

II レポート

女性の人生における「不安」とコミュニケーション

生活研究部 栗林 敦子

1. はじめに

情報技術の発達による「情報化の進展」は、マス・メディアを中心とした情報洪水を起こし、今日の生活に大きな変化をもたらしている。また、「女性の社会進出」により、女性のコミュニケーションの範囲は以前に比べて大きく拡大をしている。

多くの情報に接することのできるこのような環境の中で、自分の生き方を模索する女性が増えつつある。と同時に、「高齢化社会」を前に、女性の人生に対する不安も増大しつつある。

本稿では、「女性の人生における不安」に着目し、これを左右する情報との接し方を考察する。ただし、ここでは「人生における不安」という女性特有でかつ内面的なものを扱うため、「双方向性であり、マスを対象とするものではなく、こちらの目的があると同時に相手にも目的があることを認め、人それぞれに状況に応じて変化し、メッセージそのものも相互作用の中で変化していく」ようないわゆるインターカルチュラル・コミュニケーションへ、つまり、安心すること、不安なことを共有する帰属グループ内でのコミュニケーションを重視している。

なお、データは、当社が1990年9月に東京、大阪の20～59歳の女性2,000人（回収1,373人）を対象に実施した「女性の生き方についての調査」に基づいている。

2. 「女性の人生における不安」とは

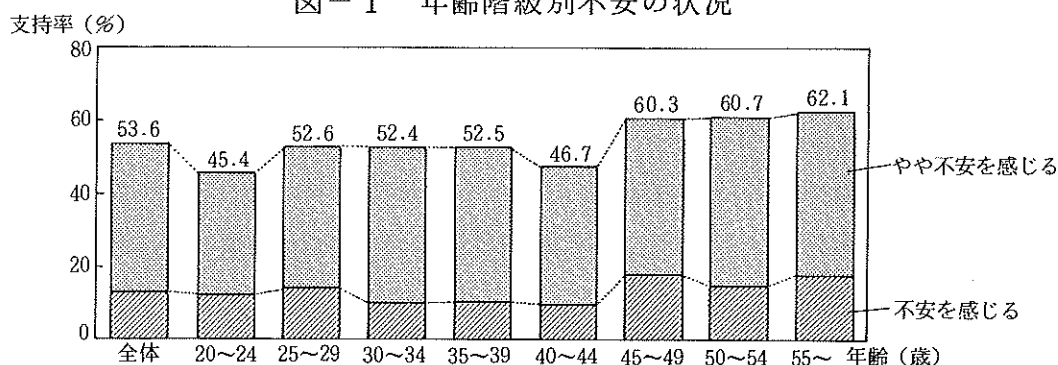
ここでは、「あなたは自分の人生の将来に不安を感じることがありますか」という問いで、不安の有無を測定している。

全体では、「不安を感じる」「やや不安を感じる」と答えた不安のある層は合計53.6%、「あまり不安は感じない」「不安は感じない」という不安のない層は合計45.9%で、不安のある層の方が不安のない層よりやや多い。不安のある層の割合は、年齢が進むにつれて増加し、40～44歳で一度減少するものの45歳を過ぎると急激に増加し60%を越

える（図－1）。

不安のある層に対して不安を感じる事項を聞くと、年代別の不安がより鮮明になる。全体では「老後の生活」（支持率48.4%）、「自分の健康」（44.4%）、「家族の健康」（38.8%）の順となっているものの、年代別にみると、20代前半では「結婚」、「自分の仕事」、「自分自身の経済力」、「親の老後の問題」であるが、20代後半になると「住宅問題」、「親の老後の問題」、「家族の健康」となり、30代前半では「親の老後の問題」、「自分の健康」、「家族の健康」へ、そして30代後半以降は「自分の老後」、「自分の健康」、「家族の健康」へと変化している（表－1）。

図－1 年齢階級別不安の状況



表－1 年齢階級別不安の内容

(単位:%)

不安の内容	20代		30代		40代		50代		全体
	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	55~	
老後の生活	17.4	19.8	21.8	46.9	50.0	62.7	74.7	82.4	48.4
自分の健康	23.2	25.9	36.8	36.5	46.4	61.9	56.0	56.8	44.4
家族の健康	15.9	32.1	32.2	35.4	45.5	40.5	46.2	37.8	36.8
親の老後の問題	31.9	37.0	47.1	41.7	29.5	21.4	14.3	8.1	28.8
自分自身の経済力	31.9	23.5	17.2	11.5	18.8	19.0	23.1	28.4	20.9
夫の経済力	10.1	17.3	17.2	24.0	19.6	23.0	25.3	23.0	20.4
住宅問題	23.2	37.0	27.6	14.6	14.3	15.1	11.0	12.2	18.8
自分の仕事	40.6	23.5	21.8	12.5	17.0	9.5	11.0	9.5	17.1
育児・子供の成長	8.7	27.2	26.4	31.3	18.8	6.3	3.3	—	15.4
社会・政治情勢	10.1	17.3	10.3	16.7	9.8	10.3	18.7	14.9	13.3
結婚	56.5	19.8	6.9	2.1	—	0.8	1.1	—	8.8
夫との関係	7.2	12.3	8.0	5.2	9.8	8.7	12.1	6.8	8.8
夫の就業先将来性	1.4	12.3	10.3	14.6	10.7	4.0	6.6	2.7	8.0
転職・再就職可能性	17.4	19.8	9.2	6.3	3.6	0.8	1.1	1.4	6.7
出産	14.5	19.8	8.0	—	—	—	—	—	4.5
夫の転勤	2.9	4.9	6.9	4.2	0.9	1.6	—	1.4	2.7
その他	2.9	4.9	4.6	—	—	0.8	4.4	—	2.0
夫の出世の可能性	—	3.7	—	4.2	0.9	0.8	—	—	1.2
離婚	—	3.7	1.1	—	0.9	2.4	—	—	1.1

これらから、不安の程度や内容は仕事、結婚、子育て、子供の教育、子供の独立、親の老後問題、自分の体力の衰えといった女性のライフステージと関連が大きいことが分かる。

3. 不安の原因

「不安」は心理学的には「ストレスの状態」とほとんど同じものとみなされているが、その特性としては、第一に生活史における一連の学習・経験によって形成されること、第二に現在危機場面であると認知されていること、第三に「予期」や「期待」による危険への準備段階であることがあげられる。

これらを「情報」という側面で見ると、第一の特性に関しては自らの体験による学習以外に、外部から与えられた危機経験情報による学習が考えられ、第二の特性に関しては、危機場面であることは自ら直接認知するだけでなく、外部との相対的な比較や、外部からの指摘などで認知することが考えられる。また第三の特性については、「予期」や「期待」の多くは、外部からの情報によってもたらされるものである。したがって、「情報」の「不安」への影響は非常に大きいものと考えられる。つまり、女性の人生に対する不安が何に起因するかという課題を考える上で、女性の日常的なコミュニケーションが重要になってくるのである。以降、

- 女性の危機体験の状況と不安
- 女性の現在の生活の認知と不安

をまとめ、第4項で女性のコミュニケーションの類型化を行った上で、不安との関連についてまとめることとする。

3-1 女性の危機体験の状況と不安

前述のとおり、過去に「生活に著しい変化」をおこすような危機的状況を経験すると、次にやってくるかもしれない変化に対する不安が高まる。

表-2は、「これまでに、困ったことや心配なことで、あなたの生活に著しい変化を及ぼした『大きな問題』はどれですか。」という設問で「危機的経験」を聞いた結果である。全体では約7割が危機経験ありとしているが、20代前半(60.5%)から50代後半(72.3%)まで年代が上がるにしたがい、その割合は増加している。危機経験の内容も年代ごとに変化し、20代では進学、就職、結婚、出産など自分自身の人生に関することが中心であるが、30代以降は家族の入院・介護等の家族の健康の問題が、40代以降は子供の問題や身内との死別等が加わっている。自分や親の老後、自分や家

族の健康が主要な不安となっている（表－1）ことと比較すると、危機経験と不安との関連が大きいことが確認されよう。

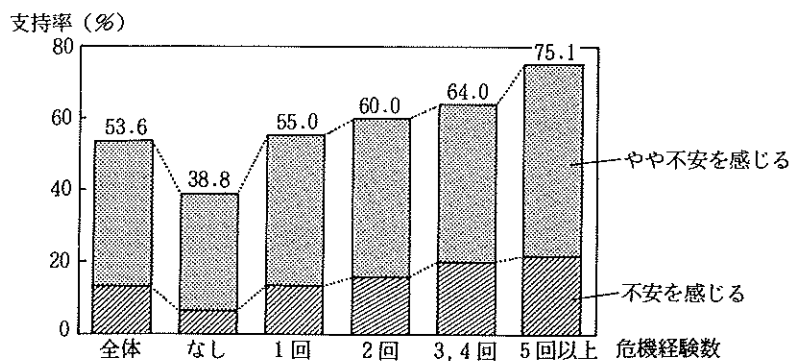
これは、図－2で危機経験の数と不安の評価の関係をみても明らかである。危機経験が5以上の場合、不安がある層の割合は75.1%と非常に多いが、経験数が減少するこの割合も減少し、危機的経験がない場合には38.8%にまで低下している。

表－2 年齢階級別の危機経験内容

(単位：%)

危機経験内容	20代		30代		40代		50代		全体
	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	55～	
危機経験なし	39.5	35.1	31.9	29.5	31.7	31.1	25.3	27.7	31.5
危機経験あり	60.5	64.9	67.5	70.5	67.9	67.5	74.7	72.3	68.1
家族が入院要介護	15.1	17.5	21.1	24.0	20.4	26.3	30.7	31.1	23.0
進学就職・結婚出産	35.5	47.4	31.3	23.0	11.7	10.0	10.0	4.2	21.1
身内との死別	0.7	7.1	11.4	18.6	18.8	25.8	26.7	25.2	17.0
子供の問題	0.0	1.3	4.2	18.6	23.3	26.3	26.0	26.9	16.4
自分の入院	6.6	6.5	9.6	9.3	10.0	12.4	16.7	18.5	10.9
自分の職業・転退職	19.7	17.5	8.4	7.7	6.3	7.7	7.3	6.7	9.8
夫との関係	0.0	3.9	7.8	7.7	12.9	15.8	13.3	13.4	9.7
両親との同居問題	0.7	3.9	8.4	10.4	6.3	8.1	8.0	5.9	6.6
転居	6.6	5.8	7.2	7.7	7.5	6.2	0.0	5.0	6.0
友人等が倒れたり死亡	3.9	5.2	2.4	3.8	5.0	4.8	10.7	12.6	5.7
交通事故にあった	2.0	5.8	1.8	4.4	2.9	6.2	8.7	6.7	4.4
金銭のトラブル	5.9	3.9	6.6	3.8	3.8	4.3	4.7	1.7	4.4
近隣とのトラブル	2.0	0.6	4.8	4.4	2.5	5.3	5.3	3.4	3.6
交通事故を起こした	2.0	2.6	2.4	2.2	0.4	1.9	7.3	2.5	2.5
夫以外との異性問題	13.2	3.9	0.0	1.1	1.3	0.5	0.7	0.0	2.4
その他	2.0	1.3	3.0	0.5	2.9	1.9	2.0	0.8	1.9
親との問題	5.8	1.9	0.0	0.5	1.3	0.5	0.7	0.8	1.3
宗教上のトラブル	0.7	1.9	0.0	2.2	1.7	0.5	2.0	0.8	1.2
不慮の災害	0.0	0.6	1.2	0.5	0.4	0.0	2.0	0.0	0.6

図－2 危機経験の数別不安の状況



3-2 女性の現在の生活の認知と不安

次に、現在の状況をどう認知しているかを、家庭生活上で満足していること、不満なこととみることにする（表-3）。満足している人が多いのは家族のだんらん、家族の健康管理、家族揃っての食事などで、低いのは本人の余暇や休日、家族の旅行、家計のやりくりなどである。

各項目に満足している人の中での「不安あり」の割合と、各項目に不満な人の中での「不安あり」の割合の比較をすると、前者の方が不安のある割合が低い。したがって、現状の生活に満足している方が不安が少ないといえよう。図-3の生活満足度別の不安の割合からもそれが明らかである。

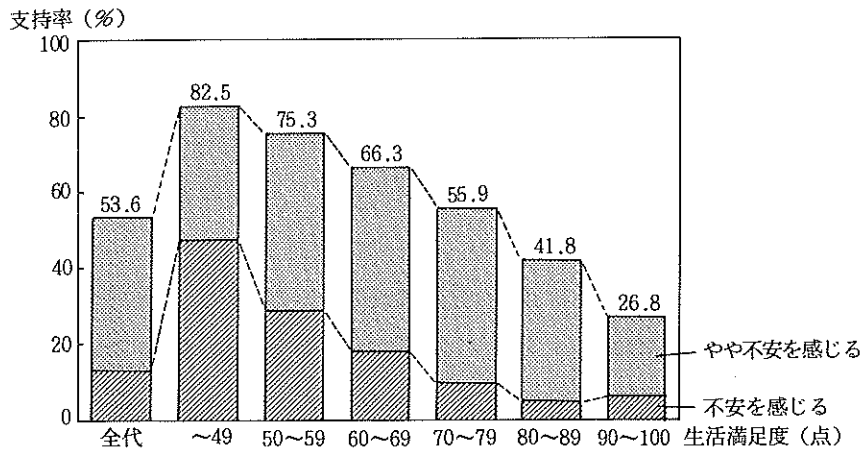
表-3 現在の生活要素の満足／不安と不満率

(単位：%)			(単位：%)		
生活評価項目 （「満足」の多い順）	「満足」 支持率	左記中 不安率 （注1）	生活評価項目 （「不満」の多い順）	「不満」 支持率	左記中 不安率 （注2）
家族のだんらん	32.7	52.5	余暇や休日	25.6	62.6
家族の健康管理	26.8	50.0	家族揃っての旅行	24.6	60.3
家族揃っての食事	24.0	54.2	家計のやりくり	19.3	62.3
子供の成長	23.2	50.0	夫婦のレジャー	18.1	64.5
子供との関係	22.4	50.9	家族揃っての食事	15.7	50.0
夫婦の対話	21.7	48.9	家族のだんらん	13.5	53.2
夫からの愛情	21.5	53.2	夫の家事・育児参加	11.5	60.1
余暇や休日	20.7	48.5	夫婦の対話	11.1	63.2
家族揃っての旅行	18.4	48.4	同居の親との関係	7.3	64.0
夫への愛情	15.4	48.3	夫からの愛情	5.5	72.0
夫の家事・育児参加	13.1	53.8	家族の健康管理	4.4	63.9
家計のやりくり	12.4	48.2	夫への愛情	3.6	74.0
子離れ	9.0	53.2	子離れ	3.1	73.8
夫婦のレジャー	7.9	46.8	育児・子供の世話	2.7	67.6
同居の親との関係	7.6	53.3	子供との関係	2.6	69.4
育児・子供の世話	7.4	42.6	子供の成長	1.5	80.0

(注1)：「満足」とする人の中で、それが「不安」であるとする人の割合

(注2)：「不満」とする人の中で、それが「不安」であるとする人の割合

(注)
 図-3 生活の満足度別不安の状況



(注) 生活の総合評価を100点満点で聞いた値。平均が70.4点で、70~89点に集中がみられ年代別の差はほとんどなかった。

4. 女性の不安とコミュニケーション

4-1 コミュニケーションの現状

表-4から「親しい人と交換する情報の内容」をみると、20代前半には恋愛・結婚や遊び、ファッション、仕事、20代後半にはそれが恋愛・結婚、子供関係、趣味などになり、30代・40代には子供関係、ショッピング、家庭内の問題、50代になると医療・健康、趣味、老後のこととなっている。これらは、いわゆる日常の関心事であり、表-1に示した「不安の内容」と共通する部分が多い。

このような、パーソナル・コミュニケーションにより伝達される情報は、自らの体験よりはインパクトが弱いですが、マスコミと補完しあうことによって、よりインパクトが強くなるといわれている。女性の人生に関する情報も、過去、現在、未来にわたるあらゆる不安情報、安心情報がこのパーソナル・コミュニケーションで伝達されているものと思われる。一般に、このような情報をより頻繁に受発信するのは、表-5に示すようなコミュニケーション上の特徴をもつ「生活革新者(イノベーター)」であるといわれ、これをもとに、16のイノベーター項目を作成し分析に用いている。

表-4 親しい人と交換する情報の内容

(単位:%)

情報の内容	20代		30代		40代		50代		全体
	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	55~	
趣味・スポーツ等の情報	48.7	37.0	21.7	25.7	31.7	32.1	28.7	34.5	32.1
子供のしつけ・教育	5.3	30.5	65.7	60.1	43.8	19.1	10.0	3.4	31.9
家庭内の問題	7.9	23.4	36.1	35.0	27.5	31.6	29.3	27.7	27.7
ショッピング情報	28.9	23.4	34.3	31.7	20.8	23.9	26.0	28.6	26.8
医療・健康について	3.3	6.5	10.8	12.6	15.8	28.2	32.0	39.5	18.1
子供の受験・進学	0.7	1.3	6.0	29.0	42.5	26.8	6.7	4.2	17.4
生きがい・人生について	17.1	10.4	10.2	10.4	15.0	20.6	28.7	26.9	16.9
うわさ話	16.4	20.1	15.7	12.6	11.7	13.4	12.7	13.4	14.3
仕事に関連した情報	24.3	17.5	12.0	10.9	13.3	12.0	14.7	7.6	14.0
グルメ情報	11.2	12.3	7.2	12.6	14.2	17.2	19.3	9.2	13.2
映画・コンサート等の情報	32.9	15.6	9.0	9.3	6.7	12.4	10.7	13.4	13.1
ファッション情報	23.0	13.6	14.5	9.8	10.8	10.0	11.3	6.7	12.4
老後について	0.7	—	1.8	3.3	8.8	23.0	29.3	38.7	12.3
恋愛・結婚について	62.5	32.5	7.2	1.6	2.1	0.5	0.7	0.8	12.2
育児情報	6.6	33.8	28.3	10.9	2.9	2.9	2.0	—	10.6
地域の問題	1.3	1.3	4.8	3.3	6.7	6.7	6.0	8.4	4.9
政治・社会問題	3.3	3.9	3.6	3.3	4.2	3.3	9.3	5.9	4.4
財テク情報	2.6	0.6	1.2	2.2	4.6	3.8	4.0	9.2	3.4
教室・講習会等情報	3.3	2.6	1.2	2.2	1.7	5.3	8.0	2.5	3.3
美容・エステティック情報	3.9	4.5	3.6	1.1	1.7	1.9	1.3	0.8	2.3
その他	2.6	1.3	0.6	1.1	0.4	0.5	0.7	0.8	0.9

表-5 イノベーターのコミュニケーション上の特徴

- 社会参加を好む
- 社会的な結合を望む
- コスモポリタ性が高い
- チェンジ・エージェントとの接触が多い
- マス・メディアに多く接触をする
- 個人間コミュニケーション・チャンネルを多く持つ
- 情報をより積極的に求める
- イノベーションについての知識が多い
- オピニオン・リーダーシップが高い

出典:「《普及学》講義」(宇野善康)

4-2 コミュニケーション因子の抽出

コミュニケーション因子の抽出には、イノベーター項目（項目1～16）と、交際範囲を表す「参加している社会的活動」（項目17～22）、「日頃何でも話し会える家族・親類以外の人」（項目23～27）の27項目に対し数量化理論Ⅲ類を適用した。表-6に、因子負荷量を示す。

各因子は次のように解釈できる。

- 1軸：コミュニケーションの拡大性 (＋) 拡大 ↔ (－) 縮小
 2軸：情報のマスコミ性 (＋) マス ↔ (－) 地域コミュニティ
 3軸：コミュニケーション目的のファミリー性 (＋) 家庭、ファミリー ↔ (－) 外部

表-6 因子負荷量

(単位：%)

項目	I軸	II軸	III軸	IV軸	V軸
1 買物などの情報を人に教えてあげる	-0.18	0.70	0.10	1.13	2.01
2 新しいことに興味を示しやってみる	0.25	0.47	0.30	0.63	0.71
3 旅行の計画を自分でたてる	1.48	-0.01	0.43	-1.63	-1.81
4 いつのまにかグループリーダーに	1.63	-1.71	0.27	0.70	1.55
5 人に頼られることが多い	1.69	-1.27	-1.15	1.05	1.57
6 情報誌等に目を通す	0.49	1.79	1.20	0.63	1.53
7 いろいろな分野の友達がいる	1.80	-0.23	-0.47	1.36	1.71
8 職場・学校以外でグループに所属	1.05	-2.20	0.31	-0.88	-1.98
9 映画・コンサートによく行く	1.60	1.35	1.60	-0.64	-0.76
10 新しい店は一応チェック	-1.32	2.16	0.23	1.14	1.25
11 広告の商品をよく買う	-4.97	2.43	-2.65	-0.75	1.09
12 新製品をみかけると買ってみる	-3.10	3.01	0.32	0.38	0.44
13 相談事をもちかけられる	1.65	-0.81	-0.36	0.65	1.85
14 知らない人とすぐ打ち解ける	0.50	-0.09	-0.79	0.90	1.69
15 集まりでは話題の中心になる	2.02	-1.29	-0.07	1.52	3.62
16 困った時は自分で解決する	0.12	-0.42	-0.23	-1.31	-2.81
17 学校・幼稚園のPTA役員をやっている	-1.68	-3.50	3.97	-3.25	2.16
18 子供会の世話・役員をやっている	-2.31	-3.78	1.74	-5.78	1.46
19 自治会の役員をやっている	0.33	-2.43	-8.21	-3.20	3.05
20 生協活動の役員をやっている	-1.93	-2.70	6.54	5.28	-1.99
21 共同購入のメンバーになっている	-2.12	-1.11	3.16	5.75	-2.94
22 地域婦人会メンバーになっている	0.21	-2.89	-2.77	5.54	-2.88
23 学校時代の女友達と何でも話せる	0.84	1.46	2.20	-1.45	-0.55
24 職場関係の女友達と何でも話せる	0.87	1.51	-2.73	-2.23	-2.96
25 子供の友人の母と何でも話せる	-1.94	-3.05	3.59	0.26	1.39
26 近所の女性の友人と何でも話せる	-2.41	-2.85	-1.76	3.88	-1.28
27 男性の友人等と何でも話せる	2.86	3.33	0.61	1.94	0.98

図-4-1 カテゴリースコア散布図 (I軸×II軸)

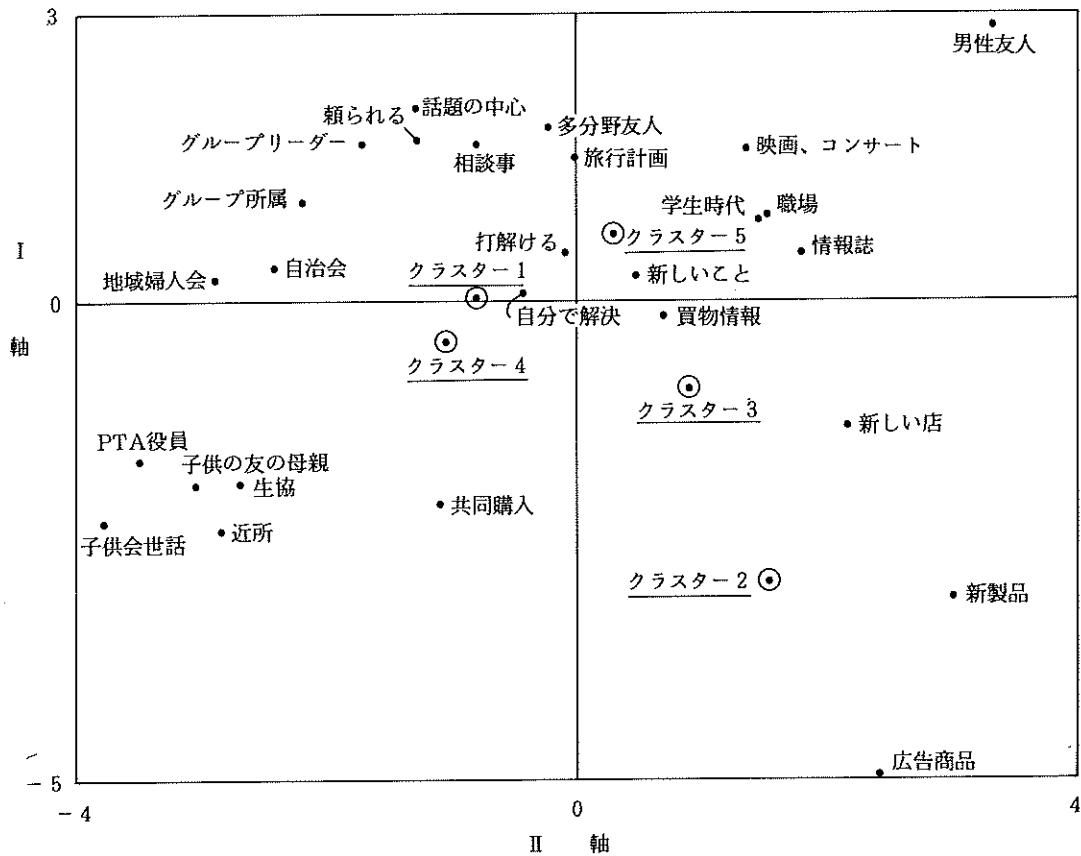
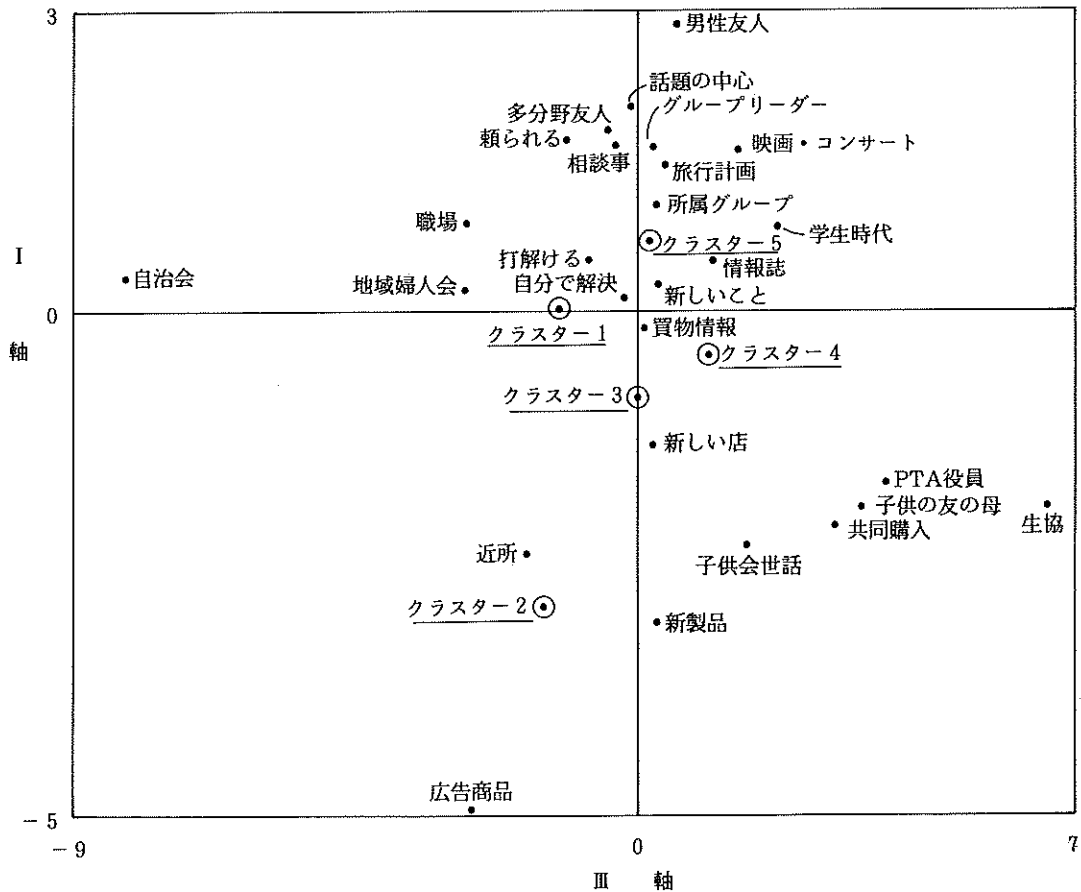


図-4-2 カテゴリースコア散布図 (I軸×III軸)



4-3 コミュニケーションの類型化

次に、上で得られた3因子の因子得点に、クラスター分析を適用し、調査対象者のコミュニケーションを5つに類型化した。各類型には似通った因子得点プロフィールを持つもの同士、すなわち同じようなコミュニケーション特性をもつ女性がまとめられている。

表-7は、類型ごとの因子得点の平均値と、そこに属する人数を示したものである。また、各類型に属する人々のデモグラフィック要因、コミュニケーション等の特徴を図-4にまとめた。各類型の名称と特徴をあげると、次の通りになる。

第1クラスター：円熟交際ミセス型

このタイプは、全体の19%を点め年代は40代以上が中心である。従って子供も既に手が離れ、仕事を持つものも多い。イノベーター性は低いが、地域活動などで中心的な役割を果たし、世間話や人の世話が好きな「おばさん」タイプ。

第2クラスター：優柔不断型

約3%を占めるに過ぎない少数派で年代は幅が広く、既婚中心で比較的専業主婦が多い。収入面、学歴などで他のタイプを下回り、交際範囲も非常に狭くイノベーター性が殆どない。新製品に興味を持つなど強力なマスコミによる情報には反応する可能性があるが、行動面では現れない。

第3クラスター：コミュニケーション・モラトリアム型

このタイプは、全体の約17%を占め、年代は20代後半をピークとしており比較的若い層が中心である。子供は就学前が多く、専業主婦が約4割を占める。結婚前の活発で多様なコミュニケーション行動を引きずりながら子育て前期に突入し、現在は育児に追われているため、自らのコミュニケーションを充実させられないタイプ。未婚の時、第5クラスターであったか、あるいは今後第5クラスターになるような予備軍であると考えられる。

第4クラスター：アクティブ・ミセス型

ボリュームとしては第3クラスターと等しく17%を占める。しかし、年代は30代後半が中心で子育て中期にさしかかっており専業主婦が6割と多い。PTAや生協活動など子供や家庭を目的とした地域での交際はあるが、コミュニケーションの広がりには欠ける。学歴・収入面で第1～第3クラスターを上回る。第1クラスターの

若年タイプ。

第5 クラスタ：アンテナ&ネットワーク型

全体の6割を占める大きなグループをなす。未婚（3割）や子育て期を除く既婚で構成され就労率が高く、高学歴、高収入。イノベーター性が最も高く情報感度が高く、交際の広がりもある。

表-7 類型ごとのサンプル・スコア平均

コミュニケーション類型	人数(人)	I軸 (コミュニケーション拡大性)	II軸 (マスコミ性)	III軸 (ファミリー性)
クラスター1：円熟交際ミセス型	254	0.014	- 0.805	- 1.267
クラスター2：優柔不断型	35	- 2.933	1.541	- 1.498
クラスター3：コミュニケーション・モラトリアム	234	- 0.935	0.905	0.001
クラスター4：アクティブ・ミセス型	235	- 0.438	- 1.058	1.115
クラスター5：アンテナ&ネットワーク型	607	0.693	0.309	0.185

表-8 類型別デモグラフィック・コミュニケーション特性

類 型		クラスター1 円熟交際 ミセス型 (N=254)	クラスター2 優柔不断型 (N=35)	クラスター3 コミュニケーション・ モラトリアム型 (N=234)	クラスター4 アクティブ・ ミセス型 (N=235)	クラスター5 アンテナ& ネットワーキング型 (N=607)
デモグラフィック 特性	年 代 (平均年齢：歳)	40~50代 (45.6)	(42.0)	20代後半 30代 (38.0)	30~40代 (39.9)	20代前半 (36.8)
	既未婚別 (未婚割合：%)	既婚 (2.0)	既婚中心 (5.7)	既婚中心 (10.3)	既婚 (0.0)	既婚、未婚 (31.1)
	子供の状況	中学生以上	高校生以上 子供なし	就学前 社会人未婚	中学生以下	子供なし 社会人未婚 2歳以下
	就労の状況 (該当率：%)	専業主婦 33 パートタイム 26 常勤 29	専業主婦 55 パートタイム 9 常勤 29	専業主婦 44 パートタイム 18 常勤 29	専業主婦 60 パートタイム 19 常勤 9	専業主婦 28 パートタイム 17 常勤 41
	最終学歴 (短大・4大卒 の比率：%)	低学歴 (12.6)	低学歴 (8.6)	やや低学歴 (22.2)	やや高学歴 (31.5)	やや高学歴 (34.9)
	自分の収入	113.4万円	111.1万円	96.7万円	59.2万円	145.4万円
	世帯年収	724.5万円	625.8万円	663.2万円	756.6万円	762.7万円
コミュニ ケーション 特性	イノベーター度 (6コ以上該当 率：%)	15.7%	—	20.1%	11.1%	39.6%
	雑誌閲読数	2.04	1.51	2.60	2.38	3.15
	親和度の高い 人種類	1.66	1.18	1.71	1.88	1.89
	社会活動への 参加率	73.2%	20.0%	41.5%	86.8%	30.0%

4-4 コミュニケーション類型と不安

次に、類型毎の不安の状況はというと、人生に不安を感じている（「やや感じている」を含む）割合は、第3クラスター（コミュニケーション・モラトリアム型）と第5クラスター（アンテナ&ネットワーク型）で全体平均を上回っている。また、これらのクラスターで、第2項で不安の要因と考えられた危機体験のある割合をみると、やはり両方とも全体平均を上回り、現在の生活の満足度や将来の見通しは平均的である。

これに対して、第1クラスター（円熟交際型）、第4クラスター（アクティブ・ミセス型）は、不安のある層が全体平均を下回り、危機経験も少ない。現在の生活の満足度については平均的であるものの、将来の見通しについては楽観的な層が第3、第5クラスターに比べわずかに少ない。

最後に第2クラスター（優柔不断型）は、不安を感じる割合、危機体験のある割合が5つの類型の中で最低で、将来を楽観視する割合も非常に低い。

以上から、イノベーターとしての情報受発信が活発であってもマス型の情報に感度が高い第5クラスター、第3クラスターでは不安のある層が多く、一方でややイノベーター性は劣るがコミュニティ活動が充実している第1クラスターや第4クラスターでは不安のある層が少ないことがわかる。また、情報全般に鈍い第2クラスターは、「人生」や「将来」といった自分自身の問題でさえも関心が少ない。

表-9 コミュニケーション類型別不安等の状況

類 型 特 性	全体	クラスター1 円熟交際 ミセス型 (N=254)	クラスター2 優柔不断型 (N=35)	クラスター3 コミュニケーション・ モラトリアム型 (N=234)	クラスター4 アクティブ・ ミセス型 (N=235)	クラスター5 アンテナ& ネットワーキング型 (N=607)
不安あり割合(%) 「感じる」+ 「やや感じる」	53.6	52.4	51.4	55.6	51.0	54.7
危機体験あり 割合(%)	68.5	65.0	62.9	72.2	64.7	70.5
生活満足度平均点 (100点満点中)	70.4	71.4	70.4	69.8	70.9	70.1
将来見通し「明るい」割合(%) 「明るい」+ 「やや明るい」	81.1	80.7	77.1	81.2	79.2	80.0

5. おわりに

本論では、女性の人生への不安とその原因を概観し、主として不安とコミュニケーションの関係の把握を試みた。

女性の不安は、20代での「結婚」、30代の「子育て」、40代以降の「健康」「老後」などライフステージ毎に異なることが分かった。

また、不安の原因として過去の経験、現在の状況、コミュニケーションをあげ、それらとの関係を考察したが、過去の危機的経験が多い層や、現在の生活への不満が高い層などは、「不安」を持ちがちであった。

コミュニケーションについては、情報受発信度や交際範囲などからコミュニケーションパターンの類型化を行い、それぞれの不安の状況を分析した。その結果、マスコミへの接触が多いタイプの方が「不安」を持ちやすく、パーソナル・コミュニケーションの活発なタイプの方が「不安」を持ちにくいことが確認され、女性が人生を考える際には、「不安材料の提供先としてのマスコミ、安心材料を与えるクチコミ」といい見方ができることが分かった。

現代女性のあるべき姿として、情報に踊らされて危機感ばかりを持ったり、変に楽天的であったりするというよりは、自らが人生をしっかりと見つめ描いていく姿勢が望まれるが、そのための情報環境の整備を考える際には、マスコミとクチコミの双方の効果をうまく組み合わせることが肝要であると考えられる。