

2011年12月7日

# ゼクシィ 新生活準備調査2011

## 新生活準備のキーワードは“自分たちの”と“現実志向”

新婚カップルは、自分たちにフィットする暮らしを求め新生活を準備。  
しっかりと将来へ備える現実的な一面も。

株式会社リクルート(本社:東京都千代田区 代表取締役社長 兼 CEO: 柏木 斉)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。  
(リクルート ブライダル総研 鈴木直樹)

### < 主な内容 >

【ライフスタイルへの考え方】: “自分たちにふさわしい暮らし”への志向が現れてきている。

- P3 ◆「家でのくつろぎ」「ふたりで過ごす時間を大切にしたい」は依然として高いが、「身の丈にあった暮らしをしたい」が昨年より増加。長い期間で見てもその志向が現れている。
- ◇夫婦のライフスタイルに対する考え方上位3項目の昨年比較
  - 1位 「家ではゆっくりくつろいだ生活をしたい」(10年: 91.5%⇒11年: 91.7%)
  - 2位 「ふたりで過ごす時間をなにより大切にしたい」(10年: 62.2%⇒11年: 62.8%)
  - 3位 「身の丈にあった暮らしがしたい」: 3.7ポイント増加(10年: 48.7%⇒11年: 52.4%)  
→ここ5年で9.6ポイント増加(06年: 42.8%⇒11年52.4%)

【新生活の準備】: 生活をしながら自分たちに合うものを探し、購入する。

- P4・5 ◆インテリア・家具や家電製品の買い揃え方は、「後日買い足しをした」が高く、昨年より増加。生活をしながら自分たちに合うものを後で買い揃えたい志向を反映している。
- ◇インテリア・家具の買い揃え方は、「後日買い足しをして買い揃えた」が60.6%で最も多い(昨年より2.8ポイント増加)。一度に買い揃えない理由は、「生活をして必要なものだけを買って揃える」が50.9%でトップ(昨年より2.9ポイント増加)
  - ◇家電製品の買い揃え方も、「後日買い足しをして買い揃えた」が46.6%で最も多い(昨年より2.8ポイント増加)。一度に買い揃えない理由は、「生活をして必要なものがわかったから」が57.4%でトップ(昨年より2.0ポイント増加)

【将来への行動】: 結婚を機に、自分たちの暮らしを見つめ、将来に備える現実的な志向がうかがえる。

- P6 ◆結婚を機に新たに貯蓄をするカップルは約6割。将来への備えとして貯蓄をするカップルが増え、具体的な消費行動のための貯蓄が減少傾向にある。
- ◇結婚を機に「新たに貯蓄を始めた」カップル58.1%
  - ◇貯蓄を始めた目的は、「将来への備え」が昨年より5.7ポイント増加(77.0%)に対し、「住宅購入資金」が昨年より2.2ポイント減少(38.0%)、「レジャー費用」が昨年より2.1ポイント減少(16.5%)、「車購入」が昨年より1.9ポイント減少(10.4%)と、具体的な消費行動のための貯蓄が減少傾向にある一方で、「将来への備え」が増加した。
- P7 ◆結婚を機に新たに保険へ加入するカップルが昨年より増加。
- ◇結婚を機に、夫が生命保険に「新規加入した」人は昨年より4.7ポイント増加(30.0%)、妻が生命保険に「新規加入した」人は昨年より1.4ポイント増加(27.6%)。

◆出版・印刷物へデータを転載する際には、“新生活準備調査2011 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2011」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。

【本件に関するお問い合わせ先】  
[https://www.recruit.jp/form/inquiry\\_press.php](https://www.recruit.jp/form/inquiry_press.php)

### 【調査概要】

【調査方法】 郵送法

【調査期間】 2011年5月20日～6月10日

【調査対象】 2010年4月～2011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』、『ゼクシィインテリア』読者の中から、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: 2,242件 調査票回収数: 1,117件 回収率: 49.8%

【集計サンプル数】

計980人〔首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉): 376人、東海(愛知・岐阜・三重): 309人、関西(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山): 295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』、『ゼクシィインテリア』読者。

【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21年厚生労働省人口動態調査)に合わせてウエ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401,325組)。

※本文中で使用している2010年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、集計サンプル数については下記の通りです。

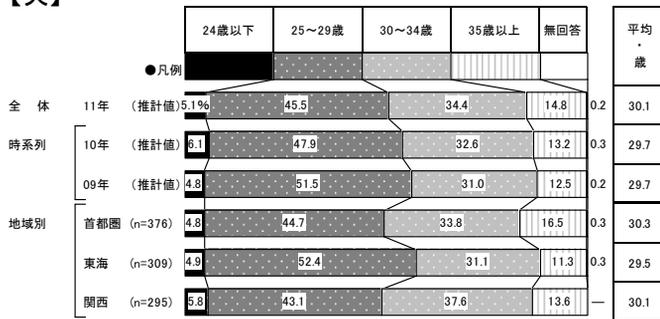
(人)

	集計サンプル数			
	計	首都圏	東海	関西
2010年調査	1015	376	344	295
2009年調査	881	312	263	306

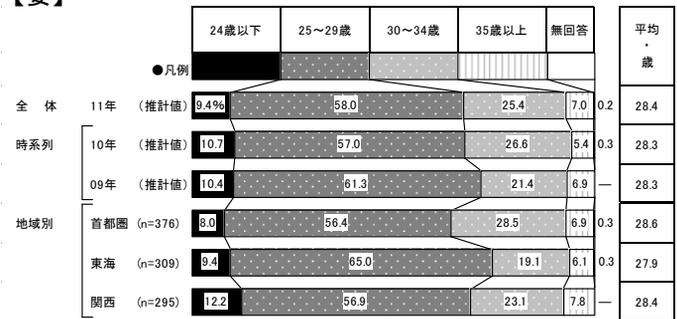
### 【回答者のプロフィール】

#### ■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】

	居住地 (%)			
	全体 (11年推計値)	首都圏 (n=376)	東海 (n=309)	関西 (n=295)
首都圏・計	52.2	93.6	1.3	1.4
東京	25.7	46.0	0.3	1.0
神奈川	12.2	21.8	1.0	—
千葉	6.7	12.2	—	—
埼玉	7.6	13.6	—	0.3
東海・計	16.5	1.3	96.1	—
愛知	12.0	1.3	68.6	—
岐阜	2.3	—	13.9	—
三重	2.2	—	13.6	—
関西・計	28.3	1.1	0.3	96.9
大阪	12.9	0.3	—	44.7
兵庫	8.7	0.5	—	29.5
京都	3.0	—	0.3	10.2
奈良	1.2	—	—	4.1
滋賀	2.0	0.3	—	6.4
和歌山	0.6	—	—	2.0
その他の地域	2.3	2.9	1.9	1.4
無回答	0.7	1.1	0.3	0.3

【妻】

	居住地 (%)			
	全体 (11年推計値)	首都圏 (n=376)	東海 (n=309)	関西 (n=295)
首都圏・計	49.3	86.4	4.2	3.4
東京	22.9	39.9	2.3	2.0
神奈川	12.4	21.8	0.6	1.0
千葉	6.8	12.2	0.3	—
埼玉	7.1	12.5	1.0	0.3
東海・計	15.5	2.4	85.4	0.7
愛知	10.6	1.9	57.6	0.3
岐阜	2.5	0.3	14.6	—
三重	2.4	0.3	13.3	0.3
関西・計	29.2	4.0	5.8	91.5
大阪	15.8	1.9	1.9	50.8
兵庫	7.5	1.1	0.3	24.1
京都	3.2	0.5	2.3	8.8
奈良	1.0	—	1.0	3.1
滋賀	1.2	0.5	—	3.1
和歌山	0.5	—	0.3	1.7
その他の地域	5.2	6.1	4.2	4.1
無回答	0.7	1.1	0.3	0.3

#### ■現在の居住地(全体/単一回答)

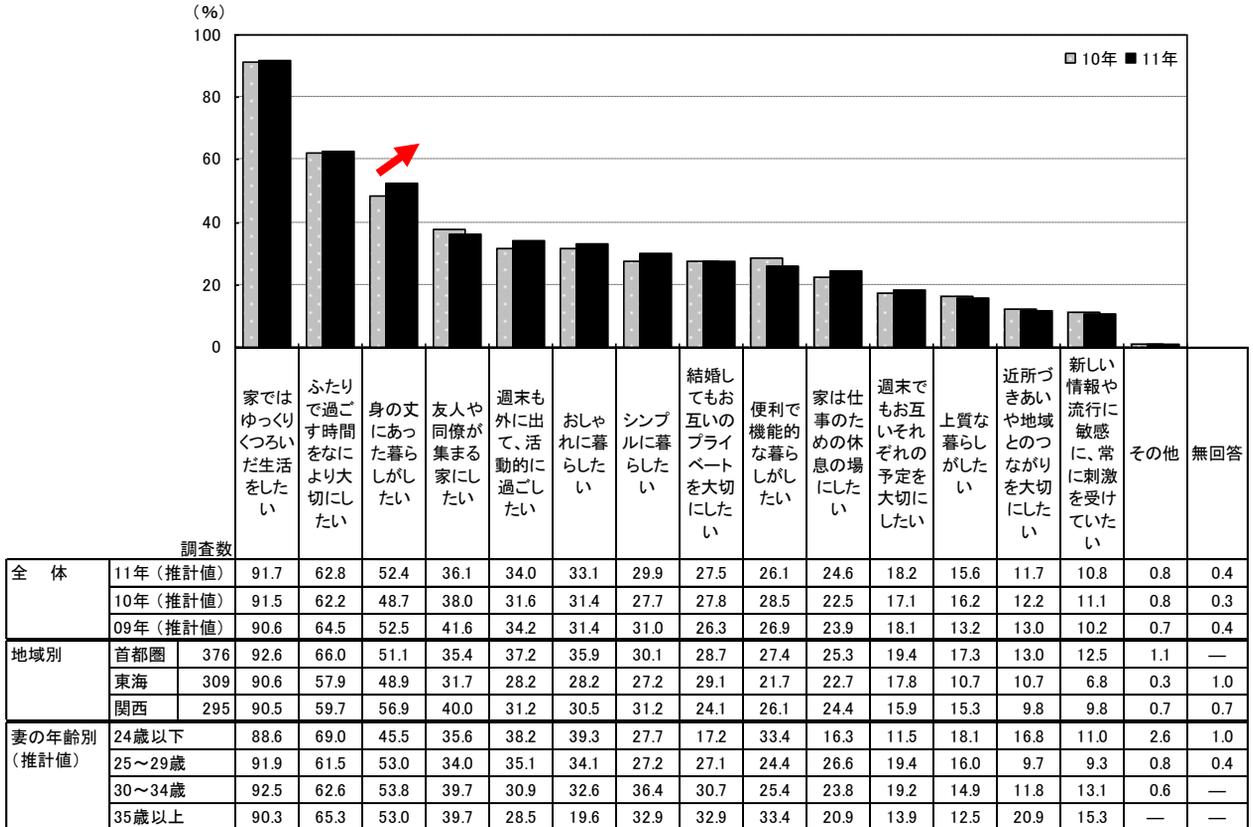
	居住地 (%)			
	全体 (11年推計値)	首都圏 (n=376)	東海 (n=309)	関西 (n=295)
首都圏・計	55.1	100.0	—	—
東京	22.9	41.5	—	—
神奈川	14.7	26.6	—	—
千葉	8.2	14.9	—	—
埼玉	9.4	17.0	—	—
東海・計	16.4	—	100.0	—
愛知	11.7	—	71.5	—
岐阜	2.3	—	13.9	—
三重	2.4	—	14.6	—
関西・計	28.5	—	—	100.0
大阪	13.6	—	—	47.8
兵庫	8.4	—	—	29.5
京都	2.7	—	—	9.5
奈良	1.1	—	—	3.7
滋賀	2.0	—	—	7.1
和歌山	0.7	—	—	2.4

## 夫婦のライフスタイルに対する考え方

夫婦のライフスタイルに対する考え方トップ3は、1位「家ではゆっくりくつろいだ生活をしたい」(91.7%)、2位「ふたりで過ごす時間をなにより大切にしたい」(62.8%)、3位「身の丈にあった暮らしがしたい」(52.4%)であった。「身の丈にあった暮らしがしたい」は、昨年より3.7ポイント増加している。

06年と11年の増減差は、「身の丈にあった暮らしがしたい」が最も大きく、5年間で9.6ポイント増加している。

### ■夫婦のライフスタイルに対する考え方(全体/複数回答)



### ■夫婦のライフスタイルに対する考え方の推移(06年と11年の増減差ランキング)

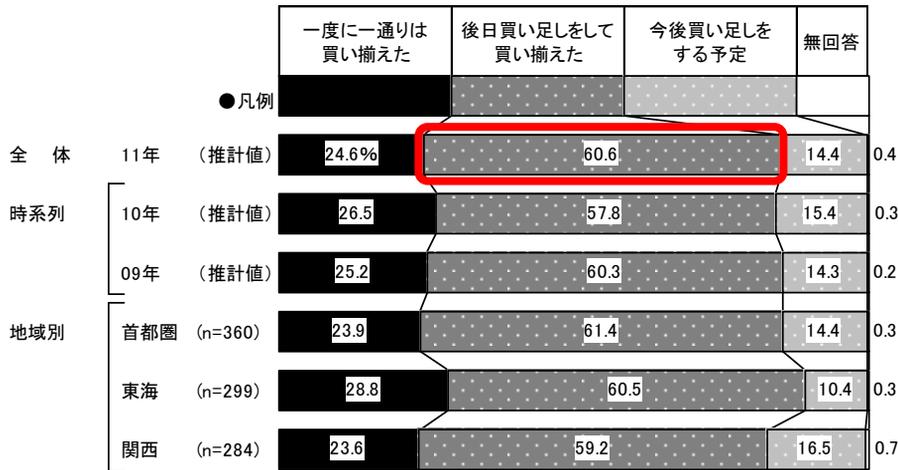
	06年と11年の増減差ポイント	11年(推計値)	10年(推計値)	09年(推計値)	08年(推計値) ※参考	07年(推計値) ※参考	06年(推計値) ※参考
1	9.6	52.4	48.7	52.5	46.8	45.8	42.8
2	5.2	18.2	17.1	18.1	15.1	12.8	13.0
3	3.0	27.5	27.8	26.3	26.5	24.8	24.5
4	2.6	91.7	91.5	90.6	90.4	88.5	89.1
5	1.8	24.6	22.5	23.9	21.4	20.3	22.8
6	0.6	33.1	31.4	31.4	25.5	29.8	32.5
6	0.6	26.1	28.5	26.9	27.8	21.0	25.5
8	- 1.0	34.0	31.6	34.2	31.2	31.4	35.0
9	- 1.2	11.7	12.2	13.0	11.7	13.1	12.9
10	- 1.3	29.9	27.7	31.0	31.4	29.7	31.2
11	- 1.5	15.6	16.2	13.2	15.5	14.2	17.1
12	- 2.1	62.8	62.2	64.5	64.3	68.6	64.9
13	- 2.6	36.1	38.0	41.6	37.9	38.5	38.7
14	- 5.1	10.8	11.1	10.2	10.5	10.3	15.9

※「06年と11年の増減差・ポイント」は、11年の割合から06年の割合を引いて算出  
 ※08年以前は各サンプルをそのまま積み上げて算出した単純平均を全体値としているが、今回の比較にあたり09年以降と同様の方法で新たに「(推計値)」を参考として算出した。  
 ※08年以前の調査方法、調査対象者は本年と同様、集計サンプル数は、以下の通り  
 08年: 計900人(首都圏、東海、関西 各300人)  
 07年: 計1050人(首都圏、東海、関西 各350人)  
 06年: 計1010人(首都圏324人、東海349人、関西337人)

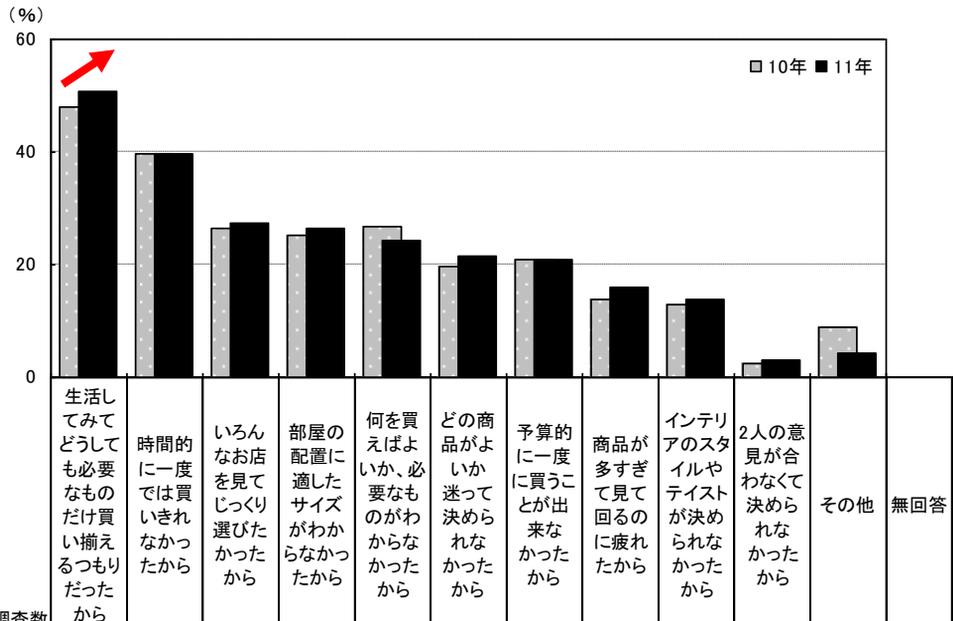
インテリア・家具の買い揃え方は、「後日買い足しをして買い揃えた」が60.6%で最も高い。

インテリア・家具を一度に買い揃えなかった理由トップ3は、1位「生活してみてどうしても必要なものだけ買い揃えるつもりだったから」(50.9%)、2位「時間的に一度では買いきれなかったから」(39.7%)、3位「いろんなお店を見てじっくり選びたかったから」(27.5%)であった。

### ■インテリア・家具の買い揃え方(インテリア・家具購入者/単一回答)



### ■インテリア・家具を購入する際に一度に買い揃えなかった理由(後日買い足しをして買い揃えた、または今後買い足しをする予定の人/複数回答)

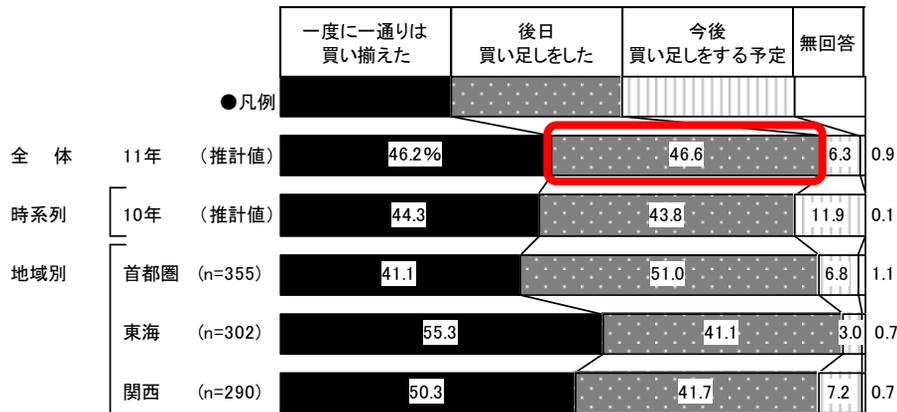


調査数	理由													
	生活してみてどうしても必要なものだけ買い揃えるつもりだったから	時間的に一度では買いきれなかったから	いろんなお店を見てじっくり選びたかったから	部屋の配置に適したサイズがなかったから	何を買いえばよいか、必要なものがわからなかったから	どの商品がよいか迷って決められなかったから	予算的に一度に買うことが出来なかったから	商品が多すぎて見て回るのが疲れたから	インテリアのスタイルやテイストが決められなかったから	2人の意見が合わなくて決められなかったから	その他	無回答		
全体	11年 (推計値)	50.9	39.7	27.5	26.6	24.3	21.5	20.9	15.9	14.0	3.2	4.3	0.4	
	10年 (推計値)	48.0	39.7	26.5	25.1	26.8	19.8	20.8	13.9	12.8	2.5	9.0	1.2	
	09年 (推計値)	49.3	41.1	33.7	22.0	28.8	23.4	19.6	16.3	11.3	2.3	6.7	1.0	
地域別	首都圏	273	52.7	41.0	27.5	27.8	23.4	20.9	22.3	17.6	13.6	3.7	3.3	0.4
	東海	212	45.3	36.3	25.9	25.0	27.8	18.9	14.2	11.8	11.3	2.4	9.0	0.5
	関西	215	50.2	39.1	28.4	25.1	24.2	24.2	21.9	14.9	16.3	2.8	3.7	0.5

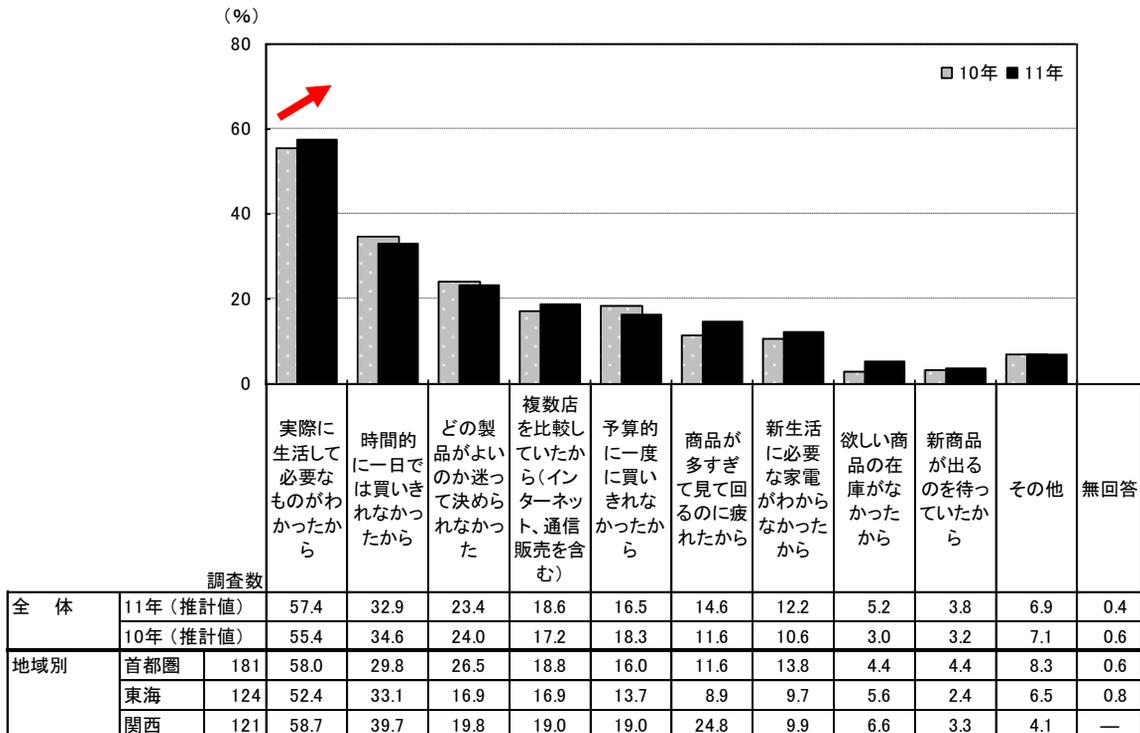
家電製品の買い揃え方は、「後日買い足しをした」が46.6%で最も高い。

家電製品を一度に買い揃えなかった理由トップ3は、1位「実際に生活して必要なものがわかったから」(57.4%)、2位「時間的に一日では買いきれなかったから」(32.9%)、3位「どの製品がよいのか迷って決められなかった」(23.4%)であった。「必要になった時点で買い足しをしていきたい」という志向がうかがえる。

■家電製品の買い揃え方(家電製品購入者/単一回答)



■家電製品を購入する際に一度に買い揃えなかった理由(後日買い足しをした人/複数回答)

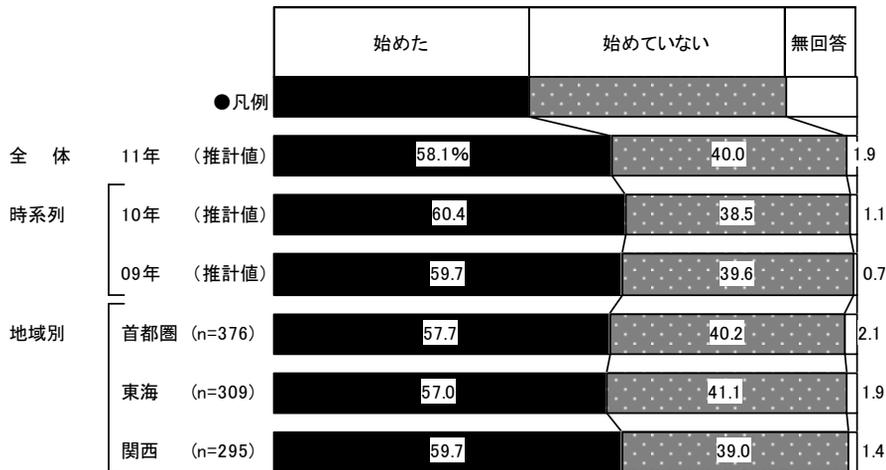


結婚を機に、新たな貯蓄を「始めた」人は58.1%であった。

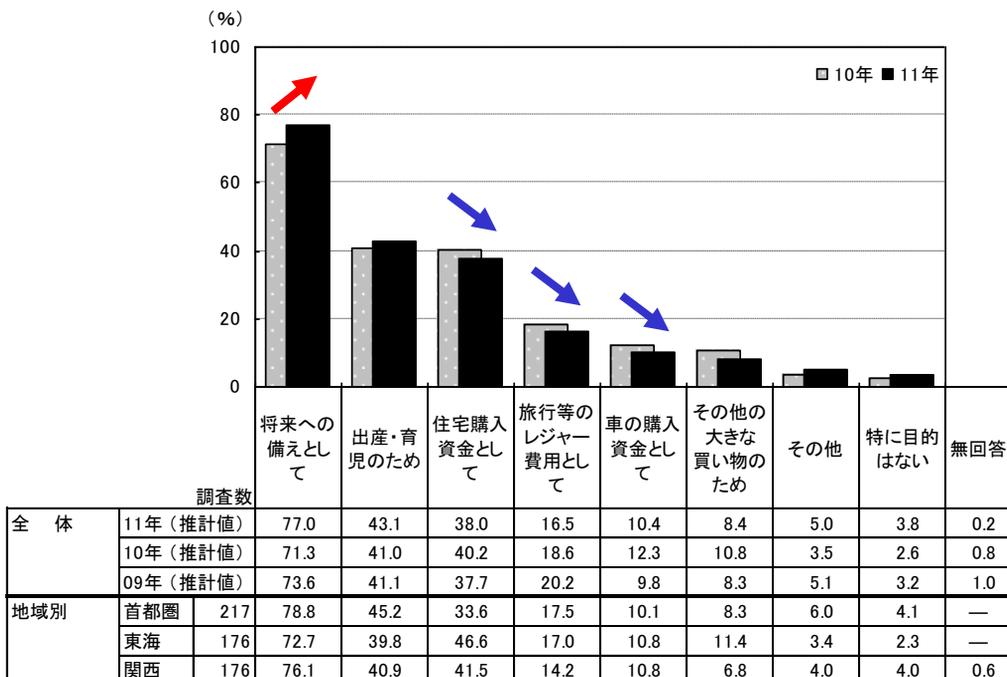
貯蓄を始めた目的トップ3は、1位「将来への備えとして」(77.0%)、2位「出産・育児のため」(43.1%)、3位「住宅購入資金として」(38.0%)であった。

「将来への備えとして」は昨年より5.7ポイント増加している。一方、「住宅購入資金として」「旅行等のレジャー費用として」「車の購入資金として」は昨年より減少傾向にある。

### ■結婚を機とした新たな貯蓄の開始状況(全体／単一回答)

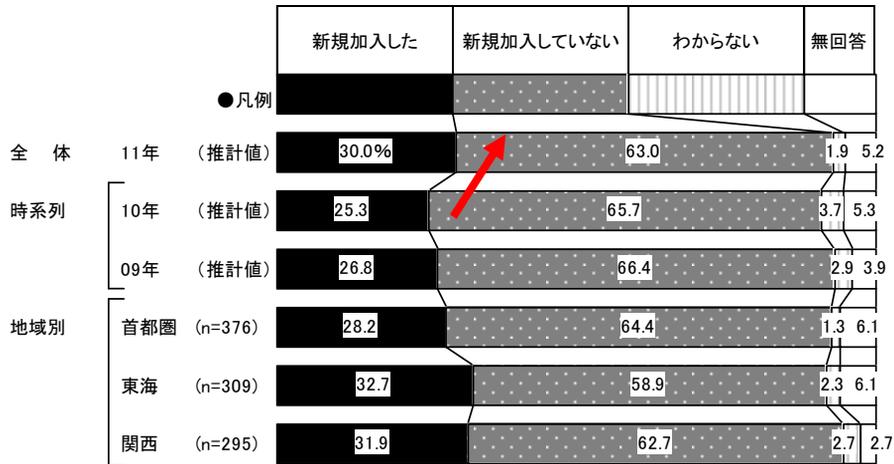


### ■貯蓄を始めた目的(結婚を機に貯蓄を始めた人／複数回答)

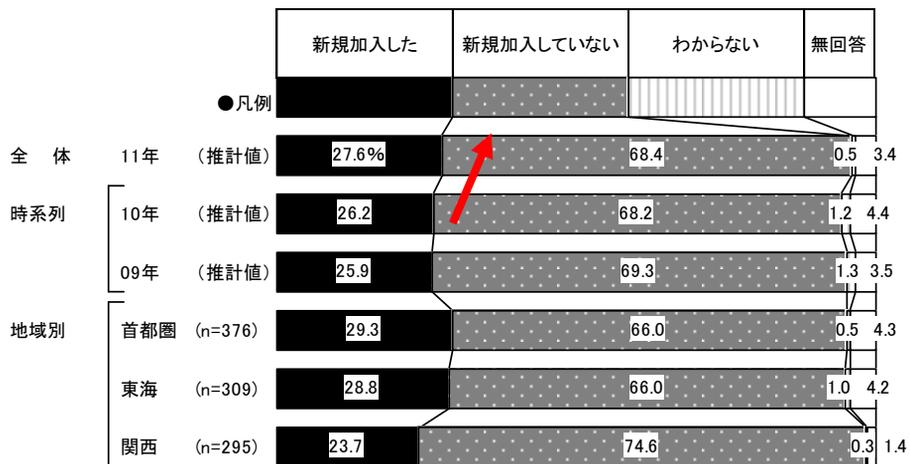


結婚を機に、夫が生命保険に新規加入した人は30.0%、妻が生命保険に新規加入した人は27.6%であった。夫と妻ともに、生命保険に新規加入した人の割合は、昨年より増加している。

■結婚を機に新規加入した生命保険の有無(全体/単一回答)  
【夫】



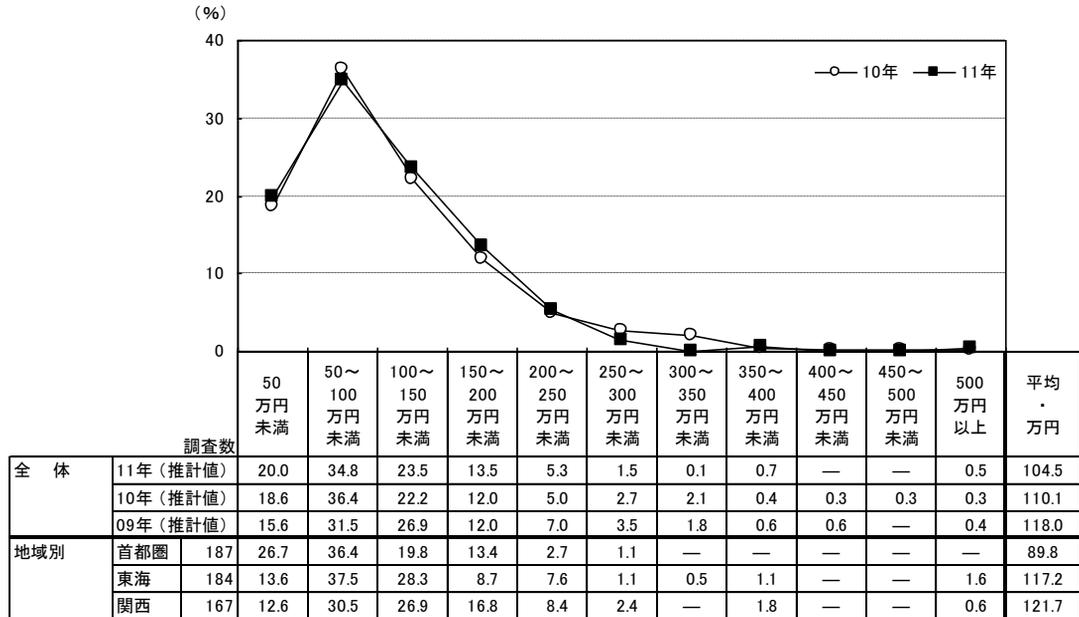
■結婚を機に新規加入した生命保険の有無(全体/単一回答)  
【妻】



## 【参考】新生活準備のためにかかった費用

新生活準備のためにかかった費用の平均は、104.5万円で、昨年調査より5.6万円(5.1%)減少した。地域別の平均費用は、首都圏が89.8万円、東海が117.2万円、関西が121.7万円となった。

### ■新生活準備のためにかかった費用(金額回答者のみ)



※「家・マンションの購入費用/頭金」は平均金額に大きく影響するため、新生活準備費用からは除外している

### ▼新生活準備のためにかかった費用

	全体	時系列			地域別								
		11年(推計値)	10年(推計値)	09年(推計値)	首都圏			東海			関西		
		平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	
新生活準備のためにかかった費用 総額	104.5	110.1	118.0	89.8	99.4	106.0	117.2	125.0	129.1	121.7	123.2	134.9	

項目別平均額	全体	時系列			地域別								
		11年(推計値)	10年(推計値)	09年(推計値)	首都圏			東海			関西		
		平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	平均(万円)	
*1 インテリア・家具の購入総額	42.3	48.6	49.2	37.9	44.9	42.3	50.2	54.3	55.8	45.6	53.0	58.1	
家電製品の購入総額	42.9	47.7	49.1	35.6	41.0	41.5	49.1	52.9	53.3	51.5	58.0	59.9	
嫁入り道具としての着物の購入総額 *2	89.5	96.2	79.8	65.6	72.0	83.9	92.8	82.4	85.6	102.5	120.4	71.3	
嫁入り道具としてのパールの購入総額 *2	27.4	21.0	30.5	23.6	12.3	26.1	33.6	28.5	20.0	28.9	24.8	41.4	
賃貸費用/敷金・礼金 *3	28.3	27.9	30.4	29.4	28.6	29.4	22.0	25.2	28.8	30.3	28.2	33.3	
引越し費用 *4	6.1	6.6	7.1	5.8	6.9	7.2	6.0	5.7	8.2	6.7	6.0	6.2	

注 \*1:「新生活準備のためにかかった費用 総額」の算出時に用いた各項目の平均金額を掲載しているが、これは各項目に費用が発生した人の平均金額であり、各項目の平均金額の合計は、「新生活準備のためにかかった費用 総額」とは一致しない

注 \*2: 少ないサンプル数から平均額を算出しているため、参考値としてみる必要がある

注 \*3:「敷金・礼金」は、社宅を除く賃貸住宅居住者ベース

注 \*4:「引越し費用」は、引越し業者を利用した人ベース