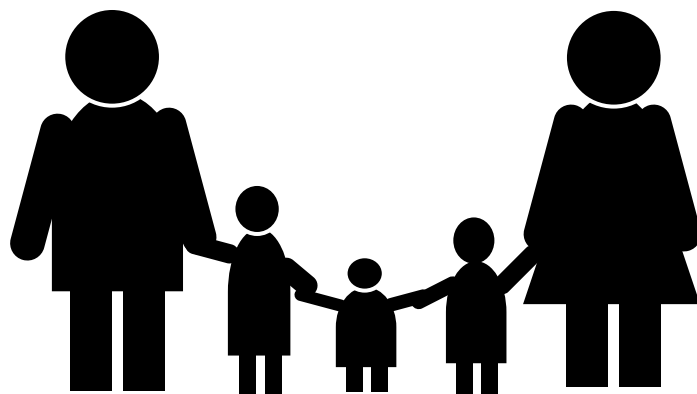

検証

【ライフスタイルを考慮した少子化総合調査】

※抜粋



はじめに

今回発行致します「ライフスタイルを考慮した少子化総合調査」は、株式会社八千代統計が創立40周年を迎えるに当り、その記念事業の一環として社員の資質向上を目指す社員研修の場で取り組まれたものです。

当社は各種アンケート調査等の集計業務を生業とし、そのデータを顧客の求めに応じて様々な形に加工して参りましたが、調査全体のプロセスの一分野にすぎません。発注者がこの調査を通して何を求めたいのか、調査の目的や企画設計の意図、仮説の導き方や実査の特性、調査結果の効果的な表示・表現方法など、調査に関わる全ての工程を理解した上で、我々の専門分野である「データの集計」という作業に携わる事が真のプロフェッショナルな業務であり、顧客の信頼に応え得る基本であるとの考えで、この社員研修を位置づけました。そのためには自分達で、関心の高いかつ社会性のあるテーマを見つけ、その企画設計から調査のフレームと仮説を導き出し、調査方法の検討を重ね実査を行い調査報告にまとめる事を通して我々のスキルを飛躍的に向上させ、日々の作業にその成果を繋げていく事が重要だと考えたからです。

調査の全工程を自分たちで作りに上げるのは未知の分野でもあり非常な労苦と時間を費やしました。また取り上げた「少子化」のテーマがあまりにも大きく幾度も挫折しそうになった事もありましたが、専門家の適切なご指導と粘り強く取り組む社員達の努力によりこの報告書をまとめる事が出来ました。

しかし、今回の調査を通して多くの問題点も浮き彫りになりました。今回の調査は費用や効果、パイロット的調査である事を踏まえてインターネットによるモニター調査で行いました。調査対象も1都3県の20～49歳の女性に設定しましたが、ウェブ調査の特徴と回収率の低さからくる年代間の偏りが多い、などの影響を考慮して、調査の限界ないしは問題点として次への課題としました。

今や少子高齢化社会は世界的な問題であり、特にわが国の人口構造の急激な変化による社会的影響は大きく、今日の長引く不況がケインズの景気循環論では解決できない状況の原因の一つにもなっています。今までにも様々な少子化対策が打ち出されてきましたがその効果は限定的と言わざるを得ません。今回我々が着目したのは、価値観の多様化によるライフスタイルの変化がこの問題にどの程度影響しているのかを調べる事でした。今回の調査はその一步にすぎません。今回の調査を何回か積み重ね、さらに進化発展させて政策提言にまでまとめ上げるスタートと考えています。

平成25年2月6日
株式会社八千代統計
代表取締役社長 櫛橋康雄

【問題意識】

「少子化」という言葉を聞くようになってから様々な対策が打ち出されているが、あまり効果があがっていないようである。
少子化がこのまま進むと、年金制度などの社会保障が自分達や次の世代にも負担となり、他人事ではない問題として捉えるようになった。
少子化対策は十分ではないのか、少子化に歯止めをかけるにはどうしたら良いのか、という疑問が生じ、この調査を企画した。

少子化に関する調査が多数行われているが、それらは本人の年齢・職業や少子化対策の評価を中心とした時系列調査が多い。
今回の調査はこれまで扱われてこなかった対象者のライフスタイルにも着目して、少子化の実態と今後の対策を検討する必要があるのではないかと考えた。

【調査の目的】

本調査の目的は、以下の通りとする

1. 少子化問題の実態を探る
 - ① 少子化に関わる基礎的要因(構造)の把握(生活価値観)
 - ② 少子化を抑制／促進する要因の把握(生活制約要因)
 - ③ 子どもを産む・産まないに影響を与えるライフスタイル要因の把握
 - ④ 現行少子化対策の評価

2. 少子化問題を調査する上で新たな調査方法の有効性を確認
 - ① インターネットを使用したモニター調査の有効性
 - ② ライフスタイル項目にも着目した調査での新たな見解の模索

【注記】***1 非婚・未婚・晩婚の問題**

少子化問題には非婚・未婚・晩婚の問題もあるが、今回の調査では、少子化対策が行われている既婚世帯の子ども人数に現れている少子化の実態に焦点を当てることにした

***2 社会調査の主流であるランダムサンプリングした郵送・面接調査とは異なる「調査モニターによるインターネット調査」でどの程度集計結果にズレが生じるかを確認するパイロットサーベイという視点からも今回の調査を企画した**

調査のフレームと仮説

調査フレーム

調査をするにあたって、調査フレームを以下の通り設定した

【属性要因】

- ・年齢、職業、収入など子どもを産み育てる上で必要な基礎的要因

【ライフスタイル要因】

- ・理想の家族像、将来設計、生活の楽しみ方、家事・育児の負担など生活の表層的要因

【環境要因】

- ・対象者と少子化対策の現行制度との関わりを示す要因(認知・利用・評価)

調査フレーム

<対象者(個人・家族)>

<制度や対策>

属性要因

- ・性別
- ・年齢
- ・職業、就業形態
- ・未既婚
- ・収入
- ・子どもの人数
- ・配偶者の職業
- ・配偶者の就業形態
- ・子どものライフステージ
- ・結婚年数

ライフスタイル 要因

- ・子どもに対する価値観
- ・自分の人生設計
- ・欲しい子どもの数
- ・世の中への将来不安
- ・生活の楽しみ方
- ・出産・子育てに対する不安
- ・家事・育児の負担
- ・結婚観
- ・理想の家族像
(子どもを含む)
- ・モラトリアム意識
- ・仕事への意識

環境要因

- 育児支援制度
 - ・経済支援
 - ・保育施設増
 - ・病児保育の充実
- 職場の制度
 - ・育児休暇
 - ・職場内保育
 - ・時短勤務
 - ・新しい勤務形態
(在宅勤務等)
- 出産支援制度
 - ・周産期の医療費
 - ・不妊治療費の助成
- 地域社会
 - ・地域での周辺との交流活性化

仮説

子どもがいない世帯という世帯で分けて、以下の通り仮説を設定した

【子どもがいない世帯】

**子どもがいない世帯の子ども希望の有無には、
属性要因や環境要因だけでなくライフスタイルも影響している**

この仮説が検証される事で...

子どもがいない世帯において環境要因の対策だけでなく、
ライフスタイル面からの対策も提案できる

【子どもがいる世帯】

**子どもに関わるライフスタイルタイプを構成する主要な要因は、
「個人／家族行動」や「自分／子ども優先意識」の2要因である**

この仮説が検証される事で...

子どもがいる世帯においての少子化に係わる主要因を探る事ができる

※上記の仮説が検証された場合、以下の仮説を検証

**検証された2軸を基にライフスタイルタイプを構成すると、
仕事関連、制度の評価、子ども人数に大きな差が現れる**

この仮説が検証される事で...

各タイプの特徴を分析し、そのタイプにあった対策を考える事ができる

調査概要

調査対象 : 1都3県(東京・神奈川・千葉・埼玉)在住の
20～49歳既婚女性個人

指令標本数 : 4993人
国勢調査(2005年)の1都3県の年齢比率に合わせる為、
予想回収率から算出

回収数 : 776人(指令標本数に対する回収率 15.5%)

有効回収数 : 711人(指令標本数に対する有効回収率 14.2%)
回収した776人のうち
①スクリーニングによる対象外の55人、
②想定回答時間外の10人の合計65人を有効回収票から除外

調査方法 : VRリサーチモニター対象者とするインターネット調査

調査時期 : 2012年3月9日～ 3月20日

調査機関 : 株式会社八千代統計(企画・集計・分析)
株式会社ビデオリサーチ(実査)

分析の結果

【属性要因】(年齢、職業、子ども人数など基礎的項目)

- ◆調査対象世帯の子ども人数が全体的に少ないことが分かった
- ◆年代別の子ども人数の分布では、0人から1人、2人から3人の伸びが鈍化している
- ◆有職者における就業形態の違いで子どもの有無に差があった

【環境要因】(対象者と少子化対策・制度との関わり)

- ◆制度に対する評価は高いが、利用率が低いものが多い
- ◆利用できる対象者が限られていることが問題
- ◆制度の評価内容では現在の生活に対する評価が主
- ◆「次の子どもに繋がる」という回答は低く、少子化対策として考えると対策が有効に働いていない

【ライフスタイル要因】(生活設計、仕事・家事・育児などの意識や行動)

子どもの有無に関わらず、ライフスタイルが今後の少子化対策を考える上で重要な要因となる事が今回の調査で認識することができた

①子どもがいない世帯

- ◆夫婦の時間を持ちながら、個々の時間も大切にしているのが特徴
- ◆35才から高齢出産のリスクを意識し始める
- ◆40代後半からは子どもではなく自分たちの生活を重視し始める
- ◆子どもの希望有無にライフスタイル要因が想定より強く影響していることが分かった
- ◆対策として、子どもが欲しい層では男性の育児参加の拡充、子どもが欲しくない層では子どもに対してのプラスイメージの拡大が課題となった

②子どもがいる世帯

- ◆子ども人数2人と3人を焦点としての検証は上手くいかなかった
- ◆「少子化を考慮したライフスタイル」から見ると、「①家族中心⇔个人中心」、
「②自己顕示⇔自己非顕示」という2要因がライフスタイルを大別している
- ◆その2要因が子ども的人数差に影響していることが分かった
- ◆対策として、「地域全体での育児サポートの増加」・「子ども人数が3人いることへのプラスイメージの拡大」・「仕事と育児の両立への更なるサポート」といった項目をライフスタイルに合ったターゲットに与えていくことが今後の課題となった