PRESS RELEASE

~カーディフ生命、「第2回 生活価値観・住まいに関する意識調査」を実施~

86%が「仕事よりプライベート重視」、昨年より8pt上昇。私生活への価値観が高まる「老後資金が不安」は86% コロナ前と変わらず最大の不安要素

2020 年 12 月 16 日カーディフ生命保険株式会社

【ハイライト】

- 1. 私生活への価値観が高まる。「仕事よりプライベート重視」(86%)、「結婚する・パートナーと暮らす」 (72%)、「広い家に住む」(50%)は、いずれも 7pt 以上の上昇
- 2. 最大の生活不安は依然として「老後資金」(86%)。「コロナ感染」は 73%で、「病気・ケガで働けなくなる」 「自然災害」に並ぶ
- 3. テレワーカー※1の3割がコロナ下で「住み替え・リフォーム等」を実施。テレワークが住まいを変えるきっかけに
- 4. 住宅ローン返済不安理由、「失業」「倒産」が上昇。特にコロナ感染拡大後^{※2}に住宅を購入した人の3割が 「失業」「倒産」を不安視
- 5. コロナ感染拡大後に住宅を購入した人の約7割が「疾病保障付き住宅ローン」を選択。堅実にリスクヘッジ

カーディフ生命保険株式会社(代表取締役社長:清瀬裕二)は、全国の男女 2,084 人^{※3}を対象に「第2回 生活価値観・住まいに関する意識調査」を実施しました。世代別の生活価値観・住まい観の把握を目的に実施した昨年の調査に続き、今回が第2回目の実施となります。

2020年は、新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)拡大の影響で人々の行動様式や働き方が著しく変化したことから、今回新たに新型コロナに関する質問項目を追加し、コロナ前・コロナ下での人々の意識、行動、価値観の変化もあわせて調査しました。

【調査結果サマリー】

1. 私生活への価値観が高まる。「仕事よりプライベート重視」は昨年より 8pt 上昇

- 理想の生活を送るために重要視することのなかで、昨年より大きく上昇したのは、「仕事よりもプライベート」 (86% 昨年比+7.5pt)、「趣味を持つ」(86% 同+6.1pt)、「結婚する・パートナーと暮らす」(72% 同+8.4pt)、「子どもを持つ」(59% 同+6.1pt)、「広い家に住む」(50% 同+7.8pt)。コロナ下での行動制限 により家で過ごす時間が増えたことで、より生活を重視する傾向が高まったと推察される。(別紙図表 1)
- 一方、30 代は「自分の家を持つ」(64% 同-12.7pt)、「自分の車を持つ」(59% 同-11.0pt)、「結婚する・パートナーと暮らす」(75% 同-3.8pt)、「子どもを持つ」(65% 同-9.3pt)の項目が昨年から大きく低下した。

2. コロナ下でも生活の最大の不安は「老後資金」(86%)。新型コロナ感染への不安は73%

- 現在感じている不安で最も高かったのは、昨年と変わらず「老後資金」(86%、昨年比-0.9pt)。次いで、「病気・ケガなどで働けなくなる」(75% 同-4.6pt)、「自然災害」(74% 同-8.1pt)、「コロナ感染」(73%)。新型コロナ感染という未曽有の不安要素の出現が他の不安要素に大きく影響する傾向はみられなかった。(別紙図表 2)
- 20代と30代は、他世代と比較して「コロナ感染」への不安が高い傾向。(20代 75%、30代 77%、40代 70%、50代 72%)
- ※1: テレワーカー:労働時間の半分以上がテレワーク、テレワーク経験者:これまでテレワークを経験したことがある(頻度問わず)
- ※2: コロナ感染拡大後:2020年3月以降
- ※3: 住宅購入経験者に対する設問は、新型コロナ感染拡大前後比較のためブーストサンプル (20~59 歳男女、2020 年 1 月以降の住宅購入者 221 名) を加えて分析しています。
- ※4: 本資料における「団信の特約」とは、死亡・高度障害の保障に上乗せする、がん保障(がんと診断されたらローン残高が0円になる)、脳卒中・急性心筋梗塞保障(所定の状態となったらローン残高が0円になる)、就業不能保障(病気やケガで働けなくなったら一定期間月々のローン返済が保障される)、失業保障(非自発的に失業したら一定期間月々のローン返済が保障される)などの保障を指します。



3. テレワーカーの3割が「住み替え・リフォーム等」を実施

- テレワーカーの 31%がコロナ感染拡大後に「住み替えた」「リフォームした」「家にワークスペースをつくった」と回答。全体(19%)と比較して高く、テレワークが住まいを変えるきっかけとなっている。(別紙図表 3)
- テレワーク経験者^{※1} がテレワークをするために新たに購入した商品の合計金額は平均 9.1 万円。最も 多く購入された商品は「パソコン・周辺機器」(21%)、次いで「机・椅子」(13%)、「WiFi 環境整備」 (11%)。

4. 住宅ローン返済不安理由、「失業」「倒産」が上昇。特にコロナ感染拡大後に住宅を購入した人の3割強が「失業」「倒産」を不安視

- 住宅ローン返済への不安理由は、「失業」(30%)と「倒産」(25%)が昨年よりそれぞれ 5.1pt、10.6pt 上昇 (別紙図表 4)。特にコロナ感染拡大後に住宅を購入した人の不安が高い(「失業」35%、「倒産」31%)。
- 最大の不安は「病気・ケガによる収入減」(64%)、次いで「急な出費」(39%)、「配置転換等による収入減」(38%)。

5. コロナ感染拡大後に住宅を購入した人の約7割が「疾病保障付き住宅ローン」を選択

- コロナ感染拡大後に住宅ローンを利用して住宅を購入した人の 68%が「団信の特約⁸⁴を付けている」と回答 (全体 39%)。先行き不透明感や不安要素が増す中、堅実にリスクヘッジする姿勢がうかがえる。(別紙図表 5)
- 住宅購入後に後悔したことで最も多いのは「団信の特約を付けておけばよかった」(40%)で、昨年から 4.5pt 上昇した。次いで「もっと住宅ローンを比較すればよかった」(12%、同-3.4pt)、「税制など金融知識 をつけておけばよかった」(11%、同-2.7pt)。(別紙図表 6)
- 団信の認知度は昨年より上昇し、住宅購入者の 52%が「購入前から知っている」(昨年比+7.4pt)。
- 団信の特約については、40%が「購入前から知っている」と回答(同+4.8pt)。特に、20-30代は47%(同+6.6pt)と高く、若年層の認知度が高まっている。

6. 住宅未購入者の住宅購入意向は 35%と昨年より 7pt 低下。テレワーク経験者は 52%

- 住宅未購入者のうち住宅購入意向があるのは 35%で昨年より 6.7pt 低下した。
- 一方、テレワーク経験者の住宅購入意向は 52%と高く、うち 21%が 2 年以内の購入を検討するなど具体的な時期を見据えて検討していることがうかがえる。
- 住宅を購入したい理由は、「マイホームを持ちたいから」(57%)、次いで「老後の安心のため」(32%)、「自分だけの空間をつくりたい」(25%)(別紙図表 7)。一方で、テレワーク経験者は、「マイホームを持ちたいから」(55%)がトップで変わらないが、「老後の安心のため」(37%)と「資産価値として残るから」(31%)の割合が高く、将来を見据えて検討していることがうかがえる。

7. 住宅検討場所、「郊外派」(54%)、「都心派」(46%)

- 住宅購入意向がある人のうち、54%が場所について「郊外がよい」と回答。「都心がよい」は 46%と、 郊外派がやや高い。(別紙図表 8)
- 一方、テレワーク経験者についてはテレワークの頻度によって差がみられた。「半分以上テレワーク」は「郊外派」(54%)が「都心派」(46%)より高く、「テレワーク半分未満」は「都心派」(58%)が「郊外派」(42%)よりも高い。(別紙図表 9)

8. コロナ下での家選びで重視したのは、「間取り・広さ」「通勤アクセス」「断熱性」

 コロナ感染拡大後に住宅を購入した人は、コロナ感染拡大前(2015 年~2020 年 2 月)に購入した人と 比較して、「間取り・広さ」(59% コロナ前比+9.7pt)、「通勤アクセス」(32% 同+3.4%)、「断熱性」 (20% 同+4.1%)を優先する傾向がみられた。(別紙図表 10)



~ コロナ下における経済変化と当調査に対するエコノミストの見解 ~ BNP パリバ証券株式会社 経済調査本部長 チーフエコノミスト 河野 龍太郎

コロナは社会を一変させたと言われますが、私には、様々なトレンドや社会が元々抱えていた闇を深めたようにも思われます。コロナ前から、経済格差や社会保障の不備などが広く問題視され、当調査でも、老後不安や働けなくなることへの不安など、経済面での不安を抱える人が多数を占めていました。近年は、長生きリスクに備えて老後資金を積み増すべく、高齢者や専業主婦が働きに出ることが急増していましたが、コロナ禍によって働くことすらできない事態も出てきました。コロナそのものへの不安と共に、従来からの不安も改めて強く認識されたように思われます。

最大の懸念は、コロナ禍が、若年層や非正規雇用、低所得層、高齢者など、生活基盤が弱い人々により大きな打撃をもたらす傾向があることです。経済が大きく落ち込んだ春先も、正社員の雇用は概ね守られましたが、非正規の雇用調整は大きなものとなりました。職こそ失わなかったものの、持病があるなど健康不安を抱えながらも、生活のために職場に向かわねばならない人も大勢いらっしゃいます。貯蓄の少ない 20-30 歳代ならなおさら仕事は辞められません。今回の調査では、30 歳代の家や車、子供、結婚などを重視する傾向が低下していました。これが、お金がかかるために色々なものをあきらめざるを得ない人が増えていることを示唆しているのだとすれば、非常に憂慮される事態です。

社会に包摂されない人が増えていることが、コロナ禍で見過ごされているのではないでしょうか。

カーディフ生命保険株式会社 代表取締役社長の清瀬裕二は、次のように述べています。

「今回の調査では、家族や生活空間に対する重要度が高まり、仕事よりプライベートへの価値観が高まる傾向 がみられました。新型コロナ感染拡大に伴い、人々の生活や働き方が一変し行動が制限される中、家で過ごす 時間が増え、これまでの生活を見直すきっかけとなったと考えられます。

一方で、今回、新たに「新型コロナ感染」という未曽有の不安要素が加わっても、最大の生活不安は依然として "老後資金"であり、将来への先行き不透明感に対する不安が根強いことがうかがえます。残念ながら「失業」や 「倒産」を理由に住宅ローン返済に不安を感じている方が増加しているという結果に直面し、改めて住宅ローン の保障に対するニーズが高いこと、その中でも特に病気やケガ、失業への備えに対するご要望が多いことを強く認識しました。

ひとりでも多くの人が保険によってリスクから守られ、理想のライフプランの実現に向けて、安心して力強く前進できる社会をつくることが私たちの使命です。変わりゆく社会やお客さまの価値観、ニーズにきめ細やかにお応えするために、これからも絶えず変革を続け、商品・サービスを進化させてまいります。」

【調査概要】

- 1. 調査方法:インターネット調査
- 2. 調査対象: 20-59歳の男女
- 3. 調査エリア:全国
- 4. 有効回答数:2,084 名(男性 1,053 名、女性 1,031 名)
 - ※住宅購入経験者に対する設問は、前回比較のためブーストサンプル(20-59 歳男女と2020 年 1 月以 降の住宅購入者221 名)を加えて分析
- 5. 調査実施日:2020年10月16日~20日
- 6. 調査会社:株式会社インテージ



カーディフ生命保険株式会社について

カーディフ生命保険株式会社は、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です。主に銀行をパートナーとして、金融機関の商品と保険を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、住宅ローン返済中にがんと診断された場合、保険金によってローン返済を支援する「がん団信」を日本で初めて開発するなど、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株式会社 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)

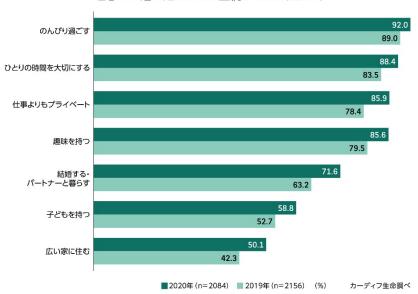
【別紙】アンケート詳細結果

1. 私生活への価値観が高まる。「仕事よりプライベート重視」は昨年より 8pt 上昇

- 理想の生活を送るために重要視することのなかで、昨年より大きく上昇したのは、「仕事よりもプライベート」 (86% 昨年比+7.5pt)、「趣味を持つ」(86% 同+6.1pt)、「結婚する・パートナーと暮らす」(72% 同+8.4pt)、「子どもを持つ」(59% 同+6.1pt)、「広い家に住む」(50% 同+7.8pt)。コロナ下での行動制限 により家で過ごす時間が増えたことで、より生活を重視する傾向が高まったと推察される。(図表 1)
- 一方、30 代は「自分の家を持つ」(64% 同-12.7pt)、「自分の車を持つ」(59% 同-11.0pt)、「結婚する・パートナーと暮らす」(75% 同-3.8pt)、「子どもを持つ」(65% 同-9.3pt)の項目が昨年から大きく低下した。

(図表 1)

理想の生活を送るために重視すること(複数回答)

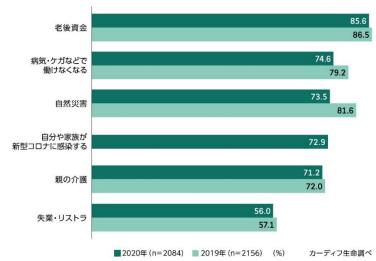


2. コロナ下でも生活の最大の不安は「老後資金」(86%)。新型コロナ感染への不安は73%

- 現在感じている不安で最も高かったのは、昨年と変わらず「老後資金」(86%、昨年比-0.9pt)。次いで、「病気・ケガなどで働けなくなる」(75% 同-4.6pt)、「自然災害」(74% 同-8.1pt)、「コロナ感染」(73%)。新型コロナ感染という未曽有の不安要素の出現が他の不安要素に大きく影響する傾向はみられなかった。(図表 2)
- 20 代と30 代は、他世代と比較して「コロナ感染」への不安が高い傾向。(20 代 75%、30 代 77%、40 代 70%、50 代 72%)

(図表 2)

現在感じている不安(複数回答)





The insurer for a changing world

3. テレワーカーの3割が「住み替え・リフォーム等」を実施

- テレワーカーの31%がコロナ感染拡大後に「住み替えた」「リフォームした」「家にワークスペースをつくった」と回答。全体(19%)と比較して高く、テレワークが住まいを変えるきっかけとなっている。(図表3)
- テレワーク経験者^{※1} がテレワークをするために新たに購入した商品の合計金額は平均 9.1 万円。最も 多く購入された商品は「パソコン・周辺機器」(21%)、次いで「机・椅子」(13%)、「WiFi 環境整備」 (11%)。

(図表 3)

住み替え・リフォームの実施状況

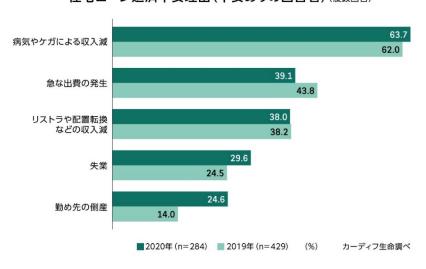


4. 住宅ローン返済不安理由、「失業」「倒産」が上昇。特にコロナ感染拡大後に住宅を購入した人の3割強が「失業」「倒産」を不安視

- 住宅ローン返済への不安理由は、「失業」(30%)と「倒産」(25%)が昨年よりそれぞれ 5.1pt、10.6pt 上昇(図表 4)。特にコロナ感染拡大後に住宅を購入した人の不安が高い(「失業」35%、「倒産」31%)。
- 最大の不安は「病気・ケガによる収入減」(64%)、次いで「急な出費」(39%)、「配置転換等による収入減」(38%)。

(図表 4)

住宅ローン返済不安理由(不安ありの回答者)(複数回答)

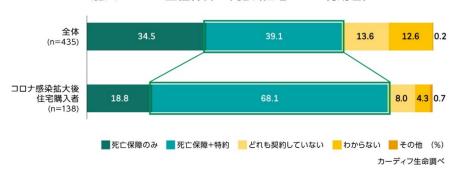


5. コロナ感染拡大後に住宅を購入した人の約7割が「疾病保障付き住宅ローン」を選択

- コロナ感染拡大後に住宅ローンを利用して住宅を購入した人の68%が「団信の特約¾を付けている」と回答(全体39%)。先行き不透明感や不安要素が増す中、堅実にリスクヘッジする姿勢がうかがえる。(図表5)
- 住宅購入後に後悔したことで最も多いのは「団信の特約を付けておけばよかった」(40%)で、昨年から 4.5pt 上昇した。次いで「もっと住宅ローンを比較すればよかった」(12%、同-3.4pt)、「税制など金融知識 をつけておけばよかった」(11%、同-2.7pt)。(図表 6)
- 団信の認知度は昨年より上昇し、住宅購入者の 52%が「購入前から知っている」(昨年比+7.4pt)。
- 団信の特約については、40%が「購入前から知っている」と回答(同+4.8pt)。特に、20-30代は47%(同+6.6pt)と高く、若年層の認知度が高まっている。

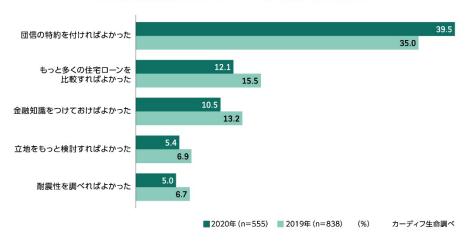
(図表5)

加入している団信保障の内訳(住宅ローン利用者)



(図表 6)

住宅購入後後悔したことトップ5(住宅購入者)(複数回答)



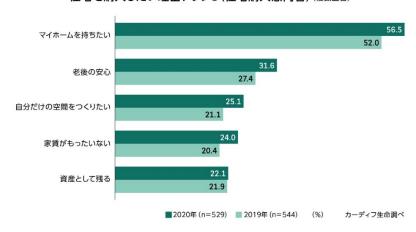


6. 住宅未購入者の住宅購入意向は 35%と昨年より 7pt 低下。テレワーク経験者は 52%

- 住宅未購入者のうち住宅購入意向があるのは 35%で昨年より 6.7pt 低下した。
- 一方、テレワーク経験者の住宅購入意向は52%と高く、うち21%が2年以内の購入を検討するなど具体的な時期を見据えて検討していることがうかがえる。
- 住宅を購入したい理由は、「マイホームを持ちたいから」(57%)、次いで「老後の安心のため」(32%)、「自分だけの空間をつくりたい」(25%)(図表 7)。一方で、テレワーク経験者は、「マイホームを持ちたいから」(55%)がトップで変わらないが、「老後の安心のため」(37%)と「資産価値として残るから」(31%)の割合が高く、将来を見据えて検討していることがうかがえる。

(図表 7)



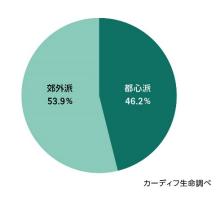


7. 住宅検討場所、「郊外派」(54%)、「都心派」(46%)

- 住宅購入意向がある人のうち、54%が場所について「郊外がよい」と回答。「都心がよい」は 46%と、 郊外派がやや高い。(図表 8)
- 一方、テレワーク経験者についてはテレワークの頻度によって差がみられた。「半分以上テレワーク」は「郊外派」(54%)が「都心派」(46%)より高く、「テレワーク半分未満」は「都心派」(58%)が「郊外派」(42%)よりも高い。(図表 9)

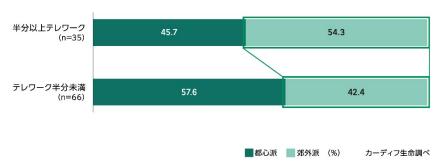
(図表 8)

住宅検討場所(住宅購入意向者)(n=529)





テレワーク経験者の住宅検討場所(住宅購入意向者)



8. コロナ下での家選びで重視したのは、「間取り・広さ」「通勤アクセス」「断熱性」

 コロナ感染拡大後に住宅を購入した人は、コロナ感染拡大前(2015 年~2020 年 2 月)に購入した人と 比較して、「間取り・広さ」(59% コロナ前比+9.7pt)、「通勤アクセス」(32% 同+3.4%)、「断熱性」(20% 同+4.1%)を優先する傾向がみられた。(図表 10)

(図表 10)

購入時期別 住宅購入優先事項(複数回答)

