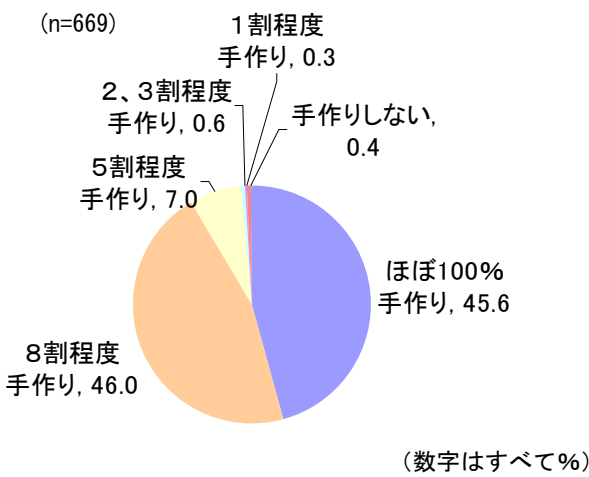


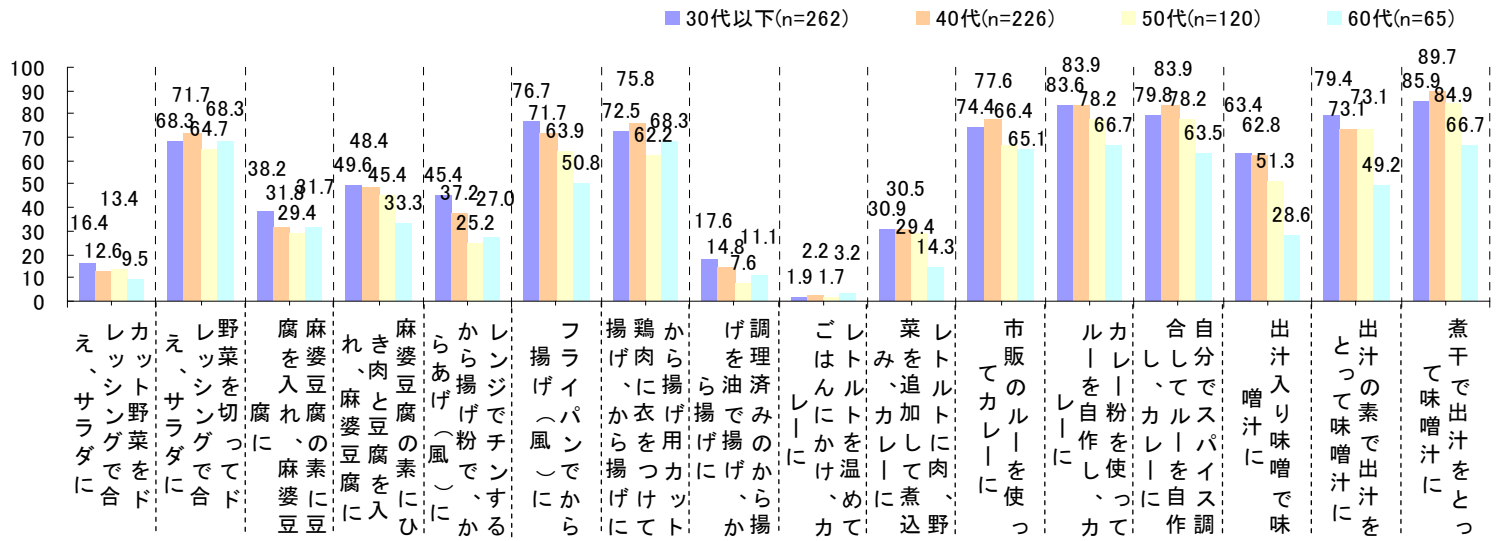
01 Woman's Voice

手作り料理と調理アンケートから～ 「手作り」の分岐点は、自分なりのアレンジでオリジナリティがあるか

Q. 夕食の献立の中で「手作り」する割合



Q. 以下の中で、「手作り」と思うものをすべて選んでください (いくつでも)



昨年秋、共働き世帯が、単身世帯を除く総世帯の55.3%となり過去最高を更新したと話題になった。働く主婦が増えるに従って食事はどの程度手作りしているのか、気になって現状を調べてみた。

全国のみセス673人(専業主婦56.9%、フルタイム勤務18.3%、パート・アルバイト他24.8%と一般に比べ専業主婦が多め)に3食を手作りしているか聞いたところ、全て手作りしているという人が58.2%、2食が32.2%、1食が8.2%だった。特に夕食では、7日間毎日手作りする人が69.7%、6日が18.7%、5日

が6.6%と、意外にも7割方が毎夕食を手作りしていると回答。その手作り度合いもほぼ100%手制りが半数近く(左上グラフ)。

では「手作り」と思う分岐点を探ろうと、25項目の具体例を挙げて手作りと思うものを選んでもらった。予想以上に手作りに対する厳しい目を感じられた。例えば、麻婆豆腐の素にひき肉と豆腐を入れて作ったものを「手作り」と思う人は全体で47.4%と半数弱。市販のルーを使ってカレーを作ったのも「手作り」認定は73.8%、カレー粉を使ってルーを自作しても81.8%で、「手作り」の分岐点の

詳細を知るには、定性調査が必要だ。

項目の一部を年代別に比較したのが上のグラフ。レトルトや合わせ調味料に「手作り」感が薄いと感じるのは40代以降。予想以上に自分なりの味にこだわる人が多く、レトルトや市販のルーそのままの味では「手作り」と言えないと思うようだ。

「手作り」の定義を自由回答してもらったら、何か一手間加えることと思う人が最も多く、次いで包丁を使う、味付けをするなどが挙げられた。多少なりともオリジナリティを発揮できたかどうか、が、「手作り」の分岐点か？

所長の目

以前、主婦の「時短と手抜き」の感覚の違いを調べたら、手抜きと思うのは「工夫せず質を落とすこと」で、時短と思うのは「新しいアイデアで質を落とさず時間を活用すること」だった。「手作り」の分岐点も似たような感覚ではないか。自分なりのアレンジができて、家庭の味と家族の健康を守れる、と思えば「手作り」なのだろう。ドレッシングや合わせ調味料が流行るのも、バラエティに富んだ使い方を提案したから。「チョイ足し」といった感覚も同様だ。

近頃は給食で世界の料理が出るために、ママたちも献立のマナーを子どもに追及されるとか。手作り感の持てる、お助けの「もう一品」がさらに望まれているだろう。(植田奈保子)

※2013年1月8日～15日実施。全国の既婚女性673人回答。詳細はくらしHOWへ問い合わせを

Real Voice 手作りの定義は

- ◆レトルト、冷凍食品の助けを得ながら、ストレスなく愛情をもって食事を用意するのが手作りだと思う (33歳/フルタイム)
- ◆栄養バランスを考えた料理 (33歳/フルタイム)
- ◆包丁とまな板を使ったら、ひと手間かけたと思う (34歳/専業)
- ◆野菜が多い、具が大きい、塩分が少ない、加熱しすぎず酵素が失活していない (41歳/専業)
- ◆食材を切って、味をつけて、火を通す (43歳/専業)
- ◆市販の合わせ調味料などを使っても、味の調整などを加えたら手作り。レトルトに具を足すだけでは、味がレトルトのままなので手作りじゃない (43歳/専業)
- ◆味を調えるのは自分の舌 (46歳/フルタイム)
- ◆安全、美味しい、安いが手作りの良さ (55歳/パート)
- ◆自分なりのアレンジがある (69歳/専業)

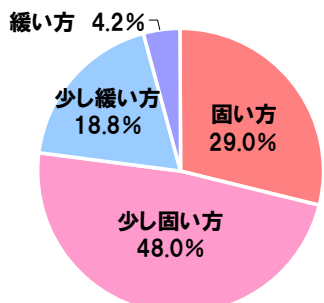
02 HOW's View

財布の紐が固いと答える主婦は77.0% それでも見える“きっかけ・いいわけ消費”

続く景気低迷の中、家計を守る主婦のお財布事情はどうなっているのか？貯金は約9割とほとんどの家庭で行っており、貯金額は200万円～300万円、1000万円～1500万円の2つの大きな山が見られる。その目的は、老後の準備67.0%、病気や事故への備え49.8%、子どもの学費38.3%、将来への不安35.5%。お金を貯めていても必要な時が来るまで消費をしない傾向が強い。

一方、自身のへそくりや貯金は、約7割がしていると答えた。その額は100万円以上が40.5%、そのうち1000万円以上の人でも9.2%もいる。そして自由に使えるお金は1カ月あたり1万円未満が47.5%、1万円以上～3万円未満が36.0%、3万円以上は16.5%。働く主婦が増えたことで、自分のための貯えと多少の余裕はあるようだ。国内外の旅行のほか、ファッションや美容、趣味の活動への高額の消費も見られ、家

【自分の財布の紐についてどう思いますか？】



2012.12.26～2013.1.9 全国の既婚女性を対象にWEB調査(n=596)。詳細レポートはくらしHOWのサイトへ

計とは別の財布があることもわかる。自分の財布の紐は固いと答える主婦は77.0%。だが、「頑張ったご褒美」や「誕生日・記念日」「家族のため」には贅沢をしてもいいと答える人も多い。主婦の財布の紐を緩めるには「きっかけ」や「いいわけ」を作ることが必要なのだろう。

(くらしHOW研究室/大田司)

03 Group Eyes

シティリビング OLマーケット研究会 都心で働く団塊Jr.女子は「マトリージョ」

昨年12月26日、大手町のサンケイプラザホールで「シティリビング OLマーケット研究会2012」の研究発表が行われた。今回はメディアでも活躍の牛窪恵さんの会社・インフィニティの監修のもと、「オフィスで働く団塊ジュニア女性の意識と消費の実像」について調査。600席用意した会場がほぼ満員状況になるほど大勢の方が来場し、大盛況のうちに幕を閉じた。

3回の定量調査と日記調査、お宅訪問調査をもとにした調査研究では、都心で働く団塊ジュニア女子を表層だけでは分からないマトリョーシカに例えて「マトリージョ」と名付けて紹介。バブル世代と比較して消費意欲が少なく見える団塊ジュニアも、どこかにバブルっぽさを持っており、それがどこにあるかで消費志向を4つのタイプに分類し分析した。そこで分かったマトリージョ攻略のポイントは次の3つ。



当日は、マーケティングライターの牛窪恵さんが研究発表。企業各社のマーケティング担当者やメディア関係者が多数集まりました

- 1) 「賢さ実感」を求める
- 2) 「将来不安」を消したい
- 3) 「出逢い」を欲する

シティリビングは、今回調査した団塊ジュニア層を含め幅広いOL層をカバーしている。長年OLマーケット研究に取り組み、OLのキモチや行動を熟知したシティリビングの紙面や企画提案に今後も注目をしてほしい。

(サンケイリビング新聞社 CC室)