

# 節約の意識に関する 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】

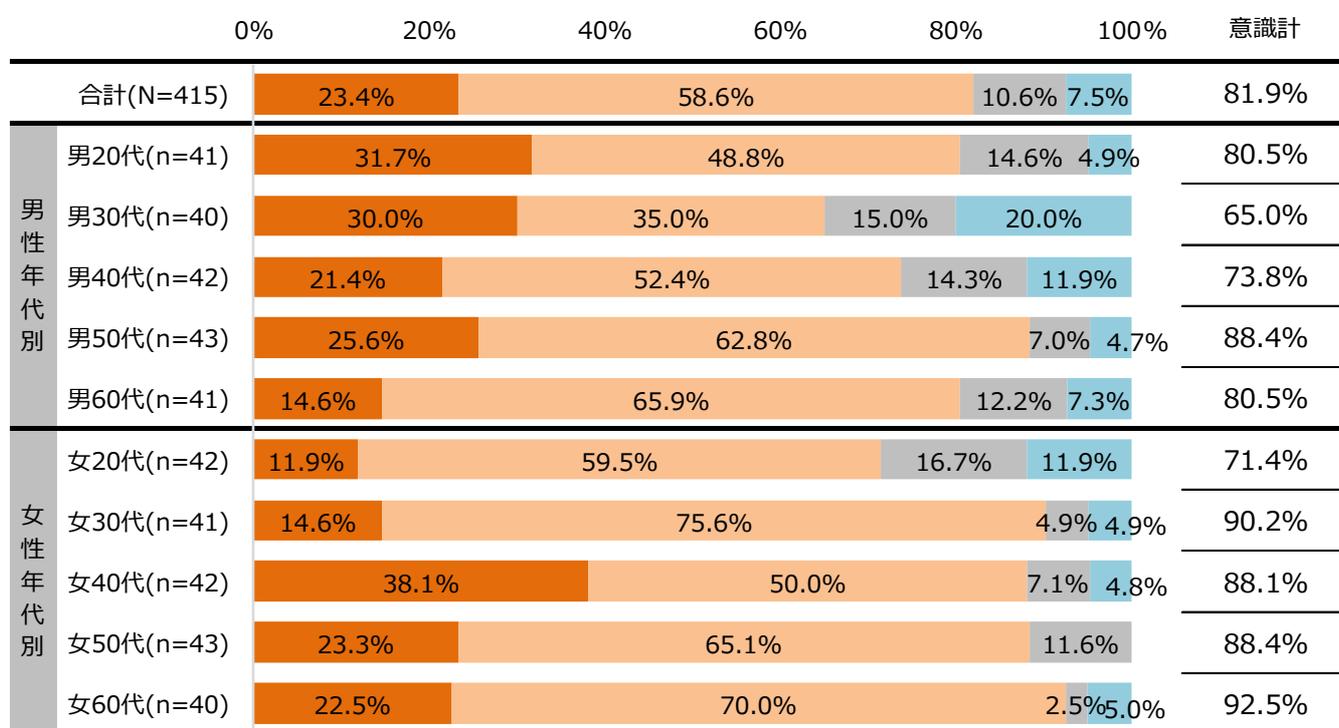
男性	20代 41名	女性	20代 42名
	30代 40名		30代 41名
	40代 42名		40代 42名
	50代 43名		50代 43名
	60代 41名		60代 40名
<hr/>			
合計	207名		208名

# 1. 節約意識の程度

- 全体では2割強（23.4%）が節約について普段から「とても強く意識している」とした。この割合は子育て主婦世代である女40代（38.1%）で最も高かった。性別でこの割合をみると、20代～30代では男性が女性を大きく上回ったが、40代と60代では女性が男性を大きく上回った。
- 一方、節約意識層（「とても強く意識している」「まあ意識している」の合計）は男30代を除く各層で7割以上を占めた。男30代は節約意識層（65.0%）が最も低だけでなく、「あまり意識しない」（20.0%）の割合も最も高かった。男30代の節約意識は相対的に弱い。
- 節約の意識と行動の関係をみると、意識が強いほどよく実践しており、強い相関関係がみられた。意識がない場合、節約は実際にもほとんど行われぬ。

## Q.普段、節約をどの程度意識していますか。(SA)

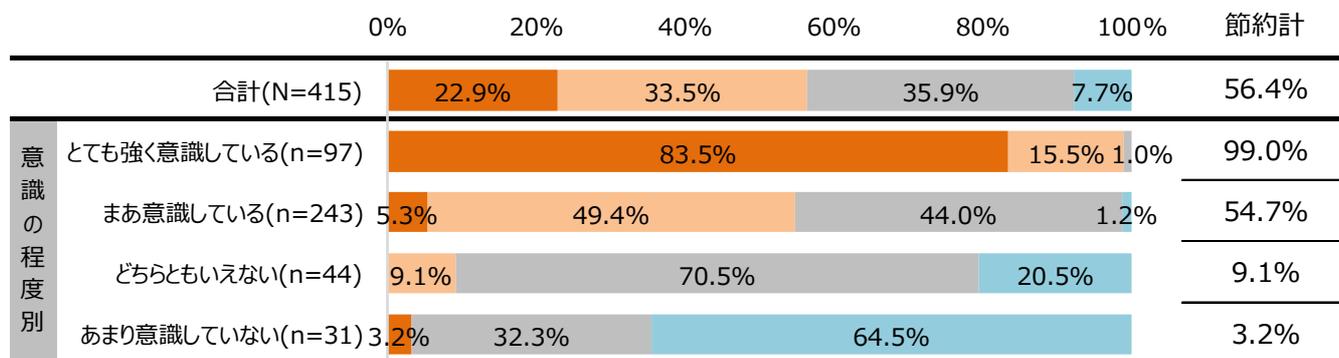
※意識している：とても強く意識している+まあ意識している



■ とても強く意識している ■ まあ意識している ■ どちらともいえない ■ あまり意識していない

## 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)

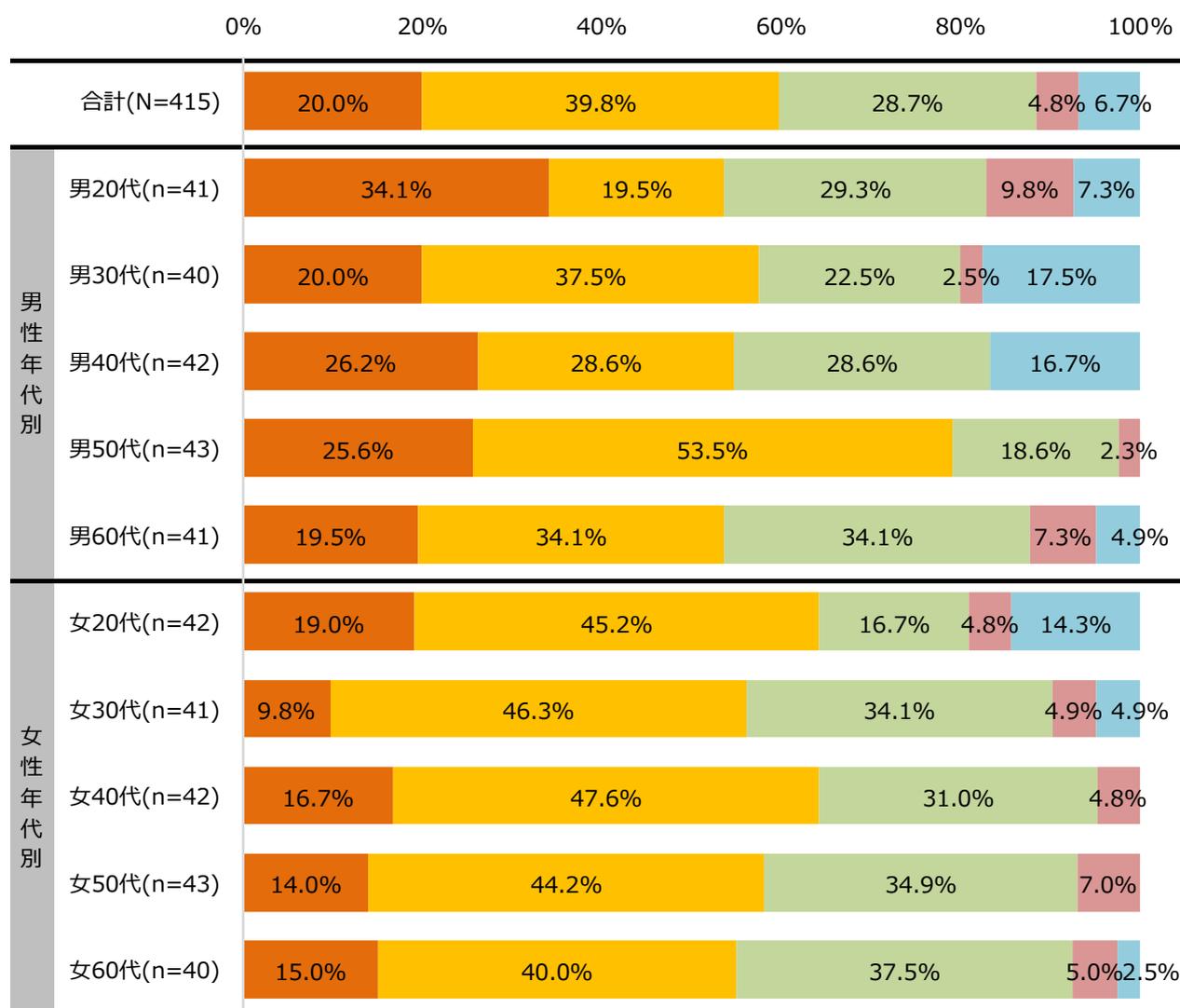
※節約計：いつも節約している+よく節約している



■ いつも節約している ■ よく節約している ■ たまに節約している ■ あまり節約はしていない

- 節約意識の内容として最も割合が高かったのは、「節約すべきもの、すべきでないものを分けて、メリハリの利いた節約を心掛けたい」（39.8%）であり、これに「節約は意識するが、それにこだわり過ぎず、お金を使うべきときには使う」（28.7%）が続いた。「ジャンルに関わらず、何に対しても節約を心掛けたい」（20.0%）はその次であった。
- 何があんでもというよりも、状況によって柔軟に対応し、メリハリの利いた節約を心掛けたい層が多数を占めた。相対的にみると、とにかく節約を心掛けたい層は男性に多く、メリハリの利いた節約を心掛けたい層は女性に多くみられた。
- 「節約の意識はあるが、実際の買い物では忘れてしまうことが多い」（4.8%）はごく僅かであった。節約の意識がある場合、それをすっかり忘れてしまうケースは非常に少ない。

### Q.あなたの節約に対する意識に最もあてはまるものをひとつ選んでください。(SA)



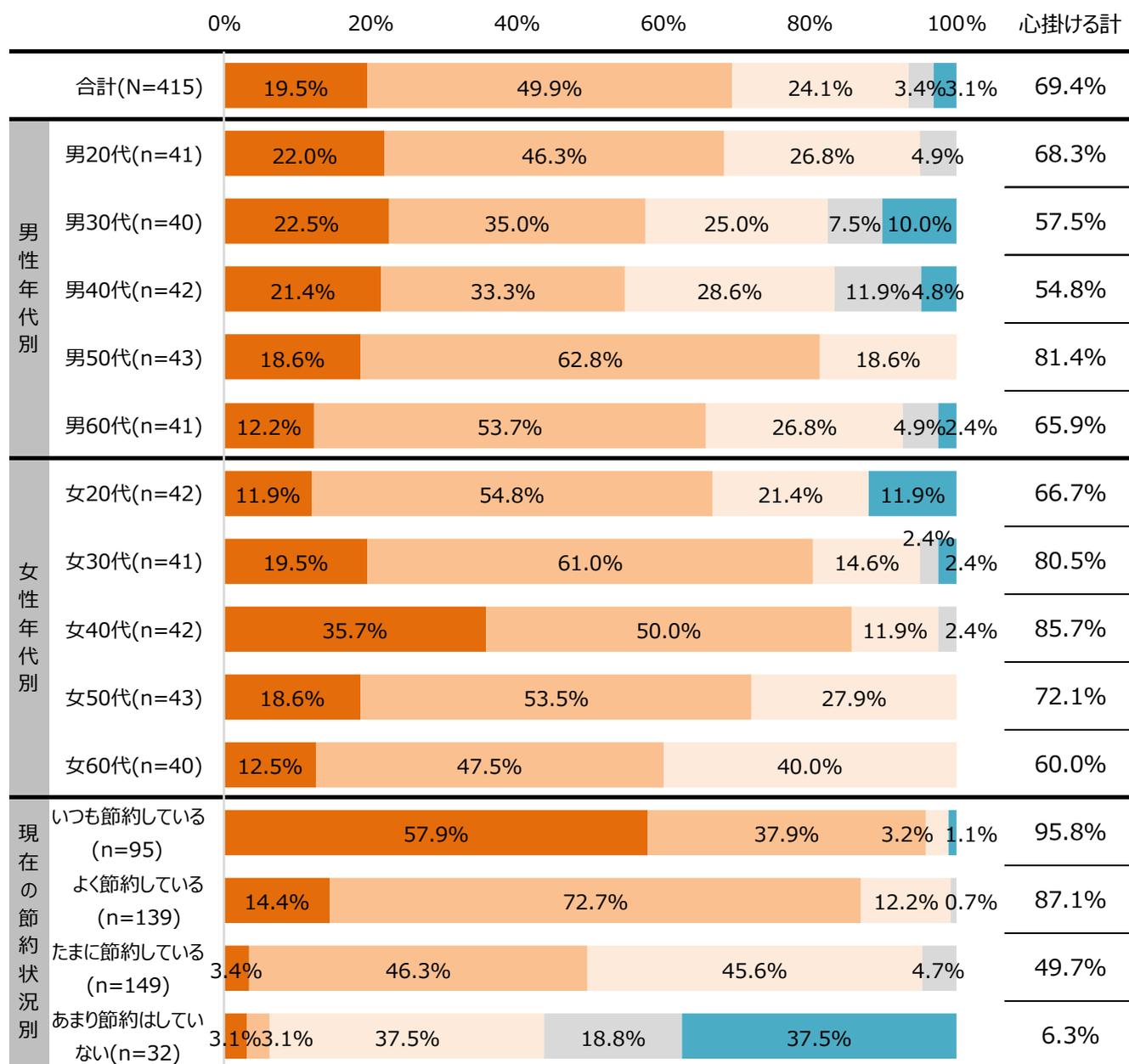
- ジャンルに関わらず、何に対しても節約を心掛けたい
- 節約すべきもの、すべきでないものを分けて、メリハリの利いた節約を心掛けたい
- 節約は意識するが、それにこだわり過ぎず、お金を使うべきときには使う
- 節約の意識はあるが、実際の買い物では忘れてしまうことが多い
- はじめから節約の意識はあまりない（買いたいときに自由を買っている）

### 3. 今後の節約意向

- 今後の節約意向については、「積極的に心掛ける」(19.5%)が約2割、「できるかぎり心掛けたい」(49.9%)が約5割であった。「少しは心掛けたい」(24.1%)まで含めれば、9割以上(93.5%)を占めた。意向の程度を考えなければ、ほとんどが節約意向を持っていた。
- 今の節約意識の程度と同様に(2頁ご参照)、今後の節約意向でも「積極的に心掛ける」の割合は、子育て主婦世代である女40代(35.7%)で突出して高かった。節約の意識、意向はともに家計を預かる主婦で強かった。
- 一方、男30代と女20代では「あまり心掛けない」の割合がともに1割を超えて高かった(10.0%と11.9%)。
- 男女とも60代は節約を心掛ける割合(「積極的に心掛ける」「できるかぎり心掛けたい」の合計)が6割台であり、相対的には、今後の節約に対して消極的な姿勢がみられた。

#### Q. 今後は節約をどの程度心掛けていきたいと思えますか。(SA)

※心掛ける計：積極的に心掛ける+できるかぎり心掛けたい



■ 積極的に心掛ける ■ できるかぎり心掛けたい ■ 少しは心掛けたい ■ どちらともいえない ■ あまり心掛けない

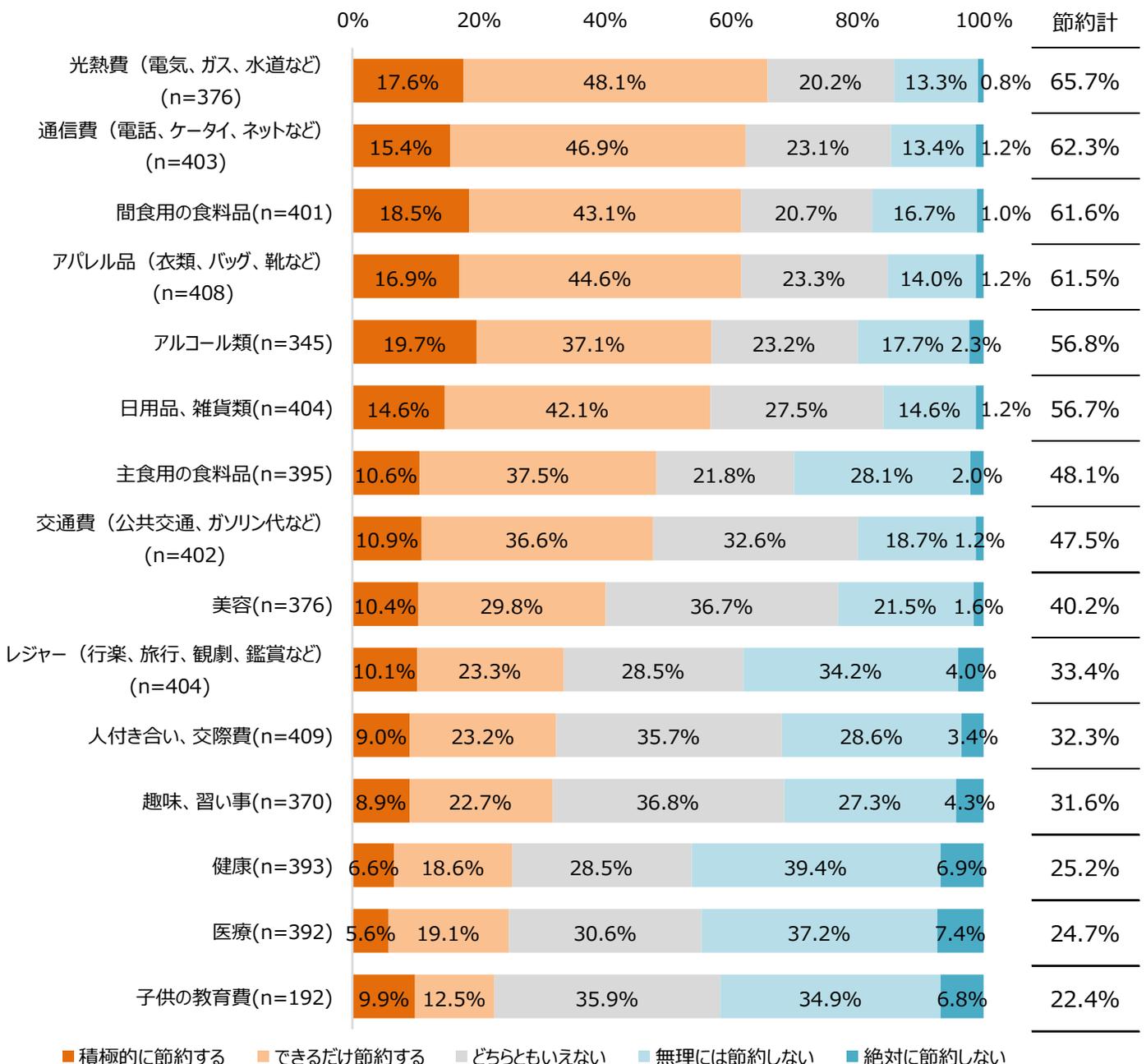
## 4. 支出ジャンル別の節約意向

- 節約意向（「積極的に節約する」「できるだけ節約する」の合計）の割合が高かったのは、光熱費（65.7%）、通信費（62.3%）、間食用の食料品（61.6%）、アパレル品（61.5%）であった。日常生活で発生する支出ジャンルが上位を占めた。
- 一方、節約意向の割合が低かったのは、子供の教育費(22.4%)、医療(24.7%)、健康(25.2%)、趣味、習い事(31.6%)、人付き合い、交際費(32.3%)、レジャー(33.4%)であった。将来や人生の楽しみに関わる支出ジャンルが並んだ。
- 節約意向の強度は支出ジャンルの性格によって異なり、日常的な支出ジャンルに対しては強かったが、将来や楽しみに関わる支出ジャンルに対しては弱かった。

### Q.以下の支出ジャンルに対する節約意識を、それぞれひとつずつ選んでください。(各SA)

※ N = 各ジャンルの支出がもともとない層は除く

※節約計：積極的に節約する+できるだけ節約する



## ● 主婦世代の節約意識が強い

節約について「とても強く意識している」割合が最も高かったのは女40代（38.1%）であり、今後の節約意向についても「積極的に心掛ける」割合は女40代（35.7%）で最も高かった。どちらも他の年代層に比べて突出して高かった。女40代は、ライフステージ的に子育て主婦が多い世代であり、やはり主婦の節約志向は強かった。

20代～30代をみると、節約を「とても強く意識している」割合が男性で3割以上と高かったが、女性では1割台と低かった。若い世代における節約意識は、男性のほうが明らかに強かった。ただし、今後の節約意向において「積極的に心掛ける」としたのは、男20代（22.0%）、男30代（22.5%）はともに2割台であった。意識の強さに比べると、心掛けようとする意向は弱かった。意識だけ高く、実践を伴わない可能性がある。

また、今後の節約意向について「あまり心掛けない」とした割合が1割を超えたのは、男30代（10.0%）と女20代（11.9%）であった。どちらも節約の意識において「あまり意識していない」割合も高めであった。どちらも収入を自らのために使いやすい世代であり、経済的には節約意識を感じにくい環境が背景にある。男30代に節約意識が強い層と弱い層が混在するのは、結婚によって経済環境が一変するためと思われる。

## ● 女性はメリハリの利いた節約を心掛けている

節約にあたっては、約4割が「節約すべきもの、すべきでないものを分けて、メリハリの利いた節約を心掛けたい」（39.8%）とし、約3割が「節約は意識するが、それにこだわり過ぎず、お金を使うべき時には使う」（28.7%）とした。「ジャンルに関わらず、何に対しても節約を心掛けたい」（20.0%）は2割に留まった。節約にこだわり過ぎず、状況や場面によって柔軟に対応するメリハリの利いた節約を志向する層が大多数を占めた。

性別で比べると、「ジャンルに関わらず、何に対しても節約を心掛けたい」は男20代（34.1%）を中心に男性の割合が高めであり、メリハリの利いた節約は女性の割合が高めであった。TPOに応じて、上手に節約を実践しようとする意識は、男性より女性のほうが強かった。ただし、「節約すべきもの、すべきでないものを分けて、メリハリの利いた節約を心掛けたい」割合が最も高かったのは男50代（53.5%）であった。

一方で、「はじめから節約の意識はあまりない（買いたいときに自由を買っている）」割合は、男30代（17.5%）、男40代（16.7%）、女20代（14.3%）で高めであった。経済性よりも自己欲求を優先する傾向が強い世代である。

## ● 将来や人生の楽しみに対する支出は節約対象になりにくい

支出ジャンル別の節約意識をみると、「光熱費」「通信費」「間食用の食料品」「アパレル品」で節約意向が強かった。日常生活で発生する支出ジャンルが上位を占めた。一方、「子供の教育費」「医療」「健康」「趣味、習い事」「人付き合い、交際費」「レジャー」では節約意向が弱かった。自分または家族の将来に対する支出ジャンル、自分の人生の楽しみに対する支出ジャンルが多く並んだ。

メリハリの利いた節約を志向する層が大多数を占めたが、ケチる場面とケチらない場面は上記のようにわかれた。生活の日常的な部分では節約を心掛け、非日常的な部分では消費を厭わないとするスタイルが多いと思われる。日常的な部分の支出ジャンルでは安さが重視されやすいが、非日常的な部分の支出ジャンルでは、必ずしも経済性が求められるわけではない。

## トピックスリサーチ

節約の意識に関するマーケティングデータ

---

発行日                    2017年 12月 29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](mailto:marketing@alice.asahi-u.ac.jp)