

# ビジネスウェアへの支出

- 家計調査（二人以上の世帯）結果より -

7月になり本格的な夏がやってきました。近年は「クールビズ」にちなみ、職場でも軽装で夏を過ごす方が周囲に多くなったのではないのでしょうか。そこで今回は、ビジネスウェア<sup>注</sup>への支出について家計調査の結果からみてみましょう。

注 ここでは、背広服、ネクタイ、ワイシャツを合計したものを「ビジネスウェア」としています。

## 減少しているビジネスウェアへの支出

ビジネスウェアの1世帯当たり年間支出金額について、平成2年から22年の推移をみると、3年をピークに減少傾向となり、22年は3年の約3割となっています。また、「被服及び履物」全体に占めるビジネスウェアの割合も同様に低下傾向となっています（図1）。

## 低下傾向にある6、7月の背広服、ネクタイの購入割合

次に、ビジネスウェアの1世帯当たり年間購入数量に対する月別の購入数量の割合をみると、いずれも新生活を目前にした3月に高くなっています。また、背広服とネクタイは、平成10～12年ではボーナスの支給や父の日がある6、7月に割合が高まるのに対し、20～22年では10月以降の割合が高くなる傾向にあります。一方で、ワイシャツは平成20～22年は6月の割合が年間で最も高く、近年は衣替えの時期にワイシャツを購入する様子が見られます（図2）。

## ビジネスウェアへの支出が多い関東地方

最後に、ビジネスウェアの1世帯当たり年間支出金額を地方別にみると、関東地方が最も多くなっています。次いで北陸、近畿、東海地方となっており、大都市が含まれる地方がビジネスウェアへの支出が多い傾向にあります（図3）。

図1 ビジネスウェアの1世帯当たり年間支出金額及び「被服及び履物」に占める割合（二人以上の世帯）

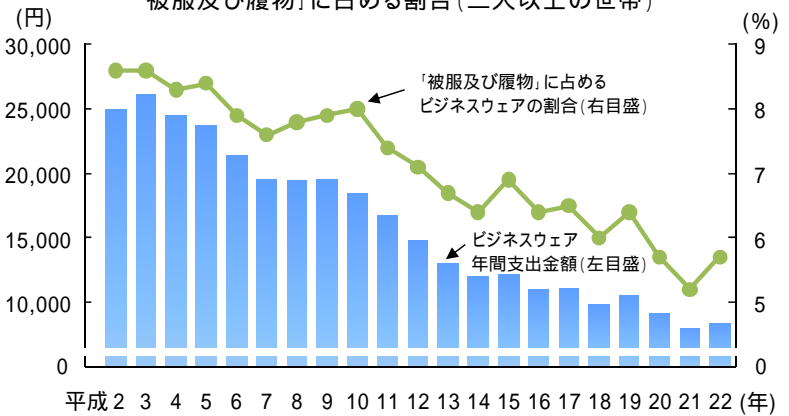


図2 ビジネスウェアの1世帯当たり年間購入数量に対する月別の購入数量の割合（二人以上の世帯）

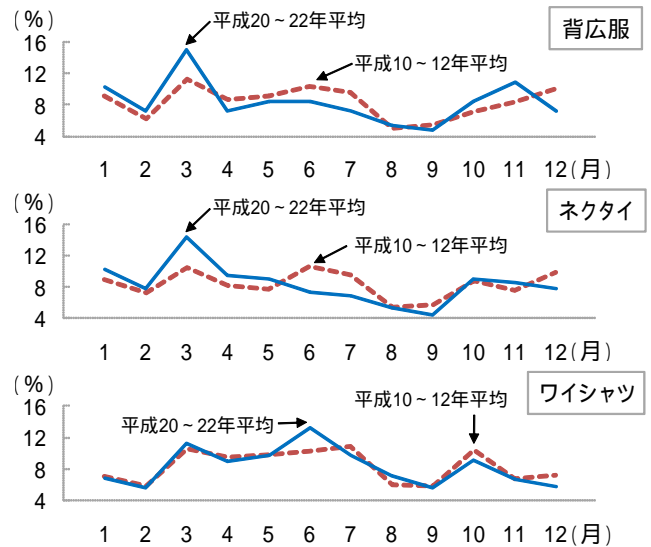


図3 ビジネスウェアの地方別1世帯当たり年間支出金額（平成22年 二人以上の世帯）

