

2015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2015

**新生活準備費用は76.5万円で、昨年の調査から1.6万円減少。
結婚後すぐに子どもが欲しい新婚カップルが増加。結婚当初から「出産・育児」など将来に備えた貯蓄優先型のマネープランに変化しつつある**

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都中央区 代表取締役社長 山口 文洋)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。

＜新生活準備のためにかかった費用＞……………参考資料 P3・4

新生活準備のためにかかった費用は76.5万円で、昨年の調査から1.6万円減少

- 新生活準備のためにかかった費用は76.5万円で、昨年の調査から1.6万円減少。
- インテリア・家具の購入にかかった費用は43.2万円で、昨年の調査から1.4万円減少。
- 家電製品の購入にかかった費用は36.7万円で、昨年の調査と同程度。

※新生活準備のためにかかった費用とは、「インテリア・家具」「家電製品」の購入費用の合計

＜新生活準備とライフスタイル＞……………参考資料 P5～8

結婚後1年以内に1人目の子どもが欲しい新婚カップルが増加。結婚当初から「家族が増える」ことを意識している

- 結婚を決めた理由において、「結婚する年齢になったから」(2011年調査27.8%⇒2015年調査37.4%)、「子どもなど家族が欲しかったから」(2011年調査32.2%⇒2015年調査44.1%)で、年々増加傾向。
- 将来の子どもの希望において、「子どもが欲しい」割合が94.6%で、ここ7年で最も高い。
- 「1人目の子どもが欲しい時期」において、「結婚1年以内」に欲しい割合が38.3%で、年々増加傾向(2009年調査23.1%⇒2015年調査38.3%)。

「将来への備えとして」・「出産・育児のため」の貯蓄や、毎月の貯蓄金額が増加。将来に向けた長期的な視点での貯蓄優先型のマネープランを立てている

- 現在の貯蓄の状況において、「毎月定額を貯蓄している」が46.7%で、ここ7年で最も高い。
- 1ヵ月あたりの貯蓄金額は8.9万円で、ここ7年で最も高い。
- 貯蓄を始めた目的において、「将来への備えとして」(2009年調査73.6%⇒2015年調査84.3%)、「出産・育児のため」(2009年調査41.1%⇒2015年調査45.4%)で、ここ7年で大きく増加。

＜新生活準備における消費税増税の影響＞……………参考資料 P9

消費税増税が新生活準備のためにかかった費用に影響。「安価に抑えた」人の割合が増加

- 消費税増税の影響において、「増税前に購入(実施)した」人が33.0%、「安価に抑えた」人が20.9%。「安価に抑えた」人の割合が昨年の調査から16.9ポイント増加。
- 「安価に抑えた」人の新生活準備のためにかかった費用は72.6万円であり、そうでない人と比較し5.3万円低い。

＜妻が理想とする将来のライフスタイルのバランス＞……………参考資料 P10

理想とする将来のライフスタイルのバランスにおいて、家庭にウエイトを置く妻が多い

- 妻が理想とする将来のライフスタイルのバランスは「仕事の割合:26.4%」、「家庭の割合:52.3%」、「自分の時間の割合:21.3%」。

◆ 出版・印刷物へデータを転載する際には、「新生活準備調査2015 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2015」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、ここにない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【リクルートマーケティングパートナーズ総研に関するお問い合わせ先】
https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/