

報道関係各位

2023年11月8日  
ブロードマインド株式会社  
代表取締役社長 伊藤 清

## 【独身の日】おひとり様調査 100万円あったら「貯金運用」約5割！お金で何かを諦めた約7割。 満足度の高いお金の使い道は？

保険・証券・住宅ローンと複数の金融商品を横断して1社で取り扱い、人々のライフプラン実現をサポートするブロードマインド株式会社は、11月11日の【独身の日】にちなみ、おひとり様のお金の使い道や価値観についての調査結果を公開いたします。

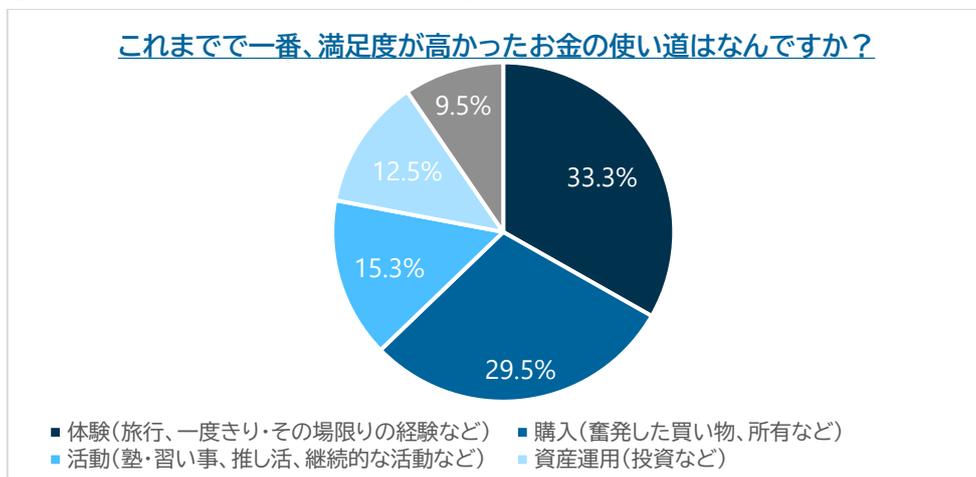
### サマリー

調査対象：働いている20代・30代 未婚の男女400名(全国)<sup>※1</sup>

- これまでで一番満足度が高かったお金の使い道、1位は旅行などその場限りの「体験」(33.3%)、次いで「購入」(29.5%)。また、女性は4割近く(37%)が「体験」と回答。男性も「体験」「購入」が同率最多ではあるものの、2割近く(18.5%)が「資産運用」とお金を増やすことを選択した。(①)
- 満足度が高かった使い道の金額については、5～10万円以内が最多。金額と年収の相関関係はほぼなく、「満足」の基準は個人の価値観によるものと分かる結果となった。(②)
- 具体的な使い道については、「体験」を選択した方は旅行や宿泊という回答が多く見られた。「購入」「活動」(一部体験)を選択した方からは、「推し活」と言われるようなグッズ購入・ライブ遠征などの回答が相当数あった。(③)
- コロナ流行前と現在とのお金を使うことへの気持ちの変化／金額の変化の有無を問うと、いずれも10ptほど「ある」の回答が上回った。理由からは、コロナだけでなく“物価高”で保守的になっている傾向や、“自粛・節約疲れ”による浪費傾向なども見られた。(④・⑤)
- 100万円が手に入った何に使うか？については、「貯金・投資」を含む記述がほぼ半数を占め最多に。(⑥)
- これまでお金を理由に諦めたものがあるかを聞くと、7割弱が「ある」と回答。(⑦・⑧)
- お金の使い方・使い道が、ご自身の生活満足度にどれくらい影響しているかについて、約8割が「影響している」。(⑨・⑩)

### 満足度が高いお金の使い道は「体験」

『①これまでで一番、満足度が高かったお金の使い道はなんですか？』という質問に対し、「体験(旅行、一度きり・その場限りの経験など)」が33.3%で最多となりました。



▽その他回答一覧

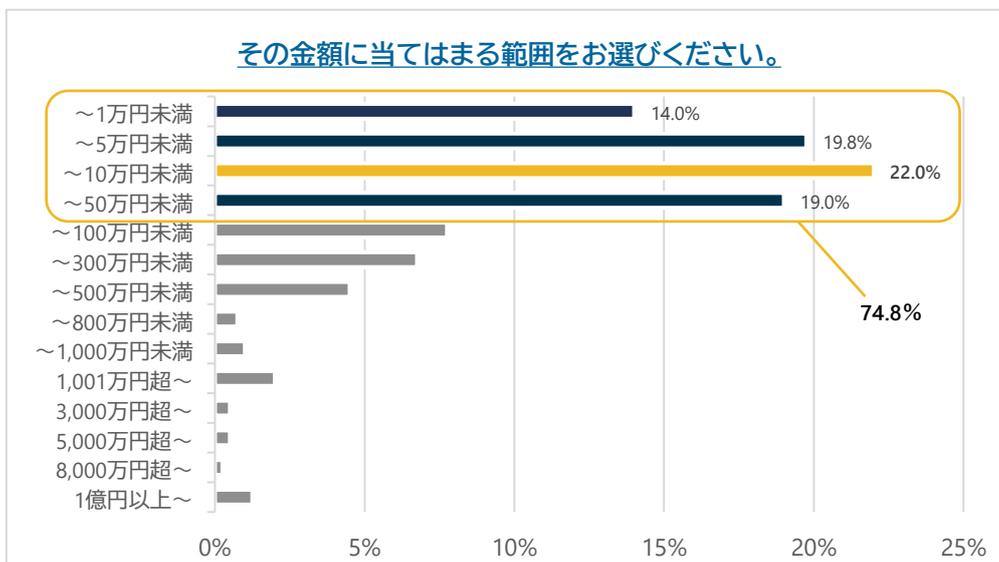
- ・体験(旅行、一度きり・その場限りの経験など) 33.3%
- ・購入(奮発した買い物、所有など) 29.5%
- ・活動(塾・習い事、推し活、継続的な活動など) 15.25%
- ・資産運用(投資など) 12.5%
- ・その他 9.5%

男女別に見てみると、女性は「体験」が4割近く(37.0%)を占めたことや、男性の2割近く(18.5%)が「資産運用」に満足感を感じていることが特徴的でした。

	活動 塾・習い事、推し活、 継続的な活動など	体験 旅行、一度きり その場限りの経験など	購入 奮発した買い物、 所有など	資産運用 投資など	その他
女性	19.0%	37.0%	29.5%	6.5%	8.0%
男性	11.5%	29.5%	29.5%	18.5%	11.0%

その金額と具体的な使い道は？調査での最高額は1億円！

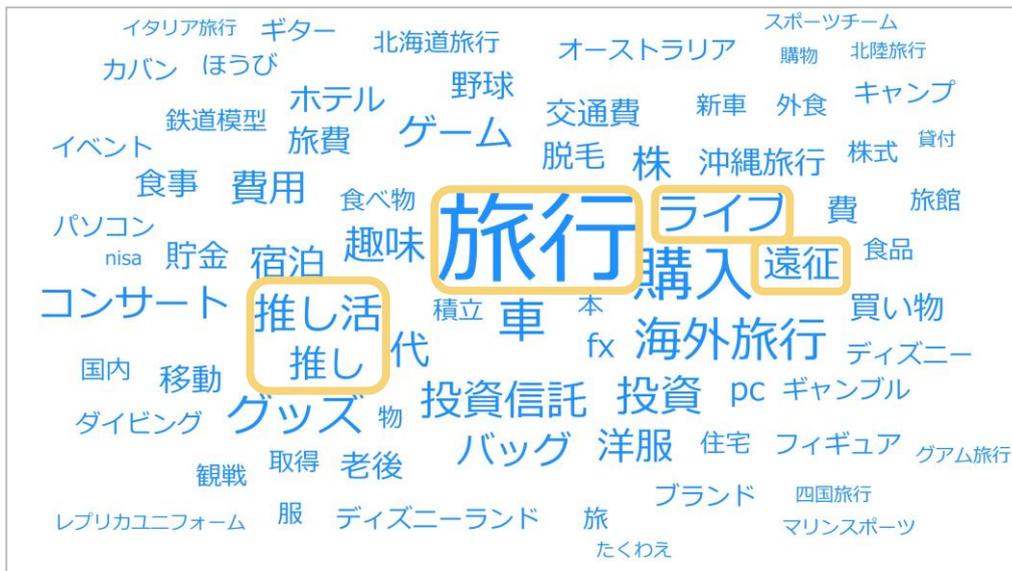
『②(前項に対し)その金額に当てはまる範囲をお選びください。』と聞くと、5万円～10万円未満が最多(22.0%)で、50万円未満までの割合が74.8%を占める結果となりました。



『③具体的な使い道(内容)を教えてください。』のフリー記述回答から頻出語※2を調べました。

満足した使い道として「体験」を選択した方の割合が多かったこともあり、実際の内容について「旅行」関係(例:国内旅行、海外旅行、ホテル)の記述を含むものが最頻出語となりました。また、「体験」「購入」「活動」を選択した方の記述に共通しているものとして、“推し(活)”というキーワードと共に「グッズ購入」「ライブ遠征」「コンサート」などの回答が多く見られました。「購入」を選択した方の傾向としては、「憧れのブランド品」や「実用的だったもの」が具体的な名前と共に挙げられていました。

▽③の回答を頻出語・名詞でテキストマイニング※<sub>2</sub>した結果



▽具体的な回答を抜粋して、高額な順に紹介

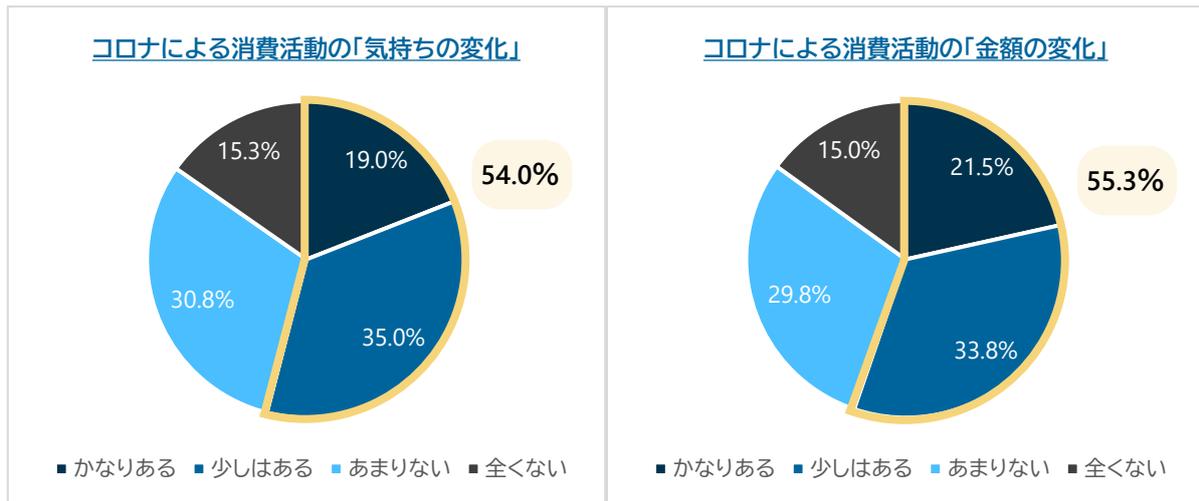
金額	具体的な使い道	年収層	性別
¥100,000,000	不動産投資	2,000万以上	男性
¥10,000,000	推しているグラビアアイドルのイベント参加・グッズ集め	300万～400万未満	男性
¥5,000,000	ねこを買った	1,200万～1,500万未満	男性
¥700,000	視力矯正	400万～500万未満	女性
¥480,000	ヒーリング楽器	400万～500万未満	女性
¥300,000	推しのサンリオ・シナモロールのグッズを買う	600万～700万未満	女性
¥168,000	遊戯王のレアカード	800万～900万未満	男性
¥130,000	スコアが上がったゴルフクラブ(アイアン)	1,000万～1,200万未満	男性
¥100,000	ダイビングライセンス取得	500万～600万未満	女性
¥77,000	ビンテージのCELINEのかばん	300万～400万未満	女性
¥60,000	Applewatch購入	300万～400万未満	女性
¥50,000	台湾5泊6日鉄道高速バス移動旅	400万～500万未満	女性
¥20,790	好きなVTuberのフィギュア	600万～700万未満	男性
¥4,400	スポーツチームのレプリカユニフォーム購入	700万～800万未満	男性

高額な投資以外を除くと、満足したお金の使い道・金額と年収層は大きく比例せず、「満足」の基準は個人の価値観によって異なるということが分かりました。

コロナによってお金の使い方や価値観の変化はあったか？

『⑤コロナが流行る前と現在では、ご自身の消費活動において以下の変化はありましたか？』を聞きました。

「気持ちの変化」については「ある(かなりある・少しはある)」が54.0%、「金額の変化」については「ある(かなりある・少しはある)」が55.3%となりました。気持ち・金額いずれの変化も約10ptほどではありますが「ない」に比べ「ある」が上回る結果となりました。



『⑥具体的に、どのような変化がありましたか?』と聞くと、「節約・貯蓄意識が高まった」「お金を使うことに躊躇するようになった／消費欲がなくなった」というような回答が多数見られ、**先行き不透明な社会情勢のなかでとにかく備えておきたいという気持ちの高まり(優先度の変化)が見受けられました。また、「物価高」という記述も多く、コロナだけでなく昨今の物価高騰などの影響も大きいようです。**

一方で、活動自粛期間を経て、コロナが落ち着いた今「(以前は旅行など年一くらいで大きなお金を使っていたが)コロナ禍からは通販などで毎月お金を使っている」「課金などネット上でお金を使うようになった」「旅行にどんどん行っている」などという、**自粛疲れ・節約疲れを感じさせる回答も一定数ありました。**

#### ▽その他回答一覧

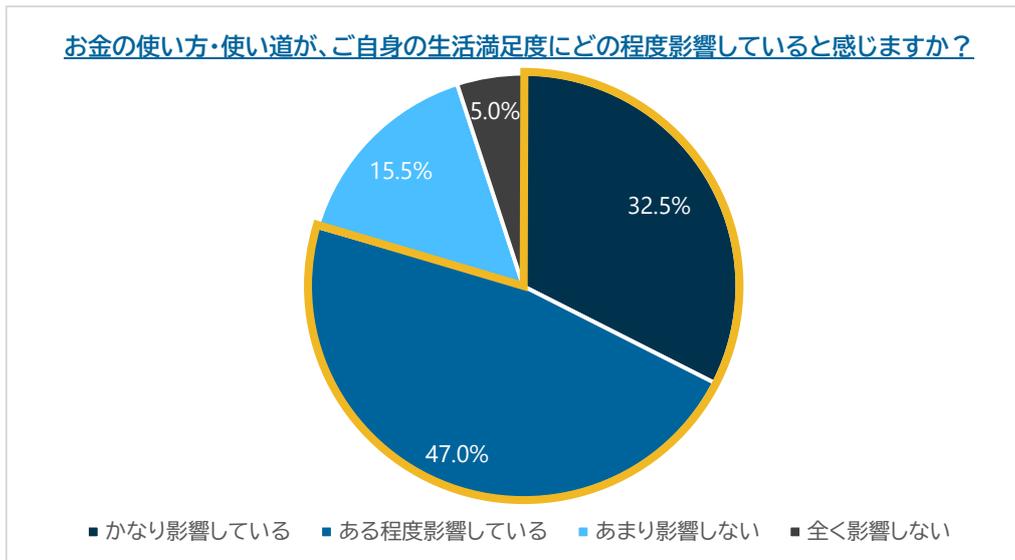
- ・物価も上がりまくっているので節約志向が強くなった
- ・本当に必要なものなのかどうか考えるようになった
- ・日常生活はなるべく節制する。外に出る機会を減らす
- ・(制限が)緩んだことで色々なことにお金を使いたいという気持ちになった。
- ・お金を使う頻度が減った分、使う時にまとめて使いたくなった
- ・後悔したくないため、できるかぎり好きなものについては積極的にお金や時間を使うようになった

## 100万円が手に入ったら何に使う? 1位は「貯金・投資」

『⑦すぐに100万円がもらえることになりました!どんなコト・モノに使いたいですか?』(有効回答数=375)とフリー記述形式で聞くと、「とくにない・分からない」という回答が10%ほどありました。また、**「貯金」や「投資・運用」を含む回答は49.9%と約半数を占める結果となりました。**また特徴的だったものとして、数は1割満たないですが、住宅ローン・奨学金・借金などの「返済」/「結婚式」/「歯科矯正」/「整形」などの美容関係/躊躇している「家電」購入など、“ちょっと高くて実現できていないこと”が挙げられました。



は79.5%となった。



『⑩その理由を教えてください。』と質問したところ、以下の通り生活のゆとりだけではなく精神的なゆとりになる点や人生の選択肢が広がることに言及した回答が相当数挙げられました。

#### ▽回答抜粋

- ・お金があると生活が豊かになるから
- ・今、毎月の支払いで頭を悩ませているから
- ・いざというときに困らず精神的に落ち着く
- ・お金が足枷になって行動を制限している
- ・なんでもお金がないと言い聞かせ諦めているから
- ・お金が、自分の自由に繋がることも多いため

- ・選択肢が広がるので、逃げ道をつくれる やりたくないことを回避出来る
- ・お金がなくてもできることはあるが、お金がなければできないこともたくさんあるから。
- ・お金中心の考えではないが、お金も必要分は持ってないと心が寂しくなります。精神的に参ってしまいます。

今回の調査で、改めて「満足」の基準は使う金額やご自身の収入額によるものではなく、人それぞれの価値観によるものだという事、そして、お金の使い方・使い道は多くの方にとって生活満足度へ影響するものということが分かりました。

自分が実現したいことをイメージして明らかにし、それを目標としてお金の準備をすることはとても重要です。またそのような計画・準備を行うことで「今自由に使ってよいお金」も明確になるので、無理な節約ややりたいことを諦めてしまうなどということを回避できるようになります。

このような考え方は私たちが大切にしている「ライフプランニング」に通ずる事です。ライフプランというと経済的な根拠をもとに論理的・合理的に進めていくものという印象を持たれがちですが、それだけでなく「やりたいこと」「叶えたいこと」などご自身の価値観や感情に寄り添いじっくり考えていただくことが非常に大切です。

最近では日本でもファイナンシャル・ウェルビーイング(=経済的な幸せ)に対して少しずつ関心が高まっていますが、お金を理由に叶えたい未来を諦めることがないように、心から豊かな人生を送れるように、お金とのご自身の未来との関係性やその重要性を考えるきっかけになれば嬉しく思います。

■マネパスhandy <https://www.moneypass.jp/handy>

ブロードマインドが開発するライフプランニングツール。個人での利用は完全無料、メールアドレスのみで設計可能。

## ※1 調査概要

調査概要: お金の使い方・価値観に関する調査

調査方法: インターネット調査

調査期間: 2023年10月20日

有効回答: 全国の未婚の就業している20歳~39歳 男女400人

データは小数第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

本調査結果の二次利用は「出典元: ブロードマインド調べ」を記載いただきご使用ください。使用許可の確認は不要です。

## ※2 ユーザーローカルAIテキストマイニングによる分析( <https://textmining.userlocal.jp/> )

---

### <ブロードマインドについて>

保険・証券・住宅ローンと複数の金融商品を横断して1社で取り扱うブロードマインドは、「金融の力を解き放つ」をパーパスに掲げ、人々のライフプラン実現をサポートする金融サービス開発カンパニーです。ワンストップ金融コンサルティング『マネプロ』や、ファイナンシャル・ウェルビーイング(経済的な幸せ)の実現をサポートする金融教育プログラム『ブロっこり』など、これまでの金融業界の既存概念に囚われないサービスを開発・提供しています。これからもフィナンシャルパートナーとして“誰のための金融か”を問い続け、「あるべき姿の金融」を社会に実装することを目指してまいります。

会社名 : ブロードマインド株式会社 ( <https://www.b-minded.com/> )

代表者 : 代表取締役社長 伊藤清

本社所在地 : 〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5 JR恵比寿ビル7F

設立 : 2002年1月

主なサービス: ワンストップ金融コンサルティング「マネプロ」、ファイナンシャル・ウェルビーイング・プログラム「ブロっこり」など

### ■プレスリリース・取材に関するお問い合わせ

広報担当: 経営企画室 富永・志村

TEL: 03-6675-7748(直通) / mail: [bm-pr@b-minded.com](mailto:bm-pr@b-minded.com)