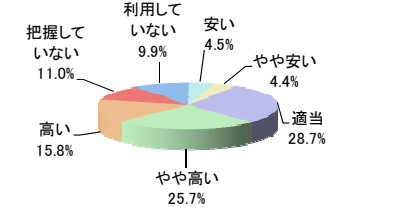


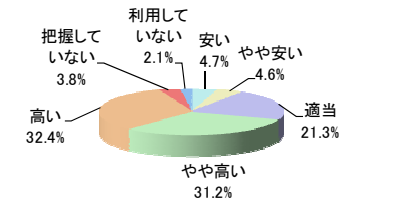
01 Woman's Trend

通信料金割引プラン合戦が活況だが、「よく知らない」人が大半 通信費削減策、20代以下は無料通話アプリへ

Q. 現在の固定インターネット料金は適当だと思う？



Q. 現在のスマホ、ガラケー、PHSの利用料金は適当？



今年5月から販売される携帯端末は「SIM(携帯電話会社が発行する契約者情報を記録したICカード)」ロックの解除が義務付けられる、ということで改めて携帯電話等の料金プラン合戦が盛んになっている。家計の中でもバカにならない額を占める通信費について探ってみた。

まず固定電話や自宅のインターネット接続、モバイルの状況を確認したところ、固定電話を利用していない人が1/4(30代以下では約半数)、自宅でインターネットを利用していない人は(不明を含み)1割、モバイルを持ってない人は4%。自宅のインターネットは7割方が固定回線を利用しているという結果だった。

上記を踏まえて通信費の月額(平均)は、固定電話は3000円未満が半数近く、インターネットは3000~5000円が4割方、モバイルは3000円未満が3割弱と、6000~8000円が25%と二分した(30代以下の4割近くが6000~8000円)。

この通信費を適当だと思っているかどうかを

Q. 通信費の見直しはしている？ (%)



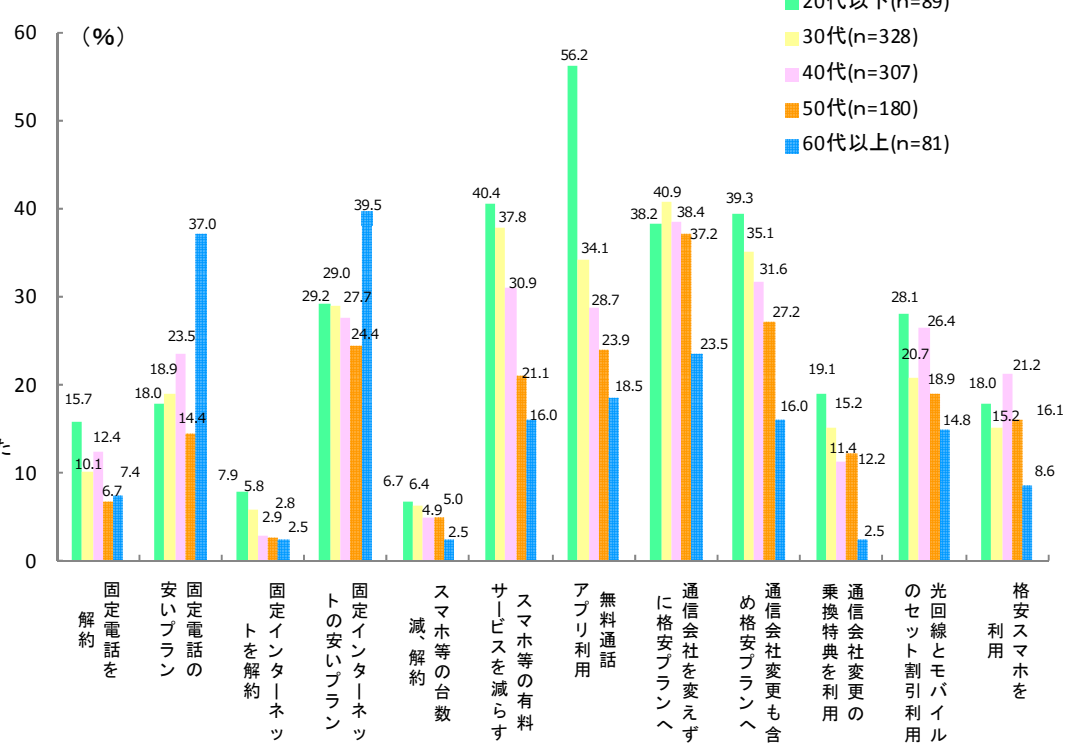
聞いたのが左上のグラフ。モバイル料金のほうは、6割以上が高いと思っている。なので、通信費を削減したいと9割の人が考えていた。

が、定期的に見直している人は少数派。若い世代ではモバイルの買い替えと通信費見直しはセットになっていると思われる。

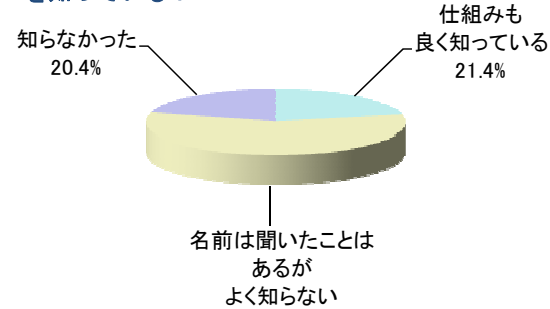
通信費の削減策は年代で大きく異なる。20代は圧倒的に無料通話アプリへ、30代はモバイルのみの格安プラン、40代で光回線とのセット割引プランや格安スマホも視野に入る。50代以上が保守的な対策に集中するのは料金プランが複雑で良く分からないからだろう。

光回線とモバイルとの料金セット割引はよく知らない人が大半。「知らなかった」以外の人に利用状況を確認すると、興味はあるが利用していないという人が半数。格安スマホも良く知っている人は2割。特に60代以上は知らなかった人が2割以上に上り、シニアにはまだまだ広報が必要だ。(所長/植田奈保子)

Q. 通信費を削減するときに検討する対策は？ (%)

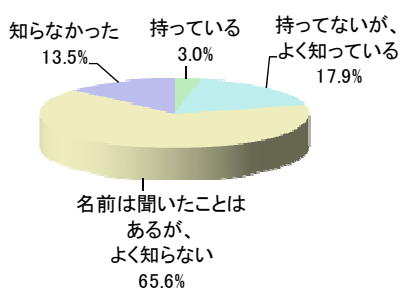


Q. 光回線とモバイルの料金セット割引プランを知っている？



2015.04.09~04.12 女性を対象にWEB調査 (n=985)

Q. 格安スマホを知っている？



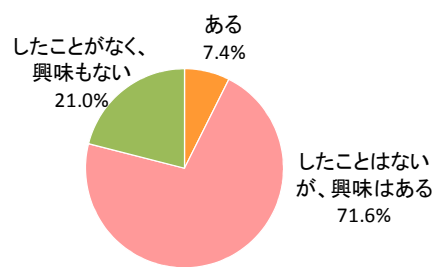
02 Woman's Data

【女性のキモチ】

「ふるさと納税」に興味ありの人が約7割

「ふるさと納税」の経験者は1割弱と少ないが、未経験だが興味があるという人は約7割。自由回答では「手続きや仕組みを分かりやすく説明してほしい」という声が多かった。2015年4月から、一定条件を満たせば寄付金控除を受けるための確定申告が不要になり、利用のハードルは少し下がるが、まだまだ制度の認知が必要といえそうだ。

【ふるさと納税をしたことがある？】



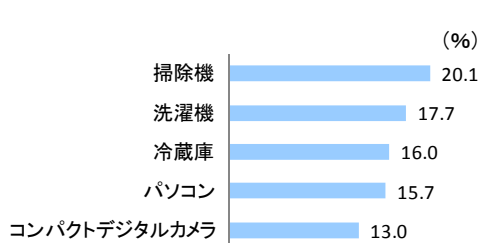
2015.4.2~4.5 リビングくらしHOW研究所調べ 全国の女性を対象にWEBアンケート (n=557)

【子育てママのキモチ】

1年以内に買いたい家電トップは「掃除機」

幼稚園ママと保育園ママに「ここ1年以内に購入(買い替え含む)したい家電」を聞いたところ、1位「掃除機」20.1%、2位「洗濯機」17.7%、3位「冷蔵庫」16.0%だった。特に掃除機はダニ・ホコリアレルギーを気にするママが多く、最近では静音・省エネほか高機能を搭載した機種が開発されていることも、購入意欲を高めていると考えられる。

【ここ1年以内に購入したい家電】※上位項目抜粋 (%)



2014.06.09~07.02 あんふあん調べ 幼稚園&保育園ママを対象に誌面、Webアンケート (n=356)

03 Group Eyes

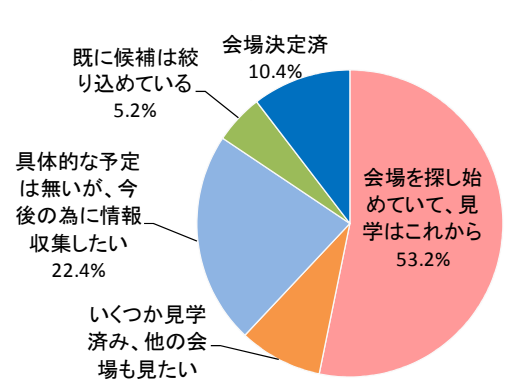
関西最大級のウエディングイベント開催 約360組のカップルが来場し、大盛況

サンケイリビング新聞社が発行する無料の結婚情報誌「レイウエディング大阪・兵庫・奈良」は、関西の人気結婚式場が一堂に集まる大型イベント「ウエディングマルシェ」を3/29大阪・4/12神戸にて実施。当日は、ザ・リッツ・カールトン大阪、帝国ホテル大阪、ラグナヴェールプレミアといった人気結婚式場、約40施設がブース出展。式場探しを始めたばかりのカップルが多く来場し、大阪開催は250組・神戸開催は117組の集客に成功した。関西ではウエディングイベントは少なく、マーケットにも新しい結婚式場探しのスタイルとして認知が広がっている。

また、レイウエディングは「雑誌」だけでなく「Webサイト」「アプリ」「ウエディング相談カウンター」「花嫁スクール」など多角的に、ウエディングを意識しているカップルへアプローチ。今後も関西で定期的にイベントを開催していく予定だ。

(サンケイリビング新聞社CC室)

【大阪で実施したイベント来場者の結婚式場選びの状況】



このイベントの狙いは「結婚式場を探しているカップル」へのアプローチ。多数の式場未決定カップルが来場、結婚式場とユーザーの求めるものが合致している

(n=250)