

NEWS RELEASE

平成 20 年 11 月 20 日

シニア世代の夫婦関係に関する「オトナの夫婦調査」を実施

～シニア世代夫婦の感情は年齢とともに「愛情」から「友情」やがて「無関心」に大きく変化～

株式会社電通とシニア向け雑誌「コレカラ」（リクルートが発行する 50 代からの暮らし応援マガジン）は共同で、1 都 3 県在住の 50～64 才の男女 1800 人に対してシニア世代夫婦のパワーバランスや感情変化、夫婦活動の願望と現実、夫婦行動の実態などに関する調査を実施した。

高齢化社会の進展による男性の長寿化を背景に、60 才以降のシニア世代の「夫婦生活」期間は長くなってきており、現代のシニア世代は以前の世代とは異なった夫婦関係を築きつつある。そこで、電通「オトナの夫婦プロジェクト」（注）では、シニア予備軍である 50 代からのシニア世代の豊かな生き方を考える重要なカギが「夫婦関係」にあると考え、『コレカラ』と共にシニア世代の夫婦関係について調査・分析をした。

調査結果によると、今後本格的なリタイアを控える現代のシニア世代では、夫婦のパワーバランスや感情バランスがシニアライフに大きく関係していることが判明した。また、夫婦の感情は年齢とともに「愛情」から「友情」、やがて「無関心」へと大きく変化する傾向が見られる。ただ一方で、仲の良い夫婦は生活全般の行動・消費について積極的であり、幸福度も高いという結果がでた。

このようなシニア世代の夫婦関係を理解し、積極的にコミュニケーションを図ることが、新しい夫婦市場の活性化につながっていくのではと考えられる。

調査結果のポイントは以下の通り。

■ 調査結果のポイント ■

1. 「オトナの夫婦」をパワーバランスで分類すると「妻リード」夫婦が最多で、次いで「バトル夫婦」。（添付資料 1 参照）
 - ・ パワーバランスで分類すると、最も多いのは、妻が主導し、夫が追従する「妻リード夫婦」（32%）。次いで、夫妻ともに互いに主導的であろうとする「バトル夫婦」（24%）。そのほか、夫主導・妻追従の「夫リード夫婦」（19%）、「対等夫婦」（17%）、主導権不在の「相互依存」夫婦（8%）の 5 つのタイプに分類され、夫婦タイプによってライフスタイル・コンタクトポイントが大きく異なることも判明した。
 - ・ ただし、夫、妻を分けてみると、それぞれ自分がリードしていると考えている人が多く、実際には「隠れバトル夫婦」も存在している模様。
2. 配偶者への感情を見ると、「友情」が最多（42%）。「無関心」も 3 割存在。また、特に男女間の「恋愛」感情には大きな差異が見られ、両者の厳しい「ココロのすれ違い」が判明。（添付資料 2 参照）
 - ・ 配偶者に対しては、「友情」を感じている人が最も多く、次いで、「無関心」（30%）。「恋愛」は 17%に留まり、「嫌悪・不愉快」も 11%存在。
 - ・ 妻に対して「恋愛」感情を抱いている夫は、23%存在するが、夫に「恋愛」感情を抱いている妻は 11%に過ぎない。妻の中には夫に対し、「無関心」という人も 32%存在。オトナの夫婦の内面には、実は男女間に厳しい“ココロのすれ違い”が存在している。

3. 夫婦間の感情は年齢とともに変化し、「愛情」から「友情」そして60才を契機に「無関心」が急増し最多層に。（添付資料3参照）
- ・ 配偶者に「恋愛」「友情」を感じるポジティブ派は61%、「無関心」「嫌悪不愉快」を感じているネガティブ派は39%。
 - ・ ただし、夫婦間の感情は年齢とともに大きく変化。50代前半では「恋愛」が最も多いものの、50代後半には「友情」が増え、60代前半では「無関心」・「嫌悪・不愉快」が増加。60代で夫がリタイアを向かえるタイミングが変化のポイント。
 - ・ 「60才夫婦リスク回避」には、妻の母親リタイア時期が始まる50代から、夫婦コミュニケーションや夫婦活動を活性化させる施策を実施することが必要。
4. 夫婦のアクティブ度は豊かで幸せなシニアライフのバロメーター（添付資料4参照）
- ・ ポジティブ派はネガティブ派に比べて、夫婦生活全般の幸せ具合を示す「幸福度」、ならびに夫婦での日常活動や消費活性具合を示す「夫婦アクティブ度*」が著しく高い。
 - ・ 一方、ネガティブ派は、友人との交流の活性具合を示す「友人アクティブ度」が高い。
 - ・ 以上より、夫婦での活動や消費行動の活性化、ひいては豊かで幸せなアクティブ・シニアライフの実現のためには、良好な夫婦関係がポイントだと言えよう。

（注）オトナの夫婦プロジェクト-

㈱電通プロジェクト・プロデュース局シニアビジネス推進部では、「オトナの夫婦」の関係がシニア世代の生き方を考える重要なカギであること、夫婦のコミュニケーションが消費や行動を刺激することに着目し、「オトナの夫婦プロジェクト」に着手しました。

本プロジェクトでは、各クライアント企業、メディア、NPO、自治体等に呼びかけ、シニア世代の行動活性化・夫婦市場の開拓・シニアライフの意識改革などを協働で行うものです。

-調査概要-

調査実施時期：2008年9月5日～9日

対象者：首都圏（1都3県）在住の50～64才男女個人1800人

調査内容：夫婦関係、夫婦活動の願望と現実、消費意識、趣味、メディア接触、

調査方法：インターネット調査

調査実施機関：電通リサーチ

問い合わせ先

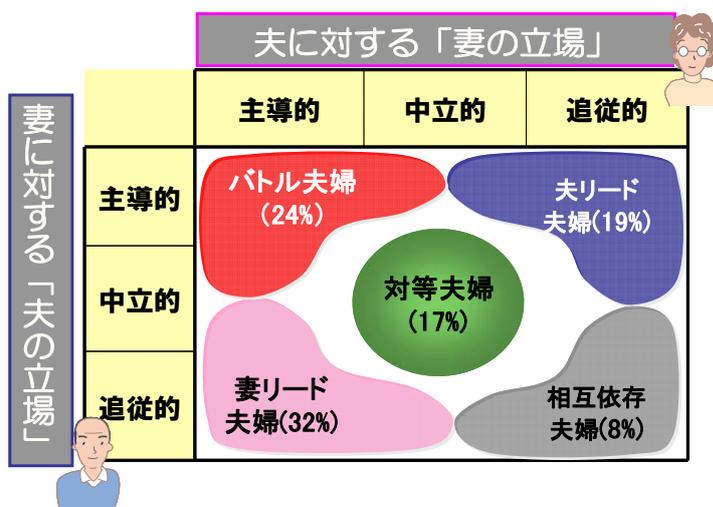
「オトナの夫婦プロジェクト」

電通 プロジェクト・プロデュース局シニアビジネス推進部（黒岩、佐藤）03-6216-8048

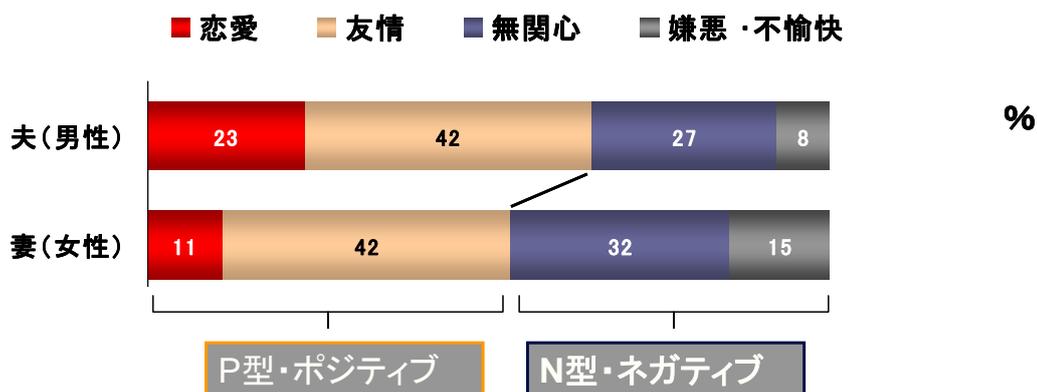
電通総研 消費者研究センター 消費の未来研究部（四元、野村(桃子)）03-6216-8458

参考資料

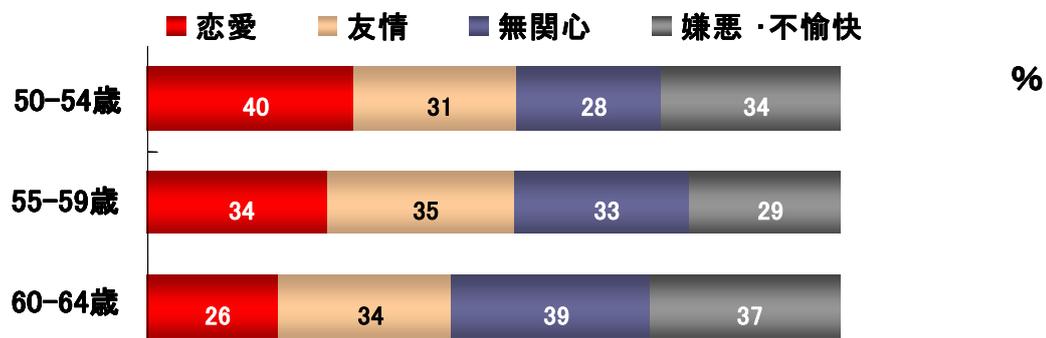
1. パワーバランスでのオナ夫婦5分類



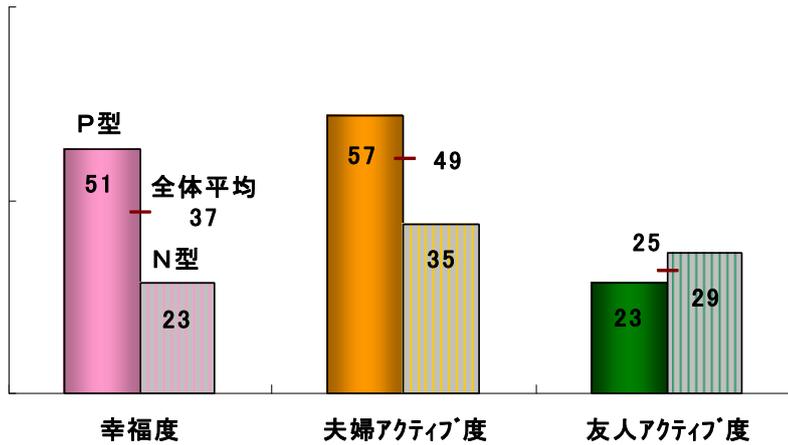
2. 配偶者への感情



3. 配偶者への感情変化

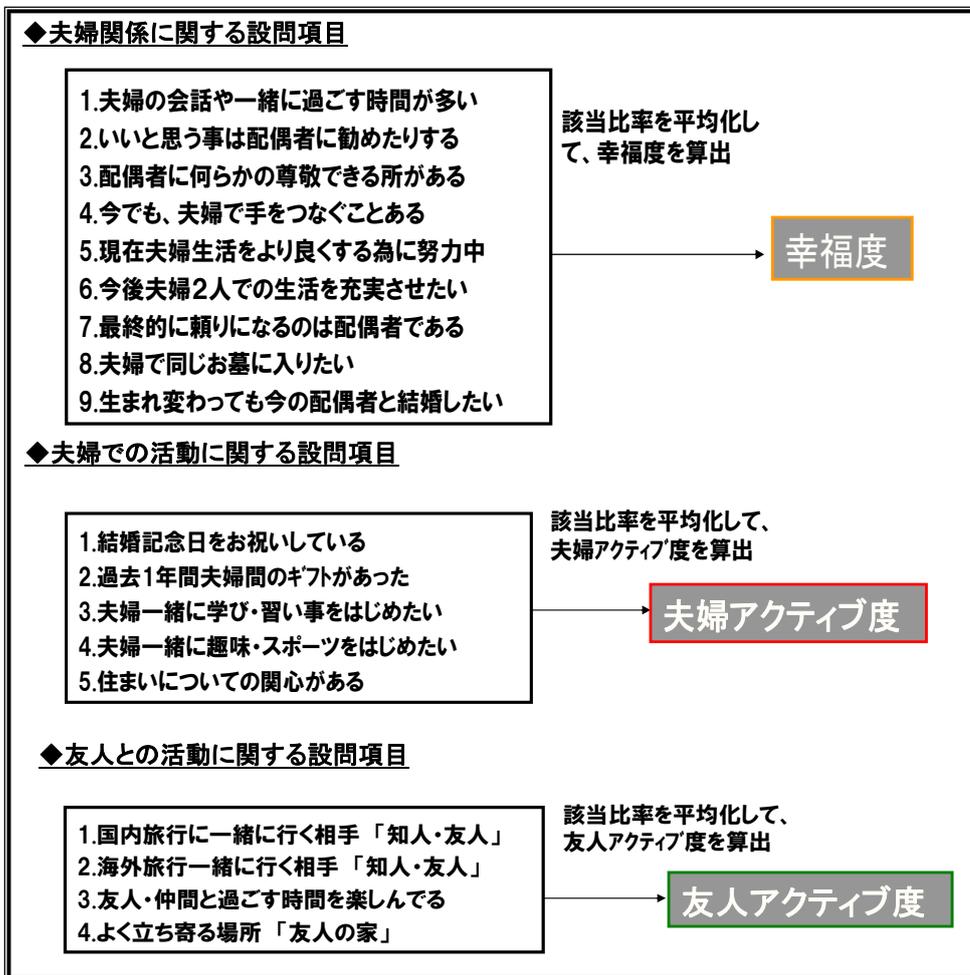


4.夫婦感情別(ポジティブ・ネガティブ)の幸福度、夫婦および友人アクティブ度

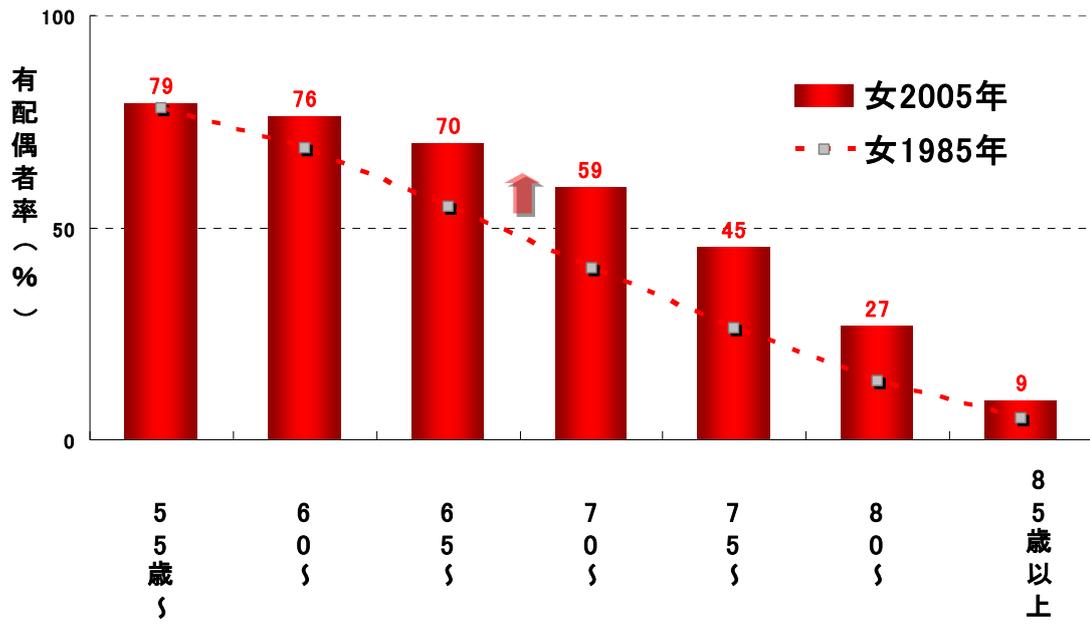


【参考】「幸福度」「夫婦/友人アクティブ度」の考え方と算出方法

以下の設問項目に対する肯定態度をもとにそれぞれの割合を算出



参考データ: 高齢層の有配偶率



総務省統計局『国勢調査報告』より