

節約の実態と成果に関する マーケティングデータ

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2017年 12月15日 (金) ~ 12月18日 (月)
- 調査対象 : 首都圏在住の20歳~69歳
- 有効回答 : 415名

【内訳】

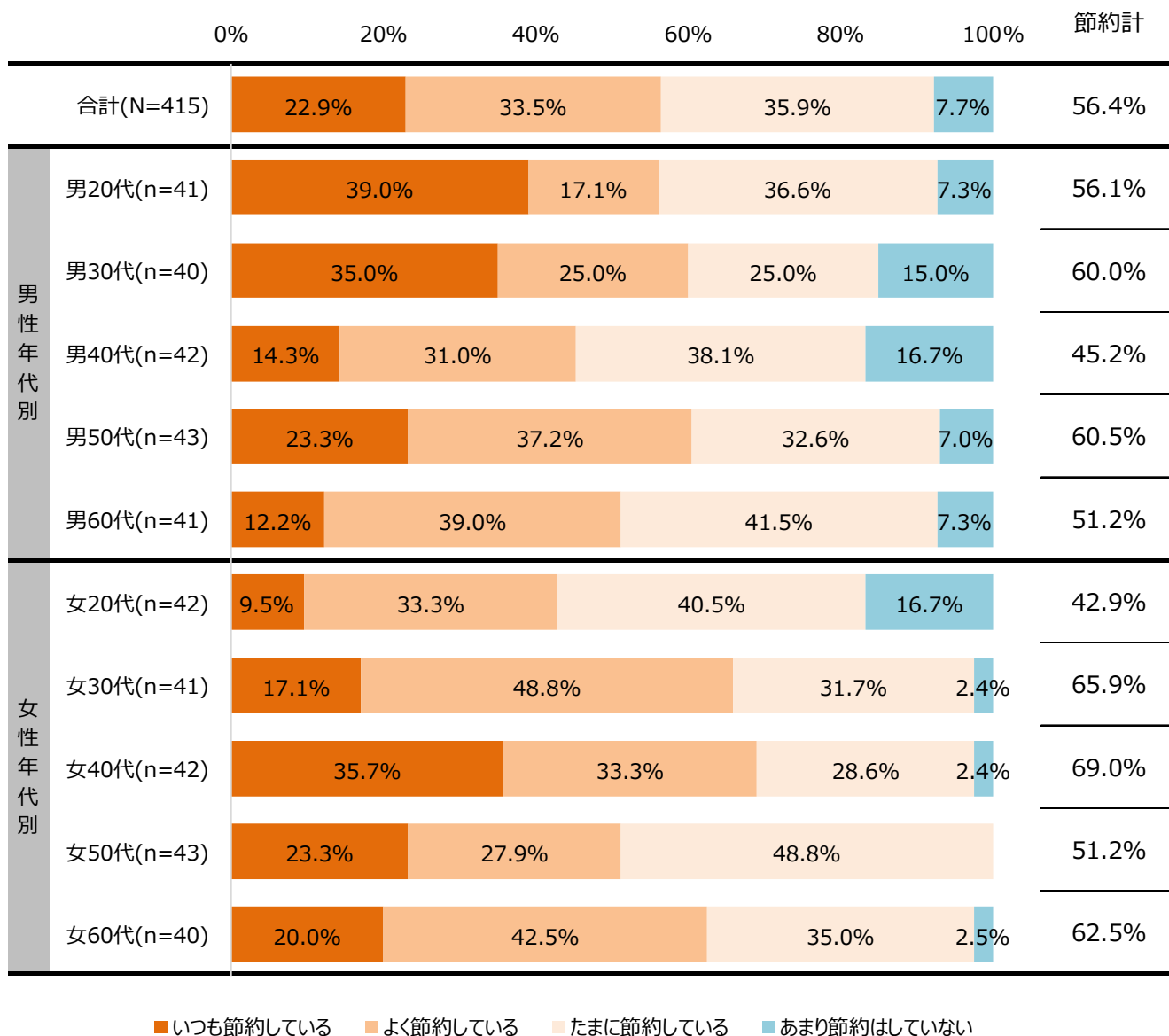
男性	20代 41名	女性	20代 42名
	30代 40名		30代 41名
	40代 42名		40代 42名
	50代 43名		50代 43名
	60代 41名		60代 40名
<hr/>			
合計	207名		208名

1. 普段の節約行動の状況

- 節約計（いつも節約している+よく節約している）は56.4%と、半数をやや超えた程度であった。これに「たまに節約している」（35.9%）を加えれば9割を超えており、頻度を考えなければ、何らかの節約行動を採っている人が大多数を占めた。
- 年代別に節約計をみると、女40代（69.0%）で最も高く、女20代（42.9%）で最も低かった。男40代（45.2%）の割合も低めであり、40代は性別によって対照的であった。また、「いつも節約している」だけの割合をみると、女性は40代をピークとして、離れた年代ほど割合が低かった。
- 一方、「あまり節約はしていない」の割合は、男30代（15.0%）と男40代（16.7%）を中心に男性で高めであった。女性においては、20代（16.7%）が目立って高かった。

Q.意識の程度に関わらず、実際の生活や買い物などの際に、節約することはありますか。(SA)

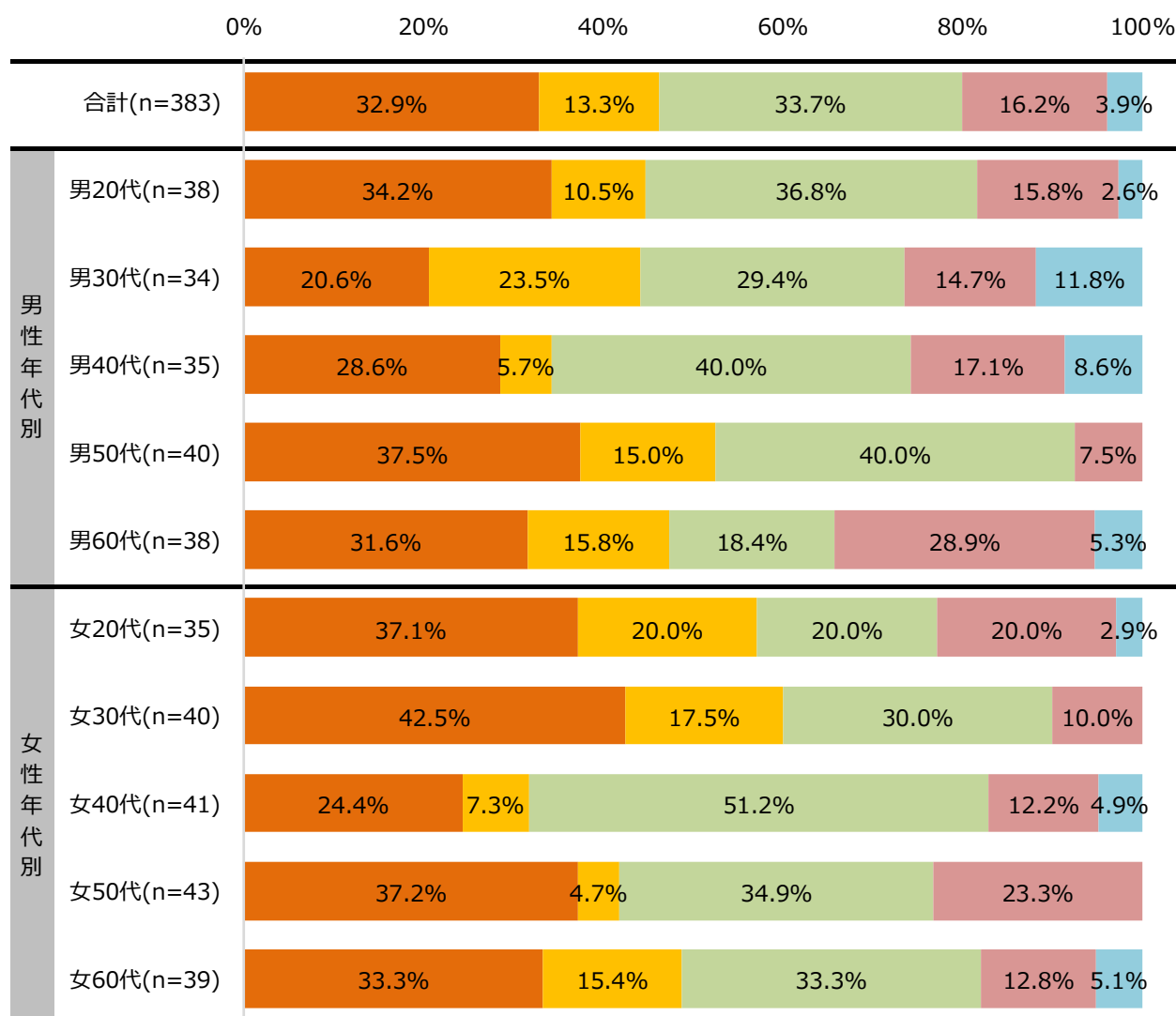
※節約計：いつも節約している+よく節約している



- ・節約行動のスタイルでは、「日常生活に必要な支出も、日常生活以外の支出も、どちらも節約している」(33.7%)と「日常生活に必要な支出の節約が中心であり、日常生活以外の支出はあまり節約していない」(32.9%)が拮抗し、「日常生活以外の支出の節約が中心であり、日常生活に必要な支出はあまり節約していない」(13.3%)は少数派であった。
- ・総合的には、日常生活に必要な支出の節約層が多く、日常生活以外の支出の節約層は少なかった。節約行動の焦点は、その多くが日常生活に必要な支出ジャンルに向けられている。
- ・「日常生活以外の支出の節約が中心であり、日常生活に必要な支出はあまり節約していない」は、男30代(23.5%)で最も高く、他層とは異なり、日常生活以外の節約層が多めであった。また、「特にどの支出とは決まっておらず、気が向いたときに節約する程度」は、男60代(28.9%)で最も高かった。

Q.あなたの節約は、以下のどのスタイルにあてはまりますか。最も近いものを選んでください。(SA)

※ N = 現在、実際に何らかの節約を行っている層

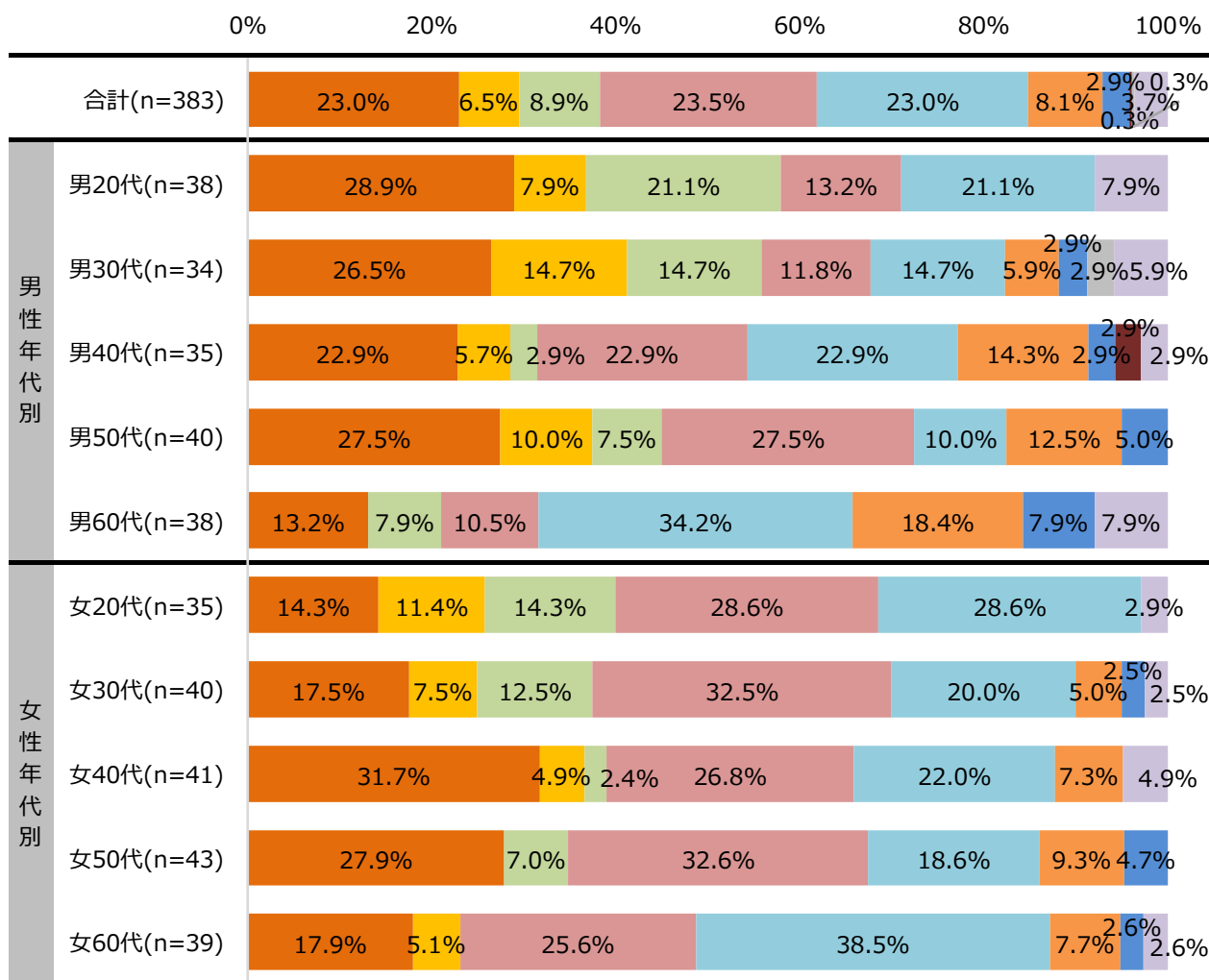


- 日常生活に必要な支出の節約が中心であり、日常生活以外の支出はあまり節約していない
- 日常生活以外の支出の節約が中心であり、日常生活に必要な支出はあまり節約していない
- 日常生活に必要な支出も、日常生活以外の支出も、どちらも節約している
- 特にどの支出とは決まっておらず、気が向いたときに節約する程度
- 金銭的な節約はしておらず、電気、ガス、水道、消耗品などの利用を節約する程度

- 節約を行う主な理由は、「将来に備えて貯めておきたい」（23.5%）、「家計に余裕がない」（23.0%）、「漠然と無駄なお金は使いたくない」（23.0%）の3つであった。
- 「将来に備えて貯めておきたい」は女性、「家計に余裕がない」は女40代～50代、「漠然と無駄なお金は使いたくない」は男女とも60代、でそれぞれ割合が高かった。「家計に余裕がない」は男20代～50代でも割合が高かった。
- 「欲しいもの、やりたいことの資金を貯めたい」の割合は、男20代（21.1%）、男30代（14.7%）、女20代（14.3%）、女30代（12.5%）で1割を超えて高めであった。自らの欲求を満たすために節約を行う層は、若い世代に多くみられた。

Q.節約を心掛ける理由として、最もあてはまるものはどれですか。(SA)

※N = 現在、実際に何らかの節約を行っている層



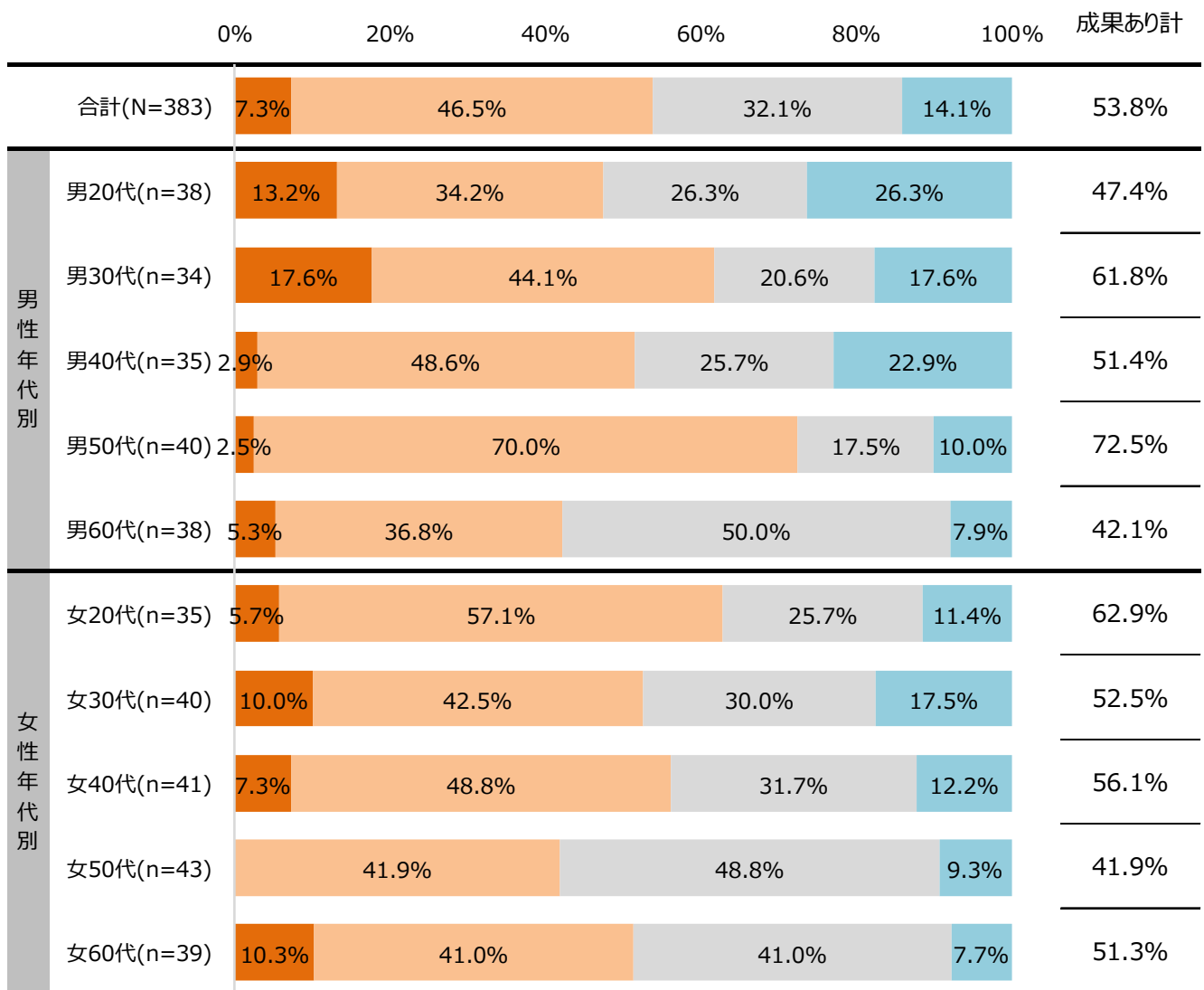
- 家計に余裕がないから
- 他に優先しなければならない出費があるから
- 欲しいもの、やりたいことの資金を貯めたいから
- 将来に備えて貯めておきたいから
- 漠然と無駄なお金は使いたくないから
- 無駄がなく、環境に優しい生活を送りたいから
- もともと節約が好きな性格だから
- まわりが節約しているから
- その他
- 特に理由はなく何となくしているだけ

- 節約行動の成果については、成果あり計（大きな成果を感じている＋少しは成果を感じている）は半数程度（53.8%）に留まった。その大半は「少しは成果を感じている」（46.5%）が占めており、節約行動に関して大きな成果を得た層は少なかった。
- 「正直なところ、あまり成果はあまり感じていない」は、男20代（26.3%）で最も高かった。他に男40代（22.9%）、男30代（17.6%）、女30代（17.5%）、女40代（12.2%）、男50代（10.0%）でも1割以上と高かった。

Q.これまでの節約によって、実際にはどの程度の成果があったと感じていますか。(SA)

※ N = 現在、実際に何らかの節約を行っている層

※ 成果あり計：大きな成果を感じている＋少しは成果を感じている



- 大きな成果を感じている
- 少しは成果を感じている
- どちらともいえない
- 正直なところ、あまり成果は感じていない

- 節約行動の内容については、「日常的には必要ではないもの（＝なくても良いもの）を買う回数や金額を抑える」（59.0％）の割合が最も高く、「買い物では必要最小限のものしか買わない」（39.7％）が続いた。「なくても良いもの」「余計なもの」の消費を抑えようとする姿勢は強かった。
- 一方、「人付き合い」「レジャー」などの消費を抑えようとする姿勢は弱かった。人生に楽しみを与える活動に対して、節約を行っている人は少なかった。

Q.あなたの節約にあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

※ N = 現在、実際に何らかの節約を行っている層

	合計(n=383)	男性 (n=185)	女性 (n=198)
日常的には必要ではないもの（＝なくても良いもの）を買う回数や金額を抑える	59.0%	53.0%	64.6%
買い物では必要最小限のものしか買わない （余計なものは買わない）	39.7%	37.8%	41.4%
日常的に必要なもの（食料品、日用品など）を買う回数や金額を抑える	37.3%	37.8%	36.9%
同じジャンルの商品であれば、 安いほうを選ぶ	37.1%	33.5%	40.4%
電気、ガス、水道の利用を抑える	34.7%	31.9%	37.4%
外食の頻度を抑える	27.9%	27.6%	28.3%
通信費（電話、ケータイ、ネットなど）を抑える	25.8%	27.0%	24.7%
衣類や雑貨の購入を抑える	25.1%	18.4%	31.3%
徒歩や自転車での外出を心掛ける	23.2%	21.1%	25.3%
買う目的もないのにお店（含ネット）に入らない、閲覧しない	18.3%	15.7%	20.7%
レジャー（旅行、行楽など）に出掛ける頻度を抑える	15.7%	15.7%	15.7%
レジャー（旅行、行楽など）先での 飲食や土産品の購入を抑える	11.2%	11.9%	10.6%
人付き合いの頻度を抑える	11.2%	13.0%	9.6%
自家用車の利用を控えて、 公共交通機関の利用を心掛ける	9.9%	12.4%	7.6%

● 日常生活の節約が多数派、日常生活以外の節約は少数派

節約行動のスタイルとしては、「日常生活に必要な支出も、日常生活以外の支出も、どちらも節約している」(33.7%)と「日常生活に必要な支出の節約が中心であり、日常生活以外の支出はあまり節約していない」(32.9%)の割合が拮抗した。一方、「日常生活以外の支出の節約が中心であり、日常生活に必要な支出はあまり節約していない」(13.3%)は1割台に留まった。総合的に考えれば、日常生活に必要な支出の節約層が多数を占め、日常生活以外の支出の節約層は少数派であった。

毎日の生活のなかで少しずつ節約を積み上げ、非日常的な特別の機会ではあまりケチケチしないスタイルが主流である。日常的な無駄は省くが、楽しむときには消費を惜しまないという意識が強い。

ただし、実際の生活や買い物の際に「いつも節約している」(22.9%)としたのは約2割に過ぎず、「よく節約している」(33.5%)、「たまに節約している」(35.9%)のほうが多かった。日常生活の支出を節約する意識はあっても、ストイックに実践している層は少数であった。また、「いつも節約している」の割合は属性別のバラツキが大きく、男20代(39.0%)、女40代(35.7%)、男30代(35.0%)で高く、女20代(9.5%)、男60代(12.2%)、男40代(14.3%)、女30代(17.1%)で低かった。節約の意識や行動に対する姿勢は、ライフステージによって大きく異なっている。

● 「家計に余裕なし」「貯蓄したい」「無駄を省く」が節約の主な理由

節約を心掛けようとするモチベーションは、主に3つに分かれた。

「家計に余裕がない」は、主婦世代である女40代~50代を中心に割合が高かった。必要に迫られて節約している層である。「将来に備えて貯めておきたい」は女性で割合が高かった。この割合は男性の40代と50代でも高めであった。差し迫った用途はないが将来に向けて堅実に節約したい層である。「漠然と無駄なお金は使いたくない」は男女とも60代で割合が高かった。無駄を省きシンプルな生活を過ごすために節約している層である。他に「欲しいもの、やりたいことの資金を貯めたい」の割合は、男女とも20代と30代で高めであった。若い世代には目標を持って節約している層が少なくない。

節約のモチベーションはそれぞれによって異なるため、単に価格が安いだけでは消費意欲を刺激できない場合も多い。価格設定も大切だが、ターゲットのニーズを見極めて、適切なポジションを設定することが、より大切である。

● 節約で大きな成果を得ているのはごく少数

これまでの節約行動によって、「大きな成果を感じている」としたのは1割未満(7.3%)であり、大半は「少しは成果を感じている」(46.5%)であった。両方を合計しても53.8%と半数を超える程度であり、節約行動の成果を実感できていない層はかなり多かった。

そのなかで「大きな成果を感じている」の割合は、男20代(13.2%)と男30代(17.6%)で相対的に高めであった。ともに実際の生活や買い物で「いつも節約している」の割合が高い層である(上記の1番目のまとめをご参照のこと)。

一方、「正直なところ、あまり成果は感じていない」の割合も男20代(26.3%)、男30代(17.6%)、男40代(22.9%)を中心に男性で高かった。男20代~30代では、大きな成果が得られた層と得られなかった層が混在した。若い男性層は節約によって大きな成果を得やすい、と単純に言えるわけではない。

トピックスリサーチ

節約の実態と成果に関するマーケティングデータ

発行日 2018年 1月 31日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp