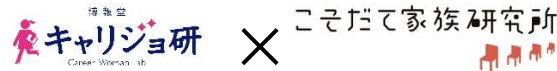


2019年12月23日



『キャリアママのワーク・ライフ調査～ライフ篇～』

キャリアママは、料理を中心に家事の時短を促す商品・サービスを活用。
現状では、人を介するサービス（家事代行・ベビーシッターなど）の利用率は低調なもの、
家電ロボットとあわせて、利用意向は高く、今後の利用の高まりが期待される。

働く女性は増加の一途をたどっており、1997年に専業主婦世帯を共働き世帯が上回って以来、その差は開き続けています。また女性活躍推進法施行から3年経ち、出産後も働く女性の活躍がさらに期待されています。一方、多くの働くママは仕事と家事の両立に負担を感じやすく、その軽減も課題となっています。

そこで、働く女性（キャリアジョ）の研究をする「博報堂キャリアジョ研*1」と子育て家族を研究する「博報堂こそだて家族研究所*2」が共同で、働くママ＝「キャリアママ」のワーク・ライフ調査を行いました。

今回はライフ篇として、キャリアママの家事・育児サービスや家電の利用実態／意向について調べた結果を中心に、その調査結果をご紹介します。

<調査結果のポイント>

- 料理の時短を促す商品・サービスのキャリアママの利用率は7～8割。特に「食材宅配サービス」「冷凍食品」「ミールキット」では、未婚で子どものいないキャリアジョ（シングル）と比較して利用率の差が大きい
- 人を介する家事・育児サービス（家事代行・ベビーシッター・病児保育等）の利用率は5%以下と低調
- 時短を促す家事・育児サービスに対する今後の利用意向は高く、特に、「ミールキット」「掃除代行」「調理代行」では実態と意向の差分が大きく、今後の利用の高まりが期待される
- キャリアママが“産後手に入れた家電”では「空気洗浄機」「食器洗浄機」「加湿器」が約2割で上位に。出産を契機に、子どもや家族の健康を考えた快適な環境づくりへの意識の高まりが見られる
- キャリアママが“持っていないがほしい”と思う家電では「お掃除ロボット」「拭き掃除ロボット」「窓ふきロボット」「保温調理器」「食器洗浄機」など、日常的な家事をアウトソースできる家電が上位に

*1「博報堂キャリアジョ研」 <http://career-woman-lab.com/>

イマドキの「働く女性（＝キャリアジョ）」について、トレンドからのインサイト分析やリサーチなどを行いながら特徴を深掘り、女性ターゲットの商品・サービス開発やコミュニケーションプランニングのヒントとなるナレッジ開発を行っています。

*2「博報堂こそだて家族研究所」 <https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/24207/>

晩産化・少子化、共働き世帯の増加、夫や祖父母の育児参加など、近年大きく変わってきた「こそだて家族」を研究する専門組織。「妊娠期から小学生の子どもを持つ家族」を対象にした研究・調査、企画立案などを行っています。

- 調査地域： 7大都市の都心エリア
- 調査対象： 仕事をしている25～39歳の女性 年収200万円以上 7大都市の都心エリア在住
(総合・一般職・派遣・フリーランスなどは問わず。パートアルバイトは除く)
キャリアママ： 0歳～小学校3年生までの同居子あり(未既婚問わず) n=489
キャリアジョ(シングル)： 未婚・同居子なし n=156 ※キャリアママの比較対象として聴取
※掲載データは①②層内の人口構成比でウェイトバック
- 調査手法： インターネット調査
- 調査期間： 2019年3月22日～24日
- 企画分析： 博報堂キャリアジョ研・博報堂こそだて家族研究所
- 実施集計： 株式会社H.M. マーケティングリサーチ

<調査結果詳細>

■料理の時短を促す商品・サービスのキャリアママの利用率は7～8割。「食材宅配サービス」「冷凍食品」「ミールキット」では、未婚で子どものいないキャリアジョ(シングル)と比較して利用率の差が大きい

キャリアママの利用率が高いのは「作り置き(85.8%)」「顆粒だし(84.3%)」「冷凍食品(84.1%)」「料理の素や調理ソース(74.9%)」などの料理の時短を促す商品・サービスで、いずれも7～8割が月1回以上の利用。

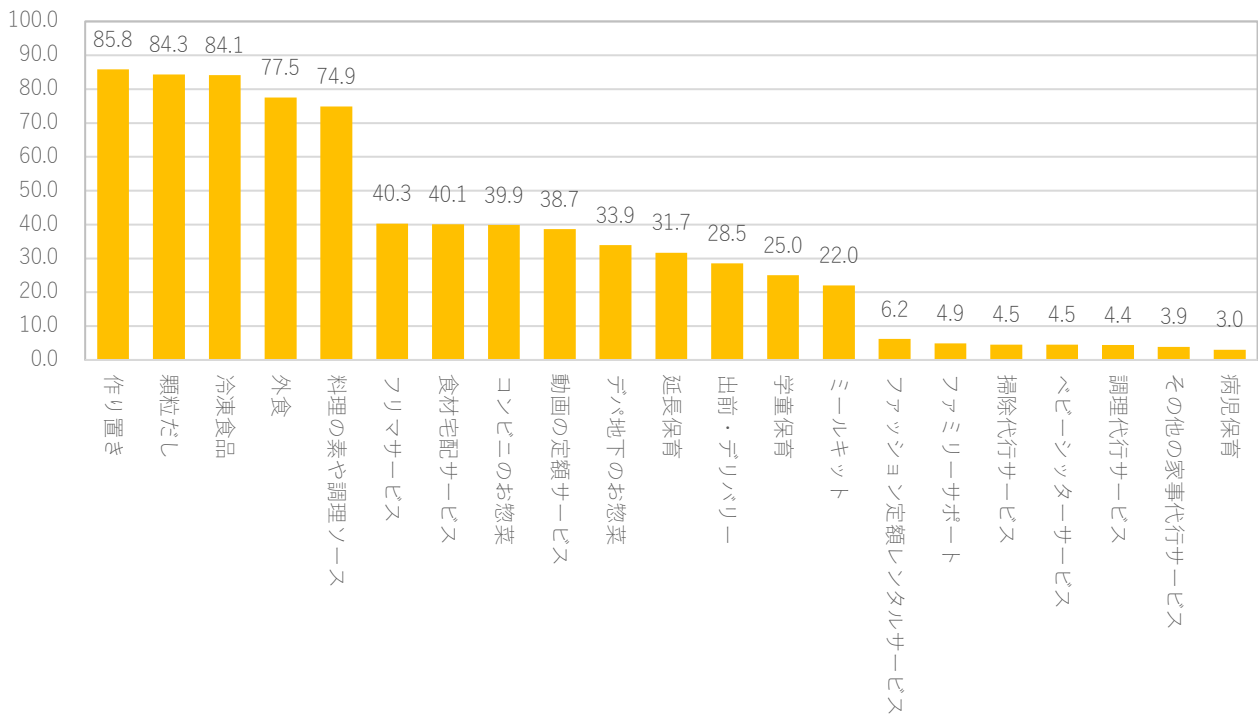
こうした料理の時短商品・サービスは、未婚で子どものいないキャリアジョと比べて特に利用率が高くなっており、それぞれの月1回以上利用率の差分を見ると「食材宅配サービス」で最も大きく30.3ポイントの差で、「作り置き(15.4pt)」「冷凍食品(15.2pt)」「顆粒だし(14.1pt)」「ミールキット(13.6pt)」と続く。

■人を介する家事・育児サービス(家事代行・ベビーシッター・病児保育等)の利用率は5%以下と低調

一方、「掃除代行サービス(4.5%)」「ベビーシッターサービス(4.5%)」「調理代行サービス(4.4%)」「病児保育(3.0%)」など、人を介する家事・育児サービスはいずれも5%以内に留まり、仕事と家事・育児の両立に忙しいキャリアママといえども、まだその利用が浸透していないことが分かった。

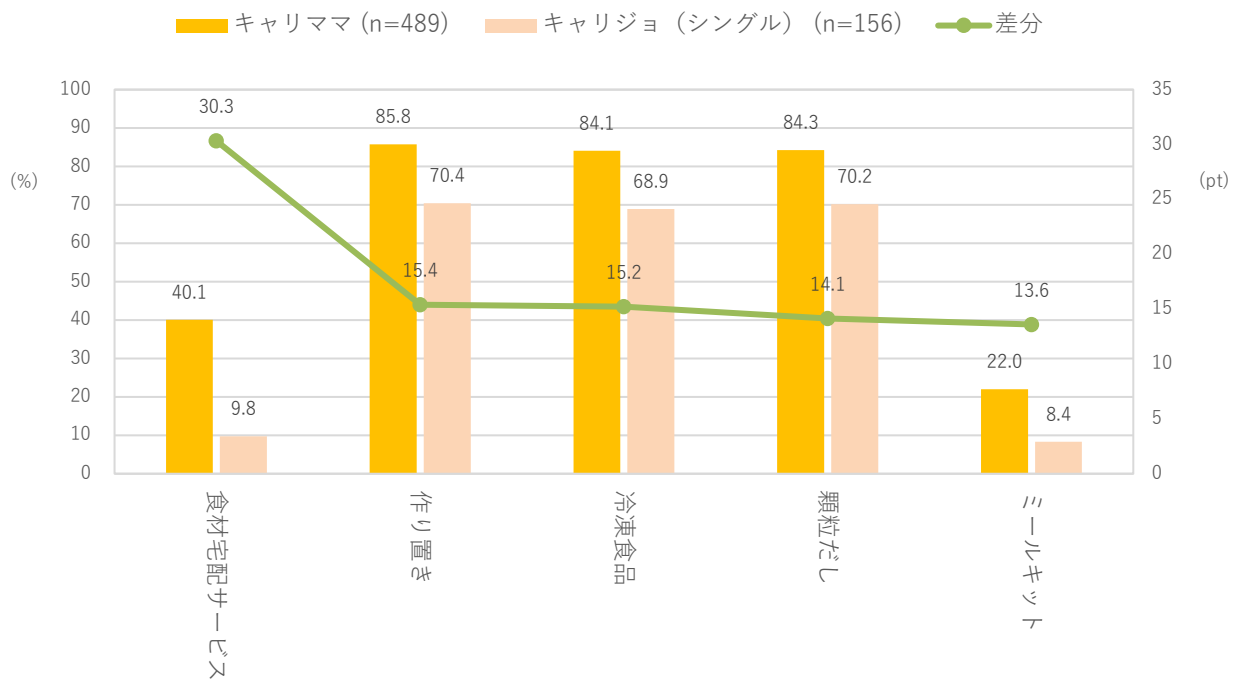
【設問】以下の商品やサービスについて、どの程度の頻度で利用していますか。直近1年間についてお答えください。

各種サービスの利用実態：月1回以上利用率（キャリアママ n=489）



各種サービスの利用実態：月1回以上利用率

※聴取項目のうち、キャリアママとキャリアジョ（シングル）の利用率差分の昇順で項目を抜粋



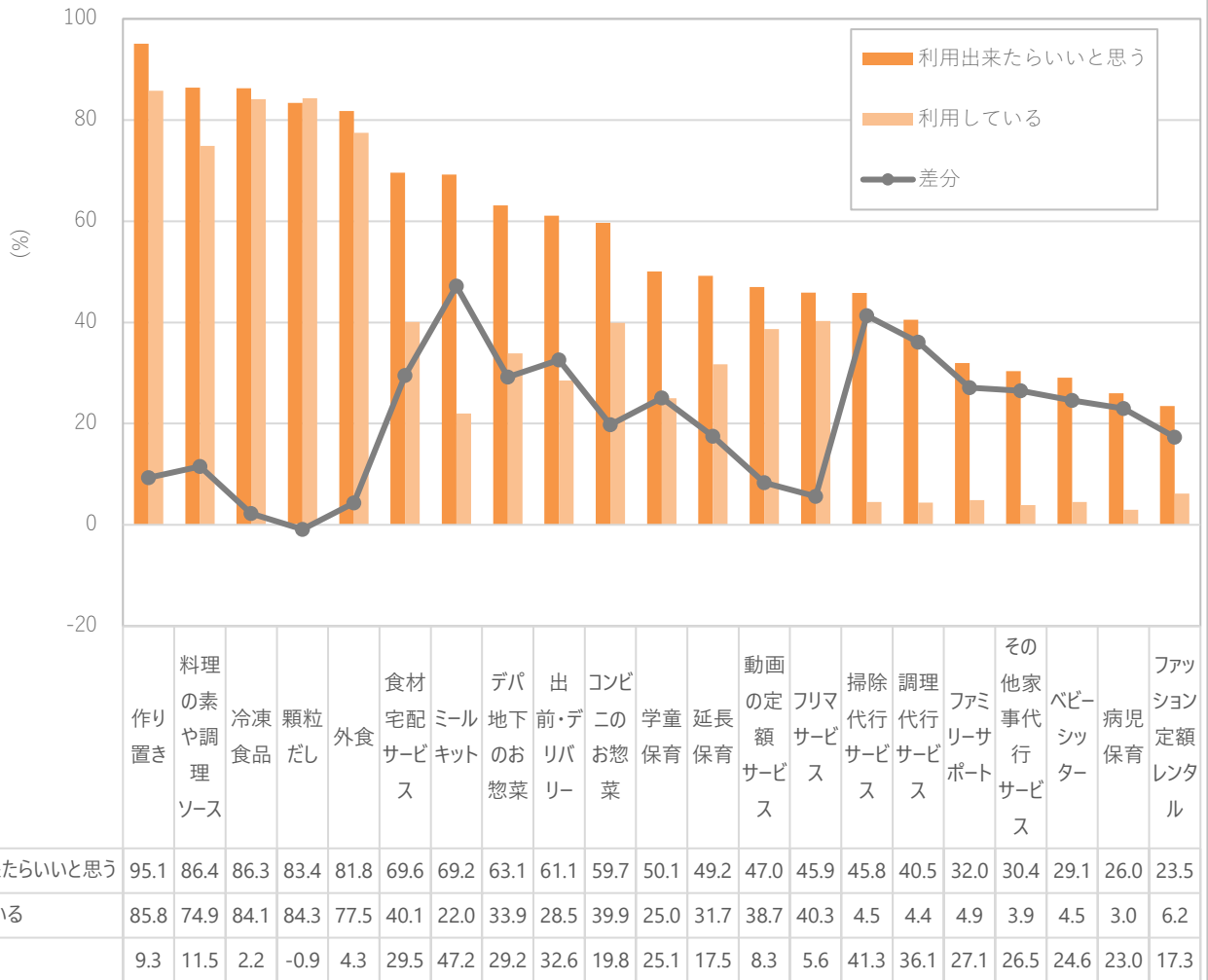
■時短を促す家事・育児サービスに対する今後の利用意向は高く、特に、「ミールキット」「掃除代行」「調理代行」では実態と意向の差が大きく、今後の利用の高まりが期待される

利用実態と利用意向（利用できたらよい）を比較すると、「顆粒だし」を除く全項目で利用意向が利用実態を上回る結果となった。「ミールキット」は、利用実態 22.0%に対し利用意向が 69.2%（差分 47.2pt）で、最も差が大きい。続いて「掃除代行サービス（利用実態 4.5%、利用意向 45.8%、差分 41.3pt）」「調理代行サービス（利用実態 4.4%、利用意向 40.5%、差分 36.1pt）」が、差が大きい結果となっており、現状では利用率が低かった人を介した家事サービスにおいても、今後の利用の高まりが期待される。

【設問：利用意向】Q.以下の商品やサービスについて、どの程度の頻度で利用できたらよい(自分や家族が楽になる、助かる)と思いますか。

【設問：利用実態】Q. 以下の商品やサービスについて、どの程度の頻度で利用していますか。直近1年間についてお答えください。

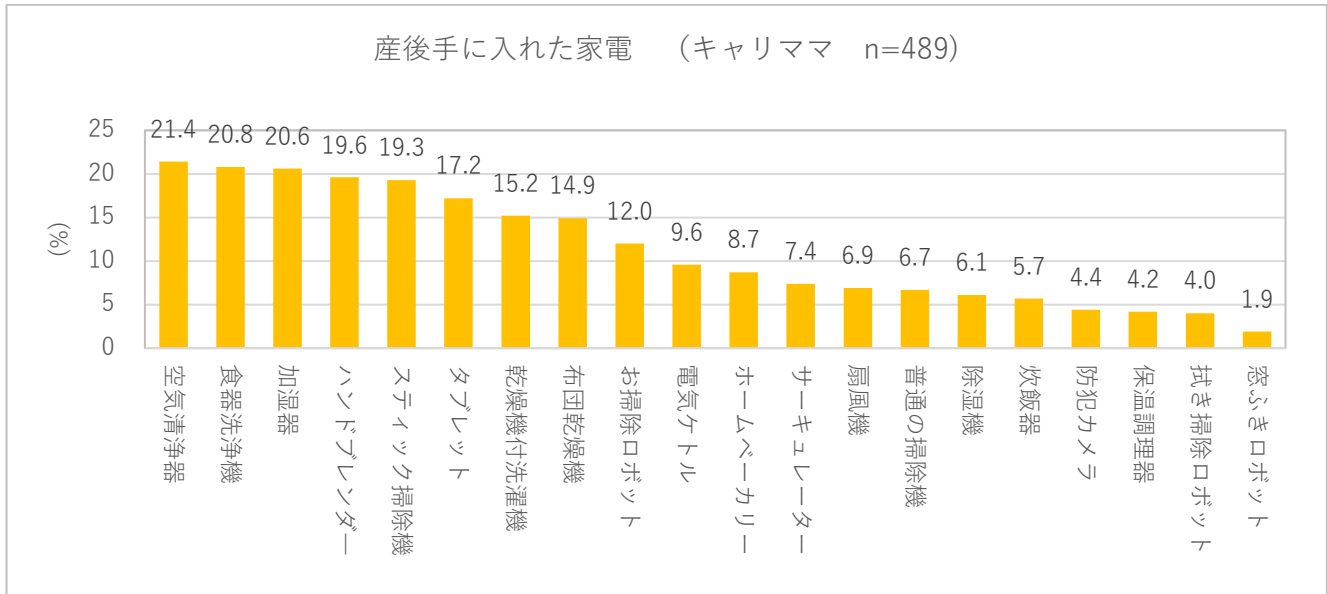
各種商品・サービスの利用意向／利用実態／差分（月1回以上）（キャリアママ n=489）



■キャリアママが“産後手に入れた家電”では「空気洗浄機」「食器洗浄機」「加湿器」が約2割で上位に。
 出産を契機に、子どもや家族の健康を考えた快適な環境づくりへの意識の高まりが見られる

キャリアママが、“産後手に入れた”家電では「空気清浄器」が21.4%でトップ。次いで、「食器洗浄機(20.8%)」「加湿器(20.6%)」なども約2割。出産を契機に、子どもや家族の健康を考えて子育て環境をより快適にするための家電購入が生じている様子が見受けられる。

【設問】以下の商品について、あなたにあてはまるものをお選びください。「持っている(産後手に入れた)」該当



■キャリアママが“持っていないがほしい”と思う家電では「お掃除ロボット」「拭き掃除ロボット」「窓ふきロボット」「保温調理器」「食器洗浄機」など、日常的な家事をアウトソースできる家電が上位に

キャリアママが、“持っていないがほしい”家電では、「お掃除ロボット(44.9%)」「拭き掃除ロボット(43.2%)」「窓ふきロボット(32.8%)」「保温調理器(32.3%)」「食器洗浄機(30.8%)」が上位に。仕事と家事・育児の両立に多忙な中で、掃除や料理など日常的に発生する家事を、機器を活用してアウトソース(外部化)したいと考えている様子がうかがわれる。

【設問】以下の商品について、あなたにあてはまるものをお選びください。「持っていないがほしい」該当

