

ワーキングウーマンのマネー術

イー・ウーマン調査「働く女性の金融機関利用法」
<http://www.ewoman.co.jp/>

コンビニATM設置、インターネットバンキングなど、この数年で金融機関と顧客との接点は大きく変わってきている。また、女性誌やテレビ番組でも資産運用に関わるマネー情報が頻繁に取り上げられている。では、実態としてイー・ウーマンリーダーズは金融機関や金融商品とどのように接しているのであろうか。

■ 日常の金融機関使いは、いつでもどこでも

コンビニに設置してあるATMの利用経験は61%、インターネットバンキングの利用経験は58%と、新しい銀行サービスの利用率は両方とも約6割であった。利用頻度を見るとネットバンキングは「よく利用している」人が32%であるのに対し、コンビニATMは15%に留まっており「利用したことがある程度」は29%と多かった(グラフ1)。自宅や会社にいながらにして24時間いつでも振込みや残高確認ができるネットバンキングは、利用してみると手放せないサービスとなりつつあるようだ。コンビニATMの利用理由の1位は「24時間(早朝・深夜)開いている」(65%)であり、昼間は仕事などで忙しくてなかなかお金をおろしにいけないワーキング・ウーマンらしい理由であった(グラフ2)。また、「銀行ATMより家や会社の近くにある」(47%)、「便利な場所にある」(31%)など、まさに設置場所であるコンビニと同じ理由で重宝されていた。

■ 資産も自分でマネジメント

現在、株・外貨預金などの投資を行なっている人はイー・ウーマンリーダーズのうち42%、具体的に投資を始めることを検討している人は7%で、将来的に行なうつもりの人も含めると全体の3/4が投資に関心を示していた(グラフ3)。不確定要素の多い時代だからこそ、自分で資産をマネジメントすることへの関心が強いと考えられる。

現在、投資している商品、将来的に投資したい商品では「日本企業株」(現在24%、将来50%)、「外貨預金」(現在19%、将来45%)、「MMF」(現在15%、将来18%)が上位3位となった(グラフ4)。現在投資している人はほとんどいないが、将来的な投資意向が1割以上の金融商品は「外国株」「国債」「エコファンド」であった。環境問題への対応が優れ、しっかりした経営ビジョンと競争力を持つ企業の株式に投資するエコファンドは日本ではまだ数が少ないが、環境問題に関心の高いイー・ウーマンリーダーズは、せっかく投資をするのであれば積極的に環境対策を行なっている企業を応援したいという意識が動いていると考えられる。

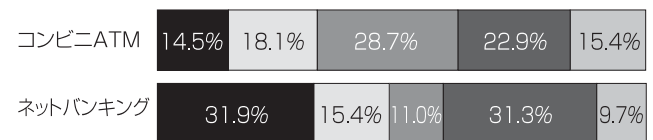
■ 情報はテレビ・新聞から

金融情報の入手先は「テレビ」(47%)、「一般新聞」(41%)、「日経新聞」(40%)が上位を占めていた(グラフ5)。また、構成比は2割程度とあまり高くないが「金融機関のサイト」「Yahooなどの金融関連サイト」など、インターネットも情報収集手段の一翼を担っていた。欲しい情報内容としては「基礎から体系的に整理してある初心者向けの投資入門情報」「他の女性の体験談」「客観的な視点の金融機関・金融商品比較データ」など、これから投資行動を始めたいが何から手をつけてよいかわからないため、その指南となるような情報を望む声が多かった。

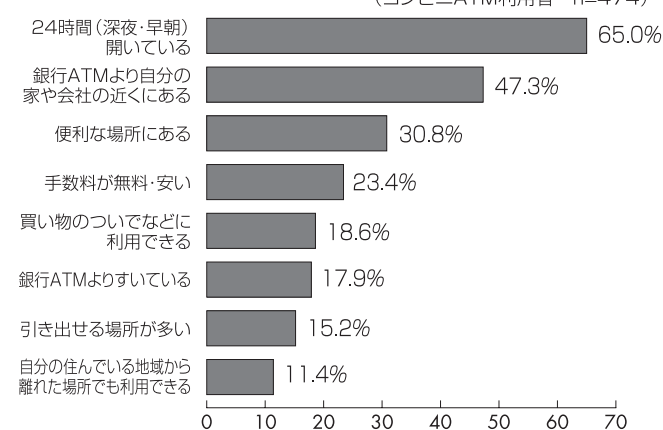
今やワーキング・ウーマンも積極的に資産運用を行なう時代である。といっても単純にお金を増やすだけでなく、その過程で経済の仕組みをより深く学んだり、環境対応など投資するに値する企業かどうか考えたりなど、様々な付加価値をつけながら運用するのがスマート・コンシューマーの姿である。

■ グラフ1:コンビニATM・インターネットバンキング利用状況 (全体 n=774)

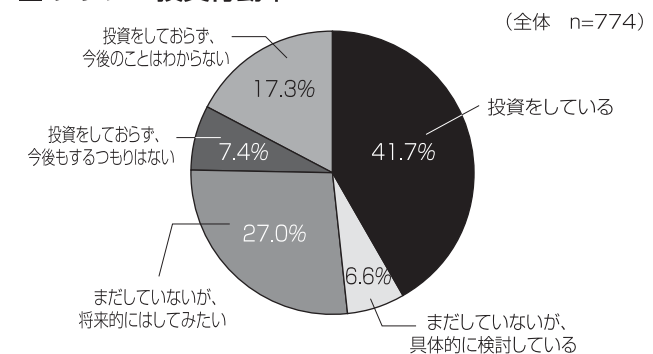
- :よく利用している □ :時々利用している
- :利用したことがある程度
- :まだ利用したことはないが、機会があれば利用すると思う
- :利用したこともなく、今後も利用しないと思う



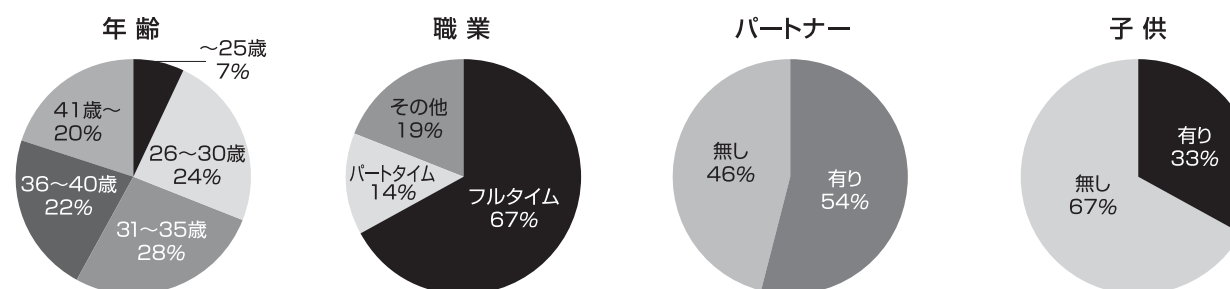
■ グラフ2:コンビニATM利用理由 (コンビニATM利用者 n=474)



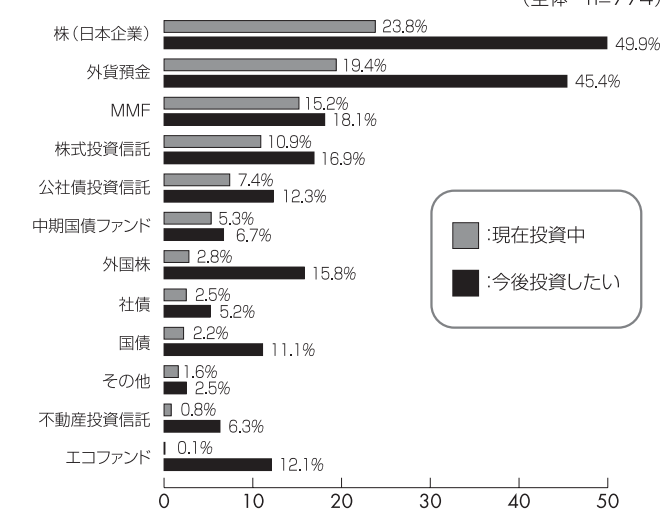
■ グラフ3:投資行動率 (全体 n=774)



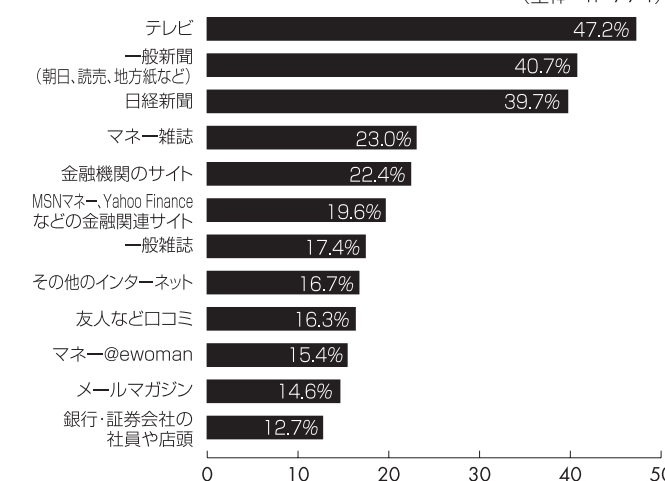
LEADERS DATA



■ グラフ4:投資している・投資したい金融商品 (全体 n=774)



■ グラフ5:金融情報入手先 (全体 n=774)



<調査概要>

調査実施:2004年1月22日~1月27日
 調査方法:インターネットによる自記入式アンケート
 対象:イー・ウーマンリーダーズ
 有効回答者数:774名