

2007 年度自主研究

消費者行動調査報告書

2008 年 3 月

大阪都市経済調査会

はじめに

米国住宅バブル崩壊に端を発した欧米金融機関の変調は、2007年8月の仏BNPパリバ証券が資産担保証券関連ファンド3つの資産を凍結したことで顕在化し、翌08年3月には米国第5位の証券会社：ベアスターンズが破綻に至った時点で、その深刻さが再認識された。このため、投機資金はファンドから原油等へのシフトを加速しつつあり、円買い姿勢を強めたため円相場の急騰や株価急落をもたらしている。このように、世界経済は金融危機を発端としてグローバルなレベルで今後とも予断を許さない状況に陥っており、深刻な景気減速の懸念が高まっている。

こうした状況下、経済活動の重要な分野である個人消費が景気の下支えとなれば、日本経済が深刻な不況に陥る事態から回避しようと期待される。国民経済計算によれば、わが国のGDPを需要／支出面から捉えると、家計消費支出は全需要の55%以上のシェア（帰属家賃分を除くと46%強）を占める最大の需要項目となっており、家計消費が持続的に成長するかどうかは内需主導型の経済活性化の成否を分かつことになる。

以上の認識のもと、本調査では消費者の買い物行動に主眼を当て、消費構造を多角的に分析することで、消費者がどのようなモノ・サービスを嗜好しているのか、どういった店舗・業態で買い物しているか、近畿と関東の消費者でどのような違いがあるのか、などを明らかにすることを目的としている。

採用した調査方法は、費用対効果を高めるべく、近畿および関東地方の一般消費者に対するインターネット調査によることとした。登録モニターによるインターネット調査は10年ほど前から市場に登場したものであり、全国的にインターネットが普及した現在、モニターに極端なバイアスがかかっていないと考えられることから、本調査結果が指摘する特徴はほぼ実態に近いものと考えている。

本調査の結果が、大阪で事業展開する消費財系のメーカーや流通企業が今後の需要開拓の方向性などを探るための有益な情報に資するとともに、行政にあっては商業振興などの施策のための基礎情報に資することを期待するものである。

2008年3月
大阪都市経済調査会

目 次

調査概要	1
第1章 回答者の基礎的屬性	3
第2章 消費者の暮らし向き・ライフスタイル	6
第3章 消費スタイル	13
おわりに	28
資料編	29
1. アンケート調査票	
2. 集計結果	
3. 自由回答（問18）の結果概要	

調査概要

調査目的	内需振興の主役を担う個人消費の構造を探るべく、消費者の買い物行動に主眼を当て消費構造を多角的に分析することで、消費者のモノ・サービス嗜好、店舗・業態の選択行動、近畿と関東の消費者の違いなどを明らかにすることで、企業の事業展開や行政の産業支援施策の基礎情報に資する。
調査方法	インターネット調査（株式会社マクロミルに委託）
調査対象	近畿2府2県、関東1都3県の20歳以上の一般登録モニターを対象
質問項目	大別すると下記の2種類だが、これ以外にモニターの基本属性がある 1) 現在の暮らし向き・ライフスタイル 2) 消費に関する行動や考え方
調査票	資料編参照
調査期間	平成20年3月
回収件数	2,065件

調査結果概要

① 回答者の基礎的属性

次のような特性となっており、全国の平均的構成割合からみても概ね妥当な構成である。

- ・ 男女ほぼ半々で、年齢構成は20～39才、40～59才、および60才以上がほぼ1/3ずつ
- ・ 近畿と関東で半々であり、既婚者が3/4で、子供ありが6割強
- ・ 職業としては、女性では主婦、パート・アルバイト、会社員など、男性では高齢者はその他（無職を含む）、会社員、自営業などが中心

② 消費者の暮らし向き・ライフスタイル

次のような分析結果となっており、全体として、生活は厳しいがそれなりに消費しており、満足度もさほど悪くはないという消費者像が読み取れる。

- ・ 夫婦と子供の核世帯が4割弱、夫婦のみが3割弱。独身は単身と親と同居がほぼ半々。
- ・ 年収は300～500万円が1/4で最も多く、その上下のランクが次いでいる。関東の方が高収入割合が多少多い。
- ・ 住居では戸建が4割強、賃貸が3割弱、分譲マンションが2割。近畿で戸建が多少多い。
- ・ 金融資産としては、ほとんどないから5000万円以上まで幅広く分布している。他方、負債総額は、ほとんどないが半数。関東の方が高額な残高を抱える割合がやや多い。
- ・ 世帯収入は変化なしが半数近いものの、減少も4割程度あり、増加は1割強。他方、支出は変化なしが半数弱で、増加が1/3強で、減少は2割。収支でアンバランス傾向あり。
- ・ 暮らしの満足度は、やや満足が1/3強、中立が1/4、やや不満が2割。他方、余裕度は中立とやや余裕なしが各3割弱で、余裕なしの1/6も含めて、満足度よりも多くの%となっている。やや余裕ありと余裕ありを合わせても3割弱である。

- ・ 5～10年後の将来の生活像としては、趣味に打ち込む、今のまま、の2つが約1/4ずつで、その他、転職派、のんびり派、昇進志向が1割程度となっている。

③ 消費スタイル

次のような分析結果となっており、全般に堅実な消費行動をとっていることがわかる。

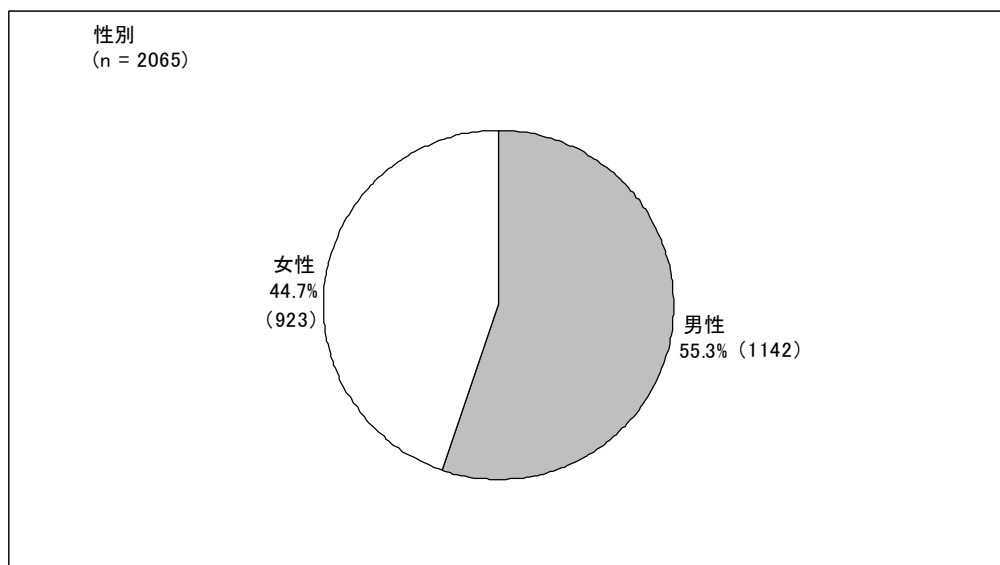
- ・ 趣味など選択的支出としては、現在は旅行とパソコン、食事・外食が3大支出項目であるが、収入増や子供の自立後を想定した場合には、旅行が突出して高くなり、食事・外食とで2大潜在需要を構成している。この2項目は節約の場合でも主要項目となっている。なお、選択的支出と基礎的支出では後者の方が節約の対象となる傾向がある。
- ・ 買い物行動として大半の消費者は、価格と品質の見合いや、自分のしたいファッションを楽しむようにしている。次いで、家でのおんびり過ごす傾向や家族の買い物を優先する傾向が6割程度の回答となっており、全体として堅実な消費行動をとっている。
- ・ 商品を選択する場合に重視する要素としては、価格はベースとして重要視するが、品質も一般消費財や耐久消費財では重視している。また、自分の好み重視も耐久消費財系で重要なポイントとなっている。
- ・ 買い物をする店舗・業態では、商品によりかなり特徴が表れており、大半の商品で「専門量販店」が支配的な地位を占める。それ以外の特徴としては、普段の食材ではスーパーが独占的で、外出着では百貨店が第1位にある。専門店・一般小売店は子供服やスポーツ用品でかなりの支持がある。ホームセンターはインテリア製品の購買先として存在感を示し、インターネットでの購入が最も活発なのは家電製品である。
- ・ 買い物の時間帯では、食材は平日が6割近くを占めるが、衣服では土日・休日の方が多くなっている。その他日用品では特に決まった時間帯はない人が1/3ほどある。
- ・ 買い物時の交通・移動手段では、頻度が多いものは習慣化しており、徒歩と自転車と自家用車がほぼ1/3ずつを占める。週に1回以下では自家用車がほぼ半数を占める。
- ・ 買い物時の支払手段は基本的には現金であるが、3万円以上の高額商品ではクレジットカードが2/3以上を占めている。

第1章 回答者の基礎的属性

ここでは、まず、消費者である回答者自身の基礎的属性を幅広い観点から概観しておくことで、回答者の特性を把握するとともに、サンプルの極端な偏りが無いことを確認しておく。

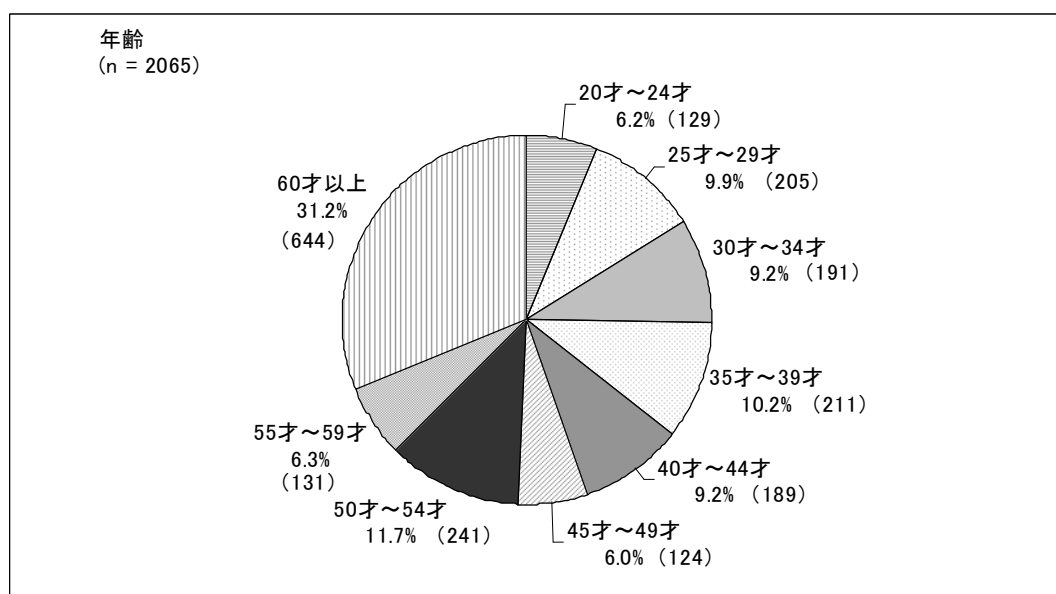
1. 性別〔モニター属性項目〕 【図-1. 1】

男性が55.3%と過半を占めている。これはわが国全体の男性比率：48.2%（国勢調査〔2005年、20才以上のみ〕以下同様）よりも7.1%多いものの、誤差としてサンプルの修正を施すほど大きいものではないと判断して、有効サンプル全体を使用して、以下の分析を行うこととする



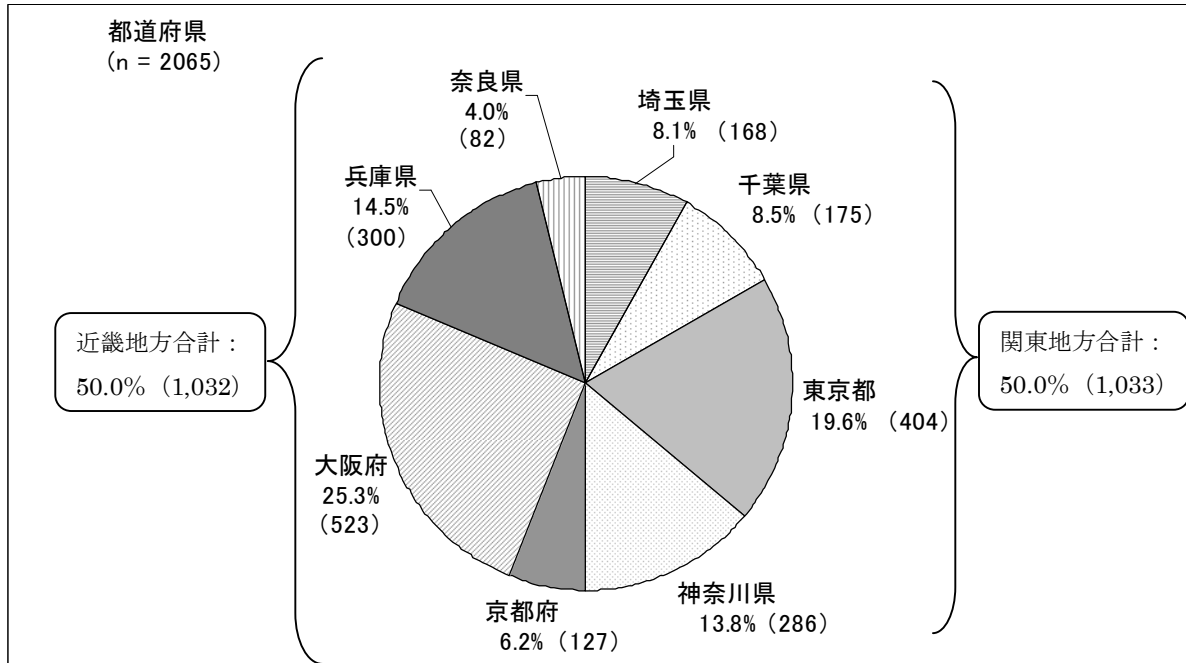
2. 年齢構成〔モニター属性項目〕 【図-1. 2】

年齢構成については60才以上が最も多く31.2%を占めており、以下50才～54才：11.7%、35才～39才：10.2%、25才～29才：9.9%、30才～34才：9.2%、40才～44才：9.2%の順となっている。わが国全体の構成比と比較すると、上記の順で33.0%、8.5%、8.4%、8.0%、9.4%、7.8%となっており、2～3%の誤差範囲に収まっている。なお、55才～59才に関しては3.6%低くなっているが国勢調査時点と2.5年のズレがあり、これを考慮すると2.2%の差になり、ほぼ合致している。



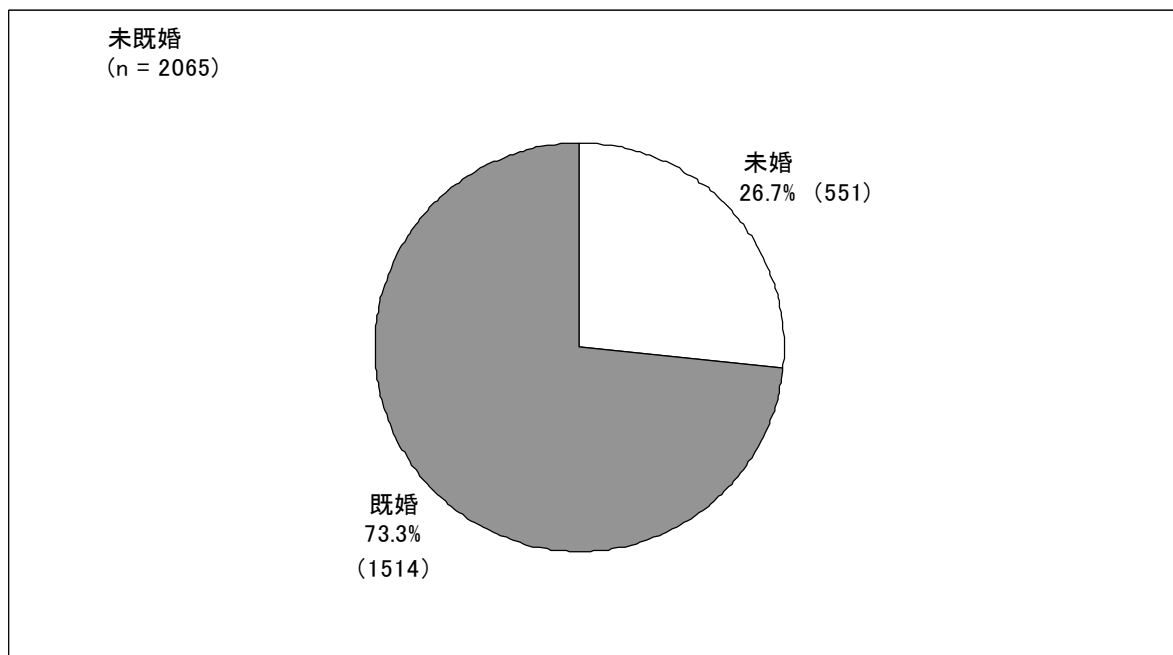
3. 回答者の居住地〔モニター属性項目〕 【図-1.3】

回答者の地域分布については、本調査が主として近畿地方の消費者と関東地方の消費者を対比して分析する目的からほぼ半々を目標としていたので、それに合致している。また、両圏域別でもほぼ人口比と比例しておりサンプルとして妥当と判断できる。



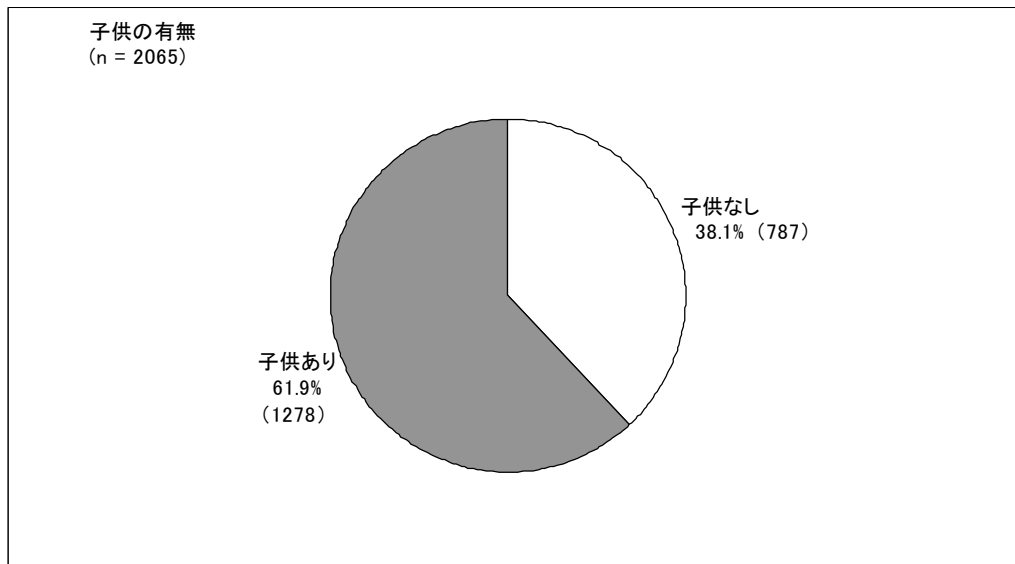
4. 結婚経験 【図-1.4】

回答者が未婚か既婚（死別、離別を含む）かの区別では、未婚割合が26.7%で1/4強となっている。国勢調査での未婚率は22.6%であり、やや本サンプルの方が未婚者割合が多くなっているが、問題視するほどではないと言える。



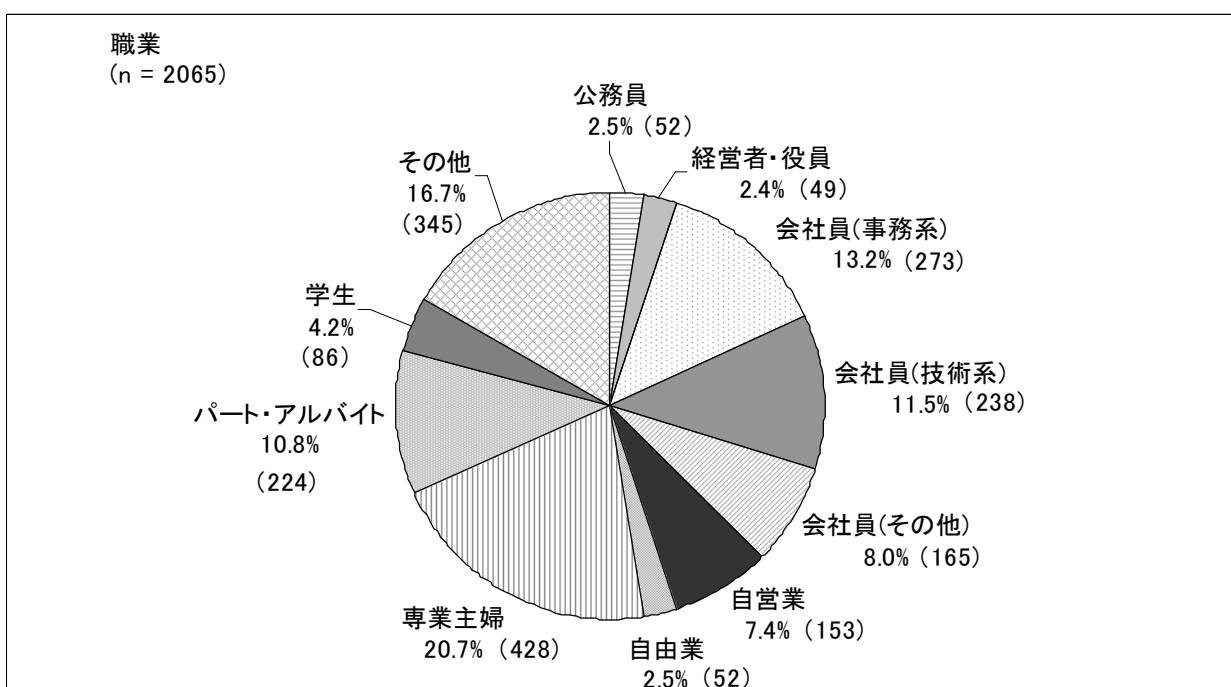
5. 子供の有無 【図－1. 5】

子供の有無については、38.1%が子供なしとなっている。未婚割合が26.7%であるから、既婚回答者において子供がない回答者が11.4%を占めていることになる。なお、国勢調査結果から判断すると、ここでいう「子供あり」とは同居の有無を問わず、別居も含むものと考えられ、同居している子供がいる割合は全体の4～5割と推察される。



6. 回答者の職業 【図－1. 6】

回答者の職業構成をみると、専業主婦が最も多く20.7%を占めており、次いで、無職などを含むその他が16.7%となっている。以下、会社員の事務系：13.2%、技術系：11.5%と続いており、さらにパート・アルバイト：10.8%、会社員（その他）：8.0%、自営業：7.4%が主な職業となっている。本回答者の年齢別・男女別構成を考えると、女性では主婦とパート・アルバイト、会社員などが主たる職業であり、男性では、高齢者の多くがその他であり、現役世代では会社員や自営業が主たる職業構成と推察される。統計データとの照合は困難であるが、ほぼ常識的構成と言えよう。

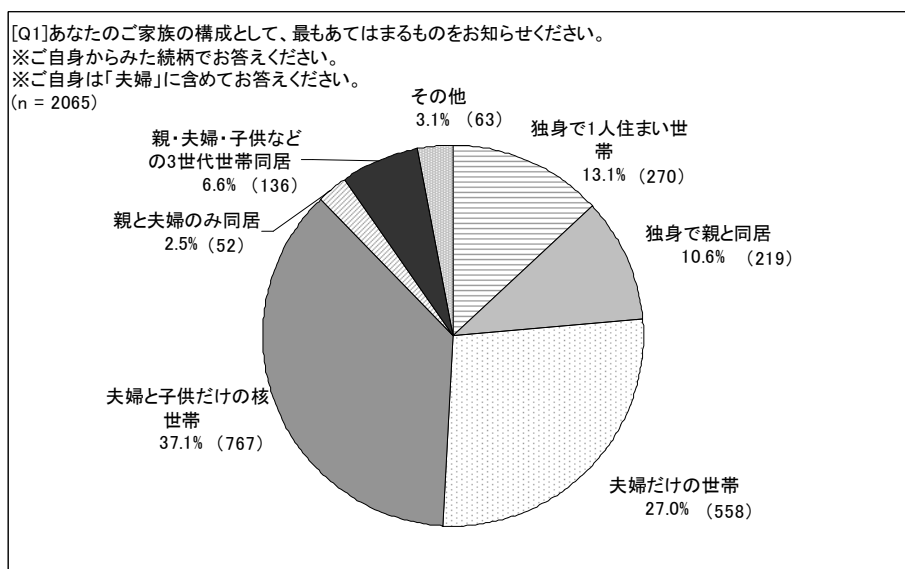


第2章 消費者の暮らし向き・ライフスタイル

ここでは、第1章とも多少関連するが、消費者である回答者の暮らし向きやライフスタイルに関する状況を概観する。

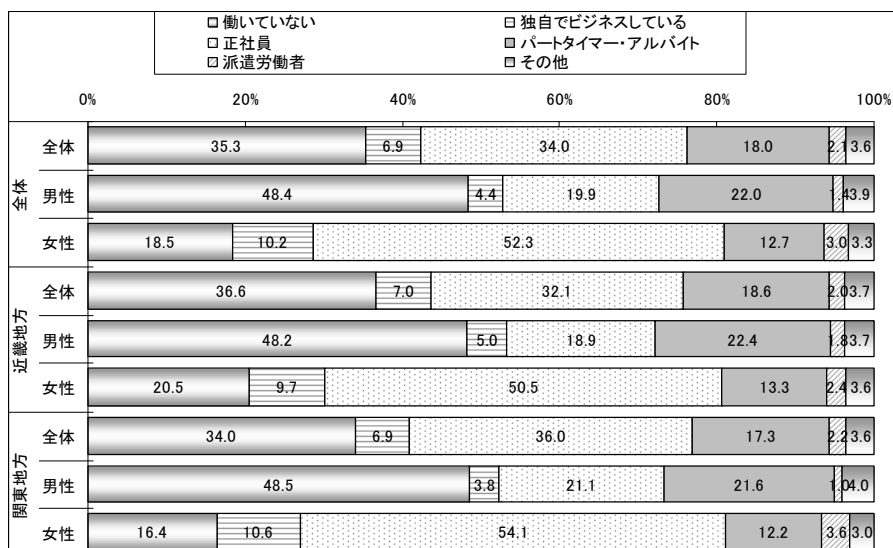
1. 家族構成 【図-2. 1】

最も多いのが「夫婦と子供だけの核世帯」：37.1%で、次に「夫婦だけの世帯」：27.0%となっており、この2類型で2/3近くを占める。これ以外では、独身に関して「1人住まい世帯」：13.1%、「親と同居」：10.6%の2類型がほぼ半々となっている。「親・夫婦・子供などの3世代世帯同居」は6.6%となっている。



2. 配偶者の就業状況 【図-2. 2】

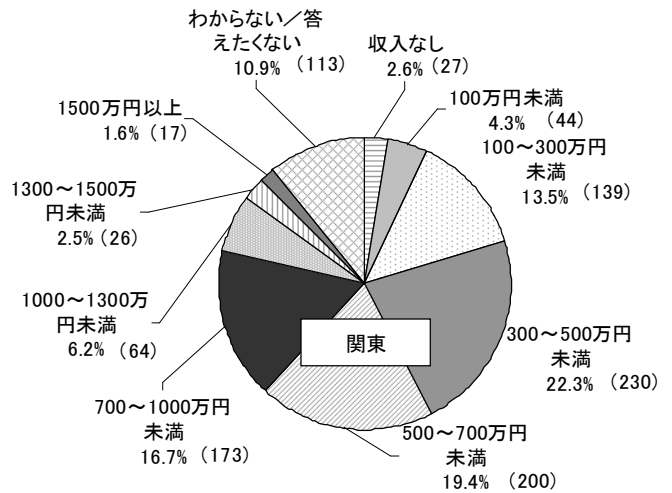
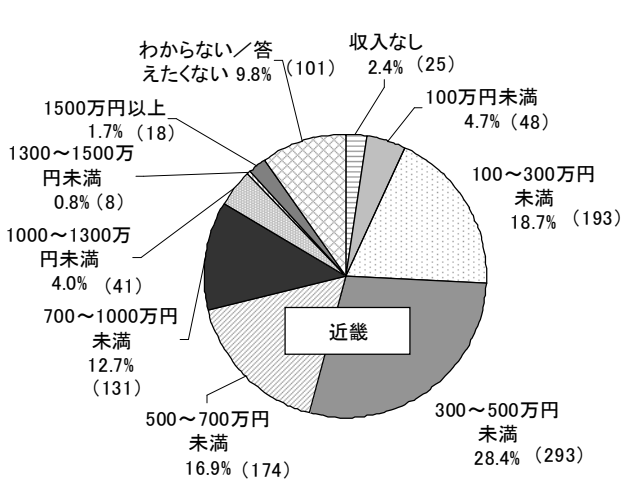
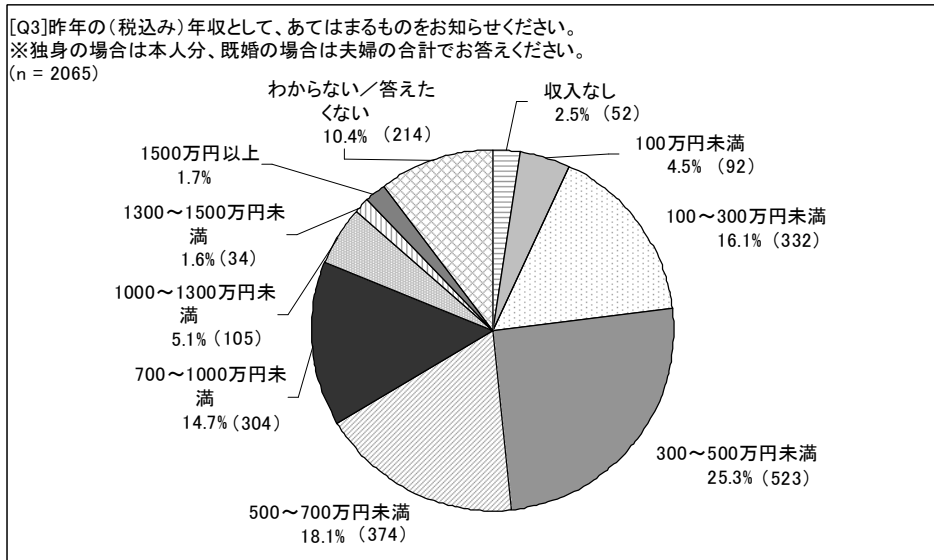
既婚者に対して、配偶者の就業状況をたずねたところ、回答者が男性の場合、「働いていない」：48.4%がトップを占め、「パートタイマー・アルバイト」：22.0%、「正社員」：19.9%と続いている。逆に、女性回答者では、「正社員」：52.3%が過半を占めているが、高齢者を中心に「働いていない」が18.5%で第2位となっている。また、関東と近畿の違いは男女とも第3位までは順序が同じであり、ほぼ同様な構成とみなせる。



3. 年収 【図-2.3】

回答者(既婚の場合は夫婦計)の年収の分布をみると、最も多いのが「300～500万円未満」で25.3%を占め、以下、「500～700万円未満」:18.1%、「100～300万円未満」:16.1%、「700～1000万円未満」:14.7%と続いており、これら4カテゴリーで74.2%≒3/4を占める。また、「わからない/答えたくない」が10.4%ある。全国の世帯所得(子供の所得も含む)と比較すると、全体的にやや低めではあるが、おおむね平均的な分布と言える。

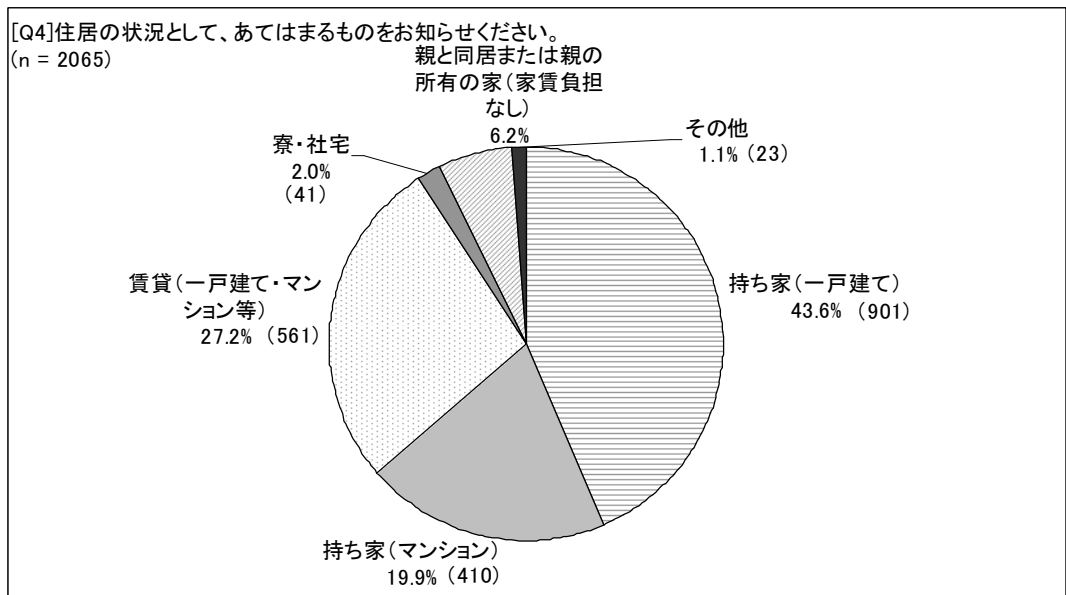
また、近畿と関東を比較すると、関東の方が500万円以上のほぼ全ランクに関して割合が高く、高収入の割合が多くなっている。



4. 住居の状況 【図-2.4】

回答者が住まう住居の分布をみると、「持ち家(一戸建て)」が43.6%で半分近くを占め、次に「賃貸(一戸建て・マンション等)」:27.2%、「持ち家(マンション)」:19.9%の順であり、これら3つで90.7%となる。親と同居など家賃負担のない形で住んでいる人の割合は6.2%である。

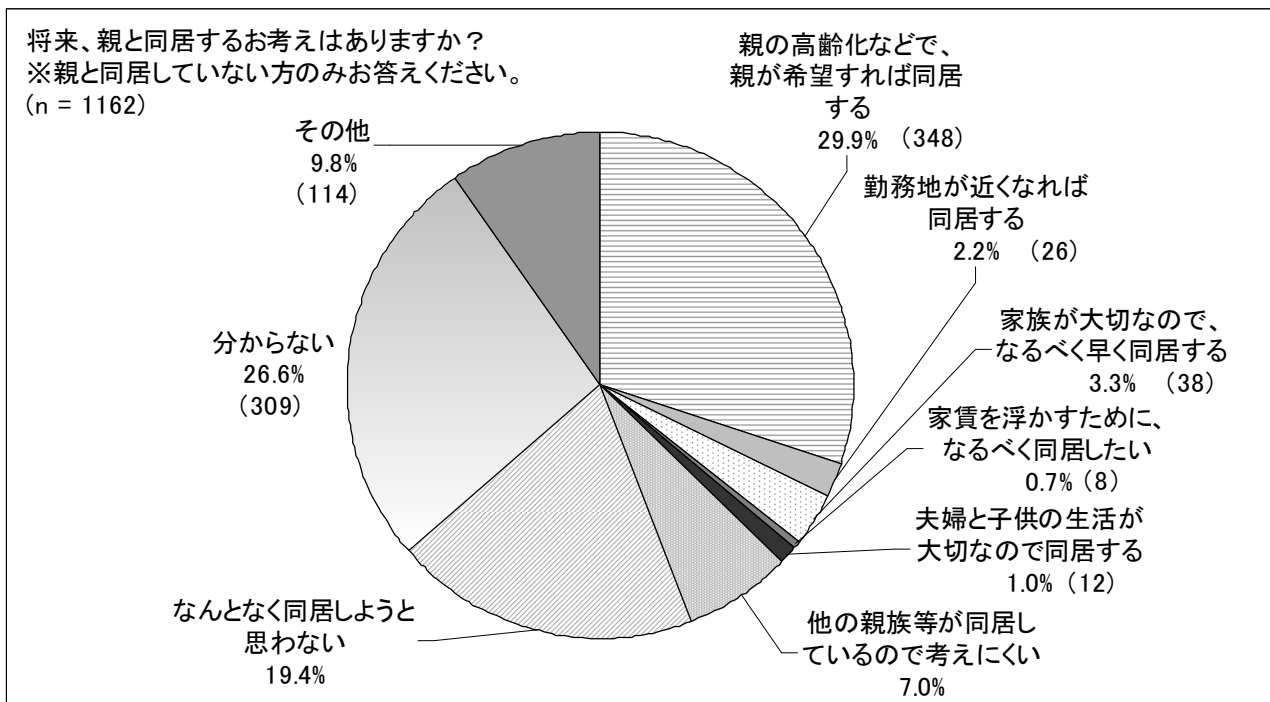
また、近畿と関東を比較すると、近畿の方が持ち家(一戸建て)の割合が5ポイント多く、他方、関東の方では賃貸や親との同居などの割合が各1～2ポイント多くなっているものの、さしたる大きな開きはない。



5. 親との将来的同居について 【図-2.5】

現在、親と同居している回答者を除き、将来的に親と同居する考えがあるかどうかをたずねたところ、「親の高齢化などで、親が希望すれば同居する」が29.9%で最多であり、以下「分からない」: 26.6%、「なんとなく同居しようと思わない」: 19.4%の3つが他よりも突出して多くなっている。全体として、同居意向があるグループと同居に消極的なグループに分別すると、前者が37.2%、後者が26.4%となり、同居意向がある方が多数派を形成している。

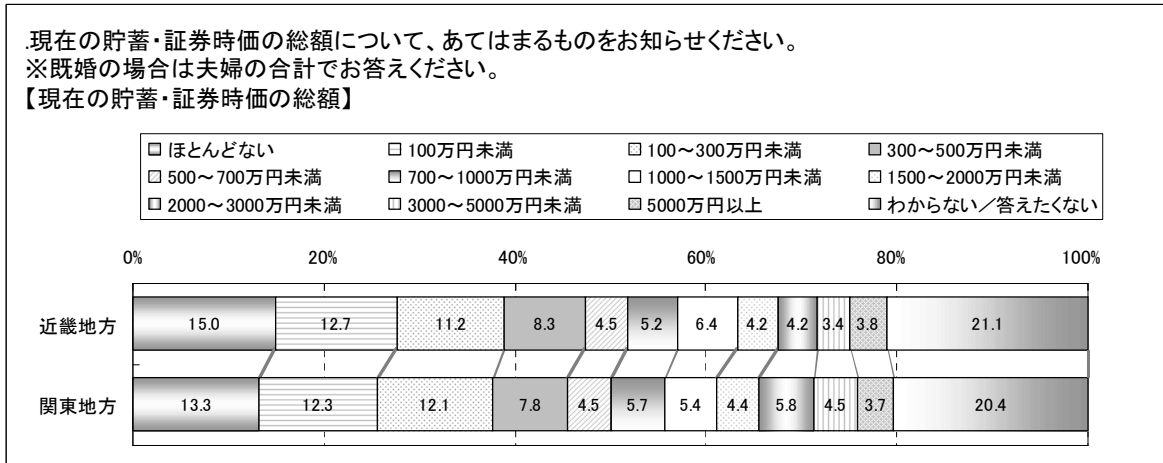
また、近畿と関東を比較すると、関東の方が「他の親族等が同居しているので考えにくい」の割合が2ポイント多く、近畿の方が「親の高齢化などで、親が希望すれば同居する」割合が約3ポイント多くなっているくらいで、全体として大きな違いはない。



6. 金融資産・負債の状況

1) 金融資産の状況 【図-2.6】

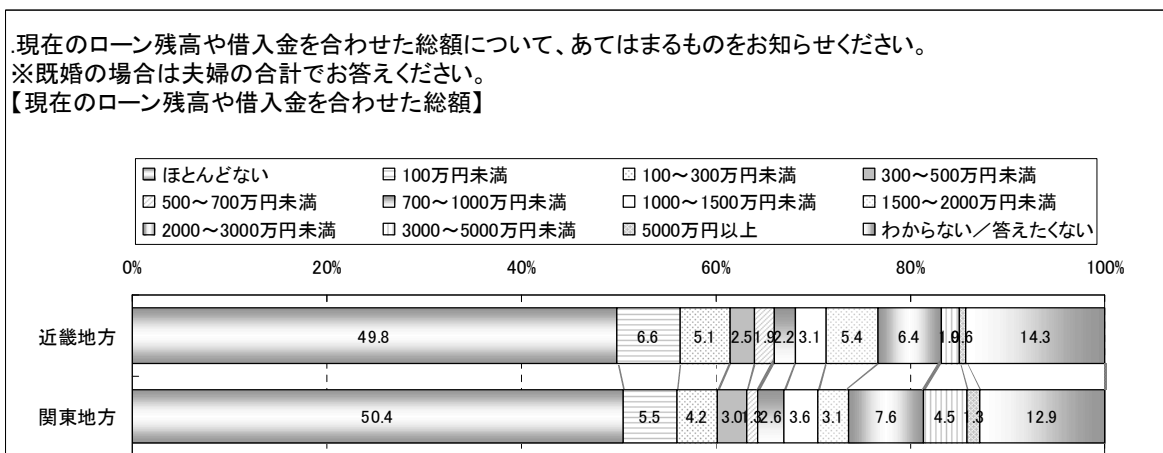
現在の金融資産（貯蓄・証券）の保有状況についてたずねたところ、近畿、関東別でも「わからない／答えたくない」が20～21%で最多である。金額水準としての回答内訳をみると、両圏域の差異はさほど大きくなく、第2位～第5位は「ほとんどない」、「100万円未満」、「100～300万円未満」、「300～500万円未満」の順で共通である。それ以上の資産がある回答者割合は1/3前後となっている。収入面では関東の方が高額であったが、金融資産としてみれば、多少は関東の方が多額の傾向にあるものの、その差ほど大きなものではないと言える。



2) 負債の状況 【図-2.7】

他方、負債（ローン残高、借入金）の状況に関しては、近畿、関東ともに「ほとんどない」が約50%を占め、第2位は「わからない／答えたくない」で約13～14%と同程度となっている。ただし、第3位～第6位については、エリアの違いが現れており、関東では「2000～3000万円未満」と「3000～5000万円未満」が第3位と第5位に位置するのに対して、近畿では「2000～3000万円未満」と「1500～2000万円未満」が第4位と第6位に位置しており、負債額は近畿の方が少額である。同様に負債の少ないランクでも、近畿は「100万円未満」と「100～300万円未満」が第3位と第5位に位置するのに対して、関東は両ランクは第4位と第6位となっている。

以上のことから、関東地方の方が住宅価格が高額であり、かつ高収入であるために、住宅ローンが高額となっても返却目処が立つことで、ローン残高が関東で多額になっているものと推察される。

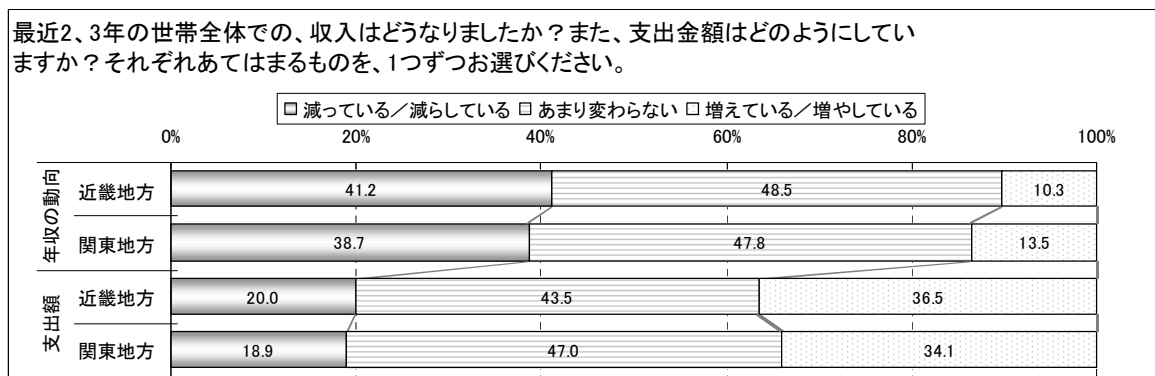


7. 世帯の収入・支出の変化 【図－2. 8】

最近2、3年の世帯全体での、収入および支出金額の動向についてたずねた結果では、まず、収入について、近畿、関東ともに「あまり変わらない」が約48%を占めるものの、「減っている」に関してはともに約4割であるが、近畿の方が2.5ポイント上回っており、逆に「増えている」では関東の方が3.2ポイント多くなっている。この結果から関東の方が収入に関してはやや恵まれていることがわかる。

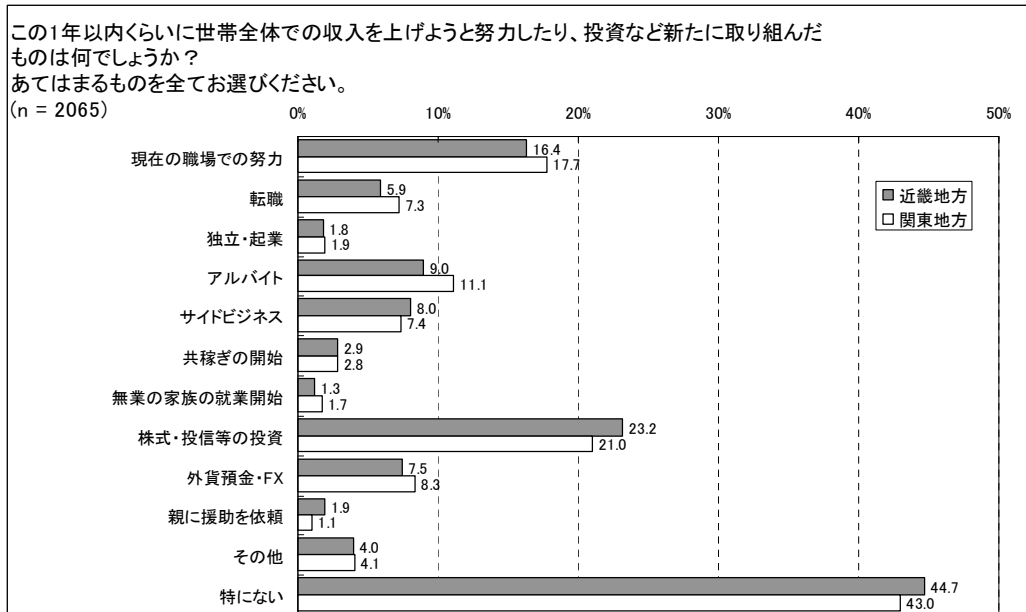
他方、支出金額についても、近畿と関東で微妙な違いがみられる。具体的には、近畿の方が関東よりも、「増やしている」で2.4ポイント多い一方で、「減らしている」も1.1ポイント多くなっており、「あまり変わらない」が結果的に3.5ポイントも少なくなっている。このことだけでは傾向がはっきりしないものの、収入と対比することで、近畿の方が収入面では厳しく、また、6. でみたように金融資産に関しても関東よりも少額の傾向にあるにもかかわらず、支出に関してはさほど切り詰めている様子はいかえなという特徴を指摘することができる。

こうした支出性向の背景は限られたデータのなかで断定できるものではないが、生活設計に関して近畿の市民の方が楽観的な考え方をする傾向があることを示唆するものであろう。



8. 収入向上への取り組み【図－2. 9】

年収が減っている世帯が約4割あるなかで、世帯全体での収入を増やすべく努力しているかどうかをたずねた結果では、殆ど地域差異は見られない。傾向としては、「特にない」が44%前後と突出しており、次いで、「株式・投信等の投資」が22%前後、「現在の職場での努力」が17%前後となっている。この2つは常識的なものではあるが、第4位には「アルバイト」：10%前後、第6位には「サイドビジネス」：8%前後が位置しており、工夫・努力している人も少なくないことがわかる。

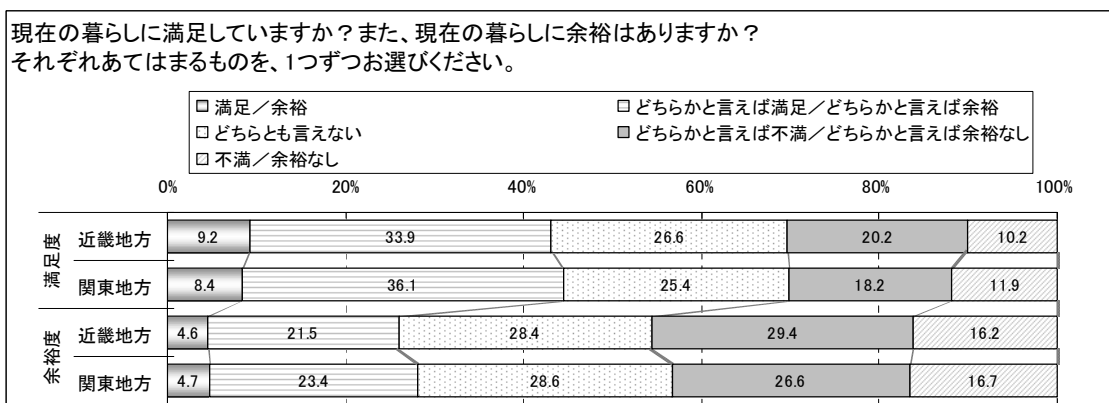


9. 暮らしの満足度・余裕度 【図-2. 10】

1. ～8. ではライフスタイルを個別の観点から分析したものであるが、ここではそうした要素を総合的に考えて、現在の暮らしの満足度、余裕度をたずねた結果である。この結果をみると、近畿と関東で大きな差異はみられないが、個別項目と対比しつつ考察すると、両地域で微妙な差異があることが確認できる。

具体的にみると、満足度については、両地域ともに、「どちらかと言えば満足」、「どちらとも言えない」、「どちらかと言えば不満」の順であり、これら3つの合計割合は約80%となっている。しかし、詳細にみれば、関東では「どちらかと言えば満足」が「どちらかと言えば不満」のほぼ2倍となっているのに対して、近畿では1.7倍弱である。また、極端な「満足」と「不満」をみると、近畿は両者の差異が1.0ポイントなのに対して、関東では3.5ポイントも「不満」が多くなっている。よって総合して言えば、近畿は分布形の山の形状が左右対称に近いのに対して、関東では「どちらかと言えば満足」と「不満」がやや多い傾向となっている。収入、支出、貯蓄などでは、関東の方が多少とも良い方向に位置していることから、「どちらかと言えば満足」が多いことは当然の傾向ではあるが、「不満」割合が高いことは、生活のしにくさも一面ではあることを示唆するものであろう。

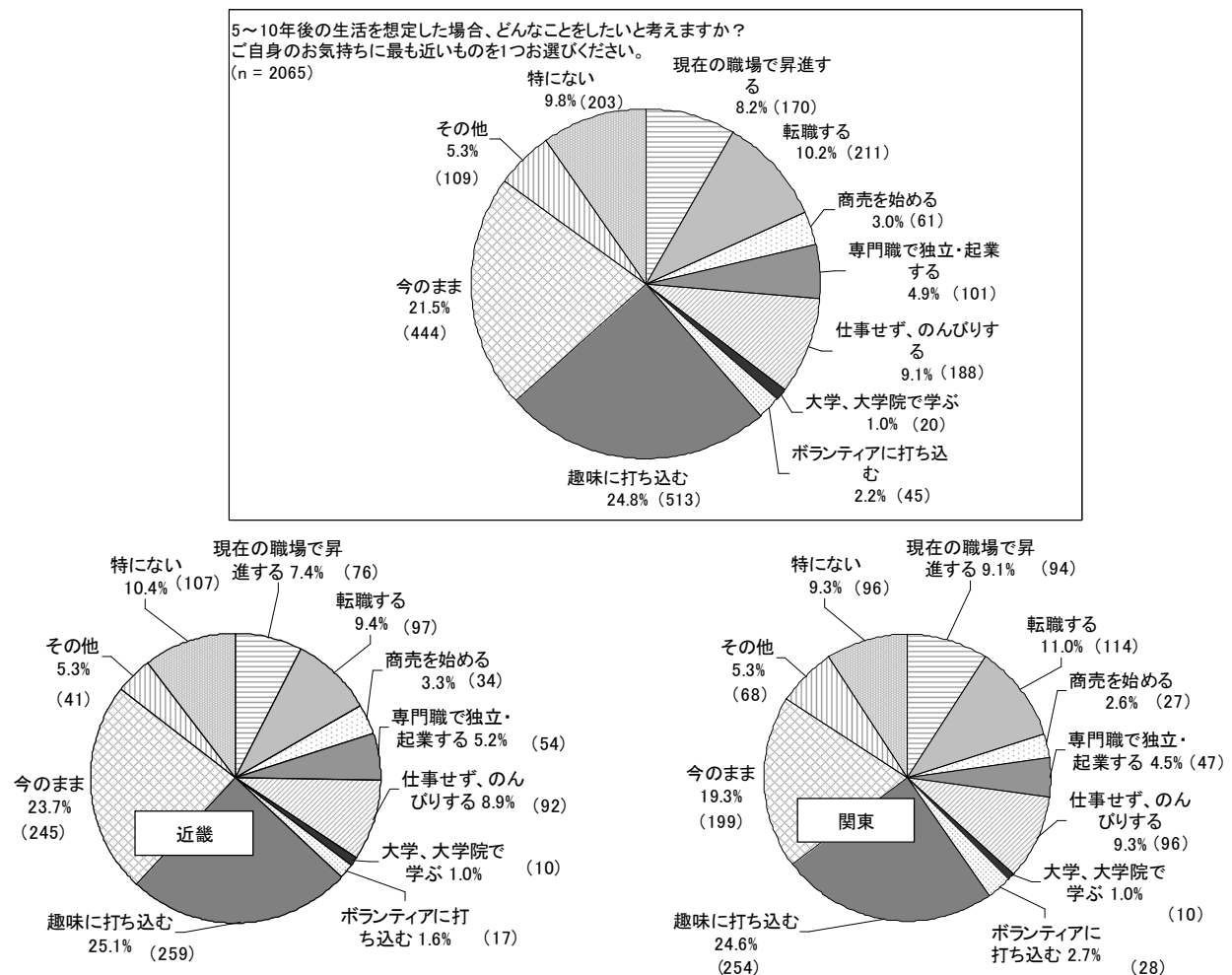
余裕度に関しても、全般的に関東の方がゆとりを持っている傾向が確認できるが、満足度と対比すると、近畿では余裕がなくても不満足度はさほど多くはない傾向が認められる。こうした傾向は7. の収入と支出の関係で考察した傾向とも整合しており、これらを総合すると、近畿の市民の方が楽観的な考え方をしていると言えそうである。



10. 将来の生活像 【図-2. 11】

現状の生活の満足度、余裕度を踏まえ、将来の生活像をどのように描いているかに関して、5～10年後の将来の希望的生活の姿をたずねたところ、両地域ともに、「趣味に打ち込む」が約25%で第1位であるが、第2位の「今のまま」の構成比は近畿が23.7%であるのに対して、関東は19.3%と4.4ポイントの開きがある。第3位の「特にない」でも近畿の方が1.1ポイント多いことを合わせて考えると、近畿の市民で現状肯定派が合計：5.5ポイントほど多いことを示している。また、約1/4を占めるビジネス指向型の将来像を描く人々の内訳をみても、関東では「転職する」や「現在の職場で昇進する」といったサラリーマン的上昇志向の割合が近畿よりも1.6～1.7ポイント高くなっているのに対して、「専門職で独立・起業する」や「商売を始める」については、近畿の方が各0.7%多くなっており、独立志向がやや強い傾向がみられ、東西による違いがわずかにみられる。

このように、将来の生活像についても多少ではあるが、地域特性があることが確認でき、近畿の市民は“現状肯定派”で“独立型ビジネス志向”なのに対して、関東の市民はやや“現状改革的姿勢”が強く、“サラリーマン的上昇志向”の傾向が多いと言える。



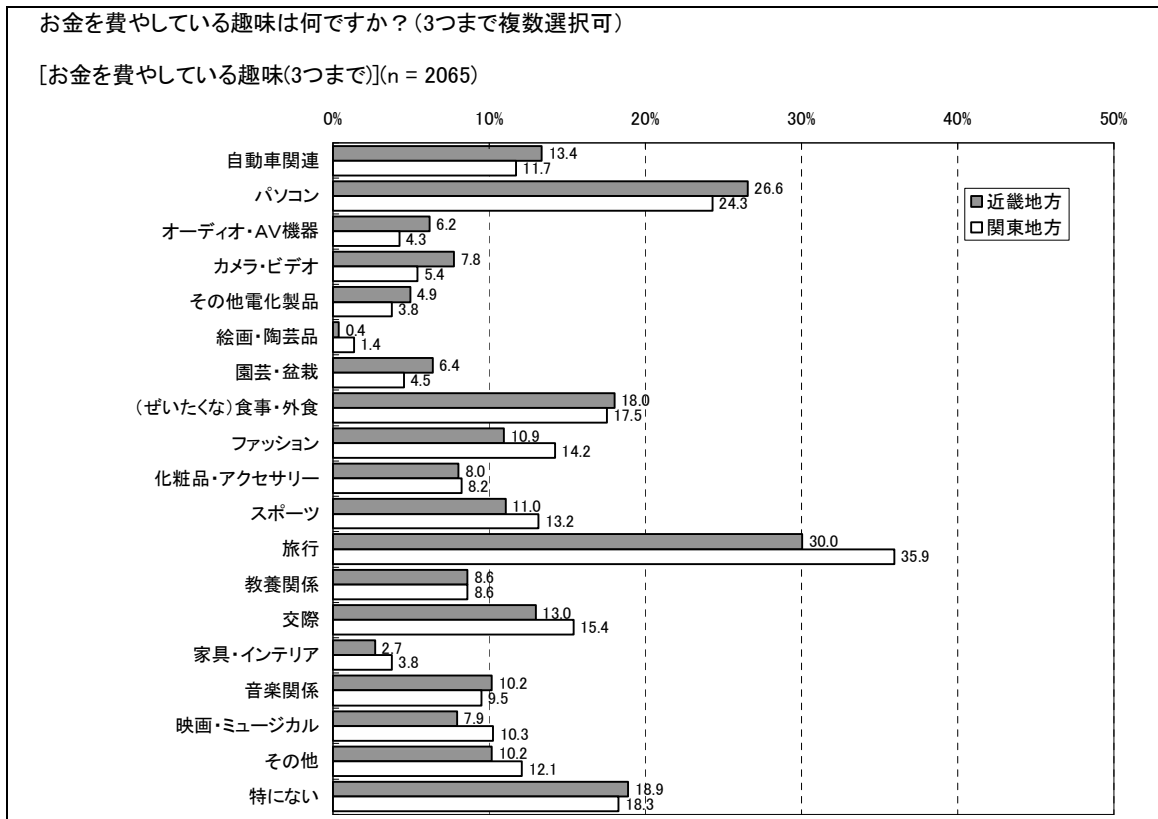
第3章 消費スタイル

ここでは、1、2章で概観した特性を有する消費者が、具体的な消費行動でどのような選択を行っているか、また、消費に対する考え方や潜在的欲求はどうであるかなどについて様々な観点から分析することで、近畿地方と関東地方の消費者を比較しつつ、消費スタイルの全容を分析・考察する。

1. 趣味

1) 現在の趣味 【図-3. 1】

回答者がお金を費やして楽しんでいる現在の趣味についてたずねたところ、近畿と関東の消費者は全体として類似の傾向を示しているが、項目によっては多少の差異がみられる。具体的には、第1位～第4位までの順序は同じ項目となっており、「旅行」、「パソコン」、「特にない」、「食事・外食」の順である。近畿では第5位以下に「自動車関連」、「交際」が約13%で並び、第7位以下に「スポーツ」、「ファッション」、「音楽関係」、「その他」が約10%となっている。他方、関東では「交際」、「ファッション」、「スポーツ」、「その他」、「自動車関連」、「映画・ミュージカル」となっている。



こうした結果やそれ以外の回答状況を総合的に解釈すると、傾向として関東の方がやや“コト”重視の消費者が多く、近畿の方が“モノ”重視の傾向が強いという違いを指摘することができよう。なぜなら、第2位の「パソコン」にも代表されるように、「カメラ・ビデオ」、「オーディオ・AV機器」、「自動車関連」、「その他電気製品」のいずれもが近畿の消費者の方が1.1～2.4ポイント、関東の消費者よりも高くなっている。他方、第1位の「旅行」に代表されるように、「交際」、「スポーツ」、「映画・ミュージカル」などの“非モノ”型の消費項目では関東の消費者の方が2.2～5.9ポイント高くなっている。こうした傾向にあてはまらない項目としては「ファッション」があるが、この分野はモノがもたらす純粹機能的な良し悪しよりも、ブラ

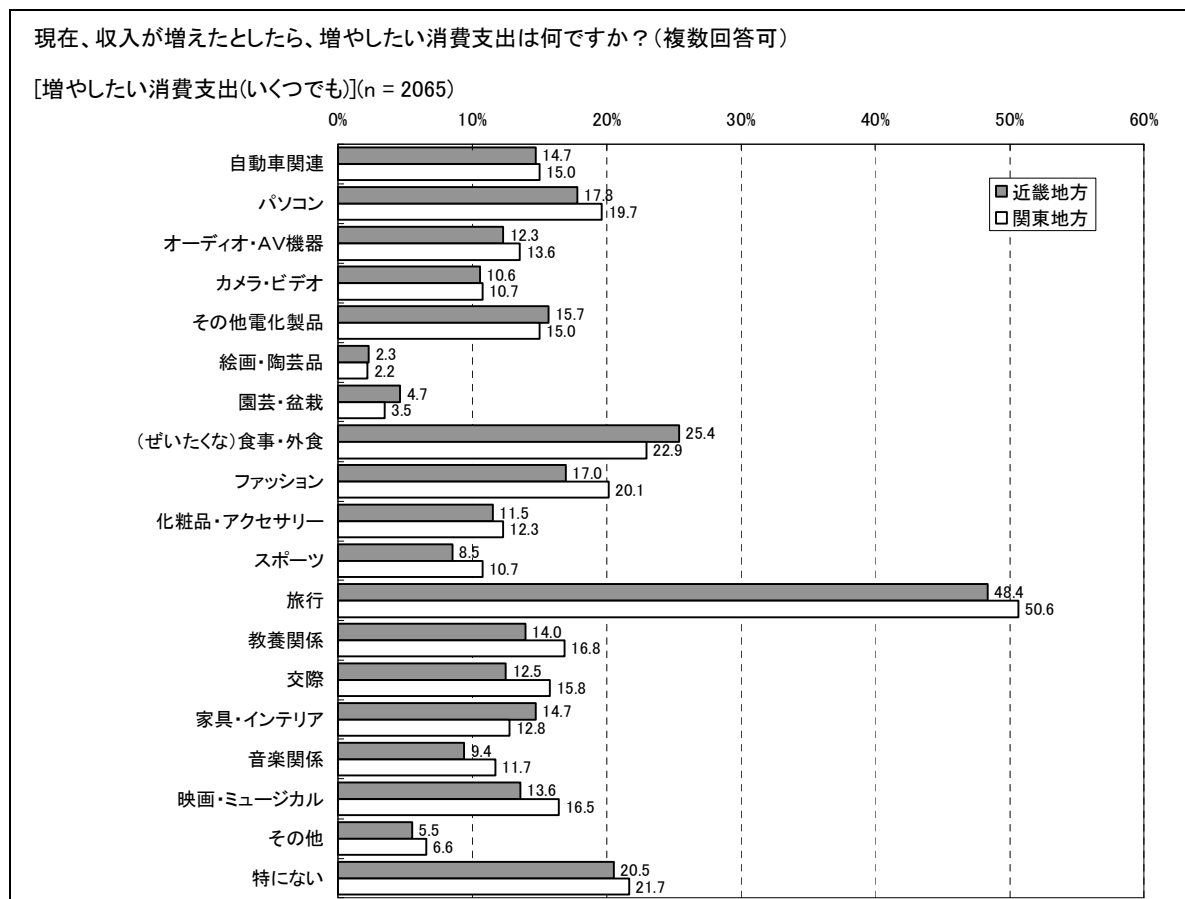
ンド力や美しさ・かわいさなどファッションがもたらす非物理的・非工学的な付加価値にこそ意義を見出していると解釈することもできよう。

なお、上記の特性の違いには消費者の年齢構成が多少なりとも関東の方が若い傾向にあることも少しは影響していると考えられる。

2) 収入増の際に増額したい消費 【図-3. 2】

現在、仮に収入が増えたとした状況を想定して、どのような消費支出を増やしたいと考えているかについてたずねた結果、近畿、関東ともに「旅行」がほぼ半数と突出して高くなっている。第2位、第3位は両地域とも「食事・外食」、「特にない」の順であるが、近畿ではその差が約5ポイントあるのに対して、関東では1ポイント強に過ぎないなどやや異なる傾向を示している。近畿の消費者は“食”に対する欲求が深いことを示唆する結果となっている。

これ以外で興味深い点は、関東の消費者においても“モノ”に対する消費欲求はあるが、平生はそれを抑圧している傾向がうかがえる点である。具体的にみれば、1)で指摘したように、現在の消費行動としては近畿の方が“モノ”に対する趣味的消費割合が高いが、本図の結果では「その他電気製品」を除く“モノ”型消費は僅かではあるが関東の方が高くなっており、現状と対照的な傾向をみせている。

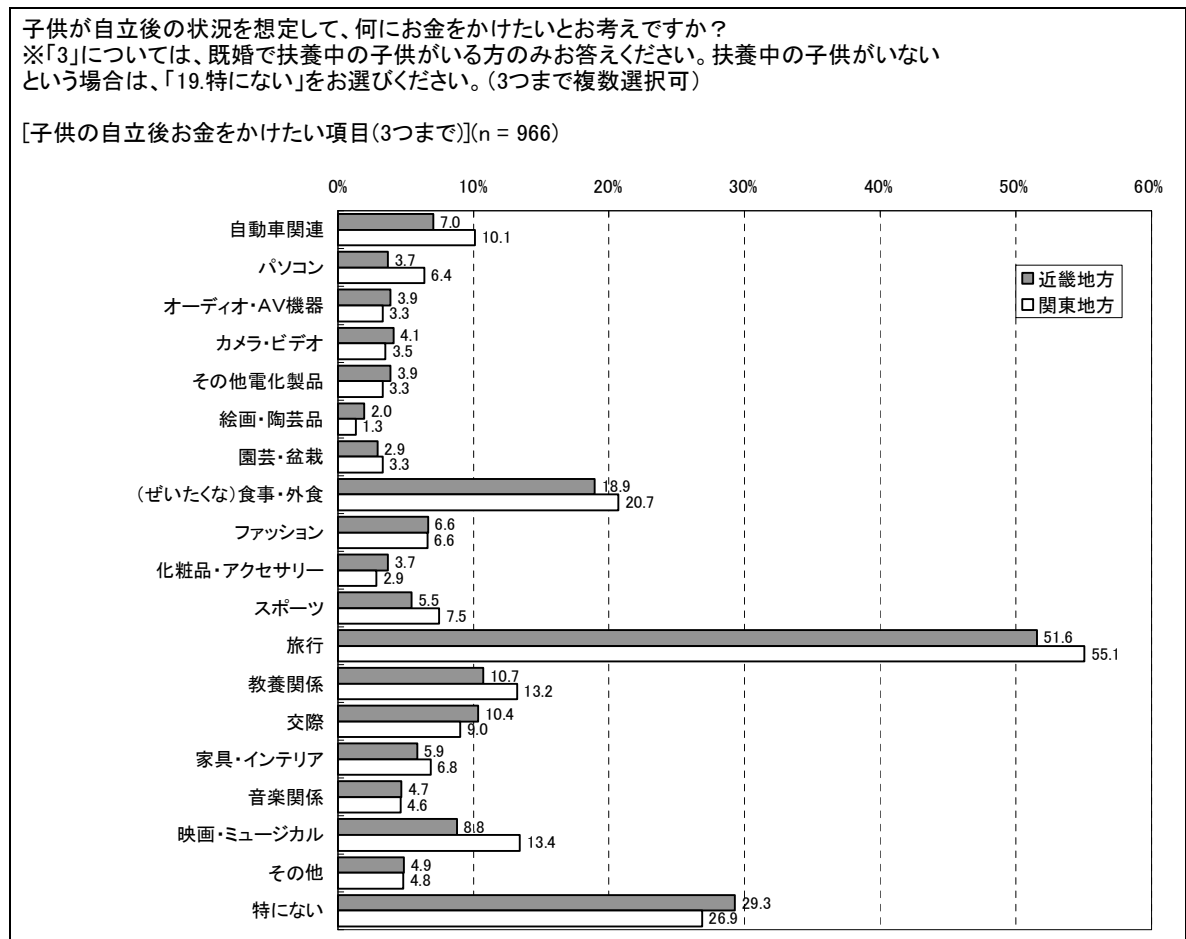


また、本図の結果と図-3. 1の図を比較して、回答%の倍率を算出した値は“今は望めないが、お金に余裕があれば消費したい程度の強さ”と解釈できることから、潜在的な消費欲求度と捉えることができる。そこで、この値が3倍以上の項目を抽出すると、東西でかなりの違いが確認される。すなわち、近畿では「絵画・陶芸品」: 6.0倍、「家具・インテリア」: 5.4倍が突出し、「その他電気製品」が3.2倍の3つが該当する。他方、関東では「その他電気製品」:

4.0倍、「家具・インテリア」：3.4倍、「オーディオ・AV機器」：3.2倍の順となっている。この結果を比較すれば、近畿では雰囲氣的により豊か・豪華な生活空間の中で暮らしたいという傾向が関東よりも強いとすることができよう。

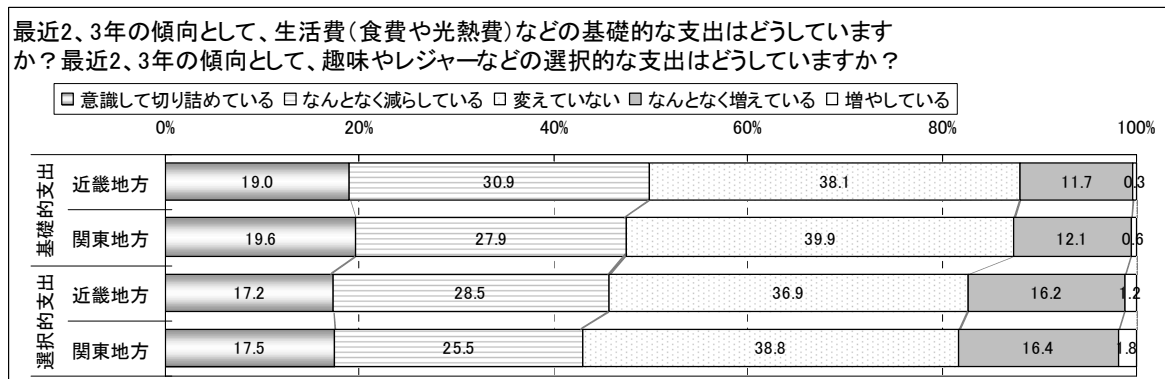
3) 子供自立後に増額したい消費 【図-3.3】

子供が自立した後の状況を想定して、どのような消費支出を増やしたいと考えているかについてたずねた結果、近畿、関東ともに「旅行」が半数以上と極めて突出して高くなっている。第2位には両地域とも「特にない」が入っているが、非該当も含まれていることに留意する必要がある。第3位も両地域ともに「食事・外食」で20%程度であり、4位以下とは開きがある。よって、子供が自立し、自身も年を重ねた状況では「旅行」と「食事・外食」にほぼ集約されるようになることがわかる。第4位以下を両地域で比較すると全般的に関東の消費者の方が多方面でやや活発な消費欲求があると言え、「映画・ミュージカル」や「教養関係」などの非モノ系から、「自動車関連」、「パソコン」などのモノ系に至るまで消費意向があることがわかる。



2. 基礎的支出と選択的支出の消費態度の比較 【図-3. 4】

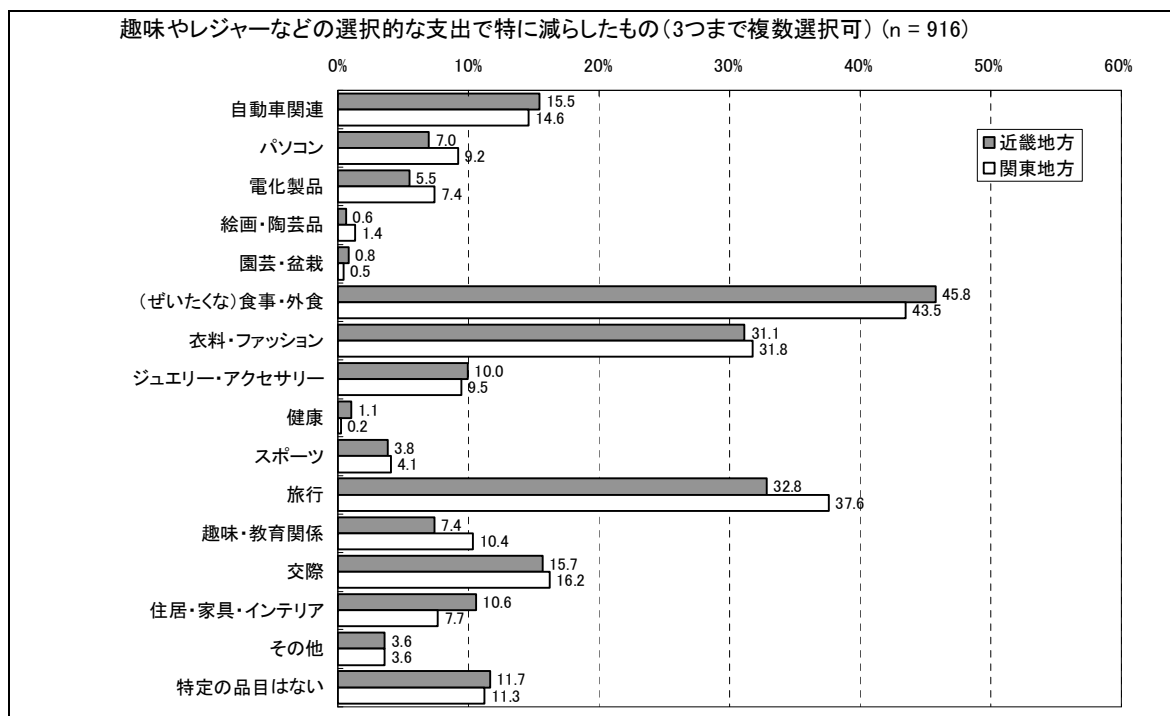
支出を生活費などの基礎的支出と趣味・レジャーなどの選択的支出に分けて捉え、それぞれに対する最近の支出傾向をたずねた結果では、両支出ともに「変えていない」、「なんとなく減らしている」、「意識して切り詰めている」、「なんとなく増えている」の順であり、さすがに「増やしている」割合は2%未満である。このように全体として節約モードではあるものの、どちらから言えばより日常的な基礎的支出に関して儉約に努めており、選択的支出の方が多少は財布の紐が緩い傾向が近畿、関東両地方で確認できる。また、地域差としては僅かに近畿の消費者の方が節約志向が強いことがわかる。



3. 選択的支出の項目別消費態度

1) 特に減らした選択的消費 【図-3. 5】

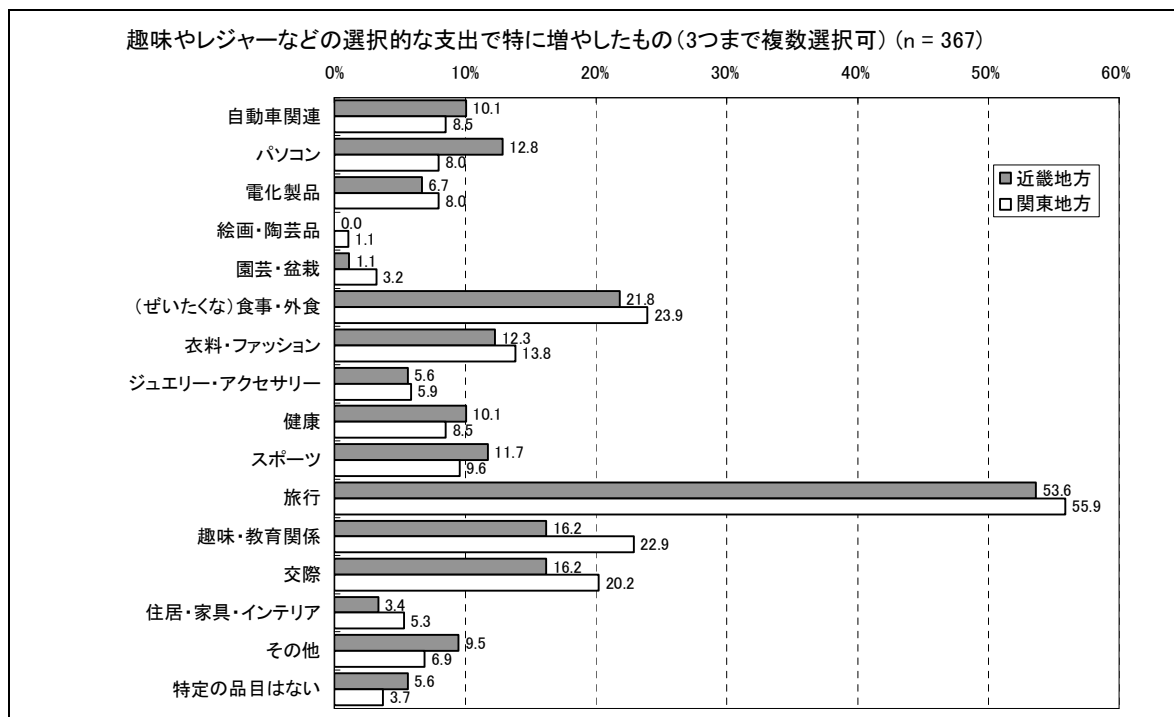
日常生活に特段の不便をきたさない選択的消費に関して、2. で「意識して切り詰めている」か「なんとなく減らしている」と回答した消費者に対して、特に減らしたものをたずねた結果では、両地域ともに第1位から順に「食事・外食」、「旅行」、「衣料・ファッション」の3項目が30%以上で突出しており、多くの節約行動はこの3つに集約できることを示している。第4位、第5位は「交際」、「自動車関連」でともに15%前後の水準である。



2) 特に増やした選択的消費 【図-3. 6】

他方、2. で選択的消費を「増やしている」、「なんとなく増えている」と回答した消費者に対して、特に増やしたものをたずねた結果では、両地域ともに「旅行」が55%程度で極めて突出して高くなっている。第2位は「食事・外食」で22~24%であり、第3位以下、「趣味・教育関係」、「交際」となっている。

この結果を1. 2) の仮想的な収入増を想定した場合の支出増加項目の結果と対比すると、傾向としては類似であるが、「衣料・ファッション」や「パソコン」の割合が2/3~2/5程度に減少している一方で、本設問項目で第3位、第4位の2項目は2~6ポイント増加している。この理由としては、そもそも回答者の対象が異なっていることや、この2項目が子供の教育期や結婚期など人生の時期的なタイミングとも関係する分野であり、純粋に趣味的な選択だけではない場合も含まれていることが影響しているものと考えられる。

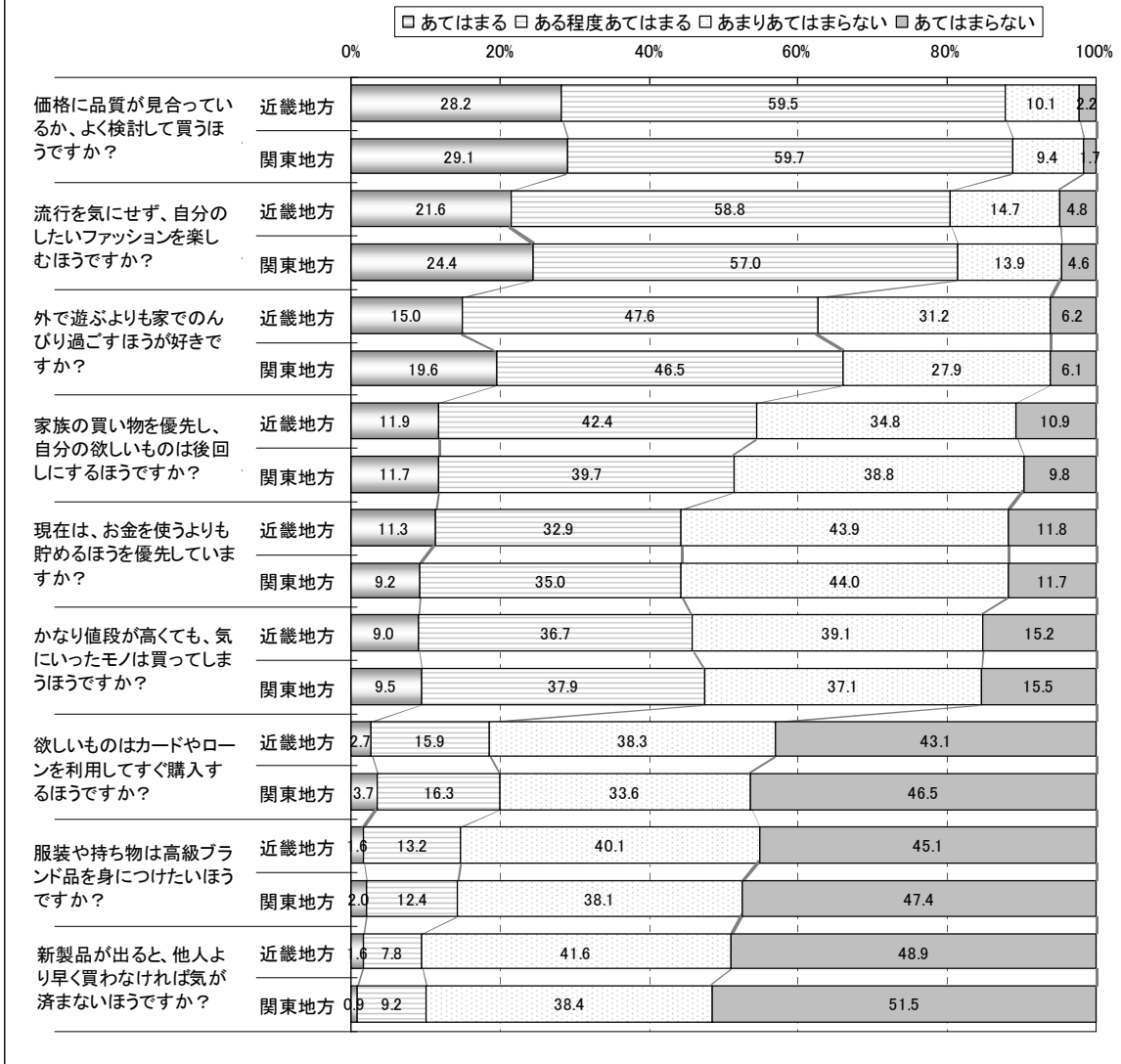


4. 買い物行動の特性 【図-3. 7、図-3. 8】

消費者が買い物をする場合の行動を中心に、市民の考え方や購買行動の好み・習慣などに関して9つの観点から多角的にたずねてみた。この結果、大半の消費者が合致する考え方・行動から、逆に合致しないものまで幅広く分布するが、大別して下図のように4グループに分類できることがわかった。この結果より、消費者の大半は「価格と品質の吟味」、「流行を気にしない」などの合理的な判断のもと購買行動をしており、「カードやローンで衝動買い」などの行動は慎んでいること、また、貯蓄志向がみられ、高額商品には手を出さない傾向にあるなど、無茶な行動をとる人は少数派であることが確認できる。

また、近畿と関東の消費者の差異については、さほど際立って大きい考え方・行動はないが、「外で遊ぶよりも家でのんびり過ごすほうが好き」に関して“あてはまる”人の割合では関東の方が近畿よりも30%も多く約2割となっていることが東西でやや異なる行動として特筆するくらいである。

あなたの買い物行動について、それぞれあてはまるものをお選びください。



<p>大半の消費者が合致する考え方・行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・価格に品質が見合っているか、よく検討して買う ・流行を気にせず、自分のしたいファッションを楽しむ 	<p>6割程度の消費者が合致する考え方・行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外で遊ぶよりも家ででのんびり過ごすほうが好き ・家族の買い物を優先し、自分の欲しいものは後回しにする 	<p>半数強の消費者が合致しない考え方・行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在は、お金を使うよりも貯めるほうを優先 ・かなり値段が高くても、気に入ったモノは買ってしまおう 	<p>大半の消費者が合致しない考え方・行動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欲しいものはカードやローンを利用してすぐ購入する ・服装や持ち物は高級ブランド品を身につけたい ・新製品が出ると、他人より早く買わなければ気が済まない
--	--	--	---

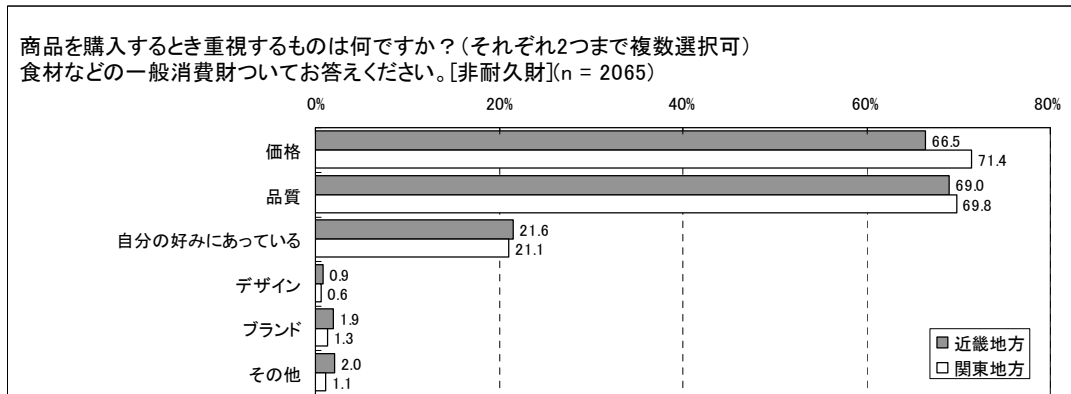
図－3. 8 消費者の買い物行動の主要パターン

5. 商品購入時の重視要素

ここでは、消費者が商品を購入するときに、どのようなポイントを重視して商品選択を行なうかについて、一般消費財と半耐久消費財、および耐久消費財にわけてたずねた結果を示し、比較考察する。

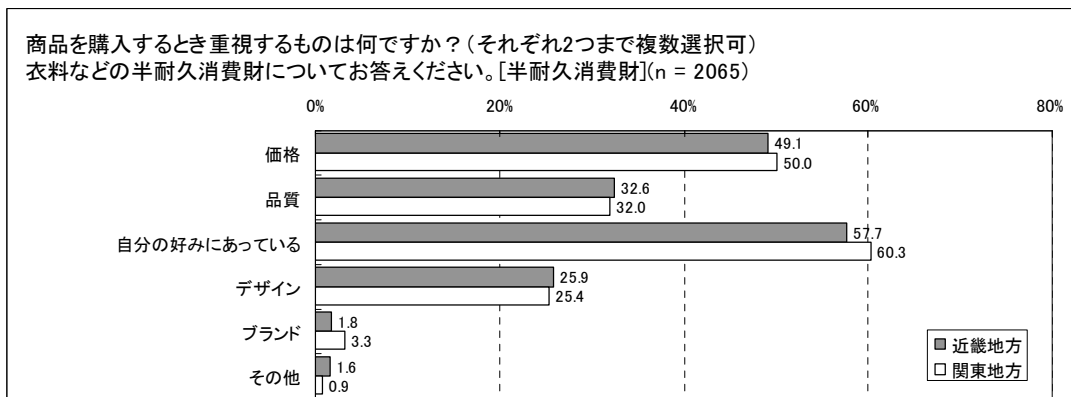
1) 一般消費財 【図-3. 9】

食材など一般消費財の商品選択の重視要素は、「品質」と「価格」であり、ともに7割前後の消費者が重要視するポイントとなっている。第3位は「自分の好みにあっている」かどうかで21%強の割合である。また、近畿と関東の差異は殆ど見られないが、僅かに「価格」に関して関東の方が5ポイント程度重視する割合が高く、一般に言われている“価格に厳しい関西消費者”とは異なる結果となっている。同様な傾向は「ブランド」重視の姿勢にもうかがえる。



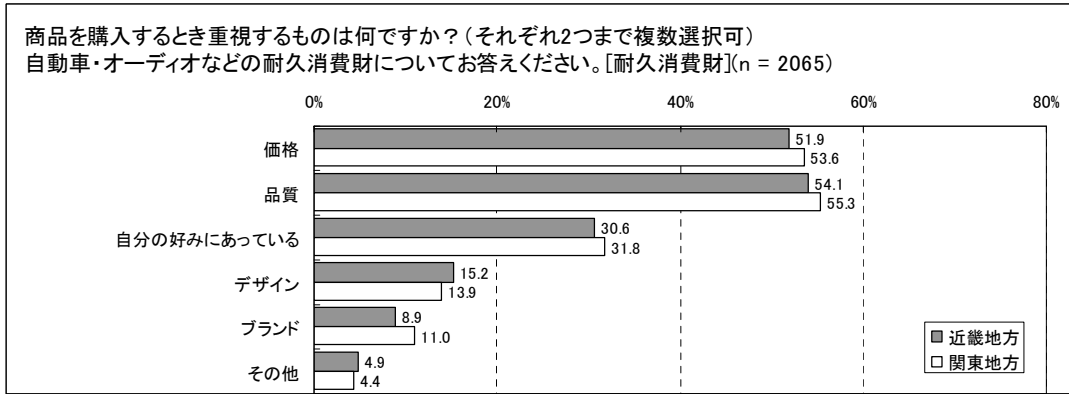
2) 半耐久消費財 【図-3. 10】

衣料など半耐久消費財に関しては、「自分の好みにあっている」ことが第1位となっており、約6割の消費者が重視している。第2位は「価格」であり、約5割となっている。以下、「品質」: 1/3弱、「デザイン」: 1/4強と続いており、これら4要素で殆どを占めることがわかる。また、近畿と関東の差異は殆どみられない。



3) 耐久消費財 【図-3. 11】

自動車・オーディオなどの耐久消費財に関しては、「品質」と「価格」が5割強で、2大要素を構成している点は一般消費財と同様であるが、その水準は両要素、両地域とも15ポイント程度低くなっている。第3位は「自分の好みにあっている」ことを3割強の消費者が重視している。以下、「デザイン」: 14~15%、「ブランド」: 9~11%、「その他」: 5%弱となっており、一般消費財や半耐久消費財と比較してばらつく結果となっている。この理由としては長年愛用する商品であることから、冷静になって多角的に吟味することや消費者のこだわりが商品選択に影響しているためと考えられる。また、近畿と関東の差異は殆どみられない。



4) まとめ

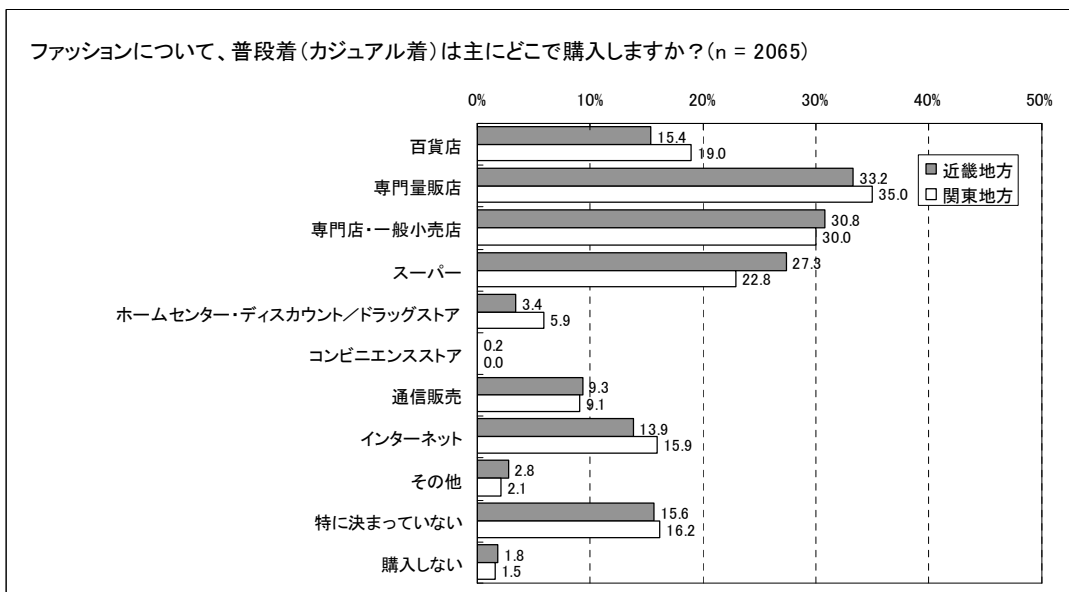
以上、3タイプに分けて商品選択の重視要素を比較したが、3者3様の結果を示している。確かに「価格」はいずれも5割程度が重視しているが、「品質」も半耐久消費財以外では「価格」にまさる割合で重視していることが確認できた。今後、景気減速が懸念される中で、「価格」訴求型の広告宣伝が多くなることが予想されるが、この結果より、消費者は価格低下で品質までもが犠牲になることを基本的には望んでおらず、企業として「品質」訴求も決しておろそかにできないことが指摘できる。また、「自分の好みにあっている」ことは耐久消費財系で重要なポイントとなっているが、価値観、審美感などが世代・年齢階層、男女、地域によって異なることから、商品開発側としては購買層ターゲットを絞りつつ、具体的に商品に落とし込む工夫が不可欠であり、マーケットリサーチなど不断の努力が重要となることを示唆している。

6. 買い物する店舗・業態（商品アイテム別）

ここでは、消費者が商品を購入する店舗・業態として、どのような選択を行なっているかについて、商品アイテム別にたずねた結果を示し、比較考察する。

1) 普段着ファッション 【図-3. 12】

普段着・カジュアル着についての主に購入する店舗・業態は、「専門量販店」が1/3を占め第1位である。次いで「専門店・一般小売店」が約3割、「スーパー」が1/4前後となっている。第4位～第6位は「百貨店」、「特に決まっていない」、「インターネット」であるが、15%前後でほとんど差はない。第7位の「通信販売」:9%強までが主たる購買店舗・業態と言える。

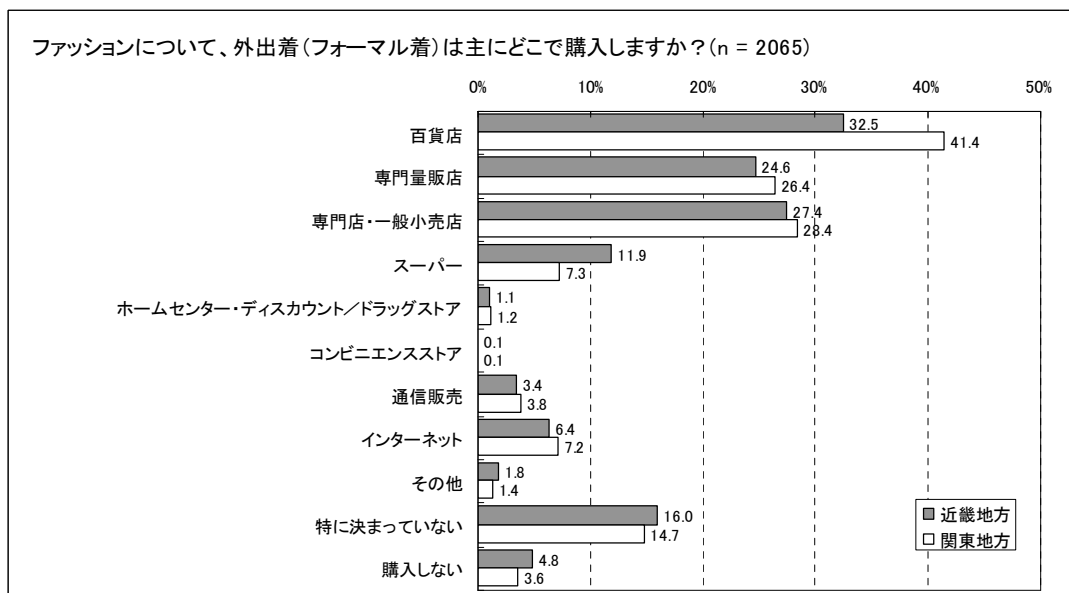


東西の違いがややみられる店舗・業態としては、「スーパー」では近畿の方が2割、4.5ポイント多いのに対して、「百貨店」では関東の方が2割強、3.6ポイント多く、主流ではないが「ディスカウント」でも関東の方が7割、2.5ポイント多くなっている。こうした違いの理由は判然としないが、普段着を扱うこれらの業態の店舗数が多いことが影響しているものと考えられる。また、「インターネット」の割合が約15%もあり、2)以降で紹介する他品目でのネット購買率と比較すれば“家電製品”の20%弱に次いで高く、主要なネット流通品目となっている。

2) 外出着ファッション 【図-3. 13】

普段着と異なり、フォーマルウェアなどの外出着に関する購買店舗・業態をみれば「百貨店」が3割以上を占め第1位となっている。他品目の「百貨店」での購買率と比較しても突出して高い値となっており、高級品における「百貨店」の地位は磐石であることが確認できる。ただし、第2位、第3位の「専門店・一般小売店」、「専門量販店」も1/4程度とかなりのシェアを誇っており、これら3業態が中心であることがわかる。普段着では約1/4のシェアであった「スーパー」は1割程度にまでシェアを落としている。

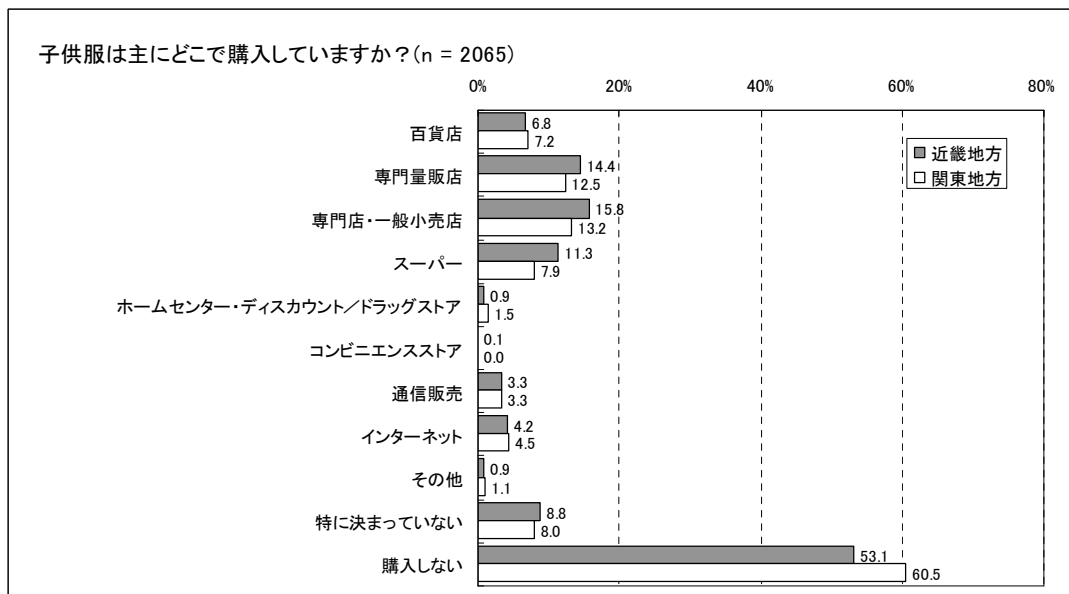
東西の違いがややみられる店舗・業態としては、普段着と同様、関東では百貨店が多いのに対して、近畿ではスーパーが多い傾向が見られ、特に百貨店志向の格差が9ポイントと拡大している。



3) 子供服 【図-3. 14】

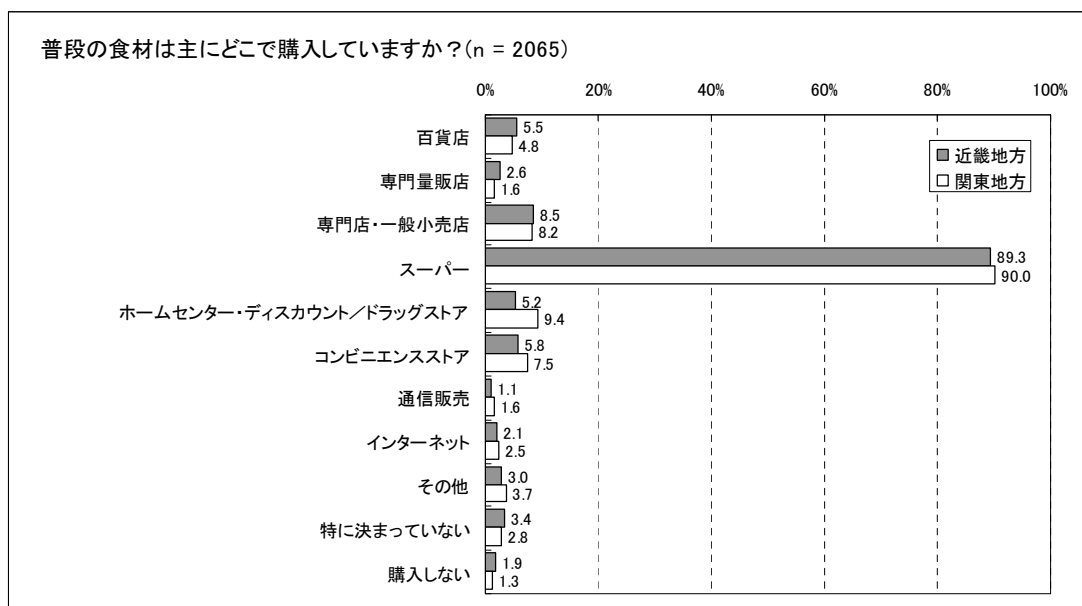
子供服に関しては、子供がいない世帯を中心に「購入しない」が半数以上を占めているが、購入する世帯に限っての購入先はほぼ普段着のパターンに近くなっている。普段着と異なるのは、少子化傾向もあいまって、子供服専門の量販店がないために、「専門店・一般小売店」の方が「専門量販店」を1ポイント程度であるが、上回っている点である。

東西の違いとしては、他の商品でも共通的な傾向として、近畿における「スーパー」の強みであり、衣料品スーパーから総合スーパー(GMS)に業態変化した企業(例:旧ニチイ、イズミヤ)が近畿で多店舗展開している特徴が反映されていると解釈できよう。



4) 普段の食材 【図-3.15】

日頃の食材に関する購入先は、東西ともに「スーパー」が9割と圧倒的シェアを誇っており、他を寄せつけない独占的な状況にある。全国展開するGMSと食品スーパーが凌ぎを削り競争しあい、チラシ広告やテレビ広告も多用して消費者を寄せつけていることを如実に表している。昔ながらの商店街を含む「専門店・一般小売店」は1割以下で近畿では第2位であるが、関東では「ホームセンター・ディスカウント」よりもシェアが少ない。その他の特徴として、他品目の「百貨店」での購買率と比較すると、近畿の方が関東よりもシェアの高い唯一の商品が“普段の食材”であり、食い道楽型の購買行動が近畿で根強いことを示唆している。

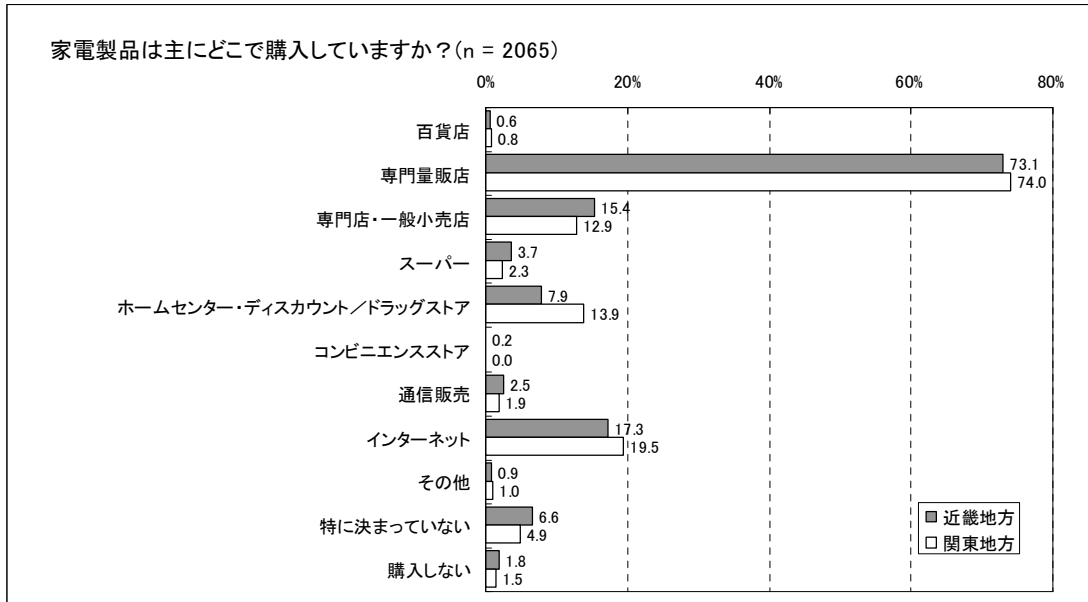


5) 家電製品 【図-3.16】

家電製品の購入先は「専門量販店」が3/4近くを占め、圧倒的なシェアを誇っている。これは大手家電チェーンの中型～大型店が全国展開しており、毎週末のチラシ広告なども活発に打っていることが影響していると考えられる。第2位は「インターネット」で2割弱を占めている。他の商品の「インターネット」での購買率と比較すると家電製品が最も高いシェアとなっ

ており、規格化された工業製品であることが、どこで購入しても同じ商品であることを保証するため、ネット購入の不安感を他の商品よりもより減じているためと考えられる。

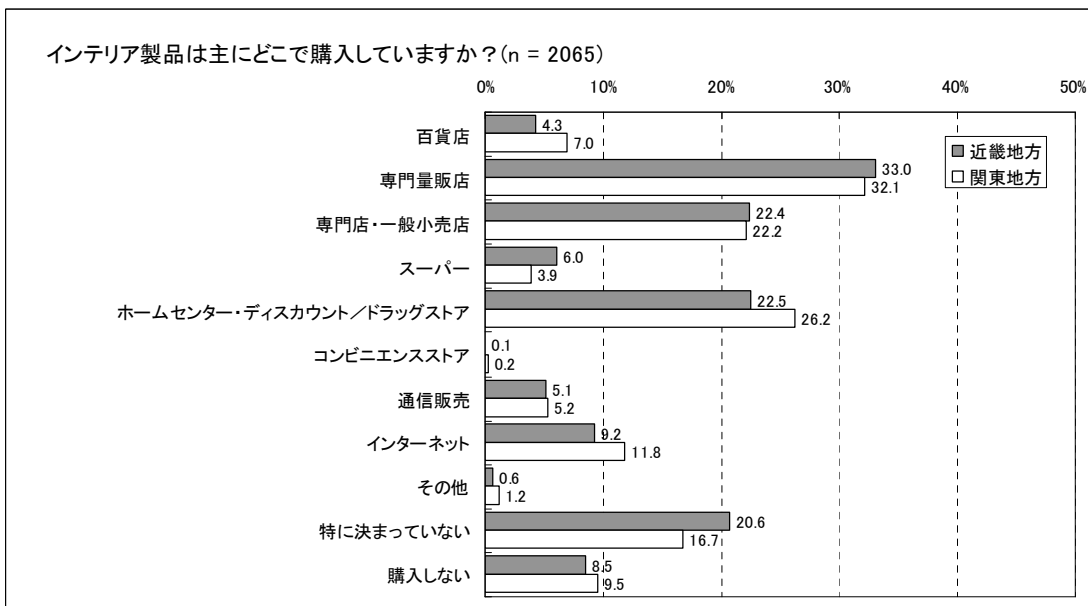
東西の違いとしては、「ホームセンター・ディスカウント」で関東が近畿よりも6ポイント多く、2倍近いシェアを獲得している点が注目される。



6) インテリア製品 【図-3. 17】

インテリア製品に関する購入先は、「専門量販店」が1/3とトップを占めている。これは家具やカーテン、雑貨などのカテゴリで近年「専門量販店」が台頭してきたためであり、特に外資系の家具チェーン店も最近は進出が活発となっていることも影響していよう。次いで「ホームセンター・ディスカウント」と「専門店・一般小売店」が約1/4で拮抗している。特に「ホームセンター・ディスカウント」に関しては、唯一、2割以上のシェアを確保しているアイテムとなっている。また、「特に決まっていない」割合が他品目よりも最も多くなっている。

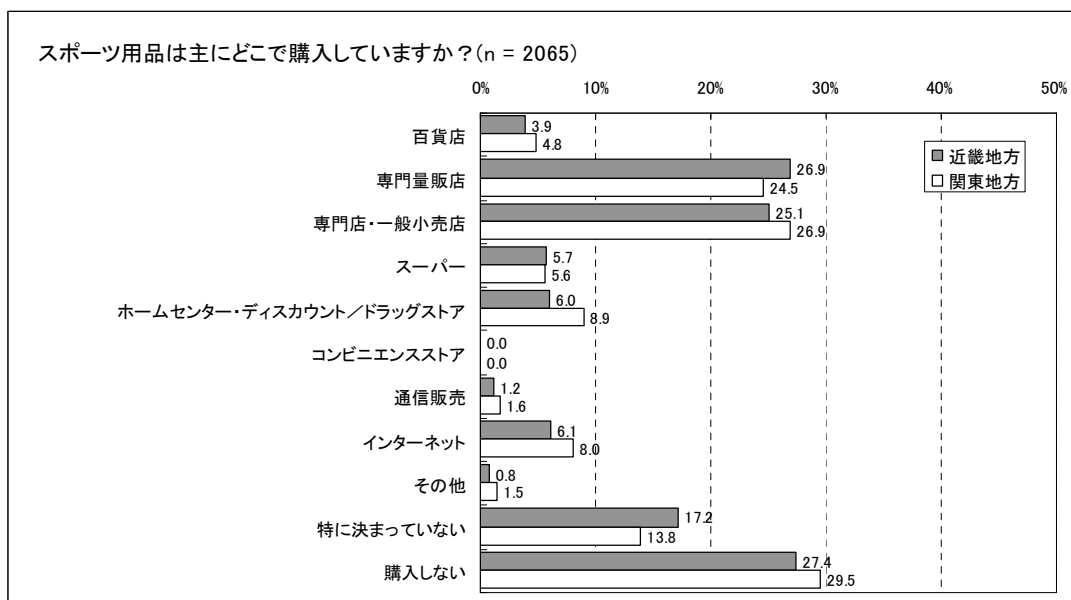
なお、際立って東西で違いのある特徴はみられない。



7) スポーツ用品 【図-3. 18】

スポーツ用品の購買先は、「専門店・一般小売店」と「専門量販店」が1/4で1、2位を競っている。近年、全国展開するスポーツショップがショッピングセンターの有力テナントとして入居しているケースが増えており、従来から展開してきたゴルフやスキー用品等の専門量販店とあいまってシェアを拡大させつつあるように思われる。

なお、際立って東西で違いのある特徴はみられない。



8) まとめ

以上、7品目について、購入する店舗・業態をたずねたが、「購入しない」を除く割合でパターンをみると、普段着と子供服が類似のパターンとなっている以外は、商品によって特徴のある購買先が確認された。表-3. 1にその要点を示す。この結果をみれば、大半の分野で「専門量販店」が支配的な業態となっており、食品スーパーも同じ業態と捉えることもできるので、ドラッグ分野も含めてメジャーな商品については、独自の品揃えや価格面で規模の経済性を発揮できる「専門量販店」の優位性は今後とも揺るがないものであろう。ただし、食品や衣料品の専門スーパーが総合業態化・GMS化したように、ホームセンター/ドラッグストア、家電等の量販店でも品揃えの多品目化を進めている企業も見られ、業態の変化・進展は絶えず注視しておく必要がある。

表-3. 1 消費者の買い物行動の主要パターン

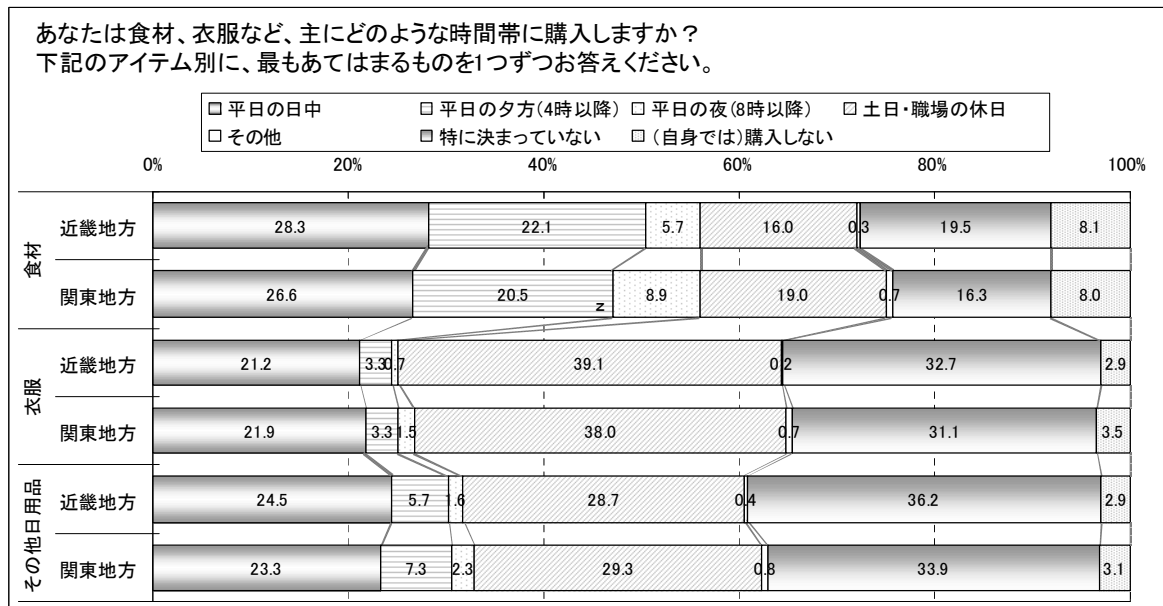
店舗・業態 \ 商品	百貨店	専門量販店	専門店・一般小売店	スーパー	ホームセンター・ディスカウント/ドラッグストア	インターネット	特に決まっていない
普段着	△	◎	○	○			
外出着	◎	○	○				
子供服		◎	◎	△			△
普段の食材				●			
家電製品		●				△	
インテリア製品		◎	○		○		△
スポーツ用品		◎	◎				△

凡例：●：独占的 (70%～)、◎：中心的 (1/3以上)、○：優勢的 (約1/4)、△：補助的 (約2割)

7. 買い物の時間帯 【図-3. 19】

ここでは、消費者が買い物をする時間帯について、3つの消費財別（食材、衣服、およびその他日用品）にたずねた結果を示す。結果は、大別して食材と他の2つとは異なる傾向を示すこととなった。具体的には、食材は毎日のように購入する消費財であるために、「平日」に購入する割合が6割近く、「土日・職場の休日」の割合は2割弱に過ぎない。他方、衣服とその他日用品に関しては「平日」の購入割合は3割前後に過ぎず、衣服に関しては「土日・職場の休日」の割合が4割近くになっている。その他日用品では「土日・職場の休日」の割合は3割弱に過ぎず、代わって「特に決まっていない」が35%前後で最も多くなっている。また、「平日」の内訳に着目すると、「平日の日中」がどの消費財についても2割以上であるが、食材に関しては「平日の夕方」が2割強となっており、「平日の夜」の割合も数%を占め、夕方以降の割合が他の消費財よりも格段に多くなっている。逆に「特に決まっていない」に着目すると、食材が2割弱であり、ほぼ固定化していることが言え、その他日用品は他の買い物のついでに購入することが多いためか、最大となっている。

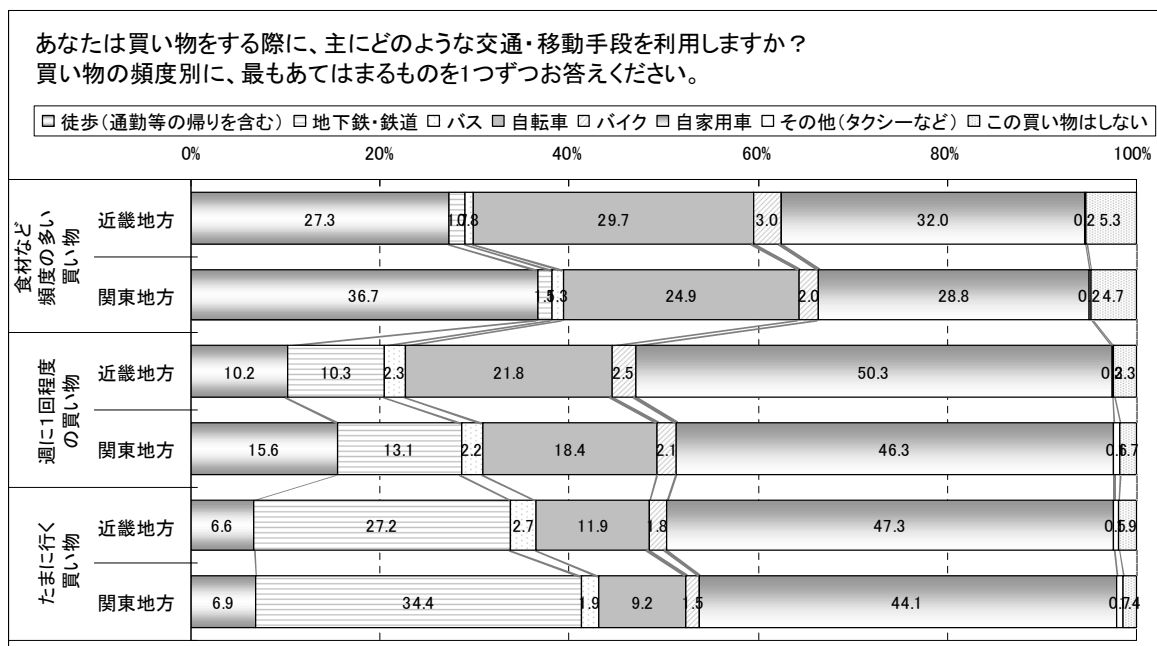
また、近畿と関東の違いに着目すると、衣服とその他日用品に関してはあまり差異がないと言えるが、食材に関しては関東の消費者が「平日の夜」や「土日・職場の休日」に購入する割合が近畿よりも3ポイント程度高くなっており、夜型やまとめ買い派がやや多いことがわかる。



8. 買い物時の交通・移手段 【図-3. 20】

ここでは、買い物をする場合の交通・移手段について、買い物頻度別にたずねた結果を示す。買い物頻度としては、食材など頻度の多い買い物、週に1回程度の買い物、およびたまに行く買い物の3ケース別にたずねた。結果はいずれも「自家用車」が中心的手段であることは共通しているが、買い物頻度による違いがはっきりと表れている。具体的には、頻度の多い買い物は「徒歩」、「自家用車」および「自転車」の3つが25～37%の範囲にあり、ほぼ3割前後となっている。他方、たまに行く買い物に関しては、「自家用車」が45%前後で第1位であるが、第2位は都心などに行くケースに代表される「地下鉄・鉄道」の割合が3割前後となっている。頻度の多い買い物で主流だった「徒歩」や「自転車」は数%～1割強に過ぎず、対照的となっている。また、週に1回程度の買い物に関しては、徒歩、「地下鉄・鉄道」、「自転車」に関しては頻度の多い買い物とたまに行く買い物の中間的な割合となっているが、「自家用車」割合が5割前後で最も多くなっている。このことより、週に1回は「自家用車」で大物・重い物などの買い物をする生活パターンが車を保有する世帯では一般化していることがうかがえる。

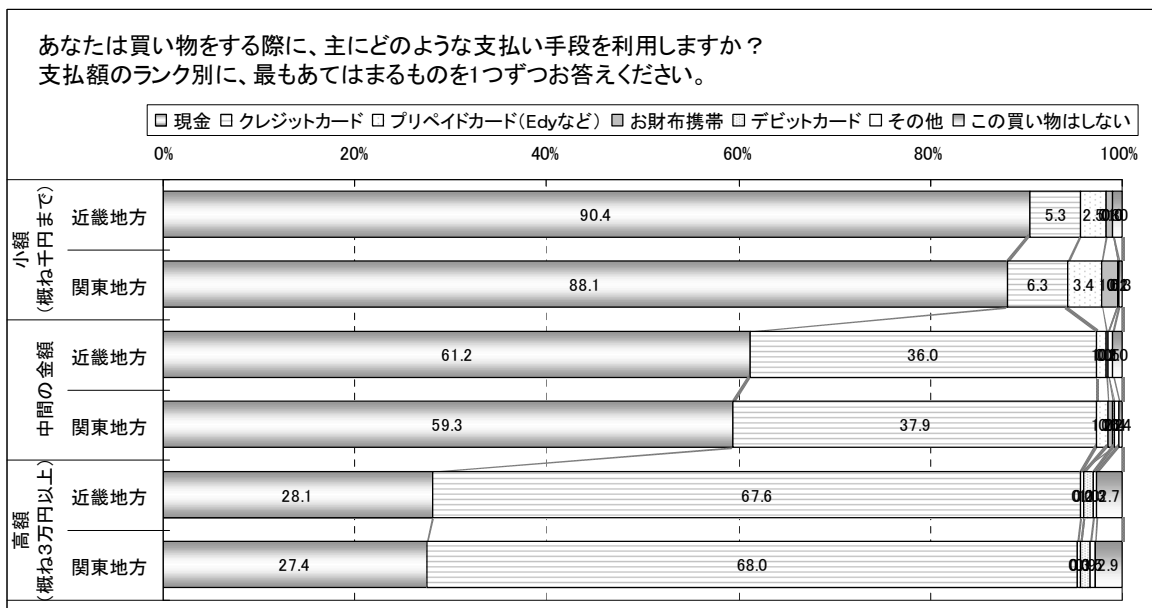
近畿と関東の差異に着目すると、関東では近畿よりも「徒歩」割合が頻度が多くなるにつれて、増加している。逆に、頻度が少なくなるにつれて、関東では近畿よりも「地下鉄・鉄道」割合が多くなるとの傾向にある。一方、近畿の方が割合が多い手段としては「自転車」がいずれの頻度でも多くなっており、チャリの愛用者が多いことがわかる。また、「自家用車」に関しても3～4ポイント近畿の方が多く、車の保有世帯が多いことを示唆している。



9. 買い物時の支払い手段 【図-3. 21】

ここでは、買い物をする場合の支払い手段について、買い物金額別にたずねた結果を示す。この結果をみれば、金額の多少にかかわらず、現金かクレジットカードでほぼ95%以上を占めることがわかる。具体的には、買い物が小額（千円以下）であれば9割が現金であるのに対して、高額（3万円以上）であれば2/3がカードとなる。それらの中間では現金派の方がカード派よりもやや優勢となっている。その他の支払い手段としては、小額の場合にプリペイドカードが3%前後占めるくらいである。これは、コンビニなどを毎日利用する消費者などで小銭を面倒がる消費者が利用しているものと考えられる。

なお、東西の違いについては、殆どないことがわかる。



おわりに

本調査では、国内需要の主要部門である個人消費に焦点をあて、はたして消費者がどのような考え方や嗜好のもとで、日常の消費行動を具体的にどう選択しているかをインターネット調査により東西の消費者に対して実施し、分析・考察した。

最近、格差社会が取り沙汰されるように、市民／消費者においても余裕のある階層から余裕のない階層まで様々であることは本調査でも明らかとなった。ただし、メジャーな消費者像を形成する、いわゆる中流的な階層に関しては、消費行動としていくつか発見的な事象をみることができたと同時に、予想よりも近畿と関東の消費行動に差異はないことが確認された。

このような結果が得られた時代背景には、積極的な店舗展開を進める専門量販店などの影響と高度情報化社会の影響が相乗的に消費者行動を誘導していることが考えられる。すなわち、従来型のTVコマーシャルや雑誌、新聞チラシに加え、インターネットの普及により消費者はバブル期よりも格段に多い画一的情報に囲まれており、意識の有無を問わず、メディアが提供する日々の情報に誘導させられて買い物をしていることを示唆する結果であった。店舗・業態の選択にしても、消費者の考え方・嗜好にしても、東西の違いが消えつつあることは、その一端を示すものであろう。

今後とも百貨店や専門量販店などが資金力を背景に店舗展開や広告・PRを積極化することが予想されるなかで、本調査が示唆するポイントは、中堅・中小の小売店、サービス事業所にとっては、それらとは異なる消費者との接点を持つことが生き残りの基軸としての方向であるという点であろう。生活物価が上昇しつつある状況で、消費者はますます価格にシビアになる傾向は確実と思われるが、価格以外の付加価値を中堅・中小事業者が提供して、消費者に満足をもたらす工夫を凝らし続けることが肝要ではなからうか。

最後にインターネット調査にご協力いただいた全国の消費者に謝意を申し上げるとともに、大阪の企業や行政にとっても、本調査が示唆・指摘する事象を掘り下げて、今後の事業展開、施策実施に向けて一歩を踏み出していただくことを切に祈念して本調査のおわりとする。

資料編

1. アンケート調査票
2. 集計結果
3. 自由回答（問18）の結果概要

1. アンケート調査票

■現在の暮らし向きについて

問1 あなたのご家族の構成として、最もあてはまるものをお知らせください。

※ご自身からみた続柄でお答えください。

※ご自身は「夫婦」に含めてお答えください。

1. 独身で1人住まい世帯
2. 独身で親と同居
3. 夫婦だけの世帯
4. 夫婦と子供だけの核世帯
5. 親と夫婦のみ同居
6. 親・夫婦・子供などの3世代世帯同居
7. その他【 】

問2 配偶者の就業状況として、あてはまるものをお知らせください。

※配偶者がいないという場合は「7. 独身である」をお選びください。

1. 働いていない
2. 独自でビジネスしている
3. 正社員
4. パートタイマー・アルバイト
5. 派遣労働者
6. その他【 】
7. 独身である

問3 昨年の(税込み)年収として、あてはまるものをお知らせください。

※独身の場合は本人分、既婚の場合は夫婦の合計でお答えください。

1. 収入なし
2. 100万円未満
3. 100～300万円未満
4. 300～500万円未満
5. 500～700万円未満
6. 700～1000万円未満
7. 1000～1300万円未満
8. 1300～1500万円未満
9. 1500万円以上
10. わからない／答えたくない

問4 住居の状況として、あてはまるものをお知らせください。

1. 持ち家(一戸建て)
2. 持ち家(マンション)
3. 賃貸(一戸建て・マンション等)
4. 寮・社宅
5. 親と同居または親の所有の家(家賃負担なし)
6. その他【 】

問5 1. 現在の貯蓄・証券時価の総額 2. 現在のローン残高や借入金を合わせた総額について、あてはまるものをお知らせください。

※既婚の場合は夫婦の合計でお答えください。

1. 現在の貯蓄・証券時価の総額
2. 現在のローン残高や借入金を合わせた総額

【選択肢】

1. ほとんどない
2. 100万円未満
3. 100～300万円未満
4. 300～500万円未満
5. 500～700万円未満
6. 700～1000万円未満
7. 1000～1500万円未満
8. 1500～2000万円未満
9. 2000～3000万円未満
10. 3000～5000万円未満
11. 5000万円以上
12. わからない／答えたくない

■現在の暮らし向きや消費行動について

問6 現在の暮らしに満足していますか？また、現在の暮らしに余裕はありますか？

それぞれあてはまるものを、1つずつお選びください。

1. 現在の暮らしの満足度
2. 現在の暮らしの余裕度

【選択肢】

1. 満足／余裕
2. どちらかと言えば満足／どちらかと言えば余裕
3. どちらとも言えない
4. どちらかと言えば不満／どちらかと言えば余裕なし
5. 不満／余裕なし

問7 最近2、3年の世帯全体での、収入はどうなりましたか？また、支出金額はどのようにしていますか？それぞれあてはまるものを、1つずつお選びください。

1. 最近の年収の動向
2. 最近の支出額

【選択肢】

1. 減っている／減らしている
2. あまり変わらない
3. 増えている／増やしている

問8 この1年以内くらいに世帯全体での収入を上げようと努力したり、投資など新たに取り組んだものは何でしょうか？
あてはまるものを全てお選びください。

1. 現在の職場での努力
2. 転職
3. 独立・起業
4. アルバイト
5. サイドビジネス
6. 共稼ぎの開始
6. 無業の家族の就業開始
7. 株式・投信等の投資
8. 外貨預金・FX
9. 親に援助を依頼
10. その他
11. 特にない

問9 お金を費やしている趣味は何ですか？(3つまで複数選択可)

また、現在、収入が増えたとしたら、増やしたい消費支出は何ですか？(複数回答可)

さらに、子供が自立後の状況を想定して、何にお金をかけたいとお考えですか？

※「3」については、既婚で扶養中の子供がいる方のみお答えください。

扶養中の子供がいないという場合は、「19. 特にない」をお選びください。(3つまで複数選択可)

1. お金を費やしている趣味(3つまで)
2. 増やしたい消費支出(いくつでも)
3. 子供の自立後お金をかけたい項目(3つまで)

【選択肢】

- | | |
|-----------------|---------------|
| 1. 自動車関連 | 10. 化粧品・アクセサリ |
| 2. パソコン | 11. スポーツ |
| 3. オーディオ・AV機器 | 12. 旅行 |
| 4. カメラ・ビデオ | 13. 教養関係 |
| 5. その他電化製品 | 14. 交際 |
| 6. 絵画・陶芸品 | 15. 家具・インテリア |
| 7. 園芸・盆栽 | 16. 音楽関係 |
| 8. (ぜいたくな)食事・外食 | 17. 映画・ミュージカル |
| 9. ファッション | 18. その他 |
| | 19. 特にない |

■消費に関する意識について

問10 最近2、3年の傾向として、生活費(食費や光熱費)などの基礎的な支出はどうしていますか？
最近2、3年の傾向として、趣味やレジャーなどの選択的な支出はどうしていますか？

1. 最近の生活費(食費や光熱費)などの基礎的な支出
2. 趣味やレジャーなどの選択的な支出

【選択肢】

1. 意識して切り詰めている
2. なんとなく減らしている
3. 変えていない
4. なんとなく増えている
5. 増やしている

問11 以下の中からあてはまるものをお選びください(それぞれ3つまで複数選択可)。

1. 趣味やレジャーなどの選択的な支出で特に減らしたもの(問10-2で1か2を選択した方のみ回答)
2. 趣味やレジャーなどの選択的な支出で特に増やしたもの(問10-2で4か5を選択した方のみ回答)

【選択肢】

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 自動車関連 | 9. 健康 |
| 2. パソコン | 10. スポーツ |
| 3. 電化製品 | 11. 旅行 |
| 4. 絵画・陶芸品 | 12. 趣味・教育関係 |
| 5. 園芸・盆栽 | 13. 交際 |
| 6. (ぜいたくな)食事・外食 | 14. 住居・家具・インテリア |
| 7. 衣料・ファッション | 15. その他 |
| 8. ジュエリー・アクセサリ | 16. 特定の品目はない |

問12 以下の項目について、それぞれあてはまるものをお選びください。

1. かなり値段が高くても、気に入ったモノは買ってしまおうほうですか？
2. 価格に品質が見合っているか、よく検討して買うほうですか？
3. 服装や持ち物は高級ブランド品を身につけたいほうですか？
4. 流行を気にせず、自分のしたいファッションを楽しむほうですか？
5. 新製品が出ると、他人より早く買わなければ気が済まないほうですか？
6. 現在は、お金を使うよりも貯めるほうを優先していますか？
7. 欲しいものはカードやローンを利用してすぐ購入するほうですか？
8. 外で遊ぶよりも家でのんびり過ごすほうが好きですか？
9. 家族の買い物を優先し、自分の欲しいものは後回しにするほうですか？

【選択肢】

1. あてはまる
2. ある程度あてはまる
3. あまりあてはまらない
4. あてはまらない

問 13 商品を購入するとき重視するものは何ですか？
(それぞれ2つまで複数選択可)

食材などの一般消費財、衣料などの半耐久消費財、自動車・オーディオなどの耐久消費財についてお答えください。

1. 食材などの一般消費財(非耐久財)
2. 衣料などの半耐久消費財
3. 自動車・オーディオなどの耐久消費財

【選択肢】

1. 価格
2. 品質
3. 自分の好みにあっている
4. デザイン
5. ブランド
6. その他

■商品の購入先について

問 14 以下の項目について、それぞれあてはまるものを全てお答えください。

1. ファッションについて、普段着(カジュアル着)は主にどこで購入しますか？
2. ファッションについて、外出着(フォーマル着)は主にどこで購入しますか？
3. 子供服は主にどこで購入していますか？
4. 普段の食材は主にどこで購入していますか？
5. 家電製品は主にどこで購入していますか？
6. インテリア製品は主にどこで購入していますか？
7. スポーツ用品は主にどこで購入していますか？

【選択肢】

1. 百貨店
2. 専門量販店
3. 専門店・一般小売店
4. スーパー
5. ホームセンター・ディスカウント/ドラッグストア
6. コンビニエンスストア
7. 通信販売
8. インターネット
9. その他
10. 特に決まっていない
11. 購入しない

問 15 あなたは食材、衣服など、主にどのような時間帯に購入しますか？

下記のアイテム別に、最もあてはまるものを1つずつお答えください。

1. 食材
2. 衣服
3. その他日用品

【選択肢】

1. 平日の日中
2. 平日の夕方(4時以降)
3. 平日の夜(8時以降)
4. 土日・職場の休日
5. その他
6. 特に決まっていない
7. (自身では)購入しない

問 16 あなたは買い物をする際に、主にどのような交通・移動手段を利用しますか？

買い物の頻度別に、最もあてはまるものを1つずつお答えください。

1. 食材など頻度の多い買い物
2. 週に1回程度の買い物
3. たまに行く買い物

【選択肢】

1. 徒歩(通勤等の帰りを含む)
2. 地下鉄・鉄道
3. バス
4. 自転車
5. バイク
6. 自家用車
7. その他(タクシーなど)
8. この買い物はしない

問 17 あなたは買い物をする際に、主にどのような支払い手段を利用しますか？

支払額のランク別に、最もあてはまるものを1つずつお答えください。

1. 小額(おおむね千円まで)
2. 中間の金額
3. 高額(おおむね3万円以上)

【選択肢】

1. 現金
2. クレジットカード
3. プリペイドカード(Edyなど)
4. お財布携帯
5. デビットカード
6. その他
7. この買い物はしない

問 18 あなたにとって、こんな新商品や新サービスがあれば、多少は無理してでも購入/利用してみたいと思うものは何でしょうか？具体的にお書きください。

■将来の生活について

問 19 5~10年後の生活を想定した場合、どんなことをしたいと考えますか？

ご自身のお気持ちに最も近いものを1つお選びください。

1. 現在の職場で昇進する
2. 転職する
3. 商売を始める
4. 専門職で独立・起業する
5. 仕事せず、のんびりする
6. 大学、大学院で学ぶ
7. ボランティアに打ち込む
8. 趣味に打ち込む
9. 今のまま
10. その他【 】
11. 特になし

問 20 将来、親と同居するお考えはありますか？
※親と同居していない方のみお答えください。
※既に同居している場合は、「10. 該当しない」
をお選びください。

1. 親の高齢化などで、親が希望すれば同居する
2. 勤務地が近くなれば同居する
3. 家族が大切なので、なるべく早く同居する
4. 家賃を浮かすために、なるべく同居したい
5. 夫婦と子供の生活が大切なので同居する
6. 他の親族等が同居しているので考えにくい
7. なんとなく同居しようと思わない
8. 分からない
9. その他
10. 該当しない

2. 集計結果

家族構成（図－2. 1）

あなたのご家族の構成として、最もあてはまるものをお知らせください。 ※ご自身からみた続柄でお答えください。 ※ご自身は「夫婦」に含めてお答えください。								
	全体	独身で1人住まい世帯	独身で親と同居	夫婦だけの世帯	夫婦と子供だけの核世帯	親と夫婦のみ同居	親・夫婦・子供などの3世代世帯同居	その他
全体	2065 100.0	270 13.1	219 10.6	558 27.0	767 37.1	52 2.5	136 6.6	63 3.1
近畿地方	1032 100.0	109 10.6	105 10.2	278 26.9	409 39.6	28 2.7	74 7.2	29 2.8
関東地方	1033 100.0	161 15.6	114 11.0	280 27.1	358 34.7	24 2.3	62 6.0	34 3.3

配偶者の就業状況（図－2. 2）

配偶者の就業状況として、あてはまるものをお知らせください。								
		全体	働いていない	独自でビジネスしている	正社員	パートタイマー・アルバイト	派遣労働者	その他
全体	全体	1514 100.0	535 35.3	105 6.9	515 34.0	272 18.0	32 2.1	55 3.6
	男性	854 100.0	413 48.4	38 4.4	170 19.9	188 22.0	12 1.4	33 3.9
	女性	660 100.0	122 18.5	67 10.2	345 52.3	84 12.7	20 3.0	22 3.3
近畿地方	全体	787 100.0	288 36.6	55 7.0	253 32.1	146 18.6	16 2.0	29 3.7
	男性	456 100.0	220 48.2	23 5.0	86 18.9	102 22.4	8 1.8	17 3.7
	女性	331 100.0	68 20.5	32 9.7	167 50.5	44 13.3	8 2.4	12 3.6
関東地方	全体	727 100.0	247 34.0	50 6.9	262 36.0	126 17.3	16 2.2	26 3.6
	男性	398 100.0	193 48.5	15 3.8	84 21.1	86 21.6	4 1.0	16 4.0
	女性	329 100.0	54 16.4	35 10.6	178 54.1	40 12.2	12 3.6	10 3.0

年収（図－2. 3）

昨年の（税込み）年収として、あてはまるものをお知らせください。 ※独身の場合は本人分、既婚の場合は夫婦の合計でお答えください。											
	全体	収入なし	100万円未満	100～300万円未満	300～500万円未満	500～700万円未満	700～1000万円未満	1000～1300万円未満	1300～1500万円未満	1500万円以上	わからない／答えたくない
全体	2065 100.0	52 2.5	92 4.5	332 16.1	523 25.3	374 18.1	304 14.7	105 5.1	34 1.6	35 1.7	214 10.4
近畿地方	1032 100.0	25 2.4	48 4.7	193 18.7	293 28.4	174 16.9	131 12.7	41 4.0	8 0.8	18 1.7	101 9.8
関東地方	1033 100.0	27 2.6	44 4.3	139 13.5	230 22.3	200 19.4	173 16.7	64 6.2	26 2.5	17 1.6	113 10.9

住居の状況(図-2.4)

住居の状況として、あてはまるものをお知らせください。							
	全体	持ち家(一戸建て)	持ち家(マンション)	賃貸(一戸建て・マンション等)	寮・社宅	親と同居または親の所有の家(家賃負担なし)	その他
全体	2065 100.0	901 43.6	410 19.9	561 27.2	41 2.0	129 6.2	23 1.1
近畿地方	1032 100.0	476 46.1	203 19.7	275 26.6	20 1.9	53 5.1	5 0.5
関東地方	1033 100.0	425 41.1	207 20.0	286 27.7	21 2.0	76 7.4	18 1.7

親との将来的同居について(図-2.5)

将来、親と同居するお考えはありますか？ ※親と同居していない方のみお答えください。	全体	親の高齢化などで、親が希望すれば同居する	勤務地が近くなれば同居する	家族が大切なので、なるべく早く同居する	家賃を浮かすために、なるべく同居したい	夫婦と子供の生活が大切なので同居する	他の親族等が同居しているので考えにくい	なんとなく同居しようと思わない	分からない	その他
全体	1162 100.0	348 29.9	26 2.2	38 3.3	8 0.7	12 1.0	81 7.0	226 19.4	309 26.6	114 9.8
近畿地方	558 100.0	176 31.5	10 1.8	14 2.5	5 0.9	9 1.6	33 5.9	106 19.0	151 27.1	54 9.7
関東地方	604 100.0	172 28.5	16 2.6	24 4.0	3 0.5	3 0.5	48 7.9	120 19.9	158 26.2	60 9.9

金融資産の状況(図-2.6)

現在の貯蓄・証券時価の総額について、あてはまるものをお知らせください。 ※既婚の場合は夫婦の合計でお答えください。							
	全体	ほとんどない	100万円未満	100～300万円未満	300～500万円未満	500～700万円未満	700～1000万円未満
全体	2065 100.0	292 14.1	258 12.5	241 11.7	167 8.1	93 4.5	113 5.5
近畿地方	1032 100.0	155 15.0	131 12.7	116 11.2	86 8.3	46 4.5	54 5.2
関東地方	1033 100.0	137 13.3	127 12.3	125 12.1	81 7.8	47 4.5	59 5.7
	1000～1500万円未満	1500～2000万円未満	2000～3000万円未満	3000～5000万円未満	5000万円以上	わからない/答えたくない	
全体	122 5.9	88 4.3	103 5.0	82 4.0	77 3.7	429 20.8	
近畿地方	66 6.4	43 4.2	43 4.2	35 3.4	39 3.8	218 21.1	
関東地方	56 5.4	45 4.4	60 5.8	47 4.5	38 3.7	211 20.4	

負債の状況(図-2.7)

現在のローン残高や借入金を合わせた総額について、あてはまるものをお知らせください。 ※既婚の場合は夫婦の合計でお答えください。							
	全体	ほとんどない	100万円未満	100～300万円未満	300～500万円未満	500～700万円未満	700～1000万円未満
全体	2065 100.0	1035 50.1	125 6.1	96 4.6	57 2.8	33 1.6	50 2.4
近畿地方	1032 100.0	514 49.8	68 6.6	53 5.1	26 2.5	20 1.9	23 2.2
関東地方	1033 100.0	521 50.4	57 5.5	43 4.2	31 3.0	13 1.3	27 2.6
	1000～1500万円未満	1500～2000万円未満	2000～3000万円未満	3000～5000万円未満	5000万円以上	わからない／答えたくない	
全体	69 3.3	88 4.3	145 7.0	67 3.2	19 0.9	281 13.6	
近畿地方	32 3.1	56 5.4	66 6.4	20 1.9	6 0.6	148 14.3	
関東地方	37 3.6	32 3.1	79 7.6	47 4.5	13 1.3	133 12.9	

世帯の収入・支出の変化(図-2.8)

最近2、3年の世帯全体での、収入はどのようにまりましたか？また、支出金額はどのようにしていますか？ それぞれあてはまるものを、1つずつお選びください。					
		全体	減っている／減らしている	あまり変わらない	増えている／増やしている
最近の年収の動向	全体地域	2065 100.0	825 40.0	995 48.2	245 11.9
	近畿地方	1032 100.0	425 41.2	501 48.5	106 10.3
	関東地方	1033 100.0	400 38.7	494 47.8	139 13.5
最近の支出額	全体地域	2065 100.0	401 19.4	935 45.3	729 35.3
	近畿地方	1032 100.0	206 20.0	449 43.5	377 36.5
	関東地方	1033 100.0	195 18.9	486 47.0	352 34.1

収入向上への取り組み(図-2.9)

この1年以内くらいに世帯全体での収入を上げようと努力したり、投資など新たに取り組んだものは何でしょうか？ あてはまるものを全てお選びください。													
	全体	現在の職場での努力	転職	独立・起業	アルバイト	サイドビジネス	共稼ぎの開始	無業の家族の就業開始	株式・投信等の投資	外貨預金・FX	親に援助を依頼	その他	特にない
全体	2065 100.0	352 17.0	136 6.6	39 1.9	208 10.1	159 7.7	59 2.9	31 1.5	456 22.1	163 7.9	31 1.5	83 4.0	905 43.8
近畿地方	1032 100.0	169 16.4	61 5.9	19 1.8	93 9.0	83 8.0	30 2.9	13 1.3	239 23.2	77 7.5	20 1.9	41 4.0	461 44.7
関東地方	1033 100.0	183 17.7	75 7.3	20 1.9	115 11.1	76 7.4	29 2.8	18 1.7	217 21.0	86 8.3	11 1.1	42 4.1	444 43.0

暮らしの満足度・余裕度(図-2. 10)

現在の暮らしに満足していますか？また、現在の暮らしに余裕はありますか？ それぞれあてはまるものを、1つずつお選びください。							
		全体	満足／余裕	どちらかと言えば満足／どちらかと言えば余裕	どちらとも言えない	どちらかと言えば不満／どちらかと言えば余裕なし	不満／余裕なし
現在の暮らしの満足度	全体地域	2065 100.0	182 8.8	723 35.0	536 26.0	396 19.2	228 11.0
	近畿地方	1032 100.0	95 9.2	350 33.9	274 26.6	208 20.2	105 10.2
	関東地方	1033 100.0	87 8.4	373 36.1	262 25.4	188 18.2	123 11.9
現在の暮らしの満足度	全体地域	2065 100.0	96 4.6	464 22.5	588 28.5	578 28.0	339 16.4
	近畿地方	1032 100.0	47 4.6	222 21.5	293 28.4	303 29.4	167 16.2
	関東地方	1033 100.0	49 4.7	242 23.4	295 28.6	275 26.6	172 16.7

将来の生活像(図-2. 11)

5～10年後の生活を想定した場合、どんなことをしたいと考えますか？ ご自身のお気持ちに最も近いものを1つお選びください。													
	全体	現在の職場で昇進する	転職する	商売を始める	専門職で独立・起業する	仕事せず、のんびりする	大学、大学院で学ぶ	ボランティアに打ち込む	趣味に打ち込む	今のまま	その他	特にない	
全体	2065 100.0	170 8.2	211 10.2	61 3.0	101 4.9	188 9.1	20 1.0	45 2.2	513 24.8	444 21.5	109 5.3	203 9.8	
近畿地方	1032 100.0	76 7.4	97 9.4	34 3.3	54 5.2	92 8.9	10 1.0	17 1.6	259 25.1	245 23.7	41 4.0	107 10.4	
関東地方	1033 100.0	94 9.1	114 11.0	27 2.6	47 4.5	96 9.3	10 1.0	28 2.7	254 24.6	199 19.3	68 6.6	96 9.3	

現在の趣味(図-3. 1)

お金を費やしている趣味は何ですか？(3つまで複数選択可)											
	全体	自動車関連	パソコン	オーディオ・AV機器	カメラ・ビデオ	その他電化製品	絵画・陶芸品	園芸・盆栽	(ぜいたくな)食事・外食	ファッション	
全体	2065 100.0	259 12.5	525 25.4	108 5.2	136 6.6	90 4.4	18 0.9	113 5.5	367 17.8	260 12.6	
近畿地方	1032 100.0	138 13.4	274 26.6	64 6.2	80 7.8	51 4.9	4 0.4	66 6.4	186 18.0	113 10.9	
関東地方	1033 100.0	121 11.7	251 24.3	44 4.3	56 5.4	39 3.8	14 1.4	47 4.5	181 17.5	147 14.2	
		化粧品・アクセサリー	スポーツ	旅行	教養関係	交際	家具・インテリア	音楽関係	映画・ミュージカル	その他	特にない
全体	168 8.1	250 12.1	681 33.0	178 8.6	293 14.2	67 3.2	203 9.8	188 9.1	230 11.1	384 18.6	
近畿地方	83 8.0	114 11.0	310 30.0	89 8.6	134 13.0	28 2.7	105 10.2	82 7.9	105 10.2	195 18.9	
関東地方	85 8.2	136 13.2	371 35.9	89 8.6	159 15.4	39 3.8	98 9.5	106 10.3	125 12.1	189 18.3	

収入増の際に増額したい消費(図-3.2)

現在、収入が増えたとしたら、増やしたい消費支出は何ですか？(複数回答可)										
	全体	自動車関連	パソコン	オーディオ・AV機器	カメラ・ビデオ	その他電化製品	絵画・陶芸品	園芸・盆栽	(ぜいたくな)食事・外食	ファッション
全体	2065 100.0	307 14.9	387 18.7	267 12.9	220 10.7	317 15.4	47 2.3	84 4.1	499 24.2	383 18.5
近畿地方	1032 100.0	152 14.7	184 17.8	127 12.3	109 10.6	162 15.7	24 2.3	48 4.7	262 25.4	175 17.0
関東地方	1033 100.0	155 15.0	203 19.7	140 13.6	111 10.7	155 15.0	23 2.2	36 3.5	237 22.9	208 20.1
	化粧品・アクセサリー	スポーツ	旅行	教養関係	交際	家具・インテリア	音楽関係	映画・ミュージカル	その他	特にない
全体	246 11.9	199 9.6	1022 49.5	318 15.4	292 14.1	284 13.8	218 10.6	310 15.0	125 6.1	436 21.1
近畿地方	119 11.5	88 8.5	499 48.4	144 14.0	129 12.5	152 14.7	97 9.4	140 13.6	57 5.5	212 20.5
関東地方	127 12.3	111 10.7	523 50.6	174 16.8	163 15.8	132 12.8	121 11.7	170 16.5	68 6.6	224 21.7

子供自立後に増額したい消費(図-3.3)

子供が自立後の状況を想定して、何にお金をかけたいとお考えですか？ ※既婚で扶養中の子供がいる方のみお答えください。扶養中の子供がいないという場合は、「19.特にない」をお選びください。(3つまで複数選択可)										
	全体	自動車関連	パソコン	オーディオ・AV機器	カメラ・ビデオ	その他電化製品	絵画・陶芸品	園芸・盆栽	(ぜいたくな)食事・外食	ファッション
全体	966 100.0	82 8.5	48 5.0	35 3.6	37 3.8	35 3.6	16 1.7	30 3.1	191 19.8	64 6.6
近畿地方	512 100.0	36 7.0	19 3.7	20 3.9	21 4.1	20 3.9	10 2.0	15 2.9	97 18.9	34 6.6
関東地方	454 100.0	46 10.1	29 6.4	15 3.3	16 3.5	15 3.3	6 1.3	15 3.3	94 20.7	30 6.6
	化粧品・アクセサリー	スポーツ	旅行	教養関係	交際	家具・インテリア	音楽関係	映画・ミュージカル	その他	特にない
全体	32 3.3	62 6.4	514 53.2	115 11.9	94 9.7	61 6.3	45 4.7	106 11.0	47 4.9	272 28.2
近畿地方	19 3.7	28 5.5	264 51.6	55 10.7	53 10.4	30 5.9	24 4.7	45 8.8	25 4.9	150 29.3
関東地方	13 2.9	34 7.5	250 55.1	60 13.2	41 9.0	31 6.8	21 4.6	61 13.4	22 4.8	122 26.9

基礎的支出と選択的支出の消費態度の比較(図-3.4)

最近2、3年の傾向として、生活費(食費や光熱費)などの基礎的な支出はどうしていますか？ 最近2、3年の傾向として、趣味やレジャーなどの選択的な支出はどうしていますか？							
		全体	意識して切り詰めている	なんとなく減らしている	変えていない	なんとなく増えている	増やしている
基礎的な支出	全体地域	2065 100.0	398 19.3	607 29.4	805 39.0	246 11.9	9 0.4
	近畿地方	1032 100.0	196 19.0	319 30.9	393 38.1	121 11.7	3 0.3
	関東地方	1033 100.0	202 19.6	288 27.9	412 39.9	125 12.1	6 0.6
選択的な支出	全体地域	2065 100.0	359 17.4	557 27.0	782 37.9	336 16.3	31 1.5
	近畿地方	1032 100.0	178 17.2	294 28.5	381 36.9	167 16.2	12 1.2
	関東地方	1033 100.0	181 17.5	263 25.5	401 38.8	169 16.4	19 1.8

特に減らした選択的消費(図-3.5)

趣味やレジャーなどの選択的な支出で特に減らしたもの(3つまで複数選択可)									
	全体	自動車関連	パソコン	電化製品	絵画・陶芸品	園芸・盆栽	(ぜいたくな)食事・外食	衣料・ファッション	ジュエリー・アクセサリー
全体	916 100.0	138 15.1	74 8.1	59 6.4	9 1.0	6 0.7	409 44.7	288 31.4	89 9.7
近畿地方	472 100.0	73 15.5	33 7.0	26 5.5	3 0.6	4 0.8	216 45.8	147 31.1	47 10.0
関東地方	444 100.0	65 14.6	41 9.2	33 7.4	6 1.4	2 0.5	193 43.5	141 31.8	42 9.5
		健康	スポーツ	旅行	趣味・教育関係	交際	住居・家具・インテリア	その他	特定の品目はない
全体	6 0.7	36 3.9	322 35.2	81 8.8	146 15.9	84 9.2	33 3.6	105 11.5	
近畿地方	5 1.1	18 3.8	155 32.8	35 7.4	74 15.7	50 10.6	17 3.6	55 11.7	
関東地方	1 0.2	18 4.1	167 37.6	46 10.4	72 16.2	34 7.7	16 3.6	50 11.3	

特に増やした選択的消費(図-3.6)

趣味やレジャーなどの選択的な支出で特に増やしたもの(3つまで複数選択可)	全体	自動車関連	パソコン	電化製品	絵画・陶芸品	園芸・盆栽	(ぜいたくな)食事・外食	衣料・ファッション	ジュエリー・アクセサリー
	全体	367 100.0	34 9.3	38 10.4	27 7.4	2 0.5	8 2.2	84 22.9	48 13.1
近畿地方	179 100.0	18 10.1	23 12.8	12 6.7	0 0.0	2 1.1	39 21.8	22 12.3	10 5.6
関東地方	188 100.0	16 8.5	15 8.0	15 8.0	2 1.1	6 3.2	45 23.9	26 13.8	11 5.9
	健康	スポーツ	旅行	趣味・教育関係	交際	住居・家具・インテリア	その他	特定の品目はない	
全体	34 9.3	39 10.6	201 54.8	72 19.6	67 18.3	16 4.4	30 8.2	17 4.6	
近畿地方	18 10.1	21 11.7	96 53.6	29 16.2	29 16.2	6 3.4	17 9.5	10 5.6	
関東地方	16 8.5	18 9.6	105 55.9	43 22.9	38 20.2	10 5.3	13 6.9	7 3.7	

買い物行動の特性(図-3.7、8)

あなたの買い物行動について、それぞれあてはまるものをお選びください。						
		全体	あてはまる	ある程度あてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
価格に品質が見合っているか、よく検討して買うほうですか？	全体地域	2065 100.0	592 28.7	1231 59.6	201 9.7	41 2.0
	近畿地方	1032 100.0	291 28.2	614 59.5	104 10.1	23 2.2
	関東地方	1033 100.0	301 29.1	617 59.7	97 9.4	18 1.7
流行を気にせず、自分のしたいファッションを楽しむほうですか？	全体地域	2065 100.0	475 23.0	1196 57.9	296 14.3	98 4.7
	近畿地方	1032 100.0	223 21.6	607 58.8	152 14.7	50 4.8
	関東地方	1033 100.0	252 24.4	589 57.0	144 13.9	48 4.6
外で遊ぶよりも家ででのんびり過ごすほうが好きですか？	全体地域	2065 100.0	357 17.3	971 47.0	610 29.5	127 6.2
	近畿地方	1032 100.0	155 15.0	491 47.6	322 31.2	64 6.2
	関東地方	1033 100.0	202 19.6	480 46.5	288 27.9	63 6.1
家族の買い物を優先し、自分の欲しいものは後回しにするほうですか？	全体地域	2065 100.0	244 11.8	848 41.1	760 36.8	213 10.3
	近畿地方	1032 100.0	123 11.9	438 42.4	359 34.8	112 10.9
	関東地方	1033 100.0	121 11.7	410 39.7	401 38.8	101 9.8
現在は、お金を使うよりも貯めるほうを優先していますか？	全体地域	2065 100.0	212 10.3	702 34.0	908 44.0	243 11.8
	近畿地方	1032 100.0	117 11.3	340 32.9	453 43.9	122 11.8
	関東地方	1033 100.0	95 9.2	362 35.0	455 44.0	121 11.7
かなり値段が高くて、気に入ったモノは買ってしまおうほうですか？	全体地域	2065 100.0	191 9.2	771 37.3	786 38.1	317 15.4
	近畿地方	1032 100.0	93 9.0	379 36.7	403 39.1	157 15.2
	関東地方	1033 100.0	98 9.5	392 37.9	383 37.1	160 15.5
欲しいものはカードやローンを利用してすぐ購入するほうですか？	全体地域	2065 100.0	66 3.2	332 16.1	742 35.9	925 44.8
	近畿地方	1032 100.0	28 2.7	164 15.9	395 38.3	445 43.1
	関東地方	1033 100.0	38 3.7	168 16.3	347 33.6	480 46.5
服装や持ち物は高級ブランド品を身につけたいほうですか？	全体地域	2065 100.0	38 1.8	264 12.8	808 39.1	955 46.2
	近畿地方	1032 100.0	17 1.6	136 13.2	414 40.1	465 45.1
	関東地方	1033 100.0	21 2.0	128 12.4	394 38.1	490 47.4
新製品が出ると、他人より早く買わなければ気が済まないほうですか？	全体地域	2065 100.0	26 1.3	176 8.5	826 40.0	1037 50.2
	近畿地方	1032 100.0	17 1.6	81 7.8	429 41.6	505 48.9
	関東地方	1033 100.0	9 0.9	95 9.2	397 38.4	532 51.5

商品購入時の重視要素(図-3. 9~11)

商品を購入するとき重視するものは何ですか？(それぞれ2つまで複数選択可) 食材などの一般消費財、衣料などの半耐久消費財、自動車・オーディオなどの耐久消費財についてお答えください。								
		全体	価格	品質	自分の好み にあっ ている	デザイン	ブランド	その他
食材などの一般消費財 (非耐久財)	全体地域	2065 100.0	1424 69.0	1433 69.4	441 21.4	15 0.7	33 1.6	32 1.5
	近畿地方	1032 100.0	686 66.5	712 69.0	223 21.6	9 0.9	20 1.9	21 2.0
	関東地方	1033 100.0	738 71.4	721 69.8	218 21.1	6 0.6	13 1.3	11 1.1
衣料などの半耐久消費財	全体地域	2065 100.0	1024 49.6	667 32.3	1218 59.0	529 25.6	53 2.6	26 1.3
	近畿地方	1032 100.0	507 49.1	336 32.6	595 57.7	267 25.9	19 1.8	17 1.6
	関東地方	1033 100.0	517 50.0	331 32.0	623 60.3	262 25.4	34 3.3	9 0.9
自動車・オーディオなどの耐久消費財	全体地域	2065 100.0	1090 52.8	1129 54.7	644 31.2	301 14.6	206 10.0	96 4.6
	近畿地方	1032 100.0	536 51.9	558 54.1	316 30.6	157 15.2	92 8.9	51 4.9
	関東地方	1033 100.0	554 53.6	571 55.3	328 31.8	144 13.9	114 11.0	45 4.4

買い物する店舗・業態(商品アイテム別)(図-3. 12~18)

以下の項目について、それぞれあてはまるものを全てお答えください。													
		全体	百貨店	専門量販店	専門店・ 一般小売店	スーパー	ホームセ ンター・ ディスカウ ント/ノド ラッグス トア	コンビニエ ンスストア	通信販売	インター ネット	その他	特に決 まってい ない	購入し ない
ファッションについて、普段着(カジュアル着)は主にどこで購入しますか？	全体地域	2065 100.0	355 17.2	705 34.1	628 30.4	518 25.1	96 4.6	2 0.1	190 9.2	307 14.9	51 2.5	328 15.9	35 1.7
	近畿地方	1032 100.0	159 15.4	343 33.2	318 30.8	282 27.3	35 3.4	2 0.2	96 9.3	143 13.9	29 2.8	161 15.6	19 1.8
	関東地方	1033 100.0	196 19.0	362 35.0	310 30.0	236 22.8	61 5.9	0 0.0	94 9.1	164 15.9	22 2.1	167 16.2	16 1.5
ファッションについて、外出着(フォーマル着)は主にどこで購入しますか？	全体地域	2065 100.0	763 36.9	527 25.5	576 27.9	198 9.6	23 1.1	2 0.1	74 3.6	140 6.8	33 1.6	317 15.4	87 4.2
	近畿地方	1032 100.0	335 32.5	254 24.6	283 27.4	123 11.9	11 1.1	1 0.1	35 3.4	66 6.4	19 1.8	165 16.0	50 4.8
	関東地方	1033 100.0	428 41.4	273 26.4	293 28.4	75 7.3	12 1.2	1 0.1	39 3.8	74 7.2	14 1.4	152 14.7	37 3.6
子供服は主にどこで購入していますか？	全体地域	2065 100.0	144 7.0	278 13.5	299 14.5	199 9.6	24 1.2	1 0.0	68 3.3	89 4.3	20 1.0	174 8.4	1173 56.8
	近畿地方	1032 100.0	70 6.8	149 14.4	163 15.8	117 11.3	9 0.9	1 0.1	34 3.3	43 4.2	9 0.9	91 8.8	548 53.1
	関東地方	1033 100.0	74 7.2	129 12.5	136 13.2	82 7.9	15 1.5	0 0.0	34 3.3	46 4.5	11 1.1	83 8.0	625 60.5
普段の食材は主にどこで購入していますか？	全体地域	2065 100.0	107 5.2	44 2.1	173 8.4	1852 89.7	151 7.3	137 6.6	28 1.4	48 2.3	69 3.3	64 3.1	33 1.6
	近畿地方	1032 100.0	57 5.5	27 2.6	88 8.5	922 89.3	54 5.2	60 5.8	11 1.1	22 2.1	31 3.0	35 3.4	20 1.9
	関東地方	1033 100.0	50 4.8	17 1.6	85 8.2	930 90.0	97 9.4	77 7.5	17 1.6	26 2.5	38 3.7	29 2.8	13 1.3
家電製品は主にどこで購入していますか？	全体地域	2065 100.0	14 0.7	1518 73.5	292 14.1	62 3.0	226 10.9	2 0.1	46 2.2	380 18.4	19 0.9	119 5.8	34 1.6
	近畿地方	1032 100.0	6 0.6	754 73.1	159 15.4	38 3.7	82 7.9	2 0.2	26 2.5	179 17.3	9 0.9	68 6.6	19 1.8
	関東地方	1033 100.0	8 0.8	764 74.0	133 12.9	24 2.3	144 13.9	0 0.0	20 1.9	201 19.5	10 1.0	51 4.9	15 1.5
インテリア製品は主にどこで購入していますか？	全体地域	2065 100.0	116 5.6	673 32.6	460 22.3	102 4.9	503 24.4	3 0.1	107 5.2	217 10.5	18 0.9	385 18.6	186 9.0
	近畿地方	1032 100.0	44 4.3	341 33.0	231 22.4	62 6.0	232 22.5	1 0.1	53 5.1	95 9.2	6 0.6	213 20.6	88 8.5
	関東地方	1033 100.0	72 7.0	332 32.1	229 22.2	40 3.9	271 26.2	2 0.2	54 5.2	122 11.8	12 1.2	172 16.7	98 9.5
スポーツ用品は主にどこで購入していますか？	全体地域	2065 100.0	90 4.4	531 25.7	537 26.0	117 5.7	154 7.5	0 0.0	29 1.4	146 7.1	23 1.1	320 15.5	588 28.5
	近畿地方	1032 100.0	40 3.9	278 26.9	259 25.1	59 5.7	62 6.0	0 0.0	12 1.2	63 6.1	8 0.8	177 17.2	283 27.4
	関東地方	1033 100.0	50 4.8	253 24.5	278 26.9	58 5.6	92 8.9	0 0.0	17 1.6	83 8.0	15 1.5	143 13.8	305 29.5

買い物の時間帯(図-3. 19)

あなたは食材、衣服など、主にどのような時間帯に購入しますか？ 下記のアイテム別に、最もあてはまるものを1つずつお答えください。									
		全体	平日の日中	平日の夕方(4時以降)	平日の夜(8時以降)	土日・職場の休日	その他	特に決まっていない	(自身では)購入しない
食材	全体地域	2065 100.0	567 27.5	440 21.3	151 7.3	361 17.5	10 0.5	369 17.9	167 8.1
	近畿地方	1032 100.0	292 28.3	228 22.1	59 5.7	165 16.0	3 0.3	201 19.5	84 8.1
	関東地方	1033 100.0	275 26.6	212 20.5	92 8.9	196 19.0	7 0.7	168 16.3	83 8.0
衣服	全体地域	2065 100.0	445 21.5	68 3.3	23 1.1	796 38.5	9 0.4	658 31.9	66 3.2
	近畿地方	1032 100.0	219 21.2	34 3.3	7 0.7	403 39.1	2 0.2	337 32.7	30 2.9
	関東地方	1033 100.0	226 21.9	34 3.3	16 1.5	393 38.0	7 0.7	321 31.1	36 3.5
その他日用品	全体地域	2065 100.0	494 23.9	134 6.5	40 1.9	599 29.0	12 0.6	724 35.1	62 3.0
	近畿地方	1032 100.0	253 24.5	59 5.7	16 1.6	296 28.7	4 0.4	374 36.2	30 2.9
	関東地方	1033 100.0	241 23.3	75 7.3	24 2.3	303 29.3	8 0.8	350 33.9	32 3.1

買い物時の交通・移動手段(図-3. 20)

あなたは買い物をする際に、主にどのような交通・移動手段を利用しますか？ 買い物の頻度別に、最もあてはまるものを1つずつお答えください。										
		全体	徒歩(通勤等の帰りを含む)	地下鉄・鉄道	バス	自転車	バイク	自家用車	その他(タクシーなど)	この買い物はしない
食材など頻度の多い買い物	全体地域	2065 100.0	661 32.0	33 1.6	21 1.0	563 27.3	52 2.5	627 30.4	4 0.2	104 5.0
	近畿地方	1032 100.0	282 27.3	18 1.7	8 0.8	306 29.7	31 3.0	330 32.0	2 0.2	55 5.3
	関東地方	1033 100.0	379 36.7	15 1.5	13 1.3	257 24.9	21 2.0	297 28.8	2 0.2	49 4.7
週に1回程度の買い物	全体地域	2065 100.0	266 12.9	241 11.7	47 2.3	415 20.1	48 2.3	997 48.3	9 0.4	42 2.0
	近畿地方	1032 100.0	105 10.2	106 10.3	24 2.3	225 21.8	26 2.5	519 50.3	3 0.3	24 2.3
	関東地方	1033 100.0	161 15.6	135 13.1	23 2.2	190 18.4	22 2.1	478 46.3	6 0.6	18 1.7
たまに行く買い物	全体地域	2065 100.0	139 6.7	636 30.8	48 2.3	218 10.6	34 1.6	944 45.7	12 0.6	34 1.6
	近畿地方	1032 100.0	68 6.6	281 27.2	28 2.7	123 11.9	19 1.8	488 47.3	5 0.5	20 1.9
	関東地方	1033 100.0	71 6.9	355 34.4	20 1.9	95 9.2	15 1.5	456 44.1	7 0.7	14 1.4

買い物時の支払手段(図-3. 21)

あなたは買い物をする際に、主にどのような支払手段を利用しますか？ 支払額のランク別に、最もあてはまるものを1つずつお答えください。									
		全体	現金	クレジット カード	プリペイド カード(Edy など)	お財布携 帯	デビット カード	その他	この買い 物はしな い
小額(おおむね千円まで)	全体地域	2065 100.0	1843 89.2	120 5.8	61 3.0	25 1.2	1 0.0	2 0.1	13 0.6
	近畿地方	1032 100.0	933 90.4	55 5.3	26 2.5	8 0.8	0 0.0	0 0.0	10 1.0
	関東地方	1033 100.0	910 88.1	65 6.3	35 3.4	17 1.6	1 0.1	2 0.2	3 0.3
中間の金額	全体地域	2065 100.0	1245 60.3	764 37.0	22 1.1	8 0.4	3 0.1	9 0.4	14 0.7
	近畿地方	1032 100.0	632 61.2	372 36.0	10 1.0	2 0.2	1 0.1	5 0.5	10 1.0
	関東地方	1033 100.0	613 59.3	392 37.9	12 1.2	6 0.6	2 0.2	4 0.4	4 0.4
高額(おおむね3万円以上)	全体地域	2065 100.0	573 27.7	1400 67.8	5 0.2	2 0.1	19 0.9	8 0.4	58 2.8
	近畿地方	1032 100.0	290 28.1	698 67.6	2 0.2	1 0.1	10 1.0	3 0.3	28 2.7
	関東地方	1033 100.0	283 27.4	702 68.0	3 0.3	1 0.1	9 0.9	5 0.5	30 2.9

3. 自由回答（問18）の結果概要

問18	あなたにとって、こんな新商品や新サービスがあれば、多少は無理し ても購入／利用してみたいと 思うものは何でしょうか？具体的にお書きください。 自由記述の内容(978件)		
電化製品		141件	14%
<ul style="list-style-type: none"> ・ テレビ(26件) ・ AV機器(26件) ・ カメラ(16件) ・ ロボット(家事代行他)(7件) ・ 省エネ製品(4件) 他 			
パソコン関連		59件	6%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 小型パソコン 他 			
自動車関連		56件	6%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 電気/ハイブリッド車(8件) ・ レンタル/シェアできるサービス(5件) 他 			
食事・外食		47件	5%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 安全な食料品 他 			
その他		675件	69%
<ul style="list-style-type: none"> ・ ファッション(41件) ・ 趣味(39件) ・ 旅行(36件) ・ 美容関係(25件) ・ 子供に関するサービス(25件) ・ 家具・インテリア(19件) 他 			

2007年度 自主研究

「消費者行動調査 報告書」

2008年3月

大阪都市経済調査会

大阪市中央区本町1-4-5 大阪産業創造館13階

TEL (06) 6264-9815 FAX (06) 6264-9887