

女性が見えると時代が見えるシリーズ 1

『年齢別に見た女性の意識と行動調査'87』にみる

●●●●●●●●●●●●●●●●  
団塊の妻たち  
●●●●●●●●●●●●●●●●

—自分らしさを求めて—

1988年 6月

ポーク文化研究所

## < お問い合わせ先 >

- ボーラ文化研究所（小西）

# 女性が見えると時代が見えるシリーズ 1

『年齢別に見た女性の意識と行動調査'87』にみる

## 団塊の妻たち

### はじめに

女の時代と言われながら、女性の意識・行動についての幅広い調査はあまり行なわれておりません。

ボーラ文化研究所では、年齢別に10カテゴリー95項目に及ぶ総合調査を実施致しました。

その結果、中でもニューフォーティと呼ばれ始めた団塊の世代のデータに特有の傾向が見られたので、それらをレポートします。

なお、本調査は各年齢別の経年的な変化をつかむため、今後3年毎に実施する予定です。団塊の世代の意識・行動も継続的に追跡し、それがその年代特有の意識・行動か、その世代特有のものかをみていきたいと思えます。

### 1. 目的

① いままで話題になっていた「団塊の世代」調査が、どちらかというと男性サラリーマンが対象だったのに対し、ここでは「団塊の世代の既婚女性の意識」として分析した。

② 家庭内で女性の消費決定権が強くなっていく中で、「団塊の妻たち」に見られる消費意識を検証した。

③ 他の年齢層の女性と「団塊の妻たち」の意識・行動を比較した。

### 2. 調査地域

首都圏30キロ圏内

『年齢別に見た女性の意識と行動調査'87』は定価¥30,000で販売中

### 3. 調査対象者

|           |      |
|-----------|------|
| 16～18歳    | 100人 |
| 19～23歳    | 150人 |
| （学生       | 81人） |
| （一般       | 69人） |
| 24～29歳    | 150人 |
| （未婚       | 71人） |
| （既婚       | 79人） |
| 30～36歳・既婚 | 100人 |
| 37～40歳・既婚 | 100人 |
| 41～49歳・既婚 | 100人 |
| 50～65歳・既婚 | 100人 |
| 合計800人    |      |

### 4. 調査方法

個別訪問面接聴取法、及び留置法の併用

### 5. 調査期間

昭和62年8月29日～9月15日

## ＜「団塊の妻たち」の属性＞

表 1 - 職業

|           |     |
|-----------|-----|
| パート・アルバイト | 18% |
| 正社員・常雇    | 9%  |
| 家族従業員     | 3%  |
| 内職        | 8%  |
| 専業主婦      | 59% |
| 無職        | 1%  |
| その他       | 2%  |

表 2 - 学歴

|         |     |
|---------|-----|
| 中学校卒    | 5%  |
| 高校卒     | 51% |
| 高专卒     | 3%  |
| 短大卒     | 19% |
| 大学・大学院卒 | 8%  |
| 専門学校卒   | 14% |

表 3 - 同居の子供の年齢

|        |     |
|--------|-----|
| 3歳以下   | 10% |
| 4～6歳   | 28% |
| 7～12歳  | 81% |
| 13～15歳 | 33% |
| 16～18歳 | 14% |
| 19～25歳 | 3%  |

表 4 - 購読新聞

|        |     |
|--------|-----|
| 朝日新聞   | 41% |
| 読売新聞   | 39% |
| 毎日新聞   | 13% |
| 日本経済新聞 | 12% |
| 産経新聞   | 6%  |
| 東京新聞   | 2%  |
| その他    | 9%  |
| とっていない | 1%  |

## <団塊の妻たちーキーワード>

1. 実質志向ーカッコよさより、健康・安全

2. 知的・コミュニケーション願望ー“もの”だけではない生活

3. 男・女、関係なしー差は意識しない

4. 地道な活動・生活ーテレビよりも新聞

5. 理想は自立ー自分の生き方大切

# 1. 実質志向－カッコよさより健康・安全－

カッコよさやデザインの良さより、実質を求める傾向。

購読雑誌も、ファッション性の高いものより「主婦の友」「暮らしの手帖」「リビングブック」等、商品の機能を紹介したり、生活に即したものに人気がある。

また、暮らしの中で「健康」がキーになっている。「食品の安全」等、生活実感に根差した生活クラブ生協運動などが、この世代を中心に行なわれていることから健康・安全志向が窺える。(参照「アクロス」2月号－特集・団塊世代研究シリーズ2)

## ●消費意識・行動は？

全年齢層中「はい」という回答が最も低い質問項目を以下に上げてみた。

①よいものがあればすぐ必要でなくても買っておく(23%)

②室内の飾りつけを工夫するのが好き(52%)

③部屋の模様替えに気を配る(44%)

良いものとわかっていても、すぐ必要でなければ買わない傾向がある。ファッション性の高い商品は、買い控える傾向。逆に全年齢層中最も高いものは、

①健康を考えて食事には気をつかう(94%)

②食品の添加物表示や製造年月日は注意してみる(94%)

の順。健康や食品に対する関心度は年齢とともに高くなるが、その中でもこの世代は消費行動につながるキーワードとして、「健康・安全」が考えられるだろう。

住宅に関しては、インテリアにこるより“広いリビングがほしい”(79.5%)と思っている人が多い。また、“現在の住居には不満足”(63%)な人は全年齢層中最も多い。

図1 <消費意識・行動>





### ●非所有品への欲求は？

他の年齢層と比べて“これからの流行やよく売れそうな新製品に敏感”“その時々で買うことが多い方”と思う人は少ない。

以上のようなことは、前述のように“よいものでもすぐ必要でなければ買わない”という意識が働いているのせいからだろう。欲しいと思う気持ちと、買うという行為はこの世代では、大いに異なるようだ。

これは先頃「日本電機工業会」が報告した“家電に対する世代別意識調査”の結果とも一致する。その調査によると、団塊の世代がワープロ、ビデオカメラなど比較的、最近開発された商品に対して最も保守的な消費志向を見せ、逆に必需度が高かったのが、冷蔵庫、洗濯機などの実利型家電品であった。このことから、この世代が、実質志向であると言えよう。

## 2. 知的・コミュニケーション願望

— “もの” だけではない生活 —

次々と開発されていく新製品に対して低い消費志向を示している彼女らは、“もの”だけで自分の欲望を満たそうとは考えていないようだ。“色々なものを買う”よりも、自分を知的に高めたり、人と人とのつながりを大切にするこで、生活を豊かにしていきたいと考えているのではないか。

### ●余暇の過ごし方は？

— 現在と将来のギャップ —

現在では、

①ショッピングにでかける(49%)

②身体を休める(49%)

③スポーツをする(39%)

の順。

しかし、全年齢層中では

“ショッピングにでかける”

“友人や家族との結びつきを

深める”が最も低く、“スポーツをする”が最も高い。

(図3、参照)

しかし、将来には

①友人や家族との結びつきを深める(57%)

②スポーツをする(53%)

③知識を身につける(44%)の順。

図2 余暇の過ごし方 (数字は%)

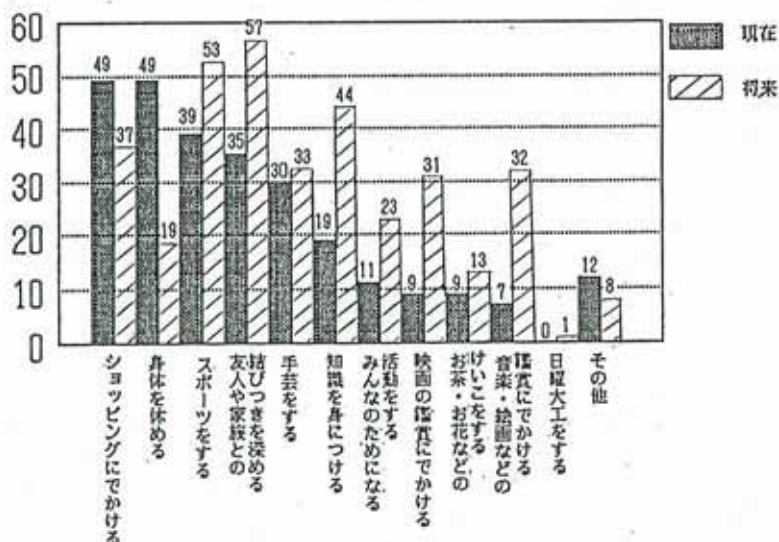
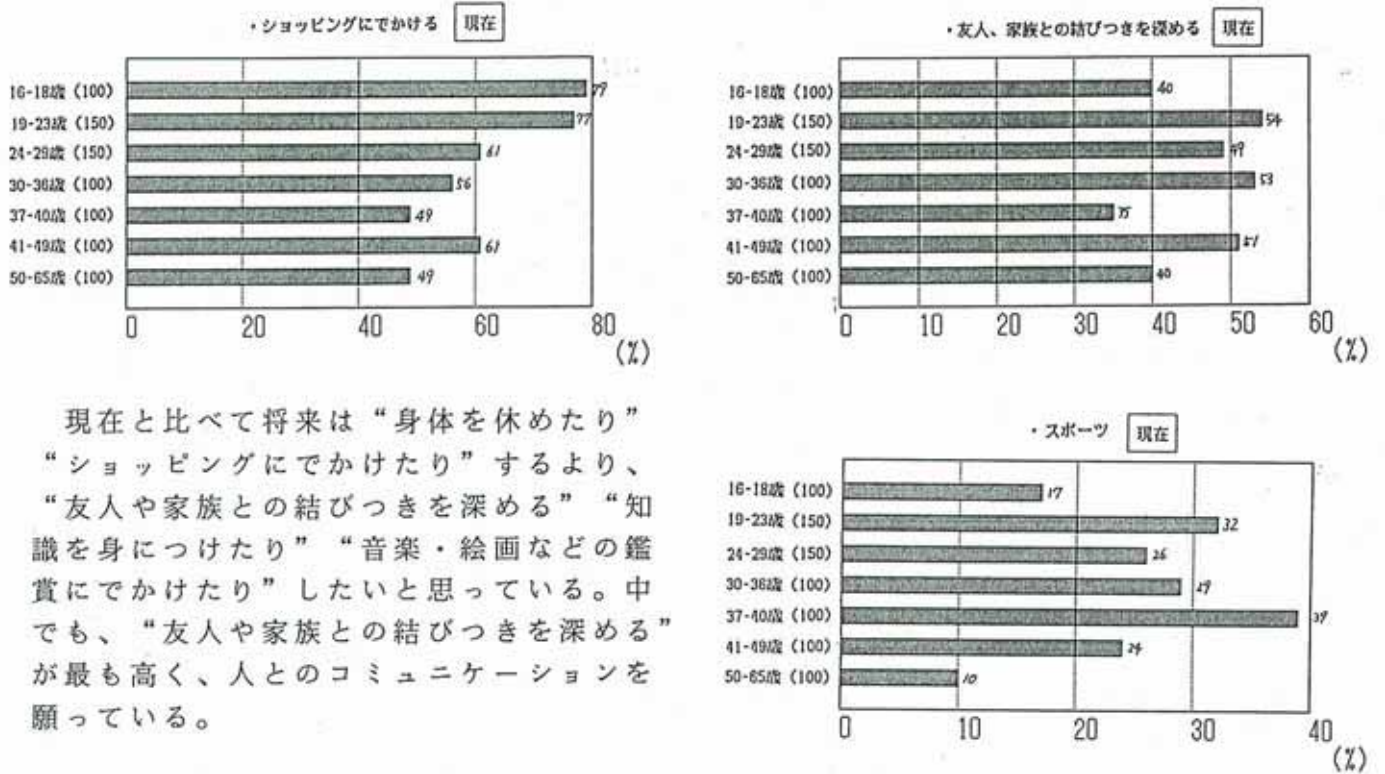


図3 <余暇の過ごし方>



現在と比べて将来は“身体を休めたり”“ショッピングにでかけたり”するより、“友人や家族との結びつきを深める”“知識を身につけたり”“音楽・絵画などの鑑賞にでかけたり”したいと思っている。中でも、“友人や家族との結びつきを深める”が最も高く、人とのコミュニケーションを願っている。

図4 <生き方意識>



●豊かな生活は？

他の年齢層と比べて“色々なものを買って豊かな生活を楽しみたい” (57%)と思う人が少ない。

●旅行は？

年2.2回で、家族と一緒に (92.3%)。

子供の年齢が7~12才位なので、家族中心の旅行になるのだろう。

海外旅行経験者は4人に1人の割合。



### 3. 男・女、関係なし - 差は意識しない -

社会の従来の差別意識（男とか女とか、こうあらねばならないという意識）にこだわらない傾向。逆に、自分を基準に序列や役目を変えていくのだろう。そのため例えば男だからこう、女だからこう、という定義より自分がどうかをシビアにこだわっているのではないか。

#### ●男女の能力差は？

“ない” (32%) と考える人が既婚者中では一番多い。

#### ●高校での家庭科教育は？

“男女とも学ぶ” (59% - 全体800人では49%) を支持する人が他年齢層に比べて多い。

#### ●「家」と子供は？

“長男には特別な役割がある” と思わない人が全年齢層中最も多い (69%)。核家族が多いせい、か、「家」を継ぐという意識があまりないのかもしれない。また、男の子でも女の子でも、上の子でも下の子でもこだわらないということか。

図5 <男女の生れつきの能力差>

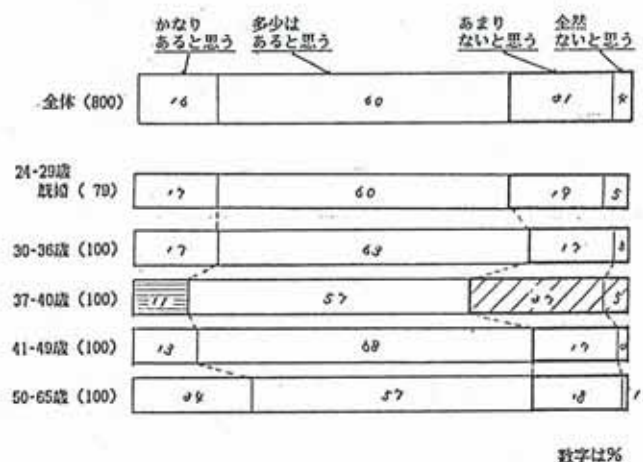
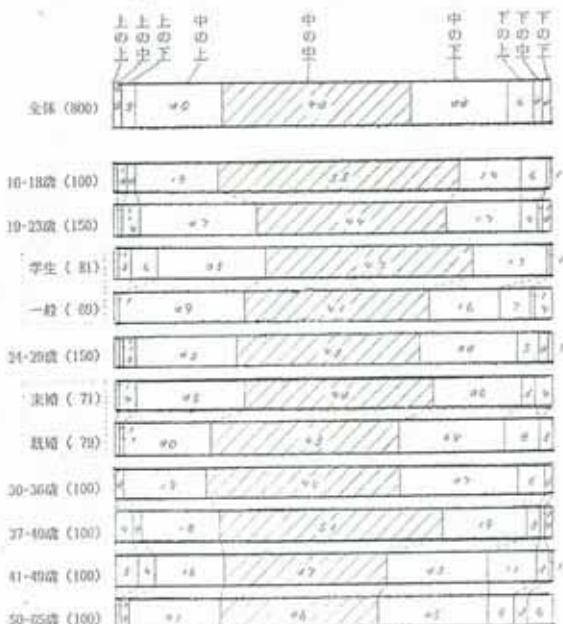


図6 - <生活レベル>



#### ●生活レベルは？

“中の中” 意識の人が多く (51%)。また、自分を“質素”だと思っている人が既婚者中で一番少ない (32%)。

#### 4. 地道な活動・生活－テレビより新聞－

普段の生活で、この世代は、従来の地縁（ただ、近くに住んでいる同士）、血縁的なつながりより、社会活動でのネットワークの中に結びつきをもつようだ。“（地域）政治団体”“学習・教養サークル”等、同じ地域の中でも“同じような価値観・主張”をもった人々が集って仲間作りをしている。そのネットワークは生活実感に根ざした真面目なものが多く、地道な活動を行なっている。

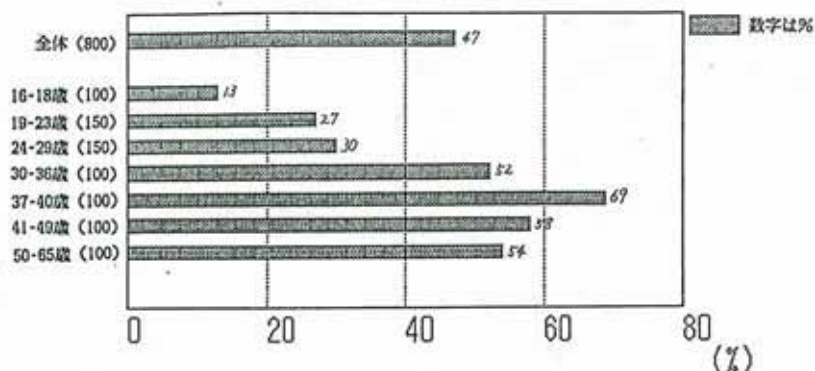
また、テレビより新聞をよく読み、歌番組を見たり、芸能界を話題にする人は少ない。

##### ●社会活動は？

69%が何等かの社会活動に参加し、全年齢層中最も高い。

- ①学習・教養サークル(25%)
  - 〃（地域）政治団体(25%)
  - ③老人クラブ(20%)
  - ④町内・婦人・自治会(16%)
  - ⑤生協等消費者グループ(13%)
- の順。このように活動内容は地道なものが多い。

図7－＜社会活動への参加＞



##### ●新聞は？

全年齢層中、（ほぼ）毎日、新聞を読んでいる人が最も多い(91%)。また、読む時間が“51-60分”で、他の年齢層より長い。

新聞で関心をもって読んでいる記事は

- ①テレビ番組(72%)
  - ②家庭（料理）(67%)
  - ③家庭（医療）(56%)
- の順。

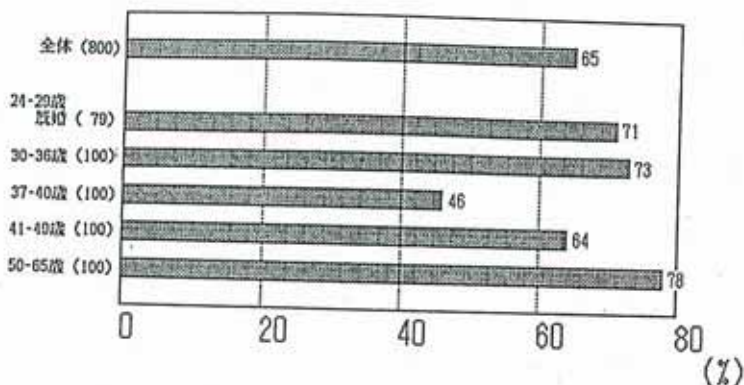
但し、“テレビ番組”に関心をもって読んでいる人は他の年齢層と比べると少ない方。逆に全年齢層中、“投書欄”(50%)、“レジャー・趣味”(39%)、“日曜特集”(39%)、“人生相談”(39%)、“地方欄”(33%)、“書評”(19%)に関心をもって読んでいる人が最も多い。また＜24歳以上＞の中で“マンガ”に関心をもって読んでいる人が最も多い(25%)。

●テレビは？

“毎日必ず見る”人は、既婚者の中では最も少なく(46%)、“見ている時間”も少ない。

番組では“報道”(77%)を見て、“歌謡曲”(15%)、“バラエティーショー”(16%)をあまり見ていない。

図8 - <テレビを見る頻度>  
- 毎日必ず見る -



●友人知人らと雑談する時の話題は？

- ①子供の教育(90%) ②家庭(54%)  
③買物(46%)の順。

既婚者中、“子供の教育”(全体49%)、“環境”(19%-全体13%)を話題にする人が最も多く、“テレビ・ラジオ”(26%-全体37%)や“芸能界”(18%-全体25%)を話題にする人が少ない。(“子供の教育”を話題にする人が多いのは、この年代の特徴だろう。)

●生き方の意識は？

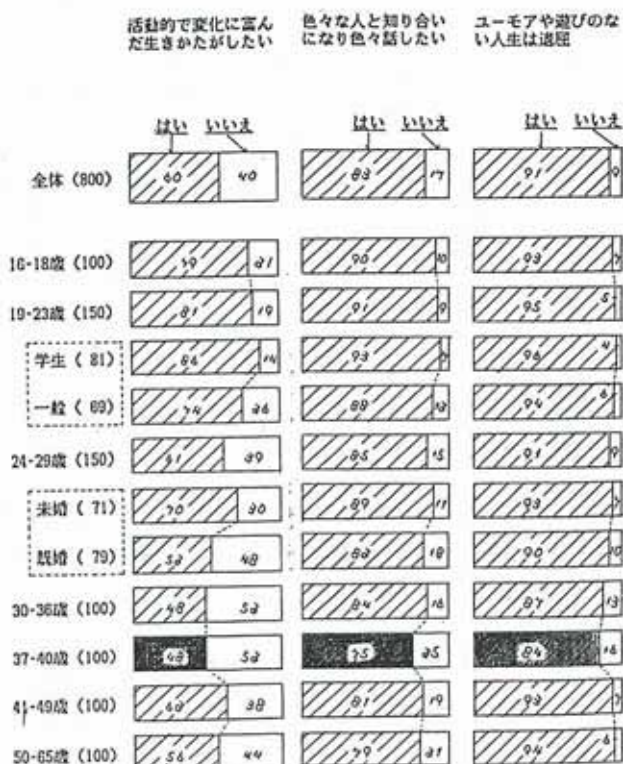
他の年齢層と比べて

「はい」と回答した人が最も少ないもの

- ①活動的で変化に富んだ生き方がしたい(48%)  
②色々な人と知り合いになり色々話したい(75%)  
③ユーモアや遊びのない人生は退屈(84%)

実際には、いろいろな活動をしたり、いろいろな人と知合ったりしていても、そこにはあまり華やかさは見られない。地道で、より実質をとる意識。

図9 - <生き方の意識>





## 5. 理想は自立 - 自分の生き方大切 -

理想は“女性も経済的に自立すべきである”と思っけていても、現実には専業主婦が多いので、経済的自立がしたくても出来ないのが現状。また、理想的な夫婦像としては、夫だけでなく、妻も家事以外に打込めるものを持ち、自分の生き方を大切にしたいと主張している人も多い。

### ●好ましい夫婦像は？

全年齢層中“妻はいつも夫に従うのではなく、自分の趣味や仕事に打ち込み、自分の生き方を大切にする”(38%)という夫婦像が最も多い。

図10 - 好ましい夫婦像

妻はいつも夫に従うのではなく、自分の趣味や仕事に打ち込み、自分の生き方を大切にする

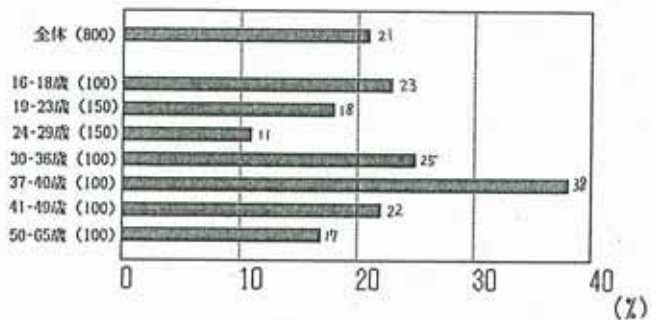
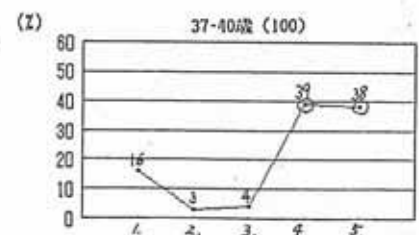
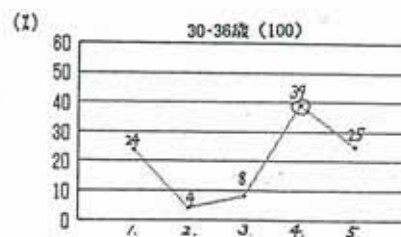
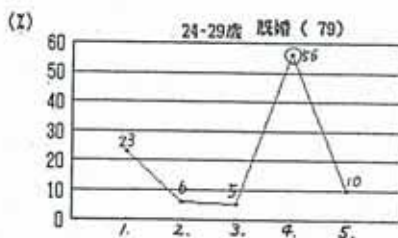
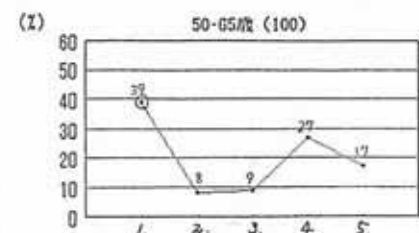
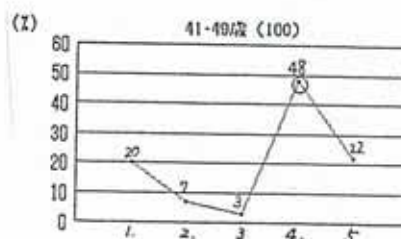


図11 - <年齢別比較・好ましい夫婦像>

1. 妻は夫をもりたてるように気を配り、夫が一家の主人として威厳を保てるようにする
2. 妻はなるべく夫の言うことに従うようにし、自分の趣味や仕事も夫の意見に従ってする
3. 妻は家庭を守り、夫の仕事には口をはさまないようにし、夫も家庭のことには口をはさまないようにする
4. 妻と夫は、家事や育児を分担しあって、互に相手の仕事や活動を助けるようにする
5. 妻はいつも夫に従うのではなく、自分の趣味や仕事に打ち込み、自分の生き方を大切にする



他の年齢層は、5タイプの夫婦像の分布が図のように“分担・協力型”が圧倒的なのに対して、“自分の生き方大切型”は落ち込んでいる。<37-40歳>の図だけ“自分の生き方大切型”の支持が高い。





●女性の自立は？

全年齢層中“女性も経済的に自立すべきである”と考えている人が最も多い(28%)。

●(自分の)経済的自立は？

“自立できない”という人が最も多い(41%)。(全年齢層中も)

## おわりに

このレポートをまとめていくうちに、他の年齢層と比べて「団塊の妻たち」が、非常に“自分”にこだわりを持っていることが窺えた。理想をかかげ、真面目な意見を主張して、真剣に自分らしい生き方を求めたいと思っているようだ。

しかし、彼女らの理想とは別に実際には、自分らしさとは一体何かということをつわらないまま模索している最中なのかもしれない。

「エコノミスト」3月8日号の中で宮川俊彦氏は、『この世代が「自分らしさ」を標榜しながら、ただ自分の願望を何者かに投影したり、いまだ大人になれず、また旧来の大人になりたくもないだけだったり、という諸相を見せてくれる』と評している。

果たして、「団塊の妻たち」が、自分の理想や主張をどう実現していくか、あるいは、理想と現実のギャップをどう埋めていくか、これからに注目したい。

## <付録>

調査項目中、<37-40歳>で面白いと思われる項目を列挙してみた。

\*音楽……ポピュラー、クラシック（全年齢層中、最も多い）

\*好きなお酒……ビール、ワインという順だが、“お酒を飲む頻度”は、既婚者中では一番少ない。自宅で飲む人が殆ど。

\*好きな飲み物……日本茶、コーヒー党の半々

\*喫煙……全年齢層中、タバコをすっている人が最も多い。

\*もったいない……既婚者の中では、“もったいないことをしている”と感じている人が一番多い。

\*“郊外派”が他の年齢層と比べて最も多い。

以上

## <参考資料>

- ①日本電機工業会「家電に対する世代別意識調査」（1987年調査実施）
- ②「アクロス」1988/2月号－特集・団塊世代研究シリーズ2
- ③「エコノミスト」1988/3月8日号－親としての団塊の世代と子供たち