

2016年12月12日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

新生活準備調査2016

**新婚カップルの新生活準備費用は72.3万円で今年の調査から減少。
子どもが欲しい時期の早期化や共働きの増加など
ライフスタイルの変化により新生活に向けた消費行動が変わりつつある。**

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都中央区 代表取締役社長 山口 文洋)が運営するブライダル総研では、新婚カップルの新生活準備状況について詳細に把握するために、「新生活準備調査」を首都圏、東海、関西の3地域で実施しました。ここに、調査結果の要旨をご報告いたします。

＜新生活準備のためにかかった費用と購入率＞・・・P3～5

新生活準備費用が72.3万円で今年の調査から減少。特に、インテリア・家具の購入にかかった費用が減少している

- ▶ 新生活準備費用は72.3万円で、今年の調査から4.2万円減少。
- ▶ インテリア・家具の購入にかかった費用は40.0万円で、今年の調査から3.2万円減少。
- ▶ 家電製品の購入にかかった費用は37.4万円で、今年の調査から7000円増加。

インテリア・家具、家電製品の購入率が減少。特に、インテリア・家具の購入率が減少している

- ▶ インテリア・家具のアイテム別購入率において、今年の調査との差が大きい上位5位は、「ダイニング家具」(-10.6ポイント)、「たんす」(-7.8ポイント)、「来客用の布団」(-7.7ポイント)、「ソファ」(-5.7ポイント)、「カーテン類」(-4.9ポイント)。
- ▶ 家電製品のアイテム別購入率において、今年の調査との差が大きい上位5位は、「照明器具」(-5.6ポイント)、「パソコン」(-3.2ポイント)、「エアコン」(-2.6ポイント)、「カラープリンタ」(-2.5ポイント)、「テレビ」「電子レンジ」「炊飯器」(-2.0ポイント)。

＜一人目の子どもが欲しい時期とインテリア・家具の購入プロセス＞・・・P6・7

結婚1年以内に一人目の子どもが欲しい新婚カップルの割合が年々増加し、4割を超える。結婚当初から家族形態の変化を想定し、結婚のタイミングでの購入を抑える傾向

- ▶ 一人目の子どもが欲しい時期は、「結婚1年以内」が41.0%で、年々増加。
- ▶ インテリア・家具の購入アイテム数は、結婚1年以内に子どもが欲しい人が5.5点、結婚1年より先に子どもが欲しい人が6.4点。
- ▶ 一人目の子どもが欲しい時期別のインテリア・家具の買いそろえ方において、「今後買い足しをする予定」は結婚1年以内に子どもが欲しい人が20.4%、結婚1年より先に子どもが欲しい人が14.3%。
- ▶ 一人目の子どもが欲しい時期別のインテリア・家具を一度に購入しなかった理由において、結婚1年以内に子どもが欲しい人の方が高い上位3位は、「生活してみてもどうしても必要なものだけ買いそろえるつもりだったから」「時間的に一度では買いきれなかったから」「複数店を比較してじっくり選びたかったから」。

＜インテリア・家具の購入手続きの変化と現在の夫婦の働き方＞・・・P8～10

共働きの増加を背景にインテリア・家具を1店舗でまとめ買いするカップルが増加しつつある

- ▶ インテリア・家具を購入する際に利用した店舗数は、「1店舗」が10.9%で、2011年調査以降増加傾向。
- ▶ 現在の夫婦の働き方は、「共働き」の人が63.4%で、2010年調査から10.6ポイント増加。
- ▶ インテリア・家具を購入する際に1店舗で購入する人は、「共働き」の人が70.5%、「どちらか一方が働いている」人が29.5%。
- ▶ 現在の夫婦の働き方別のインテリア・家具の買いそろえ方において、「一度に一通りは買いそろえた」は共働きの人が28.1%、どちらか一方が働いている人が23.9%。

◆ 出版・印刷物へデータを転載する際には、「新生活準備調査2016 リクルートブライダル総研 調べ」と明記いただけますようお願い申し上げます。

◆ 「新生活準備調査2016」の詳細は、弊社『ブライダル総研』サイト(<http://bridal-souken.net/>)より、ダウンロードいただけます。

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】

http://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/

【調査概要】

【調査方法】 郵送法

【調査期間】 2016年6月3日～6月27日

【調査対象】 2015年4月～2016年3月に結婚をした首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)、東海(愛知・岐阜・三重)、関西(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山)の『ゼクシィ』読者、『ゼクシィ(WEBサイト)』会員の中から、地域ごとにランダムサンプリングし調査票を郵送。調査票への記入は妻に依頼。

調査票発送数: 937件 調査票回収数: 477件 回収率: 50.9%

【有効サンプル数】

計427人

[首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉): 239人、東海(愛知・岐阜・三重): 68人、関西(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山): 120人]

【集計対象】 新生活を始めるにあたってインテリア・家具または家電製品を最低1つでも購入した『ゼクシィ』読者、『ゼクシィ(WEBサイト)』会員。

【集計方法】 <地域別>「現在の居住地」で集計。

<全体集計>各地域の婚姻件数(平成26年厚生労働省人口動態調査)に合わせてウェイトバック集計を行い、首都圏・東海・関西地域それぞれの婚姻件数に応じた全体平均(推計値)を算出(各地域の婚姻件数合計は364,640組)。

※本文中で使用している2015年調査以前のデータに関する調査方法、調査対象の範囲は本年と同様、有効サンプル数については下記の通り。

有効サンプル数(人)	調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
	計	1015	980	870	775	464	411
首都圏	376	376	301	341	210	220	
東海	344	309	282	153	82	64	
関西	295	295	287	281	172	127	

【注意点】 図表の構成比(%)は百分率で表示してあります。百分率は小数第二位を四捨五入してあるため、構成比の合計が100%にならない場合があります。また、図表の平均も小数第二位を四捨五入して表示してあります。

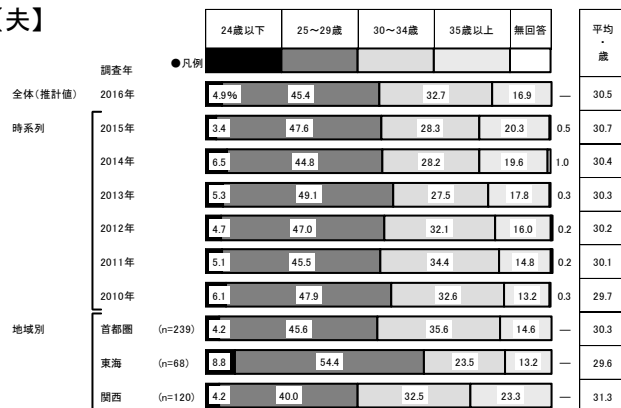
図表中の「-」は回答なし、「0.0」は回答あり(表記の単位に満たない)を示しています。

また、2013年調査まで「新生活準備のためにかかった費用」には、「インテリア・家具」「家電製品」「嫁入り道具としての着物」「嫁入り道具としてのパール」「賃貸費用/敷金・礼金」「引越し」の費用を含んでいましたが、2014年調査からは「インテリア・家具」と「家電製品」の購入費用の合計に変更しました。それに合わせて、2013年調査までの費用も同一条件で再算出しました。

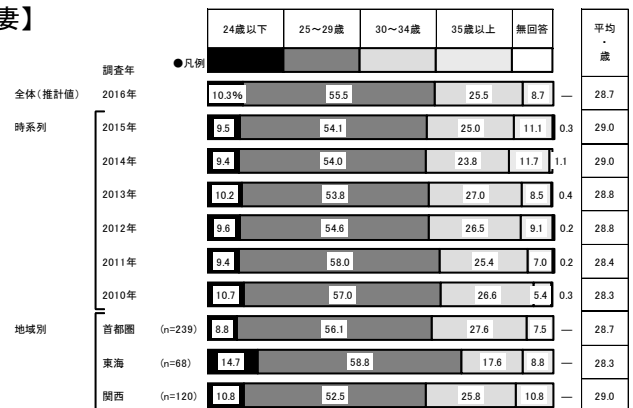
【回答者のプロフィール】

■結婚時の年齢(全体/単一回答)

【夫】



【妻】



■結婚前の居住地(全体/単一回答)

【夫】

調査年	全体	地域別 (%)		
		首都圏 (n=239)	東海 (n=68)	関西 (n=120)
首都圏・計	53.2	95.8	1.5	-
東京	25.7	46.4	-	-
神奈川	13.9	24.7	1.5	-
千葉	5.8	10.5	-	-
埼玉	7.9	14.2	-	-
東海・計	16.7	0.8	97.1	1.7
愛知	11.4	0.8	67.6	-
岐阜	3.1	-	19.1	-
三重	2.1	-	10.3	1.7
関西・計	28.3	1.3	1.5	95.8
大阪	12.1	0.8	-	40.8
兵庫	5.7	0.4	-	19.2
京都	5.7	-	-	20.0
奈良	2.4	-	-	8.3
滋賀	1.4	-	1.5	4.2
和歌山	1.0	-	-	3.3
その他の地域	1.2	1.7	-	0.8
無回答	0.7	0.4	-	1.7

【妻】

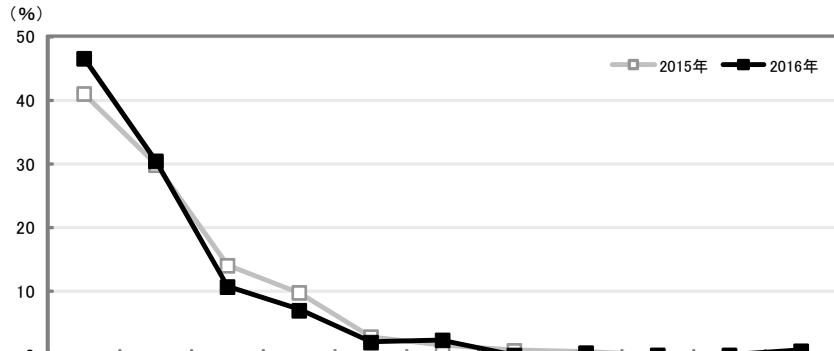
調査年	全体	地域別 (%)		
		首都圏 (n=239)	東海 (n=68)	関西 (n=120)
首都圏・計	49.5	87.9	5.9	-
東京	20.6	36.4	2.9	-
神奈川	11.8	20.9	1.5	-
千葉	6.9	12.6	-	-
埼玉	10.2	18.0	1.5	-
東海・計	15.9	1.3	91.2	1.7
愛知	12.4	1.3	69.1	1.7
岐阜	2.6	-	16.2	-
三重	1.0	-	5.9	-
関西・計	29.4	5.0	2.9	91.7
大阪	12.8	2.1	1.5	40.0
兵庫	7.8	1.7	-	24.2
京都	4.0	0.8	-	12.5
奈良	1.9	-	-	6.7
滋賀	2.6	0.4	1.5	7.5
和歌山	0.2	-	-	0.8
その他の地域	4.4	5.4	-	5.0
無回答	0.7	0.4	-	1.7

■現在の居住地(全体/単一回答)

調査年	全体	地域別 (%)		
		首都圏 (n=239)	東海 (n=68)	関西 (n=120)
首都圏・計	55.3	100.0	-	-
東京	21.3	38.5	-	-
神奈川	15.7	28.5	-	-
千葉	7.9	14.2	-	-
埼玉	10.4	18.8	-	-
東海・計	16.2	-	100.0	-
愛知	12.4	-	76.5	-
岐阜	2.6	-	16.2	-
三重	1.2	-	7.4	-
関西・計	28.5	-	-	100.0
大阪	12.4	-	-	43.3
兵庫	6.4	-	-	22.5
京都	4.8	-	-	16.7
奈良	2.1	-	-	7.5
滋賀	1.9	-	-	6.7
和歌山	1.0	-	-	3.3

新生活準備のためにかかった費用の平均は72.3万円で、昨年の調査から4.2万円減少した。

■新生活準備のためにかかった費用(金額回答者のみ)



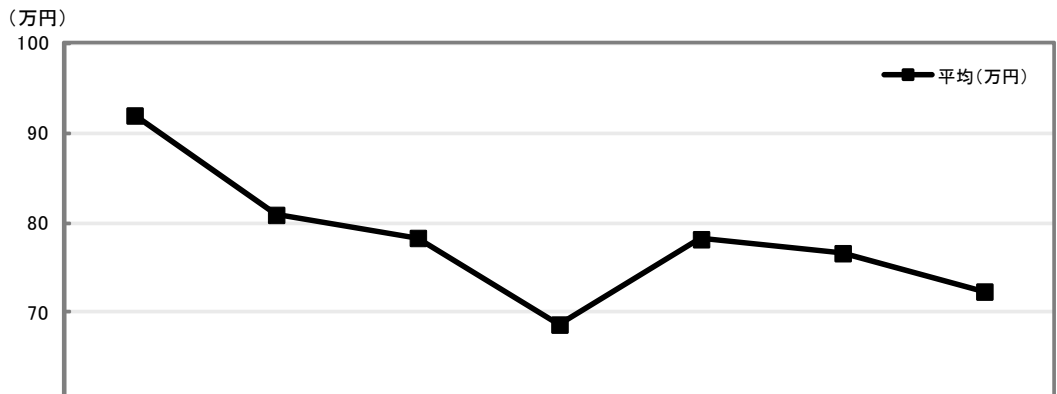
調査年	調査数	50万円未満	50～100万円未満	100～150万円未満	150～200万円未満	200～250万円未満	250～300万円未満	300～350万円未満	350～400万円未満	400～450万円未満	450～500万円未満	500万円以上	平均・万円
		2016年	46.5	30.4	10.7	7.0	2.0	2.4	—	0.3	—	—	0.7
2015年	41.0	29.8	14.1	9.8	2.9	1.4	0.7	0.4	—	—	—	76.5	
2014年	39.9	29.6	17.5	5.5	5.5	0.8	0.5	—	0.3	—	0.3	78.1	
2013年	43.1	34.4	13.6	5.3	2.5	0.8	0.3	—	—	—	—	68.6	
2012年	38.7	33.7	16.6	4.9	3.4	1.5	0.2	0.3	0.5	—	0.3	78.2	
2011年	29.7	38.9	18.3	8.6	3.6	0.1	0.4	0.2	—	—	0.1	80.8	
2010年	27.0	36.8	19.6	8.8	3.2	2.6	1.3	0.3	0.2	—	0.1	91.9	
地域別													
首都圏	169	59.2	25.4	7.1	5.9	1.2	—	—	—	—	—	1.2	58.9
東海	55	41.8	34.5	10.9	9.1	1.8	—	—	1.8	—	—	—	71.9
関西	76	22.4	38.2	18.4	7.9	3.9	9.2	—	—	—	—	—	101.4

※新生活準備のためにかかった費用とは、「インテリア・家具」「家電製品」の購入費用の合計

※「インテリア・家具」「家電製品」のいずれか一方が金額無回答は含まれないため、次ページの「インテリア・家具の購入にかかった費用」

「家電製品の購入にかかった費用」の平均の合計は、「新生活準備のためにかかった費用」とは一致しない

■新生活準備のためにかかった費用の推移(金額回答者のみ)



調査年	平均(万円)
2010年	91.9
2011年	80.8
2012年	78.2
2013年	68.6
2014年	78.1
2015年	76.5
2016年	72.3

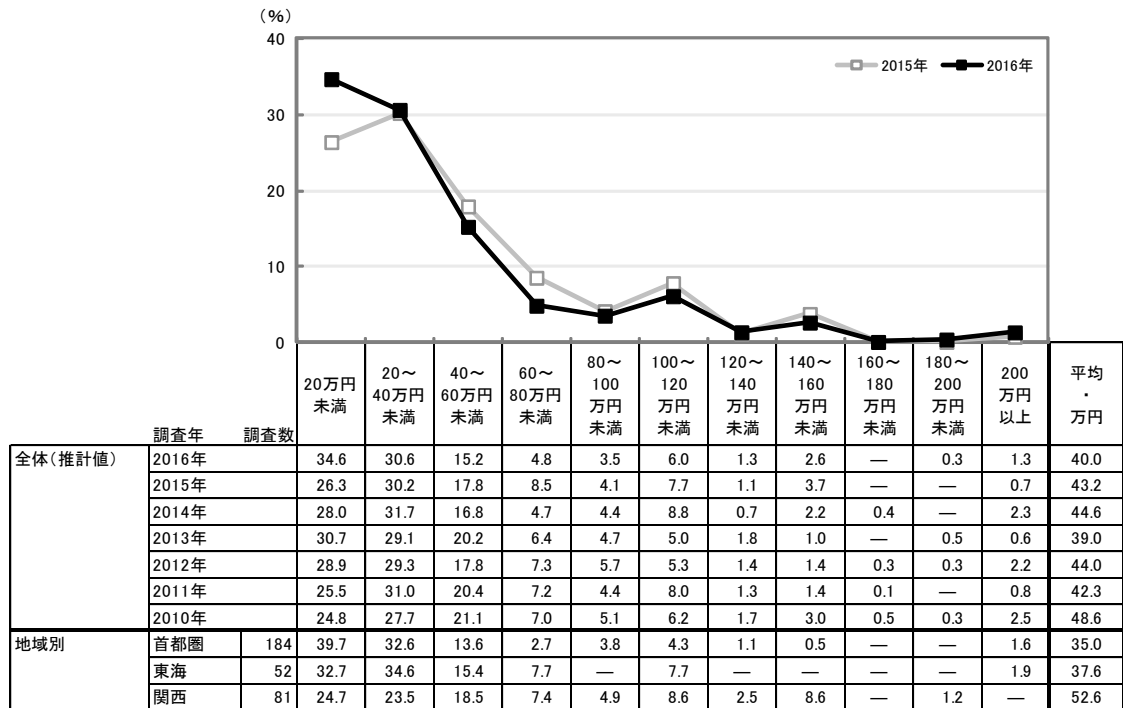
※新生活準備のためにかかった費用とは、「インテリア・家具」「家電製品」の購入費用の合計

※2013年調査まで「新生活準備のためにかかった費用」には、「インテリア・家具」「家電製品」「嫁入り道具としての着物」「嫁入り道具としてのパール」「賃貸費用／敷金・礼金」「引越し」の費用を含んでいましたが、2014年調査からは「インテリア・家具」と「家電製品」の購入費用の合計に変更しました。それに合わせて、2013年調査までの費用も同一条件で再算出しました。

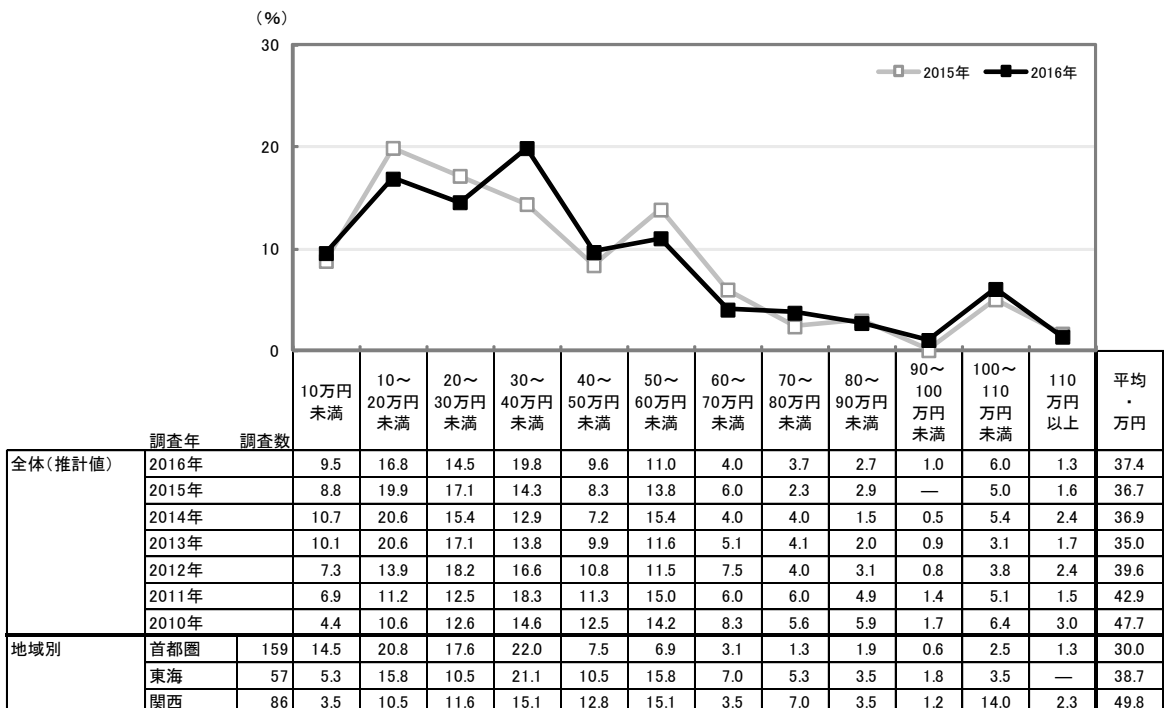
インテリア・家具の購入にかかった費用の平均は40.0万円で、昨年の調査から3.2万円減少した。

家電製品の購入にかかった費用の平均は37.4万円で、昨年の調査から7000円増加した。

■インテリア・家具の購入にかかった費用(インテリア・家具購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



■家電製品の購入にかかった費用(家電製品購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)

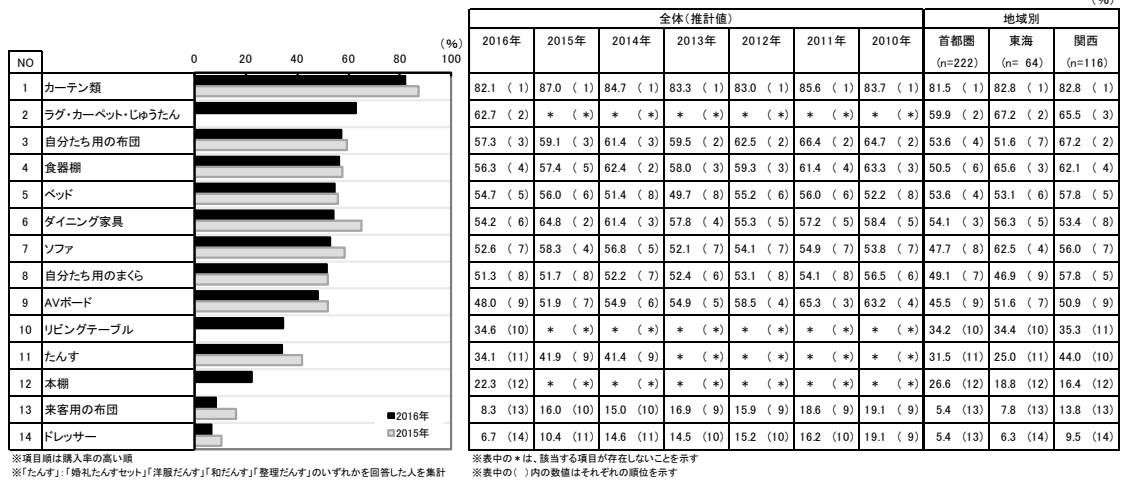


インテリア・家具のアイテム別購入率上位3位は、第1位「カーテン類」(82.1%)、第2位「ラグ・カーペット・じゅうたん」(62.7%)、第3位「自分たち用の布団」(57.3%)。

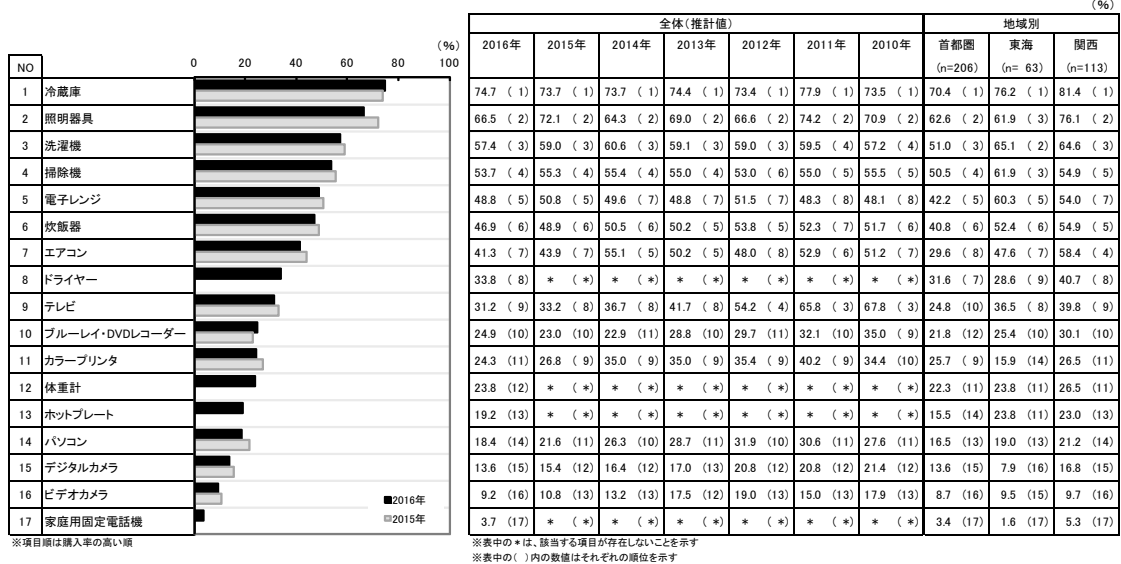
家電製品のアイテム別購入率上位3位は、第1位「冷蔵庫」(74.7%)、第2位「照明器具」(66.5%)、第3位「洗濯機」(57.4%)。

インテリア・家具および家電製品のアイテム別購入率において、昨年の調査との差が大きい上位5位は、「ダイニング家具」(-10.6ポイント)、「たんす」(-7.8ポイント)、「来客用の布団」(-7.7ポイント)、「ソファ」(-5.7ポイント)、「照明器具」(-5.6ポイント)。

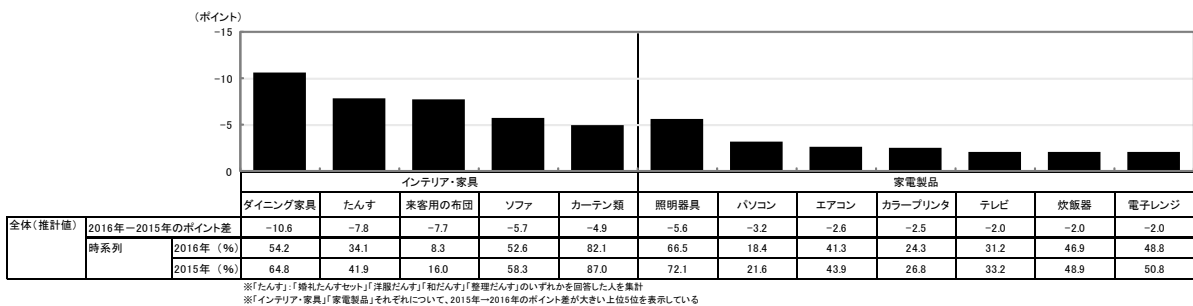
■ インテリア・家具のアイテム別購入率(各インテリア・家具購入者/それぞれ単一回答)



■ 家電製品のアイテム別購入率(各家電製品購入者/それぞれ単一回答)



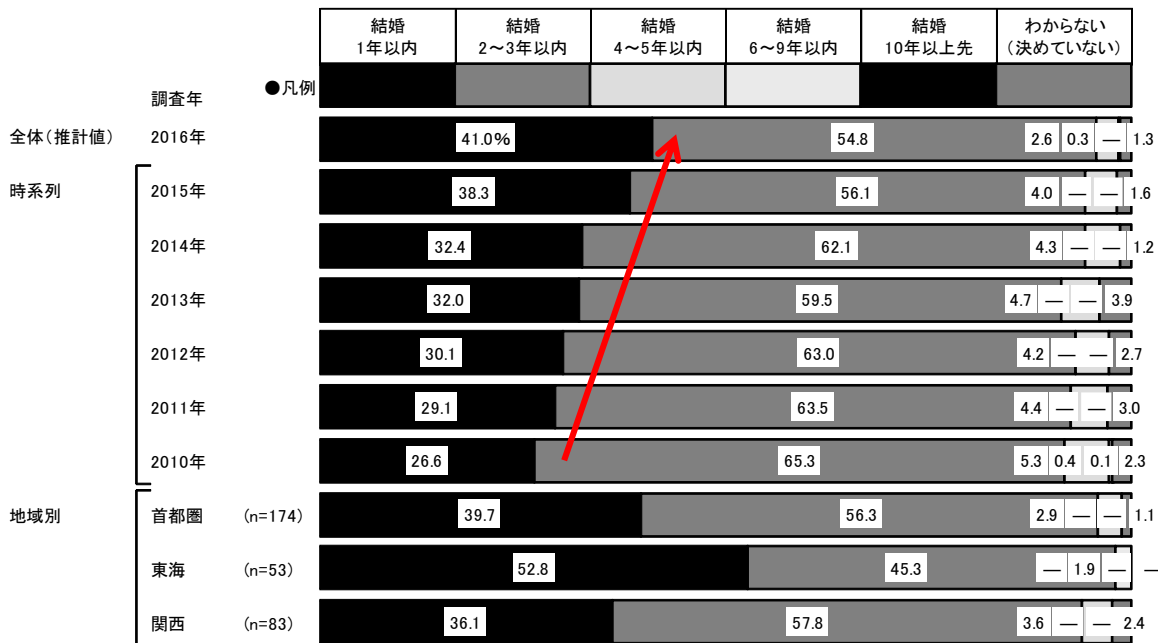
■ インテリア・家具および家電製品のアイテム別購入率の増減【2015年→2016年のポイント差】(各インテリア・家具および各家電製品購入者/それぞれ単一回答)



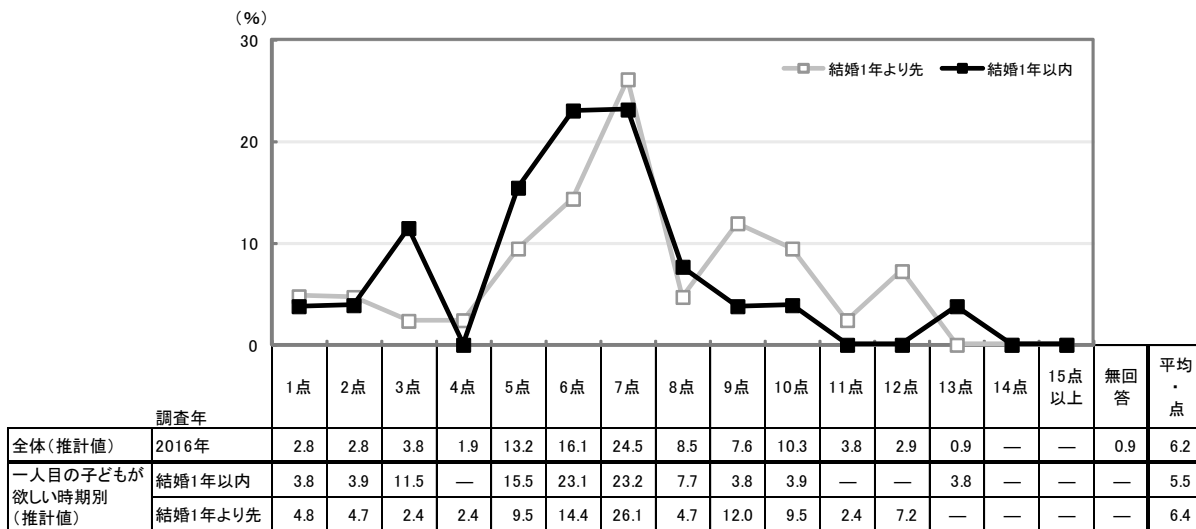
一人目の子どもが欲しい時期は、「結婚1年以内」が41.0%で、年々増加。

インテリア・家具を一度に一通り買いそろえた人の購入アイテム数を一人目の子どもが欲しい時期別にみると、結婚1年以内の人の平均は5.5点、結婚1年より先の人平均は6.4点であった。

■一人目の子どもが欲しい時期(将来子どもが欲しい人/単一回答)



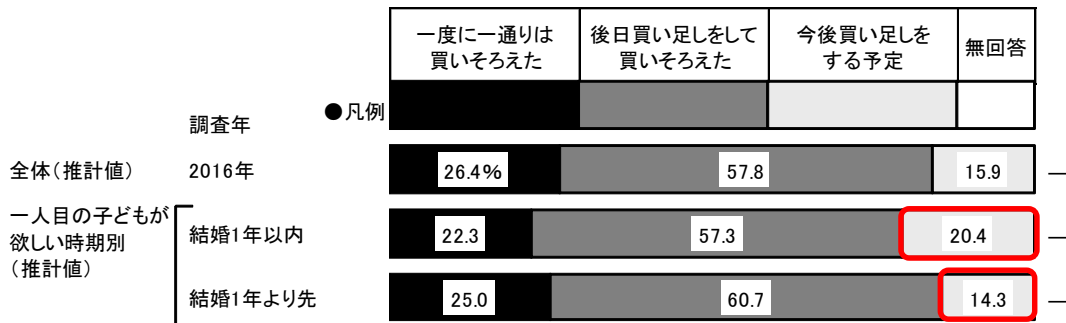
■一人目の子どもが欲しい時期別 インテリア・家具を一度に一通り買いそろえた人の購入アイテム数 (インテリア・家具を一度に一通り買いそろえた人/単一回答)



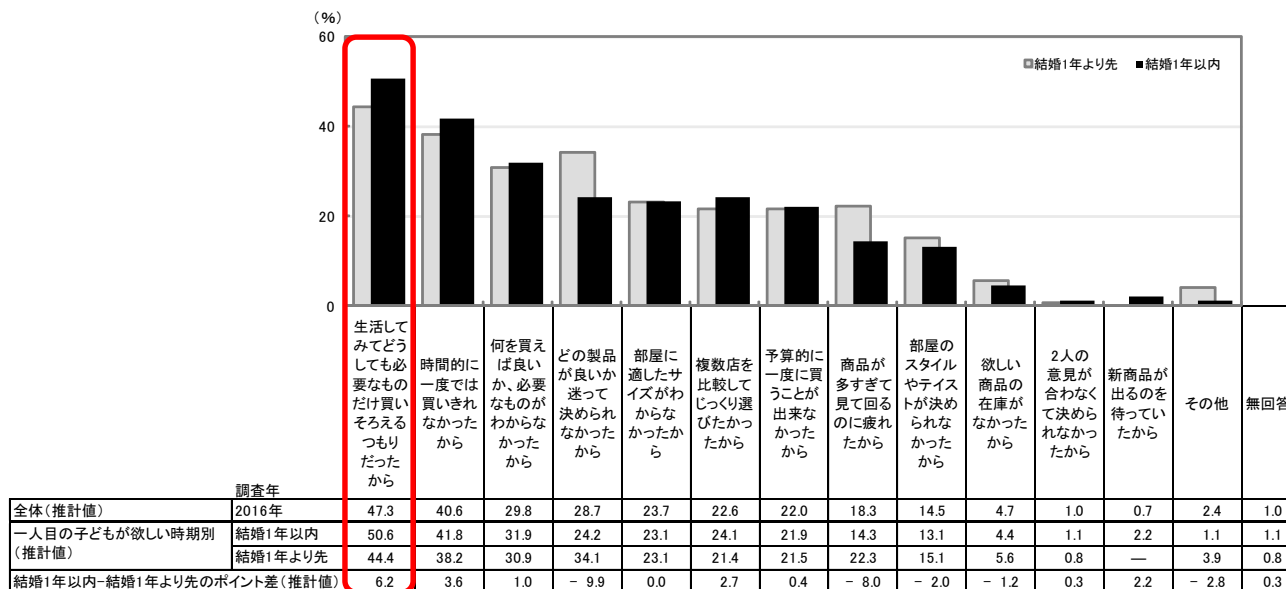
インテリア・家具の買いそろえ方を一人目の子どもが欲しい時期別にみると、「今後買い足しをする予定」は結婚1年以内に子どもが欲しい人が20.4%、結婚1年より先に子どもが欲しい人が14.3%であった。

インテリア・家具を購入する際に一度に買いそろえなかった理由で、結婚1年以内に子どもが欲しい人が結婚1年より先に子どもが欲しい人より高い上位3位は、「生活してみてもどうしても必要なものだけ買いそろえるつもりだったから」「時間的に一度では買いきれなかったから」「複数店を比較してじっくり選びたかったから」であった。

■一人目の子どもが欲しい時期別 インテリア・家具の買いそろえ方(インテリア・家具購入者/単一回答)

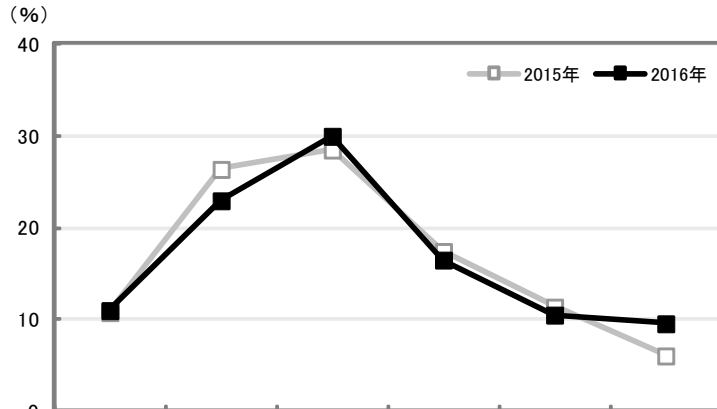


■一人目の子どもが欲しい時期別 インテリア・家具を購入する際に一度に買いそろえなかった理由(後日買い足しをして買いそろえた、または今後買い足しをする予定の人/複数回答)



インテリア・家具を購入する際に利用した店舗数の平均は3.3店舗で、昨年の調査と同程度。「1店舗」で購入した人は10.9%で、2011年調査以降増加傾向。

■ インテリア・家具を購入する際に利用した店舗数（インテリア・家具購入者／単一回答）

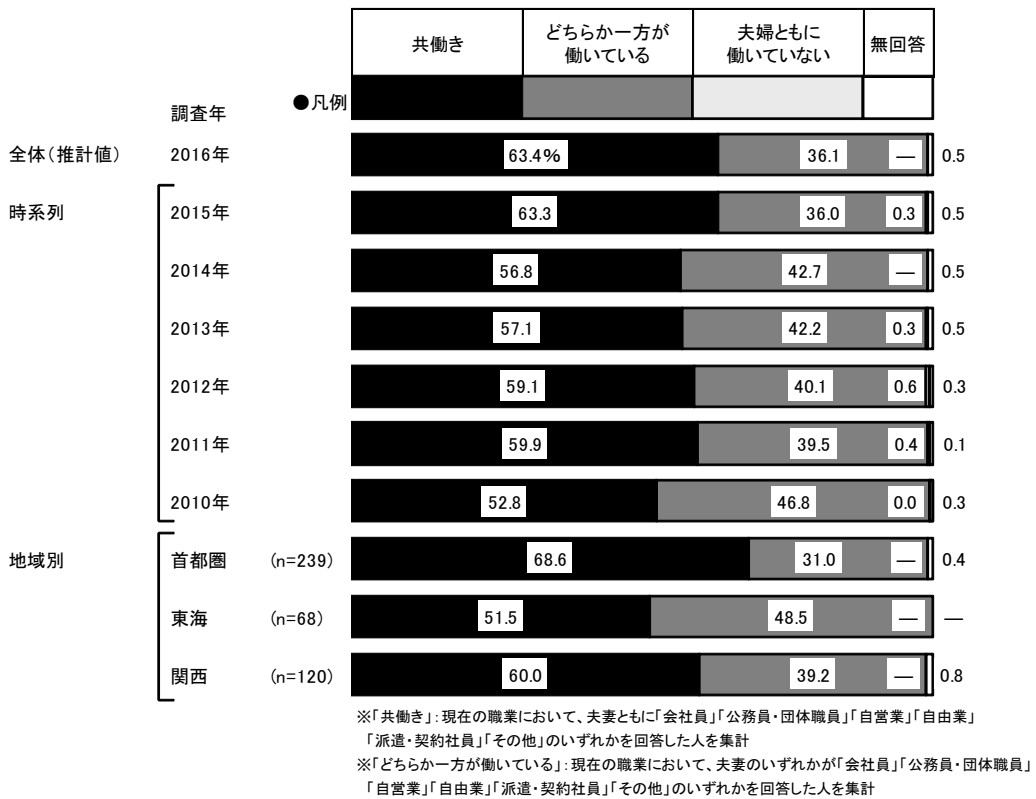


調査年	調査数	店舗数						無回答	平均・店舗	
		1店舗	2店舗	3店舗	4店舗	5店舗	6店舗以上			
全体(推計値)	2016年	10.9	22.9	29.9	16.4	10.4	9.5	—	3.3	
	2015年	10.7	26.3	28.4	17.4	11.3	6.0	—	3.2	
	2014年	6.4	24.1	33.3	18.9	10.7	6.6	—	3.3	
	2013年	5.2	17.0	25.4	21.3	16.7	14.4	—	3.8	
	2012年	5.2	18.1	25.0	22.0	14.0	15.7	—	3.8	
	2011年	4.2	14.1	28.0	25.1	16.2	12.4	—	3.8	
	2010年	4.8	14.9	25.6	24.7	16.7	13.3	—	3.9	
地域別	首都圏	222	13.1	23.9	26.1	16.2	12.2	8.6	—	3.3
	東海	64	6.3	26.6	34.4	15.6	6.3	10.9	—	3.3
	関西	116	9.5	19.0	34.5	17.2	9.5	10.3	—	3.3

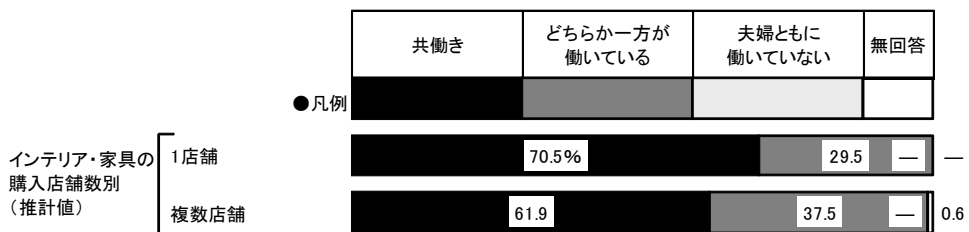
現在の夫婦の働き方は、「共働き」の人が63.4%で、2010年調査から10.6ポイント増加した。

インテリア・家具を購入する際に1店舗で購入する人は、「共働き」の人が70.5%、「どちらか一方が働いている」人が29.5%であった。

■現在の夫婦の働き方(全体/単一回答)



■インテリア・家具の購入店舗数別 現在の夫婦の働き方(全体/単一回答)



インテリア・家具の買いそろえ方を現在の夫婦の働き方別にみると、「一度に一通りは買いそろえた」は共働きの人が28.1%、どちらか一方が働いている人が23.9%であった。

■現在の夫婦の働き方別 インテリア・家具の買いそろえ方(インテリア・家具購入者/単一回答)

