

# 主婦の生活スタイルに関する マーケティングデータ

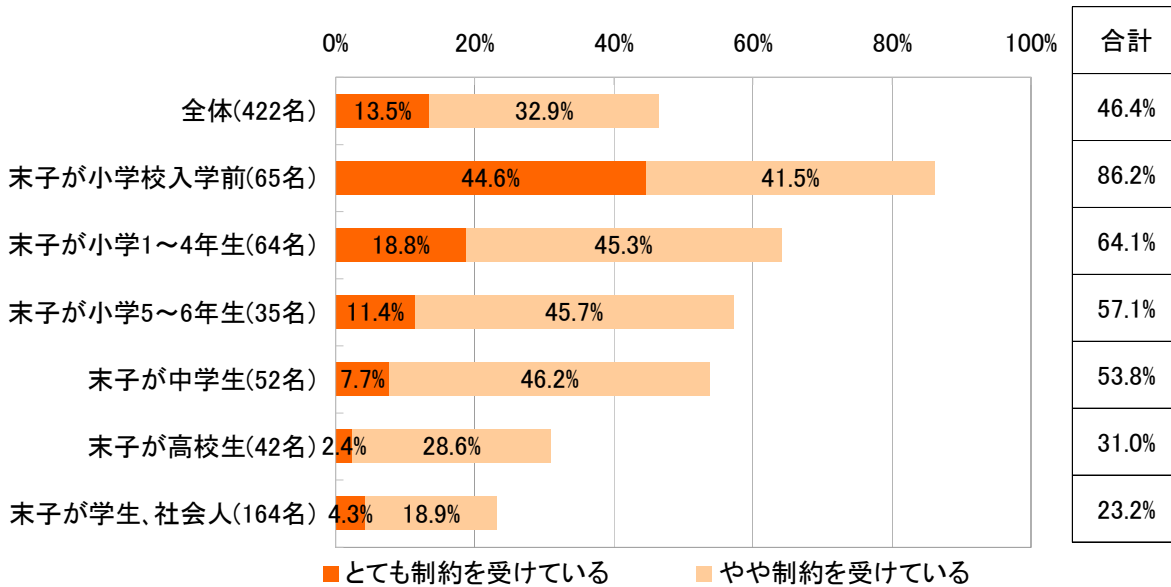
～子供による主婦の個人行動への影響 篇～

朝日大学マーケティング研究所

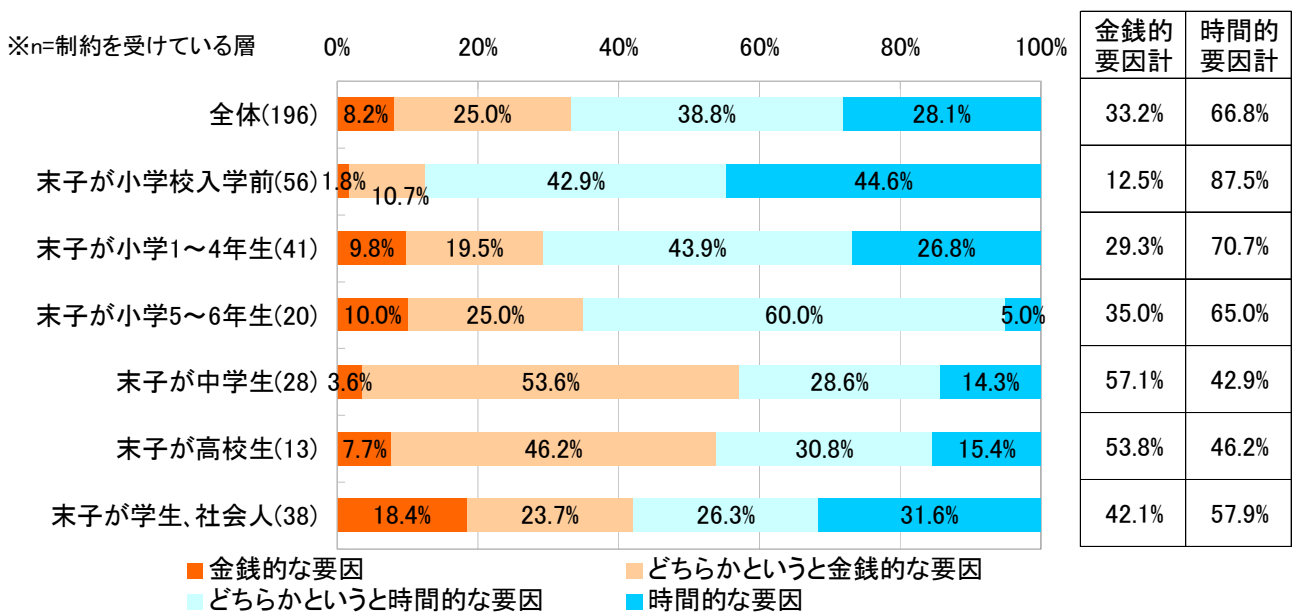
■調査方法	WEBアンケート												
■調査期間	2011年5月12日(木)～5月15日(日)												
■調査対象	首都圏在住の35歳～59歳で、かつ、同居する子供がいる層												
■有効回答	422名												
	<table border="1"><tr><td>35歳～39歳</td><td>86名</td></tr><tr><td>40歳～44歳</td><td>85名</td></tr><tr><td>45歳～49歳</td><td>88名</td></tr><tr><td>50歳～54歳</td><td>83名</td></tr><tr><td>55歳～59歳</td><td>80名</td></tr><tr><td>合計</td><td>422名</td></tr></table>	35歳～39歳	86名	40歳～44歳	85名	45歳～49歳	88名	50歳～54歳	83名	55歳～59歳	80名	合計	422名
35歳～39歳	86名												
40歳～44歳	85名												
45歳～49歳	88名												
50歳～54歳	83名												
55歳～59歳	80名												
合計	422名												

- ▶ 小学校入学前の子供がいる主婦の約9割(86.2%)が、個人の行動には制約があると感じている。
- ▶ その比率は子供の年齢上昇とともに減少し、高校生のおときには約3割(31.0%)まで減る。
- ▶ 行動制約の主要因は、子供が小学校までは「時間」だが、中学生になると「金銭」に変わる。
- ▶ 子供の成長とともに、時間は自由になる一方で、お金の余裕はなくなる。
- ▶ ただし、子供が高校生のときに制約を感じる主婦は少数派(31.0%)で、お金に関わる負担感が最も大きくなるのは末子が中学生のおときである。

## ■子供による個人行動の制約状況



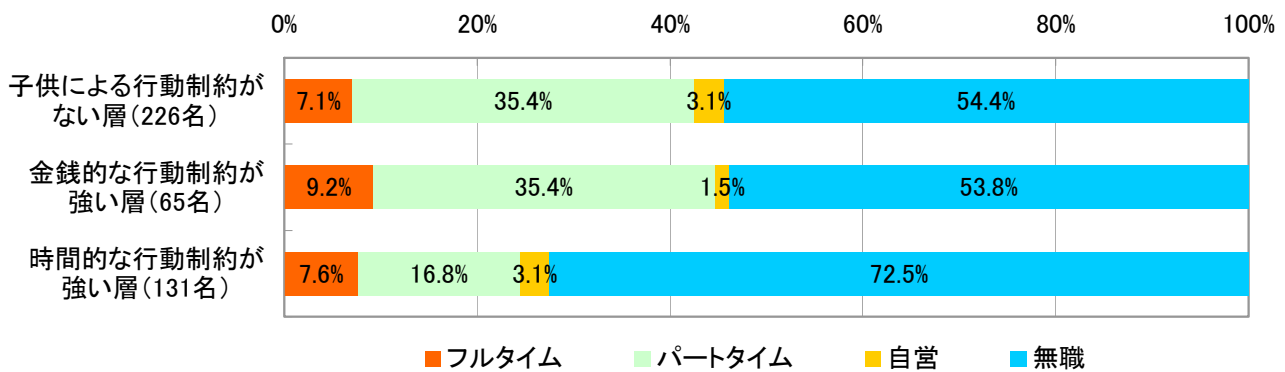
## ■子供による個人行動制約の具体的内容



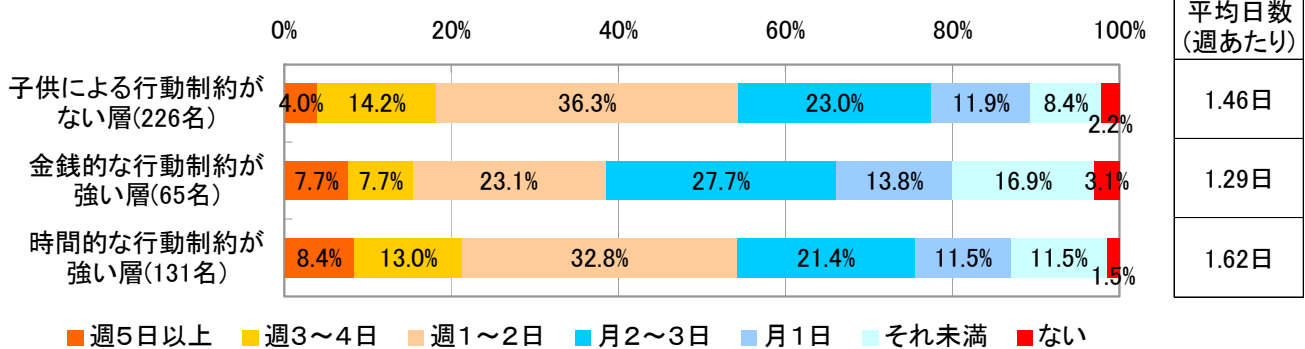
- ▶ 個人行動の主な制約要因に「金銭」を挙げる主婦の4割以上(44.6%)が就業しており、その分、個人的な外出頻度が低い。小遣い金額も低く、子供への金銭負担が主婦自身の実態的な生活様式に表れている。
- ▶ 一方、主な制約要因に「時間」を挙げる主婦の個人的な外出頻度は高い。それに関わらず、時間的な制約を感じるのは、満足度の低い外出が多いことが一因と思われる。
- ▶ 「時間」を主な制約要因に挙げる主婦は、自分のために時間を使う、ストレス解消できるなど、外出の質を問う姿勢が強いことを推察できる。実態だけでなく、精神的な満足を求める。

### ■金銭的な制約を受けている主婦と、時間的な制約を受けている主婦の違い

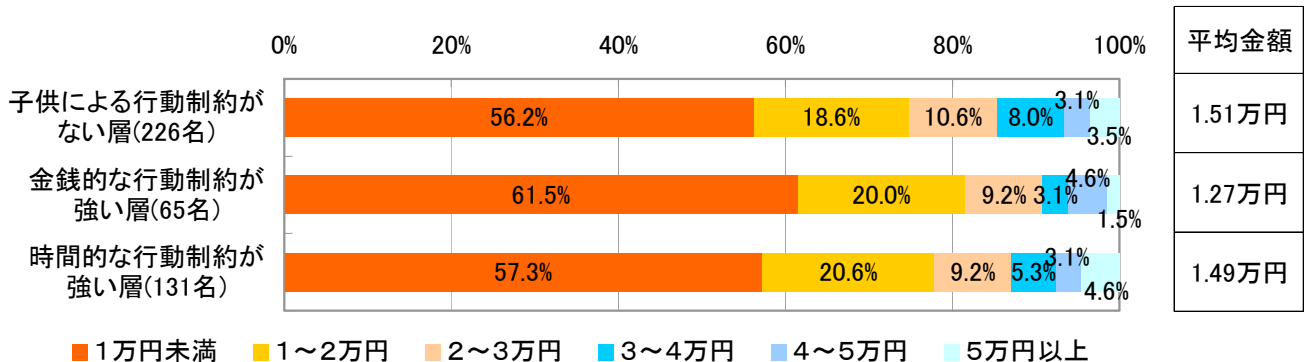
#### □職業



#### □個人的な外出頻度



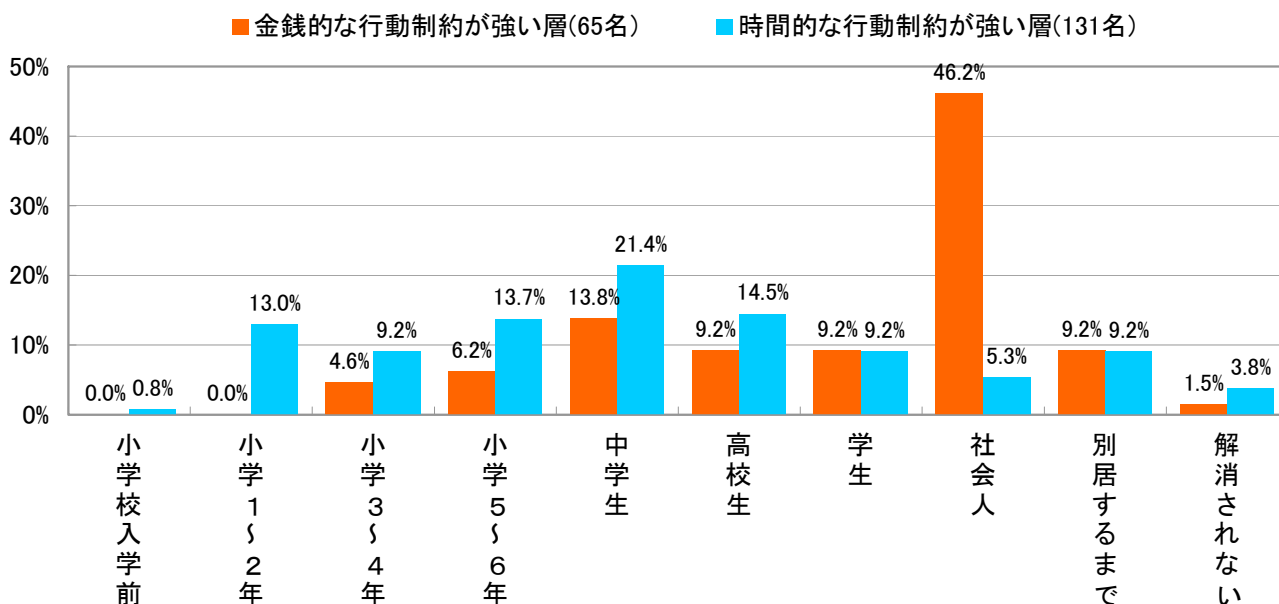
#### □小遣い金額



### 3. 子供による個人行動の制約が解消する想定時期

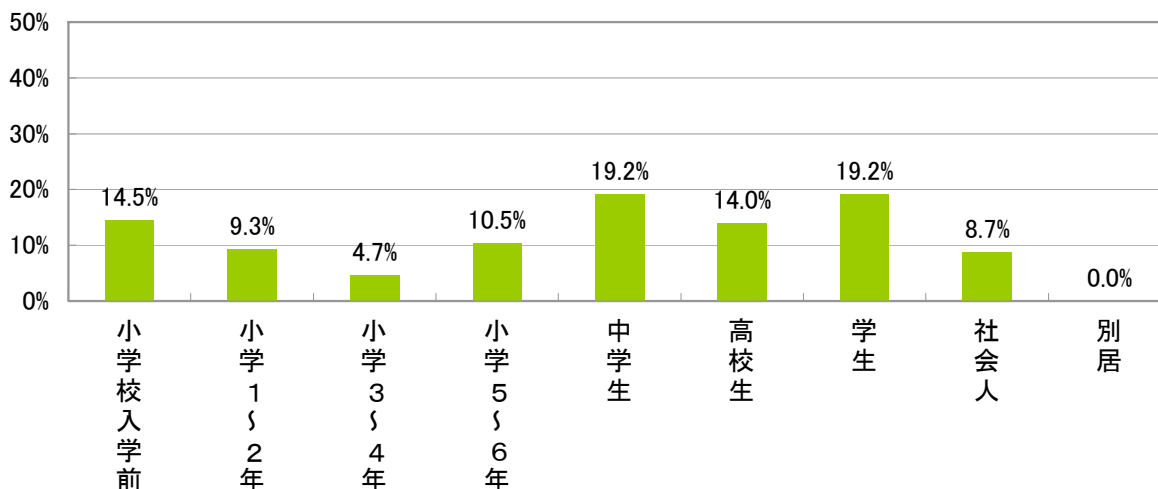
- 時間的な制約は子供が中学生になれば解消されそう、金銭的な制約は子供が社会人になれば解消されそう、と想定する主婦が多い。
- 時間制約より金銭制約のほうが、負担を長く感じる傾向がある。
- 金銭的な制約のピークは、子供が中学生～高校生のときだが(2頁ご参照)、その解消には更に時間を要すると考えており、実態に比べて、悲観的な将来観を持っていることがわかる。

#### ■ 子供による個人行動の制約が解消されそうな時期(=末子年齢)



※時期とは末子年齢のこと

<参考> 現在は行動制約を受けていない主婦が、以前受けていた行動制約が解消されたと思った時期

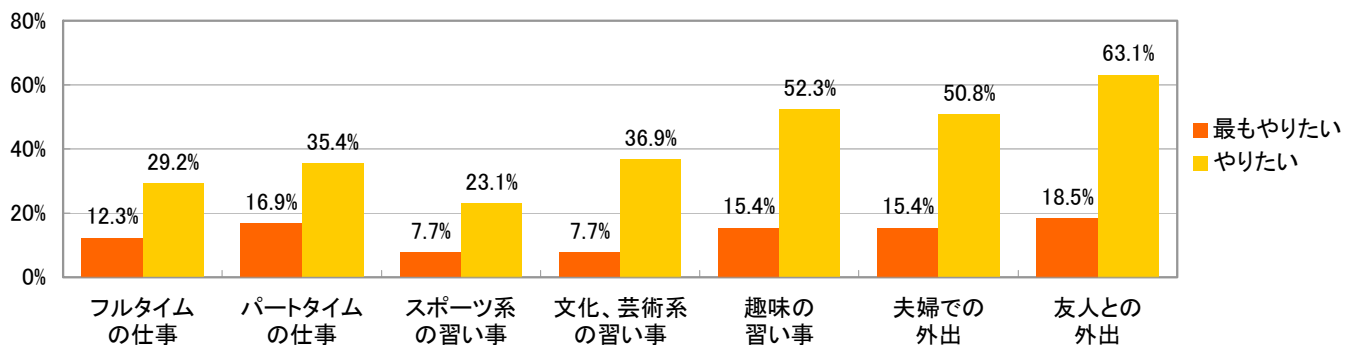


## 4. 個人行動の制約が解消された後の展望

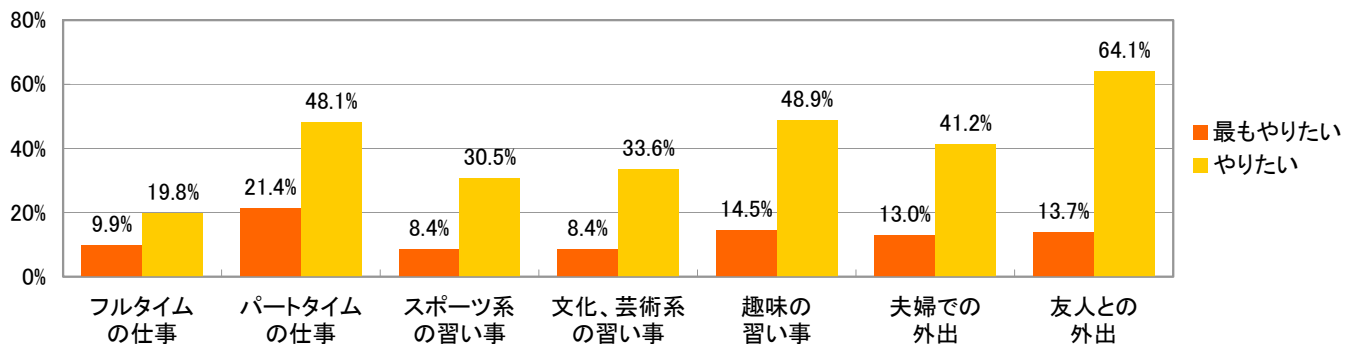
- 取り組みたい行動は、仕事ならパートタイム、習い事なら趣味、外出なら友人が選ばれやすく、制約要因別の差異はほとんど見られない。
- 好奇心・関心の満足やストレス解消など自分自身の保養を一番に考えた場合には「外出」や「習い事」が選ばれやすく、家計の足しにするなど実用性を一番に考えた場合には「仕事」が選ばれやすい。
- 「夫婦での外出」のモチベーションは、絆を深めたい場合には強くなるが、それ以外に際立った契機は見当たらない。

### ■子供による個人行動の制約が解消された後の展望

#### □金銭的な行動制約が強い主婦



#### □時間的な行動制約が強い主婦



#### □解消後にその行動に取り組みたい理由

	家計の足しにする	小遣いを増やす	健康増進のため	ストレス解消のため	仲間作りのため	能力や技術の向上	空いた時間を有効に使うため	外との接点を保つため	外出機会を設けるため	自分自身の時間を楽しむため	自分自身を満たすため	絆を深める友人との配り
仕事をしたい層(60名)	75.0%	75.0%	11.7%	18.3%	16.7%	23.3%	53.3%	41.7%	13.3%	15.0%	18.3%	1.7%
習い事をしたい層(61名)	6.6%	4.9%	29.5%	49.2%	18.0%	42.6%	29.5%	13.1%	8.2%	50.8%	49.2%	4.9%
夫婦で外出したい層(27名)	3.7%	0.0%	14.8%	25.9%	0.0%	0.0%	14.8%	7.4%	22.2%	37.0%	25.9%	59.3%
友人と外出したい層(30名)	0.0%	3.3%	3.3%	76.7%	26.7%	3.3%	13.3%	30.0%	26.7%	63.3%	46.7%	36.7%

※各層のトップ理由はオレンジ、トップ3はイエローでハッチング

### 1. 子供による個人行動の主な制約要因に「時間」を挙げた主婦について

- 事実① 時間的な制約は、子供が小学校入学前のときにピークがあり、子供の成長とともに軽減する
- 事実② 時間的な制約を受けている主婦の個人的な外出頻度は、平均以上である
- 事実③ 時間的な制約を受けている主婦の7割以上が専業主婦である



小さい子供を持つ母親ほど個人行動が時間的な面から制約される実感が強い。子供の年齢が低ければ手が掛かるのは当然であり、自分の時間は子供に振り向けざるを得ない。就業することができず、必然的に専業主婦になる割合が高くなる。時間に自由があるようでないのが、この年齢の子供を持つ母親の実態である。生活時間の大半を子供と過ごすため、外界との接点が少なく、生活はワンパターンに陥りやすい。実際には個人的な外出頻度が高いにも関わらず、時間的な制約を感じるのにはここに主因があると思われる。外出回数が多くても、そのクオリティは低く、日頃のストレスを解消する機会には至っていないのである。母親には、日常生活から離れ、自分の時間を心から楽しみたい思いは確かにある。行動のケアというより、心のケアが重視される。ニーズの構造を正しく理解し、適切なサービスを提供できるビジネスが求められる。

### 2. 子供による個人行動の主な制約要因に「お金」を挙げた主婦について

- 事実① 金銭的な制約は、子供が中学生～高校生のときにピークがある
- 事実② 金銭的な制約を受けている主婦の就業率は4割以上（パートタイム労働が中心）
- 事実③ 金銭的な制約を受けている主婦の6割以上は小遣いが1万円未満
- 事実④ 金銭的な制約を受けている主婦の将来観では、負担は子供が社会人になるまで続くと考えられている



時間的な制約から解放されると、今度は金銭的な負担が母親の個人行動を制約するケースが多くなる。子供が中学生～高校生になると、学校関連や学費、受験対策などで金銭負担は増加する。時間には余裕が生じるが、お金に関する不安感は強くなる。この年代の子供を持つ母親の就業率が高いのは、自然な動きである。高就業率にも関わらず、自身の小遣い金額が低いのは、就業が自身のためではなく、家計のためという性格が強いことを示す。稼いだお金は、そのまま子供に費やされる。金銭的な制約は、子供が社会人になるまで続く多くの母親が想定する。母親は家事と就業に負われるが、中高生の関心は外に向きやすく、家庭では自分の時間を作りやすい。お金はないが、時間は作れる状況が続く。コスト、時間、場所にフレキシビリティのあるサービスを提供するビジネスが求められる。将来の活動的な母親の予備軍であり、この時点で彼女たちのニーズを充足するメリットは小さくない。

### 3. 子供による個人行動制約後の主婦の生活スタイルについて

- 事実① 仕事をしたい主婦のモチベーションは、主に「家計の足しにすること」「小遣いを増やすこと」
- 事実② 習い事をしたい主婦のモチベーションは、主に「自分自身の時間を楽しむこと」
- 事実③ 夫婦での外出を増やしたい主婦のモチベーションは、主に「配偶者との絆を深めること」
- 事実④ 友人との外出を増やしたい主婦のモチベーションは、主に「ストレス解消すること」「自分自身の時間を楽しむこと」



各行動を最もしたい割合では、習い事(31.1%)、仕事(30.6%)が高く、友人との外出(15.3%)、夫婦での外出(13.8%)を上回る。自分の生活スタイルを充実させた上で、他人と関わって行きたい意向がわかる。自分自身の保養を重視するなら「習い事」「友人との外出」が選ばれやすく、実用性を重視するなら「仕事」が選ばれやすい。長年の家事や義務的な就業から解放されたら、自分自身の時間を楽しむ意向が強くなるのは当然である。子供が社会人になる時期は、母親をサービスビジネスのメインターゲットとして捉えるには絶好のタイミングである。

## トピックスリサーチ

主婦の生活スタイルに関するマーケティングデータ

～子供による主婦の個人行動への影響 篇～

---

発行日 2011年5月31日

---

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所  
〒460-0002  
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20  
朝日丸の内ビル2F  
TEL: 052-961-4576

---

お問い合わせ [apost@dance.ocn.ne.jp](mailto:apost@dance.ocn.ne.jp)