

2011年12月21日

電通総研『消費気分調査』レポート Vol.12

電通総研では、節約・贅沢等の支出意識を定点観測する『消費気分調査レポート』を四半期ごとに発表しております。第12回ではそれに加え、「昨年、今年、来年それぞれの幸福度」、「冬のボーナスの使い道」、「冬の節電」、「お正月の過ごし方」などについて調査いたしました。（調査概要については、6頁をご参照ください）

【調査結果サマリー】

- ① **消費気分指数は85.5ポイント。前回調査(2011年9月)から0.2ポイント減。**
 - ✓ 消費気分は、横ばいで推移(消費気分指数は2011年9月時点から0.2ポイント減で、85.5ポイント)。
 - ✓ メリハリ消費の傾向強まる。9月から4.3%増加し、過去最高の31.6%に。
- ② **幸福度、2011年は61.6点。2010年(63.5点)よりもやや低いが、2012年(68.8点)への期待は高い。**
 - ✓ 2011年は61.6点、2010年は63.5点。2012年は68.8点と高い数値に。
 - ✓ 女性が男性よりも総じて高い数値。性年代別で、男性20代は3年間全てで最も低い結果に。
- ③ **冬のボーナス、支給予定金額は84.9万円(世帯平均)。満足している人は30.1%、不満は44.8%。**
 - ✓ 支給予定金額は84.9万円(世帯平均)。
 - ✓ 使い道から、慎重な生活者の消費行動が窺える。1位「貯蓄」(49.1%)、2位「ローンや借金の返済」(27.6%)、3位「生活費の補填」(23.9%)、4位「国内旅行」(15.3%)。
- ④ **冬の節電、衣類で暖をとって電力使用を控えるという姿勢が明白に。女性では食の工夫も。**
 - ✓ 冬の節電対策は、1位「厚着をするなど、暖房機器の使用を控える」(68.0%)、2位「照明機器のスイッチはこまめに切る」(56.5%)など、衣類で寒さ対策をし、家庭での電力使用を抑えることが上位に。また、総じて男性よりも女性の方が節電意識が高い。
 - ✓ 女性は、「体温上昇効果のある食品を食べる」(男性:17.7%<女性:39.8%)、「ごはんは食べる都度に炊くなど、保温機能の使用を控える」(男性:15.6%<女性41.1%)など、食分野の工夫も。
- ⑤ **来年のお正月の予定。20代で弱まる「お正月」意識。60代はアクティブにお正月を満喫。**
 - ✓ 1位「おせち、お雑煮などの“食”を楽しむ」(45.7%)、2位「初詣に行く」(43.8%)などお正月ならではの項目が上位に。
 - ✓ ただし20代は、お正月のイメージが他年代より薄く、通常の休日化している模様。
- ⑥ **生活者の55%以上が持つ意識(12月時点)に「メリハリ志向」(77.5%)など15の意識。**
 - ✓ 生活者の55%以上が持つ意識に、「メリハリ志向」(77.5%)、「癒され志向」(72.5%)、「無駄排除志向」(71.1%)、「ハレ志向」(70.3%)、「絆志向」(69.1%)など15の意識が見られた。

① 現在の消費気分

消費気分指数は85.5ポイント。前回調査(2011年9月)から0.2ポイント減。

消費気分指数は、ほぼ横ばいで85.5ポイントとなった(2011年9月調査から0.2ポイント減)。震災での一時的な落ち込みからは脱却して回復傾向にあったが、長引く円高・株安などの経済的影響もあり横ばい状態が続いている。(資料編[1]参照)

消費気分指数の構成要素である「支出意識」の推移を見ると、「メリハリをつけている」が前回(9月)調査よりも4.3%増加して31.6%となり、2009年3月以降、メリハリ消費の意識は過去最高となっている。

消費気分指数を地方別にみると、前回(9月)調査で88.0ポイントだった東北地方が7.9ポイント下落。震災の復興が進まない先行きの不透明感が下落の要因とみられる。(資料編[2]参照)

自粛意識有無は「あり」の総計が1.1%下がって55.8%。横ばいではあるが、微減傾向が続いている。(資料編[5]参照)

② 幸福度

2011年は61.6点。2010年(63.5点)よりもやや低いが、2012年(68.8点)への期待は高い。

自分にとって非常に幸せな状態を「100点」、不幸せな状態を「0点」としたスケールで、今年、昨年、来年の幸福度をそれぞれ尋ねたところ下表の結果となった。

全体平均で見ると、3年間で2011年は最も低い61.6点、2010年は今年よりも僅かに高い63.5点、2012年の予想は68.8点であった。

男女別に見ると、女性は男性よりも高い数値を回答しており、女性を年代別にみると、50代が最も低いスコアであった。男性を年代別に見ると、60代が3年間全てで最も高いスコアを示した。

男女全ての年代別で見ると、男性20代が最も低いスコアであった。これに対し、女性20代は高いスコアを示しており、同年代でも性別により大きなギャップが見られた。これとは逆に、60代は男女ともにスコアは高かった。全ての性年代において、2012年のスコアは最も高く、幸せで明るい一年を過ごしたいという生活者の期待が表れている。

	2010年	2011年	2012年
全体	63.5	61.6	68.8
男性全体(n=589)	61.7	58.3	65.2
男性20代(n=96)	52.5	52.0	60.1
男性30代(n=131)	58.4	56.8	65.5
男性40代(n=114)	61.3	55.9	61.9
男性50代(n=137)	65.7	61.8	66.8
男性60代(n=111)	68.9	63.6	70.4
女性全体(n=611)	65.2	64.8	72.4
女性20代(n=98)	65.5	67.7	75.2
女性30代(n=133)	64.5	64.6	73.2
女性40代(n=115)	63.7	64.3	73.3
女性50代(n=142)	62.7	61.6	68.6
女性60代(n=123)	69.9	67.0	72.8

(点)

③ 冬のボーナスの支給予定額と使い道

支給予定金額は84.9万円(支給額を回答した世帯の平均)。満足している人は30.1%、不満は44.8%。

冬のボーナスの支給予定金額の世帯平均は84.9万円。「満足」「まあ満足」計30.1%に対して、「不満」「やや不満」計は44.8%。20代(61.1万円)の満足度が40.8%と他年代よりも高いのに対し、不満は50代(112.9万円)が50.0%となり、他年代を上回った。

冬のボーナスの使い道 第1位「貯蓄」、第2位「ローンや借金の返済」。 慎重な消費実態。

冬のボーナスの使い道を尋ねたところ、以下の結果となった。欧州の債務危機を背景とする海外経済の減速や、円高の継続といった不安要因が、「貯蓄」や「ローンや借金の返済」、「日頃の生活費補填」といった慎重なボーナスの使い道に表われている。その一方で、ポジティブな消費としては、「国内旅行」、「外食」、「車や家具・家電などの耐久財」が10%以上であった。

2011年度 冬のボーナスで購入を検討したい商品ジャンル

- | | |
|---------------------|-------------------------|
| ① 貯蓄(49.1%) | ⑥ 外食(11.3%) |
| ② ローンや借金の返済(27.6%) | ⑦ 車や家具・家電などの耐久財(11.0%) |
| ③ 日頃の生活費補填(23.9%) | ⑧ そのまま手もとに残す(11.0%) |
| ④ 国内旅行(15.3%) | ⑨ 教育、資格関連などの自己啓発(10.4%) |
| ⑤ 保険料・税金の支払い(14.4%) | ⑩ 旅行以外のレジャー娯楽(9.8%) |

11位～15位は下記の通り

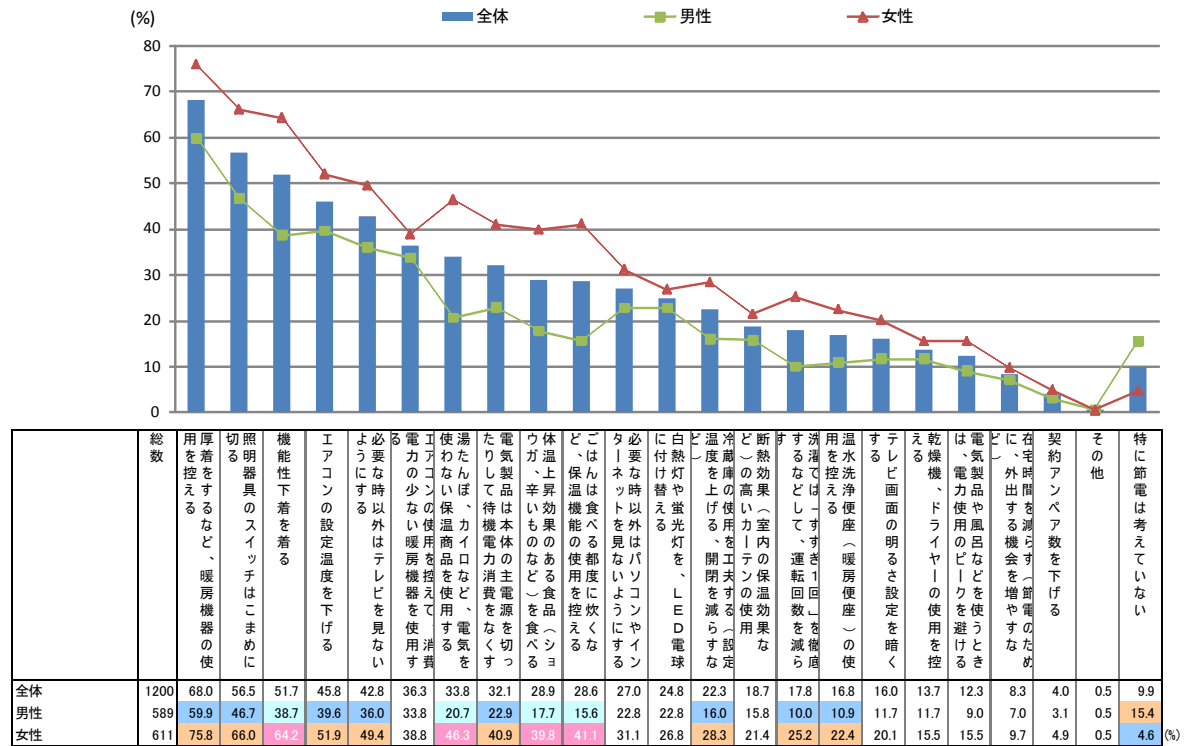
- ⑪ 自分用のファッション・アクセサリ(8.9%)、⑫ 海外旅行(8.3%)、⑬ 住宅購入や修繕(5.8%)、
⑭ 株や証券などの金融商品の購入(5.8%)、⑮ その他(5.5%)

④ 冬の節電対策

電力使用を控えて衣類で暖をとる、という姿勢が明白に。女性では食の工夫も。

冬の節電に関しては、「厚着をするなど、暖房機器の使用を控える」(68.0%)や「機能性下着を着る」(51.7%)といった衣類で暖をとる対策や、「エアコンの設定温度を下げる」(45.8%)、「照明機器のスイッチはこまめに切る」(56.5%)といった電力使用をなるべく控えるという対策が上位に並んだ。

男女別に見ると、女性は男性よりも節電意識は高く、その中でも特に「体温上昇効果のある食品を食べる」(女性:39.8%、男性:17.7%)や「ごはんは食べる都度に炊くなど、保温機能の使用を控える」(女性:41.1%、男性:15.6%)といった“食”に関する工夫で節電対策をする傾向があることが見てとれる。



全体との差分

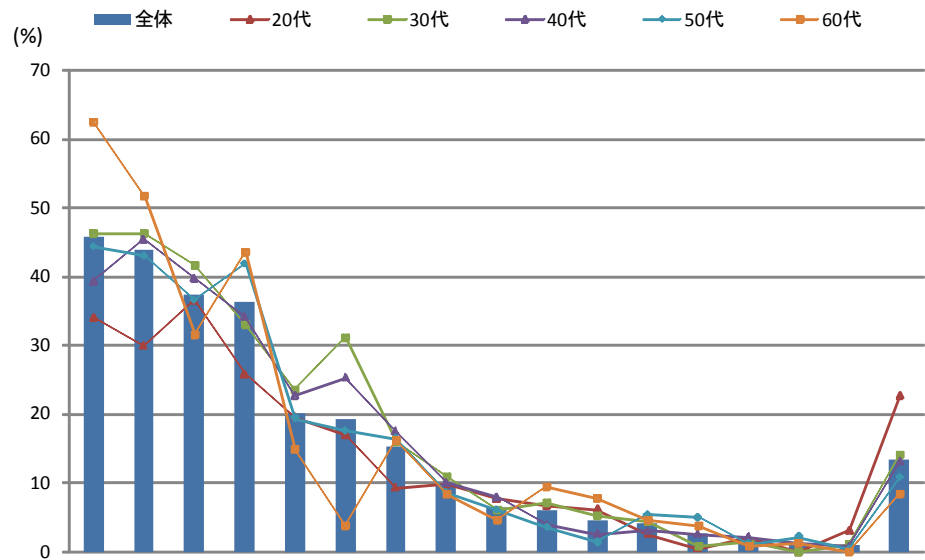
10%以上	5~10%	5~-5%	-5~-10%	-10%未満
-------	-------	-------	---------	--------

⑤ 2012年のお正月の過ごし方

20代で弱まる「お正月」意識。60代はアクティブにお正月を満喫。

来年のお正月の過ごし方について尋ねたところ、以下の結果となった。40%を超えたのは「お雑煮やおせち料理など、正月ならではの“食”を楽しむ」(45.7%)と「神社・寺院へ初詣に行く」(43.8%)であったが、年代によりバラつきが見られた。

上記2項目は60代がスコアをけん引(それぞれ62.4%、51.7%)。60代はお正月を満喫する傾向が見られ、「寝正月」は最も低い数値と、活発的に過ごすことが明らかになった。これに対し20代は、全体1位の「正月ならではの“食”を楽しむ」が34.0%、「神社・寺院へ初詣に行く」は29.9%といずれも全年代で最も低い。20代にとって、お正月の特別感は薄れ、通常の休日として過ごす人が多いと言えるだろう。



	総数	お雑煮やおせち料理など、正月ならではの“食”を楽しむ	神社・寺院へ初詣に行く	家でゴロゴロする(寝正月)	正月特番やスポーツ中継などのテレビを観る	親戚や、知人・友人などの家へ行く	帰省する(夫婦の場合はどちらかの実家に帰省する)	自宅でDVDを観たり、読書をして過ごす	福袋買いなどの、初売り年始パーゲンへ行く	その他	新年会/宴会をする	初日の出を見に行く	国内旅行をする	映画館で映画を観る	ジャージャー施設に行く	スキー場やテーマパークなどのレジャー	海外旅行をする	年始イベントライブに行く	わからない/決めていない
全体	1200	45.7	43.8	37.3	36.2	20.1	19.3	15.3	9.6	6.4	6.1	4.5	4.2	2.7	1.5	1.0	1.0	1.0	13.4
20代	194	34.0	29.9	36.6	25.8	19.6	17.0	9.3	9.8	7.7	6.7	6.2	2.6	0.5	2.1	0.0	3.1	22.7	
30代	264	46.2	46.2	41.7	33.0	23.5	31.1	15.9	11.0	6.1	7.2	5.3	4.5	0.8	1.5	0.0	1.1	1.1	14.0
40代	229	39.3	45.4	39.7	34.1	22.7	25.3	17.5	10.0	7.9	3.9	2.6	3.1	2.6	2.2	1.3	0.9	0.9	13.1
50代	279	44.4	43.0	36.6	41.9	19.4	17.6	16.5	8.6	6.1	3.6	1.4	5.4	5.0	1.1	2.2	0.4	0.4	10.8
60代	234	62.4	51.7	31.6	43.6	15.0	3.8	16.2	8.5	4.7	9.4	7.7	4.7	3.8	0.9	1.3	0.0	0.0	8.5

全体との差分

10%以上	5~10%	5~-5%	-5~-10%	-10%未満
-------	-------	-------	---------	--------

⑥ 日本人に浸透している15の生活意識

生活者の55%以上が持つ意識(12月時点)に「メリハリ志向」(77.5%)など15の意識。

「東日本大震災の影響を受け、今後強まっていくであろう32の意識」についての調査を、4月、6月、9月、12月の消費気分調査で定期的実施(4月は臨時調査かつ、24の意識)。その中で、震災後9カ月経つ今なお55%以上の人に支持され、日本人に根差したと思われる15の意識に下表の項目があげられた。

志向	意識	%
メリハリ志向	大切なことをよく考え、お金や時間の使い方のメリハリをつけたい	77.5
癒され志向	精神的癒しを求めたり、日常生活の中のささやかな幸せを大事にしたい	72.5
無駄排除志向	無駄を見直し、節約・我慢できること、買わずに済むことを考えたい	71.1
ハレ志向	日常のストレスを忘れたい、非日常的な気持ちになりたい	70.3
絆志向	家族の絆や身近な人々との絆をいままで以上に大切にしようと思う	69.1
安全志向	これまでの常識や法律基準にとらわれず、安全性への対策をしたい	68.8
情報質志向	わかりやすく、一見正しいように思える情報よりも、できるだけ本質的・実質的な情報を選んでいきたい	67.3
持続可能志向	エネルギー生産・供給の体制・あり方などへの関心をもっと持ちたい	67.1
節電節水志向	節電や節水の工夫を家事や生活に前向きに取り入れていきたい	66.2
社会維新志向	これまでの「建前主義」や「事なかれ主義」ではない政治や大企業のリーダーが早く出てきてほしいし、そのような人を応援したい	64.0
復興支援志向	被災地のこれからの生活再建を支援したい	62.8
エシカル消費志向	「社会に貢献しよう」「もっとよい社会に変えていこう」という姿勢が見える企業を応援したい	62.3
省エネ生活志向	必要以上にエネルギーを使用しないライフスタイルに変えていきたい	59.1
本質エコ志向	流行的な「エコ」ブームや自己満足的なエコ対策ではなく、省エネや環境に本当に有効なエコロジーの知識を身に付けたり、エコロジーの活動を知りたい	56.7
慎重食志向	飲料や食料の安全性を確認するために、これまで以上に原産地やどのように作られたのかを確認したい	56.0

【調査概要】

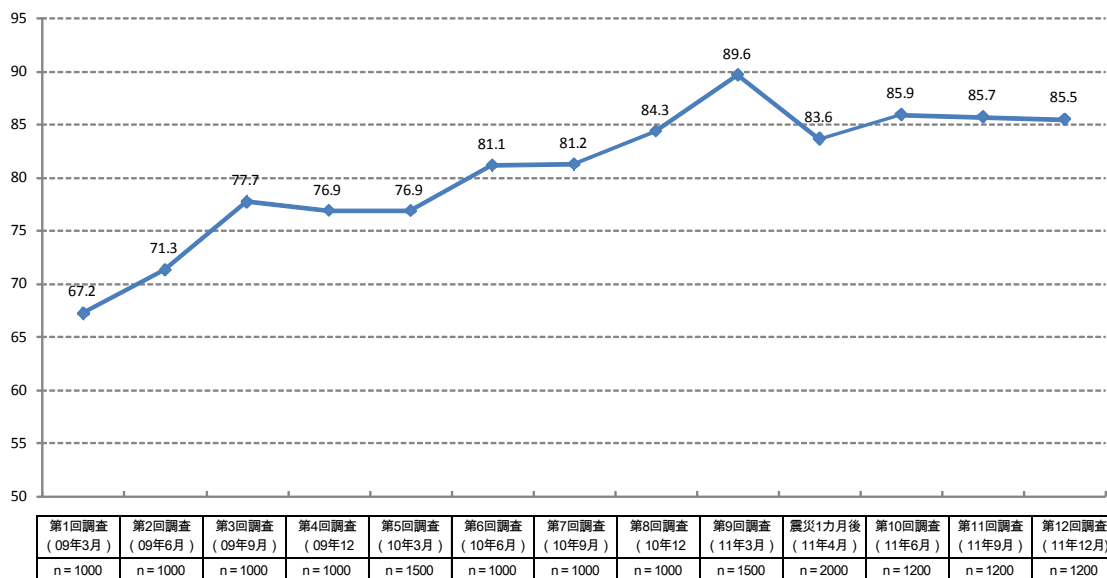
調査対象：全国、20～69歳、男女個人(学生除く)、1200名

調査時期：平成23年12月3日(土)～12月4日(日)

調査手法：電通マーケティングインサイト登録パネル(回答者)を用いたインターネット調査

【資料編】

[1]消費気分指数(全国の推移):9月調査から0.2ポイント減少して85.5ポイント。横ばいで推移。

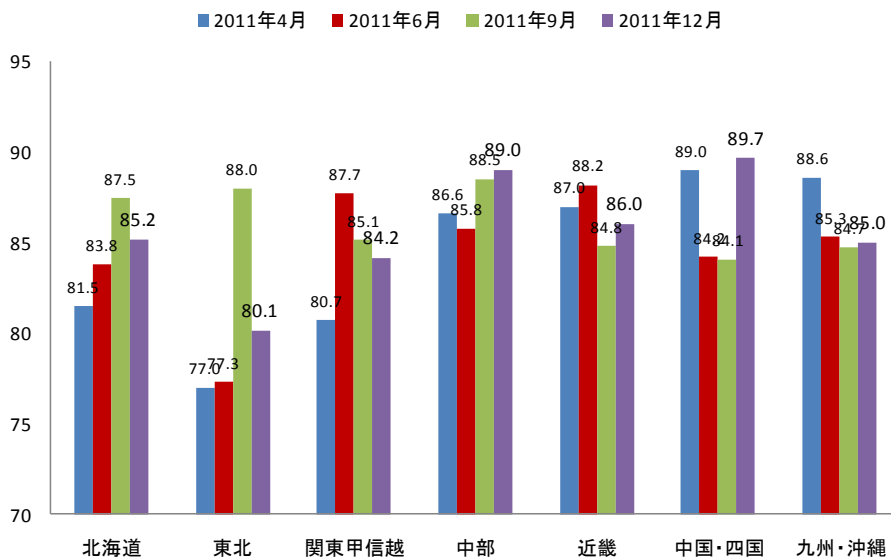


消費気分指数とは・・・

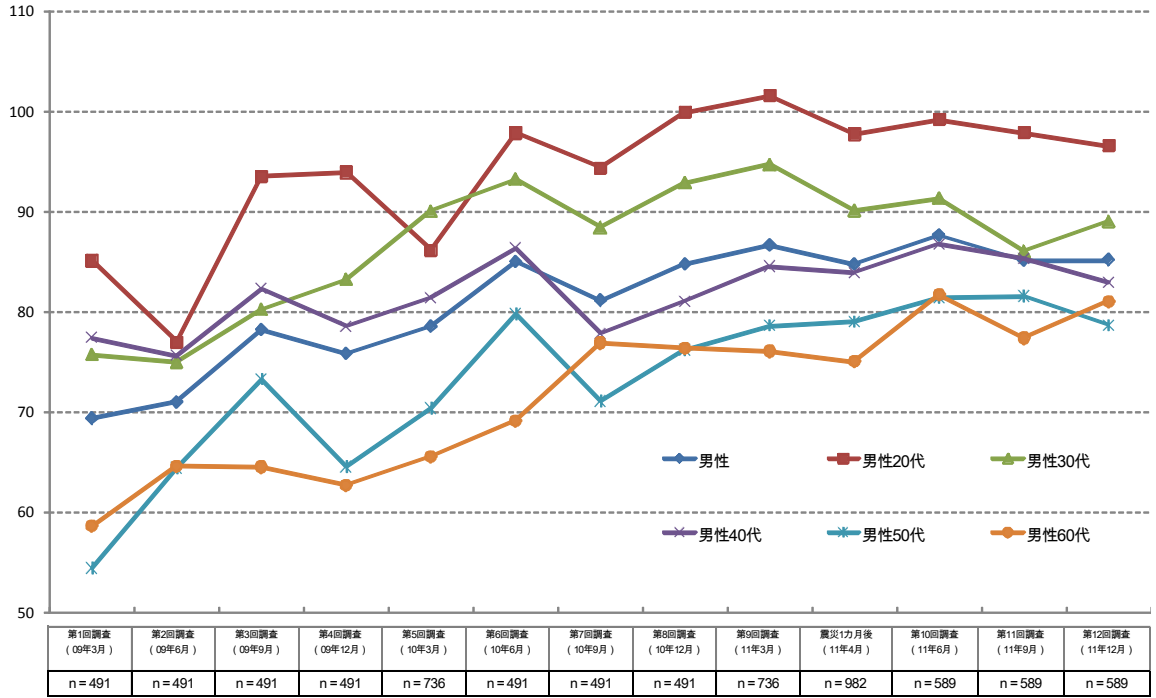
消費者の消費マインドを総合的かつ時系列で判断する指標。リーマンショック後の2009年3月より3か月毎に調査。

以下の5つの項目の数値から算出。①支出意識 ②ジャンルごとの支出意識 ③節約意識 ④贅沢意識 ⑤暮らし向き予測

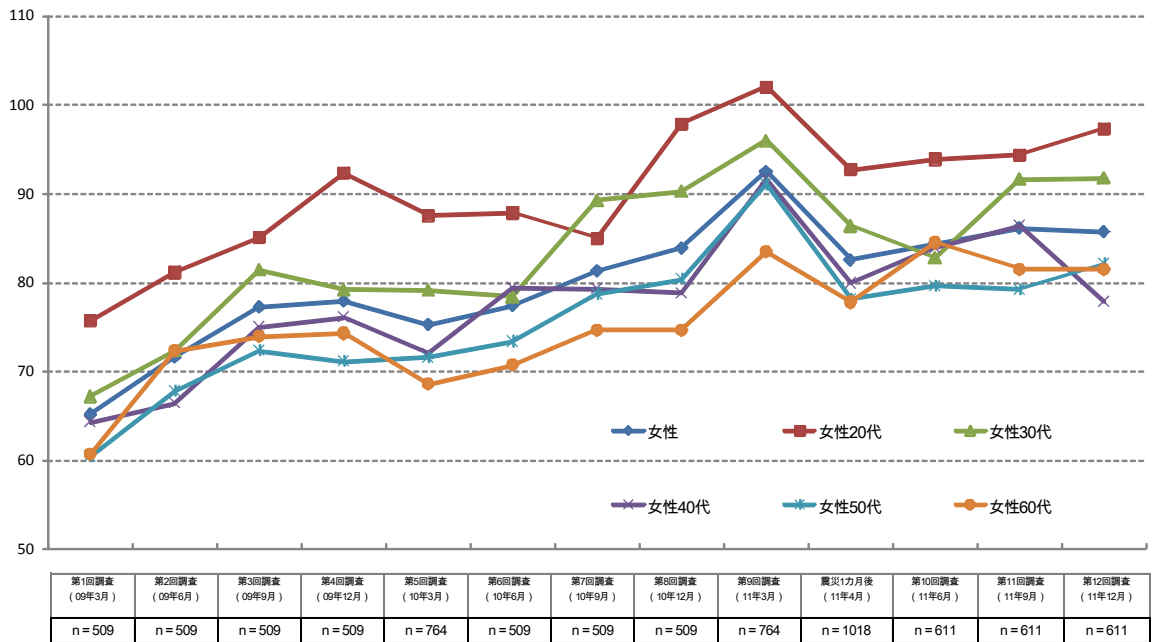
[2]消費気分指数(地域別)



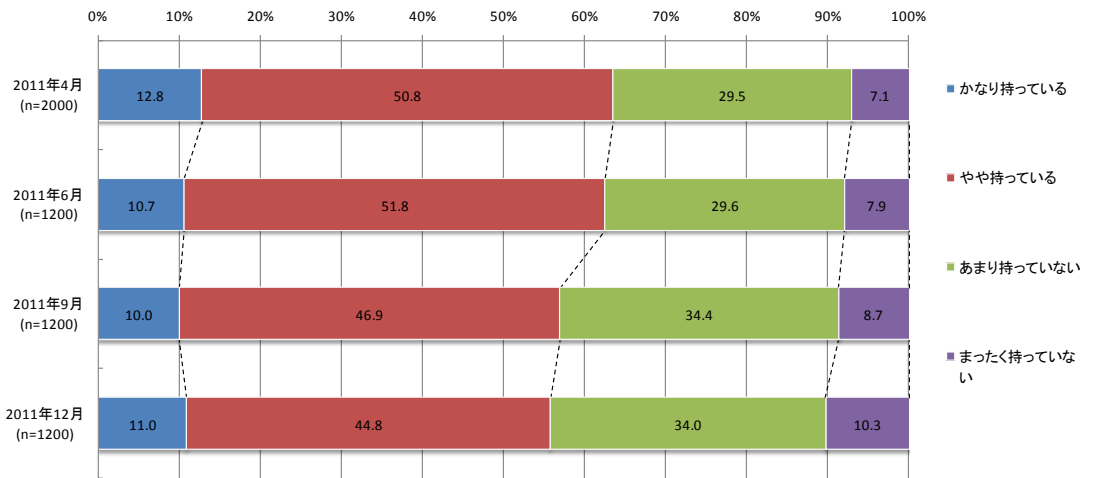
[3]消費気分指数(男性×年代別)



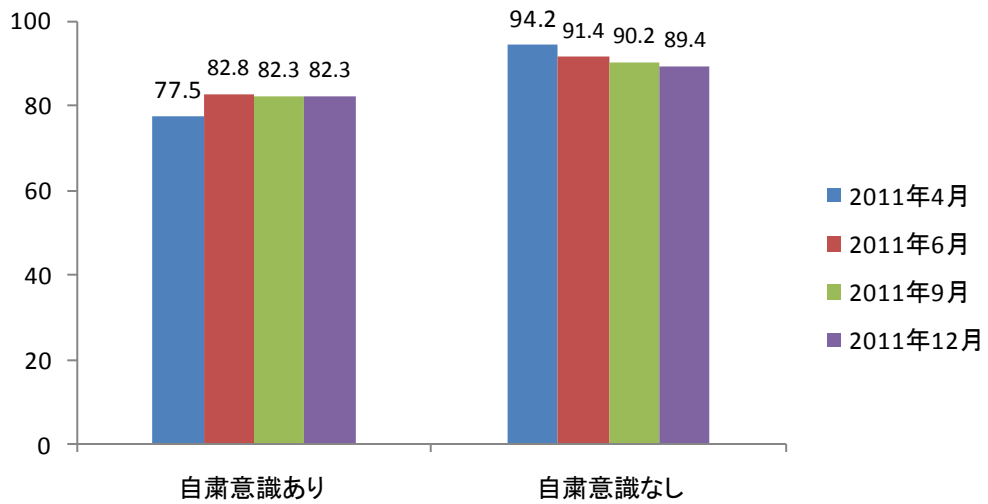
[4]消費気分指数(女性×年代別)



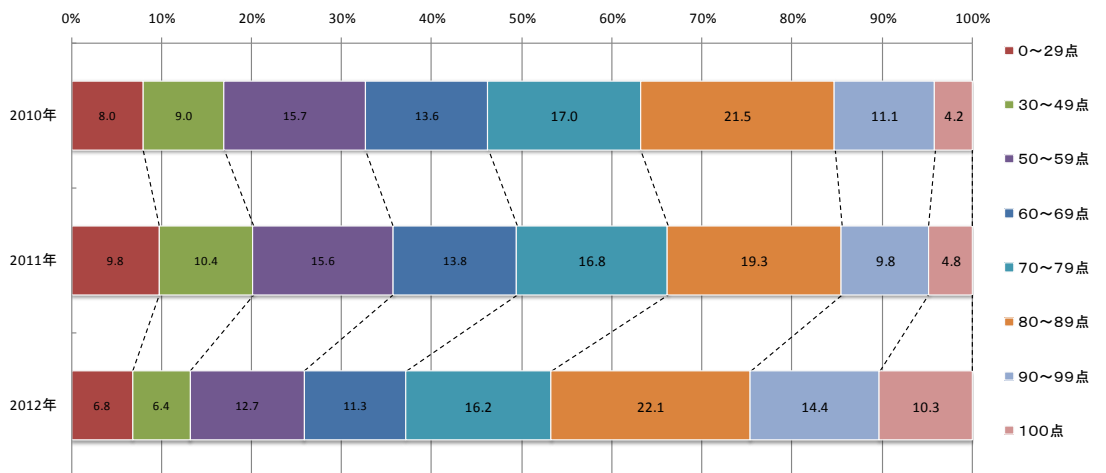
[5] 自粛意識の比較



[6] 消費気分指数(自粛意識あり層・なし層比較)



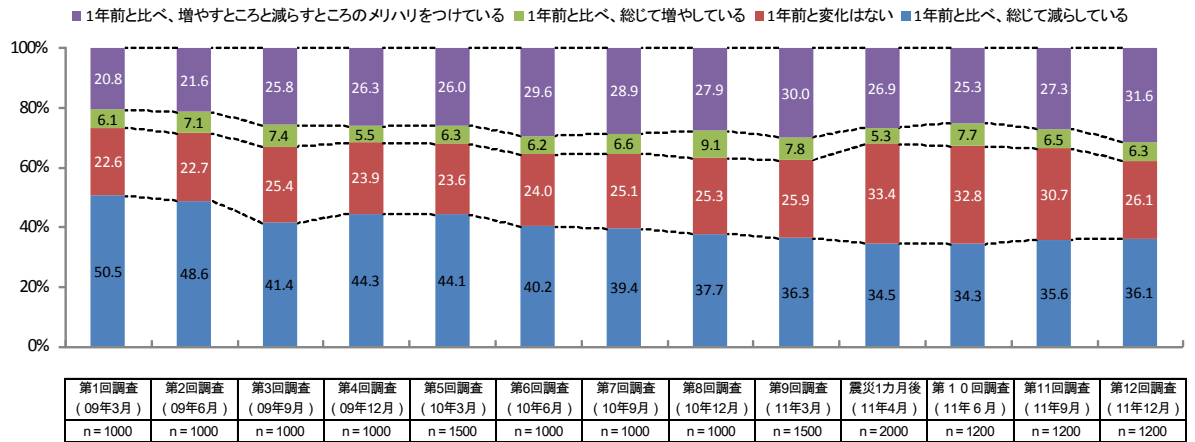
[7] 幸福度



[8]支出意識の推移

問: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。(単数回答)

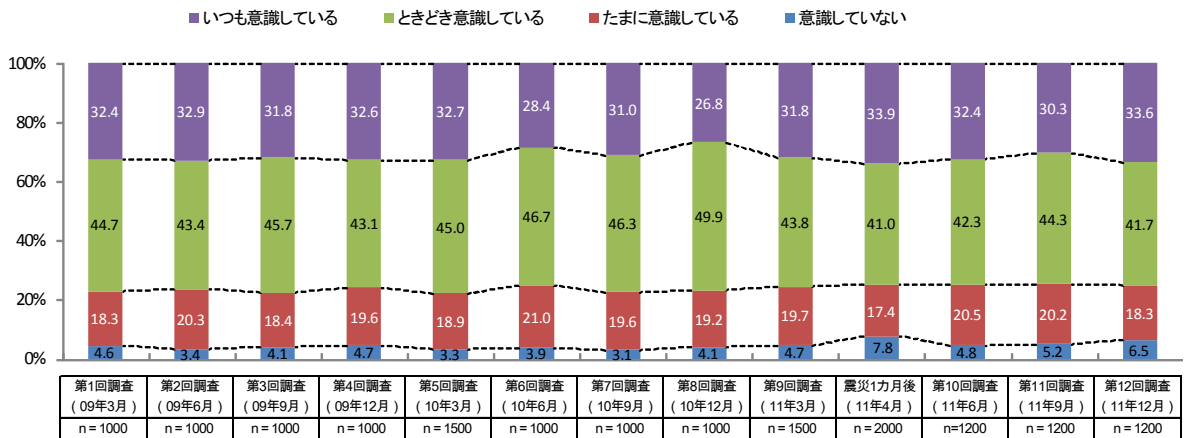
一年前と比較して、支出を「総じて増やしている」は6.3%、「メリハリをつけている」は31.6%、「変化はない」は26.1%、「総じて減らしている」は36.1%。9月時点と比較し、「メリハリをつけている」が4.3%増加して31.6%となり、2009年3月の調査開始以降、過去最高のメリハリ消費意識が見てとれる。



[9]節約意識

問:あなたは日頃の生活の中で、ちょっとした工夫や知恵を働かせることで、節約することを意識していますか。(単数回答)

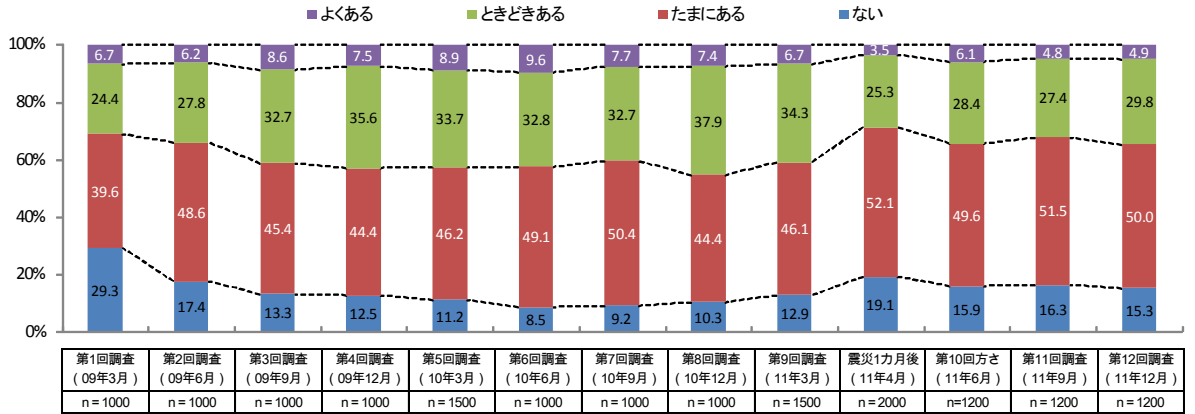
日頃の生活の中で節約を、「いつも意識」は33.6%、「ときどき意識」は41.7%、「たまに意識」は18.3%、「意識しない」は6.5%。9月時点と比べ「いつも意識」がやや増加(3.3%)し、「ときどき意識」がやや減少(2.6%)している。



[10] 贅沢意識

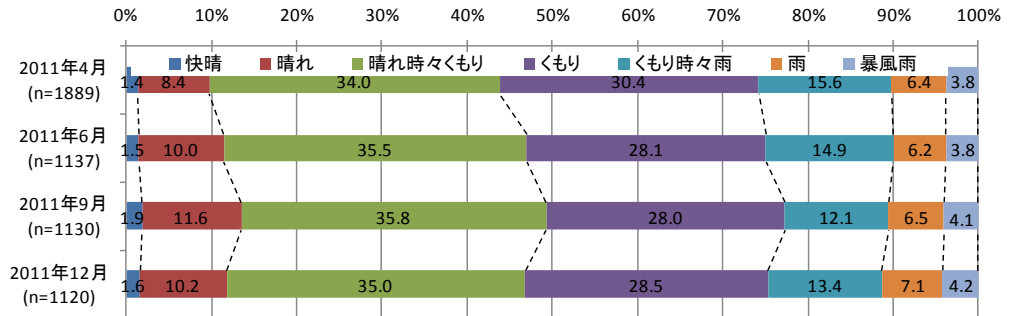
問: あなたは日頃の節約のことを気にせずに、ちょっと贅沢なお金の使い方をしたことがどの程度ありますか。(単数回答)

ちょっとした贅沢をすることが、「よくある」4.9%、「ときどきある」29.8%、「たまにある」50.0%、「ない」15.3%。9月時点よりも「よくある」「ときどきある」の合計は微増(2.5%)した。



[11] 今後の暮らし向き予想の推移

3か月後の暮らし向きを天気为例えると、「快晴」1.6%、「晴れ」10.2%、「晴れときどき曇り」35.0%、「曇り」28.5%、「曇りときどき雨」13.4%、「雨」7.1%、「暴風雨」4.2%。9月時点と比べて、「晴れ」の合計が再び微減(2.5%)し、「雨」の合計は2.0ポイント増加。「くもり」も0.5ポイントの増加となった。6月の水準とほぼ似た傾向に戻っている。



[12] 冬のボーナス【支給額を回答した世帯の平均支給予定金額と満足度】

	満足(%)	不満(%)	平均(万円)
全体(n=326)	30.1	44.8	84.9
20代(n=49)	40.8	36.7	61.1
30代(n=89)	28.1	46.1	65.0
40代(n=73)	31.5	46.6	80.7
50代(n=88)	27.3	50.0	112.9
60代(n=27)	22.2	33.3	113.4

[13]冬のボーナスで購入を検討したいジャンル

順位	男性20代	%
1	貯蓄	48.1
2	車や家具・家電などの耐久財の購入	22.2
3	国内旅行費用	18.5
4	日常の食費など日頃の生活費補填	14.8
4	外食費	14.8
4	そのまま手もとに残す	14.8
4	ファッション・アクセサリ関係費用(プレゼント用)	14.8

順位	女性20代	%
1	貯蓄	68.2
2	ファッション・アクセサリ関係費用(自分用)	45.5
3	日常の食費など日頃の生活費補填	31.8
4	外食費	18.2
5	ローンや借金の返済	13.6
5	保険料・税金の支払いに充てる	13.6
5	車や家具・家電などの耐久財の購入	13.6
5	ファッション・アクセサリ関係費用(プレゼント用)	13.6

順位	男性30代	%
1	貯蓄	55.8
2	ローンや借金の返済	19.2
2	そのまま手もとに残す	19.2
4	旅行以外のレジャー・娯楽費用	17.3
5	日常の食費など日頃の生活費補填	15.4
5	国内旅行費用	15.4
5	外食費	15.4

順位	女性30代	%
1	貯蓄	62.2
2	ローンや借金の返済	32.4
3	保険料・税金の支払いに充てる	24.3
4	国内旅行費用	18.9
5	ファッション・アクセサリ関係費用(自分用)	16.2
5	海外旅行費用	16.2

順位	男性40代	%
1	ローンや借金の返済	45.9
2	日常の食費など日頃の生活費補填	35.1
3	貯蓄	32.4
4	そのまま手もとに残す	16.2
5	保険料・税金の支払いに充てる	13.5
5	教育費、資格関連などの自己啓発費用	13.5

順位	女性40代	%
1	貯蓄	52.8
2	ローンや借金の返済	33.3
3	日常の食費など日頃の生活費補填	22.2
4	国内旅行費用	13.9
4	保険料・税金の支払いに充てる	13.9
4	外食費	13.9
4	教育費、資格関連などの自己啓発費用	13.9

順位	男性50代	%
1	貯蓄	49.1
2	ローンや借金の返済	43.4
3	日常の食費など日頃の生活費補填	34.0
4	国内旅行費用	22.6
5	教育費、資格関連などの自己啓発費用	20.8

順位	女性50代	%
1	貯蓄	40.0
2	ローンや借金の返済	20.0
2	保険料・税金の支払いに充てる	20.0
2	教育費、資格関連などの自己啓発費用	20.0
5	日常の食費など日頃の生活費補填	17.1
5	国内旅行費用	17.1

順位	男性60代	%
1	日常の食費など日頃の生活費補填	38.9
2	貯蓄	33.3
3	保険料・税金の支払いに充てる	16.7
4	ローンや借金の返済	11.1
4	国内旅行費用	11.1
4	外食費	11.1
4	海外旅行費用	11.1
4	株や証券などの金融商品の購入	11.1

順位	女性60代	%
1	貯蓄	33.3
2	日常の食費など日頃の生活費補填	22.2
2	国内旅行費用	22.2
2	車や家具・家電などの耐久財の購入	22.2
2	そのまま手もとに残す	22.2

<このリリースに関するお問い合わせ>

(株)電通 電通総研 ヒューマン・インサイト部

四元、東田、大貫、穴沢 Tel: 03-6216-8458