



生活費は切り詰め傾向 でも元気なのは自分消費!

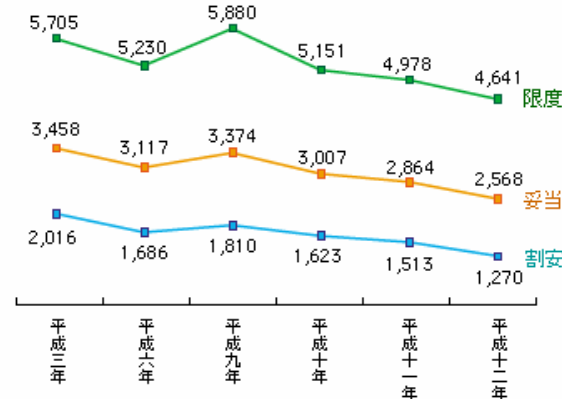
企業収益は回復基調にあるといわれるが、主婦の財布のヒモは昨年より、やや硬くなっていた。1990年(平成2年)から継続している20品目をみると、妥当だと感じる価格が前年より下がったものは15品目。その中でも、昨年は上昇しながら今年はマイナスに転じたアイテムが7品目に及んだ。下がった項目は、子供のトレーナー(図表1)、日帰りレジャー、子供の習い事など、家族関係の費用が並ぶ。毎月の家計出費から、切り詰められる部分を見なおす生活防衛意識が顕著だ。また、昨年やや好転した家族での外食、1泊旅行など、レジャー関係費も今年は軒並みダウン。数少ない上昇項目は、ハンドバッグ(図表2)、パンプス、自分のスーツなど生活とは別次元の消費が占めた。政府は「景気は緩やかな回復」というが、実際には過去最大件数の倒産や所得の伸び悩みなど、先行きの不安はつるばかり。家計はできるだけ贅肉をそぎ落としておこうというのが主婦の気持。節約で浮いたわずかなお金を、自分の好みの消費に回すというわけだ。

調査概要

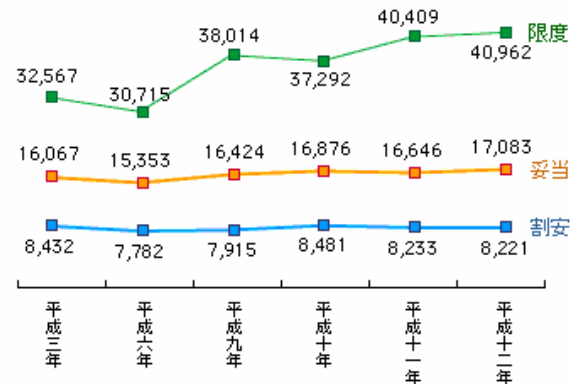
調査概要 リビング新聞9月9日付(首都圏版)紙面にアンケートを掲載。回答数1068件の中から既婚女性600人を抽出、集計

調査方法 1990年(平成2年)から毎年同じ20項目の物やサービスの値段について、妥当感、割安感、そして限度と感じる価格を時系列で調査。1998年(平成10年)、サービスを中心に20項目を追加し、計40項目。

こどもトレーナー値ごろ感



ハンドバッグ値ごろ感



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



< 調査項目 >

- 1.職業 (年代別)
- 2.住宅 (年代別)
- 3.家族人数 (年代別)
- 4.エリア (年代別)
- 5.年代 (エリア別)
- 6.自分のスーツ < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 7.パンプス < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 8.ハンドバッグ < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 9.美容クリーム < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 10.シャンプー・カット・パーマ代 < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 11.マッサージ(1時間) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 12.エステサロン(1回) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 13.自分の習い事の費用(1種類1か月当たり) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 14.友人との外食代(1回1人当たり) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 15.自分の人間ドック(1日) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 16.夫のスーツ < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 17.夫のワイシャツ < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 18.クリーニング代(夫のワイシャツ) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 19.夫の革靴 < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 20.子供のトレーナー < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 21.子供の靴 < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 22.託児1時間 < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 23.子供の塾などの費用(1か月分) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 24.子供の習い事の費用(1か月分) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 25.子供の合宿や短期ホームステイなどの費用(1回当たり) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 26.ケーキ1個 < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 27.牛肉100グラム < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 28.水2リットル < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 29.家で飲むワイン(フルボトル1本) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 30.喫茶店のコーヒー代(1回) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 31.家族との外食代(1回1人当たり) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 32.家族との1泊旅行(1回1人当たり) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 33.日帰り家族レジャー(1回1人当たり) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 34.ペットホテル(犬1泊) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 35.家の掃除代行(浴室、トイレ、キッチン1回) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 36.家電製品の修理出張サービス < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 37.庭木の手入れ < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 38.夫の生命保険の掛け金(1か月分) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 39.自動車保険・任意(1か月分) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 40.親の介護サービス(1か月) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 41.テレビ受信料(CATV、BS、CS含む・1か月) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 42.ホームセキュリティ(1か月) < 割安・妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 43.妻の小遣い(1か月自由に使えるお金) < 妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 44.夫の小遣い(1か月) < 妥当・限度価格 > (時系列)(年代別)
- 45.電話代(携帯、PHSを含む1か月) < 妥当・限度価格 > (時系列)(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