世界にひとつ。あなたにひとつ。

PRESS RELEASE

2015年8月6日

＜報道関係者各位＞

株式会社ジェーシービー

JCB、「“かけがえのない毎日”に関する調査」を発表

ありふれた日常の中にある幸せとは？
かけがえのない日常の幸せ　トップは「家族との食事」

株式会社ジェーシービー(本社：東京都港区、代表取締役兼執行役員社長：浜川　一郎、以下：JCB)は、2015年7月、全国の20歳から69歳の子どもがいる既婚男女を対象に「“かけがえのない毎日”に関する調査」をインターネットで実施しました。　(調査協力会社：ネットエイジア株式会社)

＜調査結果の概要＞

かけがえのない日常の幸せ　トップは「家族との食事」

ありふれた日常の、どのようなシーンで“かけがえのない幸せ”を感じるか聞いたところ、最も多かったのは「家族と食事しているとき」57.3%でした。（2 ページ参照）

あなたにとってかけがえのない経験とは？　1位「子どもの誕生」、2位「子育て」

今までの人生で、“かけがえのない経験”だと思うことを聞いたところ、「子どもの誕生」72.4%が7割を超えて最多となり、「子育て」が55.0%で続きました。（3ページ参照）

家族の絆を感じるときは？1位「家族揃っての食事」、2位「家族旅行」、3位「家族の記念日」

どのようなときに家族の絆を感じるか聞いたところ、最多回答は「家族揃って食事をしているとき」40.7%、僅差で「家族と旅行にでかけたとき」40.2%、「家族の記念日（誕生日など）にみんなが揃ったとき」38.1%が続きました。（4ページ参照）

逆プロポーズはOK？　女性のホンネ！“憧れるプロポーズ”、“がっかりしてしまうプロポーズ”とは？

新たな“家族”を作るきっかけとなるプロポーズについて、女性（500名）に憧れるプロポーズを聞いたところ、最多回答は「シンプルに気持ちを伝えるハッキリしたプロポーズ」51.8%で過半数が挙げる結果となりました。
反対に、できれば避けたいプロポーズを聞いたところ、「遠回しでハッキリわからない微妙なプロポーズ」45.0%が最多となり、次いで「女性（自分）から伝える逆プロポーズ」29.0%が挙がっています。（7 ページ参照）

JCBは、かけがえのない日常の幸せである「家族との食事」や家族との絆を感じる「家族旅行」などあらゆるシーンで、「おもてなしの心」「きめ細やかな心づかい」で一人一人のご期待に応えていきます。そして「便利だ」「頼れる」「持っていてよかった」と思っていただける、お客様にとっての世界にひとつを目指し続けます。

・JCB企業情報サイト　ニュースリリースページにて、本調査資料を公開しています。
　http://www.jcbcorporate.com/news/index.html
・JCBオリジナルシリーズ（※）について
　http://www.jcb.co.jp/promotion/originalseries/
※お客様の“かけがえのないオリジナルな毎日”をサポートできる JCB オリジナルシリーズは毎日の買い物はもちろん、旅行に、エンターテインメントに最適なクレジットカードです。

■■報道関係の皆様へ■■
本プレスリリース内容の転載にあたりましては、
「JCB 調べ」と付記のうえ、ご使用いただきますようお願い申しあげます。
＜本件に関する報道関係者からのお問合せ先＞
株式会社ジェーシービー　広報部　広報グループ
TEL：03－5778－8353

1．ありふれた日常の中で得る、かけがえのないもの

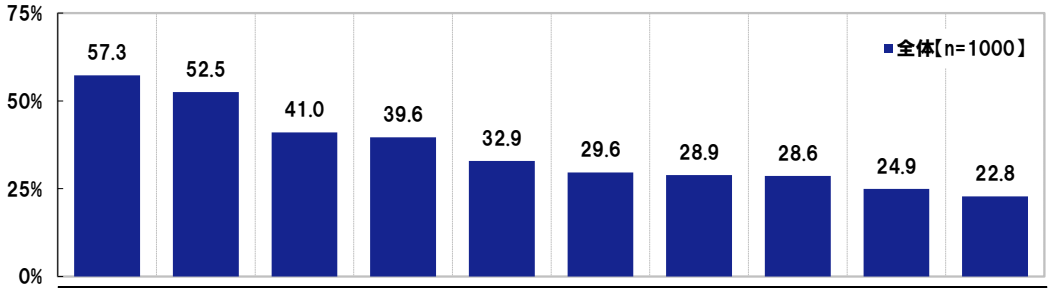
≫かけがえのない日常の幸せ　トップは「家族との食事」
≫かけがえのない幸せを実感するシーン　3 割が「家族との買い物」、2 割半が「家族とのドライブ」
≫あなたにとってかけがえのない経験とは？　1 位「子どもの誕生」、2 位「子育て」、3 位「結婚・結婚式」
≫“家族旅行はかけがえのない経験だ”　3 人に 1 人
≫50 代・60 代の 5 人に 1 人が「子どもの受験・進学」をかけがえのない経験だと回答

全国の 20 歳～69 歳の子どもがいる既婚男女 1,000 名（全回答者）に、ありふれた日常の、どのようなシーンで“かけがえのない幸せ”を感じるか聞いたところ、最も多かったのは「家族と食事しているとき」57.3%でした。食卓を囲んで談笑する、幸せな家族の姿が目に浮かぶような結果となりました。また、「家族と買い物しているとき」が 29.6%、「家族とドライブしているとき」が 24.9%で上位 10 項目に入りました。家族との外出も、幸せを実感するシーンとなっているようです。

末子の成長段階別にみると、乳幼児のお子様がいる層では、「子どもの成長を感じたとき」が 65.5%で最多回答となりました。生まれたばかりの赤ん坊だった我が子が、日々成長していく姿に、“かけがえのない幸せ”を感じる人は多いようです。【図 1】

【図 1】

■ありふれた日常で“かけがえのない幸せ”を感じるシーン［複数回答形式］※全体の上位10位までを抜粋



		n	家族と食事しているとき	子どもの成長を感じたとき	家族からありがとうを言われたとき	家族と遊んでいるとき	家族の寝顔を見たとき	家族と買い物しているとき	家族とテレビをみているとき	家族からいってらっしゃい・おかえりを言われたとき	家族とドライブしているとき	夫婦水入らずのとき
全体		1000	57.3	52.5	41.0	39.6	32.9	29.6	28.9	28.6	24.9	22.8
末子成長段階別	乳幼児	351	57.8	65.5	42.2	60.7	55.0	42.5	27.9	36.5	31.3	26.2
	小学生	165	47.3	53.3	40.6	47.9	42.4	29.1	23.6	29.1	20.0	13.3
	中学生	53	64.2	56.6	37.7	35.8	28.3	22.6	32.1	28.3	17.0	18.9
	高校生	59	55.9	52.5	28.8	23.7	20.3	22.0	23.7	18.6	18.6	16.9
	大学生など	71	56.3	47.9	38.0	21.1	14.1	18.3	32.4	21.1	28.2	15.5
	社会人	301	61.5	37.2	43.5	18.6	9.6	20.3	32.6	22.9	21.9	27.6

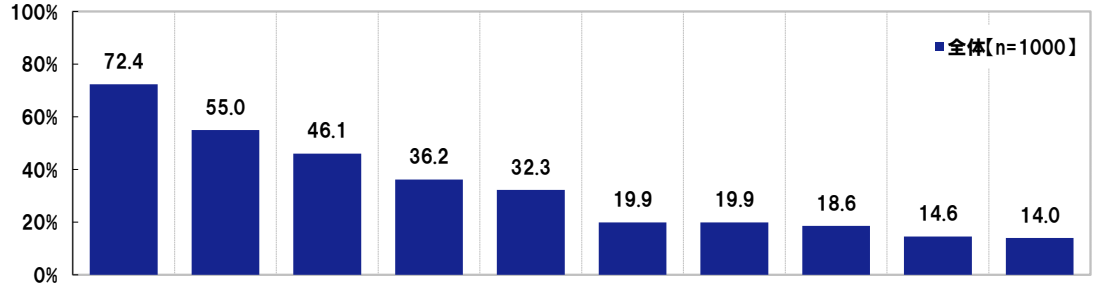
全体比+10pt以上　全体比+5pt以上　全体比-5pt以下　全体比-10pt以下　（%）

次に、全回答者（1,000 名）に、今までの人生で、“かけがえのない経験”だと思うことを聞いたところ、「子どもの誕生」72.4%が 7 割を超えて最多となり、「子育て」が 55.0%で続きました。子どもの誕生や子育ての経験は、なにものにも代えがたい心の財産となっているようです。次いで 3 番目は、「結婚・結婚式」46.1%となりました。結婚や結婚式も、人生の一大イベントのひとつとして、心に残る大切な想い出になっているのではないでしょうか。また、「家族旅行」36.2%、「新婚旅行」19.9%といった家族との旅行も上位 10 項目に入りました。

年代別にみると、「子どもの受験・進学」が 50 代で 22.0%、60 代で 20.5%と、それぞれ約 5 人に 1 人の割合となりました。子どもの受験・進学が、大切な経験として心に残っているという人は少なくないようです。【図 2】

【図 2】

■今までの人生で、“かけがえのない経験”だと思うこと［複数回答形式］※全体の上位10位までを抜粋



		n	子どもの誕生	子育て	結婚・結婚式	家族旅行	恋愛	新婚旅行	学生生活	仕事での成功・失敗	子どもの受験・進学	趣味での体験
全体		1000	72.4	55.0	46.1	36.2	32.3	19.9	19.9	18.6	14.6	14.0
年代別	20代	200	75.5	65.5	59.5	37.0	48.5	24.0	24.5	20.5	7.5	17.5
	30代	200	77.0	63.5	53.0	34.5	35.0	25.0	22.5	22.0	7.5	13.5
	40代	200	73.0	55.0	39.0	30.5	34.0	20.5	17.5	13.5	15.5	8.0
	50代	200	69.5	52.0	41.5	40.0	22.5	19.0	19.0	19.0	22.0	13.5
	60代	200	67.0	39.0	37.5	39.0	21.5	11.0	16.0	18.0	20.5	17.5

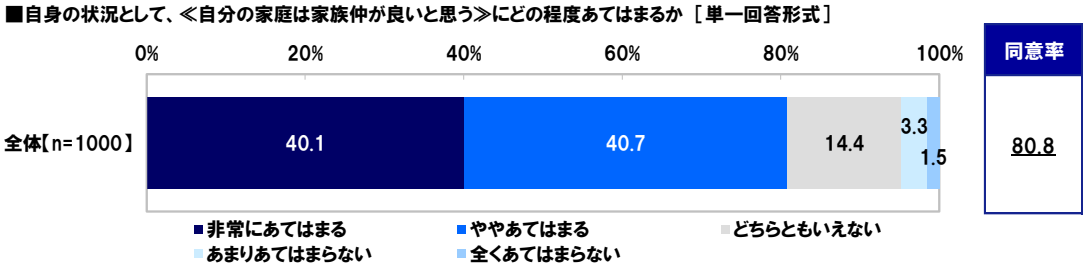
全体比+10pt以上　全体比+5pt以上　全体比-5pt以下　全体比-10pt以下　（%）

2. かけがえのない毎日の源泉“家族の絆”

≫家族の絆を感じるときは？1 位「家族揃っての食事」、2 位「家族旅行」、3 位「家族の記念日」
≫女性は家族同士の支え合いに絆を実感
≫家族からの世界にひとつのオリジナルなプレゼント 3 人に 2 人が「もらったことがある」
≫一番うれしかった、家族からのオリジナルなプレゼント 「感謝の手紙」がダントツ
≫シニアの心に響く家族からのオリジナルなプレゼントとは？ 60 代の 5 人に 1 人が「家族の手作り旅行」と回答
≫男性がプロポーズに踏み切った理由 「“かけがえのない存在”だと実感したから」が最多に
≫プロポーズしようと決心した理由は、現金派とキャッシュレス派で傾向が異なることが判明！
≫「一緒にいる日々が“かけがえのない毎日”と気付いたからプロポーズ」 現金派よりキャッシュレス派に多い傾向
≫逆プロポーズは OK？ 女性のホンネ！“憧れるプロポーズ”、“がっかりしてしまうプロポーズ”とは？

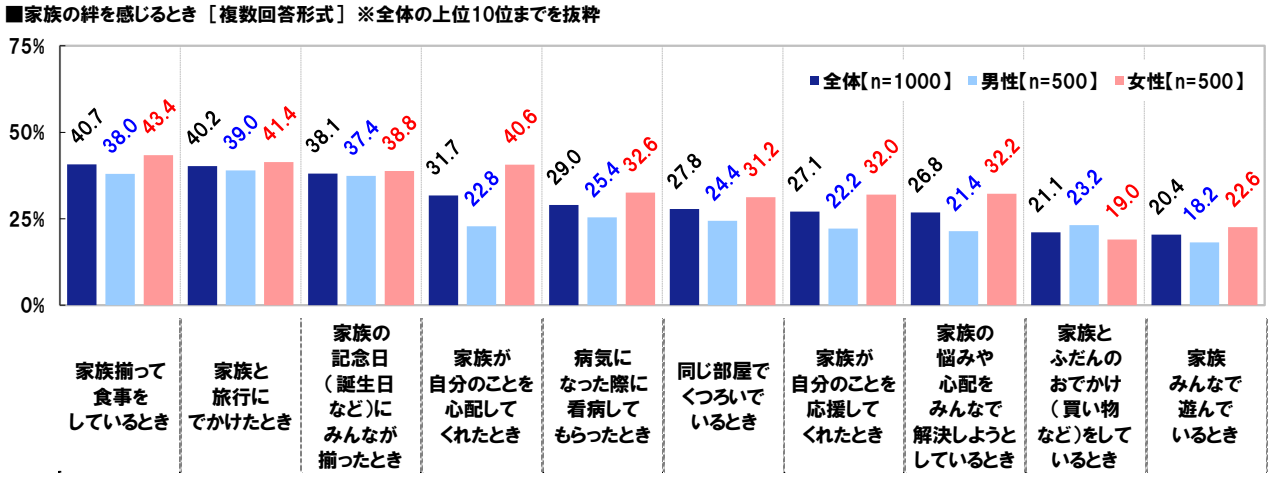
全回答者（1,000 名）に、自身の状況として、≪自分の家庭は家族仲が良いと思う≫についてどの程度あてはまるか聞いたところ、「非常にあてはまる」40.1%、「ややあてはまる」40.7%となり、合計すると 8 割（80.8%）が、自分の家庭は家族仲が良いと回答しました。 【図 3】

【図 3】



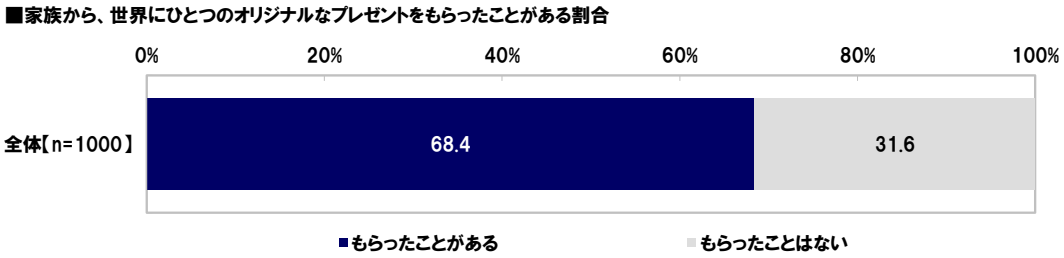
では、家族の絆を感じるのは、どのようなときなのでしょうか。
全回答者（1,000 名）に聞いたところ、最多回答は「家族揃って食事をしているとき」40.7%となり、次いで、「家族と旅行にでかけたとき」40.2%、「家族の記念日（誕生日など）にみんなが揃ったとき」38.1%が僅差で続きました。
男女別にみると、女性のほうが、「家族が自分のことを心配してくれたとき」（男性 22.8%、女性 40.6%）や「家族が自分のことを応援してくれたとき」（男性 22.2%、女性 32.0%）などで割合が高く、家族同士の支え合いによって絆を実感する人が多い傾向が窺えました。 【図 4】

【図 4】



全回答者（1,000 名）に、家族から、世界にひとつのオリジナルなプレゼントをもらったことがあるか聞いたところ、もらったことがある割合は 68.4%と、3 人に 2 人以上の割合となりました。 【図 5】

【図 5】

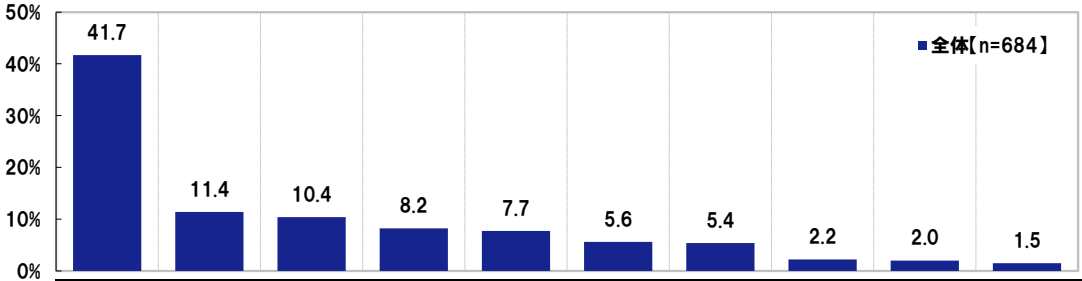


家族から、世界にひとつのオリジナルなプレゼントをもらったことがある 684 名に、今までもらったもののうち、最もうれしかったものを聞いたところ、「感謝の手紙」41.7%がダントツとなりました。家族との日頃のコミュニケーションでは、電話やメール・チャットツールが使われることが多いようですが、あらためて感謝の想いをつづった手紙をもらうと、心動かされるのではないでしょうか。以下、2 位には「似顔絵」11.4%、3 位には「手作りチョコレート・お菓子」10.4%が挙がりました。

年代別にみると、60 代では「家族が計画してくれた旅行」が 20.8%と 5 人に 1 人の割合となり、「感謝の手紙」36.0%に次いで高い割合となりました。60 代にとって、家族が自分のために用意してくれたオリジナルな旅行は、心に響くプレゼントになっているようです。 【図 6】

【図 6】

■今までもらったもののうち、最もうれしかったもの ［複数回答形式］ ※全体の上位10位までを抜粋
対象：家族から、世界にひとつのオリジナルなプレゼントをもらったことがある人



		n	感謝の手紙	似顔絵	手作りチョコレート・お菓子	家族が計画してくれた旅行	肩たたき券・お手伝い券	手編みセーター・マフラー	手作りケーキ	写真アルバム	手作りアクセサリー	手作り洋服（アレンジやリメイクした洋服など）
	全体	684	41.7	11.4	10.4	8.2	7.7	5.6	5.4	2.2	2.0	1.5
年代別	20代	129	39.5	11.6	18.6	4.7	0.8	3.1	7.8	7.8	-	3.1
	30代	140	45.7	20.7	10.7	4.3	1.4	2.9	5.7	0.7	2.9	1.4
	40代	145	50.3	12.4	9.7	2.1	6.9	6.2	3.4	0.7	2.8	1.4
	50代	145	35.9	7.6	9.7	10.3	15.2	4.8	5.5	2.1	2.8	1.4
	60代	125	36.0	4.0	3.2	20.8	14.4	11.2	4.8	-	1.6	-

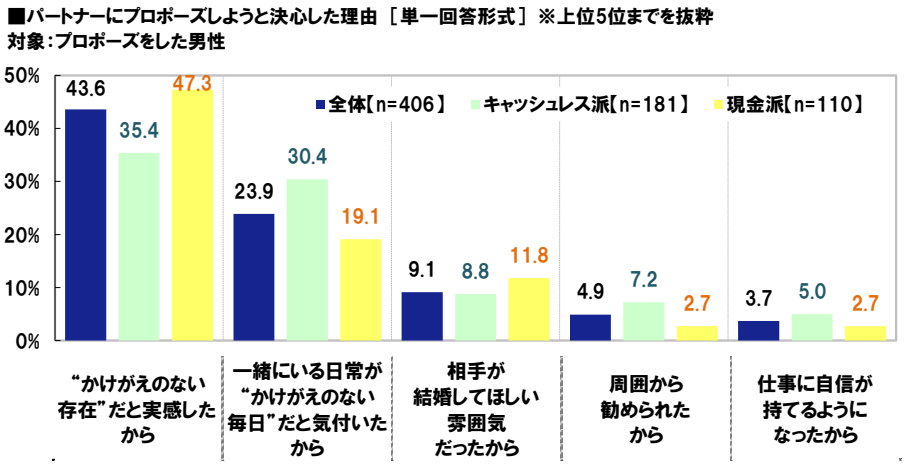
全体比+10pt以上　全体比+5pt以上　全体比-5pt以下　全体比-10pt以下　（%）

新たな家庭を築く原点である結婚。そのきっかけとなるプロポーズについて、男女それぞれに質問しました。

まず、プロポーズをした男性（406 名）に、パートナーにプロポーズしようと決心した理由を聞いたところ、最も多かったのは「“かけがえのない存在”だと実感したから」43.6%でした。一生を共にしようという想いは、「相手が結婚してほしい雰囲気だったから」9.1%や「周囲から勧められたから」4.9%といった受動的なものではなく、“この人しかいない、他にはいない”という実感が源泉になることが多いようです。

“最近、自分はキャッシュレス化している（現金離れだ・キャッシュレス派だ）”に同意したキャッシュレス派と、同意しなかった現金派を比較すると、「“かけがえのない存在”だと実感したから」では、現金派のほうが高い割合となりました（キャッシュレス派 35.4%、現金派 47.3%）。他方、「一緒にいる日常が“かけがえのない毎日”だと気付いたから」では、キャッシュレス派のほうが高い割合となりました（キャッシュレス派 30.4%、現金派 19.1%）。現金派はパートナーの存在そのものを、キャッシュレス派はパートナーと過ごす毎日を、それぞれ代えのきかないオリジナルなものであると実感して、プロポーズしようという想いを確固たるものにするようです。 【図 7】

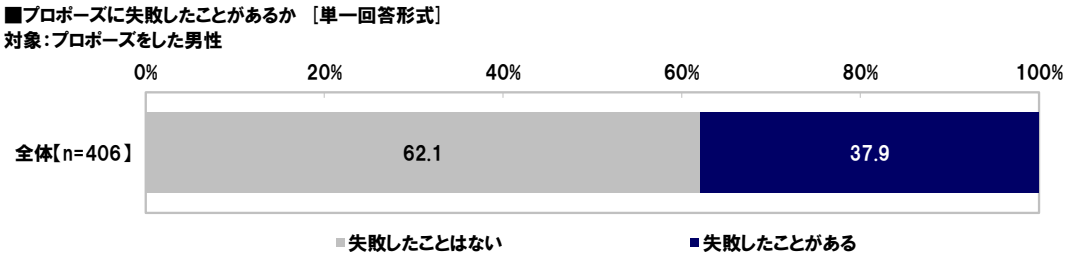
【図 7】



決意を胸に実行したプロポーズは、無事に成功できるものなのでしょうか。それとも、失敗してしまうことがあるのでしょうか。

プロポーズをした男性（406 名）に、プロポーズに失敗したことがあるか聞いたところ、「失敗したことがある」の割合が37.9%と、約 4 割に上りました。プロポーズを決心し、想いを伝えたとしても、必ずしも順調に事が運ぶわけではないようです。【図 8】

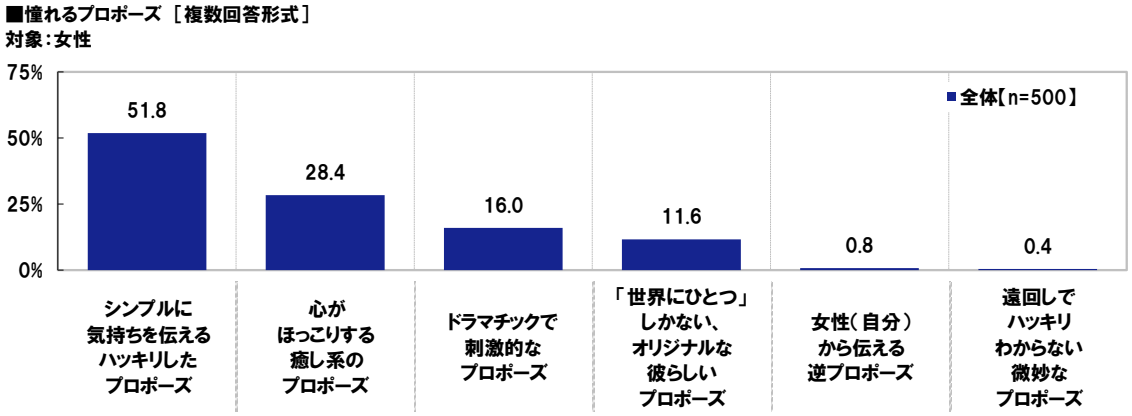
【図 8】



では、どのようなプロポーズなら、成功率が高いのでしょうか。女性が求めているプロポーズを探りました。

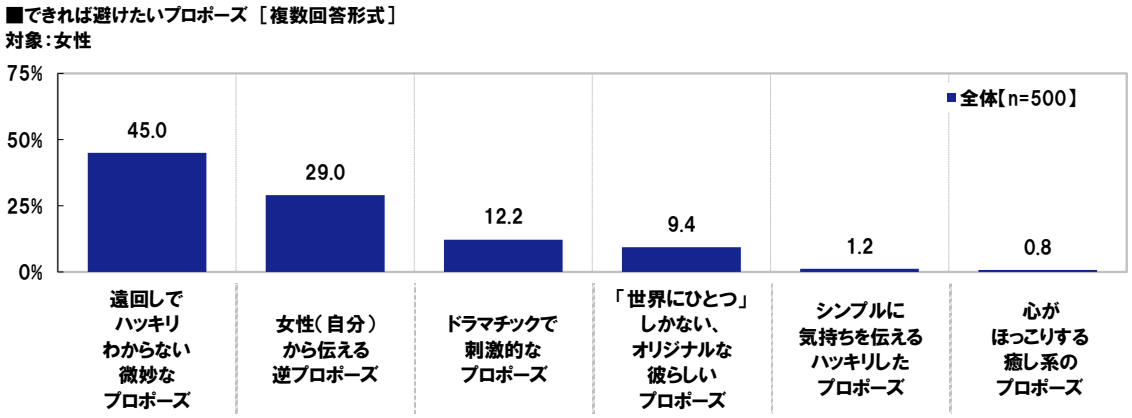
女性（500 名）に対し、憧れるプロポーズを聞いたところ、最多回答は「シンプルに気持ちを伝えるハッキリしたプロポーズ」51.8%で過半数が挙げる結果となり、「心がほっこりする癒し系のプロポーズ」28.4%が続きました。 【図 9】

【図 9】



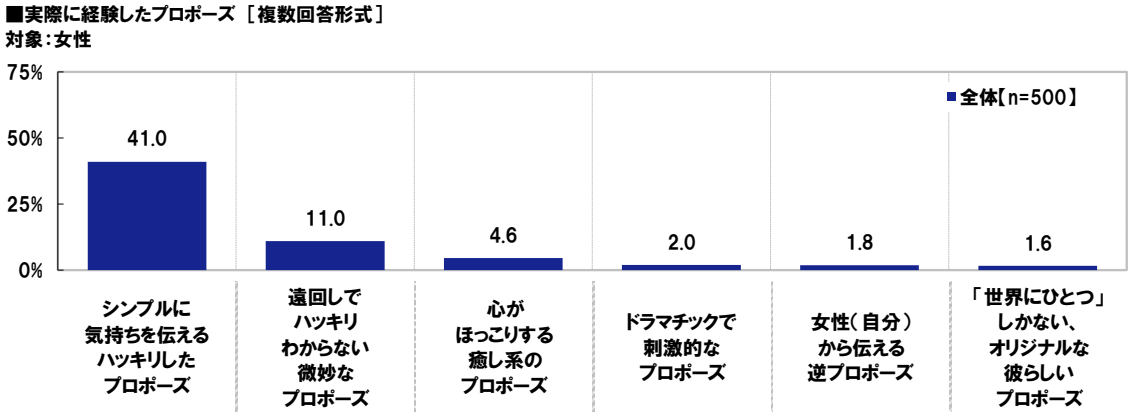
反対に、できれば避けたいプロポーズを聞いたところ、「遠回しでハッキリわからない微妙なプロポーズ」が 45.0%で最も高くなりました。遠回し過ぎて、プロポーズかどうかがわからないような言葉では、プロポーズを受けた女性は少しがっかりしてしまうのかもしれません。また、3 割（29.0%）が「女性（自分）から伝える逆プロポーズ」を避けたいプロポーズとして挙げる結果となりました。 【図 10】

【図 10】



ちなみに、実際に経験したプロポーズとしては、「シンプルに気持ちを伝えるハッキリしたプロポーズ」が 41.0%で最多となりましたが、避けたいプロポーズの 1 位だった「遠回しでハッキリわからない微妙なプロポーズ」を経験した人も 1 割（11.0%）みられました。 【図 11】

【図 11】



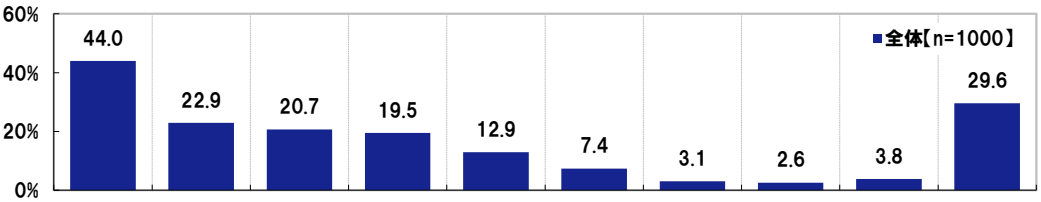
3. 毎日を支えてくれる言葉とは

≫毎日の前向きな気持ちを支えてくれるのは「パートナーからの言葉」
≫ママたちは、「子どもの言葉」から日々を前向きに生きる力をもらっている！

叶えたい夢があるとき、誰かの言葉が支えや励みになることがあるのではないでしょうか。
そこで、全回答者（1,000 名）に、自分の願いや夢の実現を後押ししてくれるのは誰からの言葉か聞いたところ、最多となったのは「パートナー」44.0%で、以下、「子ども」22.9%、「母親」20.7%の順となりました。
性年代別にみると、20 代・30 代女性は「母親」の割合が他の層に比べて高く、20 代で 46.0%、30 代で 36.0%となりました。若い女性は、母親の言葉に勇気づけられる人が多い傾向にあるようです。 【図 12】

【図 12】

■自分の願いや夢の実現を後押ししてくれるのは誰からの言葉か［複数回答形式］



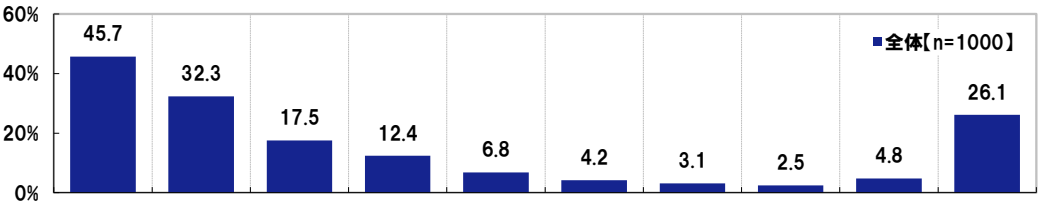
		n	パートナー	子ども	母親	友人	父親	恩師	勤務先の上司	勤務先の同僚	その他	特になし
全体		1000	44.0	22.9	20.7	19.5	12.9	7.4	3.1	2.6	3.8	29.6
性年代別	20代男性	100	49.0	7.0	17.0	18.0	11.0	15.0	7.0	5.0	6.0	29.0
	30代男性	100	46.0	13.0	11.0	15.0	11.0	9.0	5.0	2.0	2.0	41.0
	40代男性	100	39.0	15.0	14.0	18.0	15.0	5.0	4.0	3.0	1.0	36.0
	50代男性	100	43.0	18.0	16.0	12.0	12.0	7.0	2.0	4.0	4.0	44.0
	60代男性	100	43.0	13.0	9.0	10.0	8.0	6.0	3.0	-	5.0	35.0
	20代女性	100	48.0	15.0	46.0	25.0	23.0	9.0	2.0	2.0	4.0	20.0
	30代女性	100	46.0	29.0	36.0	30.0	16.0	9.0	3.0	6.0	4.0	16.0
	40代女性	100	42.0	44.0	27.0	22.0	16.0	7.0	1.0	3.0	3.0	24.0
	50代女性	100	38.0	34.0	13.0	18.0	7.0	3.0	3.0	1.0	6.0	30.0
	60代女性	100	46.0	41.0	18.0	27.0	10.0	4.0	1.0	-	3.0	21.0

全体比+10pt以上　全体比+5pt以上　全体比-5pt以下　全体比-10pt以下　（%）

また、願いや夢といった大きな目標だけでなく、ありふれた毎日を有意義に生きるためのエネルギーもまた、誰かの言葉によって支えられているのではないでしょうか。
全回答者（1,000 名）に、毎日の前向きな気持ちを支えてくれるのは誰からの言葉か聞いたところ、こちらも最多回答は「パートナー」45.7%でした。次いで、「子ども」32.3%が続き、3 番目には「友人」17.5%が挙がりました。
男女別にみると、「子ども」との回答は、男性（20.8%）より女性（43.8%）のほうが高い割合となりました。女性にとって我が子は、日々を前向きに生きるための原動力となっているようです。 【図 13】

【図 13】

■毎日の前向きな気持ちを支えてくれるのは誰からの言葉か［複数回答形式］



		n	パートナー	子ども	友人	母親	父親	恩師	勤務先の同僚	勤務先の上司	その他	特になし
全体		1000	45.7	32.3	17.5	12.4	6.8	4.2	3.1	2.5	4.8	26.1
性別	男性	500	50.0	20.8	11.4	7.4	5.4	5.0	4.6	3.8	3.2	32.0
	女性	500	41.4	43.8	23.6	17.4	8.2	3.4	1.6	1.2	6.4	20.2

全体比+10pt以上　全体比+5pt以上　全体比-5pt以下　全体比-10pt以下　（%）

■■調査概要■■

≪調査タイトル≫ “かけがえのない毎日”に関する調査

≪調査地域≫　全国

≪調査対象≫　ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
20 歳から 69 歳の子どもがいる既婚男女

≪調査期間≫　2015 年 7 月

≪調査方法≫　インターネット調査

≪有効回答数≫　1,000 サンプル

（内訳）
男性 500 サンプル（20 代 100 サンプル/30 代 100 サンプル/40 代 100 サンプル/50 代 100 サンプル/60 代 100 サンプル）
女性 500 サンプル（20 代 100 サンプル/30 代 100 サンプル/40 代 100 サンプル/50 代 100 サンプル/60 代 100 サンプル）

≪実施機関≫　ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「JCB 調べ」と付記のうえ、ご使用いただきますようお願い申しあげます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

株式会社ジェーシービー
広報部　広報グループ
TEL　：03-5778-8353

■■株式会社ジェーシービー　概要■■

名称　：株式会社ジェーシービー（JCB Co., Ltd.）

代表者名　：代表取締役兼執行役員社長　浜川　一郎（はまかわ　いちろう）

所在地　：東京都港区南青山 5-1-22　青山ライズスクエア

事業内容　：クレジットカード業務、クレジットカード業務に関する各種受託業務、融資業務、信用保証業務、
集金代行業務、前払式支払手段の発行ならびに販売業およびその代行業