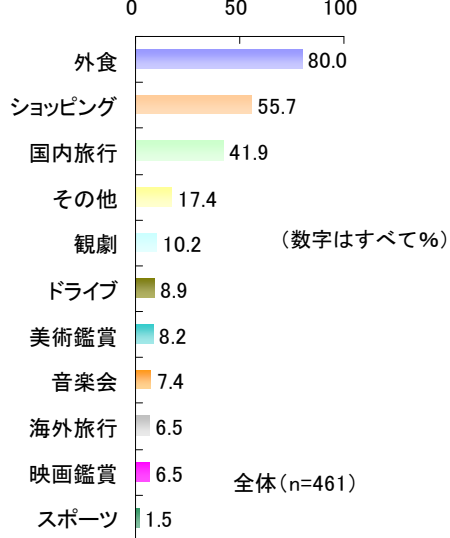


01 Woman's Voice

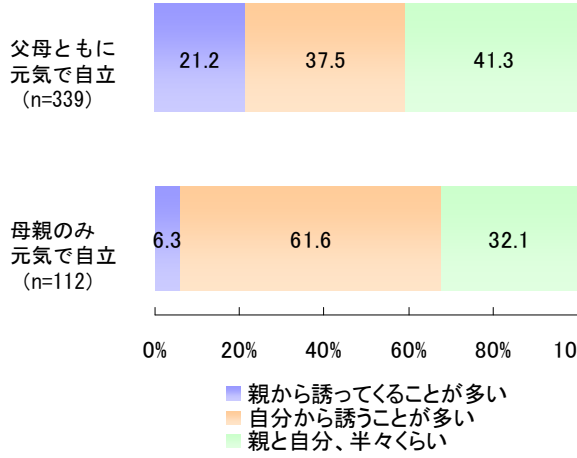
親の老後、自分の老後を考える～vol.5～

親と過ごす時間は「楽しくおしゃべりできる」ことが最優先

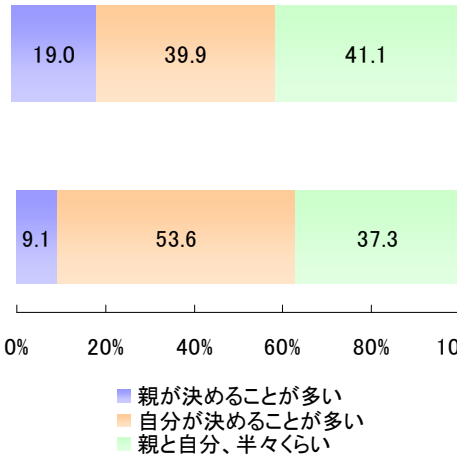
Q. 親と一緒に楽しむことは？



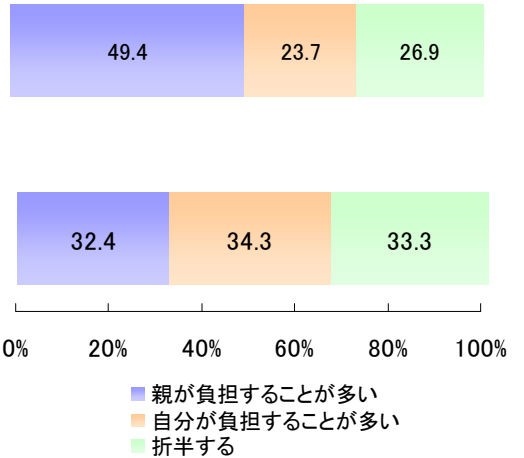
Q. 親と自分、どちらから誘う？



Q. 行き先や内容はどちらが決める？



Q. 費用はどちらが負担？



「親の老後、自分の老後」シリーズ第5回は元気な親と一緒に楽しむことを探った。前回、親孝行の意識やその表れとして贈り物の実情を紹介したが、多くの人が結局「親と楽しく過ごす時間」が大事だと認識していることが分かった。

では、どんな時間の共有をしているのか、今回は特に親世代が70代の娘ミセスに絞って、親と一緒に楽しむことを複数回答で確認、ベスト3は外食、ショッピング、国内旅行となった。親と自分だけでなく、家族全体で動くことになるため

誰もが楽しめることに収斂されるのだろう。その他に書かれていたのは、カラオケ、孫の行事と一緒に参加、家でおしゃべり、スーパー銭湯などで、やはり親子3代で楽しめる手軽なことが挙がる。70代の親達は外出が億劫になることもあり、「近場で疲れさせずに楽しくおしゃべりできる」ことが最優先になるようだ。

どちらが誘い、どちらが内容を決め、どちらが費用を持つのかについては、両親揃って元気な場合と母親単身の場合で違ってくることが分かる（父親単身は

少数なので省略した）。両親ともに元気だと両親から娘世帯を誘うことも多いが、母親単身になると娘から誘うことがぐっと多くなる。行き先等は誘う方が決めるが、費用となると親が負担することが多いようだ。両親ともに元気だと、なんと半数近くが親の負担。母親単身でも、6割が娘から誘っているのに費用の負担は半減する。70代親の娘は40～50代で家計が最も厳しいライフステージ。親孝行はしたいけど結局お金を負担させてしまうというジレンマがあるようだ。

所長の目

昨年「親孝行ビジネス」という言葉が目撃されている。シニア世代の財布を子や孫を絡めることで開かせるとか、シニア自らが選ばないようなものを選びせよとか、目的は胡散臭い語られ方になるが、親子3世代のコミュニケーションのきっかけになると素直に捉えればステキなことだ。

親世代は自分がした苦勞を子にはさせたくないと、最後まで自立の道を選ぼうとして節約と貯蓄に励む。子世代は不況のため本当に家計が厳しい。結果、どの世代も消費をせず、経済が回らない。親孝行をキーワードに互いのために消費するという市場も必要だし、家族の幸せにもつながるだろう。 (植田奈保子)

※2012.02/13～16調査。首都圏・近畿圏の既婚女性668人回答。詳細はくらしHOWへ問い合わせ

Real Voice

親との外出で
気をつけること

- ◆旅行の場合は宿泊施設のエレベーターの有無や食事場所が椅子席かどうか、宿泊以外では出先の休憩場所やトイレの確認 (45歳/千葉)
- ◆足腰が弱くなったのでなるべく歩かずに済む場所を選ぶ。船旅は一度乗り込んでしまえばそれほど歩かずに色々な場所へ行けるので気に入ってくれた (53歳/東京)
- ◆帰宅が夜遅くならないようにしたり、人込みを避ける (47歳/東京)
- ◆なるべく無駄に歩かないで済むように、日程や道順に配慮する (47歳/大阪)
- ◆金銭的にも体力的にも無理をさせないように計画する (47歳/東京)
- ◆母の場合は自分で作れないような料理を、父の場合は逆に和食を選ぶ (41歳/東京)
- ◆雨、雪、風の日は避け、時間に余裕を持つ (45歳/埼玉)
- ◆いっぱい話せるように (44歳/神奈川)

02 HOW's View

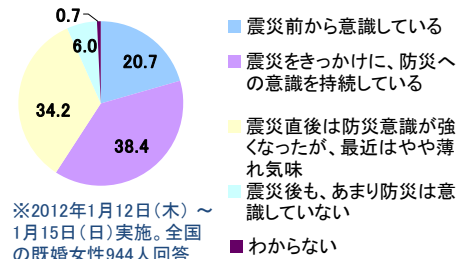
東日本大震災から1年 ミセスの防災意識はどう変化したか

東日本大震災（以下、震災）から1年を迎えるにあたり、全国のミセスに被災地への思いや防災意識について調査を実施。その一部をご紹介します。

この1年で、防災意識に変化があったかどうか聞いたところ、「震災をきっかけに防災意識を持続している」と「最近はやや薄れ気味」とがほぼ拮抗する結果となった（グラフ右）。

具体的に13の防災対策について震災をきっかけに変化があったかどうかでは、避難場所や家族との連絡手段の確認、水・食料や電池などの備蓄は70～80%が対応しているが、非常用持ち出し袋の用意、家具の転倒防止、ハザードマップの入手は40%前後が、自治体の避難訓練参加は70%が対応していないという結果になった。もっとも、この調査の後に首都直下型地震の発生確率が報道され話題になったので、意識は高まっているかもしれないが…。

Q. 東日本大震災から1年近くの間、あなたの防災意識に変化はありますか？



また、自治体からの防災情報提供が強化されたかどうか聞いたところ、「以前と変わらない」「分からない」が合わせて80%超。地域防災力の高まりを感じている人は12%にとどまった。

今後、大地震を想定した場合の不安はとにかく「家族がバラバラになり、連絡がとれなくなること」。家族を思うミセスの心は揺れている。本調査の詳細はくらしHOWホームページ内、スペシャルレポートのページで。(西桂子/くらしHOW研究室長)

03 Group Eyes

保育園ママの悩みを和らげ支援する 「あんふあんぷらす」17万部で3月創刊

園児とママの情報誌「あんふあん」は今年創刊10年。この間、不況もあって働く母親は増加し、行政や鉄道会社などは保育園開設を推し進めている。満を持してというべきか、やっとというべきか、幼稚園配布の「あんふあん」から、待望の保育園版フリーマガジン「あんふあんぷらす」創刊準備号が3月に発行される。

「0歳から6歳児を持つ家庭へのアプローチが可能になるほか、なによりお金はあるけれど、時間がないワーキングマザーへの訴求ができるようになります。保育園ママと幼稚園ママとでは、時間の使い方や子育て情報を入手できるコミュニティの有無など違う点も多い。時短レシピなどのコンテンツを入れ、子育てに関する情報を細かく発信できるような特集を組んでいきます」と編集長の三山百合子。あんふあん同様、子ども目線、先生



目線も大切に編集内容を決めていくという。「幼稚園と違い、子どもの生活全般をサポートしてくれる保育園の先生からの意見や情報はとても重要。

仕事も子育ても頑張るママたちの気持ちを少しでも楽にしたいと三山は意欲を語る。ぜひとも注目してほしい。(岸野順子/リビング新聞グループコーポレートコミュニケーション室室長)

■発行概要 発行:2012年3月13日創刊準備号、以降季刊発行/形態:A4判変形、36ページ/部数:首都圏9万部、関西8万部/配布方法:保育園(認可・認証)へ園児数分を送付し、保護者へ配布