



## < 既婚女性の「時短」イメージや興味・関心度合い >

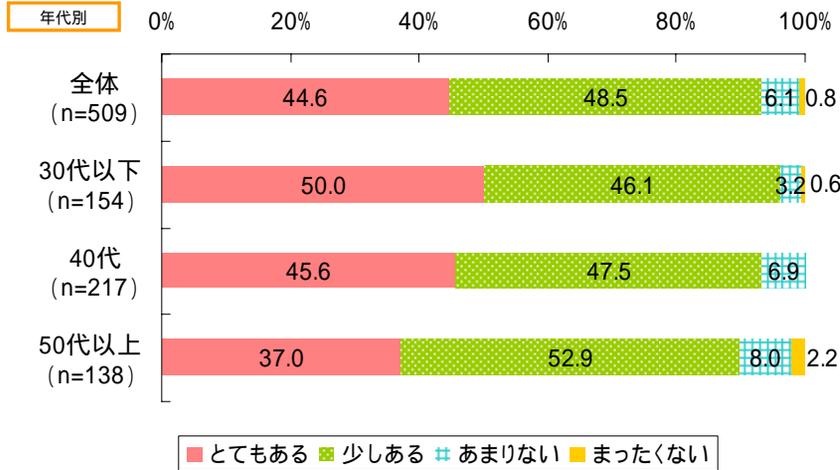
### 「時短」に対するイメージは「合理的」・「賢い」・「経済的」と前向き

全国の既婚女性に「時短」という言葉に対して感じるイメージについて聞いたところ、最も多かったのは「合理的」79.6%、次いで「賢い」56.4%、「経済的」52.8%であった(グラフ)。年代別でも順位はほぼ同じだが、30代以下は「あわただしい」、40代は「合理的」、50代は「役に立つ」「前向き」「チャレンジ」が、全体に比べて高い。一方「合理的」「役に立つ」「前向き」に関しては30代以下の割合が全体と比べて低めであった。

### 現代既婚女性の大多数が「時短」に興味あり

「時短」のためのアイデアや、それが実現できる商品への興味の有無を聞くと、「とてもある」「少しある」が93.1%と大半を占めた(グラフ)。

(グラフ) あなたは「時短」のためのアイデアや、それが実現できる商品に興味がありますか?  
(n=509)



### < 回答者プロフィール >

年齢: 30代以下 30.2%、40代 42.7%、50代以上 27.1%。 職業: 専業主婦55.8%、フルタイム 9.8%、パートアルバイト29.7%、その他4.7%。 未既婚: 既婚 100%。 居住地: 北海道3.1%、東北2.4%、関東60.2%(東京都23.5%、神奈川県20.4%、千葉県9.8%、埼玉県4.5%、栃木1.8%、群馬0.2%)、北陸1.4%、東海2.9%、近畿21.0%(大阪府7.5%、兵庫県9.2%、京都府2.5%、滋賀県1.2%、和歌山県0.6%)、中国3.3%、四国0.6%、九州5.1%。

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。

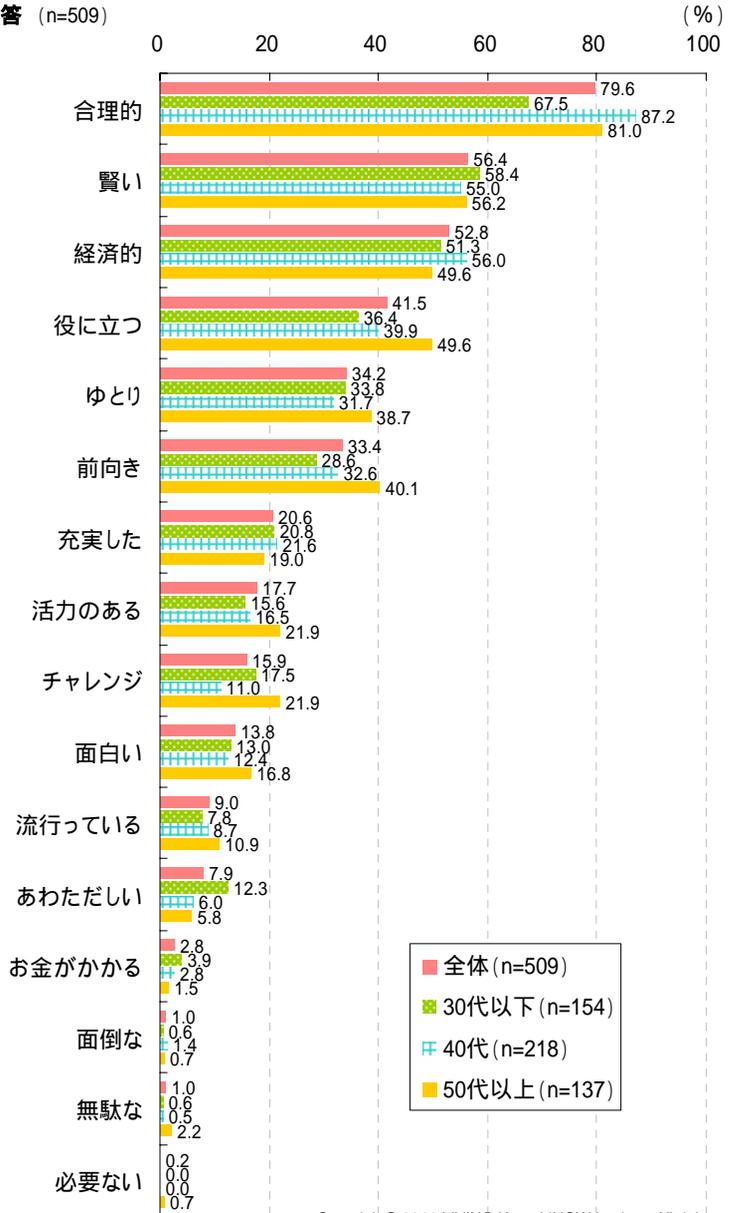
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ) 「時短」という言葉に対して、あなたが感じるイメージに当てはまるものを選んでください

複数回答 (n=509)

年代別





## <既婚女性の「時短」したい分野、実現できたらしたいこと>

### 「時短」したいジャンルは「料理・食事作り」と「掃除」

「時短」への興味が「とてもある」「少しある」人に、どんなジャンルでの「時短」に特に興味があるかたずねたところ、「料理・食事作り」が91.1%、「掃除」が83.1%と非常に高く、次いで「片付け・整理」76.4%、「洗濯」57.2%という結果になった(グラフ)。年代別で見ると30代以下は「育児・教育」27.0%、40代は「洗濯」62.4%がほかの年代よりも突出している。50代以上は上位3項目と「移動・交通」「趣味・勉強」以外は比較的割合が低めで、興味のあるジャンルはほかの年代よりもある程度ははっきりしている。

### 「時短」が実現できたらしたいことは「趣味・勉強」が1位 30代以下は家族やインテリア、40代は睡眠・休養、 50代以上は友人や地域、ボランティアに関心

もし「時短」が実現できて、今よりゆとりができたなら、どんなことに時間をかけたいか?という問いには、最も多いものから「趣味・勉強」66.6%、「睡眠・休養」44.6%、「家族とのコミュニケーション」30.3%の順(グラフ)。「趣味・勉強」は特に50代以上では7割を超えた(逆に30代以下では59.5%と全体より低め)。年代別で見ると50代以上は「家族とのコミュニケーション」よりも「友人や地域のひととの付き合い」が高く、「ボランティア・社会活動」がほかの年代よりも突出している。30代以下は「家族とのコミュニケーション」「インテリア・整理整頓」の割合が高く、家庭寄りのことに関心が高い。40代の割合が目立って多かったのは「睡眠・休養」49.1%であった。

### <回答者プロフィール>

年齢：30代以下 30.2%、40代 42.7%、50代以上 27.1%。  
職業：専業主婦55.8%、フルタイム 9.8%、パートアルバイト29.7%、そのほか4.7%。未既婚・既婚 100%。居住地：北海道3.1%、東北2.4%、関東60.2%(東京都23.5%、神奈川県20.4%、千葉県9.8%、埼玉県4.5%、栃木1.8%、群馬0.2%)、北陸1.4%、東海2.9%、近畿21.0%(大阪府7.5%、兵庫県9.2%、京都府2.5%、滋賀県1.2%、和歌山県0.6%)、中国3.3%、四国0.6%、九州5.1%。

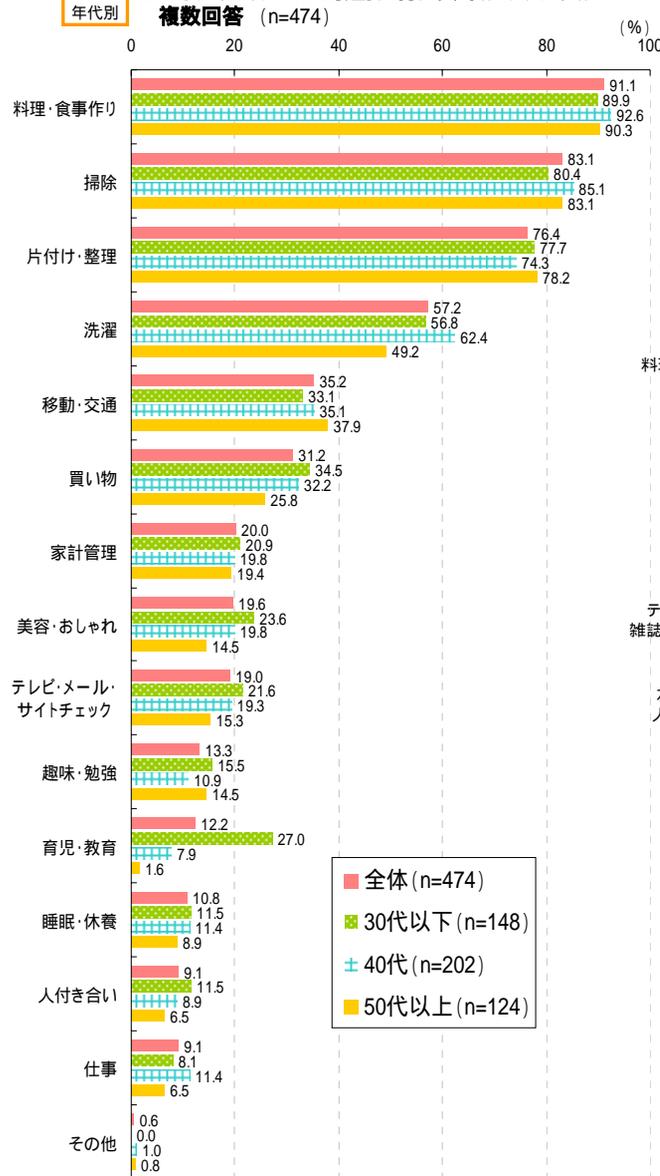
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

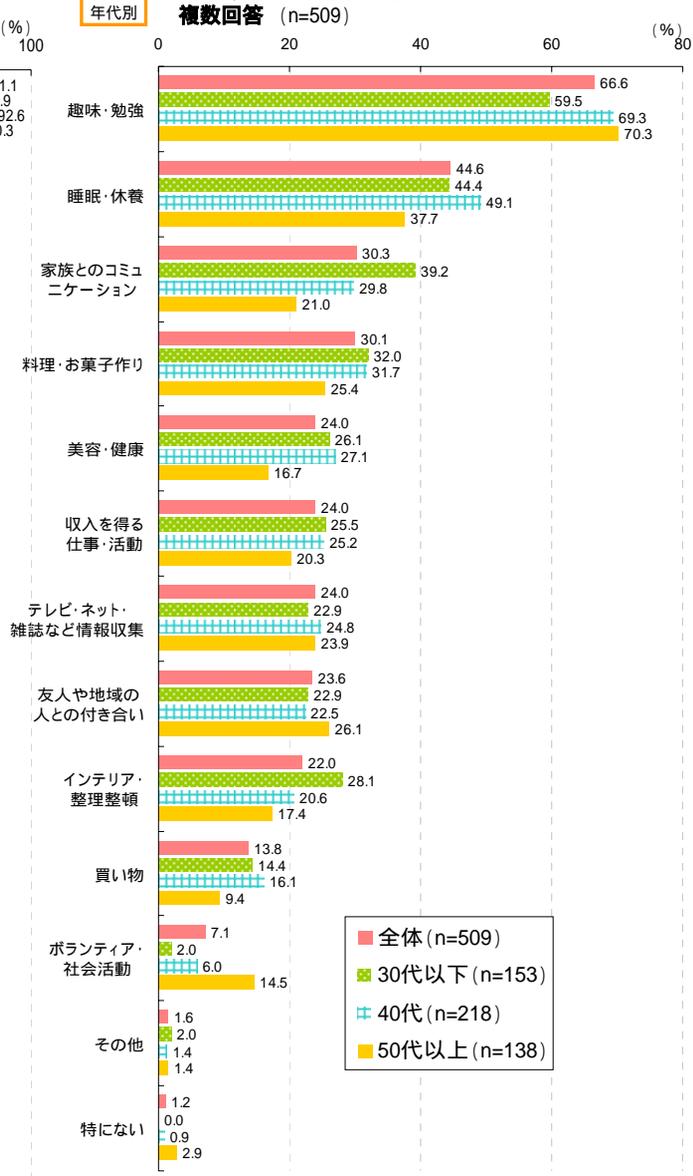
問い合わせ TEL03-5216-9420

FAX03-5216-9430

(グラフ) <(「とてもある」「少しある」と答えた人) >  
どんなジャンルでの「時短」に特に興味がありますか?



(グラフ) もし「時短」が実現できて、今よりゆとりが  
できたら、どんなことに時間をかけたいですか?





### < 食事作りに関わる「時短」 >

#### 朝食・昼食・夕食・お弁当作り 全体的にいまより「時短」が理想 特に30代以下はその傾向が強い

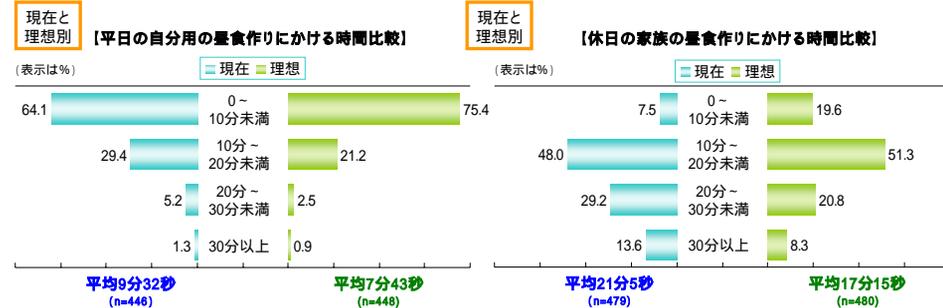
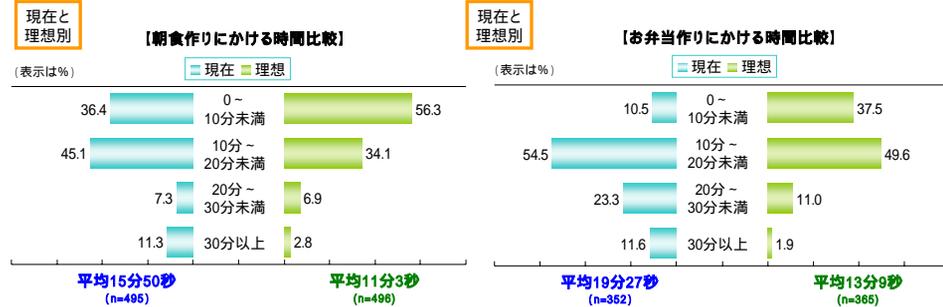
朝食作り・お弁当作り・平日の自分用の昼食作り・休日の家族の昼食作り・夕食作りの5つの食事作りについて、現在、それぞれにかけている時間と、理想的にはどのぐらいが望ましいと思っているのかを聞いてみた(グラフ)。現在かかっている時間の平均は、朝食作り15分50秒、お弁当作り19分27秒、平日の自分用の昼食作り9分32秒、休日の家族の昼食作り21分5秒、夕食作り45分32秒となっている。一方、理想の時間は、朝食作り11分3秒、お弁当作り13分9秒、平日の自分用の昼食作り7分43秒、休日の家族の昼食作り17分15秒、夕食作り33分27秒。いずれの食事作りに関しても、全年代がいまよりも「時短」を望んでいるという結果に。特に夕食作りでは現在の所要時間平均と理想時間平均に約12分も差があった。

また、30代以下は「理想は0～10分未満」と回答した人がほかの年代に比べて多く、朝食作りで66.4%、お弁当作りで44.5%、平日の自分用の昼食作りで80.0%、休日の家族の昼食作りで25.2%もいた。夕食作りも「理想は20～30分未満」が全体35.1%に対して30代以下は46.1%。逆に50代以上は、現在にかけている時間・理想の時間とも、ほかの世代に比べて長めであった。

#### < 回答者プロフィール >

年齢:30代以下 30.2%、40代 42.7%、50代以上 27.1%。 職業:専業主婦55.8%、フルタイム9.8%、パートアルバイト29.7%、そのほか4.7%。 未既婚:既婚 100%。 居住地:北海道3.1%、東北2.4%、関東60.2%(東京都23.5%、神奈川県20.4%、千葉県9.8%、埼玉県4.5%、栃木1.8%、群馬0.2%)、北陸1.4%、東海2.9%、近畿21.0%(大阪府7.5%、兵庫県9.2%、京都府2.5%、滋賀県1.2%、和歌山県0.6%)、中国3.3%、四国0.6%、九州5.1%。

(グラフ) < 食事作りに関わる「時短」について >  
 現在、それぞれにかけている時間はどのぐらいですか？また、理想的にはどのぐらいが望ましいですか？



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



### < 食事作りに関わる「時短」 >

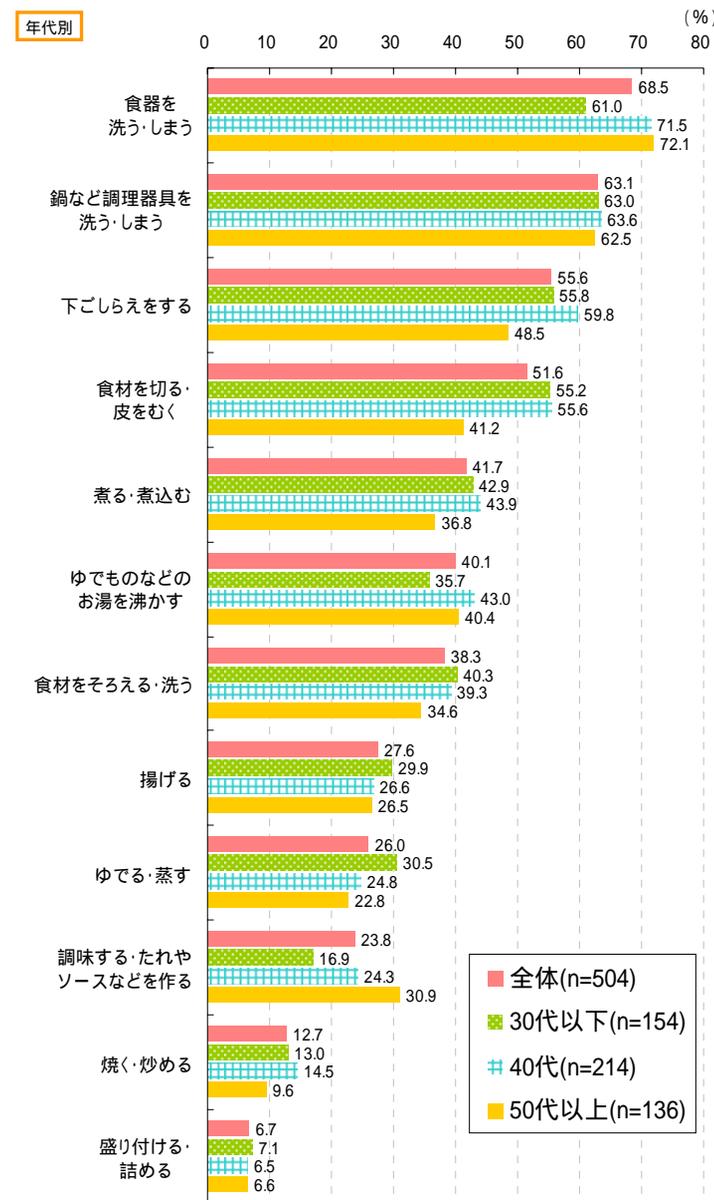
#### 具体的に「時短」したいのは、「食器を洗う・しまう」「調理器具を洗う・しまう」

調理と片付けの手順の中で、具体的に「時短」したいと感じることは、「食器を洗う・しまう」が最も多く68.5%で、40代と50代以上では7割を超える(グラフ)。次いで「鍋など調理器具を洗う・しまう」が63.1%、「下ごしらえをする」55.6%、「食材を切る・皮をむく」51.6%、「煮る・煮込む」41.7%と続く。年代別で見ても順位はほぼ同じだが、「下ごしらえをする」、「食材を切る・皮をむく」、「煮る・煮込む」に関しては50代以上の割合が全体と比べて少なめ。同じく「食器を洗う・しまう」、「ゆでものなどのお湯を沸かす」、「調味する・たれやソースなどを作る」に関しては、30代以下の割合が全体と比べて少なめであった。ほか「調味する・たれやソースなどを作る」では50代以上の30.9%が「時短」したいと答え、全体より7%も多い割合となっている。

#### < 回答者プロフィール >

年齢:30代以下 30.2%、40代 42.7%、50代以上 27.1%。 職業:専業主婦55.8%、フルタイム 9.8%、パートアルバイト29.7%、その他4.7%。 未婚:既婚 100%。 居住地:北海道3.1%、東北2.4%、関東60.2%(東京都23.5%、神奈川県20.4%、千葉県9.8%、埼玉県4.5%、栃木1.8%、群馬0.2%)、北陸1.4%、東海2.9%、近畿21.0%(大阪府7.5%、兵庫県9.2%、京都府2.5%、滋賀県1.2%、和歌山県0.6%)、中国3.3%、四国0.6%、九州5.1%。

(グラフ) 調理と片付けの手順の中で、具体的に「時短」したいと感じることは? 複数回答 (n=504)



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