

独身者と未婚者 --- 高学歴都市サンプルでの分析 ---

関東学園大学 経済学部 小川浩

1. はじめに

我が国における少子化問題は、大きく分けて 2 つの原因によるとするのが一般的な解釈である。1 つは我が国では婚外出生率が非常に低い (1%程度) ため、晩婚化あるいは非婚化 (以下総称して「少結婚化」) が進行すると必然的に出生数が減るという結婚の問題。もう 1 つは平成 14 年 1 月に公表された将来人口推計 (国立社会保障・人口問題研究所) の中で指摘されている夫婦の出生力低下の問題である。本稿では前者の結婚の問題について平成 14 年 3 月に実施したインターネットアンケートの結果から分析を加える。

Becker が提起した結婚の費用-便益分析フレームワーク [Becker 1973, 1974] では、少結婚化は結婚の便益の低下あるいは費用の上昇として説明される。このフレームワークでよく挙げられる少結婚化の要因は、(1) 女性の雇用機会拡大 (結婚による所得拡大メリットの減少、結婚・出産に伴う離職のデメリット増大)、(2) 外食産業・インスタント食品・コンビニ・家電製品の普及による家事労働の市場化 (結婚による家庭内生産拡大メリットの減少) などがある。さらに、直接結婚とは関係ないが、我が国では結婚と出産・子育てをリンクして考えるケースが多いため、(3) 子供の養育費上昇 (住宅費・教育費) なども結婚のコストを引き上げているとされる要因である。

これらの要因は確かに近年 Becker のフレームワーク内で少結婚化を押し進める方向に変化して来ているが、マクロデータでの変化が人々の暮らしの中でどのような変化をもたらしているかを精査しないと見せかけの相関に騙される可能性がある。例えば「家電製品の普及により家事労働の負担が減少するため結婚するメリットが薄れ少結婚化が進む」という仮説は結婚前に実際に当該家事を行っている未婚者が省力化家電を利用できる場合には意味があるが、家電製品を所有している世帯が結婚後の世帯のみである場合、あるいはそもそも母親が家事を全て行っているため同居している未婚者は家事労働を行っていない場合にはたまたま家電の普及期に少結婚化が進んでいっただけであり因果関係があるとは言えないであろう。その意味で、親と同居している未婚者 (「未婚者」) と親と同居していない単身世帯の未婚者 (「独身者」) を意識して集計を行う必要がある。

(1) の女性就業に関しては、家計経済研究所のパネルデータを使った [樋口・阿部 1999]、[滋野・大日 1998] などの先行研究が数多く存在することから本稿では主として (2) の家計内生産および (3) の住宅・住環境に関して分析を行う。

2. 調査の概要

本稿で利用している調査（以下「本調査」）は、三菱総合研究所と NTT-X が共同運用しているインターネット調査システムである「goo リサーチ」を利用して実施した。調査設計や設問の種類については補論に概要を記したが、回答数 5782 であり規模的には様々な集計が可能な回答が得られたと考えられる。しかしながら、インターネットを用いた調査であるだけに特有の問題を持っている可能性も否定できない。

我が国におけるインターネットの利用者数は、総務省「情報通信白書」(2002)では 5593 万人、人口比 44.0%となっており、これだけを見るとインターネットユーザはある程度日本人を代表しているように見える。しかしながら、[大隅 2002]で指摘されているように

・インターネット調査システムにモニターとして登録している人がインターネットユーザを代表しているか

という点についてはかなりのバイアスが掛かっていることが予想される。そこで以下、国勢調査などで確定値が得られる属性を用いて本調査回答者の大まかな特徴を明らかにしておく。

2.1 年齢構成・性

回答者の性と年齢分布については調査対象モニター選択時に国勢調査での性・年齢分布に従うようにコントロールしているため、回答者が予想以上に多かった 30 代女性を除けば国勢調査から得られている年齢・性構成比とそれほど大きな偏りはない(表 1, 表補 1)。しかしながら、goo リサーチのモニター登録者の属性によると男女比はほぼ 1:1 であるが年齢構成は 20 代と 30 代に非常に大きなウエイトがある(図 1)。このことを前提とすると、40 代以上、特に 50 代の回答者については同年代のインターネット利用者と比べて相対的に少ない(偏っている可能性のある)登録モニターの中から高い抽出率で選択されているため取り扱いには注意が必要であると考えられる。

2.2 回答者の地理的分布

一般的に地理的距離のないことが特徴とされるインターネット調査であるが、本調査での回答者地理的分布は図 2 に示す通りである。図 2 は全回答者に占める都道府県別回答者数の比率¹を 2000 年国勢調査による各都道府県の人口シェアで除した値を示している。この値が大きいほど過剰にサンプリングされている事を示し、図中では色が濃い部分が過剰にサンプリングされている都道府県を表している。特に人口に対して過剰にサンプリングさ

¹ goo リサーチのモニター登録時の居住地による。本調査で聞いている郵便番号上位 3 桁から求めた居住地で計算しても都道府県別の回答者構成比はそれほど大きく変わらない。

れている都府県は、東京(2.23)²、神奈川(1.79)、大阪(1.46)、千葉(1.44)、埼玉(1.39)、奈良(1.21)、兵庫(1.15)となっておりこの7都府県だけで全回答者の64%を占めている(国勢調査人口シェアでは39%)。いずれも東京・大阪を中心とする大都市周辺圏であり、本調査の回答者は地域的にかなり都市部に偏っていると考えていいだろう。この点については、[大隅2002]で指摘されているインターネット調査の弱点を本調査も持っている。もっとも、この特徴のため地域間の比較は困難になるものの、都市部の動向を調査するならば特に問題にはならない。

2.3 婚姻状態

結婚に関する分析を行う際にサンプルが結婚に対して何らかの偏った考え、行動を示している集団に偏していることは致命的である。そこで、結婚経験率³について国勢調査のデータと本調査を比較した結果を図3、図4に示す。比較的大きなモニター登録者集団からサンプル抽出している30代までは、国勢調査による結婚経験率とほぼ同じような傾向を示しているが、モニター登録者集団が小さくなる40代以上は国勢調査からの乖離が大きくなっていくことがこれらの図から読みとれる。

少なくとも、30代までについては国勢調査での全国平均とほぼ同じか若干上回る程度の結婚経験率をしめしていることから、「インターネットにうつつを抜かして結婚しない」という偏ったサンプルである可能性は低いだろう。一般に結婚行動が大きく変化したとされるコウホートは1960年コウホート以降であり、本稿での分析もその範囲に重点を置くため、結婚行動そのものについての分析は本調査のデータから行うことができると考えられる。

2.4 学歴分布

上述のように都市部に回答者が偏っていることもあり、学歴については国勢調査データより高めにバイアスが掛かっていることが予想される。集計結果を図5、図6、図7、図8に示すが、予想通りかなり高学歴側に偏ったサンプル構成となっていることがわかる。特に、年齢階級が上がるにつれ高学歴側への偏りが強くなるため、学歴間での行動の違いを分析する場合には十分な注意が必要である。

2.5 サンプルの総体的評価

ここまで見てきたように、今回の調査の回答者は総じて言えば都市在住の高学歴層と言え

² ()内は、都道府県ごとの回答者シェアを人口シェアで除した値。これが東京都で2.23ということは、東京都の回答者は人口シェアから得られる抽出率の倍以上いることを示している

³ $1 - \text{年齢階級別未婚者数} \div \text{年齢階級別人口}$ で定義。離死別者は結婚経験者とカウントする

るだろう。このような層は労働市場での生産性が高い層と一致するため、結婚しない場合、市場化した家計内生産を享受している可能性が高いと考えられる。このことは上で観察されたような回答者のバイアスは今後さらに家計内生産の市場化が進展することを視野にいれるとむしろ将来予測に近い形で集計結果を評価できることを意味していると言えるだろう。

3. 家事労働の市場化について

従来は家計内での生産によって提供されていた各種の財・サービスを家計外の市場で購入することができるようになったことにより少結婚化が進展したとする議論の背景にあるものは、未婚者はこのような財・サービスを市場で購入し、既婚者は家計内生産でこのような財・サービスを入手するという考え方である。本節では人間が生きていくために省くことのできない食事を中心に結婚前後でどのような変化が生じているかを検討する。

3.1 夕食の市場化と結婚メリットの減少

本調査では、誰もが避けて通ることのできない家事サービスとして平日の夕食を取り上げて(1)どのように夕食を摂っているか(2)夕食の準備をするのは誰かという2点を質問している。もし未婚者で外食や弁当購入などのいわゆる中食が占める割合が高ければ、家計内生産が市場化されたことによって結婚のメリットが低下してきているという仮説をサポートするデータであると言えるだろう。

まず、20～29歳の未婚者についてどのような夕食を食べているかについて男女別に集計した結果を表 2⁴に示す。男女問わず、「家族が作った夕食を自分の家で食べる」が一番多く、男性で 57.9%、女性で 55.1%の未婚者がこれに該当する。2位は男性では「外食」、女性では「自分で作った夕食を自分の家で食べる」となっている。自分を含む家族が作った夕食を食べているケースが男女ともに 7割強であるという状況は、一般的に家計内生産について比較劣位にあると考えられる未婚男性のみならず未婚女性についてもかなりの割合で市場から夕食を入手していると言えるだろう。

この点について、近年急速に伸びていると言われる中食（外食と家で作る食事の中間、できあいの総菜などを買ってきて自宅で食べるケース）を意識して表 2 のカテゴリを再整理した集計結果を表 3 に示す。ここでは「外で買ってきて自宅で食べる」ということを重視して、社員食堂や寮のまかないは外食扱いにしている。

結果は外食と中食の差は男性では中食が外食のほぼ半分（24.4%と 11.2%）、女性はほぼ同じ（8.8%と 8.1%）となっており中食が 20 歳代未婚者の夕食に浸透してきていることが伺える。特に女性についてはすでに外食とほぼ同じ比率に達しており、中食という形で「食事」

⁴ 図表については、特に注がなければ全て本調査から筆者集計

の市場化が進展していることが伺える。

ここで気になることは、家で夕食を食べている未婚男性の大半が「家族が材料から作り自宅で食べる」と回答しており、「自分で材料から作り自宅で食べる」と回答している人はわずか 6.5%であるという点である。このことは、未婚者であっても家族と同居している場合と単身世帯として生活している場合では市場化した家計内生産への依存度が異なることを予想させる。そもそも親と同居して母親の家事サービスを楽しんでいる場合は、たとえば家事サービスが市場化されたとしても結婚行動に大きな影響はないと考えられるため、親との同居状況によって夕食の形態がどのように異なるかを精査してみる必要がある。

表 4 は、同じく 20~29 歳の未婚者のうち、親と同居⁵している人に限定した集計結果であるが、男性については 100%が「家族が材料から作り、自宅で食べる」と回答、女性も自分と家族で作る分を合わせて 9 割弱が自宅で作って食べていることが分かる。つまり、親同居未婚者は親の家事サービスが利用可能であるため市場化したサービスの利用はほとんどない。一方親と非同居サンプルについて集計した表 5 によると、男性では外食が 5 割強、中食が 2 割強となっており市場で夕食サービスを購入する率は合わせて 8 割弱になる。家事サービス生産について比較優位にあると想定される女性の場合でも、外食が 2 割強、中食も 2 割強でほぼ半分の人が夕食サービスを市場で購入していることになる。

この 2 つの集計から言えることは以下の 2 点である。

(1)親と同居していない未婚者、特に家事サービス生産について比較劣位にあると仮定されることの多い男性にとっては、中食市場の拡大などに代表される家事サービスの市場化は結婚のメリットを減少させている可能性が高い。

(2)親と同居している未婚者にとっては、家事サービスは家計内で親から十分供給されているため、家事サービスが市場化されることは結婚のメリットを増減させない。

2002 年の国勢調査では、20~29 歳男性未婚者のうち単身世帯の比率は 31.5%となっており、この層が家事サービスの市場化によって結婚に対するインセンティブを低下させた場合はかなりの結婚率低下をもたらす可能性がある。今回の調査は 1 時点での横断面分析であるため単身未婚者の外食・中食利用率が時系列的にどのように変化しているか不明であるが、農林水産省が平成 12 年に全国主要都市の主婦約 1000 人を対象に行った「食料品消費モニター調査」では時系列的に中食の利用度は上昇していることから考えても、増加傾向にある可能性は高いと思われる。この時系列的な変化については今後の研究課題である。

⁵ ここでは食事のことを主に考えているため、「親のうち近くに住んでいる人の家までの時間」が夕食を気軽に食べに行ける範囲である(1)同一建物内, (2)同一敷地内, (3)徒歩 15 分以内」をここでの「親同居」として扱っている

3.2 夕食の市場化と家事負担の軽減

3.1 では夕食の市場化が進むことによって、主として親と非同居の未婚男性にとって結婚のメリットが減少した可能性を示した。しかし、夕食の市場化は同時に結婚後の家庭内生産を相対的に高い比率で行う女性の負担を軽減し、女性にとっての結婚のデメリットを減少させる可能性も持っている。この点について、25～34 歳⁶の既婚者を対象に集計を行ってみた(表 6)。

未婚者と既婚者で一番異なる点は、自宅で夕食を摂る比率が男女問わず格段に上昇することである。男女ともに 9 割以上の方が自宅で材料から作った夕食を摂っている。しかしながら、夕食を作る人については男性の場合自分以外であるケースが大部分、女性の場合は自分自身である場合が大部分であり、結婚後の家事負担は大部分女性にかかることがこの集計から読みとれる。

また、中食あるいは外食の利用状況は表 5 と比べると大幅に低下しており、たとえ結婚前が親と非同居であったとしても、未婚時代には利用できた市場で供給される家事サービスの利用が減少するだけ女性にとっては結婚によって家事負担が強化されると思われる。結婚前が親と同居であった場合は、表 4 に示すように女性であっても 7 割以上が同居の家族に食事の支度をしてもらっているため、家事負担の強化はいっそう大きなものとなっている。

一方、男性については結婚前に親と同居していた場合は 100%親がかりだったものが配偶者になるだけであり、あまり大きな変化はない。結婚前に親と非同居であり、自分で夕食を作っていた人であっても結婚後は配偶者が夕食を作ってくれる率が非常に高くなるため家事負担という点では結婚によって楽になることがわかる。この点について、自分の家で材料から作って食事をする場合(内食)で具体的に家族の誰が夕食を作っているかを詳細に分けたものが表 7 である。この表からも、未婚時は親、結婚後は妻という家事負担の構造が読みとれる。

これらの集計から言えることは

(1)外食・中食の利用は結婚後大幅に減少しているため、結婚後の家事労働軽減に大きな影響はない。

(2)結婚後の家事労働の主たる担い手は依然として妻であり、女性にとっては結婚は親の家事サービスを失い、自ら家庭内生産を行うことを意味している。

⁶ 未婚者の場合は 20～29 歳だったのに対し既婚者は 25～34 歳としたのは、本調査のサンプルでは 20 歳代前半で結婚している率が非常に低く、20～29 歳では既婚の回答者数が少なくなりすぎるためである。

3.3 夕食の市場化と結婚への影響

ここまでの集計で明らかになった夕食に代表される家事労働の市場化が結婚に与える影響は以下の通りである。

- (1) 親と同居している未婚者の場合は、親による家計内生産を既に享受しているため家事労働の市場化による結婚への影響は比較的少ない
- (2) 親と同居していない男性未婚者の場合は、積極的に市場で家事サービスを購入している。このことは、市場化された家事サービスの増加が親と同居していない男性未婚者にとっての結婚メリットを減少させる可能性が高いことを意味する
- (3) 未婚時に親と同居していた女性からみると、市場からの家事サービス購入には大きな変化がないため、家事労働の市場化による結婚への影響は比較的少ないと考えられる
- (4) 未婚時に親と同居していなかった女性からみると、結婚後は市場からの家事サービス購入量が激減するため、家事労働の市場化が進むほど結婚前後の負担感の変化が大きくなると考えられ、家事労働の市場化は結婚のデメリットを増大させる可能性が高いことを意味する。

このように、家事サービスが市場化していくことが結婚に与える影響は未婚時に親と同居していたか否かでかなり異なると予想される。特に男性については親との非同居率が 3 割以上あるため、この層の結婚意欲の低下は少結婚化に少なからぬ影響を与える可能性がある。

4. 家事サービスの機械化の影響

家事サービスが市場化されてきていると言っても、我が国では外部の業者に委託して居室の清掃を定期的に行うような水準のサービスはまだ一般的ではない。むしろ、省力化機器を導入することにより家事サービスの機械化を行うケースが多いと考えられる。本調査ではこの点について(1)全自動洗濯機(2)衣類乾燥機(3)電子レンジ(4)食器洗い機(5)布団乾燥機(6)乾燥機一体型洗濯機の 6 種類について所有状態を聞いている。

4.1 機器の所有状況

全自動洗濯機と電子レンジは非常に普及率が高く、全自動洗濯機は 8 割以上、電子レンジはほぼ全ての回答者が「保有している」と答えている。年齢や婚姻状態による保有率の差もあまりないため、この 2 商品については既に普及が終わっていると考えられる。

洗濯の時間や天候による制約を解消できるため「時間を買う」という性質が強い衣類乾燥

機は普及率自体が全回答者の 3 割弱とまだ低く、所有状態が家事サービスの機械化に関する選好を表している可能性が高いため細かい分析を行う。同様の商品としては乾燥機一体型洗濯機もあるが、これはごく最近の商品であるためか普及率自体がまだ 1 桁%台と低く、層化して分析するには反応数が少なすぎるため細かい分析は行わなかった。

食器洗い機は、乾燥機と比較すると元々の時間に関する制約が弱い食器洗いを機械化するものであるから、より「時間を買う」という選好を表している商品であると予想される。

3 節で行った夕食に関する分析からは、性・親との同居状態・婚姻状態などが市場化した家事サービスへの需要に大きな影響を与えていることが得られているため、まずこれらの家電製品についてこれらの属性ごとの集計を行った結果を表 8 に示す。夕食に関する分析から得られた市場化された家事サービスを必要する傾向は、未婚親非同居男性 > 未婚親非同居女性 > 未婚親同居者 > 既婚者の順であるが、表 8 ではかなり傾向が異なっており、親と非同居の未婚者はいずれの製品も極端に保有率が低い。食器洗い機については、親と非同居の未婚者は外食や中食の利用が多いため必要としない可能性があるが、衣類乾燥機については全自動洗濯機を保有している以上持っていれば便利ははずであるにも係わらず保有率が非常に低いという意外な結果が得られた。

布団乾燥機も昼間布団を干す人のいない親と非同居の未婚者にとって一番有効な製品であると思われるが、やはり親と非同居の未婚者層で保有率が低くなっている。しかしながら布団乾燥機は親と非同居の未婚女性の保有率が衣類乾燥機や食器洗い機と比較して高めとなっている。

夕食に関する分析とこれほど大きな差が出た理由として、ここで集計した製品は布団乾燥機を除くといずれもかなり大型の機器であり、かつ取付工事が必要であるため住宅の種類によっては欲しくても購入できない可能性がある。また、日本の賃貸住宅は借地・借家法の強い制限のため「貸したら戻らない」という危惧から長く住めるように作らないことが一般的であり[野口 1995]、そもそも大型の機器を設置すべきスペースが存在しない可能性も高い。

この点について大型で振動も大きく、電気容量の変更やガスの配管、場合によっては排気管設置も必要であるため一番住宅事情に左右されそうな衣類乾燥機について住宅の所有形態ごとの保有状況を集計したものを表 9 に示す。網掛けをしてあるセルは保有率が比較的高めのセルであるが、いずれも自己あるいは親か家族名義の住宅であり、衣類乾燥機の保有状況は設置工事の行いやすさによって制約されていると考えられる。極端な例としてそのような工事が一番行いにくいと思われる官舎・社宅では衣類乾燥機を保有しているという回答は 1 件もなかったことが挙げられるだろう。

住宅の制限から保有が制限されているというストーリーは、夕食については市場化された

サービスを大幅に購入している親と非同居の未婚者が全体としては省力化家電を保有していないが、家族所有の住宅に住んでいる場合は衣類乾燥機の保有率が 25%に急上昇することからも支持される。

4.2 家事を代替する機器の普及と結婚

家事を代替する機器の普及が結婚に与える効果は、市場化された家事サービスの効果と同様であると考えられる。すなわち、親と同居していない未婚男性にとっては結婚のメリットを低下させ、結婚するインセンティブを低下させるが、女性にとっては結婚後のデメリットを減少させることによって結婚しやすくするであろう。

ここまでの集計で明らかになったように、親と同居していない未婚男性は家事を代替する機器をあまり保有しておらず、本調査の結果からみる限り男性の結婚のメリット減少は大きな効果を持たない。

女性の結婚のデメリット減少という側面については大型の省力化製品の保有が住宅事情に影響されることから、結婚直後の住宅に依存すると考えられる。表 10 は 1995 年以降に結婚を機に転居した女性の結婚前後の住宅種別を集計したものである。結婚後の住宅は賃貸住宅と官舎・社宅で 6 割、比較的自由度の高い家族所有の一戸建ては 2 割強となっており、たとえこのような機器が今後進歩しても、賃貸住宅の質が向上しない限り結婚のデメリットを減ずる効果は限定されたものになると思われる。

本来ならば、このような省力化機器は「時間を買う」という意味から家事の多くを負担している女性の時間コストが高い場合、すなわち高所得の女性が積極的に購入しているはずであるが、25～34 歳の有配偶女性について女性本人の所得階層別の保有率を集計してみた場合には年収 0 の専業主婦世帯で保有率が高く、年収が上がるにつれて保有率が低下するというまったく逆の傾向がみられる。かろうじて年収 500 万以上になると保有率が上がるものの、「衣類乾燥機を持っている」と回答したサンプルが 9 件と少ないため安定的な結果であるかどうかは疑問である。

年収 500 万以上で衣類乾燥機を「保有している」と回答したサンプルはいずれも自分あるいは配偶者名義の一戸建てに住む看護婦であり、深夜勤などのシフト制勤務と家族所有の一戸建て居住の条件が重なったことによる特異なケースである可能性も否定できない。

省力化機器を購入するもう 1 つのケースは世帯員数が多いなどの理由で実際に家事量が増加しているためそれを軽減したいという状況が考えられるだろう。本調査では同居者の構成を質問しているため、その情報を用いて同居世帯員数と住宅の所有形態ごとに衣類乾燥機の保有率を計算した結果を表 11 にしめす。ただし、これまでの表と同様に 25～34 歳既婚女性についての集計である。

家事負担が重い 省力化機器を購入するという因果関係をサポートするデータとしては、世帯員数が増加するに従い衣類乾燥機の保有率が上昇している結果が期待されるが、実際の集計結果でこのような傾向がみられたのは家の所有形態が「家族所有・独立家屋」の場合のみであり、それ以外の所有形態では家族数と保有率の間に正の相関は認めがたい。家族所有・独立家屋の集計結果が、住居によって課せられる制約がない場合に人々が取る行動であると仮定するならば、賃貸・共同住宅居住者で衣類乾燥機が欲しいと思っている人の3人に2人は住宅事情のために諦めていることになる。

4.3 家事サービス機械化の結婚への影響

各種の家事サービスを自動化する機器の普及には、それらの機器を設置可能な住宅が必要であるというハードルが存在していることが本調査の集計から明らかになった。このことは、賃貸住宅に居住している比率が高い結婚直後の夫婦にとって実際にこれらの機器を利用することは難しいことを意味し、結婚に対してはあまり大きな影響を持たないと考えられる。要約すると、

(1)家事労働を軽減する、あるいは時間の制約を緩和するような大型機器の購入は親と同居していない未婚者ではほとんど見られない。つまり、このような機器の普及によって親と同居していない未婚男性の結婚に対するインセンティブに大きな変化が生じてきているとは考えにくい。

(2)結婚後の世帯において、大型機器の購入は住宅の形態（所有・構造）に大きく依存しており、賃貸住宅では保有率が大幅に下がる。このことは賃貸住宅に居住することの多い結婚直後にはこれらの機器を利用することが困難であることを意味し、結婚直後の家事労働軽減にはほとんど使えないと考えられる。

(3)機器の導入により「時間を買う」という考え方は、有配偶女性の所得ごとの衣類乾燥機保有率集計からは見いだせず、むしろ専業主婦世帯で保有率が高いという全く逆の結果が得られた。この傾向は家の所有形態を家族保有の一戸建てにコントロールしても変わらない。

(4)世帯員規模が拡大すると、家族所有の独立家屋に居住している場合は衣類乾燥機の保有率が上昇しているが、それ以外の形態の住宅ではこのような正の相関は見られない。このことから住宅の制約のため「欲しい」と思いつつも衣類乾燥機を導入できない層がかなりの割合で存在することが予想される。

であり、家計内生産を効率化する機器の普及は結婚に対して現状では影響を持っているとは言えないと考えられる。(2)の賃貸住宅の質の問題については、親と同居している一戸建てから賃貸アパートへ結婚のため転居する際の生活環境の低下の問題とも関係しており、借家法の改正などを通じてより良質な借家を提供するインセンティブづけを行うことが少

子化対策の一環として望まれる。

5. 住居と結婚

本調査のサンプルは都市部に大きなウェイトがあるため、住宅のコストは比較的高い場合が多いと考えられる。一人暮らしの未婚者同士が結婚することを前提とした Becker のモデルでは住宅コストに関してスケールメリットが働くと考えるため住宅費の上昇は結婚促進的に働くはずであるが、我が国では表 10 に示したように結婚前は親と同居している女性が多いためそれほど話は単純ではない。図 9 は 20～29 歳の未婚者が住居コストとして支払っている金額が当該未婚者本人の収入に占める比率と、25～34 歳の既婚者が住居コストとして支払っている金額が当該世帯の収入に占める比率の分布をプロットしたものである。ただし、親と同居している場合は家計に入れている金額を 3 万未満か 3 万以上かの金額区分で聞いているため、「世帯内単身者に関する実態調査」(国立社会保障・人口問題研究所, 2001) の 20～29 歳層家計繰入額平均(月額 2 万 700 円)と平均繰入額がほぼ同額になるように親に 3 万円以上払っている場合は 3 万 5 千円、3 万円未満の場合は 1 万円とし、さらに食費・家賃の合計額として支払っている場合は家賃分は支払額の 50%として計算している。

図 9 の分布を見ると、未婚時に親と同居していた場合は結婚することによって収入に占める住宅コストは上がる傾向にあるが、未婚時に親と非同居だった場合には逆に下がる傾向にある。未婚時に親と非同居の場合は結婚によって一般的には世帯規模が拡大すると考えられるため、我が国においても未婚時に親と非同居の人に関しては結婚のスケールメリットが認められると言えるだろう。つまり、この層については家賃あるいは地価の上昇は結婚促進的に働くと考えられる。一方、未婚時に親と同居していた場合は家賃あるいは地価の上昇は結婚抑制的に働くであろう。

今回の調査では結婚前後の収入状況の変化を聞いていないため、住宅コストの収入に占める割合が結婚前後でどのように変化したかを直接求めることはできないが、結婚前後の住宅コストそのものの変化を求めることは可能である。

図 10 は 1995 年以降に結婚によって住み替えた人 25～34 歳の人について結婚後住宅コスト ÷ 結婚前住宅コストの比の分布と、結婚前に正の住宅支出をしていて結婚後も正の住宅支出をしている人の累積構成比である。累積構成比を見ると、結婚前後の住宅支出比の中央値は 130%程度であり世帯規模が 2 倍になっても住宅コストは 1.3 倍程度にしかならないという意味で結婚前に親と非同居だった場合にはスケールメリットは大きい。

しかし、男女の賃金格差や結婚に伴う女性の離職を考えた場合、結婚後の世帯収入は単純に結婚前の2倍とはならないはずである。この点について結婚による収入の変化との関係を集計すると、結婚後の家計収入と結婚前の個人収入の比を計算すると収入平均の比で163%、収入中央値の比で167%となっている。このことから未婚時に親と非同居だった人の場合は結婚による世帯規模の拡大に伴う収入の増大の方が住宅支出の増大より大きい人が8割以上であることが見込まれる。これは、未婚時に親同居だった人も含めた全体の3割強にあたる。

一方、親と同居していて住宅コストを負担していなかった未婚者の場合は単純に住居コストは負担増となるが、結婚後も住宅支出なしを除いた負担純増世帯は未婚時も親同居だった人も含めた全体の4割弱である。

以上のように、今回の集計では家賃などの住居コストが上昇したときに結婚によって家計収入に占める住居コストが減少する人が3割強、増加する人が4割弱と推定されるが、住居コスト減少者の比率は間接的な方法で求めていることによる誤差を含むことを考慮するとこの差から住宅コストの上昇は結婚抑制的であるという結論を導くのは危険であろう。この点に関する先行研究として、結婚確率関数の推計に住宅コスト(家賃指数)を入れた[小椋・ディーケル 1992]では県別家賃指数の結婚への効果は正であると推計されている。ただしその効果は1万分の2と非常に小さい。本稿での集計結果からの予想とは符号が逆であるが、効果が非常に小さい点は県別集計データを使ったため未婚時の親との同居状態による効果の方向の違いが打ち消し合った総合的な効果だけ計測したためと思われる。この点については、パネルデータを用いたより直接的な推計が今後の課題であると言えるだろう。

6. まとめ

本稿では家事サービスの市場化・機械化と住宅サービスのコストが結婚に与える影響について独自に行ったアンケート調査から検討し、以下のような知見を得た。

(1)上記の3項目はいずれも未婚者が親と同居しているか否かで効果が全く異なる。結婚に関する分析では、親と同居している未婚者と単身世帯の未婚者は分けて扱う必要がある。

(2)家事サービスの市場化は単身世帯の未婚者、特に男性にとっての結婚メリットを減少させていると考えられる。一方、結婚後には市場化された家事サービスはほとんど利用されないため結婚後の家事負担、特に女性の負担を軽減するためには効果がない。総じて結婚抑制的であると言える。

(3)家事を機械化する代表例として衣類乾燥機について分析した結果からは、衣類乾燥機に

対する潜在的ニーズがあったとしても住宅の質が悪いために購入できない賃貸住宅居住者が浮かび上がった。親と非同居の未婚時代や結婚後早い時期に居住することの多い賃貸住宅で利用できないことから、現時点では結婚に対する影響はほとんどないと考えられる。しかしながら、家族数が増えた場合には潜在ニーズは大きいことが予測されるため、借家法の改正により良質な家族向け賃貸住宅が供給されれば結婚促進的な効果を持つ可能性はある。

(4)住宅コストの上昇は、結婚前に親と非同居だった場合には概ね結婚促進的な効果を持っているが、親と同居していてほとんど住宅コストを負担していなかった場合は結婚抑制的となる。本調査からの集計では結婚促進的な効果を持つ層と結婚抑制的な効果を持つ層の比率には大差がなく、全体的な効果としてはあまり大きくないことが予想される。これは先行研究で推計されている住宅コストの結婚に与える影響の絶対値が非常に小さかったこととも整合的である。

補論 本稿で使用したインターネット調査の概要

本稿で使用したインターネット調査のデータは、[高山他 2002]によるものであるが、その概要は以下のとおりである。

補 1. 調査の概要

この調査は、家族・就業状況・住まい・子供などについて、三菱総研とNTTXが運営するインターネットアンケート「goo リサーチ⁷」を使って、2002年3月21日から29日まで、20歳から59歳を対象に実施した。有効回答数は5,782名であった。年齢階級別、性別における有効回答数の内訳は以下の表のとおりである。

表 補 - 1 年齢階級別、性別における有効回答数

	モニタ登録数	目標回収数	回収数
20代男性	14,449	653	653
20代女性	19,888	630	669
30代男性	17,800	601	647
30代女性	22,251	589	938
40代男性	10,849	591	765
40代女性	5,998	586	738
50代男性	3,766	669	695
50代女性	1,242	681	677
合計	-	5,000	5,782

補 2. 質問項目

このアンケートでは、以下のような質問を行っている。

- 問 1 本人属性（年齢、性別、学歴、地域、〒番号）
- 問 2 結婚、同居（人数、年収）
- 問 3 仕事（就業、転職、内容、時間、女性の税制）
- 問 4 配偶者（結婚年齢、配偶者属性、健康、就業状態、居住地、世話、兄弟家族、配偶者両親）
- 問 5 両親、兄弟などの家族（状態、居住地、世話、兄弟家族数、配偶者両親）
- 問 6 住居（所有、家賃、転居、自動車、家事）
- 問 7 結婚や出産（意向、出会い、メリット、デメリット）

⁷ <http://research.goo.ne.jp/>

問 8 子供（人数、同居、保育、学校）

問 9 ケア（就学前保育、時間ケア、費用的ケア、教育費、保育サービス、お稽古、
育児休暇、育児と仕事、子供の役割）

問 10 老後（貯蓄、保険）

参考文献

- [大隅 2002] 大隅 昇「インターネット調査の適用可能性と限界 ---実験調査から見えること ---」, 市場調査、Vol. 250、2002 年 1 月
- [小川 1999] 小川 浩「結婚行動の分析」『家族政策および労働政策が出生率および人口に及ぼす影響に関する研究』国立社会保障・人口問題研究所、1999 年 3 月
- [小椋・ディークル 1992] 小椋正立・ディークル, ロバート「1970 年以降の出生率の低下とその原因--県別,年齢階層別データからのアプローチ」, 日本経済研究、Vol. 22, 1992
- [滋野・大日 1998] 滋野由紀子・大日康史「育児休業制度の女性の結婚と就業継続への影響」, 日本労働研究雑誌、Vol. 40 No. 9, 1998
- [高山他 2002] 高山憲之・吉田 浩・有田富美子・小川 浩・金子能宏『少子・高齢社会における家族と暮らしに関する調査 ~調査結果~』mimeo. 2002.3
- [農林水産省 2002] 農林水産省総合食料局消費生活課 「外食・中食の動向について」平成 12 年度食料品消費モニター第 2 回定期調査報告、2001 年 5 月
- [野口 1995] 野口悠紀雄「土地問題における強者と弱者」『「弱者」保護政策の経済分析』第 6 章、日本経済新聞社、1995 年 10 月
- [樋口・阿部 1999] 樋口美雄・阿部正浩「経済変動と女性の結婚・出産・就業のタイミング --- 固定要因と変動要因の分析 ---」『パネルデータからみた現代女性』第 1 章、東洋経済新報社、1999 年 10 月
- [山田 1994] 山田昌弘、「晩婚化現象の社会学的分析」『現代家族と社会保障』第 1 章、東京大学出版会、1994
- [山田 1996] 山田昌弘『結婚の社会学』丸善、1996
- [goo リサーチ 2002] <http://research.goo.ne.jp/>
- [Becker 1973] Becker, G. S., "A Theory of Marriage: Part I", *Journal of Political Economy*, Vol. 81, 1973
- [Becker 1974] Becker, G. S., "A Theory of Marriage: Part II", *Journal of Political Economy*, Vol.82, 1974

表 1 サンプルの年齢および性構成

	本調査の有効回収数			2000年国勢調査での人口		
	男性	女性	男女計	男性	女性	男女計
20代	653	669	1322	9272519	8939250	18211769
	49.4%	50.6%	100.0%	50.9%	49.1%	100.0%
	23.7%	22.1%	22.9%	26.0%	25.3%	25.7%
30代	647	938	1585	8533104	8358371	16891475
	40.8%	59.2%	100.0%	50.5%	49.5%	100.0%
	23.4%	31.0%	27.4%	23.9%	23.7%	23.8%
40代	765	738	1503	8391943	8324284	16716227
	50.9%	49.1%	100.0%	50.2%	49.8%	100.0%
	27.7%	24.4%	26.0%	23.5%	23.6%	23.5%
50代	695	677	1372	9500277	9675885	19176162
	50.7%	49.3%	100.0%	49.5%	50.5%	100.0%
	25.2%	22.4%	23.7%	26.6%	27.4%	27.0%
年齢計	2760	3022	5782	35697843	35297790	70995633
	47.7%	52.3%	100.0%	50.3%	49.7%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

資料出所： 国勢調査(2000)、高山他(2002)

表 2 20 ~ 30 未婚者の夕食

		男	女	計	
夕食の形態	外食	外食(飲みにいった場合もふくみます)	90 84.9% 18.3%	16 15.1% 3.5%	106 11.2%
		出前やデリバリーサービスを使って、職場など自宅外で食べる	9 100.0% 1.8%	0 0.0% 0.0%	9 1.0%
		寮などのまかない	12 100.0% 2.4%	0 0.0% 0.0%	12 1.3%
		社員食堂など	0 0.0% 0.0%	17 100.0% 3.7%	17 1.8%
		コンビニで弁当などを買って、職場など自宅外で食べる	9 100.0% 1.8%	0 0.0% 0.0%	9 1.0%
		弁当屋で弁当を買って、職場など自宅外で食べる	0 0.0% 0.0%	7 100.0% 1.5%	7 0.7%
		弁当屋で弁当を買って、自宅で食べる	11 100.0% 2.2%	0 0.0% 0.0%	11 1.2%
	中食	コンビニで弁当などを買って、自宅で食べる	33 55.9% 6.7%	26 44.1% 5.7%	59 6.2%
		コンビニでそうざいなどを買って、自宅で食べる	0 0.0% 0.0%	11 100.0% 2.4%	11 1.2%
		デパートやスーパーでそうざいなどを買って、自宅で食べる	11 100.0% 2.2%	0 0.0% 0.0%	11 1.2%
		内食(自分)	32 25.6% 6.5%	93 74.4% 20.4%	125 13.2%
	内食(家族)	285 53.1% 57.9%	252 46.9% 55.1%	537 56.6%	
	その他	0 0.0% 0.0%	35 100.0% 7.7%	35 3.7%	
	計	492 52.0%	457 48.0%	949	

表 3 20～29 歳未婚者の夕食（縮約）

	男	女	計
外食	120	40	160
	75.0%	25.0%	16.9%
	24.4%	8.8%	
中食	55	37	92
	59.8%	40.2%	9.7%
	11.2%	8.1%	
内食(自分)	32	93	125
	25.6%	74.4%	13.2%
	6.5%	20.4%	
内食(家族)	285	252	537
	53.1%	46.9%	56.6%
	57.9%	55.1%	
その他	0	35	35
	0.0%	100.0%	3.7%
	0.0%	7.7%	
計	492	457	949
	51.8%	48.2%	

表 4 親と同居している 20～29 歳未婚者の夕食

	男	女	計
外食	0	15	15
	0.0%	100.0%	2.4%
	0.0%	4.2%	
中食	0	11	11
	0.0%	100.0%	1.8%
	0.0%	3.1%	
内食(自分)	0	59	59
	0.0%	100.0%	9.5%
	0.0%	16.7%	
内食(家族)	267	252	519
	51.4%	48.6%	83.6%
	100.0%	71.2%	
その他	0	17	17
	0.0%	100.0%	2.7%
	0.0%	4.8%	
計	267	354	621
	43.0%	57.0%	

表 5 親と同居していない20~29歳未婚者の夕食

	男	女	計
外食	120	25	145
	82.8%	17.2%	44.2%
	53.3%	24.3%	
中食	55	26	81
	67.9%	32.1%	24.7%
	24.4%	25.2%	
内食(自分)	32	34	66
	48.5%	51.5%	20.1%
	14.2%	33.0%	
内食(家族)	18	0	18
	100.0%	0.0%	5.5%
	8.0%	0.0%	
その他	0	18	18
	0.0%	100.0%	5.5%
	0.0%	17.5%	
計	225	103	328
	69.0%	31.0%	

表 6 25～34 歳既婚者の夕食

	男	女	計
外食	16	6	22
	72.7%	27.3%	2.8%
	5.1%	1.3%	
中食	0	15	15
	0.0%	100.0%	1.9%
	0.0%	3.2%	
内食(自分)	17	422	439
	3.9%	96.1%	56.3%
	5.5%	90.0%	
内食(家族)	278	17	295
	94.2%	5.8%	37.8%
	89.4%	3.6%	
その他	0	9	9
	0.0%	100.0%	1.2%
	0.0%	1.9%	
計	311	469	780
	40.0%	60.0%	

表 7 結婚前後の夕食準備変化

		外食	中食	自分で作る	親が作る	配偶者が作る	その他	種類計
男性	親同居	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	249 50.6%		18 3.7%	267 54.3%
	親非同居	120 24.4%	55 11.2%	32 6.5%			18 3.7%	225 45.7%
	既婚	16 5.1%	0 0.0%	32 10.3%	0 0.0%	226 72.7%	37 11.9%	311
女性	親同居	15 3.3%	11 2.4%	51 11.2%	218 47.7%		59 12.9%	354 77.5%
	親非同居	25 5.5%	26 5.7%	34 7.4%			18 3.9%	103 22.5%
	既婚	6 1.3%	15 3.2%	413 88.1%	17 3.6%	0 0.0%	18 3.8%	469

未婚者は 20 ~ 29 歳、既婚者は 25 ~ 34 歳で集計

数値上段は回答数、下段はそれぞれ男性未婚者・男性既婚者・女性未婚者・女性既婚者総数に対する構成比

表 8 省力化家電の保有状況

世帯の状態		保有率		
		衣類乾燥機	布団乾燥機	食器洗い機
男性	親同居未婚	24.3%	36.7%	19.5%
	親非同居未婚	9.3%	6.7%	0.0%
	既婚	17.4%	45.3%	33.4%
女性	親同居未婚	22.6%	41.2%	11.3%
	親非同居未婚	0.0%	23.3%	0.0%
	既婚	24.7%	50.3%	24.5%

未婚者は 20 ~ 29 歳、既婚者は 25 ~ 34 歳で集計

表 9 住宅の所有形態と衣類乾燥機保有状況(25～34 歳女性)

	衣類乾燥機				衣類乾燥機			
	ない	ある	小計		ない	ある	小計	
現在の住居の種別	自分あるいは配偶者名義の 一戸建て(2世帯住宅以外)	46 46.5%	53 53.5%	99 11.7%	賃貸一戸建て	33 100.0%	0 0.0%	33 3.9%
	自分あるいは配偶者名義の マンション	7.7%	21.8%		賃貸アパート	5.5%	0.0%	
	自分あるいは配偶者名義の 2世帯住宅	5.5%	6.3%		賃貸マンション	3.9%	0.0%	
	親名義の一戸建て(2世帯住宅以外)	60 75.0%	20 25.0%	80 9.5%	その他	110 94.0%	7 6.0%	117 13.9%
	親名義のマンション	10.0%	8.2%		住宅種計	133 78.2%	37 21.8%	170 20.1%
	親名義の2世帯住宅	7.1%	2.4%			22.1%	15.2%	
	その他の家族名義の住宅	17 100.0%	0 0.0%	17 2.0%		15.8%	4.4%	
		2.8%	0.0%			3.9%	0.0%	
	2.0%	0.0%			5.5%	0.0%		
	114 54.6%	95 45.5%	209 24.8%		3.9%	0.0%		
	19.0%	39.1%			10.0%	90.0%	10 1.2%	
	13.5%	11.3%			0.2%	3.7%		
	28 100.0%	0 0.0%	28 3.3%		0.1%	1.1%		
	4.7%	0.0%			601 71.0%	243 29.0%	844	
	3.3%	0.0%						
	26 65.0%	14 35.0%	40 4.7%					
	4.3%	5.8%						
	3.1%	1.7%						
	0 0.0%	8 100.0%	8 1.0%					
	0.0%	3.3%						
	0.0%	1.0%						

表 10 結婚前後の住居（1995 年以降に結婚で転居した女性）

		1つ前の住居種類						計
		親名義 の一人 建て(2 世帯住 宅以外)	親名義 のマン ション	賃貸ア パート	賃貸マン ション	官舎・社 宅	その他	
現在の住居種類	自分あるいは配偶者名義の一人建て(2世帯住宅以外)	9	0	9	0	0	0	18
		50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%
		12.5%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	
		5.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
	自分あるいは配偶者名義のマンション	9	0	9	9	0	0	27
		33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	15.0%
		12.5%	0.0%	33.3%	25.0%	0.0%	0.0%	
		5.0%	0.0%	5.0%	5.0%	0.0%	0.0%	
	親名義の一人建て(2世帯住宅以外)	9	9	0	9	0	0	27
		33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	15.0%
		12.5%	100.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	
		5.0%	5.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	
	賃貸アパート	45	0	0	9	17	0	71
		63.4%	0.0%	0.0%	12.7%	23.9%	0.0%	40.0%
		62.5%	0.0%	0.0%	25.0%	100.0%	0.0%	
		25.1%	0.0%	0.0%	5.0%	9.5%	0.0%	
	賃貸マンション	0	0	9	9	0	9	27
		0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	15.0%
		0.0%	0.0%	33.3%	25.0%	0.0%	50.0%	
		0.0%	0.0%	5.0%	5.0%	0.0%	5.0%	
	官舎・社宅	0	0	0	0	0	9	9
0.0%		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	5.0%	
0.0%		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%		
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%		
計	72	9	27	36	17	18	179	
	40.2%	5.0%	15.1%	20.1%	9.5%	10.1%		

表 11 世帯人数と衣類乾燥機保有率 (25～34 歳既婚女性)

世帯人数	家の形態					
	家族所有・ 共同住宅	家族所有・ 独立家屋	賃貸・共同 住宅	賃貸・独立 家屋	官舎・社宅	その他
2	18.2%	50.0%	25.5%	0.0%	0.0%	---
3	23.7%	16.4%	0.0%	0.0%	---	0.0%
4	0.0%	80.0%	0.0%	0.0%	---	---
5	0.0%	100.0%	---	---	---	---
6	---	0.0%	---	---	---	---
サンプル数	89	156	164	24	27	9
保有件数	15	76	25	0	0	0

--- 該当なし

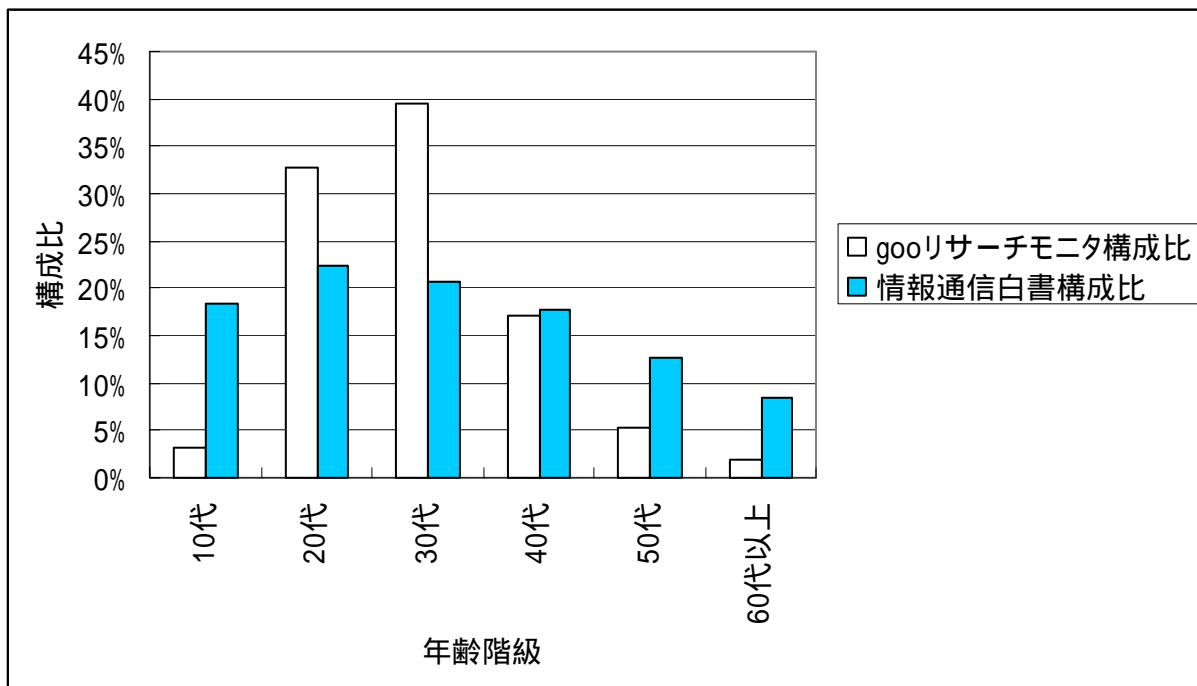


図 1 goo リサーチ登録モニタ年齢構成

資料出所: goo リサーチモニタ属性<<http://research.goo.ne.jp/business/monitor.html>>

情報通信白書平成 14 年版 (総務省) 国勢調査 (2000 年)

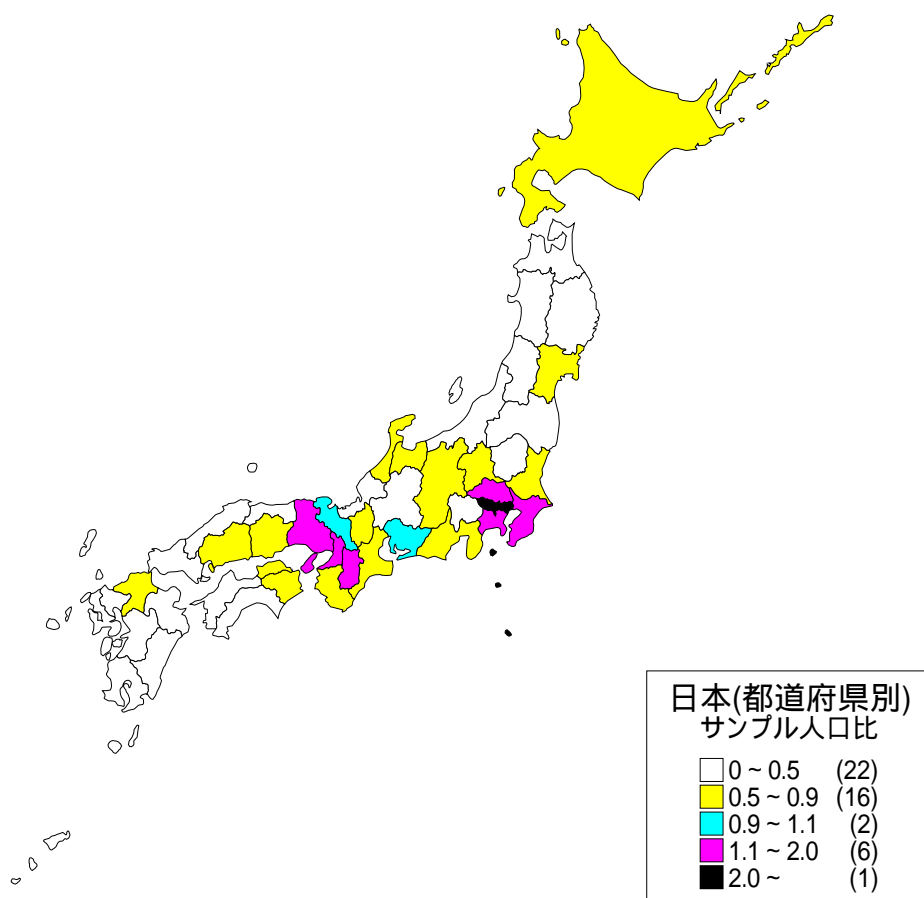


図 2 サンプルの地理的分布

資料出所： 国勢調査(2000), 本調査より筆者集計

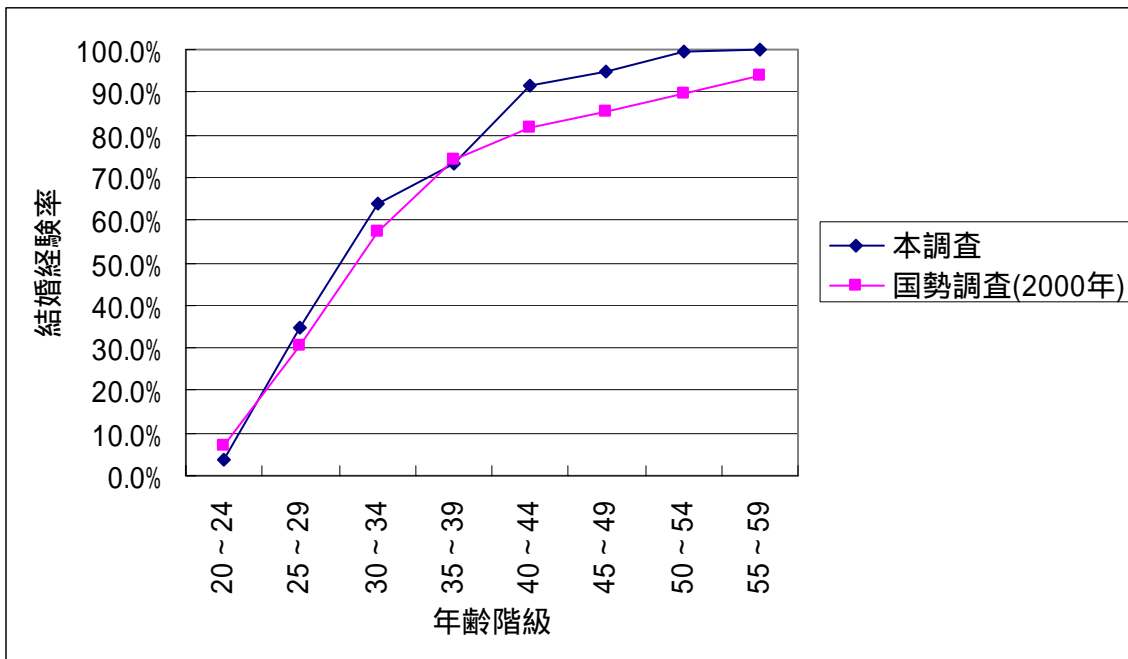


図 3 年齢階級別結婚経験率（男性）

資料出所：国勢調査(2000)、本調査より筆者集計

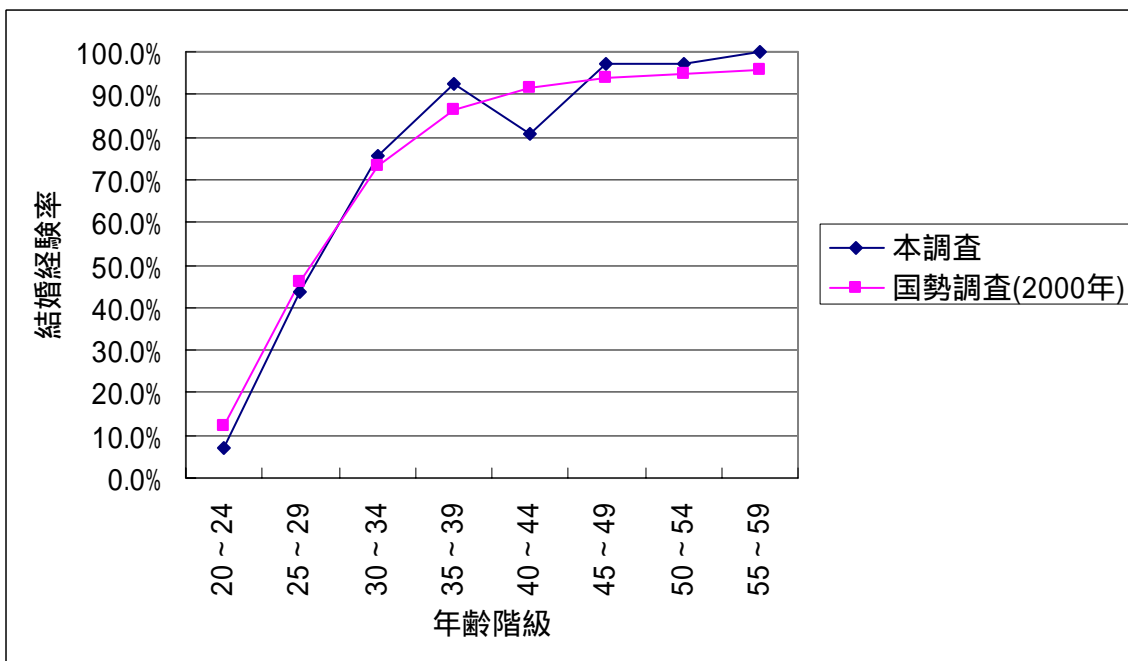


図 4 年齢階級別結婚経験率（女性）

資料出所： 国勢調査(2000)、本調査より筆者集計

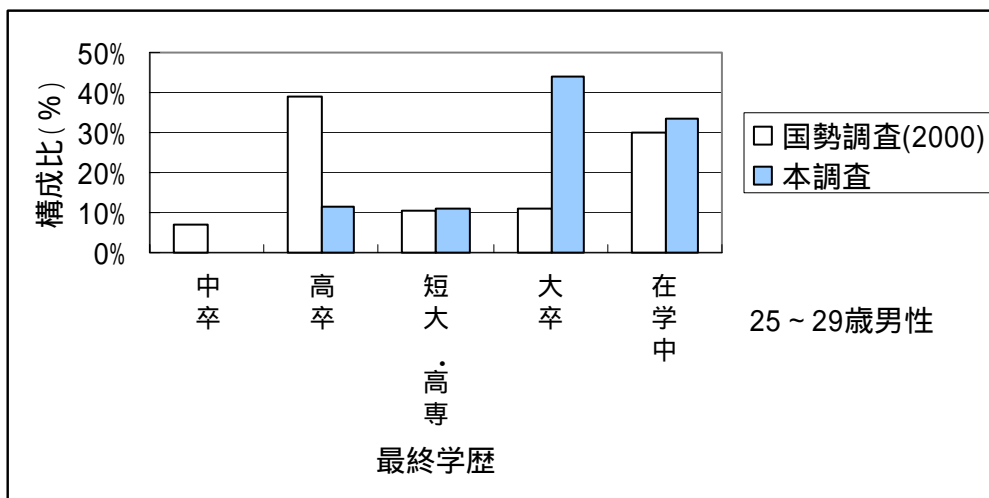


図 5 国勢調査との学歴分布比較 (25 ~ 29 歳男性)

資料出所: 国勢調査(2000)、本調査より筆者集計

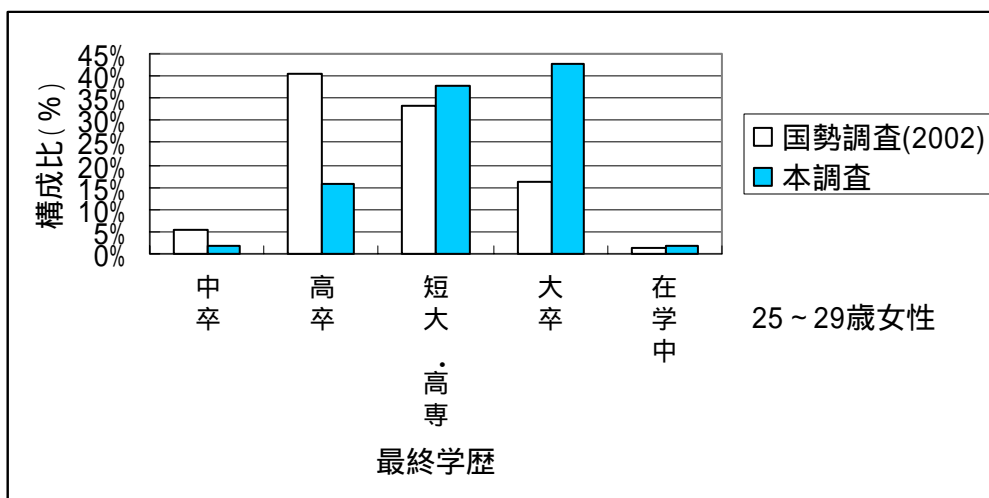


図 6 国勢調査との学歴分布比較 (25 ~ 29 歳女性)

資料出所: 国勢調査 (2000), 本調査より筆者集計

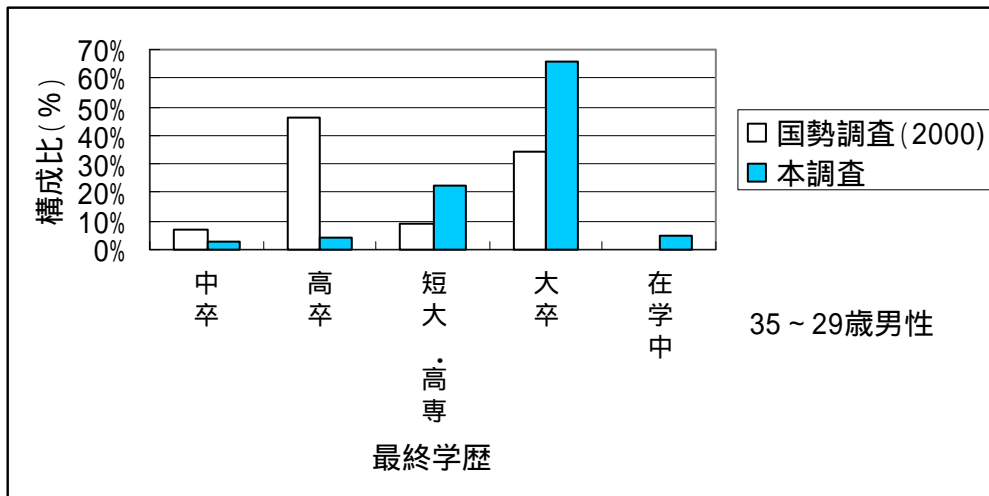


図 7 国勢調査との学歴分布比較 (30 ~ 35 歳男性)

資料出所：国勢調査 (2000), 本調査より筆者集計

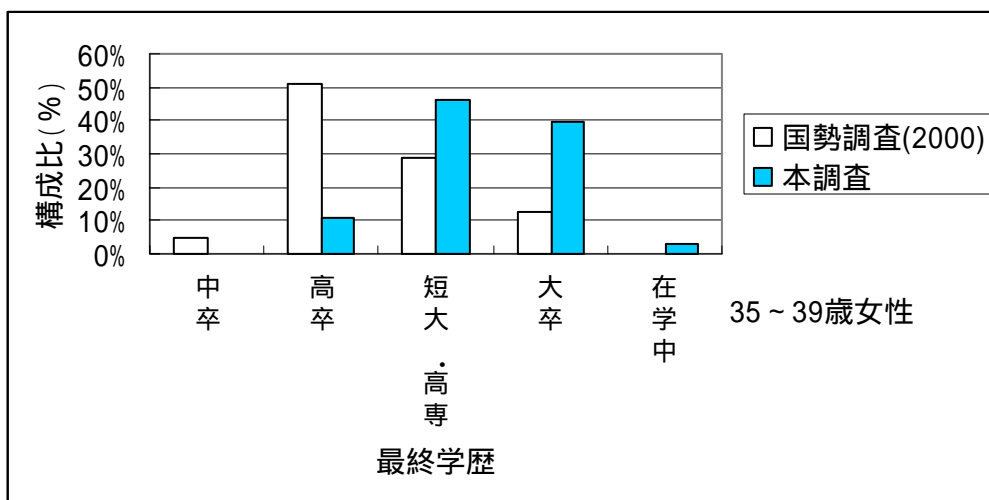


図 8 国勢調査との学歴分布比較 (35 ~ 39 歳女性)

資料出所：国勢調査 (2000), 本調査より筆者集計

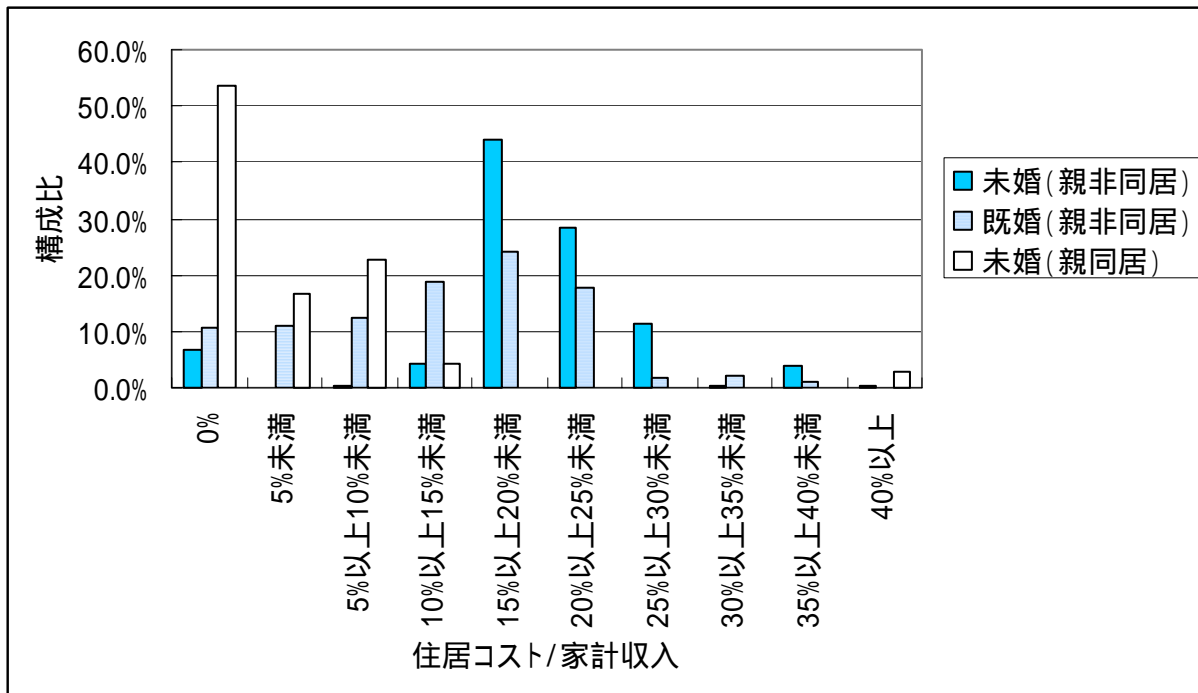


図 9 結婚前後の住宅支出変化

資料出所： 本調査より筆者集計

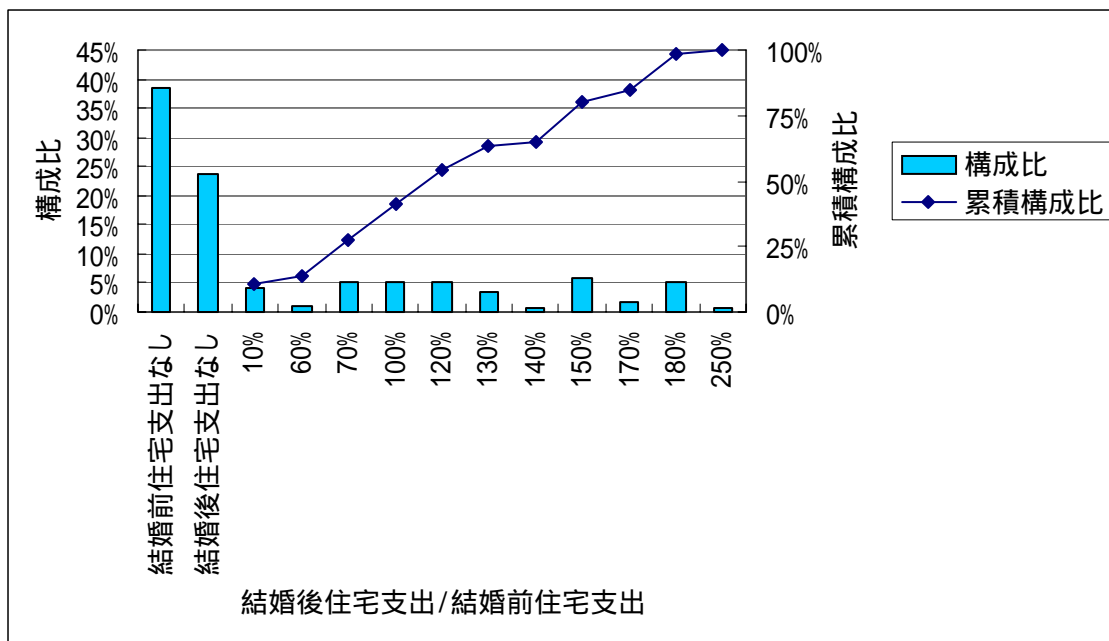


図 10 結婚前後の住宅支出変化(25 ~ 34 歳既婚者)

資料出所： 本調査より筆者推計