6月号 2018.06.08
株式会社リビングくらしHOW研究所
TEL03-5216-9420
https://www.kurashihow.co.jp

Monthly くらしHOW

女ゴコロと消費がわかる

最新データ Update
不便・不満の声
【白髪染め・カラー剤への不満】ほか

くらしHOW 検索

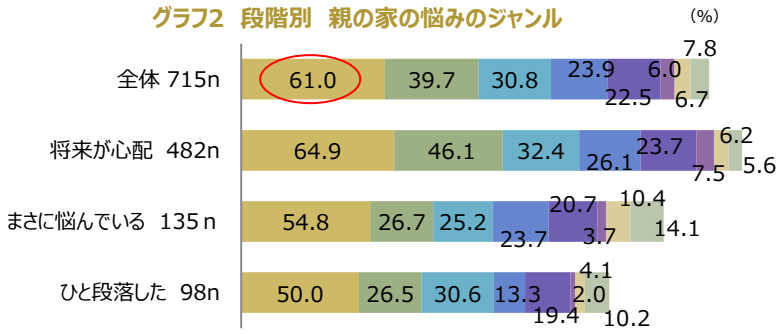
01 Woman's Trend

相続を“争続”にしないカギは、家族のコミュニケーションだが・・・

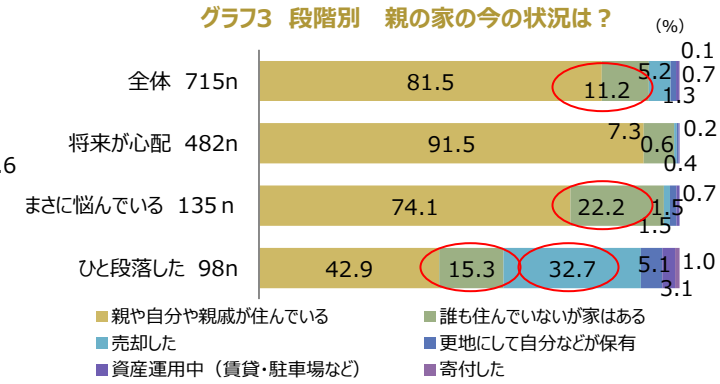
1割がすでに空き家！　親の家問題は50代から本格化する

グラフ1　年代別　親の家の悩みの段階

グラフ2　段階別　親の家の悩みのジャンル



グラフ3　段階別　親の家の今の状況は？



社会問題の一つになっている「空き家」は、それぞれの家族にとっても大きな問題。そこで今号は、「親の家に関する悩みがある・あった」女性にアンケート。715人の回答者を、「将来が心配」「今まさに悩んでいる」「以前は大変だったがひと段落ついた」という3段階のカテゴリに分け、悩みのジャンル、親の家の現状、今後の希望などを聞いた。

＊

年代別の3カテゴリの構成（**グラフ1**）は、40代以下は「将来が心配」が7割台で、親の家はまだリアルな問題ではない。50代は、「今まさに悩んでいる」が25%を占め、60代以上では「ひと段落した」が38%になる。親の家に関する『心配』は、50代～60代に具体的な『悩み』になり、課題解決のプロセスを経て、ある程度『収束』していく。

では、その悩みとは何だろう。複数回答で聞いたところ（**グラフ2**）、3カテゴリすべてで多かったのは、「家の片付け」。「片付け」は、親が元気なうちに始まることも多く、相続、売却やリフォームそれぞれについて回るため、幅広い層が問題意識を持っていた。親の家への意見や疑問を聞いたFAには、「ため込んである荷物の処分に３ヵ月かかり、体調不良になった」（65歳）、「片付けで自分の一生が終わる気がする」（59歳）などの声も。

＊

次に親の家の現状。最も多いのは、現在は「親や自分、親戚が住んでいる」だが、「今悩んでいる」層の22%、「ひと段落」層の15%、全体では11%の親の家が、誰も住んでいない“空き家”となっている。「ひと段落」層では、「売却した」人が33%を占め、「賃貸・駐車場など資産運用中」は3%と、運用している人は少ない（**グラフ3**）。

「空き家がある」と答えた80人に、今後その家をどうしたいかを聞いた質問では（**グラフ4**）、全体の45%、「今悩んでいる」層の63%が、「売却したい」と回答。n数が少ないため参考値だが、すでに3割が売却をしている「ひと段落」層では、売却希望は33%に減り、代わって「何もしない」が20%に。対策をいつまでにしたいかを聞いた質問でも、全体の43%が「わからない」、24%が「3年以上先」と答えるなど、手をつけかねている様子だ。

＊

「都内など都市部では、空き家の流通性は決して低くない」と話すのは、積和不動産の小松孝次さん。処分しようと思えばニーズはあるが、「親が施設に入所しているなどで留守にしている場合や、相続しても“当面は空き家でいい”と売る気がないケースもある。自分が育った家を手放したくない、今は住めないがいずれ活用したい、建物を壊すと税金が上がるなど、理由は人それぞれ。だが、この人たちには空き家を置いておける生活力がある。空き家の悩みは“持てる人の悩み”といえる」。

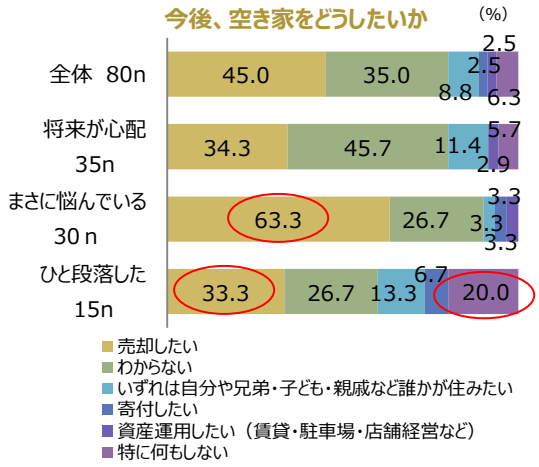
＊

親の家は、親本人や家族と共に考えなければならない問題。**グラフ5**のように、「今悩んでいる」層では「何度も話し合っている」割合が19%と低いが、「ひと段落」層では42%に上がる。前進するには、解決の方向への合意形成が必須になるが、「なぜか先送りになる。踏み込んだ話ができない」（57歳）というコメントのように、話し合い自体のハードルが高いケースも多い。

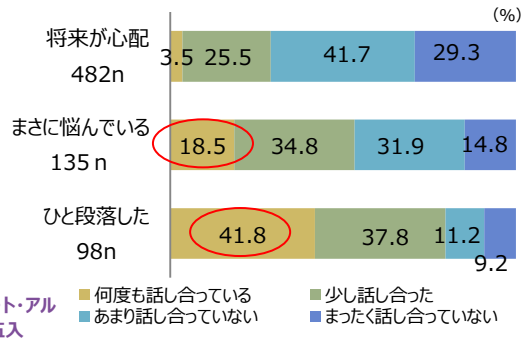
前出の小松さんも「確かに家族のコミュニケーションが親の家問題を解くカギ」と言う。「相続を“争続”にしないために重要なのは、親が元気なうちにどう引き継ぐかという意思を確認しておくこと。親への思いやりを持って、早めに話を始めるほうがいいし、親子・兄弟間の関係性の構築も大切だ」。

2020年代には団塊ジュニアも50代、親の家問題も広がりが予想される。悩める息子・娘世代へのアプローチには、深刻化する片付けや、家族間コミュニケーションに対するサポートやアドバイスを入口にするのが有効だ。（**所長・滑川恵理子**）

グラフ4　（空き家がある人対象）段階別
今後、空き家をどうしたいか



グラフ5　段階別　家族・親戚で話し合っているか



2018.4.25～5.6　リビングWeb・シティリビングWeb・あんふぁんWebのWeb調査 集計数：親の家に関する悩みがある女性715人　平均年齢：45.5歳　内訳：専業主婦34.8% フルタイム32.7% パート・アルバイト27.4%、そのほか5.0%/ 30代以下35.4% 40代28.7% 50代24.1% 60代以上11.9%/ 既婚79.3% 独身20.7%　/　子ども：いる66.9% いない33.1%　＊本文の数字は小数点以下四捨五入

02 Working Woman's Real

【フルタイムワーク独身女性のオフタイム事情】

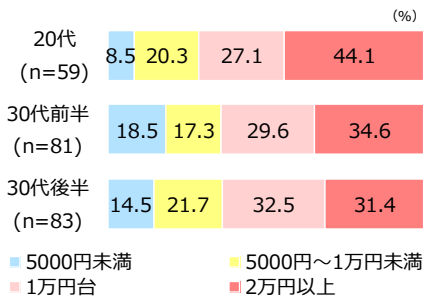
20代は友人や同僚との交際、30代後半は趣味・習い事にお金をかける

フルタイムワークの独身女性(20代・30代)に、お金のかけ方を費目別に聞いたところ、「友人や同僚などとの交際費」「趣味・習い事・スポーツの費用」で年代による違いが見られた。

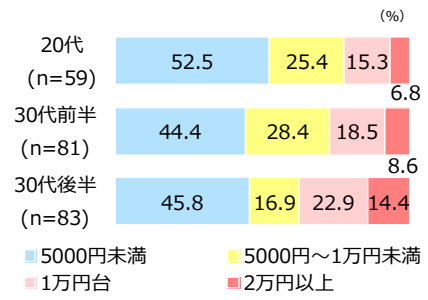
20代の交際費は月額平均2万381円と多い（30代前半は1万7809円、30代後半は1万6506円）。20代の友人は、現在の職場の友人（平均5.4人）、学生時代の友人（平均7.7人）が多く、既存のコミュニティが中心であることが分かる。ただし、「友人や仲間を増やしたいか？」の問いには、「そう思う・ややそう思う」と答えた人が59.3%と、20代は交友関係を広げることに関心が高い。

一方、30代後半は、趣味・習い事関連の友人（平均4.2人)が多いのが特徴。「趣味・習い事・スポーツの費用」も月額平均1万663円と多い（20代は7542円、30代前半は8302円）。ここ3カ月で仕事帰りに出かけた際の目的でも、30代後半は「習い事・講座」（31.3%）、「エンタメ」（33.7%）のポイントが20代・30代前半より高い。年代が上がるにつれて、趣味や習い事など、職場以外の世界を広げる人が増える。

【友人や同僚などとの交際費（月額）】



【趣味・習い事・スポーツの費用（月額）】



2018.1.31～2.4、全国の働く独身女性（20代・30代）を対象としたWeb調査　集計数:223　平均年齢:32.4歳

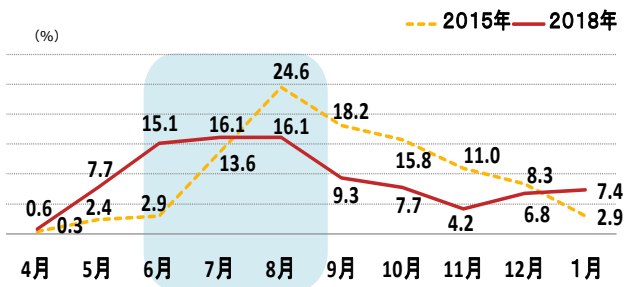
03 Seasonal Data

ランドセルに関するデータはくらしHOWサイト「暮らしの歳時記と消費」に掲載中！

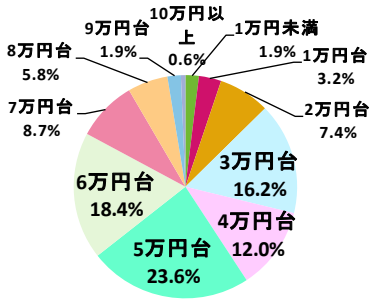
動き出しはさらに早く！ 最新“ラン活”事情

購入時期6～8月に分散、高級志向高まる

【ランドセルを購入（予約）した時期 】



【ランドセルの購入価格 】



今年3月の調査では、ランドセル購入(予約)時期は、年長クラスの5月が7.7%、6月が15.1%。2015年の調査ではそれぞれ2%台。動き出しはこの3年間でかなり早まっている。また、3年前は8月購入が24.6%と突出していたが、今回は７月、8月ともに16.1%と、6～8月にかけて購入が分散した。「早く買わないと欲しいランドセルが買えない」というママたちのクチコミが広まり、8月までのランドセル購入が定着してきている。

実際に購入したランドセルの価格は5万円台が最も多く、平均は5万2508円。2015年調査から4702円も上昇。ランドセルの機能が向上するにつれ高価格帯のランドセルが増えたことと、こだわりが詰まったランドセルを選ぶ家庭が増えているからとみられる。

購入の主な出資者は「パパとママ」(33.5%）、「ママ側の祖父母」（30.3%)、「パパ側の祖父母」（32.3%）と、6割以上が祖父母だった。

調査方法／Webアンケート　調査対象／あんふぁん読者、ぎゅって読者、あんふぁんWebユーザー
調査期間／2018.03.01～03.22　有効回答数／311（2018年4月に小学校へ入学する子どものいる家庭に調査）

くらしHOW 検索　主婦・OL・ママの今がリアルにわかる［くらしHOW研究所サイト］。閲覧・ダウンロード無料