

報道関係者各位

2014年11月23日  
有限会社 Imagination Creative

「いい夫婦」の鍵は妻の寛容さにあった?! 妻のホンネ、実は夫の評価にあまい?  
夫の「オッサン化」を気にしているのは3割“だけ”?

イマクリこと有限会社 Imagination Creative(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:方喰正彰)は11月22日の「いい夫婦の日」に合わせて『「オッサン化」に関する意識調査』を発表いたしました。好評を得た「妻のオッサン化」のリリースの第二弾となる、夫の「オッサン化」に特化した本調査は、今回が初めての調査・発表となります。概要は以下の通りです。

トピックス-

妻は夫のオッサン化に対して以外にも寛容?あまい?!

●夫の「オッサン化」を感じることもある?(全体)

とても感じる 10.1%

感じることもある 20.1%

合計 30.2%

→約3割の妻が夫のオッサン化を感じている。

●夫の「オッサン化」を感じている割合(結婚期間別)

結婚1年未満 43.4%

結婚1年以上~3年未満 48.8%

結婚3年以上~5年未満 44.8%

結婚5年以上 61.5%

→結婚5年を超えると、一気にオッサン化を感じる割合が高くなる

いつまでも妻は夫に甘くはない?!



●初めて夫のオッサン化を感じたのは結婚後どのくらいの時期か

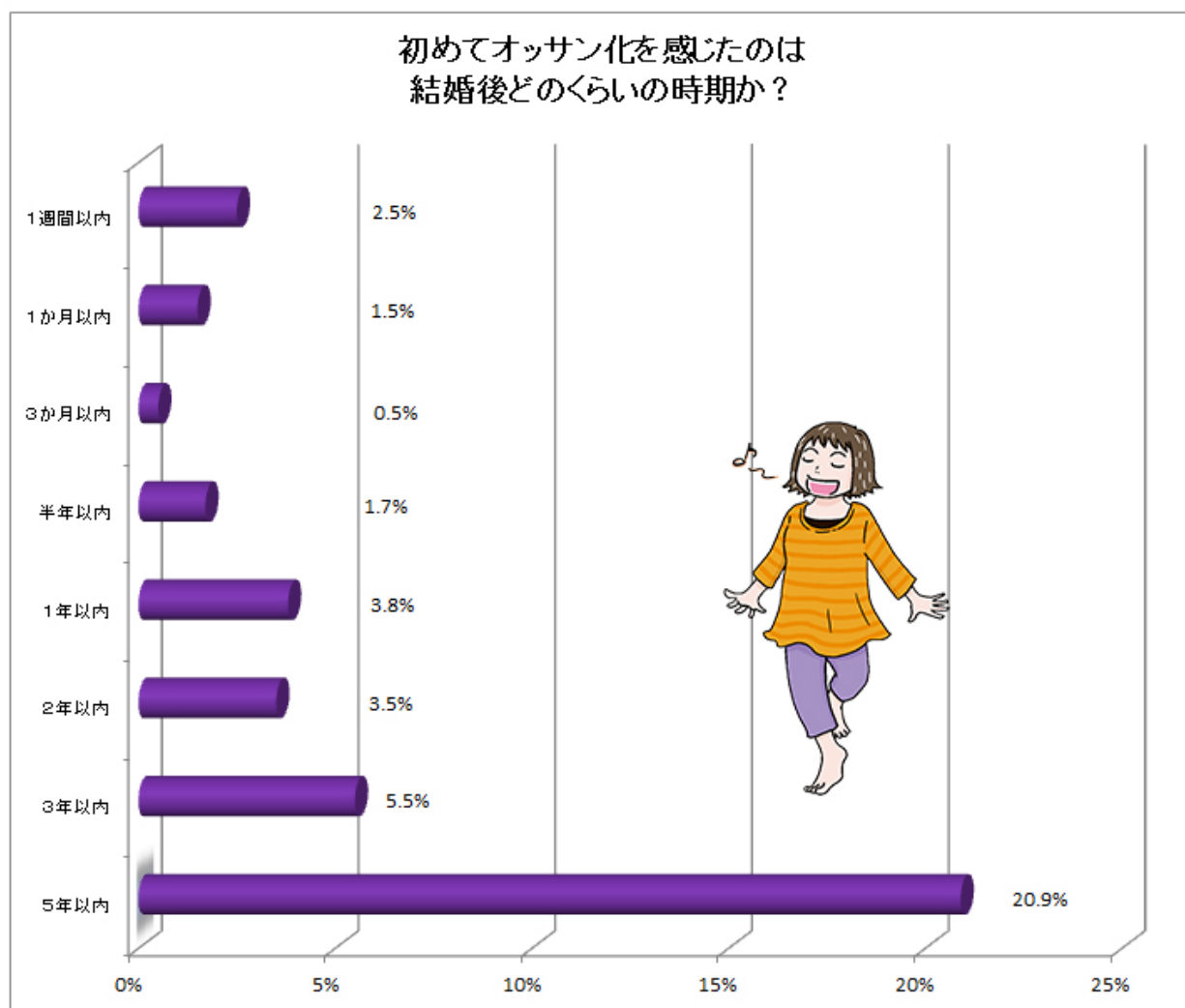
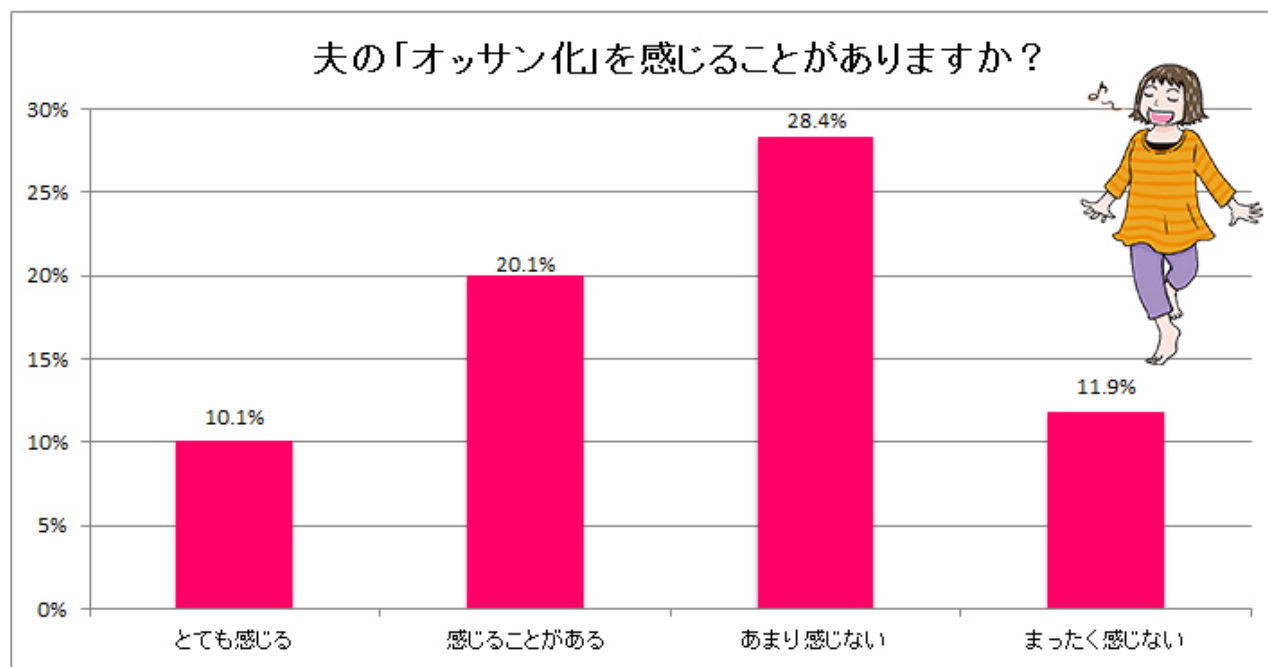
1週間以内 2.5% / 1か月以内 1.5% / 3か月以内 0.5% / 半年以内 1.7%

1年以内 3.8% / 2年以内 3.5% / 3年以内 5.5% / 5年以内 20.9%

→1週間以内に夫のオッサン化を感じている妻の割合は約2.5%と高い割合にある

1か月以内で4%、半年以内になると6.2%と5%を超えてくる

結婚早々に夫をオッサンと感じはじめることがある



今回の調査はキャラクター、マスコットのプロデュース、マンガを活用したプロモーションを手掛けるイマクリこと Imagination Creative 初のコミックエッセイプロデュース作品『妻がオッサンになりました。』刊行に合わせて実施したものになります。

◆コミックエッセイ作品『妻がオッサンになりました。』◆

著者は実際に妻のオッサン化に悩む 30 代男性。愛する妻が日々オッサン化してしまい、悩める夫(結婚 10 年目 40 歳男性)の視点から描いたコミックエッセイ。「あるある」「うちも」という男性の共感、「ヤバい、これって私のことかも」「うちの母親がそうだったから気をつけねば」という女性のドキドキ感をくすぐるようなネタを 15 話が掲載されています。笑って読みながら、「夫婦が思いあうことの大切さ」「家族のありがたさ」が感じられる一冊です。



章構成

1. 妻、強し
2. 妻、料理をつくる
3. 妻、美しくなる
4. 妻、倒れる
5. 妻、戦う
6. 妻、ママ鉄になる
7. 妻、ファミレスに行く
8. 妻、セレブになる
9. 妻、夫の実家に行く
10. 妻、花粉症になる
11. 妻、ご機嫌になる
12. 妻、断捨離をする
13. 妻、通販を始める
14. 妻、友達を招く
15. 妻、ときめく

【書名】	『妻がオッサンになりました。』
【著者】	yasu33yasu3939(著) 神山アキコ(イラスト)
【刊行日】	2014年10月26日(日)
【定価】	1,100円(1,188円+税)
【仕様】	A5判、184ページ
【発行】	株式会社あさ出版(東京都豊島区南池袋2-9-9 第一池袋ホワイトビル6階)
【問合せ】	お問合せ/あさ出版 TEL:03-3983-3225 公式HP: <a href="http://www.asa21.com">http://www.asa21.com</a>

-トピックス:その他詳細-

●(パートナーの)オッサン化を感じるがありますか？

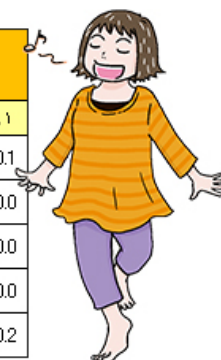
→妻よりも夫のほうがパートナーのオッサン化を意識している

初めてパートナーのオッサン化を感じた時期		
	男性	女性
とても感じる	16.7%	10.1%
感じることもある	23.5%	20.1%
あまり感じない	22.4%	28.4%
全く感じない	6.5%	11.9%

●結婚期間別の妻による夫のオッサン化を感じる割合

→結婚の期間に関わらず、夫のオッサン化を感じる割合は一定である＝夫にオッサン化を感じるか感じないかが明確に分かれる

		ご結婚相手の方の「オッサン化」を感じるがありますか？				
		とても感じる	感じることもある	あまり感じない	まったく感じない	結婚していません
全体		24.5	34.4	31.5	9.5	0.1
ご結婚されて何年ですか？	1年未満	13.0	30.4	30.4	26.1	0.0
	1年以上～3年未満	10.3	38.5	35.9	15.4	0.0
	3年以上～5年未満	10.3	34.5	36.2	19.0	0.0
	5年以上	27.2	34.3	30.8	7.6	0.2



●妻と夫の意識の差にみるオッサン化

→妻は夫のオッサン化を結婚後すぐに気付く・気にしだす

初めてパートナーのオッサン化を感じた時期		
	男性	女性
1週間以内	1.4%	2.5%
1か月以内	0.9%	1.5%
3か月以内	0.7%	0.5%
半年以内	1.4%	1.7%
1年以内	2.5%	3.8%
2年以内	3.2%	3.5%
3年以内	5.9%	5.5%
5年以内	25.1%	20.9%

●自由回答:どのような時、どのような仕草・言動に夫のオッサン化を感じますか？

身だしなみをきちんとならない / 食べたらずぐ寝る / パンツ一丁でうろうろする / デブデブ太っただらしない体型 / 人の話を聞かない態度 / よいしょと言う / お肉より魚を好むようになった / お風呂で鼻をかむようになった / 咳をした時痰を大きな声で口から出す / 枕カバーが臭い / 臭いが変わった / トイレのドアを閉めずに用を足す / 何でもお金に換算すること / スポーツ欄しか見ない / ヒゲを剃ってない時の顔

## どのような時、どのような仕草・言動に夫のオッサン化を感じますか？

身だしなみをきちんとならない  
食べたらずぐ寝る  
パンツ一丁でうろうろする  
デブデブ太っただらしない体型  
人の話を聞かない態度  
よいしょと言う  
お肉より魚を好むようになった  
お風呂で鼻をかむようになった  
咳をした時痰を大きな声で口から出す  
枕カバーが臭い  
臭いが変わった  
トイレのドアを閉めずに用を足す  
何でもお金に換算すること  
スポーツ欄しか見ない  
ご飯を食べた後、歯でスースー音をさせる  
恥ずかしがらず堂々とゲップをする  
ヒゲを剃ってない時の顔  
うがいをする時の音がすごい。



=====  
<「オッサン化に関する意識調査」概要>

○調査方法／インターネット調査

○調査期間／2014年10月10日(金)～2014年10月16日(木)

○調査対象／全国の女性および男性(全年齢対象) 回答数 2,200名(女性・男性各 1,100名)

○調査結果対象／回答者のうち既婚者である女性・男性各 650名のデータを使用し調査結果を分析

=====  
※調査結果等を『妻がオッサンになりました。』Facebook ページ(<https://www.facebook.com/tumaossan>)で公開しています

※『妻がオッサンになりました。』Facebook ページで公開しているデータは再掲載・引用・リンクフリーとなっており、ご連絡も不要です。(引用・出典元、クレジットのご記載をお願いいたします。)

### ●有限会社 Imagination Creative 会社概要

社名 有限会社 Imagination Creative <http://imagination-power.asia/>

本社 東京都千代田区神田佐久間町 3-38 第5東ビル 5F

代表者 方喰正彰

設立 2005年11月30日(2008年6月28日に有限会社 Creator's Partner より社名変更)

事業内容 オリジナルコミックの制作、キャラクターデザイン、イラスト制作、書籍プロデュース、ゲーム開発  
bourgeon(ボージョン)の制作・発行、携帯コンテンツ・各種デザイン等

Imagination Creative は、イマジネーション力(想像力・創造力)によって豊かな社会を創り上げていくことを使命として組織された企業です。イマジネーションをキーワードに、さまざまなクリエイティブ事業を展開。イマジネーションの可能性を追及することで、お客様や社会のニーズに応えいくことを使命としております。一線で活躍するイマジネーション・クリエイター同士がコラボレーションすることによって無限大の可能性とよりよりクオリティ、高い価値を提供いたします。社会にとってよりよいイマジネーションを刺激するビジネスに挑戦していきたいと考えております。

◆調査結果、引用・掲載、本件全般に関するお問い合わせは下記までお願いいたします◆

有限会社 Imagination Creative 東京都千代田区神田佐久間町 3-38 第5東ビル 5F

広報部: [press@imagination-power.asia](mailto:press@imagination-power.asia) TEL/FAX 03-6206-9244

Imagination Creative では、日本の若者といわれる世代に対して、自ら新しい事に挑戦する“きっかけ”を提供し“感動”を作り出すために「未来を切り開いていく」をスローガンとして、クリエイティブな事業を今後、順次展開してまいります。