

2016年12月22日

凸版印刷株式会社

電子チラシサービス「Shufoo!」、主婦の来年の漢字は『楽』

～《Shufoo!主婦の実態レポート Vol.3》 2017年への期待を込めて主婦が選んだ漢字は『楽』
2016年を表す漢字として選んだ『変』とは対照的に、安らぎや穏やかさを求める～

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:金子眞吾)が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!(シュフー)」(※1)は、一般的な全国の既婚女性824名および「Shufoo!」を利用する全国の既婚女性30,670名を対象に、2016年と2017年を表す漢字一文字、また2016年の振り返りと2017年への期待に関する調査をそれぞれ実施しました。

《2017年への期待》

**主婦が2017年への期待を込める漢字一文字は『楽』、
『変』の2016年とは対照的に、安らぎや穏やかさを求める傾向がある**

▼ 『楽』が選ばれた理由:

毎日の生活の中で家族とともに「楽しく」過ごし、家計や家事において「楽に」なりたい意向あり

- 2017年は家族と笑って楽しく過ごしたい、楽しみが増えて欲しいと、毎日の暮らしで安らぎや穏やかさを求めていることが明らかに
- 家計管理や節約、家事に追われた2016年を経て、経済面でも時間にも余裕をもって楽になりたい意向がある主婦が多数
- 家族とともに「楽しく」「楽に」暮らすため、家計や家事において主婦は家族の協力を必要としている

▼ 主婦が選ぶ2017年への期待を込める漢字、2位以降も前向きに捉えるワードが並ぶ

1位	「楽」・・・楽しい、楽しさ、楽になる、楽観	9.16%
2位	「幸」・・・幸せ、幸福、幸多い、幸運	4.84%
3位	「明」・・・明るい、明らかに、明ける、明快、明朗、明確	4.33%

《2016年の振り返り》

**主婦が2016年を振り返る漢字一文字は『変』、
災害などの変事、社会や生活環境の変化によるインパクトが大きかった1年**

▼ 『変』が選ばれた理由:

自然災害や事件・騒動の多発による「変事」、社会情勢や生活環境の「変化」が印象深く

- 熊本地震や台風複数発生による異常気象から、無差別殺傷や過労死などの事件や有名人の逮捕・不倫騒動まで、インパクトの大きい変事が多かった
- 米大統領選挙や英EU離脱などの国際情勢や東京都知事交代などの社会情勢、またパートナーのリストラやそれによる転職・転居など主婦個人の生活環境においても、大きな変化があった
- 異常気象による野菜価格高騰などの値上げで、主婦の5人中4人(82.4%)は家計への負担を感じ、節約への取り組みも例年より熱心に行った(40.1%)

▼ 主婦が選ぶ2016年を表す漢字、2位以降は毎日の暮らしで積み重なって感じたワードが並ぶ

1位	「変」・・・変化、変事、変革、変動	4.88%
2位	「金」・・・金メダル、金欠、貯金、不正金	3.85%
3位	「苦」・・・苦しい、苦勞、苦痛、苦境、苦惱	3.23%

【調査結果】2017年への期待について

まず2017年への期待をこめて、来年を表す漢字一文字とその漢字を選んだ理由を聞いたところ、『楽』が1位(9.16%)という結果になりました。毎日の生活の中で家族とともに「楽しく」過ごしたい、家計や家事において「楽に」なりたいと、日常における安らぎや穏やかさを求めていると考えられます。また「楽しく」「楽に」暮らすための主婦の想いとして、家計や家事においてパートナーの協力が不可欠であることも明らかになりました。

●主婦の関心が高い2017年トピックスランキング

2位以降は毎日の生活に関係が深く、家計や家事に大きく影響するトピックスがランクインしました。

順位	トピックス	回答率
1位	米・新大統領就任	81.7%
2位	祝日が例年より少ない	39.1%
3位	ガス小売り自由化開始	23.8%

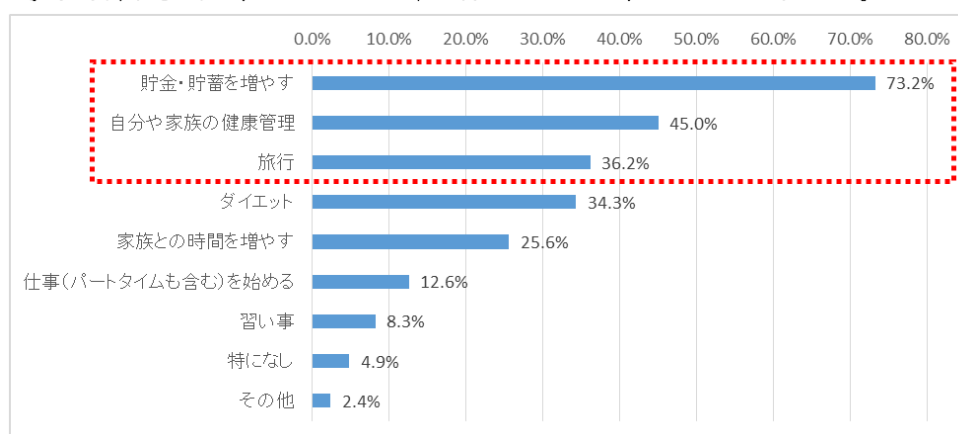
毎日を家族と平穏無事に「楽しく」「楽に」暮らしたいという主婦の想いは、2017年にやりたいことや暮らしの基本となる家計や家事に対する考え方にもよく表れる結果となりました。

●2017年の主婦のやりたいこと

「貯金・貯蓄を増やす」が73.2%と圧倒的に多く、次いで「自分や家族の健康管理」(45.0%)、「旅行」(36.2%)となりました。「楽に」暮らすための家計を支える貯金や貯蓄はもちろん、家族と「楽しく」暮らすための基本となる健康管理や旅行が上位に入り、自分だけでなく家族全員のための“コト”に進んで取り組みたいという気持ちが強いようです。

《2016年調査》

家事や節約以外で、あなたが2017年に行いたいことを、全てお選びください。

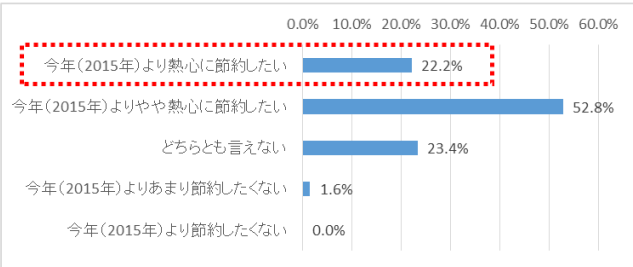


●節約に対する意気込み

家計においては、「今年(2016年)よりも熱心に節約したい」(31.4%)、「今年(2016年)よりやや熱心に節約したい」(43.1%)と節約への意気込みが強い主婦は全体で74.5%いることがわかりました。特に「熱心に節約したい」と主婦のおよそ3人に1人が思っており、これは昨年同様に調査した結果より9.2ポイントも高く、2017年は積極的に節約し家計を「楽に」したいと考えていることが伺えます。

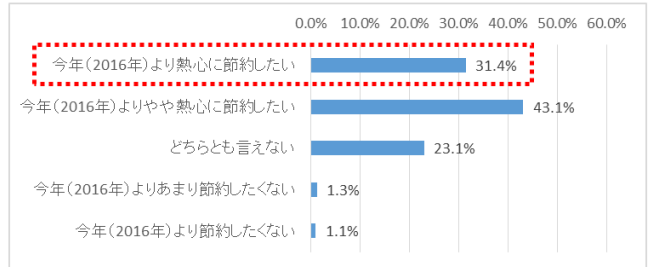
《2015年調査》

2016年の節約に対する意気込みを教えてください。



《2016年調査》

2017年の節約に対する意気込みを教えてください。

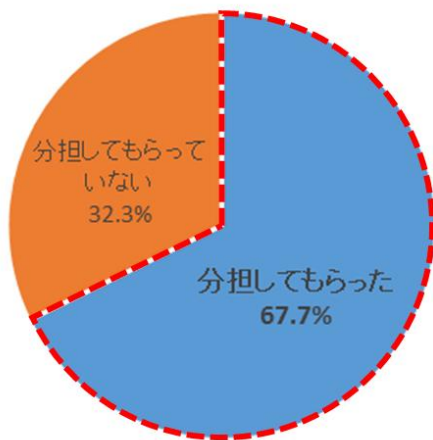


●パートナーとの家事分担

家事の面では、主婦の81.6%がパートナーに「分担してもらいたい」と思っており、2016年の家事分担の実態(67.7%が「分担してもらった」と比べると13.9ポイントも高く、本音ではパートナーにも家事に参加してもらうことで「楽に」なりたいと気持ちが強いことが伺えます。

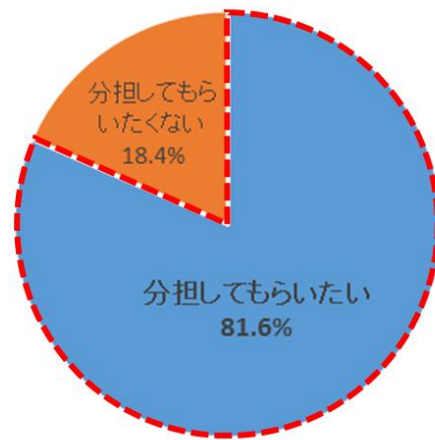
《2016年調査》

あなたは2016年、パートナーに家事を分担してもらいましたか？



《2016年調査》

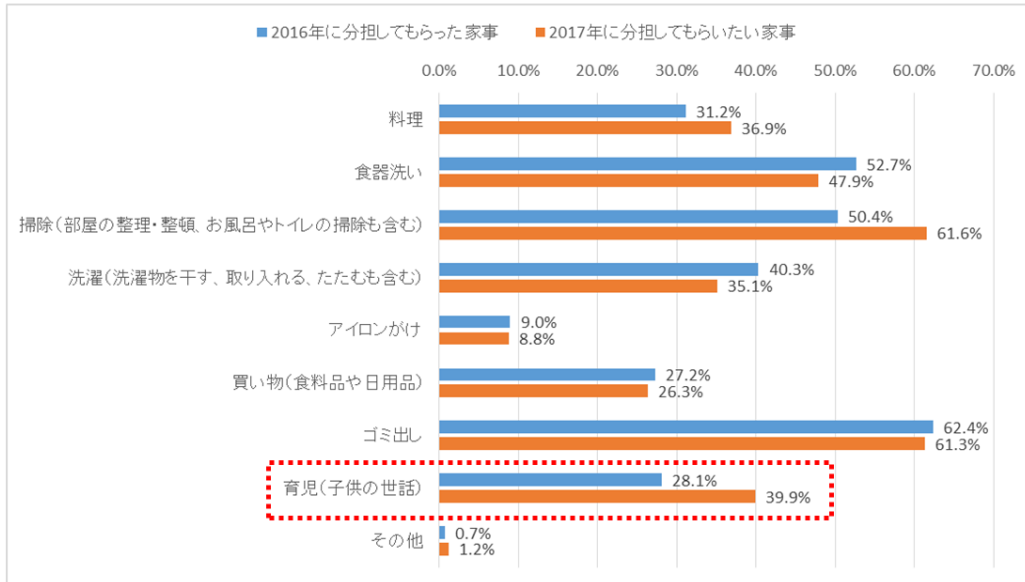
あなたは2017年、パートナーに家事を分担してもらいたいですか？



また分担してもらいたい家事は、1位が「掃除(部屋の整理・整頓、お風呂やトイレの掃除も含む)」で61.6%、2位が「ゴミ出し」で61.3%と、パートナーが参加しやすい家事が上位になりました。一方で、2016年に分担してもらった家事と2017年の分担してもらいたい家事を比較すると、「育児(子供の世話)」が11.8ポイント(2016年実態:28.1%⇔2017年希望:39.9%)と最も乖離があり、パートナーには積極的に育児にも参加して欲しいという主婦の想いが垣間見えます。

《2016年調査》

パートナーとの家事分担で、2016年に分担してもらった家事、また2017年に分担してもらいたい家事は何ですか？



【調査結果】2016年の振り返りについて

主婦が2017年への期待をこめて選んだ漢字一文字が『楽』だった背景として、2016年の世相が大きく影響しているように見受けられます。2016年を表す漢字一文字とその漢字を選んだ理由を聞いたところ、『変』が1位(4.88%)という結果になりました。地震をはじめとした自然災害やメディアを賑わせた事件・騒動などの「変事」がこの1年多発したこと、米大統領や東京都知事の交代による社会情勢の大きな「変化」があったことが、主婦にとっても非常に印象深かったようです。その結果が2016年で主婦の関心が高かったニュースや、主婦が実感した毎日の生活への影響にも表れました。

●主婦の関心が高かった2016年ニュースランキング

自然災害などの「変事」や社会情勢の「変化」はもちろん、芸能界においても大きな『変』があった1年でした。

順位	ニュース	回答率
1位	熊本地震	43.7%
2位	米大統領選挙、トランプ氏当選	38.7%
3位	アイドルグループ「SMAP」の解散	31.8%

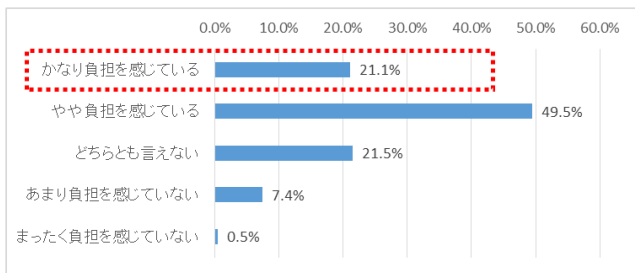
毎日の生活においても 2016 年の『変』は影響を及ぼし、特に 8 月の台風複数同時発生をはじめとした異常気象には大きな余波を受け、野菜価格高騰などの値上げで家計が圧迫され、節約への取り組みの必要に迫られた主婦が多かったことがわかりました。

●家計への負担状況

「かなり負担を感じている」(33.6%)、「やや負担を感じている」(48.8%)と家計への負担を感じている主婦は全体で 82.4%、およそ 5 人中 4 人もいることが判明しました。特に「かなり負担を感じている」主婦がおおよそ 3 人に 1 人おり、これは昨年 2015 年の「かなり負担を感じている」という回答より 12.5 ポイントも高く、例年と比べても家計が圧迫されていることが伺えます。

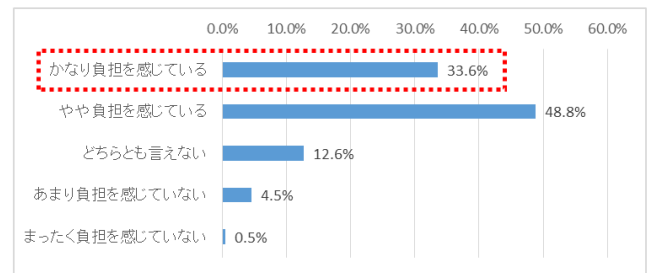
《2015年調査》

あなたのご家庭では、2015年に行われた食品や日用品の値上げの影響で、家計への負担を感じていますか？



《2016年調査》

あなたのご家庭では、2016年の野菜価格高騰などの値上げの影響で、家計への負担を感じていますか？

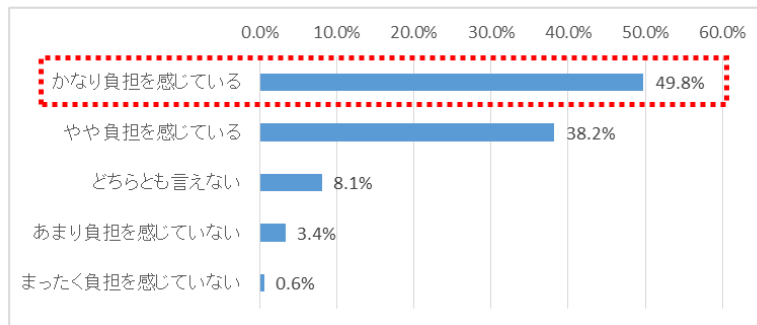


●Shufoo!利用者における家計への負担状況

Shufoo!利用者の場合、「かなり負担を感じている」人が 49.8%と一般の主婦より 16.2 ポイントも高く、普段から節約志向の高い Shufoo!利用者には、野菜価格高騰などの値上げは大きな痛手だったようです。

《2016年調査: Shufoo!利用者》

あなたのご家庭では、2016年の野菜価格高騰などの値上げの影響で、家計への負担を感じていますか？

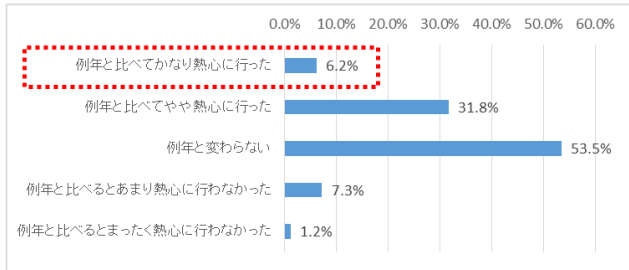


●節約への取り組み状況

「例年と比べてかなり熱心に行った」(9.2%)、「例年と比べてやや熱心に行った」(30.9%)と節約への取り組みを普段以上に行った主婦は全体で 40.1%いることがわかりました。特に「かなり熱心に行った」主婦がおよそ 10 人に 1 人おり、これは昨年 2015 年の「かなり熱心に行った」という回答より 3.0 ポイント高く、野菜価格高騰のあおりを受けた結果として節約意識が高まったことが伺えます。

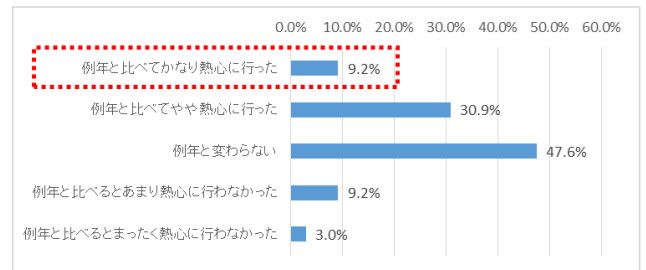
《2015年調査》

あなたは2015年、例年に比べて節約への取り組みを行いましたか？



《2016年調査》

あなたは2016年、例年に比べて節約への取り組みを行いましたか？

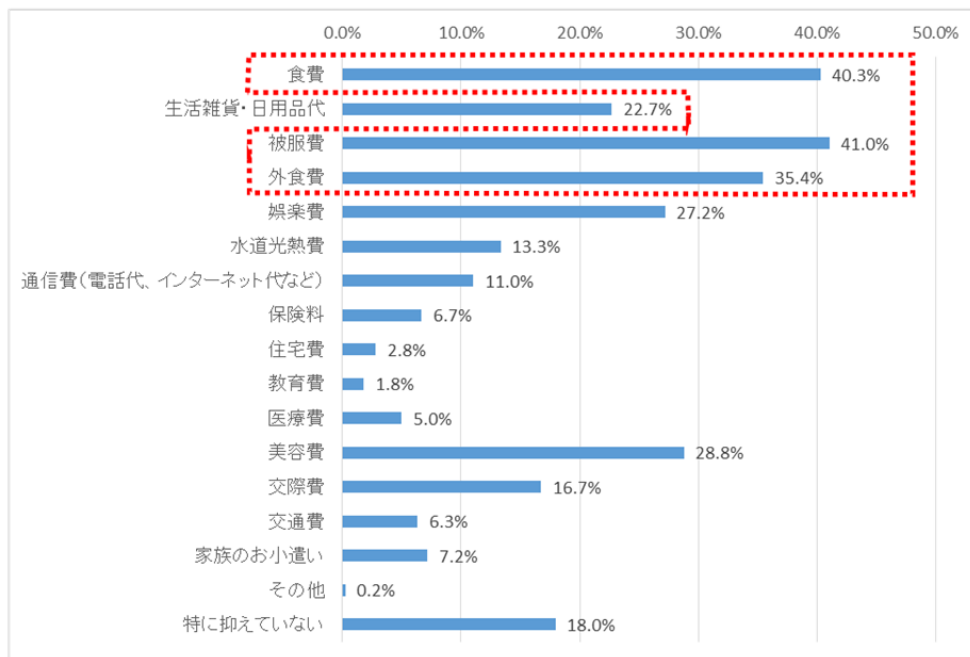


●抑えた出費項目

節約のため抑えた出費は「被服費」が 41.0%と最も多く、次いで「食費」(40.3%)、「外食費」(35.4%)となりました。やはり節約に取り組みやすい衣食にまつわる部分が、まずは削減の対象となったようです。

《2016年調査》

あなたのご家庭で、2016年抑えた出費を全てお選びください。



このような主婦の気持ちの変化や、それによる家計や家事への取り組み方・考え方の遷移が見られる中、節約アドバイザー・ファイナンシャルプランナーである丸山晴美さんに、2016年の振り返り、また2017年の消費生活の傾向について、節約アドバイスとともにお話いただきました。

《2016年の振り返り》

2016年は消費者にとって、お財布に厳しい1年でした。2年前に遡ると、2014年の4月に消費税が8%になり、内税表示だった値段が外税表示に替わったことで、家計に占める税負担を重く感じるようになりました。同時に物価がじわじわと上昇し、食料品や紙製品などの生活必需品が軒並み値上がりしました。2015年も引き続き物価が上昇した1年で、家計は厳しいままという状況が続きました。そして2016年は、2017年4月に予定されていた消費税10%の延期や原油価格の下落によるガソリン代の値下がり、消費者物価指数の下落など家計にも少しゆとりがうまれる要因はあったのですが、夏の終わりから秋にかけての台風や日照不足による野菜の価格高騰で、結果的に家計を握る者にとって厳しい状況になりました。現在は11月末頃から冬野菜が市場に出回り、野菜の値上がりは落ち着いてきています。

《2017年の消費生活の傾向》

2014年の消費増税以降、使えるお金が更に限られ家計の余裕が減ったことで、消費者が“メリハリのある出費”を心がけるようになりました。“メリハリのある出費”とはただなんとなく消費をするのではなく、使うべきところと抑えるべきところをコントロールして、より質のよいお金の使い方を目指すことです。この傾向は2017年も続いていくと考えられます。その理由として、ここ最近の株価の上昇や円安は一般消費者にはほとんどメリットがなく、逆に円安による輸入食材の値上がりが懸念されるからです。円安が続くと、小麦など輸入に頼っている食材の値上げが続き、家計は再び打撃を受ける可能性があります。

2017年、一般消費者が楽になれるかはまだ不透明ですが、日々のお買い物では「本当に必要かどうかを考える」、安くてよいものを買うために「特売情報や比較ツールを活用する」、格安SIMやスマホに乗り換えるといった「替え活をする」、自分でできることはするといった「時間をお金で買わない」といった“メリハリ消費”を心がけるだけでも、お財布(家計)は幾分「楽」になるでしょう。

【調査概要】

●一般調査

調査エリア：全国

調査対象：20歳から59歳までの既婚女性

サンプル数：824

調査期間：2016年11月25日～11月27日

調査方法：インターネットリサーチ

●Shufoo!利用者調査

調査エリア：全国

調査対象者：

「シュフーポイント」会員(10代から60代までの女性)

サンプル数：30,670

調査期間：2016年11月26日～11月28日

調査方法：インターネットリサーチ

*本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「凸版印刷株式会社『Shufoo!』調べ」と明記下さい。

※1)「Shufoo!」について

凸版印刷が2001年8月より運営を開始し、20-40代の女性を中心に利用されている国内最大級の電子チラシサービス。大手流通各社、地域主力スーパーなど約3,200法人、約104,000店舗が参加。PV数は月間2.7億PV、ユニークユーザー数は月間750万(2016年10月現在)となっています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また、生活者は、PCに加え、携帯電話やデジタルテレビ、拡大するスマートフォンやタブレット端末など様々なデバイスから日本全国の電子チラシを閲覧することができます。

- PC <http://www.shufoo.net>
- iPhone <http://itunes.apple.com/jp/app/id373909230?mt=8>
- iPad <http://itunes.apple.com/jp/app/id373911706?mt=8>
- Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android&hl=ja>

- * 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。
- * ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以 上