具・インテリア
全体	39.2 (6.4)	33.4 (4.1)	26.5 (1.9)	15.3 (▲3.5)	9.3 (▲2.5)
20歳代	40.5 (18.5)	45.9 (6.9)	16.2 (▲13.1)	29.7 (▲19.1)	32.4 (▲1.7)
30歳代	45.3 (4.3)	39.1 (10.9)	18.8 (▲4.3)	10.9 (▲4.5)	21.9 (6.5)
40歳代	47.7 (16.5)	35.9 (8.7)	28.9 (2.5)	7.8 (▲4.2)	3.9 (▲5.7)
50歳代	35.7 (5.9)	25.3 (▲5.1)	29.9 (2.6)	16.9 (1.4)	5.8 (0.2)
60歳以上	27.2 (▲13.1)	34.6 (8.8)	27.2 (14.3)	21.0 (▲4.8)	3.7 (▲9.2)
岐阜県	37.3 (6.3)	36.1 (1.8)	27.3 (0.0)	12.9 (▲3.8)	7.2 (▲4.6)
愛知県	41.7 (7.9)	31.2 (7.2)	24.1 (3.5)	17.1 (▲4.0)	12.1 (0.8)
専業主婦	34.5 (▲4.1)	34.5 (6.4)	30.9 (2.8)	23.6 (4.3)	9.1 (▲3.2)
正社員等	38.6 (8.6)	35.6 (4.7)	16.8 (▲2.5)	18.3 (▲7.3)	14.4 (▲1.7)
パート	41.2 (6.5)	30.4 (2.7)	34.5 (6.8)	9.3 (▲1.1)	4.1 (▲2.8)

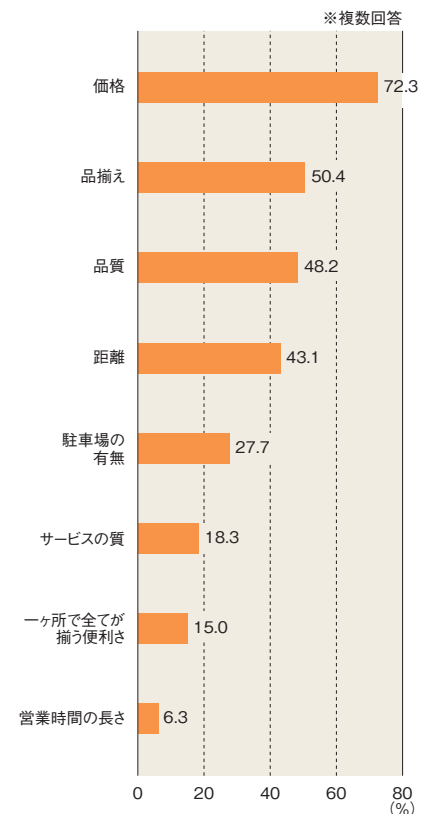
図表19 家計管理で工夫していること(全体)



図表20 家計管理で工夫していること(上位5項目、年代別)



図表21 買物場所の選択基準



いた。次に、「コンビニエンスストア」で5.1日に1度、「ドラッグストア」で6.6日に1度となっている。「ドラッグストア」の利用頻度は、週一回以上となっており、2位の「コンビニエンスストア」のそれに年々近づいてきている。

経済産業省の「商業動態統計月報(平成30年10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29年10月の1,286店舗から平成30年10月の1,359店舗へと73店舗増加している。近年のドラッグストアは、薬だけでなく日用品や食料品も安く買うことができるため、主婦にとってはスーパーの

代替としてドラッグストアの利用が進んでいるのではないかと考える。

4 時事調査:「主婦のリユース品(中古品)の売買」について

「平成27年度使用済製品等のリユース促進事業報告書」(環境省)によると、平成27年度のリユースの国内市場規模(自動車・バイク除く)は1兆1千億円となっている。近年、スマートフォン(以下、スマホ)の急速な普及に伴い、どこでも手軽にリユース品の売買ができるようになり、

メルカリやラクマなどといったフリマアプリのCMを目にする機会も増えてきた。

そこで、今回の時事調査では、主婦のリユース品の売買状況などについて調査を行った。

(1)リユース品への関心

はじめに、「近年、あなたの周りにリユース品の売買に関心がある人が増えたと感じますか」と尋ねたところ、「感じる」が54.6%、「感じない」が13.3%、「わからない・興味がない」が32.1%となった(図表23)。半数以上の回答者は、リユース品の売買に関

図表22 買物場所の年間平均利用回数

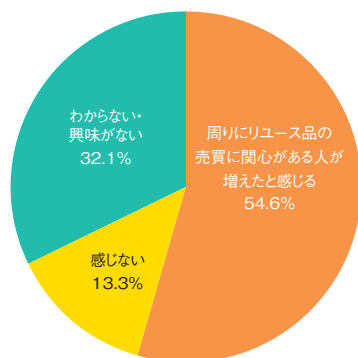
	スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	複合型SC	ディスカウントストア	100円ショップ	通信販売	ホームセンター	商店街	百貨店	家電量販店
全体	143.1 (▲1.1)	71.7 (1.5)	55.2 (4.5)	22.6 (▲0.3)	22.4 (2.5)	16.7 (0.1)	14.3 (2.7)	14.0 (▲2.3)	8.3 (2.1)	6.6 (0.7)	3.8 (▲0.1)
20歳代	104.5 (4.5)	105.8 (17.5)	64.3 (15.4)	21.6 (▲1.8)	31.4 (9.2)	15.0 (▲5.2)	16.8 (▲2.1)	8.5 (▲2.3)	1.7 (0.5)	6.7 (1.5)	3.9 (▲0.9)
30歳代	126.3 (6.4)	83.9 (▲3.0)	50.8 (▲0.6)	29.8 (▲1.3)	23.6 (3.1)	20.8 (▲1.2)	20.5 (1.7)	9.5 (▲3.9)	1.0 (0.3)	4.9 (▲0.9)	3.4 (▲0.4)
40歳代	145.3 (▲13.8)	74.2 (5.0)	62.7 (2.8)	20.6 (2.1)	27.4 (6.2)	18.7 (1.7)	16.2 (4.2)	13.5 (▲0.3)	7.7 (5.4)	5.3 (0.5)	4.0 (0.4)
50歳代	154.5 (10.8)	55.7 (▲10.8)	52.1 (7.2)	23.2 (0.0)	18.9 (0.9)	14.2 (0.5)	11.2 (3.8)	15.4 (▲3.2)	7.2 (▲0.1)	7.6 (2.1)	3.8 (0.4)
60歳以上	151.8 (▲11.0)	70.1 (14.4)	47.1 (2.5)	19.6 (▲4.2)	16.0 (▲2.2)	14.8 (0.3)	9.1 (1.2)	19.0 (▲3.6)	20.1 (▲0.0)	8.8 (▲0.5)	3.9 (▲2.1)
岐阜県	138.6 (▲0.4)	68.8 (3.5)	60.6 (6.0)	21.6 (▲1.3)	28.7 (3.7)	16.6 (1.7)	12.9 (3.2)	15.7 (▲2.1)	6.9 (▲1.1)	4.7 (0.3)	3.7 (▲0.6)
愛知県	150.1 (▲1.3)	77.3 (▲1.2)	49.3 (3.7)	24.7 (1.3)	14.7 (1.9)	17.2 (▲1.8)	15.5 (1.5)	11.7 (▲2.4)	10.7 (6.8)	9.6 (1.4)	3.8 (0.5)
専業主婦	138.1 (▲12.6)	58.2 (3.2)	56.7 (5.4)	25.1 (▲13.3)	19.4 (▲1.3)	17.8 (▲1.9)	13.3 (1.0)	16.5 (▲0.7)	10.5 (3.6)	7.8 (0.7)	3.6 (0.4)
正社員等	132.9 (5.9)	86.8 (▲0.9)	52.9 (5.4)	24.1 (4.2)	21.3 (6.8)	14.7 (1.7)	15.9 (2.2)	13.6 (▲1.2)	7.7 (0.3)	7.2 (0.5)	3.7 (▲0.8)
パート	154.8 (▲4.6)	61.7 (4.0)	56.9 (3.6)	20.3 (▲2.5)	23.9 (▲1.4)	18.6 (▲1.3)	12.1 (3.1)	13.9 (▲3.6)	8.0 (3.8)	5.5 (0.7)	3.7 (0.0)
利用頻度(*1)	2.6 (0.0)	5.1 (▲0.1)	6.6 (▲0.6)	16.1 (0.2)	16.3 (▲2.1)	21.8 (▲0.2)	25.5 (▲6.0)	26.1 (3.6)	44.1 (▲14.5)	55.3 (▲6.3)	96.8 (2.2)

(単位:「利用頻度」を除く:回/年)

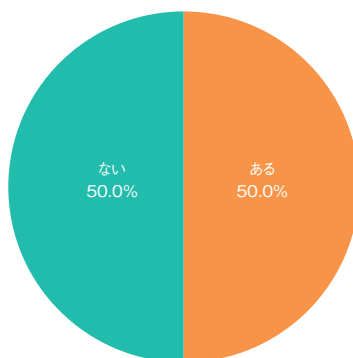
(*1)「利用頻度」とは、「全体」において、それぞれの業態に訪れる間隔を日数単位で表したものを示す。スーパーであれば2.6日に1回利用するとの意味。

(*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。

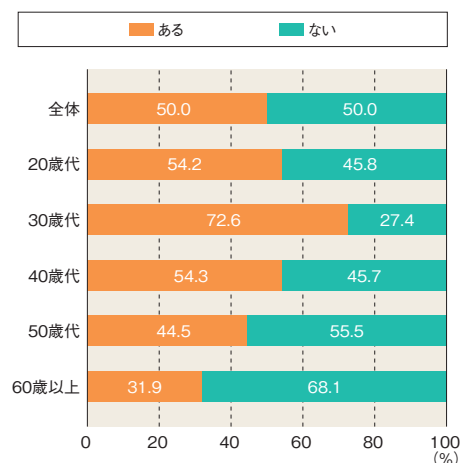
図表23 リユース品への関心



図表24 リユース品の売買経験(全体)



図表25 リユース品の売買経験(年代別)



心がある人が周りに増えたと感じていることがわかった。

(2) リユース品の売買経験

次に、「あなたは、リユース品を買ったり、売ったりしたことはありますか」と尋ねたところ、「ある」と「ない」の回答率は同じで50.0%であった(図表24)。半数の回答者は、リユース品の売買経験があるという結果となった。

リユース品の売買経験を年代別に見ると、売買経験が「ある」と回答した割合が最も高かった年代は30歳代で72.6%であった。一方、「ある」と回答した割合が最も低かった年代は60

歳以上で31.9%であった(図表25)。

30歳代を中心に若い年代の方が、リユース品の売買経験のある割合が高いという結果となった。

(3) リユース品の売買場所

前問で、リユース品の売買経験が「ある」と回答した主婦に「あなたは、リユース品をどこで買ったり売ったりしますか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「中古品取扱店舗(古本屋、古着屋など)」が63.4%とトップとなり、次に「フリマアプリ(メルカリ、ラクマなど)」で35.2%、「オークションサイト(ヤフオク!など)」で19.4%と

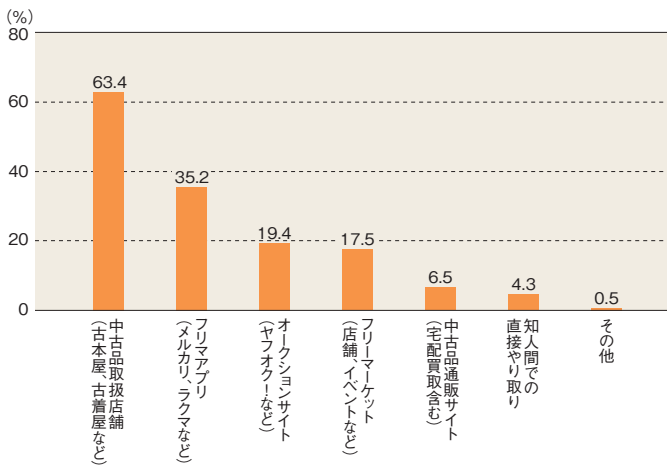
なった(図表26)。

年代別に見ると、20歳代、30歳代のトップは「フリマアプリ」で、40歳代以上は「中古品取扱店舗」となった(図表27)。

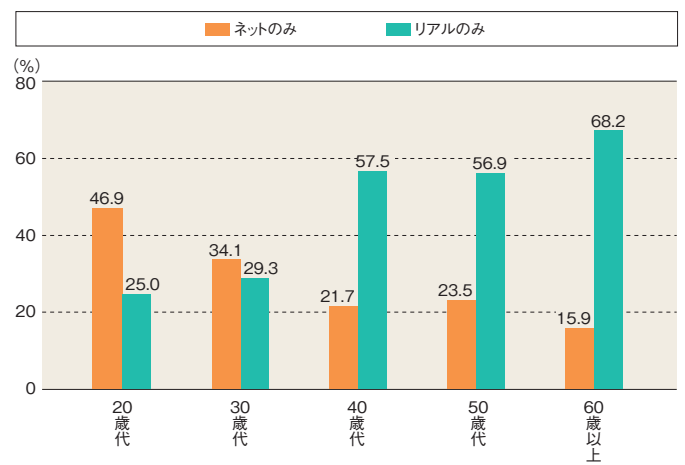
若い年代では、スマホやパソコンといった非対面チャネルを活用した「フリマアプリ」の回答率が高いのに対して、40歳代以上では、対面チャネルである「中古品取扱店舗」の回答率が高いという異なる結果が見られた。

次に、売買場所の回答項目について非対面チャネル(「オークションサイト」「フリマアプリ」「中古品通販サイト」「ネット」、対面チャネル(「中古品取扱店舗」「フリーマーケット」「知人間での直

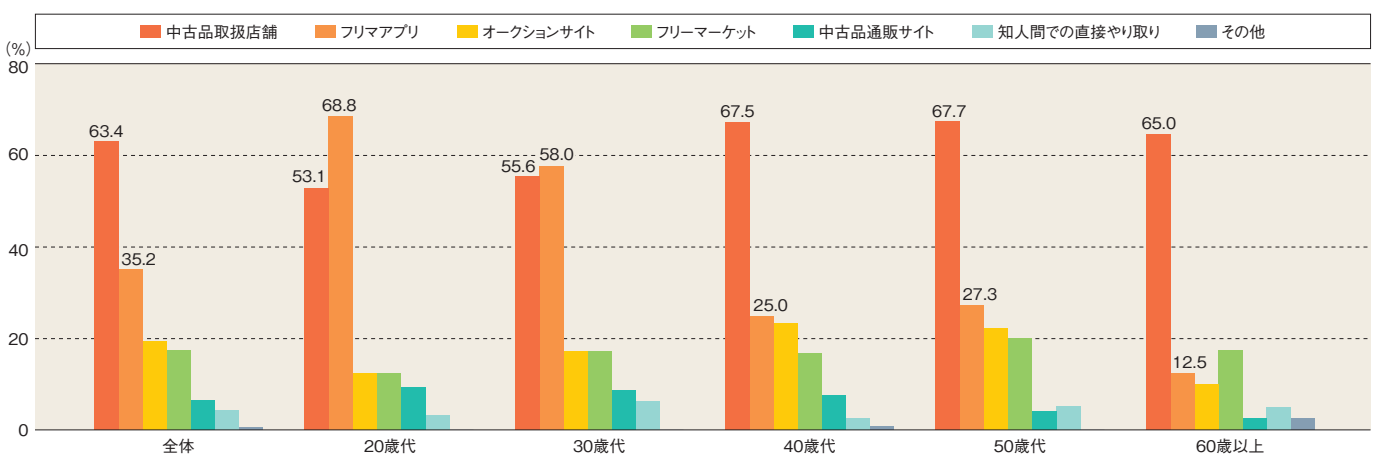
図表26 リユース品の売買場所(全体)



図表28 リユース品の売買場所(ネット・リアル別、年代別)



図表27 リユース品の売買場所(年代別)



接やり取り)」を「リアル」と定義し、「ネットのみ」、「リアルのみ」と回答した主婦の割合(ネットとリアル両方の回答者は除く)を年代別に見てみた(図表28)。

その結果、40歳代以上では、「リアルのみ」の回答が「ネットのみ」の回答を大きく上回る結果となった。一方、20歳代、30歳代では「ネットのみ」が「リアルのみ」を上回った。特に20歳代では、「ネットのみ」と回答した主婦が半数近くに上った。このことから、若い年代の主婦は、リユース品の売買でも「ネット」(スマホ)を積極的に利用し、高い年代の主婦に比べて「リアル」を利用していないことがわかった。

(4) 売買したことのあるリユース品

次に、リユース品の売買経験が「ある」と回答した主婦に「あなたが、リユース品を買ったり売ったりしたことあるものは何ですか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねた。

買ったことがあるリユース品は「書籍・雑誌」が46.6%とトップであった。次に「衣類」が42.9%、「ファッション小物(靴・靴・アクセサリなど)」が17.9%と続いた(図表29)。

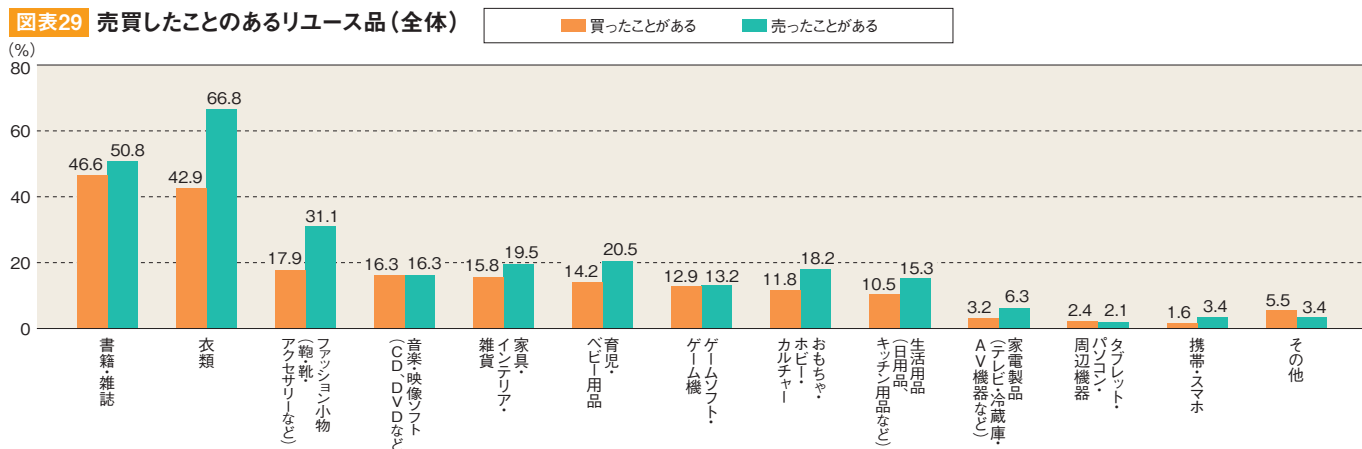
売ったことがあるリユース品は「衣類」が66.8%とトップであった。次に「書籍・雑誌」が50.8%、「ファッション小物」が31.1%と続いた(図表30)。

小物」が31.1%となった。

順位は異なるものの、上位3品目は売買ともに「書籍・雑誌」、「衣類」、「ファッション小物」であった。また、大半のリユース品で、“買ったことがある”より“売ったことがある”の回答率が高い結果となった。特に、「衣類」と「ファッション小物」は“売ったことがある”と“買ったことがある”の回答差がそれぞれ23.9ポイント、13.2ポイントと大きかった。

買ったことがあるリユース品を年代別に見ると、「衣類」は30歳代、40歳代、「書籍・雑誌」は30歳代以外でトップであった(図表30)。

図表29 売買したことのあるリユース品(全体)



図表30 買ったことのあるリユース品(年代別)

	1位	2位	3位	4位	5位
全体	46.6	42.9	17.9	16.3	15.8
20歳代	50.0	37.5	34.4	18.8	25.0
30歳代	37.8	57.3	23.2	22.0	17.1
40歳代	49.2	49.2	17.5	15.0	11.7
50歳代	51.0	29.4	15.7	15.7	17.6
60歳以上	43.2	34.1	2.3	9.1	13.6

図表31 売ったことのあるリユース品(年代別)

	1位	2位	3位	4位	5位
全体	50.8	66.8	31.1	16.3	19.5
20歳代	43.8	68.8	31.3	12.5	21.9
30歳代	51.2	76.8	35.4	15.9	28.0
40歳代	49.2	72.5	32.5	22.5	18.3
50歳代	58.8	60.8	31.4	13.7	15.7
60歳以上	40.9	45.5	18.2	9.1	13.6

30歳代は他の年代と比べ「育児・ベビー用品」や「おもちゃ・ホビー・カルチャー」の回答率が高く、子育てにリユース品を活用していることがうかがえた。

売ったことがあるリユース品を年代別に見ると、全ての年代で「衣類」がトップで、2位は「書籍・雑誌」であった。3位は30歳代を除き「ファッション小物」で、30歳代の3位は「育児・ベビー用品」となった(図表31)。

30歳代は買ったことがあるリユース品と同様に、「育児・ベビー用品」の回答率が他の年代に比べ高い結果となった。

(5)リユース品を買う理由

次に、リユース品を買ったことが「ある」と回答した主婦に、「リユース品を買う理由は何ですか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「安く買いたい」がトップで62.7%であった。次に「掘り出し物がある」が40.1%、「新品を買うのはもったいない」が28.0%と続いた(図表32)。やはり「安く買いたい」という動機がリユース品を買う大きな動機になった。その一方で、「掘り出し物」や「新品で買うほどではないもの」にもリユース品としてのニーズが高いようだ。

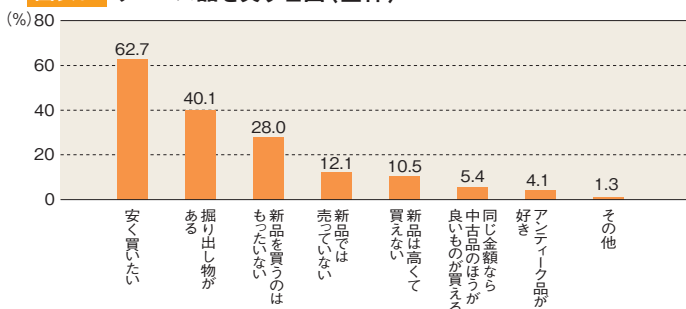
リユース品を買う理由について年

代別に見ると、60歳以上は「掘り出し物がある」、その他の年代では「安く買いたい」がトップであった(図表33)。20歳代、30歳代は「安く買いたい」の回答率が80%前後と他の年代に比べて高く、「安く買いたい」ためにリユース品を購入する傾向が見てとれた。

(6)リユース品を売る理由

次に、リユース品を売ったことが「ある」と回答した主婦に「リユース品を売る理由は何ですか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「捨てるのがもったいない」がトップで76.2%であった。次に「お金が欲しい

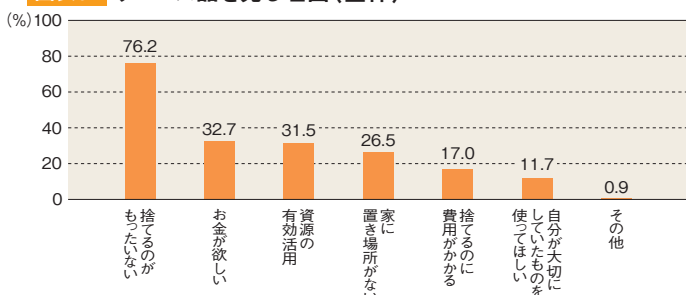
図表32 リユース品を買う理由(全体)



図表33 リユース品を買う理由(年代別)

	1位	2位	3位	4位	5位	その他		
全体	62.7	40.1	28.0	12.1	10.5	5.4	4.1	1.3
20歳代	76.7	40.0	30.0	13.3	6.7	3.3	6.7	0.0
30歳代	80.6	34.3	32.8	17.9	10.4	7.5	0.0	0.0
40歳代	58.6	37.4	29.3	11.1	11.1	5.1	1.0	3.0
50歳代	57.8	42.2	26.5	8.4	9.6	6.0	7.2	1.2
60歳以上	40.0	54.3	17.1	11.4	14.3	2.9	11.4	0.0

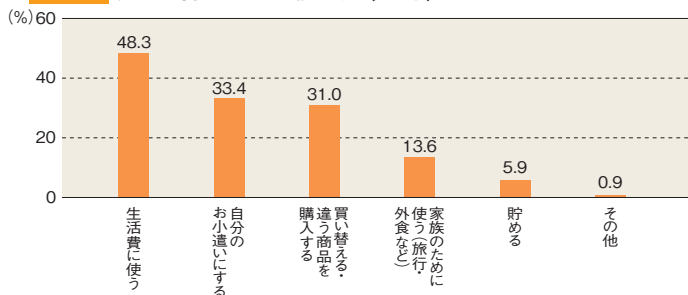
図表34 リユース品を売る理由(全体)



図表35 リユース品を売る理由(年代別)

	1位	2位	3位	4位	5位	その他	
全体	76.2	32.7	31.5	26.5	17.0	11.7	0.9
20歳代	64.3	64.3	39.3	21.4	14.3	3.6	0.0
30歳代	78.2	42.3	25.6	20.5	20.5	11.5	0.0
40歳代	77.7	32.0	25.2	26.2	17.5	12.6	1.9
50歳代	78.0	17.1	37.8	32.9	13.4	9.8	0.0
60歳以上	72.7	24.2	42.4	30.3	18.2	21.2	3.0

図表36 売って得たお金の使い道(全体)



図表37 売って得たお金の使い道(年代別)

	1位	2位	3位	4位	5位	その他
全体	48.3	33.4	31.0	13.6	5.9	0.9
20歳代	39.3	53.6	28.6	10.7	21.4	0.0
30歳代	53.2	33.8	27.3	11.7	9.1	0.0
40歳代	51.5	24.3	34.0	18.4	1.9	1.0
50歳代	43.9	41.5	31.7	11.0	3.7	2.4
60歳以上	45.5	24.2	30.3	12.1	3.0	0.0

い」が32.7%、「資源の有効活用」が31.5%となった(図表34)。不要となったものでも「捨てること」に抵抗を感じている主婦が多い結果が見てとれた。

リユース品を売る理由について年代別に見ると、全ての年代で「捨てるのがもったいない」がトップであった。また、20歳代では同率で「お金が欲しい」もトップであった。2位は30歳代、40歳代では「お金が欲しい」、50歳代、60歳以上は「資源の有効活用」であった(図表35)。年代を問わず「捨てるのがもったいない」という理由は共通している一方で、若い年代では資金調達的手段として、50歳代以上ではリサイクル的手段としてリユース品を売っているようだ。

(7) 売って得たお金の使い道

最後に、リユース品を売ったことが「ある」と回答した主婦に「リユース品を売って得たお金の使い道は何ですか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「生活費に使う」がトップで48.3%となった。次に「自分のお小遣いにする」が33.4%、「買い替える・違う商品を購入する」が31.0%であった(図表36)。

売って得たお金の使い道を年代別に見ると、20歳代は「自分のお小遣いにする」、その他の年代では「生活費に使う」がトップであった(図表37)。

リユース品を売って得たお金について、半数の主婦は生活費に充当しているようだ。一方で、20歳代は「貯める」の回答率が他の年代に比べて高かった。

また、「自分のお小遣いにする」という回答率も高く、不要品を売って得た臨時収入を自身の自由に使えるお金

にするという点も、リユース市場の活性化に繋がっているものと思われる。

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及びリユース品の売買について、以下の3点にまとめてみたい。

第1に、主婦の景況感は、総じて悪化していることが見てとれた。前回の調査では20歳代と30歳代の若い年代で改善が見られたが、今回の調査では、「良くなった」の回答が全年代で低下する結果となった。また、主婦の景況D.I.も▲15.2となり、前回より7.0ポイント低下した。内閣府が行っている景気ウォッチャー調査(平成30年12月調査)においても、東海地域の景気の現状判断D.I.は悪化を示す結果が出ており、当地域における主婦の現状の景況感は厳しいことがわかった。

第2に、主婦の物価観は、引き続き物価上昇を実感していることが見てとれた。物価D.I.は62.8で、前回調査より10.3ポイント上昇した。過去3年連続で物価D.I.は低下していたが今回調査では反転する結果となった。夏から秋にかけての自然災害の影響による野菜価格の高騰や、発電用燃料価格の高騰に伴う電気料の値上げなどが主婦の物価観に影響しているのではないかと考える。

第3に、主婦のリユース品の売買についてまとめてみたい。スマホの急速な普及に伴い、どこでも手軽にリユース品の売買ができるようになってきている。メルカリやラクマなどといったフ

リマアプリのCMを目にする機会も増えてきた。今回の調査でも、近年リユース品への関心がある人が増えたと感じる主婦は5割を超え、実際に売買経験がある主婦も半数に達し、主婦にとってリユース品の売買は身近なものとなってきていることが確認できた。リユース品の売買場所では「中古品取扱店舗」が63.4%とトップであったが、2位、3位はそれぞれ「フリマアプリ」「オークションサイト」と非対面チャネルが占めた。若い年代の主婦ほど、非対面チャネルの回答率が高く、スマホを活用していることがうかがえた。買ったことがあるもの、売ったことがあるものは、順位は違うものの上位は「書籍・雑貨」「衣類」「ファッション小物」であった。リユース品を買う理由はやはり「安く買いたい」がトップで金銭的な理由であった。一方、売る理由のトップは「捨てるのがもったいない」で、売ってお金を得ることよりも「捨てること」に抵抗感を感じて売る主婦が多いとの結果となった。売って得たお金の使い道は「生活費に使う」がトップで、次に「自分のお小遣いにする」であった。不要品を売って得た臨時収入を自身の自由に使えるお金にするという点も、リユース市場が活性化している要因ではないだろうか。現在、「フリマアプリ」など非対面を使いリユース品を売買している主婦は、若い年代が中心であるが、スマホが高い年代層にも急速に普及してきており、非対面チャネルを使ったリユース品の市場は、今後、さらに拡大していくのではないだろうか。

(2019.2.21)

OKB総研 調査部 問野 徹