

報道関係各位

平成25年 10月2日  
株式会社 クロス・マーケティング

F1層のライフステージの違いによる結婚観やお小遣い事情は？

**F1層の既婚者の半数以上は「結婚＝幸せ」と回答**  
**一方、未婚者は結婚生活の「光と影」を現実的にイメージ。**  
**お小遣いの平均は28,000円、子どものいる人の平均は、15,000円以下。**

－ F1層のライフコースとお小遣いに関する調査 －

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、関東(1都3県)の20-34歳の女性を対象に、「F1層のライフコースとお小遣いに関する調査」を実施しました。

■調査背景・目的

「消費活動が旺盛で流行に敏感」で、あらゆる分野の商品・ターゲットにされる傾向にあるF1層。

就職・初めての一人暮らし・結婚・出産など、生活状況の大きく変化する層でもあり、ライフコースに対する考え方やお小遣い事情はライフステージや生活環境によってどのように変化するのか？

本調査では、F1層の今後のライフコースに対する意識やお小遣い事情について、ライフステージや生活状況別に比較することで明らかにします。

※F1層・・・20～34歳の女性

■調査結果

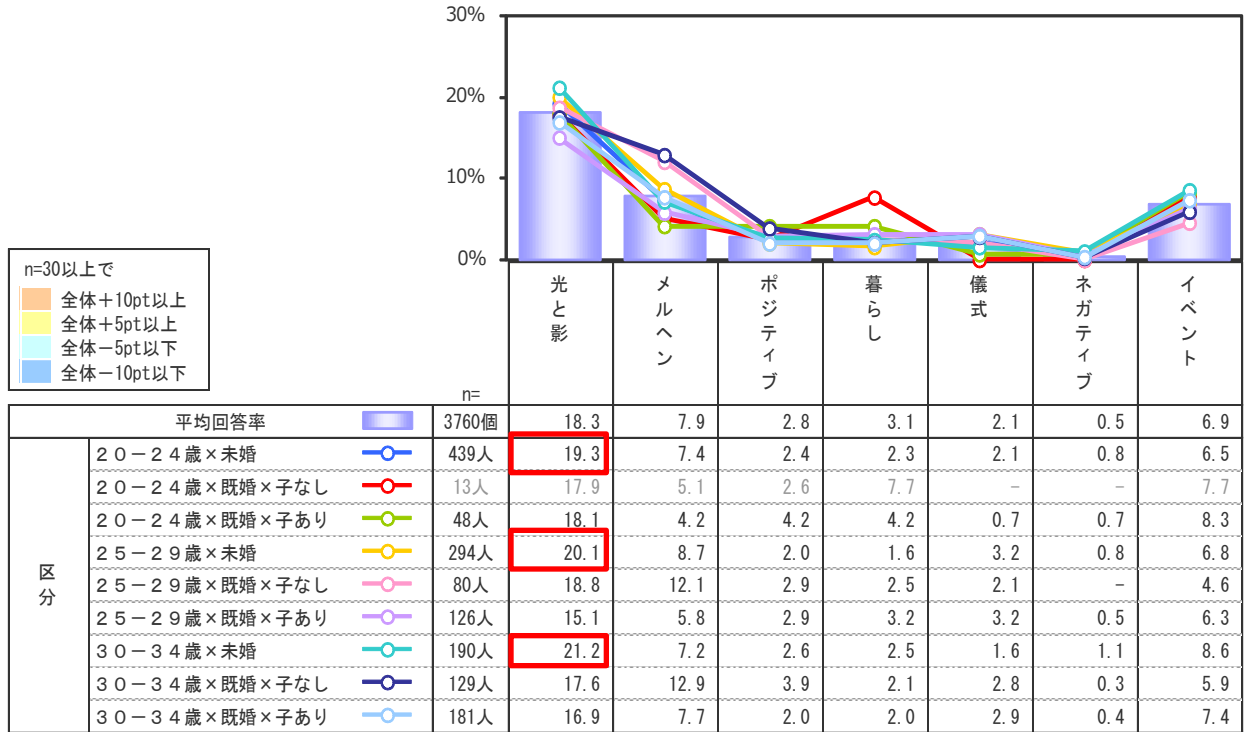
- ✓ F1層の既婚者は、全ての年代において、半数以上の人々が結婚は「幸せ・理想に近い」と回答。また、20～24歳の年代において、「夫の両親との付き合いは楽しい」と答えた割合は49%と最も高い。<図1>
- ✓ F1層の未婚者は、「新しい」「我慢」「墓場」など、結婚生活の光と影を表す言葉を多く回答している。<図2>
- ✓ お小遣い額の平均は28,000円。子どものいる人のお小遣い額はいない人に比べて極端に少なく、全ての年代において15,000円を下回っている。<図3>
- ✓ 現在、最もお小遣いを費やしている項目の1・2位は服飾費と外食費だがお小遣い額が減った時、減らさざるを得ない項目の第1位は「外食費」となっている。<図4、図5>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒<http://www.cross-m.co.jp/report/f120131002/>

<図1> あなたの結婚に対するイメージは、結婚の前と後でどのような違いがありますか。(MA)

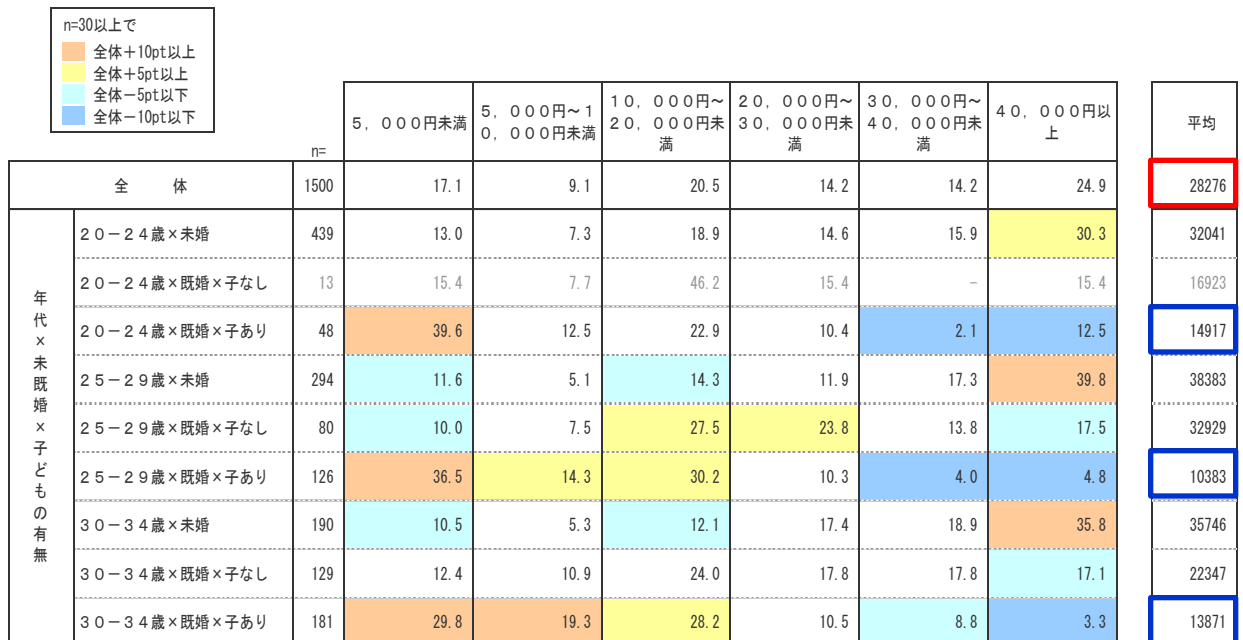
		n=	い 幸 せ ・ 理 想 に 近	間 が 分 あ の る た め の 時	立 仕 が 事 で と 家 て 事 い の 両	き 夫 合 い の 両 は 親 と の い 付	楽 親 し い 付 き 合 い は	い お 金 に 苦 勞 し な
全 体		577	55.1	42.3	31.2	43.2	28.9	11.8
年 代	20～24歳	61	52.5	32.8	31.1	49.2	34.4	8.2
	25～29歳	206	58.7	43.2	31.6	45.1	31.6	8.7
	30～34歳	310	53.2	43.5	31.0	40.6	26.1	14.5

<図2>あなたが結婚と聞いて連想する言葉・キーワードを3つお答えください。



※n=30未満は参考値のため灰色。

<図3>1カ月あたりのお小遣い(あなたが自由に使えるお金)の平均額を百円単位でお答えください。



※n=30未満は参考値のため灰色。

<図4> お小遣いが増えたとき、増やしたいお小遣いの項目は？(MA)

		n=	外食費（外食・喫茶店代など）	交際費（飲み会代・祝い金・プレゼントなど）	化粧品代	美容費（ヘアサロン・エステなど）	服飾費（洋服・アクセサリーなど）	健康費（サプリメント・ダイエット食品など）	書籍代	音楽・有料ダウンロードなど）	エンターテインメント費（映画・CD・DVD）	娯楽費（趣味・習い事など）	たばこ代	ギャンブル
全体		1500	27.7	21.5	21.1	25.9	42.8	3.5	11.1	9.3	14.5	1.3	1.6	
年代×未婚×既婚×子どもの有無	20-24歳×未婚	439	27.1	27.6	20.3	24.1	46.0	4.6	16.6	12.3	16.4	1.1	0.9	
	20-24歳×既婚×子なし	13	23.1	23.1	15.4	30.8	38.5	-	7.7	7.7	-	7.7	-	
	20-24歳×既婚×子あり	48	25.0	12.5	14.6	20.8	47.9	4.2	6.3	6.3	2.1	4.2	4.2	
	25-29歳×未婚	294	25.5	19.7	18.7	28.9	41.2	3.7	9.9	14.6	18.7	1.4	3.1	
	25-29歳×既婚×子なし	80	25.0	18.8	26.3	27.5	52.5	1.3	11.3	3.8	17.5	1.3	1.3	
	25-29歳×既婚×子あり	126	40.5	17.5	26.2	32.5	47.6	4.8	7.9	2.4	10.3	3.2	3.2	
	30-34歳×未婚	190	23.2	21.6	20.0	26.8	37.9	4.7	10.0	9.5	11.1	-	0.5	
	30-34歳×既婚×子なし	129	26.4	24.0	23.3	17.8	41.1	2.3	9.3	3.9	13.2	1.6	1.6	
	30-34歳×既婚×子あり	181	32.0	13.8	22.7	25.4	35.4	0.6	6.1	5.0	13.3	0.6	0.6	

※n=30未満は参考値のため灰色。

<図5> お小遣いが減った時、減らさざるを得ない項目は？(MA)

		n=	外食費（外食・喫茶店代など）	交際費（飲み会代・祝い金・プレゼントなど）	化粧品代	美容費（ヘアサロン・エステなど）	服飾費（洋服・アクセサリーなど）	健康費（サプリメント・ダイエット食品など）	書籍代	音楽・有料ダウンロードなど）	エンターテインメント費（映画・CD・DVD）	娯楽費（趣味・習い事など）	たばこ代	ギャンブル
全体		1500	42.3	25.5	13.4	14.5	31.4	3.4	8.7	7.7	6.9	3.5	1.0	
年代×未婚×既婚×子どもの有無	20-24歳×未婚	439	45.6	28.9	10.5	13.4	32.1	3.6	11.6	12.1	8.2	2.7	0.7	
	20-24歳×既婚×子なし	13	76.9	15.4	15.4	30.8	7.7	-	-	-	-	-	-	
	20-24歳×既婚×子あり	48	35.4	4.2	14.6	12.5	16.7	2.1	2.1	2.1	-	6.3	-	
	25-29歳×未婚	294	44.9	29.6	13.9	16.3	34.0	2.0	8.5	11.2	9.2	2.7	2.0	
	25-29歳×既婚×子なし	80	45.0	25.0	22.5	21.3	46.3	2.5	6.3	3.8	6.3	1.3	-	
	25-29歳×既婚×子あり	126	38.1	16.7	14.3	11.1	29.4	1.6	7.9	3.2	5.6	5.6	2.4	
	30-34歳×未婚	190	43.2	34.7	11.1	15.3	29.5	7.4	10.0	6.3	5.8	4.2	1.6	
	30-34歳×既婚×子なし	129	38.8	23.3	17.1	14.0	37.2	3.9	7.8	3.9	7.8	4.7	-	
	30-34歳×既婚×子あり	181	33.1	14.9	14.4	12.7	23.8	2.8	5.0	2.2	3.9	4.4	-	

※n=30未満は参考値

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)  
調査地域 : 1都3県(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)  
調査対象 : 女性 20~34歳  
調査期間 : 2013年9月  
有効回答数 : 1,500サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F  
設立 : 2003年4月1日  
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
事業内容 : リサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当: 中野・渡部 TEL : 03-3549-0328 FAX : 03-3549-0232  
E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」