

【増税目前】ママの家計意識が明らかに！

「減らしたい」「増やしたい」支出ランキング

株式会社マインドシェア(消費トレンドの研究・これに基づきマーケティングサポートを行う)は、家庭のお財布を握る「ママ」の今を知る最新動向調査データをまとめた『日本のママ白書 2019 年度版』を 2019 年 9 月 26 日にリリース致しました。

調査内容：全国 0～9 歳の長子がいる女性[ママ]を 1,002 名リサーチ

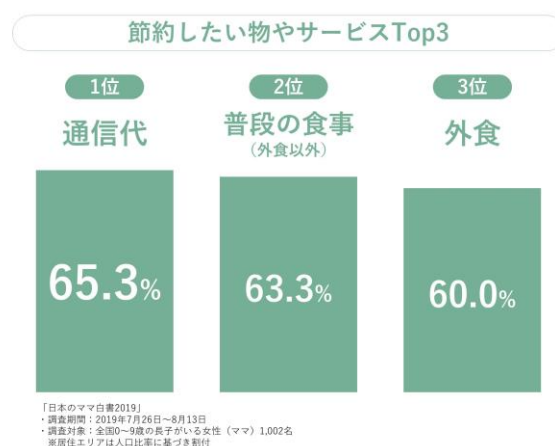
■増税直前のママの家計意識

「不景気」「消費税増税」などの家計が厳しさを加速させるワードが飛び交う中、消費税 10% への増税を目前に、最新のママたちの家計の意識に関するランキングを 3 つご紹介します。

1. 減らしたい支出ランキング
2. 増やしたい支出ランキング
3. <番外編>減らしたいけど減らない支出ランキング

<減らしたい支出ランキング>

- 1位 通信代 65.3%
- 2位 普段の食事 63.3%
- 3位 外食 60.0%



減らしたい支出ランキングの第1位は「通信代」となりました。

6～9 歳の子どものスマートフォン・携帯所持率も 25.8%(*1)に上るなど、幼少期からデバ

イスを保有し、SNS などのインターネットサービスとの接点も増えている中、通信費の負担が家計の中でも大きくなっていることが見て取れます。

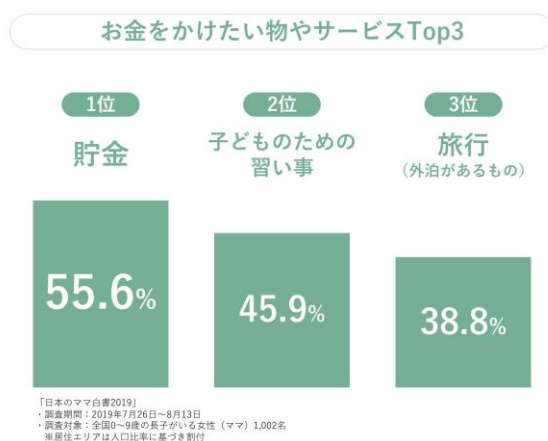
※1 日本のママ白書 2019 年版 2-4 お子様のスマートフォン・携帯所持率

<増やしたい支出ランキング>

1位 貯金 55.6%

2位 子どものための習い事 45.9%

3位 旅行(外泊があるもの) 38.8%



第1位は「貯金」がランクインとなりました。

この結果は、ママも既婚子なし層も同様の傾向であり、備えに対する意識はママ特有のものではなく、どの家庭も高いことがうかがえます。

一方で、第2位の「子どものための習い事」・第3位の「旅行(外泊があるもの)」については、ママ特有の要素を見てとることができます。

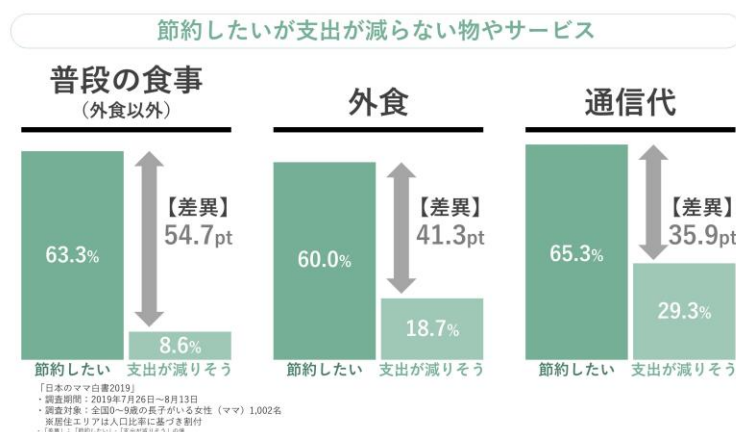
第2位の「子どものための習い事」については、当然子どもがいるママ特有の結果ですが、ママは出産を経て一気に子ども中心の生活・消費へと変化し、ママ自身に対する消費は限りなく優先順位が低くなります。

第3位「旅行(外泊があるもの)」は、既婚子どもなし層も高くなっていますが、潜在的なニーズの種類は異なると考えられます。ママは出産を機に生活の行動範囲が一旦狭くなり、今まで当たり前に行っていたことが出来なくなることで反動欲求が生じ、普遍的なニーズとして「お出かけ欲求」が生まれることがわかっています。そのため、「楽しい旅行に行き

たい」という気持ちはもちろんありつつも、同程度「とにかく外にでたい」というママ特有の反動欲求の表れと読むことができます。

番外編<減らしたいが減らない支出ランキング(ママ編)>

- 1位 普段の食事(節約したい 63.3%・支出が減りそう 8.6%・差異+54.7%)
- 2位 外食(節約したい 60.0%・支出が減りそう 18.7%・差異+41.3%)
- 3位 通信代(節約したい 65.3%・支出が減りそう 29.3%・差異+35.9%)



第1位は「普段の食事」、第2位は「外食」と続き、既婚子どもなし層でも同様の傾向となっ

ています。日々発生してしまう支出だけに、節約意識と裏腹にどうしても出費がかさんでしまう様子がうかがえます。

特にママたちは自身の「服」「美容」「装飾品・小物」「習い事」を節約する意向が高く、実際に減る目論見を示していることから、消費を抑えるべき項目は既に明確化され、財布の紐を締め始めている中、10月1日からの消費税増税の影響で、ますます家計が厳しくなることが想定されます。

また節約意向が最も高い「通信代」については、格安スマホ/MVNOなどの浸透を背景に支出を減らす手段がありそうとの期待感が持たれ、その結果として支出が減りそうな項目としても挙げられたと考えられます。

『日本のママ白書 2019 年度版』よりママの家計意識の調査結果を切り出しましたが、いずれにしてもママを取り巻く状況は、加速度的に変化しています。

家庭の中心となるママをとらえていくためには、的確に消費マインドを読み、その時々

とと思います。

日本のママ白書 2019 年度版では、ママの購買行動や消費マインドから、キャッシュレス・サブスクリプション・投資・SNS まで激しく変化している最新のデータを取得しています。

■『日本のママ白書 2019 年度版』について詳細

第一部では『ママを読み解く』レポート、第二部では 2019 年ママのマーケットとして以下の切り口にてママについて 72 の設問から集計・分析を行っています。

購買行動／消費マインド／情報収集活動／教育意識

■レポート目次・調査データ・レポートご購入については以下 URL より『日本のママ白書 2019 年度版』詳細をご確認いただけます。

<https://www.mindshare.co.jp/mama/whitepaper2019/>

■会社概要

商号：株式会社マインドシェア[英表記 MINDSHARE INC.]

所在地：〒108-0073 東京都港区三田 3 丁目 2 番 8 号 Net2 三田ビル 6F

代表者：代表取締役 今井 祥雅

創立：1989 年 12 月 22 日

資本金：1 億円

事業内容：コミュニケーションマーケティングのサポート事業

- ・コンサルティング
- ・マーケティングリサーチ
- ・ディベロプメント
- ・アドバタイジング
- ・プロモーション
- ・PR(パブリック・リレーションズ)
- ・Web ソリューション

URL：<https://www.mindshare.co.jp/>

■お問合せ先

株式会社マインドシェア

コミュニケーションマーケティング事業部

お問合せ窓口：03-6823-1216／平日 9：30～18：30

メールアドレス：ms_otoiawase@mindshare.co.jp