HAKUHODO

新大人研
SHIN OTONA KEN

2018年3月9日
博報堂　新しい大人文化研究所

新大人研レポート No.32　新しい大人へ：オンナも変わるオトコも変わる　その⑤

「夫婦すれ違い」に歯止めをかけたい「継続的なオトコの努力」

■男性の約７割は「生まれ変わってもまた一緒になりたい」と思っているが、女性の約半数は「次回はできれば別の方とご一緒に」と思っている。
⇒ 男性：「一緒になりたい」69.2%、女性：「そうは思わない」48.2%

■2012年の調査では、「配偶者と過ごす時間が増えた」と感じた項目で、女性が男性を上回ったのは「散歩・散策」のみだった。2017年、新たに３項目で女性＞男性となった。
会話する時間が増えた⇒ 女28.2 ＞ 男性27.3
食事する時間が増えた⇒ 女28.7 ＞ 男性23.8
旅行する時間が増えた⇒ 女22.4 ＞ 男性22.1

博報堂新しい大人文化研究所では、40～60代を“新しい大人世代”と呼び、調査研究を行っています。いま、40～60代はさらに大きく変化し、今後高齢社会を大きく変える兆しを見せています。
2015年調査では『シニアから新大人へ』と、自分たちは従来の50・60代とは違うという意識の高まりをレポートしました。昨年３月の調査結果に基づく今回のシリーズでは、「新しい大人へ：オンナも変わるオトコも変わる」として、さらに進化する生活者の意識変化を明らかにしてきました。

今回、40～70代男女を対象に、配偶者・パートナーとの関係性や意識の変化を調べました。

■ 40～60代夫婦、相手に対する想いは「すれ違い」

「生まれ変わっても現在の配偶者・パートナーと一緒になりたいか」の問いに対し、「そう思う」と答えた男性は69.2%と、約7割にも達しました。これに対し女性の「そう思う」という回答は約５割（51.8%）に　とどまり、「そう思わない」（48.2%）と拮抗しています。
男性の方が来世になっても同じ人と一緒になりたいという率は高く、男性の“片思い”状態です。

■「最近、配偶者・パートナーとの時間が増えた」と感じる女性の割合が、３項目で男性を上回った。

2012年の調査では、「配偶者と過ごす時間で増えたもの」を聞くと、「散歩や散策をする時間」の１項目でのみ、女性が男性の解答を上回っていました。 現在60代後半の団塊世代以降は恋愛婚世代なので、 リタイア前後に「すれ違い」に気付かされて結婚前のデート時代を思い出し、そこから「男性の努力」を始めたことが伺えます。
2017年、同じ質問にしたところ、「会話」「食事」「旅行」の３項目で女性が男性を逆転しました。５年の間に、男性が 妻との日常を大切にすべく、なんらかの努力をしたことが徐々に実っているのかもしれません。

■ 50代以上の男性は、「孫育て・孫ケア」に対する意欲が女性より高い

40～70代に「あなたは孫育て・孫ケア(いわゆる“子育て”的な意味合い) に、再度参画してみたいと思いますか？」の問いに「やりたい」「どちらかというとやりたい」と回答した50代以上の男性（63.9%）は、女性（57.7%）を上回りました。 共働き世帯の増加で父親の育児参加が増える今日、仕事一筋で育児経験が乏しかった男性達が、孫の誕生を機に積極的に子育てに係わろうとする姿が垣間見えます。

本件に関するお問い合せ：　博報堂　広報室　藤井　大野　TEL:03-6441-6161
博報堂　新しい大人文化研究所　阪本　TEL:03-6441-4366
setsuo.sakamoto@hakuhodo.co.jp

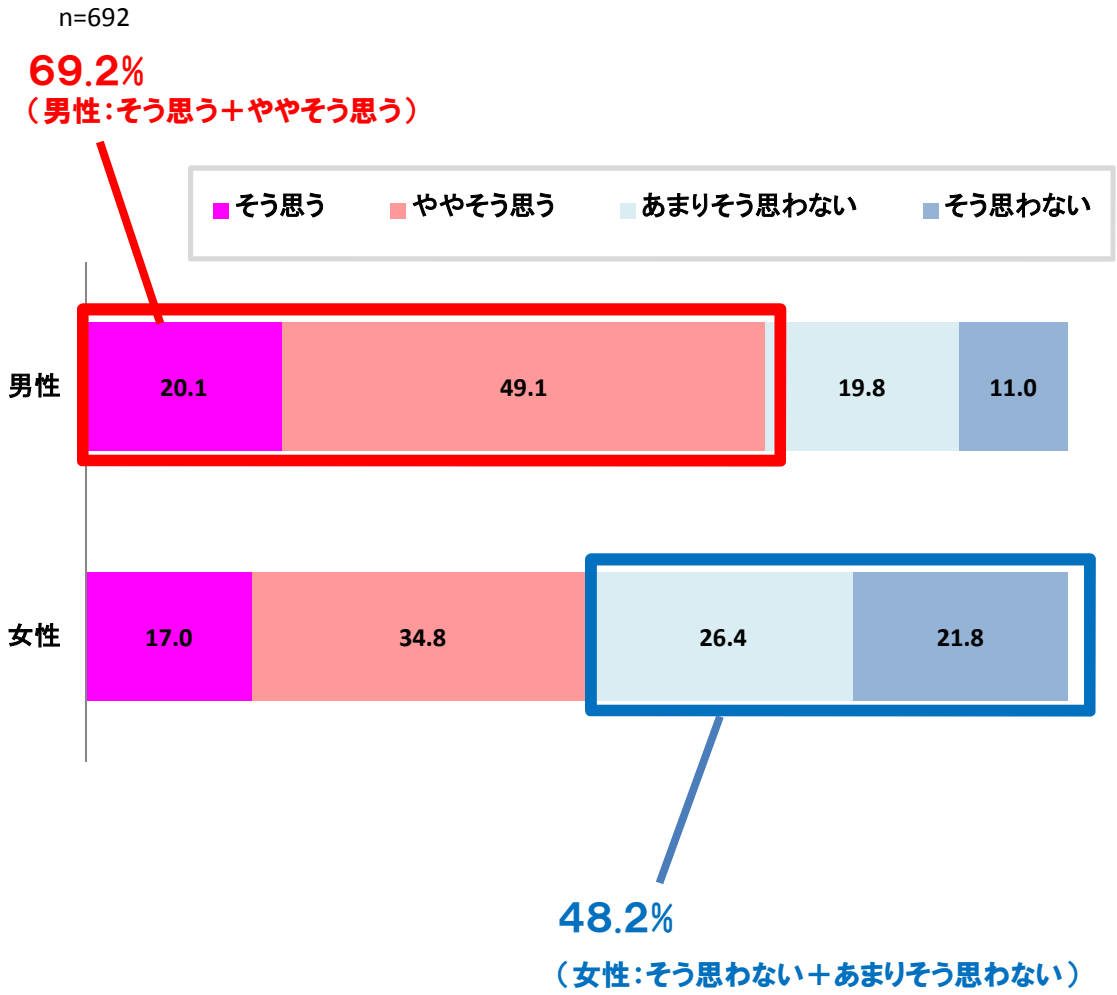
＜調査結果＞①

■ **40～60代夫婦、相手に対する想いは「すれ違い」**

「生まれ変わっても現在の配偶者・パートナーと一緒になりたいか」の問いに対し、「そう思う」と答えた男性は69.2%と、約7割に達しており、男性の方が来世になっても同じ人と一緒になりたいと思っています。

これに対し女性の「そう思う」という回答は約５割（51.8%）に とどまり、「そう思わない」（48.2%）と拮抗しており男性の方が来世になっても同じ人と一緒になりたいという率は高く、男性の“片思い”状態です。

Q. 生まれ変わっても、現在の配偶者・パートナーと一緒になりたいか？

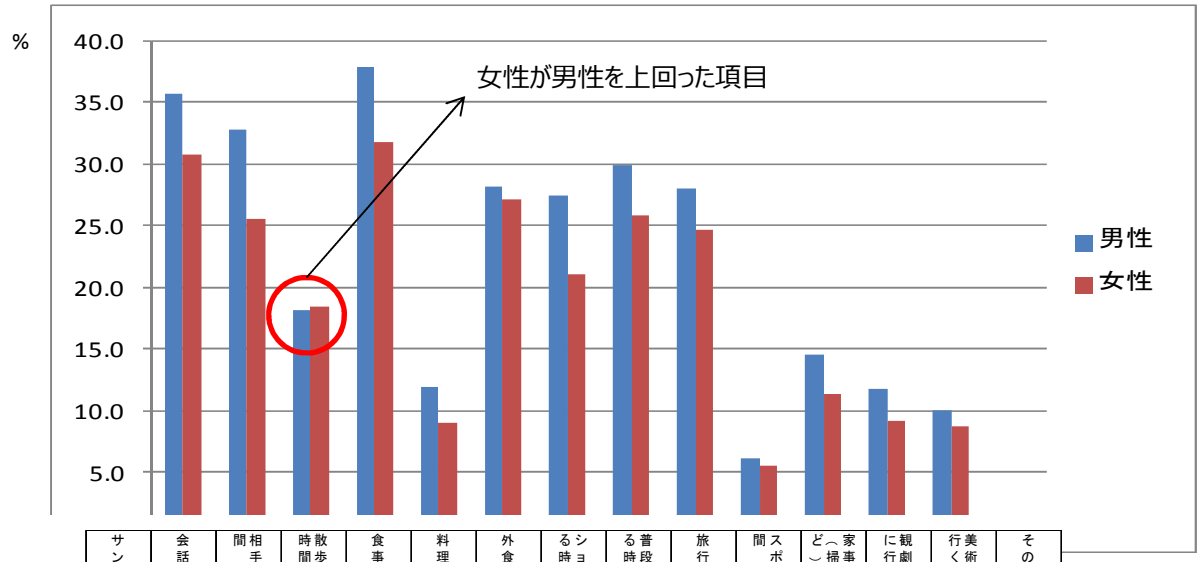


＜調査結果＞②

■「最近、配偶者・パートナーとの時間が増えた」と感じる女性の割合が、３項目で男性を上回った。

2012年の調査では、「配偶者と過ごす時間で増えたもの」を聞くと、女性の解答は「散歩や散策をする時間」の１項目でのみ、男性を上回りました。 団塊世代（60代後半）以降は恋愛婚世代だけに、「すれ違い」に気付かされ、「男性の努力」を始めたことが伺えます。 2017年、同じ質問をしたところ、あらたに「会話」「食事」「旅行」の３項目で女性が男性を逆転しました。５年の間に、男性が 妻との日常を大切にすべく、なんらかの努力をしたことが徐々に実っているのかもしれません。

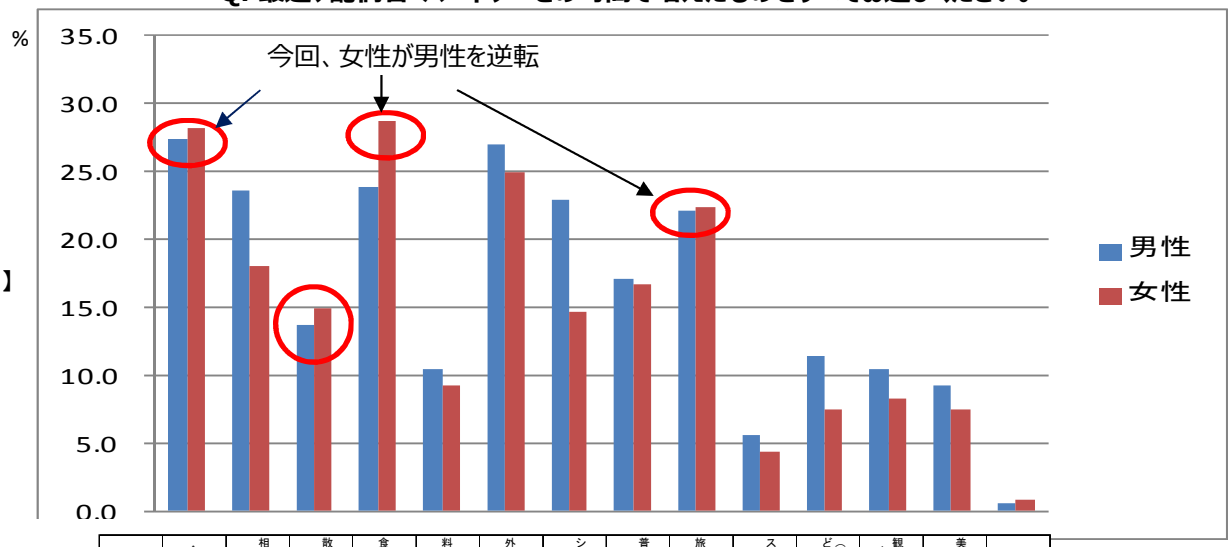
【2012年12月】



	サンプル数	会話する時間	相手の話を聞く時間	散歩や散策をする時間	食事をする時間	料理をする時間	外食をする時間	ショッピングをする時間	普段の買い物をする時間	旅行に行く時間	スポーツをする時間	家事をする時間（掃除や洗濯など）	観劇やコンサートに行く時間	美術館や展覧会に行く時間	その他
全体	2029	33.2	29.1	18.3	34.7	10.5	27.6	24.2	27.8	26.3	5.8	12.9	10.5	9.4	1.4
【性別】															
男性	1007	35.7	32.8	18.2	37.8	12.0	28.1	27.4	29.9	28.0	6.1	14.5	11.8	10.0	1.3
女性	1022	30.8	25.5	18.4	31.7	9.1	27.2	21.1	25.8	24.7	5.6	11.4	9.2	8.7	1.5
【年齢】															
40代	592	26.4	24.2	11.7	23.5	9.3	22.5	24.5	23.5	15.2	5.9	12.5	6.3	5.1	0.5
50代	706	29.2	25.2	16.0	31.6	10.1	26.8	20.8	25.4	23.5	5.1	9.9	10.9	8.4	1.7
60代	731	42.7	36.9	25.9	46.9	12.0	32.7	27.4	33.8	38.0	6.4	16.1	13.5	13.8	1.8
【性×年齢】															
男性	1007	35.7	32.8	18.2	37.8	12.0	28.1	27.4	29.9	28.0	6.1	14.5	11.8	10.0	1.3
男性40代	271	27.3	26.9	12.9	28.0	12.5	21.0	25.5	24.4	18.1	7.4	15.5	7.4	6.3	0.4
男性50代	344	31.4	27.9	15.7	33.7	10.5	26.7	23.3	24.4	23.3	3.8	9.9	10.5	8.1	0.9
男性60代	392	45.2	41.1	24.0	48.2	13.0	34.2	32.4	38.5	39.0	7.1	17.9	16.1	14.3	2.3
女性	1022	30.8	25.5	18.4	31.7	9.1	27.2	21.1	25.8	24.7	5.6	11.4	9.2	8.7	1.5
女性40代	321	25.5	21.8	10.6	19.6	6.5	23.7	23.7	22.7	12.8	4.7	10.0	5.3	4.0	0.6
女性50代	362	27.1	22.7	16.3	29.6	9.7	26.8	18.5	26.2	23.8	6.4	9.9	11.3	8.6	2.5
女性60代	339	39.8	32.2	28.0	45.4	10.9	31.0	21.5	28.3	36.9	5.6	14.2	10.6	13.3	1.2

Q. 最近、配偶者・パートナーとの時間で増えたものをすべてお選びください。

【2017年３月】



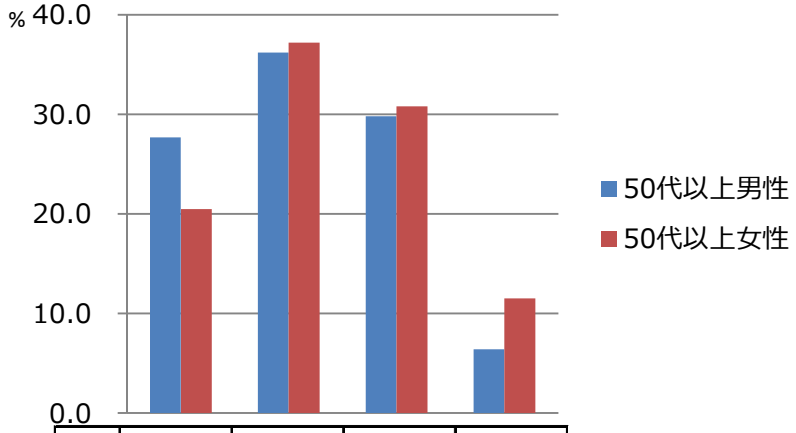
	サンプル数	会話する時間	相手の話を聞く時間	散歩や散策をする時間	食事をする時間	料理をする時間	外食をする時間	ショッピングをする時間	普段の買い物をする時間	旅行に行く時間	スポーツをする時間	家事をする時間（掃除や洗濯などの）時間	観劇やコンサートに行く時間	美術館や展覧会に行く時間	その他
全体	692	27.7	20.8	14.3	26.3	9.8	26.0	18.8	16.9	22.3	4.9	9.4	9.4	8.4	0.7
【性別】															
男性	344	27.3	23.5	13.7	23.8	10.5	27.0	23.0	17.2	22.1	5.5	11.3	10.5	9.3	0.6
女性	348	28.2	18.1	14.9	28.7	9.2	25.0	14.7	16.7	22.4	4.3	7.5	8.3	7.5	0.9
【性別×年齢】															
男性															
男性40代	100	18.0	16.0	7.0	16.0	11.0	21.0	16.0	12.0	9.0	3.0	9.0	11.0	7.0	0.0
男性50代	111	33.3	25.2	17.1	20.7	12.6	27.0	19.8	20.7	23.4	8.1	11.7	14.4	9.0	0.9
男性60代	133	29.3	27.8	15.8	32.3	8.3	31.6	30.8	18.0	30.8	5.3	12.8	6.8	11.3	0.8
女性															
女性40代	110	26.4	17.3	6.4	15.5	9.1	24.5	13.6	12.7	5.5	3.6	4.5	6.4	0.9	0.0
女性50代	118	32.2	18.6	15.3	22.0	6.8	22.9	11.9	14.4	25.4	4.2	7.6	11.9	9.3	1.7
女性60代	120	25.8	18.3	22.5	47.5	11.7	27.5	18.3	22.5	35.0	5.0	10.0	6.7	11.7	0.8

＜調査結果＞③

■ **50代以上の男性は、「孫育て・孫ケア」に対する意欲が女性より高い**

40～70代に「あなたは孫育て・孫ケア(いわゆる“子育て”的な意味合い）に、再度参画してみたいと思いますか？」の問いに「やりたい」「どちらかというとやりたい」と回答した50代以上の男性（63.9%）は、女性（57.7%）を上回りました。共働き世帯の増加で父親の育児参加が増える今日、仕事一筋で育児経験の乏しかった男性達が、孫の誕生を機に積極的に子育てに係わろうとする姿が垣間見えます。

Q. あなたは、「孫育て・孫ケア」に、再度参画してみたいと思いますか？（ひとつだけ）



	n	もう一度やりたい	どちらかといえばもう一度やりたい	どちらかといえばもうやりたくない	もうやりたくない
全体（40代以上）	138	26.6	34.2	30.4	9.4
全体（50代以上）	125	23.2	36.8	30.4	9.6
50代以上男性	47	27.7	36.2	29.8	6.4
50代以上女性	78	20.5	37.2	30.8	11.5

＜調査概要＞
調査主体：博報堂 新しい大人文化研究所

2012年12月（調査結果②）

●調査対象：40～69歳男女
対象エリア：１都３県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）
中小都市（首都圏、熊本市・岡山市以外の政令指定都市および岩手県・宮城県・福島県を除く）
対象者数：2,700サンプル
調査方法：インターネット調査
調査日時：2012年12月8日（土）～10日（月）

2017年3月（調査結果①②）

●調査対象：40～60代男女
対象エリア：１都３県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）
中小都市（首都圏、熊本市・岡山市以外の政令指定都市および岩手県・宮城県・福島県を除く）
対象者数：930サンプル
調査手法：インターネット調査
調査日時：2017年3月17日（金）～3月19日（日）

2017年8月（調査結果③）

●調査対象：40～70代男女
対象エリア：全国
対象者数：1030サンプル
調査手法：インターネット調査
調査日時：2017年08月22日（火）

＜参考資料＞

博報堂 新しい大人文化研究所　過去のレポート一覧

※過去のレポートは、下記ＵＲＬにてご覧いただけます。
http://www.shinotonaken.com/（新しい大人文化研究所WEBサイト）
http://www.hakuhodo.co.jp/（博報堂Webサイト→「ニュースリリース」→「調査レポート」）

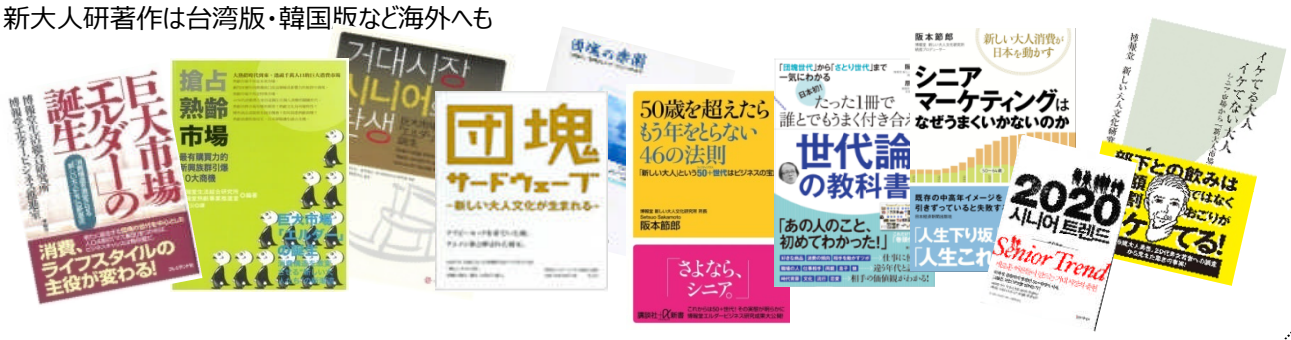
【新大人研レポート　シニアから新大人へ、新型50・60代に。シリーズ】

No.17　その① 新大人はこれまでの同世代と違う“新型５０・６０代”(2015.10.8)
No.18　その② 新大人は“新型50・60代”であり、それをリードするのは「自然体大人女子」(2015.10.13)
No.19　その③ 新型50・60代は「新しい大人のライフスタイル」創りへ(2015.10.23)
No.20　その④ 新型50・60代は「介護予防」「健康向上欲求」の意識高く(2015.11.12)
No.21　その⑤ クロスジェネレーションを求める新型50・60代(2015.11.18)
No.22　その⑥ 新しい大人世代を象徴するのは「音楽」(2015.12.21)
No.23　その⑦ 新しい大人世代、依然として続く「夫婦すれ違い」(2016.1.15)
No.24　その⑧ 新しい大人世代は「夫婦二人消費」におカネをかける(2016.2.23)
No.25　その⑨ 新しい大人世代の孫育ては「近居・孫友」の新スタイル(2016.3.2)
No.26　その⑩ 新しい大人は「ネットショッピング」＆「３世代ＳＮＳ」(2016.3.30)
No.27　その11新しい大人は「夫婦ふたりのアラカルトグルメ」（2016.4.27）

【新大人研レポート　新しい大人へ：オンナも変わるオトコも変わるシリーズ】

No.28　その①「40・50・60代女性は“自分爆発レディ”」（2017.6.7）
No.29　その②「50・60代の当事者世代に“シニア”はますます不人気」(2017.８.22)
No.30　その③　敬老の日のプレゼント調査 うれしいのは「みんなで食事」(2017.９.14)
No.31　その④　若者気分を残す40・50 代男性（2017.11.21）
No.32 その⑤ 「夫婦すれ違い」に歯止めをかけたい「継続的なオトコの努力」（2018.３.8）

「博報堂　新しい大人文化研究所」（新大人研）について

「新大人研」は、博報堂エルダービジネス推進室（2000年設立）を前身とし、2011年2月に設立されました。
17年間のナレッジの蓄積を持っています。従来の中高年層の間で一般的であった意識やライフスタイルとは異なる新しい40～60代が誕生しています。新大人研では、年を重ねるごとに前向きな意識を持つ、この新しい中高年生活者を「新しい大人」と名づけ、少子高齢化社会にプラスのインパクトを与える重要な存在として調査・研究しています。さらに、2015年からはクリエイティブなどの実践機能も本格的に加え、よりよい未来のためのソーシャルイノベーションを起こす社会のエンジンを目指しています。
今年度は『新大人研レポート　新しい大人へ：オンナも変わるオトコも変わる』をシリーズで連続発表の予定です。

■新大人研著作は台湾版・韓国版など海外へも