

【報道関係各位】

2009 年 12 月 17 日

ニフティ株式会社

株式会社サンケイリビング新聞社

『シュフモ』で主婦を対象とした「2009 年をふりかえって」アンケートを実施

主婦が選ぶ No. 1 ニュースは「**新型インフルエンザの脅威**」

賢い主婦は「**もやし**」と「**カレー**」で食卓を守った！！

主婦を対象とした携帯電話向け無料サービス『シュフモ』(<http://shuf.jp/>)では、2009 年 11 月 16 日（月）から 11 月 25 日（水）までの期間で、サイト利用者を対象とした「2009 年をふりかえって」アンケートを行い、期間中に 4,072 名の方から回答をいただきました。

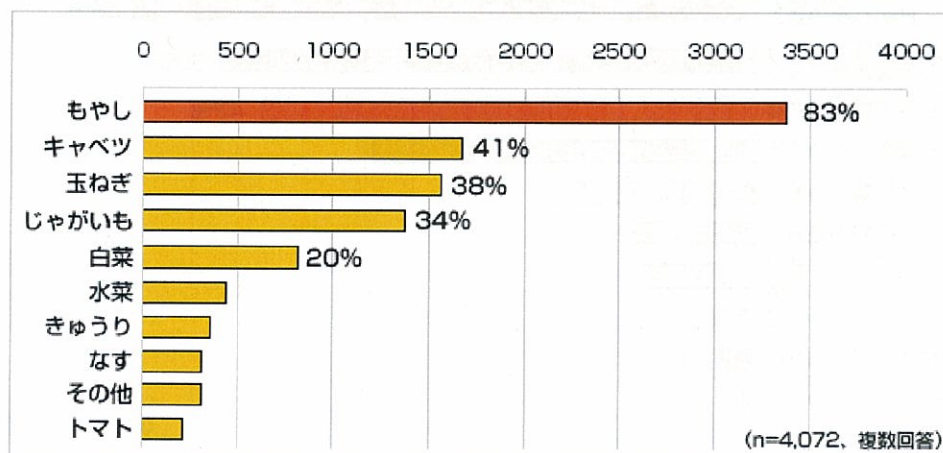
＜総評＞

アンケート回答の結果、今年主婦が活用した食材は「もやし」、料理は「カレー」であることがわかりました。また、「衣類の購入を控える（もしくは安い衣類を買う）」「外食を控える（内食ですませる）」「わけあり品や見切り品を購入」などの節約術を実践していて、「新型インフルエンザの脅威」に対して興味関心が最も高かった、など、不況や社会不安などで明るい兆しはまだ見えてこない今年、賢い主婦が工夫をしながら頑張っているさまざまな実態があきらかになりました。

＜「食」に関するアンケートから＞

■不況時代のヒーロー？！ 「主婦の強い味方」となった野菜は「もやし」

「野菜高騰！そんなとき家計にやさしい『主婦の強い味方』となった野菜は？」という問いに対し、「もやし」と回答した人が最も多く、全体の 83% にもなりました。『シュフモ』が今年 8 月に調査した際にも「もやし」が他の野菜の代用として使われている実態がありましたが、「もやし」が家計の強い味方となっている状況は続いているようです。



■「今年最も食卓に並んだメニュー」は「カレー」トリプルスコア！！

リーマンショック以降、「もやし」は脇役ではなく主役の座を射止める！

自由記述形式で「今年最も食卓に並んだメニューは？」という質問をさせていただいたところ、以下のような結果となりました。

- 1位：「カレー」 19.0%
- 2位：「野菜炒め」 6.8%
- 3位：「鍋料理」 6.2%
- 4位：「もやし料理」 5.9%

＜「カレー」をよく作る理由＞

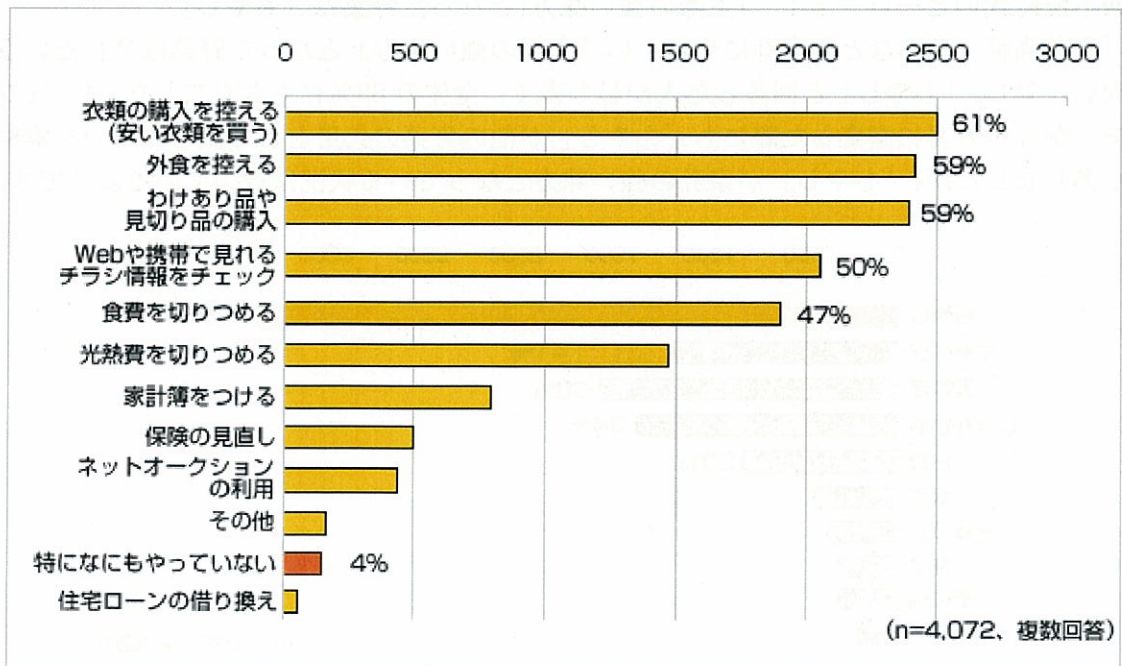
「簡単だから」「安くすむから」「作り置きできるから」「家族が好きだから」など

今年、野菜の値段高騰時に主婦の味方となった「もやし」を使ったレシピでは、「もやし」そのものを炒めた「もよしの炒め物」の他、「もやしとニラの炒め物」「もやしと豚肉の炒め物」「もよしのナムル」などが挙げられていました。安くてボリュームのある「もやし」を使ってさまざまな料理を食卓に並べている主婦の様子がうかがえる回答結果となりました。

＜「買い物や日常生活」に関するアンケート結果から＞

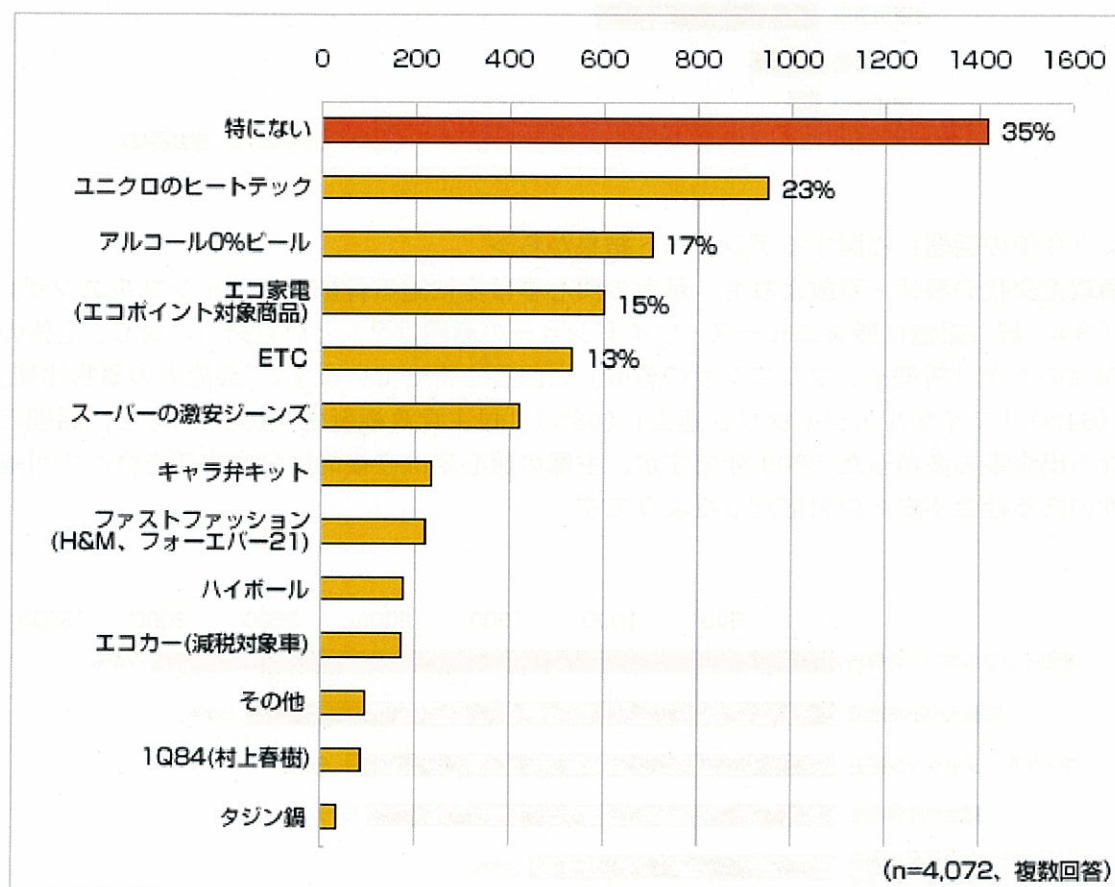
■約6割の主婦の方が「買い控え」「内食」「わけあり品購入」などで家計を工夫

「今年から実践している節約術は？」という問いに対し、「衣類の購入を抑える（安い衣類を買う）」「外食を抑える（内食）」「わけあり品や見切り品の購入」という回答が上位を占めました。なお、「（節約術を）特になにもやっていない」方は全体のわずか4%ほどで、ほとんどの方が節約を意識した生活をされている実態がわかりました。



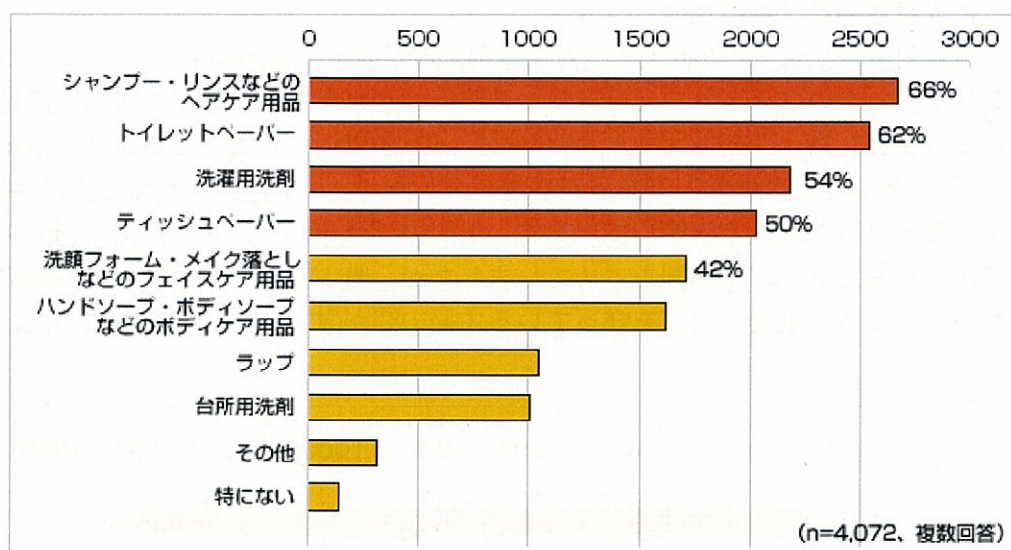
■今年買った人気商品は「特にない」 35%

「エコカー減税対象車」や「エコポイント対象商品」などのエコ関連商品や、「ユニクロのヒートテック」などのファストファッションの流行、ヘルシーな料理ができると話題になっている「タジン鍋」、「アルコール0%ビール」「ハイボール」といった新しい飲料のブームなど、今年もさまざまな人気商品が登場しました。しかし全体の35%の方は「特に人気商品を買っていない」と回答しています。上記の「今年からはじめた節約術」でも「買い控え」と答えた方が約6割を占めていましたが、購入動向からも今年は話題の商品を買うことよりも、堅実に家計を守っている主婦の姿が見える結果となりました。



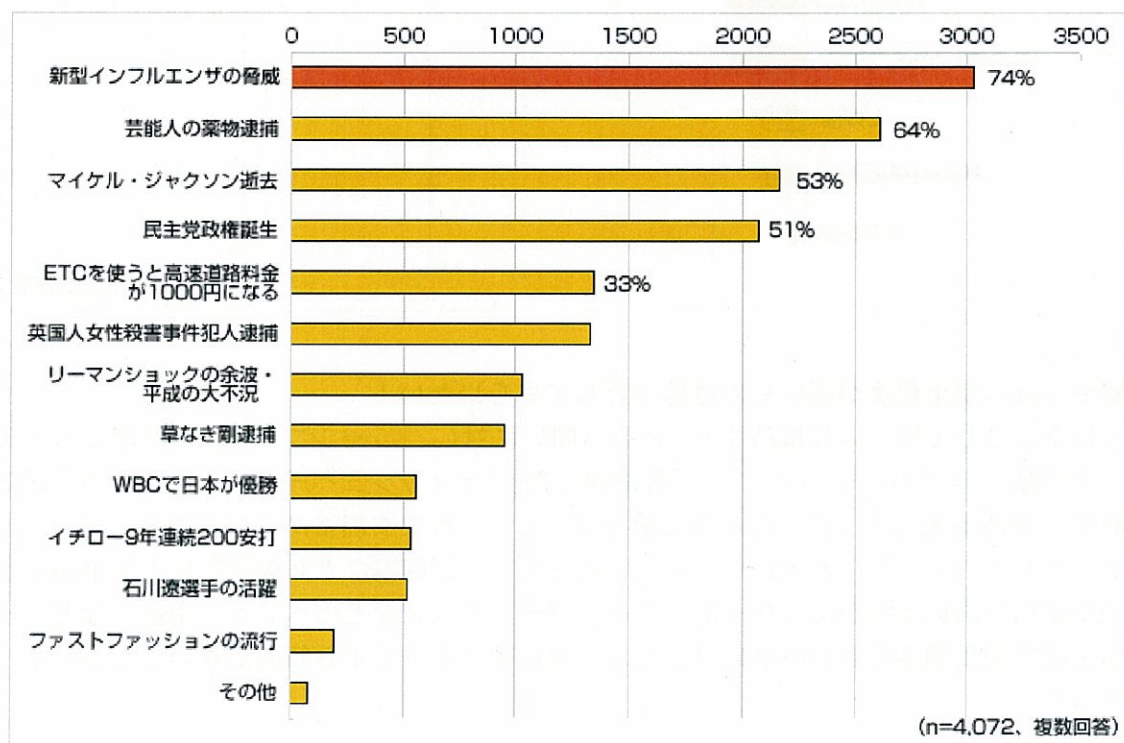
■やっぱり使用頻度が高いものは値下げしてもらいたい！

「値下がりして欲しい日用品は？」という問いに対し、「シャンプー・リンスなどのヘアケア用品」「トイレットペーパー」「洗濯用洗剤」「ティッシュペーパー」という回答がそれぞれ50%を超えました。昨年春に値上がりし、そのまま価格が下がらない「トイレットペーパー」や「ティッシュペーパー」、艶やダメージ回復など高機能だけど従来品よりやや価格の高い商品が多くなった「シャンプー・リンスなどのヘアケア用品」など、日常生活で使用頻度の高い商品に対して、主婦は値下がりを望む傾向が強いことがわかりました。



＜「今年のお話」に関するアンケート結果から＞

■政権交代や事件・事故よりも、最大の関心事は身に迫る脅威「新型インフルエンザ」
「今年、最も記憶に残るニュース・ワイドショーのお話は？」という問いに対し、全体の74%の人が「新型インフルエンザの脅威」と回答を寄せています。「芸能人の薬物逮捕」(64%)「マイケル・ジャクソン逝去」(53%)「民主党政権誕生」(51%)など、話題となる出来事が多かった2009年ですが、主婦の関心事は直接的に日常生活を脅かす可能性のある社会不安への対応だったようです。



『シュフモ』では、2010 年も賢い主婦を応援するため、家計を節約して賢い買い物ができるように全国のスーパー・チラシ情報の配信やレシピ情報、子育てや地域、健康、家事などの話題をやり取りできるコミュニティなど、便利なサービスを拡充していきます。

以上

<「シュフモ」サービス概要>

- 開始日 : 2008 年 11 月 27 日
- アドレス : <http://shuf.jp/> (携帯電話から利用)
- 利用対象者 : 携帯電話利用者
- 利用料金 : 無料 (※別途、携帯電話のパケット料金がかかります。)
- 主な内容 : 主婦を対象とした携帯電話向け無料サービス
 - ・「チラシ情報」
全国のスーパーが配布するチラシからお買い得な商品の価格情報を選んで提供
 - ・「レシピ」
毎日の献立づくりのヒントとなる約 6,000 のレシピ情報を提供
 - ・「地域情報」(一部地域を除)
地域のショッピング・イベント情報やお得なクーポン情報を紹介
 - ・「コミュニティ」
主婦同士の情報交換コミュニティ

<「シュフモ」のご利用状況について(2009 年 12 月 1 日現在)>

- 登録数 : 463,163 人
- 男女比 : 女性 88%、男性 12%
- 年齢別 : 20 代 (35%)、30 代 (37%)、40 代 (18%)

●本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先

ニフティ株式会社 広報・宣伝チーム 吉富/野本

Tel : 03-5471-3526 / Fax : 03-5471-5393 E-mail : pr@nifty.com

株式会社サンケイリビング新聞社 コーポレートコミュニケーション室 岸野

Tel : 03-5216-9222 / Fax : 03-5216-9248 E-mail : cc@sankeiliving.co.jp

製品名などは一般に各社の商標または登録商標です。