

ミドル・シニアの食生活

～50代・60代の意識と実態における年代別比較～



調査背景

2010年8月1日現在、65歳以上の高齢者人口は過去最高の2,936万人と推計され、総人口に占める割合も23%となり、我が国は本格的な高齢社会となっています。また、50代・60代の人口を見ると、その合計人口に大きな変化はないものの、団塊の世代が60代に突入したことを背景に、2007年より50代が減少し、60代が増加し始めました（図1）。さらに、10年前と比較すると、継続雇用制度導入や定年延長、女性の就業率増加等に伴い、60代の就業者数が年々増加しています。

昨今、不況による巣ごもり消費の影響で内食傾向がますます強くなっています。また、食品に関する支出は「食料品全体」で減っていますが、その内訳をみると「外食」の支出は年々減少傾向にあるものの、「菓子」や「調理食品」の変化はほとんどありません（図2）。また、過疎化進展や都市部での小売店減少等に伴い、食料品等の日常の買い物に困難な「買い物弱者」の存在が高齢者を中心に問題視されるとともに、ネットスーパー等の新たな買い物形態が注目されています。

今後、急速な高齢化、団塊世代のリタイヤ、60代における就業者数の増加が進むとともに、買い物形態の変化等により、50代・60代における食生活のさらなる変化が見込まれます。

生活科学研究室では、2000年に食生活全般、健康、生活観について50代・60代を対象にアンケート調査を実施しています。今回、前回調査と同様に50代・60代の食生活における意識と実態を調査し、比較することで、2000年からの変化、現在のトレンドを分析するとともに、今後の予測について考察します。

図1. 年代別人口推計（各年10月1日現在）

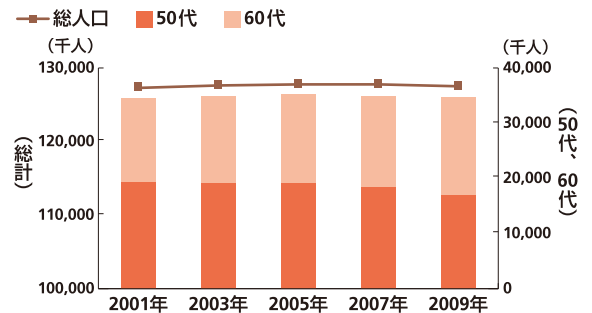
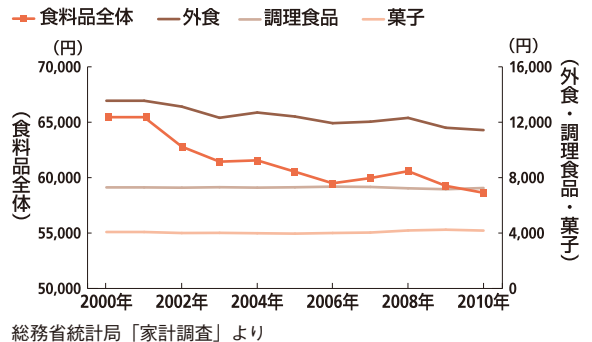


図2. 1世帯当たり1ヵ月間の食料消費支出（総世帯）



調査概要

調査方法：インターネットリサーチ 調査時期：2011年1月14日～16日 調査地域：全国
調査対象：50～69歳男女600人（右表参照）

（2000年に実施した調査の概要）
調査方法：郵送 調査時期：2000年6月～7月
調査地域：全国 調査対象：50～69歳男女436人

プロフィール (人)		男性	女性	合計
年齢	50～54歳	75	75	150
	55～59歳	75	75	150
	60～64歳	75	75	150
	65～69歳	75	75	150

目次

調査背景・調査概要	1	買い物スタイル／食に関するインターネットの利用	6
普段の食事メニュー	2	生活観	7
食事で気になる成分／間食スタイル	3	食生活観	8～9
中食スタイル／外食スタイル	4～5	“団塊の世代”プロファイリング／まとめ	10

普段の食事メニュー

～ミドル・シニアもカレー好き！～

朝食で最もよく食べる主食は50代よりも60代の方で「パン」が高くなっていました。また、男性50代では10%強が欠食しています。昼食は60代の方で「ごはん」が低く、逆に「麺類」が高くなっていました。夕食は全年代とも「ごはん」が最も高く、「主食はとらない」が男性で10%程度いました。主食として「パン」、「麺類」を選ぶ理由は「手間がかからないから」、「ごはん」は「昔からの習慣だから」がトップとなっています。

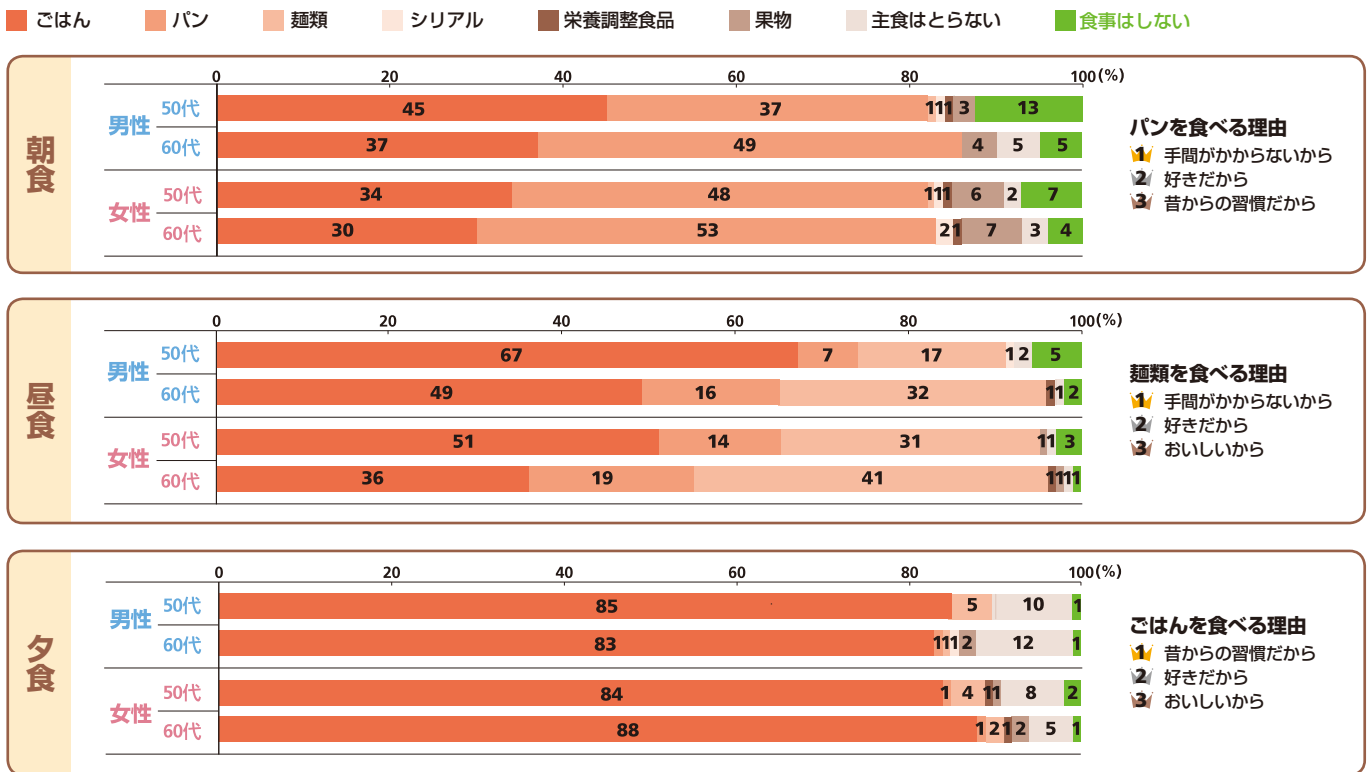
夕食のおかずで「肉」、「魚」を食べる機会を比較すると、どの年

代も「ほぼ同じくらい食べる」が50%程度となりましたが、50代は「肉」、60代は「魚」を食べる割合が高くなっていました。

さらに好きな夕食メニューとして全年代で「カレーライス」が上位にあがっていましたが、50代で「焼き肉」、「すき焼き」等の肉料理、60代では「刺し身」、「焼き魚」等の魚料理もあげられていました。

これらのことから、50代と60代とでは食の嗜好に大きな変化があることがわかりました。

普段の食事でもよく食べる主食



パンを食べる理由

- 1 手間がかからないから
- 2 好きだから
- 3 昔からの習慣だから

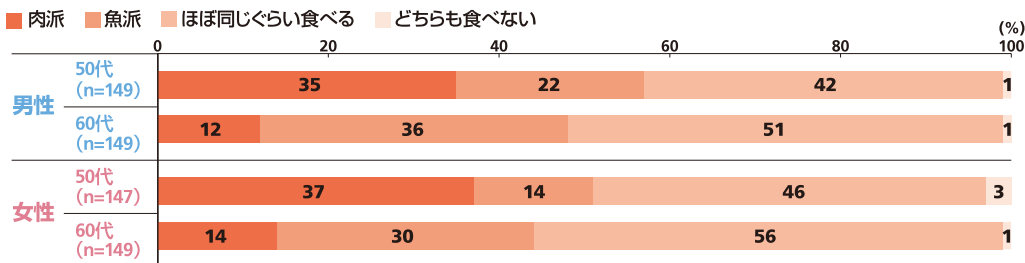
麺類を食べる理由

- 1 手間がかからないから
- 2 好きだから
- 3 おいしいから

ごはんを食べる理由

- 1 昔からの習慣だから
- 2 好きだから
- 3 おいしいから

夕食のおかずは肉派？魚派？



好きな夕食メニュー【複数回答】

性別	年代	1位		2位		3位		4位		5位	
		メニュー	割合	メニュー	割合	メニュー	割合	メニュー	割合	メニュー	割合
男性	50代	カレーライス	29%	鍋もの	27%	刺し身	22%	焼き肉	16%	すき焼き	11%
	60代	刺し身	31%	焼き魚	26%	カレーライス	25%	鍋もの	24%	焼き肉、煮魚	14%
女性	50代	鍋もの	27%	カレーライス	23%	煮物	15%	すき焼き	13%	焼き肉、焼き魚、ハンバーグ	11%
	60代		31%	刺し身、煮物		20%	焼き魚	19%	カレーライス	15%	

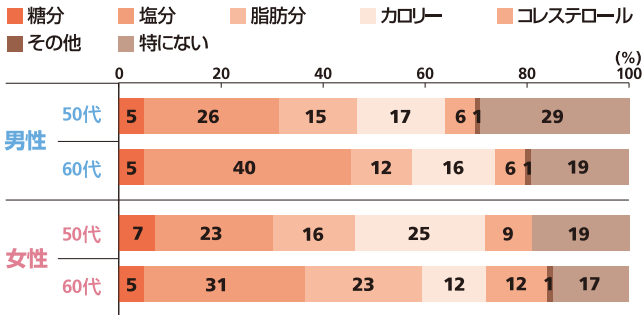
食事で気になる成分

～カロリーへの関心アップ！～

健康のために食事で気にかけている成分として、全年代とも「塩分」がトップとなりました。次いで、男性50代・60代、女性50代では「カロリー」を気にしていました。前回調査結果をみると、トッ

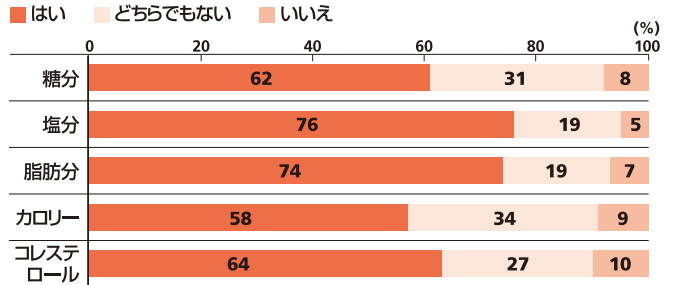
プは今回調査と同様「塩分」でしたが、次いで「脂肪分」となっており、「カロリー」を重視する人が増えたことがわかりました。

食事で気にかけている成分



2000年の調査結果

※質問「毎日の食事で〇〇を気にしていますか？」



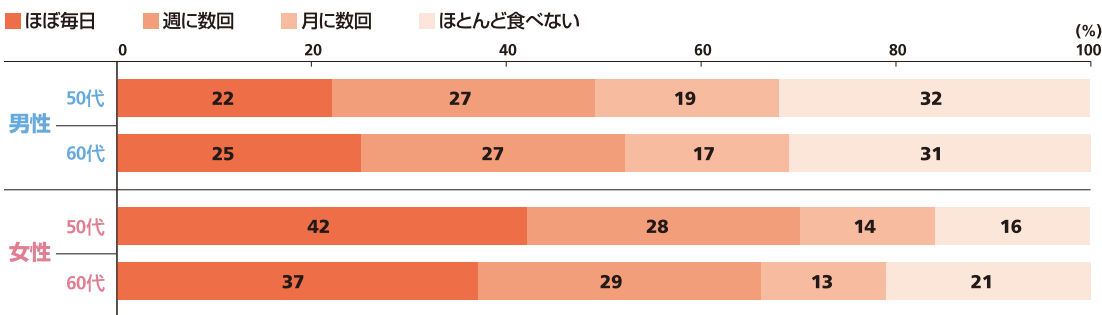
間食スタイル

～男性もチョコレートやスナック菓子好き！～

間食頻度について、男性は「ほとんど食べない」が最も高く30%程度なのに対し、女性は「ほぼ毎日」食べるが最も高く40%程度となりました。間食理由としては「小腹がすいたから」がトップとなり、最も頻繁に食べる間食は、男性50代・60代、女性60代

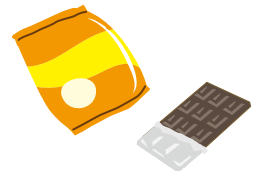
で「せんべい」、女性50代で「チョコレート」となりました。男性が「チョコレート」や「スナック菓子」も好んで食べている様子や、50代では「和菓子」をあまり食べない様子が見られました。

間食の頻度



間食理由

- 1 小腹がすいたから
- 2 口寂しかったから
- 3 家にあったから



間食として最も頻繁に食べているもの

		1位	2位	3位	4位	5位
男性	50代 (n=102)	せんべい 22%	チョコレート、スナック菓子 21%		ビスケット・クッキー・クラッカー 11%	
	60代 (n=103)	せんべい 23%	チョコレート 14%	スナック菓子 13%	ビスケット・クッキー・クラッカー 12%	
女性	50代 (n=126)	チョコレート 22%	せんべい 18%	スナック菓子 11%	ビスケット・クッキー・クラッカー、洋菓子 10%	
	60代 (n=118)	せんべい 36%	ビスケット・クッキー・クラッカー 20%	和菓子 14%	チョコレート 9%	洋菓子 6%

中食スタイル

～男性は油分・カロリー、女性は添加物に不満！～

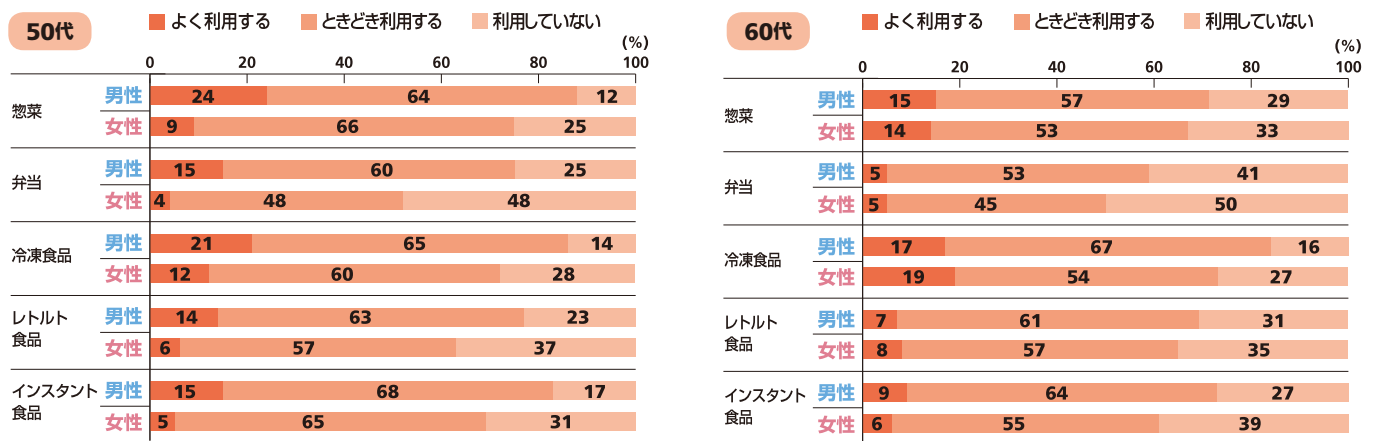
中食（総菜、弁当、冷凍食品、レトルト食品、インスタント食品）を「よく利用する」は、男性は60代より50代の方が高くなっていましたが、逆に女性は60代の方が高くなっていました。また「弁当」に関しては、他の中食と比較して「利用していない」が全年代とも高くなっています。

利用理由として、全年代とも「忙しくて料理を作る時間がない」が上位にあがっていましたが、男性60代においては「料理の材料を買って作るより割安」等の理由も上位にあがっていました。

不満については、ほとんどの中食において男性は「特に不満はない」、女性は「添加物が不安」がトップでしたが、「弁当」に関しては「油分が多い」、「カロリーが高い」といった不満が多くあがっていました。

今後の利用意向は、全ての中食について現状と「変わらない」が最も高くなりましたが、中食間の比較では「総菜」、「冷凍食品」において「増える」が高くなりました。一方、「インスタント食品」は特に女性60代で「減る」が高くなりました。

中食の利用頻度（よく利用する：週に数回、ときどき利用する：月に数回、利用していない：それ未満）



利用理由【複数回答】

中食	年代	性別	1位	2位	3位
総菜	50代 (n=132)	男性	料理によっては買ったほうがおいしい	もう一品ほしい	忙しくて料理を作る時間がない
			47%		42%
	60代 (n=107)	女性	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買って作るより割安
			47%	44%	33%
弁当	50代 (n=113)	男性	もう一品ほしい	料理の材料を買って作るより割安	料理によっては買ったほうがおいしい
			54%		43%
	60代 (n=101)	女性	もう一品ほしい	忙しくて料理を作る時間がない	料理の材料を買って作るより割安
			47%	46%	45%
冷凍食品	50代 (n=112)	男性	忙しくて料理を作る時間がない	料理をするのが面倒	自分で料理を作らない・作れない
			53%		30%
	60代 (n=88)	女性	忙しくて料理を作る時間がない	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買って作るより割安
			46%	31%	25%
レトルト食品	50代 (n=78)	男性	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買って作るより割安
			56%		47%
	60代 (n=75)	女性	料理の材料を買って作るより割安	料理をするのが面倒	料理をするのが面倒
			63%	31%	29%
インスタント食品	50代 (n=129)	男性	忙しくて料理を作る時間がない	もう一品ほしい	料理によっては買ったほうがおいしい
			33%		32%
	60代 (n=126)	女性	料理の材料を買って作るより割安	料理によっては買ったほうがおいしい	もう一品ほしい
			37%	33%	31%
惣菜	50代 (n=108)	男性	もう一品ほしい	忙しくて料理を作る時間がない	料理によっては買ったほうがおいしい
			43%		32%
	60代 (n=110)	女性	もう一品ほしい	料理の材料を買って作るより割安	忙しくて料理を作る時間がない
			42%	31%	28%
弁当	50代 (n=115)	男性	忙しくて料理を作る時間がない	料理をするのが面倒	料理によっては買ったほうがおいしい
			39%		35%
	60代 (n=103)	女性	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買って作るより割安	料理をするのが面倒
			32%	32%	31%
冷凍食品	50代 (n=95)	男性	忙しくて料理を作る時間がない	料理をするのが面倒	料理によっては買ったほうがおいしい
			35%		28%
	60代 (n=97)	女性	忙しくて料理を作る時間がない	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買いに行くのが面倒
			38%	27%	23%
レトルト食品	50代 (n=125)	男性	忙しくて料理を作る時間がない	料理をするのが面倒	自分で料理を作らない・作れない
					41%
	60代 (n=109)	女性	忙しくて料理を作る時間がない	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買いに行くのが面倒
			35%	34%	25%
インスタント食品	50代 (n=104)	男性	忙しくて料理を作る時間がない	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買いに行くのが面倒
			48%		34%
惣菜	60代 (n=91)	女性	忙しくて料理を作る時間がない	料理の材料を買って作るより割安	料理の材料を買いに行くのが面倒
			41%	32%	20%

忙しくて料理する時間がないけれど、もう一品欲しいわね



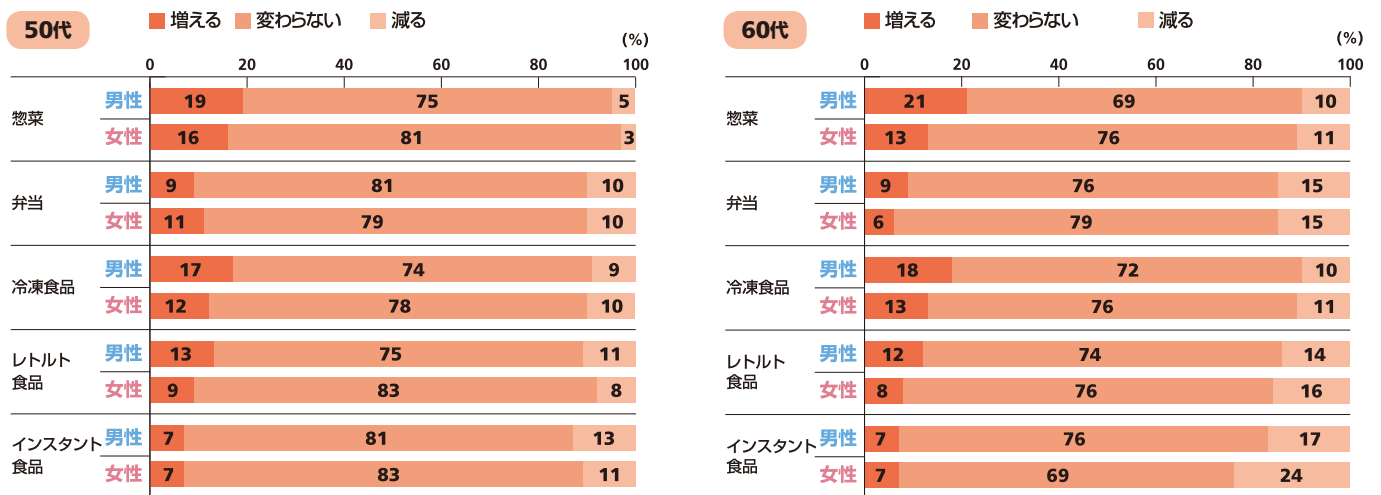
自分で作るより買ったほうがおいしいし、割安にすむよなあ



不満【複数回答】

総菜		1位	2位	3位
男性	50代 (n=132)	特に不満はない	値段が高い	原産国・産地がわからない
	60代 (n=107)	41%	27%	24%
女性	50代 (n=113)	値段が高い	油分が多い、原産国・産地がわからない	添加物が不安
	60代 (n=101)	36%	34%	32%
弁当		1位	2位	3位
男性	50代 (n=112)	カロリーが高い、油分が多い	カロリーが高い	特に不満はない
	60代 (n=88)	40%	30%	27%
女性	50代 (n=78)	油分が多い	カロリーが高い	添加物が不安
	60代 (n=75)	41%	35%	35%
冷凍食品		1位	2位	3位
男性	50代 (n=129)	特に不満はない	原産国・産地がわからない	添加物が不安
	60代 (n=126)	44%	21%	17%
女性	50代 (n=108)	添加物が不安	特に不満はない	カロリーが高い、原産国・産地がわからない
	60代 (n=110)	29%	31%	24%
レトルト食品		1位	2位	3位
男性	50代 (n=115)	特に不満はない	添加物が不安	原産国・産地がわからない
	60代 (n=103)	42%	23%	16%
女性	50代 (n=95)	添加物が不安	値段が高い	添加物が不安、原産国・産地がわからない
	60代 (n=97)	36%	28%	18%
インスタント食品		1位	2位	3位
男性	50代 (n=125)	特に不満はない	添加物が不安	栄養バランスが悪い
	60代 (n=109)	30%	28%	20%
女性	50代 (n=104)	添加物が不安	カロリーが高い	添加物が不安
	60代 (n=91)	35%	24%	21%

今後の利用意向

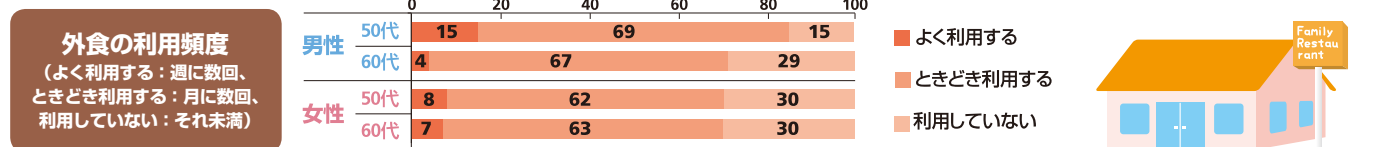


外食スタイル

～価格が手頃なファミレスが人気！～

外食を「よく利用する」は男性50代が最も高くなりました。また、よく利用する外食先は全年代とも「ファミリーレストラン」がトップとなり、それ以外では男性が「うどん・そば屋」、「ラーメン店」などの麺

類系、女性は「寿司屋」、「和食屋」などの和食系を好む様子が見られました。「ファミリーレストラン」を選ぶ理由としては、「価格が手頃だから」、「いろいろなメニューがあるから」等が上位にあげられました。



よく利用する外食先【単一回答】

性別	年代	1位	2位	3位	4位	5位
男性	50代 (n=127)	17%	うどん・そば屋	15%	ラーメン店	13%
	60代 (n=107)	34%	ファミリーレストラン	20%	和食屋	10%
女性	50代 (n=105)	24%	寿司屋	17%	和食屋	15%
	60代 (n=105)	27%	和食屋	23%	寿司屋	11%

ファミリーレストランを利用する理由

- 1 価格が手頃だから
- 2 いろいろなメニューがあるから
- 3 手軽だから

(※和食屋：寿司屋、うどん・そば屋を除く)

買い物スタイル

～コンビニでの買い物が増加！～

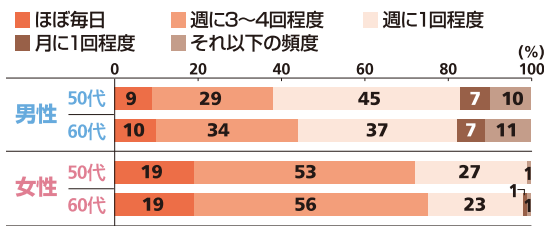
食料品購入頻度は、男性で「週に1回程度」、女性で「週に3～4回程度」がトップとなりました。

食料品購入先は全年代とも「スーパーマーケット」がトップとなり、次いで男性50代・60代、女性50代では、「コンビニエンスストア」、「ドラッグストア」が高く、その利用理由として「近いから」、「行き慣れているから」といった利便性重視で買い物先を決めている様子うかがえました。一方、女性60代では「スーパーマーケット」に次いで、「デパート」

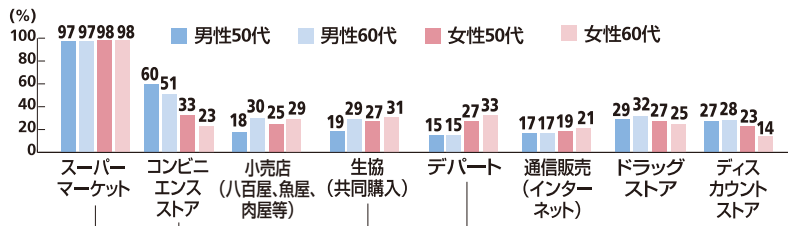
ト、「生協」の順となり、「安全・安心だから」、「品質・鮮度がいいから」等、品質も重視している様子うかがえました。また、前回調査結果と比較すると、「コンビニエンスストア」の利用率が30%以上も伸びていることが特徴的でしたが、その理由としては「コンビニエンスストア」における販売価格の低下や、生鮮品等の取扱品目拡大も推測されます。

食料品購入の際の重視点は「賞味期限・消費期限」、「価格」等が上位にあがっていました。

食料品購入頻度



食料品購入先【複数回答】

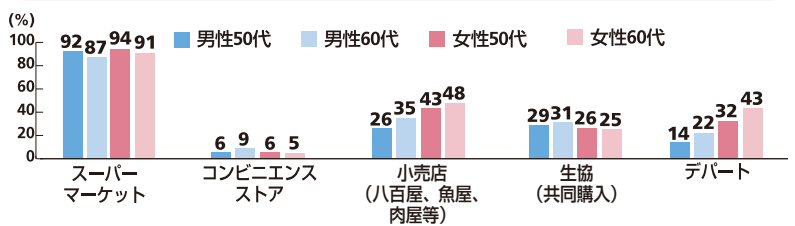


食料品購入の際の重視点【複数回答】

性別	世代	1位		2位		3位	
		重視点	割合	重視点	割合	重視点	割合
男性	50代	賞味期限・消費期限	80%	価格	75%	品質・鮮度	48%
	60代	価格	79%	賞味期限・消費期限	75%	原産国・産地	64%
女性	50代	賞味期限・消費期限	87%	価格	80%	原産国・産地	61%
	60代	賞味期限・消費期限	87%	価格	78%	原産国・産地	74%

- 1 近いから
 - 2 価格が安いから
 - 3 行き慣れているから
- 1 近いから
 - 2 行き慣れているから
 - 3 24時間営業だから
- 1 安全・安心だから
 - 2 品質・鮮度がいいから、近いから
- 1 安全・安心だから
 - 2 国産品を多く扱っているから、品質・鮮度がいいから

2000年調査【複数回答】



たまには違う物も買いたいけど……

重いし、かさばるし、買い物が大変よね

高くなったわね



食に関するインターネットの利用

～男性も女性も「レシピ検索」～

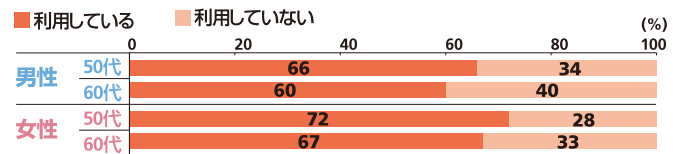
食に関するインターネットの利用は全年代とも70%程度となりました*。利用しているサービスは、男性50代で「飲食店検索」、男性60代で「通信販売」、女性50代・60代は「レシピ検索」がトップとなり、男性でも「レシピ検索」が上位にあがっているのが特徴的でした。

今後利用が増えると思うサービスとして、「特にない」がトップとなりましたが、「クーポン利用」、「商品情報検索」、「レシピ検索」も上位にあがっていました。

昨今話題になっているネットスーパーの利用は10%程度と、あまり利用されていないことがわかりました。その理由として「必要性

を感じないから」、「実際の商品を見て買いたいから」等が上位にあがっており、ネットスーパーが今後増えると思う人の割合も、現状同様あまり高くなっていませんでした。

食に関するインターネットの利用有無



利用しているサービス【複数回答】

性別	世代	サービス						ネットスーパー
		1位	2位	3位	4位	5位		
男性	50代 (n=99)	飲食店検索 52%	通信販売 43%	レシピ検索 36%	価格比較 33%	クーポン利用 32%	11% (7位)	
	60代 (n=90)	通信販売 53%	レシピ検索、価格比較 48%	飲食店検索 42%	商品情報検索 38%	11% (8位)		
女性	50代 (n=108)	レシピ検索 57%	飲食店検索 54%	通信販売 49%	クーポン利用 43%	価格比較 35%	12% (7位)	
	60代 (n=100)	通信販売 59%	飲食店検索 55%	クーポン利用 42%	商品情報検索 28%	11% (7位)		

利用が増えると思うサービス【複数回答】

性別	世代	サービス						ネットスーパー
		1位	2位	3位	4位	5位		
男性	50代	特にない 35%	クーポン利用 27%	飲食店検索 25%	通信販売 20%	レシピ検索 19%	19% (6位)	
	60代	特にない 47%	商品情報検索 24%	ネットスーパー 22%	飲食店検索 21%	価格比較 19%	-	
女性	50代	クーポン利用、特にない 36%	レシピ検索 31%	通信販売 21%	飲食店検索 18%	17% (6位)		
	60代	特にない 51%	レシピ検索 27%	クーポン利用 19%	通信販売、飲食店検索 17%	14% (6位)		

ネットスーパーを利用しない理由

- 1 必要性を感じないから
- 2 実際の商品を見て買いたいから
- 3 送料がかかるから

*今回の調査はインターネットで実施したもので、対象者の90%以上が「ほぼ毎日」インターネットを利用しています。尚、総務省が発表した平成21年「通信利用動向調査」によると、インターネット利用率は50代で86%、60代で72%となっています。

普段の生活で実行していることとして、男性50代・60代、女性50代で「社会の動きには注目している」がトップとなりました。また、一般的に50代よりも60代で実行している割合が高くなりましたが、「服装やおしゃれには気を使っている」、「流行には絶えず関心を払っている」においては男性50代が60代を上回っていました。

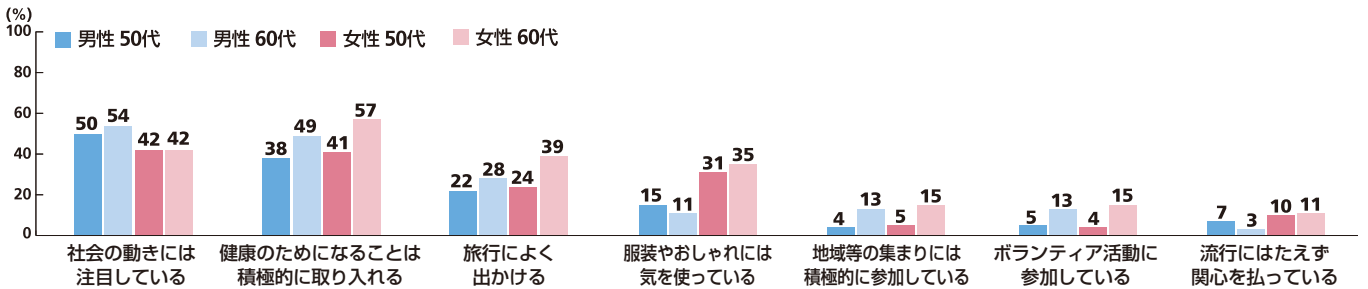
生き方・暮らし方については、「暮らしは質素でものんびり過ごしたい」が最も高くなり、特に60代で顕著となりました。一方、「仕事よりも家庭を大事にしたい（してきた）」、「収入が増えるよ

りも余暇が増えるほうがいい」は60代の方が低くなりました。

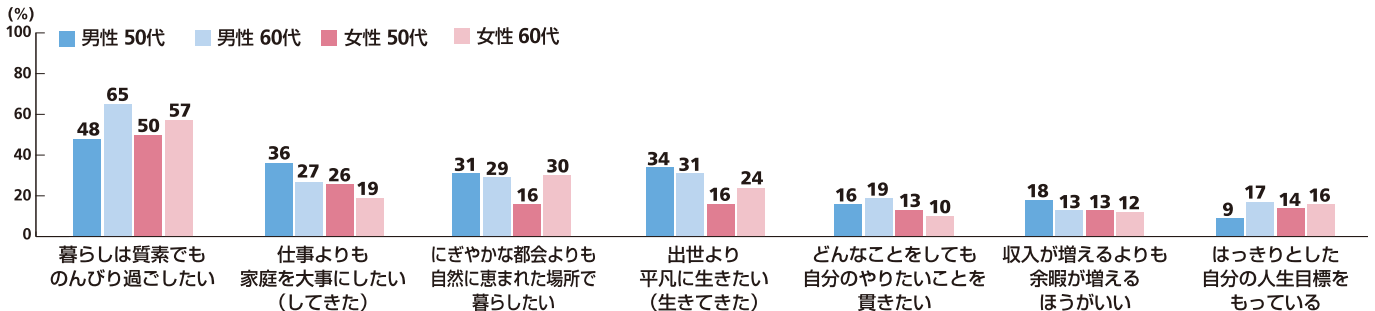
生きがいを感じる時については、「趣味やスポーツに熱中しているとき」、「おいしいものを食べているとき」が高くなりましたが、「おいしいものを食べているとき」以外は、すべての項目で前回調査と比較して低くなりました。

将来、不安を感じるものとして最も高かった項目は「健康」となりましたが、前回調査結果と比較すると低くなりました。また、それ以外のほとんどの項目では不安を感じる割合が高くなっていました。

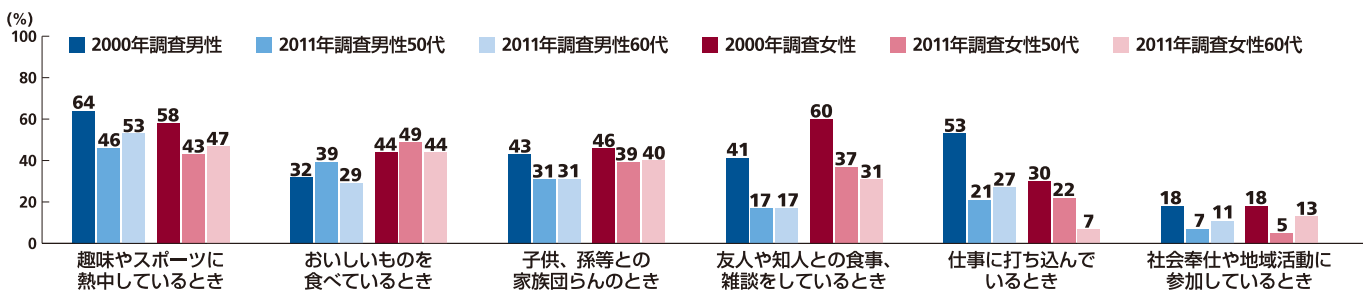
生活で実行していること【複数回答】



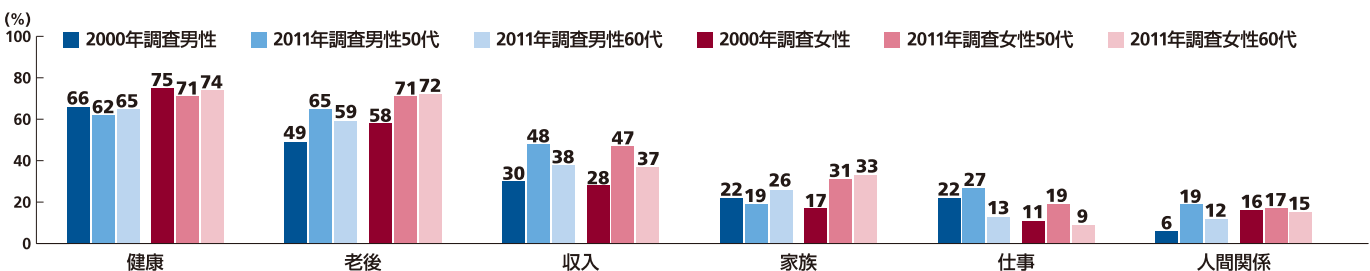
生き方・暮らし方【複数回答】



生きがいを感じる時【複数回答】



将来、不安を感じるもの【複数回答】



食生活観① (意識と実態のギャップ)

～男性50代は意識と実態のギャップ大!～

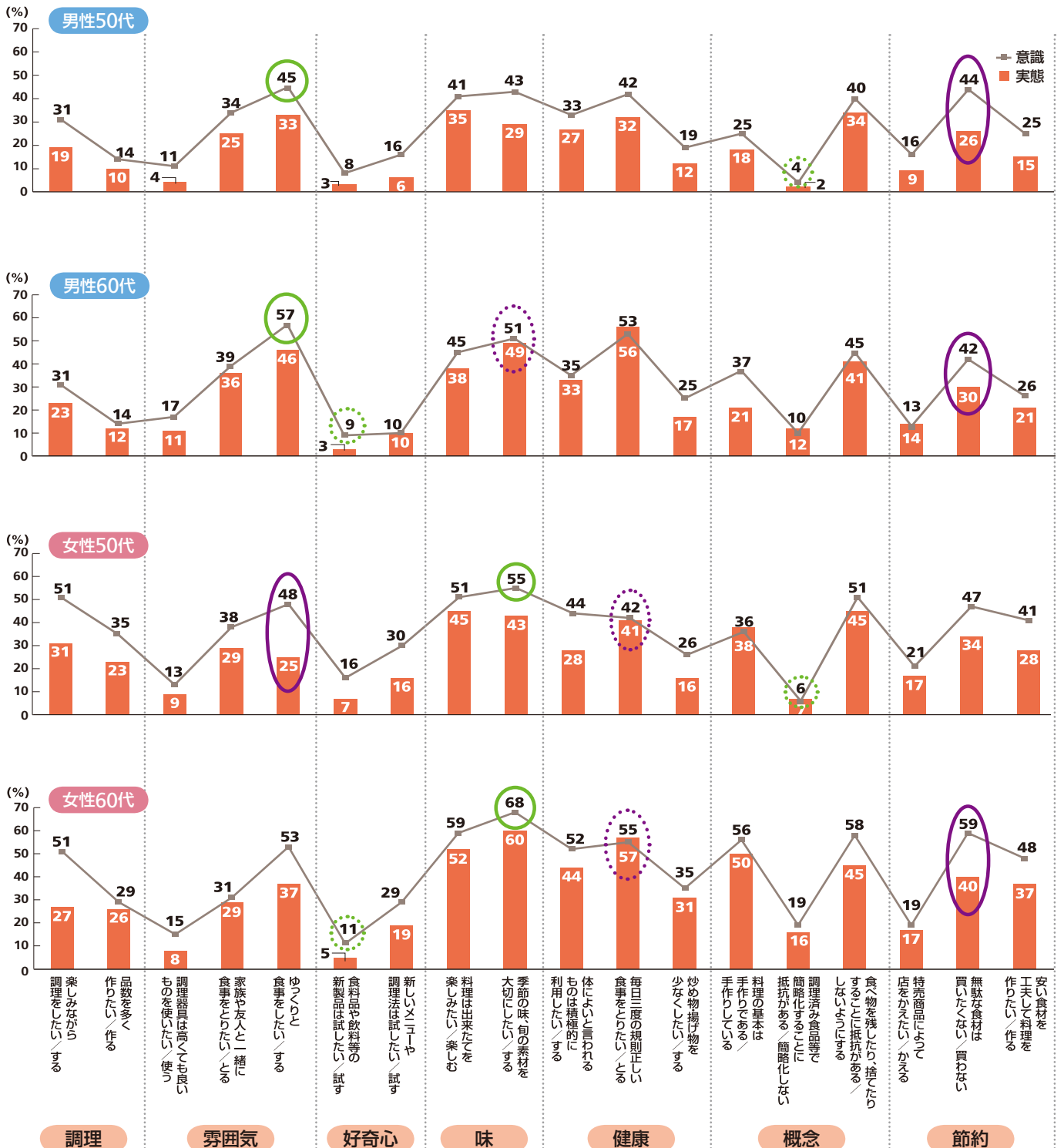
食生活における意識として、男性50代の意識が他と比較して、全般的に低い傾向にありました。また、性別では男性で「ゆっくりと食事をしたい」、女性で「季節の味、旬の素材を大切にしたい」という意識が最も高くなり、年代別では50代で「調理済み食品等で簡略化することに抵抗がある」、60代で「食料品や飲料等の新製品は試したい」という意識が最も低くなりました。

意識と実態のギャップについては、男性50代で全項目において意

識と実態にギャップがあることがわかりました。また、意識の高い項目の中では、男性50代・60代、女性60代では「無駄な食材は買いたくない/買わない」、女性50代では「ゆっくりと食事をしたい/する」に最もギャップがあり、逆に男性60代では「季節の味、旬の素材を大切にしたい/する」、女性50代・60代では「毎日三度の規則正しい食事をとりたい/とる」のギャップが小さいことがわかりました。

食生活における意識と実態のギャップ [複数回答]

○ ギャップが大きい項目 ● ギャップが小さい項目 ● 意識が高い項目 ● 意識が低い項目



食生活観② (関心・傾向の変化)

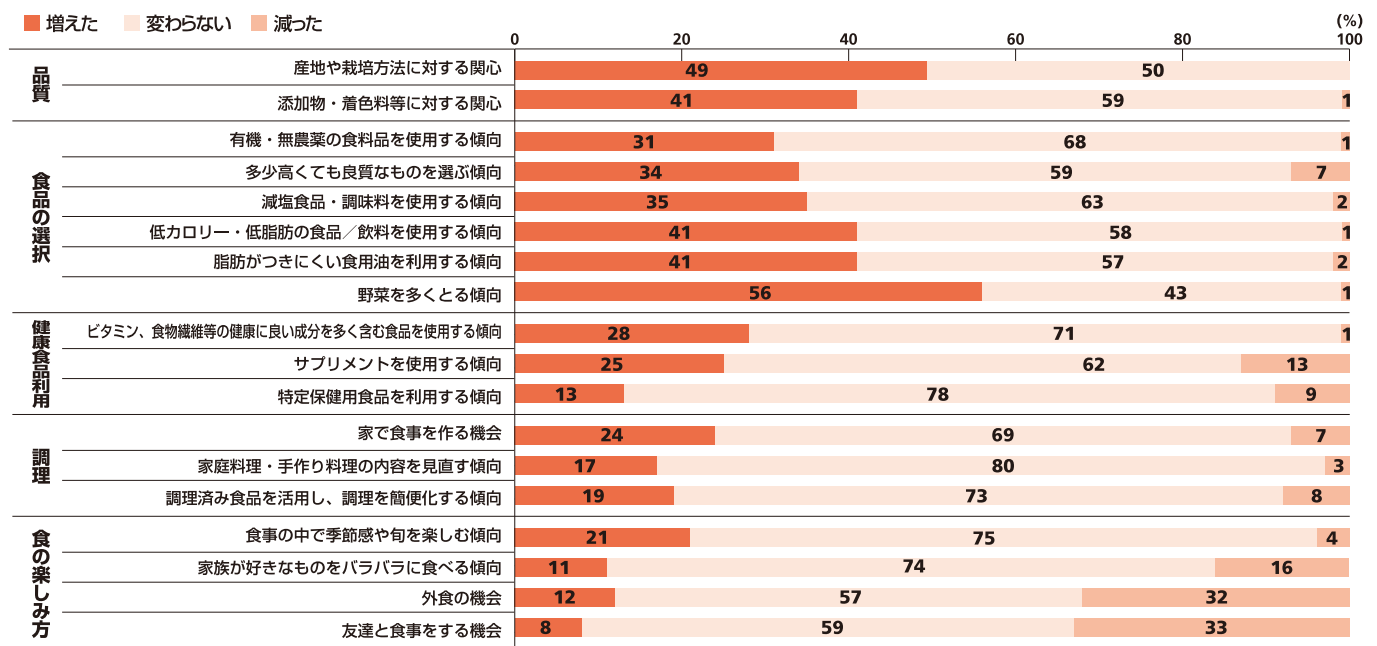
～今も、これからも、野菜をたくさん食べたい！～

食事における関心・傾向について、10年前と現在とを比較すると、全体値では「野菜を多くとる傾向」、「産地や栽培方法に対する関心」について「増えた」が50%程度となり、一方「外食の機会」、「友達と食事をする機会」は「減った」が30%程度となりました。また男性50代においては、全体値と比較して「産地や栽培方法に対する関心」、「添加物・着色料等に対する関心」等への関心があまり高まっていないことがわかりました。

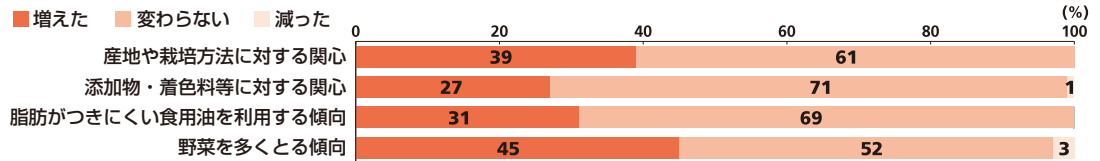
今後の食生活で強くなる関心・傾向としては、全年代とも現在と同様に「野菜を多くとる傾向」がトップとなり、次いで「産地や

栽培方法に対する関心」、「添加物・着色料等に対する関心」といった品質に関する項目も上位にあがっていました。また年代別に見ると、男性50代は他と比較して、関心・傾向の低い項目が多いこと、さらに50代の「低カロリー・低脂肪の食品／飲料を使用する傾向」、男性60代の「減塩食品・調味料を使用する傾向」、女性60代の「脂肪がつきにくい食用油を利用する傾向」といった健康に関する項目が上位にあがっていたことも特徴的でした。一方、「特に変わることはないと思う」も男性で20%、女性で10%程度いました。

10年前と現在との食事における関心・傾向の変化 (全体値)



男性50代において、「増えた」の割合が全体値と比べて10%以上差があった項目



今後の食生活で強くなる関心・傾向 [複数回答]

■1位 ■2位 ■3位

		品質		食品の選択					健康食品利用			
		産地や栽培方法に対する関心	添加物・着色料等に対する関心	有機・無農薬の食料品を使用する傾向	多少高くても良質なものを選ぶ傾向	減塩食品・調味料を使用する傾向	低カロリー・低脂肪の食品／飲料を使用する傾向	脂肪がつきにくい食用油を利用する傾向	野菜を多くとる傾向	ビタミン、食物繊維等の健康に良い成分を多く含む食品を使用する傾向	サプリメントを使用する傾向	特定保健用食品を利用する傾向
男性	50代	36%	30%	21%	23%	31%	41%	32%	53%	23%	9%	6%
	60代	46%	43%	31%	33%	46%	45%	33%	63%	25%	14%	9%
女性	50代	45%	44%	26%	36%	33%	45%	41%	57%	26%	16%	11%
	60代	43%	51%	31%	37%	38%	41%	47%	66%	30%	21%	9%
		調理			食の楽しみ方							
		家で食事を作る機会	家庭料理・手作り料理の内容を見直す傾向	調理済み食品を活用し、調理を簡便化する傾向	食事の中で季節感や旬を楽しむ傾向	家族が好きなものをバラバラに食べる傾向	外食の機会	友達と食事をする機会	特に変わることはないと思う			
男性	50代	19%	12%	9%	20%	3%	8%	9%	18%			
	60代	24%	11%	12%	26%	1%	7%	8%	18%			
女性	50代	20%	17%	9%	30%	3%	6%	9%	13%			
	60代	33%	23%	13%	37%	2%	10%	11%	11%			

“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うかがえました。

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



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。

