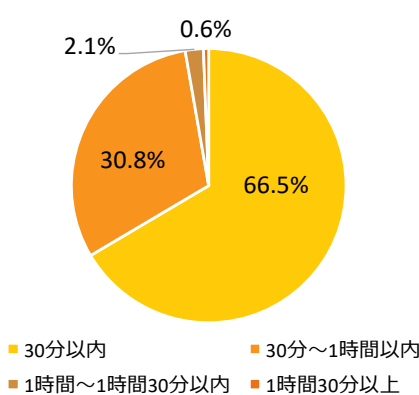


01 Woman's Trend

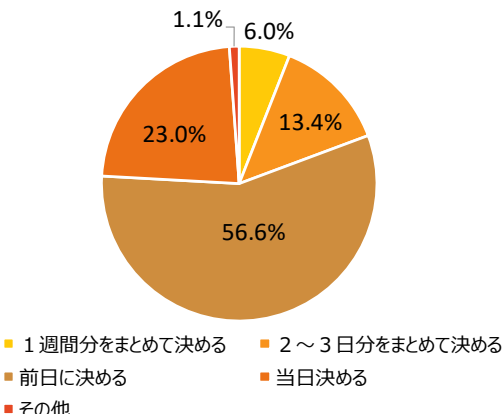
彩りのバランスがよく、キレイに詰められた時にはモチベーションが上がる

お弁当作りに必要なのは、美味しいの一言と達成感

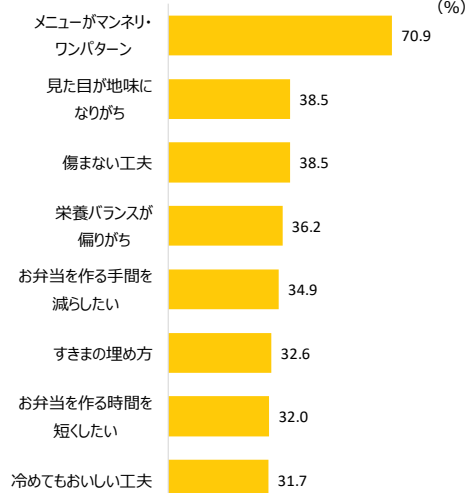
◆お弁当作りにかける時間 (グラフ1)



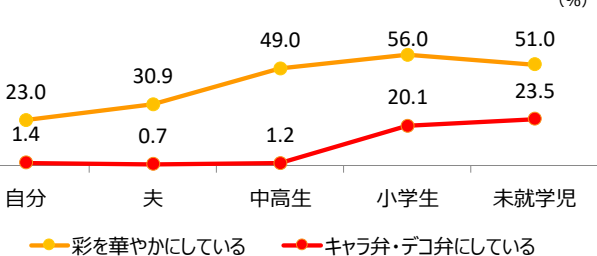
◆メニューを決めるのはいつ? (グラフ2)



◆お弁当作りの悩み (複数回答・30%以上を抜粋 グラフ3)



◆作る相手別、お弁当作りのポイント比較 (グラフ4)



手作りお弁当についての調査から、週2～3回以上お弁当を作っている女性1310人のデータを紹介します。

お弁当作りに悩む多し

お弁当作りにかける時間は「30分以内」が66.5% (グラフ1)、作り置き常備菜や前の晩のおかずを使って手早く用意。メニューは56.6%が「前日」に決めて (グラフ2) いる。お弁当作りの悩みは、何といても「メニューのマンネリ・ワンパターン」が7割と圧倒的だが、3割台に達する悩みが7項目もある (グラフ3)。

誰のためのお弁当を作るかで、中身のポイントも当然変わってくる。自分用、夫用、子ども (学齢別)用、それぞれ母数は異なるが、ポイントの傾向を比較してみたのがグラフ4。「キャラ弁・デコ弁」は小学生の子どもまでだが、「彩を華やか」にする工夫は中高生の子ども用でも約半数と高い。おかずは、自分用や夫用は「前の晩おかず」利用が7割前後と比重が高い。とはいえ、どの層も「作り

置き常備菜」をうまく利用しているようだ。そして、食べ盛りの中高生は「炭水化物多め」、自分用は「炭水化物少なめ」だ。

茶色いおかずが並び、すきまができる...

お弁当作りのモチベーションが下がる時

日々のお弁当作り、モチベーションの上がる時、下がる時をフリーアンサーで聞いた。上がる時で最も多いのは、何といても「美味しかったの一言」、逆に下がる時で最も多いのは「食べ残しがあった時」。それ以外で多かったのが右表にあげた代表例だが、グラフ3の「お弁当作りの悩み」と見事に呼応している。毎日写真に残しているという人もいたが、そこまですないにしても「ピクッリ入った」「彩りがキレイにできた」という「映え」を意識したプチ達成感と一言の感謝の言葉が、忙しくても体調が悪くても、頑張ってお弁当作りに励む女性の気持ちを支えている。

モチベーションが上がる時

◆彩りのバランスがよく、キレイに詰められた時にはモチベーションが上がる (43歳)

◆簡単で映えるレシピを見つけた時 (39歳)

◆卵焼きなど上手に焼けた時 (50歳)

◆おかずが、すきまなくピクッリ入った時! (32歳)

モチベーションが下がる時

◆全部茶色いおかずが並んだ時、いつもワンパターンだなあと思った時 (40歳)

◆すきまができてしまった時 (49歳)

◆何を入れたら良いか思い浮かばない時 (42歳)

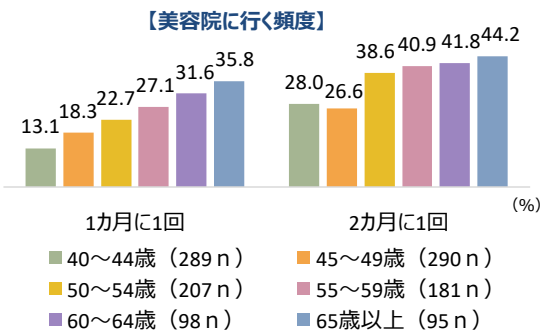
◆旦那からの感想が皆無 (43歳)

2019.10.2～10.7 リビングWeb・あんふあんWeb・シティリビングWebでのWeb調査 集計数：1647人 年代：20代以下10.3% 30代27.9% 40代33.3% 50代20.2% 60代以上8.4% (平均年齢：43.6歳) 独身24.1% 既婚75.9% 職業：有職69.5% 自営2.9% 無職27.6% / データは小数点2位以下四捨五入

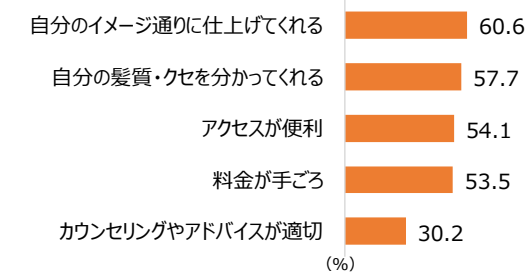
02 40's-60's Real

【ミドルエイジの美容室事情】

イメージ通りの仕上がりを最重視 カラーとカット・パーマ・スパで使い分けも



【美容院選びで重視すること】 (最大5つ選択、上位項目抜粋)



40代以上の女性の美容室事情を調査した。美容室に月に1回行くという人は、上の年代ほど多く、40代と60代では20ポイント近い差がある。「2か月に1回」も50代からぐっと増える。白髪染めのためと、ショートの新髪型が増えるためと思われる。

利用している美容室が「1店舗に決まっている」人は73.7%と大半だが、「複数店舗を使い分けている」人も14.2%いる。使い分け方をフリーアンサーで見えてみると、最も多いのは、カラーとカット・パーマでの使い分け。カラーは白髪染め・リタッチで頻繁に利用するため、カラー専門店ではリーズナブルに。カット・パーマ、ヘッドスパは多少高くても技術のしっかりした店を選ぶという声が目立つ。

美容室選びで重視することの上位は、グラフ (下) のとおり。嫌だと思ふことのトップも「自分のイメージ通りにならない」62.3%で、技術を求める気持ちが高い。

2019.10.10～10.14 Webアンケート調査 集計数:1160
働き方：フルタイムワーク32.9%、無職32.1%、パート・アルバイト28.4%、その他6.6%

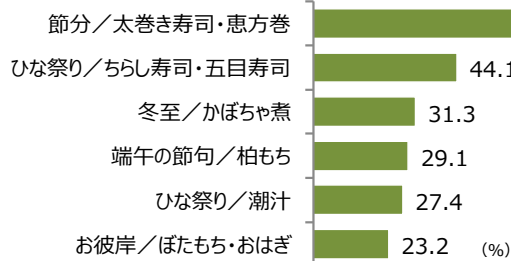
詳細レポートはくらしHOWサイト
「40's～60's マーケット研究室」で

03 Decennial Data

行事食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!

伝統行事は残したいが、“食”は自分に合った形で取り入れたい 行事食を作る「ひな祭り」、買う「節分」

【決まって食べる行事食・上位6つ】



【作って食べる人が多い行事食】

1位 ひな祭り/ちらし寿司・五目寿司 37.2%
2位 冬至/かぼちゃ煮 30.0%
3位 ひな祭り/潮汁 22.6%

【買った/店で食べる人が多い行事食】

1位 節分/太巻き寿司・恵方巻 41.4%
2位 端午の節句/柏もち 27.0%
3位 端午の節句/ちまき 18.3%

節分、ひな祭り、端午の節句、お彼岸、お月見、冬至の6つの伝統行事について、既婚女性に聞いた。18種類の行事食メニューを挙げて、決まって食べるものを聞くと、節分の「太巻き寿司・恵方巻」が約6割と最多。次に多いのは、ひな祭りの「ちらし寿司・五目寿司」で4割超が食べている。

作って食べる率1位は、ひな祭りの「ちらし寿司・五目寿司」。3位に「潮汁」も入り、ひな祭りメニューは“作る派”が比較的多い。

買った/店で食べる人が最も多いのは、節分の「太巻き寿司・恵方巻」。その後、

端午の節句の「柏もち」や「ちまき」が続く。

伝統行事の“食”についての気持ちを聞いたところ、「行事は残したいが、料理は自分に合った形にアレンジしたい」35.2%が最多で、2009年の調査でも、33.1%と似たようなポイント数だった。10年前と違うのは「できるだけ伝統食を作っていきたい」25.8%が約9ポイント減り、「行事は残したいが、伝統食は購入を主にしたい」17.5%が約8ポイント増えたこと。アレンジしたり、購入したりして、行事食を柔軟に楽しみたいという意識が強まっている。

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」「あんふあんWeb」ユーザー
【回答者プロフィール】 働き方:無職43.3%、フルタイムワーク26.2%、パート・アルバイト27.5%、その他3.0%
調査期間/2019.9.11～9.16 有効回答数/既婚女性1123人 (平均年齢46.3歳)