

## 男の関心・女の関心

### 男の関心

新聞記事	: 「スポーツ」「政治」「経済」
テレビ番組	: 「スポーツ」「バラエティショー」
友人・知人らと雑談する時の話題	: 「スポーツ」「仕事」
その他の関心	: 「月に2冊以上単行本を読む」「継続的にやっているスポーツがある」「政治や社会の動きに関心がある」「科学技術の動向に関心がある」

### 女の関心

新聞記事	: 「家庭／料理」「婦人欄」「家庭／医療」
テレビ番組	: 「ドラマ」「旅」
友人・知人らと雑談する時の話題	: 「子供の教育」「買物」
その他の関心	: 「おしゃれに関心がある」「美術展や音楽会・コンサート（観劇）へよくいく」「旬のものをよく食べる」「新しい商品や珍しいものは試しに買う」

1991/4/8

ポラ文化研究所

(担当 高谷、久保田)

## 1. はじめに

本報告書は、【年齢別に見た男性の意識と行動調査'89】（調査対象者750人）および「年齢別に見た女性の意識と行動調査'90」（調査対象者1000人）に共通する質問項目のうち、男女の関心の違いに関するものを抜き出してご紹介するものです。

## 2. 調査概要

\*調査地域 東京駅を中心とする首都圏30キロ圏内

\*調査対象者

上記地域内に居住する16歳から59歳までの男性750人と16歳から65歳までの女性1000人

	男性		女性
高校生	75人	高校生	75人
大学生	75人	19-23歳・学生	75人
20-29歳・未婚	75人	19-23歳・社会人	75人
20-29歳・既婚	75人	25-29歳・未婚	75人
30-38歳・未婚	75人	25-29歳・既婚	75人
30-38歳・既婚	75人	30-34歳・既婚	75人
39-42歳	100人	35-39歳・既婚	75人
43-49歳	100人	30-39歳・未婚	100人
50-59歳	100人	40-43歳	100人
		44-49歳	100人
		50-59歳	100人
		60-65歳	75人

\*調査対象者抽出法 エリアサンプリング法

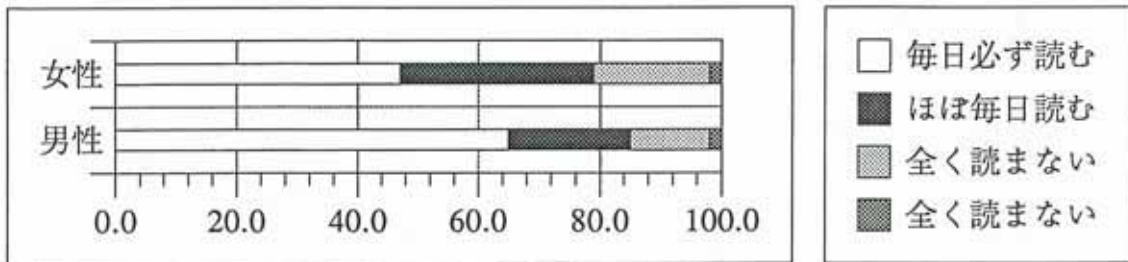
\*調査方法 個別訪問面接聴取法、および留置法の併用

\*調査期間 男性：平成元年8月21日～9月4日  
女性：平成2年9月14日～10月1日

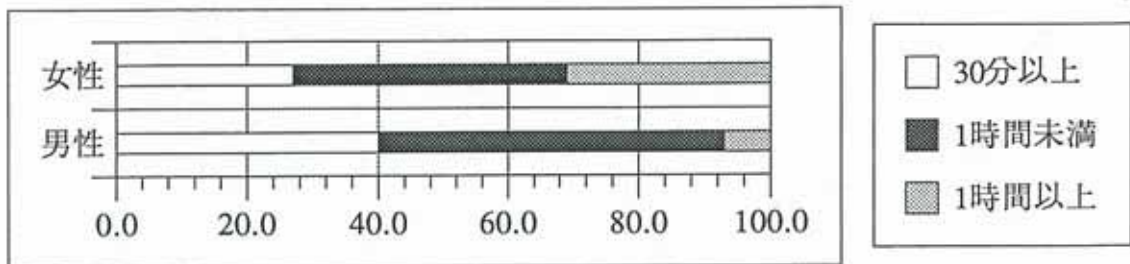
### 3. 調査結果

#### 3-1 新聞を読む頻度・読む時間・関心をもって読む記事

男性は「毎日必ず読む」が65%に対し女性は47%。「ほぼ毎日読む」を加えても、男性が85%に対し女性は79%と、男性の方が新聞を読む頻度が高い人が多い。



しかし、読む時間となると、「30分未満」が男性40%に対し女性は27%、「1時間未満」を加えても、男性93%に対し女性69%と、女性の方が読む時間の長い人が多い。

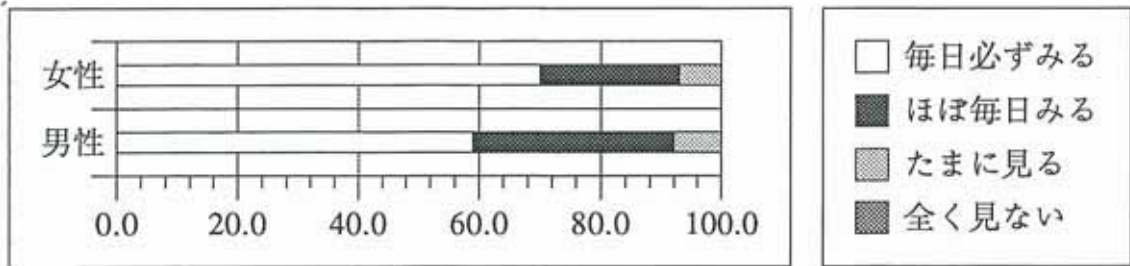


また、関心をもって読む記事の上位5位の男女を比較すると下記のように関心の内容が男女でかなり異なっていることがわかる。

男性	女性
1位「スポーツ」(76%)	1位「テレビ番組」(65%)
2位「政治」(62%)	2位「家庭/料理」(47%)
3位「事件・犯罪」(57%)	3位「婦人欄」(44%)
4位「テレビ番組」(51%)	4位「事件・犯罪」(41%)
5位「経済」(37%)	5位「家庭/医療」(37%)

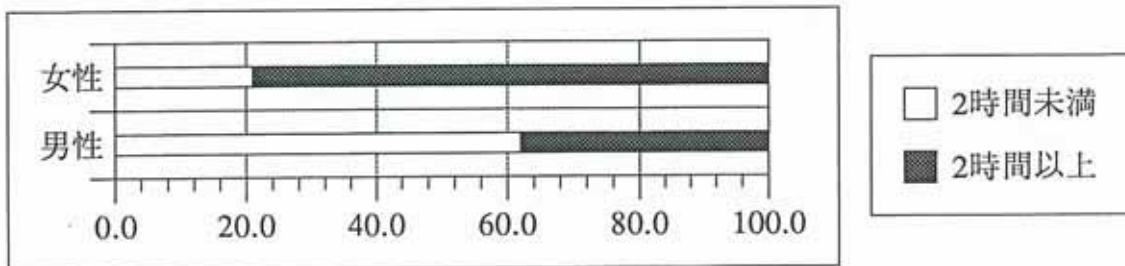
### 3-2 テレビを見る頻度・見る時間・よく見る番組

「毎日必ず見る」が男性59%に対して女性70%、「ほぼ毎日見る」も加えると、男性79%に対し女性は93%と女性の方がテレビを見る頻度の高い人が多い。



また、テレビを見る時間も、「1日2時間未満」が男性の62%に対し女性は21%と、女性の方がテレビを見る時間の長い人が多い。

よく見る番組は下記の上位5位までを見ると、「ニュース・報道」が男女ともに約80%の高得点で1位に並んでいるのを除いて男女の好みの差が現われている。



男性

女性

- 1位「ニュース・報道」(79%)
- 2位「スポーツ」(65%)
- 3位「洋画」(56%)
- 4位「クイズ・ゲーム」(36%)
- 5位「バラエティショー」(25%)

- 1位「ニュース・報道」(82%)
- 2位「ドラマ」(62%)
- 3位「クイズ・ゲーム」(46%)
- 4位「旅」(41%)
- 5位「洋画」(39%)



### 3-3 友人・知人らと雑談する時の話題

設問の項目の中身が男女で違えてあるが、男女共通する20項目の中での上位5位までを比較すると、共通する項目の中でも男女の関心の比重が非常に異なっていることがわかる。また、男性に対する設問にのみ加えた「政治・社会・世相」(35%)と「車」(34%)の2項目が上位5項目と匹敵する水準である点が注目される。

男性	女性
1位「スポーツ」(56%)	1位「子供の教育」(43%)
2位「仕事」(42%)	「旅行」(43%)
3位「テレビ・ラジオ」(36%)	3位「買い物」(41%)
4位「友人・知人」(31%)	4位「友人・知人」(40%)
5位「旅行」(29%)	5位「テレビ・ラジオ」(38%)

### 3-4 おしゃれへの関心度

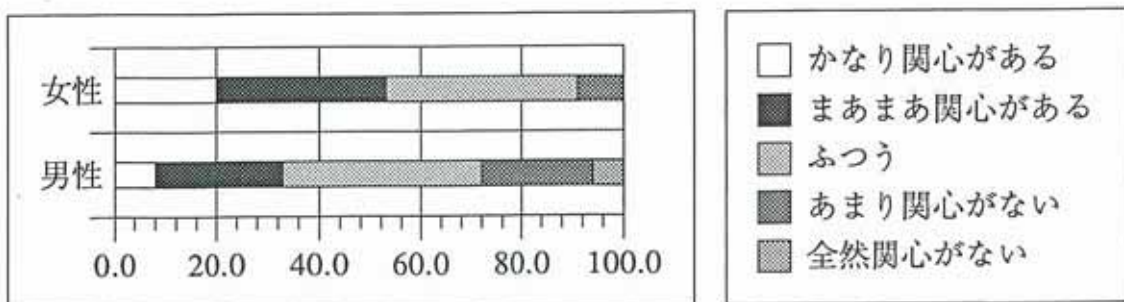
おしゃれへの関心は、「かなり関心がある」と「まあまあ関心がある」を合わせて、男性が33%、女性が53%と常識通り女性の方が関心のある人が多い。

年齢別に見ると、男女ともおおむね年齢が若いほどおしゃれへの関心が高いが、男性の「39-42歳」(団塊の世代)は21%と全年齢中もっとも関心が低いことが注目される。

同じ団塊の世代である女性の「40-43歳」を見ると、「60-65歳」(28%)、「35-39歳既婚」(44%)に次いで関心が低く(46%)、男性と同様な傾向が見られる。

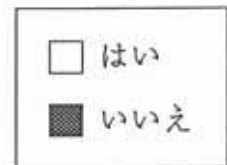
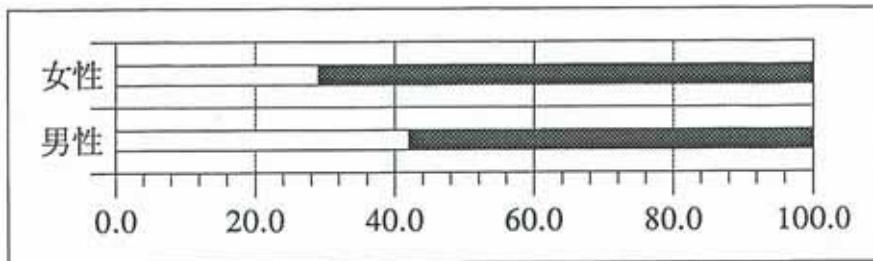
また、女性の「30-39歳未婚」(66%)は、「高校生」(76%)、「19-24歳」(73%)に次ぐ高い関心を示している点が注目される。

男性の「30-38歳未婚」(36%)は同年代既婚者(31%)よりは関心が高いが、20代既婚者と同程度、20代未婚者(40%)よりは低く、全体(33%)とくらべてもあまり関心が高いとはいえない。



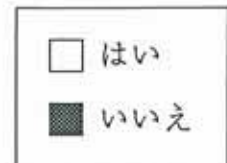
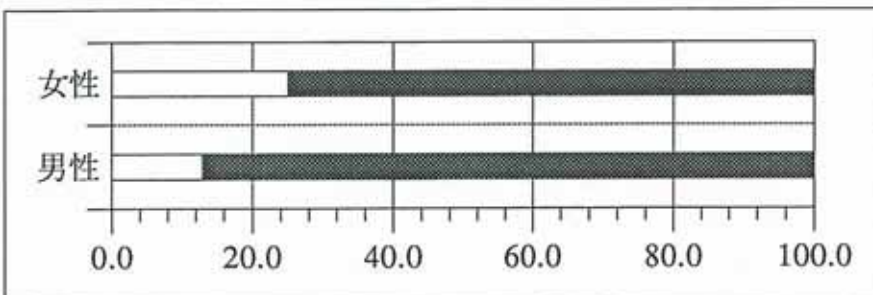
**3-5** 月に2冊以上単行本を読む

男性42%、女性29%。男性の方が本を読む。



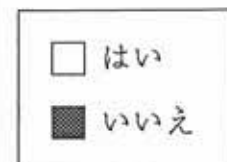
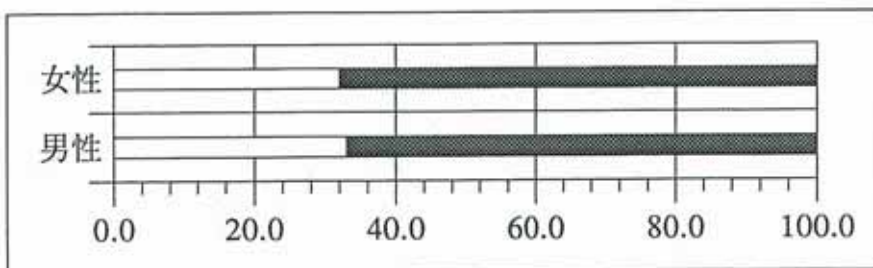
**3-6** 美術展や音楽会・コンサート（観劇）へよく行く

男性13%、女性25%。女性の方が芸術好き。



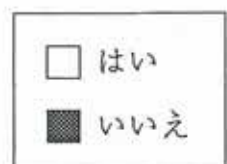
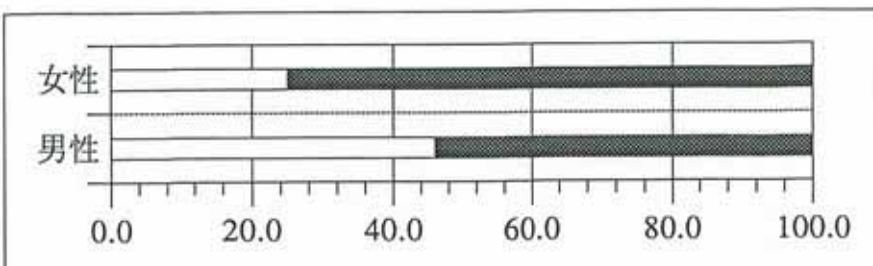
**3-7** 教養番組をよく見る

男性33%、女性32%。男女変らず。



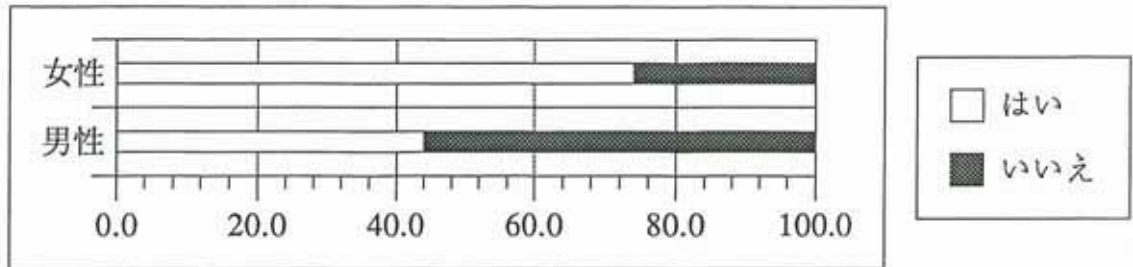
**3-8** 継続的にやっているスポーツがある

男性46%、女性25%。男性の方が見るのもやるのもスポーツ好き。



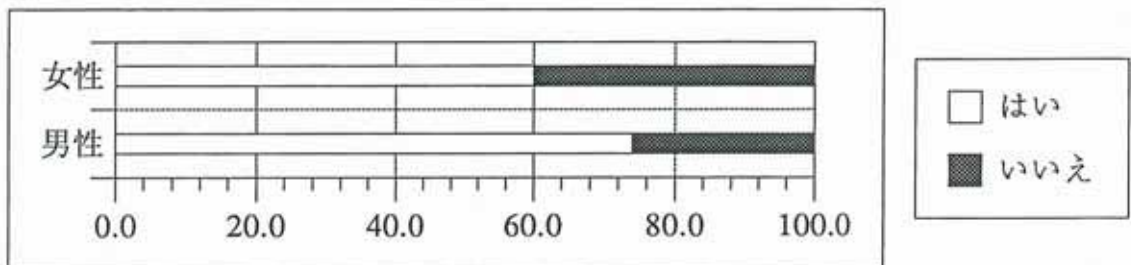
### 3-9 旬のものをよく食べる

男性44%、女性74%。男性は自分が食べている物が旬のものでも気がつかないのでは。



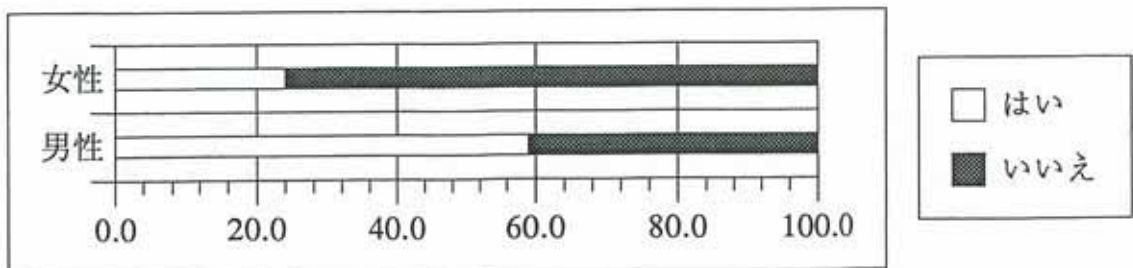
### 3-10 政治や社会の動きに関心がある

男性74%、女性60%。社会への関心は男性の方が高い。年齢別に見ると、女性の「40-43歳」(65%)、「44-49歳」(74%)、「50-59歳」(70%)が女性としては比較的高い関心が高い。



### 3-11 科学技術の動向に関心がある

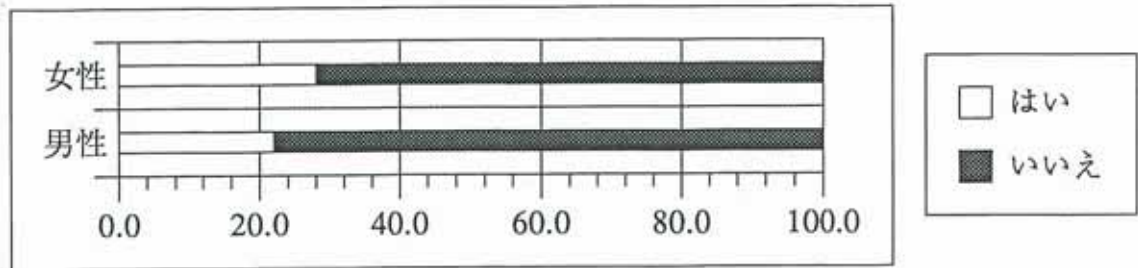
男性59%、女性24%。女性は科学への関心が低いですが、年齢別に見ると、「19-24歳学生」(33%)や「25-29歳未婚」(43%)、「30-39歳未婚」(34%)の女性の関心は比較的高い傾向がある。今後女性の関心が高まるのかもしれない。





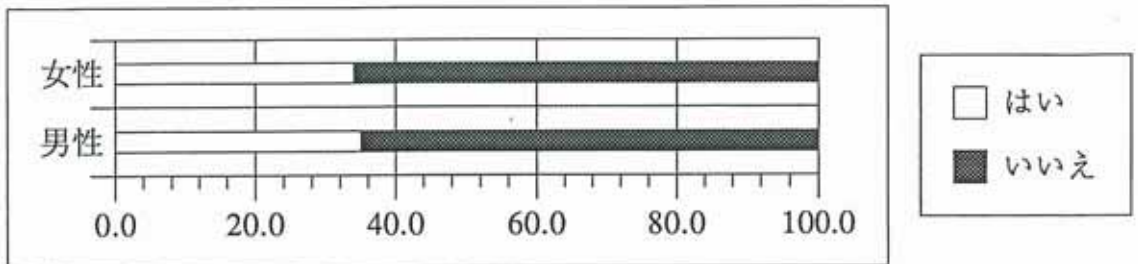
### 3-12 新しい商品や珍しいものは試しに買う

男性22%、女性28%。女性が少し買い物好き。



### 3-13 これからの流行やこれから売れそうな新製品に敏感な方

男性35%、女性34%。流行の見通しは男女に差がない。



## 4. 結論

男女の関心の内容の特徴を比較してみると、新聞記事では男性は「スポーツ」「政治」「経済」、女性は「家庭/料理」「婦人欄」「家庭/医療」、テレビ番組では男性は「スポーツ」「バラエティショー」、女性は「ドラマ」「旅」、友人・知人らと雑談する時の話題でも男性は「スポーツ」「仕事」、女性は「子供の教育」「買物」という具合に、男性はスポーツや仕事のような家庭外のことに関心が向い、女性は家庭や家族と関連した領域に関心が高いようだ。

その他の関心も比較してみると、「月に2冊以上単行本を読む」「継続的にやっているスポーツがある」「政治や社会の動きに関心がある」「科学技術の動向に関心がある」などは男性の方が多い。

女性の方は、「おしゃれに関心がある」「美術展や音楽会・コンサート（観劇）へよくいく」「旬のものをよく食べる」「新しい商品や珍しいものは試しに買う」が多い。

新聞を読む時間もテレビを見る時間も多く、情報接触量が高い女性であるが、その量だけでなく、関心を持つ情報の中身が男性とこれほど異なっていることは注目に値する。男女の情報ギャップは予想以上に大きいのもかもしれない。

しかし、ここに現われた違いを見る限り、男は「スポーツ」と「仕事」、「社会」、女は「芸術鑑賞」と「家庭」、「おしゃれ」というような伝統的な男女観に一致しており、男女の意識の大きな変化が感じられる現在においても、男女の関心の違う部分のみ拡大してみると伝統的なものがまだまだ残っていることが分かる。