

## －読売広告社〈グレート・シングル研究〉調査結果を発表－

# コロナ禍でみえてきた、いまどきの良好な家族関係に必要なのは

## 「配慮」「距離感」「個人の時間」

### 家庭内で「家族“個々人を尊重”する」傾向が明らかに

株式会社 読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：藤沼大輔）都市生活研究所では、この度「グレート・シングル研究※」の第2弾として、「家族内の【個】に関する意識・行動調査」を実施いたしました。

多様性を認め合うことが求められる今、その意識は家庭内にも芽生えてきているのか、またコロナ禍で話題となった「ソロ活」をはじめとする「おひとりさまでの行動」に対するニーズは継続するのかなどの視点を検証。今回の調査を通じて、いまどきのファミリー層を把握するために役立つポイントが見えてきました。

#### ■ 調査概要

調査手法	: インターネット定量調査
調査期間	: 2021年9月25日(土)～28日(火)
エリア	: 全国
調査対象	: 20代～60代男女（学生除く）
サンプル数	: スクリーニング=10,000人、本調査=2,000人

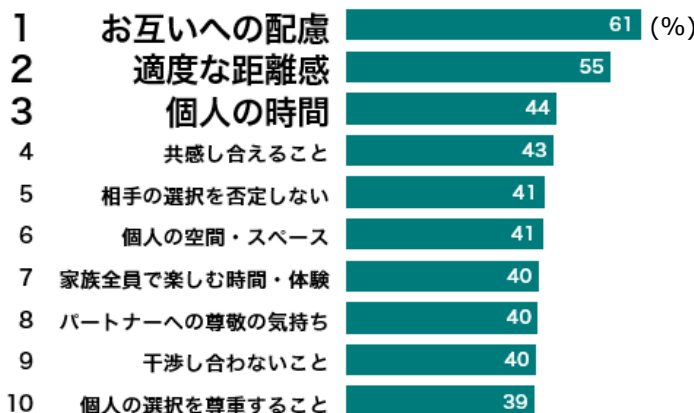
#### 【主な調査結果のポイント】

① **良好な家族関係に必要なことは「配慮」「距離感」「個人の時間」がTOP3。家族内の「個」を重視する傾向が強い。**

上位にランクインするのは、「相手には配慮しつつ、自身の時間を確保すること」。また「個人の空間・スペース」や「個人の選択を尊重すること」などもTOP10に入り、「共感し合えること」「家族全員で楽しむ時間・体験」といった「家族をつなぐ」ことよりも、家庭内での「個」を尊重する傾向が伺えます。

コロナ禍で、家族がイェナカに集う時間が増えたからこそ顕在化した意識とも考えられます。

### ✓ 良好な家族関係に必要なことは？

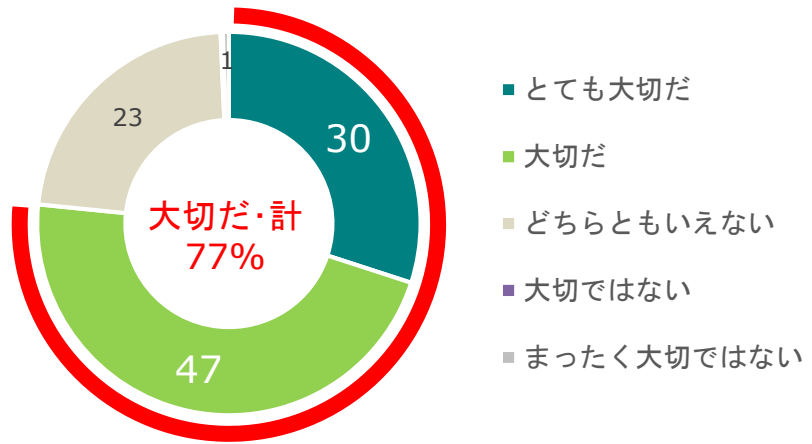


② **家族がイェナカ・イエソトで、個人個人が好きなことを別々に行うことについては、77%が「大切」と回答。**

「各自が同じ部屋でそれぞれ好きな動画を見ている」「家の食事メニューはそれぞれが好きなものを食べる」「好みの違いで、自分用と家族用に分ける」といった、家族別々の行動・使い分けなどについて、高いスコアで「大切である」といった結果でした。



## 家族がイエナカ・ソトでそれぞれ好きなことを個々で行うことは？

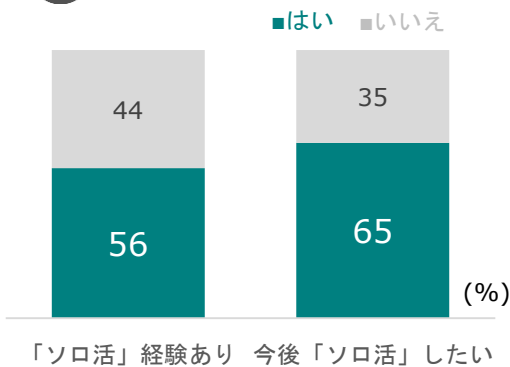


### ③「ソロ活」に対する興味関心は継続傾向。「ソロ活」して感じたことは「自分らしくいられた」

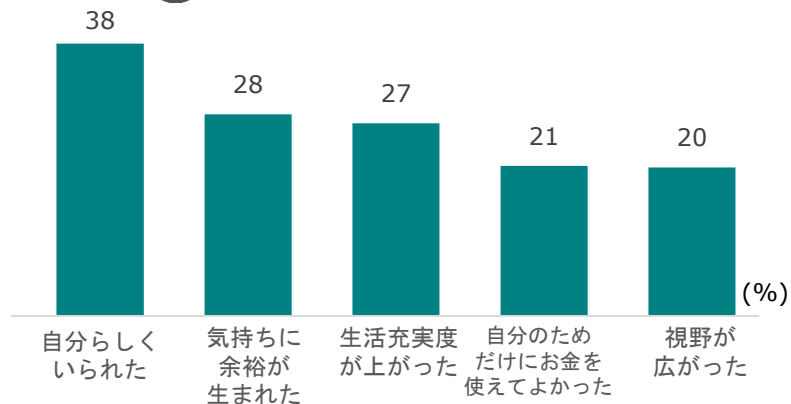
家族や友人と一緒にではなく、あえてひとりで行動や体験をする「ソロ活」について、「行ったことがある人」は全体で56%。そして経験の有無に関わらず、今後「ソロ活」をしてみたいで65%と、関心の高まりは継続している様子でした。また「ソロ活」経験者に、「ソロ活を通じて感じた気持ち」を聞いたところ、「自分らしくいられた」がTOPとなり、「自分という個に向き合う時間」としてのニーズが存在することが伺えます。



#### 「ソロ活」経験ありますか？



#### 「ソロ活」を通じて得られた気持ちは？



#### ※読売広告社〈グレート・シングル研究〉

2020年より開始した、日本における未婚率や単身世帯率の増加、またテクノロジーや働き方の進化により、未既婚関係なく「自分にかかけられる時間」が増加するであろうことを背景に、これからの社会や経済を「シングル＝個」の視点から見つめることで、新しいエコノミーの潮流を見つけるという取り組みです

#### ●会社概要

株式会社読売広告社 <https://www.yomiko.co.jp/>

■代表者：代表取締役社長 藤沼大輔

■所在地：東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル

#### お問い合わせ先

#### ■本リリースについて

総務部・広報部：田代、大瀧

TEL : 03-5544-7104