

博報堂買物研究所「買物レポート」の第1弾

「子育ての買物」レポート 発行

子どもの成長や才能を伸ばすために、母親が望む商品・サービスは、
「将来を考えるきっかけとなる、職業体験ができるもの」(64.7%)

博報堂買物研究所*は、2010年4月より「買物レポート」を発行します。買物レポートでは、毎回ターゲットやマーケット別にテーマを設定し、生活者の“買物インサイト”を発見するための調査や実験から見えてきた結果を、研究所のレポートとして発表します。このたび第1弾として「子育て」にまつわる買物レポートが完成しましたのでお知らせします。

今レポートでは、中学2年生以下の子どもを持つ母親(30～50代)365名に対する定量調査の結果と、さらに同様の属性の母親12名への定性調査の内容をもとに、研究所が分析・考察を行っています。子育ての「環境」「意識」については、全体の約9割が「自分が子どもの頃と今では変わった」と考えており、父親の子育て意識の変化、母親同士の関係性の変化、子どもの社会体験機会の減少などがその要因であると分析しています。また、「子育ての買物現場」において情報やチャネルが拡大する中、全体の約85%が「自分が子どもだった時代に比べて、選択眼や知識がより必要になった」と感じています。さらに、「子どもの成長や才能を伸ばすために、今後欲しいと思う商品やサービス」をきいたところ、トップは「自分は将来どんなことをやってみたいのかを考えさせる職業体験ができるもの」(64.7%)、続いて「昔ながらの日本の生活から、礼儀・作法・秩序・風習などを学べるもの」(61.9%)という結果になりました。第二外国語や金銭教育など具体的な技術や知識の習得より、職業体験や日本文化への理解を通じた、人としての素養の幅を広げてくれる商品やサービスを望む、母親の買物意向が見受けられます。

博報堂買物研究所では、今後も博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」から、買い手の買物行動を創り出すソリューションを提言・実行し、買い手・売り手・作り手の満足度を高めることで“日本の買物を楽しくする”活動を行ってまいります。

***博報堂買物研究所**

買物現場の真実にフォーカスし、独自のリアルな調査・実験手法、蓄積されたナレッジとスキルを駆使して買物する生活者の本音である「買物インサイト」を発見。「買物インサイト」を起点に斬新でクリエイティブな買物シナリオを設計し、買い手の買物行動を創り出すソリューションを提言・実行する実践的研究所。買い手、売り手、作り手の満足度を創り出し、日本の買物を楽しくすることをフィロソフィーに活動している。 <http://kaimonoken.jp/>

本件に関する
お問い合わせ

博報堂 広報室	西尾・西原	TEL 03-6441-6161	FAX 03-6441-6166
博報堂買物研究所	長谷川・西村	TEL 03-6441-6412	FAX 03-6441-8649

< 「子育ての買物」レポート概要 >

【1】子育ての環境はどのように変わったか？

- 定量： 【世の中の子育ての環境や意識は、自分が子どもの頃と今では変わった】
「そう思う」(89.9%) 「どちらともいえない」(8.2%) 「そう思わない」(1.9%)

- 定性： ① 父親の子育てへの関わり方が変化した
② 同世代の子どもを持つ母親同士の関係が変化した
③ ご近所・地域で子どもを見守るという意識が薄らいだ
④ 子どもの頃から、社会を学ぶ環境がなくなった
⑤ 昔なら当たり前のことを、今はあえて体験の機会を作らなければならない

【2】子育ての買物はどのように変わったか？

- 定性： ① 直接学業に役立つものではない体験や、子どもの特技に結びつく買物が
増えた
② 商品やサービスの対象年齢が下がり、買物する時期が早まった
③ 子育ての買物の基準に、年齢別というものが加わった
④ 商品やサービスをネットなどで見つけやすい

⇒ 選択肢が増えたことで、自分が目利きになる必要がでてきた

- 定量：
【親が子どもの成長や才能を伸ばすために、商品やサービスを購入する際、
自分が子どもだった時代と比べて、選択眼や知識がより必要になったと感じている】
「そう思う」(85.2%) 「どちらともいえない」(13.7%) 「そう思わない」(1.1%)

【3】子育てのために今後買いたいと思う商品やサービスは？

- 定量および定性：
 - ① 自分は将来どんなことをやってみたいかを考えさせる職業体験ができるもの(64.7%)
 - ② 昔ながらの日本の生活から、礼儀・作法・秩序・風習などを学べるもの(61.9%)
 - ③ 世の中には多種多様な考えを持っていたり、自分とは違う生活をしている人がいることを学べるもの(60.0%)
 - ④ 世界の水準と比較して、日本に住んでいる今の自分の生活が恵まれていることを気づくことができるもの(36.4%)
 - ⑤ 英語の習得は前提として、第二外国語(中国語など)を学び多彩な外国人とコミュニケーションをとることが学べるもの(31.2%)
 - ⑥ 将来必要な知識と考えられる投資などでお金を増やす方法が学べるもの(16.4%)



hakuhodo
kaimono
kenkyujo

博報堂買物研究所「買物レポート」#1 「子育ての買物」レポート

◆定量調査

調査対象者 : 30～50代の中学2年生以下の子どもを持つ母親

エリア/サンプル数 : 全国/365名

調査実施時期 : 2010年3月2日～3月7日

調査手法 : インターネットアンケート調査

◆定性調査

調査対象者 : 30～50代の中学2年生以下の子どもを持つ母親

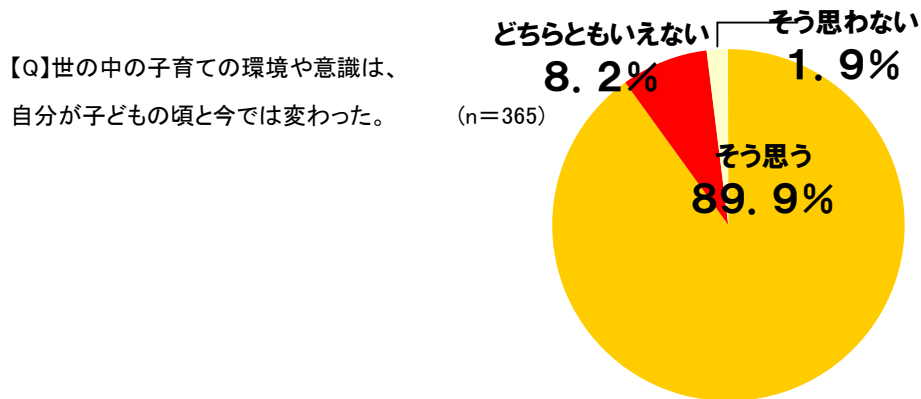
エリア/サンプル数 : 全国/12名

調査実施時期 : 2010年2月8日～2月12日

調査手法 : 博報堂買物研究所オリジナルパネル「買物会議室」にてアンケート調査

【1】子育ての環境はどのように変わったか？

■約9割の母親が、子育ての「環境」や「意識」は自分が子どもの頃と今では変わったと考えている。



■変化の内容・要因については、定性調査の結果から【5つの視点】が浮かび上がってきた。

① 父親の子育てへの関わり方が変化した

以前は、子育ては母親の仕事という考え方が一般的であったが、今は父親が子育てに参加できるような環境が少しずつ形成されつつあるようだ。幼稚園の送り迎え、学校行事への参加、父親の育児に関する出版物など、それは目にみえる形での変化として現れている。子育ては、母親の仕事から、夫婦の協働が当たり前という環境や意識に変化してきており、その考え方は世の中に受け入れられますますます定着していくと予想される。

【生声】

「私が子どもの頃は、園や学校でお父さんの姿を見ることは少なかったが、今は園の送り迎えをしているお父さんをたくさん見かける。バザーなどの行事でもお父さんが活躍し、そのあたりは昔と違うなという気がする。」(36歳、長男5歳)

「父親学級があったり、パパの育児の本があったり、芸能人もパパ業をアピールしたりして、より男性が育児に参加しやすくなってきている。」(38歳、長男5歳、次男1歳)

「学校教育の場でも、子どもと父親が積極的に接する機会を積極的に作っている気がする。学校の行事も土日が主流。」(41歳、長男10歳、次男7歳、長女6歳)

② 同世代の子どもを持つ母親同士の関係が変化した

以前は、子ども同士が友達であれば、その母親たちも知り合いであり、ゆるやかに繋がっていたが、今は子どもも親も近所づきあいの関係が薄くなってきているとの認識が強い。「子どもが遊ぶ約束したら、親同士もその約束を確認しなければならない」「家に呼ばれたら、次は呼ばなければいけない」など、関係性を維持するためのルール意識や義務感を感じる声が多い。無用な対人トラブルを避けたいという本音や、家庭の事情まで深く知られたくないといった親自身の個人主義的な考え方も背景にあるようだ。

【生声】

「親同士でまず知り合いになってから『遊ばせましょう』という話になることが多い。また『家に呼ばれたら、次は呼ばなければ』で、忙しい母親にとってはそういうお付き合いが負担。」(35歳、長男10歳、次男8歳)

「子どもがお友達と約束して来た時は、先方にまず私から電話を掛けて相手のお家が受け入れOKか確認している。こちらに遊びに来るお子さんの親御さんもそうしている。お互いに無用な対人トラブルを避けたいからだ。」(44歳、長女15歳、次女13歳)

「子どもは子どもだけで付き合い、親はその交友にあまり関与していないことを実感する。自分の子どもですらそうなので、よそ様の子どもことは言わずもがな。子どもも大人も個人主義になっているのだと思う。」(44歳、長女15歳、次女13歳)

③ ご近所・地域で子どもを見守るという意識が薄らいだ

以前であれば、近所の子ども顔と名前は皆が把握していて、子どもは親以外の大人から叱られるなど地域全体で見守っていくという機運があったが、今は近所であっても良く知らない同士の関係になっているとの認識。家庭ごとに、子どもの躰に対しても様々な考え方があり、トラブルや責任を回避するため、他人の子どもとの関わりを避けがちになってきている。

【生声】

「自分たちの頃は、近所付き合いが濃厚で、近所の子ども顔と名前は皆が把握している状態。声をかけあったり、家族の急な病気や不祝儀などの際は、子どもを預かり合っていた。」(44歳、長女15歳、次女13歳)

「子どもの頃は、近所のおばさんによく怒られた記憶がある。今は、家庭ごとの躰に差があるので、他の家庭の子ども

を叱るとかえて親同士の問題に発展してしまうケースもある。」(41歳、長男10歳、次男7歳、長女6歳)

「以前であれば、子どもは自分の家も友達の家も意識することなく出入りし、親達はお互い様の精神で大らかに子どもを育てていた。今は、自分の子どもの面倒は自分でしっかり見ることが基本。他人には任せないが、他人の子どもも見ない。『何かあったら責任が取れない』という自分を守る意識が強い。」(44歳、長女15歳、次女13歳)

④ 子どもの頃から、社会を学ぶ環境がなくなった

以前は、身近で働く大人を子どもが手伝う機会が多く、社会はさまざまな人が助け合っていることへの理解や、仕事を進めていく上での役割分担やうまく運営していくための長幼の序列などを自然と身につけていた。ところが今は、そのような機会はあえて作らなければ環境自体が存在しない。体験に基づく実感や学びを得る機会はほとんど失われてしまっているという認識がある。

【生声】

「昔の親や祖父母たちは、子どもを巻き込んで一緒に働くことで、状況を察する能力や、臨機応変に対応できる能力を与えてくれていたと感じる。」(35歳、長男10歳、次男8歳)

「一族で仕事をしていたせいか、『祖父が一番偉い』というような感じだった。子ども心に祖父は頑固ジジイのような、ちょっと怖い存在でしたが、今思えばとてもかわいがってくれたと思う。どこの家でもおじいさんが一番偉い、というような雰囲気があった。」(37歳、長女11歳、次女10歳、長男3歳)

「以前は、周りの年長者が色々な事を教えてくれた。情報量は少ないが、経験に基づく答えが多く、それをなんとなく信用していた。今は、インターネットで情報を得ることが多い。情報量が多く、出所不明なものもあって、結局は自分で判断しなければならない。」(37歳、長女11歳、次女10歳、長男3歳)

⑤ 昔なら当たり前のことを、今はあえて体験の機会を作らなければならない

母親たちは、環境の変化に驚くのと同時に、自分の育ちを振り返る中で、自身が体験から身につけたことはやはり自分の子どもにも身につけさせたいという思いが強い。今の時代、自然には無理であれば、体験教室などの商品やサービスを利用することで、お金を払ってでも体験させている。子育ての意識としては、決してネガティブなものではなくポジティブなものとも言える。

【生声】

「教育雑誌などで、自然体験を薦める記事を見ると、こんな当たり前のことを記事にしなくちゃいけない時代なのね・・・と驚くこともある。」(35歳、長男10歳、次男8歳)

「以前は、普段の食生活で食べ物の旬を知り、素材の姿を知っていたが、今は、食育の意識を持って、料理の素材や原料の姿を教える時代。」(36歳、長男5歳)

「以前は親の価値観や周囲(人生・子育ての先輩)の言葉が教科書となり、子どもを育てていた。今は、それぞれの価値観が多様化して、親も子育てを模索する時代。自分の価値観と合う情報を、雑誌・インターネットで探している。」(35歳、長男10歳、次男8歳)

【2】子育ての買物はどのように変わったか？

■子育て環境・意識の劇的な変化を受け、母親の買物行動にも変化が見られている。定性調査から子育ての買物にまつわる【4つの実態】が明らかになった。

① 直接学業に役立つものではない体験や、子どもの特技に結びつく買物が増えた

学校の勉強のための買物よりは、ふだんの生活では得られない体験や、子どもの履歴書を彩るような特技習得のための商品・サービスの買物が増えている。

【生声】

「職業体験できる施設、子ども向けの料理教室など、直接学業や技術スキルにはならないような習い事は、昔はなかったもの。」(36歳、長男5歳)

「そもそも今は、『お金さえ出せば』どんなサービスもあるので、欲しければなんでも買えてしまう。その中で、今、『買う』ことが多くなったのは、スキーやキャンプなどの自然体験など“体験型”のサービス。」(50歳、長男15歳、長女12歳)

「ピアノやバレエ・スイミングの他に、実験教室、アトリエ、バイオリン、チアリーディング、サッカー、ダンスなど、どこかファッション的、個性的というか、その子の履歴書に色を添えるエッセンスのようなお稽古事がとても多い。自分の子どもの頃は、お稽古事は将来に、学校での授業に役立つという意識のものが多かった。」(40歳、長女14歳、次女11歳)

② 商品やサービスの対象年齢が下がり、買物する時期が早まった

子どもがお腹にいるうちからも対象年齢とするなど、商品・サービスの対象年齢がどんどん引き下げられており、結果、以前に比べると「子育ての買物」を考え始める時期が早まっている。

【生声】

「私が子どもの頃にあった商品・サービスは、対象年齢が早くても幼稚園ぐらいからが主流だったのに対し、現在は対象年齢がより低く、お腹にいるうちからというものまであり、商品・サービスの種類も格段に増えた。」(38歳、長男5歳、次男1歳)

③ 子育ての買物の基準に、年齢別というものが加わった

対象年齢別に、その遊び方まできめ細かく設計された、商品やサービスが増えてきているのを実感している。

【生声】

「対象年齢毎の遊びの方を教えてくださいのようなサービスが目立つ。『子どもと遊ぶ方法までわざわざ教えてもらうの？』と驚いたが、核家族化で母親一人の子育て環境が増えているから仕方ないのかもしれない。以前なら祖父母も含め身近な人から自然と学んでいたが、今ではそんな機会も少ない。」(38歳、長男5歳、次男1歳)

④ 商品やサービスをネットなどで見つけやすい

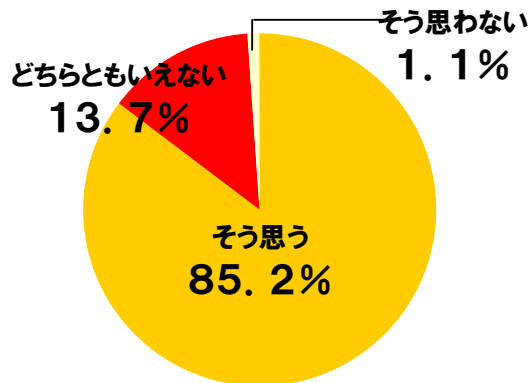
地縁や近所の口コミで見つけていた時代から、より自分の価値観にあったものをネットなどで検索し、見つけやすい環境になった。

【生声】

「昔は、子どもに習わせたくても、近所でやっているというチラシやクチコミ情報がなければわからなかった。今は親がやらせたいものを習わせられて、なおかつ教室も通いやすい場所を選べるという、かなり実用的な時代。」(41歳、長男10歳、次男7歳、長女6歳)

■約 85%の母親が、子育ての買物における選択肢が増えたことで、自分が「目利き」になる必要性を感じている。子どもの成長や才能を伸ばすための商品・サービスは、「売り手」からだけの視点ではなく「買い手」の視点に立って提供されることが望まれる。企業にとっては「買い手」の意識を探索し、買物行動のプロセスに対する満足感を、顧客に提供できるかどうか重要な課題ともいえる。

【Q】親が子どもの成長や才能を伸ばすために、商品やサービスを購入する際、自分が子どもだった時代と比べて、選択眼や知識がより必要になったと感じている
(n=365)



【生声】

「親が子どもの大きな成長を願う気持ちは一緒ではあるけれど、今はその**選択肢が増え、多様化**している。子どもの教育が商売として成り立つ今、まずは親が子への願いをしっかりと胸に抱き、**子どもに与えていかないと、商品やサービスの提供側の情報に踊らされ、金儲けに利用されるだけ**なのではないか・・・と感じてしまう。」(35歳女性、長男10歳、次男8歳)

「今はありとあらゆる事が『教室』になり、教室の数も星の数ほど。昔は**“入れてもらう”という感覚が今では“選ぶ”**に変わっている。**選択する眼を養わないと、がっかりな事**になってしまうので、こちらにも**知恵が必要**になってきた。」(44歳女性、長女15歳、次女13歳)

「利用する子どもの数も**サービスの内容も格段に多様化**してきた。お稽古事も芸術系、体育系とよりどりみどり。勉強関連も、私立中学合格を目指したのから学校授業の補習まで幅広く種類がある。**細分化されたサービスの中から我が子に合った教室選びをするのはとても大変なことで、親も塾選びの見識が必要**。」(51歳女性、長男24歳、長女21歳、次男20歳、次女9歳)

【3】子育てのために今後買いたいと思う商品やサービスは？

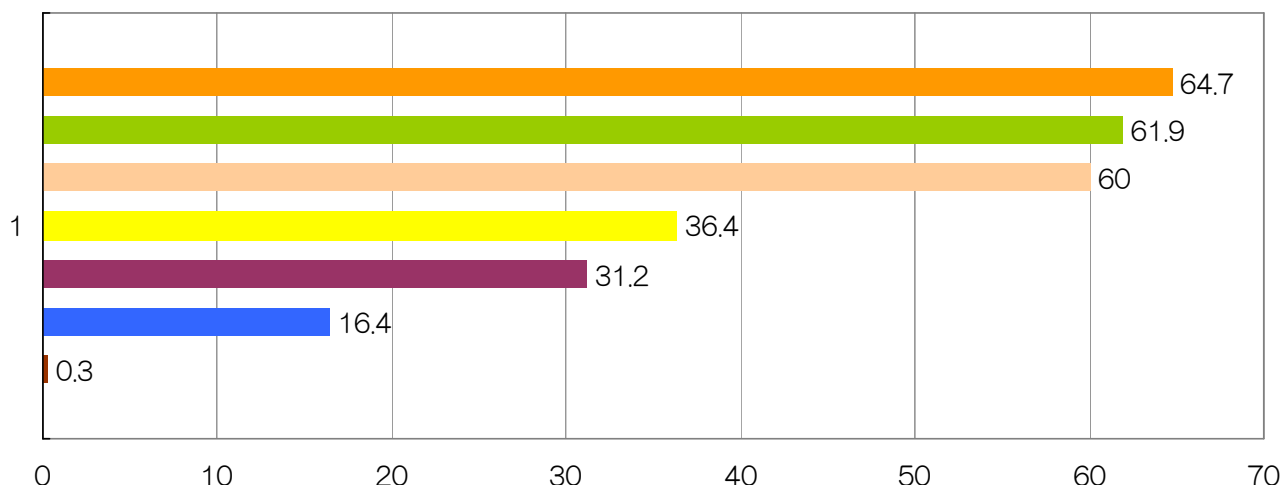
■定性調査を経て、今後欲しいと思う商品やサービスに【6つの傾向】があることが明らかになった。

■またそれぞれについての買物意向度を定量的に把握した結果、トップは「自分は将来どんなことをやってみたいのかを考えさせる職業体験ができるもの」(64.7%)、続いて「昔ながらの日本の生活から、礼儀・作法・秩序・風習などを学べるもの」(61.9%)が上がるなど、具体的な技術や知識の習得より、職業体験や日本文化への理解を通じた、人としての素養の幅を広げてくれる商品やサービスを望む、母親の買物意向が見受けられた。

【Q】子どもの成長や才能を伸ばすために、今後、以下の商品・サービスは欲しいと思いますか？

(n=365、複数選択)

- 自分は将来どんなことをやってみたいか考えさせる職業体験ができるもの
- 昔ながらの日本の生活から、礼儀、作法、秩序、風習などを学べるもの
- 世の中には多種多様な考えを持っていたり、自分とは違う生活をしている人がいることを学べるもの
- 世界の水準と比較して、日本に住んでいる今の自分の生活が恵まれていることを気づくことができるもの
- 英語の習得は前提として、第二外国語（中国語など）を学び多彩な外国人とコミュニケーションをとることが学べるもの
- 将来必要な知識と考えられる投資などでお金を増やす方法が選べるもの
- その他



① 自分は将来どんなことをやってみたいかを考えさせる職業体験ができるもの(64.7%)

以前は、子どもの身近に働く人がいて、職業も今ほど複雑ではなくシンプルであったため、大人になつたらこんな仕事がしたいと自然に考え始める機会も多かった。しかし今は職業も多岐にわたり、身近に働く大人の姿も感じにくい環境。母親たちは、子どもに体験を通して将来の仕事を考えさせる機会を欲している。つまり企業は、子どもたちに職業体験の機会を提供することが求められている。それは企業にとってはCSR活動であり、また将来の有望な人材を獲得するための種まきの活動にも繋がる。メーカーであれば自社のファシリティを活かした工場見学や研究所見学、小売業であれば店舗開発・売り場づくり・販売の体験など、自社の企業活動を職業体験の商品やサービスに転換し、需要を創造するチャンスと捉えることができる。

【生声】

「子どもには様々な職業体験をさせたい。小学生ぐらいから、世の中にはどんな仕事があって、自分は将来どんなことをやってみたいかを思い描き、そのためにどんな知識を身につけたら良いかを考えて、日々の勉強に励んでもらいたい。実際の企業が小中学生向けに職業体験させてくれる機会を増やして欲しい。」(38歳、長男5歳、次男1歳)

「興味のある職業が実際に体験できたり、身近で見学できるのもあるといい。心が柔らかい時の出会いが将来の人生の方向を決めることもあると思う。」(51歳、長男24歳、長女21歳、次男20歳、次女9歳)

② 昔ながらの日本の生活から、礼儀・作法・秩序・風習などを学べるもの(61.9%)

生声の中に「お寺で修行させたい」というものが散見されるなど、母親たちは今の便利な生活は認めながらも、自分が子どもの頃のある部分では厳しいところもあった生活を子どもたちに経験させることが、子どもの成長に役立つと考えている。便利になった反面、失われたものが多いとも感じており、それを補完してくれる商品やサービスを望んでいる。また、子どもにも「教えたい」が、子どもと一緒に自分も「おさらいしたい」という潜在意識も垣間見える。企業のこの領域への関わり方としては、便利さだけを追求して商品・サービスを開発するのではなく、子どもたちに日本の生活に根づいた知恵を「教える」ことまで含んだ姿勢を持つことで、新しい需要に繋がる可能性がある。

【生声】

「お寺で修行経験ができるサービスがあるといい。朝早く起きて自分で身の回りを整え、掃除をし、板の間で食事を取り、お掃除におつとめ…と、忍耐力や精神力を鍛えることができそう。また今は色々な家電があって便利な生活をしているが、そういうものが一切無かった時代の生活が体験できるサービスがあれば今の便利さを実感でき、また電気などエネルギーの大切さを学ぶこともできる。災害などで電気が使えない場合にも役立つと思う。」(37歳、長女11歳、次女10歳、長男3歳)

「寺修行のような合宿。昔ながらのちよっぴり厳しい生活から、礼儀、風習、秩序、質素などを学ぶというカリキュラム。現代社会では、ついついおざなりにしてしまいがちな作法、昔の親は当たり前のように教えてきたことなどを、恥ずかしながら人様の手を借りて、教えて欲しいと思ってしまう。雑巾がけ、ご飯の食べ方、日本古来の作法、物を大事にする心などが、自分の子育てではどうしても手抜きになっていると感じる。親としても身を正すきっかけにもなることを期待。」(40歳、長女14歳、次女11歳)

③ 世の中には多種多様な考えを持っていたり、自分とは違う生活をしている人がいることを学べるもの(60.0%)

「今の子どもにとって、広く社会を知る機会が失われているのではないか」という危機感を持つ母親は、世の中にはさまざまな考えや暮らしがあることを、体験を通じて考えさせる機会を求めている。自分が住んでいる地域以外の生活や異文化体験、外国人や障害者の方々との交流を通じたコミュニケーション能力の向上を望んでいるようだ。これらの経験は自然に得られるものではなく、何らかのきっかけが必要であり、企業にとっては学習体験サービスの開発など、こういった視点でのアプローチが新たな需要を開拓することにも繋がる。

【生声】

「海外に留学させたい。言葉の事はもちろん、異国の人とコミュニケーションを取るには、どうしたら良いか、どうしたら自分の気持ちをわかってくれるかを体当たりで経験することで、得てほしい。」(45歳、長男22歳、長女15歳、次男8歳)

「広い世界に色々な考えや生活の人がいるということ、実地で学べるような体験ができれば良い。海外のホームステイももちろんのこと、日本国内であっても色々な職業、色々な地域、色々な生活があるという事を肌で感じる事ができれば素晴らしい。」(51歳、長男24歳、長女21歳、次男20歳、次女9歳)

「私が子どもの頃通っていた学校は、障害のある子が同級生に何人かいて、ありのままに相手を受け入れていたように思う。今の小学校では、世の中には色々な人がいるということを頭では理解できても、目と心で感じられない。一方が弱者・ハンデを負ったものという状態にならないというのを原則として、一緒に様々な経験をできる場所があればいい。」(35歳、長男10歳、次男8歳)

④ 世の中の水準と比較して、日本に住んでいる今の自分の生活が恵まれていることを気づくことができるもの(36.4%)

母親の意識として、今の生活が恵まれていることを子どもに認識させたいという考えが強い。安全が確保された環境であることを前提に、貧困や戦争のある暮らしや、親がいない状態での自活など、極端な状況での体験を子どもたちにさせることで、今の自分の生活を振り返り、気づきを得て欲しいという考えが読み取れる。企業にとっては、親元を離れある一定期間、子どもたちだけでの共同生活をさせる教育・体験プログラムの開発などに需要のチャンスがありそうである。

【生声】

「貧困や戦争で生活がままならない所を見てきて欲しい。どれだけ自分が恵まれた生活をしているのか子どもの頃に確認して、何故勉強が必要か？どうすれば戦争にならないか？真剣に考える時間を与えてやりたい。」(43歳、長女9歳、長男4歳)

「安全で監視の目があるなら、自給自足の生活をさせてみたい。自分で知恵を使って仕事を見つけ収入を得て、住居や公共料金、炊事に洗濯、学習など生活に必要なものをやりくりする疑似体験があると良い。」(43歳、長女9歳、長男4歳)

⑤ 英語の習得は前提として、第二外国語(中国語など)を学び多彩な外国人とコミュニケーションをとることが学べるもの(31.2%)

子どもたちが大人になる頃は、今以上にグローバル化が進んでおり、英語が話せるだけでなく他の外国語も話せることが必要だと考える母親も多い。特に、第二外国語として候補にあがっているのが中国語で、ヒト・モノ・カネの交流が進み将来確実に経済大国になっている中国の影響を大きく受けるであろう子どもに、その準備を今のうちから始めたいと考えている。また、外国語を習うときにはその国の文化も知ることが重要だと考える母親が多いため、企業が商品・サービスを提供する際には、単に「聞く・話す」だけではなく、その国を「知る」ということも取り入れた視点が必要だ。

【生声】

「中国語をマスターさせるために、台湾か中国に留学させることを考えている。学校の長期休みに合わせた短期語学研修を繰り返し利用するつもり。」(44歳女性、長女15歳、次女13歳)

⑥ 将来必要な知識と考えられる投資などでお金を増やす方法が学べるもの(16.4%)

家計を預かる立場の母親ならではのとも言えるが、資産を金融取引で増やしていくための学習機会を提供してくれる商品・サービスへの期待が高まっている。子どもたちが大人になったときに、「仕事で稼ぐ」と「金融取引で稼ぐ」の双方が必要になるとの意識があるようだ。お金との付き合い方を教えてくれる金融教育サービスは、子どもの頃から必要だとの声もある。金融教育の商品やサービスは海外ではよく見られるが、日本でもこれからの社会を考えると市場の拡大が見込まれる。金融関係など専門性の高い企業の新しい教育ビジネスとして可能性があるのではないだろうか。

【生声】

「お金の教育をしっかりさせたい。将来必ず必要な知識。低金利の世の中なのでこれからは投資などお金を増やす方法も身に付けなければならないと思う。社会人になってお金をもらうようになってからでは遅い。できれば専門家にきっちり教えてもらいたいので、子ども向けの金銭教育サービスが身近にたくさん増えて欲しい。」(38歳、長男5歳、次男1歳)

以上