

# 食に対する意識と食器の購買状況

## Research on the Relevance between Attitudes toward Meals and Tableware Purchases

栗林 芳彦

Yoshihiko KURIBAYASHI

近年、日本の世帯では食器の購入が減少傾向にあるが、その原因は日本人の食事に対する態度が変化してきたことに原因があるのではないかと仮説のもと、20～59歳の女性を対象にインターネット調査を実施した。その結果、食事に対する考え方は世代やライフステージ（家族構成、婚姻状況）によって大きく異なり、食事そのものに関心のなさが食器への関心の低さにつながっていることが明らかとなった。

Recently the purchase of tableware by Japanese households has been decreasing rapidly. In order to investigate the reason for this, an internet survey was conducted based on the assumption that people's attitudes toward meals are changing, leading to a loss of their interest in tableware. The respondents were females aged 20-59 years old.

The results showed that attitudes toward meals differ by age and family make-up, and that those with less interest in meals pay little attention to tableware.

キーワード：食事，食器  
meals, tableware

### 1. はじめに（調査の背景）

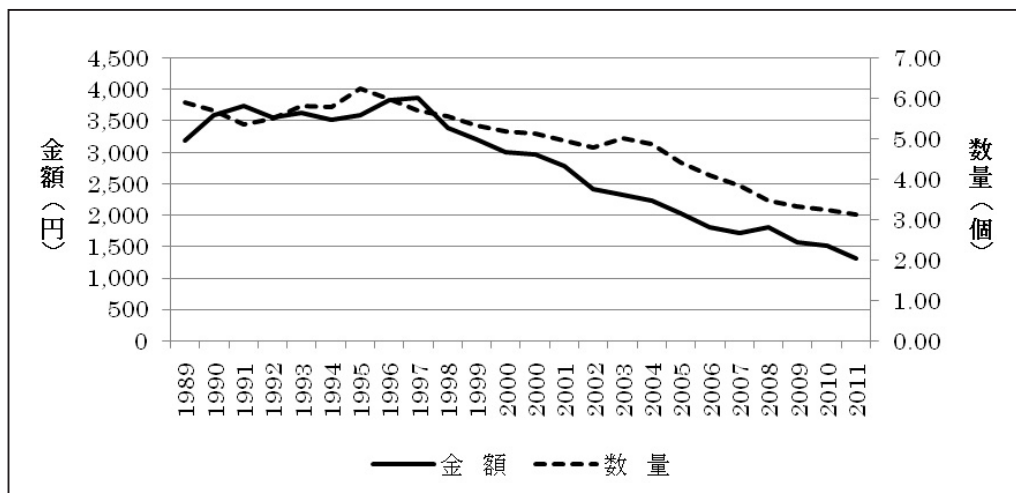
筆者の勤務する名古屋文理大学は平成24年に岐阜県の陶磁器の生産者組合の連合体である岐阜県陶磁器工業協同組合連合会と包括提携契約を結んだ。岐阜県は全国の陶磁器生産の約4割を占めるが、同組合によると、組合の会員数は1978年の1,121社をピークに2011年は421社まで減少し、その出荷額は、1991年の1,437億円から2011年は323億円と4分の1以下まで減少した。このような状況をなんとか打開するための糸口として、陶磁器製品のマーケティングに関して共同研究を行うため、名古屋文理大学と包括提携を結ぶ運びと

なった。

陶磁器を含む食器類の購買は一般家庭においても減少を続けている。家計調査年報によると、「茶碗・皿・鉢」への支出はグラフ1のような推移となっている。

これは平成元年から23年までの食器に対する支出（円）と数量（個数）の推移を表したものである。支出は1996年の3,865円をピークに減少し続け、2011年には1,302円にまで減っている。つまり、15年間で約3分の1にまで減少したことになる。数量（個数）ベースでみると、1995年の6.23個をピークに2011年の3.13個まで減少している。こちらはピーク時の約半分と

グラフ1 「茶碗・皿・鉢」への消費支出・数量



なっている。数量ベースで半減であるのに、金額ベースで3分の1ということは、購入される食器の個数が減っているのと同時に単価も減っていることがわかる。

このような急激な変化はなぜ起きたのであろうか。この期間の消費支出全体の下げ幅は約15%程度であるから、それ以上の急ピッチで減少していることになり、ただ単に一般家庭での消費活動の縮小に伴って減少したということだけでなく、他に原因があることが想定される。その原因が何であるか解明できれば、陶磁器製品のマーケティングにも新たな方向性が見出せる可能性がある。そこで筆者が担当する本学情報文化学部PR学科2年生の科目「マーケットリサーチ演習」の授業の中で、陶磁器に関する調査を実施する運びとなった。

## 2. 調査方法

### 2-1 調査の目的

今回の調査を実施するにあたって、食器の購入が減少しているのは一般家庭における食事の在り方、食事に対する考え方が変化してきたことが原因ではないかという仮説を立てた。少子高齢化、核家族化が進む中で90年代には「個食化」という言葉が使われるようになった。これは家族の構成員がそれぞれ別々に食事をとることを意味するが、このような食の在り方の変化は、食事の道具であるところの食器に対する態度に大きな影響を与えているのではないだろうか。これを検証するために、今回の調査は世代ごとの食事に対する考え方を明らかにし、合わせて食器の購買状況を調べ

ることによって、その関連性を明らかにすることを目的とした。

### 2-2 調査の概要

調査はインターネットを用いて行った。概要は以下のとおりである。

調査方法：インターネットを用いたアンケート調査

調査時期：2012年12月10日(月)～2012年12月11日(火)

調査機関：株式会社 電通マーケティングインサイト、マクロミル

調査対象：関東、中京、近畿圏に居住する20歳から59歳の女性600名

対象地域：関東…東京・千葉・埼玉・神奈川

中部…愛知・岐阜・三重

近畿…大阪・兵庫・京都・奈良

サンプル構成：

	20歳	30代	40代	50代
関東	50	50	50	50
中部	50	50	50	50
近畿	50	50	50	50

食器の購買は主に女性によって行われているので、今回の調査では女性に絞って調査を行った。また、地域別、年齢別、での差異を明らかにするために、地区・年齢層でのサンプルの割り付けを行った。

なお、インターネット調査の実施に先立ち、名古屋市内で愛知県内に居住する女性6名を集めてフォーカス・グループ・インタビューも実施した。インターネッ

ト調査はこのフォーカス・グループ・インタビューの結果を踏まえて調査票作成などを行った。

また、分析においては、年代別のほかにライフステージ別の集計を行った。これは、女性の場合、婚姻関係や家族構成などによって食に対する関わりが大きく変化することが予想されるためである。ライフステージは以下のように分類することとした。

1. 祖母（同居，別居は別として孫がいる）
2. 母（同居，別居は別として子供がいる）
3. 妻（結婚しているが子供はいない）
4. 未婚（親と同居）
5. 未婚（親以外と同居）
6. 未婚（単身）

なお、各ステージの年齢別構成比は以下のとおりである。

	回収数	20 〜 24 才	25 〜 29 才	30 〜 34 才	35 〜 39 才	40 〜 44 才	45 〜 49 才	50 〜 54 才	55 〜 59 才
全体	(600)	8.8	16.2	12.8	12.2	14.2	10.8	15.2	9.8
既婚計	(417)	1.9	11.3	11.8	14.1	16.8	12.7	18.0	13.4
祖母	(19)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	47.4	47.4
母	(294)	2.0	8.5	12.9	13.9	16.0	13.6	19.7	13.3
妻	(104)	1.9	21.2	10.6	17.3	22.1	11.5	7.7	7.7
未婚・単身計	(183)	24.6	27.3	15.3	7.7	8.2	6.6	8.7	1.6
親と同居	(104)	29.8	25.0	17.3	6.7	5.8	6.7	7.7	1.0
親以外の 人と同居	(15)	13.3	46.7	13.3	6.7	13.3	0.0	6.7	0.0
単身	(64)	18.8	26.6	12.5	9.4	10.9	7.8	10.9	3.1

また、各年代のライフステージ別内訳は以下のとおりである。

	祖母	母	妻	親と同居	人親と 同居の 以外	単身
全体	3.2	49.0	17.3	17.3	2.5	10.7
20代	0.0	20.7	16.0	38.0	6.0	19.3
30代	0.0	52.7	19.3	16.7	2.0	9.3
40代	0.7	58.0	23.3	8.7	1.3	8.0
50代	12.0	64.7	10.7	6.0	0.7	6.0

なお、「祖母」「親以外の人と同居」は回答数が少ないため、以下の本文中では参照しない。

### 3. 結果及び考察

#### 3-1 食事に対する関与

食事に対する意見を考察する前に、まず日々の食事の準備にどれだけ関与をしているかを見てみたい。グラフ2は食事の準備を誰がしているかを尋ねたものである。「ほとんど自分がする」と答えている人が全体では72.8%であるが、20代の女性においては51.3%と低い数値となっている。これをライフステージ別で見ると、「母」や「妻」は80%以上が「ほとんど自分がする」と答えているのに対し、親と同居している娘においては、「ほとんど自分がする」と答えた人が13.5%、これに「主にあなたがする」を加えても21.2%にしかならない。また「ほとんどあなた以外がする」が33.7%となっており、食事の準備に関しては大きく母親に依存していることが見て取れる。これに対して単身者は、当然のことながら、ほとんど全員が自分で準備をすると答えている。

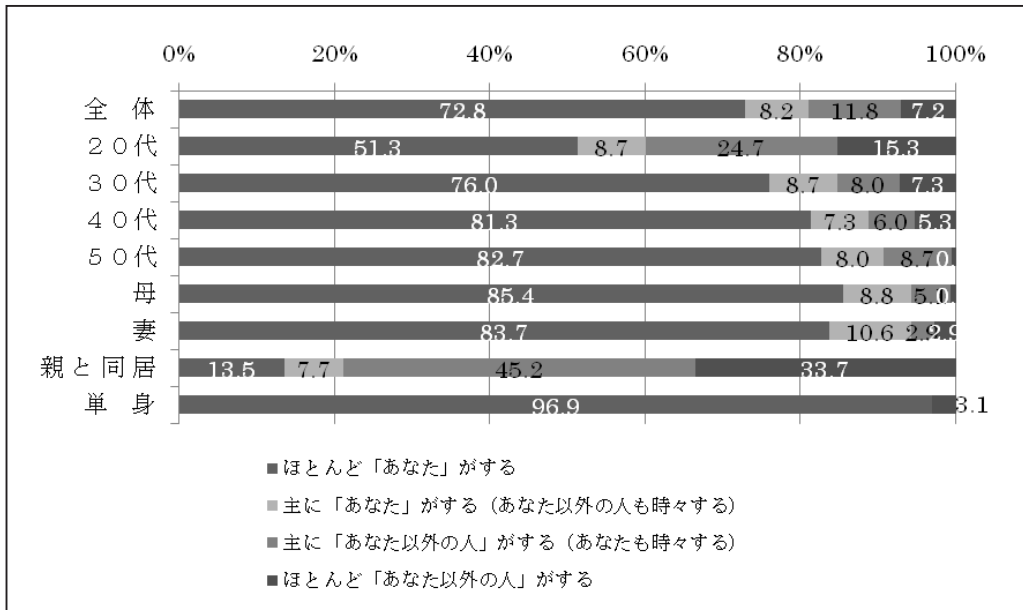
女性たちは日々の食事の準備に対してどのように感じているのであろうか。次のグラフは「料理をするのは楽しい／好き」という意見に対する賛同を4段階で聞いたものである。これを見ると日頃食事の準備に従事している女性たちは必ずしも楽しんで調理をしているわけではないことを示している。特に40代、50代での賛同の率が低い。長年食事の準備に従事してきた女性たちにとって料理は少々負担となっていることが予想される。

#### 3-2 食事に対する意識

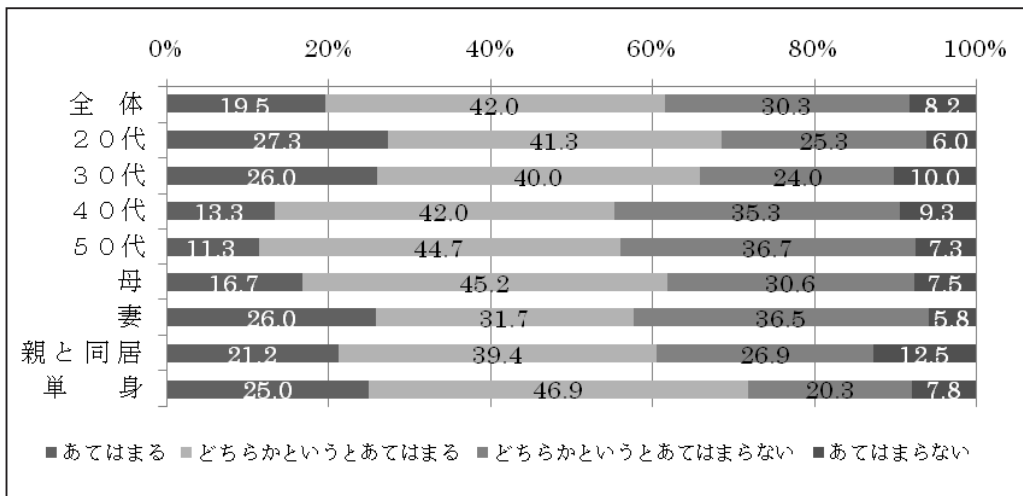
それでは、女性たちは日々の食事の意味合いをどのようにとらえているのであろうか。食事はただ単に空腹を満たし栄養を摂取するという作業ではなく、ともに食事をする家族とコミュニケーションをし、その関係性を確認するという行為であると考えられる。そこで、まずは食事と家族との関係性という観点からその意識を見ていきたい。

グラフ4は「食事は家族のだんらんと思う」という考えに対する賛同の度合いを見たものである。40代においてやや数値が低いものの、概ねどの世代においても食事は家族のだんらんの場であると考えられている。しかし、ライフステージ別で見ると「あてはまる」の値に大きな差が見られる。未婚者（「親と同居」「単身」）での値が既婚者（「母」「妻」）を大きく下回り、特に単身者においては40.6%となっている。単身者の場合、通常ひとりで食事をしていることが多いで

グラフ2 食事の準備者



グラフ3 「料理をするのは楽しい／好き」



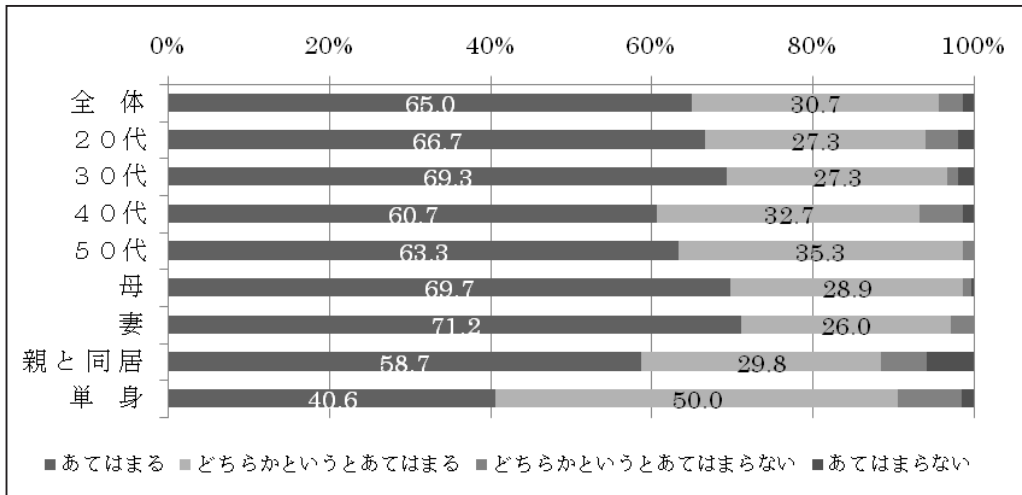
あろうから、食事が家族のだんらの場であると思えないのはさほど不思議ではないが、親と同居している娘が既婚者よりも10ポイント以上低いことが注目される。また、非賛同の割合（「どちらかというにあてはまらない」「あてはまらない」）が単身者を上回っている。家族と同居しているにもかかわらず、食事を家族だんらの場ととらえていない人が多いことは注目に値する。

食事が家族のだんらの場であるというのはかなり

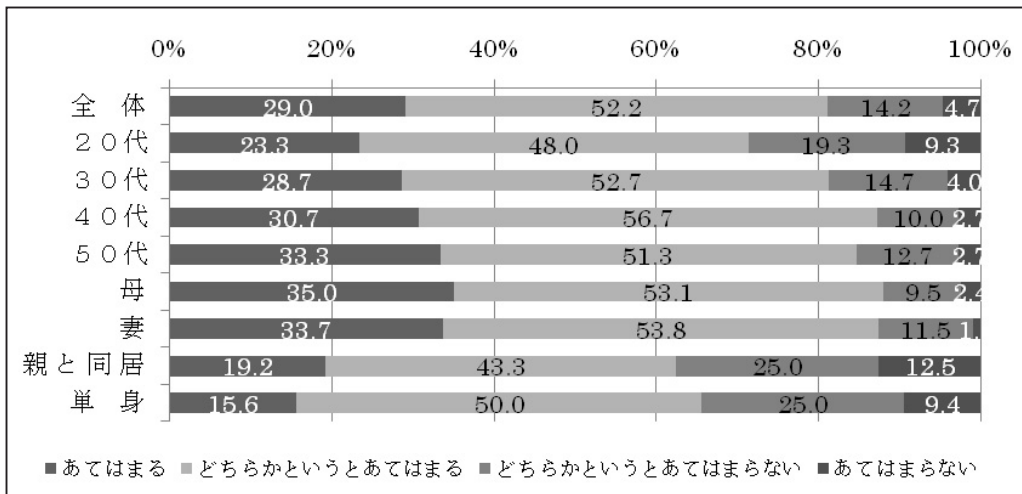
社会通念的な考えであるともいえるので、食事と家族のあり方についてさらに踏み込んで聞いてみたのが次のデータである。

グラフ5は「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」という考えに対する賛同の度合いを示したものである。先ほどのグラフ4では年代間の差があまり顕著ではなかったが、ここでは「あてはまる」と答えている人の割合が年代が若くなるごとに低くなっており、20代の女性では、50代に比べて10ポイントも低

グラフ4 「食事は家族のだんらんの場だと思う」



グラフ5 「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」



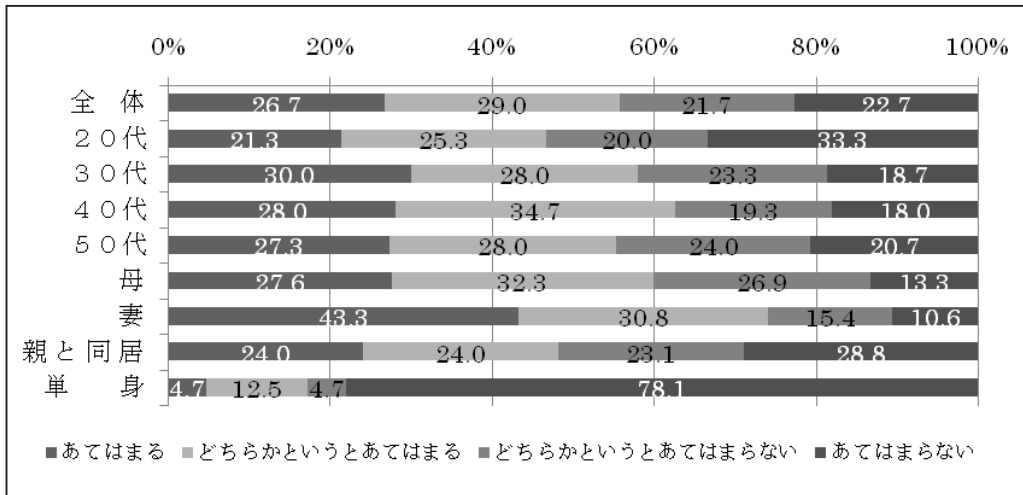
くなっている。さらにライフステージ別でみると、ここでは既婚者と未婚者で大きく意見が分かれている。親と同居している娘においても非賛同者（「どちらかというにあてはまらない」＋「あてはまらない」）の割合が3分の1を超えており、単身者とほぼ同じ傾向を示している。

なお、食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思うことと、実際に毎日家族そろって食べているかどうかは別の話である。次のグラフ6はその実態を示している。

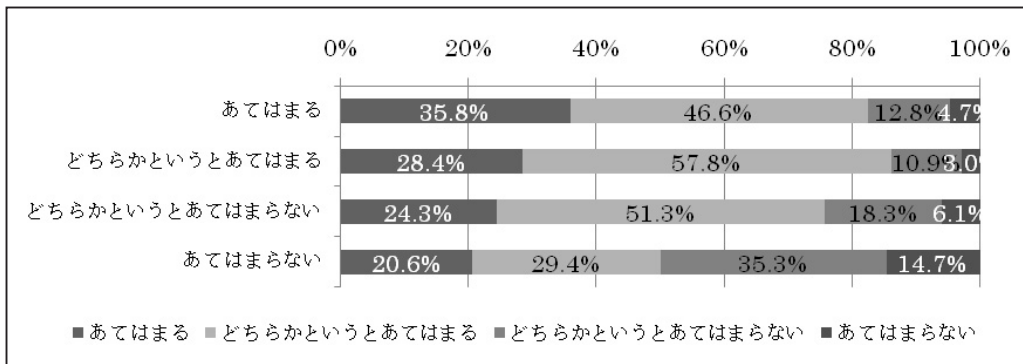
さて、「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」と思うのは、家族の絆を確認し、それを維持

するうえで食事が重要な役割を果たしているという食事の精神的な意味合いをポジティブにとらえていることの証左であると考えられる。それでは、その食事の持つ意味合いを認識していることは、料理に対する考えとどう関連しているであろうか。グラフ7は上述の「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」と「料理をするのは楽しい／好き」との間でクロス集計を行ったものである。これを見ると、食事は家族そろって食べるのが当たり前と思う人ほど、料理をするのは楽しい／好きと答えていることがわかる。つまり、料理が「楽しい・楽しくない」は「食事は家族で食べるもの」という考えかたと密接な関係があること

グラフ6 「ほとんど毎日、家族そろって夕食を食べている」



グラフ7 「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」×「料理をするのは楽しい／好き」



が予想される。

以上見てきたように、食事と家族とのかかわりという点では、年齢が下がるにつれて食事を家族とのコミュニケーションの場としてとらえない傾向がある。また、ライフステージによっても大きく考えが異なる。特に注目すべきは家族と一緒に暮らしながらも、食事を一緒に取るのが当たり前と考えない人が3分の1以上存在するという点である。なぜ彼女たちがこのように考えるのか、それは家族との関係性に起因するのか、それとも食事という行為にあまり意味性を求めているかのいずれかであると考えられる。加えて、食事に関する意味性は料理の楽しさに関連することが明らかとなった。

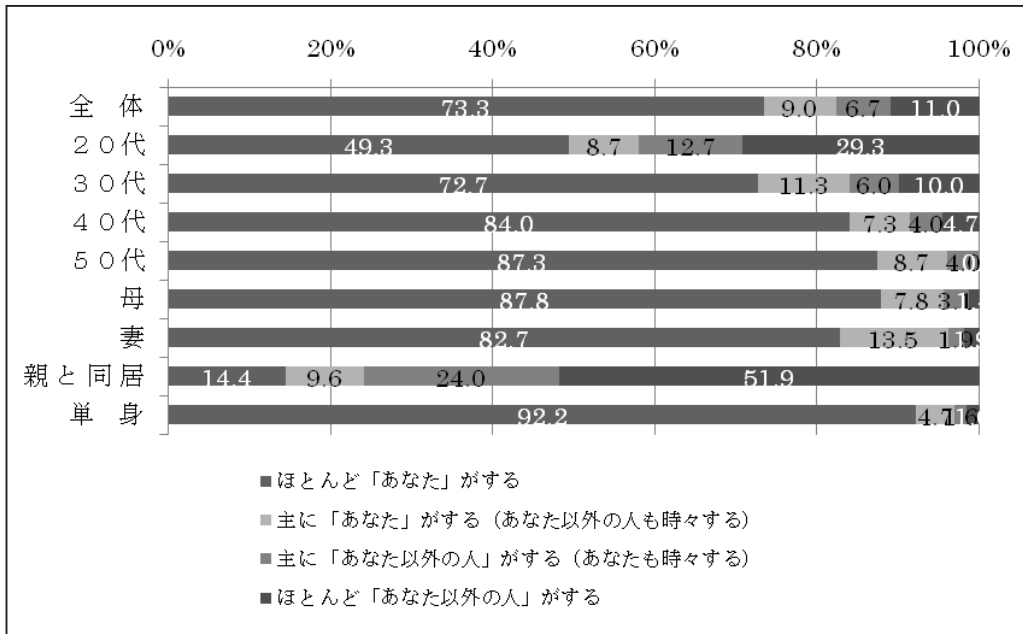
### 3-3 食器に対する関心

ここまでのところで、世代別、ライフステージ別に

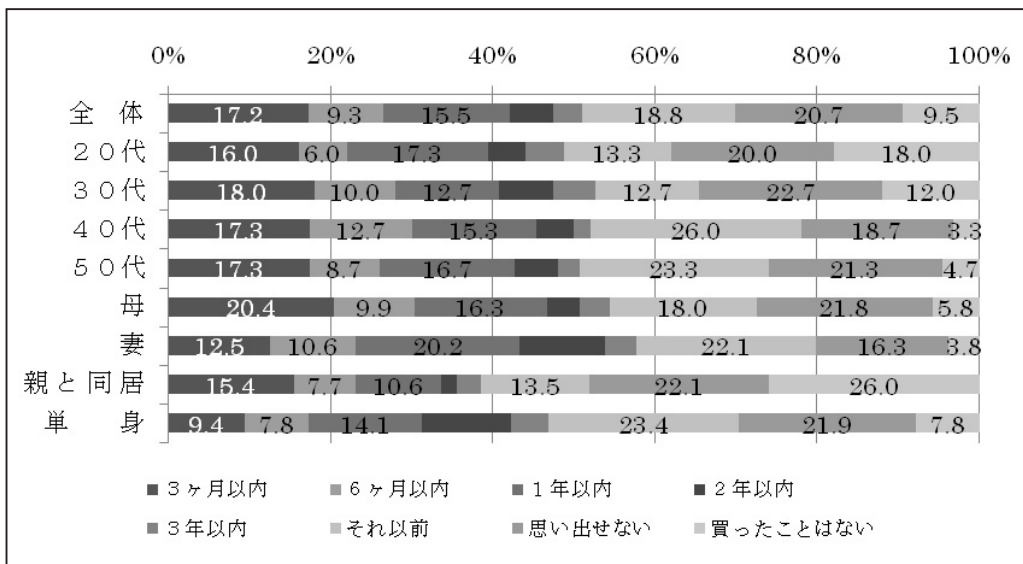
食事に対する考え方を見てきたが、20代、親と同居、単身といったグループではほかのグループとは異なった「食事感」を持っていることが明らかとなった。では、食事の道具である食器に対しても同様に関心の度合いに差があるのであろうか。まずは家庭内で食器の購入は主に誰がしているかから見ていきたい（グラフ8）。傾向としてはグラフ2の食事の準備をする人と同じであるが、20代、親と同居のグループにおいて「ほとんどあなた以外の人がする」の割合が高くなっている。つまり、これらのグループは食事の手伝いをすることはあっても、食器は買わないという実態が見て取れる。単身者は当然のことながら、食器はほとんど自分で購入している。

次に実際に直近でいつ自宅用の陶磁器を購入したかを聞いたものがグラフ9である。これを見ると、3年以内の購入に関してはほとんど年齢差が見られないこと

グラフ8 食器の購入者



グラフ9 『自宅用の陶磁器』直近購入時期



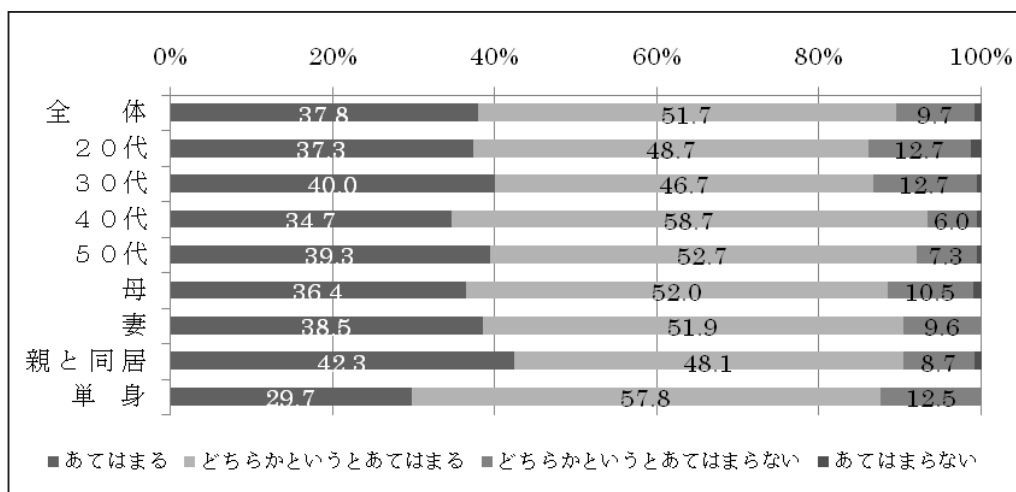
がわかる。

次に食事における食器の意味合いを見ていきたい。グラフ10は食器の善し悪しが食事の満足度に影響するかどうかを聞いたものである。概ね同意を得られている。食事に対する意味性をあまり認めていない「親と同居」グループもここでは食器の役割をポジティブに

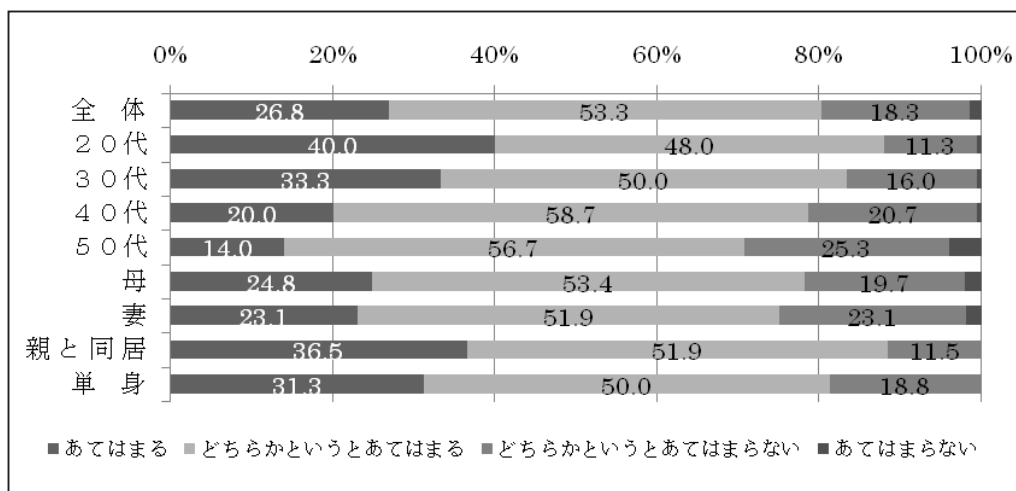
とらえている。唯一、「単身」のグループにおいて「あてはまる」の率が低くなっている。

このように、食器のもつ価値は多くの女性に認められているが、それが日々の食生活にどのように反映されているのであろうか。グラフ11は「使う皿はできるだけ少ない枚数で済ませたい」という意見に対する賛同

グラフ10 同じ料理でも良い器で食べると食事がおいしく感じる



グラフ11 使う皿はできるだけ少ない枚数で済ませたい



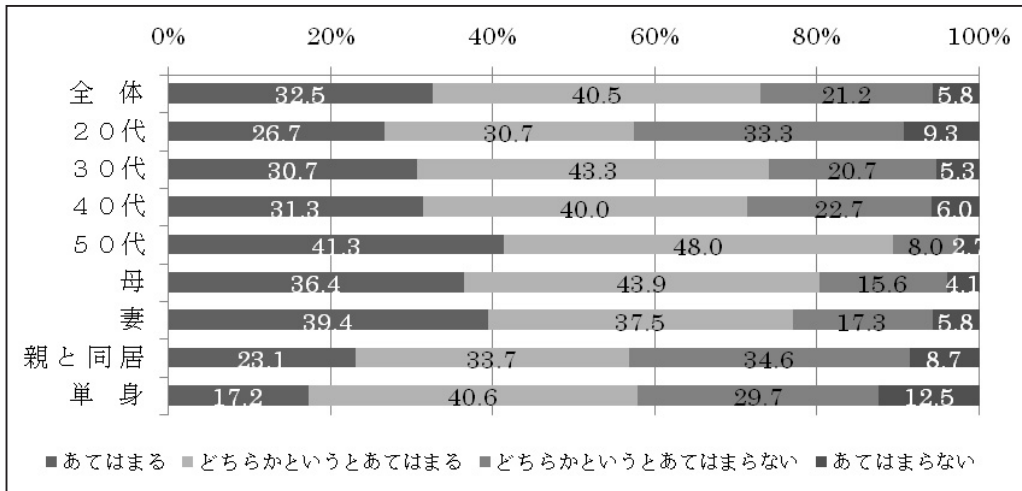
状況である。年代間で大きな差が見られ、年齢が上に行くほど、賛同の度合いが低くなっている。これをライフステージごとに見ると、未婚者のほうが賛同する率が高く、特に親と同居している娘は36.5%と単身者を上回っている。この親と同居のグループはグラフ2で見たようにあまり食事の準備に従事していない。それにもかかわらず、使う皿の枚数はできるだけ少ないほうがよいと考えるのは、後で洗うのが面倒という実用上の問題が原因でそのような考えているとは考えにくく、やはり食事や食器に対する考え方が根本的にほかのグループと異なると思うのが妥当ではないだろうか。

さらに、グラフ12は「買ってきたお惣菜をパックのまま食卓に出すのは嫌だ」という意見に対する賛同の度合いを示している。ここでも20代の女性は他の世代よりも低い値を示しており、特に50代の女性とは大きな差を見せている。これをライフステージ別でみると、単身者がパックのままでもあまり気にしないのは理解できるとして、親と同居している娘においても同様の傾向を示していることに注目したい。

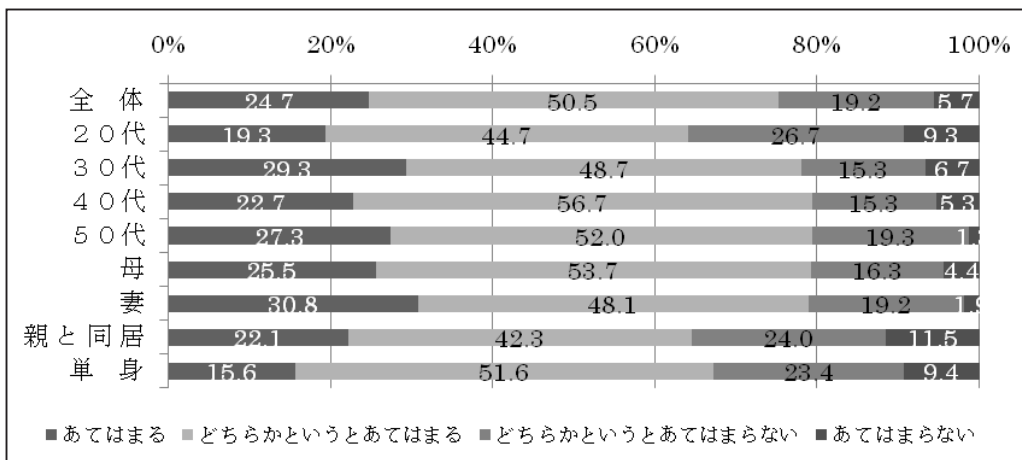
このように、食器の持つ価値は認めながらも、実生活においては使う皿はなるべく少ないほうがよく、さらには若い世代においては買ってきた惣菜をパックのまま食卓に出すことにさほど抵抗感を感じていないと



グラフ12 「買ってきたお惣菜をパックのまま食卓に出すのは嫌だ」



グラフ13 お店の食器コーナーや瀬戸物市をみるのは楽しい



いう実態が明らかになった。つまり、食器に対する評価と実用上の利便性との間には大きな乖離が存在していることが見て取れる。

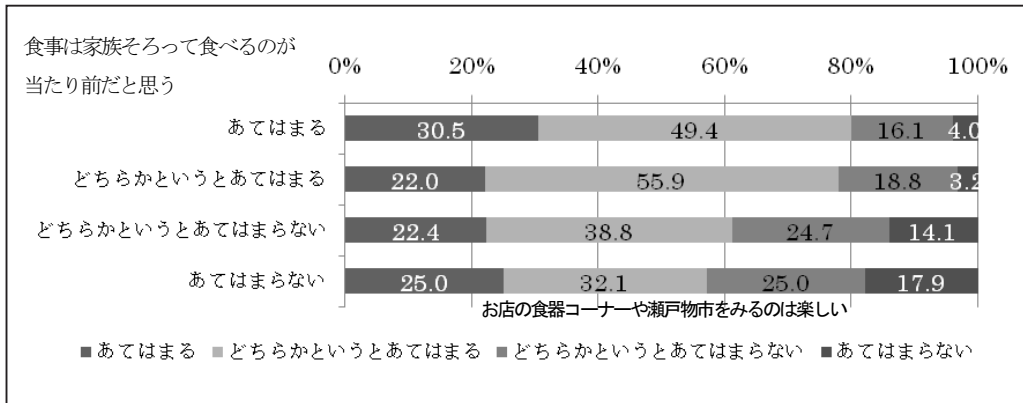
次に、食器に対する関心を示す一つの指標として、食器を買う行為が楽しいかどうかを聞いたものがグラフ13である。世代間やライフステージ間でばらつきはあるものの、20代、親と同居、単身が低い値を示している。単身者はグラフ8で示したように、自分で購入する機会がほとんどであるので、購入する機会の有無と購入する行為を楽しく思うかどうかは別物であることがわかる。

以上、見てきたように、食器に対する考えや評価は年齢やライフステージによって大きく異なり、この年

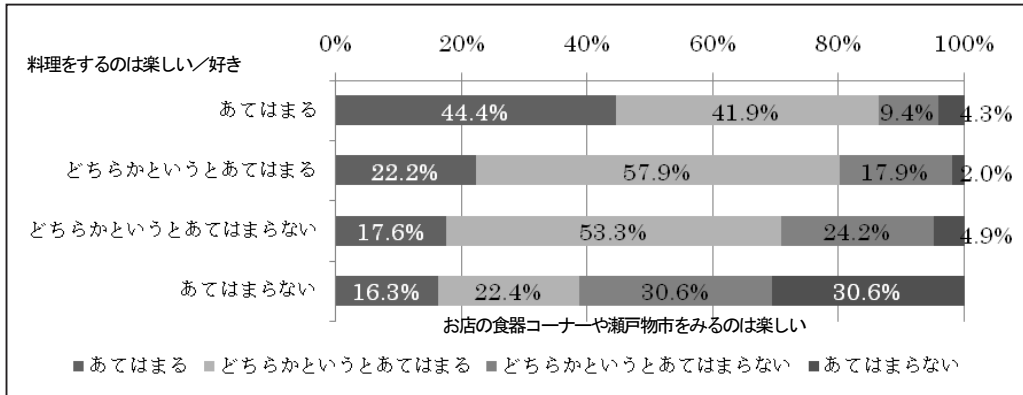
代間、ライフステージ間での差異は3-2で見てきたような食事に対する価値観と同じ傾向を示している。では、この食事に対する考えと食器に対する関心は直接的な関連があるのだろうか。グラフ14は「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」と「お店の食器コーナーや瀬戸物市をみるのは楽しい」をクロス集計したものである。食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う人のほうが食器に対して高い関心を示していることが分かる。

3-2で述べたとおり、「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」と「料理するのは楽しい／好き」の間には関連が確認できるので、ここではさらに「料理するのは楽しい／好き」と「お店の食器コー

グラフ14 「食事は家族そろって食べるのが当たり前だと思う」×「お店の食器コーナーや瀬戸物市をみるのは楽しい」



グラフ15 「料理をするのは楽しい/好き」×「お店の食器コーナーや瀬戸物市をみるのは楽しい」



「料理をするのは楽しい/好き」と「お店の食器コーナーや瀬戸物市をみるのは楽しい」の間でのクロス集計を行った（グラフ15）。ここでは料理が好き・楽しいと答えている人が食器に高い関心を示している。

#### 4. まとめ

以上、食事の意味合いと食器への関心という観点からデータを見てきたが、これらをまとめると以下のようになる。

##### ■食事について

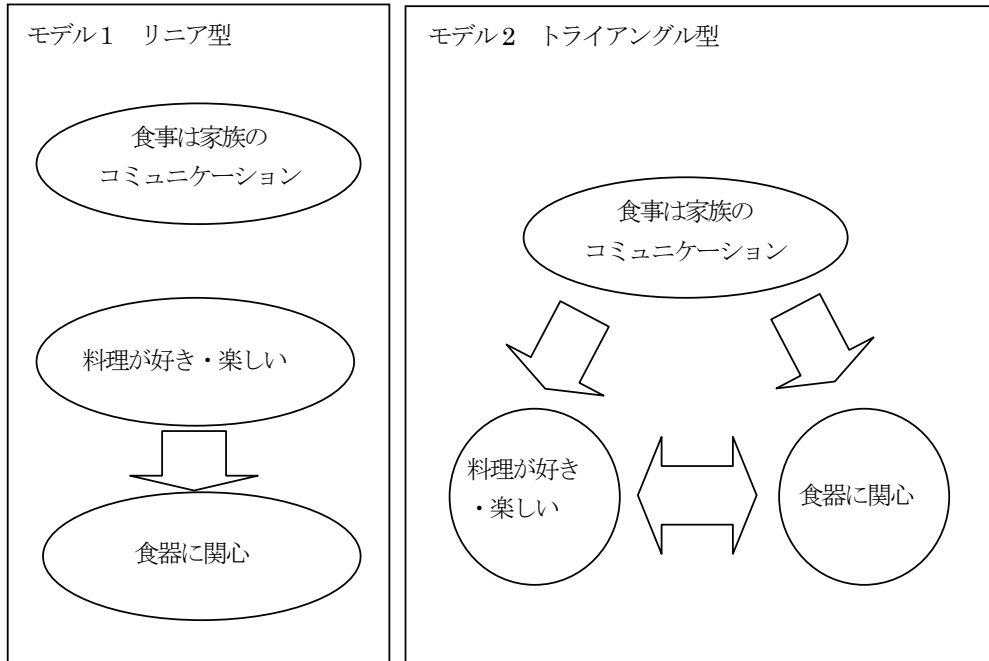
- ・食事に対する考え方は世代やライフステージで大きく異なる。
- ・親と同居している娘や単身者においては食事に対して精神的な価値を認めず、作業としてとらえている割合が高い。
- ・料理が楽しいか否かは、日ごろそれに従事しているかどうかということではなく、むしろ食事の意

味合いを認めるか否か（「食事は家族そろって食べるのが当たり前」と関連が認められる。

##### ■食器について

- ・食器は基本的には食事の準備者によって購買されている。
- ・食器の価値は高く評価されているが、実生活においては利便性が優先される傾向にある。
- ・料理が好きの人ほど、食器に対して高い関心を示している。また、食事は家族でするものと考えている人ほど、食器に対して高い関心を示している。

今回の調査で印象に残ったのが、「親と同居」というグループが食事に対してあまり精神的な意味合いを認めていないという点である。親と同居しているにもかかわらず食事を家族とのコミュニケーションの場と



してあまりとらえていない傾向が顕著であるのは、奇異にすら感じられる。そのほか、「親と同居」と「単身」は生活環境がまったく異なるにもかかわらず同じ傾向を示している。これらのグループは年代的に20代が中心であるので、食事に対する考え方においては世代的な要因が大きく作用していることが想像できる。同じ20代でも「妻」や「母」といったライフステージに移行している人たちがどのような意識を持っているのが明らかとなれば、さらに有意義な分析が可能であろうが、今回はサンプル数が十分ではないので、次回への課題としたい。

他方、食器に対する関心であるが、全体としては食事に対して思い入れのないグループでは食器に対する関心は総じて低い。やはり、「20代」「親と同居」「単身」といったグループでは食器に興味をあまり持っていない。「親と同居」グループは食器の購入経験が限られており、関心が低いことはある程度予想できるが、一方「単身」は自ら調理し、食器も自分で購入しているにもかかわらず、食器を買うことも面白いとは思わず、100円ショップの食器でかまわないと答えている。やはり食事に家族との関係性という価値を見出していなければ、料理も楽しくなく、食器にも関心を持ってないということなのであろう。

このような結果から、食事に対する考えと食器に対

する関心の間で以下の図のような2つのモデルが想定される。

直感的にはモデル1のリニア型に妥当性が感じられるが、今回のインターネット調査に先立つグループインタビューにおいて50代の女性より「子供も独立して今は夫婦二人で食事をしているが、食事を楽しむために食器も良いものを買って求めている」という主旨の発言があり、モデル2のトライアングル型の存在を予想させる。いずれにせよ、これらの推論の妥当性はさらなる調査研究が必要である。

