



<理想の食卓コミュニケーション>

理想の食卓コミュニケーションは「**楽しい話題、楽しい雰囲気**」
小学生以下の子供がいるステージでは「**食事マナーをきちんと身につけさせる**」ことも重要視

理想の食卓コミュニケーションを複数回答で聞いた結果、「できるだけ楽しい話題、楽しい雰囲気にする」が68.3%で最も多く、次いで「たとえ短い時間でも、その時間を有効に使って家族が集う」「なるべく家族全員が一度に顔を揃える」「家族が何でも話せる雰囲気にする」が6割以上で続く。(右グラフ参照)

<現実の食卓コミュニケーション>

現実の食卓コミュニケーションも「**楽しい話題、楽しい雰囲気**」が第1位で理想と同じ
中学生～大学生以上の学生の子供がいるステージでは、**短い時間を有効に家族が集う**

現実の食卓コミュニケーションを複数回答で聞いた結果、「できるだけ楽しい話題、楽しい雰囲気」が51.7%で最も多く、次いで「手作りの料理を家族で囲む」が45.3%、「たとえ短い時間でも、その時間を有効に使って家族が集う」が4割以上で続く。

<昔の食卓コミュニケーション>

昔(自分の子供時代)の食卓コミュニケーションでは、「**なるべく家族全員が一度に顔を揃える**」が第1位で、**食事マナーやしつけに関する項目が上位に**

昔(自分の子供時代)の食卓コミュニケーションを複数回答で聞いた結果、「なるべく家族全員が一度に顔を揃える」が56.7%と最も多く、次いで「手作りの料理を家族で囲む」が54.5%で続く。現代の理想である「できるだけ楽しい話題、楽しい雰囲気にする」は34.8%で「食事マナーを子供などにきちんと身につけさせる」の方が40.9%と上位である。

<コミュニケーションのギャップ>

理想のトップ2「**楽しい話題、楽しい雰囲気**」「**短い時間でも、有効に家族が集う**」は**現実とギャップがあるものの昔より改善されている**

主婦が「理想」とする食卓コミュニケーションと、自分の家庭の「現実」、「昔」との差(ギャップ)をみると、「理想」と「現実」のギャップが大きいのは、「たとえ短い時間でも、その時間を有効に使って家族が集う」「なるべく家族全員が一度に顔を揃える」「家族が何でも話せる雰囲気にする」が-20%以上、「できるだけ楽しい話題、楽しい雰囲気にする」は-16.6%のギャップである。

「なるべく家族全員が一度に顔を揃える」は、「理想」と「昔」とのギャップは-4.4%と小さいが、「理想」と「現実」は-21.7%と差が大きい。それ以外の「理想」とする人が6割を超える上位項目については「昔」より「現実」の方がギャップが小さくなっている。

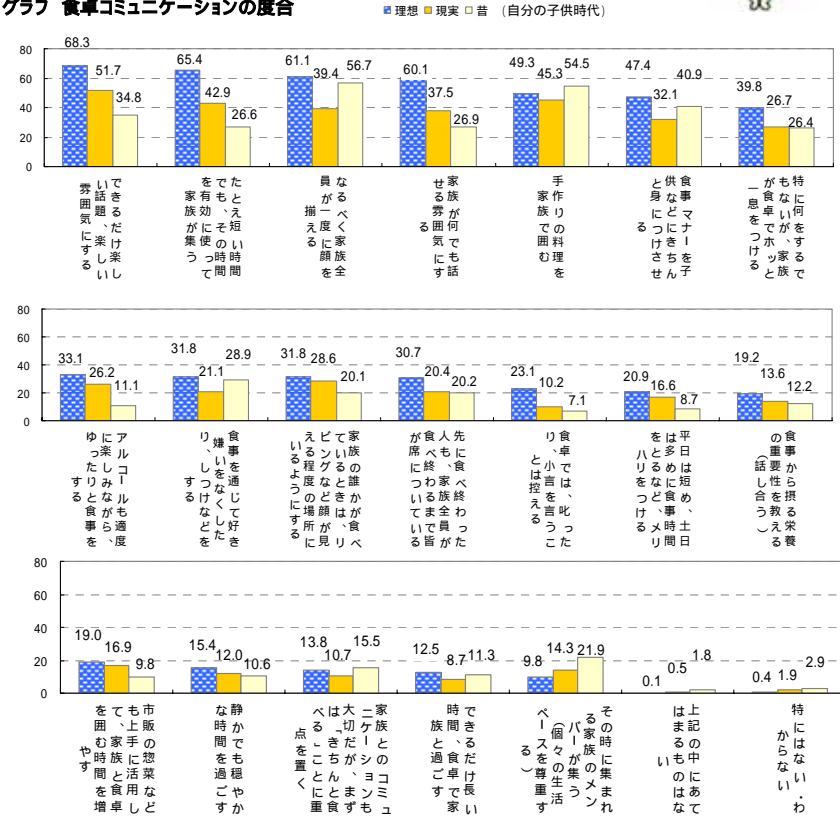
また、「食事マナーを子供などにきちんと身につけさせる」「食事を通じて好き嫌いをなくしたり、しつけなどを」など、しつけに関する項目では「昔」の方が理想に近い。一方、「理想」第5位の「手作りの料理を家族で囲む」については、「昔」も「現実」も「理想」とのギャップが±5%程度で小さく、「理想」とマッチしている。

<回答者プロフィール>

年代:20代以下 9.0%、30代 45.6%、40代 31.5%、50代 10.8%、60代以上 3.1%、平均年齢 39.8歳。 就業形態:専業主婦 64.8%、パート・アルバイト 19.6%、フルタイム 11.1%、その他(自営・在宅など含む) 4.5%。

<調査実施> リビング新聞ネットワーク / アイ・マーケティングアドバンス株式会社

グラフ 食卓コミュニケーションの度合



リビング新聞ネットワーク 女性のための生活情報紙「リビング新聞」は、仙台から鹿児島までの60エリアで910万部発行され、エリアごと地域に密着した情報収集と発信を行っています。2006年度～2007年度は「**わが家ごはん・地元ごはん・ニッポンのごはん**」キャンペーンを全国で実施。地産地消、食育などについてのデータは下記サイトでもご覧いただけます。

ウェブサイト <http://wagaya-gohan.jp/>

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430