

男も料理の時代2009 ～1997年からの変化～

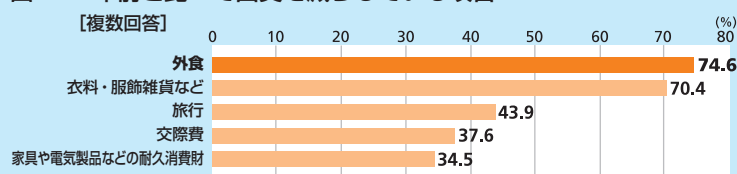
調査背景

経済状況の変化により、「巣ごもり消費」「節約」という言葉をよく耳にするようになりました。特に食についてはその傾向が顕著であり、「1年前と比べて出費を減らしている項目」の1位が「外食」であり（図1）、なおかつ「金をかけたい分野」の2位に「家庭での食事」が入るなど（図2）、内食回帰の傾向にあるといえます。自炊の増加に関しては男性についても話題になり、自分で作った弁当を職場などに持参する「弁当男子」という言葉も聞かれるようになりました。

一方、生活科学研究室では1997年に既婚男性の料理に関する調査を実施しました。この中で一般的な家庭料理は大方の男性が作れるものの、当時の男性の料理は趣味の域を出ていないため、“男も料理の時代”への始まりであると位置づけています。

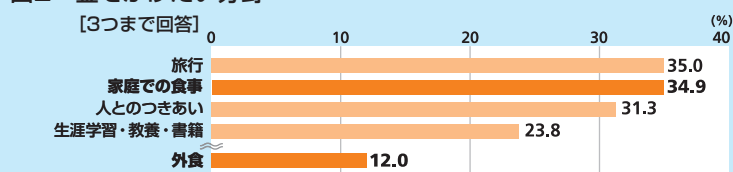
この10年あまり、経済環境・家庭環境・消費動向等に様々な変化があり、男性が趣味的に行うのとはまた異なった意識で料理をするようになっていくことが予測されます。そこで2009年に、男性を対象として料理に関する調査を再度行い、この12年での料理に関する行動や意識の変化を調べてみました。

図1 1年前と比べて出費を減らしている項目



日経消費ウォッチャー 2009.2
 調査対象：首都圏に住む20～69歳の男女282人

図2 金をかけたい分野



日経MJ 2009.9.16より作成
 調査対象：首都圏と近畿圏の20～69歳の男女820人



目次

調査背景	1
旦那さんたちはどのくらい家事・料理を行っているの？	2
なんで料理を作るの？	3
料理の腕前はどのくらい？	4
何を意識して料理を作っている？	6
健康・生活全般に関する意識	7
弁当男子の実態	8
考察	8

旦那さんたちはどのくらい家事・料理を行っているの？

家事実施率も料理を作る頻度も上昇！

「家事の実施状況」について、「している」と答えた人の割合は増えていました。特に20代の実施率は9割を超え、夫が家事を行うことが当たり前になっています。実施率は、50代までは年齢が上がるにつれ低下していましたが、60代でまた上昇していました。

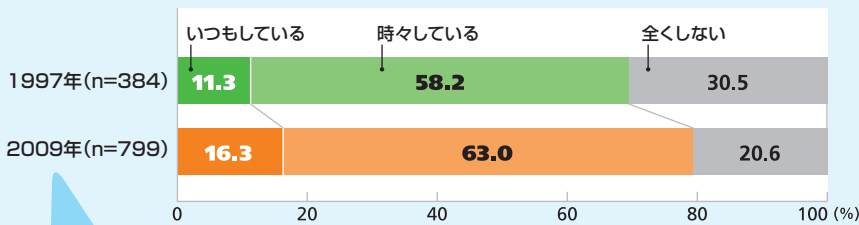
料理を作る頻度について「週数回」以上作る割合も、約10%から約25%と大

幅に増えており、妻が働いている人の方がその頻度が高い傾向にありました。一方で、「全く作らない」と答えた人の割合は約30%から約25%と、その減少割合は「週数回」以上作る人の増加割合に比べて少なく、「全く作らない」人は依然として一定の割合で存在し続けているようです。

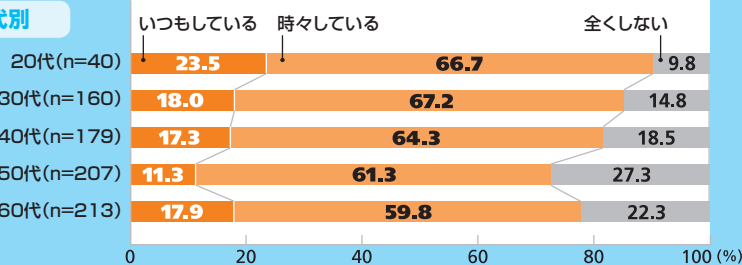
料理を作っている人は、いつ、どのよ

うな料理をよく作っているのでしょうか？朝食・昼食・夕食それぞれについて、週1回以上作る人の割合を調べてみると、「朝食」と「家で食べる昼食」が他の食事と比べて高い割合となりました。「夕食」や「お弁当用の昼食」に比べて、比較的簡単にできるというイメージから、多くの人が作る食事選ばれているのかもしれない。

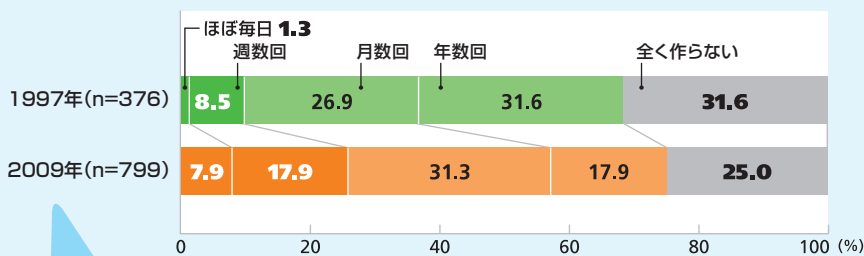
家事の実施状況（※ここでの家事とは、内容を特に規定していない）



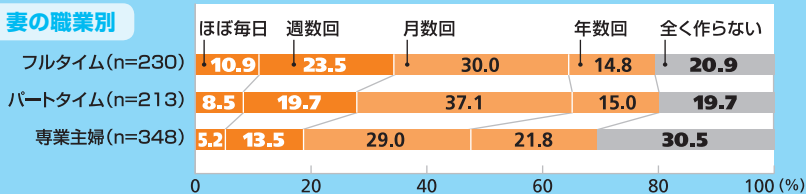
年代別



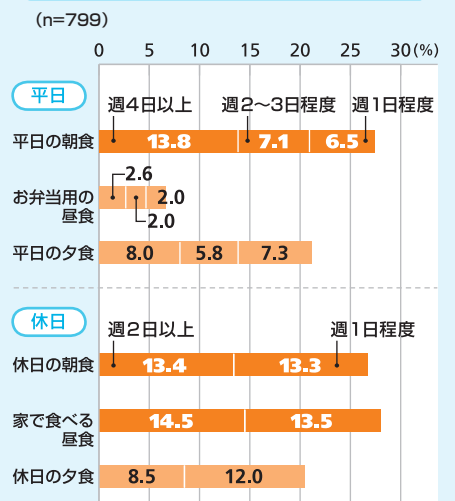
料理を作る頻度



妻の職業別



それぞれの食事を週1回以上作る人 (2009年)



なんで料理を作るの？

料理を作る理由は、興味・楽しさと、経済性の両側面

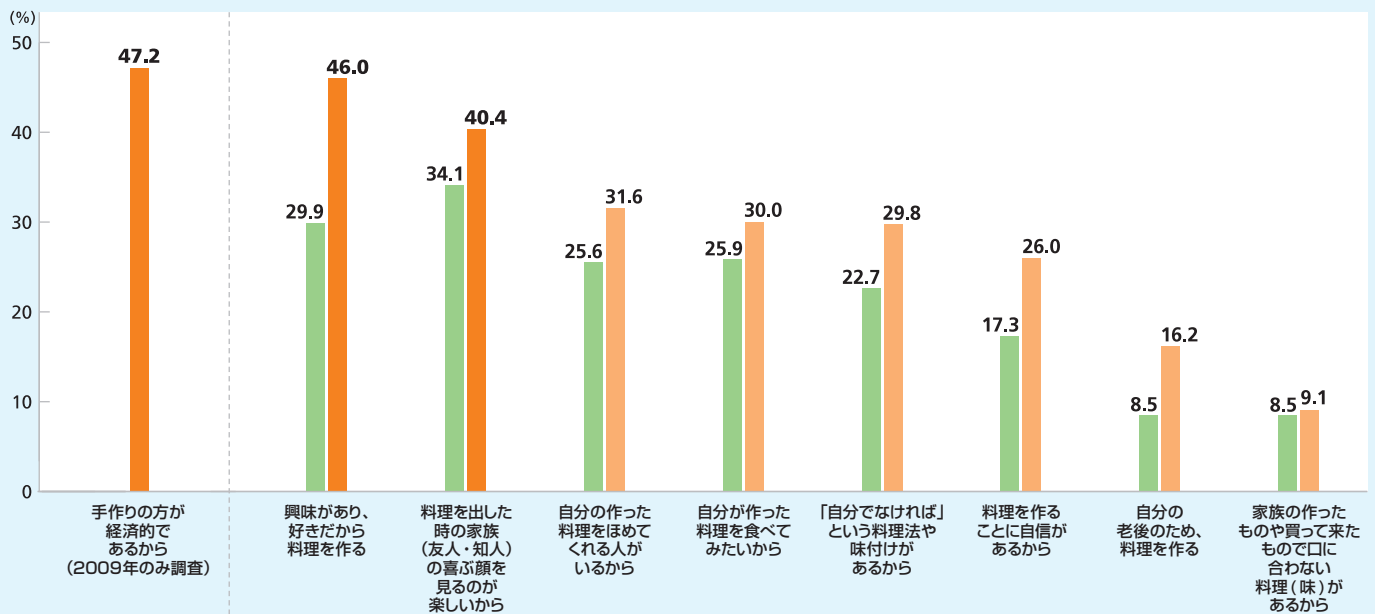
「料理を作る理由」について、「興味があり、好きだから」「家族の喜ぶ顔を見るのが楽しいから」などのポジティブな項目が全体的に増えており、料理の目的や楽しみの幅が広がっていることが感じられました。一方で、09年の調査では、「手作りの方が経済的であるから」という経済性に関する理由も47%と高い割合であげられました。

また、食全般に関する興味について聞いてみたところ「流行・料理・食歩き・生活情報に興味がある」「外食をした時に、その料理の作り方や味付けが気になる」共に増えており、これら食全体に対する興味の増加が、料理を作ることに對する興味の増加にも寄与していることが推察されました。



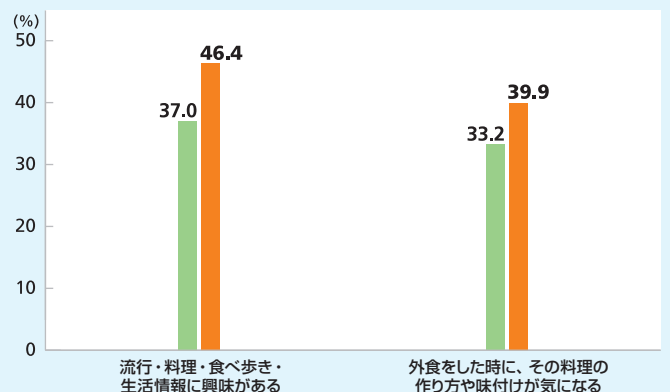
料理を作る理由 (家庭で料理を作る人)

【複数回答】 ■ 1997年 (n=248~252) ■ 2009年 (n=599)



食全般に関する興味

【複数回答】 ■ 1997年 (n=381~382) ■ 2009年 (n=799)



料理の腕前はどのくらい？

ワンディッシュメニューの腕前は大幅にアップ！

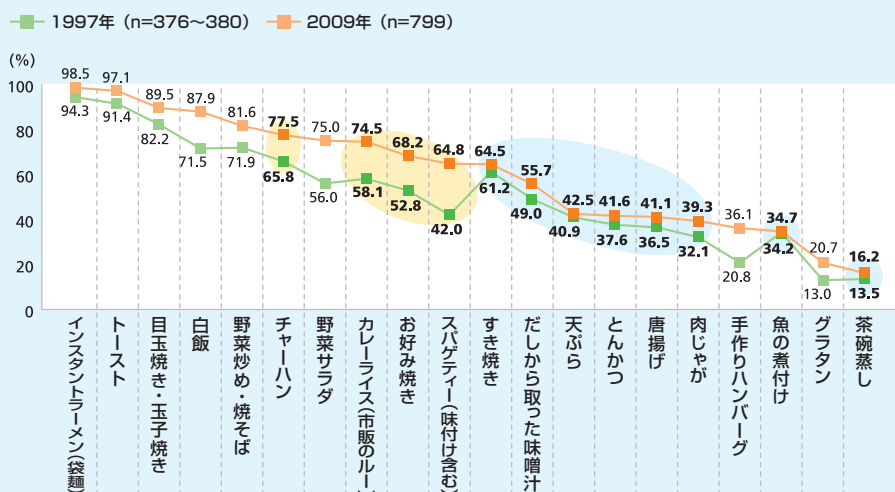
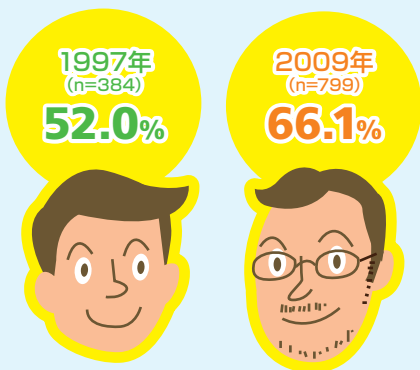
「自分で作れる」メニューも種類が増えており、例にあげた20メニューのうち、10メニュー以上作れる人の割合は、52%から66%へと増加していました。増加の割合が高かった「スパゲティー」「カレーライス」などのワンディッシュメニューは、97年は20代、50代、60代

で作れる人が少なかったのですが、09年ではこれらの年代において大幅に増加したことが全体のスコアに影響していました。一方で、「肉じゃが」「魚の煮付け」などの和食や、「天ぷら」「とんかつ」などの揚げ物料理にはほとんど上昇がみられませんでした。和食や揚げ物を難しい

と感じている先入観や、いわゆるお袋の味へのこだわりが影響したのではないかと推測されました。ただ「肉じゃが」などの和食は、20代では他の年代と比べて12年間で作れるようになった割合が高く、今後は時が経つにつれ、全体でも作れる割合が増加することが予測されます。

本を見たり、人に聞いたりすることなく自分で作れる料理メニュー

10メニュー以上 作れる人の割合



20代は「母親」「学校の授業」から料理を覚えました

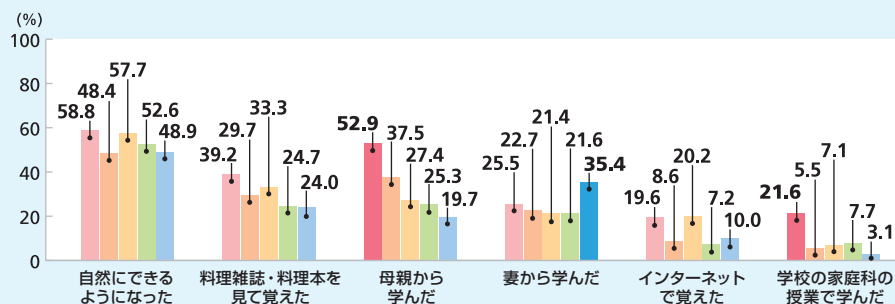
「料理を覚えた方法」について、20代は他の年代に比べて「母親から学んだ」「学校の家庭科の授業で学んだ」が圧倒的に多く、母親との関係や母親世代の意識の変化、1994年の高等学校における家庭科教育必修化などが影響していることが予測されました。一方、60代では「妻から学んだ」が多いのも特徴的でした。定年後に、料理を妻から教わっている様子がうかがえます。

また、インターネットが普及してきたものの、「料理雑誌・本」の方が割合が

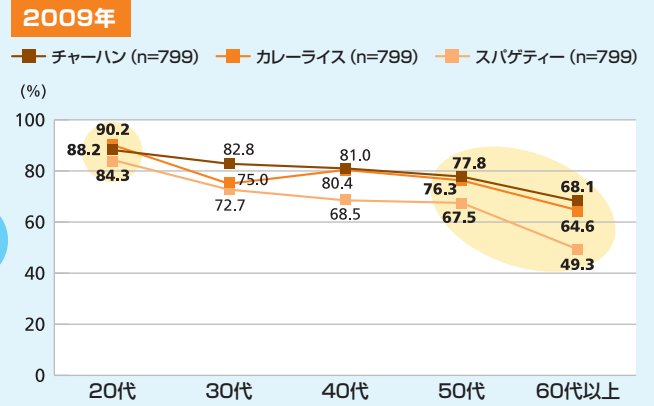
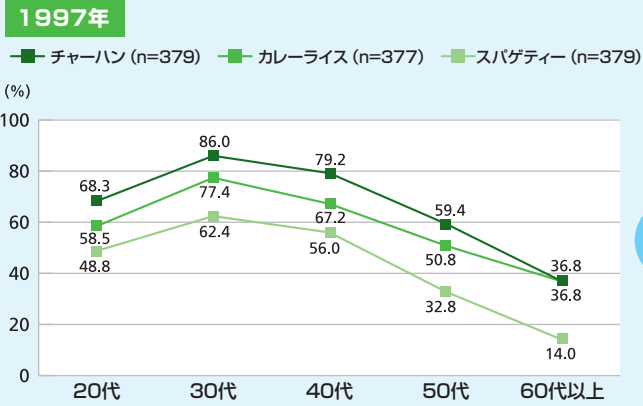
高く、料理を覚える手段としては「雑誌・本」が活用されているようでした。

料理を覚えた方法 (2009年)

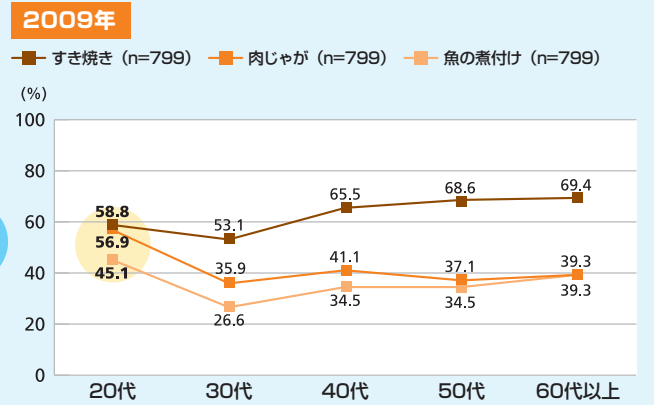
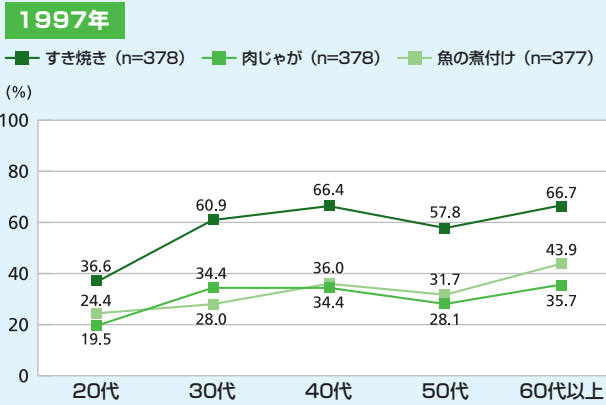
【複数回答】 20代 (n=40) 30代 (n=160) 40代 (n=179) 50代 (n=207) 60代 (n=213)



ワンディッシュメニューを作れる人



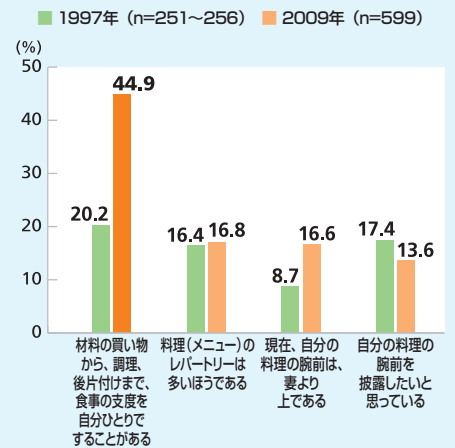
和食を作れる人



買い物から片付けまでをひとりで行うように

「買い物から片付けまでひとりでする」「妻より料理の腕前が上である」と思う割合が増えました。しかし、「料理のレパートリーは多い方である」と答えた割合はほとんど変化しておらず、「料理の腕前を披露したいと思っている」人の割合は減少しました。求められる料理のレベルが高くなっていることや、料理は特別な時に行うものではなくなっていることが推察されます。

料理の習得度 (家庭で料理を作る人)



何を意識して料理を作っている？



料理に対する積極性と、生活者視点が増加！

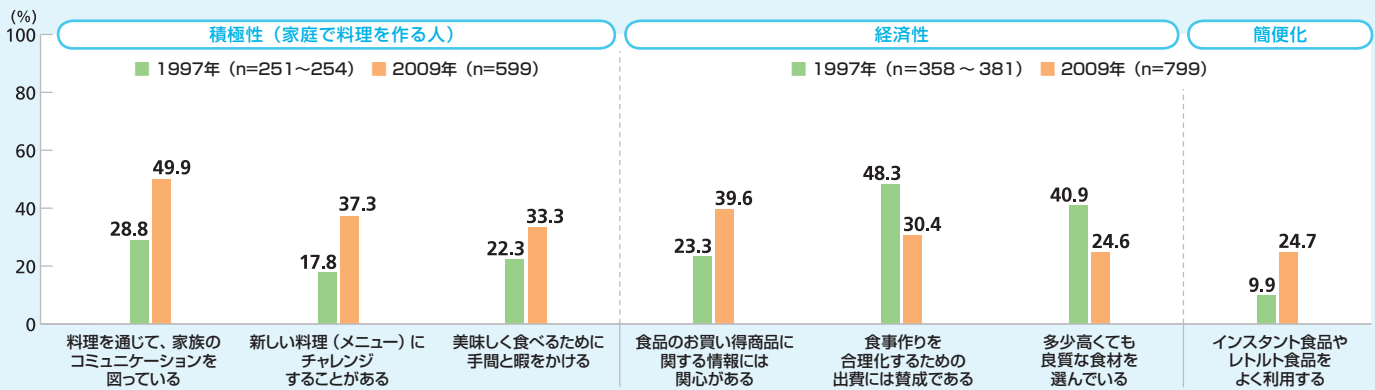
「新しいメニューにチャレンジする」「美味しく食べるために手間と暇をかける」といった料理に対する積極的な姿勢が多くみられるようになりました。また、同時に「食品のお買い得情報に関心がある」人が増え、「合理化」や「良質な食材」のための出費をする人が減るといった経済性に対する意識や、「インス

タント・レトルト食品をよく利用する」といった簡便化に対する意識等が増加しており、趣味としての料理ではなく、生活者としての料理をするようになってきている様子うかがえました。

一方で、1ページの「金をかけたい分野」では、「家庭での食事」が2位となっ

ています。家庭での食事にお金をかけたい願望は持っているものの、実際には生活者として費用をかけていられない実態がみられました。

料理を行う際の意識



手間を省くよりも、やっぱり、こだわりは「味」「材料」

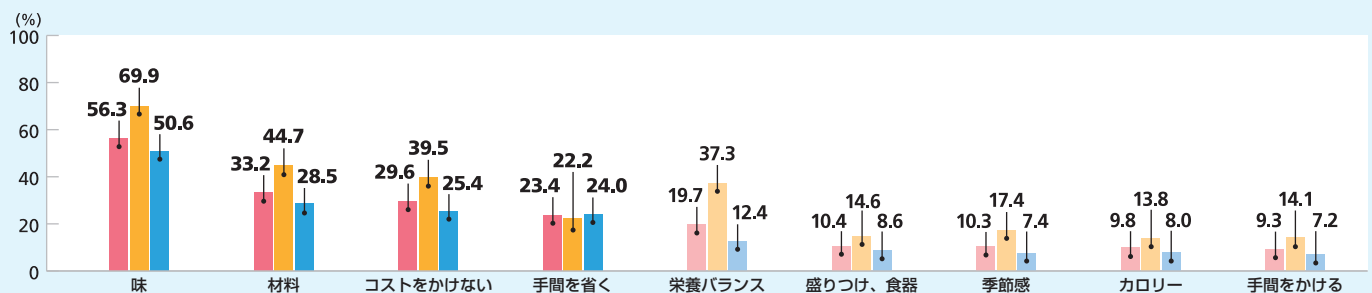
料理のこだわりについても、「味」「材料」等の料理そのものに対する項目の他に、「コストをかけない」「手間を省く」といった生活者視点の項目が高い順位でみられました。

しかし、料理の実施度別に見てみると、日常的に料理をしている人ほど「手間を省く」以外のすべての項目でこだわっている人が多い傾向となりました。よく料理している人ほど、料理をすることが億

劫になり手間を省きたいと思う思いがちですが、この結果からも、基本的には「好きだから料理をしている」というポジティブな姿勢が垣間みられます。

料理のこだわり内容 (家庭で料理を作る人) (2009年)

[複数回答] ■ TOTAL (n=599) ■ 作る (n=177) ■ 普段作らないが、必要な時、気が向いたときは作ることができる (n=422)



健康・生活全般に関する意識



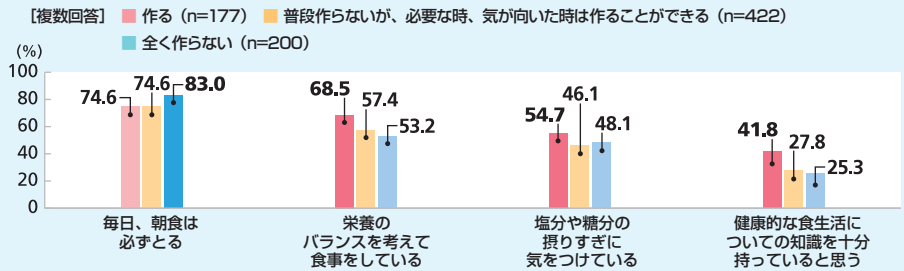
料理をしている人ほど、健康にも気を付けています!

食生活における健康意識について、料理の実施度別にみみると、料理を“作らない”と答えた人に、「毎日朝食をとる」人が多い傾向がありました。一方で、料理を“作る”人にほど「栄養のバランスを考えて食事をしている」「健康的な食生活の知識を持っている」人が多い傾向がありました。朝食に関しては、家族が作ったものを食べる“家族依存度”が高いものの、栄養バランスや

知識等の自ら気を付けたり、習得したりするものに関しては、日頃から料理

を行っていく中でも身につけているの
でしょう。

健康意識 (2009年)



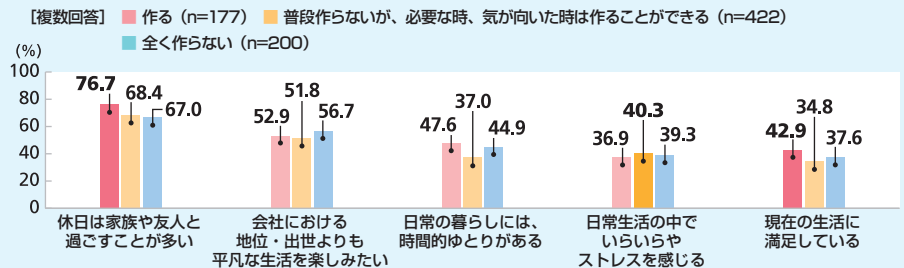
作れるけど、普段料理を作らない人は、日常の暮らしにゆとりなし??

生活全般に対する考え方について、料理の実施度別にみみると、料理を“作る”と答えた人は「休日は家族や友人と過ごす」人や、「現在の生活に満足している」人が多い傾向がありました。一方で“普段作らないが、必要な時、気が向いた時には作ることができる”と答えた人は、“作らない”と答えた人より、「時間的なゆとり」がなく、「日常生活の中でイライラやストレス」を感じて

いる傾向がありました。このようなゆとりのなさが、料理を“作りたい”“作れ

る”男性をキッチンから遠ざけているの
かもしれません。

生活全般に対する考え方 (2009年)



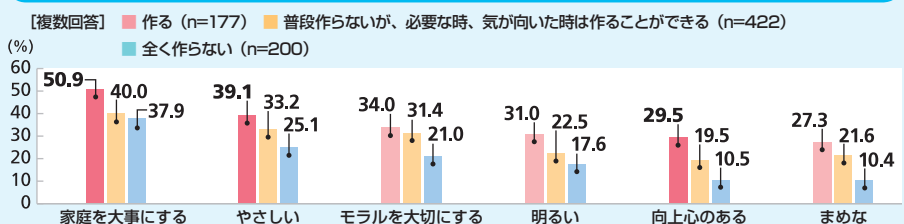
日常的に料理を作る人は、家庭を大事にしています

性格を表す言葉について、自分に当てはまると思う言葉を選んでもらいました。料理の実施度別に比較してみると、料理を“作る”人は「家庭を大事にする」「やさしい」といった項目が高くみられました。「家庭を大事にする」という意識は、“普段作らないが、必要な時、気が向いた時には作ることができる”と“作らない”と答えた人の間にはあまり差がみられませ

んでした。また、料理を“作る人”は、「向上心のある」と答えた人も多く、このよ

うな性格が料理のレパートリーを増やすことに寄与していることが推察されます。

性格 (2009年)



弁当男子の実態



「お弁当」は節約の救世主??

昼食の摂り方について、未婚、既婚両方の男性をみてみると、1ヵ月に自分の裁量で自由に使えるお金（いわゆるお小遣い）が少ない人ほど、手作りのお弁当（家族が作ったものを含む）持参率は高く、お弁当が世の男性たちにとって、節約の一手段であることがみえてきました。

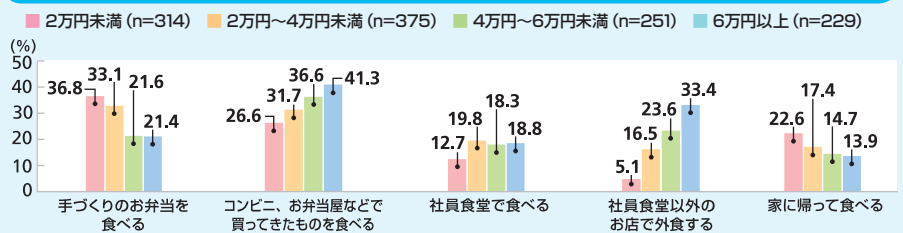
そして、最近自分でお弁当を作る「弁当男子」が話題になっていますが、手作りのお弁当持参派の男性（未婚：16%、既婚：35%）が月に1度以上自分でお弁当を作る割合は、未婚では31%、既婚では14%でした。決して多くはありませんが、「弁当男子」は未婚、既婚とも全体の5%程度存在しました。

また、そのお弁当をつくるきっかけ

について聞いてみると、「お金のないとき（節約のため）」は作るきっかけトップ3に入っておらず、「日常的に」「気が向いたときに」等が多くあげられま

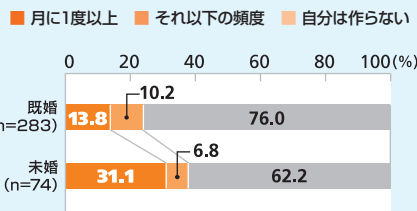
した。節約の一手段としてお弁当の持参はするけれども、節約のために自らお弁当作りを行う人は少数派というのが実態のようです。

昼食の摂り方とお小遣いの金額（2009年）



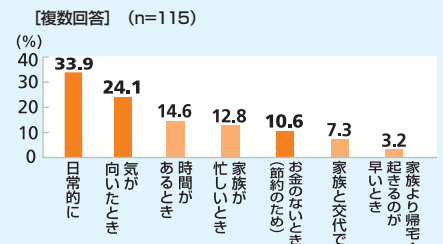
自分でお弁当を作る頻度

（手作りのお弁当を食べている人）（2009年）



お弁当を作るきっかけ

（月に1度以上自分でお弁当を作る人）（2009年）



考察

夫の家事・料理の実施率は大幅に増加していました。“男も料理の時代”の始まりであった1997年にもみられていた料理を楽しむ意識は、より高まってきており、それがレポートの広がりや腕前の上昇に繋がっていると考えられました。ただ、レポートに関

しては、1品で1食となるようなワンディッシュメニューが中心で、和食を敬遠する傾向がみられました。男性が和食にチャレンジすることは、和食の活性化にも繋がり今後の伸びしろとして期待されます。一方で、今回の調査ではコスト・手間の軽減、お買い得情報への関心といった生活者としての意識もみられました。これらのことより、2009年の現在はすでに“男性も料理の時代”となってお

り、その質が趣味から日常への移行期にあると位置付けられます。

また、20代では、料理を覚えるのに母親や学校教育の影響を受けていたり、和食を作れるようになっていたり、特徴的な実態が見られました。今後、未婚率が高い20代が結婚し、自分の家庭を持つようになることで、“男も料理の時代”がさらに新たなステージへ突入することが予測されます。

調査概要

1997年

調査対象：男性 20-60代 既婚
 サンプル数：384名
 41名(20代)、93名(30代)、126名(40代)、64名(50代)、60名(60代以上)
 実施期間：1997年10月
 調査方法：郵送調査

2009年

調査対象：(P2-7) 男性 20-60代 既婚、(P8) 男性 20-60代 未・既婚
 サンプル数：1248名
 (各年代とも未婚、既婚の順に) 186名、40名(20代)、119名、160名(30代)、61名、179名(40代)、50名、207名(50代)、34名、213名(60代)
 実施期間：2009年7月3日～7月5日
 調査方法：インターネット調査

*レポートには調査回答者の年代構成を日本の実年代構成にあわせて補正したデータを使用。

本レポートの文章・データ・イラストを許可なく複写、複製、転載することを禁じます。

日清オイリオグループ株式会社

■お問い合わせ先

生活科学研究室

http://www.nisshin-oillio.com

ホームページでは、バックナンバーをご覧ください。

〒104-8285 東京都中央区新川1-23-1 TEL.03-3206-5218



揮発性有機化合物を含まない大豆油の Non-VOCインキを使用しています。