

子育て中の親の外出等に関する
アンケート調査

【ダイジェスト】

2011年 1月

目 次

I	調査の概要	1
1	調査概要	3
	(1)調査目的	3
	(2)調査手法	3
	(3)調査の実施状況	4
II	調査結果のポイント	5
1	予備調査編	7
1-1	妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する満足度	7
1-2	マタニティマークの認知度	8
1-3	身近な子育て応援活動の印象	9
2	本調査編	10
2-1	本調査対象者の子育ての状況	10
2-2	妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する満足度	13
2-3	妊娠中・子ども連れでの外出環境向上に向けた課題	14
2-4	マタニティマークの利用状況	15
2-5	子育て中の人々に対する周囲や社会の印象	16
2-6	妊娠中・子ども連れでの外出に対する意識	17

***I* 調査の概要**

1 調査概要

(1)調査目的

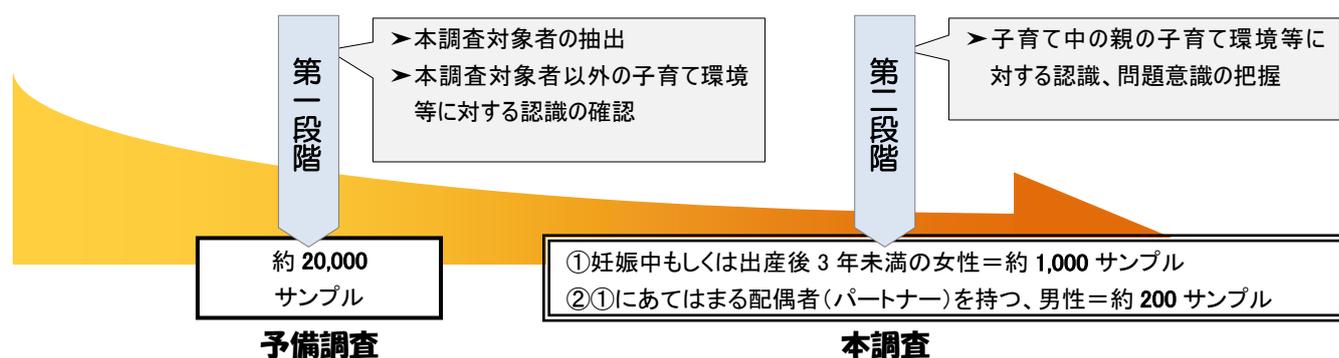
「身近な子育て応援活動」推進のための基礎資料として、子育て中の親(=3歳未満の子どもを有する父母または現在妊娠中の母親及びその配偶者)を対象に、子育てを取り巻く社会に対する考え方、外出時の様子、外出する上での困難や不安などについて意見を収集し、子育て世代の社会に対する要望や、具体的な支援に対する優先事項を明らかにすることを目的として今回の調査を実施しました。

調査設計は、以下のポイントを明らかにすることを意図して行っています。

- 前回調査と比較して、子育て環境を取り巻く状況はどのように変化したのか？
- 子育て中の親とそれ以外の人の間に子育て環境に対する認識にどのようなギャップがあるのか？
- 子育て中の親の子育て環境に対する要望を的確に把握できているのか？
- 子育て環境の向上に向けて、どのような要因が大きく関係しているのか？

(2)調査手法

○“予備調査(スクリーニング調査)”と“本調査”の2段階で実施



【調査手法】

インターネット調査[(株)インスコープの「あんぐる」を使用]

【調査エリア】

全国(18~49歳の男女)

【調査対象者】

<予備調査(スクリーニング調査)>

登録されている調査モニター(18~49歳の男女)

<本調査>

- ①18~49歳の女性で、妊娠中もしくは出産後3年未満の方
- ②上記条件にあてはまる配偶者(パートナー)を持つ、男性

(3)調査の実施状況

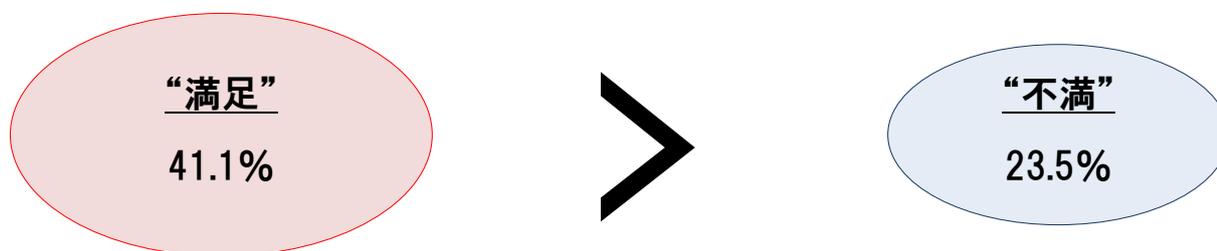
調査種別	予備調査 (スクリーニング調査)	本調査																									
		<男性編>	<女性編>																								
対象者の条件	調査モニターに登録している 全国 18～49 歳の男女	妊娠中もしくは出産後 3 年 未満の配偶者(パートナー) を持つ全国 18～49 歳 の男性	妊娠中もしくは出産後 3 年 未満の全国 18～49 歳の女 性																								
設問数	10 問	37 問(男性編・女性編共通)																									
調査時期	2010 年 12 月 9 日 ～ 2010 年 12 月 16 日	2010 年 12 月 17 日 ～ 2010 年 12 月 22 日																									
回収状況	20,732 サンプル	228 サンプル	1,182 サンプル																								
回収サンプルの内訳	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>男性</th> <th>女性</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10・20 代</td> <td>2,827</td> <td>5,088</td> </tr> <tr> <td>30 代</td> <td>3,002</td> <td>3,744</td> </tr> <tr> <td>40 代</td> <td>1,858</td> <td>4,213</td> </tr> </tbody> </table>		男性	女性	10・20 代	2,827	5,088	30 代	3,002	3,744	40 代	1,858	4,213	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>男性</th> <th>女性</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10・20 代</td> <td>38</td> <td>331</td> </tr> <tr> <td>30 代</td> <td>131</td> <td>751</td> </tr> <tr> <td>40 代</td> <td>59</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>			男性	女性	10・20 代	38	331	30 代	131	751	40 代	59	100
	男性	女性																									
10・20 代	2,827	5,088																									
30 代	3,002	3,744																									
40 代	1,858	4,213																									
	男性	女性																									
10・20 代	38	331																									
30 代	131	751																									
40 代	59	100																									

Ⅱ 調査結果のポイント

1 予備調査編

1-1 妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する満足度

■妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する満足度は4割



- 男女とも子育ての現役世代で満足度が高い
- 都市規模が大きいほど満足度が高くなる
- 子どもの年齢が小さいほど満足度が高い
- 子育て環境に対する関心が高い層ほど満足度が高い

- 都市規模が小さいほど“不満”層が多くなる
- 子どもの年齢が小さいほど“不満”も多い(妊娠中の層は“不満”がやや少ない)
- 子育て環境に対する関心が高い層では“不満”も多い

都市規模が大きいほど満足度が高く、小さいほど不満層が多くなることから、都市機能の充実度や人口が多いことで期待できる多様な人々とのコミュニケーションや周囲のサポートといった要因が子ども連れでの外出環境に対する満足度の向上に大きく関わっているのではないかと考えられます。

また世代的には 25～39 歳という子育ての現役世代で満足度が高く、子どもの状況別にみると、子どもの年齢が小さいほど満足も不満も多くなることから、実際に子どもが生まれ、子育てへの関わりが現実的なものになることで初めて周囲の子育て環境に対する具体的な満足・不満ポイントが明確になるものと考えられます。

マタニティマークについて意味も含めてよく知っている、身近な子育て応援活動に好意的な印象を持つなどの子育て環境に対する関心度が高い層では子ども連れでの外出環境に対する満足度が高いことから、子育て環境に対する関心が高いと周囲の気遣いや都市環境などのハード面における配慮などにも敏感に気づき、外出環境に対する満足度が高くなるのではないかと考えられます。

★マタニティマークの認知度向上や身近な子育て応援活動に対する理解と共感を高めることで、子育て環境に対する関心を高めることが重要

★子育て環境に対する関心を高めることで、周囲の心遣いや都市環境に組み込まれている子育て世代への配慮（授乳室や他目的トイレの設置など）に対する“気づき”を促し、子ども連れでの外出環境に対する満足度を高めるとともに、子育て中の人々へのちょっとした配慮という各人の具体的な行動や振る舞いに結びつけていくことが必要

1-2 マタニティマークの認知度

■マタニティマークについて「意味も含めてよく知っている」は46.7%

意味も含めてよく知っている

46.7%

§ 前回調査では「知っている」が31.1%

- 女性の半数以上は知っており、年代的には25～39歳で認知度が高い
- 都市規模が大きいほど認知度が高くなる
- 小さな子どもを持つ層では認知度が高い(妊娠初期＝12週未満では認知度がやや低い)



“知らない”

33.6%

「まったく知らない」
「見たことはあるかも知れないがよく知らない」

- 男性の半数近くは“知らない”、年代的には24歳以下と40～49歳の子育ての接点が薄い世代で知らない人が多い
- 都市規模が小さいほど“知らない”が多くなる
- 小学生以上の子どもを持つ層や子どもがいない層では“知らない”が3～4割

マタニティマークの認知度は前回調査に比べ大幅に高まっており、女性、とくに子育ての現役世代では7～8割の高い認知度を示しています。

一方で、男性では半数近くが“知らない”としており、子育てとの接点が少ないと思われる若い世代と40歳以上の世代でとくにマタニティマークが知られていない状況があります。

都市規模別にみると、都市規模が大きいほど認知度が高く、小さいほど“知らない”という回答が多くなることから、マタニティマークの広報に協力してくれている公共交通機関や公的施設等の充実度が認知状況の差を生んでいるのではないかと考えられます。

6歳未満の小さな子どもを持つ層での認知度は高いものの、小学生以上の子どもを持つ層や子どものいない層では“知らない”という回答が多くなっています。

★マタニティマークの認知度向上のためには、子育てへの接点が少ない層に対して効果的なアプローチを図ることが重要

★マタニティマークの認知状況が都市規模の大小に左右されている面があるため、都市規模の小さなエリアにも効果的なアプローチを合わせて検討することも必要

1-3 身近な子育て応援活動の印象

■約9割は、身近な子育て応援活動を好意的に評価している

良い取組だと思うので
もっと活動を広めて欲しい

89.7%



あまり賛成できないので、
このような活動は止めて欲しい

5.6%

- 男女とも好意的評価が多数を占めており、男性では“30～39歳”の層で、女性でも39歳以下の子育てとの接点が多いと思われる層で「良い取組だと思うのでもっと活動を広めて欲しい」という回答が9割を超えている
- 子どもがいない層よりも子どもがいる層で、また子どもがまだ小さい層ほど「良い取組だと思うのでもっと活動を広めて欲しい」という回答の割合が高い
- 「その他」への回答は4.7%と少なく、具体的な意見を回答した人のうち、半数以上は“子どもがいない人”となっている



身近な子育て応援活動については大半の人が好意的に評価しており、男女とも子育ての関わりが多い(子どもがいる、30代前後)層ほど好意的な評価の割合が高くなっています。

これらの層では「良い取組だと思うのでもっと活動を広めて欲しい」という回答が9割を超えており、子育て世代には身近な子育て応援活動が広く受け入れられているように思われます。

反面、子どもがいないなどの子育てとの関わりが少ない層では“子育て支援”に対する実感の無さが回答に影響しているように思われ、子育て世代がより安心して子育てできるようにするためには、子育てとの関わりがあまりない人々に対して身近な子育て応援活動の意義を理解してもらうことが重要になってくるのではないかと考えられます。

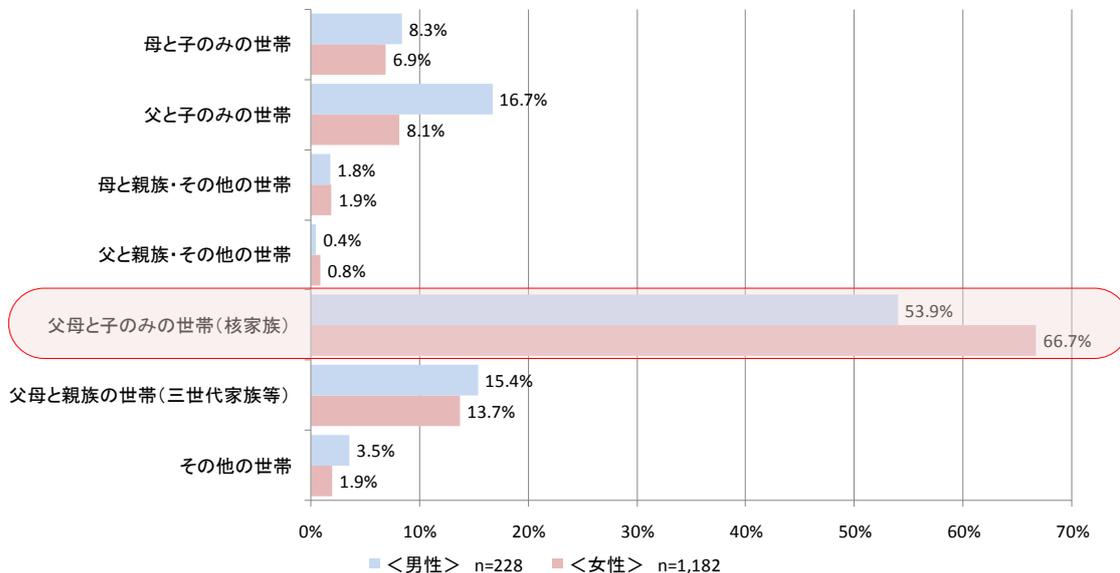


- ★子育て世代には身近な子育て応援活動がとくに好意的に評価されており、これまでの取組がかなり受け入れられている→今後も継続して取り組むことが必要
- ★身近な子育て応援活動に対する理解と共感をさらに高めるためには、子育てとの関わりが薄い層に対して、子育て家庭の大変さや子育て家庭がいることのプラス面に対して注意を喚起し、これまでとは異なる視点からの“気づき”を促すことも重要

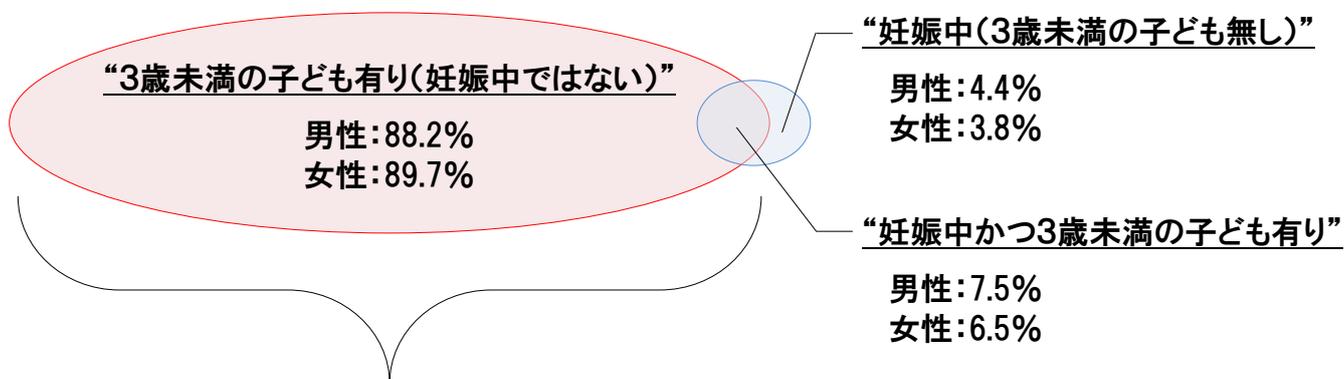
2 本調査編

2-1 本調査対象者の子育ての状況

■回答者の世帯構成は、“父母と子のみ”の核家族世帯が多い



■男性編、女性編ともに回答者の9割近くは“3歳未満の子どもはいるものの妊娠中ではない人”となっている



■3歳未満の子どもの面倒は自宅で母親が見ている ■男性編回答者の場合、約1/4は保育施設を利用している

“自宅で母親が面倒を見ている”

男性:57.3%

女性:83.2%

“保育施設に通っている”

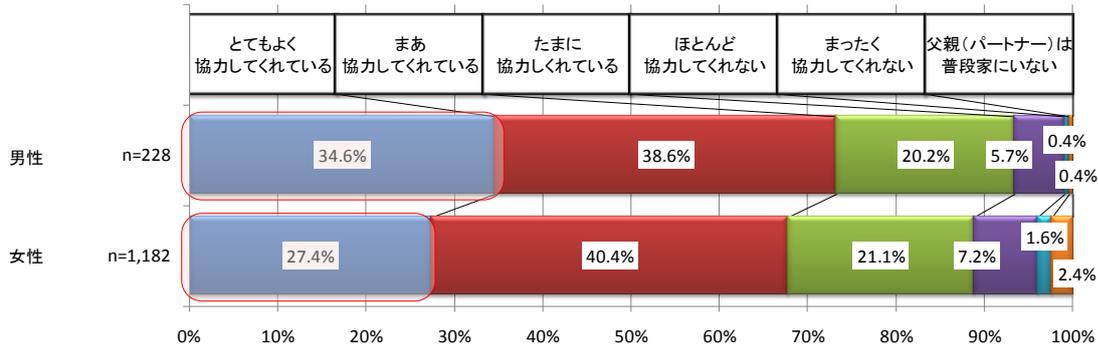
男性:24.3%

女性:13.2%

“自宅で父親が面倒を見ている”

男性:12.8%

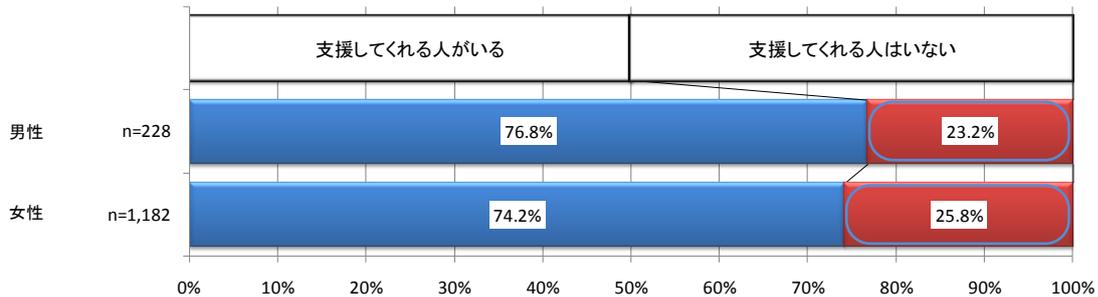
■男親が子育てに「とてもよく協力してくれている」という回答は3割前後
 ■女性よりも、男性の方が“とてもよく協力している”という回答の割合が高い



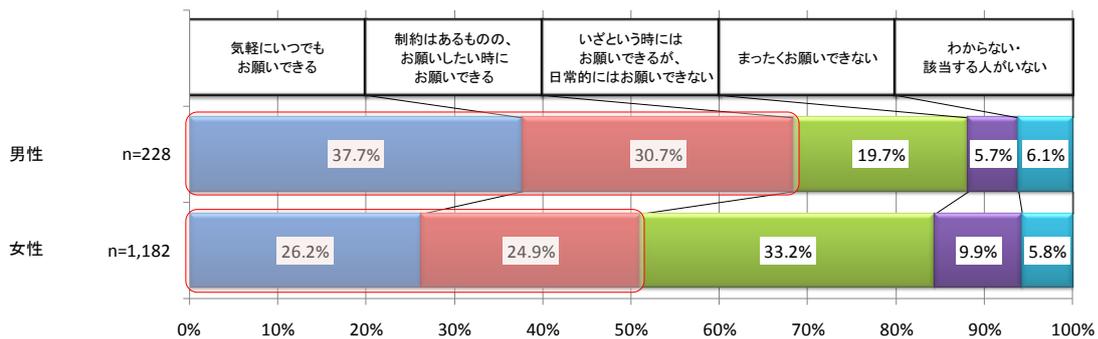
■子育て世帯の約1/4は“妊娠中・子育て中に手助けしてくれる身内がいない”状況にある

■女性よりも男性の方が祖父母・親族や友人・知人に子育てへの協力を気軽にお願いできると考えている

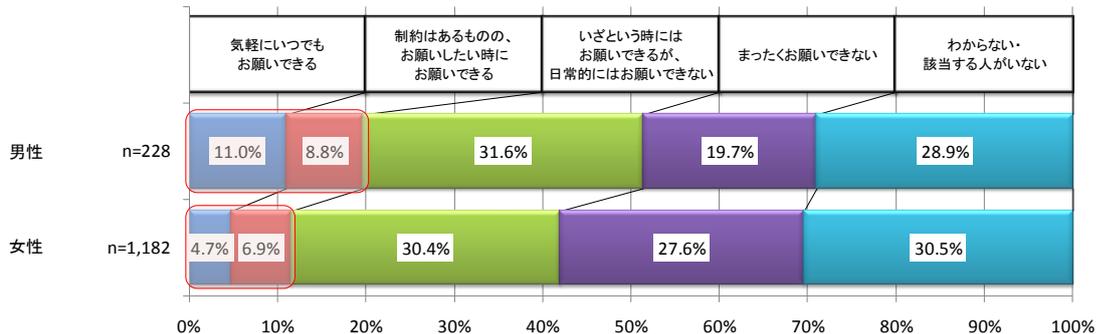
■妊娠中・子育て中に手助けしてくれる身内の有無



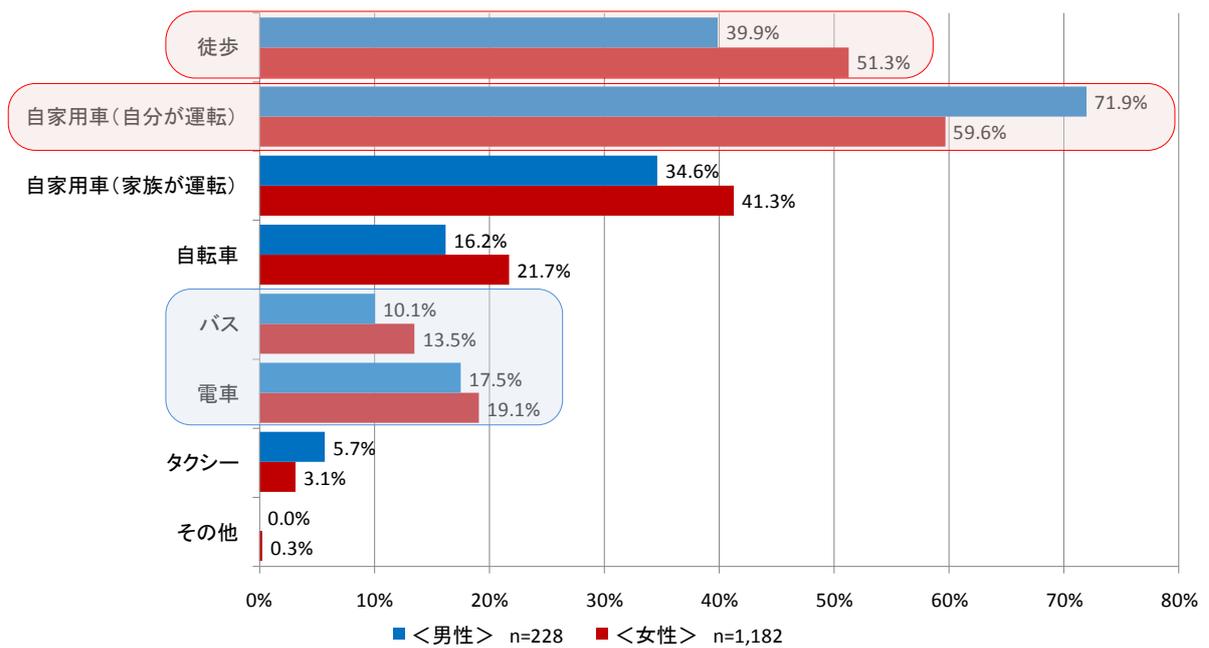
■祖父母や親族の子育てへの協力状況



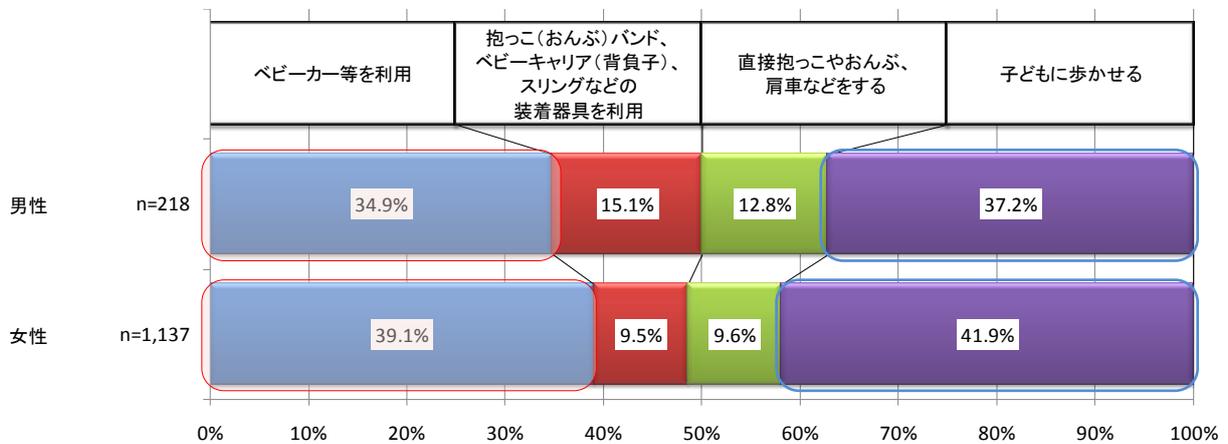
■友人・知人の子育てへの協力状況



■外出時の主な移動手段は“自分で運転する車”、女性では“徒歩”も半数を占める

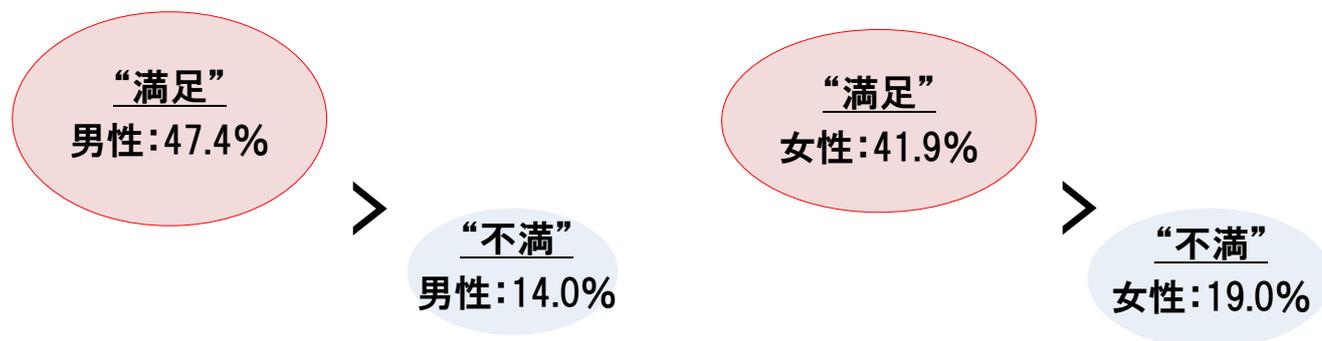


■3歳未満の子どもへの移動は“ベビーカー”と“子どもに歩かせる”が多く、男性よりも、女性の利用の方が多い



2-2 妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する満足度

■妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する満足度(総合評価)は、男性の方が高い



- 妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する満足度は男性の方が女性よりもやや高く、反対に“不満”という回答は女性の方がやや多い
- 満足度は男女とも“10万人以上”の都市規模の大きなところで高く、子育て環境に対する関心が高い層ほど満足度が高い

■領域別の満足度をみると、女性はすべての領域で男性よりも強く不満を持っている
 ■“ヒト”に関する不満が総合評価の不満につながっている

	<男性>	<女性>		<男性>	<女性>
ヒトに対して満足	36.8%	34.7%	ヒトに対して不満	13.6%	22.4%
モノに対して満足	31.6%	25.2%	モノに対して不満	22.4%	36.0%
コトに対して満足	33.8%	35.6%	コトに対して不満	18.9%	27.4%
カネに対して満足	21.9%	15.7%	カネに対して不満	26.3%	35.3%

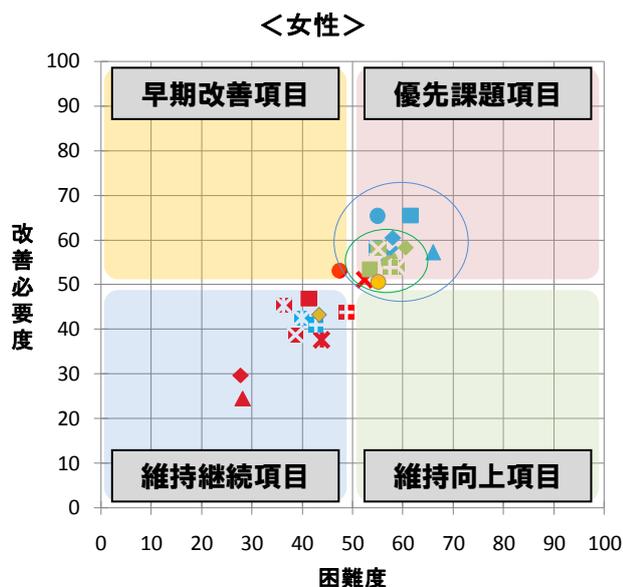
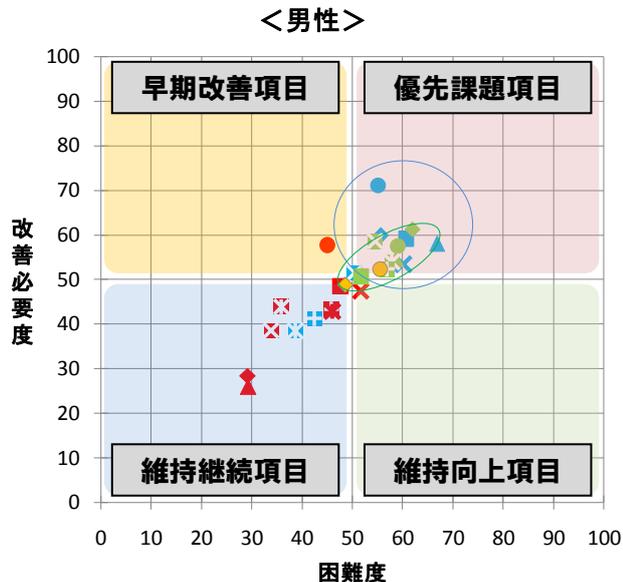
- “ヒト”“コト”“モノ”“カネ”の4つの領域別に満足度をみると、全般的に男性の満足度は高く、女性では“コト”に関する満足度が男性に比べやや高い
- 4つの領域別の不満は、すべての領域について女性の方が不満という回答が多い
- 男女とも40代はすべての領域について不満が多い
- 総合評価の満足層は、男女とも“モノ”と“カネ”に対する満足度が他の領域の満足度よりもやや高い
- 総合評価の不満層は、男性の場合“モノ”“ヒト”、女性の場合“ヒト”に関する不満が他の領域よりも強い



★性別、年代、都市規模などの違いにより、総合評価に関わる領域の満足・不満ポイントが異なるため、子育て家庭の外出環境の向上をサポートしていくためには、対象者の置かれた状況に応じたきめ細かなサポートが必要とされる

2-3 妊娠中・子ども連れでの外出環境向上に向けた課題

■妊娠中・子ども連れでの外出に困難・ストレスを感じる項目及び、今後の改善の必要性を感じる項目は、“コト”と“モノ”に関わること



- ヒト**
 - (1) 外出しようという気分になる環境
 - ◆ (2) 外出に対する夫(パートナー)の理解
 - ▲ (3) 外出に対する家族(舅・姑など)の理解
 - (4) 家事や仕事の負担の軽減
 - ✕ (5) 一緒に出かける交友関係の充実
 - ◇ (6) 地域の人々の理解
 - (7) 困っているときに助けてくれる周囲の優しさ
 - ✕ (8) 公共交通機関(バスや電車など)でのマナー
 - ✕ (9) (車で移動中の)他のドライバーのマナー
- コト**
 - (10) 子どもが安全に楽しむ場所の充実
 - ◆ (11) 親のストレスが発散できる場所の充実
 - ▲ (12) 子連れで出かけられる場所の充実
 - (13) 子連れで食事できる場所の充実
 - ◇ (14) 子連れで買い物できる場所の充実
 - (15) 出産関連用品・子ども用品の取扱店の充実
 - (16) 情報交換ができる場所の充実
 - ✕ (17) 悪天候でも子どもが遊べる場所の充実
- モノ**
 - (18) 歩道の段差や放置自転車の解消
 - ◆ (19) 信号やガードレールの整備
 - ▲ (20) 公共交通機関(バスや電車など)でのベビーカー対策
 - (21) 日常利用する商業施設でのベビーカー対策
 - ◇ (22) おむつ交換できるトイレの整備
 - (23) 授乳室の整備
 - (24) 安全な駐車場の整備
- カネ**
 - (25) 外出にかかる余計な出費
 - ◆ (26) 外出時の交通費

【優先課題】

〔ヒトに関する項目〕

公共交通機関(バスや電車など)でのマナー(女性編の回答者の場合)

〔コトに関する項目〕

子どもが安全に楽しむ場所の充実／親のストレスが発散できる場所の充実／子連れで出かけられる場所の充実／子連れで食事できる場所の充実／子連れで買い物できる場所の充実／悪天候でも子どもが遊べる場所の充実

〔モノに関する項目〕

歩道の段差や放置自転車の解消／信号やガードレールの整備／公共交通機関(バスや電車など)でのベビーカー対策／日常利用する商業施設でのベビーカー対策／おむつ交換できるトイレの整備／授乳室の整備／安全な駐車場の整備

〔カネに関する項目〕

外出にかかる余計な出費

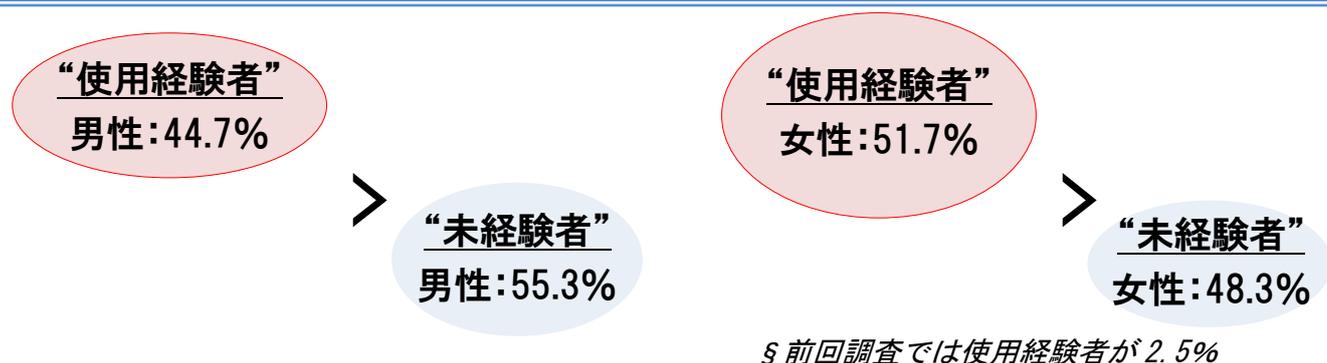


★外出環境の向上には“コト”と“モノ”に関わる項目の改善が優先課題

★外出環境の総合評価に関わると思われる“ヒト”に関する領域では「外出しようという気分になる環境」について早期改善が望まれる

2-4 マタニティマークの利用状況

■マタニティマークの使用経験者は4～5割



- 男女とも、「持っておらず使用したことはない」という人は、年代が高いほど、都市規模が小さいほど多い
- マタニティマークに対する認知度が高いほど使用経験者が多い

■マタニティマークを使用した効果は「車内で席を譲ってくれた」が最も多い

■「特に効果はなかった」という回答もいまだに多い

	<男性>	<女性>	§ 前回調査では
車内で席を譲ってくれた	41.2%	30.9%	「車内で席を譲ってくれた」が19.2%
特に効果はなかった	36.3%	47.0%	「特に効果はなかった」が50.0%

- 男女とも概ね都市規模が小さいほど、「特に効果はなかった」という回答が多い
- 「車内で席を譲ってくれた」は、都市規模が大きいほど多い

■若い世代を中心に、マタニティマークについて「積極的に導入し、もっと社会に浸透させるべきだ」という意見が多い

	<男性>	<女性>
積極的に導入し、もっと社会に浸透させるべきだ	61.4%	60.9%
妊娠初期はわかりづらいので、特に必要だと思う	48.7%	60.7%

§ 前回調査では
 「積極的に導入し、もっと社会に浸透させるべきだ」が58.9%
 「妊娠初期はわかりづらいので、特に必要だと思う」が61.5%

- 若い世代ほど、都市規模が大きいほど、「積極的に導入し、もっと社会に浸透させるべきだ」という回答が多い
- 身近な子育て応援活動に肯定的な人、マタニティマークの認知度が高い人、マタニティマークの使用経験者の方が「積極的に導入し、もっと社会に浸透させるべきだ」という回答が多い

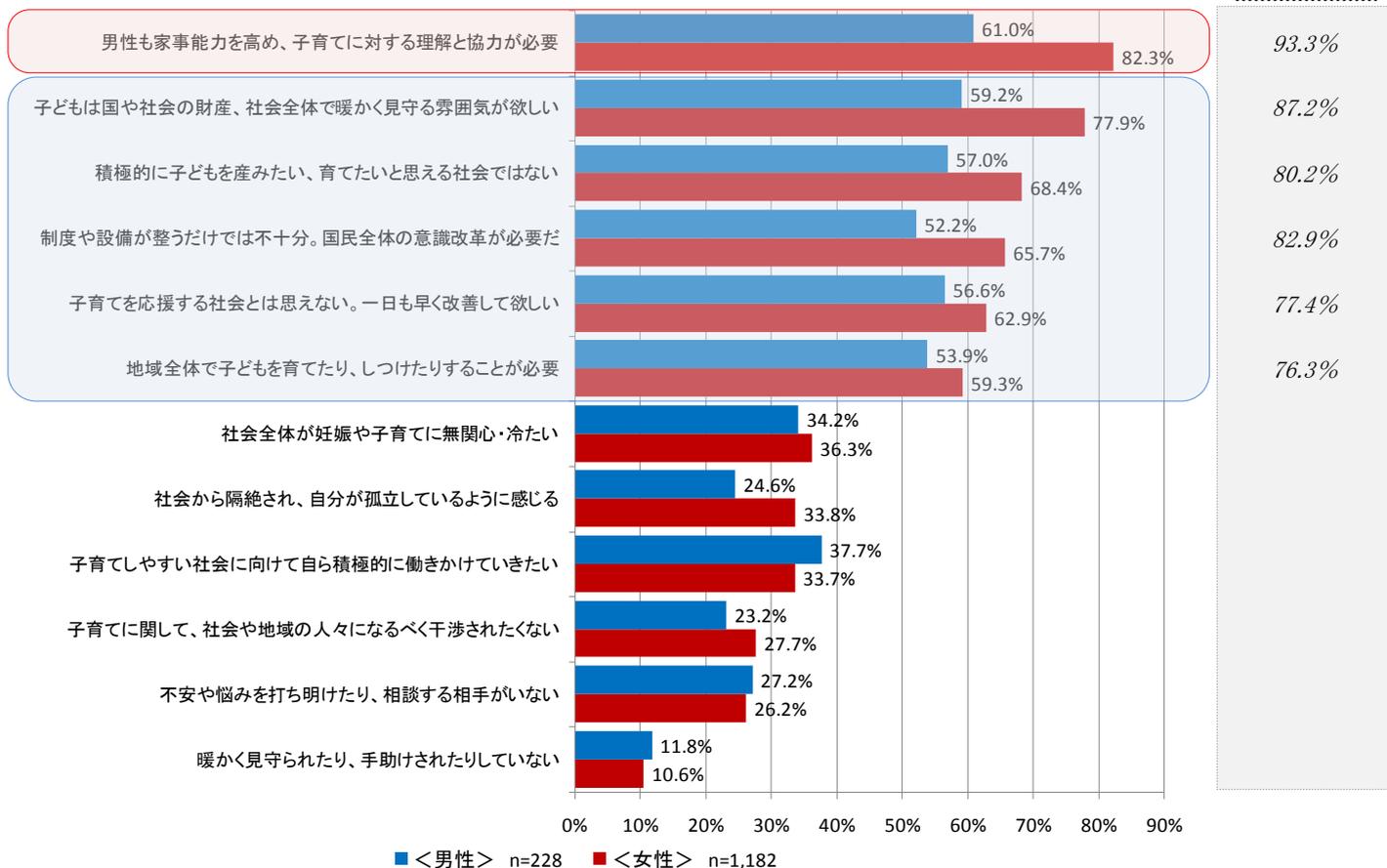


- ★若い世代を中心にマタニティマークのより積極的な導入が望まれており、認知度の高い人や使用経験者ほどその傾向が強い
- ★認知度が高いほど利用経験者が多くなるため、まずはマタニティマークについてよく知ってもらう取組が重要
- ★都市規模が小さいほど効果を実感できていない状況があるため、小さなまちに暮らしていても効果が実感できるような対策が必要

2-5 子育て中の人々に対する周囲や社会の印象

■男性の子育てへの協力不足という印象を強く持っている
 ■社会という不特定の漠然としたものに対する不安感が強いように思われる

§ 前回調査



§ 前回調査時点よりも、各項目とも否定的な回答の割合が低く、子育てを取り巻く環境については肯定的に評価されつつあるように思われる（前回調査は女性のみを対象として実施）
 →子育て環境は徐々に向上している

○子育て中の立場から見た周囲や社会の印象については、男女とも「子どもは国や社会の財産、社会全体で暖かく見守る雰囲気が欲しい」「男性も家事能力を高め、子育てに対する理解と協力が必要」の2項目に対して“そう思う”（「非常にそう思う」「まあそう思う」）という回答が多い

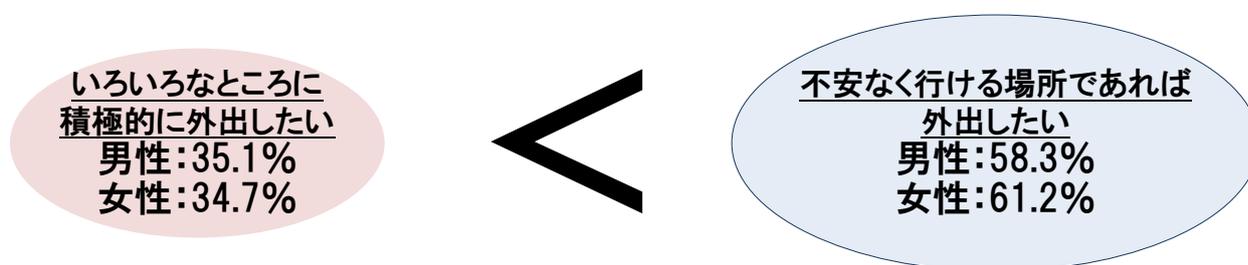
○外出環境について総合評価不満層の方が満足層よりも周囲や社会に問題を強く感じている
 ○女性編の回答者ではヒトに関する領域に対して不満を持つ層で周囲や社会に対する問題を強く意識



- ★男性の子育てへの理解と協力は男女に共通して強く問題として意識されている
- ★妊娠中・子ども連れでの外出環境に対する不満層は満足層よりも周囲や社会に対して問題を強く感じていることから、日常の接点である外出環境での満足度を高めることが周囲や社会に対する不安感の解消にとって重要
- ★女性ではヒトの領域に対する不満層で周囲や社会に対する問題意識が強く表れており、ヒトに対する満足度を高めることが周囲や社会に対する不安感の解消にとって重要

2-6 妊娠中・子ども連れでの外出に対する意識

- 妊娠中・子ども連れでの外出意向は「不安がなければ外出したい」が最も多い
- 「いろいろなところに積極的に外出したい」は3割台、前回調査よりも積極的外出意向が高まっており、若い世代や子育て環境への関心が高い層で積極派が多い



§ 前回調査では「いろいろなところに積極的に外出したい」が27.0%

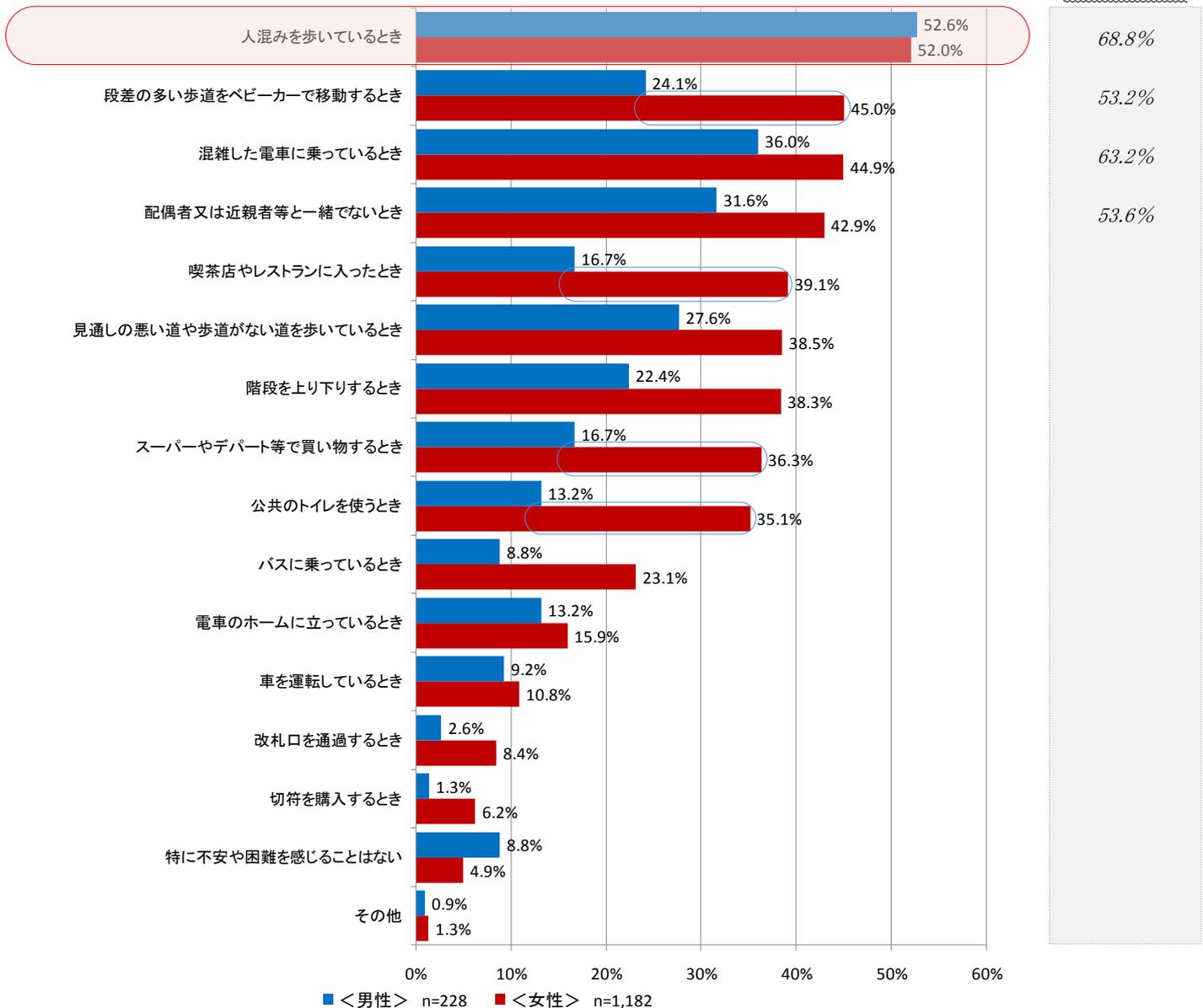
- 男女とも、年代が若いほど「いろいろなところに積極的に外出したい」という回答が多く、就労していない人よりも就労している人の方が積極的外出意向は高い
- マタニティマークに対する認知度が高い、身近な子育て応援活動に肯定的など、子育て環境に対する関心が高い人の方が積極的外出意向が高い



- ★マタニティマークに対する理解が深い人ほど積極的外出意向が高いことから、“ヒト”に関する領域での早期改善項目と考えられる「外出しようという気分になる環境」を向上させるためにもマタニティマークの普及を図る活動は重要
- ★就労している人よりも、就労していない人で「不安なく行ける場所であれば外出したい」という回答が多いことから、日頃外部との接点が少ない人ほど外出に対して何らかの不安を持っていると考えられるため、外に出る機会が少ない人に向けて、不安を解消するための活動を行うことも必要

■妊娠中・子ども連れでの外出時に感じる不安や困難は「人混みを歩いているとき」

§ 前回調査



§ 前回調査時点よりも、「人混みを歩いているとき」「段差の多い歩道をベビーカーで移動するとき」「混雑した電車に乗っているとき」など、都市環境に関して不安や困難を感じるという回答の割合は低くなっている（前回調査は女性のみを対象として実施）

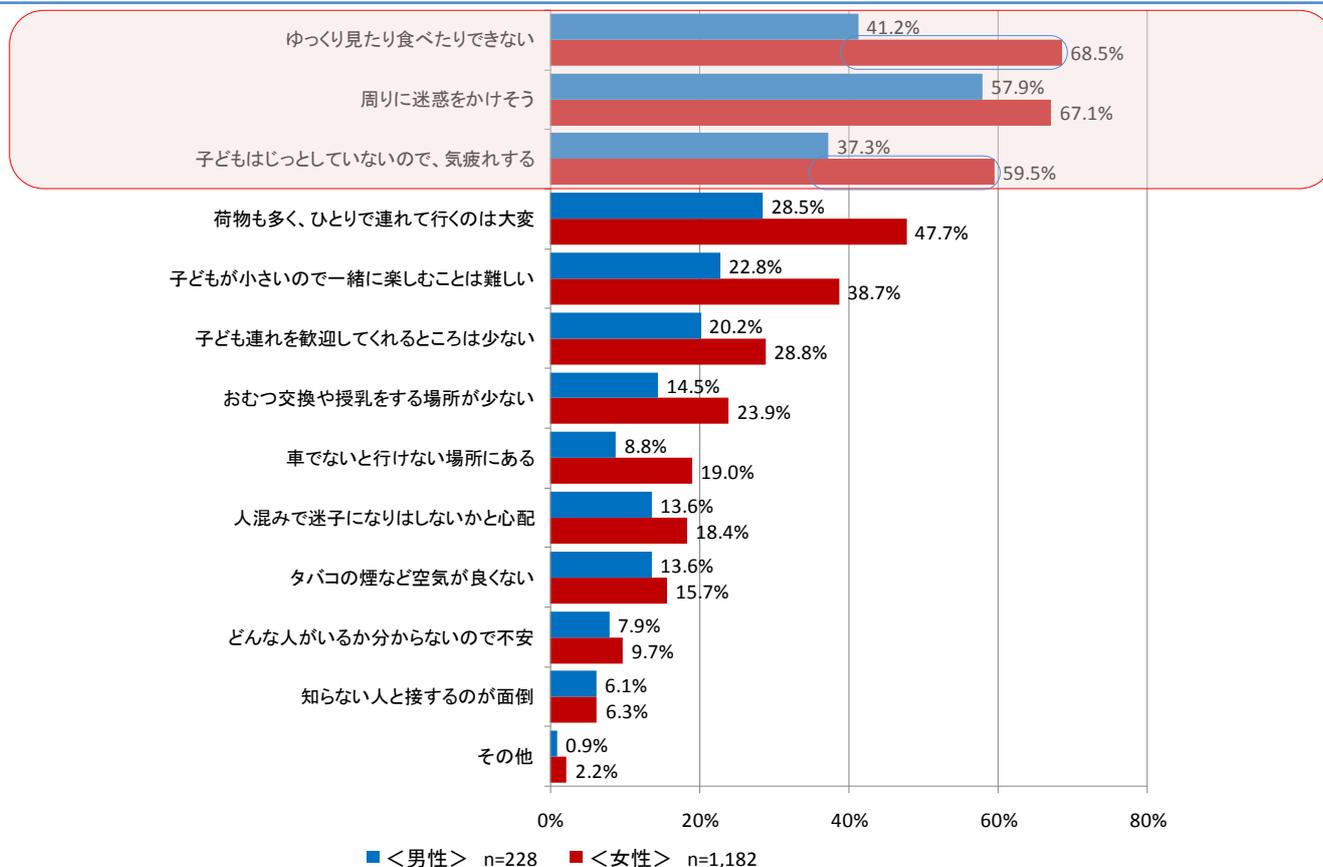
→子育て世帯の外出に関わる都市環境は徐々に向上している

- 男女ともに半数以上が「人混みを歩いているとき」に不安や困難を感じる
- 全般的に女性よりも男性の回答割合が低い
- 男女間のギャップがとくに大きいのは、「段差の多い歩道をベビーカーで移動するとき」「スーパーやデパート等で買い物するとき」「喫茶店やレストランに入ったとき」「公共のトイレを使うとき」など



- ★人混みを歩いているときの不安感を解消する取組が必要
- ★多くの項目で男女間の認識にギャップがあることから、妊娠中・子ども連れでの外出時の不安や困難について男性と問題意識を共有できるようにすることも重要

■妊娠中・子ども連れで行きたいところに行けない理由は「ゆっくり見たり食べたりできない」「周りに迷惑をかけそう」など、子どものことで周囲に遠慮しなければならないと考えているため

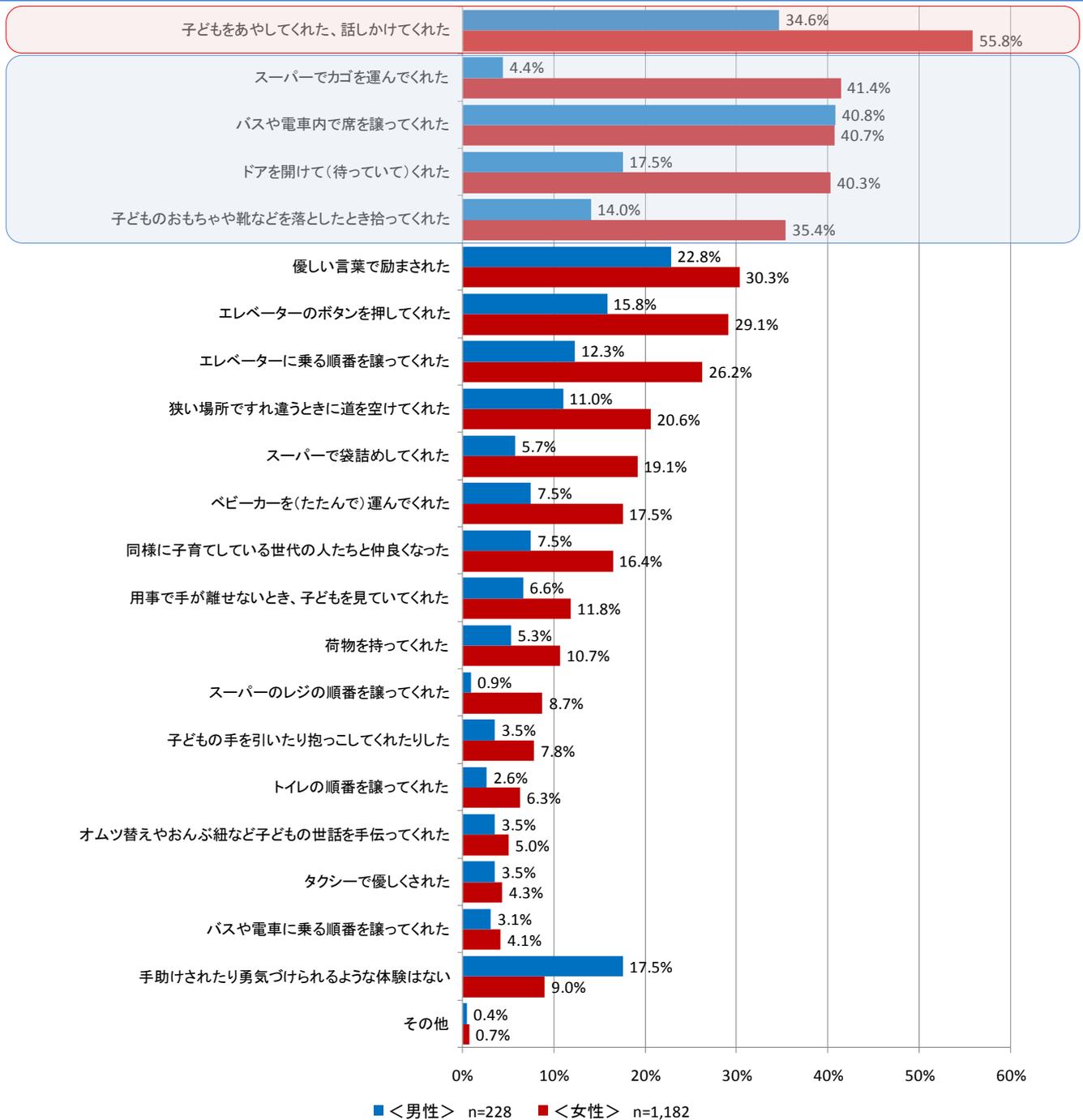


- 行きたいところに行けない理由として女性が挙げているのは「ゆっくり見たり食べたりできない」「周りに迷惑をかけそう」「子どもはじっとしていないので、気疲れする」
- 全般的に女性よりも男性の回答割合が低い
- 男女間のギャップがとくに大きいのは、「ゆっくり見たり食べたりできない」「子どもはじっとしていないので、気疲れする」など



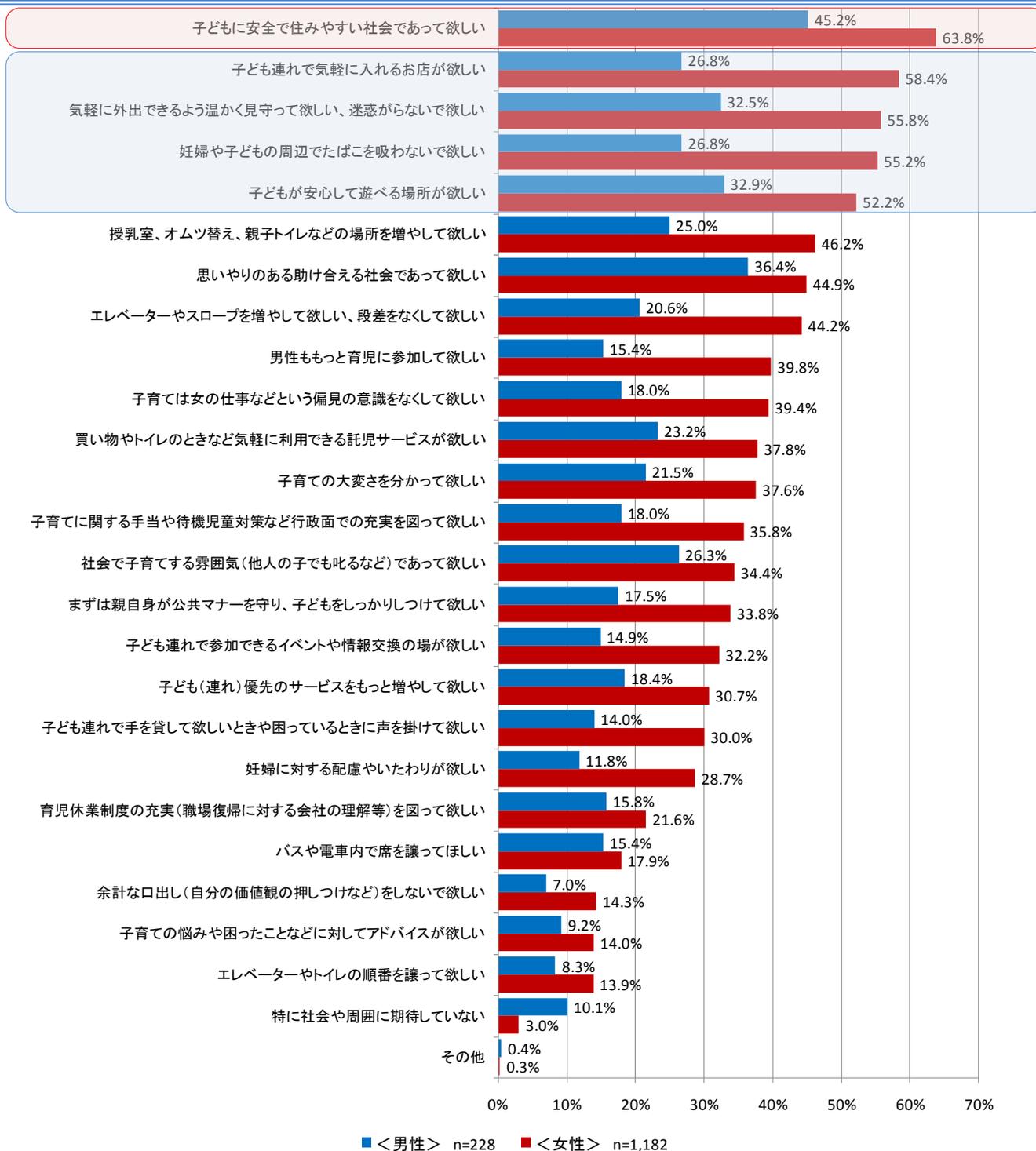
- ★女性が行きたいところに行けない理由は「ゆっくり見たり食べたりできない」「周りに迷惑をかけそう」など子どもの世話で自身が楽しめないことや子どもがいることで周囲に気後れしてしまうことが多いため、周囲が子ども連れの人を暖かく見守る雰囲気を醸成し、子ども連れの女性に安心感を与えることが重要
- ★男性は女性ほど子ども連れであることで周囲に遠慮することが少なく、女性の意識とギャップが大きいいため、女性の気後れする気持ちを理解し、サポートするような行動を行えるように啓発することも必要

■妊娠中・子ども連れでの外出時に体験した嬉しかったことは「子どもをあやしてくれた、話しかけてくれた」など、周囲のちょっとした気遣い



- ★女性が周囲のちょっとした気遣いに対して嬉しかったと感じているのに対して、男性は「バスや電車内で席を譲ってくれた」以外では女性の意識と大きなギャップがある
- ★大げさなことではなく、ちょっとした心遣いが妊娠中・子連れの女性にとって大きな励みになるということについて、男性をはじめ、子育てとの接点が少ない人々に対してアピールすることが周囲や社会に対する安心感を醸成するためには重要

■男性に比べると女性は様々な点について周囲や社会に対して強い期待を持っている



★周囲や社会に対して女性は様々な点に強い期待を持っているのに対して、男性はさほど期待を持っていないなど、意識に大きなギャップが見受けられるため、男性をはじめ、子育てとの接点が少ない人々に対して女性が期待していることについて問題を共有し、身近なところから期待に応えることができるような社会の雰囲気醸成することが必要