

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]

- * ミセスの仕事と働き方(全国)
- * お洗濯(全国)

[幼稚園児ママデータ]

- * テレビ<有料チャンネル>(全国)
- * 子育てで気をつけていること(全国)
- * 子供の将来の職業(全国)
- * 理想の子供の人数(全国)
- * 園児が園にいる間の行動(全国)
- * 携帯電話の利用(全国)

[OLデータ]

- * 外食(首都圏)
- * 家電量販店(首都圏)
- * 癒し・リラックス施設(首都圏)

<サイトでご覧いただける、そのほかのデータ>

[園児ママデータ]

- * 園児の起床
- * 園児の就寝
- * 園児の生活習慣
- * 地上デジタル放送

[OLデータ]

- * 一番最近に行った海外旅行
- * 海外旅行<計画~申し込み>
- * ジュエリーショップ
- * カラオケ

* 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」「あんふいもん」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

ミセスの消費マインド月報<2009年5月号>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」で登録会員数が20万人を突破!

第8回フジサンケイ・大和証券グループ「女性起業家ビジネスプランコンテスト」受賞者決定!

ミセスの消費マインド月報<2009年4月号>を発行!

<4月のデータアクセスランキング>

ミセスの「男友達」交友意識 園児ママの冷凍食品調査 OLの不動産<住まいの賃貸>

くらしHOWモニター会議室

リビングルームがお店屋さん。通販って便利? (09/04/16実施: 399件 4/30 19:00現在)

ふりかけの感想を聞かせて! (09/04/6 実施: 2656件 4/30 19:00現在)

「こんな時代の金融機関選び」 (09/02/25実施: 1287件 4/30 19:00現在)

芳香剤の感想を聞かせて! (09/02/23実施: 1431件 4/30 19:00現在)

ご近所づきあいでお好かれるには? (09/02/20実施: 1167件 4/30 19:00現在)

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1353人に、仕事と働き方について聞いた。

現在、「収入を得る仕事をしている人」は、51.7%

現在、収入を得る仕事をしているかどうかを聞いたところ、「はい」51.7%、「いいえ」48.3%となった。(グラフ -1)

年代別でみると、「はい」は、20代で47.8%と他の年代に比べて少ないものの、30代・40代・50代では半数以上が収入を得る仕事をしている。60代以上でも約3割が「はい」となった。(グラフ -2)

仕事をしている人のうち、子供がいる人は71.7%、いない人は28.3%。

<現在、収入を得る仕事をしている人>

パート・アルバイト社員が半数以上、「フルタイム」勤務は約1/3

「現在、収入を得る仕事をしている」と回答した人に、どのような働き方をしているかを聞くと、「パート・アルバイト社員」が52.6%と半数以上、次いで「正社員」24.6%、「派遣社員」7.4%となった。(グラフ -1)

年代別でみると、「正社員」で働くミセスは、年代が若いほど多く、20代では41.9%と高い。反対に「パート・アルバイト社員」は、年代が高いほど多く、20代では37.2%と4割弱であるのに対し、50代では64.1%と6割以上となった。(グラフ -2)

子供のいる人では、「パート・アルバイト社員」という働き方が55.8%と高く、子供のいない人では、「パート・アルバイト社員」が44.0%で平均よりも低く、「派遣社員」が16.2%と他のセグメントより多くなった。

1日の労働時間では、「フルタイム」が36.1%と、収入を得る仕事をしている約1/3を占めた。次いで「1日4～5時間」30.9%、「1日6時間くらい」16.6%。(グラフ -1)

年代別でみると、20代・30代では「フルタイム」勤務が約4割と高く、40代以上では、「フルタイム」勤務の人の割合を「1日4～5時間」で働く人が上回っている。(グラフ -2)

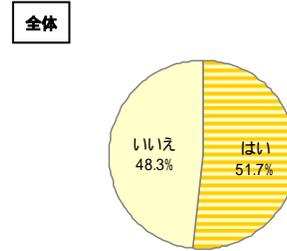
子供のいる人では、「1日4～5時間」「フルタイム」が3割以上となった。子供のいない人では「フルタイム」勤務が約半数、次いで「1日4～5時間」で働く人が約1/4を占めた。

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。

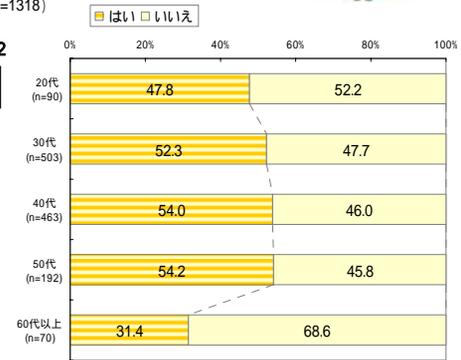
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

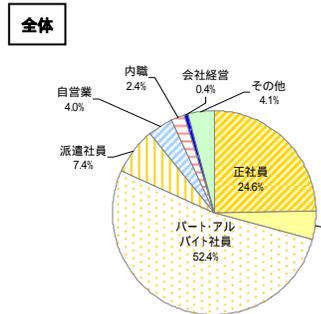
グラフ -1 現在、収入を得る仕事をしていますか? (n=1318)



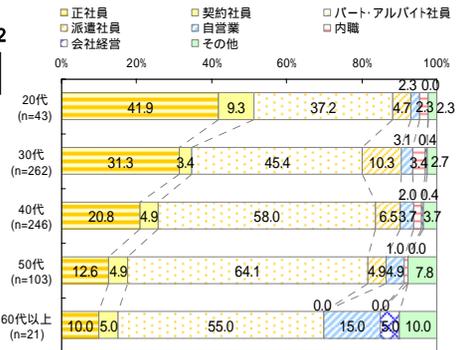
グラフ -2



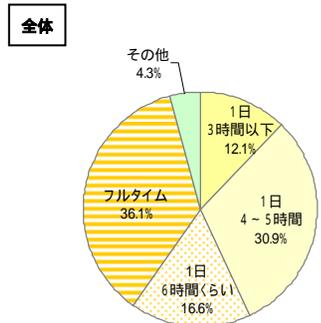
<「現在、収入を得る仕事をしている」と回答した人のみ>
グラフ -1 どのような働き方をしていますか? (n=675)



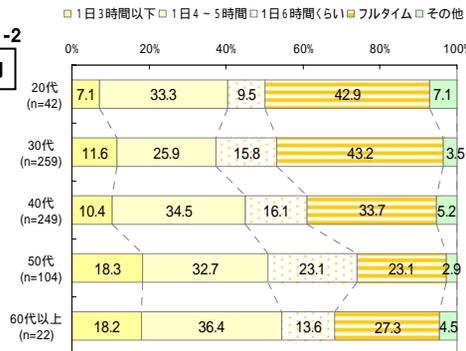
グラフ -2



<「現在、収入を得る仕事をしている」と回答した人のみ>
グラフ -1 1日の労働時間は? (n=676)



グラフ -2





働いている日数は、「5日以上」52.9%。

1週間のうち、何日働いているかでは、「5日以上」が52.9%と最も多く、次いで「4日」19.2%、「3日」15.4%と続く。(グラフ -1)

年代別でみると、20代・30代では「5日以上」が約6割と多く、若い年代ほど働く日数も多い。(グラフ -2)

子供ありの人では、「5日以上」が半数以上、「4日」が2割となった。子供のいない人では、「5日以上」が過半数を超えた。

働いている職種は「事務職」が42.8% 1ヵ月の収入は「5万円以上～10万円未満」が37.7%

どんな職種で働いているかを聞くと、「事務職」が42.8%と多く、次いで「専門職」22.9%、「販売職」9.7%となった。(グラフ -1)

どの年代においても「事務職」が多い。20代、50代においては「専門職」が約3割を占めている。(グラフ -2)

子供ありの人では「事務職」が38.8%であるのに対し、子供なしの人では「事務職」が52.8%と半数以上と平均よりも高めとなった。

1ヵ月の収入(手取り)を聞くと、「5万円以上～10万円未満」37.7%、次いで「5万円未満」20.1%、「20万円以上」19.2%。(グラフ -1)

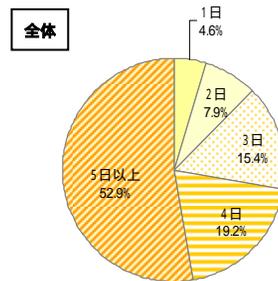
年代別でみると、1ヵ月の収入が10万円未満という人は年代が高いほど多く、20代・30代では半数以下となっているが、50代では7割以上と高い。(グラフ -2)

子供なしの人では「5万円未満」は9.8%と1割未満で平均よりも圧倒的に少なく、「15万円以上～20万円未満」が17.6%、「20万円以上」が23.8%と多く、平均を上回った。

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。

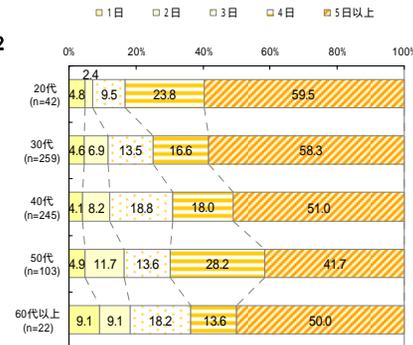
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ -1 1週間に何日働いていますか? (n=671)



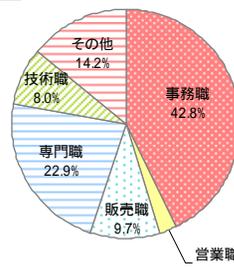
グラフ -2

年代別



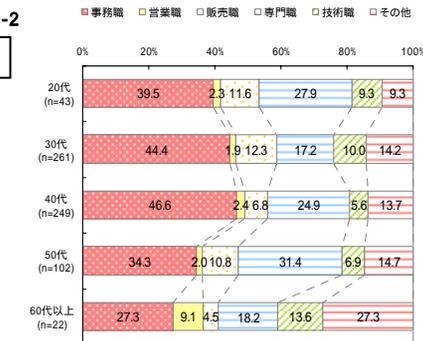
グラフ -1 どんな職種ですか? (n=677)

全体



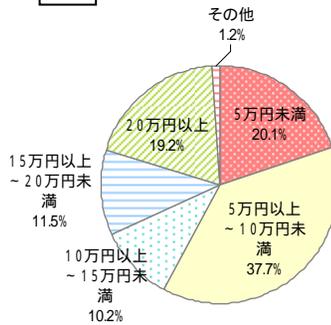
グラフ -2

年代別



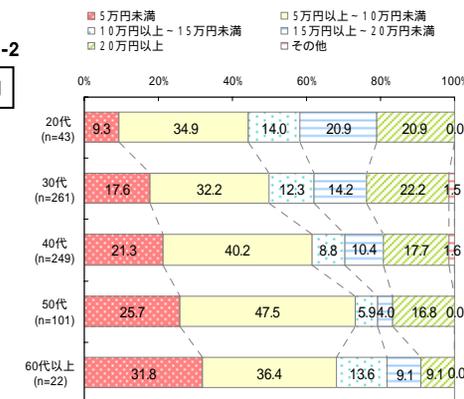
グラフ -1 1ヵ月の収入(手取り)はどのくらいですか? (n=676)

全体



グラフ -2

年代別





<現在、収入を得る仕事をしていない人> 今後、収入を得る仕事をしたい人は6割

「現在、収入を得る仕事をしていない」と回答した人に、今後収入を得る仕事をしてみたいと思うかを聞いたところ、「できるだけ早くに始めたい」29.8%、「いつかは始めたい」30.9%と、あわせて60.7%となった。(グラフ -1)

年代別でみると、20代では「できるだけ早くに始めたい」「いつかは始めたい」が各40.0%、仕事を始めたい人をあわせて80.0%と高く、30代では、仕事を始めたい人があわせて73.7%と平均を大きく上回った。また、「どちらともいえない」は、年代が高いほど多く、50代以上では約3割を占めた。50代以上の「できればたくない」「仕事に出たくない」という人は4割以上を占める。仕事をしたいと回答した人は、50代では約3割、60代以上では2割以上となった。(グラフ -2)

「現在、収入を得る仕事をしていない」と回答した人のうち、子供のいる人は80.6%、子供のいない人は19.4%。現在、仕事をしていないが、収入を得る仕事を「できるだけ早くに始めたい」と回答した人は、子供のいる人で31.3%、子供のいない人が23.3%となった。

働きたい理由、「今後のために貯蓄をしたい」が62.9%

「できるだけ早くに始めたい」「いつかは始めたい」と回答した人に、働きたい理由を聞いたところ、「今後のために貯蓄をしたい」が62.9%と最も多く、次いで「家計を助けたい」60.8%、「自分の自由になるお金がほしい」58.9%がトップ3となった。(グラフ -1)

どんな働き方をしたいかを聞いたところ、「1日4～5時間」が60.3%と圧倒的に多く、次いで「1日6時間くらい」13.9%となった。(グラフ -1)

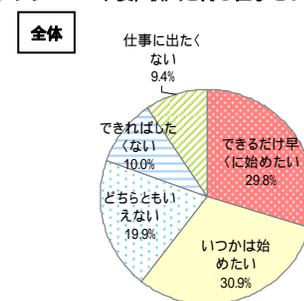
年代別でみると、20代では「1日4～5時間」が66.7%と多く、「フルタイム」が25.0%と約1/4を占めた。「1日4～5時間」は30代・40代でも6割以上となった。50代では「1日6時間くらい」が26.9%と、どの年代よりも高い。(グラフ -2)

子供のいる人では、「1日4～5時間」が63.2%と圧倒的。子供のいない人でも「1日4～5時間」が46.2%と最も多く、次いで「1日6時間くらい」20.0%、「フルタイム」「在宅」各13.8%となった。

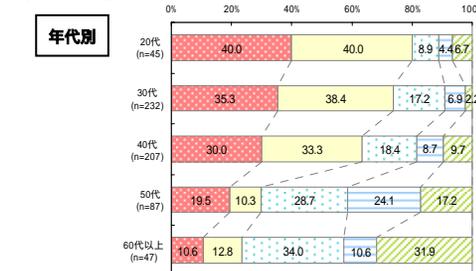
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

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

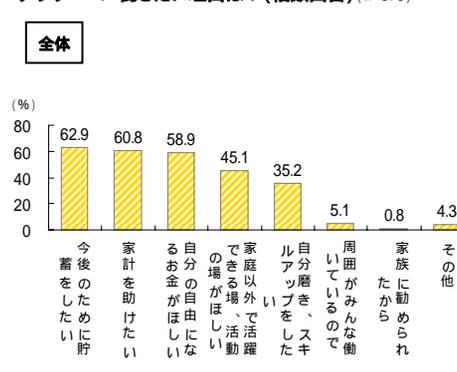
<現在、収入を得る仕事をしていない>と回答した人のみ> グラフ -1 今後、収入を得る仕事をしてみたいと思いますか? (n=618)



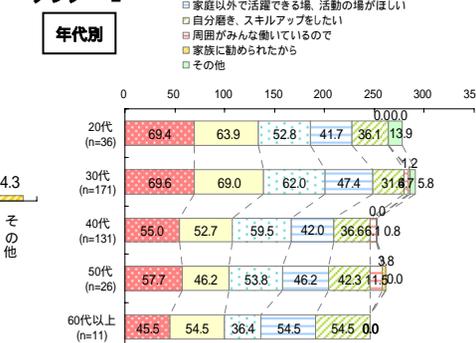
グラフ -2



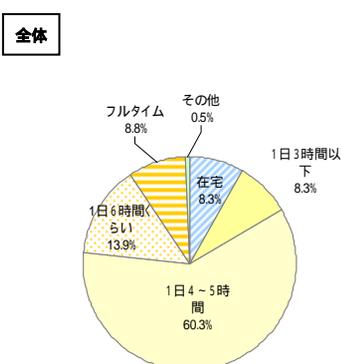
<「できるだけ早くに始めたい」「いつかは始めたい」と回答した人のみ> グラフ -1 働きたい理由は? (複数回答) (n=375)



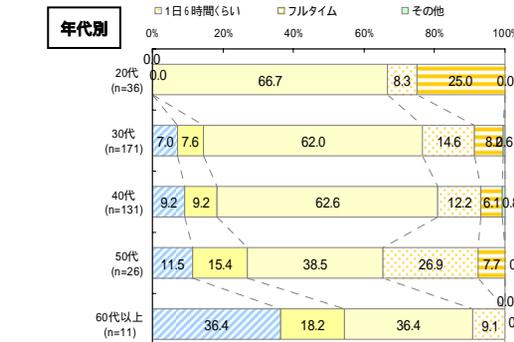
グラフ -2

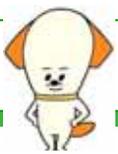


グラフ -1 どんな働き方をしたいですか? (n=375)



グラフ -2





1週間に働きたい日数「3日」43.6%

1週間に何日くらい働きたいかを聞いたところ、「3日」が43.6%と最も多く、次いで「4日」32.6%、「5日以上」17.9%と続く。(グラフ -1)

年代別でみると、20代では「5日以上」が36.1%で最も多く、30代・40代では、週に「3日」が4~5割以上と高く、50代では「4日」が42.3%となった。(グラフ -2)

仕事を始めるにあたって、気がかりなこと、不安なことは「家事がきちんとできるか」半数以上

仕事を始めるにあたって、気がかりなこと、不安なことでは、「家事がきちんとできるか」が51.9%と半数以上、次いで「子供を置いて不在にして大丈夫か」39.6%、「自分の体力がもつか」37.2%となった。(グラフ -1)

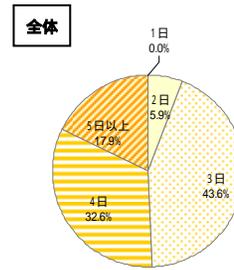
年代別でみると、20代・30代では「家事がきちんとできるか」が約6割、「子供を置いて不在にして大丈夫か」が4~5割以上を占めている。また、40代では「家事がきちんとできるか」が43.5%、「自分の体力がもつか」が42.7%で並んでいる。50代では、「職場の人間関係が悪くないか」65.4%、「仕事を覚えられるか」42.3%と、他の年代よりも高い数値となった。(グラフ -1)

また、子供の有無に関係なく「家事がきちんとできるか」がトップとなった。5割以上の人気がかりなこと、不安なこととして挙げている。子供のいる人では「子供を置いて不在にして大丈夫か」が47.1%、「自分の体力がもつか」が37.4%と続く。子供のいない人では、「職場の人間関係が悪くないか」が50.0%、「ストレスがたまらないか」が40.6%と高い。

これから働く場合、ある程度現実的に考えて、どのような職種に就きたいと思っているかを聞くと、「事務職」が54.9%と圧倒的に多く、次いで「専門職」16.3%、「販売職」15.7%と続く。(グラフ -1)

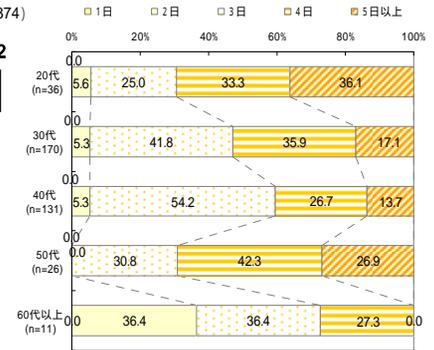
<「現在、収入を得る仕事をしていない」と回答した人のみ>

グラフ -1 1週間に何日くらい働きたいですか? (n=374)



グラフ -2

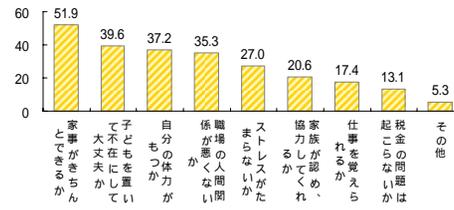
年代別



<「現在、収入を得る仕事をしていない」と回答した人のみ>

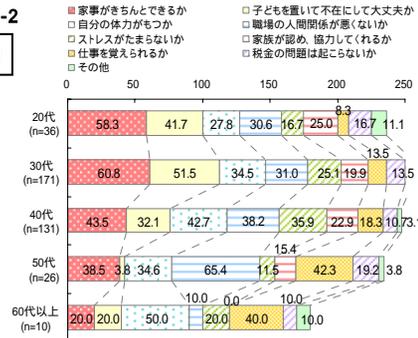
グラフ -1 仕事を始めるにあたって、気がかりなこと、不安なことはありますか? (複数回答) (n=374)

全体



グラフ -2

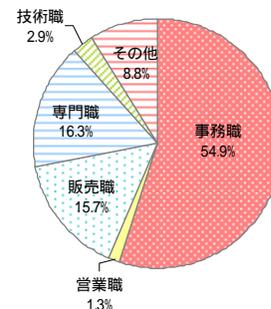
年代別



<「現在、収入を得る仕事をしていない」と回答した人のみ>

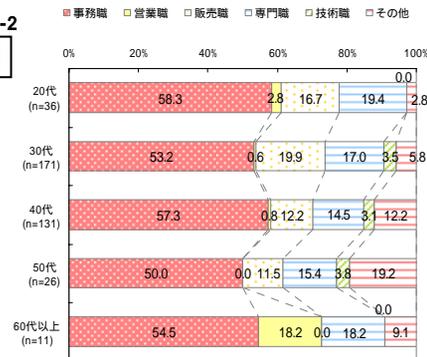
グラフ -1 これから働く場合、ある程度現実的に考えて、どのような職種につきたいと思っていますか? (n=375)

全体



グラフ -2

年代別



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



<仕事に生かせる資格>

現在、「仕事に生かせる資格を持っている人」は48.4%

現在、仕事に生かせるような資格を持っているかを聞いたところ、「はい」48.4%、「いいえ」51.6%と、資格を持っている人は約半数となった。(グラフ -1)

「仕事に生かせる資格を持っている」と回答した人に資格を生かした仕事をしたいと思うかを聞いたところ、「すでに資格を生かして仕事をしている、またはしていた」が45.3%と最も多く、次いで「特に資格を生かすことは考えていない」25.8%、「資格を生かして仕事をしたい」24.3%となった。(グラフ -1)

年代別でみると、20代、40代、50代では、「すでに資格を生かして仕事をしている、またはしていた」人が5割前後となっており、20代・40代では「資格を生かして仕事をしたい」人が2割以上となった。30代では「すでに資格を生かして仕事をしている、またはしていた」人が37.6%と他の年代に比べて、やや少なめであるが、「資格を生かして仕事をしたい」は32.6%と、どの年代よりも多くなった。(グラフ -2)

「仕事に生かすために資格を取りたいと思う」32.1%

「仕事に生かせるような資格を持っていない」と回答した人に、仕事に生かすために資格を取りたいと思うかについて聞いたところ、「はい」32.1%、「いいえ」67.9%となった。(グラフ -1)

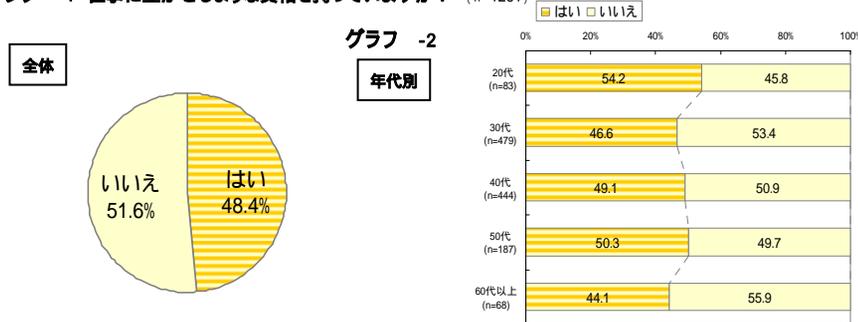
年代別でみると、仕事に生かすために資格を取りたいと思っているのは若い年代で多く、20代では41.7%、30代では40.2%と高い。40代では31.1%と3割を超えた。(グラフ -2)

リビング暮らし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>

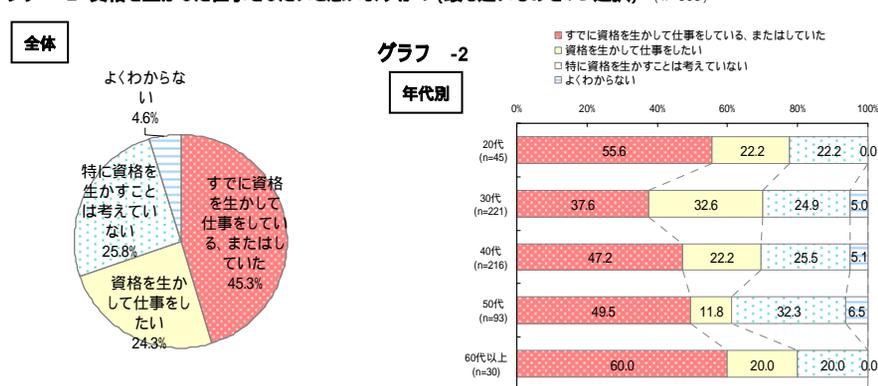
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ -1 仕事に生かせるような資格を持っていますか? (n=1261)



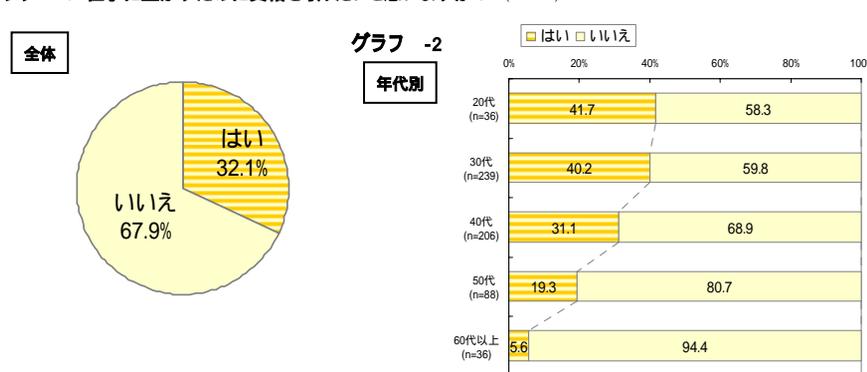
<「仕事に生かせる資格を持っている」人のみ>

グラフ -2 資格を生かした仕事をしたいと思いますか? (最も近いものを1つ選択) (n=605)



<「資格を持っていない」人のみ>

グラフ -1 仕事に生かすために資格を取りたいと思いますか? (n=605)





< 憧れた職業 >

子供の頃、憧れた職業がある65.3%

「もう特に憧れてはいない」48.4%、「今も憧れがあり、やってみたいと思う」22.2%

子供の頃、憧れた職業があるかを聞いたところ、「はい」65.3%、「いいえ」34.7%と、約2/3の人に憧れていた職業があった。(グラフ)

年代別で見ると、若い年代ほど憧れていた職業がある人が多く、60代以上では、52.2%と半数以上、20代では71.8%と高い数値となった。

憧れていた職業がある人に、最も憧れた職業は、今もやってみたい気持ちがあるかを聞いたところ、「もう特に憧れてはいない」が48.4%と約半数を占めた。また、「実際に憧れた職業についている、またはついていた」が9.1%、「今も憧れがあり、やってみたいと思う」22.2%となった。(グラフ)

< 今後、仕事をする場合 >

仕事をするときに重視したいことは「時間が選べること」56.4%

仕事をするときに重視したいものは何かを聞いたところ、「時間が選べること」56.4%、「人間関係がよいこと」53.0%、「通勤がラクなこと」44.6%となった。(グラフ)

外での仕事で収入を得るなら、月給(手取り)にして最低いくら稼ぎたいかを聞いたところ、「最低5万円以上」が28.8%と最も多く、次いで「時間の都合に合わせて金額にはこだわらない」21.2%、「最低10万円以上」20.5%と続く。(グラフ)

子供のいる人では、「最低5万円以上」が30.5%と最も多く、次いで「時間の都合に合わせて金額にはこだわらない」が21.9%、「最低10万円以上」20.7%と全体の平均と同様の順位となった。子供のいない人では、「最低5万円以上」23.5%、「最低20万円以上」22.3%、「最低10万円以上」20.1%と、2位の項目の時間の都合を優先するか、金額を優先するかで特徴がみられた。

また、「103万円の壁」「130万円の壁」をどのように考えているかを聞いたところ、「できるだけ壁」の内側で、税金や社会保険料の負担のない範囲で働きたい」41.5%が最も多く、「場合によって壁」を超えてもいいが、金銭的にも損にならないように気をつけて働きたい」29.7%となった。(グラフ)

< 回答者プロフィール >

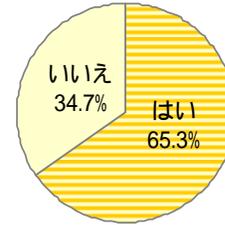
年齢: 20代 6.8%、30代 38.2%、40代 35.1%、50代 14.6%、60代以上 5.3%、平均年齢 41.83歳。
居住地: 関東 48.9%(東京都 17.8%、神奈川県 14.3%、千葉県 8.7%、埼玉県 6.4%、栃木県 1.0%、茨城県 0.6%、群馬県 0.2%)、北海道 1.2%、東北 2.2%、北陸 0.6%、甲信 0.0%、東海 6.0%、近畿 33.8%(大阪府 16.0%、兵庫県 12.3%、京都府 3.9%、滋賀県 1.1%、奈良県 0.2%、和歌山県 0.4%)、中国 1.8%、四国 1.6%、九州 3.9%、沖縄 0.0%。子供の有無: あり 75.7%、なし 24.3%。末子年齢: 未就学児 33.0%、小学校低学年 11.7%、小学校高学年 9.8%、中学生 7.9%、高校生 7.2%、大学・社会人以上 25.7%、不明 4.7%。

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。

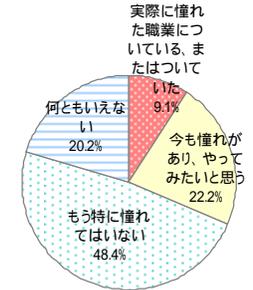
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ 子供の頃、憧れた職業はありますか? (n=1256)



グラフ 最も憧れた職業は、今もやってみたい気持ちがありますか? (n=810)

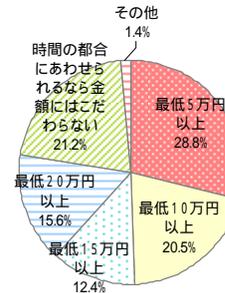


グラフ 仕事をするときに重視したいものは何ですか? (複数回答) (n=1313)

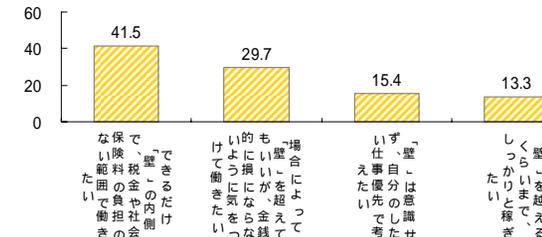


グラフ

外での仕事で収入を得るなら、月給(手取り)にして最低いくら稼ぎたいですか? < 現在収入がある人も、希望の額(満足しているならその額)を選択 > (n=1310)



グラフ 「103万円の壁」「130万円の壁」をどのように考えていますか? (一番近いものを選択) (n=1305)





【洗濯が得意か…】

洗濯が得意だと感じている人は、約3割。約6割は、「普通」と回答

全国の既婚女性2,699人に、洗濯が得意かについて聞いたところ、「とても得意」4.2%、「まあ得意」26.6%となり、「とても得意」+「まあ得意」をあわせた「洗濯が得意だと感じている人」は、30.8%となった。年代別で「洗濯が得意だと感じている人」をみると、年代が上がるにつれ、得意だと感じている人が増加しており、60代以上では、4割を超える(グラフ1)。

【洗濯の疑問やよく分からないこと】

疑問やよく分からないことが「ある」と回答したのは、洗濯機は、約4割、手洗いは、2割強 手洗いや洗濯機での洗濯に、疑問やよく分からないことがある人が多い

洗濯機での洗濯で、疑問やよく分からないことがあるかについて聞いたところ、「ある」38.3%となり、約4割は、疑問やよく分からないことがあると回答。年代別でみると、20代では、約5割が「ある」と回答しているが、年代が上がるにつれ、疑問やよく分からないことがあると感じている人は、減少している(グラフ2)。

また、手洗いで洗濯で、疑問やよく分からないことがあるかについて聞いたところ、「ある」26.0%となり、2割強は、疑問やよく分からないことがあると回答。年代別にみると、20代では、約4割が「ある」と回答しているが、洗濯機での洗濯と同様に、年代があがるにつれ、疑問やよく分からないことがあると感じている人は、減少している(グラフ3)。

<自由回答より抜粋>

【洗濯機での洗濯 疑問やよく分からないこと】

<洗剤について>

柔軟材や洗剤の量。少なすぎるような気がして、適量というのにならなくて迷ってしまう(30代)

柔軟材はどのタイミングで入れたら効果的なのか(20代)

<洗濯方法>

すすぎの回数はどれくらいすれば、きちんと洗剤が落ちるのを知りたいです(40代)

<洗濯機本体>

洗濯機の汚れが気になります(40代)

洗濯機の使い方をもっとメーカーの人に詳しくきいてみたい(50代)

ドラム式を使うようになってから、いろいろと機能がありすぎて、わからな(30代)

色々な機能が付いている洗濯機でも、様々な使用方法・設定が解らず、結局いつも同じ機能のみしか使えてないです(30代)

【手洗いで洗濯 疑問やよく分からないこと】

<洗濯方法>

すすぎ終了の目安が分かりません。なかなか泡が消えず…(30代)

洗濯機の手洗いコースと、手洗いはやっぱり仕上がりが違うのでしょうか(30代)

どれくらいゴソゴソしていいの。シャツの衿、靴下など(40代)

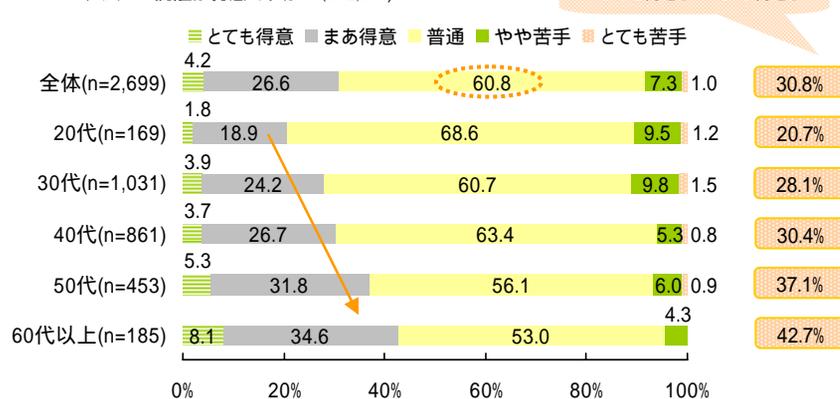
つけ置き洗する時に「長時間つけないでください」とよく書いてあるが、「長時間」って何分?(20代)

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。

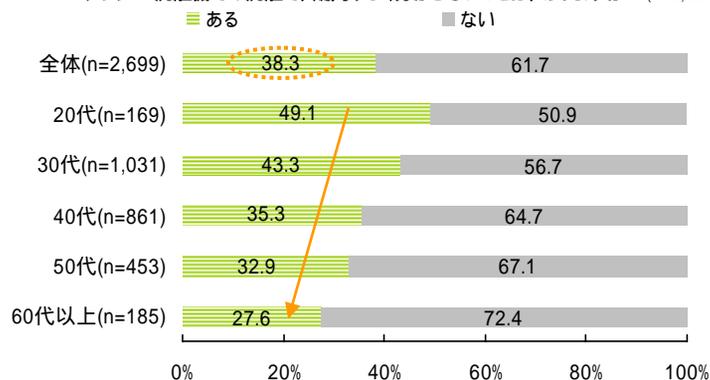
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

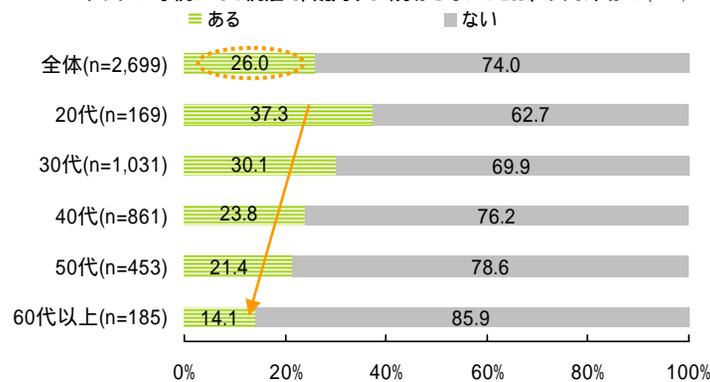
グラフ1 洗濯が得意ですか？(n=2,699)



グラフ2 洗濯機での洗濯で、疑問やよく分からないことは、ありますか？(n=2,699)



グラフ3 手洗いで洗濯で、疑問やよく分からないことは、ありますか？(n=2,699)





【クリーニングに出しているもの】

クリーニングに出しているものTOPは、「スーツ」約9割

クリーニングに出しているものは何かについて聞いたところ、TOPは「スーツ」86.7%、ついで「ダウンジャケット」63.0%、「ウールのジャケット」52.9%となった(グラフ4)。

【できれば家で洗いたいもの】

約7割は、クリーニングに出さずに、できれば家で洗いたいものがあると回答

できれば家で洗いたいものTOPは、「ダウンジャケット」約3割

クリーニングに出しているものうち、できれば家で洗いたいと思っているものはあるかについて聞いたところ、「ある」69.3%となった。年代別で見ると、20代・30代では、7割を超えるが、年代が上がるにつれ、やや減少している(グラフ5)。

また、クリーニングに出しているもののうち、できれば家で洗いたいと思っているものが「ある」と回答した人に、家で洗いたいものは何かについて聞いたところ、TOPは「ダウンジャケット」29.5%、ついで「スーツ」26.9%、「カシミアのセーター」26.8%となり、クリーニングに出しているものの上位と、変わらない結果となった(グラフ6)。

<自由回答より抜粋>

【おすすめの洗濯ワザ】

- ラベルをはがしキャップを開めた500mlペットボトル2本を洗濯ネットの中に入れます。洗濯機が一番上に浮かべさせるだけでいつもより頑固な汚れが簡単に落とせます (20代)
- Tシャツの襟を輪ゴムで縛って洗うと襟が長持ちする (20代)
- ネクタイを洗う場合はコーヒーマグなどの空き瓶にぬるま湯とシルク用の洗剤を入れて蓋をしめ軽くふりまわし洗剤がとけた頃を見計らってネクタイをいれて瓶を軽く振り回してあらう。干す時は風呂の蓋の上において陰干しする (60代以上)
- 脱水後、水を貯めた洗濯機の中に柔軟剤を入れて1時間ぐらゐ放置。その後脱水をかけると、柔軟剤の匂いが洋服にしみついていい匂いになります (30代)
- 洗濯粉が固まるのを防ぐために、箱にあらかじめ乾燥剤を入れておくと、いつもさらさらの状態でするので残りにくいです (20代)
- Yシャツは洗濯機で洗ったあと、ビシバシに濡らしてから干すとしわにならない (20代)

【「裏技を知りたい」という人も】

- ないから教えてほしい！セーターがシワシワにならないで仕上げたい。カシミアや大切なセーターも洗いたい。手編みのセーターなども洗いたい (30代)
- 本当に知りたいです。裏技。特に子供の泥汚れの落とし方 (30代)
- 特にありません、逆にいろいろと聞きたい位です (40代)

<回答者プロフィール>

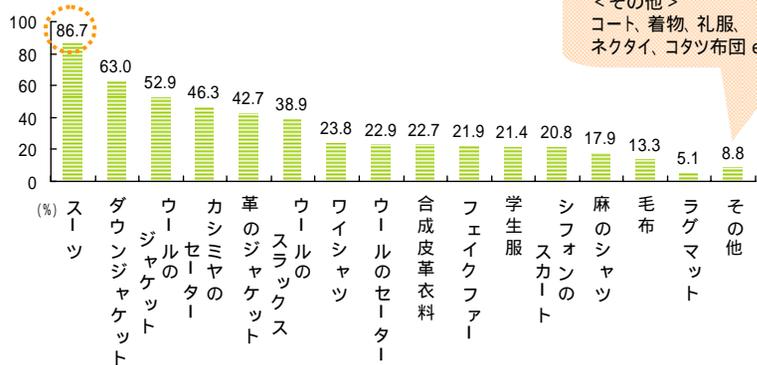
年齢:20代 6.3%、30代 38.2%、40代 31.9%、50代 16.8%、60代以上 6.9%、平均年齢 42.6歳。
職業:専業主婦 61.7%、パート・アルバイト 21.6%、フルタイム 13.5%、その他 3.2%。

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4 クリーニングに出しているものは何ですか? (n=2,660)

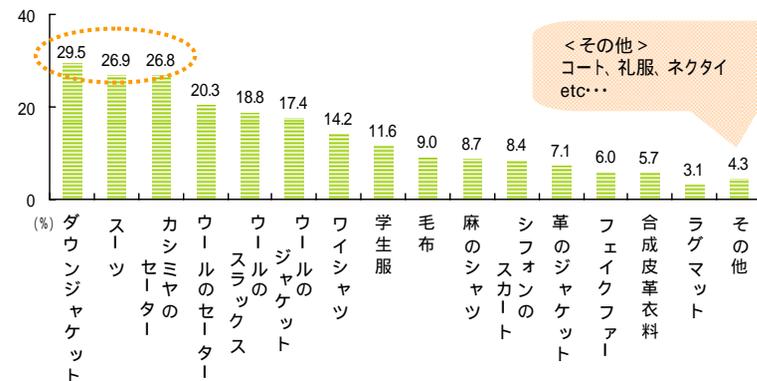


<その他>
コート、着物、礼服、ネクタイ、コタツ布団 etc...

グラフ5 クリーニングに出しているものうち、できれば家で洗いたいと思っているものはありますか? (n=2,684)



グラフ6 <グラフ5「ある」と回答>家で洗いたいものは何ですか? (n=1,847)



<その他>
コート、礼服、ネクタイ etc...



4割以上の家庭で有料チャンネルに加入 加入を主張するのは4割近くがパパ

有料契約チャンネルへまだ加入していない家庭は半数以上の56.2%。「CATV」22.9%、「BS放送」17.6% (グラフ)。今後、地上デジタル放送への移行を契機に、ケーブルテレビを初めてする有料チャンネルへ加入する家庭が増えるのではないかと。

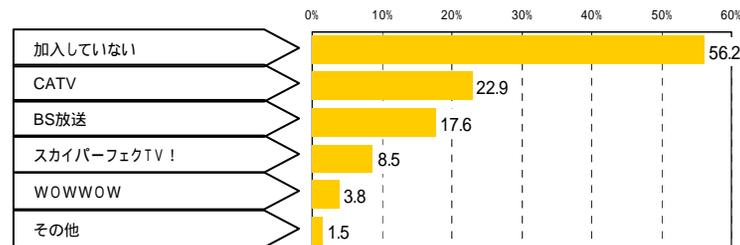
有料チャンネルへ加入したいと主張したのは「パパ」が37.4%と最も多く、「ママ」10.3%の3倍以上と、大きく引き離している(グラフ)。デジタル機器に関してはハード・ソフトともに「詳しいパパにお任せ」という家庭が多いようである。

<調査概要>

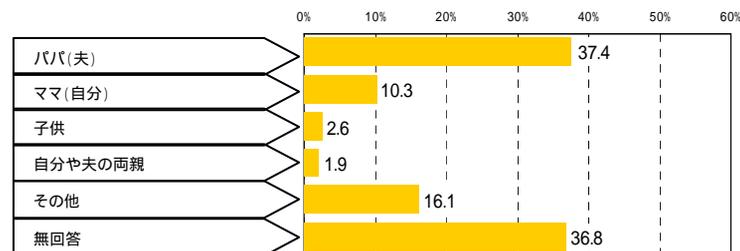
2008年7月～8月実施の「あんふぁん」WEBアンケートの回答から、342件を集計

<調査実施> あんふぁん

グラフ 自宅で加入している有料チャンネルはどこですか？(複数回答) (全体n = 340)



グラフ 有料チャンネルに加入したいと主張した人は誰ですか？(複数回答) (全体n = 155)



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



基本的な生活習慣の習得が一番の課題。ゲームはルールがある

園児ママが子育てで一番気を付けているのは、「基本的な生活習慣の習得」であり、2007年と変わらない。(グラフ)

幼稚園時代は早寝早起きをはじめ、身に付けねばならないことがたくさんあり、ママも力を注いでいるということだろう。「数や文字への興味」という“お勉強的”なことより、生活習慣、健康、道徳性などに重きを置いて園児を育てており、バランス良く育てようとしていることが感じられる。

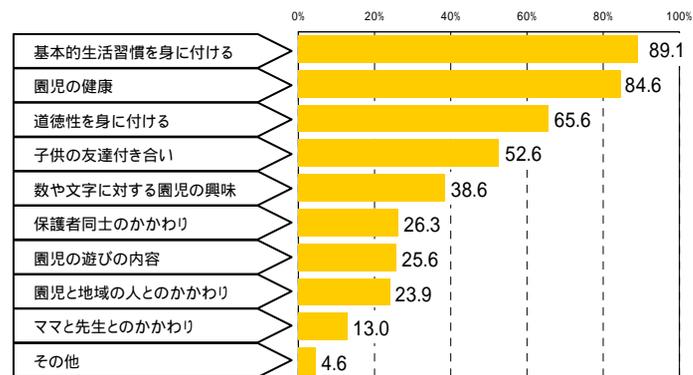
ゲームがある家では、1日のゲーム時間の上限を設けるなどのルールを作り、何らかの歯止めをかけている。(グラフ)

<調査概要>

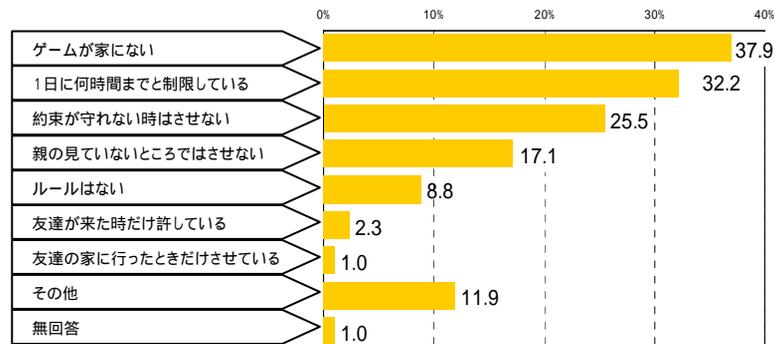
2008年6月実施の「あんふぁん」WEBアンケートの回答から、285件を集計

<調査実施> あんふぁん

グラフ 子育てでどんなことに気をつけていますか？ (複数回答) (全体n = 285)



グラフ 家でゲームをする際、決めているルールは何ですか？ (複数回答) (全体n = 285)



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



公務員が親の希望のトップだが、本人の気持ちが優先

景気が思わしくないと、子どもの将来の職業については安定志向となるせいか、ママが将来子どもになってほしいと思う職業は、公務員がトップだった。公務員を選んだママは5人に1人と、2007年とほぼ変化がない。2位のスポーツ選手は2007年と順位は変わらないが、約2ポイントの増加となっている。

「本人がなりたいもの」と答えたママは、2007年に引き続き8割を超えており、子どもの気持ちを大切にしたいという考えがはっきり出ている。

<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

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。

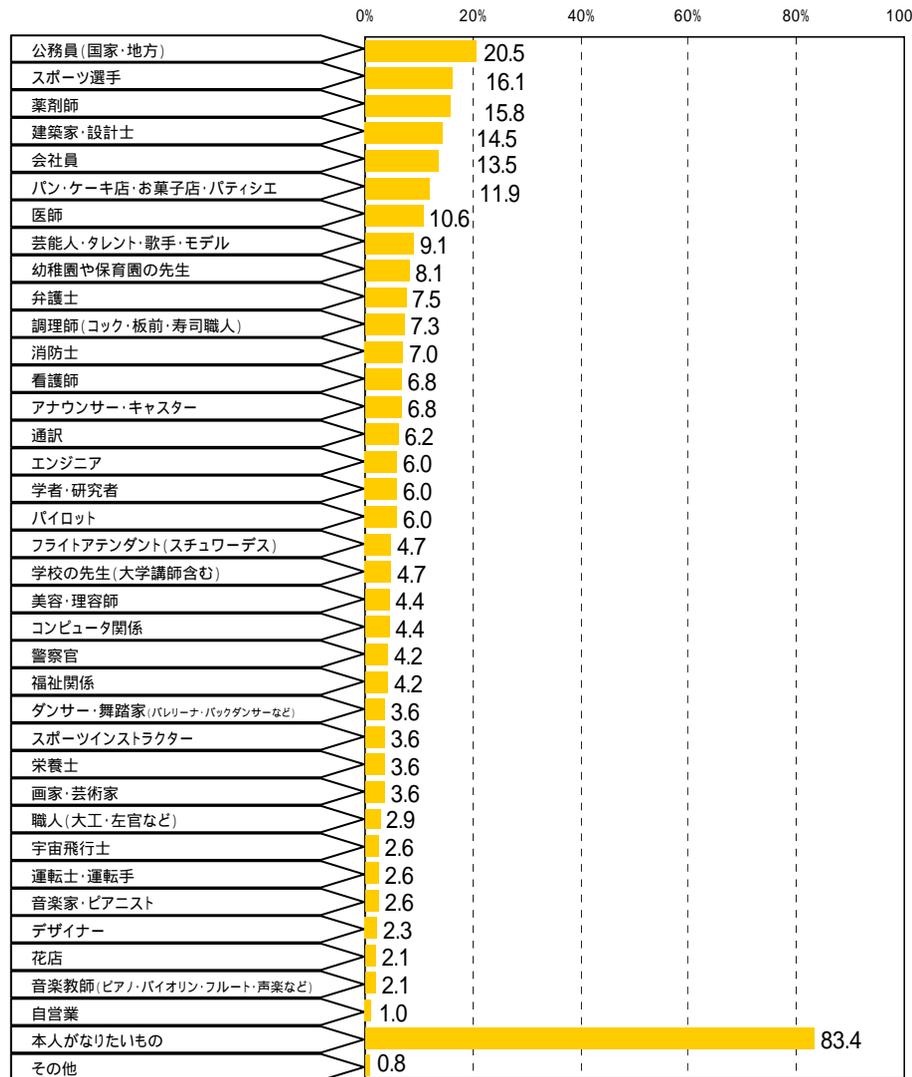
(あんふぁんサイト <http://www.enfanble.jp/>)

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 将来子供になってほしい職業は何ですか? (複数回答) (全体n = 385)





子どもは平均1.9人とここ数年変わらず。理想は2.6人

あんふぁん読者の子どもの人数は、平均1.9人とここ数年変わらない。6割を超える家庭で、子どもの人数は2人である。厚生労働省の統計では、2005年に出生率は1.26で底を打ったようだが、あんふぁん読者のように、結婚してすでに子どもがいることが前提の家庭で今後子どもの数がどのような変化を見せるのか、注目される。

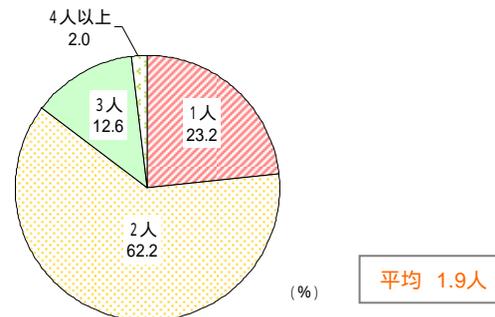
一方、「理想の子どもの数」は2.6人と「実際の子どもの数」を上回っており、その差は「1人弱」である。「経済的、肉体的に許せるのであれば、もう1人ほしい」という人は多い。

<調査概要>

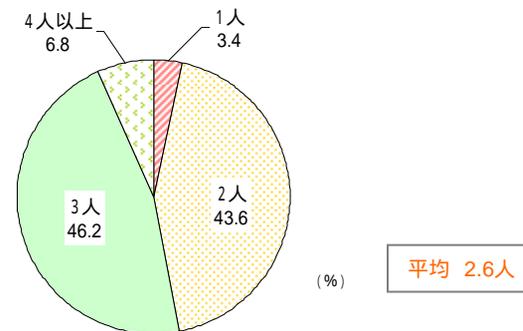
2008年5月実施の「あんふぁん」2008年6月号誌面アンケートの回答から、500件を集計

<調査実施> あんふぁん

グラフ 現在の子供人数 (全体n = 500)



グラフ 理想の子供人数 (全体n = 500)



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



9割超のママが家事をし、ショッピングと下の子の世話が4割超と、堅実

子どもが入園すると「やっと自分の時間が少しできる」と喜ぶママも多いはず。だが、実際はママのほとんどが「子どもが幼稚園に行っている間に家事をして」おり、ママの生活は「それほどヒマがあるわけではない」ようだ。

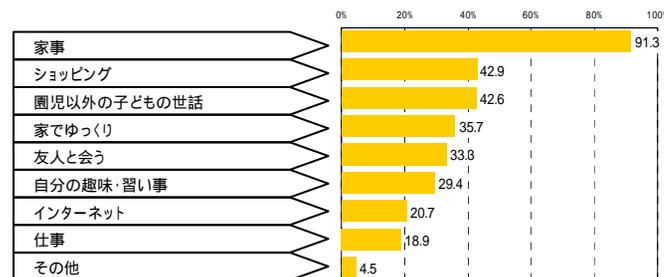
2位の「ショッピング」も、園児がいない「身軽な間」に食料や日用品を購入しているケースが多いのではないかと。下の子がいるママは、さらにその世話があって結構忙しい。もちろん「友人と会う」ママも3割以上いるわけで、「園児抜きでママ友とランチをしたり、おしゃべりをして過ごす」という生活スタイルは珍しくはない。

< 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 園児が園にいる間の行動 (複数回答) (全体n = 333)



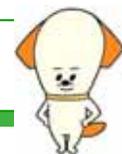
園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。

(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



「SoftBank」がシェアを拡大。キャリア選びは料金重視?

園児ママのほぼ全員、98%が携帯電話・PHSを所有している。
 シェア1位は依然「NTTドコモ」で、他世代と大きな違いは見られない。2007年からサービスを開始した「ホワイトプラン」の効果か、「SoftBank」が昨年から3.6%増。(グラフ)

2008年は各社ともデザイン性の高い機種を発売したが、キャリアの選択理由として、デザインよさを挙げた人は8%にとどまった。(グラフ)

TOP5のうち3項目を、料金の安さ、割引サービスが占めており、このため、低価格のイメージが強い「SoftBank」が園児ママのハートをつかんだのではないか。

<調査概要>

2008年7月実施の「あんふぁん」2008年夏休み特大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。

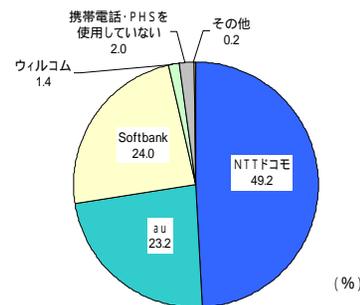
(あんふぁんサイト <http://www.enfanble.jp/>)

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。

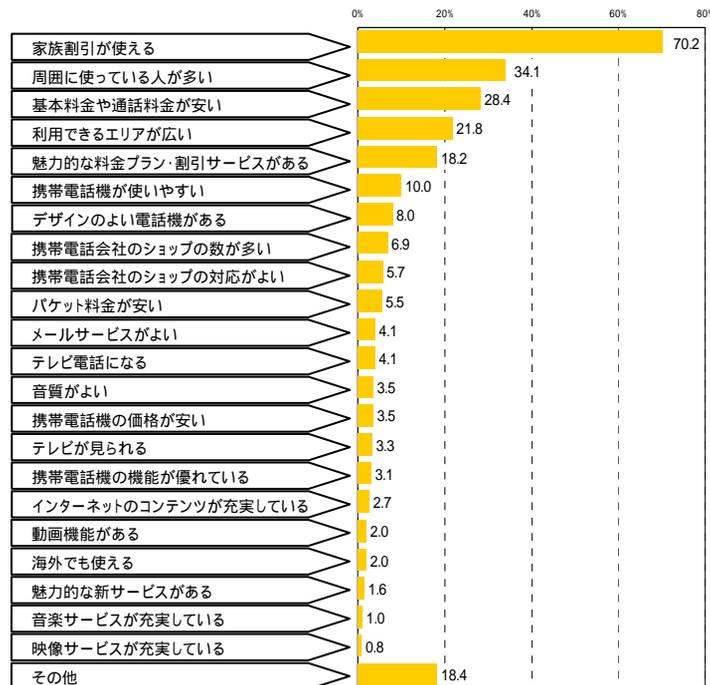
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ 使用している携帯電話会社 (全体n=500)



グラフ 携帯電話会社の選択理由(複数回答) (全体n=490)





使うのは基本的な機能が中心、利用料金は平均で約5500円

ママ友との連絡に欠かせない携帯電話。用途は「メール」が98.0%、「通話」が89.0%と基本的な機能に集中している。ただ、本来の機能のほかに、「タイマー・目覚まし代わり」「時計代わり」「デジカメ代わり」と、身の回りのものを携帯電話で代用するママも3～6割いる。4年前に「0%」だったショッピングは今回7.3%と少数ながら増加傾向にあり、今後の動向が注目される。(グラフ)

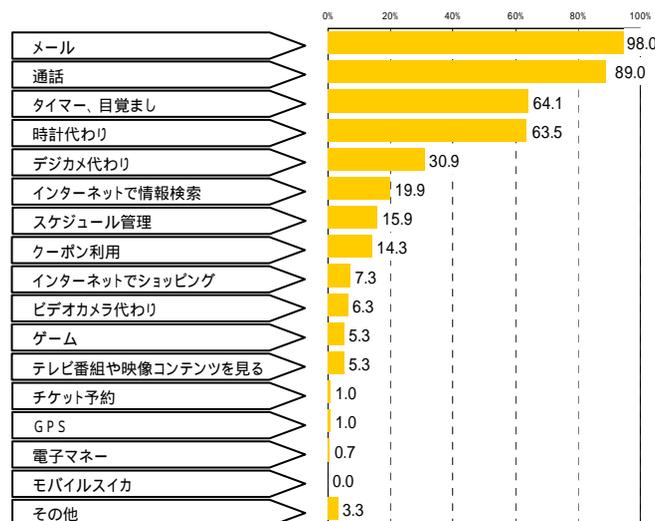
月々の携帯電話料金は平均5546.9円と増加。特に1万円以上が10.0%と2007年から7.1%上昇した(グラフ)。

<調査概要>

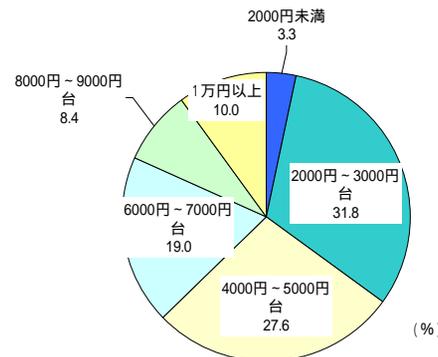
2008年7月実施の「あんふぁん」2008年夏休み特大号誌面アンケートの回答から、500件を集計

<調査実施> あんふぁん

グラフ 携帯電話の利用用途は何ですか？(複数回答) (全体n = 301)



グラフ 毎月の携帯電話料金 (全体n = 490)



平均 5546.9円

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478人に外食について聞いた。

<外食に行く頻度とエリア>

外食に行く頻度は、「週1~2回」43.3%が最も多く、次いで「月2~3回」27.8%、「週3~4回」13.0%と続く(グラフ)。どの年代においても「週1~2回」が最も多かった。

平日に外食に行くエリアは、「銀座」47.1%が最も多く、次いで「有楽町」29.6%、「新宿」28.6%と続く(グラフ)。どの年代においても「銀座」が最も多かった。また「新宿」は若い年代ほど多く、「日本橋・神田」は年代が上がるほど多くなった。

休日に外食に行くエリアは、「銀座」43.3%、「新宿」31.7%、「有楽町」25.4%となった(グラフ)。どの年代においても「銀座」が最も多かった。また若い年代ほど「新宿」「渋谷」が多くなった。

<平日の外食>

【出かける相手】

平日外食をするとき、主に誰と出かけるかは、「友人」37.1%、「会社の同僚」26.4%、「夫・彼」20.3%となった(グラフ)。どの年代においても「友人」が最も多かった。

【行く人数】

平日外食をするとき、何人で行くことが多いかは、「2人」52.9%が半数を超え、次いで「3~5人」38.6%となった(グラフ)。

【外食代】

平日1回の外食代は、「3千円台」23.7%、「5千円台」21.1%、「1千円未満」17.4%となり、平均は3千900円となった(グラフ)。20代、30~34歳は「3千円台」、35~39歳は「5千円台」が最も多かった。

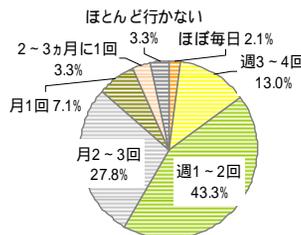
【お気に入りのお店のジャンル】

一番お気に入りのお店のジャンルは、「イタリアン」17.0%、「和食」12.1%、「居酒屋」11.8%と続く(グラフ)。20代は「居酒屋」、30代は「イタリアン」が最も多かった。

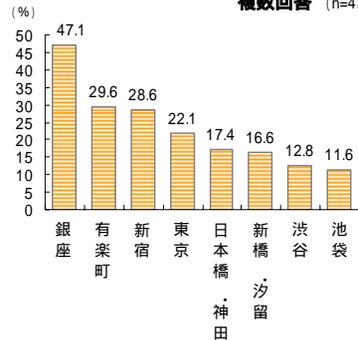
一番お気に入りのお店をフリーアンサーで聞いたところ、「アロマフレスカ」(イタリアン)、「つばめグリル」(洋食)、「ティーヌン」(エスニック)などが挙がった。

また一番お気に入りのお店の最寄り駅をフリーアンサーで聞いたところ、上位5位は「銀座」(30件)、「新宿」(22件)、「有楽町」(21件)、「東京」(19件)、「池袋」(14件)となった。

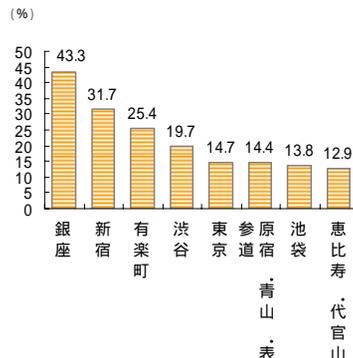
(グラフ) 外食に行く頻度 (n=478)



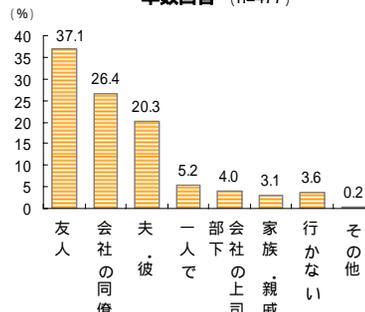
(グラフ) 平日に外食に行くエリア(上位8位) 複数回答 (n=476)



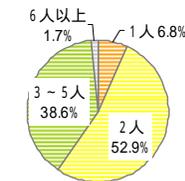
(グラフ) 休日外食に行くエリア(上位8位) 複数回答 (n=457)



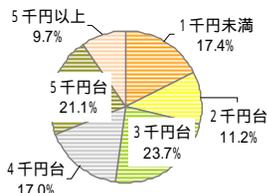
(グラフ) 平日外食をするとき主に 出かける相手 単数回答 (n=477)



(グラフ) 平日外食をするときの人数 複数回答 (n=469)

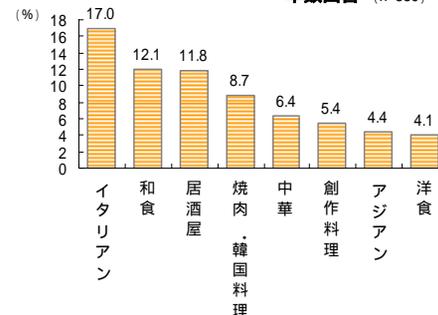


(グラフ) 平日1回の外食代 (n=465)



平均: 3千900円

(グラフ) 一番お気に入りのお店のジャンル(上位8位) 単数回答 (n=389)



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



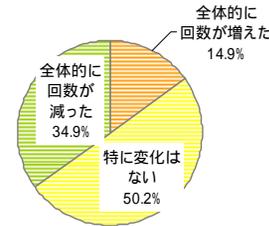
<外食頻度と金額の変化>

最近、外食に行く回数に変化があるかを聞いたところ、「特に変化はない」50.2%、「全体的に回数が減った」34.9%、「全体的に回数が増えた」14.9%となった(グラフ)。どの年代においても「特に変化はない」が最も多かった。「全体的に回数が減った」は年代が上がるほど多くなった。

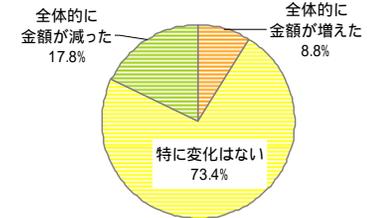
最近、外食に使うお金に変化があるかを聞いたところ、「特に変化はない」73.4%が圧倒的だった(グラフ)。次いで「全体的に金額が減った」17.8%、「全体的に金額が増えた」8.8%となった。

外食に行く回数・金額が減ったと回答した人に、その理由をフリーアンサーで聞いたところ、「友達と会う機会が減ったので」(38歳/未婚)、「節約したいから。なるべく将来の貯金にまわしたい」(32歳/未婚)、「仕事が忙しくて食事に行く余裕がなくなった」(35歳/未婚)、「結婚して金銭感覚が変わった」(35歳/既婚)などの意見が挙がった。

(グラフ) 最近外食に行く回数に変化があるか (n=478)



(グラフ) 最近外食に使う金額に変化があるか (n=478)



<回答者プロフィール>

年齢: 20代 24.9%、30~34歳 41.2%、35~39歳 33.9%。平均年齢 32.4歳。
居住地: 東京都 60.0%、神奈川県 12.8%、千葉県 13.6%、埼玉県 13.2%、茨城県 0.4%。
未婚: 未婚 74.7%、既婚 25.3%。
世帯タイプ: 親と同居(独身) 39.7%、一人暮らし 28.9%、夫婦二人暮らし 18.8%、夫婦と子供 5.2%、彼と同棲 3.3%、その他 4.0%。
雇用形態: 正社員(総合職) 27.2%、正社員(一般職) 48.7%、公務員 0.4%、契約・嘱託社員 6.1%、派遣社員 17.6%。

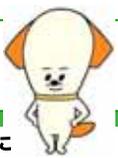
<調査実施> シティリビング

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



首都圏の女性478人に家電量販店について聞いた。

家電量販店に行く頻度は「2～3か月に1回」30.1%
購入目的がなくても「たまに立ち寄る」49.6%

家電量販店に行く頻度を聞いたところ、「2～3か月に1回」30.1%、「月1回」23.4%、「月2～3回」20.0%となった(グラフ)。どの年代においても「2～3か月に1回」が最も多かった。

購入する目的がないときでも家電量販店に立ち寄ることはあるかは、「たまにある」49.6%、「あまりない」32.1%となった(グラフ)。どの年代においても「たまにある」が最も多かった。

家電量販店に行く際に重視することは「価格が安い」78.7%
商品購入の参考にするには「店員のアドバイス」79.9%

家電量販店に行く際に重視することは、「価格が安い」78.7%、「ポイント制度がある」70.9%、「品揃えが豊富」68.6%となった(グラフ)。20代、35～39歳は「価格が安い」、30～34歳は「品揃えが豊富」が最も多かった。「割引をしてくれる」は若い年代ほど多くなった。

商品を購入するときに参考にすることは、「店員のアドバイス」79.9%が最も多く、次いで「インターネット」61.0%、「友人・知人の意見」48.3%、「家族の意見」23.9%と続く(グラフ)。どの年代においても「店員のアドバイス」が最も多かった。また、「インターネット」は年代が上がるほど多くなった。

一番よく利用する家電量販店は「ビックカメラ」42.6%

一番よく利用する家電量販店を聞いたところ、「ビックカメラ」42.6%、「ヨドバシカメラ」28.4%、「ヤマダ電機」15.1%と続く(グラフ)。どの年代においても「ビックカメラ」が最も多かった。

<回答者プロフィール>

年齢: 20代 24.9%、30～34歳 41.2%、35～39歳 33.9%。平均年齢 32.4歳。
居住地: 東京都 60.0%、神奈川県 12.8%、千葉県 13.6%、埼玉県 13.2%、茨城県 0.4%。
未婚: 未婚 74.7%、既婚 25.3%。
世帯タイプ: 親と同居(独身) 39.7%、一人暮らし 28.9%、夫婦二人暮らし 18.8%、夫婦と子供 5.2%、彼と同棲 3.3%、その他 4.0%。
雇用形態: 正社員(総合職) 27.2%、正社員(一般職) 48.7%、公務員 0.4%、契約・嘱託社員 6.1%、派遣社員 17.6%。

<調査実施>シティリビング

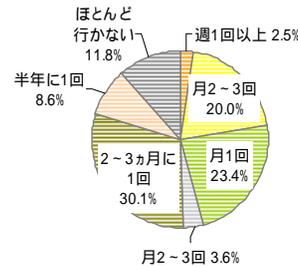
シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

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。

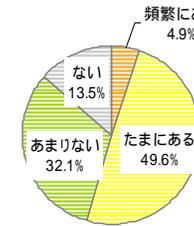
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ) 家電量販店に行く頻度 (n=475)



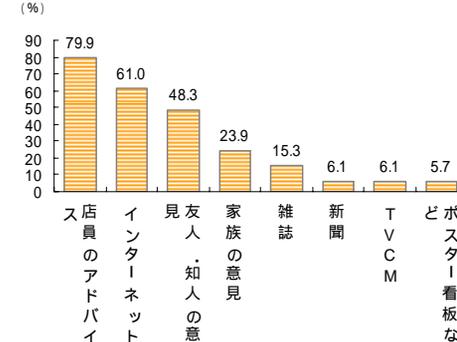
(グラフ) 購入目的がなくても家電量販店に立ち寄ることはあるか (n=474)



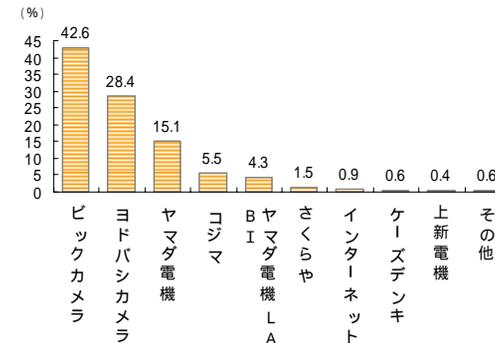
(グラフ) 家電量販店に行く際に重視すること複数回答 (n=475)



(グラフ) 商品を購入するときに参考にすること(上位8位) 複数回答 (n=472)



(グラフ) 一番よく利用する家電量販店単数回答 (n=469)





首都圏の女性478人に癒し・リラックス施設について聞いた。

癒し・リラックス施設に行く頻度は「月1回」18.9%

マッサージや温浴など癒し・リラックス施設に行く頻度を聞いたところ、「ほとんど行かない」45.6%が最も多かった(グラフ)。行く人では、「月1回」18.9%、「2～3か月に1回」16.9%、「月2～3回」13.3%となった。

一番気に入っている施設は「ラクーア」 気に入っている施設のジャンルは「全身・部分マッサージ」29.5%

一番気に入っている癒し・リラックス施設をフリーアンサーで聞いたところ、上位5位は「ラクーア」(15件)、「クイーンズウェイ」(6件)、「てもみん」(5件)、「ラフィネ」(4件)、「セラビア」(ヒーリングピラ印西)「ファンケル」(各3件)となった。

気に入っている癒し・リラックス施設のジャンルは、「全身・部分マッサージ」29.5%、「リフレクソロジー(足つぼ)」21.8%、「岩盤浴」18.8%となった(グラフ)。癒し・リラックス施設に「行かない」は24.6%となった。

1度に使う金額は「5千円以上」57.7%

癒し・リラックス施設で1度に使う金額は、「5千円以上」57.7%、「3千～5千円」26.8%となり、平均は7千円となった(グラフ)。どの年代においても「5千円以上」が最も多かった。

<回答者プロフィール>

年齢：20代 24.9%、30～34歳 41.2%、35～39歳 33.9%、平均年齢 32.4歳。
居住地：東京都 60.0%、神奈川県 12.8%、千葉県 13.6%、埼玉県 13.2%、茨城県 0.4%。
未婚：未婚 74.7%、既婚 25.3%。
世帯タイプ：親と同居(独身) 39.7%、一人暮らし 28.9%、夫婦二人暮らし 18.8%、夫婦と子供 5.2%、彼と同棲 3.3%、その他 4.0%。
雇用形態：正社員(総合職) 27.2%、正社員(一般職) 48.7%、公務員 0.4%、契約・嘱託社員 6.1%、派遣社員 17.6%。

<調査実施>シティリビング

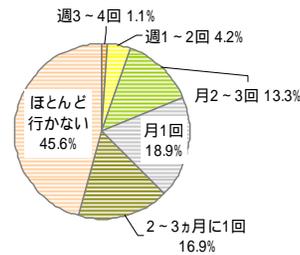
シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

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。

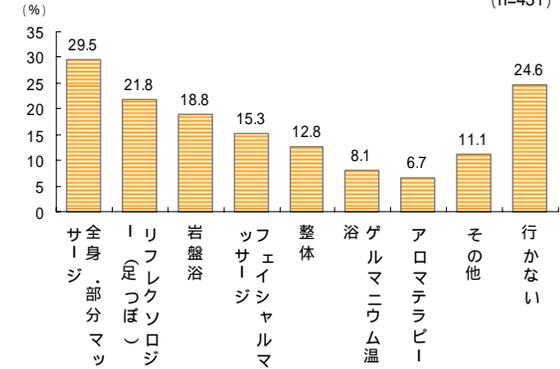
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ) 癒し・リラックス施設に行く頻度 (n=472)



(グラフ) 気に入っている癒し・リラックス施設のジャンル 複数回答 (n=431)



(グラフ) 癒し・リラックス施設で1度に使う金額 (n=291)

