

リビング 暮らしHOW研究室 DATAニュース

節分の新習慣、首都圏の家庭でも定着？

『今年、恵方巻を食べる』56.1%

女性のための生活情報紙「リビング新聞」を発行するサンケイリビング新聞社と、そのグループである「暮らしHOW研究室」では、1月31日～2月1日に、首都圏と大阪・神戸の主婦に、モバイル・アンケートを実施。近年、スーパーやコンビニの店頭で、“節分の行事食”としての展開が強化されている「恵方巻」の直前認知率や、家庭での実施予定について、回答者305人のデータをまとめました。

■調査概要■

方法 : リビング新聞の読者モニターを対象としたモバイルアンケート
 期間 : 2007年1月31日(水)～2月1日(木)
 有効回答数 : 305人
 対象者属性 : 東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、大阪府、兵庫県に住む既婚女性

節分(2月3日)直前、東西の主婦に聞きました

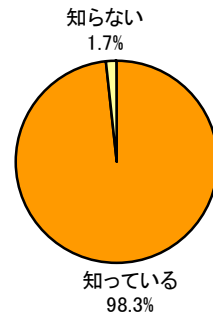
①首都圏、大阪・兵庫とも98%超が、「節分に太巻きを食べる習慣(恵方巻)」を認知

「節分に太巻きを食べる習慣」の認知をたずねたところ、首都圏で97.8%、大阪・兵庫で98.8%、合計では98.3%の主婦が、「知っている」と回答。

この高い認知率から、恵方巻は、すでに「国民的行事食」の域に達していると言えます。

Q.節分に太巻きを食べる習慣(恵方巻)を知っていますか？

(N=300)



②今年、恵方巻を食べる予定の家庭は、大阪・兵庫92.8%、首都圏56.1% 首都圏でも過半数を超え、定着の兆しあり

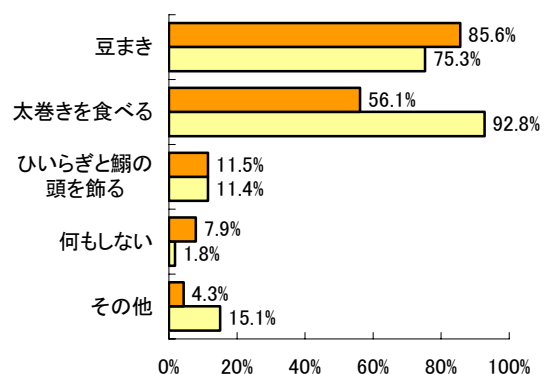
今年の節分に、太巻きを食べる予定の家庭は、大阪・兵庫では92.8%と、非常に高い割合に。首都圏でも、56.1%と過半数を超えて、定着の兆しが見えてきました。

節分の代表的な習慣である「豆まき」の実施予定率も高く、首都圏では85.6%の家庭が、大阪・兵庫では75.3%が行う予定。

ただし、大阪・兵庫では、「太巻きを食べる」の方が高ポイントで、首都圏とは逆転した結果となっています。

Q.今年の節分に家庭で何をしますか？(複数回答)

■ 首都圏 (N=139)
 ■ 大阪・兵庫 (N=166)



③ 食べる家庭の「入手方法」

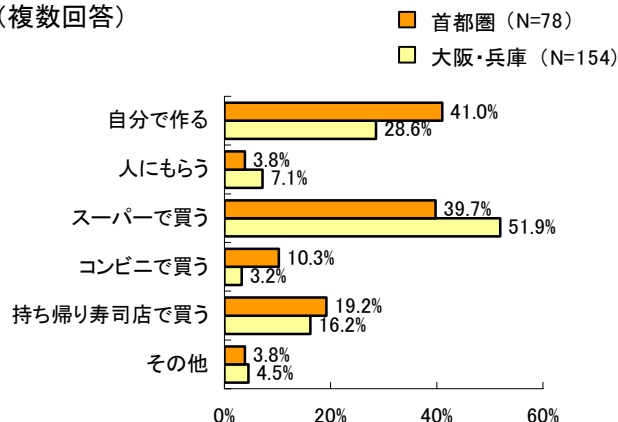
大阪・兵庫は「スーパーで購入」51.9%
首都圏では「手作り」41.0%、

大阪・兵庫では「スーパーで買う」が51.9%と、過半数を占め第1位。手作りする人は、28.6%と比較的少数派です。

一方、首都圏では「自分で作る」が41.0%と、大阪・兵庫に比べて高い傾向が見られました。

Q. 恵方巻はどこで手に入れる予定ですか？

(複数回答)



④ 恵方巻を知った時期・経路

大阪・兵庫は「10年以上前に」「家族から」
首都圏は「3～4年前に」「テレビか店頭で」

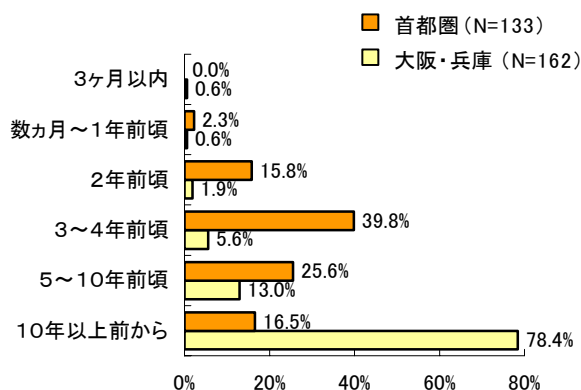
大阪・兵庫では、78.4%の主婦が「10年以上前から知っている」と回答。

「どこからの情報で知ったか？」という問いには、68.3%が「家族から聞いた」と答え、「家族で伝える食習慣」と、意識されていることが分かります。

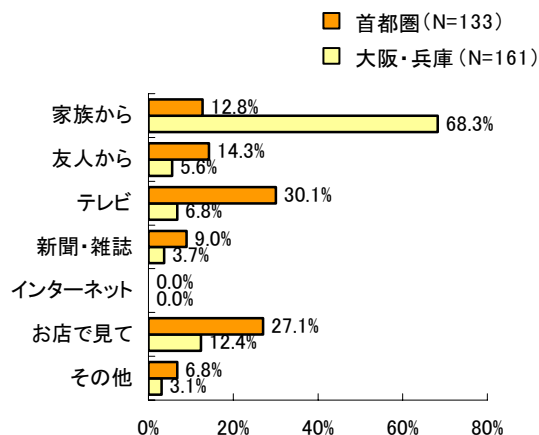
一方首都圏では、39.8%が「3～4年前ごろ」、15.8%が「2年前ごろ」と回答。過半数が、ここ数年以内に初めて知ったという結果に。

また、知ったのも「テレビで」が30.1%、「店で見て」が27.1%。マスメディアや、スーパーやコンビニなどのプロモーションで情報を得た「新習慣」が、行事の食習慣を変化されていることが、明らかになりました。

Q. いつ頃から恵方巻を知っていますか？



Q. 恵方巻を、どこからの情報で知りましたか？



【本リリース発行社 プロフィール】

サンケイリビング新聞社 全国で60エリア版 合計898万部という世界最大級のネットワークを持つ地域情報フリーペーパー「リビング新聞」を発行。女性の気持ちをとらえる情報を送り続けています。

株式会社ライブリッジくらしHOW研究室 リビング新聞グループのマーケティングカンパニーであり、女性読者のためのメディアを長年にわたり発行する中で培った「女性とくらしをとらえる目」をもって、地に足の着いたデータと分析を提供していきます。

本件に関するお問い合わせ 株式会社サンケイリビング新聞社 (<http://www.sankeiliving.co.jp/>)
マーケティング戦略室 編集企画 担当／渡辺

Tel:03-5216-9174 Fax:03-5216-9261