



2003年「女性の値ごろ感」全国ネットワーク調査

安らぎと安全は買うものへ メリハリ消費に明るい兆し

モノやサービスに対して、主婦が払える限度額、妥当と思う額、割安と感じる額について、リビング新聞ネットワークが1990年から実施してきた時系列調査。全国2862人の女性が出した値ごろ感は、前回調査に比べやや上向き。妥当価格が上昇したものは13品目だった。全国的にみても、心を癒す「ペット」関連、体を癒す「エステ」「マッサージ」など安らぎ品目が上昇。2番目に上昇率が高かったのは「ペットホテル」。「エステサロン」の全国平均の妥当価格は過去最高値になった。また物騒な事件が相次ぎ、安全は買うものとはばかりにホームセキュリティの値ごろ感も上がっている。

一方で「ファッション」関係費は8品目中6品目が5年連続マイナス。特に「自分のスーツ」の限度額は最高値だった1997年に比べると2万円も下がっている。「夫のスーツ・革靴・ワイシャツ」の妥当額も、1998年時は3点合計で7万円に達していたが、今回は4万5000円台。カジュアル化が値ごろ感を直撃した。また「レジャー」関係費の財布のひもも固く、家族との1泊旅行(1回1人当たり)は、ついに割安価格が1万円を切った。

< 調査概要 >

- 2003年9月～10月、リビング新聞各紙にアンケートを掲載
- 1990年以来、毎年同時期にモノやサービスの値段について、主婦が感じる妥当額、割安額、限度額を調査
- 1990年以降、20品目で調査を実施。1998年以降はサービスを中心に20項目を追加。2002年1項目変更
- 集計総数2862通

< 調査項目 >

- 1.自分のスーツ<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 2.パンプス<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 3.ハンドバッグ<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 4.美容クリーム<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 5.シャンプー・カット・パーマ代<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 6.マッサージ(1時間)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 7.エステサロン(1回)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 8.自分の習い事の費用(1種類1カ月当たり)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 9.友人との外食代(1回1人当たり)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 10.自分の人間ドック(1日)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 11.夫のスーツ<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 12.夫のワイシャツ<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 13.クリーニング代(夫のワイシャツ)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 14.夫の革靴<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 15.子供のトレーナー<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 16.子供靴<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 17.託児1時間<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 18.子供の塾などの費用(1カ月分)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 19.子供の習い事の費用(1カ月分)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 20.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>(年代別)
- 21.ケーキ1個<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 22.牛肉100グラム<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 23.水2リットル<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 24.家で飲むワイン(フルボトル1本)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 25.喫茶店のコーヒー代(1回)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 26.家族との外食代(1回1人当たり)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 27.家族との1泊旅行(1回1人当たり)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 28.日帰り家族レジャー(1回1人当たり)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 29.ペットホテル(犬1泊)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 30.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>(年代別)
- 31.家電製品の修理出張サービス<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 32.家庭の医療費(1カ月の病院代+医薬品代)<妥当・限度価格>(年代別)
- 33.夫の生命保険の掛け金(1カ月分)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 34.自動車保険・任意(1カ月分)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 35.親の介護サービス(自己負担額1カ月)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 36.テレビ受信料(CATV、BS、CS含む・1カ月)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 37.ホームセキュリティ(1カ月)<割安・妥当・限度価格>(年代別)
- 38.妻の小遣い(1カ月自由に使えるお金)<妥当・限度価格>(年代別)
- 39.夫の小遣い(1カ月)<妥当・限度価格>(年代別)
- 40.電話代(携帯、PHSを含む1カ月)<妥当・限度価格>(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