

2011年6月21日

電通総研『消費気分調査』レポート Vol. 10

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10回ではそれに加え、「震災を挟んでの消費マインドの推移」、「この夏のボーナスの支給予定金額と使い道」、「夏期休暇の日数と過ごし方」、「クールビズ許容度」について調査いたしました。

【調査結果サマリー】

① 現在の消費気分

・消費気分指数はやや回復して85.9ポイントになった。リーマンショック以降の上昇基調から震災で一旦落ち込んだものの、震災一ヶ月後の4月時点と比べて2.3ポイント上昇と回復の兆しが見られる結果となった。また、自粛層の消費冷え込みも震災一ヶ月後と比べて和らぎ、消費マインドは東北を除いて全国的に平準化してきている。

② 2011年夏のボーナスの支給予定金額と使い道

・支給予定金額は60.7万円(世帯平均)。32.9%が満足、40.9%が不満足と回答した。
・ボーナス支給金額のうち、消費に回る金額は16.3万円。そのうち、買い物・レジャーに回る金額は7.8万円となった。
・ボーナスで購入検討している商品の第1位は「国内旅行」、第2位は「LED電球」。その他、節電貢献商品が目立つ結果となった。

③ 夏期休暇の日数と過ごし方の予想

・夏期休暇は平均5.7日間。71.7%のひとが夏期休暇の日数は「昨年と変わらない」と回答した。
・過ごし方については「何もしない」(25.8%)が最も多く、ついで「実家へ帰省」(24.9%)となった。

④ 男性のクールビズの許容範囲は

・「半袖ワイシャツ・ポタンダウンシャツ」「ポロシャツ」「チノパン」「布地のスニーカー」は70%以上が支持。リゾートファッション支持は30%以下となった。

【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6月4日(土)~6月5日(日)

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

【調査結果の概要】

①現在の消費気分

消費気分指数はやや回復して85.9ポイント。自粛層の消費冷え込みも和らぎ、消費マインドは東北を除いて全国的に平準化

2011年6月の消費気分指数は85.9ポイント。リーマンショック以降の上昇基調から震災で一旦落ち込んだものの、震災一ヶ月後の4月時点と比べて2.3ポイント上昇と回復の兆しが見られる結果となった。

非自粛層(全体の37.5%)の指数が91.4ポイントであるのに対して、自粛層(62.5%)では82.8ポイントと自粛意識の有無で依然としてかなりの格差が存在している。しかしながら、4月時点では自粛層の指数が77.5ポイントまで落ち込んでいたことを考えると、自粛層の極端な消費の冷え込みは和らぎ、消費マインドの全般的な底上げが今後期待される。

また地方別の消費気分指数を比較すると、関東甲信越が4月時点よりも7.0ポイントも急上昇した一方で、中国・四国は4.8ポイント、九州・沖縄は3.3ポイントそれぞれ低下。依然として77.3ポイントと際立って低い東北を除いて、全国的に消費マインドは平準化する傾向が見られる。

消費マインドを0~200の幅で総合判断する指標。以下の5項目で算出。①支出意識②ジャンル別支出意識③節約意識④贅沢意識⑤暮らし向き予測

②2011年夏のボーナスの支給予定金額と使い道

支給予定金額は60.7万円(世帯平均)。32.9%が満足、40.9%が不満足と回答。

夏のボーナスの支給予定金額の世帯平均は60.7万円、昨年63.1万円から微減した。「満足」「まあ満足」計32.9%に対して、「不満」「やや不満」計は40.9%。特に40代の不満が47.9%と他世代よりもかなり高い。(40代の世帯平均56.5万円)

消費に回るのは16.3万円。そのうち買い物・レジャーは7.8万円。

主な使い道とその金額は、「預貯金」:26.2万円、「生活費の補てん」:8.5万円、「買い物やレジャー」:7.8万円、「ローンや借金の返済」:7.0万円となった。「生活費の補てん」と「買い物やレジャー」を合計した16.3万円が、ボーナス支給後、直近の消費に回ると考えられる。

ボーナスで購入検討している商品の第1位「国内旅行」、第2位「LED電球」。節電貢献商品が目立つ

この夏に注目されそうなおよそ45種類の商品の中から、夏ボーナスの使い道として検討しているものを訊いたところ、以下の結果となった。IT・デジタル系商品が目立った昨年夏ボーナスと比べて、「国内外旅行」や「贅沢な外食」などのハレ系サービスが上位に食い込み、震災後のストレスを気分転換で解消したいという生活者心理を垣間見ることができる。

また、「LED電球」、「扇風機」、「節電・節水家電」、「ベッドや布団などに敷く冷却マット」「太陽光発電システム」などは、節電しながら猛暑を乗り切ろうとする対策が多方面に及んでいる結果といえよう。

2011年度 夏のボーナスの使い道として検討している商品・サービスランキング

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| ① 国内旅行(22.2%) | ⑥ 地デジ対応テレビ (37インチ以下) (4.8%) |
| ② LED電球(9.6%) | ⑦ 扇風機 (据置型) (4.7%) |
| ③ 贅沢な外食(7.6%) | ⑧ スマートフォン(4.4%) |
| ④ ブルーレイディスクレコーダー(6.1%) | ⑨ 節電・節水家電(3.9%) |
| ⑤ 海外旅行(5.7%) | ⑩ ベッドや布団などに敷く冷却マット(3.2%) |

11位～20位は下記の通り

- ⑪ハイブリッドカー(2.6%)、⑫遮光カーテン(2.3%)、⑬地デジ対応テレビ (40インチ以上)(2.0%)、
 ⑬扇風機(卓上型)(2.0%)、⑬防災グッズ一式(2.0%)、⑯お取寄せ地方名産グルメ(1.9%)、
 ⑰ホームベーカリー(1.7%)、⑱LEDバックライト液晶テレビ(1.6%)、⑲太陽光発電システム(1.5%)、
 ⑳タブレット型情報端末(iPadなど)(1.3%)

参考:2010年度のランキング

【1】ブルーレイディスクレコーダー、【2】地デジ対応テレビ(37インチ以下)、【3】LED電球、【4】地デジ対応テレビ(40インチ以上)、【5】最新OS搭載PC、【6】スマートフォン、【7】エコポイント対象省エネ家電、【7】家庭用ゲーム機・ソフト、【9】お取り寄せ地方名産グルメ、【9】パワースポット旅行

※2010年度の調査詳細については、第6回消費気分調査をご参照ください。

③夏期休暇の日数と過ごし方の予想

夏期休暇は平均5.7日間。71.7%のひとが「昨年と変わらない」

この夏は、節電対策の一環として例年より長い夏期休暇を取る人が増えると考えられているが、調査によると平均5.7日間で、「昨年よりも長い」と答えた比率は9.0%に留まり、71.7%の人は「昨年と変わらない」と回答。夏期休暇の長期化は工場勤務などの一部のみに限られ、大多数の人は例年と日数的には変わらないと推測される。

過ごし方の見通しとして目立って多いのは「何もしない」(25.8%)と「実家へ帰省」(24.9%)。「帰省」と答えた比率は西日本よりも東日本で、また男性よりも女性でやや多くなっているが、その背景として子供への福島原発問題による放射能汚染リスクが考えられる。

また、全体の18.3%が日帰りを含めて国内旅行を見込んでおり、帰省と合わせて、今年は国内での人の移動が目立つ夏期休暇となりそうだ。

④男性のクールビズの許容範囲は

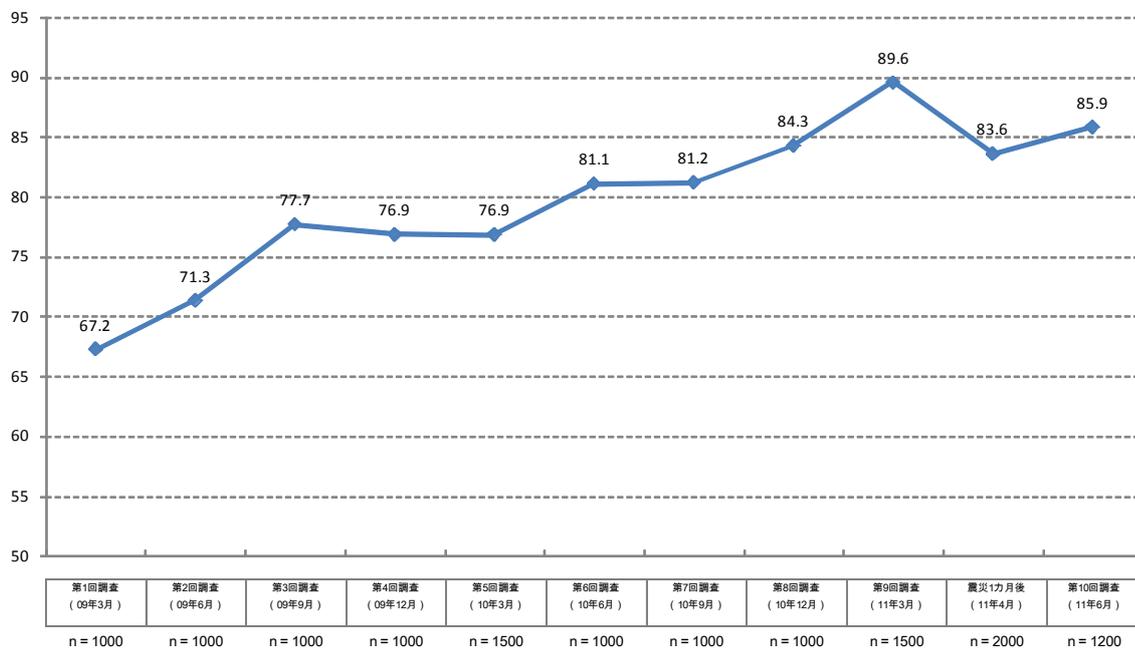
「半袖ワイシャツ・ポタンダウンシャツ」「ポロシャツ」「チノパン」「布地のスニーカー」は70%以上が支持。リゾートファッション支持は30%以下に。

全体の7割以上に支持された「半袖ワイシャツ」「ポロシャツ」「チノパン」「布地のスニーカー」は、はずすことのない「クールビズの王道」と言えよう。微妙なのが支持・不支持が半々の「ジーンズ」(49.5%)で、ジーンズが許容されるかどうかは職場のカジュアル度の目安になりそうだ。ただし、リゾート色の強い「アロハシャツ・かりゆしシャツ」(26.3%)や「バミューダショーツ」(24.3%)「ひざ上丈のショートパンツ」(11.4%)への許容度はかなり低く、スーパークールビズ推進の動きがある中でも、リゾートファッションはビジネスの場にふさわしくないと考える人が多いことが窺える。

なお、総じて男性よりも女性の方がクールビズのカジュアル化には寛容。「そうは言っても、現実には…」と自らブレーキをかける当事者の男性に対して、女性は「もっと職場のファッションを楽しんでもよいのではないか。」と考えているのかもしれない。

【消費気分に関する詳細資料】

① 消費気分指数の推移(全国): 震災一ヶ月後から2.3ポイント回復。85.9ポイントとなり昨年12月を超える。

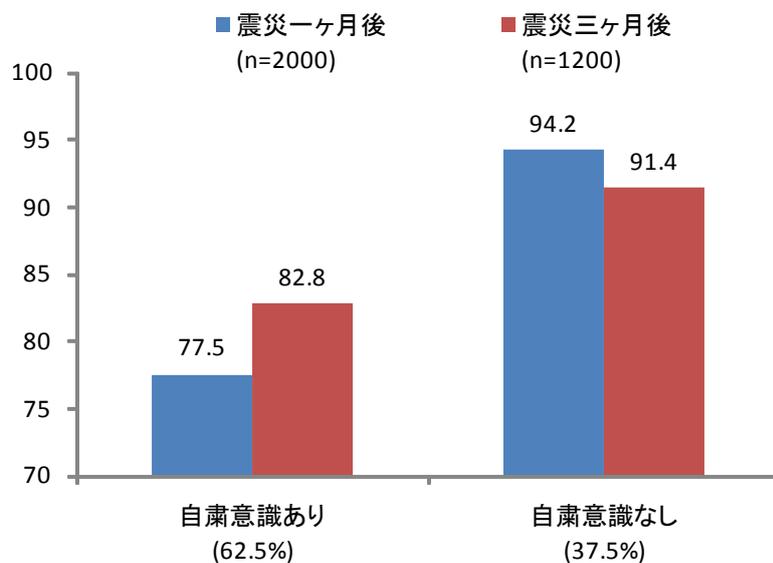


消費気分指数とは・・・

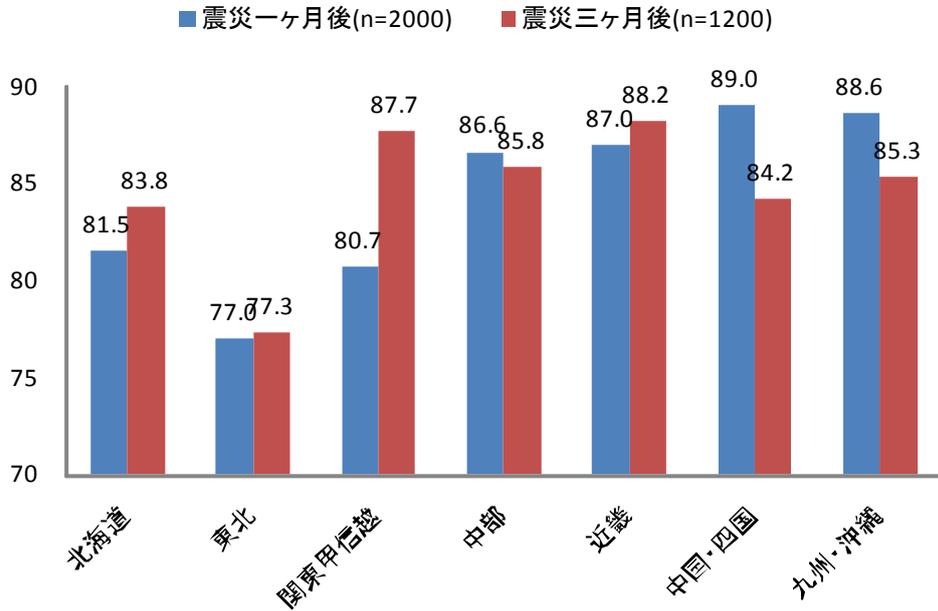
消費者の消費マインドを総合的かつ時系列で判断する指標。リーマンショック後の2009年3月より3か月毎に調査。

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賛否意識⑤暮らし向き予測

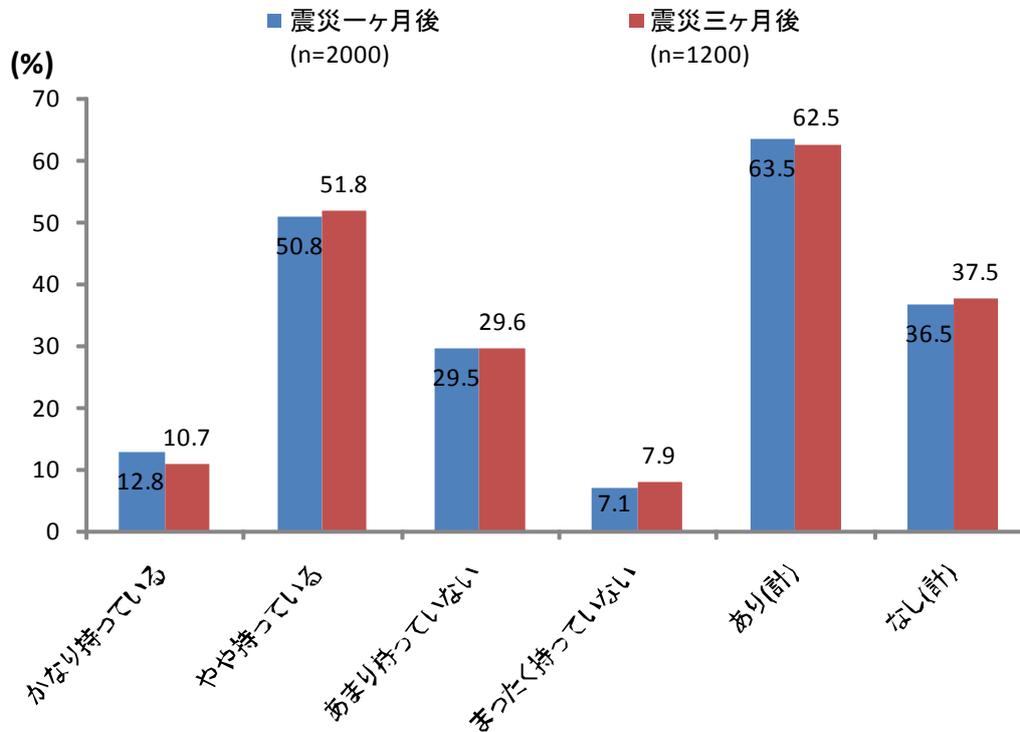
②消費気分指数(自粛意識あり層・なし層比較)



③消費気分指数(地域別比較)地域ごとの格差が少し和らぎ、関東甲信越と北海道は回復基調に。



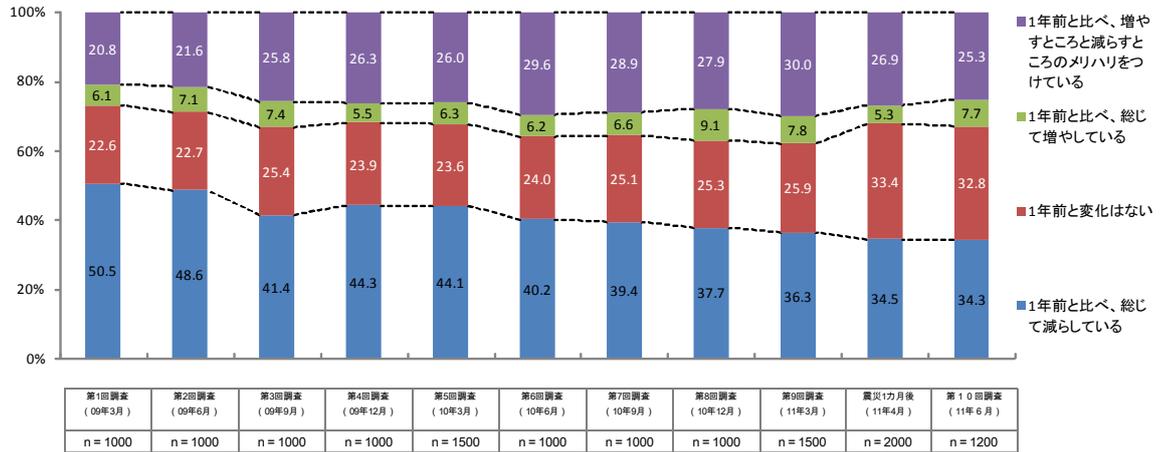
④自粛意識の比較



⑤支出意識の推移

問:1年前と比べ、モノやサービスにかけ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)

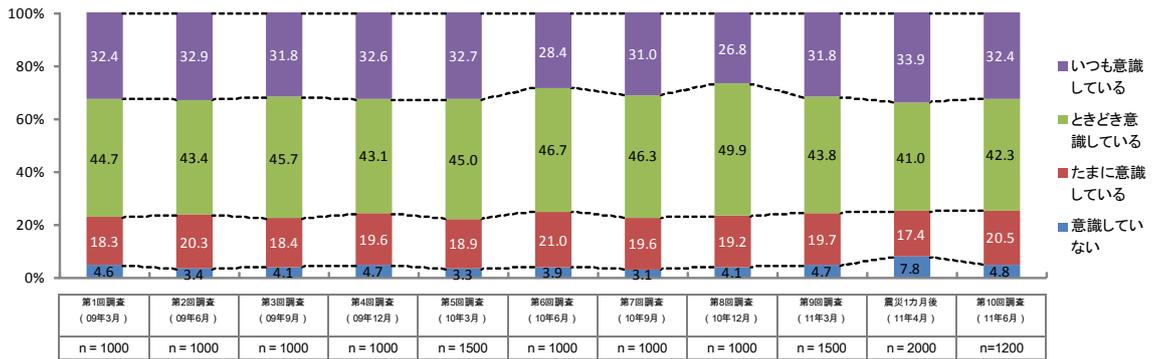
一年前と比較して、支出を「総じて増やしている」は7.7%、「メリハリを付けている」は25.3%、「変化はない」は32.8%、「総じて減らしている」は34.3%。4月時点とほぼ同様の結果ながら、「総じて増やしている」は2.4%増加している。



⑥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、節約をすることを意識していますか。(単数回答)

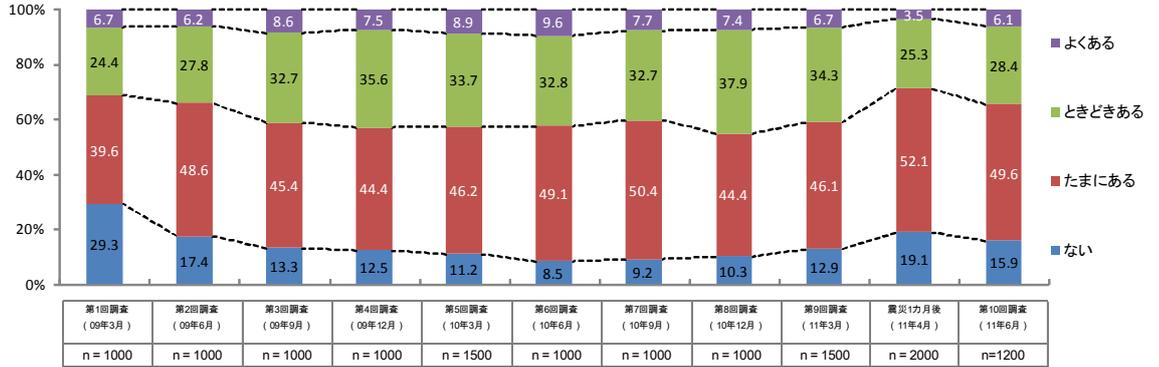
日頃の生活の中で節約を、「いつも意識」は32.4%、「ときどき意識」は42.3%、「たまに意識」は20.5%、「意識しない」は4.8%。4月時点と比べ「意識しない」がやや減少(3.0%)し、「たまに意識」がやや増加(3.1%)している。



⑦ 贅沢意識

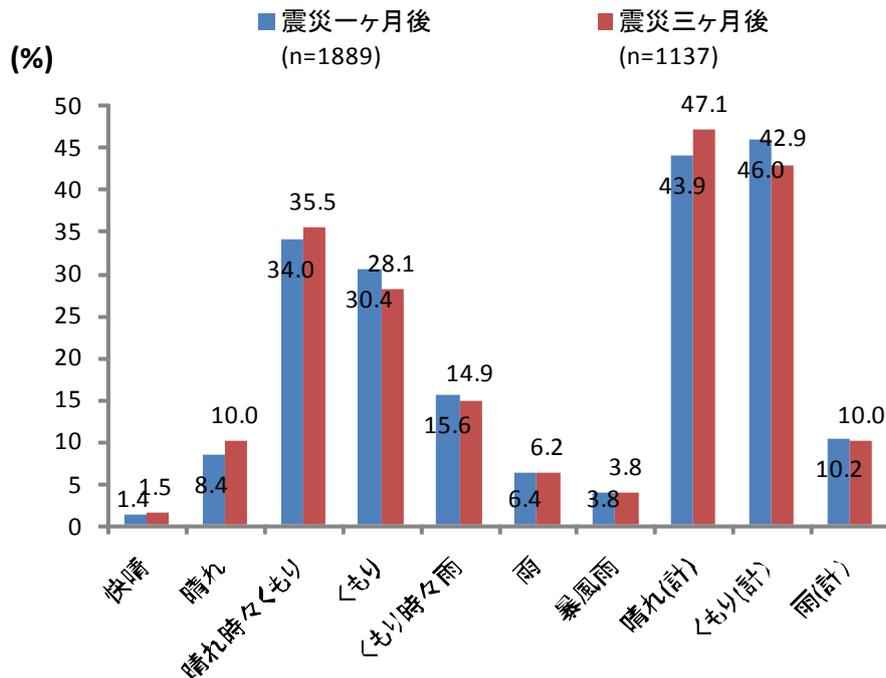
問:あなたは日頃の節約のことを気にせずに、ちょっと贅沢なお金の使い方をしたことがどの程度ありますか。(単数回答)

ちょっとした贅沢をすることが、「よくある」6.1%、「ときどきある」28.4%、「たまにある」49.6%、「ない」15.9%。4月時点よりも「よくある」「ときどきある」の合計が5.7%増加し、「ない」が3.2%減少した。



⑧ 今後の暮らし向き予想の推移

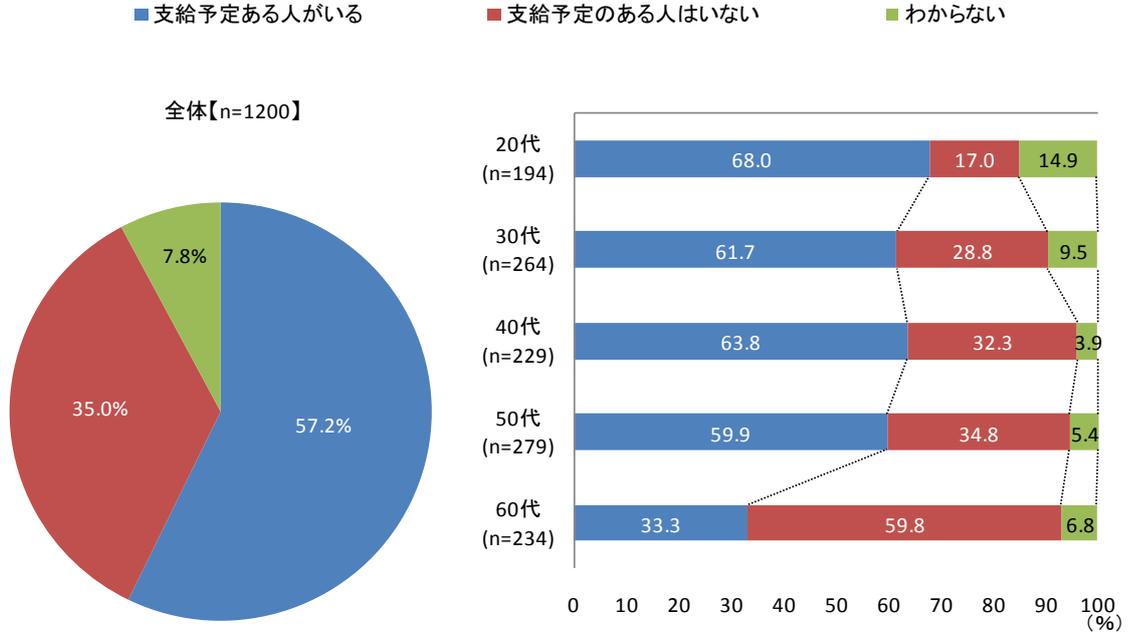
三カ月後の暮らし向きを天気に例えると、「快晴」1.4%、「晴れ」9.5%、「晴れときどき曇り」33.7%、「曇り」26.6%、「曇りときどき雨」14.1%、「雨」5.9%、「暴風雨」3.6%。4月時点と比べて、「晴れ」が1.6ポイント、「晴れときどき曇り」が1.5ポイント増加し、「曇り」が2.3ポイント減少。それ以外はほぼ横ばいとなったことから、今後の暮らし向きに対して明るい兆しを見出す消費者が現れはじめたことが窺える。



【夏のボーナスに関する詳細資料】

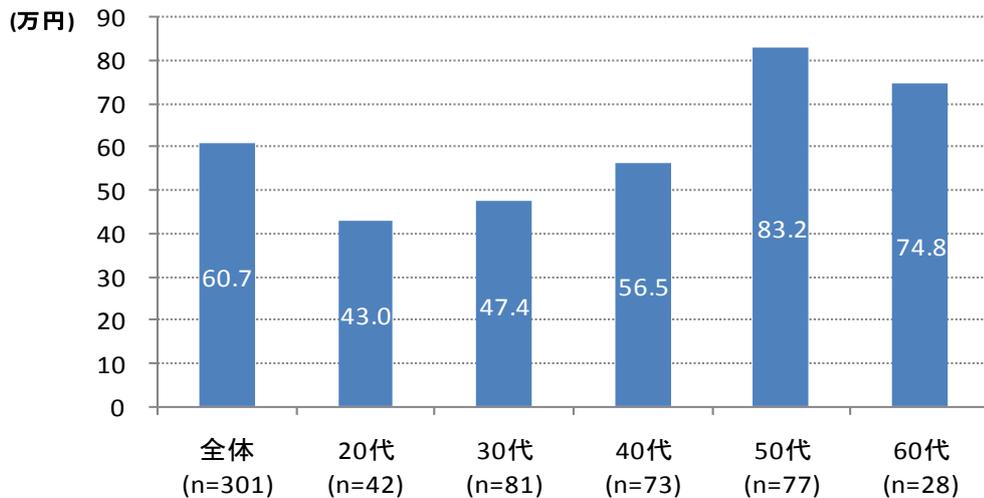
①夏のボーナスの支給のあり・なし

問: あなたの世帯(現在一緒に同居されている家族)には、ご自身も含めて、今年の夏のボーナスが支給される予定のある方がいらっしゃいますか。(単数回答) ※対象者: 全員



②夏のボーナスの支給予定金額(世帯平均)

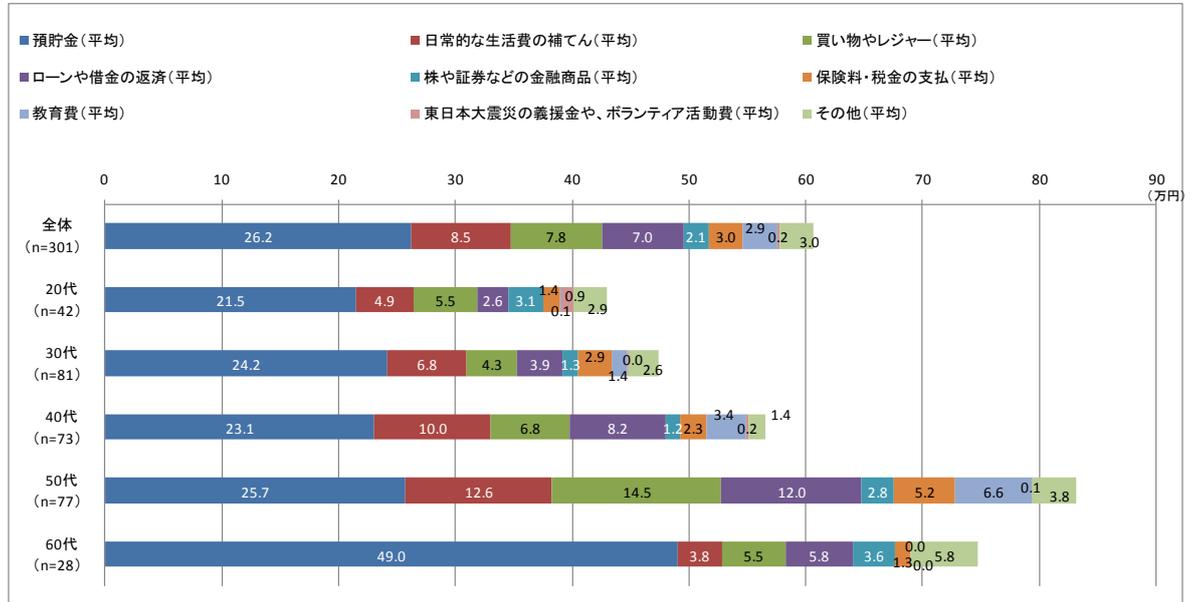
問: 今年の夏のボーナスの世帯全体での支給予定額を、お分かりになる範囲でけっこうですので、「万円」単位でお知らせください。(数字記入) ※対象者: ①で世帯にボーナスの支給予定があると答えた人



※金額記入者のみの平均

③使い道の金額配分

問: あなたの世帯では、今年の夏のボーナスをどのように使う予定ですか。おおよそでけっこうですので、以下の項目に充てる金額を、お知らせください。(数字記入) ※対象者: ②でボーナスの金額を記入した人



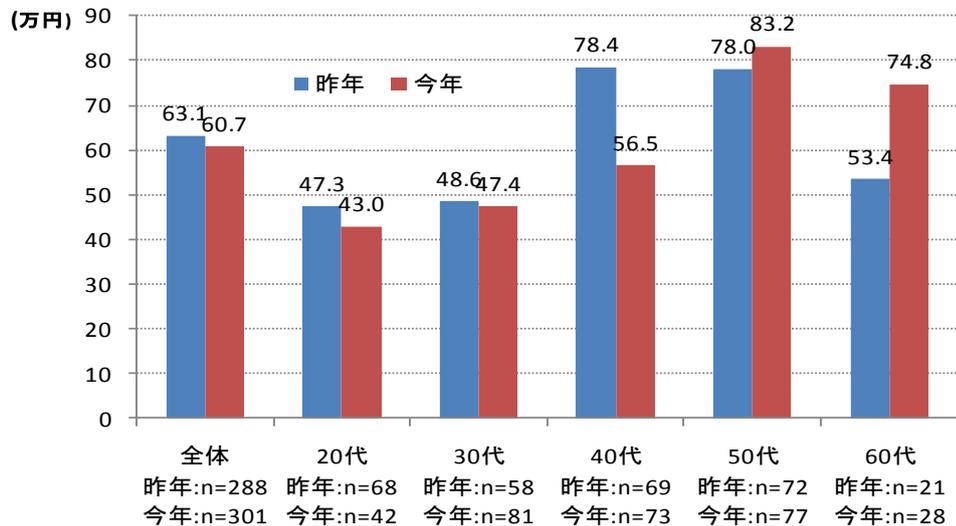
構成比

	総数	預貯金	日常的な生活費の補てん	買い物やレジャー	ローンや借金の返済	保険料・税金の支払	教育費	株や証券などの金融商品	東日本大震災の義援金や、ボランティア活動費	その他	ボーナスの総額
全体	301	43.2%	14.0%	12.8%	11.5%	3.5%	4.9%	4.8%	0.3%	4.9%	60.7万円
20代	42	50.0%	11.5%	12.8%	6.0%	7.1%	3.3%	0.3%	2.2%	6.7%	43.0万円
30代	81	51.0%	14.4%	9.1%	8.2%	2.8%	6.0%	2.9%	0.0%	5.5%	47.4万円
40代	73	40.8%	17.6%	12.0%	14.5%	2.2%	4.0%	6.0%	0.4%	2.5%	56.5万円
50代	77	30.9%	15.1%	17.4%	14.4%	3.4%	6.3%	7.9%	0.1%	4.5%	83.2万円
60代	28	65.5%	5.1%	7.3%	7.7%	4.9%	1.7%	0.0%	0.0%	7.8%	74.8万円

参考:夏のボーナスの支給予定額の昨年比較

※昨年:2010年6月実施の第6回消費気分調査対象者(1,000名)の中、でボーナス金額を記入した288人のデータを活用

今年:上記②でボーナスの金額を記入した人

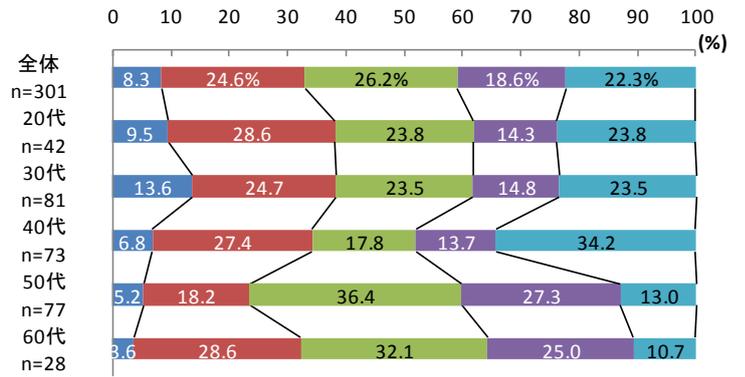
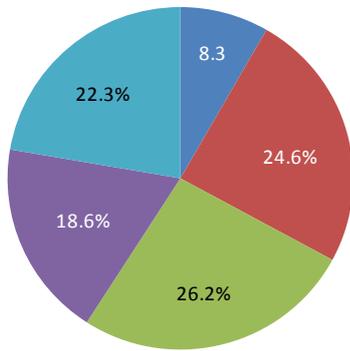


④夏のボーナスへの満足度

問:あなたは、あなたの世帯に支給される予定の今年の夏のボーナスの金額について、「総額でみて」どのように思われますか。以下の中から、あなたのお気持ちに最も近いものをお知らせください。(単数回答) ※対象者:②でボーナスの金額を記入した人

■ 満足している ■ まあ満足している ■ どちらともいえない ■ やや不満 ■ 不満

【全体(n=301)】
満足計:32.9%・不満計:40.9%



⑤夏のボーナスの使い道として検討している、商品・サービス

問：以下の商品やサービスの中で、あなたご自身もしくはあなたの世帯の夏のボーナスの使い道として検討したいものを、すべてお知らせください。(複数回答・約45項目から聴取) ※対象者：①で世帯にボーナスの支給予定があると答えた人

全体(n=686)		
1位	国内旅行	22.2%
2位	LED電球	9.6%
3位	贅沢な外食	7.6%
4位	ブルーレイディスクレコーダー	6.1%
5位	海外旅行	5.7%
6位	地デジ対応テレビ(37インチ以下)	4.8%
7位	扇風機(据置型)	4.7%
8位	スマートフォン	4.4%
9位	節電・節水家電	3.9%
10位	ベッドや布団などに敷く冷却マット	3.2%

20代(n=132)		
1位	国内旅行	17.4%
2位	贅沢な外食	6.8%
3位	地デジ対応テレビ(37インチ以下)	4.5%
3位	扇風機(据置型)	4.5%
5位	スマートフォン	3.8%
5位	海外旅行	3.8%
7位	ハイブリッドカー	3.0%
7位	LED電球	3.0%
7位	扇風機(卓上型)	3.0%
7位	ファストファッション(H&Mなど)	3.0%

30代(n=163)		
1位	国内旅行	21.5%
2位	贅沢な外食	12.9%
3位	LED電球	8.0%
4位	ブルーレイディスクレコーダー	7.4%
5位	スマートフォン	6.7%
6位	扇風機(据置型)	4.9%
6位	海外旅行	4.9%
8位	地デジ対応テレビ(37インチ以下)	3.7%
9位	地デジ対応テレビ(40インチ以上)	2.5%
9位	家庭用ゲーム機・ソフト	2.5%

40代(n=146)		
1位	国内旅行	21.9%
2位	ブルーレイディスクレコーダー	10.3%
2位	LED電球	10.3%
4位	贅沢な外食	8.2%
5位	地デジ対応テレビ(37インチ以下)	6.2%
6位	スマートフォン	4.1%
6位	節電・節水家電	4.1%
6位	海外旅行	4.1%
9位	LEDバックライト液晶テレビ	3.4%
9位	扇風機(据置型)	3.4%
9位	遮光カーテン	3.4%

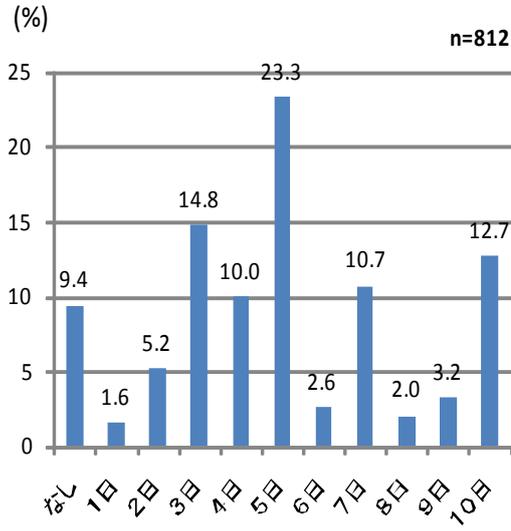
50代(n=167)		
1位	国内旅行	25.1%
2位	LED電球	15.0%
3位	海外旅行	8.4%
4位	節電・節水家電	7.8%
5位	ブルーレイディスクレコーダー	6.0%
5位	地デジ対応テレビ(37インチ以下)	6.0%
5位	扇風機(据置型)	6.0%
8位	ハイブリッドカー	4.8%
9位	スマートフォン	4.2%
9位	ベッドや布団などに敷く冷却マット	4.2%

60代(n=78)		
1位	国内旅行	25.6%
2位	LED電球	11.5%
3位	海外旅行	7.7%
4位	ベッドや布団などに敷く冷却マット	6.4%
5位	扇風機(卓上型)	5.1%
5位	贅沢な外食	5.1%
7位	節電・節水家電	3.8%
7位	扇風機(据置型)	3.8%
7位	遮光カーテン	3.8%
7位	お取り寄せ地方名産グルメ	3.8%

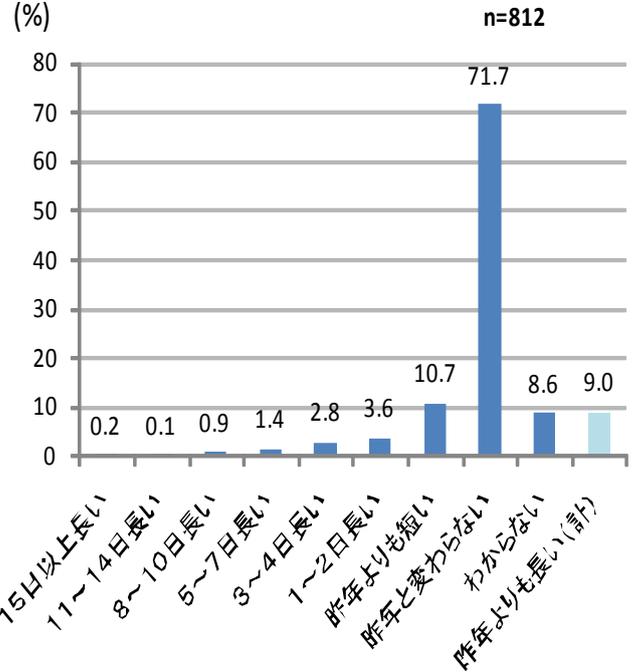
※各10位まで掲載

【夏期休暇日数と過ごし方に関する詳細資料】

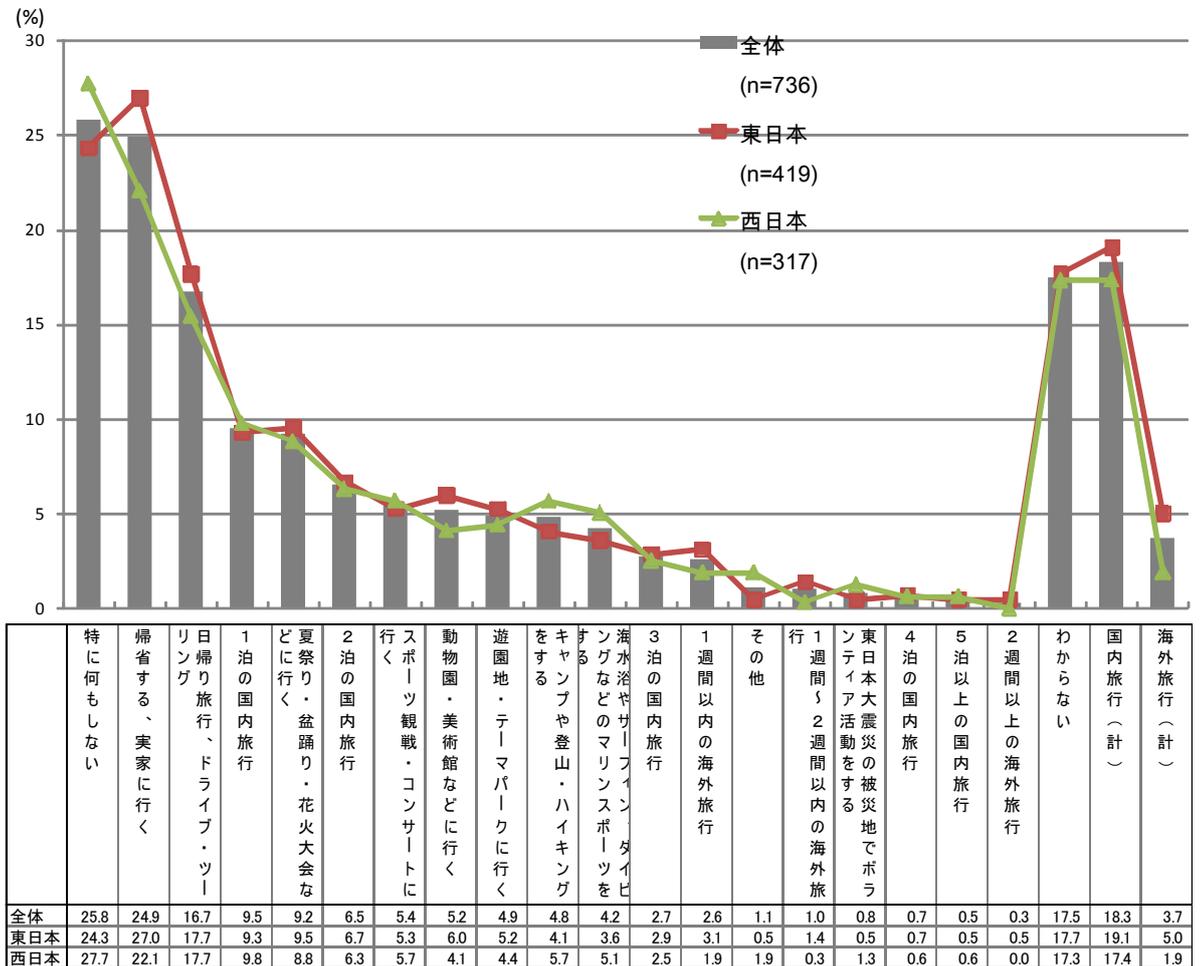
① 夏期休暇の日数



② 夏期休暇の長さの昨年比

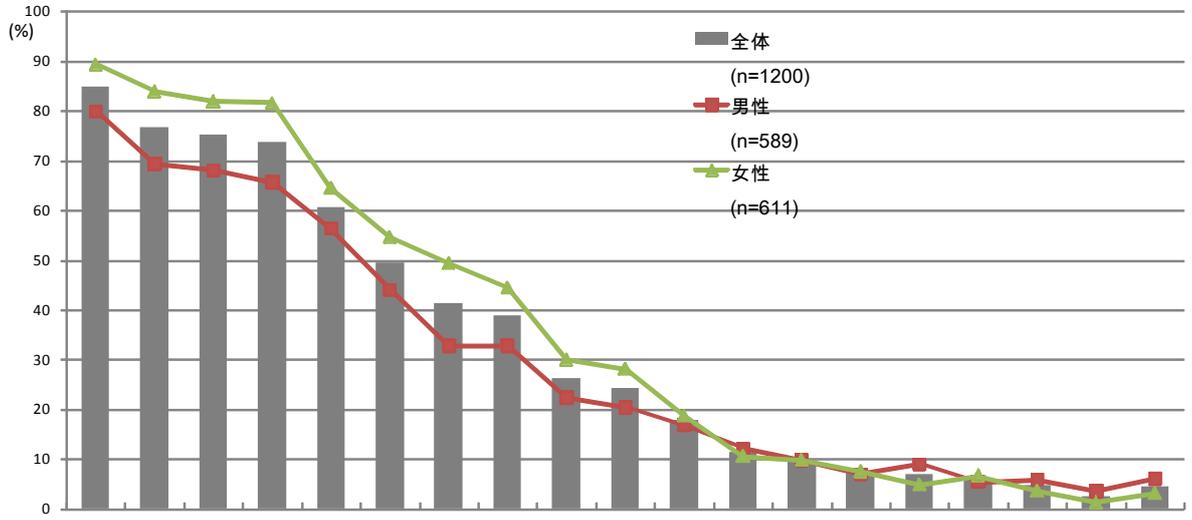


③ 夏期休暇の過ごし方



【クールビズ許容度に関する詳細資料】

①男性のクールビズの許容範囲



	半袖のワイシャツ・ポタンダ	ポロシャツ	布地のスニーカー	チノパン	革製のスニーカー	ジーンズ	靴のような形のサンダル(足の甲をおおい、かかとがあるタイプ)	無地のTシャツ	アロハシャツ・かりゆしシャツ(柄物の開襟シャツ)	パミューダシャツ(5分丈の短いパンツ)	柄物のTシャツ	ひざ上丈のショートパンツ	作業衣	下駄・雪駄・草履	タンクトップなどのノースリーブ(袖なしカットソー)	甚平	ビーチサンダル	夏場でもスーツを着用すべきだと思う	わからない
全体	84.8	76.8	75.2	73.8	60.6	49.5	41.3	38.8	26.3	24.3	17.8	11.4	9.8	7.3	6.9	6.1	4.8	2.4	4.6
男性	80.0	69.4	68.1	65.7	56.4	44.1	32.8	32.8	22.4	20.4	16.8	12.2	9.8	7.0	9.0	5.4	5.9	3.6	6.1
女性	89.4	84.0	82.0	81.7	64.6	54.7	49.4	44.5	30.0	28.2	18.8	10.6	9.8	7.5	4.9	6.7	3.6	1.3	3.1

<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 Tel: 03-6216-8458