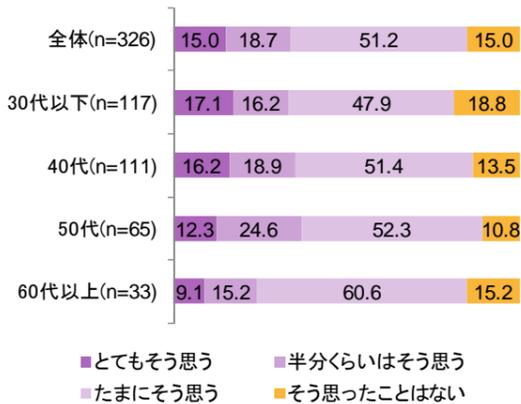


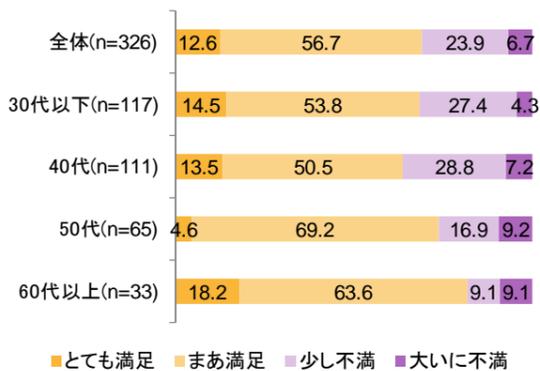
01 Woman's Trend

うちの夫は73.6点!?~ニッポンの夫婦関係スタンダード調査第2弾実施  
半数の妻たちが、週1以上、夫にイラツとしているが...

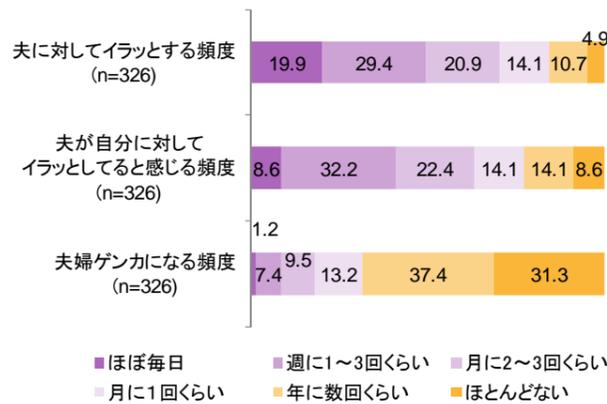
Q. 夫は、あなたのストレスの原因だと思う？



Q. 夫とのコミュニケーションに満足？



Q. 夫にイラツとする頻度&される頻度、夫婦ゲンカになる頻度



2009年に「ニッポンの夫婦関係スタンダード調査」というのを実施、その際に妻の半数近くが「夫はストレスの原因」と答え、4人に1人が毎日イラツとしていた。あれから5年、昨年「夫源病」という言葉が目立っているが、それほどストレス度が増しているのかと再調査してみた。

結果は5年前と傾向はほぼ変わらず。夫に対してイラツとする頻度は、ほぼ毎日が2割とむしろ減っていた。震災以降、家族の絆が再認識されたのか、夫婦のコミュニケーションにまあ満足している人が7割だ。

夫が、何がしかストレスの原因だと思う人は85%に及ぶが、「とてもそう思う」人は15%程度。若い年代ほどストレス度の高い人が多いのは、妻が働いていたり育児に関わる年代だからだろう。夫とのコミュニケーションに大いに不満だという人は1割以下なので、深刻な関係は少数派だと見える。

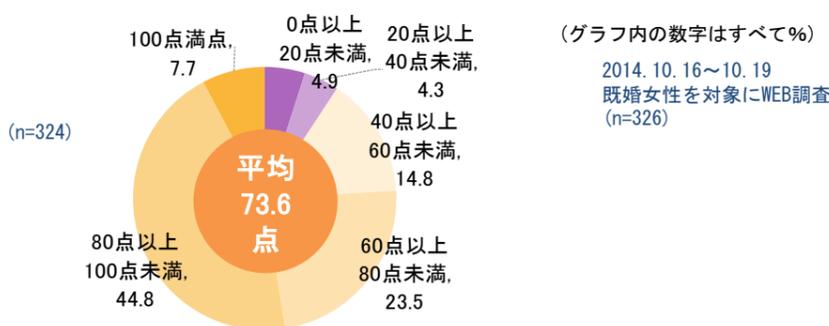
理想的な夫像というのは人それぞれだろうが、80点以上と思う人が半数以上で、大半は現状の夫婦関係にまあ納得しているようだ。

ただイラツとする夫の言葉を書いてもらおうと、結構ひどいものも出てくる。これは5年前も一緒で、俺が養ってやっているという上から目線の言葉に対する気持ちは、シャレでは済まない怨念を感じる。

右下の表は、そんな中で比較的多く出てきた軽いもの。全体に、妻のほうは家事育児も夫婦の共同事業と思っているのに、夫が完全に他人事の対応をするとき、ムカついている。これも5年前と全く変わらない。

いい夫婦関係を維持するのに必要なことは、多くの人が「思いやり」と答えた。実際に家事育児を分担したりしなくても、他人事ではなく「自分事」として考えてくれれば、妻は満足できる。コミュニケーションをとるために、夫と同じ趣味を持つとか、子供の様子をメールで頻繁に送るとか、妻たちもかなり気を遣っているのだから。(所長・植田奈保子)

Q. 理想的な夫像を100点とすると、あなたの夫は何点？



Q. イラツとする夫の言葉と、その理由 (FA抜粋)

イラツとする夫の言葉	その気持ち
まだ?	一緒にでかけるとき、自分の準備だけして言われるとムカつく
醤油ないの? 布巾ないの?	ないわけないので、自分で取りに行くか、言い方を変えてほしい
夕飯、簡単なものでいいよ	簡単なら自分でやれ! 何もしないくせに簡単とか言うな!
話の要点が分からん	要点だけを簡潔に言うように言われるが、そんなのは会話じゃないと思う。仕事の報告じゃないんだから
うんうん(生返事)	聞いてないくせに、相槌打ってるんじゃないよ! と思う
好きにすれば	相談してるのに、他人事かい!
俺、疲れてるんだよね	疲れているのは、あんただけじゃない!

02 Woman's Data

【OLのキモチ】  
非スマホOLの半数がスマホ変更意向なし

OLに携帯電話について聞いたところ、スマホ所有率は7割。現在ガラケーかPHSユーザーでスマホ変更意向のある人は3割で、変えたいと思わない人が5割と最も多い。必要を感じないのが主な理由だが、月々の料金や端末料金もネックになっているよう。低価格帯スマホを検討しているガラケーOLは19.3%で、スマホOLより多かった。

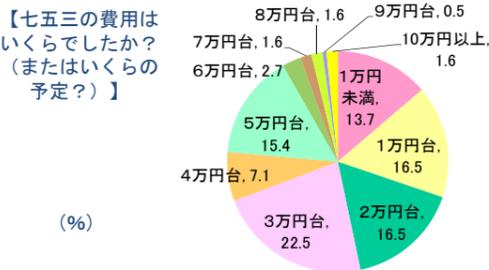
【使っている携帯電話の種類は?】

	全体	スマートフォン	ガラケー	PHS	持っていない
合計	532	70.1	27.8	0.6	1.5
~20代	44	86.4	13.6	0.0	0.0
30代	224	75.9	22.8	0.4	0.9
40代	221	66.1	32.1	0.5	1.4
50代	43	44.2	46.5	2.3	7.0

2014. 07. 28~08. 05 シティリビング調べ  
オフィスで働く女性を対象にWEBアンケート (n=532)

【子育てママのキモチ】  
七五三の平均費用は3万4121円

幼稚園ママと保育園ママのうち、2014年に七五三をした人・する予定の人に費用を聞いたところ、平均は3万4121円。約9割が祖父母から七五三のお祝いをもらっており、10万円以上もらった人も1割超。孫に対しては財布の紐が緩むようだ。「お礼がなくて寂しかった」という祖父母もいるので、お礼はきちんと伝えたいもの。



2014. 07. 04~07. 28 あんふぁん調べ  
幼稚園&保育園ママを対象に誌面アンケート (n=182)

03 Group Eyes

女性活躍推進に向けた  
サンケイリビング新聞社の取り組み

近年、政府は女性活躍推進に力を入れているが、サンケイリビング新聞社では、設立当初より女性の活躍推進に向けた取り組みを実施してきている。

今年は「ホップステップワーキング2014」キャンペーンを展開。「もう一度働く」ことにまつわる、仕事再開後のくらしに役立つ情報を提供している。8月には主婦が地元で働ける仕事を探せる求人サイト「リビングおしごとネット」をオープンさせた。

企業で働き続ける女性たちには、シティリビングで「働く女の会議室」を展開。リアルな実感をもとに、働き続けるために必要なことを読者とともに考えていく、大型連載特集だ。

そして子育て中のワーキングマザーには、働くママと園児の情報誌「あんふぁんぷらす」を発行。自分の人生を欲張りに楽しむワーキングマザーたちに必要とされる情報をお届けしている。

サンケイリビング新聞社自体でも女性が男性と同じように活躍し、イキイキと働ける環境を目指している。



たとえば女性の管理職比率などは次の通り、一般企業に比べて高い。女性取締役の数/全常勤取締役の数=2人/10人(20%)、女性管理職の数/全管理職の数=27人/88人(30.7%)。育児休暇の取得率は100%となっている。※いずれも9月1日現在 ※管理職はリーダー職・編集長を含む

サンケイリビング新聞社は、リビングアドバイザーと呼ばれる女性たちが広告営業を行い、それを女性たちが編集して紙面を作りあげ、リビングレディと呼ばれる女性たちが、リビング新聞を待っている全国の女性読者に届けている。女性の活躍できる機会の多い会社である。

(サンケイリビング新聞社CC室)