

# News Release

## プレスリリース

2011年6月29日

### お問い合わせ先

コミュニケーションズ

Eメール：[JPNwebmaster@nielsen.com](mailto:JPNwebmaster@nielsen.com)

電話：03-5798-9353(直通)

：03-5798-9300(大代表)

### ニールセン ジャパン、日本版「未来の女性」調査結果（生活環境編）を発表

#### <結婚>(図1)

- 家計を一人で支える女性の約3割は結婚の意志なし

#### <収入>(図2)

- 45-64歳の女性の約6割は過去5年間で世帯収入が減少
- 34歳以下は将来の収入は増えると楽観的なのに対し、45歳以上の女性は今後も収入が減ると予測

#### <機会>(図3)

- 自分たちの娘の世代のほうがより多くの機会に恵まれる、とは思っていない

#### <態度>(図4)

- 将来、社会における「女性の役割が変わっていく」（89%）、「男性の役割が変わっていく」（64%）と答えた割合は先進11か国中トップ。
- 女性の役割の変化予測については、「仕事上での変化」を挙げる人が多い

2011年6月29日 - 東京発：

ニールセン ジャパン（本社：港区白金台 / 職務執行者 シンディ・シン）は、「未来の女性」に関する調査結果を発表しました。

シンディ・シンは、日本女性の調査結果についてこう述べています。

「45歳-64歳の女性の約6割が、この5年の間に世帯収入が減少していると感じており、また4割は今後の世帯収入が減ると予測しています。このことは、日本の景気が低迷していると感じている人が多いことと無関係ではないでしょう。実際、ニールセン世界消費者景況感調査でも、ここ数年日本の景況感指数は非常に低いものにとどまっています。（参考：2010年第4四半期の日本の消費者景況感指数は54で、世界ワースト4位）

一方、将来の女性の役割については、変わっていくと予測している女性が先進国中最も高い数値となっており、特に職業面や社会、家庭生活での変化を挙げる人が多くなっています。今後、マーケターはこの女性の役割の変化を敏感に感じとり、商品やサービスの開発、向上に努めていくことが肝要でしょう。」

日本版「未来の女性」調査の主な結果は以下のとおりです。

### ■家計を一人で支える女性の約3割は結婚の意志なし(図1)

何歳で結婚した(結婚したい)か、を聞いたところ、教育レベルが上がるほど、結婚した(結婚したい)時期が遅くなっていることがわかりました。また、家計を一人で支える女性の29%は結婚の意志がないことがわかりました。

### ■今後の収入については暗い見通し(図2)

5年前から現在に至るまでの世帯収入の変化と、現在から今後5年間の世帯収入の予測について聞いたところ、45-64歳の女性の約6割(58%)は過去5年で収入が減少した、と回答しました(図2-A)。さらに、45歳以上の女性は今後の5年間も収入が減ると予測する傾向が見られる一方、34歳以下の女性のみ、将来の収入は増えると答えた人が比較的多くなっています。(図2-B)

### ■各分野において「自分が得てきた機会」と「娘世代が将来得るであろう機会」との比較(図3)

全体的な傾向として、娘世代が自分たちよりも多くの機会を得られるとは考えていません。その中でも「健康的なライフスタイルを送る」「借金を返済する」ことは難しくなると見ているようです。

### ■社会における女性の役割、特に仕事上での役割に今後変化があると考えている(図4)

社会において女性の役割、男性の役割が変化していくと思うかを聞いたところ、9割近く(89%)が女性の役割の変化(図4-A)を、6割以上(64%)が男性の役割の変化(図4-B)を予想しています。これらは先進国中最も高い数値です。特に女性の役割の変化については、「外で働く女性の増加」「職場でより高い役職につく女性の増加」などを挙げる人が比較的多く見られました。(図4-C)

図1

何歳で結婚したか、または結婚したいと思うか(単位: %)

	学歴: 高校卒業またはそれ未満	学歴: 短大または高等専門学校卒業	学歴: 4年制大学または大学院卒業	家計を一人で支える女性
18歳未満	0	0	0	0
18-24歳	46	33	26	27
25-29歳	26	37	43	24
30-34歳	10	13	16	18
35-39歳	2	6	4	2
40-44歳	1	0	3	0
45-49歳	0	0	0	0
50歳以上	1	0	0	0
する気はない	15	11	8	29
平均年齢	25.1歳	26.2歳	27.1歳	26.2歳

図2-A

<過去5年間>世帯収入の変化(単位: %)

	全体	34歳以下	35-44歳	45-64歳	65歳以上
30%以上増	1	3	3	0	0
16-30%増	2	2	5	0	1
1-15%増	15	28	14	16	5
同レベル/変化なし	39	36	36	27	58
1-15%減	22	14	21	34	18
16-30%減	10	6	9	16	7
30%以上減	10	11	12	8	11

図 2-B

〈今後 5 年間〉 世帯収入の変化 (単位 : %)

	全体	34歳以下	35-44歳	45-64歳	65歳以上
30%以上増	3	8	1	2	1
16-30%増	3	6	4	2	0
1-15%増	16	34	20	10	3
同レベル/変化なし	47	42	53	46	49
1-15%減	18	8	7	25	30
16-30%減	6	0	5	10	8
30%以上減	7	2	11	5	9

図 3

機会の獲得の変化 (単位 : 指数)

指数 = 「自分よりも娘のほうが機会に恵まれるだろう」と答えた人の割合 ÷ 「自分のほうが母よりも機会に恵まれていた」と答えた人の割合

	項目	新興国平均	先進国平均	日本
1	経済的な安定	1.11	0.75	0.85
2	個人的充足感	1.13	0.75	0.97
3	健康的なライフスタイルを送る	1.10	0.82	0.69
4	必要な物が買える	1.05	0.68	0.79
5	欲しい物が買える	1.05	0.65	0.76
6	高等教育	1.08	0.70	0.76
7	スポーツ活動への参加	1.17	0.76	0.83
8	レジャー活動への参加	1.10	0.71	0.81
9	誰と結婚するか自分で決める	1.09	0.80	0.69
10	結婚するかどうか自分で決める	1.09	0.73	0.68
11	仕事と生活の調和	1.09	0.77	0.90
12	旅行	1.11	0.75	0.75
13	自分のキャリアを選ぶ	1.05	0.70	0.80
14	決めた年齢で退職する	1.18	0.77	0.73
15	テクノロジーの利用	1.05	0.83	0.84
16	借金返済	1.09	0.75	0.65
17	自分の家・アパートを所有	1.15	0.76	0.71
18	日常のストレスを軽減する	1.14	0.84	0.71

図 4-A

社会の中での女性の役割は変化すると思うか (単位 : %)

	先進国平均	アメリカ	カナダ	イギリス	イタリア	フランス
はい	78	75	73	67	77	80
いいえ	22	25	27	33	23	20
	ドイツ	日本	オーストラリア	スペイン	スウェーデン	韓国
はい	69	89	74	82	85	86
いいえ	31	11	26	18	15	14

図 4-B

社会の中で男性の役割は変化すると思うか (単位 : %)

	先進国平均	アメリカ	カナダ	イギリス	イタリア	フランス
はい	46	35	37	30	31	38
いいえ	54	65	63	70	69	62
	ドイツ	日本	オーストラリア	スペイン	スウェーデン	韓国
はい	45	64	41	53	64	63
いいえ	55	36	59	47	36	37

図 4-C

(社会の中で女性の役割が変化すると答えた人に対し) どのような変化があると思うか(自由回答。単位：%)

		全体	34歳以下	35-44歳	45-64歳	65歳以上
<b>プラスの意見</b>						
職業	外に出て就業する機会の増加	41	42	48	40	35
	職場でより高い地位を獲得	19	23	13	19	20
	職場での責任/機会/役割の均等化	8	5	8	8	10
	出産・育児休暇など	5	7	2	5	4
	政治・政界での活躍	5	7	5	4	3
	男性志向の職業や役割を引き受ける	4	2	5	1	7
	同一賃金	2	0	0	1	4
	財務分野での平等な役割	1	0	0	3	0
社会・ 家庭生活	機会均等/男女平等	9	7	11	10	7
	発言力の拡大	8	9	5	6	13
	家事の役割分担	8	4	10	8	10
	社会におけるリーダーシップ	3	2	2	4	3
	自立	2	2	2	1	3
	育児の軽減/分担	1	0	0	1	3
<b>マイナスの意見</b>						
社会・ 家庭生活	少子化	5	11	5	1	4
	家事の分担、家庭における責任の増加	1	2	0	1	0
職業	家計を支えるため就業しなければならない	3	2	3	1	4
	家事への負担増加/就業機会の減少	1	2	2	1	0

#### ニールセン未来の女性調査について

ニールセン未来の女性調査は、2011年2月から4月にかけて実施され、アジア太平洋、ヨーロッパ、ラテンアメリカ、アフリカおよび北アメリカの21カ国で、18歳以上の女性約6500人を対象に調査を行いました。先進国ではオンライン調査、新興国においては、オンライン調査、会場調査および訪問調査を混合した手法を使っています。日本では299名に対し、オンライン調査で、2月25日から3月2日まで実施されました。

#### ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE : NLSN) は世界最大の情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル調査を提供しています。また、トレードショーも開催しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンの本社を拠点とし、世界100カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ ([www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)) をご覧ください。