

2011年4月

20～59歳の女性 1200名に聞いた 『新年度における消費の傾向』

～年末年始・夏季休暇に次いで出費が多い新年度、その実態と意識を探る～

この度の地震により被災された皆さま、そのご家族・ご関係者の方々に対しまして心よりお見舞い申し上げます。また、被災地の一日も早い復興をお祈り申し上げます。

第一生命保険株式会社（社長 渡邊 光一郎）のシンクタンク、株式会社第一生命経済研究所（社長 長谷川 公敏）では、全国に居住する20～59歳の女性1,200名を対象にアンケート調査を実施いたしました。

この程、その調査結果がまとまりましたのでご報告いたします。

《調査結果のポイント》

新年度に向けて新たに購入したいもの（希望）（P. 2）

- 新調したいのは「洋服」「靴」「学用品」がトップ3
- 30代・40代では「生活家電」のニーズが高い

新年度に向けて新たに購入する（した）もの（実態）（P. 3）

- 実際に買うのは「洋服」のほか、「学用品」「スクール用品」
- 洋服や靴は「買いたいけど買わない・買えない」人も少なくない？

新年度に向けた準備の経済負担（P. 4）

- 新年度の経済負担を重いと感じているのは40代に次いで30代
- 学用品等の子ども関連の出費が影響か？

新年度に対する意識（P. 5）

- 8割以上が新年度で「心機一転」、「新しいことを始めたい」人は67.6%
- 消費が喚起される人は半数程度

1年を通じて家計の出費が多い月（P. 6）

- 年の瀬は9割が「出費が多い」と回答、1月、8月、3・4月と続く
- 6月と、9月から11月にかけては出費が少ない

＜お問い合わせ先＞

(株)第一生命経済研究所 ライフデザイン研究本部
研究開発室 広報担当（安部・新井）
TEL. 03-5221-4771
FAX. 03-3212-4470

【アドレス】<http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/ldi>



《調査の実施概要、回答者の特性》

1. 調査地域と対象 全国に居住する 20 から 59 歳の女性 1,200 名
2. サンプル 第一生命経済研究所生活調査モニターより抽出
3. 調査方法 質問紙郵送調査法
4. 実施時期 2011 年 3 月
5. 有効回収数（率） 1,141 名（95.0%）
6. 回答者の属性

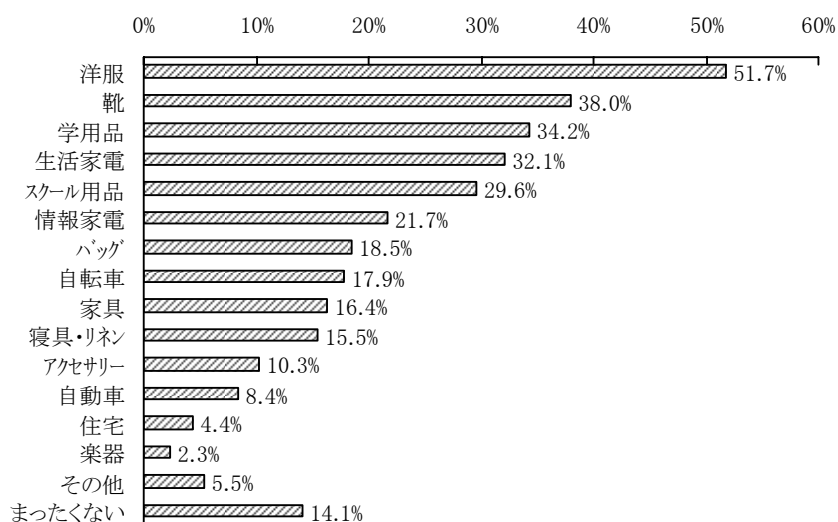
年代	人	パーセント
20 代	112	9.8
30 代	335	29.4
40 代	348	30.5
50 代	346	30.3
合計	1141	100.0

今回のアンケートは「東日本大震災」当日（3月11日）に発送されており、モニターからの回答はすべて震災後にいただいております。

新年度に向けて新たに購入したいもの(希望)

新調したいのは「洋服」「靴」「学用品」がトップ3
30代・40代では「生活家電」のニーズが高い

図表1 新年度に向けて新たに購入したいもの(希望)(全体、年代別)＜複数回答＞



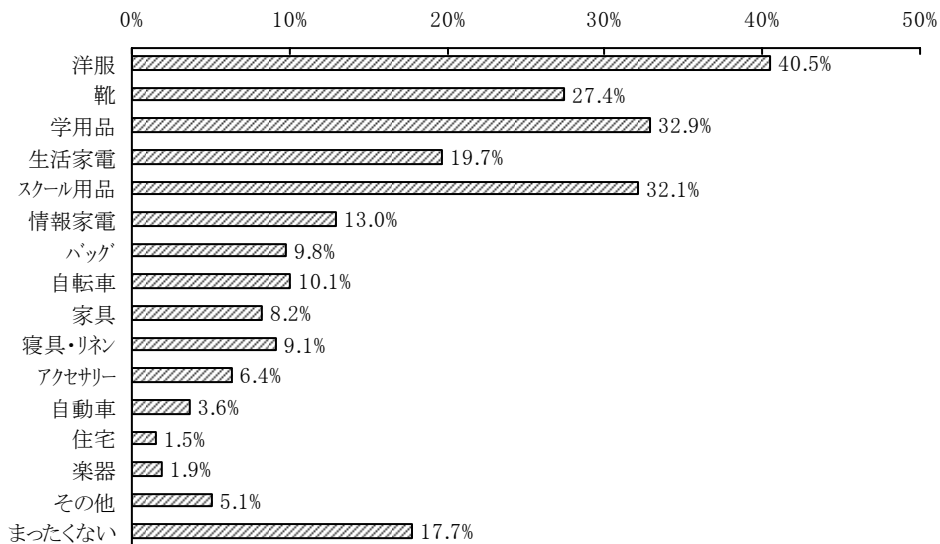
	20代	30代	40代	50代
n	112	335	348	342
洋服	67.0%	57.3%	54.6%	38.3%
アクセサリー	49.1%	36.4%	45.7%	28.1%
靴	13.4%	45.4%	53.7%	10.2%
バッグ	25.0%	29.6%	33.6%	35.4%
生活家電	16.1%	45.1%	42.5%	5.6%
情報家電	19.6%	17.3%	27.3%	21.1%
寝具・リネン	27.7%	14.9%	20.7%	16.7%
自転車	15.2%	17.9%	22.7%	13.7%
自動車	18.8%	16.1%	17.0%	15.2%
住宅	16.1%	14.9%	11.5%	19.9%
家具	17.0%	10.1%	10.6%	7.9%
スクール用品	8.0%	6.3%	8.6%	10.5%
学用品	6.3%	6.3%	3.2%	3.2%
楽器	0.9%	4.5%	2.3%	0.6%
その他	4.5%	5.7%	3.7%	7.3%
まったくくない	13.4%	8.1%	11.8%	22.5%

「新年度に向けて、自分や家族のために新たに購入したいと思うもの(希望)はなんですか」とたずねたところ、最も多かったのは「洋服」で51.7%を占めました。これは20代で特に回答が多く、67.0%に達しています。全体ではこれに「靴」「学用品」が続きます。30代・40代では、生活家電に対するニーズが、20代や50代に比べて高いことが明らかになりました。「まったくくない」とした人は50代で最も多くなっています。

新年度に向けて新たに購入する(した)もの(実態)

実際に買うのは「洋服」のほか、「学用品」「スクール用品」
洋服や靴は「買いたいけど買わない・買えない」人も少なくない？

図表2 新年度に向けて新たに購入する(した)もの(実態)(全体、年代別) <複数回答>



注:並びは図表1の項目順

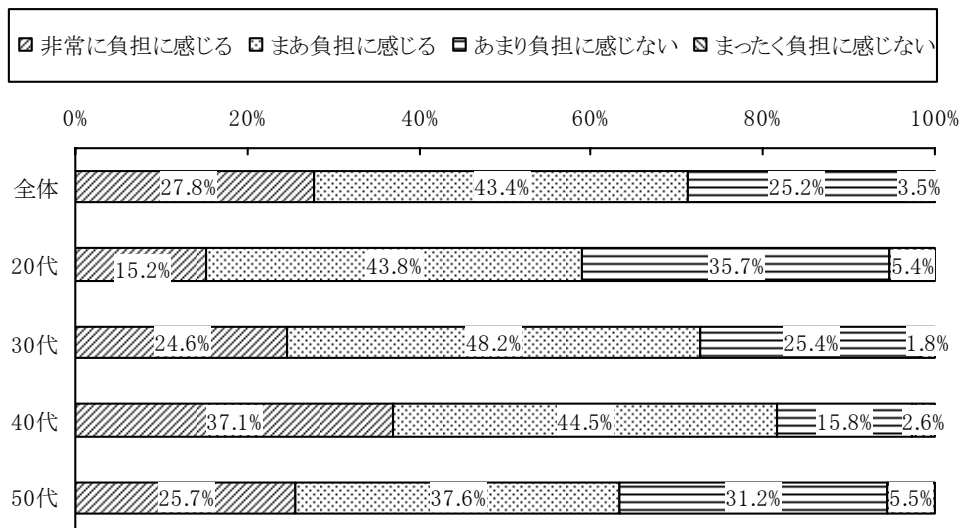
	20代	30代	40代	50代
n	112	334	347	340
洋服	46.4%	38.9%	43.8%	36.8%
靴	25.9%	23.7%	34.9%	23.8%
学用品	15.2%	43.4%	50.1%	10.9%
生活家電	13.4%	12.3%	18.7%	30.0%
スクール用品	18.8%	50.9%	42.9%	7.1%
情報家電	11.6%	9.0%	17.0%	13.2%
バッグ	4.5%	8.7%	13.0%	9.4%
自転車	3.6%	10.2%	13.3%	8.8%
家具	7.1%	6.6%	7.8%	10.6%
寝具・リネン	5.4%	9.0%	6.6%	12.9%
アクセサリー	8.9%	5.1%	6.1%	7.1%
自動車	3.6%	2.4%	2.6%	5.9%
住宅	1.8%	3.0%	.0%	1.5%
楽器	1.8%	4.8%	.6%	.6%
その他	4.5%	4.5%	4.6%	6.5%
まったくくない	21.4%	11.7%	13.8%	26.5%

「新年度に向けて、自分や家族のために新たに購入したもの、もしくは実際に購入しようと考えているものはありますか」とたずねたところ、こちらでも「洋服」が最上位にきました。ただし、既出の希望が 51.7%であるのに対し、実態は 40.5%であることから、「買いたいけど買わない・買えない」人の存在がうかがえます。靴についても同様のことがいええます。2位以下は、「学用品」「スクール用品」と、子ども関連のものが続きました。

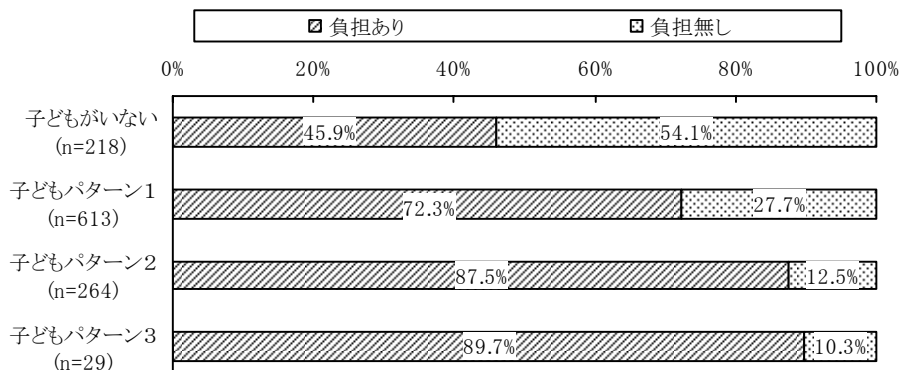
新年度に向けた準備の経済負担

新年度の経済負担を重いと感じているのは40代に次いで30代 学用品等の子ども関連の出費が影響か？

図表3 2～3月の家計の出費は負担に感じられるか(全体、年代別)



図表4 2～3月の家計の出費は負担に感じられるか(子どもの有無とパターン別)



注:子どもパターン1は、「未就学」「小学生」「中学生」「高校生ないし高校生の学年該当」「高校卒業年齢以上」のうち、1種類の子どもがいると回答したもの。パターン2は2種類、パターン3は3種類となっている

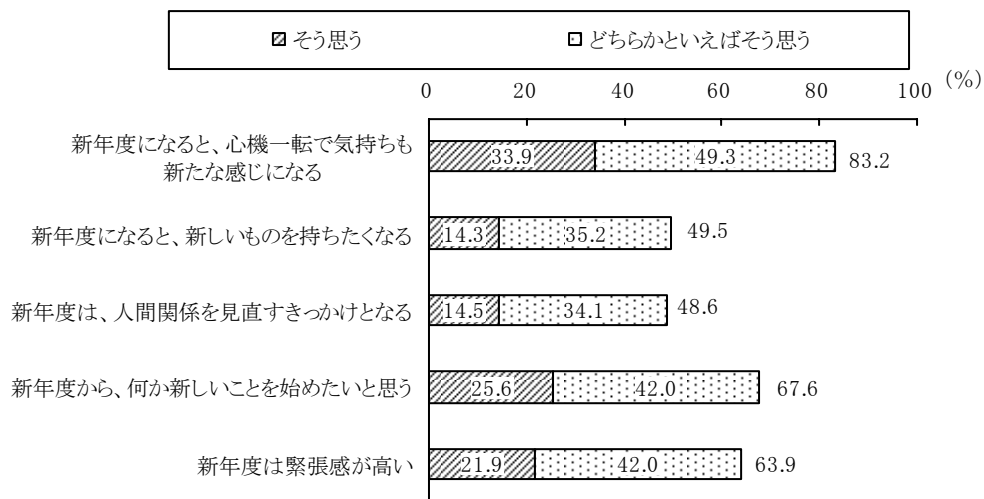
「新年度に向けた準備の期間（2～3月）の家計の出費は、日常生活において負担に感じられますか」とたずねたところ、全体では「非常に負担に感じる」が27.8%、「まあ負担に感じる」が43.4%となっており、71.2%が「負担に感じる」と回答しました。

子どもの有無とパターン別にみると、子どもがいる人で負担ありとする割合が高く、また、「未就学」「小学生」「中学生」「高校生ないし高校生の学年該当」「高校卒業年齢以上」の中で、該当する子どもが多い（拡大解釈すれば子どもの数が多い）ほど、負担ありとする割合が高いことがわかりました。これについては、学用品等の子どもの学校関連の出費が影響しているものと考えられます。

新年度に対する意識

8割以上が新年度で「心機一転」、「新しいことを始めたい」人は 67.6%
消費が喚起される人は半数程度

図表5 新年度に対する意識(全体、年代別)



	20代	30代	40代	50代
新年度になると、心機一転で気持ちも新たな感じになる	86.6%	86.2%	86.5%	75.8%
新年度になると、新しいものを持ちたくなる	60.7%	57.5%	51.7%	36.0%
新年度は、人間関係を見直すきっかけとなる	46.4%	49.4%	54.9%	42.2%
新年度から、何か新しいことを始めたいと思う	71.4%	68.2%	69.0%	64.4%
新年度は緊張感が高い	61.6%	68.5%	73.0%	51.0%

注:「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計

新年度に対する意識についてたずねました。「新年度になると、心機一転で気持ちも新たな感じになる」について「そう思う」と回答した人（「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計、以下同じ）は全体で 83.2% となっていました。

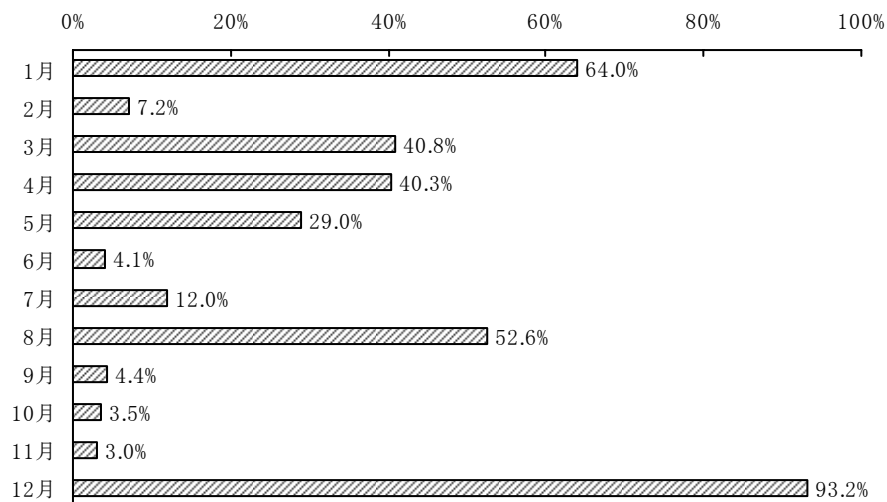
また、「新年度から、何か新しいことを始めたいと思う」については 67.6% が、「新年度は緊張感が高い」については 63.9% が「そう思う」としています。

「新年度になると、新しいものを持ちたくなる」「新年度は、人間関係を見直すきっかけとなる」については、半数弱が「そう思う」と回答しました。気持ちは新しくなると思う人が多い一方で、持ち物を新しくするなどの消費が喚起される人は半数程度であることがわかりました。

1年を通じて家計の出費が多い月

年の瀬は9割が「出費が多い」と回答、1月、8月、3・4月と続く
6月と、9月から11月にかけては出費が少ない

図表6 家計の出費が多いと感じられる月<4つまでの複数回答>



	20代	30代	40代	50代
n	112	334	348	344
1月	64.3%	72.2%	57.8%	62.2%
2月	12.5%	8.7%	5.5%	5.8%
3月	33.0%	41.0%	50.0%	33.7%
4月	25.0%	34.4%	46.8%	44.5%
5月	33.0%	30.8%	24.7%	30.2%
6月	5.4%	4.2%	6.0%	1.7%
7月	17.0%	13.2%	11.5%	9.6%
8月	47.3%	54.8%	50.3%	54.7%
9月	8.0%	3.0%	3.2%	5.8%
10月	3.6%	2.1%	3.7%	4.7%
11月	5.4%	2.7%	2.9%	2.6%
12月	88.4%	93.7%	94.3%	93.3%

年間を通じて家計の出費が多いと感じられる月を4つまで選んで回答してもらいました。その結果、最も回答が多かったのは12月（93.2%）となりました。これに1月が64.2%で続いています。年末年始は何かと物入りなようです。続いてあげられたのは8月でした。これは夏季休暇によるレジャー消費と推察されます。新年度にあたる3月・4月は4・5位を占め、ゴールデンウィークのある5月を上回っていました。

《研究員のコメント》

消費の牽引役はなんといっても女性です。特に家計を預かる女性にとっては、自分や家族の日常生活やライフイベント、レジャーなどにかかる費用を考える機会も多いといえます。今回、そうした視点から新年度にあたっての消費について女性のデータを収集しました。

新年度はやはり心機一転、そのために欲しいものは新しい服や靴……。今回の調査からはそんな新年度特有の消費傾向がうかがい知れる結果を得ました。

とはいえ、新年度の出費は家計にとっての負担感もあり、7割以上が「お金がかかる」「負担を感じる」と答えています。特にその傾向は40代で強いことがわかりました。実際に、年間を通じて出費が多い月についての回答をみると、40代では3月をあげている割合が50%、4月をあげている割合が46.8%となっており、他の年代に比べてかなり高いことが明らかとなっています。

年末年始、夏季休暇、新年度、ゴールデンウィーク。短期的なマネープランは、この波にそって計画的に貯蓄をすることがポイントのようです。

(研究開発室 副主任研究員 宮木由貴子)