

報道関係者各位

2024年3月吉日

味の素株式会社

3月19日は「共食の日」※¹！人と囲む食卓をより楽しくしよう！

10代～20代の7割以上が“食事相手の飯スマホ”を経験！6割以上が「不快」と回答。

やめてほしいけど、自分は注意されたくない！相手にも注意できない！その矛盾を

味の素(株)が「飯スマホやめ～い！ステッカー」で楽しく解決！

味の素株式会社(社長：藤江 太郎 本社：東京都中央区)は、3月19日の「共食の日」に合わせて、人と囲む食卓をより楽しくしたいという思いから「飯スマホやめ～い！ステッカープロジェクト」を2024年3月18日(月)よりスタートします。また本プロジェクトスタートに先立ち、日本全国の10代～20代の男女1132名を対象に実施した「食事中的スマートフォン利用に関する意識調査」の結果もお知らせします。

※¹毎月19日の、自分や家族の食生活を見直す「食育の日」にちなんで実施



特設サイト：<https://www.ajinomoto.co.jp/event/meshisumahoyamei/>

本調査では、食事中的スマホ利用について「自分も相手との食事中的にスマホを利用している」が、相手のスマホ利用を「不快」と感じている方が6割以上でした。一方で「不快」に感じているにも関わらず、「食事中的の雰囲気や壊したくない」などの理由から相手に注意できないことや、自分自身も食事中的のスマホ使用を注意されると「不快」に感じるということが明らかになりました。そこで当社は今回、食事中的のファビング※²行為を「飯スマホ」と名付け、「不快」ではあるが注意しづらいという状況を解決する為に、相手にさりげなく本音を伝える「飯スマホやめ～い！ステッカー」を開発し、「飯スマホやめ～い！ステッカープロジェクト」を開始します。本プロジェクトによって「飯スマホ」について考えるきっかけを作り、互いに

より気持ちよく、より楽しく食事ができる空間作りを目指し、当社が掲げる人・社会・地球の Well-being に貢献します。

※²ファビングとは、Phone（電話）と snubbing（冷遇）を合わせた造語のこと。スマートフォンをはじめとするモバイル端末に熱中するあまり、現実社会で居合わせている人へ意識を向けず、コミュニケーションが阻害される状況を指す言葉として使われている

■ 調査結果

【調査概要】

調査タイトル：「食事中的スマートフォン利用に関する意識調査」

対象者：15歳~29歳の男女

サンプル数：1132名

調査エリア：全国

調査期間：2024年2月16日(金)~2024年2月18日(日)

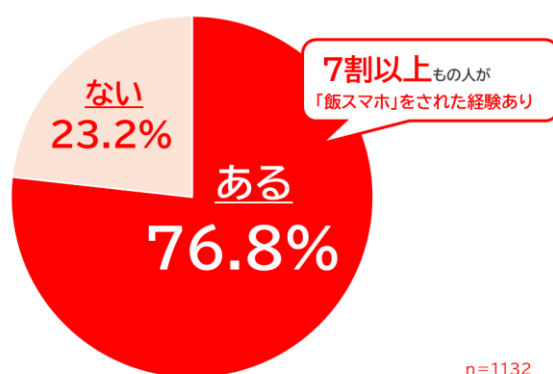
調査方法：インターネット調査

※「飯スマホ」とは食事中的ファビング行為を指します

・ 日常に潜む「飯スマホ」問題！「食事中に相手にスマホを触られた経験がある」人が7割以上！

食事中に相手にスマホを使用された経験はありますかと質問したところ、「はい」と答えた人が76.8%で、「飯スマホ」が日常的に行われていることが明らかになりました。

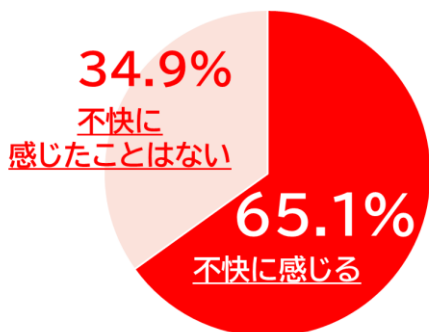
Q.食事中に相手にスマホを触られた経験はありますか？



・ 友人との食事では楽しく話をしたい！相手の「飯スマホ」を「不快」に感じる人が6割以上！

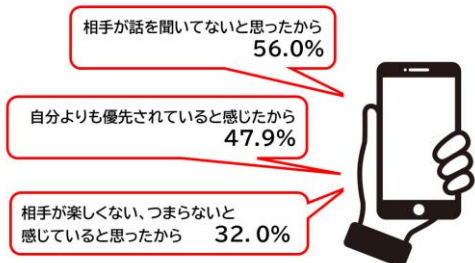
食事中に相手にスマホを使用された経験がある人のうち、不快に感じたことがある人は65.1%という結果に。理由としては、「相手が話を聞いてないと思ったから」「自分よりも優先されていると感じたから」などがあげられ、中でも相手が友人・知人の場合に強く不快と感じた人が最も多い（41.0%）結果となりました。

Q. 誰かと食事をしている場面で相手の「飯スマホ」を不快に感じたことはありますか？



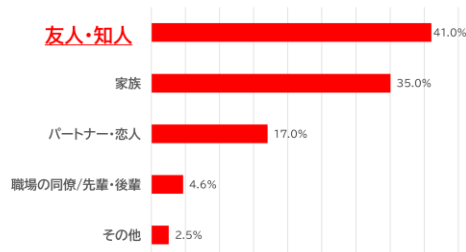
n = 869 (食事中に相手にスマホを触られた経験がある方)

Q.相手の「飯スマホ」を不快に感じた理由



n = 566 (相手の「飯スマホ」を不快に感じた方)

Q.食事中にスマホを使用している相手に対して、誰といるときに強く不快と感じましたか。

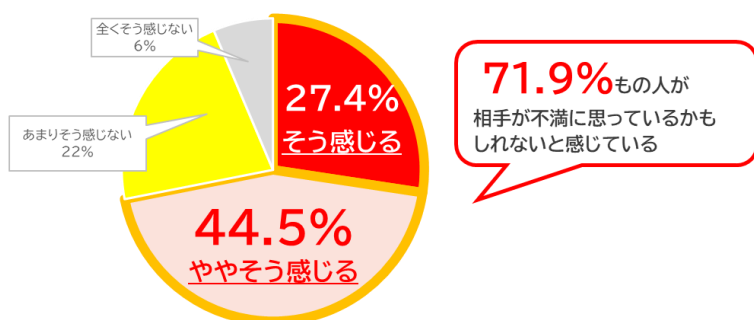


n = 566 (相手の「飯スマホ」を不快に感じた方)

・7割以上の方が「相手が不満に思っているかもしれない」と感じているにもかかわらず、自分自身が「飯スマホ」してしまっている人も約7割存在するという矛盾が判明。

さらに、調査対象全員に食事中に自分自身がスマホを触った経験がありますかと質問したところ、「はい」と答えた人が70.4%となりました。一方、自分自身が食事中にスマホを触った経験があると答えた方に、「相手が不満に思っているかもしれない」と感じたことはありますかという質問に対しては、「そう感じる」、「ややそう感じる」の合計が71.9%となり、7割以上の方が「相手が不満に思っているかもしれない」と思いながら、食事中にスマホを触ってしまっていることが伺えます。

食事中に「飯スマホ」をしてしまい、「相手が不満に思っているかもしれない」と感じたことはありますか。



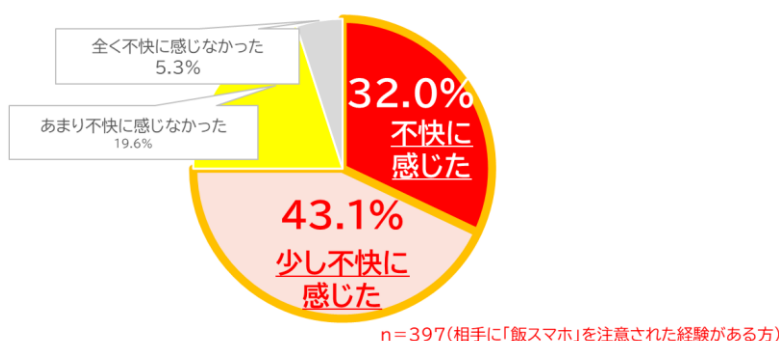
n = 797 (ご自身が「飯スマホ」をした経験がある方)

・やめてほしいのに…相手に「飯スマホ」を注意されたことがある人は約半数しかいない。

7割以上もの人が注意された際に「不快に感じた」と回答。どうやって注意すれば…？

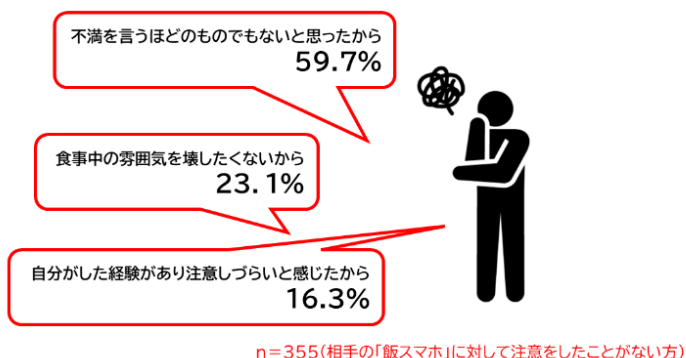
食事中にスマホを触った経験があると答えた方に、相手に食事中のスマホ使用を注意されたことはありますかという質問に対して「はい」と答えた人が49.8%となり、「飯スマホ」が日常的に行われているにもかかわらず、注意されたことがある人は約半数しかいない結果となりました。実際に注意された場合に、「不快に感じた」、「少し不快に感じた」と答えた人の合計は75.1%となり、「飯スマホ」を直接注意されることに対して不快に感じた人が非常に多いことも明らかになりました。

Q. 注意された時のあなたの気持ちとして
当てはまるものを選んでください。



また、食事中に相手のスマホ使用を注意したことがないと回答した人に理由を尋ねると、「不満を言うほどのものでもないと思ったから」、「食事中の雰囲気壊したくないから」、「自分がした経験があり注意しづらいと感じたから」という回答となりました。

Q. 食事相手に「飯スマホ」を
注意しなかった理由を教えてください。



■プロジェクト概要

本プロジェクトでは、食事中のファビング行為「飯スマホ」に対し、どうやって注意すれば？を解決するために、相手にさりげなく本音を伝える「飯スマホやめ〜い！ステッカー」を全54種類開発しました。また、「飯スマホやめ〜い！ステッカー」をはがしてお持ち帰りいただけるピールオフ広告を2024年3月18日(月)から3月24日(日)まで新宿駅にて掲出します(ステッカーは数量限定)。実際にステッカーを手にとっていただくことで、「飯スマホ」について考えるきっかけを提供します。

特設サイト：<https://www.ajinomoto.co.jp/event/meshisumahoyamei/>

・「飯スマホやめ〜い! ステッカー」概要

口に出して言いにくい「飯スマホ」への本音を、Z世代が使う若者用語で言い換え、かわいくデザイン化。スマホケースに入れて、思わず誰かに見せたいくなるステッカーに仕上げました。ステッカーは特設サイトよりダウンロードいただけますので、ぜひご覧ください。



※ステッカーデザインを一部ピックアップしております

・ピールオフ広告概要

期間：2024年3月18日(月)~2024年3月24日(日)

場所：新宿駅メトロプロムナード ※駅係員へのお問い合わせはご遠慮ください



・インフルエンサーコラボレーション概要

本プロジェクト開始にあたり、若者を中心に人気を集めているインフルエンサーとコラボ。「飯スマホやめ〜い! ステッカー」を使用するシチュエーションの参考になるショート動画を作成しました。



いわたまあり

<https://www.tiktok.com/@iwatamaari>

NAVYinc.所属、カンフー世界チャンピオン！？人気のコンテンツは「あ〜いるいる！」と思わず言ってしまうモノマネシリーズや、アパレルショップの店員やアイドルファンなど、身近にもいるような人の特徴を捉えたモノマネをしており、テンポが良い共感できちゃう会話でとても面白い！！



髭達磨

https://www.tiktok.com/@higedaruma_

ダンス(クール)×エンタメ(コミカル)が特徴の新世代コンピクリエイター。

「TikTok Creator Awards Japan 2023」では大賞を受賞。「YouTube 急上昇クリエイター 2023」では2位にランクインするなど人気沸騰中の二人組。

「車の中での替え歌」や「お嬢様のモノマネ」が人気で全国の小中学校でモノマネが流行するなどオンラインの垣根を超えたバズを連発。

10代の挫折から始まる2人の夢を描いていくストーリーは必見！！



おさき

https://www.tiktok.com/@osaki_tiktok

SNS 総フォロワー数 230 万人以上を誇る現役高校生インフルエンサー！

家族コンテンツと等身大の姿を武器に同世代からの圧倒的な支持を集める。

その影響力が認められ、イメージモデル就任、多数イベントへ出演するなど幅広く活躍の場を広げている。



とらうさぎ 🐰🐰

<https://www.tiktok.com/@torapin0401>

【あなたの晩酌のつまみになりたい 🐰🐰】

ご飯を美味しくそうに食べ、お酒をうまそうに飲む。そんな2人です。

・「飯スマホやめ〜い！ステッカープロジェクト」の広告掲載

読売新聞・朝日新聞・毎日新聞の東京版 3月19日(火)夕刊、ViVi 5月号、men's FUDGE 5月号にて広告を掲載し、本プロジェクトの取り組みについて多方面から発信します。

※掲載先は変更する可能性があります



味の素グループは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに、アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献し、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2023年度の売上高は1兆3,591億円。世界36の国・地域に拠点を置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2023年現在)。詳しくは、<https://www.ajinomoto.co.jp>をご覧ください。