

「家庭の食卓トレンド調査2013」結果の速報

— 今、一番旬な『バーニャカウダ』。その次は? —

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、2013年5月に首都圏在住の主婦（20～50代）・シニア主婦（60～70代）およびシングル女性（20～30代）を対象に、「家庭の食卓トレンド調査2013」を実施いたしました。本調査は、食卓の変化の兆しをとらえるため、《新しい味》《野菜》《魚・肉》の領域について、網羅的に調査したものです。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/hotanq47.html>)

◆ 『スンドゥブ・チゲ』『チャプチェ』『サムギョプサル』・・・

躍進目立つコリア系メニューと『バーニャカウダ』。

『バーニャカウダ』は38ポイント増の55%。『スンドゥブ・チゲ』は27ポイント増の48%、『チャプチェ』『サムギョプサル』が22ポイント増。『プルコギ』は2001年から毎回増加し続けて68%。

◆ 2013年の大出世メニュー『バーニャカウダ』は、

経験豊富な若い女性、食卓に持ち込むミドル主婦。

「家庭で食べたことがある」15ポイント増。「今後家庭で食べたい」24%と1位、10ポイント増。

◆ 伸びる『しめじ』『えのきだけ』『まいたけ』『エリンギ』、

『しいたけ』は忘れられて、“きのこ”は和から洋に。

『エリンギ』10ポイント増。次いで『まいたけ』『しめじ』『えのきだけ』が7ポイント前後で続く。

◆ 『もやし』『豆苗』『サラダ用カット野菜』等

“工場の野菜”が伸張、シニア主婦でも増加。

『もやし』は「増やしてもっと利用したい」が13ポイント増と急増、『豆苗』は購入経験で16ポイント増加。『サラダ用カット野菜セット』は58%が「よく利用している」。

◆ “魚好き”が増えた20代主婦、“肉好き”が増えた50代主婦。

“魚好き”は20～60代主婦全体で50%、20代主婦で“魚好き”が64%と最も多く28ポイント増加。“肉好き”は20～60代主婦全体で61%、50代主婦で41%から53%と12ポイントの大幅増加。

【調査概要】

- ・調査対象：首都圏（1都3県）在住の主婦（20～50代既婚女性）・シニア主婦（60～70代既婚女性）およびシングル女性（20～30代独身女性）
 - ・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」利用による郵送調査
 - ・有効回収数：1,294人（発送数1,800人、有効回収率71.8%）
 - ・調査実施日：2013年5月16日（木）～27日（月）
- ※2013年と表記したデータは、<20～50代主婦>の有効回答数765人を母数にしたデータです。また過去の時系列比較のデータは、<20～50代主婦>に対象者の属性を揃えて行っています。

《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_mimc@jmar.co.jp

◆ 『サンドゥブ・チゲ』『チャプチェ』『サムギョプサル』・・・ 躍進目立つコリア系メニューと『バーニャカウダ』。

家庭の食卓のグローバル化・ご当地化を検証するため、世界各国のメニュー・国内のご当地メニューを145品目挙げ、「食べたことがある」という食用経験、「家庭で食べたことがある」、「ご家庭で食べたことのないメニューで、今後家庭で食べたい」を聞きました。2010年と比較できる133品目の中で、増加幅の高いベスト12は図表1のとおり、『プルコギ』『バーニャカウダ』『トッポッキ』『チャプチェ』『富士宮焼そば』『チョレギサラダ』『サムゲタン』『サンドゥブ・チゲ』『タコライス』『酸辣湯』『コブサラダ』『サムギョプサル』でした。12品目のうち、7品目がコリア系メニューでした。

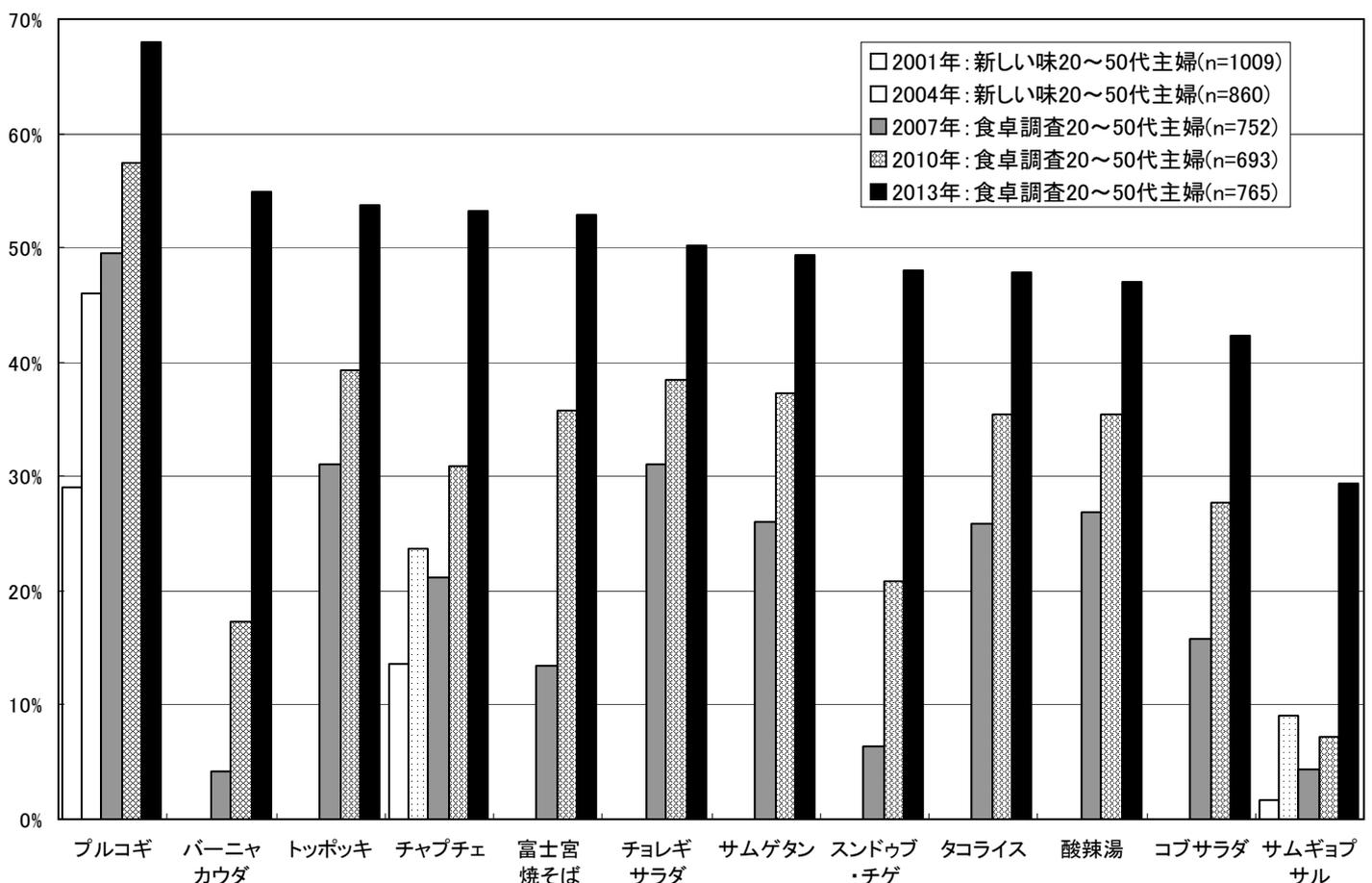
増加幅で見た1位は『バーニャカウダ』で、2010年から38ポイント増加し、20～50代主婦の55%は食べたことがあると回答しました。

次いで『サンドゥブ・チゲ』は27ポイント増の48%、『チャプチェ』『サムギョプサル』が22ポイント増でした。『プルコギ』は2001年から毎回増加し続けて68%に達し、ベスト12の中で一番の食用経験でした。

ご当地メニューの中では、『富士宮焼きそば』『タコライス』がランクイン。一時のブームが一段落したものの、食用経験は着実に増えており、広がりを見せています。

ベスト12位に続くもので、食用経験が5ポイント以上増加した中で3割に満たないメニューは『汁なし坦々麺』『アクアパッツア』『刀削麺』『カポナータ』『バラ焼き』。次に火がつく可能性を秘めたメニューともいえます。

図表1 食用経験で見る出世メニューベスト12 (MA)



◆ 2013年の大出世メニュー『バーニャカウダ』は、
経験豊富な若い女性、食卓に持ち込むミドル主婦。

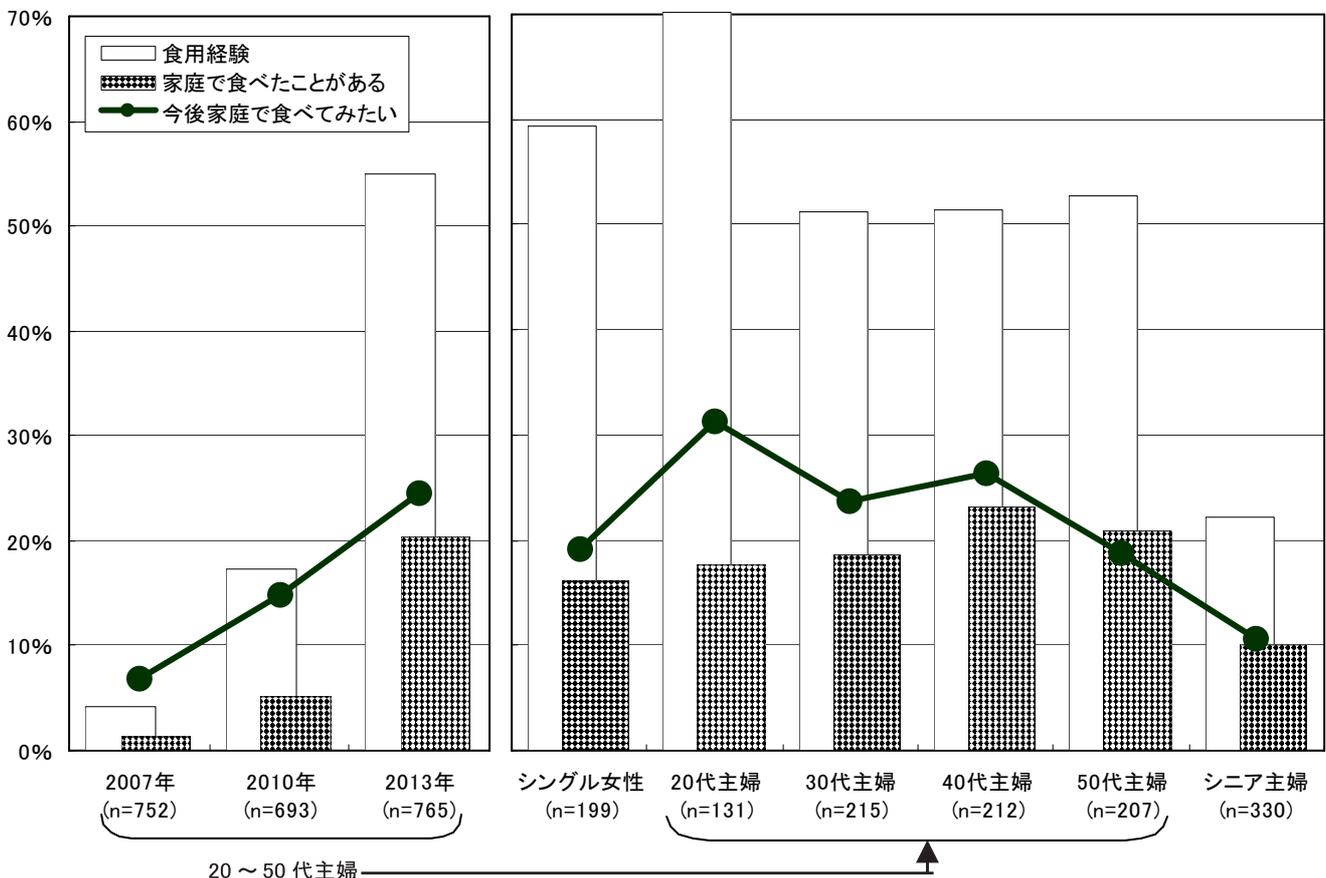
食用経験の増加幅1位の『バーニャカウダ』は、「家庭で食べたことがある」でも15ポイント増で『スンドゥブ・チゲ』に次いで増加幅が2位でした。「ご家庭で食べたことのないメニューで、今後家庭で食べたい」では24%と全メニューのうち1位、増加幅でも10ポイント増と1位でした。2013年でもっとも出世したメニューは『バーニャカウダ』ということができます。

年代別に見ると、食用経験が高いのは20代主婦、次いでシングル女性で、30～50代主婦は約5割と同程度。まず、食べてみたのは若い女性ということができます。家庭での食用経験を見ると、40～50代主婦で2割を超えます。若いころからイタメシに馴染み、料理作りの経験値も高い主婦層が家庭の食卓に持ち込んでいます。今後家庭で食べたいが高いのは20代主婦で、外食で覚えた味を家で試したいという意欲の高さが見受けられます。

ここ3年間で大きく浸透した『バーニャカウダ』は、野菜スティックや温野菜にイタリアンテイストの温めたソースをつけて食べるという食べ方が新鮮だったのでしょう。本格的なイタリア料理店から、カフェ・居酒屋・ファミリーレストラン等気軽な外食に広がり、市販のソースも大手メーカーから発売され、家庭でも手軽に食卓に上るようになりました。

今後家庭で食べたいという意識も高く、増加していることから、これからますます家庭に浸透する可能性が高いメニューといえます。

図表2 『バーニャカウダ』の食卓への浸透 (MA)



◆伸びる『しめじ』『えのきだけ』『まいたけ』『エリンギ』、『しいたけ』は忘れられて、“きのこ”は和から洋に。

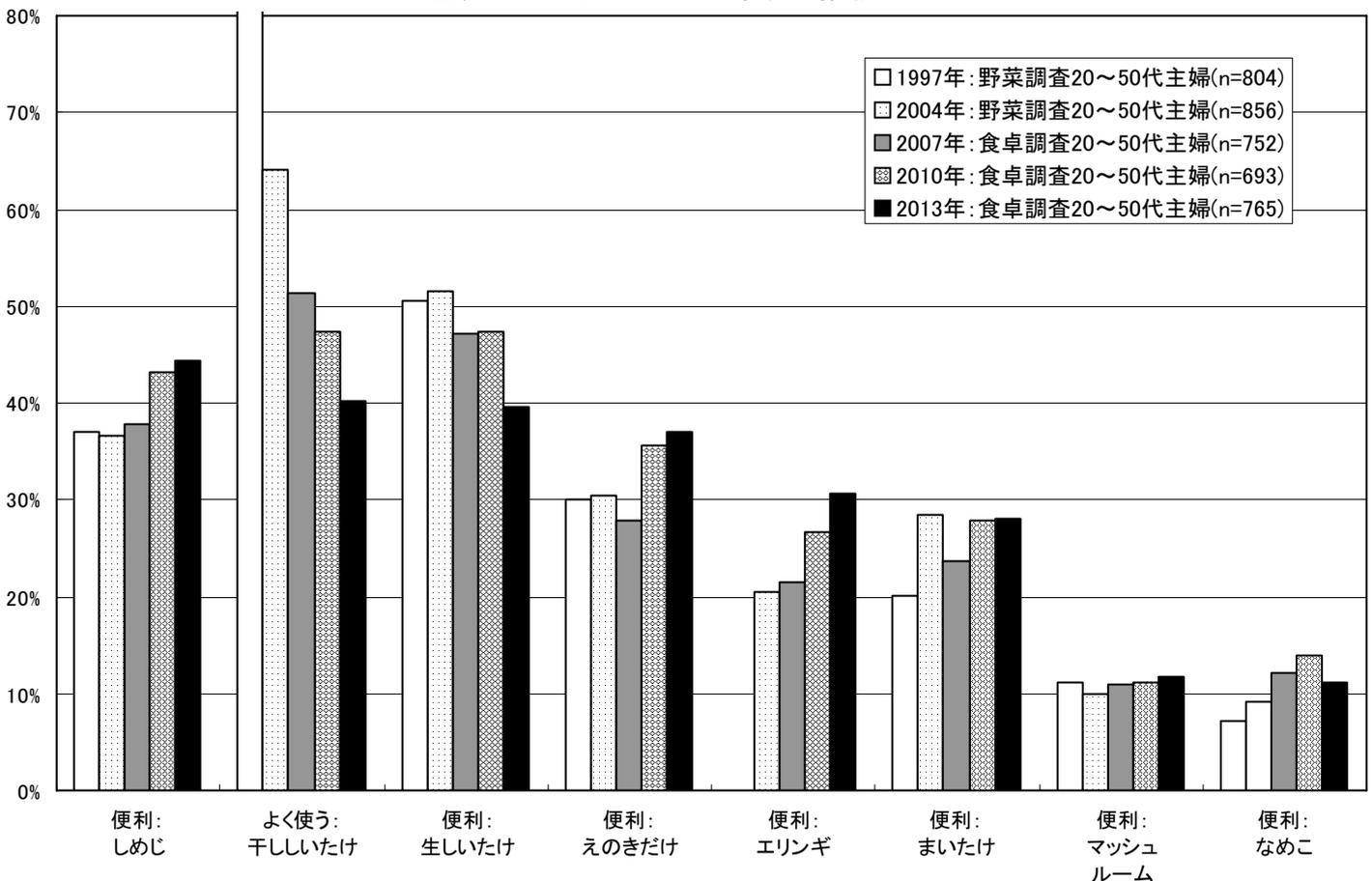
定番野菜56品目、加工野菜79品目、新顔野菜83品目について、さまざまな聞き方をしました。その中から“きのこ”をピックアップし、「便利だと思う」「よく使う」と聞いた結果を時系列でまとめたのが図表3です。

1997年（または最も古い調査年）と比較して、増加幅がもっとも大きいのは『エリンギ』の10ポイント増。次いで『まいたけ』『しめじ』『えのきだけ』が7ポイント前後で続きます。

一方、『生しいたけ』は11ポイント減、『干しいたけ』は16年前は81%の主婦がよく使うと回答していたのが、半減して40%でした。2013年の「便利だと思う」は“きのこ”のトップが『生しいたけ』から『しめじ』に入れ替わっています。

家庭で食べられる“きのこ”は、和食オンリーのイメージの強い『しいたけ』から、洋風をはじめ様々なメニューに使える『しめじ』『えのきだけ』『まいたけ』『エリンギ』に取って替わりました。比較のお財布にやさしい、価格が安定したものが多いのも、その理由かもしれません。

図表3 “きのこ”の時系列推移 (MA)



◆ 『もやし』『豆苗』『サラダ用カット野菜』等

“工場の野菜”が伸張、シニア主婦でも増加。

“きのこ”同様、工場で作られた野菜について家庭への浸透を見ました。

定番野菜の1つ『もやし』は、リーマンショック後の2010年に節約志向の高まる中、「レパートリーを増やしてもっと利用したい」が13ポイント増と急増、その傾向が続いています。

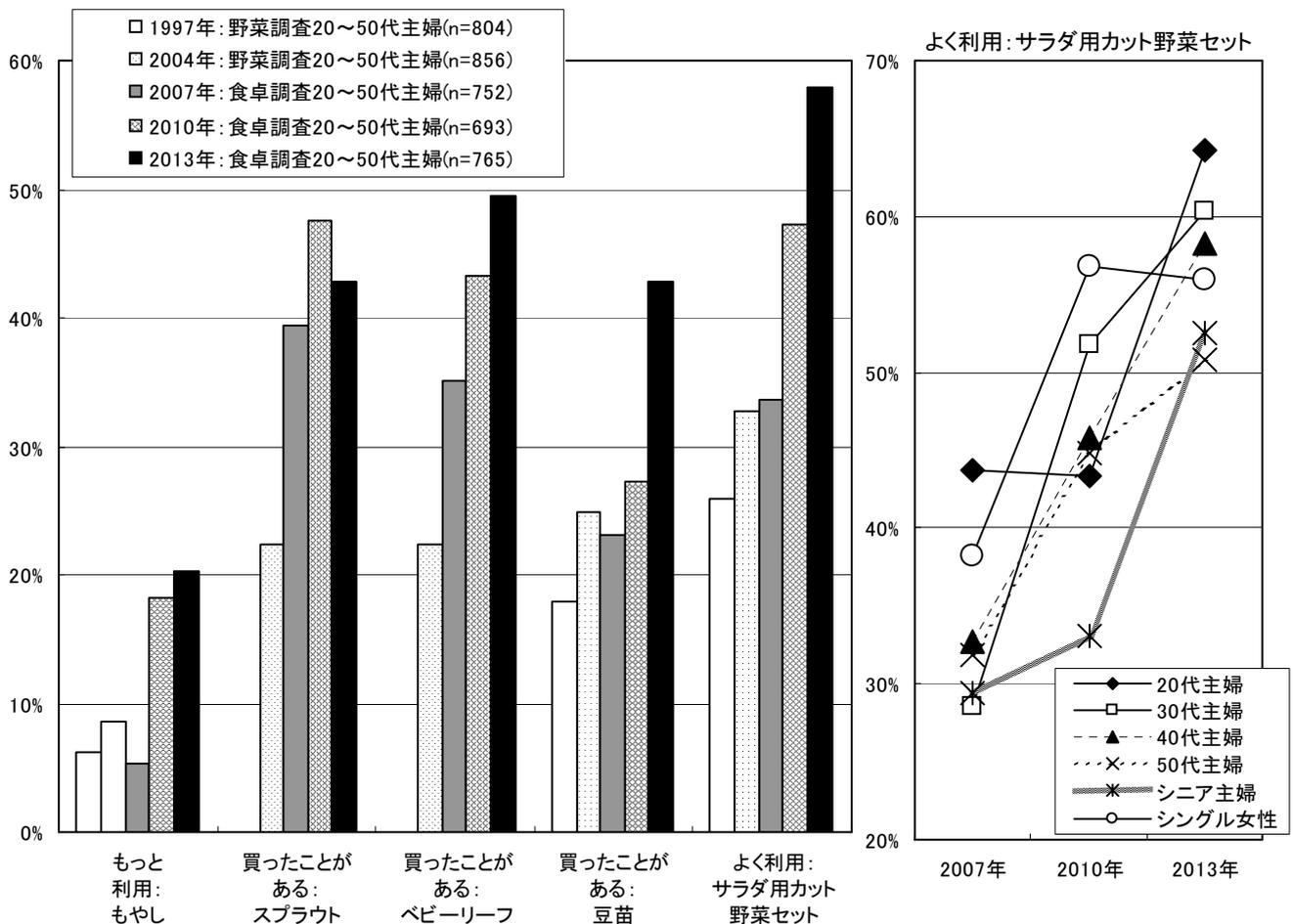
新顔野菜として挙げた『スプラウト』『ベビーリーフ』『豆苗』は「買ったことがある」という購入経験で増加を続けています。特に『豆苗』はこの3年間で16ポイント増加しています。

カット野菜の中で『サラダ用カット野菜セット』は毎回増加を続け、58%の主婦が「よく利用している」と回答しています。

いずれも、天候不順等で野菜が高騰しているときでも影響を受けにくい、主婦の頼もしい見方です。土の上で農家が育てるといより、工場生産される野菜だからということもできます。

『サラダ用カット野菜セット』を年代別に見ると、20代主婦が64%と一番多く、次いで30代主婦、40代主婦が約6割で続きます。いずれの年代でも増加傾向ですが、特にこの3年間で増加幅の大きかったのは、20代主婦21ポイント増に次いで、シニア主婦の19ポイント増でした。

図表4 “工場の野菜”の時系列推移 (MA)



◆ “魚好き”が増えた20代主婦、

“肉好き”が増えた50代主婦。

魚介類・肉類について、「非常に好き」～「非常に嫌い」で好意度を聞きました。

魚介類については、「非常に好き」「好き」を合わせた“魚好き”は20～60代主婦全体で50%、2010年と比較して45%から5ポイント増加していました。

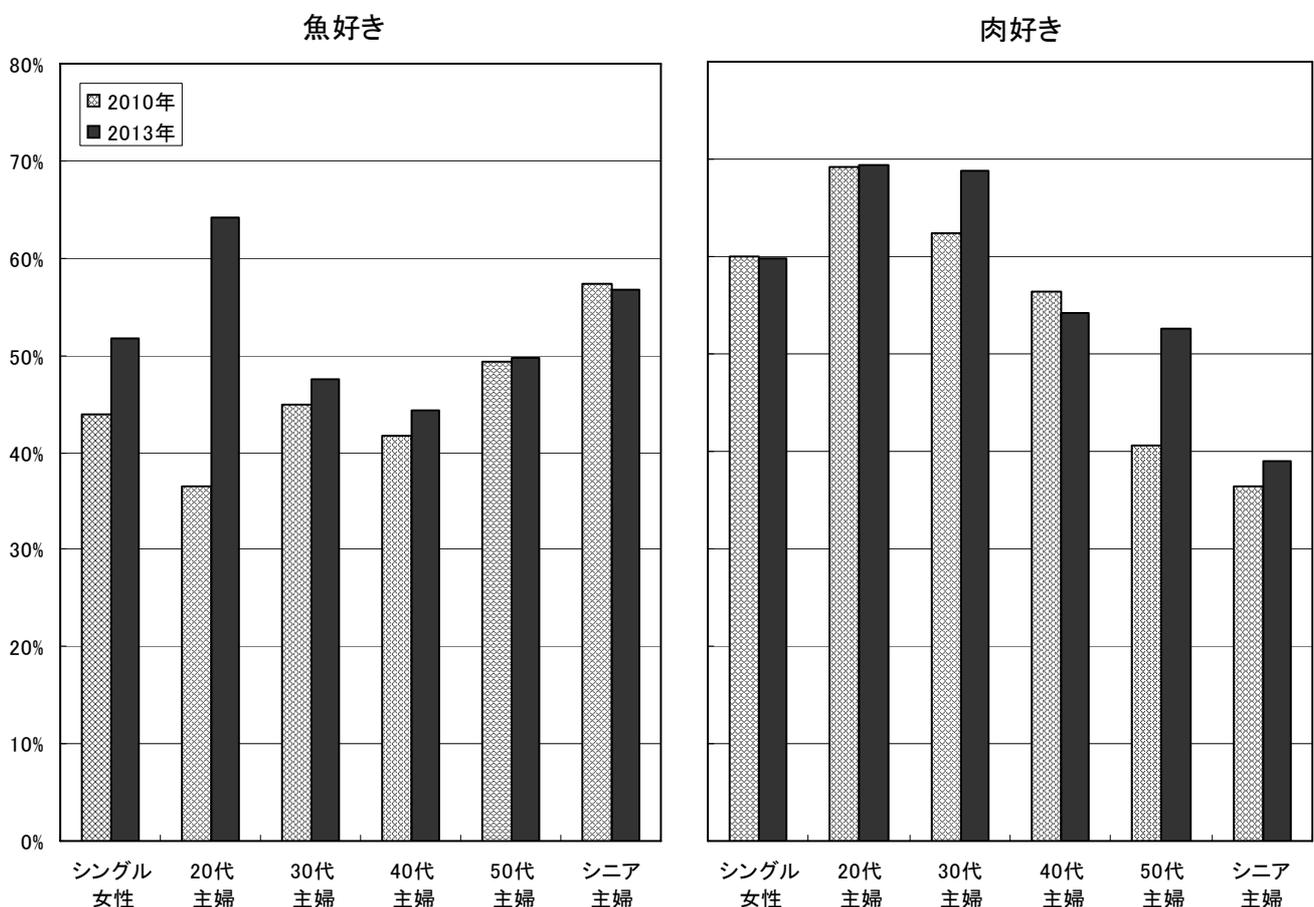
年代別に見ると、20代主婦で“魚好き”が64%と最も多く28ポイント増加、シングル女性でも8ポイント増加と、若い女性の高さが目立ちました。一方、50代主婦・シニア主婦では半数前後が好きと回答しているものの、ほとんど変化が見られませんでした。

肉類については、「非常に好き」「好き」を合わせた“肉好き”は20～60代主婦全体で61%と、“魚好き”より多く、2010年と比較して55%から6ポイント増加していました。

年代別に見ると、“肉好き”が多いのは20代主婦・30代主婦の7割弱ですが、増加が目立ったのは50代主婦で、41%から53%と12ポイントの大幅増加でした。一方、20代主婦・シングル女性ではほとんど差がありませんでした。

魚を好むのは高齢者、肉は若い人というイメージが強いのですが、ここに来て若い女性の魚シフト、50代主婦の肉食化が目立っています。

図表5 魚介類・肉類の好意度 (SA)



「家庭の食卓トレンド調査2013」は、食卓の変化の兆しをとらえるため、首都圏一都三県に在住する主婦（20～50代）・シニア主婦（60～70代既婚女性）および独身女性（20～30代）を対象に、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

- 《野菜編》 ①野菜についての意識と実態、②定番野菜の使い方と意識、③野菜の加工食品、④新顔野菜の浸透度
- 《魚・肉編》 ①魚介類についての意識と実態、②定番魚介類の使い方と意識、③肉類についての意識と実態、④定番肉類の使い方と意識
- 《新しい味編》 ①世界各国の料理、②世界（洋風・中華系・韓国系・東南アジア系・ラテンアメリカ系）&ご当地メニューの家庭への浸透度、③各国調味料・スパイス（洋風調味料・アジア系調味料・和風調味料・スパイス）の定着度④食材の定着度

本調査は、食卓の変化の兆しをとらえる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、「食用経験で見る出世メニューベスト12」『バーニャカウダ』の食卓への浸透」「きのこ」の時系列推移」「工場の野菜」の時系列推移」「魚介類・肉類の好意度」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/hotanq47.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。

- 《野菜編》 ・調査参加費用：定価44万円（税別）・MDBメンバー価格40万円（税別）
・調査のアウトプット(1)調査報告書(2)集計結果表(3)磁気データ
- 《魚・肉編》 ・調査参加費用：定価44万円（税別）・MDBメンバー価格40万円（税別）
・調査のアウトプット(1)調査報告書(2)集計結果表(3)磁気データ
- 《新しい味編》 ・調査参加費用：定価44万円（税別）・MDBメンバー価格40万円（税別）
・調査のアウトプット(1)調査報告書(2)集計結果表(3)磁気データ
- 《まとめ編》 ・調査のアウトプット(1)分析レポート

※全編購入いただいた企業には無料にて提供いたします。《野菜編》《魚・肉編》《新しい味編》いずれか1編以上購入いただいた企業のみ頒価12万円（税別）にて購入いただけます。

※まとめ編のみの購入は出来ません。

※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。