

【2006年 暮らしの総決算】

今年1年、「くらしちゅうごく.Com」に多大なるご協力をいただき、誠にありがとうございました。来年も引き続きご協力賜りますよう、よろしくお願いいたします。
さて、昨年に引き続き、年末恒例(?)「暮らしの総決算」です。今年の皆様の「経済事情」はいかがでしたか？

※印の質問は、必須項目です。

●問1 ● 今年、お宅様の「景気動向」はいかがでしたか？ SA

※

- 1好景気 2景気は回復傾向 3景気回復足踏み 4景気減速、景気低迷 5不況期まっただなか

●問2 ● ご家庭の収支の動向はいかがでしたか？

※

	増えた	増えや えや た	変昨 わ年 らと ず	減や っや た	減 っ た
①収入(給料、ボーナス、アルバイト代、預貯金の満期、贈与、相続など全てを含む)	1	2	3	4	5
②家計消費金額(日常の買物、サービスの利用、子どもの教育など)	1	2	3	4	5
③預貯金、金融資産(預貯金、株券などの有価証券)	1	2	3	4	5
④返済(住宅や車のローンなど)	1	2	3	4	5

●問3 ● 今年、ご家庭の「景気」に明るい材料はありましたか？主婦の方はご主人の「景気」も含めてお答え下さい。

※

- | | |
|------------------|--------------|
| 1 昇給した、昇給幅がよかった | 6 宝くじがあたった |
| 2 ボーナスが増えた | 7 ローンを完済した |
| 3 自分の商売の売上げがあがった | 8 その他 () |
| 4 就職先が決まった | 9 明るいことは何も無い |
| 5 株でもうかった | |

●問4● 下にあげるものは今年の「ヒット商品」「来年のヒット予測」である商品やサービスです。あなたの関心度、利用意向をお答えください。(SA)

※

	利 用 し た 買 っ た	利 買 っ て み た い	い 来 つ か は 無 ほ し い も	興 味 が な い	を サ ー ビ ス の 商 品 を 知 ら な い
①ニンテンドーDS-Lite、鍛脳ゲーム	1	2	3	4	5
②資生堂シャンプー「TSUBAKI」	1	2	3	4	5
③ソーシャル・ネットワーキング・サービス（「mixi」など）	1	2	3	4	5
④消臭殺菌スプレー（ファブリーズ、ルック「きれいのミスト」など）	1	2	3	4	5
⑤男前豆腐、「男前豆腐店」の豆腐	1	2	3	4	5
⑥子ども向け携帯電話（キッズケータイなど）	1	2	3	4	5
⑦酸素スプレー「オーツァサブリ」	1	2	3	4	5
⑧ハイカカオチョコレート （明治製菓「チョコレート効果」、ロッテ「カカオの恵み」など）	1	2	3	4	5
⑨電動ヘアブラシ「TRUE」	1	2	3	4	5
⑩大塚製薬「ソイジョイ」	1	2	3	4	5
⑪マクドナルド「エビフィレオ」	1	2	3	4	5
⑫置き型ファブリーズ	1	2	3	4	5
⑬ワンセグ対応機器、ワンセグケータイ	1	2	3	4	5
⑭内蔵脂肪対策トクホ飲料 （サントリー「黒烏龍茶」花王「ヘルシアウォーター」など）	1	2	3	4	5
⑮コラーゲン飲料	1	2	3	4	5
⑯ななめドラム洗濯乾燥機	1	2	3	4	5
⑰プレミアムビール （サッポロ「エビス」、サントリー「プレミアムモルツ」、アサヒ「プライムタイム」など）	1	2	3	4	5
⑱クレジット機能つき携帯電話、おサイフケータイ	1	2	3	4	5
⑲次世代ゲーム機（ニンテンドー「wii」、ソニー「プレイステーション3」）	1	2	3	4	5

1. 調査概要

●テーマ

「家計総括：くらしの総決算」

●調査の概要

調査方法：くらしちゅうごくモニター 3,000人に対しアンケートを依頼、809人より回答

調査時期：2006年11月 調査エリア：広島県・岡山県全域

●回答者の属性

◆性別

	人	%
男性	279	34.5
女性	530	65.5

◆未婚

	人	%
未婚	179	22.1
既婚	630	77.9

◆回答者の年齢

	人	%
20代	99	12.2
30～34歳	200	24.7
35～39歳	199	24.6
40～44歳	126	15.6
45～49歳	99	12.2
50～54歳	46	5.7
55～59歳	22	2.7
60歳以上	18	2.2

◆居住地

	人	%		人	%
広島県	564	69.7	岡山県	245	30.3
広島市中区	27	3.3	岡山市	107	13.2
広島市東区	45	5.6	倉敷市	62	7.7
広島市南区	37	4.6	玉野市	11	1.4
広島市西区	59	7.3	その他の岡山県内	65	8.0
広島市安佐南区	66	8.2			
広島市安佐北区	27	3.3			
広島市佐伯区	29	3.6			
広島市安芸区	12	1.5			
安芸郡	26	3.2			
廿日市市	29	3.6			
呉市	34	4.2			
東広島市	27	3.3			
福山市	76	9.4			
三原市	14	1.7			
尾道市	24	3.0			
その他の広島県内	32	4.0			

◆世帯収入

	人	%
収入なし	4	0.5
200万円未満	38	4.7
200～400万円未満	226	27.9
400～600万円未満	251	31.0
600～700万円未満	92	11.4
700～900万円未満	128	15.8
900～1000万円未満	23	2.8
1000～1500万円未満	40	4.9
1500万円以上	6	0.7
不明	1	0.1

2. 調査結果の概要

■ 「この1年、くる1年：家計総括」 ■

「くらしちゅうごく.Com」版《2006年家計総括》

テーマ

今回は、11月に実施した「この1年、くる1年：家計総括」アンケート結果をご報告します。

2006年：家計の景気動向

世の中のニュースは“好景気一色”。「くらしちゅうごく.Com」モニター家庭の景気診断では「好景気」が0.5%（昨年は3.2%）、「回復傾向」が13.1%（同18.0%）。これに対し「回復足踏み」が48.5%（43.1%）、「景気減速、低迷」23.0%（20.9%）、「不況真っ只中」15.0%（14.9）。「回復基調」から「低迷、不況」を引いた%でみる回復指数は…24.4。（昨年は-14.6）。昨年よりさらに厳しくなっています。属性別に見ると、20代では回復指数が-9.1に対し、50代以上では同-48.3。若い層ほど回復基調にあります。

2005年「家計の景気に起こった明るい材料」としては「ボーナスが増えた」が9.4%（昨年は15.9%）と低率。昨年は時代の寵児とも言われた「個人の株投資」(6.9%)も今年は勢いがなく2.6%。「何もない」が71.2%と勢がありません。

「くらしちゅうごく.Com」モニターの6割は、家計収入300～500万円台の世帯。中流レベルの生活者には「景気回復」の波はこれから来るのか、または富裕層のみに景気の波は集中し、このまま通り過ぎてしまうのか…。「実感なき好景気」の年末であります。

2006年：家計の収支バランス

「今年1年の収入・消費・貯蓄額の変動」を見てみると

- ・収入：「増えた」「やや増えた」が24.3%、「昨年と変わらず」が39.3%、「やや減った」「減った」が36.4%。“減少”が“増加”を12.1%上回ります。
- ・消費：「増えた」「やや増えた」が64.8%、「昨年と変わらず」が24.8%、「やや減った」「減った」が10.6%。“増加”が“減少”を54.2%上回ります。
- ・貯蓄：「増えた」「やや増えた」が17.9%、「昨年と変わらず」が33.7%、「やや減った」「減った」が48.4%。“減少”が“増加”を30.5%上回ります。

この結果だけで見ると、『収入は増えないのに』『買物を昨年より沢山してしまった結果』『蓄えが目減りしている』という結果です。消費意欲を刺激する新製品、世の中の好景気の波がそのうち自分のところにも“やってくるのでは”という漠然とした期待感、価格志向より“高級志向”…… 20年前にも同じような光景を見たような気がします。

収入×消費×貯蓄、金融資産の増減パターン

	収入	消費	貯蓄、資産	タイプ	比率(%)	属性上の特徴	平均年収(万)
消費過剰型	↓	↑	↓	収入減の一方で消費はふくらみ、その差分、貯蓄や金融資産が目減り。	16.2	40代既婚男性に多いパターン。	509.1
消費過剰型	→	↑	↓	収入は変わらないが消費はふくらみ、その差分、貯蓄や金融資産が目減り。	11.5	40代、既婚女性に多いパターン。	482.1
均衡型	→	↑	→	収入は変わらず消費は増加傾向、でもなんとか貯金は現状維持。	9.8	30代前半、既婚女性に多いパターン	466.0
均衡型	→	→	→	収入、消費、貯蓄全て動きなしの均衡型	8.0	20代、未婚男女に多いパターン	466.5
拡大型	↑	↑	↑	収入、消費、貯蓄全て増加した拡大型	7.2	30代前半以下、既婚女性にやや多い。	550.0
消費過剰型	↑	↑	↓	収入は増えたが、それよりさらに消費が増え、貯蓄は減少。	6.3	20代、既婚男性にやや多いパターン	516.0
縮小型	↓	↓	↓	収入、消費、貯蓄全て減少した縮小型	5.9	50代以上、未婚男性に多いパターン	403.0
縮小型	↓	→	↓	収入が減少したが、消費は減らず、貯蓄が減少。	4.1	50代以上、既婚男性に多いパターン	576.0

収入が伸び悩みながら消費は増加、その差分は「貯金、資産の切り崩しで埋め合わせ」というパターンの世帯が27.7%と実に3割弱。特に40代の年代はこの2パターンが39.1%を占める、厳しい現実です。

この中で唯一明るい「拡大型」は若年家族に多いパターン。一方、収入・消費・貯蓄いずれも“縮小”しているのは50代以上に多いパターン。景気回復は若者にやさしく、熟年にきびしい？

2006年にヒットした商品・サービスへの関心度

◆日経ヒット商品番付などに載った2006年の「ヒット商品」をあげて関心度や購入希望度を聞いたところ、以下のような結果になりました。

◎日用品、食料品

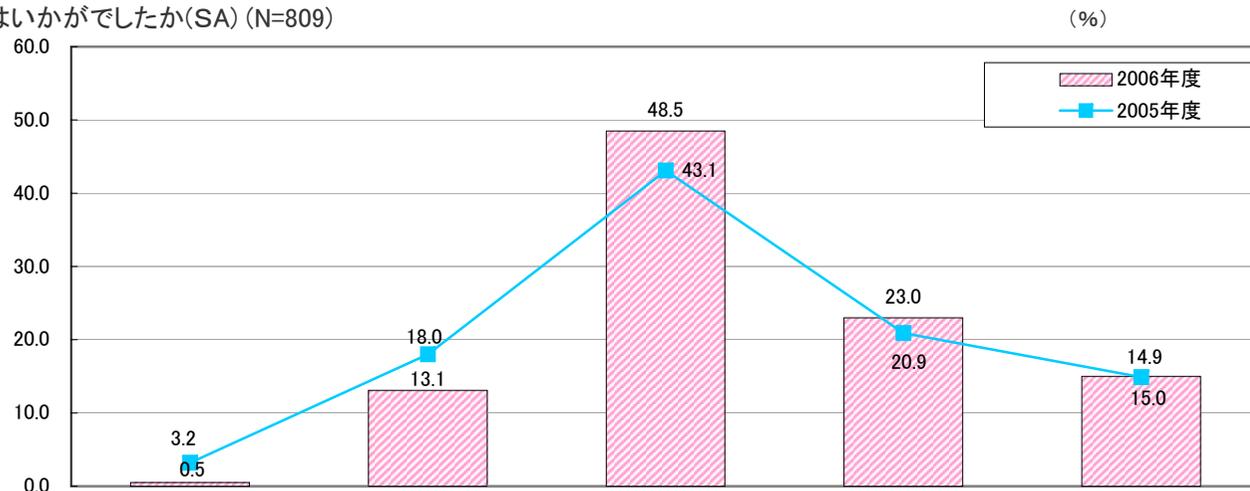
- ・よく買われたもの:「消臭殺菌スプレー」(52.0%)「ハイカカオチョコレート」(40.3%)「男前豆腐店の豆腐」(37.3)「プレミアムビール」(35.1%)
- ・これから買いたいもの:「置き型ファブリーズ」(36.6%)「コラーゲン飲料」(31.9%)「内臓脂肪対策トクホ飲料」(30.6%)「資生堂シャンプー tsubaki」(28.0%)

◎電化製品、機器、サービス

- ・よく買われたもの:「ニンテンドーDS-lite、頭脳ゲーム」(21.6%)「ソーシャルネットワーキングサービス」(17.6%)「おサイフケータイ」14.5%)
- ・これから買いたいもの:「ななめドラム洗濯乾燥機」(62.9%)「ニンテンドーDS、頭脳ゲーム」(55.8%)「次世代ゲーム機」(52.9%)
「ワンセグ対応機器、ワンセグ携帯」(45.9%)

3. 調査結果の詳細 (1) 2006年：家庭の景気動向

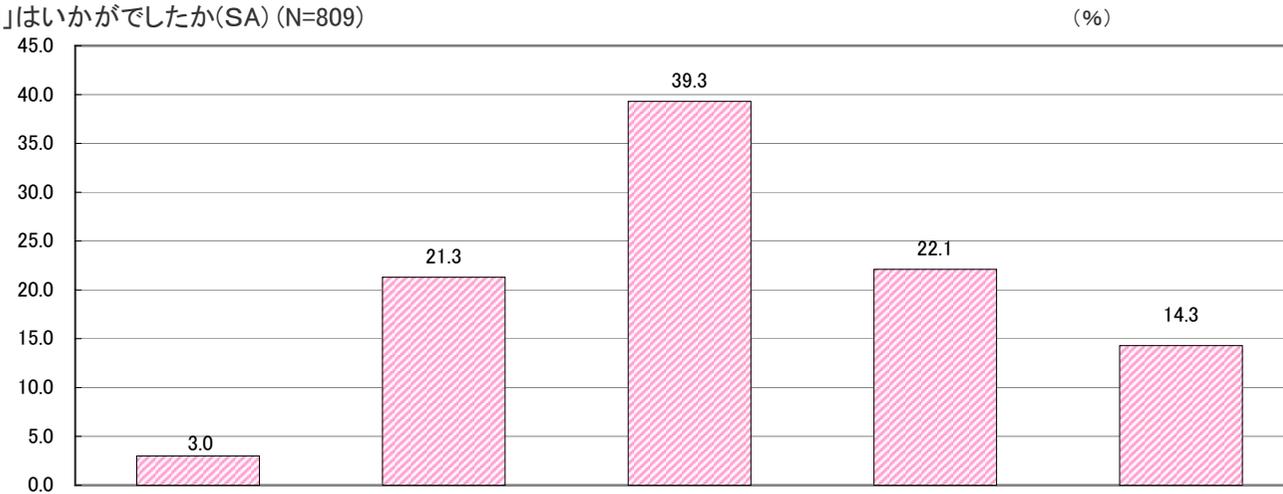
■2006年のお宅の「景気動向」はいかがでしたか(SA) (N=809)



		合計 (人)	好景気	景気は回復傾向	景気回復足踏み	景気減速、景気低迷	不況期まっただなか
合	計	809	0.5	13.1	48.5	23.0	15.0
未性 既・ 婚別	未婚・男性	76	0.0	15.8	46.1	22.4	15.8
	既婚・男性	203	1.0	12.3	47.3	26.1	13.3
	未婚・女性	103	1.0	14.6	45.6	14.6	24.3
	既婚・女性	427	0.2	12.6	50.1	23.7	13.3
年 令	20代	99	1.0	18.2	52.5	17.2	11.1
	30代前半	200	0.0	10.5	51.5	22.5	15.5
	30代後半	199	0.5	15.6	47.7	21.6	14.6
	40代	225	0.4	12.4	47.6	24.0	15.6
	50代以上	86	1.2	9.3	40.7	31.4	17.4

(2) 2006年：家庭の収支の動向 ①収入の動向

■2006年のお宅の「収入の動向」はいかがでしたか(SA) (N=809)

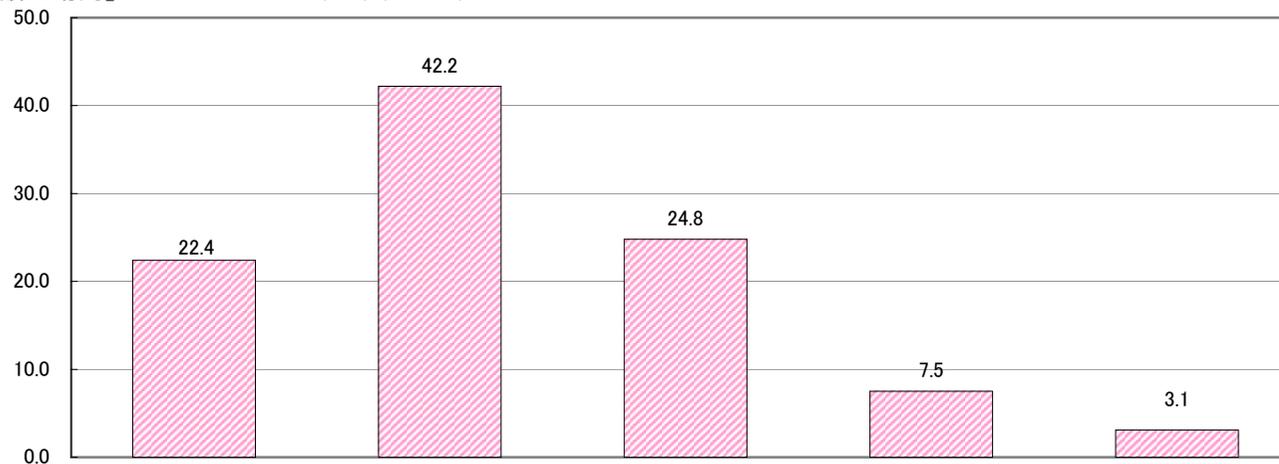


		合計 (人)	増えた	やや増えた	昨年と全く変わらず	やや減った減った	減った
合	計	809	3.0	21.3	39.3	22.1	14.3
未性 既・ 婚別	未婚・男性	76	2.6	21.1	44.7	18.4	13.2
	既婚・男性	203	3.9	18.2	35.0	27.6	15.3
	未婚・女性	103	2.9	17.5	45.6	17.5	16.5
	既婚・女性	427	2.6	23.7	38.9	21.3	13.6
年 令	20代	99	7.1	22.2	45.5	17.2	8.1
	30代前半	200	1.5	25.0	41.0	23.5	9.0
	30代後半	199	2.5	25.6	41.2	17.1	13.6
	40代	225	1.8	18.2	35.6	25.8	18.7
	50代以上	86	5.8	9.3	33.7	26.7	24.4

②家計消費金額の動向

■2006年のお宅の「家計消費金額の動向」はいかがでしたか(SA) (N=809)

(%)

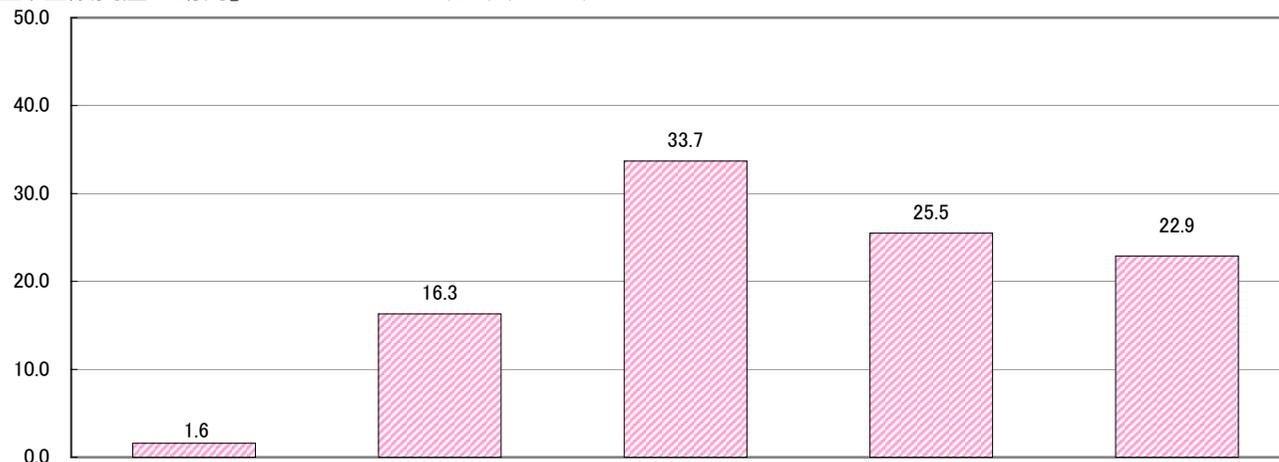


		合計 (人)	増えた	やや増えた	昨年と全く変わらず	やや減った減った	減った
合	計	809	22.4	42.2	24.8	7.5	3.1
未性 既・ 婚別	未婚・男性	76	6.6	27.6	48.7	11.8	5.3
	既婚・男性	203	21.2	46.3	24.6	6.4	1.5
	未婚・女性	103	10.7	37.9	35.9	8.7	6.8
	既婚・女性	427	28.6	43.8	18.0	7.0	2.6
年 令	20代	99	20.2	41.4	29.3	6.1	3.0
	30代前半	200	17.0	48.0	27.0	6.0	2.0
	30代後半	199	21.6	44.2	23.6	7.5	3.0
	40代	225	32.0	41.3	19.1	6.7	0.9
	50代以上	86	14.0	26.7	32.6	15.1	11.6

③家庭の預貯金、金融資産の動向

■2006年のお宅の「家庭の預貯金、金融資産の動向」はいかがでしたか(SA) (N=809)

(%)

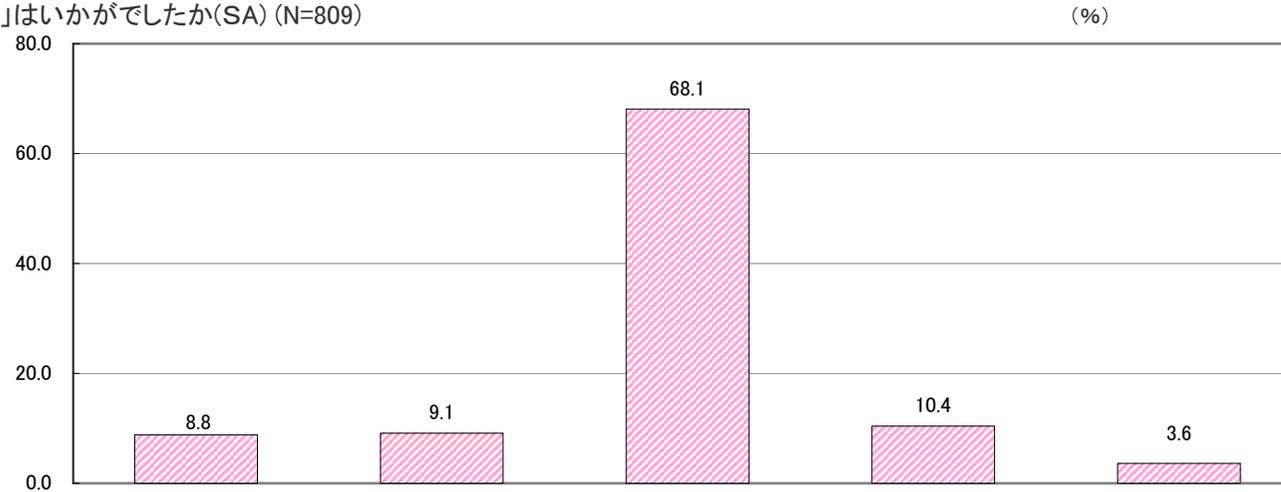


		合計 (人)	増えた	やや増えた	昨年と全く変わらず	やや減った減った	減った
合	計	809	1.6	16.3	33.7	25.5	22.9
未性 既・ 婚別	未婚・男性	76	0.0	11.8	43.4	19.7	25.0
	既婚・男性	203	1.0	14.8	31.0	29.6	23.6
	未婚・女性	103	1.0	20.4	37.9	16.5	24.3
	既婚・女性	427	2.3	16.9	32.3	26.7	21.8
年 令	20代	99	3.0	15.2	39.4	22.2	20.2
	30代前半	200	0.0	19.0	37.0	24.0	20.0
	30代後半	199	2.5	19.1	33.2	24.1	21.1
	40代	225	1.3	14.2	28.9	28.9	26.7
	50代以上	86	2.3	10.5	33.7	26.7	26.7

	上段:実数 下段:%	合計	未既婚・性別				年齢					平均 年収		上段:実数 下段:%	合計	未既婚・性別				年齢					平均 年収				
			未婚、 男性	既婚、 男性	未婚、 女性	既婚、 女性	20代	30代 前半	30代 後半	40代	50代 以上					20代	30代 前半	30代 後半	40代	50代 以上									
合計	809	100.0	76	203	103	427	99	200	199	225	86	#####		消費↑貯蓄↑	8	1.0	0	3	2	3	1	1	4	2	0	#####			
収入増加	消費↑貯蓄↑	58	7.2	3	12	8	35	10	19	13	14	2	#####	消費↑貯蓄→	33	4.1	2	13	1	17	3	6	9	13	2	#####			
	消費↑貯蓄→	46	5.7	5	9	3	29	4	11	17	10	4	#####	消費↑貯蓄↓	131	16.2	2	40	11	78	8	28	23	57	15	#####			
	消費↑貯蓄↓	51	6.3	4	16	4	27	9	11	17	12	2	#####	消費→貯蓄↑	5	0.6	0	1	2	2	2	1	1	1	0	#####			
	消費→貯蓄↑	16	2.0	3	4	3	6	1	5	2	6	2	#####	消費→貯蓄→	23	2.8	4	5	3	11	3	8	4	6	2	#####			
	消費→貯蓄→	12	1.5	1	2	2	7	2	6	1	2	1	#####	消費→貯蓄↓	33	4.1	6	12	5	10	5	8	7	7	6	#####			
	消費→貯蓄↓	4	0.5	2	0	0	2	1	0	2	1	0	#####	消費↓貯蓄↑	5	0.6	0	0	0	5	0	1	0	2	2	#####			
	消費↓貯蓄↑	8	1.0	0	2	1	5	1	1	4	0	2	#####	消費↓貯蓄→	9	1.1	1	1	3	4	0	1	4	2	2	#####			
	消費↓貯蓄→	0	0.0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	消費↓貯蓄↓	48	5.9	9	12	8	19	3	11	9	10	15	#####			
	消費↓貯蓄↓	1	0.1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	#####																
	収入変化なし	消費↑貯蓄↑	23	2.8	0	4	2	17	3	5	7	8	0	#####															
消費↑貯蓄→		79	9.8	7	16	7	49	11	25	19	18	6	#####																
消費↑貯蓄↓		93	11.5	3	24	12	54	12	24	22	31	4	#####																
消費→貯蓄↑		19	2.3	3	6	3	7	0	4	11	2	2	#####																
消費→貯蓄→		65	8.0	12	17	17	19	14	16	11	13	11	#####																
消費→貯蓄↓		24	3.0	6	3	2	13	1	6	8	5	4	#####																
消費↓貯蓄↑		3	0.4	0	0	1	2	0	1	1	0	1	#####																
消費↓貯蓄→		6	0.7	1	0	3	2	2	1	1	1	1	#####																
消費↓貯蓄↓		6	0.7	2	1	0	3	2	0	2	2	0	#####																

④家庭の返済の動向

■2006年のお宅の「返済の動向」はいかがでしたか(SA) (N=809)

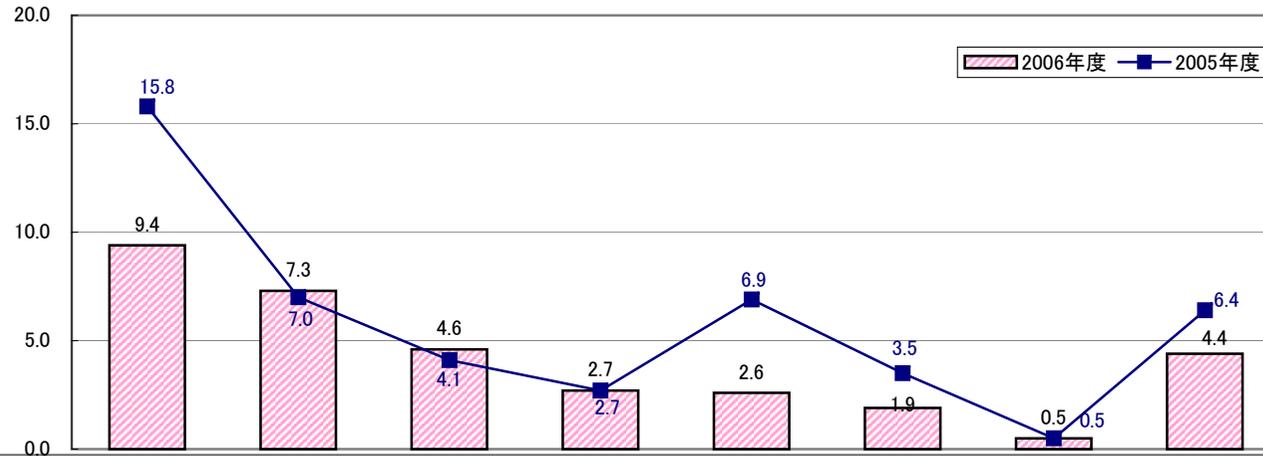


		合計 (人)	増えた	やや増えた	昨年と全く変わらず	やや減った減った	減った
合	計	809	8.8	9.1	68.1	10.4	3.6
未性 既・ 婚別	未婚・男性	76	5.3	6.6	77.6	6.6	3.9
	既婚・男性	203	11.8	8.4	66.0	10.8	3.0
	未婚・女性	103	4.9	9.7	71.8	6.8	6.8
	既婚・女性	427	8.9	9.8	66.5	11.7	3.0
年 令	20代	99	11.1	12.1	60.6	10.1	6.1
	30代前半	200	8.0	10.0	67.0	10.5	4.5
	30代後半	199	9.0	7.0	67.8	13.6	2.5
	40代	225	9.8	10.7	72.0	6.2	1.3
	50代以上	86	4.7	4.7	69.8	14.0	7.0

(3) 2006年：家庭の景気に起こった明るい材料

■2006年、ご家庭の「景気」に明るい材料はありましたか(SA) (N=809)

(%)



		合計 (人)	ボーナスが増えた	昇給した、昇給幅がよくなった	就職先が決まった	ローンを返済した	株でもうかった	自分の商売の売上があがった	宝くじがあたった	その他	明るいことは何もない
合	計	752	9.4	7.3	4.6	2.7	2.6	1.9	0.5	4.4	71.2
未性 既・ 婚別	未婚・男性	66	5.3	7.9	6.6	1.3	2.6	0.0	0.0	0.0	80.3
	既婚・男性	195	10.3	7.4	3.4	2.5	3.9	3.4	0.0	3.0	72.4
	未婚・女性	114	7.8	3.9	5.8	1.9	1.0	2.9	1.0	1.9	77.7
	既婚・女性	377	10.1	8.0	4.4	3.3	2.3	1.2	0.7	6.6	67.4
年令	20代	102	17.2	8.1	8.1	5.1	1.0	2.0	2.0	4.0	59.6
	30代前半	360	7.5	9.5	3.0	3.5	1.5	4.0	0.0	4.5	70.5
	30代後半		11.1	10.6	6.0	1.5	3.5	0.5	0.5	5.0	68.8
	40代	219	8.0	4.0	4.4	2.7	3.1	0.4	0.4	4.4	75.6
	50代以上	71	4.7	2.3	1.2	1.2	3.5	3.5	0.0	3.5	80.2

〈その他の内容〉

- ・子供が生まれた(5人)
- ・子供の成長のみ
- ・子供が希望の所に進学した
- ・妊娠した
- ・私自身の受験合格

- ・マイホーム購入(2人)
- ・家を新築
- ・住宅の購入が決まった
- ・新築マンション購入
- ・パートを始めた

- ・貯金のかいあって、利息で少し遊べた
- ・少し貯金できた
- ・年賀状で一等が当たった
- ・ローンを一部返済した、テレビと洗濯機を買った

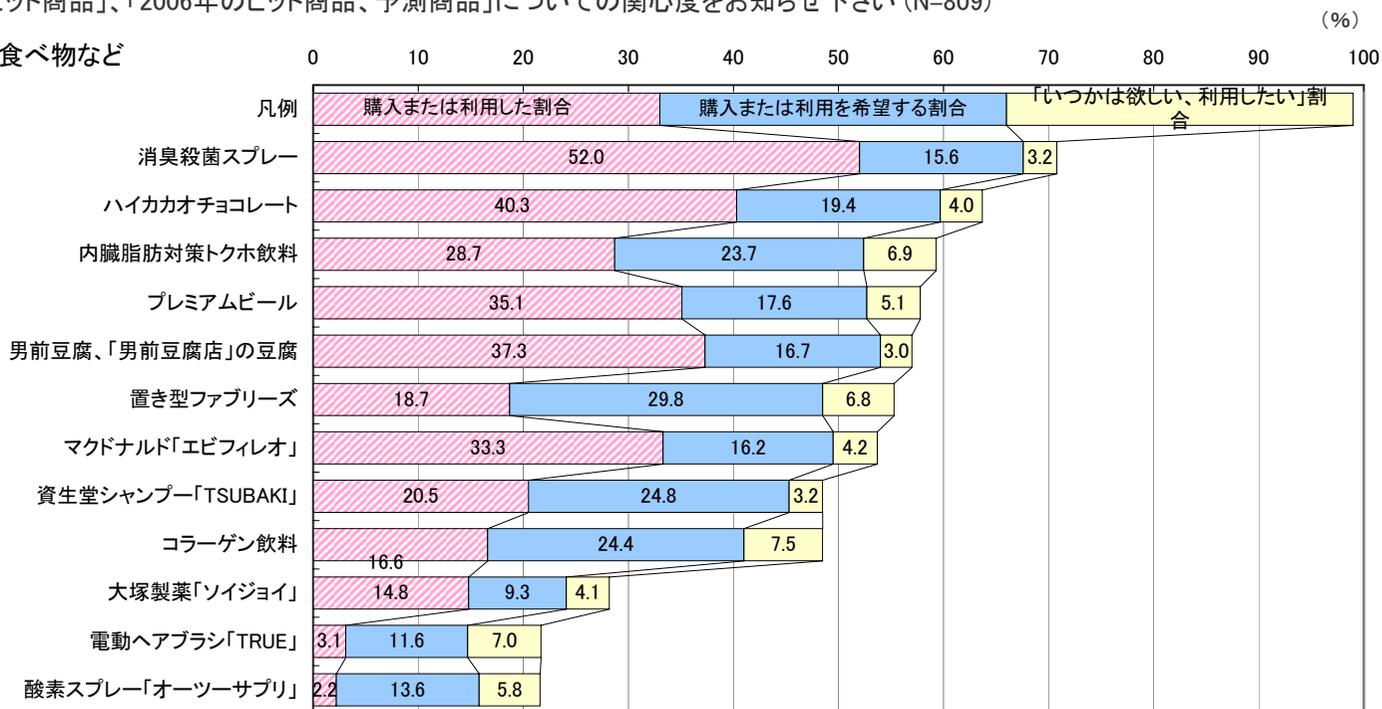
- ・趣味に発展のきざしが見えた
- ・個人宅にて、教室を始める予定
- ・やっと自立できた
- ・主人が一人立ちした(大工なのです)
- ・家族が健康に過ごせた

- ・夫婦だけの生活になった
- ・お歳暮 お中元を貰った
- ・少しだけ良くなった
- ・昨年を維持

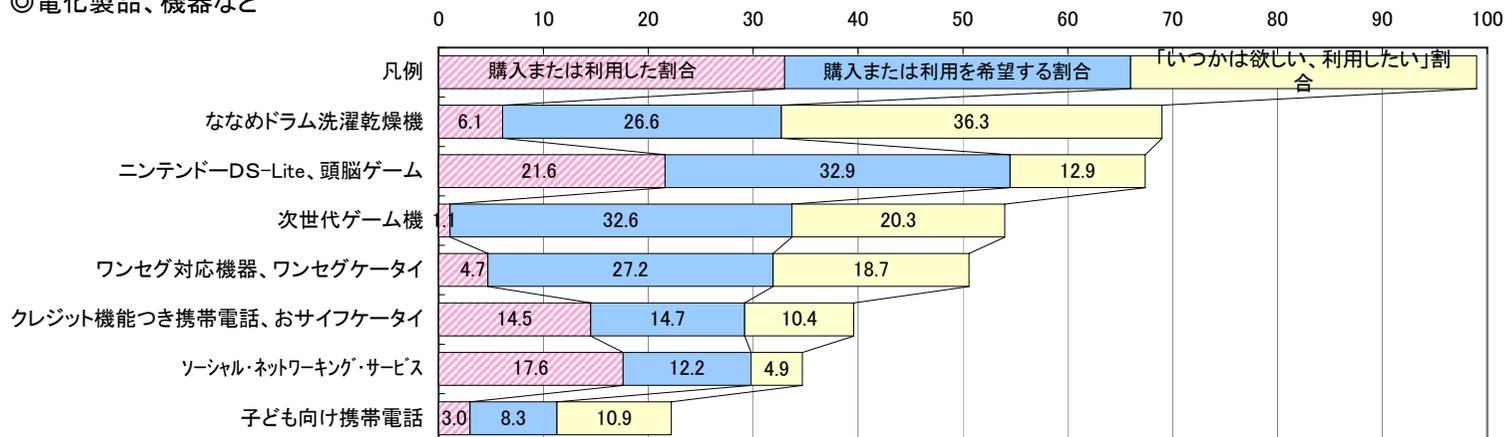
(4) 2006年にヒットした商品・サービスへの関心度

■「2006年のヒット商品」、「2006年のヒット商品、予測商品」についての関心度をお知らせ下さい (N=809)

◎日用品、食べ物など



◎電化製品、機器など



◇属性別(日用品、食べ物など)

商品、サービス名		未婚男性	既婚男性	未婚女性	既婚女性
		(%)			
消臭殺菌スプレー	すでに購入、利用した	46.1	35.0	52.4	61.1
	購入、または利用してみたい	15.8	16.3	25.2	12.9
	いつかは欲しい、利用してみた	3.9	5.4	3.9	1.9
ハイカカオチョコレート	すでに購入、利用した	31.6	24.1	50.5	47.1
	購入、または利用してみたい	17.1	15.8	20.4	21.3
	いつかは欲しい、利用してみた	2.6	4.4	7.8	3.0
内臓脂肪対策トクホ飲料	すでに購入、利用した	30.3	21.7	41.7	28.6
	購入、または利用してみたい	17.1	20.7	30.1	24.8
	いつかは欲しい、利用してみた	5.3	9.9	4.9	6.3
プレミアムビール	すでに購入、利用した	31.6	41.9	28.2	34.2
	購入、または利用してみたい	23.7	16.7	19.4	16.4
	いつかは欲しい、利用してみた	3.9	8.4	3.9	4.0
男前豆腐、「男前豆腐店」の豆腐	すでに購入、利用した	19.7	25.6	32.0	47.3
	購入、または利用してみたい	15.8	11.3	25.2	17.3
	いつかは欲しい、利用してみた	2.6	3.4	4.9	2.3
置き型ファブリーズ	すでに購入、利用した	10.5	10.3	19.4	23.9
	購入、または利用してみたい	34.2	18.7	38.8	32.1
	いつかは欲しい、利用してみた	2.6	9.9	9.7	5.4
マクドナルド「エビフィレオ」	すでに購入、利用した	17.1	23.6	35.0	40.3
	購入、または利用してみたい	23.7	12.8	28.2	13.6
	いつかは欲しい、利用してみた	6.6	5.9	4.9	2.8

商品、サービス名		未婚男性	既婚男性	未婚女性	既婚女性
		(%)			
資生堂シャンプー「TSUBAKI」	すでに購入、利用した	18.4	12.3	29.1	22.7
	購入、または利用してみたい	9.2	14.8	30.1	31.1
	いつかは欲しい、利用してみた	2.6	2.0	6.8	3.0
コラーゲン飲料	すでに購入、利用した	14.5	7.9	31.1	17.6
	購入、または利用してみたい	17.1	7.4	35.9	30.9
	いつかは欲しい、利用してみた	3.9	7.9	8.7	7.7
大塚製薬「ソイジョイ」	すでに購入、利用した	10.5	7.9	27.2	15.9
	購入、または利用してみたい	11.8	5.9	13.6	9.4
	いつかは欲しい、利用してみた	2.6	3.9	5.8	4.0
電動ヘアブラシ「TRUE」	すでに購入、利用した	0.0	2.5	3.9	3.7
	購入、または利用してみたい	11.8	6.4	20.4	11.9
	いつかは欲しい、利用してみた	1.3	6.4	10.7	7.5
酸素スプレー「オーツァーサブリ」	すでに購入、利用した	3.9	2.0	2.9	1.9
	購入、または利用してみたい	13.2	11.3	12.6	15.0
	いつかは欲しい、利用してみた	3.9	7.4	7.8	4.9

◇属性別(電化製品、機器など)

商品、サービス名		未婚男性	既婚男性	未婚女性	既婚女性
		(%)			
ななめドラム洗濯乾燥機	すでに購入、利用した	1.3	6.4	6.8	6.6
	購入、または利用してみたい	23.7	20.7	34.0	28.1
	いつかは欲しい、利用してみた	23.7	39.9	30.1	38.4
ニンテンドーDS-Lite、頭脳ゲーム	すでに購入、利用した	18.4	21.7	22.3	22.0
	購入、または利用してみたい	28.9	30.5	36.9	33.7
	いつかは欲しい、利用してみた	11.8	11.8	11.7	13.8
次世代ゲーム機	すでに購入、利用した	2.6	0.5	1.0	1.2
	購入、または利用してみたい	35.5	34.5	28.2	32.3
	いつかは欲しい、利用してみた	21.1	21.2	20.4	19.7
ワンセグ対応機器、ワンセグケータイ	すでに購入、利用した	7.9	5.9	3.9	3.7
	購入、または利用してみたい	38.2	29.1	36.9	22.0
	いつかは欲しい、利用してみた	13.2	24.6	11.7	18.5

商品、サービス名		未婚男性	既婚男性	未婚女性	既婚女性
		(%)			
クレジット機能付携帯電話、おサイフケータイ	すでに購入、利用した	25.0	14.8	13.6	12.6
	購入、または利用してみたい	18.4	15.8	20.4	12.2
	いつかは欲しい、利用してみた	9.2	15.3	8.7	8.7
ソーシャル・ネットワーキング・サービス	すでに購入、利用した	18.4	10.3	31.1	17.6
	購入、または利用してみたい	7.9	11.8	11.7	13.3
	いつかは欲しい、利用してみた	11.8	3.0	1.9	5.4
子ども向け携帯電話	すでに購入、利用した	0.0	2.5	2.9	3.7
	購入、または利用してみたい	3.9	9.4	3.9	9.6
	いつかは欲しい、利用してみた	2.6	14.3	5.8	11.9