

～ 夫婦の買い物と家事の分担に関する調査 ～

**子育て世代の女性の考える『理想の家事分担』は、
夫が日常の買い物の2割、家事全般の3割を担当**

国民生活産業・消費者団体連合会（本部：東京都中央区、会長：清水信次、略称：生団連）は、人口減少への対応のための実践策を生活者視点からさぐるため、20代後半から30代の子育て中の女性480人にインターネット調査を行いました。

Summary

- ◆夫婦の「買い物分担」、「理想」と「現実」のギャップは10.9%
 - ・日常の買い物の分担について（平均）
理想は夫21.4%・妻78.6%、現実には夫10.5%・妻89.5%
- ◆夫婦の「家事分担」、「理想」と「現実」のギャップは15.9%
 - ・日常の家事の分担について（平均）
理想は夫30.0%・妻70.0%、現実には夫14.1%・妻85.9%
- ◆買い物について、夫に「たのみづらい」と感じる 35.6%
- ◆日常の買い物に積極的な夫は、46.0%
夫が自分から仕事帰りなどに「何か買い物がある？」と聞いてくれたら、78.3%の人が嬉しいと回答。
- ◆「夫の買い物力」に3分の2の女性が「満足している」
 - ・夫の買い物力について
（買い物力：必要な時に質の良い商品をお値打ち価格で買えること）
満足している、やや満足してる 計65.6%

【調査概要】

- ・調査方法：インターネットアンケート
- ・調査実施機関：ネオマーケティング
- ・調査実施期間：2015年3月27日～29日
- ・対象地域：全国
- ・対象者：25～39歳の既婚で子どもがいる女性480名
<25～29歳：160名、30～34歳：160名、35～39歳：160名> <うち専業主婦：240名、兼業主婦240名>

【報道関係の皆様へ】

- ・本リリースの調査結果を、掲載される際は「生団連調べ」と付記のうえ使用をお願いいたします。
- ・この調査結果を踏まえ、生団連は平成27年5月7日より男性の家事参加を促す取り組みとして、『買エルマンキャンペーン』を実施いたします。詳細は、別リリース『買エルマンキャンペーンスタート』をご参照願います。<キャンペーンURL：<http://www.seidanren.jp/kaeruman/>>

【本件に関するお問い合わせ先】

国民生活産業・消費者団体連合会（略称：生団連） 担当：清水（栄）・宮田
電話： 03-3662-5240 E-mail： jimu@seidanren.jp
〒103-0023 東京都中央区日本橋本町3-6-2 小津本館ビル7階

調査結果① 夫婦の分担割合は

日常の買い物について、夫との分担割合を%で聞きました。



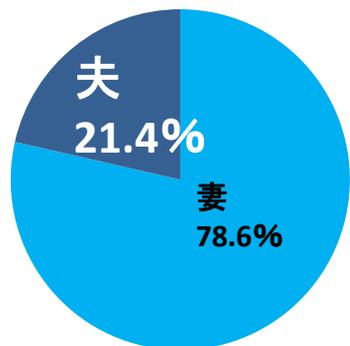
【日常の買い物の分担割合は】

◆ 日常の買い物の分担割合の平均は夫10.5%・妻89.5%

回答全体の25%に「妻100%、夫0%」つまり「夫がまったく買い物をしない」という回答がありました。

「専業主婦」では平均91.7%、「兼業主婦」で「87.2%」と就業の有無による差は、4.5ポイントにとどまりました。

日常の買い物について、夫との分担割合の「理想」を%で聞きました。

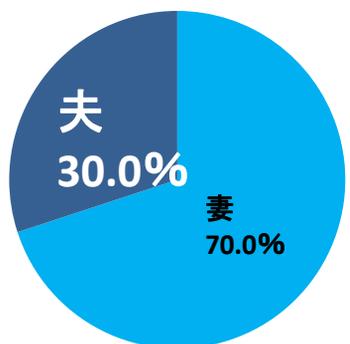


【日常の買い物分担、「理想」は】

◆ 理想の買い物分担の平均は、夫21.4%・妻78.6%

夫に期待する分担割合は、現状の倍ということになります。

家事全般の分担割合、「現実」と「理想」は？



【家事全般の分担割合、「理想」は】

◆ 家事の分担割合について、「現在」の平均は、夫は14.1%・妻が85.9%

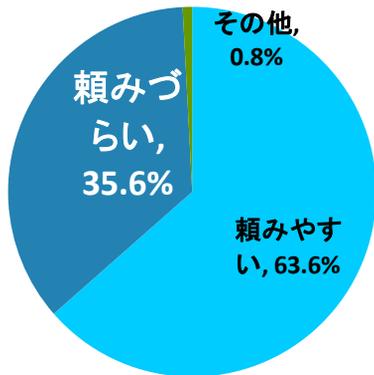
夫の分担が0%（家事をまったくしない）という回答が全体の17.7%ありました。

◆ 家事全般の分担割合について「理想」を訪ねたところ、平均は、夫が30.0%・妻が70.0%という結果に。

「買い物分担」と同様に、夫に期待する分担割合は現状の約2倍となっています。

調査結果② 夫の“買い物力”について

日常の買い物を夫に頼む際、どのように感じる？

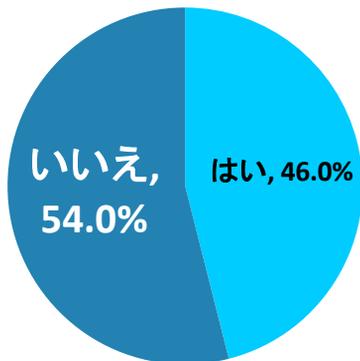


- ◆ 日常の買い物を夫に頼む際、頼みやすい人が3分の2、頼みづらい人が3分の1。

自分からは頼みづらいという人も少なからずいることがわかります。

【日常の買い物を夫に頼む際、どのように感じますか】

夫は、自主的に買い物をしてくれる？



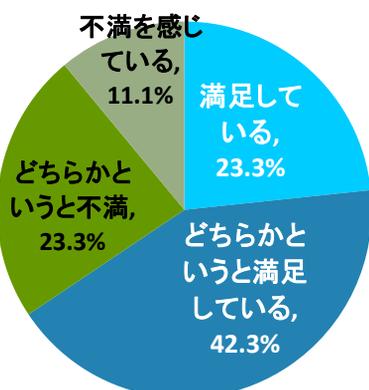
- ◆ 自分から買う物があるか聞いたことがある夫は46.0%

言われればやるけど、自主的に買い物をしようとする夫はまだ少ないという現実が伺えます。

夫が自分から仕事帰りなどに「何か買う物がある？」と聞いてくれたら、78.3%の人が嬉しいと回答。

【あなたから頼むことなく、夫から仕事帰りに（食料品や日用品を）「何か買うものある？」という内容の連絡がきたことはありますか】

夫の「買い物力」に満足している？



- ◆ 夫の「買い物力」に関して、「満足している」と「どちらかという満足している」の合計で65.6%

「買い物力」を、必要な時に質の良い商品をお値打ち価格で買うこと、と定義し質問しました。

3分の2の女性が、概ね満足していると言えます。

【夫の買い物力に満足していますか】

調査結果③ 主婦の“買い物ストレス”について

日常の買い物でストレスを感じることは？

【どのようなことにストレスを感じていますか？】

- 1位：荷物が重いこと（66.7%）
- 2位：毎日の献立を考えること（61.6%）
- 3位：価格に不満（39.2%）

- 4位：レジで並ぶこと
- 5位：袋からはみ出る等大きな商品を持ち帰ること

◆「荷物が重いこと」「毎日の献立を考えること」について、過半数がストレスを感じると回答。

『その他』の項目では、「小さい子供をつれていくこと」「子供がぐずること」など、子供と一緒に買い物をすることがストレスだとする記載が見られました。このことから、子供のケアをしながら買い物をすることが主婦の大きな負担の一つとなっていると考えられます。

買い物に行きにくいと感じる時は？

【買い物に行きにくいと感じるときはどんな時ですか】

- 1位：体調が悪いとき（78.1%）
- 2位：雨や雪など悪天候時（75.2%）
- 3位：子どもが在宅のとき（47.7%）

- 4位：他の家事や仕事で忙しい時
- 5位：夜間

◆買い物に行きにくいと感じる時は、「体調不良」と「悪天候」が上位。

重い荷物を積極的に買ってきてくれたり、雨天時の買い物を申し出るなど、妻がストレスを感じていることに「理想の買い物分担」への“ヒント”があるのかもしれない。

【国民生活産業・消費者団体連合会（略称：生団連）について】

◆設立趣旨

当連合会は、国民の生活・生命を守るために産業界と消費者団体とが結束する日本で初めての団体として、平成23年12月に設立されました。「災害対策」、「食品廃棄削減」、「節電・創電」、「人口減少と超高齢社会」などのテーマについて活動を開始したところですが、国民が直面する諸課題が山積する中、国任せ・政府任せではなく、国民自らが課題に挑む組織として、“生活者視点”及び“実践と発信”とともに、異業種間、事業者・生活者間の相互理解の増進を心がけた活動を進めているところです。

◆会員数：555企業・団体（平成27年4月8日現在）

団体会員：28団体 企業会員：520企業 特別会員：7団体（消費者団体等）

◆会長：清水 信次（日本チェーンストア協会 会長）