

リビングくらしHOW研究所 [マンスリーレポート 2008.10]



女性が見える、明日が見える

女性マーケティングデータサイト

くらしHOW <http://www.kurashihow.co.jp>

■今月サイトにアップした、新データ&シーズンデータより

[主婦データ]

- * 主婦の時間・主婦の意識 (全国)
- * 法律で解決したい悩み (全国)
- * 私の近くの”モンスター” (全国)

[幼稚園児ママデータ]

- * 幼稚園の選び方 (全国)
- * 延長保育 (全国)
- * 七五三と写真撮影 (首都圏)

[OLデータ]

- * お仕事 (首都圏)
- * 派遣社員のお仕事 (首都圏)
- * 投資と投資信託商品 (首都圏)

<サイトでご覧いただける、そのほかのデータ>

[OLデータ]

- * コスメ<スキンケア化粧品・メイクアップ化粧品> (首都圏)
- * コスメ<化粧品全体> (首都圏)

<リビング・プロシードのサイトでご覧いただけるデータ>

<甘辛アンケート>

- ◇ お正月の過ごし方
- ◇ 相手にキモチを伝える時の行動
- ◇ オリンピックに関するミセスの本音
- ◇ 試供品に対するミセスの本音

◇ 甘辛アンケートはこちら <http://www.lps.co.jp/modules/news/>

* リビング新聞グループのメディア「リビング新聞」「シティリビング」「あんふぁん」と、「リビングくらしHOW研究所」の調査データです

■くらしHOW ニュース&トピックス

- 「SANKEI EXPRESS」に10/27号にあんふぁん「ランドセル」の記事を掲載しました！
- 外部セミナーで「ミセスのお買い物行動」「女性の価格感」研究を発表

<10月のデータアクセスランキング>

① スキンケア調査

普段のスキンケアにこだわりがあるのは、「非常にある」14.7%、「少しある」46.7%と61.4%。

② 七五三のお祝い調査 ③ 好きな家事・苦手な家事調査 ④ 通販化粧品の利用と購入調査

■ブログ「毎日がマーケティングライフ！」

- 七五三、お祝いの金使いは「貯金」！？
- お金も口も出します！横浜ばあばの底力！？
- 新世代家族のキーパーソンは、ばーば？ママ？

■くらしHOWモニター会議室

- 伝わる、伝えたい。わが家の味 (10/28実施: 282件)
- パウチ入り鍋つゆを使った感想を聞かせて！ (10/22実施: 495件)
- ● 詳細はサイト「くらしHOW」をご覧ください (アクセス数は10/31 10:00現在)



<意識している“顔”>

既婚女性が普段意識している“顔”は、「主婦」の顔62.8%、「母」の顔61.8%

全国の既婚女性1599人に、主婦の意識について聞いた。1人の女性にも、その人のライフステージによって、「会社ではOLだけれど地元では○○ちゃんママ…」というように、いろいろな顔がある。普段意識している“顔”を選んでもらったところ、「主婦」が62.8%と最も多く、次いで「母」61.8%、「妻」55.1%となった。

年代別でみると、「主婦」と回答した人は、年代が高いほど多く、25歳以上30歳未満では54.4%と約半数に対し、55歳以上では71.6%と、2割ほど大きい。

反対に、「妻」の顔は年代が若いほど多く、25歳以上30歳未満では71.8%と高い。50歳以上55歳未満で一時36.8%と低迷するものの、55歳以上では51.1%と約半数に回復している。「嫁」の顔も年代が若いほど多く、年代が高くなるほど少なくなる傾向にある。また、「母」「ワーキングウーマン」の顔は、30歳以上～50歳未満の間で高くなっている。(グラフ①)

職業別では、専業主婦が「母」の顔で67.1%、「主婦」の顔で66.8%と、他のセグメントよりも多い。フルタイムワークの女性では、「ワーキングウーマン」の顔が76.5%と最も多く、「妻」の顔は59.0%と、他のセグメントと比べて多い結果となった。また、「主婦」の顔は43.5%と、専業主婦やパート・アルバイトワークに比べ2割ほど低い。

<主婦としての時間> ※1日を構成する要素を9つに分け、それぞれにかけている時間を聞いた。

最も多くの時間をかけているのは、やはり「食事や睡眠の時間」で、平均7時間37分。次いで、「母としての時間」「主婦としての時間」が、各3時間55分。続いて、「私個人の時間」平均2時間51分と、自分の時間も大事にしていることがうかがえる。(グラフ②)

【母としての時間】「母としての時間」は、「なし」26.5%、「5時間以上8時間未満」20.7%、「1時間以上3時間未満」18.3%、平均では3時間55分。専業主婦の平均では5時間、フルタイムでは1時間44分、パート・アルバイトでは2時間31分となった。

【妻としての時間】「妻としての時間」は、「1時間以上3時間未満」が51.5%と半数以上、平均では1時間50分。専業主婦は2時間、フルタイムは1時間31分、パート・アルバイトは2時間31分であった。

【嫁としての時間】「嫁としての時間」は、「なし」74.7%、「1時間以上3時間未満」12.4%、平均では、17分と短い。専業主婦は17分、フルタイムは16分、パート・アルバイトでも17分となった。

【娘としての時間】「娘としての時間」は、「なし」70.8%、「1時間以上3時間未満」14.8%、平均では、19分。専業主婦は19分、フルタイムは18分、パート・アルバイトは18分であった。

【主婦としての時間】「主婦としての時間」は、「3時間以上5時間未満」が38.1%と最も多く、次いで「5時間以上8時間未満」27.6%、平均時間は3時間55分。専業主婦の平均は4時間21分、フルタイムは2時間25分、パート・アルバイトは3時間43分。

【ワーキングウーマンとしての時間】「ワーキングウーマンとしての時間」は、「なし」58.0%、「5時間以上8時間未満」が16.2%、次いで「8時間以上10時間未満」9.1%。平均では2時間34分であるが、職業別にみると、専業主婦の平均では9分、フルタイムでは8時間24分、パート・アルバイトでは5時間12分と、最も差が大きい。

【私個人の時間】「私個人の時間」は、「1時間以上3時間未満」が42.9%、「3時間以上5時間未満」が27.1%、平均では2時間51分。専業主婦は3時間19分、フルタイムは1時間40分、パート・アルバイトは2時間20分。

【食事や睡眠の時間】「食事や睡眠の時間」は、「8時間以上10時間未満」が41.9%、次いで「5時間以上8時間未満」39.7%、平均では、7時間37分。専業主婦は7時間43分、フルタイムは7時間14分、パート・アルバイトは7時間31分。

【その他の時間】「その他の時間」としては、62.9%が「なし」。「1時間以上3時間未満」が25.9%。平均では、44分となった。専業主婦では平均49分、フルタイムでは28分、パート・アルバイトでは40分。

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

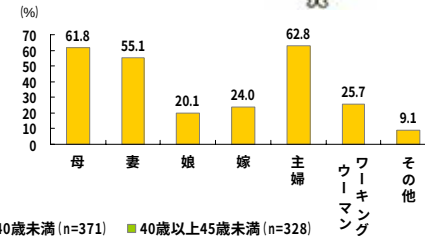
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

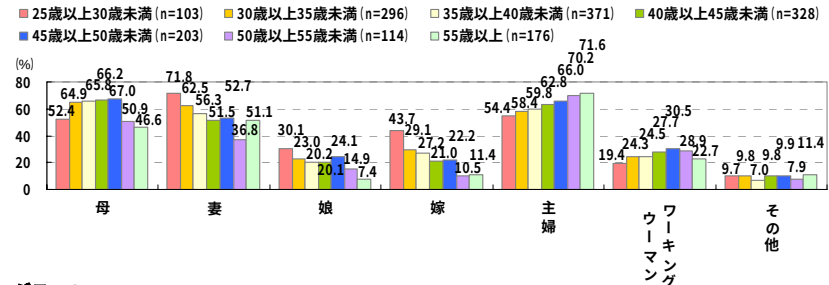
グラフ① 日常、あなたが意識している“顔”は何ですか？ (複数回答)

(n=1596)

全体

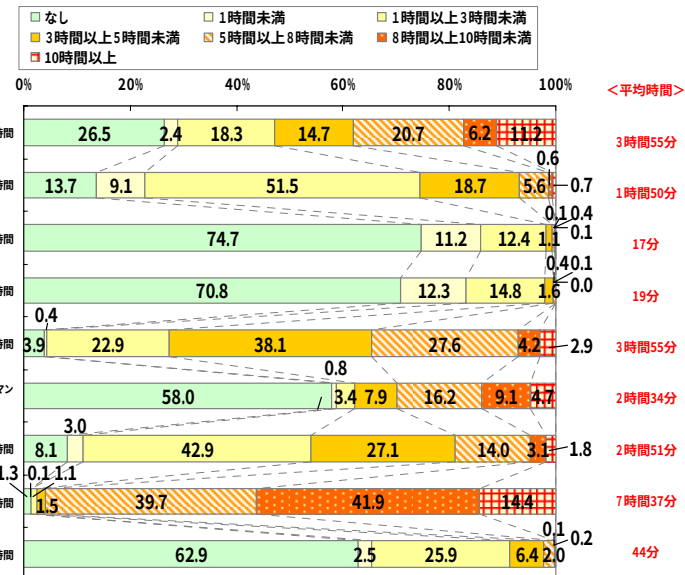


年代別



グラフ② あなたの1日を構成する要素とそれぞれにかけている時間は？ (全体で24時間になるように記入)

(n=1397)





「主婦としての時間」は、「忙しい」と感じている人が54.5%

「主婦としての時間」があると回答した人に、自分の持つ感想と近いキーワードを選択してもらうと、「忙しい」54.5%が半数以上。次いで「評価されない」36.3%、「工夫をこらす」35.1%と続く。(グラフ③)

職業別でみると、フルタイムワークでは、「忙しい」と感じている人が69.7%と多く、専業主婦、パート・アルバイトワークでは「忙しい」が5割以上、「評価されない」と感じている人が約4割、「単純・単調な」が約3割となった。

末子年齢別では、未就学児の子供を持つ人で「忙しい」が66.1%と高い。「中学生」「高校生」の子供を持つ人でも「忙しい」が6割を超えた。また、「評価されない」と感じているのは、「小学校低学年」以上の子供を持つ人で、4割以上となった。

<職業欄に書く職業>

職業を書く場合に選ぶ職業は、「主婦」が75.4%

さまざまな場面で書類などに職業を書く場合に選ぶ職業は、「主婦」が75.4%と最も多く、次いで「パート、アルバイト」24.6%、「会社員」11.5%となった。(グラフ④)

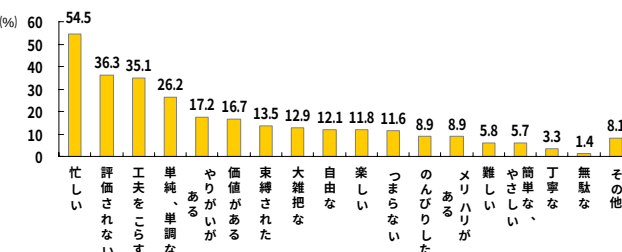
職業別でみると、専業主婦では、「主婦」が97.5%と圧倒的。また、「無職」とする場合がある人も11.3%と約1割。パート・アルバイトワークでは、「パート、アルバイト」を選択した人が89.1%と多く、「主婦」でも55.9%と半数以上を占めた。

フルタイムワークでは「会社員」を選択した人が78.0%、「主婦」の人も16.5%と、「主婦」を意識する場面も少なくないといえる。

また、末子年齢別では、大きな傾向は全体と同様であるが、特に子供のステージが「小学校低学年」「中学生」「高校生」と、子供に手がかからなくなるのと同時期から教育費のかかる時期にかけて、「パート、アルバイト」の割合が増えている。

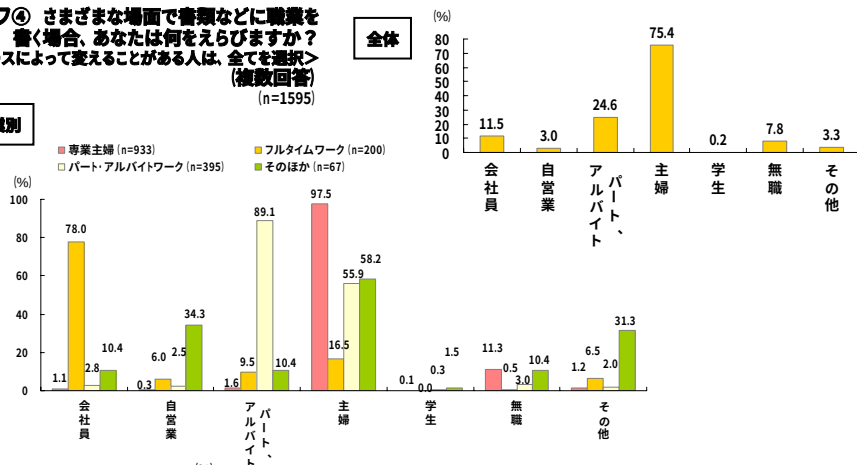
<「主婦としての時間」があると回答した人>

グラフ③
「主婦としての時間」について
あなたの感想に近いものは？
(複数回答)
(n=1601)

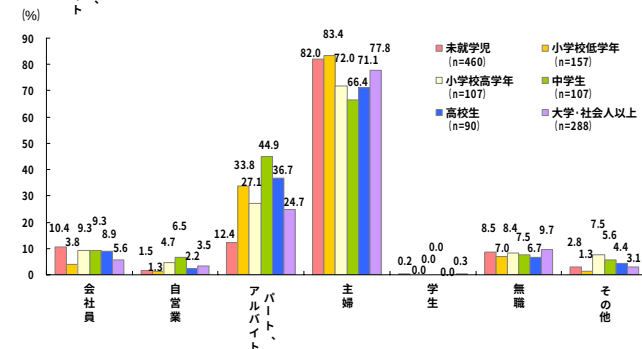


グラフ④
さまざまな場面で書類などに職業を書く場合、あなたは何をえらびますか？
<ケースによって変えることがある人は、全てを選択>
(複数回答)
(n=1595)

職業別



末子年齢別



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



<「主婦」の社会的な価値>

「主婦」を感じる、「主婦」の社会的な価値は44.6%

書類などに職業を書く場合に「主婦」と記入する人に、「主婦」という職業についての社会的な価値を聞いたところ、「おおいにある」16.6%、「まあある」28.0%、「あまりない」42.8%、「ない」12.7%と、価値があるとしたのは44.6%となった。(グラフ⑤)

年代別でみると、50歳以上55歳未満では「おおいにある」「まあある」をあわせて50.0%。55歳以上では56.9%と半数以上。また社会的な価値が「ない」とした人も年代が高いほど減少傾向にある。

<「主婦」の家族や家庭にとっての価値>

「主婦」を感じる、「主婦」の家族や家庭にとっての価値は90.2%

「主婦」という職業についての家族や家庭にとっての価値を聞くと、「おおいにある」56.5%、「まあある」33.7%、「あまりない」8.3%、「ない」1.6%となった。「おおいにある」「まあある」を合わせて90.2%と高く、主婦自身が家庭にとって主要な存在であると感じていることがうかがえる。どの年代においても「おおいにある」は5割以上となった。(グラフ⑥)

<「主婦」の地域やコミュニティにとっての価値>

「主婦」を感じる、「主婦」の地域やコミュニティにとっての価値は64.6%

「主婦」という職業についての地域やコミュニティにとっての価値では、「おおいにある」18.2%、「まあある」46.4%、「あまりない」29.6%、「ない」5.8%と、価値があるとしたのは64.6%。「おおいにある」と回答したのは、若い年代ほど多く25歳以上30歳未満では、20.0%となった。「まあある」はどの年代においても4割以上となっており、特に45歳以上50歳未満では、52.0%と高い。(グラフ⑦)

職業別でみると、フルタイムワーク女性では、「おおいにある」が27.3%と高く、「おおいにある」「まあある」を合わせて72.8%と高い。

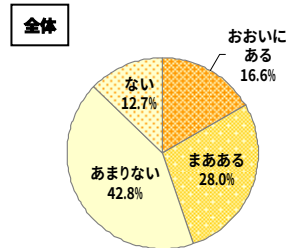
また、末子年齢別でみると、「高校生」の子供をもつ人で「おおいにある」が28.1%と他のセグメントに比べて多い。「小学校高学年」の子供をもつ人で価値があるとしたのは74.0%、「小学校高学年」の子供をもつ人では、73.9%と高い数値となった。

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

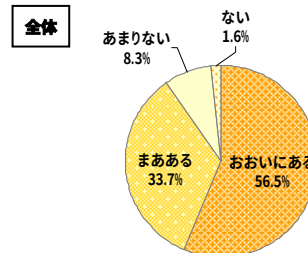
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

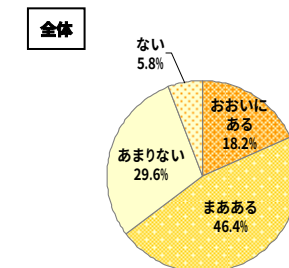
グラフ⑤ <職業を「主婦」と回答した人>
「主婦」という職業について
社会的な価値は？> (n=1200)



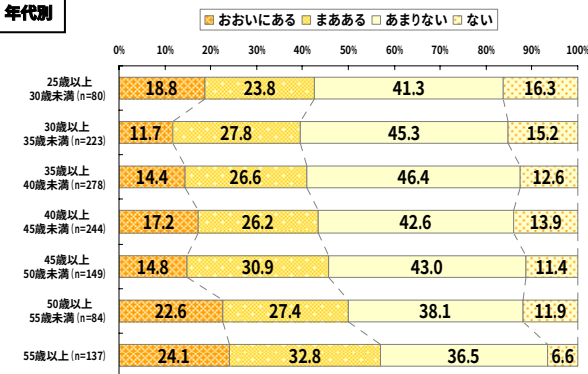
グラフ⑥ <職業を「主婦」と回答した人>
「主婦」という職業について
家族や家庭にとっての価値は？> (n=1197)



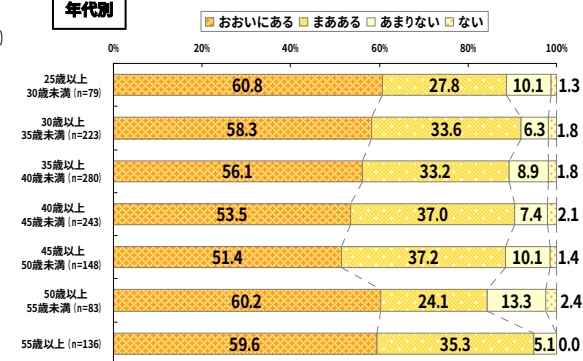
グラフ⑦ <職業を「主婦」と回答した人>
「主婦」という職業について
地域やコミュニティにとっての価値は？> (n=1192)



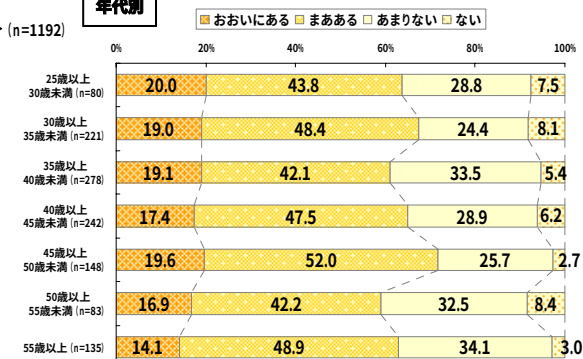
年代別



年代別



年代別





<「主婦」と呼ばれること>

「主婦」と呼ばれること、あるいは名乗ることに心理的な抵抗感があるかを聞いたところ、「ある」18.1%、「ない」67.5%となった。
年代別でみると、抵抗感は比較的若い年代ほど高く、30歳以上35歳未満では30.0%に抵抗感がある。対して、55歳以上では、抵抗感があるとなったのは、11.7%と1割ほどであった。(グラフ⑧)

心理的な抵抗感が「ある」と回答した人に、それはどんなことから感じる抵抗かをフリーアンサーで聞くと、「やることはたくさんあるのに暇だと思われる(62件)」という内容のものが最も多く、次いで「仕事をしていない(収入を得ていない)ことに抵抗がある(40件)」「社会貢献や社会とのつながりがイメージがある(30件)」「働いている・働いていた・働きたいけど働けない・本来の自分とかけ離れているため」「主婦」と呼ばれるのが不自然・不本意(26件)などが挙げられた。
また、「お気楽・生産性がない・無能な人というイメージ」「おばさん」というイメージ」「一個人として見られない」「それほど熱心に主婦業(家事など)をしていないので」という意見もあった。

<「主婦限定」に興味を引かれるか>

商品やサービスのPRで、「主婦限定」「主婦の方へ!」という呼びかけの場合に、その文言によって興味をひかれたり、手にとってみたくなると思うかを聞くと、「はい」45.1%、「いいえ」16.3%、「どちらともいえない」38.6%となった。(グラフ⑨)

年代別でみると、「はい」と回答したのは若い年代ほど多く、25歳以上30歳未満では57.0%と、半数以上を占めた。

また、職業別でみると、専業主婦では「はい」と回答した人が46.9%、パート・アルバイトでは47.6%と高い。末子年齢別では、「未就学児」の子供を持つ人で50.3%、「小学校低学年」の子供を持つ人で51.9%、「高校生」の子供を持つ人で56.0%と高い。

<「シュフトモ」がいるか>

主婦同士の友達、いわゆる“シュフトモ”がいるかを聞いたところ、シュフトモが「いる」人は58.9%。年代が高いほど多くなる傾向がある(グラフ⑩)。“シュフトモ”がいると回答した人に、シュフトモになったきっかけをフリーアンサーで聞き、キーワードをカウントしたところ、「子供の学校(PTA活動含む)」「(256件)」「ご近所、お隣」「(230件)」が多く、次いで「子育てを通じて」「(154件)」「学生時代からの友人」「(120件)」「会社の同僚・友人」「(96件)」となった。子育てを通じて話すきっかけが多くあり、気の合った人とは、子供が成長しても関係が続くことが多いようだ。

<回答者プロフィール>

●年齢:25歳未満 0.3%、25歳以上30歳未満 6.4%、30歳以上35歳未満 18.5%、35歳以上40歳未満 23.3%、40歳以上45歳未満 20.5%、45歳以上50歳未満 12.8%、50歳以上55歳未満 7.1%、55歳以上 11.0%。平均年齢 41.4歳。●居住地:関東 39.3%(東京都 14.7%、神奈川県 11.4%、千葉県 6.6%、埼玉県 4.7%、栃木県 0.9%、茨城県 0.6%、群馬県 0.4%)、北海道 1.4%、東北 2.6%、北陸 0.9%、甲信 0.3%、東海 5.8%、近畿 39.8%(大阪府 18.8%、兵庫県 15.8%、京都府 3.5%、滋賀県 0.8%、和歌山県 0.7%、奈良県 0.1%)、中国 2.4%、四国 1.9%、九州 5.7%。●子供の有無:あり 78.2%、なし 21.8%。●末子年齢:未就学児 36.9%、小学校低学年 12.6%、小学校高学年 8.6%、中学生 8.6%、高校生 7.3%、大学・社会人以上 23.0%、不明 3.0%。●働き方:専業主婦 58.6%、フルタイムワーク 12.5%、パート・アルバイトワーク 24.7%、そのほか 4.2%。

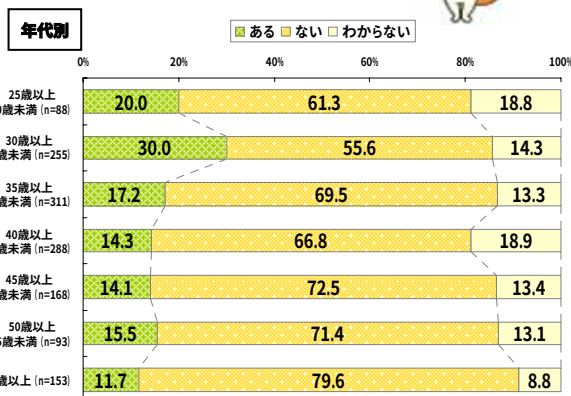
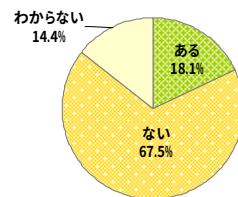
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

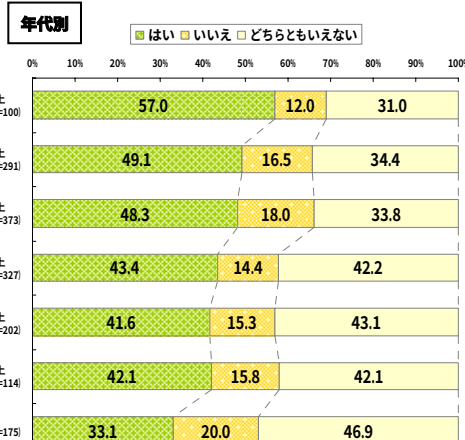
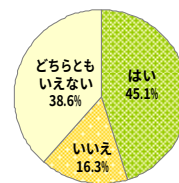
グラフ⑧ <職業を「主婦」と回答した人>
「主婦」と呼ばれる、あるいは名乗ることに心理的な抵抗がありますか? (n=1200)

全体



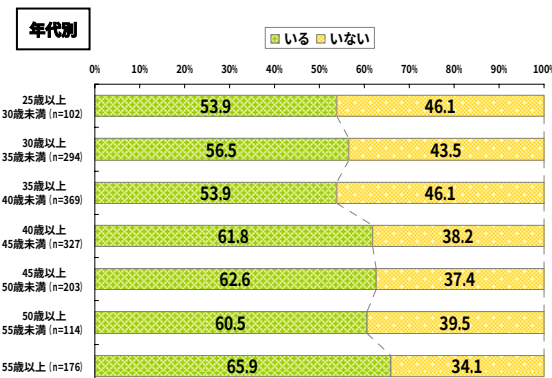
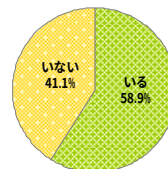
グラフ⑨
商品やサービスのPRで「主婦限定」「主婦の方へ!」という呼びかけの場合、その文言によって興味をひかれたり、手にとってみたくなると思いますか? (複数回答) (n=1587)

全体



グラフ⑩
あなたは主婦同士の友達、いわゆる“シュフトモ”がいますか? (n=1590)

全体





全国の既婚女性583人に、法律で解決したい悩みについて聞いた。

8割以上が「日常生活の中で悩みがある」

現在、日常生活の中で悩みがあるかは、「ある」85.3%、「ない」14.7%となり、悩みがある人が圧倒的だった。どの年代においても「ある」人は8割を超えた(グラフ①)。

「法律的な解決」を望む悩みがある人は65.9%、悩みの内容は「相続」29.1%

現在、日常生活の中で悩みがある人に、その悩みについて「法律的な解決」を望むものはあるか聞いたところ、「ある」65.9%、「ない」34.1%となった(グラフ②)。どの年代においても「ある」人が多く、また年代が高いほど多い傾向がうかがえた。

「法律的な解決」を望む悩みがある人に、どのようなジャンルの悩みかを聞いたところ、「相続」29.1%、「近隣トラブル」27.2%が多く、次いで「離婚」13.9%、「不動産関係」13.6%と続く(グラフ③)。20代、30代は「近隣トラブル」、40代以上は「相続」が最も多かった。また、20代～40代は50代以上に比べ「借金」が多かった。就労別でみると、専業主婦、パート・アルバイトワークはフルタイムワークに比べ「近隣トラブル」が多かった。

法律のプロに相談した人は2割弱

「法律的な解決」のために、司法書士や弁護士など法律のプロに相談をしたかは、「相談するかしないか決めていない」45.0%、「相談しない予定」24.8%、「すでに相談した」18.3%、「現在、相談先を探している」11.8%となった(グラフ④)。20代は「相談しない予定」、30代以上は「相談するかしないか決めていない」が最も多かった。「すでに相談した」は50代以上で多かった。

<法律のプロに「すでに相談した」人>

相談先は「人からの紹介」、かかった費用は約半数が「無料」

「法律的な解決」のために、法律のプロに「すでに相談した」人に、相談先をどのように探したか聞いたところ、「人からの紹介」38.2%、「公的機関からの紹介」34.5%が多く、次いで「インターネット」16.4%、「電話帳」7.3%と続く(グラフ⑤)。

「法律相談」に関して情報収集をしたとき、知りたいことはどんなことだったかは、「費用」72.9%、「相談できる内容」61.0%、「相談にかかる時間」44.1%と続く(グラフ⑥)。

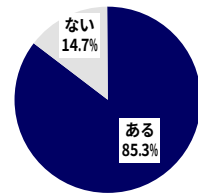
最も知れたかったことは、「費用」34.5%、「相談できる内容」25.9%、「相談に乗ってくれる人のプロフィール」12.1%となった(グラフ⑦)。

相談および解決にかかった費用(総額)はいくらだったかは、「無料」49.2%、「分からない」15.3%、「20万円～50万円未満」11.9%となった(グラフ⑧)。

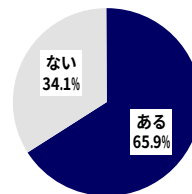
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

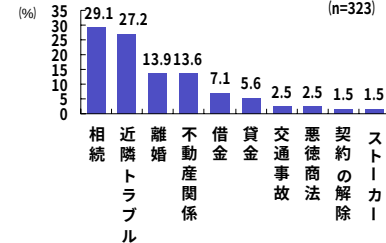
(グラフ①) 現在、日常生活の中で悩みがあるか (n=577)



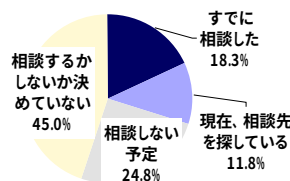
(グラフ②) 現在、日常生活の中の悩みで「法律的な解決」を望むものはあるか (n=492)



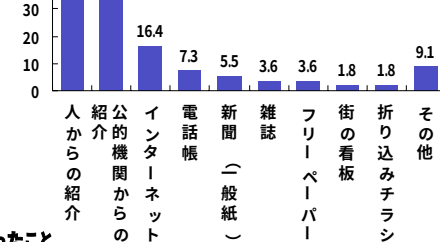
(グラフ③) <法律的な解決を望むものがある人>悩みのジャンル(上位10位) ※複数回答 (n=323)



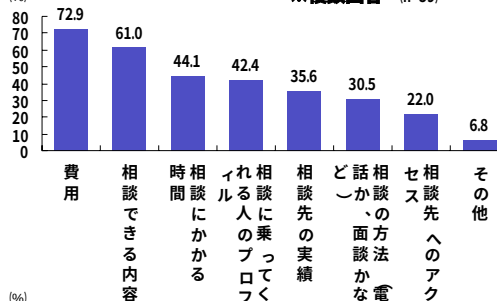
(グラフ④) 「法律的な解決」のために、司法書士や弁護士などの法律のプロに相談をしたか (n=322)



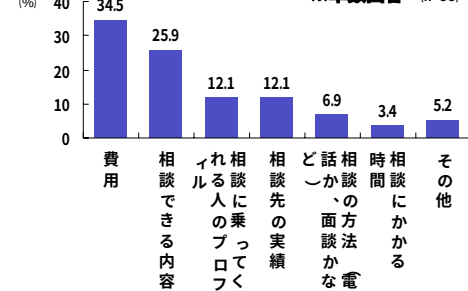
(グラフ⑤) <法律のプロにすでに相談した人>相談先をどのように探したか ※複数回答 (n=55)



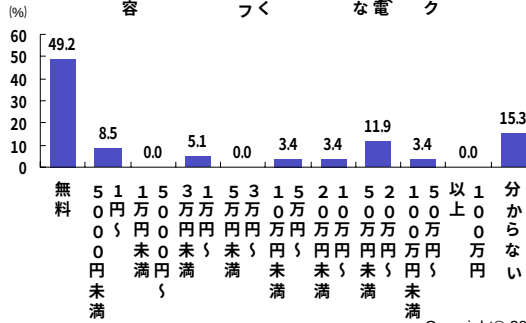
(グラフ⑥) <法律のプロにすでに相談した人>「法律相談」に関して情報収集をしたとき知れたかったこと ※複数回答 (n=59)



(グラフ⑦) <法律のプロにすでに相談した人>「法律相談」に関して情報収集をしたとき最も知れたかったこと ※単数回答 (n=58)



(グラフ⑧) <法律のプロにすでに相談した人>相談および解決にかかった費用(総額) ※単数回答 (n=59)





<現在相談先を探している人>

相談先を探す方法は「インターネット」「人からの紹介」
知りたいことは「費用」についてが8割以上

「法律的な解決」のために、「現在相談先を探している」人に、相談先をどのように探しているかを聞いたところ、「インターネット」「人からの紹介」各57.9%、「公的機関からの紹介」42.1%が多く、次いで「電話帳」18.4%、「新聞(一般紙)」と続く(グラフ⑨)。

「法律相談」に関して情報収集をするとき、知りたいことはどんなことかは、「費用」81.6%が圧倒的だった。次いで「相談できる内容」65.8%、「相談先の実績」55.3%と続く(グラフ⑩)。
最も知りたいことは、「費用」39.5%、「相談できる内容」28.9%、「相談先の実績」15.8%となった(グラフ⑪)。

<「相談しない予定」「相談するかしないか決めていない」人>

法律のプロに「相談しない予定」「相談するかしないか決めていない」理由は
「相談するのに心理的な抵抗を感じる」31.4%

法律のプロに「相談しない予定」「相談するかしないか決めていない」人に、理由を聞いたところ、「相談するのに心理的な抵抗を感じるから」31.4%、「相談にお金がかかるから」30.0%、「適当な相談先が見つからないから」15.9%と続く(グラフ⑫)。

<「法律による解決」について疑問に思っていること、専門家に聞いてみたいこと>

※フリーアンサー

「相談についてどれだけのお金がかかるのか金額が見えないので不安。気軽に相談出来ない」(兵庫県/32歳/フルタイムワーク)、「弁護士さんにも専門分野があると思います。その方の得意分野を知りたいです」(神奈川県/36歳/パート・アルバイトワーク)、「まずどこに相談したらいいのかわからない。相談先をしてくれる窓口のようなものがあれば知りたい」(兵庫県/48歳/専業主婦)、「近所の手前があるので個人の機密を厳守してくれるかが心配です」(山形県/46歳/専業主婦)などの意見が挙がった。

<回答者プロフィール>

- 年齢:20代 7.4%、30代 40.0%、40代 33.3%、50代 12.2%、60代以上 7.2%。平均年齢 41.7歳。
- 居住地:関東 44.8%(東京都 18.0%、神奈川県 14.9%、千葉県 6.9%、埼玉県 3.4%、栃木県 0.9%、茨城県 0.5%、群馬県 0.2%)、北海道 1.4%、東北 2.1%、北陸 0.9%、甲信 0.2%、東海 5.7%、近畿 36.2%(兵庫県 17.0%、大阪府 15.3%、京都府 2.1%、滋賀県 1.0%、和歌山県 0.7%、奈良県 0.2%)、中国 2.9%、四国 1.0%、九州 5.0%。
- 子供の有無:あり 72.2%、なし 27.8%。
- 働き方:専業主婦 61.9%、フルタイムワーク 14.4%、パート・アルバイトワーク 19.6%、そのほか 4.1%。

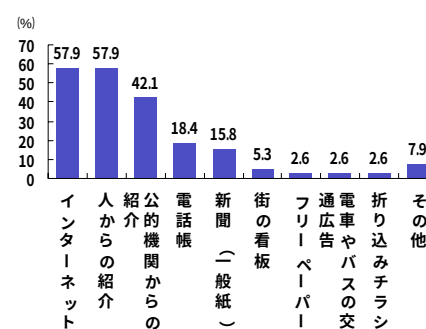
<調査実施> サンケイリビング新聞社(東京)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

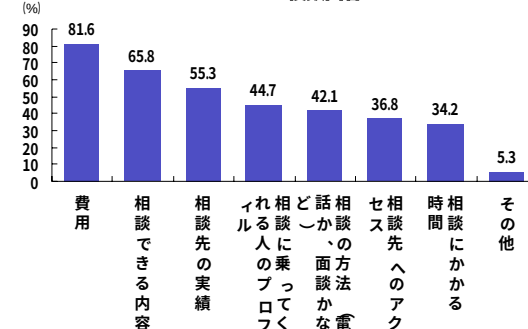
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

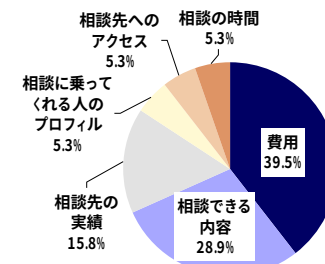
(グラフ⑨) <現在相談先を探している人>
「法律的な解決」のために相談先をどのように探しているか
※複数回答 (n=38)



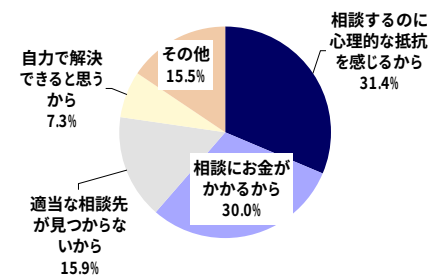
(グラフ⑩) <現在相談先を探している人>
「法律相談」に関して情報収集するとき知りたいこと
※複数回答 (n=38)



(グラフ⑪) <現在相談先を探している人>
「法律相談」に関して情報収集するとき最も知りたいこと
(n=38)



(グラフ⑫) <「相談しない予定」「相談するかしないか決めていない」人> その理由
(n=220)





全国の既婚女性413人に、モンスターペアレントやモンスターパシエントなど、自分のまわりにも潜んでいる「モンスター」について聞いた。

<「モンスターペアレント」の認知>

8割以上が「モンスターペアレント」という言葉を「聞いたことがあり意味も知っている」

「モンスターペアレント」という言葉を知っているかは、「聞いたことがあり意味も知っている」83.8%、「聞いたことはあるが意味はよく知らない」12.6%、「聞いたことがない」3.6%となった(グラフ①)。どの年代においても「聞いたことがあり意味も知っている」が最も多く、40代では9割となった。「聞いたことがない」は60代以上で約2割となり、他の年代に比べて多かった。

「モンスターペアレント」という言葉を聞いたことがある人に、「モンスターペアレント」に代表される「モンスター○○」とは、どんな人のことだと思うかをフリーアンサーで聞いたところ、「自分の利益ばかり考え、人の気持ちを考えられない人」(35歳/大阪府/専業主婦)、「常識や礼儀をわきまえず、相手の意見を聞かず、自分勝手な思い込みで無理難題を言う人」(55歳/兵庫県/専業主婦)、「自分の価値観でだけ物事を判断して、無茶苦茶な要求を当たり前だと思い、行動をする人」(53歳/神奈川県/パート・アルバイトワーク)、「自分の権利主張だけを訴えて、自分が常に正しいと考えている人」(40歳/大阪府/フルタイムワーク)などの意見が挙がった。

<身のまわりの「モンスター」>

身近に「モンスター」がいる人は4割

一般にマスコミなどでは、「他人に身勝手な要求や苦情を突きつける人」をモンスターと言うが、身近にそのような行動をする「モンスター」はいるか聞いたところ、「はい」40.5%、「いいえ」59.5%となった(グラフ②)。どの年代においても「いいえ」が多かった。

身近に「モンスター」がいると回答した人に、それは誰かを聞いたところ、「近所の人」27.9%、「子どもの同級生の親」24.8%、「職場の人」21.8%と続く(グラフ③)。20代は「勤務先のお客さん」、30代は「職場の人」、40代は「子どもの同級生の親」、50代以上は「近所の人」が最も多かった。

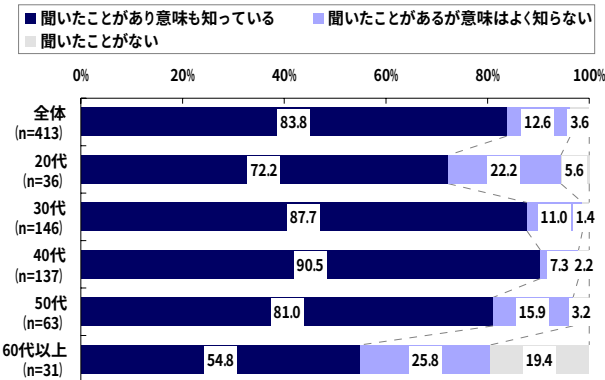
具体的に誰の、どのような行動を見たとき「モンスター」だと思ったかをフリーアンサーで聞いたところ、「できない決まりと説明しても自分の欲求を通そうとする客」(46歳/千葉県/フルタイムワーク)、「子どもが小学生の時、塾に間に合わないから授業終了後の学活はしないで欲しいと要求するだけでなく、塾が忙しいから学校の宿題をする時間がないので、宿題を出さないで欲しいと担任に求めているのを見たとき」(43歳/大阪府/専業主婦)、「人事異動に対してその親や姉が会社に電話をして、その理由を尋ねたり、元の部署に戻して欲しいなどと訴えてきたこと」(33歳/千葉県/専業主婦)、「子どもが、お店でおもちゃを手にしてそれを離さないからといって、「あとで店に返しに行くからいい」とそのままおもちゃを持たせて店を出たとき(万引きですね)」(28歳/兵庫県/専業主婦)などの意見が挙がった。

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

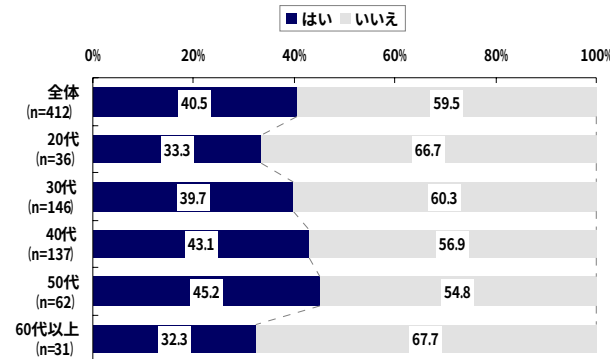
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ①) 「モンスターペアレント」という言葉を知っているか

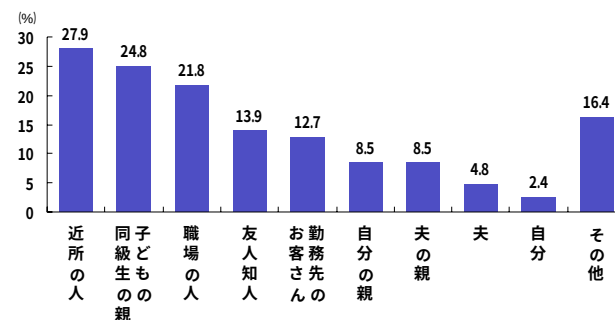


(グラフ②) 身近に「モンスター」はいるか



(グラフ③)

<身近に「モンスター」がいる人>それは誰か ※複数回答 (n=165)



<「その他」の回答>
夫の姉、自分の子ども、習い事場で一緒だった人...など



<「モンスター」対処法>

「モンスター」的な行動に出合ったとき、あなたの“モンスター対処法”をフリーアンサーで聞いたところ、「何でも、はいはいと言って聞き流す。反論しない。反論すると長引きます」(36歳/大阪府/パート・アルバイトワーク)、「事務的に対処。こちらが間違っていないければ、毅然とした態度をとる。気迫で負けない」(28歳/神奈川県/フルタイムワーク)、「以前は頭にくるのでことごとく反論して対決していたが、そうすると周りのおとなしい弱い人に当り散らすので、今はあしらうようにしている。その場は言いなりになる」(41歳/愛知県/専業主婦)などの意見が挙がった。

<自分自身の「モンスター」傾向>

2割が自分も「モンスターかもしれない」と思ったことがある

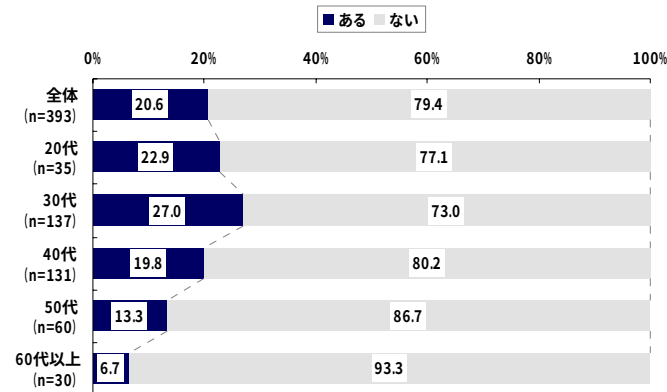
「自分もモンスターかもしれない」と思ったことがあるかは、「ある」20.6%、「ない」79.4%となった(グラフ④)。どの年代においても「ない」が多かったが、20代、30代は7割台、40代、50代は8割台、60代以上は9割以上と、年代があがるほど「自分はモンスターではない」と思っている人が多くなった。

「自分もモンスターかもしれない」と思ったことがある人に、どんなときにそう思ったかをフリーアンサーで聞いたところ、「息子の中学受験のとき、小学校を1ヵ月間休ませ、塾に行かせた」(49歳/神奈川県/専業主婦)、「マクドナルドで持ち帰ったとき、シロップが入ってないので、電話して持ってきてもらった」(28歳/大阪府/専業主婦)、「子供が泣いて帰って来た時。我が子の言い分しか聞かず、相手の家に話をしに押し掛けました。よくよく聞くと、うちの子も悪かった」(33歳/大阪府/専業主婦)などの意見が挙がった。

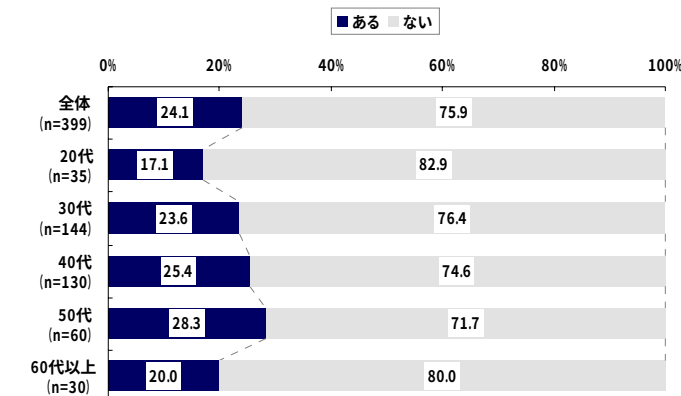
「もしかしたらモンスターと思われてしまうかも」と思い、自分の意見や苦情を強く言えなかったことがあるかは、「ある」24.1%、「ない」75.9%となった(グラフ⑤)。どの年代においても「ない」が多かった。

自分の意見や苦情を強く言えなかったことが「ある」人に、それはどんなときかをフリーアンサーで聞いたところ、「住居近くのイベント会場でのイベントのあと、ベランダにごみが投げ捨てられていることがよくあります。主催者側に「うるさいおばさん」と思われたくなくて、泣く泣くそつごみを片付けています」(36歳/東京都/専業主婦)、「学校の先生の対応に不信感を持っているが、子供に対する後のことを考えると躊躇してしまう」(37歳/大阪府/パート・アルバイトワーク)、「クリーニングに出したものが、色落ちしていたとき」(38歳/東京都/パート・アルバイトワーク)などの意見が挙がった。

(グラフ④) 「自分もモンスターかもしれない」と思ったことがあるか



(グラフ⑤) 「もしかしたらモンスターと思われてしまうかも」と思い、自分の意見や苦情を強く言えなかったことがあるか



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



<「モンスター」についての気持ち・意見>

「許されない行為だとは思いますが、気持ちが分かるときもある」54.4%

「モンスター」の気持ちの理解度は、「許されないことで、そうなる人が理解できない」45.6%、「許されない行為だとは思いますが、気持ちが分かるときもある」54.4%となり、「気持ちが分かるときもある」人が「理解できない」人を上回った(グラフ⑥)。20代～50代は「許されない行為だとは思いますが、気持ちが分かるときもある」、60代以上は「許されないことで、そうなる人が理解できない」が多かった。

「時と場合により、普通の人でもモンスターになる可能性はある」73.3%

「モンスター」になる可能性は、「モンスターは本来の性格によるもので、誰もがなるものではない」26.7%、「時と場合により、普通の人でもモンスターになる可能性はある」73.3%となった(グラフ⑦)。どの年代においても「時と場合により、普通の人でもモンスターになる可能性はある」が多く、また20代、60代以上に比べ、30代～50代で多くなった。

「どちらかと言えば「モンスター」に出会ってしまうことが心配」68.0%

「モンスター」に出会ってしまうことと、「モンスターになってしまうこと」のどちらが心配かは、「どちらかと言えば「モンスター」に出会ってしまうことが心配」68.0%、「どちらかと言えば自分が「モンスター」になってしまうことが心配」32.0%となった(グラフ⑧)。どの年代においても「モンスター」に出会ってしまうことが心配」が多かった。

<どんな性格の人、どんな状況のとき「モンスター」になりやすいと思うか>

どんな性格の人や、どんな状況のときに「モンスター」になりやすいと思うかをフリーアンサーで聞いたところ、「我慢が出来ない人。視野の狭い人。自己中心的な人」(38歳/東京都/パート・アルバイトワーク)、「閉鎖的な人で、周りに友人があまりいない人がモンスターになりやすいと思う」(41歳/神奈川県/専業主婦)、「子供のことについては誰もモンスターになりうるのでは?」(38歳/大阪府/専業主婦)、「感情的になって理性が働かなくなるとき。相談する人がいなくて、ワンクッション置けない状況で起こりうる」(44歳/千葉県/専業主婦)などの意見が挙がった。

<回答者プロフィール>

- 年齢:20代 8.7%、30代 35.4%、40代 33.2%、50代 15.3%、60代以上 7.5%。平均年齢 42.1歳。
- 居住地:関東 45.7% (東京都 16.9%、神奈川県 15.7%、埼玉県 6.3%、千葉県 4.6%、栃木県 1.2%、茨城県 0.5%、群馬県 0.5%)、北海道 1.5%、東北 1.2%、北陸 0.9%、甲信 0.2%、東海 4.4%、近畿 39.7% (大阪府 18.4%、兵庫県 16.7%、京都府 2.4%、滋賀県 1.5%、和歌山県 0.7%)、中国 1.4%、四国 0.7%、九州 4.1%。
- 子供の有無:あり 75.3%、なし 24.7%。
- <子どものいる人のみ>子供の年齢:乳幼児 33.1%、小学生 31.2%、中学生 14.8%、高校生 13.5%、大学・専門学校など 14.5%、社会人 22.5%。
- 働き方:専業主婦 62.0%、フルタイムワーク 15.3%、パート・アルバイトワーク 20.6%、その他 2.2%。

<調査実施> サンケイリビング新聞社(東京)

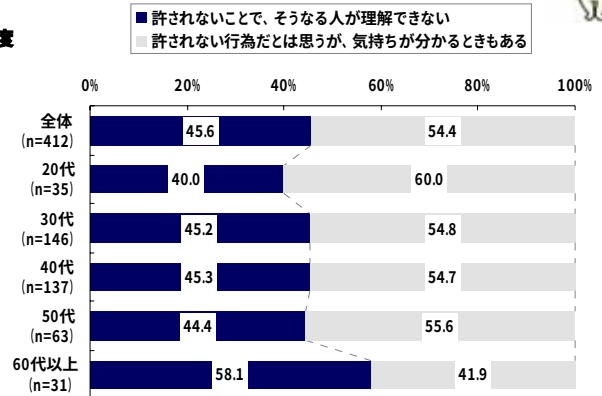
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

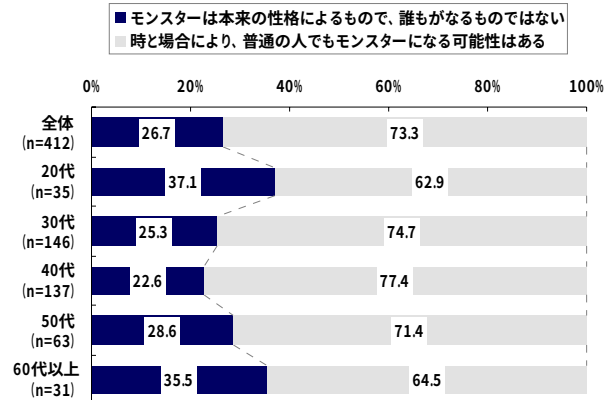
(グラフ⑥)

「モンスター」の気持ちの理解度



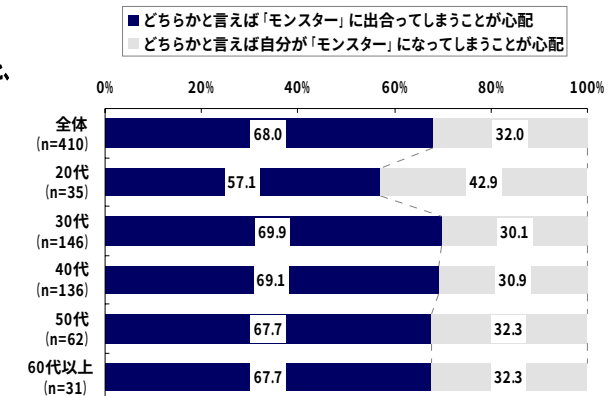
(グラフ⑦)

「モンスター」になる可能性



(グラフ⑧)

「モンスター」に出会ってしまうことと、「モンスター」になってしまうことのどちらが心配か





<幼稚園に期待すること>

集団で過ごすことに慣れ、友達を作って楽しい園生活を送ってほしいママ

園児ママが幼稚園に期待することとして最も多かったのは、「楽しい園生活」で74.0%だった。次いで「集団生活に慣れる」70.2%、「友達づくり」62.0%が続く。(グラフ①)

家庭から外の世界へ出て 幼稚園という“集団生活”の中から得られるものを期待している声が多い。

<幼稚園を選ぶ際の重視点>

「家からの距離」「園の教育方針」を重視するママが多い。通園バスの有無も増加傾向

ママが幼稚園を選ぶ際に重視する項目としては、「家からの距離」が64.8%、次いで「園の教育方針」53.0%が続く、この2つが園選びにおいて最も重視されている。次いで「地域でのクチコミ、評判」42.8%、「通園バスの有無」38.4%が続く。(グラフ②)

「家からの距離」は園児の送り迎えの手間をはぶくことが重視されている一方で、「通園バスの有無」も合わせて考えると園児の安全面を優先した選択法なのかもしれない。

<幼稚園の気に入っているところ>

子どもが楽しんでいること、先生の人柄や保育態度にママは満足

今通わせている幼稚園の気に入っている点は「子どもが楽しんでいる」が70.4%と最も多い。次いで「先生の人柄や保育態度」56.6%「園の教育方針」49.0%が続く。(グラフ③)

「教育方針」を挙げるママは年々減少傾向にある。園選びの際重視度の高かった「通園距離」についても4割のママが納得している。

<調査概要>

●2007年9月実施の「あんふぁん」2006年9・10月合併号誌面アンケートの回答から、500件を集計

<調査実施> あんふぁん

園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。

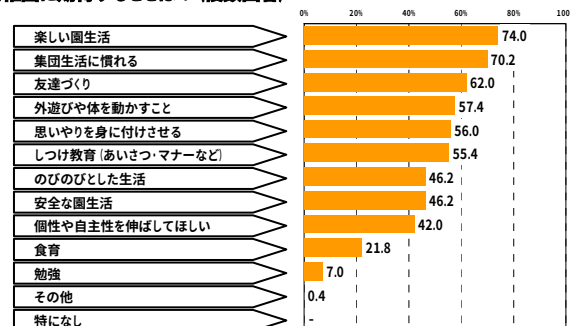
(あんふぁんサイト <http://www.enfant.ne.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

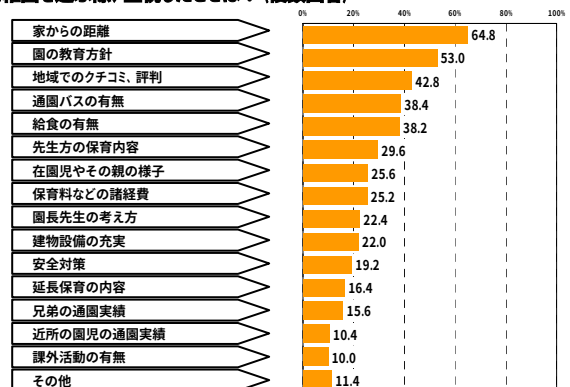
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

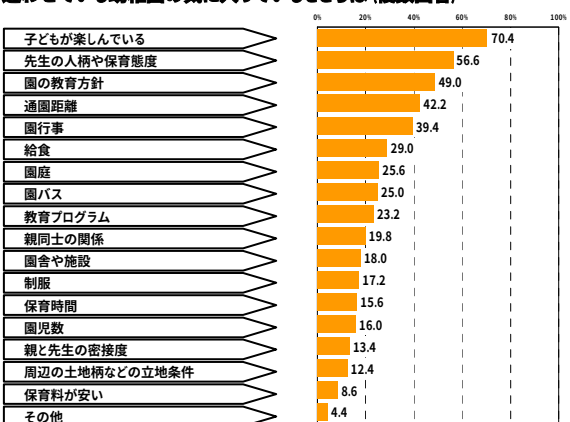
グラフ① 幼稚園に期待することは？ (複数回答) (全体n=500)



グラフ② 幼稚園を選ぶ際、重視したことは？ (複数回答) (全体n=500)



グラフ③ 今通わせている幼稚園の気に入っているところは？ (複数回答) (全体n=500)





9割の園が延長保育を実施 最長で16時～17時台までが最多 料金は1回あたり平均701円、利用頻度は低め

9割の幼稚園が延長保育を行っている。日数で最も多いのは「5日以上」78.8%と、8割の園で毎日延長保育を行っている。(グラフ①)

また、延長保育を行っている園で、17時台以降まで預かってくれる園は約4割(グラフ②)。1回あたりの料金は平均で701円となった(グラフ③)。

このように制度として整っている延長保育であるが、専業主婦の多い園児ママが利用する頻度は低めで、1カ月あたりの平均利用日数は1.5日という結果となった(グラフ④)。

<調査概要>

●2007年10月実施の「あんふぁん」への郵送アンケート調査の回答から、500件を集計

<調査実施>あんふぁん

園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。
(あんふぁんサイト <http://www.enfant.ne.jp/>)

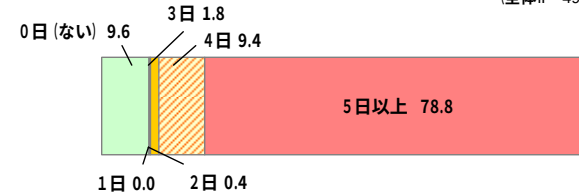
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ① 子供の通っている幼稚園では週に何日くらい延長保育がありますか？

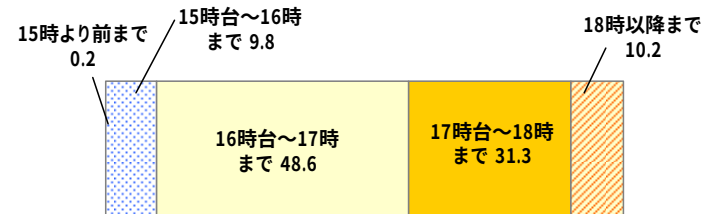
(全体n=499)



平均: 4.4日

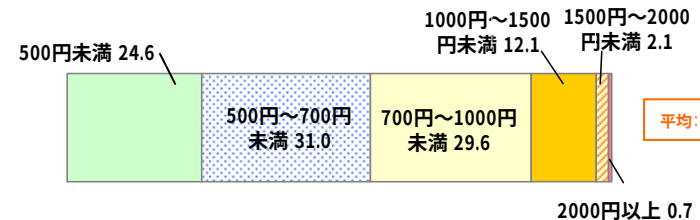
グラフ② 最長何時まで預かってくれますか？

(全体n=451)



グラフ③ 料金は1回あたりいくらですか？

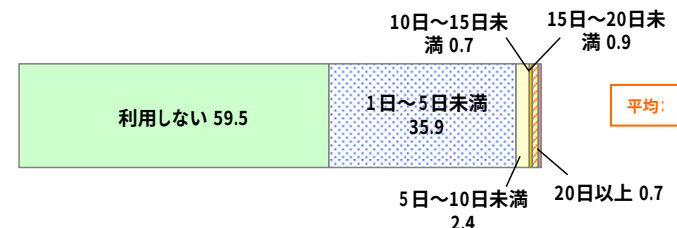
(全体n=439)



平均: 701.3円

グラフ④ 1ヵ月に何日くらい利用しますか？

(全体n=449)



平均: 1.5日



七五三の写真は、写真館で 9月～10月に事前撮影をする家庭が多い

七五三のお祝いについて(2007年10月の時点で)「お祝いの予定がある」と回答したのは46.1%。幼稚園の期間中、5歳のお祝いの年齢を迎える男の子では、58.1%がお祝いの予定があると回答している。(グラフ①)

七五三の写真撮影は「写真館を利用する」が85.9%で最も多く、「自宅のカメラで撮るだけにする」は5.7%と少数派(グラフ②)。

写真館を利用する理由としては、「プロの腕で美しい写真を撮りたい」が73.6%でトップ。「貸衣装が充実している」も49.2%と半数近くが理由にあげている。(グラフ③)

撮影時期は「9月まで」が37.5%で最も多く、「10月」が23.6%。七五三のお祝いが実施される「11月」には23.6%という結果となった(グラフ④)。

写真館が混みあう時期を避け、事前に撮影を済ませてしまう家庭が多い。

<調査概要>

●2007年10月実施の「あんふぁん」読者への郵送アンケートの回答から、500件を集計

<調査実施>あんふぁん

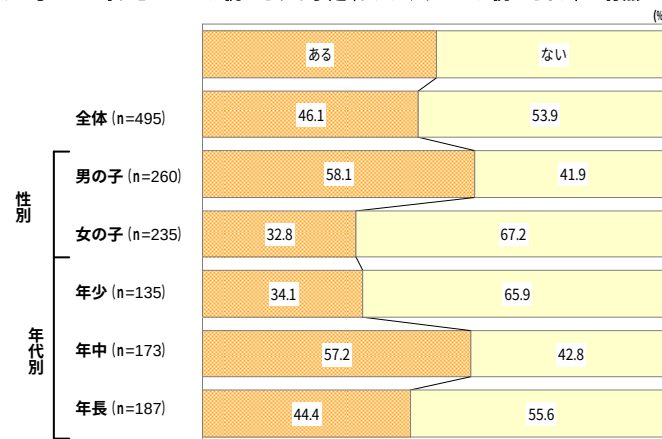
園児とママの情報誌「あんふぁん」 私立幼稚園に通う園児とママのための情報誌。子育て情報はもちろん、地域密着情報を発信し子育てライフをサポートしています。
(あんふぁんサイト <http://www.enfant.ne.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

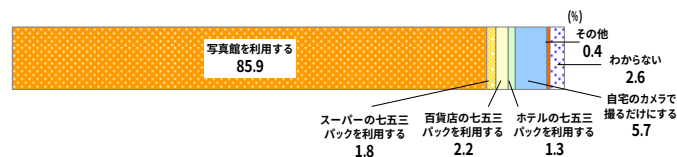
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ① 2007年、七五三のお祝いをする予定(または、すでにお祝いをした)の有無



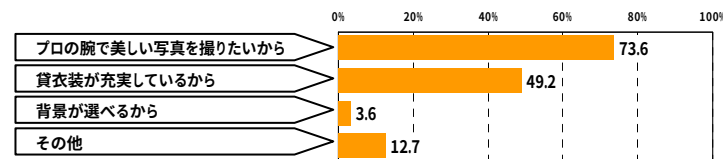
グラフ② 七五三の写真はどのように撮りますか？

(全体 n=227)



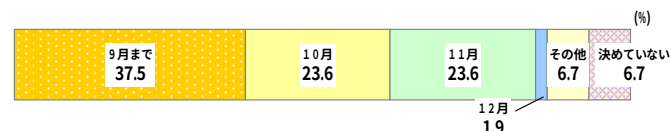
グラフ③ なぜ写真館を利用するのですか？(複数回答)

(全体 n=197)



グラフ④ 業者に写真を撮ってもらうのはいつ頃の予定ですか？

(全体 n=208)





<働く目的>

働く目的は「生活のためにお金が必要だから」85.2%

首都圏の働く女性419人に仕事について聞いた。働く目的は、「生活のためにお金が必要だから」85.2%が圧倒的。どの年代においても8割を超え、最も多かった。次いで「将来の蓄えを作るため」53.6%、「社会との接点を持つため」44.7%と続く(グラフ①)。30~34歳は「趣味にかけられるお金が欲しいから」が他の年代に比べ多かった。世帯タイプ別では、一人暮らしは「生活のためにお金が必要だから」が93.7%と9割を超え、親と同居(独身)、夫婦二人暮らし、夫婦と子供の世帯に比べ高い数値となった。

<仕事の満足度>

半数以上が今の仕事に「やや満足」している

今の仕事に満足しているかは、「やや満足」55.6%、「やや不満」30.1%、「非常に不満」8.3%、「非常に満足」6.1%となった(グラフ②)。どの年代においても「やや満足」が最も多かった。

仕事内容での満足は「自分のペースで仕事ができる」62.0%

職場環境での満足は「人間関係がよい」40.2%

今の仕事内容で満足していることは、「自分のペースで仕事ができる」62.0%が最も多く、次いで「今の仕事は今後の自分のプラスになると思う」30.4%、「やりがいがある」20.2%と続く(グラフ③)。どの年代においても「自分のペースで仕事ができる」が最も多かった。34歳以下は「やりがいがある」が35歳以上に比べ多かった。

今の職場環境で満足していることは、「職場の人間関係がよい」40.2%、「休日が多い・自由に取れる」38.8%、「服装・髪形規定が緩やか」37.6%と続く(グラフ④)。20代は「服装・髪形規定が緩やか」、30~34歳は「職場の人間関係がよい」、35歳以上は「休日が多い・自由に取れる」が最も多かった。「残業がほとんどない」「給料や待遇がまあいい」は若い年代ほど多く、「通勤時間が短い」は年代が上がるほど多くなった。また、世帯タイプ別では、親と同居(独身)と一人暮らしは「職場の人間関係がよい」、夫婦二人暮らしと夫婦と子供の世帯は「休日が多い・自由に取れる」が最も多かった。

仕事内容での不満は「スキルアップのチャンスがない」35.7%

職場環境での不満は「給料や待遇が悪い」34.9%

今の仕事内容で不満に思うことは、「スキルアップのチャンスがない」35.7%、「仕事がおもしろくない」31.8%、「実力主義ではない」21.6%と続く(グラフ⑤)。20代は「仕事がおもしろくない」が最も多く41.3%となり、30代以上に比べ約10ポイント高くなった。30代以上は「スキルアップのチャンスがない」が最も多かった。

今の職場環境で不満に思うことは、「給料や待遇が悪い」34.9%、「通勤時間が長い」23.7%、「部署・雇用形態による仕事量・質の差がある」23.7%となった(グラフ⑥)。どの年代においても「給料や待遇が悪い」が最も多かった。「性別で世に仕方が異なる」は年代が上がるほど多くなった。

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

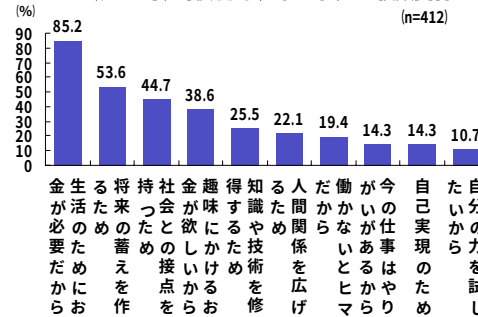
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

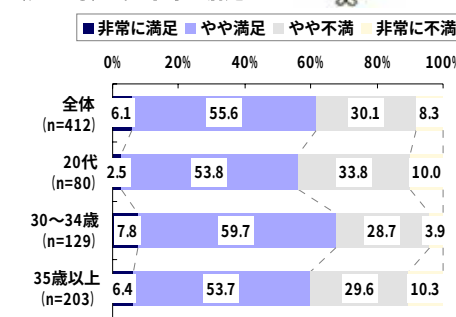
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

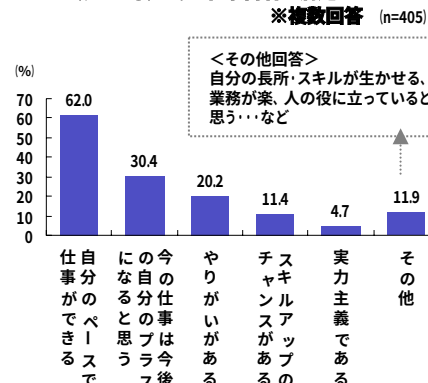
(グラフ①) 働く目的(上位10位) ※複数回答 (n=412)



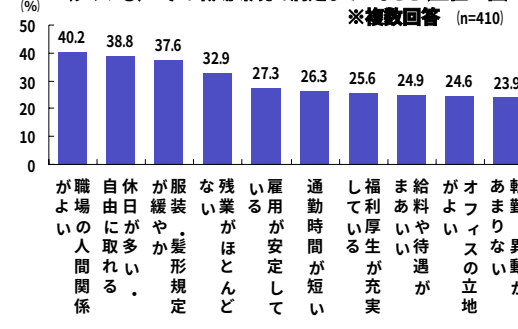
(グラフ②) 今の仕事に満足しているか



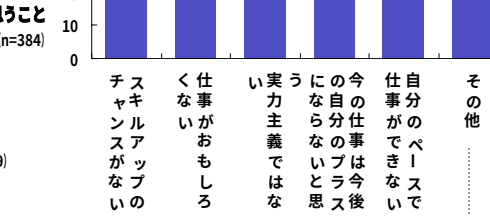
(グラフ③) 今の仕事内容で満足していること ※複数回答 (n=405)



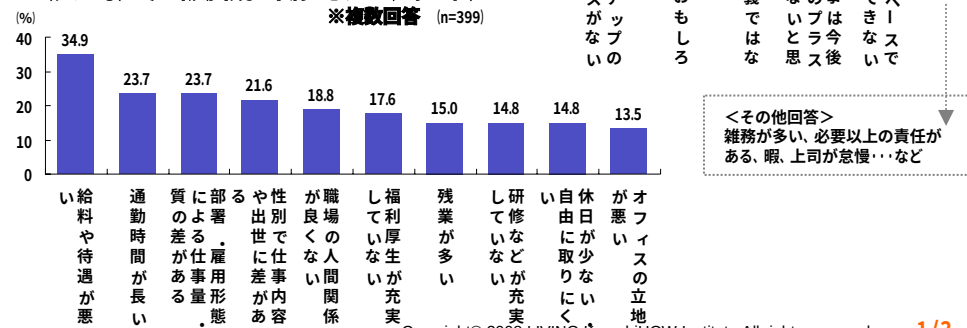
(グラフ④) 今の職場環境で満足していること(上位10位) ※複数回答 (n=410)



(グラフ⑤) 今の仕事で不満に思うこと ※複数回答 (n=384)



(グラフ⑥) 今の職場環境で不満に思うこと(上位10位) ※複数回答 (n=399)





<キャリア構築の価値観とスキルアップ>

4割がキャリア構築について「このままでいいとは思わないが、将来の目標がわからない」

キャリア構築の価値観は、「このままでいいとは思わないが、将来の目標がわからない」40.5%が最多。次いで「将来の目標はあるが、今の仕事では結びつかないと思う」23.4%、「目標は特に設定しておらず、キャリア構築などは特に考えていない」23.2%と続く(グラフ⑦)。20代は「将来の目標はあるが、今の仕事では結びつかないと思う」、30代以上は「このままでいいとは思わないが、将来の目標がわからない」が最も多かった。「将来の目標に向かって現在進んでいる」人は少数派である。

自分に足りないと思うことは「外国語能力」53.3%

仕事をしていく上で「自分に足りない」と思うことは、「外国語能力」53.3%、「プレゼンテーション力」42.1%、「経理・財務・会計知識」35.9%と続く(グラフ⑧)。どの年代においても「外国語能力」が最も多かった。「プレゼンテーション力」は20代に比べ30代以上で多かった。また、「経理・財務・会計知識」「IT知識」は35歳以上に比べ34歳以下で多かった。

スキルアップサポート施策を「実施している」29.0%

現在働いている会社では、スキルアップサポート施策を実施しているかは、「実施している」29.0%、「実施していない」50.1%、「わからない」20.9%となった(グラフ⑨)。

「実施している」と回答した人に、具体的にどんなサポートがあるかをフリーアンサーで聞き、キーワードをカウントしたところ、上位5位は「研修」52件、「資格」28件、「補助」25件、「通信教育」20件、「費用」10件となった。

スキルアップセミナーに参加したことが「ある」38.1%

スキルアップやキャリアアップのためのセミナーに参加したことはあるかは、「ある」38.1%、「ない」61.9%となった(グラフ⑩)。どの年代においても「ない」人が多かった。

また、スキルアップやキャリアアップのためのセミナーの講師として話を聞いてみたい人をフリーアンサーで聞いたところ、上位5位は「和田裕美」「成功した人」各6件、「渋井真帆」「エド・はるみ」「女性役員・管理職」各5件となった。

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

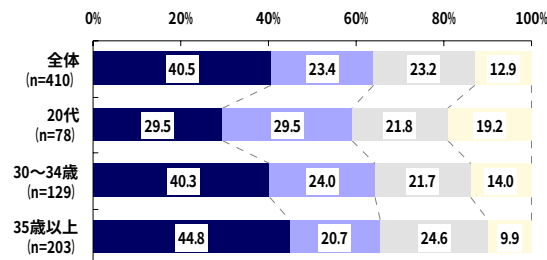
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

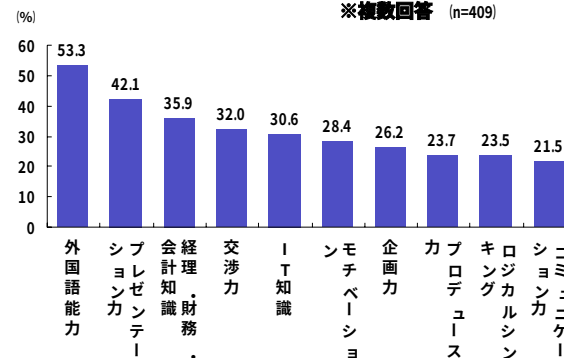
(グラフ⑦)
キャリア構築の価値観

■ このままでいいとは思わないが、将来の目標がわからない
■ 将来の目標はあるが、今の仕事では結びつかないと思う
■ 目標は特に設定しておらず、キャリア構築などは特に考えていない
■ 将来の目標に向かって現在進んでいる



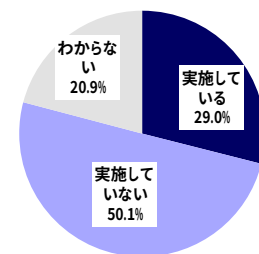
(グラフ⑧)
仕事をしていく上で「自分に足りない」と思うこと(上位10位)

※複数回答 (n=409)



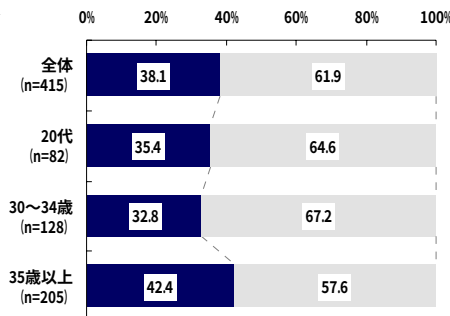
(グラフ⑨)
現在働いている会社ではスキルアップサポート施策を実施しているか

(n=411)



(グラフ⑩)
スキルアップやキャリアアップのためのセミナーに参加したことはあるか

■ ある ■ ない





派遣社員の羨ましいところは「責任がない(軽い)」 大変だと思うところは「雇用が不安定」

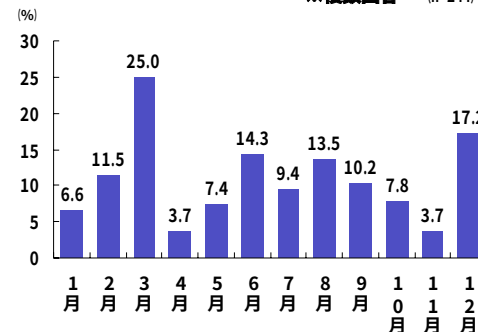
正社員の人に派遣社員という働き方について羨ましいと思うことをフリーアンサーで聞き、キーワードをカウントしたところ、上位5位は「責任がない(軽い)」29件、「嫌ならすぐ辞められる」21件、「定時で帰れる」15件、「自由に休みが取れる」「いろいろな会社で働ける」各11件となった。

また、派遣社員という働き方について、大変、なりたくないと思うことをフリーアンサーで聞き、キーワードをカウントしたところ、上位5位は「雇用が不安定」65件、「ボーナスがない」41件、「給料が安い」31件、「社員との扱いの違い」19件、「交通費が出ない」16件となった。

退職した時期は「3月」25.0%が最多

会社を辞めたことがある人に、会社を退職した時期を聞いたところ、「3月」25.0%、「12月」17.2%、「6月」14.3%となった(グラフ⑩)。

(グラフ⑩) <会社を辞めたことがある人>会社を退職した時期
※複数回答 (n=244)



<回答者プロフィール>

- 年齢: 20代 19.6%、30～34歳 31.0%、35歳以上 49.4%。平均年齢 33.8歳。
- 居住地: 東京都 60.4%、神奈川県 14.1%、千葉県 12.2%、埼玉県 11.9%、茨城県 1.4%。
- 未婚: 未婚 72.1%、既婚 27.9%。
- 世帯タイプ: 親と同居(独身) 38.7%、一人暮らし 27.6%、夫婦二人暮らし 19.0%、夫婦と子供 6.9%、その他 7.9%。
- 職種: 事務系 79.8%、専門・技術系 12.5%、営業系 3.1%、販売・サービス系 2.7%、その他 1.2%、働いていない 0.7%。
- ※以下は働いていない人を除く
- 雇用形態: 正社員(一般職) 39.0%、正社員(総合職) 32.0%、派遣社員 17.6%、嘱託・契約社員 6.6%、パート・アルバイト 3.4%、その他 1.5%。
- 所属部署: 営業部 20.0%、総務部 12.2%、経理部 10.9%、企画部 7.3%、事業部 7.1%、業務部 6.6%、管理部 6.1%、人事部 4.4%、商品開発部 2.9%、その他 22.6%。
- 勤続年数: 1年以下 9.7%、～3年 25.1%、～5年 12.4%、～7年 10.5%、～10年 12.9%、10年超 29.4%。平均 6.0年。
- 年収: 200万円以下 11.0%、～300万円 26.9%、～400万円 29.6%、～500万円 19.1%、500万円超 13.4%。平均 384.2万円。
- 部署内の女性従業員のうち、派遣社員が占める割合: 1割以下 61.9%、～2割 8.6%、～4割 9.3%、～6割 9.8%、～8割 6.8%、8割超 3.7%。平均 2.1割。

<調査実施>シティリビング

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



現在働いている派遣先は「1社目」「2社目」が最多 現在の職場に来てからの期間は「(1年超)～2年」

首都圏の働く女性419人のうち、派遣社員として働いている72人に、現在働いている派遣先は何社目を聞いたところ、「1社」「2社」各23.6%、「3～4社」22.2%と続き、平均は3.6社目(グラフ①)。20代では「3～4社」、30～34歳は「1社」、35歳以上は「7社以上」が最も多かった。

現在の職場に来てからの期間は、「(1年超)～2年」26.4%、「3年超」23.6%、「(2年超)～3年」20.8%と続き、平均は1.9年(グラフ②)。20代、35歳以上は「(1年超)～2年」、30～34歳は「3年超」が最も多かった。

登録派遣会社数は「1社」「3～4社」、派遣になってからの年数は「(7年超)～10年」

登録派遣会社数は「1社」「3～4社」各31.9%、「2社」15.3%と続き、平均は3.3社(グラフ③)。20代は「3～4社」、30～34歳は「1社」、35歳以上は「1社」と「3～4社」が最も多かった。

派遣社員になってからの年数は「(7年超)～10年」23.9%、「(1年超)～3年」「(5年超)～7年」各21.1%と続き、平均は6.3年となった(グラフ④)。

派遣社員として働こうと思ったきっかけは「すぐに仕事が見つかる」47.2%

派遣社員として働こうと思ったきっかけは、「すぐに仕事が見つかる」47.2%、「プライベートを大事にできる」41.7%、「いろんな職場で働いてみたかった」37.5%と続く(グラフ⑤)。34歳以下は「すぐに仕事が見つかる」、35歳以上は「プライベートを大切にできる」が最も多かった。「プライベートを大切にできる」「休みがとりやすい」は年代が上がるほど多くなった。また、20代は「給料がいい」が他の年代に比べて多く、35歳以上は「短期で働ける」が他の年代に比べて多くなった。

現在の就職先に決めた理由は「勤務地がいいから」44.4%

現在の就職先に決めた理由は、「勤務地がいいから」44.4%が最多。次いで「やりたい職種・業種だったから」27.8%、「給料・待遇がいいから」23.6%と続く(グラフ⑥)。20代は「やりたい職種・業種だったから」、30代以上は「勤務地がいいから」が最も多かった。30代は20代に比べ「給料・待遇がいいから」が多かった。また35歳以上は「やりがいのありそうな仕事だったから」が他の年代に比べて多くなった。「残業がないから」は若い年代ほど多くなった。

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

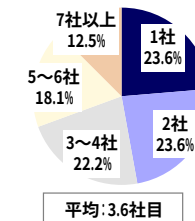
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

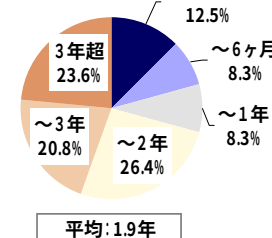
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

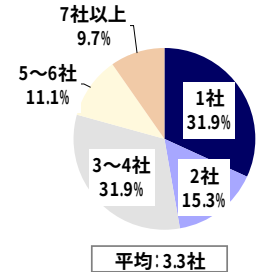
(グラフ①) 現在働いている派遣先は何社目か (n=72)



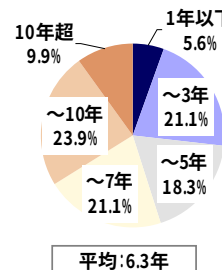
(グラフ②) 現在の職場に来てからの期間 (n=72)



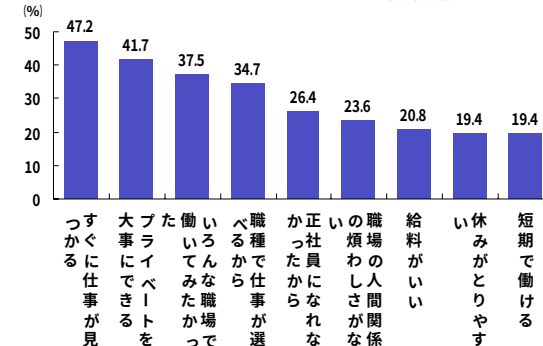
(グラフ③) 派遣会社には何社登録しているか (n=72)



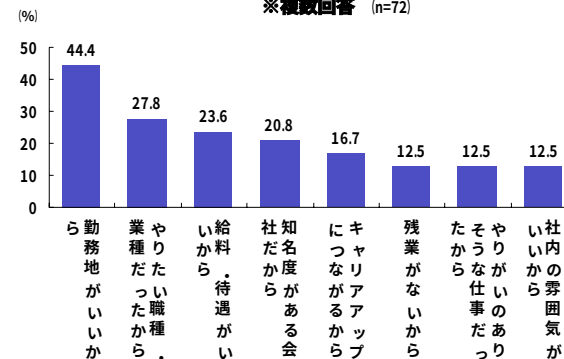
(グラフ④) 派遣社員になってからの年数 (n=71)



(グラフ⑤) 派遣社員として働こうと思ったきっかけ (上位8位) ※複数回答 (n=72)



(グラフ⑥) 現在の就職先に決めた理由 (上位8位) ※複数回答 (n=72)





登録している派遣会社は「スタッフサービス」40.8%
現在の派遣会社に登録した理由は「大手だから」45.7%

登録している派遣会社は、「スタッフサービス」40.8%、「アデコ」32.4%、「テンプスタッフ」29.6%と続く(グラフ⑦)。20代は「テンプスタッフ」、30代以上は「スタッフサービス」が最も多かった。

現在の派遣会社に登録した理由は、「大手だから」45.7%、「紹介件数が多いから」31.4%、「時給がよかったから」28.6%と続く(グラフ⑧)。20代は「大手だから」「紹介件数が多いから」「時給がよかったから」、30代以上は「大手だから」が最も多かった。30代以上は20代に比べ「希望している職種に強いから」「フォロー体制が充実していたから」が多かった。また、35歳以上は「インターネットで仕事が探しやすかったから」が他の年代に比べ多くなった。

派遣会社に登録する際に参考にした情報源は「インターネット」が最多

派遣会社に登録する際に参考にした情報源は、「インターネット」69.0%が最多。次いで「友人・知人・家族からの情報」31.0%、「就職情報誌(有料誌)」22.5%と続く(グラフ⑨)。どの年代においても「インターネット」が最も多かったが、35歳以上は56.7% なのに対し、20代は84.6%と年代によって差が開いた。また35歳以上では「就職情報誌(有料誌)」「就職情報誌(フリーペーパー)」が他の年代に比べ多くなった。

派遣会社に登録する際に「インターネット」を参考にした人に、最も参考にしたサイト名を聞いたところ、「en派遣のお仕事情報」30.6%、「派遣会社のホームページ」28.6%、「リクナビ派遣」24.5%と続く(グラフ⑩)。

また、そのサイトを参考にした理由は、「紹介件数が多い」「使いやすい」各38.8%、「希望する職種の情報がある」34.7%と続く(グラフ⑪)。20代は「知名度が高い」、30～34歳は「紹介件数が多い」、35歳以上は「使いやすい」「希望する職種の情報がある」が最も多かった。「希望する職種の情報がある」は20代は9.1%なのに対し、30～34歳は38.1%、35歳以上は47.1%となり、年代が上がるほど多くなった。

行きたくなる登録会は「交通費支給」62.0%

行きたくなる登録会は、「交通費支給」62.0%、「クオカードなどのプレゼントあり」56.3%が多く、次いで「自宅から近い場所で開催」33.8%、「キャリア診断などをしてくれる」32.4%と続く(グラフ⑫)。34歳以下は「クオカードなどのプレゼントあり」、35歳以上は「交通費支給」が最も多かった。また、20代は「希望する職種や業界についての説明がある」、30～34歳は「キャリア診断などをしてくれる」、35歳以上は「自宅から近い場所で開催」が他の年代に比べ多かった。

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

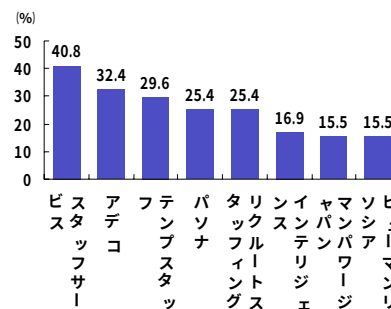
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

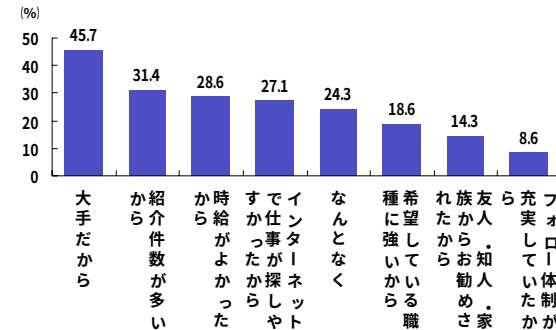
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

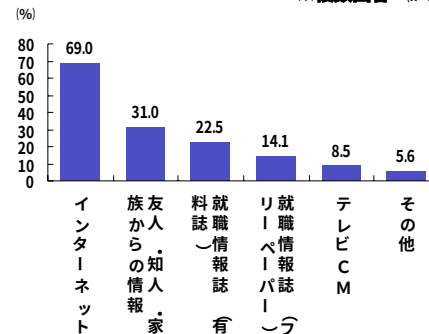
(グラフ⑦) 登録している派遣会社(上位8位)
※複数回答 (n=71)



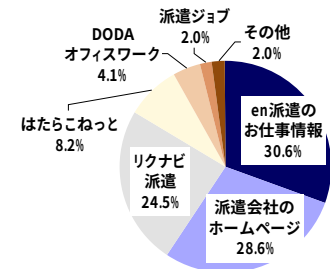
(グラフ⑧) 現在の派遣会社に登録した理由(上位8位) ※複数回答 (n=70)



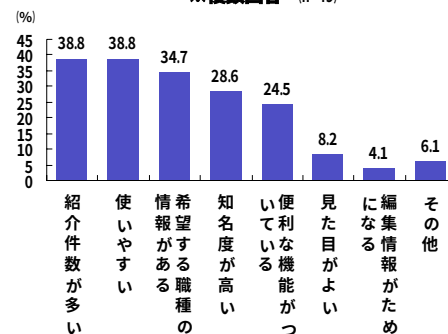
(グラフ⑨) 派遣会社に登録する際に参考にした情報源
※複数回答 (n=71)



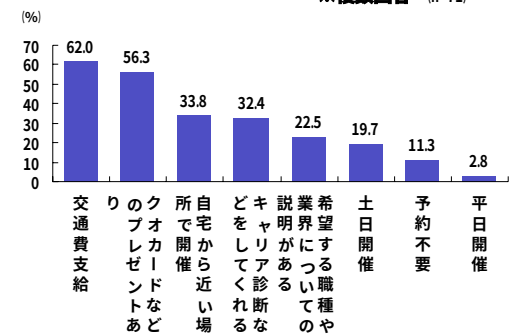
(グラフ⑩) <インターネットを参考にした人>
最も参考にしたサイト名 (n=49)



(グラフ⑪) そのサイトを参考にした理由
※複数回答 (n=49)



(グラフ⑫) どんな登録会なら行きたくなるか(上位8位)
※複数回答 (n=71)





派遣会社に期待したいフォローは「スキルアップ研修」

派遣会社に期待したいフォローは何かをフリーアンサーで聞き、キーワードをカウントしたところ、上位5位は「スキルアップ研修」9件、「時給交渉」7件、「交通費支給」「時給アップ」各6件、「就業先との交渉」「職場・仕事の状況の把握」各4件となった。

今後は「とりあえず今の会社で働くつもり」だが、「将来的には正社員になりたい」

今後、違う会社で働く予定があるかは、「とりあえず今の会社で働くつもり」50.0%、「いずれは別の会社に移るか、仕事を辞めるつもり」38.9%、「近々別の会社に移るか、仕事を辞めるつもり」11.1%となった(グラフ⑩)。20代は「いずれは別の会社に移るか、仕事を辞めるつもり」、30代以上は「とりあえず今の会社で働くつもり」が最も多かった。

今後の働き方への考えは、「将来的には正社員になりたい」44.4%が最も多く、次いで「このまま派遣で働きたい」23.6%、「成り行きまかせ」15.3%と続く(グラフ⑪)。どの年代においても「将来的には正社員になりたい」が最も多かった。

正社員という働き方で羨ましいところは「ボーナスがある」

大変だと思うところは「人間関係」

正社員という働き方について羨ましいと思うことをフリーアンサーで聞き、キーワードをカウントしたところ、上位5位は「ボーナスがある」37件、「交通費が出る」12件、「福利厚生が充実している」10件、「雇用の安定」8件、「有給休暇が多い」4件となった。

また、正社員という働き方について、大変、なりたくないと思うことをフリーアンサーで聞き、キーワードをカウントしたところ、上位5位は「人間関係」7件、「残業が多い」6件、「会社行事への参加」4件、「異動がある」「残業代が出ない」「責任が重い」「目標やノルマ」「拘束時間が長い」各3件となった。

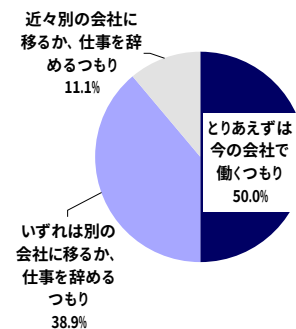
<回答者プロフィール>

- 年齢: 20代 19.6%、30~34歳 31.0%、35歳以上 49.4%。平均年齢 33.8歳。
- 居住地: 東京都 60.4%、神奈川県 14.1%、千葉県 12.2%、埼玉県 11.9%、茨城県 1.4%。
- 未婚: 未婚 72.1%、既婚 27.9%。
- 世帯タイプ: 親と同居(独身) 38.7%、一人暮らし 27.6%、夫婦二人暮らし 19.0%、夫婦と子供 6.9%、その他 7.9%。
- 職種: 事務系 79.8%、専門・技術系 12.5%、営業系 3.1%、販売・サービス系 2.7%、その他 1.2%、働いていない 0.7%。
- ※以下は働いていない人を除く
- 雇用形態: 正社員(一般職) 39.0%、正社員(総合職) 32.0%、派遣社員 17.6%、嘱託・契約社員 6.6%、パート・アルバイト 3.4%、その他 1.5%。
- 所属部署: 営業部 20.0%、総務部 12.2%、経理部 10.9%、企画部 7.3%、事業部 7.1%、業務部 6.6%、管理部 6.1%、人事部 4.4%、商品開発部 2.9%、その他 22.6%。
- 勤続年数: 1年以下 9.7%、~3年 25.1%、~5年 12.4%、~7年 10.5%、~10年 12.9%、10年超 29.4%。平均 6.0年。
- 年収: 200万円以下 11.0%、~300万円 26.9%、~400万円 29.6%、~500万円 19.1%、500万円超 13.4%。平均 384.2万円。
- 部署内の女性従業員のうち、派遣社員が占める割合: 1割以下 61.9%、~2割 8.6%、~4割 9.3%、~6割 9.8%、~8割 6.8%、8割超 3.7%。平均 2.1割。

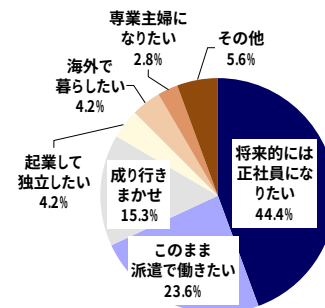
<調査実施>シティリビング

(グラフ⑩)

今後、違う会社で働く予定があるか (n=72)



(グラフ⑪) 今後の働き方への考え (n=72)



シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



首都圏の女性484人に、投資と投資信託商品について聞いた。

【現在取引をしている金融機関】

銀行は「三菱東京UFJ銀行」57.0%、「みずほ銀行」48.9%、「ゆうちょ銀行」44.3%と続く(グラフ①)。どの年代においても「三菱東京UFJ銀行」が最も多かった。「新生銀行」は20代は9.2%なのに対し、30代以上は2割以上となった。

信託銀行は「住友信託銀行」「中央三井信託銀行」各2.7%、「三菱UFJ信託銀行」1.7%となった(グラフ②)。「中央三井信託銀行」は35歳以上で多くなった。

証券会社は「野村證券」5.4%、「日興コーディアル証券」5.2%、「SBI証券」4.8%と続く(グラフ③)。20代は「野村證券」と「日興コーディアル証券」、30～34歳は「野村證券」、35歳以上は「SBI証券」が最も多かった。

【所有している金融商品/興味がある・購入してみたい金融商品】

所有している金融商品は「普通預金(ゆうちょ銀行以外)」89.5%が最多。次いで「定期預金(ゆうちょ銀行以外)」47.2%、「通常貯金(ゆうちょ銀行)」45.5%となった(グラフ④)。どの年代においても「普通預金(ゆうちょ銀行以外)」が最も多かった。「定期預金(ゆうちょ銀行以外)」は30代以上では半数を超える。

興味がある・購入してみたい金融商品は「外貨預金」30.2%、「株式」21.7%、「投資信託(株式・債券・MMF・不動産含む)」20.9%と続く(グラフ⑤)。どの年代においても「外貨預金」が最も多かった。「積み立て預金・貯金」は30代以上に比べ20代の方が関心が高かった。

<投資信託商品を所有している人>

【所有している投資信託の商品の種類/商品に含まれているもの】

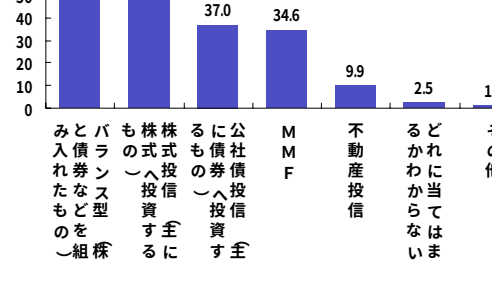
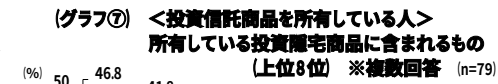
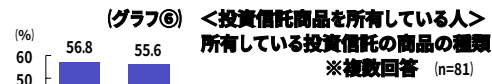
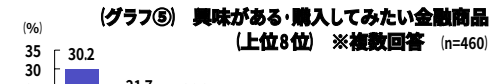
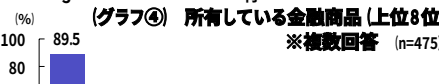
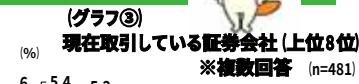
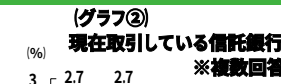
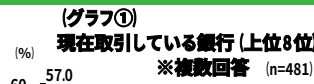
所有している投資信託の商品の種類は、「バランス型(株と債券などを組み入れたもの)」56.8%、「株式投信(主に株式へ投資するもの)」55.6%、「公社債投信(主に債券へ投資するもの)」37.0%と続く(グラフ⑥)。「MMF」は20代は8.3%なのに対し、30～34歳では36.4%、35歳以上では41.7%と年代が上がるほど多く、また、「不動産投信」は20代は0.0%だが、35歳以上は16.7%となった。

所有している投資信託商品に含まれているものは、「外国債」46.8%、「その他の日本株式」41.8%、「日経225連動株」31.6%と続く(グラフ⑦)。

【現在、何種類(商品の数)の投資信託商品を持っているか】

現在、何種類(商品の数)の投資信託商品を持っているかは、「1種類だけ」25.9%、「3種類」22.2%、「2種類」19.8%と続く(グラフ⑧)。20代は「3種類」、30～34歳は「1種類だけ」、35歳以上は「5種類以上」が最も多かった。

投資信託商品を2種類以上所有している人に、所有している商品の取り扱い会社を聞いたところ、「全て同じ会社」35.6%、「複数社」64.4%となった。



シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



【所有している投資信託商品の購入時の総額】

「30万円以下」36.8%、「(50万円超)～100万円」30.3%、「(30万円超)～50万円」15.8%と続き、平均77万6711円(グラフ⑨)。34歳以下は「30万円以下」、35歳以上は「(50万円超)～100万円」が最も多かった。

購入後の時価総額は現時点で上がっているか、下がっているかは、「下がっているものが多い」が65.4%と半数以上。「上がっているものが多い」24.7%を大きく上回った(グラフ⑩)。

【投資信託を購入してみようと思ったきっかけ】

「本や雑誌を読んで」37.5%、「金融機関の窓口などで話を聞いて」28.8%、「家族の話を聞いて」21.3%と続く(グラフ⑪)。20代は「セミナーに参加して」、30代以上は「本や雑誌を読んで」が最も多かった。

人の話やセミナーで話を聞いて投資信託の購入を考えた人に、どんなシチュエーションでどんな話を聞いたかをフリーアンサーで聞いたところ、「20人前後の、老後の貯金や人生設計についてのセミナーで、3つの期間に分けて貯蓄をしようという内容でした。その後個別に人生設計の相談等にもしてもらえました」(32歳/製造)、「日経新聞や証券会社主催のセミナーに参加しました。それから株に詳しい友人の話を聞いていろいろ教えてもらいました」(35歳/製造)、「お昼ご飯を食べているときに、詳しい先輩から聞きました」(35歳/金融)などの意見が挙がった。

【投資信託商品を購入しようと思ってから、購入する商品を決断するまでにしたこと】

「金融機関の窓口で相談した」46.8%が最も多く、次いで「ネットの金融情報サイトで比較した」27.8%、「金融に関する本や雑誌を読んで比較した」24.1%と続く(グラフ⑫)。どの年代においても「金融機関の窓口で相談した」が最も多かった。また「複数社のサイトを見て比較した」は34歳以下では1割弱なのに対し、35歳以上では3割になった。34歳以下では「家族に相談した」が35歳以上に比べ多かった。

【投資に対するスタンス】

「安全性の高い商品とリスク商品をバランスよく取り入れて投資したい」60.0%、「できるだけ損したくないので、安全性の高い商品だけに投資したい」25.0%、「多少のリスクは覚悟して、収益が期待できる商品に投資したい」15.0%となった(グラフ⑬)。

【投資信託商品を購入する際に、不便だ、改善してほしいと思ったこと】 ※フリーアンサー

「銀行での取り引きなのですが、解約などの手続きはその支店でしかできないので不便。どこの支店でも対応してくれたらいいと思います」(30歳/サービス)、「書類を見ただけではわかりにくい」(33歳/流通・小売り)、「振り込みをする際に、振り込み手数料が多額にかかること」(32歳/サービス)などの意見が挙がった。

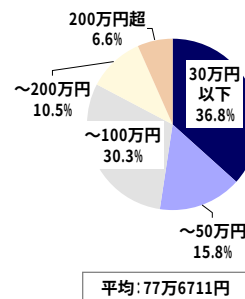
【100万円を投資など運用にまわすとしたら、どのように使うか】 ※フリーアンサー

「インド等新興国の株式などに投資するような投資信託の商品を検討すると思う」(29歳/商社)、「株をやってみたい。本を読んだだけで、まだ実行に移せていないので」(30歳/製造)、「安全性の高い定期預金とリスクのある株式等をバランスよく組み合わせて購入したい」(35歳/金融)などの意見が挙がった。

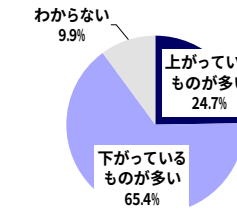
【周りの人に投資を勧める場合、どのように勧めるか】 ※フリーアンサー

「投資は本人の意思次第なので勧めるようなことはしません。仮に損をしたときに責務を負えるものではないので」(29歳/商社)、「リスクの多い商品は勧められないので、せめて定期預金などをした方がいいと勧める」(39歳/製造)、「株主優待制度のある会社の株の購入を勧める(20万円くらいで買える会社)」(35歳/製造)、「自分の経験を踏まえて、リスクも当然あるから余裕資金の10%程度から初めてみたら?という感じです」(31歳/その他業種)などの意見が挙がった。

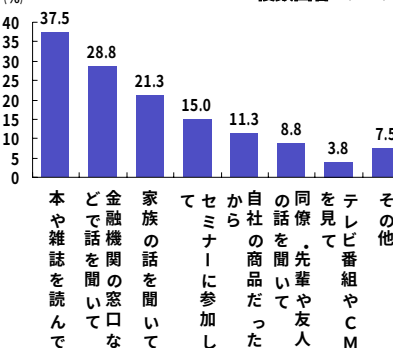
(グラフ⑨) <投資信託商品を所有している人>所有している投資信託商品の購入時の総額 (n=76)



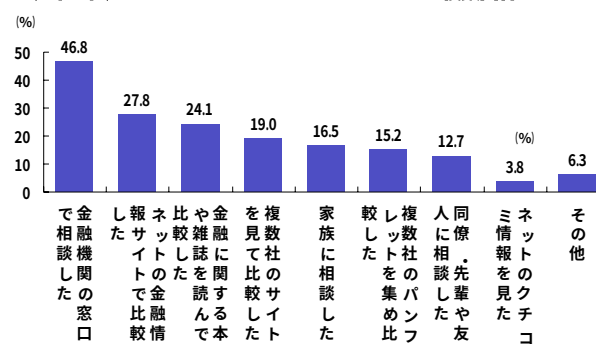
(グラフ⑩) <投資信託商品を所有している人>購入後の時価総額は現時点で上がっているか、下がっているか (n=81)



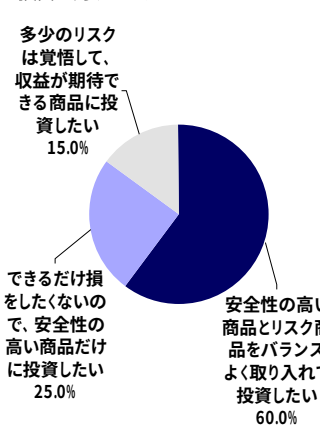
(グラフ⑪) <投資信託商品を所有している人>投資信託商品を購入してみようと思ったきっかけ ※複数回答 (n=80)



(グラフ⑫) <投資信託商品を所有している人>商品を購入しようと思ってから、購入する商品を決断するまでにしたこと (上位8位) ※複数回答 (n=79)



(グラフ⑬) <投資信託商品を所有している人>投資に対するスタンス (n=80)



シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



<投資をしていない人>

「投資をしない理由」

「投資商品の仕組みがわからない」61.8%が最も多く、次いで「どの商品を選ばいいかわからない」46.3%、「損失のリスクが怖い」43.8%と続く(グラフ⑭)。34歳以下は「投資商品の仕組みがわからない」、35歳以上は「投資商品の仕組みがわからない」と「元手になる資金がない」が最も多かった。「どのように購入すればいいかわからない」は若い年代ほど多かった。

「どのようになったら投資を始めると思うか」

「もう少し勉強して、知識が増えたら」57.7%が最多。次いで「自分で納得できる、自分にぴったりの商品を見つけれたら」35.2%、「まとまった資金ができれば」32.7%と続く(グラフ⑮)。どの年代においても「もう少し勉強して、知識が増えたら」が最も多かった。

※以下、全員回答

「投資に関する悩み」 ※フリーアンサー

「投資をしたいけれど、何を選んでいいかわからない。いくらあれば投資を始めることができるのか」(31歳/サービス)、「投資を始めるにも元手がない。お金が貯まらない、知識がないので、始められません。専門用語も全くわからないので手がつけれず、お金は出て行く一方です」(29歳/商社)、「多少の資金があっても今後のことがわからないので、長い契約ができず結局普通預金に入れてしまっています。何かあったときにはすぐに引き出せるような、且つリスクの伴わないものを教えて欲しい」(30歳/その他業種)などの意見が挙がった。

「マネーセミナーに参加するとしたら、どんな話を聞きたいか」

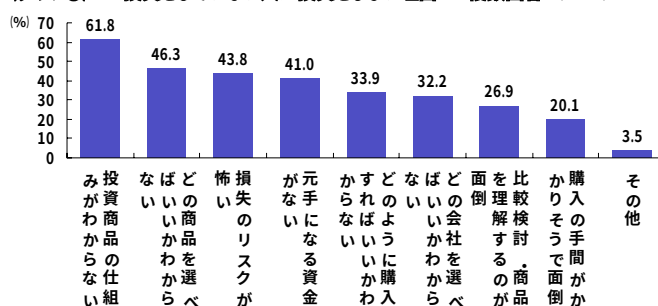
「資産運用の考え方・基礎知識」51.8%、「お金の節約術」45.0%、「金融商品の基礎知識」40.0%と続く(グラフ⑯)。どの年代においても「資産運用の考え方・基礎知識」が最も多かった。34歳以下では「自分に近いOLの体験談」「外貨預金について」が35歳以上よりも多かった。

<回答者プロフィール>

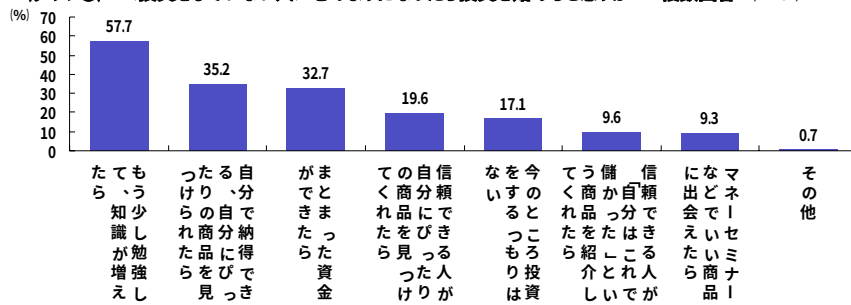
- 年齢：20代 27.3%、30～34歳 41.3%、35歳以上 31.4%。平均年齢 31.9歳。
- 居住地：東京都 55.3%、神奈川県 15.9%、千葉県 15.9%、埼玉県 12.0%、茨城県 1.0%。
- 世帯タイプ：親と同居(独身) 39.0%、一人暮らし 24.5%、夫婦二人暮らし 20.1%、夫婦と子供 8.2%、その他 8.2%。
- 雇用形態：正社員総合職 23.0%、正社員一般職 49.0%、派遣社員 16.7%、嘱託・契約社員 6.3%、パート・アルバイト 3.3%、その他 1.7%。
- 業種：製造 22.3%、サービス 15.8%、金融 13.5%、商社 8.6%、建築 8.0%、通信 4.6%、流通・小売り 4.4%、不動産 3.4%、マスコミ 3.2%、教育 2.3%、運輸 1.9%、官公庁 1.7%、医療 1.5%、エネルギー 0.8%、娯楽 0.4%、その他 7.6%。
- 年収：200万円以下 6.8%、～300万円 30.6%、～400万円 33.9%、～500万円 18.5%、～600万円 7.1%、600万円超 3.0%。平均 375万7975円。
- 貯蓄額：50万円以下 17.0%、～100万円 12.2%、～200万円 15.3%、～300万円 10.4%、～500万円 17.3%、～700万円 6.6%、700万円超 21.1%。平均 450万4453円。
- 毎月の貯蓄額(毎月決まった金額を貯蓄している人のみ)：2万円以下 20.9%、～4万円 23.9%、～6万円 29.8%、～8万円 9.5%、～10万円 9.5%、10万円超 6.4%。平均 5万3466円。

<調査実施>シティリビング

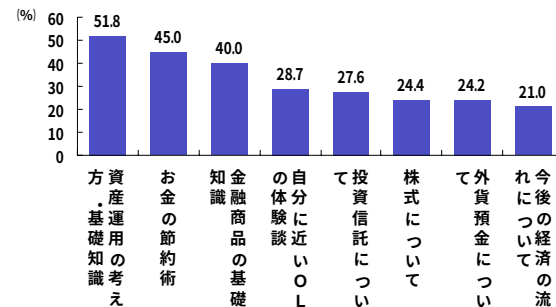
(グラフ⑭) <投資をしていない人>投資をしない理由 ※複数回答 (n=283)



(グラフ⑮) <投資をしていない人>どのようになったら投資を始めると思うか ※複数回答 (n=281)



(グラフ⑯) マネーセミナーに参加するとしたら、どんな話を聞きたいか(上位8位) ※複数回答 (n=467)



シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430