

報道関係各位

平成22年 4月13日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

「理想の夫」は、収入を得る・妻にプレゼント・ゴミ出しと風呂洗い “イケダン”“イクメン”本当にいるの？

—「子育て夫婦の理想と現実」に関する調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)では、未就学時の子供を持つ男女に対して、子育ての実態や子育てに対する意識の違いとそのギャップを把握することを目的に、「子育て家族の理想と現実」に関する調査を実施しました。

■調査背景・目的

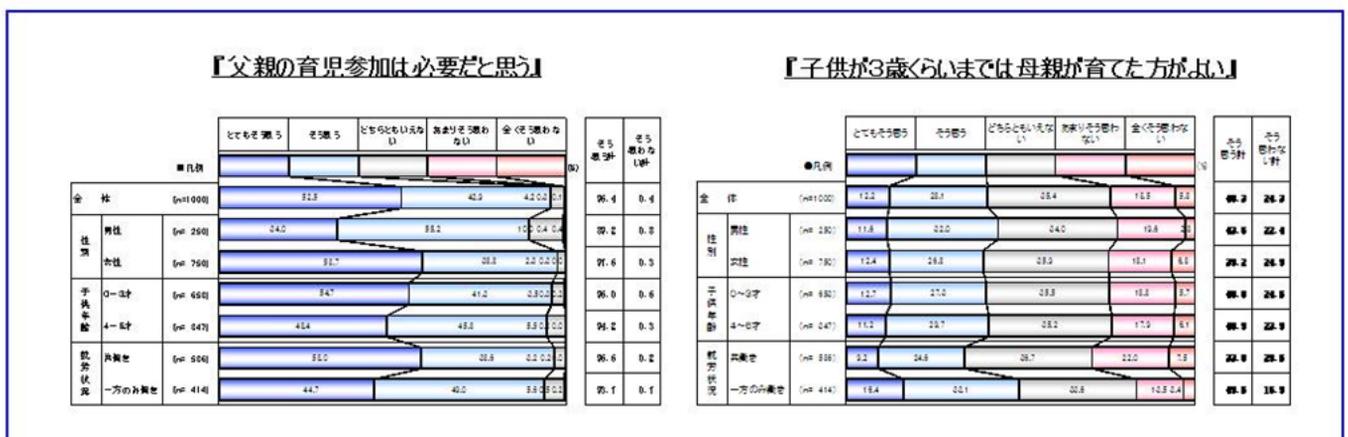
近年、男性が子育てに関わる機会が増えていると言われます。実際に、12歳以下の子供を持つ父親の多くが子育てに関わり、父親予備軍も将来子育てに関与したいという調査結果や、雑誌で“イケダン(=イケてる旦那)”や“イクメン(=育児を積極的に率先して行う男性)”という言葉もクローズアップされており、男性が子育てに関わる機会は確実に増えているようです。これらを背景に、本調査は、未就学時の子供を持つ男女に対して、子育ての実態や子育てに対する意識の違いと、そのギャップを把握することを目的に実施しました。

■調査結果トピックス

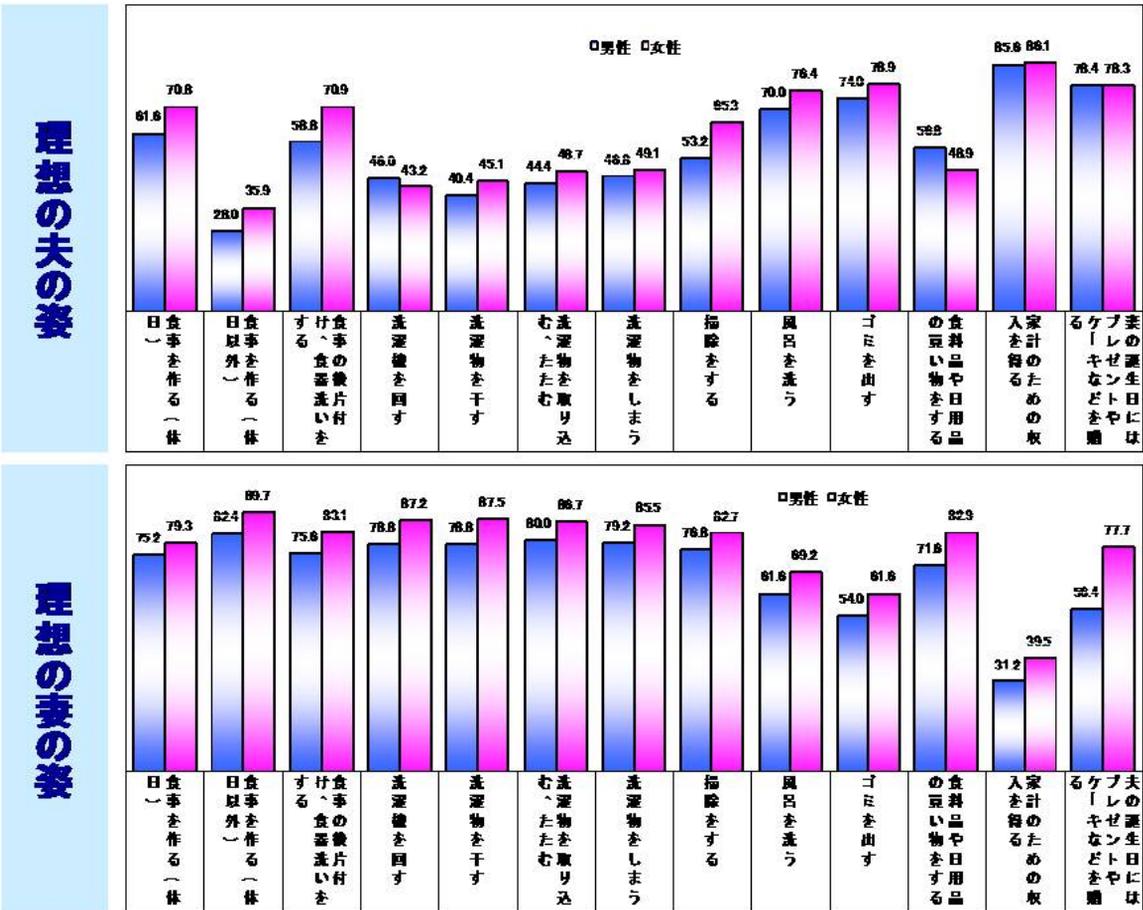
- <子育て意識>
父親の育児参加は、当然。夫も妻も必要だと感じている。但し、夫も妻も約4割が『子供が3歳までは母親が育てる方が良い』。
- <理想の配偶者>
『理想の妻』は食事洗濯も掃除も子育ても“オールマイティ”。家事や子供の世話はやっぱり妻>夫。
- <配偶者満足度>
夫から妻への満足度は84.4%、妻から夫への満足度は70.3%。「夫もよくやっているけど、私だってやっている」。
- <理想の親>
「理想の父親」は子供と遊び、しつけもできる。「理想の母親」は家庭内の世話・しつけに加え、「ママ友」の輪を持っていること。
- <育児の実態>
母親が「子供を厳しく注意」。父親は「子供より自分の時間を優先する?」。育児の中心はやはり母親。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒<https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

<図1>父親の育児参加/子育ての意識



〈図2〉理想の夫の姿／理想の妻の姿



※数値は「あてはまる」+「ややあてはまる」の比率

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査対象 : 首都圏(1都3県)・近畿圏(2府4県) 20~49歳の男女
 既婚者(現在、同居しているパートナーがいる)、第1子が0~6歳(未就学児)の子供をもつ
 調査期間 : 2010年3月4日(木)~2010年3月9日(火)
 有効回答数 : 1,000サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
 設立 : 2003年4月1日
 公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
 代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 鷲野(わしの) TEL: 03-3549-0222 FAX: 03-3549-0221
 E-mail: pr-cm@cross-m.co.jp

〈引用・転載時のクレジット表記のお願い〉

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」