

金融リテラシーと顧客満足度 — 住宅ローン・ビジネスをめぐって — ¹⁾

近藤万峰・青木均・内田滋・秋本昌士 ²⁾

目 次

要旨

- I 住宅ローン・ビジネスと金融サービス
- II サービスと顧客満足
- III 金融リテラシーと住宅ローンの選択行動
- IV ディスカッション

要旨

金融サービスの住宅ローン・ビジネスをめぐり、本稿ではこれまでの研究からさらに進めた視点で金融リテラシーと顧客満足度に関する調査分析を行なった。そこでは、近年、実証研究が展開されている金融リテラシーの状況と個人金融行動について住宅ローンに焦点を当てて行なわれた。回答者が自身の金融リテラシーの把握・認識レベルを含めて実施したアンケート結果からは、金融教育の充実によるリテラシー向上とそれによる選択内容の変化の可能性などが示唆された。

キーワード

金融リテラシー、住宅ローン、金融教育、選択行動、満足度、金融機関、情報探索、情報取得

I 住宅ローン・ビジネスと金融サービス

わが国における住宅ローン・ビジネスに関して、これまでは、顧客である需要サイドの個人・家計

がどのような住宅ローン供給者の金融機関を選択しているかをはじめとする諸研究に取り組んできた。³⁾近年の低金利状況下にもかかわらず依然として政府ないし金融当局特に日本銀行による異次元金融緩和が継続されており、さらなる超低金利状態が続いているところから都市部を中心に資金需要が拡大傾向に推移しておりマイホーム購入等の住宅投資など不動産市況は拡張傾向にある。本稿では、これまでの我々の研究成果を敷衍する形で住宅ローン需給のうち特にその選択行動に関して、取引主体において新たに金融リテラシーとその認識及び顧客満足度の視点等を含めて考察するものである。

住宅ローンをはじめとする金融サービス需給については、家計としての顧客満足度にもさまざまな要因が介在してくる。それらは家計行動における環境条件としてもマクロ経済からミクロ面までにおよぶものが影響を与えうる因子として考えられ、その意思決定にも消費者心理面での知見を待つまでもなく同様のことがうかがえるものといつてよいであろう。

近年における金融サービスの動向とりわけその需給については、まずは背景に供給サイドの動向

1) 本論文は、愛知学院大学流通科学研究所研究資金援助を受けた共同研究成果の一部である。ここに、記して謝意を表する。

2) 順に、愛知学院大学経済学部教授、商学部教授、同学部客員教授、同学部准教授。

3) 例えば、秋本他（2015）、近藤他（2016）（2017）など参照。

に話題が多く、わが国ではマクロ経済面での異次元金融緩和以降、マネーストックの量的管理をはじめとして2%のインフレ率をめぐる議論や出口論争などに及んでいる。それは、同時に、個人消費の動向が有効需要に繋がることにより春闘等におけるベースアップや賃上げ交渉等の個人所得をめぐる話題に関連するところとなり、ミクロ面でも企業行動や個人の生活設計等に関わるようになっていく。それゆえ、超低金利時代における住宅ローンによるマイホーム購入なども既に多く行なわれており、女性の活躍と謳われて共稼ぎ世帯の職住接近希望等にとともなる都心部のマンション需要も増えるなどの影響が見られている。

他方で、金融機関サイドでは、その経営においてマイナス金利⁴⁾等政策の負の効果も観察されており、それは経営損益ないし事業成果にも影響するところとなっている。尤も、金融機関特に地域金融機関にあっては、長期ないし超長期のトレンドである少子高齢化等の人口動態の推移に基づく将来への経営計画を考慮するとき、地域経済動向の条件設定をいかに行うかという問題に直面することになる。同時に、当面の足元の動きから長期を見据えた両面における判断や意思決定が求められる厳しい状況にあるといえる。

さらに金融産業の一般的な動向としては、ITないしICTの発展やAI、ビッグデータの活用などを含む金融技術革新の進展が金融自由化やグローバル化の波に乗って、フィンテックや仮想通貨などの新しい金融手法や商品サービスの開発・販売を提供するところとなってきたことも挙げられる。そこからは、金融自由化やグローバル化の進展と相俟って、金融サービス供給面でも住宅ローン・ビジネスを含めて一層の商品サービスの開発販売と価格、参入などをめぐる競争が拡大することが予想される。

このような傾向は、家計部門でもいずれはその資産選択における住宅投資に関する意思決定にもいくばくかの影響を及ぼすことが考えられるが、

現今では従来通りの住宅ローン返済をはじめとする家計収支特に生涯収支計画および資産負債管理といった考え方が一般的とみなされる。

金融自由化やITないしICTといった情報化の進展下においては、個人・家計部門も自己責任原則への適応などを含めてポートフォリオ・マネジメントをはじめ家計収支管理や資産負債管理などにおける意思決定など、管理の実行に金融リテラシーの重要性が提起される。

金融情報の収集から処理・分析など情報管理についても、それと関連するところとなるものである。

金融リテラシーについては、金融教育との関連でも登場する用語であり、これらの体系的な取り組みについては、大学における金融ないしファインス系の学部・学科を除けば学校教育においては、社会科学系の科目ないし単年でスポット的に実施されているに過ぎないと思われる。就職後、所属する企業や職場が確定拠出型年金制度を採用しているところでは、新入社員がポートフォリオ等への選択上の意思決定を求められることになると考えられることから、あるレベルの金融リテラシーは必要となってくるのである。

Ⅱ サービスと顧客満足

1 サービス産業部門と金融サービス

顧客満足度についていえば、顧客と供給者サイドとの共同による商品サービスの開発販売によるメリットとして、より広範な情報を利用してそれにもとづく商品サービス設計やマーケティングが可能となることが挙げられる。それは、供給面における両者のモニタリングや意見のフィードバック等のレベルないし範囲が、選抜された顧客の属性ないし反応におけるバイアスの懸念を含めて限定的なものとして受け取る制約があるとしてもものである。しかしながら、金融産業などにおける場合には、その商品サービスの同質性などにもとづいて個別金融機関による差異化ないし差別化が、他の産業特に第2次産業における場合とは商品企画から市

4) 個別金融機関が有する一定水準以上の日銀預け金に課される。

場化ないし販売に至るまでのプロセスで大きく異なっていることが指摘される。

もっとも、例えばリレーションシップ・バンキングにおける渉外ないし営業活動など個々の取引過程での活動内容について、個別金融機関固有の方法や内容が観察されるという指摘もある。それは、レベルやウェイトの異なりを否定するものではないが、他産業における場合でも例えば販売促進活動ないし顧客取引活動において見られることである。

それゆえ、金融サービス供給におけるサービスないし商品の同質性が強いことにもとづいて、他企業との差別化差異化が困難であるという点がクローズアップしてくる。それは、特に価格面で大きいと考えられる。つまり、金利や手数料が意思決定に占める割合が大きくなっており、他のサービス産業のそれらと比較して、価格面以外のウェイトの占めるところに異なりを見出すことが出来るであろう。

これらが及ぼす顧客満足についても、個別企業単独のものから関係業界を通じたものまで幅広いものが考慮されることになると考えられる。なかでも、取引主体サイドの意思決定に関係するところでは、金融リテラシーの有するウェイトについて考慮することが提起されてよいものである。

2 金融サービスとマーケティング

金融サービスのマーケティングを考える場合には、第1次や第2次産業などの他産業部門ないし他のサービス産業におけるマーケティング活動と比較して、銀行業や証券業、保険業における商品サービスの特性とりわけ企業間での商品サービス同質性などの特徴に基づくものが影響してくるものと考えられる。

それは、全体的には商品サービスの開発販売等における知的財産権問題などとも関わり合いながら、顧客・需要者サイドにとっても商品選択や供給者選択に関係するところともなりうるものである。

さらには、サンク・コスト（埋没費用）ともみ

なされている広告宣伝とその経費をめぐる視点でも、需給両者にとって、その費用対効果などについて、金融リテラシーの面で関連があるとも推測される。

金利等の金融に関する諸情報については、その探索行動から商品サービスの選択といった意思決定ないしそれに基づく金融行動がいかなる顧客満足度を導くものであるかという点に関心が寄せられるであろう。そこでの、金融諸情報の収集や分析等の情報管理においては、得られる知識が主観的なものとしてその行動体系に作用するところとなる。したがって、情報管理能力の向上が、個人ないし法人の金融行動の結果さらには顧客満足度に影響を及ぼすところは大きいものがあるといつてよい。

他方で、客観的知識については、一般的な金融教育などによって獲得される金融リテラシーの向上でその評価が図られる。この客観的知識のレベル如何も、主観的知識のレベルに何らかの影響を与えるところとなると推察されるから、金融リテラシー向上への努力は金融行動の結果に関係する有効なものと考えられる。

金融サービス産業の供給サイドにおいては、金融諸情報の提供や第三者による助言等のコンサルティング活動の推進がさまざまな顧客ニーズやシーズに対応したり開発したりすることも含めて、顧客サイドの諸行動をバックアップすることに繋がると共に営業全体の推進に貢献することが期待される。

Ⅲ 金融リテラシーと住宅ローンの選択行動

超低金利環境の長期化や急速に進む高齢化に対応すべく、リスクをとった資産形成の必要性が、官民の双方において叫ばれている。また、フィナンテックの発達に伴い、仮想通貨の普及や決済におけるキャッシュレス化が進むなど、消費者の金融サービスの利用環境も大きく変化している。さら

に、個人の多重債務や過剰債務の問題が深刻化しており、消費者のお金との向き合い方を適切な方向へ導く必要性も高まっている。⁵⁾

こうした環境の下で、わが国においても、欧米に比して遅れているとされる金融教育の充実や金融リテラシー向上を実現させるための方策が、行政や学者の間で盛んに議論されるようになっていく。⁶⁾しかし、それをどの時点で、どういった方法で、どの程度行うべきかについては、消費者の実態を踏まえ、慎重に検討する必要があるだろう。

そこで、本節では、その今後のあり方を探るべく、アンケート調査の結果を概観することを通じて⁷⁾、住宅ローン利用経験者の金融リテラシーの実情と、それが住宅ローンの選択行動に及ぼし得る影響について考察していくこととする。

1 金融リテラシーの自己評価

アンケート回答者の金融リテラシーの状況を探るべく、本項では、まず自己評価を見ていこう。表1は、「あなたは金融についての知識をどの程度お持ちですか。」の回答結果を示したものである。

表1 金融に関する知識

Q 1	あなたは金融についての知識をどの程度お持ちですか。		
	単一回答	N	%
1	非常に豊富である	10	2.4
2	豊富である	16	3.9
3	どちらかといえば豊富である	44	10.7
4	どちらでもない	91	22.1
5	どちらかといえば乏しい	144	35.0
6	乏しい	74	18.0
7	非常に乏しい	33	8.0
	全体	412	100.0

5) 木村（2017）は、銀行カードローンが、多重債務問題を深刻化させかねないとしている。

6) 中里（2014）は、早期離職防止という視点から、キャリア教育としての金融教育の重要性に注目している。

7) 本アンケート調査は、2018年1月に、住宅ローン利用経験者を対象として実施したものである。実施機関は、株式会社マクロミルであり、インターネットを通じて行った。有効サンプル数は、412である。

「どちらかといえば豊富である」以上の回答（「非常に豊富である」、「豊富である」、および「どちらかといえば豊富である」）をした比率が17%にとどまっている一方、「どちらかといえば乏しい」以下の回答（「どちらかといえば乏しい」、「乏しい」、および「非常に乏しい」）が61%と過半数を占めている。自身の金融リテラシーに対する評価は、総じて低いこととなる。

表2には、住宅ローンの知識に絞った場合の自己評価を示した。

表2 住宅ローンに関する知識

Q 2	あなたは住宅ローンについて豊富な知識をお持ちですか。		
	単一回答	N	%
1	非常に豊富である	6	1.5
2	豊富である	15	3.6
3	どちらかといえば豊富である	49	11.9
4	どちらでもない	101	24.5
5	どちらかといえば乏しい	129	31.3
6	乏しい	79	19.2
7	非常に乏しい	33	8.0
	全体	412	100.0

こちらについても、表1とほぼ同様の傾向が見られる。本アンケートは、住宅ローンの利用経験者を調査対象としているが、多くの利用者が、自らの住宅ローンに関する知識が乏しいと認識しつつ、同サービスを利用しているのが現状なのである。

2 金融リテラシーの状況

前項において、住宅ローン利用経験者の自身の金融リテラシーに対する評価が総じて低いことが明らかにされた。それでは、金融リテラシーの状況を客観的に評価するとどうなのであろうか。ここでは、家森・上山（2015）等の先行研究を参考にし、金利、インフレーション、およびリスクに

についての理解度を把握すべく、3点の質問をした。

表3には、「100万円の現金を銀行の普通預金(年利利率1%とします)に3年間預けるとした場合、3年後にいくら受け取れると思いますか。(税金は無いものとします)」の回答結果を示した。

表3 複利計算の理解度

Q 8	100万円の現金を銀行の普通預金(年利利率1%とします)に3年間預けるとした場合、3年後にいくら受け取れると思いますか。(税金は無いものとします)		
	単一回答	N	%
1	103万円よりも多い	137	33.3
2	ちょうど103万円	71	17.2
3	103万円よりも少ない	179	43.4
4	わからない	25	6.1
	全体	412	100.0

普通預金は、(税金を考慮しなければ)元本と利子の合算に対して利子が付与されるため、これは、複利計算の理解を測定するための設問である。したがって、正解は1の「103万円よりも多い」であるが、正答率は3分の1と予想よりも低い。⁸⁾この原因としては、複利計算の方法についての理解が不十分であることに加え、普通預金の金利が複利で算出されることが周知されていないことも可能性として挙げられる。また、3の「103万円よりも少ない」を選択した比率が最も高いことを考慮すると、わが国における超低金利政策が長期化しており、銀行預金にあまり金利が付かない環境に慣れてしまっているがために、イメージでもって低い金額を選択してしまっている回答者が多いのかもしれない。いずれにせよ、金融機関のローン金利は、複利で算出されることが多いた

め、複利計算の理解が十分でないと、思わぬ出費がかさむことになりかねない。

表4は、「インフレ率(物価上昇率)が年率3%で、銀行預金の年利利率が1%である場合、銀行に1年間預金しておく、1年後の預金で購入できる品物やサービスの量は通常どうなると思いますか。」の回答結果を示したものである。

表4 インフレーションの理解度

Q 9	インフレ率(物価上昇率)が年率3%で、銀行預金の年利利率が1%である場合、銀行に1年間預金しておく、1年後の預金で購入できる品物やサービスの量は通常どうなると思いますか。		
	単一回答	N	%
1	増加する	41	10.0
2	変わらない	63	15.3
3	減少する	235	57.0
4	わからない	73	17.7
	全体	412	100.0

これは、名目利利率から物価上昇率(期待インフレ率)を引いたものが実質利利率であることを理解しているかを調べるための設問である。しかし、こうした関係は知らなくとも、受け取れる金利は1%であるにもかかわらず、物価が3%上昇するのであれば、これまでに購入できていた財・サービスを購入することが不能になると考えることによって正答を導くことが可能である。正解は、3の「減少する」であり、正答率は6割弱となっている。また、表3に比べ、4の「わからない」を選択した比率が増えており、前問より難しい印象を受けた人が多いようである。この知識も、物価に比したローン金利の高さを判断する上で、重要になってくる。

表5には、「1社の株式を購入するほうが、いくつかの会社の株式に投資するような株式投資信託を購入するよりも、投資収益は安定すると思

8) 家森・上山(2015)は、複利計算の理解を把握するための設問を「100万円の現金を1年満期の銀行預金(年利利率2%)に預けて、5年間、同条件で運用したら、5年後にいくら受け取れると思いますか。(税率はゼロと考えて下さい)」としており、正答率は54.2%であった。

表5 リスクの理解度

Q 10	1社の株式を購入するほうが、いくつかの会社の株式に投資するような株式投資信託を購入するよりも、投資収益は安定すると思いますか。		
	単一回答	N	%
1	そう思う	58	14.1
2	そう思わない	241	58.5
3	わからない	113	27.4
	全体	412	100.0

ますか。」の回答結果を示した。

これは、分散投資によって、リスクを低く抑えられることの理解を調査するための設問である。投資経験が皆無であったり、投資に無関心であったりする場合は、このことの理解が乏しいものと推測される。正解は、2の「そう思わない」であり、正答率は、前問とほぼ同じ6割弱である。3の「わからない」を選択した比率は4分の1強であり、前問よりもさらに難しいという印象を持った回答者が多くなっている。

3 情報収集の状況

本節第1項において、住宅ローンの利用者は、自身のそれにまつわる知識が乏しいと認識しつつ、サービスを利用していることが明らかにされた。⁹⁾しかし、そうした状況にあっても、人生における最大の買い物とされる住宅購入のための資金調達は、できるだけ有利な条件で行おうとする消費者が多いと考えるのが自然であろう。そのための自助努力はなされているのであろうか。

表6は、「ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。あなたは、住宅ローンの借入を行うにあたり、十分な情報を得たと思いますか。」

の回答結果を示したものである。

表6 情報収集の度合い

Q 3	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。あなたは、住宅ローンの借入を行うにあたり、十分な情報を得たと思いますか。		
	単一回答	N	%
1	非常にそう思う	12	2.9
2	そう思う	50	12.1
3	どちらかといえばそう思う	113	27.4
4	どちらでもない	73	17.7
5	どちらかといえばそう思わない	98	23.8
6	そう思わない	52	12.6
7	まったくそう思わない	14	3.4
	全体	412	100.0

「どちらかといえばそう思わない」以下の比率が4割未満と低めである一方、「どちらかといえばそう思う」以上も42.4%と半数を割り込んでいいる。多数の金融機関から説明を受けたり、知人やインターネットを通じて多くの情報を収集したりした利用者が多数を占めているのであれば、後者の比率がもっと高くなるはずである。

近藤他(2016)が実施したアンケート調査の結果によると、住宅ローンを利用する際の金融機関の決定要因として、「住宅販売事業者と提携する金融機関であった」を選択した比率が約55%に上っている。ここからすると、主体的な情報収集を必ずしも積極的に行わずして、住宅販売事業者と提携する金融機関の住宅ローンを選んだ回答者が比較的多く存在するものと推測される。

「ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。あなたはどのような金融機関の住宅ローン・サービスを利用しましたか。」の回答結果を表7に示した。

9) 川村(2016)は、金融広報中央委員会が実施した「金融リテラシー調査」において、70歳台の金融知識に対する自己評価が、60歳台とほぼ同じで高いにもかかわらず、テストの正答率は、70歳台のほうが低くなる傾向にあるとしている。これは、海外でも見られる自信過剰傾向という行動バイアスであり、詐欺などに遭う要因になりかねず、注意を払う必要があると論じている。

表7 利用した金融機関の業態

Q 4	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。 あなたはどのような金融機関の住宅ローン・サービスを利用しましたか。		
	単一回答	N	%
1	メガバンク（三井住友、三菱東京UFJ、みずほ、りそな）、または信託銀行	132	32.0
2	居住都道府県内の地方銀行	120	29.1
3	居住都道府県外の地方銀行	35	8.5
4	インターネット専業銀行（ジャパンネット銀行、楽天銀行、ソニー銀行、住信SBIネット銀行、じぶん銀行、大和ネクスト銀行 等）	17	4.1
5	信用金庫	35	8.5
6	信用組合、JA、労金	45	10.9
7	その他の金融機関【 】	28	6.8
	全体	412	100.0

大手銀行が約3分の1を占めており、地元の地域銀行が約3割とそれに続いている。表6の結果と併せて考えると、自ら積極的な情報収集を行わずに、住宅販売事業者と提携する大手銀行や自宅の近くに店舗がある（もしくは、普段利用している）地域銀行を選択した利用者が少なからず存在しているのかもしれない。

4 満足度

それでは、前述のようにして選択した住宅ローンに対する利用者の満足度はどうなのであろうか。表8に「ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。あなたは初めて借入を行った住宅ローン・サービスに満足しましたか。」の回答結果を、表9に「ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。あなたは、初めて借入を行った住宅ローン・サービスに対して後悔していますか。」の回答結果をそれぞれ示した。

表8 利用した住宅ローンへの満足度

Q 5	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。 あなたは初めて借入を行った住宅ローン・サービスに満足しましたか。		
	単一回答	N	%
1	非常に満足している	16	3.9
2	満足している	82	19.9
3	どちらかといえば満足している	156	37.9
4	どちらでもない	107	26.0
5	どちらかといえば不満である	39	9.5
6	不満である	8	1.9
7	非常に不満である	4	1.0
	全体	412	100.0

表9 利用した住宅ローンへの後悔の度合い

Q 7	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。 あなたは、初めて借入を行った住宅ローン・サービスに対して後悔していますか。		
	単一回答	N	%
1	非常に後悔している	7	1.7
2	後悔している	12	2.9
3	どちらかといえば後悔している	29	7.0
4	どちらでもない	121	29.4
5	どちらかといえば後悔していない	110	26.7
6	後悔していない	95	23.1
7	まったく後悔していない	38	9.2
	全体	412	100.0

表8の「どちらかといえば満足している」以上の比率は61.7%、表9の「どちらかといえば後悔していない」以下のそれは59%であった。また、表8の「どちらかといえば不満である」以下は12.4%、表9の「どちらかといえば後悔している」以上は11.6%である。もともとの両設問は、コインの表裏の関係にあり、ほぼ同じ傾向が見られ

表10 利用した住宅ローンへの満足度2

Q 6	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行った金融機関についてお伺いします。 以下の項目に当てはまると思うものをお選びください。	全体	1	2	3	4	5	6	7
			非常に そう思 う	そう思 う	どちら かとい えばそ う思 う	どちら でもな い	どちら かとい えばそ う思 わな い	そう思 わな い	まっ たく そう 思 わ な い
	単一回答								
1	あなたは初めて借入を行った住宅ローン・サービスを親しい人に薦めたいと思いますか。	412 100.0	15 3.6	44 10.7	115 27.9	153 37.1	33 8.0	28 6.8	24 5.8
2	あなたは、今後、他の金融サービスを利用するとき、初めて借入を行った金融機関を利用したいと思いますか。	412 100.0	19 4.6	54 13.1	115 27.9	136 33.0	47 11.4	22 5.3	19 4.6

るのが自然であると思われるが、6割程度の利用者が選択した住宅ローンに満足しており、不満を感じている利用者は1割強にとどまっていることとなる。

近藤他（2016）のアンケート調査によると、住宅ローンの選択に際して、金利条件を重視する利用者が約8割と最も多くなっている。わが国では、長期に渡って超低金利政策がとられており、どの金融機関の住宅ローン金利も低めに設定されているため¹⁰⁾、このことに対して不満を抱いている利用者が少ないことを反映していると推測される。

一方、表8、表9双方の「どちらでもない」の比率が4分の1強であり、無視できない数値となっている。本節第1項、第3項における考察内容を踏まえると、住宅ローンを含めた金融リテラシーが向上したり、住宅ローンにまつわる情報をより積極的に収集したりするようになれば、この層の満足度が改善されるかもしれない。

表10に「ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行った金融機関についてお伺いします。以下の項目に当てはまると思うものをお選びください。」における2つの設問の回答結果を示した。

自身が利用した住宅ローンに満足しているのであれば、それを知人にも薦めたいと思うであろうし、他の金融サービスについても、その金融機関のものを検討してみようという気持ちになるであろう。つまり、この両設問は、広義の満足度を尋ねていると捉えることもできる。

「あなたは初めて借入を行った住宅ローン・サービスを親しい人に薦めたいと思いますか。」では、「どちらかといえばそう思う」以上の比率が42.2%、「あなたは、今後、他の金融サービスを利用するとき、初めて借入を行った金融機関を利用したいと思いますか。」では、同比率が45.6%と、「どちらかといえばそう思わない」以下（前者が20.6%、後者が21.3%）を大きく上回っている。この質問方法においても、選択した住宅ローンに不満を感じている利用者が少ないことが伺える。また、後者の結果は、住宅ローンに満足させることに成功すれば、リピーターになってもらえる可能性があることを示唆しており、金融機関にとって含蓄に富む情報であろう。

一方、双方の設問において、「どちらでもない」の比率が約3分の1と高くなっている。他人の住宅ローンの選択に口出ししたくないとか、他の金融サービスについては、商品性を十分吟味しないと回答しかねるという利用者も存在すると推測される反面、これまでに見出された住宅ローン等にまつわる知識の乏しさや情報収集への消極的な姿

10) 1994年7月に、旧大蔵省が住宅ローンの商品性と金利設定が自由であることを明確化したことから、住宅ローン金利が自由化された。詳細は、家森・近藤（2004）を参照。

勢を考慮すると、利用した金融機関の善し悪しを判断できかねていることがこの結果をもたしている可能性がある。

5 小括

消費者を取り巻く金融環境は、近年目まぐるしく変化しており、わが国においても、金融教育や金融リテラシーのあり方を考える必要性が高まっている。本節では、その一助とすべく、特に住宅ローンに注目し、金融リテラシーが同商品の選択行動に及ぼし得る影響をアンケート調査の結果に基づいて分析した。

まず、回答者の自身の金融リテラシーに対する評価を調べてみたところ、総じて低いことが明らかにされた。また、本節で注目した住宅ローンの知識に対する自己評価も同様に低いという傾向が検出された。

次に、回答者の客観的な金融リテラシーの状況を把握すべく、金利、インフレーション、およびリスクにまつわる簡単なテストを行った。その結果、インフレーションとリスクに関する設問の正答率はともに6割弱であり、複利計算の正答率は3分の1にとどまった。本アンケートにおける複利計算の設問は、普通預金の金利が複利で算出されるという知識も求められているとは言え、正答率は当初の予想よりも低かった。銀行預金の超低金利が常態化している影響から、イメージで回答してしまっている可能性がある。住宅ローン等のローン金利は、複利で計算されるケースが多いため、複利の仕組みを正しく理解できていないと、生涯の消費計画が狂ってしまう恐れもある。

さらに、住宅ローンを選択する際の情報収集については、多数の金融機関からの聞き取りやインターネット等を通じて積極的に情報収集している利用者が必ずしも大多数でない可能性が示唆された。近藤他（2016）が実施したアンケート調査の結果を考慮すると、必ずしも十分な情報収集を行わずして、住宅販売事業者と提携する金融機関を選んだ利用者が少なからず存在するのかもしれない。

最後に、利用した住宅ローンに対する満足度を尋ねたところ、不満を感じている利用者が少数にとどまることが明らかにされた。また、広義の満足度を測定すると捉えられる「他人に薦めたいか」と「他の金融サービスも利用したいか」の設問についても、ポジティブな反応がネガティブなものを大きく上回った。近藤他（2016）の結果と併せて考えると、金利条件に満足している利用者が多いものと推測される。

一方、いずれの設問においても、判断できかねている利用者が無視できない割合で存在することにも注目される。金融教育を充実させ、金融リテラシーを向上させることによって、こうした利用者の満足度が改善される可能性がある。また、利用者の金融リテラシーが向上すれば、情報収集に対する積極性も同時に高めることができ、より適切な商品（金融機関）選択を促すことが可能になるかもしれない。

以上より、本稿で取り上げた住宅ローンの選択においては、金融教育の充実を通じた金融リテラシー向上の意義が窺えた。¹¹⁾残された課題としては、近年重要性を増しつつある資産形成や投資性商品の選択に対する金融リテラシーの効果について、先行研究を踏まえつつ分析することが挙げられる。

Ⅳ ディスカッション

金融についての主観的知識と住宅ローンについての主観的知識との間に強い正の相関が認められた ($r=0.85$)。また、金融についての主観的知識と主観的な情報探索の程度との間、および住宅ローンについての主観的知識と主観的な情報探索の程度との間のいずれにおいても中程度の正の相関がみられた（順に、 $r=0.52$ 、 $r=0.58$ ）。

住宅ローンについての主観的知識の程度と利用

11) 北野他（2016）は、金融リテラシーを高める上で、初等中等教育段階における基礎学力が重要性を持つことを見出している。

後の満足度との間の相関は非常に弱いものにとどまった ($r=0.23$)。しかしながら、住宅ローンについての主観的知識の程度と、他者への推奨意向、再利用意図、利用後の後悔の程度との間には、ほとんど相関がなかった。また、金融についての主観的知識の程度と、利用後の満足度、他者への推奨意向、再利用意図、利用後の後悔の程度との間のいずれにおいても、ほとんど相関がなかった。

主観的な情報探索の程度と利用後の満足度との間には弱い正の相関が認められた ($r=0.35$)。一方、他者への推奨意向、再利用意図との間には、いずれも非常に弱い正の相関が検出されるにとどまった (順に、 $r=0.28$ 、 $r=0.20$)。

情報取得行動

Q 3では、「住宅ローンの借入を行うにあたり、十分な情報を得たかどうか」回答を迫っている。情報取得度を尋ねているといえる。その結果、「非常にそう思う」、「そう思う」と回答した者の割合の合計は全回答者の15.0%、「どちらかといえばそう思う」を加えても、42.4%である。ローン利用者が必ずしも十分な情報取得をしていなかった可能性がある。

Q 1「あなたは金融について知識をどの程度お持ちですか」(金融知識の主観的保有度)と情報取得度との相関関係を分析すると、表のように、相関係数0.521が示されている。さらに、Q 2「あなたは住宅ローンについて豊富な知識をお持ちですか」(ローン知識の主観的保有度)と情報取得度との相関関係を分析すると、表のように、0.580である。主観的判断で、金融知識を豊富に持っていることと、ローン借りにあたって十分な情報を得たということは正の相関関係がある。

製品に関する知識の保有度が、消費者による製品に関する情報探索を盛んにするかどうかについては、諸説存在する。それらは大きく2つの見解に分けることができる (Brucks, 1985)。1つは、製品に関する知識の保有度が高ければ、消費者は追加的な情報探索の必要性を感じず、情報探索は

低調になるのである。もう1つは、製品に関する知識の保有度が高ければ、消費者は製品に関する新情報を効率的に処理することができるので、情報探索獲得に積極的になるのである。先術の金融知識の主観的保有度と情報所得度との間の正の相関関係は、後者を支持している可能性がある。ただし、Q 1とQ 2は主観的な知識保有度を尋ねている。金融知識の主観的保有度は、いわば消費者による金融サービス選択に関する自信表明といえる。自信度の高い消費者が積極的に情報を取得しているために、先の相関関係が見出せたのかもしれない。

金融知識の主観的保有度と情報取得度の相関

	金融知識の主観的保有度	情報取得程度
Pearsonの相関係数	1	.521**
有意確率 (両側)		.000
度数	412	412
Pearsonの相関係数	.521**	1
有意確率 (両側)	.000	
度数	412	412

** 相関係数は1%水準で有意 (両側)。

ローン知識の主観的保有度と情報取得度の相関

	ローン知識の主観的保有度	情報取得程度
Pearsonの相関係数	1	.580**
有意確率 (両側)		.000
度数	412	412
Pearsonの相関係数	.580**	1
有意確率 (両側)	.000	
度数	412	412

** 相関係数は1%水準で有意 (両側)。

つぎに、この情報取得度とQ5ローン・サービスの満足度との相関関係を分析すると、表のように、相関係数0.352が示された。両者に弱い正の相関関係があるといえる。

情報取得度とローン・サービス満足度の相関

		情報取得 程度	満足度
情報取得程度	Pearsonの相関係数	1	.352**
	有意確率（両側）		.000
	度数	412	412
満足度	Pearsonの相関係数	.352**	1
	有意確率（両側）	.000	
	度数	412	412

** 相関係数は1%水準で有意（両側）。

ローンに関する情報取得の程度は、ローン・サービスの満足度との間に強い正の相関関係が見られないのは当然といえるかもしれない。一般的に、消費者は情報探索によって、品質の高い製品や有利な取引条件を見つけ出し、それを購買・消費した結果、消費に関する満足を得ると考えられる。例えば、Punji and Staelin (1983) は、自家用車の購買において、消費者の情報探索量（主に費やす時間）が、購買のコスト削減につながり、その結果消費に関する満足度が高まることを示したが、情報探索量が満足度に与える有意な影響は見出していない。今回の我々の調査では、情報所得度とローン・サービス満足度とを媒介する要因を想定していない。

<参考文献>

秋本昌士・近藤万峰・青木均・内田滋（2015）「地域金融機関と住宅ローンに関する選択行動」『流

通研究』第21号、pp. 1-20。

上田拓治（2010）『マーケティングリサーチの論理と技法』日本評論社。

川村憲章（2016）「金融リテラシー調査にみる高齢者の弱点・年金の認識」『年金研究』第4巻、pp. 14-16。

北野友士・小山内幸治・西尾圭一郎・松浦義昭・氏兼惟和（2016）「金融リテラシーに対する影響要因の検証と金融教育への示唆－大学生へのアンケート調査を基に－」『ファイナンシャル・プランニング研究』第16号、pp. 46-57。

木村裕二（2017）「銀行カードローンの過剰与信問題」『聖学院大学論叢』第30巻、pp. 83-100。

近藤万峰・青木均・内田滋・秋本昌士（2016）「住宅ローンと金融機関の選択要因に関する分析」『流通研究』第22号、pp. 1-16。

近藤万峰・青木均・内田滋・秋本昌士（2017）「金融サービスの選択行動と顧客満足度」『流通研究』第23号、pp. 1-16。

田村正紀編著（2002）『金融リテール改革』千倉書房。

中里弘穂（2014）「キャリア教育における金融教育の取入れと効果－早期離職防止に繋げる福井県立大学経済学部の実践からの考察－」『経済教育』第33巻、pp. 98-103。

ブレット・キング（2013）『リテール金融のチャネル革命』きんざい。

家森信善・上山仁恵（2015）「金融リテラシーと住宅ローンの比較行動」『ファイナンシャル・プランニング研究』第15号、pp. 4-12。

家森信善・近藤万峰（2004）「利用者の視点から見た住宅金融改革の成果と課題（前編）－新商品の登場と借入金利の変化を中心に－」『住宅金融月報』第630号、pp. 32-43。

Kotler, P. and K. L. Keller, (2012) *Marketing Management*, Pearson.

Punj, G. N. and R. Staelin, (1983) “A Model of Consumer Information Search Behavior for New Automobiles,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, March, pp. 366-380.

資料

[TABLE001]

	性別		
	単一回答	N	%
1	男性	219	53.2
3	女性	193	46.8
	全体	412	100.0

[TABLE002]

	年齢		
	単一回答	N	%
1	12才未満	0	0.0
2	12才～19才	0	0.0
3	20才～24才	0	0.0
4	25才～29才	26	6.3
5	30才～34才	64	15.5
6	35才～39才	100	24.3
7	40才～44才	91	22.1
8	45才～49才	61	14.8
9	50才～54才	37	9.0
10	55才～59才	20	4.9
11	60才以上	13	3.2
	全体	412	100.0

[TABLE003]

	年齢		
	単一回答	N	%
1	北海道	19	4.6
2	青森県	2	0.5
3	岩手県	0	0.0
4	宮城県	8	1.9
5	秋田県	2	0.5
6	山形県	2	0.5
7	福島県	5	1.2
8	茨城県	10	2.4
9	栃木県	4	1.0
10	群馬県	3	0.7
11	埼玉県	29	7.0
12	千葉県	28	6.8
13	東京都	51	12.4
14	神奈川県	42	10.2
15	新潟県	4	1.0
16	富山県	3	0.7
17	石川県	2	0.5
18	福井県	1	0.2
19	山梨県	3	0.7
20	長野県	3	0.7
21	岐阜県	6	1.5
22	静岡県	15	3.6
23	愛知県	32	7.8
24	三重県	7	1.7
25	滋賀県	5	1.2
26	京都府	8	1.9
27	大阪府	34	8.3
28	兵庫県	18	4.4
29	奈良県	5	1.2
30	和歌山県	0	0.0
31	鳥取県	2	0.5
32	島根県	0	0.0
33	岡山県	2	0.5
34	広島県	7	1.7

35	山口県	7	1.7
36	徳島県	3	0.7
37	香川県	5	1.2
38	愛媛県	4	1.0
39	高知県	2	0.5
40	福岡県	10	2.4
41	佐賀県	3	0.7
42	長崎県	5	1.2
43	熊本県	4	1.0
44	大分県	5	1.2
45	宮崎県	0	0.0
46	鹿児島県	1	0.2
47	沖縄県	1	0.2
	全体	412	100.0

[TABLE004]

	地域		
	単一回答	N	%
1	北海道	19	4.6
2	東北地方	19	4.6
3	関東地方	167	40.5
4	中部地方	76	18.4
5	近畿地方	70	17.0
6	中国地方	18	4.4
7	四国地方	14	3.4
8	九州地方	29	7.0
	全体	412	100.0

[TABLE005]

	未既婚		
	単一回答	N	%
1	未婚	35	8.5
2	既婚	377	91.5
	全体	412	100.0

[TABLE006]

	子供の有無		
	単一回答	N	%
1	子供なし	78	18.9
2	子供あり	334	81.1
	全体	412	100.0

[TABLE007]

	世帯年収		
	単一回答	N	%
1	200万未満	7	1.7
2	200～400万未満	51	12.4
3	400～600万未満	99	24.0
4	600～800万未満	95	23.1
5	800～1000万未満	54	13.1
6	1000～1200万未満	16	3.9
7	1200～1500万未満	14	3.4
8	1500～2000万未満	2	0.5
9	2000万円以上	2	0.5
10	わからない	23	5.6
	無回答	49	11.9
	全体	412	100.0

[TABLE008]

	個人年収		
	単一回答	N	%
1	200万未満	109	26.5
2	200～400万未満	57	13.8
3	400～600万未満	89	21.6
4	600～800万未満	56	13.6
5	800～1000万未満	17	4.1
6	1000～1200万未満	4	1.0
7	1200～1500万未満	5	1.2
8	1500～2000万未満	0	0.0
9	2000万円以上	2	0.5
10	わからない	17	4.1
	無回答	56	13.6
	全体	412	100.0

[TABLE009]

	職業		
	単一回答	N	%
1	公務員	28	6.8
2	経営者・役員	9	2.2
3	会社員(事務系)	73	17.7
4	会社員(技術系)	82	19.9
5	会社員(その他)	60	14.6
6	自営業	8	1.9
7	自由業	3	0.7
8	専業主婦(主夫)	93	22.6
9	パート・アルバイト	47	11.4
10	学生	0	0.0
11	その他	5	1.2
12	無職	4	1.0
	全体	412	100.0

[TABLE010]

	学生種別		
	単一回答	N	%
1	小学生	0	0.0
2	中学生	0	0.0
3	高校生・高専生	0	0.0
4	専門学校生	0	0.0
5	短大生	0	0.0
6	大学生	0	0.0
7	大学院生	0	0.0
8	その他学生	0	0.0
	全体	412	100.0

[TABLE011]

Q 1	あなたは金融についての知識をどの程度お持ちですか。		
	単一回答	N	%
1	非常に豊富である	10	2.4
2	豊富である	16	3.9
3	どちらかといえば豊富である	44	10.7
4	どちらでもない	91	22.1
5	どちらかといえば乏しい	144	35.0
6	乏しい	74	18.0
7	非常に乏しい	33	8.0
	全体	412	100.0

[TABLE012]

Q 2	あなたは住宅ローンについて豊富な知識をお持ちですか。		
	単一回答	N	%
1	非常に豊富である	6	1.5
2	豊富である	15	3.6
3	どちらかといえば豊富である	49	11.9
4	どちらでもない	101	24.5
5	どちらかといえば乏しい	129	31.3
6	乏しい	79	19.2
7	非常に乏しい	33	8.0
	全体	412	100.0

[TABLE013]

Q 3	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。 あなたは、住宅ローンの借入を行うにあたり、十分な情報を得たと思いますか。		
	単一回答	N	%
1	非常にそう思う	12	2.9
2	そう思う	50	12.1
3	どちらかといえばそう思う	113	27.4
4	どちらでもない	73	17.7
5	どちらかといえばそう思わない	98	23.8
6	そう思わない	52	12.6
7	まったくそう思わない	14	3.4
	全体	412	100.0

[TABLE015]

Q 5	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。 あなたは初めて借入を行った住宅ローン・サービスに満足しましたか。		
	単一回答	N	%
1	非常に満足している	16	3.9
2	満足している	82	19.9
3	どちらかといえば満足している	156	37.9
4	どちらでもない	107	26.0
5	どちらかといえば不満である	39	9.5
6	不満である	8	1.9
7	非常に不満である	4	1.0
	全体	412	100.0

[TABLE014]

Q 4	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。 あなたはどのような金融機関の住宅ローン・サービスを利用しましたか。		
	単一回答	N	%
1	メガバンク（三井住友、三菱東京UFJ、みずほ、りそな）、または信託銀行	132	32.0
2	居住都道府県内の地方銀行	120	29.1
3	居住都道府県外の地方銀行	35	8.5
4	インターネット専門銀行（ジャパンネット銀行、楽天銀行、ソニー銀行、住信SBIネット銀行、じぶん銀行、大和ネクスト銀行 等）	17	4.1
5	信用金庫	35	8.5
6	信用組合、JA、労金	45	10.9
7	その他の金融機関【 】	28	6.8
	全体	412	100.0

[TABLE016]

Q 6	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行った金融機関についてお伺いします。 以下の項目に当てはまると思うものをお選びください。	全体	1	2	3	4	5	6	7
			非常に そう思 う	そう思 う	どちら かとい えばそ う思う	どちら でもな い	どちら かとい えばそ う思わ ない	そう思 わない	まった くそう 思わな い
	単一回答								
1	あなたは初めて借入を行った住宅ローン・サービスを親しい人に薦めたいと思いますか。	412 100.0	15 3.6	44 10.7	115 27.9	153 37.1	33 8.0	28 6.8	24 5.8
2	あなたは、今後、他の金融サービスを利用するとき、初めて借入を行った金融機関を利用したいと思いますか。	412 100.0	19 4.6	54 13.1	115 27.9	136 33.0	47 11.4	22 5.3	19 4.6

[TABLE017]

Q 7	ご自身・もしくは配偶者の名義で初めて住宅ローンの借入を行ったことについてお伺いします。 あなたは、初めて借入を行った住宅ローン・サービスに対して後悔していますか。		
	単一回答	N	%
1	非常に後悔している	7	1.7
2	後悔している	12	2.9
3	どちらかといえば後悔している	29	7.0
4	どちらでもない	121	29.4
5	どちらかといえば後悔していない	110	26.7
6	後悔していない	95	23.1
7	まったく後悔していない	38	9.2
	全体	412	100.0

[TABLE018]

Q 8	100万円の現金を銀行の普通預金（年利利率1%とします）に3年間預けるとした場合、3年後にいくら受け取れると思いますか。（税金は無いものとします）		
	単一回答	N	%
1	103万円よりも多い	137	33.3
2	ちょうど103万円	71	17.2
3	103万円よりも少ない	179	43.4
4	わからない	25	6.1
	全体	412	100.0

[TABLE019]

Q 9	インフレ率（物価上昇率）が年率3%で、銀行預金の年利利率が1%である場合、銀行に1年間預金しておく、1年後の預金で購入できる品物やサービスの量は通常どうなると思いますか。		
	単一回答	N	%
1	増加する	41	10.0
2	変わらない	63	15.3
3	減少する	235	57.0
4	わからない	73	17.7
	全体	412	100.0

[TABLE020]

Q 10	1社の株式を購入するほうが、いくつかの会社の株式に投資するような株式投資信託を購入するよりも、投資収益は安定すると思いますか。		
	単一回答	N	%
1	そう思う	58	14.1
2	そう思わない	241	58.5
3	わからない	113	27.4
	全体	412	100.0