

【食に関する意識・実態調査 2024】

健康志向の70代だが男女差アリ！

健康な60代女性は実は間食頻度が高く、約5割が「食いしん坊」と認識

一方で30～50代女性は献立のマンネリに悩みを抱えていると回答

女性誌販売部数 No.1 (※1) 雑誌「ハルメク」などのマーケティングやリサーチのコンサルティングを通じて、50代以上のインサイトを日々探求する、ハルメク 生きかた上手研究所は、20～79歳の男女1,200名を対象に「食に関する意識・実態調査」をWebアンケートにて実施しました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート (2023年7月～12月)

【 調査サマリ 】

■自分の健康を重視した食事をする70代だが、男女差あり。女性は40代から自分の健康が気になり始める。
→食事をするにあたって重視する点は、全体では「自分自身の健康」「おいしさ」「自分以外の家族の健康」の順。

→男女とも70代は「自分自身の健康」が突出しているが、男性の方が高く、女性は「家族の健康」の重視割合も高かった。女性を年代別に見ると、30代までは「おいしさ」が1位だが、40代では「おいしさ」と「自分自身の健康」が同率となり、50代以降は「自分自身の健康」が1位だった。

→朝の主食は、全体では「パン」「ご飯」の順。20代のみ「ご飯」が多数派で、年齢が上がるほど「パン」の割合が高かった。昼の主食は、全体では「ご飯」が最も高いが、60代以上は「めん類」がご飯を上回った。夕食のメニューで年代差が大きかったのは、「魚」「大豆製品」「野菜」のおかず。夕食の品数平均は70代(5.01品)が最も多かった。

■健康状態が良い女性60代。1週間の間食回数は全年代トップの6.25回、「食いしん坊」と感じている割合も最多。

→自身を健康だと認識している割合(健康+やや健康)は、全体で54.8%。最も高かったのは女性60代(69.0%)だった。男性20代、女性40代は「どちらともいえない」が多く、健康+やや健康と回答した人の合計値は50%未満であった。

→間食している割合は全体で77.0%。最も高かったのは女性30代(90.0%)だった。間食している人のうち、1週間の平均回数が最も多いのは女性60代(6.25回)で、食べているものの1位は「チョコ」であった。

→自分を「食いしん坊」だと思う(そう思う+ややそう思う)割合は、全体で43.8%。最も高かったのは女性50代と60代(いずれも55.0%)だった。

→幸福度(10点満点の平均)は全体で6.13点。「食いしん坊」と認識している人は6.47点と平均点が上昇した。

■女性70代の夕食の準備時間は全年代最長の49分で、後片付けも負担に感じている。女性30～50代の悩みは献立。

→夕食の準備時間は全体で39.6分。最も長いのは女性70代(49.0分)だった。

→調理で一番大変なのは、全体では「献立を考える」が1位で、特に女性30～50代が高かった。女性70代は「後片付け・洗い物をする」が2割を超えた。

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。物価高や気候変動などにより、食料品の値上げが続く中でも、スイーツや健康志向の商品など食に関する話題には事欠くことはありません。今回は20代から70代の食事・買物・調理の実態や意識、悩みなどについて調査しました。

【調査概要】

調査方法：WEB アンケート

調査対象・対象者数：全国の男女20～79歳1,200名

調査実施日：2024年2月20日(火)～2月21日(水)

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク 生きかた上手研究所

※調査結果のパーセンテージは、小数点以下第2位を四捨五入したため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

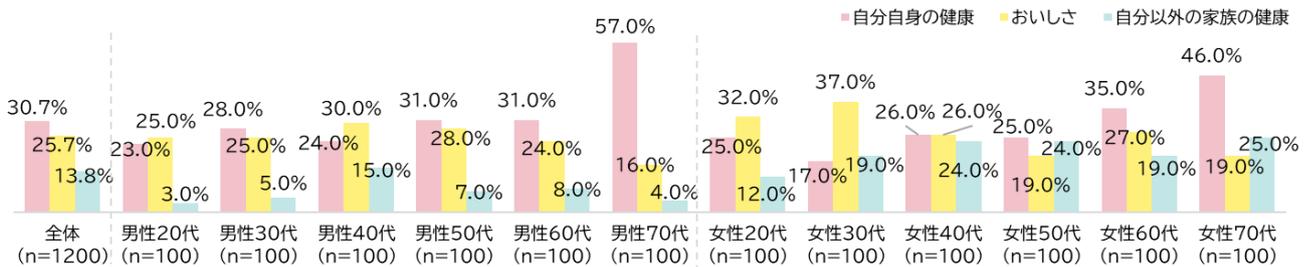
※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

※調査主体の「ハルメク 生きかた上手研究所」所長への取材、コメント提供も可能です。

**自分の健康を重視する 70 代。女性は 40 代から自分の健康が気になり始める。
年齢が上がるほど、魚・大豆・野菜など食事の品数が多い。**

- ・ 食事の重視点は、全体では 1 位「自分自身の健康」、2 位「おいしさ」、3 位「自分以外の家族の健康」。
- ・ 男女とも 70 代は「自分自身の健康」が突出しているが、男性の方が 11 ポイント高かった。女性 70 代は「家族の健康」の重視割合が 25.0% を占める。女性を年代別に見ると、30 代までは「おいしさ」が「自分自身の健康」を上回るが、40 代では同率となり、50 代以降は「自分自身の健康」が 1 位だった。
- ・ 朝の主食は、全体では「パン」(58.1%)、「ご飯」(43.6%) の順。20 代のみ、パンより「ご飯」の方が 15 ポイント高く、年齢が上がるほど「パン」の割合が高くなる。
- ・ 昼の主食は、全体では「ご飯」(60.8%) が最も高いが、60 代以上は「めん類」が 6 割を超える。
- ・ 夕食のメニューで年代差が大きかったのは、「魚」「大豆製品」「野菜」のおかずで、特に「野菜」は 20 代と 70 代で 39 ポイントの差が見られた。夕食の品数平均は 70 代が 5.01 と最も多かった。

食事の重視点(単一回答) 全体のTOP3を抜粋



朝食の主食(全体TOP2)

	パン	ご飯
全体(n=1060)	58.1%	43.6%
20代(n=171)	39.8%	55.0%
30代(n=171)	56.1%	48.5%
40代(n=176)	59.1%	42.0%
50代(n=171)	58.5%	43.9%
60代(n=181)	65.2%	37.6%
70代(n=190)	68.4%	35.8%

昼食の主食(全体TOP2)

	ご飯	めん類
全体(n=1141)	60.8%	48.6%
20代(n=183)	66.1%	30.6%
30代(n=191)	66.0%	45.5%
40代(n=186)	62.9%	43.0%
50代(n=196)	60.2%	42.9%
60代(n=191)	52.9%	60.2%
70代(n=194)	57.2%	68.6%

夕食で食べているもの(抜粋)

	ご飯	肉がメインのおかず	魚がメインのおかず	大豆製品のおかず	野菜がメインのおかず	品数 (選択肢18個の 平均回答個数)
全体(n=1178)	66.7%	67.2%	54.6%	35.5%	44.3%	4.56
20代(n=190)	69.5%	56.3%	33.7%	22.6%	19.5%	3.55
30代(n=197)	66.5%	68.5%	48.7%	35.0%	40.6%	4.74
40代(n=199)	69.8%	64.8%	53.3%	34.7%	44.2%	4.67
50代(n=197)	65.0%	70.1%	59.9%	34.0%	46.2%	4.40
60代(n=198)	64.1%	74.7%	62.1%	37.4%	56.1%	4.93
70代(n=197)	65.5%	68.5%	69.0%	48.7%	58.4%	5.01

※朝食・昼食・夕食はそれぞれ食べている人がベース。選択肢として主食・おかずなどの18のメニューを提示し、複数回答で聴取した。

健康状態が良い女性 60 代。

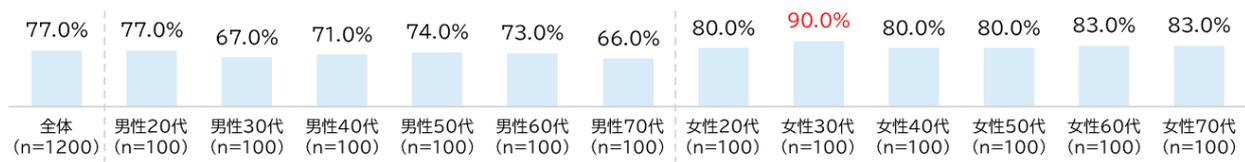
1 週間の間食回数は 6 回を超え、「食いしん坊」と認識している割合も高い。

- ・ 現在の健康状態を「健康」「やや健康」と回答した割合は、全体で 54.8%。最も高かったのは女性 60 代 (69.0%) だった。男性 20 代、女性 40 代は「どちらともいえない」が多く、健康+やや健康の合計値は 50% 未満だった。
- ・ 間食する割合は全体で 77.0%。最も高かったのは女性 30 代 (90.0%) だった。間食している人のうち、1 週間あたりの平均回数が最も多いのは女性 60 代 (6.25 回)。間食で食べているものは、全体では「チョコ」「米菓」「クッキー、ビスケット」の順。男女とも 70 代で「和菓子」が 3 位以内に入った。
- ・ 自分を「食いしん坊」だと思う(そう思う+ややそう思う)割合は、全体で 43.8%。男女差が大きく、最も高かったのは女性 50 代と 60 代(いずれも 55.0%) だった。
- ・ 幸福度(10 点満点の平均)は全体で 6.13 点。「食いしん坊」と認識している人全体では 6.47 点と、平均点が上昇した。

現在の健康状態



間食する割合

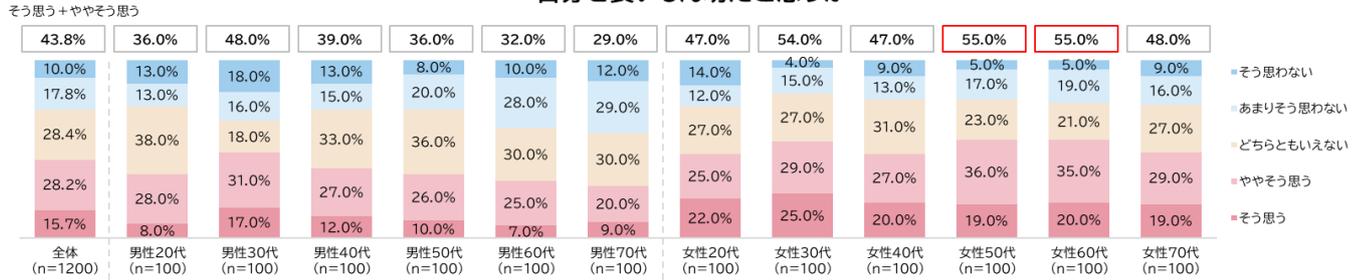


間食 1週間あたりの平均回数、食べているものTOP3(ベース:間食をしている人)

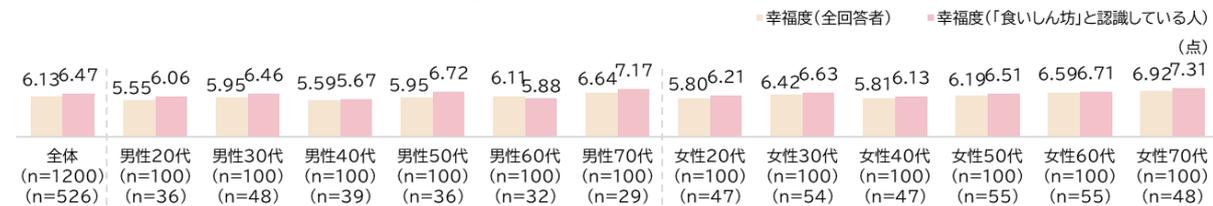
	全体 (n=924)	男性						女性					
		20代 (n=77)	30代 (n=67)	40代 (n=71)	50代 (n=74)	60代 (n=73)	70代 (n=66)	20代 (n=80)	30代 (n=90)	40代 (n=80)	50代 (n=80)	60代 (n=83)	70代 (n=83)
1週間あたり平均回数	4.59	3.54	3.69	3.30	3.27	3.81	4.11	4.46	5.10	5.84	5.77	6.25	5.24
食べているもの1位	チョコ	チョコ	チョコ	チョコ	チョコ	チョコ	米菓	チョコ	チョコ	チョコ	チョコ	チョコ	米菓
2位	米菓	スナック・駄菓子	クッキー、ビスケット	クッキー、ビスケット	クッキー、ビスケット	米菓	米菓	チョコ	クッキー、ビスケット	クッキー、ビスケット	クッキー、ビスケット	米菓	米菓
3位	クッキー、ビスケット	米菓	スナック・駄菓子	スナック・駄菓子	スナック・駄菓子	クッキー、ビスケット	和菓子	米菓/ケーキ、ドーナツ	スナック・駄菓子	米菓	クッキー、ビスケット	クッキー、ビスケット	チョコ

※平均回数は選択肢で聴取り、中央値で算出。食べているものは複数回答。

自分を食いしん坊だと思うか



幸福度(10点満点の平均点)



※回答者数 上段は全回答者、下段は「食いしん坊」と認識している(そう思う+ややそう思う)人数

「食いしん坊」になった経緯・きっかけ、具体的に感じる場面（「そう思う」「ややそう思う」回答者の自由回答抜粋）

とにかく好きなもの・おいしいものを食べたい

- ・好きなものを沢山食べる日を作ったから（女性 23 歳）
- ・まずいものを食べた時に、こんなものに人生を使いたくないと思い、それからおいしいものだけを好きなだけ食べたいと考えるようになった（女性 52 歳）
- ・おいしいものはどこに行っても食べたいので、店を探したり、人から聞いたりして出かける。自分に合った店を探し、おいしい店をみんなに紹介する（男性 71 歳）

ストレス発散

- ・会社の部署移動に伴い、神経を使う仕事になった。それに伴って食欲が増大した（男性 35 歳）
- ・食べ物を前にとすると、嫌な事も忘れられるので、自身の思考回路は食べ物の優先順位が高いと思う（女性 44 歳）

大食い

- ・食べ放題の回転寿司で皿が山のように積み重なった。止められなかったらもう一周同じものを食べられる（女性 40 歳）
- ・子供の頃から痩せの大食いだと自負していて 70 歳の今も変わらない（女性 70 歳）

年齢とともに

- ・出産前は少食であり食に興味がなかったが、子供に食べさせよく動くようになり、食べる量が増え楽しくなった（女性 50 歳）
- ・歳と共に食べることが楽しみになった（女性 53 歳）
- ・インプラントを入れ、硬い物が食べられるようになった。精神的にストレスが減り、食事が美味しく何でも食べるようになった（女性 69 歳）
- ・高齢ゆえに死を意識するとともに食い意地が張ってきた（男性 78 歳）

家族や幼少期の影響

- ・主人が大食いなので、つられて食べるようになった（女性 47 歳）
- ・実父が調理師で、小さい頃からおいしいものばかり食べていた（女性 59 歳）
- ・小さい時は、貧乏だったので好きなものを好きなだけ買って食べることは憧れだった。社会人になったら自分のお金で好きなものを思いっきり食べると心に誓い、食べたいと思ったものは我慢せずに食べるようになった（女性 60 歳）

夕食の準備時間が最も長い女性 70 代。「後片付け」に悩み、中食や作り置き・冷凍保存で工夫。

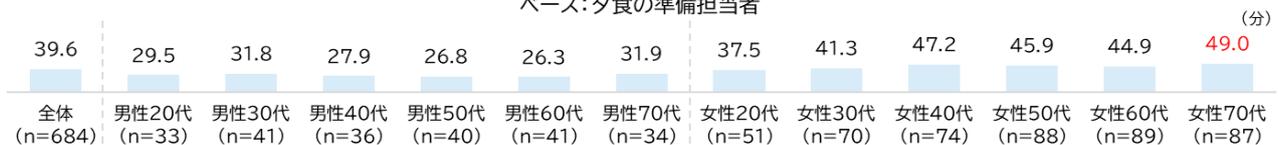
女性 30～50 代は献立のマンネリに悩み。

ミールキットや総菜・弁当への罪悪感は年齢を問わずほとんどなし。

- ・夕食の準備時間は全体で 39.6 分。最も長いのは女性 70 代（49.0 分）だった。
- ・1 週間の平均自炊回数は女性 70 代が最も多い（6.39 回）。中食（冷凍食品、総菜・弁当などの調理済み食品）の利用は女性 20 代（2.85 回）が最も多い。女性は年齢が上がるにつれ中食回数が減少するが、70 代で再び増加した。
- ・調理で一番大変・苦手なのは、全体では「献立を考える」（33.2%）。特に女性 30～50 代が高く、4 割を超える。女性 70 代では「後片付け・洗い物をする」が 2 割を超えた。
- ・調理や食材保存では、女性 30～50 代で「いつも同じメニューになってしまう」が 4 割を超えたほか、女性 60 代以上は「作り置きをしている」「ストック用の冷凍庫を持っている」「生鮮食品を冷凍保存している」が全体より 5 ポイント以上高かった。冷凍保存は男性 70 代も高い。なお、半調理品や総菜・弁当への罪悪感は年齢を問わず高くても 1 割程度。

夕食の準備時間(平均分数)

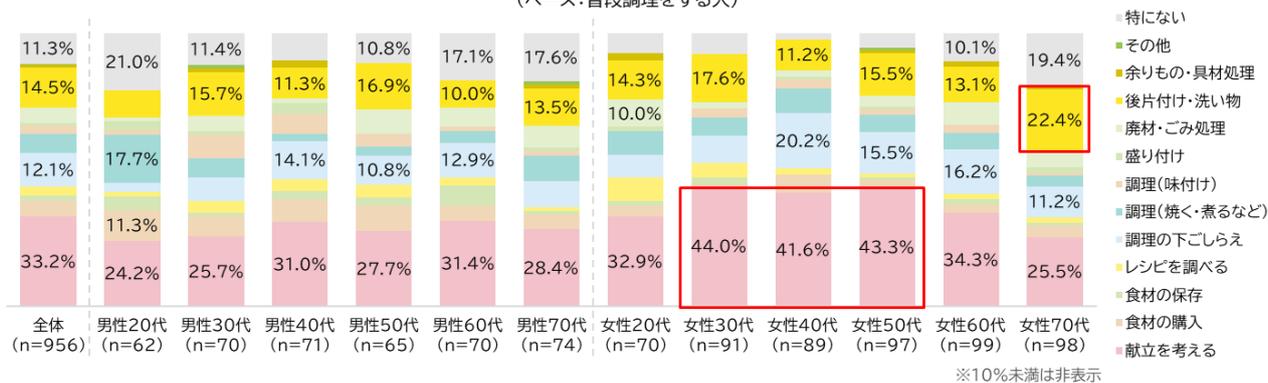
ベース: 夕食の準備担当者



自炊・中食・外食 1週間の平均回数 (ベース:全体1200名)



調理で一番大変・苦手に感じる瞬間 (ベース:普段調理をする人)



具体的に大変・苦手に感じること、工夫していること (「献立を考える」「後片付け・洗い物」回答者の自由回答抜粋)

献立を考える

- ・ 食物アレルギーに配慮し、好き嫌いにも配慮し、量にも配慮しなければいけないこと (女性 42 歳)
- ・ 調理する時間&材料費が高い中から毎日何を作るか悩んでしまう。あと、仕事で疲れてクタクタなので余計に考えるのが苦手 (女性 46 歳)
- ・ レシピを見ないと料理ができないので、もっている野菜を使うおいしそうなおいしいレシピを探すのが面倒 (女性 49 歳)
- ・ 栄養とコスバ、彩り、旬のもの、時短などを毎日毎食考えなければならないこと (女性 59 歳)
- ・ 子供の給食と被らないようにする、1 週間のバランスを考えること (男性 37 歳)
- ・ 家族にアンケートを取る (男性 39 歳)

後片付け・洗い物

- ・ 最後にまとめて洗うと大変なのでその都度小まめに片付ける (女性 72 歳)
- ・ 料理が終わったら疲れる (女性 75 歳)

調理・食材保存に関する意識・行動(複数回答・抜粋) ベース:普段調理をする人

	いつも同じメニューになってしまう	作り置きをしている	ストック用冷凍庫を持っている	生鮮食品を冷凍保存している	半調理品(ミールキットなど)の使用に罪悪感がある	野菜・弁当を食卓に並べることに罪悪感がある
全体(n=956)	32.8%	18.4%	8.4%	32.9%	3.6%	4.4%
男性20代(n=62)	22.6%	9.7%	6.5%	11.3%	6.5%	3.2%
男性30代(n=70)	21.4%	14.3%	8.6%	17.1%	5.7%	1.4%
男性40代(n=71)	28.2%	5.6%	1.4%	25.4%	1.4%	1.4%
男性50代(n=65)	32.3%	13.8%	1.5%	16.9%	1.5%	3.1%
男性60代(n=70)	32.9%	17.1%	8.6%	34.3%	1.4%	0.0%
男性70代(n=74)	28.4%	21.6%	14.9%	47.3%	1.4%	4.1%
女性20代(n=70)	27.1%	18.6%	7.1%	17.1%	10.0%	7.1%
女性30代(n=91)	45.1%	15.4%	1.1%	26.4%	4.4%	4.4%
女性40代(n=89)	40.4%	15.7%	7.9%	29.2%	5.6%	4.5%
女性50代(n=97)	49.5%	17.5%	7.2%	35.1%	1.0%	6.2%
女性60代(n=99)	31.3%	25.3%	14.1%	50.5%	4.0%	4.0%
女性70代(n=98)	25.5%	36.7%	17.3%	63.3%	1.0%	10.2%

【専門家の見解】

ハルメク 生きかた上手研究所 所長 梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施



60歳以上の女性は、食べ盛り！食いしん坊さんは、健康で幸福度が高い

60歳以上の女性の食生活は自由気ままさと豊かさと同居していました。年代的に、腸内環境を荒らし、炎症の原因とされているグルテンの摂取は控えているであろうと思いきや、「朝はパン、昼はめん類」というお手軽メニュー。また、60代女性の間食回数は週当たり6.25回で、チョコ、米菓、クッキー・ビスケットを食しています。自由記述をみても、「ご飯を食べてお菓子も食べたくなる」「いつも何を食べるか考えている」「お腹が空いてなくても食べる」「満腹になるまで食べる。食べすぎてしまう」と、四六時中、何かを口に入れている様子がうかがえます。それらを帳消しにするかのように、夜には主食・肉のほか、魚・大豆・野菜など品目多く、バランスの良い食事を心がけていました。

60代女性の55.0%が「自分を食いしん坊だと思う」と回答。全体平均の43.8%と比べて、11ポイント高いこととなります。「食べるのが好き。大食漢」「常に食べ物のことを考えている。おいしい物、好きな物は人よりたくさん食べたい」「話題のおいしい店には、すぐ行くようにしている」と、食いしん坊である自分を肯定しています。

さらに驚いたのは、60代女性の約7割が「自分は健康」と認識しており、60代女性の幸福度も全体平均6.13点と比べ、6.59点と高いのです。加えて、食いしん坊と認識している人では6.71点と高まります。「歳とともに食べるのが楽しみになりました」「おいしいものを食べる時、幸せを感じる」など、自由記述でも食と幸福度との相関が見られました。食いしん坊さんほど幸せで、中でもよく食べる60代女性は、心身ともにコンディションがよいということになります。

「食への関心や大食いは、長生きの秘訣」といっても過言ではないかもしれません。

■女性誌販売部数No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康、料理、おしゃれ、お金、著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、「ハルメク シニアマーケティング LAB」で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。