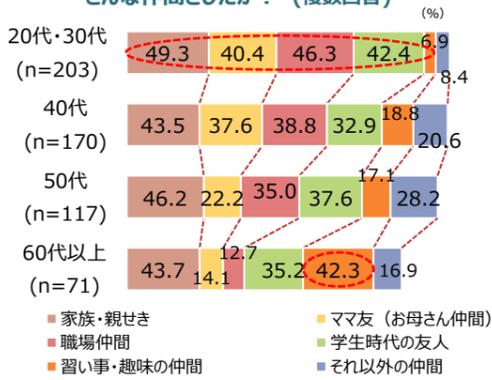


01 Woman's Trend

社会の変化が“昼飲み”を後押し。この1年、6割が昼宴会に参加、4分の1が外で昼飲み経験アリ 子育て中は夜は出られないから。たまの昼酒、いいんじゃない!?

表1. [年代別]この1年間で、昼の宴会をどんな仲間としたか？(複数回答)



最近、飲食店で「昼飲みやっています」という貼り紙を見かけるようになった。お酒を飲む機会が増える季節を前に、「昼の会食・宴会と昼酒」について、全国の女性954人に聞いた。

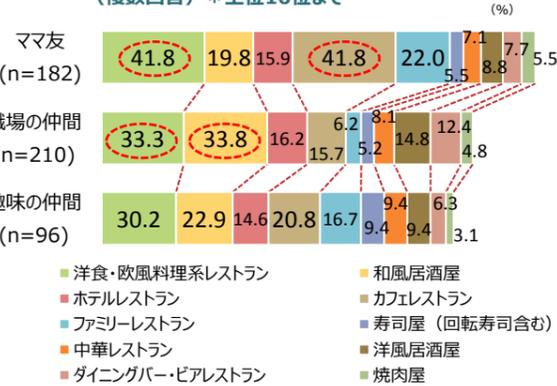
過去1年間に、外食での昼の会食・宴会に参加した人は59%。どんな仲間と会食・宴会をしたかを複数回答で聞いたところ、法事や正月の集まりなどを含むこともあり、家族・親戚とが全年代で最多だった。20代・30代ではママ友、学生時代の友人、職場の仲間がいずれも4割を超え、多様な仲間と昼に宴会をしていることがわかる。60代以上では、習い事・趣味の仲間との会が4割を超えた(グラフ1)。

利用した店を見ると、ママ友には、イタリアンやフレンチなどの欧風レストラン、カフェレストランが人気。職場の仲間では、1位が和風居酒屋、僅差の2位が欧風レストラン(グラフ2)。

店選びで外せないのは、まず「料理のおいしさ」「価格」だが、「時間制限がなくゆっくりでき

2017.10.25~10.29 リビングWeb・シティリビングWeb・あんふあんWebによるWeb調査 集計数：女性954人 平均年齢：45.1歳 内訳：専業主婦32.0% フルタイム36.7% パート・アルバイト25.2% その他6.2% / 20代以下6.0% 30代29.8% 40代31.1% 50代21.6% 60代以上11.5% / 既婚73.0% 独身27.0% / 子ども：いる59.6% いない40.4% *本文の数字は小数点以下四捨五入

グラフ2. [仲間別]昼の宴会をした店のジャンル(複数回答) *上位10位まで



「個室・貸切」の要望も多い(表1)。最も楽しかった宴会を聞いたFAでは、「お寿司をママ友と。育児の不安やいろいろな話ができストレス発散！」(31歳)、「高校時代の友人と。月に一度の定例会でおしゃべりするのが楽しい！」(55歳)など。心置きなく、おしゃべりを楽しめることが、昼の宴会の最大のごちそうだ。

今回は、宴会以外の昼飲みについても聞いた。昼間にお酒を飲むことが「よくたまにある」人は27%だが(グラフ3)、3年前との頻度比較では、20代・30代の「増えた」「やや増えた」が43%と、若い世代で増加の傾向(グラフ4)。昼飲みをする店は、昼宴会と同じく欧風レストランが多く、特に50代の人気が高い(67%)。一方、20代・30代では、欧風レストラン36%、和風居酒屋35%と1位・2位が拮抗している。「居酒屋 北海道」で“飲み放題ゼロ円”の昼宴会コースを提供する、コロナワイド広報の高木潤一さんによれば、昼宴会はじわじわ伸びて

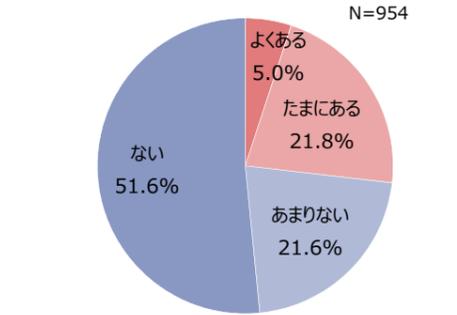
表1. [仲間別]昼宴会の店を選ぶ際、外せないポイント(複数回答) *上位5位まで

	ママ友 (n=182)	職場の仲間 (n=210)	趣味の仲間 (n=96)
1	価格が手頃	料理がおいしい	料理がおいしい
2	料理がおいしい	価格が手頃	価格が手頃
3	時間制限がなく ゆっくりできる	交通アクセスが良い	交通アクセスが良い
4	個室がある・貸切できる	個室がある・貸切できる	時間制限がなく ゆっくりできる
5	子連れに優しい	時間制限がなく ゆっくりできる	店に清潔感がある

おり、現在は売り上げの1割を占めるそう。「リタイヤしたシニアのグループが主流だが、利用者の幅は広がっている。女性の社会進出が進み、“横丁”や“せんべろ”の世界観がブームになるなど、女性がお酒を飲む場や時間はより自由になってきた。『昼に飲みたい』というニーズはもっと高まると見ている」と高木さん。

昼飲みに対する意見でも、「いいと思う」が30%、「まあいいと思う」が49%と、8割が賛成・容認派。感じているのは、夜は出かけにくい主婦も昼なら楽しめる、夜よりも気軽に気分転換できるという、昼ならではの利点だ(表2)。仕事を辞めず働き続けられれば、外食の機会は途絶えない。ママが職場に増えると、歓送迎会などオフィシャルな会を昼に行うことも増える。昼飲み率はまだ低いが、社会的な追い風を受けてポテンシャルは高い。どんな仲間の会かによって異なるニーズを見据え、対象を絞った提案が効きそう(副所長・滑川恵理子)

グラフ3. 昼に外食でお酒を飲むことがあるか？



グラフ4. [年代別]昼飲みをすることがある人の昼飲みの頻度、3年前との比較

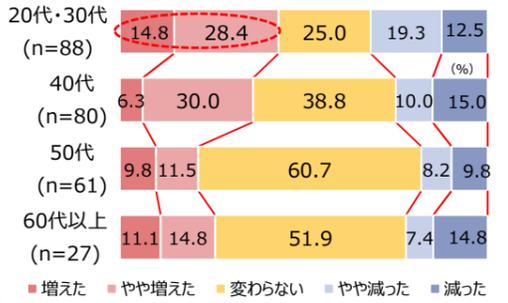


表2. 昼飲みについて、「いいと思う」「まあいいと思う」理由 (FA)

- ◇自然にセーブでき、「帰れない」「終電ない」「眠れない」ということがないので安心(25歳)
- ◇二次会などが無く、短く終われるから子育てがある人でも参加しやすい(30歳)
- ◇主婦はなかなか夜出かけられない人もいる。昼に軽くお酒飲んで発散するのもいい(35歳)
- ◇ディナーよりリーズナブルだし、気分転換になる。そして少し優雅な気持ちにもなる(42歳)
- ◇たまに軽く飲むならいい。夜にママ友と食事にはいけない(44歳)

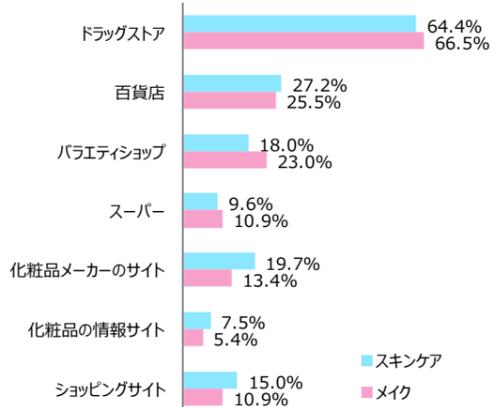
02 Working Woman's Real

【フルタイムワーク女性のスキンケア・メイク事情】 コスメにひと月6255円を使うが、 情報収集に満足できていない人が過半数

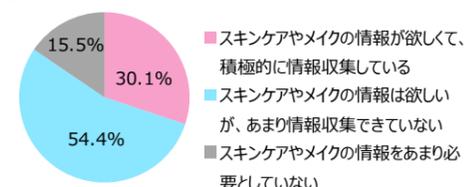
フルタイムワークの女性がスキンケアにかかる平均月額額は約3753円、メイクは約2502円。スキンケア・メイク共に購入場所のトップはダントツでドラッグストア。次に多いのが百貨店なのは、通勤途中に行きやすいことも一因だろう。ネットでの購入はスキンケアがメイクよりやや多いものの、どちらも実店舗での購入機会が多い。新しい化粧品を購入する場合は、使用感や香り、メイクの色味など実際に手に取って試したい要素が多いためと推察される。

スキンケアやメイクの情報を積極的に収集している“コスメ好き”が約3割いる一方、「情報は欲しいが、あまり情報収集できていない」という人が過半数。主な情報源の上位は「雑誌」60.7%、「化粧品の情報サイト」44.4%、「テレビ」42.7%、「友人・知人のクチコミ(ブログ・SNS含む)」26.4%、「フリーペーパー」21.3%だ。

【化粧品をよく購入する場所】 ※複数回答。上位項目抜粋



【スキンケアやメイクの情報収集について】



2017.10.11~10.15、全国のフルタイムワーク女性を対象としたWeb調査。集計数：239

03 Living Woman's Network

リビング新聞グループの女性組織紹介 ~あんふあんくらぶ 幼稚園ママを代表する強力なリアルサポーター

幼稚園児とママの情報誌「あんふあん」の読者組織「あんふあんくらぶ」のメンバーは、首都圏841人、関西圏360人(2017年11月現在)。子どもの人数・年齢はもちろん、通っている幼稚園名、年収、住居形態、特技など約20項目の属性を把握している。

毎春、末子の卒園とともに組織を卒業していくママがいると同時に、新たに入園した子どものママが新メンバーに加入する。常に読者が入れ替わってフレッシュな意見・声が収集できるのは、「あんふあん」というターゲットメディアならではの。

彼女たちの特徴は「もちろん子育てが一番の関心事ですが、自分時間や生活を楽しんでいて自己表現も上手。インタビューでは、自分の言葉でオリジナルな視点で発言してくれる、モニターとしても優秀な方たちです」(あんふあん・三山編集長)。

誌面づくりに参加してリアルな読者の姿を発信してくれる「あんふあんくらぶ」は、メディアの強力なサポーターだ。



表紙をはじめ、誌面にも多数登場。保育園ママのための情報誌「ぎゅって」の読者組織にも首都圏484人、関西圏165人のメンバーがいる