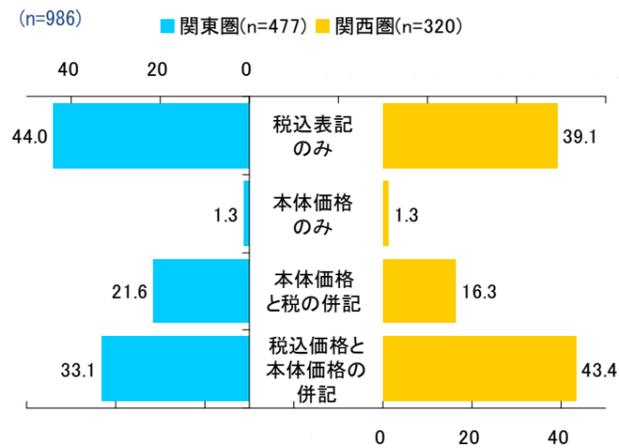


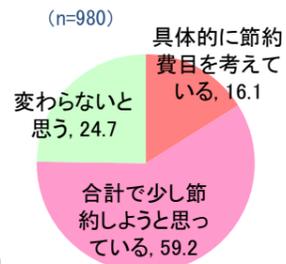
01 Woman's Trend

いよいよ4月から消費税増税、主婦の対応策は？
6割以上の主婦が、月々5000円以上節約するつもり

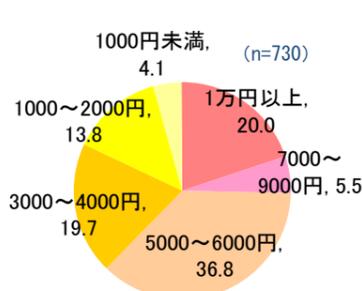
Q. 消費税増税に伴ってあなたが最も望ましいと思う価格表記は？



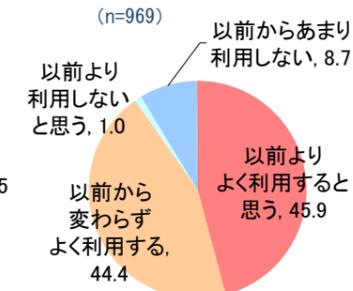
Q. 消費税が上がったら、月々の節約を考える？



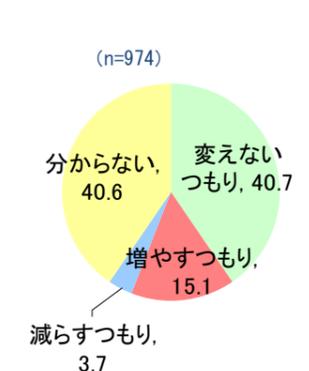
Q. 月いくらかの節約を考えている？



Q. 節約のために、チラシや特売、クーポンなどを利用すると思う？



Q. 預貯金にまわす金額を変えようと思う？



いよいよ消費税が上がる。業界ごとに価格表記や経過措置をどう知らせるかなど対応に追われているが、家計を預かる主婦としても駆け込みで買うかどうか悩ましい時期だろう。

税込表記が原則だが、さすがに移行期間中は表記方法も経過措置が認められ、業界によって様々になる。消費者として望ましい表記は？というところ、関東圏と関西圏で意見が分かれた。本体価格と税込価格の併記を望む人が多い。関西圏は、やはりコスパにシビアな人が多いのだろう。いずれにしても、結局レジでいくらか払うのかパッと知りたいというのが女性の希望だ。

消費税が上がったら節約すると言う人は全体の3/4。その金額は5000~6000円が最多で4割近く、62.3%が

5000円以上は節約しようと考えている。家計調査によれば2人以上世帯での消費支出平均は約28万6000円(2012年平均)。増税3%分は8580円になり、主婦の感覚はぴったり合っている。賃金もこれくらい上がれば、節約意識も少しは薄れるだろうか。

節約のためにクーポンやチラシ情報はより利用しようという人が大半。しかし、預貯金にまわす金額は変えないどころか増やそうという人も15%に上り、将来不安は根強いと言える。

4~6月の3ヵ月対策は工夫が必要

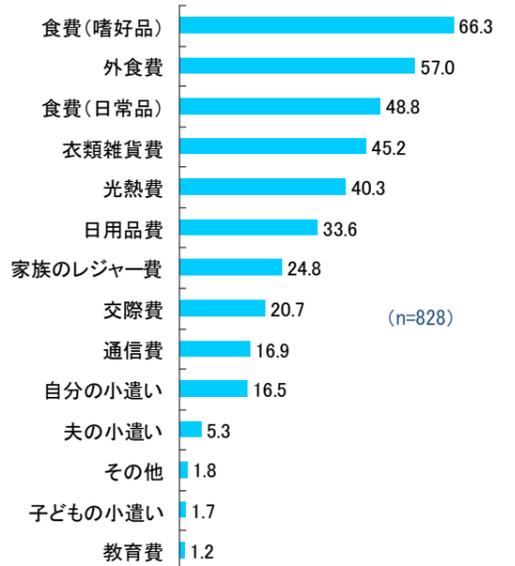
節約で削られる費目は嗜好品の食費と外食、日用品の食費と続いた。家計に占める割合が高く、必要じゃないものもつい買ってしまいがちな分野だ。

節約方法はものによって異なるが、安売り店舗で買うようにするという人が一般的に多い。安いブランドに変える検討をされるのは化粧品類。価格勝負をしないのなら、付加価値を改めて実感させるアピールが必要だろう。

冷凍食品やヨーグルトのように定番を日々使うものは、変わらずに買うだろうとする人も多いが、量と価格の関係性をガラリと変えるようなパッケージングの提案も必要になるだろう。

1997年に3%から5%へ上がった時も、4月から6月までは消費が落ちた。当時はポイントアップやクーポンなどの還元的なキャンペーンが増えたそうだが、今回もこの3ヵ月の集客対策は必須。価格だけでなく心に訴える工夫が求められる。(所長/植田奈保子)

Q. 支出を抑えようと思っている費目



2014.01.16~01.19 女性を対象にWEB調査(n=989)

02 Woman's Data

【主婦のキモチ】
4月までに購入検討家電は冷蔵庫が1位

消費税が上がる今年の4月までに購入を検討している家電を全国の女性に聞いたところ、冷蔵庫・掃除機・パソコンなど大物家電が上位に。一方、4月までに買う買わないは別にして、気になっている家電はノンフライヤーが1位だった。機能には注目が集まるものの、発売されて間もない商品なので、まだ様子見という人が多いようだ。

【4月までに購入を検討している家電トップ10】

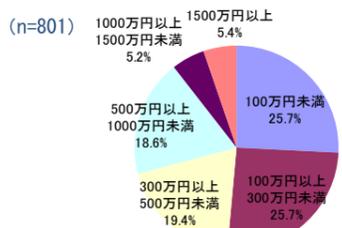
順位	購入検討家電	票数
1位	冷蔵庫	155
2位	掃除機	153
3位	パソコン	136
4位	炊飯器	129
5位	電子レンジ	124
6位	テレビ	115
7位	エアコン	110
8位	デジタルカメラ	89
9位	ドライヤー	88
	ブルーレイ・DVDレコーダー	88

2013.12.24~2014.01.10
女性を対象にWEB調査(n=826)

【子育てママのキモチ】
金融資産は平均440万1373円

幼稚園ママと保育園ママに、世帯の金融資産保有額を聞いたところ、平均440万1373円だった。100万円未満が25.7%、1000万円以上が10.6%と、所有額は分散した。幼保別に見ると、幼稚園ママ世帯は平均432万円、保育園ママ世帯は454万円と、保育園世帯が20万円上回ったが、世帯年収の差(約100万円)に比べてかなり少ない。

【世帯の金融資産保有額】



2013.07.05~07.31
リビング新聞/シティリビング/あふふWeb調査(n=810)

03 Group Eyes

シティリビングOLマーケット研究会2013
30・40代未婚OLの消費とココロの変遷

昨年12月19日、大手町のサンケイプラザホールで「シティリビングOLマーケット研究会2013」の研究発表を行った。前回に引き続き、今回もテレビ等各メディアで活躍中の牛窪恵さんの会社・インフィニティの監修のもと、「オフィスで働く30・40代未婚女性の消費とココロの変遷」について調査。

今回は都心のオフィスで働く団塊ジュニア層を「マトリジョ」と命名し紹介したが、今回は過去データの分析と2回の定量調査、対象者へのデプスインタビューを実施し、①ライフスタイル②消費③現在の悩みとこれから、の3つについて年表とレポートシートを作成。定量調査では探りきれない心理とその変遷部分を補い、特性をあぶりだした。

その結果出てきたのが、30・40代未婚OLの消費行動を読み解く「オトナシフト」というキーワード。「恋愛⇒結婚力・自分力」「母性⇒おば力」「さすらい⇒未来力」「ひとり時間⇒コミュカ」「美活⇒メンテカ」と、従来の



(左) プレゼンする牛窪氏(右) 600席用意した会場はほぼ満杯。大盛況のうちに幕を閉じた

マインドや意欲が緩やかに「シフト」する、過去を否定せず、何も捨てないで緩やかに「シフト」していくライフスタイルを紹介した。

シティリビングは今年、創刊30周年を迎える。OLの消費行動の研究に長い間取り組み、彼女たちのキモチや行動を熟知したメディアとして、今後もその活動に注目してほしい。

(サンケイリビング新聞社 CC室)