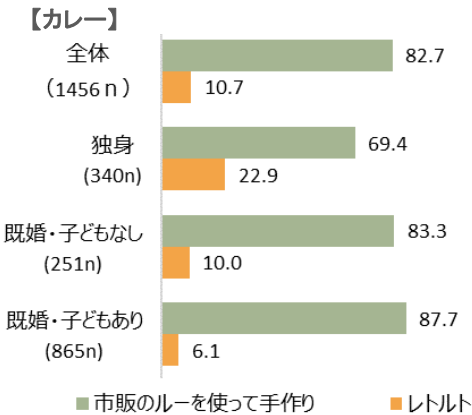


01 Woman's Trend

定番家庭料理メニュー、どのくらい手作りしている？

カレー、ハンバーグは”手作り”、理由は美味しいから

◆定番メニュー 家庭で食べる際、一番多い用意の仕方（数字はすべて％）

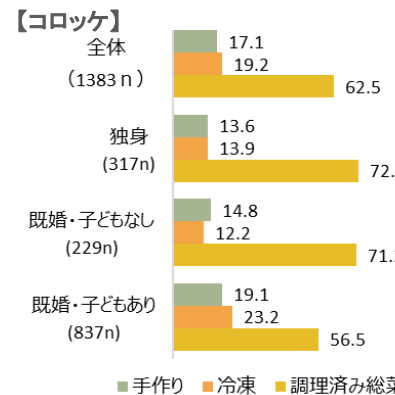
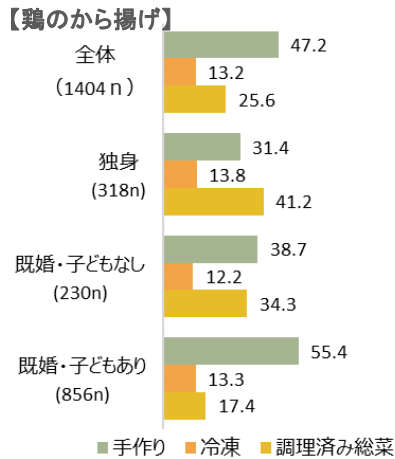


自宅で、「週に2、3日以上料理をする」女性に家庭料理の代表的なメニュー5種（カレー、鶏のから揚げ、焼き餃子、ハンバーグ、コロッケ）について、食卓に上がる頻度や、用意の仕方について調査した。

2週間に1回以上食卓に上がるランキングは、1位：カレー、2位：鶏のから揚げ、3位：焼き餃子、4位：ハンバーグ、5位：コロッケ。1位のカレーは42.8%と半数近くが2週間に1回以上家庭で食べていると回答しており、さすが「国民食」と言われる結果に。

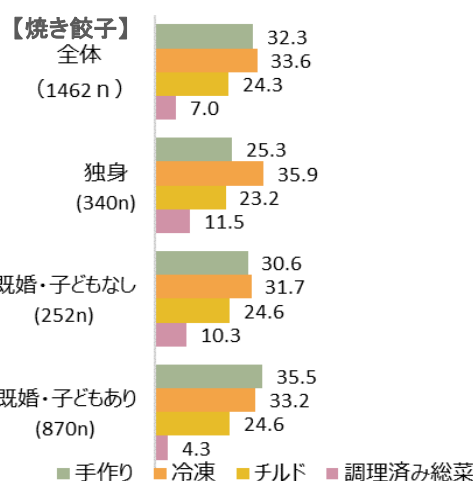
手作りか出来合いを購入するかといった用意の仕方は、働き方によって違いが出るのではないかと予想したが、独身、既婚・子どもの有無別の方が特徴が現れた。また、「手作り」といっても、メニューによって手作りのレベル感も異なる。食卓登場ランキング順に、見ていこう。

＜カレー＞「ルーを使わず全て手作り」はわずか4.0%。「ルーを使って手作り」が82.7%で独身



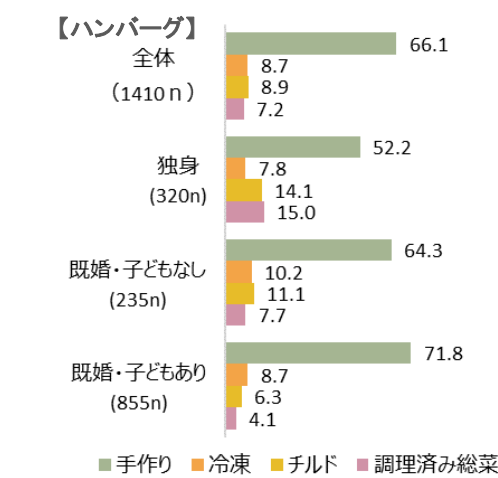
でも（失礼！）7割近くが手作りしている。「レトルト利用」は10.7%。2017年にレトルトカレーの市場規模がルー市場を上回ったというニュースがあったが、週に2、3日以上料理をする女性たちの間では、ルーの利用は健在だ。

＜鶏のから揚げ＞「既婚・子どもあり女性」の半数以上が全て手作り。どの層でも、冷凍食品より調理済み総菜の方がよく利用されている。



◆手作り派がたまに利用するパターンは？

	手作り派 (全体)
カレー	82.7%
鶏のから揚げ	47.2%
焼き餃子	32.3%
ハンバーグ	66.1%
コロッケ	17.1%



たまに利用するパターン
レトルト：62.1%
調理済み総菜：37.4% 冷凍：29.9%
冷凍：60.6% チルド：43.2%
チルド（調理済み）：20.6% 冷凍：20.9%
調理済み総菜：52.7%

＜焼き餃子＞冷凍食品利用が多いメニュー。「子どもあり」層の手作りや冷食利用は僅差だ。

＜ハンバーグ＞カレーに次いで手作り派が多いメニューで、独身でも半数以上が「全て手作り」。理由は「美味しいから」。たまに利用するパターンでもチルド、冷凍食品は約20%とあまり多くない。

＜コロッケ＞約1/4が2週間に1回以上、食卓に

あがると回答しているが、調理済み総菜の利用が最も多いメニュー。同じ揚げ物でも鶏のから揚げより手作りする習慣が少ないのは、下ごしらえが大変なこともあるだろう。

数多く出回っている時短調理商品をたまには上手く使っているものの、手作りにもこだわる一面が見えてきた。

2019.2.27～3.3 リビングWeb・あんふぁんWeb・シティリビングWebでのWeb調査 集計数：1488人／平均年齢：44.9歳／内訳：20代以下7.6% 30代28.7% 40代31.4% 50代20.1% 60代以上12.2%
／フルタイムワーク33.3% パート・アルバイトワーク24.8% 専業主婦35.6% その他6.3% データは小数点2位以下四捨五入

02 Working Woman's Real

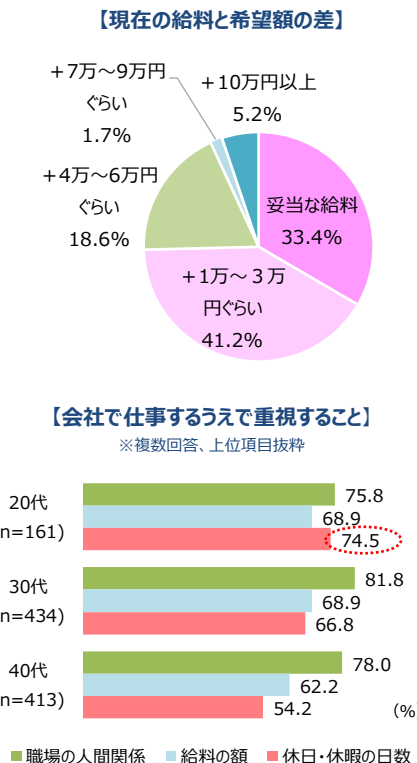
【企業に勤める女性の仕事観】
給料もっと多くてよくない？と思いつつ、
仕事は「人間関係の良さ」を一番に

企業に勤める女性（20代～40代）で、現在の仕事・業務内容に「満足・まあ満足」している人は55.8%。同じ会社内で「異動したい・まあ異動したい」と思う人は23.6%で、その理由の上位は「部署内の雰囲気がある好きではない」31.6%、「仕事内容が合わない」28.6%、「上司と合わない」27.3%。

現在の給料は、仕事内容に見合った「妥当」な金額とする人が約3分の1。もっと多くてよいと考えている人が多数派で、希望額との差は「1万円～3万円ぐらい」が約4割と最も多い。中には「10万円以上」という人も5.2%いる。

会社で仕事するうえで重視することは、どの年代も「給与の額」を押さえて、「職場の人間関係」がトップ。さらに20代は「給与の額」よりも「休日・休暇の日数」のポイントが高い。給料の額にいまいち納得していないながらも、人間関係などの状況を考慮して、働き続けている…といったところか。ちなみに、「福利厚生」を重視する人も年代が低いほど多い（20代52.2%、30代45.2%、40代33.4%）。

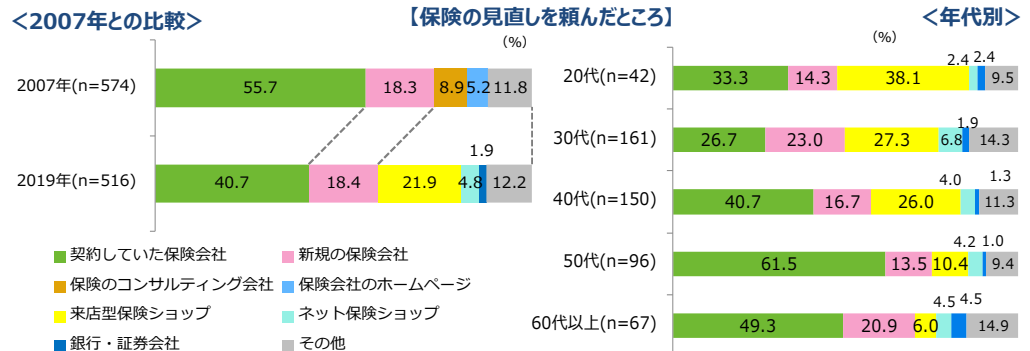
2019.1.22～2.3 Webアンケート調査 集計数：1008



03 Decennial Data

保険の見直しに関するデータはくらしHOWサイト「自主調査レポート」に掲載中！

保険の見直し、12年で変化した？
20・30代で「来店型保険ショップ」利用多数



保険料控除の改正や、重なる自然災害で損害保険が注目されるなど、保険を取り巻く環境も大きく変化した平成最後の10年間。全国の既婚女性を対象に、保険の見直しについて調査し12年前と比較した。

見直したことがある人は58.0%で、時期は「2018年以降」29.3%が最も多く、次いで「2014～2016年」26.9%。理由の1位は「保険料を引き下げたい」で2007年の調査と同じだった（2019年は53.1%、2007年は54.0%）。

2007年の調査との違いが見られたのは、「どこで保険の見直しを頼んだか」。1位は「契約していた保険会社」で前回と変わらないものの、数字が15ポイントダウンしている。今回の調査では昨今の保険の加入チャネルの多様化に伴い選択肢を変更・追加しているが、ここ10年ぐらいの間で台頭した「来店型保険ショップ」が2位にランクインしている点に注目したい。特に20代と30代では、「契約していた保険会社」を上回り1位になっている。

調査方法／Webアンケート 調査対象／「リビングWeb」「シティリビングWeb」「あんふぁんWeb」ユーザー
【回答者プロフィール】子どもの有無：いる74.7%、いない25.3%
調査期間／2019.03.13～03.17 有効回答数／既婚女性889人（平均年齢：44.3歳）