

～カーディフ生命、「住宅購入した未婚男女の意識調査」を実施～ 購入理由、女性は「将来を見据えた安心感」、男性は「いつか家族と暮らす家」

2017年12月21日
カーディフ生命保険会社

カーディフ生命保険会社(日本における代表者:久米保則)は、住宅購入経験のある未婚男女 2,000 人を対象に住宅購入に関する意識調査を実施しました。

2016年4月に「女性活躍推進法」が施行され、女性の社会進出は加速する傾向にあります。総務省「労働力調査」(2016年)では、女性の労働力人口は2,883万人で過去最多、労働力人口総数の43.4%を女性が占めています。一方で、「生涯未婚率」は上昇を続け、国立社会保障・人口問題研究所によると、2015年には男女ともに過去最高を更新、50歳時点で未婚の女性は7人に1人となりました。

今回の調査は、女性の社会進出が進みライフスタイルの選択が多様化する中、人生最大の買い物ともいえる住宅購入に踏み切る女性たちの意識や行動を把握することを目的に実施しました。

【調査結果】

1. 女性の4割は「老後の安心」を求めて住宅購入。日ごろのマネー管理も堅実

- 女性の購入理由で最も多かったのは「家賃を払い続けるのがもったいないから」(39%)、次いで「老後の安心のため」(37%)、「マイホームを持ちたかったから」(36%)がほぼ同率で続く。一方、男性は「マイホームを持ちたかったから」(40%)が突出し、次に「家賃を払い続けるのがもったいないから」(28%)が続く
- 男女差が顕著な購入理由は「老後の安心のため」で、女性は男性(20%)の約2倍。また、「将来的に家族を持ちたいと考えた」女性は2%で、男性(10%)より8ポイント低かった
- 61%の女性が「毎月の収支を把握」しており、48%が「買い物をするときポイントをためている」

2. 女性の3人に1人は年収400万円未満で購入。マイナス金利政策も後押し

- 32%の女性が年収400万円未満で住宅を購入。男性(25%)に比べて、収入が低い時点で購入に踏み切る傾向
- マイナス金利導入後(2016～2017年)に購入した女性の26%は「低金利」が購入理由に

3. マイホームを得ることで、女性はよりアクティブに

- 購入後の気持ちや行動の変化では、62%の女性が「家具・インテリアにこだわるようになった」、40%が「知人・家族を招くようになった」と回答
- 男女ともに最も大きい気持ちの変化は「ずっと住み続けられる安心感」(女性81%、男性71%)

4. 6割の男女が住宅ローン返済に不安。2割が「団信の特約を付けておけばよかった」

- 男女ともに60%超が「住宅ローンを組むときに不安を感じた」と回答
- 不安の理由トップは、男女ともに「病気やケガにより収入が減るかもしれないから」(女性63%、男性60%)
- 「購入前・購入時にやっておけばよかったこと」で最も多いのは、男女ともに「団信の特約を付けておけばよかった」(男女ともに24%)、次いで「もっと多くの住宅ローンを検討すればよかった」(女性11%、男性9%)

【考察】

女性の社会進出や経済的自立とともに、女性の住宅購入はライフイベントに左右されない事柄となりました。一方、「生涯未婚率」に見られるように、住宅購入後未婚のまま暮らし続けることも、十分想定される時代になっています。未婚男女を対象とした今回の調査では、**女性は“将来的な安心”をより強く求めて住宅購入している**ことが分かりました。女性はマイホームを持つことが老後のリスクヘッジになると位置づけていることが推察されます。対して男性は、より広い住宅を購入するなど、将来的に家族を持つことを見据えて購入している様子が伺えます。

また、女性は日々のお金に関する意識が高く、堅実に行動していることも明らかになりました。住宅を購入することで「マイホームの夢」を実現し、「老後の住まい」に対する不安を払拭しつつ、将来に備えて地道にお金を管理するなど、**女性が住宅を購入する背景には、「老後への不安」に加えて「マネーへの堅実性」、そして社会に進出することで得られた「経済的な自立心」が複合的に作用している**と推察されます。マイナス金利政策導入後の住宅ローン低金利下においては、そういった女性の心理を、さらに経済環境が後押ししたようです。

住宅を購入したことで、男女ともに「ずっと住み続けられる安心感が得られた」「家で過ごす時間が増えた」という気持ちの変化が見られました。**男性は住宅購入が家庭を持つことの準備になると捉える一方で、女性は一人で生きていくかもしれないことを覚悟として持ちつつ、マイホームでの生活を積極的かつ現実的に楽しんでいる**ことが、家具など身の回りの充実度アップや、友人を招くなどの社交性から印象づけられる結果となりました。

【調査概要】

1. 調査の方法：インターネット調査
2. 調査の対象：20～59歳の男女、住宅購入の経験者、これまでに結婚をした経験がない
3. 調査エリア：全国
4. 有効回答数：2,196名（女性1,058名、男性1,138名）
5. 調査実施日：2017年10月17日～25日
6. 調査会社：株式会社インテージ

カーディフ生命保険会社（正式名称：カーディフ・アシュアランス・ヴィ）について

カーディフ生命は、フランスを本拠とする世界有数の金融グループ BNP パリバの保険事業を担う BNP パリバ・カーディフの日本拠点として、2000年4月に設立されました。以来、主に銀行をパートナーとして、金融機関の商品と組み合わせることで新たな価値をつくりだす「バンカシュアランス」というビジネスモデルで事業を展開しています。特に、住宅ローン利用者ががんと診断された場合にローン残高が0円になる「がん団信（がん保障特約付団体信用生命保険）」を日本で初めて提供するなど、団体信用生命保険を主力商品としています。

＜本件に関するお問い合わせ先＞

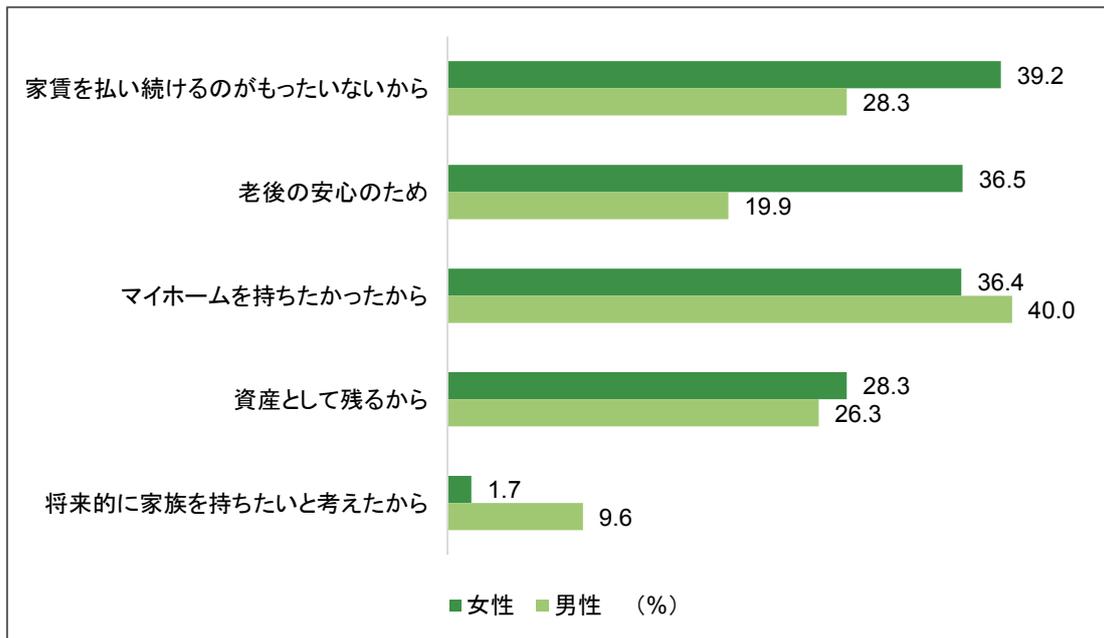
カーディフ生命保険会社 お客さま相談室 TEL:03-6415-8275
受付時間 9:00～18:00（月曜日～金曜日、祝日・年末年始を除く）

【別紙】 アンケート結果詳細

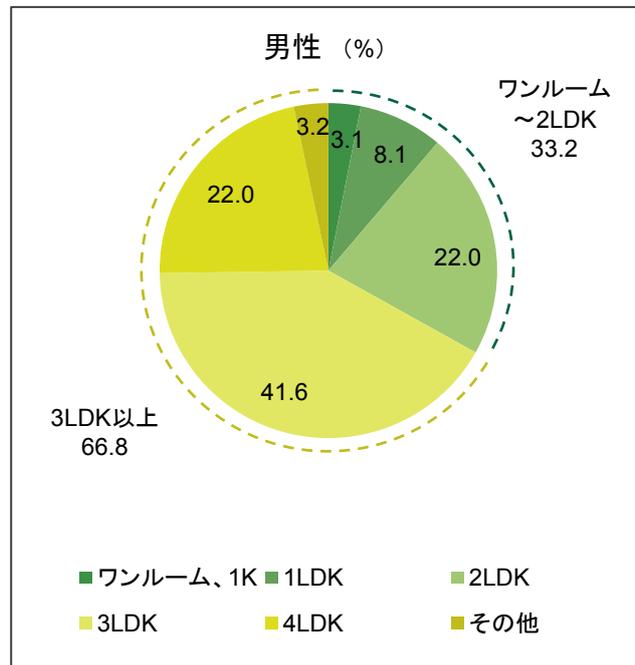
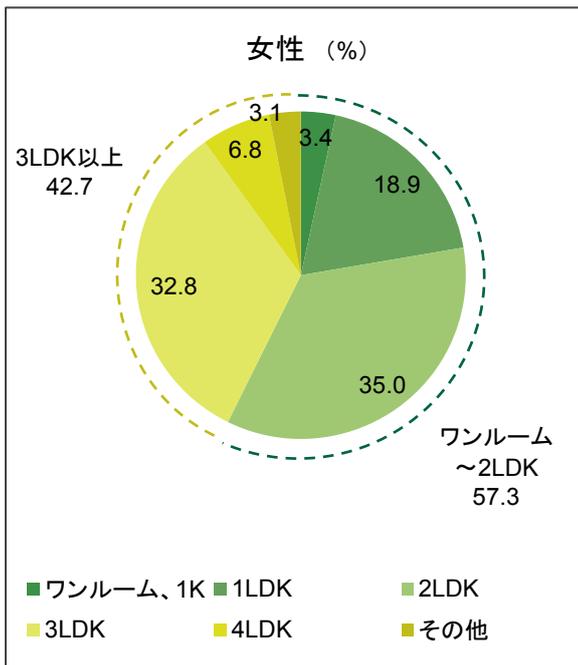
1. 女性の4割は「老後の安心」を求めて住宅購入。日ごろのマネー管理も堅実

- 女性の購入理由で最も多かったのは「家賃を払い続けるのがもったいないから」(39%)、次いで「老後の安心のため」(37%)、「マイホームを持ちたかったから」(36%)がほぼ同率で続く。一方、男性は「マイホームを持ちたかったから」(40%)が突出し、次に「家賃を払い続けるのがもったいないから」(28%)が続く(結果①)
- 男女差が顕著な購入理由は「老後の安心のため」で、女性は男性(20%)の約2倍。また、「将来的に家族を持ちたいと考えた」女性は2%で、男性(10%)より8ポイント低かった(結果①)
- 61%の女性が「毎月の収支を把握」しており、48%が「買い物をするときポイントをとめている」(結果②)

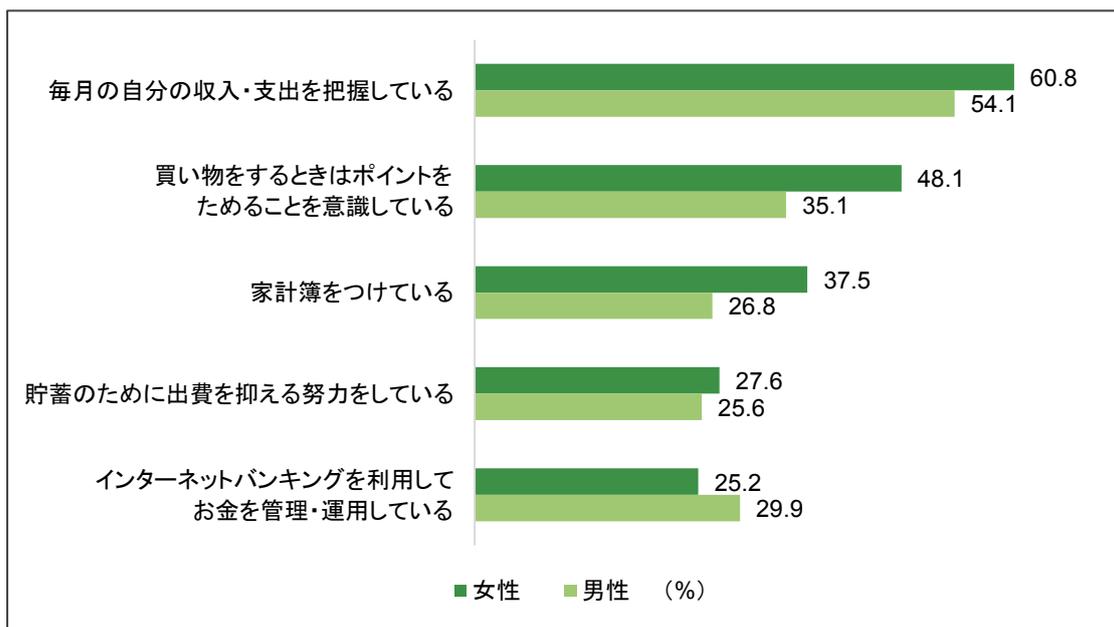
結果① 住宅購入の理由(複数回答)



<参考> 購入住宅の間取り



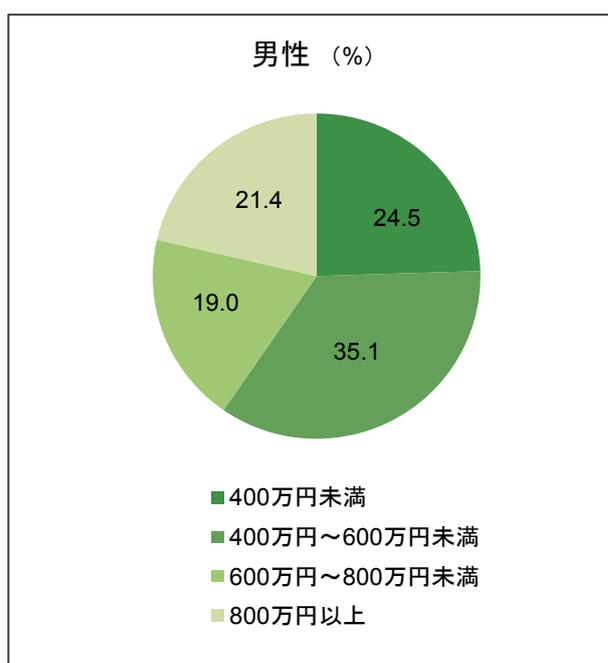
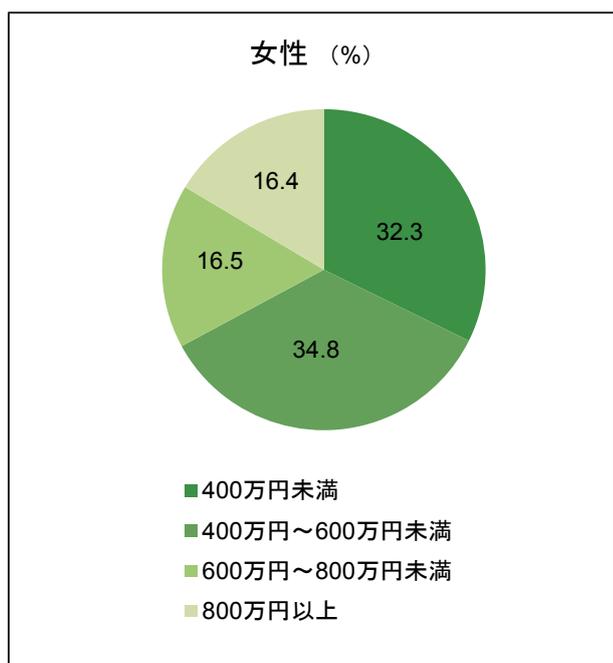
結果② 普段している事(複数回答)



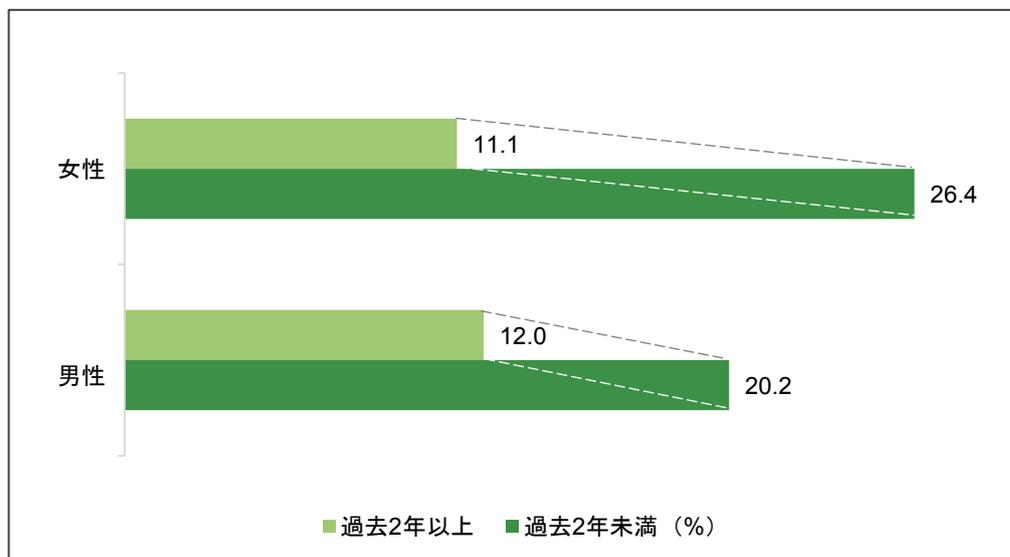
2. 女性の3人に1人は年収400万円未満で購入。マイナス金利政策も後押し

- 32%の女性が年収400万円未満で住宅を購入。男性(25%)に比べて、収入が低い時点で購入に踏み切る傾向(結果③)
- マイナス金利導入後(2016~2017年)に購入した女性の26%は「低金利」が購入理由に(結果④)

結果③ 住宅購入時点での年収総額(税込)



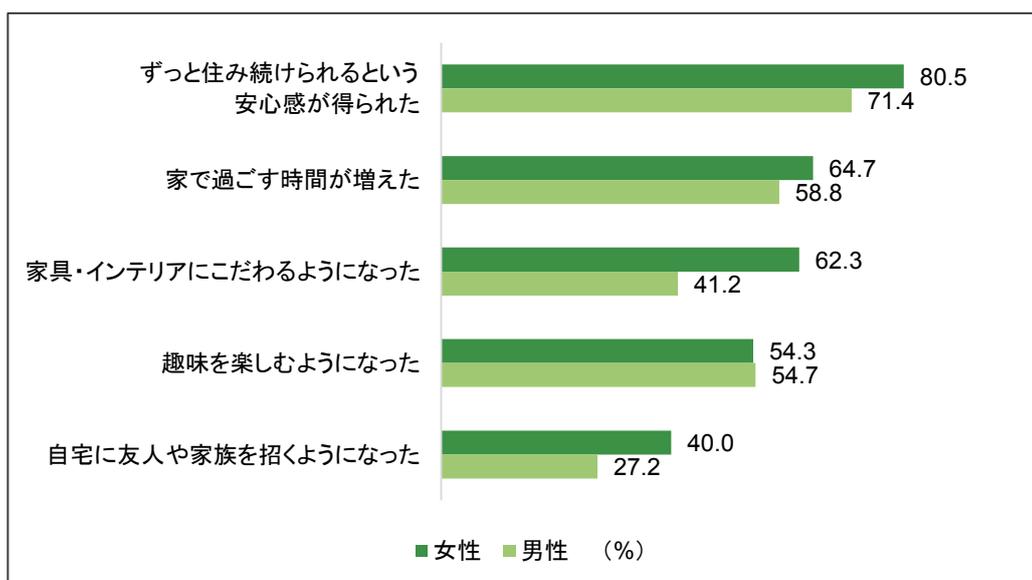
結果④ 住宅購入の理由(複数選択)「金利や税制などが有利で買い時だと思ったから」



3. マイホームを得ることで、女性はよりアクティブに

- 購入後の気持ちや行動の変化では、62%の女性が「家具・インテリアにこだわるようになった」、40%が「知人・家族を招くようになった」と回答(結果⑤)
- 男女ともに最も大きい気持ちの変化は「ずっと住み続けられる安心感」(女性 81%、男性 71%)(結果⑤)

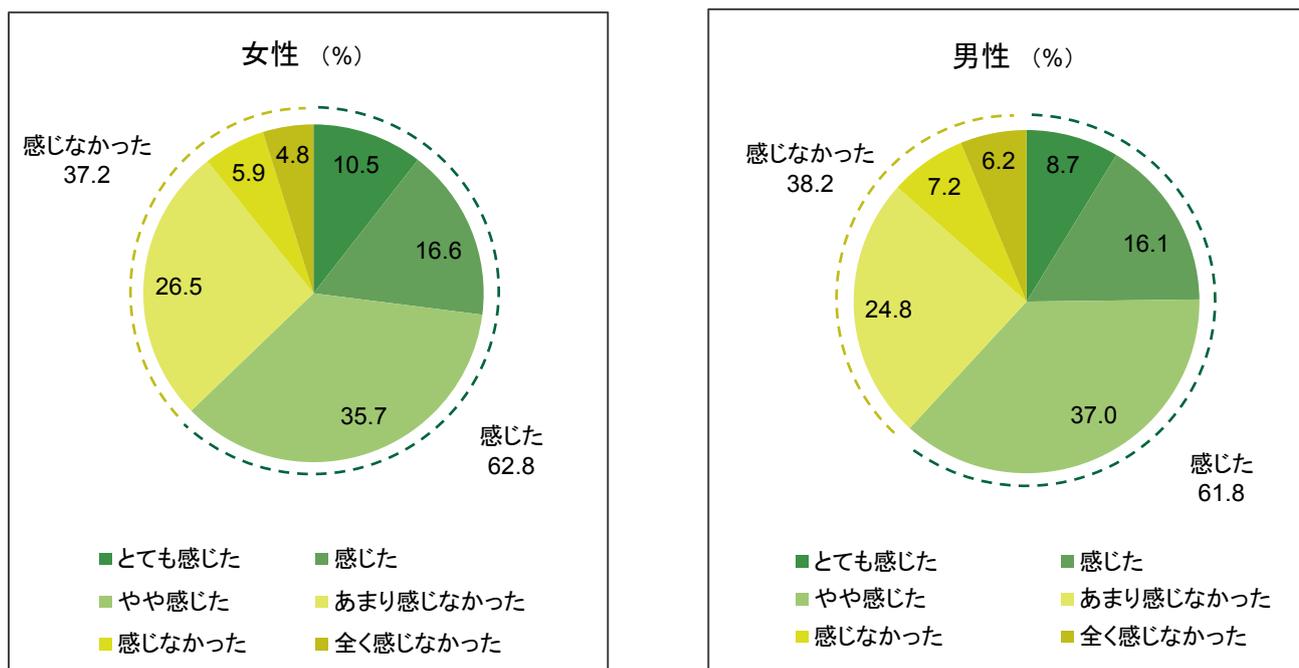
結果⑤ 住宅購入後の気持ち・行動の変化(複数回答)



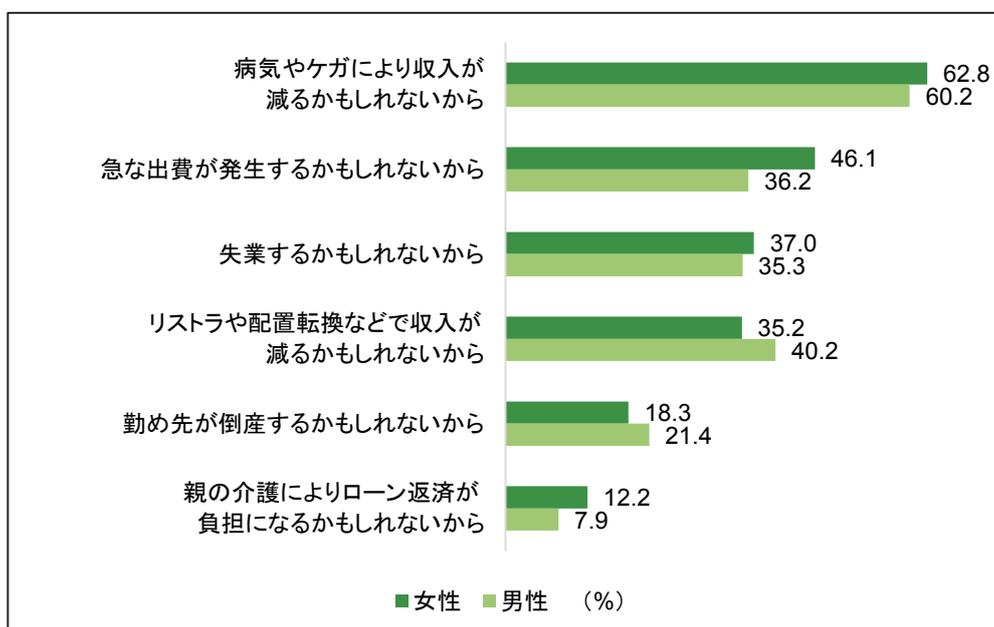
4. 6割の男女が住宅ローン返済に不安。2割が「団信の特約を付けておけばよかった」

- 男女ともに60%超が「住宅ローンを組むときに不安を感じた」と回答(結果⑥)
- 不安の理由トップは、男女ともに「病気やケガにより収入が減るかもしれないから」(女性 63%、男性 60%) (結果⑦)
- 「購入前・購入時にやっておけばよかったこと」で最も多いのは、男女ともに「団信の特約を付けておけばよかった」(男女ともに 24%)、次いで「もっと多くの住宅ローンを検討すればよかった」(女性 11%、男性 9%) (結果⑧)

結果⑥ 住宅ローン返済への不安の有無



結果⑦ 住宅ローン返済への不安の理由(複数回答)



結果⑧ 購入前・購入時にやっておけばよかったこと(複数回答)

