

生きがいに関する調査

2007年12月

GAIN
人々の思いを解き明かす

調査概要

調査期間: 2007/11/02(金) ~ 11/05(月)

サンプル数: 900ss

対象地域: 全国

割付:

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	
未婚・子供いない							
男性	70	40	40	0	0	0	150
女性	70	40	40	0	0	0	150
既婚・子供いる							
男性	0	30	30	30	30	30	150
女性	0	30	30	30	30	30	150
既婚・子供いない							
男性	0	30	30	30	30	30	150
女性	0	30	30	30	30	30	150
	140	200	200	120	120	120	900
内既婚者	0	120	120	120	120	120	600

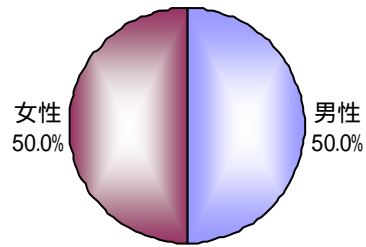
設問: 「あなたにとって生きがいとは何ですか? 生きがいを感じる対象や、どのような時に生きがいを感じるか等、どのようなことでも結構ですので、できるだけ具体的にお知らせください。」

調査方法: インターネット調査

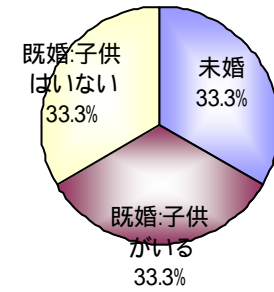
属性間の有意差検定: 二乗検定

回答者プロフィール

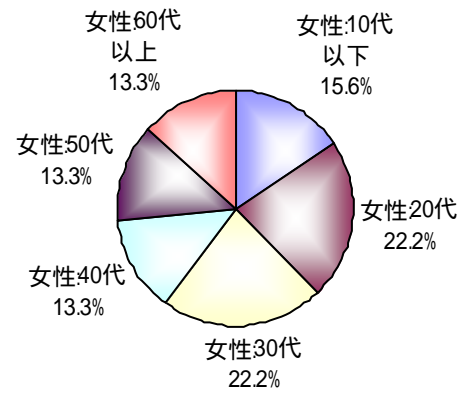
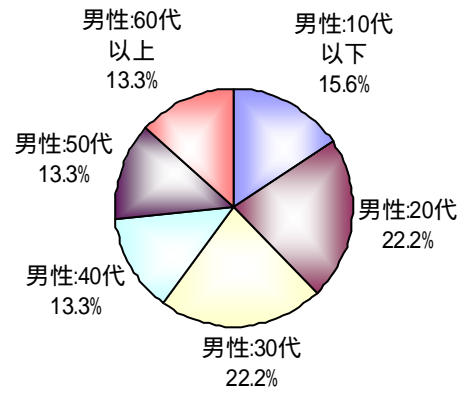
性別



未既婚 × 子供有無

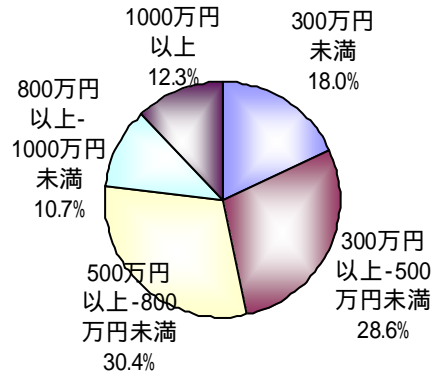


性 × 年代

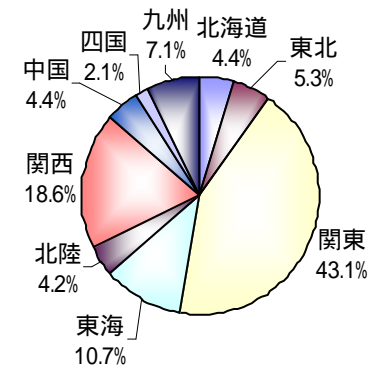


回答者プロフィール

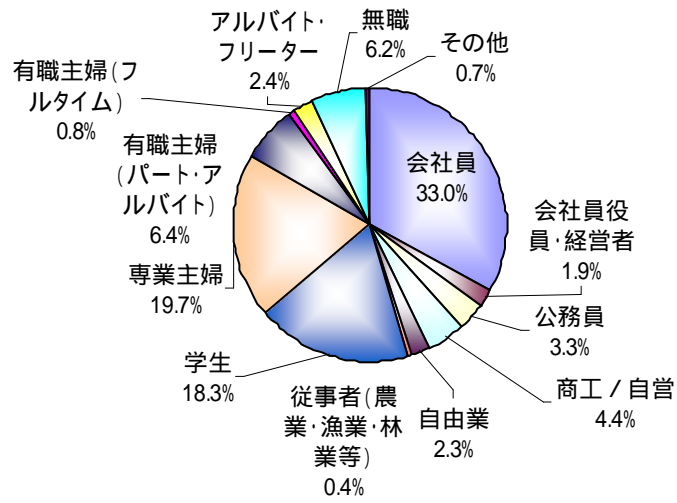
世帯年収



居住地域



職業



summary

全体

どの属性においても生きがいを感じているのは「レジャー／趣味」。
「レジャー／趣味」の中では、「旅行」に生きがいを感じる場合が多い。

その他に、男性の場合は「仕事」。
女性は既婚の場合「子供／孫」
「家族」。

男性の場合、特に30代で仕事に生きがいを感じる傾向が強い。

学生は、「向上心／目標達成」、
「何かに没頭する」、「人の役に立つ／必要とされる」ことに生きがいを感じている。

意外とまじめな側面がうかがえる。

その背後には・・・

クラスター分析をすると、大きく3つにグルーピングできる。
キーワードは・・・

Enjoyment / 楽しみ隊 (約5%)

Touch / 人と接し隊 (約6.5%)

Accomplishment / 実らせ隊 (約88%)

つまり
レジャー、趣味、仕事、家族、子供、孫etc.というのは表層で、背後には、それらを「実らせ隊」という意識がある。
なお、学生の場合は、背後には「人と接し隊」という傾向が強い(P24参照)。

体験型、学習型のレジャーが流行っていますよね。

詳細

「家族」に生きがいを感じる場合は全体で第2位。中でも、「家族のために頑張る」という献身的な傾向が強いのは、既婚・子供なし層、職業で言うと専業主婦。

「自分の好きなことができる」ことに生きがいを感じるのは全体で第3位。その中には、「何かに没頭」という集中タイプ、「自由」という開放タイプ、「何もしないこと」という休閑タイプがあるようである。比率は、集中：開放：休閑 = 2.5：2：1。

「子供／孫」に生きがいを感じる場合も多くなっているが、専業主婦の場合、子供の“成長”に生きがいを感じる傾向が強く（有職主婦はその傾向は強くない）、子供に対する期待の大きさが感じられる。

「向上心を持つこと／目標達成」に生きがいを感じることも多くなっているが、その場合、がんばった「成果」に対して生きがいを感じるのは2.5人に1人、がんばっている「プロセス」に対して生きがいを感じるのは4人に1人、がんばって「他者に評価された時」に生きがいを感じるのは5人に1人である。
また、「成果」は未婚者、「プロセス」は学生、「他者の評価」は女性の傾向が強い。

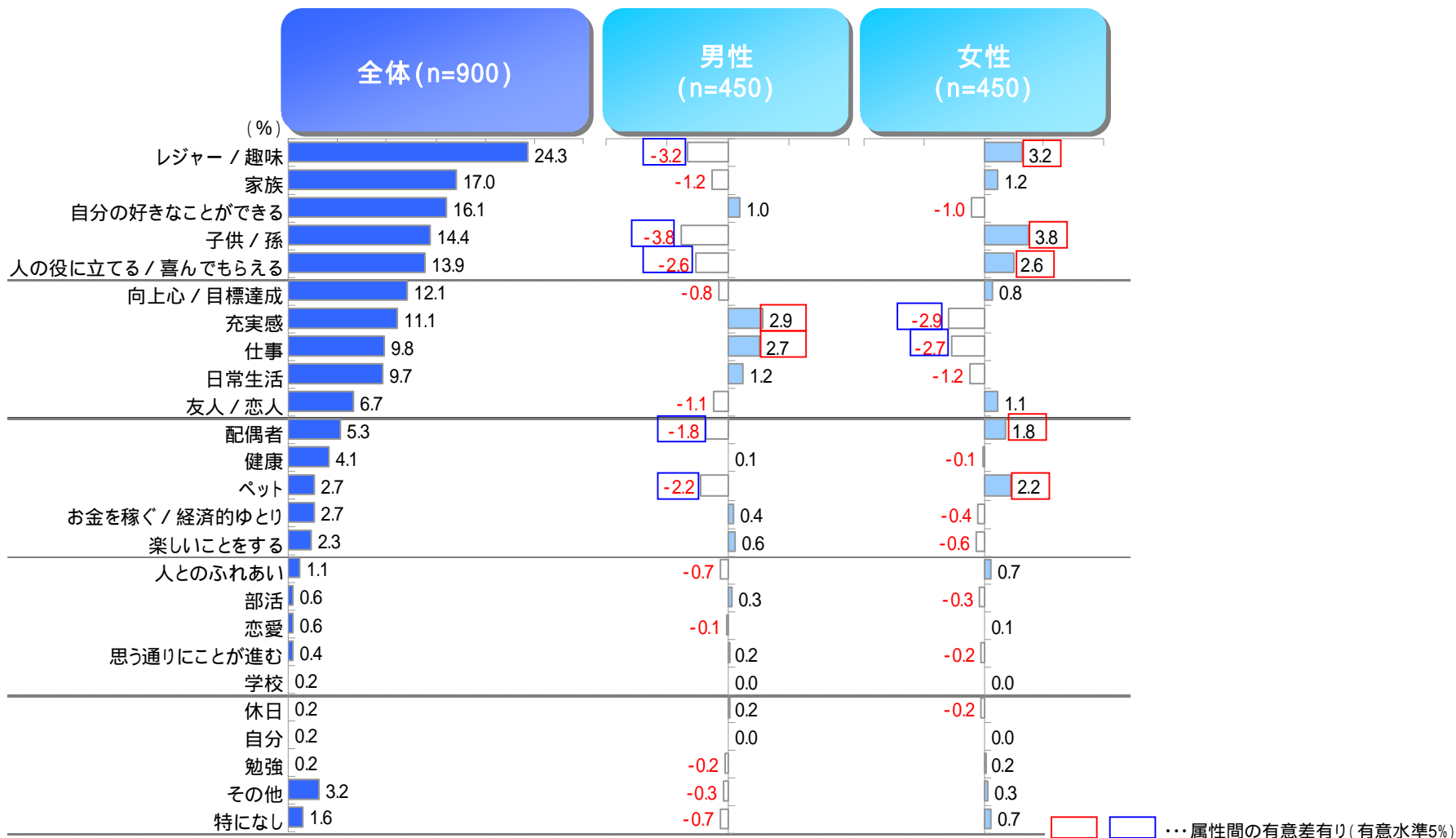
全体の傾向

トップは男性も女性も「レジャー／趣味」。男性の第2位は「充実感」、第3位は「仕事」。女性の第2位は「子供／孫」と「家族」。

仕事や家族よりも、レジャーや趣味に生きがいを感じているようである。

傾向として、男性は「仕事」「充実感」に生きがいを感じ、女性は「レジャー／趣味」「子供／孫」「人の役に立てる／喜んでもらえる」「配偶者」「ペット」に生きがいを感じる傾向が強い(有意)。

	第1位	(%)	第2位	(%)	第3位	(%)
男性	レジャー／趣味	21.1	充実感	14.0	仕事	12.4
女性	レジャー／趣味	27.6	子供／孫	18.2	家族	18.2



男性の場合、「レジャー／趣味」が若い年代と高齢層でトップになっており、30代、40代の働き盛りでは、「充実感」、「家族」がトップになる。

30代・40代では「仕事」や「充実感」、「家族」などの割合が高いが、10代では「向上心／目標達成」、60代以上では「健康」や「日常生活」の割合が高くなっているのが特徴的である。

傾向として、10代では「向上心／目標達成」に生きがいを感じる傾向が強く、男性20代になると一気にその傾向が弱まる。「仕事」「充実感」に生きがいを感じる傾向が最も強いのは、30代である。60代以上では、「日常生活」に生きがいを感じる傾向が強い。(いずれも有意)

性別	年代	第1位 (%)	第2位 (%)	第3位 (%)	* (%)	* (%)
男性	10代	レジャー／趣味 24.3	向上心／目標達成 24.3	人の役に立てる／喜んでもらえる 17.1		
	20代	レジャー／趣味 22.0	自分の好きなことができる 21.0	家族 15.0	子供／孫 15.0	
	30代	充実感 23.0	仕事 22.0	レジャー／趣味 21.0		
	40代	家族 23.3	レジャー／趣味 18.3	自分の好きなことができる 16.7	充実感 16.7	
	50代	自分の好きなことができる 23.3	家族 18.3	レジャー／趣味 15.0		
	60代以上	レジャー／趣味 25.0	健康 25.0	自分の好きなことができる 20.0	家族 20.0	日常生活 20.0



□ □ …属性間の有意差有り(有意水準5%)

女性の場合、「レジャー／趣味」が40代を除いたすべての属性でトップであり、40代では「子供／孫」がトップになる。

女性の場合、家族や子供よりも、レジャーや趣味に生きがいを感じているようである。

傾向として、10代では「レジャー／趣味」、20代では「友人／恋人」、30代と40代では「子供／孫」、50代では「レジャー／趣味」、60代以上では「人の役に立てる／喜んでもらえる」ことに生きがいを感じる傾向が強くなっており、女性の場合、年代によって強まる傾向がガラガラと変わるようである。

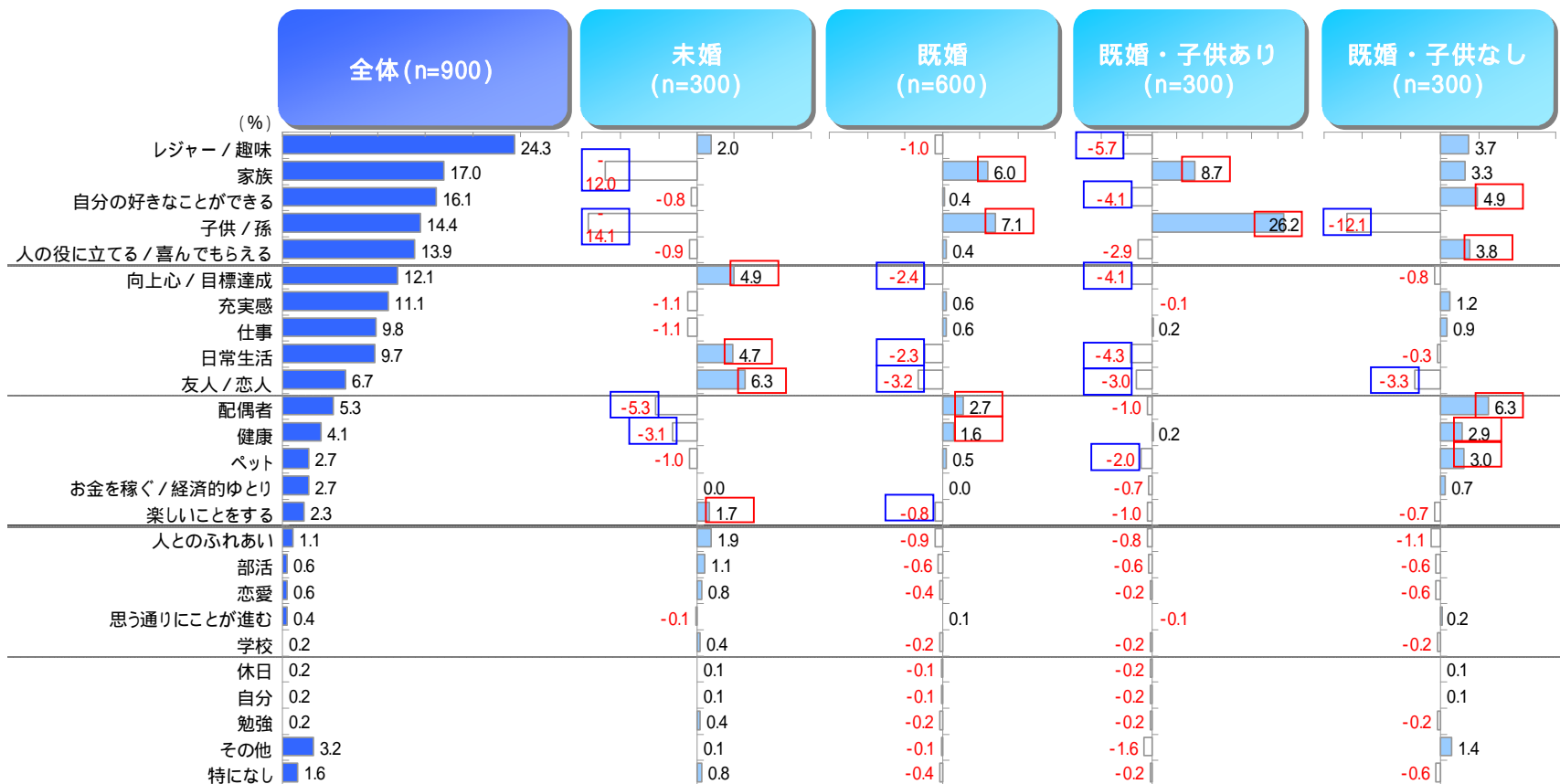
	第1位	(%)	第2位	(%)	第3位	(%)	*	(%)
女性 10代	レジャー／趣味	38.6	向上心／目標達成	20.0	友人／恋人	14.3		
20代	レジャー／趣味	22.0	家族	22.0	子供／孫	16.0		
30代	レジャー／趣味	23.0	家族	23.0	人の役に立てる／喜んでもらえる	21.0	子供／孫	21.0
40代	子供／孫	40.0	レジャー／趣味	20.0	向上心／目標達成	16.7		
50代	レジャー／趣味	35.0	家族	25.0	人の役に立てる／喜んでもらえる	20.0		
60代以上	レジャー／趣味	31.7	人の役に立てる／喜んでもらえる	23.3	子供／孫	20.0		



属性間の有意差有り (有意水準5%)

既婚で子どもがいる場合のみ、「子供／孫」がトップとなっており、特に女性に人気がある「レジャー／趣味」は2割にも満たない。
 傾向として、既婚で子どもがいる場合は、「子供／孫」「家族」に生きがいを感じる傾向が強いのは当然として、既婚で子どもがいない場合は、「自分の好きなことができる」「人の役に立てる／喜んでもらえる」「配偶者」「健康」「ペット」に生きがいを感じる傾向が強くなっている。
 既婚で子どもがいない場合は、子供や家族の代わりに、配偶者やペット、そして自分のこと(自分の好きなこと、健康)、そして人の役に立てるといった他人との関係性に生きがいの焦点が移るようである。

	第1位	(%)	第2位	(%)	第3位	(%)
未婚	レジャー／趣味	26.3	向上心／目標達成	17.0	自分の好きなことができる	15.3
既婚	レジャー／趣味	23.3	家族	23.0	子供／孫	21.5
既婚・子供あり	子供／孫	40.7	家族	25.7	レジャー／趣味	18.7
既婚・子供なし	レジャー／趣味	28.0	自分の好きなことができる	21.0	家族	20.3

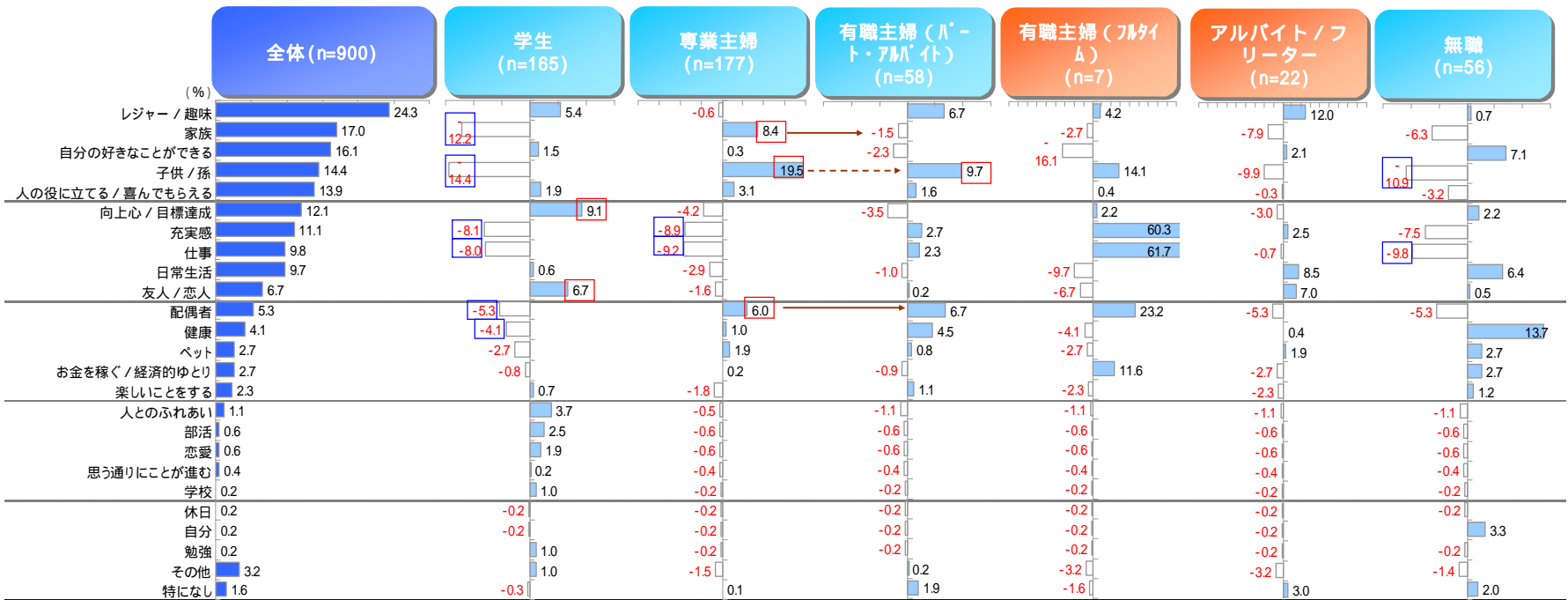
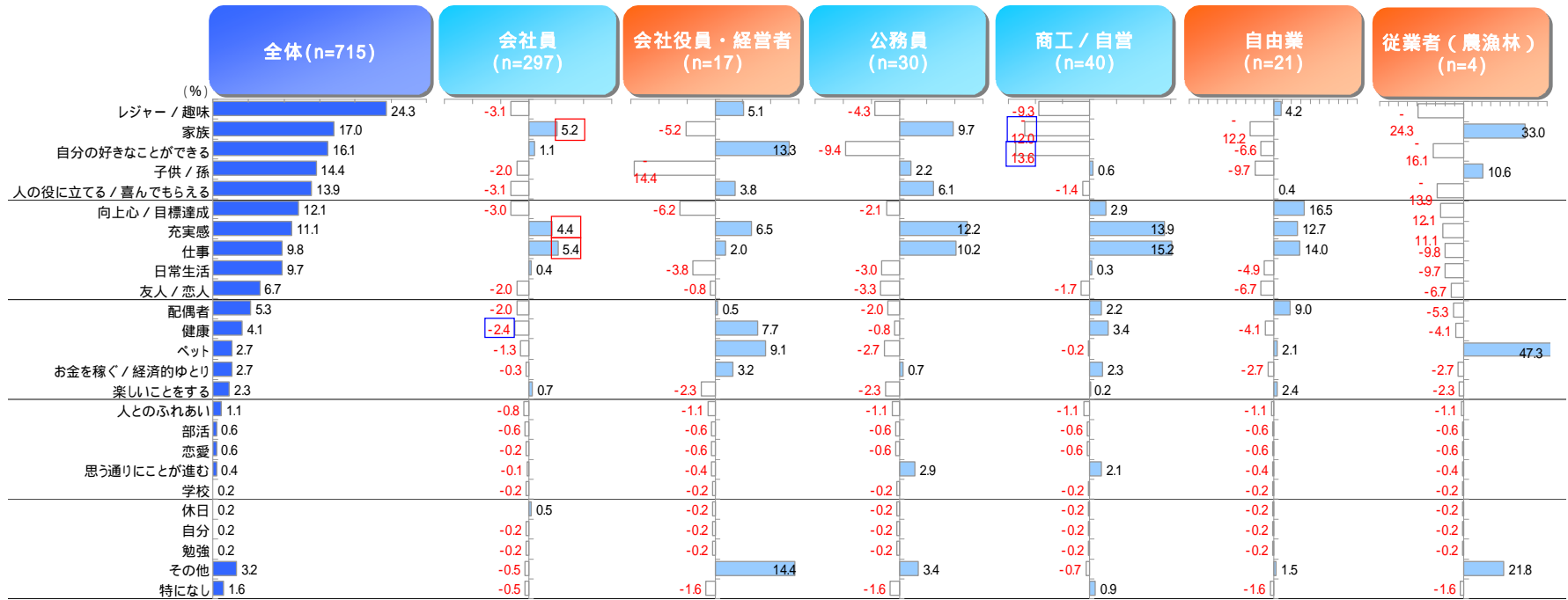


属性間の有意差有り (有意水準5%)

総じて、「レジャー／趣味」「家族」「子供／孫」に対して生きがいを感じる割合が高くなっているが、有職主婦(パート・アルバイト)、公務員の場合、「人の役に立てる／喜んでもらえる」がトップ3に入る。

傾向として、専業主婦の場合、「家族」「子供／孫」「配偶者」に対して生きがいを感じる傾向が強くなっており、家のことに関心が高いことが分かる。一方、有職主婦(パート・アルバイト)の場合、「子供／孫」に対してのみ生きがいを感じる傾向が強くなっているため、主婦の場合、家庭の中でも、子供や孫の優先順位が高いようである。

	第1位	(%)	第2位	(%)	第3位	(%)	*	(%)	*	(%)
会社員	家族	22.2	レジャー／趣味	21.2	自分の好きなことができる	17.2				
会社役員・経営者	レジャー／趣味	29.4	自分の好きなことができる	29.4	人の役に立てる／喜んでもらえる	17.6	充実感	17.6		
公務員	家族	26.7	充実感	23.3	レジャー／趣味	20.0	人の役に立てる／喜んでもらえる	20.0	仕事	20.0
商工／自営	充実感	25.0	仕事	25.0	レジャー／趣味	15.0	子供／孫	15.0		
自由業	レジャー／趣味	28.6	向上心／目標達成	28.6	充実感	23.8	仕事	23.8		
学生	レジャー／趣味	29.7	向上心／目標達成	212.0	自分の好きなことができる	17.6				
専業主婦	子供／孫	33.9	家族	25.4	レジャー／趣味	23.7				
有職主婦(パート・バイト)	レジャー／趣味	31.0	子供／孫	24.1	人の役に立てる／喜んでもらえる	15.5	家族	15.5		
アルバイト／フリーター	レジャー／趣味	36.4	自分の好きなことができる	18.2	日常生活	18.2				
無職	レジャー／趣味	25.0	自分の好きなことができる	23.2	健康	17.9				



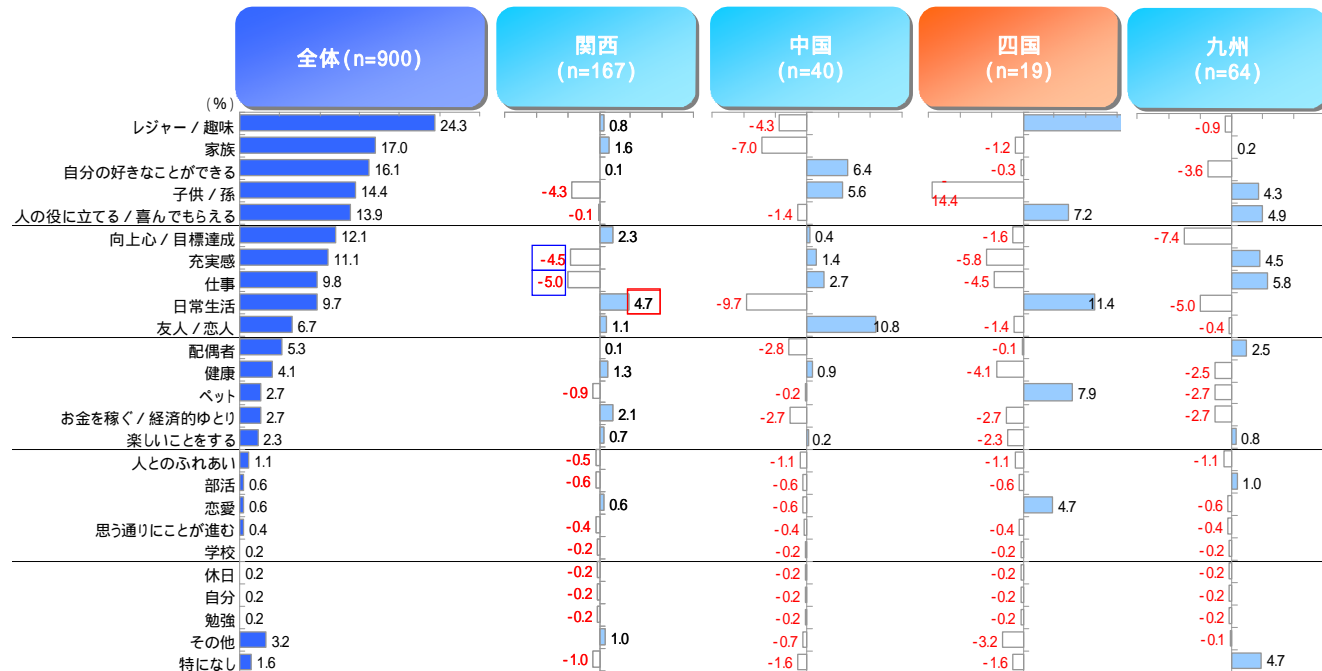
総じて、「レジャー／趣味」「家族」「子供／孫」に対して生きがいを感じる割合が高くなっているが、東海では「子供／孫」がトップになっており、また北海道では「友人／恋人」が、九州では「人の役に立てる／喜んでもらえる」がトップ3に入る。

傾向として、関東の場合、「友人／恋人」に生きがいを感じる傾向が弱い。関西では、「日常生活」に生きがいを感じる傾向が強くなっており、逆に「仕事」や「充実感」に生きがいを感じる傾向が弱くなっている。

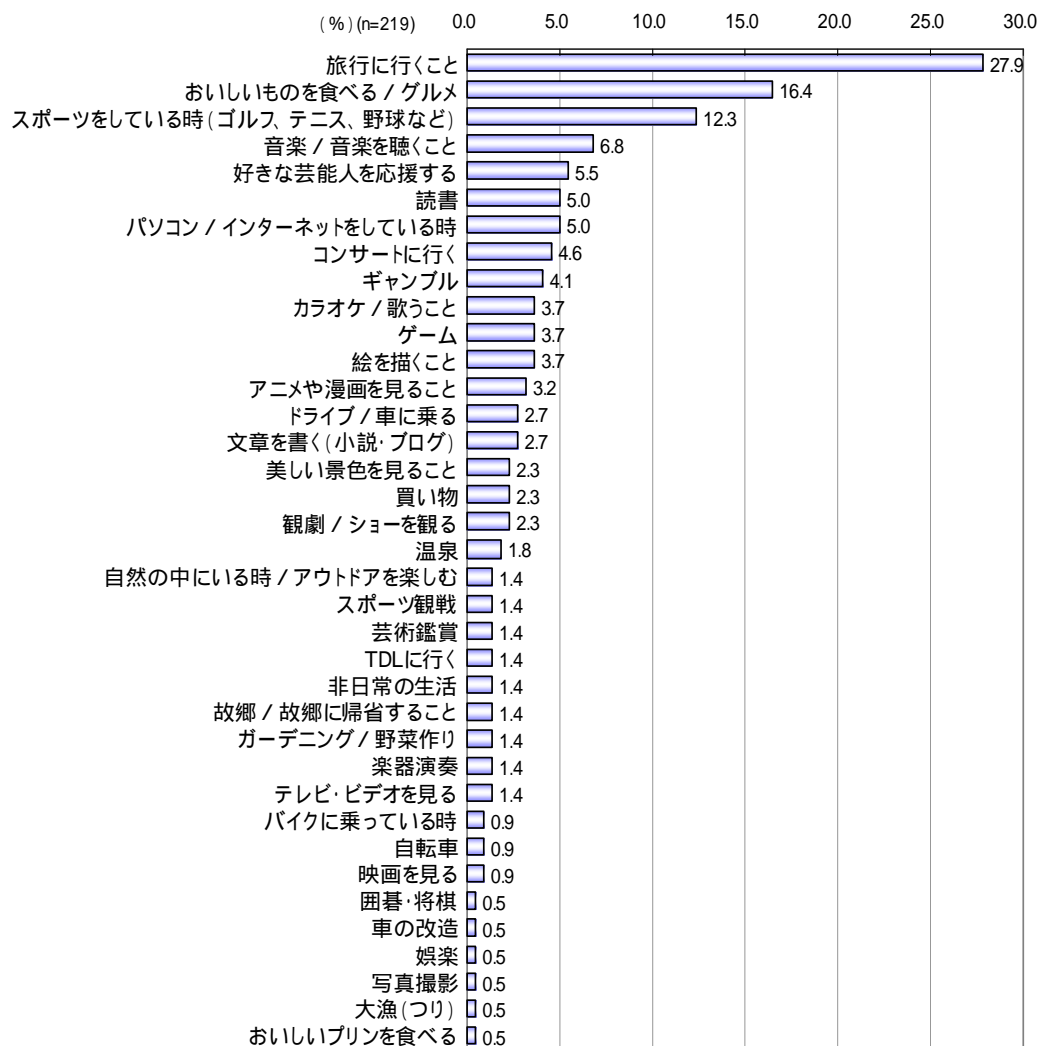
関西では、職場というより、家での生活を大事にする傾向があるのかもしれない。

関東では、人とのふれあいが疎遠な様子が見える。

	第1位	(%)	第2位	(%)	第3位	(%)
北海道	レジャー／趣味	25.0	子供／孫	17.5	友人／恋人	17.5
東北	レジャー／趣味	31.3	自分の好きなことができる	16.7	子供／孫	16.7
関東	レジャー／趣味	24.5	家族	19.1	自分の好きなことができる	17.3
東海	子供／孫	19.8	レジャー／趣味	17.7	自分の好きなことができる	14.6
北陸	レジャー／趣味	21.1	家族	21.1	子供／孫	21.1
関西	レジャー／趣味	25.1	家族	18.6	自分の好きなことができる	16.2
中国	自分の好きなことができる	22.5	レジャー／趣味	20.0	子供／孫	20.0
四国	レジャー／趣味	47.4	人の役に立てる／喜んでもらえる	21.1	日常生活	21.1
九州	レジャー／趣味	23.4	人の役に立てる／喜んでもらえる	18.8	子供／孫	18.8



詳細な内訳



「レジャー／趣味」の内訳を見ると、圧倒的に「旅行」が多く、次に「グルメ」「スポーツ」と続く。

なお、スポーツの中では、「ゴルフ」という回答が目立つ。

属性間で有意に高いものは、下表の通り。

「旅行」や「グルメ」など、雑誌によく取り上げられるようなレジャーは、既婚・子供なし層が牽引しているのかもしれない。

「読書」や「パソコン／インターネット」などは、属性間に差が見られないので、どの属性においても平均的なものである。

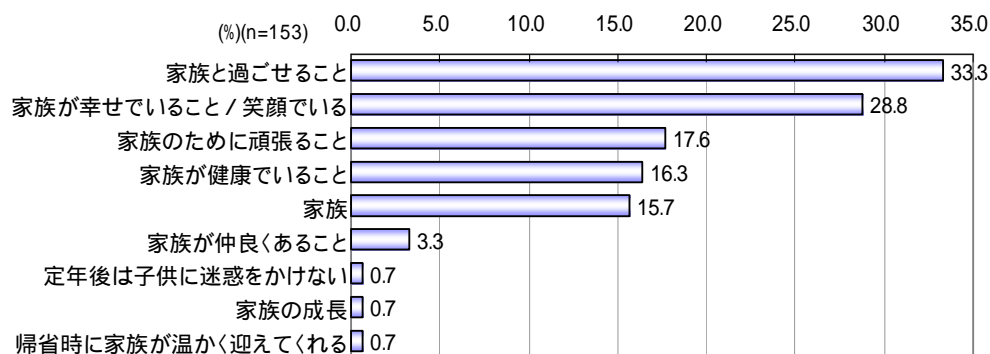
属性間で、有意差があるもの(有意に高い)

「旅行に行くこと」「おいしいものを食べる／グルメ」: 既婚・子供なし層

「音楽／音楽を聴くこと」: 未婚

「スポーツをしている時(ゴルフ、テニス、野球など)」: 男性

「好きな芸能人を応援する」「コンサートに行く」: 女性



「家族」の内訳を見ると、家族と一緒に過ごす時間、家族の幸せ、笑顔、健康に生きがいを感じているようである。

属性間で有意に高いものは、下表の通り。

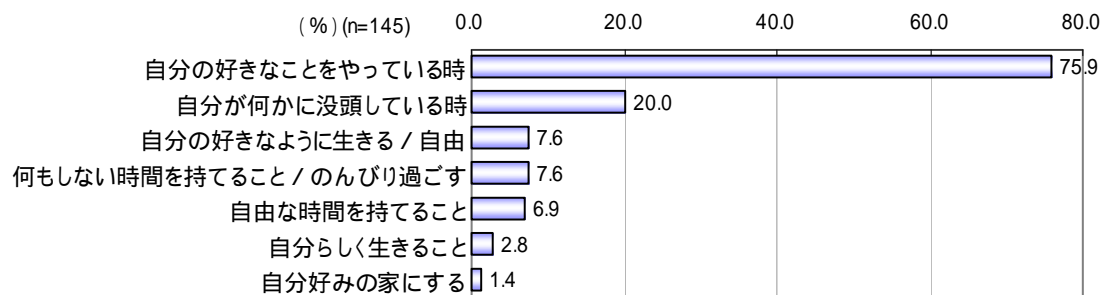
既婚者で、子どもがいない場合(特に、専業主婦)は、家族のために「頑張る」という献身的な姿がうかがえる。

属性間で、有意差があるもの(有意に高い)

「家族と過ごせること」「家族が幸せでいること / 笑顔でいること」「家族が健康でいること」「家族」: 既婚・子供あり層

「家族のために頑張ること」: 既婚・子供なし層、専業主婦

「自分の好きなことができる」の内訳



「自分の好きなことができる」の内訳を見ると、「何かに没頭している時」という集中タイプ、「自由」という開放タイプ、「何もしない / のんびり」という休憩タイプがあるようである。

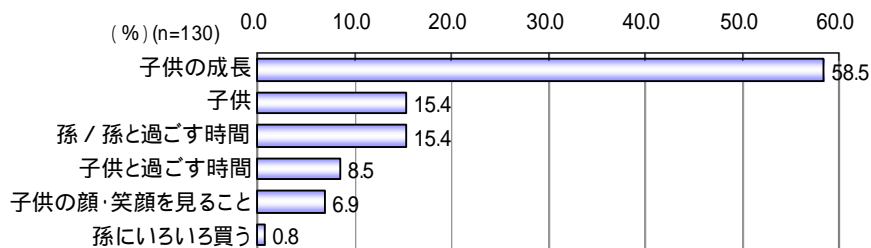
比率で言うと、2.5:2:1になる。

属性間で有意に高いものは、下表の通り。

学生は意外にも何かに没頭する傾向が強い。

属性間で、有意差があるもの(有意に高い)

「自分が何かに没頭している時」: 学生



「子供 / 孫」の内訳を見ると、子供や孫と過ごす時間というより、子供の成長に期待している姿がうかがえる。

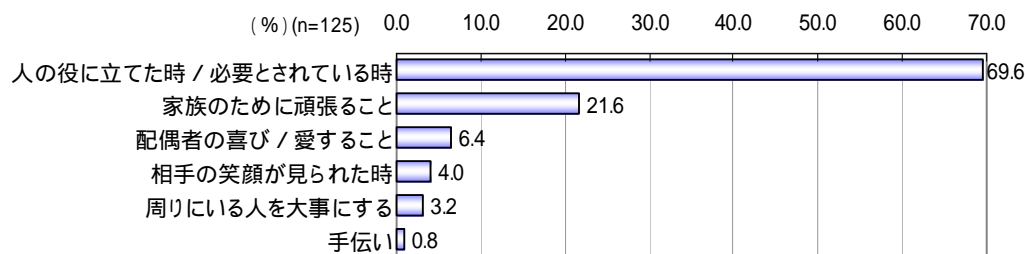
属性間で有意に高いものは、下表の通り。

専業主婦は「子供の成長」に生きがいを感じる傾向が強いが、有職主婦になると、その有意性が消える(平均的になる)。職を持たない主婦の子供に対する期待の大きさがうかがえる。

属性間で、有意差があるもの(有意に高い)

「子供の成長」: 専業主婦

「人の役に立てる / 喜んでもらえる」の内訳



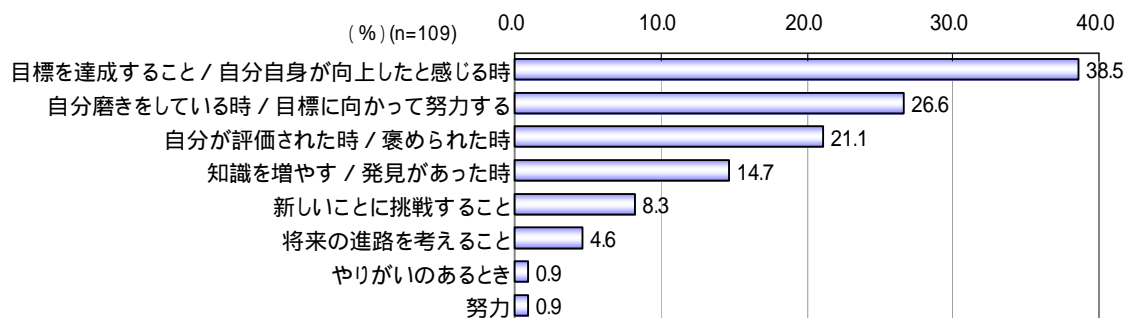
「人の役に立てる / 喜んでもらえる」の内訳を見ると、家族や配偶者など、特定の人や身内の役に立つ・喜びではなく、不特定多数の相手の役に立つこと・喜びに生きがいを感じているようである。

属性間で有意に高いものは、下表の通り。

女性60代以上と学生の場合、「人の役に立てた時 / 必要とされている時」に生きがいを感じる傾向が強くなっている。

属性間で、有意差があるもの(有意に高い)

「人の役に立てた時 / 必要とされている時」: 女性60代以上、学生



属性間で、有意差があるもの(有意に高い)

- 「目標を達成すること/自分自身が向上したと感じる時」: **未婚**
- 「自分磨きをしている時/目標に向かって努力する」: **学生**
- 「自分が評価された時/褒められた時」: **女性**
- 「知識を増やす/発見があった時」: **既婚・子供なし**

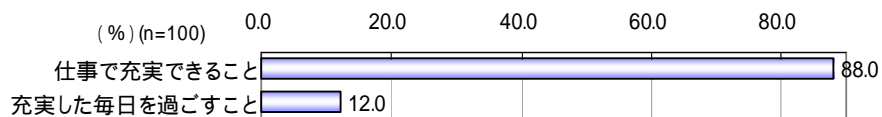
「向上心/目標達成」の内訳を見ると、「目標を達成すること/自分自身が向上したと感じる時」という成果に対しては2.5人に1人が、「自分磨きをしている時/目標に向かって努力する」というプロセスに対しては4人に1人が、「自分が評価された時/褒められた時」という他者の評価に対しては5人に1人が生きがいを感じている。

属性間で有意に高いものは、下表の通り。

“成果”に対する生きがいは未婚者、“プロセス”に対する生きがいは学生、“他者の評価”による生きがいは女性の傾向が強くなっている。

「知識を増やす/発見があった時」という、インテリジェントな傾向は、既婚・子供なし層において強い。

「充実感」の内訳



属性間で、有意差があるもの

(有意に高い)

- 「仕事で充実できること」: **男性30代、会社員**

(有意に低い)

- 「仕事で充実できること」: **関西**

「充実感」の内訳を見ると、9割近くは「仕事」で充実することに生きがいを感じている。

属性間で有意差があるものは、下表の通り。

仕事の充実感に生きがいを感じているのは、男性30代、会社員である傾向が強い。

一方、その傾向が弱いのは、居住地域が関西である場合である。

クラスター

「生きがい」から、3つのクラスターに分類できます。

クラスター1 (59ss)

Enjoyment : 楽しみ隊

旅行、グルメ、美しい景色を見ることが生きがい。場合によっては仕事から生きがいを得る。とにかく自分の好きなことをすることが生きがい。配偶者や家族と共に楽しむこともある。

マイナー意見 おいしいコーヒーが飲める、買物、睡眠/よく眠れること、好きな芸能人を応援するetc.

クラスター2 (45ss)

Touch : 人と接し隊

友人や家族が生きがい。友人や家族と過ごす時間が生きがい。
人の役に立てた時、人に必要とされている時が生きがい。

マイナー意見 不意に同窓生と元気で会える時、部活、相手の笑顔が見られた時、ペットと過ごせることetc.

クラスター3 (796ss)

Accomplishment : 実らせ隊

仕事で充実することが生きがい。子供の成長が生きがい。
目標を達成すること、自分自身が向上したと感じる時が生きがい。
他人の役に立ち自分が成就する時が生きがい。

マイナー意見 退職後のプランを練るとき(妻との旅行、生活プラン)、戸建てを建てる、生きている証ができること、アフィリエイト、尊敬する人と同じことをする、大漁(釣り)、妊娠した時etc.

享楽、人との交わり、ということより、何かを実らせる、何かを実ることに生きがいを感じる場合が9割近くを占める。

各クラスターの特徴的な属性は、こうなっています。

Enjoyment : 楽しみ隊

既婚者が多い
学生が少ない
女性10代が少ない
女性50代が多い
女性60代以上が多い

Touch : 人と接し隊

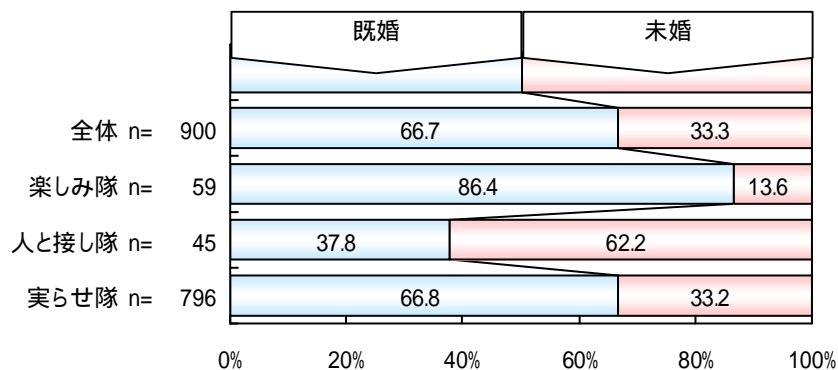
未婚者が多い
会社員が少ない
学生が多い
男性10代が多い
女性10代が多い
女性20代が多い

Accomplishment : 実らせ隊

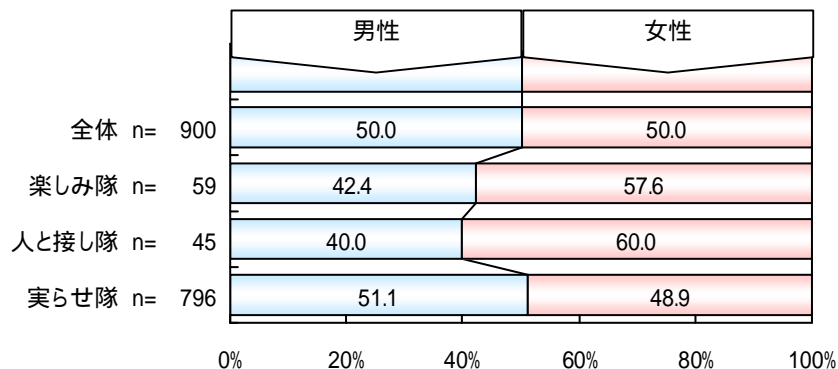
どの属性も平均的

[楽しみ隊]は、年配の既婚女性が中心
[人と接し隊]は、10代を中心とした若い学生が中心。
[実らせ隊]は、どの属性にも平均的に出現。

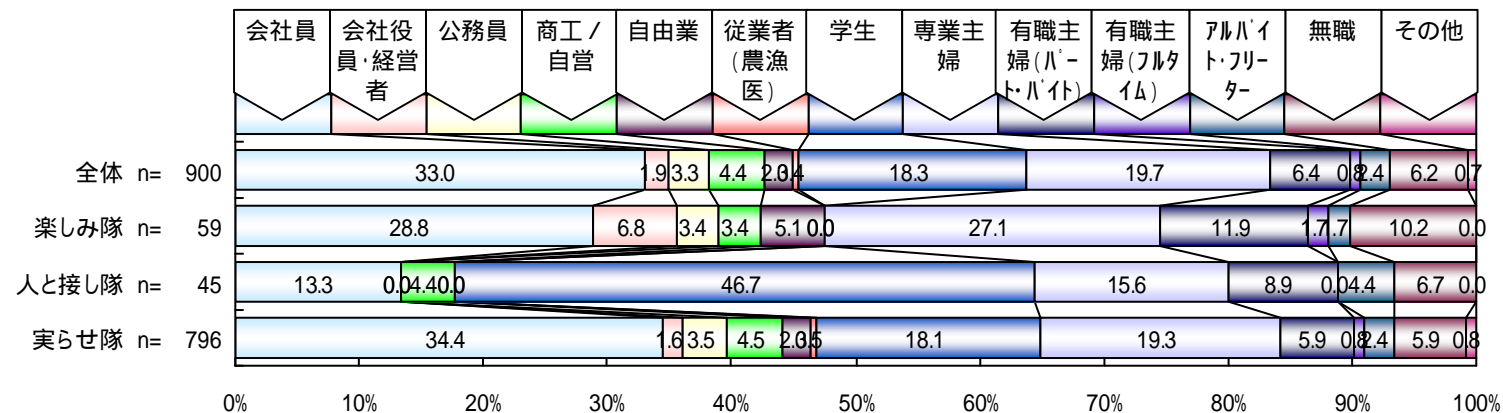
未既婚



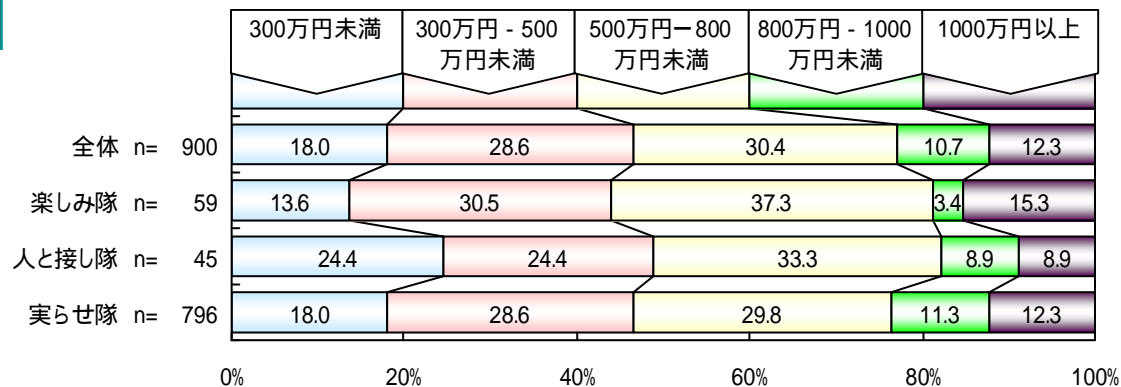
性別



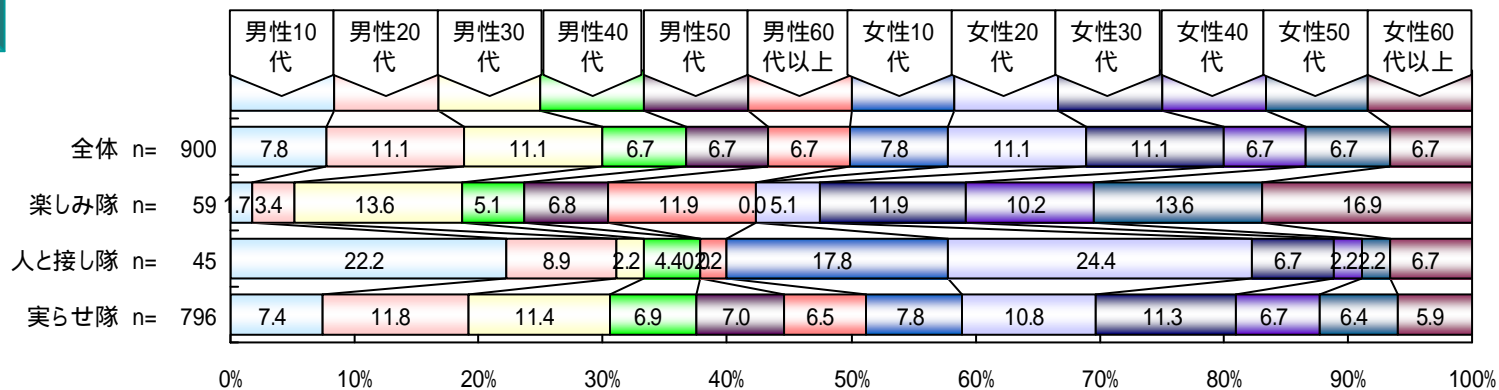
職業



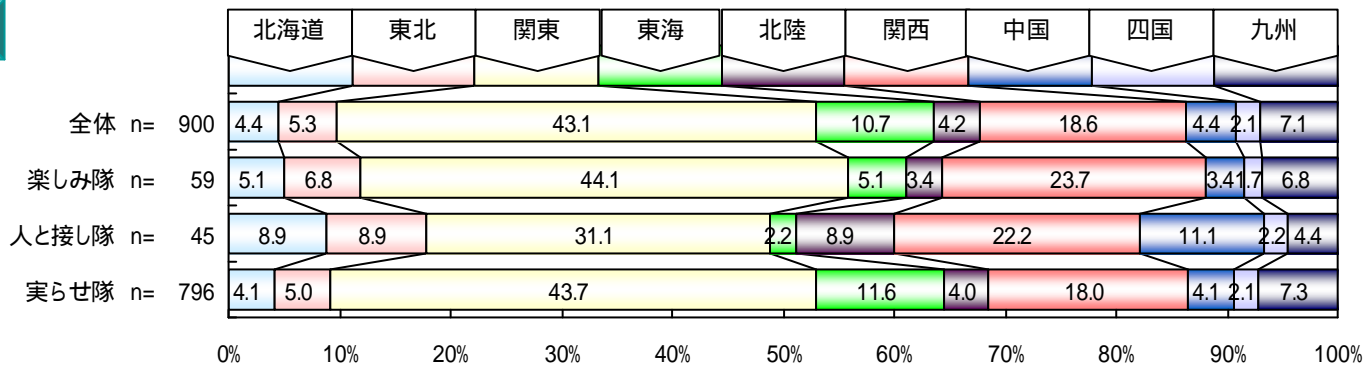
世帯年収



性×年代



居住地域



補足

FAとTextEye

FAは、回答者の回答のアイデアがそのまま表出

FA(フリーアンサー / オープンアンサー)の場合、選択肢の選択による回答と違って、回答者の回答のアイデア(回答者が質問文を理解し、回答のアイデアを出し、それを表す表現を選択をする)がそのまま表出します。



選択肢からの選択は、回答のアイデアに最も近い選択肢の選択ということになるため、回答者のアイデアを伝えることができない可能性が高くなります。

またこれまでのアフターコーディングでは、回答者の持つアイデアの細かい違いは、あまり省みられていませんでした。

FAは、多様

上述のような差異が、無視できる範囲のものであれば問題ありませんが、FAの多様性から考えると、回答者の回答のアイデアは多岐に渡る(選択肢でカバーできる範囲はかなり小さい / 1コードに様々な意味が混在する)といえます。



TextEyeは、回答者の回答のアイデアを尊重

TextEye(HQコーディング)では、回答者の持つ回答のアイデアを生かすことを念頭に、かつ細かいコード立て*をします。

たとえば「家族が大切」というまとまりがあっても、「家族と過ごすことが大切」、「家族が幸せでいることが大切」、「家族が健康でいることが大切」、「家族が仲良くあることが大切」、「家族の成長が大切」、など、さまざまな意味が含まれていることがほとんどです。

このような違いを知ることにより、より生のデータに近い集計、より深い知見の導出が可能となります(P17以降参照)。

*「細かいコード立て」:どの程度まで詳細なコードを立てるのは、クライアントの要望や調査目的に合わせて、その都度検討します。