

2014年12月3日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

新生活準備調査2014

- ◆消費増税の影響大。40.2%の新婚カップルが駆け込み購入し、新生活準備費用は前年調査より9.5万円増の78.1万円
- ◆新婚カップルのライフスタイルに変化の兆し。『夫婦それぞれの時間』を重視する妻が増加

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都千代田区 代表取締役社長 富塚 優)が運営するブライダル総研では、新婚カップルの新生活準備状況について詳細に把握するために、「新生活準備調査」を首都圏、東海、関西の3地域で実施しました。ここに、調査結果の要旨をご報告いたします。

<新生活準備費用と消費増税の影響>.....P3~7

新生活準備費用が前年調査より増加。40.2%のカップルが消費増税前に駆け込み購入。消費増税が新生活準備費用増加の背景に

- 新生活準備のためにかかった費用は78.1万円で、前年調査より9.5万円増加。
- 消費増税の影響において、新生活準備に「影響があった」人は45.5%で、そのうち「先に購入した」人は88.5%。消費増税前に駆け込み購入したカップルは全体の40.2%。
- 「先に購入した」カップルの新生活準備のためにかかった費用は85.6万円で、全体平均より7.5万円高い。
- インテリア・家具の購入にかかった費用は44.6万円で、前年調査より5.6万円増加。
- 家電製品の購入にかかった費用は36.9万円で、前年調査より1.9万円増加。
- アイテム別購入率(上位3位)
 - 【インテリア・家具】1位「カーテン類」(84.7%) / 2位「食器棚」(62.4%) / 3位「ダイニング家具」「自分たち用の布団」(61.4%)
 - 【家電製品】1位「冷蔵庫」(73.7%) / 2位「照明器具」(64.3%) / 3位「洗濯機」(60.6%)

<新居やクルマの購入実態>.....P8

「新居」や「クルマ」を購入するカップルは約7組に1組。結婚が大きな消費のタイミングに

- 新居の形態は、「購入」が13.7%。
- 結婚を機としたクルマの購入状況は、「新車を購入した」(10.0%) + 「中古車を購入した」(4.6%)で14.6%。

<夫婦のライフスタイルに対する考え方>.....P9

新婚カップルのライフスタイルに変化の兆し。新婚生活において、『夫婦それぞれの時間』を重視する妻が09年より増加している

- 夫婦のライフスタイルに対する考え方において、「結婚してもお互いのプライベートを大切にしたい」(09年26.3%→14年33.0%)、「週末でもお互いそれぞれの予定を大切にしたい」(09年18.1%→14年20.4%)が増加。

- ◆ 出版・印刷物へデータを転載する際には、「新生活準備調査2014 リクルートブライダル総研 調べ」と明記いただけますようお願い申し上げます。
- ◆ 「新生活準備調査2014」の詳細は、弊社『ブライダル総研』サイト(<http://bridal-souken.net/>)より、ダウンロードいただけます。

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】
https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/