



調査サービス・技術の進化には上がる値ごろ感 「きれいになりたい」美容系支出も右肩上がり

1990年から実施している「値ごろ感調査」。昨年に比べ家計を「引き締め」たと答えた主婦は、前回調査より2ポイント少ない52%だった。「緩め」は11%、「同じ」は37%。

対前年比で、妥当価格()の上昇幅が大きかったのが図1の項目。「家電製品などの修理サービス」「ホームセキュリティ」など、家まわりの“維持”にかかるサービスへの値ごろ感が上がっている。

また、「子供の塾費用」「子供の習い事」も昨年に続きアップ。ゆとり教育の実施や子供の学力低下問題など、教育費への支出を刺激する要因は多い。

一方、下落幅が大きかった項目は図2「夫の生命保険」「自動車保険」などは、昨年やや上昇したものの、再び減少に。特に「生命保険」は5年前の妥当価格に比べると、マイナス3301円になる。保険はまだ家計の見直し対象として捉えられているようだ。また、「自分の習い事費」も1999年以降、目減りし続けている。

時系列で見ると、注目したいのが緩やかな右肩上がりを示している美容関係費(図3)。「自分のスーツ」や「友人との外食」などの自分費を削る一方で、じわじわと値ごろ感が上がっている。美容雑誌の創刊が続き、「美のカリスマ」たちがメディアに数多く登場する中、「年をとってもきれいになりたい」主婦の美容ブームは続きそうだ。

情報・通信関連サービスも上昇傾向。図1の上位項目には入っていないものの、「電話代」「テレビ受信料(CATV、BS、CSを含む)」は2年連続で上昇している。家庭での情報・通信関連サービスの充実、主婦の値ごろ感にも変化を与えているようだ。

全体に、新しく技術などに裏づけされたサービスには値ごろ感が上がり、既存のサービスに対しては手堅く見直しにかかっているのがうかがえる。デジタル化、情報化の波は家計にも確実に影響を与えている。

主婦が妥当と思う価格。ほかに「限度額」「割安価格」も聞いている

<調査概要>

- 2004年9月4日11日付リビング新聞(首都圏12エリア)紙面掲載アンケートの応募者874人のうち、既婚女性505人を集計/※
- 1990年から、毎年同時期に20項目について調査を実施。1998年にはサービスを中心20項目を追加、2002年に1項目を変更
- 年代層 20代14.1%、30代44.9%、40代23.4%、50代以上17.6%
- 職業 主婦専業64.2%、パート勤務23.8%、フルタイム勤務7.4%、自営業2.2%、自由業・その他2.4%
- 居住形態 持ち家一戸建て39.6%、賃貸一戸建て4.0%、持ち家マンション23.0%、賃貸マンション23.6%、社宅・官舎8.2%、その他1.6%
- 家族人数 2人9.1%、3人33.5%、4人42.3%、5人11.9%、6人以上3.2%

・調査品目 自分のスーツ、パンプス、ハンドバッグ、美容クリーム、シャンプー・カット・パーマ代、マッサージ(1時間)、エステサロン(1回)、自分の習い事費用(1種類1ヵ月委当たり)、友人との外食代(1回1人当たり)、自分の人間ドック(1日)、夫のスーツ、夫のワイシャツ、クリーニング代(夫のワイシャツ1枚)、夫の革靴、子供のトレーナー、子供靴、託児1時間、子供の塾などの費用(1ヵ月分)、子供の習い事費用(1ヵ月分)、子供のスポーツ合宿や短期ホームステイなどの費用(1回当たり)、ケーキ1個、牛肉100グラム、水2リットル、家で飲むワイン(フルボトル1本)、喫茶店のコーヒー代(1回)、家族との外食代(1回1人当たり)、家族との1泊旅行(1回1人当たり)、日帰り家族レジャー(1回1人当たり)、ペットホテル(犬1泊)、家の掃除代行(浴室、トイレ、キッチン1回)、家電製品などの修理出張サービス、家庭の医療費(1ヵ月分の病院代+医薬品代)、夫の生命保険の掛け金(1ヵ月分)、自動車保険・任意(1ヵ月)、親の介護サービス(自己負担額1ヵ月分)、テレビ受信料(CATV、BS、CSを含む・1ヵ月)、ホームセキュリティ(1ヵ月)、妻の小遣い(1ヵ月自由に使えるお金)、夫の小遣い(1ヵ月)、電話代(携帯、PHSを含む1ヵ月)

図1 妥当価格が上昇した「ゆとり」項目

調査項目	今年の妥当価格	前年比(%)
医療費	5922円	109
家電製品などの修理出張サービス	4794円	108
子供のトレーナー	2424円	107
牛肉100グラム	316円	107
親の介護サービス(1ヵ月)	2万3439円	106
ホームセキュリティ(1ヵ月)	6365円	106
子供の塾などの費用(1ヵ月)	1万1075円	106

図2 妥当価格が減少した「引き締め」項目

調査項目	今年の妥当価格	前年比(%)
家族との外食代(1人当たり)	2371円	91
夫の生命保険の掛け金(1ヵ月)	1万4729円	94
自動車保険・任意(1ヵ月)	7169円	94
日帰り家族レジャー(1人当たり)	6151円	95
マッサージ(1時間)	4054円	96
自分の習い事(1ヵ月)	6078円	96

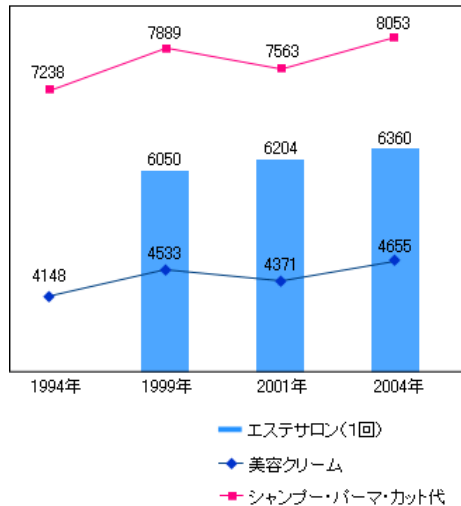
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

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



図3 時系列で見た美容関係費/妥当価格(円)



<調査項目>

- 自分のスーツ (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- パンプス (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- ハンドバッグ (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 美容クリーム (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- シャンプー・カット・パーマ代 (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- マッサージ(1時間) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- エステサロン(1回) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 自分の習い事の費用(1種類1カ月当たり) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 友人との飲食代(1回1人当たり) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 自分の人間ドック(1日) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 夫のスーツ (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 夫のワイシャツ (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- クリーニング代(夫のワイシャツ) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 夫の革靴 (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 子供のトレーナー (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 子供靴 (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 託児1時間 (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 子供の塾などの費用(1カ月分) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)

- 子供の習い事の費用(1カ月分) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 子供のスポーツ合宿や短期ホームステイなどの費用(1回当たり) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- ケーキ1個(ひと切れ) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 牛肉100グラム (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 水2リットル (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 家で飲むワイン(フルボトル1本) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 喫茶店のコーヒー代(1回) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 家族との外食代(1回1人当たり) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 家族との1泊旅行(1回1人当たり) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 日帰り家族レジャー(1回1人当たり) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- ペットホテル(犬1泊) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 家の掃除代行(浴室、トイレ、キッチン1回) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 家電製品などの修理出張サービス (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 庭木の手入れ (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 夫の生命保険の掛け金(1カ月分) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 自動車保険・任意(1カ月分) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 親の介護サービス(自己負担額 1カ月分) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- テレビ受信料(CATV、BS、CS含む・1カ月) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- ホームセキュリティ(1カ月) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 妻の小遣い(1カ月自由に使えるお金) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 夫の小遣い(1カ月) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 電話代(携帯、PHSを含む1カ月) (割安と感ずる価格)(妥当と感ずる価格)(限度と感ずる価格)
- 家計は昨年に比べて (引き締め)(同じ)(緩い)

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。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

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