



女性が見える、明日が見える

女性マーケティングデータサイト

くらしHOW <http://www.kurashihow.co.jp>

今月サイトにアップした、新データ&シーズンデータ

[主婦データ]

- * ミセスの“男友達”交友意識 (全国)

[幼稚園児ママデータ]

- * 冷凍食品 (全国)
- * インターネット通信環境 (全国)
- * パソコンの利用 (首都圏)
- * 幼稚園での食育 (全国)

[OLデータ]

- * 不動産 < 住まいの購入 > (首都圏)
- * 不動産 < 住まいの賃貸 > (首都圏)

< サイトでご覧いただける、そのほかのデータ >

[スペシャルレポート]

- * 主婦の家計の危機感調査 (2009年/全国)

ミセスの経済への不安感と家計への影響と、家計管理・収支改善意識を調査・分析したデータレポートです。2009年2月～3月調査。5923人について回答を得ました。

1. 今後の経済への不安、家計への影響
2. 家計への影響
3. 収入への影響
4. 家計管理:家計簿
5. 家計の収支改善への取り組み
6. 家計の収支改善への取り組み < 改善の対策 >
7. 家計の収支改善への取り組み < 家計の収入増・支出減の方法 >
8. 家計の収支改善、不況について
9. 識者コメント(経済ジャーナリスト・荻原博子さん)

2009年2月26日(木)～3月1日(日)、2009年2月24日(火)～3月1日(日)実施
Webアンケート サンケイリビング新聞社のウェブサイト「えるこみ」、携帯電話サイト「シュフモ」にアンケートフォームを掲出。

- * リビング新聞グループのメディア「リビング新聞」「シティリビング」「あんふぁん」と、「リビングくらしHOW研究所」の調査データです

くらしHOW ニュース&トピックス

「2009主婦の家計の危機感」調査報告

LETSがアドバンスコース修了制作ムック本「ウーマンサプリ」を発行!

主婦を対象とした携帯電話向け無料サービス「シュフモ」

「2009国政と国政選挙に関する意識」調査報告

< 3月のデータアクセスランキング >

ベースメイク<ファンデーション>調査 OL24時間 <起床から出勤まで>調査 OLの花粉症対策調査

リビングの毎日がマーケティングライフ

「大人弁当」が、きてますね。
ばけるか? 「たねまる」君
気になる「隣人祭り」

詳細はサイト「くらしHOW」をご覧ください

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



全国の既婚女性1275人に、「男友達」について聞いた。

<男女間の友情>

男女間の友情は「ある」と思う人は80.9%、既婚後も友情は「ある」76.1%

男女の間で“友情”はあると思うかを聞いたところ、「ある」80.9%、「ない」19.1%と、友情はあると考えているミセスが圧倒的であった。

どの年代においても、8割前後が男女間の友情は「ある」と回答している。職業別でみると、専業主婦、パート・アルバイトのミセスでも約8割を占めた。フルタイムワークのミセスでは、「ある」が85.8%とやや高めとなった。

また、結婚している男女の間で「友情」はあると思うかについては、「ある」76.1%、「ない」23.9%と7割以上が既婚者でも男女間の友情はあると考えている。

職業別では、専業主婦で「ある」と回答した人は72.5%。「結婚後」という条件をつけない場合と比較すると、やや低めになっているが、パート・アルバイトのミセスでは77.9%、フルタイムミセスでは85.1%と、ほとんど変化が見られない。

年代別でみると、どの年代においても7割～8割が結婚後も男女の友情は「ある」と考えている。

<男友達との付き合い方>

「結婚後も男友達と付き合うのはいいが、グループでの付き合いに留めたほうがよい」が53.4%

結婚後の男友達との付き合い方について、選択肢の中から意見に近いものを選択してもらったところ、「結婚しても、男友達と付き合うのはいいが、グループでの付き合いに留めたほうがよい」が53.4%と半数以上、次いで「結婚しても、男女のこだわりなく1対1の付き合いがあってよい」34.9%、「結婚したら、男友達と付き合うのは好ましくない」11.7%となった。

職業別ではフルタイムワークのミセスで、「結婚しても、男女のこだわりなく1対1の付き合いがあってよい」と考えている人が多く、45.4%と他のセグメントより10%以上高い数値となった。

年代別でみると、20代以下では「結婚しても、男女のこだわりなく1対1の付き合いがあってよい」が42.4%と、どの年代よりも高い。2番目は40代で38.1%と、30代よりも高い数値となった。

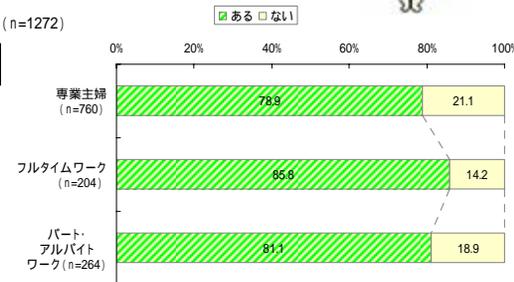
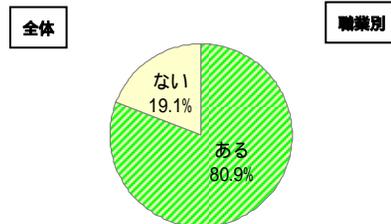
30代以上では、「結婚しても、男友達との付き合いのいいが、グループでの付き合いに留めたほうがよい」が約5割～6割となっている。

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

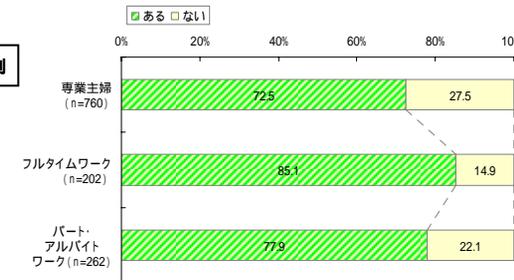
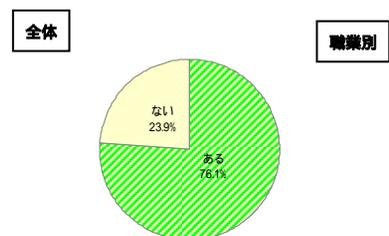
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ 男女の間で「友情」はあると思いますか? (n=1272)



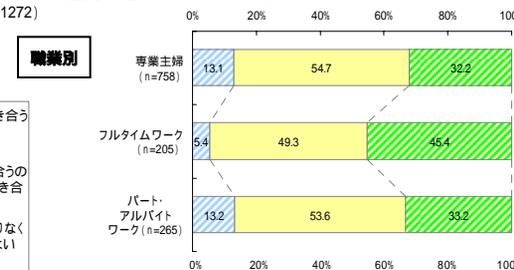
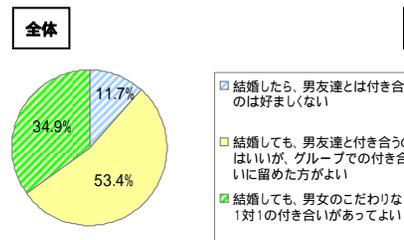
<ファンデーションを「ほぼ毎日使う」ときどき使う人>

グラフ 結婚している男女の間で「友情」はあると思いますか? (n=1268)

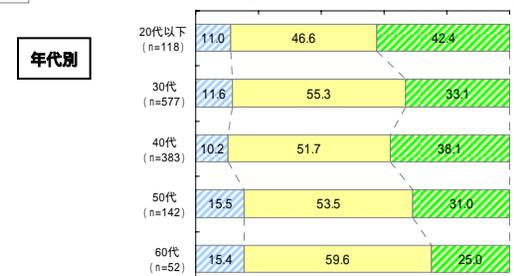


<ファンデーションを「ほぼ毎日使う」ときどき使う人>

グラフ 結婚後の男友達との付き合い方について、あなたの意見に近いのはどれですか? (一番近いものをひとつだけ選択) (n=1272)



年代別





フルタイムワークのミセスでは「食事・飲み会もOK」が30.7%と高い。

ミセスが男友達と1対1で付き合うことに対してどこまで許せるかを聞いたところ、「メールや電話ならOK」23.7%、「お茶程度ならOK」22.2%、「食事・飲み会もOK」22.6%が2割以上で並んでおり、「女友達とまったく同じでOK」でも16.8%と、友人としての交流には大多数がOKとなった。

職業別でみると、フルタイムワークでは「食事・飲み会もOK」が30.7%と、他のセグメントよりも高く、「女友達とまったく同じでOK」をあわせた割合は50.5%で、半数以上と高い。

年代別では20代以下、50代、60代以上では「お茶程度ならOK」が3割前後で最も多く、30代では「メールや電話ならOK」、40代では「食事・飲み会もOK」が高い。

また、「女友達とまったく同じでOK」という人は若い年代ほど多く、20代以下では20.5%と2割。「食事・飲み会もOK」「女友達とまったく同じでOK」をあわせると、20代以下、40代で4割以上を占めた。50代・60代以上では「絶対に付き合うべきでない」が約2割となった。

<夫の女友達について>

グループで付き合う女友達はいても「かまわない」42.9%、1対1では「やめてほしい」48.4%

夫について、あなたは夫にグループで付き合う女友達がいってもいいかを聞いたところ、「かまわない」42.9%、「気にはなるが禁止はしない」38.7%、「やめてほしい」18.4%となった。

職業別では、フルタイムワークの「かまわない」が48.8%とやや高めとなった。

年代別でみると、「かまわない」は20代以下で47.5%、60代以上で46.0%と高い。「やめてほしい」は、60代以上で32.0%と他の年代に比べて高い。60代以上では夫の女友達への意識が二極化するようだ。

また、夫に1対1で付き合う女友達がいってもいいかを聞くと、グループで付き合う女友達とは反対に「やめてほしい」48.4%、「気にはなるが禁止はしない」29.9%、「かまわない」21.7%の順となった。

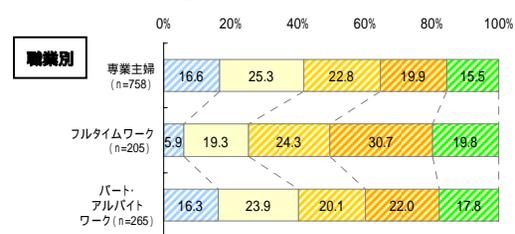
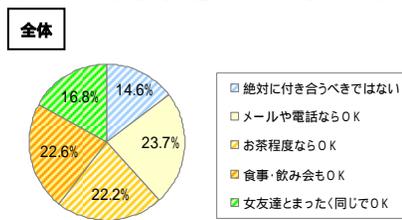
職業別では、フルタイムワークの「かまわない」が29.4%とやや高めであるのに対して、専業主婦では「やめてほしい」が51.8%と平均よりも高い数値となった。

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

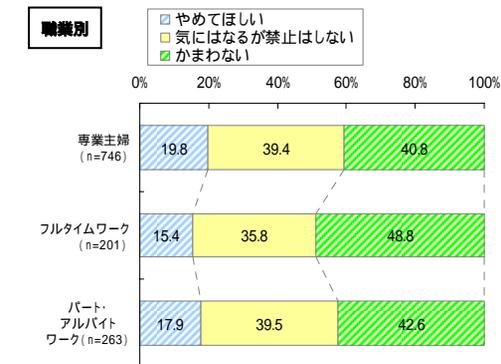
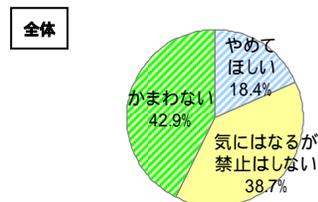
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

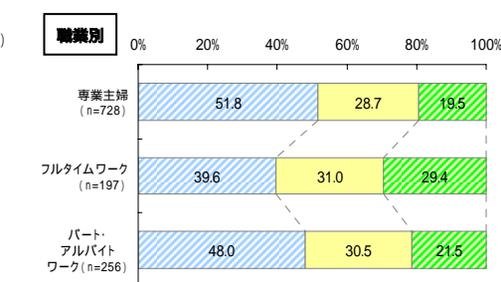
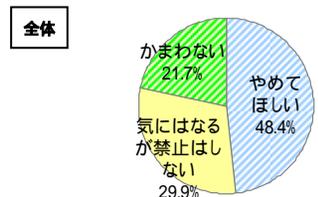
グラフ ミセスが男友達と1対1で付き合うことに関して、どこまで許せますか？ (n=1265)



グラフ あなたは、夫にグループで付き合う女友達がいってもいいですか？ (n=1255)



グラフ あなたは、夫に1対1で付き合う女友達がいってもいいですか？ (n=1222)





<グループで付き合う男友達>

グループで付き合う男友達が「いる」61.3%

ミセスにグループで付き合う男友達がいるかを聞いたところ、「1人いる」8.7%、「複数いる」52.6%、「いない」38.7%となった。

職業別では、フルタイムワークのミセスで「複数いる」が66.7%と高く、グループで付き合う男友達がいる人は「1人いる」「複数いる」あわせて78.5%。専業主婦の56.2%と比較すると1.4倍となった。

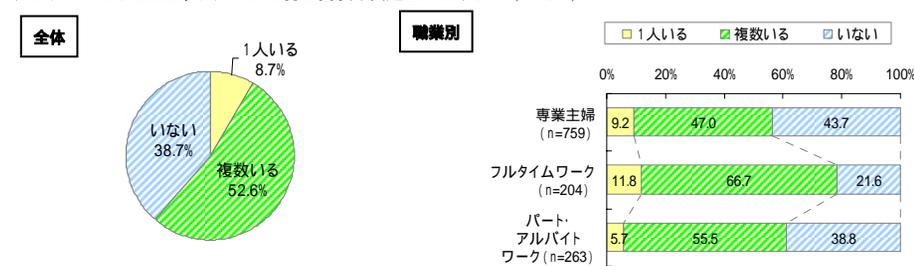
グループで付き合う男友達が「1人いる」「複数いる」と回答した人に、その「男友達」は、ミセス自身にとってどのような存在かを聞くと、「A. 異性というだけで、女友達となら変わることはない友人」81.9%が圧倒的となった。また、「B. 女友達とは違うドキメキを感じる友人」という人も5.2%、「AもBも、どちらもある」12.9%となった。

職業別では、パート・アルバイトワークで「AもBも、どちらもある」が19.4%となった。

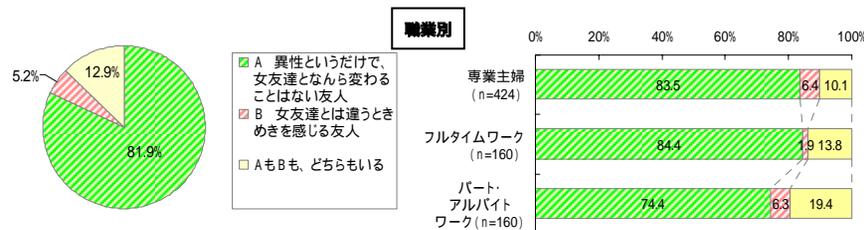
その男友達との付き合いは、夫にはどの程度オープンにしているかを聞いたところ、「夫は、友達の存在も知っているし、自分からすべてオープンにしている」55.0%が半数以上を占めており、次いで「夫は、友達の存在も知っているし、聞かれればすべてオープンにする」26.4%となった。

グループで付き合う男友達は「いない」と回答した人に、グループで付き合う男友達がほしいと思うかを聞いたところ、「ほしい」27.8%、「ほしくない」72.2%となった。

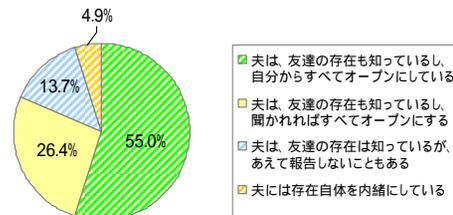
グラフ あなたは、グループで付き合う男友達はいますか？ (n=1270)



グラフ その「男友達」は、あなたにとってどのような存在ですか？ (n=775)



グラフ その男友達との付き合いは、夫にはどの程度オープンにしていますか？ (n=769)



グラフ あなたは、グループで付き合う男友達がほしいと思いますか？ (n=424)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



< 1対1で付き合う男友達 >

1対1で付き合う男友達が「いる」人は34.7%

ミセスに1対1で付き合う男友達がいるかを聞いたところ、「1人いる」11.2%、「複数いる」23.6%、「いない」65.3%となった。

職業別では、フルタイムワークのミセスで「複数いる」が34.0%と高く、1対1で付き合う男友達がいる人は「1人いる」「複数いる」あわせて51.5%。専業主婦の30.4%と比較すると1.7倍となった。

年代別でみると、20代以下の「1人いる」15.4%、「複数いる」30.8%と、あわせて46.2%となっており、どの年代よりも多い。

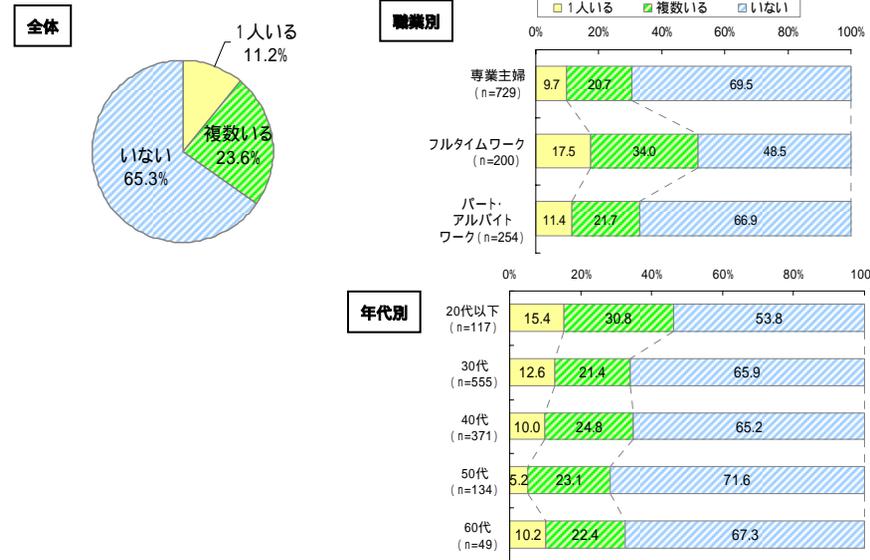
その「男友達」は、ミセス自身にとってどのような存在かを聞くと、「A. 異性というだけで、女友達となら変わることはない友人」77.2%が圧倒的となった。また、「B. 女友達とは違うトキメキを感じる友人」という人は13.6%と、グループで付き合う男友達の2倍以上となった。

また、「C. AもBも、どちらもある」を選んだ人を含めた数値では、グループで付き合う場合は18.1%、1対1の場合は22.8%と、「トキメキを感じる友人」である率は1.25倍となった。

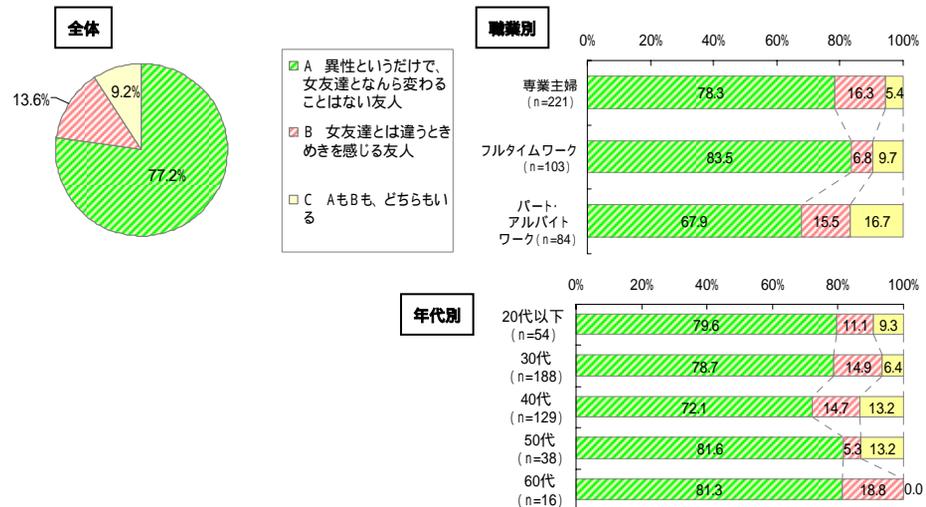
年代別でみると、全体に「A. 異性というだけで、女友達となら変わることはない友人」が7~8割を占めており、40代では「B. 女友達とは違うトキメキを感じる友人」「C. AもBも、どちらもある」をあわせて27.9%と、「トキメキを感じる友人」は3割近くどの年代よりも高い。

1対1で付き合う男友達は「いない」と回答した人に、グループで付き合う男友達がほしいと思うかを聞いたところ、「ほしい」11.0%、「ほしくない」89.0%となった。

グラフ あなたには、1対1で会うこともある男友達はいますか？ (n=1226)



グラフ < 1対1で付き合う男友達が「1人いる」「複数いる」と回答した人。 「複数いる」人は、一番近い人について > その「男友達」はあなたにとってどのような存在ですか？ (比較的近いものを1つ選択) (n=425)



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



<交流の頻度>

1対1で付き合う男友達が「1人いる」「複数いる」と回答した人に、どのくらいの頻度で交流があるかを聞いた。

【メールや電話でのやりとり】

「半年に1~2回」が35.9%と最も多く、次いで「月に1~2回」31.0%、「週に1回程度」10.8%。「月に1~2回」以上を高頻度、「半年に1~2回」以下を低頻度とすると、低頻度が48.8%と約半数であった。

【2人でお茶をする】

「(年に1回)それ以下」32.3%と最も多く、次いで「半年に1~2回」が28.1%、「年に1回程度」25.9%。低頻度の人々が86.3%と大多数を占めた。

【2人で食事や飲み会をする】

「(年に1回)それ以下」35.8%と最も多く、次いで「年に1回程度」が27.4%、「半年に1~2回」26.2%。お茶と同様に低頻度の人々が大多数を占めた。

メールや電話でのやりとりでは、高頻度、低頻度の人々がほぼ半々であるが、お茶や食事の頻度は低頻度の人々が圧倒的に多く、「半年に1~2回」以下の頻度の人々が大多数を占めた。

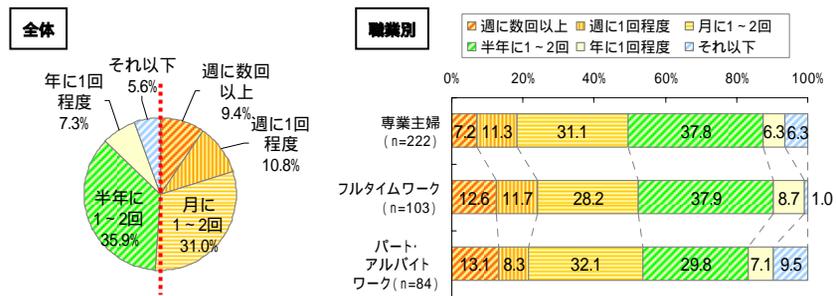
<回答者プロフィール>

年齢：20代以下 9.2%、30代 45.4%、40代 30.2%、50代 11.1%、60代以上4.1%。
働き方：専業主婦 59.7%、フルタイムワーク 16.1%、パート・アルバイトワーク 20.8%、その他 3.5%。子供の有無：あり 72.2%、なし 27.8%。
居住地：関東 42.7% (東京都 15.8%、神奈川県 12.1%、千葉県 7.7%、埼玉県 5.3%、栃木県 1.3%、茨城県 1.3%、群馬県 0.2%)、北海道 1.2%、東北 3.0%、北陸 1.0%、甲信 0.3%、東海 5.8%、近畿 36.5% (大阪府 16.8%、兵庫県 14.1%、京都府 3.3%、滋賀県 1.4%、奈良県 0.2%、和歌山県 0.8%)、中国 3.2%、四国 2.0%、九州 4.3%。

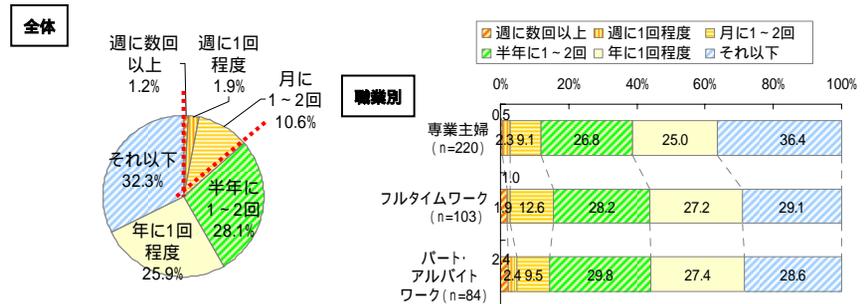
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

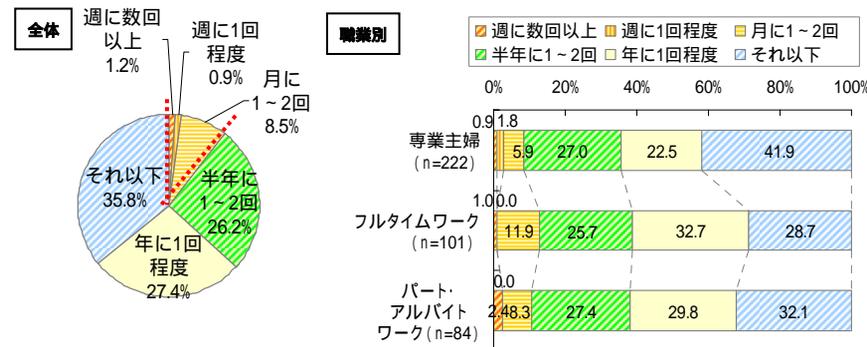
グラフ 【メールや電話でのやりとり】どのくらいの頻度で交流がありますか？ (n=426)

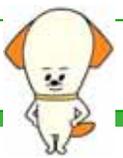


グラフ 【2人でお茶をする】どのくらいの頻度で交流がありますか？ (n=424)



グラフ 【2人で食事・飲み会をする】どのくらいの頻度で交流がありますか？ (n=424)





<ミセスの行動・思考の傾向>

回答者を、「男女間の友情」のアリ/ナシ、「男友達」のいる/いないを基準に分類したら、4つのタイプ別で、行動・思考の傾向が見えてきました。(以下フリアンサーから抜粋)

【友情アリ/男友達いない】

友情はアリだし1対1で会うのもOK、でも今は、そんな男友達はなし。

夫も公認であれば男友達と意識する必要はなく、友人は多いほうがいい。視野が広がる。(44歳)

昔からの友達ならお互いの生活に支障なければ友情になら変わりはない。それでも夫が嫌がることはしたくないし、自分も逆ならいい気はしないので、最近ほとんど付き合いはない。夫のお友達などの男性なら家族ぐるみで付き合い合えると楽しいと思うが、1対1で付き合う人は特に必要ない。(35歳)

1対1は、男性の本能的なものを考えると、疑問。自分の立場だったら、飲食くらいは良いと思うが、ダンナがしたら、微妙…。男友達は新鮮でもあり、楽しいと思うし、自身もきれいでいられそうなのでほしい。(49歳)

男友達がいたら、男の人の視点で相談に乗ってくれそう。(41歳)

【友情アリ/男友達いる】

友情はアリだし1対1で会うのもOK、自分の男友達は、もちろん夫も公認。

お互いの配偶者に、会っていることを報告できるのであれば、よいと思うし、やましいことはないのでそうしている。男友達とはメールや電話をよくするが、親が亡くなった時に、お通夜に来てくれて、とても感謝しました。(42歳)

夫も交えての夕食、家に招いての食事など、夫には嫌悪感もないと確認済みなので大丈夫。そうでなければ堂々と付き合い合えない。(38歳)

グループは疲れる。男友達とは1対1で、公の人が多いカフェで、昼間に会うことが多い。女友達と同じで映画や本の趣味の価値観が似ているから、お茶をして夕方暗くなるころまで、ひたすら話しています。(35歳)

異性というだけで、女友達となら変わることはない友人がいます。子供が小さいので夜は出かけないが、今でもランチやお茶はいくし、夫も認めている。(42歳)

【友情ナシ/男友達いない】

友情はアリエナイ、だから1対1で会うのはNG、結婚後の今、男友達はいらない。

恋愛感情を持たないと断言できるわけがないので、夫を裏切らないためにも、やめておくべき。家族のために懸命に働いてくれる夫との生活を大事にしたい。それだけで十分なので、これからも男友達はいらない。(47歳)

独身時代に友人関係は、満喫しました。面倒なことになりたくない。(40歳)

1対1で会う男友達なんて、子供がいるしそんな時間もお金もない。(35歳)

わざわざ夫に心配かけられるようなことをすることがおかしい。家族ぐるみの付き合いで十分。(32歳)

1対1はマナー違反。家族ぐるみのみありだと思えます。特に必要ありません。(28歳)

【友情ナシ/男友達いる】

友情はアリエナイけれど1対1で会うのはOK、男友達にはときめく…。それは浮気ではなく？

映画やドライブに行く男友達。精神的に落ち込んだときの支え、気分転換になる。(43歳)

友情は結婚して家庭を持つとむずかしい。小学校からの付き合いで気の知れた、お互いよくわかってる男友達は、何でも話せるところがいい。(43歳)

好きだから友達になりたいと思うのだが、その感情は友情ではない。行楽によく行く男友達にはドキドキ感があり、気持ちだけが男として好き。(49歳)

友情はない。どうしてもどちらかが好意以上の感情になってしまうと思う。昔好意を持っていた男性は今もお付き合いがあり、心の中で少し頼りにしているところがある。お互い家庭があるので付き合いは電話がいちばん多いです。(38歳)

カラオケを思いっきり歌える、男友達があります。異性といてときめかなくなったら、お互いおしまいかもしれませんね。(45歳)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



冷凍食品はほぼすべての家庭で利用 大半は「園児のお弁当」に利用

冷凍食品は97.3%とほぼすべての家庭で利用。そのうち週に1～2回以上利用するという家庭が約7割にのぼる。

冷凍食品の用途としては「お弁当」が最多の77.6%、「家庭の食卓」という回答も56.2%と2007年に比べて1割強の増加となった。

また、タイプ別の冷凍食品の利用も「弁当用小分けメニュー」52.3%、「唐揚げ・コロッケなどの揚げ物メニュー」48.6%と2007年とほぼ同様で、「ギョーザ・春巻きなど中華メニュー」は31.7%と、2007年の22.8%から増加傾向に。

2008年には「中国製冷凍餃子メタミドホス混入事件」があったが、お弁当に取り入れれたり、手軽に食事の品数を増やしたりできる冷凍食品は、依然重宝しているようだ。

<調査概要>

2008年7月～8月実施の「あんふぁん」WEBアンケートの回答から、342件を集計

<調査実施> あんふぁん

園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。

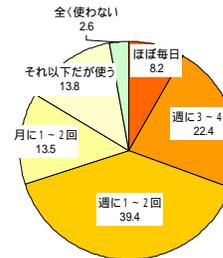
(あんふぁんサイト <http://www.enfanble.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

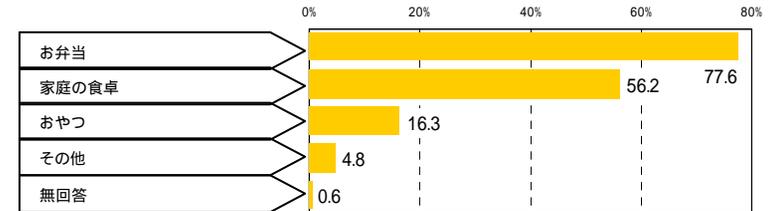
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

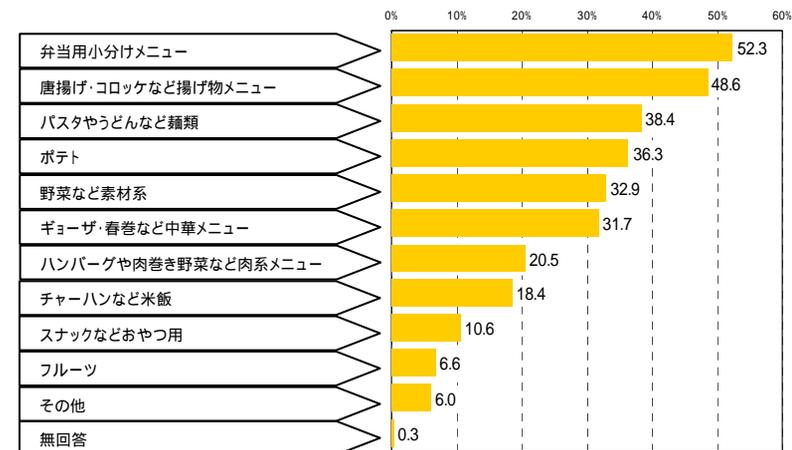
グラフ 家庭での冷凍食品の利用頻度はどれくらいですか? (全体n=340)



グラフ 冷凍食品の用途は何ですか? (複数回答) (全体n=331)



グラフ 利用している冷凍食品はどんなタイプですか? (複数回答) (全体n=331)





通信環境は「光ファイバー」がTOP、ついに「ADSL」と逆転

通信環境については、2006年の15.7%から2007年の29.9%と、ここ数年増加を続けている「FTTH(光ファイバー)」が、2008年は40.3%にまで拡大。2007年に比べ10.4%アップし、ついに「ADSL」を抜いてTOPに躍り出た。

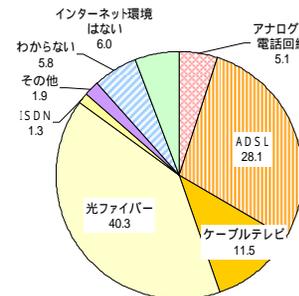
音楽のダウンロード、動画の視聴、オンラインゲームなど、通信速度が必要なコンテンツやサービスが増えている昨今。パソコンのヘビーユーザーも増加し、あんふぁん読者の世帯でも、より快適なインターネットライフを求める傾向が。

< 調査概要 >

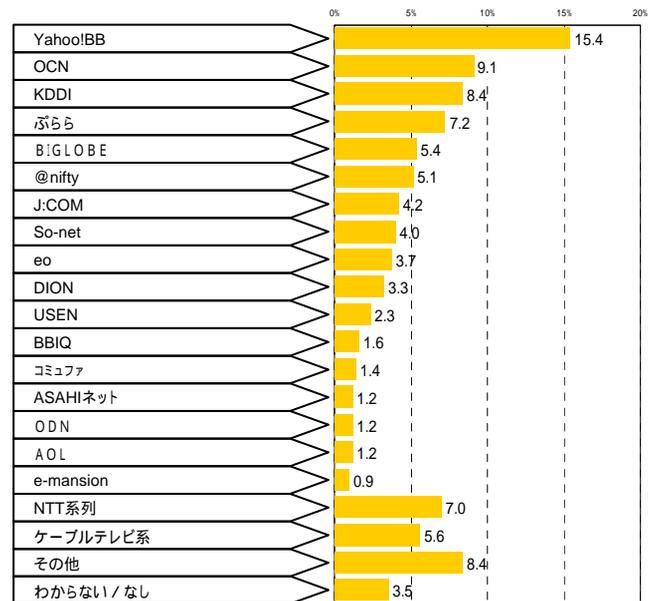
2008年5月実施の「あんふぁん」2008年6月号誌面アンケートの回答から、500件を集計

< 調査実施 > あんふぁん

グラフ 自宅のインターネットの通信環境は何ですか? (全体n = 469)



グラフ 契約しているプロバイダはどこですか? (全体n = 492)



園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。

(あんふぁんサイト <http://www.enfanble.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



パソコンの所有率は87% ほぼ毎日利用するが、メールの利用が少ないのが特徴

パソコン所有率は87%と2007年から微増。

「ほぼ毎日利用する」と回答したママが52.4%と、2007年の41.3%に比べて、11.1%も上昇。ヘビーユーザーが増えている。

主な用途は「ネットでの情報検索」の87.3%。一方「メール」は35.6%。メールは携帯で、情報検索はパソコンでと、用途に合わせて使い分けている模様。2007年は圏外だった「SNS」が4.5%と浮上してきた。

通信費月額額のボリュームゾーンは「2000円～4000円未満」で39.6%。ボリュームゾーンが「4000円～6000円未満」の38.8%だった2007年に対しダウン。

<調査概要>

2008年5月実施の「あんふぁん」2008年6月号誌面アンケートの回答から、500件を集計

<調査実施> あんふぁん

園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。

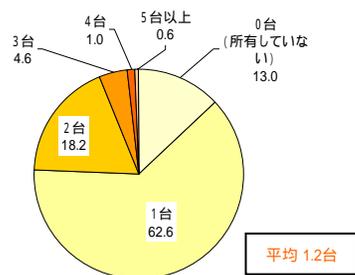
(あんふぁんサイト <http://www.enfanble.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

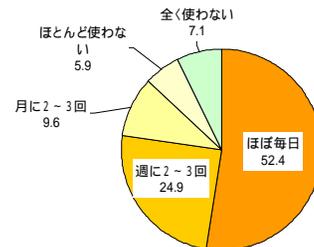
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

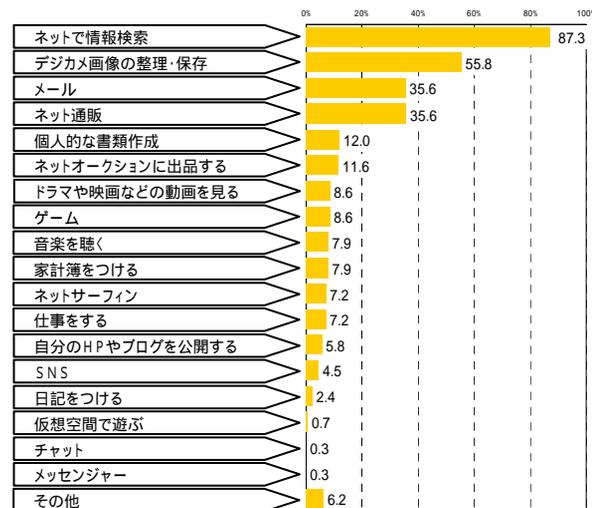
グラフ 自宅では、パソコンを何台所有していますか？ (全体n = 500)



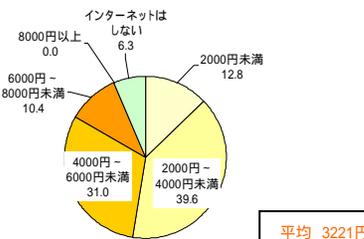
グラフ あなた自身が自宅パソコンを利用する頻度はどれくらいですか？ (全体n = 490)



グラフ 自宅でのパソコンの利用用途は何ですか？(複数回答) (全体n = 292)



グラフ パソコンの通信費の月額はいくらですか？ (全体n = 407)





過去4年間で、食育に取り組む幼稚園は63.4%と、4年間で倍以上に

幼稚園での食育が行われているかどうか、あんふぁんが初めて調査した2005年には、「行われている」園は29.5%だった。その後53.4%(2006年) 50.4%(2007年) 63.4%(2008年)と、足踏みした年もあるが、全体として見ると増加傾向に、4年間で倍以上になっている。

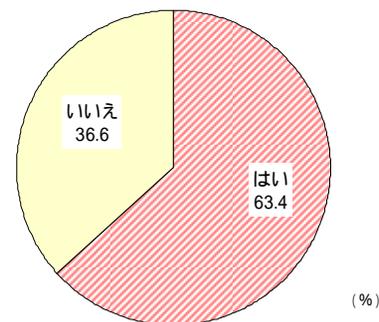
あんふぁんでも幼稚園をステージにして、さまざまな食育のイベントや野菜の栽培などの試みをしているが、今後も幼稚園での取り組みがますます期待される。

<調査概要>

2008年7月実施の「あんふぁん」WEBアンケートの回答から、385件を集計

<調査実施> あんふぁん

グラフ 園では食育が行われていますか? (全体n = 385)



園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。

(あんふぁんサイト <http://www.enfanble.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



首都圏の女性732人に、住まいの購入予定について聞いたところ、「予定がある」3.8%、「予定はないが、将来的に購入に関心がある」39.8%、「予定がない」35.0%、「既に購入済み」21.4%となった(グラフ)。

以下、住まい購入の「予定がある」、「既に購入済み」の185人が回答

<購入を希望する(または購入した)住まいのタイプ>

【購入予定者】

購入を希望する住まいのタイプは、「新築分譲マンション」40.7%、「新築戸建」37.0%、「中古分譲マンション」14.8%となった(グラフ -1)。

【既に購入済みの人】

購入した住まいのタイプは、「新築分譲マンション」48.6%、「新築戸建」34.5%、「中古分譲マンション」15.5%となった(グラフ -2)。

<購入を希望する(または購入した)住まいの間取り>

【購入予定者】

購入を希望する住まいの間取りは、「3LDK」40.7%、「4部屋以上」29.6%、「2LDK」14.8%となった(グラフ -1)。

【既に購入済みの人】

購入した住まいのタイプは、「3LDK」38.3%、「4部屋以上」22.8%、「2LDK」14.8%となった。購入済みの人は購入予定者より「1LDK」の割合が多かった(グラフ -2)。

<購入を希望する(または購入した)住まいの広さ>

【購入予定者】

購入を希望する住まいの広さは、「(70平方メートル超)~80平方メートル」(80平方メートル超)~100平方メートル、各18.5%、「100平方メートル超」14.8%となり、平均は79.8平方メートルとなった(グラフ -1)。また「わからない」人は25.9%となった。

【既に購入済みの人】

購入した住まいの広さは、「(70平方メートル超)~80平方メートル」19.5%、「(80平方メートル超)~100平方メートル」12.8%、「(60平方メートル超)~70平方メートル」12.1%となり、平均は66.5平方メートルとなった(グラフ -2)。

<購入予算額(または購入額)>

【購入予定者】

購入予算額は、「(4000万円超)~5000万円」29.6%、「(2000万円超)~3000万円」22.2%、「(3000万円超)~4000万円」18.5%と続き、平均は3660万円となった(グラフ -1)。

【既に購入済みの人】

購入額は、「(3000万円超)~4000万円」43.0%、「(2000万円超)~3000万円」24.2%、「(4000万円超)~5000万円」17.4%と続き、平均は3582万円となった(グラフ -2)。

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

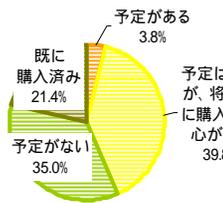
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

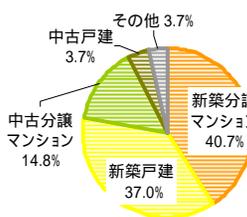
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

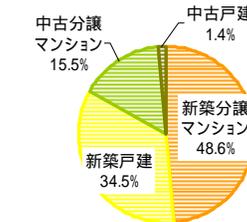
(グラフ) 住まいの購入予定 (n=732)



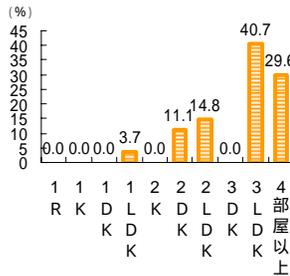
(グラフ -1) <購入予定者> 購入を希望する住まいのタイプ (n=27)



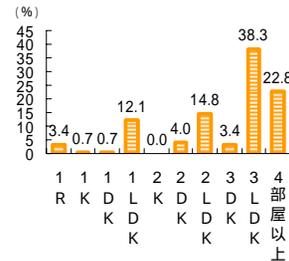
(グラフ -2) <既に購入済みの人> 購入した住まいのタイプ (n=148)



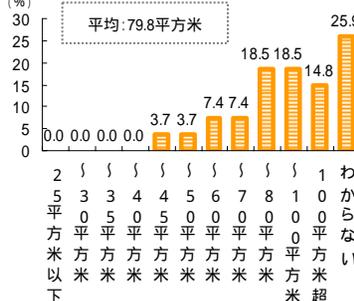
(グラフ -1) <購入予定者> 購入を希望する住まいの間取り 単一回答 (n=27)



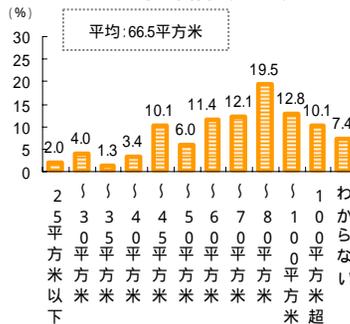
(グラフ -2) <既に購入済みの人> 購入した住まいの間取り 単一回答 (n=149)



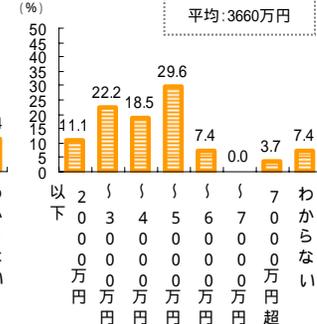
(グラフ -1) <購入予定者> 購入を希望する住まいの広さ 単一回答 (n=27)



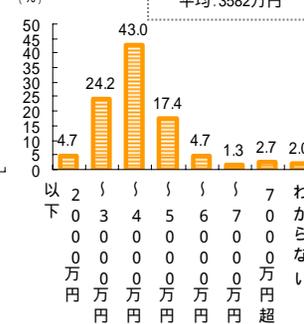
(グラフ -2) <既に購入済みの人> 購入した住まいの広さ 単一回答 (n=149)



(グラフ -1) <購入予定者> 購入予算額 単一回答 (n=27)



(グラフ -2) <既に購入済みの人> 購入額 単一回答 (n=149)





<頭金の予定額(または支払った頭金)>

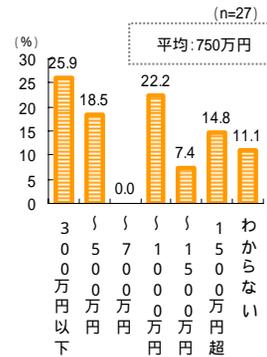
【購入予定者】

頭金の予定額は、「300万円以下」25.9%、「(700万円超)～1000万円」22.2%、「(300万円超)～500万円」18.5%となり、平均は750万円となった(グラフ -1)。

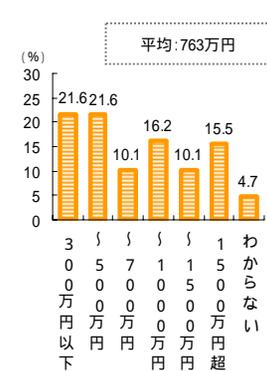
【既に購入済みの人】

支払った頭金は、「300万円以下」「(300万円超)～500万円」各21.6%、「(700万円超)～1000万円」16.2%となり、平均は763万円となった(グラフ -2)。

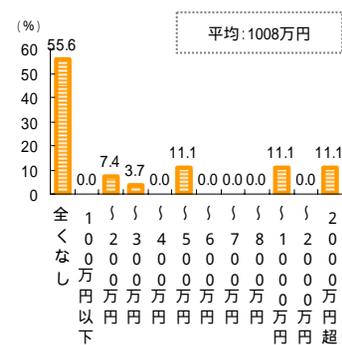
(グラフ -1) <購入予定者>
頭金の予定額 単数回答 (n=27)



(グラフ -2) <既に購入済みの人>
支払った頭金 単数回答 (n=148)



(グラフ -1) <購入予定者>
親から期待できる援助額 単数回答 (n=27)



<親から期待できる援助額(または親からの援助額)>

【購入予定者】

親から期待できる援助額は、「全くなし」が55.6%と過半数を占めた。期待できる人の金額は「(400万円超)～500万円」「(800万円超)～1000万円」「2000万円超」各11.1%。また「全くなし」と回答した人を除いた平均は1008万円となった(グラフ -1)。

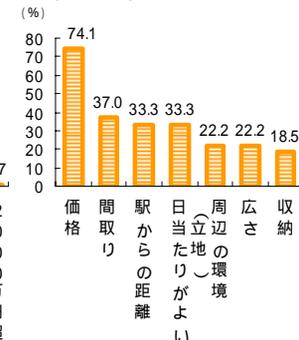
【既に購入済みの人】

親からの援助額は、「全くなし」56.8%が半数を超える。援助があった人では「100万円以下」「(100万円超)～200万円」「(200万円超)～300万円」各6.8%となり、平均は509万円となった(グラフ -2)。

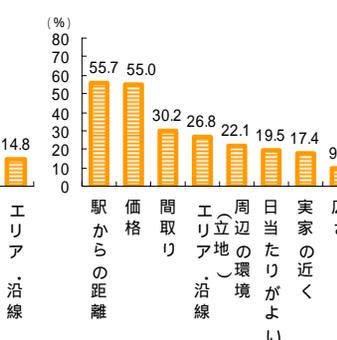
(グラフ -2) <既に購入済みの人>
親からの援助額 複数回答 (n=148)



(グラフ -1) <購入予定者>
購入の際にこだわりたい点 複数回答 (n=27)



(グラフ -2) <既に購入済みの人>
購入の際にこだわった点(上位8位) 複数回答 (n=149)



<購入の際にこだわりたい(こだわった)点>

【購入予定者】

購入の際にこだわりたい点は、「価格」74.1%、「間取り」37.0%、「駅からの距離」「日当たりがよい」各33.3%と続く(グラフ -1)。

【既に購入済みの人】

購入の際にこだわった点は、「駅からの距離」55.7%、「価格」55.0%が半数を超え、次いで「間取り」30.2%、「エリア・沿線」26.8%と続く(グラフ -2)。

<購入の際に決め手となる(決め手となった)点>

【購入予定者】

購入の際に決め手となる点は、「価格」51.9%が半数を超え、圧倒的だった。次いで「間取り」11.1%、「エリア・沿線」7.4%と続く(グラフ -1)。

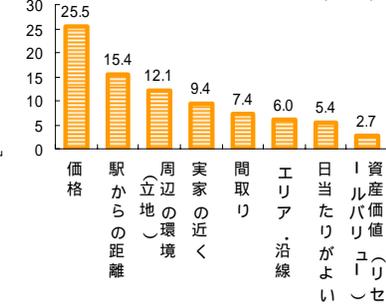
【既に購入済みの人】

購入の際に決め手となった点は、「価格」25.5%、「駅からの距離」15.4%、「周辺の環境(立地)」12.1%と続く(グラフ -2)。

(グラフ -1) <購入予定者>
購入の際に決め手となる点 単一回答 (n=27)



(グラフ -2) <既に購入済みの人>
購入の際に決め手となった点(上位8位) 単一回答 (n=149)



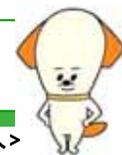
シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



以下、「既に購入済み」の人のみ回答

<不動産を購入しようと考えたきっかけ>

不動産を購入しようと考えたきっかけは、「家賃を支払うのがもったいない」67.3%、「広い部屋に住みたい」20.7%、「結婚」19.3%と続く(グラフ)。どの年代においても「家賃を支払うのがもったいない」が最も多かった。また「結婚」は若い年代ほど多くなった。

<購入の際に参考にした情報源>

購入の際に参考にした情報源は、「(PCでの)インターネット」58.0%、「チラシ」46.0%、「雑誌」34.7%と続く(グラフ)。20代は「チラシ」、30代以上は「(PCでの)インターネット」が最も多かった。「(PCでの)インターネット」は年代が上がるほど多かった。また、20代では「不動産店の店頭」に掲示されている情報、が30代以上に比べ多かった。

<モデルルーム・現地見学箇所数>

モデルルーム・現地見学などは何カ所くらい行ったかは、「2~3カ所」34.0%、「4~5カ所」20.4%、「6~10カ所」17.7%と続き、平均は5.7カ所となった(グラフ)。年代別の平均を見ると、20代は7.0カ所、30代前半は5.5カ所、30代後半以降は5.6カ所となった。

<月々の返済額>

月々の返済額は、「(8万円超)~10万円」26.2%、「(6万円超)~8万円」20.1%、「(10万円超)~12万円」18.1%と続き、平均は9.7万円となった(グラフ)。年代別の平均を見ると、20代は9.4万円、30代前半は10.3万円、30代後半以降は9.5万円となった。

<セミナー参加の有無>

不動産を購入する際に、セミナーなどに参加したことがあるかは、「不動産関連のセミナーに参加したことはない」83.3%が最も多かった(グラフ)。

<物件購入時の印象的なエピソード>

「他の物件を見に行った時に紹介された物件で、駅チカで、便の良い物件だったため、衝動的に決めてしまいました。」「人気の物件で、ぼ~っとしていたら第一次の抽選が終わってしまい、あわてて第二次に申し込みをして抽選した。」「セールスマンがいい加減なことには驚きました。特にローンのこととか突っ込んだことは分らないけれど分ったような口ぶりで返答することには疑問です。これが名の通った一流の販売会社でもそうなのですから、新興会社だとさらに不安な気もします。」「何件か見学に行っていたにもかかわらず、現在の住まいのモデルルームに入った瞬間「ビビッ!」ときて自分でもとても驚いた感覚が忘れられません」などのエピソードがあがった。

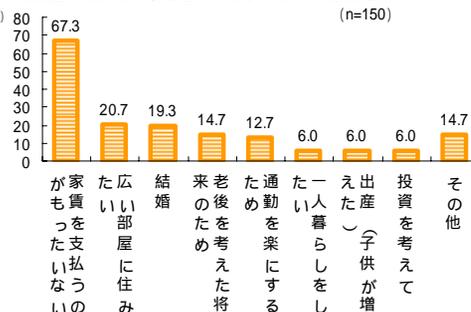
<回答者プロフィール>

年齢:20代 17.6%、30代前半 37.2%、30代後半以降 45.2%、平均年齢 34.0歳。居住地:東京都 60.4%、神奈川県 13.9%、千葉県 13.1%、埼玉県 11.6%、茨城県 1.0%。未既婚:未婚 66.0%、既婚 34.0%。世帯タイプ:親と同居(独身) 27.0%、一人暮らし 33.6%、夫婦二人暮らし 23.8%、夫婦と子供 9.2%、彼や友人と同居 3.4%、その他 3.0%。職業:正社員(一般職) 43.6%、正社員(総合職) 28.7%、派遣社員 16.7%、契約・嘱託社員 5.2%、パート・アルバイト 4.8%、公務員 1.0%。<親と同居(未婚)>以外の人>現在の住まい:賃貸マンション 38.0%、分譲マンション(を購入した) 24.2%、賃貸アパート 19.8%、分譲戸建(を購入した) 9.3%、会社の寮・社宅 4.7%、賃貸戸建 1.5%、その他 2.5%。<親と同居(未婚)以外の人>居住年数:1年以下 17.4%、~3年 30.0%、~5年 20.4%、~7年 12.5%、~10年 8.9%、10年超 10.9%、平均4.2年。年収(世帯年収):300万円以下 18.4%、~400万円 24.5%、~500万円 17.0%、~600万円 9.9%、~700万円 8.0%、~800万円 5.5%、~1000万円 9.1%、~1500万円 5.8%、1500万円超 1.9%、平均534.6万円。貯蓄額:100万円以下 23.8%、~200万円 15.2%、~300万円 11.7%、~400万円 7.0%、~500万円 10.6%、~600万円 4.4%、~700万円 3.0%、~800万円 3.9%、~1000万円 7.2%、~1500万円 5.7%、1500万円超 7.5%、平均 460.6万円。

<調査実施>シティリビング

(グラフ) <既に購入済みの人>

不動産を購入しようと考えたきっかけ 複数回答 (n=150)



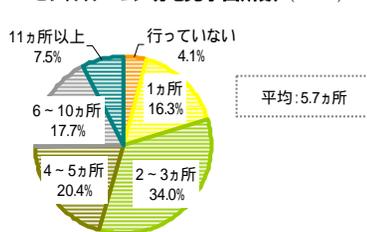
(グラフ) <既に購入済みの人>

購入の際に参考にした情報源(上位8位) 複数回答 (n=150)



(グラフ) <既に購入済みの人>

モデルルーム・現地見学箇所数 (n=147)



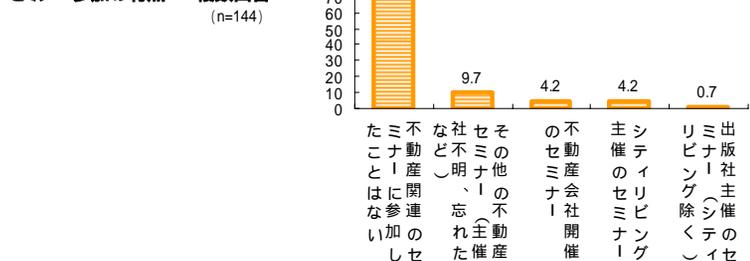
(グラフ) <既に購入済みの人>

月々の返済額 単一回答 (n=149)



(グラフ) <既に購入済みの人>

セミナー参加の有無 複数回答 (n=144)



シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



首都圏の女性732人のうち、現在、購入した住まいに住んでいない1575人に、住まいの賃貸について聞いた。

現在、住まいを借りたい・引越したいと思っているかは、「たまにそう思う」40.9%、「あまり思わない」25.9%、「非常にそう思う」18.0%、「全く思わない」15.1%となった(グラフ)。

以下、「非常にそう思う」「たまにそう思う」人、または現在賃貸住宅の人のみ回答

<住まいを借りたい・引越したい(または借りようと思った)理由>

【賃貸希望者】

住まいを借りたい、引越したい理由をフリーアンサーで聞いたところ、「一人暮らしがしたいから」、「通勤時間を短縮したい」、「結婚するので、実家から出る」、「親がうるさい」などの意見が挙がった。

【賃貸居住者】

新しい住まいを借りようと思った理由をフリーアンサーで聞いたところ、「今の部屋が快適でないから」、「家賃が高いから」、「間取りが悪い」、「自宅から駅までが遠いので、もっと駅近くに引っ越したいと思うときがある」などの意見が挙がった。

<借りたいと思う(または現在借りている)部屋のタイプ>

【賃貸希望者】

借りたいと思う部屋のタイプは、「マンション」69.6%が圧倒的だった(グラフ -1)。

【賃貸居住者】

現在借りている部屋のタイプは、「マンション」65.9%が圧倒的だった(グラフ -2)。

<借りてからの同居者予定(または現在の暮らし方)>

【賃貸希望者】

借りてからの同居者予定は、「一人暮らし」が57.4%と半数を超えた(グラフ -1)。

【賃貸居住者】

現在の暮らし方は、「一人暮らし」が58.7%と半数を超えた。次いで「夫」25.8%となった(グラフ -2)。

<希望する(または現在の)間取り>

【賃貸希望者】

希望する間取りを聞いたところ、「2DK」「2LDK」各18.0%、「1LDK」17.0%と続く(グラフ -1)。

【賃貸居住者】

現在の間取りを聞いたところ、「1K」32.0%が最も多く、次いで「2DK」15.5%、「1DK」10.8%、「2LDK」10.1%と続く(グラフ -2)。

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

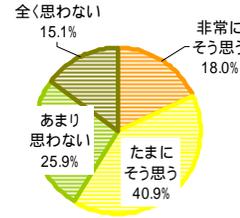
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

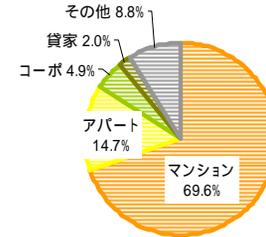
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

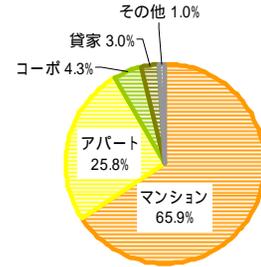
(グラフ)
現在、住まいを借りたい・引越したいと思っているか (n=555)



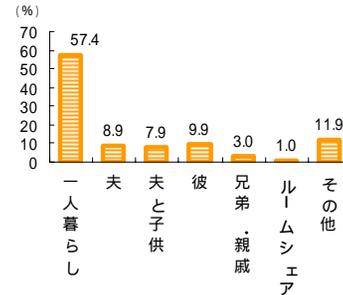
(グラフ -1) <賃貸希望者>
借りたいと思う部屋のタイプ (n=102)



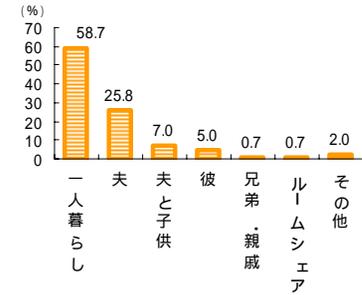
(グラフ -2) <賃貸居住者>
現在借りている部屋のタイプ (n=299)



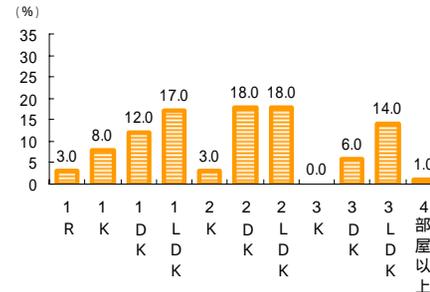
(グラフ -1) <賃貸希望者>
借りてからの同居者予定 単一回答 (n=101)



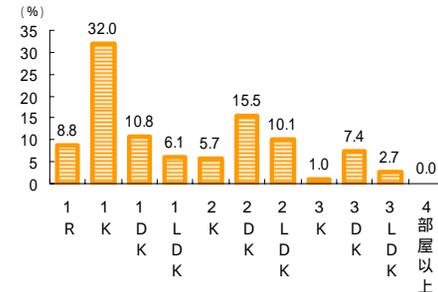
(グラフ -2) <賃貸居住者>
現在の暮らし方 単一回答 (n=298)

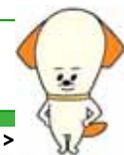


(グラフ -1) <賃貸希望者>
希望する間取り 単一回答 (n=100)



(グラフ -2) <賃貸居住者>
現在の間取り 単一回答 (n=297)





<希望する(または現在住んでいる)部屋の広さ>

【賃貸希望者】

希望する部屋の広さは、「分からない」が35.1%と多かった。希望のある人は、「25平方メートル以下」10.3%、「25平方メートル～30平方メートル」(30平方メートル)～35平方メートル、各9.3%と続き、平均は41.9平方メートルとなった(グラフ-1)。また年代別の平均を見ると、20代は36.6平方メートル、30代前半は40.9平方メートル、30代後半以降は48.0平方メートルとなり、年代が上がるほど希望する部屋は広くなる。

【賃貸居住者】

現在住んでいる部屋の広さは、「25平方メートル以下」22.9%、「25平方メートル～30平方メートル」20.5%、「30平方メートル～40平方メートル」10.6%と続き、平均は36.7平方メートルとなった(グラフ-2)。また年代別の平均を見ると、20代は31.8平方メートル、30代前半は37.4平方メートル、30代後半以降は38.0平方メートルとなり、年代が上がるほど広い部屋に住んでいる。

<家賃の予定額(または支払っている家賃の額)>

【賃貸希望者】

家賃の予定額は、「6万円超～8万円」54.8%が最も多く、次いで「6万円以下」22.6%、「8万円超～10万円」12.9%と続き、平均は7.8万円となった(グラフ-1)。年代別の平均を見ると、20代は6.8万円、30代前半は8.0万円、30代後半以降は8.6万円となった。

【賃貸居住者】

現在住んでいる部屋の家賃は、「6万円超～8万円」38.9%、「8万円超～10万円」25.0%、「10万円超～12万円」15.2%と続き、平均は9.0万円となった(グラフ-2)。年代別の平均を見ると、20代は8.8万円、30代前半は9.1万円、30代後半以降は8.9万円となった。

<借りる際にこだわりたい(またはこだわった)点>

【賃貸希望者】

部屋を借りる際にこだわりたい点は、「駅からの距離」価格、各53.0%が多く、次いで「周辺の環境(立地)」28.0%、「エリア・沿線」26.0%、「間取り」22.0%となった(グラフ-1)。

【賃貸居住者】

部屋を借りる際にこだわった点は、「駅からの距離」53.4%、「価格」51.0%が半数を超え、次いで「間取り」27.9%、「エリア・沿線」26.5%、「日当たりがよい」23.5%となった(グラフ-2)。

<借りる際に決め手となる(または決め手となった)点>

【賃貸希望者】

部屋を借りる際に決め手となる点は、「価格」29.9%、「周辺の環境(立地)」16.5%、「駅からの距離」11.3%、「間取り」8.2%、「エリア・沿線」6.2%となった(グラフ-1)。

【賃貸居住者】

部屋を借りる際に決め手となった点は、「価格」19.3%、「駅からの距離」17.9%、「間取り」11.1%、「エリア・沿線」8.4%、「周辺の環境(立地)」6.8%となった(グラフ-2)。

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

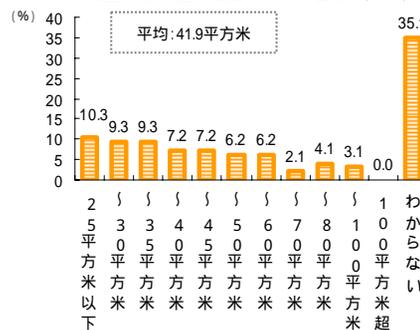
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

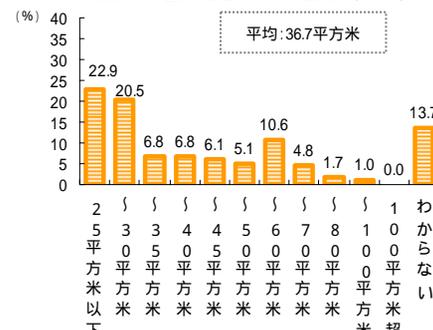
(グラフ-1) <賃貸希望者>

希望する部屋の広さ 単一回答 (n=97)



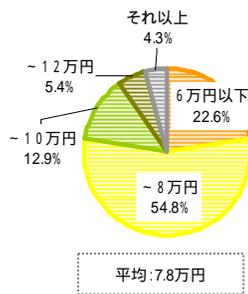
(グラフ-2) <賃貸居住者>

現在の部屋の広さ 単一回答 (n=293)



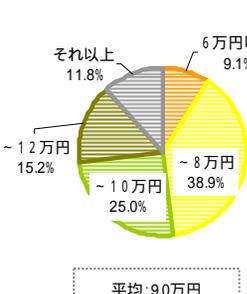
(グラフ-1) <賃貸希望者>

家賃の予定額 単一回答 (n=93)



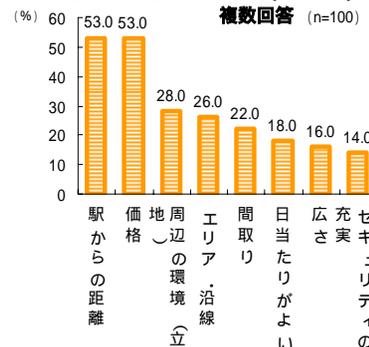
(グラフ-2) <賃貸居住者>

家賃の金額 単一回答 (n=296)



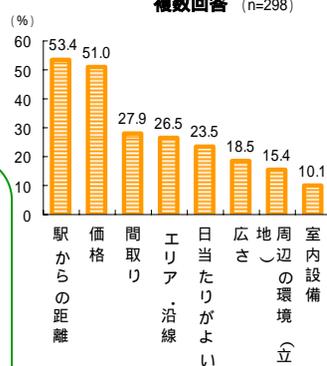
(グラフ-1) <賃貸希望者>

借りる際にこだわりたい点(上位8位) 複数回答 (n=100)



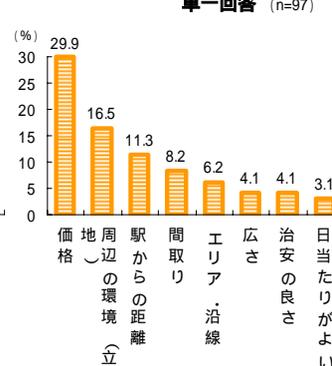
(グラフ-2) <賃貸居住者>

借りる際にこだわった点(上位8位) 複数回答 (n=298)



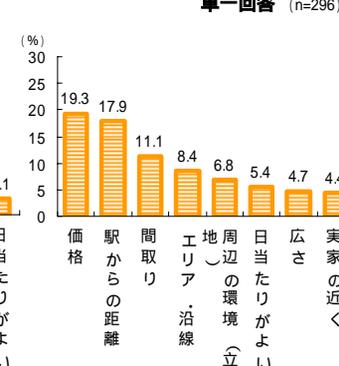
(グラフ-1) <賃貸希望者>

借りる際に決め手となる点(上位8位) 単一回答 (n=97)



(グラフ-2) <賃貸居住者>

借りる際に決め手となった点(上位8位) 単一回答 (n=296)





以下、現在賃貸に住んでいる人のみ回答

<現在の住まいを借りる際に参考にした情報源>

「不動産店の店頭で見る情報」58.4%、「(PCでの)インターネット」56.4%、「不動産店の店頭に掲示されている情報」42.9%が多く、次いで「雑誌」14.9%、「人からの紹介」13.2%と続く(グラフ)。年代別に見ると、20代・30代後半以降は「(PCでの)インターネット」、30代前半は「不動産店の店頭で見える情報」が最も多かった。

<下見の件数>

「2~3軒」32.2%、「4~5軒」26.8%、「6~10軒」18.0%と続き、平均は3.5軒となった(グラフ)。

以下、「親と同居(未婚)」の人のみ回答

<実家から出て暮らしたい意向>

現在、住まいを買う・借りるなど、実家から出て暮らしたい意向はあるかを聞いたところ、「結婚・同棲などをするまでは自宅で暮らしたい」51.9%、「結婚・同棲などをする前に一人暮らしをしてみたい」44.9%が多く、次いで「友人などとルームシェアをしてみたい」9.2%、「単身者マンションを購入したい」8.1%となった(グラフ)。年代別で見ると、「結婚・同棲などをするまでは自宅で暮らしたい」は年代が上がるほど多く、「結婚・同棲などをする前に一人暮らしをしてみたい」は若い年代ほど多くなった。

<回答者プロフィール>

年齢：20代 17.6%、30代前半 37.2%、30代後半以降 45.2%。平均年齢 34.0歳。居住地：東京都 60.4%、神奈川県 13.9%、千葉県 13.1%、埼玉県 11.6%、茨城県 1.0%。未婚 66.0%、既婚 34.0%。世帯タイプ：親と同居(独身) 27.0%、一人暮らし 33.6%、夫婦二人暮らし 23.8%、夫婦と子供 9.2%、彼や友人と同居 3.4%、その他 3.0%。職業：正社員(一般職) 43.6%、正社員(総合職) 28.7%、派遣社員 16.7%、契約・嘱託社員 5.2%、パート・アルバイト 4.8%、公務員 1.0%。
<親と同居(未婚)>以外の人>現在の住まい：賃貸マンション 38.0%、分譲マンション(を購入した) 24.2%、賃貸アパート 19.8%、分譲戸建(を購入した) 9.3%、会社の寮・社宅 4.7%、賃貸戸建 1.5%、その他 2.5%。<親と同居(未婚)以外の人>居住年数：1年以下 17.4%、~3年 30.0%、~5年 20.4%、~7年 12.5%、~10年 8.9%、10年超 10.9%、平均4.2年。年収(世帯年収)：300万円以下 18.4%、~400万円 24.5%、~500万円 17.0%、~600万円 9.9%、~700万円 8.0%、~800万円 5.5%、~1000万円 9.1%、~1500万円 5.8%、1500万円超 1.9%、平均534.6万円。貯蓄額：100万円以下 23.8%、~200万円 15.2%、~300万円 11.7%、~400万円 7.0%、~500万円 10.6%、~600万円 4.4%、~700万円 3.0%、~800万円 3.9%、~1000万円 7.2%、~1500万円 5.7%、1500万円超 7.5%、平均 460.6万円。

<調査実施>シティリビング

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

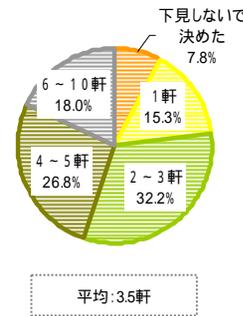
(グラフ) <現在賃貸に住んでいる人>

現在の住まいを借りる際に参考にした情報源(上位8位) 複数回答 (n=296)



(グラフ) <現在賃貸に住んでいる人>

下見をした軒数 (n=295)



(グラフ) <親と同居(未婚)の人>

実家から出て暮らしたい意向 複数回答 (n=185)

