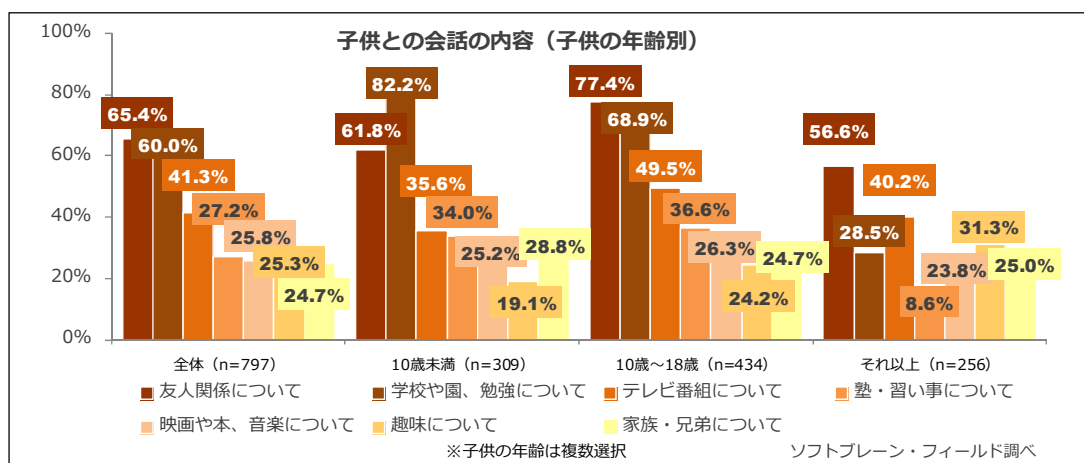
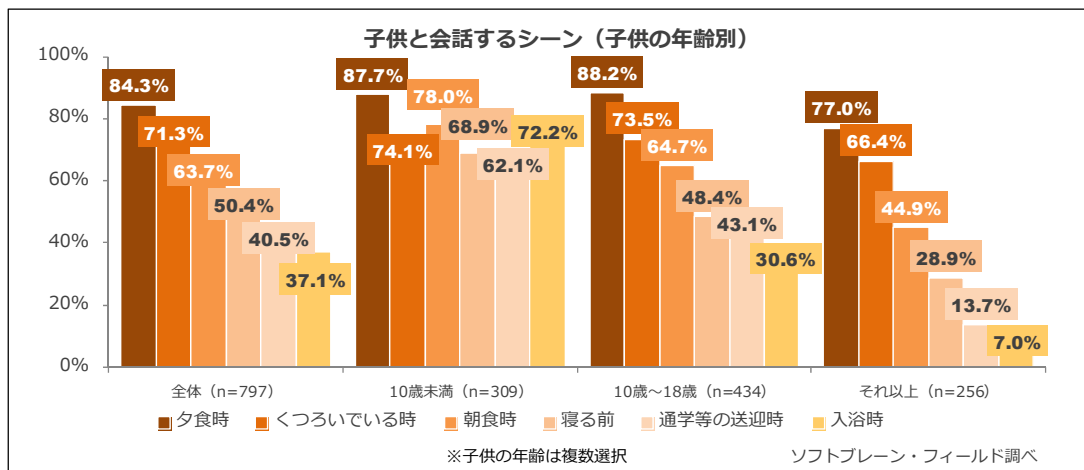


半数以上のママが子供との会話時間を「増やしたい」と思っている
高校生以上の子供がいる家庭の約4割がLINE等を活用
 ～母と子のコミュニケーション実態調査～

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレイン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）では、「子供とのコミュニケーション」についてのアンケートを2015年4月10日～4月16日に実施しましたので、その結果を報告します。アンケートの対象は、30代～40代の主婦を中心とする当社サービス登録の会員でお子さんと同居している女性、有効回答者数は797名（平均年齢44歳）でした。

【調査結果】

(1) 子供とコミュニケーションを取るシーンや内容について



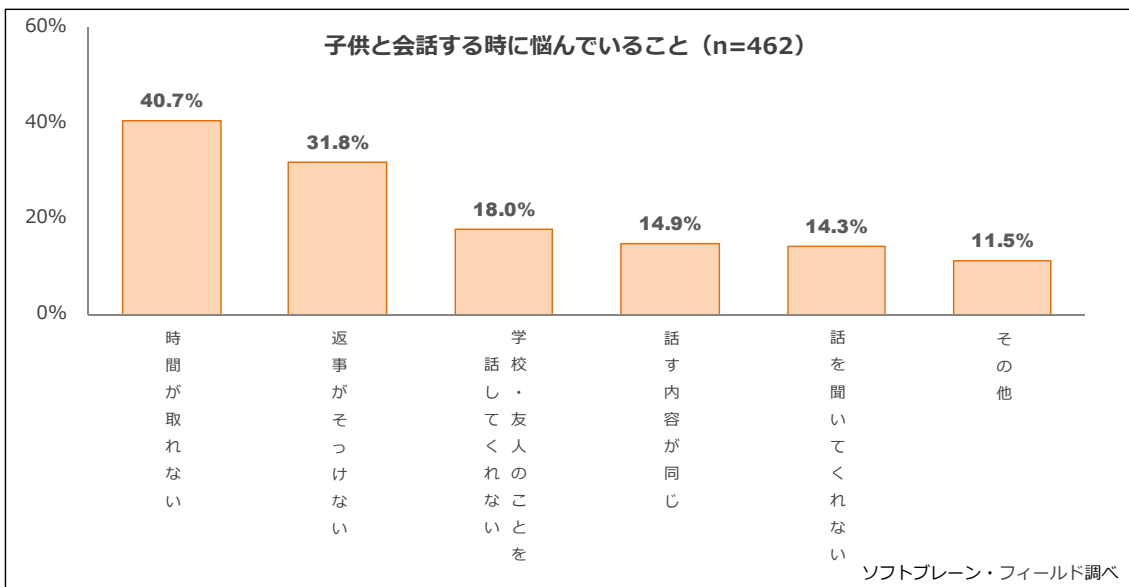
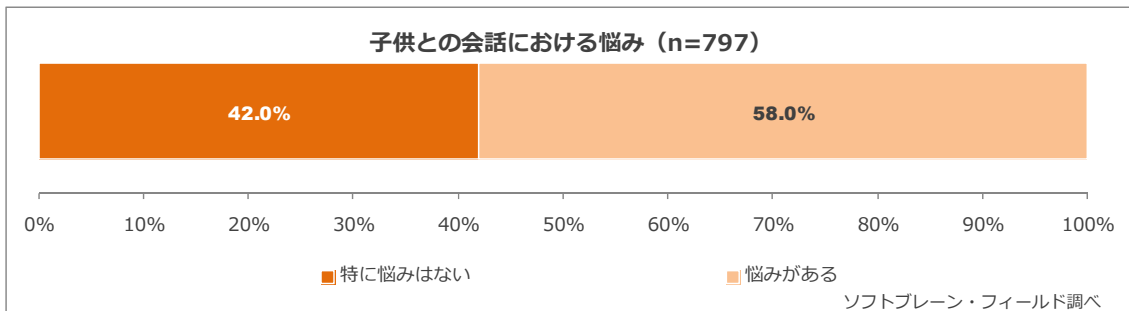
(上) 図表1: 子供と会話をするシーン【複数回答】(n=797)、(下) 図表2: 子供との会話の内容【複数回答】(n=797)

アンケートではまず、普段、子供と会話するシーンや会話の内容について聞きました。その結果、会話するシーンでは、「夕食時」がトップで84.3%、ついでリビング等で「くつ

ろいでいる時」71.3%、「朝食時」が63.7%と続きました。

また、会話の内容については「友人関係」との回答が最も多く65.4%、次に「学校や園、勉教について」で60.0%、ドラマやバラエティ等の「テレビ番組について」が41.3%となりました。

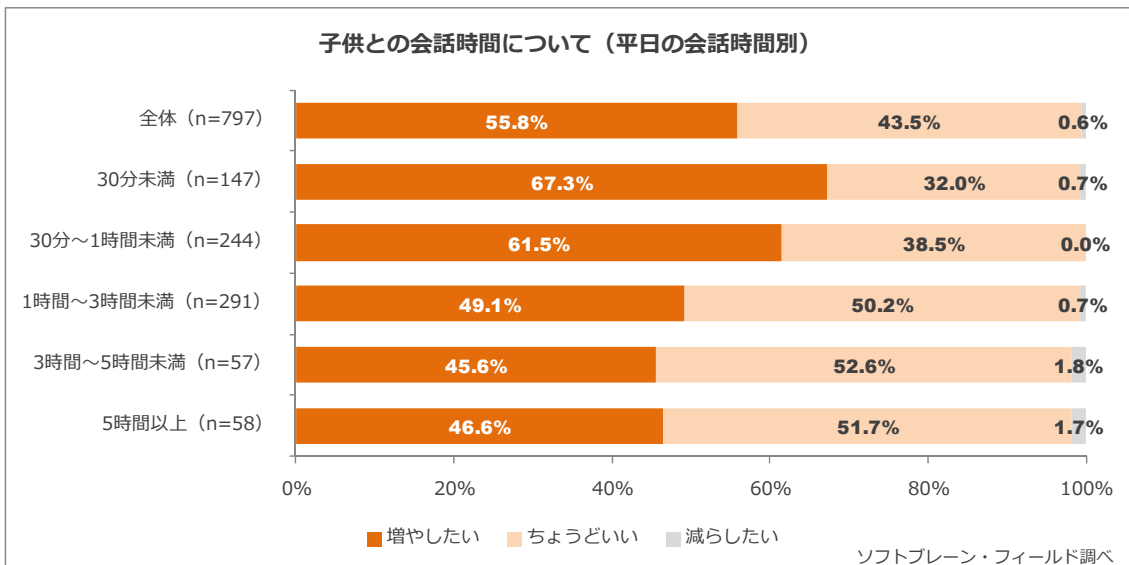
(2) 子供との会話における悩み



(上) 図表 3: 子供との会話における悩み (n=797)、(下) 図表 4: 子供と会話するときに悩んでいること【複数回答】(n=462)

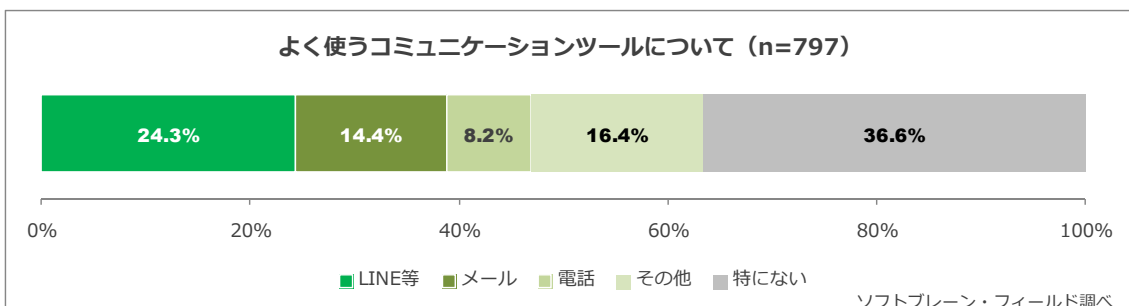
アンケートの回答者に子供との会話における悩みを聞いたところ、「特に悩みはない」との回答が42.0%、「悩みがある」と回答した方が58.0%で、子供との会話について何かしら悩みを持っている方が約6割近くいることがわかりました。

さらに悩みがあると回答した方が何に悩んでいるのかについては、「時間が取れない」が40.7%でトップでした。また、「返事がそっけない」が31.8%、「学校・友人のことを話してくれない」が18.0%、「話す内容が(毎回)同じ」が14.9%、「話を聞いてくれない」が14.3%という結果となりました。



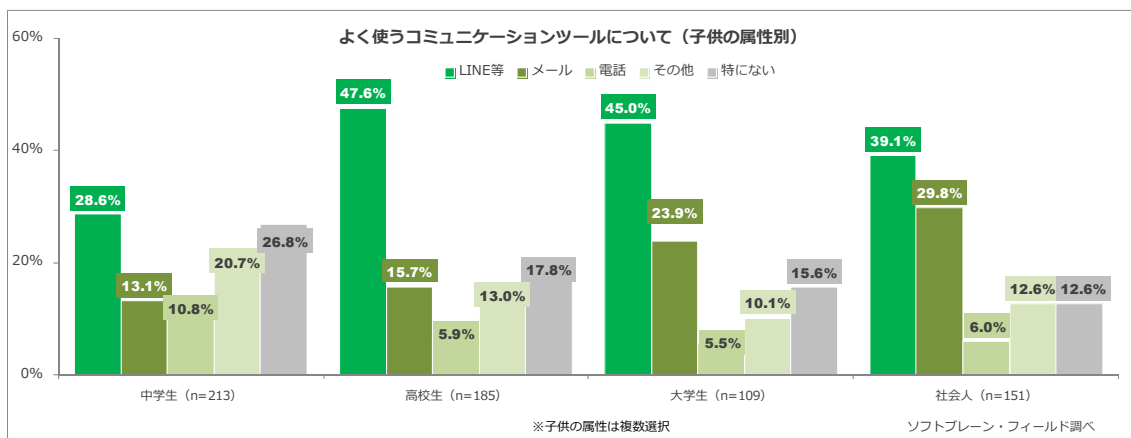
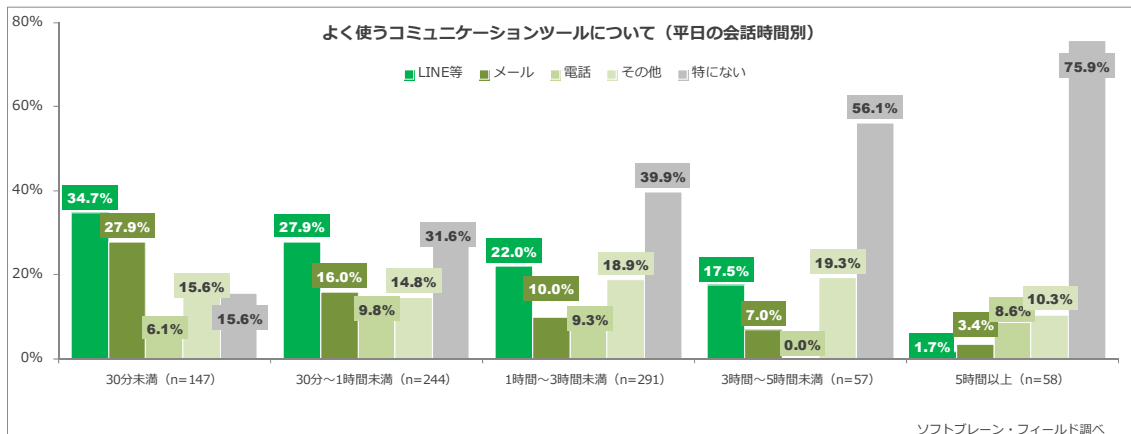
図表 5: 子供との会話時間について (n=797)

さらに、「子供との会話の時間増やしたいか」との質問に対しては全体で 55.8%の方が増やしたいと回答。特にお子さんとの会話時間が「平日 30 分未満」(n=147)、「平日 30 分～1 時間未満」(n=244)の方はそれぞれ増やしたいが 67.3%、61.5%となり、平日の会話時間が短いと実感している方ほど、子供との会話時間を増やしたいと考えていることがわかりました。



図表 6: 子供とのコミュニケーションでよく使用するツールについて (n=797)

アンケートでは子供とのコミュニケーションでよく使用するツールについても聞きましたが、全体では「LINE 等」のメッセージアプリが 24.3%、PC や携帯電話の「メール」が 14.4%、「電話」が 8.2%、「その他」が 16.4%でした。「その他」について具体的なコメントを見ると「ホワイトボードを設置して、直接話せないときに言いたいことがあればそこに記入してもらっています。」(20 代)、「怒ってしまった時は、翌日の朝、子供が学校へ行った後に母の気持ちを手紙に書き机に置いています。」(40 代)といったように書き置きや手紙を活用している様子がうかがえました。

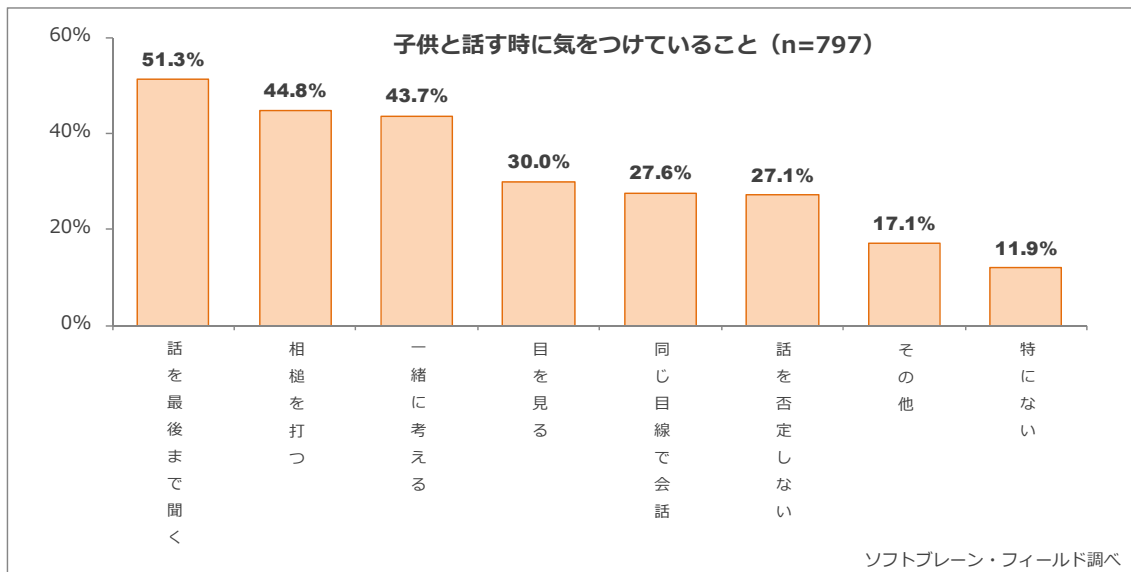


（上）図表 7: 子供とのコミュニケーションでよく使用するツールについて【平日の会話時間別】(n=797)、(下) 図表 8: 子供とのコミュニケーションでよく使用するツールについて【子供の属性別】(n=509)

また使用しているコミュニケーションツールについて平日の会話時間別に分析すると、会話時間が「平日 30 分未満」の方では、「LINE 等」のメッセージアプリが 34.7%、PC や携帯電話の「メール」が 27.9%、「平日 30 分～1 時間」未満の方では、「LINE 等」のメッセージアプリが 27.9%、PC や携帯電話の「メール」が 16.0%といずれも全体の傾向より高い数字となりました。

一方、中学生以上の子供と同居している方 509 名を対象に分析すると、子供が中学生の家庭では、LINE 等のメッセージアプリをよく使うコミュニケーションツールとして挙げた方が 28.6%だったのに対し、子供が高校生の家庭では 47.6%と 19 ポイントも上昇。子供が大学生の家庭では 45.0%、子供が社会人の家庭では 39.1%となり、子供が高校生以上の家庭では約 4 割の方がよく使うコミュニケーションツールとして「LINE 等のメッセージアプリ」を活用していることがわかりました。

(3) 子供と話す時に気をつけていることについて



図表 9: 子供と話すときに気をつけていることについて【複数回答】(n=797)

また、子供と話すときに気をつけていることを聞いたところ、最も多かったのは「話を最後まで聞く」で 51.3%の方が心がけていると回答。次に「相槌を打つ」が 44.8%、「一緒に考える」が 43.7%でした。

子供とのコミュニケーションについて具体的なコメントを見ると、「できる限り気持ちに同調するようにして、否定をしないようにする。しかし、マナーを守らなかったり他人に迷惑をかけてしまうようなことは、話合いをするようにしている。」(40代)、「こちらが忙しい時に限って話しかけてきたりするので、つい後にしてと言ってしまう。毎回きちんと話を聞いてあげられていない。」(30代)、「二人とも思春期なのですが、冗談いいながらスキンシップをとってコミュニケーションをとるようにしています。もちろん嫌がられることもありますが、そこはめげずに。」(40代)といったように、様々な工夫や悩みを持ちながら子供とのコミュニケーションを取ろうとする姿が見られました。

【調査実施概要】

対象：当社登録の会員

調査方法：当社リサーチサイト「リサれば！」を活用したインターネットリサーチ

調査地域：全国

調査期間：2015年4月10日～4月16日（7日間）

有効回答者数：797名

回答者（女性）の属性：20代 1%、30代 24%、40代 51%、50代 21%、60代以上 3%

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約53,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など115,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。「木名瀬博のフィールド虎の巻」（URL：<http://www.sbfield.co.jp/column/>）

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

【会員登録について】

・パソコン用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/pc/>

・携帯用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/m/>

会員登録いただくと、当社からお仕事情報を配信いたします。スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店、公共施設や遊戯施設、専門サービスを提供する全国チェーンのお店から飲食店まで、あなたの生活圏がそのままお仕事のフィールドとなります。

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

広報室 柳原（やなぎはら）/具志堅（ぐしけん）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631

MAIL：solution@sbfield.com