

子供に関する母親アンケート調査結果 2009

—不況下においても子供関連費用は優先的に、とくに教育費を惜しまず—

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて未就学児をもつ母親を対象にアンケート調査を実施した。

1. 調査期間：2009年5月
2. 調査対象：全国の3歳から6歳までの未就学児をもつ母親480名
3. 調査方法：インターネット形式

【調査結果サマリー】

◆ 不況後、約4割強の家庭が支出を削減するも、子供関連費用に優先的に予算配分

2008年後半からの国内景況感悪化や雇用情勢の不安定さを背景に、消費者の買い控えが顕著になっているが、家計のやりくりについても不要不急の支出は控え、大人向け消費を抑える傾向にある。その一方で、子供に関する費用については限られた予算のなかで、優先的に捻出していこうとする母親の姿がある。

◆ 将来の子供関連費用の主軸はやはり教育費

将来の子供関連費用については、貯蓄用の教育資金(50.8%)をはじめ、子供の書籍・絵本・参考書(25.8%)、スポーツ(19.2%)や音楽(11.0%)、知育(17.3%)等のお稽古や通信教育といった教育関連費用が主軸に挙げられる。小さいうちから頭と身体をしっかり鍛えられるような教育を施し、心身ともに健康な子供を育てたいという親心がみられる。

◆ 子供の習い事や教育関連サービスを選択する際には

「サービス提供者が信頼できるかどうか」を重視

現在、消費財の安心・安全に対する消費者意識が高まりをみせるなかで、企業や商品の「ブランド」名を鵜呑みにするのではなく、自身の教育方針と合致するかどうかを重視し、場所や曜日・時間等を含めて、利便性があり、且つ納得のできるサービスを見極める必要があると考える親の姿がある。

◆ 資料体裁

資料名：「子供市場総合マーケティング年鑑 2009年版」
 発刊日：2009年6月26日
 体裁：A4判 478頁
 定価：115,500円（本体価格110,000円 消費税等5,500円）

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>）

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報・PRグループ TEL：03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報・PRグループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

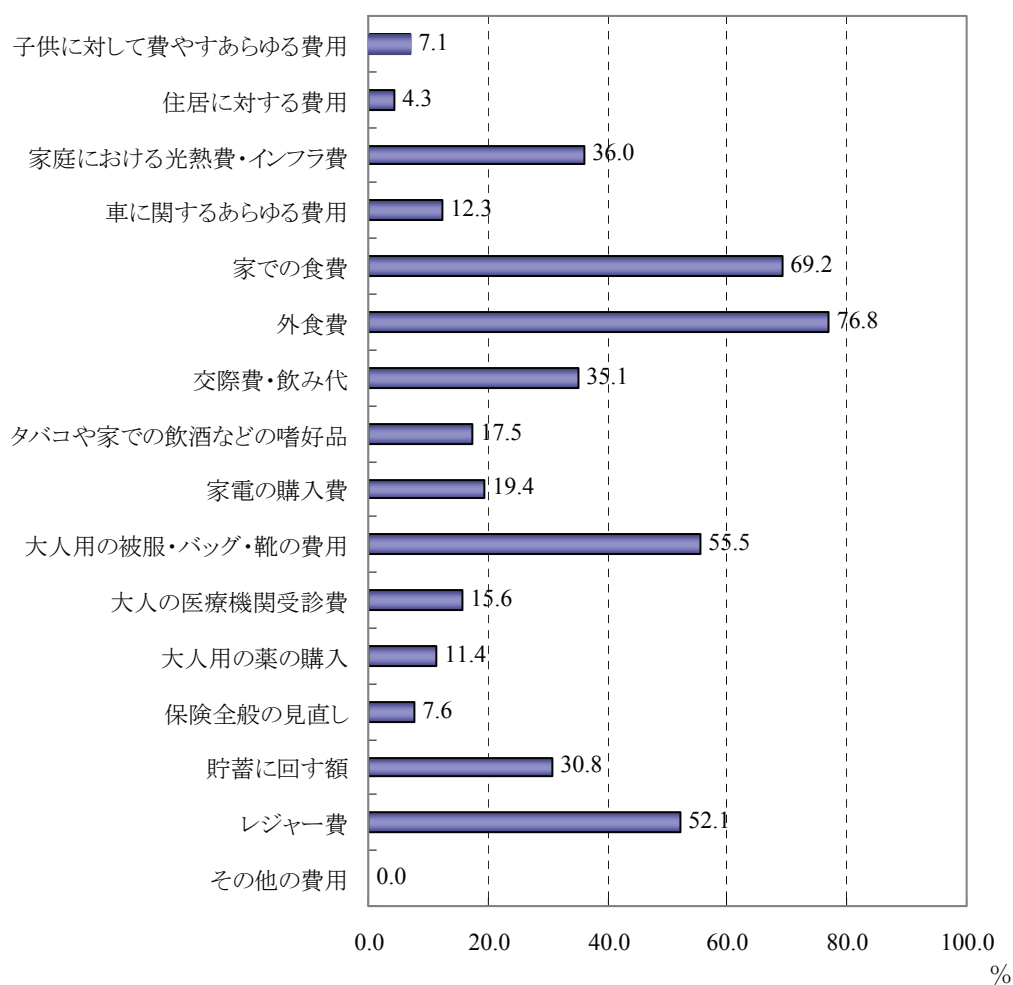
1.家計における費用削減項目について

2008 年後半からの国内景況感悪化や雇用情勢の不安定さを背景に、消費者の買い控えが顕著になっているが、家計についても不要不急の支出は控え、節約努力をする一方で、子供に関する費用については限られた予算のなかで、捻出していこうとする母親の姿がある。

家計をやりくりする 4 割強の母親が不況前と現在を比較し、支出を削減している、または削減するよう努力していると回答したが、具体的な削減費用項目については、**外食費 (76.8%)** や**家庭内の食費 (69.2%)** といった必要経費である毎日の食費をこつこつと節約する一方、**レジャー費 (52.1%)** など家族で参加するため大きな支出になりがちな費用においても控える傾向が顕著にみられる。

また、大人用の衣服・バッグ・靴への消費 (55.5%) や交際費・飲み代 (35.1%) など大人向け消費を自粛する傾向にあるが、子供関連の必要経費の削減については 7.1% と、家庭内においては子供優先の”予算配分”をしている実態がうかがえる。

図 1. 家計における費用削減項目について



矢野経済研究所作成

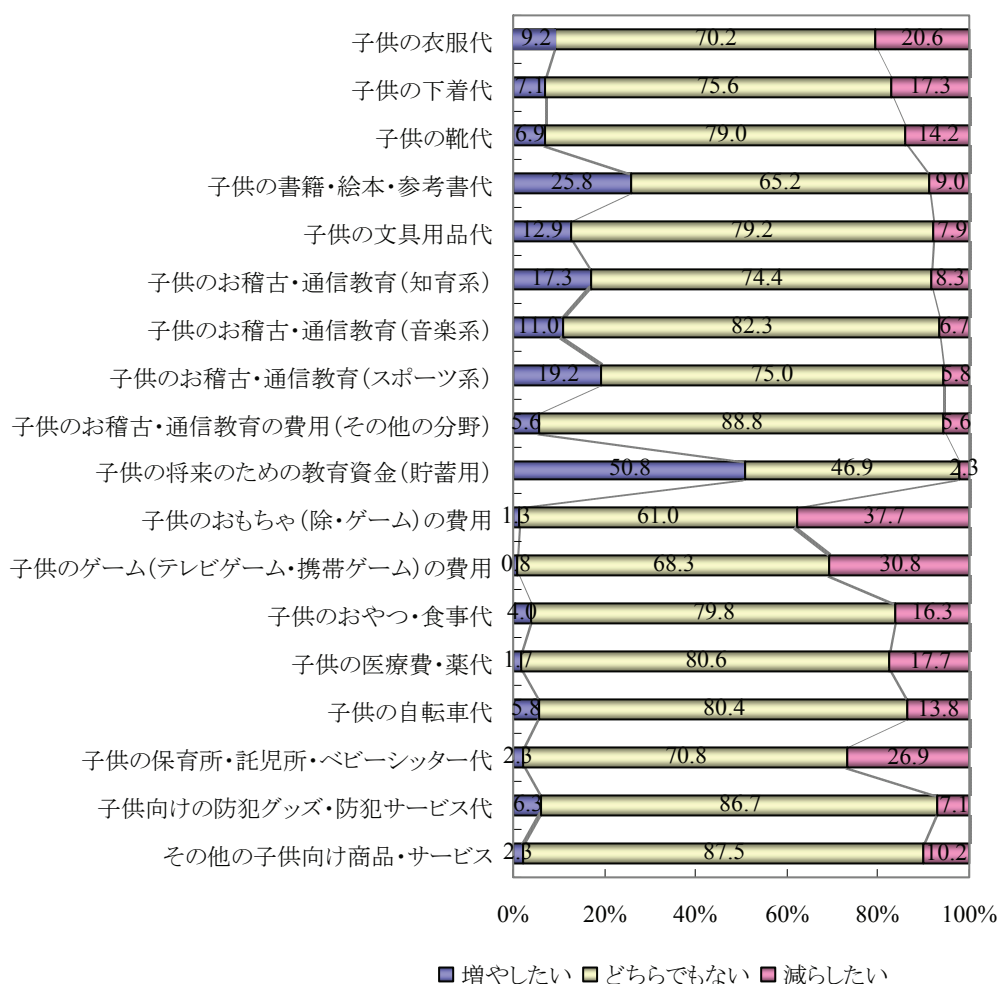
注 1: 集計対象は 1 年前 (不況前) と比較して支出を削減した、または削減努力をしていると回答した 211 名、複数回答

2. 今後の子供関連の支出費用項目について

子供関連のあらゆる経費については支出する傾向があるが、将来的にはこういった費用項目に支出する意向があるのかについては、貯蓄用の教育資金(50.8%)をはじめ、子供の書籍・絵本・参考書(25.8%)、スポーツ(19.2%)や音楽(11.0%)、知育(17.3%)等のお稽古ごとや通信教育といった教育関連費用が主軸に挙げられる。

その一方で、おもちゃやゲーム関連の支出は削減したい意向があるなど、単に子供の望む娯楽ではなく、小さいうちから頭と身体をしっかり鍛えられるような教育を施し、心身ともに健康な子供に育てたいという親としての共通の願いに裏付けられた“親心”がみられる。

図 2. 今後の子供関連の支出費用項目について



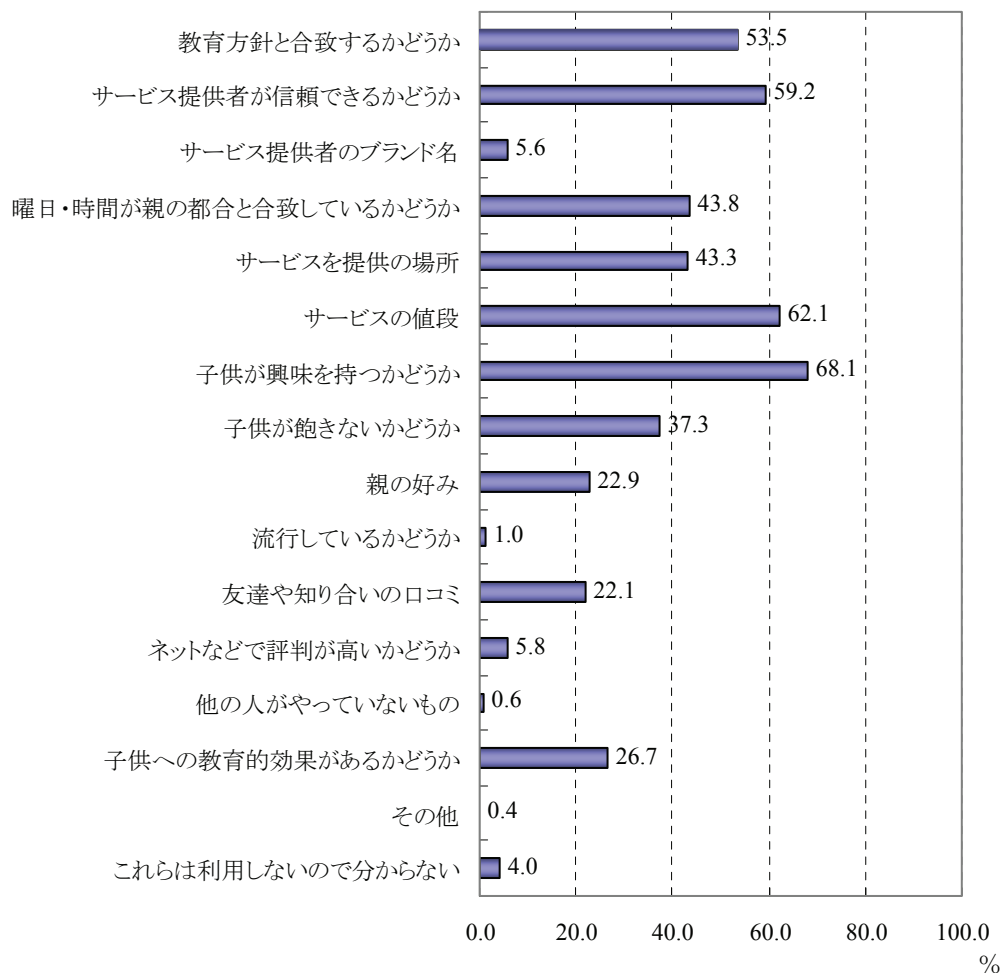
矢野経済研究所作成

注 2: 集計対象は 480 名、各項目について単数回答

3. 子供向けサービスを選択する際に意識することについて

子供には優先的に“お金をかけ”、とくに教育関連費用については前向きに支出していく傾向があるが、そうした子供の習い事や教育関連サービスを選択する際にはどういった点が重視されるのであろうか。子供自身が興味を示すこと(68.1%)はもちろん、昨今の家計状況から“値段”(62.1%)といった項目が重視されるのは、サービスへの対価を支払う側の意向としては自明であると考えられるが、一方のサービス提供者側への要望としては「サービス提供者が信頼できるかどうか」(59.2%)が重視される。これは「サービス提供者のブランド名」(5.6%)と比較すると50ポイント以上の開きがある。現在、消費財の安心・安全に対する消費者意識が高まりをみせるなかで、自分の大事な子供を預けるには、企業や商品の「ブランド」名のみを鵜呑みにするのではなく、自身の教育方針と合致するかどうかを重視し、場所や曜日・時間等を含めて利便性があり、且つ納得のできるサービスを自分の目で見極める必要があると考える親の姿がある。

図3. 子供向けサービスを選択する際に意識することについて



矢野経済研究所作成

注3: 集計対象は480名、複数回答

注4: 「子供向けサービス」とは、子供の習い事、幼稚園や保育園、その他教育関連のサービスをさす。