

女性が働く理由 第1位 生計を維持するため、調査開始以来、最も高い回答率

～『働く女性と暮らしの調査』(第8回)女性が前向きに働き続けるために～

日本ヒーブ協議会では、これまでフルタイムで働く女性の意識や行動の変化を捉えるため、仕事や生活に対する価値観を探る調査を1985年より定期的に実施してきました。

この度、『働く女性と暮らしの調査』(第8回)の調査結果がまとまりましたので、ご報告いたします。

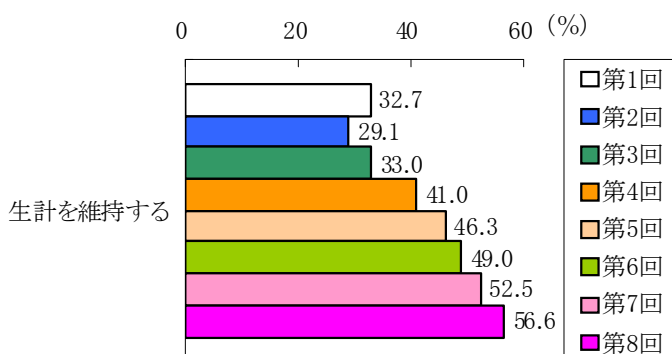
—調査概要—

1. **調査目的:** フルタイムで働く女性たちの仕事や生活の実情や意識を明らかにすることで、世界や企業の変化の中で働く女性の課題を明確にし、問題提起と改善策の提案を行う。
2. **調査の経緯:** 第7回目(2006年)の調査結果では、働く理由として「生計を維持する」ためと答えた女性が最も多くなり、働く女性が家計を支えるという責任は大きくなっています。こうした過去の調査結果を踏まえ、第8回目は“女性が前向きに働き続けるために”をテーマに **仕事、ワークライフバランス、消費・サービスなど8つのカテゴリー**について調査。
3. **調査対象:** 日本ヒーブ協議会会員とその同僚や知人のフルタイム・常勤で働く女性
4. **調査方法:** インターネット上での回答 及び 留め置き調査法による自記式アンケート
5. **有効回答数:** 775名(うちヒーブ会員 100名)
6. **調査期間:** 2010年1月～2月

—調査結果の一部をご紹介します！—

カテゴリー1. 仕事

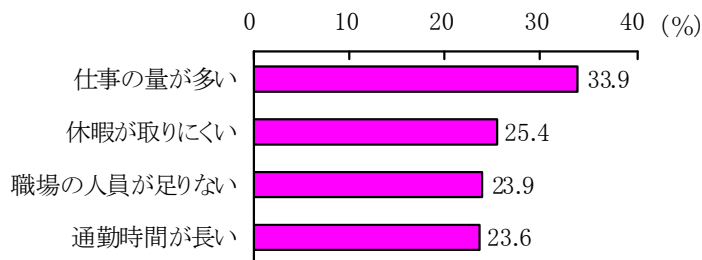
図表 仕事をする理由(複数回答、第8回目の第1位のみ抜粋)



○仕事をする理由の第1位「生計を維持する」(56.6%)は調査開始以来最も高い回答率に！

カテゴリー2. ワークライフバランス

図表 ワークライフバランスを妨げるもの(複数回答、上位抜粋)



○働く女性自身で改善を試みにくい労働環境、職場環境が妨げとなっている

カテゴリー3. 消費・サービス

○第7回調査から所有・購入率が最も上昇したのは最新AV機器(6.7%⇒31.4%)

カテゴリー4. 消費者庁

○消費者教育の推進、情報収集・発信などに関する期待が多い

カテゴリー5. 健康

○ストレスがある人は87.2%を占めるが、癒される場所や事柄が「ある」人は92.5%と多い

カテゴリー6. セカンドライフ

○セカンドライフの過ごし方の第1位は、「家族・友人と過ごす」。第7回調査から増加(44.6%⇒60.6%)

カテゴリー7. 社会参加

○地域や社会の活動に参加している人は第7回から変化なし(29.3%⇒28.9%)

カテゴリー8. 世の中の関心ごと

○日本や日本企業の国際的な展開、日本女性の就業率や社会的な地位に関心がない割合がやや高い

詳細は『働く女性と暮らしの調査』(第8回)の調査レポートを是非ご覧下さい。

調査レポートは1部 1,000円(送料別)で販売中です。

<お問い合わせ・ご購入申し込み先>

日本ヒーブ協議会 事務局

TEL 03-3320-3155 Fax 03-3320-3166

ホームページアドレス <http://www.heib.gr.jp>

E-mail: heib-jimukyoku@heib.gr.jp

* 日本ヒーブ協議会は、企業等の消費者関連部門に働く女性が生活者と企業のパイプ役としてよりよい仕事をするために自主的に集い活動している会です。生活者と企業の双方を理解し、新しい価値を創造・提供することで、生活者の利益および企業の健全な発展に寄与することを目的としています。企業の消費者関連部門(消費者相談、商品開発、マーケティング、広報、CSR等)で働く女性の集いとして1978年に発足しました。