

平成 24 年 3 月 22 日

電通総研 『消費気分調査』 レポート Vol. 13

電通総研では、節約・贅沢の支出意識などを定点観測する『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13回ではそれに加えて「花見に関する意識」、「この春したいこと、始めたいこと」について調査いたしました。

【調査結果サマリー】

①現在の消費マインド：今後の暮らし向きを前向きに捉える生活者が増加

- ✓ エリア別消費マインドは東北が上昇。消費気分指数は87.9ポイント（2011年12月から7.8ポイント増）で1位に
- ✓ 3か月後の暮らし向きを天気に例えると、「晴れ」と捉える生活者の合計は2011年12月と比べて5.7%増加して52.5%となり、震災以降初めて過半数に。震災前の暮らし向き見通し（2011年3月：晴れ計60.9%）に徐々に近付きつつある

②2012年の花見：

全般的なスタイルは『安・近・短』。「弁当持参で近場で短時間で楽しむ」が主流
 『シニア層のリッチ花見』、『20～30代の女子会花見』、『被災地の花見』が花見消費を牽引

- ✓ 2012年、花見に行く意向がある人は22.4%。2011年に花見をした人（21.6%）と比べて0.8ポイントの微増にとどまった。『弁当を作って（56.1%）、名所ではなく近場で（65.5%）、1時間未満で（1時間未満計/59.9%）花見をする意向者が多く、自前の弁当、近所の花見スポット、短時間で楽しむという『安・近・短』スタイルが主流に
- ✓ 花見にかかる予算（一人あたり）を年代別で見たと、60代の予算は全体平均（4,540円）を大きく上回る7,200円であった。‘花見でしたいこと’を年代別に見ると「旅行会社の花見ツアーに参加する」が全体（6.3%）を60代（13.0%）が上回るなど、『シニア層のリッチ花見』に期待が膨らむ
- ✓ 性・年代別で見ると、20代・30代女性の参加意向が高い（20代女性/28.0%（+5.6%）、30代女性/32.4%（+10.0%））。同時に、「弁当を作って持っていく（全体：56.1%）」のスコアも高いことから（20代女性：69.6%（+13.5%）、30代女性：80.6%（+24.5%））、2012年は『20～30代女性の女子会花見』が活況を呈する見込み
- ✓ エリア別で見ると「被災地3県（宮城・岩手・福島）」の花見意向の高さが目立つ（28.0%（+5.6%））。また『花見に行く理由』は「昨年震災で行けなかった、楽しめなかったから今年は楽しみたい」が38.1%（全体：13.7%）と高いスコアを示した。2012年は、花見に行って楽しい気分を味わいたいという『被災地の花見』の盛り上がり期待される

※（+0.0%）という表記箇所は、全体平均との差

③この春したいこと、始めたいこと：1位「旅行」、2位「スポーツ」、3位「ダイエット」
男性は“体力”、女性は“キレイカ”を求める傾向

- ✓ 「この春したいこと、始めたいこと」の1位は「旅行」(28.6%)、2位「スポーツ・体力づくり」(22.4%)、3位「ダイエット」(20.2%)となった。男女別で第10位までを比較すると総じて男性よりも女性の方がスコアが高く、アクティブにさまざまなことに取り組む姿勢であることがうかがえる
- ✓ 男性特有にスコアの高い項目は「スポーツ・体力づくり」(男性1位：25.7%)、女性特有にスコアの高い項目は「ダイエット」(女性2位：25.2%)、「美容・エクササイズ」(女性3位：20.2%)であった

【調査概要】

調査対象：全国、20～69歳、男女個人（学生除く）、2,000名

調査時期：平成24年2月24日（金）～3月1日（木）

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

<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、野村、大貫、穴沢 Tel：03-6216-8458

【詳細】

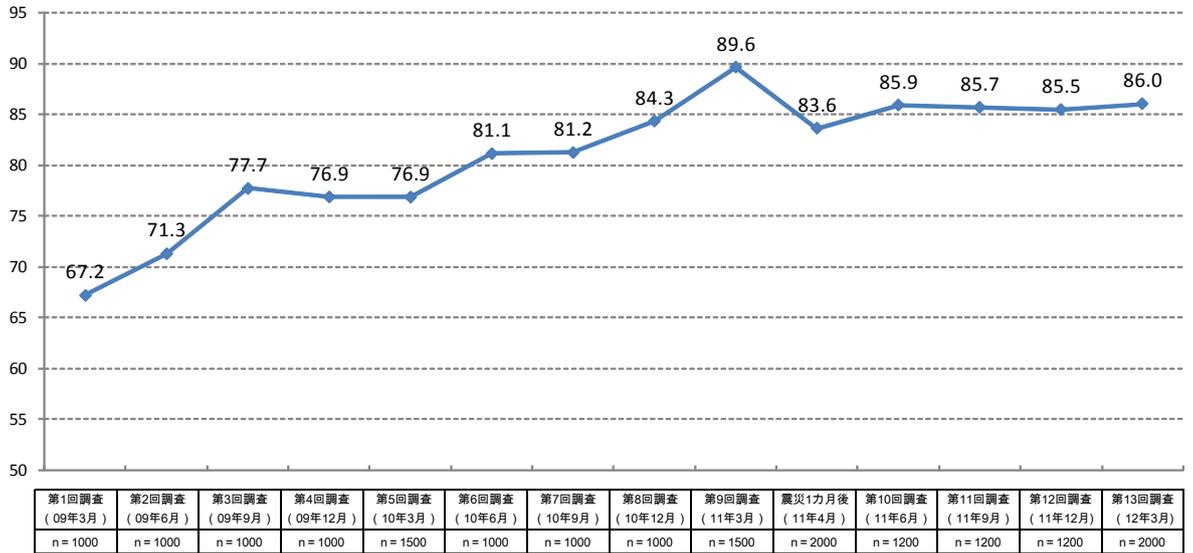
①現在の消費マインド

消費気分指数は86.0ポイント。前回調査(2011年12月)から0.5ポイント増

消費気分指数は、微増で86.0ポイントとなった(2011年12月調査から0.5ポイント増)。震災前の2011年3月上旬の調査時(89.6ポイント)には依然として及ばないものの、震災後は微増と微減を繰り返しながら徐々にではあるが消費マインド回復の兆しが見られる。

消費気分指数をエリア別にみると、前回(2011年12月)調査で80.1ポイントだった東北地方が7.8ポイント上昇して87.9ポイントになり、全国1位となった。

【消費気分指数(全国)】

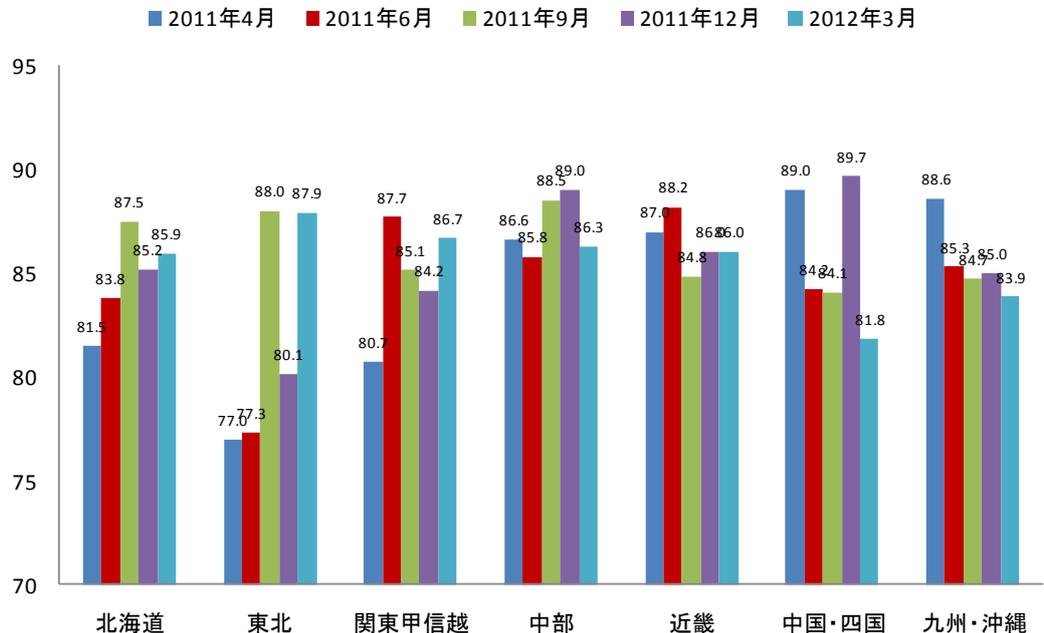


消費気分指数とは・・・

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餐沢意識 ⑤暮らし向き予測

【消費気分指数(エリア別)】

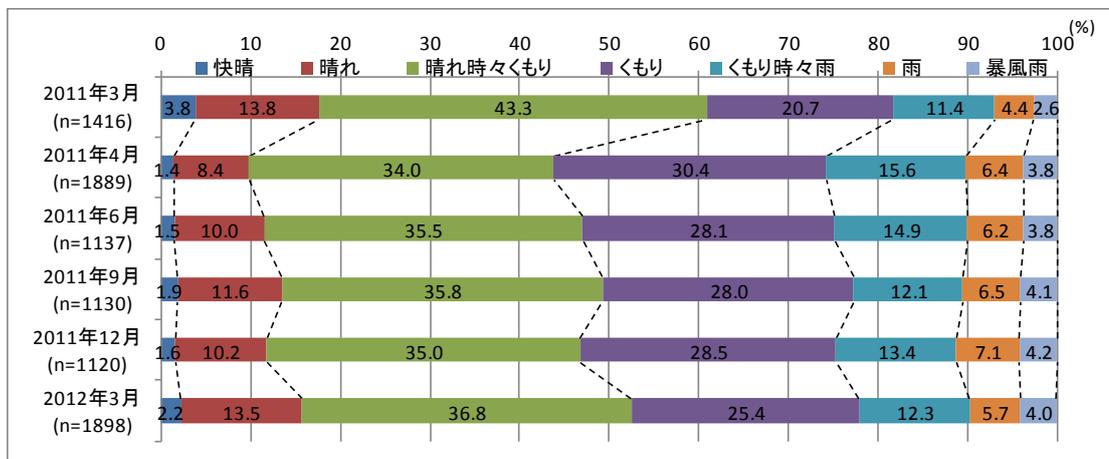


今後の暮らし向きを前向きに捉える生活者が増加

3か月後の暮らし向きを天気に例えると、「快晴」2.2%、「晴れ」13.5%、「晴れときどき曇り」36.8%、「曇り」25.4%、「曇りときどき雨」12.3%、「雨」5.7%、「暴風雨」4.0%。2012年12月時点と比べて、「晴れ」項目の合計が増加(5.7%)し、52.5%。「くもり」と「雨」の合計は5.8ポイント減少して47.4%となった。

2011年4月以降、震災の影響もあって「晴れ」項目の合計は過半数を割り込んでいたが、今回の調査では「晴れ」の合計が過半数に達し、震災前の暮らし向き見通し（2011年3月：晴れ計60.9%）に徐々に近づきつつある傾向である。

【今後の暮らし向き予想】



②2012年の花見意識

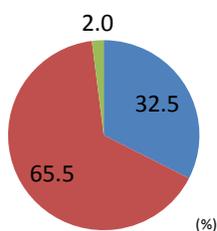
花見のスタイルは『安・近・短』。「弁当持参で近場で短時間で楽しむ」が主流

2012年に花見に行く意向がある人は22.4% (n=446) となり、2011年に花見をした人 (21.6%) と比べて0.8%微増している。花見意向者に「花見のスタイル」に関する質問として「場所」、「費やす時間」、「したいこと」を聴取したところ、以下のような結果を得た。

‘場所’に関しては、「いわゆる名所でもなくとも近所や職場の近くの桜が見える場所へ行く」(65.5%)が「電車や車を利用してでも、桜の名所と言われている場所に行く」(32.5%)に比べて、およそ2倍のスコアを示した。‘花見に費やす時間’は、「1時間未満」の合計が59.9%、「1時間以上」は40.1%であった。‘花見でしたいこと’は、「弁当を作って持っていく」(56.1%)が1位。次いで「弁当を買っていく」(26.9%)が2位となったことから「自前の弁当で予算を抑え、近所の花見スポットで短い時間で楽しむ」という『安・近・短』スタイルが主流となりそうだ。

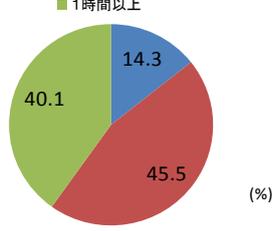
花見をする場所 (n=446)

- 電車や車を利用してでも、桜の名所と言われている場所に行く
- いわゆる名所でもなくとも近所や職場の近くの桜が見える場所へ行く
- その他



花見に費やす時間 (n=446)

- 30分未満
- 30分以上1時間未満
- 1時間以上



2012年 花見でしたいこと(花見意向者全体)

順位	内容	n=446 (%)
1	弁当を作って持っていく	56.1
2	弁当を買っていく	26.9
3	花見にちなんだ「祭」に行く	19.5
4	写真を撮って、フェイスブックやブログにアップする	17.9
5	その他	17.3
6	ボートや屋形船から桜を見る	16.8
7	旅行会社の花見ツアーに参加する	6.3
8	ツイッターでつぶやく	4.5
9	デリバリーをとる	3.4
10	カラオケやゲームを楽しむ	1.6

『シニア層のリッチ花見』、『20～30代の女子会花見』が花見消費を牽引

‘今年の花見にかかる予算’の平均額は¥4,540であった。年代別に見ると、60代が他年代の金額を大きく引き離して¥7,200で1位。次いで40代(¥4,550)、20代(¥3,870)、50代(¥3,550)、30代(¥3,420)と続いた。加えて‘花見でしたいこと’を年代別にみていくと、「旅行会社の花見ツアーに参加する」が、全体(6.3%)を60代(13.0%)が上回ったことから、時間とお金をかけて花見を堪能する『シニア層のリッチ花見』が今年の花見消費を牽引するポテンシャルを秘めていると言えよう。

2012年の花見意向者を性別・年代別で見ると、20代女性が28.0%、30代女性が32.4%と全体のスコアを上回り、今年の花見への参加意欲が高いことがうかがえる。また、「弁当を作って持っていく(全体:56.1%)」のスコアも高く、(20代女性/69.6%(全体平均との差: +13.5%)、30代女性/80.6%(全体平均との差: +24.5%))、『20～30代女性の女子会花見』が盛り上がりを見せそうである。

【花見にかかる金額(一人あたり)】

	金額
全体 (n=446)	4,540
20代	3,870
30代	3,420
40代	4,550
50代	3,550
60代	7,200

(円)

【2011年の花見実施者/2012年花見意向者】

	2011年 (花見実施者)	2012年 (花見意向者)
全体 (n=2000)	21.6	22.4
男性20代	16.3	14.4
男性30代	16.5	15.6
男性40代	17.4	15.3
男性50代	11.8	12.3
男性60代	26.3	25.3
女性20代	22.0	28.0
女性30代	26.1	32.4
女性40代	24.5	26.6
女性50代	27.1	26.7
女性60代	27.5	26.5

(%)

【年代別：花見でしたいこと】

	ボートや屋形船から桜を見る	花見にちなんだ「祭」に行く	旅行会社の花見ツアーに参加する	弁当を作って持っていく	弁当を買っていく	デリバリーをとる	カラオケやゲームを楽しむ	写真を撮って、ブログにアップする	ツイッターでつぶやく	その他
全体(n=446)	16.8	19.5	6.3	56.1	26.9	3.4	1.6	17.9	4.5	17.3
20代	18.8	34.6	4.3	65.2	23.2	4.3	1.4	23.2	5.8	7.2
30代	19.8	20.8	5.7	72.6	25.5	5.7	3.8	19.8	4.7	6.6
40代	17.5	16.3	2.5	60.0	23.8	5.0	2.5	22.5	8.8	20.0
50代	13.2	16.5	4.4	36.3	28.6	1.1	0.0	13.2	3.3	28.6
60代	15.0	13.0	13.0	47.0	32.0	1.0	0.0	13.0	1.0	23.0

(%)

全体との差分

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

『被災地の花見』に期待。花見は被災地にとって特別なものに

エリア別で見ると「被災地3県（宮城・岩手・福島）」の花見意向の高さが目立つ（28.0%（全体平均との差+5.6%））。また、「花見に行く理由」は、「昨年震災で行けなかった、楽しめなかったから今年は楽しみたい」が38.1%（全体：13.7%）と高いスコアを示したことから、2012年は花見に行って楽しい気分を味わいたいという『被災地の花見』の盛り上がりが期待される。

震災の傷跡はまだ残るも、東北の人たちにとって今年の花見は特別なものになるに違いない。

【エリア別：花見参加意向】

	総 数 (人)	を し た 1 1 (% 年 に 花 見)	い を し る よ う と 思 っ て 見 る (% 年 に 花 見)
全国	2000	21.6	22.4
北海道	96	9.4	12.5
東北	105	21.0	24.8
関東甲信越	958	20.7	22.4
中部	193	23.3	21.2
近畿	380	26.8	24.5
中国・四国	138	21.0	23.2
九州・沖縄	130	20.8	21.5
被災地3県(宮城・岩手・福島)	75	24.0	28.0

【エリア別：花見に行く理由】

	味 春 わ と い う 季 節 か ら 訪 れ を	毎 年 の 恒 例 だ か ら	す 深 親 こ と め た い 人 が た り で き る か ら 過 ご を	ら た 昨 年 震 災 で 行 け な か つ た か ら 今 年 は 楽 し み た い	ら 花 震 災 か ら 1 年 が 経 た か ら 分 だ か ら	そ の 他	が 見 今 年 は 例 年 以 上 に 、 花 見 に 行 く 理 由 だ か ら	ら 企 旅 行 会 社 な ど の お 花 見	出 異 性 の 新 場 に な る か ら
全体 (n=446)	81.2	46.9	31.6	13.7	7.0	3.6	3.4	1.8	1.6
北海道	75.0	33.3	25.0	16.7	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0
東北	73.1	34.6	30.8	30.8	11.5	3.8	7.7	3.8	0.0
関東甲信越	80.5	44.2	28.8	19.5	9.3	3.7	3.7	1.4	1.9
中部	87.8	51.2	34.1	7.3	4.9	4.9	0.0	0.0	0.0
近畿	78.5	54.8	32.3	4.3	3.2	4.3	4.3	4.3	2.2
中国・四国	84.4	40.6	34.4	3.1	3.1	3.1	3.1	0.0	0.0
九州・沖縄	92.6	59.3	48.1	3.7	3.7	0.0	0.0	0.0	3.7
被災地3県 (宮城・岩手・福島)	71.4	42.9	28.6	38.1	9.5	4.8	9.5	4.8	0.0

(%)

③この春したいこと、始めたいこと

トップ3は「旅行」、「スポーツ」、「ダイエット」。男性は“体力”、女性は“キレイカ”を求める傾向

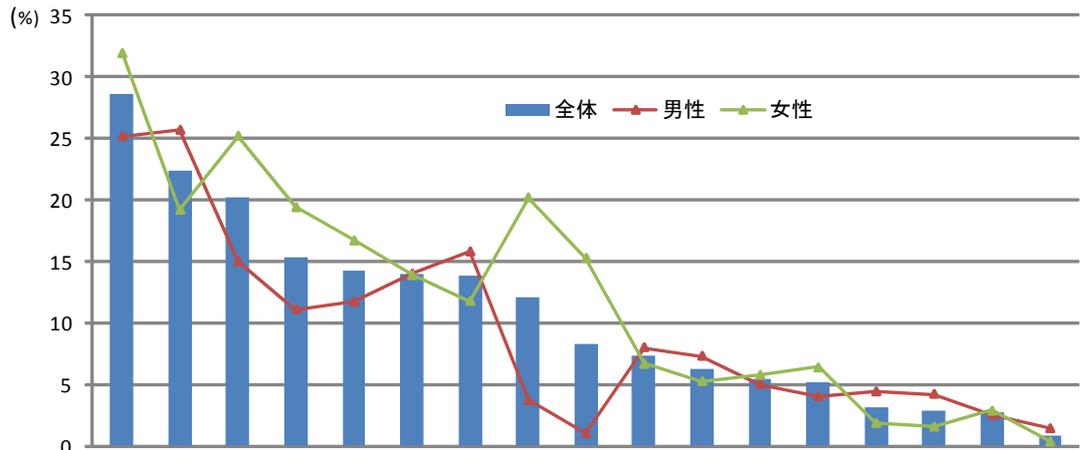
‘この春新たにしたいこと、始めたいこと’を尋ねたところ、「旅行」(28.6%)、「スポーツ・体力づくり」(22.4%)、「ダイエット」(20.2%)が、上位3項目としてそれぞれ20%以上のスコアを示した。新しい年度が始まる春を控え、アクティブに活動することや健康な体づくりに取り組みたいという生活者の意識が垣間見られる結果となった。

男女別のランキングで第10位までを比較すると、総じて男性よりも女性の方がよりアクティブにさまざまなことに取り組む姿勢であると言える。

また、男女に共通して高いスコアとなっている「旅行」(男性25.2% 女性31.9%)を除けば、「スポーツ・体力づくり」(男性25.7% 女性19.2%)は男性が高いスコアを示し、「ダイエット」(男性15.0% 女性25.2%)や「美容・エクササイズ」(男性3.7% 女性20.2%)は女性が高いスコアを示した。

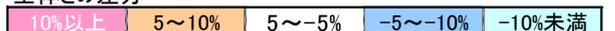
男性は“体力”、女性は“キレイカ”を求めて、新たに何かをしたり始めようとする傾向がうかがえる。

【この春したいこと、始めたいこと】



	総数	旅行	山、スポーツ・体力づくり(ランニング、登山、サッカー、水泳など)	ダイエット	ガーデニング、盆栽、自家菜園など	真・楽器など)	文化・芸術系の趣味(読書、絵画、写)	語学の勉強	資格の取得(語学、運転免許を除く)	美容・エクササイズ(ヨガ、エアロビクス、ダンスなど)	手芸系の趣味(料理、編み物、着付けなど)	恋愛、婚活	S	フェイスブック、ツイッターなどのSNS	ボランティア	結婚、子づくり	くなど)	政治などへの積極参加(選挙で投票に行	ゴルフ	イメージチェンジ、キャラクターづくり	運転免許の取得
全体	2000	28.6	22.4	20.2	15.4	14.3	14.0	13.8	12.1	8.3	7.4	6.3	5.4	5.2	3.1	2.9	2.8	0.9			
男性	982	25.2	25.7	15.0	11.1	11.7	14.0	15.8	3.7	1.0	8.0	7.3	5.0	4.0	4.4	4.2	2.5	1.4			
女性	1018	31.9	19.2	25.2	19.4	16.7	13.9	11.8	20.2	15.3	6.7	5.3	5.8	6.4	1.9	1.6	2.9	0.4			

全体との差分



【男女別：この春したいこと、始めたいこと】

男性(n=982)		
1	スポーツ・体カづくり(ランニング、登山、サッカー、水泳など)	25.7
2	旅行	25.2
3	資格の取得(語学、運転免許を除く)	15.8
4	ダイエット	15.0
5	語学の勉強	14.0
6	文化・芸術系の趣味(読書、絵画、写真、楽器など)	11.7
7	ガーデニング、盆栽、自家菜園など	11.1
8	恋愛、婚活	8.0
9	フェイスブック、ツイッターなどのSNS	7.3
10	ボランティア	5.0

(%)

女性(n=1018)		
1	旅行	31.9
2	ダイエット	25.2
3	美容・エクササイズ(ヨガ、エアロビクス、ダンスなど)	20.2
4	ガーデニング、盆栽、自家菜園など	19.4
5	スポーツ・体カづくり(ランニング、登山、サッカー、水泳など)	19.2
6	文化・芸術系の趣味(読書、絵画、写真、楽器など)	16.7
7	手芸系の趣味(料理、編み物、着付けなど)	15.3
8	語学の勉強	13.9
9	資格の取得(語学、運転免許を除く)	11.8
10	恋愛、婚活	6.7

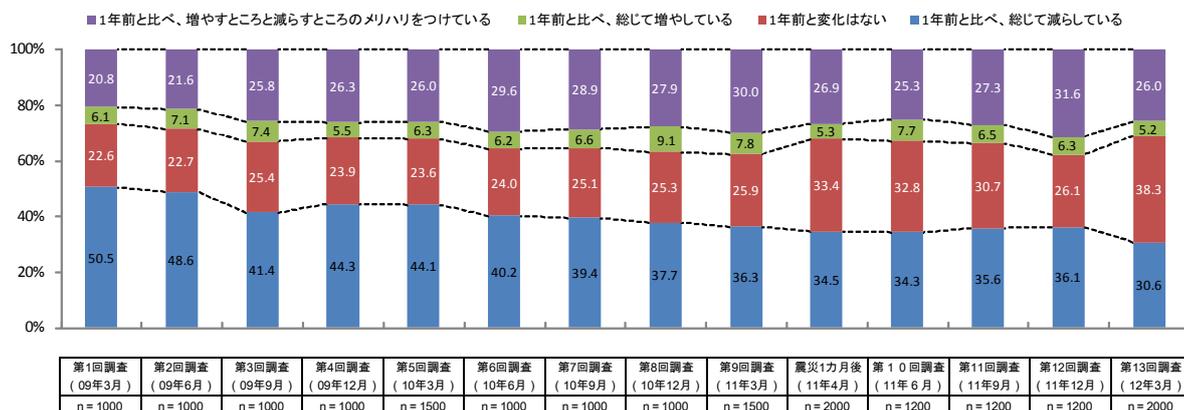
(%)

【資料編】

[1] 支出意識

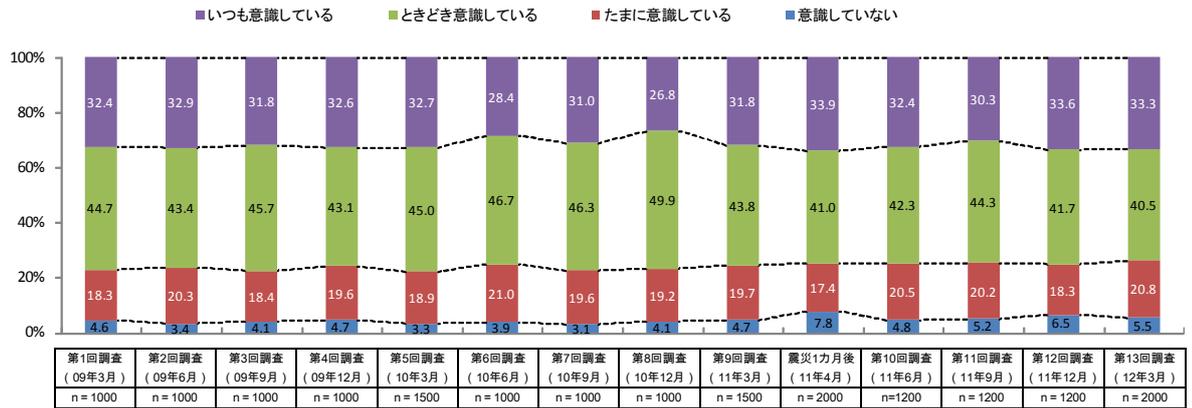
問：1年前と比べ、モノやサービスにかかるお金の使い方に関して、どのような変化がありますか。(単数回答)

一年前と比較して、支出を「総じて増やしている」は5.2%、「メリハリをつけている」は26.0%、「変化はない」は38.3%、「総じて減らしている」は30.6%。2011年12月時点と比較すると、「一年前と変わらない」が12.2%と顕著に増加。一方で「総じて減らしている」が5.5%減少して30.6%となり、調査開始(2009年3月)以降、最も低いスコアとなった。



[2] 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33.3%、「ときどき意識」は40.5%、「たまに意識」は20.8%、「意識しない」は5.5%。2011年12月時点と比べて大きな変化は見られないが、「たまに意識」がやや増加（2.5%）している。



[3] 贅沢意識

問：あなたは日頃の節約のことを気にせず、ちょっとした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」4.8%、「ときどきある」26.8%、「たまにある」50.7%、「ない」17.9%。2011年12月時点よりも「よくある」「ときどきある」の合計は微減（3.1%）している。

