

# “団塊の世代”プロファイリング

※今回の調査では60～64歳を“団塊の世代”と定義しています。

金銭的・時間的余裕があると言われている「団塊の世代」は、他のミドル・シニア世代と比較して、新しい物に挑戦したり、外食や出前といった食を楽しむ傾向が強かったり、また人との関

わりを積極的に持つ等、多方面でアクティブな傾向が強いと予想していましたが、今回調査を基にプロファイリングしたところ、顕著なアクティブ志向はみられませんでした。

## ミドル・シニア世代全体値と比較して特徴があったポイント

男性 (n=75)

職業：「会社員・公務員」(37.3%)、「無職・退職」(34.7%)

女性 (n=75)

職業：「専業主婦」(57.3%)、「パート・アルバイト・派遣社員」(14.7%)

### 日常の食事の様子

- ・調理は**女性**が中心
- ・「**パン**」や「**麺類**」など、ごはん以外もよく食べる
- ・「**魚**」の食用頻度が多く、調理法は「**煮る**」が多い

### 調理済み食品／出前サービス利用

- ・調理済み食品のメリットは「**材料を買って作るより割安**」だから。今後の利用は「**減少**」
- ・出前サービスは「**あまり利用しておらず**」今後の利用は「**減少**」

### 食生活意識面

- ・男女とも「**塩分**」の摂取量を気にしている
- ・女性…**手作り志向・節約志向**が高く、**自ら調理を楽しもうという姿勢が見られる**
- ・男性…女性に比べると食事へのこだわりが少ない
- ・今後増えるであろう傾向・関心は、  
男性は「**家族そろって食事をする機会**」  
女性は「**食事の中で季節感や旬を楽しむ傾向**」

### 外食・間食

- ・外食…主に**昼食**で、「**ファミリーレストラン利用**」
- ・間食…女性は約半数が**ほぼ毎日**間食し、**洋菓子類**をよく食べる  
男性は甘いものをあまり食べない

### 日常の買い物の様子

- ・女性は**デパート**、**通信販売**をよく利用
- ・買い物時の不満は少ないが、値札やレシートの文字が小さくて読みづらくなっている
- ・購入時の重視点は「**原産国・産地**」「**品質・鮮度**」「**添加物・着色料**」

### 生活意識面

- ・女性は旅行が好きで、友人とお茶や食事などの交流を楽しみ、おしゃれにも気を使っている
- ・どちらかというと「**のんびり過ごしたい**」
- ・生きがいを感じることは、男性は「**趣味やスポーツ**」「**仕事**」、女性は「**友人や知人との食事・雑談**」
- ・不安や心配ごとは、男性は「**老後**」、女性は「**健康**」  
女性では「**家族**」も高い

## まとめ

ミドル・シニア世代の食生活調査の結果により、世代別・性別の相違が明らかとなりました。まず世代別にみると、50代から60代で肉派から魚派に移行したり、60代になると和菓子を食べる頻度が増えたり等、食の好みが大きく変化していることがわかりました。また、50代は中食への抵抗感が少なく、特に男性で利用している割合が高くなりましたが、60代は手作り志向の増加等から、内食傾向が強いことが推測されます。また、60代においては三度の食事が規則正しくされていることや、50代よりも普通の生活をのんびりと過ごしたいと強く思っていたり、旅行やボランティア活動等によく参加している様子がかがえしました。

性別でみると、男性は中食や外食の利用率が高く、また中食に対してはあまり不満を感じていませんでした。一方、女性は中食において添加物を気にしていたり、食料品を購入する際に利便性だけでなく品質も重視していることから、食への安全・安心に関心がより高いことが推測されます。

2000年調査と比較すると、食事におけるカロリーへの関心が高まったこと、食料品購入先としてコンビニエンスストアの利用が大幅に伸びたこ

とが大きな特徴として挙げられます。さらに、老後や収入、仕事等に対する不安が増えており、景気悪化や年金問題等の社会不安増大の影響を受けていることもうかがえました。

また、昨今注目のネットスーパーに関して、ミドル・シニア世代は現状あまり必要性を感じておらず、今後の利用意向も大きくないことが明らかとなりました。今後、より多様で簡便な情報機器が普及するとともに、ネットスーパーの利便性に対する理解が深まれば、利用の大幅な拡大が予測されます。

今回の調査より、食に対して「おいしさ」や「安全・安心」、「健康」を重視することは当然のこととして、「おいしいものを食べる時」に生きがいを感じる人や「ゆっくりと食事をしたい」という意識を持っている人、食事において「野菜を多くとりたい」と思う人が増えていること等が改めて確認できました。日々の生活の中で、「食」に関する興味・関心は非常に高く、ミドル・シニア世代においても「食」の果たす役割は今後ますます大きくなっていくと考えられます。

※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いただけます。

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

■発行日 2011年4月7日

