

平成 23 年 9 月 29 日

**電通、『東日本大震災後の父親・母親調査』を実施**

～「家族の絆」が変化し、父親が家族と過ごす時間は1週間あたりで5時間13分増加。～

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井直）は、『東日本大震災後の父親・母親調査』を実施しました。

同調査（8月初旬実施）は、電通社内横断プロジェクト「ジセダイ育成委員会\*」が、関東1都6県の長子小学生以下の子を持つ父親・母親400名を対象に、震災後の家族意識や父親の行動変化などについて調べたものです。

東日本大震災は、「家族の絆」意識や家族に対する責任感を強めただけでなく、父親が家族と過ごす時間が増加するなど、親としての行動にまで大きな影響を与えたことが明らかになりました。

家族や子どもとの時間を大切にしたいと思っている父親たちの背中を、はからずも震災の経験が後押しした結果となっています。

主な調査結果は以下のとおりです。

**【主な調査結果】**

1. 4歳以上の子どもがいる家庭では、半数以上が子どもと東日本大震災や自然災害の話を共有。防災用品の準備や緊急時の行動や連絡方法など、家庭での防災・減災への取り組みが増加。67%が地震発生時の行動について、家族で話し合っている。  
（図2：「家庭で取組んでいる防災・減災」を参照）
2. 東日本大震災を経験し、親の約半数の48.1%が「家族の絆」に対する意識や行動を変えたと回答。特に母親では55.0%と過半数を超えている。  
（図3：「「家族の絆」に対する意識や行動の変化有無」を参照）
3. 震災後、「子どもは自分が守らねば」「家族はかけがえのないもの」「家族と一緒に過ごしたい」という意識が強まった。特に母親の意識の変化が大きい。また、父親の42%は「一家の大黒柱としてしっかりしなければならない」と一家を支えていく思いを強めている。  
（図4：「震災後に強くなった家族意識」を参照）
4. 震災後、3分の1以上の家庭で、父親の「家族や子どものための時間」が増えたと回答。「家族の絆」が変化した家庭の父親が「家族や子どものために過ごす時間」は、平日で33分／日、休日で1時間14分／日、1週間あたりにすると5時間13分増加した。  
（図5：「父親の震災後の時間の使い方変化」を参照）
5. 震災後、家族から「頼りにされている」と感じている父親は全体の9割、夫を「頼りにしている」と感じている妻も全体の8割。「頼りがいのある父親」の存在が明らかに。  
（図8：「父親（夫）の頼り甲斐」を参照）

【調査結果の詳細】

1. 4歳以上の子どもがいる家庭では、半数以上が子どもと東日本大震災や自然災害の話共有。防災用品の準備や緊急時の行動や連絡方法など、家庭での防災・減災への取り組みが増加。67%が地震発生時の行動について、家族で話し合っている。

- ・4歳以上の子どもを持つ親では、「子どもと地震や自然災害の話をした」55.7%、「子どもと震災や被災者の話をした」53.7%。震災後に、地震や自然災害、その被害について、子どもと共有している。（図1：「震災後に子どもとしたこと」を参照）

- ・現在、子どものいる家庭の半数以上が、懐中電灯や非常食などの防災用品を備えるだけでなく、緊急時の行動や連絡方法を決めている。4歳以上の子どもをもつ家庭では、現在「地震発生時の行動を家族で話しあっておく」67.0%、「家族と緊急連絡のとり方を決めておく」65.3%だが、どちらも過半数が東日本大震災後に始めたと回答。（図2：「家庭で取り組んでいる防災・減災」を参照）

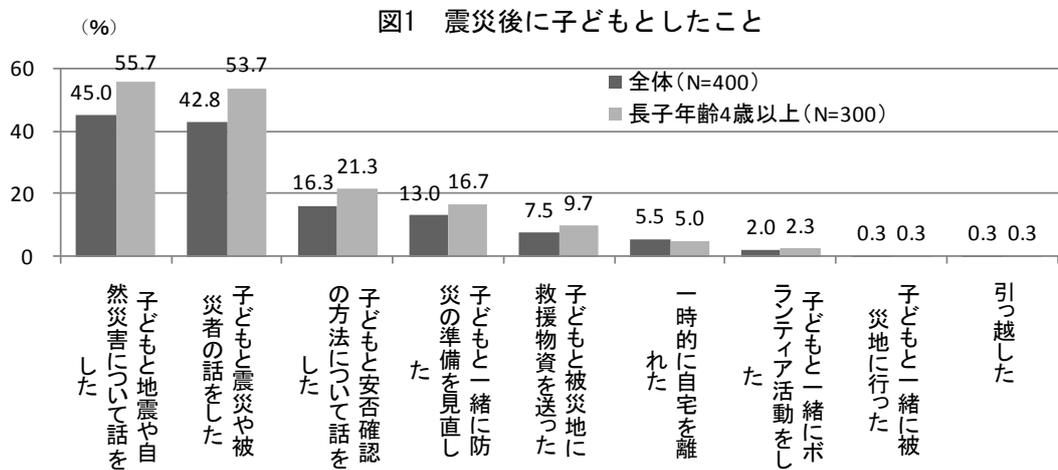
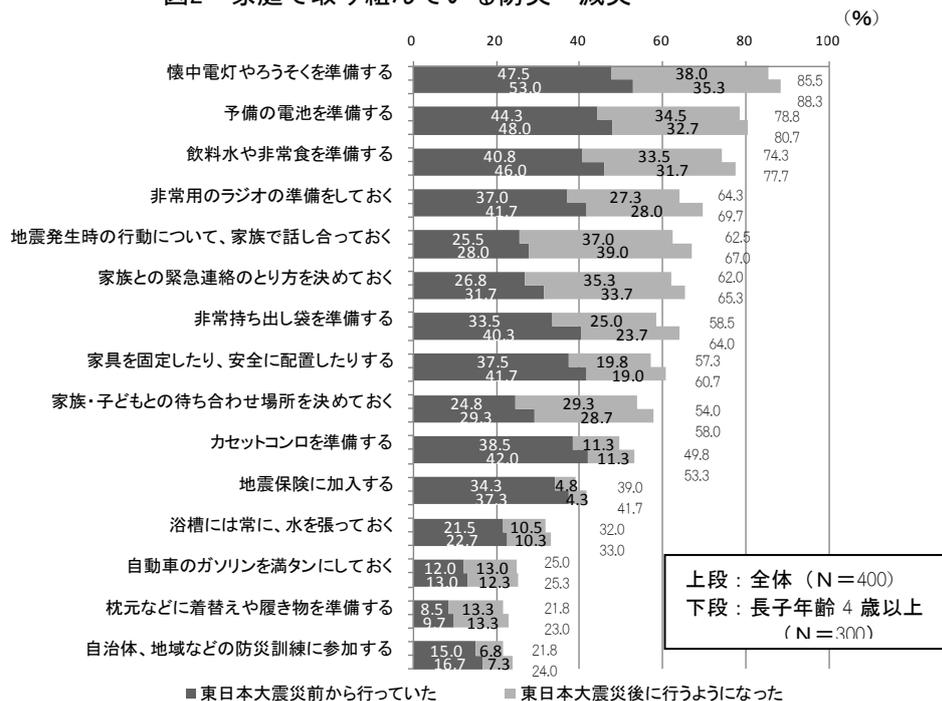


図2 家庭で取り組んでいる防災・減災



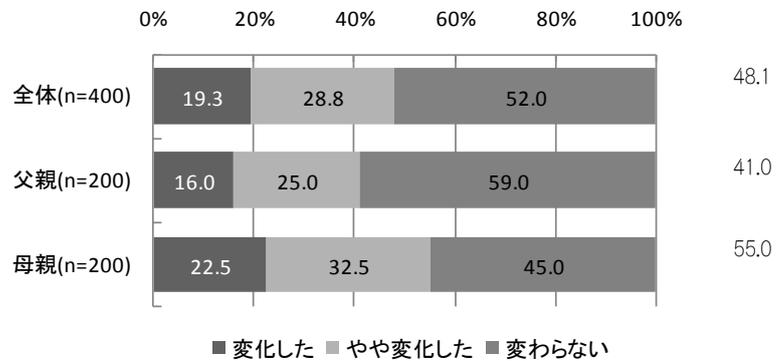
数値は「取り組んでいる計」を示す  
 ※数値は小数点第二位を四捨五入しています。

2. 東日本大震災を経験し、親の約半数が「家族の絆」に対する意識や行動を変えた。

- ・東日本大震災後、「家族の絆」に対する意識や行動について、「変化した」が19.3%、「やや変化した」28.8%、合わせて48.1%、約半数が「変化あり」と感じている。特に母親では「変化した」計が55.0%と過半数を超えている。

図3 「家族の絆」に対する意識や行動の変化有無

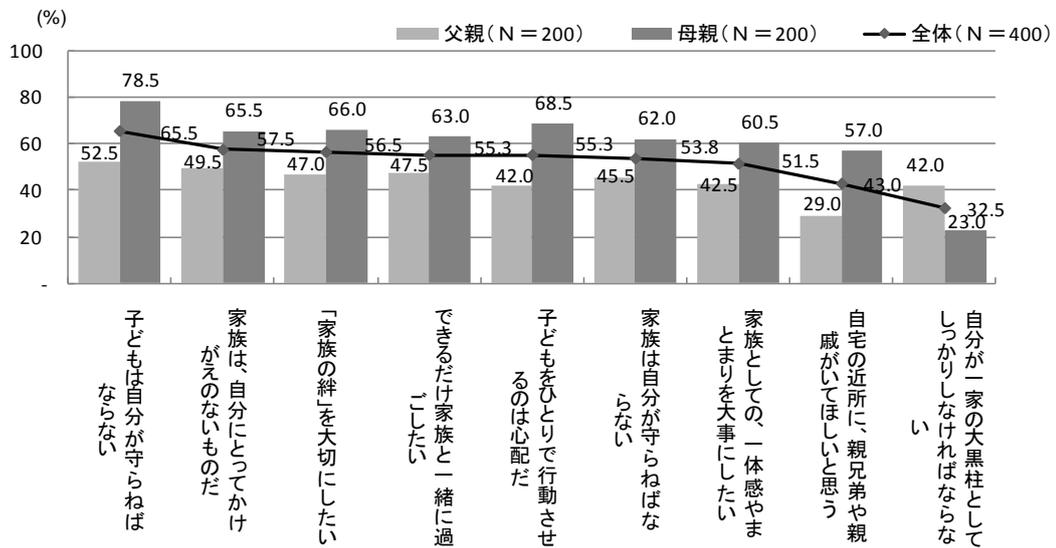
変化あり(変化した+やや変化した)



3. 震災後、「子どもは自分が守らねば」「家族はかけがえのないもの」「家族と一緒に過ごしたい」という意識が強まった。特に母親の意識変化が大きいことが示された。また、父親の42%は、「一家の大黒柱としてしっかりしなければならない」という思いを強めている。

- ・震災後の家族意識変化については、「子どもは自分が守らねばならない」65.5%（父52.5%、母78.5%）、「家族は自分にとってかけがえのないものだ」57.5%（父49.5%、母65.5%）、「家族の絆を大切にしたい」56.5%（父47.0%、母66.0%）など、家族や子どもを大切にしたいという気持ちが強まったが、特に母親の意識変化が大きいことが示された。
- ・その中で、「自分が一家の大黒柱としてしっかりしなければならない」は母親23.0%に対して父親42.0%と高く、震災によって父親の「一家の大黒柱」としての自覚が強まったと言える。

図4 震災後に強くなった家族意識



4. 震災後、3分の1以上の家庭で、父親の「家族や子どものための時間」が増えたと回答。「家族の絆」が変化した家庭の父親が「家族や子どものために過ごす時間」は、平日で33分／日、休日で1時間14分／日、1週間あたりにすると5時間13分増加した。

- ・父親の時間の使い方については、震災前に比べ「仕事のための時間が増えた」は7.0%、「自分のための時間が増えた」は6.0%に留まったが、「家族や子どものための時間が増えた」父親は35%にのぼる。
- ・「父親が家族や子どものために過ごす時間」の具体的な数値（平均時間）を震災前後で比較すると、「家族の絆」が変化した家庭では、平日2時間40分から3時間13分に、休日8時間9分から9時間23分になっていた。平日で33分、休日で1時間14分増えており、1週間あたり5時間13分も増えたことになる。
- ・具体的に増えたのは、「子どもと遊ぶ時間」（18.5%）、「家族と一緒に食事をする時間」（16.0%）、「子どもの相談にのったり、話を聞く時間」（14.5%）、「妻の話を聞く時間」（14.3%）など。特に、「家族の絆」が変化した家庭では、「家族と一緒に食事をする時間」（37.7%）、「子どもと遊ぶ時間」（36.4%）、「妻の話を聞く時間」（35.1%）が増えている。
- ・父親の仕事意識についても、震災後に「ワークライフバランスを意識したい」が強まったと答えた父親が18.3%、特に、「家族の絆」が変化した家庭では、36.4%と高くなっており、はからずも東日本大震災の経験が、父親たちの「家庭を大切にしたい」「子育てに積極的に関わりたい」気持ちを後押ししたと言える。

図5 父親の震災後の時間の使い方変化（N=200）

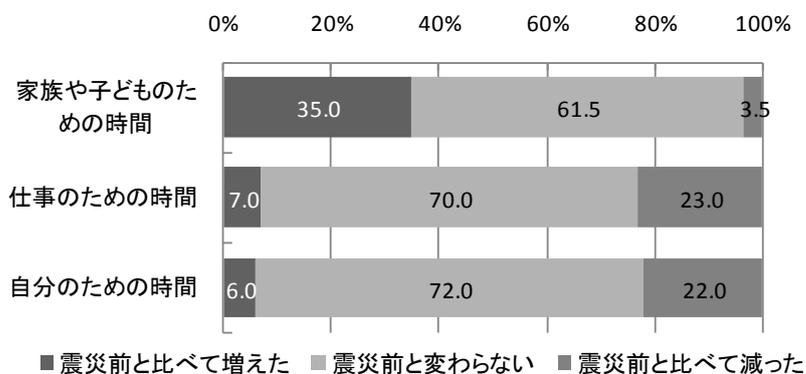


表1 父親が「家族や子どものために過ごす時間」変化（平均時間）

		震災前	震災後	増減
全体（N=400）	平日	2時間32分	2時間42分	10分
	休日	8時間48分	9時間19分	31分
「家族の絆」が変化した（N=77）	平日	2時間40分	3時間13分	33分
	休日	8時間9分	9時間23分	1時間14分

図6 父親が「家族や子どものための過ごす」時間として増えた具体的な内容

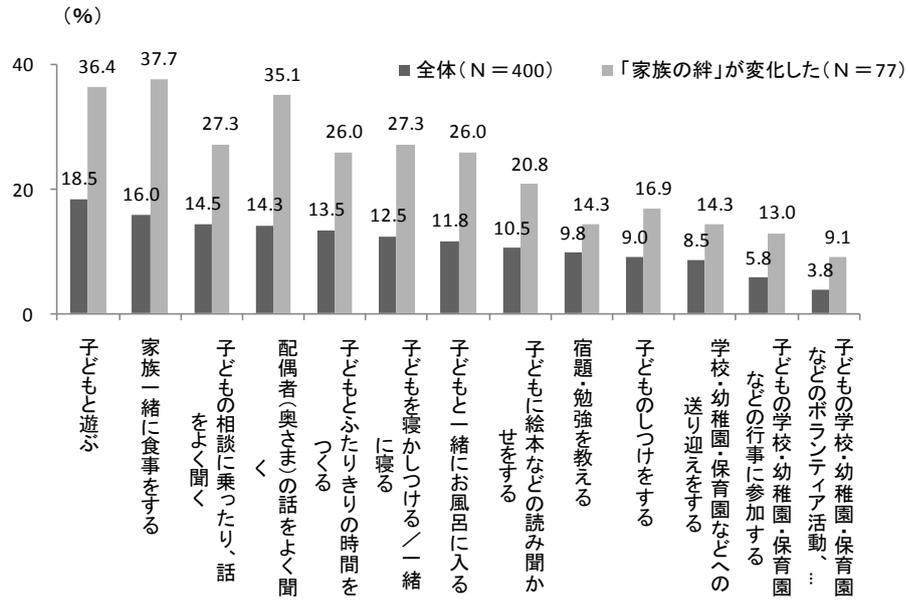
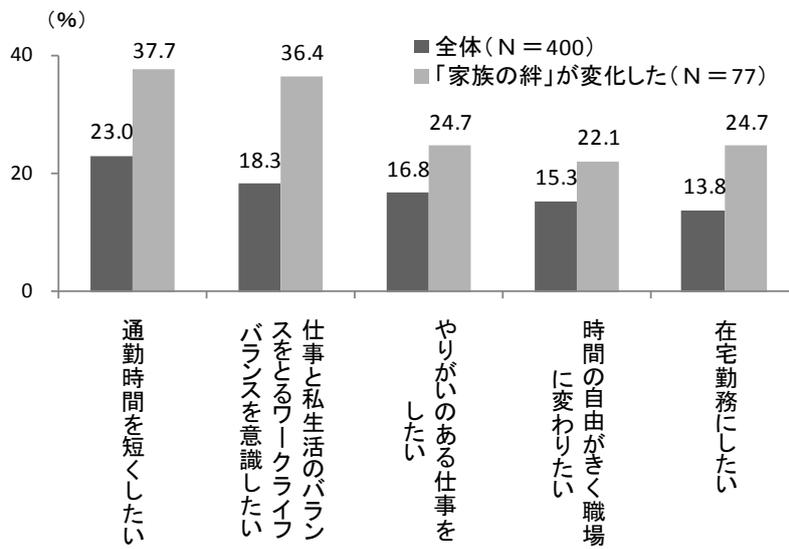
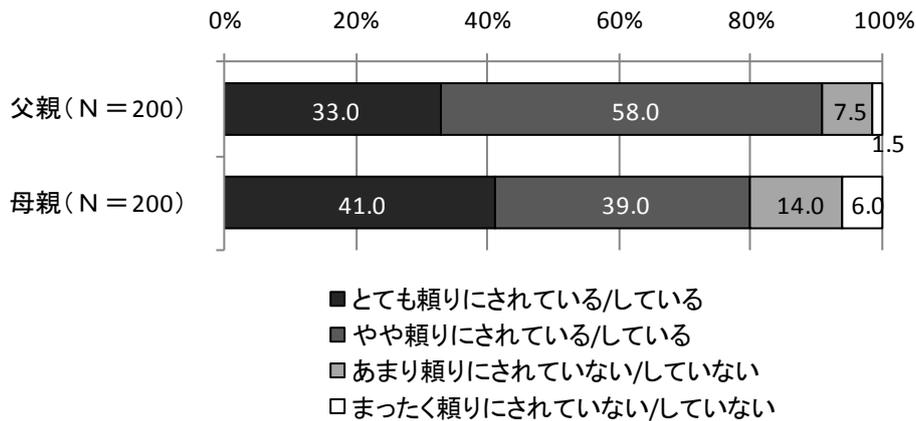


図7 父親の震災後の仕事意識変化



5. 震災後、家族から「頼りにされている」と感じている父親は全体の9割、夫を「頼りにしている」と感じている妻も全体の8割。「頼りがいのある父親」の存在が明らかに。
- ・父親の9割は「自分が父親として頼りにされている」と感じている。「夫を頼りにしている」妻は8割にとどまったが、「とても頼りにしている」妻は父親自身よりも多い41.0%。多くの家庭に「頼りがいのある父親（夫）」が存在することがわかった。

図8 父親（夫）の頼り甲斐



#### ◆「震災後の父親意識調査」 調査概要

調査対象者	: 配偶者と子ども（長子が小学生以下）と同居している既婚男女 400 名 性別×長子年齢で割付
調査対象エリア	: 関東1都6県（東京・神奈川・千葉・埼玉・栃木・茨城・群馬）
調査項目	: 震災の被害や影響、震災発生時の状況と安否確認、子どもの態度変化 防災・減災のために家庭で取り組んでいること、子どもとしたこと 震災後の意識変化・強くなった家族意識、「家族との絆」変化、 「家族との絆」変化に影響を与えたメディア、 父親の時間の使い方変化、父親の頼られ度 父親の働きかた変化、仕事意識変化 など
実施時期	: 2011年8月5日～2011年8月8日
調査方法	: インターネット調査
調査実施機関	: 株式会社電通

#### 🌻 ジセダイ育成委員会

「次世代の日本を担う子どもたちがのびのびと育つ環境づくりに寄与したい」という思いでスタートした社内横断プロジェクト。子育て中の父親母親を中心とするメンバーが、リアルな視点で「子どもとその親」に関する情報収集、ネットワーク構築、企画立案・実施などを行っている。

<このリリースに関するお問い合わせ>

(株)電通 プロジェクト・プロデュース局 プロジェクト開発部  
中原、森口、花島 Tel : 03-6216-8058