

2012年8月7日

各位

## 節約生活とプチ贅沢に関する実態調査

給料アップ見込みなし 40代男性6割強、20代女性では7割

“生活にメリハリ”節約対象 1位「電気代」、節約敬遠 1位「レジャー・娯楽費」  
消費増税への備えで「外食費」の節約を意識 4割  
節約の効果「プチ贅沢や贅沢」を実現 約2割

「コンビニスイーツ」でプチ贅沢 20代男性の4人に1人

“比較で節約”より良いものを探す「ネット比較人」は、コツコツ貯める「貯蓄人」  
ネット比較男子はしっかり貯蓄 平均貯蓄額 425万円  
節電男子と非節電男子で貯蓄格差 100万円超

今、男女問わずモテるのは“気前のいい人”よりも“節約できる人”  
給料アップが見込めない時代、女子からの好感度が高いのは“四低男子”

オリックス生命保険株式会社 (<http://www.orix.co.jp/ins/>) (本社:東京都港区、社長:大藤 俊行、以下「オリックス生命」)は、「節約生活とプチ贅沢に関する実態調査」を、2012年7月13日～7月17日の5日間にわたりモバイルリサーチ(携帯電話によるインターネットリサーチ)により実施し、1,000名(調査対象者:20歳～49歳の男女)の有効サンプルを集計いたしました。(調査協力機関:ネットエイジア株式会社)

## 「節約生活とプチ贅沢に関する実態調査」 調査結果

## ◆ 給料アップ見込みなし 40代男性6割強、20代女性では7割

はじめに、20歳～49歳の男女(全回答者1,000名)に、給料上昇の見込みや世帯年収上昇の見込みについて聞いたところ、「個人年収は上昇の見込がない」と感じているのは有職者804名では57.5%となり、「世帯年収(親の年収は除く)は上昇の見込がない」と感じているのは全体で51.9%と、有職者の6割近くが給料上昇の見込みを感じておらず、全体の半数以上が世帯年収上昇の見込みを感じていないという結果となりました。

給料上昇の見込みについて、有職者の性年代別にみていくと、給料上昇の見込みを感じていないのは、男性有職者では、40代が6割強(62.5%)で20代(40.8%)、30代(46.5%)よりも高く、女性有職者では、20代が7割(70.5%)で30代(59.4%)、40代(66.4%)よりも高くなりました。

## ◆ 節約しているもの 1位は「電気代」、30代女性では「化粧品・美容品費」が5割

## ◆ 節約したくないもの 1位「レジャー・娯楽費」

## ◆ 子どもがいる人の節約理由「子どもの教育費のため」5割弱

## ◆ 30代女性の4割弱が見直したい「通信費」、「保険料」は40代女性で3割弱

## ◆ 消費増税への備えで「外食費」の節約を意識 4割

## ◆ 節約の効果「プチ贅沢や贅沢」を実現 約2割

給料上昇の見込みや世帯年収上昇の見込みが感じられないような時代では、節約の重要性も益々高まるのではないのでしょうか。全回答者(1,000名)に、節約したいもの・節約したくないもの、今後見直したいもの、消費税増税に備えて節約を意識していきたいものなど節約について聞きました。

まず、「日頃、出費を抑えるために節約しているもの」をみると、上位は「電気代」59.2%、「外食費」53.8%となり、女性では「化粧品・美容品費」が45.0%、特に30代女性では5割(49.1%)になりました。次に、「節約したくないも

の》をみると、上位は「レジャー・娯楽費」31.2%、「食品・飲料(お酒を除く)費」25.6%、「交際費」24.0%が上位となりました。電気代や外食費などを抑え、レジャー・娯楽や友達付き合いなどは節約したくないというメリハリのある生活を送りたいとの思いが窺える結果となりました。また、子どもがいる386名についてみると、「教育費」35.8%が節約したくないものでトップとなりました。

そして、日頃、節約している937名に、その理由を聞いたところ、「将来何かあった時に備えて」47.7%が最も高く、次いで、「給料・ボーナスが少ないから・減ったから」45.9%、「無駄遣いは良くないと思うから」40.7%が続きました。また、子どもがいる376名についてみると、「子どものために教育費をとっておきたいから」が48.4%で5割弱に達しました。

また、全回答者(1,000名)に、《今後の生活で見直したいもの》をみると、「通信費(ケータイ・スマホ、インターネットなど)」27.5%がトップとなり、最も割合が高かった30代女性では4割弱(37.7%)がケータイやスマホ、ネットなどの「通信費」を見直したいと思っているようです。「保険料(生命保険、損害保険)」についてみると、40代が他の年代よりも見直したいものとする割合が高く、40代男性では25.3%、40代女性では28.3%で、それぞれ見直したいものの2位になりました。

今後、消費税増税法案の行方が気になりますが、《消費税増税などの出費に備え、これから節約を意識していきたいもの》をみると、「食品・飲料(お酒を除く)費」41.1%、「外食費」40.9%と食費がトップとなりました。

さらに、日頃、節約している937名に、節約をされていてよかったと思うのはどのようなことか聞いたところ、「無駄に気づいた」35.1%、「貯蓄が増えた」22.3%、「有意義にお金を使えるようになった」19.0%、「プチ贅沢・贅沢ができるようになった」18.0%、「エコ(エコロジー)志向になった」15.2%が上位となりました。

#### ◆ 「コンビニスイーツ」でプチ贅沢 20代男性の4人に1人

#### ◆ プチ贅沢の効果 生活満足度にはプラスの影響あり

#### ◆ 「用もないのにコンビニに入って無駄遣い」2割強

「プチ贅沢・贅沢ができるようになった」が節約効果の上位に挙がりましたが、全回答者(1,000名)に、どのようなプチ贅沢をしているか聞いたところ、「夕食に外食する」33.1%、「コンビニでスイーツを買う」27.3%、「昼食に外食する」25.4%と食によるプチ贅沢が上位となりました。

男女別にプチ贅沢ランキングをみると、男性では1位「夕食に外食する」、2位「国内旅行に行く」、3位「コンビニでスイーツを買う」となり、女性では1位「夕食に外食する」、2位「コンビニでスイーツを買う」、3位「服・靴・バッグなどファッション用品を買う」という結果となりました。さらに、性年代別にみると、20代女性では「コンビニでスイーツを買う」が45.5%でトップとなり、20代男性でも26.9%と4人に1人の割合でトップとなりました。

また、行っているプチ贅沢について自由に記述してもらったところ、「ランチセットにデザートを付ける」(30代女性)、「プライベートブランドではなくナショナルブランドを買う」(20代男性)、「化粧水をたくさん使ってパックする」(20代女性)、「週一回、温泉系の入浴剤を使って温泉気分を味わう。」(30代女性)、「仕事帰りにコンビニで生菓子を買う」(20代男性)、「全国の美味しいお菓子を取り寄せる」(30代女性)、「歩ける距離でタクシーを使う」(30代女性)などスイーツ、化粧品、入浴、タクシーなど様々なプチ贅沢が挙げられました。

そして、生活満足率について、プチ贅沢積極層(480名)とプチ贅沢消極層(238名)を比較すると、プチ贅沢積極層の生活満足率は42.9%であるのに対し、プチ贅沢消極層では27.3%と15.6ポイントの差がみられ、プチ贅沢で生活満足度がアップしていく可能性を窺い知る結果となりました。

一生懸命節約に取り組んでいても、“つい” “うっかり”でやってしまう無駄遣い。そんなやりがちな無駄遣いを聞いたところ、「買ったが一度も着用しない服や靴がある」34.9%が最も高く、「食品など買ったことを忘れて、腐らせてしまう」29.8%が続き、“買ったけれど・・・”という無駄遣いが1位、2位となり、以下、「誰もみていないテ

レビがついている」29.4%、「電気をつけたまま寝る」25.9%、「用もないのにコンビニに寄って、目に付いたものを買ってしまう」22.7%が続きました。また、女性では「バーゲン・セールで買いすぎる」が男性の2倍以上の割合で24.0%と4人に1人がバーゲン・セールで無駄遣いをしているという結果となりました。

- ◆ 男性の2割強が「自動車」をネットで比較、女性の2割弱が「美容院」をネットで比較
- ◆ 20代男性の約4割が「ゲーム」をネットで比較、20代女性の約4割が「本」をネットで比較
- ◆ “比較で節約”より良いものを探す「ネット比較人」は、コツコツ貯める「貯蓄人」
- ◆ ネット比較男子はしっかり貯蓄 平均貯蓄額 425万円
- ◆ 節電男子と非節電男子で貯蓄格差 100万円超
- ◆ 貯蓄女子の6割は“プチ贅沢女子”

節約に取り組みながらのお買い物では、慎重になったり、よりよいものを探すためにいろいろと比較したりする方もいると思います。そこで、インターネットを利用して商品・サービスの価格や内容を比較したことがあるものを聞いたところ、男性では「家電」67.6%や「自動車」22.8%が女性より高く、女性では「服・靴・バッグなどファッション用品」40.6%や「化粧品」31.6%、「美容院」18.0%とファッションや美容で男性よりも高くなりました。さらに、性年代別にみると、20代男性では「ゲーム」38.9%、20代女性では「本」37.7%が他の年代よりも高くなりました。

また、貯蓄について、ネット比較積極層(587名)とネット比較消極層(217名)についてみると、定期的に貯蓄をしている割合は、ネット比較積極層では56.2%であるのに対し、ネット比較消極層では46.5%と10ポイント近くの開きがみられました。商品やサービスをネット比較することによって、欲しい商品やサービスを安く手に入れることができ、浮いた分が貯蓄に回せているのかもしれない。

そこで、貯蓄額の平均をみると、ネット比較積極層では385万円となり、ネット比較消極層の284万円より平均貯蓄額は高くなり、特にネット比較積極層の男性【ネット比較男子】では425万円となりました。また、節電をしている男性【節電男子】(287名)についてもみると、節電男子の平均貯蓄額は404万円であるのに対し、非節電男子(節電をしていない男性)では288万円と100万円超の開きがありました。

また、貯蓄をしている層はプチ贅沢に積極的で、特に、貯蓄をしている女性【貯蓄女子】では、プチ贅沢女子(プチ贅沢積極層の女性)は6割(59.7%)となりました。

- ◆ 今、男女を問わずモテるのは“気前のいい人”よりも“節約できる人”
- ◆ 給料アップが見込めない時代、女子からの好感度が高いのは“四低男子”

節約やプチ贅沢についてみてきましたが、節約できる異性や気前のいい異性など色々なタイプの異性に対して、どのように思うのかについても聞いてみました。

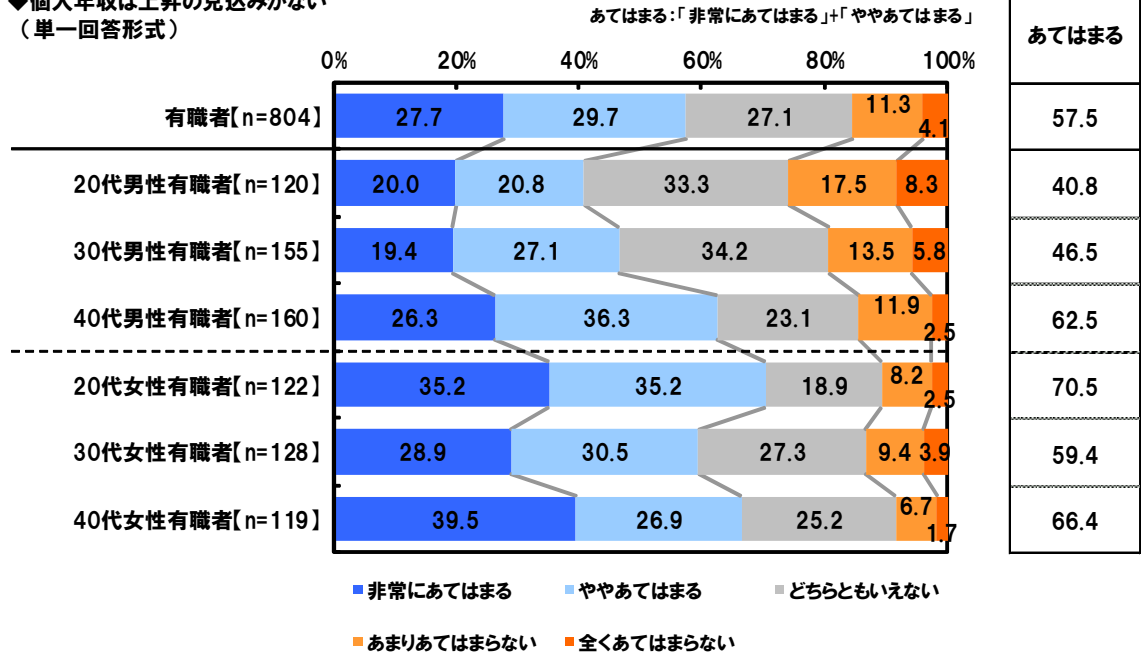
まず、節約できる人、気前のいい人について、どの程度好感が持てるか聞き、「非常に好感が持てる」割合を《節約のできる人》と《気前のいい人》で比較すると、《節約のできる人》は30.9%(男性34.6%、女性27.2%)、《気前のいい人》は20.0%(男性20.6%、女性19.4%)と節約できる人に軍配が上がりました。また、節電男子、節電女子が、《節約のできる人》に「非常に好感が持てる」割合をみると、節電男子で42.2%、節電女子で30.8%という結果となり、さらに高くなりました。

次に、《リードしてくれる人》と《自分を頼ったり、自分に甘えたりしてくれる人》を比較すると、男女では異なる結果となり、男性では頼ったり甘えたりしてくれる女性の方が好感度は高く、女性ではリードしてくれる男性の方が好感度は高くなりました。

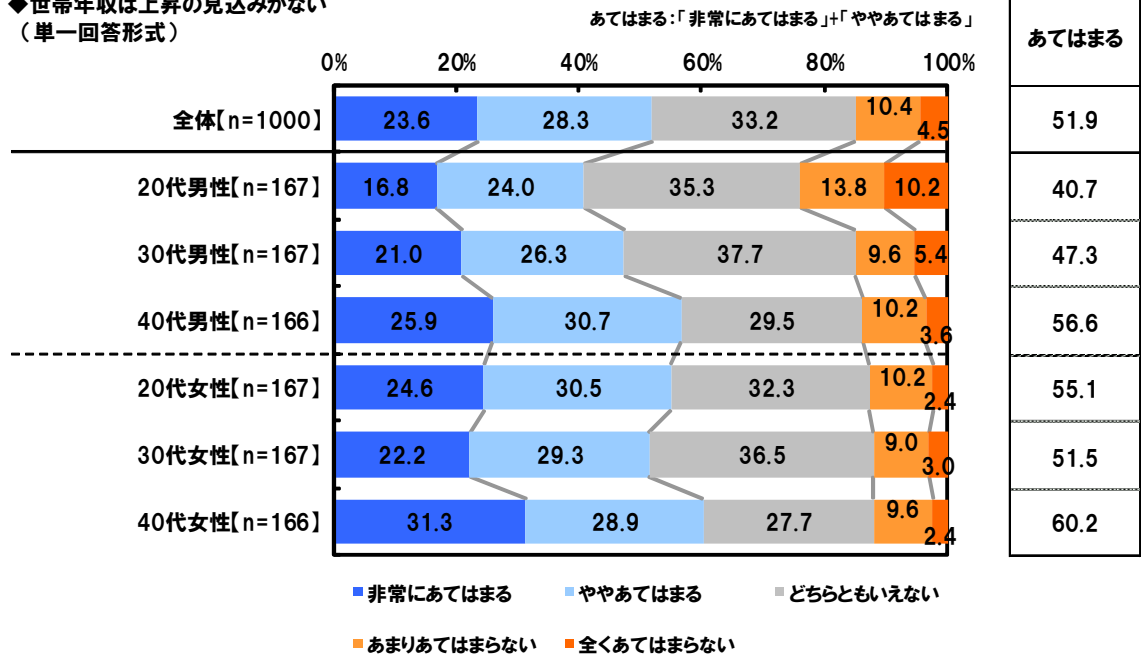
また、女性が結婚相手に求める条件として、バブル期には“三高”(高学歴・高収入・高身長)という言葉が流行り、その後は“三低”(低姿勢・低依存・低リスク)といった言葉が生まれています。そこで、三低にある低依存・低リスクの2つについて、女性がどのように思っているかみると、「非常に好感が持てる」割合は、《家事や家計の管理等を自分でできる人》は30.0%となり、《安定した職業についている人》は70.0%と際立って高い割合となりました。節電への取り組みが重要視される中、“三低”(低姿勢・低依存・低リスク)に、“節約ができる男”(低燃費)を加え、“四低男子”がモテる時代なのかもしれません。

「節約生活とプチ贅沢に関する実態調査」 グラフ集

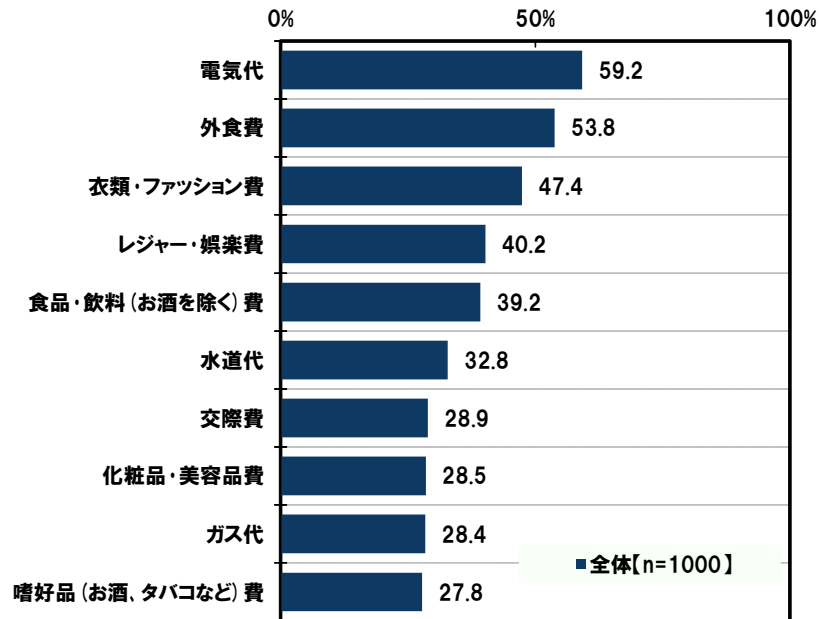
◆個人年収は上昇の見込みがない  
(単一回答形式)



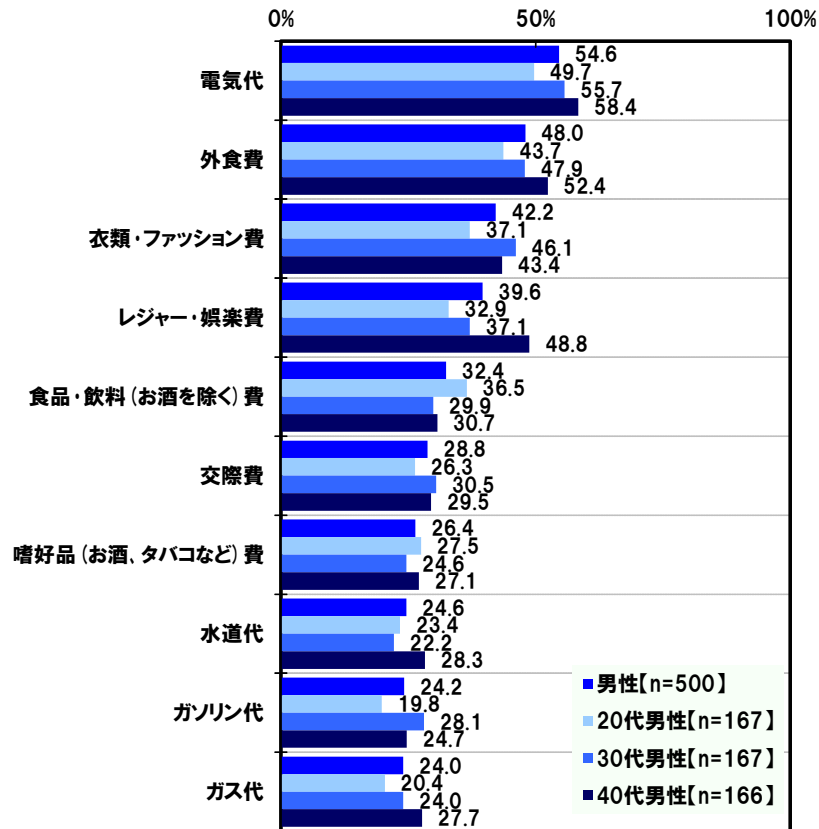
◆世帯年収は上昇の見込みがない  
(単一回答形式)



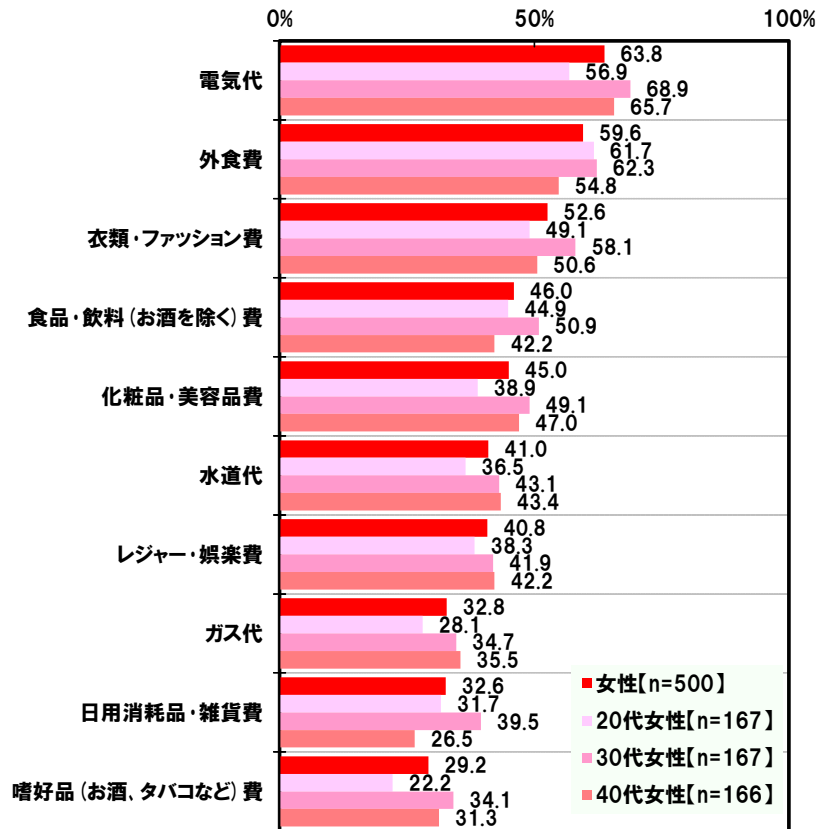
◆日頃、出費を抑えるために節約しているもの  
 (複数回答形式)  
 ※上位10項目を表示



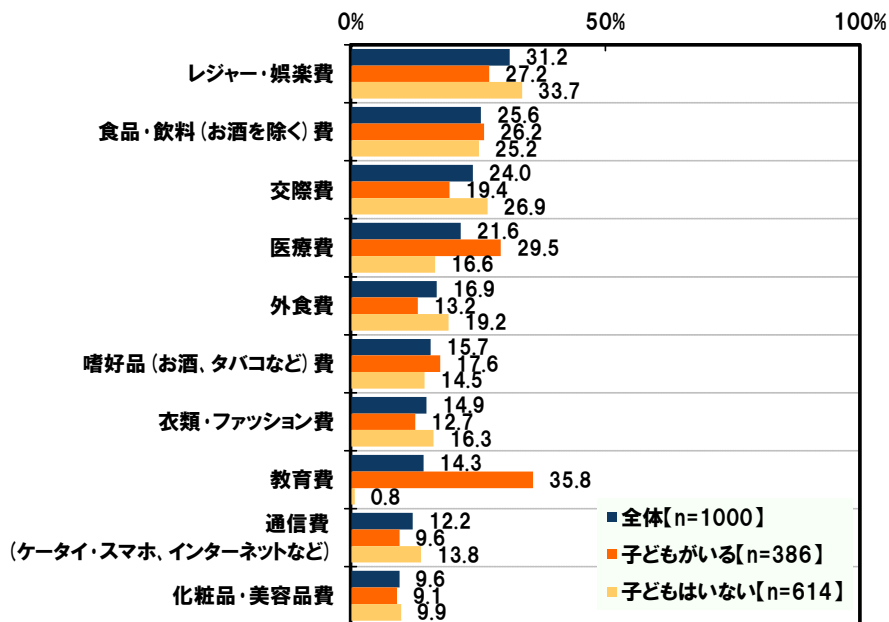
◆日頃、出費を抑えるために節約しているもの  
 (複数回答形式)  
 ※男性の上位10項目を表示



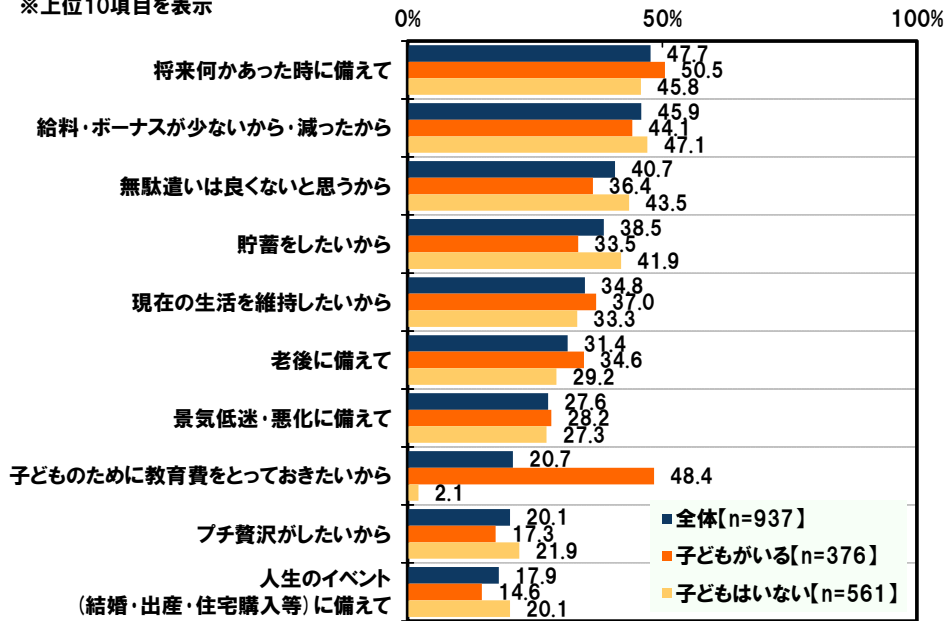
◆日頃、出費を抑えるために節約しているもの  
 (複数回答形式)  
 ※女性の上位10項目を表示



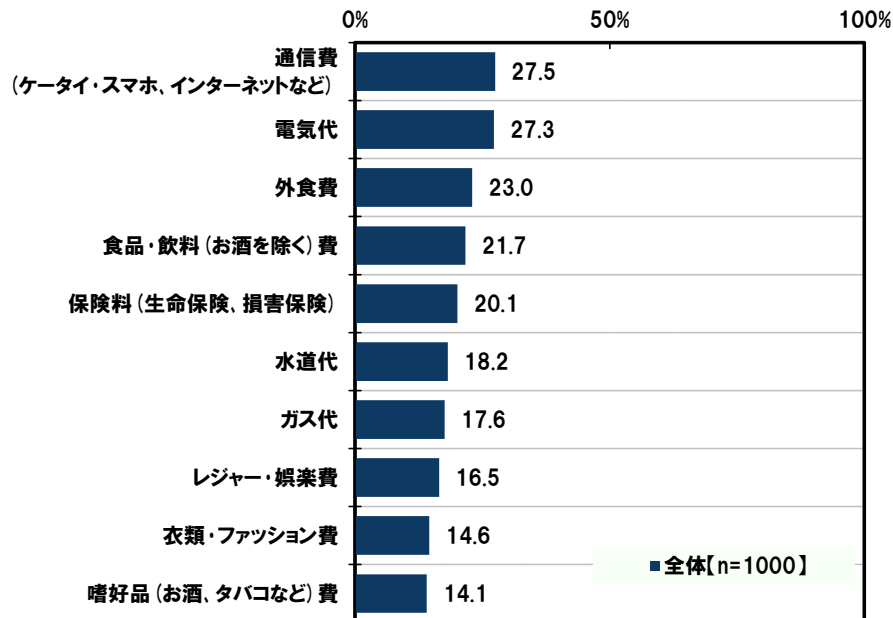
◆節約したくないもの  
 (複数回答形式)  
 ※上位10項目を表示



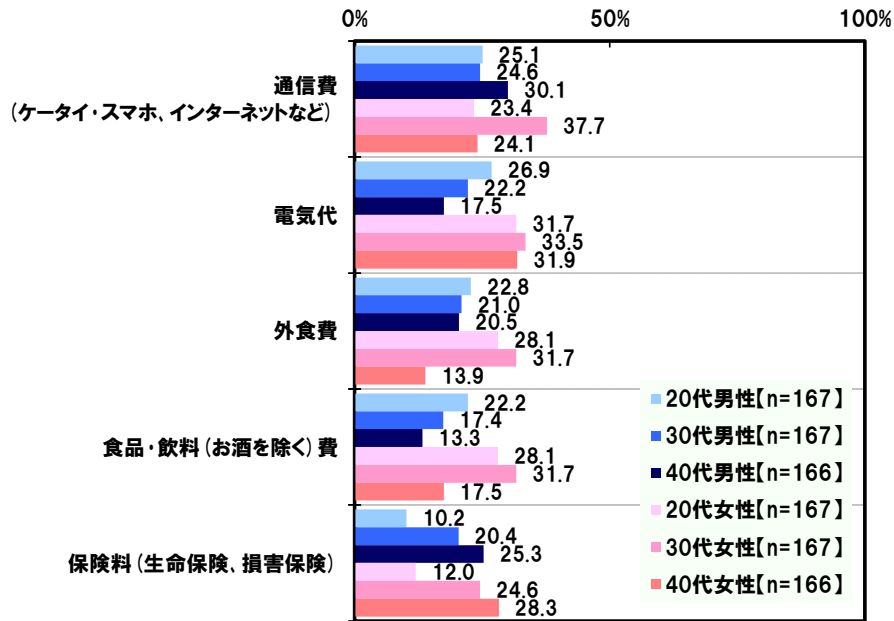
◆日頃、節約している理由  
 (複数回答形式)  
 対象:日頃、節約をしている人  
 ※上位10項目を表示



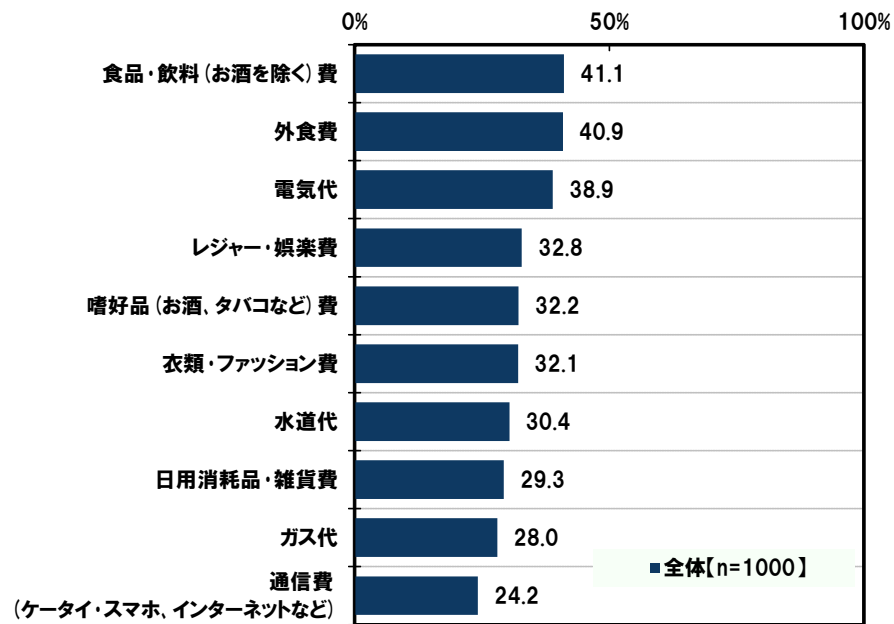
◆今後の生活で見直したいもの  
 (複数回答形式)  
 ※上位10項目を表示



◆今後の生活で見直したいもの  
 (複数回答形式)  
 ※性年代別に全体の上位5項目を表示

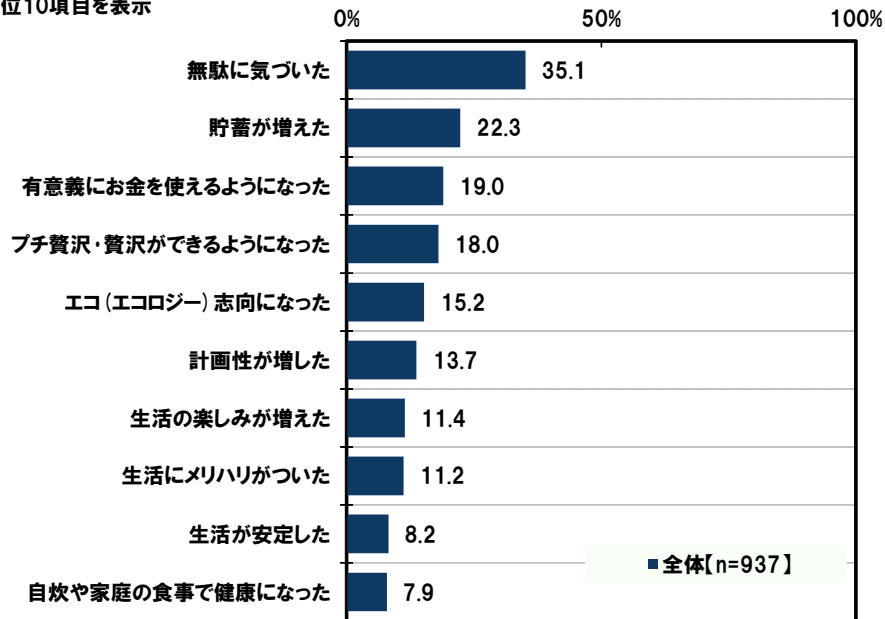


◆消費税増税などの出費に備え、これから節約を意識していきたいもの  
 (複数回答形式)  
 ※上位10項目を表示

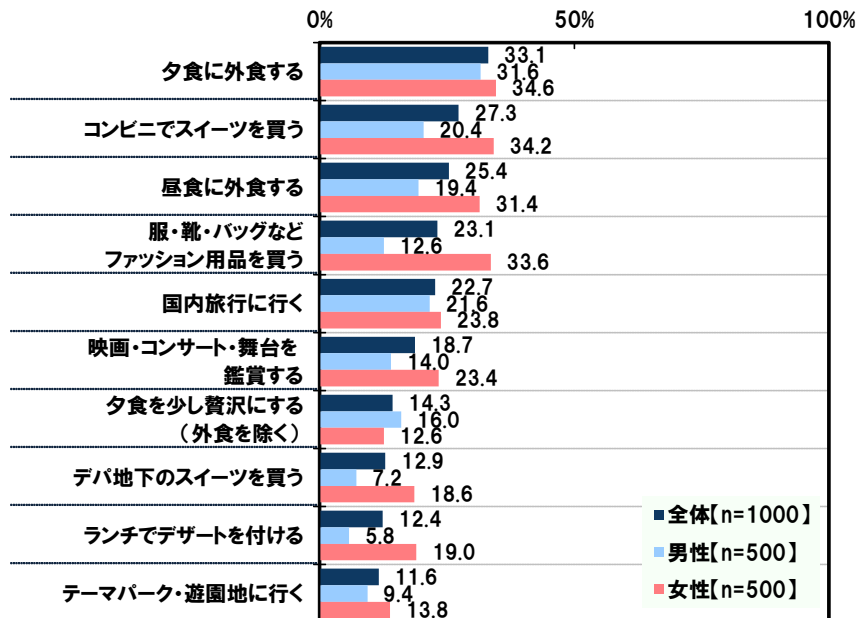




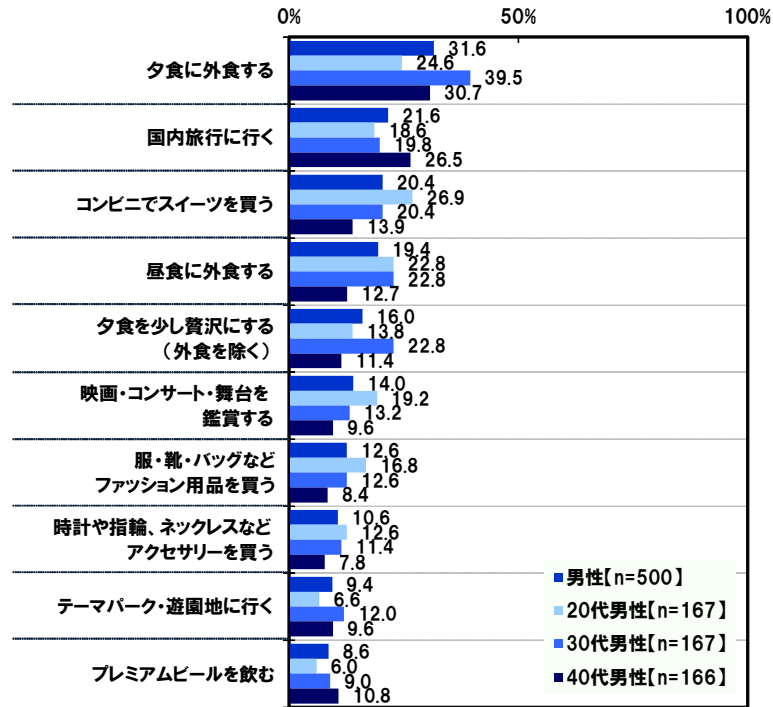
◆節約をしていてよかったと思うこと  
 (複数回答形式)  
 対象: 日頃節約をしている人  
 ※上位10項目を表示



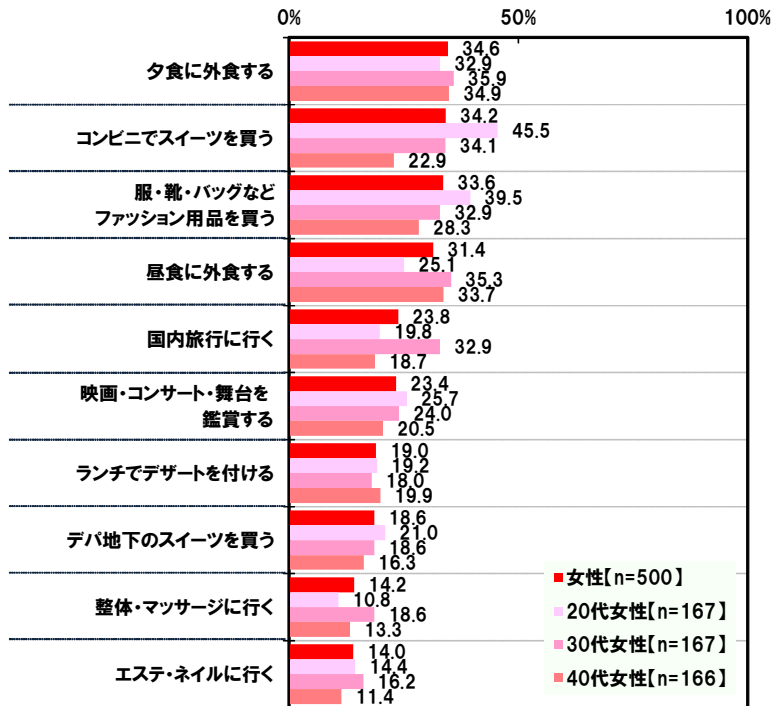
◆プチ贅沢(ちょっとした贅沢)として行っているもの  
 (複数回答形式)  
 ※上位10項目を表示



◆プチ贅沢（ちょっとした贅沢）として行っているもの  
 （複数回答形式）  
 ※男性の上位10項目を表示



◆プチ贅沢（ちょっとした贅沢）として行っているもの  
 （複数回答形式）  
 ※女性の上位10項目を表示



◆ブチ贅沢として行っているもの(自由回答形式)  
※一部回答を抜粋

《20代男性》

仕事帰りにコンビニで生洋菓子を買う
プライベートブランドではなくナショナルブランドを買う
ゲーム機の買い換え、新発売のカセットの購入
趣味の道具で高級な物を買う

《20代女性》

化粧水をたくさん使ってバックをする
子供におもちゃを買う
特別な日でもないのに、自分の為に、お花を買うこと
出前を頼む

《30代男性》

いつもは安いビールだけど仕事が終わったときに高いビール
ブランド物を買う
カフェでおやつ
食べ放題のお店に行く

《30代女性》

歩ける距離でタクシーを使う
週一回、温泉系の入浴剤を使って温泉気分を味わう
ランチセットにデザートをつける
全国の美味しいお菓子を取り寄せる

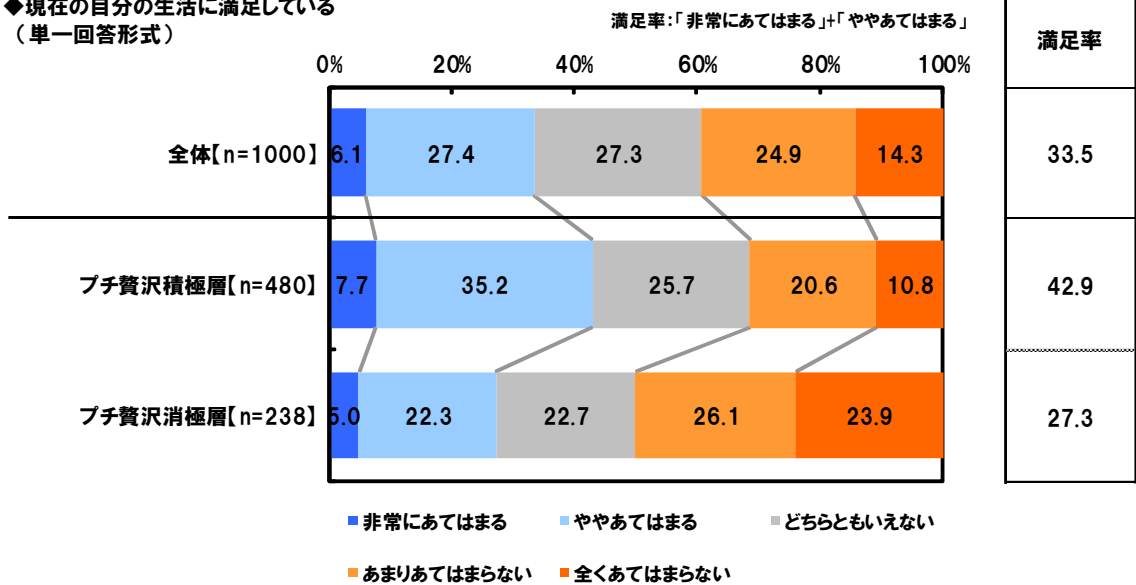
《40代男性》

疲労軽減のための外食
自然の中でコーヒーを沸かして飲む
仕事を休む
自分の趣味に遣う

《40代女性》

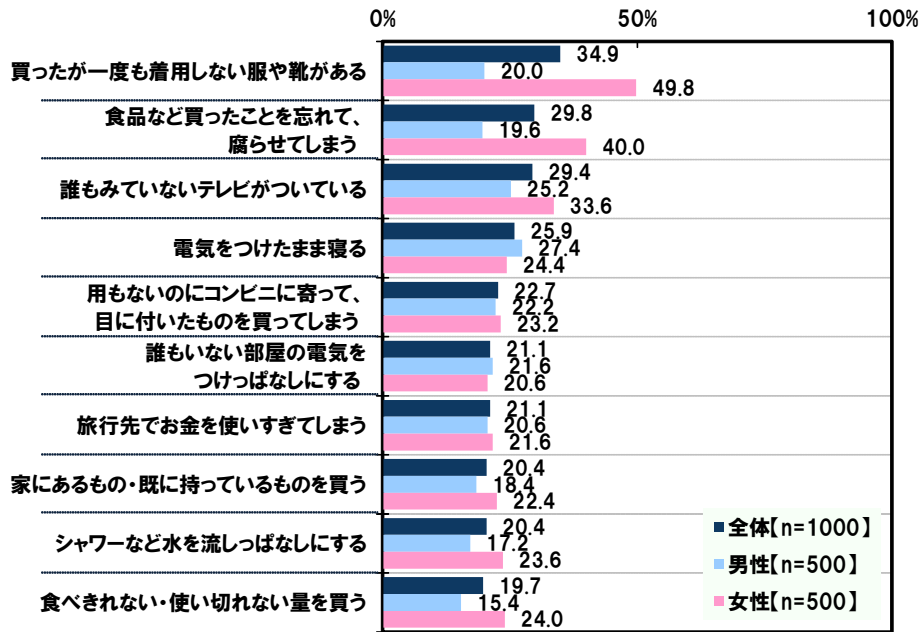
ジムに行く
子供の娯楽を我慢させない
外食にする
贈り物をする

◆現在の自分の生活に満足している  
(単一回答形式)

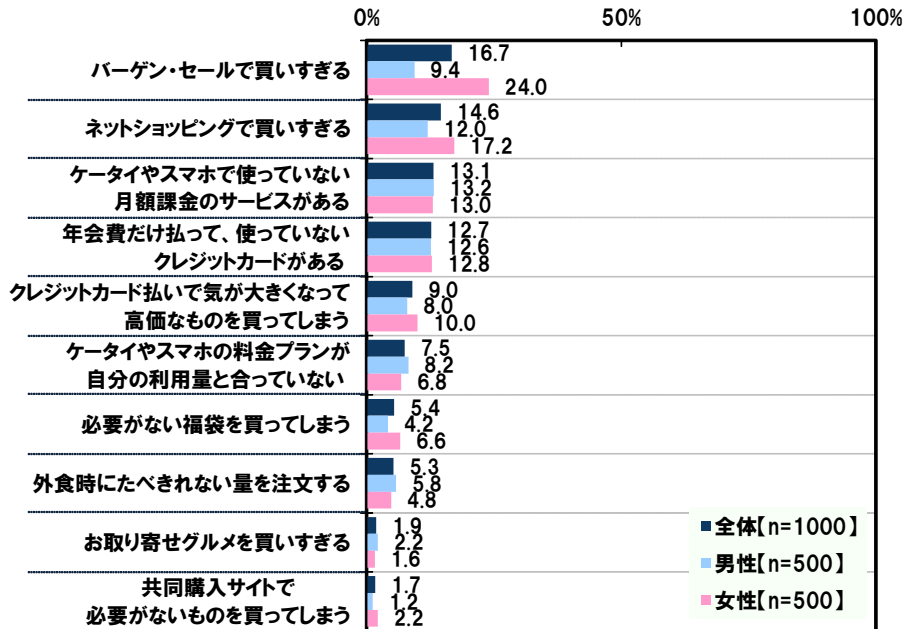


ブチ贅沢をしているかとの質問で  
『あてはまる』層をブチ贅沢積極層/『あてはまらない』層をブチ贅沢消極層とした。

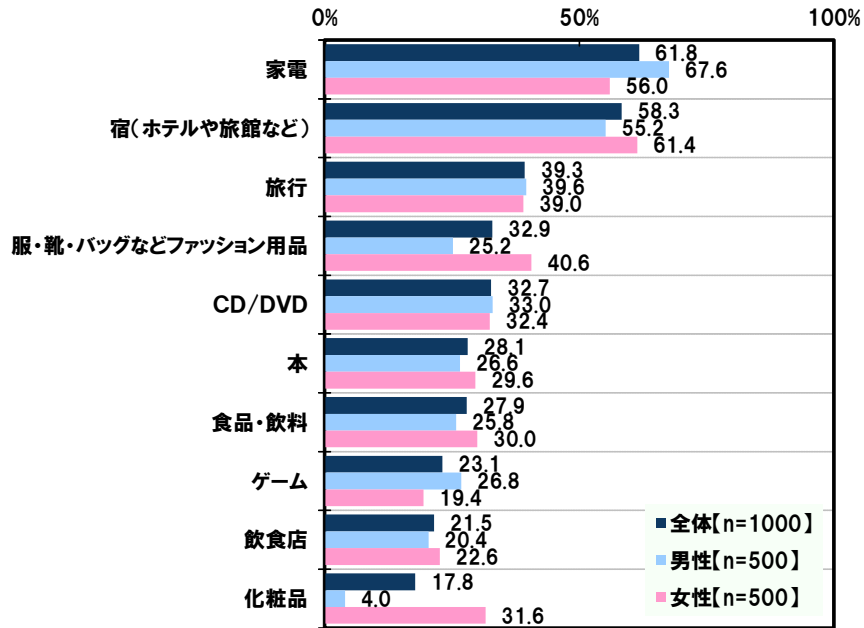
◆やりがちな無駄遣い  
(複数回答形式)  
※上位10項目を表示



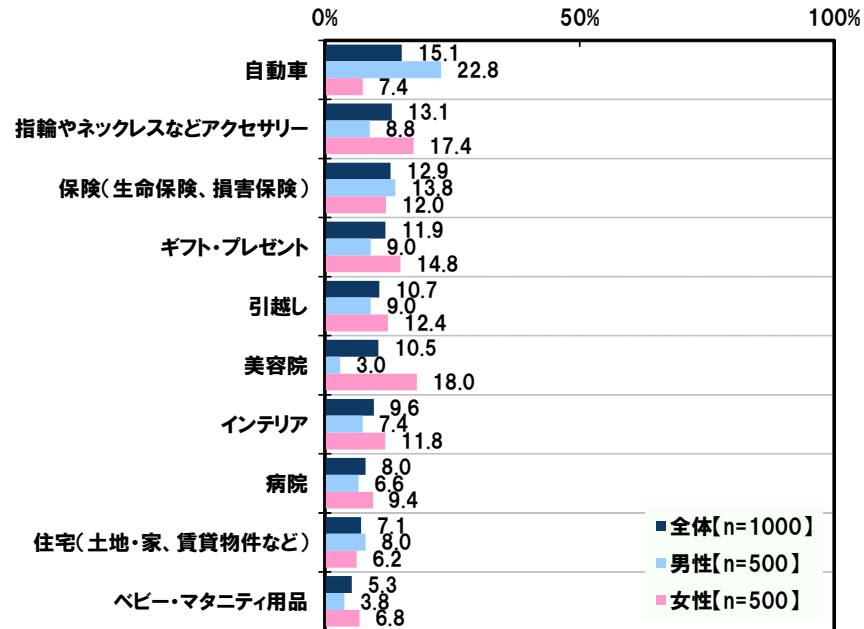
◆やりがちな無駄遣い  
(複数回答形式)  
※上位11~20項目を表示



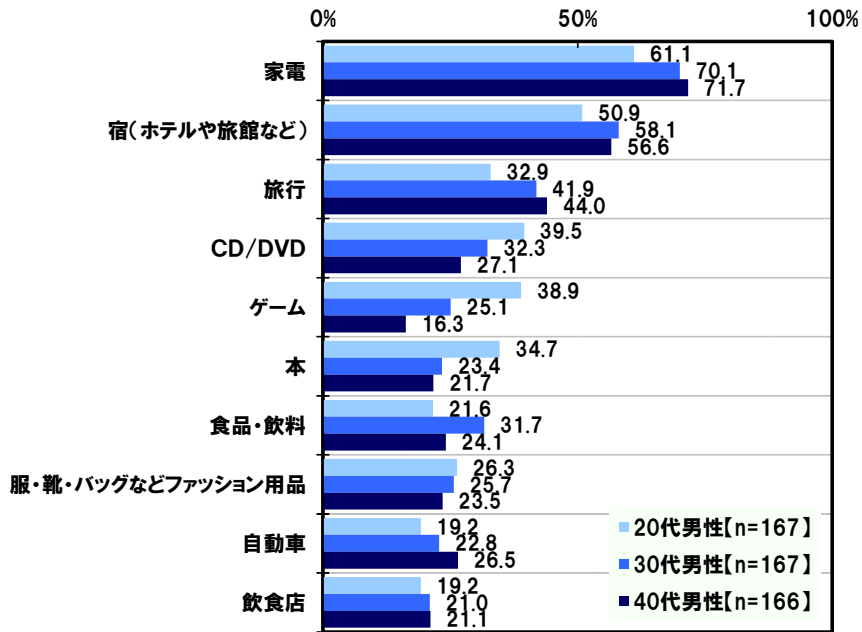
◆インターネットを利用して、商品・サービスの価格や内容を比較したことがあるもの  
 (複数回答形式)  
 ※上位10項目を表示



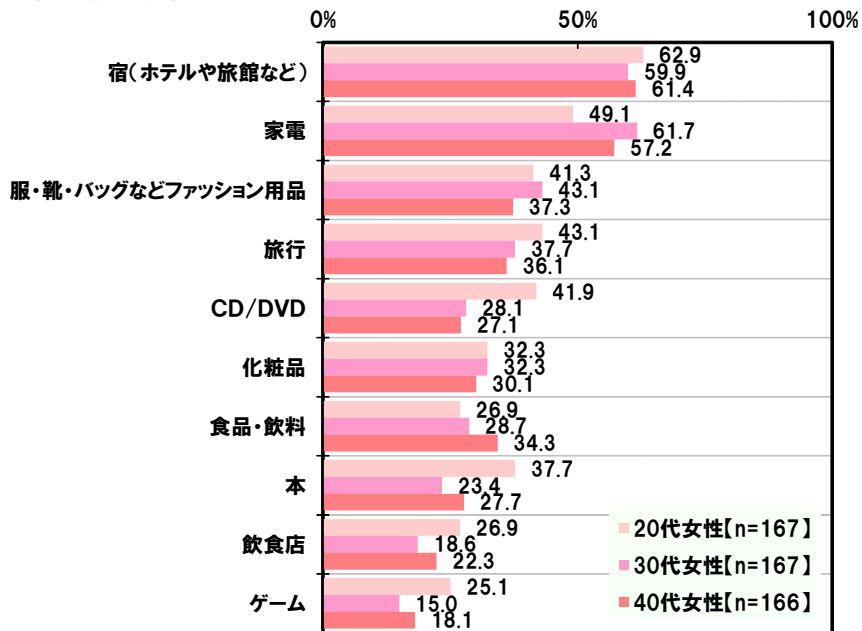
◆インターネットを利用して、商品・サービスの価格や内容を比較したことがあるもの  
 (複数回答形式)  
 ※上位11～20項目を表示



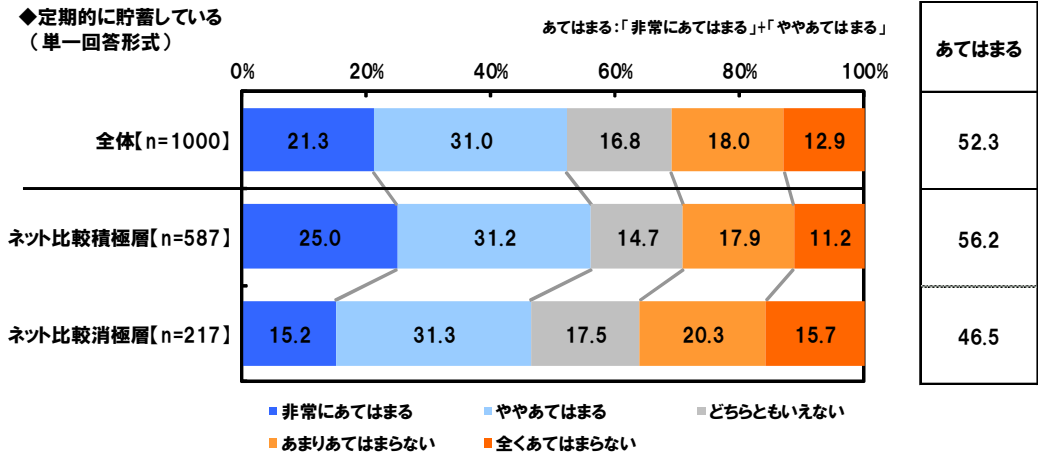
◆インターネットを利用して、商品・サービスの価格や内容を比較したことがあるもの  
 (複数回答形式)  
 ※男性の上位10項目を表示



◆インターネットを利用して、商品・サービスの価格や内容を比較したことがあるもの  
 (複数回答形式)  
 ※女性の上位10項目を表示

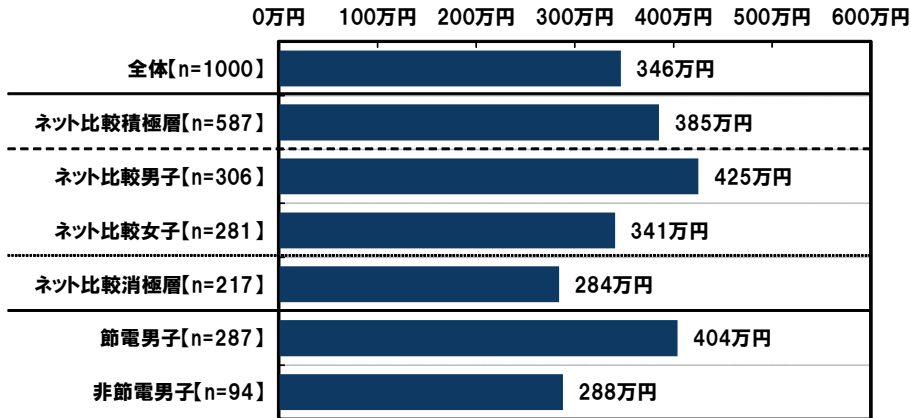


◆定期的に貯蓄している  
(単一回答形式)

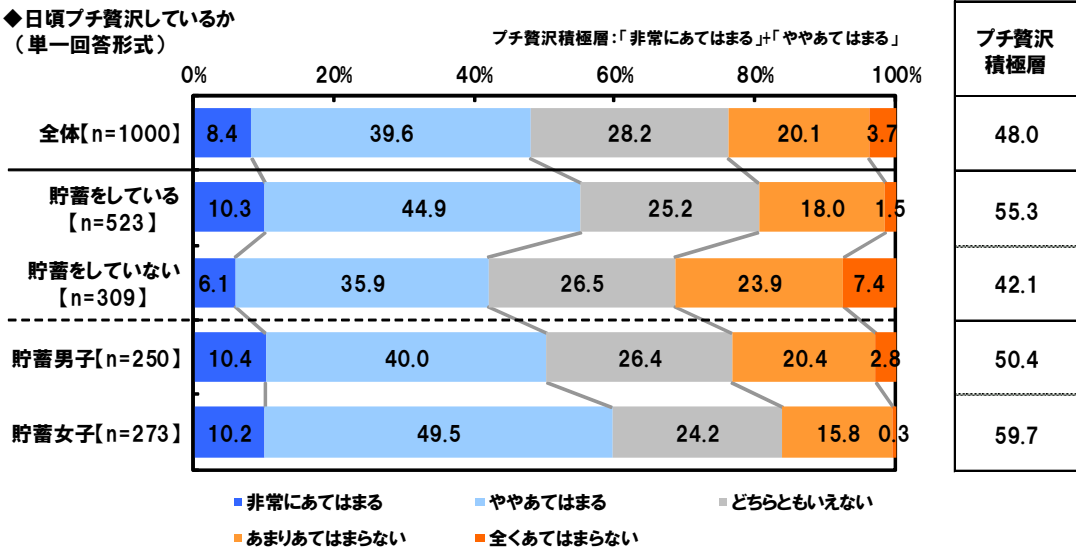


インターネットを利用し商品・サービスを比較しているかとの質問で『あてはまる』層をネット比較積極層/『あてはまらない』層をネット比較消極層とした。

◆家庭の貯蓄額(親の貯蓄は除く)  
※平均金額を表示

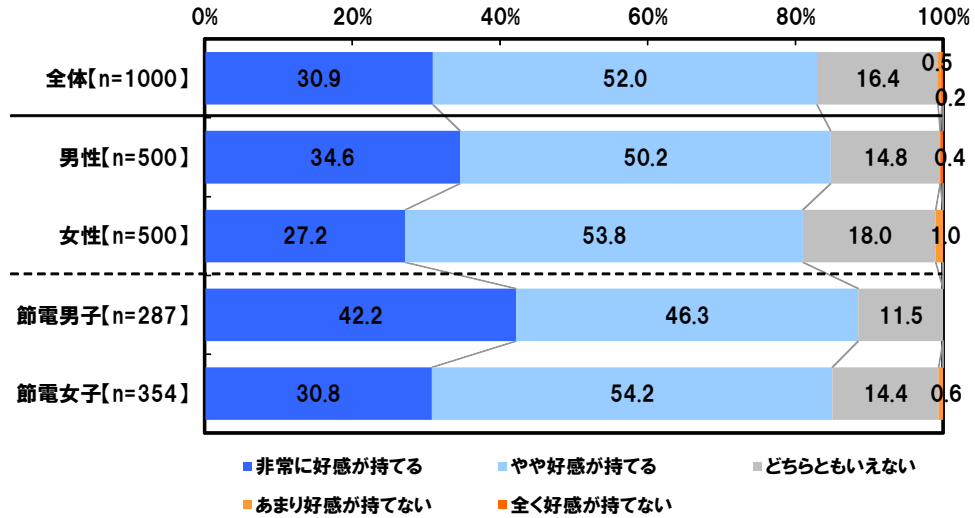


◆日頃プチ贅沢しているか  
(単一回答形式)



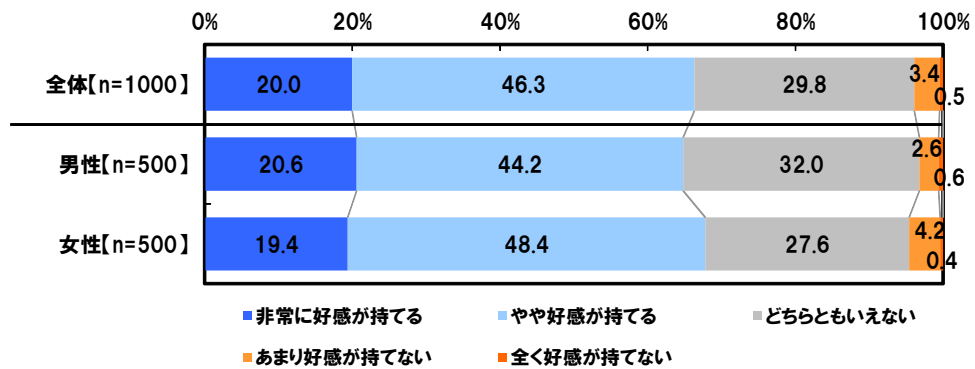
定期的に貯蓄をしているかとの質問で『あてはまる』層の男性を貯蓄男子/女性を貯蓄女子とした。

◆《節約できる人(異性)》にどの程度魅力を感じるか  
(単一回答形式)

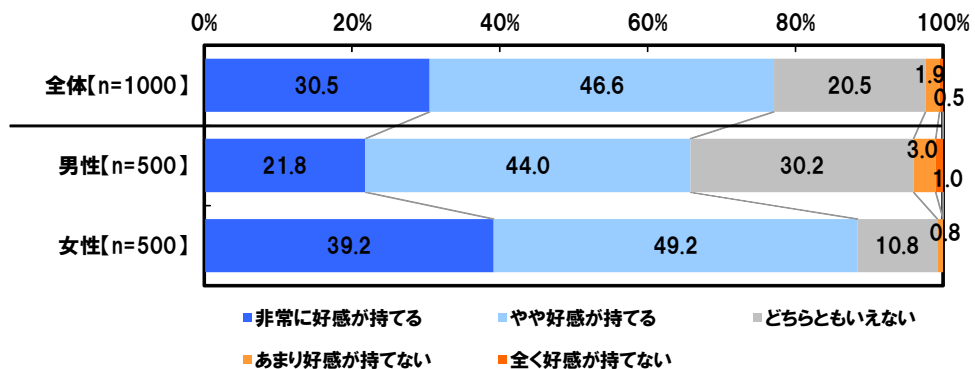


節電をしているかとの質問で『あてはまる』層の男性を節電男子/女性を節電女子とした。

◆《気前のいい人(異性)》にどの程度魅力を感じるか  
(単一回答形式)

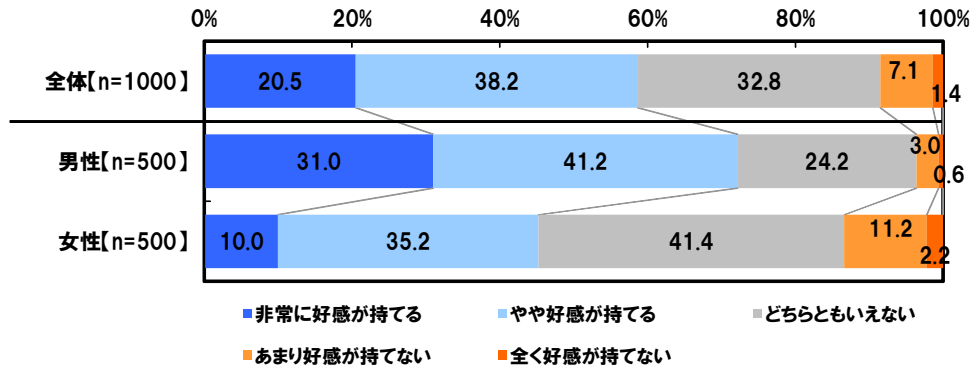


◆《リードしてくれる人(異性)》にどの程度魅力を感じるか  
(単一回答形式)

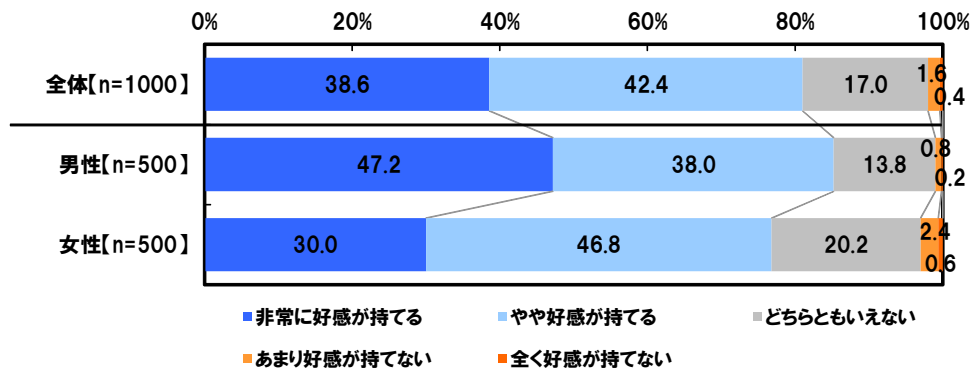




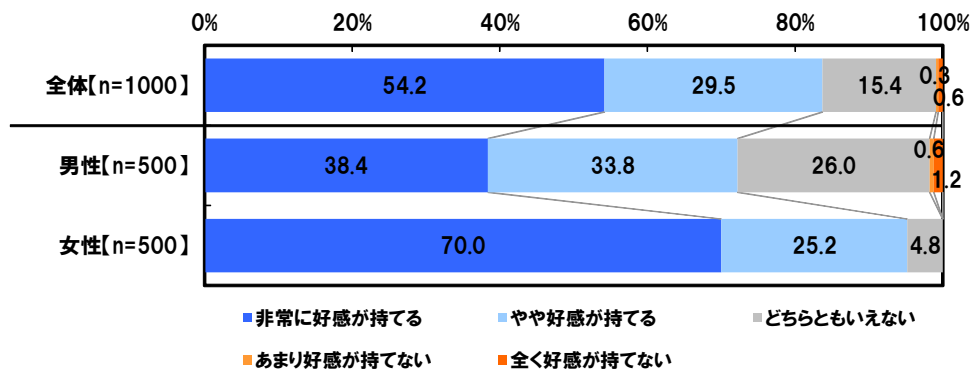
◆《自分を頼ったり、自分に甘えたりしてくれる人(異性)》にどの程度魅力を感じるか  
(単一回答形式)



◆《家事や家計の管理等を自分でできる人(異性)》にどの程度魅力を感じるか  
(単一回答形式)



◆《安定した職業についている人(異性)》にどの程度魅力を感じるか  
(単一回答形式)



■■調査概要■■

- 調査タイトル：節約生活とプチ贅沢に関する実態調査
- 調査対象：ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする  
20歳～49歳の男女
- 調査期間：2012年7月13日～2012年7月17日
- 調査方法：インターネット調査（モバイルリサーチ）
- 調査地域：全国
- 有効回答数：1,000サンプル（有効回答母数から1,000サンプルを抽出）  
（内訳）  
男性500サンプル（20代：167サンプル/30代：167サンプル/40代：166サンプル）  
女性500サンプル（20代：167サンプル/30代：167サンプル/40代：166サンプル）
- 実施機関：ネットエイジア株式会社  
調査協力会社：ネットエイジア株式会社(担当：吉田)

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、  
「オリックス生命保険調べ」と付記のうえご使用くださいますよう  
お願い申し上げます。

■■本リリースに関するお問合せ窓口■■

オリックス生命保険株式会社  
経営企画部 広報チーム 担当：町田・弘重(ヒロシゲ)

- TEL :03-6683-2105
- 受付時間 :平日 朝9時～17時

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

オリックス生命保険株式会社  
ダイレクト事業部 ダイレクト企画チーム 担当：伊東・柁淵(キネブチ)・今井

- TEL :03-6683-2203
- 受付時間 :平日 朝9時～17時

■■オリックス生命保険株式会社 概要■■

- 会社名 :オリックス生命保険株式会社
- 代表者名 :代表取締役社長 大藤 俊行
- 設立 :1991年4月12日
- 所在地 :東京都港区赤坂2-3-5 赤坂スターゲートプラザ