

平成 29 年 6 月 6 日

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

中高生のおこづかいのもらい方に変化 月額制は 6 割未満に減少

－ 『R&D おこづかいについての調査』より －

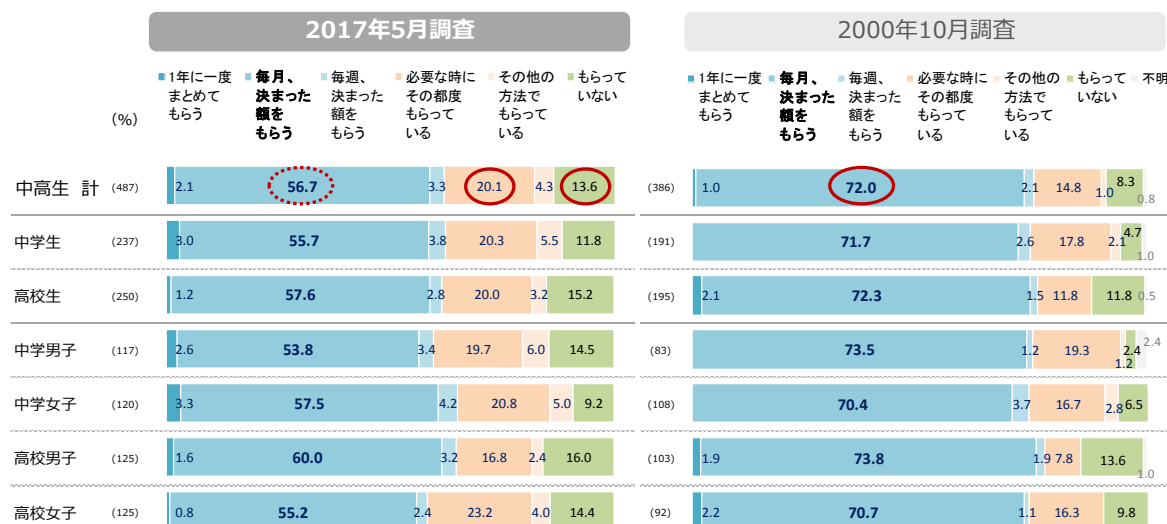
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント(所在地:東京都新宿区、代表取締役:五十嵐 幹)は、2017 年 5 月に首都圏在住の中高生を対象に「おこづかい」に関する自主調査を実施いたしました。

今回は、「中高生のおこづかい」について、15 年前の結果と比較して調査結果をご紹介します。

“15 年前と比較して、おこづかいを「毎月決まった額をもらう」は大幅減”

- 中高生のおこづかいのもらい方は、今回の調査でも「毎月、決まった額をもらう」が最も多いが、15 年前から 10pt 以上減少している。
- 「必要な時にその都度」が 2 割を占め、「もらっていない」も 1 割を超えている。

(図1) 中高生 おこづかいのもらい方



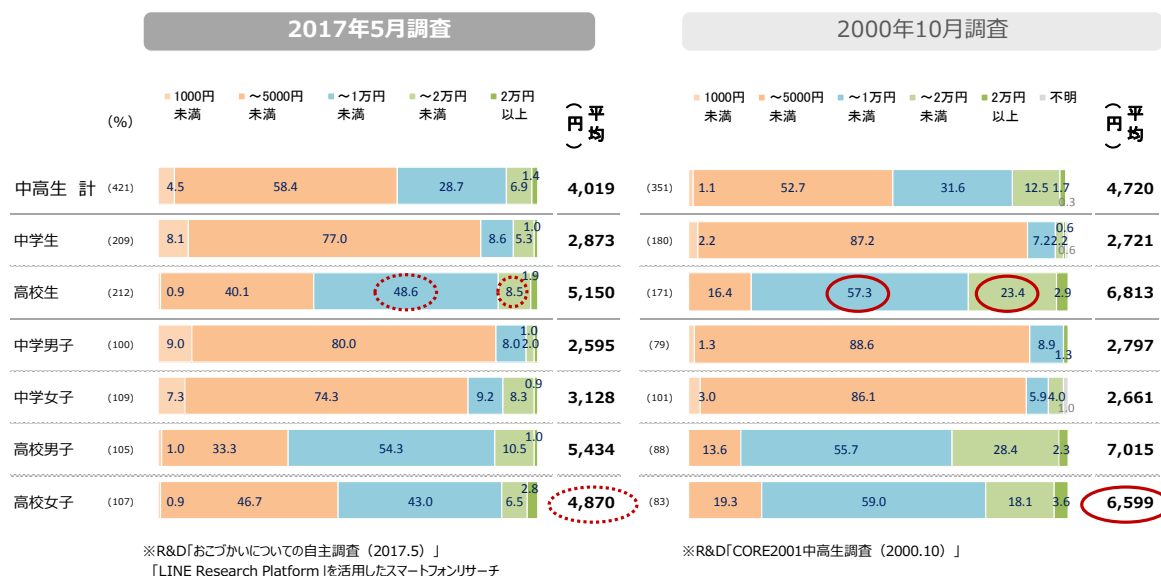
※R&D「おこづかいについての自主調査（2017.5）」
「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ

※R&D「CORE2001中高生調査（2000.10）」

“1ヶ月のおこづかい平均金額は、高校生で 1500 円以上減”

- 中学生の平均金額は大きく変化はないが、高校生のおこづかい金額が減っている。
2000年調査では5000円～1万円が6割を超えていたが、今回調査では5割を下回る。
1万円以上も2割以上→1割未満に減。
- 特に、女子高生のおこづかいが大きく減っている。(平均で約1700円減)

(図2) 中高生 1ヶ月のおこづかい平均金額



R&D 生活者インサイト

◇毎月決まった金額でおこづかいをもらう中高生は減少、おこづかい金額も減っている

今回の首都圏の中高生のおこづかい事情を調査の結果、「毎月決まった金額でもらう」割合が15年前から減少、かつ金額も減っていることがわかりました。確かに、今の中高生はスマホさえあれば、雑誌を買わなくても情報は手に入り、音楽もマンガやゲームもわざわざおこづかいで買わなくても無料で楽しめます。プチプラ商品も世に溢れていますので、おこづかいが少なくても問題ないのかもしれない。

おこづかいのもらい方として、「必要な時にその都度もらっている」という割合も増えています。毎月決まった金額の中でやりくりをし、欲しいものはおこづかいを貯めて買うというスタイルは、当たり前ではなくなりつつあるようです。社内でU18の親世代に聞いてみたところ、「周りの家庭のやり方も様々なので、おこづかいをどう決めればいいのかかわからない」「どこまでをおこづかいにすればいいのかかわからない」といった意見も出てきました。中高生のおこづかいのもらい方の変化は、親世代の「迷い」も反映されているように感じます。

また、いまどきの中高生が自分のおこづかいを何に使っているのか、それ以外ではどういうことに金を使って誰に出してもらっているのか、またスマホで色々カバーできる今、何が欲しくて何がしたいと思うのか、そうしたことをとらえることで、これからの消費がみえてくるように思います。

調査結果の詳細は、**無料ダウンロードレポート『中高生のおこづかい事情と電子マネー利用について』**をご覧ください。本リリースで取り上げた結果のほかに、以下の内容を掲載しております。

- ・中高生がおこづかいを飲み物・食べ物につかう割合
 - ・中高生のおこづかいのもらい方(現金・それ以外)
 - ・電子マネーの保有率／店頭での支払い利用率※
 - ・電子マネーでの買い物支払い利用頻度
 - ・電子マネー利用意識※
 - ・中高生の電子マネー積極利用する／なるべく利用したくない理由
- ※印: 中高生データと18-79オデータを比較

なお、5月25日に公開したものと同様のダウンロードレポートになります。

(弊社ホームページよりダウンロードいただけます)

R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)を利用した調査・分析: 課題の洗い出しから分析アウトプットまで、R&Dスタッフがお手伝いします。

詳細につきましては弊社ホームページ <http://www.rad.co.jp/> をご覧ください。

■「おこづかいについての自主調査」 調査概要■

調査地域： 首都圏
 調査対象： 中学 1 年生～高校 3 年生の男女（「LINE アンケート」モニター）
 サンプル数： 有効回収 487 サンプル
 調査手法： 「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ
 調査実施時期： 2017 年 5 月

■CORE2001 中高生の意識・実態調査 調査概要■

調査地域： 首都圏 40km圏
 調査対象： 中学 1 年生～高校 3 年生の男女
 （CORE2001 基本調査対象世帯よりランダム抽出）
 サンプル数： 有効回収 386 サンプル
 調査手法： 訪問留置（自記入式）
 調査実施時期： 2000 年 10 月

※『CORE』は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントの登録商標です。

■会社概要■

会社名： 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント
 所在地： 〒163-1424 東京都新宿区西新宿 3-2 0-2
 代表者： 代表取締役社長 五十嵐 幹
 資本金： 30,000 千円
 設立： 1968 年 1 月 17 日
 URL： <http://www.rad.co.jp>
 事業内容： マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルティング
 経営・マーケティング活動の評価及びコンサルティング

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

■お問い合わせ先■

- 本分析担当：
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント マーケティングソリューション部（水野）
- 本資料に関するお問い合わせ：
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部（小林）
TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp