

『子ども手当への支給』について

- 子育て世代の意識と消費行動調査より -

調査目的

『子ども手当法案』が可決され、今年 6 月から中学卒業までの子どもに一人当り月 13,000 円が支給されることとなった。そのようななか、家庭の財布を握る母親たちは、どのような意識で子育てを行い、どのような消費行動をとっているのであろうか。一番上の子どもが 12 歳以下の子どもを持つ既婚女性を対象に行ったアンケート調査から、現代の“ママ”たちの意識と消費行動を考察する。

調査概要

調査対象：熊本県、福岡県、大阪府、東京都
在住で、一番上の子どもが 12 歳以下
の既婚女性

調査時期：2010 年 2 月 24 日～26 日

調査方法：ネットリサーチ

有効回答数：1,074 件

回答者の属性

		実数	%
地域	熊本	153	14.2
	福岡	308	28.7
	大阪	308	28.7
	東京	305	28.4
年齢	20代	140	13.0
	30代	726	67.6
	40代	208	19.4
全体		1,074	100.0

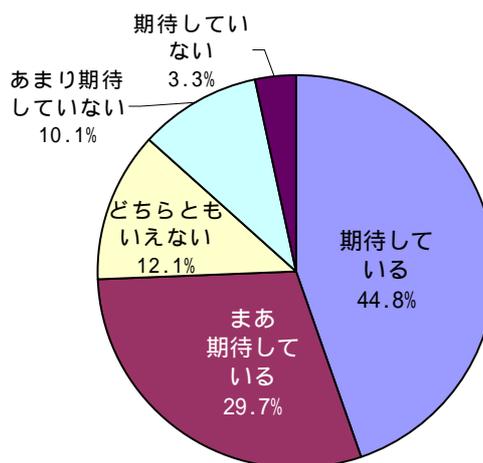
1. 74.5%が子ども手当に期待

子ども手当への支給については、「期待している」が 44.8%、「まあ期待している」が 29.7%と、合わせて 74.5%が期待していると回答している（図表 1）。

子ども手当への使い道については、「子どもの将来のための貯蓄」が 68.4%と最も回答が多く、次いで「子どもの教育・習い事の費用」が 43.0%、「生活費の補填」が 25.5%、「子どもとのレジャー費用」が 19.2%となった。現在の景気、社会情勢、消費者のマインドが映された結果となり、子ども手当による消費の活性化を期待する企業にとっては、物足りないことだと思われる。

しかし、支給前の予定とは異なり、実際にはさまざまな形で消費に流れるものと思われる。また、来年度には月 26,000 円に支給が増額されることが予定されており、そうなればマーケットに与える影響は大きくなるものと思われる。

図表 1 子ども手当への支給について



2 . 子育てママも多様化

一昔前の母親たちとは違い、若い頃から様々な消費を体験した現代のママ達の子育ては、消費と同様に多様化している。本調査では、子育てにまつわる意識や価値観についてたずね、子育てママを『エンジョイママ』、『マイペースママ』、『シリアスママ』の3つのグループに分類した(図表2)。

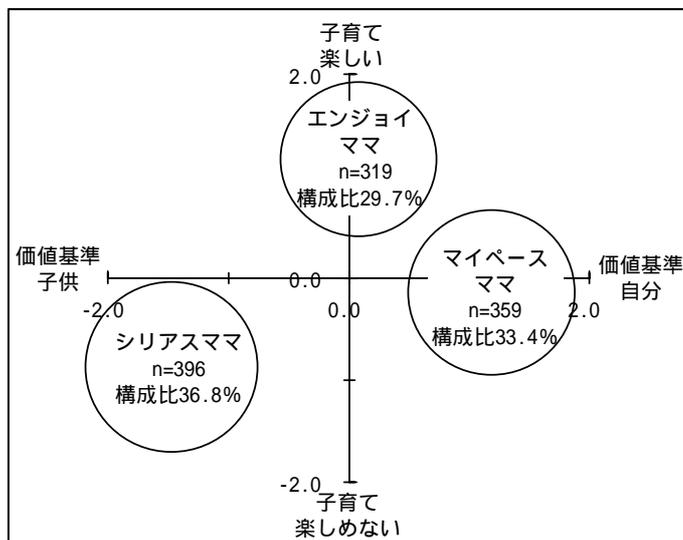
『エンジョイママ』は、他のグループよりも[子育てを楽しむ]傾向が強く、[自身の成長・ゆとり]に対する意識も高い。子どもと自分自身の両方にバランス良く価値基準を置いて、子育てを積極的に楽しんでいる。居住地域をみると、他のグループよりも

「東京」が31.3%とやや多く、「熊本」は9.4%と少ない(図表3)。現在の子どもの人数は平均1.5人、理想とするママで最も回答が多かったのは「黒木瞳」で24.1%であった。

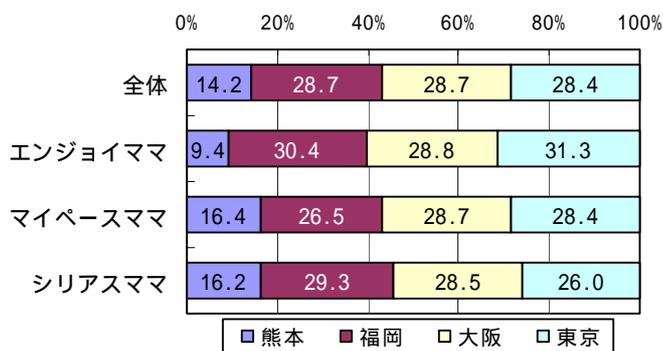
『マイペースママ』は、[自身の成長・ゆとり]に価値をおく傾向が強く、[育児・教育]にはあまり熱心ではない。子育てを楽しんでいるが、価値基準を子どもよりも自分よりに置き、“ゆとりのある育児・教育”を意識しているようだ。年齢をみると、「20代」が17.3%、「30代」が69.4%と他のグループに比べるとやや若い(図表4)。現在の子どもの人数は平均1.6人、理想とするママは「自分の母親」(22.8%)となった。

『シリアスママ』は、[子育てを楽しむ]ことができず、[自身の成長・ゆとり]に対する意識も低いが、[育児・教育]には熱心である。育児・教育に関心はあるが、子育てを楽しむ余裕がないようだ。年齢をみると、「20代」が8.3%と少なく、「40代」が26.0%と多く、他のグループに比べると年齢が高い。現在の子どもの人数は平均1.7人、理想とするママは「松嶋菜々子」(14.4%)だが、「特にない」という回答が43.2%と他のグループに比べて突出して多い。

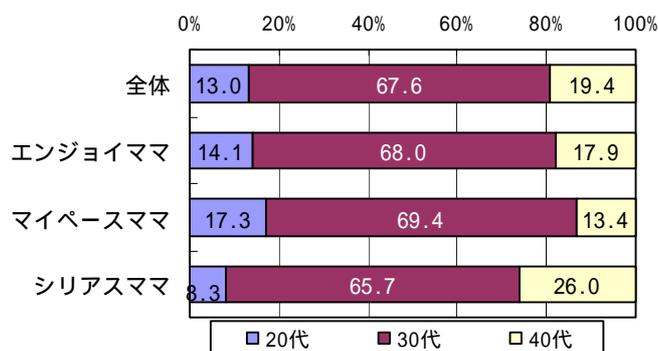
図表2 子育てママの分類



図表3 居住地[グループ別]



図表4 年齢[グループ別]



3. エンジョイママの消費は活発

ファッションや趣味など自分自身の消費に使う金額についてたずねたところ、「服やバッグなどのファッション」は平均で 1 ヶ月に 4,891 円、「化粧品、エステなどの美容」が 3,558 円、「趣味や娯楽」が 3,455 円、「ランチやカフェなどの飲食」が 2,987 円、4 項目の合計は 14,891 円となった(図表 5)。これを 3 つのグループで比較すると、『エンジョイママ』は 4 項目の合計が 17,969 円と最も高く、次いで『シリアスママ』が 13,821 円、『マイペースママ』が 13,335 円となった。エンジョイママは、他のグループよりも 4,000 円ほど高くなっている。

また、子どもの消費については、「服やバッグなどのファッション」は平均で 1 ヶ月に 3,200 円、「文具や書籍・雑誌」が 1,401 円、「玩具、ゲーム」が 1,366 円、「塾、習い事」が 9,774 円、4 項目の合計は 15,741 円となった(図表 6)。これを 3 つのグループで比較すると、『エンジョイママ』は 4 項目の合計が 18,653 円と最も高く、次いで『シリアスママ』が 15,801 円、『マイペースママ』が 13,088 円となった。ママ自身の消費と同様に、『エンジョイママ』は、子どもの消費に対して使う金額が他のグループよりも多く、最も消費の活発なグループだと推察される。

消費行動の変化(消費の場や機会の変化)についてたずねたところ、出産を機に出かけり・利用することが増えたものは、「通信販売を利用する」が最も高く 56.0p、次いで「ホームセンター、ドラッグストアへ行く」が 50.4p、「動物園、テーマパークへ行く」が 48.6p、「生協やスーパーの宅配サービスを利用する」が 39.7p などとなった。一方で、出産を機に出かけたり・利用することが減ったものは、「居酒屋、バーへ行く」が 71.7p、「映画館、美術館、コンサート施設へ行く」が 62.5p、「美容室、エステなど美容関連施設へ行く」が 58.8p、「本格的な洋食・和食の料理店へ行く」が 56.5p、「百貨店、ブランドショップへ行く」が 56.1p となった。子育てママは、外出がままならないために、それまで百貨店やブランドショップで楽しんでいたショッピングや、映画を観たり、飲みに行くなどの遊ぶ機会が減り、通信販売を利用する機会が増え、ショッピングも娯楽もファミリー向けのものになるなど、出産を機に消費行動が大きく変化したことがうかがえる。

図表 5 自分自身の消費に使う金額

単位：円/月	全体	エンジョイママ	マイペースママ	シリアスママ
服やバッグなどのファッション	4,891	6,031	4,357	4,457
化粧品、エステなどの美容	3,558	4,384	3,059	3,345
趣味や娯楽	3,455	3,972	3,193	3,276
ランチやカフェなどの飲食	2,987	3,582	2,727	2,742
合計	14,891	17,969	13,335	13,821

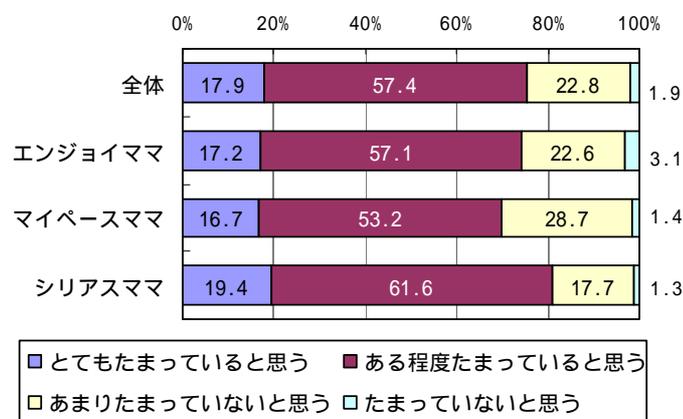
図表 6 子どもの消費に使う金額

単位：円/月	全体	エンジョイママ	マイペースママ	シリアスママ
服やバッグなどのファッション	3,200	3,861	2,844	2,990
文具や、書籍・雑誌	1,401	1,815	1,092	1,349
玩具、ゲーム	1,366	1,662	1,149	1,324
塾、習い事	9,774	11,315	8,002	10,138
合計	15,741	18,653	13,088	15,801

4. ビジネスのポイントはストレス解消のための消費

子育ての時期は、様々な行動が制限されたり、育児・教育の負担が重くなるために、母親はストレスフルな状態に陥りやすい。現在のストレスについて質問したところ、「とてもたまっていると思う」が 17.9%、「ある程度たまっていると思う」が 57.4%と、合わせて 75.3%がストレスを感じていると回答している(図表 7)。グループで比較すると、『シリアスママ』が最も高く 81.0%、次いで『エンジョイママ』が 74.3%、『マイペースママ』が 69.9%となった。

図表 7 現在のストレス



ストレスの要因については、「家計のやりくり」が 60.2%と最も高く、子ども手当の支給は、家計のやりくりを痛めている子育てママにとって、経済的な問題を緩和するため、消費にも影響を及ぼすものと思われる。次いで「家事の負担」が 40.4%、「家族の人間関係」22.8%、「幼稚園・小学校などでの人間関係」が 22.4%となっている。

ストレスの解消法については、「インターネット」が 55.0%と最も高く、次いで「ケーキなど甘いものを食べる」が 41.7%、「寝る」が 41.4%、「友人・知人との会話」が 40.1%、「ショッピング」が 37.8%となっている。これをグループごとに比較してみると、「友人・知人との会話」や「ショッピング」、「外出」、「子どもと遊ぶ」、「旅行・レジャー」の項目で顕著な差がみられ、『エンジョイママ』は、どの項目でも回答率が高く、レジャーやショッピングを楽しむことでストレスを上手に発散していることがわかる。

まとめ

子育てを積極的に楽しんでいるママもいれば、マイペースでのんびりしているママ、子育てに少し疲れてストレスを感じているママなど、その姿は様々である。ギャルママ、ママ友、デジママ(デジタル・ママ)など、ママと付く言葉を最近よく耳にするが、そのどこかポップな響きは、子どもと一緒にになって母親もファッションやレジャーを楽しむ姿を表現しているのだろう。今回の調査でも、実際にそのように子育てをエンジョイしているママの様子があがった。今後は、そのようなママたちが、マーケットを牽引していくものと思われる。

最近人気となっている“親子カフェ”では、スイーツを食べながら話す子連れのママ友たちでにぎわっている。子育てママたちのストレス解消法をみると、このような場所の必要性がわかる。温泉旅館の赤ちゃんプラン(乳児連れの宿泊に対応したもの)、親子で利用できる美容室など、ストレスを解消したり、子連れでの利用に配慮した商品・サービスは、ママたちの潜在的なニーズを刺激するのではないと思われる。

以上