

今月の

# 数字

# 88.8%

## 20～39歳女性で 女子会をしたことがある割合

松田 恭子

**Profile** まつだ・きょうこ ●津田塾大学国際関係学科卒業後、日本能率協会総合研究所で10年間公共系の地域計画コンサルタントとして勤務。その後、東京農業大学国際食糧情報学科助手を経て、現在、農業マーケティングアドバイザーとして農産物商品開発や販路開拓などをサポートする。(株式会社アソシエイト代表取締役)

2010年のユーキャン新語・流行語大賞は「ゲゲゲの」。漫画家水木しげるの妻、武良布枝による自伝『ゲゲゲの女房』がNHK朝の連続ドラマとなり評判を呼んだ。本作品の視聴率は、初回こそ過去最低だったものの、その後は上昇。平均視聴率は関東地区で18.6%となり、ここ数年の低迷を打ち破った。

とはいえ、歴代の視聴率は長期低落傾向にある。1983年度の「おしん」は52.6%をたたき出し、その前後も40%前後を推移していたが、バブル崩壊後の1993年に33.3%を記録して以降、ずっと30%未満で低落している。興味深いことに、巨人戦ナイターのテレビ視聴率も同じ傾向を示している。巨人戦ナイターは1983年の27.1%をピークに1991年には17.1%に落ち込み、2010年には日本テレビの地上波放映9試合で8.2%まで低下した。おまけにナイター中継を見るのは

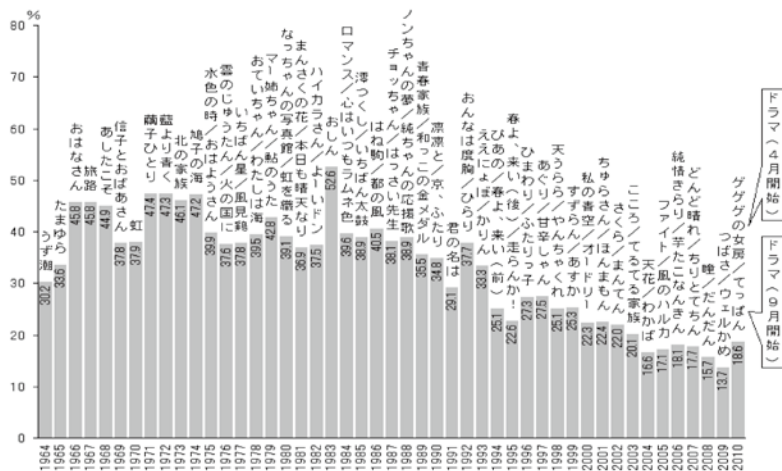
50代男性が多く、「クラスで野球を観ている子供は1人いるかどうか」だ。子供の好きな「巨人・大鵬・卵焼き」が流行語になった1961年とは隔世の感がある。

2010年に話を戻すと、流行語トップ10に「女子会」と「食べるラー油」の食に関する2つの言葉が入った。女子会とは、女子だけの「飲ミネーション」のことだ。2008年に日本で劇場公開された米国映画『セックス・アンド・ザ・シティ』に触発されて、女性が集って「おひとりさま」では入れない店で料理を楽しむ行動に結びついたといわれている。全員が直接映画に影響を受けているとは思えないが、フジテレビで女性タレント3人が毎週ガールズトークを繰り広げる『グータンヌーボ』など、時代の雰囲気があるのだろう。

現実には女子会が定着した背景には、30代女性の職場事情があるのではないだろうか。企業で働く中堅OLは日本の会社組織上、機能別または事業別の部署にたい

いて1人、多くても数人しかいない。昼間はいろいろ言いたいことがある中で仕事を進めている。定期的に部署を横断して一緒に話すことで、職場に抱いている疑問や不満を解消している。実際、日本ハムが20～39歳の女性500人を対象としたアンケート調査では、約9割は女子会を経験したことがあり、4人に1人は月1回以上のペースで開催している。話題の中心は93.5%が「仕事」で「恋愛・結婚」の84.5%を上回っている。古き良き時代のマス市場が縮小する一方で、これまで捉えどころのなかった市場が目に見えるようになってきている。

NHK朝の連続テレビ小説平均視聴率の年間別推移



(注)2話の場合、単純平均。2010年は4月開始分のみ。 (資料)堀井憲一郎(2006)『若者殺しの時代』講談社現代新書ほか