

報道関係者各位

2013年1月28日
株式会社ベネッセコーポレーション 広報部 発信

【日本の主婦1万人のホンネに迫る 2013年、気になる主婦のお財布事情】

2013年の特徴は「デイリー切り詰め投資」型！？スマホ代も対象に…

貯蓄したい主婦のホンネは「反省貯金」と「マイホーム貯金」
都道府県別「家計予算」、山形県民：友達より家族、石川県民：団子より花のお洒落好き！？
URL：<http://women.benesse.ne.jp/lab/>

日本の主婦の3人に1人*が利用する最大級の女性向けコミュニティサイト「ウィメンズパーク」は、2013年1月28日(月)に新プロジェクト「主婦のきもちラボ」を立ち上げました。主婦はくらしの要であり、日本経済にとっても大きな影響力を持っている存在です。そんな点に着目し、「主婦のきもちラボ」では「匿名制」「会員は全員実在する女性」であるがゆえに素顔でホンネの話ができるという「ウィメンズパーク」の特性を活かし、主婦のホンネをマーケティング視点で分析。日本の「今」を読み解いていきます。活動のひとつとして、【日本の主婦1万人のホンネ調査】を定期的に発信いたします。第1回調査は、今年の「家計予算」です。政権交代・来年に迫る消費税増税など、生活環境にも変化が予想される2013年における、家計を握る主婦たちの計画を明らかにいたします。



*「20代～30代既婚女性において3人に1人以上に相当する人数の方が利用」平成22年国勢調査人口等基本集計における、女性の「有配偶者」「死別者」「離別者」の合計と、ウィメンズパーク会員のうちの既婚者数(既婚率91%:2010年6月集計)から算出

【日本の主婦1万人のホンネ調査】今年の家計予算 調査結果 (有効回答数:14,669名)

■今年の家計予算は「デイリー切り詰め投資型」？毎日の生活費を少しずつ減らし、貯蓄に回す傾向に

2013年の家計で増やしたい項目を尋ねたところ(単一回答)、1位「貯蓄・投資」(50.81%)、2位「教育費」(16.97%)と、7割近くが将来への投資となる項目を選択しました。減らしたいのは、1位「食費」(28.82%)、2位「水道光熱費」(27.02%)が上位を占める一方「教養・娯楽費」や「おこづかい」など楽しみへの費用は削減の優先度は低い結果となりました。家族や自分の楽しみは残しつつ、毎日の生活を少しずつ節約する今年的主婦の傾向は、いわば「デイリー切り詰め投資型」といえることができます。

2013年、「家計予算」を増やしたいのは？

1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位	14位
貯蓄・投資	教育費	教養・娯楽費	食費	被服・美容費	おこづかい	住居費	保険料	その他	水道光熱費	交際費	医療費	車両交通費	通信費
50.81%	16.97%	8.39%	7.33%	3.78%	3.33%	2.50%	1.83%	1.66%	1.03%	0.99%	0.65%	0.41%	0.33%

2013年、「家計予算」を減らしたいのは？

1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位	14位
食費	水道光熱費	医療費	通信費	住居費	被服・美容費	保険料	おこづかい	交際費	教養・娯楽費	車両交通費	その他	教育費	貯蓄・投資
28.82%	27.02%	6.80%	5.67%	5.49%	4.50%	4.10%	3.99%	3.39%	3.31%	3.12%	2.63%	0.72%	0.44%

▽「デイリー切り詰め投資型」の特徴

・「ハレ」の楽しみは大切に、普段の生活から少しずつ節約

「おこづかい」や「教養・娯楽費」、「被服費・美容費」などの日々の楽しみは削ることなく、「食費」や「水道光熱費」など毎日の生活費を少しずつ削減していくことが特徴です。また、増やしたいのは「貯蓄・投資」「教育費」など、将来への投資となる項目が70%近くを占めます。少しずつ切り詰めたお金は、堅実に将来に投資する主婦が多いと考えられます。

・スマホ代で通信費が増加、切り詰め対象に？

減らしたい項目で「通信費」と回答した多くの主婦に、「スマートフォン代」についてのコメントが見られました。スマートフォン利用者が多い一方、通信費が上がったことに対する悩みも多いと考えられます。

[自由回答より抜粋]

「スマホに替えて以来ずっと思っていますが、通信費が増えました。」(岡山県・20代後半・子ども2歳)

「スマホ便利だけど、やっぱり高い。せめて二人分で、1万円切る位にしたい。」(埼玉県・30代後半・子ども6歳)

▽増やしたい家計予算 第1位「貯蓄・投資」の裏にある、主婦の「ホンネ」

・去年貯金できなかったから・・・。50名に1人以上が「反省貯金」を宣言

自由回答欄のコメントを分析したところ、増やしたい項目を「貯蓄・投資」と回答した方のうち50名に1人以上が「いつも使ってしまうから」「今年(2012年)はためられなかったから」など、前年の反省を活かしたいという内容を記載しており、「反省貯金」を決意する主婦たちの存在が明らかになりました。

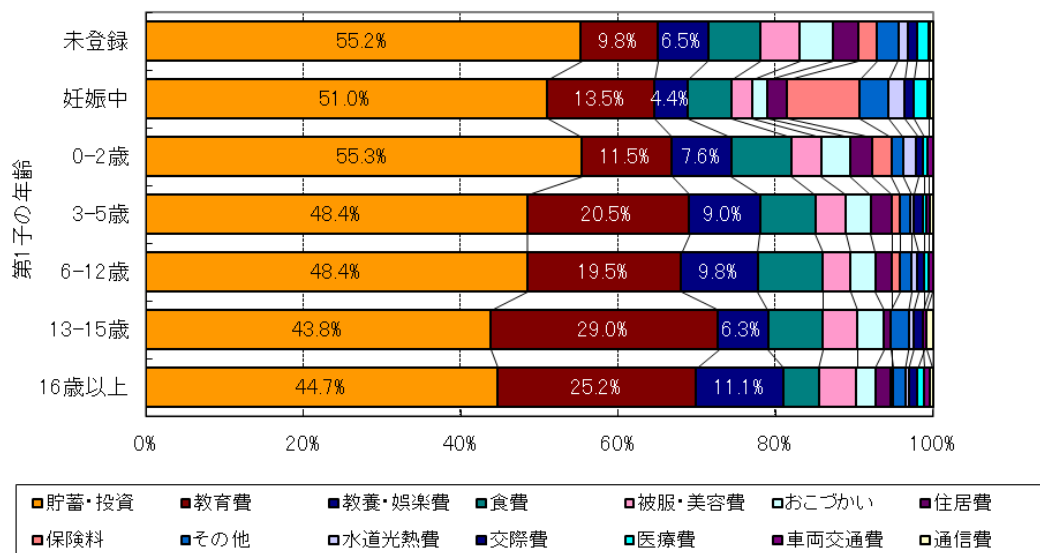
・消費税増税に備えて!? 「貯金の目的はマイホーム」という声も多数

また、「マイホームのため」「家を買いたいから貯金する」という内容を自由回答欄に記載した主婦は約100名に1人。来年に迫る消費税増税に備えて、今年中に大きな買い物しておきたいと考える方が多いのではないかと考えられます。

・「貯めどき」は子供の入園前? 「子供が大きくなる前に貯めておきたい」ニーズあり

子ども(第1子)の年齢別に「増やしたい項目」を分析したところ、子どもが3歳になると「教育費」を増やしたい方の割合が増加することがわかりました。また、「子どもが小さいうちが貯めどき」というコメントも自由回答に多く見られ、子どもが乳幼児であっても、「子どもの将来に備えたい」というきもちを持っている計画的な主婦が多いことがわかりました。

2013年、「わが家の予算」を増やしたいのは？



【主婦のきもちで県民性比較】「家計予算」に特徴のある都道府県は、「山形県」と「石川県」

「増やしたい」が一番多い県	項目	「減らしたい」が一番多い県
徳島県	貯蓄・投資	鳥取県
高知県	教育費	長崎県
和歌山県	教養・娯楽費	京都府
山形県	食費	石川県
石川県	被服・美容費	鹿児島県
宮崎県	おこづかい	長崎県
山形県	住居費	大阪府
青森県	保険料	徳島県
岩手県	水道光熱費	山梨県
熊本県	交際費	山形県
奈良県	医療費	岩手県
山形県	車両交通費	和歌山県
山口県	通信費	山形県

ウィメンズパークには、「地域・ご近所の会議室」があり、地元の幼稚園・保育園情報や教室の情報など、お住まいの地域の話で盛り上がっています。そこで、「主婦のきもちラボ」では、日本全国に多くの会員を持つことを生かし、調査内容ごとに47都道府県での回答の特徴を比較します。今回は、家計予算の「増やしたい」「減らしたい」項目について比較しました。

・【山形県】友達よりも家族が大事？

「食費」「住居費」「車両交通費」の各項目で、「増やしたい」方の割合が最も多い県となりました。一方、「交際費」を減らしたいと回答した割合が最も多い県でもあり、他の県と比較して、山形県は家族での日常生活を大事にする傾向にあるのではないのでしょうか。

・【石川県】団子より花のお洒落好き？

「食費」を減らしたい主婦の割合が1位である一方、「被服・美容費」を増やしたいという回答が最も多い県でもあります。実際に役立つものよりも、美しいものを好む傾向があるのかもしれませんが。

調査概要

- 調査期間:2012年12月20日～2013年1月7日
- 調査方法:インターネット調査
- 調査対象:
株式会社ベネッセコーポレーションが運営するサイト『ウィメンズパーク』会員(女性のみ) 14,669名
- 右記のURLでもご覧いただけます:<http://women.benesse.ne.jp/lab/>

【コラム】検索ワードからわかる主婦のホンネ Vol.1 年末年始急上昇ワードは「義母」・「旦那」

「日本の主婦の縮図」であるウィメンズパークのサイト内検索ワードランキングは、主婦が気になっているトピックをリアルタイムに反映しており、日本の今を読み取ることができる貴重な情報源。

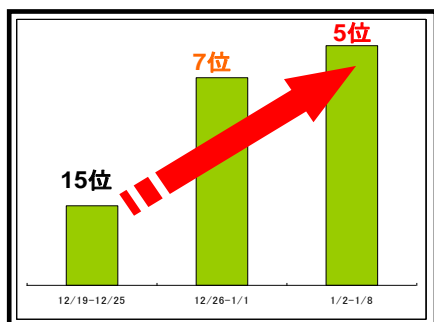
そこで主婦のきもちラボでは、直近の検索ワードランキングから、今気になるトピックと、そのホンネを探ります。

【検索ワードからわかる主婦のホンネ Vol.1】

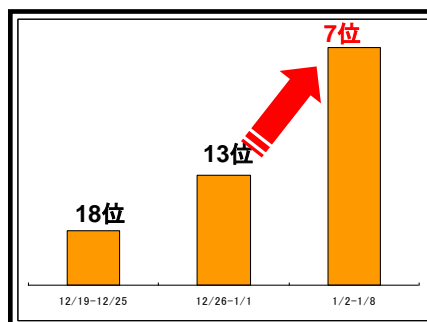
年末年始に「旦那」・「義母」が急上昇！主婦にとってのお正月は休みより気を使う時期？！

年末年始は、『旦那(15位から5位へ)』『義母(18位から7位へ)』の2ワードの検索ワードランキングが上昇！

親戚回りや帰省、休暇などで親戚と一緒に過ごす時間が長いからでしょうか。いつの時代も、お正月は主婦にとっては気を遣いがちなイベントのようです。また、『旦那』の急上昇にも注目です。昨今のイケダンブームから、年末年始の面倒な親戚との関係をうまく調整してくれる、より妻フレンドリーな夫が求められているのかもしれませんが。



『旦那』検索ワードランキング推移



『義母』検索ワードランキング推移

ウィメンズパークとは&直近のマーケティング事例

株式会社ベネッセコーポレーションが運営する「ウィメンズパーク」は、女性ならではの悩みや気にかかりに対し、先輩ママや同じ状況の女性たちの経験に基づいた良質の情報やアドバイスを提供するサイトとして2000年にサービスを開始しました。現在では携帯サイトと合わせて累計400万人を超える会員数、月間4億を超えるページビューを持ち、1日に13,000件以上の書き込みがされる、日本最大級のアクティブな女性向けコミュニティサイトに成長いたしました。

■会員数推移(単位:万人)



会員を「実在する女性」に限り、入会ハガキによる本人確認を徹底して行なう・サービス開始時から匿名制を続けている、という独自性から、主婦たちが活発にホンネをやりとりできるプラットフォームとして機能しています。ウィメンズパークでは、「ホンネを多くの会員から聞き出せる」という特長を生かし、主婦の声をマーケティングに生かす取り組みを積極的に行なっており、参ります。

- パソコン版 URL <http://women.benesse.ne.jp/>
- スマートフォン版 URL <http://women-sp.benesse.ne.jp/>
- フィーチャーフォン版 URL <http://k.benesse.ne.jp/>

【直近の取り組み事例】

プレッツェルブランド「Auntie Anne's」との「10,000人の主婦が選んだプレッツェル」開発

「ウィメンズパーク」の「みんなのロコミランキング」にて、主婦が本当に食べたいプレッツェルの新フレーバーを募集し、1万人以上の主婦の方に投票をいただきました。

その上位2つのフレーバーを、2013年2月3日(日)に開催するイベント「パパ&ウィメンズパーク」に会場するウィメンズパーク会員が実食し、決戦投票を実施。見事1位となったメニューは商品化され、「Auntie Anne's(アンティ・アンズ)」様の店舗にて販売されます。



※取材をご希望の方は、お気軽にお問い合わせください。両社の担当者へのインタビューも可能です。

イベント日時:2013年2月3日(日)10:00-17:00 会場:東京ビッグサイト 西1ホール

イベントの詳細は Web サイトをご覧ください: <http://women.benesse.ne.jp/wpevent/>

【コラボレーションのポイント】

消費者の意見を取り入れて商品開発を実施する場合、数百~1,000名程度のサンプルを調査対象とするのが一般的です。ウィメンズパークとのコラボレーションでは、1万人以上の身元がはっきりしている日本全国の主婦からホンネを集めることができるため、より多くの方が求める「売れる商品開発」に貢献いたします。

また、イベントを絡めて消費者に商品をお試しいただくことから、消費開発の過程自体がバイラル効果を生むものと期待しています。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ベネッセコーポレーション 広報部

担当:濱野

TEL: 042-356-0657 FAX: 042-356-0722