

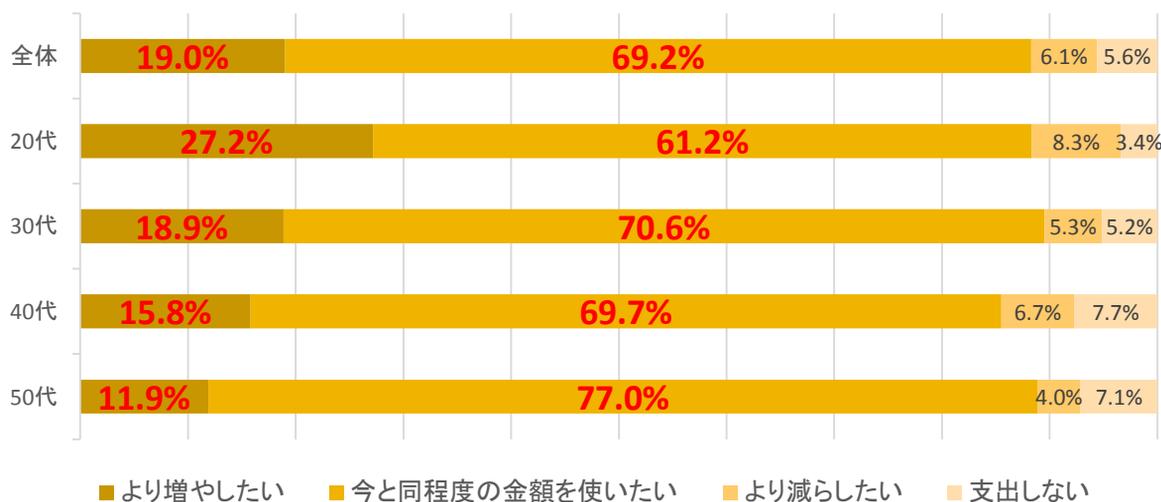
## 生活に関する調査レポート2015 第8回 ～消費意欲について(他人に対する支出編)～

20～50代の女性1177名に調査した「生活に関する調査レポート2015」。第3回からは「消費意欲」について項目別に調査結果を発表しています。前回の第7回は健康についての調査をお届けしましたが、第8回は「他人に対する支出」に関する消費意欲についてのレポートをお届けいたします。

調査方法：インターネットによるアンケート、追加メール取材  
調査対象：小学館の女性誌を読んだことのある全国の20～50代の女性1177名

Q下記の項目についての消費意欲を教えてください。

### 友達へ贈り物をする

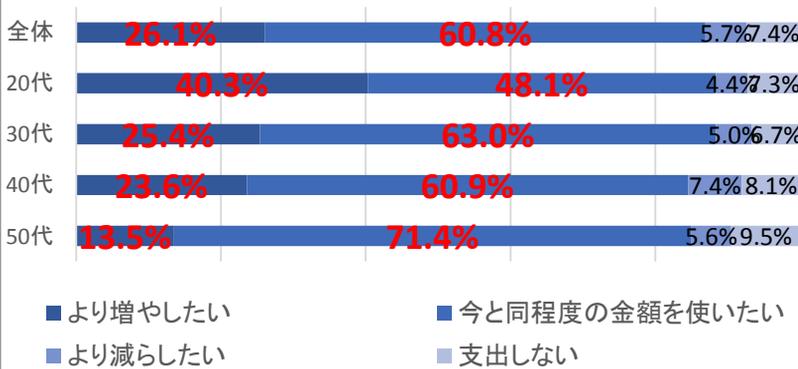


### 友達は一生の財産？ 女性全体の88%が友達付き合いを重視

友達に贈り物をする金額を「より増やしたい」「今と同程度の額を使いたい」と答えた、つまり積極的に友達に贈り物をしたいと考えている女性は、なんと全体の88%をマークしました。中でも「より増やしたい」を選んだのは若い世代になるにつれて増加し、20代になると27.2%も。女性の友達が増えるきっかけは、学校や会社以外にも趣味の習い事やママ友、近隣住人など多岐にわたり世代による差はなさそうなので、若い世代になるにつれ「友達づきあい」を重視している人が増えていると言えそうです。



親族へ贈り物をする(お年玉含む)



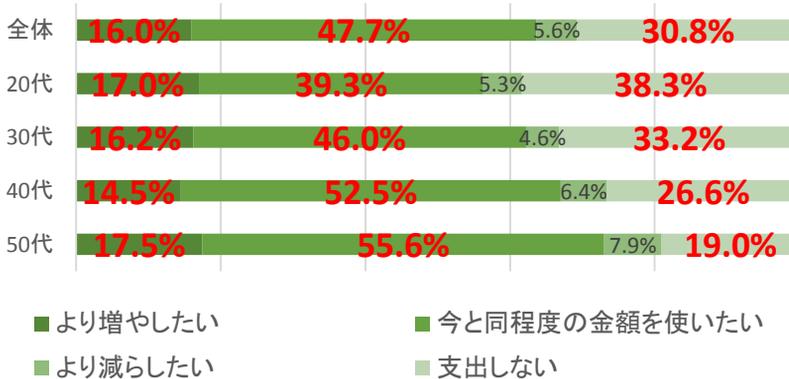
身近な人を大切にする  
傾向が顕著

お年玉やお祝い、親族へ贈り物に対する消費についても、全体で85.9%と高い割合の女性が意欲的。中でも、20代女性の「より増やしたい」の40.3%は働きはじめて経済的に余裕が出てきた時期に、自分に対する消費は堅実でも、親族への贈り物へ意識がいくのは、親と仲がいいと言われていた若い世代ならではの傾向かもしれません。

近くにいない人を気にかける  
余裕は年齢と共に

全体で16.0%、世代別に見てもほぼ同じ割合の人が「寄付」に対して積極的。世代別に見ると「支出しない」人が20代で38.3%だったのが徐々に減少し、50代になると19.0%へ。一方、「今と同程度使いたい」人は20代では39.3%だったのが徐々に増加し、50代では55.6%に。自分と周りの人のことだけでいっぱいだった20代から、さらに広く周りを見る余裕が時間的にも経済的にも増えてきたときに支出を考える項目と言えそうです。

寄付をする



研究所まとめ

前回までの調査を通じて、今はモノへの消費よりイベントや経験への消費意欲のほうが高いことが裏付けられましたが、それらあくまでも「自分」への消費。最終回の今回の調査で「自分」のみならず「身近な他人」へもお金を使う意欲が高く、一般的によく言われる「つながり」を重視していることがこの調査でも裏付けられました。モノよりも身近な人たちとのつながりを強く、みんなで堅実に明るい未来をめざそうというのは、めまぐるしく変動する社会の中で「個人」の不安の表れともいえるかもしれませんが。近年の日本は個人主義へ向かっていましたが、調査からは集団主義への揺り戻し傾向が感じられました。とはいえ、血縁、土地、組織といった集団だけではなく、インターネットなどを通じて、環境を飛び越えた集団を作ることにも可能になった今、新しい集団形成の過程が見られそうです。

調査結果に関するお問い合わせ

株式会社小学館 女性インサイト研究所 担当:安念

TEL: 03-3230-9774 E-mail: [pr-islab@shogakukan.co.jp](mailto:pr-islab@shogakukan.co.jp)

<http://www.insightlab.jp/>