

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 青木義実)は、
標題のアンケートの結果を取りまとめましたのでご紹介します。

《要約》

1. 景気は「悪くなった」が 46.4%

- 「良くなった」が 4.3%、「変わらない」が 40.6%、「悪くなった」が 46.4%。
- 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。

2. 97.1%が物価上昇を実感

- 「高くなった」が 97.1%、「変わらない」が 2.2%、「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 97.0 となった。

3. 収入は「増えた」が 35.7%

- 「増えた」が 35.7%、「変わらない」が 52.5%、「減った」が 11.8%。
- 「増えた」は年代が下がるほど高く、特に 20 歳代以下では 6 割が収入の増加を感じている。

4. 支出は「増えた」が 85.0%

- 「増えた」が 85.0%、「変わらない」が 13.4%、「減った」が 1.6%。
- 費目別で「増えた」が最も高いのは「食費」で 79.3%、次いで「光熱・水道費」が 70.8%。

5. 節約度合いが最も高いのは「食費」次いで「衣料費」

6. 約 7 割が現在の生活に「ゆとりがない」

【調査概要】

1. 調査期間：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）に訪した女性^(注) 812名にアンケート用紙を配布・回収（無記名方式）
3. 有効回答者数：804名（有効回答率 99.0%）
4. 回答者属性：

年代	20歳代以下	9.8%	就業 形態	専業主婦	8.9%
	30歳代	22.9%		正社員・公務員・自営業	52.5%
	40歳代	20.5%		パートタイマー	35.6%
	50歳代	27.8%		その他	3.0%
	60歳代以上	19.0%		現在の 結婚状況	結婚している
住所	岐阜県	52.5%	結婚していない	16.8%	
	愛知県	42.8%			
	三重県	2.1%			
	滋賀県	2.4%			
	その他	0.3%			

5. 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。

(注) 前回調査（2023年）までは調査対象を既婚女性としていたが、今回より女性全体に拡大。

※調査結果詳細については次頁以降をご参照下さい。

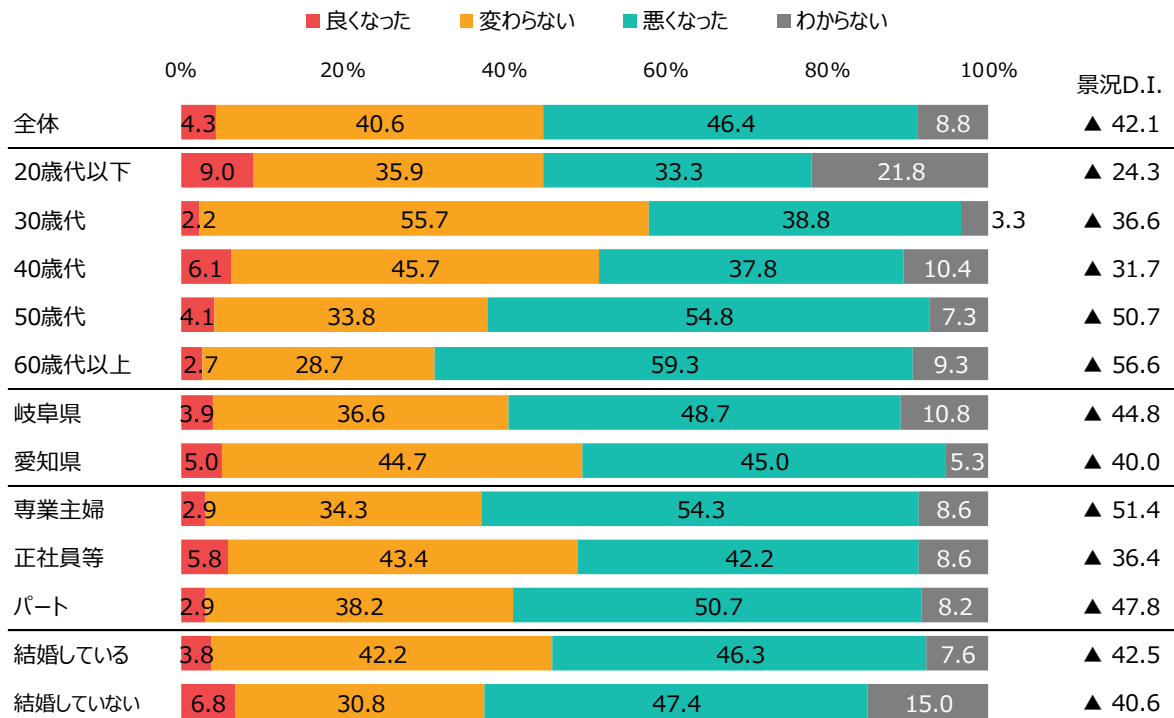
資料配布場所：名古屋証券取引所・金融記者クラブ、大垣市政経済記者クラブ
【本件に関する問合せ先：OKB総研 調査部 梅木 TEL 0584-74-2615 FAX 0584-74-2688】

1. 景況感

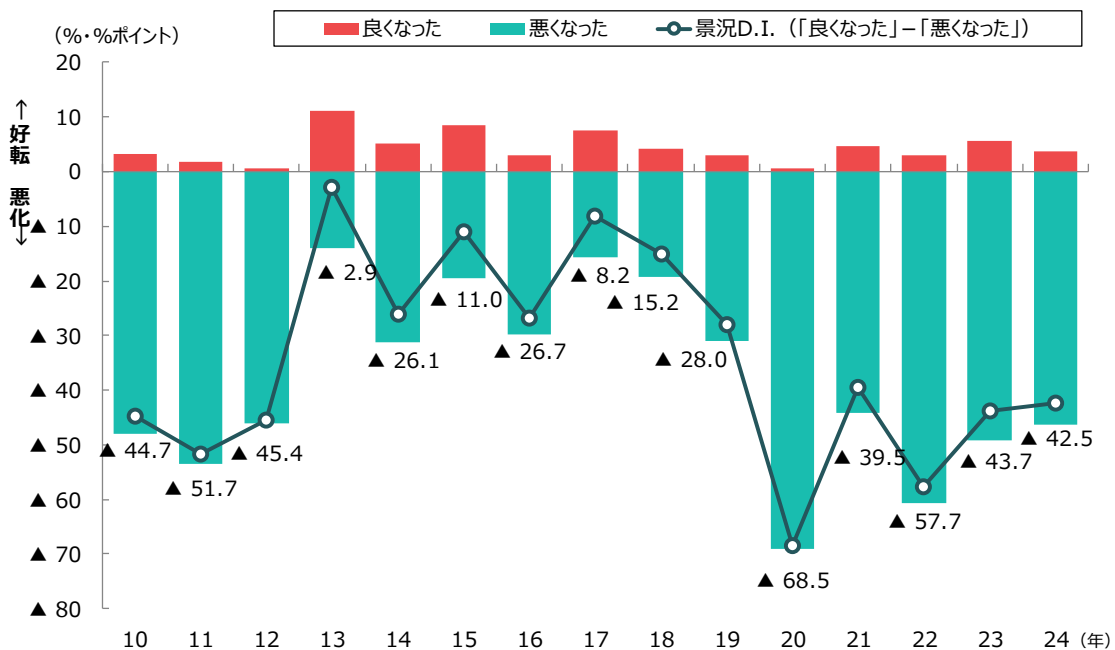
「現在（2024年）の景気は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「良くなった」が全体の4.3%、「変わらない」が40.6%、「悪くなった」が46.4%となった（図表1）。属性別に見ると、「悪くなった」は50歳代と60歳代以上で高くなっている。「悪くなった」と回答した理由としては、物価の上昇が多く挙げられた。

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。

図表1 景況感



【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

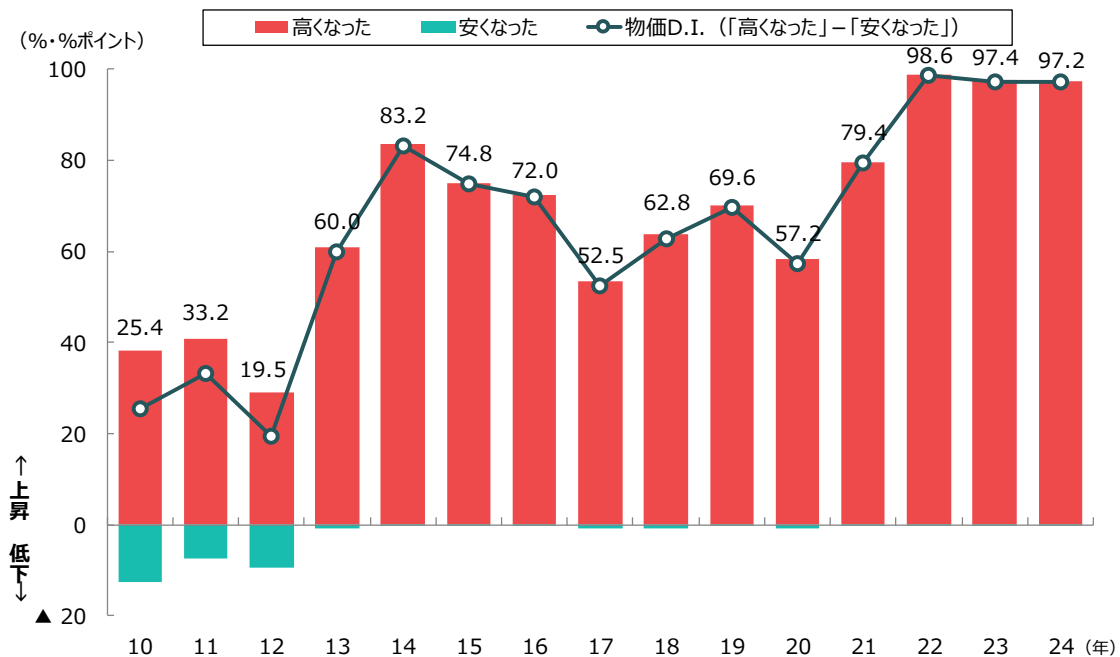
「現在の物価は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「高くなった」が全体の97.1%、「変わらない」が2.2%、「安くなった」が0.1%となった（図表2）。「高くなった」と回答した理由としては、食料品や野菜、米などの値上がりが挙げられた。

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。

図表2 物価観



【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。

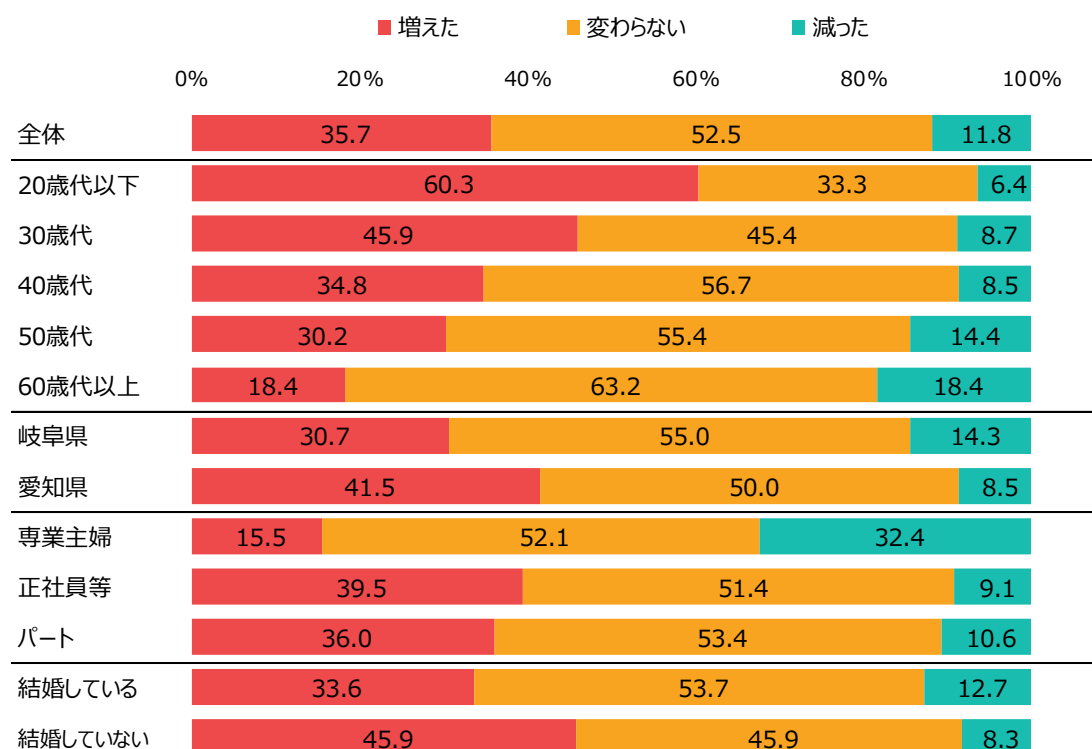
3. 収入と支出について

(1) 収入

「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。

図表3 収入

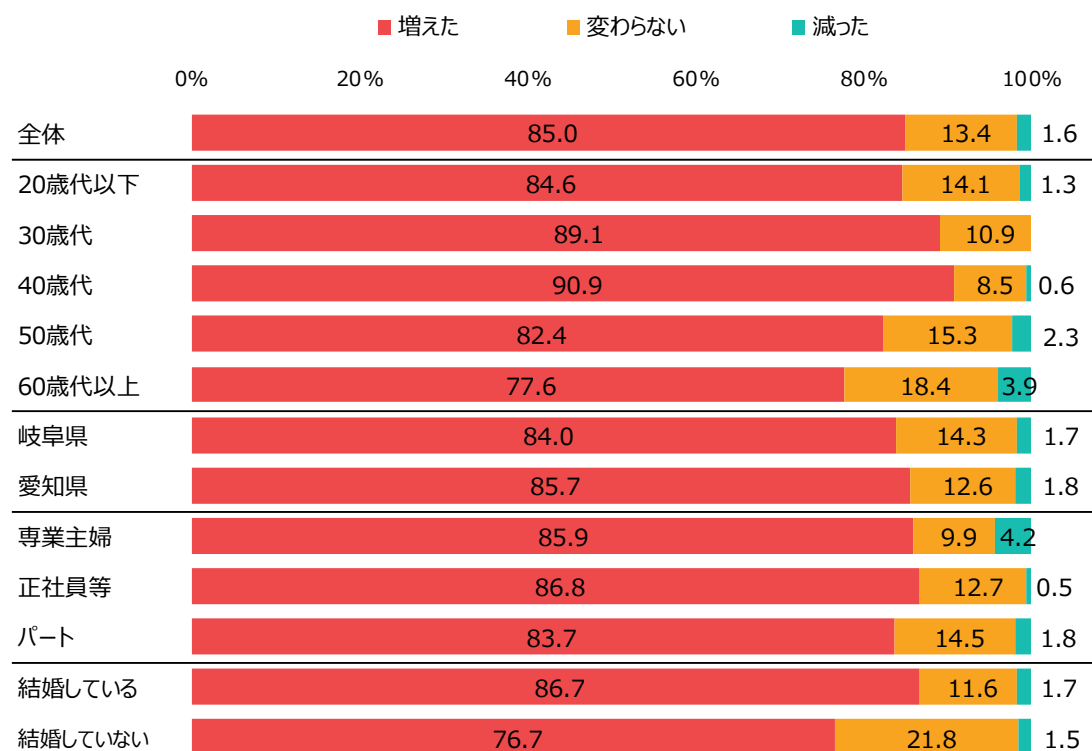


(2) 支出

「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」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。

図表4 支出



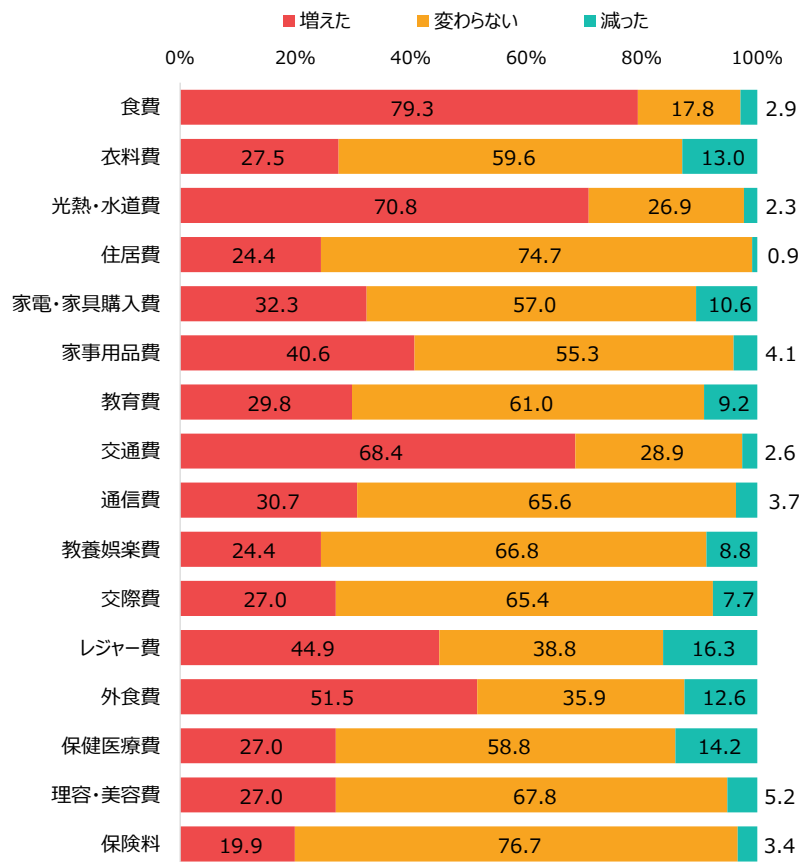
(3) 費目別支出

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歳代以下で特に高くなっている。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。

図表5 費目別支出（全体）



図表6 費目別支出 D.I.（属性別）

(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
岐阜県	73.7	12.3	71.7	25.2	21.2	38.1	15.5	69.0
愛知県	78.7	17.5	65.9	22.2	21.6	34.4	28.9	62.4
専業主婦	74.2	9.0	63.8	33.3	18.1	34.8	9.1	65.7
正社員等	77.6	18.3	72.8	19.5	18.5	36.2	19.2	67.1
パート	77.7	11.8	65.8	27.7	27.9	39.7	25.9	64.1
結婚している	78.3	14.9	69.7	25.2	23.7	37.4	22.9	65.7
結婚していない	66.7	13.6	62.3	15.5	14.5	34.1	9.7	66.9

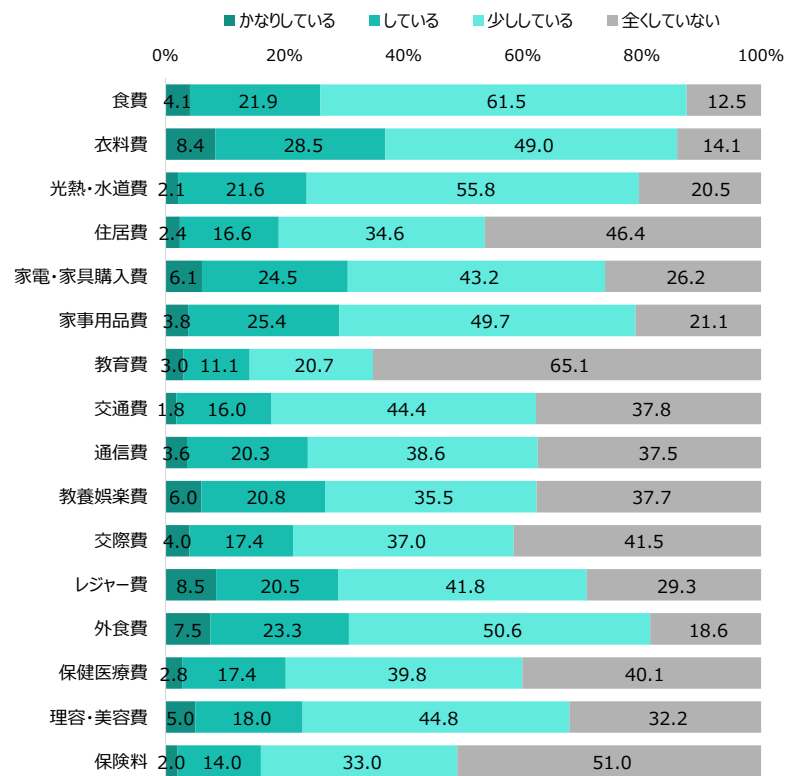
	通信費	教養娯楽費	交際費	レジャー費	外食費	保健医療費	理容・美容費	保険料
全体	27.0	15.6	19.3	28.6	38.9	12.8	21.8	16.5
20歳代以下	18.4	26.0	50.0	58.9	64.1	13.0	37.2	32.0
30歳代	21.8	31.5	24.0	54.1	64.1	17.0	25.2	15.4
40歳代	33.4	24.7	18.0	27.8	37.7	3.7	27.7	20.4
50歳代	31.2	2.8	11.5	12.4	20.5	9.6	14.1	12.3
60歳代以上	23.8	▲ 2.8	9.4	4.8	21.6	20.9	14.9	11.2
岐阜県	30.4	11.9	18.8	27.1	35.3	17.1	21.7	23.4
愛知県	23.7	18.8	19.8	31.7	41.8	7.8	22.2	9.0
専業主婦	28.0	9.3	10.0	5.9	29.5	18.9	8.8	19.7
正社員等	27.0	18.1	24.4	39.5	48.9	10.4	25.5	20.8
パート	27.7	13.7	15.8	19.9	27.8	14.9	20.7	9.6
結婚している	26.2	13.8	16.0	24.4	37.5	12.8	21.0	14.1
結婚していない	30.8	23.8	36.9	49.6	46.2	12.8	27.8	28.2

(4) 各費目の節約度合い

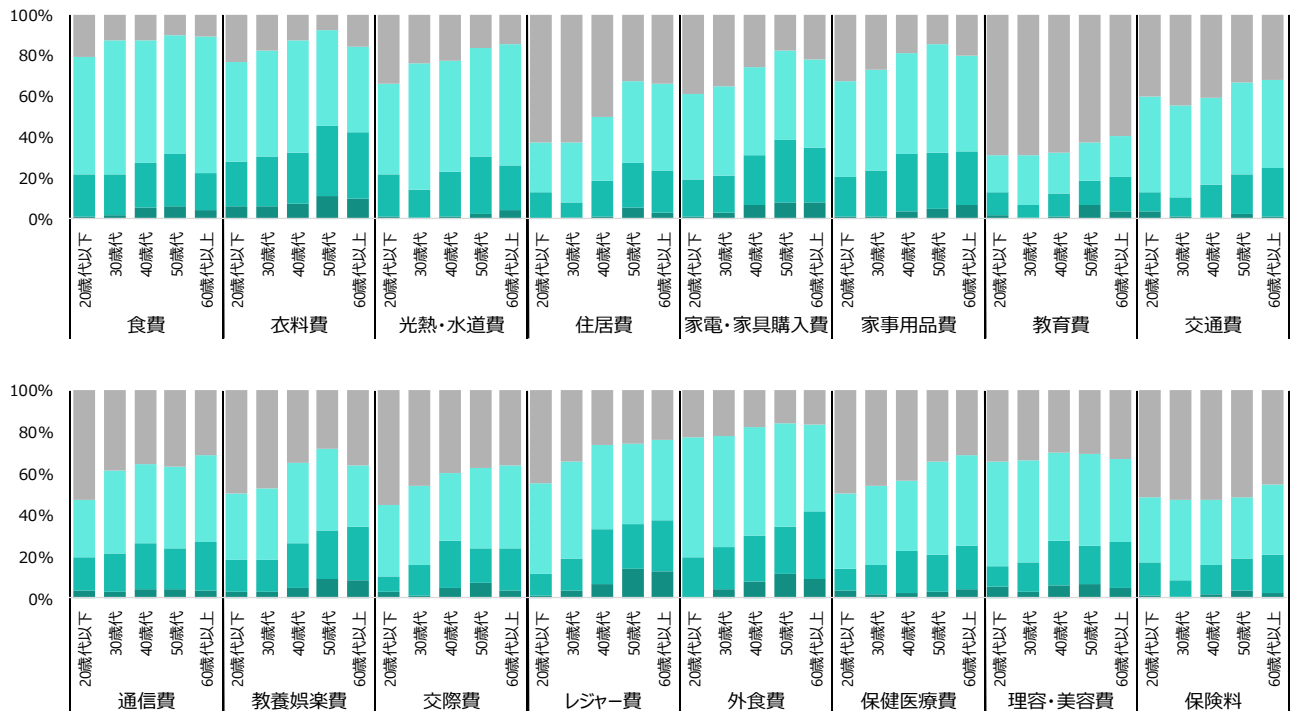
「各費目について、節約の度合いを4段階でお答えください」と尋ねたところ、「少している」「している」「かなりしている」を合わせた“節約している”が最も高いのは「食費」で87.5%、次いで「衣料費」が85.9%、「外食費」が81.4%だった。16費目中14費目で“節約している”が5割を超えた。「全くしていない」が最も高いのは「教育費」で65.1%だった（図表7）。

“節約している”を年代別に見ると、50歳代は「衣料費」、それ以外の年代は「食費」が最も高くなっている。また、「食費」「衣料費」「外食費」については、全ての年代で7割を超えている。さらに、「教養娯楽費」「レジャー費」「外食費」は年代が上がるほど「している」「かなりしている」を合わせた割合が高くなっている（図表8）。

図表7 各費目の節約度合い（全体）



図表8 各費目の節約度合い（年代別）



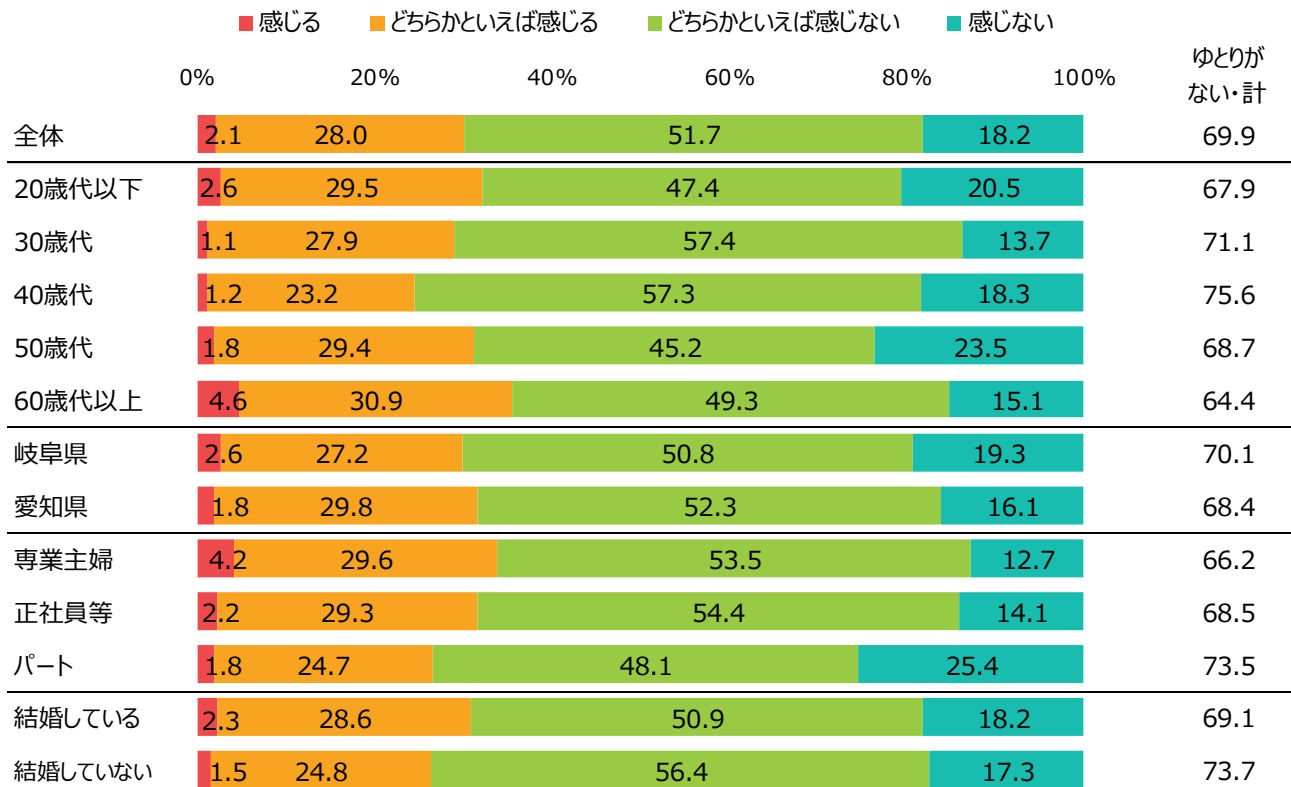
4. 生活のゆとりについて

(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 2.1%、「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 9）。「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、「感じない」はパートで比較的高くなっている。

図表9 生活のゆとり



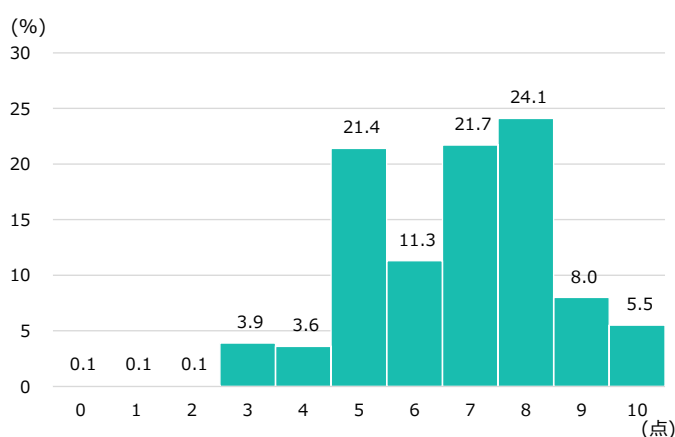
(2) 幸福度

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24.1%、次いで「7点」で21.7%となった（図表10）。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」、それ以外の年代は「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（6.97点）、愛知県（6.90点）、正社員等（6.77点）、「結婚している」（6.80点）となっている（図表11）。

図表10 幸福度（全体）



図表11 幸福度（属性別）

	(%)											(点)
	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

（注）網掛けは、各属性における最も回答率の高い項目。

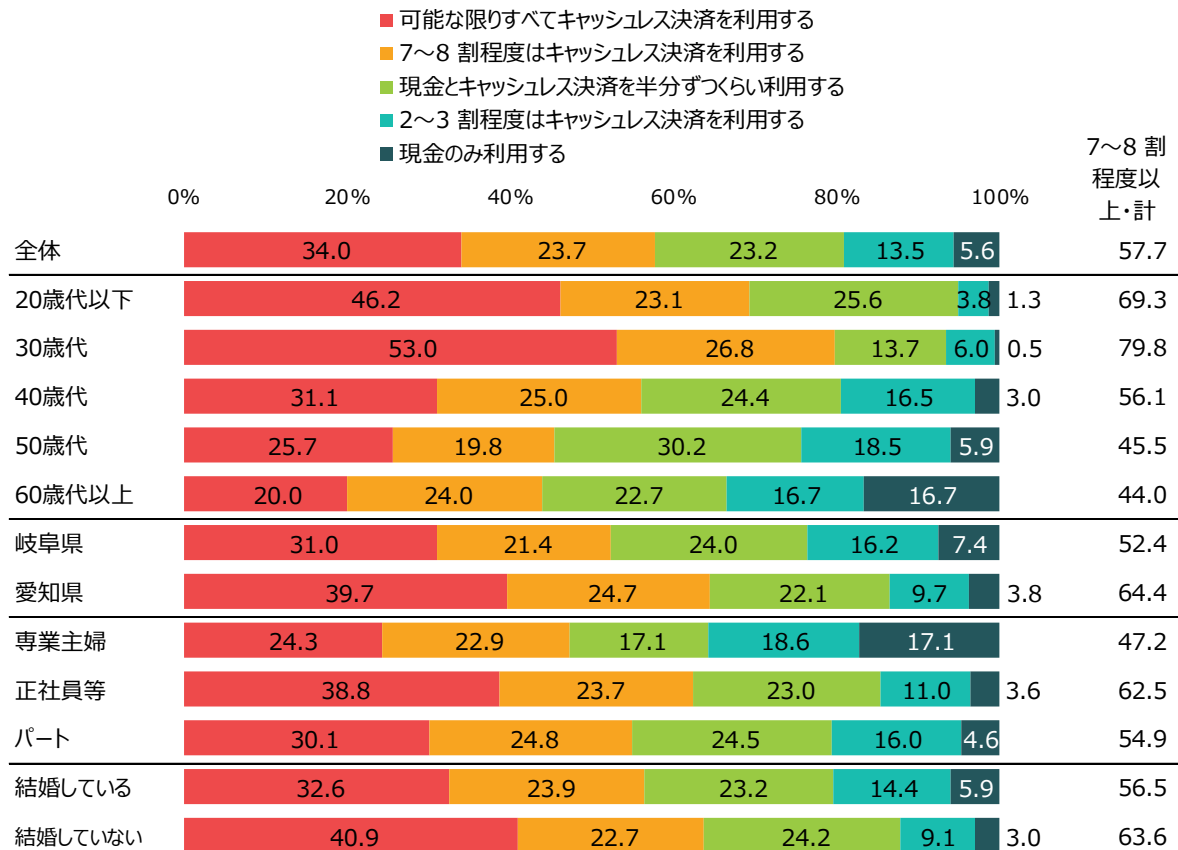
5. 買物について

(1) 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。

年代別にみると、「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 12）。

図表12 キャッシュレス決済の利用状況



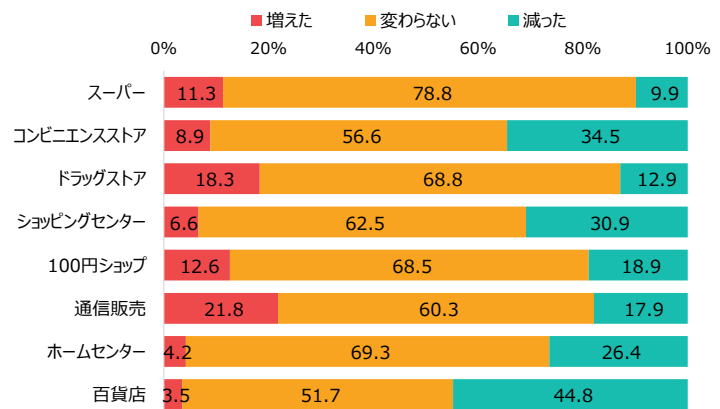
(2) 買物場所の利用回数

「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」(21.8%)、「減った」が最も高いのは「百貨店」(44.8%)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、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）

(%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
岐阜県	0.2	▲ 29.9	8.7	▲ 25.6	▲ 6.8	4.1	▲ 22.3	▲ 45.6
愛知県	1.5	▲ 20.8	1.6	▲ 23.6	▲ 6.4	2.8	▲ 23.6	▲ 36.3
専業主婦	1.5	▲ 49.2	4.6	▲ 22.5	4.6	▲ 14.5	▲ 6.2	▲ 50.0
正社員等	5.5	▲ 19.6	6.2	▲ 22.5	▲ 4.2	11.8	▲ 23.3	▲ 35.8
パート	▲ 3.7	▲ 28.3	4.4	▲ 26.9	▲ 11.4	▲ 1.8	▲ 24.1	▲ 46.8
結婚している	0.0	▲ 27.1	4.9	▲ 25.4	▲ 6.8	1.4	▲ 22.3	▲ 43.3
結婚していない	11.0	▲ 18.9	7.9	▲ 17.5	▲ 1.5	17.1	▲ 21.6	▲ 29.8

(3) 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かった（図表 15）。

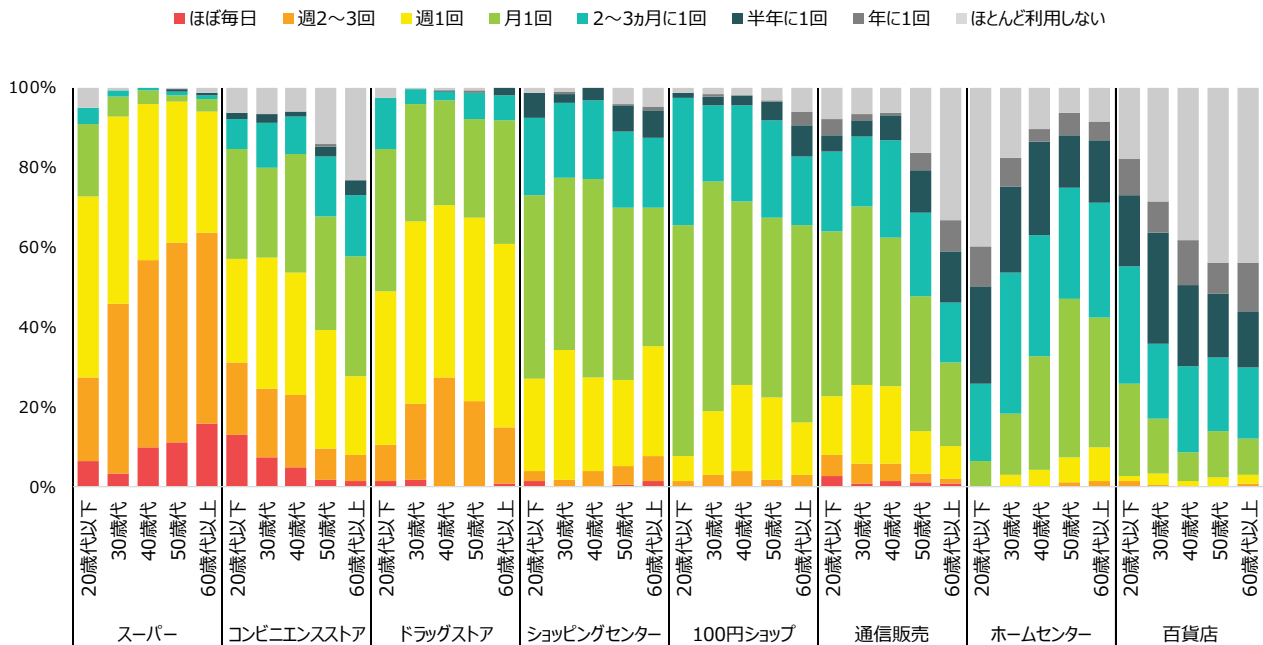
年代別に見ると、40 歳代以上で最も利用頻度が高いのは「スーパー」で「週 2～3 回」となっている。20 歳代以下は「スーパー」と「ドラッグストア」が最も利用頻度が高く、それぞれ「週 1 回」となっている。30 歳代は「スーパー」「コンビニエンスストア」「ドラッグストア」が最も利用頻度が高く、それぞれ「週 1 回」となっている。また、「スーパー」は年代が上がるほど「週 2～3 回以上」（「ほぼ毎日」と「週 2～3 回」を合わせた割合）が高くなっている。一方、「百貨店」は年代が上がるほど「ほとんど利用しない」が高くなっている（図表 16）。

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

（注）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）



以上