

**ママの消費スタイルは「節約と贅沢のメリハリ」にあり。
今後の節約は、「省エネ・節水家電の購入」、「手づくりでの儉約」。
プチ贅沢は、「イエナカ消費」、「ママ友との付き合い」。**

ママラボとは、「母親の視点にこだわって、次世代家族マーケットを活性化したい」という考えのもと、小学生以下の子どもを持つ母親と家族を対象に電通総研内に立ち上げたシンクタンクです。(所長:北風祐子)

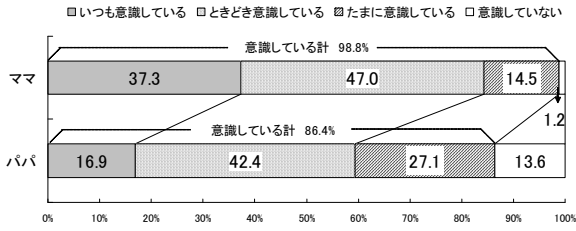
今回は、今年3月に実施した調査の結果をもとに、ママを中心に、この不況下でのファミリー層の消費を分析し、今後消費が活性化される領域を予測しました。主な知見は以下の通りです。

- ① **ママは、パパよりも節約と贅沢のメリハリをはっきりつける傾向あり:**ママの方が、パパよりも「節約を意識している」(ママ 98.8%>パパ 86.4%)と同時に、「昨年末以降ちょっとした贅沢をした」(ママ 81.9%>パパ 69.5%)人も多い。また、「1年前に比べ、お金の使い方にメリハリをつけている」(ママ 21.7%>パパ 10.2%)のも、ママの方が多い。(図表 1~3)
- ② **ママが今後行いたい節約は、「省エネ・節水家電の購入」と「手づくりでの儉約」:**ママの「今後やりたい節約」の上位3項目は、「省エネタイプ家電に買い替える」(54.2%)、「節水タイプの器具に買い替える」(48.2%)、「白熱電球をできるだけ電球型蛍光灯に切り替える」(44.6%)だった。また、ママはパパに比べ、手づくりでの節約に関心が高く、「家庭菜園やレンタル農地で食べられるものを作る」(ママ 38.6%>パパ 23.7%)、「趣味的なものを自ら手を加えたり、作ったりする」(ママ 30.1%>パパ 18.6%)、「昼食はなるべく自宅から弁当を持っていく」(ママ 31.3%>パパ 22.0%)などが、パパよりも、1割程度高かった。(図表 4)
- ③ **不況でも減りにくいのが、「自宅での食事」、「教育・資格関連」、「医療・保健」。減りそうなのは「外食」、「ファッションアクセサリー」、「光熱・水道費」:**もし世帯年収が1割減るとしたら、ママが削減したくない家計支出の上位3項目は、「自宅での食事」(43.4%)、「教育・資格関連」(26.5%)、「医療・保健」(26.5%)。一方、削減したい家計支出の上位3項目は、「外食・外での飲食」(37.3%)、「ファッション・アクセサリー」(26.5%)、「光熱・水道費」(25.3%)だった。(図表 5.6)
- ④ **ママとパパで、異なるプチ贅沢志向。家事・インテリアなどの「イエナカ消費」、「ママ友との付き合い」を重視するママに対して、パパは「スポーツ・レジャー」にお金を使いたい:**「削減したくない」から「削減したい」比率を引いた項目ごとのスコアをみると、ママとパパの傾向が逆のものがあり、ママの方が重要だと思っている支出項目は、「家電製品・家具」・「交際費」。一方、パパの方が重要だと思っている支出項目は、「スポーツ・アウトドア活動」、「アルコール飲料」、「旅行・宿泊」だった(図表 7)。実際に、今後のイベントや社会的出来事の中で、消費意欲や気分が盛り上がるきっかけとして、多く挙げたものは、ママでは「スーパーなどで国産食材が増える」(ママ 43.4%>パパ 22.0%)、パパでは「高速道路の休日千円乗り放題が開始される」(パパ 55.9%>ママ 41.0%)だった。(図表 8)

【参考資料】 ※ママ=20~49 歳既婚長子小学生以下女性、パパ=20~49 歳既婚長子小学生以下男性 全体=20~69 歳男女(学生除く)

図表1: 節約頻度

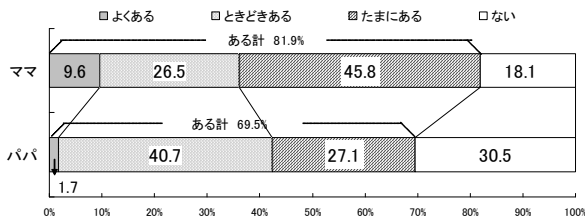
あなたは、日々の生活を送る中で、ちょっとした工夫や知恵を働かせることで、節約をすることを意識していますか？(SA)



	サンプル数	いつも意識している	ときどき意識している	たまに意識している	意識していない
全体	1000	32.4	44.7	18.3	4.6
ママ	83	37.3	47.0	14.5	1.2
パパ	59	16.9	42.4	27.1	13.6

図表2: 贅沢頻度

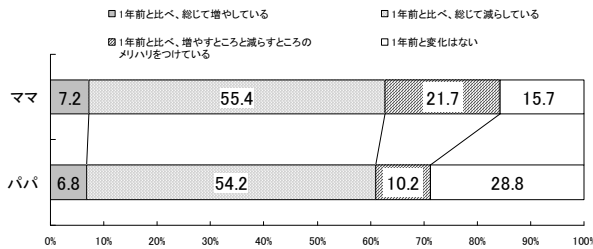
昨年末以降、日頃の節約のことを気にせずに、ちょっと贅沢なお金の使い方をしたことはどの程度ありますか？(SA)



	サンプル数	よくある	ときどきある	たまにある	ない
全体	1000	6.7	24.4	39.6	29.3
ママ	83	9.6	26.5	45.8	18.1
パパ	59	1.7	40.7	27.1	30.5

図表3: 支出変化

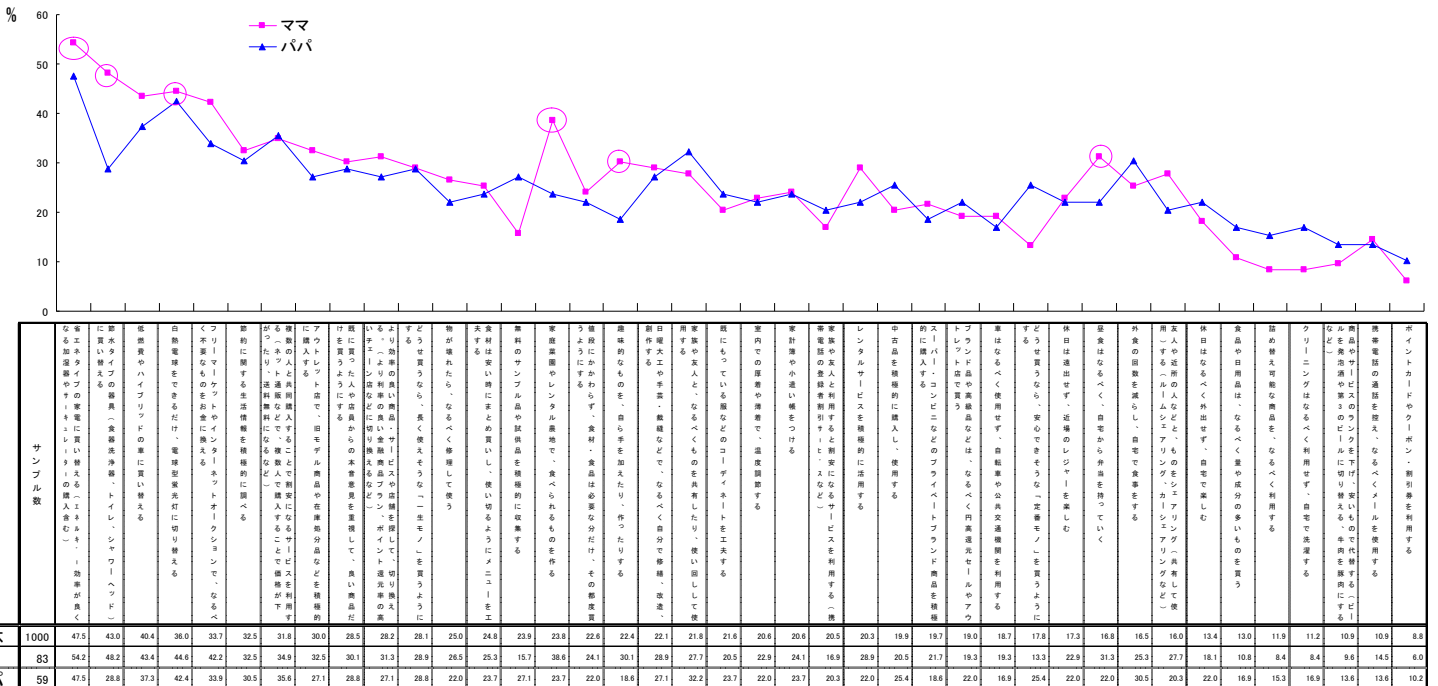
1年前と比べ、モノやサービスにかかるお金の使い方に関して、どのような変化がありますか？(SA)



	サンプル数	1年前と比べ、総じて増やしている	1年前と比べ、総じて減らしている	1年前と比べ、増やすところと減らすところのメリハリをつけている	1年前と変化はない
全体	1000	6.1	50.5	20.8	22.6
ママ	83	7.2	55.4	21.7	15.7
パパ	59	6.8	54.2	10.2	28.8

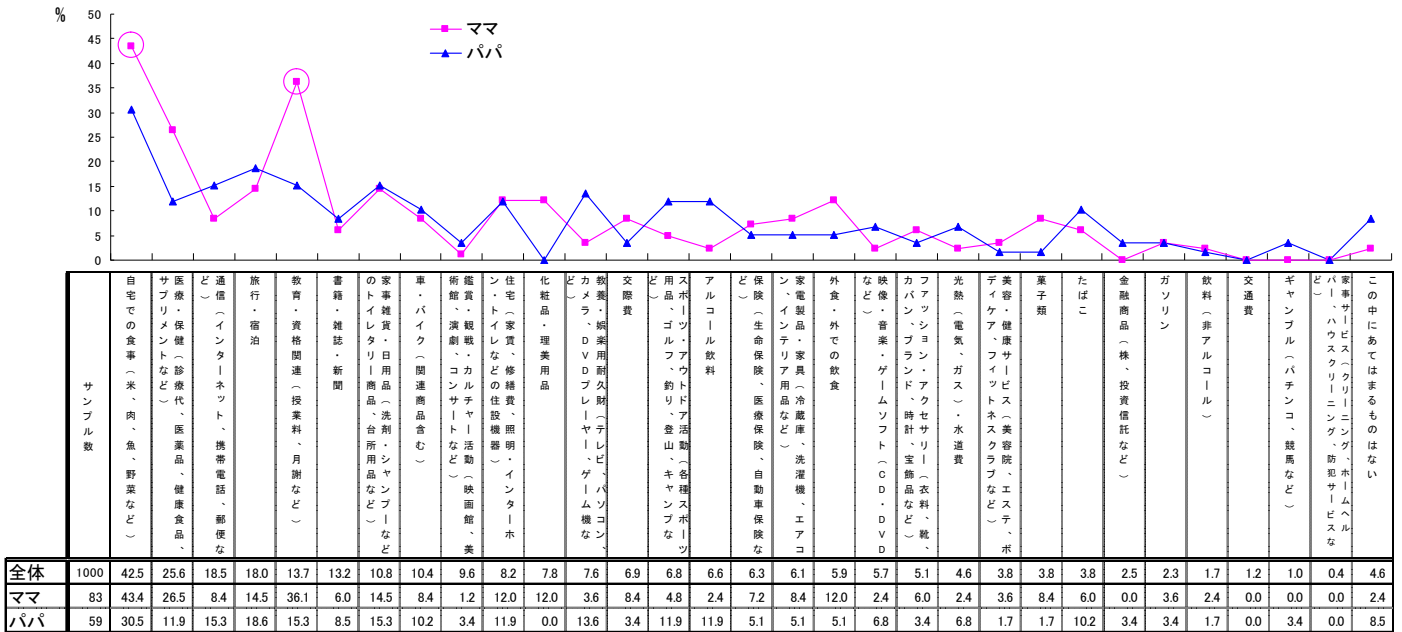
図表4: 今後行いたい節約

節約の中で、現在はやっていないが、今後行いたいことは？(MA)



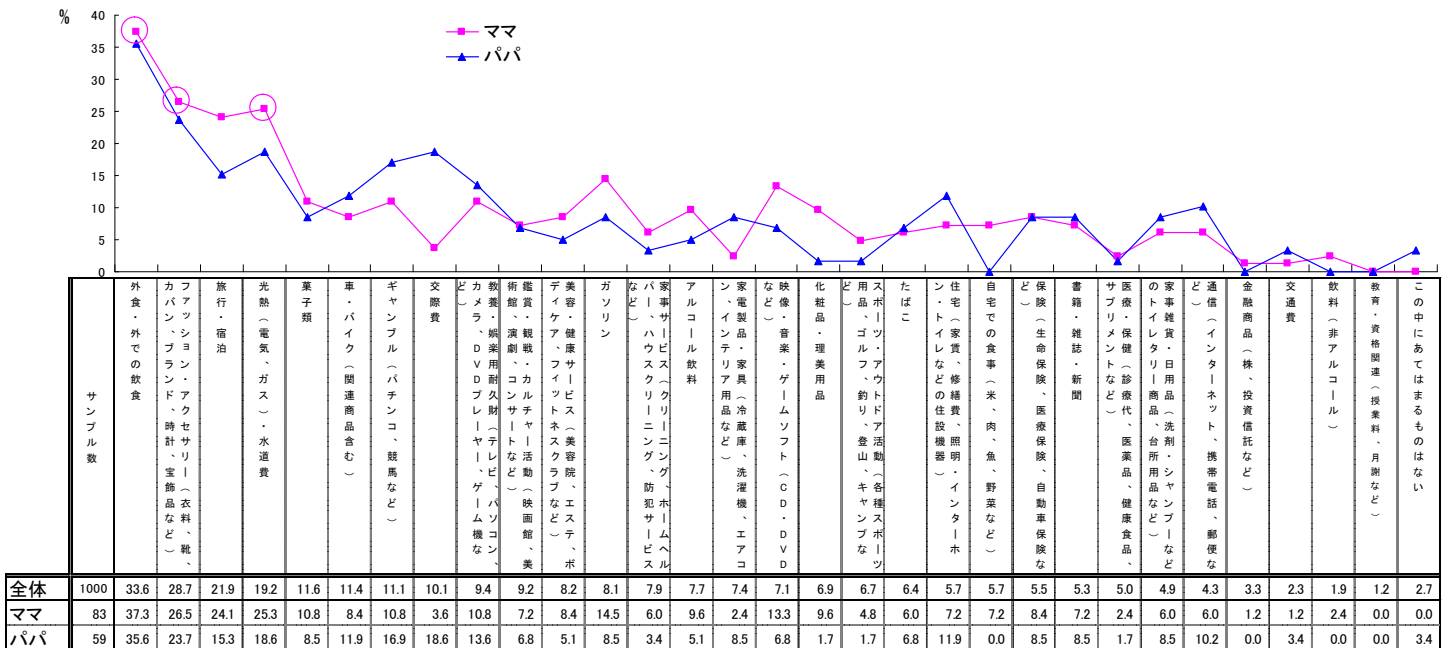
図表5: できるだけ削減したくないもの

もし、あなたの今年の世帯年収が1割程度減る場合、あなたご自身、あるいはあなたのご家庭でできるだけ削減したくないものはなんですか？(3つまで)



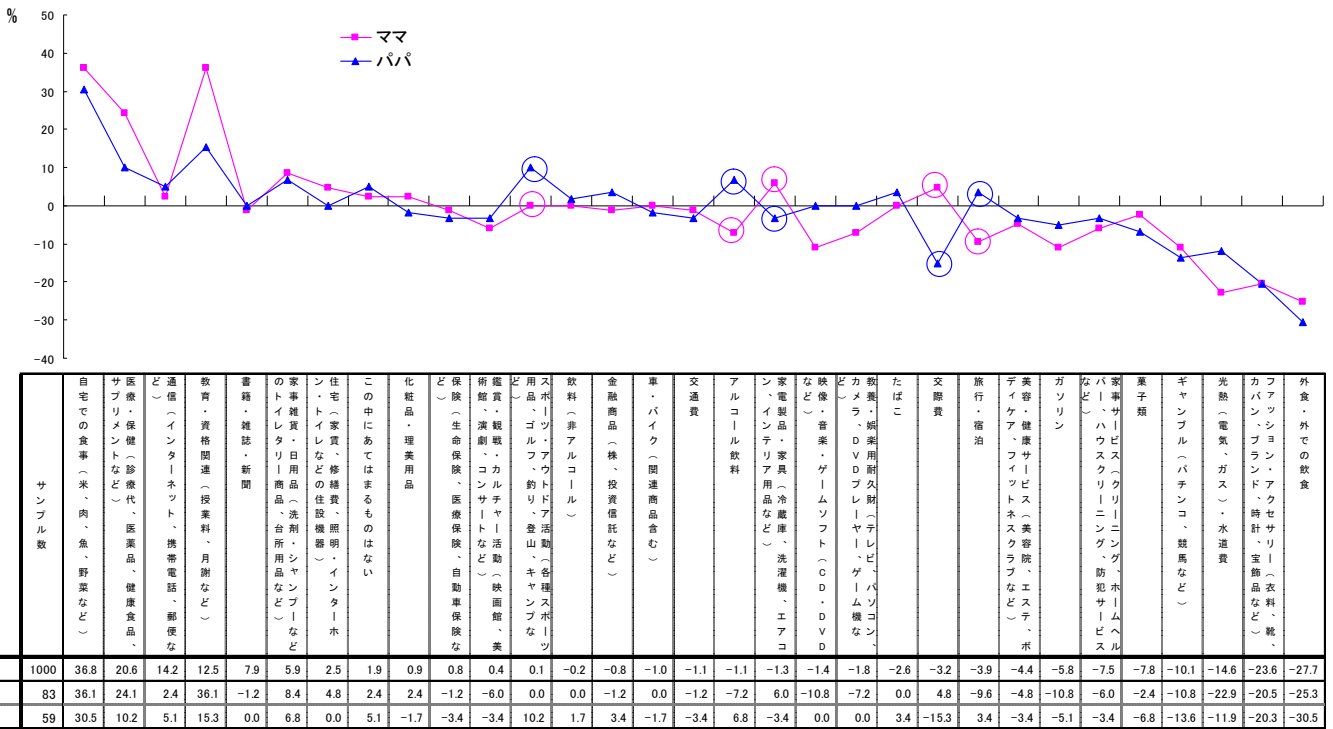
図表6: 最初に削減したいもの

もし、あなたの今年の世帯年収が1割程度減る場合、あなたご自身、あるいはあなたのご家庭で最初に削減したいものはなんですか？(3つまで)



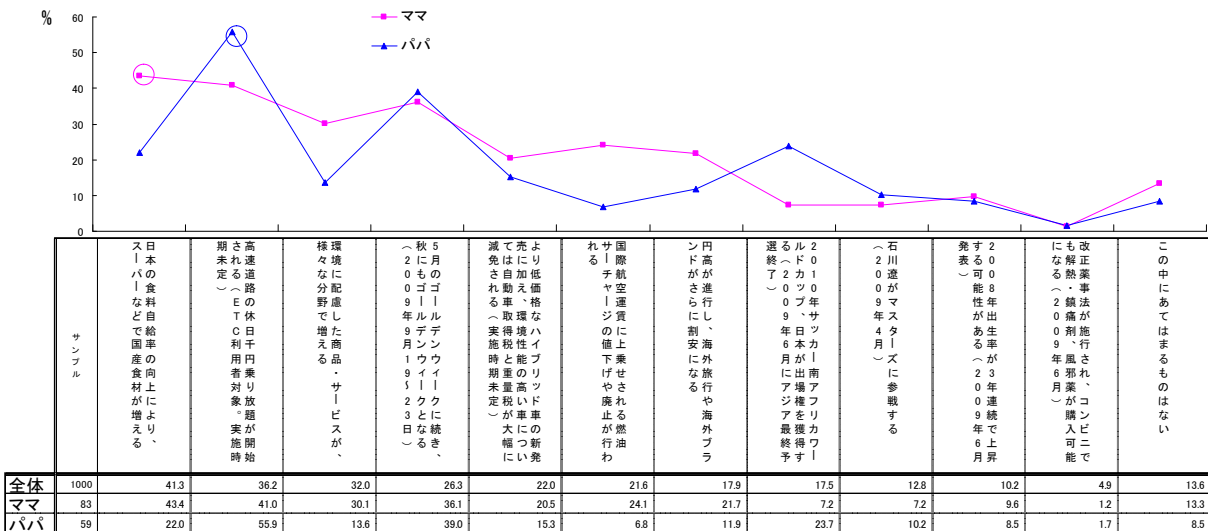
図表7:できるだけ削減したくないもの-最初に削減したいもの

図表4の値から図表5の値を引いたものでグラフを作成。数値が高いほど、自分にとって重要だと思っている。



図表8:今後の消費活性化イベント

今後、予定・予測される出来事やイベントで、あなたの消費意欲が少しでも高まったり、気分が少しでも盛り上がったらしいものをお知らせください。(MA)



■調査概要

・調査名:第1回消費気分調査

・調査対象:全国、20～69歳、男女個人(学生除く)、1000名(有効回答数)

※国勢調査の人口構成比に準じて性×年代を割付

・調査時期:平成21年2月27日(金)～3月2日(月)

・調査手法:電通リサーチ登録パネル(回答者)を用いたインターネット調査

問い合わせ先:(株)電通 電通総研 ママラボ (北風・東田) 03-6216-8458