

Press release

報道関係者各位

2026年1月13日

株式会社エンファム.

お金について話し合える夫婦は家計満足度が“3.7倍”に世帯年収1,000万円でも“2割は夫の小遣い3万円未満”の厳しい実態も判明

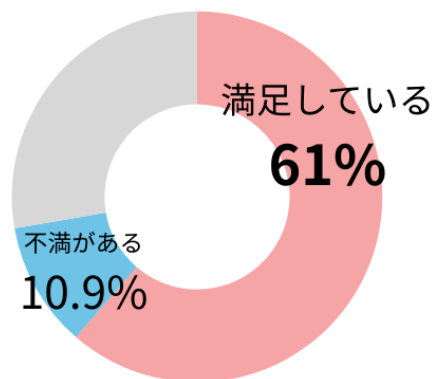
4割の妻が夫の小遣い額を「把握していない」と回答

株式会社エンファム.(代表取締役:森 光太郎)は、子育て家族200名を対象に、夫婦のお金に関する意識調査を実施しました。

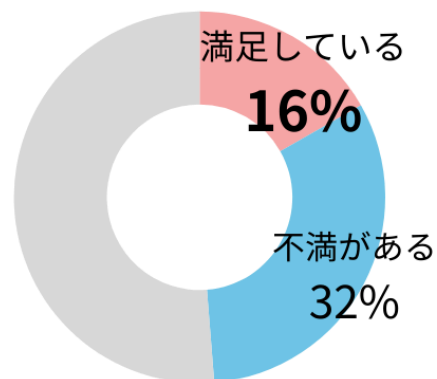
その結果、夫のお小遣いについて「把握していない」と答えたママが約4割にのぼりました。また家計の話が「しにくい」と回答した家庭は家計の満足度が低いことも判明しています。

2026年を迎え、家計を見直す機会も多いこの時期。本調査が、夫婦でお金について話し合い、家計満足度高めるきっかけとなれば幸いです。

夫婦それぞれの自由費のバランスに満足していますか？



話しせる夫婦



話しにくい夫婦

子育て家族200名調査 | 夫婦のお金に関する意識調査

【調査概要】

- 調査名: 夫婦のお金に関する意識調査
- 調査期間: 2025年11月
- 調査対象: リトル・ママ会員
- 調査方法: 自社アンケート(オンライン)
- 有効回答数: 200名 ※各設問は任意回答のため、有効回答数は異なります。
- 実施元: 株式会社エンファム.
- 調査レポート: https://marketing.enfam.jp/202601_report

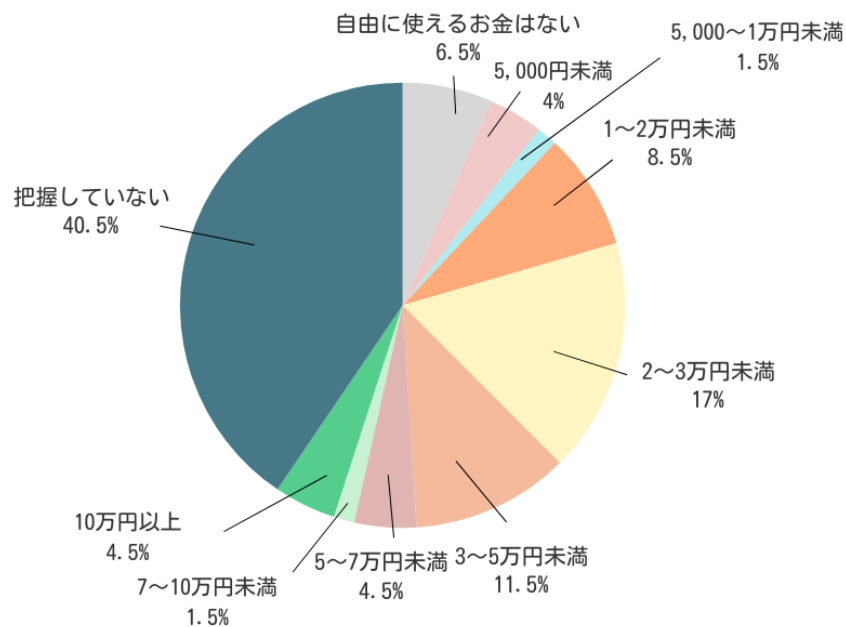
【調査サマリ】

- 約4割のママが、夫のお小遣いを「把握していない」と回答
- 家計やお金の話を「話しにくい」と感じている人は3割超
- 話し合いができている夫婦ほど、自由費の満足度が高い傾向
- 世帯年収1,000万円以上でも、お小遣いが3万円未満が約2割

【調査結果(一部抜粋)】

①約4割のママが夫のお小遣いを把握していないという結果に

現在の“夫のお小遣い（自由に使えるお金）”はどのくらいですか？



▶ 約4割の妻が夫の小遣い額を「把握していない」と回答。小遣い制度の決め方も「夫管理・特に決めていない」が最多の結果に

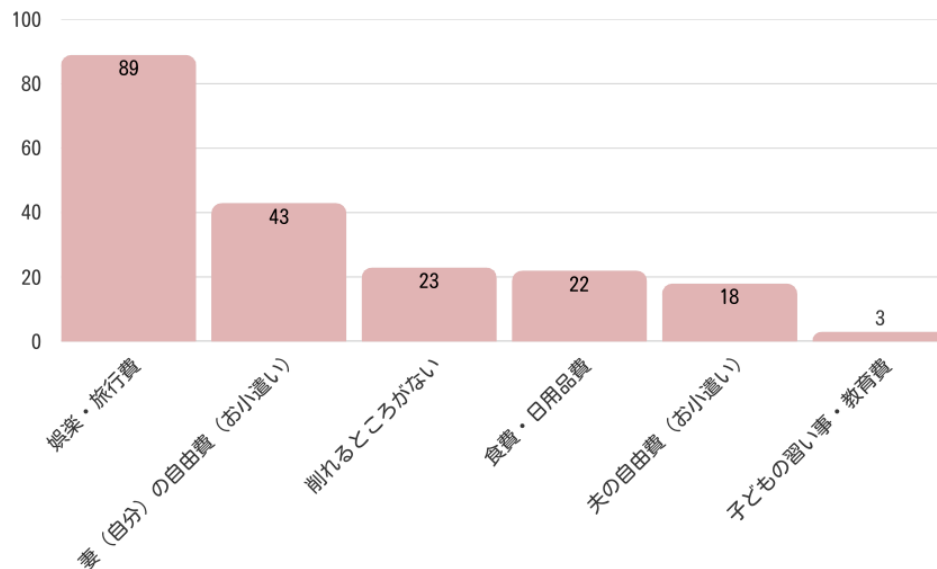
夫の自由に使えるお金について聞いたところ、「把握していない」との回答が**40.5%**で最多となりました。「1～2万円未満(8.5%)」「2～3万円未満(17%)」など堅実な金額もある中で、“夫のお小遣い”は夫に委ねられている家庭が多いことがわかります。

また、小遣いの決め方では「夫が管理していて把握していない」が最も多く、次いで「特に決めていない」が続きました。毎月一定額を渡す小遣い制は一般的とされてきましたが、今回の調査ではそれを上回る結果となっています。

この結果から多くの家庭では、夫の自由費がブラックボックス化しており、夫婦の間で「お金に関する話題」というデリケートな話に触れることができず、見えない壁ができている状況を示しています。

②一方で妻は？家計のために削減されるのは夫よりも妻(自分)の自由費

家計が厳しくなったとき、どこを一番に削りますか？



▶ 節約のしわ寄せは妻へ...夫の自由費よりも削れるところがないが上位に

物価高などで家計が厳しくなった際の対応として、「娯楽・旅行費」に次いで挙げられたのが「妻(自分)の自由費(お小遣い)」の削減でした。「削れるところがない」の回答よりも「夫の自由費」がわずかに低くなっており、節約する際に夫に相談できていない可能性がうかがえます。

す。夫の自由費が見えてないからこそ、夫婦間での対話を控え「妻(自分)の自由費(お小遣い)」を削り、家計を支えている可能性があります。

③世帯年収**1,000万円**以上でも「お小遣い**3万円未満**」が**2割**。年収と自由費が比例するわけではない傾向に

「世帯年収1,000万以上」×「夫の自由費」のクロス集計結果

世帯年収/ 夫の自由費	5,000円 未満	5,000～ 1万円未満	1～2万円 未満	2～3万円 未満	3～5万円 未満	5～7万円 未満	7～10万円 未満	10万円 以上	自由費 はない	把握して いない	合計
1000～1,299 万円	0.00%	0.00%	2.94%	17.65%	20.59%	14.71%	0.00%	14.71%	0.00%	29.41%	100.00%
1300～1,499 万円	0.00%	0.00%	16.67%	0.00%	16.67%	0.00%	0.00%	16.67%	0.00%	50.00%	100.00%
1,500万円以 上	0.00%	0.00%	14.29%	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%	28.57%	0.00%	42.86%	100.00%

▶ 年収が高くても、夫のお小遣いは堅実な金額に。

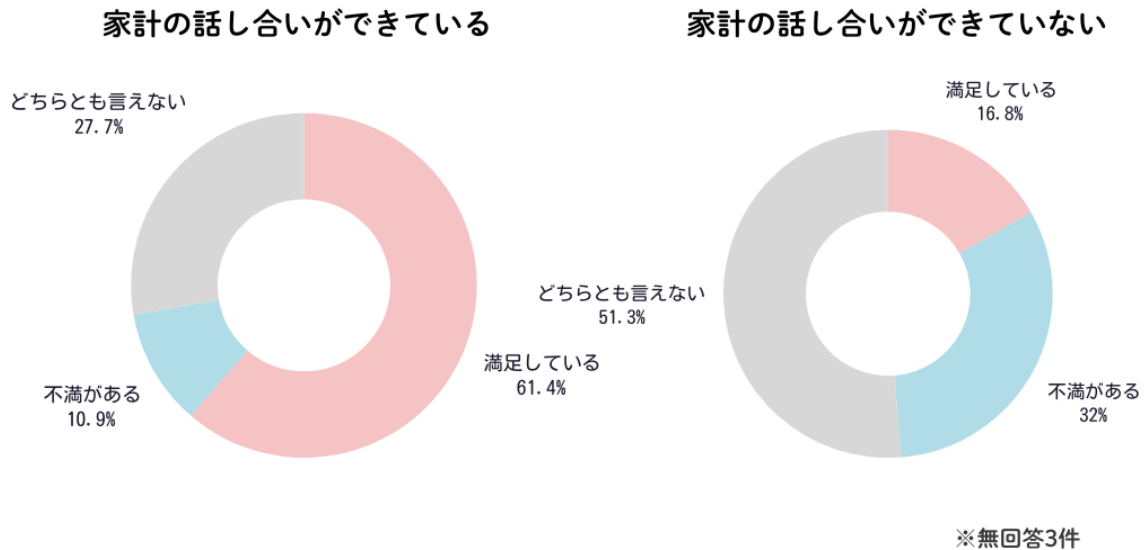
世帯年収1,300万円～1,499万円の家庭でも、夫の自由費が「3万円未満」と回答した割合は約2割(16.67%)にのびりました。

一方で、同層の約3割(16.67%)は「10万円以上」と回答しており、高年収世帯であっても家庭の方針によって夫が自由に使える金額には大きな格差があることがわかります。

このことから、自由費を決定するのは、「世帯年収」だけではなく、家庭ごとの状況や夫婦での相談の結果によるものと想定されます。

④自由費への満足度向上のカギは夫婦間での「話しやすさ」

「家庭での話し合い」×「自由費の満足度」のクロス集計結果



▶「お金の話がしにくい」家庭ほど、不満が溜まりやすい傾向に

自由費への満足度を確認したところ、家計の話が「しにくい」と回答した家庭では、不満層（やや不満＋非常に不満）が **31%以上** と高い割合にのびりました。「話すと重い空気になる」「ケンカになりそう」といった声も聞かれ、“話しにくさ”がそのまま不満につながっている状況が見て取れます。

一方で、家計について「話しやすい」「非常に話しやすい」と答えた家庭では、**61%**が自由費に満足 と回答し、話しにくい家庭の **16%** と比べて大きな差がありました。今回の調査では、「対話ができる家庭ほど満足度が高い」という傾向がはっきりと表れています。

お金の話は避けがちなテーマですが、“話しにくさ”は自由費への不満を高め、どちらかが我慢を抱え込む状況を生む可能性があります。

今回の結果は、話しにくいテーマだからこそ、夫婦で向き合い、共有することが、家計満足につながる第一歩であるということを示唆しています。

【調査レポート】

回答者属性を含む調査結果をより詳しくご覧になりたい方は、調査レポートをご覧ください。
(全設問18問回答掲載)

- 調査レポート: https://marketing.enfam.jp/202601_report

【調査から見えてきたこと】～ママたちの声から見えること～

今回の調査を通して、夫のお小遣い額や使い道を「把握していない」と感じているママが約4割いることがわかりました。

はっきりと決めていない、あえて話題にしていない、そんな家庭も多く、夫の自由費が少し距離のある存在になっているのかもしれません。

また、家計が厳しくなったとき、先に削られやすいのがママ自身の自由費 であるという結果も見えてきました。

「夫の自由費は見えにくい」「お金の話は切り出しづらい」。

そんな中で、家計を回すために自分が少し我慢する選択をしているママが、決して少なくない状況がうかがえます。

一方で、今回の調査では、家計やお金のことを夫婦で話しやすいと感じている家庭ほど、自由費への満足度が高いという傾向も確認できました。

「ちゃんと話せている」「お互いの考えを知っている」ということが、安心感につながり、満足度につながっているようです。

リトル・ママフェスタには、たくさんのママやパパが参加していただきます。

日々、子どもたちと向き合い、懸命に子育てをし、迷いながらも家庭を守ろうとするママやパパの姿が、そこにはあります。

今回の調査結果は、自由費を含めたお金の話を、無理のない形で共有できることが、子育て家庭の心の余裕につながることを教えてくれました。

完璧な家計管理でなくても、少しずつ話せる関係であることが大切なのかもしれません。家計のことだけでなく、わからないことが多い子育てに向き合う家族だからこそ、夫婦でしっかりと対話することが大切です。

リトル・ママフェスタは、これからもママたちのリアルな声を大切にしながら、

子育て家庭に寄り添い、同じ目線で、一緒に考え続ける存在として、楽しみ、ともに学びながら成長できるイベントであり続けたいと考えています。

この調査が、家族の対話を少しだけ前向きにするきっかけになれば幸いです。

リトル・ママフェスタとは

「[リトル・ママフェスタ](#)」は、“ママたちが集まる場所をつくる”をコンセプトに、プレママや子育て中のママたちの「出会う」「学ぶ」「遊ぶ」がぎゅっと詰まった、日本最大級の親子フェスタです。

北海道から沖縄まで全国の主要都市で開催されており、年間65回を超える開催数は、親子フェスタとして日本一の規模(自社調べ)。年間30万人以上のママ・パパが来場しています。キッズレースや撮影会、ステージ企画に加え、企業ブースでは気になる商品を実際に見て・試せる体験型コンテンツも充実。「こんなイベントが欲しかった!」と思える、親子で笑顔になれるひとときを過ごせる場として、多くの支持を集めています。

株式会社エンファム.について

世界中の子どもたちを笑顔にするエンタメディア企業として、子育て世帯を中心にメディア事業を展開。国内最大級子育てイベント「[リトル・ママフェスタ](#)」、世界展開中の「[Kawaiimama Festival](#)」、人生100年時代をテーマにしたバブル世代向けの「bjbコレクション」など多彩なイベントを企画・運営し、年間のイベント開催数は70回を超えています。また、SNS運用代行を中心としたファンマーケティング事業や、子育てをキャリアに変える「[リトル・ママビジネススクール](#)」の運営をしています。

株式会社エンファム.

代表取締役: 森 光太郎

東京本社: 〒105-0014 東京都港区芝2-30-6 ファインラック芝2F

福岡本社: 〒810-0042 福岡県福岡市中央区赤坂3-6-23 エンファム.ビル

大阪オフィス: 〒541-0052 大阪市中央区安土町2-5-5 本町明大ビル506

札幌オフィス: 〒060-0061 札幌市中央区南1条西4丁目13番地 日之出ビル9階

設立: 2001年12月25日

<https://enfam.jp/>

【報道関係者様のお問い合わせ・取材申込み】

株式会社エンファム.広報担当: marketing@l-ma.co.jp

※現地イベントの写真素材提供、オンライン取材も受付中