

～花王調べ～

既婚男性の「家事シェアリング」に関する 調査結果

U35家庭科共修世代は、夫たるもの家事をするのは当たり前！

専業主婦の夫 約8割がそうじシェア

家事は『分担』から、『シェアリング』へ

花王株式会社は、家庭科共修世代(25～34歳)、別修世代(40～59歳)の既婚男性800名を対象に、家事の意識・実態に関するインターネット調査(n=803)を実施いたしました。

家庭科の男女共修は、1993年に中学で、1994年には高校で実施されました。34歳以下は、中学から必修科目として家庭科を学び、ジェンダーフリーな教育を受けている世代です。

家庭科共修世代(以下、共修世代)の既婚男性は、「家事をするのは家族の一員として当たり前」という意識で、家事実施率が高く、別修世代の意識・実態とは差が出る結果となっています。

子育て世代の中心になってきている共修世代では、家事は「分担する」ものでなく、夫婦・家族みんなで「シェアする」、「家事シェアリング」へ大きくシフトしてきていることについて、NPO法人 ファザーリング・ジャパン代表理事 安藤哲也さんにお話を伺いました。

【主な調査結果・ポイント】

- 【1】 34才以下 家庭科共修世代は、浴室そうじ8割、リビングそうじ7割、トイレそうじ6割、洗たく6割と高い家事シェアリング率。
専業主婦の夫も約8割がそうじシェアしており、別修世代と差。
- 【2】 共修世代の夫は、家事をするのは「当たり前」。
妻が専業主婦でも、負担が偏らないように家事シェアリング。
- 【3】 おうちのコトは、妻と一緒にシェア。家事はもちろん買い物も。
一緒に日用品の買い物に行き、2人で選ぶスタイルが出現。

【インタビュー】 NPO法人 ファザーリングジャパン 安藤 哲也さん

「34才以下の若いパパは、家事を普通にしている。

家庭生活におけるビジョンを共有すれば、家事シェアリングの意味がわかる」

■本リリース(MK ニュース)に関するお問い合わせ先



花王株式会社 商品広報センター

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10 TEL:03-3660-7259 / FAX:03-3660-7848

<http://www.kao.com/jp/> ©Kao Corporation

※本資料記載の記事・写真の無断転載・複写を禁じます。リンク先は本件掲載時の情報であり、予告なく変更になる場合がございます。

【調査概要】

調査実施日： 2015年5月
 調査対象者： 25歳～34歳／40～59歳 既婚男性 801名
 （共修世代25～34歳：389名／別修世代40～59歳：412名）
 対象者居住地域： 一都三県
 調査手法： インターネット調査

【調査結果】

【1】34才以下 家庭科共修世代は、浴室そうじ8割、リビングそうじ7割、トイレそうじ6割、洗たく6割と高い家事シェアリング率。専業主婦の夫も約8割がそうじシェアしており、別修世代と差。

- そうじ・洗たく・炊事の家事シェアリング率は、34才以下の家庭科共修世代は別修世代よりも高い。【図1-①】
- 共修世代では、妻が専業主婦であっても家事シェア率が進んでいる。【図1-②】

【図1-①】家事シェアリング率

「自分が担当」「自分が主に担当」「自分と配偶者と半々」
 「配偶者が主だが自分もする」回答率

	共修世代 N=389	別修世代 N=412	共修-別修 差異
リビングそうじ	69%	49%	+20
キッチンそうじ	61%	39%	+22
浴室そうじ	77%	68%	+9
トイレそうじ	61%	45%	+15
洗たく	64%	44%	+20
食事づくり	52%	43%	+9
食器洗い	74%	66%	+9

【図1-②】世代×妻の職業別 家事シェアリング率

	共修世代		別修世代	
	妻 有職 N=206	妻 専業主婦 N=183	妻 有職 N=206	妻 専業主婦 N=206
リビングそうじ	76%	61%	49%	49%
キッチンそうじ	69%	53%	41%	37%
浴室そうじ	79%	75%	73%	62%
トイレそうじ	66%	55%	46%	44%
洗たく	72%	56%	50%	35%
食事づくり	56%	48%	47%	36%
食器洗い	81%	68%	72%	57%

※妻職業有無／子の有無を人口構成比でウエイトバック

参考：家事実施頻度

※実施者ベース

	共修世代	別修世代
リビングそうじ	1.8回/週	1.5回/週
キッチンそうじ	1.7回/週	1.7回/週
浴室そうじ	2.9回/週	2.4回/週
トイレそうじ	1.3回/週	1.3回/週
洗たく	2.7回/週	2.7回/週
食事づくり	2.6回/週	2.0回/週
食器洗い	4.0回/週	3.5回/週

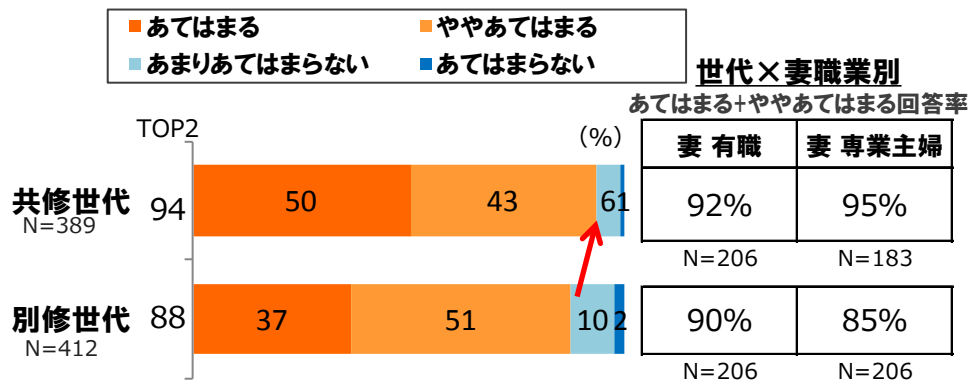
	共修世代		別修世代	
	妻 有職	妻 専業主婦	妻 有職	妻 専業主婦
リビングそうじ	1.9回/週	1.7回/週	1.5回/週	1.5回/週
キッチンそうじ	1.8回/週	1.5回/週	1.8回/週	1.4回/週
浴室そうじ	3.1回/週	2.7回/週	2.3回/週	2.6回/週
トイレそうじ	1.4回/週	1.1回/週	1.3回/週	1.3回/週
洗たく	3.2回/週	2.0回/週	2.6回/週	2.7回/週
食事づくり	3.2回/週	1.9回/週	2.0回/週	2.0回/週
食器洗い	4.2回/週	3.8回/週	3.4回/週	3.8回/週

【2】 共修世代の夫は、家事をするのは「当たり前」 妻が専業主婦でも、負担が偏らないように家事シェアリング

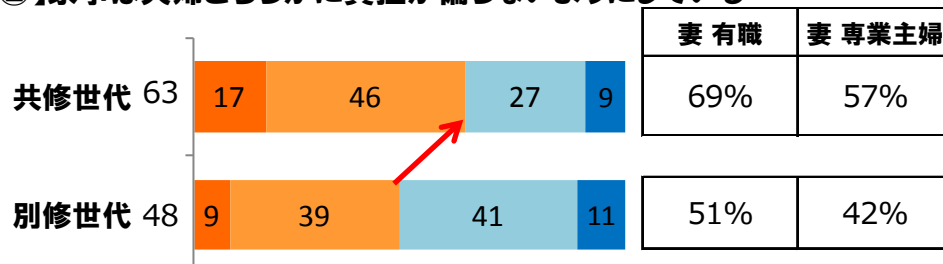
- 34才以下共修世代は、「家事をすることは家族の一員として当たり前」という意識が高く【図2-①】
妻が専業主婦であっても、共修世代の6割は、「家事は夫婦どちらかに負担が偏らないように」
家事を実施している。【図2-②】
- 共修世代の約8割は、「家事は『分担』ではなく、『シェア(共有)』するもの」と考えており【図2-③】、
家事を実施している。

家事に対する意識

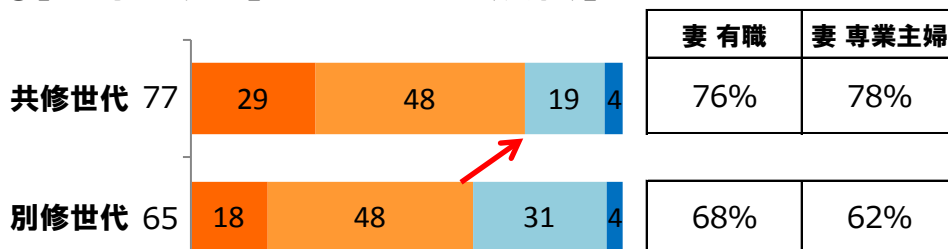
【図2-①】 家事をすることは家族の一員として当然のことだと思う



【図2-②】 家事は夫婦どちらかに負担が偏らないようにしている



【図2-③】 家事は『分担』ではなく、『シェア(共有)』するものだと思う



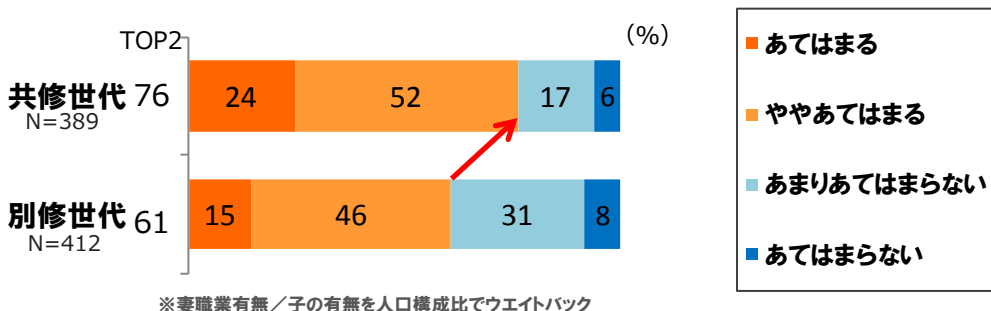
※妻職業有無/子の有無を人口構成比でウエイトバック

- 家事は生活の一部。だからシェアすべきもの。(31歳 妻有職)
- 家事は女性がするものだと思っているのが不思議。(29歳 妻有職)
- 全てを共有し、その時にできる方がすばいと思う。(32歳 妻有職)
- 分担するとお互い気遣えなくて、相手がやれていないことにイライラするだけ。夫婦で話しながら共有することが大切。(29歳 妻専業主婦)
- 専業主婦であっても、家事を全て行うのはしんどいと思う。(31歳 妻専業主婦)
- 分担では負荷や責任がかかる。共有して、お互いが手を取り合ってやるべき。(26歳 妻専業主婦)

【3】 おうちのことは、妻と一緒にシェア。家事はもちろん買い物も。一緒に日用品の買い物に行き、2人で選ぶスタイルが出現。

- 共修世代の約8割は、「家の事は、配偶者任せにせず、夫婦2人でできている」【図3】
- 共修世代の半数は、日用品など家事に関する商品を夫婦一緒に買い物に行っており【図4】、2人で相談して選ぶスタイルが出現してきている。【図5】

【図3】 家の事は配偶者任せにせず、夫婦2人で決めている



【図4】 日用品の買い物「一緒に店頭に行って購入することが多い」回答率

共修世代 N=389	別修世代 N=412	共修世代		別修世代	
		妻 有職 N=206	妻 専業主婦 N=183	妻 有職 N=206	妻 専業主婦 N=206
52%	41%	58%	46%	41%	40%

【図5】 日用品(掃除・洗たく用品)の買い方:「配偶者と2人で相談して選んでいる」回答率

	共修世代		別修世代	
	妻 有職	妻 専業主婦	妻 有職	妻 専業主婦
リビングの掃除用品	22%	10%	25%	18%
キッチンの掃除用品	20%	7%	23%	17%
浴室の掃除用品	21%	11%	24%	18%
トイレの掃除用品	21%	9%	24%	19%
洗たく用洗剤	22%	8%	27%	16%
食器洗い用洗剤	21%	9%	25%	17%

～NPO法人 ファザーリングジャパン代表 安藤 哲也さんに聞く「家事シェアリング」～

「年間200回のセミナー、2万組の家庭を見てきてる中で、34才以下の若いお父さん達は、育児をはじめ、食器洗い・お風呂そうじ・ゴミ出しなどの家事を普通にやっていますよ。家庭科共修で教育も受けており、上の世代とは意識が違ってきます。上の世代は、男女による役割分担意識がまだまだあり、必要に迫られて家事をやっている、主体的にやっている人は少ないです。

家族みんながハッピーであるために、どうなればいいのかを夫婦で話し合い、子育て・家庭生活におけるビジョンを共有すると、家事シェアする意味がわかるはず。パパの家事シェアは、ママの負担を減らすだけでなく、①男性自ら生活力が身につく、②子どももその姿から学ぶ、③ブレインワークの時間として有効活用できる、というメリットがあるんです。

新しい時代の新しい父親・夫としての在り方を、自分でクリエイティブしていくことが、家族を含めてハッピーな人生になっていくのではないのでしょうか。」

NPO法人 ファザーリング・ジャパン 代表理事 安藤 哲也



1962年生まれ。二男一女の父親。2006年にファザーリング・ジャパンを設立。「育児も、仕事も、人生も、笑って楽しめる父親を増やしたい」と、年間200回の講演や企業セミナー、父親による絵本の読み聞かせチーム「パパ's絵本プロジェクト」などで全国を飛び回る。子どもが通う小学校でPTA会長、学童クラブや保育園の父母会長も務め、「父親であることを楽しもう」をモットーに地域でも活動中。2012年には社会的養護の拡充と児童虐待・DVの根絶を目的とするNPO法人タイガーマスク基金を立ち上げ、代表理事に。現在、寄付集めや全国で勉強会の開催を手掛ける。

■ 詳しいお話はこちら:ファザーリング・ジャパン 安藤哲也さんに聞く家事シェアリング成功マニュアル(マイカジスタイル)

- ①なぜ男女間で意識の差があるの？旦那さんの家事に対する本音を知ろう <http://mykaji.kao.com/23557/>
- ②旦那さんを家事メンに育成するコミュニケーションのコツ <http://mykaji.kao.com/23559/>
- ③業績成績も上がる！？男性にうれしい家事の以外のメリットとは？ <http://mykaji.kao.com/23561/>

暑くてやる気が出ない夏のおそうじも 2人でパツッとスッキリ♪ 「Let's おそうじシェアリング」

花王株式会社は、暑くてやる気が出ない夏の時期に合わせ、夫婦2人で仲良く効率的にキレイにできる「おそうじシェアリング」を提案いたします。

家事シェアリング率の高い浴室そうじをはじめ、リビングやトイレを、夫婦2人で楽しく掃除でき、また店頭で男性も一緒に楽しく買い物できるような、男女ともに受入性の高いユニセックスなデザインと、さわやかな香りの限定品を発売し、男性の家事参加を喚起するとともに夏の掃除用品市場の活性化を図ります。



- ・仲よしペアルックをイメージしたボーダーを基調とするユニセックス感あふれるデザイン
- ・暑くてこもったニオイが気になる夏時期にピッタリな清涼感あふれるハーバルシャワーの香り



バスマジックリン泡立ちスプレー
アロマ消臭プラス
ハーバルシャワーの香り
本体 400ml



トイレマジックリン
消臭・洗浄スプレー-AROMA
ハーバルシャワーの香り
本体 400ml



リセッシュ除菌EX
ハーバルシャワーの香り
本体 370ml



クイックルワイパー
立体吸着ウエットシート
ハーバルシャワーの香り
(16枚)



クイックルワイパー
本体デザイン品

発売日：2015年7月4日（数量限定発売）

※すべてオープン価格

■本リリース(MK ニュース)に関するお問い合わせ先



花王株式会社 商品広報センター

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10 TEL:03-3660-7259 / FAX:03-3660-7848

http://www.kao.com/jp/ ©Kao Corporation

※本資料記載の記事・写真の無断転載・複写を禁じます。リンク先は本件掲載時の情報であり、予告なく変更になる場合がございます。