

育休ママの環境と職業観の研究

— 定性・定量調査分析により、消費者としての潜在力を考察する —

一般社団法人スタディウィズ 広報

西山 裕子

要約

近年、結婚・出産後も働き続ける女性が増え、女性の育児休暇（以下、「育休」）取得率は2016年、81.8%に達している。育休中もスキルアップを目指して、子連れで勉強会に参加するママ達もいる。

本稿の目的は、彼女達の生育環境・家庭や職場の状況を理解し、その生活や職業観を把握して、まだ満たされないニーズを探求することである。まだ多数派ではないものの、個人としても母としても、社会的・マーケット的に、彼女達は今後重要性を増す可能性があり、その潜在力を考察する。

まずは育休者向け経営学講座に参加した女性10人に定性調査を行い、その後、量的調査で56名の回答を得て、分析を実施した。

回答者は高収入で、自由に使える金額も多く、夫と妻の収入は相関が見られた。働く理由として「収入」に加え「自己成長」「仕事が好き」という内発的動機が強かった。家事育児サービスの利用は収入とは相関せず、心理的な抵抗感が多く見られた。衣食住や美容のニーズは多様であるが、「便利」「時短」のニーズが高い。

本稿ではそれらを統合し、働く動機と環境との関係、両立支援のニーズとの概念モデルを提示する。

キーワード

育児休暇、昇進意欲、家事育児サービス、衣食住のニーズ、パワーカップル

1. はじめに

総務省「労働力調査」によると、2000年頃から共働き世帯が専業主婦世帯を数で抜き、共働き世帯は現在まで増加を続けている。2016年施行の女性活躍推進法の後押しもあり、結婚・出産後も働き続けることが普通となりつつある。これまでの日本女性の就労形態は、出産でいったんは離職をして、子どもが大きくなったころに非正規の形で再就職をする、いわゆるM字カーブが主流であった。しかし昨今、出産後も正社員として就業を継続し、長期的なキャリアアップを目指す女性も増え、M字カーブもなだらかになっている。

2016年の雇用均等基本調査によると、在職中に出産した女性のうち81.8%が育児休業を取得し、過去最高となった。育休中に、子連れで学ぶ場も各地で生まれている。育休をブランクとせず、スキルアップや自己研鑽の機会、地域とのかかわり、異業種の母とネットワークを構築するチャンスと前向きにとらえ、赤ちゃん連れでアクティブに活動する母

が増えている。

これまでの日本女性と労働に関する研究は、就労継続や再就職について、社会的・文化的困難さを挙げるものが多く、また女性自身も働く動機は低く、昇進意欲もないとされている。しかし本稿では、キャリアアップの努力を続ける育休中の女性たちが、どのような属性で、どのような環境にいるかを理解する。その上で、求めているサービスや商品について探求する。女性活躍支援の波や働き方改革の流れもあり、今後このような層は増えていくと思われる。その先駆的な層の理解のために、育休中に経営学講座に参加した女性10名に、探索的な個別インタビューを1時間ずつついで、その特性のおおまかな像を理解した後、量的調査を実施して56名の回答を得た。それらの定性・定量調査により、具体的な属性の特徴やニーズについて分析と考察を行った。

図表—I 子連れで経営学を学ぶ育休ママ達（勉強会の風景 2015～2018年）



II. 先行研究レビュー

日本女性の労働に関する研究では、家庭や職場の環境との関連を分析したものが多く、夫が十分な収入があれば、妻は専業主婦を希望するという分析もある。実際、1982年の調査では¹⁾、夫の所得が上がるに連れ、妻が働く比率は下降し、夫の年間所得が700万円以上になると、妻が働く比率は40%以下まで低下した。夫の所得が増えると妻の就業率が下がるのは、経済学で「ダグラス・有沢の第二法則」と呼ばれる。（第一法則は、女性の賃金が上がれば女性の労働参加は増加するというもので、現在でもほとんどの国で見られる）。女性の就業率の上昇に伴い、10年後には夫の所得が700万円以上でも半数を超える女性が働いていたが、山田（2010）は、未就学児のいる世帯に限定すると子育て負担が大きく、「ダグラス・有沢の第二法則」は、効果を失っていないとしている。

橘木・迫田（2013）は、2007年の就業構造基本調査で、夫も妻も高所得な層を「パワーカップル」と呼んで詳細に分析した。その結果は、夫が高所得である場合、ほとんどは妻が無職か低所得であるというものであった。また、夫が高所得で無職の妻でも「大学・大学院卒」が22%と高学歴であり、学歴の高い女性でも専業主婦志向が見られるとしている。

「パワーカップル」は、購買力のある共働き夫婦として、特に住宅や不動産業界などで注目されている。夫婦とも年収700万円を超えるものと定義することも、単に「夫婦ともにフルタイム勤務」とするものもある。しかし、夫婦とも年収700万円を超えるのは、一般世帯全体の2%にすぎない。また多くの場合、子どもがいないDINKS世帯や、夫婦とも医師などの特別な例で述べられている。

女性は結婚や出産で正社員としての職を離れるか、継続していたとしても昇進意欲が低いと言われる。川口（2012）の「昇進意欲の男女比較」²⁾によると、さまざまな個人属性や企業属性を調整したうえで、女性の昇進意欲は男性と比べて非常に低いとされた。ただし川口は、ポジティブ・アクション（積極的改善措置）³⁾を熱心に行っている企業では男女とも昇進意欲が高く、また女性管理職が多い企業では女性の昇進意欲が高いことを明らかにしている。労働政策研究・研修機構の「男女正社員のキャリアと両立支援に関する調査」（平成25年）では、昇進を望まない理由として「仕事と家庭の両立が困難になる」を女性が男性より多く挙げているが、「周りに同性の管理職がない」という理由も顕著である。

このように、先行研究では、「高学歴女性でも専業主婦志向が高い」「女性は昇進意欲がない」「ロールモデルが不足している」とするものが多い。しかしながら、「女性活躍推進法」や「働き方改革」により、ここ2～3年で労働環境は大きく変化している。それに伴う女性の意識や実態については、まだ十分な研究や考察がされていない。筆者は、2015年より、育休中に子連れで学ぶ経営学講座の講義や運営に携わり、従来の「働く母」のイメージとは異なる、前向きで成長意欲の高い女性と数多く会う機会があった。仕事も家庭も子どもも、ベストを目指す彼女たちの実態を知ることは、時代の先駆けになるかもしれない。育休中の活動の中でも、仕事のスキルアップや昇進につながる「経営学」を学ぶ女性を調査することで、これからの時代を担う層の理解をすることが、本稿の意義である。

III. 定性調査による仮説設定

1. 定性調査の実施：まずは、実態を把握するために育休ママを対象に、質的調査を行った。先行研究と問題意識に基づき、調査課題を明らかにするために、インタビューフローを設計した。調査課題は、育休ママ達の職業観や昇進意欲、消費者としてのポテンシャルを明らかにすることである。赤ちゃん連れのインタビューも多く、限られた時間の中で情報を得るために、事前に紙で質問項目を送り、記入された用紙を基に、半構造化インタビューを行った。

対象者は、育休ママの経営学講座の運営メンバーの中から、年齢や子どもの数、職種などを分散させ、理論的サンプリング候補を10名選んだ。調査期間は2018年5月23日～7月12日である。各インタビューは約1時間、8名は対面で、2名は電話およびスカイプで行った。

具体的な属性は、図表—2の通りである。実際のインタビューでは、回答の意図や背景、言外の理由などを幅広く、深く掘り起こすことを試みた。

2. 定性調査の結果分析：10名の調査結果は、M-GTA (Modified Grounded Theory Approach) により分析し、概念ごとに分析ワークシートを作成した⁴⁾。異なる話題や概念については、分析ワークシートを追加して、最終的に17のワークシートを作成した。その結果をもとに育休ママの働く動機や生活環境、家庭や職場の状況、消費者とし

てのポテンシャル、課題などの関係を図式化して、初期の概念モデルを設定した。そのモデルの妥当性や再現性を検証するために、定量調査に進んだ。

IV. 定量調査による、仮説の検証

1. 定量調査の実施：定性調査で得られた仮説を量的に実証し、様々な要因での相関関係を分析するために、アンケート調査を行った。育休中の経営勉強会のFacebookグループ（メンバー244人）に、調査協力依頼の投稿をし、2018年7月27日～8月8日にインターネット調査を実施した。期間中に、56名の回答を得た。質問項目は定性調査と基本的に同じであるが、ラポールのないインターネット調査の質問に対し、抵抗感がないように順番に変更を加えた。定性調査で一番に訊いた「働く動機」は後にして、住まいの状況など「実態」から尋ね、働く動機やモノへのこだわりなどは次に、最後に属性を尋ねた。

筆者はこの勉強会の設立時から関わっているが、多くの方が快く協力を表明された。自由回答への記述が得られるか心配であったが、商業的な調査と異なり、長文で熱のこもったコメントが多数書かれるなど、親身で誠実な回答が数多く寄せられた。定量調査ではあるが、自由回答の中から重要なキーワードを見つけ、概念モデルを強化する際に参考にすることができた。

図表—2 質的調査対象者

#	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
職種	技術職	企画	企画	営業	企画	研究職	事務	研究職	営業	営業
子どもの数	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2
年齢	38	33	39	42	34	30	34	34	30	40
結婚した年	24	25	29	32	27	27	29	32	26	33
第一子出産年	31	30	31	37	29	28	30	33	28	34
第二子出産年	37		36	41	32		34			36
一人目の子の性別	男	男	女	男	女	女	男	男	男	女
二人目の子の性別	女		男	男	女		女			女

図表—3 インタビューフロー

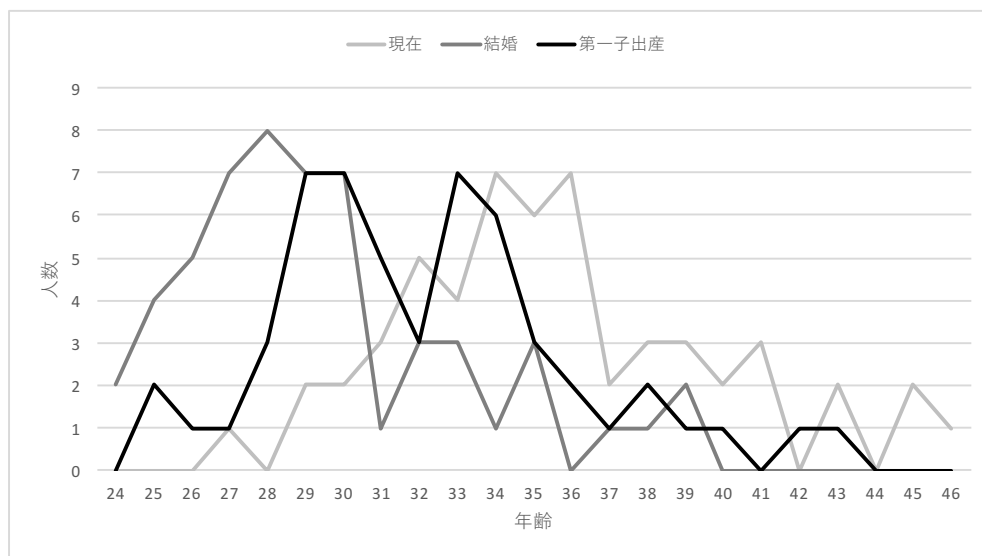
課題	調査項目	質問項目	目的・意図
職業観	育休を取得して働く動機	質問1. なぜあなたは、育休を取得して仕事を続けているのですか？働く動機は何ですか？	働く動機や理由、いつから思ったか、きっかけ、環境など、幅広く理解する
消費者としての実態・ポテンシャル	衣食住などのニーズ	質問2. モノを買う時、重視していることは？下記それぞれ。 1. 衣, 2. 食, 3. 住, 4. 美容, 5. 子どもの教育, 6. 娯楽・レジャー 質問3. これからほしいもの、購入したいものは？	どのようなこだわりがあるか、満たされないニーズがあるかを掘り起こす
基本属性	あなたについて、お子さんについて、住まいについて	質問4. あなたについて ①年齢 ②結婚した年齢 ③第一子出産年齢 ④第二子出産年齢 質問5. お子さんについて①1人目性別・年齢 ②2人目性別・年齢 質問6. お住まいについて ①賃貸 ②持ち家（購入した年齢） 質問7. 住まいの形態 ①配偶者と子どもと住む ②親と同居 ③同居ではないが親が近くに住む	育休ママとして代表的な属性か、特徴的な点があるか？
教育環境	中学・高校・大学の状況	質問8. ご自身の受けた教育環境について 中学は ①受験をした ②していない 高校は ①進学校 ②平均レベル ③平均以下 大学は ①友人にワーキングマザーが多い ②少ない	過去に受けた教育や友人との関係が、働く動機に関係するか？
家庭環境	実母・義母・夫の状況	質問9. ご家庭について 1. 母親は自分が6歳未満の頃 ①専業主婦 ②働いていた 2. 母親は自分が働くことを ①強く勧めている ②勧めている ③どちらとも言えない ④あまり勧めていない ⑤全然勧めていない 3. 夫の母親は夫が6歳未満の頃 ①専業主婦 ②働いていた 4. 夫は自分が働くことを ①強く勧めている ②勧めている ③どちらとも言えない ④あまり勧めていない ⑤全然勧めていない 5. 夫は家事育児に対して ①非常に関わっている ②関わっている ③どちらともいえない ④あまり関わってない ⑤全然関わってない	実母や義母、夫が働くことをどの程度応援しているのか、夫は家事育児にどの程度関わっているのか、それが働く動機に関係するか？
仕事や職場の状況	勤務先の規模やワーキングマザーへの理解度	質問10. お仕事について 1. 育休を取得した会社の在籍年数 2. 企業規模 ①従業員99人まで ②100～299人 ③300人～999人 ④1000人以上 3. 育休取得者は職場に ①数多くいる ②何人かいる ③ほとんどいない ④全然いない 4. 職場はWMに理解が ①非常にある ③どちらともいえない ④あまりない ⑤全然ない 5. 女性管理職は ①役員がいる ②部長がいる ③課長がいる 6. 現在の自分の職位：①一般職（非管理職）②係長・リーダー（非管理職）③課長 ④部長 ⑤経営層 ⑥その他 7. 最終的な希望の職位：①一般職（非管理職）②係長・リーダー（非管理職）③課長 ④部長 ⑤経営層 ⑥その他 8. 転職意向 ①非常にある ②ある ③どちらともいえない ④あまりない ⑤全然ない	勤務先の規模や、女性管理職の有無、ワーキングマザーの理解度など、職場環境が働く動機に関係するか？ 現在の程度の昇進意欲や転職意欲があるか？その理由や背景は？
外注サービス利用実態と可能性	家事代行やベビーシッターの利用状況	質問11. 下記のサービスについて 1. 家事代行 ①使っている（内容） ②使っていない 2. ベビーシッター ①使っている（内容） ②使っていない 3. 家事育児の効率化のために、利用している家電やサービス	家事育児の外注サービスの利用実態を把握し、その理由は？
自由に使える額や分野	1か月に自由に使えるお金、趣味や美容などに使う額	質問12. 自分が自由に使える月の総額（衣食住など生活費は除く） 1. 趣味や自己投資に使う月の額・内容 2. 化粧品やエステなど美容に使う月の額・内容 3. カットなど美容院に使う月の額・内容 4. 交際費に使う月の額・内容	自由に使える金額は？どのようなものに使っているのか、その理由は？
パワーカップルの状況	自分と夫の年収	質問13. 年収 自分の年収：①299万円まで ②300～499万円 ③500～699万円 ④700～999万円未満 ⑤1000万円以上 配偶者の年収：①299万円まで ②300～499万円 ③500～699万円 ④700～999万円未満 ⑤1000万円以上	自分と夫の年収額は？世帯の状況は？

2. 定量調査の結果：56名の回答結果から、いくつかの興味深い傾向を発見することができた。

(1) 属性：回答者の平均年齢は35.6歳（最年少27歳，最年長46歳），結婚した年齢は，平均29.5歳（最年少24歳，最年長39歳），第一子出産年齢の平均は32.2歳（最年少25歳，最年長43歳）である。厚生労働省の2016年人口動態調査によると，「夫妻とも初婚」の場合，夫の平均年齢は30.7歳，妻は29.0歳で⁵⁾，第一子出産年齢は30.7歳である。調査対象者の結婚した年は，一般女性とほぼ同じ（+0.5歳）であるが，出産年齢は+1.5歳上である。図表—4で見られるように，回答者は28歳を最多として，71.4%が30歳までに結婚しているが，第一子出産時期は結婚と同じ形ではなく，30歳前後と33歳前後で，二つの山が見られる。高齢出産とされる35歳以上の出産が，回答者の中に25.0%いる。人口動態調査では，第一子の高齢出産率は21.6%なので一般の女性より高い。質的調査の中でも，「出産までにキャリアを積むことを重視した」「子どもを持つ気はなかったが，夫が強く望んだため，何年も話し合いをした後，生む決断をした」という声があったので，仕事を優先するため出産時期を遅くした例もあるようだ。

(2) 職場環境：調査対象者の75.4%が従業員1000人以上の大企業，14.0%が300～999人中規模企業に勤めている。加藤（2007）⁶⁾によると，資産規模の大きな企業ほど，女性がはたらきやすく企業業績が良いとしている。実際，大企業の方が福利厚生制度を整えているところが多いので，今回の結果は先行事例と合っている。育休を取得した企業へは，平均7.6年（最小1.5年，最大20年）勤務している。7.6年というと，仕事に慣れ，組織の状況にも詳しい，ある程度ベテランといえる年数であり，育休も比較的取りやすい頃ではないだろうか。回答者の職種は，企画・広報が24.5%，技術・研究開発が17.0%，販売・営業が17.0%，専門職（教師・税理士・弁護士・医師）が13.2%，総務・人事が9.4%と，幅広い分野である。現在の職位は，一般職（非管理職）が46.4%，係長・リーダーが41.1%，課長が8.9%で，年齢的にも非管理職層がほとんどだ。

図表—4 回答者の現在の年齢，結婚および第一子出産年齢



(3) 住まい：回答者の49.1%が賃貸住宅、持ち家が42.1%である。持ち家世帯率は30代前半で29%、30代後半で46%なので、回答者の平均年齢が35.6歳であることを考えると、やや持ち家率は高いようである。⁷⁾

78.6%が「配偶者と子どもと住む」核家族である。「同居ではないが親が近く(おおむね1時間以内)に住んでいる」が10.7%、「親と同居している」が7.11%で、親の助けが日常的に得られるのは少数派である。

(4) 年収・購買力：回答者の年収は、「500～699万円」が39.3%、「700～999万円」が26.8%と、平均年齢35.6歳の女性としては、かなり高収入である。また夫の年収も「500～699万円」が37.5%、「700～999万円」28.6%、「1000万円以上」が12.5%と高い。夫婦とも年収700万円超の「パワーカップル」は、一般世帯では2%とされるが、ここでは14.3%いる。「夫の経済力が乏しいため、働いている」「夫の給与が伸びないため、自分が稼ぐ必要がある」という声も一部聞かれたが、大多数は「夫の収入が十分あっても働きたい」「自分が稼ぐことで夫と対等な立場でいられる」という意見であった。

図表—5 自分と夫の年収⁸⁾ (回答数56)

年収額	自分	夫
299万円まで	5.4%	0.0%
300～499万円	25.0%	16.1%
500～699万円	39.3%	37.5%
700～999万円	26.8%	28.6%
1000万円以上	1.8%	12.5%

(5) 自由に使えるお金：1か月に自由に使えるお金（衣食住などの生活費は除く）は、「30,000～49,999円」が30%、「50,000～99,999円」が14.3%、「10万円以上」が25.0%である。新生銀行の「2017年サラリーマンのお小遣い調査」によると、30代男性会社員の平均の月のお小遣い額

が34,785円で、既婚・子供あり・共働きに絞ると、30,023円である⁹⁾。景気回復にも関わらず、一般男性の小遣いが伸び悩んでいることと比べると、育休ママ達には余裕が感じられる。質的調査で聞いたそのお金の使い道としては、「セミナーや資格取得費」「交際費」「美容・エステ」などが挙げられた。特に「セミナーや資格取得費」「交際費」については、仕事のキャリアアップのためにためらわず投資するという声もあり、月に5万円交際費に使い、社内外での関係作りに励むという例もあった。

図表—6 自由に使える一か月の金額（衣食住など生活費は除く）

自由に使える1か月の金額	回答
9,999円まで	1.8%
10000～29,999円	28.6%
30,000～49,999円	30.4%
50000～99,999円	14.3%
10万円以上	25.0%

なお、自由に使えるお金と、自分の年収についてのPearsonの相関係数は自分の年収については0.417で1%水準の有意であった。夫の年収については0.285で5%水準の有意であった。自分の年収が高いことの方が、夫の年収が高いこと以上に自由に使える金額が増えるようだ。また、自分の年収と夫の年収とも0.373と1%水準で有意となり、パワーカップルは妻が稼ぎ夫も稼ぐという相関が見られた。よって、この回答者の中では、「ダグラス・有沢の第二法則」も、山田の「未就学児のいる世帯では父の収入が高いと母親の就業が減る」と異なり、夫と妻とは共に高い収入を得ていることが分かった。

図表—7 自由に使えるお金、自分の年収・夫の年収との関係¹⁰⁾

		一か月に自由に使えるお金	自分の年収	夫の年収
一か月に自由に使えるお金	Pearson の相関係数		.417**	.285*
	有意確率 (両側)		0.001	0.036
	度数	56	56	54
自分の年収	Pearson の相関係数	.417**		.373**
	有意確率 (両側)	0.001		0.005
	度数	56	56	54
夫の年収	Pearson の相関係数	.285*	.373**	
	有意確率 (両側)	0.036	0.005	
	度数	54	54	54

** . 相関係数は 1% 水準で有意 (両側) です。

* . 相関係数は 5% 水準で有意 (両側) です。

V. キャリア志向

1. 目指すキャリア: 回答者のほとんどは、現在非管理職であるが、最終的にやりたい職位として、75.0%が管理職を希望している。内訳は、課長 (25.0%)・部長 (26.8%)・経営層 (23.2%)である。一般に、女性はチャンスがあっても昇進を望まないと言われる。独立行政法人労働政策研究・研修機構「男女正社員のキャリアと両立支援に関する調査」によると、課長以上への昇進を希望する者は、男性 (一般従業員の5~6割, 係長・主任の7割程度) に比べて女性 (一般従業員の1割程度, 係長・主任の3割弱) で顕著に低い。昇進を望まない理由は、「自分には能力がない」、「責任が重くなる」を挙げる者の割合は男女でほとんど差がない一方で、「メリットがないまたは低い」、「やるべき仕事が増える」という理由は男性が女性よりも多く、「仕事と家庭の両立が困難になる」や「周りに同性の管理職がない」という理由は女性が男性より多く挙げている。¹¹⁾

図表—8: 現在の職位と目指す職位

	現在の職位	最終的に なりたい職位
一般職 (非管理職)	46.4%	1.8%
係長・リーダー (非管理職)	41.1%	14.3%
課長	8.9%	25.0%
部長	0.0%	26.8%
経営層	0.0%	23.2%
その他	3.6%	10.7%
管理職 (課長以上) 合計	8.9%	75.0%

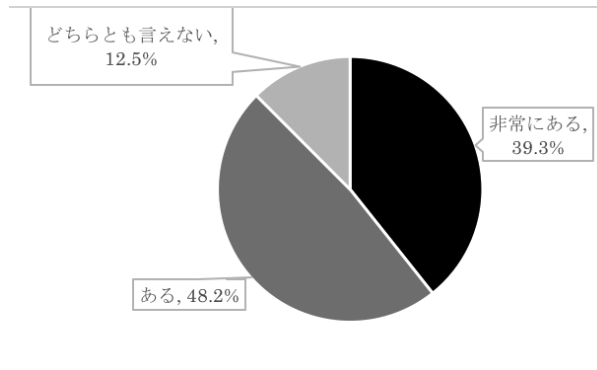
本調査回答者の属する企業では、ロールモデルとなる女性が身近にいる場合が多い。回答者の80.4%の職場に、何らかの管理職の女性がいる。回答者の職場の58.9%に課長, 37.5%に部長または経営層がいる。

図表—9 女性管理職は職場にいるか (複数回答)

	職場にいる
何らかの管理職	80.4%
課長・マネージャー	58.9%
店長・支配人	1.8%
部長	37.5%
役員・経営層	37.5%

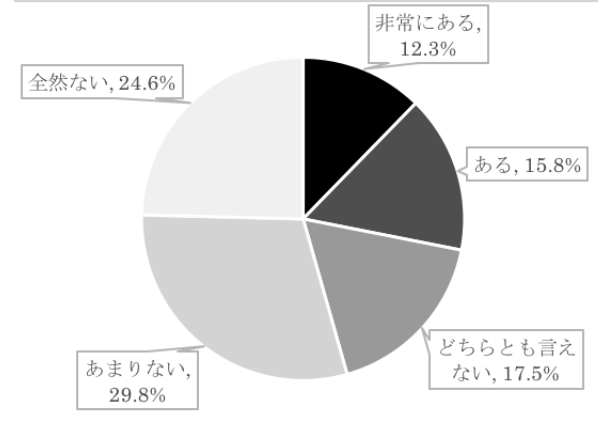
また、職場はワーキングマザーに理解があるかという質問には、「非常にある (39.3%)」「ある (48.2%)」と9割近くが理解ある職場に勤めている。「どちらとも言えない」は13%に過ぎず、「理解がない」「全然ない」を選ぶ人はいなかった。このように、ロールモデルがいる理解ある職場は、就業継続しやすい環境になっているのであろう。

図表—10 職場はワーキングマザーに理解があるか



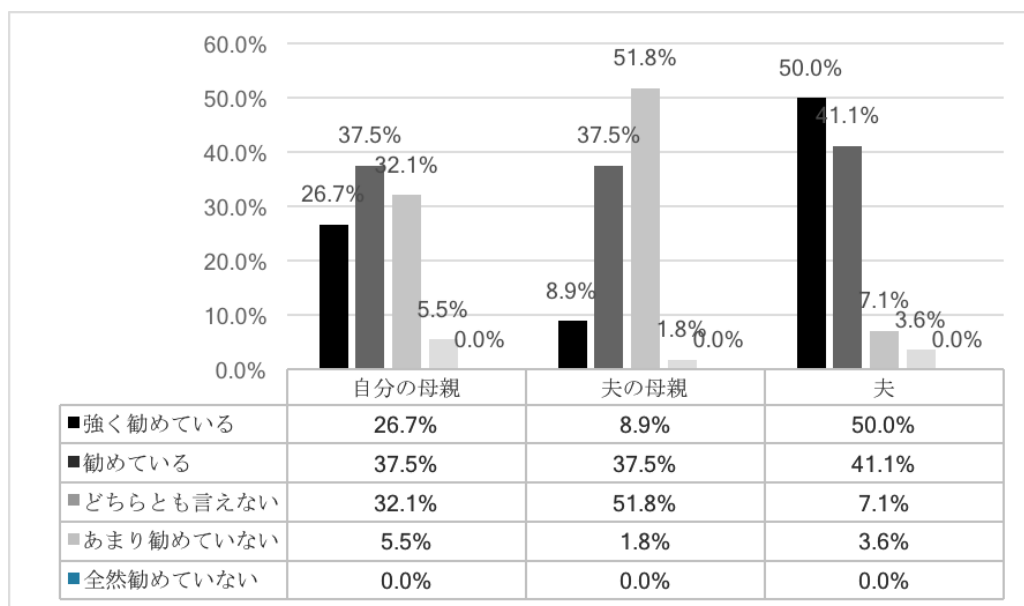
転職意欲：そのような恵まれた立場の彼女達であるが、転職をしたいと思っている人もいます。転職意欲が「非常にある（12.3%）」「ある（15.8%）」で、3割近い人が転職を検討している。質的調査の中でも、「より良い職場環境を探している」「よりスキルアップをしたい」という声が聞かれた。実際に、育児休暇中に転職活動をし、復帰後しばらくしてから、仕事と家庭の両立をスムーズにするために転職をした例もあった。

図表—11 現在、どの程度転職したいと思っているか？



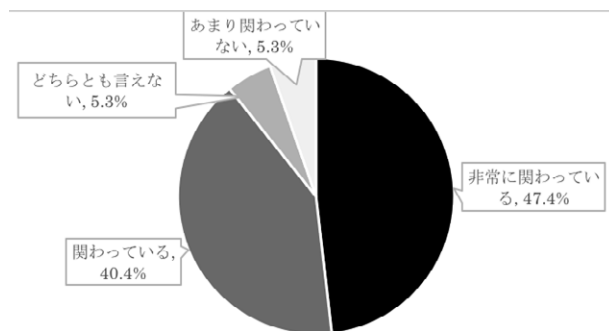
家庭環境：本調査の回答者は、時代的にほとんどが専業主婦に育てられている。67.8%の回答者は、自分が6歳未満の時に、実母は専業主婦であった。また、夫の母親も62.5%は専業主婦であった。しかしながら、ほとんどの母や回答者が働くことを応援している。実母は仕事をするのを「強く勧めている（26.7%）」「勧めている（37.5%）」状況であり、夫はそれ以上に「強く勧めている（50.0%）」「勧めている（41.1%）」。義母は実母に比べると進める割合は少ないが、強い反対も見られない。

図表—12 家族は、自分が働くことをどの程度勧めているか



2. 夫の家事育児参加の関りも高く、夫は家事育児に対して「非常によくかかわっている (47.4%)」「関わっている (40.4%)」と、関わり方は高い。

図表—13 夫の家事育児の関り



仕事を続ける理由:定性調査において、「育児休暇をとってもなぜ働くのか」を聞いたときは、「そもそも辞めるつもりがなかった」「学生時代から働くことを考えて就職活動をした」という声があった。定量調査でも同じ質問をしたところ、「仕事を続けていくのが当たり前の環境（周りの人で出産をきっかけに退職する人がいない）にいたから。」「働くことは当たり前だと思っているから」「同じことを学んできた大学時代の友人たちは同じ業界で働いており、ライバルだと思っているし、ライバルであり続けたい。彼らとたまに会うと、やはり仕事の話が一番盛り上がる。」など、働き続けることが前提の記述が多数見られた。そのほかに、具体的な働く理由をまとめてみると、主に6つの分野にまとめることができた。

- (1) 自己実現, 自己成長, 自分らしい生き方, 自分のスキルアップ, 自立したい
- (2) 仕事が面白い, 同志との共同作業が好き, やりがい, 生きがい, 夢
- (3) 社会参加, 社会貢献, 社会と繋がりたい, 社会での存在価値
- (4) 仕事に向いている, アイデンティティー, 家事育児よりも仕事が好き

(5) 収入を得るため, 豊かな生活のため, 経済的・精神的自由。夫が失職した時のリスクヘッジ, 夫一人の収入では現実的に足りない, 将来子どものやりたいことを支援するため,

(6) 子どもとの適度な距離感を保つ, 夫と対等な関係でいたい, 子供に働く姿を見せたい。親孝行のため

VI. 消費者としてのポテンシャル

ここまでの分析により、回答者は収入が高く、キャリアアップの意欲も高いことが分かった。これらの購買力がある層を、消費者としてとらえたときに、サービスやモノを提供する企業はどのような機会が見出せるであろうか。この節では、家事育児代行サービスと、衣食住・美容という生活のベースとなるものの利用実態や課題について考察する。

1. 家事育児サービス: 回答者の中で、過去1年に利用したことがある人は、53.6%である。東急コミュニティーが首都圏（1都3県）の分譲マンション居住者2,986名に2017年5月に行った調査¹²⁾では、家事代行サービスの過去1年の利用率はわずか3%だった。調査対象者は子育て世帯に限らないが、育休ママ達の53.6%の利用率は一般と比べても非常に高いと言えるだろう。家事サービスの利用は、自分が自由に使える月の金額や、自分の年取との相関は見られない。夫の年取とは、0.400と相関係数1%水準で有意であった。

自分で稼いで自由に使えるお金があっても、家事サービスの利用とは、あまり関係が見られない。定性調査でも、家事育児サービスは利用している人と、していない人の差は、収入などの属性ではなく、考え方による違いが観察された。家事育児サービスを仕事や育児の時間を生み出すものとして前向きにとらえるか、本来自分がすべきことを頼むのは抵抗がある・信頼できないと、後ろ向きに思うかであった。定量調査では、家事サービスを使う理由と使わない理由を自由回答で尋ねたところ、次のような回答が得られた。

図表-14 過去1年の家事育児サービス利用率（複数回答）

		利用した	利用者内訳
過去一年に、何らかの家事育児サービスを利用したか		53.6%	100.0%
家事代行	掃除	26.8%	50.0%
	食事作り	17.9%	33.3%
	洗濯・アイロンがけ	5.4%	10.0%
保育	病児保育	17.9%	33.3%
	ベビーシッター	12.5%	23.3%
	ファミリーサポートセンター	10.7%	20.0%

図表-15 家事育児サービス利用と自由に使えるお金、自分の年収、夫の年収との相関

		家事サービス利用	1か月に使える自由なお金	自分の年収	夫の年収
家事サービス利用	Pearson の相関係数	1	0.034	0.046	.400**
	有意確率（両側）		0.810	0.746	0.004
	度数	53	53	53	51

** 相関係数は 1% 水準で有意（両側）です。

* 相関係数は 5% 水準で有意（両側）です。

【家事サービスを使う理由】

- (1) 仕事のため、仕事が休めなかった、仕事に支障をきたさないため、休みを使いたいときにつかえる
- (2) 家族の時間を確保するため、家事の時間を育児に当てたいから、仕事の時間を確保するため
- (3) 専門性、プロの方が短時間で完璧、
- (4) 両親を頼れないため、ライフライン、手が足りないときに利用
- (5) ストレス軽減、体力のため、産後ケア

【家事育児サービスを使わない理由】

- (1) 自宅に他の人が入ることに抵抗がある、夫が乗り気ではない、子供関係のことは極力自分でしたい（幼い心に働く母が病気なので休んでくれたことが嬉しかったから）、使いたいのが勇気が出ない、
- (2) 良い依頼先を見つけるのが手間、信頼できる業者を見つけてないため
- (3) 育休中で時間的に余裕がある、自分でやるのが苦にならない、主人の協力があつた、身内でできる

- (4) 良いところが見つからない、手配する段取りが面倒
- (5) コストパフォーマンス、価格が高いと感じてしまう

このように定性調査と、同様の傾向が見られた。家事育児サービスは、利用者は仕事を継続する助けとなり、時間を作ると高く評価をしている。まだ利用していない層は、必要性を感じていない場合もあるが、心理的抵抗感や面倒くささや、不安感で利用に踏み切れていない場合が多い。これらの事から、今後働く母親に製品・サービスを提供する企業は、心理的なハードルをどうクリアするか、また簡単にできること、信頼性を高めることが重要となってくるであろう。

3. 衣食住や美容品についてのこだわりやニーズ：次に、調査に書かれた衣食住と美容品について、こだわる点のコメントをすべて洗い出し、数の多かったキーワードや要望を、KJ法でカテゴリとしてまとめた。どの分野も、「品質」「お手頃な値段」という基本的なニーズは見られたが、育休ママに特徴的な回答として、仕事と育児の両立に関わるコメ

ントが多々見られた。そこで、それらの内容を理解し、整理をし、影響やつながりを考察した。

分析結果は、論文記述を踏まえ、文中の《 》はコア・カテゴリーを、〈 〉はカテゴリーを、【 】は概念を表すことにした。分析結果は左から右に、《環境要因》→《育休ママの働く動機》という流れで作成した。そして、《仕事および家事育児の効果》が期待される分野について、どのような効果を打ち出せば育休ママの他ニーズに応えることができるのかを提示した。

今回の調査では、家事育児サービスについては利用した理由と利用していない理由を尋ねたので、利用者がプラスに感じている部分と、-に感じている部分と両方を記載した。衣料品や美容についてはすでに市場に多様なものやサービスが提供されているので、回答者は両立支援に役立つものをすでに選んでいる。よって、衣料品や美容については、選んでいるモノや欲しているモノだけの+の関係だけを提示した。その結果、図表—16の概念モデルが作成された。

このモデルで提示されているように、育休ママ達は、自己実現、自分の性格や適性、仕事への興味関心など内発的な動機を中心として仕事を続けようとしている。そして、収入を得て生活を豊かにすること・夫や子どもとの良い関係・社会参加・社会貢献など、働くことによる外的要因も動機となっている。

そして、その働く動機を生み出し影響するものとして、母親や夫の応援がある。調査対象者は全般にその応援は強い (+) の影響を受けているが、一部には協力が得られず (-) 替わりのサポートを探すケースもあった。また、職場の理解やサポートも大きく (+)、ロールモデルが存在する場合も多い。しかし、一部には満足ができない職場もあり、その場合は転職も検討されている。

こういった育休ママの状況とそれを取り巻く環境の中、企業やサービスに顕著に求められているのは、仕事のパフォーマンスを上げるために効果のあるものと、時短につながるものである。ビジネスパーソンとして見栄えの良い服、効果の高いエステや化粧品、スキルアップに役立つ勉強、人間関係構築につながる交際費、時短につながるものや

サービス（服のレンタル、買物の時間を削減する食材の宅配、スピード調理の食材、駅近・職場や実家に近いマンション）など。コストパフォーマンスを重要視する彼女達であるが、効果がある、時短になる、付加価値の高いものであれば消費意欲は高い。また、ほとんどが専業主婦に育てられた彼女達は、母親としてのあるべき像も持ち、外注や手抜きについては抵抗がある。効率化を目指すものであっても、それは子どもとの時間を作るため、余裕ある時間を持つためというコンセプトを提示する必要があるだろう。

VII. 今後の課題

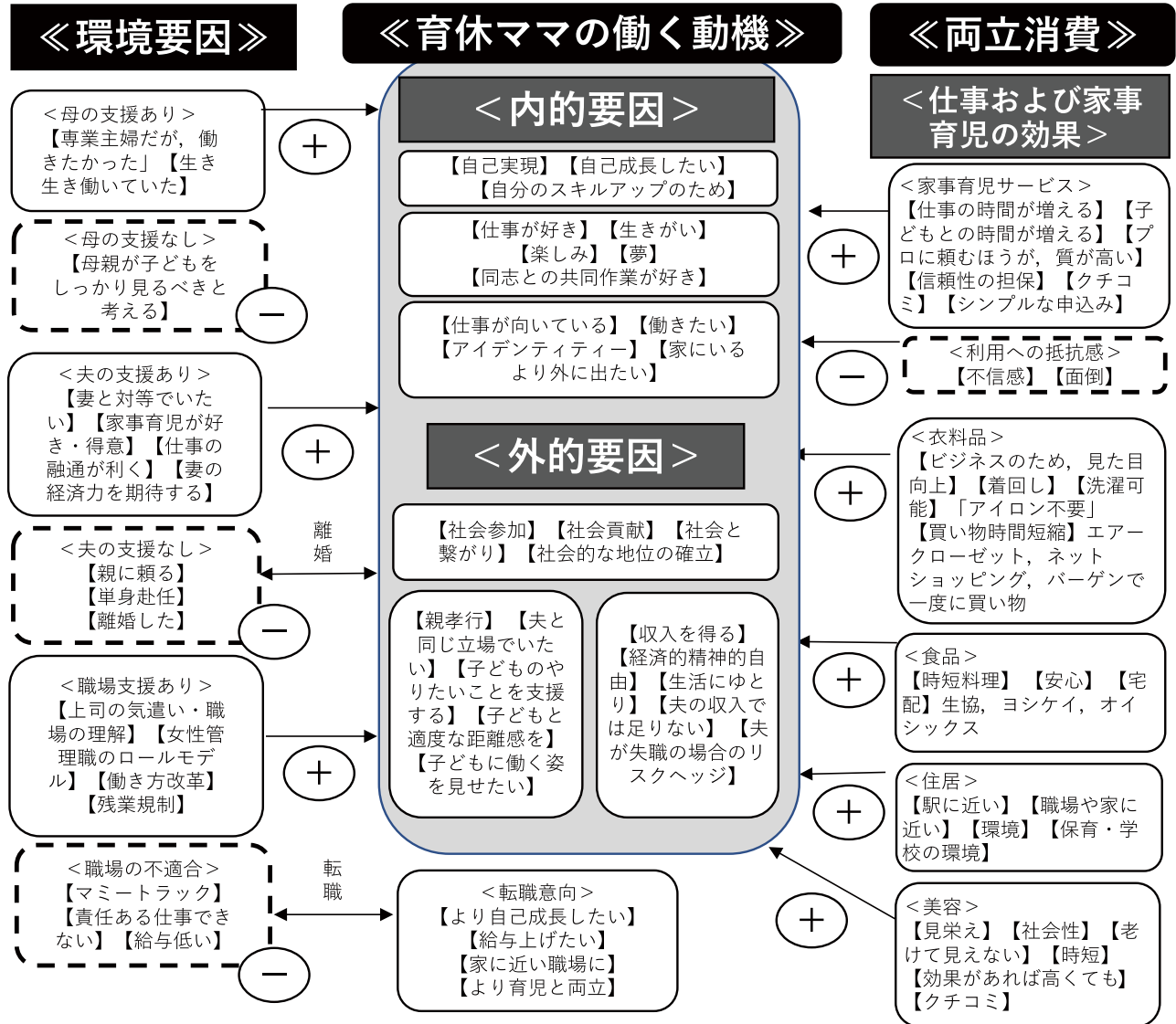
本論文の目的は、育休中に学ぶ意欲ある女性たちの実態や生活観・仕事観を理解し、そのニーズを探求することであった。働く理由は様々で、複数の要因があるが、内的要因・外的要因が見いだされた。後押しをしているのは、母親や夫、職場の理解であった。今後も仕事を続け、昇進し、昇給していく彼女達を、魅力ある消費者として把握し、理解を深めていくのは価値があると思われる。本稿では、まだ多くは研究されていない、育児休暇を取得して働き続ける女性の調査をし、概念モデルを作成した。

しかしいくつかの課題も残っている。第一に今回は、「育休中に開催された、経営学講座に参加した女性」という限定した対象者であり、回答数も56通と量的に検証するには十分と言える数ではなかった。また、育休取得者の全体の傾向を分析しているものではなく、あくまでも育休中に勉強をしたいと願う、上昇志向が高く、家庭や職場環境もそれを支援する、恵まれた条件の女性の状況と言えるかもしれない。

しかしながら、このような女性は、多数派にならないとしても、長期的には企業の経営幹部層になる可能性は高く、その収入や購買力から、注目すべき消費者になる可能性は高い。その意味でも、時代の先端にいる彼女たちの実態を知る、第一歩の調査分析となったのではないかと。

今後受講生が増えた段階で、より多数の回答を得て経済条件や家庭環境教育環境の違いによる、精密な調査を行うことを目指したい。

図表—16 育休ママの働く動機と環境・消費の概念モデル



注

- 1) 総務省統計局の「就業構造基本調査」により
- 2) 日本労働研究雑誌 No.620/Feb-Mar. 2012「昇進意欲の男女比較」
- 3) 固定的な性別による男女の役割分担意識や過去の経験から、職種や管理職の男女労働者の差があるとき、これを解消しようと自主的かつ積極的な取組をすること（厚生労働省 Positive Action サイトより）「募集・採用」「登用」「環境整備」「継続就業」「職域拡大」などの分野での取組を推奨。
- 4) 分析ワークシート作成や解釈は、高橋（2014）の「グラウンデッド・セオリー・アプローチによる神戸市の農水産物を通じた地域ブランド化」で紹介されているプロセスを、参考とした。
- 5) 平成28年度 人口動態統計特殊報告「婚姻に関する統計」の概況より。全国平均の年齢。
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/tokusyuu/konin16/dl/gaikyo.pdf>
- 6) 朝日大学 加藤里美「女性が働きやすい企業の特性」2007年 東洋経済新報社「就職四季報2007」東証一部上場企業における657社のデータから女性の就労状況と企業特性を分析。
- 7) 家計主の世代別、持ち家世帯率（割合）（2013年、住宅・土地統計調査）より。ただし、この調査は家計主の年齢を基準としており、本調査の回答者は家計主でなく、夫が家計主である可能性が高い。夫の年齢を調査ではたずねていないが、おそらく回答者よりは年齢が高いと思われるので、持ち家率は一般と同じ程度であろう。
- 8) 夫の年収は「わからない」と回答した人がいるため、合計が100%にならない。
- 9) 新生銀行 2017年サラリーマンのお小遣い調査より
https://www.shinseibank.com/corporate/news/pdf/pdf2017/170626kozukai_j.pdf
- 10) IBM SPSS Statisticsの相関分析 2変量 相関係数Pearsonを実行
- 11) 平成25年3月調査。一般従業員 / 係長・主任の別、企業規模の別を問わない合計
- 12) 株式会社東急コミュニティーの「分譲マンション居住者 2,986名を対象に、家事代行サービスに関する意識調査」より
https://www.tokyu-com.co.jp/cms_wp/wp-content/uploads/2018/06/180628.pdf

参考文献

【 論文 】

- 山田昌弘（2010）「子育て家庭における父親収入と母親就労の動向—全国消費実態調査の個票分析より」男女共同参画会議 基本問題・影響調査専門調査会資料
- 加藤里美（2007）「女性が働きやすい企業の特性」、『日本経営診断学会論集』7, 109-121, 2007。
- 金井郁（2013）「『多様な正社員』施策と女性の働き方への影響」、『日本労働研究雑誌』No.636/July2013。
- 川口章（2012）「昇進意欲の男女比較」、『日本労働研究雑誌』No.620/Feb-Mar. 2012。
- 小坂・柏木（2007）「育児期女性の就労継続・退職を規定する要因」、『発達心理学研究』第18巻, 第1号, 45-54。
- 永瀬伸子（2007）「少子化にかかわる政策はどれだけ実行されたのか?保育と児童育成に関する制作の課題」、『財務省財務総合制作研究所‘フィナンシャル・レビュー’』September 2007。
- 松井雄史（2012）「女性従業員の活躍を推進する中小企業の特徴」、『日本政策金融公庫論集』第17号。
- 高橋広行（2014）「グラウンデッド・セオリー・アプローチによる神戸市の農水産物を通じた地域ブランド化」, 流通科学大学論集—流通・経営編—第27巻第1号, 109-131

【 統計資料・白書・報告書 】

- 子ども未来財団「企業における仕事と子育ての両立支援に関する調査研究」平成20年2月。
- 三菱UFJリサーチ&コンサルティング「平成23年度 育児休業制度等に関する実態把握のための調査研究事業報告書」。
- 発達心理学研究（2007）「育児期女性の就労継続・退職を規定する要因」第18巻, 第1号, 45-54。
- 労働政策研究報告書 No.136「出産・育児期の就業継続—2005年以降の動向に着目して—」。

【 書籍 】

- 橘木俊詔・迫田さやか著（2013）『夫婦格差社会—二極化する結婚のかたち』中公新書
- 海老原嗣生（2012）『女子のキャリア』, ちくまプリマー新書, P49。
- 櫻木晃裕・宮城大学櫻木研究室（2011）『女性のキャリア・チェンジと人間行動』, 静岡学術出版。
- 杉本基代栄（2010）『女性学入門』, ミネルヴァ書房, P103。

竹信三恵子（2010）『女性を活用する国, しない国』, 岩波ブックレットNo.791。

公益財団法人日本生産性本部 生産性労働情報センター『女性人材の活躍 2013 -女性コア人材の育成の現状と課題』。

松田茂樹（2013）『少子化論 なぜまだ結婚, 出産しやすい国にならないのか』, 勁草書房。