

2006年9月28日
株式会社 日本総合研究所
楽天リサーチ株式会社

**子供のいる家庭の食費は1日2,620円、外食は月に2.6回
「学校における食育」への評価は低く、
トレーサビリティや食の安全が課題に
～ ワーキングマザーと専業主婦の食意識アンケートより ～**

株式会社日本総合研究所（代表取締役社長：木本 泰行、東京都千代田区一番町16番）と楽天リサーチ株式会社（代表取締役社長：森 学、東京都港区六本木1-8-7）は、東京都と大阪府に住み子供を持つ30歳から49歳の女性を対象に、「ワーキングマザー¹と専業主婦の食意識アンケート」を実施しました。

1：子供を持ち、フルタイムで仕事をしている女性。

今回の調査は、2006年9月5日から9月7日までの期間に、楽天リサーチ登録モニター（約140万人）から東京都と大阪府に住む30歳から49歳で子供を持つ女性を抽出し、有効回答を得た300人のデータを基に集計しました。

調査結果

東京都と大阪府の子供を持つ家庭における1日の食費（外食を除く）は、平均2,620円、家族揃っての外食回数は月に2.6回という結果になりました。1日の平均的な食費は、ワーキングマザーの家庭よりも専業主婦の家庭の方が370円程度高くなっています。

家庭におけるメニュー検討内容で最も実践されているのは「できるだけ家庭内で素材から調理する」で、次いで「肉、魚よりも野菜が多くとれる」、「出来合いのお惣菜は控える」と続き、家族の健康を気遣う様子が読み取れます。その一方で、「生産者がわかる食材を利用」や「無農薬や有機栽培の食材を利用」は実践されておらず、素材からの吟味にまでは至っていないことがわかります。無農薬や有機栽培は高いお金を払っていいという調査結果が出ているにも関わらず無農薬食材などが利用されていないのは、「良いと思っているが、毎日の食卓に並べるほどの必要性を感じない」という意識があると推測できます。

参考情報としては「店頭表示や店頭配布物」が最も活用されており、「知り合いや家族の知識」といった身近な人からの情報も参考にされています。

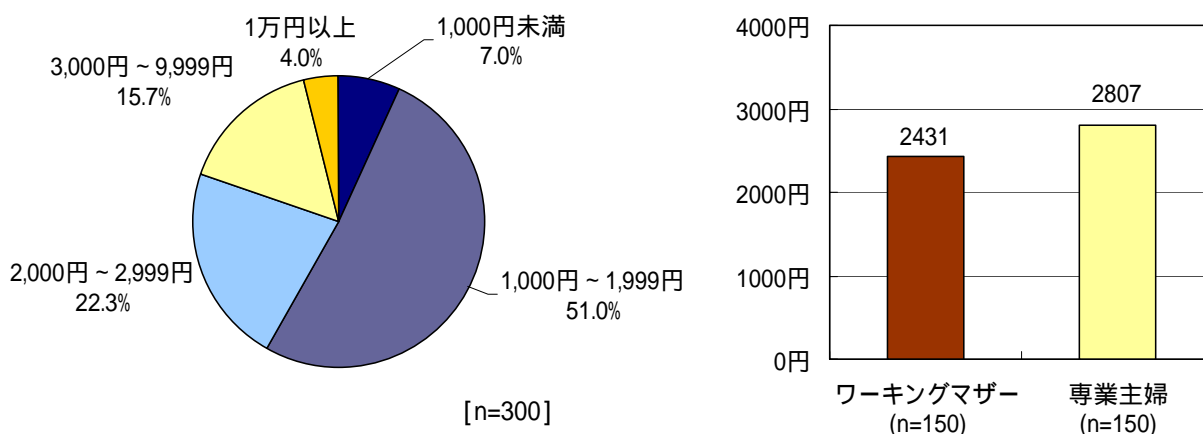
家庭における子供への食育は、「箸の持ち方、料理の食べ方などを教える」や「家族全員がそろっての食事を心掛ける」というマナー関連の項目が実践されています。一方、学校における子供への食育への評価は低く、特に「安全な食材・食品に関する教育」や「トレーサビリティ（生産履歴管理）に関する教育」のように専門知識が必要な項目が課題となっています。今後は、家庭と学校との適切な連携による食育が求められています。

1. ワーキングマザーと専業主婦の食生活

家庭における一日の食費(外食を除く)は、平均 2,620 円という結果になりました。2,000 円未満が半数を超える一方で、3,000 円以上は 20%弱に留まります。

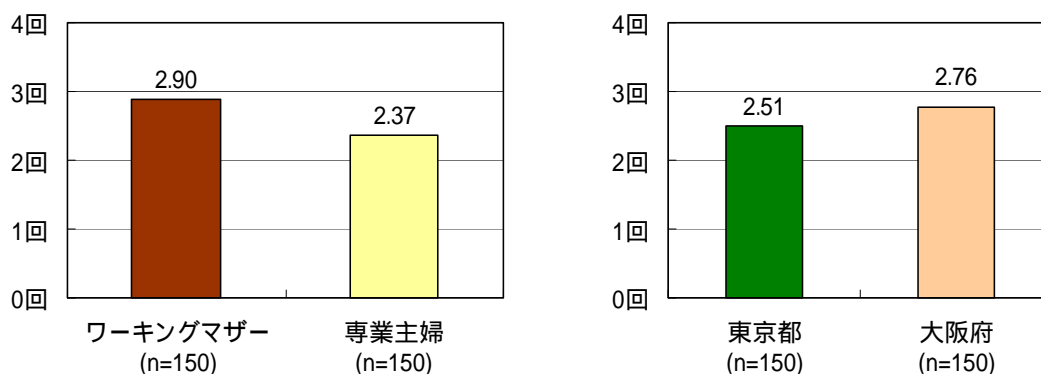
ワーキングマザーの家庭では平均 2,431 円、専業主婦の家庭では平均 2,807 円と、専業主婦の家庭の方が一日の食費が高いことがわかります。

【家庭における一日の食費（外食を除く）】



家族揃っての外食回数は、全体では月に平均 2.6 回という結果となりました。ワーキングマザーの家庭は月に 2.9 回と専業主婦の 2.37 回よりも多くなっています。また、東京都と大阪府を比べると、大阪府の家庭が 2.76 回と東京都の家庭の 2.51 回よりも多くなっています。

【家族揃っての外食回数】

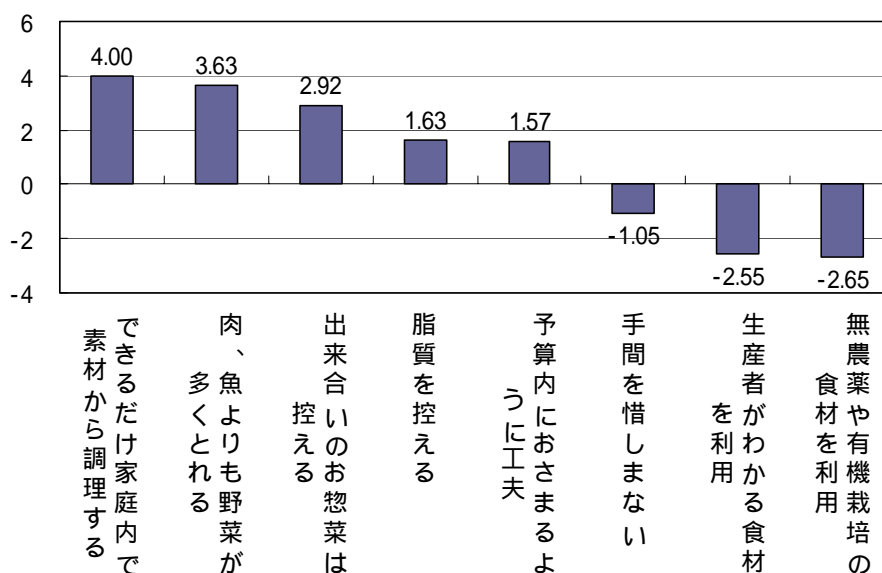


2. 家庭における食意識

子供を持つ家庭のメニュー検討のポイントとして最も重視されていたのは、「できるだけ家庭内で素材から調理すること」でした。次いで、「肉、魚よりも野菜が多くとれる」こと、「出来合いのお惣菜は控える」とことと続き、メニュー検討から家族の健康を気遣う様子が読み取れます。

その一方で、「生産者がわかる食材を利用」や「無農薬や有機栽培の食材を利用」の実践度が低いことがわかりました。これらの食材は身体に良いとはわかっているにもかかわらず実践できない、という可能性も考えられます。

【家庭におけるメニュー検討内容】

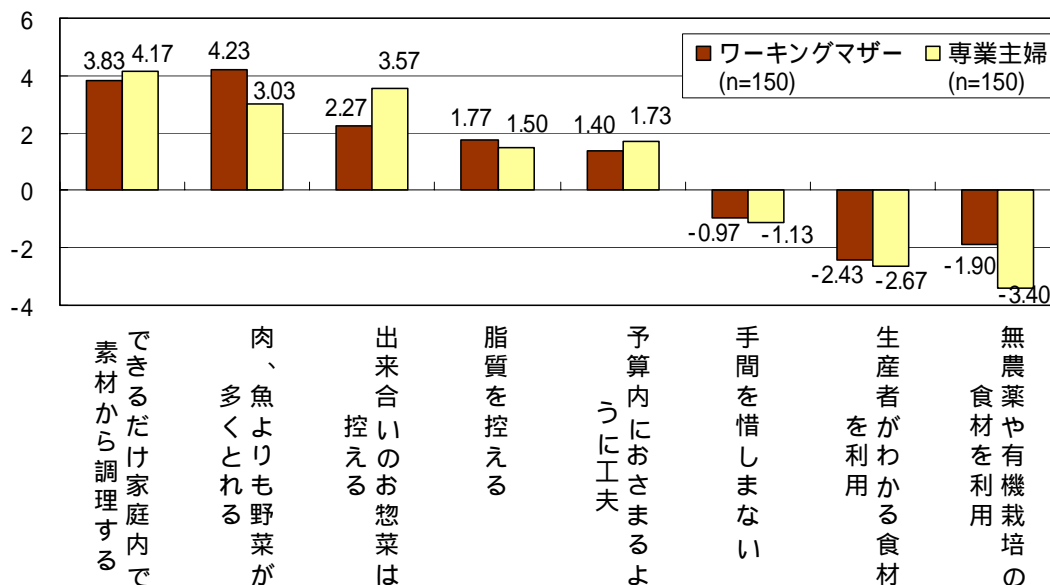


[n=300]

実践度をポイント化 (-10 ~ +10) した平均値を記載

一方、ワーキングマザーと専業主婦の意識差を見ていくと、上位項目では、「肉、魚よりも野菜が多くとれる」こと、「出来合いのお惣菜は控える」に意識の違いがあることがわかります。ワーキングマザーは仕事と家庭の両立のため、出来合いのお惣菜に頼る機会がどうしても多くなってしまふことから、「出来合いのお惣菜を控える」という項目において最も差が生じたと考えられます。また、「肉、魚よりも野菜が多くとれる」はワーキングマザーの方が高い意識を持っています。働いていると昼食は外食になることが多く、どうしても肉や魚が中心になるために、家庭ではなるべく野菜を増やそうと心掛けていることも推測できます。下位項目では、「無農薬や有機栽培の食材を利用」についてワーキングマザーの方が実践していることがわかります。ただし、この場合も実践していない人の方が多く、まだこのような項目に関する意識が低いことがわかります。

【家庭におけるメニュー検討内容：ワーキングマザーと専業主婦】



実践度をポイント化 (-10 ~ +10) した平均値を記載

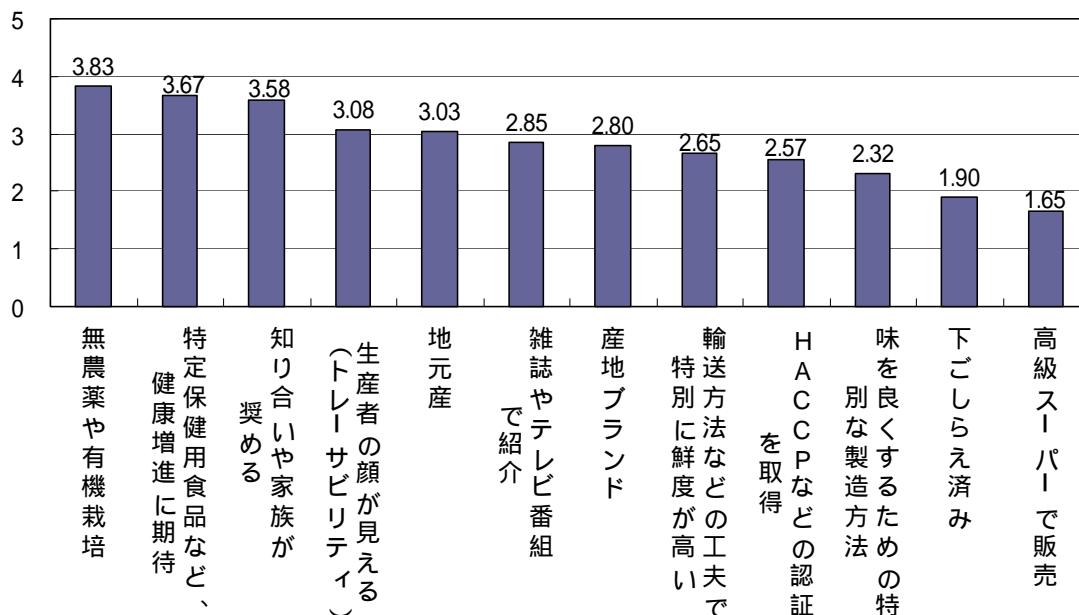
「無農薬や有機栽培の食材を利用」の実践度は低い一方で、それらの食材には高いお金を払ってもいい、という回答も出ています。その意義に一定の理解があり、価格が高くなることを了承しながらも、実生活ではなかなか取り込めない、という様子がうかがえます。また、特保（特定保健用食品）については、様々な商品が一般化する中で、「特保は値段は高いが健康に効果的」という意識が定着しつつあるようです。

「トレーサビリティ」や「地元産」への評価も高いですが、実際に食卓に乗ることは少ないようです。生産者の顔が見えることで安心感が得られることはわかっていますが、毎日の食生活の中には、値段的に取り込みにくいという状況があると考えられます。

また、「下ごしらえ済み」や「製造方法などの工夫」は、消費者に付加価値を与えていないこともわかります。

その一方で、「知り合いや家族が勧める」ものに対しては、高いお金を払ってもいいと考えているようです。「雑誌やテレビ番組で紹介」も一定の評価を得ていますが、高価な食材には効果が限定的になるようです。身近な人による、実感を伴った評価が必要になると考えられます。

【高いお金を払ってもいい食材・食品】

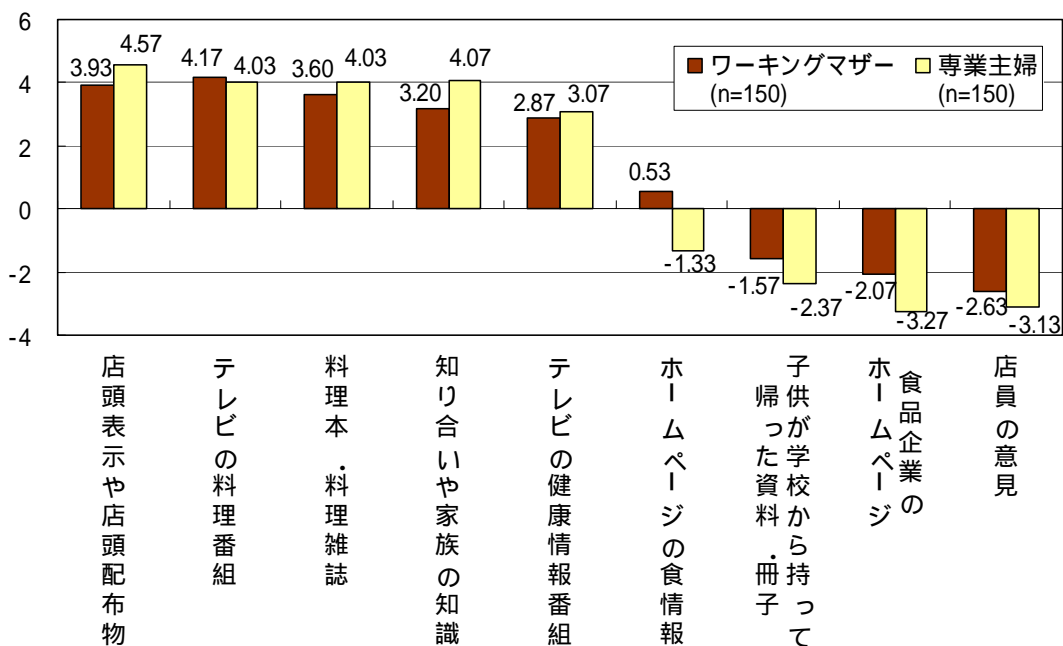


[n=300]

購買意思をポイント化(0~+10)した平均値を記載

家庭での食事について参考にする情報では「店頭表示や店頭配布物」、「テレビの料理番組」、「料理本・料理雑誌」、「知り合いや家族の知識」が上位にきます。この数年で急激に番組数が増えた「テレビの健康情報番組」についても一定数の評価が見られますが、その番組数に比例するほどは、家庭での食事に反映されていないようです。

【参考にする情報：ワーキングマザーと専業主婦】



情報入手度をポイント化(-10~+10)した平均値を記載

とりわけ、専業主婦は「店頭表示や店頭配布物」、「知り合いや家族の知識」を参考にしています。「知り合いや家族の知識」については、テレビや本・雑誌よりも参考にしていることがわかります。

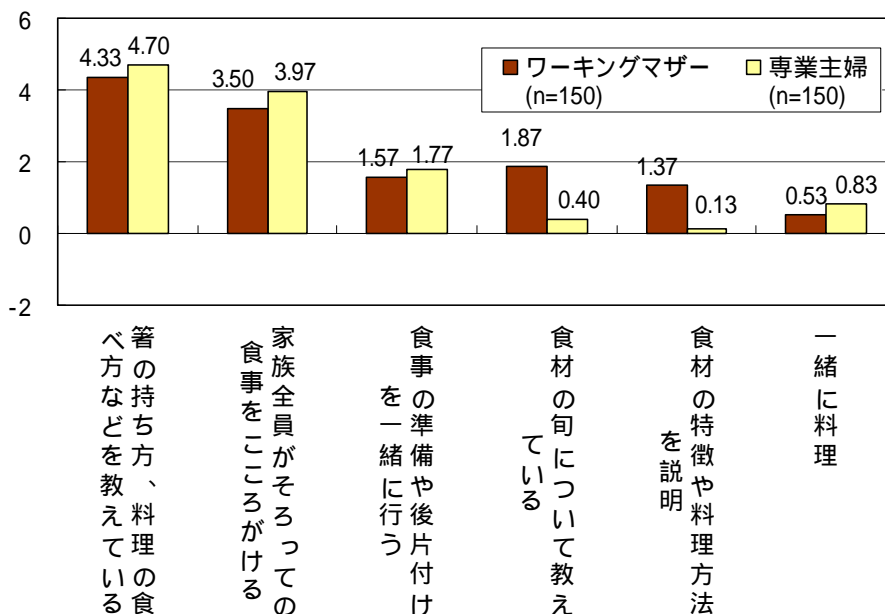
「店頭表示や店頭配布物」が参考にされている一方で、「店員の意見」は参考にされていないことがわかります。「食品企業のホームページ」も低く、売り手の情報を参考にしてもらえそうな工夫も必要になるでしょう。

3. 家庭での食育と学校での食育

家庭における子供への食育を見ていくと、「箸の持ち方、料理の食べ方などを教えている」や「家族全員がそろっての食事を心掛ける」というようなマナー的な項目の実践度が高いことがわかります。これらの項目では、専業主婦の方が実践している、という結果になっています。

一方で、「食材の旬について教えている」や「食材の特徴や料理方法を説明」という食関連知識に関する教育は、実践度が全般的に低いものの、ワーキングマザーの方が実践しています。「一緒に料理」はワーキングマザーの実践が最も低い項目でした。

【家庭における子供への食育：ワーキングマザーと専業主婦】



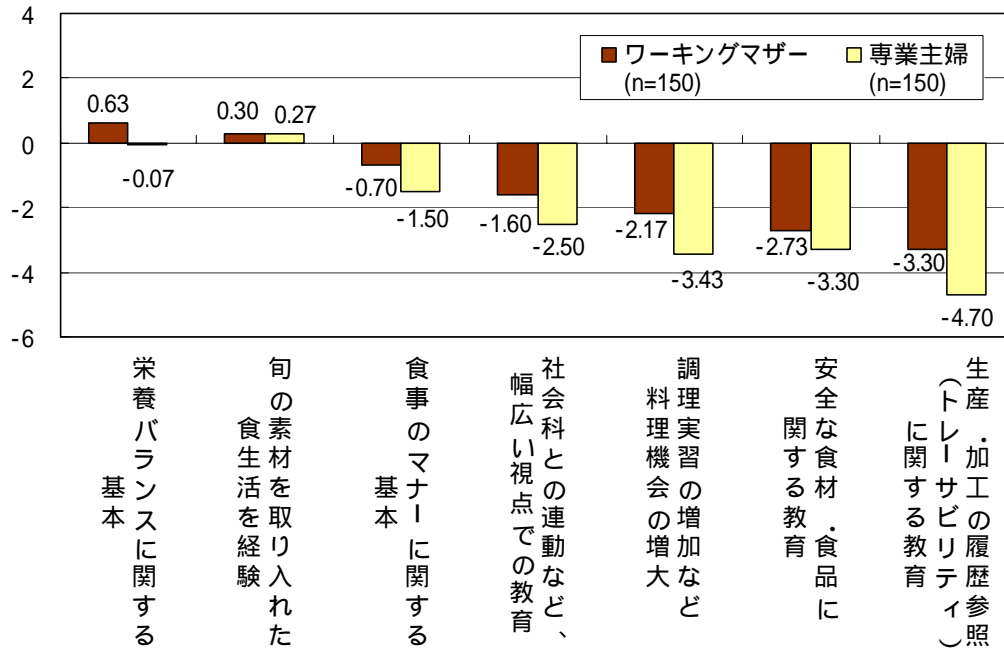
実践度をポイント化 (-10 ~ +10) した平均値を記載

学校における子供への食育については、全体的に評価が低い結果となりました。また、ほぼ全ての項目で専業主婦の方が学校における食育に低い評価をしています。

評価が高かったのは、「栄養バランスに関する基本」と「旬の素材を取り入れた食生活を経験」ですが、どちらも肯定的な意見がやや上回る程度に留まります。トレーサビリティや安全に関する教育への評価は非常に低くなっていました。このことは、学校における

食育に関する期待の強さでもあり、今後、取り組むべき課題であると考えていいでしょう。専門知識を要するような家庭での取り組みが難しい内容については、学校で取り組むべき食育である、という意識があると推測できます。

【学校における子供への食育に対する評価：ワーキングマザーと専業主婦】



実践への評価度をポイント化（-10～+10）した平均値を記載

家庭で取り組むべき食育と学校で取り組むべき食育とを明確にしていくことが、食育を実践する上で不可欠だと考えられます。生活の基本である食を支えるためにも、家庭と学校との適切な連携が求められています。

本資料に対するお問い合わせ先

株式会社 日本総合研究所

楽天株式会社

〒102-0082
 東京都千代田区一番町 16 番
 研究事業本部
 カスタマーセンター 井上
 E-mail: rcdweb@rcd.jri.co.jp
 TEL: 03-3288-4648

〒106-6118
 東京都港区六本木 6-10-1
 六本木ヒルズ森タワー
 広報・渉外部 勝浦
 E-mail: pr@rakuten.co.jp
 TEL: 03-4523-1104