

# 30～40代未婚女性のライフスタイルに関するWeb調査 結果報告書

---

2005年 9月

# 目次

I. 調査概要	3
II. 結果の詳細	
1. 仕事について	
仕事について	5
仕事の満足度	8
2. 結婚について	
結婚について	9
3. 女性の生き方について	
理想とする生き方	12
予想される生き方	13
女性の生き方について	15
4. 健康や美容について	
健康や美容について	18
健康や美容のために日頃から行っていること	21
日頃から利用している施設	22
現在の体調・精神状態	23
日頃から気になっている症状	24
5. お金の使い方について	
お金を使っている分野	25
自分へのごほうびとしてお金を使ったもの	27
6. インナーについて	
使った金額の位置づけ	28
インナーを購入しようと思うタイミング	29
普段選んでいるインナーのタイプ	30
インナーに関する意見・態度	31
店や商品に対する不満	32
利用してみたいと思う店	33
オフタイムに着用するブラジャーについて	34
7. その他	
自宅でくつろいでいる時のウェアの満足度	35
体調や体型の変化について	36
情報に対する考え方	39
投資有無	40
お金をかけても惜しくないという分野	41
8. フェイスシート	42

# I . 調查概要

◇調査の背景

★首都圏を中心に、30～40代の独身女性の増加が大きな社会現象となっている。

いわゆる人口のボリューム層としてではなく、その高い購買力や成熟した選択眼、明確な価値基準によって、新たに出現したオピニオンリーダー層として着目すべき存在となっている。

◇調査の目的

★首都圏在住の30～40代の独身女性の生活意識、仕事意識、結婚意識、美容意識等のプロフィールを定量的に把握することを目的として実施。

◇調査方法

★Web調査（インターネット調査）

◇調査期間

★2005年8月1日（月）～3日（水）

◇調査対象者

- ・属性 30～49才の独身女性個人
- ・調査エリア 首都圏在住者（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）

◇回収標本数

合計 300サンプル

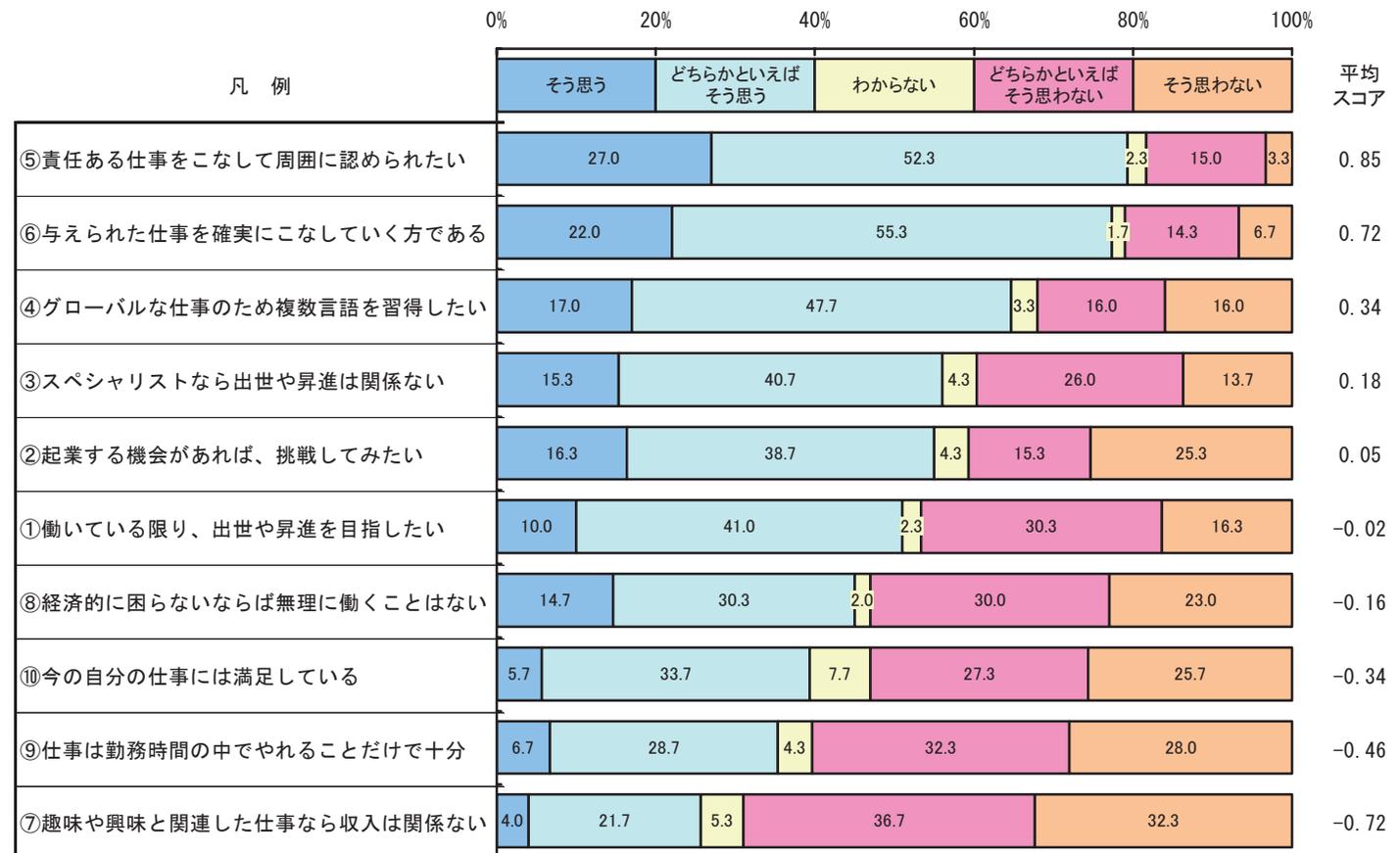
## Ⅱ. 結果の詳細

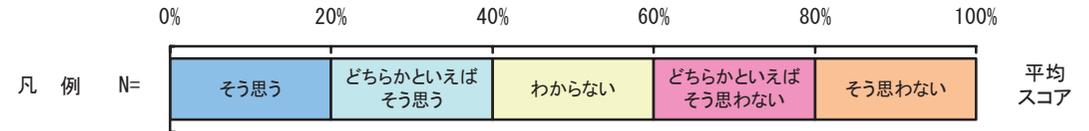
★40代になると、出世・昇進に対する意欲が低下

●仕事に関する10項目での回答をみると、「責任ある仕事を着実にこなして、周囲に認められたい」「どちらかといえば、与えられた仕事を確実にこなしていく方である」というタイプが極めて多く、逆に「自分の趣味や興味と関連した仕事であれば、収入など関係ない」「仕事は、勤務時間の中でやれることだけやれば十分である」というように割りきった考えの持ち主は少なかった。

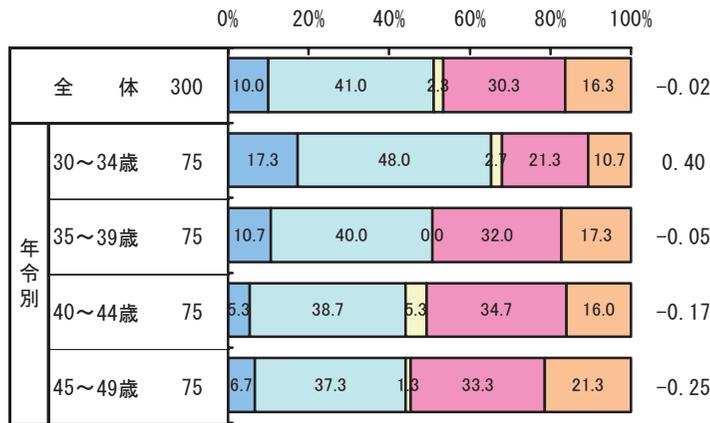
○年令別での差が際立っているのは、経年とともに「働いている限り、出世や昇進を目指したい」が減少し、〈30代〉から〈40代〉になると「ある分野のスペシャリストであるならば、出世や昇進は関係ない」が急増するということ。〈40代〉になることで、出世・昇進に対する意欲が低下となっている。

● 仕事について (N=300)

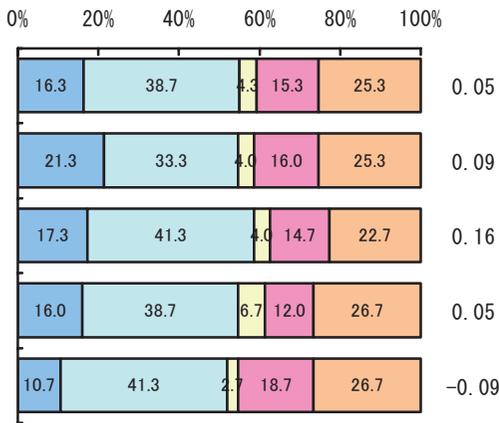




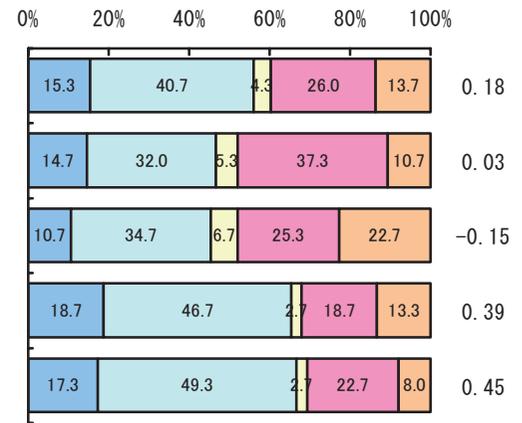
①働いている限り、出世や昇進を目指したい



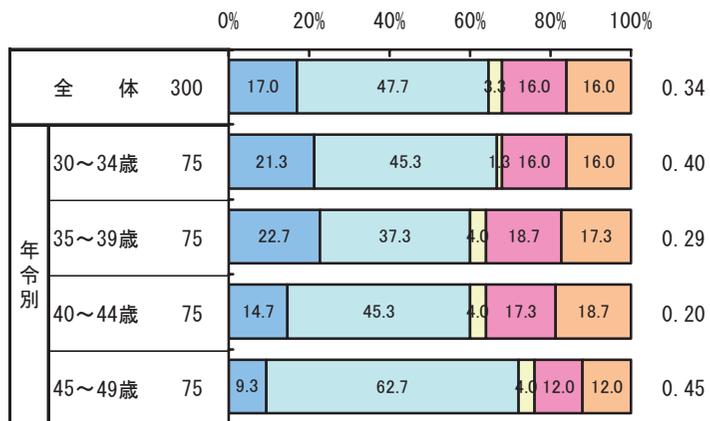
②起業する機会があれば、挑戦してみたい



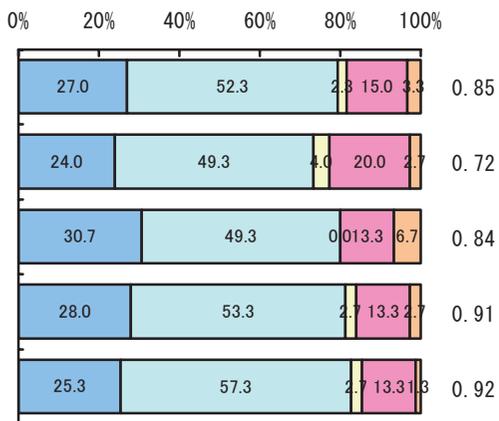
③スペシャリストなら出世や昇進は関係ない



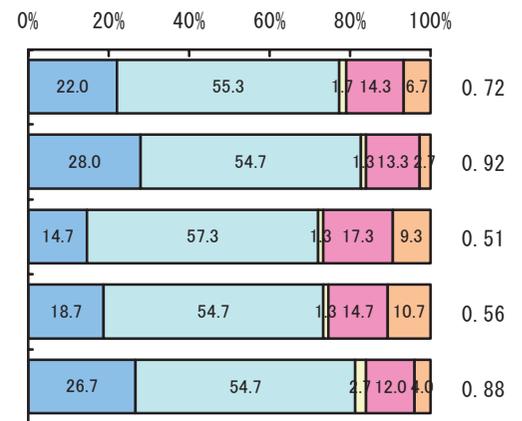
④グローバルな仕事のため複数言語を習得したい

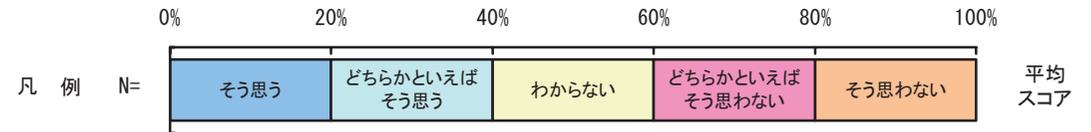


⑤責任ある仕事をこなして周囲に認められたい

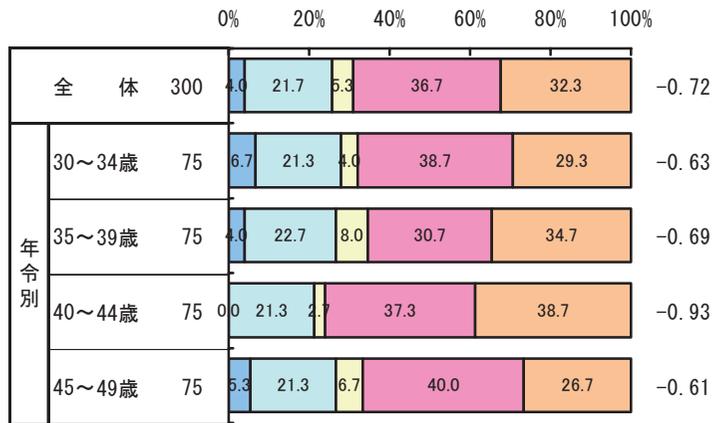


⑥与えられた仕事を確実にこなしていく方である

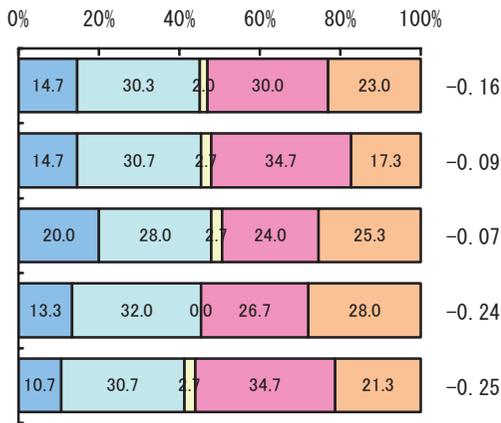




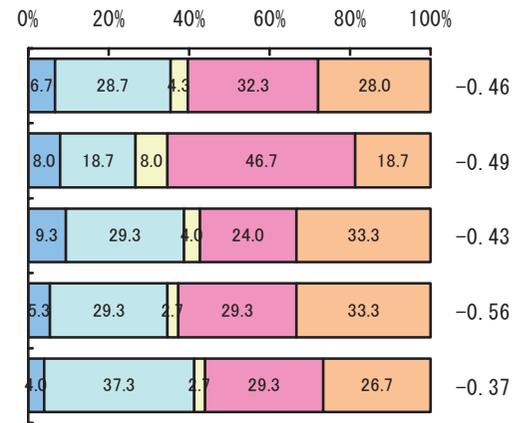
⑦ 趣味や興味と関連した仕事なら収入は関係ない



⑧ 経済的に困らないならば無理に働くことはない



⑨ 仕事は勤務時間の中でやれることだけで十分

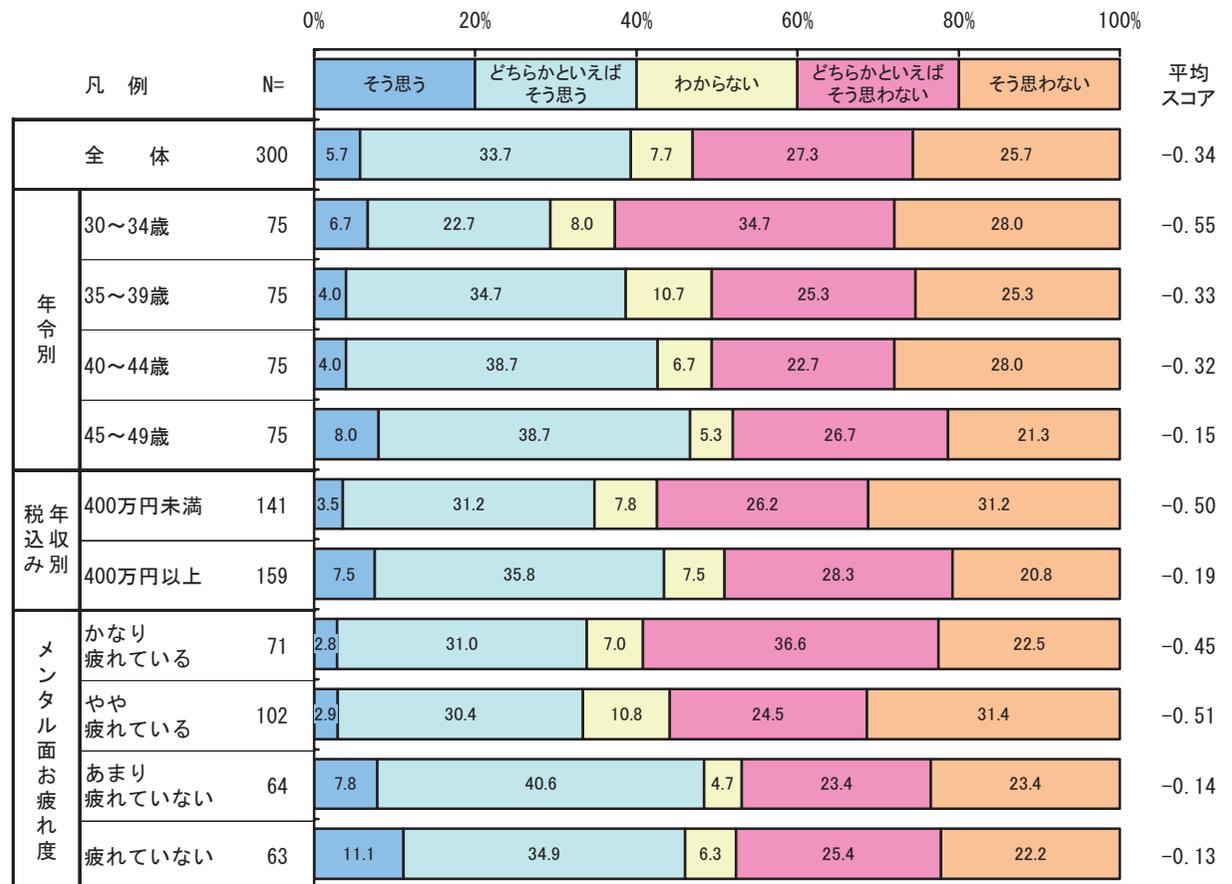


★年齢とともにアップする仕事の満足度

- 現在の仕事に対する満足度をみると、「満足している」という者が39%、「満足していない」という者が53%。およそ2人に1人が仕事に対して不満を持っている。
- 年齢別に比較すると、〈30～34歳〉で不満に思う者が最も多く、経年とともに満足度が増加するという傾向が顕著にみられている。
- 税込み年収別では、年収の少ない者の方が不満が大きい。
- メンタル面お疲れ度別では、疲れている者ほど不満が強く、仕事に対する不満とメンタル面での疲労とがリンクしている様子が見られる。

※メンタル面お疲れ度：「以前のように物事に楽しみがもてなくなった」など、メンタル面での意欲の低下などに関する9項目の設問での、該当する項目の多少で回答者を分類した

⑩今の自分の仕事には満足している



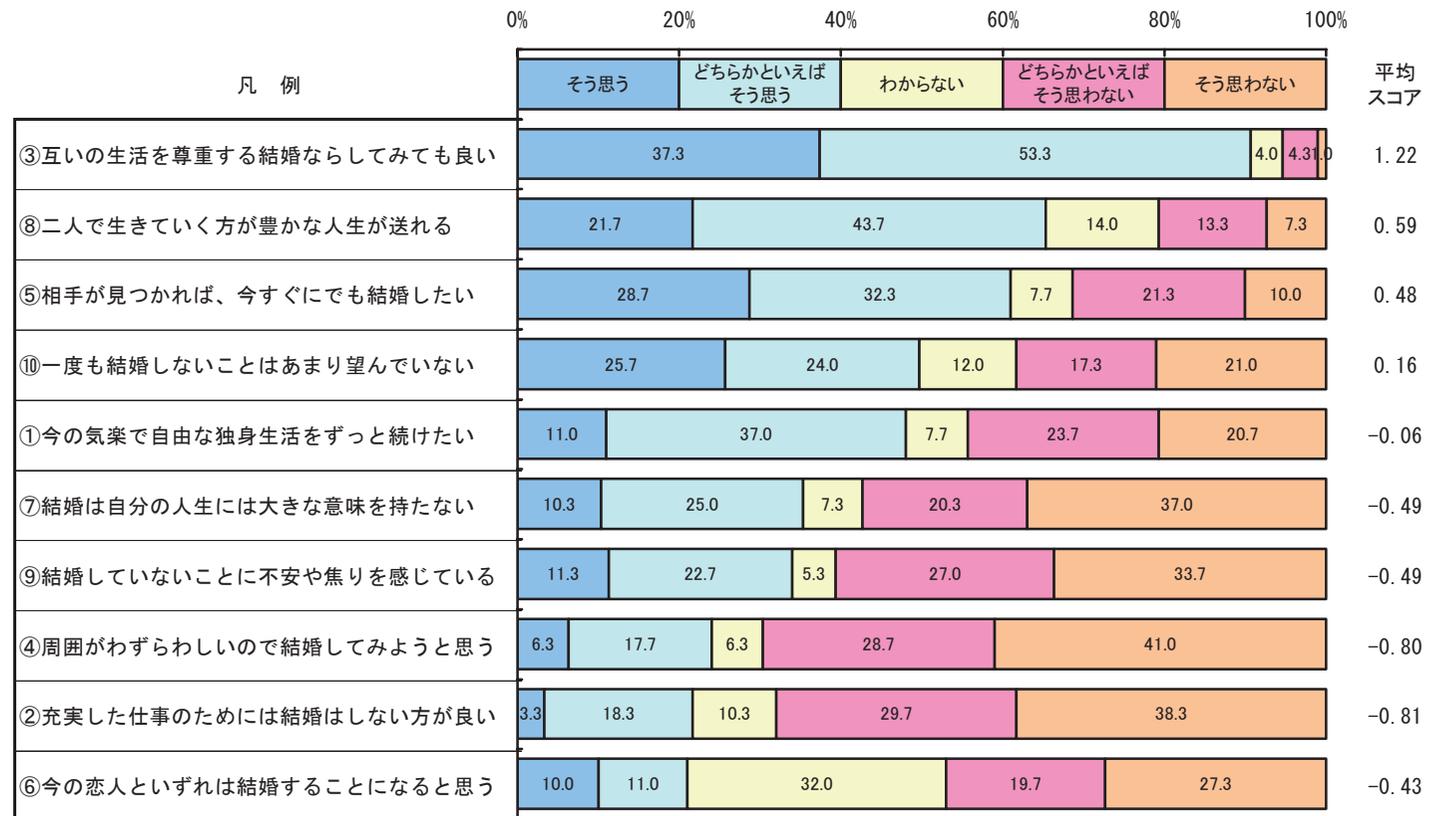
★40代は結婚よりも気楽で自由な独身生活

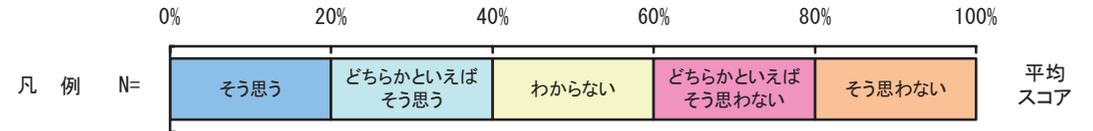
●結婚に関する10項目での回答をみると、「お互いの生活を尊重する結婚ならば、してみても良いと思う」が際立って多く、次いで「1人よりも2人で生きていく方が豊かな人生が送れる気がする」「自分に合う相手が見つければ、今すぐにも結婚したい」が上位にあげられている。逆に「そう思わない」が多かったのは、「周囲のプレッシャーがわずらわしいので、機会があれば結婚してみようと思う」「充実した仕事をしていくためには、結婚はしない方が良い」。

周囲のプレッシャーに負けて安易な結婚をするのはイヤだが、よい相手さえいれば結婚してみたいという意識がうかがわれる。ただし、一方で約半数は「今の気楽で自由な独身生活を、できればずっと続けていきたい」と思っており、結婚はしたいが今の気楽な独身生活も続けたいという、相反する意識が持たれている。

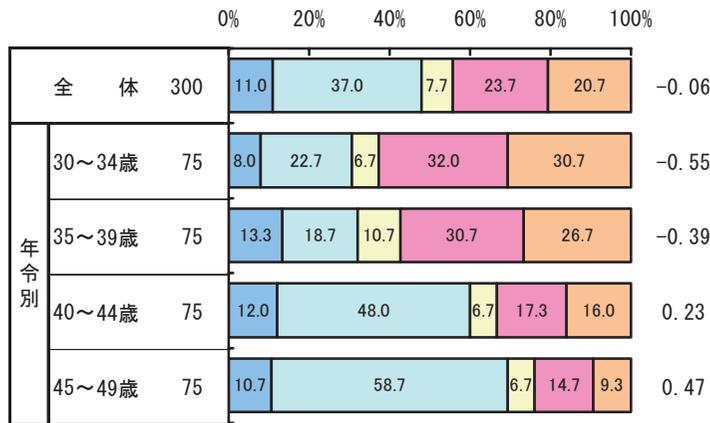
○年齢別にみると、経年とともに結婚志向が急激に減少している様子が明らか。

● 結婚について (N=300)

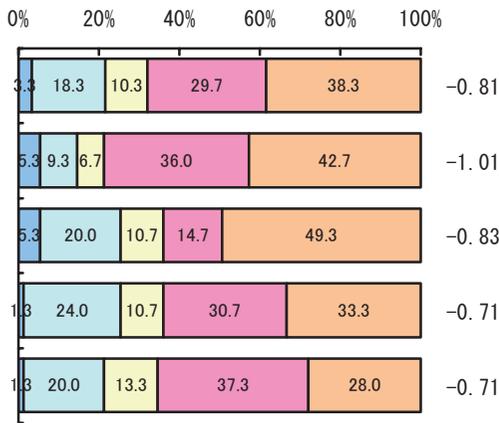




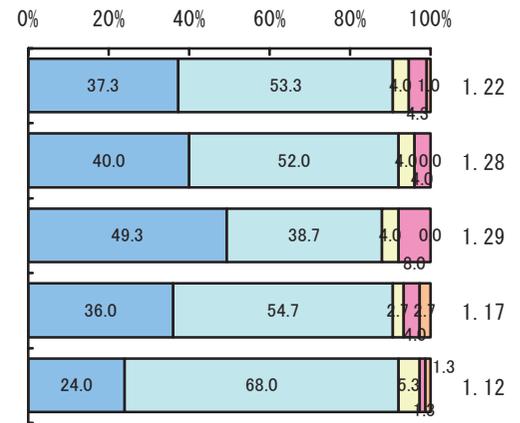
①今の気楽で自由な独身生活をずっと続けたい



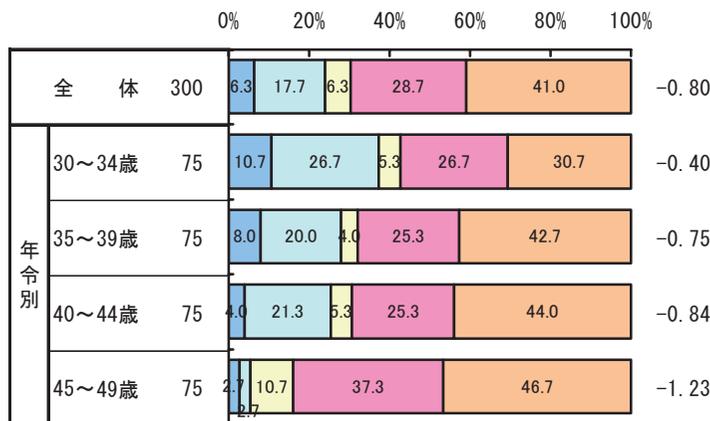
②充実した仕事のためには結婚はしない方が良い



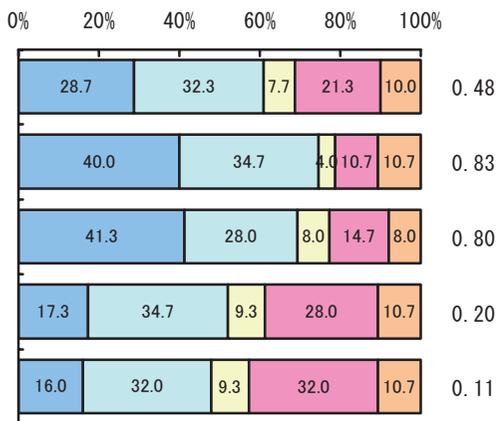
③互いの生活を尊重する結婚ならしても良い



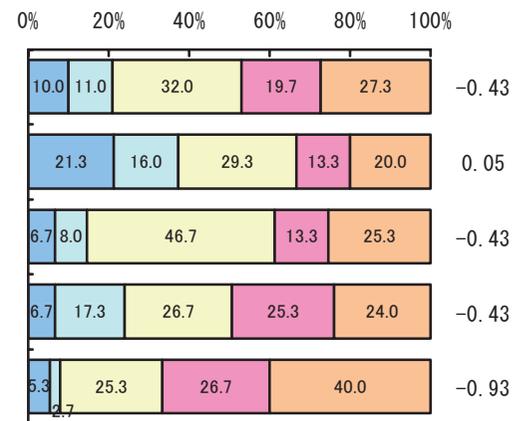
④周囲がわずらわしいので結婚してみようと思う

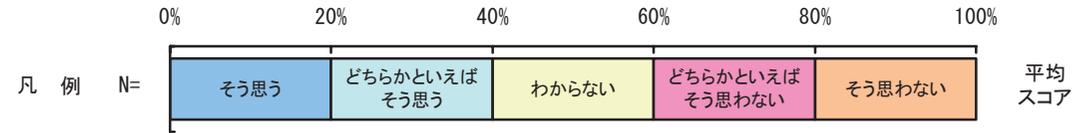


⑤相手が見つかれば、今すぐにでも結婚したい

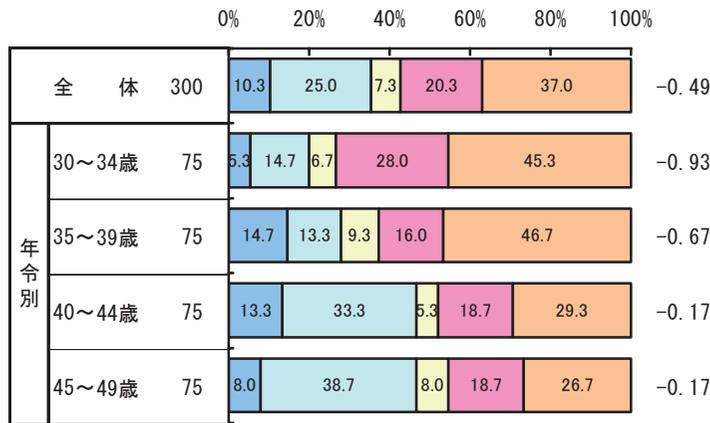


⑥今の恋人といずれは結婚することになると思う

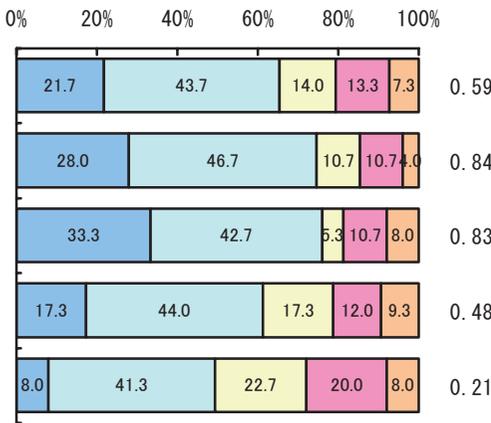




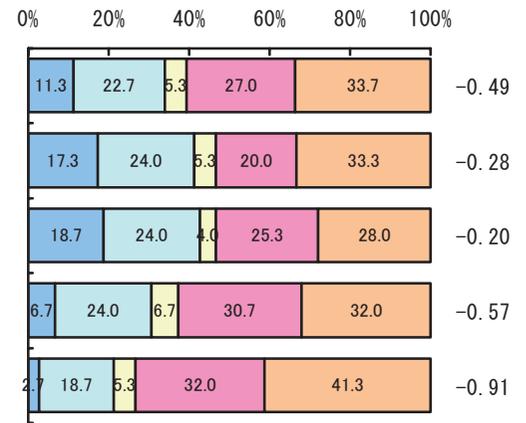
⑦結婚は自分の人生には大きな意味を持たない



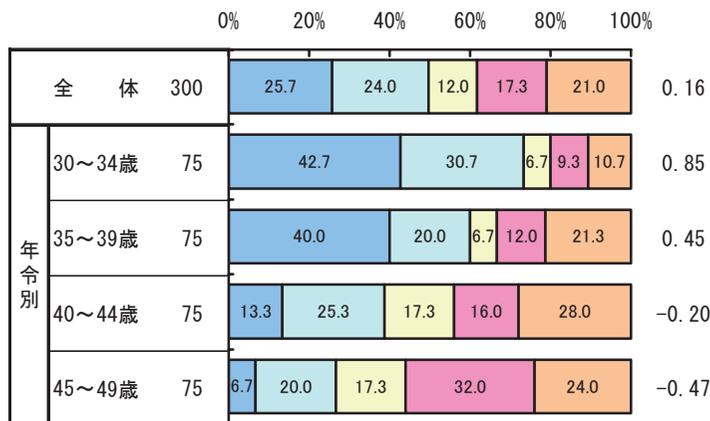
⑧二人で生きていく方が豊かな人生が送れる



⑨結婚していないことに不安や焦りを感じている



⑩一度も結婚しないことはあまり望んでいない



★理想の生き方は「結婚+子ども+仕事」

●理想とする女性の生き方をみると、「結婚し子どもを持つが、仕事も一生続ける」が37%、「結婚し子どもを持つが、結婚あるいは出産の機会にいったん退職し、子育て後に再び働く」が29%で、「結婚も、子どもも、仕事も」という欲張った生き方が理想とされている。

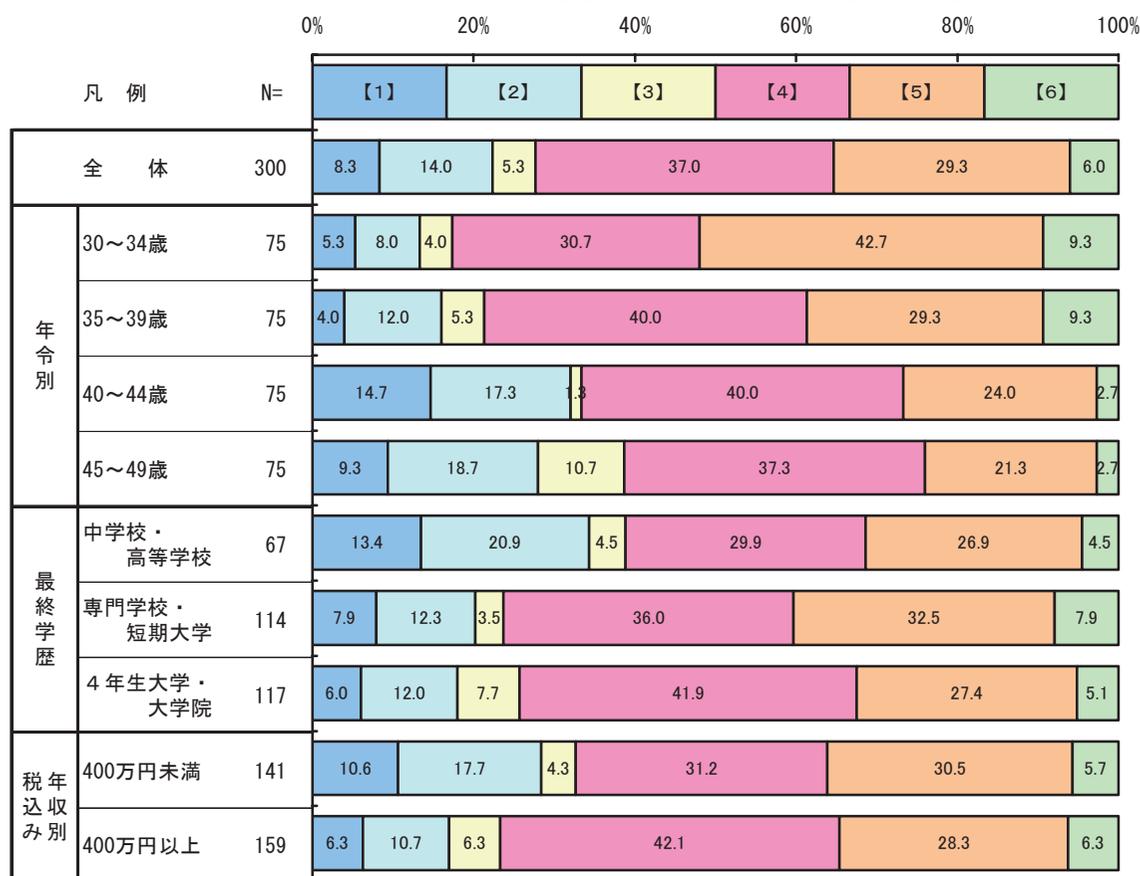
○年令別にみると、経年とともに「子育て後に再び働く」が減少、「子どもを持たず仕事を一生続ける【1+2】」が増加となっている。

○最終学歴別では、〈中学校・高等学校〉で「子どもを持たず仕事を一生続ける」という者が多いという差が目立っている。

○税込み年収別では、年収の少ない層で「子どもを持たず仕事を一生続ける」という者が多い。

●理想とする生き方

- 【1】 結婚せず、仕事を一生続ける
- 【2】 結婚するが子どもは持たず、仕事を一生続ける
- 【3】 結婚するが、子どもも仕事も持たない
- 【4】 結婚し子どもを持つが、仕事も一生続ける
- 【5】 結婚・出産時に退職し、子育て後に再び働く
- 【6】 結婚・出産時に退職し、後は仕事を持たない



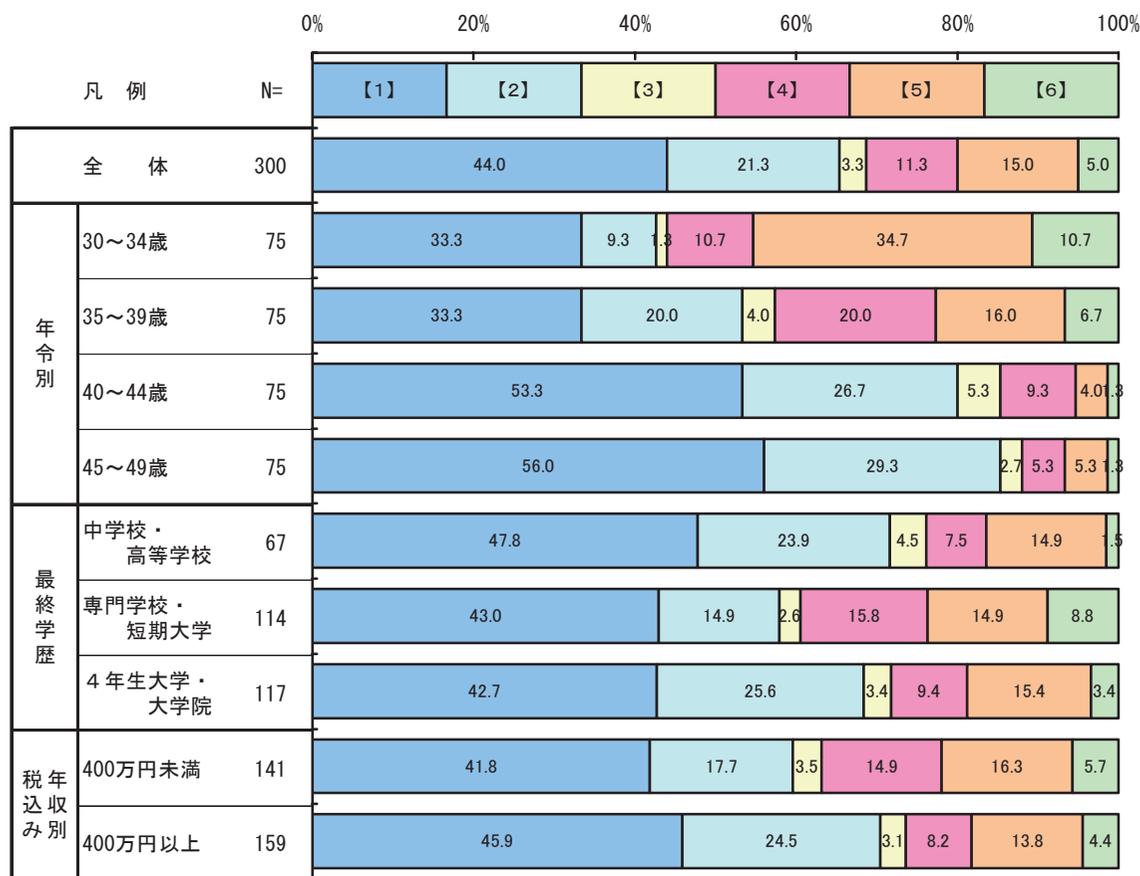
★理想は「結婚+子ども+仕事」だが、 予想は「仕事のみ」もしくは「結婚+仕事」

●実際になりそうな自分の人生をみると、「結婚せず、仕事を一生続ける」が44%、「結婚するが子どもは持たず、仕事を一生続ける」が21%で、理想の生き方との落差は大きい。

○年令別に比較すると、〈30～34歳〉では「結婚・出産時に退職し、子育て後に再び働く」が多いのに対し、〈40代〉になると「結婚せず、仕事を一生続ける」「結婚するが子どもは持たず、仕事を一生続ける」が80%以上となる。

● 予想される生き方

- 【1】 結婚せず、仕事を一生続ける
- 【2】 結婚するが子どもは持たず、仕事を一生続ける
- 【3】 結婚するが、子どもも仕事も持たない
- 【4】 結婚し子どもを持つが、仕事も一生続ける
- 【5】 結婚・出産時に退職し、子育て後に再び働く
- 【6】 結婚・出産時に退職し、後は仕事を持たない



★「結婚+子ども+仕事」を理想とする者ほど、予想との落差が大きい

●理想の生き方と予想される生き方とのギャップをみると、もっともギャップの小さいのが「結婚せず、仕事を続ける」という生き方を理想とする者であった。ただしこれは、現在が理想の生き方であり、現在の生き方をそのまま継続するだろうという者である。

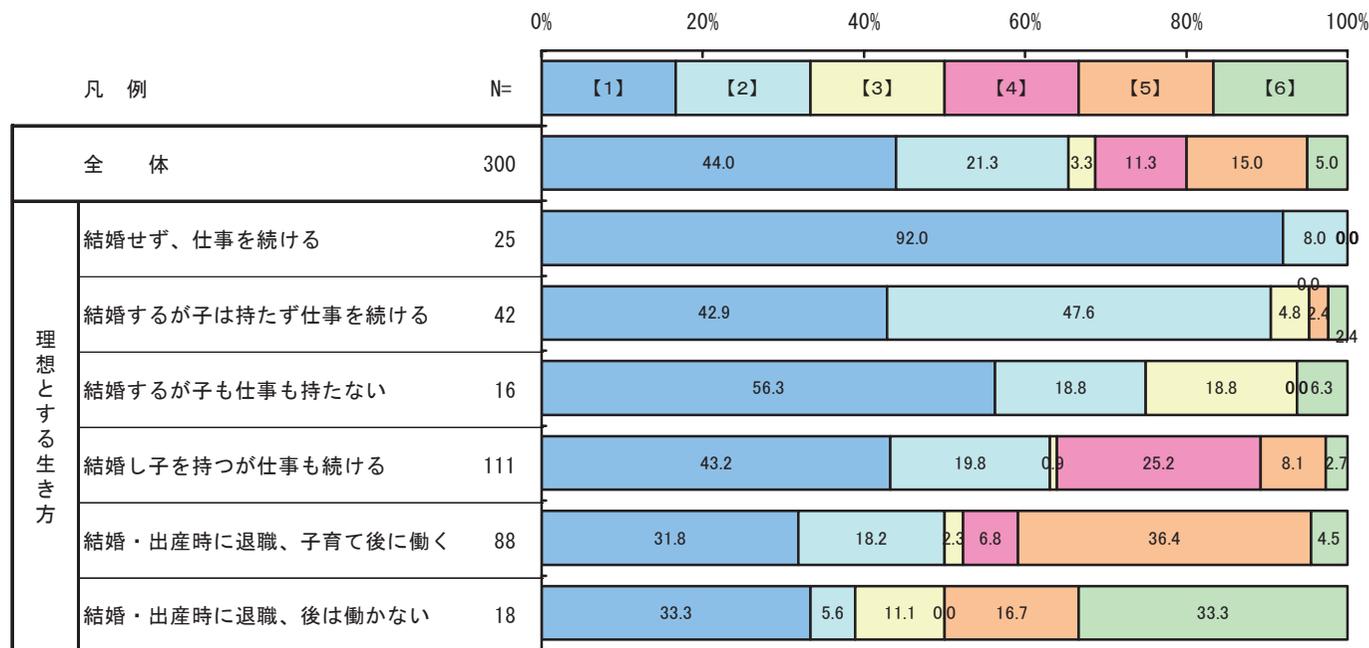
次いでギャップの小さいのが「結婚するが子は持たず仕事を続ける」という生き方を理想とする者で、48%が理想の生き方をするだろうと予想している。

逆にギャップの大きいのが「結婚し子どもを持つが仕事も続ける」という生き方を理想とする者で、理想通りの生き方をするだろうと予想している者は25%にとどまり、「結婚せず、仕事を一生続ける」と予想する者が43%を占めた。

※「結婚するが子ども仕事も持たない」「結婚・出産時に退職、後は働かない」はサンプル数僅少のため、参考程度にとどめられたい。

● 予想される生き方（2）

- 【1】 結婚せず、仕事を一生続ける
- 【2】 結婚するが子どもは持たず、仕事を一生続ける
- 【3】 結婚するが、子どもも仕事も持たない
- 【4】 結婚し子どもを持つが、仕事も一生続ける
- 【5】 結婚・出産時に退職し、子育て後に再び働く
- 【6】 結婚・出産時に退職し、後は仕事を持たない



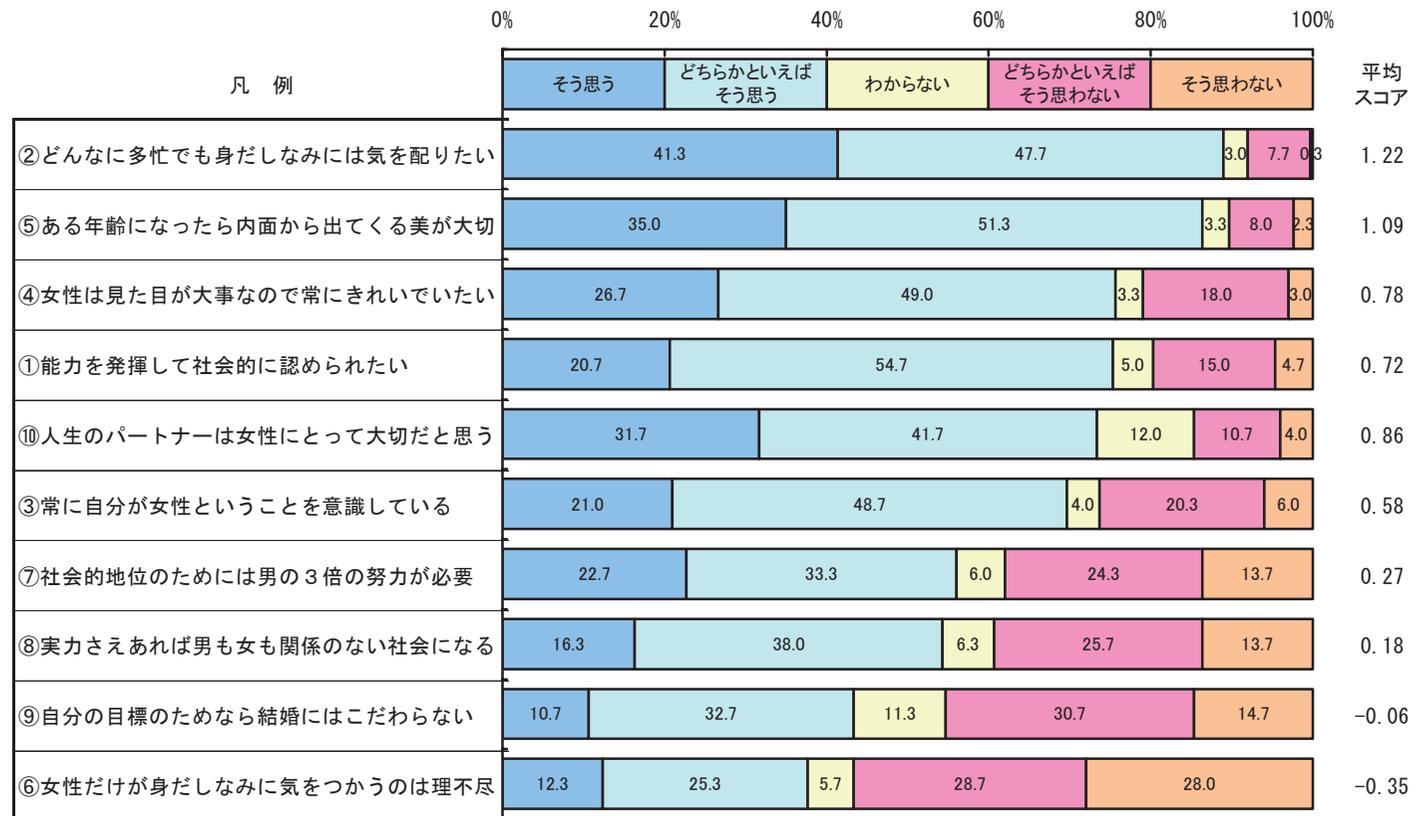
★見た目も大切にしていきたいが、能力も認められたい

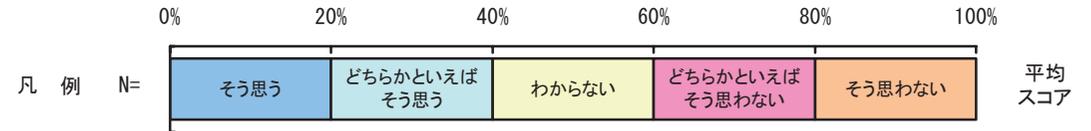
●女性の生き方に関する10項目での回答をみると、「仕事がどんなに忙しくても、「女」としての身だしなみには気を配っていたい」「ある年齢になったら、若づくりをするより内面から出てくる美が大切だと思う」「女性はやはり見た目が大事なので、常にきれいに磨いておこうと思う」など、女性らしさ、美しさといった外見にこだわると同時に、「自分の能力を発揮して、社会的にもっと認められるようになりたい」という要望も強く持たれている。

逆に「そう思わない」が多かったのが「仕事の場合なのに、女性だけが身だしなみやスタイルに気をつかうのは理不尽に感じる」という項目で、男性とは違って女性が身だしなみに気を使うのは当然といった意識が持たれている。

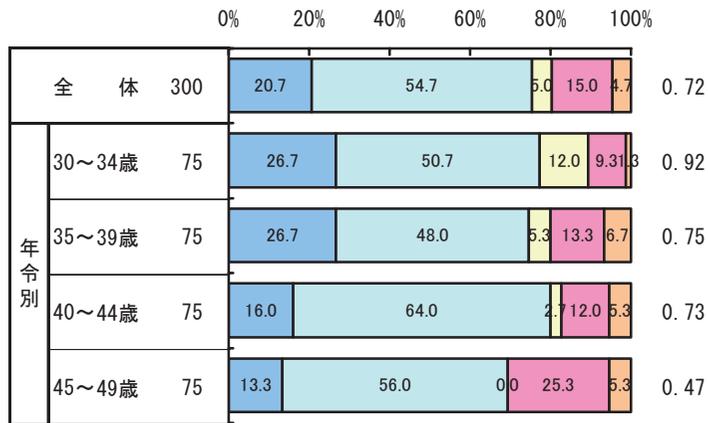
○年令別に比較すると、〈30～34歳〉で「女性だけが身だしなみに気を使うのは理不尽」だし、「実力があっても女性は不利」といった意識が持たれている。

● 女性の生き方について (N=300)

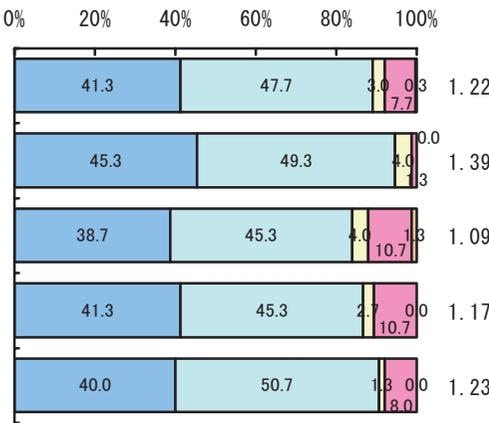




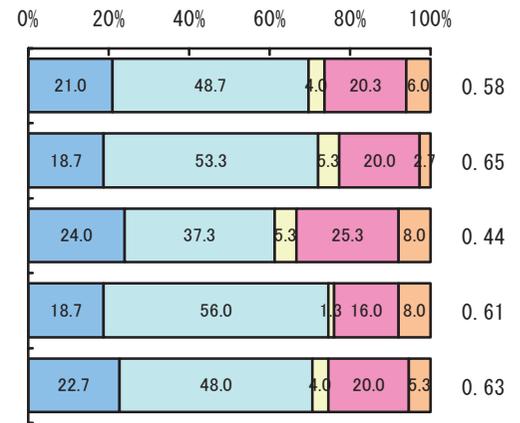
①能力を発揮して社会的に認められたい



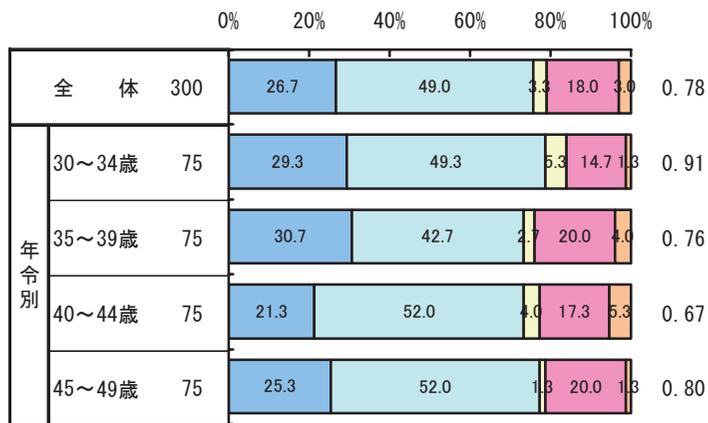
②どんなに多忙でも身だしなみには気を配りたい



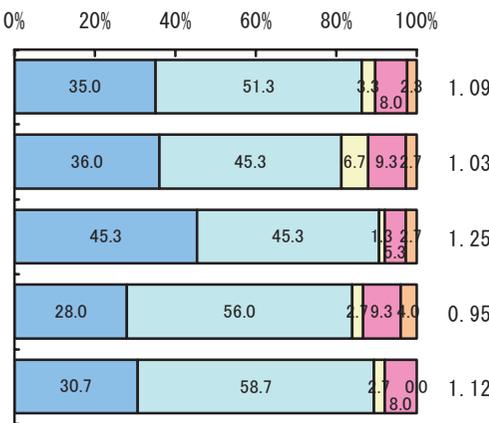
③常に自分が女性ということを意識している



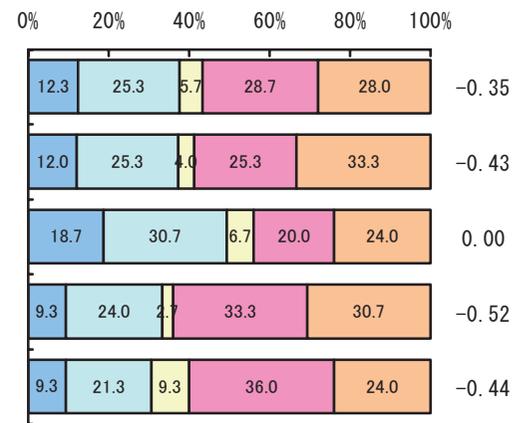
④女性は見た目が大事なので常にきれいでいたい

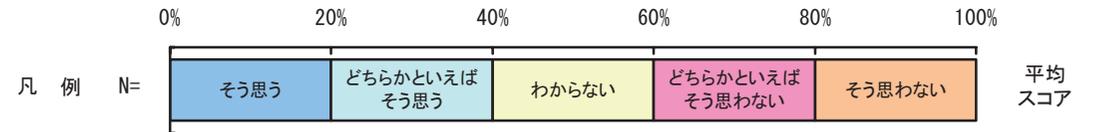


⑤ある年齢になったら内面から出てくる美が大切

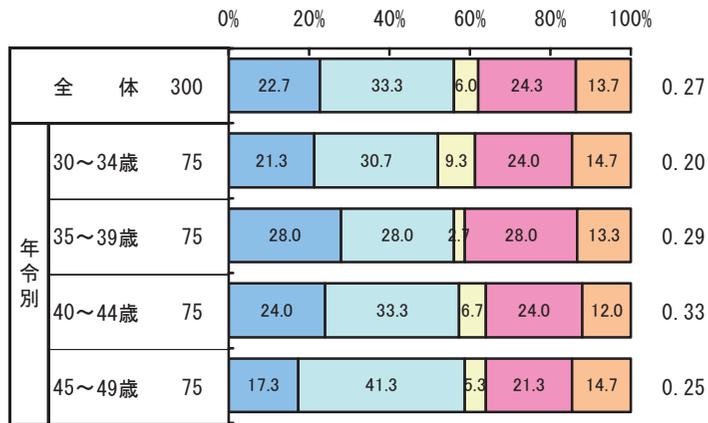


⑥女性だけが身だしなみに気をつかうのは理不尽

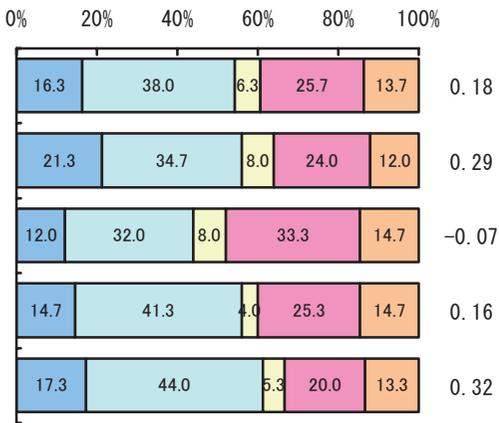




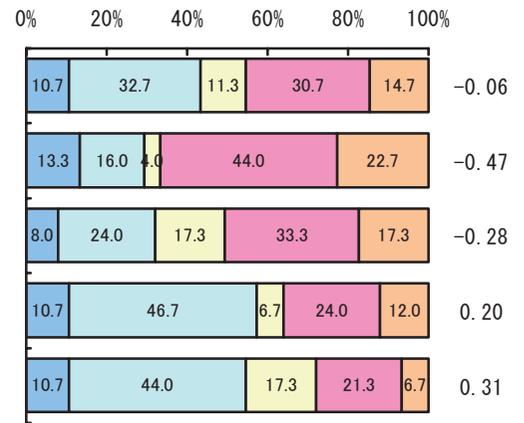
⑦社会的地位のためには男の3倍の努力が必要



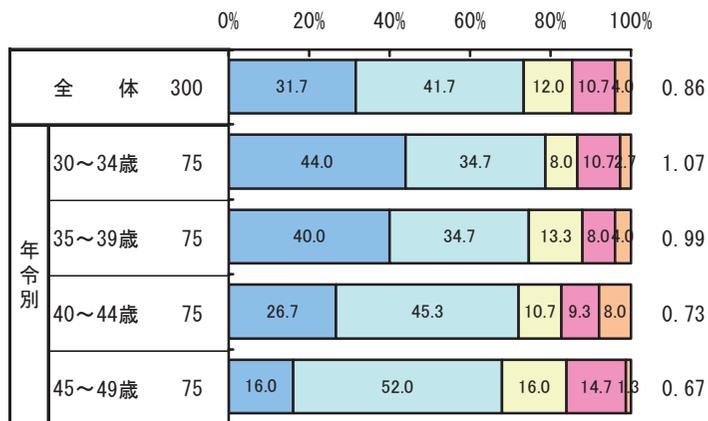
⑧実力さえあれば男も女も関係のない社会になる



⑨自分の目標のためなら結婚にはこだわらない



⑩人生のパートナーは女性にとって大切だと思う



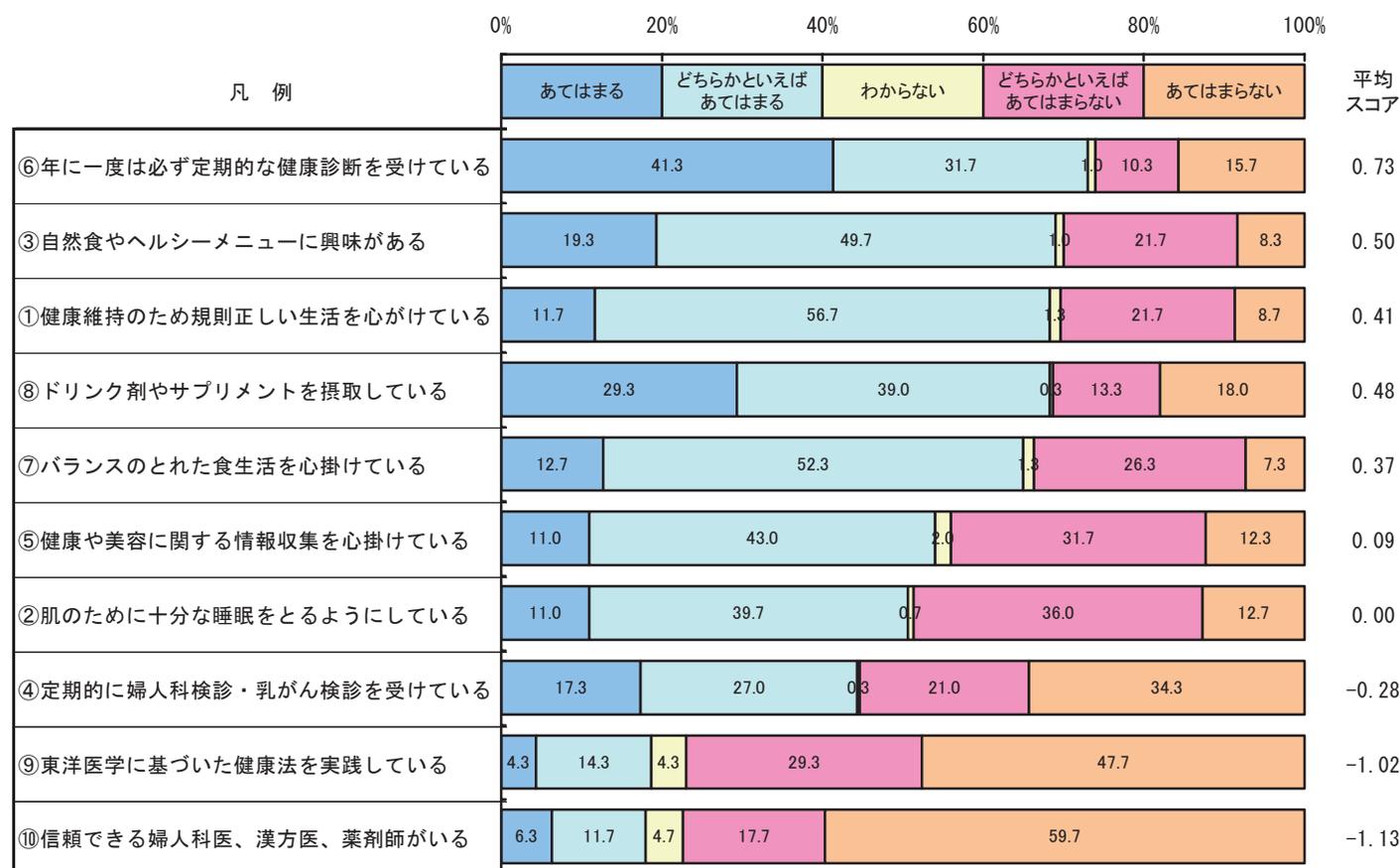
★70%強が年に一度は健康診断を受診

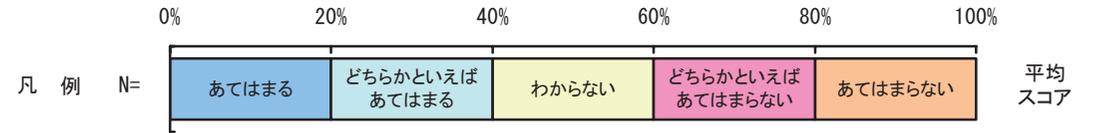
●健康や美容に関する10項目での意識・実態をみると、「年に一度は必ず定期的な健康診断を受けている」「栄養補給のためにドリンク剤やサプリメントを摂取している」「自然食やヘルシーメニューに興味がある」など、健康に気を使っている様子がうかがえる。

逆に該当者が少ないのは「漢方など、東洋医学に基づいた健康法を実践している」「信頼できる婦人科医、漢方医、薬剤師、セラピストがいる」など。

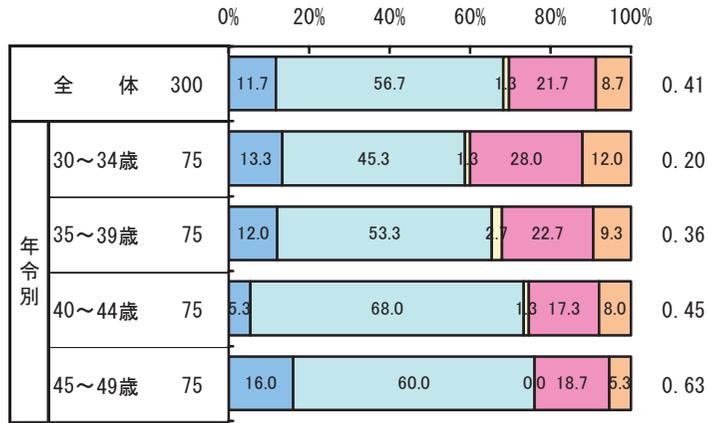
○年齢別に比較すると、年齢が上がるに従って「規則正しい生活を心掛ける」「定期的に婦人科検診・乳がん検診を受診」「バランスのとれた食生活を心掛ける」という者が増え、〈30～34歳〉は「ドリンク剤やサプリメントを摂取」、〈35～39歳〉では「自然食やヘルシーメニューに興味あり」という者が多い。

● 健康や美容について (N=300)

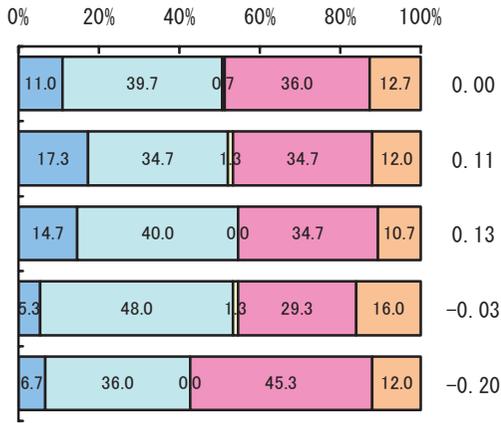




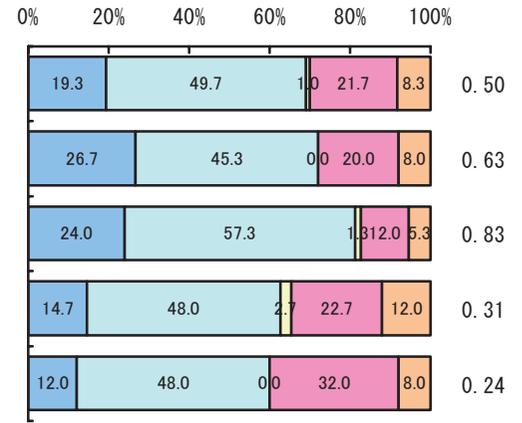
①健康維持のため規則正しい生活を心がけている



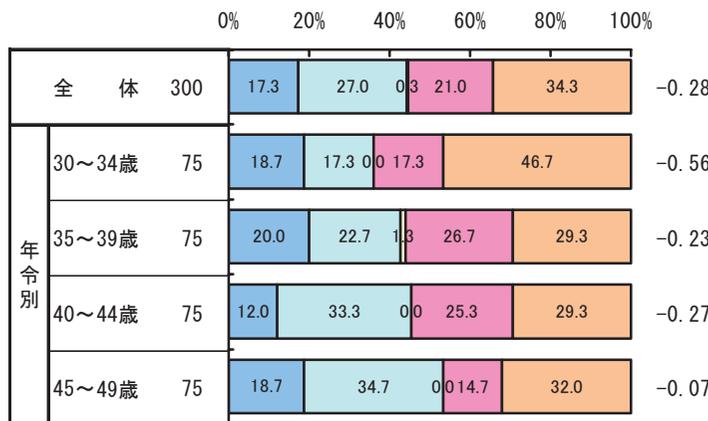
②肌のために十分な睡眠をとるようにしている



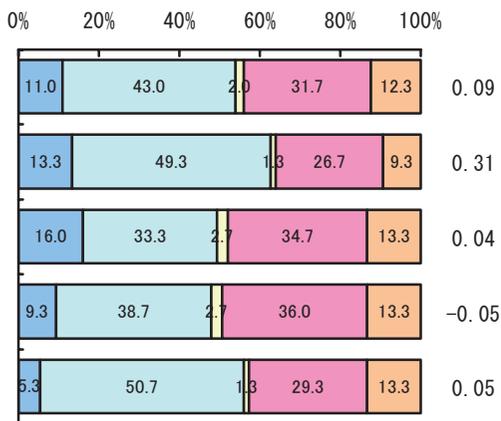
③自然食やヘルシーメニューに興味がある



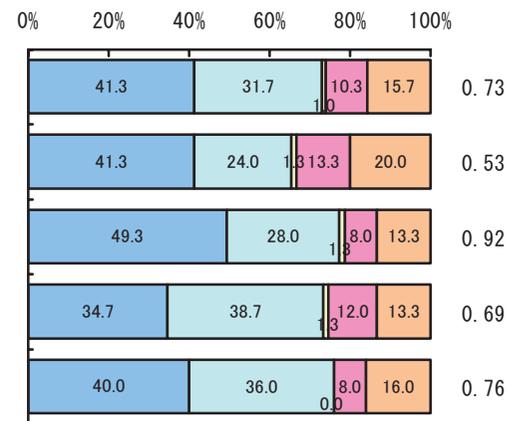
④定期的に婦人科検診・乳がん検診を受けている

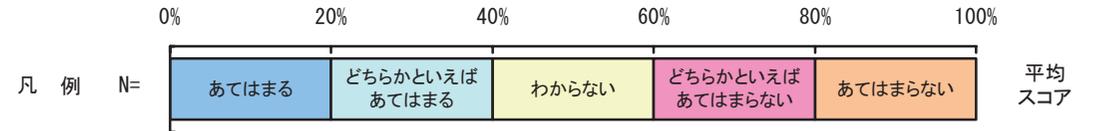


⑤健康や美容に関する情報収集を心掛けている

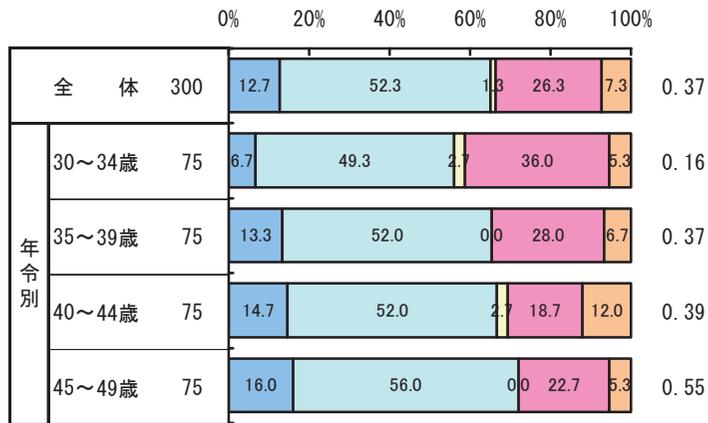


⑥年に一度は必ず定期的な健康診断を受けている

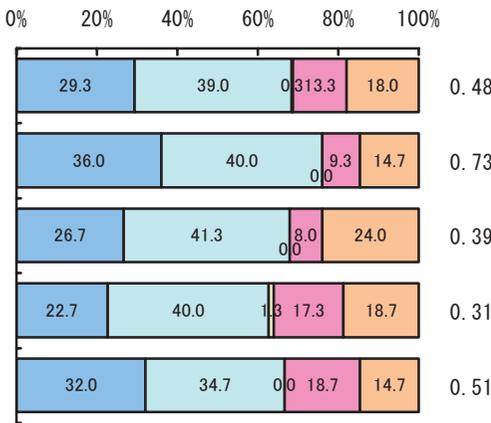




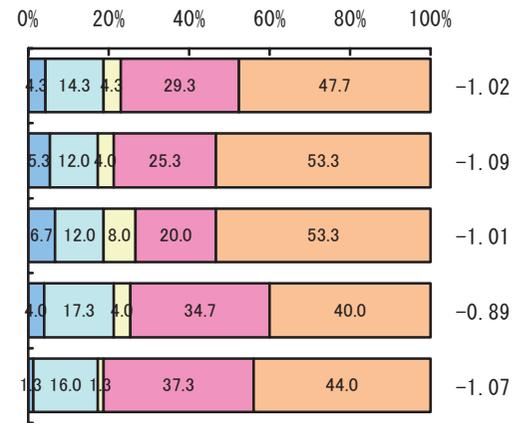
⑦ バランスのとれた食生活を心掛けている



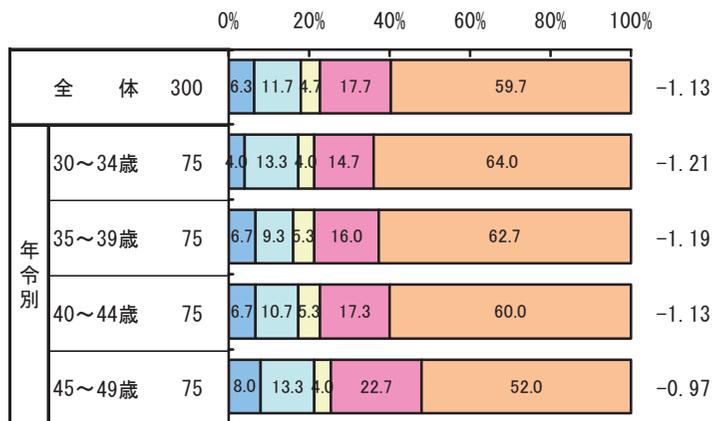
⑧ ドリンク剤やサプリメントを摂取している



⑨ 東洋医学に基づいた健康法を実践している



⑩ 信頼できる婦人科医、漢方医、薬剤師がいる



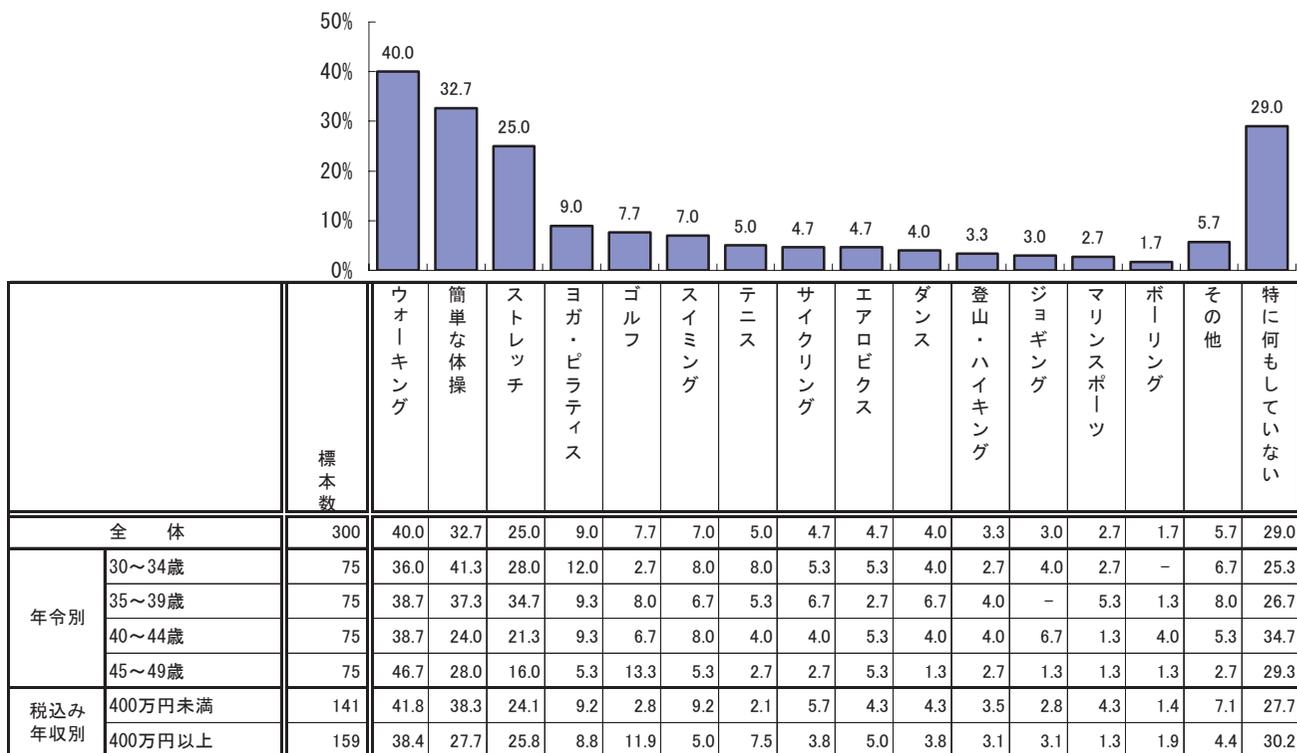
★30代前半は「簡単な体操」、40代後半は「ウォーキング」

●健康や美容のために日頃から行っていることの上位にあげられているのは「ウォーキング」40%、「簡単な体操」33%、「ストレッチ」25%。ただし、「特に何もしていない」という者も29%を占める。

○年齢別にみると、〈30～34歳〉でいちばん多いのは「簡単な体操」であるが、年齢があがるに従ってそれが「ウォーキング」へとシフトしていく。また、いちばん「何もしていない」のが〈40～44歳〉であるが、〈45～49歳〉になると、「ウォーキング」「ゴルフ」をする者が増加となっている。

○年収別に比較すると、年収の高い層になると「ゴルフ」「テニス」をする者が増えるという差が顕著である。

● 健康や美容のために日頃から行っていること



★30代は「エステティックサロン」「ネイルサロン」、40代は「鍼灸院」

●健康・美容に関連する施設の利用状況をみると、最も利用率の高いのが「温泉」29%、「マッサージ」27%。次いで「フィットネスクラブ」16%、「整体・カイロプラクティック」14%、「エステティックサロン」13%。それなりに健康・美容のためにお金をかけている様子がうかがえる。

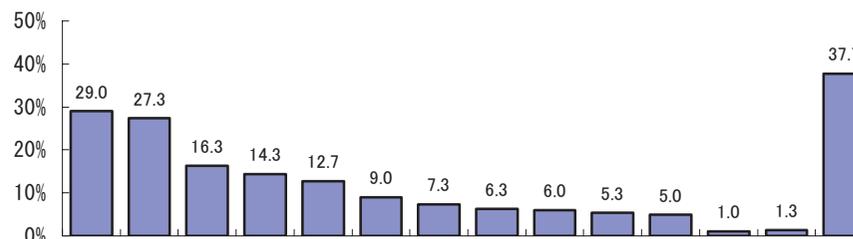
ただし、「特に利用しているものはない」という者も38%を占めている。

○年齢別に比較すると、〈40代〉になると「特に利用しているものはない」が急に増えるという差がみられている。特に「エステティックサロン」「ネイルサロン」の利用率は〈40代〉で下がる。逆に〈40代〉で増えるのは「鍼灸院」。

○年収別の比較では、高年収層で「エステティックサロン」「ネイルサロン」「温泉」の利用率が高い。

○メンタル面お疲れ度別では、疲労度の強い者ほど各種施設を利用して心身の疲れを癒している、というような傾向はみられなかった。

● 日頃から利用している施設



		標本数	温泉	マッサージ	フィットネスクラブ	整体・カイロプラクティック	エステティックサロン	ネイルサロン	スパサロン	レディースクリニック	鍼灸院	診療内科	アロマサロン	カウンセリング	その他	特に利用しているものはない
全体		300	29.0	27.3	16.3	14.3	12.7	9.0	7.3	6.3	6.0	5.3	5.0	1.0	1.3	37.7
年齢別	30～34歳	75	30.7	32.0	17.3	13.3	14.7	14.7	9.3	8.0	2.7	8.0	5.3	1.3	2.7	29.3
	35～39歳	75	28.0	29.3	17.3	18.7	16.0	10.7	6.7	6.7	2.7	4.0	6.7	-	1.3	29.3
	40～44歳	75	30.7	26.7	17.3	14.7	12.0	5.3	8.0	2.7	10.7	4.0	5.3	1.3	-	41.3
	45～49歳	75	26.7	21.3	13.3	10.7	8.0	5.3	5.3	8.0	8.0	5.3	2.7	1.3	1.3	50.7
税込み年収別	400万円未満	141	25.5	29.1	14.2	17.7	7.1	5.7	7.8	5.0	5.0	3.5	3.5	0.7	0.7	41.1
	400万円以上	159	32.1	25.8	18.2	11.3	17.6	11.9	6.9	7.5	6.9	6.9	6.3	1.3	1.9	34.6
メンタル面お疲れ度	かなり疲れている	71	32.4	23.9	15.5	14.1	15.5	8.5	9.9	8.5	8.5	7.0	7.0	-	1.4	32.4
	やや疲れている	102	33.3	34.3	16.7	15.7	17.6	13.7	6.9	5.9	3.9	4.9	6.9	-	2.0	32.4
	あまり疲れていない	64	21.9	23.4	12.5	14.1	7.8	3.1	9.4	6.3	9.4	6.3	3.1	3.1	-	53.1
	疲れていない	63	25.4	23.8	20.6	12.7	6.3	7.9	3.2	4.8	3.2	3.2	1.6	1.6	1.6	36.5

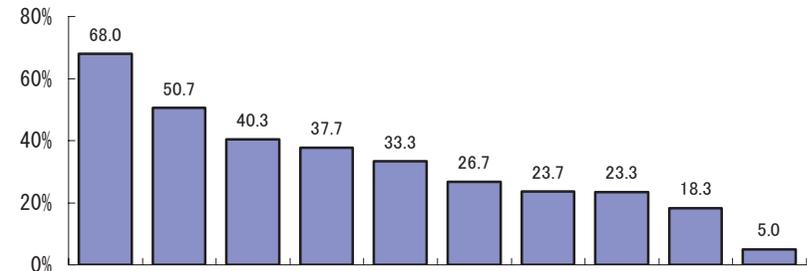
★ちょっとしたことでいらいらして、ちょっとしたことで涙ぐむ30代前半

●現在の体調・精神状態としては、「身体の健康については、以前よりも気になる点が増えたように思える」が68%で最も多く、次いで「新しいことを始めるのに、以前よりもよけいに力が必要になってきた」51%、「自分の見かけが以前よりも老けて見えるような気がする」40%、「以前よりも、朝起きた時に疲れた感じがする」38%などが上位にあげられている。

「あてはまるものはひとつもない」は5%で、ほとんどの者はなんらかの項目に該当しており、9項目での平均該当数は3.2項目であった。

○年齢別に比較すると、特に年齢が上がるに従って該当項目数が増えるというような傾向にはなっていない。〈30代〉に比較して〈40代〉で「健康について気になる点が増えたように思う」「新しいことを始めるのに以前よりも力が必要」と感じている者は多いが、「ちょっとしたことでいらいらするようになった」「ちょっとしたことで涙ぐむようになった」は若い層ほど多いという傾向が顕著である。

● 現在の体調・精神状態

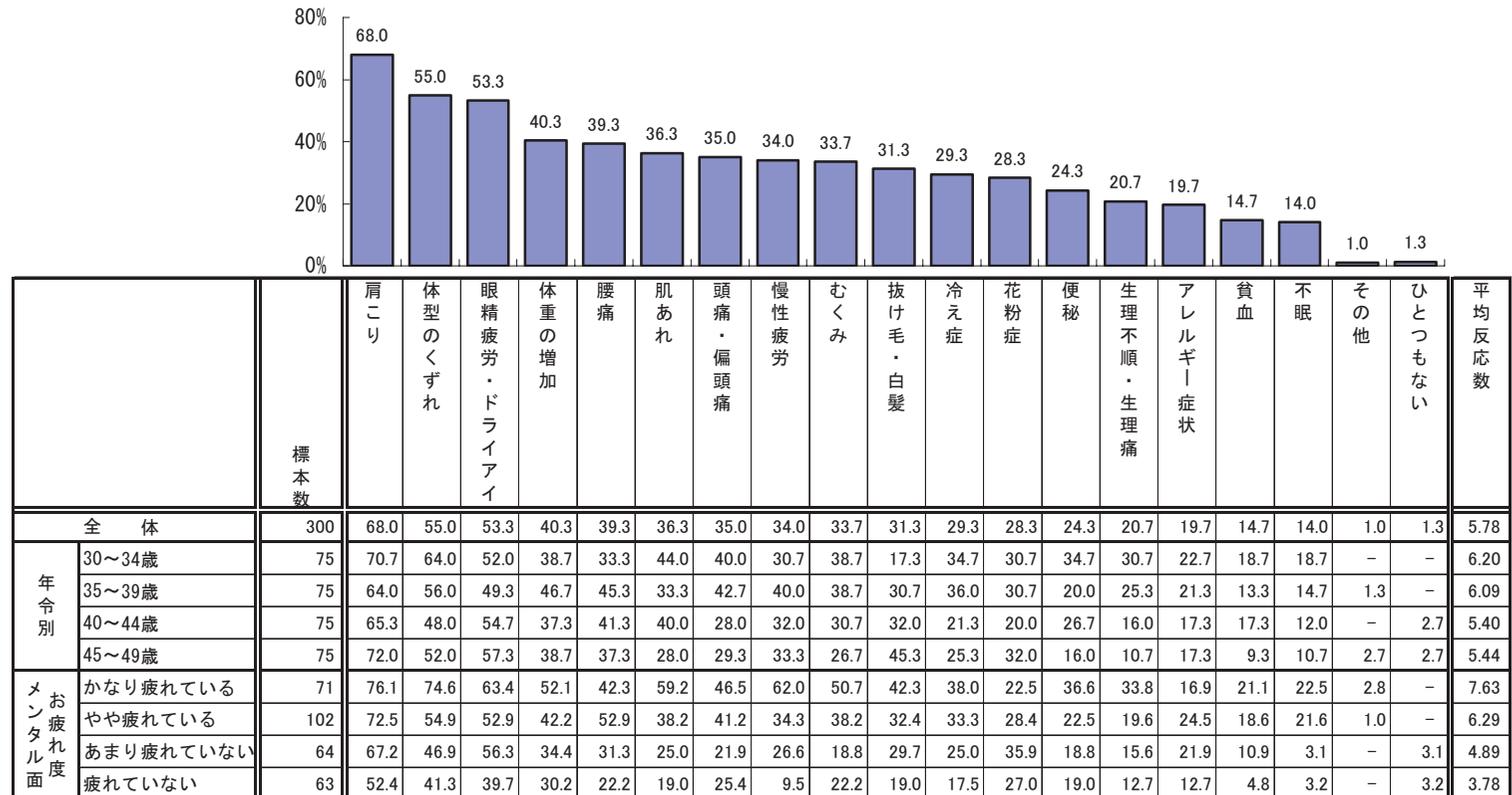


		標本数	健康に気になる点が増えたように思える	新しいことを始めるのに以前よりもよけいに力が必要になってきた	自分の見かけが以前よりも老けて見えるような気がする	以前よりも朝起きた時に疲れた感じがする	ちょっとしたことでいらいらするようになった	ちょっとしたことで涙ぐむようになった	他人や心に対して興味や関心がなくなった	自信が落ちてきた	以前物事に楽しくなかった	あてはまるものはない	平均反応数
全体		300	68.0	50.7	40.3	37.7	33.3	26.7	23.7	23.3	18.3	5.0	3.22
年齢別	30～34歳	75	64.0	46.7	45.3	33.3	49.3	34.7	20.0	25.3	20.0	5.3	3.39
	35～39歳	75	65.3	49.3	30.7	44.0	36.0	29.3	24.0	28.0	21.3	5.3	3.28
	40～44歳	75	72.0	53.3	37.3	37.3	30.7	25.3	26.7	25.3	20.0	4.0	3.28
	45～49歳	75	70.7	53.3	48.0	36.0	17.3	17.3	24.0	14.7	12.0	5.3	2.93

★さまざまな症状に悩まされているのは40代よりも30代／★メンタル面での疲労がさまざまな症状となって表面化

- 日頃から気になっている症状の上位は、「肩こり」68%、「体型のくずれ」55%、「眼精疲労・ドライアイ」53%である。ほとんどの者はなんらかの症状を気にしており、18項目での平均該当数は5.8項目であった。
- 一般的には年齢が上がるに従って健康に問題が出てくるものであるが、30～40代未婚女性の場合、〈40代〉よりも〈30代〉で気になっている症状が多い。特に「頭痛・偏頭痛」「冷え性」「体型のくずれ」「生理不順・生理痛」「不眠」などは、〈40代〉よりも〈30代〉で気になっている者の多い症状となっている。
- メンタル面お疲れ度別に比較すると、メンタル面での疲労がさまざまな症状となって表面化している様子が非常に顕著にみられている。「肩こり」「体型のくずれ」「眼精疲労・ドライアイ」「体重の増加」「肌荒れ」「頭痛・偏頭痛」「慢性疲労」「むくみ」「抜け毛・白髪」「冷え性」「便秘」「生理不順・生理痛」「貧血」「不眠」、いずれもメンタル面での疲労を抱えている者ほど気にしている症状である。メンタル面での疲労がさまざまな症状となって表面化し、それがストレスとなってさらにメンタル疲労が蓄積する、そういったスパイラル構造に陥っている様子がうかがわれる。

● 日頃から気になっている症状



★幅広くお金を使う20代前半、趣味に絞り込まれていく40代後半

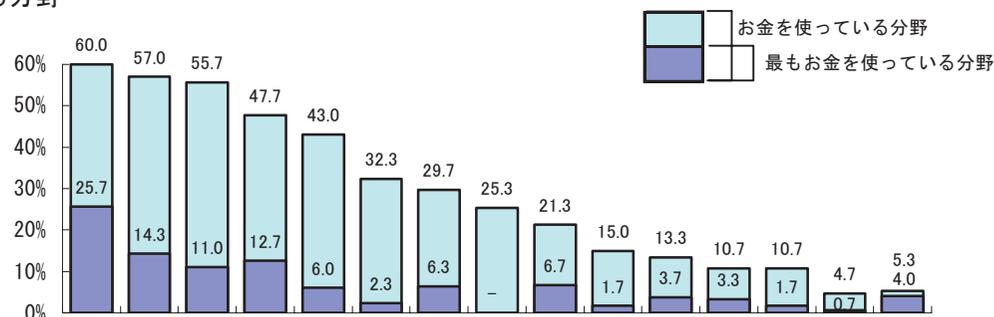
●お金を使っている分野のベスト3は「趣味」60%、「飲食費」57%、「洋服」56%。次いで「旅行」「交際費」「靴・バッグ」「貯金」と続いて、「インナー」は8番目。

最もお金を使っている分野は26%の「趣味」が突出して多く、「インナー」と回答した者は皆無であった。

○年令別に比較すると、若い層ほど幅広くお金を使っているが、年齢が上がるに従ってそれが絞り込まれていく傾向となっている。「インナー」にお金をかけているという者も、年齢が上がるに従って減少となっている。

最もお金を使っている分野でみると、年齢があがって絞り込まれていく分野が「趣味」であることは明白。

● お金を使っている分野



		標本数	趣味	飲食費	洋服	旅行	交際費	靴・バッグ	貯金	インナー	エステ・美容関係	貴金属・アクセサリー	資格取得	投資	恋人	ギャンブル	その他	平均反応数	
使っている分野	全体	300	60.0	57.0	55.7	47.7	43.0	32.3	29.7	25.3	21.3	15.0	13.3	10.7	10.7	4.7	5.3	4.32	
	年令別	30~34歳	75	61.3	78.7	81.3	54.7	65.3	49.3	37.3	42.7	29.3	21.3	14.7	6.7	16.0	4.0	1.3	5.64
		35~39歳	75	57.3	62.7	53.3	48.0	44.0	30.7	29.3	20.0	26.7	24.0	12.0	12.0	6.7	4.0	5.3	4.36
		40~44歳	75	57.3	53.3	42.7	34.7	34.7	28.0	32.0	20.0	17.3	8.0	16.0	12.0	6.7	9.3	6.7	3.79
		45~49歳	75	64.0	33.3	45.3	53.3	28.0	21.3	20.0	18.7	12.0	6.7	10.7	12.0	13.3	1.3	8.0	3.48
最もお金を使っている分野	全体	300	25.7	14.3	11.0	12.7	6.0	2.3	6.3	-	6.7	1.7	3.7	3.3	1.7	0.7	4.0		
	年令別	30~34歳	75	16.0	13.3	20.0	9.3	12.0	4.0	8.0	-	12.0	1.3	1.3	-	1.3	1.3	-	
		35~39歳	75	20.0	16.0	8.0	18.7	5.3	4.0	5.3	-	6.7	4.0	4.0	2.7	-	-	5.3	
		40~44歳	75	29.3	17.3	12.0	10.7	1.3	-	9.3	-	4.0	-	4.0	4.0	1.3	1.3	5.3	
		45~49歳	75	37.3	10.7	4.0	12.0	5.3	1.3	2.7	-	4.0	1.3	5.3	6.7	4.0	-	5.3	

## ● お金を使っている分野

		標本数	趣味	飲食費	洋服	旅行	交際費	靴・バッグ	貯金	インナー	美容関係 エステ・	貴金属・ アクセサリー	資格取得	投資	恋人	ギャンブル	その他	平均反応数
全 体		300	60.0	57.0	55.7	47.7	43.0	32.3	29.7	25.3	21.3	15.0	13.3	10.7	10.7	4.7	5.3	4.32
税込み 年収別	400万円未満	141	56.0	61.7	53.2	41.8	46.1	31.9	22.0	26.2	17.7	9.9	12.8	5.7	12.1	5.7	5.0	4.08
	400万円以上	159	63.5	52.8	57.9	52.8	40.3	32.7	36.5	24.5	24.5	19.5	13.8	15.1	9.4	3.8	5.7	4.53
月間の 自由に使える 金額	3万円未満	42	45.2	33.3	38.1	19.0	42.9	19.0	19.0	19.0	4.8	7.1	11.9	4.8	14.3	-	14.3	2.93
	3～5万円未満	81	63.0	51.9	49.4	35.8	43.2	21.0	34.6	21.0	12.3	9.9	11.1	9.9	6.2	2.5	6.2	3.78
	5～7万円未満	66	63.6	65.2	66.7	59.1	45.5	36.4	24.2	30.3	21.2	15.2	19.7	12.1	10.6	9.1	3.0	4.82
	7～10万円未満	56	55.4	58.9	58.9	50.0	39.3	39.3	35.7	23.2	30.4	14.3	14.3	10.7	12.5	3.6	-	4.46
	10万円以上	55	67.3	70.9	61.8	70.9	43.6	47.3	30.9	32.7	38.2	29.1	9.1	14.5	12.7	7.3	5.5	5.42
同居家族別	家族と同居	134	59.0	64.2	53.7	53.7	44.8	35.1	35.8	27.6	26.9	16.4	13.4	9.7	11.2	4.5	2.2	4.58
	一人暮らし	134	64.9	50.0	57.5	45.5	41.8	29.9	26.1	20.9	17.9	16.4	13.4	11.9	10.4	5.2	8.2	4.20

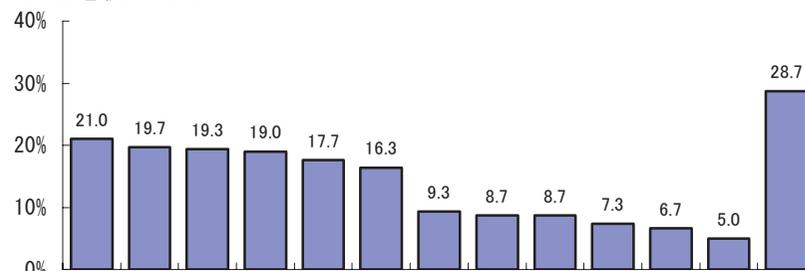
## ● 最もお金を使っている分野

		標本数	趣味	飲食費	洋服	旅行	交際費	靴・バッグ	貯金	インナー	美容関係 エステ・	貴金属・ アクセサリー	資格取得	投資	恋人	ギャンブル	その他	平均反応数
全 体		300	25.7	14.3	11.0	12.7	6.0	2.3	6.3	-	6.7	1.7	3.7	3.3	1.7	0.7	4.0	
税込み 年収別	400万円未満	141	31.2	14.9	12.1	10.6	7.1	2.1	5.0	-	5.0	1.4	4.3	1.4	0.7	1.4	2.8	
	400万円以上	159	20.8	13.8	10.1	14.5	5.0	2.5	7.5	-	8.2	1.9	3.1	5.0	2.5	-	5.0	
月間の 自由に使える 金額	3万円未満	42	33.3	7.1	7.1	7.1	11.9	-	-	-	2.4	4.8	7.1	2.4	4.8	-	11.9	
	3～5万円未満	81	30.9	17.3	8.6	6.2	4.9	1.2	12.3	-	7.4	1.2	2.5	2.5	-	-	4.9	
	5～7万円未満	66	30.3	19.7	7.6	16.7	3.0	1.5	3.0	-	1.5	-	1.5	6.1	3.0	3.0	3.0	
	7～10万円未満	56	17.9	14.3	12.5	14.3	8.9	3.6	7.1	-	10.7	1.8	5.4	1.8	1.8	-	-	
	10万円以上	55	14.5	9.1	20.0	20.0	3.6	5.5	5.5	-	10.9	1.8	3.6	3.6	-	-	1.8	
同居家族別	家族と同居	134	23.1	14.2	12.7	14.2	6.0	3.0	9.7	-	6.7	3.0	2.2	1.5	0.7	0.7	2.2	
	一人暮らし	134	30.6	11.9	7.5	11.9	4.5	2.2	4.5	-	7.5	0.7	5.2	5.2	2.2	0.7	5.2	

★高年収層の自分へのごほうびは「海外旅行」、低年収層の自分へのごほうびは「服」

- この1年間に「自分へのごほうび」として何かにお金を使った者は71%。使った対象は「服」21%、「バッグ」20%、「いつもより豪華な食事」「海外旅行」19%、「国内旅行」18%、「アクセサリ」16%など。
- 年齢別にみると、「自分へのごほうび」にお金を使っているのは〈40代〉よりも〈30代〉。〈30～34歳〉では「靴・ブーツ」「腕時計」、〈35～39歳〉では「アクセサリ」「国内旅行」の多さが特徴となっている。
- 税込み年収別に比較すると、高年収層では「海外旅行」が最も多く、次いで「バッグ」「アクセサリ」「国内旅行」、低年収層では「服」が最も多く、次いで「いつもより豪華な食事」「バッグ」となっている。

● 自分へのごほうびとしてお金を使ったもの



	標本数	服	バッグ	いつもより豪華な食事	海外旅行	国内旅行	アクセサリ	ケーキなど有名スイーツ	腕時計	靴・ブーツ	宝飾品	エステ	その他	お金は使っていない	平均反応数	
		全体	300	21.0	19.7	19.3	19.0	17.7	16.3	9.3	8.7	8.7	7.3	6.7	5.0	28.7
年齢別	30～34歳	75	28.0	22.7	21.3	20.0	17.3	17.3	6.7	13.3	16.0	6.7	5.3	2.7	22.7	1.77
	35～39歳	75	24.0	24.0	20.0	20.0	22.7	24.0	12.0	5.3	6.7	9.3	14.7	5.3	21.3	1.88
	40～44歳	75	12.0	17.3	17.3	20.0	12.0	13.3	9.3	6.7	9.3	5.3	5.3	8.0	37.3	1.36
	45～49歳	75	20.0	14.7	18.7	16.0	18.7	10.7	9.3	9.3	2.7	8.0	1.3	4.0	33.3	1.33
税込み年収別	400万円未満	141	23.4	17.0	19.9	13.5	14.9	11.3	11.3	8.5	7.8	5.0	4.3	3.5	30.5	1.40
	400万円以上	159	18.9	22.0	18.9	23.9	20.1	20.8	7.5	8.8	9.4	9.4	8.8	6.3	27.0	1.75
月間の自由に使える金額	3万円未満	42	14.3	14.3	16.7	14.3	14.3	7.1	9.5	2.4	4.8	7.1	2.4	4.8	35.7	1.12
	3～5万円未満	81	18.5	18.5	19.8	16.0	19.8	12.3	9.9	7.4	12.3	8.6	6.2	12.3	22.2	1.62
	5～7万円未満	66	19.7	24.2	22.7	22.7	22.7	24.2	15.2	12.1	6.1	6.1	3.0	4.5	25.8	1.83
	7～10万円未満	56	28.6	19.6	14.3	17.9	8.9	17.9	5.4	12.5	10.7	8.9	8.9	-	33.9	1.54
	10万円以上	55	23.6	20.0	21.8	23.6	20.0	18.2	5.5	7.3	7.3	5.5	12.7	-	30.9	1.65

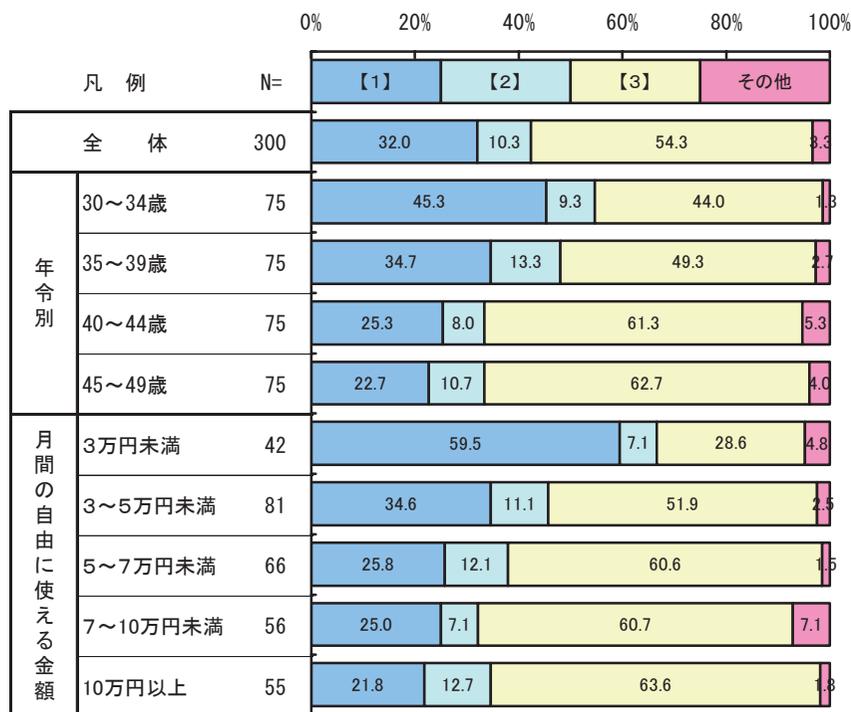
★大切なのは、もっと買いたくなるインナー

●インナーに使っている金額の持つ意味をみると、「買いたいものを買って、だいたいその金額となっている」が54%、「もっと買いたいがお金が足りない」が32%、「もっと買えるが、欲しい商品がない」が10%となっている。特に我慢をしているわけではなく、買いたいものを買っているというのがほぼ過半数となっている。

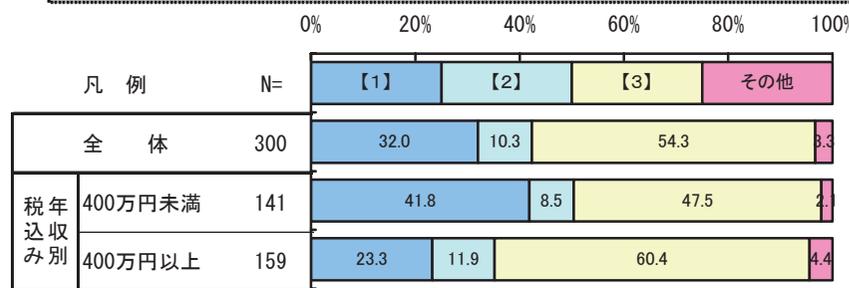
○年齢別に比較すると、〈30代〉では「もっと買いたいがお金が足りない」、〈40代〉では「買いたいものを買っている」が多いという差が顕著である。

○年収別では低年収層、月間の自由に使える金額別では金額の小さい層ほど、「もっと買いたいが、お金が足りない」という者が多い。

●使った金額の位置づけ



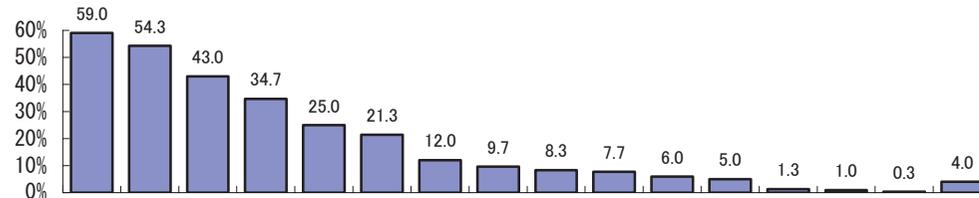
【1】もっと買いたいが、お金が足りない  
 【2】もっと買えるが、欲しい商品がない  
 【3】買いたいものを買って、だいたいこの位の金額となっている



★30代前半はさまざまなタイミングをとらえてはインナーを購入

- インナーを購入しようと思うタイミングとしては、「インナーが寿命だなと思った時」59%、「気に入ったインナーが見つかった時」54%が上位にあげられ、次いで「バーゲンセールの時」43%、「季節が変わった時」35%、「気分転換をしたいと思った時」25%等となっている。
- 年齢別に比較すると、若い層ほど「気に入ったインナーが見つかった時」が多いという傾向が顕著にみられている。また、「気分転換をしたいと思った時」「旅行の前」「初めてのデートや合コンなど勝負!の時」など、〈30～34歳〉が他層を明らかに上回り、ちょっとした気分やイベントといったさまざまなタイミングをとらえては、インナーを購入している様子がうかがえる。

● インナーを購入しようと思うタイミング

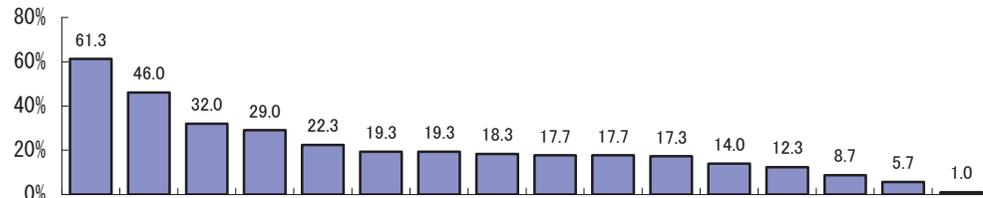


		標本数	インナーが寿命だなと思った時	気に入ったインナーが見つかった時	バーゲンセールの時	季節が変わった時	気分転換をしたいと思った時	旅行の前	体型が変わったと感じた時	新しいアウトターを購入した時	新作インナーが発売された時	ボーイフレンドとの時	初めてのデートや勝負!の時	合コンなど勝つ!の時	体重が増えた、または減ったと感じた時	重要な勝負!の時	一年の終わり	その他	特に決まっていない
全 体		300	59.0	54.3	43.0	34.7	25.0	21.3	12.0	9.7	8.3	7.7	6.0	5.0	1.3	1.0	0.3	4.0	
年 令 別	30～34歳	75	57.3	66.7	46.7	36.0	42.7	28.0	10.7	12.0	9.3	16.0	13.3	4.0	2.7	-	-	-	
	35～39歳	75	66.7	56.0	48.0	24.0	14.7	20.0	10.7	8.0	12.0	9.3	6.7	8.0	-	1.3	1.3	4.0	
	40～44歳	75	56.0	50.7	37.3	37.3	24.0	22.7	10.7	12.0	9.3	4.0	1.3	2.7	1.3	1.3	-	5.3	
	45～49歳	75	56.0	44.0	40.0	41.3	18.7	14.7	16.0	6.7	2.7	1.3	2.7	5.3	1.3	1.3	-	6.7	

★年齢が上がるに従って「かわいいタイプ」から「肌にやさしいタイプ」へ

- 普段選んでいるインナーのタイプとしては、「アウターにひびかない機能的なタイプ」が61%で突出しており、次いで「シンプルなタイプ」46%、「ブラジャー&ショーツがセットのタイプ」32%、「バストラインがきれいに出るタイプ」29%等となっている。
- 年齢別に比較すると、若い層ほど「ブラジャー&ショーツがセットのタイプ」「かわいいタイプ」が多く、年齢が上がるにしたがって「肌にやさしい天然素材を使ったタイプ」が増えるという差が顕著にみられている。

● 普段選んでいるインナーのタイプ



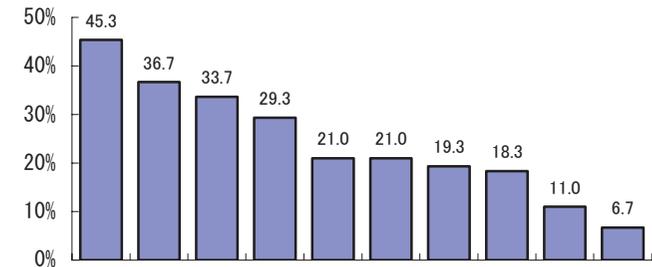
		標本数	アウターにひびかない機能的なタイプ	シンプルなタイプ	ブラジャー&ショーツがセットのタイプ	バストラインがきれいに出るタイプ	レースがきれいなタイプ	フェミニンなタイプ	を使ったやさしい天然素材	しっかりと体型を補正してくれるタイプ	レースがアウターにひびかないタイプ	締め付け感のないゆったりタイプ	ヒップラインがきれいなタイプ	かわいいタイプ	セクシーなタイプ	スポーティーなタイプ	ゴージャスなタイプ	その他
全体		300	61.3	46.0	32.0	29.0	22.3	19.3	19.3	18.3	17.7	17.7	17.3	14.0	12.3	8.7	5.7	1.0
年齢別	30~34歳	75	61.3	49.3	40.0	26.7	18.7	22.7	8.0	20.0	16.0	8.0	18.7	21.3	16.0	8.0	5.3	-
	35~39歳	75	57.3	42.7	34.7	36.0	26.7	20.0	13.3	22.7	24.0	22.7	22.7	13.3	16.0	8.0	5.3	1.3
	40~44歳	75	61.3	42.7	30.7	28.0	21.3	22.7	16.0	14.7	20.0	16.0	13.3	9.3	9.3	10.7	2.7	-
	45~49歳	75	65.3	49.3	22.7	25.3	22.7	13.3	33.3	14.7	16.0	20.0	12.0	8.0	8.0	9.3	1.3	-

★30代前半は機能性と効果でインナーを選び、40代後半は着けごちでインナーを選ぶ

●インナーに関する意見・態度等をみると、「インナーはとにかく着けごちを優先している」が45%で突出して多く、次いで「インナーは見えないものだが、良いものを身につけていたいし、なるべくそうしている」が37%、「機能が優れているといわれると、つい買ってみようかという気になる」が34%、「いくつになっても、女であることを意識できるインナーを身につけていたいと思う」が29%等となっている。

○年齢別に比較すると、年齢が上がるにしたがって「とにかく着けごちを優先」という傾向が強くなり、逆に〈30～34歳〉では「機能が優れている」「理想的な体型をつくる効果」「洋服を着た時にいかに美しく見せるか」といった機能、効果を重視するという特性が認められる。

● インナーに関する意見・態度



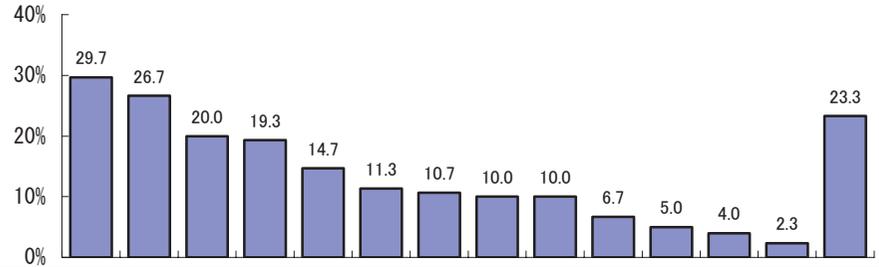
		標本数	インナーはとにかく着けごちを優先している	見えないものだが、良いものを身につけていたいし、なるべくそうしている	機能が優れているといわれると、つい買ってみようかという気になる	インナーを身につけていたい	理想的な体型をつくる効果	女性的に美しく見せるのが重要	洋服を着た時にいかに美しく見せるかが重要	恋人がいないとインナーに無頓着になる	なかなか買いたい商品に出会わない	あてはまるものはひとつもない
全 体		300	45.3	36.7	33.7	29.3	21.0	21.0	19.3	18.3	11.0	6.7
年 令 別	30～34歳	75	33.3	41.3	45.3	25.3	29.3	25.3	22.7	29.3	5.3	6.7
	35～39歳	75	46.7	36.0	26.7	32.0	30.7	26.7	25.3	16.0	14.7	5.3
	40～44歳	75	48.0	38.7	33.3	36.0	13.3	10.7	14.7	18.7	10.7	10.7
	45～49歳	75	53.3	30.7	29.3	24.0	10.7	21.3	14.7	9.3	13.3	4.0

★ユーザーの不満は、自分に合ったサイズ、気に入ったデザイン・色の不足

●インナー購入時の店や商品に対する不満をみると、「サイズがフィットする商品がない」30%、「気に入ったデザインの商品がない」27%が上位にあげられ、次いで「価格が高い割には耐久性がない」20%、「気に入った色の商品がない」19%等となっている。

○年令別にみると、「体重の増加」を気にする者の多い(35~39歳)で、極端に「サイズがフィットする商品がない」をあげる者が多い。

● 店や商品に対する不満



		標本数	サイズがフィットする商品がない	気に入ったデザインの商品がない	価格が高い割には耐久性がない	気に入った色の商品がない	締め付けの強い商品ばかりだ	素材が肌に合わないことが多い	くれる商品がきれいに整えて	休日インナーがつけられない	好きだった商品がなくなつた	デザインが好きな商品が多い	自分の年代に見つからない	身体を保護した商品がない	その他	あてはまるものはない
全体		300	29.7	26.7	20.0	19.3	14.7	11.3	10.7	10.0	10.0	6.7	5.0	4.0	2.3	23.3
年令別	30~34歳	75	25.3	30.7	26.7	20.0	10.7	8.0	18.7	12.0	6.7	6.7	4.0	4.0	4.0	21.3
	35~39歳	75	46.7	26.7	16.0	20.0	17.3	8.0	8.0	9.3	8.0	8.0	1.3	2.7	-	22.7
	40~44歳	75	22.7	29.3	21.3	26.7	13.3	10.7	9.3	8.0	16.0	5.3	6.7	5.3	4.0	22.7
	45~49歳	75	24.0	20.0	16.0	10.7	17.3	18.7	6.7	10.7	9.3	6.7	8.0	4.0	1.3	26.7

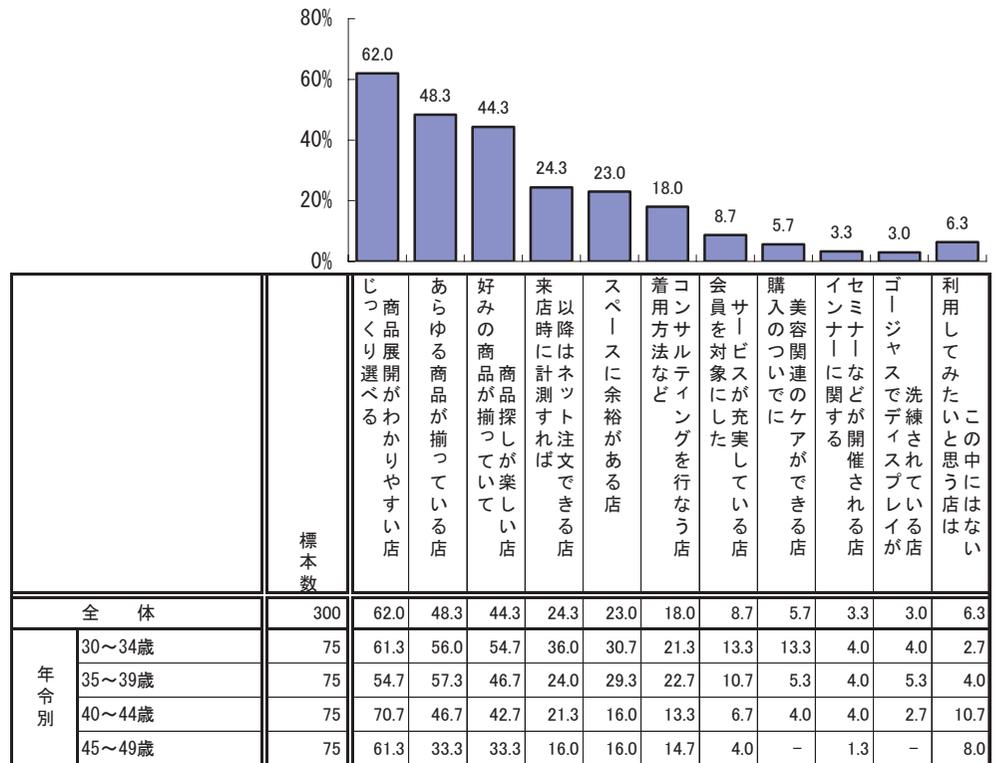
★求めるのは、自分ひとりで商品選びを楽しめる品揃え

- インナー購入で利用してみたい店のトップは「1人でじっくりと商品が選べるよう、商品展開の方法がわかりやすい店」62%。そして、「あらゆる商品が揃っている店」48%、「自分の好みの商品がいつでも揃っていて、商品を探したり選んだりすることが楽しい店」44%。

様々な付加サービスがあることより、品揃えが充実していて自分ひとりでじっくりと商品選びを楽しめる店が求められている。

- 年令別に比較すると、〈40代〉よりも〈30代〉で「品揃え」「様々な付加サービス」等を求める傾向が強い。

● 利用してみたいと思う店



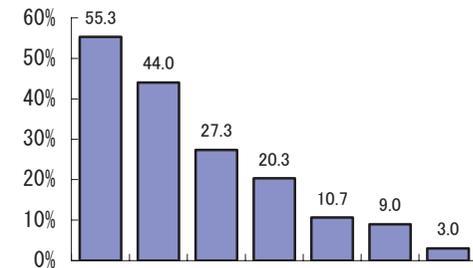
★オフタイムにはブラジャーをつけないユーザー、オフタイムもブラジャー着用のユーザー

● 自宅でゆっくり過ごす時間や休日に着用するブラジャーについてみると、「ゆっくりと過ごしたい時は、ブラジャーは全く着用しない」が過半数の55%を占めた。ただし、「ちょっと近所に買物に出る場合も、必ずブラジャーは着用している」が44%、「平日と全く同じブラジャーを自宅でも常に着用している」が27%というように、オフだからといって必ずしもブラジャー非着用でリラックスしているばかりではない。

○ 年齢別にみると、若い層ほど「平日と全く同じブラジャーを自宅でも着用」という者が多く、〈45～49歳〉では「いつもより締め付けのないブラジャーを着用」という者が多い。

○ 同居家族の有無別で比較すると、一人暮らしの方がオフの時にブラジャーを着用せず、家族と同居しているの方がオフの時でもブラジャーを着用しているという差がみられている。

● オフの時間に着用するブラジャーについて



		標本数	ゆっくりと過ごしたい時は非着用	近所に買物に出る場合も必ずブラジャーを着用	平日と全く同じブラジャーを自宅でも着用	いつもより締め付けのないブラジャーを着用	近所に買物に出る場合は非着用	ずっと家にいる場合も必ずブラジャーを着用	あてはまるものはない
全体		300	55.3	44.0	27.3	20.3	10.7	9.0	3.0
年齢別	30～34歳	75	49.3	45.3	37.3	20.0	10.7	9.3	4.0
	35～39歳	75	61.3	46.7	30.7	16.0	13.3	8.0	-
	40～44歳	75	60.0	37.3	24.0	18.7	9.3	6.7	5.3
	45～49歳	75	50.7	46.7	17.3	26.7	9.3	12.0	2.7
同居家族別	家族と同居	134	51.5	44.0	30.6	25.4	7.5	10.4	4.5
	一人暮らし	134	59.0	41.0	22.4	17.2	15.7	7.5	1.5

## ★自宅でのくつろぎ着は80%が満足

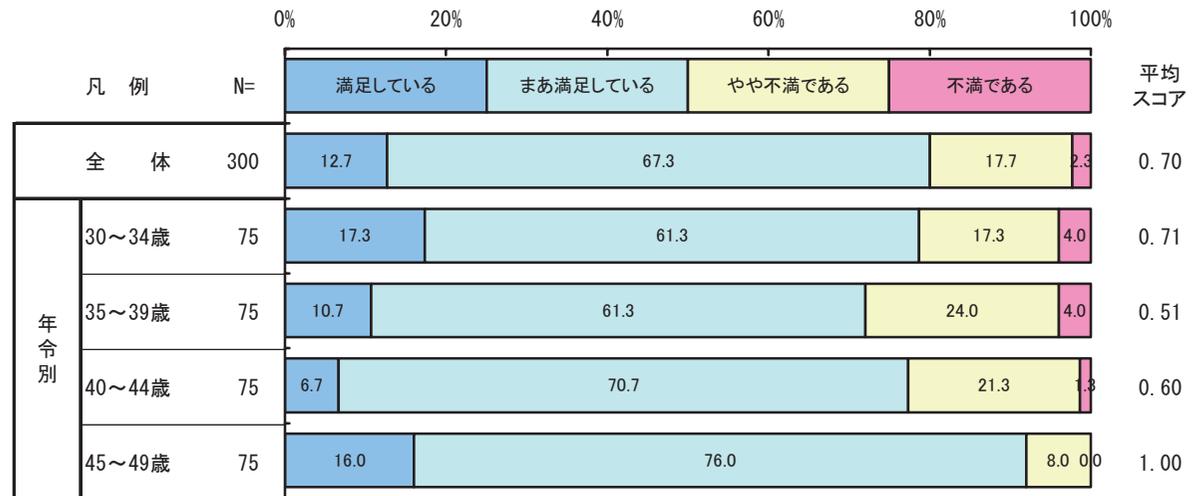
●自宅にくつろいでいる時に着用するウェアの満足度をみると、「満足している」が13%、「まあ満足している」が67%で、80%が満足と回答している。

○年齢別に比較すると、とりわけ〈45～49歳〉で「満足」という者が多い。逆に「不満」という者が多かったのは〈35～39歳〉である。

○満足している理由としては、「リラックスできる服、ゆったりできる服を選んでいるから」「気に入った服を自分で選んで着ているから」などが多くあげられている。

○逆に満足していない理由としては、「くつろげる服を選ぼうとすると、気に入ったデザインのものがない」が主なものとなっている。

## ● 自宅にくつろいでいるときに着用するウェアの満足度



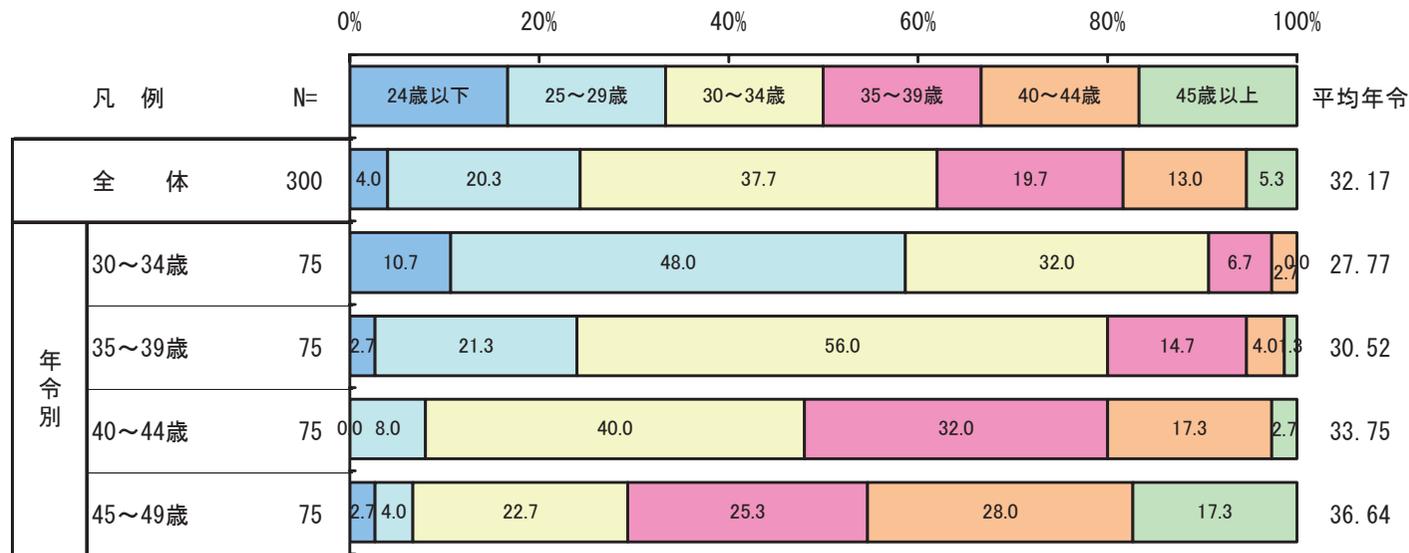
★女性の体調や体型の変化が生じるのは30代前半

●一般論として女性の体調や体型の変化が何歳くらいから生じるかという設問に対しては、「30～34歳」が38%、「25～29歳」「35～39歳」が20%を占め、平均では32.2歳であった。

○年齢別にみると、〈30～34歳〉では「25～29歳」、〈35～39歳〉では「30～34歳」というように、〈30代〉では自分の年齢よりも少し前の年齢を回答する者が中心となるが、〈40～44歳〉では「30～34歳」「35～39歳」、〈45～49歳〉では「30～34歳」から「40～44歳」を中心として分散する傾向となっている。

体調や体型の変化の生じる年齢が現在の年齢によって異なるとは考えがたいので、実際には実態よりも意識を反映した回答であると推測することができる。

● 体調や体型の変化の生じる年齢



★体調や体型の変化を意識することで増えるインナー購入金額

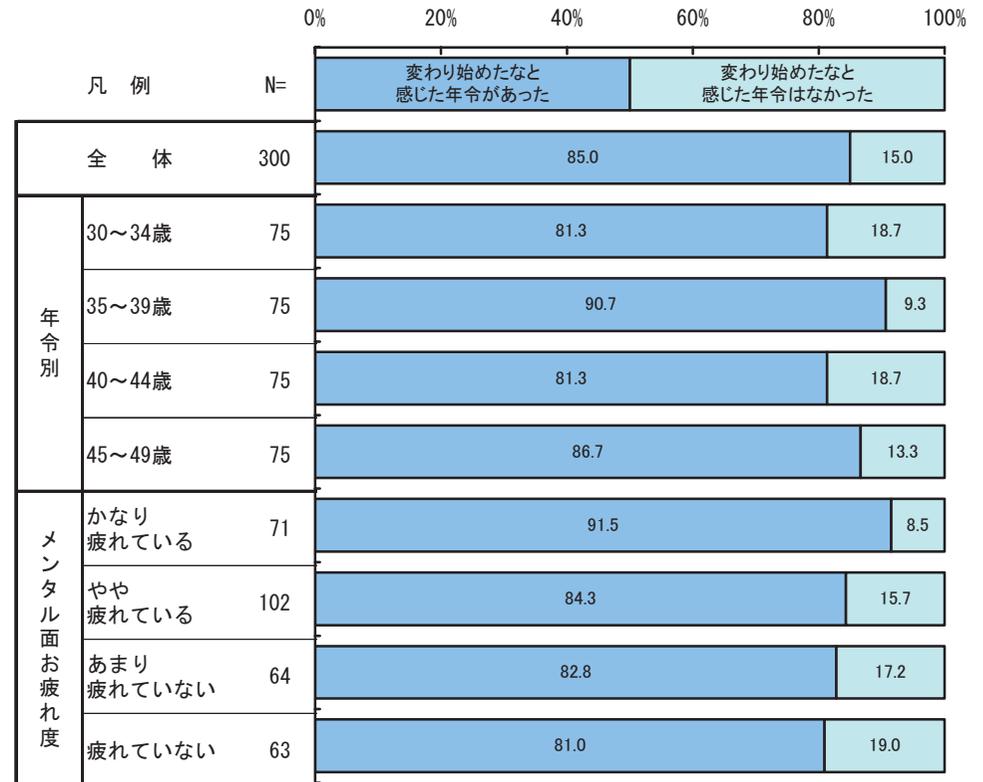
●体調や体型の変化の有無をみると、「変わり始めたなと感じた年齢があった」という者が85%、「なかった」という者が15%。

○年齢別にみると、通常であれば経年とともに「変わり始めたなと感じた年齢があった」が増加するはずであるが、特にそのような傾向とはなっていない。やはり、体調や体型の変化の有無というものは、実態というよりもメンタルな部分を大きく反映するものであると考えることができる。

ちなみに、「あった」が最も多いのは〈35～39歳〉であるが、この層は「体重の増加」と「慢性疲労」を気にする者が多い層でもある。

○メンタル面お疲れ度別にみると、疲れている者ほど「変わり始めたなと感じた年齢があった」という者が多く、メンタル疲労と体調や体型の変化とは密接にリンクしている様子がかがえる。

● 体調や体型の変化の有無



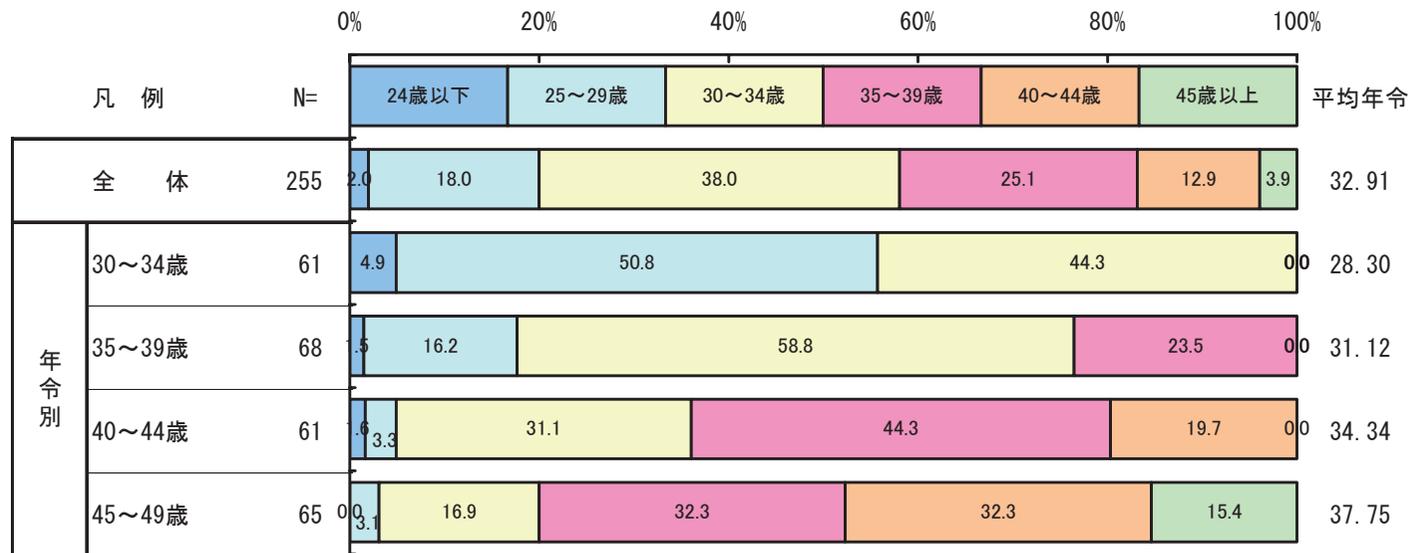
★自分の体調や体型が変化したのも30代前半

●実際に自分の体調や体型の変化があった年齢は「30～34歳」が38%、「35～39歳」が25%で、平均では32.9歳であった。一般論として回答した場合に比べて、やや高年層に寄った回答となっている。

○年齢別にみると、〈30～34歳〉では「25～29歳」と「30～34歳」、〈35～39歳〉では「30～34歳」、〈40～44歳〉では「35～39歳」、〈45～49歳〉では「35～39歳」と「40～44歳」が中心となる。

高年層ほど体調や体型の変化があった年齢を高く回答しており、やはり実態というよりは意識の反映された結果となっている。各年齢層ごとに、それほど遠くない過去に体調や体型の変化があったという意識が持たれている。

● 体調や体型の変化の生じた年齢



★情報から影響を受けやすい30代前半

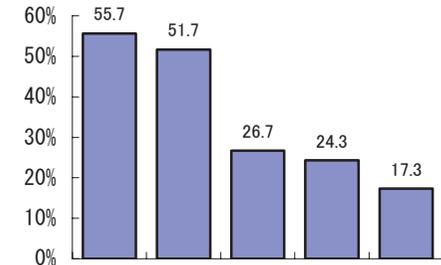
● 4項目での情報に対する考え方をみると、「面白いと思った情報は多くの人に話したくなる」が56%、「イイと思った情報はすぐ試してみるほうだ」が52%、「情報から影響を受けやすいほうだ」が27%、「最新情報や流行は、人より早く知っていることが多い」が24%、「4項目のどれにも該当しない」が17%であった。

○ 年齢別に比較すると、若い層ほど情報に対して積極的で影響を受けやすいという差が顕著にみられている。〈30～34歳〉は情報に大きな価値を認めて影響を受け、〈45～49歳〉は外からの情報よりも自分の価値観を重視して行動する、という差があるためであろう。

○ 最終学歴別に比較すると、情報関与度が高いのは、どちらかというが高学歴層である。

○ 年収別、月間の自由に使える金額別にみると、ともに金額の高い層ほど、最新情報や流行をいち早く入手して、面白いと思う情報を発信するという傾向が強い。

● 情報に対する考え方

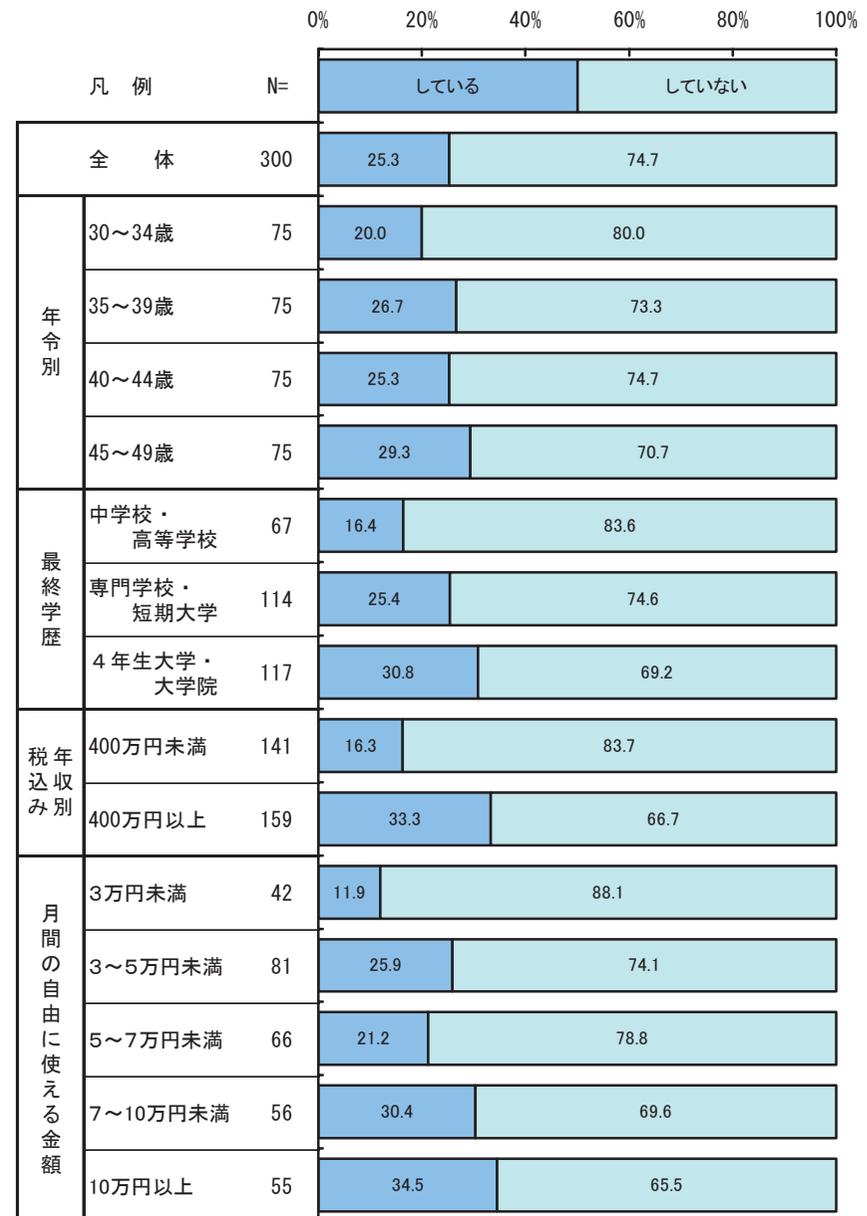


		標本数	面白く人に話したくなる	「イイ」と思った情報はすぐ試してみるほうだ	情報から影響を受けやすいほうだ	最新情報や流行は人より早く知ることが多い	この中にはひとつもない
全体		300	55.7	51.7	26.7	24.3	17.3
年齢別	30～34歳	75	73.3	56.0	40.0	26.7	6.7
	35～39歳	75	57.3	61.3	25.3	26.7	16.0
	40～44歳	75	52.0	45.3	24.0	24.0	20.0
	45～49歳	75	40.0	44.0	17.3	20.0	26.7
最終学歴	中学校・高等学校	67	52.2	47.8	31.3	11.9	17.9
	専門学校・短期大学	114	51.8	51.8	22.8	25.4	21.1
	4年生大学・大学院	117	60.7	54.7	26.5	30.8	13.7
税込み年収別	400万円未満	141	52.5	53.9	31.9	20.6	19.9
	400万円以上	159	58.5	49.7	22.0	27.7	15.1
月間の自由に使える金額	3万円未満	42	35.7	38.1	23.8	9.5	33.3
	3～5万円未満	81	55.6	50.6	23.5	19.8	21.0
	5～7万円未満	66	62.1	65.2	34.8	24.2	6.1
	7～10万円未満	56	53.6	42.9	21.4	28.6	16.1
	10万円以上	55	65.5	56.4	29.1	38.2	14.5

★高学歴、高年収層ほど高い投資率

- 株やファンドに投資をしている率をみると、「している」が25%、「していない」が75%であった。
- 年令別に比較すると、それほど大きな差ではないが、〈45～49歳〉の投資率が最も高く、〈30～34歳〉が低い。
- 最終学歴別に比較すると、高学歴層ほど投資率が高い。
- 年収別では、高年収層ほど投資をしている者が多いという差が顕著である。
- 月間の自由に使える金額別でも、金額の高い層ほど投資率が高いという傾向となっている。

●投資有無



### ★どんなにお金をかけても惜しくない分野は、経年とともに減少

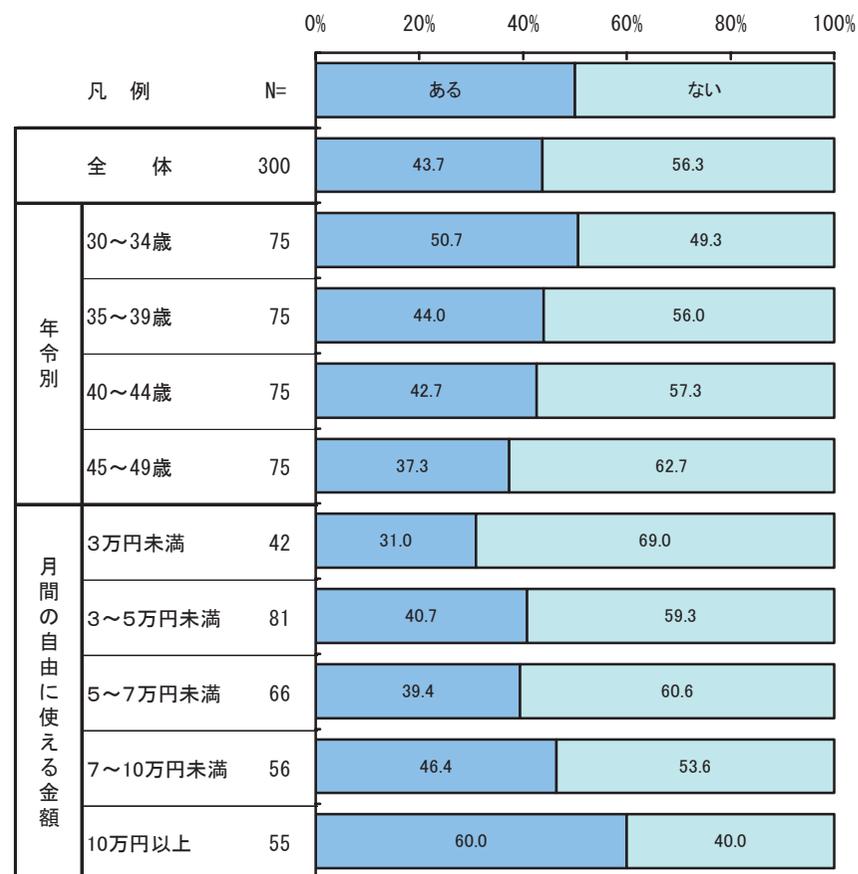
- 「どんなにお金をかけても惜しくない」という分野の有無をみると、「ある」が44%、「ない」が56%。

具体的に「お金をかけても惜しくない分野」の内容をみると、「趣味」「旅行」など。

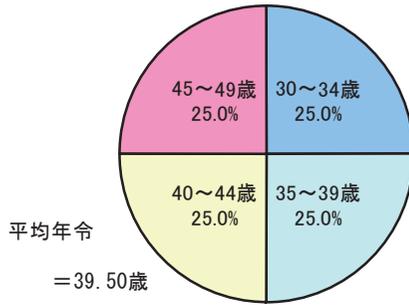
- 年齢別に比較すると、経年とともに「ある」が減少するという変化が明白に認められる。

- 月間の自由に使える金額別では、金額の多い者ほど「ある」が多いという傾向が顕著。

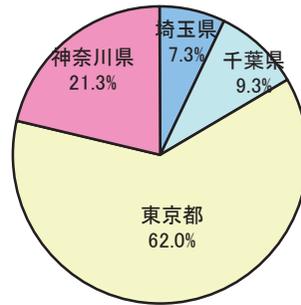
### ● お金をかけても惜しくないという分野



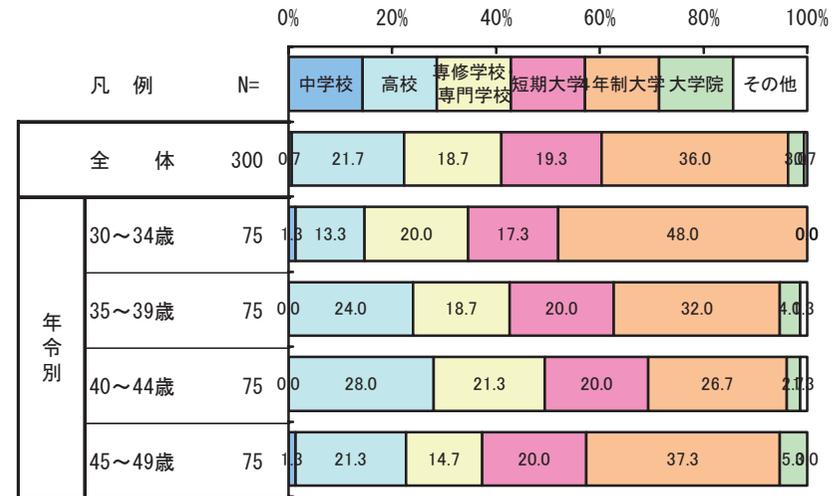
● 年齢 (全体N=300)



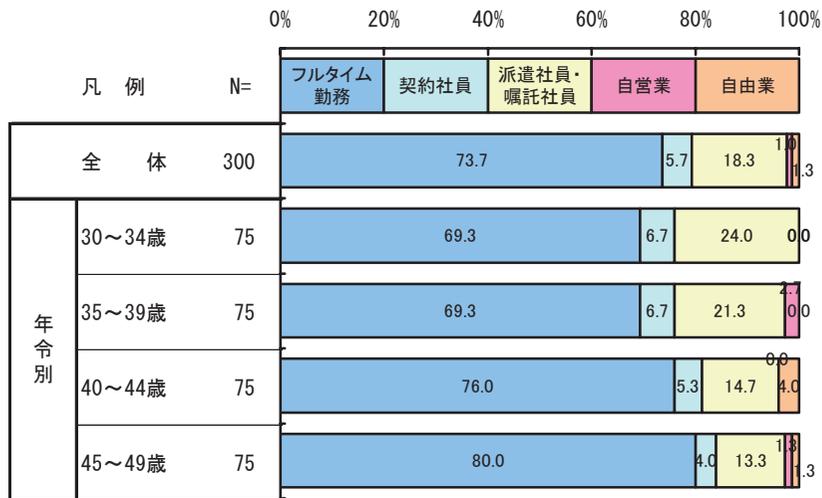
● 居住エリア (全体N=300)



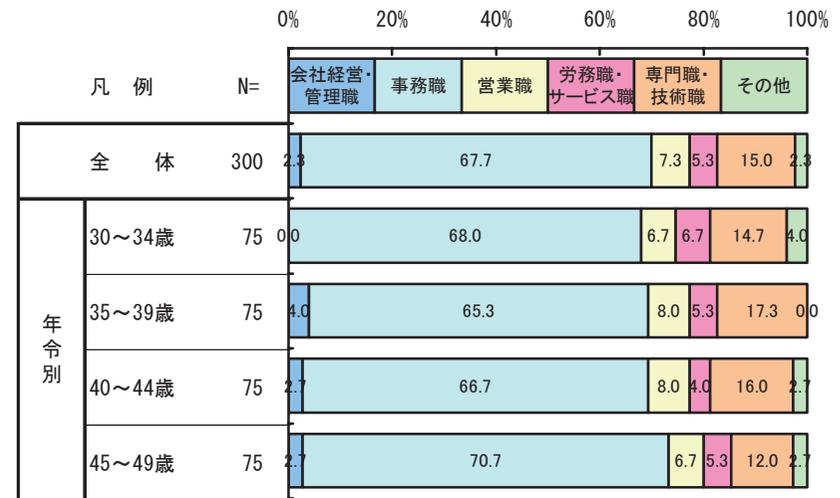
● 最終学歴



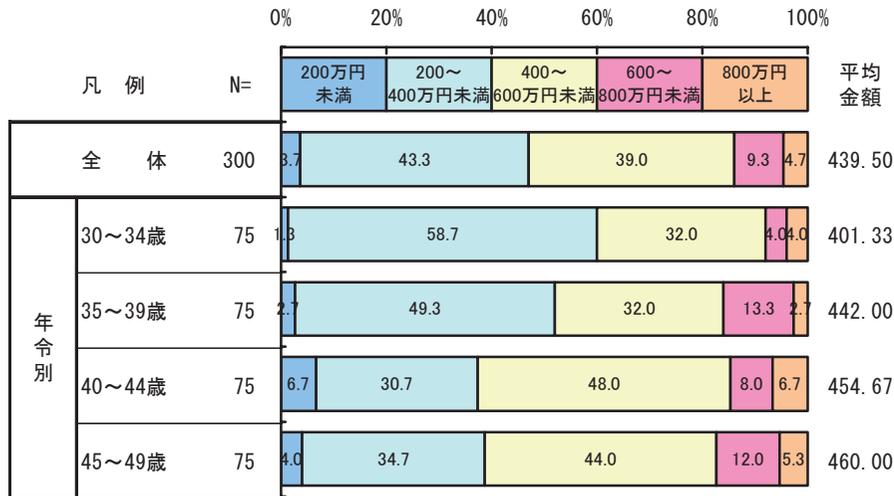
● 職業



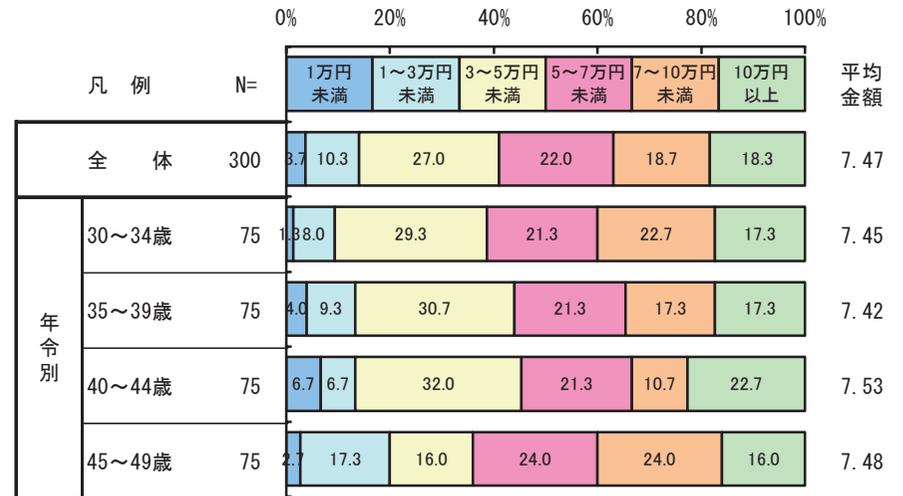
● 職種



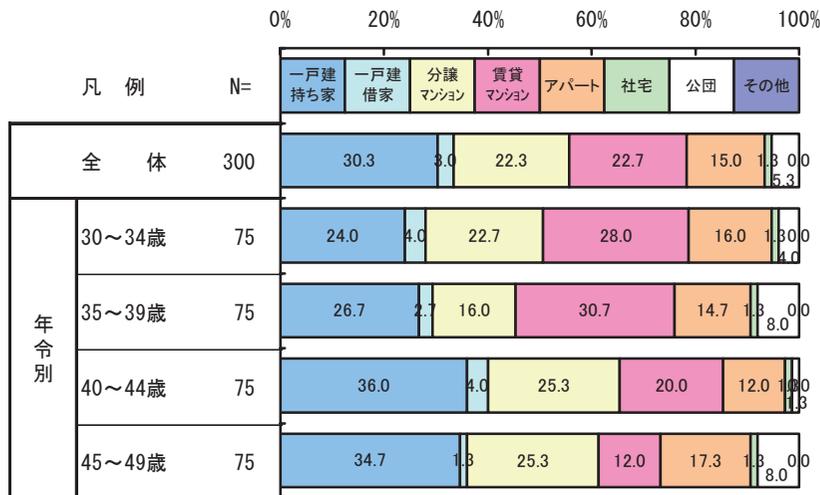
● 税込み年収



● 自由に使える金額 (月間)



● 住宅タイプ



● 同居家族構成

