

「メニューからみた食卓調査 2011」結果の速報

— 震災後も続く、簡単調理と肉食化、 『母』に聞いて『ネット』で調べてチャレンジも —

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：加藤 文昭 本社：東京都港区）は、20～60代主婦を対象に、2008年・2009年・2010年に引き続き2011年7月に、「メニューからみた食卓調査 2011」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調査を企画・実施したものです。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq41.html>)

◆ 20代～40代で楽々中食活用派が年々増加、

女性20代の少数派20代主婦では、料理好きが急増。

「料理好き」で「はい」は20代で46%、次いで60代で4割と多い。「冷凍食品・レトルト・惣菜等を上手に活用」については、「はい」が23%、「どちらかといえば」を合わせた人は67%。

◆ 増加した定番メニューは、『丼もの』と肉料理。

4年間で減少が目立つ煮物・野菜料理・魚料理。

『味噌汁』が91%と1位、次いで『焼き魚』『カレー』『和風めん類』『その他野菜サラダ』『中華めん類』が8割以上。2008年との増減を比較したところ、『丼もの』が11ポイント増。『から揚げ』『ハンバーグ』『シュウマイ等中華点心』『餃子』『トンカツ等肉のフライ』『グラタン』『焼き鳥・照り焼き』が5ポイント以上の増加。

◆ レシピ情報源の増加は新メニューへのチャレンジか？

裾野広がる『インターネット』、『母』からの伝承も急増。

『料理本・レシピ集』が67%、『テレビ番組』が64%、『インターネット』『母親・姑（義母）』が50%。『インターネット』『母親・姑（義母）』は2010年と比較して10ポイント以上増加。

◆ 生鮮食品選びは『鮮度』『価格』に次ぎ、『国産』は低下、

安全が分かりやすい「魚」「福島産」を回避へ。

『鮮度・新しさ』が70%と一番多く、次いで『価格』『国産である』が5割以上。2008年には『国産である』が6割以上、『中国産でない』が3割以上だったのが、4年間で10ポイント以上減少。

【調査概要】

- ・調査対象：首都圏・中部圏・近畿圏に居住する20～60代の主婦（既婚女性）
- ・調査方法：日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」利用によるFAX調査
- ・有効回収数：1,050人（発送数1,500人、有効回収率70.0%）
- ・調査実施日：2011年7月7日（木）～14日（木）

《本件についてのお問い合わせ先》

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

◆ 20代～40代で楽々中食活用派が年々増加、
女性20代の少数派20代主婦では、料理好きが急増。

『料理することは好きだ』『出来合い品（冷凍食品・レトルト・惣菜等）を上手に活用している』について、「はい」～「いいえ」4段階で答えてもらいました。

『料理好き』については、「はい」と答えた人は全体の32%、「どちらかといえば、はい」を合わせた人は69%でした。

年代別にみると、『料理好き』で「はい」は20代で46%、次いで60代で4割と多いのですが、50代では3割強、30代・40代では3割弱と低水準です。新米主婦とベテラン主婦に料理好きが多いという結果でした。また、時系列の推移をみると、全体では3割前後で増減がないのですが、20代で「はい」が急増し、この4年間で10ポイント以上増加し、60代より多くなりました。

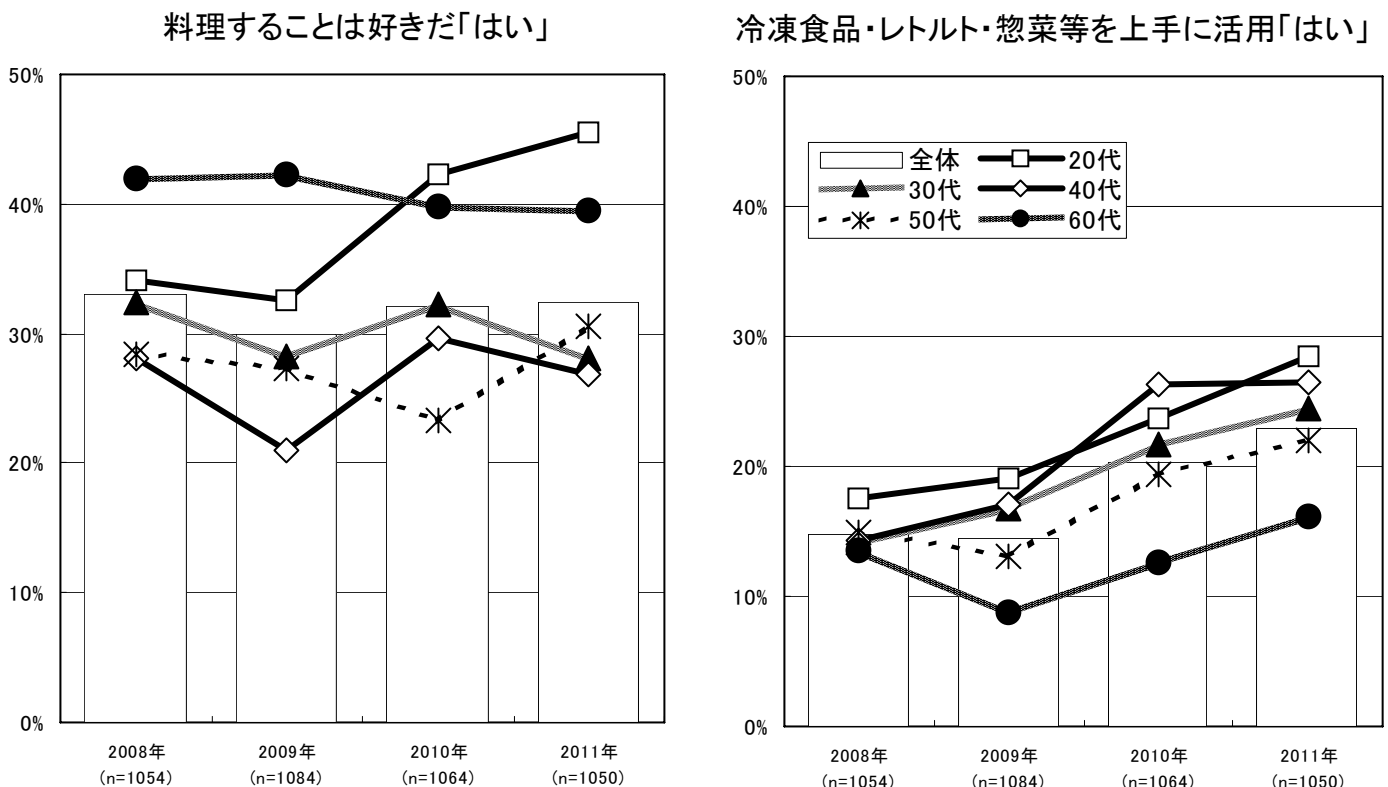
今や、女性20代のうち7割以上が未婚です。そのような中、既婚、つまり結婚することを選択した女性20代の少数派である20代主婦は、新米ながら料理に前向きに取り組んでいる様子です。

『冷凍食品・レトルト・惣菜等を上手に活用』については、「はい」が23%、「どちらかといえば」を合わせた人は67%でした。

年代別にみると、『上手に活用』で「はい」は20代で28%をはじめ、20代～40代で4人に1人以上となり、特に40代では、「どちらかといえば」を合わせると82%に達します。出来合い品などの中食を活用して手間を省き、楽々食卓作りをすることが当たり前となっている様子です。時系列の推移をみると、全体でも年々活用している人が増加しており、特に20代～40代では「はい」がこの4年間で10ポイント以上増加しています。

他にも、『電子レンジや圧力なべ等で時間短縮している』『使う鍋を極力少なくする（何でもフライパン等）』『洗い物を減らすため、使う食器を極力少なくする』といった調理の省力化について、この1年で20代～40代で増加しました。震災後の節電意識もあり、より簡単に・楽に食卓作りという傾向が高まったようです。

図表1 料理好き意識と中食活用意識 (SA)



◆増加した定番メニューは、『丼もの』と肉料理。

4年間で減少が目立つ煮物・野菜料理・魚料理。

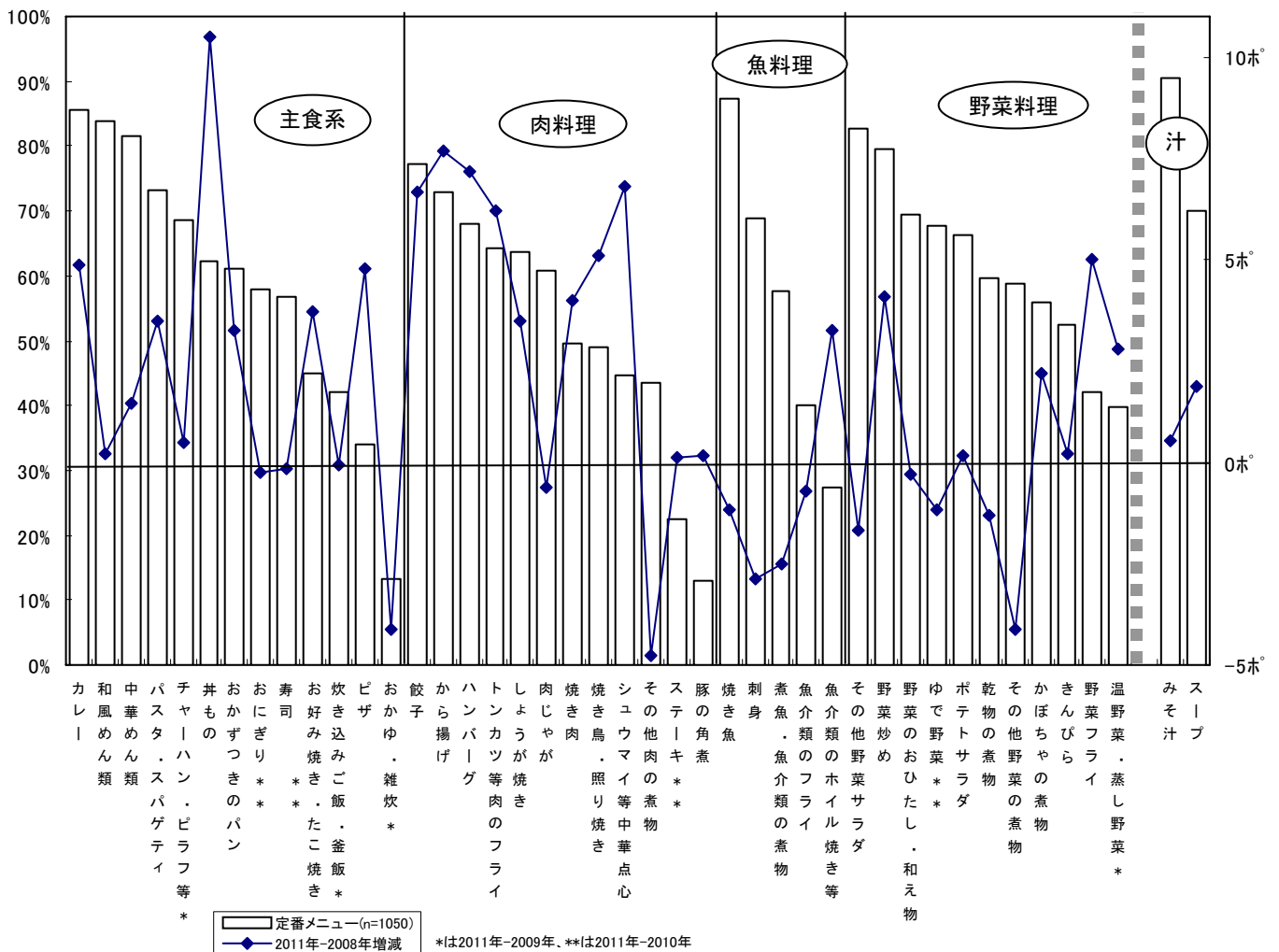
メニュー59項目を挙げ、「月に1回以上、食卓に登場する」定番メニューを選んでもらいました。そのうち、「主食系」「肉料理」「魚料理」「野菜料理」「汁」について、2010年の結果と比較したのが図表2です。

全体では『味噌汁』が91%と1位、次いで『焼き魚』『カレー』『和風めん類』『その他野菜サラダ』『中華めん類』が8割以上でした。

2008年（または比較可能な最も古い調査時）との増減を比較したところ、『丼もの』が11ポイント増、次いで『から揚げ』『ハンバーグ』『シュウマイ等中華点心』『餃子』『トンカツ等肉のフライ』『グラタン』『焼き鳥・照り焼き』が5ポイント以上の増加でした。一方、『おかゆ・雑炊』『その他肉の煮物』『その他野菜の煮物』『刺身』『煮魚・魚介類の煮物』が3～5ポイントの減少でした。

この4年間で、簡単調理できたり中食活用ができる、ボリュームあるメインディッシュ「肉料理」の増加が目立つ一方、『肉の煮物』『煮魚』『野菜の煮物』など煮物や「野菜料理」「魚料理」で減少したメニューが目立っています。

図表2 定番メニューの増減 (MA)



◆ レシピ情報源の増加は新メニューへのチャレンジか？ 裾野広がる『インターネット』、『母』からの伝承も急増。

「メニューの作り方・レシピの情報源」について聞きました。3割以上の方が答えた項目をピックアップしたのが図表3です。

『料理本・レシピ集』が67%、次いで『テレビ番組』が64%と続き、『インターネット』『母親・姑(義母)』が50%でした。

年代別にみると、『料理本・レシピ集』は30代・40代で7割を超えて多く、『テレビ番組』は50代・60代で7割を超えて1位の情報源でした。また、『インターネット』『母親・姑(義母)』は20代が88%・71%と最も高い年代でした。

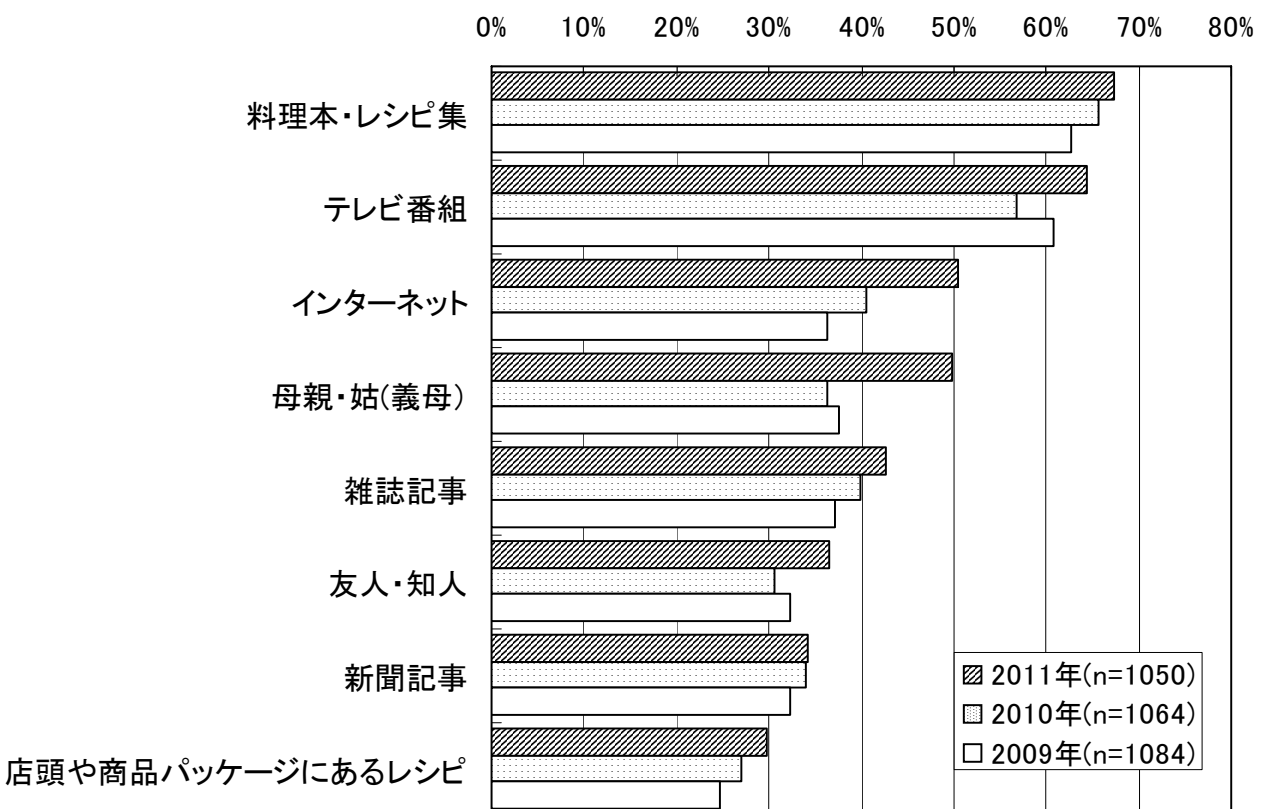
2009年・2010年と比較すると、ほとんどの項目で増加しており、作り方やレシピを調べたり聞いたりする機会が増えたのでしょうか。中でも、『インターネット』『母親・姑(義母)』は2010年と比較して10ポイント以上増加していました。

特に20代では、『インターネット』が30ポイント弱、『雑誌記事』『店頭や商品パッケージにあるレシピ』が約20ポイント、『母親・姑(義母)』『テレビ番組』も10ポイント以上増加しており、新たなレシピにチャレンジする意欲が見て取れます。

『インターネット』は50代で10ポイント増と、年代層を広げているのが目立ちます。

また、『母親・姑(義母)』は40代の23ポイント増をはじめ、20～50代で10ポイント以上増加しているのが目立ちます。震災後、家族とのコミュニケーションが増え、家庭料理の伝承という“絆”が強まっているのかもしれない。

図表3 メニューレシピの情報源 (MA)



◆生鮮食品選びは『鮮度』『価格』に次ぎ、『国産』は低下、安全が分かりやすい「魚」「福島産」を回避へ。

「野菜・肉・魚等の生鮮食品」を選ぶときに重視するものについて12項目の選択肢を挙げ、3項目まで選んでももらいました。

『鮮度・新しさ』が70%と一番多く、次いで『価格』『国産である』が5割以上でした。

過去4年間の推移をみると、『鮮度・新しさ』は2010年の77%をピークに減少に転じ、2008年水準に戻っています。『価格』は2009年に6割を超えてほぼ変化がありません。

一方、2008年には『国産である』が6割以上、『中国産でない』が3割以上だったのが、年々減り続け、4年間で10ポイント以上減少しました。

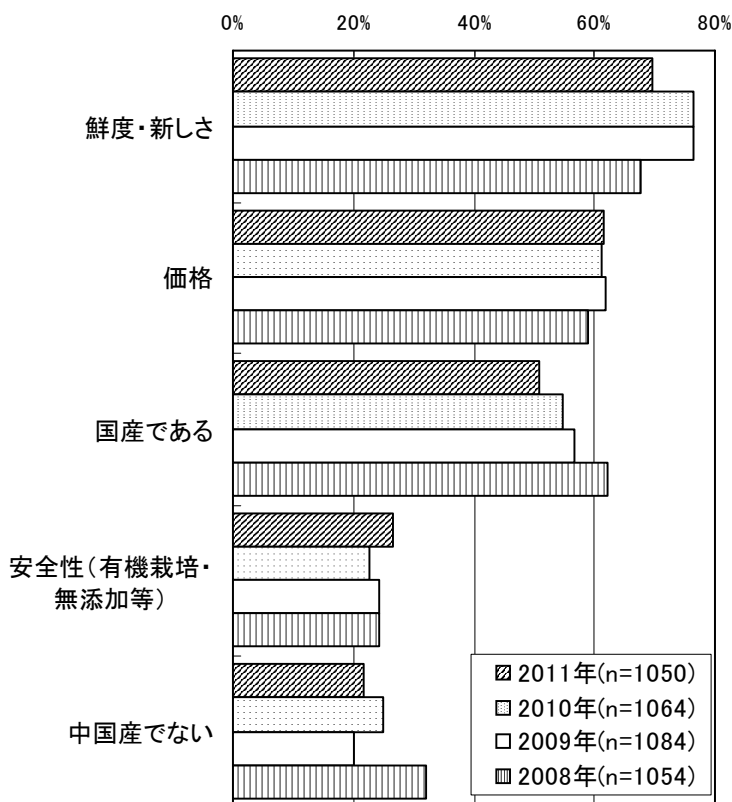
2008年当時社会問題となった“食の安全”で、「国産」「中国産回避」を重視していたのですが、すでにその意識は薄れてきました。リーマンショックを経た2009年以降は、節約志向が増加したのが、2011年まで続いています。

そうした中、震災・原発事故が起きた2011年に『安全性』は、対前年比4ポイント増にとどまっています。「有機栽培・無添加等」という注釈があるためでしょうか。

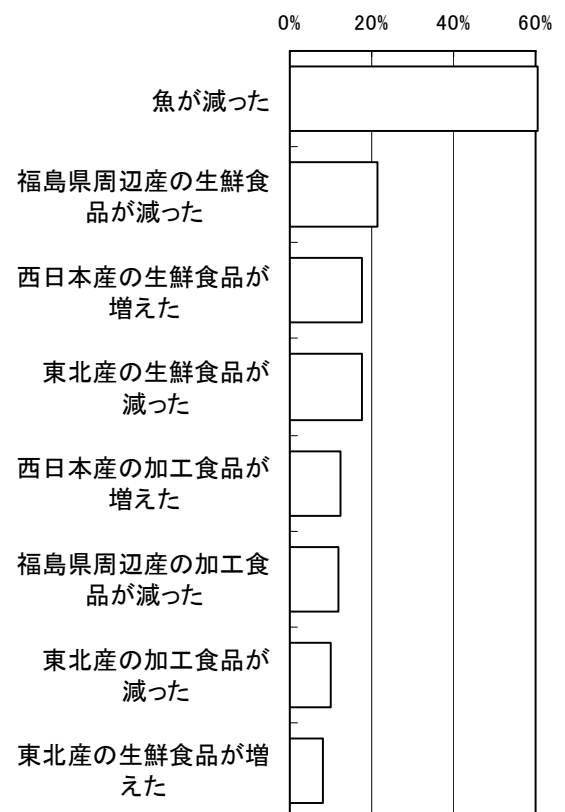
別に、震災前との食品購入の変化を聞いた質問では、『魚が減った』人が60%に達し、次いで『福島県周辺産の生鮮食品が減った』人が22%、『西日本産の生鮮食品が増えた』『東北産の生鮮食品が減った』人が18%でした。震災後、「魚」「福島産」を回避する傾向が顕著です。

生鮮食品の購入で、『鮮度』『価格』に次いで重視するのが安心・安全の要素です。安心・安全を意識する際、震災前は「国産」「中国産回避」という分かりやすい基準で判断していたのですが、その意識は薄らいできました。2011年で『安全性』はそれほど増加しませんでした。原発事故の影響を連想しやすい「魚回避」「福島産回避」と行動するようになりました。買う際の判断材料としては、単純な分かりやすいことで判断し、選ぶ・避けるという行動になるのでしょうか。

図表4 生鮮食品の購入重視点 (3つまでMA)



図表5 震災前との食品購入の変化 (MA)



「メニューからみた食卓調査2011」は、20～60代主婦を対象に、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、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

1) 震災後の食卓・食品購入の変化

2) 料理・食に対する意識・行動

3) 日常メニューのポジショニング

メニュー59品目：①定番メニュー、②イベントメニュー、
③手作りメニュー、④中食利用メニュー、

4) 代表メニューの調理実態

調理実態：①パスタ・スパゲッティ、②ピザ、③寿司、④肉じゃが、⑤餃子、⑥みそ汁

5) 夕食・昼食・お弁当作りについて

メニューレシピの情報源

夕食：①家庭での夕食頻度、②夕食メニューの決定、③夕食時の飲み物

昼食：①普段の昼食スタイル、②自宅での昼食メニュー

お弁当：①お弁当を持っていく家族、②お弁当作りの意識・行動

6) 購買行動と中食利用：①食品の購入重視点、②食品購入時の心がけ、

③ストック・買い置きしておく食品、④中食・外食の利用

本調査は、食卓とメニューの生活者データベースとして、食生活のマーケティング戦略に必要な基礎調査データです。今回はその中から、「料理好き意識と中食活用意識」「定番メニューの増減」「メニューレシピの情報源」「生鮮食品の購入重視点」「震災前との食品購入の変化」に焦点を当てて結果の速報を報告いたします。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq41.html>)

【調査購入のご案内】

本調査は、弊社自主企画による調査に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。

・購入費用：定価420,000円(税込441,000円) / MDBメンバー価格380,000円(税込399,000円)

・調査のアウトプット

(1) 調査報告書：A4判・59ページ・2011年9月発行

(2) 集計結果表：A4判・407ページ・2011年8月発行

(3) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

※本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が保有します。

※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。

※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業(法人・個人)の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

《本件についてのお問い合わせ先》

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。