

2018年2月27日
株式会社オールアバウト
野村證券株式会社

＜女性の貯金額とライフスタイルに関する比較調査＞
貯金 200 万円以上ある“堅実女子”は“ゼロ円女子”と比べて
整理整頓志向が強く、ATM の利用頻度も少ない傾向に
～ファストファッションを選ぶ基準はトレンドより着心地～
～NISA や財形貯蓄の実施率は約 3 割～

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：江幡 哲也）と野村證券株式会社（本社：東京都中央区、代表執行役社長：森田 敏夫）は、25 歳以上 36 歳未満で未婚、かつ年収 300 万円以上 500 万円未満という共通条件のもと、(1) 貯金額が 200 万円以上の女性を“堅実女子”、(2) 貯金額が 0 円もしくは 10 万円未満の女性を“ゼロ円女子”と定義し、計 429 名を対象に、ライフスタイルに関する比較調査を共同で実施しました。さらに調査レポートでは、専門の知識や経験をもった「All About」の各分野の専門家（＝ガイド）が、貯金額と日々の行動との関係性について解説します。

調査結果のポイント

- 貯金が 200 万円以上ある“堅実女子”の 6 割が部屋の整理整頓をきちんとしており、貯金“ゼロ円女子”より 1.5 倍も多い
- “堅実女子”の ATM の利用頻度は月 1 回以下が 4 割で、1 割は月に一度も利用しないことが明らかに
- “堅実女子”がファストファッションを購入する際、“ゼロ円女子”よりも「着心地」を特に重視する傾向
- “堅実女子”の 3 人に 1 人が「結婚資金の貯金」をしており、“ゼロ円女子”の倍以上存在
- 各種積立制度の認知度には 2 倍近く差があり、NISA の実施率は“堅実女子”が 3 割に対し、“ゼロ円女子”は 1 割に満たない結果

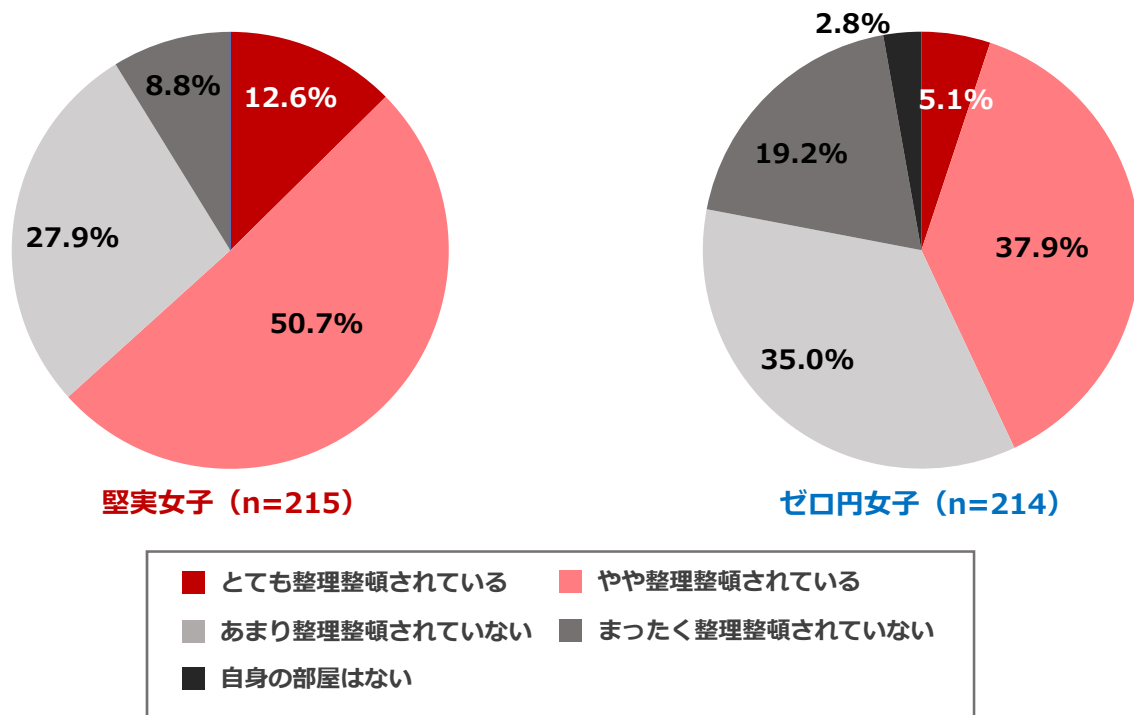
■ 調査概要

- ・ 調査日程：2017 年 12 月 26 日（火）～2018 年 1 月 29 日（月）
- ・ 調査対象：25 歳以上 36 歳未満で未婚、かつ年収 300 万円以上 500 万円未満という共通条件のもと
 - ①貯金額が 200 万円以上の“堅実女子”と②貯金額が 0 円もしくは 10 万円未満の“ゼロ円女子”を抽出
- ・ 有効回答者数：429 名
- ・ 調査方法：インターネットリサーチ
- ・ 職業：①会社員・事務系 116 名 (54.0%)、会社員・技術系 43 名 (20.0%)、会社員・その他 56 名 (26.0%)
 - ②会社員・事務系 106 名 (49.5%)、会社員・技術系 35 名 (16.4%)、会社員・その他 73 名 (34.1%)
- ・ 年代：①20 代 116 名 (54.0%)、30 代 99 名 (46.0%)
 - ②20 代 107 名 (50.0%)、30 代 107 名 (50.0%)

貯金が 200 万円以上ある“堅実女子”の 6 割が部屋の整理整頓をきちんとしており、貯金“ゼロ円女子”より 1.5 倍も多い

年収 300 万円以上 500 万円未満で 20 代・30 代の未婚という共通条件のもと、貯金額が 200 万円以上の“堅実女子”215 名と、貯金額が 0 円もしくは 10 万円未満の“ゼロ円女子”214 名に対し、自身の部屋の整理整頓度合いを尋ねたところ、“ゼロ円女子”は 43.0%が「整理整頓されている（とても整理整頓されている、やや整理整頓されている、の合計）」と回答した一方、“堅実女子”については 1.5 倍も多い 63.3%もいることがわかりました。【グラフ 1】

【グラフ 1】 部屋の整理整頓度合い（単一回答）

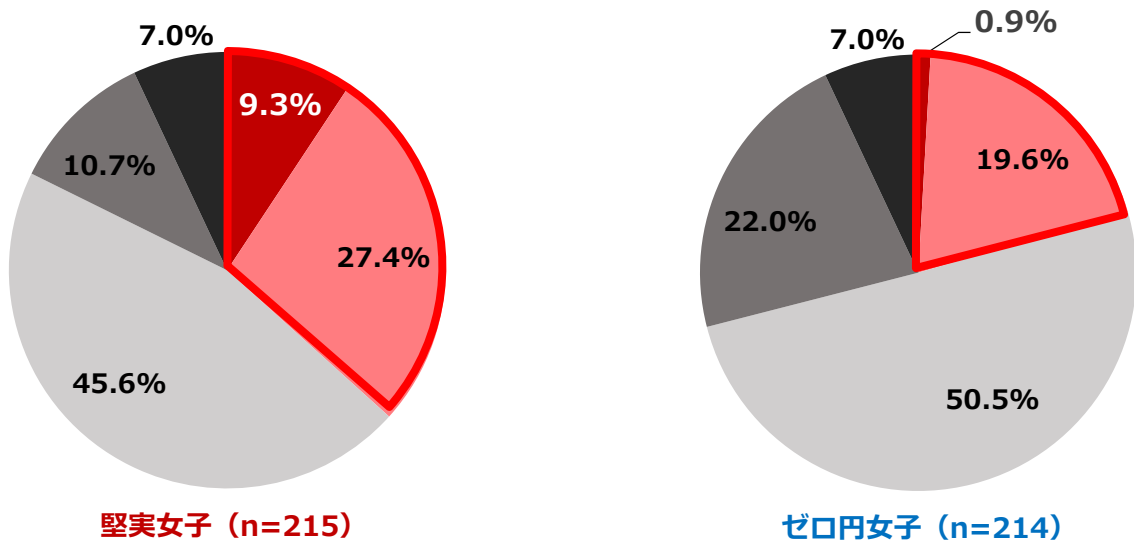


“堅実女子”の ATM の利用頻度は月 1 回以内が 4 割で、1 割は月に一度も利用しないことが明らかに

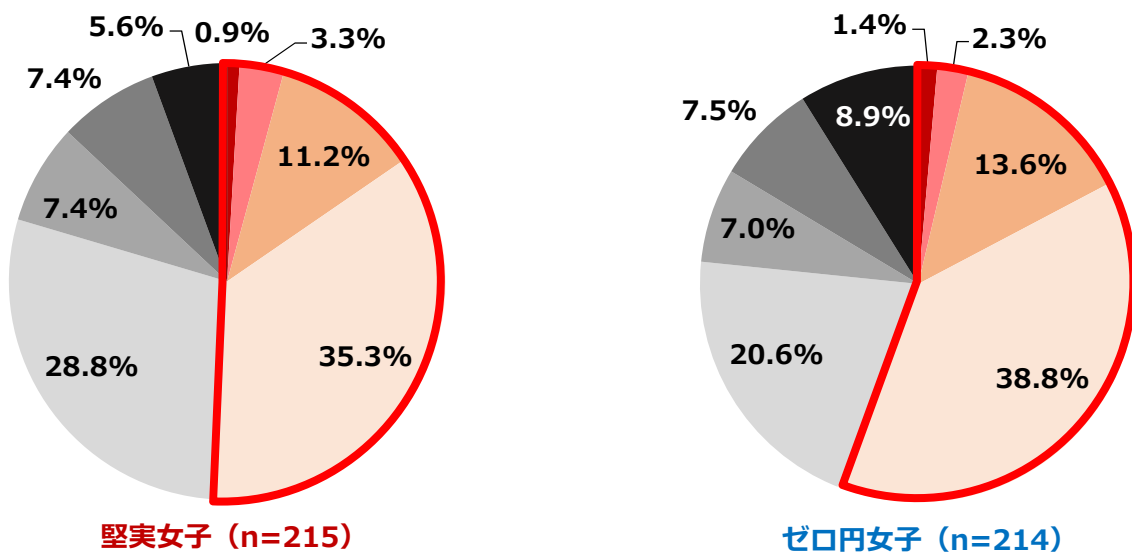
1 ヶ月の ATM の利用頻度について尋ねたところ、“堅実女子”の約 4 割が「1 回以内（0 回と 1 回の合計）」しか利用しておらず、1 割の人が月に一度も ATM を利用しないことが明らかになりました。一方、“ゼロ円女子”における「月 1 回以内」の利用割合は 20.5%となり、“堅実女子”の約半分となりました。さらに月に「4,5 回」の利用となると“ゼロ円女子”は、“堅実女子”の倍近い 22.0%という結果になり、両者の間における ATM の利用頻度の差が浮き彫りとなりました。【グラフ 2】

また衝動買いの頻度についても尋ねたところ、「月に 1 回以上」衝動買いをする人は、“堅実女子”で 50.7%のところ、“ゼロ円女子”は 6 ポイント多い 56.1%といった結果になりました。【グラフ 3】

【グラフ 2】 1 ヶ月の ATM の利用頻度 (単一回答)



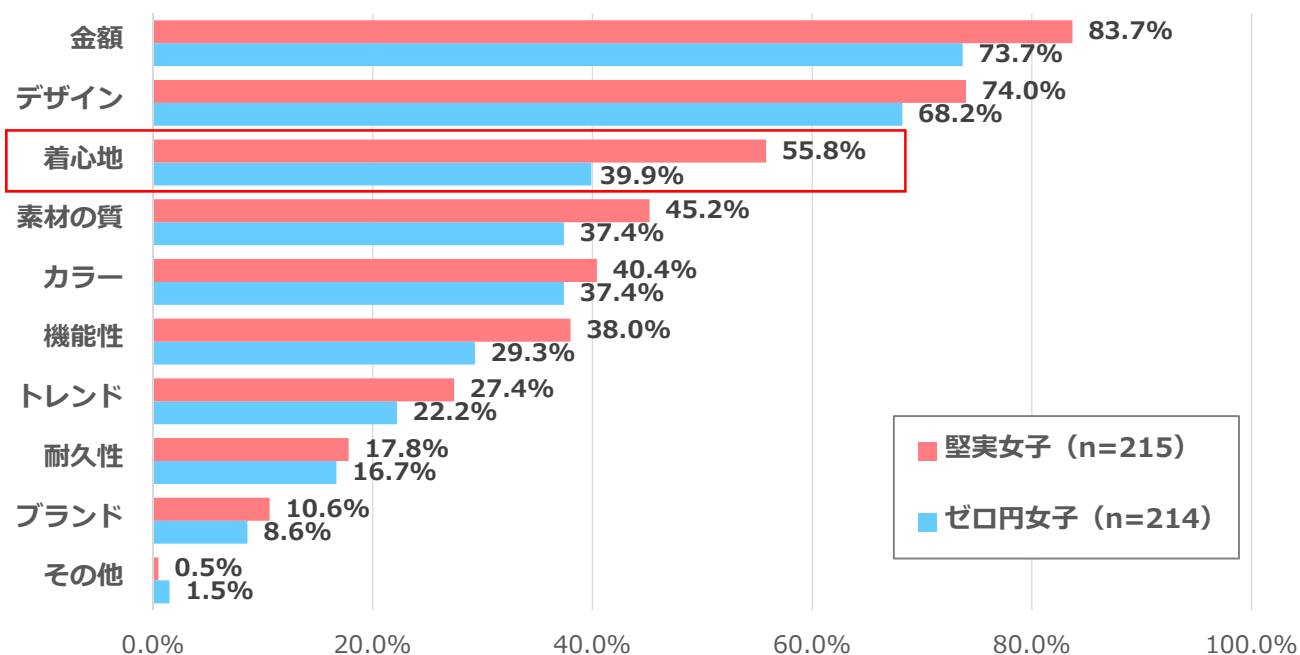
【グラフ 3】 衝動買いの頻度 (単一回答)



**“堅実女子”がファストファッション購入する際、
“ゼロ円女子”よりも「着心地」を特に重視する傾向**

ファストファッションをどういった基準で購入しているかについても聞いたところ、どちらのグループにおいても「金額」、「デザイン」が上位を占めるものの、全体的に“堅実女子”の方が各基準の割合が“ゼロ円女子”よりも大きく、購入時のこだわりが強いと言えます。さらに「着心地」といった基準については、“堅実女子”と“ゼロ円女子”とで 20 ポイント近くも大きな差があることがわかりました。【グラフ 4】

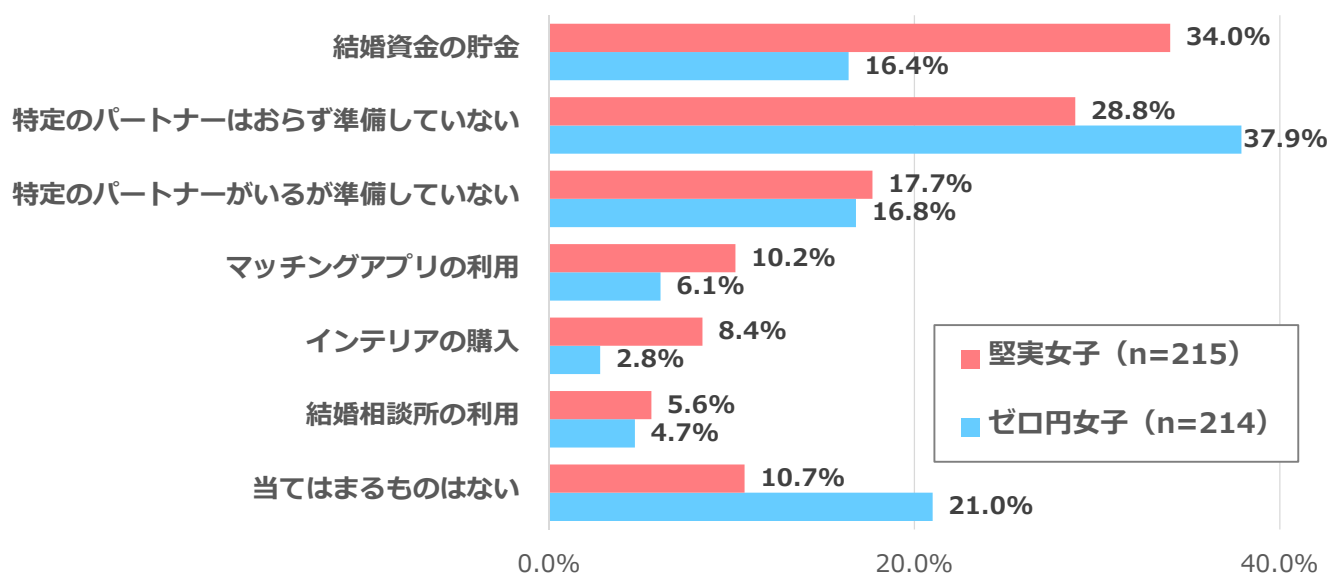
【グラフ4】 ファストファッションの購入基準（複数回答）



“堅実女子”の3人に1人が「結婚資金の貯金」をしており“ゼロ円女子”の倍以上存在

結婚に向けて準備していることを尋ねたところ、“堅実女子”は3人に1人が「結婚資金の貯金」をしており、“ゼロ円女子”と倍以上の差が開く結果になりました。またそもそも“ゼロ円女子”の方が、“堅実女子”と比べて特定のパートナーがいないことも明らかになりました。（特定のパートナーが不在の割合、堅実女子：28.8%、ゼロ円女子：37.9%）【グラフ5】

【グラフ5】 結婚に向けて準備していること（複数回答）

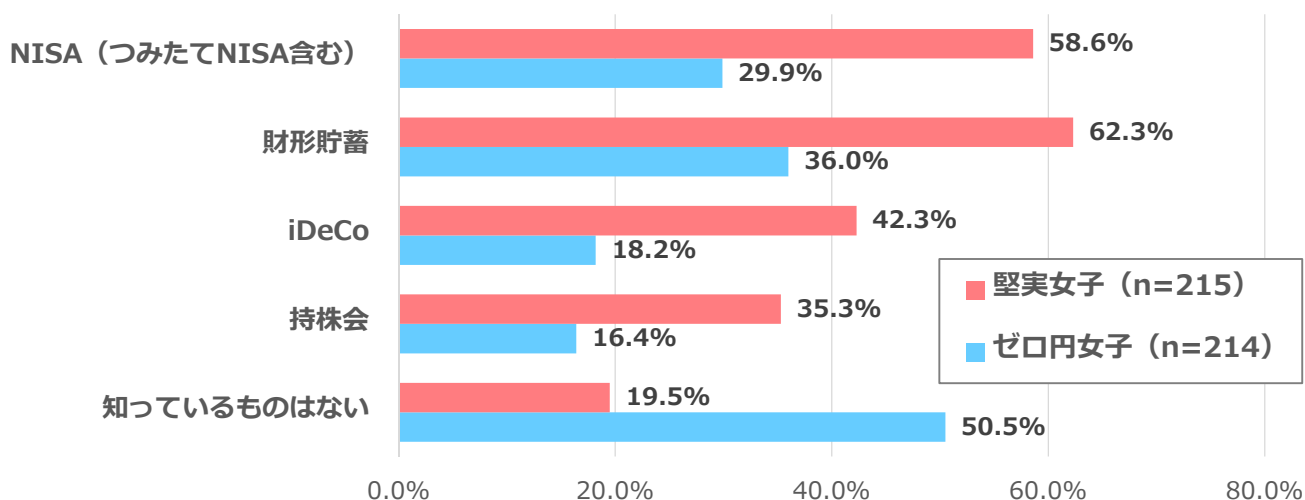


**各種積立制度の認知度には2倍近く差があり、
NISAの実施率は“堅実女子”が3割に対し、“ゼロ円女子”は1割に満たない結果**

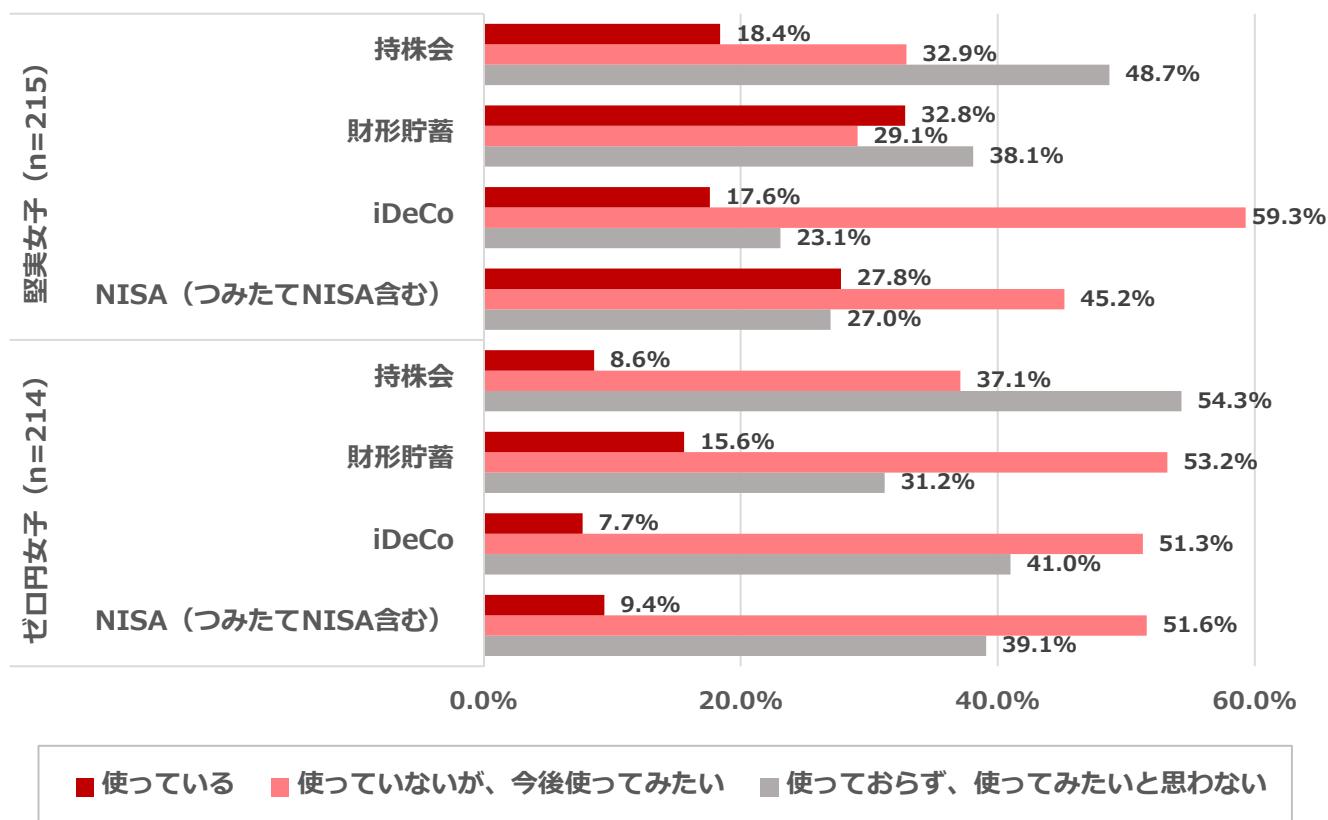
各種積立制度に関する認知度について尋ねたところ、“堅実女子”のNISAに対する認知度が58.6%のところ、“ゼロ円女子”はその半分の29.9%という結果になりました。そのほか、財形貯蓄、iDeCo、持株会など制度全般において、“堅実女子”の方が認知していることが浮き彫りになりました。【グラフ6】

あわせて、積立制度の利用意向・実施状況を尋ねたところ、全ての項目において“堅実女子”の実施率が“ゼロ円女子”を上回り、「財形貯蓄」、「NISA（つみたてNISA含む）」については3割近くが、すでに実施していることが明らかになりました。【グラフ7】

【グラフ6】 積立制度の認知度（複数回答）



【グラフ7】 積立制度の利用意向・実施状況（複数回答）



■ All About ガイドによる解説



「家計簿・家計管理」ガイド：飯村 久美

1995年学習院大学卒業後、金融機関に勤務。在職中にファイナンシャルプランナーの資格を取得。2006年FP事務所アイプランニング開業。コーチングの資格も取得し、クライアントに寄り添った相談を心掛けている。年間のセミナー回数は100回、これまでの家計診断は800件を超える。2012年マネー講師のセミナーコンテスト「E-1 グランプリ」に出場し、グランプリを受賞。

お金を上手に貯めている「堅実女子」は、 unnecessaryなものにお金を使いません。衝動買いを抑えることはもちろん、時間外のATM手数料や自動販売機のお茶などちょっとした支出に対しても意識を高く持っています。理由は2つあります。一つは、価値基準を持っており、自分が大切にしているものに対してはお金を使い、そうでないものにはお金をかけない。それがはっきりしているからです。そのため、無駄遣いが少なく、自分にとって必要なものにお金を使うことができます。不要な物に囲まれないため、部屋も整理されていて、似たような洋服を買ったり、同じ文房具がいくつもあったりするということもありません。もう一つは、1か月で使えるお金を予算として持っているからです。食費をこのくらいで抑えれば今月はOK、洋服や化粧品などにはこのくらいかけられるなど、おおよその予算感をもってお金を使っています。「ゼロ円女子」のようにお金が足りなくなる度にATMから引き出し、今月いくら使ったのかわからないということもありません。「堅実女子」は1か月に使える生活費を引き出し、あとは使えるお金を意識しながら生活します。結婚、旅行、家を買うなど、目的があるとお金を上手に貯めやすくなります。近い将来、自分のやりたいことや、手に入れたものに必要な費用を調べて、毎月の収入の中から積み立てていくとお金も無理なく貯まり、夢も実現しやすくなります。「ゼロ円女子」のようにお金がなかなか貯められないという人は、お給料が入ったら、まずは収入の10%でも自動的に貯蓄や投資に回るよう積立を始めましょう。仕組みさえ作ってしまえば、そこにお金はどんどん貯まっていくので、日々の家計管理のモチベーションも上がります。



「シンプルライフ」ガイド：金子 由紀子

子供の頃より「シンプル」「ミニマム」に関心を抱く。学生時代より10年間の一人暮らし賃貸住まい時代に、少ないモノで楽しく暮らすノウハウを模索。ビジネス系出版社にて書籍編集に携わったのちフリーランス。ビジネス、旅行、ダイエット、教育などの分野の取材・執筆・編集に携わる。結婚後二児を得て、新たなシンプルライフの構築にいそむ日々。

この調査からは、「堅実女子」と「ゼロ円女子」の分かれ目が、ちょっとした日々の暮らしにあることをうかがい知ることができます。たとえばファッション。同じようなファストファッションであっても、堅実女子は「着心地」「素材の質」「機能性」を重視し、「ベーシックなものを長く着る」ことを念頭に置いて服選びをしています。ファッション性の高いアイテムは組み合わせが難しく、点数が増えてしまう傾向にあります。女性の持ち物で最も増えがちで片付けが難しいのが服。少ないアイテムで賢く着まわす堅実女子の家は散らかりません。結果、堅実女子のお片づけ上手は、整理整頓度合いにも如実に現れています。「空間」と「時間」と「お金」は、実は密接な関係にあり、連動しています。自分の部屋のどこに何があるか把握できていれば、探し物やなくし物をしなくて済みますし、同じ物を重複して買うような無駄も避けられます。時間もお金も大切にできるのです。無駄なものがない、すっきり広々とした空間に暮らすことで、おのずから思考は明晰になり、長期的展望を持って行動することが容易になります。堅実女子の結婚に向けた行動力や、マネーに対する合理的な態度は、それをよく表していると言えるでしょう。

■オールアバウトについて URL : <http://corp.allabout.co.jp/>

約1,300のテーマごとに、専門の知識や経験を持った人＝「ガイド」が、その分野に関する信頼性の高い情報を提供する総合情報サイトを運営。2001年2月15日のサイトオープン以来、順調にユーザ数を伸ばし、月間総利用者数は約3,000万人（2017年11月実績、PC・スマートフォン・モバイル含む）となっています。

「あなたの明日が動きだす」というサイトスローガンのもと、システムだけでは到達しない満足度へ“人”がナビゲートするサービスです。

■会社概要

○株式会社オールアバウト

本社：東京都渋谷区恵比寿 1-20-8

設立：2000年6月 資本金：11.99億円 代表取締役社長：江幡哲也

○野村證券株式会社

本社：東京都中央区日本橋 1-9-1

設立：1925年12月 資本金：100億円 代表執行役社長：森田敏夫

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当：柏原

TEL：03-6362-1309 FAX：03-6682-4229

E-mail：pr@staff.allabout.co.jp

弊社で取り扱う商品等へのご投資には、各商品等に所定の手数料等（国内株式取引の場合は約定代金に対して最大1.404%（税込み）（20万円以下の場合は、2,808円（税込み））の売買手数料、投資信託の場合は銘柄ごとに設定された購入時手数料（換金時手数料）および運用管理費用（信託報酬）等の諸経費、等）をご負担いただく場合があります。また、各商品等には価格の変動等による損失が生じるおそれがあります。商品ごとに手数料等およびリスクは異なりますので、当該商品等の契約締結前交付書面、上場有価証券等書面、目論見書、等をよくお読みください。

野村證券株式会社

金融商品取引業者 関東財務局長（金商）第142号

加入協会／日本証券業協会、一般社団法人 日本投資顧問業協会、

一般社団法人 金融先物取引業協会、一般社団法人 第二種金融商品取引業協会