

「メニューからみた食卓調査 2009」結果の速報

— あの手この手で節約しながら食卓づくり —

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：榮 武男 本社：東京都港区）は、20～60代の主婦を対象に、2008年に引き続き「メニューからみた食卓調査2009」を実施いたしました。本調査は、主婦の調理に関する手作り・こだわり意識や、加工食品・中食の利用実態、その変化を検証するため、①メニュー別の手作り・加工食品・中食の利用実態、②中食の利用と買い物シーンについて、③夕食シーンと弁当作り・食卓の変化について、網羅的に調査いたしました。今回はその中から、30代主婦と60代主婦に注目して抜粋・分析し、その結果、下記のような実態が明らかになりました。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq33.html>)

◆夕食メニューの決定、30代は「簡単に」「安く」60代は「健康」重視。

心がけは「健康・栄養バランス」「簡単・手軽」「節約・安い食材」の順。「健康」は特に60代で高く8割を超え、「簡単」「安く」は30代で約7割。

◆30代も和風の煮物を多めに作り置き、

60代も中食を利用する「コロッケ」「餃子」「寿司」。

30代の『使いまわしメニュー』は「カレー」「ハンバーグ」に次いで「ひじき・切干大根・煮豆等乾物の煮物」「肉じゃが」が目立つ。60代の中食利用は「刺身」「餃子」「寿司」「コロッケ」。

◆収入減の直撃を最も受けた30代主婦世帯、1年間で切り詰め意識倍増。

「できるだけ食費を切り詰める」という意見に「はい」の割合は、20代で54%と半数を超え、30代では41%。2008年と比較で20代では16ポイント増加、30代では19ポイントと倍近い増加。

◆特売品・見切り品・安い店、賢く買い物する30代、

少量・品質重視が薄れてきた60代。

「エコバック持参」は30代の74%、60代の82%が実施。「特売品や見切り品を買う」「安い店に行く」は、30代では7割を超えて特に高く、この1年で約20ポイント増加している。

◆パン・ハム・めん類はPB商品を買う30代、

調味料のPB商品を買う手作り派60代。

「牛乳」45%、次いで「菓子」「パン」が4割台、「ヨーグルト」「豆腐・納豆」「食肉加工品」が上位。30代は「菓子」「パン」「食肉加工品」、60代は「酢・ぼん酢」「みりん・料理酒」「乾物」。

【調査概要】

- ・調査エリア： 首都圏（東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県）、中部圏（岐阜県・静岡県・愛知県・三重県）、近畿圏（京都府・大阪府・兵庫県）
- ・調査対象： 上記3地域に居住する20～60代の主婦（既婚女性）
- ・調査方法： 弊社「J-FAXリサーチ」モニターへのFAX調査
- ・有効回収数： 1,084人（1,500人・有効回収率72.3%）
- ・調査期間： 2009年7月17日（金）～7月24日（金）

《本件についてのお問い合わせ先》

＝2009年4月6日より移転しました＝

株式会社日本能率協会総合研究所 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井

〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階

TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

◆夕食メニューの決定は、

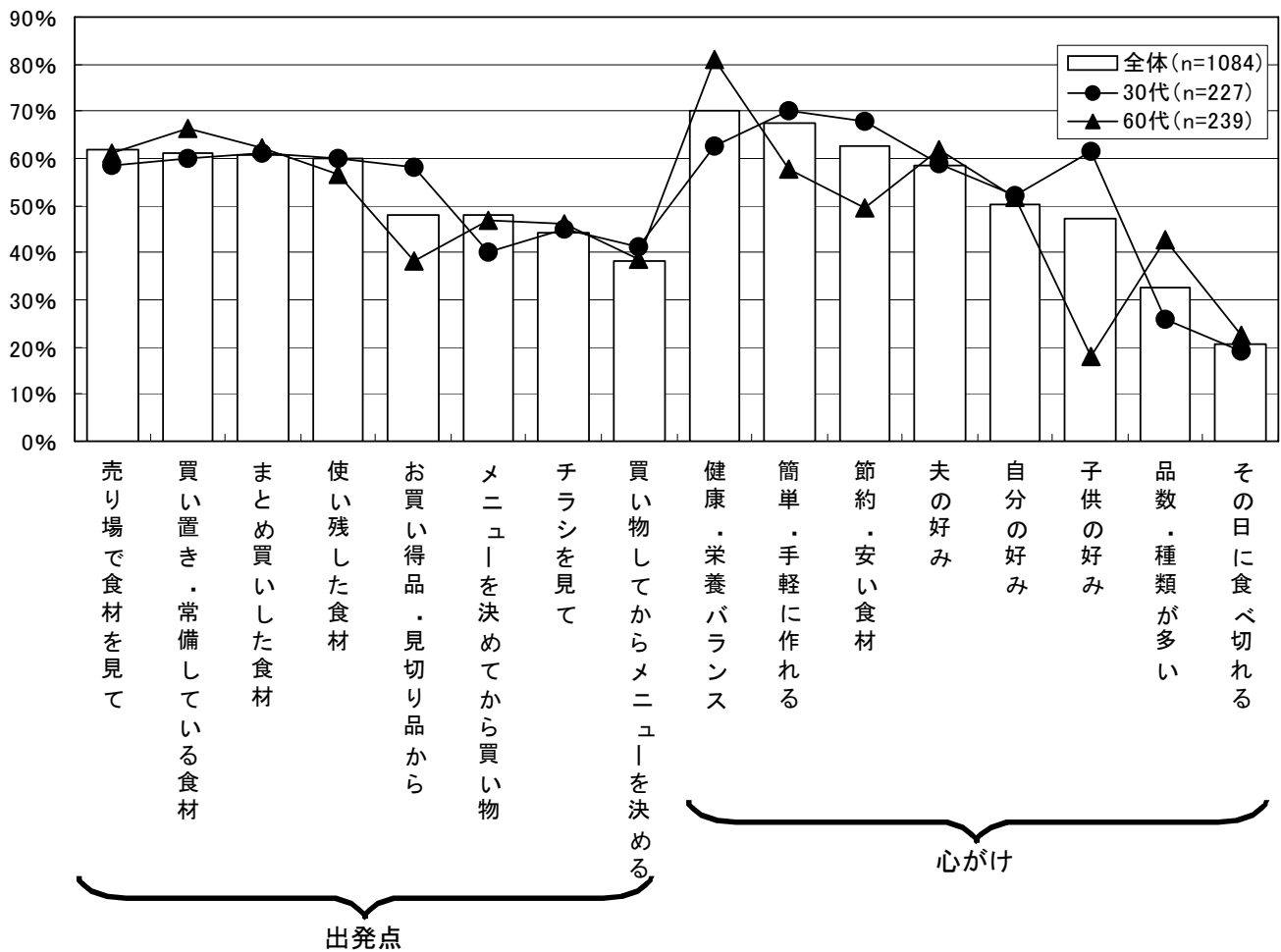
30代は「簡単に」「安く」、60代は「健康」重視。

夕食メニュー決定のタイミングと意識を聞きました。

出発点としては「売り場の食材」「常備食材」「まとめ買い食材」「使い残した食材」と、店頭と家の食材が約6割づつでした。次いで、30代では「お買い得品・見切り品から」が多く、売り場で格安に買える食材への出会いを出発点に夕食メニューを考えるという人が58%と、多数派を占めているようです。

メニューを考える際の心がけとしては、「健康・栄養バランス」「簡単・手軽」「節約・安い食材」の順でした。「健康」は特に60代で高く8割を超え、「簡単」「安く」は30代で約7割でした。

図表1 30代・60代の夕飯メニュー決定法 (MA)



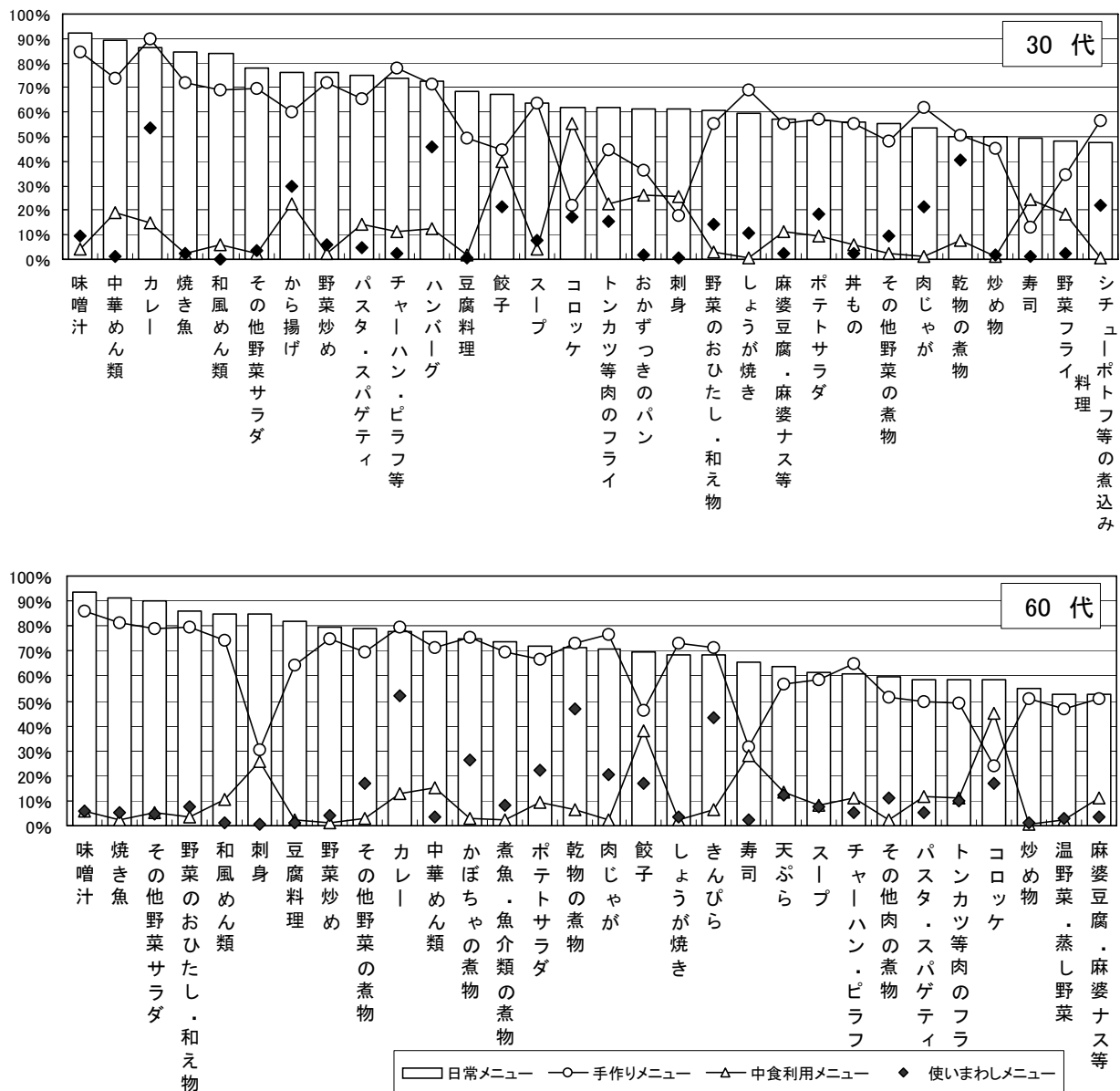
◆ 30代も和風の煮物を多めに作り置き、 60代も中食を利用する「コロッケ」「餃子」「寿司」。

食卓への出現率が高いと思われるメニューを52項目挙げ、月に1回以上登場するという『日常メニュー』他5通りの質問をしました。30代・60代の『日常メニュー』をランキングにし、『手作りメニュー』『中食利用メニュー』『使いまわしメニュー』を重ねたのが図表2です。

30代は、上位にめん類・洋風メニューが並びます。『中食利用メニュー』では「コロッケ」「餃子」が目立ち、一度に多めに作りおく『使いまわしメニュー』では、「カレー」「ハンバーグ」に次いで「ひじき・切干大根・煮豆等乾物の煮物」「肉じゃが」が目立ち、登場頻度としてはそれほど多くない和風の煮物も、たくさん手作りして常備する様子が見受けられます。

60代の『日常メニュー』は、「焼き魚」「野菜のおひたし・和え物」「刺身」「豆腐料理」と、上位には和風のお惣菜が並びます。手作りする比率も高く、中食を利用するのは「刺身」「餃子」「寿司」「コロッケ」程度です。『使いまわしメニュー』をみると、「乾物の煮物」「きんぴら」等和風の常備菜と共に、「カレー」「ポテトサラダ」「コロッケ」等洋食の定番メニューが並びます。

図表2 30代・60代の日常メニュー (MA)



◆収入減の直撃を最も受けた30代主婦世帯、 1年間で切り詰め意識倍増。

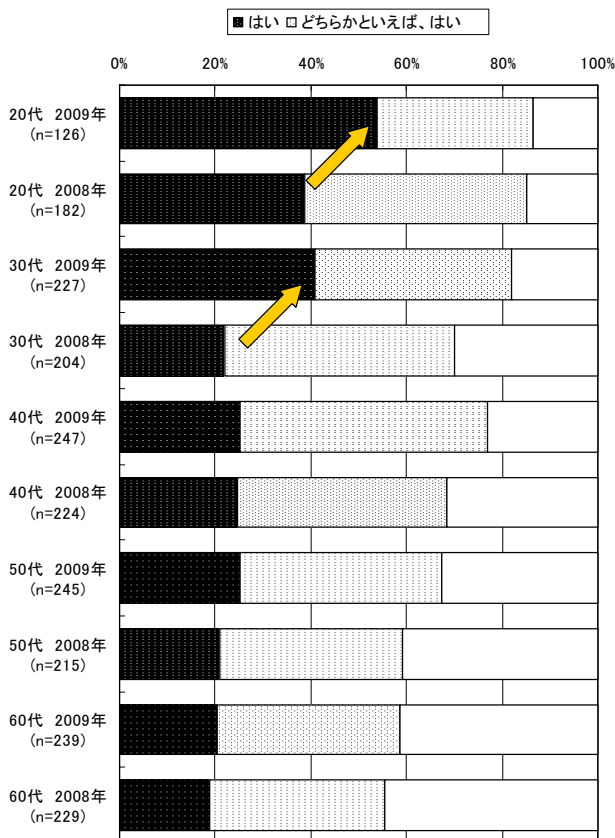
2008年と比較して、2009年は20代・30代主婦の節約意識がより高まっています。

「できるだけ食費を切り詰める」という意見に「はい」から「いいえ」の4段階で答えてもらったところ、「はい」の割合は、20代で54%と半数を超え、30代では41%でした。2008年と比較すると、20代では16ポイント増加、30代では19ポイントと倍近い増加でした。40代から60代までは2009年・2008年とも約2割でありあまり変化ないのに対し、20代・30代の食費の節約意識は、この1年で更に強くなったといえることができます。

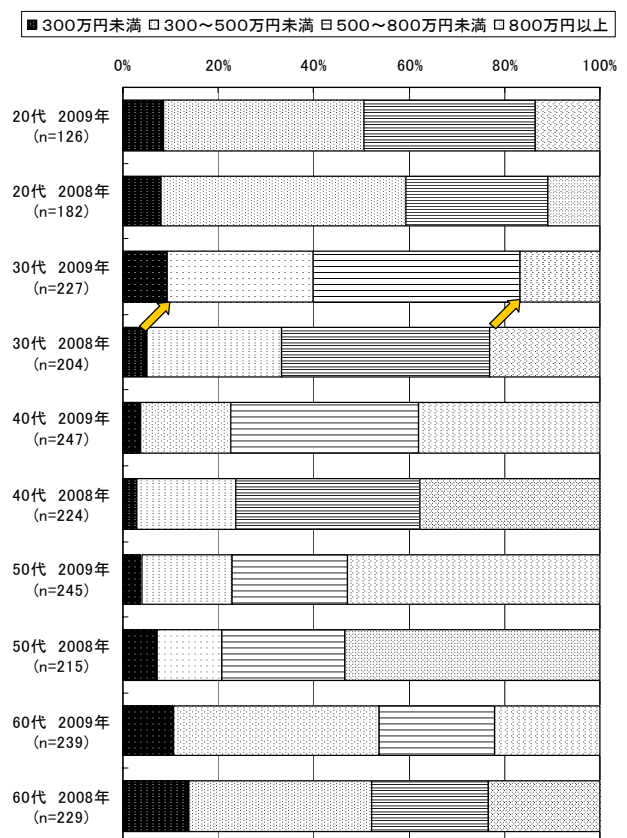
背景として、世帯年収は、平均値は20代が599万円、30代592万円、40代780万円、50代858万円、60代645万円と20代・30代が一番低い年代でした。また、年収を2008年と比較すると、20代は平均で60万円増加しているのに対し、30代は71万円減少しています。30代は、年収階級別にみても、300万円未満の層が4ポイント増加し、800万円以上の層が7ポイント減少しており、30代主婦の世帯がこの1年で収入減の直撃を受けた世帯が一番多かったようです。

一方、収入が少ないといわれる20代の世帯では、逆に300～500万円未満の世帯が10ポイント減少、500万～800万円、800万円以上の層が共に増加しています。本人の職業をみると、「フルタイム勤務」が16%から19%へ増加しており、ダブルインカムを死守しようとしている様子です。

図表3 できるだけ食費を切り詰める (SA)



図表4 世帯年収 (SA)



◆特売品・見切り品・安い店、賢く買い物する30代、 少量・品質重視が薄れてきた60代。

食品を購入する際に行っていることを聞きました。切り詰め意識が特に上昇した30代主婦の多い順に並べたのが図表5です。

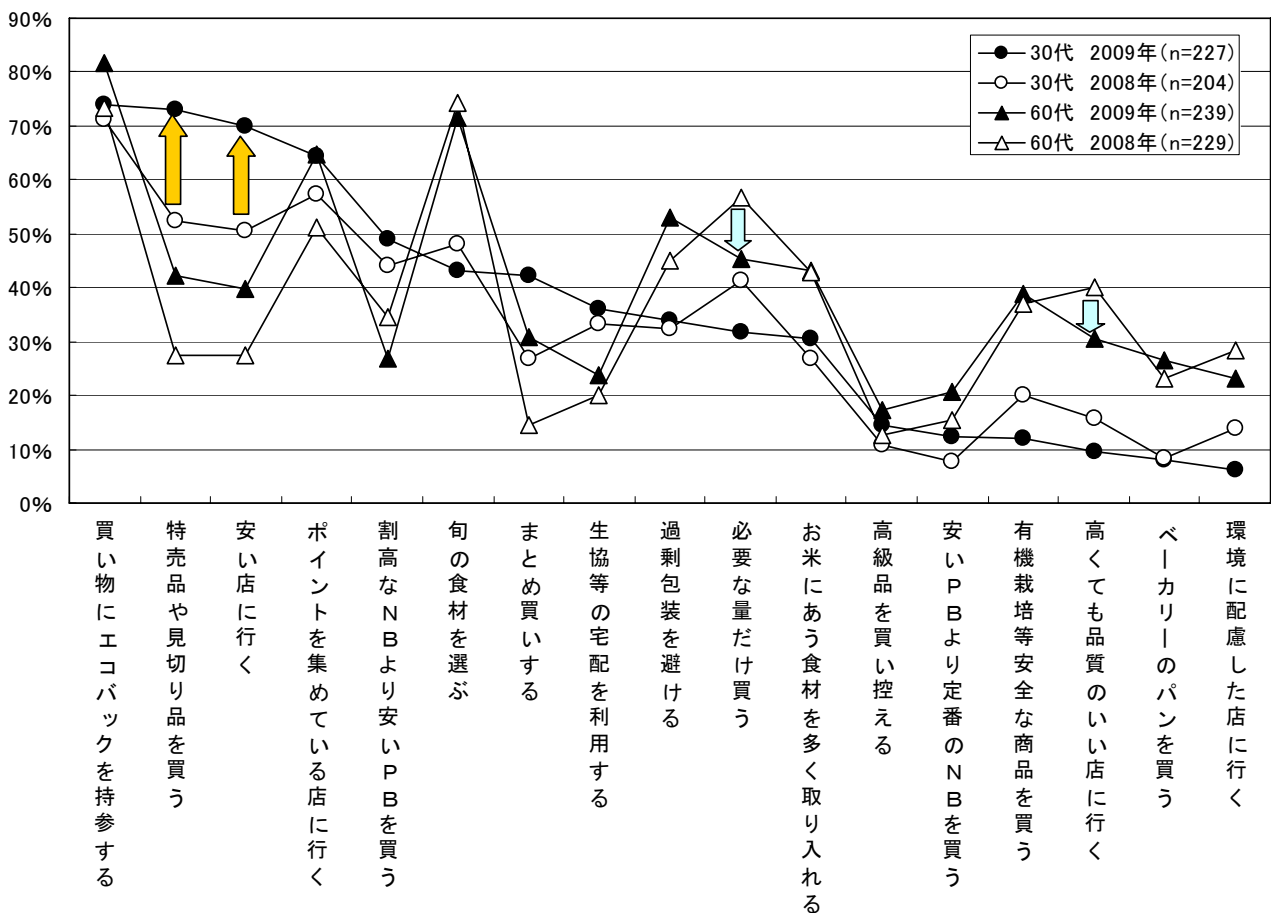
1位は「エコバック持参」で、30代の74%、60代の82%が実施しています。年代差もこの1年の変化もそれほど大きくなく、すっかり定着した“プチエコ”活動なのでしょう。

以下の「特売品や見切り品を買う」「安い店に行く」は、30代では7割を超えて特に高く、この1年で比較しても約20ポイント増加しています。安く買える店やタイミングを見計らい、より賢く生活防衛している様子が伺えます。

「ポイントカード」は30代・60代共に3人に2人でこの1年で増加しており、年代差はあまりありませんでした。

60代で特徴的なのは、「旬」を意識する人が7割を超えて2位でした。一方、「必要な量だけ」「高くても品質のいい店」が約10ポイント減少しており、少量で品質のいいものをという意識がこの1年で薄れてきたようです。

図表5 30代・60代の食品購入の留意点 (MA)



◆パン・ハム・めん類はPB商品を買う30代、 調味料のPB商品を買う手作り派60代。

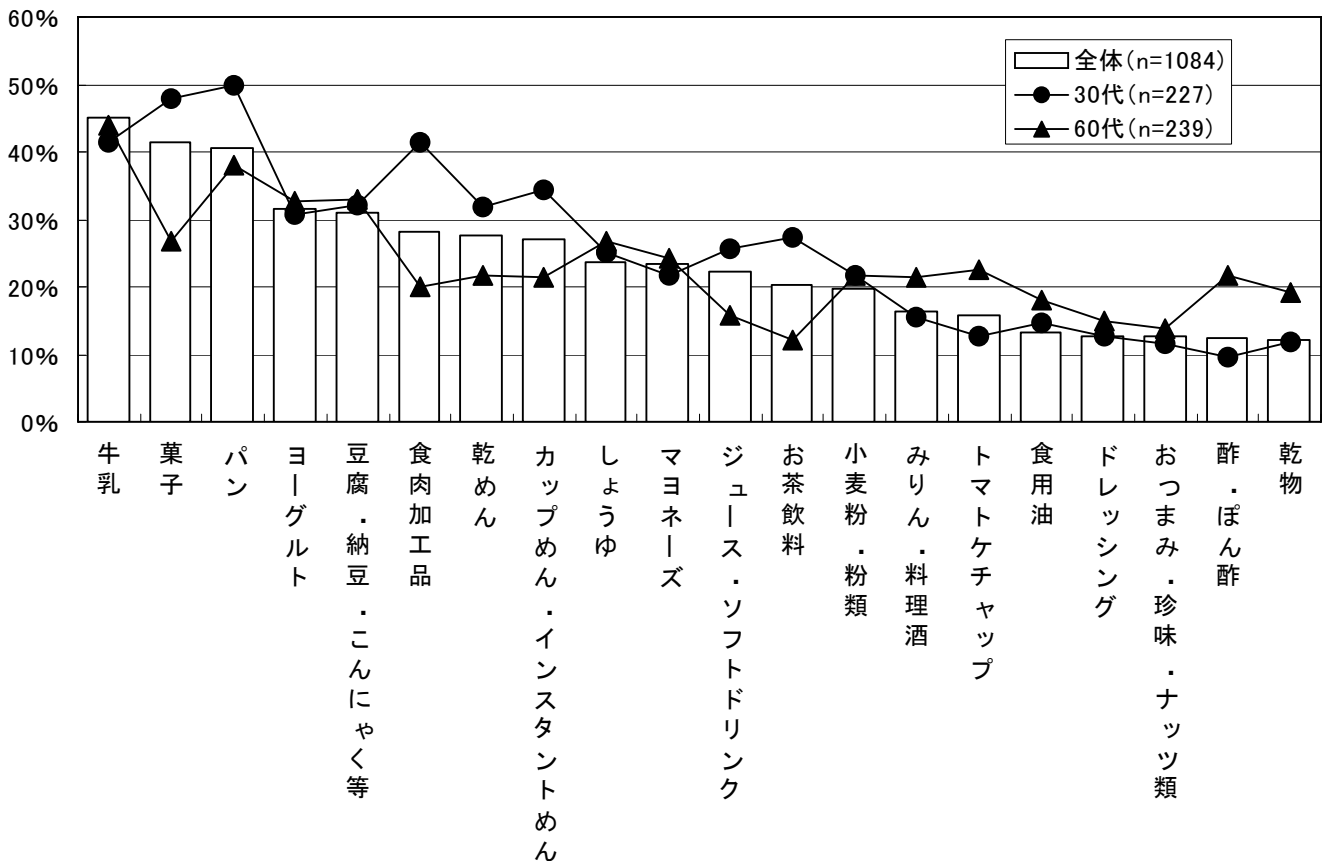
昨今、成長が著しいと言われているPB商品について、買うことが多いものを選んでもらいました。

全体で最も多かったのが「牛乳」の45%、次いで「菓子」「パン」が4割台で続き、「ヨーグルト」「豆腐・納豆」「食肉加工品」など、チルド売り場の商品が上位を占めました。

30代と60代で買う商品を比較すると、30代は、「菓子」「パン」「食肉加工品」「乾めん」「カップめん」「インスタントめん」と続きます。チルドの上位の商品と、30代の必需品めん類が多いという結果でした。

一方、60代で多いのが目立った商品は、「酢・ぽん酢」「トマトケチャップ」「みりん・料理酒」「乾物」などです。常温の基本調味料や乾物が中心です。手作り派の多いシニアほど、いろいろな市販の合わせ調味料や素を頼らずに調理していると思われ、必需品度合いが高いものです。そうした商品がゆとりのあるシニアでもPB商品に置き換わっているということが言えそうです。

図表6 30代・60代が買うことの多いPB商品(MA)



「メニューからみた食卓調査2009」は、20～60代の主婦を対象に、主婦の調理に関する手作り・こだわり意識や、加工食品・中食の利用実態、その変化を検証するため、①メニュー別の手作り・加工食品・中食の利用実態、②中食の利用と買い物シーンについて、③夕食シーンと弁当作り・食卓の変化について、調査を企画・実施いたしました。

①メニューからみた、手作り～中食の利用意識：

○日常メニュー52品目のポジショニング：①定番メニュー ②手作りメニュー ③中食利用 ④使いまわしメニュー ⑤もっと食卓に出したいメニュー ⑥イベントメニュー

○代表メニュー8品目の作り方：①炊き込みご飯 ②カレー ③パスタ ④ハンバーグ ⑤肉じゃが ⑥餃子 ⑦コロケ ⑧グラタン

②中食利用と買い物シーン：市販の合わせ調味料の利用／中食・加工食品・外食の利用／生鮮食品・加工食品の購入重視点／食品購入の心がけと変化／PB（プライベートブランド）を利用する食品

③夕食シーンと弁当作り・食卓の変化：夕食メニュー決定の実態／メニュー・レシピの情報源／ここ1年の夕食シーンの変化と理由／弁当作りの意識・行動

また、2008年7月に「メニューからみた調理スタイルに関する調査」を実施しており、本調査はその継続調査です。

本調査は、主婦の調理意識と実態の総合調査として、食卓マーケティングに必要な基礎調査データです。本調査は、今回はその中から、30代主婦と60代主婦に注目して抜粋・分析し、「夕食メニューの決定法」「日常メニュー」「食費の節約意識と世帯年収」「食品購入の留意点」「買うことの多いPB商品」に焦点を当てて結果の速報を報告しております。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq33.html>)

【調査入手のご案内】

弊社自主企画により、複数企業にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

- ・調査参加費用：定価 400,000円（税込420,000円）
MDBメンバー価格 360,000円（税込378,000円）
- ・調査のアウトプット
 - (1)調査報告書：A4判・66ページ・2009年9月発行
 - (2)集計結果表：A4判・394ページ・2009年8月発行
 - (3)磁気データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

《本件についてのお問い合わせ先》

＝2009年4月6日より移転しました＝

株式会社日本能率協会総合研究所 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井

〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階

TEL:03-6202-1287 FAX:03-6202-1294 E-mail:info_mlmc@jmar.co.jp

本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。