



KODANSHA

「おもしろくて、ためになる」を世界へ  
Inspire Impossible Stories

2022年6月22日  
株式会社講談社

社会課題やマーケットにとって  
意義のあるテーマの調査・分析・発信を行う  
「講談社メディア・コミュニティ・ラボ」発足のお知らせ

第一弾のテーマは、2021年夏にローンチした「共働き with」読者から見る  
『共働き家族のカタチの“イマ・コレカラ”』です  
理想的な共働き家族のあり方・役割分担のヒントが見えてきました

株式会社講談社（本社：東京都文京区、代表取締役：野間省伸）は、社内横断型のプロジェクト「講談社メディア・コミュニティ・ラボ」（KODANSHA Media Community Lab.）を、このたび始動いたしました。



MCL

MEDIA  
COMMUNITY  
LAB.

同プロジェクトでは、講談社の女性メディア・男性メディアをはじめとする各種メディア・コンテンツが保有する優良な読者コミュニティを活用し、社会課題やマーケットにとって意義のある様々なテーマにおいて、生活者の思考・行動などを調査・分析していきます。その詳細なレポートは、マーケティング情報コンシェルジュサイト「C-station」を通じて発信していきます。

また、講談社メディア・コミュニティ・ラボでは、マーケティング機能を強化し、読者コミュニティを活用した「新たなサービス」を提供していきます。

その第一弾として着目したテーマは『共働き家族のカタチの“イマ・コレカラ”』です。

2021年夏にローンチした「共働き with」を立ち上げた背景やメディア運営活動を通じて得られた知見と、ローンチ前後に実施した2回の意識調査を用いて、マーケティングのヒントとなる「理想的な共働き家族のあり方・役割分担」の注目ポイントを紹介していきます。



## 講談社メディア・コミュニティ・ラボ 第一弾レポート 『共働き家族のカタチの“イマ・コレカラ”』

### <共働き家族の注目ポイント>

#### ① 理想のワークライフバランスは『共働き層』の実現度が高い

専業主婦に専念したい人の割合は4%と少数。『がんばり両立型』『ほゆる両立型』の2タイプが多くを占めています。理想のワークライフバランスの実現度では、「共働き層」が最も高い結果となりました。

#### ② 共働きのメリットは「お金による余裕」と「リスクの軽減」、デメリットは「時間の捻出」

共働きのメリットを聞くと、『お金が増え余裕ができること』が圧倒的に上位。

また共働き層は同時に「解雇、病気など、思わぬ事態のリスク軽減」にも価値を感じている様子が伺えました。

#### ③ 「共働き」を成功させるコツは？ 自分の『心持ち』が第一。『周囲の協力』はその次。

「共働きを成功させる秘訣」を聞いたところ、1位:感謝をしあう・・・、2位:完璧を求めすぎないといった『心持ち』が上位。「男性の家事・育児分担」や「上司や同僚の理解」といった『周囲の協力』はその後に続く結果となりました。

#### ④ 家事・育児分担は〔5:5〕が理想

自分と配偶者の家事・育児の分担の割合を聞いたところ、配偶者よりも自分の割合が圧倒的に高く、現状では〔7:3〕の割合がボリューム層となっています。

理想の割合を聞いたところ〔5:5〕と答えた方が最も多くなりました。

#### ⑤ 配偶者に協力してもらいたい家事は、自分が『苦手なこと』。好きな家事は自分でやりたい。

配偶者にやって欲しい家事と自身が苦手・嫌いな家事の上位(掃除・片付け)が一致。一方『自分が好きな家事』は1位「食材・日用品の買い物」2位「調理」となりました。

ひとくりに家事といっても、苦手なことを協力してもらい、好きなことは自分でやりたい気持ちを、垣間見ることができました。

### 🔑 共働き with 編集長 岡本の注目ポイント

理想のワークライフバランスの実現度の高さが特徴的な共働き層。

「夫婦で負担する家事の総量を少なくする」という新たな視点を持つと、彼女たちのさらなる幸福度向上につながられるチャンスがあると気づかされました。



レポートの詳細は次ページ以降でご覧いただけます

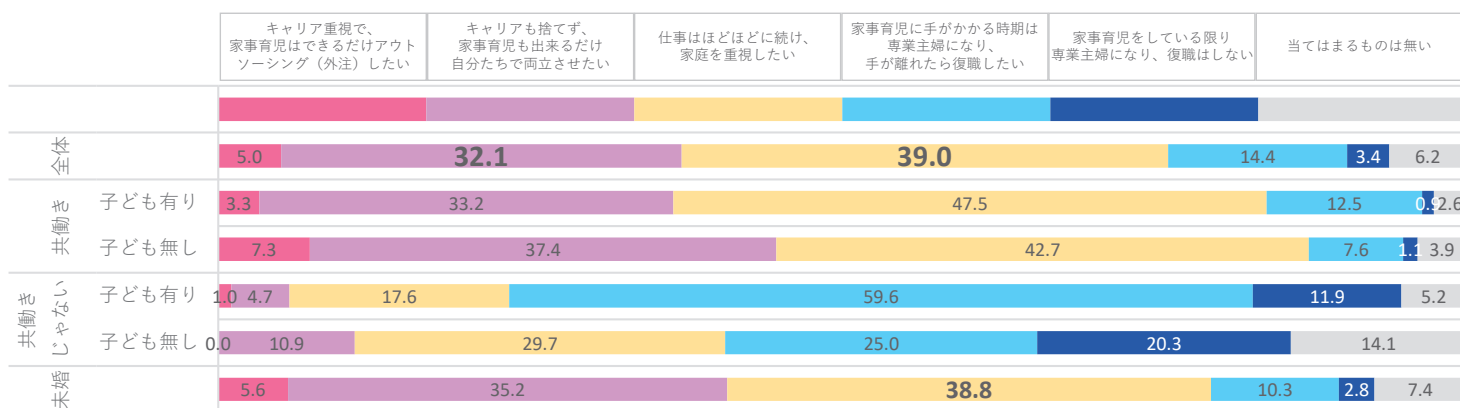
共働き家族の注目ポイントに挙げた詳細資料および共働きwith編集長岡本のコメントをご紹介します。

## 理想のワークライフバランスは、共働き？

### 専業主婦志向は少数。大きくは『がんばり両立型』と『ほどゆる両立型』の2タイプ

未既婚・子ども有る無し双方含む、with読者約2500名に『仕事と家事育児の両立の考え方』について聞いたところ「キャリアも捨てず家庭育児も出来るだけ自分たちで両立させたい（32%）」と「仕事はほどほどに続け家庭重視したい（39%）」が多く、大きくは『がんばり両立型』と『ほどゆる両立型』の2タイプに分かれることが明らかになりました。専業主婦に専念したい方は4%未満に留まりました。

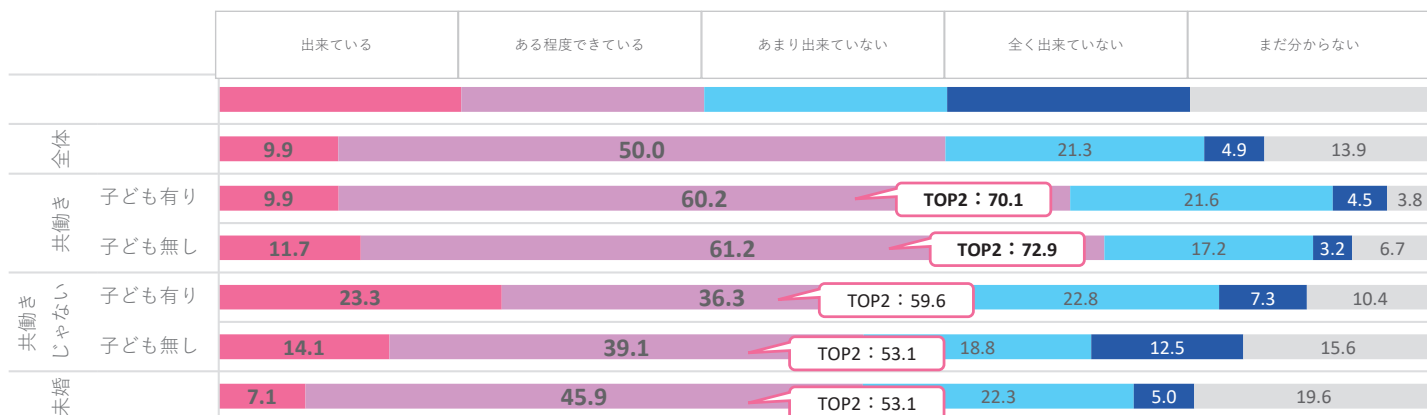
Q：仕事と家事育児の両立に関する考え方で、あなたに近しいものをお選びください。（単一回答：単位%）\*2021調査 N=2486



### 理想のワークライフバランス実現度は「共働き層」が最も高い結果に

「理想のワークライフバランスを実現できていますか？」と聞いたところ、“共働き”の方が理想のワークライフバランスの実現度が高い傾向が明らかとなりました。

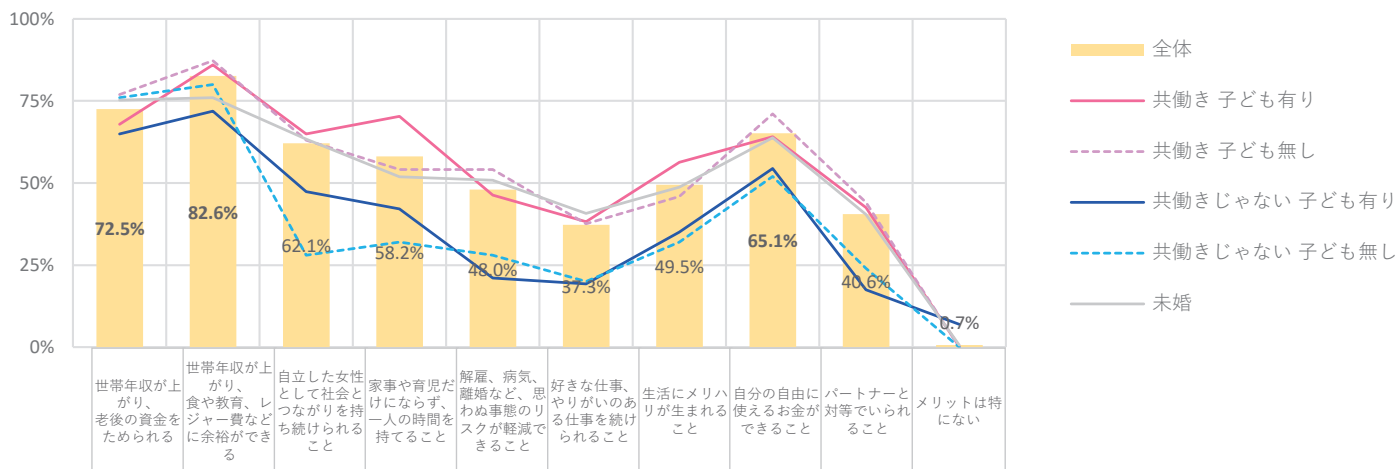
Q：あなたが理想とするワークライフバランスは実現できていますか。（単一回答：単位%）\*2021調査 N=2486



## 共働きのメリットは「お金による余裕」と「リスクの軽減」、デメリットは「時間の捻出」

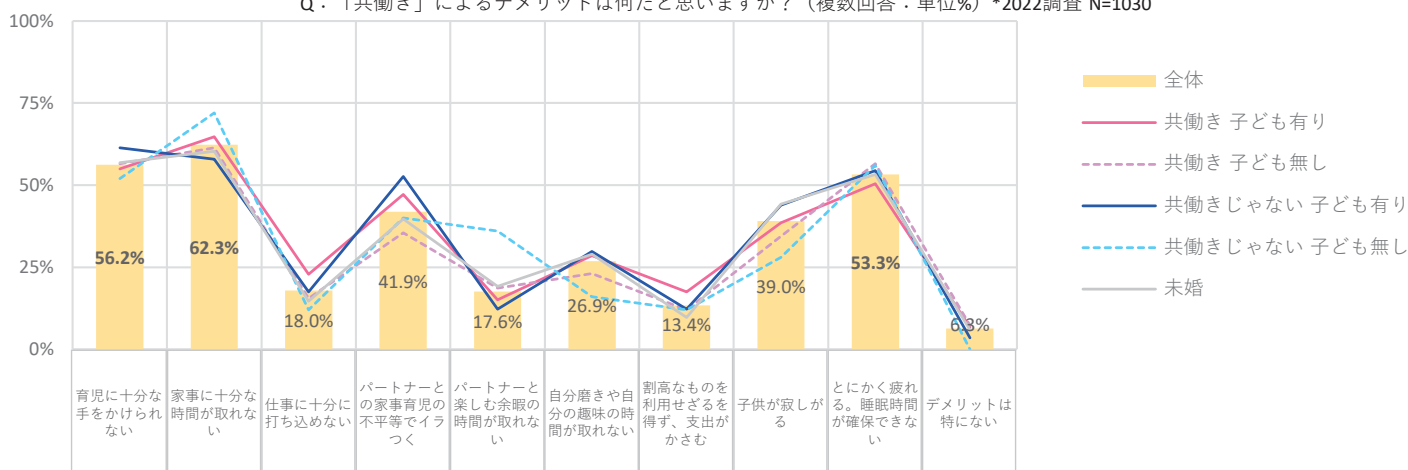
共働きのメリットを聞くと、『お金が増え余裕ができること』が圧倒的に上位。また共働き層は同時に「解雇、病気など、思わぬ事態のリスク軽減」にも価値を感じている様子が伺えます。

Q: 「共働き」によるメリットは何だと思いますか？（複数回答：単位%）\*2022調査 N=1030



同時にデメリットを聞いたところ、「家事に十分な時間が取れない」「育児に十分な時間が取れない」といった、『時間の捻出』に苦労している様子が垣間見えました。

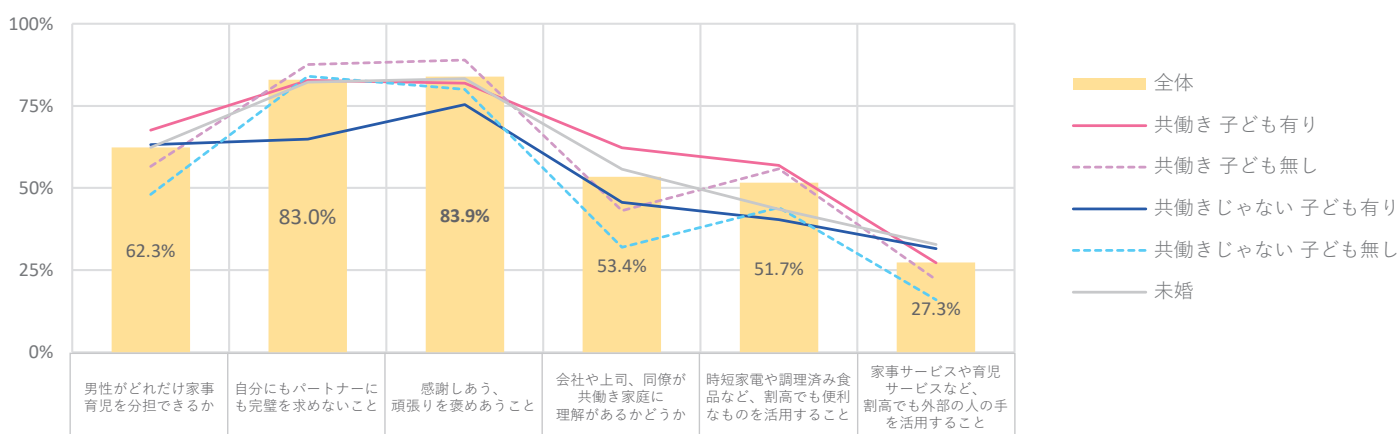
Q: 「共働き」によるデメリットは何だと思いますか？（複数回答：単位%）\*2022調査 N=1030



## 「共働き」を成功させるコツは？自分の『心持ち』が第一。『周囲の協力』はその次。

「共働きを成功させる秘訣」を聞いたところ、1位：感謝をしあう・・・、2位：完璧を求めすぎないといった『心持ち』が上位。「男性の家事・育児分担」や「上司や同僚の理解」といった『周囲の協力』はその後に続く結果となりました。

Q: 共働きを成功させる秘訣を何だと考えますか？（複数回答：単位%）\*2022調査 N=1030



家事・育児分担は〔5：5〕が理想

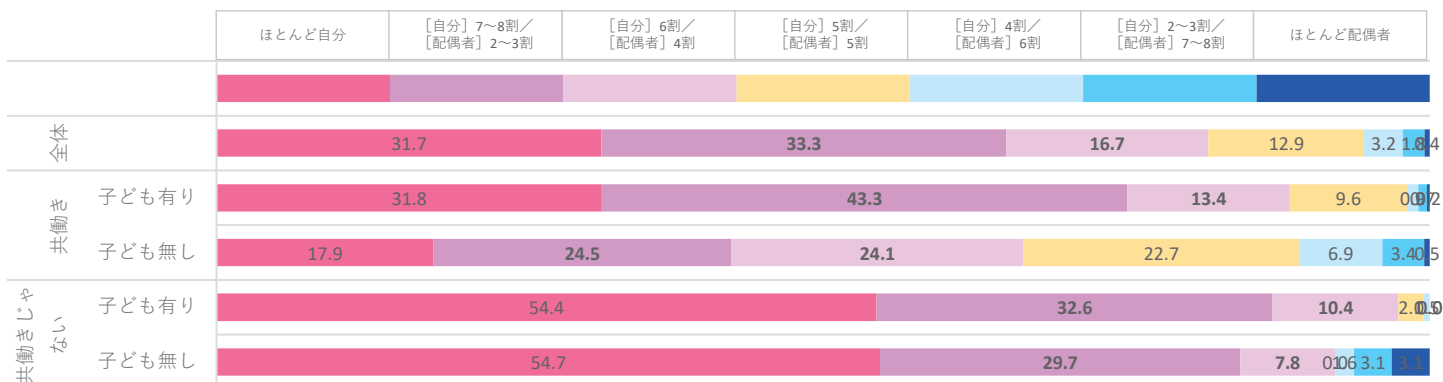
自分と配偶者における理想の家事・育児分担の割合は、〔5：5〕

自分と配偶者の家事・育児の分担の割合を聞いたところ、配偶者よりも自分の割合が圧倒的に高く、現状では〔7：3〕の割合がボリューム層となっています。

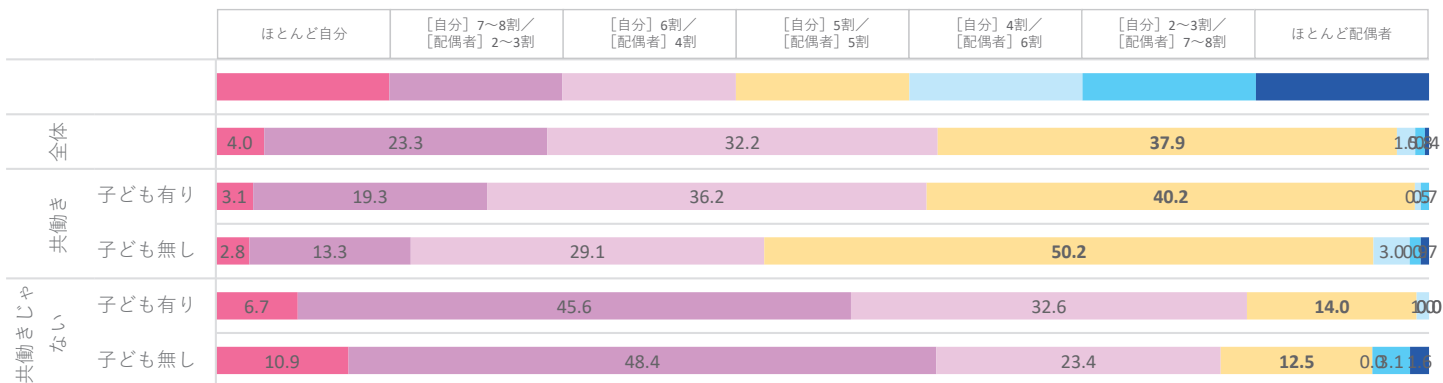
理想の割合を聞いたところ〔5：5〕と答えた方が最も多くなりました。

一方、配偶者の割合を多くしたいと答える方は少数派で、家事・育児に協力を仰ぎたいけど丸投げしたいわけじゃない様子が伺えました。

Q：現状の家事&育児の分担は、どれくらいの割合ですか。（単一回答：単位%）\*2021調査 既婚者ベース：N=1128



Q：あなたが理想とする家事&育児の分担は、どれくらいの割合ですか。（単一回答：単位%）\*2021調査 既婚者ベース：N=1128



配偶者に協力してもらいたい家事は、自分が『苦手なこと』。好きな家事は自分でやりたい。

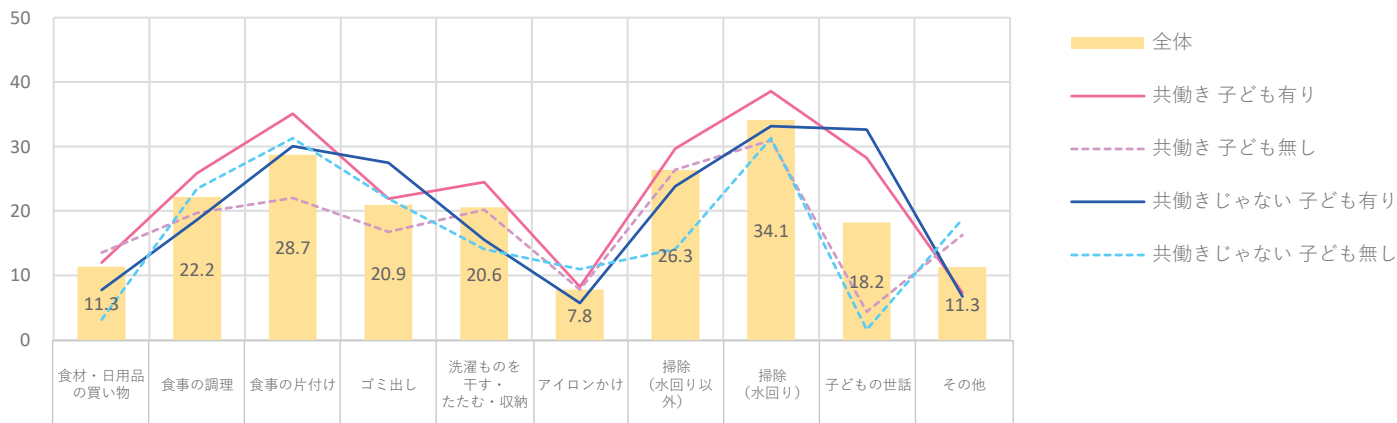
『配偶者に協力してもらいたい家事』を聞いたところ、1位「掃除（水回り）」2位「掃除（水回り以外）」3位「食事の片付け」でした。

同時に『自身が苦手、嫌い、アウトソーシングしたい家事』も聞いたところ、1位「掃除（水回り）」2位「掃除（水回り以外）」3位「食事の片付け」という、『配偶者に協力してもらいたい家事』の順番と一致する結果となりました。

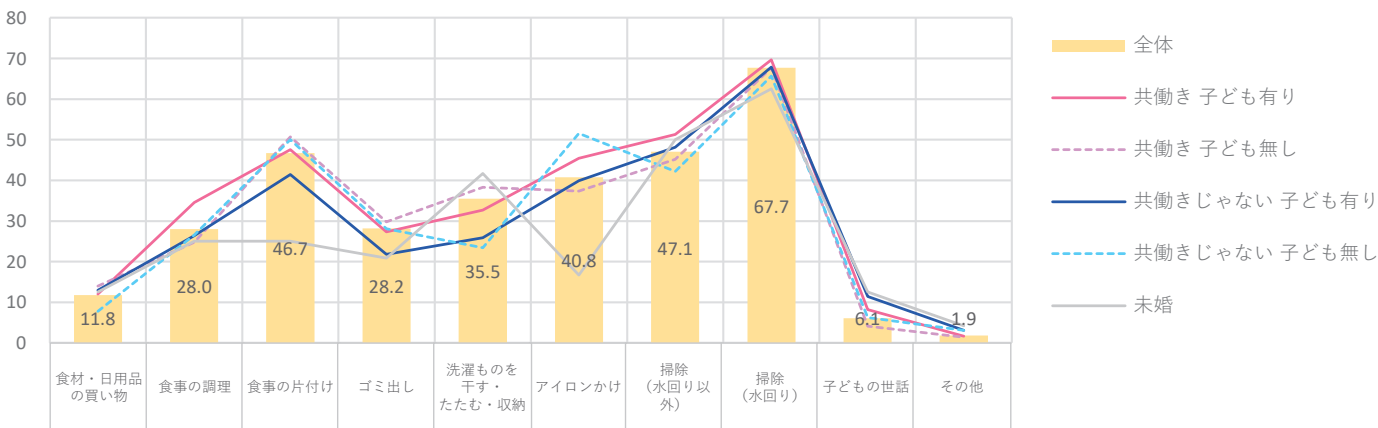
一方『自分が好きな家事』は1位「食材・日用品の買い物」2位「調理」となりました。

ひとくくりに家事といっても、苦手なことを協力してもらい、好きなことは自分でやりたい気持ちを、垣間見ることができました。

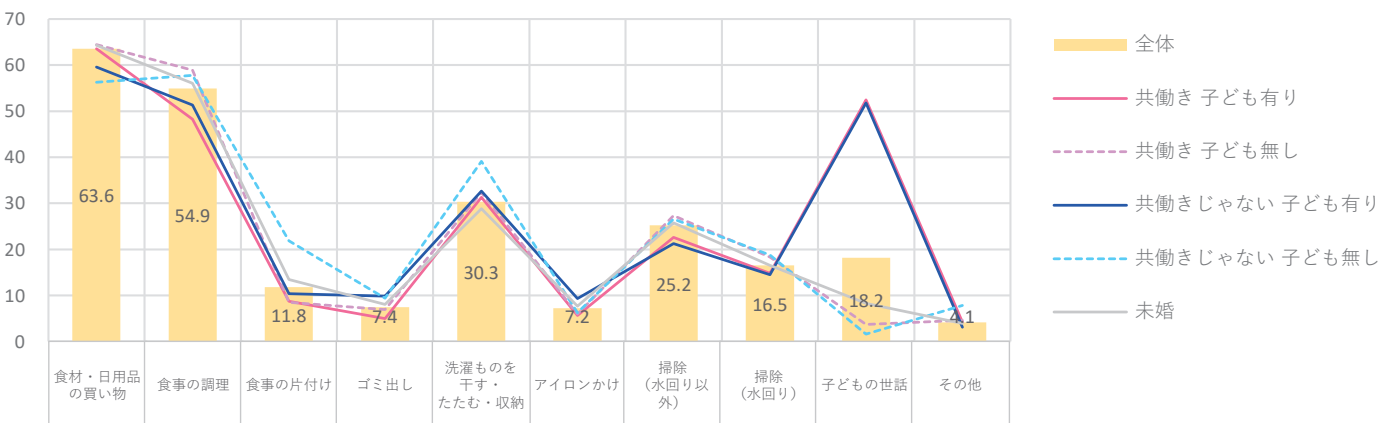
Q：現状は配偶者がやっていないが、できればやってほしい家事は何ですか。（複数回答：単位%）\*2021調査 既婚者ベース：N=1128



Q：あなたが苦手、嫌い、またはアウトソーシング（外注）したい家事をお知らせください。（複数回答：単位%）\*2021調査 N=2486



Q：あなたが好きな家事を教えてください。（複数回答：単位%）\*2021調査 N=2486



## 「夫婦で負担する家事の総量を少なくする」という新たな視点でさらなる幸福へ

「キャリアも捨てず家事育児も出来るだけ自分たちで両立させたい（32%）」、「努力でカバー層と「仕事はほどほどに続け家庭を重視したい（39%）」無理せず層は拮抗しており、合計で70%以上を占める結果に。専業主婦志向の読者はなんと4%未満にとどまりました。

この結果を見て、もはや時代の中心ともいえる**共働き家族には『がんばり両立型』と『ほどゆる両立型』の2つの大きなタイプがある**ことに気づきました。

また、その人その人で、理想の両立バランスは違えど、何かしら仕事を続けて自分の収入を得て、社会とつながってほしい読者の皆さんの意向が数字に表れていると感じました。

さらに特筆すべきは、「**共働き層**」の**理想のワークライフバランスの実現度の高さ**です。忙しく、苦勞が多いイメージの共働き層のポジティブな回答を見て、皆さん上手に自分なりのワークライフバランスを見つけているのだなと感じました。

皆さんが実感している共働きのメリットは「お金の余裕とリスクの軽減」。デメリットはズバリ「時間のなさ」。時間を上手に捻出することができれば、共働きの幸福度はさらに高まりそう。ところが、「共働きを成功させる秘訣」として皆さん答えてくださったのは、大きく分類すると「気持ちの持ちよう」。続いて配偶者や周囲の協力。時間の捻出につながる時短商品や外部サービスの活用を挙げる人はその次にとどまりました。

上記の数字を踏まえて、自分と配偶者の家事分担についても見ていくと、現実の家事分担は自分7：配偶者3。でも、理想の比率は5：5。そのギャップを埋めるためにできることは何か

.....

家事の総量を変えずに、男性の負担を多くして5：5に持っていくのも一つの手ではありますが、現状で幸福度の高い**共働き家庭の幸福度をさらに高めるには、「夫婦が負担すべき家事の総量を少なくする」という考え方が存在することに気づきました。**

家事分担を自分3：配偶者3にし、外部サービスや時短商品に残りの4を任せるという考え方で

家事の中には好きな家事と嫌いな家事が明確に存在します。掃除関連を積極的にやりたいという方は少なく、逆に、子どもの世話が苦手な方は少ない結果に。であれば、好きなことは自分でやって、面倒、苦手なことはアウトソーシング、という思考が定着すれば、共働き家庭の幸福度はもっと高くできるのでは、と、このアンケートを見て、思いを新たにいたしました。



岡本 朋子

(オカモト トモコ)

講談社 第二事業局

共働きwith 編集長

1999年講談社入社。少女漫画誌「デザート」編集部を経て、2003年「with」編集部へ異動。05年「ViVi」編集部、13年「with」編集部へ戻り、17年にwithの公式webサイト「with online」編集長に就任。同時にサイトのフルリニューアルを敢行。21年7月姉妹サイト「共働きwith」を立ち上げ、同メディア編集長に就任。

調査概要

① withonline の読者を対象とした、オンライン調査

調査対象：withlabメンバー・with会員・「withonline」読者・公式SNSフォロワー・著者/マンガ家SNSフォロワー

調査時期：・2021年5月

有効回収数：2,486名

全体	既婚				未婚	未既婚不明
	共働き		共働きじゃない			
	子ども有り	子ども無し	子ども有り	子ども無し		
2486	425	436	193	64	1344	24

② 共働きwithの読者を対象とした、オンライン調査

調査対象：withLabメンバー・with会員・「withonline」読者・「共働きwith」読者・公式SNSフォロワー

調査期間：2022年2月

有効回収数：1,030名

全体	既婚				未婚
	共働き		共働きじゃない		
	子ども有り	子ども無し	子ども有り	子ども無し	
1030	371	290	57	25	287

共働きwith

総合女性誌WEBメディア国内最大規模の「withonline」の姉妹サイトとして、2021年7月にオープン。共働き世帯数が年々増加する中、「共働き」層の特有の課題、悩みにフォーカスし、世の共働き女性が、より楽しく充実して、仕事に、家庭に、子育てに向き合えるための情報を発信しています。

著名なタレントや有識者による連載記事や、人気オリジナルマンガ連載の他、全国総勢6,216名(2021年12月現在)からなる読者サポーター組織「withLab」とともに、「マネー」や「住宅」等の様々なテーマを学ぶプロジェクトを展開中です。

「共働きwith」：<https://withonline.jp/tomobataraki>

講談社 メディア・コミュニティ・ラボ (KODANSHA Media Community Lab.)

顕在・潜在的な社会課題やマーケットにとって意義のあるテーマに着目し、読者コミュニティを通じて調査・分析し、生活者と社会に価値のある情報を発信していく講談社内横断型のプロジェクト。2022年春始動。

講談社が運営するBtoB向けマーケティング情報コンシェルジュサイト「C-station」を中心に情報を発信し、オンライン上で企業とのビジネスマッチングも手がけていきます。

また、マーケティング機能を強化し、読者コミュニティを活用した「新たなサービス」を提供していきます。

C-station

講談社が運営する to B 向け情報サイト「C-station (<https://c.kodansha.net/>)」

マンガ・ファンマーケティング・データドリブンによって課題解決をめざす「マーケティング情報コンシェルジュサイト」

本件に関するお問い合わせ先

株式会社 講談社 ライツ・メディアビジネス局 メディア開発部 電話 03-5395-3645