

アンケート総括

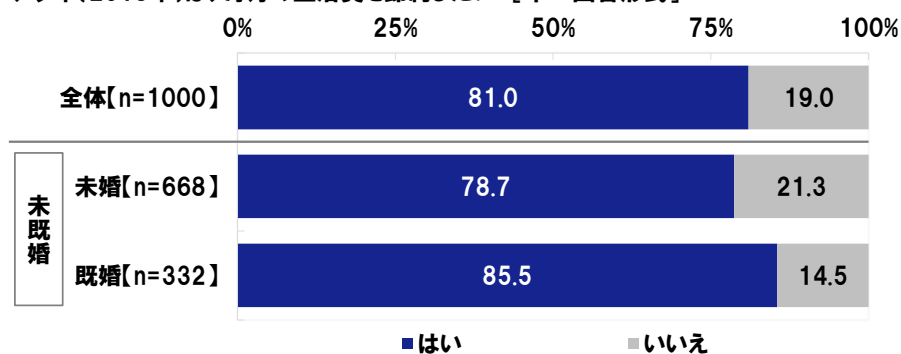
1. イマドキ女性の節約意識

- ▶ **「毎月の生活費を節約したい」イマドキ女性が8割、でも、節約が得意な女性は4割**
- ▶ **節約上手は100円単位で節約？「100円単位で節約を心がけている」節約得意女子の7割半**
- ▶ **「節約疲れを感じている」既婚女性では5割強に**

全国の20歳～39歳の働く女性1,000名(全回答者)に、“家計”に関する意識について聞きました。

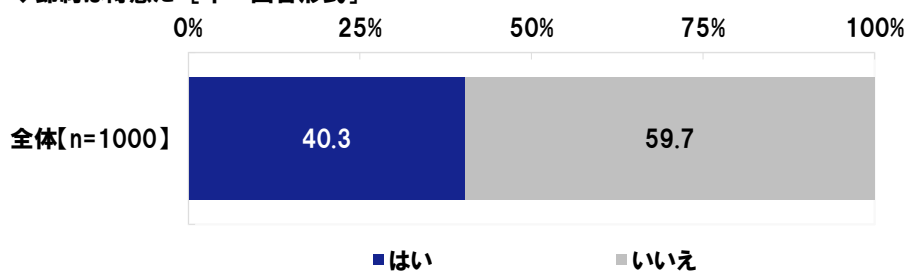
まず、今年(2018年)は、毎月の生活費を節約したいと思うかどうかを聞いたところ、「はい」(生活費を節約したい)が81.0%となり、20歳～39歳の“イマドキ女性”の大半が、生活費を節約したいと考えていることがわかりました。

◆今年(2018年)は、毎月の生活費を節約したい [単一回答形式]



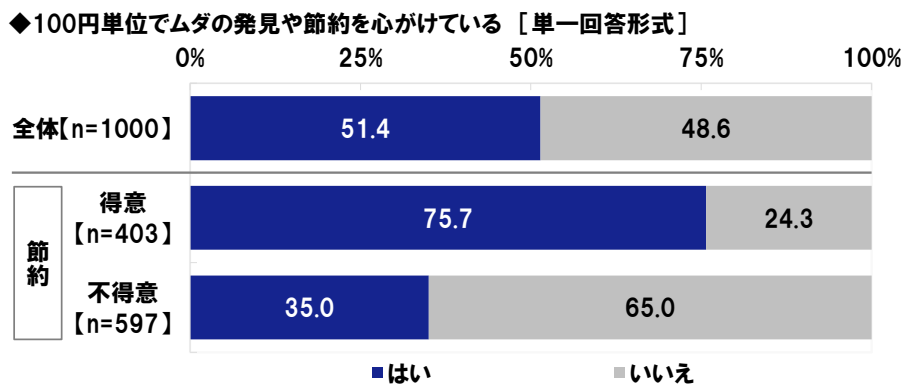
一方、節約は得意だと思うかどうか聞いたところ、「はい」(得意だ)が40.3%、「いいえ」(得意ではない)が59.7%となり、節約に自信のある女性は4割でした。節約への意欲は高いものの、節約テクニックやノウハウを十分に掴めていないと感じている女性が多いのではないのでしょうか。

◆節約は得意だ [単一回答形式]



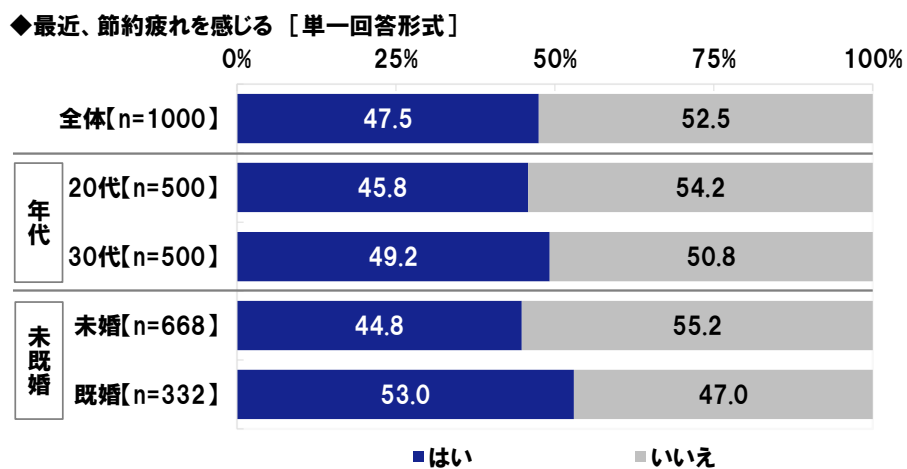
次に、100 円単位でムダの発見や節約を心がけているかどうか聞いたところ、「はい」(心がけている)が 51.4%、「いいえ」(心がけていない)が 48.6%となり、100 円単位でムダを意識し、コツコツと節約している女性が過半数を占めました。

節約の得意・不得意別にみると、100 円単位でムダの発見や節約を心がけているのは、節約が得意な人では 75.7%と、節約得意女子の 7 割半が、100 円単位での節約に励んでいることがわかりました。



また、最近、“節約疲れ”を感じるかどうか聞いたところ、「はい」(感じる)が 47.5%、「いいえ」(感じない)が 52.5%となりました。女性の半数近くが“節約疲れ”を感じていることがわかりました。

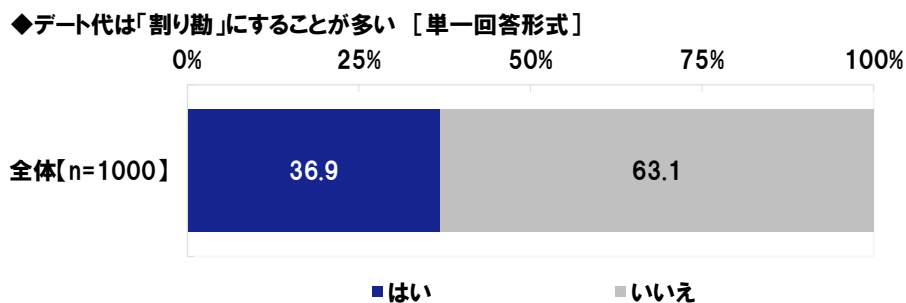
未既婚別にみると、節約疲れを感じているのは、未婚者では 44.8%、既婚者では 53.0%となり、既婚者のほうが節約疲れを感じている人の割合が高くなりました。



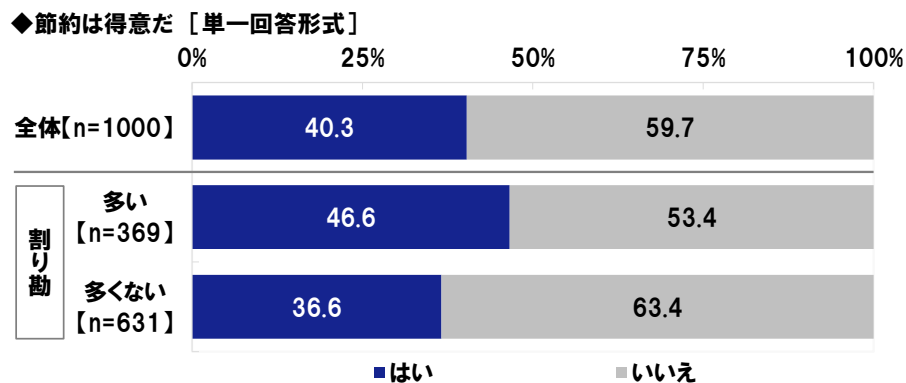
- 自分の分は払います！ワリカン女子のほうが実は節約上手
- “女性限定”のサービスが節約成功の切り札に？節約得意女子の半数強が“女性限定”のサービスを頻繁に活用
- イマドキ女性はポイントが貯まりやすいカードを知っている？節約得意女子の9割半がポイント活用女子

次に、全回答者(1,000名)に、消費行動に関する意識について聞いてみました。

まず、デート代は「割り勘」にすることが多いかどうかを聞いたところ、「はい」(多い)は36.9%、「いいえ」(多くない)は63.1%となりました。イマドキ女性の3人に1人は、デートを割り勘にする“ワリカン女子”のようです。



ここで、デートを割り勘にすることが多い“ワリカン女子”と多くない女子に分けて、節約が得意な人の割合をみると、ワリカン女子では46.6%でしたが、割り勘が多くない女子では36.6%と、10.0ポイントの開きがみられました。節約が得意な人ほどデート代を浮かせて節約しているイメージですが、実は、ワリカン女子のほうが節約に自信を持っていることが明らかになりました。



映画館のレディースデーなどの女性限定サービスや、クレジットカードやポイントカードのポイント、ネットでの商品検索を活用すると、お得に買い物ができ、節約にもつながります。そこで、全回答者(1,000名)に、これらの利用状況を聞きました。

まず、女性限定のお得なサービスを利用することが多いかどうかでは、「はい」(多い)は41.9%でした。

節約の得意・不得意別にみると、女性限定のお得なサービスを利用することが多いのは、節約が得意な人では52.4%、そうでない人では34.8%と、17.6ポイントの差がありました。節約得意女子には、女性限定のサービスを上手に活用している人が多いようです。

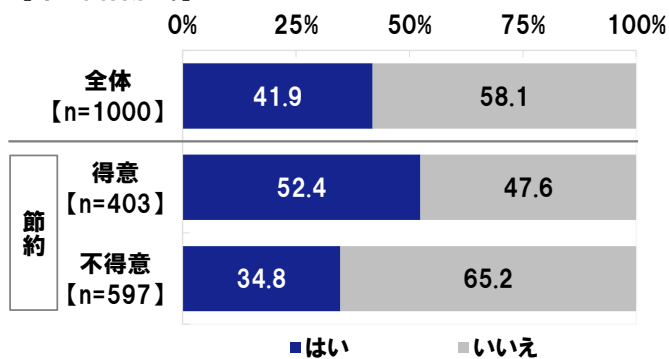
また、クレジットカードやポイントカードでポイントを貯めているかどうかでは、「はい」(貯めている)が86.2%でした。イマドキ女性にとっては、ポイントを貯めることは当たり前になっているのかもしれませんが。

節約の得意・不得意別にみると、クレジットカードやポイントカードでポイントを貯めていることが多いのは、節約が得意な人と93.8%となり、そうでない人(81.1%)より12.7ポイント高くなりました。ポイントを上手に貯めて活用することも節約の秘訣なのではないでしょうか。

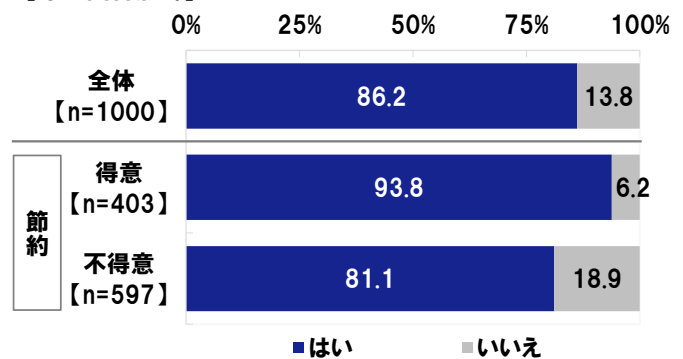
さらに、ネットでお得な商品・サービスを探すことが多いかどうかでは、「はい」(多い)が74.3%となりました。

節約の得意・不得意別にみると、ネットでお得な商品・サービスを探すことが多いのは、節約が得意な人で83.1%、そうでない人では68.3%でした。ネットを活用し、お得に買い物をしている節約得意女子も多いようです。

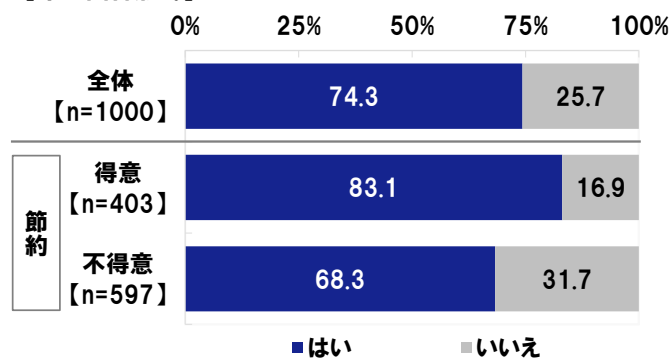
◆女性限定のお得なサービスを利用することが多い
[単一回答形式]



◆クレジットカードやポイントカードでポイントを貯めている
[単一回答形式]



◆ネットでお得な商品・サービスを探すことが多い
[単一回答形式]



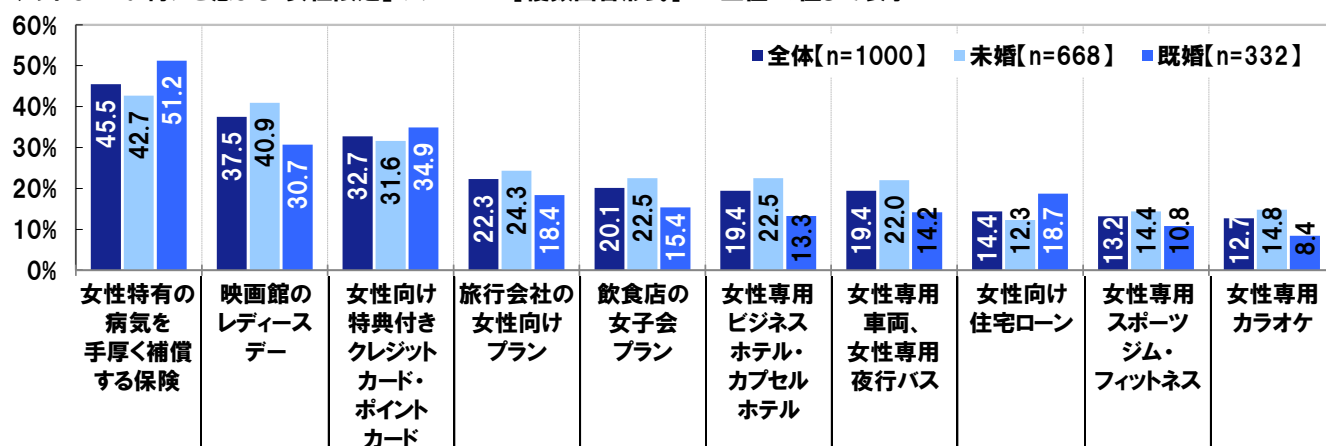
- ▶ **近年増える女性限定サービス、お得感があるのは？** 1位は「女性特有の病気を手厚く補償する保険」「女性向け特典付きクレジットカード・ポイントカード」も3人に1人がお得と回答
- ▶ **イマドキ女性が不安を感じる女性特有の病気** 1位「乳がん」2位「子宮がん」3位「子宮筋腫」

節約得意女子の半数強が“女性限定サービス”を活用していることがわかりましたが、どのような女性限定サービスが人気なのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、女性限定サービスの中で、“うれしい・お得だ”と感じるものを聞いたところ、1位は「女性特有の病気を手厚く補償する保険」(45.5%)となり、2位「映画館のレディースデー」(37.5%)、3位「女性向け特典付きクレジットカード・ポイントカード」(32.7%)、4位「旅行会社の女性向けプラン」(22.3%)、5位「飲食店の女子会プラン」(20.1%)と続きました。女性特有の病気を手厚く補償する医療保険に、多くの女性がお得感を感じていることがわかりました。また、料金が2割近く割引となる「映画館のレディースデー」や、施設の割引利用、高いポイント加算率などの特典がある「女性向け特典付きクレジットカード・ポイントカード」も3割以上のイマドキ女性がお得と回答しました。

未婚別に見ると、既婚者では「女性特有の病気を手厚く補償する保険」が51.2%と半数を超えました。また、全体では3位だった「女性向け特典付きクレジットカード・ポイントカード」が34.9%で「映画館のレディースデー」(30.7%)を上回り2位となりました。

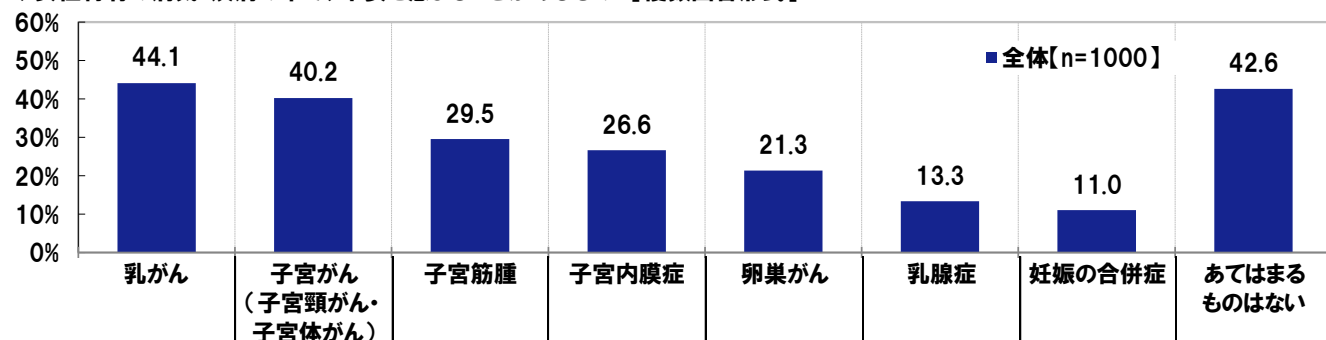
◆うれしい・お得だと感じる「女性限定」のサービス [複数回答形式] ※上位10位まで表示



女性限定のサービスとして、女性特有の病気を手厚く補償する保険に魅力を感じるイマドキ女性が多いことがわかりましたが、イマドキ女性は、どのような女性疾病に不安を感じているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、女性特有の病気・疾病の中で、不安を感じることがあるものを聞いたところ、「乳がん」が44.1%で最も多く、「子宮がん(子宮頸がん・子宮体がん)」が40.2%で次いで多くなりました。乳がんや子宮がんに不安を感じているイマドキ女性が多いようです。また、「子宮筋腫」が29.5%、「子宮内膜症」が26.6%、「卵巣がん」が21.3%で続きました。

◆女性特有の病気・疾病の中で、不安を感じることがあるもの [複数回答形式]



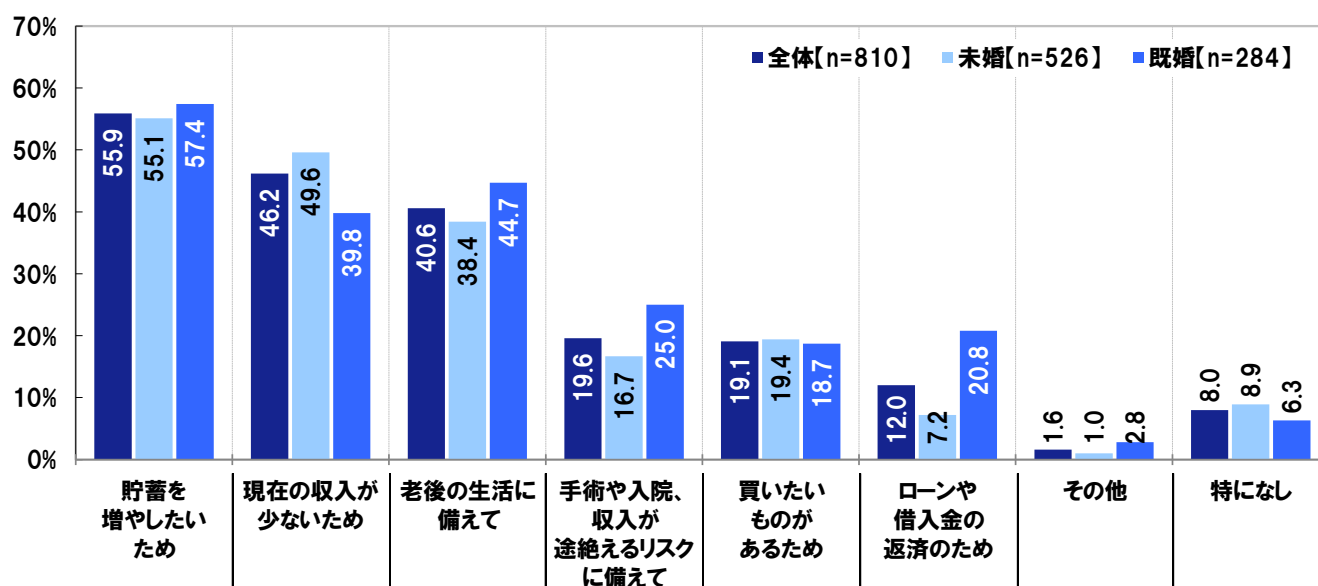
➤ **イマドキ女性が節約したい理由は？「貯蓄を増やしたい」「収入が少ない」「老後の生活に備えて」
「手術や入院、収入が途絶えるリスクに備えて」は5人に1人、既婚者では4人に1人が節約の理由に**

イマドキ女性の節約に対する意識や節約が得意な女性の特徴についてみてきましたが、どのような理由で、節約をしたいと考えているのでしょうか。

今年(2018年)は毎月の生活費を節約したいと考えている人(810名)に、今年、毎月の生活費を節約したい理由を聞いたところ、最も多かった回答は「貯蓄を増やしたいため」(55.9%)で、「現在の収入が少ないため」(46.2%)、「老後の生活に備えて」(40.6%)、「手術や入院、収入が途絶えるリスクに備えて」(19.6%)、「買いたいものがあるため」(19.1%)が続きました。“老後に備えたい”“万が一のときに備えたい”といった、将来の備えのために節約を考えている女性が多いことがわかりました。

未既婚別にみると、「老後の生活に備えて」(未婚者 38.4%、既婚者 44.7%)や「手術や入院、収入が途絶えるリスクに備えて」(未婚者 16.7%、既婚者 25.0%)では既婚者のほうが高くなる傾向がみられました。

◆今年(2018年)、毎月の生活費を節約したいと思う理由 [複数回答形式] 対象:今年、毎月の生活費を節約したいと考えている人



➤ **イマドキ女性は月給アップよりも副業収入を狙う傾向**

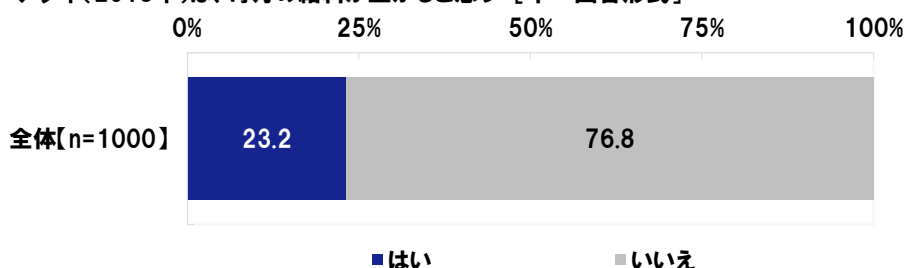
「毎月の給料が上がると思う」は約 2 割も「副業収入を増やしたい」が約 6 割に

➤ **「コツコツ貯蓄したい」女性は 9 割近く、節約の対象外？「絆消費を増やしたい」は 4 割半**

節約をしたい理由では、「貯蓄を増やすため」と「現在の収入が少ないこと」が多く挙がりましたが、収入や貯蓄に対してどのように考えているのでしょうか。

まず、今年(2018 年)は、毎月の給料が上がると思うかどうかを聞いたところ、「はい」(上がると思う)は 23.2%、「いいえ」(上がると思わない)は 76.8%で、月給アップを見込んでいる女性は約 2 割にとどまっていることがわかりました。

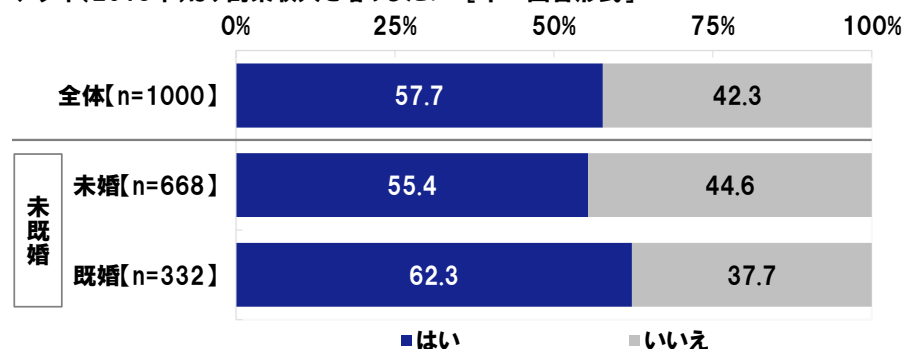
◆今年(2018年)は、毎月の給料が上がると思う [単一回答形式]



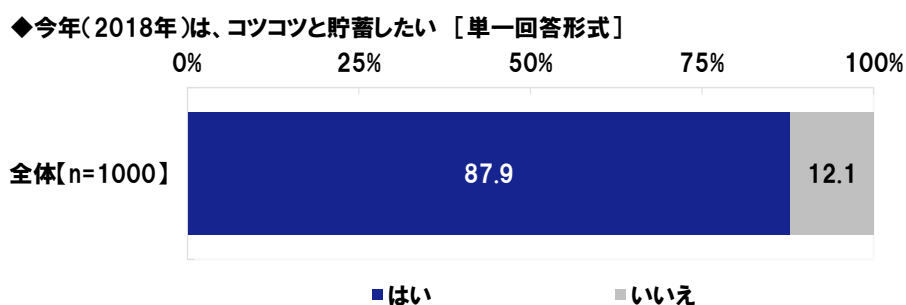
次に、今年(2018 年)は、副業収入を増やしたいと思うかどうかを聞いたところ、「はい」(増やしたい)が 57.7%と約 6 割になり、「いいえ」(増やしたいと思わない)42.3%を大きく上回りました。本業での収入増が期待できない代わりに、副業での収入アップを狙っている女性が多いようです。

未既婚別にみると、副業収入を増やしたいと思っているのは、未婚者では 55.4%、既婚者では 62.3%で、既婚者のほうが副業収入を増やしたいと思っている人の割合は高くなりました。

◆今年(2018年)は、副業収入を増やしたい [単一回答形式]

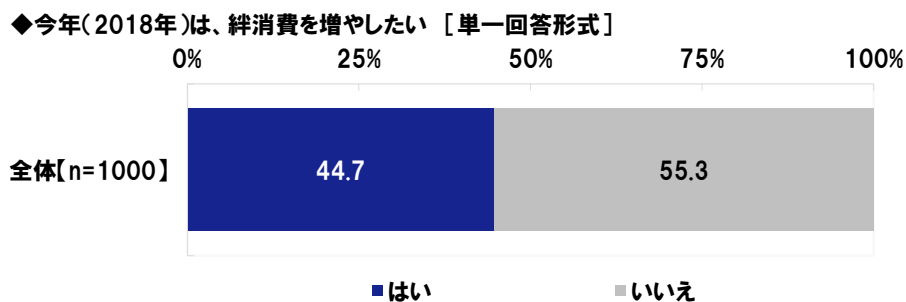


続いて、今年(2018年)は、コツコツと貯蓄したいと思うかどうか聞いたところ、「はい」(貯蓄したい)が87.9%と9割近くになりました。少額でもコツコツと貯金し、家計を安定させようと考えているイマドキ女性は多いようです。



一方、今年(2018年)は、絆消費(※)を増やしたいと思うかどうか聞いたところ、「はい」(増やしたい)は44.7%となり、女性の4割半が絆消費を増やしたいと考えていることがわかりました。毎月の生活費を節約したいと考えている女性は8割以上でしたが、絆消費は節約の対象外と考えているイマドキ女性が少なくないようです。

※絆消費とは、家族や親しい人とのつながりを大切にするための消費です。



➤ **結婚相手に望む条件で「高学歴」は最下位に沈む！「三高」は響かない？イマドキ女性には「三優」が大人気！
理想の男性は、“家族に優しい”“私だけに優しい”、そして、仕事熱心で節約が得意な“家計に優しい”三優男子**

イマドキ女性の 8 割以上が今年(2018 年)は毎月の生活費を節約したいという意向を持っていましたが、日々の生活を共にする結婚相手に望む条件でも、“節約”というキーワードは外せないようです。

全回答者(1,000 名)に、結婚相手に選ぶならどんな人がいいかを聞いたところ、1 位は「育児や家事をしてくれる人」(53.7%)、2 位は「浮気と無縁で自分だけに優しい人」(42.1%)、3 位は「仕事を頑張る人」(32.2%)、4 位「会話が面白い人」(27.6%)、5 位「節約が得意で家計に優しい人」(24.8%)となりました。育児・家事に積極的なことや、浮気とは無縁といったことのほか、“節約が得意である”ということも結婚相手を選ぶ際の条件になっているようです。

かつて結婚相手の条件として「三高」(高収入、高学歴、高身長)という言葉が流行しましたが、今回の調査では「高収入な人」は 7 位(16.4%)、「背が高い人」は 13 位、(6.5%)、そして「高学歴な人」は今回の選択肢中最下位の 16 位(4.3%)と、いずれも上位にはなりません。イマドキ女性にとって「三高」は、もはや過去の話となっているようです。代わってイマドキ女性に支持された条件は、育児や家事をしてくれる“家族に優しい人”、浮気と無縁で自分だけに優しく、会話が面白い“私だけに優しい人”、そして、仕事を頑張り、節約が得意な“家計に優しい人”といった「三優」でした。イマドキ女性のパートナー選びの条件は、周囲に自慢できる好条件の男性から、長い結婚生活を見据えて、協力しながら楽しい家庭を築いていける、頼れる男性へと移り変わっているようです。

◆結婚相手に選ぶならどんな人がいいか [複数回答形式(3つ)]

		%
1位	育児や家事をしてくれる人	53.7
2位	浮気と無縁で自分だけに優しい人	42.1
3位	仕事を頑張る人	32.2
4位	会話が面白い人	27.6
5位	節約が得意で家計に優しい人	24.8
6位	優良企業勤めで収入が安定している人	23.0
7位	高収入な人	16.4
8位	イケメン	15.7

		%
9位	会話を合わせてくれる人	13.6
10位	おしゃれな人	11.9
11位	心も体もマッチョな人	8.2
	気弱で暴力と無縁な優オトコ(やさおとこ)	8.2
13位	背が高い人	6.5
14位	誰にでも愛想が良い人	6.2
15位	スポーツマン	5.6
16位	高学歴な人	4.3

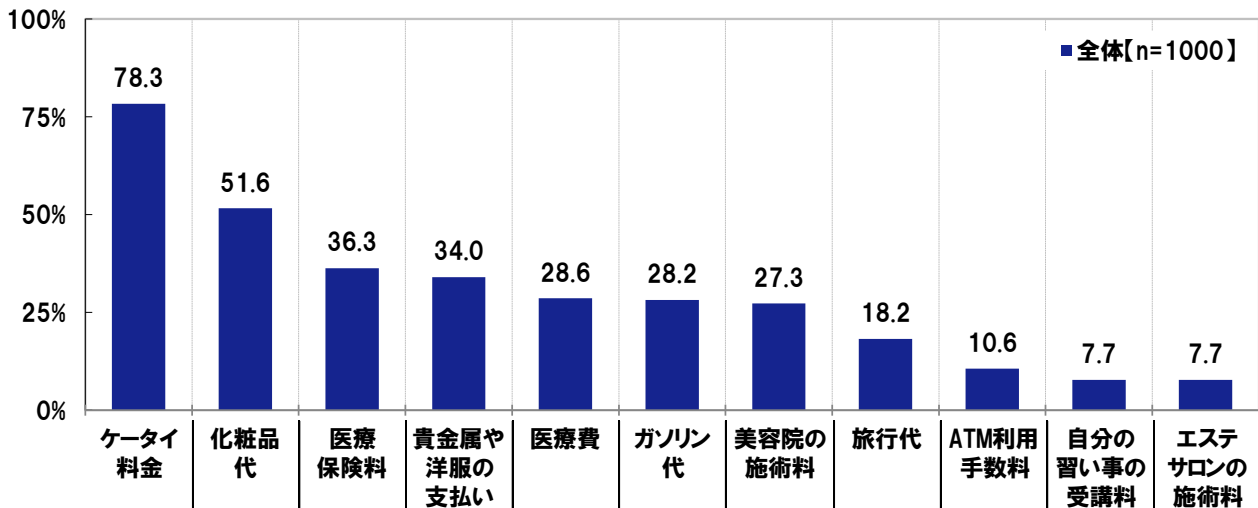
2. イマドキ女性の毎月の支払い

- 女性の3人に1人が「医療保険料」を毎月支払っている
- もっとコスパを上げたい！ 見直しを図ってコスパをもっと上げたい支払い トップは「ケータイ料金」
「医療保険料」を支払っている人の5人に1人がコスパを上げたいと回答
- 「ケータイ料金」を支払っている人の半数近くが金額に不満、「医療保険料」は5人に1人が不満

生活費を節約したいと思っても、毎月の支払いについて把握できていなければ、何を節約すればいいのかわからず、なかなか節約が上手くいかないという状況になってしまいます。そこで、全回答者(1,000名)に、毎月支払っている費用や、節約の対象になりそうな費用について質問を行いました。

まず、住居費・水道光熱費・飲食費以外で、自分で毎月支払っている費用を聞いたところ、「ケータイ料金」(78.3%)が最も多く、「化粧品代」(51.6%)、「医療保険料」(36.3%)、「貴金属や洋服の支払い」(34.0%)、「医療費」(28.6%)が続きました。

◆住居費・水道光熱費・飲食費以外で、毎月支払っていること [複数回答形式] ※上位10位まで表示



では、節約の対象になるような、コスパに満足していない支払いや、金額に納得感がない支払いとは、どのような支払いなのでしょう。

自分で毎月実際に支払っている費用について、「見直しを図ってコスパをもっと上げたいもの」「金額に納得感がないので支払い満足度が低いもの」をそれぞれ選んでもらい、コスパ不満度(※1)、支払い不満度(※2)を算出しました。

※1 各項目の支払い者が“見直しを図ってコスパをもっと上げたいもの”として選んだ割合

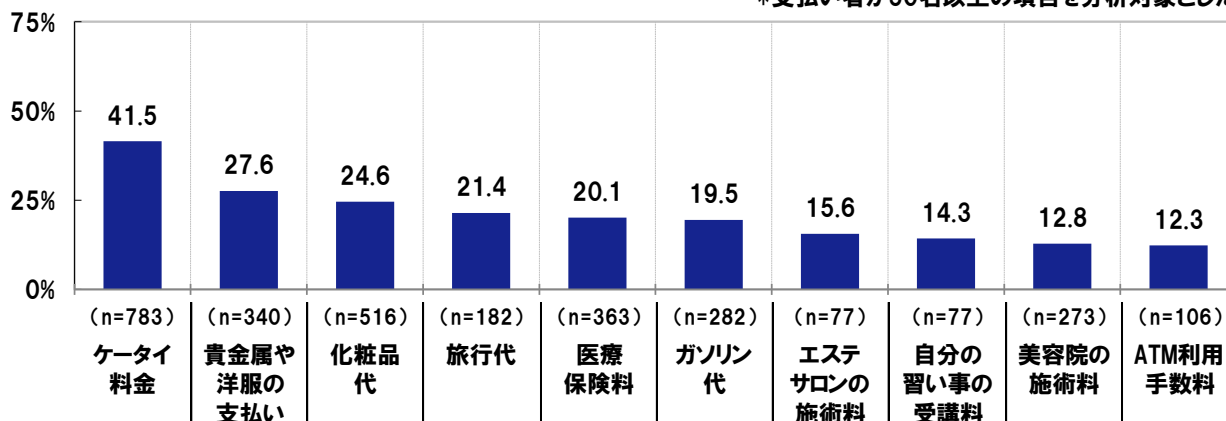
※2 各項目の支払い者が“金額に納得感がないので支払い満足度が低いもの”として選んだ割合

まず、コスパ不満度をみると、最も高くなったのは「ケータイ料金」で、支払い者の41.5%が見直しを図ってコスパを上げたいと考えていることがわかりました。ケータイ料金に続いたのは、「貴金属や洋服の支払い」(27.6%)、「化粧品代」(24.6%)、「旅行代」(21.4%)、「医療保険料」(20.1%)でした。

◆コスパ不満度(各項目の支払い者が“見直しを図ってコスパをもっと上げたいもの”として選んだ割合)

※上位10位まで表示

*支払い者が50名以上の項目を分析対象とした

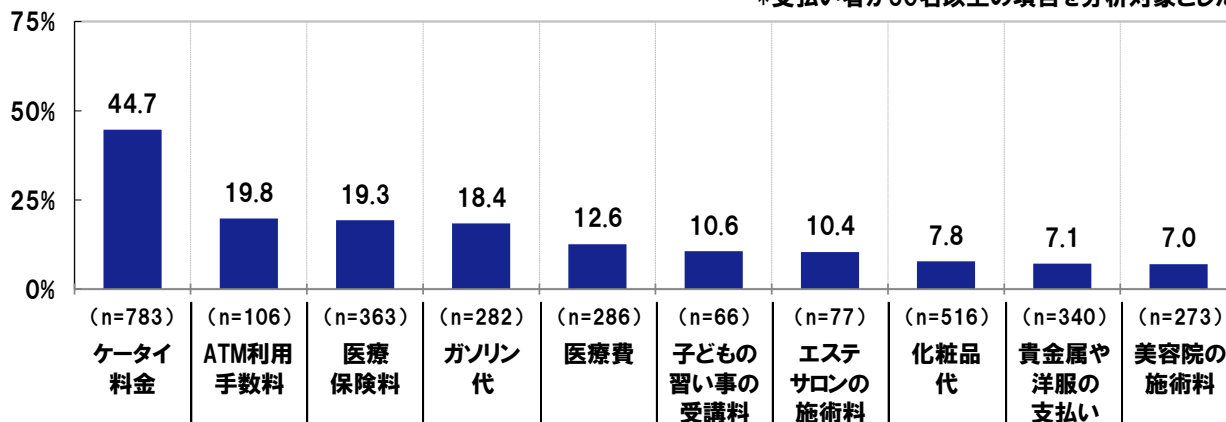


次に、支払い不満度をみると、「ケータイ料金」(44.7%)、「ATM 利用手数料」(19.8%)、「医療保険料」(19.3%)、「ガソリン代」(18.4%)が上位となりました。女性の約8割が支払っているケータイ料金は、半数近くの人が金額に納得できていないようです。また、「ATM 利用手数料」や「医療保険料」についても、5人に1人が支払い額に納得せず、不満を抱えていることがわかりました。

◆支払い不満度(各項目の支払い者が“金額に納得感がないので支払い満足度が低いもの”として選んだ割合)

※上位10位まで表示

*支払い者が50名以上の項目を分析対象とした

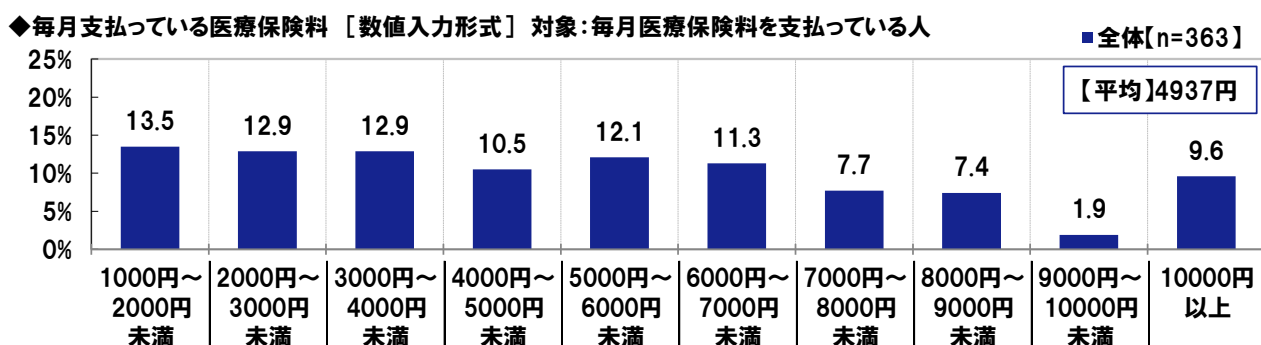


➤ イマドキ女性の医療保険料 毎月の支払い額は平均 4,937 円

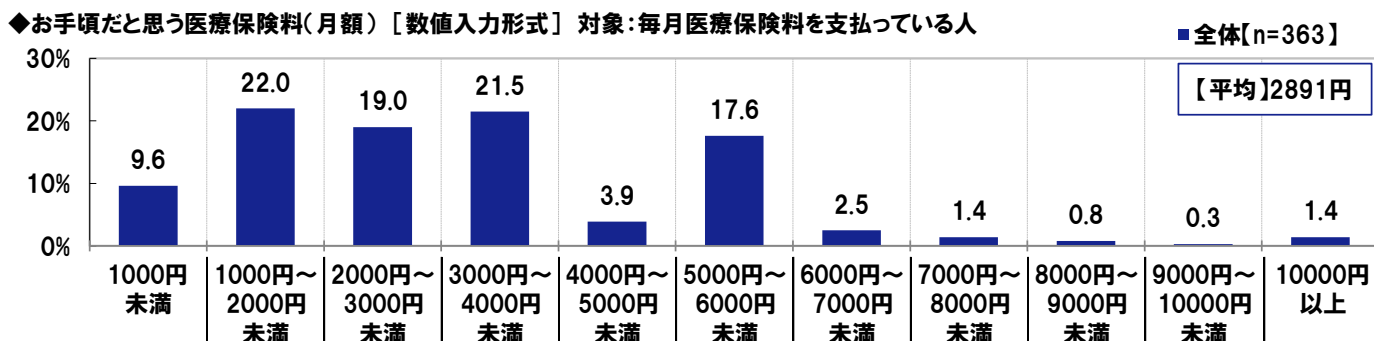
➤ お手頃な保険料のイメージは？ 平均 2,891 円、リスクに備える理想的な保険料のイメージ 平均 4,008 円

「医療保険料」を支払っている人の 5 人に 1 人が、コスパをもっと上げたいと考えていることがわかりました。では、実際にはいくらかの金額を支払っている人が多いのでしょうか。

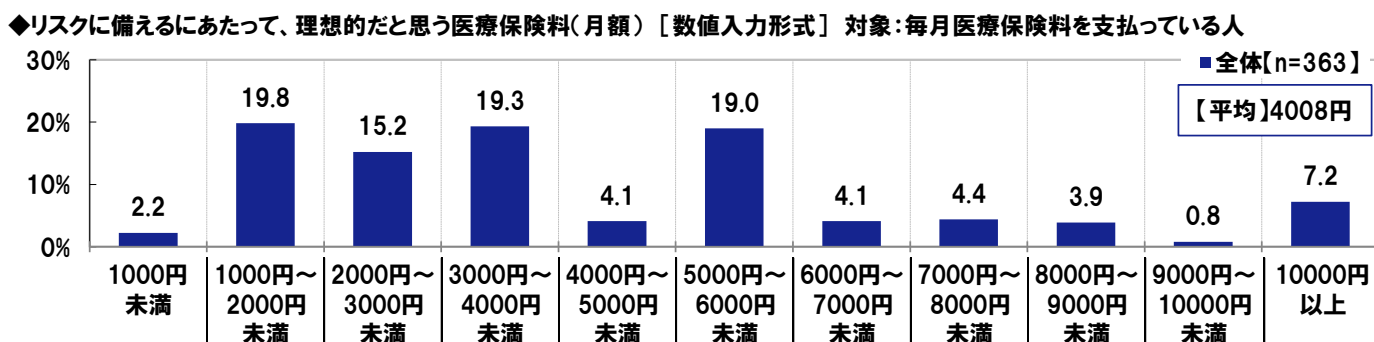
毎月、自分で医療保険料を支払っている人(363 名)に、毎月いくら支払っているか聞いたところ、「1,000 円～2,000 円未満」13.5%、「2,000 円～3,000 円未満」12.9%、「3,000 円～4,000 円未満」12.9%、「4,000 円～5,000 円未満」10.5%となり、『5,000 円未満』という人が 49.8%で半数を占めました。また、平均額は 4,937 円でした。



次に、お手頃だと思う医療保険料(月額)を聞いたところ、金額帯では「1,000 円～2,000 円未満」(22.0%)や「3,000 円～4,000 円未満」(21.5%)との回答が多く、また、「1,000 円未満」といった回答も 9.6%と 1 割程度みられました。平均金額は 2,891 円で、現在支払っている医療保険料の平均額の 6 割程度となりました。



また、リスクに備えるにあたって、理想的だと思う医療保険料(月額)を聞いたところ、「1,000 円～2,000 円未満」(19.8%)や「3,000 円～4,000 円未満」(19.3%)、「5,000 円～6,000 円未満」(19.0%)に回答が集まり、平均額は 4,008 円となりました。



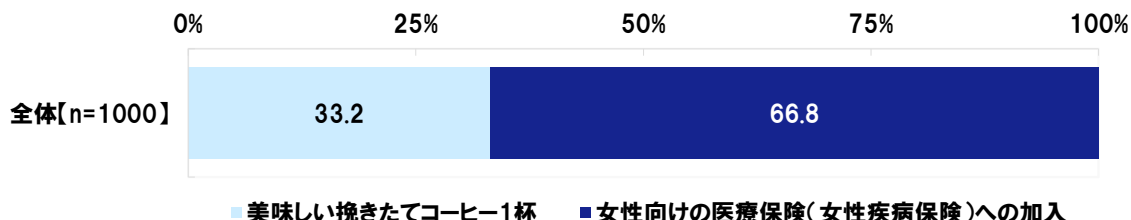
➤ **節約意識高めのイマドキ女性の選択 毎月約 300 円の支払いで実現 コスパが高いと感じるのはどっち？**
3 人に 2 人が「美味しい挽きたてコーヒー1 杯」より「女性向けの医療保険への加入」のコスパが高いと回答
「参考になる恋愛相談」や「参考になる転職相談」と「女性向けの医療保険への加入」ではどちらがコスパは高い？
「女性向けの医療保険への加入」は「ゲームアプリ・漫画アプリの利用」にも勝利

続いて、イマドキ女性の医療保険料に対する意識を探るため、“もし、毎月約 300 円の支払いで実現・利用できるなら”と仮定し、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」と様々な商品・サービスでは、どちらが“コスパが高い”と感じるかを全回答者(1,000 名)に聞きました。

まず、「美味しい挽きたてコーヒー1 杯」と「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」を比較してもらったところ、「美味しい挽きたてコーヒー1 杯」をコスパが高いと答えた人が 33.2%、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」をコスパが高いと答えた人が 66.8%となり、女性向け医療保険への加入の圧勝となりました。イマドキ女性は、約 300 円で美味しい挽きたてコーヒーが 1 杯飲めることよりも、月額約 300 円で女性向け医療保険に加入できるほうが“コスパが高い”と感じるようです。

◆もし、毎月約300円の支払いで実現・利用できるなら「コスパが高い」と感じるのはどちらか [単一回答形式]

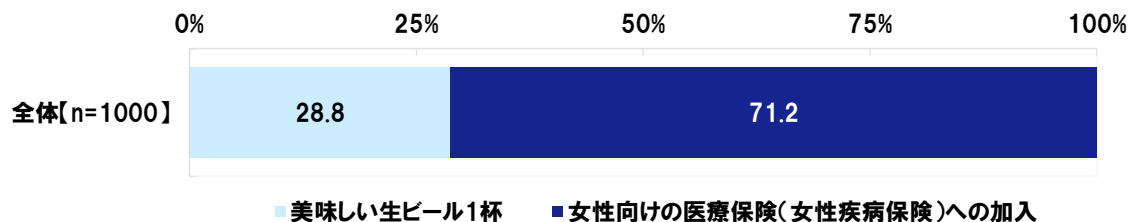
「美味しい挽きたてコーヒー1 杯」vs「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」



次に、“生ビール”や“釜揚げうどん”と比較してもらったところ、生ビールとの比較では「美味しい生ビール 1 杯」が 28.8%、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」が 71.2%となり、釜揚げうどんとの比較では「美味しい釜揚げうどん 1 杯」が 35.4%、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」が 64.6%で、どちらも女性向けの医療保険への加入が優勢でした。

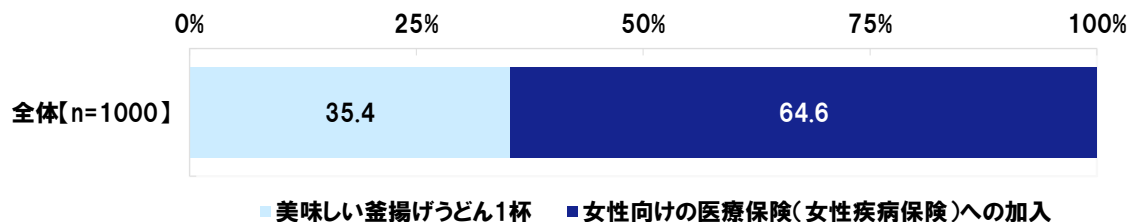
◆もし、毎月約300円の支払いで実現・利用できるなら「コスパが高い」と感じるのはどちらか [単一回答形式]

「美味しい生ビール1 杯」vs「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」



◆もし、毎月約300円の支払いで実現・利用できるなら「コスパが高い」と感じるのはどちらか [単一回答形式]

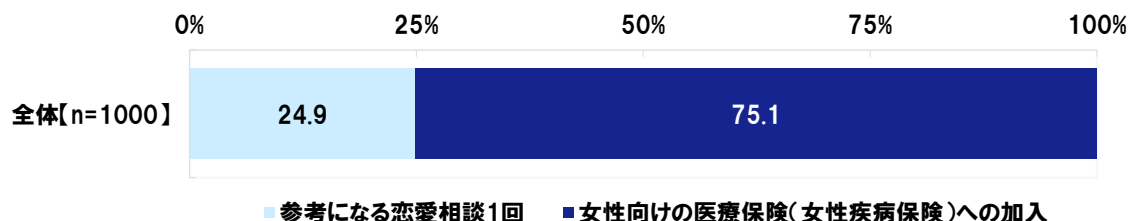
「美味しい釜揚げうどん1 杯」vs「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」



また、“恋愛相談”や“転職相談”と比較してもらったところ、恋愛相談との比較では「参考になる恋愛相談 1 回」が 24.9%、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」が 75.1%となり、転職相談との比較では「参考になる転職相談 1 回」が 30.9%、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」が 69.1%となり、いずれも女性向け医療保険への加入に軍配が上がりました。

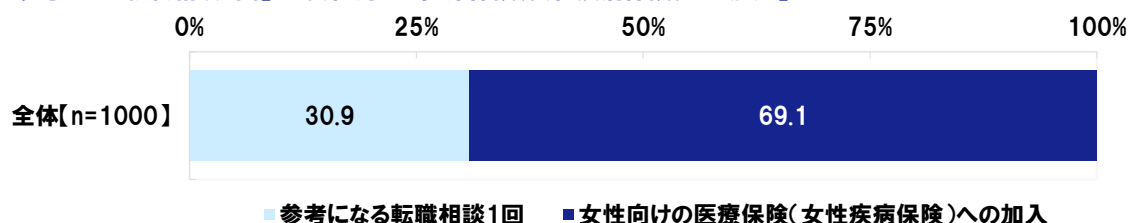
◆もし、毎月約300円の支払いで実現・利用できるなら「コスパが高い」と感じるのはどちらか [単一回答形式]

「参考になる恋愛相談1回」vs「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」



◆もし、毎月約300円の支払いで実現・利用できるなら「コスパが高い」と感じるのはどちらか [単一回答形式]

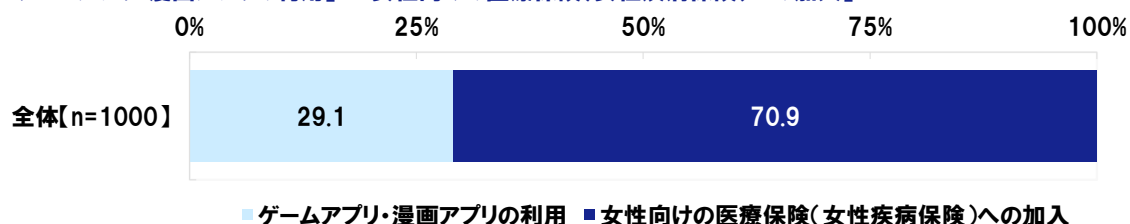
「参考になる転職相談1回」vs「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」



そして、「ゲームアプリ・漫画アプリの利用」と比較してもらったところ、「ゲームアプリ・漫画アプリの利用」が 29.1%、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」が 70.9%で、女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入のほうが高い割合となりました。

◆もし、毎月約300円の支払いで実現・利用できるなら「コスパが高い」と感じるのはどちらか [単一回答形式]

「ゲームアプリ・漫画アプリの利用」vs「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」



いずれの項目でも、毎月約 300 円支払うなら、「女性向けの医療保険(女性疾病保険)への加入」のほうが“コスパが高い”という回答が多くなりました。お手頃だと思える医療保険料の平均額は月額 2,891 円となっていました。 “毎月約 300 円の支払い”をテーマにすることで、100 円単位でムダの発見や節約を心がけている人の割合が過半数に及ぶ、堅実なイマドキ女性のホンネや金銭感覚が垣間見える結果となりました。

■■調査概要■■

《調査タイトル》 イマドキ女性の節約意識に関する調査 2018

《調査地域》 全国

《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～39 歳の働く女性

《調査期間》 2018 年 1 月 12 日～1 月 15 日

《調査方法》 インターネット調査

《有効回答数》 1,000 サンプル

(内訳)

女性 1000 サンプル(20 代 500 サンプル/30 代 500 サンプル)

《実施機関》 ネットエイジア株式会社

■■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、
「JCB 調べ」と付記のうえ、ご使用いただきますようお願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

株式会社ジェーシービー
広報部 広報グループ
TEL :03-5778-8353

■■株式会社ジェーシービー 概要■■

名称 : 株式会社ジェーシービー(JCB Co., Ltd.)
代表者名 : 代表取締役兼執行役員社長 浜川 一郎(はまかわ いちろう)
所在地 : 東京都港区南青山 5-1-22 青山ライズスクエア
事業内容 : クレジットカード業務、クレジットカード業務に関する各種受託業務、融資業務、信用保証業務、
集金代行業務、前払式支払手段の発行ならびに販売業およびその代行業