

ゼクシィ新生活準備調査 **2016**

2016年11月

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ

ゼクシィ

目次

調査概要	5
回答者のプロフィール	6
1. 結婚資金としての夫婦の貯金	17
2. 親・親族からの援助	23
1) インテリア・家具・家電製品購入費用に対する親・親族からの援助	23
2) 新居準備費用に対する親・親族からの援助	25
3) クルマ購入費用に対する親・親族からの援助	27
4) 新生活を始めるにあたっての親・親族からの援助	28
3. 結婚費用	29
1) 新生活準備のためにかかった費用	32
4. 結婚及び新生活準備に関するスケジュール	34

第1章 新居について 37

1. 親との同居状況	38
1) 親との同居状況	38
2) 一緒に住む前の親との同居状況	39
2. 一緒に住み始めた時期	40
1) 一緒に住み始めたタイミング	40
2) 結婚を機とした住み替え状況	41
3. 新居の概要	42
1) 新居の形態	42
2) 新居の間取り	43
4. 新居を検討する際の重視点	44
1) 新居の場所を決定する際の重視点	44
2) 物件を決定する際の重視点	45
5. 新居の検討時期と入居のスケジュール	46
1) 新居の検討行動	46
2) 新居に住み始めた時期	48
6. 新居のための準備費用	49
1) 新居の購入額	49
2) 賃貸費用／敷金・礼金	51
7. 引越し費用	52
1) 引越し事業者の利用状況	52
2) 引越しにかかった費用	53
8. 今後の住居の購入予定	54
1) 住居の購入予定	54
2) 住居の購入予定時期	55

第2章 インテリア・家具の購入実態 57

1. インテリア・家具の購入の有無	58
2. インテリア・家具の購入方法	59
3. インテリア・家具の購入店舗	61
4. インテリア・家具の購入費用	65
5. インテリア・家具の購入スケジュール	66
6. インテリア・家具を購入する際に利用した情報源	68
7. インテリア・家具のアイテム別購入率・購入費用	69
8. インテリア・家具を選択する際の重視点	72
9. インテリア・家具を購入する際の考え方	73
10. インテリア・家具の今後の買い足し予定	74

第3章 インテリア・家具のアイテム別購入実態 77

1. ソファ	78
1) ソファの購入の有無	78
2) 購入したソファの総額	79
2. ベッド	80
1) ベッドの購入の有無	80
2) 購入したベッドの内容	81
3) 購入したベッドの総額	83
3. 自分たち用の布団	84
1) 自分たち用の布団の購入の有無	84
2) 購入した自分たち用の布団の総額	85
3) 自分たち用の羽毛布団の購入の有無	86
4) 購入した自分たち用の羽毛布団の総額	87
4. 来客用の布団	88
1) 来客用の布団の購入の有無	88
2) 購入した来客用の布団の総額	89

5. 自分たち用のまくら	90
1) 自分たち用のまくらの購入の有無	90
2) 購入した自分たち用のまくらの総額	91
6. たんす	92
1) たんすの購入状況	92
2) 購入したたんすの総額	93
3) 購入した整理たんす(チェスト)の総額	94
7. ドレッサー	95
1) ドレッサーの購入の有無	95
2) 購入したドレッサーの価格	96
8. ダイニング家具	97
1) ダイニング家具の購入の有無	97
2) 購入したダイニング家具の総額	98
9. リビングテーブル	99
1) リビングテーブルの購入の有無	99
2) 購入したリビングテーブルの総額	100
10. 食器棚	101
1) 食器棚の購入の有無	101
2) 購入した食器棚の総額	102
11. 本棚	103
1) 本棚の購入の有無	103
2) 購入した本棚の総額	104
12. AV ボード	105
1) AV ボードの購入の有無	105
2) 購入した AV ボードの総額	106
13. カーテン類	107
1) カーテン類の購入の有無	107
2) 購入したカーテン類の総額	108
14. ラグ・カーペット・じゅうたん	109
1) ラグ・カーペット・じゅうたんの購入の有無	109
2) 購入したラグ・カーペット・じゅうたんの総額	110

第4章 家電製品の購入実態 111

1. 家電製品の購入の有無	112
2. 家電製品の購入方法	113
3. 家電製品の購入店舗	115
4. 家電製品の購入費用	119
5. 家電製品の購入スケジュール	120
6. 家電製品を購入する際に利用した情報源	122
7. 家電製品のアイテム別購入率・購入価格・メーカー一覧	123
8. 家電製品を選択する際の重視点	128
9. 家電製品を購入する際の考え方	129
10. 家電製品の今後の買い足し予定	130

第5章 家電製品のアイテム別購入実態 133

1. 冷蔵庫	134
1) 冷蔵庫の購入の有無	134
2) 購入した冷蔵庫のメーカー	135
3) 購入した冷蔵庫の価格	136
2. 洗濯機	137
1) 洗濯機の購入の有無	137
2) 購入した洗濯機のメーカー	138
3) 購入した洗濯機の価格	139
3. 掃除機	140
1) 掃除機の購入の有無	140
2) 購入した掃除機のメーカー	141
3) 購入した掃除機の価格	142
4. 炊飯器	143
1) 炊飯器の購入の有無	143
2) 購入した炊飯器のメーカー	144
3) 購入した炊飯器の価格	145
5. 電子レンジ	146
1) 電子レンジの購入の有無	146
2) 購入した電子レンジのメーカー	147
3) 購入した電子レンジの価格	148
6. 照明器具	149
1) 照明器具の購入の有無	149
2) 購入した照明器具の総額	150

7. エアコン	151
1) エアコンの購入の有無	151
2) 購入したエアコンのメーカー	152
3) 購入したエアコン1台の価格	153
8. 体重計	154
1) 体重計の購入の有無	154
2) 購入した体重計のメーカー	155
3) 購入した体重計1台の価格	156
9. ドライヤー	157
1) ドライヤーの購入の有無	157
2) 購入したドライヤーのメーカー	158
3) 購入したドライヤー1台の価格	159
10. ホットプレート	160
1) ホットプレートの購入の有無	160
2) 購入したホットプレートのメーカー	161
3) 購入したホットプレート1台の価格	162
11. その他の家電製品	163

第6章 AV家電・マルチメディア家電のアイテム別購入実態 165

1. テレビ	166
1) テレビの購入の有無	166
2) 購入したテレビのメーカー	167
3) 購入したテレビ1台の価格	168
2. ブルーレイ・DVDレコーダー	169
1) ブルーレイ・DVDレコーダーの購入の有無	169
2) 購入したブルーレイ・DVDレコーダーのメーカー	170
3) 購入したブルーレイ・DVDレコーダー1台の価格	171
3. ビデオカメラ	172
1) ビデオカメラの購入の有無	172
2) 購入したビデオカメラのメーカー	173
3) 購入したビデオカメラの価格	174
4. デジタルカメラ	175
1) デジタルカメラの購入の有無	175
2) 購入したデジタルカメラのメーカー	176
3) 購入したデジタルカメラの価格	177
5. 家庭用固定電話機	178
1) 家庭用固定電話機の購入の有無	178
2) 購入した家庭用固定電話機のメーカー	179
3) 購入した家庭用固定電話機1台の価格	180
6. パソコン	181
1) パソコンの購入の有無	181
2) 購入したパソコンのメーカー	182
3) 購入したパソコン1台の価格	183
7. カラープリンタ	184
1) カラープリンタの購入の有無	184
2) 購入したカラープリンタのメーカー	185
3) 購入したカラープリンタの価格	186

第7章 その他のアイテムの購入実態 187

1. 嫁入り道具としてのパールと着物	188
1) 嫁入り道具としてのパールの準備状況	188
2) パール/新規購入の有無	189
3) パール/購入総額	190
4) 嫁入り道具としての着物の準備状況	191
5) 着物/新規購入の有無	192
6) 着物/購入総額	193
2. クルマ	194
1) 新生活を始める前のクルマの所有状況	194
2) 結婚を機としたクルマの購入状況	196
3) 結婚を機にクルマを購入した理由	197
4) 購入したクルマの価格	198
5) 購入したクルマの検討行動	199
3. 自転車	200
1) 自転車の購入の有無	200
2) 購入した自転車の総額	201
4. 圧力鍋	202
1) 圧力鍋の購入の有無	202
2) 購入した圧力鍋の総額	203
5. インターネット回線	204
1) インターネット回線の契約の有無	204
2) 契約したインターネット回線の月額	205

第8章 結婚内祝いについて 207

1. 結婚内祝いについて	208
1) 結婚内祝いの実施状況	208
2) 贈った結婚内祝いの品物	209
3) 結婚内祝いの購入パターン	210
4) 結婚内祝いの購入店舗	211
5) 結婚内祝いを贈った件数と贈り先	215
6) 結婚内祝いの総額	218
7) 結婚内祝いの購入スケジュール	219
8) 結婚内祝いを購入する際に利用した情報源	221

第9章 結婚報告ハガキについて 223

1. 結婚報告ハガキの送付状況	224
1) 結婚報告ハガキの送付状況	224
2) 結婚報告ハガキの送付枚数	225
2. 結婚報告ハガキの依頼先	226
1) 結婚報告ハガキの依頼先	226
2) 結婚報告ハガキの依頼先の選択理由	227
3. 結婚報告ハガキの作成費用	228
4. 結婚報告ハガキの検討行動	229
1) 結婚報告ハガキの検討時期	229
2) 結婚報告ハガキを検討する際に利用した情報源	231

第10章 結婚や新生活、コミュニティに対する考え方 233

1. 結婚を決めた理由	234
2. 結婚・新生活・コミュニティに対する考え方	235
3. 夫婦のライフスタイルに対する考え方	237
4. 妻のライフスタイルに対する考え方	238
5. 夫婦の家事役割分担	240
6. 夫婦の親に対する意識	242
7. 子どもについて	243
1) 子どもの有無と希望	243
2) 将来欲しい子どもの人数	245
3) 子どもが欲しい時期	246
8. 結婚生活について	247
1) 結婚生活の満足度	247
2) 結婚生活の現在の状況	248

第11章 新生活のマネープラン 249

1. 夫婦の家計管理	250
2. 生活費の状況	251
3. 貯蓄の状況	255
1) 貯蓄の開始状況	255
2) 新しく貯蓄を始めた時期	256
3) 貯蓄を始めた目的	257
4) 現在の貯蓄の状況	258
5) 結婚式後に新たに貯蓄を始めた時点での家庭の貯蓄残高	261
4. 生命保険への加入状況	262
1) 入籍前の生命保険への加入状況	262
2) 結婚を機に変更・追加した生命保険の状況	264
3) 結婚を機とした生命保険への加入状況	266
4) 現在の生命保険の加入状況	268
5) 生命保険の加入目的	270
6) 1カ月の生命保険料	271
7) 生命保険の検討時期	272
8) 生命保険の申込み先	273
9) 生命保険に新規加入・変更した際の申込み先の選択理由	274
10) 生命保険の新規加入、変更・追加する際に、結婚の他にきっかけとなった出来事	275
5. 生命保険以外に現在加入している保険	276
6. 今後1年以内に新規加入、変更・追加したい保険の種類	277



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、もしくは結婚予定があった首都圏、東海、関西の『ゼクシィ』読者、『ゼクシィ(WEBサイト)』会員のうち、エリアごとにランダムサンプリングし、937人(首都圏502人、東海145人、関西290人)に調査票を郵送。調査票への記入は妻に依頼。

◆集計サンプル数

計427人

首都圏:239人(東京・神奈川・千葉・埼玉)

東海:68人(愛知・岐阜・三重)

関西:120人(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山)

※地域別の集計は「現在の居住地」で行っています(「現在の居住地」が不明のサンプルは、集計から除いています)。

※集計対象は、2015年4月～2016年3月の間に結婚をし、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)』会員としており、本報告書では「全体」と示しています。

※全体集計については、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)を算出しています(首都圏・東海・関西地域の婚姻件数合計は364,640組)。

◆注意点

※図表中の2010年～2016年は、調査年(西暦)を示しています。

※図表中の*は、該当する項目が存在しないことを示しています。

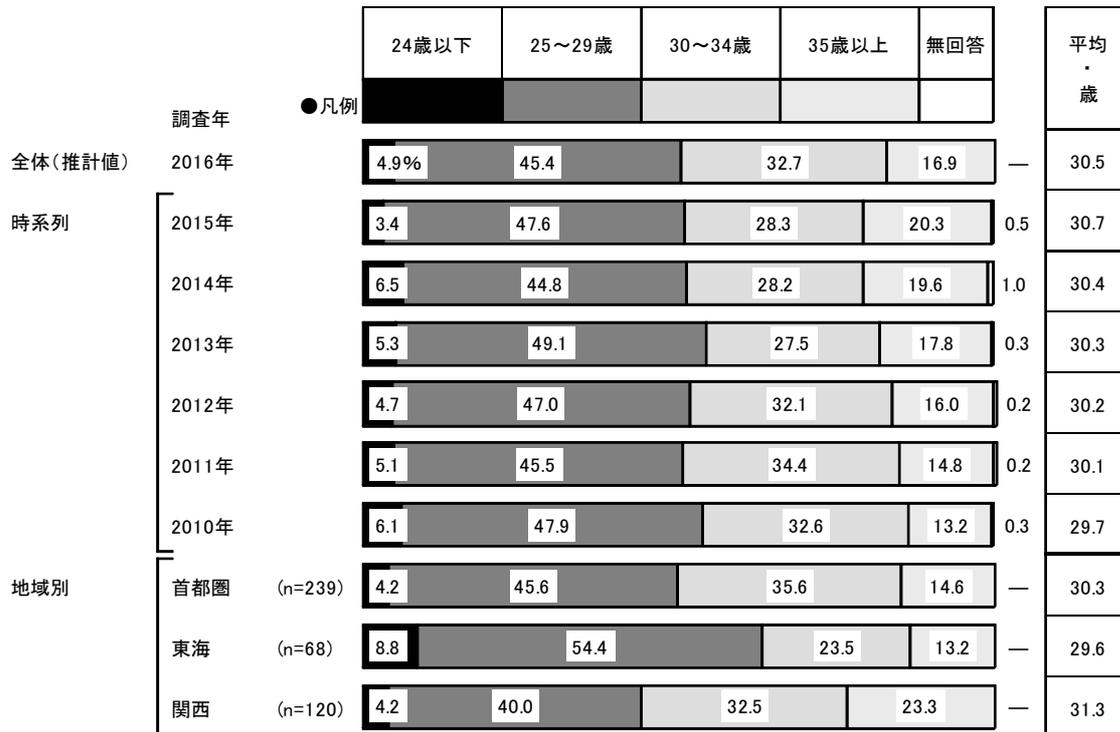
※表側の項目でサンプル数が少ないものについては、誤差が大きいため、参考値としてご覧下さい。



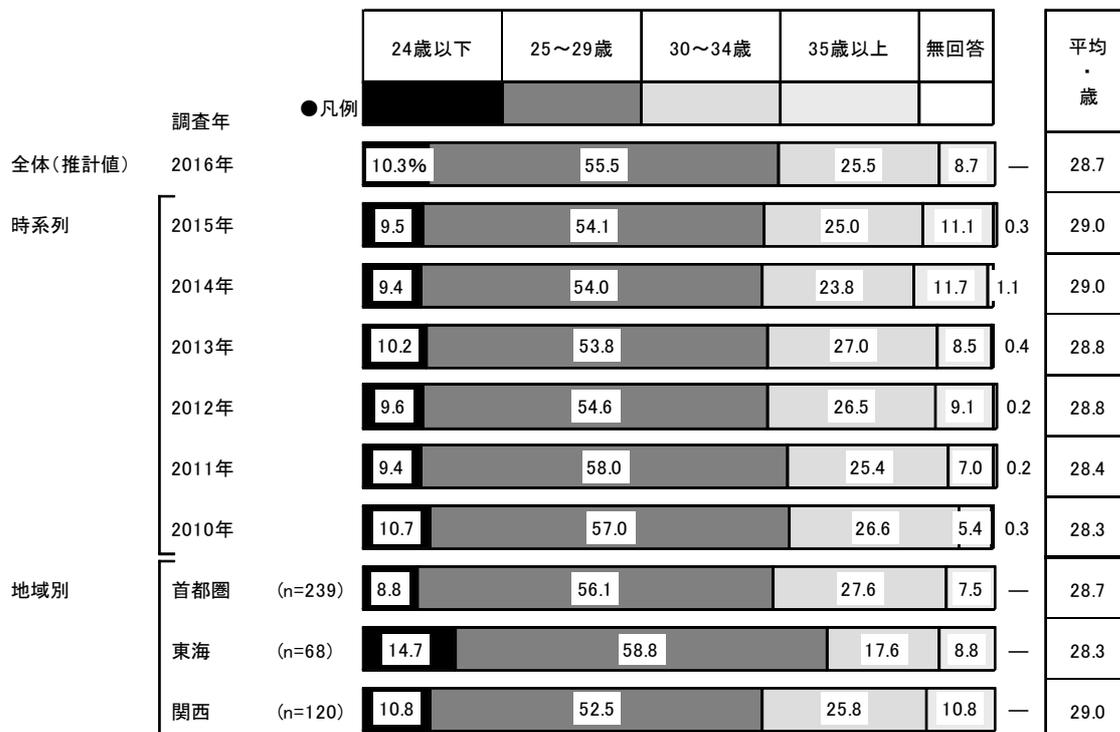
回答者のプロフィール

■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		
	2016年 (推計値)	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		
	2016年 (推計値)	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		
	2016年 (推計値)	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



■現在の職業(全体/単一回答)

【夫】

		(%)									
		会社員	公務員・ 団体職員	自営業	自由業	派遣・ 契約社員	アル バイト・ パート	その他	勤めて いない	無回答	
調査年	調査数										
全体(推計値)	2016年	78.0	14.6	4.5	0.7	0.7	0.2	0.9	0.2	0.2	
	2015年	80.0	12.9	4.6	0.3	0.3	0.5	1.2	—	0.3	
	2014年	77.6	13.6	5.3	0.5	1.4	0.3	0.8	0.3	0.3	
	2013年	78.2	12.0	6.4	—	1.7	0.6	0.9	0.1	0.1	
	2012年	79.3	13.7	3.7	0.2	1.3	0.6	0.8	0.2	0.2	
	2011年	82.8	10.2	3.3	1.3	1.3	0.2	0.4	0.5	—	
	2010年	81.2	10.5	5.2	0.5	0.7	0.2	1.5	—	0.1	
地域別	首都圏	239	80.3	12.1	3.8	1.3	0.8	0.4	1.3	—	—
	東海	68	85.3	10.3	1.5	—	1.5	—	—	1.5	—
	関西	120	69.2	21.7	7.5	—	—	—	0.8	—	0.8
			50.0	…前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)							
			50.0	…前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)							

【妻】

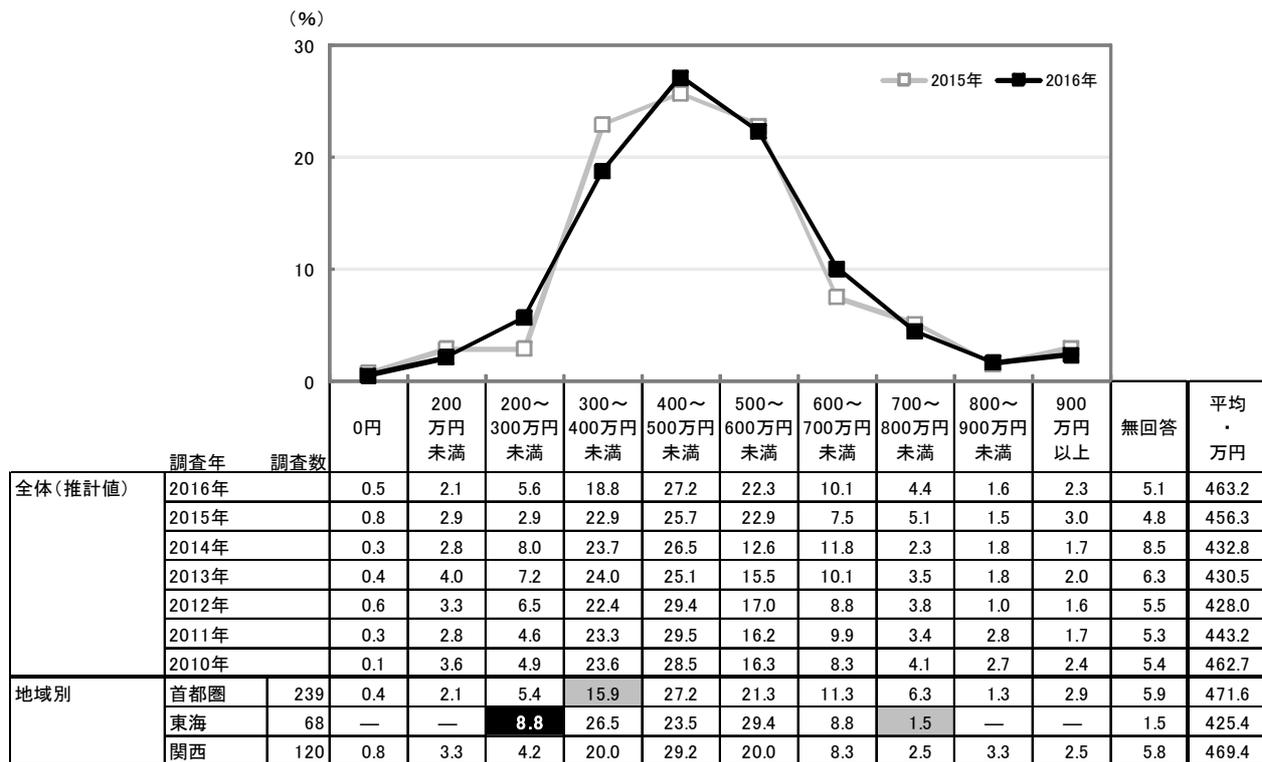
		(%)									
		会社員	公務員・ 団体職員	自営業	自由業	派遣・ 契約社員	アル バイト・ パート	その他	勤めて いない	無回答	
調査年	調査数										
全体(推計値)	2016年	43.7	8.9	1.2	0.2	8.6	14.3	1.2	21.4	0.5	
	2015年	44.3	6.3	1.7	1.2	7.9	13.9	1.9	22.3	0.3	
	2014年	37.3	7.2	1.1	1.5	7.7	17.3	2.6	24.8	0.5	
	2013年	35.9	8.6	2.2	1.0	7.4	15.7	2.5	26.4	0.4	
	2012年	39.3	8.6	1.6	0.7	7.3	16.1	1.9	24.4	0.2	
	2011年	39.8	7.5	1.2	1.0	8.6	12.5	2.1	27.1	0.1	
	2010年	34.6	6.8	0.9	0.3	8.3	15.4	2.1	31.2	0.3	
地域別	首都圏	239	47.7	8.8	1.7	0.4	10.0	13.8	0.4	16.7	0.4
	東海	68	32.4	11.8	1.5	—	5.9	11.8	1.5	35.3	—
	関西	120	42.5	7.5	—	—	7.5	16.7	2.5	22.5	0.8
			50.0	…前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)							
			50.0	…前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)							

■結婚前の妻の職業(全体/単一回答)

		(%)									
		会社員	公務員・ 団体職員	自営業	自由業	派遣・ 契約社員	アル バイト・ パート	その他	勤めて いない	無回答	
調査年	調査数										
全体(推計値)	2016年	64.4	11.0	1.2	0.9	10.5	7.5	2.1	1.9	0.5	
	2015年	64.5	9.5	1.2	1.2	11.0	7.2	2.7	2.0	0.8	
	2014年	60.7	10.2	0.6	1.1	9.3	11.8	3.4	1.9	1.1	
	2013年	59.1	10.1	1.8	1.1	11.2	9.2	3.2	3.2	1.1	
	2012年	59.6	9.6	1.6	0.6	11.9	11.1	2.4	2.3	0.8	
	2011年	63.4	7.6	1.1	1.7	12.0	8.1	3.2	2.3	0.6	
	2010年	59.4	9.3	0.7	0.6	14.8	8.6	3.0	2.7	1.0	
地域別	首都圏	239	63.6	9.2	1.7	1.3	12.1	7.9	2.1	1.3	0.8
	東海	68	66.2	14.7	1.5	—	8.8	4.4	—	4.4	—
	関西	120	65.0	12.5	—	0.8	8.3	8.3	3.3	1.7	—
			50.0	…前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)							
			50.0	…前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)							



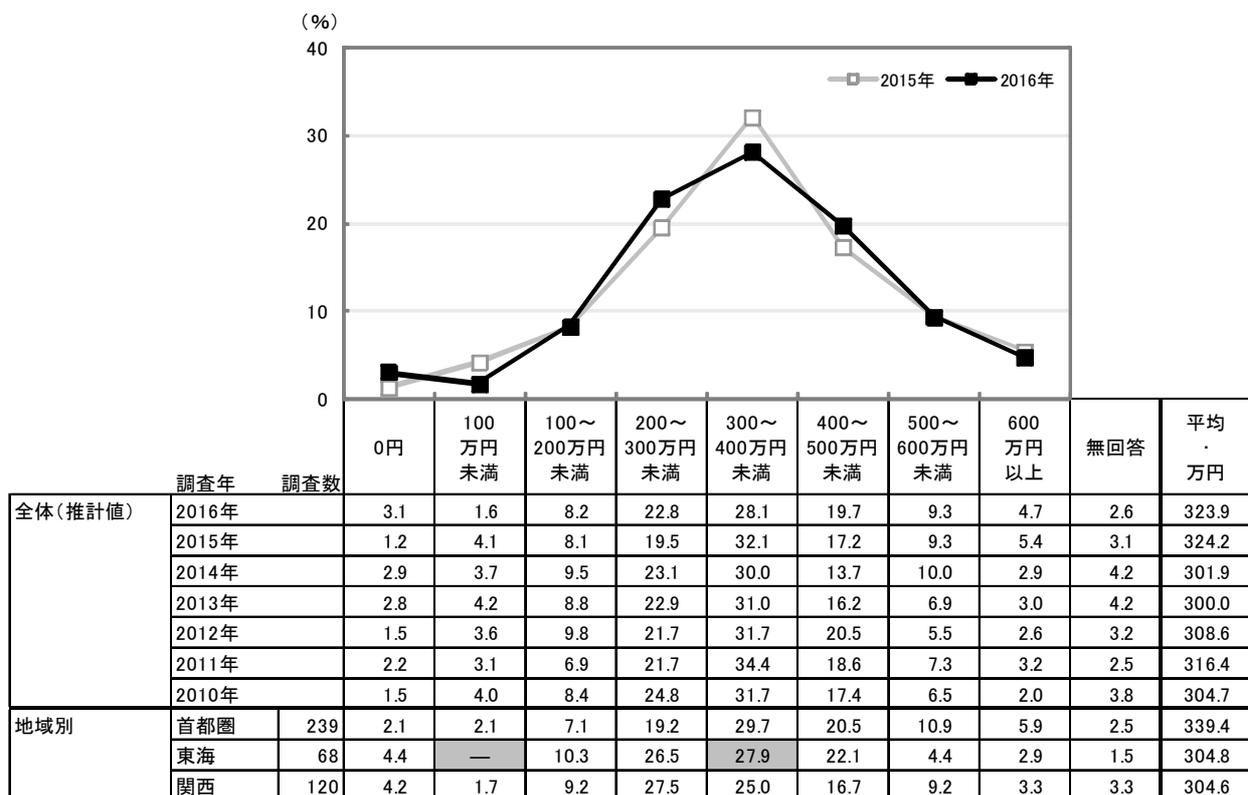
■結婚前の夫の年収(全体／単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

■結婚前の妻の年収(全体／単一回答)

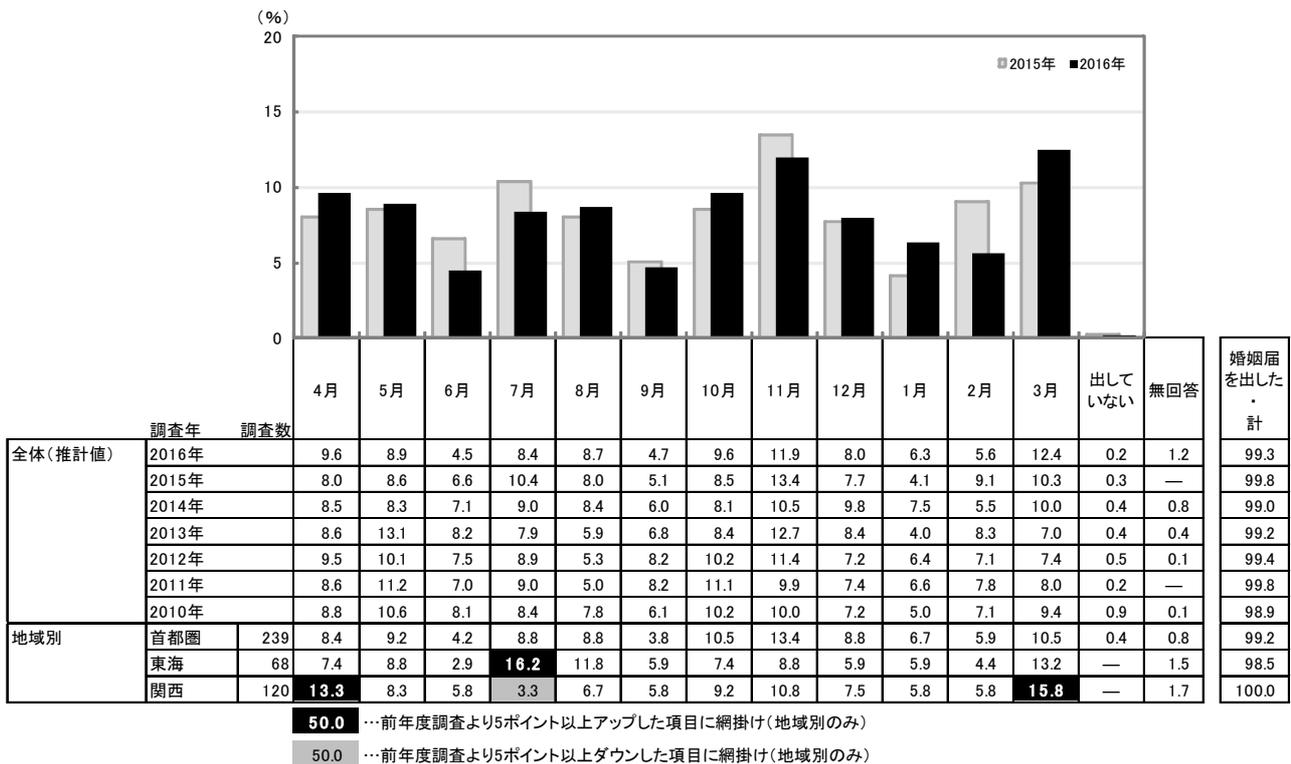


50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

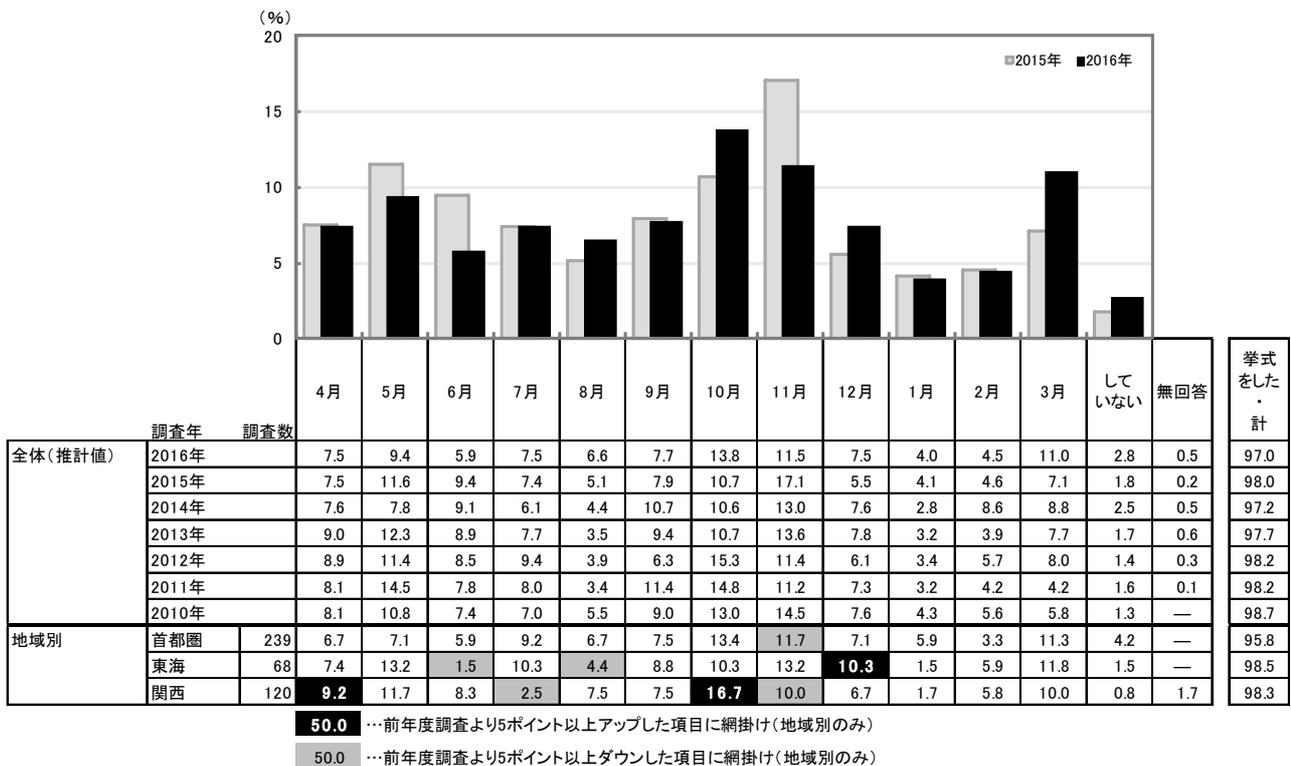
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



■婚姻届を出した月(全体/単一回答)



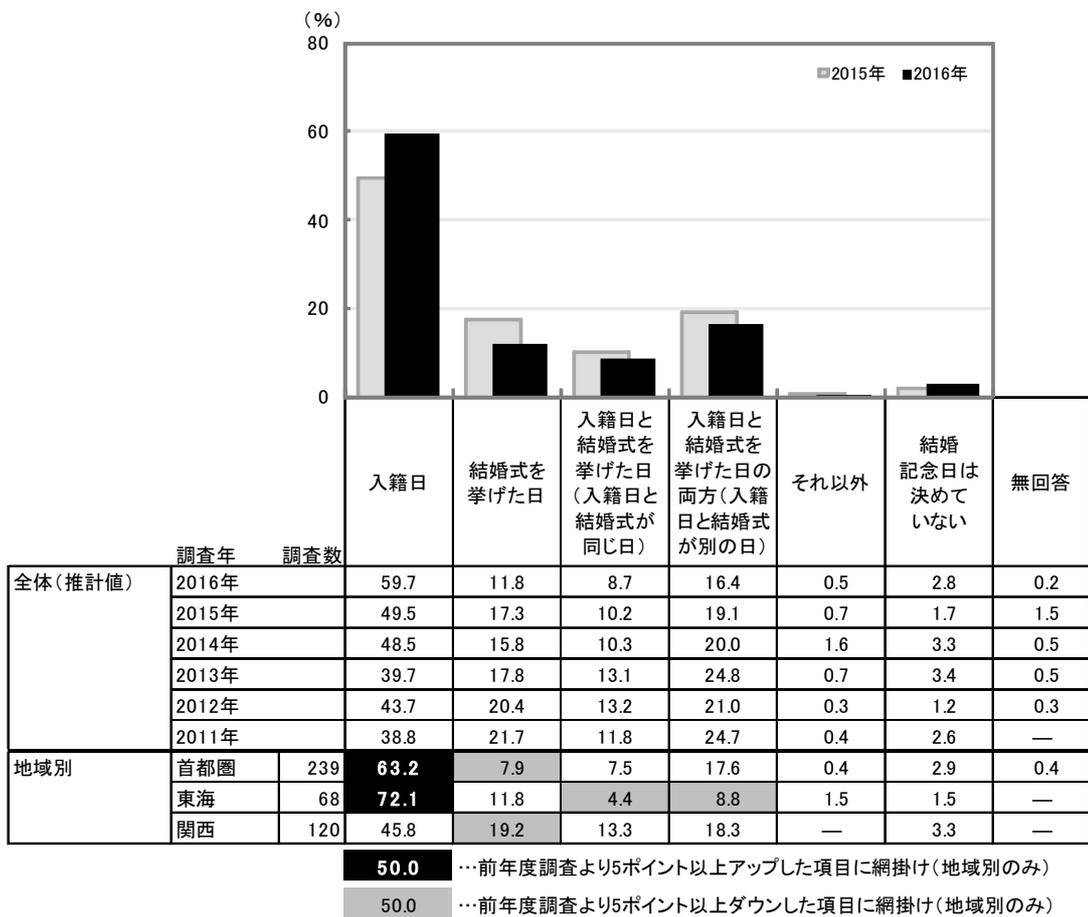
■挙式を実施した月(全体/単一回答)





- 2015年4月～2016年3月の1年間に結婚をした人に対して、結婚記念日を尋ねたところ、「入籍日」が60%で最も高く、次いで「入籍日と結婚式を挙げた日の両方(入籍日と結婚式が別の日)」が16%、「結婚式を挙げた日」が12%で続く。

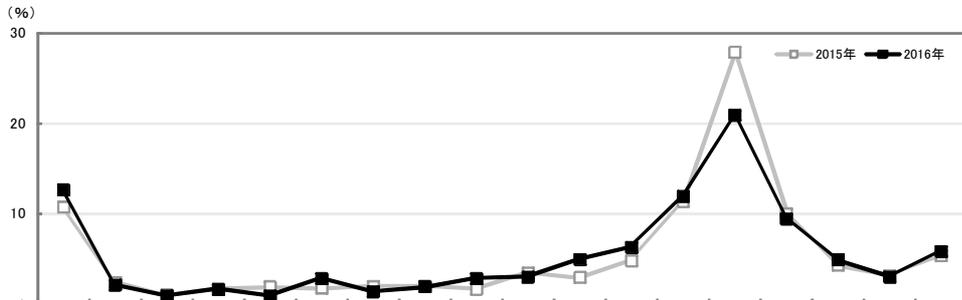
■結婚記念日(全体/単一回答)





●同居から婚姻届の提出までの期間を尋ねたところ、「婚姻届と同月(1ヵ月未満)」が21%で最も高く、次いで「婚姻届の13ヵ月以上前」が13%、「1ヵ月前」が12%で続く。平均は4.6ヵ月前となった。

■同居から婚姻届の提出までの期間(全体/単一回答)



	調査年	調査数	婚姻届の13ヵ月以上前	婚姻届の12ヵ月前	婚姻届の11ヵ月前	婚姻届の10ヵ月前	婚姻届の9ヵ月前	婚姻届の8ヵ月前	婚姻届の7ヵ月前	婚姻届の6ヵ月前	婚姻届の5ヵ月前	婚姻届の4ヵ月前	婚姻届の3ヵ月前	婚姻届の2ヵ月前	婚姻届の1ヵ月前	婚姻届と同月(1ヵ月未満)	婚姻届の1ヵ月後	婚姻届の2ヵ月後	婚姻届の3ヵ月後	婚姻届の4ヵ月以上後	無回答	平均・ヵ月前
			(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
全体(推計値)	2016年		12.6	2.1	0.9	1.6	0.9	2.8	1.4	1.9	2.8	3.0	4.9	6.3	12.0	20.9	9.4	4.9	3.0	5.9	2.6	4.6
	2015年		10.7	2.4	1.0	1.7	1.9	1.7	2.0	1.9	1.7	3.5	3.0	4.8	11.3	27.8	10.0	4.3	3.2	5.3	1.7	3.3
	2014年		13.9	0.9	1.0	1.5	1.2	0.9	2.4	2.7	3.1	4.5	3.2	4.2	7.5	27.4	11.8	4.8	2.2	4.4	2.3	5.3
	2013年		12.9	1.8	1.2	1.2	1.4	2.2	1.8	1.0	1.6	4.8	3.7	4.4	10.2	29.8	9.1	3.5	2.5	4.7	2.1	4.2
地域別	首都圏	239	15.1	2.5	1.3	2.1	1.7	2.1	2.5	2.1	2.1	3.8	4.6	7.5	10.0	19.2	6.3	5.9	3.3	5.9	2.1	5.7
	東海	68	10.3	—	—	—	—	7.4	—	1.5	5.9	1.5	4.4	4.4	19.1	19.1	13.2	1.5	4.4	5.9	1.5	2.9
	関西	120	9.2	2.5	0.8	1.7	—	1.7	—	1.7	2.5	2.5	5.8	5.0	11.7	25.0	13.3	5.0	1.7	5.8	4.2	3.4

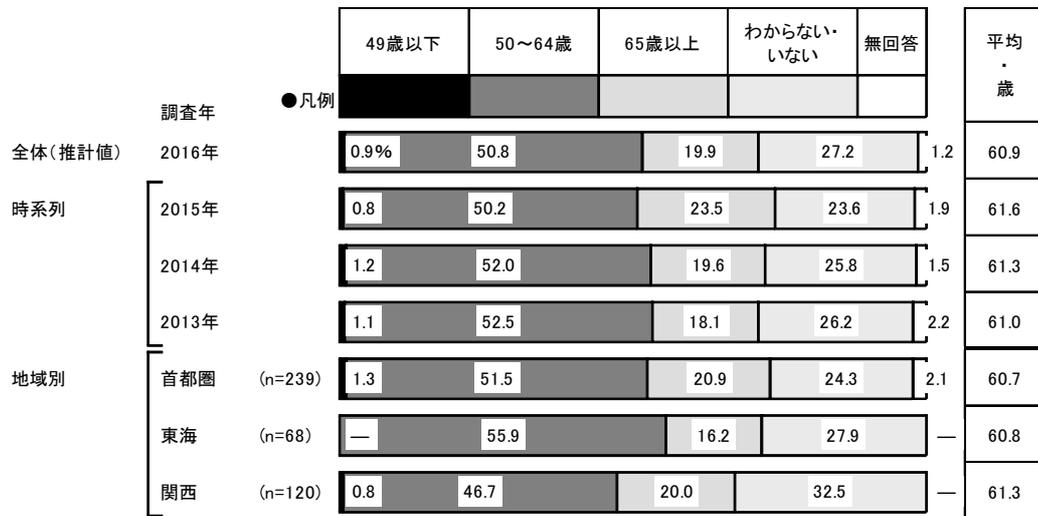
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

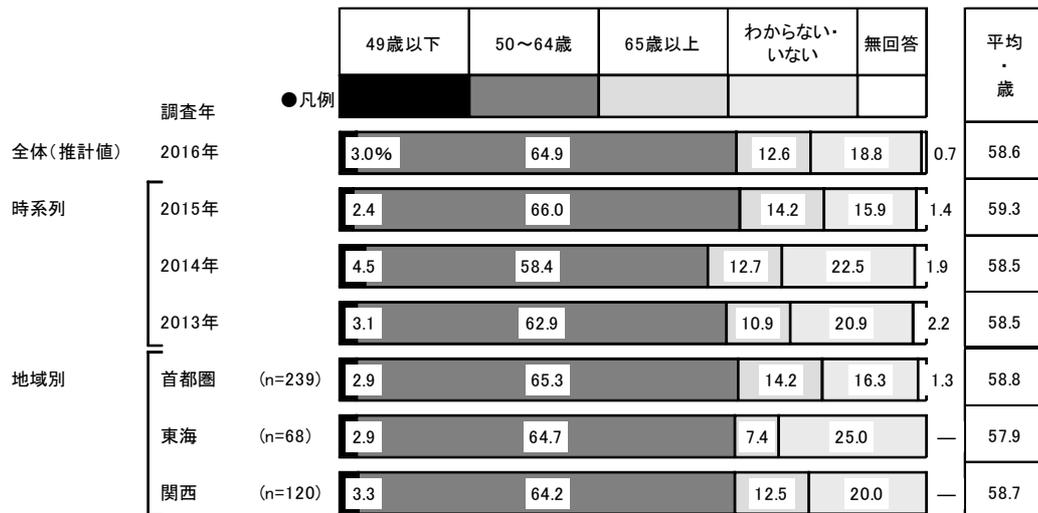


■結婚時の親の年齢(全体／単一回答)

【夫の父親】



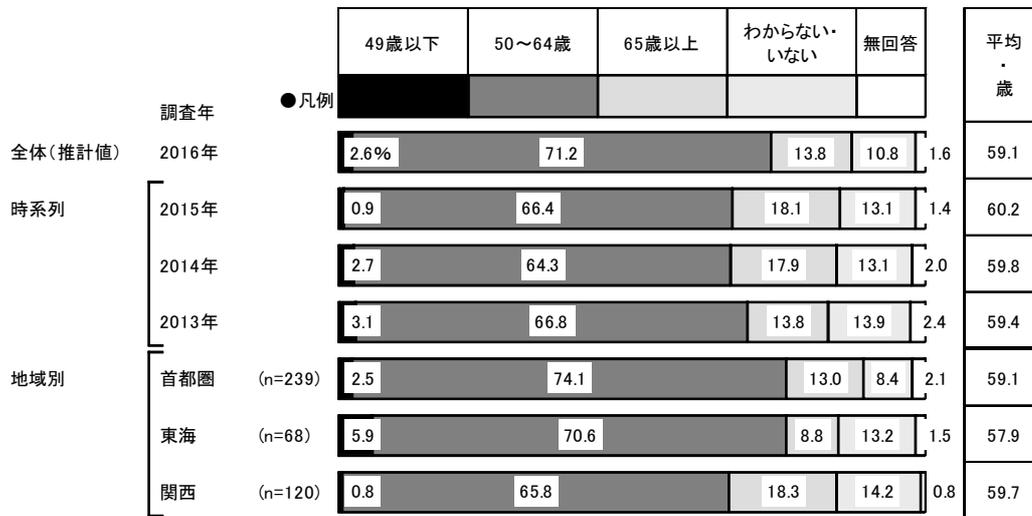
【夫の母親】



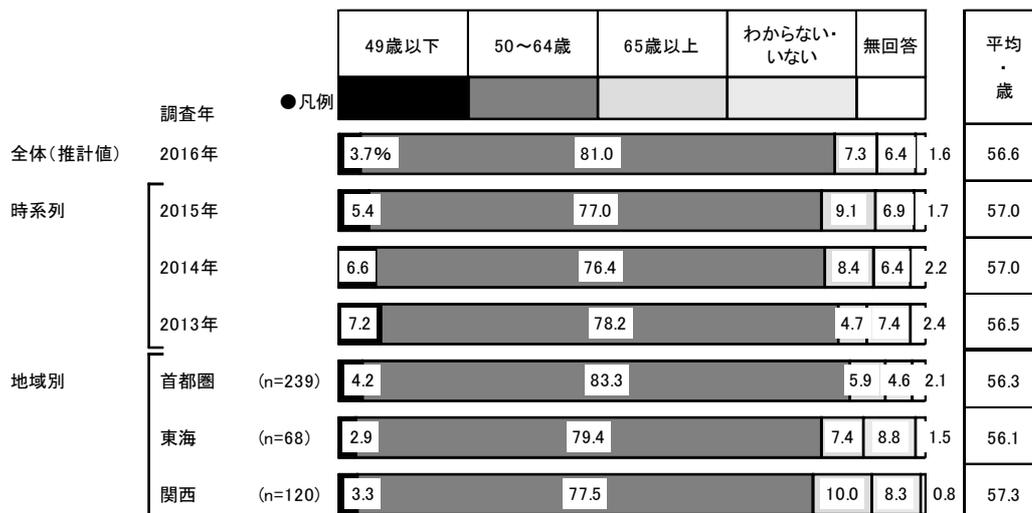


■結婚時の親の年齢(全体/単一回答)

【妻の父親】



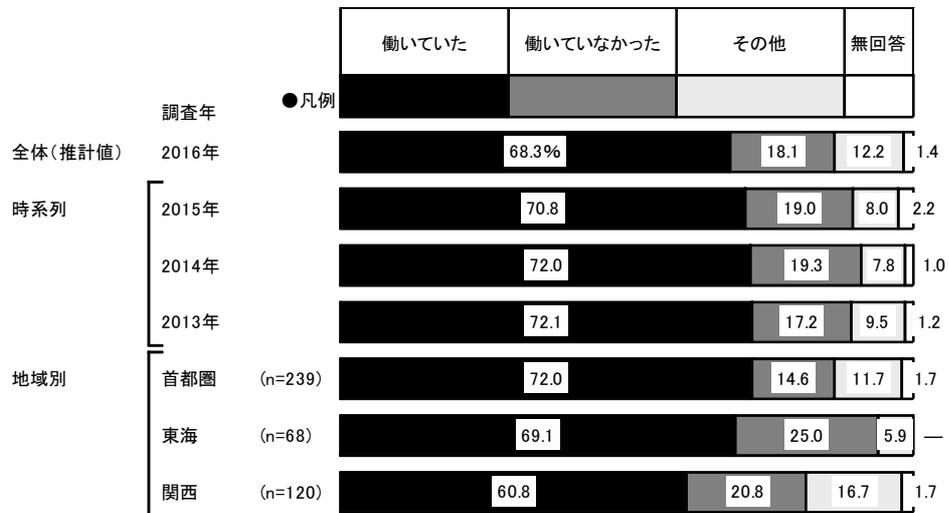
【妻の母親】



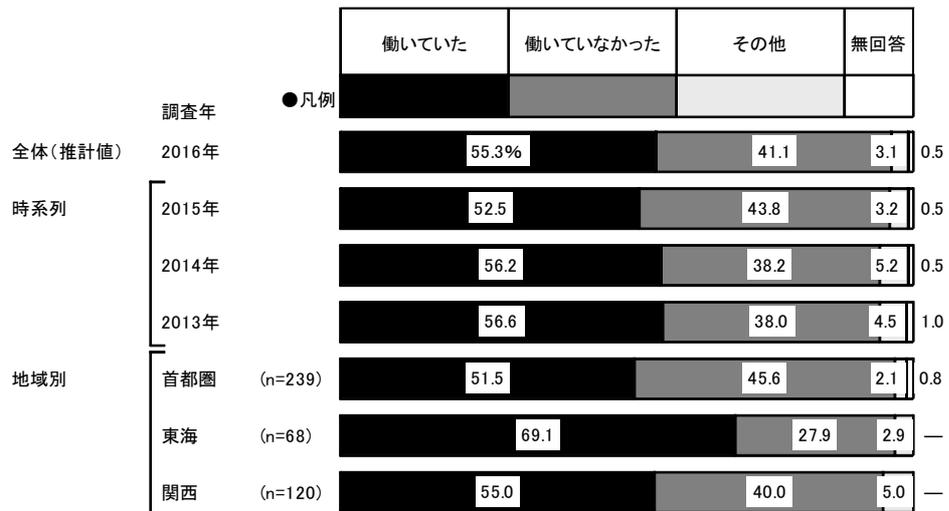


■結婚時の親の勤労状況(全体／単一回答)

【夫の父親】



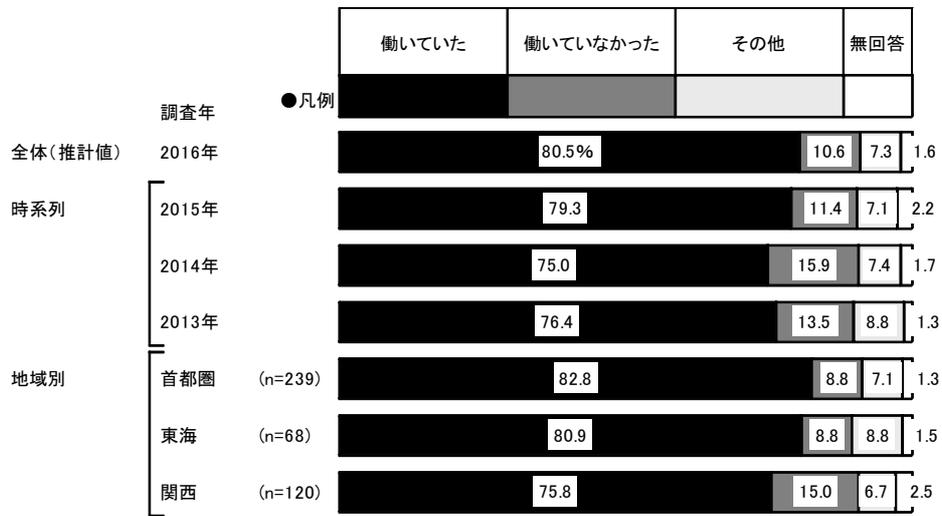
【夫の母親】



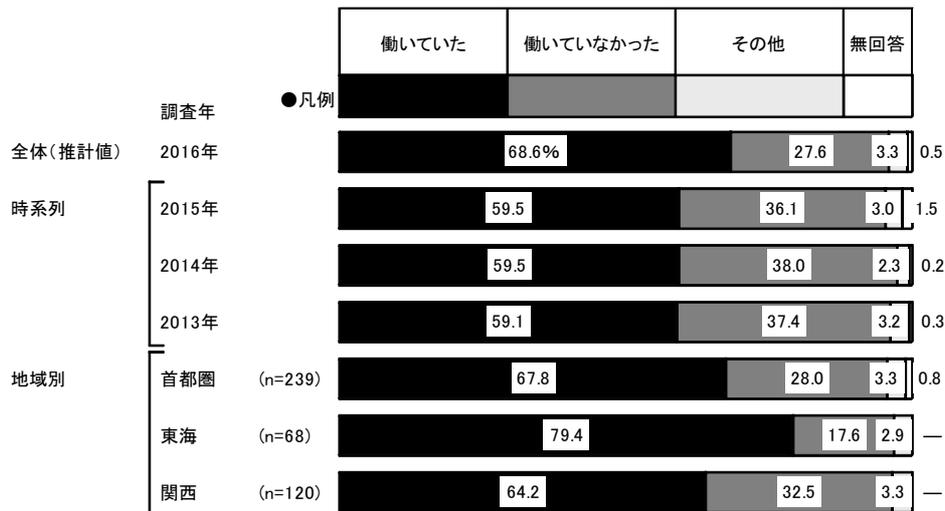


■結婚時の親の勤労状況(全体／単一回答)

【妻の父親】



【妻の母親】

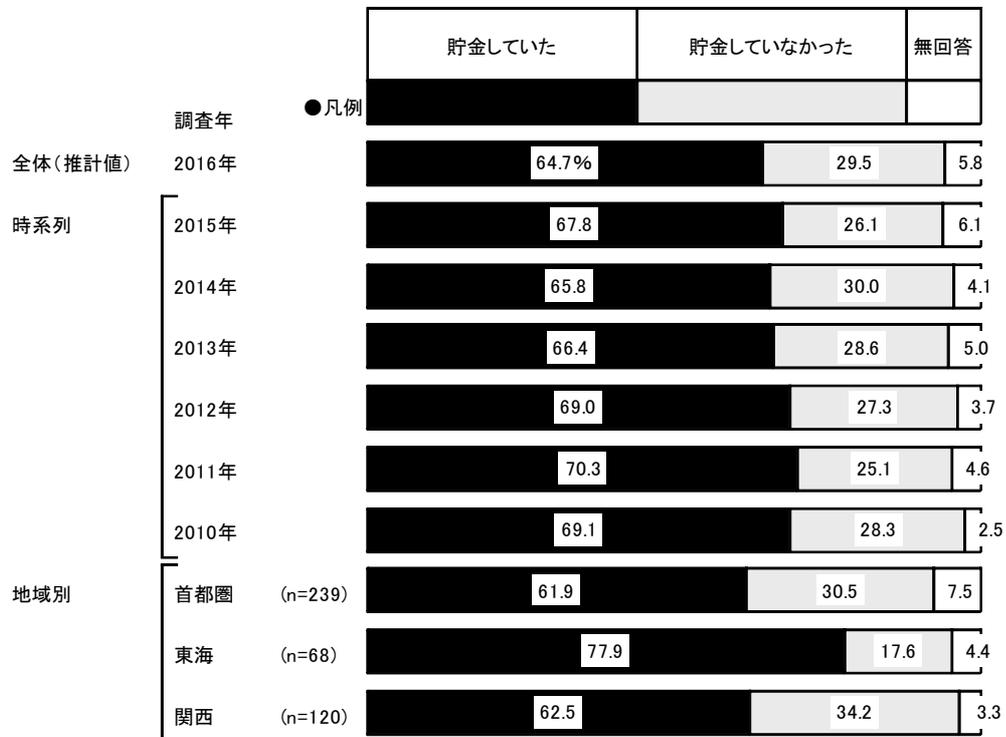




1. 結婚資金としての夫婦の貯金

●夫の結婚資金としての貯金の有無を尋ねたところ、「貯金していた」人が65%であった。

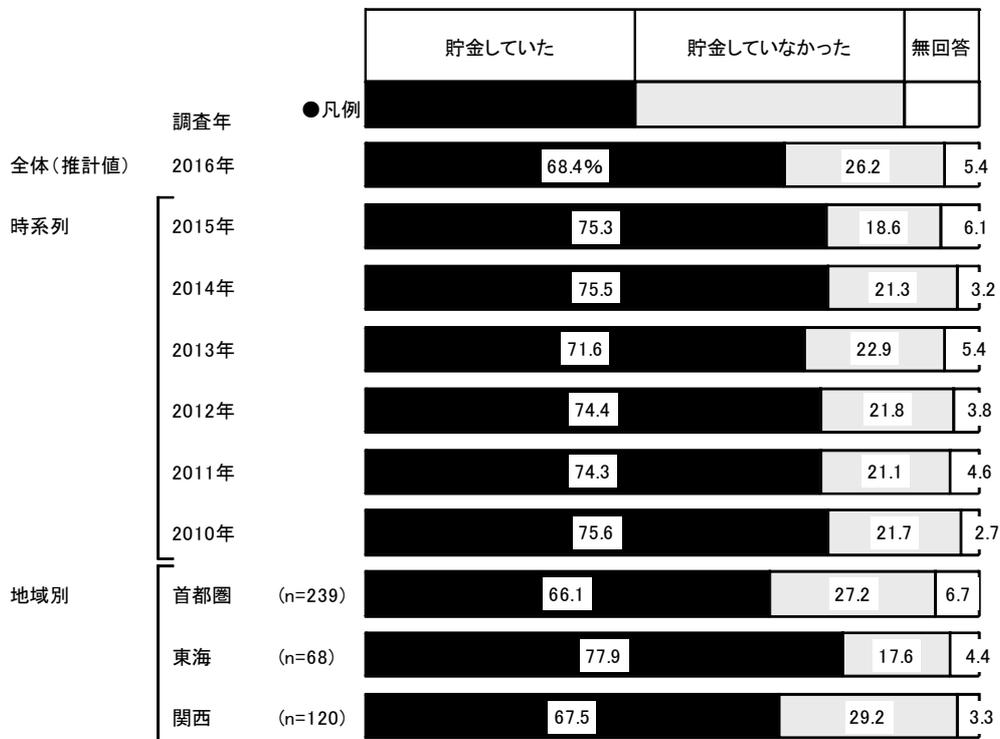
■結婚資金としての貯金有無【夫】(全体／単一回答)





●妻の結婚資金としての貯金の有無を尋ねたところ、「貯金していた」人が68%であった。

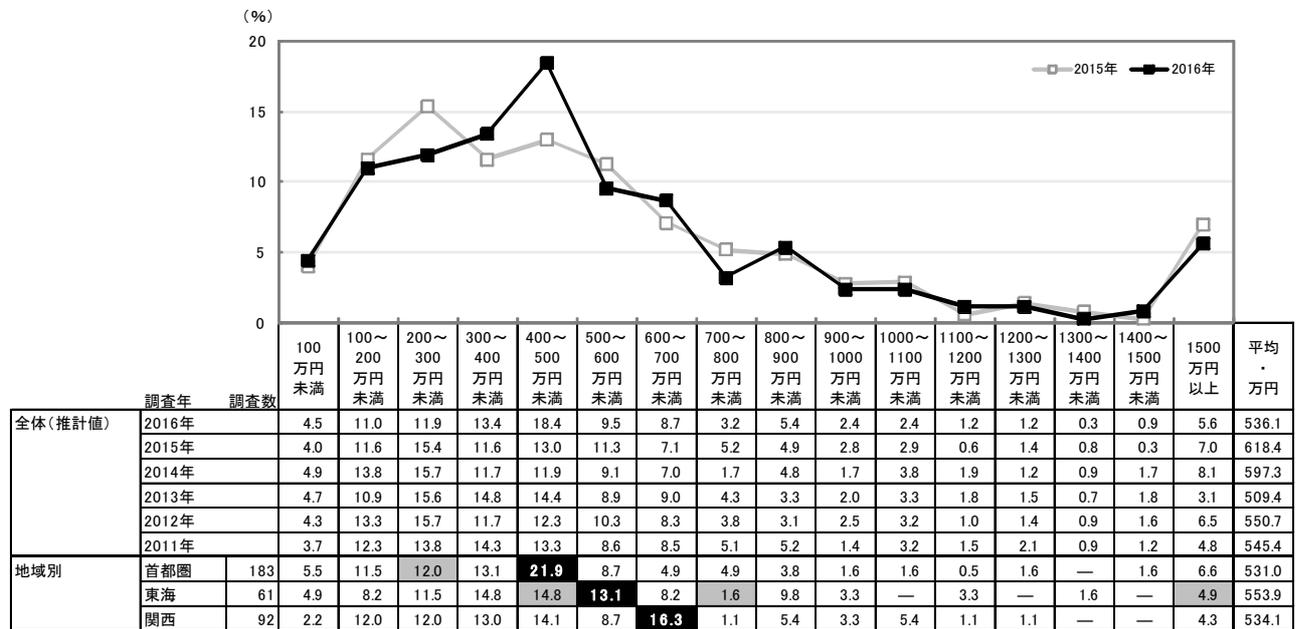
■結婚資金としての貯金有無【妻】(全体／単一回答)





- 結婚資金としての夫婦の貯金額は、「400～500万円未満」が18%で最も高く、次いで「300～400万円未満」が13%、「200～300万円未満」が12%、「100～200万円未満」が11%、「500～600万円未満」が10%で続く。平均は536.1万円となった。

■結婚資金としての夫婦の貯金額(金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

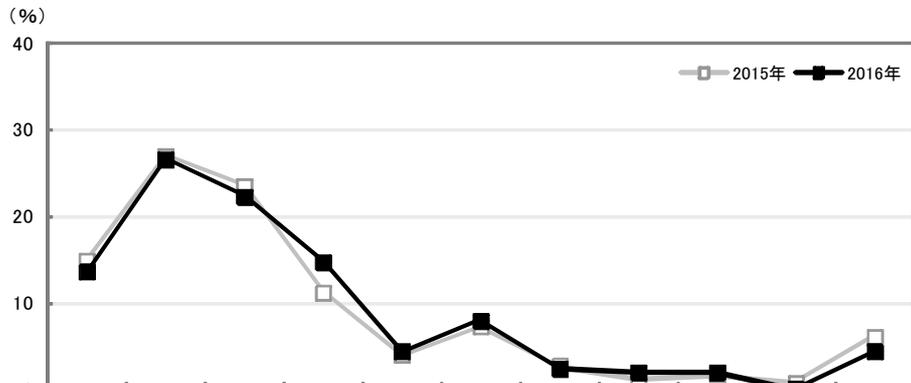
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



●夫が結婚資金として貯金をしていた人に対して、夫の貯金額を尋ねたところ、「100～200万円未満」が27%で最も高く、次いで「200～300万円未満」が22%、「300～400万円未満」が15%、「100万円未満」が14%で続く。平均は287.3万円となった。

■結婚資金としての夫単独の貯金額

(夫が結婚資金として貯金をしていた人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



		調査年	調査数	100万円未満	100～200万円未満	200～300万円未満	300～400万円未満	400～500万円未満	500～600万円未満	600～700万円未満	700～800万円未満	800～900万円未満	900～1000万円未満	1000万円以上	平均・万円
全体(推計値)	2016年			13.5	26.6	22.2	14.7	4.3	7.9	2.4	2.0	2.0	—	4.3	287.3
	2015年			14.9	26.9	23.5	11.1	3.9	7.2	2.7	1.2	1.7	0.8	6.1	327.1
	2014年			11.9	26.5	19.3	15.6	5.1	6.5	4.0	1.5	3.0	—	6.7	348.9
	2013年			11.1	29.3	23.0	14.4	6.4	8.6	1.6	1.9	0.9	0.2	2.7	261.5
	2012年			14.2	28.7	20.0	12.8	5.7	9.8	2.6	1.9	0.7	0.3	3.3	272.3
	2011年			11.9	26.8	20.4	16.5	5.5	8.2	1.8	1.0	1.7	0.7	5.5	306.0
地域別	首都圏	137		10.9	27.0	21.9	14.6	6.6	7.3	2.9	1.5	1.5	—	5.8	311.5
	東海	48		14.6	31.3	22.9	14.6	2.1	4.2	—	2.1	2.1	—	6.3	260.2
	関西	67		17.9	22.4	22.4	14.9	1.5	11.9	3.0	3.0	3.0	—	—	258.8

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

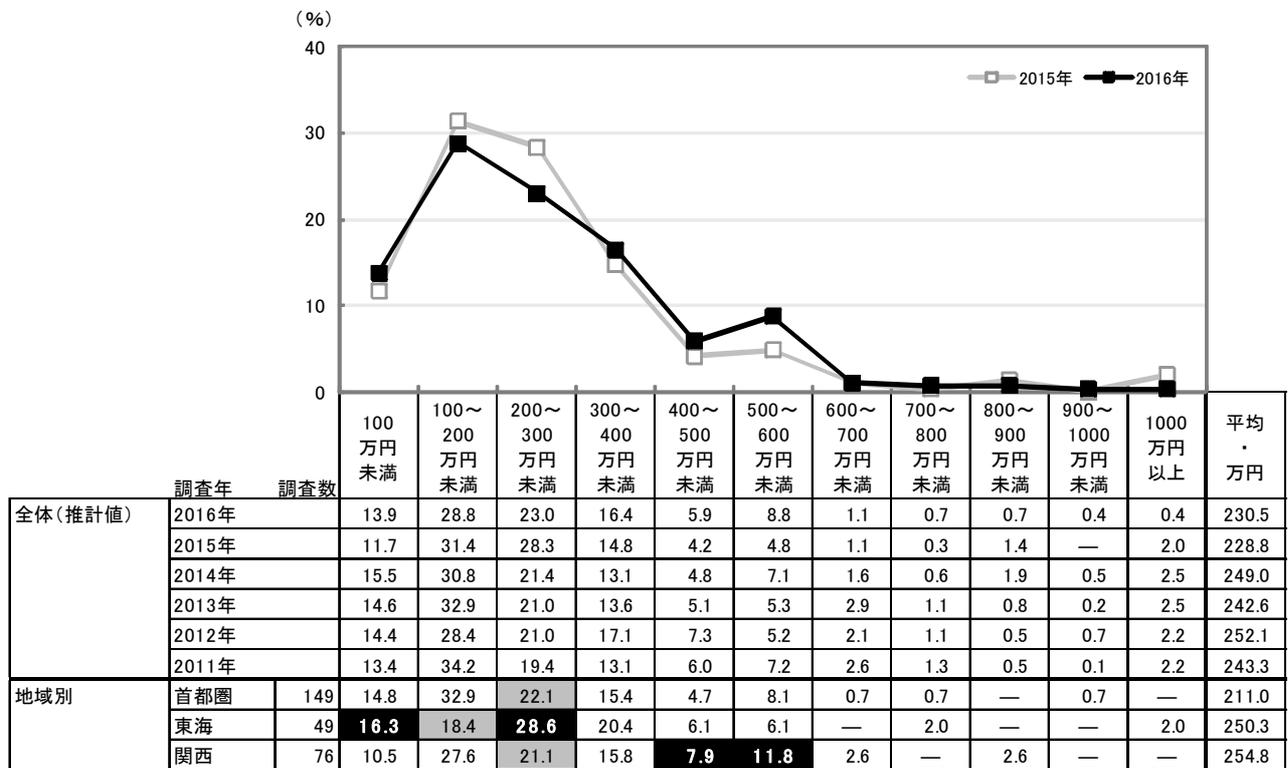
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



- 妻が結婚資金として貯金をしていた人に対して、妻の貯金額を尋ねたところ、「100～200万円未満」が29%で最も高く、次いで「200～300万円未満」が23%、「300～400万円未満」が16%、「100万円未満」が14%で続く。平均は230.5万円となった。

■結婚資金としての妻単独の貯金額

(妻が結婚資金として貯金をしていた人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

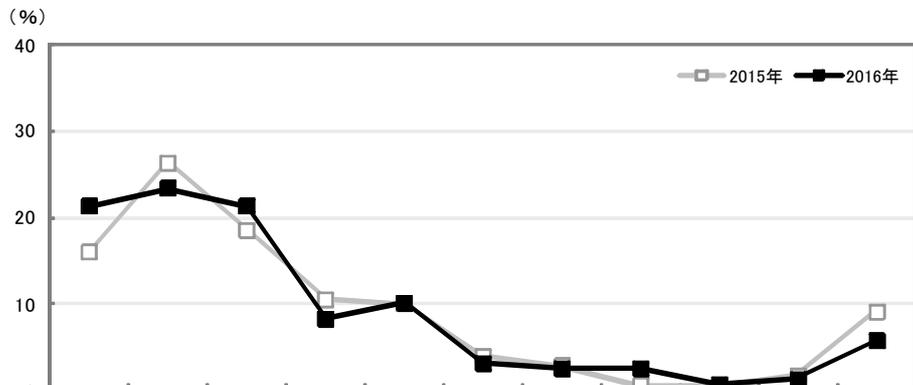
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



●夫婦合同で結婚資金として貯金をしていた人に対して、その貯金額を尋ねたところ、「100～200万円未満」が23%で最も高く、次いで「100万円未満」と「200～300万円未満」がともに21%で続く。平均は280.5万円となった。

■結婚資金としての夫婦合同での貯金額

(夫婦合同で結婚資金として貯金をしていた人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



調査年	調査数	100万円未満	100～200万円未満	200～300万円未満	300～400万円未満	400～500万円未満	500～600万円未満	600～700万円未満	700～800万円未満	800～900万円未満	900～1000万円未満	1000万円以上	平均・万円	
全体(推計値)	2016年	21.3	23.3	21.3	8.2	10.1	3.2	2.5	2.5	0.6	1.3	5.7	280.5	
	2015年	16.0	26.3	18.5	10.5	10.0	3.9	2.8	0.6	0.6	1.7	9.1	366.7	
	2014年	20.6	22.0	19.3	10.8	4.4	5.5	3.2	4.3	2.1	0.5	7.2	316.8	
	2013年	19.3	24.2	20.8	14.9	4.8	6.8	2.5	3.2	0.3	0.9	2.3	264.9	
	2012年	23.1	23.6	14.8	8.6	7.7	6.7	4.1	3.9	2.2	2.1	3.3	299.6	
	2011年	20.1	29.7	16.2	8.2	9.5	5.6	4.1	2.1	1.4	0.1	3.0	260.1	
地域別	首都圏	93	28.0	19.4	25.8	5.4	6.5	2.2	3.2	3.2	1.1	1.1	4.3	248.0
	東海	26	15.4	23.1	15.4	11.5	23.1	—	—	—	—	—	11.5	347.3
	関西	40	10.0	32.5	15.0	12.5	10.0	7.5	2.5	2.5	—	2.5	5.0	310.8

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

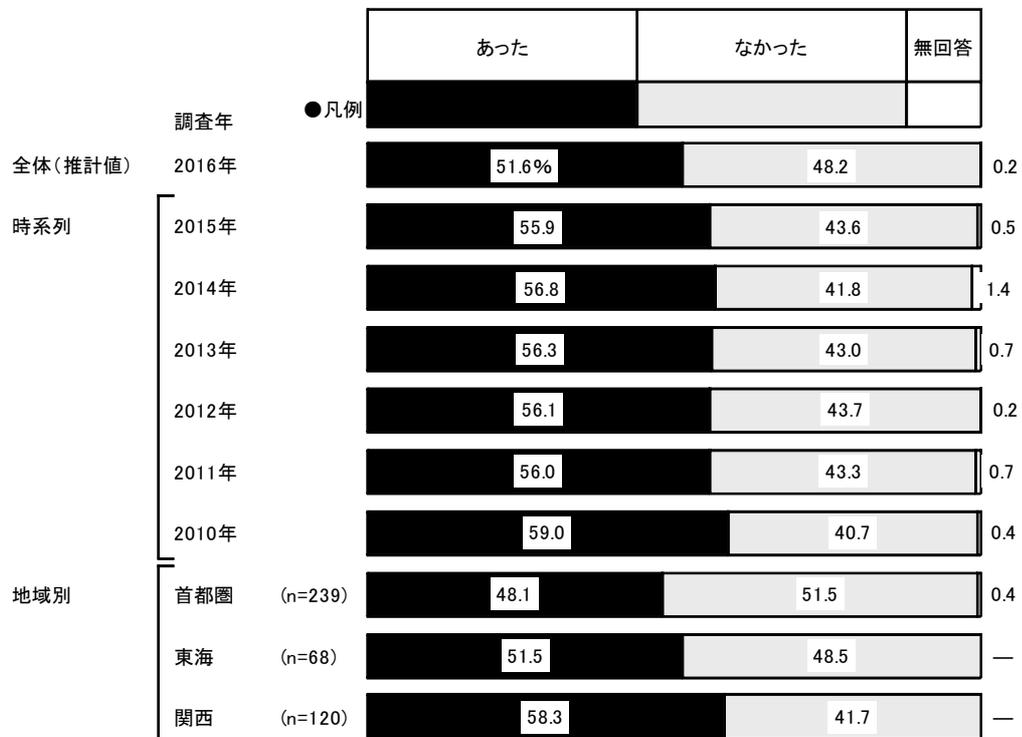


2. 親・親族からの援助

1) インテリア・家具、家電製品購入費用に対する親・親族からの援助

- インテリア・家具、家電製品購入費用としての親・親族からの援助の有無を尋ねたところ、援助が「あった」人は52%であった。

■ インテリア・家具、家電製品購入費用としての親・親族からの援助有無(全体／単一回答)

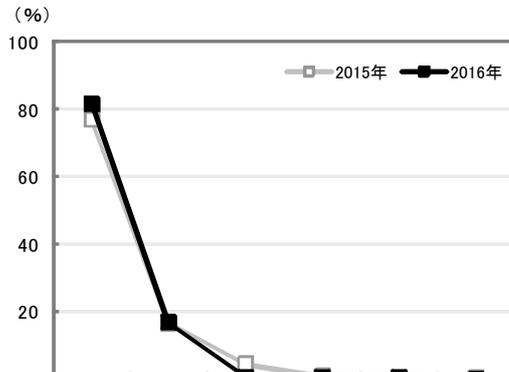




- インテリア・家具、家電製品購入費用としての親・親族からの援助があった人に対して、その援助額を尋ねたところ、「100万円未満」が82%で最も高い。次いで「100～200万円未満」が17%で続き、平均は51.2万円となった。

■インテリア・家具、家電製品購入費用の親・親族からの援助額

(インテリア・家具、家電製品購入費用としての親・親族からの援助があった人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



<100万円未満の内訳>

調査年	調査数	100万円未満	100～200万円未満	200～300万円未満	300～400万円未満	400～500万円未満	500万円以上	平均・万円	<100万円未満の内訳>				
									20万円未満	20～40万円未満	40～60万円未満	60～80万円未満	80～100万円未満
全体(推計値)	2016年	81.7	16.7	0.5	0.5	0.5	—	51.2	22.0	26.8	22.6	5.4	4.9
	2015年	77.1	16.5	4.5	1.0	0.5	0.5	57.7	27.4	22.7	21.9	3.6	1.5
地域別	首都圏	96	86.5	11.5	1.0	1.0	—	43.2	26.0	30.2	21.9	5.2	3.1
	東海	31	77.4	19.4	—	—	3.2	61.8	16.1	32.3	25.8	3.2	—
	関西	59	76.3	23.7	—	—	—	58.3	18.6	18.6	22.0	6.8	10.2

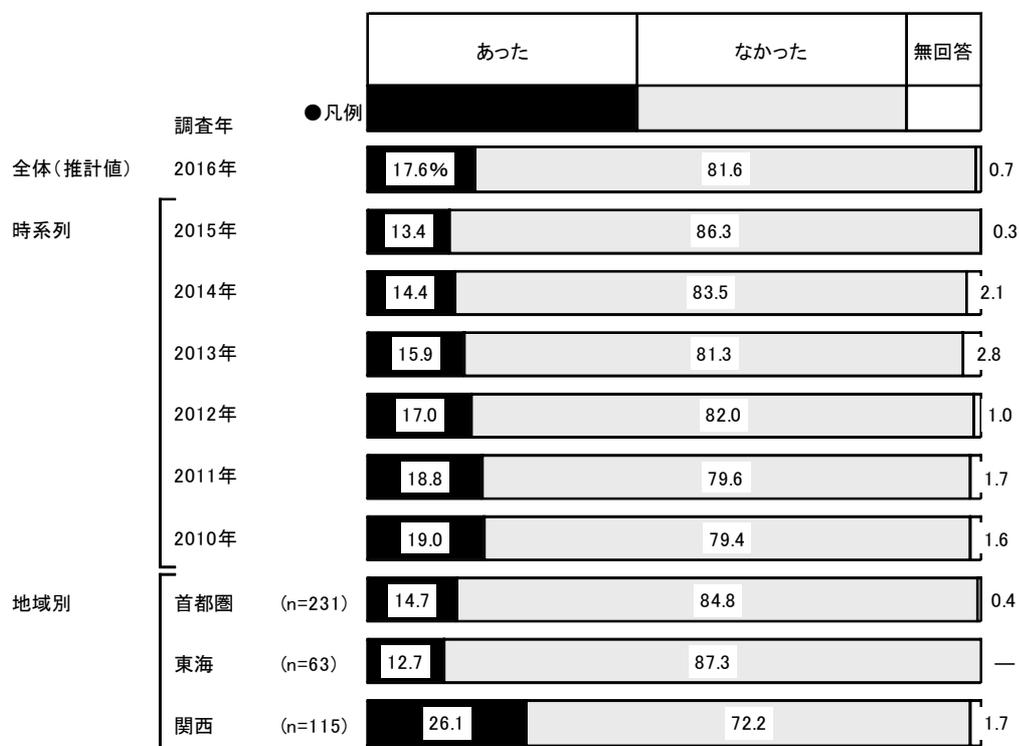
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



2) 新居準備費用に対する親・親族からの援助

- 親と別居している人に対して、新居の購入・賃貸費用としての親・親族からの援助の有無を尋ねたところ、援助が「あった」人は18%であった。

■ 新居の購入・賃貸費用としての親・親族からの援助有無(親と別居している人／単一回答)



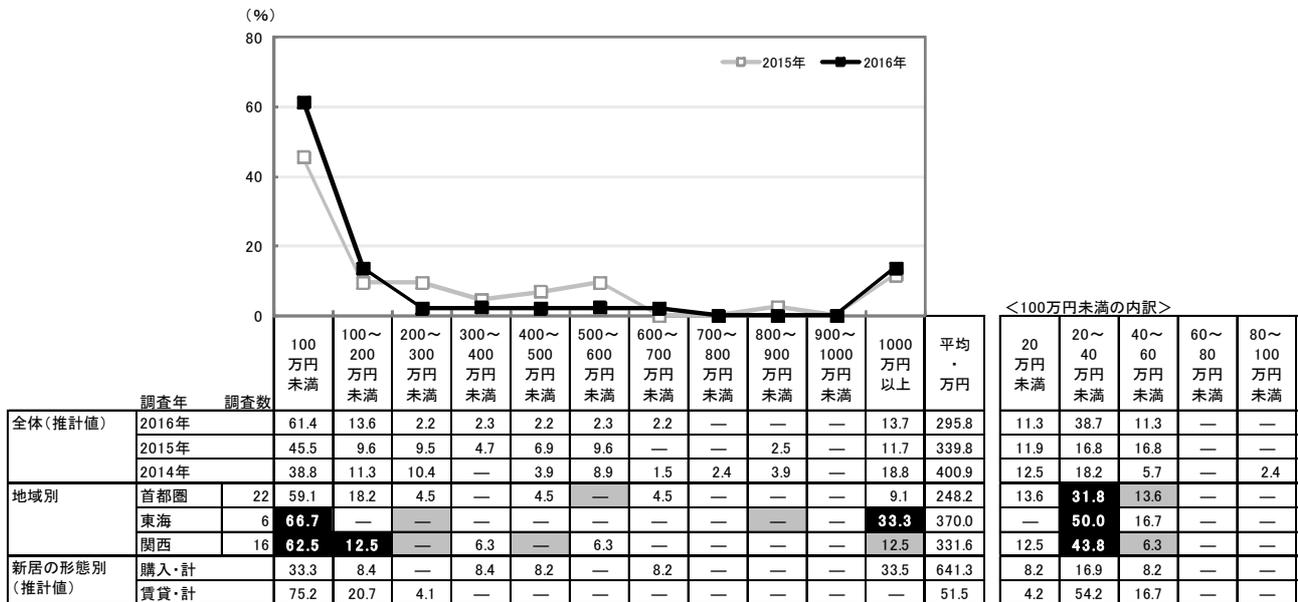
※「親との同居状況」の集計結果は、38ページに掲載している



- 新居の購入・賃貸費用としての親・親族からの援助があった人に対して、その援助額を尋ねたところ、「100万円未満」が61%で最も高い。次いで「100～200万円未満」と「1000万円以上」がともに14%で続き、平均は295.8万円となった。

■新居の購入・賃貸費用の親・親族からの援助額

(新居の購入・賃貸費用としての親・親族からの援助があった人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



※「新居の形態」の集計結果は、42ページに掲載している

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

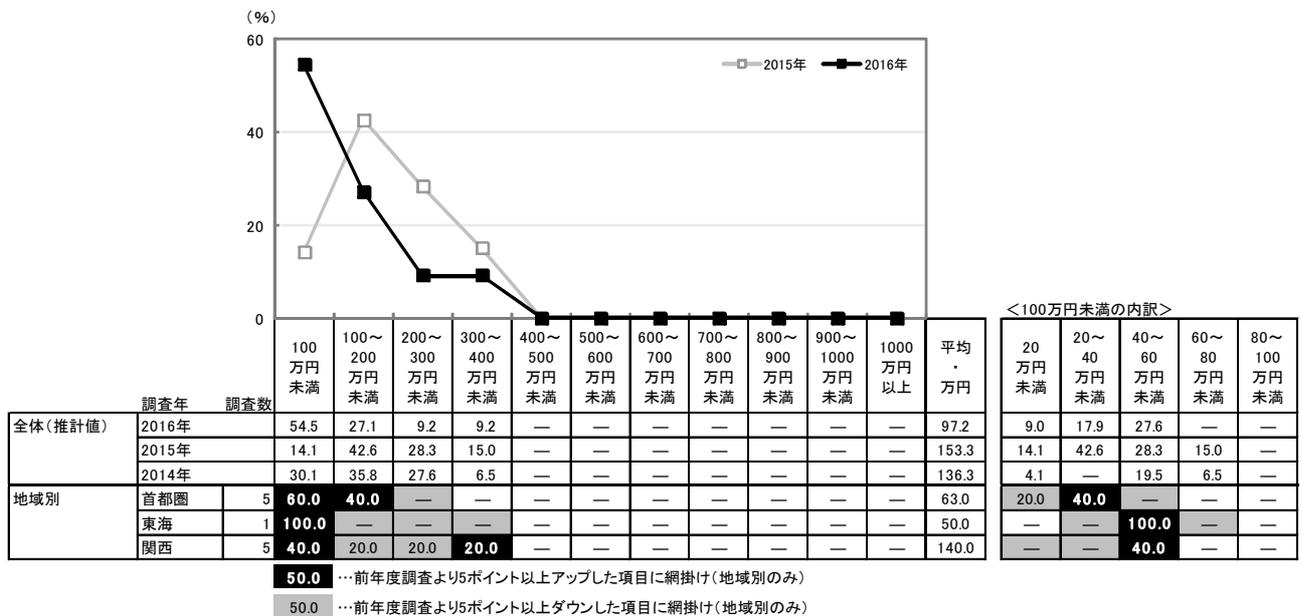


3)クルマ購入費用に対する親・親族からの援助

- クルマの購入費用としての親・親族からの援助があった人に対して、その援助額を尋ねたところ、「100万円未満」が55%で最も高く、次いで「100～200万円未満」が27%で続く。平均は97.2万円となった。

■クルマの購入費用の親・親族からの援助額

(クルマの購入費用としての親・親族からの援助があった人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



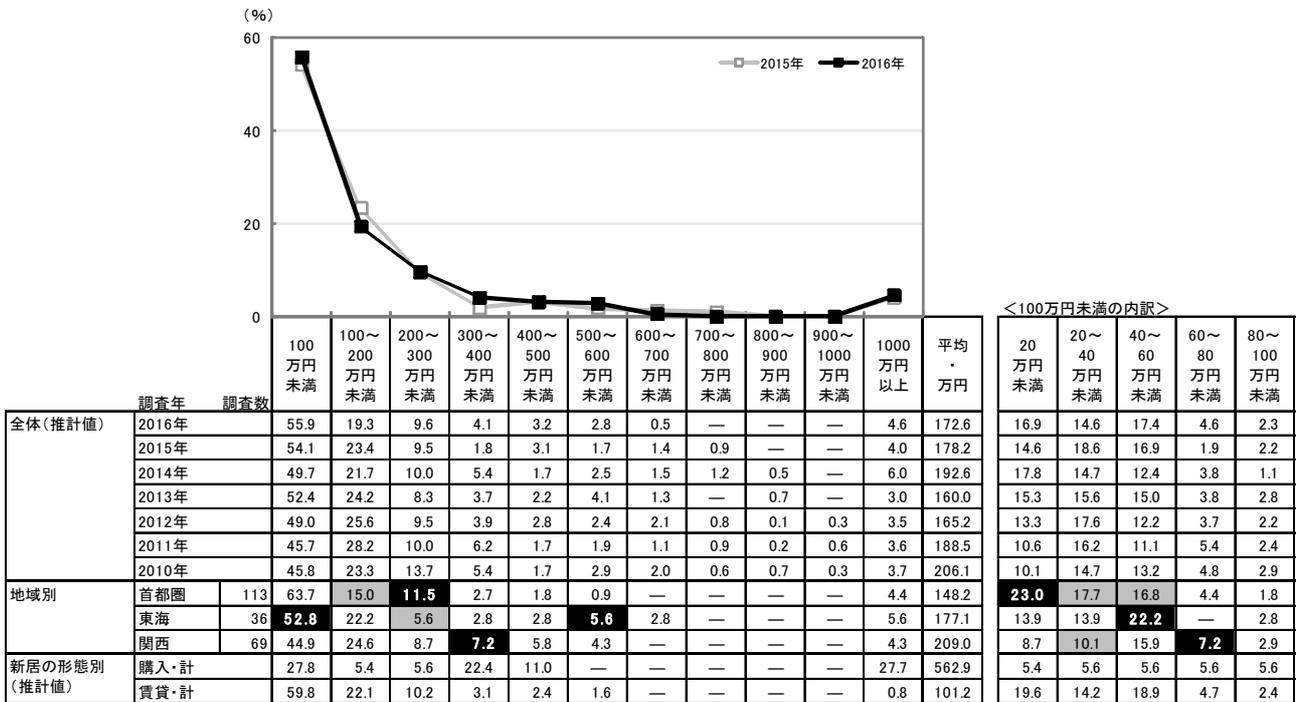


4) 新生活を始めるにあたっての親・親族からの援助

- 新生活を始めるにあたっての親・親族からの援助があった人に対して、その援助額を尋ねたところ、「100万円未満」が56%で最も高く、次いで「100～200万円未満」が19%で続く。平均は172.6万円となった。

■ 新生活を始めるにあたっての親・親族からの援助額

(新生活を始めるにあたっての親・親族からの援助があった人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



※「新居の形態」の集計結果は、42ページに掲載している

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



3. 結婚費用

【結婚トレンド調査 2016 より】

■ 結納・婚約～新婚旅行にまつわる金額 平均額一覧 [首都圏]

▼ 結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用

	首都圏								都道府県別				妻の年齢別			
	2016年		2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	東京都	神奈川県	千葉県	埼玉県	24歳以下	25～29歳	30～34歳	35歳以上
	調査数	平均 (万円)														
結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額(推計値)*1	500.4	482.2	446.1	458.9	454.0	461.7	436.5	507.5	506.5	494.0	479.0	461.7	530.2	477.5	405.5	
項目別平均額 *2																
仲人へのお礼 *3	2	4.5	3.8	16.5	2.0	11.2	11.6	16.3	4.5	—	—	—	—	4.0	5.0	—
結納式の費用	73	15.3	22.9	14.8	17.2	14.1	15.5	12.8	19.9	14.5	12.2	9.2	15.0	14.7	13.9	22.9
両家の顔合わせの費用	595	7.1	7.6	6.2	7.1	6.7	6.4	6.9	8.1	6.8	6.1	5.9	6.3	6.8	8.5	6.4
婚約指輪	445	39.4	37.7	36.2	36.6	33.3	36.0	36.7	41.0	40.4	38.0	34.4	37.2	36.4	48.1	37.9
結婚指輪(2人分)	788	25.8	26.0	23.9	23.2	21.7	22.5	21.5	26.1	25.7	26.6	24.7	23.9	25.0	27.2	29.4
学式・披露宴・披露パーティ総額	829	385.5	370.7	341.7	351.0	354.9	356.7	336.5	389.1	390.1	381.4	373.4	362.0	412.6	359.0	305.6
新婚旅行	573	64.7	62.6	60.6	61.8	56.1	55.6	52.4	67.0	65.8	61.6	59.9	54.6	67.7	62.9	57.9
新婚旅行土産	466	9.6	10.1	10.3	11.1	10.6	10.7	10.7	10.1	8.4	11.6	8.5	10.3	9.6	9.0	11.1

▼ 披露宴・披露パーティのご祝儀額

披露宴・披露パーティのご祝儀額 総額	560	232.0	223.7	219.9	223.2	221.5	224.5	223.5	234.5	230.8	237.2	223.8	226.6	243.1	216.4	207.6
招待客別平均額																
友人・同僚	620	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
上司	482	4.0	3.9	4.0	3.9	4.0	3.8	3.8	4.0	3.9	4.1	3.9	3.9	4.0	3.9	4.0
親族	600	6.5	6.3	6.4	6.5	5.8	5.8	5.8	6.4	6.9	6.0	6.6	6.4	6.6	6.6	6.1
恩師	190	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7	3.8	3.8	3.7	3.6	3.8	3.9	3.4	3.8	3.7	3.2

▼ 二次会の会費

二次会の会費																
男性	399	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.7	0.7	0.7	0.6	0.8	0.7	0.8
女性	398	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.7	0.6	0.6
<参考> 二次会出席者数(人)	414	63.4	61.8	61.3	59.7	60.7	61.4	58.7	66.6	64.5	66.3	51.8	53.1	66.9	60.7	48.8

<参考> 1人あたりの学式・披露宴・披露パーティ費用

披露宴・披露パーティ招待客人数(人)	810	68.6	68.7	66.9	68.5	69.8	69.2	67.7	69.3	67.8	71.3	66.2	66.7	72.8	63.6	56.8
1人あたりの学式・披露宴・披露パーティ費用*4	786	6.8	6.6	6.1	6.0	5.7	5.9	5.8	6.9	6.9	6.3	6.8	6.7	6.9	6.9	6.3

注 *1: 「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額」は、「項目別平均額」に掲載している平均値にそれぞれの実施・購入者の割合を乗じて調査対象全体における平均値を算出し、それらを合計して総額を推計して算出している

注 *2: 「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 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、これは結納・会場費および両家の顔合わせ・会場費については実施した人の、その他の項目については費用の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、「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額」とは一致しない

注 *3: 少ないサンプル数から平均額を算出しているため、サンプル数を確認の上、参考値としてみる必要がある

注 *4: 各サンプルごとに「学式・披露宴・披露パーティ総額(万円)」を「披露宴・披露パーティ招待客人数(人)」で割って算出している



【結婚トレンド調査 2016 より】

■結納・婚約～新婚旅行にまつわる金額 平均額一覧 [東海]

▼結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用

	東海								都道府県別			妻の年齢別			
	2016年		2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	愛知県	岐阜県	三重県	24歳以下	25～29歳	30～34歳	35歳以上
	調査数	平均 (万円)													
結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額(推計値) *1	484.2		466.8	444.6	449.2	460.8	450.1	437.8	489.7	460.1	479.8	432.4	506.4	467.3	420.7
項目別平均額 *2															
仲人へのお礼 *3	4	8.8	12.0	6.5	16.0	18.0	4.5	16.8	3.0	10.7	—	30.0	1.0	1.0	3.0
結納式の費用	43	12.8	16.6	15.7	14.4	11.0	21.2	16.1	14.1	4.4	10.5	15.0	12.6	12.8	8.0
両家の顔合わせの費用	427	6.1	5.4	5.6	6.5	5.8	6.8	6.0	6.4	4.7	5.3	4.4	5.8	7.8	5.0
婚約指輪	306	37.4	35.2	33.5	34.0	33.3	33.4	34.6	38.6	32.6	34.2	28.5	36.1	42.4	44.7
結婚指輪(2人分)	583	25.7	24.0	22.6	22.8	22.9	22.3	21.7	26.1	22.9	27.3	21.5	25.7	27.7	26.5
挙式・披露宴・披露パーティ総額	597	361.7	347.9	328.8	333.7	346.3	336.9	327.5	365.8	344.2	360.6	342.6	378.1	344.0	305.0
新婚旅行	441	69.7	67.7	67.9	64.9	62.5	59.1	55.3	70.8	67.7	65.0	54.6	72.0	69.1	66.2
新婚旅行土産	358	14.4	13.8	12.5	13.1	12.6	12.9	13.9	14.4	14.3	14.5	15.2	14.4	13.3	17.7

▼披露宴・披露パーティのご祝儀額

披露宴・披露パーティのご祝儀額 総額		394	216.2	196.9	206.7	202.8	203.6	207.3	205.1	216.4	207.8	226.7	213.5	221.9	207.6	190.5
招待客別平均額	友人・同僚	452	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
	上司	373	4.0	3.9	4.0	3.9	3.8	3.9	3.8	4.0	3.9	3.9	4.1	3.8	4.3	3.9
	親族	418	6.6	6.6	7.2	6.5	6.5	6.2	6.2	6.7	6.3	6.5	8.6	6.4	6.6	5.7
	恩師	107	4.0	3.7	3.8	3.8	3.4	3.6	3.7	4.0	3.9	4.2	3.7	4.3	3.7	3.4

▼二次会の会費

二次会の会費		309	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.7	0.7
	男性	309	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.7	0.7
	女性	310	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8	0.7	0.7	0.6	0.6
<参考> 二次会出席者数(人)		312	61.6	61.5	62.0	63.2	60.6	60.2	58.4	62.6	59.3	58.1	57.8	64.7	51.9	65.7

<参考>1人あたりの挙式・披露宴・披露パーティ費用

披露宴・披露パーティ招待客人数(人)		582	62.0	60.0	60.3	61.3	62.0	61.4	61.5	62.2	60.6	62.5	65.0	64.8	55.8	52.5
1人あたりの挙式・披露宴・披露パーティ費用 *4		568	7.0	6.5	6.1	6.0	6.2	5.9	5.8	7.2	6.6	6.6	6.6	5.7	7.0	7.4

注 *1:「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額」は、「項目別平均額」に掲載している平均値にそれぞれの実施・購入者の割合を乗じて調査対象全体における平均値を算出し、それらを合計して総額を推計して算出している

注 *2:「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 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、これは結納・会場費および両家の顔合わせ・会場費については実施した人の、その他の項目については費用の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、「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額」とは一致しない

注 *3:少ないサンプル数から平均額を算出しているため、サンプル数を確認の上、参考値としてみる必要がある

注 *4:各サンプルごとに「挙式・披露宴・披露パーティ総額(万円)」を「披露宴・披露パーティ招待客人数(人)」で割って算出している



【結婚トレンド調査 2016 より】

■ 結納・婚約～新婚旅行にまつわる金額 平均額一覧 [関西]

▼ 結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用

項目別平均額 *2	関西								都道府県別						妻の年齢別			
	2016年		2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	大阪府	兵庫県	京都府	奈良県	滋賀県	和歌山県	24歳以下	25～29歳	30～34歳	35歳以上
	調査数	平均 (万円)																
結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額(推計値) *1	452.6	456.4	423.0	433.2	454.1	411.4	398.7	457.3	452.1	441.2	437.2	473.3	395.0	419.5	469.0	455.2	383.6	
仲人へのお礼 *3	2	5.5	3.3	4.3	16.7	12.0	15.4	9.9	1.0	—	—	10.0	—	—	5.5	—	—	
結納式の費用	65	12.6	18.1	16.7	18.1	12.2	10.8	9.1	12.1	10.5	25.0	9.9	9.0	—	7.6	14.0	11.7	
両家の顔合わせの費用	586	6.1	6.3	5.9	6.3	6.1	5.4	6.2	6.6	5.7	5.7	5.9	5.3	4.7	8.6	5.7	6.0	
婚約指輪	446	36.5	34.5	33.6	35.9	35.5	34.5	36.7	38.1	35.8	31.4	39.7	32.5	35.8	38.1	33.9	36.9	
結婚指輪(2人分)	795	23.8	22.9	22.5	21.9	22.0	21.6	21.9	23.5	24.7	24.7	22.3	23.7	21.7	24.8	23.1	24.0	
学式・披露宴・披露パーティ総額	829	337.4	341.0	316.1	324.7	338.3	309.0	295.6	337.7	340.9	334.6	324.4	357.3	286.3	320.9	352.9	337.9	
新婚旅行	594	65.6	66.9	60.9	58.0	59.8	53.8	51.2	69.5	60.8	58.6	61.1	72.5	61.7	56.8	63.9	72.1	
新婚旅行土産	465	12.1	12.0	12.5	12.1	13.0	12.5	12.1	12.8	11.3	9.3	12.9	13.3	11.3	11.5	13.1	9.8	

▼ 披露宴・披露パーティのご祝儀額

披露宴・披露パーティのご祝儀額 総額	530	209.9	210.2	208.5	200.7	206.4	209.3	197.9	210.6	212.2	201.6	205.4	215.0	203.8	223.2	211.4	212.6	179.4
招待客別平均額	619	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
友人・同僚	471	4.0	3.9	3.9	3.9	3.9	3.8	3.8	4.1	4.0	3.9	3.8	3.7	4.1	4.1	3.9	4.3	3.7
上司	556	6.8	6.7	6.7	6.5	6.5	6.5	6.5	6.8	6.6	6.8	7.6	6.9	6.0	7.3	6.6	7.1	7.1
親族	140	3.9	3.7	3.7	3.8	3.6	3.8	3.8	4.1	4.0	3.4	3.5	3.4	3.0	3.5	3.9	3.8	3.9
恩師																		

▼ 二次会の会費

二次会の会費	男性	女性	<参考> 二次会出席者数(人)																
男性	420	0.8	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.7	0.7	0.8	0.9	0.7	0.7
女性	420	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.6	0.6
<参考> 二次会出席者数(人)	429	59.0	59.0	57.0	58.6	55.5	54.2	52.8	62.3	53.7	55.8	59.2	58.0	58.6	57.8	61.4	55.1	42.6	

<参考> 1人あたりの学式・披露宴・披露パーティ費用

披露宴・披露パーティ招待客人数(人)	810	61.9	62.7	61.3	63.1	62.7	61.4	59.4	64.2	59.8	57.3	58.5	66.7	52.4	63.6	64.6	60.5	46.5
1人あたりの学式・披露宴・披露パーティ費用 *4	788	6.7	6.4	5.9	5.8	5.9	5.7	5.5	6.5	6.7	7.6	7.3	5.9	6.4	5.2	6.6	6.9	7.7

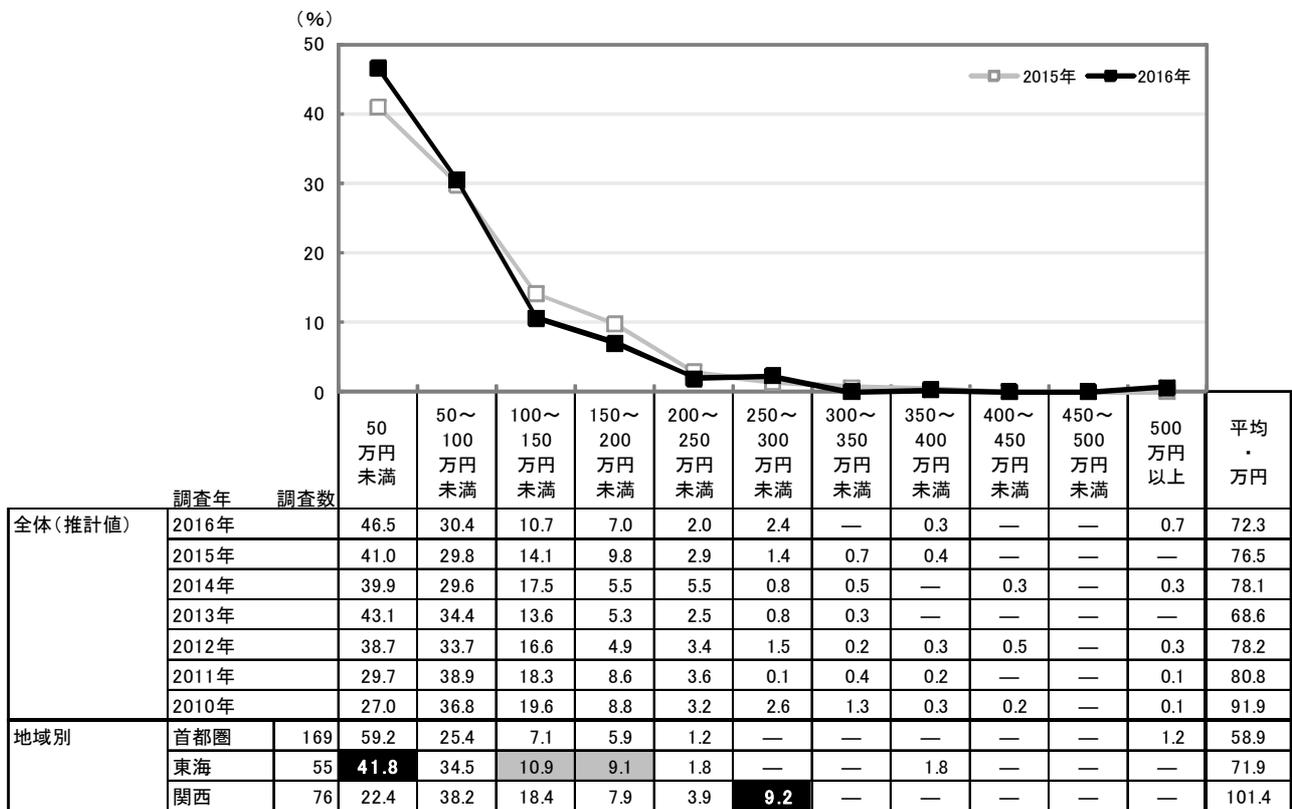
注 *1: 「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額」は、「項目別平均額」に掲載している平均値にそれぞれの実施・購入者の割合を乗じて調査対象全体における平均値を算出し、それらを合計して総額を推計して算出している
 注 *2: 「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額」の算出時に用いた各項目の平均金額を掲載しているが、これは結納・会場費および両家の顔合わせ・会場費については実施した人の、その他の項目については費用の発生した人の平均金額であり、各項目の平均金額の合計は、「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額」とは一致しない
 注 *3: 少ないサンプル数から平均額を算出しているため、サンプル数を確認の上、参考値としてみる必要がある
 注 *4: 各サンプルごとに「学式・披露宴・披露パーティ総額(万円)」を「披露宴・披露パーティ招待客人数(人)」で割って算出している



1) 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は、「50万円未満」が47%で最も高く、次いで「50～100万円未満」が30%、「100～150万円未満」が11%で続く。平均は72.3万円となった。

■ 新生活準備のためにかかった費用(金額回答者のみ)



※具体的な新生活準備内容については33ページに掲載している

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



■新生活準備にまつわる金額 平均額一覧(金額回答者のみ)

▼新生活準備のためにかかった費用

調査年		全体 (推計値)	時系列(推計値)					
		2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年
		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	72.3	76.5	78.1	68.6	78.2	80.8	91.9
	項目別平均額 *1							
	インテリア・家具の購入総額	40.0	43.2	44.6	39.0	44.0	42.3	48.6
	家電製品の購入総額	37.4	36.7	36.9	35.0	39.6	42.9	47.7

▼新生活準備のためにかかった費用 地域別時系列比較

調査年		首都圏						
		2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年
		平均 (万円)						
	新生活準備のためにかかった費用 総額	58.9	60.6	66.0	56.3	64.1	69.2	81.6
	項目別平均額 *1							
	インテリア・家具の購入総額	35.0	36.7	38.8	34.2	38.1	37.9	44.9
	家電製品の購入総額	30.0	28.7	32.7	27.7	32.8	35.6	41.0
調査年		東海						
		2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年
		平均 (万円)						
	新生活準備のためにかかった費用 総額	71.9	95.9	90.2	78.2	85.3	96.3	104.6
	項目別平均額 *1							
	インテリア・家具の購入総額	37.6	50.7	50.1	41.5	44.7	50.2	54.3
	家電製品の購入総額	38.7	46.3	42.3	40.9	43.7	49.1	52.9
調査年		関西						
		2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年
		平均 (万円)						
	新生活準備のためにかかった費用 総額	101.4	91.5	96.0	87.0	103.5	92.9	105.2
	項目別平均額 *1							
	インテリア・家具の購入総額	52.6	50.7	52.3	46.8	56.0	45.6	53.0
	家電製品の購入総額	49.8	44.1	42.1	44.9	49.9	51.5	58.0

▼新婚家庭の収入・貯金

調査年		全体 (推計値)	時系列(推計値)						地域別		
		2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	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)
年収 *2	夫	463.2	456.3	432.8	430.5	428.0	443.2	462.7	471.6	425.4	469.4
	妻	323.9	324.2	301.9	300.0	308.6	316.4	304.7	339.4	304.8	304.6
結婚資金としての貯金額	夫	287.3	327.1	348.9	261.5	272.3	306.0	278.5	311.5	260.2	258.8
	妻	230.5	228.8	249.0	242.6	252.1	243.3	227.8	211.0	250.3	254.8

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

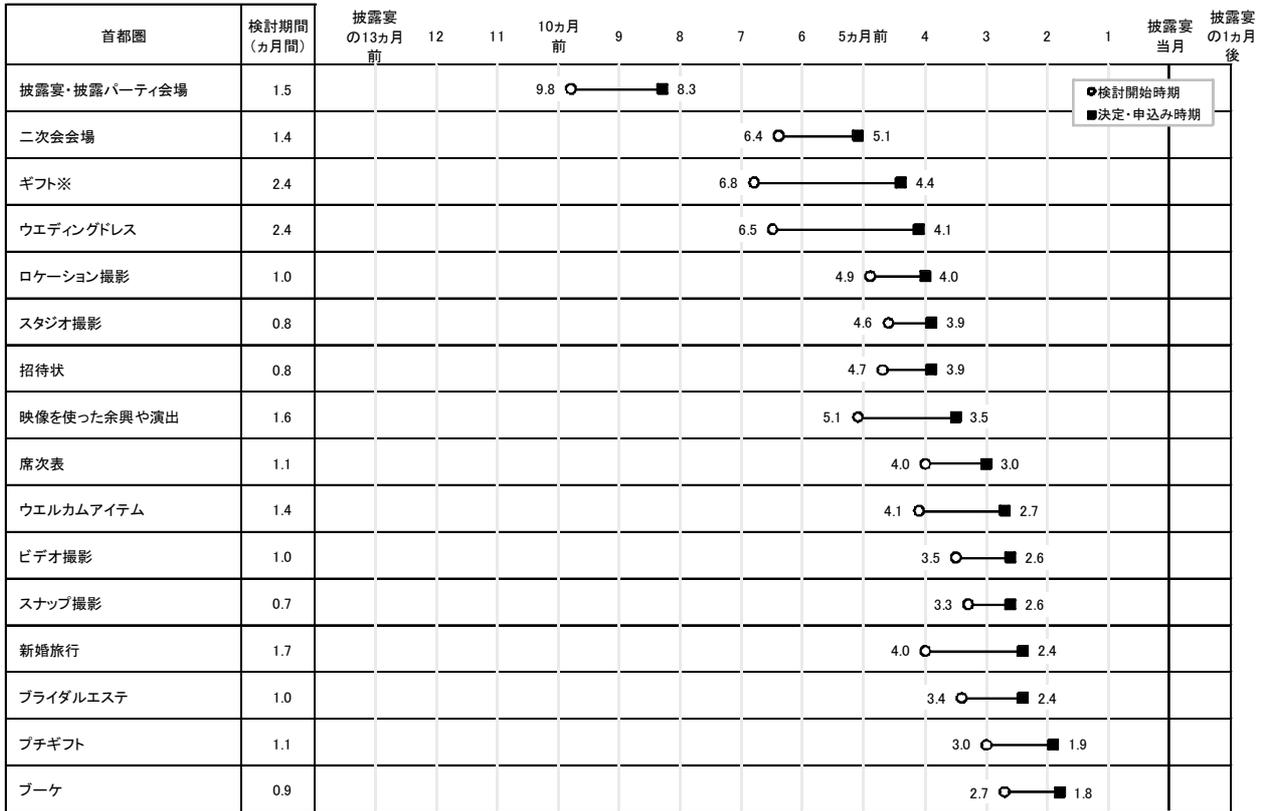
注 *2:「年収」は、夫妻ともに「結婚前の夫(妻)の年収」と聞き、年収がなかった人も含めて集計



4. 結婚及び新生活準備に関するスケジュール

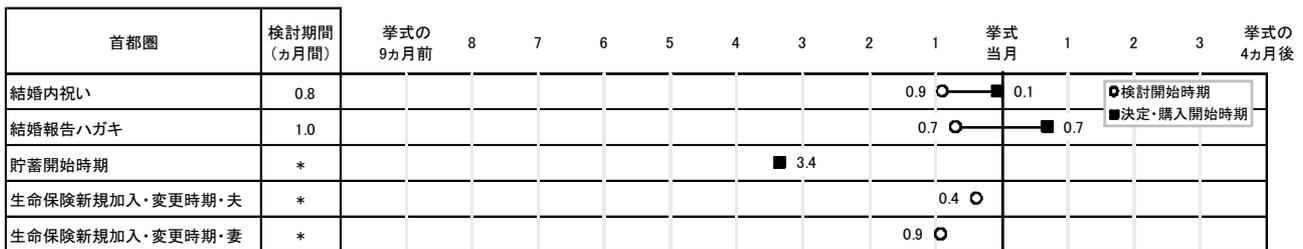
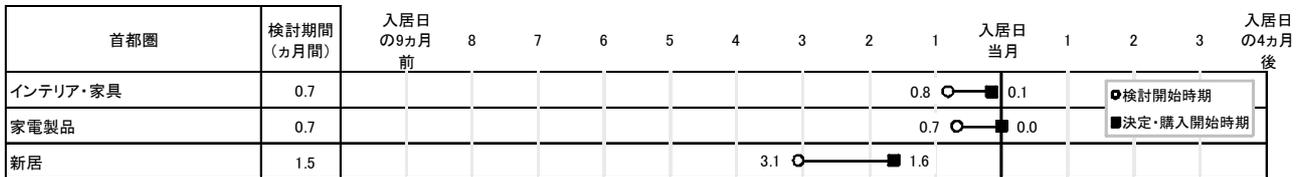
【結婚トレンド調査 2016 より】

■結婚に関するスケジュール [首都圏]



※ギフト:「ギフト」には「引出物」、「引菓子」、「引菓子以外の食べ物、飲み物」を含む
※項目順は「決定・申込み時期」の早い順

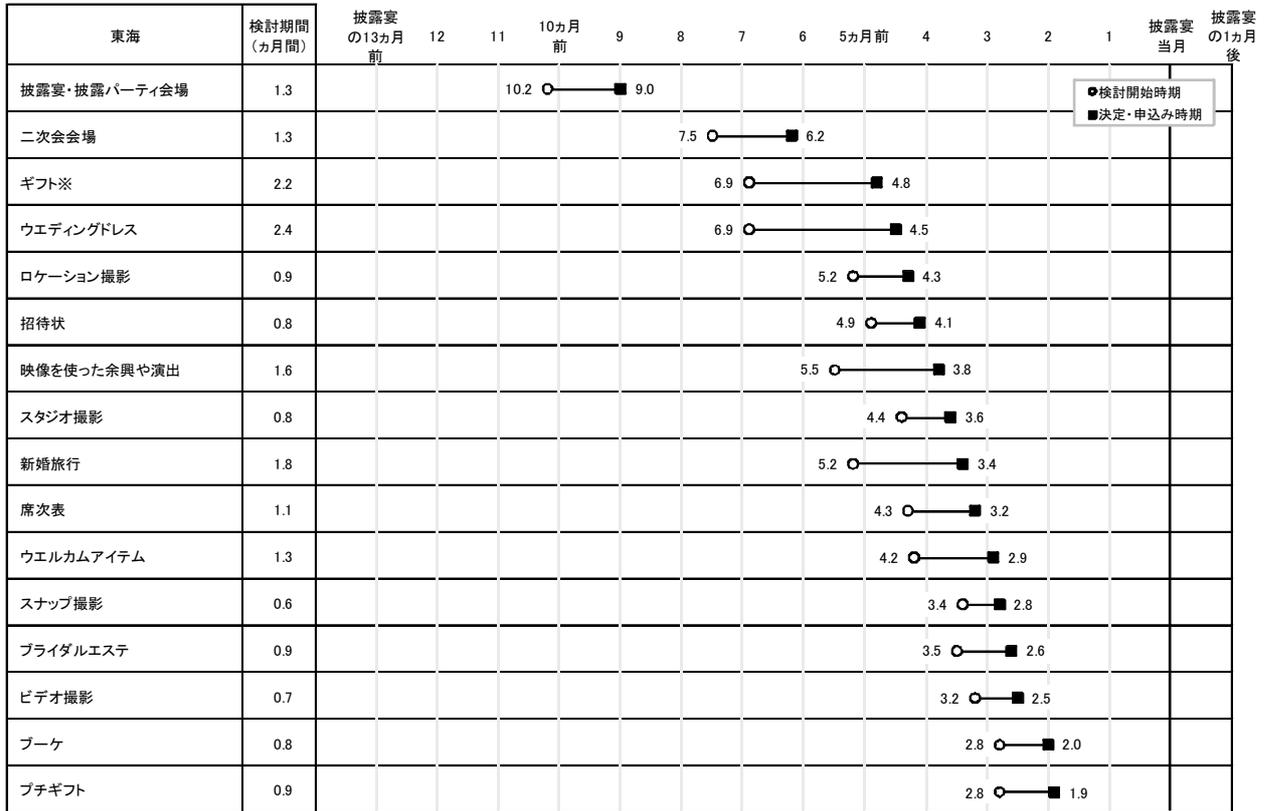
■新生活準備に関するスケジュール [首都圏]





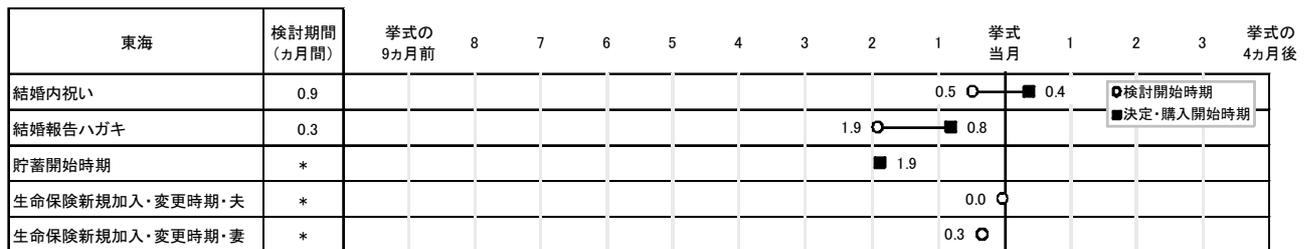
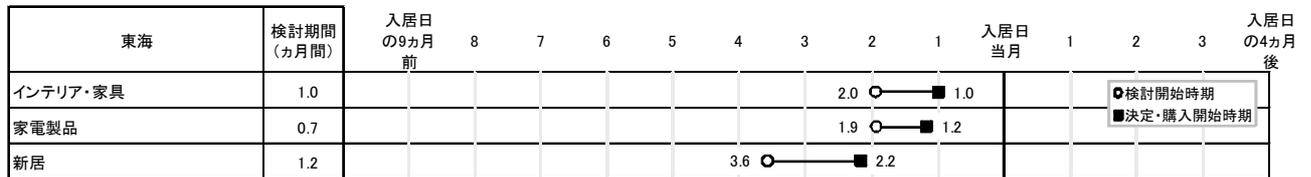
【結婚トレンド調査 2016 より】

■結婚に関するスケジュール [東海]



※ギフト:「ギフト」には「引出物」、「引菓子」、「引菓子以外の食べ物、飲み物」を含む
※項目順は「決定・申込み時期」の早い順

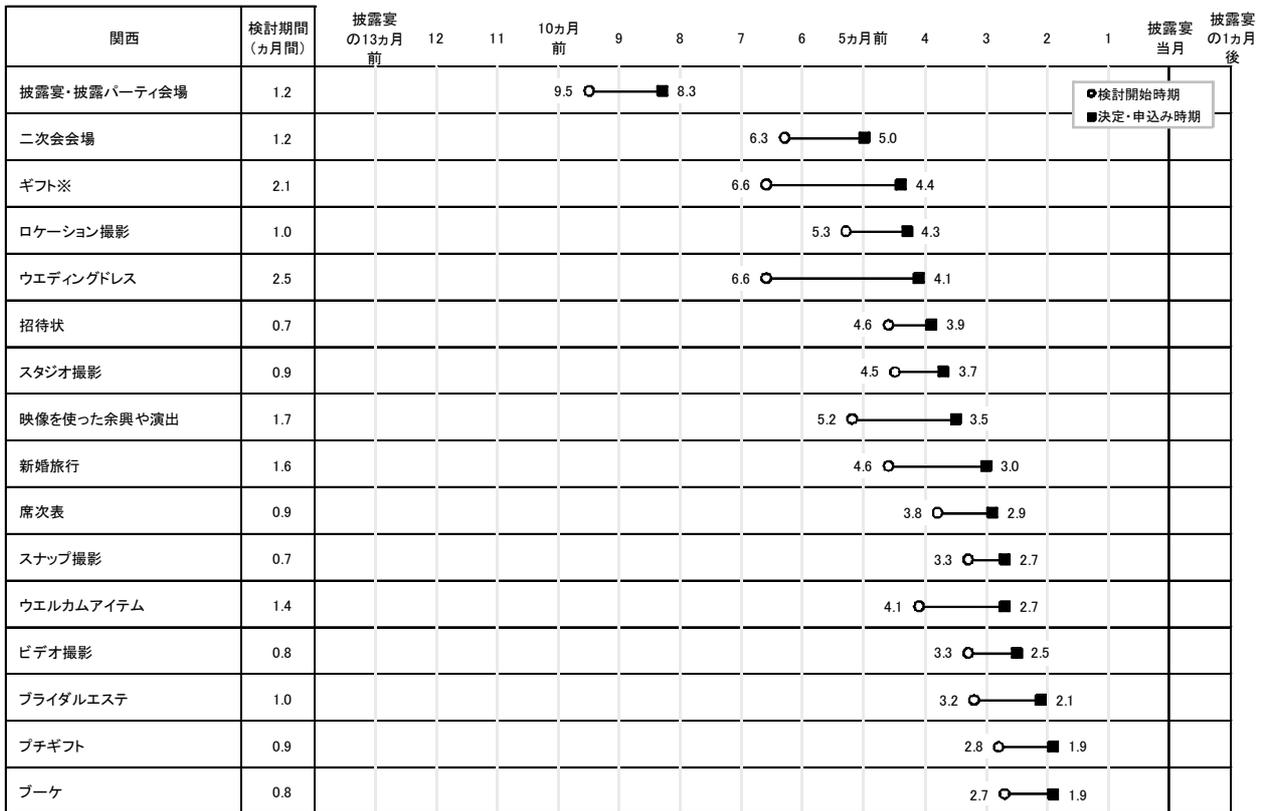
■新生活準備に関するスケジュール [東海]





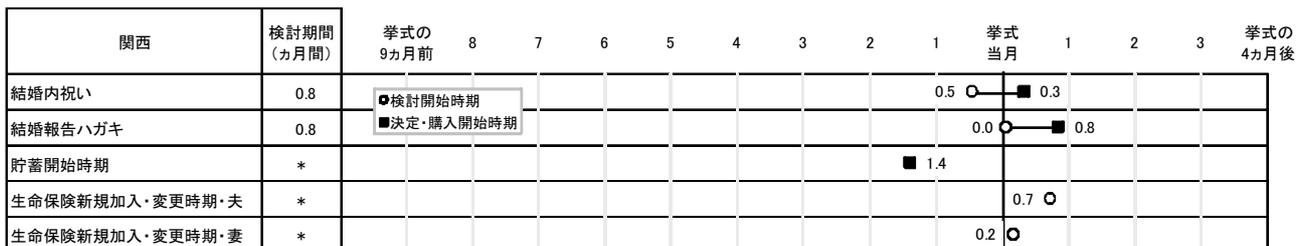
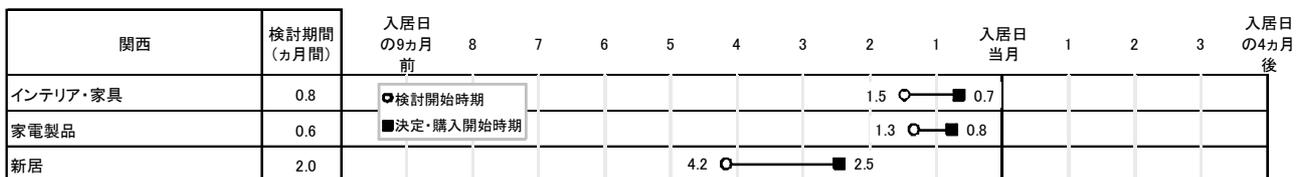
【結婚トレンド調査2016より】

■結婚に関するスケジュール [関西]



※ギフト:「ギフト」には「引出物」、「引菓子」、「引菓子以外の食べ物、飲み物」を含む
※項目順は「決定・申込み時期」の早い順

■新生活準備に関するスケジュール [関西]



第1章

新居について



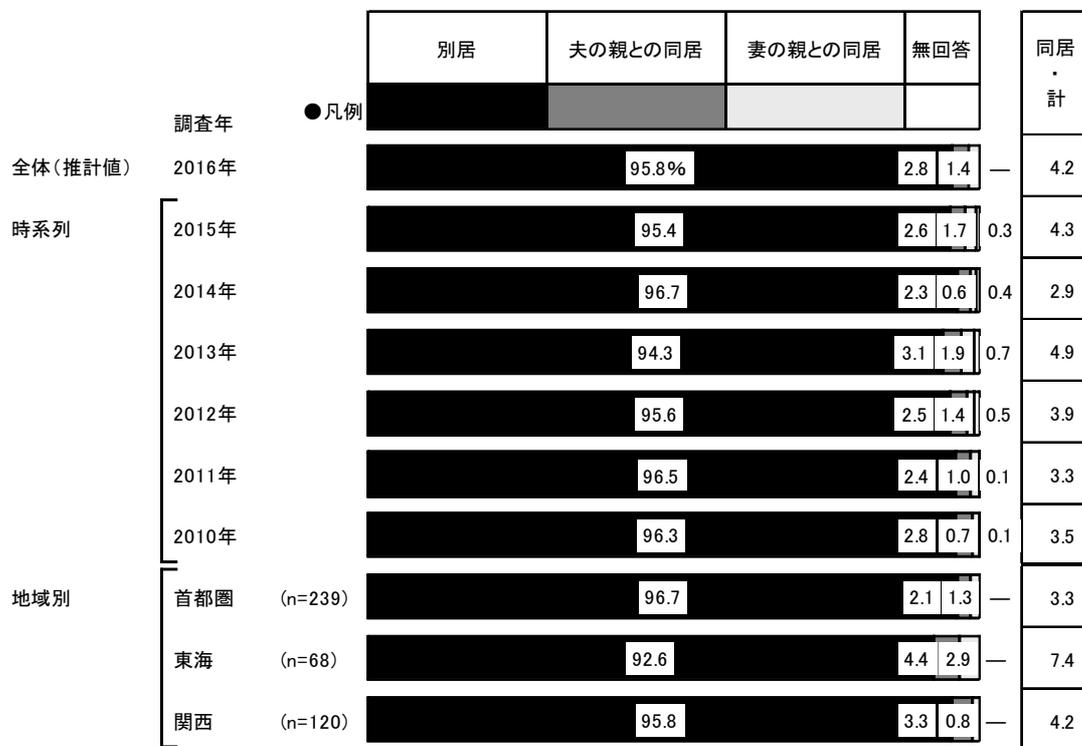


1. 親との同居状況

1) 親との同居状況

●全体に対して、親との同居状況を尋ねたところ、「別居」している人は96%であった。

■親との同居状況(全体/単一回答)

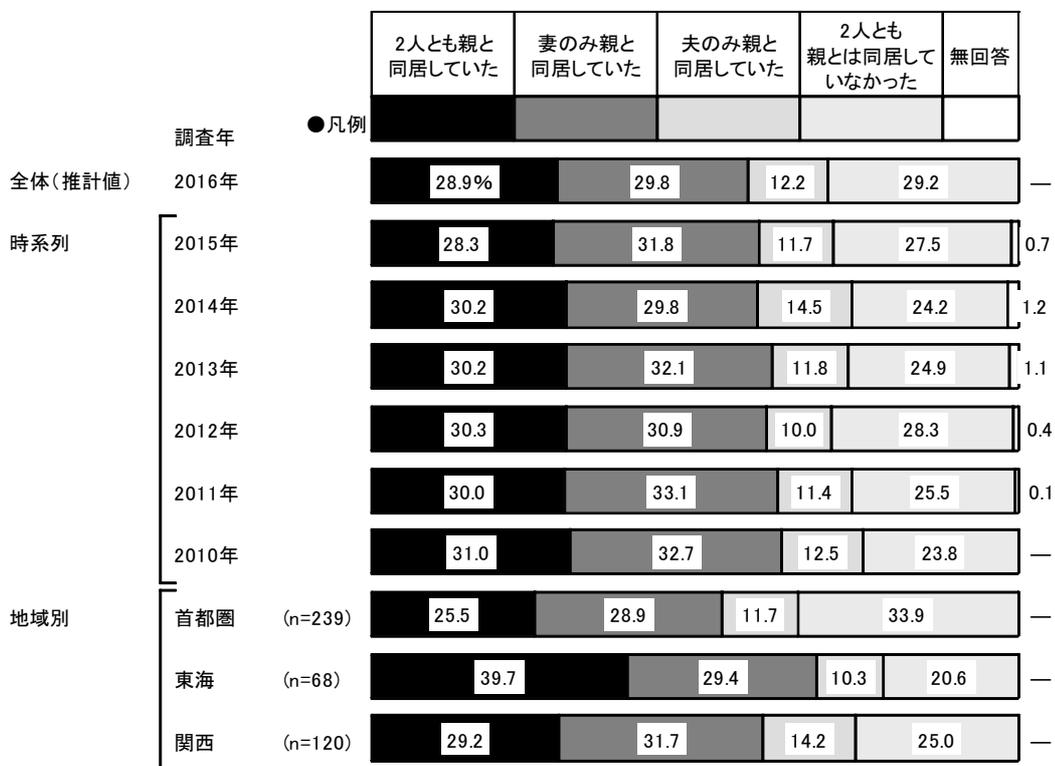




2) 一緒に住む前の親との同居状況

- 一緒に住む前の親との同居状況を尋ねたところ、「妻のみ親と同居していた」人が30%、「2人とも親と同居していた」と「2人とも親とは同居していなかった」人がともに29%、「夫のみ親と同居していた」人が12%であった。

■一緒に住む前の親との同居状況(全体/単一回答)



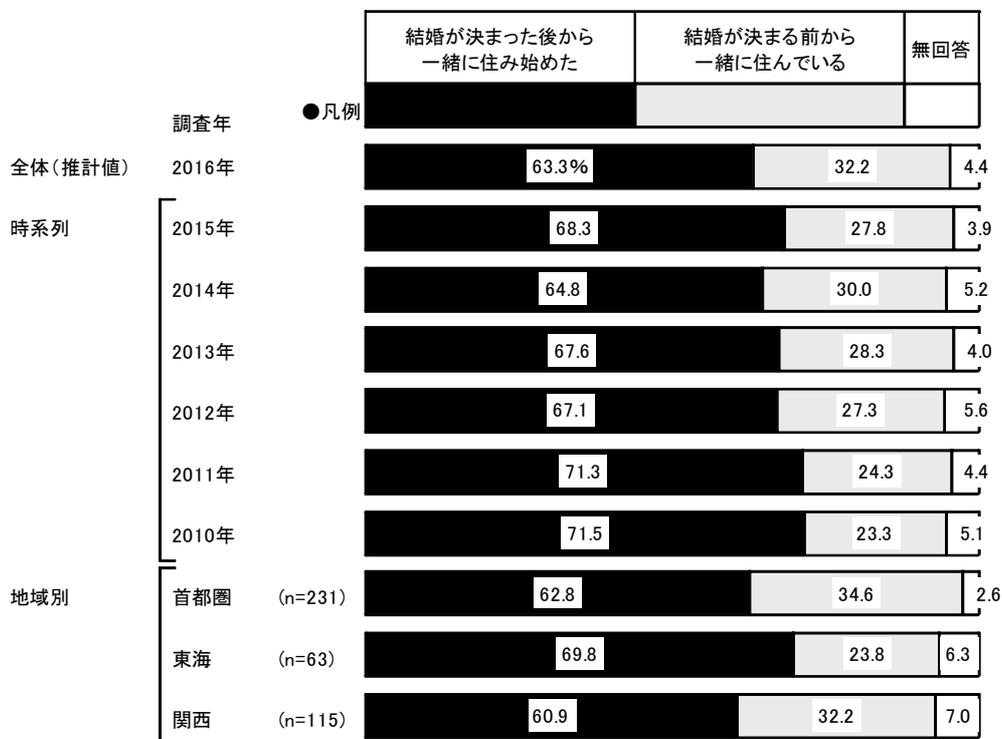


2. 一緒に住み始めた時期

1) 一緒に住み始めたタイミング

●親と別居している人に対して、一緒に住み始めた時期を尋ねたところ、「結婚が決まった後から一緒に住み始めた」人は63%であった。

■一緒に住み始めたタイミング(親と別居している人/単一回答)



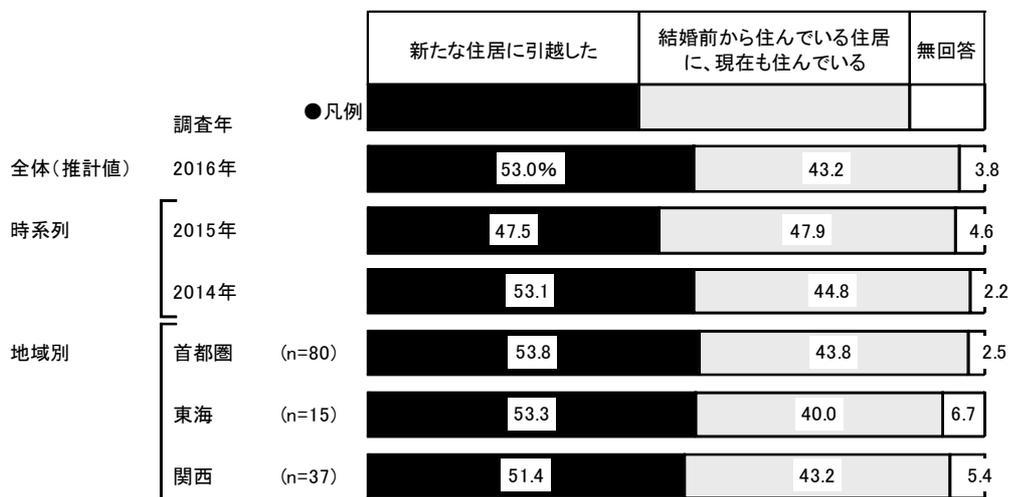


2) 結婚を機とした住み替え状況

●親と別居している人のうち、結婚が決まる前から一緒に住んでいる人に対して、結婚を機とした住み替えの状況を尋ねたところ、「新たな住居に引越した」人は53%であった。

■結婚を機とした住み替え状況

(親と別居している人のうち、結婚が決まる前から一緒に住んでいる人／単一回答)



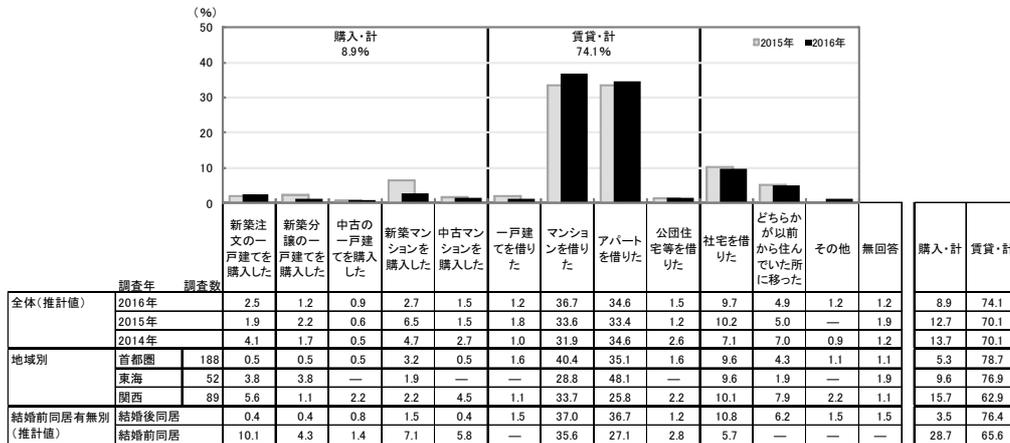


3. 新居の概要

1) 新居の形態

- 親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住み始めた人、または結婚が決まる前から一緒に住んでいて、結婚を機に引越した人に対して、新居の形態を尋ねたところ、「マンションを借りた」が37%で最も高く、次いで「アパートを借りた」が35%で続く。「賃貸・計」は74%となった。

■新居の形態(親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住み始めた人、または結婚が決まる前から一緒に住んでいて、結婚を機に引越した人／単一回答)



▼地域別時系列比較

調査年	調査数	新居の形態 (%)											購入・計	賃貸・計			
		新築注文の一戸建てを購入した	新築分譲の一戸建てを購入した	中古の一戸建てを購入した	新築マンションを購入した	中古マンションを購入した	一戸建てを借りた	マンションを借りた	アパートを借りた	公団住宅等を借りた	社宅を借りた	どちらかが以前から住んでいた所に移った			その他	無回答	
首都圏	2015年	163	3.1	1.2	—	6.7	1.8	1.8	35.0	35.0	1.2	6.7	5.5	—	1.8	12.9	73.0
	2014年	160	4.4	1.9	—	6.3	3.8	0.6	31.3	33.1	2.5	6.9	7.5	1.3	0.6	16.3	67.5
東海	2015年	53	1.9	3.8	—	1.9	—	—	24.5	45.3	—	13.2	5.7	—	3.8	7.5	69.8
	2014年	60	1.7	—	—	1.7	3.3	—	25.0	50.0	—	8.3	6.7	—	—	10.0	75.0
関西	2015年	104	—	2.9	1.9	8.7	1.9	2.9	36.5	24.0	1.9	14.4	3.8	—	1.0	15.4	65.4
	2014年	145	4.8	2.1	0.7	2.8	0.7	2.1	36.6	29.7	4.1	6.9	6.2	0.7	2.8	11.0	72.4

<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

調査年	調査数	新居の形態 (%)											購入・計	賃貸・計				
		新築注文の一戸建てを購入した	新築分譲の一戸建てを購入した	中古の一戸建てを購入した	新築マンションを購入した	中古マンションを購入した	一戸建てを借りた	マンションを借りた	アパートを借りた	公団住宅等を借りた	社宅を借りた	どちらかが以前から住んでいた所に移った			その他	無回答		
全体(推計値)	2013年	208	2.3	2.6	0.9	3.0	1.8	1.4	36.0	32.3	1.8	8.2	7.8	1.2	0.6	10.6	71.6	
	2012年	178	—	6.9**	—	—	4.3***	—	0.9	29.8	34.6	2.0	11.5	8.5	1.0	0.4	11.2	67.3
	2011年	239	—	4.3**	—	—	7.5***	—	0.6	38.0	30.4	2.5	8.3	6.4	1.7	0.3	11.8	71.6
	2010年	249	—	7.4**	—	—	7.8***	—	2.0	31.1	27.8	2.3	10.1	10.5	0.8	0.2	15.2	63.1

**2012年までは「新しく一戸建てを購入・建築した」でひとつの選択肢
***2012年までは「新しくマンションを購入した」でひとつの選択肢

▼地域別時系列比較

調査年	調査数	新居の形態 (%)											購入・計	賃貸・計				
		新築注文の一戸建てを購入した	新築分譲の一戸建てを購入した	中古の一戸建てを購入した	新築マンションを購入した	中古マンションを購入した	一戸建てを借りた	マンションを借りた	アパートを借りた	公団住宅等を借りた	社宅を借りた	どちらかが以前から住んでいた所に移った			その他	無回答		
首都圏	2013年	208	1.0	3.4	0.5	2.9	1.9	1.4	37.5	32.2	1.9	5.8	10.6	0.5	0.5	9.6	73.1	
	2012年	178	—	5.1**	—	—	5.1***	—	1.1	32.0	34.3	1.7	11.8	8.4	—	0.6	10.1	69.1
	2011年	239	—	2.1**	—	—	8.4***	—	0.4	42.3	28.0	2.9	8.4	5.9	1.7	—	10.5	73.6
	2010年	249	—	5.6**	—	—	8.0***	—	2.4	31.7	25.3	2.0	11.6	12.4	0.4	0.4	13.7	61.4
東海	2013年	95	2.1	3.2	—	2.1	—	1.1	21.1	53.7	1.1	9.5	4.2	1.1	1.1	7.4	77.8	
	2012年	195	—	5.1**	—	—	2.1***	—	—	21.5	53.8	2.1	7.7	5.6	2.1	—	7.2	76.4
	2011年	234	—	4.7**	—	—	2.1***	—	0.9	23.1	47.4	1.7	10.7	7.3	2.1	—	6.8	73.1
	2010年	254	—	6.7**	—	—	3.5***	—	0.4	18.1	48.8	1.2	12.2	7.1	2.0	—	10.2	68.5
関西	2013年	197	4.6	1.0	2.0	3.6	2.5	1.5	41.1	21.8	2.0	11.7	5.1	2.5	0.5	13.7	66.5	
	2012年	204	—	10.8**	—	—	4.4***	—	1.0	30.9	24.5	2.5	13.2	10.3	2.0	0.5	15.2	58.8
	2011年	221	—	7.7**	—	—	9.0***	—	0.9	39.8	24.4	2.3	6.8	6.8	1.4	0.9	16.7	67.4
	2010年	210	—	11.0**	—	—	10.0***	—	2.4	37.6	19.5	3.3	6.2	9.0	1.0	—	21.0	62.9

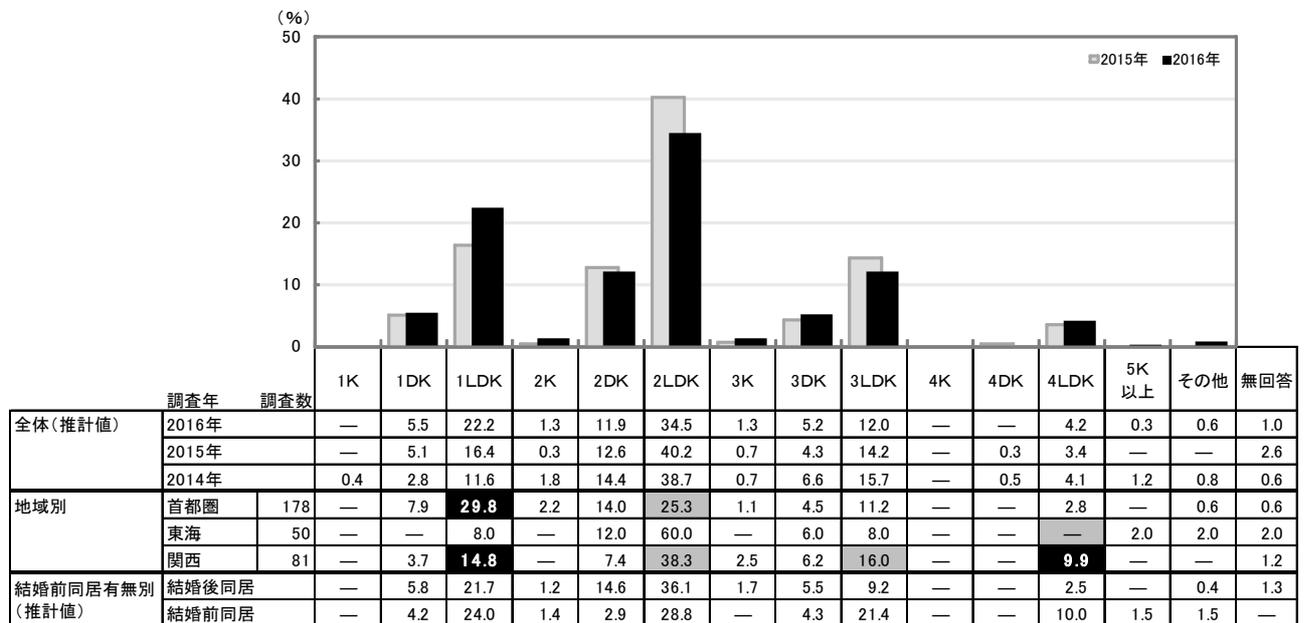
**2012年までは「新しく一戸建てを購入・建築した」でひとつの選択肢
***2012年までは「新しくマンションを購入した」でひとつの選択肢



2) 新居の間取り

- 親と別居している人のうち、結婚を機に新たな住居に引越した人に対して、新居の間取りを尋ねたところ、「2LDK」が35%で最も高く、次いで「1LDK」が22%、「2DK」と「3LDK」がともに12%で続く。

■新居の間取り(親と別居している人のうち、結婚を機に新たな住居に引越した人／単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

調査年	1K	1DK	1LDK	2K	2DK	2LDK	3K	3DK	3LDK	4K	4DK	4LDK	5K以上	その他	無回答
全体(推計値)															
2013年	—	2.1	14.6	1.4	16.0	34.5	1.3	9.0	14.0	—	0.2	4.8	0.5	1.0	0.5
2012年	0.9	2.3	12.5	0.9	14.0	35.3	1.4	7.7	16.3	0.2	—	5.6	0.4	0.6	1.7
2011年	0.2	2.1	10.9	1.5	18.3	36.2	1.1	5.8	17.1	—	0.3	3.4	0.9	0.7	1.5
2010年	0.2	1.8	8.0	1.3	17.7	31.2	1.0	10.0	21.0	—	0.2	6.5	0.2	—	0.8



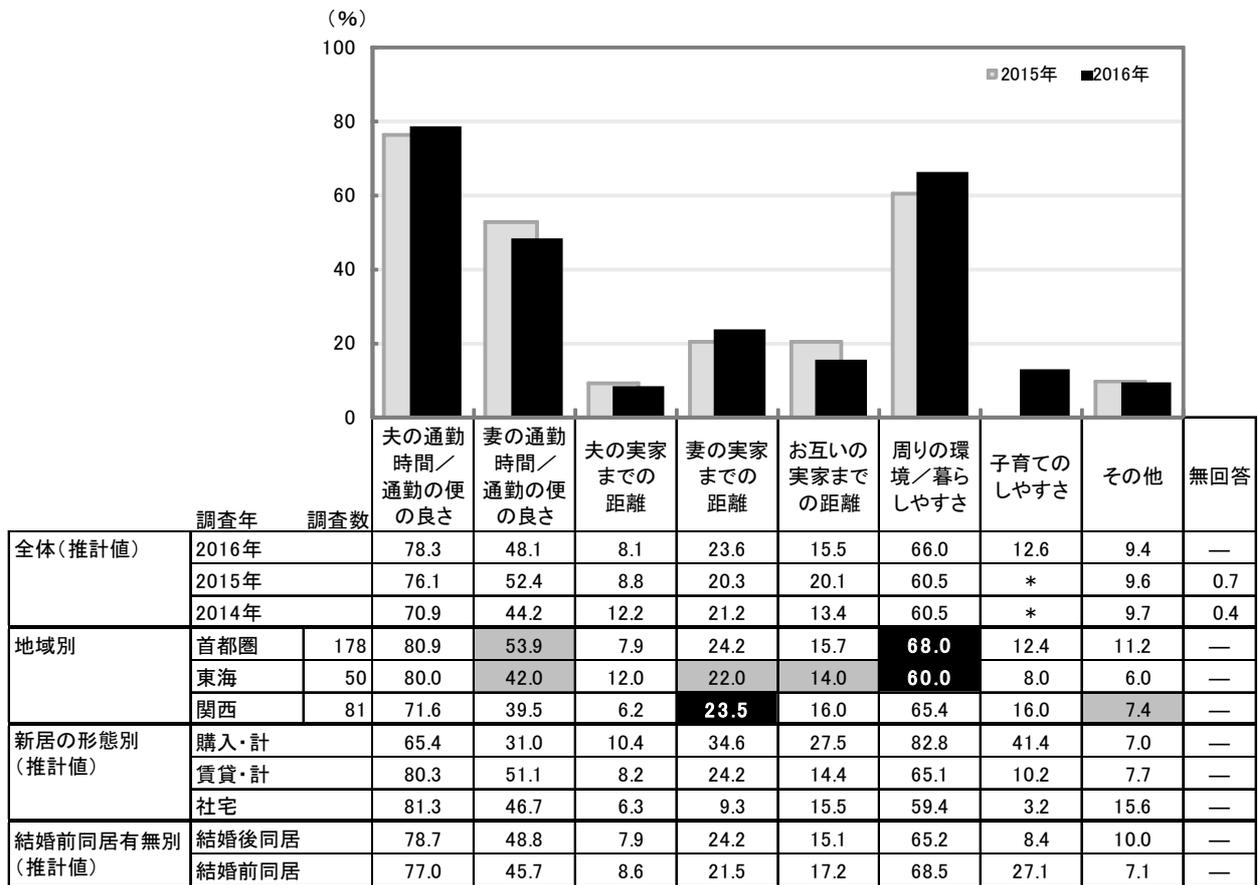
4. 新居を検討する際の重視点

1) 新居の場所を決定する際の重視点

- 新居の場所を決定する際の重視点を尋ねたところ、「夫の通勤時間／通勤の便の良さ」が78%で最も高く、次いで「周りの環境／暮らしやすさ」が66%、「妻の通勤時間／通勤の便の良さ」が48%で続く。

■新居の場所を決定する際の重視点

(親と別居している人のうち、結婚を機に新たな住居に引越した人／複数回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

調査年		夫の通勤時間／通勤の便の良さ	妻の通勤時間／通勤の便の良さ	夫の実家までの距離	妻の実家までの距離	お互いの実家までの距離	周りの環境／暮らしやすさ	その他	無回答	
全体(推計値)		2013年	74.1	43.5	8.8	25.3	15.3	63.5	11.2	1.2
		2012年	71.0	40.0	7.8	23.7	19.2	62.7	14.0	1.9
		2011年	79.0	49.3	11.7	24.2	15.1	67.9	11.4	1.6
		2010年	77.5	39.5	12.2	23.3	18.1	62.6	15.7	1.3

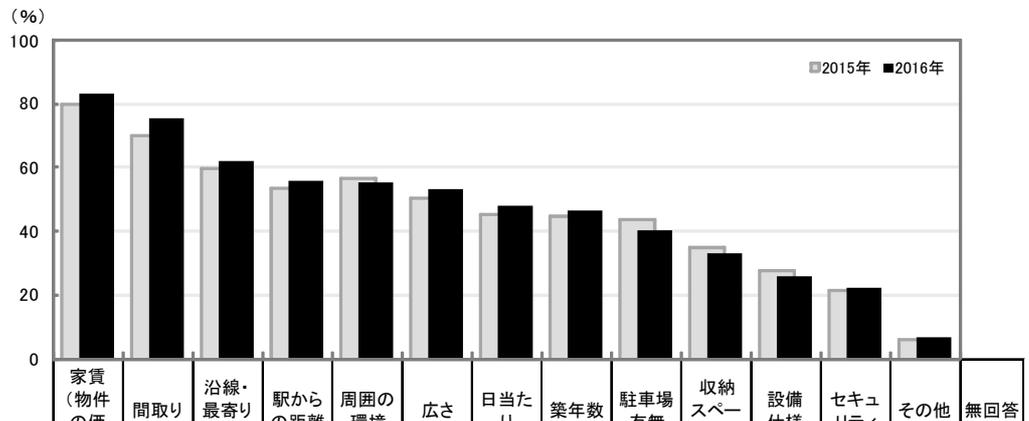


2) 物件を決定する際の重視点

- 物件を決定する際の重視点を尋ねたところ、「家賃(物件の価格)」が83%で最も高く、次いで「間取り」が75%、「沿線・最寄り駅」が62%で続く。

■ 物件を決定する際の重視点

(親と別居している人のうち、結婚を機に新たな住居に引越した人／複数回答)



	調査年	調査数	重視点 (%)												無回答	
			家賃(物件の価格)	間取り	沿線・最寄り駅	駅からの距離	周囲の環境	広さ	日当たり	築年数	駐車場有無	収納スペース	設備仕様	セキュリティ		その他
全体(推計値)	2016年		83.2	75.4	62.0	55.9	55.3	53.3	48.2	46.5	40.3	33.0	25.9	22.0	6.5	1.0
	2015年		79.7	70.2	59.6	53.3	56.4	50.4	45.2	44.5	43.8	34.6	27.6	21.5	5.8	2.9
	2014年		82.0	74.6	58.4	51.6	51.4	54.3	45.0	41.5	42.0	33.8	21.1	15.8	6.1	1.0
地域別	首都圏	178	82.6	74.7	68.5	62.4	57.3	56.7	50.0	50.6	29.2	31.5	26.4	23.0	6.7	0.6
	東海	50	84.0	86.0	46.0	44.0	50.0	48.0	56.0	44.0	72.0	38.0	30.0	18.0	2.0	2.0
	関西	81	84.0	70.4	58.0	49.4	54.3	49.4	39.5	39.5	44.4	33.3	22.2	22.2	8.6	1.2
新居の形態別(推計値)	購入・計		58.4	86.2	62.0	61.9	89.7	62.0	58.5	13.6	34.5	44.9	41.4	27.5	17.3	—
	賃貸・計		89.4	78.3	63.8	57.3	52.4	54.5	49.2	53.7	43.3	33.6	25.0	22.1	2.8	0.4
	社宅		62.5	46.7	49.8	40.6	43.7	37.2	31.2	28.0	25.0	21.8	21.8	18.7	18.7	3.1
結婚前同居有無別(推計値)	結婚後同居		83.7	72.8	61.4	55.5	54.7	52.2	47.3	47.2	41.2	29.7	25.1	22.6	7.1	1.3
	結婚前同居		81.3	84.3	64.2	57.2	57.2	57.1	51.4	44.2	37.3	44.4	28.6	19.9	4.3	—

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考> 2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

	調査年	重視点 (%)												無回答	
		家賃(物件の価格)	間取り	沿線・最寄り駅	駅からの距離	周囲の環境	広さ	日当たり	築年数	駐車場有無	収納スペース	設備仕様	セキュリティ		その他
全体(推計値)	2013年	78.7	74.4	57.2	52.4	51.6	50.3	46.1	42.2	42.7	30.5	25.5	16.4	7.8	1.1
	2012年	82.3	72.0	56.6	50.1	53.1	47.2	45.4	41.4	42.9	27.5	24.7	13.6	8.6	2.2
	2011年	83.5	75.9	61.0	54.6	51.9	53.6	51.1	41.6	42.6	33.6	25.3	16.8	5.4	2.1
	2010年	80.7	71.8	59.0	53.7	57.9	53.2	48.1	38.8	46.0	32.6	27.6	18.4	8.1	0.9



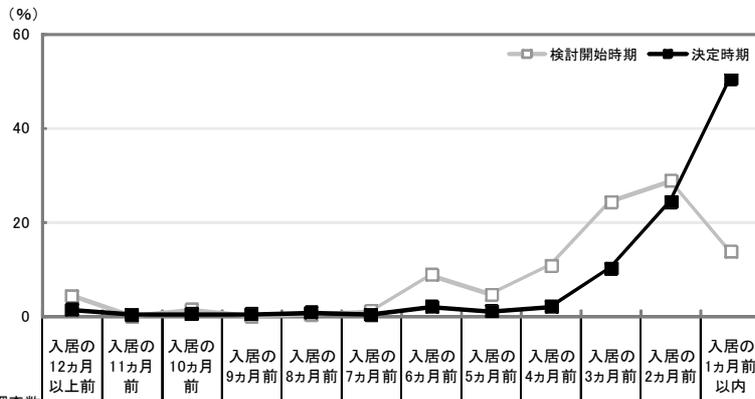
5. 新居の検討時期と入居のスケジュール

1) 新居の検討行動

- 新居の検討開始時期と決定時期を尋ねたところ、平均で入居の3.5ヵ月前に検討し始め、2.0ヵ月前に決定している。平均検討期間は1.6ヵ月間となった。

■新居の検討開始時期と決定時期

(親と別居している人のうち、結婚を機に新たな住居に引越した人／単一回答)



調査年	調査数	検討開始時期													無回答	平均・ヵ月前	
		入居の12ヵ月以上前	入居の11ヵ月前	入居の10ヵ月前	入居の9ヵ月前	入居の8ヵ月前	入居の7ヵ月前	入居の6ヵ月前	入居の5ヵ月前	入居の4ヵ月前	入居の3ヵ月前	入居の2ヵ月前	入居の1ヵ月前以内				
全体(推計値)	2016年	検討開始時期	4.2	—	1.3	—	0.3	1.0	8.7	4.5	10.7	24.3	28.8	13.6	2.6	3.5	
		決定時期	1.3	0.3	0.3	0.3	0.6	0.3	2.0	1.0	2.0	10.0	24.3	50.4	7.1	2.0	
	2015年	検討開始時期	3.7	0.3	0.3	1.0	1.7	1.3	7.3	2.4	10.3	25.4	27.8	14.8	3.6	3.5	
		決定時期	1.7	—	1.0	0.3	0.7	0.3	2.4	1.9	3.7	10.3	20.1	46.9	10.7	2.2	
2014年	検討開始時期	8.4	—	3.3	0.5	1.6	1.3	8.7	5.2	5.6	20.1	28.3	13.7	3.4	4.4		
	決定時期	2.4	—	1.1	1.1	2.7	0.9	3.9	1.7	4.0	9.7	19.6	45.6	7.3	2.7		
地域別	首都圏	検討開始時期	178	1.7	—	0.6	—	0.6	0.6	9.0	4.5	10.1	25.3	31.5	14.0	2.2	3.1
		決定時期	178	0.6	0.6	—	—	0.6	0.6	1.1	—	0.6	9.0	22.5	57.3	7.3	1.6
	東海	検討開始時期	50	6.0	—	—	—	—	2.0	8.0	4.0	14.0	30.0	22.0	12.0	2.0	3.6
		決定時期	50	2.0	—	—	2.0	—	—	—	2.0	4.0	10.0	34.0	40.0	6.0	2.2
	関西	検討開始時期	81	8.6	—	3.7	—	—	1.2	8.6	4.9	9.9	18.5	27.2	13.6	3.7	4.2
		決定時期	81	2.5	—	1.2	—	1.2	—	4.9	2.5	3.7	12.3	22.2	42.0	7.4	2.5
新居の形態別(推計値)	購入・計	検討開始時期	38.1	—	7.0	—	3.4	7.0	7.0	6.9	10.3	10.2	6.9	—	3.5	8.5	
		決定時期	13.8	3.4	3.5	3.5	3.5	—	17.3	7.0	7.0	20.5	10.3	6.9	3.5	5.7	
	賃貸・計	検討開始時期	0.8	—	0.4	—	—	—	9.0	4.9	9.0	27.1	32.8	15.2	0.8	2.9	
		決定時期	—	—	—	—	0.4	—	0.4	0.4	0.8	8.6	26.7	56.5	6.1	1.5	
	社宅	検討開始時期	—	—	3.2	—	—	—	9.3	—	21.9	18.8	21.8	15.7	9.3	3.2	
		決定時期	—	—	—	—	—	—	—	—	6.3	12.5	18.9	49.8	12.4	1.7	
結婚前同居有無別(推計値)	結婚後同居	検討開始時期	2.1	—	0.4	—	0.4	0.8	8.8	4.6	11.7	24.7	30.1	13.0	3.4	3.2	
		決定時期	0.8	—	—	—	—	0.4	1.7	0.9	2.1	8.8	26.4	50.5	8.4	1.8	
	結婚前同居	検討開始時期	11.6	—	4.3	—	—	1.5	8.5	4.3	7.1	22.8	24.3	15.7	—	4.4	
		決定時期	2.9	1.4	1.5	1.5	2.9	—	2.9	1.5	1.5	14.2	17.1	49.9	2.8	2.6	

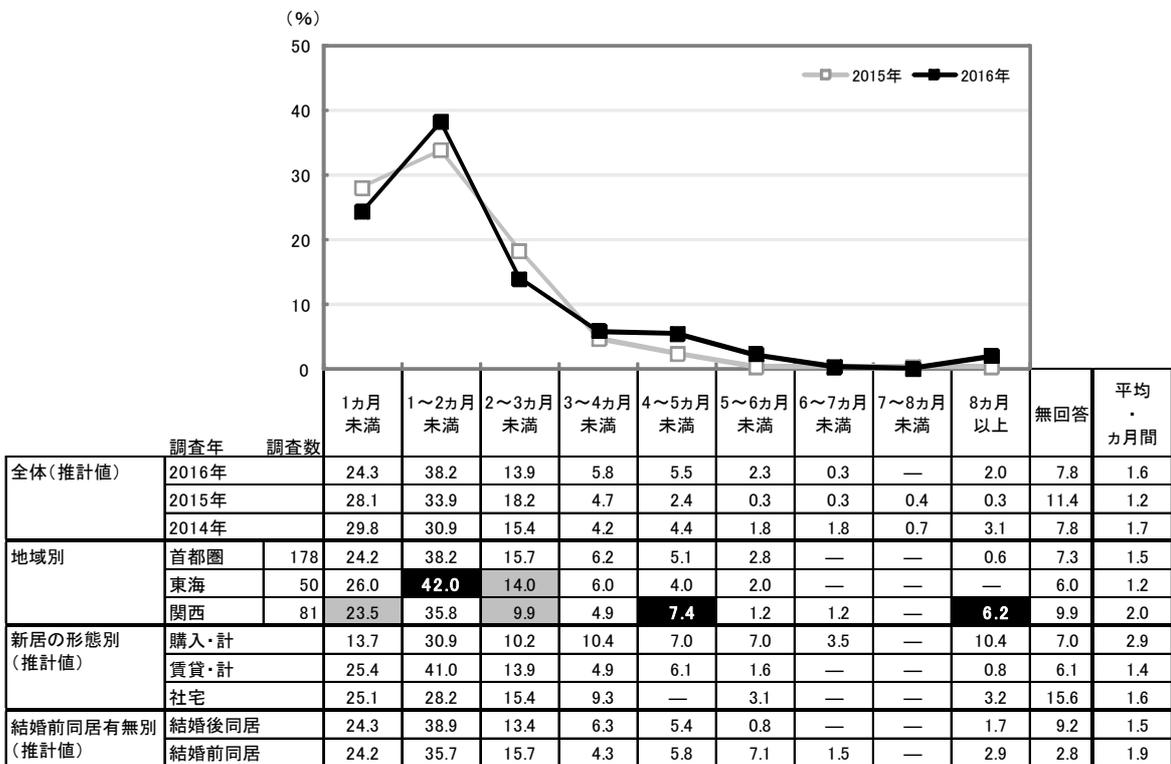
<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

調査年	調査数	検討開始時期													無回答	平均・ヵ月前
		入居の12ヵ月以上前	入居の11ヵ月前	入居の10ヵ月前	入居の9ヵ月前	入居の8ヵ月前	入居の7ヵ月前	入居の6ヵ月前	入居の5ヵ月前	入居の4ヵ月前	入居の3ヵ月前	入居の2ヵ月前	入居の1ヵ月前以内			
全体(推計値)	2013年	検討開始時期	5.5	0.4	1.1	0.5	1.6	—	11.3	5.6	8.7	23.6	27.1	12.5	2.1	3.9
		決定時期	2.5	0.4	0.4	0.6	1.3	0.2	2.1	2.1	4.0	8.9	23.3	48.6	5.8	2.3
	2012年	検討開始時期	4.7	—	1.4	0.6	1.5	1.5	10.8	4.4	8.1	22.0	26.9	14.8	3.3	3.7
		決定時期	2.0	0.3	0.9	0.7	0.6	0.3	3.3	2.0	3.1	10.0	21.4	48.2	7.4	2.3
	2011年	検討開始時期	4.9	0.2	1.5	0.7	1.8	1.3	11.2	3.7	8.0	23.6	26.4	13.8	2.8	3.9
		決定時期	2.3	—	0.7	0.1	1.3	1.1	2.6	2.3	3.1	7.8	21.4	49.6	7.8	2.3
	2010年	検討開始時期	6.0	0.2	2.0	1.5	2.0	1.1	11.0	5.5	9.1	25.2	22.6	12.7	1.2	4.2
		決定時期	2.1	—	0.9	0.2	2.0	1.8	3.2	2.2	4.4	9.1	22.0	45.6	6.4	2.5



■新居の検討期間

(親と別居している人のうち、結婚を機に新たな住居に引越した人／単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

		調査年									調査数	平均・ か月間
		1か月未満	1～2か月未満	2～3か月未満	3～4か月未満	4～5か月未満	5～6か月未満	6～7か月未満	7～8か月未満	8か月以上		
全体(推計値)	2013年	27.2	33.1	17.6	6.4	4.2	2.4	1.1	0.4	1.6	6.2	1.6
	2012年	28.2	32.4	15.9	6.6	4.5	2.3	1.1	0.5	0.7	7.9	1.5
	2011年	30.0	27.5	19.0	5.0	4.1	3.5	0.8	0.3	1.6	8.2	1.7
	2010年	25.5	30.6	19.7	7.4	4.3	2.1	1.3	0.6	1.9	6.5	1.7

▼平均の推移

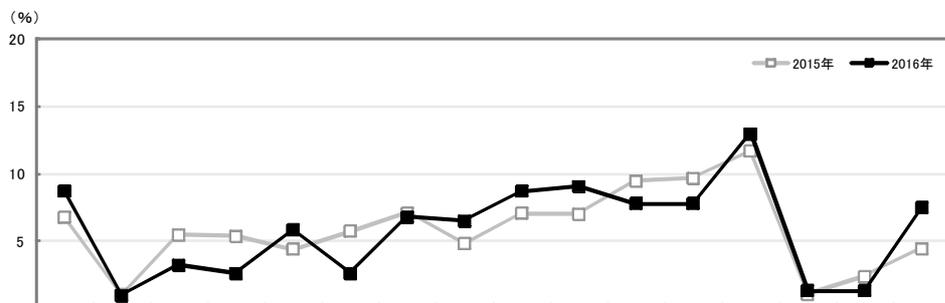
		調査年						
		2010年 <参考>	2011年 <参考>	2012年 <参考>	2013年 <参考>	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)	検討開始時期(カ月前)	4.2	3.9	3.7	3.9	4.4	3.5	3.5
	決定時期(カ月前)	2.5	2.3	2.3	2.3	2.7	2.2	2.0
	検討期間(カ月間)	1.7	1.7	1.5	1.6	1.7	1.2	1.6



2) 新居に住み始めた時期

- 新居に住み始めた時期を尋ねたところ、「挙式の1ヵ月後(挙式日含む)」が13%で最も高く、次いで「12ヵ月以上前」「4ヵ月前」「3ヵ月前」がともに9%で続く。平均は挙式の3.8ヵ月前となった。

■新居に住み始めた時期(親と別居している人のうち、結婚を機に新たな住居に引越した人/単一回答)



調査年	調査数	挙式の12ヵ月以上前	挙式の11ヵ月前	挙式の10ヵ月前	挙式の9ヵ月前	挙式の8ヵ月前	挙式の7ヵ月前	挙式の6ヵ月前	挙式の5ヵ月前	挙式の4ヵ月前	挙式の3ヵ月前	挙式の2ヵ月前	挙式の1ヵ月前	挙式の1ヵ月後(挙式日含む)	挙式の2ヵ月後	挙式の3ヵ月後	挙式の4ヵ月以上後	無回答	平均・ヵ月前	
		全体(推計値)	2016年	8.7	1.0	3.2	2.6	5.8	2.6	6.8	6.5	8.7	9.1	7.8	7.8	13.0	1.3	1.3	7.5	6.5
	2015年	6.8	1.0	5.5	5.4	4.4	5.7	7.1	4.8	7.1	7.0	9.5	9.7	11.7	1.0	2.4	4.4	6.7	4.1	
	2014年	7.8	1.5	4.4	4.0	2.9	3.1	6.9	5.0	6.7	7.8	7.6	9.4	15.4	3.7	2.4	4.7	6.7	3.6	
地域別	首都圏	178	11.2	1.1	3.9	2.8	6.2	3.4	7.9	6.2	10.1	8.4	6.2	6.7	10.1	1.7	1.7	6.7	5.6	4.5
	東海	50	4.0	2.0	2.0	4.0	4.0	4.0	8.0	8.0	12.0	8.0	10.0	16.0	2.0	—	8.0	6.0	2.9	
	関西	81	6.2	—	2.5	2.5	6.2	—	6.2	6.2	8.6	11.1	8.6	17.3	—	1.2	8.6	8.6	2.8	
結婚前同居有無別(推計値)	結婚後同居	5.8	0.8	3.3	2.1	6.7	2.5	7.9	5.8	8.8	9.2	9.2	8.8	14.7	1.7	0.8	4.2	7.5	3.8	
	結婚前同居	18.5	1.4	2.8	4.3	2.9	2.8	2.8	8.6	8.6	8.7	2.8	4.3	7.2	—	2.8	18.6	2.9	3.7	

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

調査年	挙式の7ヵ月以上前	挙式の6ヵ月前	挙式の5ヵ月前	挙式の4ヵ月前	挙式の3ヵ月前	挙式の2ヵ月前	挙式の1ヵ月前	挙式の1ヵ月後(挙式日含む)	挙式の2ヵ月後	挙式の3ヵ月後	挙式の4ヵ月以上後	無回答	平均・ヵ月前	
全体(推計値)	2013年	20.4	7.3	9.1	5.2	10.2	7.8	12.2	19.0	1.4	0.6	2.7	4.1	3.7
	2012年	20.5	8.8	5.7	5.5	9.5	9.4	13.4	18.6	2.0	1.4	1.9	3.3	3.6
	2011年	22.0	10.9	7.2	6.6	9.4	7.3	13.7	16.9	1.0	0.5	1.5	2.9	4.0
	2010年	20.4	6.4	7.3	3.5	8.3	9.3	16.5	20.5	3.1	0.6	2.1	2.1	3.3

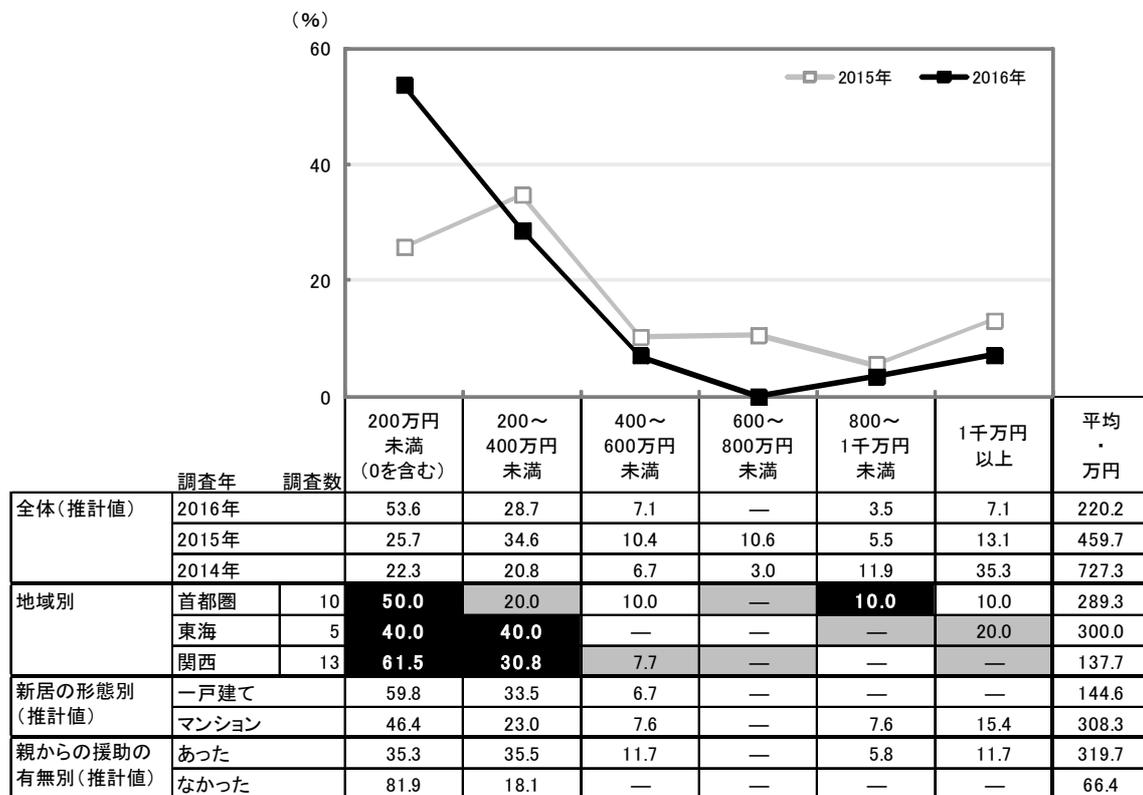


6. 新居のための準備費用

1) 新居の購入額

- 新居を購入または新築した人に対して、新居の頭金を尋ねたところ、「200万円未満(0を含む)」が54%で最も高く、次いで「200～400万円未満」が29%で続く。平均は220.2万円となった。

■新居の購入額【頭金】(新居を購入または新築した人のうち、金額回答者のみ/単一回答)



※「親と別居している」人のうち、「結婚を機に新たな住居に引越した」人が対象

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

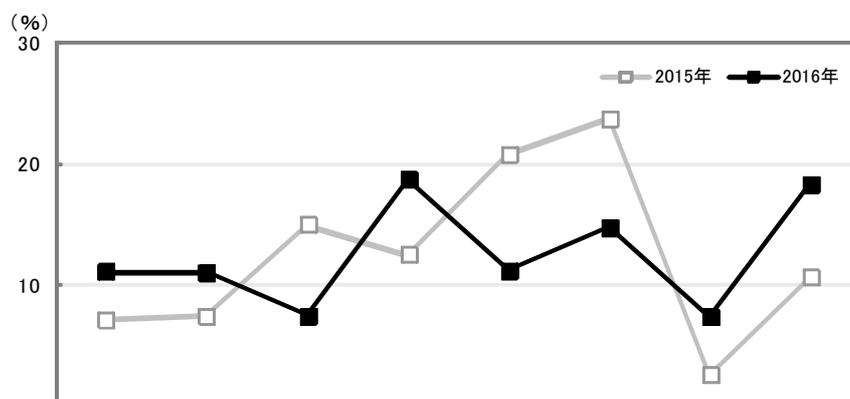
<参考> 2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

	調査年	金額回答者のみ/単一回答					平均・万円
		500万円未満(0を含む)	500～1千万円未満	1千～1千500万円未満	1千500～2千万円未満	2千万円以上	
全体(推計値)	2013年	57.2	25.6	11.7	2.8	2.8	483.9
	2012年	49.8	29.0	17.8	3.5	—	477.4
	2011年	54.5	21.8	10.3	4.4	8.9	599.3
	2010年	54.7	26.4	13.9	4.0	1.0	492.1



●新居の購入額を尋ねたところ、「3千～3千500万円未満」が19%で最も高く、次いで「5千万円以上」が18%、「4千～4千500万円未満」が15%で続く。平均は3934.9万円となった。

■新居の購入額【物件総額】(新居を購入または新築した人のうち、金額回答者のみ／単一回答)



調査年	調査数	購入額								平均・万円	
		2千万円未満	2千～2千500万円未満	2千500～3千万円未満	3千～3千500万円未満	3千500～4千万円未満	4千～4千500万円未満	4千500～5千万円未満	5千万円以上		
全体(推計値)	2016年	11.1	11.0	7.5	18.7	11.2	14.8	7.4	18.3	3934.9	
	2015年	7.2	7.5	15.0	12.5	20.8	23.7	2.7	10.7	3507.3	
	2014年	11.2	—	15.2	8.7	15.9	26.0	11.5	11.5	3708.5	
地域別	首都圏	10	10.0	20.0	—	—	—	20.0	10.0	40.0	5170.0
	東海	5	—	—	—	40.0	20.0	20.0	20.0	4260.0	
	関西	12	16.7	8.3	16.7	41.7	8.3	8.3	—	—	2796.7
新居の形態別(推計値)	一戸建て		14.2	7.0	7.2	28.7	21.6	—	7.2	14.2	3677.7
	マンション		7.8	15.4	7.8	7.8	—	30.8	7.6	22.8	4214.3
親からの援助の有無別(推計値)	あった		5.9	11.6	11.9	17.8	17.8	5.9	11.7	17.3	3952.1
	なかった		19.9	10.1	—	20.2	—	29.8	—	20.0	3905.5

※「親と別居している」人のうち、「結婚を機に新たな住居に引越した」人が対象

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

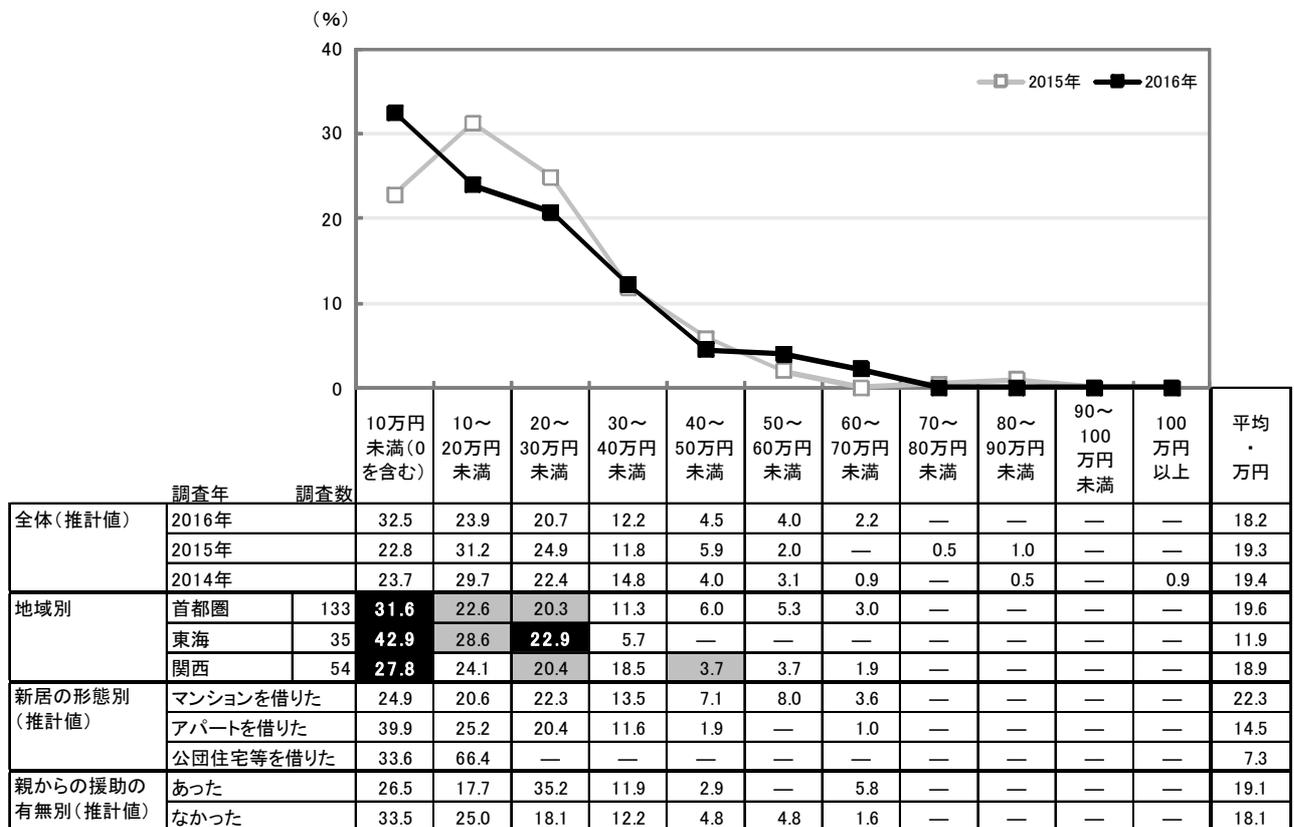
調査年	購入額								平均・万円	
	2千万円未満	2千～2千500万円未満	2千500～3千万円未満	3千～3千500万円未満	3千500～4千万円未満	4千～4千500万円未満	4千500～5千万円未満	5千万円以上		
全体(推計値)	2013年	8.5	16.6	15.9	22.8	9.7	16.6	5.4	4.4	3160.4
	2012年	8.9	15.6	19.0	13.6	22.5	11.7	5.2	3.7	3154.9
	2011年	12.6	8.0	14.4	19.9	9.9	12.4	5.6	17.3	3445.1
	2010年	11.6	9.0	14.6	25.6	16.1	12.6	1.5	9.1	3190.4



2) 賃貸費用／敷金・礼金

● 社宅以外の賃貸住宅居住者に対して、賃貸費用のうち敷金・礼金を尋ねたところ、「10万円未満(0を含む)」が33%で最も高く、次いで「10～20万円未満」が24%、「20～30万円未満」が21%で続く。平均は18.2万円となった。

■ 賃貸費用【敷金・礼金】(社宅以外の賃貸住宅居住者のうち、金額回答者のみ／単一回答)



※「親と別居している」人のうち、「結婚を機に新たな住居に引越した」人が対象

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2013年までは「親と別居している人のうち、結婚が決まった後から一緒に住んでいる人」のみに聞いているため

調査年	調査年											平均・万円	
	10万円未満(0を含む)	10～20万円未満	20～30万円未満	30～40万円未満	40～50万円未満	50～60万円未満	60～70万円未満	70～80万円未満	80～90万円未満	90～100万円未満	100万円以上		
全体(推計値)	2013年	18.5	25.3	25.4	19.6	5.0	3.3	2.0	0.4	0.3	0.3	—	22.0
	2012年	12.9	25.1	27.5	19.4	6.2	4.0	3.4	0.8	0.5	0.3	—	24.4
	2011年	10.2	20.1	24.9	21.6	10.6	6.3	2.3	1.3	1.5	0.1	1.0	28.3
	2010年	9.5	18.4	27.4	22.4	11.6	6.9	2.7	0.4	—	—	0.7	27.9

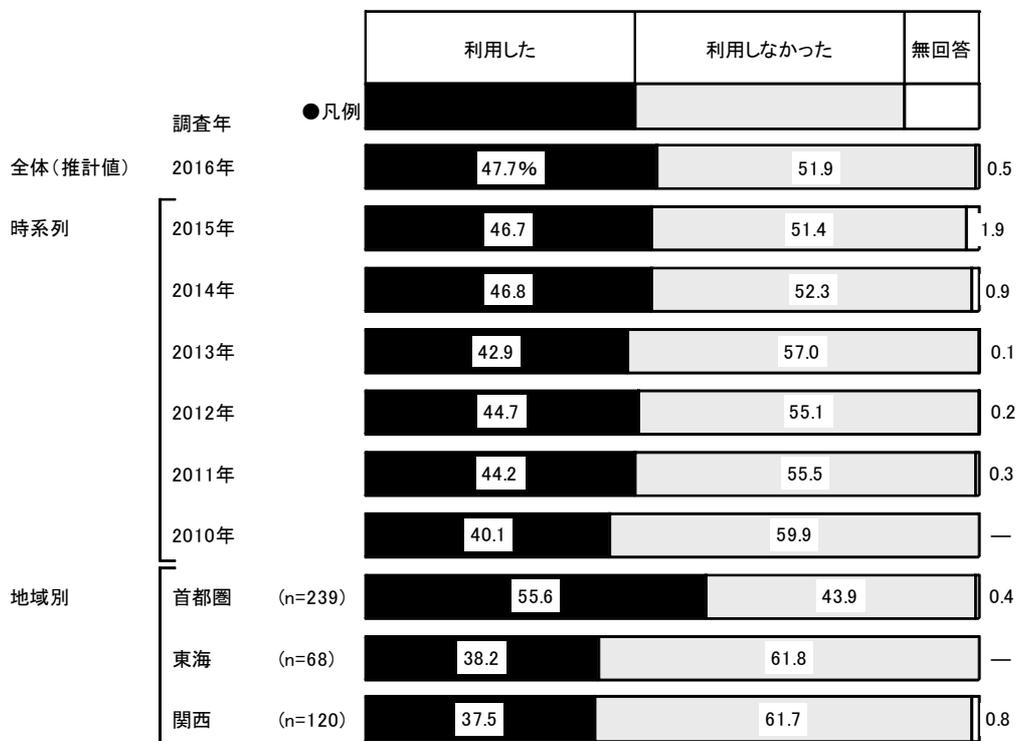


7. 引越し費用

1) 引越し事業者の利用状況

● 引越し事業者を利用したかを尋ねたところ、「利用した」人は48%であった。

■ 引越し事業者の利用状況(全体/単一回答)

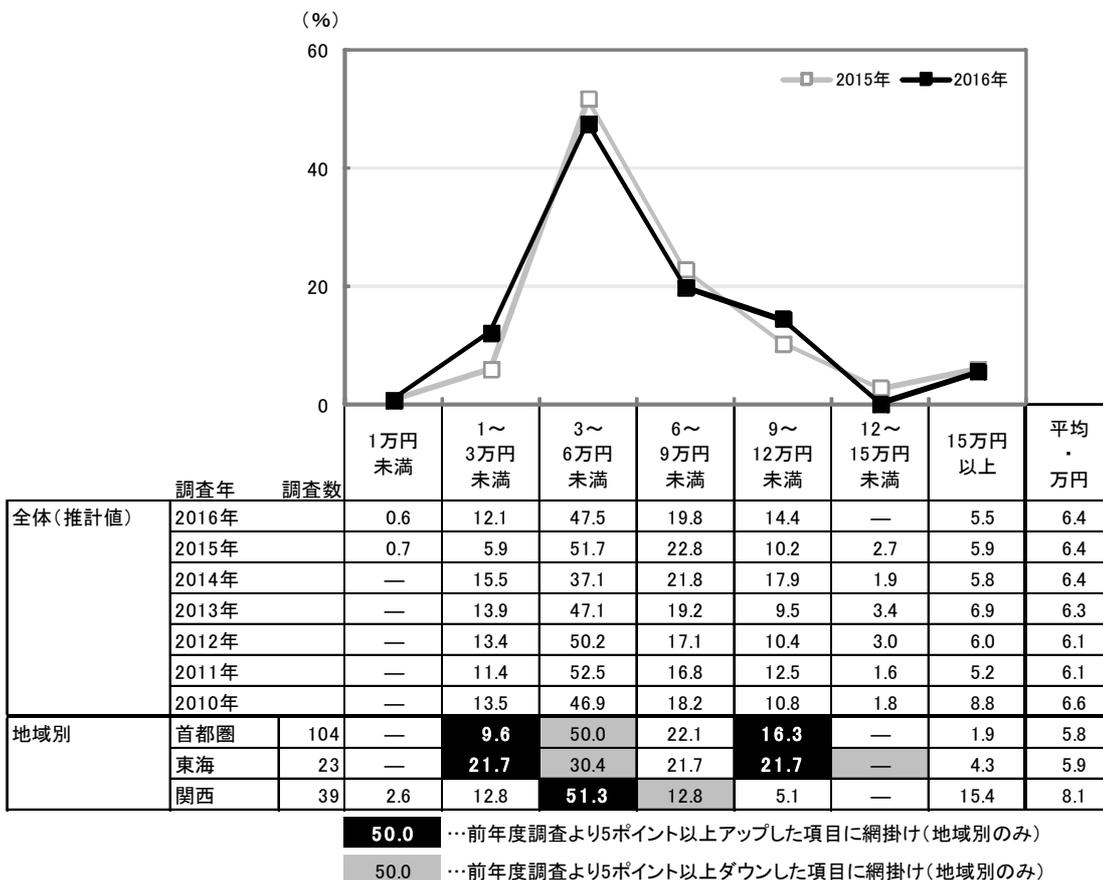




2) 引越しにかかった費用

●引越し事業者利用者に対して、引越しにかかった費用を尋ねたところ、「3～6万円未満」が48%で最も高く、次いで「6～9万円未満」が20%、「9～12万円未満」が14%、「1～3万円未満」が12%で続く。平均は6.4万円となった。

■引越しにかかった費用(引越し事業者利用者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



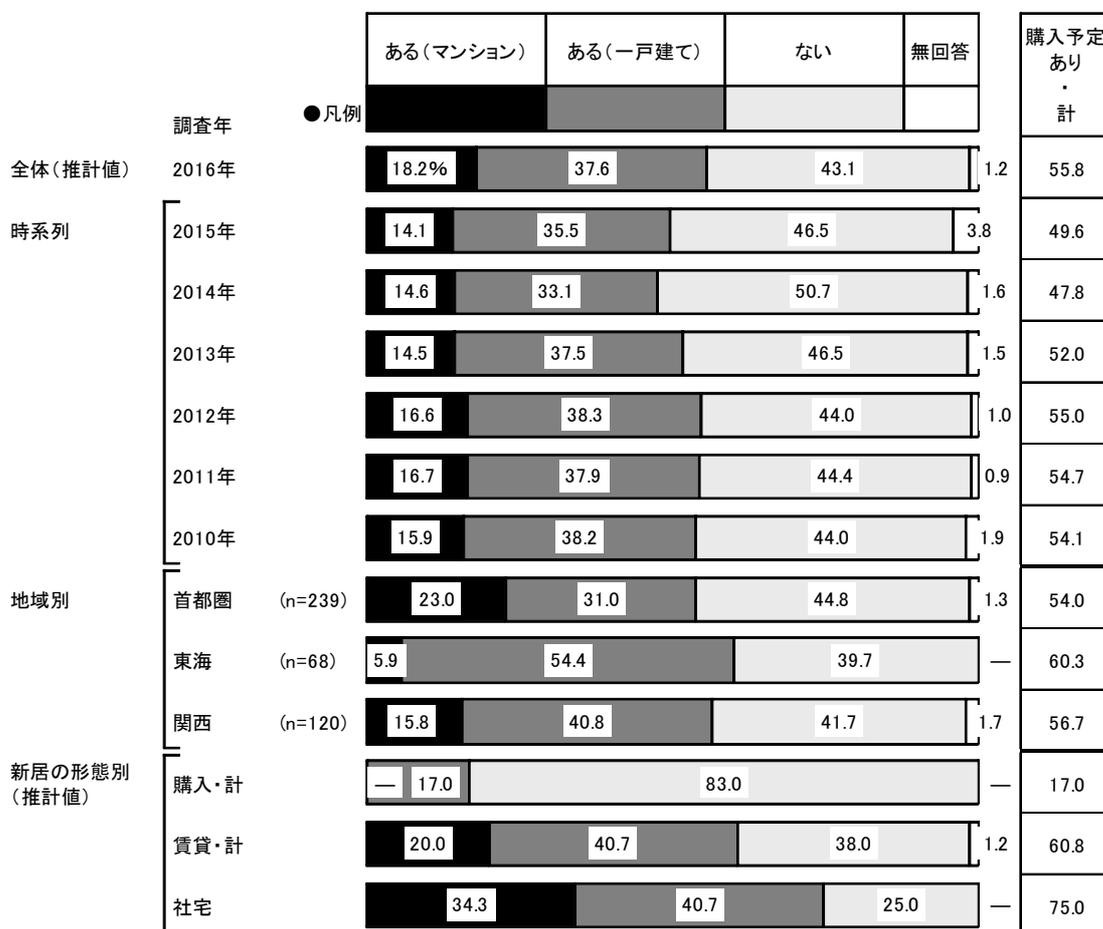


8. 今後の住居の購入予定

1) 住居の購入予定

●今後の住居の購入予定を尋ねたところ、マンションの購入予定が「ある」人は18%、一戸建ての購入予定が「ある」人は38%であった。今後の住居の「購入予定あり・計」は56%となった。

■住居の購入予定(全体／単一回答)

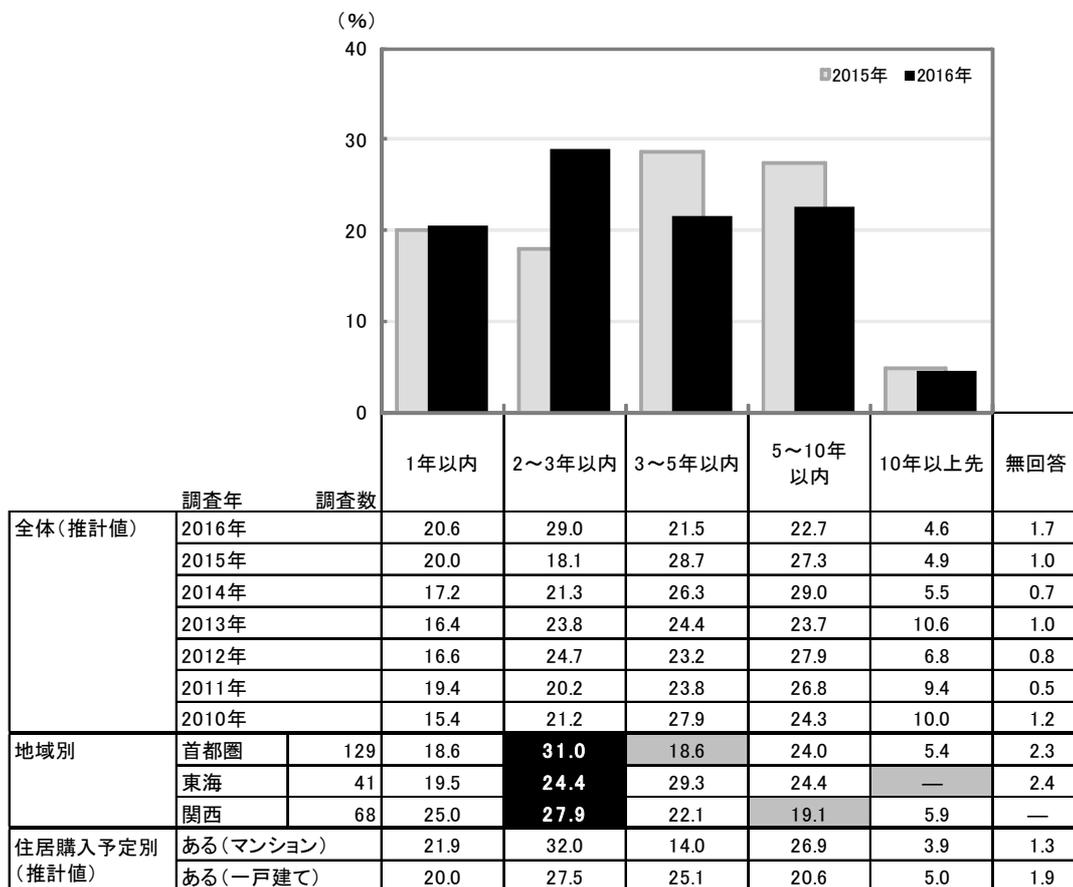




2) 住居の購入予定時期

● 住居購入予定者に対して、住居の購入予定時期を尋ねたところ、「2～3年以内」が29%で最も高く、次いで「5～10年以内」が23%、「3～5年以内」が22%、「1年以内」が21%で続く。

■ 住居の購入予定時期(住居購入予定者/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



第2章 インテリア・家具の購入実態



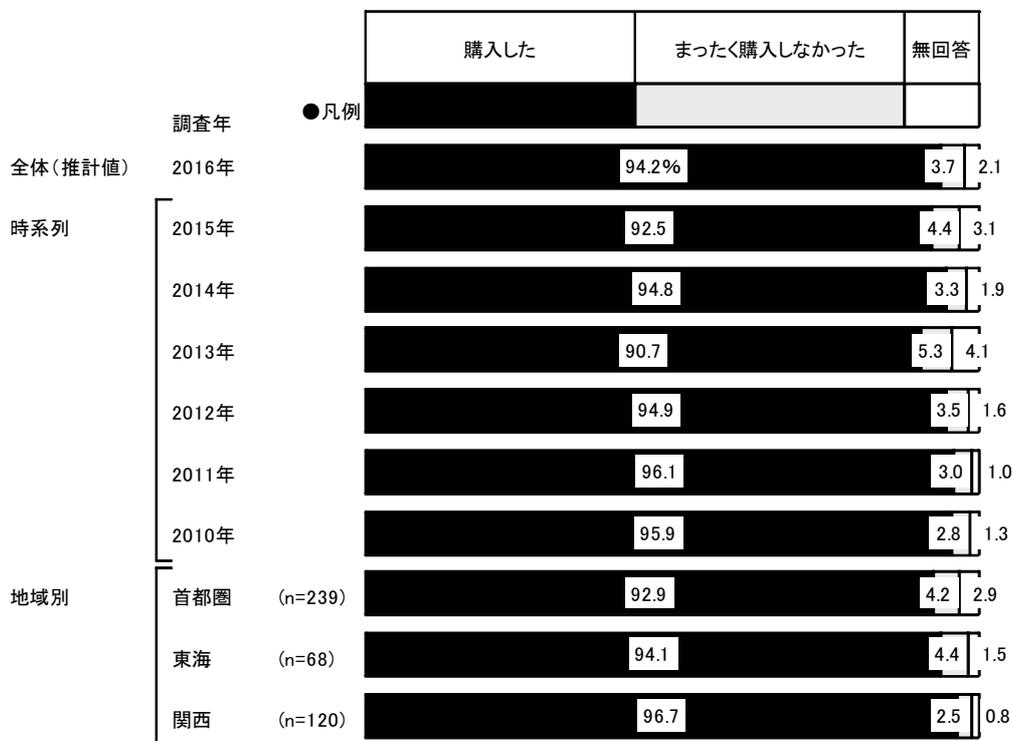
※この調査の「インテリア・家具」とは、家具や寝具に加えて、カーテン類やラグ・カーペット・じゅうたんを含みます。
※調理器具や食器類、雑貨、照明器具は除きます。



1. インテリア・家具の購入の有無

●全体に対して、インテリア・家具を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は94%であった。

■インテリア・家具の購入の有無(全体／単一回答)

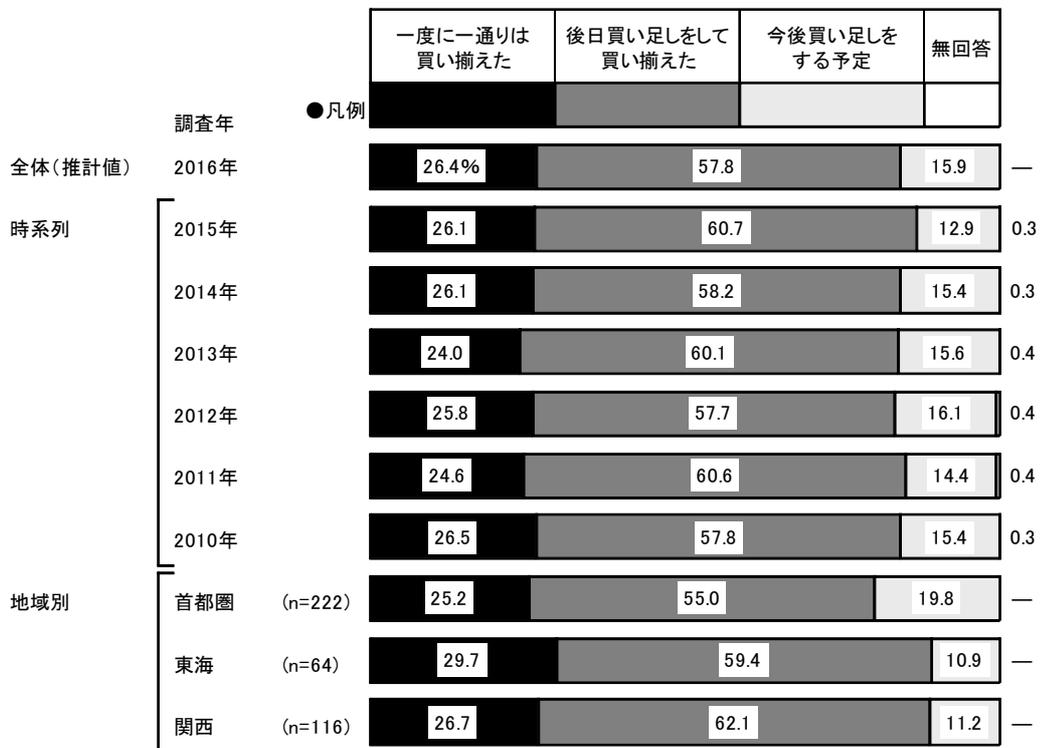




2. インテリア・家具の購入方法

- インテリア・家具購入者に対して、一度に買い揃えたかを尋ねたところ、「後日買い足しをして買い揃えた」人が58%であった。

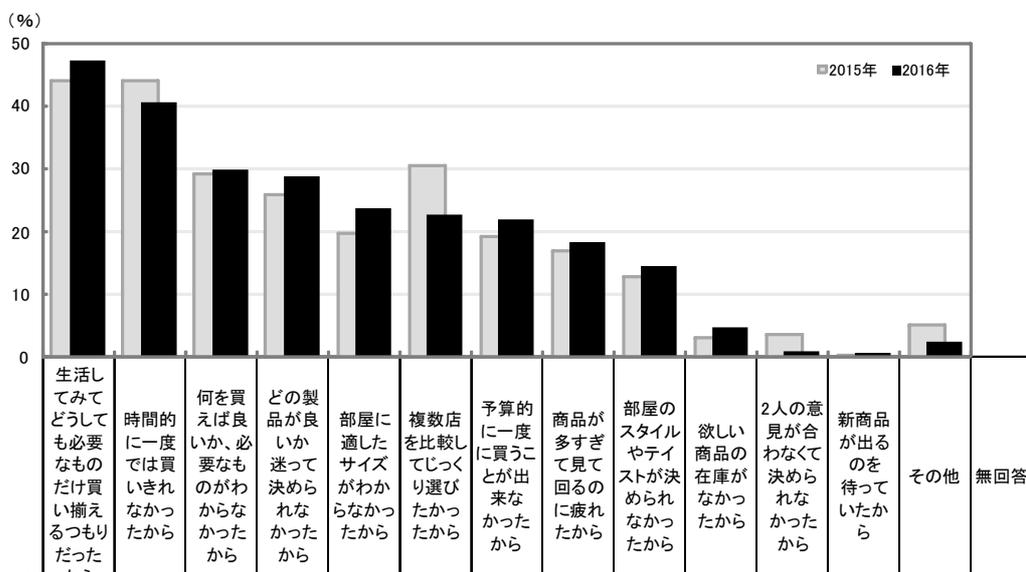
■ インテリア・家具の買い揃え方（インテリア・家具購入者／単一回答）





●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に対して、一度に買い揃えなかった理由を尋ねたところ、「生活してみても必要なものだけ買い揃えるつもりだったから」が47%で最も高く、「時間的に一度では買いきれなかったから」が41%、「何を買えば良いか、必要なものがわからなかったから」が30%、「どの製品が良いか迷って決められなかったから」が29%で続く。

■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)



調査年	調査数	理由 (%)													
		生活してみ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	何を買えば良いか、必要なものがわからなかったから	どの製品が良いか迷って決められなかったから	部屋に適したサイズがわからなかったから	複数店を比較してじっくり選びたかったから	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	部屋のスタイルやテストが決められなかったから	欲しい商品の在庫がなかったから	2人の意見が合わなくて決められなかったから	新商品が出るのを待っていたから	その他	無回答
全体(推計値)		47.3	40.6	29.8	28.7	23.7	22.6	22.0	18.3	14.5	4.7	1.0	0.7	2.4	1.0
2016年		47.3	40.6	29.8	28.7	23.7	22.6	22.0	18.3	14.5	4.7	1.0	0.7	2.4	1.0
2015年		44.2	44.1	29.3	25.8	19.8	30.5	19.2	16.9	12.9	3.2	3.6	0.4	5.0	1.1
2014年		43.5	41.1	28.5	25.4	22.2	28.0	23.5	17.3	13.8	5.2	4.3	—	4.8	1.0
2013年		48.4	41.7	30.7	24.4	24.0	26.0	22.6	15.7	15.8	*	3.5	*	5.7	1.0
2012年		47.4	40.7	26.1	23.7	29.9	24.6	21.2	15.4	14.0	*	3.0	*	6.6	1.2
2011年		50.9	39.7	24.3	21.5	26.6	27.5	20.9	15.9	14.0	*	3.2	*	4.3	0.4
2010年		48.0	39.7	26.8	19.8	25.1	26.5	20.8	13.9	12.8	*	2.5	*	9.0	1.2
地域別															
首都圏	166	50.6	37.3	27.1	28.9	21.1	26.5	21.7	15.7	16.9	4.2	1.2	0.6	3.0	1.2
東海	45	51.1	42.2	35.6	28.9	26.7	8.9	26.7	22.2	8.9	4.4	—	—	—	—
関西	85	38.8	45.9	31.8	28.2	27.1	22.4	20.0	21.2	12.9	5.9	1.2	1.2	2.4	1.2

※「部屋のスタイルやテストが決められなかったから」: 2013年までは「インテリアのスタイルやテストが決められなかったから」

※「複数店を比較してじっくり選びたかったから」: 2013年までは「いろいろなお店を見てじっくり選びたかったから」

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

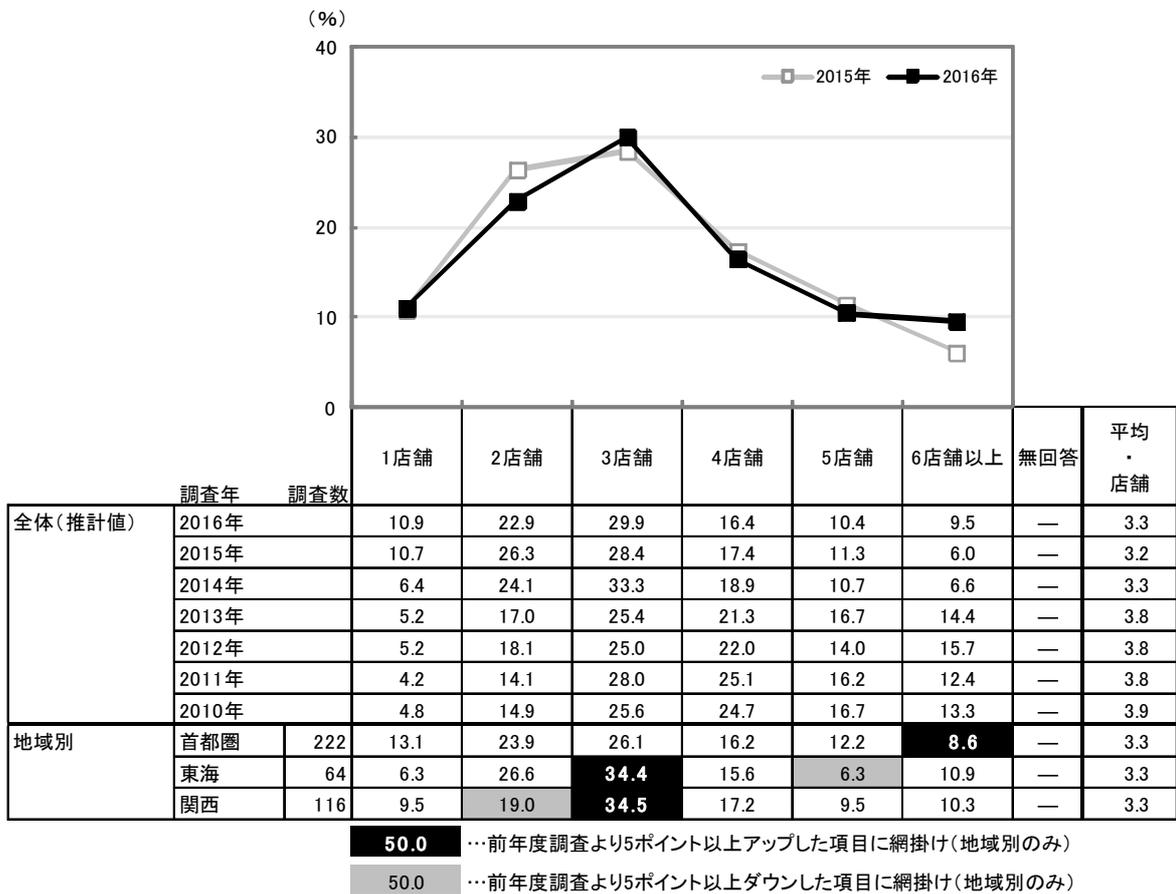
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



3. インテリア・家具の購入店舗

- インテリア・家具購入者に対して、インテリア・家具を購入する際に利用した店舗数を尋ねたところ、「3店舗」が30%で最も高く、次いで「2店舗」が23%、「4店舗」が16%で続く。平均は3.3店舗となった。

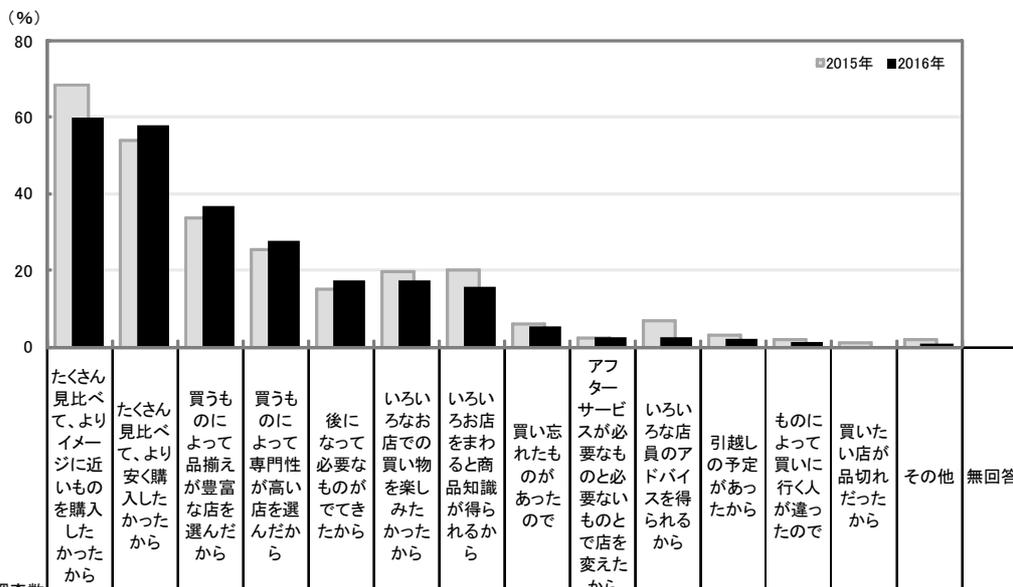
■ インテリア・家具を購入する際に利用した店舗数(インテリア・家具購入者/単一回答)





- インテリア・家具を購入する際に2店舗以上利用した人に対して、複数の店舗を利用した理由を尋ねたところ、「たくさん見比べて、よりイメージに近いものを買ったから」が60%で最も高く、次いで「たくさん見比べて、より安く購入したから」が58%、「買うものによって品揃えが豊富な店を選んだから」が37%で続く。

■ インテリア・家具を購入する際に複数の店舗を利用した理由(2店舗以上利用した人／複数回答)



調査年	調査数	理由															
		たくさん見比べて、よりイメージに近いものを買ったから	たくさん見比べて、より安く購入したから	買うものによって品揃えが豊富な店を選んだから	買うものによって専門性が高い店を選んだから	後になって必要なものができたから	いろいろな店で買い物を楽しめたから	いろいろお店をまわると商品知識が得られるから	買い忘れたものがあつたので	アフターサービスが必要なものと必要のないもので店を変えたから	いろいろな店員のアドバイスを得られるから	引越しの予定があつたから	ものによって買いに行く人が違ったので	買った店が品切れだったから	その他	無回答	
全体(推計値)	2016年	59.7	57.8	36.6	27.6	17.3	17.3	15.6	5.3	2.5	2.5	2.3	1.1	—	0.8	1.1	
	2015年	68.3	53.9	33.7	25.3	15.1	19.5	20.0	5.9	2.3	7.0	3.2	1.7	0.9	1.8	4.7	
	2014年	64.9	54.7	30.1	22.8	14.9	19.7	16.9	3.9	2.6	4.9	6.5	1.5	1.3	1.0	5.3	
	2013年	67.7	55.0	33.5	22.0	20.3	18.4	17.3	6.9	1.8	3.5	3.5	1.7	0.9	1.0	6.8	
	2012年	69.4	52.4	30.4	21.1	16.6	18.2	14.4	4.5	3.5	3.3	2.5	1.1	1.4	0.8	6.8	
	2011年	66.4	55.0	34.2	23.0	17.3	19.4	18.6	5.7	3.1	3.9	3.3	2.6	0.9	1.3	6.2	
	2010年	66.4	54.0	34.3	20.9	16.0	21.0	21.7	5.6	2.8	5.7	3.0	1.6	0.5	0.7	7.1	
地域別	首都圏	193	61.7	58.0	36.3	28.5	18.7	21.8	17.1	6.2	1.0	2.1	1.0	1.0	—	1.0	0.5
	東海	60	55.0	63.3	26.7	20.0	18.3	15.0	11.7	6.7	6.7	3.3	1.7	1.7	—	—	3.3
	関西	105	59.0	54.3	42.9	30.5	14.3	10.5	15.2	2.9	2.9	2.9	4.8	1.0	—	1.0	1.0

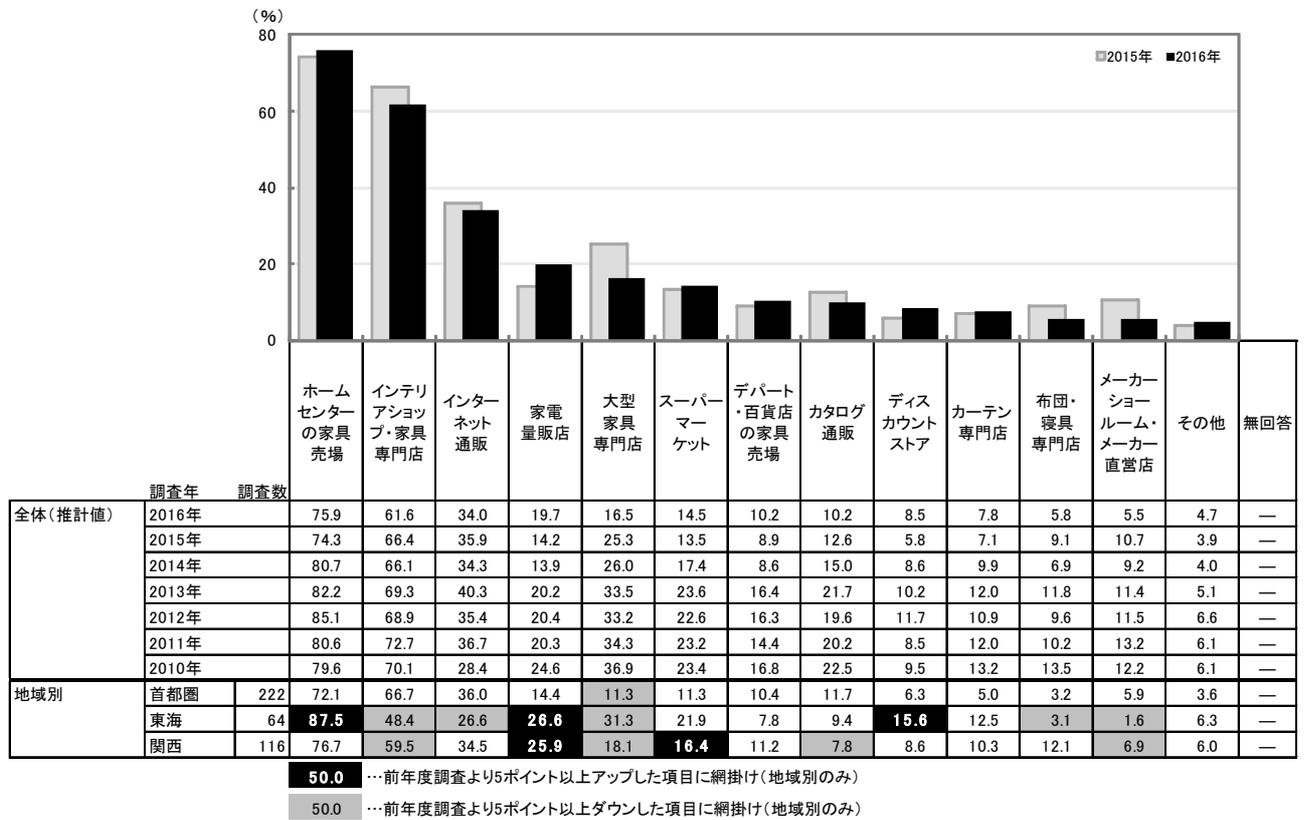
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



- インテリア・家具購入者に対して、インテリア・家具を購入した店舗の種類を尋ねたところ、「ホームセンターの家具売場」が76%で最も高く、次いで「インテリアショップ・家具専門店」が62%、「インターネット通販」が34%で続く。

■ インテリア・家具を購入した店舗の種類（インテリア・家具購入者／複数回答）

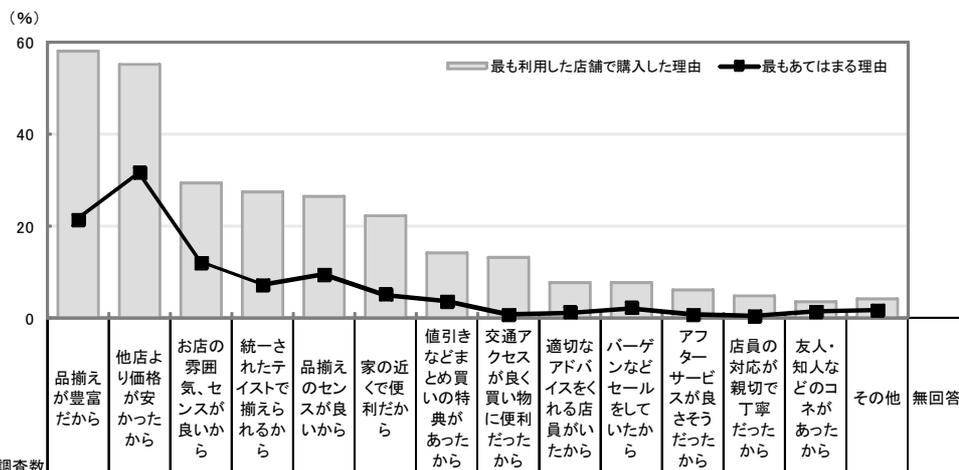




●最も利用した店舗で購入した理由を尋ねたところ、「品揃えが豊富だから」が58%で最も高く、次いで「他店より価格が安かったから」が55%、「お店の雰囲気、センスが良いから」が29%、「統一されたテイストで揃えられるから」が28%、「品揃えのセンスが良いから」が26%で続く。

●最もあてはまる理由を尋ねたところ、「他店より価格が安かったから」が32%で最も高く、次いで「品揃えが豊富だから」が21%、「お店の雰囲気、センスが良いから」が12%、「品揃えのセンスが良いから」が10%で続く。

■最も利用した店舗で購入した理由(インテリア・家具購入者/複数回答)と
最もあてはまる理由(インテリア・家具購入者/単一回答)



		調査年	調査数	品揃えが豊富だから	他店より価格が安かったから	お店の雰囲気、センスが良いから	統一されたテイストで揃えられるから	品揃えのセンスが良いから	家の近くで便利だから	値引きなどめ買の特典があったから	交通アクセスが良く買い物が便利だったから	適切なアドバイスくれる店員がいたから	バーゲンなどセールをしていたから	アフターサービスが良さそうだったから	店員の対応が親切で丁寧だったから	友人・知人などのコネがあったから	その他	無回答
最も利用した店舗で購入した理由	全体(推計値)	2016年		58.0	55.2	29.3	27.6	26.3	22.2	14.2	13.4	7.7	7.7	6.2	5.0	3.5	4.2	—
		2015年		56.5	48.4	33.8	23.4	30.7	24.0	11.8	16.9	9.1	9.6	6.4	10.6	1.9	4.7	—
		2014年		54.4	52.6	33.3	30.0	31.1	19.3	14.4	9.9	10.0	10.0	6.3	11.2	1.6	4.7	—
		2013年		58.6	53.7	25.1	26.5	29.0	21.6	12.4	12.3	9.8	8.1	6.6	11.0	2.6	6.8	—
		2012年		59.5	52.6	27.7	33.9	28.0	21.4	11.1	12.8	9.3	7.4	6.9	11.7	2.2	7.1	0.1
		2011年		58.1	50.2	32.9	30.0	33.1	19.0	13.2	11.1	11.3	8.8	7.2	11.9	3.0	8.7	0.1
		2010年		60.8	52.7	29.4	36.9	33.2	19.7	14.2	11.6	12.5	9.0	6.2	12.8	3.5	8.7	—
	地域別	首都圏	222	58.6	57.7	31.5	30.6	27.9	20.7	10.4	16.2	7.2	7.7	5.0	3.6	3.2	4.1	—
		東海	64	59.4	57.8	14.1	20.3	14.1	29.7	14.1	14.1	4.7	15.6	10.9	6.3	3.1	3.1	—
		関西	116	56.0	49.1	33.6	25.9	30.2	20.7	21.6	7.8	10.3	3.4	6.0	6.9	4.3	5.2	—
最もあてはまる理由	全体(推計値)	2016年		21.4	31.6	12.2	7.2	9.5	5.2	3.7	0.8	1.2	2.2	0.7	0.5	1.5	1.8	0.5
		2015年		20.0	26.8	12.8	7.9	11.8	4.5	3.4	1.0	1.8	2.9	0.8	1.6	0.8	3.4	0.5
		2014年		17.4	28.0	13.6	8.9	12.8	3.4	4.7	0.8	2.1	2.9	0.6	1.2	0.8	2.3	0.6
		2013年		20.0	32.9	8.3	8.1	10.6	4.6	3.0	1.3	2.3	1.5	0.5	0.7	1.5	4.2	0.4
		2012年		18.1	32.9	8.0	10.9	9.1	4.5	3.5	0.7	1.8	1.7	1.1	0.9	1.5	5.1	0.3
		2011年		15.7	29.4	9.5	10.0	15.0	3.3	3.4	1.1	2.8	1.7	0.6	0.9	1.5	4.5	0.6
		2010年		15.3	31.6	8.2	10.8	11.5	4.2	4.8	0.5	2.3	2.3	0.6	1.5	1.7	4.4	0.3
	地域別	首都圏	222	19.8	32.4	13.5	8.1	9.5	6.3	3.6	0.5	0.9	1.8	0.9	0.5	0.9	0.9	0.5
		東海	64	23.4	34.4	3.1	4.7	7.8	6.3	6.3	1.6	1.6	6.3	—	—	1.6	1.6	1.6
		関西	116	23.3	28.4	14.7	6.9	10.3	2.6	2.6	0.9	1.7	0.9	0.9	0.9	2.6	3.4	—

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

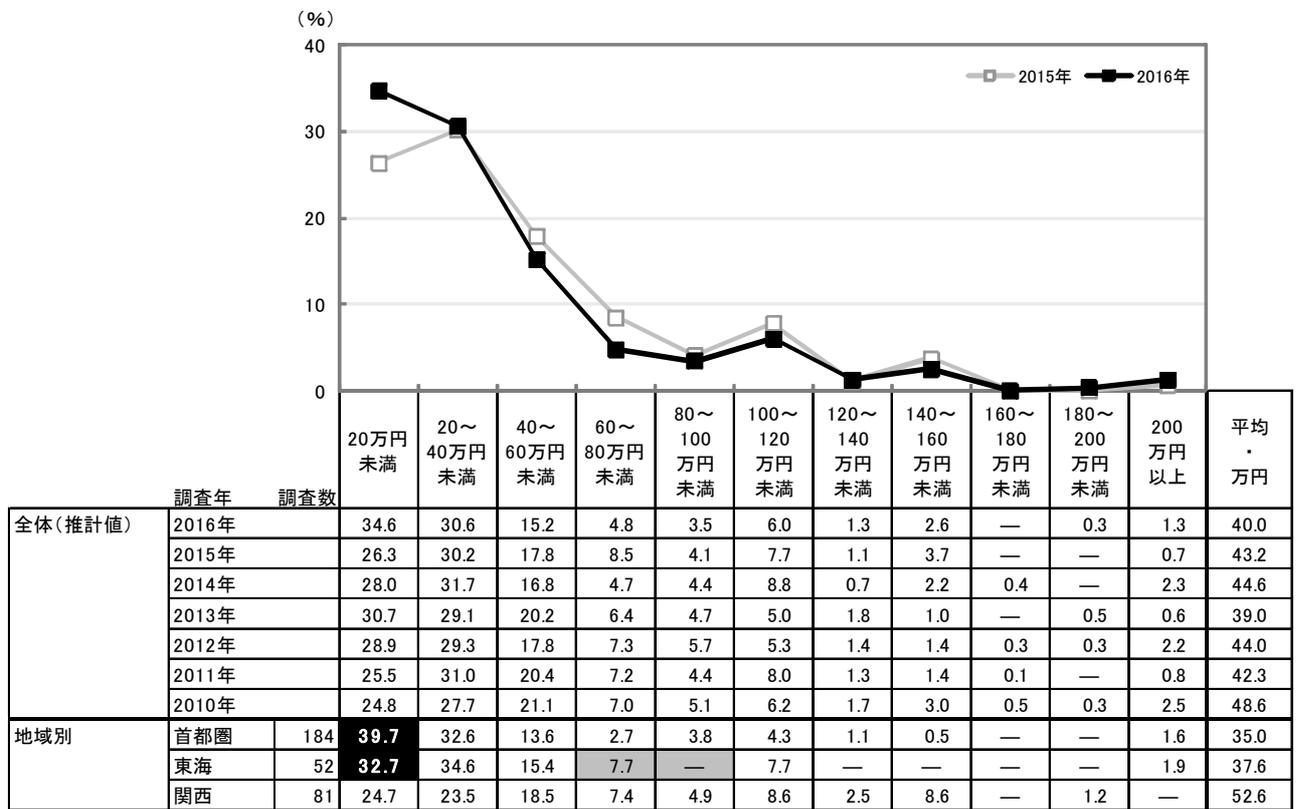
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



4. インテリア・家具の購入費用

- インテリア・家具購入者に対して、インテリア・家具の購入にかかった費用を尋ねたところ、「20万円未満」が35%で最も高く、次いで「20～40万円未満」が31%、「40～60万円未満」が15%で続く。平均は40.0万円となった。

■ 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)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

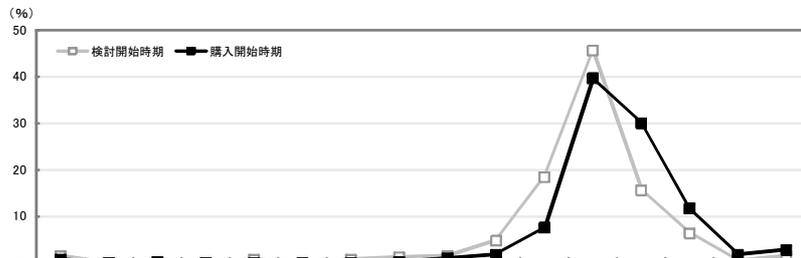
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



5. インテリア・家具の購入スケジュール

- インテリア・家具購入の検討開始時期と購入開始時期を尋ねたところ、平均で入居日の1.2か月前に検討し始め、0.4か月前に購入を開始している。平均検討期間は0.8か月間となった。

■インテリア・家具の検討開始時期と購入開始時期(インテリア・家具購入者/単一回答)

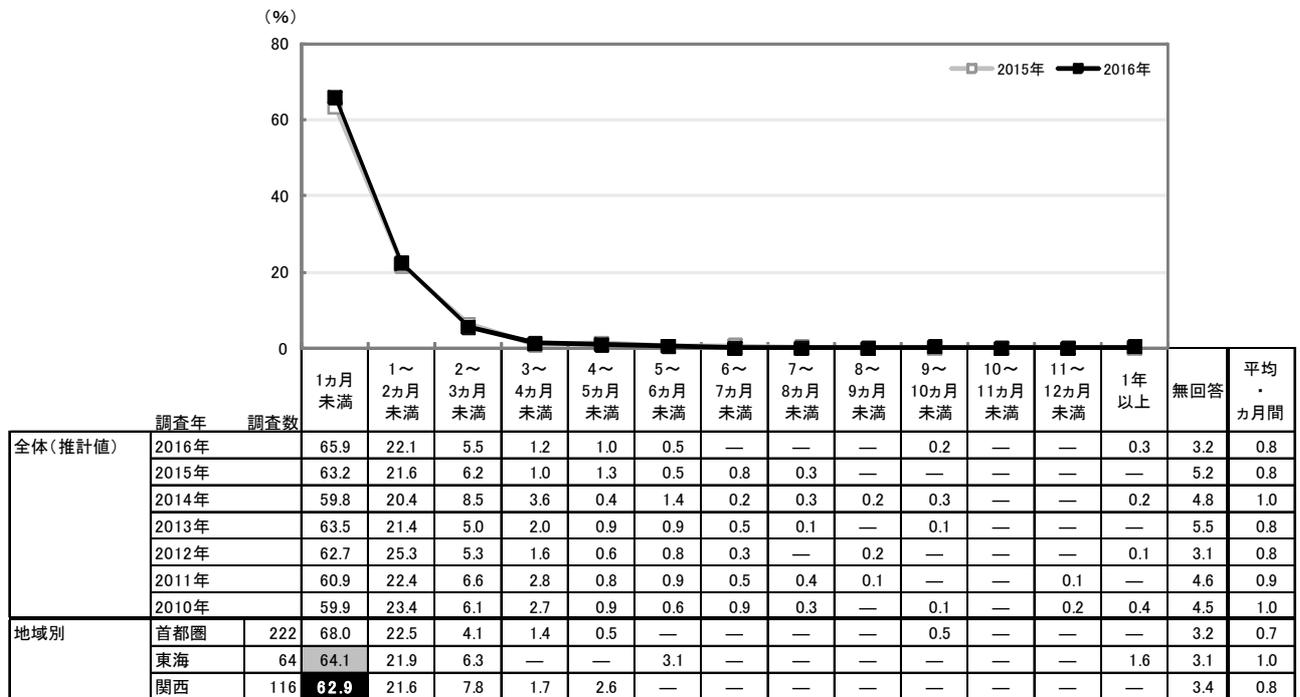


調査年	調査数	検討開始時期															平均・か月前	入居日前・計	入居日後・計				
		入居日の1年以上前	入居日の11か月前	入居日の10か月前	入居日の9か月前	入居日の8か月前	入居日の7か月前	入居日の6か月前	入居日の5か月前	入居日の4か月前	入居日の3か月前	入居日の2か月前	入居日の1か月前	入居日当月	入居日の1か月後	入居日の2か月後				入居日の3か月以上後			
全体(推計値)	2016年	検討開始時期	1.5	—	—	—	0.8	—	0.8	1.2	1.5	4.8	18.4	45.5	15.6	6.4	0.5	1.5	1.5	1.2	74.5	8.4	
		購入開始時期	0.8	—	0.3	—	—	—	—	0.3	1.0	1.8	7.5	39.6	30.0	11.7	1.7	2.7	2.7	0.4	51.1	16.1	
	2015年	検討開始時期	0.8	0.2	—	0.5	0.3	0.7	2.1	2.6	3.6	7.6	17.4	41.3	15.0	4.5	0.8	1.3	1.3	1.4	77.1	6.5	
		購入開始時期	0.3	—	0.5	0.3	—	—	1.1	0.5	1.5	5.2	7.0	39.2	28.8	7.4	0.5	2.4	5.2	0.7	55.6	10.4	
	2014年	検討開始時期	0.5	—	0.4	0.4	0.6	—	2.1	2.5	3.8	9.8	20.8	36.3	14.6	4.9	0.2	1.0	2.3	1.6	77.1	6.1	
		購入開始時期	0.5	—	—	0.2	—	—	0.4	0.9	0.7	5.0	6.3	43.0	25.3	9.1	1.9	2.7	3.9	0.6	57.0	13.8	
	2013年	検討開始時期	0.9	—	0.1	0.3	0.6	0.3	2.3	1.3	2.4	7.9	17.6	41.6	15.7	6.2	0.5	0.6	1.7	1.4	75.3	7.3	
		購入開始時期	0.4	—	0.1	0.1	—	0.2	0.7	0.8	1.0	3.5	7.8	39.5	27.6	10.1	1.0	2.4	4.7	0.6	54.3	13.4	
	2012年	検討開始時期	0.7	—	0.1	0.2	0.6	0.2	2.1	1.2	1.8	10.2	22.5	38.8	12.8	6.2	0.4	0.6	1.7	1.4	78.3	7.2	
		購入開始時期	0.3	—	0.2	—	0.2	0.1	0.5	1.0	1.3	3.7	7.4	45.8	22.3	12.2	1.4	1.6	2.2	0.6	60.4	15.1	
	2011年	検討開始時期	0.7	0.1	0.5	0.5	0.6	0.3	2.6	1.9	4.6	8.8	20.9	38.4	13.1	4.5	0.1	0.4	2.2	1.7	79.8	4.9	
		購入開始時期	0.4	—	—	—	0.4	0.5	0.9	1.0	2.0	3.9	7.4	44.0	25.0	9.1	1.2	0.7	3.6	0.8	60.5	11.0	
	2010年	検討開始時期	1.2	—	0.2	0.4	0.9	0.4	2.5	2.5	2.3	8.1	21.4	37.9	14.8	5.0	0.5	0.7	1.1	1.6	77.9	6.2	
		購入開始時期	0.2	—	—	0.3	0.7	0.2	1.1	0.9	0.8	4.2	6.5	42.4	25.5	9.5	2.0	1.7	4.1	0.7	57.2	13.3	
	地域別	首都圏	検討開始時期	222	0.9	—	—	—	—	—	0.9	0.9	2.7	15.8	47.7	17.6	9.9	0.5	1.8	1.4	0.8	68.9	12.2
			購入開始時期	222	0.5	—	—	—	—	—	—	0.5	0.9	3.2	36.9	36.9	13.5	2.3	3.2	2.3	0.1	41.9	18.9
東海		検討開始時期	64	4.7	—	—	—	3.1	—	1.6	—	1.6	6.3	23.4	39.1	15.6	1.6	—	1.6	2.0	79.7	3.1	
		購入開始時期	64	3.1	—	—	—	—	—	1.6	—	1.6	15.6	46.9	17.2	7.8	—	3.1	3.1	1.0	68.8	10.9	
関西		検討開始時期	116	0.9	—	—	—	0.9	—	1.7	2.6	2.6	7.8	20.7	44.8	12.1	2.6	0.9	0.9	1.7	81.9	4.3	
		購入開始時期	116	—	—	0.9	—	—	—	—	2.6	3.4	11.2	40.5	24.1	10.3	1.7	1.7	3.4	0.7	58.6	13.8	

※「入居日」は、「新居でお二人揃って新生活を始めた日」として聞いている



■インテリア・家具の購入検討期間(インテリア・家具購入者/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

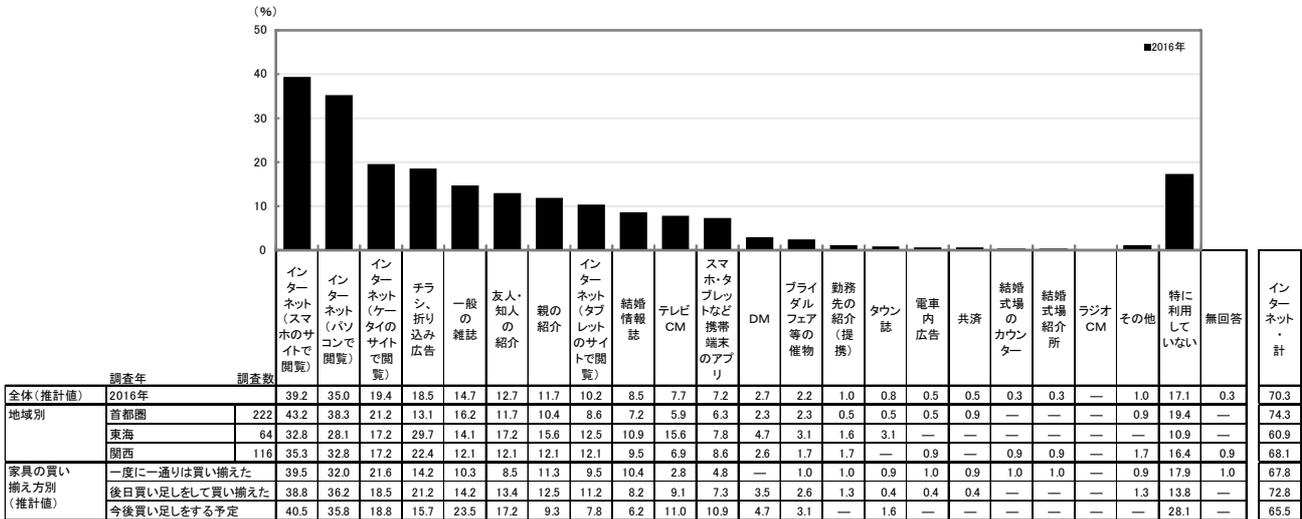
調査年	調査項目	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
		全体(推計値)	検討開始時期(カ月前)	1.6	1.7	1.4	1.4	1.6
	購入開始時期(カ月前)	0.7	0.8	0.6	0.6	0.6	0.7	0.4
	検討期間(カ月間)	1.0	0.9	0.8	0.8	1.0	0.8	0.8



6. インテリア・家具を購入する際に利用した情報源

- インテリア・家具を購入する際に利用した情報源を尋ねたところ、「インターネット(スマホのサイトで閲覧)」が39%で最も高く、次いで「インターネット(パソコンで閲覧)」が35%、「インターネット(ケータイのサイトで閲覧)」と「チラシ、折り込み広告」がともに19%で続く。

■インテリア・家具を購入する際に利用した情報源(インテリア・家具購入者/複数回答)



※「インターネット・計」:「インターネット(パソコンで閲覧)」+「インターネット(ケータイのサイトで閲覧)」+「インターネット(スマホのサイトで閲覧)」+「インターネット(タブレットのサイトで閲覧)」+「スマホ・タブレットなどの携帯端末のアプリ」のいずれかを回答した人を集計

<参考>2015年までは選択肢が異なるため

調査年	「ゼクシィ」	「ゼクシィインテリア」	「ゼクシィnet」	一般の雑誌のインテリア特集	インテリアの専門誌	家具メーカー・ショップに資料請求をして	新聞広告	折り込みチラシ	通販のカタログ	インターネット(パソコンで閲覧)	インターネット(携帯電話・携帯端末で閲覧)	友人・知人の話を聞いて	親の話を聞いて	訪問営業の人の話を聞いて	実際に店頭で見をして	結婚式の紹介	その他	無回答	インターネット・計
全体(推計値)	9.3	3.9	11.7	20.7	14.5	14.2	2.1	11.3	27.9	41.6	30.7	14.2	14.7	—	65.1	—	1.6	0.5	55.9
2015年	11.5	8.4	8.9	20.8	15.9	13.6	3.9	14.2	26.6	40.7	24.1	11.6	11.8	—	60.8	0.3	1.1	1.5	49.2
2014年	11.3	4.6	8.6	16.7	13.9	13.2	6.0	14.9	26.5	45.7	18.9	12.3	12.0	—	65.3	0.1	1.6	0.7	52.2
2013年	12.5	12.2	10.1	17.8	13.3	13.4	4.6	17.0	27.4	43.1	12.8	11.9	14.1	0.2	67.2	0.2	0.6	0.7	47.8
2012年	13.9	20.5	14.7	18.5	14.0	18.8	3.9	15.2	28.7	47.7	9.4	12.7	11.3	0.5	69.4	0.6	1.7	—	51.7
2011年	14.7	21.9	16.1	16.9	13.5	15.0	4.9	17.5	30.5	42.9	6.8	14.2	12.1	0.4	63.5	0.8	2.4	0.5	45.3
2010年	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

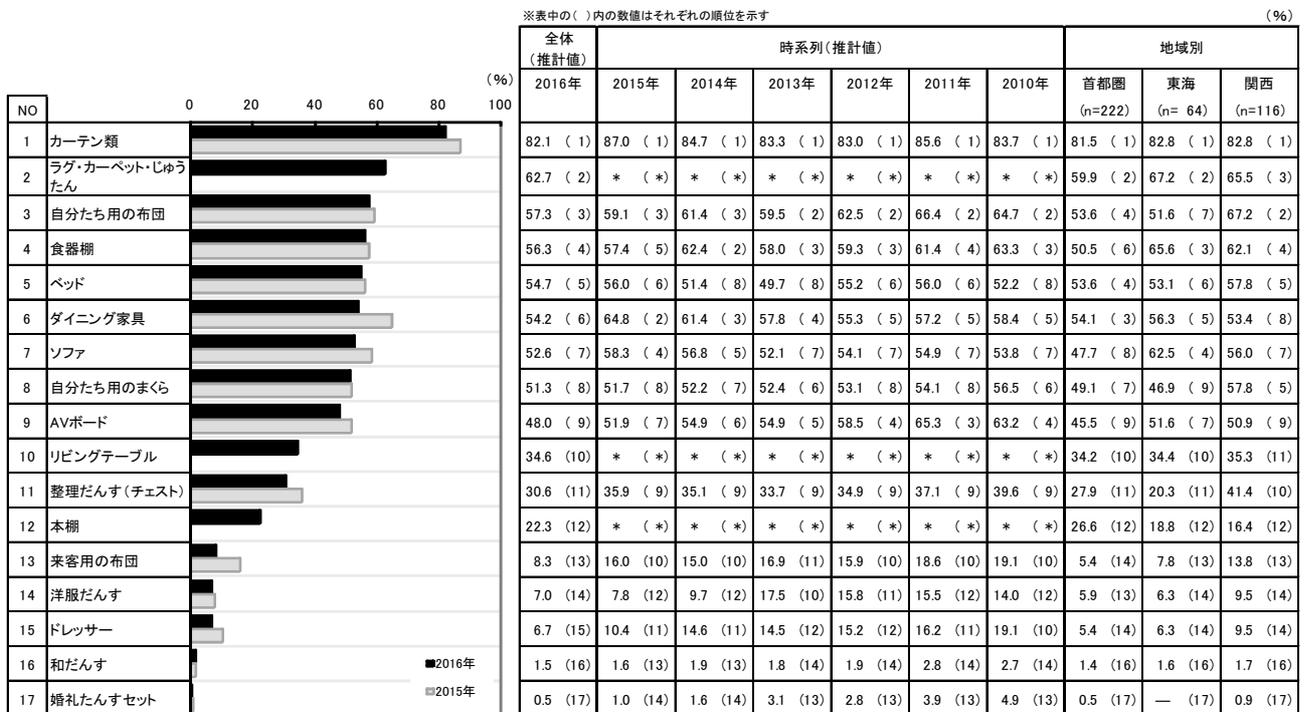
※「インターネット・計」:「インターネット(パソコンで閲覧)」+「インターネット(携帯電話・携帯端末で閲覧)」のいずれかを回答した人を集計



7. インテリア・家具のアイテム別購入率・購入費用

- 新生活にあたって新たに購入したインテリア・家具のアイテム別の購入率は、「カーテン類」が82%で最も高く、次いで「ラグ・カーペット・じゅうたん」が63%、「自分たち用の布団」が57%、「食器棚」が56%、「ベッド」が55%、「ダイニング家具」が54%、「ソファ」が53%、「自分たち用のまくら」が51%で続く。
- アイテム別の購入費用の平均は、「ベッド」が14.8万円で最も高く、次いで「ソファ」が7.5万円、「ダイニング家具」が6.9万円で続く。

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



※項目順は購入率の高い順

※「婚礼堂んすセット」「洋服だんす」「和だんす」「整理だんす(チェスト)」:2013年まではそれぞれ個別の設問で購入有無を聞いており、2014年からは1つの設問で購入したたんの種類を聞いている

■アイテム別購入費用(各アイテムの購入者のうち、金額回答者のみ/それぞれ単一回答)

(推計値%)

	平均の推移(推計値/万円)								地域別の平均(万円)									
	3万円未満	3~5万円未満	5~10万円未満	10~15万円未満	15~20万円未満	20~25万円未満	25~30万円未満	30万円以上	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	首都圏	東海	関西
カーテン類	57.4	16.7	14.8	5.3	1.1	2.7	0.4	1.5	4.2	4.2	4.4	4.2	4.4	4.2	5.1	3.9	4.0	4.8
ラグ・カーペット・じゅうたん	89.6	6.8	3.6	—	—	—	—	—	1.3	*	*	*	*	*	*	1.3	1.0	1.5
自分たち用の布団	49.9	22.7	14.9	6.0	1.8	1.2	0.6	3.0	4.9	5.9	7.5	6.0	6.3	5.7	7.2	4.3	4.1	6.6
食器棚	31.0	23.0	30.0	10.0	2.5	2.0	1.5	—	5.4	6.3	6.5	6.6	6.7	6.8	7.1	5.4	3.7	6.6
ベッド	3.7	9.7	21.9	25.0	11.8	11.8	2.7	13.4	14.8	14.3	16.0	12.5	13.9	13.5	15.0	13.9	17.5	15.2
ダイニング家具	27.8	22.6	29.1	9.5	4.2	3.7	—	3.2	6.9	8.3	8.0	7.8	7.1	7.4	7.0	6.6	7.0	7.3
ソファ	19.5	25.6	32.3	10.8	4.6	4.1	1.0	2.1	7.5	6.4	7.3	7.5	6.8	7.2	7.8	6.8	8.8	8.0
自分たち用のまくら	89.5	7.9	2.6	—	—	—	—	—	1.1	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	1.3
AVボード	64.7	18.6	8.4	4.8	0.6	0.6	1.2	1.2	3.6	3.7	3.7	3.2	3.7	3.8	3.9	3.8	2.7	3.8
リビングテーブル	68.0	9.9	13.2	8.2	0.8	—	—	—	3.0	*	*	*	*	*	*	2.9	1.8	3.8
本棚	86.6	8.5	3.7	1.2	—	—	—	—	1.4	*	*	*	*	*	*	1.5	0.8	1.5
来客用の布団	77.5	16.1	6.4	—	—	—	—	—	1.8	1.7	1.8	2.1	2.6	2.2	2.3	1.8	2.2	1.6
ドレッサー	46.0	34.6	7.8	3.9	3.9	—	3.8	—	4.4	5.1	5.5	4.6	4.5	5.9	6.3	4.0	2.8	5.5
たんす	68.9	11.3	14.1	3.8	1.0	1.0	—	—	2.8	5.1	5.5	*	*	*	*	2.4	3.7	2.9

※項目順はインテリア・家具のアイテム別購入率の高い順(「たんす」を除く)

※「たんす」は、購入したたんすの総額を聞いている

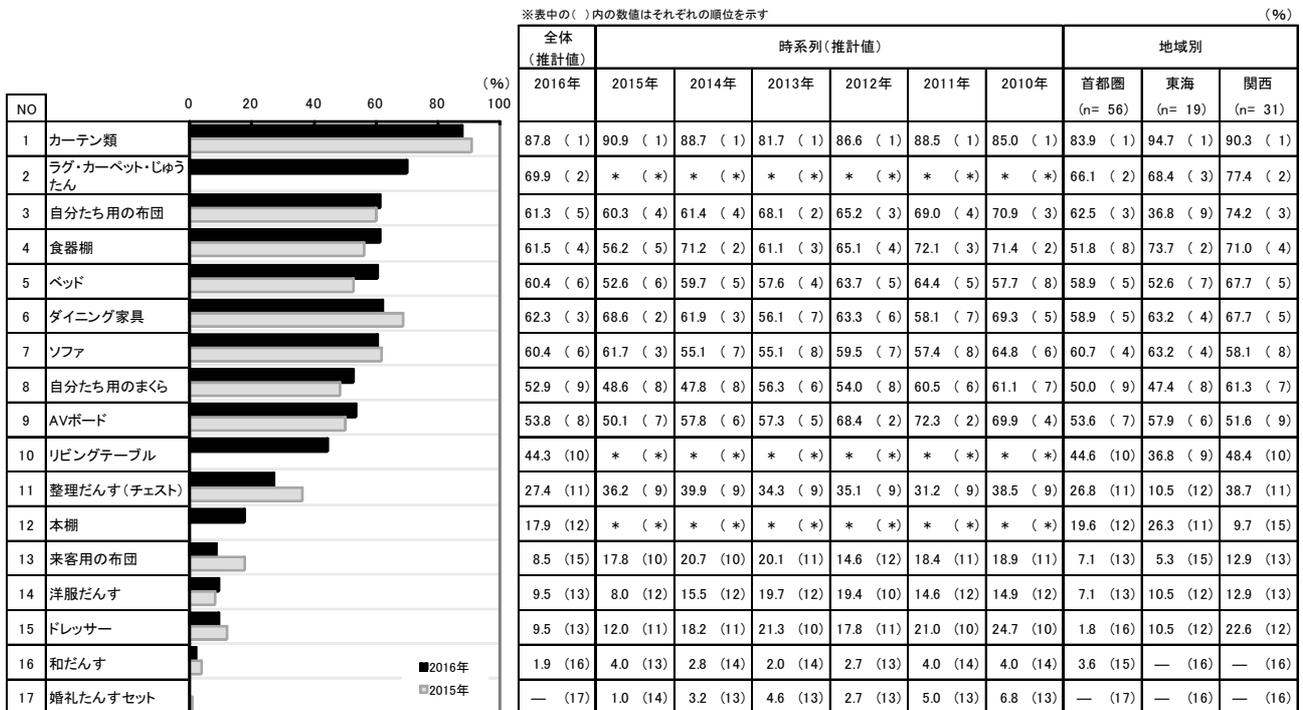
50.0 ...前年度調査より1万円以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 ...前年度調査より1万円以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



●インテリア・家具を一度に一通り買い揃えた人のアイテム別の購入率は、「カーテン類」が88%で最も高く、次いで「ラグ・カーペット・じゅうたん」が70%、「食器棚」と「ダイニング家具」がともに62%、「自分たち用の布団」が61%、「ベッド」と「ソファ」がともに60%で続く。

■インテリア・家具を一度に一通り買い揃えた人のアイテム別購入率
(インテリア・家具を一度に一通り買い揃えた人/それぞれ単一回答)



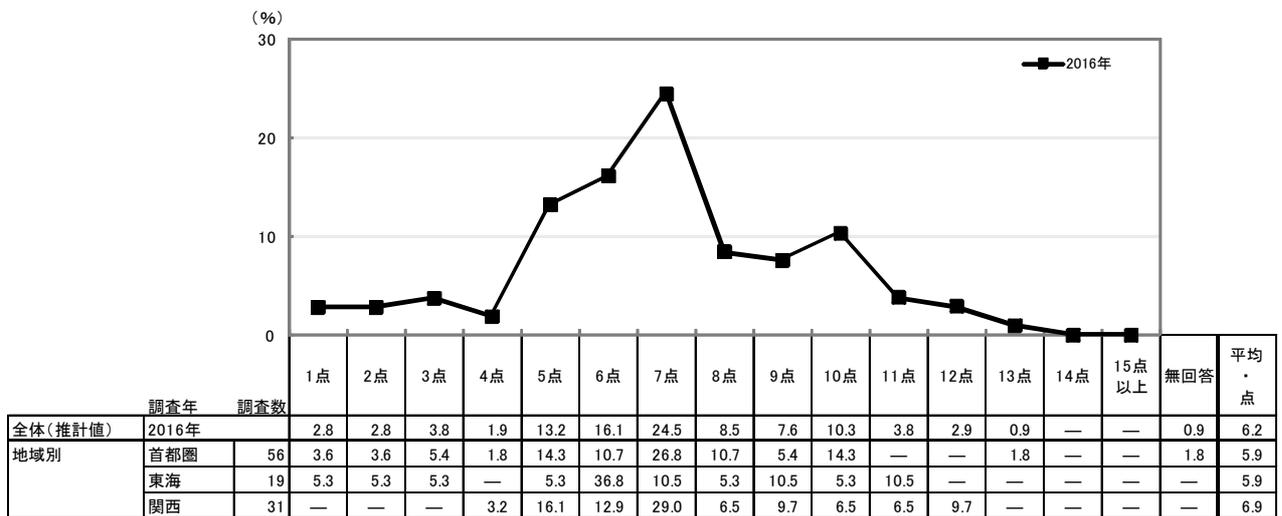
※項目順はインテリア・家具のアイテム別購入率の高い順

※「婚礼たんすセット」「洋服たんす」「和たんす」「整理たんす(チェスト)」:2013年まではそれぞれ個別の設問で購入有無を聞いており、2014年からは1つの設問で購入したたんすの種類を聞いている



- 一度に一通りを買った人のインテリア・家具の購入アイテム数は、「7点」が25%で最も高く、次いで「6点」が16%、「5点」が13%で続く。平均は6.2点となった。

■一度に一通りを買った人のインテリア・家具の購入アイテム数
(インテリア・家具を一度に一通り買った人／単一回答)



<参考>2015年までは対象となるアイテムが異なるため

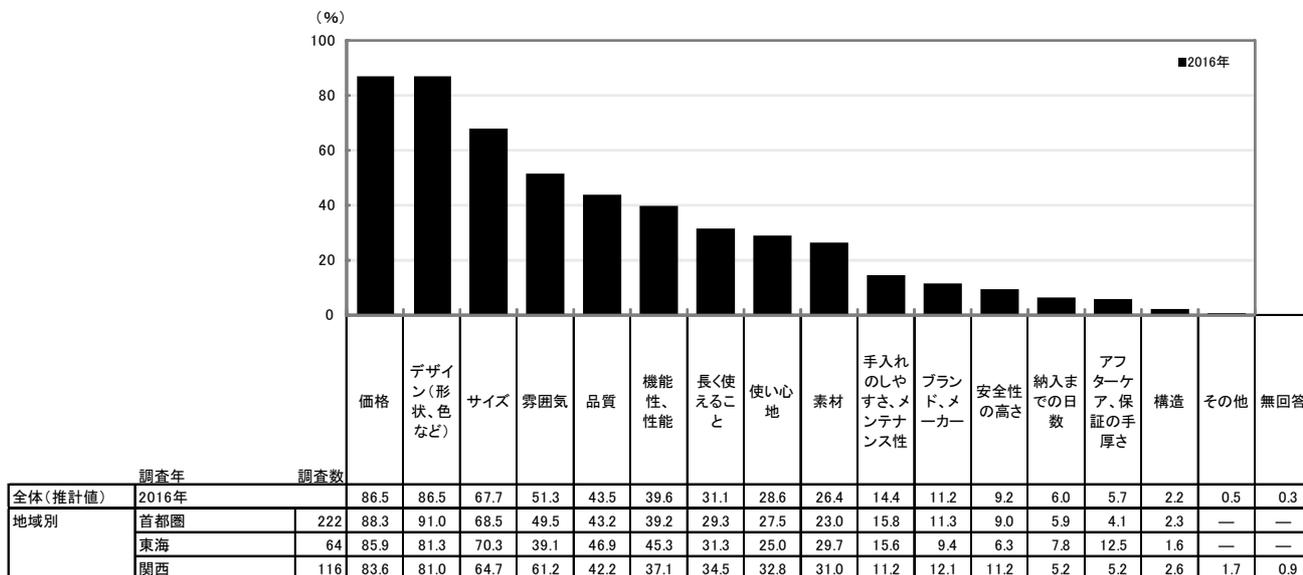
調査年	1点	2点	3点	4点	5点	6点	7点	8点	9点	10点	11点	12点	13点	14点	無回答	平均・点
全体(推計値) 2015年	—	9.2	8.1	12.2	17.4	19.3	11.1	14.7	3.1	4.1	0.9	—	—	—	—	5.7
2014年	1.5	7.1	4.3	12.8	19.5	14.6	9.9	15.1	9.5	2.5	1.9	0.8	0.7	—	—	6.0



8. インテリア・家具を選択する際の重視点

●インテリア・家具購入者に対して、インテリア・家具を選択する際の重視点を尋ねたところ、「価格」と「デザイン(形状、色など)」がともに87%で最も高く、次いで「サイズ」が68%で続く。

■インテリア・家具を選択する際の重視点(インテリア・家具購入者／複数回答)

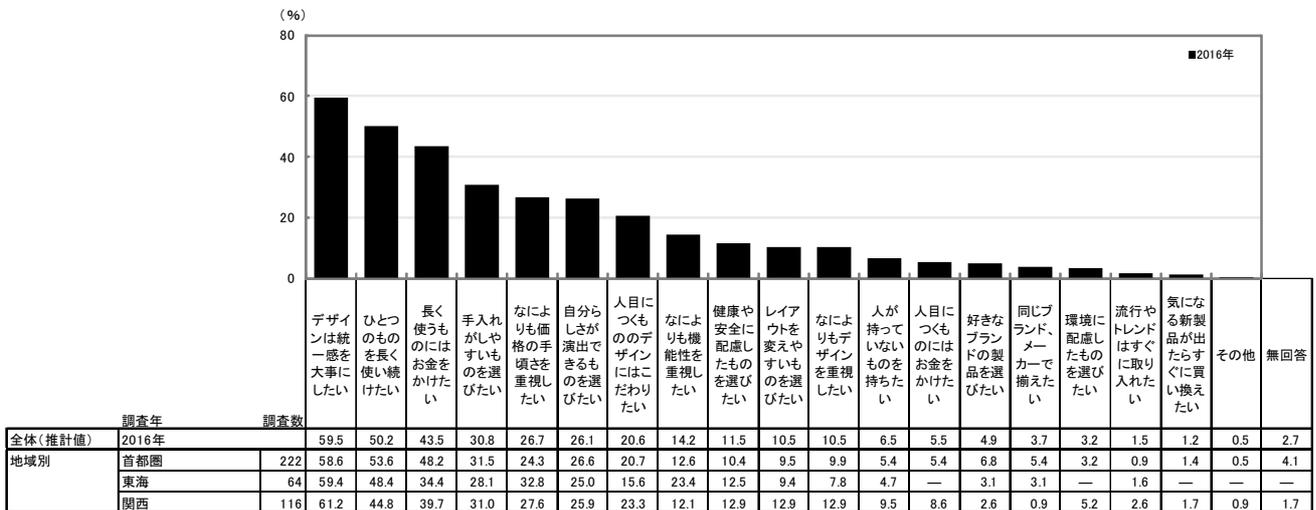




9. インテリア・家具を購入する際の考え方

- インテリア・家具を購入する際の考え方を尋ねたところ、「デザインは統一感を大事にしたい」が60%で最も高く、次いで「ひとつのものを長く使い続けたい」が50%、「長く使うものにはお金をかけたい」が44%で続く。

■ インテリア・家具を購入する際の考え方（インテリア・家具購入者／複数回答）

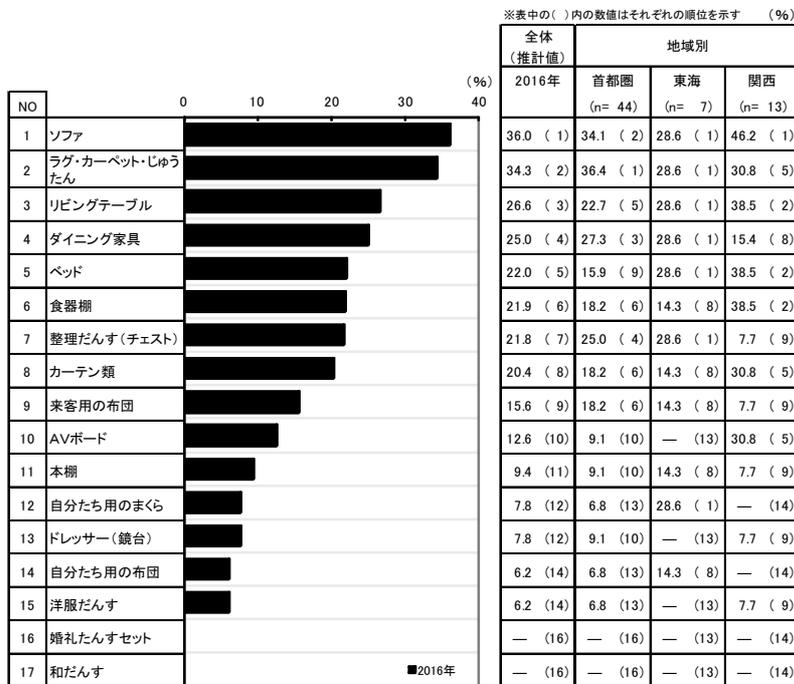




10. インテリア・家具の今後の買い足し予定

●今後インテリア・家具を買い足す予定の人に対して、今後買い足す予定のインテリア・家具の種類を尋ねたところ、「ソファ」が36%で最も高く、次いで「ラグ・カーペット・じゅうたん」が34%、「リビングテーブル」が27%、「ダイニング家具」が25%で続く。

■今後買い足す予定のインテリア・家具の種類(今後インテリア・家具を買い足す予定の人/複数回答)



<参考>2015年までは対象となるアイテムが異なるため

※表中の()内の数値はそれぞれの順位を示す (%)

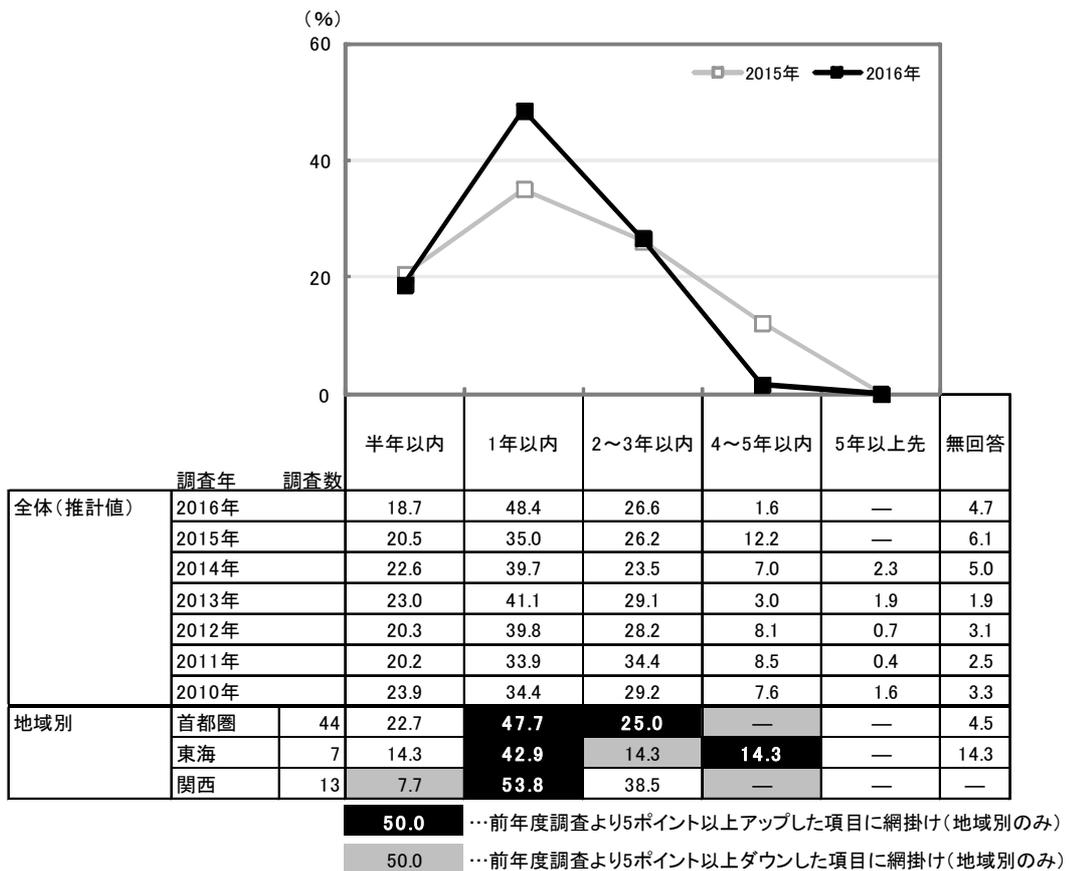
	全体(推計値)					
	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年
ソファ	40.9 (1)	39.5 (1)	36.0 (1)	33.6 (3)	34.4 (1)	36.1 (1)
ベッド	18.5 (8)	30.7 (3)	25.8 (3)	27.6 (5)	23.5 (5)	26.9 (5)
自分たち用の布団	6.3 (9)	5.4 (12)	9.8 (10)	7.1 (12)	10.1 (10)	11.5 (10)
自分たち用のまくら	6.3 (9)	10.8 (9)	9.8 (10)	10.3 (10)	6.1 (12)	7.2 (11)
来客用の布団	26.4 (6)	17.2 (6)	23.6 (4)	21.4 (7)	17.7 (7)	14.8 (9)
ドレッサー(鏡台)	2.1 (12)	13.1 (8)	14.4 (8)	11.4 (9)	11.1 (9)	16.4 (8)
婚たんすセット	2.1 (12)	— (13)	— (14)	— (14)	— (14)	1.3 (13)
洋服たんす	3.8 (11)	10.4 (10)	8.4 (12)	10.3 (10)	7.1 (11)	6.6 (12)
和たんす	— (14)	— (13)	1.5 (13)	0.4 (13)	2.5 (13)	1.3 (13)
整理たんす(チェスト)	31.0 (3)	34.5 (2)	15.0 (7)	15.8 (8)	14.3 (8)	21.3 (7)
ダイニング家具	28.4 (4)	23.5 (5)	31.1 (2)	34.1 (2)	27.0 (3)	33.4 (3)
食器棚	24.5 (7)	25.3 (4)	22.1 (5)	37.9 (1)	31.1 (2)	31.5 (4)
AVボード	32.5 (2)	10.4 (10)	13.9 (9)	22.0 (6)	22.0 (6)	26.6 (6)
カーテン類	28.3 (5)	16.0 (7)	21.9 (6)	28.6 (4)	23.9 (4)	34.8 (2)

※2013年までは「収納ボックス」「システム収納」の選択肢があったが、2014年より削除



- インテリア・家具を買い足す予定の時期を尋ねたところ、「1年以内」が48%で最も高く、次いで「2～3年以内」が27%、「半年以内」が19%で続く。

■ インテリア・家具を買い足す予定の時期(今後インテリア・家具を買い足す予定の人／単一回答)





第3章

インテリア・家具のアイテム別購入実態



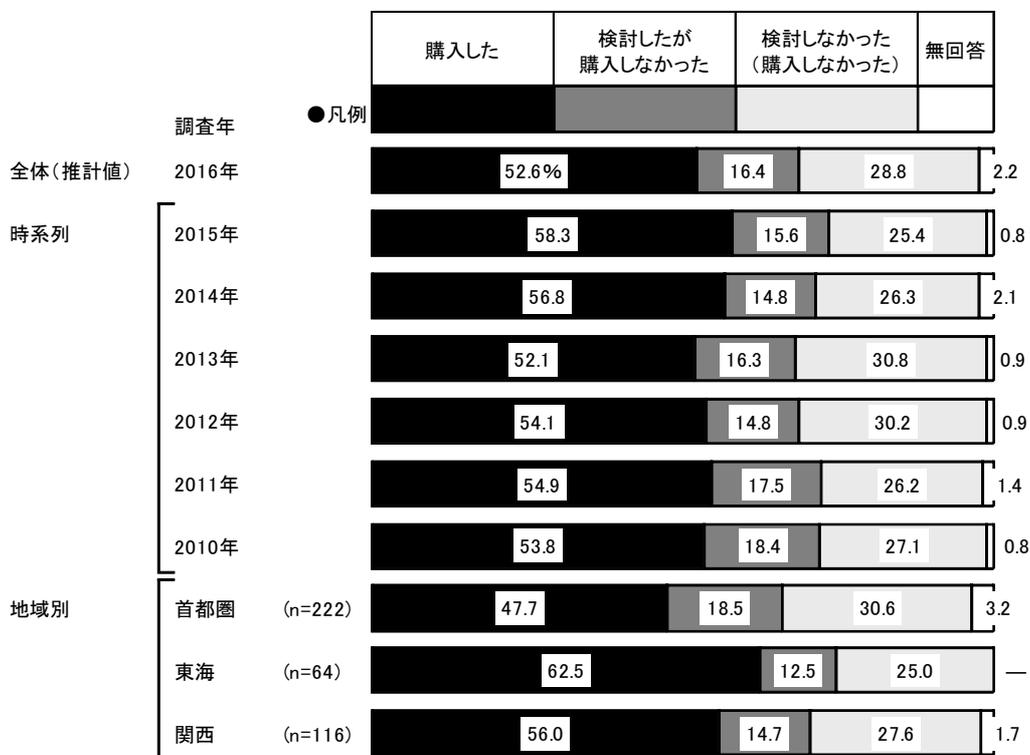


1. ソファ

1) ソファの購入の有無

●インテリア・家具購入者に対して、ソファを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は53%であった。

■ソファの購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

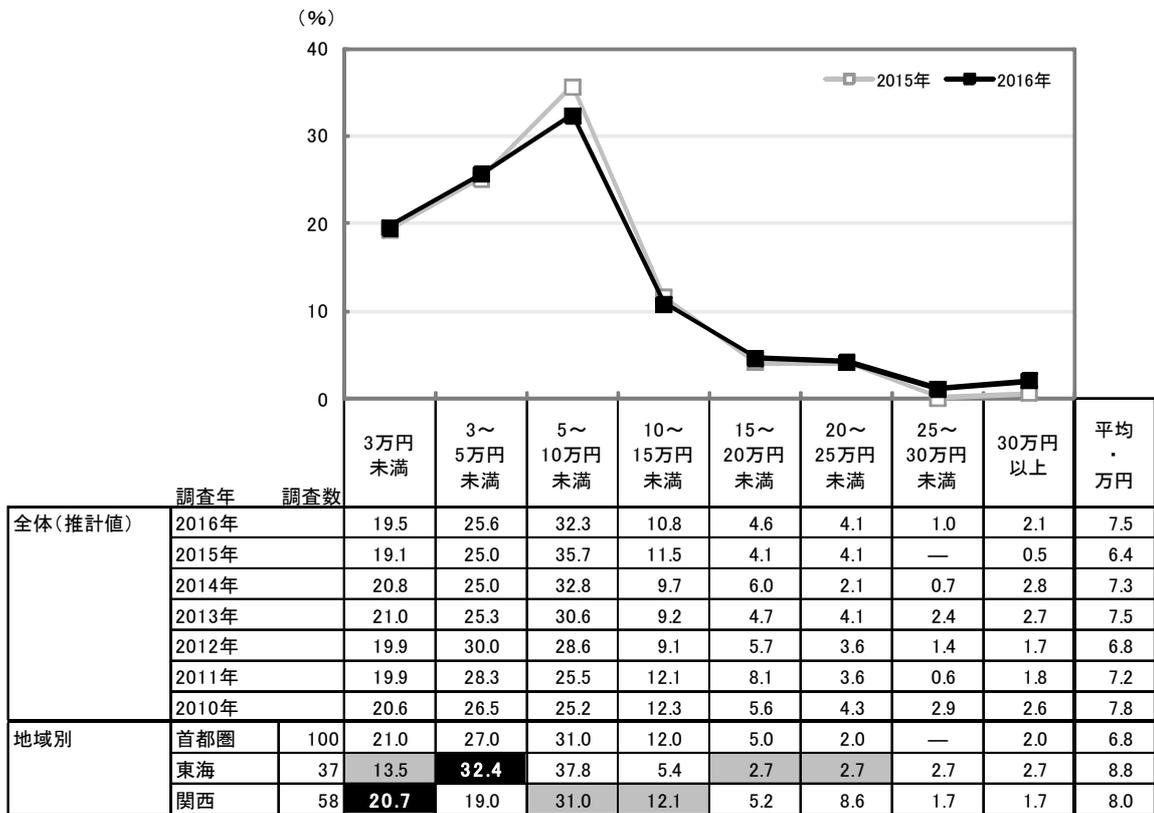




2) 購入したソファの総額

- ソファ購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「5～10万円未満」が32%で最も高く、次いで「3～5万円未満」が26%、「3万円未満」が20%で続く。平均は7.5万円となった。

■購入したソファの総額(ソファ購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
全体(推計値)	7.8	7.2	6.8	7.5	7.3	6.4	7.5	
地域別								
	首都圏	8.0	7.6	6.3	7.4	6.7	5.5	6.8
	東海	7.5	6.2	6.2	7.4	8.2	7.5	8.8
	関西	7.8	7.0	8.0	7.6	7.7	7.4	8.0

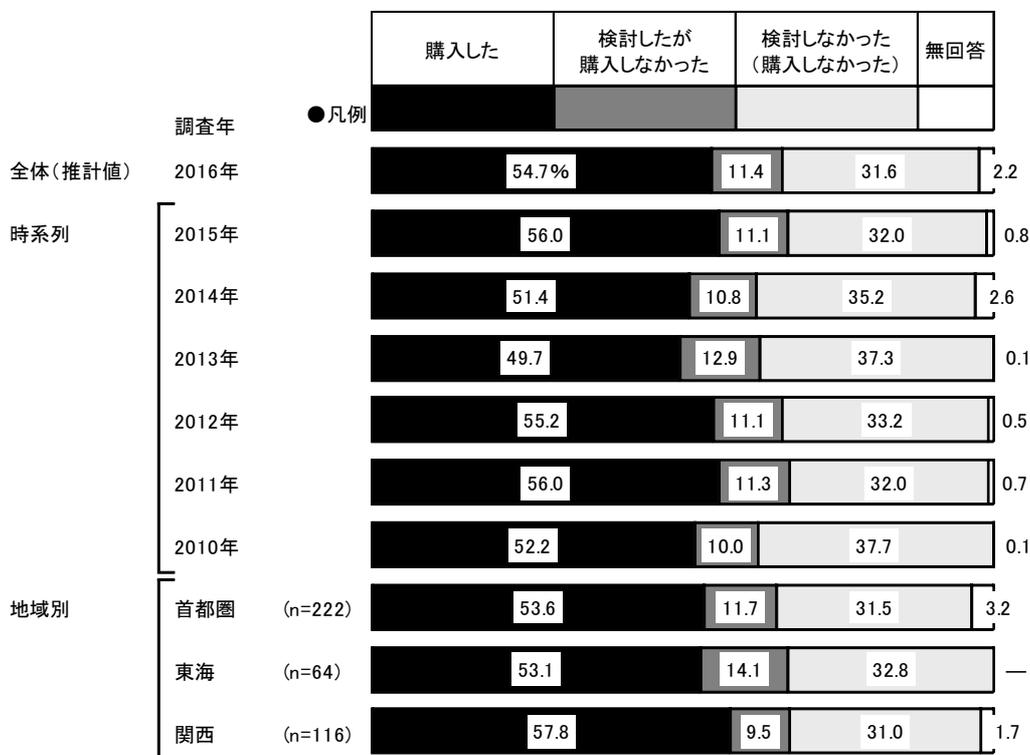


2. ベッド

1) ベッドの購入の有無

●ベッドを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は55%であった。

■ベッドの購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

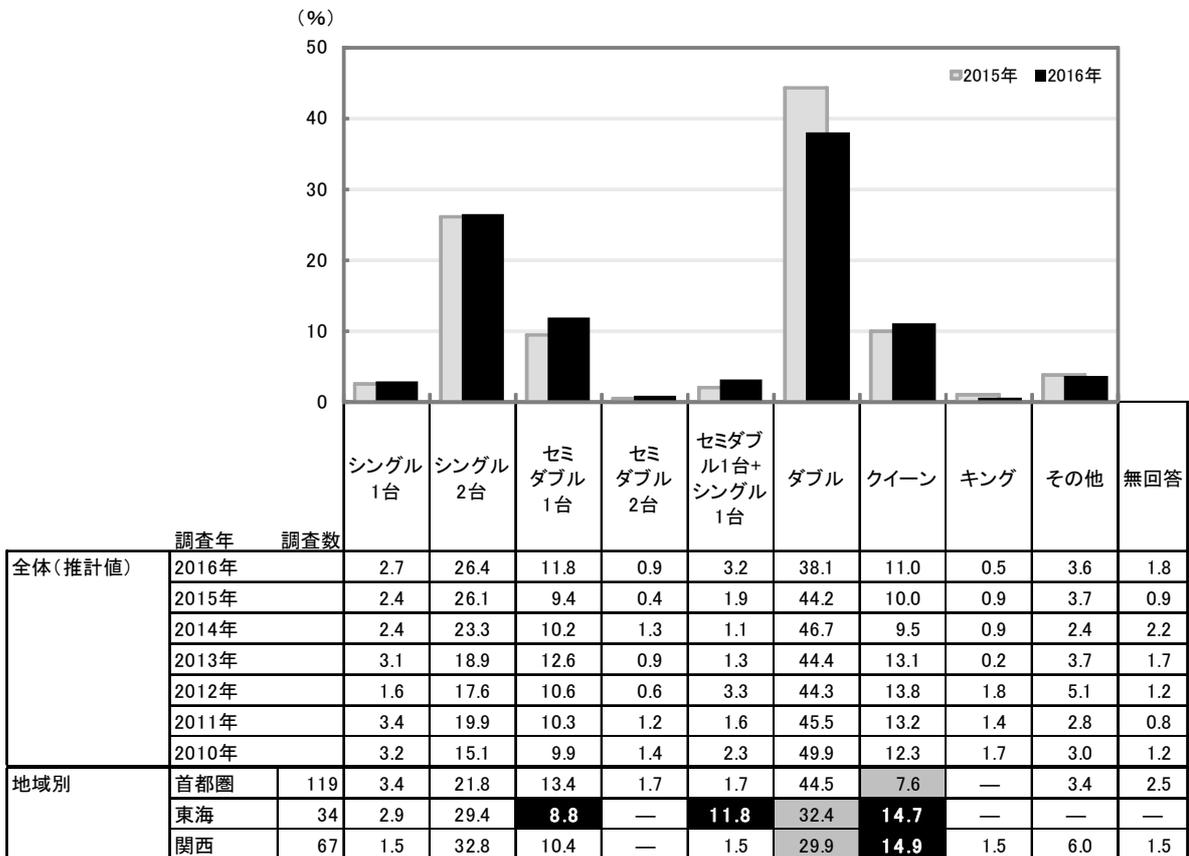




2) 購入したベッドの内容

- ベッド購入者に対して、そのサイズと台数を尋ねたところ、「ダブル」が38%で最も高く、次いで「シングル2台」が26%、「セミダブル1台」が12%、「クイーン」が11%で続く。

■購入したベッドのサイズと台数(ベッド購入者／単一回答)



※シングル、ダブル、セミダブル、キング、クイーンそれぞれの台数を聞き、そのうち購入パターンが多い組合せを集計している

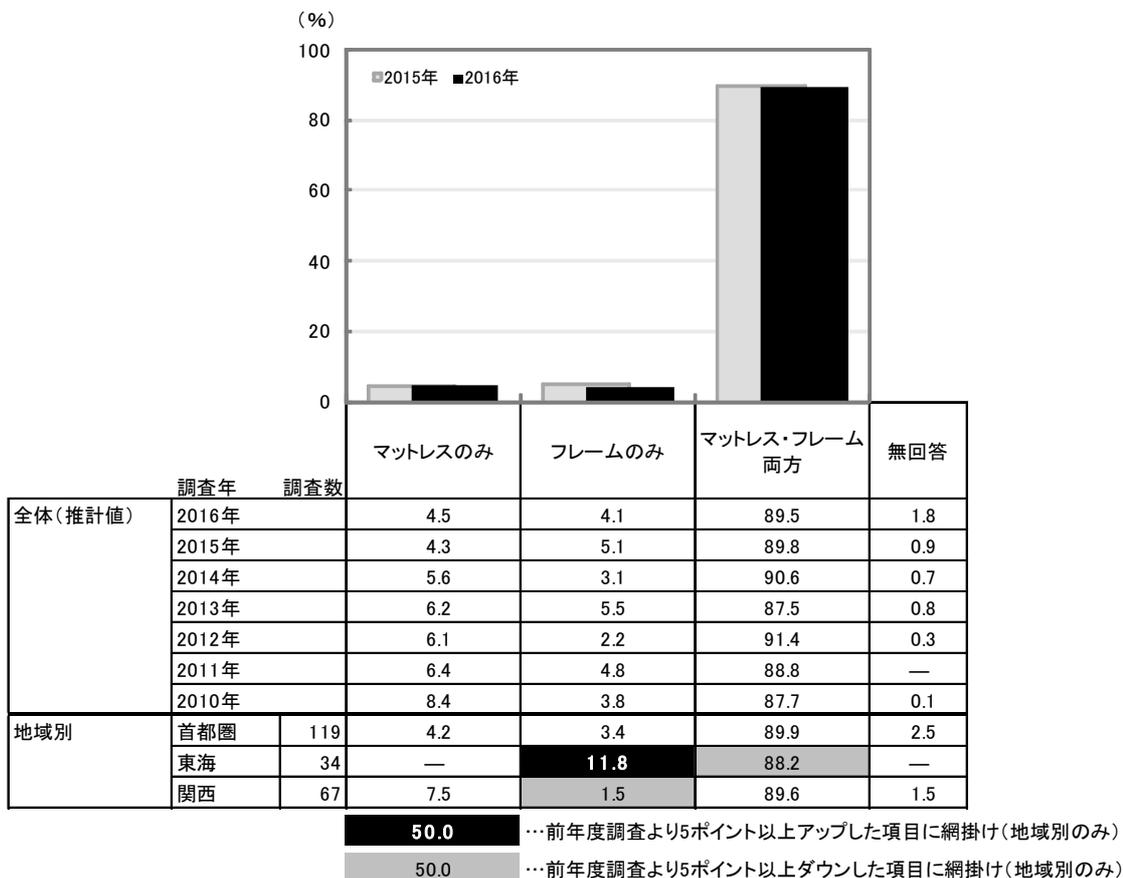
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



●購入したベッドのアイテムを尋ねたところ、「マットレス・フレーム両方」が90%で突出して高い。

■購入したベッドのアイテム(ベッド購入者/複数回答)

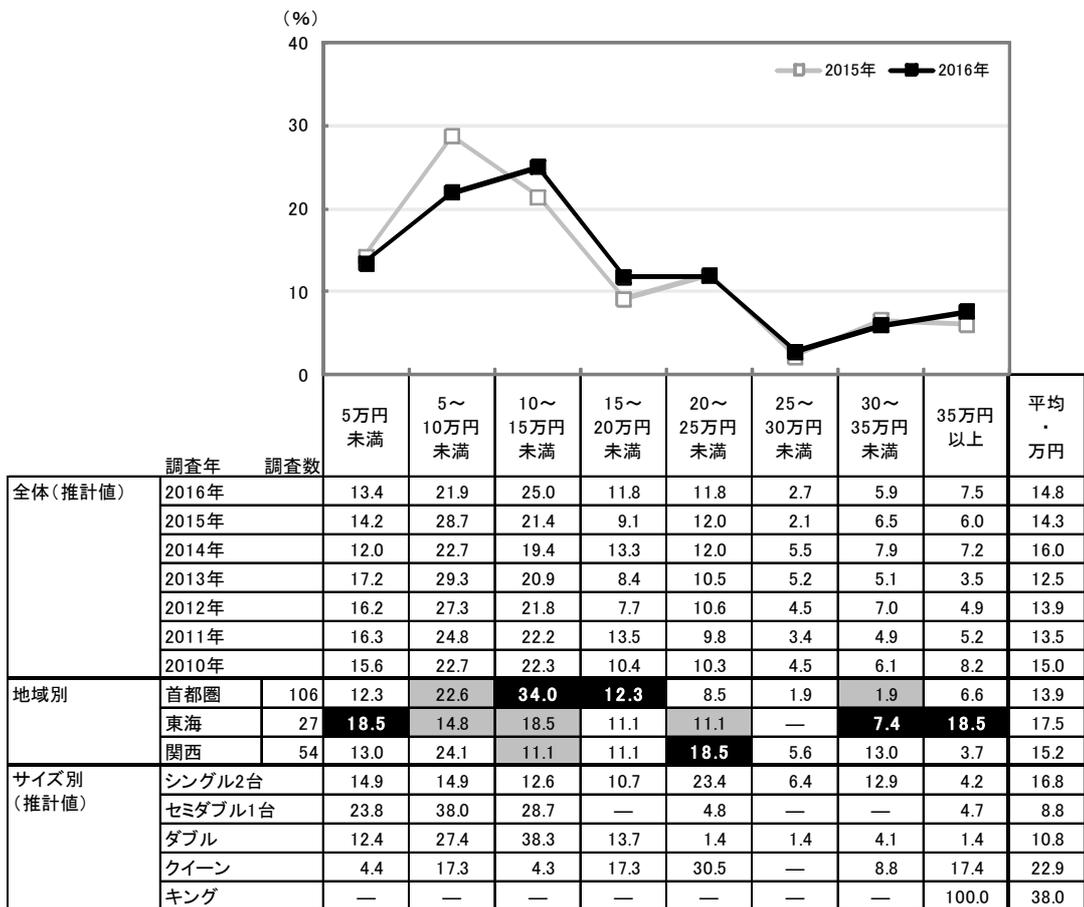




3) 購入したベッドの総額

●購入したベッドの総額を尋ねたところ、「10～15万円未満」が25%で最も高く、次いで「5～10万円未満」が22%、「5万円未満」が13%、「15～20万円未満」と「20～25万円未満」がともに12%で続く。平均は14.8万円となった。

■購入したベッドの総額(ベッド購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
全体(推計値)	15.0	13.5	13.9	12.5	16.0	14.3	14.8	
地域別								
	首都圏	15.1	12.8	13.3	11.6	15.2	13.3	13.9
	東海	15.0	14.7	13.1	13.5	19.5	15.5	17.5
	関西	14.6	14.3	15.6	13.2	15.5	15.6	15.2
サイズ別(推計値)								
	シングル2台	19.6	17.2	16.2	15.5	18.2	17.7	16.8
	セミダブル1台	6.0	7.4	6.4	6.4	9.9	9.5	8.8
	ダブル	13.0	11.0	11.0	11.7	14.0	12.9	10.8
	クイーン	22.1	21.2	21.4	15.2	28.2	15.0	22.9
	キング	15.8	15.9	20.4	40.0	17.6	14.1	38.0

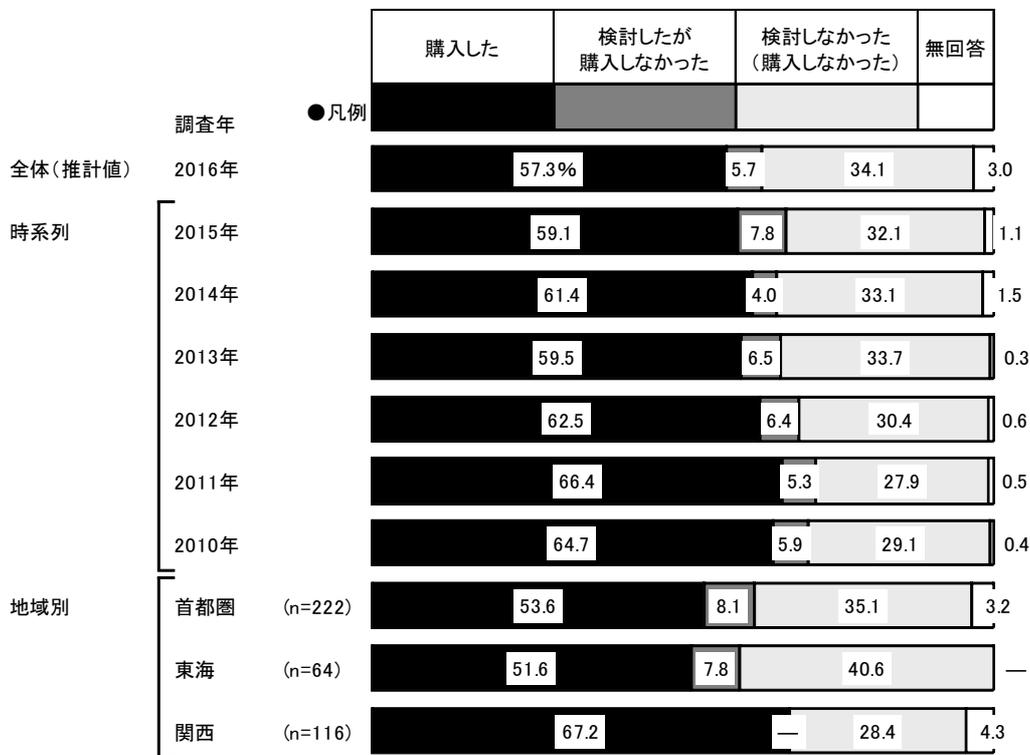


3. 自分たち用の布団

1) 自分たち用の布団の購入の有無

●自分たち用の布団を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は57%であった。

■自分たち用の布団の購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

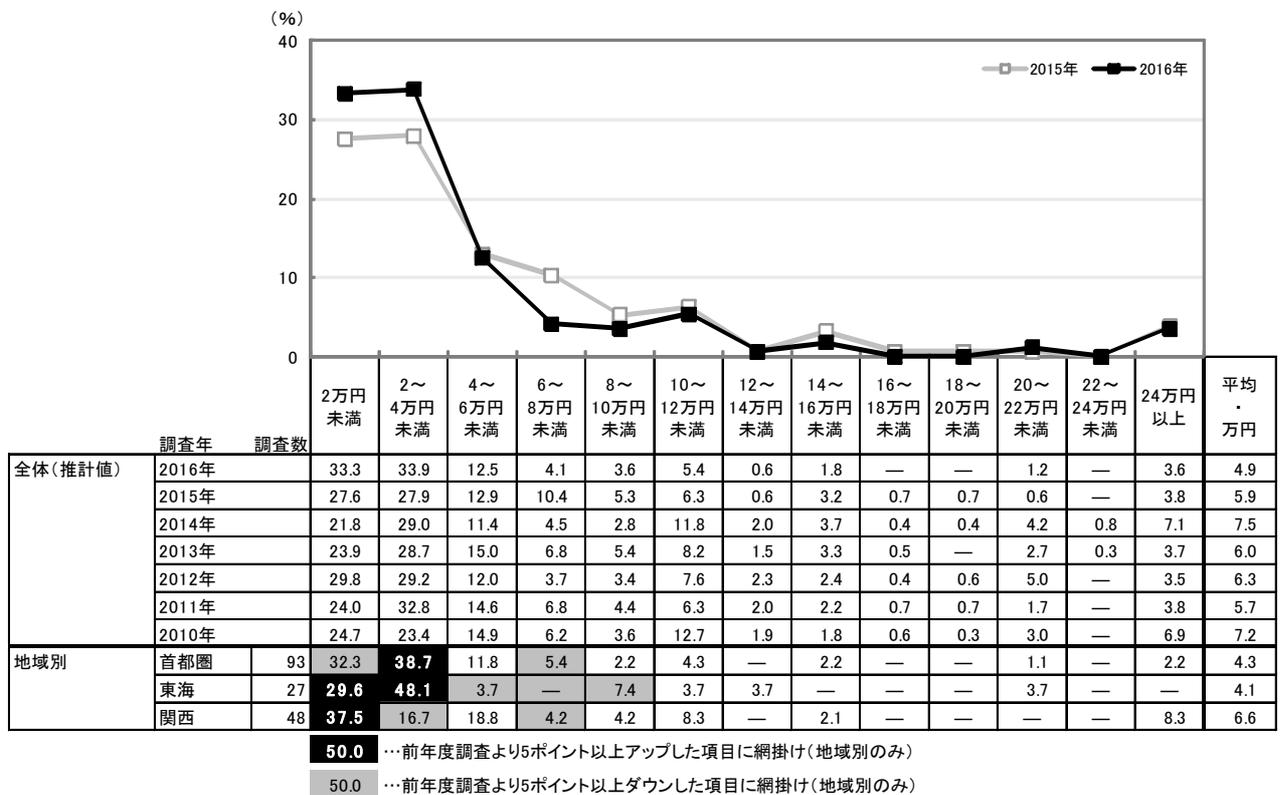




2) 購入した自分たち用の布団の総額

●自分たち用の布団購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「2～4万円未満」が34%で最も高く、次いで「2万円未満」が33%、「4～6万円未満」が13%で続く。平均は4.9万円となった。

■購入した自分たち用の布団の総額(自分たち用の布団購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼平均の推移

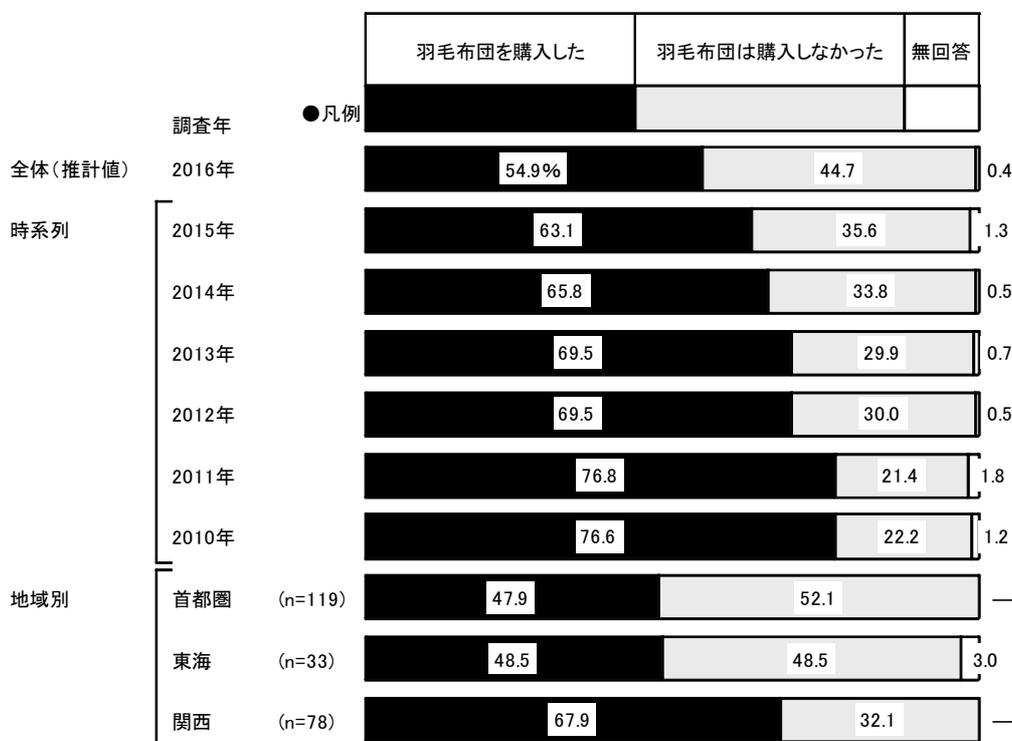
調査年		(万円)						
調査年	調査数	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		7.2	5.7	6.3	6.0	7.5	5.9	4.9
地域別	首都圏	6.2	4.9	4.7	5.4	5.5	4.5	4.3
	東海	10.0	7.5	9.9	5.9	10.4	7.4	4.1
	関西	7.1	5.8	6.7	6.9	9.2	6.9	6.6



3) 自分たち用の羽毛布団の購入の有無

●自分たち用の布団として羽毛布団を購入したかを尋ねたところ、「羽毛布団を購入した」人は55%であった。

■自分たち用の羽毛布団の購入の有無(自分たち用の布団購入者/単一回答)

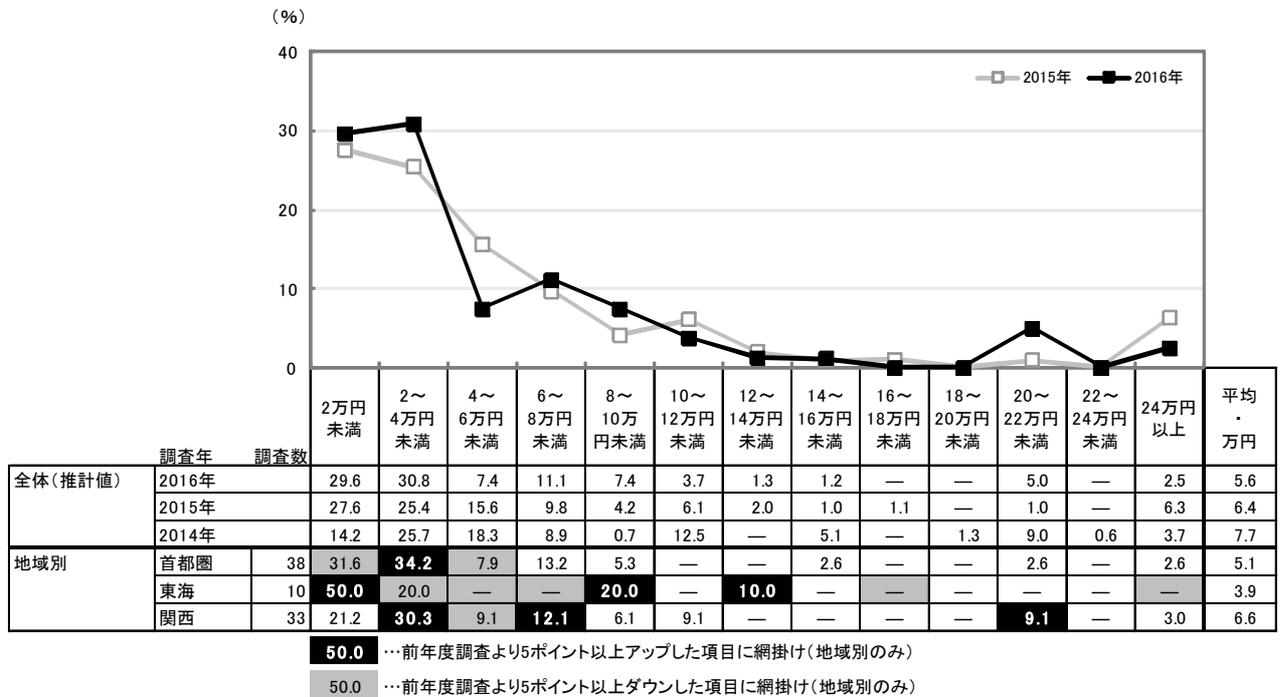




4) 購入した自分たち用の羽毛布団の総額

●自分たち用の羽毛布団購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「2～4万円未満」が31%で最も高く、次いで「2万円未満」が30%、「6～8万円未満」が11%で続く。平均は5.6万円となった。

■購入した自分たち用の羽毛布団の総額(自分たち用の羽毛布団購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼平均の推移

		(万円)			
		調査年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			7.7	6.4	5.6
地域別	首都圏		6.0	4.3	5.1
	東海		9.3	10.9	3.9
	関西		9.6	6.7	6.6

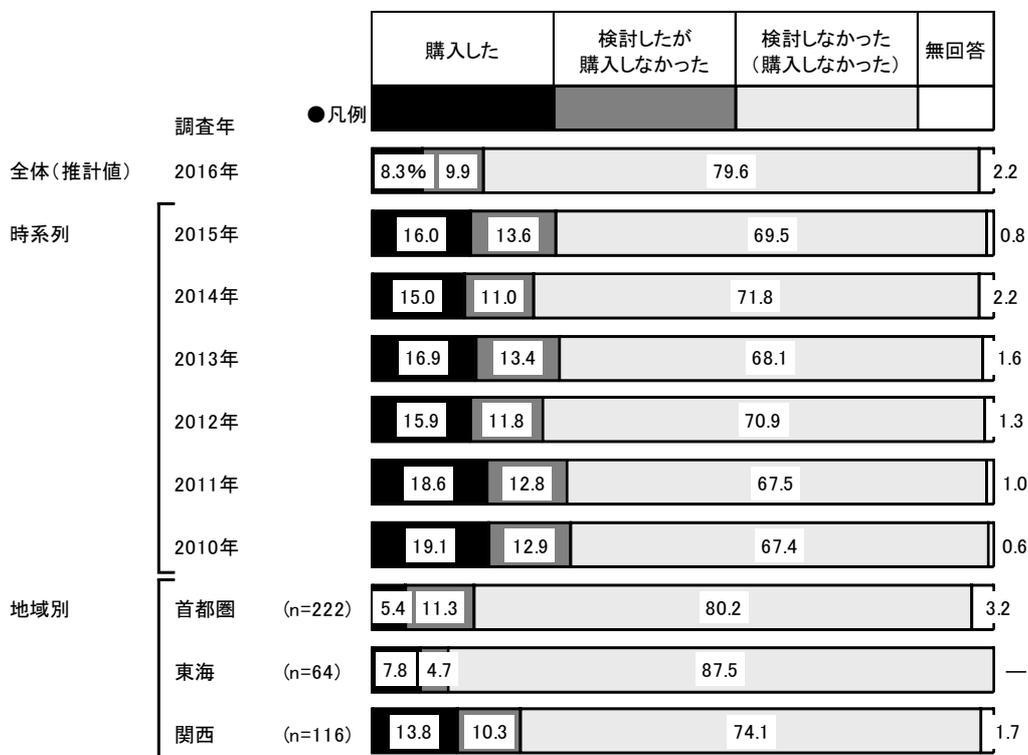


4. 来客用の布団

1) 来客用の布団の購入の有無

●来客用の布団を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は8%であった。

■来客用の布団の購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

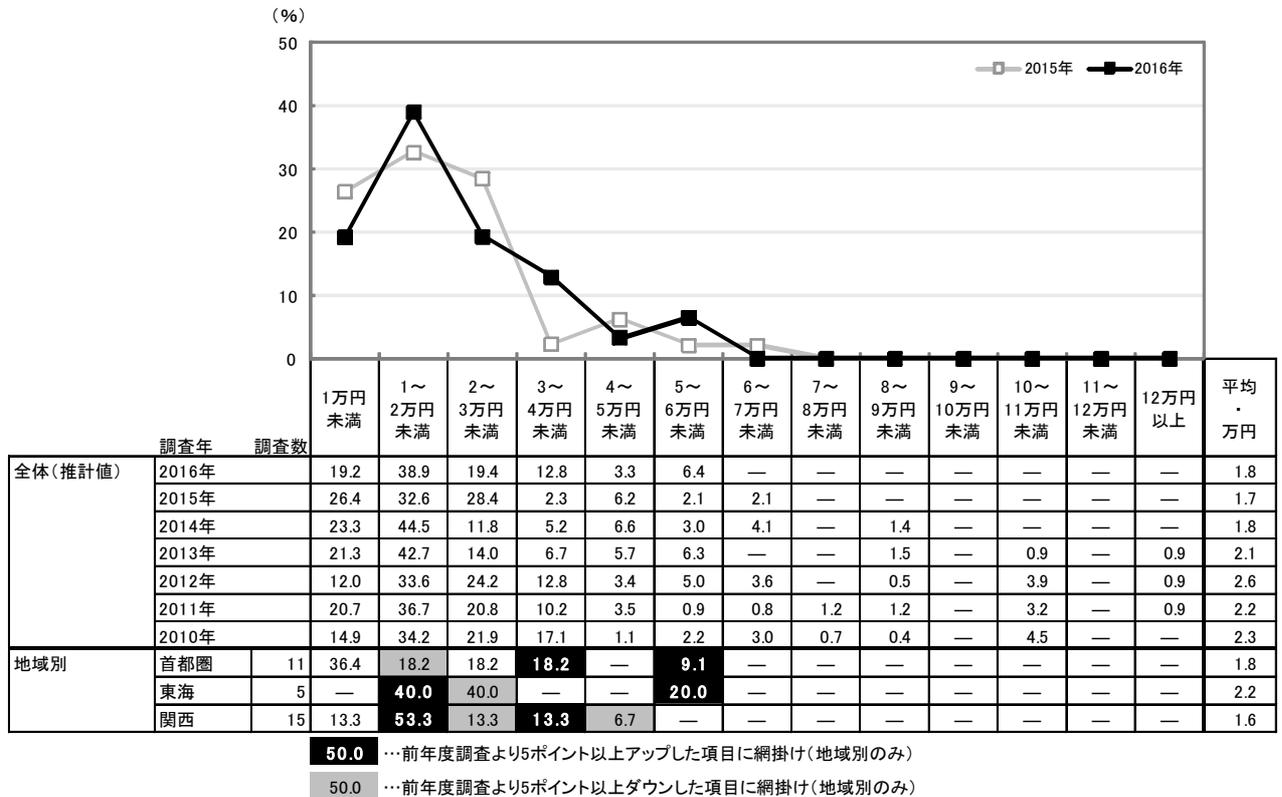




2) 購入した来客用の布団の総額

●来客用の布団購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「1～2万円未満」が39%で最も高く、次いで「1万円未満」と「2～3万円未満」がともに19%で続く。平均は1.8万円となった。

■購入した来客用の布団の総額(来客用の布団購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼平均の推移

調査年		(万円)						
調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		2.3	2.2	2.6	2.1	1.8	1.7	1.8
地域別	首都圏	2.2	1.9	2.8	2.0	1.4	1.1	1.8
	東海	2.6	2.8	2.4	1.7	1.9	2.2	2.2
	関西	2.4	2.3	2.4	2.2	2.4	2.1	1.6

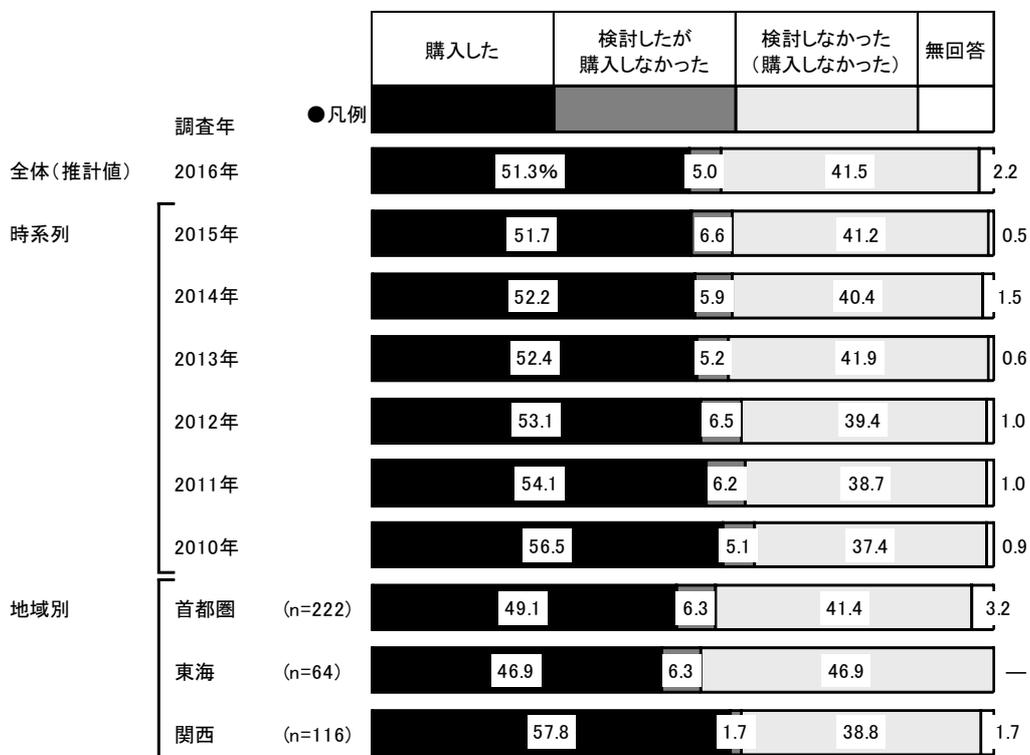


5. 自分たち用のまくら

1) 自分たち用のまくらの購入の有無

●自分たち用のまくらを購入したかを探ねたところ、「購入した」人は51%であった。

■自分たち用のまくらの購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

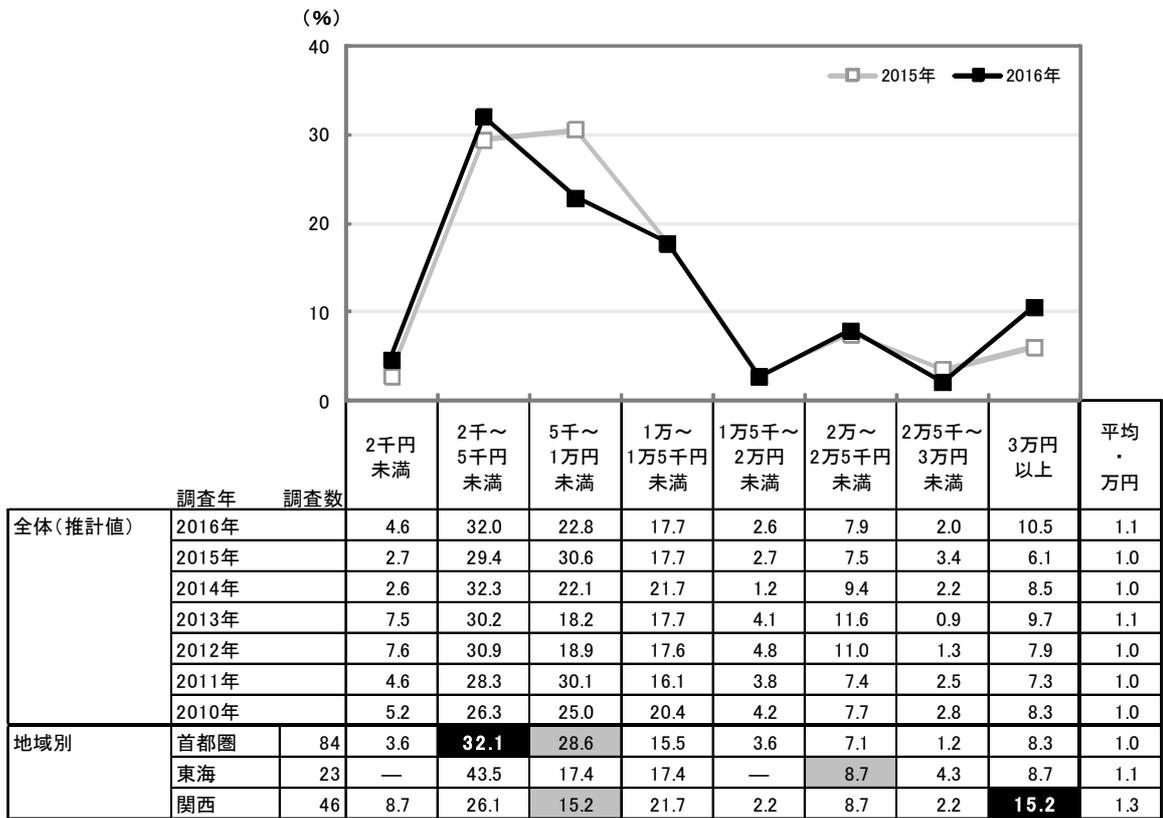




2) 購入した自分たち用のまぐらの総額

- 自分たち用のまぐら購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「2千～5千円未満」が32%で最も高く、次いで「5千～1万円未満」が23%、「1万～1万5千円未満」が18%で続く。平均は1.1万円となった。

■ 購入した自分たち用のまぐらの総額(自分たち用のまぐら購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼ 平均の推移

調査年		(万円)						
		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		1.0	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.1
地域別	首都圏	1.1	1.0	1.0	1.0	0.9	1.0	1.0
	東海	1.1	0.9	1.1	1.4	1.2	1.0	1.1
	関西	0.9	0.9	1.0	1.1	1.1	1.0	1.3

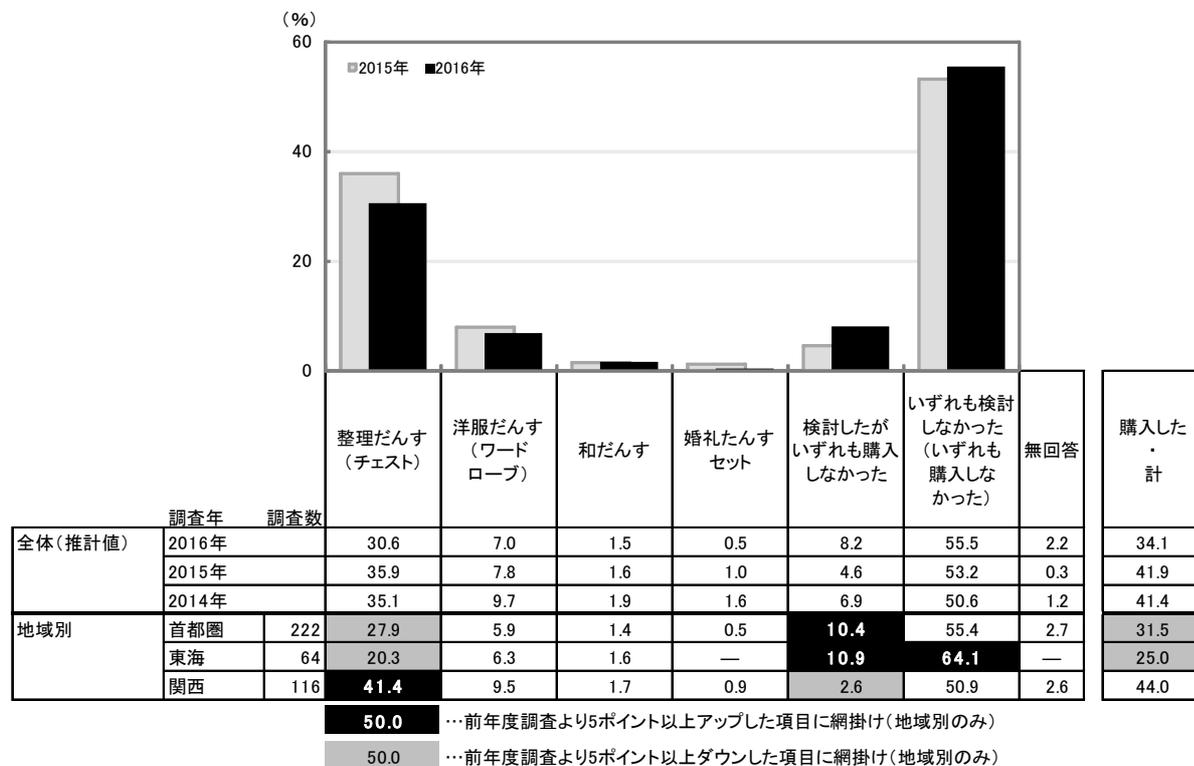


6. たんす

1) たんすの購入状況

- たんすの購入状況を尋ねたところ、「整理たんす(チェスト)」が31%、「洋服たんす(ワードローブ)」が7%、「和たんす」が2%、「婚礼たんすセット」が1%で、「購入した・計」は34%であった。

■ たんすの購入状況(インテリア・家具購入者/複数回答)

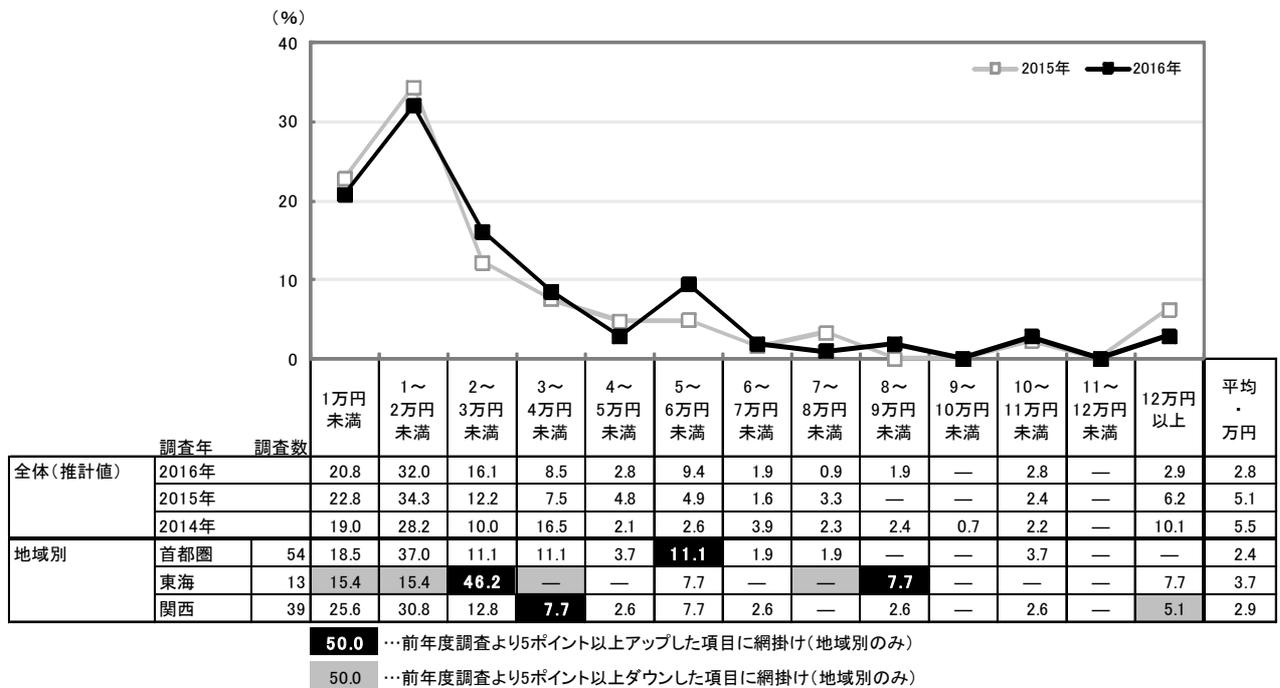




2) 購入したたんすの総額

●たんす購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「1～2万円未満」が32%で最も高く、次いで「1万円未満」が21%、「2～3万円未満」が16%で続く。平均は2.8万円となった。

■購入したたんすの総額(たんす購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼平均の推移

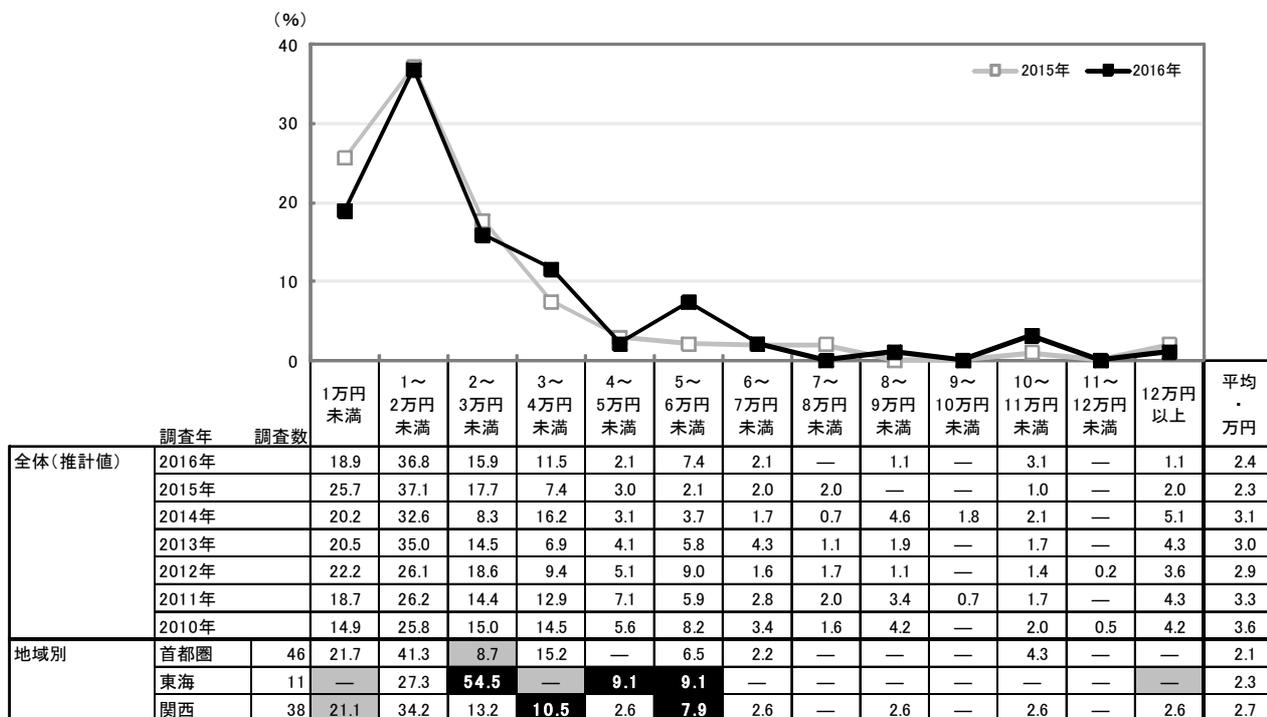
		(万円)			
		調査年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			5.5	5.1	2.8
地域別	首都圏		4.2	2.4	2.4
	東海		6.4	2.9	3.7
	関西		7.6	11.0	2.9



3) 購入した整理だんす(チェスト)の総額

- 整理だんす(チェスト)購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「1～2万円未満」が37%で最も高く、次いで「1万円未満」が19%、「2～3万円未満」が16%で続く。平均は2.4万円となった。

■購入した整理だんす(チェスト)の総額(整理だんす〔チェスト〕購入者のうち、金額回答者のみ／単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		(万円)						
調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		3.6	3.3	2.9	3.0	3.1	2.3	2.4
地域別	首都圏	3.4	3.2	2.5	3.3	2.5	1.9	2.1
	東海	4.1	2.7	2.9	1.3	4.5	2.8	2.3
	関西	4.0	3.7	3.8	3.3	3.2	2.9	2.7

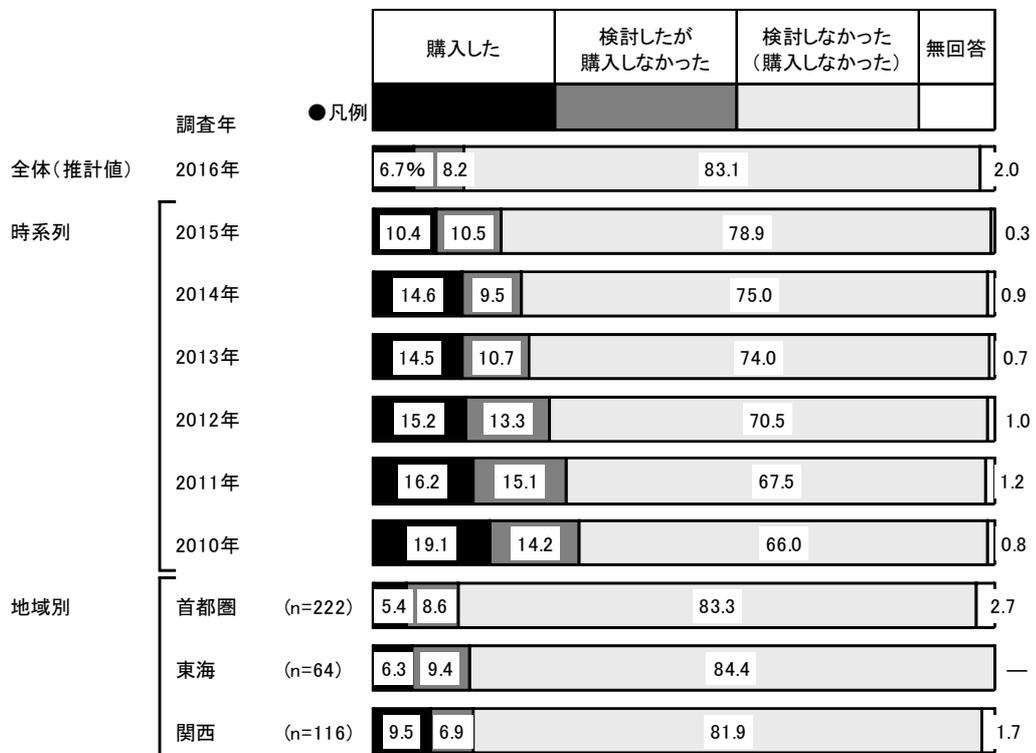


7. ドレッサー

1) ドレッサーの購入の有無

●ドレッサーを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は7%であった。

■ドレッサーの購入の有無（インテリア・家具購入者／単一回答）

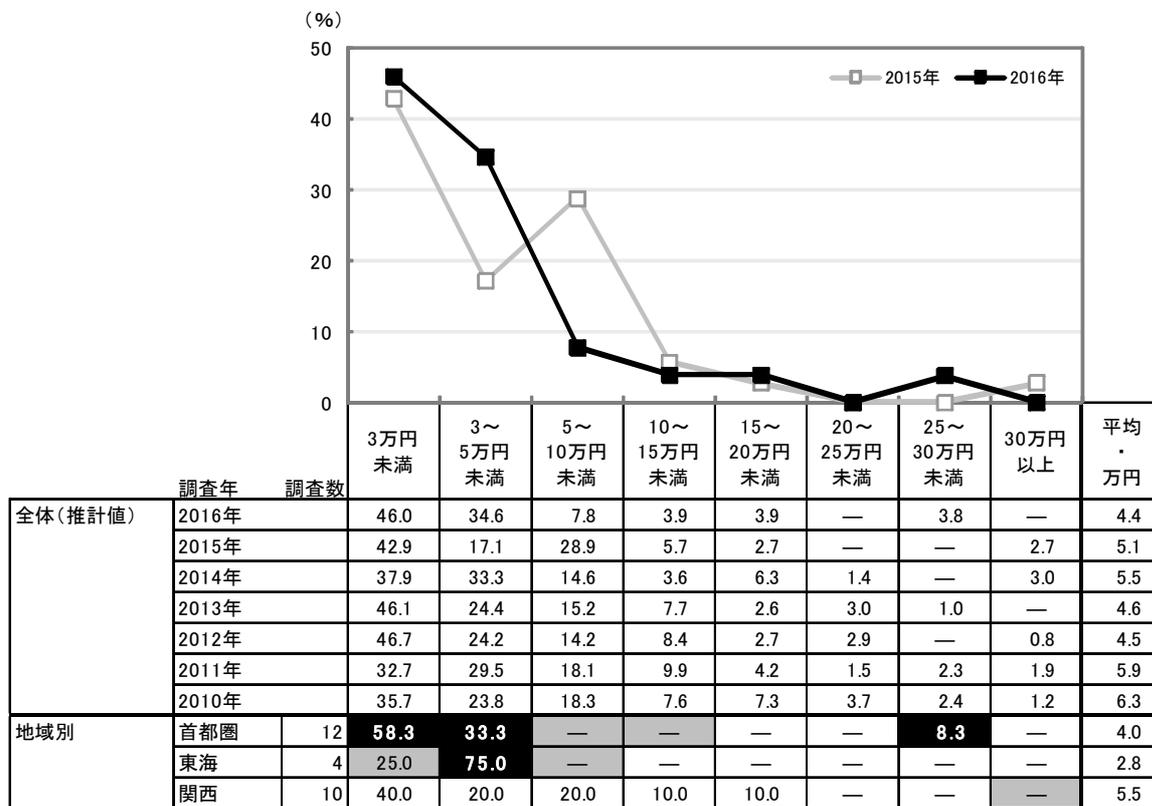




2) 購入したドレッサーの価格

●ドレッサー購入者に対して、その価格を尋ねたところ、「3万円未満」が46%で最も高く、次いで「3～5万円未満」が35%で続く。平均は4.4万円となった。

■購入したドレッサーの価格(ドレッサー購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

調査年		(万円)						
		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		6.3	5.9	4.5	4.6	5.5	5.1	4.4
地域別	首都圏	4.8	5.6	2.6	3.8	2.7	3.7	4.0
	東海	6.5	6.5	5.2	4.1	9.8	4.7	2.8
	関西	8.2	6.0	6.0	5.7	6.9	6.4	5.5

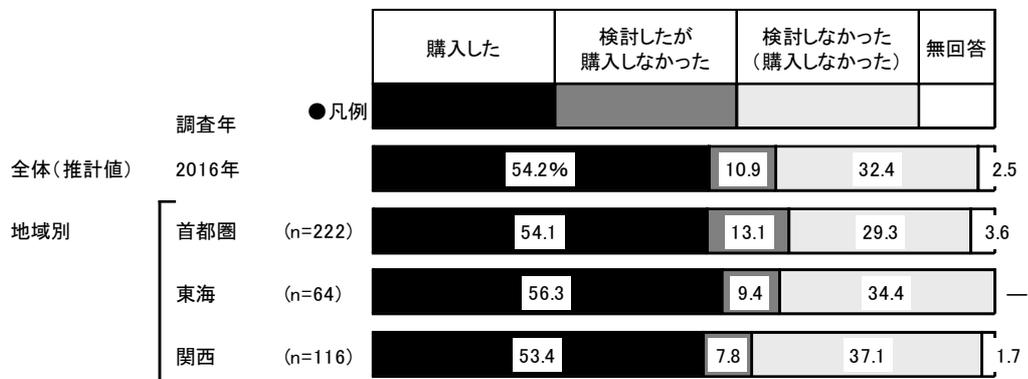


8. ダイニング家具

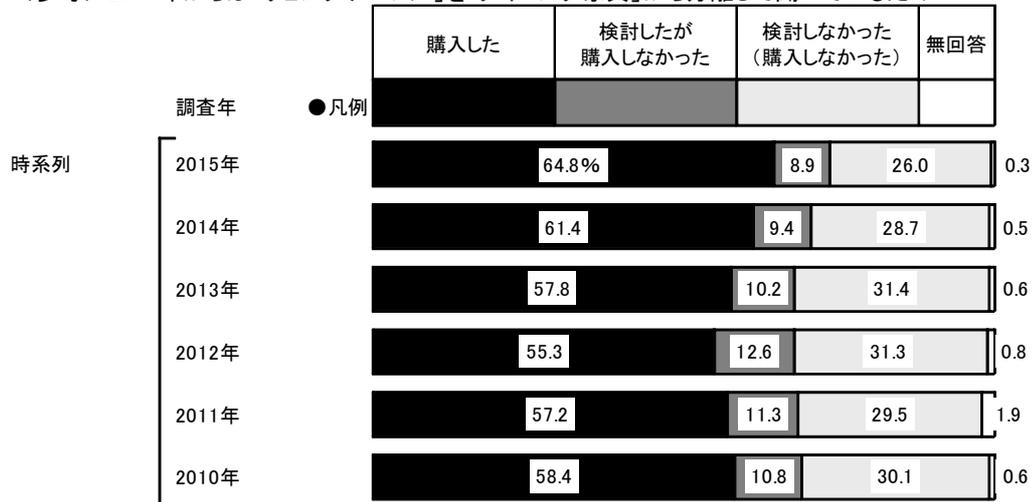
1) ダイニング家具の購入の有無

●ダイニング家具を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は54%であった。

■ダイニング家具の購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)



<参考>2016年からは「リビングテーブル」を「ダイニング家具」から分離して聞いているため

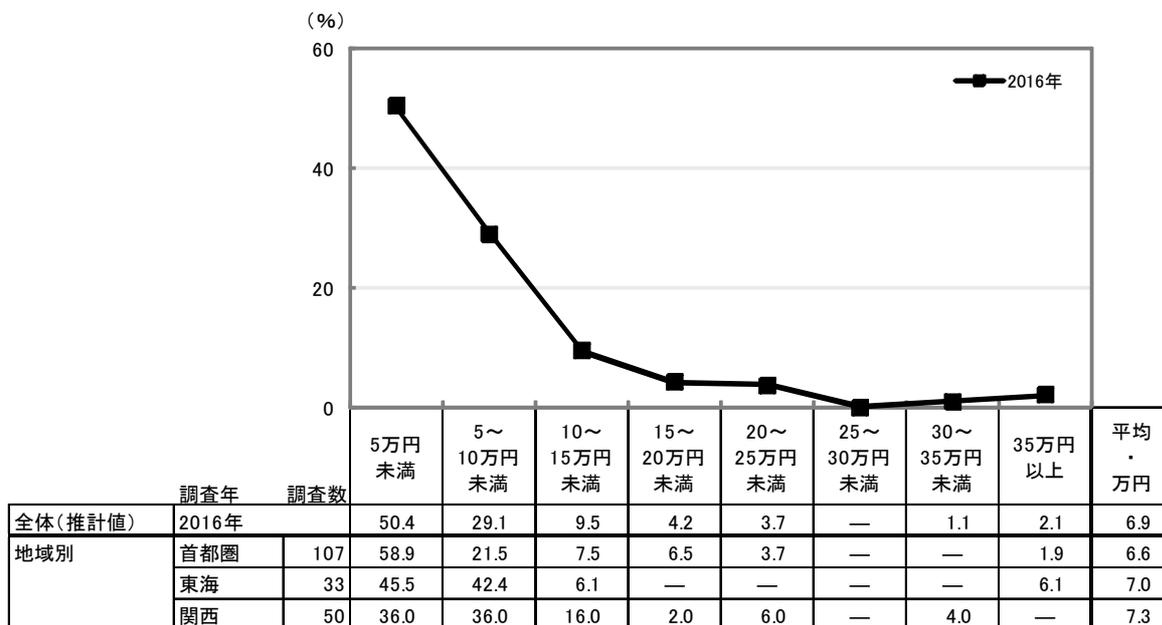




2) 購入したダイニング家具の総額

- ダイニング家具購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「5万円未満」が50%で最も高く、次いで「5～10万円未満」が29%、「10～15万円未満」が10%で続く。平均は6.9万円となった。

■購入したダイニング家具の総額(ダイニング家具購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



＜参考＞2016年からは「リビングテーブル」を「ダイニング家具」から分離して聞いているため

調査年	5万円未満	5～10万円未満	10～15万円未満	15～20万円未満	20～25万円未満	25～30万円未満	30～35万円未満	35万円以上	平均・万円
全体(推計値)									
2015年	42.6	23.8	14.7	7.5	7.5	1.0	1.3	1.4	8.3
2014年	48.6	28.1	9.3	4.1	4.5	1.1	1.2	3.1	8.0
2013年	49.5	23.8	11.8	4.0	4.9	2.2	1.9	1.9	7.8
2012年	47.7	27.9	11.4	5.5	3.0	1.4	1.8	1.4	7.1
2011年	42.7	32.8	12.4	5.4	3.5	1.1	0.4	1.7	7.4
2010年	44.2	32.1	12.3	5.5	2.2	1.0	1.8	0.7	7.0

▼平均の推移

調査年	(万円)							
	2010年 ＜参考＞	2011年 ＜参考＞	2012年 ＜参考＞	2013年 ＜参考＞	2014年 ＜参考＞	2015年 ＜参考＞	2016年	
全体(推計値)	7.0	7.4	7.1	7.8	8.0	8.3	6.9	
地域別	首都圏	6.5	7.2	6.7	8.0	6.6	7.8	6.6
	東海	7.6	7.5	6.0	7.7	11.1	7.3	7.0
	関西	7.6	7.8	8.4	7.5	8.1	9.6	7.3

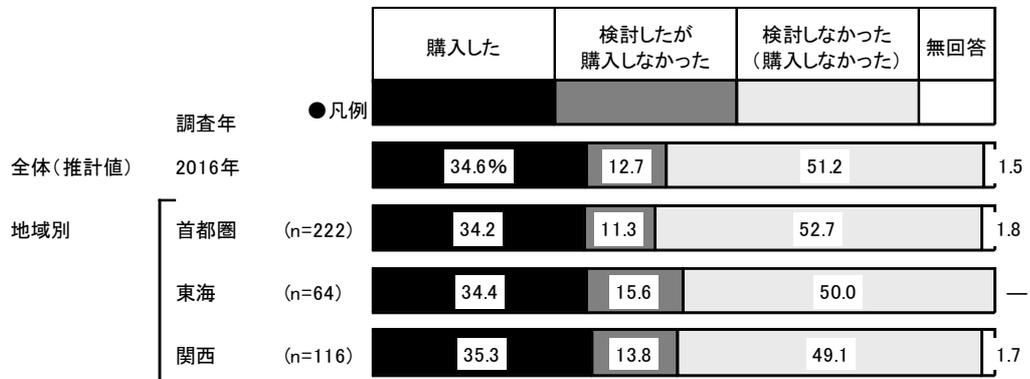


9. リビングテーブル

1) リビングテーブルの購入の有無

●リビングテーブルを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は35%であった。

■リビングテーブルの購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

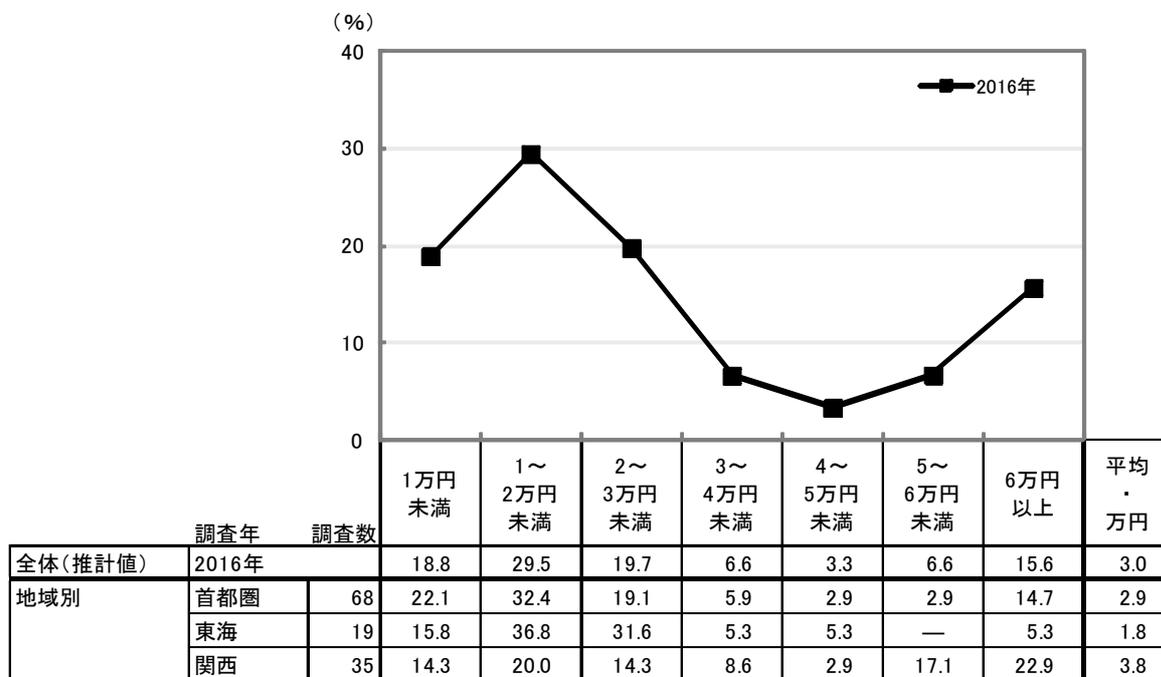




2) 購入したリビングテーブルの総額

●リビングテーブル購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「1～2万円未満」が30%で最も高く、次いで「2～3万円未満」が20%、「1万円未満」が19%、「6万円以上」が16%で続く。平均は3.0万円となった。

■購入したリビングテーブルの総額(リビングテーブル購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



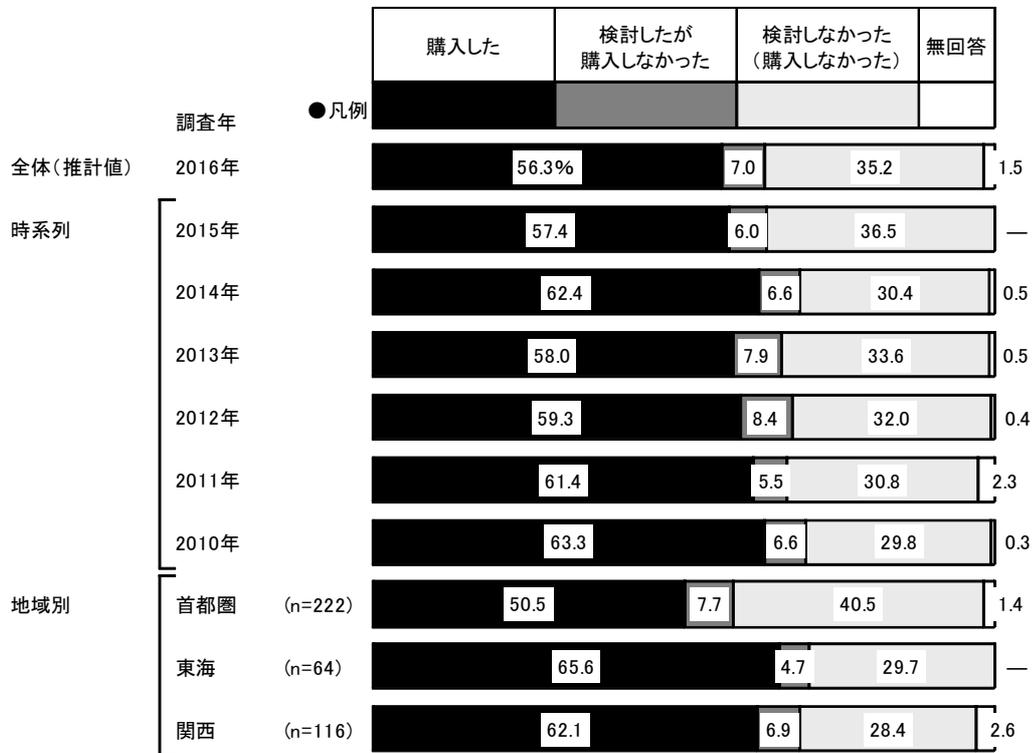


10. 食器棚

1) 食器棚の購入の有無

●食器棚を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は56%であった。

■食器棚の購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

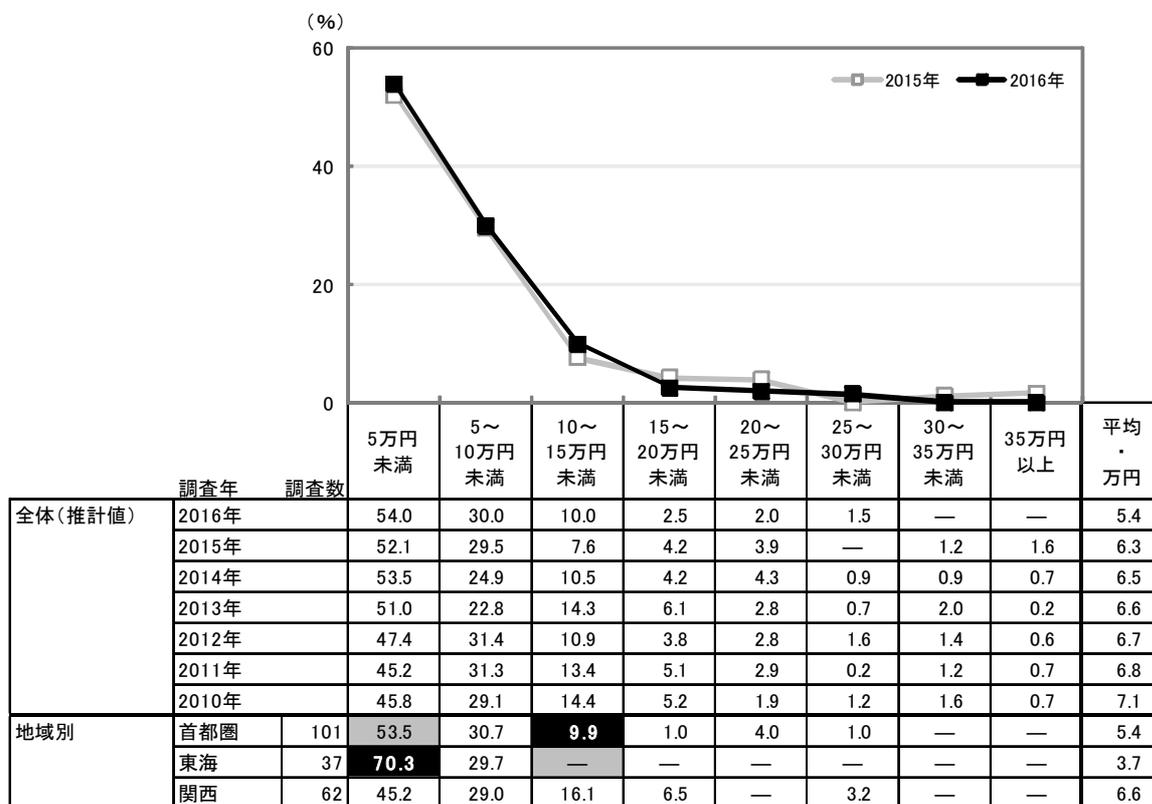




2) 購入した食器棚の総額

- 食器棚購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「5万円未満」が54%で最も高く、次いで「5～10万円未満」が30%、「10～15万円未満」が10%で続く。平均は5.4万円となった。

■購入した食器棚の総額(食器棚購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

調査年		(万円)						
		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		7.1	6.8	6.7	6.6	6.5	6.3	5.4
地域別	首都圏	6.9	6.5	6.4	6.3	5.7	5.6	5.4
	東海	6.7	6.9	5.4	7.1	7.2	5.3	3.7
	関西	7.8	7.1	8.0	6.9	7.3	7.7	6.6

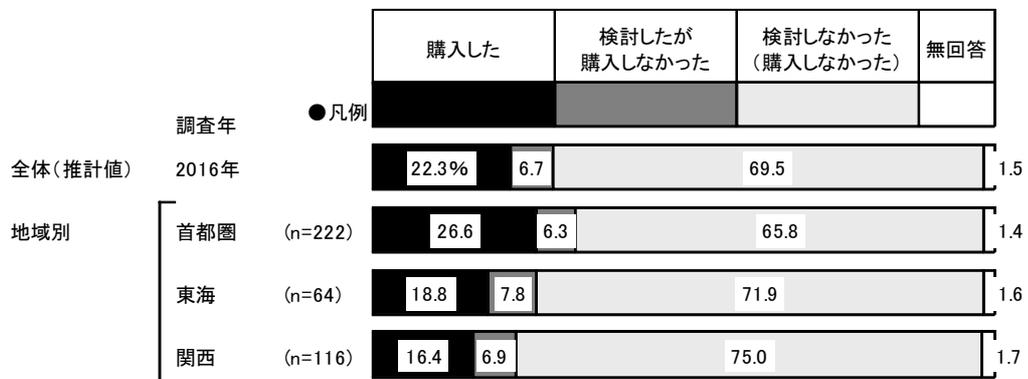


11. 本棚

1) 本棚の購入の有無

●本棚を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は22%であった。

■本棚の購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

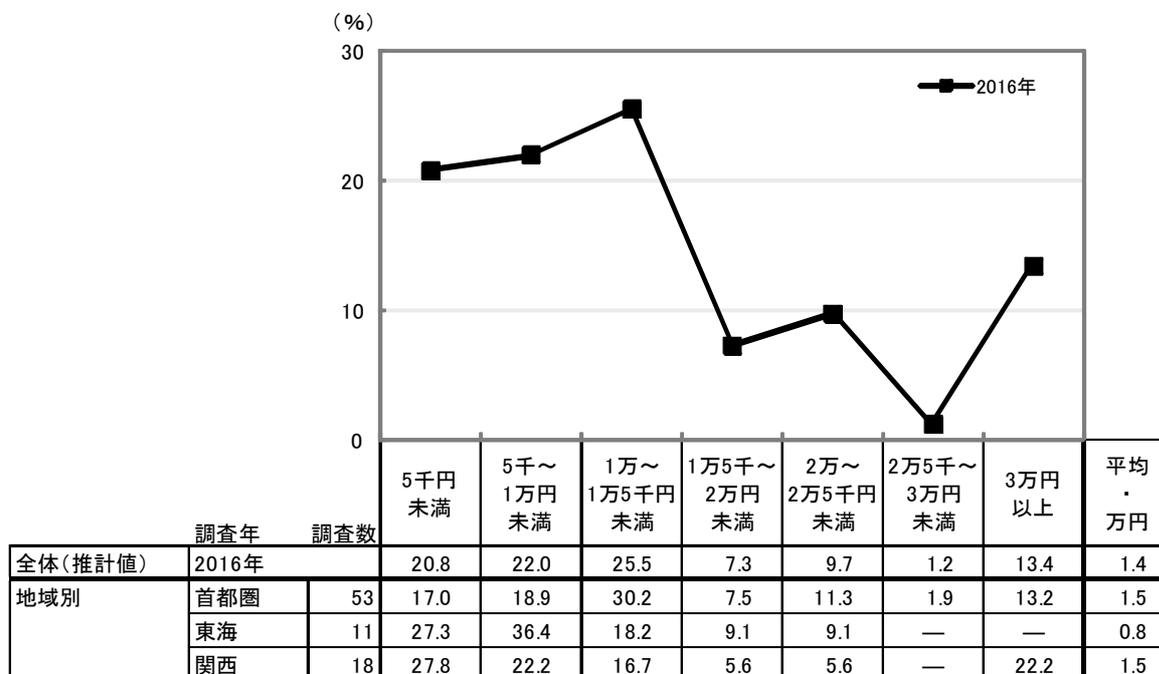




2) 購入した本棚の総額

- 本棚購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「1万～1万5千円未満」が26%で最も高く、次いで「5千～1万円未満」が22%、「5千円未満」が21%で続く。平均は1.4万円となった。

■購入した本棚の総額(本棚購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



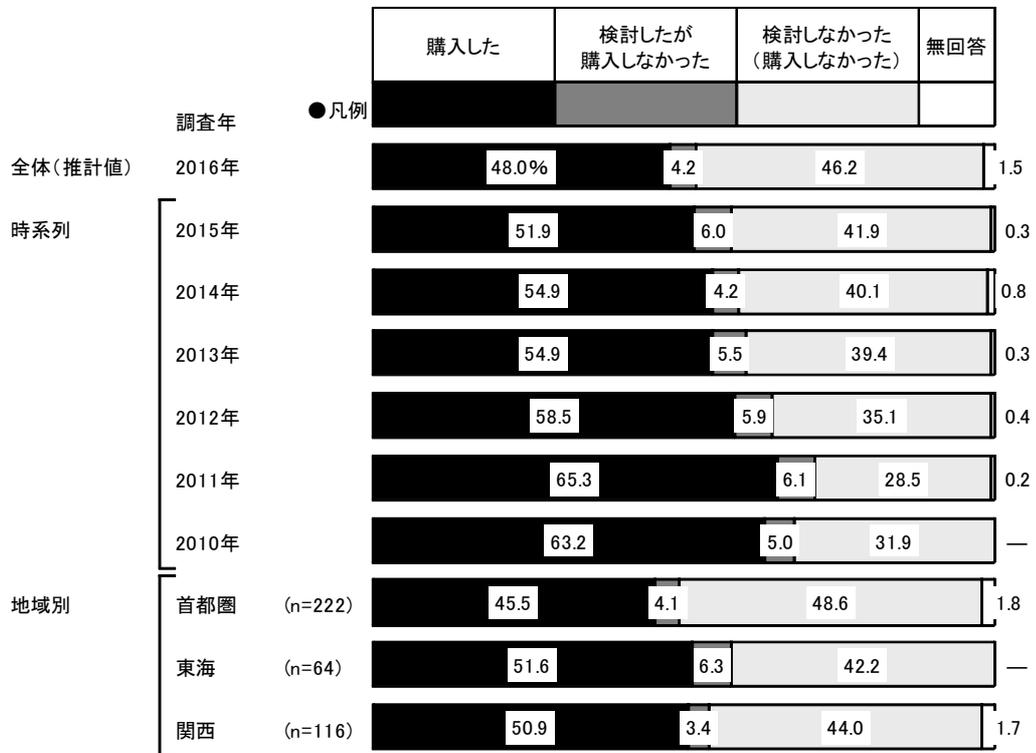


12. AVボード

1) AVボードの購入の有無

●AVボードを購入したかを探ねたところ、「購入した」人は48%であった。

■AVボードの購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

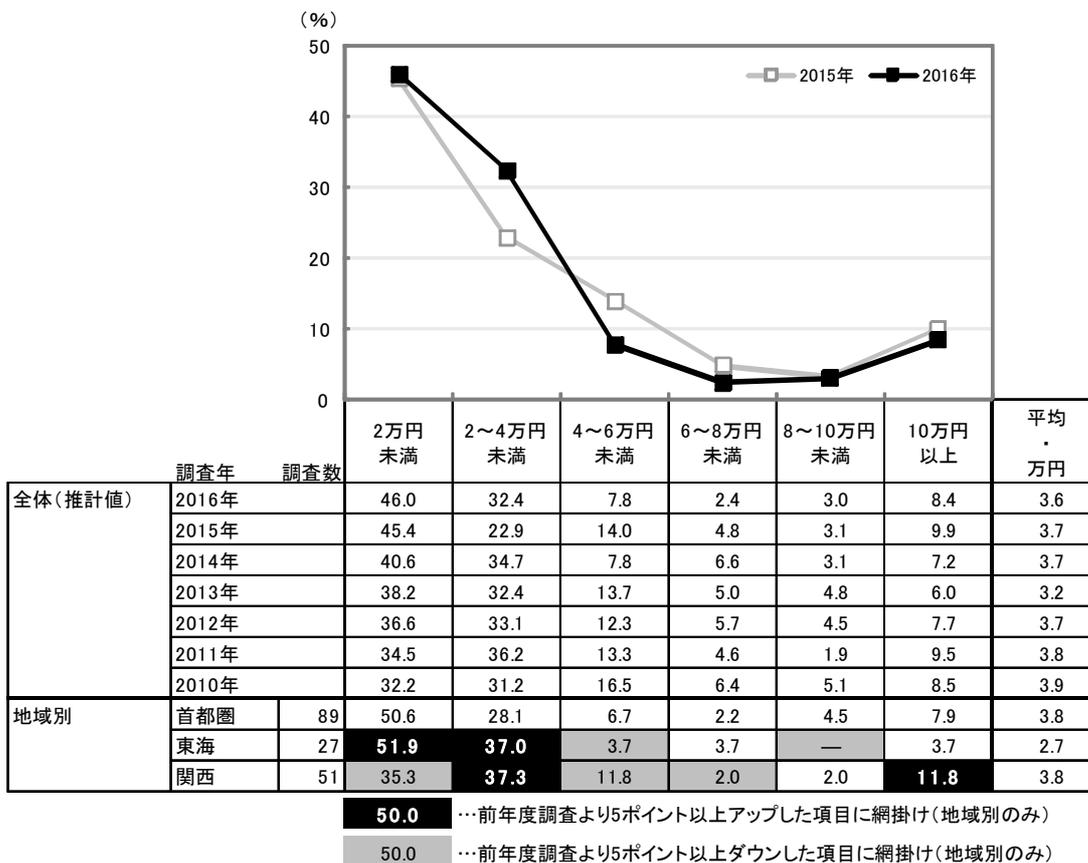




2) 購入したAVボードの総額

●AVボード購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「2万円未満」が46%で最も高く、次いで「2～4万円未満」が32%で続く。平均は3.6万円となった。

■購入したAVボードの総額(AVボード購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼平均の推移

調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		3.9	3.8	3.7	3.2	3.7	3.7	3.6
地域別	首都圏	3.6	3.7	3.7	2.9	2.9	3.4	3.8
	東海	4.2	3.7	3.7	3.2	4.4	3.9	2.7
	関西	4.1	4.0	3.8	3.8	4.7	3.9	3.8

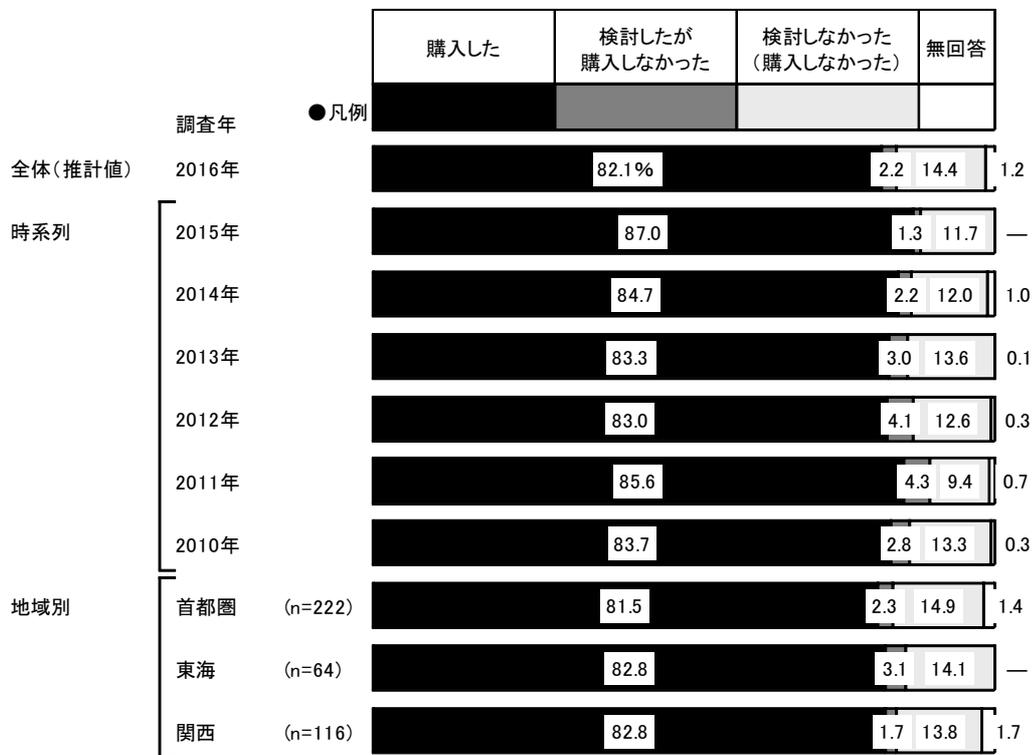


13. カーテン類

1)カーテン類の購入の有無

●カーテン類(ブラインドやスクリーンを含む)を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は82%であった。

■カーテン類の購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)

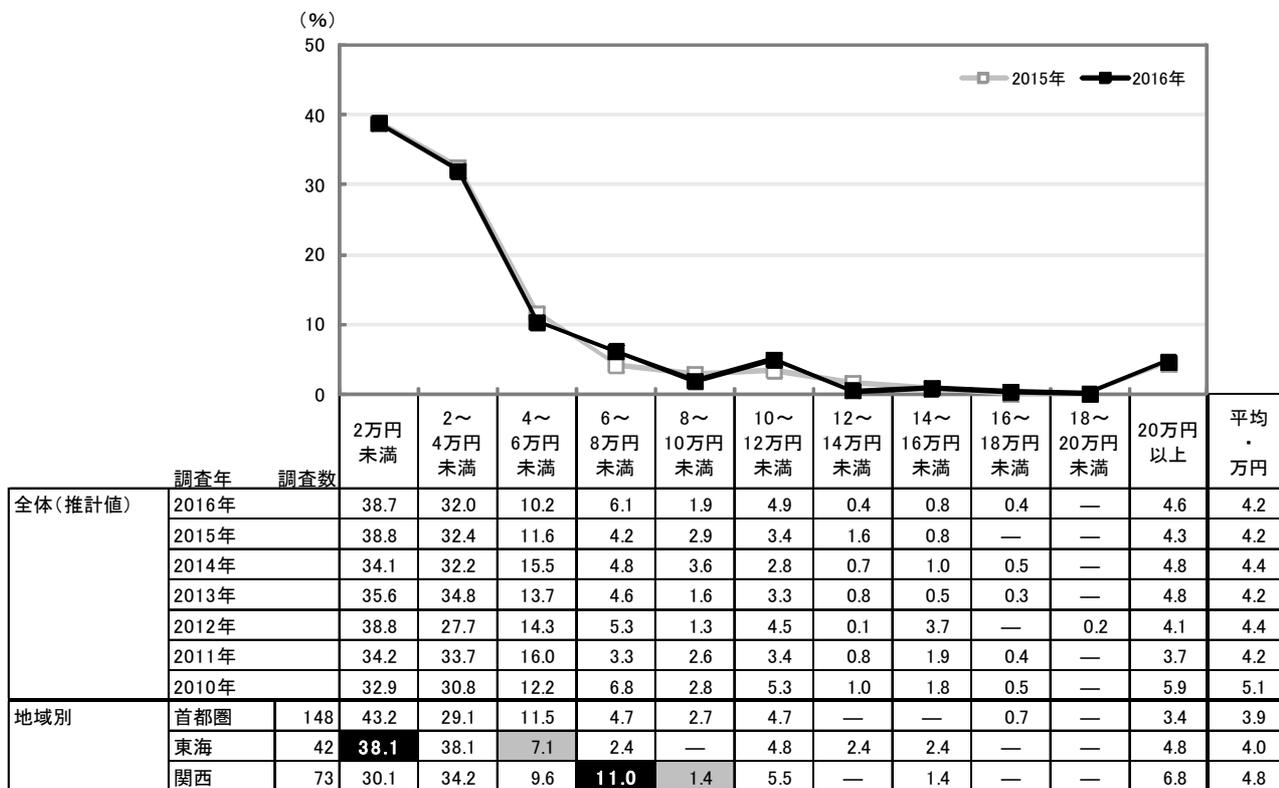




2) 購入したカーテン類の総額

- カーテン類購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「2万円未満」が39%で最も高く、次いで「2～4万円未満」が32%、「4～6万円未満」が10%で続く。平均は4.2万円となった。

■購入したカーテン類の総額(カーテン類購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

調査年		(万円)						
調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		5.1	4.2	4.4	4.2	4.4	4.2	4.2
地域別	首都圏	4.9	4.4	4.4	4.3	4.3	4.0	3.9
	東海	5.2	4.0	3.5	5.2	4.2	5.4	4.0
	関西	5.6	3.9	4.9	3.7	4.7	4.1	4.8

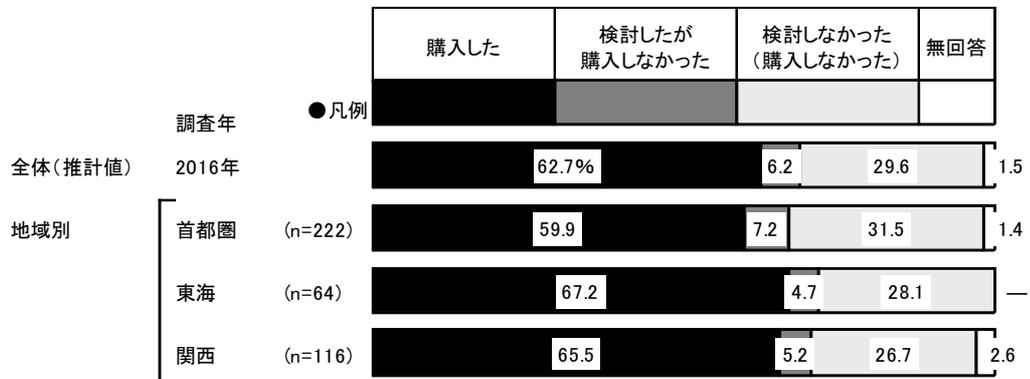


14. ラグ・カーペット・じゅうたん

1) ラグ・カーペット・じゅうたんの購入の有無

●ラグ・カーペット・じゅうたんを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は63%であった。

■ラグ・カーペット・じゅうたんの購入の有無(インテリア・家具購入者/単一回答)



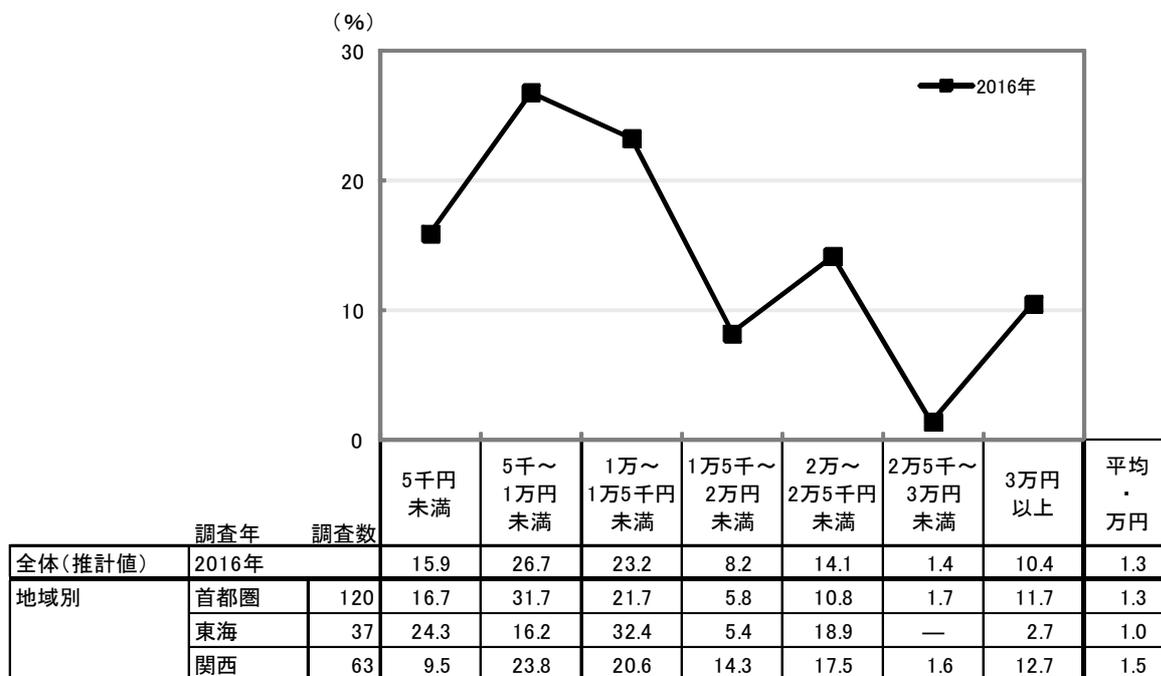


2) 購入したラグ・カーペット・じゅうたんの総額

●ラグ・カーペット・じゅうたん購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「5千～1万円未満」が27%で最も高く、次いで「1万～1万5千円未満」が23%、「5千円未満」が16%、「2万～2万5千円未満」が14%で続く。平均は1.3万円となった。

■購入したラグ・カーペット・じゅうたんの総額

(ラグ・カーペット・じゅうたん購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



第4章 家電製品の購入実態



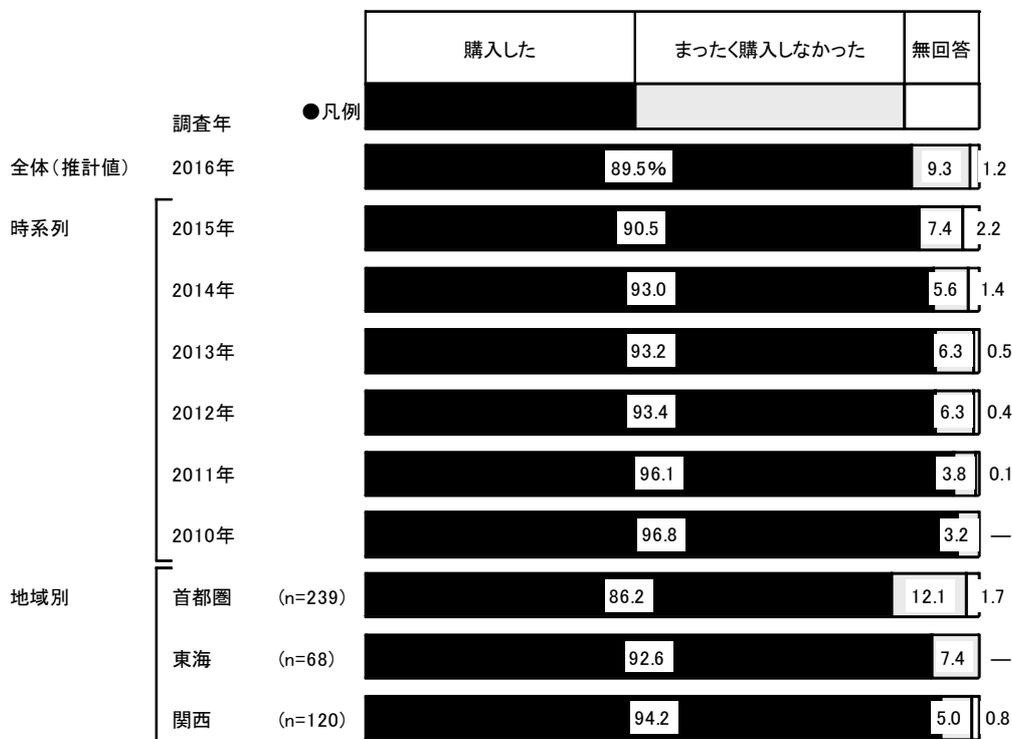
※この調査の「家電製品」とは、調理・生活家電や AV 家電に加えて、パソコンおよび周辺機器、ビデオカメラ・デジタルカメラ、照明器具、体重計、ドライヤーを含みます。



1. 家電製品の購入の有無

●全体に対して、家電製品を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は90%であった。

■家電製品の購入の有無(全体／単一回答)

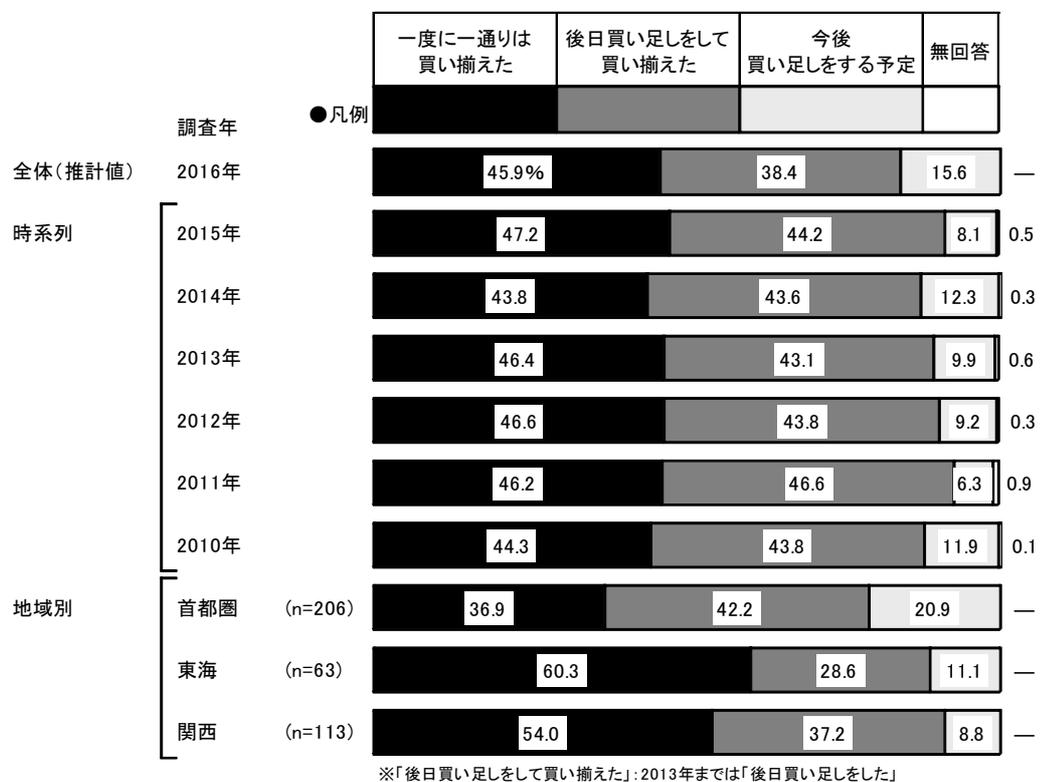




2. 家電製品の購入方法

●家電製品購入者に対して、一度に買い揃えたかを尋ねたところ、「一度に一通りは買い揃えた」人が46%であった。

■家電製品の買い揃え方(家電製品購入者／単一回答)

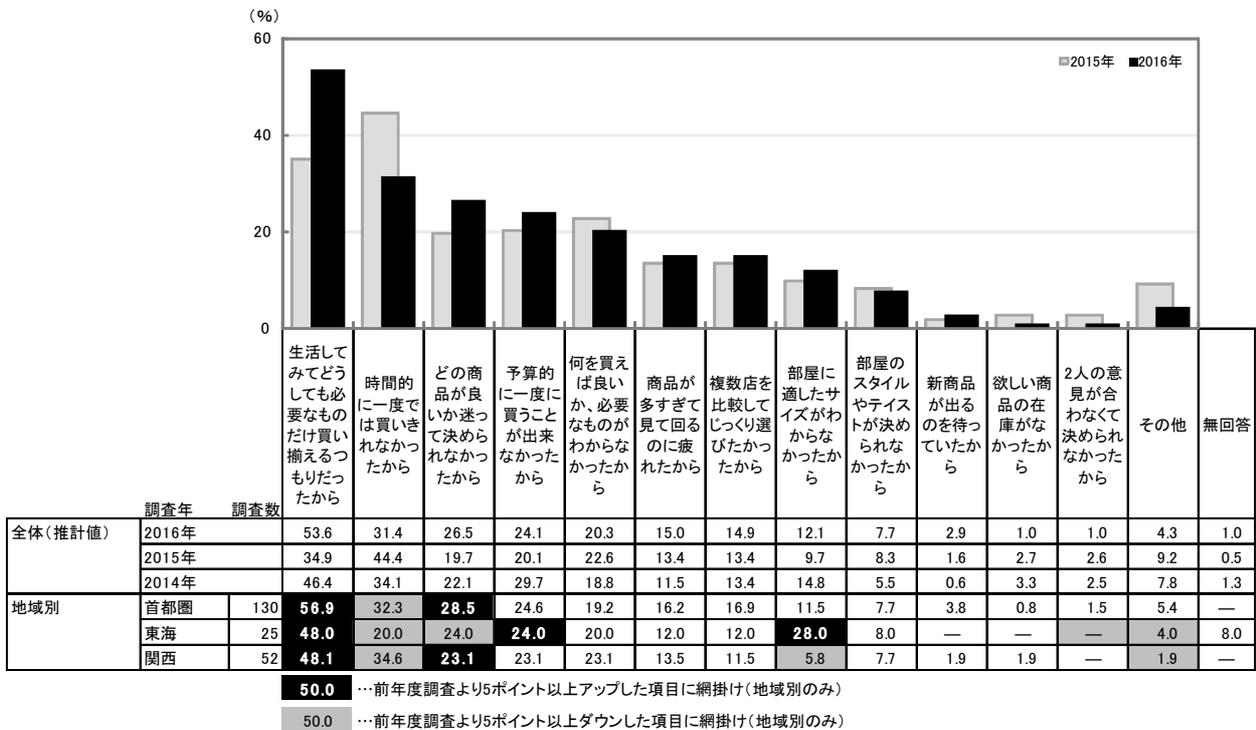




- 後日買い足しをして買い揃えた、または今後買い足しをする予定の人に対して、一度に買い揃えなかった理由を尋ねたところ、「生活してみても必要なものだけ買い揃えるつもりだったから」が54%で最も高く、次いで「時間的に一度では買いきれなかったから」が31%、「どの商品が良いか迷って決められなかったから」が27%、「予算的に一度に買うことが出来なかったから」が24%、「何を買えば良いか、必要なものがわからなかったから」が20%で続く。

■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)



<参考>2013年までは「後日買い足しをして買い揃えた人」のみに聞いているため

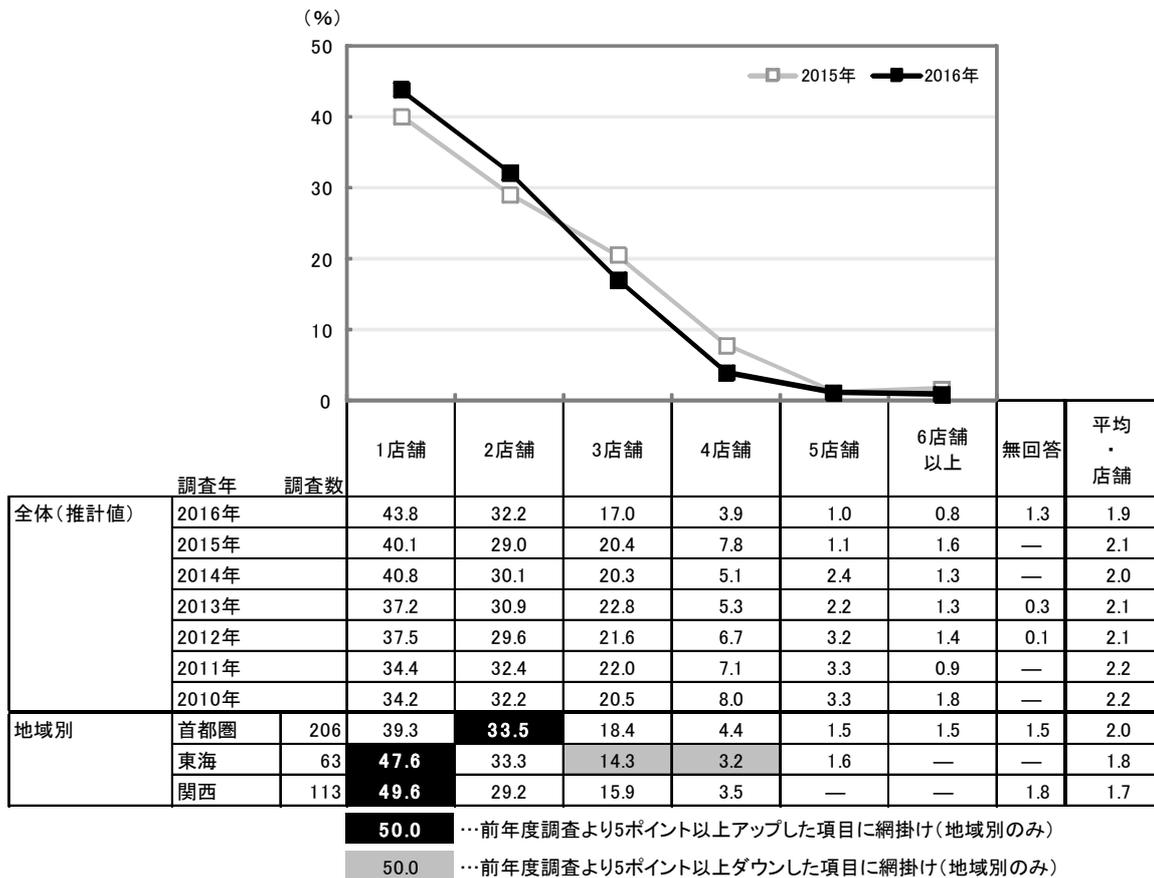
調査年	予算的に一度に買いきれなかったから	時間的に一日では買いきれなかったから	新生活に必要な家電がわからなかったから	どの製品が良いのか迷って決められなかったから	実際に生活して必要なものがわかったから	商品が多すぎて見て回るのに疲れたから	複数店を比較して良かったから(インターネット、通信販売を含む)	欲しい商品の在庫がなかったから	新商品が出るのを待っていたから	その他	無回答	
全体(推計値)	2013年	22.0	37.9	19.5	25.5	53.2	12.0	17.4	4.5	1.3	6.4	0.4
	2012年	16.4	38.9	13.6	22.2	48.3	9.4	18.4	3.5	3.3	6.0	0.7
	2011年	16.5	32.9	12.2	23.4	57.4	14.6	18.6	5.2	3.8	6.9	0.4
	2010年	18.3	34.6	10.6	24.0	55.4	11.6	17.2	3.0	3.2	7.1	0.6



3. 家電製品の購入店舗

- 家電製品購入者に対して、家電製品を購入する際に利用した店舗数を尋ねたところ、「1店舗」が44%で最も高く、次いで「2店舗」が32%、「3店舗」が17%で続く。平均は1.9店舗となった。

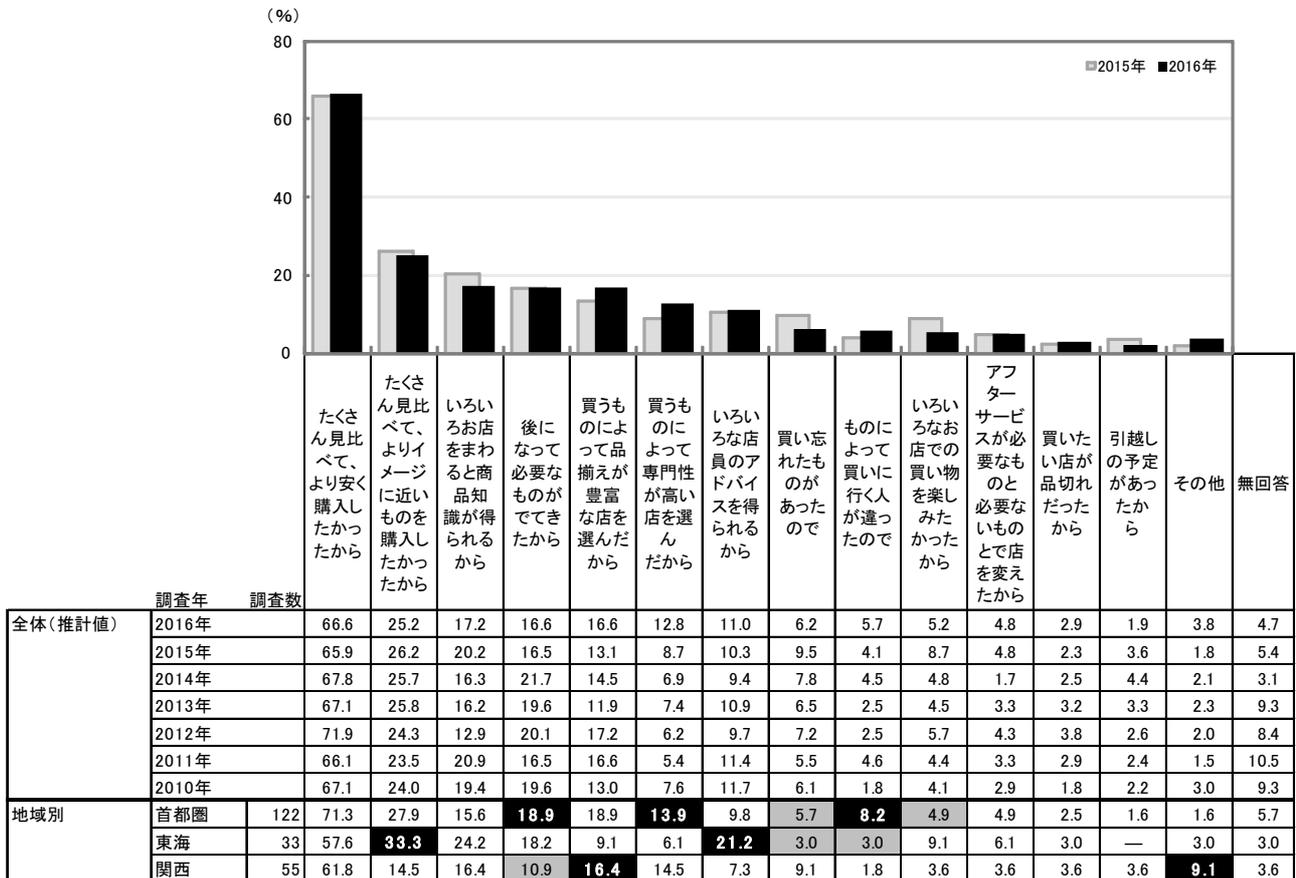
■家電製品を購入する際に利用した店舗数(家電製品購入者／単一回答)





●家電製品を購入する際に2店舗以上利用した人に対して、複数の店舗を利用した理由を尋ねたところ、「たくさん見比べて、より安く購入したかったから」が67%で最も高く、「たくさん見比べて、よりイメージに近いものを購入したかったから」が25%、「いろいろお店をまわると商品知識が得られるから」「後になって必要なものができたから」「買うものによって品揃えが豊富な店を選んだから」がともに17%で続く。

■家電製品を購入する際に複数の店舗を利用した理由(2店舗以上利用した人/複数回答)

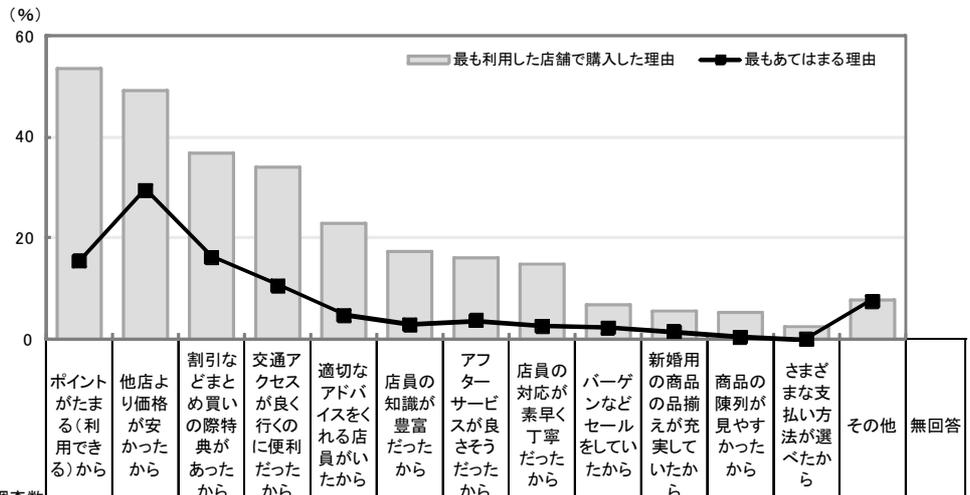


50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



- 家電製品購入者に対して、最も利用した店舗で購入した理由を尋ねたところ、「ポイントがたまる(利用できる)から」が54%で最も高く、次いで「他店より価格が安かったから」が49%、「割引などまとめ買いの際特典があったから」が37%、「交通アクセスが良く行くのに便利だったから」が34%で続く。
- 最もあてはまる理由を尋ねたところ、「他店より価格が安かったから」が30%で最も高く、次いで「割引などまとめ買いの際特典があったから」が16%、「ポイントがたまる(利用できる)から」が15%、「交通アクセスが良く行くのに便利だったから」が11%で続く。

■最も利用した店舗で購入した理由(家電製品購入者/複数回答)と
最もあてはまる理由(家電製品購入者/単一回答)



		調査年	調査数	ポイントがたまる(利用できる)から	他店より価格が安かったから	割引などまとめ買いの際特典があったから	交通アクセスが良く行くのに便利だったから	適切なアドバイスをくれる店員がいたから	店員の知識が豊富だったから	アフターサービスが良さそうだったから	店員の対応が素早く丁寧だったから	バーゲンなどセールをしていたから	新婚用の商品の品揃えが充実していたから	商品の陳列が見やすかったから	さまざまな支払い方法が選べたから	その他	無回答
最も利用した店舗で購入した理由	全体(推計値)	2016年		53.6	49.2	36.7	33.9	22.8	17.3	16.0	15.0	6.8	5.5	5.2	2.6	7.9	1.6
		2015年		51.8	52.4	35.7	38.8	25.4	19.6	15.1	20.1	7.1	3.5	5.6	1.1	8.1	0.3
		2014年		48.3	52.4	33.7	32.6	19.7	17.8	15.2	19.5	6.4	3.4	4.2	3.2	9.3	1.1
		2013年		54.7	55.9	35.9	36.7	23.8	18.0	16.3	18.9	9.1	3.8	5.3	1.6	8.1	0.2
		2012年		58.9	56.2	36.4	32.6	21.5	17.8	12.7	19.3	7.0	5.8	3.6	1.2	8.1	0.4
		2011年		56.4	58.0	37.1	33.5	24.0	16.7	16.0	18.6	7.6	4.5	5.0	2.5	10.0	0.6
		2010年		60.9	56.6	40.2	31.9	22.2	17.8	13.3	20.8	7.2	4.7	5.2	1.9	10.1	—
	地域別	首都圏	206	57.8	49.5	32.5	41.3	19.9	13.1	12.6	11.7	7.3	5.8	4.9	2.4	5.3	1.9
		東海	63	38.1	52.4	44.4	22.2	33.3	27.0	20.6	15.9	4.8	4.8	6.3	—	9.5	—
		関西	113	54.9	46.9	39.8	27.4	22.1	19.5	19.5	20.4	7.1	5.3	5.3	4.4	11.5	1.8
最もあてはまる理由	全体(推計値)	2016年		15.4	29.6	16.3	10.7	4.7	2.9	3.7	2.6	2.4	1.6	0.5	—	7.6	2.1
		2015年		17.6	29.7	14.5	15.5	6.9	1.6	1.0	2.7	1.6	0.6	0.6	—	7.3	0.5
		2014年		16.1	32.9	14.9	11.3	6.1	1.1	2.7	3.7	2.1	0.8	0.3	—	6.6	1.4
		2013年		19.0	29.8	15.5	13.5	5.4	0.7	1.4	3.3	2.4	0.5	0.5	—	6.7	1.3
		2012年		20.8	34.3	13.0	10.8	4.7	1.7	1.3	2.5	1.5	1.0	0.8	0.1	7.1	0.4
		2011年		20.5	36.4	12.7	8.5	4.6	1.6	2.4	1.7	1.0	0.7	0.4	—	8.4	1.1
		2010年		21.4	34.5	13.9	9.6	3.2	1.2	1.7	3.3	1.7	0.8	0.4	—	8.1	0.4
	地域別	首都圏	206	19.4	29.6	14.6	14.1	3.4	1.9	3.9	1.9	1.9	1.9	0.5	—	4.9	1.9
		東海	63	14.3	28.6	15.9	3.2	6.3	11.1	1.6	3.2	—	1.6	1.6	—	9.5	3.2
		関西	113	8.8	30.1	19.5	8.8	6.2	—	4.4	3.5	4.4	0.9	—	—	11.5	1.8

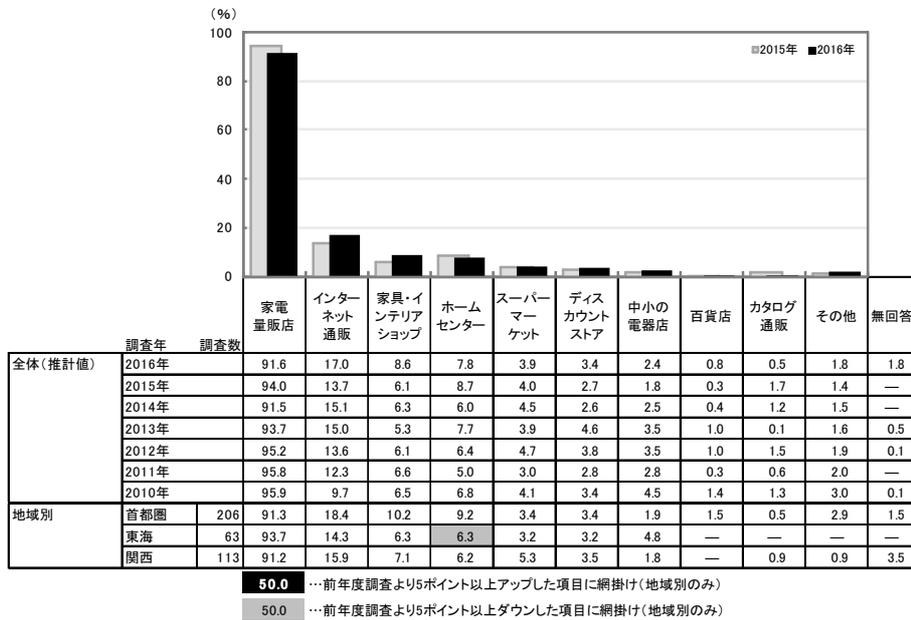
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

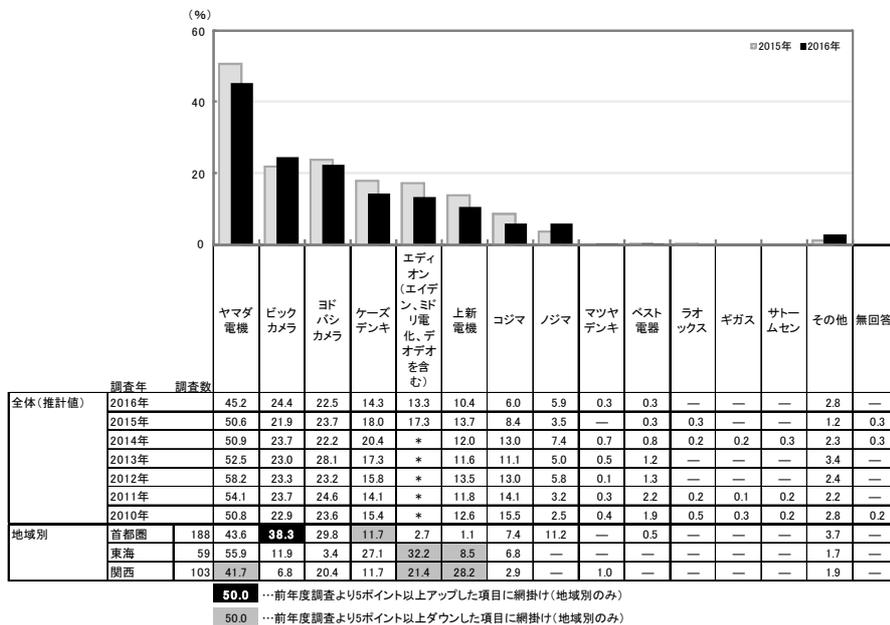


- 家電製品を購入した店舗の種類を尋ねたところ、「家電量販店」が92%で突出して高い。次いで「インターネット通販」が17%で続く。
- 家電量販店で購入した人に対して、利用した家電量販店を尋ねたところ、「ヤマダ電機」が45%、「ビックカメラ」が24%、「ヨドバシカメラ」が23%であった。

■家電製品を購入した店舗の種類(家電製品購入者／複数回答)



■利用した家電量販店(家電量販店で購入した人／複数回答)

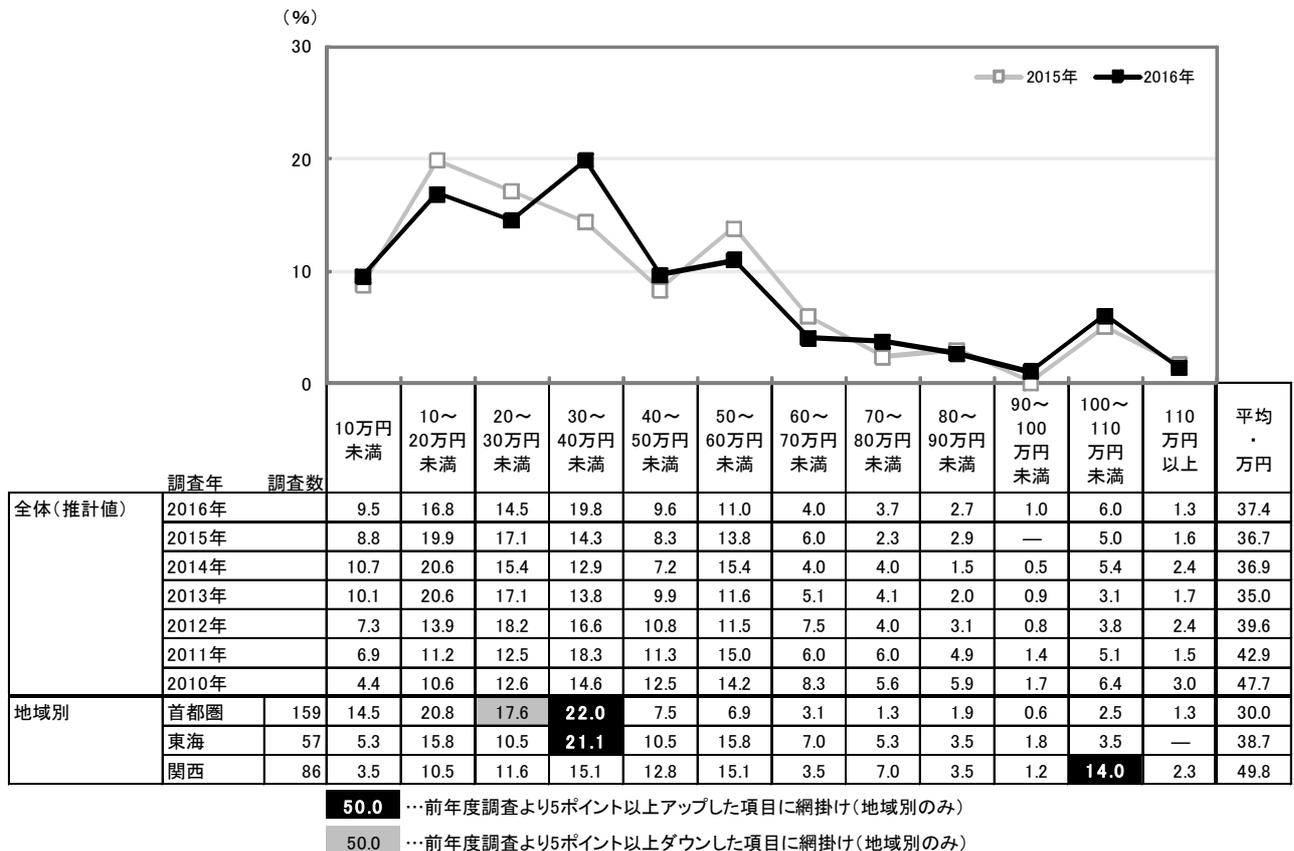




4. 家電製品の購入費用

●家電製品の購入にかかった費用を尋ねたところ、「30～40万円未満」が20%で最も高く、次いで「10～20万円未満」が17%、「20～30万円未満」が15%で続く。平均は37.4万円となった。

■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)

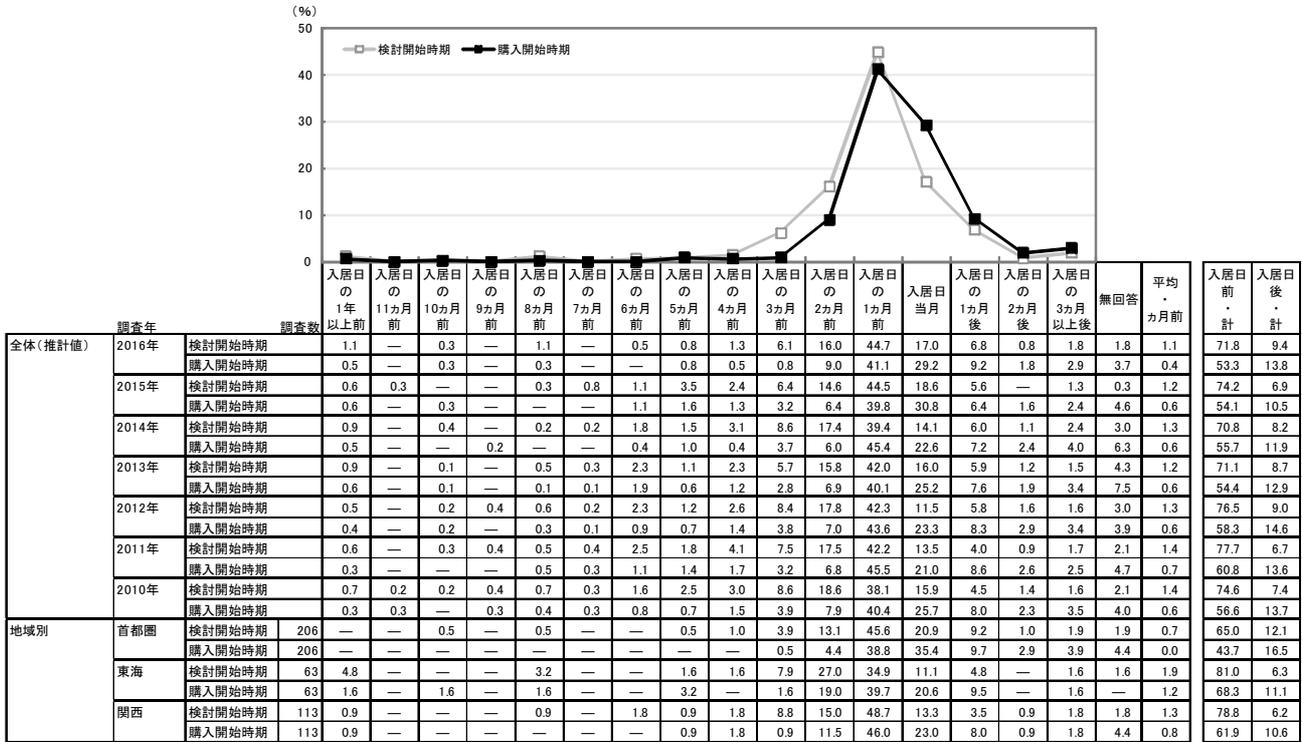




5. 家電製品の購入スケジュール

●家電製品の検討開始時期と購入開始時期を尋ねたところ、平均で入居日の1.1ヵ月前に検討し始め、0.4ヵ月前に購入を開始している。平均検討期間は0.7ヵ月間となった。

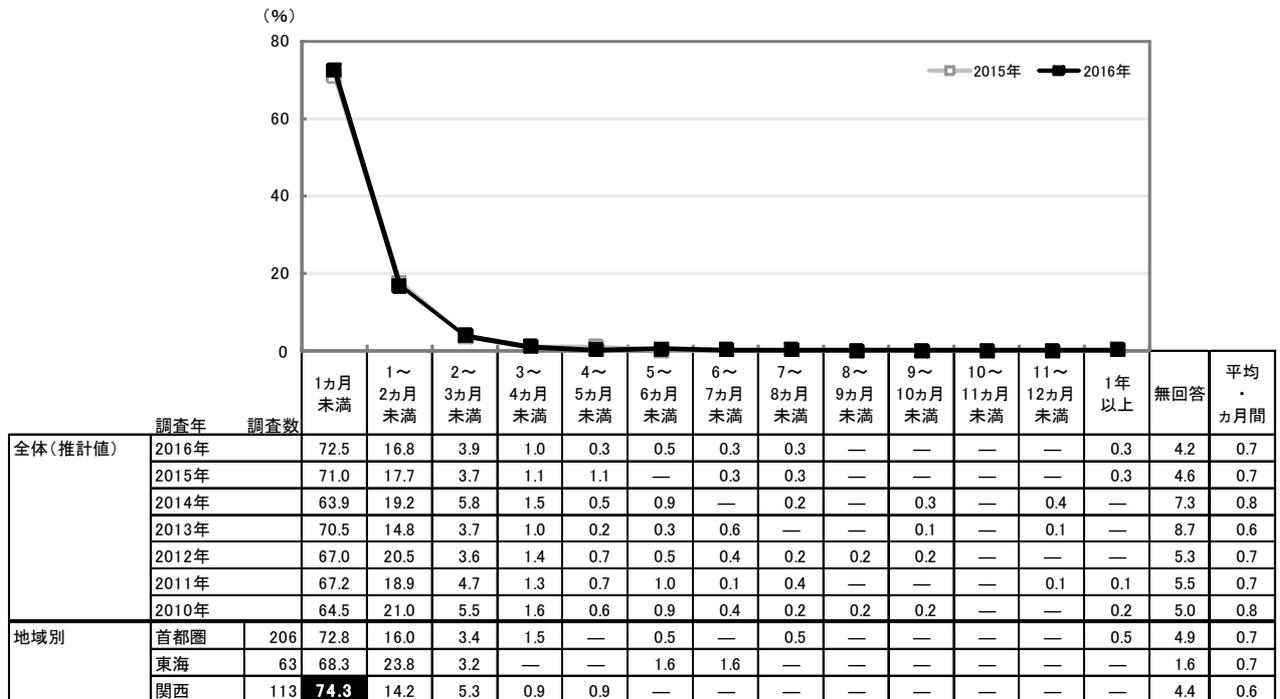
■家電製品の検討開始時期と購入開始時期(家電製品購入者/単一回答)



※「入居日」は、「新居でお二人揃って新生活を始めた日」として聞いている



■家電製品の購入検討期間(家電製品購入者/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

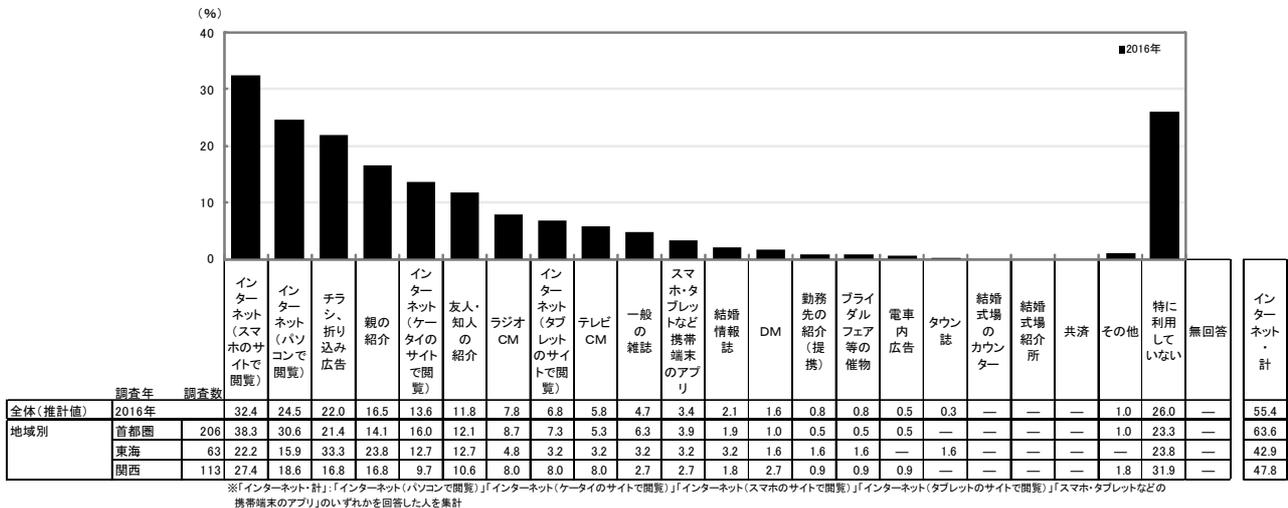
調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)	検討開始時期(カ月前)	1.4	1.4	1.3	1.2	1.3	1.1
	購入開始時期(カ月前)	0.6	0.7	0.6	0.6	0.6	0.4
	検討期間(カ月前)	0.8	0.7	0.7	0.6	0.8	0.7



6. 家電製品を購入する際に利用した情報源

- 家電製品を購入する際に利用した情報源を尋ねたところ、「インターネット(スマホのサイトで閲覧)」が32%で最も高く、次いで「インターネット(パソコンで閲覧)」が25%、「チラシ、折り込み広告」が22%で続く。

■家電製品を購入する際に利用した情報源(家電製品購入者／複数回答)



<参考>2015年までは選択肢が異なるため

調査年	「ゼクシィ」	「ゼクシィ インテリア」	「ゼクシィ net」	一般の雑誌	テレビCM	新聞広告	折り込みチラシ	ダイレクトメール	パンフレット、カタログ	インターネット(パソコンで閲覧)	インターネット(携帯電話・携帯端末で閲覧)	親の話	友人・知人の話	店員の話	その他	無回答	インターネット・計	
全体(推計値)	2015年	5.0	1.6	4.5	6.5	3.8	4.6	22.0	1.1	13.5	44.7	34.7	18.8	18.6	45.6	2.7	0.8	56.6
	2014年	5.0	2.4	2.5	5.2	4.1	5.5	22.6	1.2	15.0	38.7	26.5	17.9	17.1	45.8	1.8	1.8	47.8
	2013年	3.2	1.9	2.3	5.4	5.5	6.3	26.1	2.1	19.8	43.7	18.6	17.9	14.4	41.7	4.0	1.9	51.2
	2012年	3.7	1.4	1.6	4.9	6.8	5.8	27.8	2.5	22.3	45.3	12.1	20.2	18.9	48.0	4.1	0.6	49.0
	2011年	3.2	4.1	3.5	5.2	8.2	6.8	28.1	2.2	23.1	48.5	10.1	15.8	19.7	51.3	4.8	1.0	52.1
	2010年	4.0	5.9	4.2	6.1	8.9	9.3	30.9	1.5	32.1	*	*	16.3	18.5	45.6	4.9	0.6	42.3

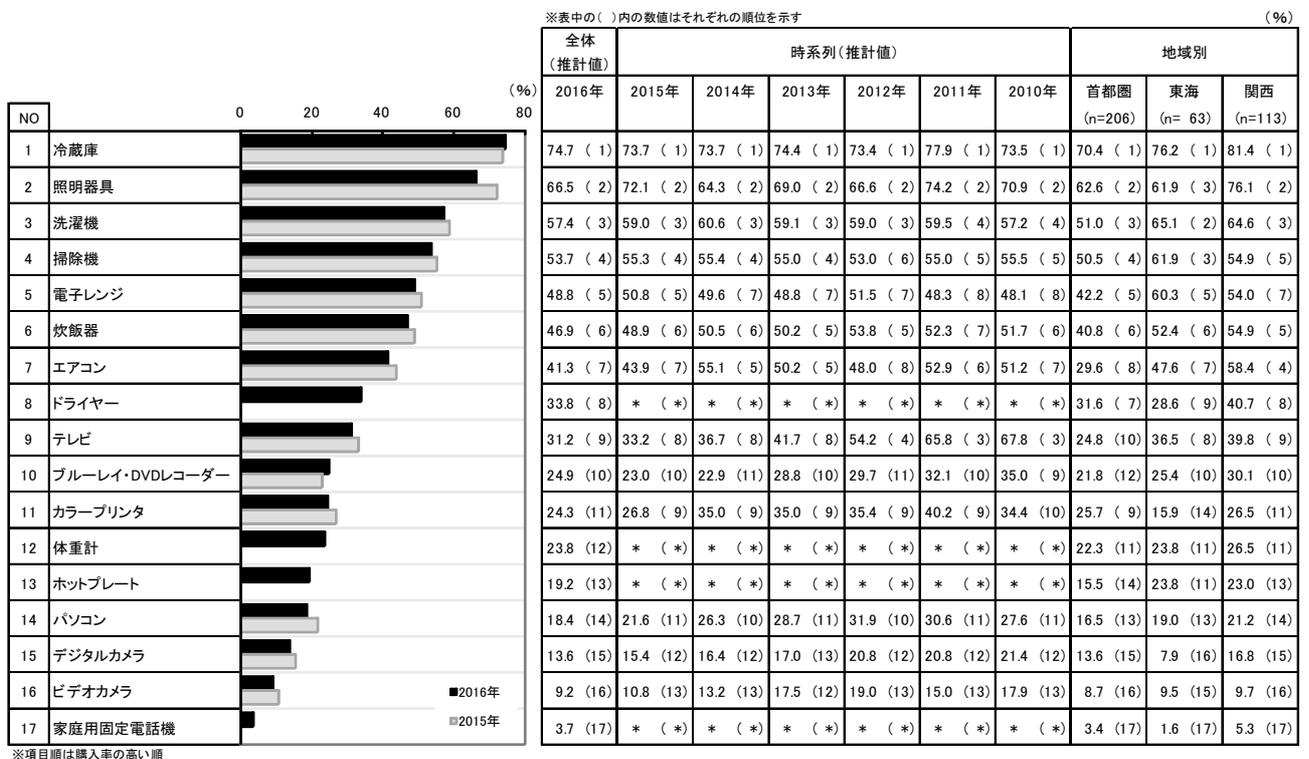
※「インターネット・計」「インターネット(パソコンで閲覧)」「インターネット(携帯電話・携帯端末で閲覧)」のいずれかを回答した人を集計



7. 家電製品のアイテム別購入率・購入価格・メーカー一覽

- 新生活にあたって新たに購入した家電製品のアイテム別の購入率は、「冷蔵庫」が75%で最も高く、次いで「照明器具」が67%、「洗濯機」が57%で続く。
- アイテム別の購入価格の平均は、「冷蔵庫」が13.8万円が最も高く、次いで「テレビ」が11.5万円、「エアコン」が11.2万円が続く。

■家電製品のアイテム別購入率(家電製品購入者/それぞれ単一回答)



■アイテム別購入価格(各アイテムの購入者のうち、金額回答者のみ/それぞれ単一回答)

アイテム	平均の推移(推計値/万円)									地域別の平均(万円)								
	3万円未満	3~5万円未満	5~10万円未満	10~15万円未満	15~20万円未満	20~25万円未満	25~30万円未満	30万円以上	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2010年	首都圏	東海	関西
冷蔵庫	0.9	2.7	16.5	37.2	19.3	19.7	1.8	1.8	13.8	13.4	11.6	11.6	12.0	12.3	12.7	12.7	15.1	14.9
照明器具	60.5	22.2	11.1	4.1	0.5	0.5	0.5	0.5	3.2	3.2	3.1	3.8	3.4	3.3	3.5	2.6	3.0	4.4
洗濯機	2.4	7.8	58.1	17.3	6.7	4.2	1.2	2.4	9.3	8.8	8.0	8.2	8.4	9.0	9.5	8.4	10.1	10.1
掃除機	48.7	28.1	20.6	2.5	—	—	—	—	3.3	2.7	3.0	2.8	2.7	2.8	3.0	3.1	4.1	2.9
電子レンジ	24.0	29.3	39.9	4.5	1.5	—	0.8	—	4.8	4.9	4.5	4.5	4.6	4.7	5.2	4.4	5.4	4.8
炊飯器	48.8	32.1	15.3	3.8	—	—	—	—	3.1	2.8	2.8	*	*	*	*	2.9	2.5	3.6
エアコン	3.2	8.8	33.8	25.1	14.5	11.3	0.8	2.4	11.2	11.8	11.6	10.6	12.1	11.2	12.1	9.5	12.4	12.5
ドライヤー	93.6	4.6	1.8	—	—	—	—	—	1.1	*	*	*	*	*	*	1.2	1.2	1.0
テレビ	3.3	7.8	34.9	25.9	10.1	12.4	1.1	4.5	11.5	11.0	9.4	10.0	11.2	13.0	15.7	11.0	11.3	12.3
ブルーレイ・DVDレコーダー	22.3	34.4	39.8	1.7	1.8	—	—	—	4.4	4.2	4.3	4.4	5.0	6.8	8.0	3.8	4.8	5.0
カラープリンタ	72.4	23.3	4.4	—	—	—	—	—	2.0	1.9	2.1	*	*	*	*	1.8	1.9	2.7
体重計	98.7	—	1.3	—	—	—	—	—	0.6	*	*	*	*	*	*	0.6	0.9	0.6
ホットプレート	92.7	7.3	—	—	—	—	—	—	1.2	*	*	*	*	*	*	1.2	1.1	1.3
パソコン	7.4	14.5	26.9	36.7	12.0	—	—	2.5	9.2	11.5	10.2	8.8	10.1	10.5	11.9	9.3	6.3	11.1
デジタルカメラ	23.4	29.7	34.1	8.5	4.3	—	—	—	5.4	4.3	4.0	4.0	4.1	3.9	3.6	5.1	4.8	6.0
ビデオカメラ	17.7	35.7	39.5	7.1	—	—	—	—	4.7	4.6	4.8	4.8	5.4	6.1	7.9	4.2	4.4	5.4
家庭用固定電話機	75.0	16.7	8.2	—	—	—	—	—	1.7	*	*	*	*	*	*	2.1	3.0	0.7

※項目順は家電製品のアイテム別購入率の高い順

50.0 …前年度調査より1万円以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
50.0 …前年度調査より1万円以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



●家電製品を購入した人に対して、それぞれ購入したメーカーを尋ね、アイテム別に比較した。

■アイテム別メーカーランキング(各アイテムの購入者のみ)

※表中の()内の数値はそれぞれの順位を示す

(96)

冷蔵庫								洗濯機									
順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)	順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		
1	パナソニック(ナショナル)	26.7	23.4 (1)	21.0 (2)	19.7 (1)	22.2 (1)	24.6 (1)	23.0 (1)	1	パナソニック(ナショナル)	32.9	30.1 (1)	26.9 (2)	29.5 (2)	31.5 (1)	28.1 (1)	23.4 (2)
2	日立	23.1	21.7 (2)	26.8 (1)	19.6 (2)	19.7 (3)	17.5 (3)	21.5 (2)	2	日立	31.1	29.8 (2)	30.9 (1)	30.8 (1)	23.4 (2)	23.1 (2)	27.8 (1)
3	シャープ	16.1	16.4 (4)	17.1 (4)	19.4 (4)	20.3 (2)	17.4 (4)	17.1 (4)	3	シャープ	15.9	14.6 (4)	18.4 (4)	18.0 (3)	16.0 (4)	16.8 (4)	16.3 (4)
4	東芝	15.4	18.6 (3)	17.4 (3)	19.5 (3)	16.8 (5)	16.1 (5)	13.9 (5)	4	東芝	15.5	19.1 (3)	20.0 (3)	13.9 (4)	20.5 (3)	20.6 (3)	20.8 (3)
5	三菱電機	13.3	14.4 (5)	13.3 (5)	15.5 (5)	17.1 (4)	18.3 (2)	18.5 (3)	5	ハイアールアクア	1.8	1.4 (5)	0.8 (6)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	ハイアールアクア	2.1	1.7 (6)	2.9 (6)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	6	ハイアール	0.5	0.9 (6)	1.2 (5)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
7	ハイアール	—	0.8 (7)	0.4 (7)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	7	三菱電機	—	— (8)	0.3 (7)	0.5 (6)	1.2 (6)	0.8 (6)	2.2 (6)
									7	LG電子	—	0.5 (7)	— (8)	0.2 (7)	0.1 (7)	— (7)	0.7 (7)

掃除機								炊飯器									
順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)	順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		
1	パナソニック(ナショナル)	21.0	22.8 (1)	25.4 (1)	25.8 (1)	24.9 (1)	26.6 (1)	25.2 (1)	1	象印	29.1	33.6 (1)	27.0 (1)	31.7 (1)	28.6 (1)	27.6 (1)	25.9 (1)
2	ダイソン	18.0	10.4 (4)	9.3 (5)	5.4 (6)	3.7 (7)	5.6 (7)	3.9 (7)	2	タイガー	17.3	14.8 (3)	14.0 (2)	13.0 (4)	11.9 (4)	12.5 (3)	14.6 (3)
3	東芝	15.6	11.8 (3)	14.6 (3)	15.0 (3)	14.0 (4)	15.1 (2)	17.9 (2)	3	パナソニック(ナショナル)	16.8	19.0 (2)	13.9 (3)	14.8 (3)	16.8 (2)	14.9 (2)	15.8 (2)
4	日立	10.3	13.0 (2)	14.7 (2)	16.4 (2)	14.9 (3)	13.5 (3)	15.5 (3)	4	三菱電機	14.5	10.0 (5)	10.5 (6)	10.2 (6)	8.4 (6)	11.5 (5)	11.1 (6)
5	シャープ	10.2	9.2 (6)	13.8 (4)	14.5 (4)	16.3 (2)	13.5 (3)	14.2 (4)	5	日立	9.5	10.5 (4)	13.8 (4)	15.0 (2)	12.9 (3)	10.0 (6)	6.3 (7)
6	三菱電機	9.7	10.1 (5)	7.6 (6)	6.8 (5)	9.2 (5)	6.3 (6)	5.6 (6)	6	東芝	8.3	6.7 (6)	13.3 (5)	10.5 (5)	8.9 (5)	8.1 (7)	11.7 (4)
7	エレクトロラックス	5.3	9.2 (6)	3.3 (8)	3.2 (7)	2.1 (8)	2.0 (8)	2.0 (8)	7	シャープ	2.8	3.2 (7)	4.1 (7)	2.6 (7)	2.1 (8)	1.2 (8)	2.2 (8)

電子レンジ								エアコン									
順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)	順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		
1	パナソニック(ナショナル)	32.2	23.4 (3)	33.9 (1)	27.7 (2)	31.3 (1)	23.4 (3)	23.3 (3)	1	パナソニック(ナショナル)	25.5	22.9 (1)	23.1 (1)	25.4 (1)	23.8 (1)	23.5 (1)	21.2 (1)
2	東芝	26.9	20.1 (4)	14.6 (4)	15.7 (4)	12.4 (4)	14.0 (4)	12.4 (4)	2	日立	17.9	16.5 (2)	14.6 (5)	14.0 (6)	11.7 (6)	12.4 (5)	11.7 (7)
3	シャープ	22.6	27.8 (1)	25.1 (2)	29.8 (1)	26.3 (2)	31.3 (1)	29.4 (1)	2	シャープ	17.9	15.0 (4)	15.2 (3)	17.3 (2)	18.1 (2)	15.6 (4)	20.0 (2)
4	日立	16.1	23.9 (2)	21.6 (3)	21.9 (3)	22.0 (3)	24.1 (2)	25.1 (2)	4	三菱電機	15.2	14.6 (5)	15.0 (4)	7.9 (7)	13.0 (5)	8.9 (7)	13.1 (5)
5	三菱電機	—	0.5 (6)	0.9 (6)	0.8 (5)	0.8 (6)	1.3 (6)	2.2 (6)	5	富士通ゼネラル	14.0	12.1 (6)	14.5 (6)	14.1 (5)	11.7 (6)	18.7 (3)	15.8 (3)
6	ハイアール	—	1.1 (5)	1.6 (5)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	6	ダイキン	10.2	15.1 (3)	19.8 (2)	17.2 (3)	16.4 (3)	18.9 (2)	14.8 (4)
									7	東芝	3.8	8.5 (7)	10.9 (7)	16.5 (4)	14.0 (4)	10.2 (6)	12.3 (6)

テレビ								ブルーレイ・DVDレコーダー								
順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)	順位	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)	
1	シャープ	32.0	34.1 (1)	32.9 (1)	32.7 (1)	27.2 (1)	33.2 (1)	38.4 (1)	1	パナソニック(ナショナル)	47.5	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
2	ソニー	25.1	17.9 (3)	17.3 (3)	16.6 (4)	17.9 (4)	15.8 (4)	15.3 (4)	2	ソニー	24.1	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
3	パナソニック(ナショナル)	18.6	17.0 (4)	25.0 (2)	21.2 (3)	19.2 (3)	18.9 (3)	23.0 (2)	3	シャープ	16.9	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
4	東芝	15.1	20.6 (2)	16.6 (4)	23.5 (2)	26.3 (2)	26.0 (2)	16.8 (3)	4	東芝	11.6	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
5	三菱電機	5.1	3.9 (6)	2.0 (6)	0.8 (7)	2.9 (6)	3.3 (6)	1.4 (6)	5	日立	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	LG電子	4.2	4.0 (5)	0.8 (7)	1.1 (6)	1.0 (7)	— (10)	— (8)	5	パイオニア	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
7	日立	—	3.4 (7)	4.5 (5)	4.1 (5)	5.7 (5)	4.9 (5)	6.2 (5)	5	ビクター・JVC	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
7	ビクター・JVC	—	— (8)	— (8)	0.4 (9)	0.2 (8)	0.2 (9)	0.4 (7)	5	三菱電機	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
7	富士通ゼネラル	—	— (8)	— (8)	0.3 (10)	— (10)	— (10)	— (8)								
7	パイオニア	—	— (8)	— (8)	0.3 (10)	— (10)	0.6 (7)	— (8)								
7	NEC	—	— (8)	— (8)	0.7 (8)	0.1 (9)	— (10)	— (8)								



■アイテム別メーカーランキング(各アイテムの購入者のみ)(続)

※表中の()内の数値はそれぞれの順位を示す

(%)

順位	ビデオカメラ							順位	デジタルカメラ								
	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		
1	ソニー	48.6	37.6 (1)	35.2 (1)	46.1 (1)	31.6 (1)	33.3 (1)	35.3 (1)	1	オリンパス	23.0	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
2	パナソニック(ナショナル)	25.8	37.6 (1)	28.5 (2)	20.9 (2)	24.7 (2)	26.8 (2)	23.0 (2)	1	キヤノン	23.0	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
3	ビクター・JVC	11.4	17.0 (3)	24.2 (3)	18.1 (3)	21.8 (3)	15.8 (3)	19.6 (3)	3	ソニー	17.4	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
4	シャープ	5.8	— (5)	3.5 (5)	3.2 (5)	4.1 (5)	6.2 (5)	3.6 (5)	4	ニコン	11.7	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
5	キヤノン	5.6	2.6 (4)	6.5 (4)	8.1 (4)	14.0 (4)	12.7 (4)	11.5 (4)	5	カシオ	9.7	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	日立	—	— (5)	— (6)	— (6)	0.6 (6)	0.7 (6)	1.1 (6)	6	パナソニック(ナショナル)	7.6	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
									7	富士フイルム	5.7	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)

順位	家庭用固定電話機							順位	パソコン							
	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)	
1	パナソニック(ナショナル)	50.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	1	NEC	18.7	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
2	シャープ	14.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	2	アップル(マックintosh)	18.4	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
2	パイオニア	14.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	3	東芝	12.8	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
4	ブラザー	14.1	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	4	レノボ(IBM)	7.2	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
5	ソニー	7.0	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	5	富士通	4.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	東芝	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	6	エイサー	4.2	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	ビクター・JVC	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	7	パナソニック(ナショナル)	2.9	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	NEC	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	7	デルコンピュータ	2.9	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	キヤノン	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)									

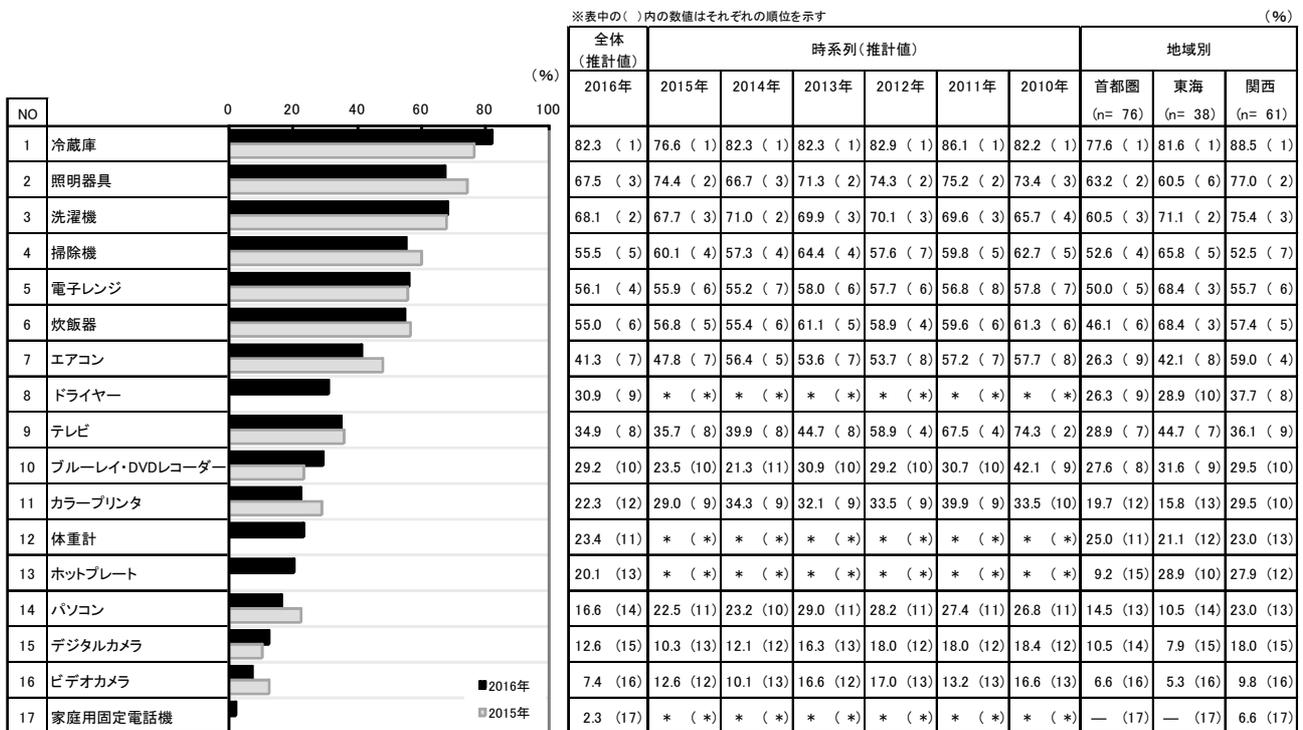
順位	カラープリンタ							順位	体重計								
	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		
1	エプソン	45.1	42.9 (2)	39.6 (2)	47.2 (1)	52.2 (1)	50.4 (1)	46.6 (2)	1	タニタ	47.2	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
2	キヤノン	42.1	47.9 (1)	42.7 (1)	38.5 (2)	37.9 (2)	41.5 (2)	47.4 (1)	2	オムロン	31.9	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
3	ブラザー	12.8	8.2 (3)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	3	パナソニック(ナショナル)	11.0	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
4	NEC	—	— (5)	— (4)	0.3 (4)	1.0 (4)	— (4)	— (4)	4	マッキーノ	2.2	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
4	ヒューレットパッカード(hp)	—	1.0 (4)	7.2 (3)	3.5 (3)	3.0 (3)	5.6 (3)	3.3 (3)	5	ドリテック	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
									5	オーム電機	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
									5	テライオン	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)

順位	ドライヤー							順位	ホットプレート								
	2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		2016年 (推計値)	2015年 (推計値)	2014年 (推計値)	2013年 (推計値)	2012年 (推計値)	2011年 (推計値)	2010年 (推計値)		
1	パナソニック(ナショナル)	62.9	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	1	象印	44.1	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
2	テスコム	15.5	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	2	タイガー魔法瓶	23.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
3	コイズミ	6.2	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	3	アイリスオーヤマ	6.7	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
4	モッズヘア	2.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	4	YAMAZEN	4.1	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
4	ヴィダルサスーン	2.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	5	アビテラックス	1.3	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
6	クレイツイオン	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	6	杉山金属	—	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)



●家電製品を一度に一通り買い揃えた人のアイテム別の購入率は、「冷蔵庫」が82%で最も高く、次いで「照明器具」と「洗濯機」がともに68%で続く。

■家電製品を一度に一通り買い揃えた人のアイテム別購入率
(家電製品を一度に一通り買い揃えた人／それぞれ単一回答)

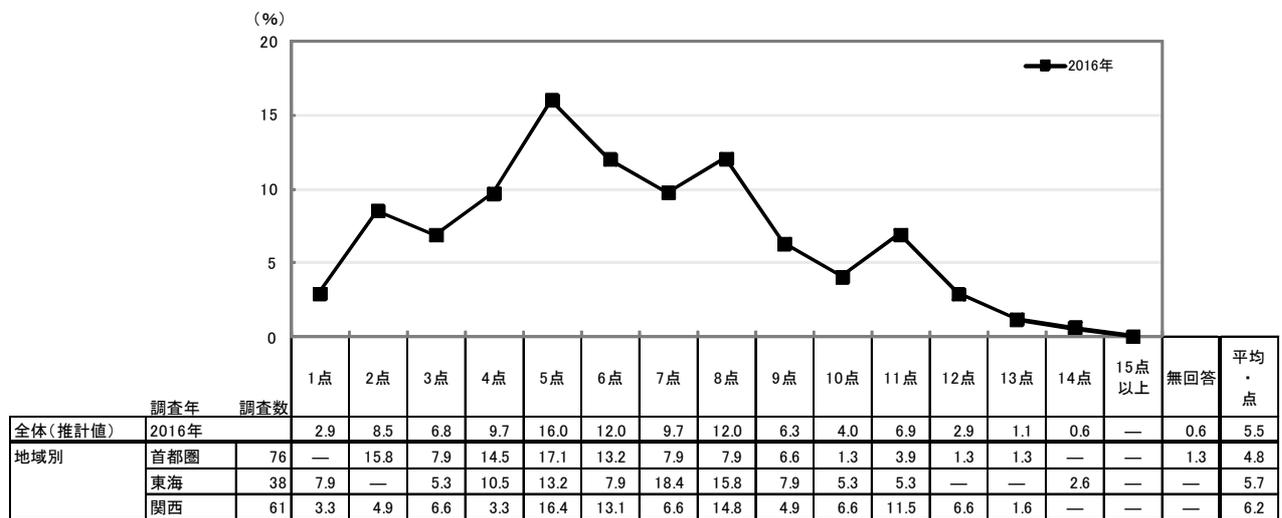


※項目順は家電製品のアイテム別購入率の高い順



- 一度に一通りを買った人の家電製品の購入アイテム数は、「5点」が16%で最も高く、次いで「6点」と「8点」がともに12%、「4点」と「7点」がともに10%で続く。平均は5.5点となった。

■一度に一通りを買った人の家電製品の購入アイテム数
(家電製品を一度に一通り買った人／単一回答)



<参考> 2015年までは対象となるアイテムが異なるため

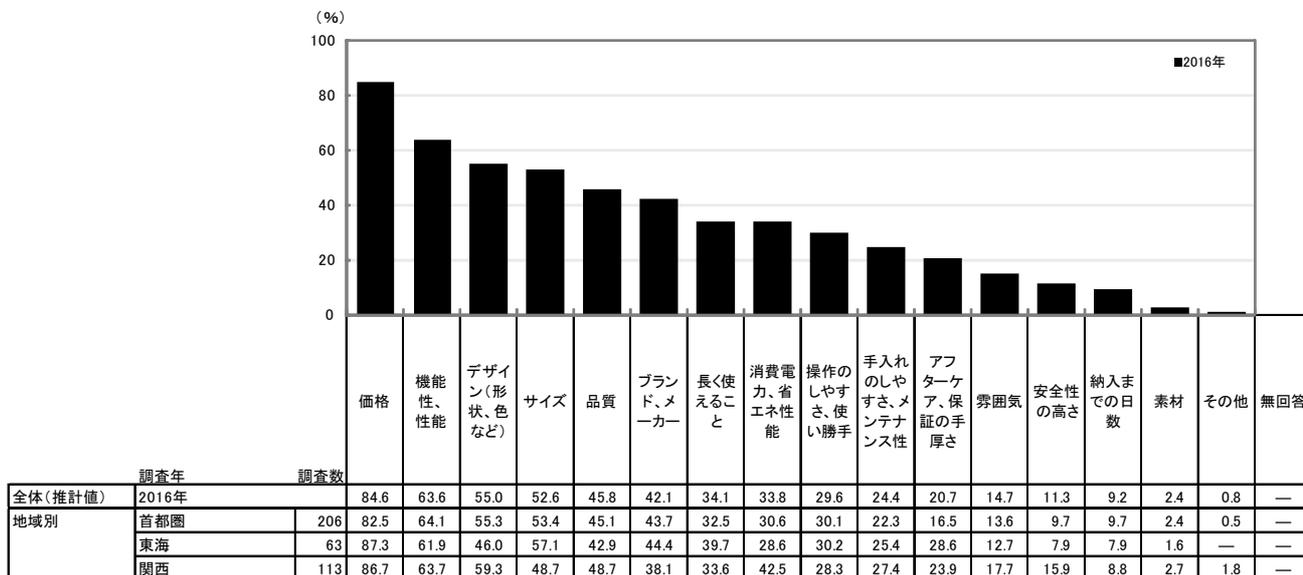
調査年	1点	2点	3点	4点	5点	6点	7点	8点	9点	10点	11点	12点	13点	無回答	平均・点
2015年	4.6	8.7	9.8	10.8	7.9	16.1	16.6	10.2	7.5	6.2	1.7	—	—	—	5.7
2014年	4.7	7.5	11.3	10.1	11.7	13.2	11.1	13.0	7.1	6.5	3.4	—	0.5	—	5.9



8. 家電製品を選択する際の重視点

- 家電製品購入者に対して、家電製品を選択する際の重視点を尋ねたところ、「価格」が85%で最も高く、次いで「機能性、性能」が64%、「デザイン(形状、色など)」が55%、「サイズ」が53%で続く。

■家電製品を選択する際の重視点(家電製品購入者／複数回答)

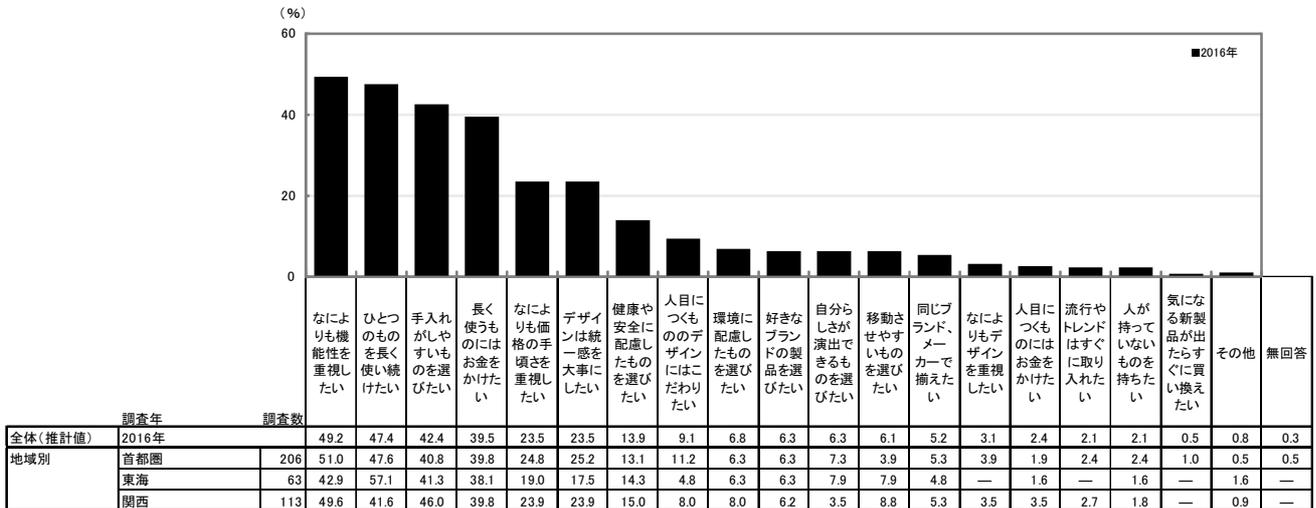




9. 家電製品を購入する際の考え方

- 家電製品を購入する際の考え方を尋ねたところ、「なによりも機能性を重視したい」が49%で最も高く、次いで「ひとつのものを長く使い続けたい」が47%、「手入れがしやすいものを選びたい」が42%、「長く使うものにはお金をかけたい」が40%で続く。

■家電製品を購入する際の考え方(家電製品購入者／複数回答)

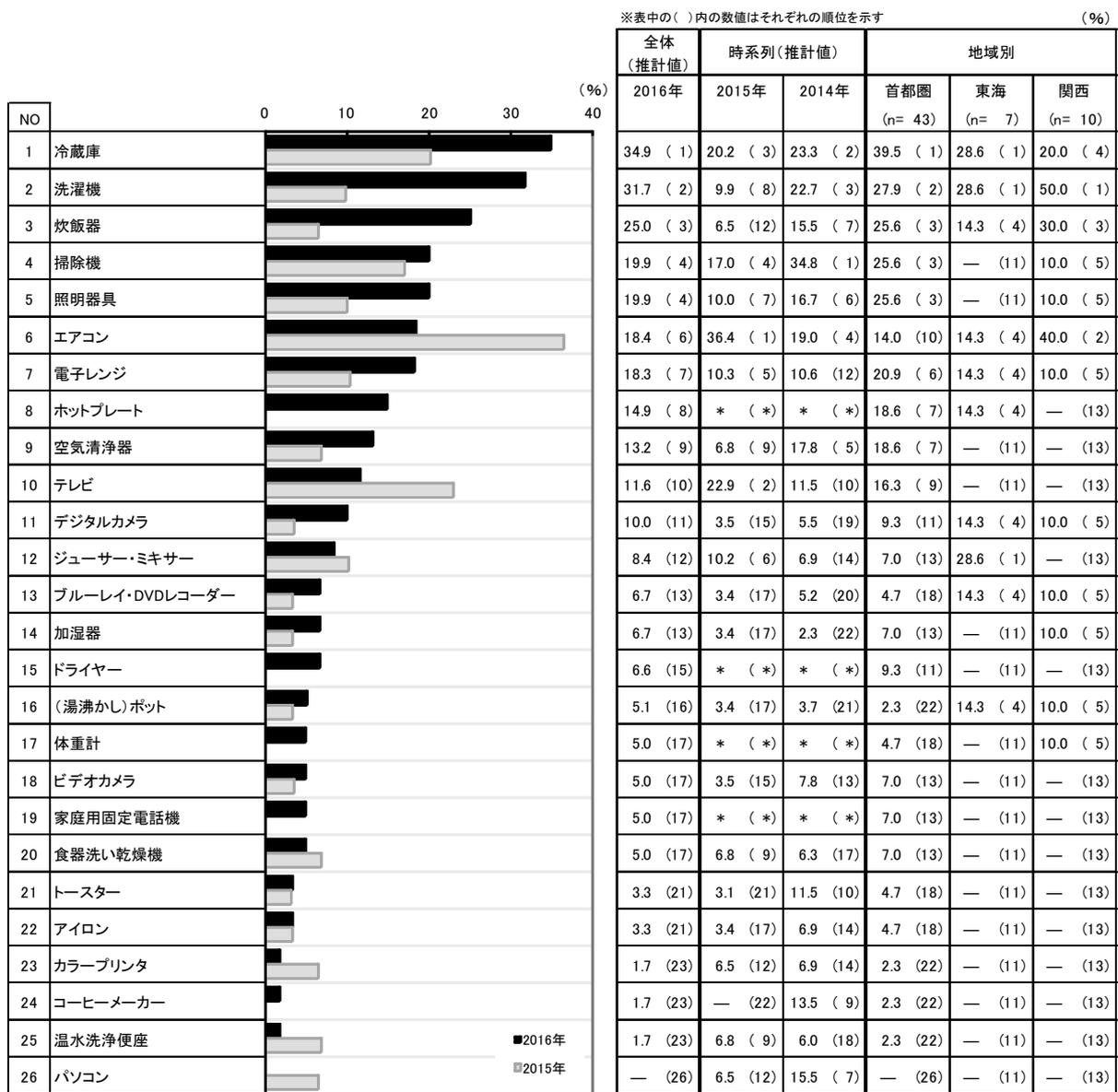




10. 家電製品の今後の買い足し予定

- 今後家電製品を買い足す予定の人に対して、今後買い足す予定の家電製品の種類を尋ねたところ、「冷蔵庫」が35%で最も高く、次いで「洗濯機」が32%、「炊飯器」が25%で続く。

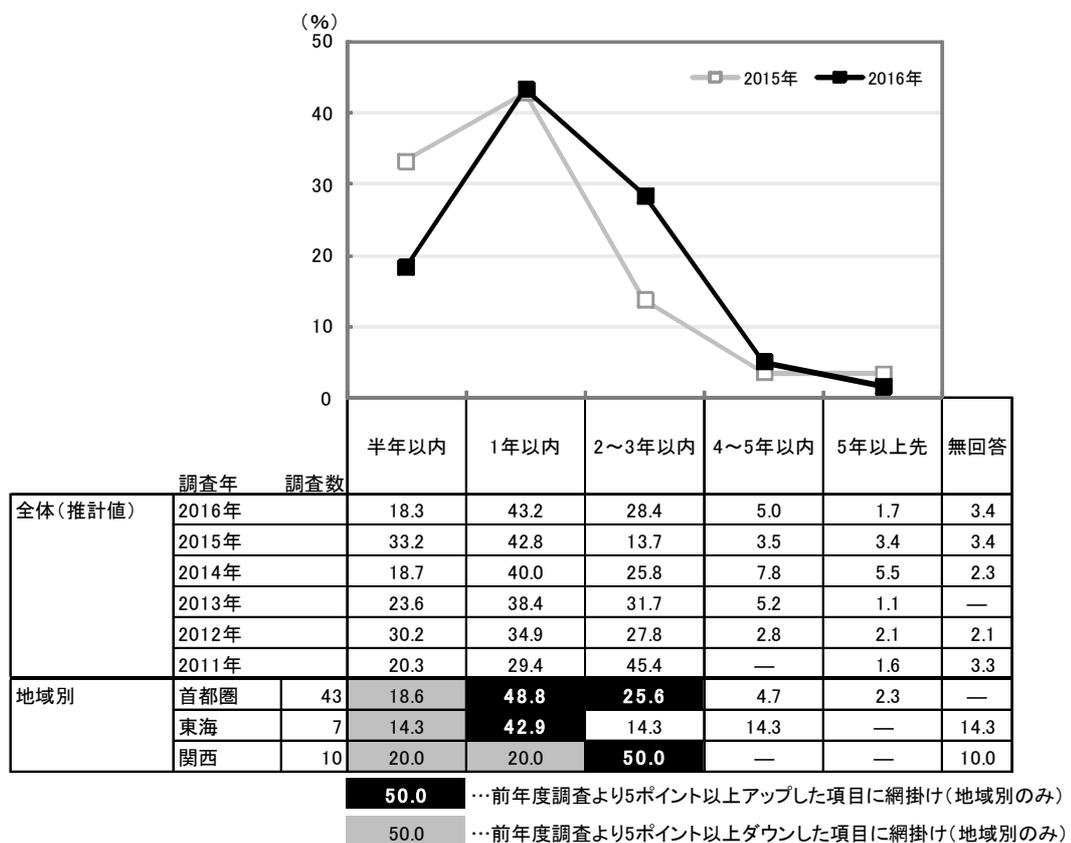
■ 今後買い足す予定の家電製品の種類(今後家電製品を買い足す予定の人/複数回答)





- 家電製品を買い足す予定の時期を尋ねたところ、「1年以内」が43%で最も高く、次いで「2～3年以内」が28%、「半年以内」が18%で続く。

■家電製品を買い足す予定の時期(今後家電製品を買い足す予定の人／単一回答)





第5章

家電製品のアイテム別購入実態



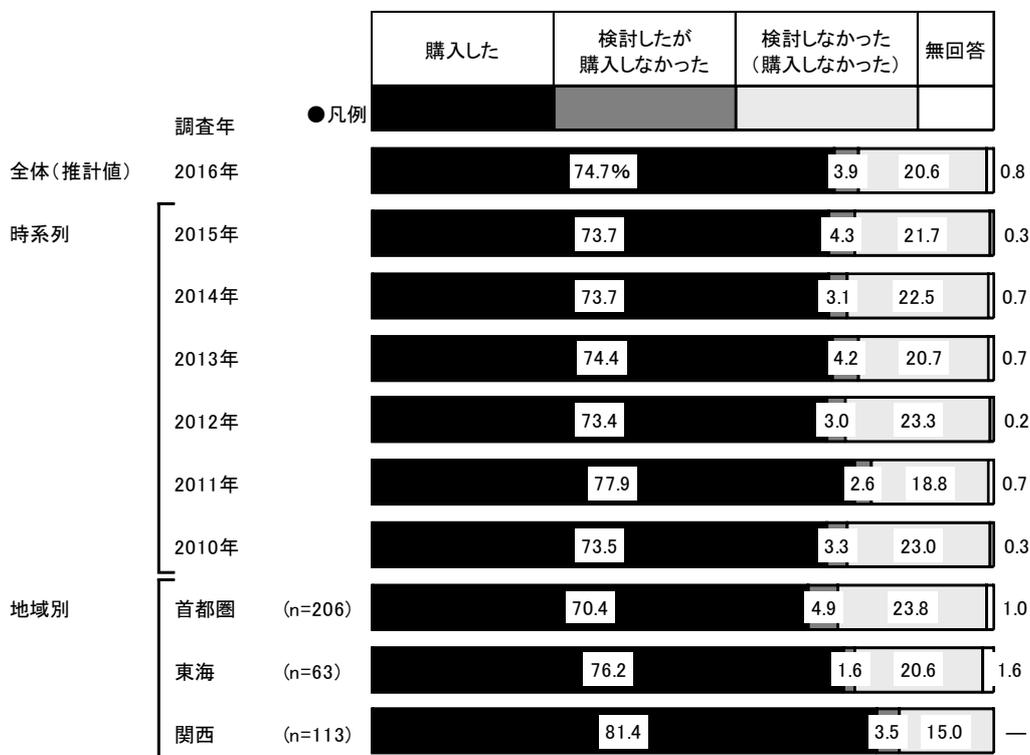


1. 冷蔵庫

1) 冷蔵庫の購入の有無

●家電製品購入者に対して、冷蔵庫を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は75%であった。

■冷蔵庫の購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

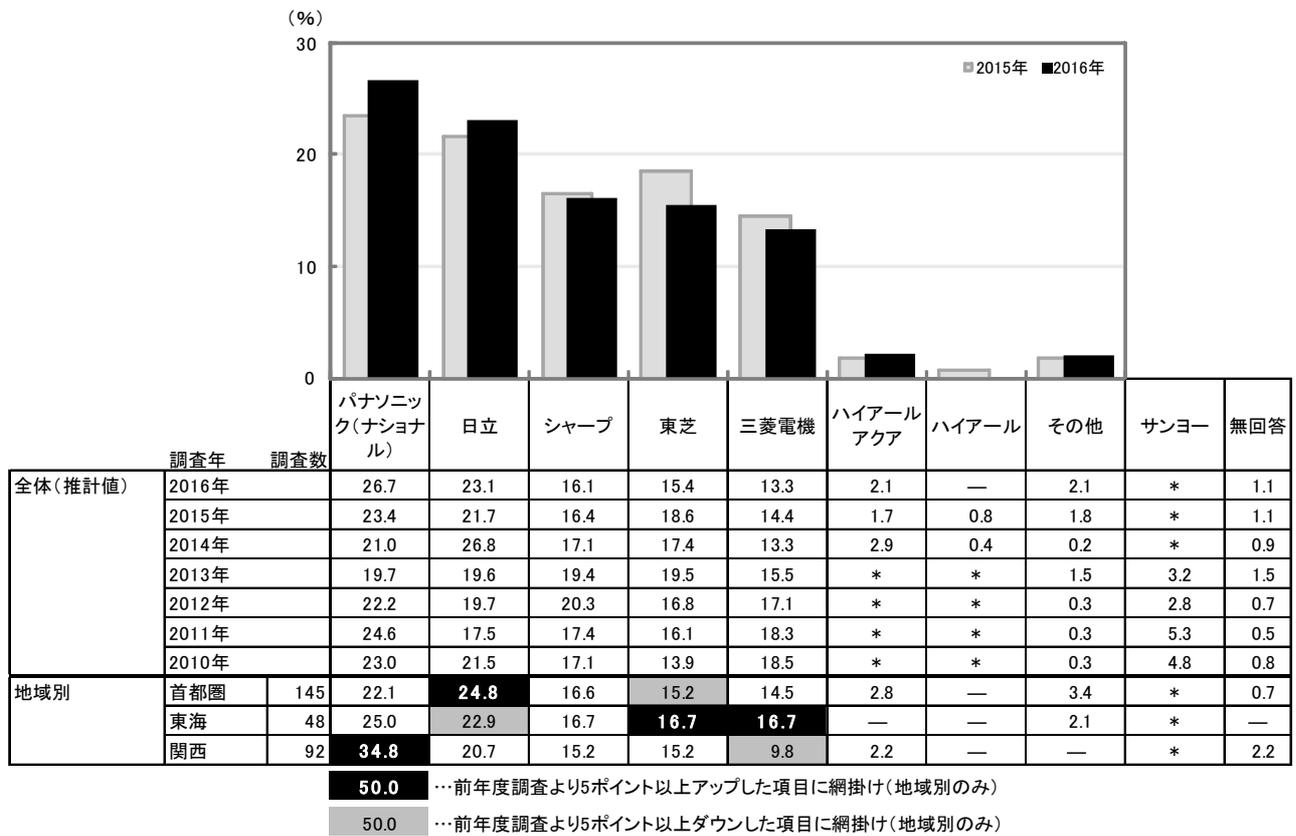




2) 購入した冷蔵庫のメーカー

● 冷蔵庫購入者に対して、購入した冷蔵庫のメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が27%、「日立」が23%、「シャープ」が16%、「東芝」が15%、「三菱電機」が13%であった。

■ 購入した冷蔵庫のメーカー(冷蔵庫購入者/単一回答)

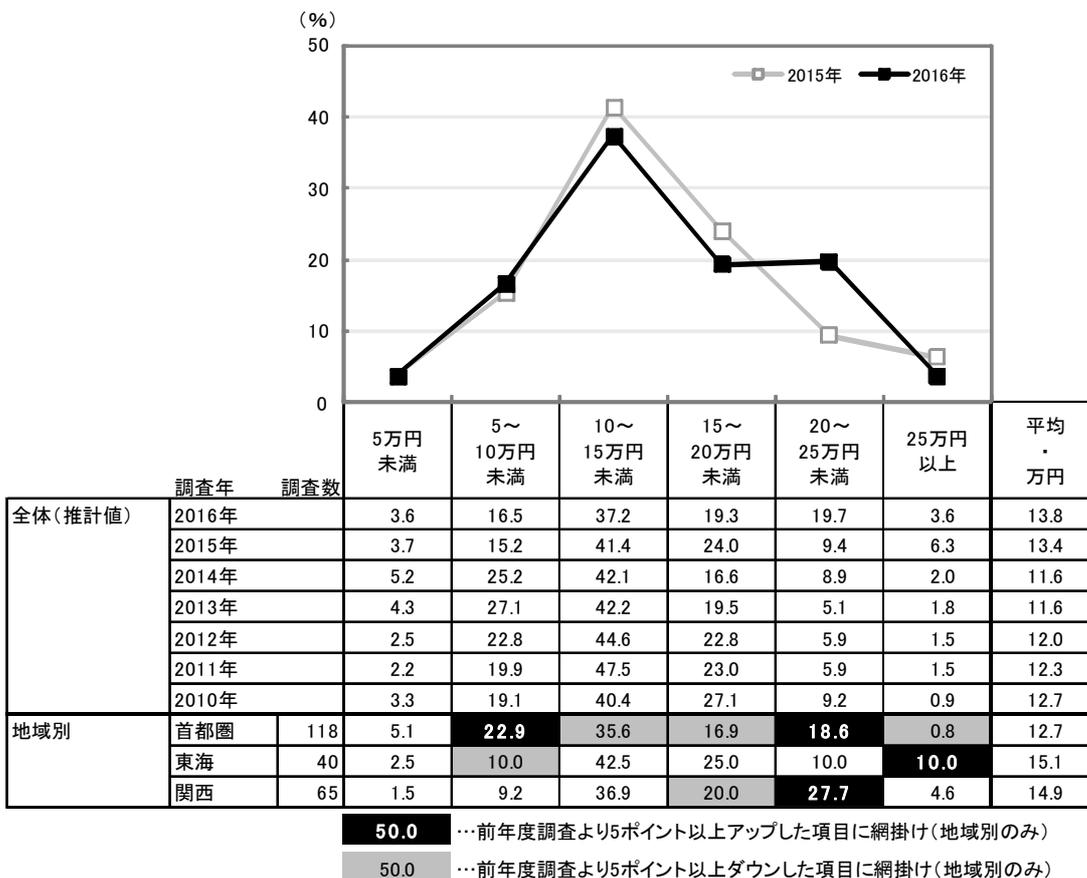




3) 購入した冷蔵庫の価格

●購入した冷蔵庫の価格を尋ねたところ、「10～15万円未満」が37%で最も高く、次いで「20～25万円未満」が20%、「15～20万円未満」が19%、「5～10万円未満」が17%で続く。平均は13.8万円となった。

■購入した冷蔵庫の価格(冷蔵庫購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼平均の推移

調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		12.7	12.3	12.0	11.6	11.6	13.4	13.8
地域別	首都圏	12.3	12.0	11.6	11.3	11.0	13.4	12.7
	東海	12.6	12.1	12.5	11.2	13.0	13.4	15.1
	関西	13.3	13.0	12.3	12.2	12.1	13.5	14.9

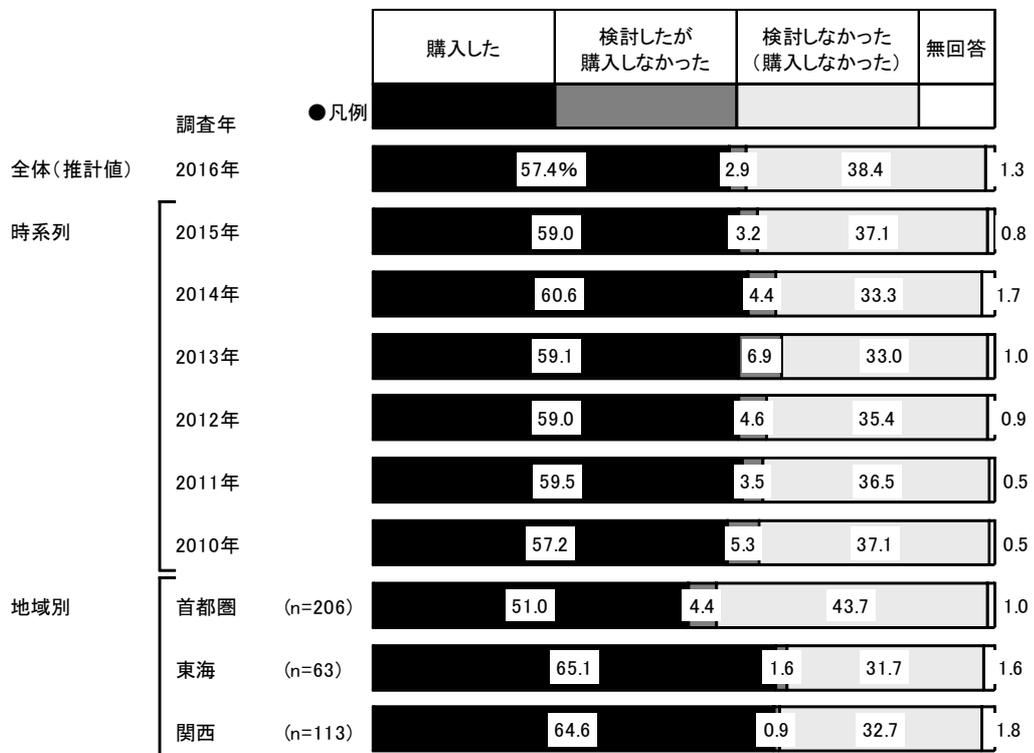


2. 洗濯機

1) 洗濯機の購入の有無

●洗濯機を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は57%であった。

■洗濯機の購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

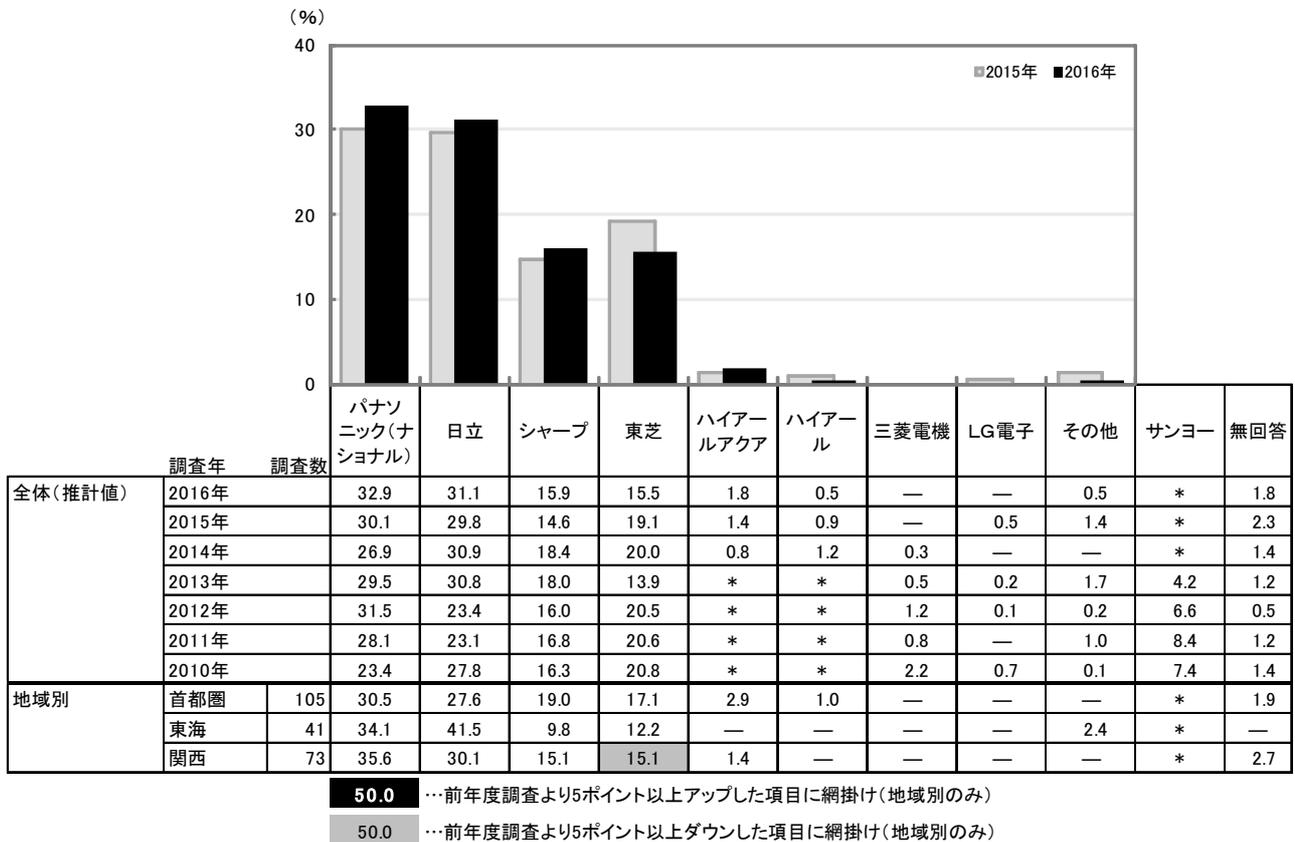




2) 購入した洗濯機のメーカー

●洗濯機購入者に対して、購入した洗濯機のメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が33%、「日立」が31%、「シャープ」と「東芝」がともに16%であった。

■購入した洗濯機のメーカー(洗濯機購入者/単一回答)

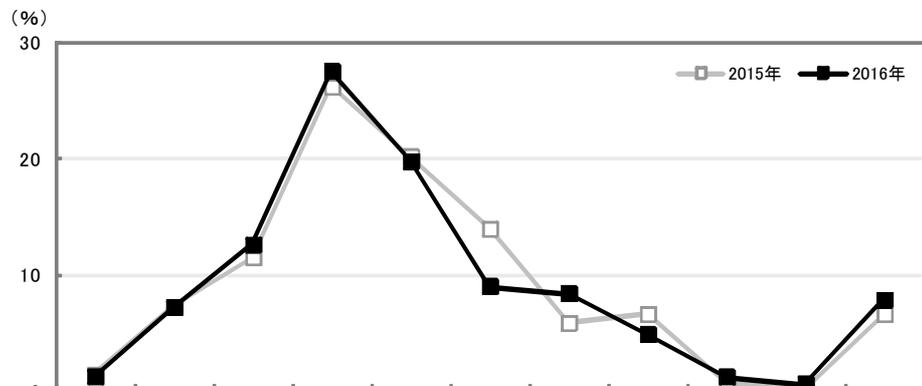




3) 購入した洗濯機の価格

●購入した洗濯機の価格を尋ねたところ、「6～8万円未満」が28%で最も高く、次いで「8～10万円未満」が20%、「4～6万円未満」が13%で続く。平均は9.3万円となった。

■購入した洗濯機の価格(洗濯機購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



		調査年	調査数	2万円未満	2～4万円未満	4～6万円未満	6～8万円未満	8～10万円未満	10～12万円未満	12～14万円未満	14～16万円未満	16～18万円未満	18～20万円未満	20万円以上	平均・万円
全体(推計値)	2016年			1.2	7.2	12.6	27.5	19.8	9.0	8.3	4.9	1.2	0.6	7.8	9.3
	2015年			1.4	7.2	11.4	26.2	20.1	14.0	5.9	6.6	0.7	—	6.5	8.8
	2014年			0.4	11.5	22.2	20.7	18.1	10.3	5.3	2.0	2.4	1.8	5.2	8.0
	2013年			—	11.9	23.7	14.4	17.4	12.6	8.1	6.5	1.2	1.6	2.5	8.2
	2012年			0.9	10.7	20.9	16.5	16.0	16.2	5.8	6.3	1.9	0.5	4.2	8.4
	2011年			1.6	7.2	18.2	19.9	12.1	16.9	7.9	7.5	1.8	2.0	4.9	9.0
	2010年			0.7	8.1	20.1	15.1	11.6	14.0	6.3	11.1	4.2	1.8	7.0	9.5
地域別	首都圏	80		1.3	10.0	12.5	30.0	17.5	10.0	11.3	—	—	1.3	6.3	8.4
	東海	32		—	6.3	9.4	37.5	21.9	3.1	3.1	6.3	3.1	—	9.4	10.1
	関西	55		1.8	3.6	14.5	18.2	21.8	10.9	7.3	10.9	1.8	—	9.1	10.1

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			9.5	9.0	8.4	8.2	8.0	8.8	9.3
地域別	首都圏		9.2	9.0	8.5	7.7	8.3	8.4	8.4
	東海		9.3	9.2	8.5	8.1	7.6	8.7	10.1
	関西		10.3	9.0	8.2	8.9	7.8	9.6	10.1

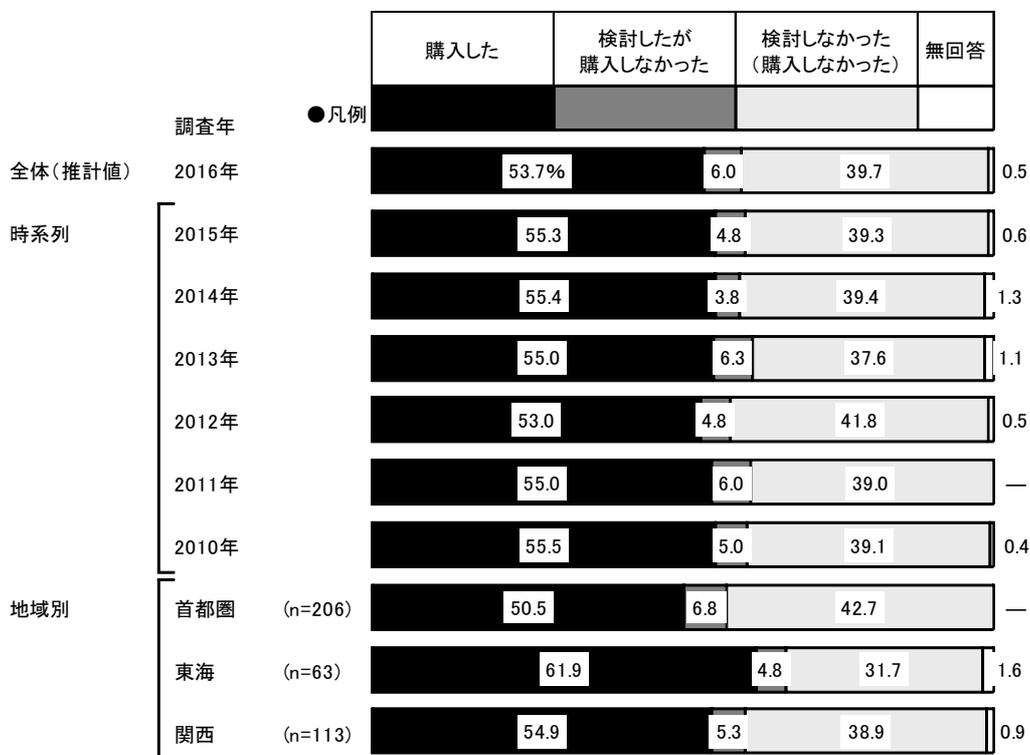


3. 掃除機

1) 掃除機の購入の有無

●掃除機を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は54%であった。

■掃除機の購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

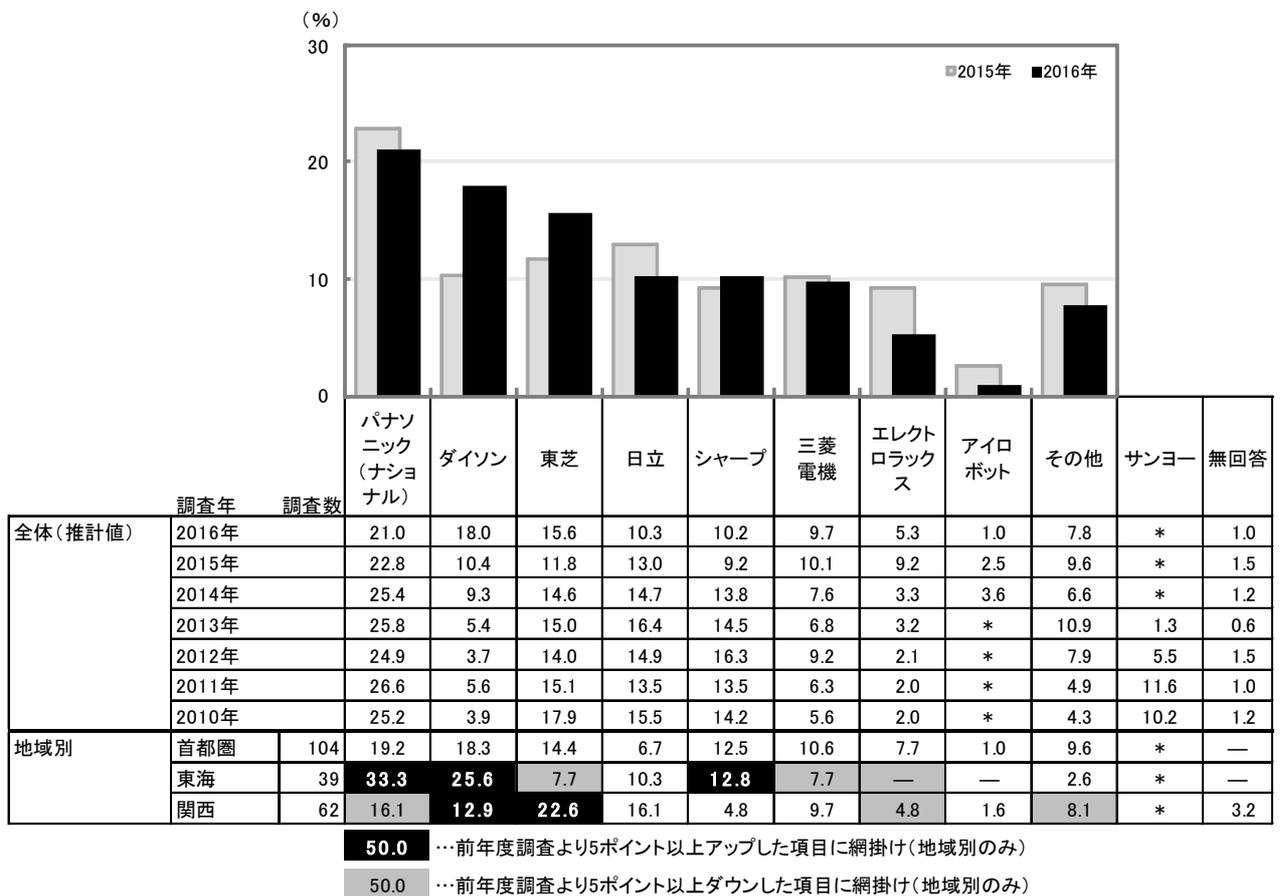




2) 購入した掃除機のメーカー

- 掃除機購入者に対して、購入した掃除機のメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が21%、「ダイソン」が18%、「東芝」が16%であった。

■ 購入した掃除機のメーカー(掃除機購入者/単一回答)

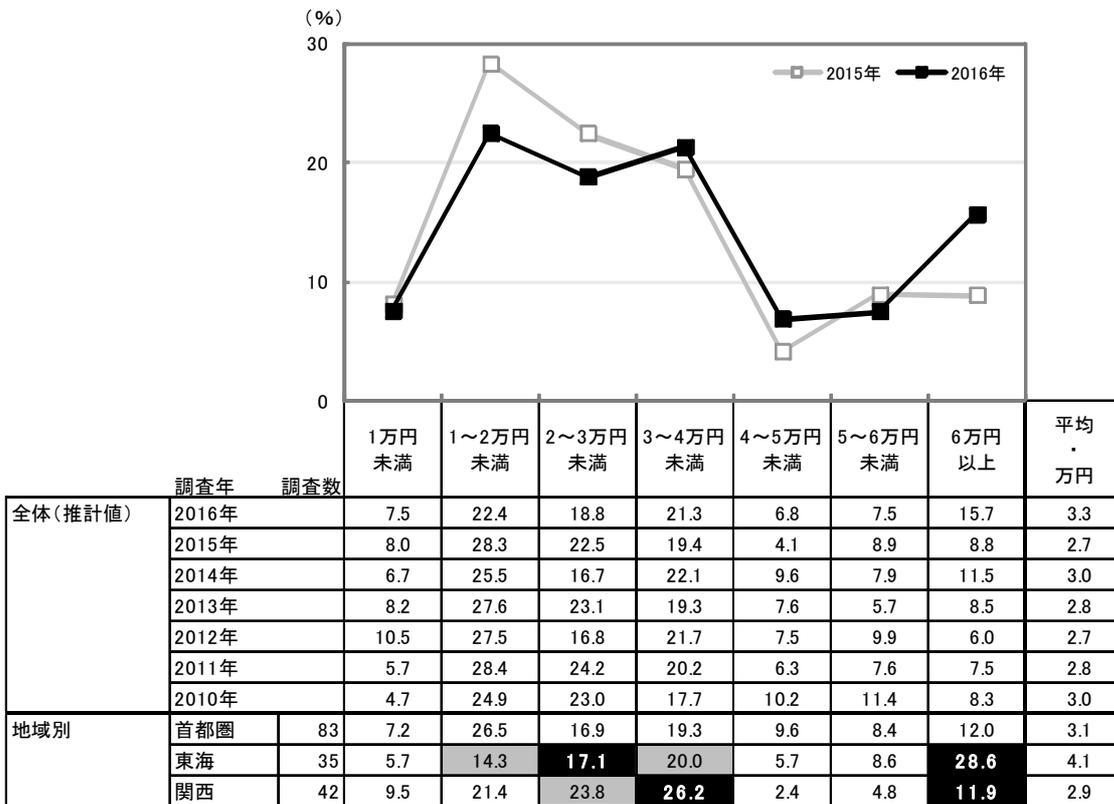




3) 購入した掃除機の価格

●購入した掃除機の価格を尋ねたところ、「1～2万円未満」が22%で最も高く、次いで「3～4万円未満」が21%、「2～3万円未満」が19%、「6万円以上」が16%で続く。平均は3.3万円となった。

■購入した掃除機の価格(掃除機購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		(万円)							
		調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			3.0	2.8	2.7	2.8	3.0	2.7	3.3
地域別	首都圏		3.1	2.8	2.7	2.6	2.9	2.8	3.1
	東海		3.3	2.8	2.6	3.1	3.5	3.0	4.1
	関西		2.8	2.7	2.7	2.9	2.9	2.5	2.9

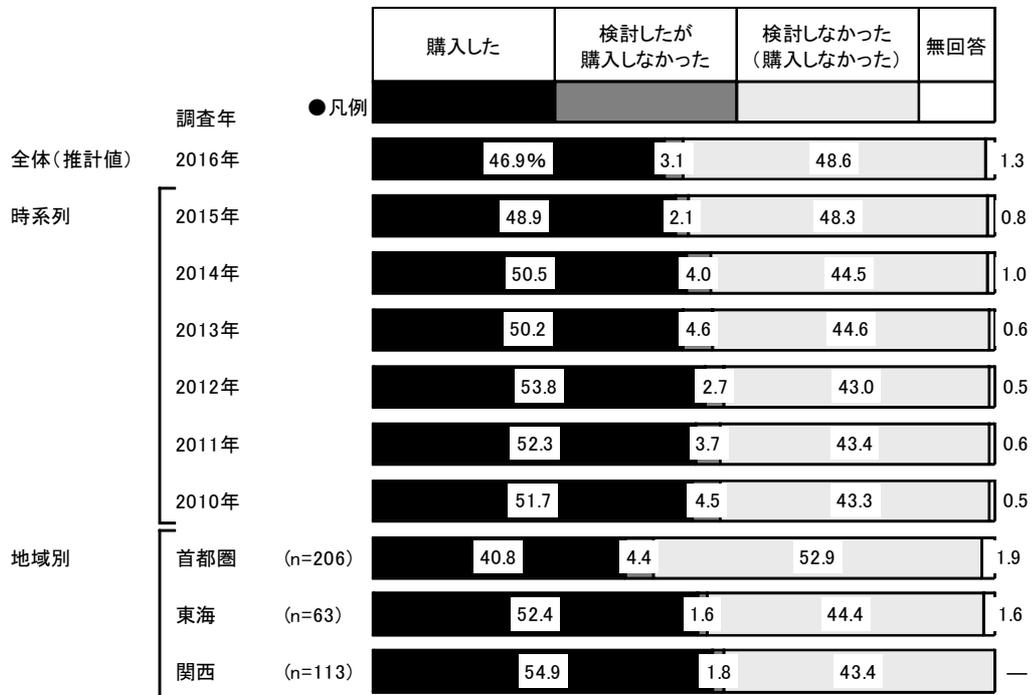


4. 炊飯器

1) 炊飯器の購入の有無

●炊飯器を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は47%であった。

■炊飯器の購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

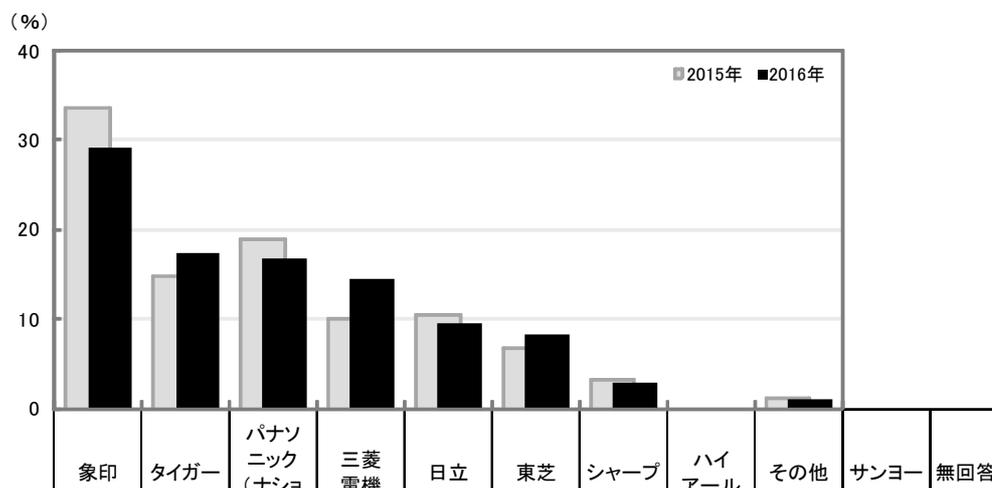




2) 購入した炊飯器のメーカー

●炊飯器購入者に対して、購入した炊飯器のメーカーを尋ねたところ、「象印」が29%、「タイガー」と「パナソニック(ナショナル)」がともに17%、「三菱電機」が15%であった。

■購入した炊飯器のメーカー(炊飯器購入者/単一回答)



	調査年		調査数										
	2016年	2015年	象印	タイガー	パナソニック(ナショナル)	三菱電機	日立	東芝	シャープ	ハイアール	その他	サンヨー	無回答
全体(推計値)	2016年		29.1	17.3	16.8	14.5	9.5	8.3	2.8	—	1.1	*	0.6
	2015年		33.6	14.8	19.0	10.0	10.5	6.7	3.2	—	1.1	*	1.1
	2014年		27.0	14.0	13.9	10.5	13.8	13.3	4.1	—	2.6	*	0.9
	2013年		31.7	13.0	14.8	10.2	15.0	10.5	2.6	*	0.4	1.5	0.2
	2012年		28.6	11.9	16.8	8.4	12.9	8.9	2.1	*	0.9	7.4	2.1
	2011年		27.6	12.5	14.9	11.5	10.0	8.1	1.2	*	0.8	11.8	1.8
	2010年		25.9	14.6	15.8	11.1	6.3	11.7	2.2	*	0.4	11.3	0.6
地域別	首都圏	84	26.2	20.2	11.9	15.5	9.5	11.9	2.4	—	1.2	*	1.2
	東海	33	30.3	9.1	18.2	12.1	18.2	9.1	3.0	—	—	*	—
	関西	62	32.3	17.7	22.6	14.5	4.8	3.2	3.2	—	1.6	*	—

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

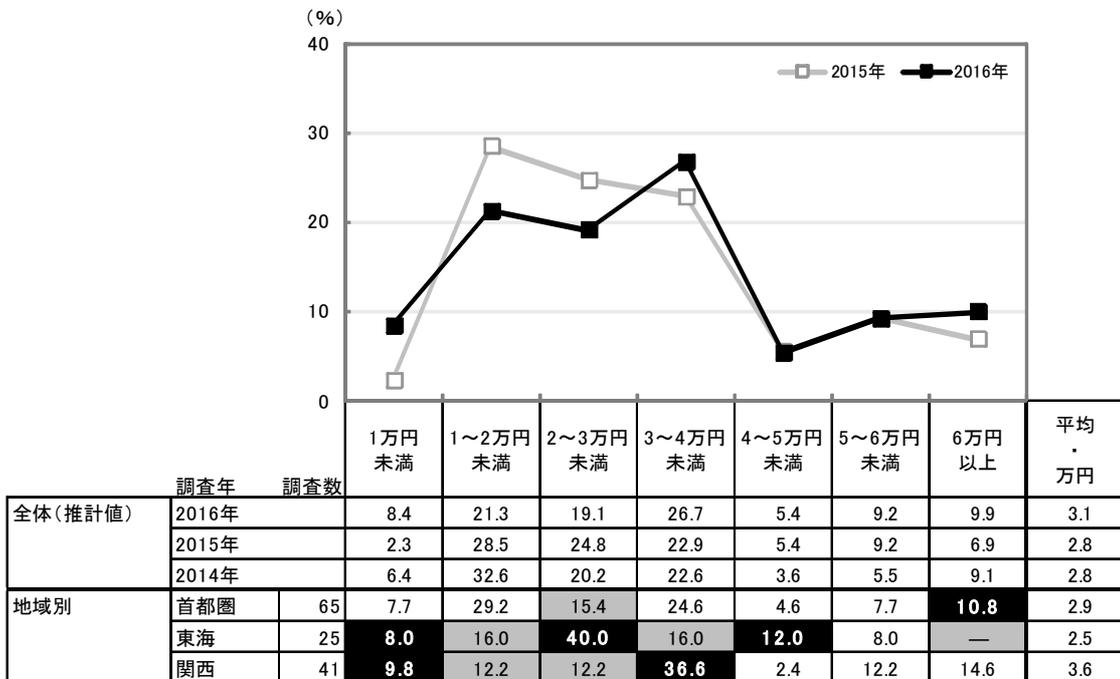
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



3) 購入した炊飯器の価格

●購入した炊飯器の価格を尋ねたところ、「3～4万円未満」が27%で最も高く、次いで「1～2万円未満」が21%、「2～3万円未満」が19%で続く。平均は3.1万円となった。

■購入した炊飯器の価格(炊飯器購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		(万円)		
調査年		2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		2.8	2.8	3.1
地域別	首都圏	2.6	2.6	2.9
	東海	3.2	2.7	2.5
	関西	2.7	3.3	3.6

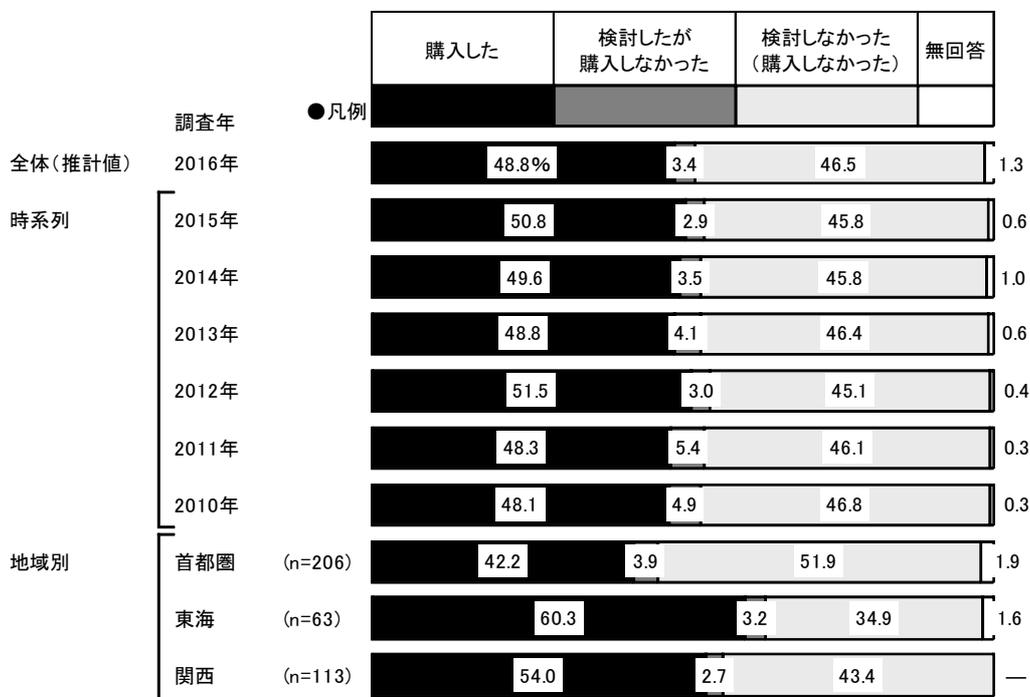


5. 電子レンジ

1) 電子レンジの購入の有無

●電子レンジを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は49%であった。

■電子レンジの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

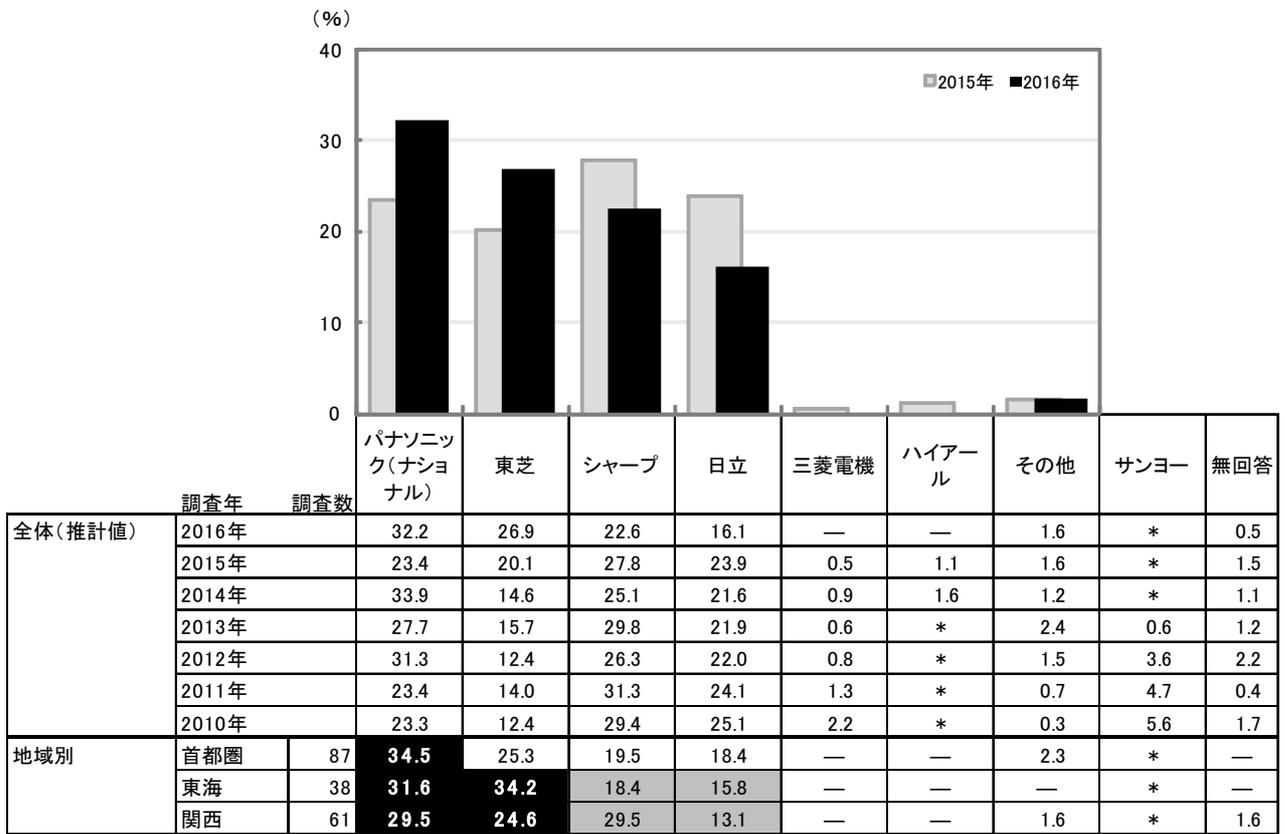




2) 購入した電子レンジのメーカー

- 電子レンジ購入者に対して、購入した電子レンジのメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が32%、「東芝」が27%、「シャープ」が23%、「日立」が16%であった。

■購入した電子レンジのメーカー(電子レンジ購入者/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

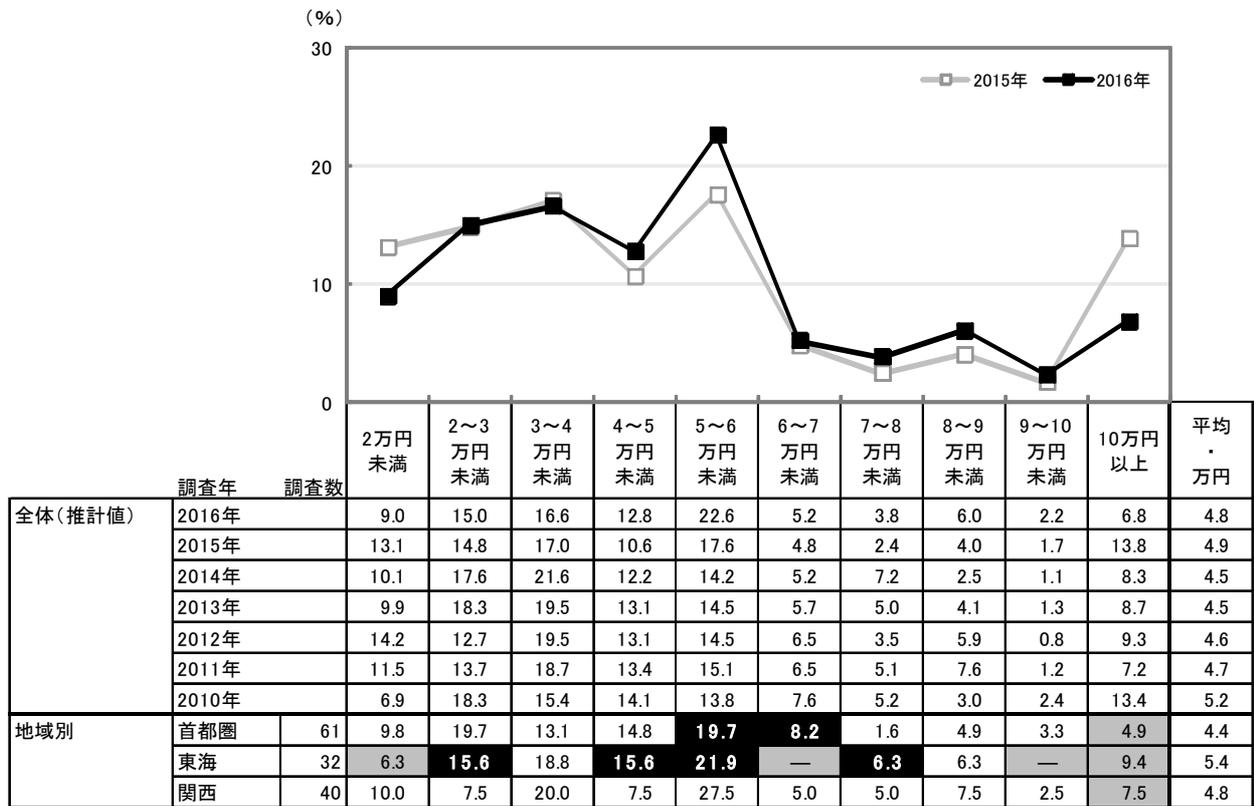
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



3) 購入した電子レンジの価格

●購入した電子レンジの価格を尋ねたところ、「5～6万円未満」が23%で最も高く、次いで「3～4万円未満」が17%、「2～3万円未満」が15%、「4～5万円未満」が13%で続く。平均は4.8万円となった。

■購入した電子レンジの価格(電子レンジ購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		(万円)							
		調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			5.2	4.7	4.6	4.5	4.5	4.9	4.8
地域別	首都圏		5.0	4.5	4.1	4.2	4.6	4.7	4.4
	東海		5.1	4.9	5.0	4.7	4.2	4.9	5.4
	関西		5.6	5.0	4.9	4.9	4.5	5.3	4.8

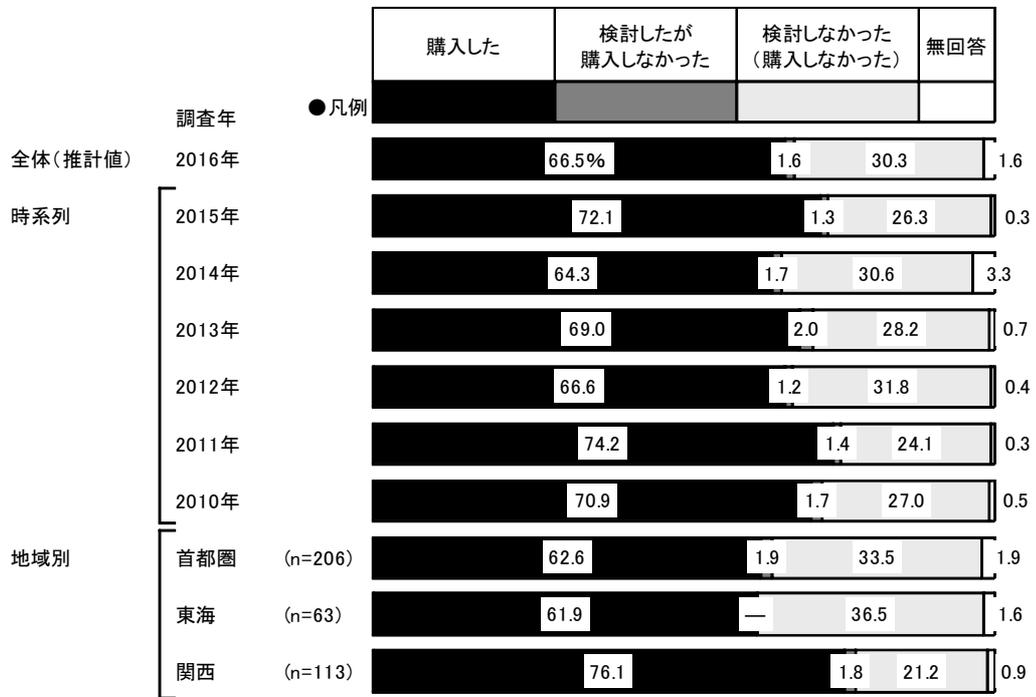


6. 照明器具

1) 照明器具の購入の有無

●照明器具を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は67%であった。

■照明器具の購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

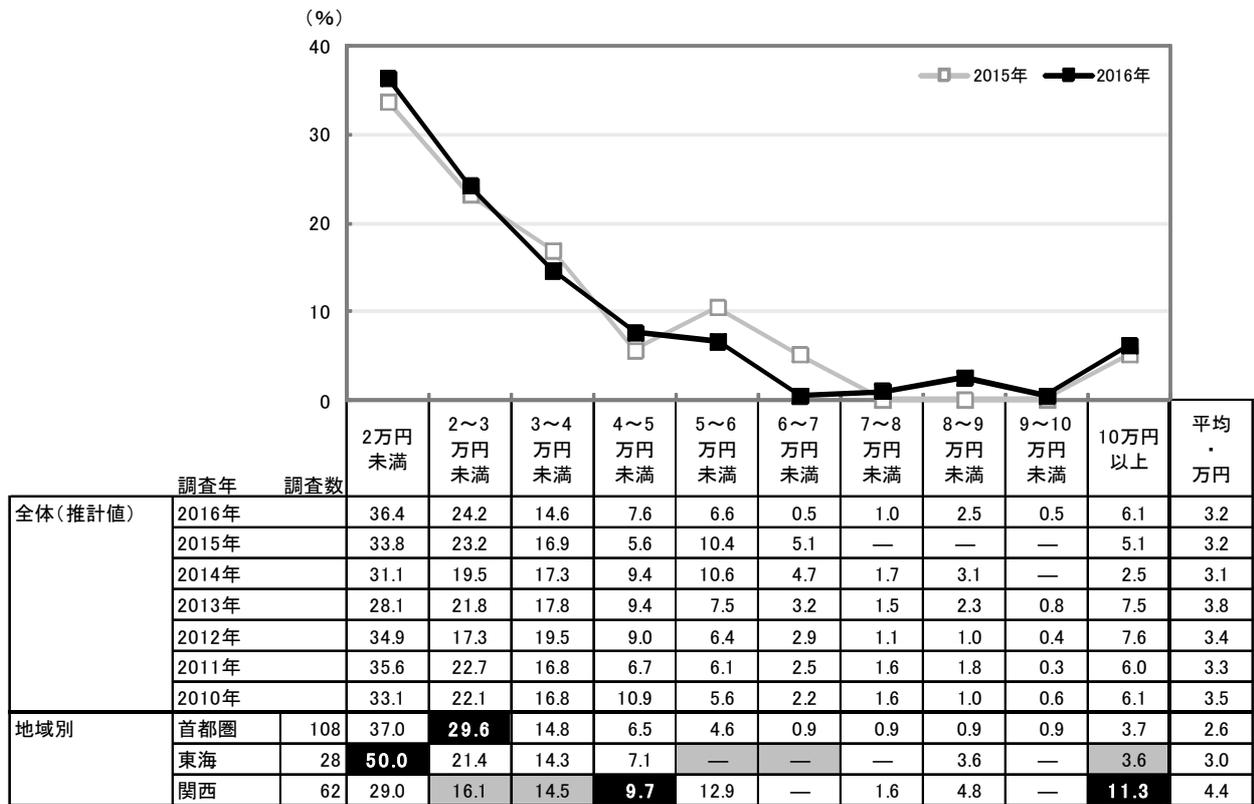




2) 購入した照明器具の総額

●照明器具購入者に対して、その総額を尋ねたところ、「2万円未満」が36%で最も高く、次いで「2～3万円未満」が24%、「3～4万円未満」が15%で続く。平均は3.2万円となった。

■購入した照明器具の総額(照明器具購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		(万円)						
		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		3.5	3.3	3.4	3.8	3.1	3.2	3.2
地域別	首都圏	3.6	3.3	3.1	3.6	2.7	2.8	2.6
	東海	3.0	3.2	3.5	3.9	3.0	4.4	3.0
	関西	3.5	3.4	4.0	4.0	3.9	3.4	4.4

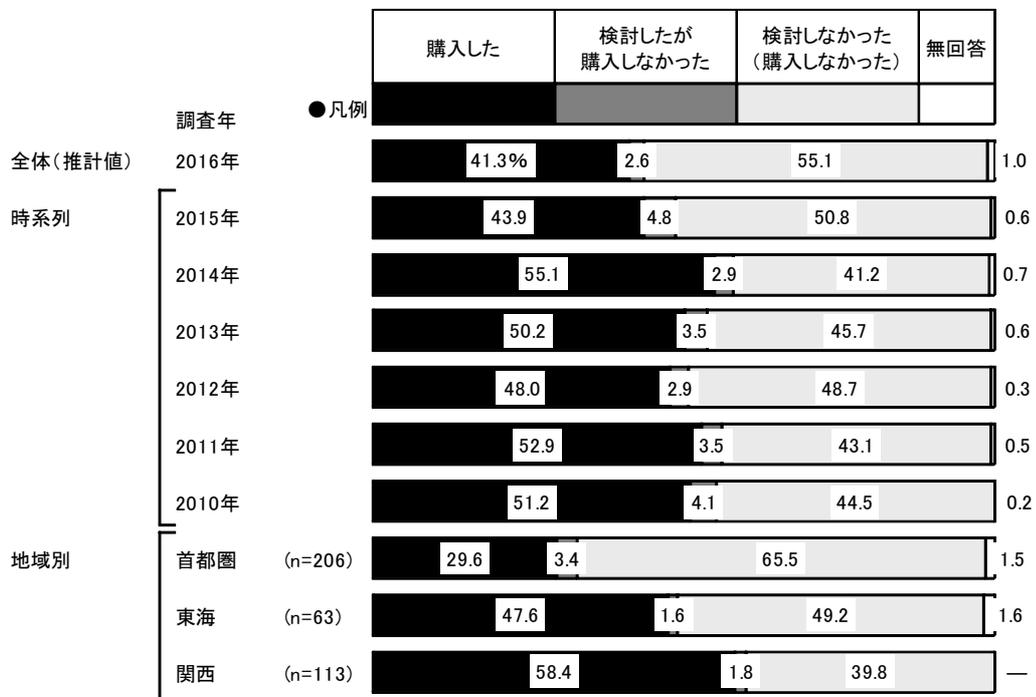


7. エアコン

1) エアコンの購入の有無

● エアコンを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は41%であった。

■ エアコンの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

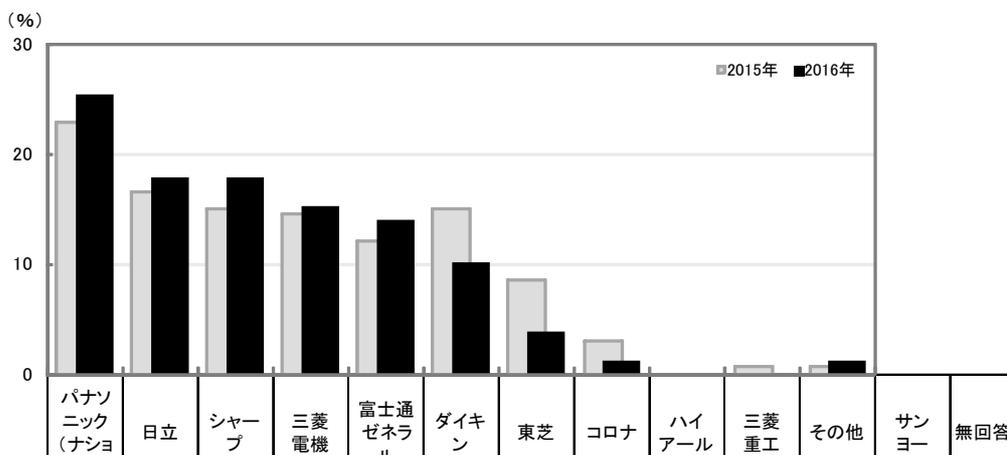




2) 購入したエアコンのメーカー

●エアコン購入者に対して、購入したエアコンのメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が26%、「日立」と「シャープ」がともに18%、「三菱電機」が15%、「富士通ゼネラル」が14%であった。

■購入したエアコンのメーカー(エアコン購入者/複数回答)



	調査年	調査数	メーカー (%)												
			パナソニック(ナショナル)	日立	シャープ	三菱電機	富士通ゼネラル	ダイキン	東芝	コロナ	ハイアール	三菱重工	その他	サンヨー	無回答
全体(推計値)	2016年		25.5	17.9	17.9	15.2	14.0	10.2	3.8	1.3	—	—	1.3	*	0.6
	2015年		22.9	16.5	15.0	14.6	12.1	15.1	8.5	3.0	—	0.6	0.6	*	1.8
	2014年		23.1	14.6	15.2	15.0	14.5	19.8	10.9	0.5	—	0.5	—	*	0.5
	2013年		25.4	14.0	17.3	7.9	14.1	17.2	16.5	0.7	*	1.2	—	0.4	0.2
	2012年		23.8	11.7	18.1	13.0	11.7	16.4	14.0	0.5	*	1.0	0.4	0.9	1.5
	2011年		23.5	12.4	15.6	8.9	18.7	18.9	10.2	1.3	*	1.6	0.2	0.8	0.9
地域別	2010年		21.2	11.7	20.0	13.1	15.8	14.8	12.3	2.3	*	0.9	0.1	0.6	0.9
	首都圏	61	27.9	14.8	14.8	21.3	18.0	6.6	3.3	—	—	—	—	*	—
	東海	30	23.3	20.0	13.3	13.3	16.7	6.7	6.7	6.7	—	—	3.3	*	—
関西	66	24.2	19.7	22.7	10.6	9.1	15.2	3.0	—	—	—	1.5	*	1.5	

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

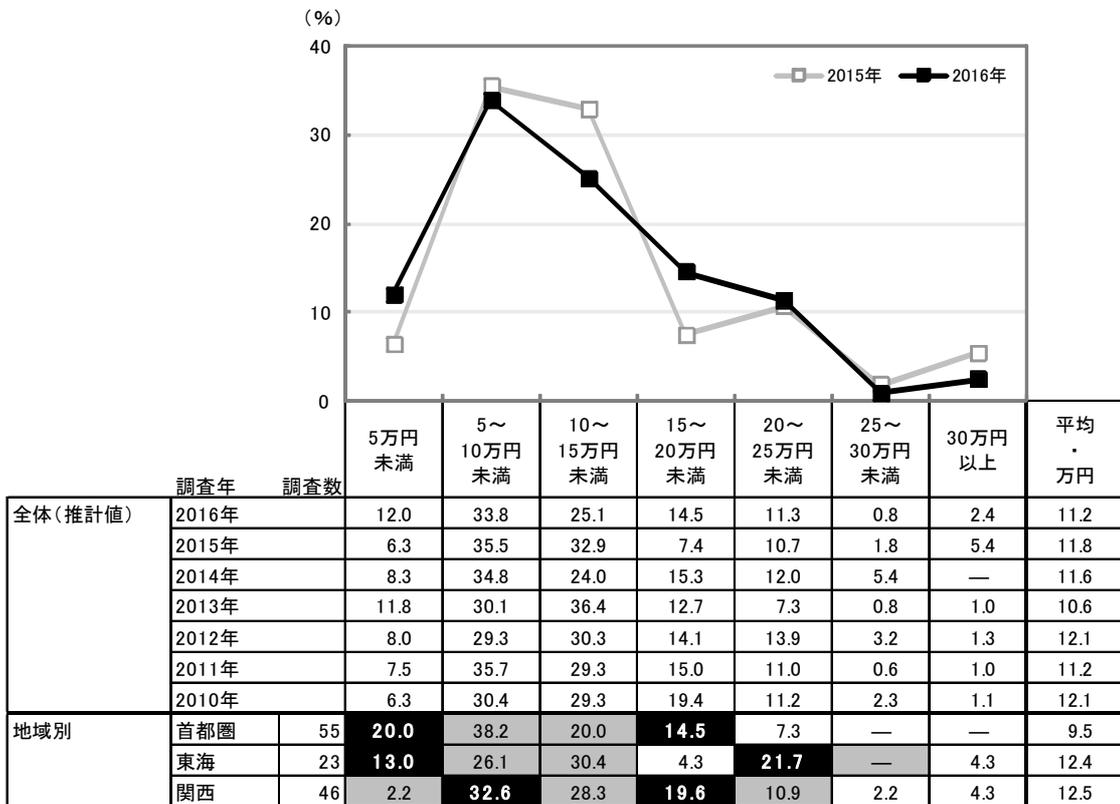
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



3) 購入したエアコン1台の価格

●購入したエアコン1台の価格を尋ねたところ、「5～10万円未満」が34%で最も高く、次いで「10～15万円未満」が25%で続く。平均は11.2万円となった。

■購入したエアコン1台の価格(エアコン購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



※複数台購入した人は、価格が最も高いエアコンについて聞いている

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

調査年	平均価格 (万円)							
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	
全体(推計値)	12.1	11.2	12.1	10.6	11.6	11.8	11.2	
地域別	首都圏	11.8	10.5	11.7	9.6	11.7	9.9	9.5
	東海	12.1	10.5	11.3	10.5	10.7	11.8	12.4
	関西	12.4	12.1	12.9	11.7	12.1	13.6	12.5

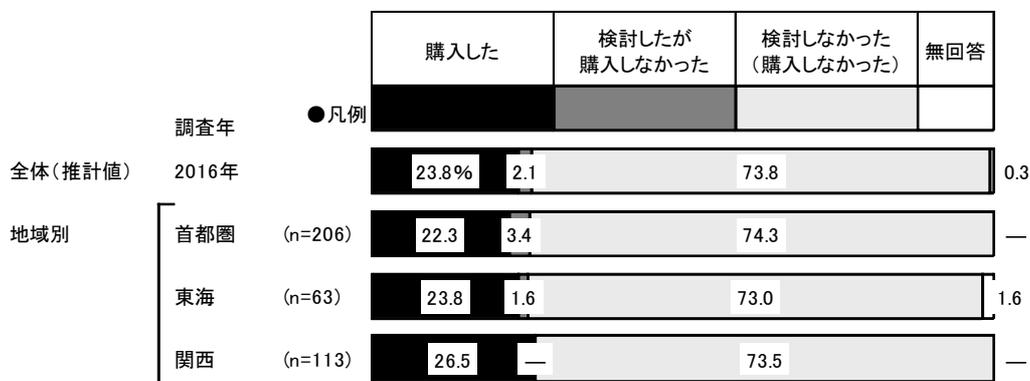


8. 体重計

1) 体重計の購入の有無

●体重計を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は24%であった。

■体重計の購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

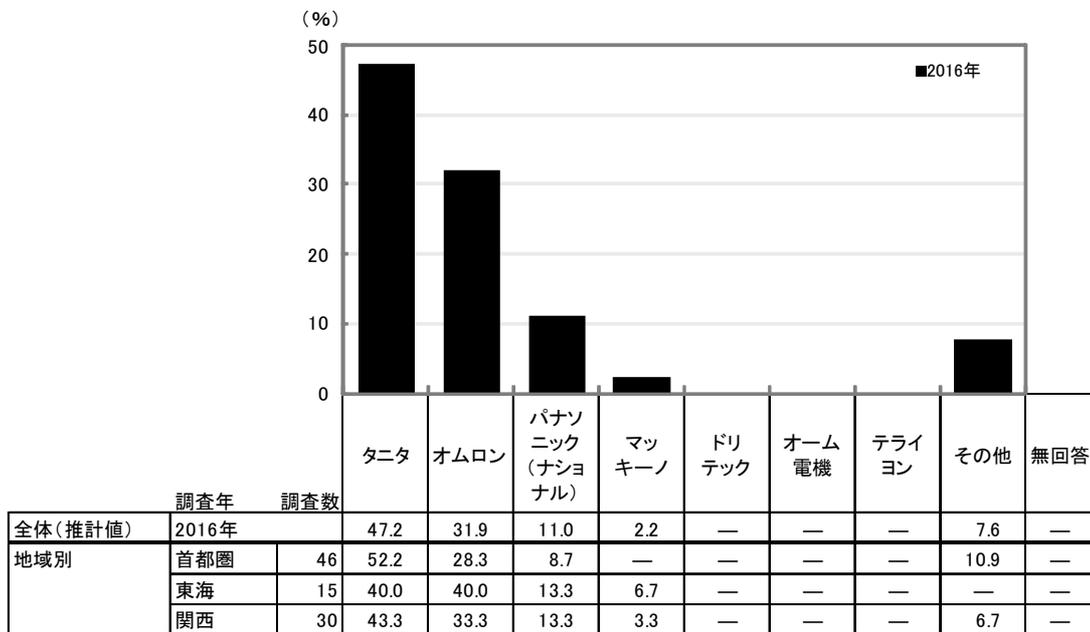




2) 購入した体重計のメーカー

- 体重計購入者に対して、購入した体重計のメーカーを尋ねたところ、「タニタ」が47%、「オムロン」が32%、「パナソニック（ナショナル）」が11%であった。

■ 購入した体重計のメーカー（体重計購入者／複数回答）

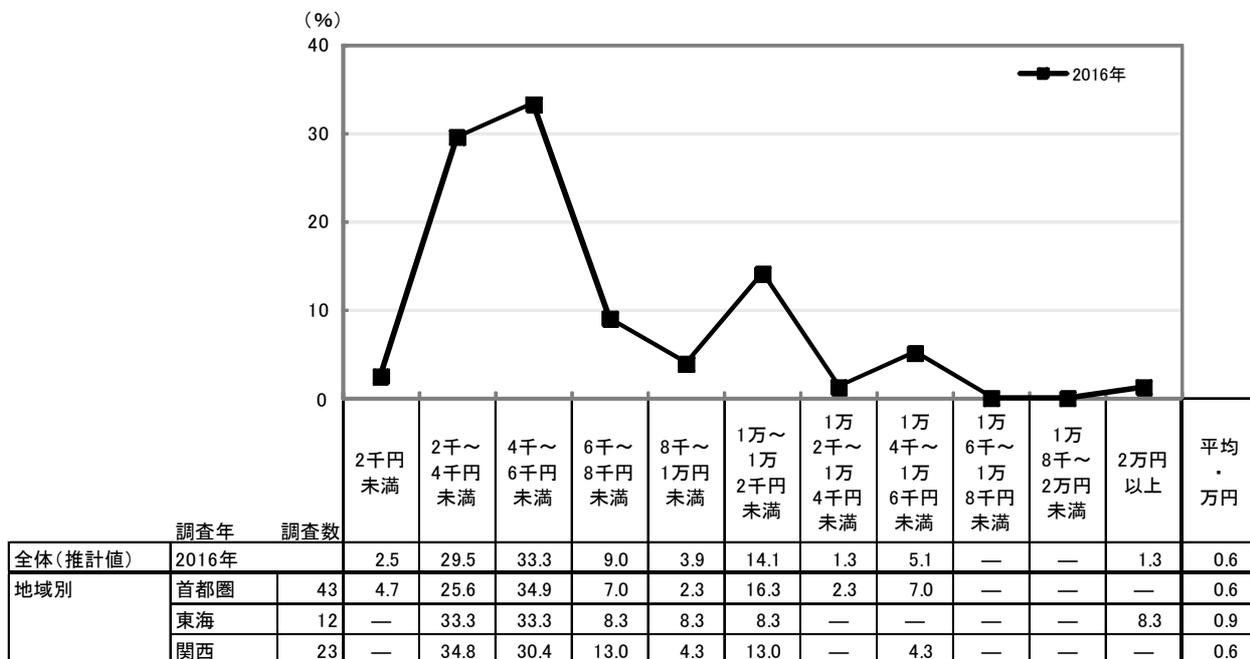




3) 購入した体重計 1 台の価格

●購入した体重計1台の価格を尋ねたところ、「4千～6千円未満」が33%で最も高く、次いで「2千～4千円未満」が30%、「1万～1万2千円未満」が14%で続く。平均は6000円となった。

■購入した体重計 1 台の価格 (体重計購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



※複数台購入した人は、価格が最も高い体重計について聞いている

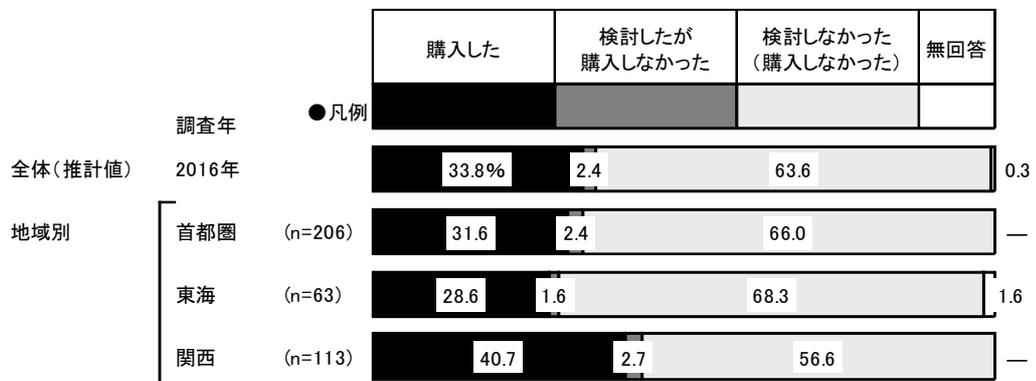


9. ドライヤー

1) ドライヤーの購入の有無

●ドライヤーを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は34%であった。

■ドライヤーの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

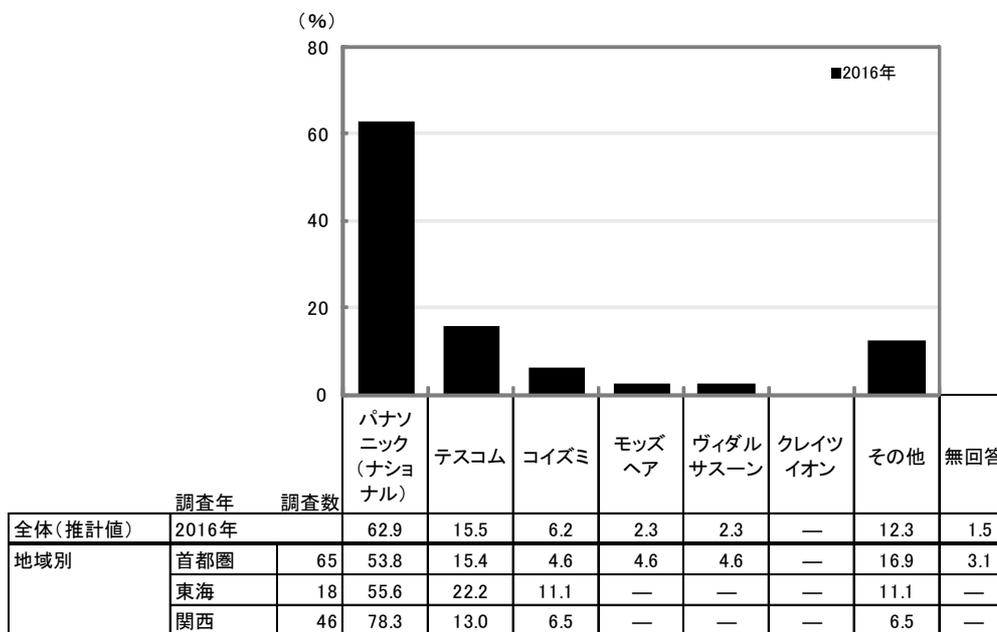




2) 購入したドライヤーのメーカー

●ドライヤー購入者に対して、購入したドライヤーのメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が63%、「テスコム」が16%であった。

■購入したドライヤーのメーカー(ドライヤー購入者/複数回答)

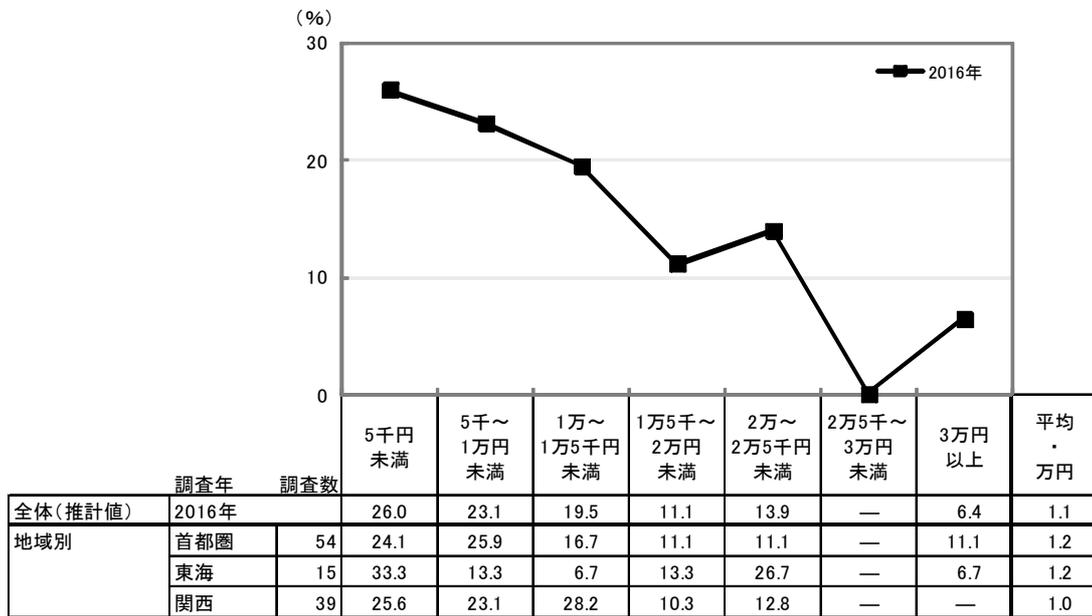




3) 購入したドライヤー1台の価格

●購入したドライヤー1台の価格を尋ねたところ、「5千円未満」が26%で最も高く、次いで「5千～1万円未満」が23%、「1万～1万5千円未満」が20%で続く。平均は1.1万円となった。

■購入したドライヤー1台の価格(ドライヤー購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



※複数台購入した人は、価格が最も高いドライヤーについて聞いている

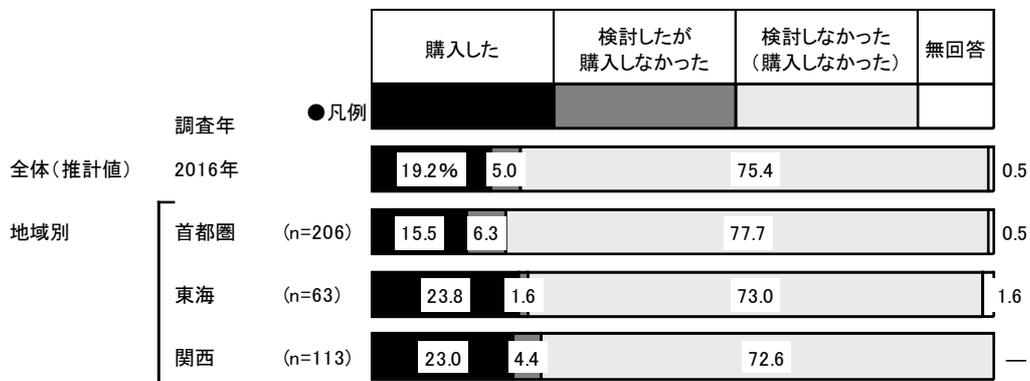


10. ホットプレート

1) ホットプレートの購入の有無

●ホットプレートを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は19%であった。

■ホットプレートの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

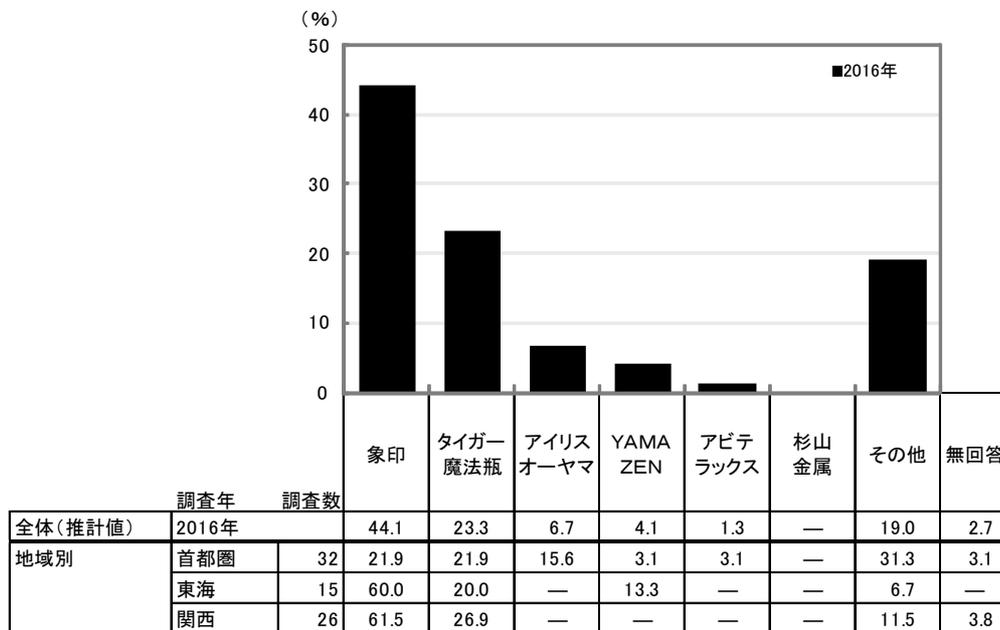




2) 購入したホットプレートのメーカー

- ホットプレート購入者に対して、購入したホットプレートのメーカーを尋ねたところ、「象印」が44%、「タイガー魔法瓶」が23%であった。

■購入したホットプレートのメーカー（ホットプレート購入者／複数回答）

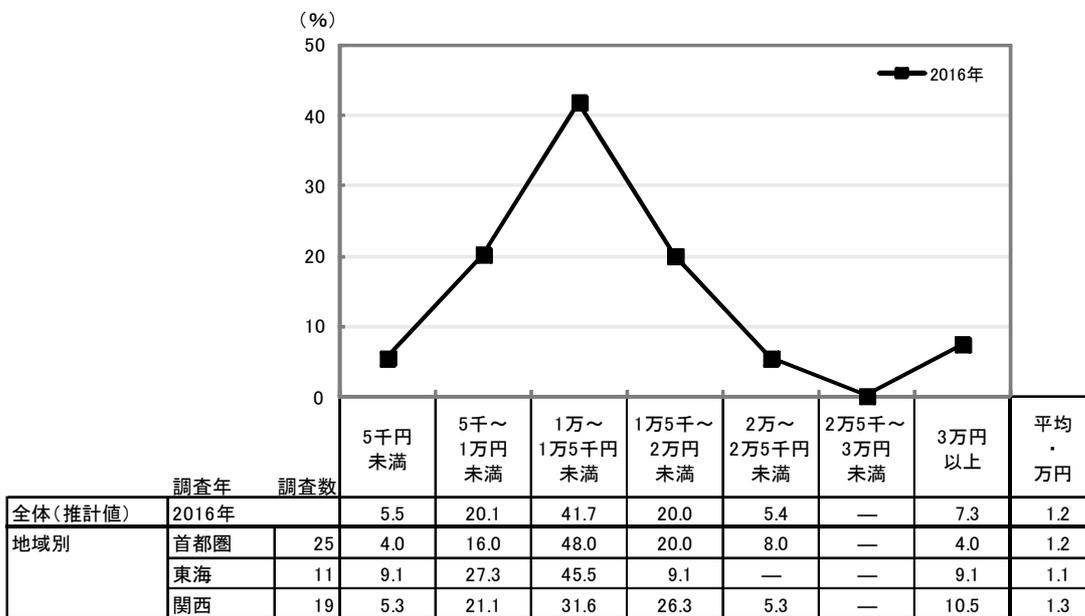




3) 購入したホットプレート 1 台の価格

●購入したホットプレート1台の価格を尋ねたところ、「1万～1万5千円未満」が42%で最も高く、次いで「5千～1万円未満」と「1万5千～2万円未満」がともに20%で続く。平均は1.2万円となった。

■購入したホットプレート1台の価格(ホットプレート購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



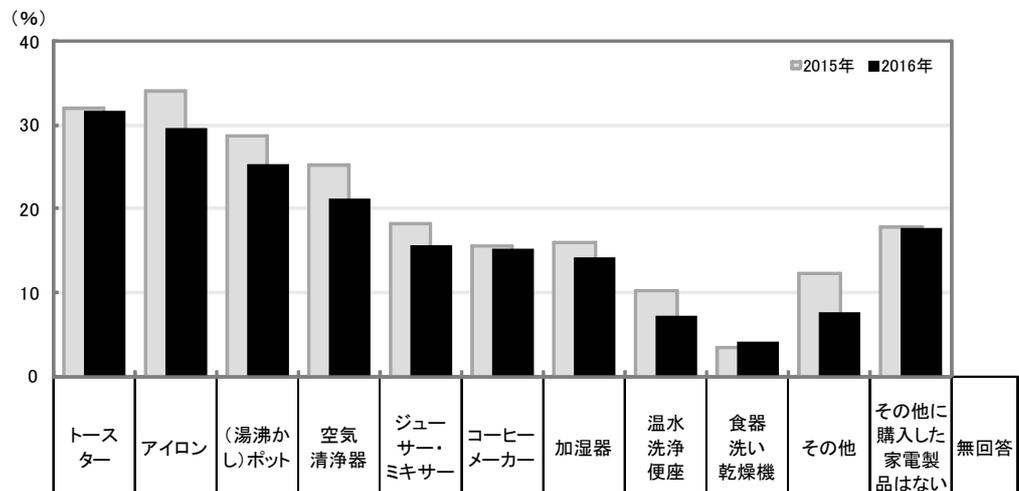
※複数台購入した人は、価格が最も高いホットプレートについて聞いている



11. その他の家電製品

- その他に購入した家電製品を尋ねたところ、「トースター」が32%で最も高く、次いで「アイロン」が30%、「(湯沸かし)ポット」が25%、「空気清浄器」が21%で続く。

■その他の家電製品の購入の有無(家電製品購入者/複数回答)



	調査年		調査数											
	調査年	調査数	トースター	アイロン	(湯沸かし)ポット	空気清浄器	ジューサー・ミキサー	コーヒーメーカー	加湿器	温水洗浄便座	食器洗い乾燥機	その他	その他に購入した家電製品はない	無回答
全体(推計値)	2016年		31.7	29.6	25.4	21.2	15.7	15.2	14.2	7.3	4.2	7.6	17.8	4.7
	2015年		31.9	34.1	28.6	25.3	18.2	15.6	16.0	10.2	3.3	12.3	17.9	3.8
	2014年		36.7	33.1	30.3	23.8	17.9	10.1	16.4	9.2	5.4	10.7	*	23.3
	2013年		33.2	30.4	30.6	24.0	19.0	11.9	17.5	7.9	4.3	13.8	*	21.1
	2012年		32.1	32.0	30.2	22.2	13.5	12.7	19.3	7.3	5.1	14.4	*	24.7
	2011年		31.4	32.4	32.9	24.1	14.8	12.4	20.6	10.3	5.2	16.0	*	20.9
地域別	2010年		33.4	30.5	36.4	24.1	14.7	13.6	22.8	10.3	5.2	15.1	*	19.6
	首都圏	206	27.2	25.7	28.2	18.9	16.5	14.1	11.7	9.2	1.9	8.7	19.9	4.9
	東海	63	36.5	33.3	23.8	12.7	17.5	19.0	15.9	6.3	7.9	7.9	12.7	1.6
関西	113	37.2	34.5	21.2	30.1	13.3	15.0	17.7	4.4	6.2	5.3	16.8	6.2	

※2013年までは「食器洗い乾燥機」の購入の有無を個別に聞いている

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



第6章

AV家電・マルチメディア家電のアイテム別購入実態



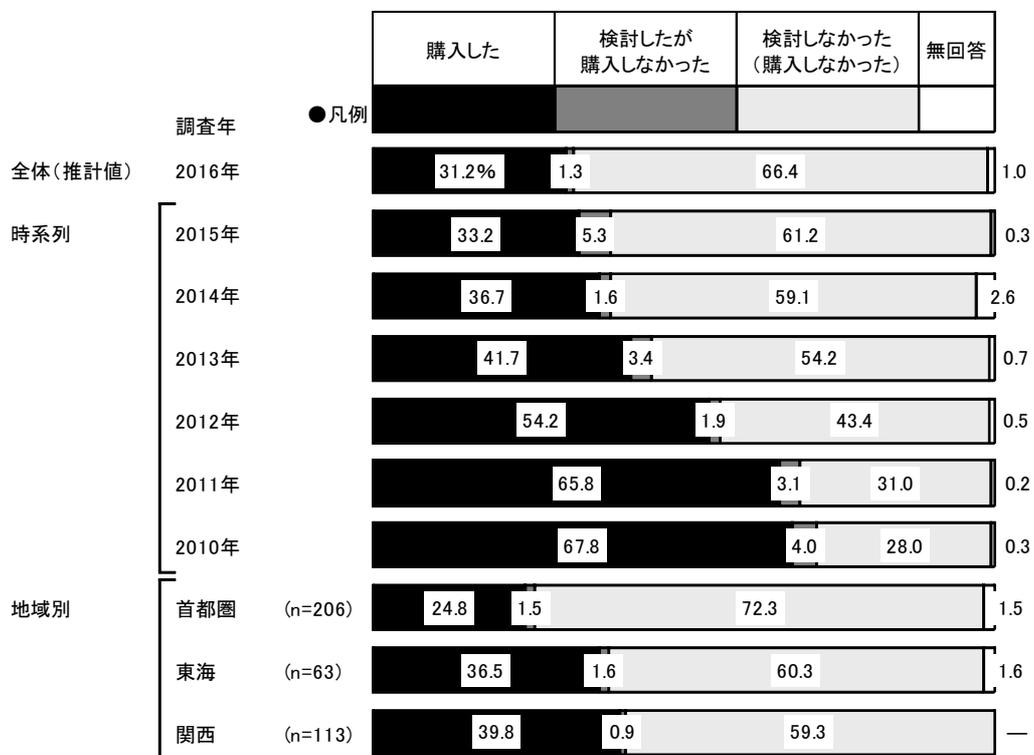


1. テレビ

1) テレビの購入の有無

●家電製品購入者に対して、テレビを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は31%であった。

■テレビの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

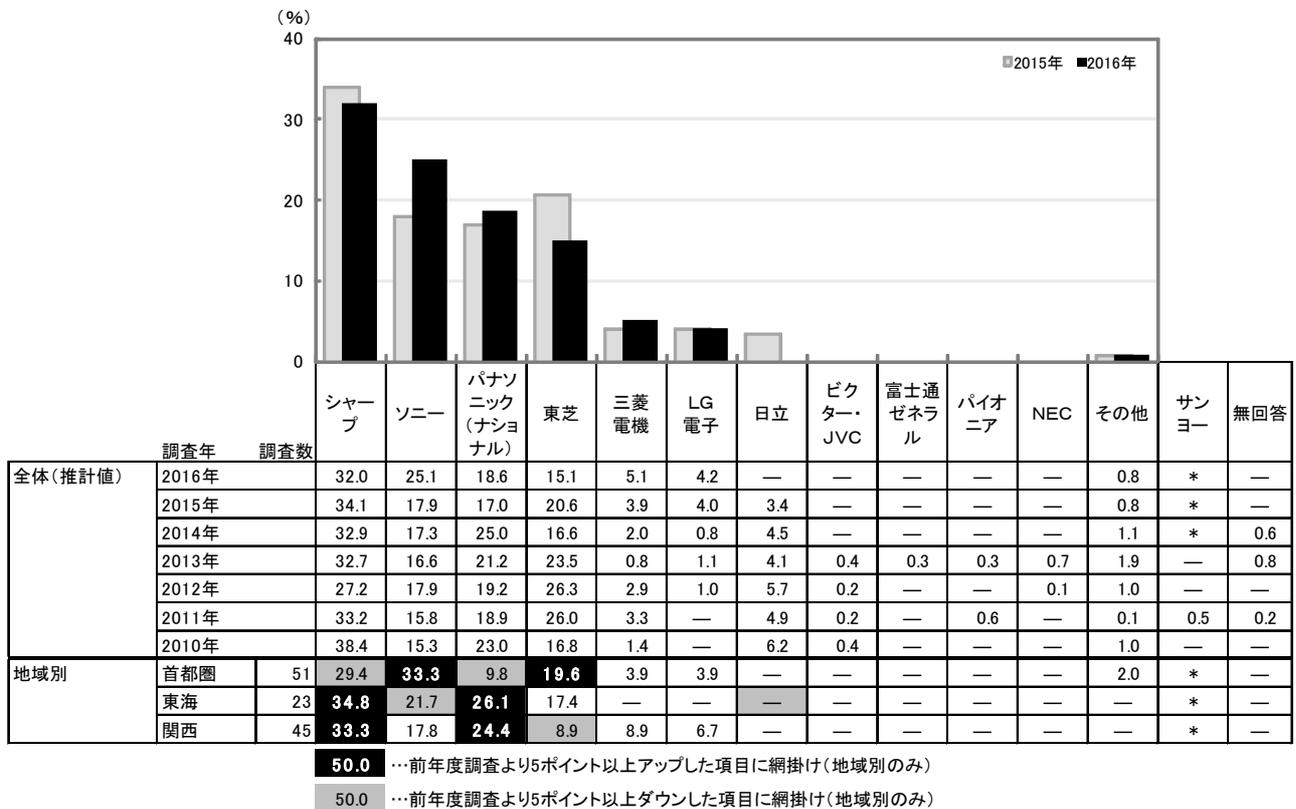




2) 購入したテレビのメーカー

- テレビ購入者に対して、購入したテレビのメーカーを尋ねたところ、「シャープ」が32%、「ソニー」が25%、「パナソニック（ナショナル）」が19%、「東芝」が15%であった。

■ 購入したテレビのメーカー（テレビ購入者／複数回答）

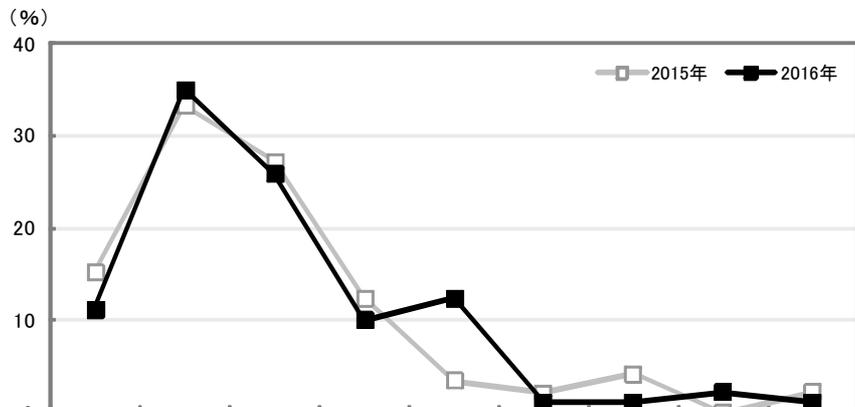




3) 購入したテレビ 1 台の価格

●購入したテレビ1台の価格を尋ねたところ、「5～10万円未満」が35%で最も高く、次いで「10～15万円未満」が26%で続く。平均は11.5万円となった。

■購入したテレビ 1 台の価格(テレビ購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



		調査年	調査数	5万円未満	5～10万円未満	10～15万円未満	15～20万円未満	20～25万円未満	25～30万円未満	30～35万円未満	35～40万円未満	40万円以上	平均・万円
全体(推計値)	2016年			11.1	34.9	25.9	10.1	12.4	1.1	1.1	2.3	1.1	11.5
	2015年			15.2	33.2	27.2	12.4	3.5	2.2	4.2	—	2.2	11.0
	2014年			15.1	43.8	23.6	10.7	4.8	0.8	1.1	—	—	9.4
	2013年			22.4	34.8	21.9	9.6	5.7	2.0	2.0	0.6	1.0	10.0
	2012年			9.5	33.0	30.6	14.2	7.9	2.1	1.9	0.6	0.2	11.2
	2011年			2.3	26.9	39.9	15.8	8.9	2.4	1.6	0.7	1.6	13.0
	2010年			1.8	14.5	31.9	23.6	17.4	4.9	2.8	1.7	1.2	15.7
地域別	首都圏	40		20.0	27.5	25.0	15.0	7.5	2.5	—	—	2.5	11.0
	東海	19		—	47.4	31.6	—	15.8	—	5.3	—	—	11.3
	関西	30		6.7	36.7	23.3	10.0	16.7	—	—	6.7	—	12.3

※複数台購入した人は、価格が最も高いテレビについて聞いている

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

(万円)

		調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			15.7	13.0	11.2	10.0	9.4	11.0	11.5
地域別	首都圏		15.4	13.0	11.2	9.6	9.7	10.0	11.0
	東海		16.5	12.9	11.2	10.0	8.8	12.4	11.3
	関西		15.8	13.1	11.2	10.8	9.3	11.5	12.3

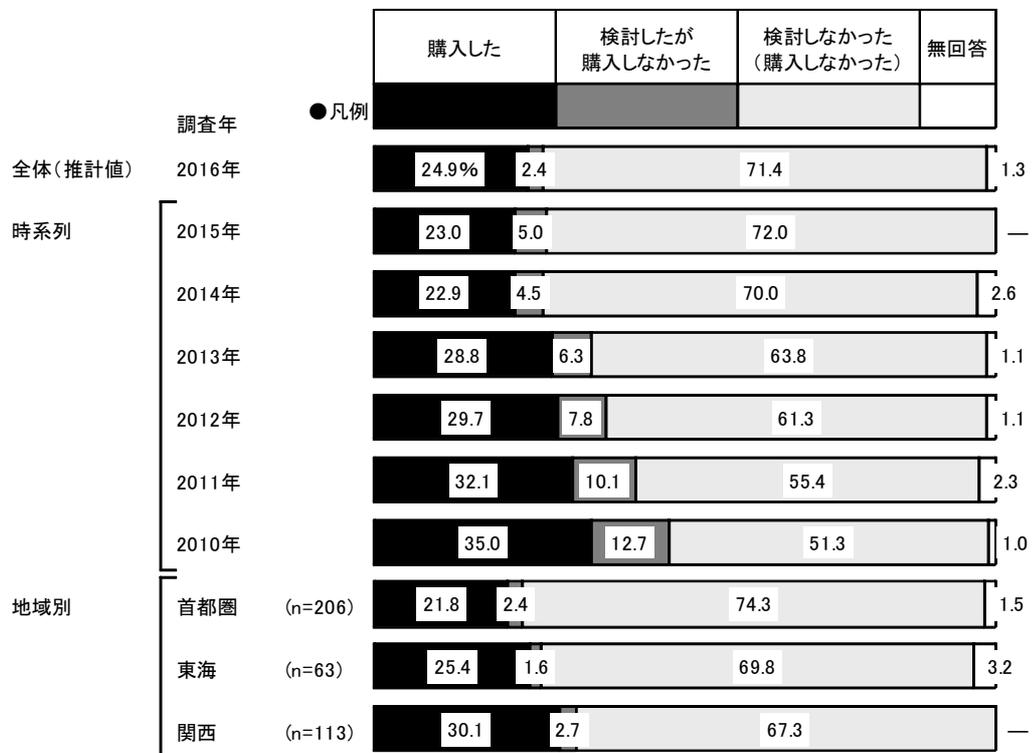


2. ブルーレイ・DVDレコーダー

1) ブルーレイ・DVDレコーダーの購入の有無

- ブルーレイ・DVDレコーダーを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は25%であった。

■ブルーレイ・DVDレコーダーの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)



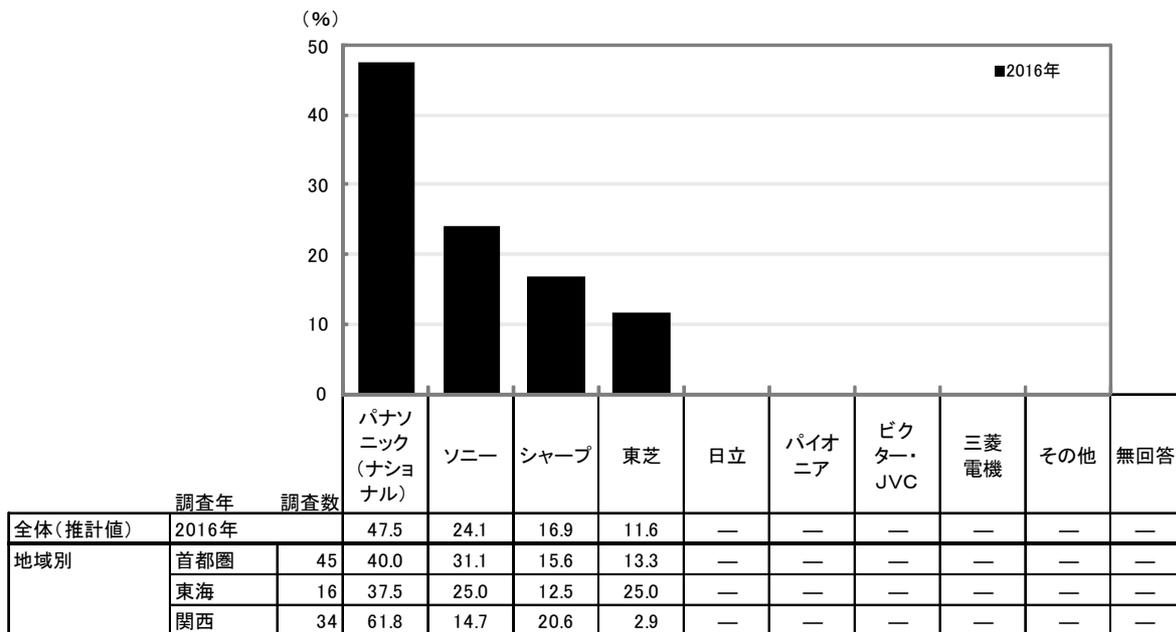
※2011年からは「ブルーレイ・DVD録画機能がついたテレビは含めない」旨の注釈を追加している



2) 購入したブルーレイ・DVDレコーダーのメーカー

- ブルーレイ・DVDレコーダー購入者に対して、購入したブルーレイ・DVDレコーダーのメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が48%、「ソニー」が24%、「シャープ」が17%、「東芝」が12%であった。

■購入したブルーレイ・DVDレコーダーのメーカー(ブルーレイ・DVDレコーダー購入者/複数回答)



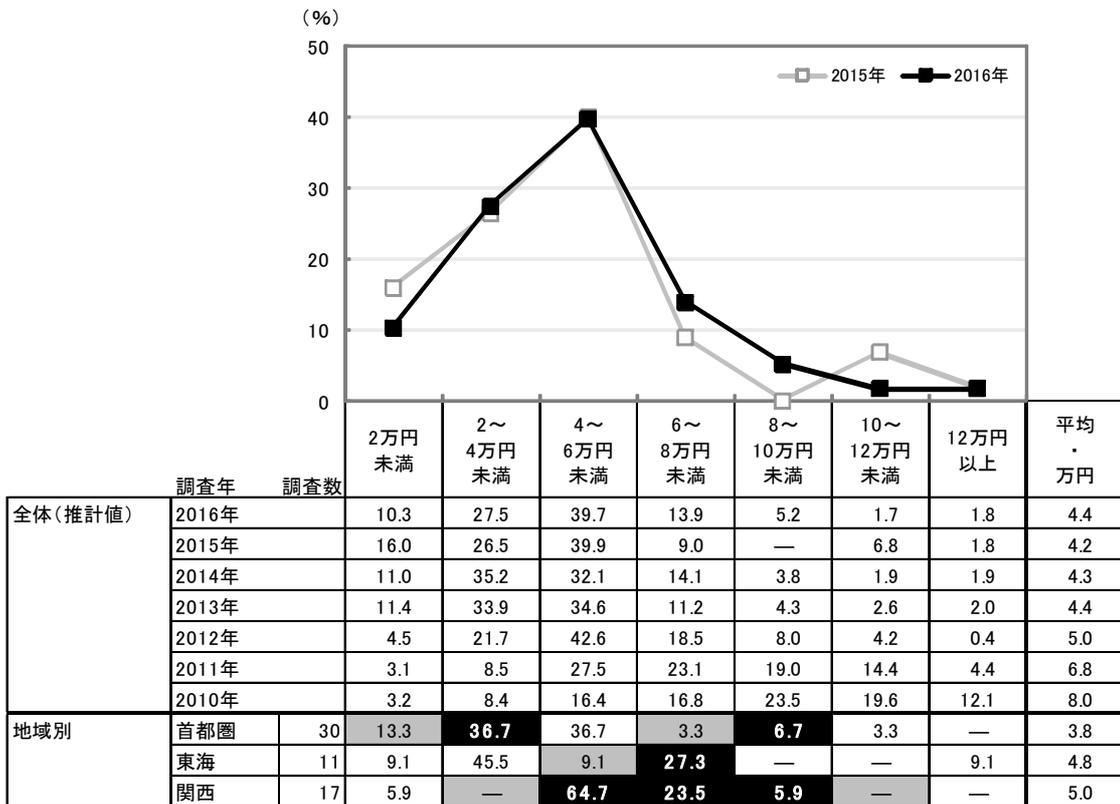


3) 購入したブルーレイ・DVDレコーダー1台の価格

- 購入したブルーレイ・DVDレコーダー1台の価格を尋ねたところ、「4～6万円未満」が40%で最も高く、次いで「2～4万円未満」が28%で続く。平均は4.4万円となった。

■ 購入したブルーレイ・DVDレコーダー1台の価格

(ブルーレイ・DVDレコーダー購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



※複数台購入した人は、価格が最も高いブルーレイ・DVDレコーダーについて聞いている

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼ 平均の推移

調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		8.0	6.8	5.0	4.4	4.3	4.2	4.4
地域別	首都圏	7.7	6.9	5.1	4.1	4.6	3.9	3.8
	東海	8.1	6.7	5.0	4.2	4.0	4.1	4.8
	関西	8.3	6.6	4.9	4.8	3.9	4.8	5.0

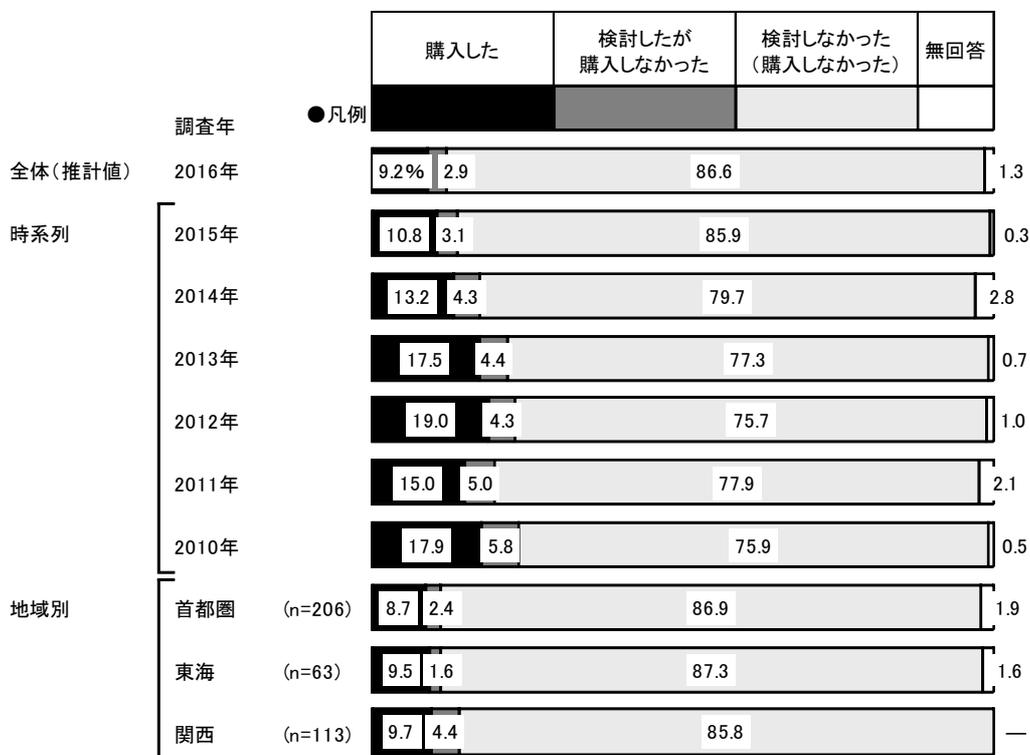


3. ビデオカメラ

1)ビデオカメラの購入の有無

●ビデオカメラを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は9%であった。

■ビデオカメラの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

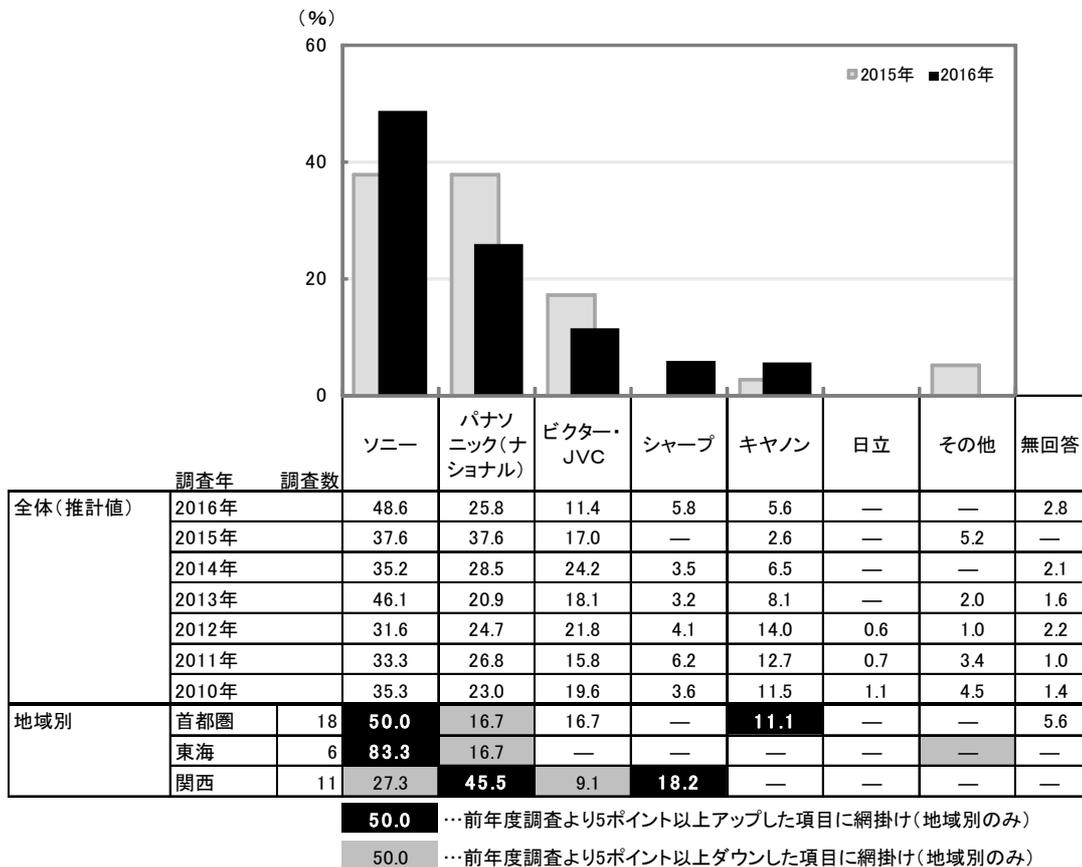




2) 購入したビデオカメラのメーカー

- ビデオカメラ購入者に対して、購入したビデオカメラのメーカーを尋ねたところ、「ソニー」が49%、「パナソニック(ナショナル)」が26%、「ビクター・JVC」が11%であった。

■購入したビデオカメラのメーカー(ビデオカメラ購入者/単一回答)

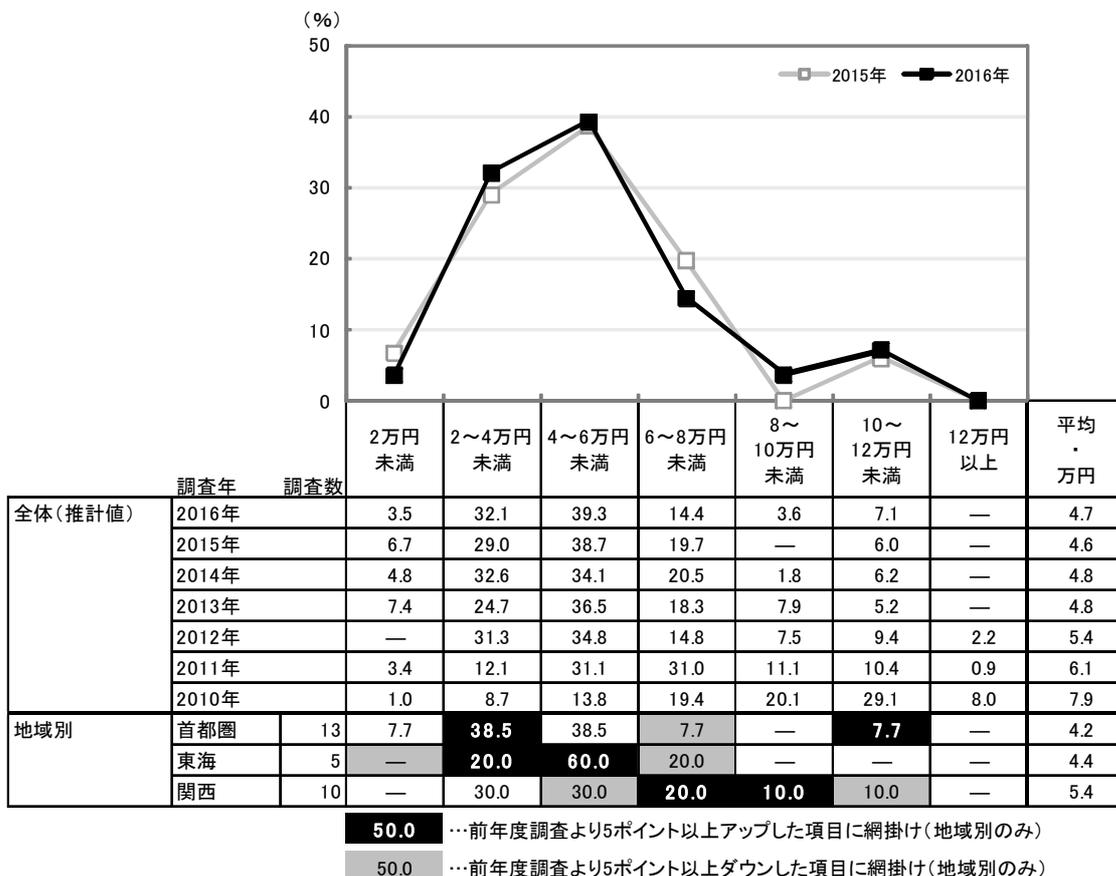




3) 購入したビデオカメラの価格

●購入したビデオカメラの価格を尋ねたところ、「4～6万円未満」が39%で最も高く、次いで「2～4万円未満」が32%、「6～8万円未満」が14%で続く。平均は4.7万円となった。

■購入したビデオカメラの価格(ビデオカメラ購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼平均の推移

		(万円)							
		調査年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			7.9	6.1	5.4	4.8	4.8	4.6	4.7
地域別	首都圏		7.5	5.8	5.1	4.8	4.3	4.3	4.2
	東海		8.6	6.8	5.9	4.6	6.4	4.4	4.4
	関西		8.3	6.3	5.7	4.8	4.8	5.2	5.4

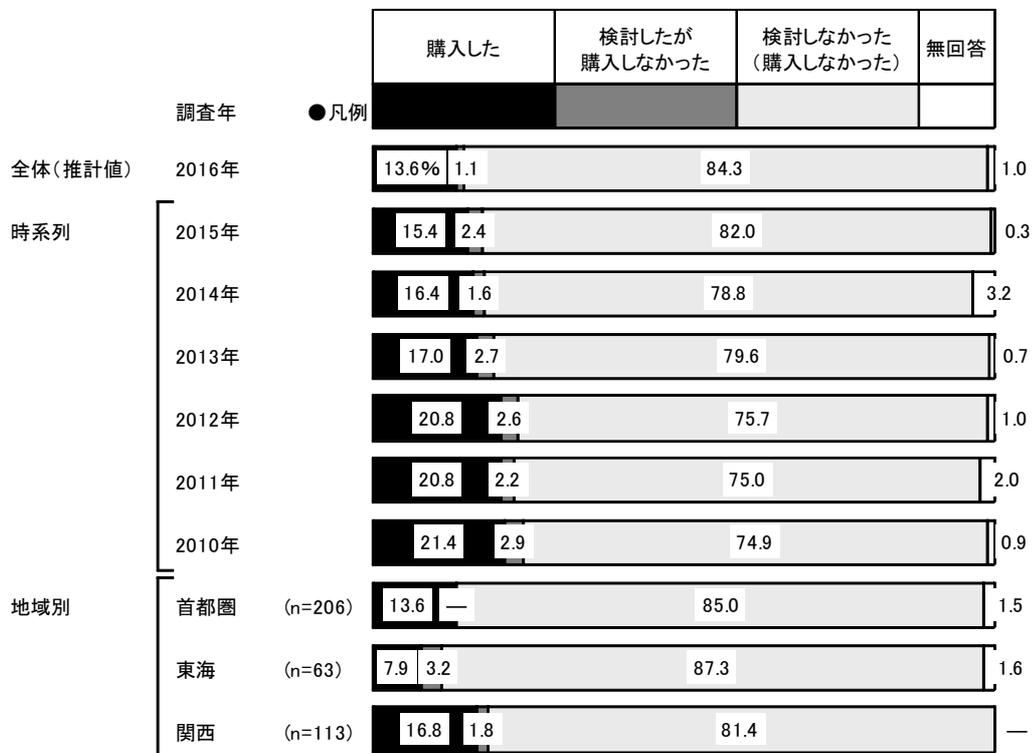


4. デジタルカメラ

1) デジタルカメラの購入の有無

●デジタルカメラを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は14%であった。

■デジタルカメラの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

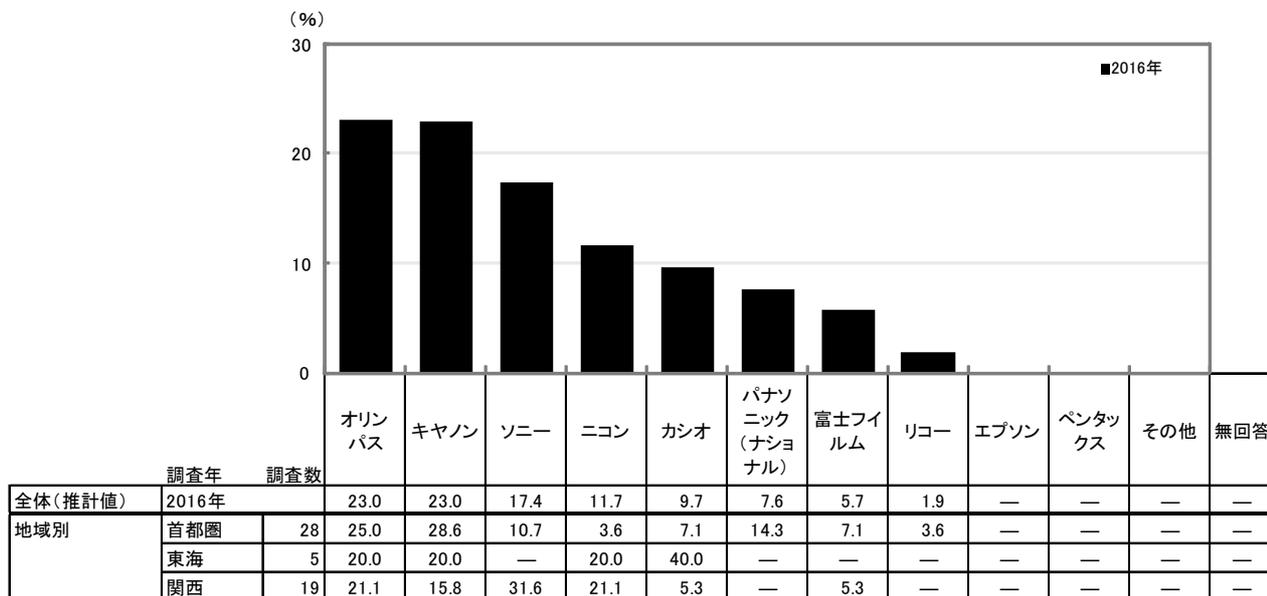




2) 購入したデジタルカメラのメーカー

●デジタルカメラ購入者に対して、購入したデジタルカメラのメーカーを尋ねたところ、「オリンパス」と「キヤノン」がともに23%、「ソニー」が17%であった。

■購入したデジタルカメラのメーカー（デジタルカメラ購入者／単一回答）

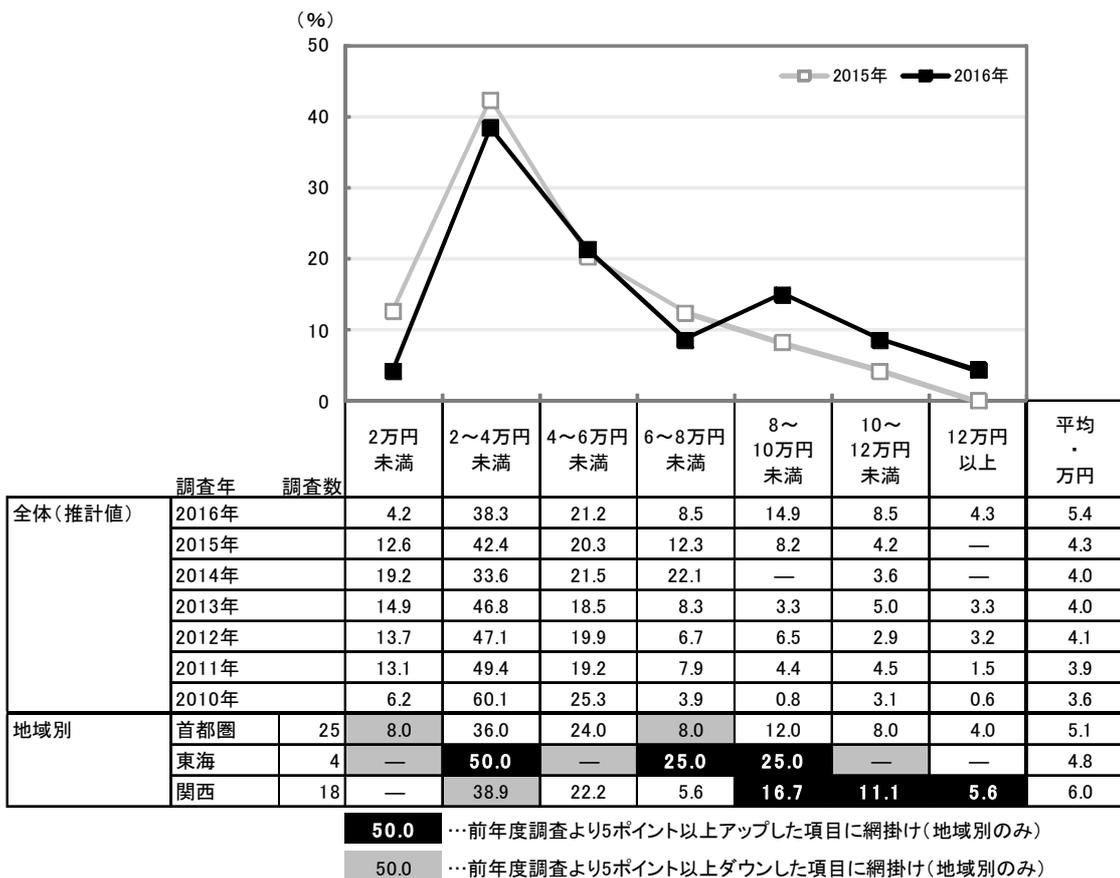




3) 購入したデジタルカメラの価格

- 購入したデジタルカメラの価格を尋ねたところ、「2～4万円未満」が38%で最も高く、次いで「4～6万円未満」が21%、「8～10万円未満」が15%で続く。平均は5.4万円となった。

■ 購入したデジタルカメラの価格(デジタルカメラ購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



▼ 平均の推移

調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		3.6	3.9	4.1	4.0	4.0	4.3	5.4
地域別	首都圏	3.6	4.0	4.1	4.1	3.8	4.4	5.1
	東海	3.7	4.4	4.4	3.8	4.6	4.2	4.8
	関西	3.5	3.6	3.8	4.1	4.1	3.9	6.0

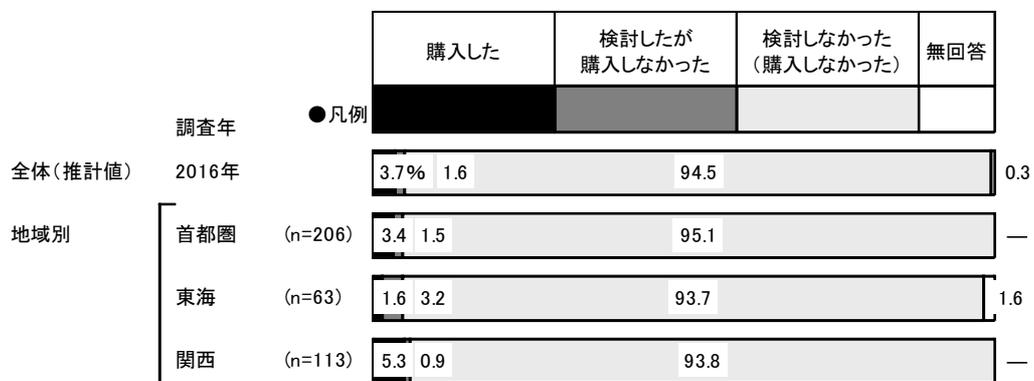


5. 家庭用固定電話機

1) 家庭用固定電話機の購入の有無

●家庭用固定電話機を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は4%であった。

■家庭用固定電話機の購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

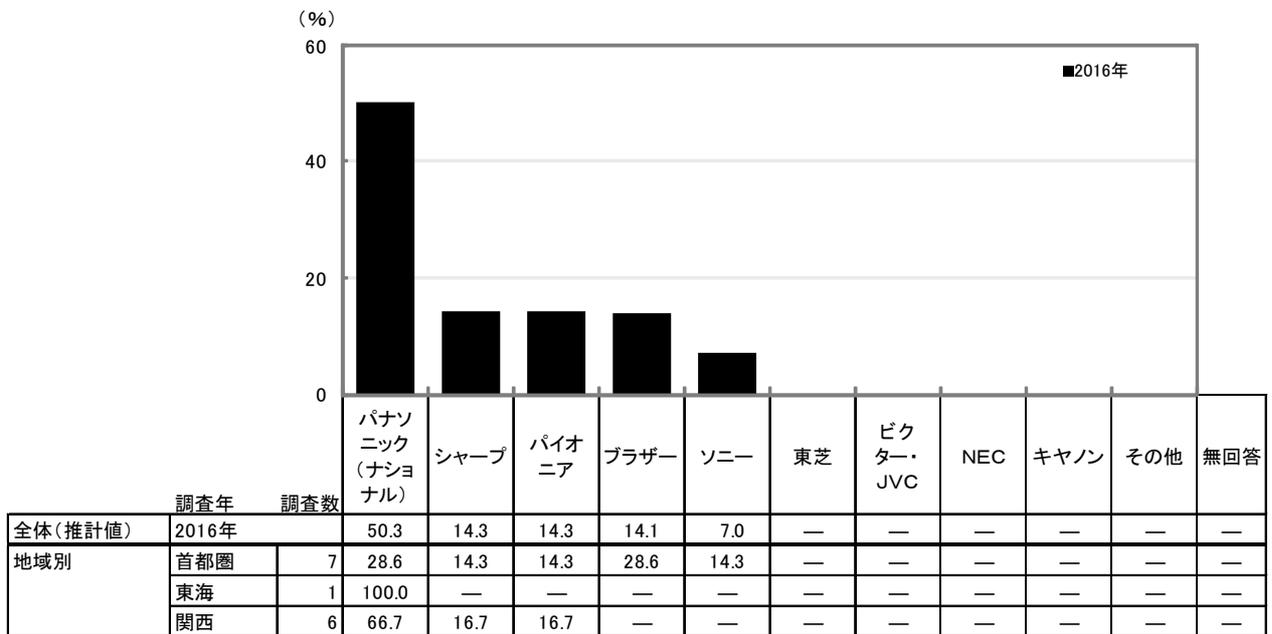




2) 購入した家庭用固定電話機のメーカー

●家庭用固定電話機購入者に対して、購入した家庭用固定電話機のメーカーを尋ねたところ、「パナソニック(ナショナル)」が50%、「シャープ」「パイオニア」「ブラザー」がともに14%であった。

■購入した家庭用固定電話機のメーカー(家庭用固定電話機購入者/複数回答)

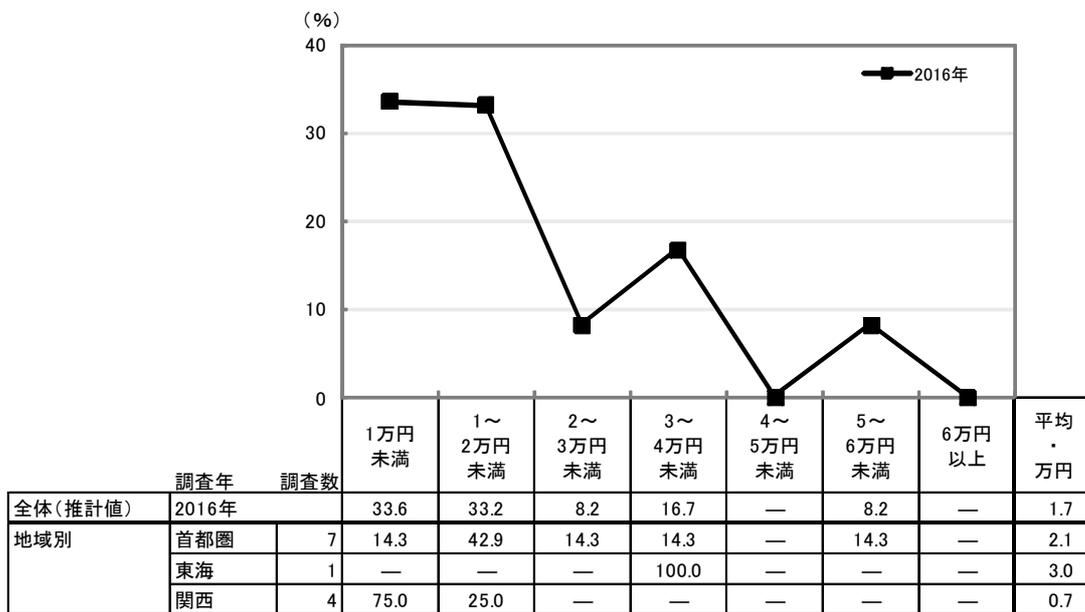




3) 購入した家庭用固定電話機 1 台の価格

●購入した家庭用固定電話機1台の価格を尋ねたところ、「1万円未満」が34%で最も高く、次いで「1～2万円未満」が33%、「3～4万円未満」が17%で続く。平均は1.7万円となった。

■購入した家庭用固定電話機 1 台の価格(家庭用固定電話機購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



※複数台購入した人は、価格が最も高い家庭用固定電話機について聞いている

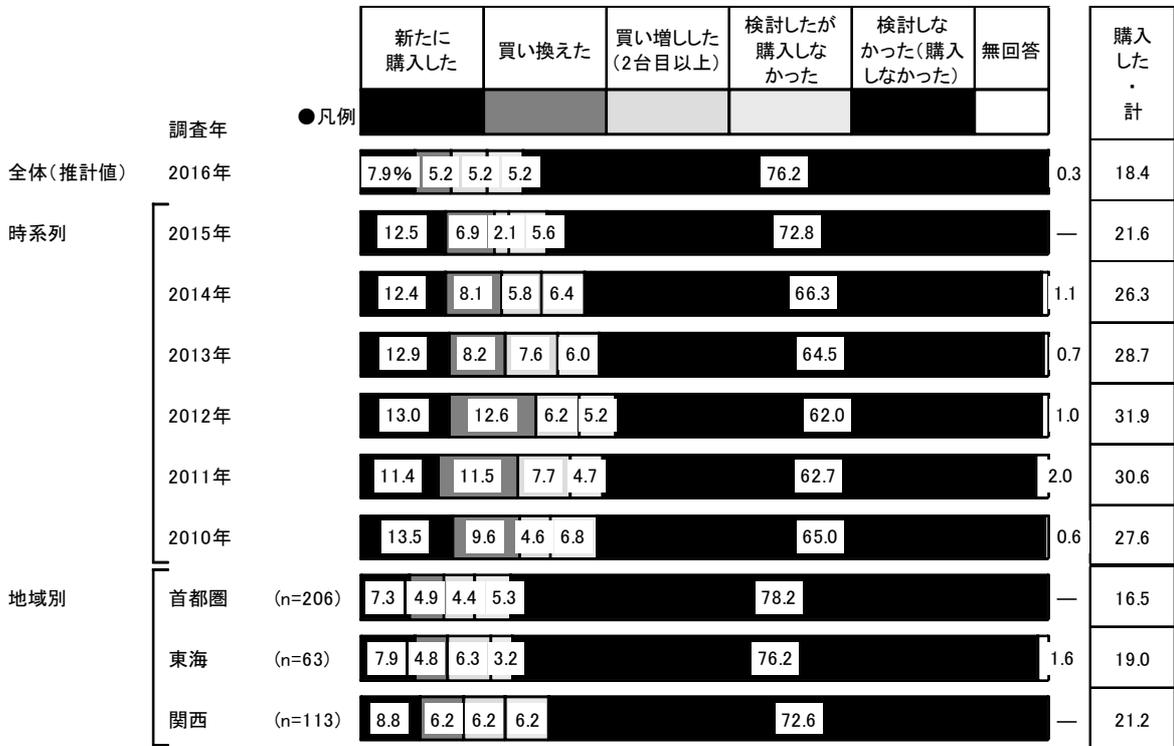


6. パソコン

1) パソコンの購入の有無

●パソコンを購入したかを尋ねたところ、「新たに購入した」人は8%、「買い換えた」人と「買い増した(2台目以上)」人はともに5%であった。パソコンを「購入した・計」は18%であった。

■パソコンの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)

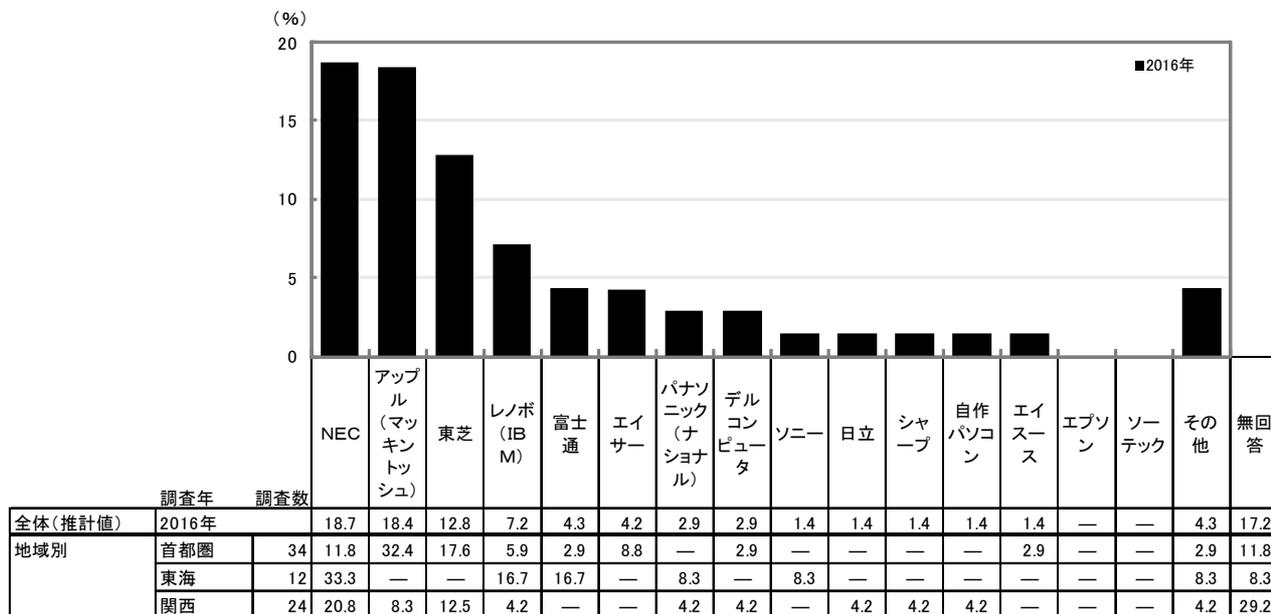




2) 購入したパソコンのメーカー

●パソコン購入者に対して、購入したパソコンのメーカーを尋ねたところ、「NEC」が19%、「アップル(マッキントッシュ)」が18%、「東芝」が13%であった。

■購入したパソコンのメーカー(パソコン購入者/複数回答)

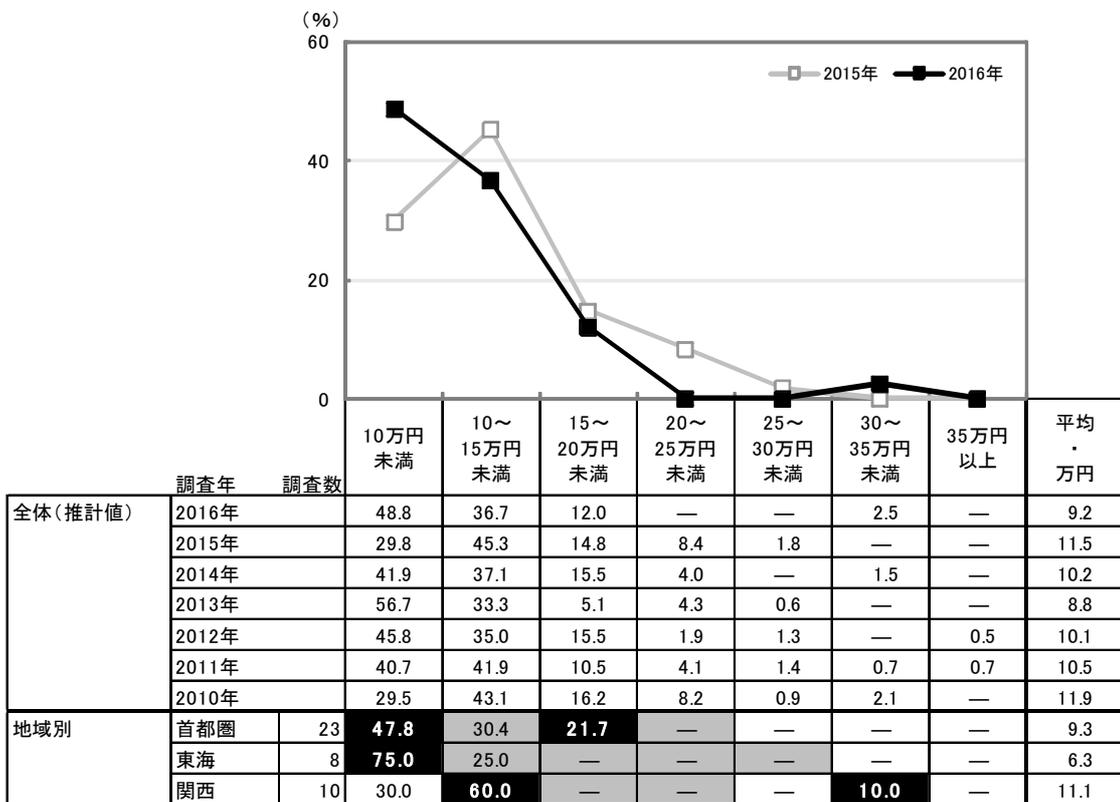




3) 購入したパソコン1台の価格

●購入したパソコン1台の価格を尋ねたところ、「10万円未満」が49%で最も高く、次いで「10～15万円未満」が37%で続く。平均は9.2万円となった。

■購入したパソコン1台の価格(パソコン購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



※複数台購入した人は、価格が最も高いパソコンについて聞いている

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

調査年		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)		11.9	10.5	10.1	8.8	10.2	11.5	9.2
地域別	首都圏	11.7	10.5	10.2	8.9	10.5	11.0	9.3
	東海	11.6	11.8	9.9	8.2	9.5	14.1	6.3
	関西	12.6	9.6	10.1	9.0	10.3	11.2	11.1

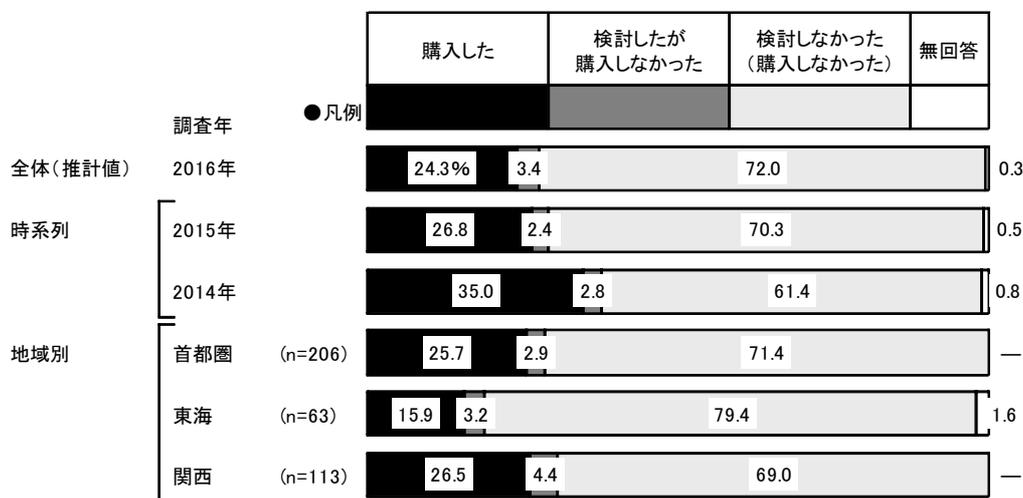


7. カラープリンタ

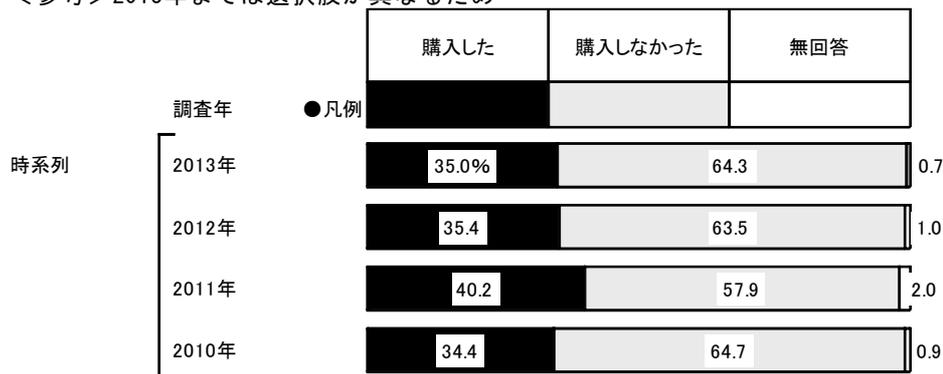
1) カラープリンタの購入の有無

●カラープリンタを購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は24%であった。

■カラープリンタの購入の有無(家電製品購入者/単一回答)



<参考> 2013年までは選択肢が異なるため

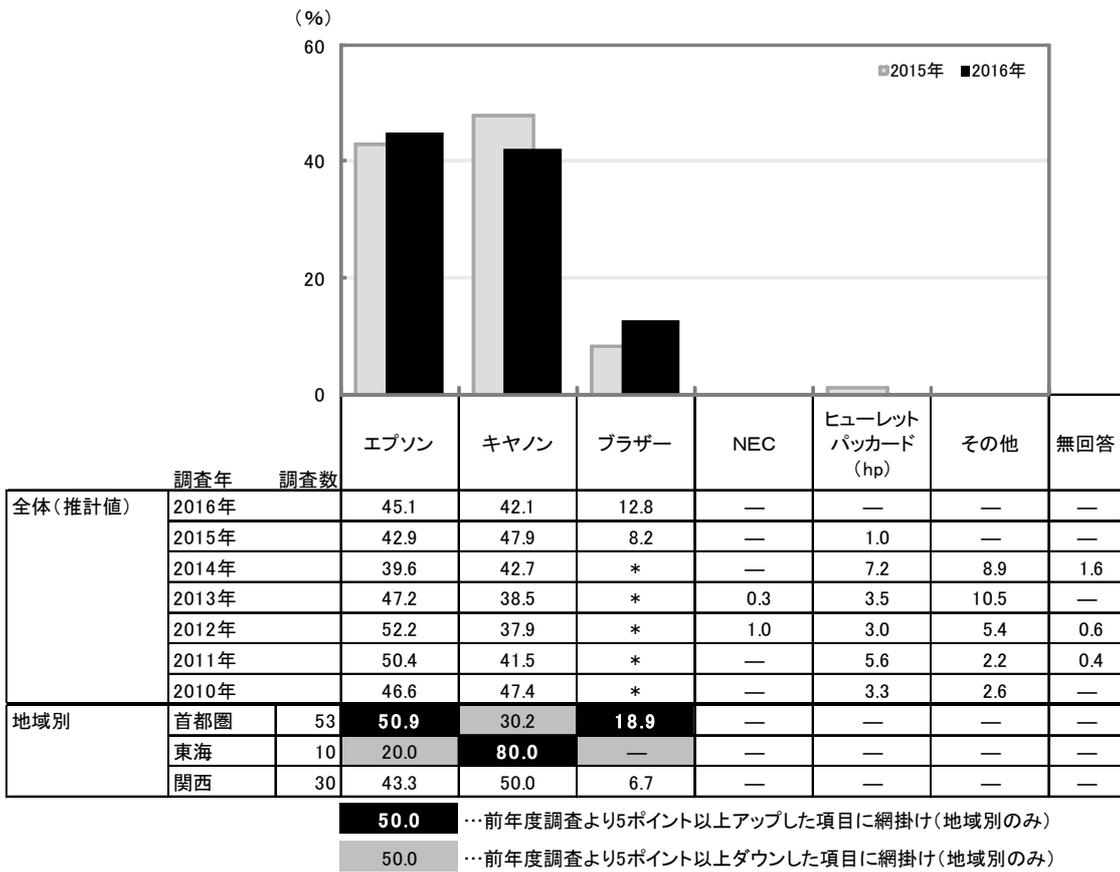




2) 購入したカラープリンタのメーカー

●カラープリンタ購入者に対して、購入したカラープリンタのメーカーを尋ねたところ、「エプソン」が45%、「キヤノン」が42%であった。

■購入したカラープリンタのメーカー(カラープリンタ購入者/単一回答)

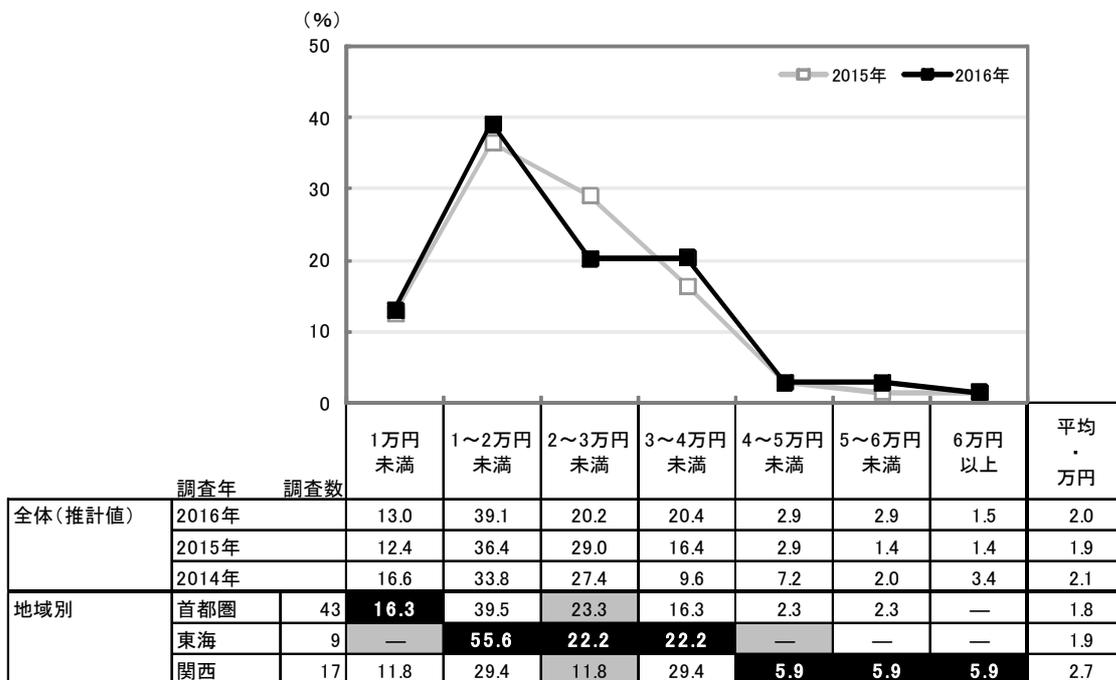




3) 購入したカラープリンタの価格

●購入したカラープリンタの価格を尋ねたところ、「1～2万円未満」が39%で最も高く、次いで「2～3万円未満」と「3～4万円未満」がともに20%で続く。平均は2.0万円となった。

■購入したカラープリンタの価格(カラープリンタ購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		(万円)			
		調査年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			2.1	1.9	2.0
地域別	首都圏		2.1	1.9	1.8
	東海		2.3	1.9	1.9
	関西		2.0	1.9	2.7

第7章

その他のアイテムの購入実態



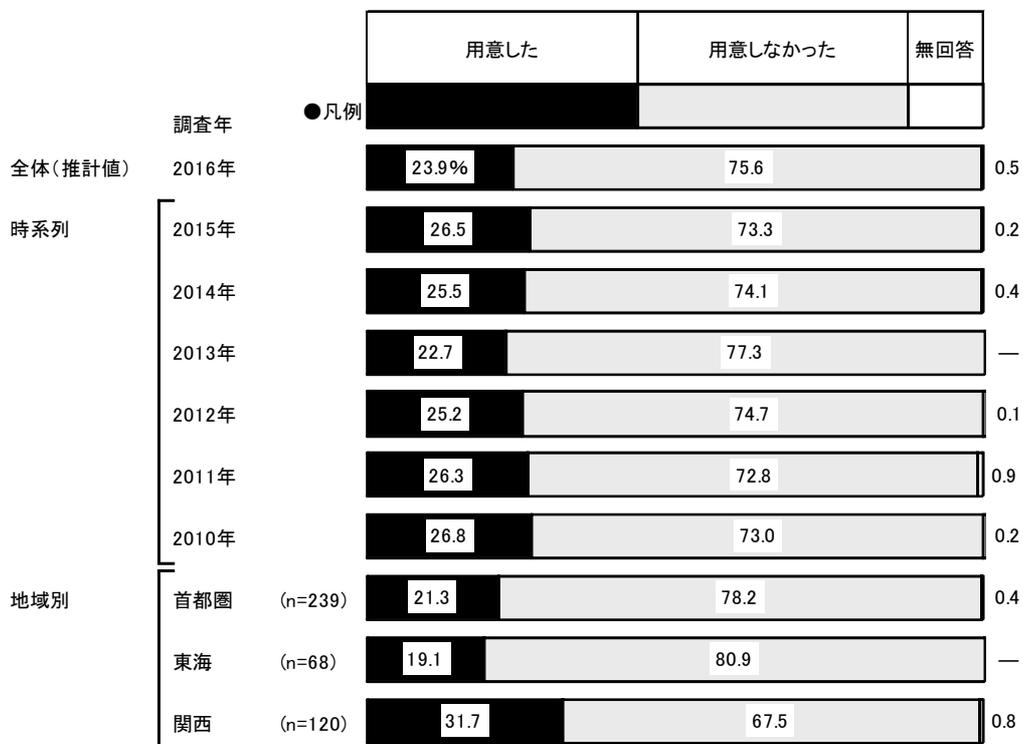


1. 嫁入り道具としてのパールと着物

1) 嫁入り道具としてのパールの準備状況

●全体に対して、嫁入り道具としてパールを用意したかを尋ねたところ、「用意した」人は24%であった。

■嫁入り道具としてのパールの準備状況(全体／単一回答)

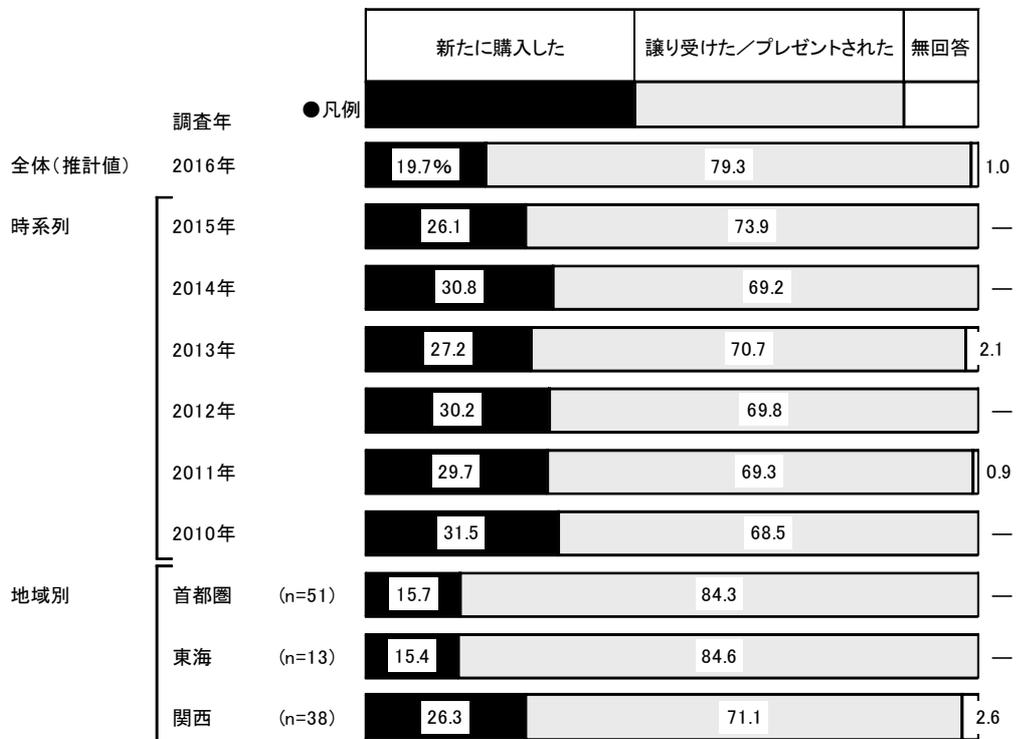




2) パール／新規購入の有無

●嫁入り道具としてパールを用意した人に対して、用意したパールが新たに購入したものかを尋ねたところ、「新たに購入した」人が20%、「譲り受けた／プレゼントされた」人が79%であった。

■パール／新規購入の有無(嫁入り道具としてパールを用意した人／単一回答)

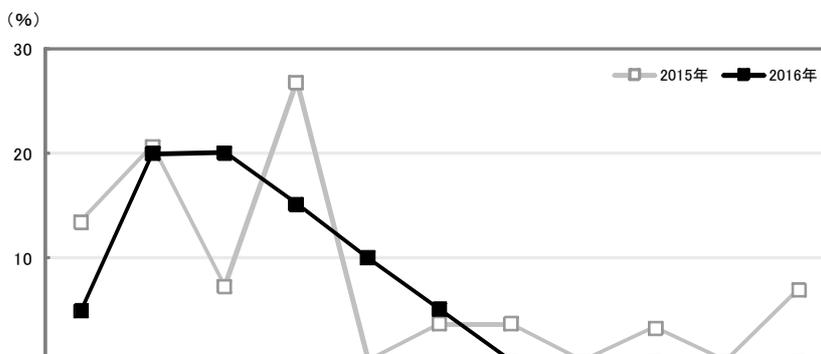




3) パール／購入総額

●パールを新たに購入した人に対して、パールの購入総額を尋ねたところ、「10～20万円未満」と「20～30万円未満」がともに20%で最も高く、次いで「30～40万円未満」が15%で続く。平均は23.6万円となった。

■パール／購入総額(パールを新たに購入した人／単一回答)



調査年	調査数	購入総額											わからない	無回答	平均・万円
		10万円未満	10～20万円未満	20～30万円未満	30～40万円未満	40～50万円未満	50～60万円未満	60～70万円未満	70～80万円未満	80～90万円未満	90～100万円未満	100万円以上			
全体(推計値)	2016年	4.9	20.0	20.1	15.2	10.0	5.1	—	—	—	—	—	24.9	—	23.6
	2015年	13.4	20.7	7.3	26.9	—	3.7	3.7	—	3.3	—	6.9	14.2	—	31.0
	2014年	8.8	11.8	27.7	14.7	5.0	6.7	—	—	2.1	—	—	23.1	—	24.9
	2013年	11.2	17.2	18.6	7.7	4.3	9.5	2.6	—	—	—	—	27.2	1.7	23.8
	2012年	15.8	13.3	14.0	19.9	3.7	0.8	—	1.3	0.8	—	—	29.1	1.3	22.1
	2011年	11.9	19.0	9.6	10.8	9.4	5.7	0.7	0.7	—	—	3.8	28.5	—	27.4
	2010年	16.7	23.0	14.4	5.7	4.6	4.0	—	0.6	—	—	2.3	28.7	—	21.0
地域別	首都圏	8	12.5	25.0	12.5	—	12.5	—	—	—	—	—	37.5	—	17.0
	東海	2	—	50.0	—	50.0	—	—	—	—	—	—	—	—	21.5
	関西	10	—	10.0	30.0	20.0	10.0	10.0	—	—	—	—	20.0	—	28.1

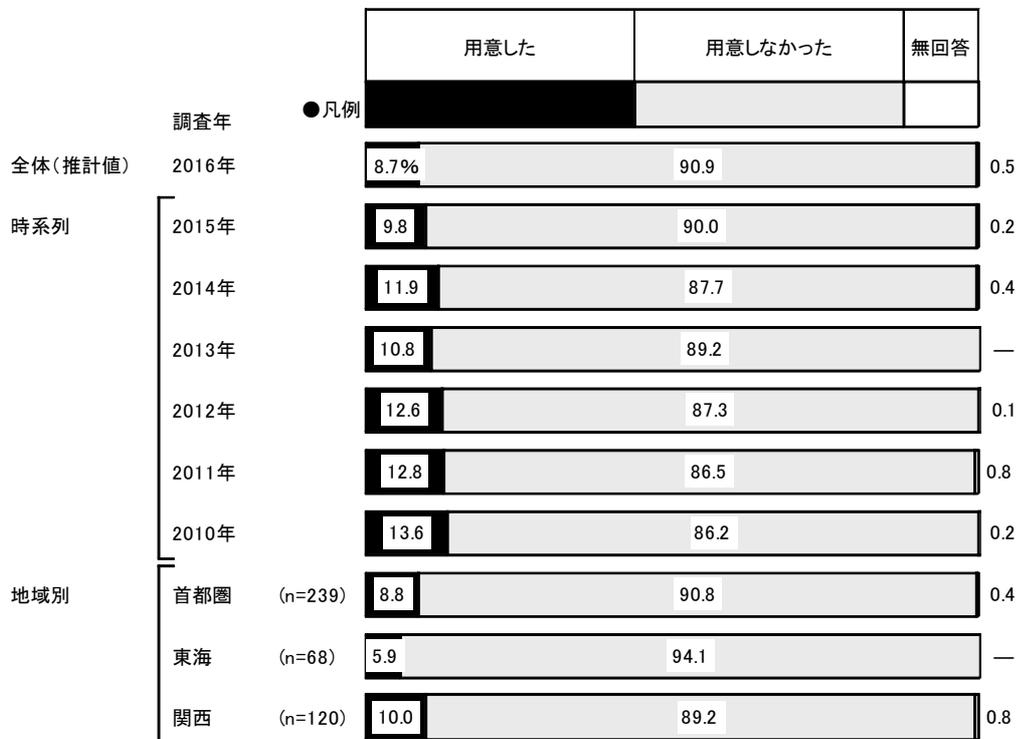
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



4) 嫁入り道具としての着物の準備状況

●嫁入り道具として着物を用意したかを尋ねたところ、「用意した」人は9%であった。

■嫁入り道具としての着物の準備状況(全体/単一回答)

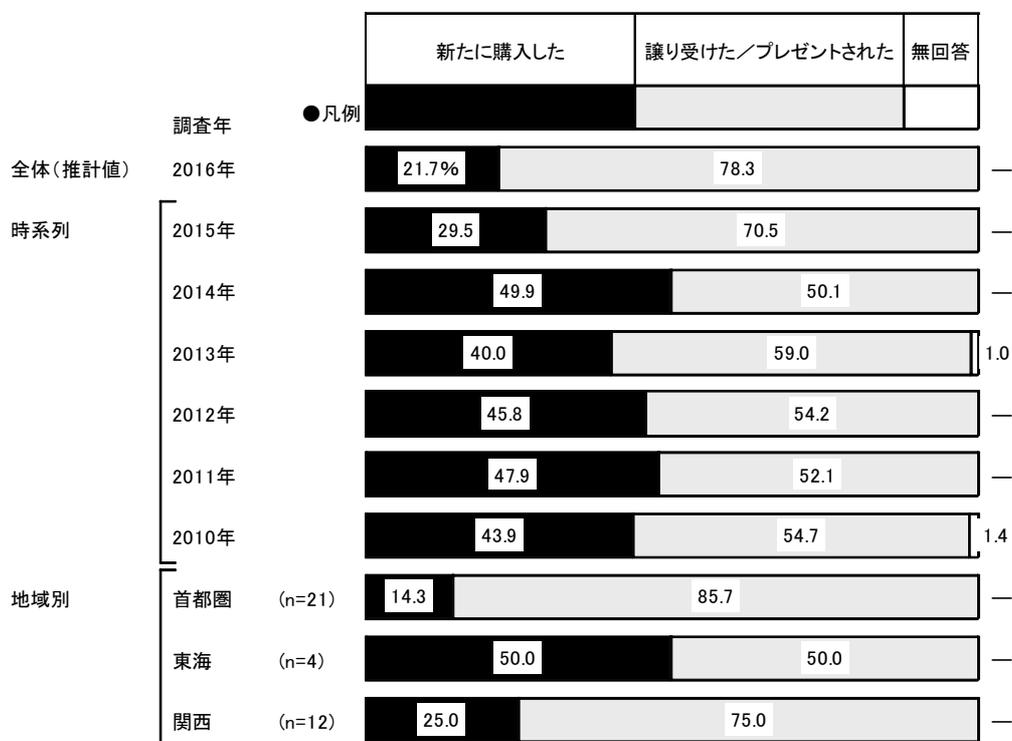




5) 着物／新規購入の有無

●嫁入り道具として着物を用意した人に対して、用意した着物が新たに購入したものかを尋ねたところ、「新たに購入した」人が22%、「譲り受けた／プレゼントされた」人が78%であった。

■着物／新規購入の有無(嫁入り道具として着物を用意した人／単一回答)

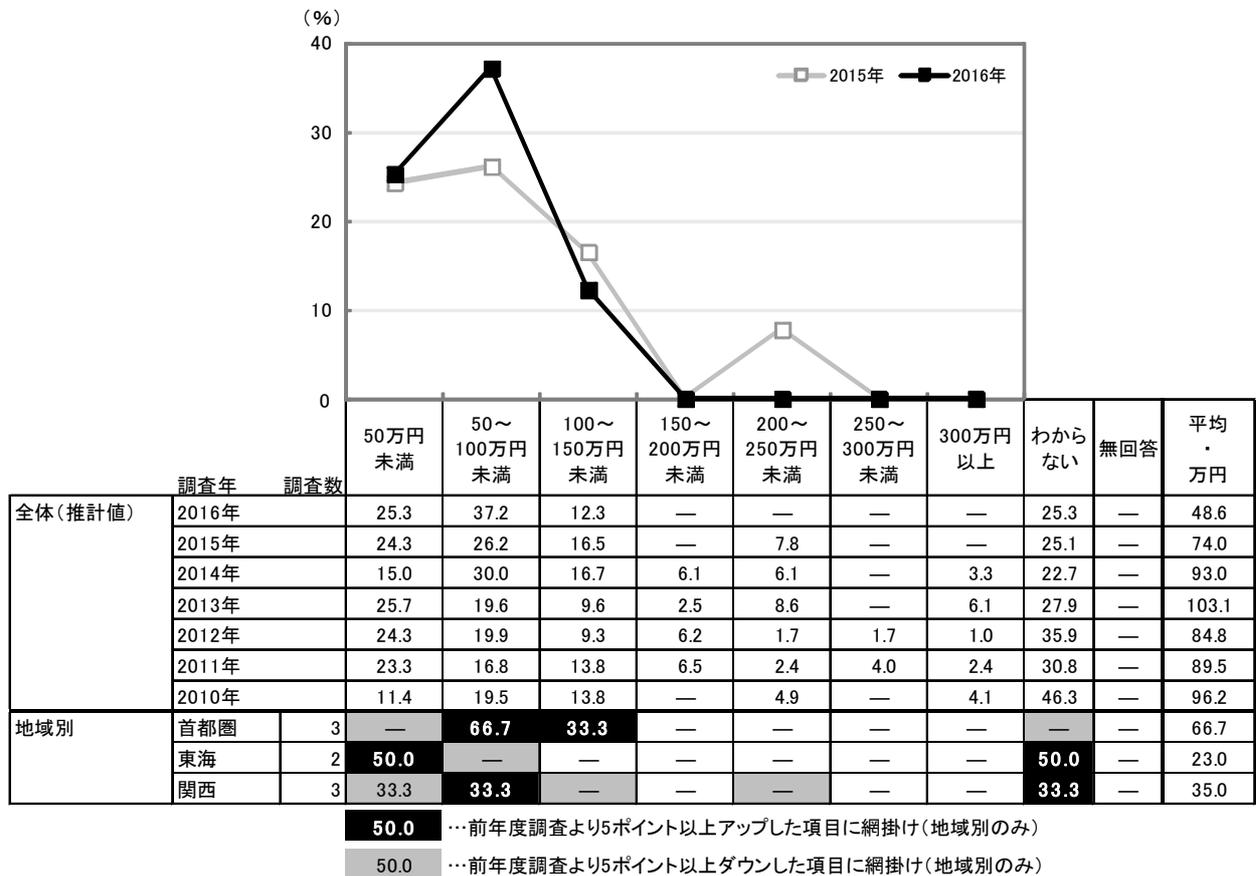




6) 着物／購入総額

●着物を新たに購入した人に対して、着物の購入総額を尋ねたところ、「50～100万円未満」が37%で最も高く、次いで「50万円未満」が25%で続く。平均は48.6万円となった。

■着物／購入総額(着物を新たに購入した人／単一回答)



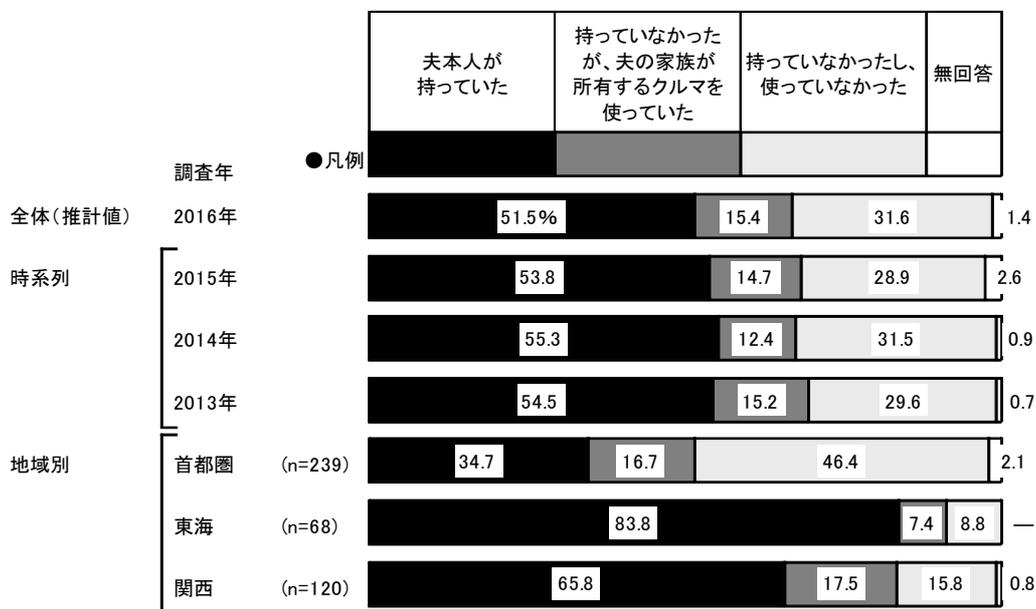


2. クルマ

1) 新生活を始める前のクルマの所有状況

●夫の新生活を始める前のクルマの所有状況を尋ねたところ、「夫本人が持っていた」人が52%、「持っていなかったが、夫の家族が所有するクルマを使っていた」人が15%であった。

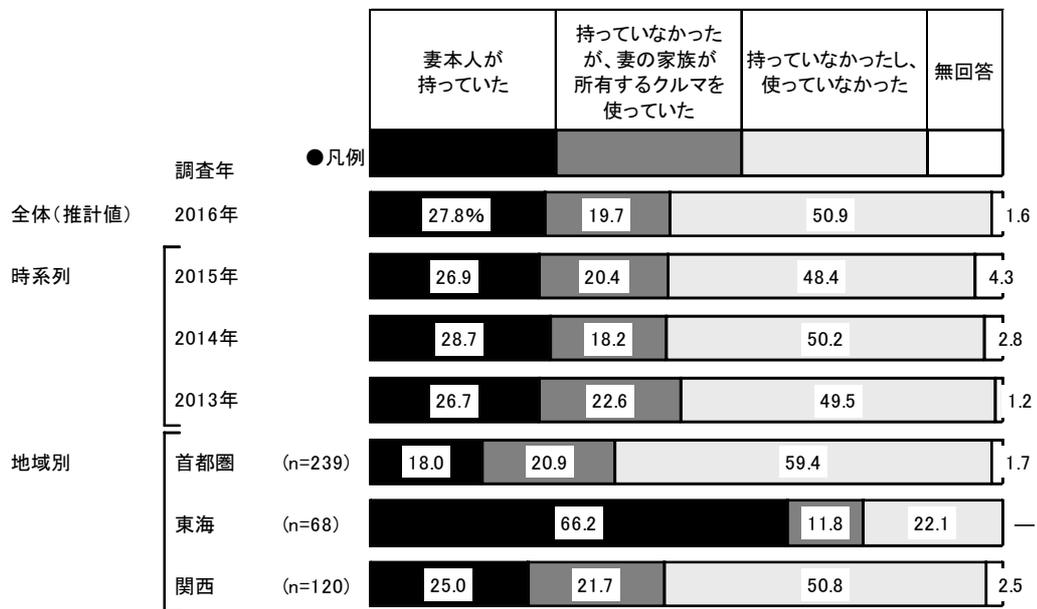
■新生活を始める前のクルマの所有状況【夫】(全体/単一回答)





- 妻の新生活を始める前のクルマの所有状況を尋ねたところ、「妻本人が持っていた」人が28%、「持っていなかったが、妻の家族が所有するクルマを使っていた」人が20%であった。

■新生活を始める前のクルマの所有状況【妻】(全体／単一回答)

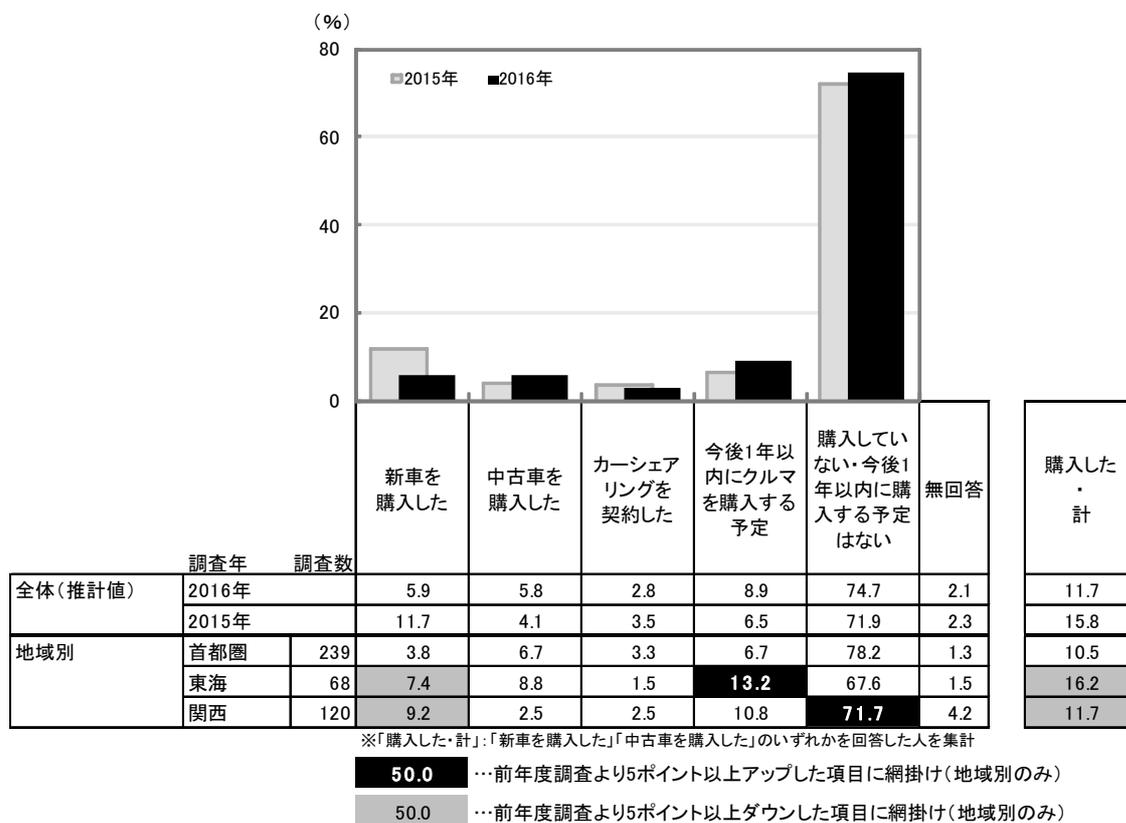




2) 結婚を機としたクルマの購入状況

●結婚を機としたクルマの購入状況を尋ねたところ、「新車を購入した」と「中古車を購入した」人がともに6%で、「購入した・計」は12%であった。一方、「購入していない・今後1年以内に購入する予定はない」人は75%であった。

■結婚を機としたクルマの購入状況(全体／複数回答)



<参考>2014年は単一回答で聞いているため

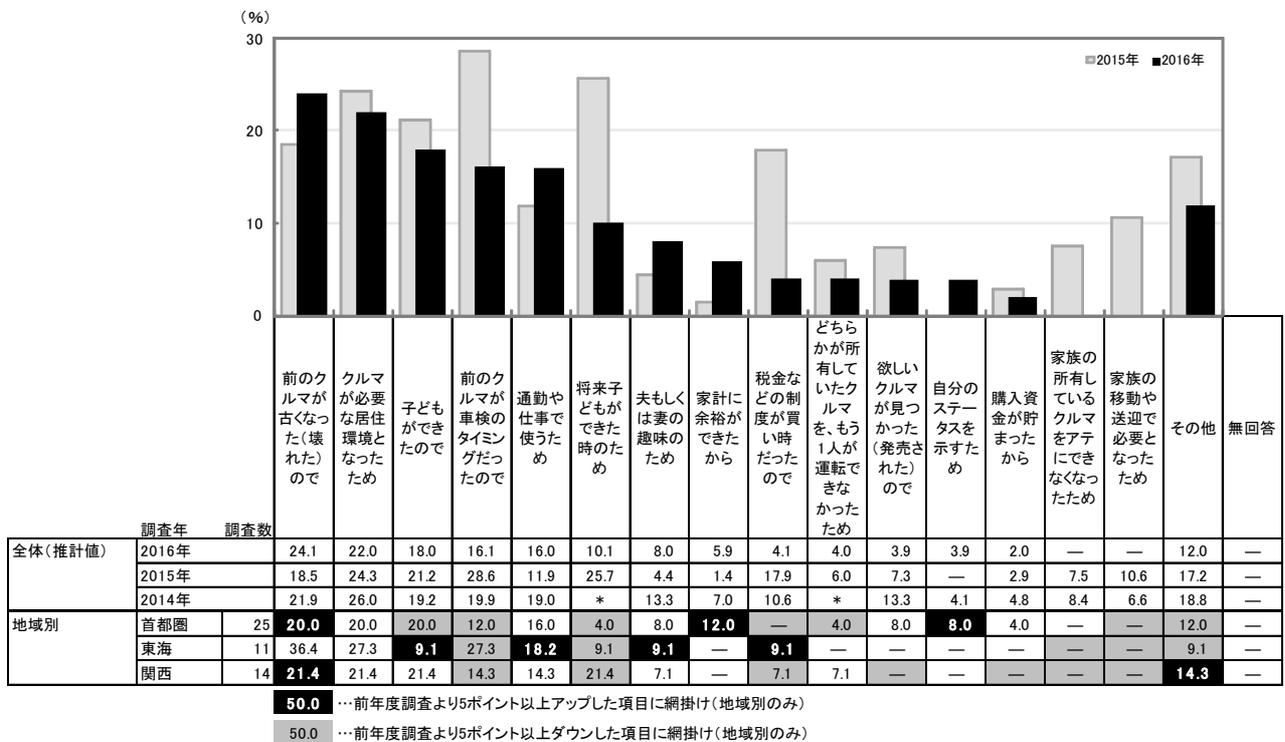
調査年		調査数	新車を購入した	中古車を購入した	カーシェアリングを契約した	今後1年以内にクルマを購入する予定	購入していない・今後1年以内に購入する予定はない	無回答	購入した・計
全体(推計値)	2014年		10.0	4.6	3.0	4.8	75.4	2.3	14.6



3) 結婚を機にクルマを購入した理由

- 結婚を機にクルマを購入した人に対して、クルマを購入した理由を尋ねたところ、「前のクルマが古くなった(壊れた)ので」が24%で最も高く、次いで「クルマが必要な居住環境となったため」が22%、「子どもができたので」が18%、「前のクルマが車検のタイミングだったので」と「通勤や仕事で使うため」がともに16%で続く。

■結婚を機にクルマを購入した理由(結婚を機にクルマを購入した人/複数回答)

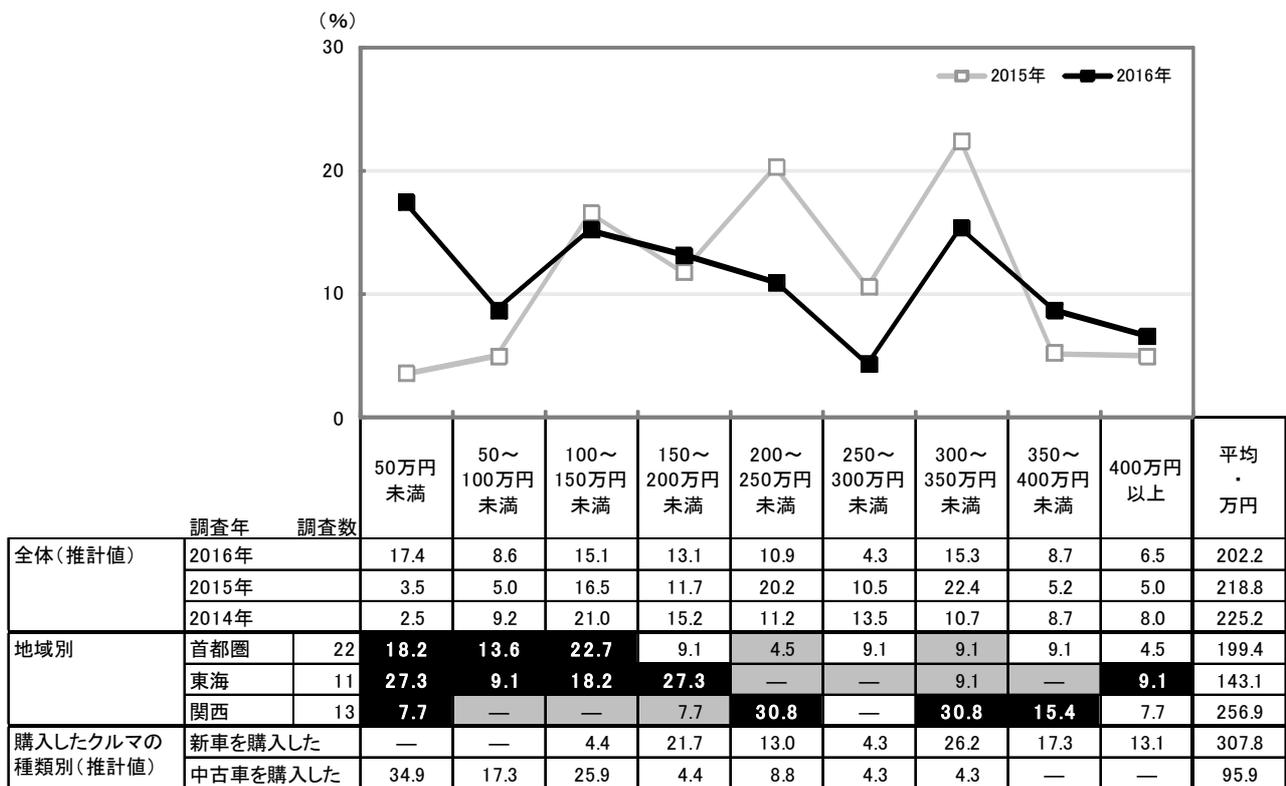




4) 購入したクルマの価格

●購入したクルマの価格を尋ねたところ、「50万円未満」が17%で最も高く、次いで「100～150万円未満」と「300～350万円未満」がともに15%、「150～200万円未満」が13%、「200～250万円未満」が11%で続く。平均は202.2万円となった。

■購入したクルマの価格(結婚を機にクルマを購入した人のうち、金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

		(万円)			
		調査年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			225.2	218.8	202.2
地域別	首都圏		259.8	213.5	199.4
	東海		222.1	259.2	143.1
	関西		174.3	203.0	256.9

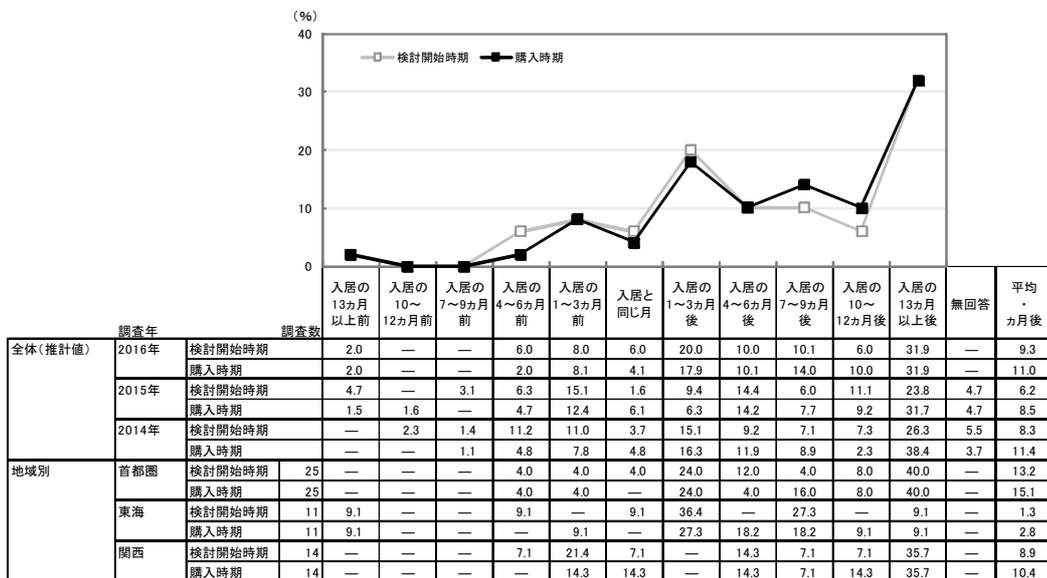


5) 購入したクルマの検討行動

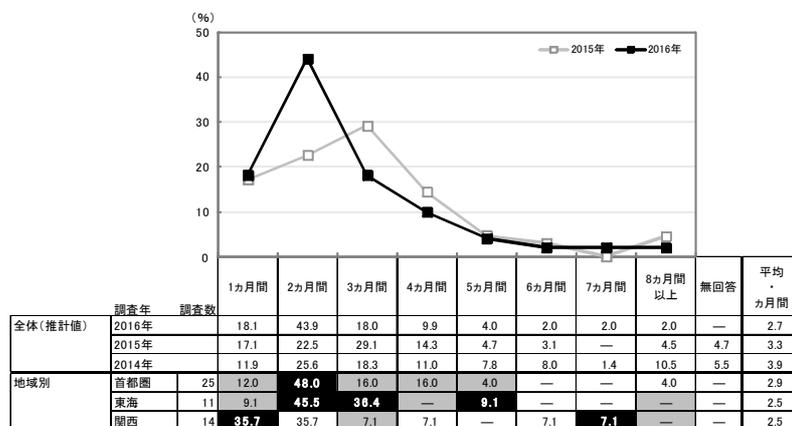
- 夫婦が同居している人に対して、購入したクルマの検討開始時期と購入時期を尋ねたところ、平均で入居の9.3ヵ月後に検討を始め、11.0ヵ月後に購入している。平均検討期間は2.7ヵ月間となった。

■ 購入したクルマの検討開始時期と購入時期

(結婚を機にクルマを購入した人のうち、夫婦が同居している人のみ／単一回答)



■ 購入したクルマの検討期間(結婚を機にクルマを購入した人のうち、夫婦が同居している人のみ／単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼ 平均の推移

調査年	2014年	2015年	2016年
全体(推計値)			
検討開始時期(ヵ月後)	8.3	6.2	9.3
購入時期(ヵ月後)	11.4	8.5	11.0
検討期間(ヵ月間)	3.9	3.3	2.7

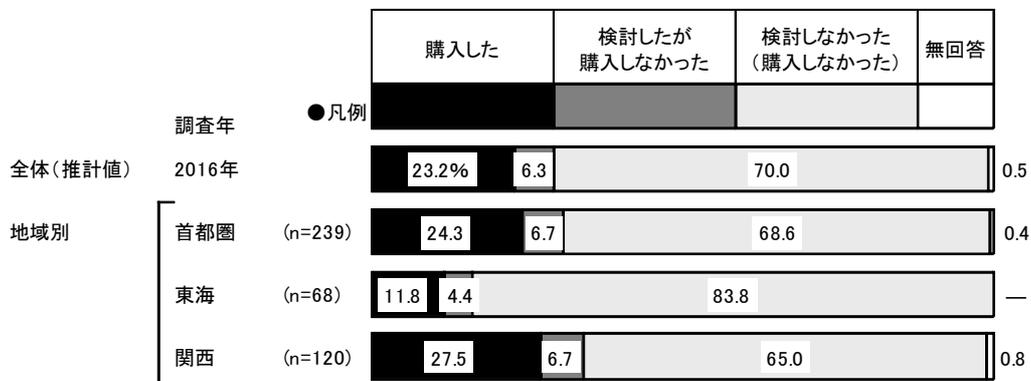


3. 自転車

1) 自転車の購入の有無

●自転車を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は23%であった。

■自転車の購入の有無(全体/単一回答)

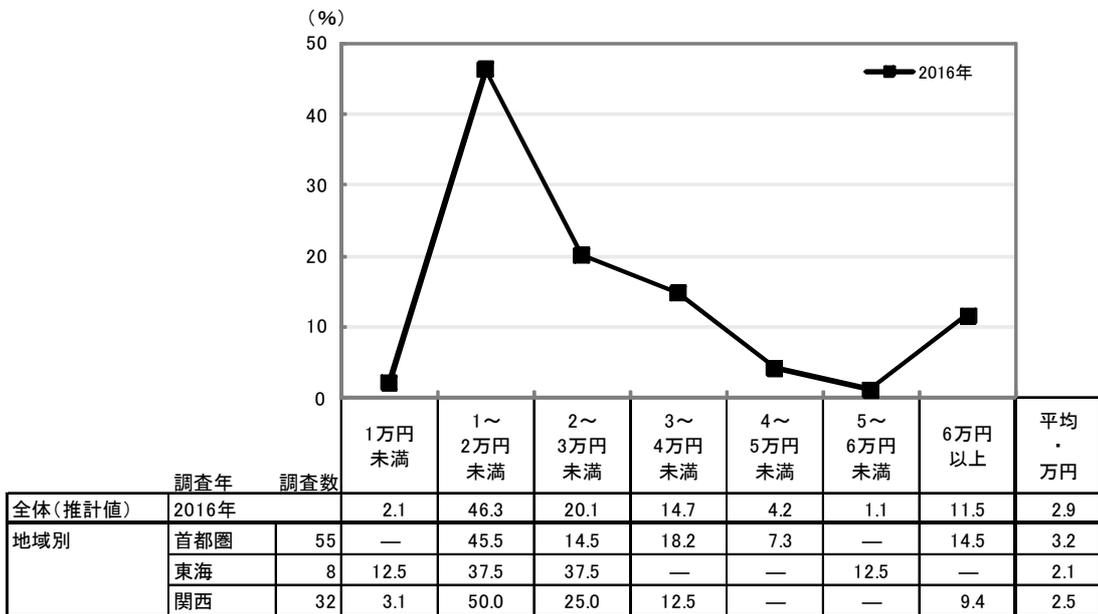




2) 購入した自転車の総額

- 自転車購入者に対して、購入した自転車の総額を尋ねたところ、「1～2万円未満」が46%で最も高く、次いで「2～3万円未満」が20%、「3～4万円未満」が15%で続く。平均は2.9万円となった。

■ 購入した自転車の総額(自転車購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



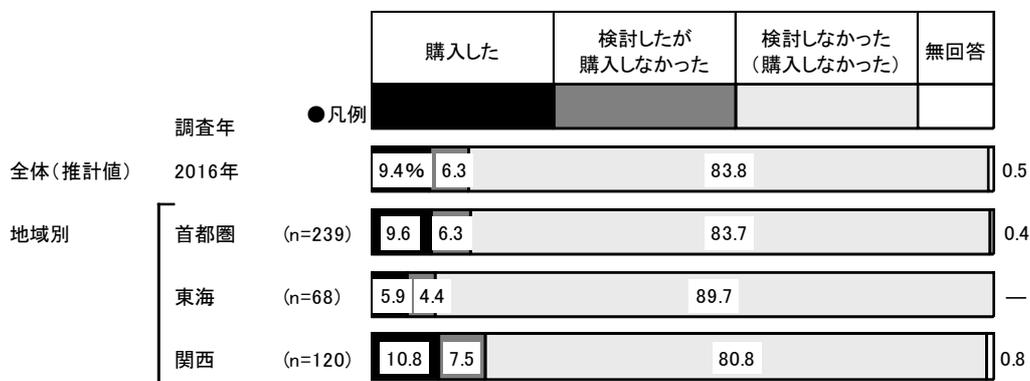


4. 圧力鍋

1) 圧力鍋の購入の有無

● 圧力鍋を購入したかを尋ねたところ、「購入した」人は9%であった。

■ 圧力鍋の購入の有無(全体/単一回答)

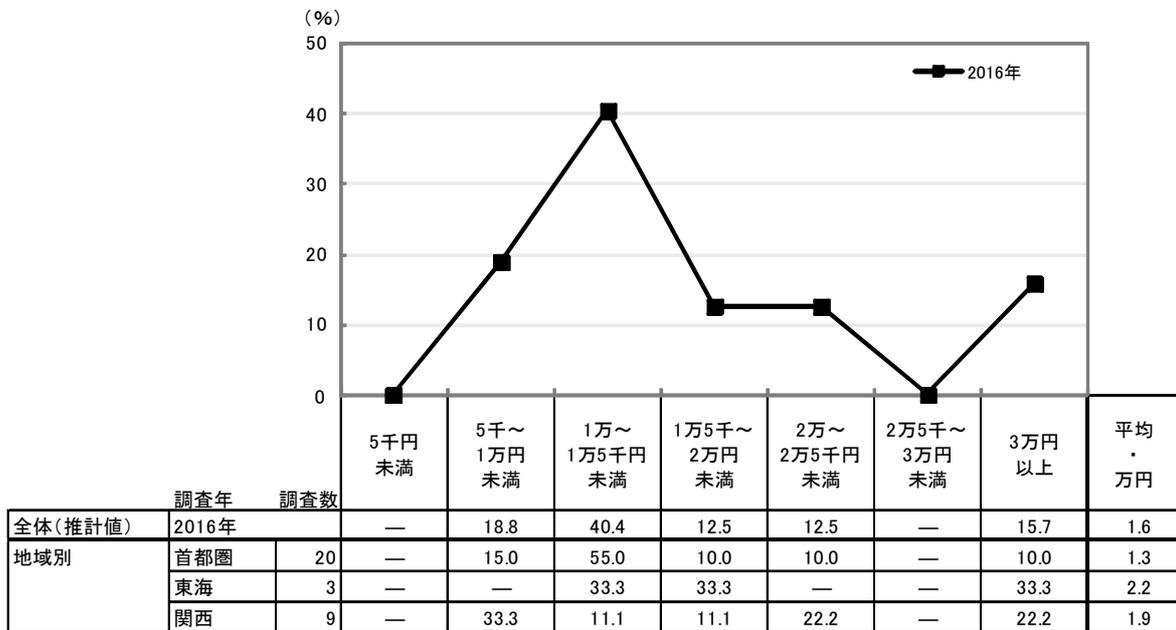




2) 購入した圧力鍋の総額

●圧力鍋購入者に対して、購入した圧力鍋の総額を尋ねたところ、「1万～1万5千円未満」が40%で最も高く、次いで「5千～1万円未満」が19%、「3万円以上」が16%で続く。平均は1.6万円となった。

■購入した圧力鍋の総額(圧力鍋購入者のうち、金額回答者のみ/単一回答)



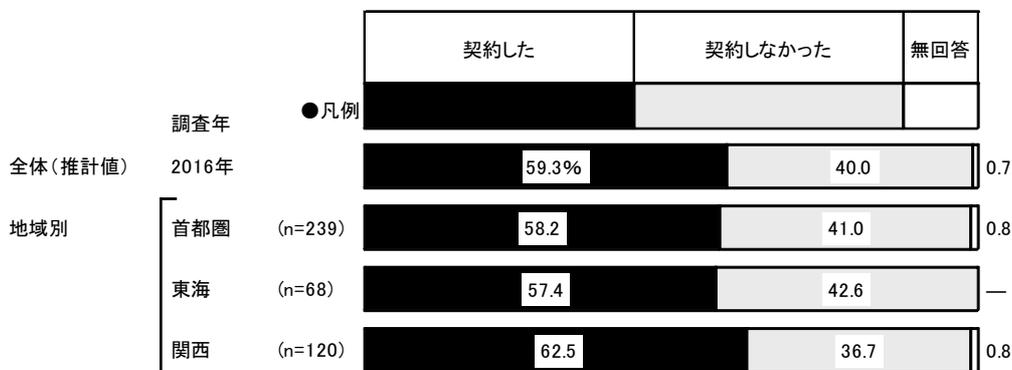


5. インターネット回線

1) インターネット回線の契約の有無

●インターネット回線を契約したかを尋ねたところ、「契約した」人は59%であった。

■インターネット回線の契約の有無(全体/単一回答)

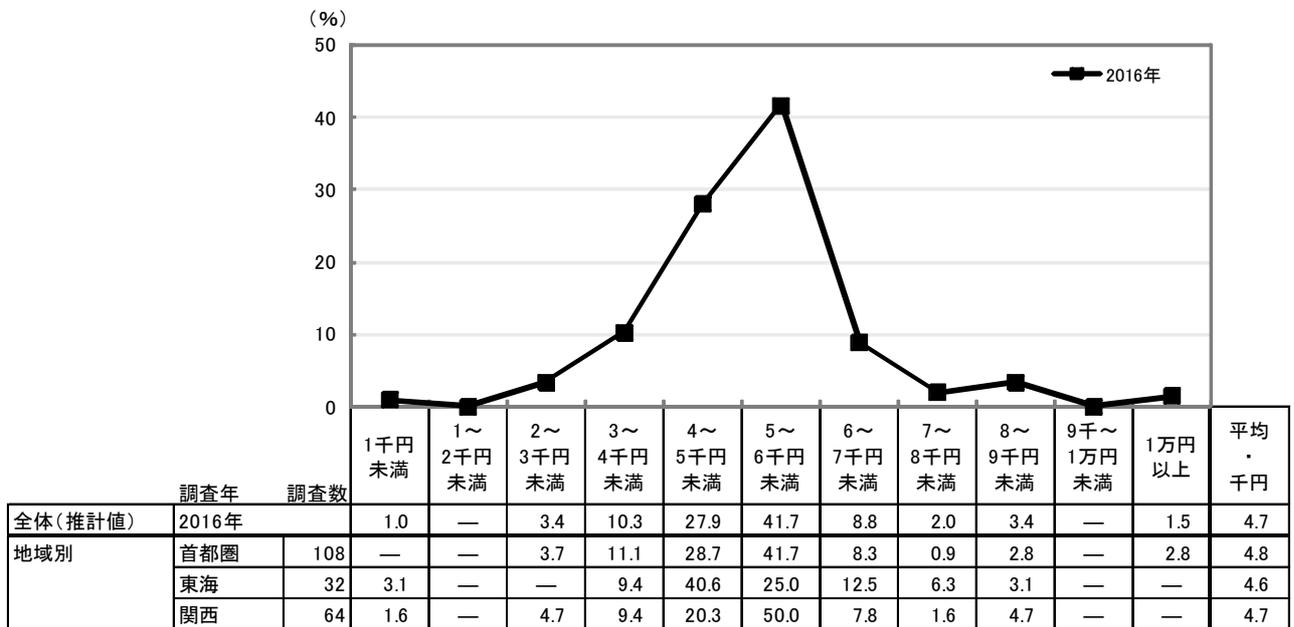




2) 契約したインターネット回線の月額

- インターネット回線を契約した人に対して、契約したインターネット回線の月額を尋ねたところ、「5～6千円未満」が42%で最も高く、次いで「4～5千円未満」が28%で続く。平均は4700円となった。

■ 契約したインターネット回線の月額(インターネット回線を契約した人のうち、金額回答者のみ/単一回答)





第8章 結婚内祝いについて



※本章でいう「結婚内祝い」とは、挙式、披露宴・披露パーティの際のご祝儀(または会費)以外に貰った結婚のお祝いやプレゼントに対するお返しのことです。

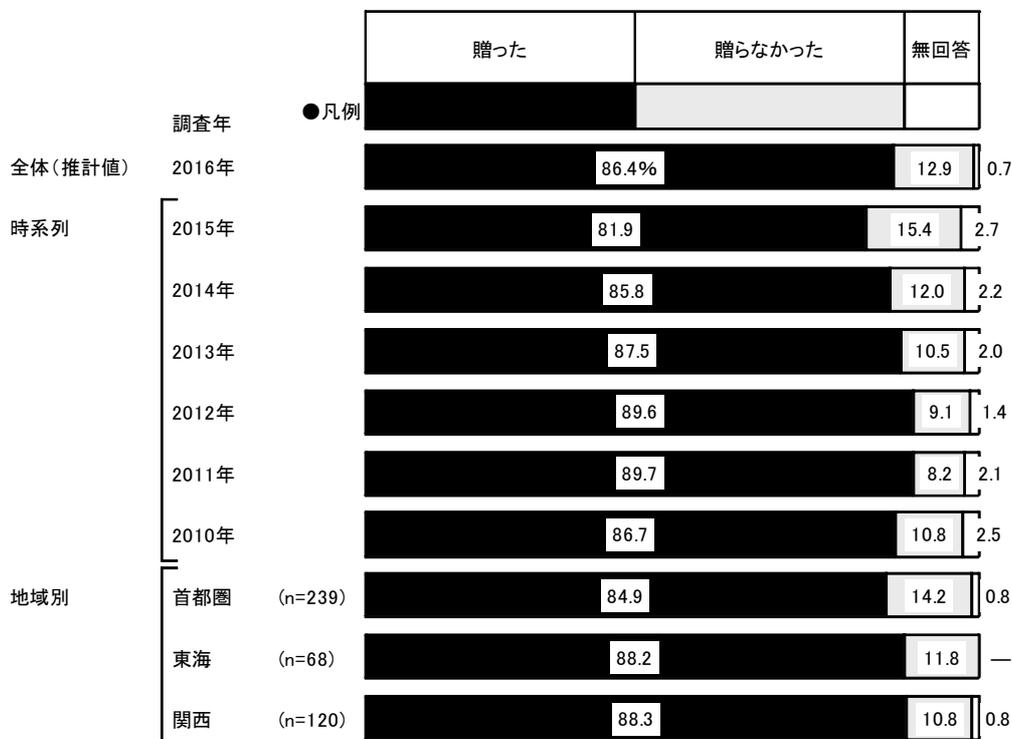


1. 結婚内祝いについて

1) 結婚内祝いの実施状況

●全体に対して、結婚内祝いを贈ったかを尋ねたところ、「贈った」人は86%であった。

■結婚内祝いの実施状況(全体/単一回答)

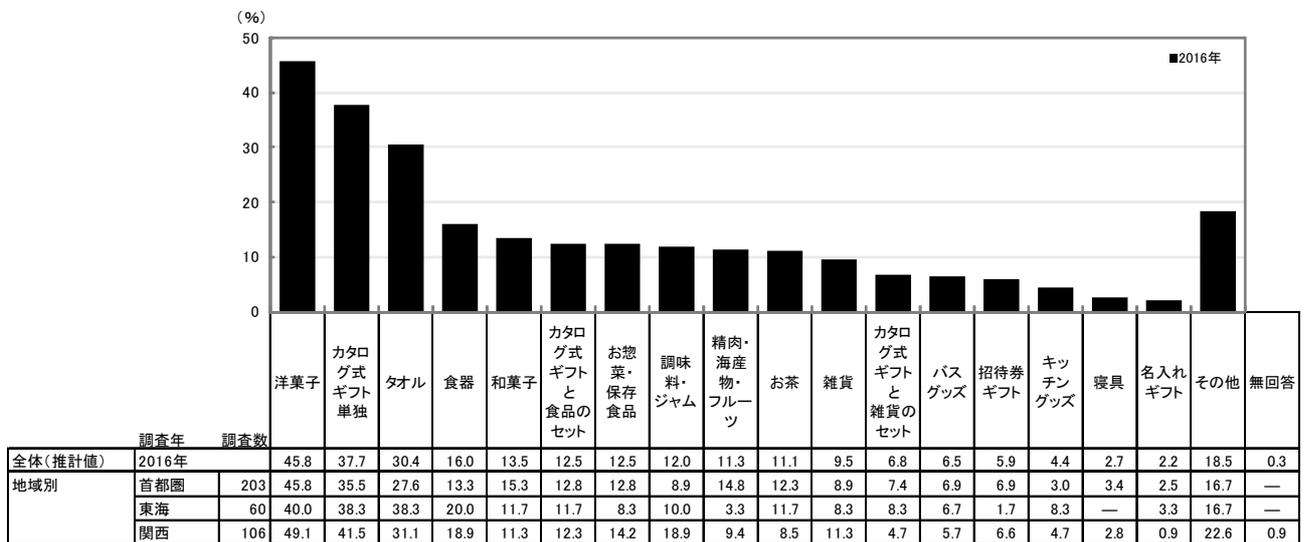




2) 贈った結婚内祝いの品物

- 結婚内祝いを贈った人に対して、贈った結婚内祝いの品物を尋ねたところ、「洋菓子」が46%で最も高く、次いで「カタログギフト単独」が38%、「タオル」が30%で続く。

■贈った結婚内祝いの品物(結婚内祝いを贈った人/複数回答)

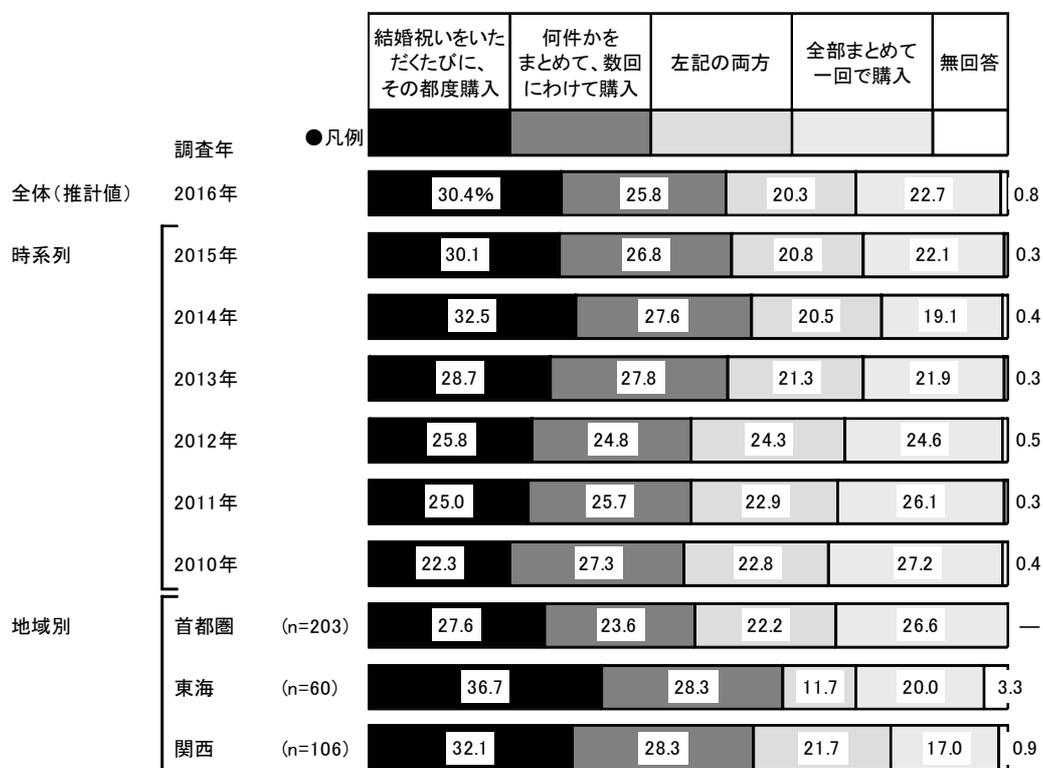




3) 結婚内祝いの購入パターン

●結婚内祝いの購入パターンを尋ねたところ、「結婚祝いをいただくたびに、その都度購入」した人が30%、「何件かをまとめて、数回にわけて購入」した人が26%、「左記の両方」の人が20%で、「全部まとめて一回で購入」した人が23%であった。

■結婚内祝いの購入パターン(結婚内祝いを贈った人/単一回答)

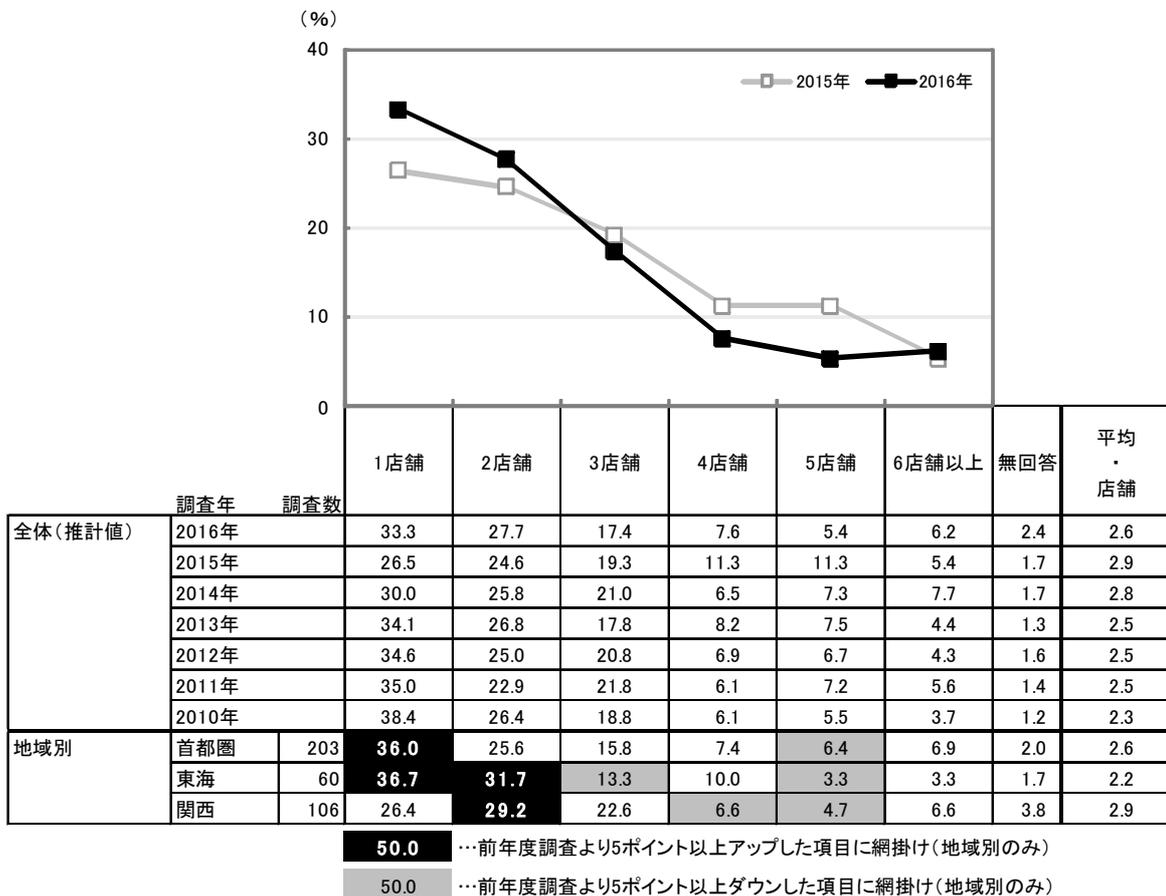




4) 結婚内祝いの購入店舗

- 結婚内祝いを購入した店舗数を尋ねたところ、「1店舗」が33%で最も高く、次いで「2店舗」が28%、「3店舗」が17%で続く。平均は2.6店舗となった。

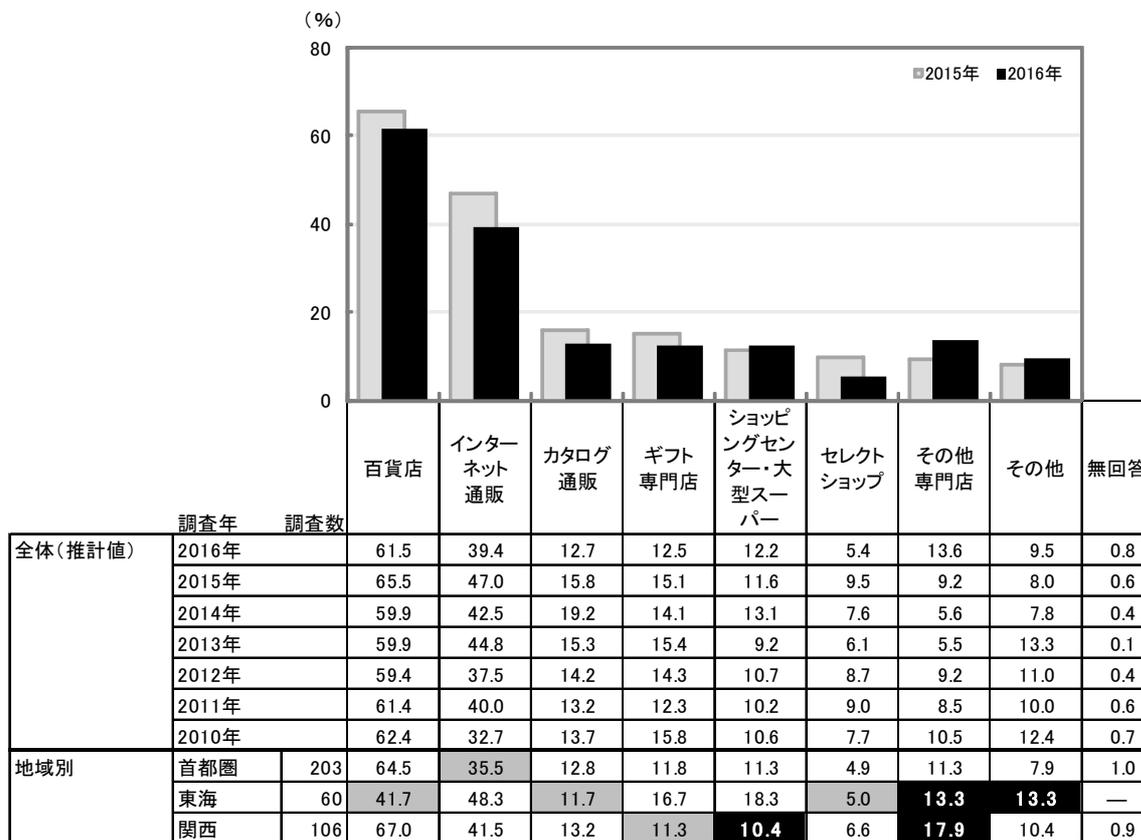
■結婚内祝いを購入した店舗数(結婚内祝いを贈った人/単一回答)





●結婚内祝いを購入した店舗の種類を尋ねたところ、「百貨店」が62%で最も高く、次いで「インターネット通販」が39%で続く。

■結婚内祝いを購入した店舗の種類(結婚内祝いを贈った人/複数回答)

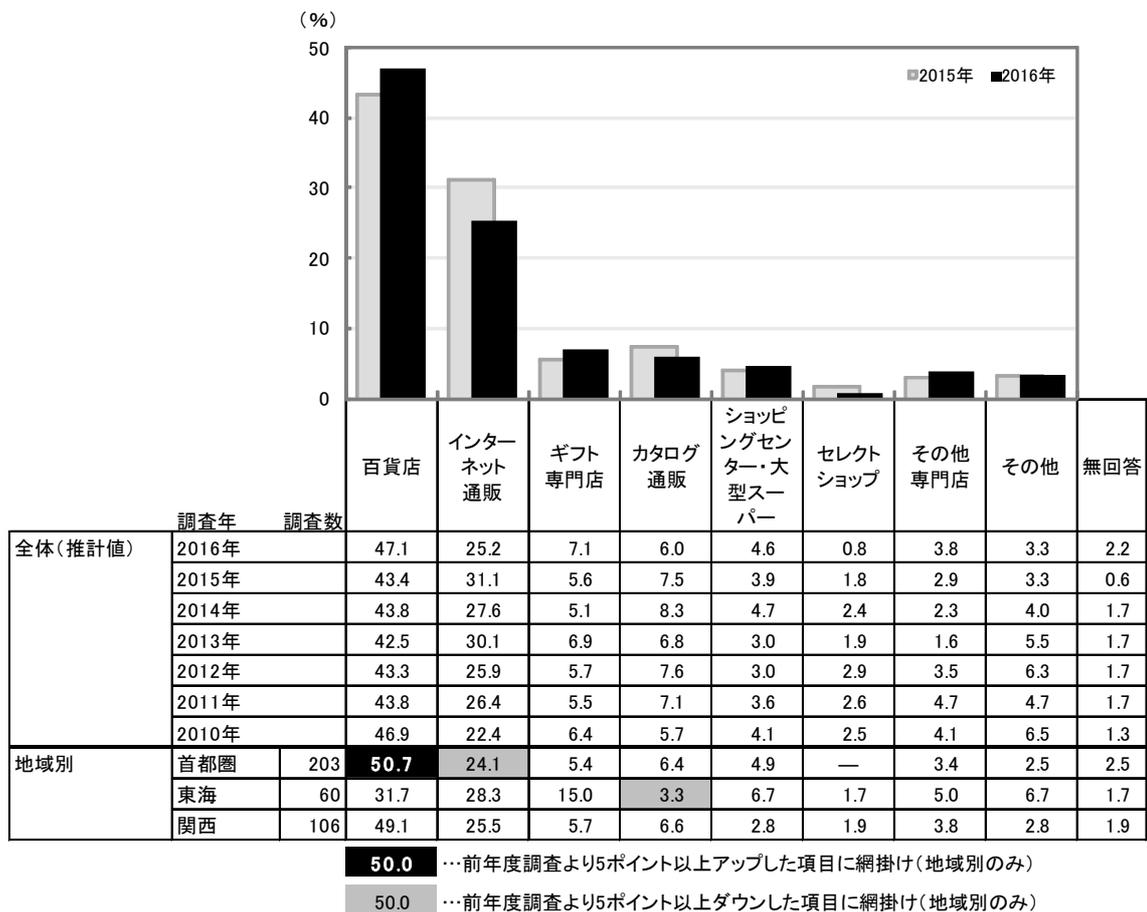


50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



●最も良かった店舗の種類を尋ねたところ、「百貨店」が47%で最も高く、次いで「インターネット通販」が25%で続く。

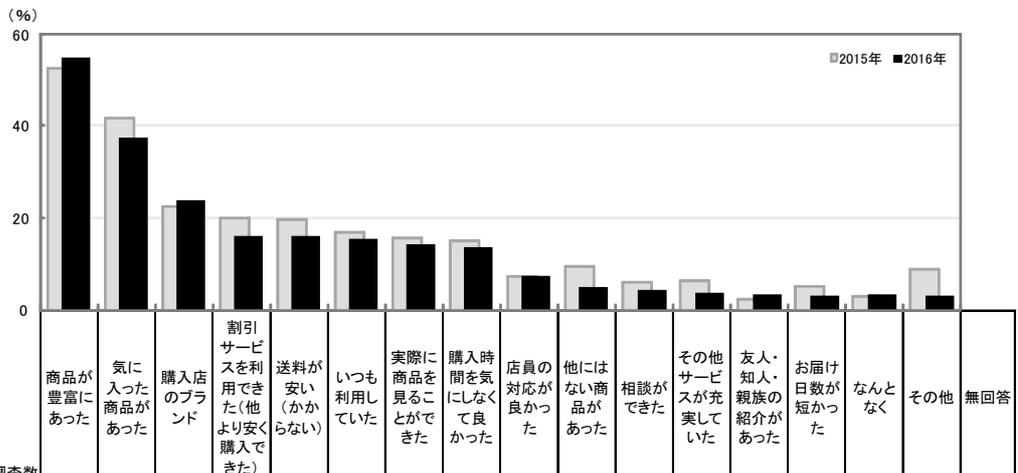
■最も良かった店舗の種類(結婚内祝いを贈った人/単一回答)





- 最も良かった店舗を選んだ理由を尋ねたところ、「商品が豊富にあった」が55%で最も高く、次いで「気に入った商品があった」が38%、「購入店のブランド」が24%で続く。

■最も良かった店舗を選んだ理由(結婚内祝いを贈った人/複数回答)



調査年		調査数	商品が豊富にあった	気に入った商品があった	購入店のブランド	割引サービスを利用できた(他より安く購入できた)	送料が安い(かからない)	いつも利用していた	実際に商品を見ることができた	購入時間を気にしなくて良かった	店員の対応が良かった	他にはない商品があった	相談ができた	他のサービスが充実していた	友人・知人・親族の紹介があった	お届け日数が短かった	なんとなく	その他	無回答
全体(推計値)	2016年		55.0	37.6	23.8	16.2	16.0	15.4	14.4	13.5	7.3	4.9	4.3	3.8	3.3	3.0	3.3	3.0	0.8
	2015年		52.5	41.7	22.4	19.9	19.6	16.9	15.6	15.0	7.2	9.6	5.9	6.5	2.3	5.0	3.0	8.9	0.9
	2014年		52.0	38.2	22.1	18.4	19.0	13.8	19.8	10.3	9.3	10.0	9.8	6.7	1.8	3.0	3.0	4.2	0.9
	2013年		52.6	38.5	19.9	17.2	17.4	12.2	16.0	11.9	7.5	7.4	9.4	5.4	2.3	2.8	2.7	3.6	1.5
	2012年		51.3	36.3	23.1	17.6	16.5	12.5	15.9	12.0	9.4	6.5	7.4	5.0	2.6	3.8	2.2	6.2	2.0
	2011年		48.5	40.7	21.9	16.6	18.6	15.1	18.4	14.3	8.4	6.9	10.6	5.6	2.9	5.6	3.9	3.7	1.0
	2010年		49.3	38.7	23.2	18.1	19.5	19.3	18.3	12.1	9.3	7.9	7.7	5.2	3.6	3.6	3.2	4.3	1.1
地域別	首都圏	203	55.7	41.9	26.1	17.2	16.3	16.3	15.3	16.7	8.4	5.9	5.4	5.4	2.5	2.0	3.0	3.4	1.0
	東海	60	56.7	28.3	13.3	6.7	20.0	13.3	13.3	8.3	5.0	—	5.0	—	5.0	5.0	6.7	1.7	—
	関西	106	52.8	34.9	25.5	19.8	13.2	15.1	13.2	10.4	6.6	5.7	1.9	2.8	3.8	3.8	1.9	2.8	0.9
最も良かった店舗別(推計値)	百貨店		59.2	33.9	42.6	16.7	4.0	19.5	25.3	2.9	13.2	4.0	6.9	2.3	1.7	1.7	2.3	3.4	—
	カタログ通販		68.4	45.2	4.6	13.5	22.8	—	—	36.2	—	9.0	—	13.5	9.1	—	—	—	—
	インターネット通販		60.3	41.8	3.2	19.3	39.8	6.4	—	32.1	1.1	4.3	—	3.2	3.2	8.7	2.2	2.1	—
	ショッピングセンター・大型スーパー		41.0	23.4	11.6	11.6	5.8	41.2	17.4	17.6	6.0	—	—	5.8	17.8	—	11.8	—	—
	ギフト専門店		49.8	38.4	11.4	15.3	11.5	11.6	11.7	3.9	—	7.7	7.7	3.9	3.9	—	7.7	7.7	—

※2013年までは「最も良かった店舗が良かった理由」として聞いている

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

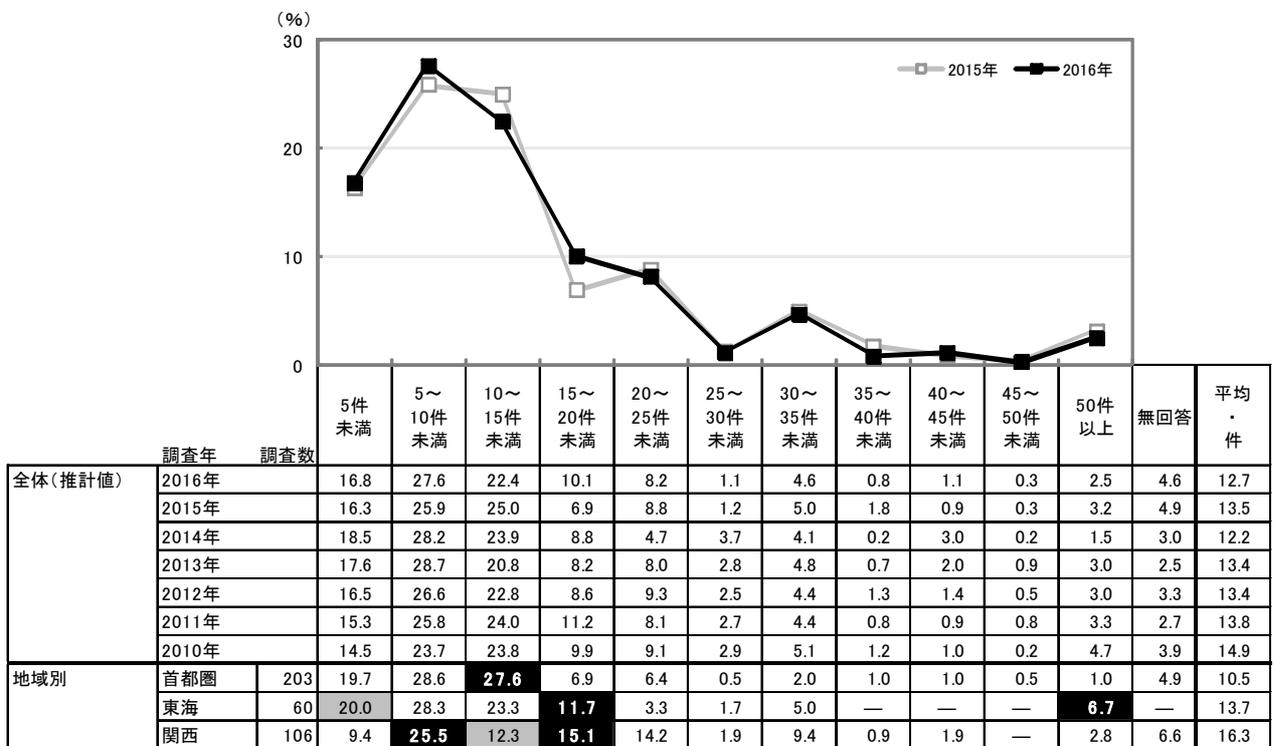
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



5) 結婚内祝いを贈った件数と贈り先

●結婚内祝いを贈った件数を尋ねたところ、「5～10件未満」が28%で最も高く、次いで「10～15件未満」が22%、「5件未満」が17%で続く。平均は12.7件となった。

■結婚内祝いを贈った件数(結婚内祝いを贈った人/単一回答)



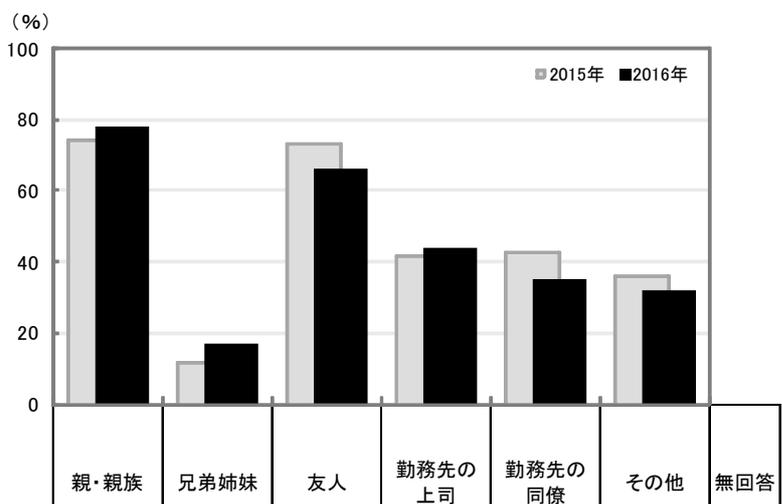
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



●結婚内祝いの贈り先を尋ねたところ、「親・親族」が78%で最も高く、次いで「友人」が66%、「勤務先の上司」が44%で続く。

■結婚内祝いの贈り先（結婚内祝いを贈った人／複数回答）



	調査年		調査数						
	調査年	調査数	親・親族	兄弟姉妹	友人	勤務先の上司	勤務先の同僚	その他	無回答
全体(推計値)	2016年		78.2	16.8	65.9	44.0	35.2	32.2	3.0
	2015年		74.2	11.6	73.1	41.4	42.9	35.8	3.2
	2014年		68.7	16.2	74.1	45.0	42.9	30.7	2.0
	2013年		71.3	13.8	70.2	45.7	40.0	34.4	2.6
	2012年		69.2	10.3	70.3	45.8	43.7	30.8	3.0
	2011年		69.1	13.3	74.0	43.0	44.2	36.7	2.4
	2010年		71.3	12.0	66.7	44.3	43.0	38.3	2.8
地域別	首都圏	203	83.7	15.8	62.6	37.9	34.5	33.0	3.0
	東海	60	78.3	20.0	68.3	45.0	36.7	26.7	—
	関西	106	67.9	17.0	70.8	54.7	35.8	34.0	4.7

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



- 贈り先別の件数を尋ねたところ、平均では「親・親族」が4.4件、「兄弟姉妹」が0.6件、「友人」が4.6件、「勤務先の上司」が2.2件、「勤務先の同僚」が2.9件であった。

■贈り先別の平均件数(結婚内祝いを贈った人)

(件)

		親・親族	兄弟姉妹	友人	勤務先の上司	勤務先の同僚	その他
全体(推計値)	調査年						
	2016年	4.4	0.6	4.6	2.2	2.9	2.4
	2015年	3.8	0.4	4.5	2.7	3.8	2.8
	2014年	3.9	0.6	4.1	2.1	3.4	2.4
	2013年	4.4	0.5	4.1	2.3	3.5	2.9
	2012年	4.1	0.3	4.0	2.4	4.2	2.7
	2011年	4.5	0.5	4.4	2.2	3.9	3.1
地域別	2010年	4.5	0.4	4.6	2.6	4.7	3.5
	首都圏	4.1	0.6	3.6	1.7	2.4	2.0
	東海	4.1	0.5	6.0	2.6	3.3	2.3
	関西	5.5	0.5	5.5	3.0	3.7	3.4

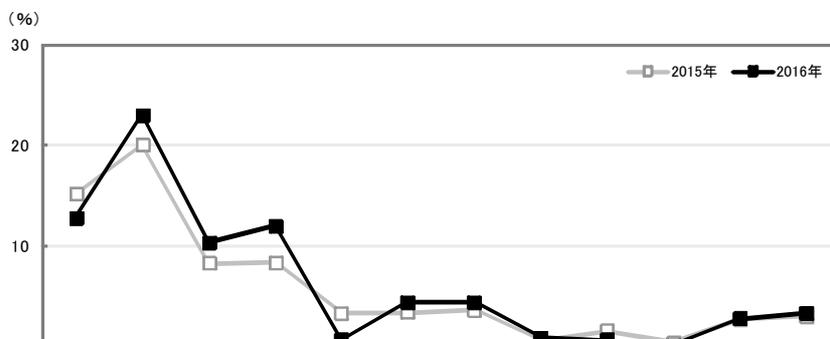
※各項目の平均件数は、0を含めて算出している(無回答は除く)



6) 結婚内祝いの総額

●結婚内祝いの総額を尋ねたところ、「3～6万円未満」が23%で最も高く、次いで「3万円未満」が13%、「9～12万円未満」が12%、「6～9万円未満」が10%で続く。平均は10.3万円となった。

■結婚内祝いの総額(結婚内祝いを贈った人/単一回答)



調査年	調査数	金額											わからない	無回答	平均・万円		
		3万円未満	3～6万円未満	6～9万円未満	9～12万円未満	12～15万円未満	15～18万円未満	18～21万円未満	21～24万円未満	24～27万円未満	27～30万円未満	30～33万円未満				33万円以上	
全体(推計値)	2016年	12.7	23.0	10.3	11.9	0.5	4.3	4.3	0.8	0.5	—	2.7	3.3	25.2	0.3	10.3	
	2015年	15.1	20.0	8.2	8.3	3.3	3.3	3.6	0.6	1.5	0.3	2.6	2.9	29.1	1.1	10.4	
	2014年	16.1	18.7	8.1	9.2	2.2	4.5	3.1	0.5	0.7	—	1.0	3.7	31.9	0.3	9.7	
	2013年	11.8	21.5	7.5	8.1	2.0	4.0	3.4	0.1	0.5	0.1	1.5	2.8	36.2	0.5	9.7	
	2012年	14.2	18.1	9.7	11.4	1.3	3.5	3.2	0.1	0.6	0.2	1.3	2.3	33.5	0.5	9.0	
	2011年	14.5	16.5	8.7	9.1	2.0	4.3	3.5	0.2	0.6	—	1.2	2.7	36.4	0.5	9.6	
	2010年	13.1	17.9	10.6	7.9	2.7	5.1	4.3	0.4	0.8	0.1	1.3	2.5	32.5	0.8	9.6	
地域別	首都圏	203	13.8	25.6	8.9	11.3	0.5	5.4	4.4	1.0	0.5	—	3.4	3.0	22.2	—	10.3
	東海	60	20.0	23.3	8.3	11.7	1.7	—	5.0	—	—	1.7	3.3	25.0	—	8.8	
	関西	106	6.6	17.9	14.2	13.2	—	4.7	3.8	0.9	0.9	—	1.9	3.8	31.1	0.9	11.1

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

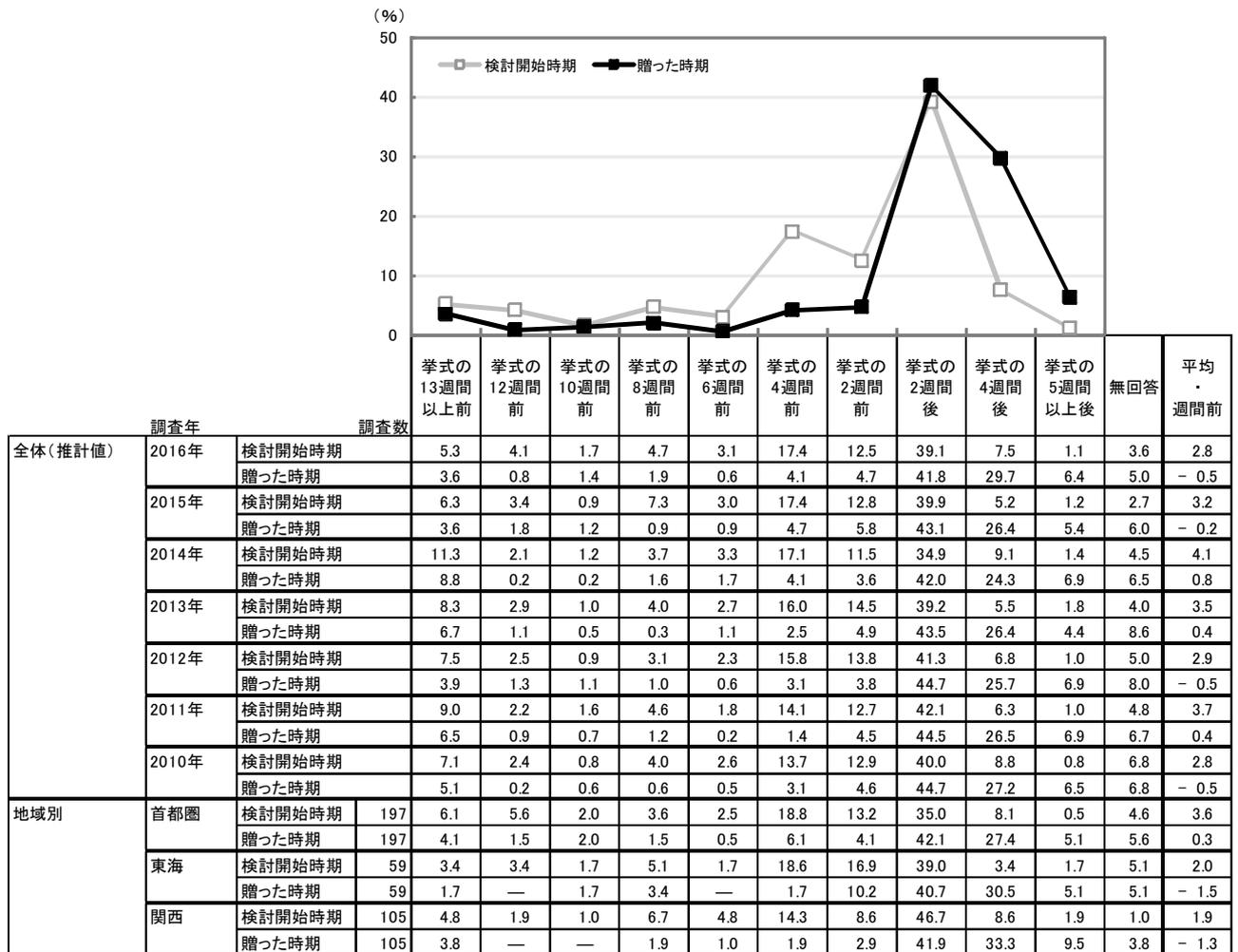
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



7) 結婚内祝いの購入スケジュール

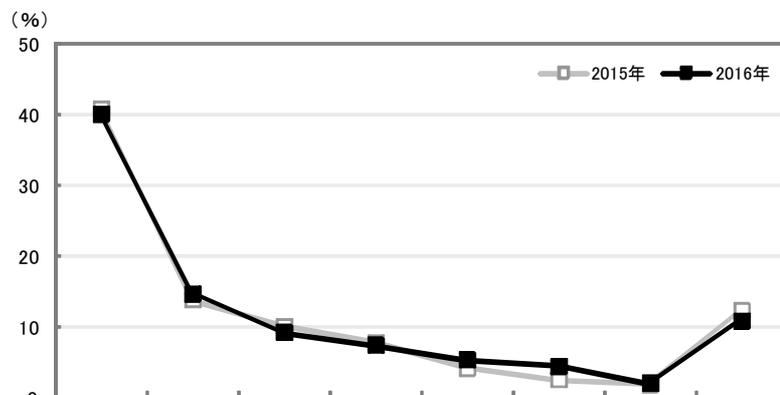
- 結婚内祝いの検討開始時期と贈った時期を尋ねたところ、平均で挙式の2.8週間前に検討し始め、0.5週間後に贈っている。平均検討期間は3.3週間となった。

■結婚内祝いの検討開始時期と贈った時期(結婚内祝いを贈った人のうち、挙式実施者のみ/単一回答)





■結婚内祝いの検討期間(結婚内祝いを贈った人のうち、挙式実施者のみ/単一回答)



調査年	調査数	検討期間 (%)								無回答 (%)	平均・週間	
		1週間	2週間	3週間	4週間	5週間	6週間	7週間	8週間以上			
全体(推計値)	2016年	40.2	14.7	9.1	7.4	5.3	4.4	1.9	10.8	6.1	3.3	
	2015年	40.9	13.8	10.0	7.8	4.2	2.5	1.8	12.3	6.6	3.3	
	2014年	42.8	11.5	7.9	7.4	6.0	3.4	1.0	11.6	8.4	3.3	
	2013年	39.9	15.6	7.3	6.6	5.7	4.1	2.1	8.8	9.9	3.1	
	2012年	36.9	17.1	10.6	7.6	5.3	3.6	2.1	6.8	10.1	3.0	
	2011年	42.2	15.1	8.3	6.4	5.0	3.4	1.3	9.7	8.6	3.1	
	2010年	43.4	12.1	8.9	6.8	5.4	4.1	1.6	9.2	8.5	3.1	
地域別	首都圏	197	40.1	11.7	9.1	10.7	4.6	4.6	1.5	10.7	7.1	3.3
	東海	59	44.1	13.6	10.2	1.7	6.8	3.4	1.7	11.9	6.8	3.5
	関西	105	38.1	21.0	8.6	4.8	5.7	4.8	2.9	10.5	3.8	3.1

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

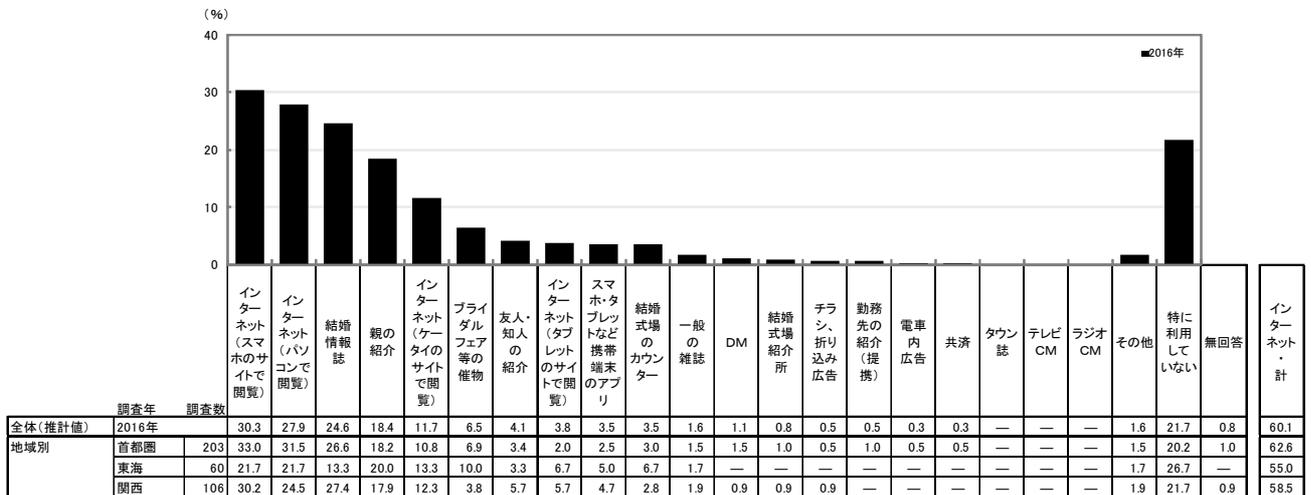
調査年	調査項目	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
		全体(推計値)	検討開始時期(週間前)	2.8	3.7	2.9	3.5	4.1
	贈った時期(週間前)	-0.5	0.4	-0.5	0.4	0.8	-0.2	-0.5
	検討期間(週間)	3.1	3.1	3.0	3.1	3.3	3.3	3.3



8) 結婚内祝いを購入する際に利用した情報源

- 結婚内祝いを検討する際に利用した情報源を尋ねたところ、「インターネット(スマホのサイトで閲覧)」が30%で最も高く、次いで「インターネット(パソコンで閲覧)」が28%、「結婚情報誌」が25%で続く。

■ 結婚内祝いを検討する際に利用した情報源(結婚内祝いを贈った人/複数回答)



※「インターネット・計」:「インターネット(パソコンで閲覧)」「インターネット(ケータイのサイトで閲覧)」「インターネット(スマホのサイトで閲覧)」「インターネット(タブレットのサイトで閲覧)」「スマホ・タブレットなどの携帯端末のアプリ」のいずれかを回答した人を集計

<参考>2015年までは選択肢が異なるため

調査年	親の紹介	友人・知人の紹介	勤務先の紹介(提携)	結婚情報誌	一般の雑誌	タウン誌	インターネットのサイト	携帯電話(iモード等のサイト)	結婚式のカウンター	チラシ、折り込み広告	ブライダルフェア等の催物	結婚式場紹介所	テレビCM	ラジオCM	電車内広告	DM	共済	その他	特に利用していない	無回答	
全体(推計値)	2015年	17.5	5.3	1.2	35.2	4.1	—	55.1	3.6	4.7	1.2	9.9	1.4	0.6	—	—	2.0	1.2	3.6	15.0	0.3
	2014年	14.4	3.2	0.5	40.4	5.0	—	47.9	3.3	4.9	0.3	12.3	4.3	0.5	—	—	1.4	0.6	6.3	17.2	0.2
	2013年	18.0	3.9	1.0	39.0	5.1	0.7	50.5	3.3	5.0	1.1	12.5	3.1	0.4	0.2	0.2	1.9	1.2	5.5	14.4	—
	2012年	18.1	3.4	0.6	40.8	6.2	0.1	46.4	2.3	5.6	1.2	12.2	2.8	—	—	—	1.2	1.2	6.0	17.3	0.5
	2011年	19.1	2.9	1.0	32.9	4.7	0.3	51.5	0.7	3.2	0.6	11.6	3.4	0.1	—	—	1.6	0.8	4.6	21.2	0.6
	2010年	21.7	4.3	0.8	36.7	5.4	0.7	40.0	1.4	4.5	1.4	11.1	2.1	—	—	—	1.4	1.1	4.6	22.6	0.4



第9章

結婚報告ハガキについて



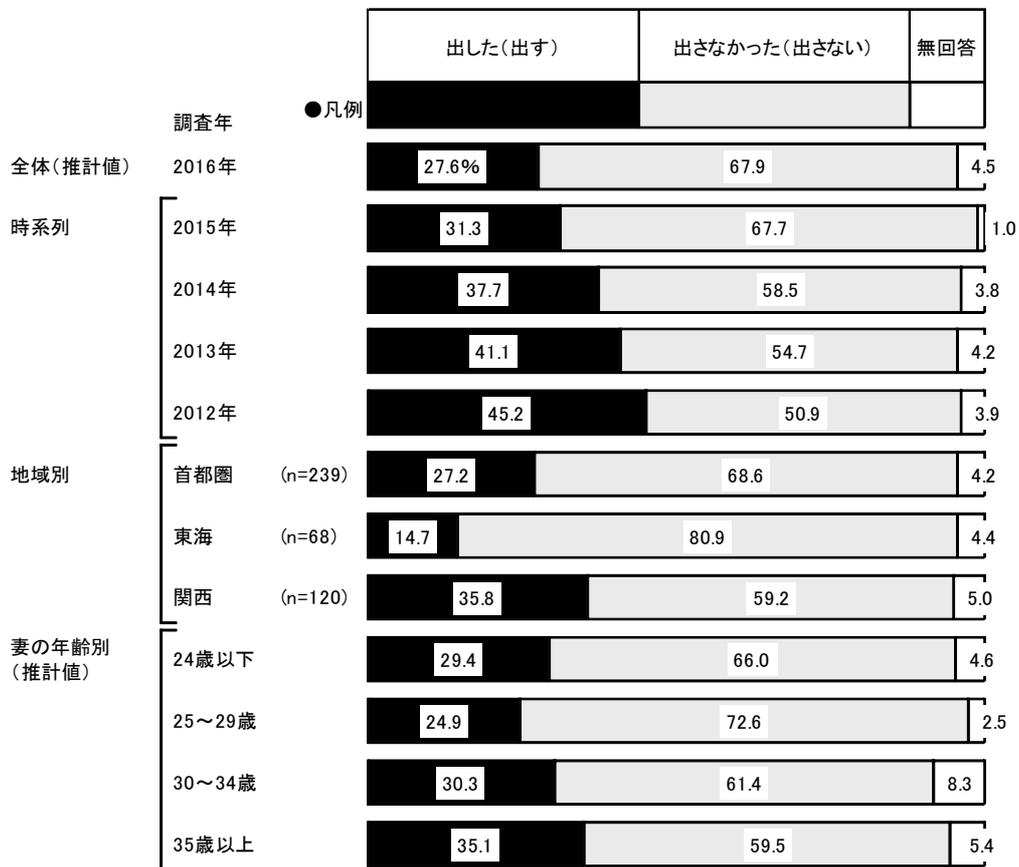


1. 結婚報告ハガキの送付状況

1) 結婚報告ハガキの送付状況

●全体に対して、結婚報告ハガキの送付状況を尋ねたところ、結婚報告ハガキを「出した(出す)」人が28%であった。

■結婚報告ハガキの送付状況(全体/単一回答)

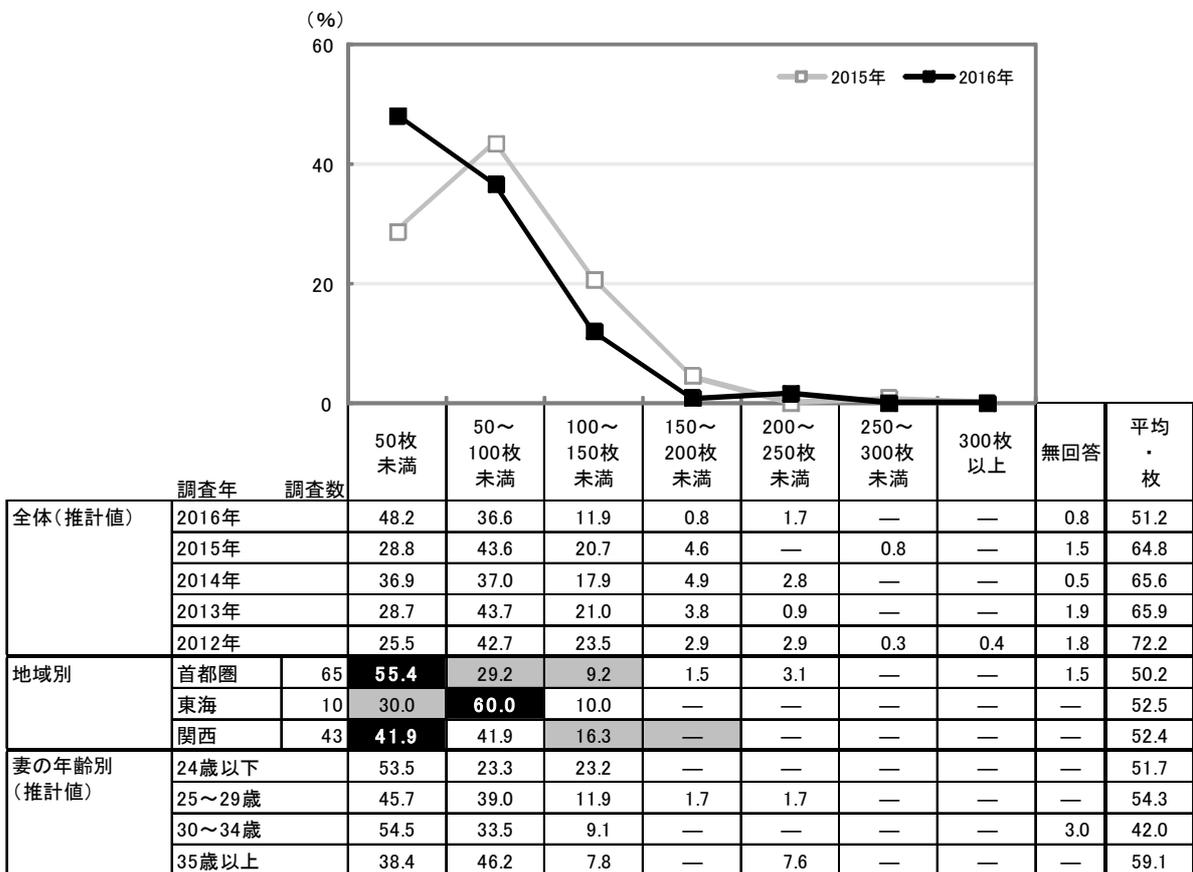




2) 結婚報告ハガキの送付枚数

●結婚報告ハガキ送付(予定)者に対して、送付枚数を尋ねたところ、「50枚未満」が48%で最も高く、次いで「50～100枚未満」が37%で続く。平均は51.2枚となった。

■結婚報告ハガキの送付枚数(結婚報告ハガキ送付または送付予定者/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

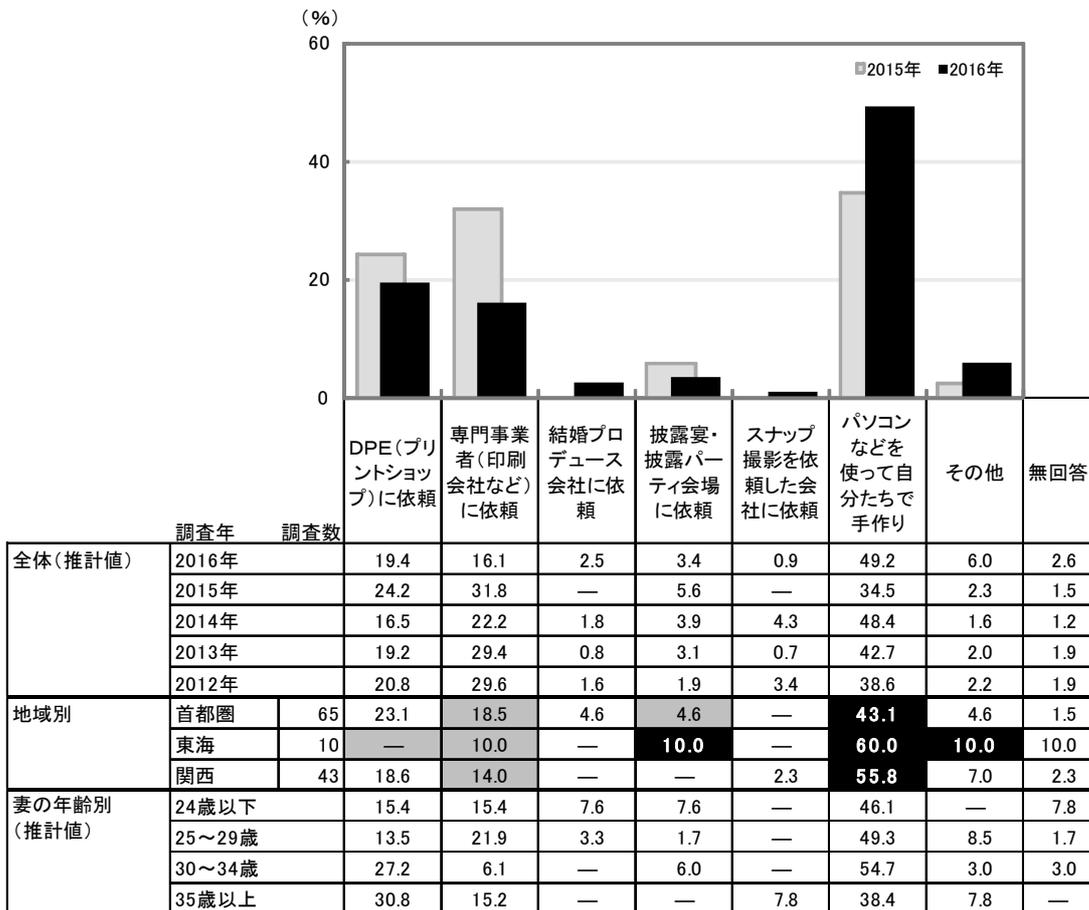


2. 結婚報告ハガキの依頼先

1) 結婚報告ハガキの依頼先

●結婚報告ハガキの依頼先を尋ねたところ、「パソコンなどを使って自分たちで手作り」が49%で最も高く、「DPE(プリントショップ)に依頼」が19%、「専門事業者(印刷会社など)に依頼」が16%で続く。

■結婚報告ハガキの依頼先(結婚報告ハガキ送付または送付予定者/単一回答)



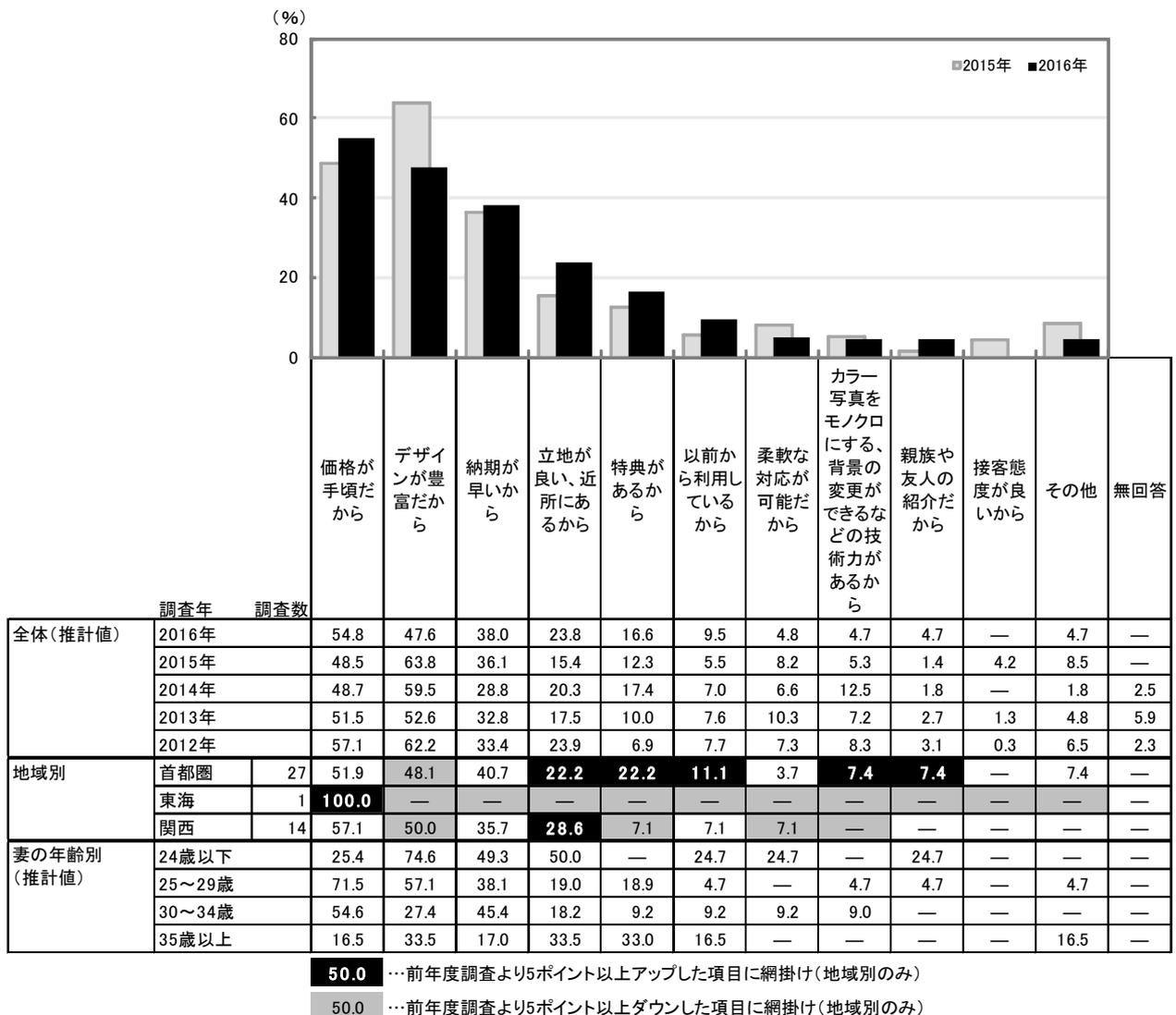
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



2) 結婚報告ハガキの依頼先の選択理由

- 結婚報告ハガキをDPEまたは専門の事業者に依頼した人に対して、依頼先の選択理由を尋ねたところ、「価格が手頃だから」が55%で最も高く、「デザインが豊富だから」が48%、「納期が早いから」が38%で続く。

■ 結婚報告ハガキの依頼先の選択理由(結婚報告ハガキをDPE または専門の事業者に依頼した人/複数回答)

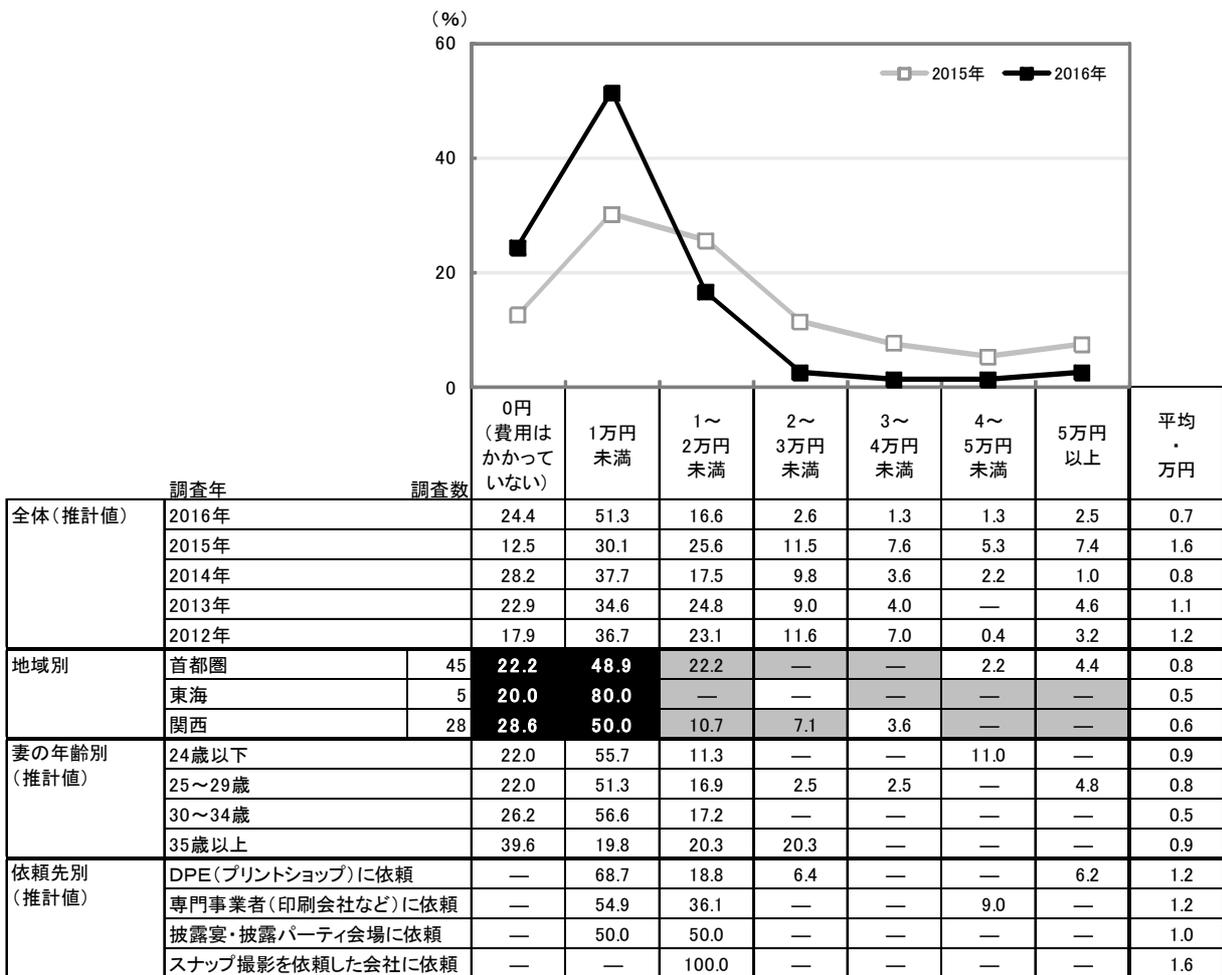




3. 結婚報告ハガキの作成費用

● 郵送費を除く結婚報告ハガキの作成費用を尋ねたところ、「1万円未満」が51%で最も高く、「0円（費用はかかっていない）」が24%、「1～2万円未満」が17%で続く。平均は7000円となった。

■ 郵送費を除く結婚報告ハガキの作成費用
 （結婚報告ハガキ送付または送付予定者のうち、金額回答者のみ／単一回答）



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



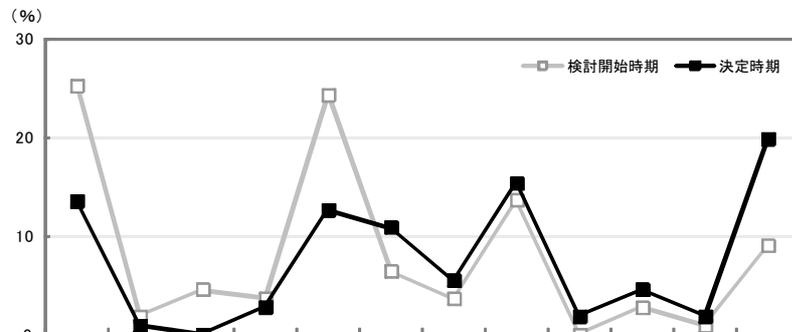
4. 結婚報告ハガキの検討行動

1) 結婚報告ハガキの検討時期

- 結婚報告ハガキの検討開始時期と決定時期を尋ねたところ、平均で挙式の2.0週間前に検討し始め、2.5週間後に決定している。平均検討期間は3.7週間となった。

■ 結婚報告ハガキの検討開始時期と決定時期

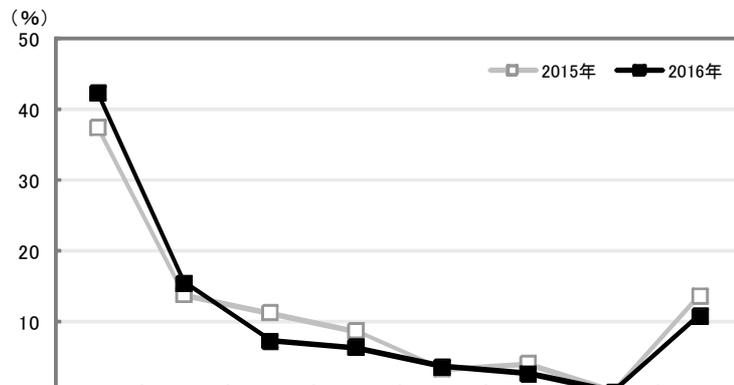
(結婚報告ハガキ送付または送付予定者のうち、挙式実施者のみ／単一回答)



調査年		調査数	挙式の4週間以上前	挙式の3週間前	挙式の2週間前	挙式の1週間前以内	挙式の1週間後まで	挙式の2週間後	挙式の3週間後	挙式の4週間後	挙式の5週間後	挙式の6週間後	挙式の7週間後	挙式の8週間以上後	無回答	平均・週間後	
全体(推計値)	2016年	検討開始時期	25.2	1.8	4.5	3.6	24.3	6.3	3.6	13.6	—	2.7	0.9	9.0	4.5	- 2.0	
		決定時期	13.5	0.9	—	2.7	12.6	10.8	5.4	15.3	1.8	4.5	1.8	19.8	10.8	2.5	
	2015年	検討開始時期	30.7	—	1.7	4.8	19.9	4.9	4.1	15.1	—	2.4	—	11.6	4.7	- 1.4	
		決定時期	16.2	—	1.6	4.0	12.1	9.5	4.9	9.6	8.0	4.9	1.7	19.5	8.0	2.1	
	2014年	検討開始時期	27.3	0.4	3.4	2.5	12.9	14.2	4.3	11.3	1.9	4.3	0.7	10.0	6.8	- 2.0	
		決定時期	20.2	—	2.1	1.6	7.5	3.9	6.4	15.0	4.6	7.0	0.7	20.6	10.2	0.8	
	2013年	検討開始時期	22.3	0.9	4.9	3.8	20.6	11.2	6.2	8.6	2.5	2.1	0.8	10.9	5.1	- 1.1	
		決定時期	12.0	1.2	1.7	1.6	10.2	11.7	10.5	12.5	3.3	5.6	1.2	20.4	8.2	2.6	
	2012年	検討開始時期	21.4	1.8	4.5	1.9	19.6	10.9	5.0	12.4	1.6	2.5	0.1	12.1	6.1	- 0.1	
		決定時期	11.2	1.0	1.6	2.7	8.6	9.7	8.9	11.9	3.0	5.8	2.6	23.7	9.4	3.2	
地域別	首都圏	検討開始時期	60	26.7	1.7	6.7	1.7	26.7	5.0	5.0	8.3	—	3.3	—	10.0	5.0	- 2.8
		決定時期	60	15.0	—	—	1.7	15.0	11.7	5.0	15.0	—	3.3	3.3	21.7	8.3	2.7
	東海	検討開始時期	9	44.4	—	—	—	11.1	—	—	11.1	—	—	—	11.1	22.2	- 7.7
		決定時期	9	33.3	—	—	—	11.1	—	—	—	—	11.1	—	22.2	22.2	- 3.3
	関西	検討開始時期	42	19.0	2.4	2.4	7.1	23.8	9.5	2.4	21.4	—	2.4	2.4	7.1	—	0.2
		決定時期	42	7.1	2.4	—	4.8	9.5	11.9	7.1	19.0	4.8	4.8	—	16.7	11.9	3.3
妻の年齢別(推計値)	24歳以下	検討開始時期	27.0	—	9.0	9.2	18.0	—	—	9.2	—	—	—	—	27.5	- 4.8	
		決定時期	27.0	—	—	9.2	9.0	9.0	—	9.2	—	9.0	—	9.3	18.3	- 0.5	
	25～29歳	検討開始時期	23.7	—	3.6	3.6	25.4	3.6	5.4	18.2	—	3.6	1.8	10.9	—	- 0.1	
		決定時期	12.8	1.8	—	1.8	12.7	9.1	3.6	18.1	1.8	5.5	3.6	21.7	7.4	3.6	
	30～34歳	検討開始時期	24.9	6.3	6.3	—	21.9	9.4	—	12.6	—	3.2	—	12.5	3.1	- 3.7	
		決定時期	12.4	—	—	3.2	12.4	15.6	6.3	9.4	—	3.1	—	21.9	15.6	1.3	
	35歳以上	検討開始時期	30.8	—	—	7.8	30.8	15.4	7.6	—	—	—	—	—	7.6	- 4.2	
		決定時期	7.8	—	—	—	15.6	7.6	15.2	23.0	7.8	—	—	15.4	7.6	3.0	



■結婚報告ハガキの検討期間(結婚報告ハガキ送付または送付予定者のうち、挙式実施者のみ/単一回答)



調査年	調査数	検討期間								無回答	平均・週間	
		1週間	2週間	3週間	4週間	5週間	6週間	7週間	8週間以上			
全体(推計値)	2016年	42.3	15.4	7.2	6.3	3.6	2.7	—	10.8	11.8	3.7	
	2015年	37.4	13.8	11.2	8.6	3.2	4.1	—	13.7	8.0	3.4	
	2014年	45.5	13.1	5.8	8.6	4.9	3.8	1.6	4.5	12.3	2.5	
	2013年	37.1	17.3	5.9	11.5	2.8	3.2	1.6	10.5	10.1	3.3	
	2012年	37.9	14.4	8.1	10.8	1.7	3.2	1.0	12.4	10.6	3.5	
地域別	首都圏	60	46.7	10.0	6.7	6.7	5.0	3.3	—	13.3	8.3	4.2
	東海	9	33.3	22.2	11.1	—	—	—	—	—	33.3	1.2
	関西	42	38.1	21.4	7.1	7.1	2.4	2.4	—	9.5	11.9	3.4
妻の年齢別(推計値)	24歳以下		45.5	—	9.0	9.0	9.0	—	—	—	27.5	1.6
	25~29歳		45.3	16.5	10.9	1.8	—	3.6	—	14.5	7.4	3.7
	30~34歳		43.8	12.6	—	12.5	9.3	3.1	—	3.1	15.6	2.7
	35歳以上		23.0	30.8	7.8	7.8	—	—	—	23.0	7.6	7.2

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

▼平均の推移

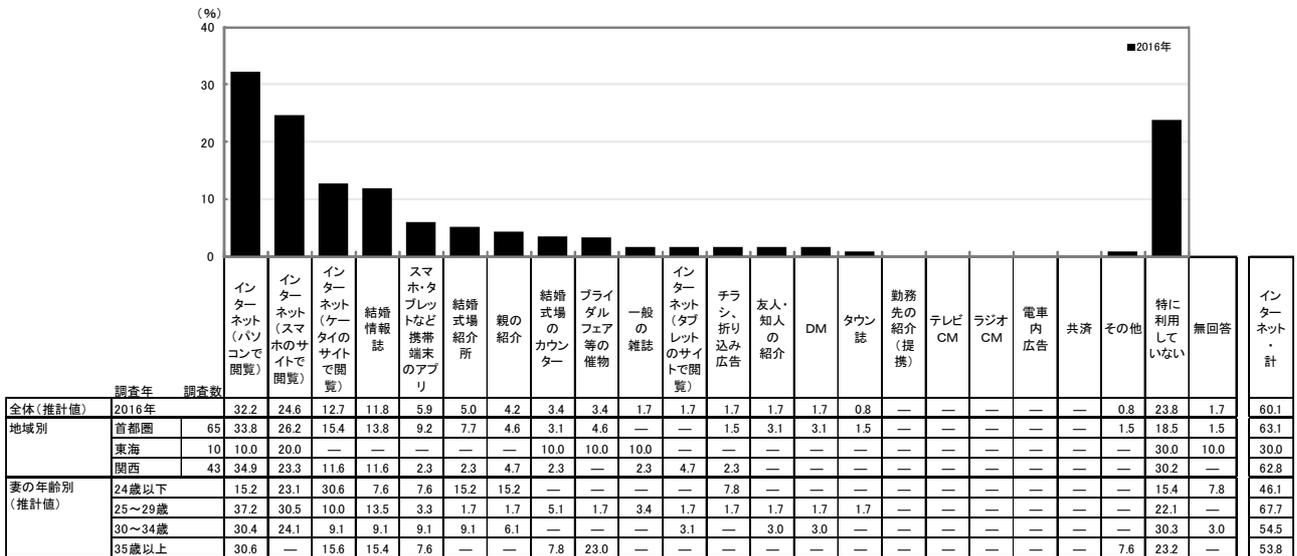
調査年	項目	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
		全体(推計値)				
	検討開始時期(週間後)	-0.1	-1.1	-2.0	-1.4	-2.0
	決定時期(週間後)	3.2	2.6	0.8	2.1	2.5
	検討期間(週間)	3.5	3.3	2.5	3.4	3.7



2) 結婚報告ハガキを検討する際に利用した情報源

- 結婚報告ハガキを検討する際に利用した情報源を尋ねたところ、「インターネット(パソコンで閲覧)」が32%で最も高く、次いで「インターネット(スマホのサイトで閲覧)」が25%、「インターネット(ケータイのサイトで閲覧)」が13%、「結婚情報誌」が12%で続く。

■ 結婚報告ハガキを検討する際に利用した情報源(結婚報告ハガキ送付または送付予定者/複数回答)



※「インターネット・計」:「インターネット(パソコンで閲覧)」+「インターネット(ケータイのサイトで閲覧)」+「インターネット(スマホのサイトで閲覧)」+「インターネット(タブレットのサイトで閲覧)」+「スマホ・タブレットなどの携帯端末のアプリ」のいずれかを回答した人を集計

<参考> 2015年までは選択肢が異なるため

調査年	親の紹介	友人・知人の紹介	電話帳	結婚情報誌	一般の雑誌	タウン誌	インターネット(パソコンで閲覧)	インターネット(携帯・電話・携帯端末で閲覧)	結婚式のカウンター	チラシ、折り込み広告	ブライダルフェア等の催物	結婚式場紹介所	駅などの看板	その他	特に利用していない	無回答	インターネット・計	
全体(推計値)	2015年	3.2	1.5	—	18.7	3.2	0.8	59.6	24.9	5.4	3.0	4.0	1.6	—	2.2	15.3	1.5	70.4
	2014年	1.7	3.9	0.4	15.1	4.1	0.7	54.7	13.3	6.5	2.6	6.2	3.1	—	3.4	16.5	0.5	60.9
	2013年	0.7	2.1	—	24.2	2.5	—	57.4	15.8	2.5	6.4	2.9	0.9	3.1	18.8	1.9	—	65.7
	2012年	2.4	4.0	—	16.7	2.7	—	57.5	9.4	3.2	6.1	5.7	1.4	0.4	6.3	20.1	1.7	61.3

※「インターネット・計」:「インターネット(パソコンで閲覧)」+「インターネット(携帯電話・携帯端末で閲覧)」のいずれかを回答した人を集計



第 10 章

結婚や新生活、コミュニティに対する考え方

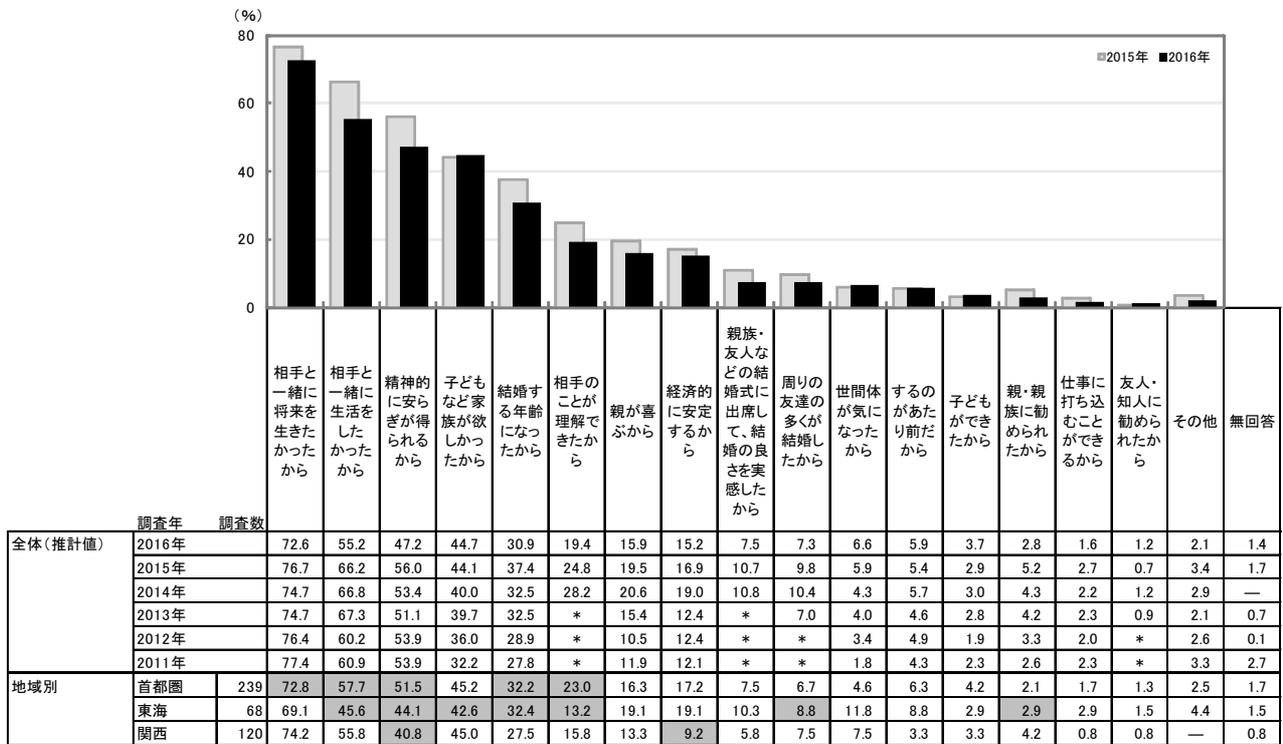




1. 結婚を決めた理由

- 全体に対して、結婚を決めた理由を尋ねたところ、「相手と一緒に将来を生きたかったから」が73%で最も高く、次いで「相手と一緒に生活をしたかったから」が55%、「精神的に安らぎが得られるから」が47%、「子どもなど家族が欲しかったから」が45%で続く。

■結婚を決めた理由(全体／複数回答)



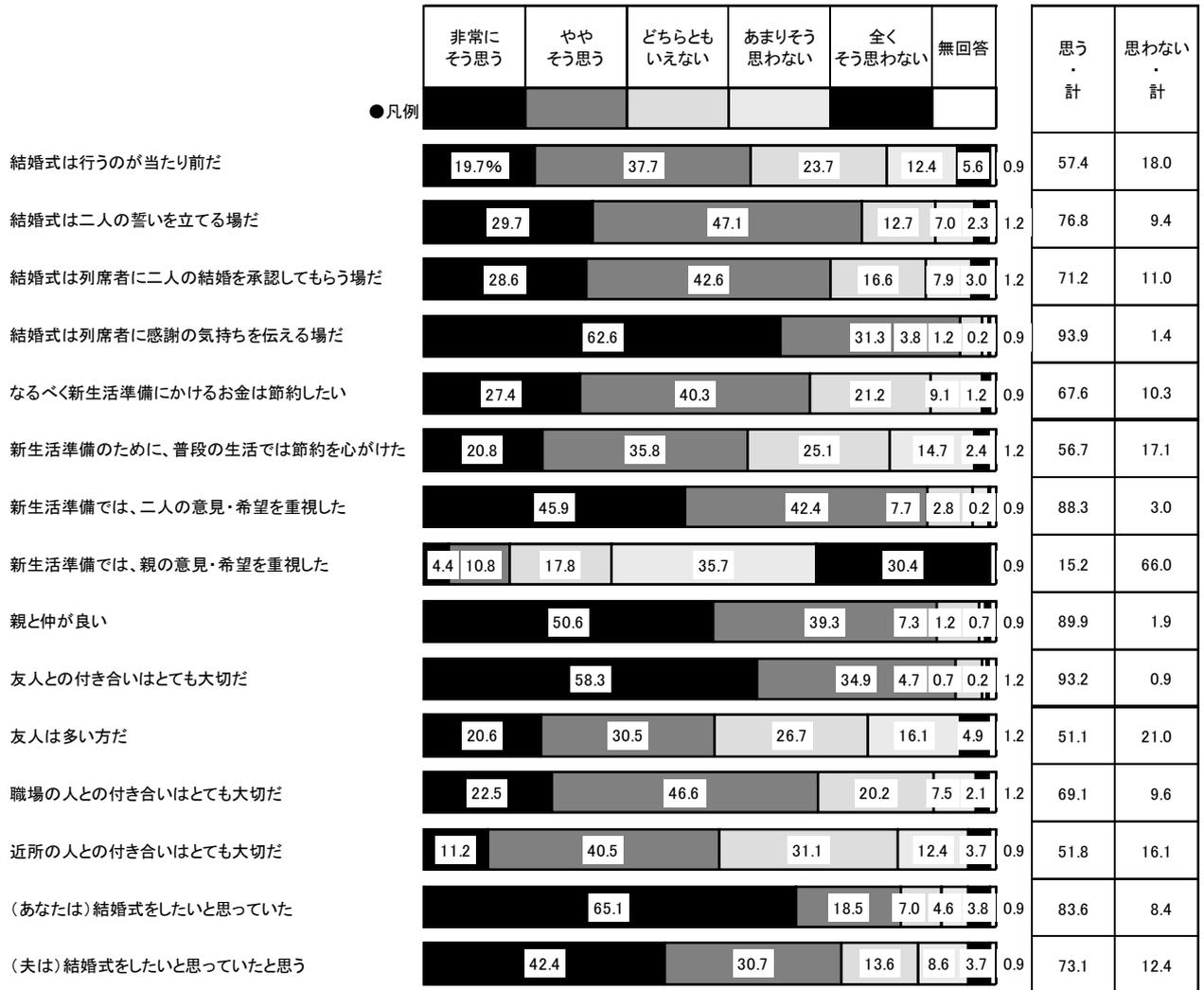
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



2. 結婚・新生活・コミュニティに対する考え方

■結婚・新生活・コミュニティに対する考え方(全体/それぞれ単一回答)



※「思う・計」:「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計値
 ※「思わない・計」:「全くそう思わない」「あまりそう思わない」の合計値



■結婚・新生活・コミュニティに対する考え方【「思う・計」と「思わない・計」の経年変化】

(全体／それぞれ単一回答)

(%)

調査年	全体(推計値)												
	思う・計						思わない・計						
	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年	
1	結婚式を行うのが当たり前だ	57.4	46.9	50.2	52.1	50.9	46.8	18.0	17.3	19.0	18.5	19.6	20.9
2	結婚式は二人の誓いを立てる場だ	76.8	68.9	73.5	70.8	73.3	68.6	9.4	12.4	10.9	11.7	11.8	15.3
3	結婚式は列席者に二人の結婚を承認してもらう場だ	71.2	65.3	74.3	69.1	73.2	67.9	11.0	13.6	11.1	11.5	12.4	13.8
4	結婚式は列席者に感謝の気持ちを伝える場だ	93.9	92.2	92.0	90.9	92.3	88.3	1.4	1.2	3.3	3.0	2.3	3.4
5	なるべく新生活準備にかけるお金は節約したい	67.6	69.0	72.5	66.6	64.0	59.6	10.3	9.5	8.8	12.4	14.1	14.0
6	新生活準備のために、普段の生活では節約を心がけた	56.7	58.9	62.0	56.3	57.1	51.7	17.1	15.5	18.0	19.5	19.0	22.2
7	新生活準備では、二人の意見・希望を重視した	88.3	89.5	88.2	86.4	91.0	88.3	3.0	2.2	2.1	2.8	3.0	2.3
8	新生活準備では、親の意見・希望を重視した	15.2	17.3	20.8	18.2	18.7	18.9	66.0	57.8	57.5	59.8	61.0	57.6
9	親と仲が良い	89.9	87.1	86.0	89.5	90.8	88.5	1.9	3.7	3.8	2.5	1.7	1.0
10	友人との付き合いはとても大切だ	93.2	93.7	93.5	92.7	95.1	92.1	0.9	1.5	1.4	1.4	1.0	1.2
11	友人は多い方だ	51.1	49.0	51.1	52.2	51.4	51.6	21.0	21.3	21.9	17.5	18.7	18.6
12	職場の人との付き合いはとても大切だ	69.1	63.0	71.8	71.0	69.6	66.2	9.6	10.0	9.3	9.4	10.2	10.4
13	近所の人との付き合いはとても大切だ	51.8	51.8	59.5	53.5	57.9	56.4	16.1	14.6	11.2	14.2	10.7	10.9
14	(あなたは)結婚式をしたいと思っていた	83.6	82.1	81.8	84.4	83.2	82.9	8.4	8.2	10.6	8.4	10.2	8.4
15	(夫は)結婚式をしたいと思っていたと思う	73.1	73.4	74.0	75.1	74.4	77.4	12.4	9.9	15.1	10.7	12.0	7.9

※「思う・計」:「非常にそう思う」「ややそう思う」の合計値

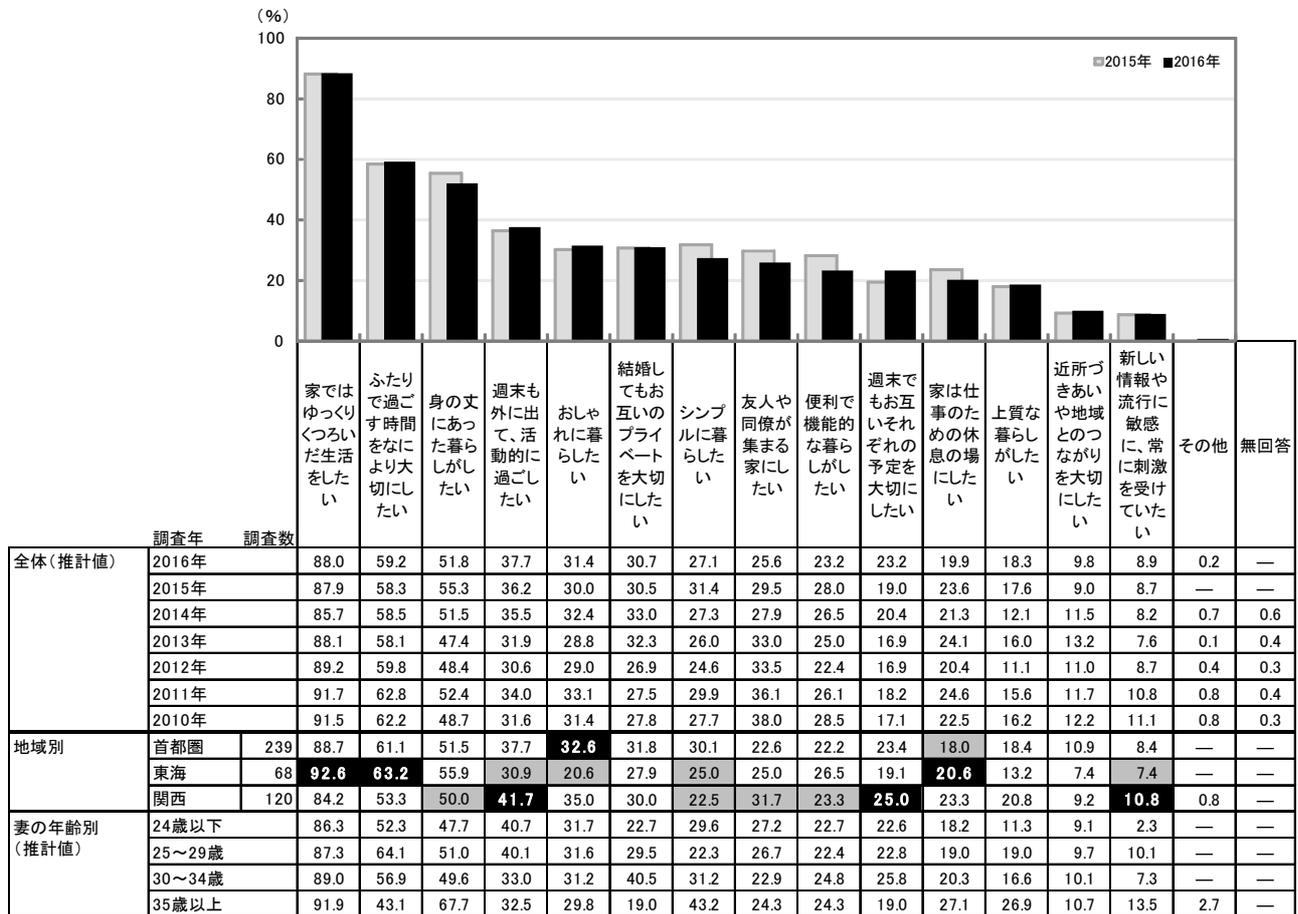
※「思わない・計」:「全くそう思わない」「あまりそう思わない」の合計値



3. 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を尋ねたところ、「家ではゆっくりくつろいだ生活をしたい」が88%で最も高く、次いで「ふたりで過ごす時間をなにより大切にしたい」が59%、「身の丈にあった暮らしがしたい」が52%で続く。

■ 夫婦のライフスタイルに対する考え方(全体／複数回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

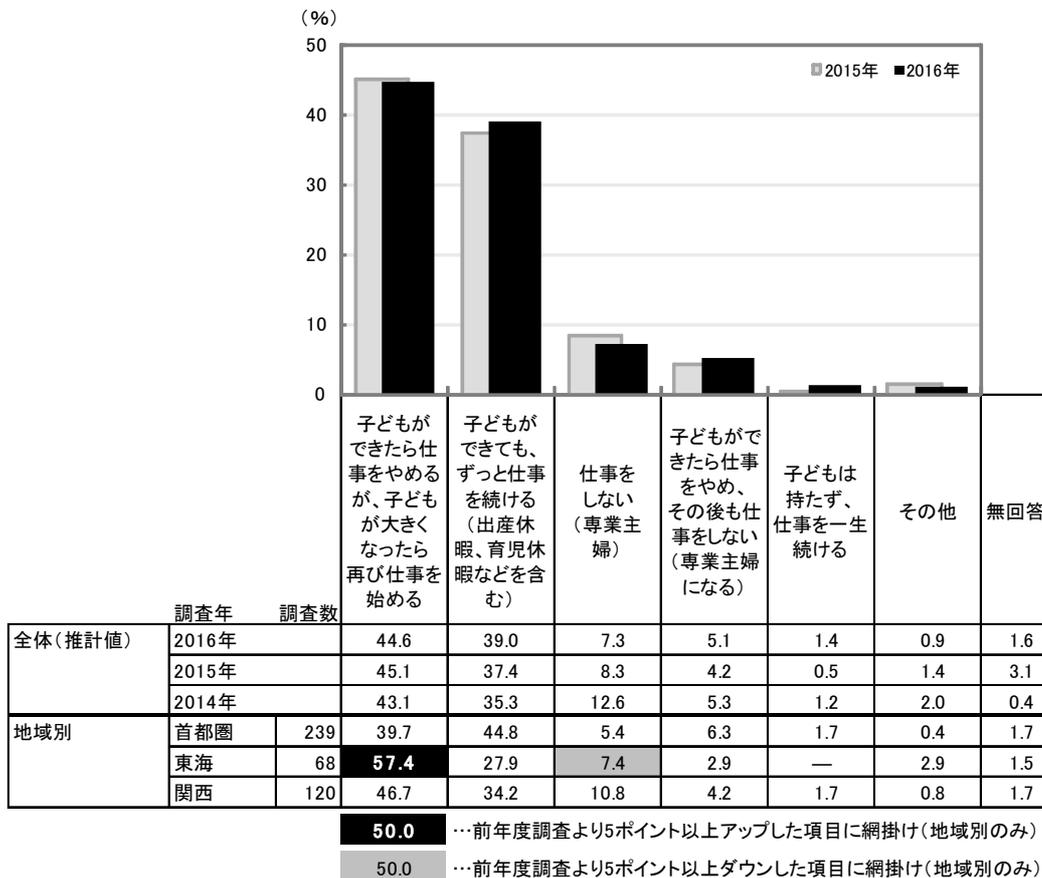
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



4. 妻のライフスタイルに対する考え方

- 結婚後の妻の理想の働き方を尋ねたところ、「子どもができれば仕事をやめるが、子どもが大きくなったら再び仕事を始める」が45%で最も高く、次いで「子どもができて、ずっと仕事を続ける(出産休暇、育児休暇などを含む)」が39%で続く。

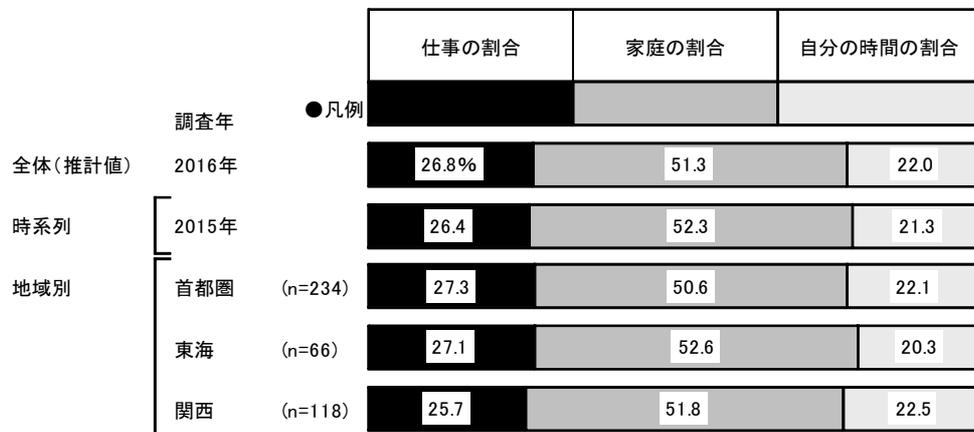
■結婚後の妻の理想の働き方(全体/単一回答)





- 理想とする将来のライフスタイルのバランスを尋ねたところ、「仕事の割合」が27%、「家庭の割合」が51%、「自分の時間の割合」が22%であった。

■理想とする将来のライフスタイルのバランス(有効回答者のみ/単一回答)



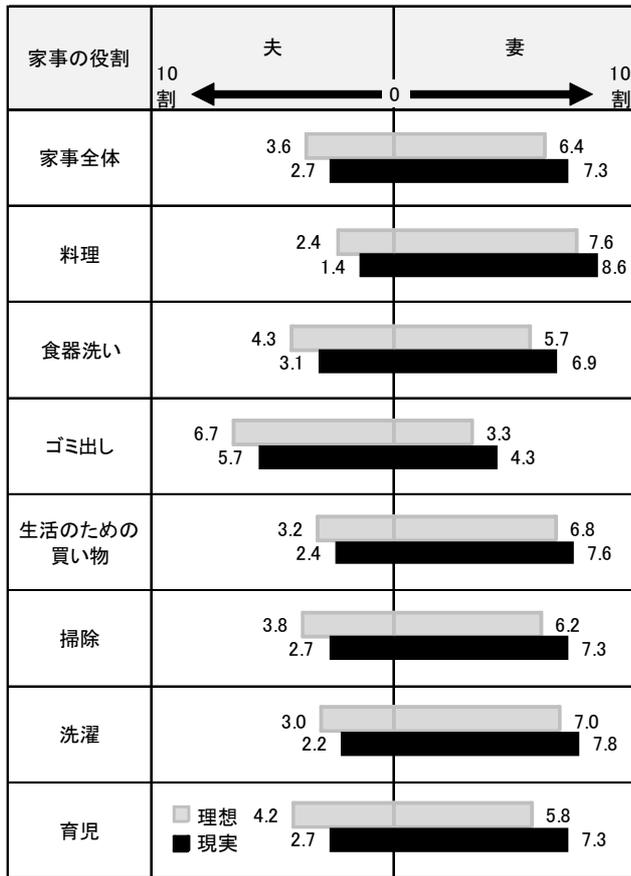
※「仕事の割合」+「家庭の割合」+「自分の時間の割合」の合計が100%の回答者のみを集計対象としている



5. 夫婦の家事役割分担

■ 夫婦の家事役割分担の理想と現実(有効回答者のみ/それぞれ単一回答)

(割)



調査年	全体(推計値)			地域別					
	2016年		理想 - 現実	首都圏		東海		関西	
	夫	妻		夫	妻	夫	妻	夫	妻
理想	3.6	6.4	-1.0	3.7	6.3	3.5	6.5	3.5	6.5
現実	2.7	7.3		2.8	7.2	2.7	7.3	2.4	7.6
理想	2.4	7.6	-1.0	2.5	7.5	2.2	7.8	2.2	7.8
現実	1.4	8.6		1.5	8.5	1.2	8.8	1.3	8.7
理想	4.3	5.7	-1.2	4.4	5.6	4.3	5.7	4.2	5.8
現実	3.1	6.9		3.2	6.8	3.2	6.8	2.9	7.1
理想	6.7	3.3	-1.1	6.6	3.4	6.7	3.3	7.1	2.9
現実	5.7	4.3		5.7	4.3	5.9	4.1	5.4	4.6
理想	3.2	6.8	-0.7	3.3	6.7	3.0	7.0	3.0	7.0
現実	2.4	7.6		2.5	7.5	2.3	7.7	2.4	7.6
理想	3.8	6.2	-1.1	4.0	6.0	3.6	6.4	3.5	6.5
現実	2.7	7.3		3.0	7.0	2.6	7.4	2.2	7.8
理想	3.0	7.0	-0.8	3.2	6.8	2.9	7.1	2.7	7.3
現実	2.2	7.8		2.4	7.6	2.3	7.7	1.8	8.2
理想	4.2	5.8	-1.5	4.3	5.7	4.2	5.8	4.1	5.9
現実	2.7	7.3		2.9	7.1	3.1	6.9	2.2	7.8

※「夫」+「妻」の合計がそれぞれ10割の回答者のみを集計対象としている



■夫婦の家事役割分担の理想と現実〔経年変化〕(有効回答者のみ／それぞれ単一回答)

調査年		全体(推計値)								
		2016年			2015年			2014年		
		夫	妻	理想 － 現実	夫	妻	理想 － 現実	夫	妻	理想 － 現実
家事全体	理想	3.6	6.4	-1.0	3.5	6.5	-0.8	3.3	6.7	-1.1
	現実	2.7	7.3		2.7	7.3		2.2	7.8	
料理	理想	2.4	7.6	-1.0	2.4	7.6	-0.9	2.2	7.8	-1.0
	現実	1.4	8.6		1.4	8.6		1.2	8.8	
食器洗い	理想	4.3	5.7	-1.2	4.2	5.8	-0.9	4.0	6.0	-1.3
	現実	3.1	6.9		3.3	6.7		2.7	7.3	
ゴミ出し	理想	6.7	3.3	-1.1	6.5	3.5	-0.5	6.5	3.5	-1.0
	現実	5.7	4.3		5.9	4.1		5.5	4.5	
生活のための 買い物	理想	3.2	6.8	-0.7	3.1	6.9	-0.6	2.9	7.1	-0.7
	現実	2.4	7.6		2.4	7.6		2.2	7.8	
掃除	理想	3.8	6.2	-1.1	3.8	6.2	-1.1	3.6	6.4	-1.3
	現実	2.7	7.3		2.7	7.3		2.2	7.8	
洗濯	理想	3.0	7.0	-0.8	3.2	6.8	-0.8	2.9	7.1	-1.0
	現実	2.2	7.8		2.4	7.6		2.0	8.0	
育児	理想	4.2	5.8	-1.5	4.1	5.9	-1.7	4.1	5.9	-1.8
	現実	2.7	7.3		2.4	7.6		2.3	7.7	

※「夫」+「妻」の合計がそれぞれ10割の回答者のみを集計対象としている

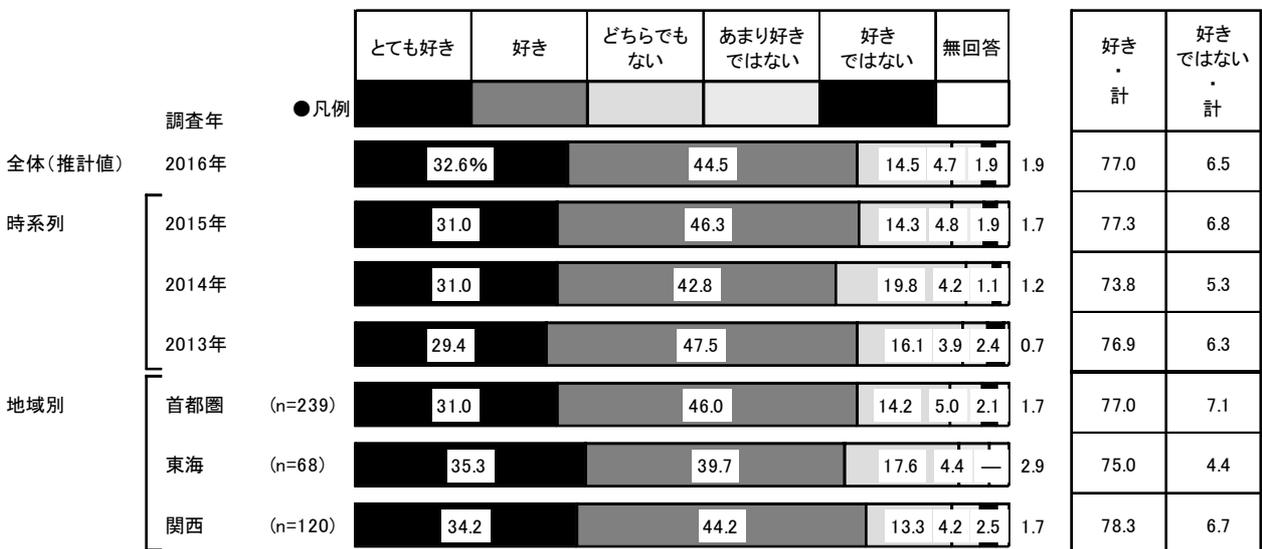


6. 夫婦の親に対する意識

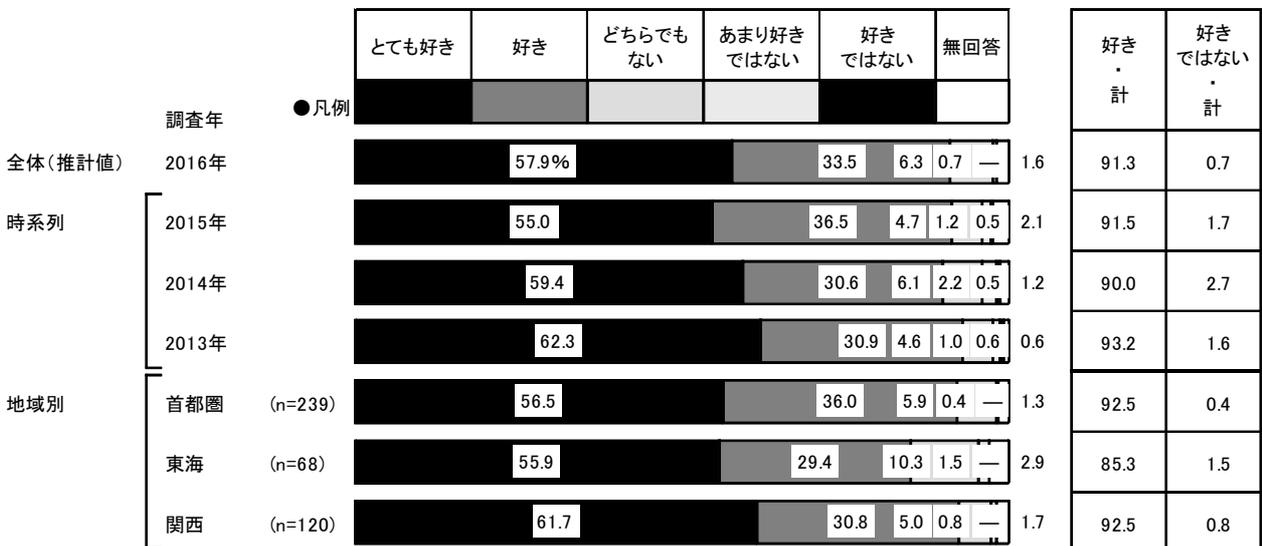
●夫婦の親に対する意識を尋ねたところ、夫の親の場合、「とても好き」が33%で、「好き」(45%)を合わせ、「好き・計」は77%であった。

●妻の親の場合、「とても好き」が58%で、「好き」(34%)を合わせ、「好き・計」は91%であった。

■夫婦の親に対する意識【夫の親】(全体／単一回答)



■夫婦の親に対する意識【妻の親】(全体／単一回答)



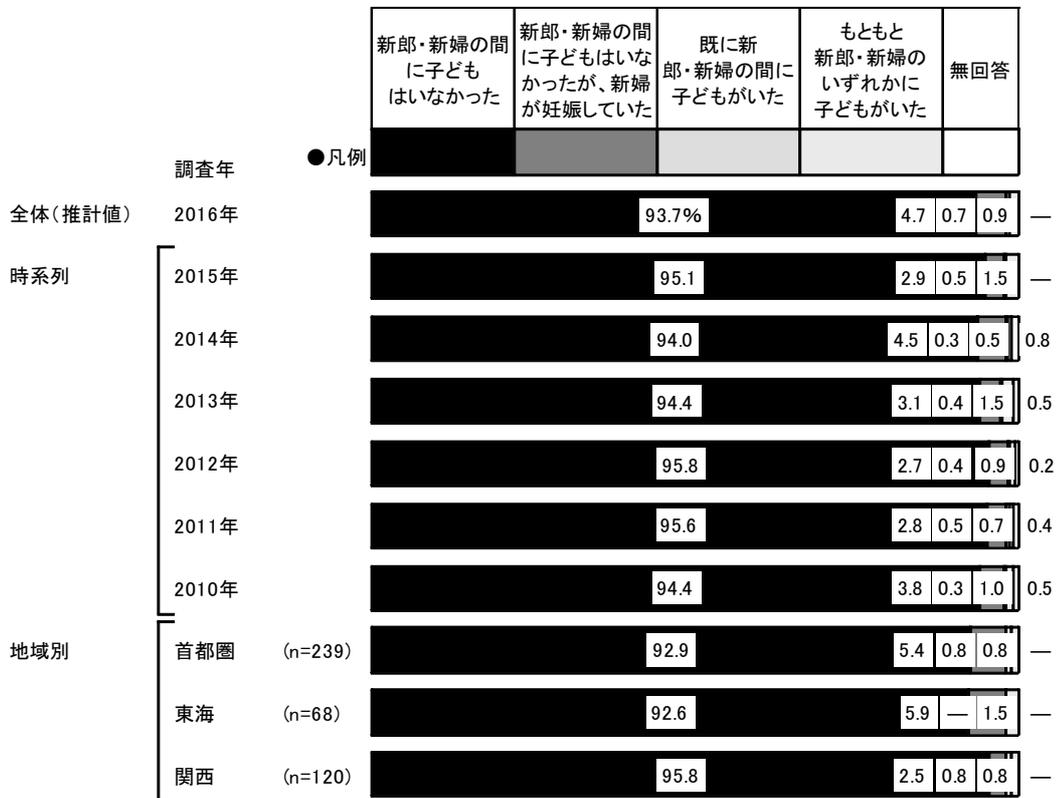


7. 子どもについて

1) 子どもの有無と希望

●結婚を決めた当時に子どもがいたかを尋ねたところ、「新郎・新婦の間に子どもはいなかった」人が94%であった。

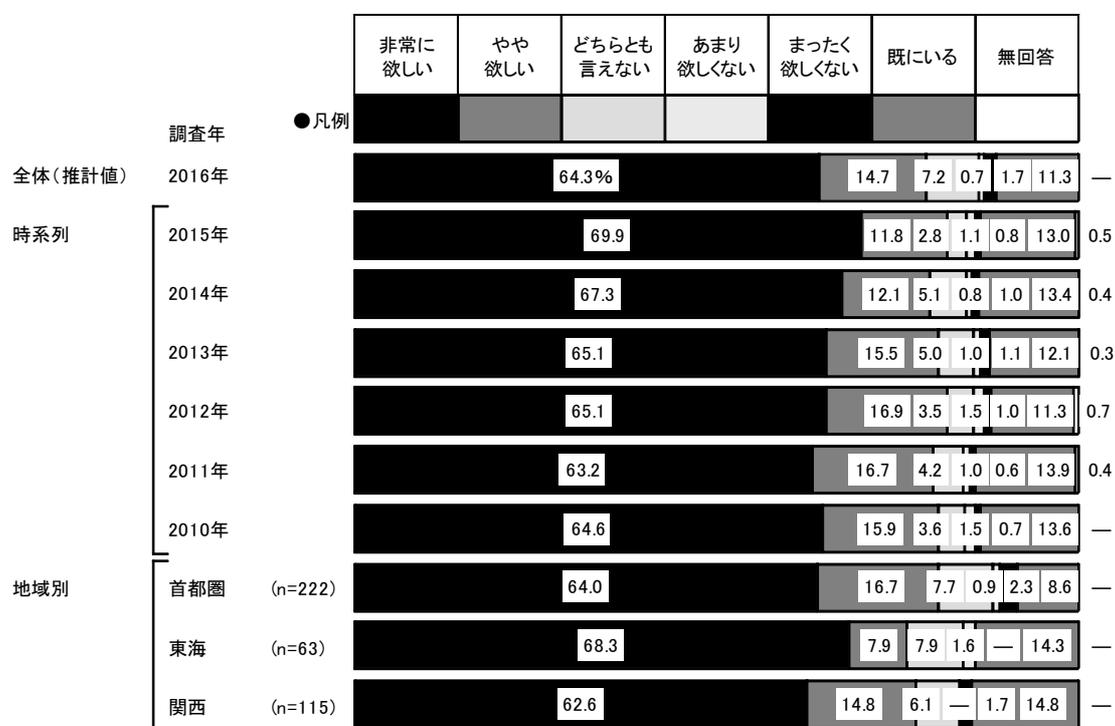
■結婚を決めた当時の子どもの有無(全体/単一回答)





●結婚を決めた当時に子どもがいなかった人に対して、将来子どもを持ちたいかを尋ねたところ、「非常に欲しい」人が64%、「やや欲しい」人が15%であった。

■将来子どもを持ちたいか[調査時点における回答](結婚を決めた当時に子どもがいなかった人/単一回答)

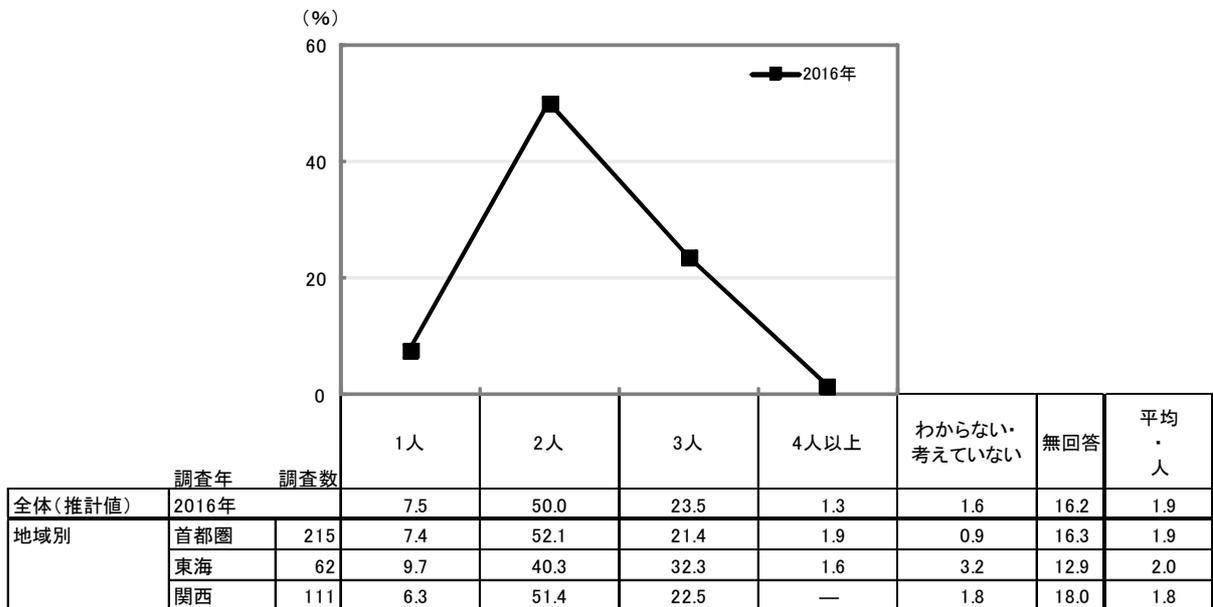




2) 将来欲しい子どもの人数

- 将来子どもが欲しい人または既に子どもがいる人に対して、将来欲しい子どもの人数を尋ねたところ、「2人」が50%で最も高く、次いで「3人」が24%、「1人」が8%で続く。平均は1.9人となった。

■ 将来欲しい子どもの人数(将来子どもが欲しい人または既に子どもがいる人／単一回答)

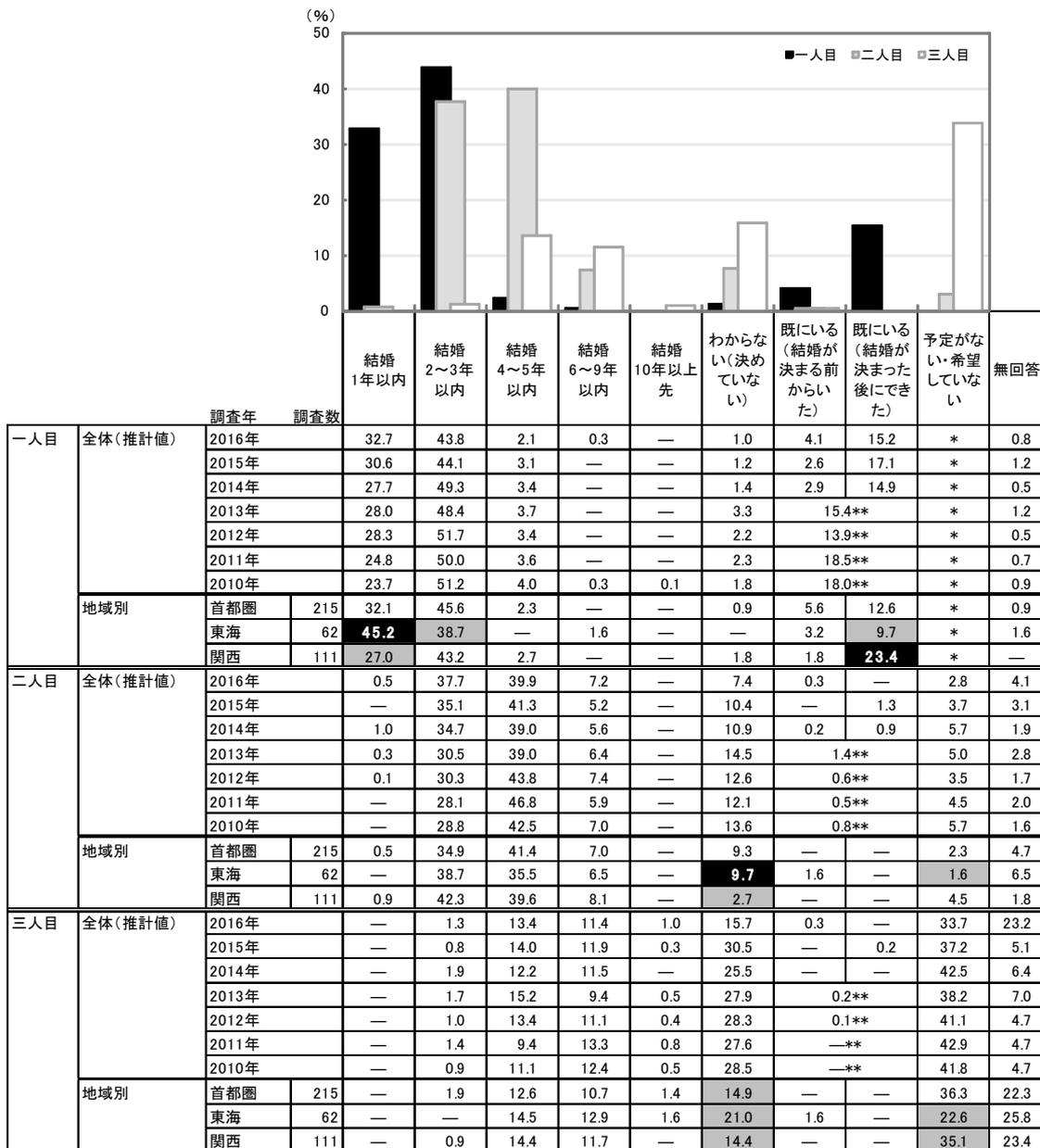




3) 子どもが欲しい時期

- 子どもが欲しい時期を尋ねたところ、一人目は「結婚2～3年以内」が44%で最も高く、次いで「結婚1年以内」が33%、「既にある(結婚が決まった後にできた)」が15%で続く。二人目は「結婚4～5年以内」が40%で最も高く、次いで「結婚2～3年以内」が38%で続く。三人目は「予定がない・希望していない」が34%で最も高く、次いで「わからない(決めていない)」が16%で続く。

■子どもが欲しい時期(将来子どもが欲しい人または既に子どもがいる人/それぞれ単一回答)



**2013年までは「既にある」でひとつの選択肢

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

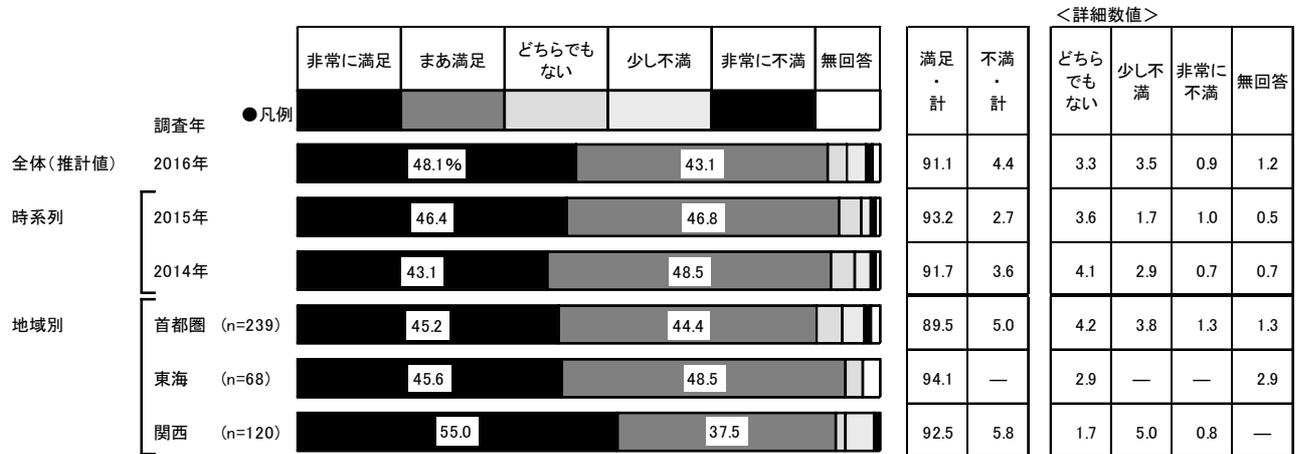


8. 結婚生活について

1) 結婚生活の満足度

●結婚生活の満足度を尋ねたところ、「非常に満足」が48%、「まあ満足」が43%で、「満足・計」は91%であった。

■結婚生活の満足度(全体／単一回答)

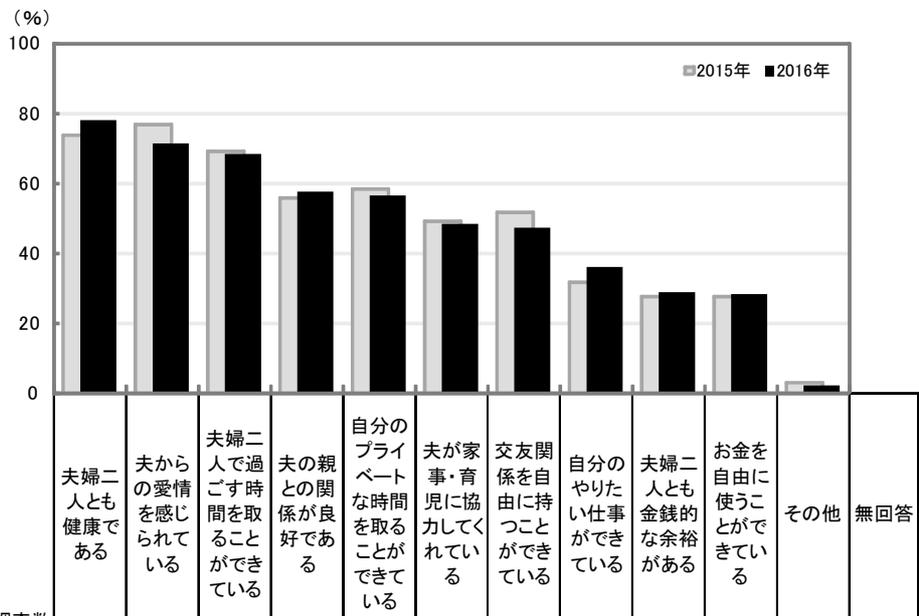




2) 結婚生活の現在の状況

- 結婚生活の現在の状況を尋ねたところ、「夫婦二人とも健康である」が78%で最も高く、「夫からの愛情を感じられている」が71%、「夫婦二人で過ごす時間を取ることができている」が68%で続く。

■結婚生活の現在の状況(全体／複数回答)



	調査年	調査数												
			夫婦二人とも健康である	夫からの愛情を感じられている	夫婦二人で過ごす時間を取ることができている	夫の親との関係が良好である	自分のプライベートな時間を取ることができている	夫が家事・育児に協力している	交友関係を自由に持つことができている	自分のやりたい仕事ができている	夫婦二人とも金銭的な余裕がある	お金を自由に使うことができている	その他	無回答
全体(推計値)	2016年		77.8	71.4	68.1	57.4	56.2	48.2	47.3	35.8	28.5	28.3	1.9	0.7
	2015年		73.9	76.7	69.1	55.9	58.1	49.2	51.8	31.5	27.6	27.7	2.8	—
	2014年		74.2	71.1	68.1	53.1	48.5	40.8	44.2	28.1	24.5	25.1	3.5	0.4
地域別	首都圏	239	75.7	72.4	70.3	57.7	56.5	52.7	48.1	38.1	33.9	30.1	1.7	0.4
	東海	68	83.8	69.1	61.8	57.4	55.9	44.1	51.5	32.4	16.2	19.1	—	2.9
	関西	120	78.3	70.8	67.5	56.7	55.8	41.7	43.3	33.3	25.0	30.0	3.3	—
結婚生活の満足度別(推計値)	満足・計		81.0	76.3	72.5	60.4	58.4	50.3	48.1	37.2	30.2	29.0	1.0	—
	どちらでもない+不満・計		45.4	21.1	21.0	24.2	33.2	24.1	42.2	18.1	9.0	21.0	12.3	—

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

第 11 章

新生活のマネープラン

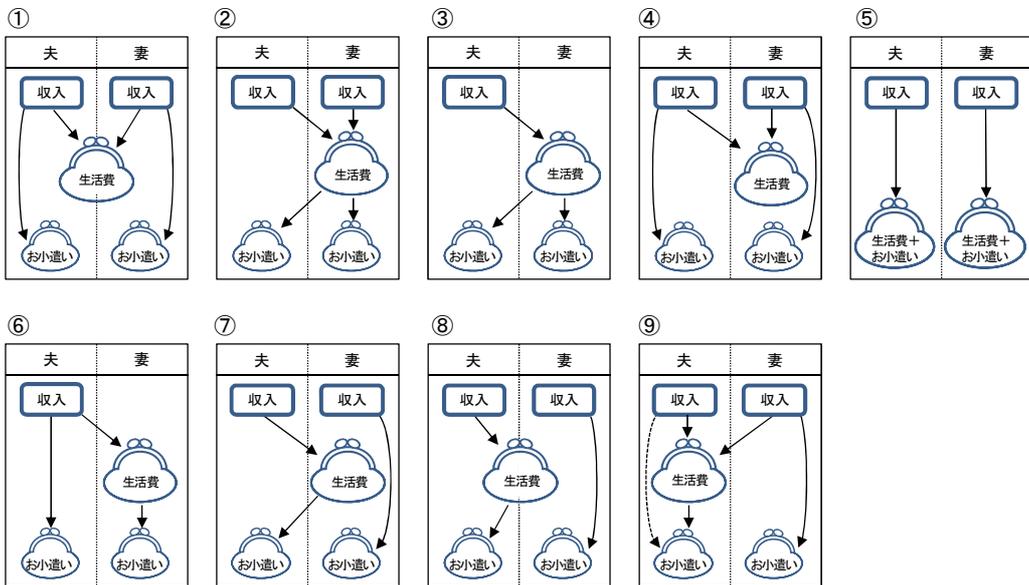
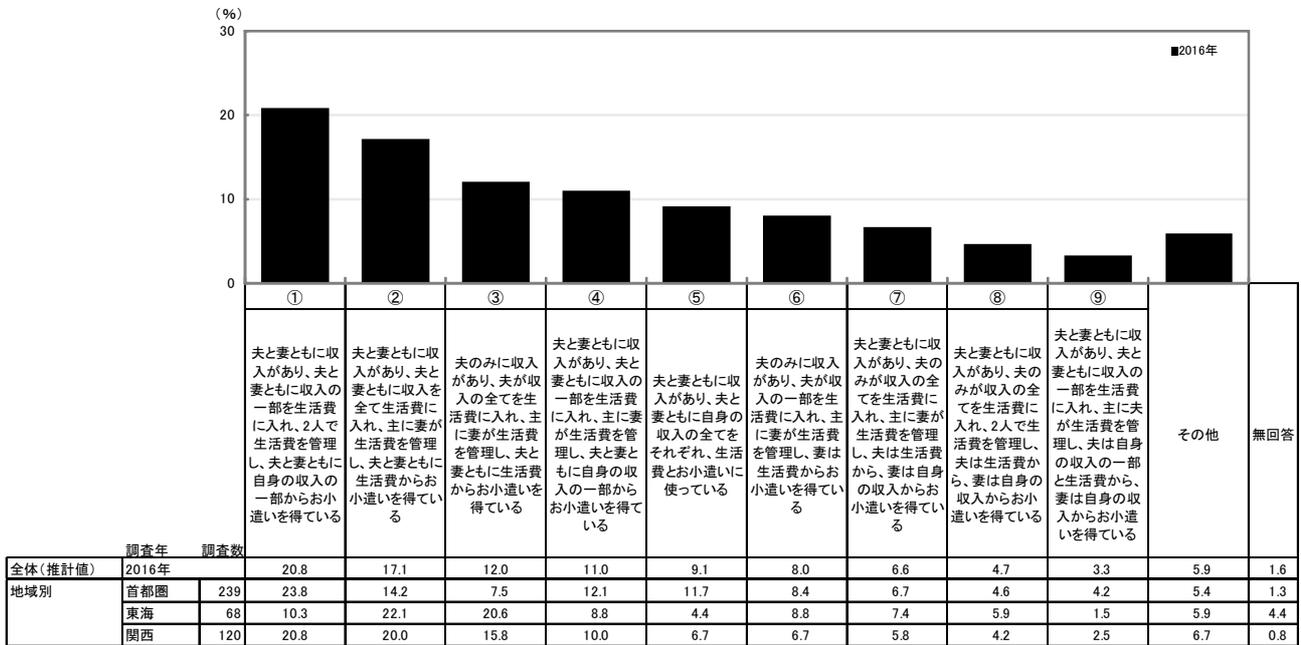




1. 夫婦の家計管理

●全体に対して、夫婦の収入と家計管理のパターンを尋ねたところ、「夫と妻ともに収入があり、夫と妻ともに収入の一部を生活費に入れ、2人で生活費を管理し、夫と妻ともに自身の収入の一部からお小遣いを得ている」が21%で最も高く、次いで「夫と妻ともに収入があり、夫と妻ともに収入を全て生活費に入れ、主に妻が生活費を管理し、夫と妻ともに生活費からお小遣いを得ている」が17%で続く。

■夫婦の収入と家計管理のパターン(全体/単一回答)

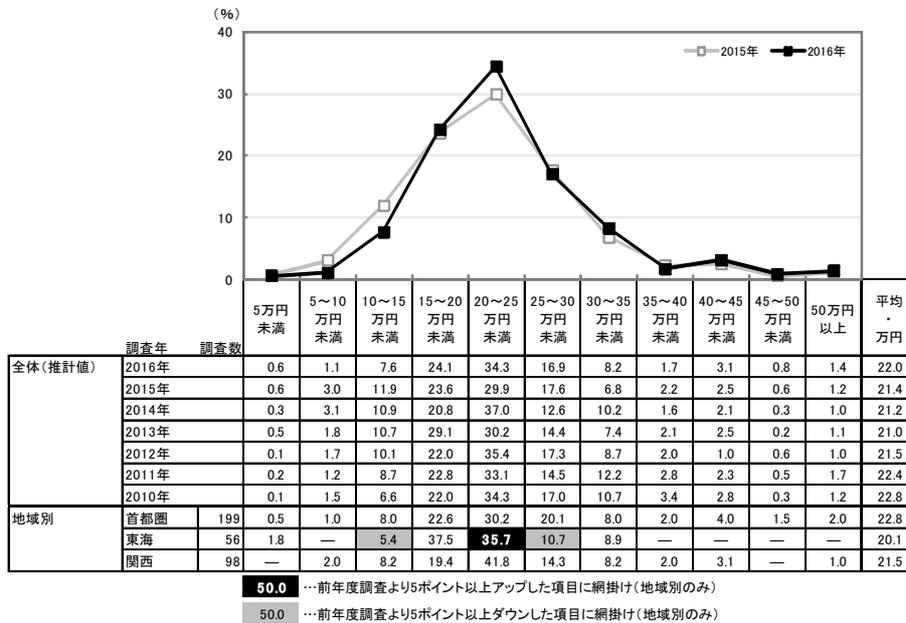




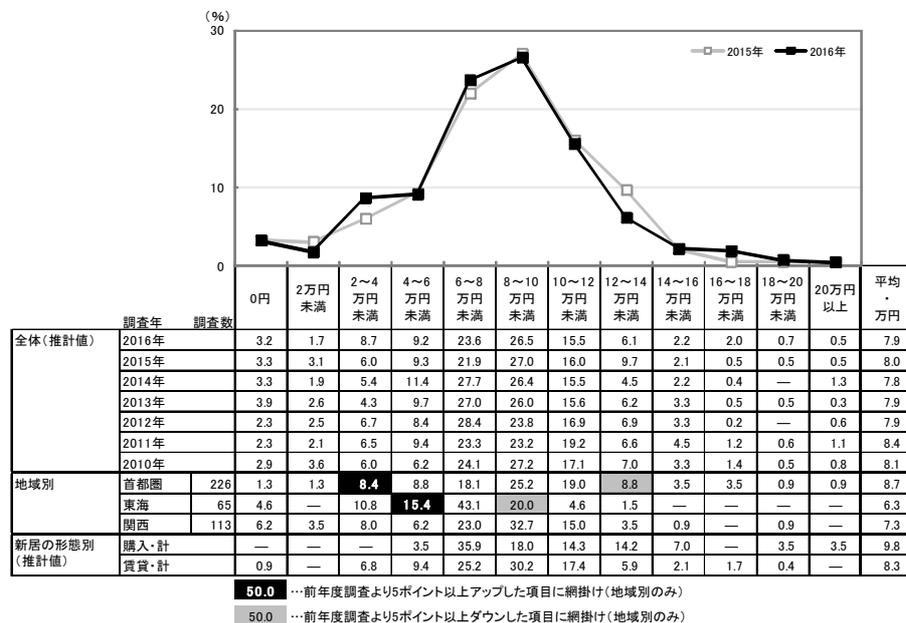
2. 生活費の状況

- 1ヵ月あたりの生活費を尋ねたところ、「20～25万円未満」が34%で最も高く、次いで「15～20万円未満」が24%、「25～30万円未満」が17%で続く。平均は22.0万円となった。
- 1ヵ月あたりの住宅ローン返済額を含む住居費を尋ねたところ、「8～10万円未満」が27%で最も高く、次いで「6～8万円未満」が24%、「10～12万円未満」が16%で続く。平均は7.9万円となった。

■1ヵ月あたりの生活費(金額回答者のみ/単一回答)



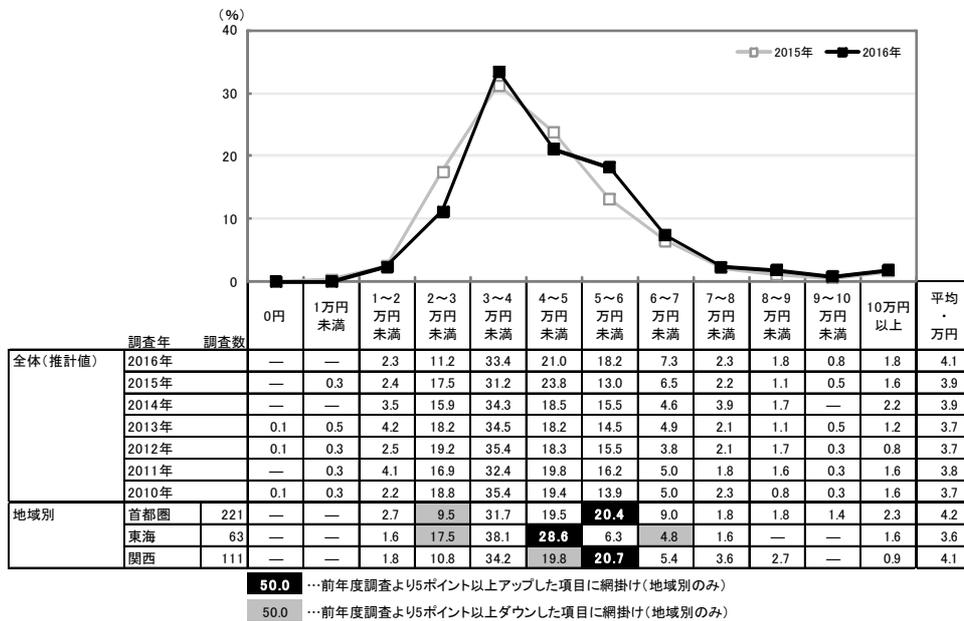
■1ヵ月あたりの住居費(住宅ローン返済額を含む)(金額回答者のみ/単一回答)



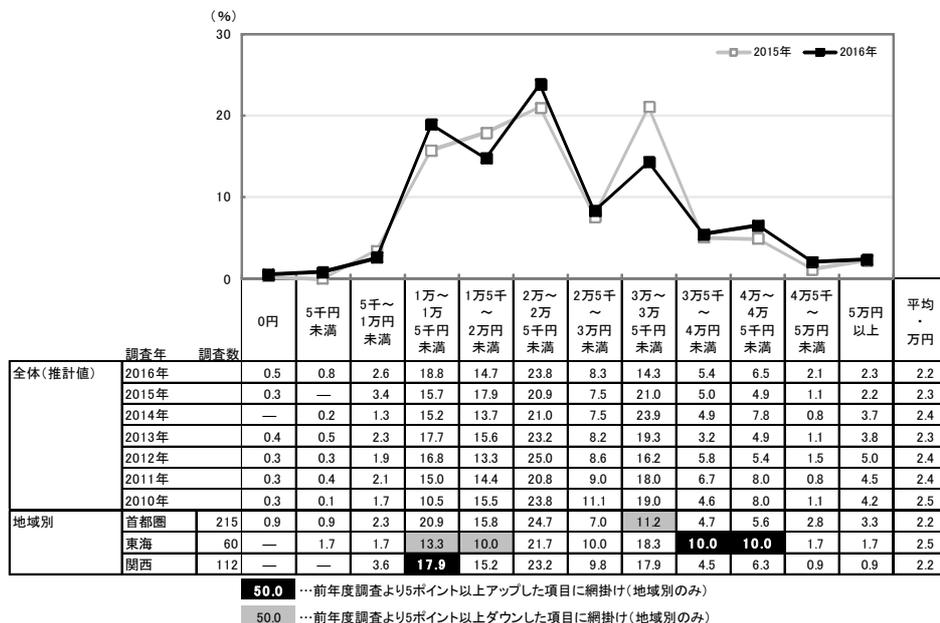


- 1ヵ月あたりの食費を尋ねたところ、「3～4万円未満」が33%で最も高く、次いで「4～5万円未満」が21%、「5～6万円未満」が18%で続く。平均は4.1万円となった。
- 1ヵ月あたりの光熱費・通信費を尋ねたところ、「2万～2万5千円未満」が24%で最も高く、次いで「1万～1万5千円未満」が19%、「1万5千～2万円未満」が15%、「3万～3万5千円未満」が14%で続く。平均は2.2万円となった。

■1ヵ月あたりの食費(金額回答者のみ/単一回答)



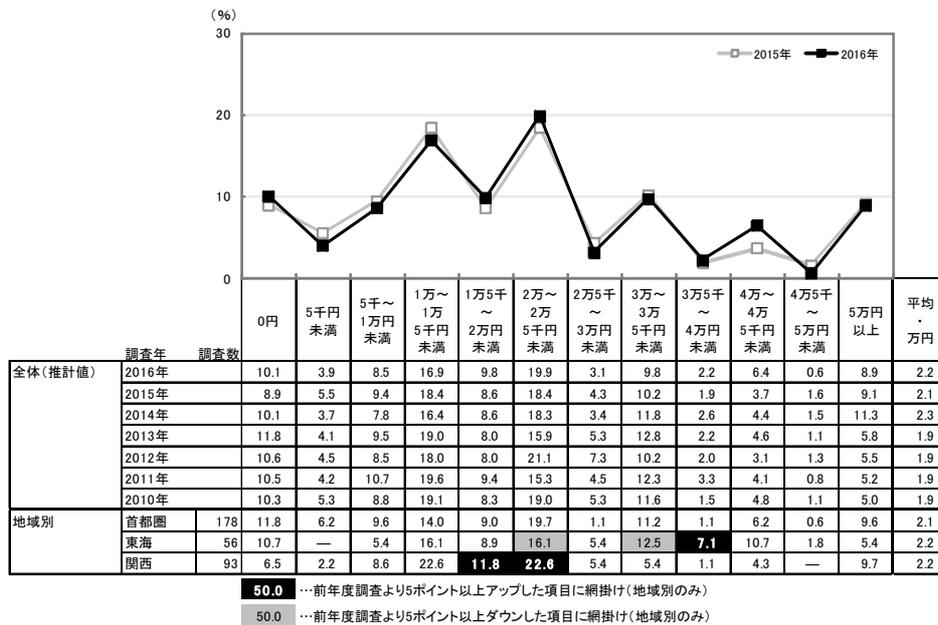
■1ヵ月あたりの光熱費・通信費(金額回答者のみ/単一回答)



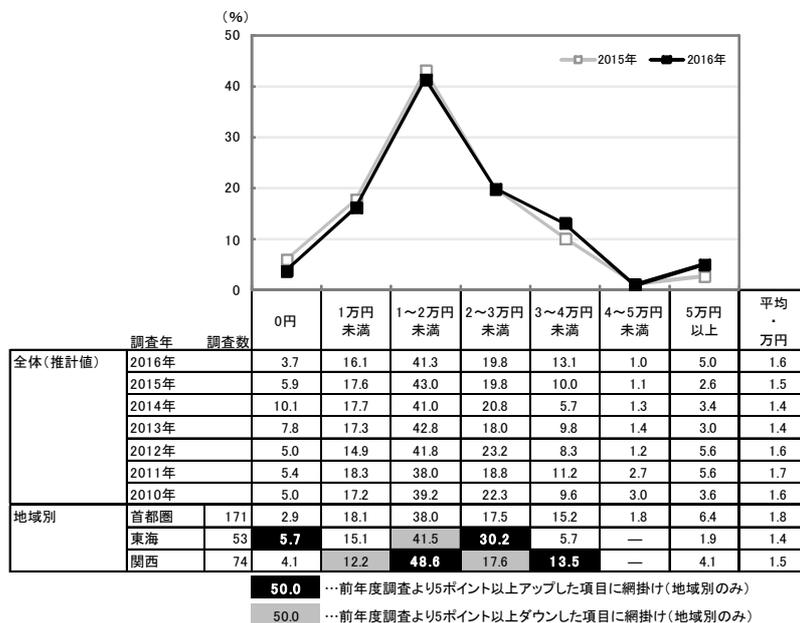


- 1ヵ月あたりの保険料を尋ねたところ、「2万～2万5千円未満」が20%で最も高く、次いで「1万～1万5千円未満」が17%、「0円」「1万5千～2万円未満」「3万～3万5千円未満」がともに10%で続く。平均は2.2万円となった。
- 1ヵ月あたりの被服・理容費を尋ねたところ、「1～2万円未満」が41%で最も高く、次いで「2～3万円未満」が20%、「1万円未満」が16%で続く。平均は1.6万円となった。

■1ヵ月あたりの保険料(金額回答者のみ/単一回答)



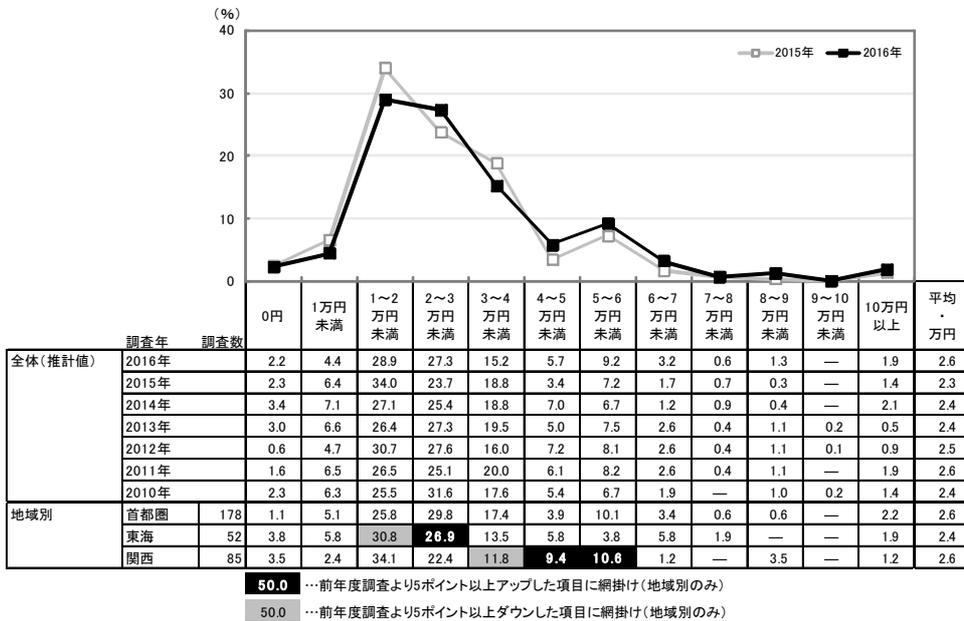
■1ヵ月あたりの被服・理容費(金額回答者のみ/単一回答)



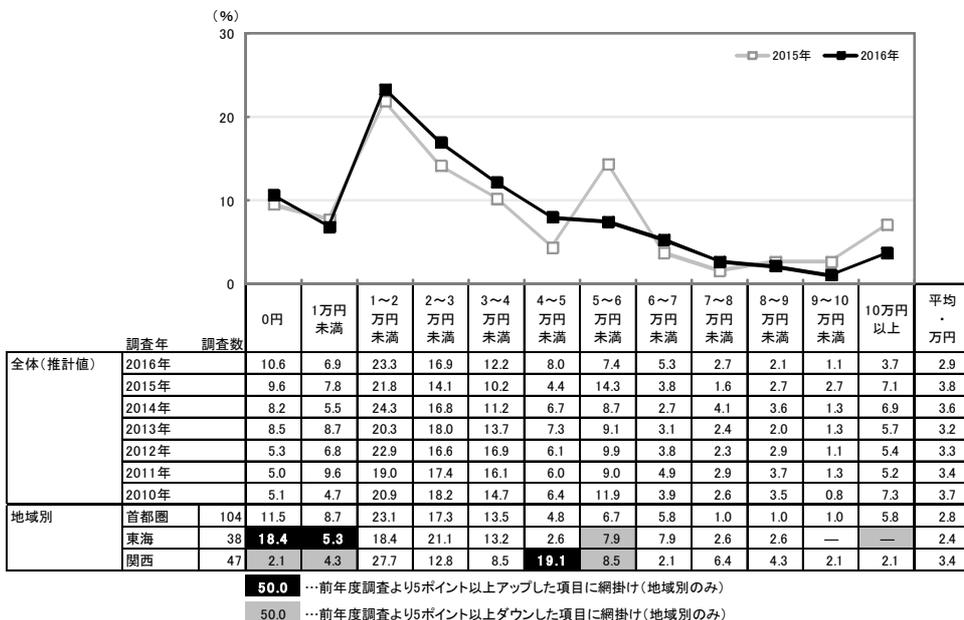


- 1ヵ月あたりの交際費、趣味・レジャー費を尋ねたところ、「1～2万円未満」が29%で最も高く、次いで「2～3万円未満」が27%、「3～4万円未満」が15%で続く。平均は2.6万円となった。
- 1ヵ月あたりのその他の生活費を尋ねたところ、「1～2万円未満」が23%で最も高く、次いで「2～3万円未満」が17%、「3～4万円未満」が12%、「0円」が11%で続く。平均は2.9万円となった。

■1ヵ月あたりの交際費、趣味・レジャー費(金額回答者のみ/単一回答)



■1ヵ月あたりのその他の生活費(金額回答者のみ/単一回答)



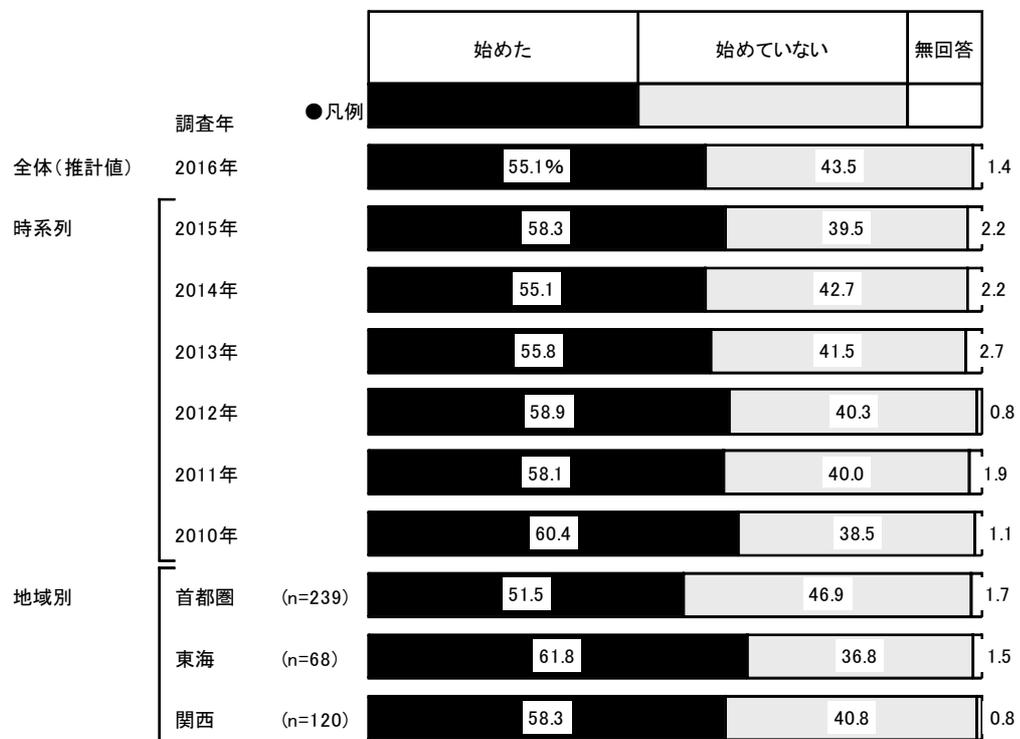


3. 貯蓄の状況

1) 貯蓄の開始状況

●全体に対して、結婚を機に新たに貯蓄を始めたかを尋ねたところ、「始めた」人は55%であった。

■結婚を機とした新たな貯蓄の開始状況(全体／単一回答)

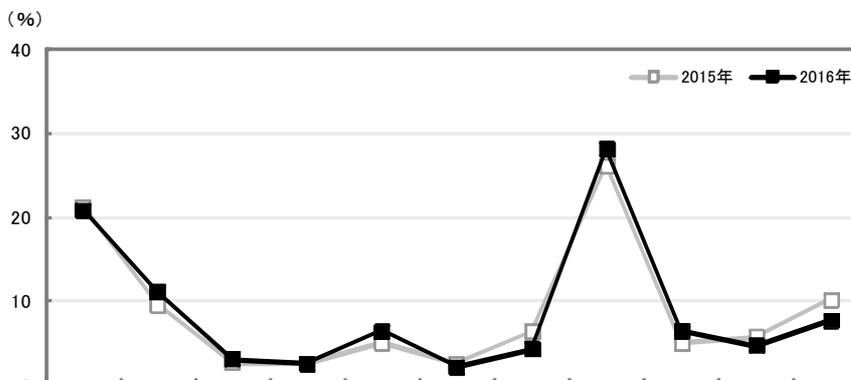




2) 新しく貯蓄を始めた時期

●結婚を機に新たに貯蓄を始めた人に対して、新しく貯蓄を始めた時期を尋ねたところ、「挙式の1ヵ月後まで」が28%で最も高く、次いで「7ヵ月以上前」が21%、「6ヵ月前」が11%で続く。平均は挙式の2.5ヵ月前となった。

■新しく貯蓄を始めた時期(結婚を機に貯蓄を始めた人/単一回答)



調査年		調査数	挙式の7ヵ月以上前	挙式の6ヵ月前	挙式の5ヵ月前	挙式の4ヵ月前	挙式の3ヵ月前	挙式の2ヵ月前	挙式の1ヵ月前以内	挙式の1ヵ月後まで	挙式の2ヵ月後	挙式の3ヵ月後	挙式の4ヵ月以上後	無回答	平均・ヵ月前
全体(推計値)	2016年		20.8	11.0	3.0	2.6	6.4	2.1	4.3	28.1	6.4	4.7	7.7	3.0	2.5
	2015年		21.3	9.5	2.6	2.5	5.0	2.5	6.3	26.1	4.9	5.7	10.1	3.4	2.2
	2014年		18.8	10.8	0.7	1.6	3.3	3.0	7.6	32.1	5.3	5.1	9.0	2.7	1.9
	2013年		15.6	7.2	2.8	2.2	4.7	4.9	6.3	32.8	6.8	6.0	6.9	3.6	1.7
	2012年		22.4	9.5	2.5	2.2	3.1	2.3	6.7	31.6	8.2	5.0	4.9	1.6	3.2
	2011年		20.5	8.5	3.4	3.3	4.2	1.7	5.2	33.1	6.5	5.1	7.1	1.5	2.3
	2010年		12.3	6.9	3.2	2.7	3.7	2.0	7.1	37.9	5.6	7.5	9.2	2.0	1.0
地域別	首都圏	123	25.2	14.6	2.4	2.4	7.3	2.4	3.3	25.2	4.9	3.3	5.7	3.3	3.4
	東海	42	21.4	2.4	4.8	2.4	2.4	—	4.8	28.6	9.5	9.5	9.5	4.8	1.9
	関西	70	12.9	10.0	2.9	2.9	7.1	2.9	5.7	32.9	7.1	4.3	10.0	1.4	1.4

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

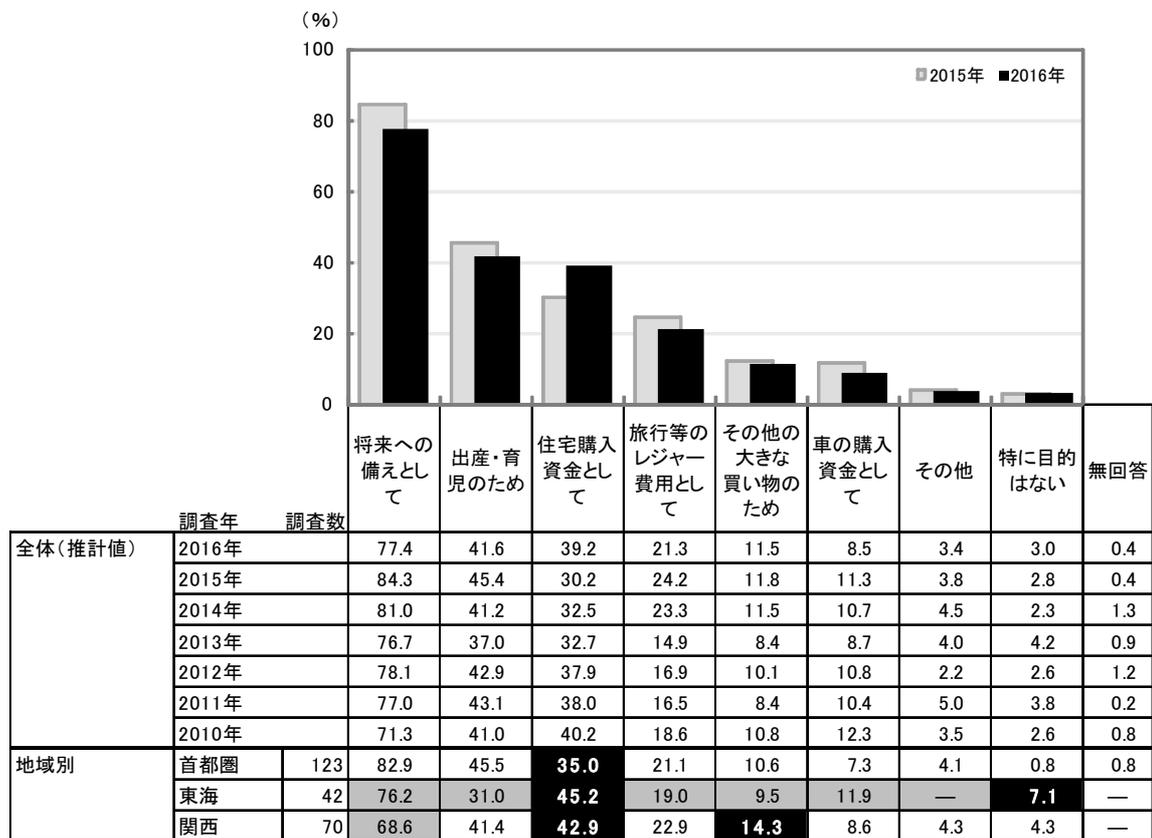
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



3)貯蓄を始めた目的

- 貯蓄を始めた目的を尋ねたところ、「将来への備えとして」が77%で最も高く、次いで「出産・育児のため」が42%、「住宅購入資金として」が39%で続く。

■貯蓄を始めた目的(結婚を機に貯蓄を始めた人／複数回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

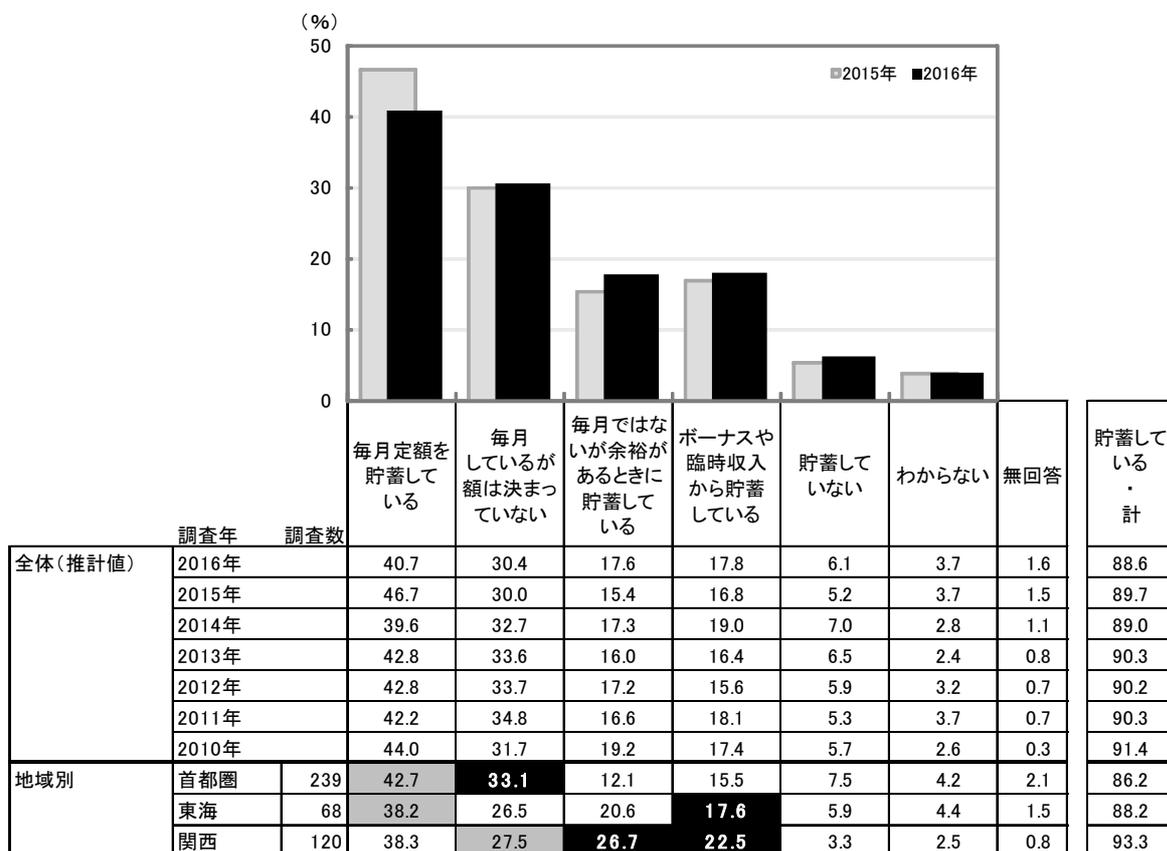
50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



4) 現在の貯蓄の状況

- 現在の貯蓄の状況を尋ねたところ、「毎月定額を貯蓄している」が41%で最も高く、次いで「毎月しているが額は決まっていない」が30%、「毎月ではないが余裕があるときに貯蓄している」と「ボーナスや臨時収入から貯蓄している」がともに18%で続く。「貯蓄している・計」は89%であった。

■現在の貯蓄の状況(全体／複数回答)



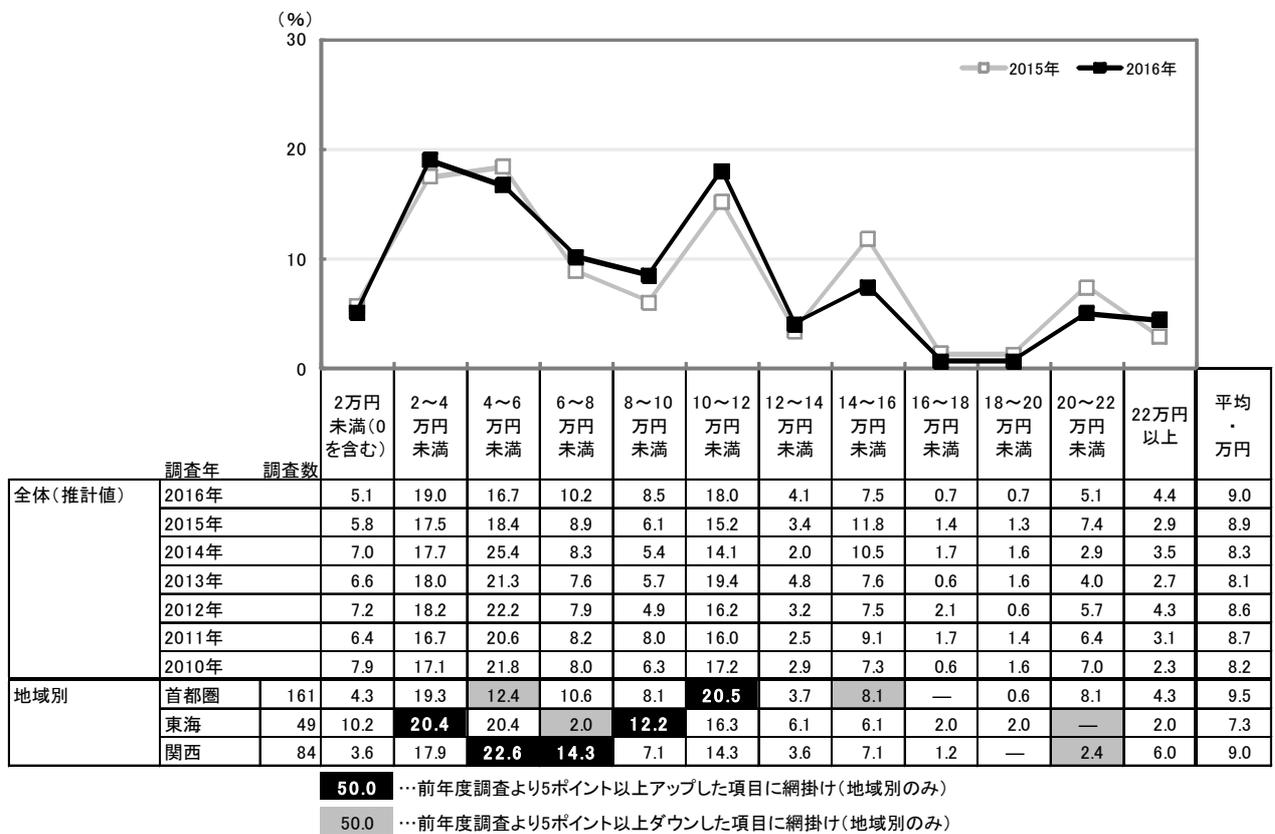
※「貯蓄している・計」:「毎月定額を貯蓄している」「毎月しているが額は決まっていない」「毎月ではないが余裕があるときに貯蓄している」「ボーナスや臨時収入から貯蓄している」のいずれかを回答した人を集計

50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



- 現在貯蓄をしている人に対して、1ヵ月あたりの貯蓄金額を尋ねたところ、「2～4万円未満」が19%で最も高く、次いで「10～12万円未満」が18%、「4～6万円未満」が17%で続く。平均は9.0万円となった。

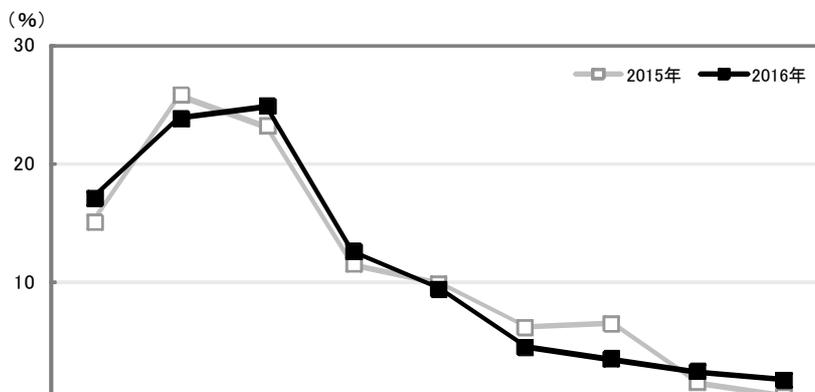
■ 1ヵ月あたりの貯蓄金額(現在貯蓄している人のうち、金額回答者のみ/単一回答)





●1年間あたりの貯蓄金額を尋ねたところ、「100～150万円未満」が25%で最も高く、次いで「50～100万円未満」が24%、「50万円未満(0を含む)」が17%で続く。平均は129.4万円となった。

■1年間あたりの貯蓄金額(現在貯蓄している人のうち、金額回答者のみ/単一回答)



調査年	調査数	50万円未満(0を含む)	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	400万円以上	平均・万円	
全体(推計値)	2016年	17.1	23.8	24.9	12.6	9.4	4.5	3.5	2.4	1.7	129.4	
	2015年	15.1	25.8	23.2	11.5	9.9	6.2	6.5	1.5	0.3	128.3	
	2014年	18.5	26.5	28.1	11.1	6.9	3.0	3.4	1.0	1.6	116.4	
	2013年	17.9	22.8	29.0	12.7	9.5	3.6	3.0	0.2	1.3	116.6	
	2012年	16.5	26.8	23.5	9.2	11.6	4.5	4.0	2.0	1.8	127.0	
	2011年	13.8	25.0	25.0	13.8	12.6	2.9	4.3	1.1	1.6	128.9	
	2010年	15.9	27.6	25.2	10.2	10.7	3.1	4.2	1.4	1.6	121.7	
地域別	首都圏	158	18.4	20.9	21.5	13.3	10.8	7.0	3.2	2.5	2.5	137.4
	東海	45	11.1	28.9	35.6	8.9	8.9	2.2	2.2	2.2	—	110.5
	関西	83	18.1	26.5	25.3	13.3	7.2	1.2	4.8	2.4	1.2	124.9

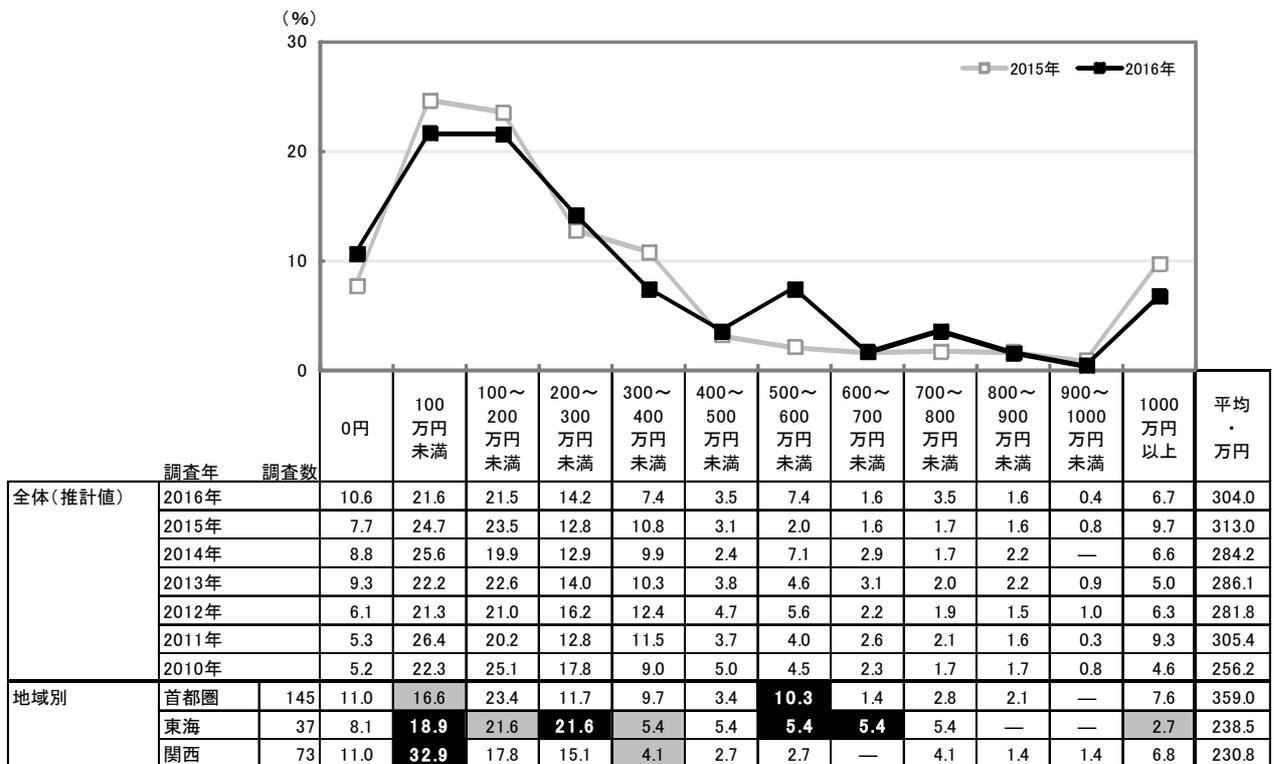
50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)



5) 結婚式後に新たに貯蓄を始めた時点での家庭の貯蓄残高

●結婚式後に新たに貯蓄を始めた時点での家庭の貯蓄残高を尋ねたところ、「100万円未満」と「100～200万円未満」がともに22%で最も高く、次いで「200～300万円未満」が14%、「0円」が11%、「300～400万円未満」「500～600万円未満」「1000万円以上」がともに7%で続く。平均は304.0万円となった。

■結婚式後に新たに貯蓄を始めた時点での家庭の貯蓄残高(金額回答者のみ/単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)

50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

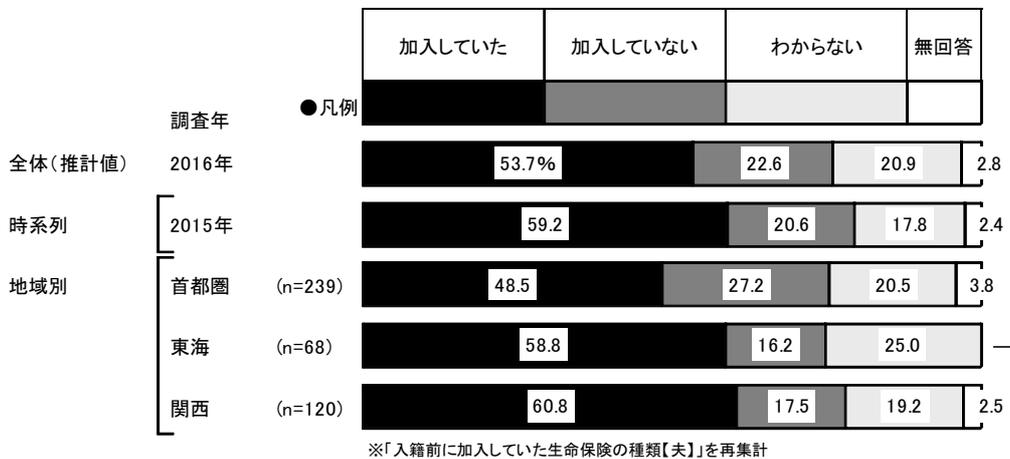


4. 生命保険への加入状況

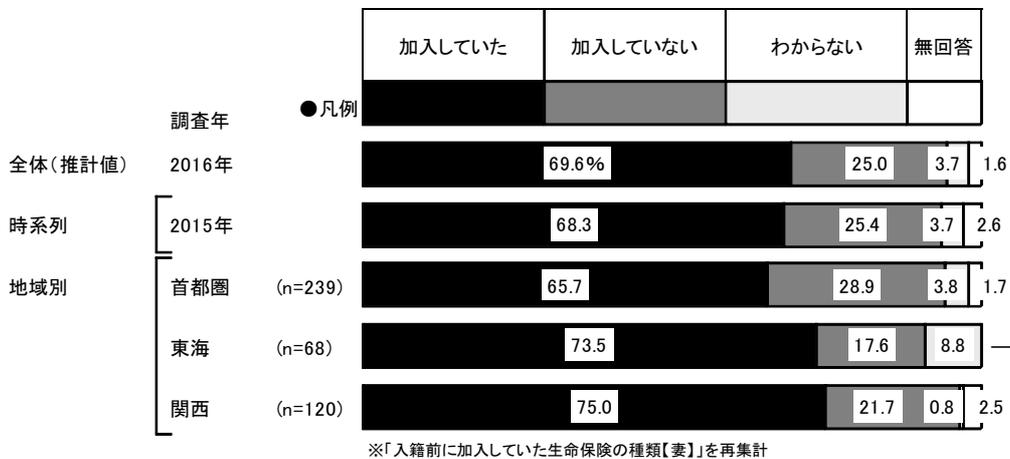
1) 入籍前の生命保険への加入状況

- 全体に対して、夫が入籍前に生命保険に加入していたかを尋ねたところ、「加入していた」人は54%であった。
- 妻が入籍前に生命保険に加入していたかを尋ねたところ、「加入していた」人は70%であった。

■入籍前に加入していた生命保険の有無【夫】(全体／単一回答)



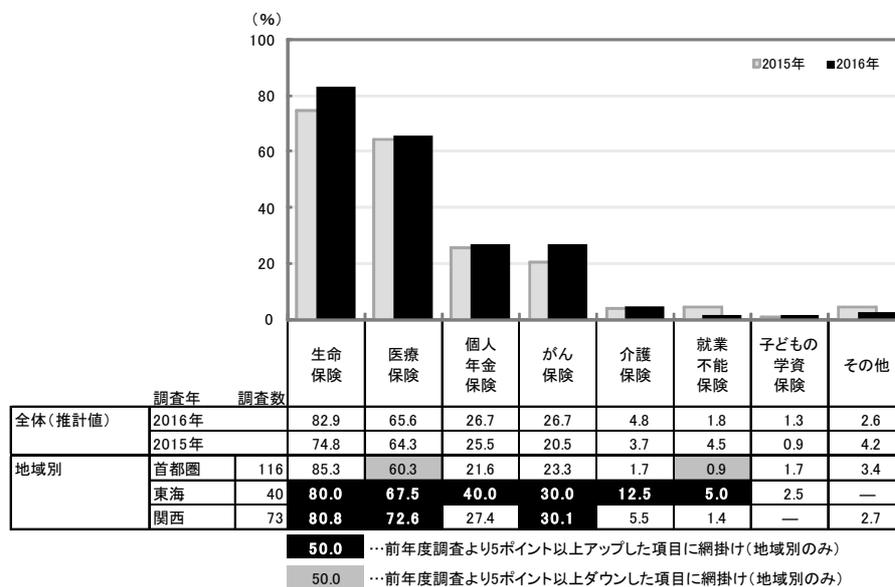
■入籍前に加入していた生命保険の有無【妻】(全体／単一回答)



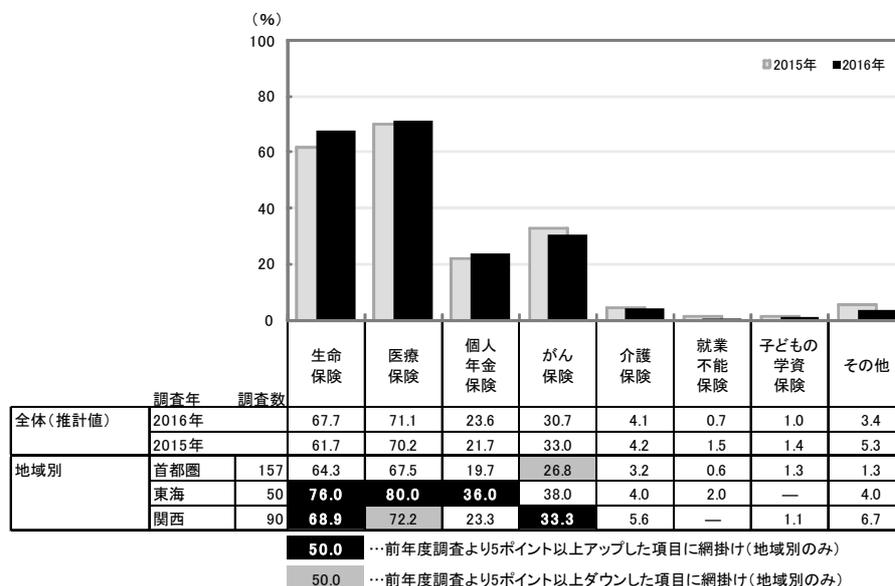


- 夫が入籍前に生命保険に加入していた人に対して、加入していた生命保険の種類を尋ねたところ、「生命保険」が83%で最も高く、次いで「医療保険」が66%、「個人年金保険」と「がん保険」がともに27%で続く。
- 妻が入籍前に生命保険に加入していた人に対して、加入していた生命保険の種類を尋ねたところ、「医療保険」が71%で最も高く、次いで「生命保険」が68%、「がん保険」が31%、「個人年金保険」が24%で続く。

■入籍前に加入していた生命保険の種類【夫】(夫が入籍前に生命保険に加入していた人／複数回答)



■入籍前に加入していた生命保険の種類【妻】(妻が入籍前に生命保険に加入していた人／複数回答)

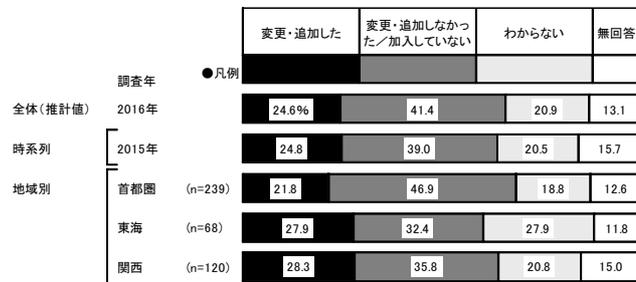




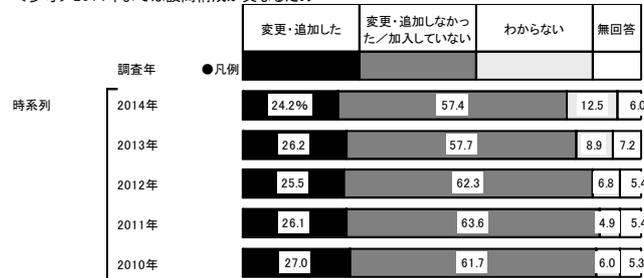
2)結婚を機に変更・追加した生命保険の状況

- 夫が入籍前に加入していた生命保険について、結婚を機に変更や追加をしたかを尋ねたところ、「変更・追加した」人は25%であった。
- 妻が入籍前に加入していた生命保険について、結婚を機に変更や追加をしたかを尋ねたところ、「変更・追加した」人は25%であった。

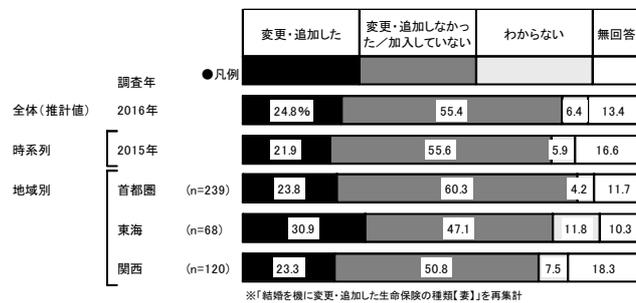
■結婚を機に変更・追加した生命保険の有無【夫】(全体／単一回答)



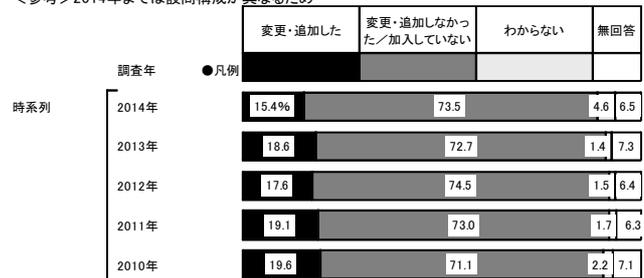
<参考>2014年までは設問構成が異なるため



■結婚を機に変更・追加した生命保険の有無【妻】(全体／単一回答)



<参考>2014年までは設問構成が異なるため

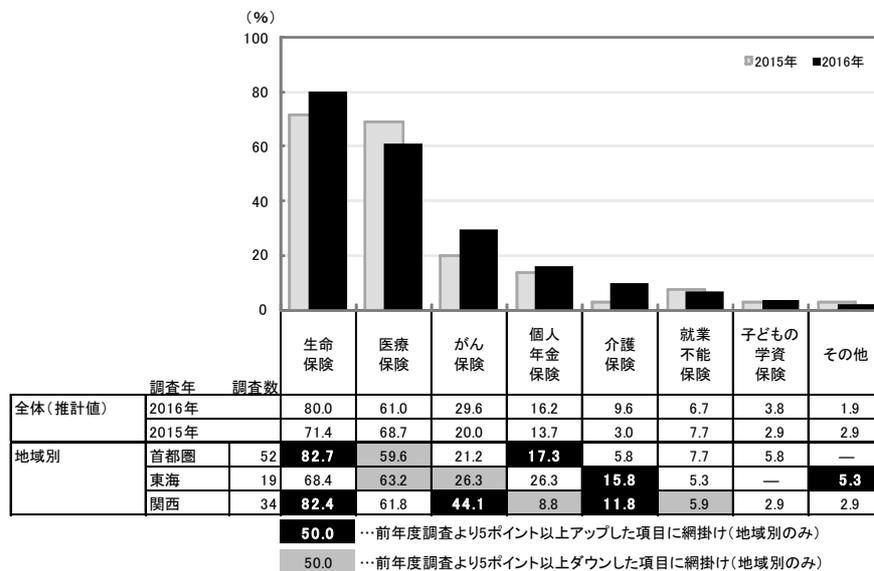




- 入籍前に加入していた夫の生命保険内容を変更・追加した人に対して、その生命保険の種類を尋ねたところ、「生命保険」が80%で最も高く、次いで「医療保険」が61%、「がん保険」が30%で続く。
- 入籍前に加入していた妻の生命保険内容を変更・追加した人に対して、その生命保険の種類を尋ねたところ、「医療保険」が66%で最も高く、次いで「生命保険」が59%、「がん保険」が33%で続く。

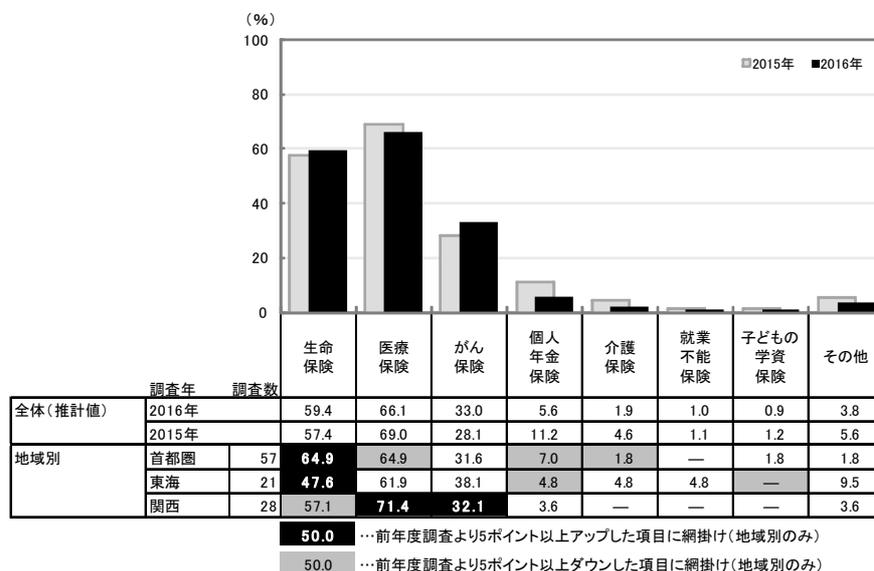
■結婚を機に変更・追加した生命保険の種類【夫】

(夫が入籍前に加入していた生命保険内容の変更・追加をした人／複数回答)



■結婚を機に変更・追加した生命保険の種類【妻】

(妻が入籍前に加入していた生命保険内容の変更・追加をした人／複数回答)

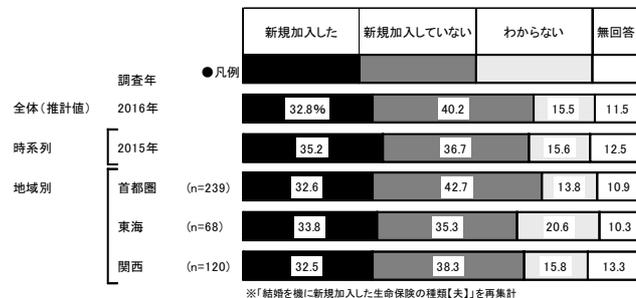




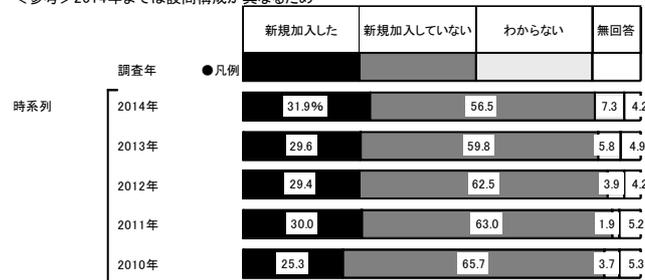
3) 結婚を機とした生命保険への加入状況

- 夫が結婚を機に新たに生命保険に加入したかを尋ねたところ、「新規加入した」人は33%であった。
- 妻が結婚を機に新たに生命保険に加入したかを尋ねたところ、「新規加入した」人は31%であった。

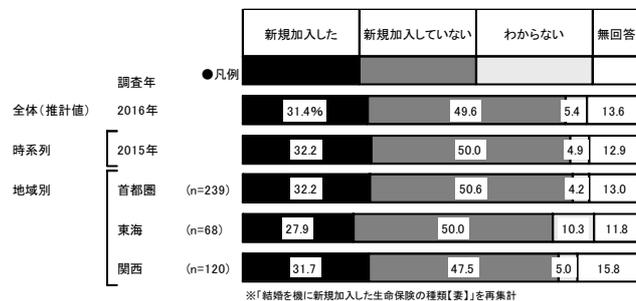
■結婚を機に新規加入した生命保険の有無【夫】(全体/単一回答)



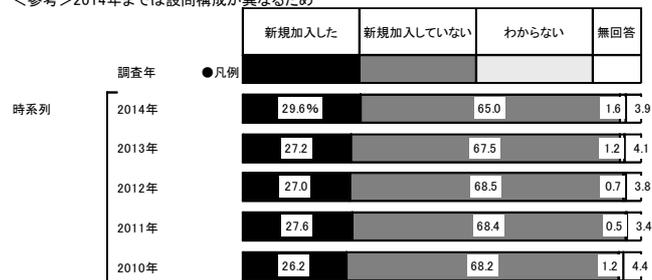
<参考>2014年までは設問構成が異なるため



■結婚を機に新規加入した生命保険の有無【妻】(全体/単一回答)



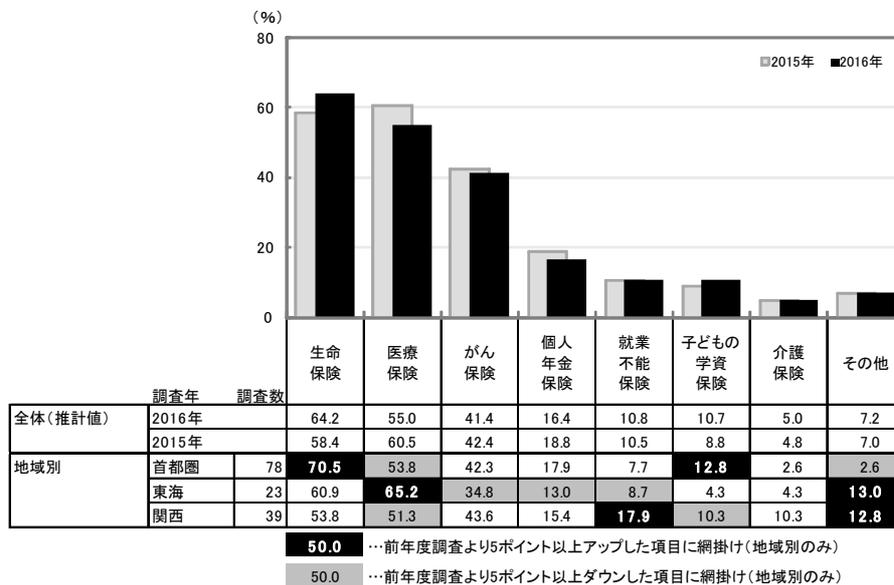
<参考>2014年までは設問構成が異なるため



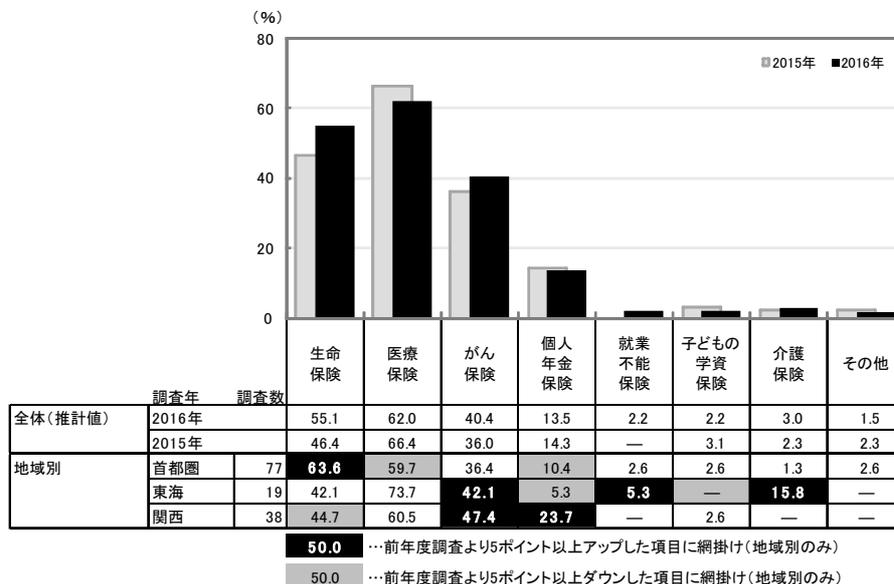


- 結婚を機に夫の生命保険に新規加入した人に対して、その生命保険の種類を尋ねたところ、「生命保険」が64%で最も高く、次いで「医療保険」が55%、「がん保険」が41%で続く。
- 結婚を機に妻の生命保険に新規加入した人に対して、その生命保険の種類を尋ねたところ、「医療保険」が62%で最も高く、次いで「生命保険」が55%、「がん保険」が40%で続く。

■結婚を機に新規加入した生命保険の種類【夫】(夫が結婚を機に生命保険に新規加入した人／複数回答)



■結婚を機に新規加入した生命保険の種類【妻】(妻が結婚を機に生命保険に新規加入した人／複数回答)

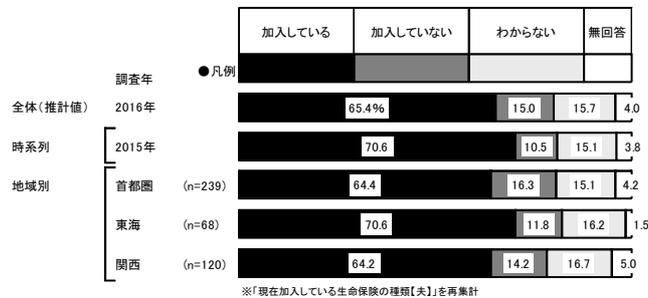




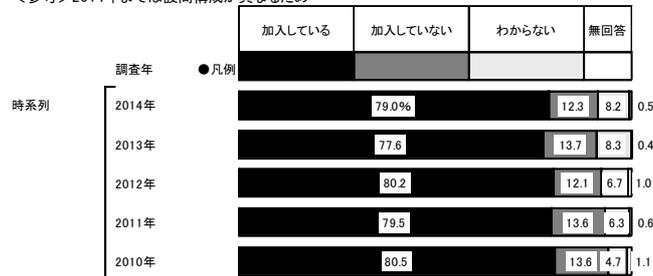
4) 現在の生命保険の加入状況

- 夫が現在生命保険に加入しているかを尋ねたところ、「加入している」人は65%であった。
- 妻が現在生命保険に加入しているかを尋ねたところ、「加入している」人は74%であった。

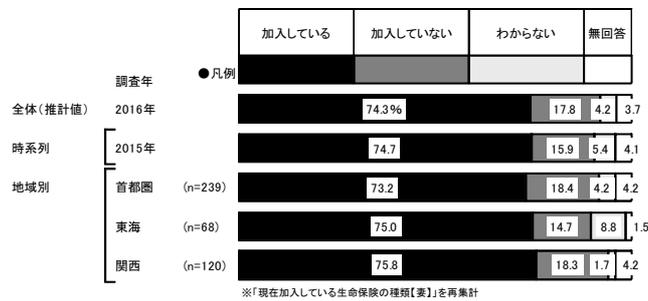
■ 現在加入している生命保険の有無【夫】(全体／単一回答)



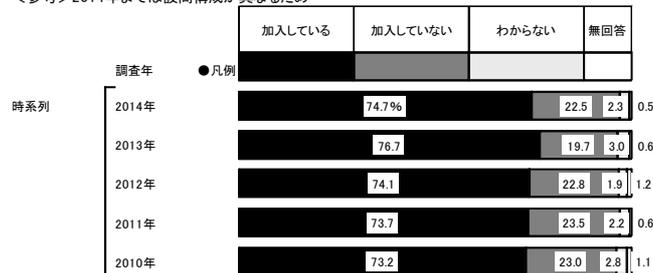
<参考>2014年までは設問構成が異なるため



■ 現在加入している生命保険の有無【妻】(全体／単一回答)



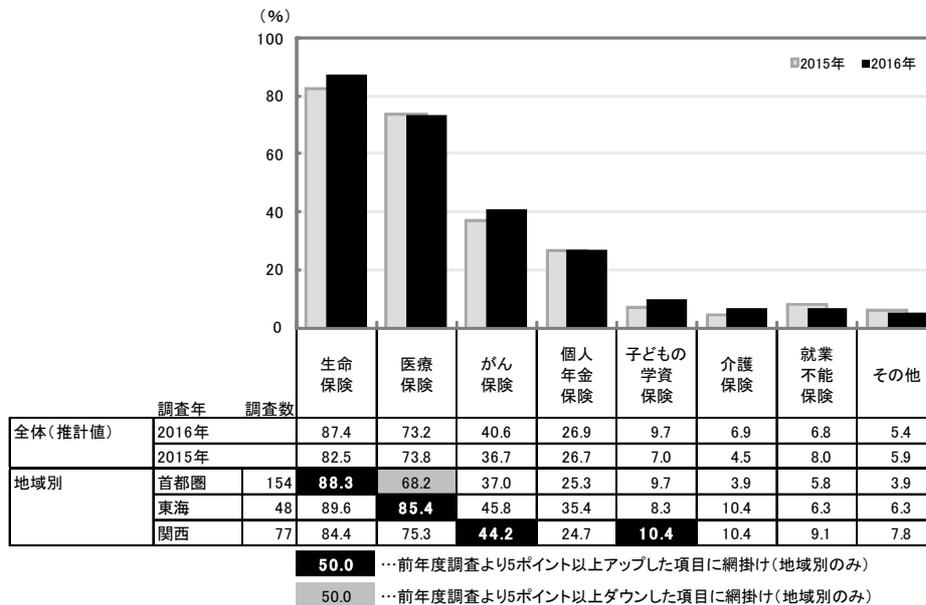
<参考>2014年までは設問構成が異なるため



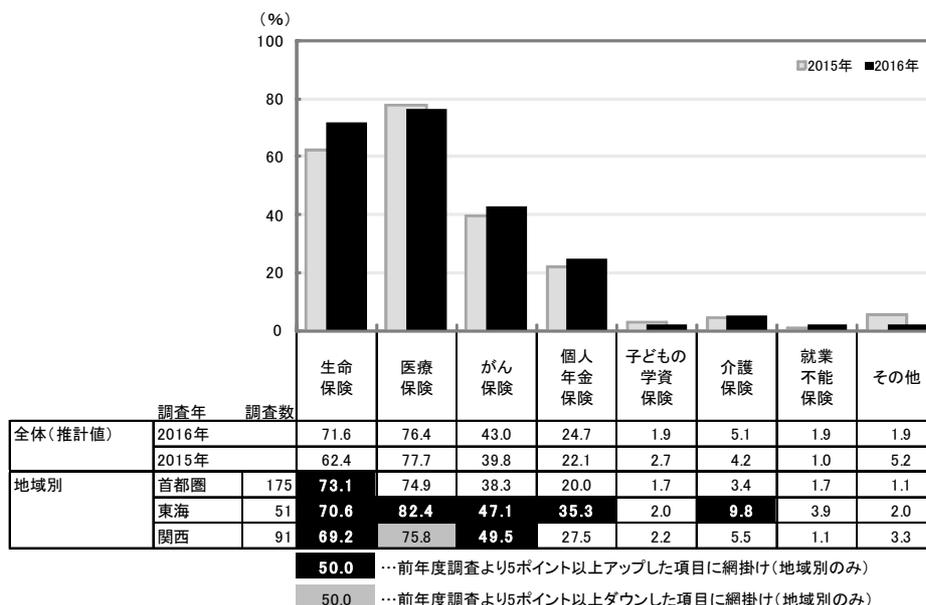


- 夫が現在生命保険に加入している人に対して、その生命保険の種類を尋ねたところ、「生命保険」が87%で最も高く、次いで「医療保険」が73%、「がん保険」が41%で続く。
- 妻が現在生命保険に加入している人に対して、その生命保険の種類を尋ねたところ、「医療保険」が76%で最も高く、次いで「生命保険」が72%、「がん保険」が43%で続く。

■現在加入している生命保険の種類【夫】(夫が現在生命保険に加入している人／複数回答)



■現在加入している生命保険の種類【妻】(妻が現在生命保険に加入している人／複数回答)

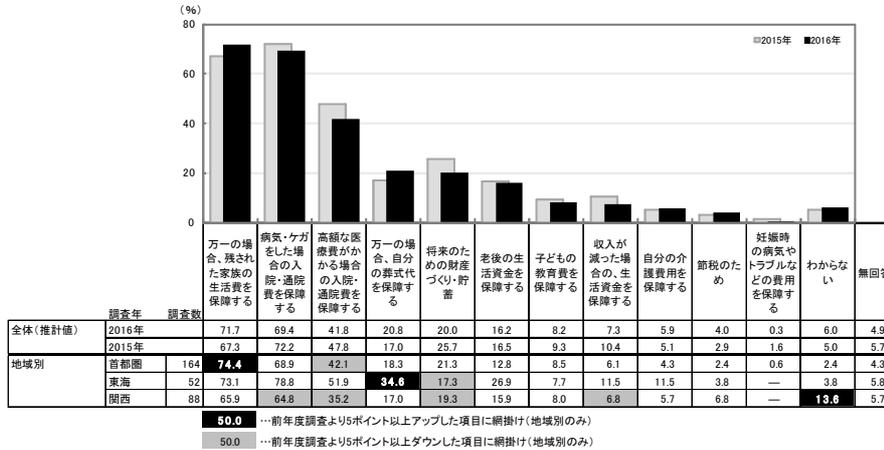




5) 生命保険の加入目的

- 夫の生命保険の加入目的を尋ねたところ、「万一の場合、残された家族の生活費を保障する」が72%で最も高く、次いで「病気・ケガをした場合の入院・通院費を保障する」が69%、「高額な医療費がかかる場合の入院・通院費を保障する」が42%で続く。
- 妻の生命保険の加入目的を尋ねたところ、「病気・ケガをした場合の入院・通院費を保障する」が75%で最も高く、次いで「高額な医療費がかかる場合の入院・通院費を保障する」が44%、「万一の場合、残された家族の生活費を保障する」が40%、「妊娠時の病気やトラブルなどの費用を保障する」が31%で続く。

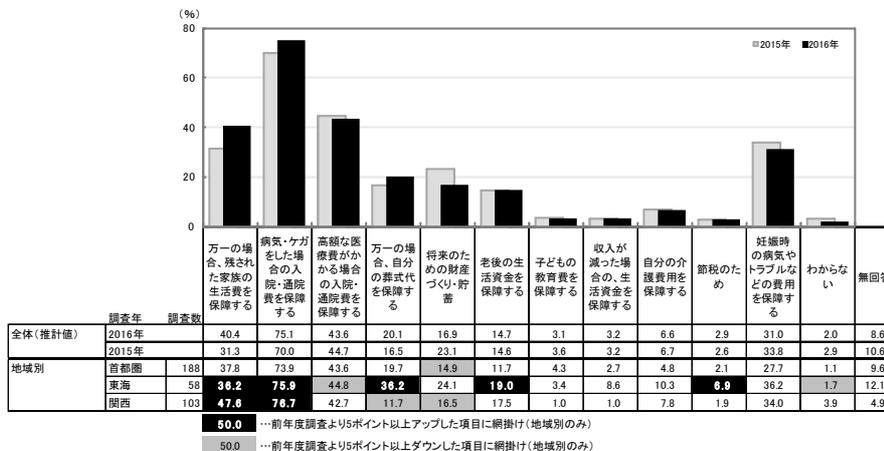
■生命保険の加入目的【夫】(夫が現在生命保険に加入している人／複数回答)



<参考> 2014年までは「結婚を機に夫の生命保険について新規加入・変更した人」を対象としており、また、選択肢が異なるため

調査年	万一のときの家族の生活費を保障する	万一のときのお葬式費用	万一のときの子どもの養育資金	病気や怪我の際の医療費・入院費	教育費の積み立て	老後の生活資金	わからない	無回答	
全体(推計値)	2014年	78.1	20.5	18.5	73.4	13.3	22.7	3.4	4.7
	2013年	74.0	19.0	14.8	73.9	7.5	18.3	3.5	5.4
	2012年	76.4	19.0	15.9	73.6	5.7	18.9	3.7	2.6
	2011年	74.4	16.9	14.0	73.1	4.6	17.2	4.4	3.1
	2010年	76.1	19.6	12.3	77.2	3.7	17.1	3.5	3.6

■生命保険の加入目的【妻】(妻が現在生命保険に加入している人／複数回答)



<参考> 2014年までは「結婚を機に妻の生命保険について新規加入・変更した人」を対象としており、また、選択肢が異なるため

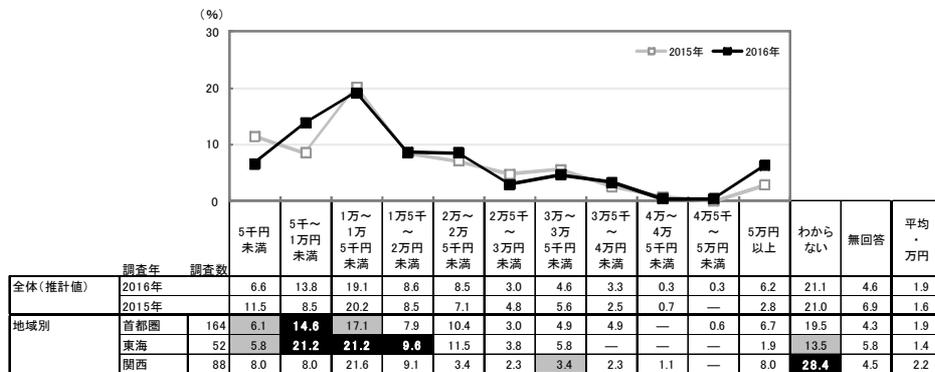
調査年	万一のときの家族の生活費を保障する	万一のときのお葬式費用	万一のときの子どもの養育資金	病気や怪我の際の医療費・入院費	教育費の積み立て	老後の生活資金	わからない	無回答	
全体(推計値)	2014年	42.8	20.6	7.0	76.8	6.4	24.1	4.5	5.4
	2013年	40.3	18.3	7.2	75.0	3.9	18.5	3.4	7.4
	2012年	40.1	20.4	7.6	79.4	5.4	17.0	2.4	4.0
	2011年	37.8	19.4	5.5	78.6	3.6	19.0	3.5	4.0
	2010年	39.7	19.0	5.1	83.5	3.7	15.1	3.7	5.1



6) 1ヵ月の生命保険料

- 夫の1ヵ月の生命保険料を尋ねたところ、「1万～1万5千円未満」が19%で最も高く、次いで「5千～1万円未満」が14%、「1万5千～2万円未満」と「2万～2万5千円未満」がともに9%で続く。平均は1.9万円となった。
- 妻の1ヵ月の生命保険料を尋ねたところ、「1万～1万5千円未満」が22%で最も高く、次いで「5千～1万円未満」が19%、「5千円未満」が16%で続く。平均は1.2万円となった。

■ 1ヵ月の生命保険料【夫】(夫が現在生命保険に加入している人／単一回答)

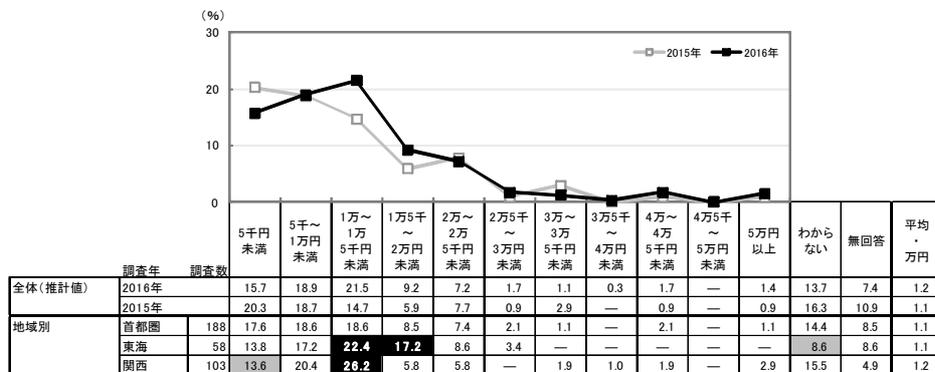


50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2014年までは「結婚を機に夫の生命保険について新規加入・変更した人」を対象としているため

調査年	調査数	5千円未満	5千～1万円未満	1万～1万5千円未満	1万5千～2万円未満	2万～2万5千円未満	2万5千～3万円未満	3万～3万5千円未満	3万5千～4万円未満	4万～4万5千円未満	4万5千～5万円未満	5万円以上	わからない	無回答	平均・万円
全体(推計値)	2014年	10.3	9.4	18.9	10.5	7.7	5.5	6.0	1.1	2.9	0.5	4.5	19.0	3.7	1.8
	2013年	9.2	13.4	17.9	10.7	11.4	2.9	2.4	1.1	1.5	—	2.9	22.3	4.3	1.6
	2012年	9.1	11.1	17.9	12.6	11.5	2.8	3.5	1.1	0.7	0.4	2.8	22.7	3.9	1.6
	2011年	12.0	13.9	18.0	13.1	8.4	4.3	4.0	0.3	1.3	0.3	3.2	17.1	4.0	1.5
	2010年	11.0	13.0	21.5	12.6	8.2	4.4	4.1	0.9	0.9	0.1	2.3	17.7	3.4	1.5

■ 1ヵ月の生命保険料【妻】(妻が現在生命保険に加入している人／単一回答)



50.0 …前年度調査より5ポイント以上アップした項目に網掛け(地域別のみ)
 50.0 …前年度調査より5ポイント以上ダウンした項目に網掛け(地域別のみ)

<参考>2014年までは「結婚を機に妻の生命保険について新規加入・変更した人」を対象としているため

調査年	調査数	5千円未満	5千～1万円未満	1万～1万5千円未満	1万5千～2万円未満	2万～2万5千円未満	2万5千～3万円未満	3万～3万5千円未満	3万5千～4万円未満	4万～4万5千円未満	4万5千～5万円未満	5万円以上	わからない	無回答	平均・万円
全体(推計値)	2014年	17.2	22.9	15.9	8.1	8.8	3.6	1.9	0.4	1.3	—	0.6	14.7	4.5	1.1
	2013年	19.4	20.9	19.7	7.3	3.8	1.2	0.6	0.2	—	—	1.0	19.0	6.8	1.0
	2012年	19.4	22.6	21.1	6.6	3.3	0.2	1.8	0.4	1.5	—	0.6	17.1	5.4	1.0
	2011年	24.7	23.5	19.4	5.9	4.6	1.4	3.1	—	0.1	0.1	0.3	12.4	4.5	0.9
	2010年	21.7	17.6	23.2	8.7	5.6	0.3	0.9	0.4	0.3	—	0.8	14.9	5.5	1.0

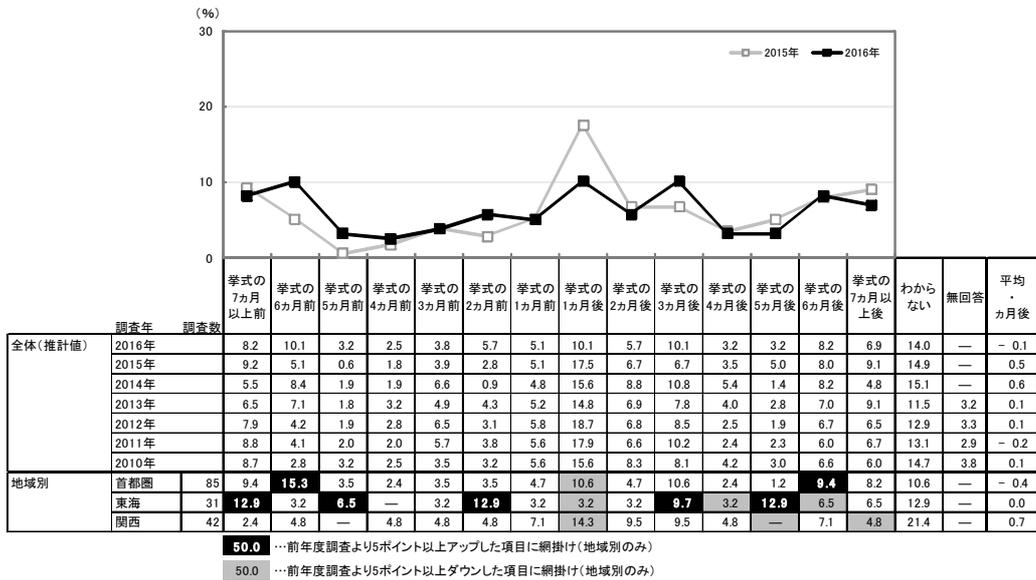


7) 生命保険の検討時期

- 結婚を機に夫の生命保険について新規加入・変更した人に対して、その検討開始時期を尋ねたところ、「挙式の6ヵ月前」「1ヵ月後」「3ヵ月後」がともに10%で最も高い。平均は0.1ヵ月前となった。
- 結婚を機に妻の生命保険について新規加入・変更した人に対して、その検討開始時期を尋ねたところ、「挙式の7ヵ月以上前」と「1ヵ月後」がともに10%で最も高い。平均は0.6ヵ月前となった。

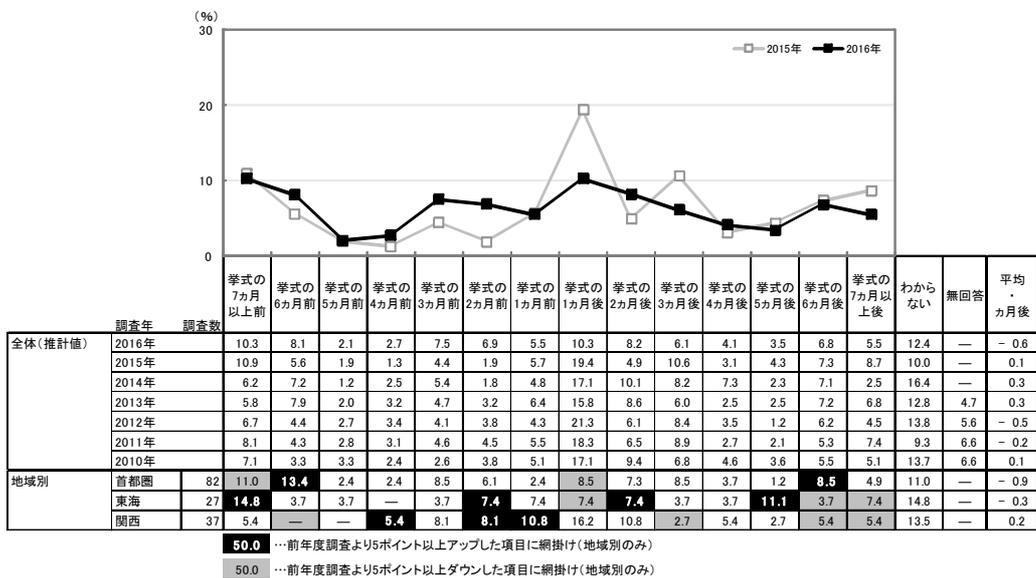
■生命保険の新規加入・変更の検討開始時期【夫】

(結婚を機に夫の生命保険について新規加入・変更した人のうち、挙式実施者のみ／単一回答)



■生命保険の新規加入・変更の検討開始時期【妻】

(結婚を機に妻の生命保険について新規加入・変更した人のうち、挙式実施者のみ／単一回答)

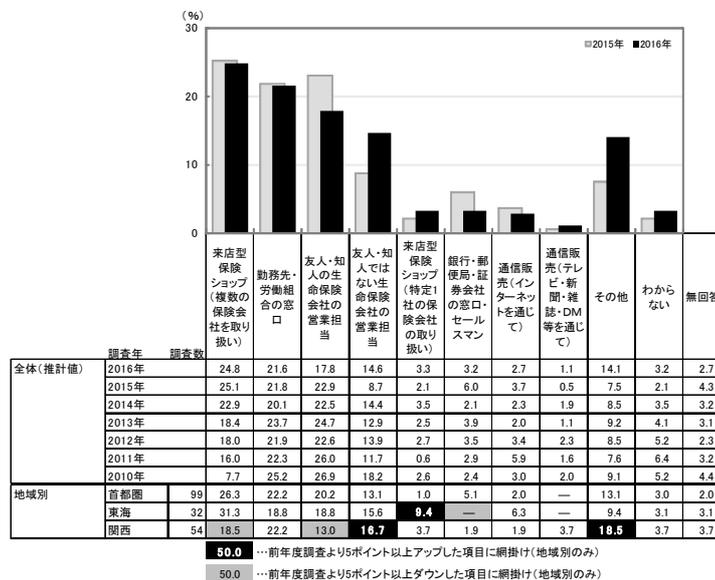




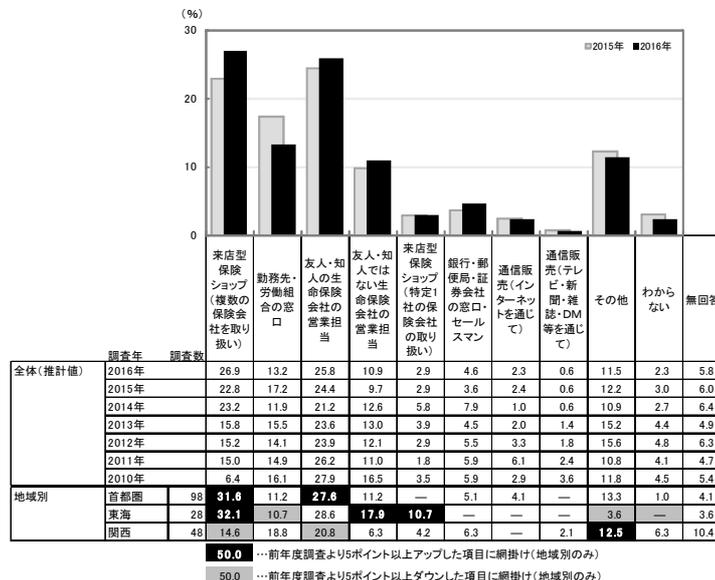
8) 生命保険の申込み先

- 夫の生命保険を新規加入・変更した際の申込み先を尋ねたところ、「来店型保険ショップ(複数の保険会社を取り扱い)」が25%で最も高く、次いで「勤務先・労働組合の窓口」が22%、「友人・知人の生命保険会社の営業担当」が18%で続く。
- 妻の生命保険を新規加入・変更した際の申込み先を尋ねたところ、「来店型保険ショップ(複数の保険会社を取り扱い)」が27%で最も高く、次いで「友人・知人の生命保険会社の営業担当」が26%、「勤務先・労働組合の窓口」が13%、「友人・知人ではない生命保険会社の営業担当」が11%で続く。

■ 生命保険を新規加入・変更した際の申込み先【夫】
(結婚を機に夫の生命保険について新規加入・変更した人/複数回答)



■ 生命保険を新規加入・変更した際の申込み先【妻】
(結婚を機に妻の生命保険について新規加入・変更した人/複数回答)

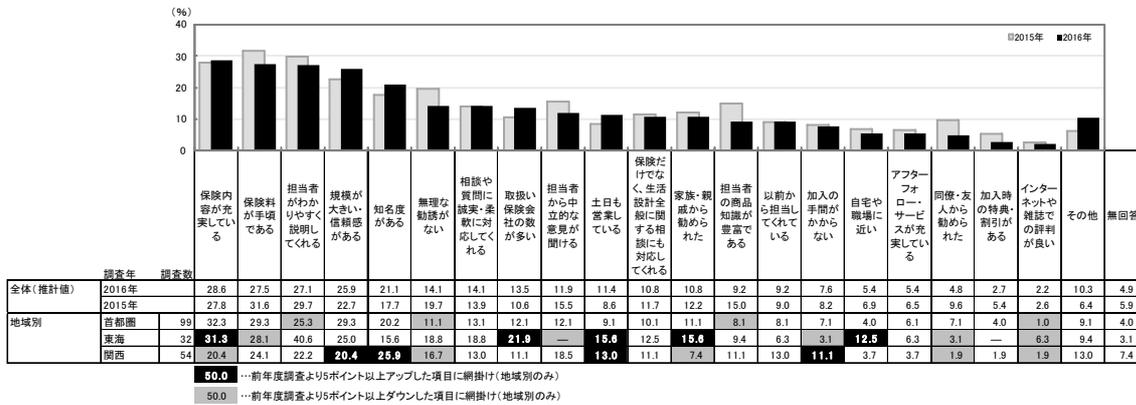




9) 生命保険に新規加入・変更した際の申込み先の選択理由

- 結婚を機に夫の生命保険に新規加入・変更した際の申込み先の選択理由を尋ねたところ、「保険内容が充実している」が29%で最も高く、次いで「保険料が手頃である」が28%、「担当者がわかりやすく説明してくれる」が27%、「規模が大きい・信頼感がある」が26%で続く。
- 結婚を機に妻の生命保険に新規加入・変更した際の申込み先の選択理由を尋ねたところ、「保険内容が充実している」が31%で最も高く、次いで「保険料が手頃である」が30%、「担当者がわかりやすく説明してくれる」が27%、「規模が大きい・信頼感がある」と「知名度がある」がともに24%で続く。

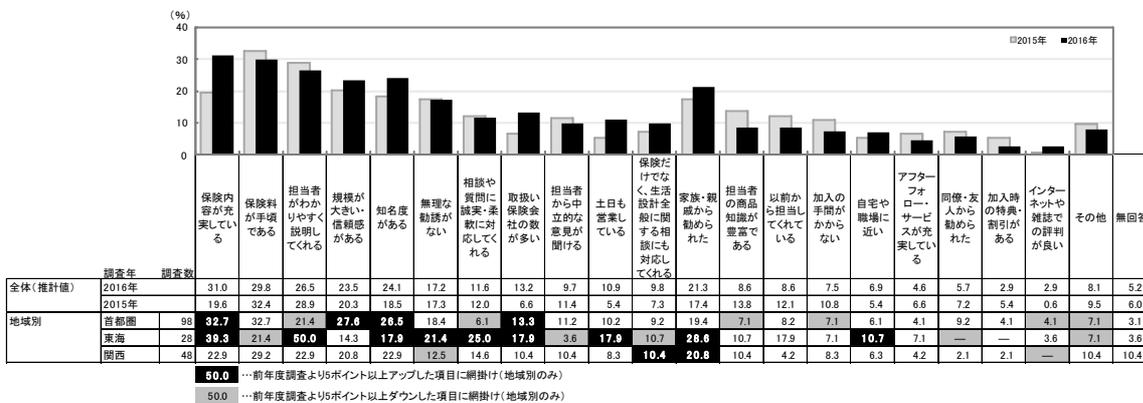
■生命保険に新規加入・変更した際の申込み先の選択理由【夫】 (結婚を機に夫の生命保険について新規加入・変更した人／複数回答)



<参考>2014年までは「結婚を機に新たに夫の生命保険に加入した人」を対象としており、また、選択肢が異なるため

調査年	保険内容が充実していること	営業担当者の商品知識が豊富なこと	要望に柔軟に対応してくれること	信頼できる会社であること	保険料が手頃なこと	その他	わからない	無回答	
全体(推計値)	2014年	63.8	25.9	21.1	45.2	50.2	3.6	3.8	2.5
2013年	63.3	21.8	16.8	36.8	51.6	9.0	1.4	2.1	
2012年	63.7	22.4	18.2	35.3	50.4	4.6	1.4	3.8	
2011年	66.8	17.5	16.0	45.9	52.6	6.5	2.5	2.4	
2010年	64.9	17.6	20.5	40.2	49.6	7.1	4.2	1.9	

■生命保険に新規加入・変更した際の申込み先の選択理由【妻】 (結婚を機に妻の生命保険について新規加入・変更した人／複数回答)



<参考>2014年までは「結婚を機に新たに妻の生命保険に加入した人」を対象としており、また、選択肢が異なるため

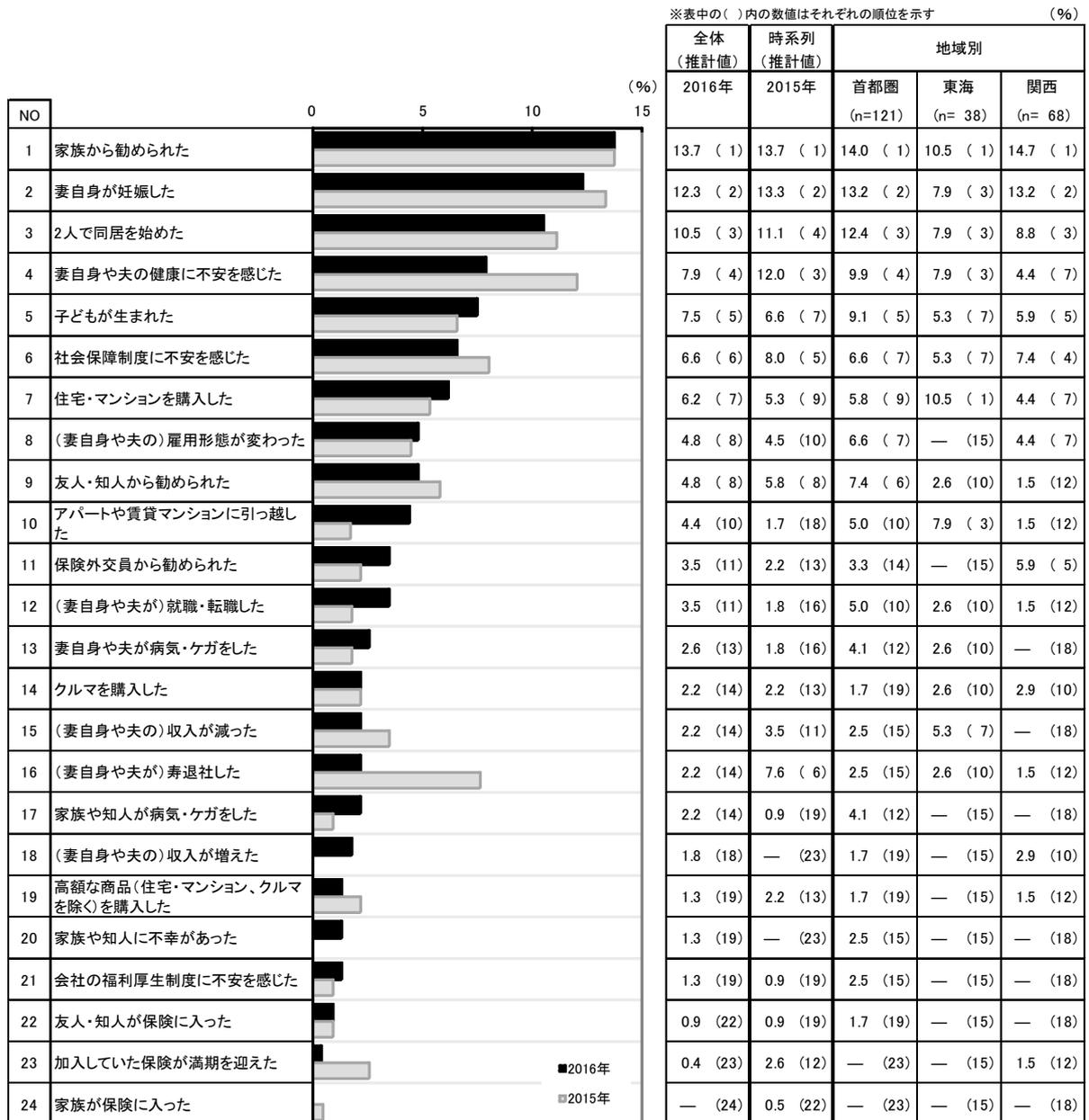
調査年	保険内容が充実していること	営業担当者の商品知識が豊富なこと	要望に柔軟に対応してくれること	信頼できる会社であること	保険料が手頃なこと	その他	わからない	無回答	
全体(推計値)	2014年	63.3	28.1	18.6	46.4	39.3	5.9	1.4	2.3
2013年	55.9	20.0	13.8	31.9	54.1	8.2	3.5	7.7	
2012年	57.3	18.2	21.0	40.2	54.4	8.3	2.0	2.2	
2011年	58.7	17.8	14.8	43.6	56.5	6.7	1.3	3.6	
2010年	57.7	15.2	19.0	36.8	49.7	9.2	1.5	5.2	



10) 生命保険の新規加入、変更・追加する際に、結婚の他にきっかけとなった出来事

- 生命保険の新規加入、変更・追加する際に、結婚の他にきっかけとなった出来事を尋ねたところ、「家族から勧められた」が14%で最も高く、次いで「妻自身が妊娠した」が12%、「2人で同居を始めた」が11%で続く。

■ 生命保険の新規加入、変更・追加する際に、結婚の他にきっかけとなった出来事
(結婚を機に夫または妻が生命保険について新規加入・変更した人/複数回答)

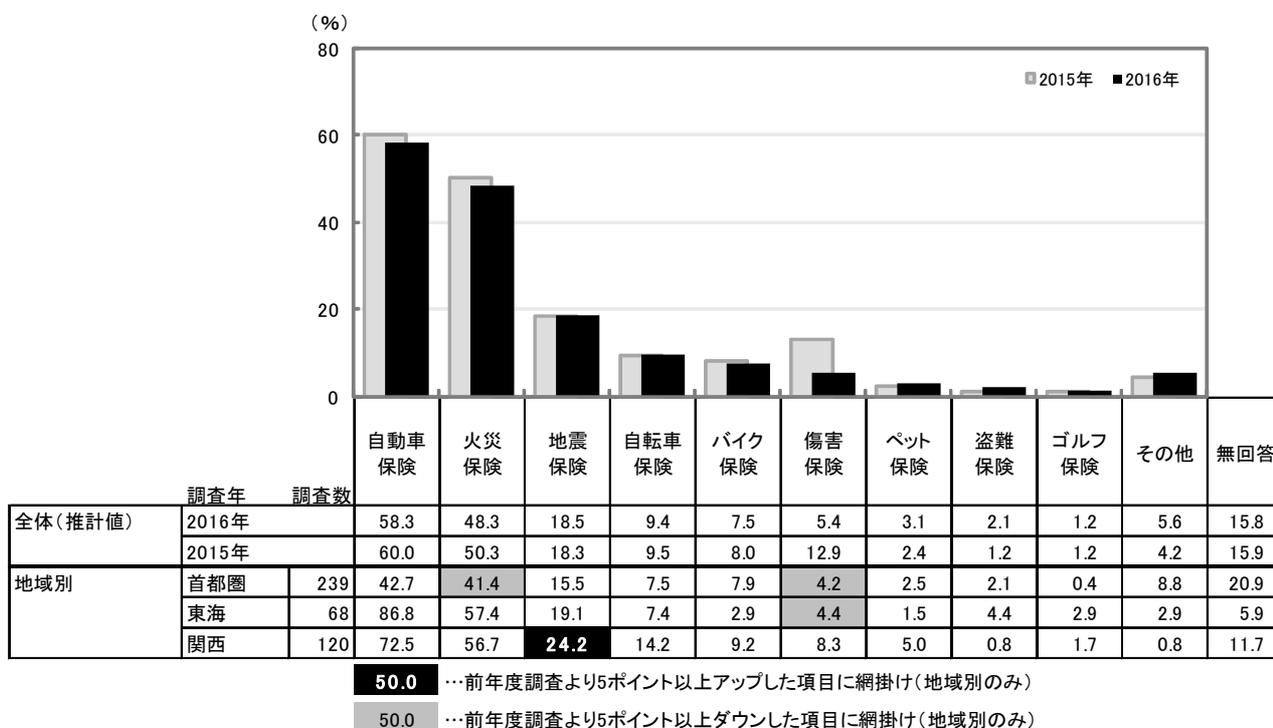




5. 生命保険以外に現在加入している保険

●生命保険以外に現在加入している保険を尋ねたところ、「自動車保険」が58%で最も高く、次いで「火災保険」が48%、「地震保険」が19%で続く。

■生命保険以外に現在加入している保険(全体/複数回答)

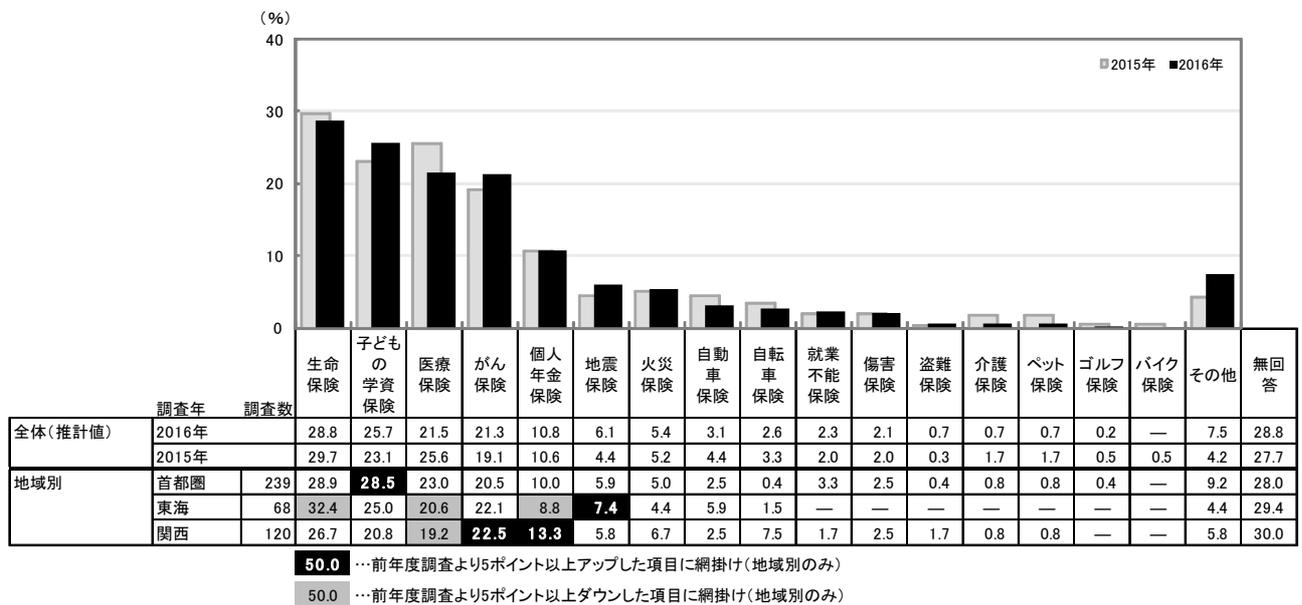




6. 今後1年以内に新規加入、変更・追加したい保険の種類

- 今後1年以内に新規加入、変更・追加したい保険の種類を尋ねたところ、「生命保険」が29%で最も高く、次いで「子どもの学資保険」が26%、「医療保険」が22%、「がん保険」が21%で続く。

■ 今後1年以内に新規加入、変更・追加したい保険の種類(全体／複数回答)







2016年11月

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ

マリッジ&ファミリー事業本部 事業推進部 ブライダル総研グループ

<http://bridal-souken.net>

※ブライダル総研サイトで電子ブックをご覧ください。

※広報物、出版、印刷物へデータを転載する際には、ブライダル総研サイトより弊社
広報窓口にご連絡いただきますようお願い申し上げます。

