

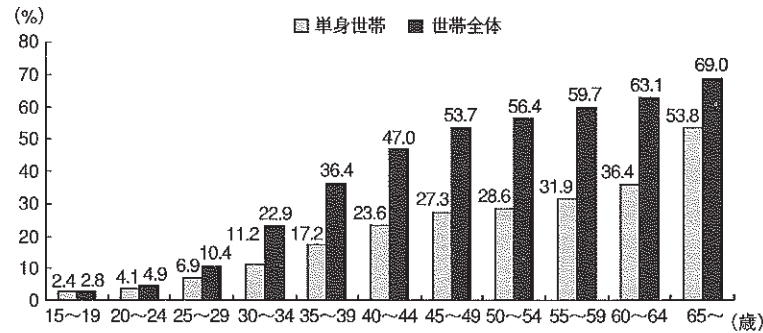
マンション購入ニーズ——女性のための快適住まいづくり研究会

従来の住宅すごろくでは想定されていない住宅購入のケースとして、まずは女性のマンション購入について見ていく。晩婚化・非婚化の進行に伴って、30～40代の未婚で働き続けるライフコースを選択しているワーキング・シングルが増加してきた。この層にとって住宅購入は関心の高いテーマであり、実際に、多くのシングル女性が、既に住宅を購入していることは、各種調査からも明らかである。

平成17年の国勢調査における東京都の単身世帯の持ち家率は30代後半で17.2%、40代前半では23.6%となっており、この世代の単身者で住宅を購入する人が必ずしも少数派でないことを示している（図表7-7）。また平成10年の住宅・土地統計調査では、東京都の単身世帯では30代後半以降では女性の持ち家率が男性を上回っており、男性と比較して女性の住宅購入率が高いことも確認できる（図表7-8）。

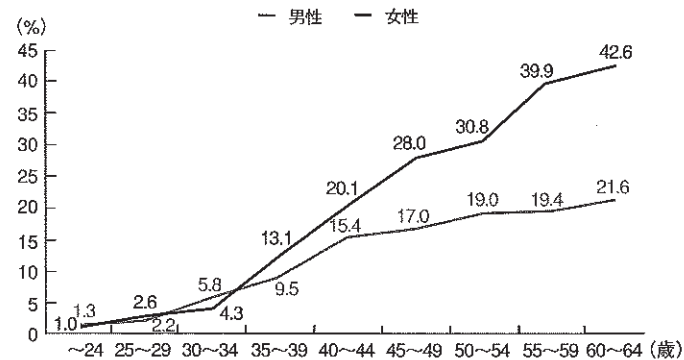
彼女達の住宅購入の多くは戸建住宅ではなくマンションであると考えられるが、これら女性達のマンション購入をサポートしている団体が「女性のための快適住まいづくり研究会」である。1991年に設立され、女性が生涯にわたり安全で快適に幸せに暮らせる住まいづくりの調査、研究、企画提案など幅広い活動を続けている。マンション購入に関心のある女性達が会員として登録、情報

図表7-7 東京都の単身世帯の持ち家率



出所) 総務省「国勢調査」(平成17年)

図表7-8 東京都の単身世帯持ち家率



出所)「住宅・土地統計調査」(平成10年)

交換をしながら勉強し、女性にとって「より快適な住まいづくり」を考える、特定のディベロッパーや建設会社に属していない任意の団体である。

同研究会は下記の3点を活動の柱としている。

- ① マンション購入に失敗しないための知識をわかりやすく教える「女性のためのかしこいマンション購入術講座」の開催（過去16年間で250回以上実施）
- ② 個人に合った資金計画やマンションの選び方をマンツーマンでアドバイスする「ライフスタイル・プランニング」
- ③ 会員の意見や要望をディベロッパーに企画提案する「マンションの企画協力」

研究会の登録会員数は約4万5,245人（2008年6月1日現在）。このうち実際にマンションを購入した会員が1万2,000人以上と、これまでに多くの女性の住宅購入をサポートしてきた実績を持っている。

マンションを購入する女性像

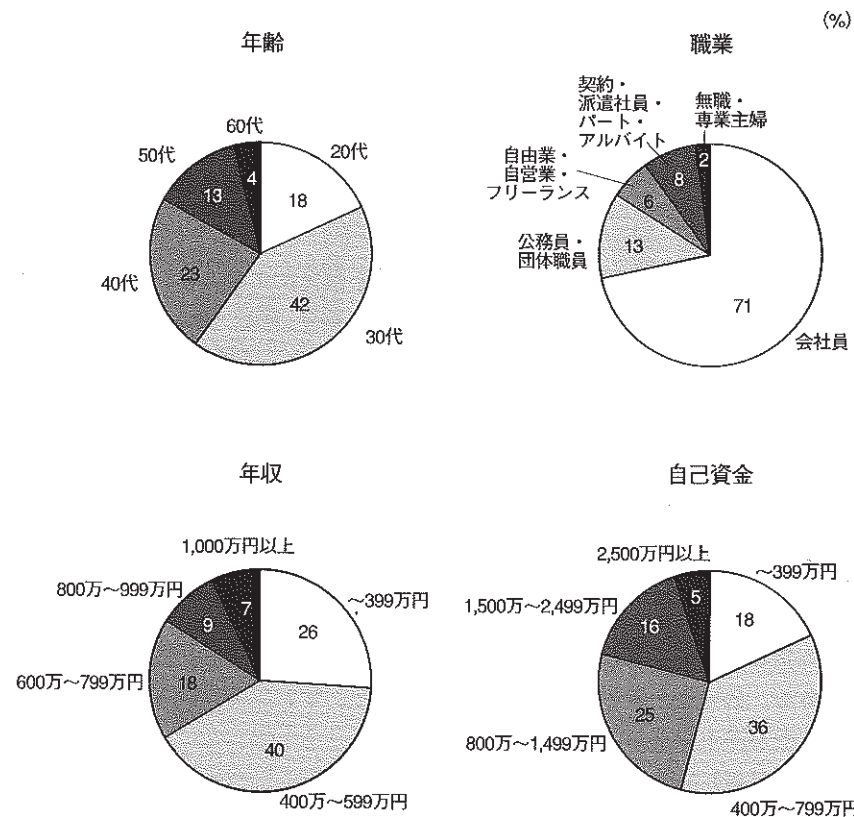
同研究会代表の小島ひろ美氏によると、マンションを購入するワーキング・シングル女性達は、必ずしも仕事中心のキャリアウーマン・タイプではなく、むしろ良妻賢母型でプライベートな時間や空間を大事にする女性が多いとのことである。研究会会員のプロフィールを見ると、マンション購入意向を持つ女性の特徴が浮かび上がってくる（図表7-9）。

- ・【年齢】30代、40代が中心。
- ・【職業】会社員中心。契約・派遣社員の登録も見られる。
- ・【年収】400万～500万円台がボリュームゾーン。
- ・【自己資金】自己資金にゆとりがあるのが特徴。800万円以上が半数近くを占める。

プロフィールから見えてくるシングル女性は、「普通の会社員」であり、必ずしもキャリア志向の高所得層ばかりではない。しかし、堅実な貯蓄性向があり、ファミリー住宅購入層より自己資金が豊富という特徴もある。このため、ディベロッパーにとっては魅力的なターゲットであることがうかがえる。

彼女達がマンションを購入する理由はどんなところにあるのだろうか？小島

図表7-9 女性のための快適住まいづくり研究会 会員プロフィール



出所)「女性のための快適住まいづくり研究会」HP (2007年登録アーク)

氏へのインタビューから、彼女達がマンション購入によって手に入れたいものが何であるかを探ってみた。

将来の住まい確保

マンション購入はそれまで貯めてきた貯蓄を切り崩し、さらに住宅ローンという多額の負債を抱える大きなライフイベントである。多くの不安要素を抱え

ながらもシングル女性がマンションを購入する理由の1つには、「安心感」がある。われわれが行ったデプス・インタビューでも、40歳前後の未婚女性から下記のような意見が聞かれた。

「年をとってからの女性の1人暮らしでは、賃貸もなかなか貸してくれないという話を聞くので、いまのうちに一生安心して住める家を買っておきたい」

「いつまで働き続けられるのかわからない。働けなくなった時、住む家がないと困ると思うので、家だけは確保しておきたい」

「将来、親の持っている家に住み続けられるかわからない。安心して働くためにも家は確保しておきたい」

将来も独身のまま仕事を続けるというライフコースを維持した場合の不安定感から、「住まいの安心」を求めてマンションを購入するというパターンである。これは従来から、シングル女性がマンション購入に踏み切る理由として考えられてきたものである。

生活の満足度を高める

しかし、小島氏によると研究会を利用するシングル女性のマンション購入動機は「老後不安」だけではない。「生活満足度を高めたい」という意識が強く購入意向に結びついているとのことであった。「価値観」「資金計画」「将来計画」の3点において、特徴的な傾向が見られるとのことである。

- ・【価値観「マンション購入はカッコイイ」】女性がマンションを購入することに対する意識が変化してきており、若年層を中心に「カッコイイ」と捉える意識が高まっている。購入者自身も仕事をしてきた証としてマンションを購入することを「ご褒美消費」と捉えている面がある。なお、独身女性がマンションを購入することを依然として父親は反対するケースがあるものの、総じて母親は賛成しているケースが多いとのことである。女性の価値観の変化がマンション購入意欲を高める。
- ・【資金計画「ムリをしない購入スタイル」】子供の成長などで「住宅を購入しなければならない」という必要性に迫られているファミリー層と違って、

シングル層は必ずしも早急にマンションを購入する必要がない。このため、購入に慎重で物件選びに妥協がない上に、現在の生活レベルを落としてまで購入するという意識がない点が特徴である。

シングル女性は、自己資金と家賃レベルのローン返済で購入できる物件を探しており、マンションを購入することによって、現在の生活レベルを落とすたくないという意識が強い。これは、将来を考えて「(子供の成長を考えて)少しでも広い家を」という意識から、無理なローンを組むことが多いファミリー層の購入スタイルとは異なる。また、住宅ローンを家賃との比較で考えており、長年払い続けても見返りがない家賃よりは、ローン返済を「マンション貯金」と考えて資産づくりをするほうが賢いという考えも見られる。

・【将来計画「自由度の高い将来設計」】独身男性は住宅を購入する際に「将来の生活」を意識するといわれる。まだ出会ってもない「未来の妻子」を考え、必要以上に広い面積・間取りを求めてしまいがちである。その結果、どうしても取得費用が高んでしまい、なかなか物件購入に踏み切れないケースが目立つ。

これに対し、独身女性は「現在の生活」を中心に考えることができる。1LDKや2LDKの、現在、必要な間取りを求めることができる。つまり、彼女達はマンションを購入することで将来的なライフコースが限定されてしまうとは考えていないのである。結婚して夫や子供と一緒に住むことになれば、住んでいたマンションは「賃貸にまわす」「転売する」ことでリスクは回避できると考えており、結果、賃貸転用しやすく、転売しやすい物件を求める。これは第6章で記した「自由度確保」ニーズに繋がる。不確定要素が多いからこそ、将来に自由度を求めるのである。

このように、従来から考えられてきた「老後不安」だけでなく、今述べた3点の志向を考慮することで、ワーキング・シングルの女性達が求めるマンション像を描くことができる。ファミリーではなく、ワーキング・シングルだからこそ、現在の生活満足度を高め、将来の自由度も求めているという点に注目したい。

ディベロッパー・金融機関の対応

一方、小島氏によるとシングル女性マンション市場が成長している背景には、ディベロッパーや資金面をバックアップする金融機関の注力度の変化も大きいという。17年前に研究会が発足した当時は、シングル女性をターゲットにした物件はほとんど開発されておらず、投資用のワンルーム物件が「シングル向け」として供給されていただけであった。しかし昨今ではシングル女性をメインターゲットに設定した、利便性の高いエリアでの1LDK・2LDKが中心プランの物件も数多く登場している。かつてはシングル女性を優良顧客と認識していなかったマンション業界が、このターゲットの魅力に気がついたのである。いまでは「シングル女性のニーズ取り込みが事業課題」と言い切るディベロッパーも登場した。

さらに、金融機関のバックアップも大きな推進力となっている。堅実な生活で自己資金を貯めてきたシングル女性も、これまではローン審査で不利な面も見られたが、彼女達を優遇した住宅ローンが登場したこと、資金面での課題もかなりクリアされてきている³¹。

金融機関にとっても、成長著しい女性向けマンション市場は魅力である。今後も経済的自由度の高いシングル女性のマンション購入をサポートするビジネスは注目されるであろう。

同居シングルのための住まい——ハウスメーカーの取り組み

続いて、住宅すざろくに表れない住まい方として、シングル女性の「親との同居」というスタイルから生まれた新たな住宅ニーズについて見ていきたい。

第一生命経済研究所が2004年に発表した『パラサイト・シングル人口の将来予測とマクロ経済への影響』³²によると、今後も20代・30代のパラサイト率は上昇するものの人口ボリュームは減少に転じる。マクロ経済的には本来、世帯形成期（住宅取得期）に位置する30代・40代でパラサイト率、ボリュームとも

31 女性向け住宅ローンの例としては、中央三井信託銀行「エグゼリーナ」（働く女性を対象にした住宅ローン。特典：繰上げ返済の手数料無料、医療保障で入院時のサポート、出産後1年間は金利を年0.1%優遇）などがある。