

報道各位

## 《中華系は家庭に浸透、韓国系はこれから》

～新しい味の定着度調査2001より～

おなじみの中華系メニューは上位独占、イタリアンは定着段階、  
韓国系はまだまだこれから  
「サルサソース」「バルサミコ」「XO醤」  
新しい味の《出世頭》調味料  
「中華だしの素」「オイスターソース」「鶏ガラスープ(粉末)」  
「豆板醤」 アジア系の定番に

社団法人日本能率協会グループの運営する情報提供サービス機関マーケティング・データ・バンクでは、首都圏に在住する20～60代の主婦1,500人を対象に、1996年・1998年に引き続いて「新しい味の定着度調査2001」を実施いたしました。

《調味料などから新しい味の浸透度を検証》 韓国・朝鮮料理、タイ料理、本格イタリア料理、本格中華料理、エスニック料理などブームとなった新しい味が、どの程度家庭の食卓へ入り込んできたのか、調味料・スパイス・香味野菜・食材などから、浸透度を検証します。

《世界の料理メニューの定着度を占う》 世界の料理メニューについて、各国名・メニュー名をあげて今後の家庭の食卓への定着度を占います。

その他、辛い味、スパイシーな味、オリーブオイルの風味など多岐にわたって新しい味が家庭料理に浸透しつつある実態を調査いたしました。今回はその中から、「世界のメニュー - 」「出世頭調味料」「アジア系調味料」に焦点を当ててご報告いたします。

### [ 今回の調査の概要 ]

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いたしました。調査結果一式のご提供は下記費用を申し受けます。

- ・ 費用：1社につき定価36万円(MDBメンバーは32万円) \*別途消費税を申し受けます。
- ・ 調査対象：首都圏在住の主婦(20～60代)
- ・ 調査方法：日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」システム利用によるFAX調査
- ・ 有効回収数：1,220人(発送数1,500人、有効回収率81.3%)
- ・ 調査実施日：2001年5月31日(木)～6月5日(火)
- ・ 調査のアウトプット： 調査報告書(A4判・45ページ) 集計結果表(A4判・211ページ)

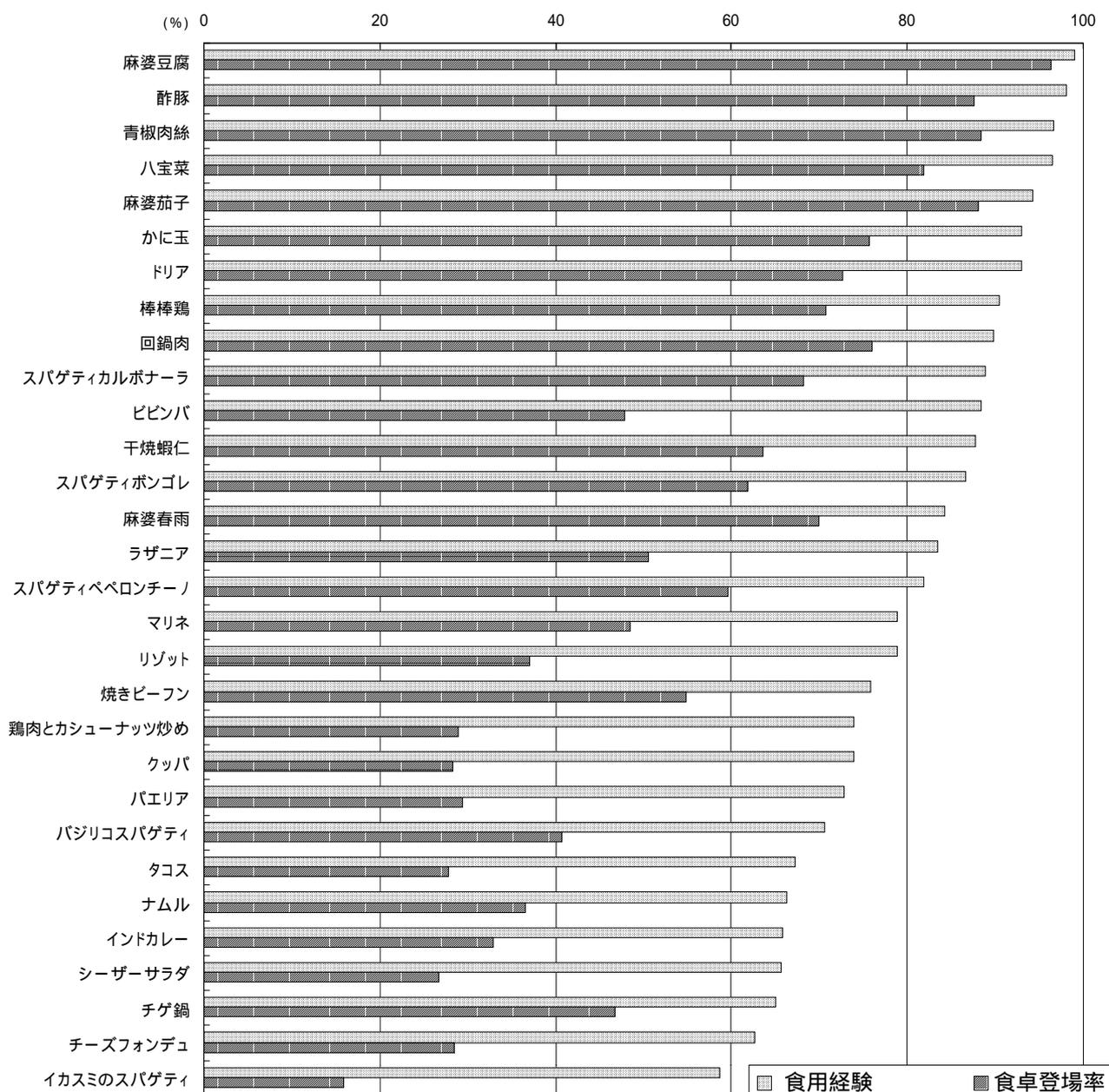
## おなじみの中華系メニューは上位独占、 イタリアンは定着段階、韓国系はまだまだこれから

世界各国のメニューについて78の選択肢をあげ、「食べたことがあるもの」「そのうち、家庭で食べたことのあるもの」をききました。

食用経験の上位は、「麻婆豆腐」「酢豚」「青椒肉絲」と、おなじみの中華メニュー - が続き、家庭での食卓登場率も比較的高いようです。中華系以外では、7位に「ドリア」、10位に「スパゲティカルボナーラ」、11位に「ビビンバ」、以下「スパゲティボンゴレ」「ラザニア」「スパゲティペロンチーノ」と続き、イタリアン系が定着してきた感があります。

いまはやりの韓国メニューは、11位に「ビビンバ」21位に「クッパ」25位に「ナムル」が登場しますが、様々な「素」が市販されている「チゲ鍋」以外は総じて食用経験に比べて家庭に登場した比率は低いようです。国別にきいた設問では、「韓国・朝鮮料理」は、3人に2人は食べたことがあり、3人に1人は「好きな・また食べたい」料理にあげているので、上位の中華メニューのように家庭で簡単に作ることのできる商品などが普及すれば、今後の定着が見込まれるでしょう。

世界のメニューの食用経験ベスト30と食卓登場率



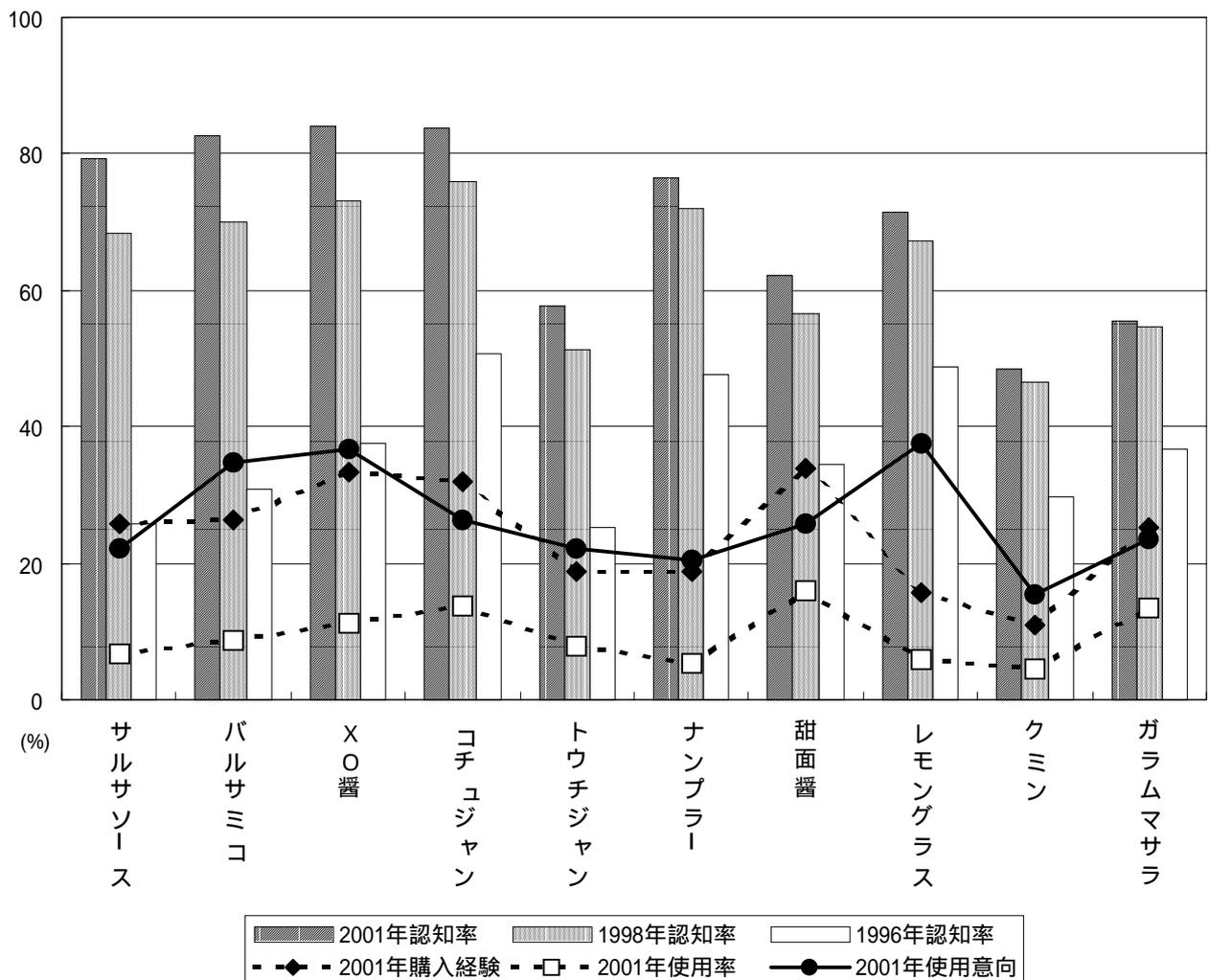
## 「サルサソース」「バルサミコ」「XO醤」

### 新しい味の《出世頭》調味料

73の調味料・スパイスのうち、「知っている」という認知率を1996年・1998年調査と比較して差がある順にベスト10をあげてみました。「サルサソース」「バルサミコ」はこの5年間で50ポイント以上急増し、認知率8割といまやほとんど誰でも知っているという域に達しました。以下は「XO醤」「コチュジャン」「トウチジャン」と続き、30ポイント以上の上昇で、これらは新しい味の《出世頭》調味料といえることができます。また、ベスト10アイテムをみると、「サルサソース」「バルサミコ」以外は中華系・韓国系・東南アジア系が占めています。ここ最近のアジアンテイストのブームの影響でしょうか。

このベスト10アイテムのなかで、今回、「買ったことのある」「よく使っている」の回答がともに高かったものは「甜面醤」「XO醤」「コチュジャン」「ガラムマサラ」で、家庭での定着も進んでいるといえるでしょう。また、「今後使ってみたい」が高かったものは「レモングラス」「XO醤」「バルサミコ」で、今後期待される調味料・スパイスのようです。

20～50代主婦でみた認知率上昇調味料ベスト10



各年次の条件を合わせるため、データはいずれも20～50代主婦を抽出して比較しました。

## 「中華だしの素」「オイスターソース」「鶏ガラスープ(粉末)」「豆板醤」 アジア系の定番に

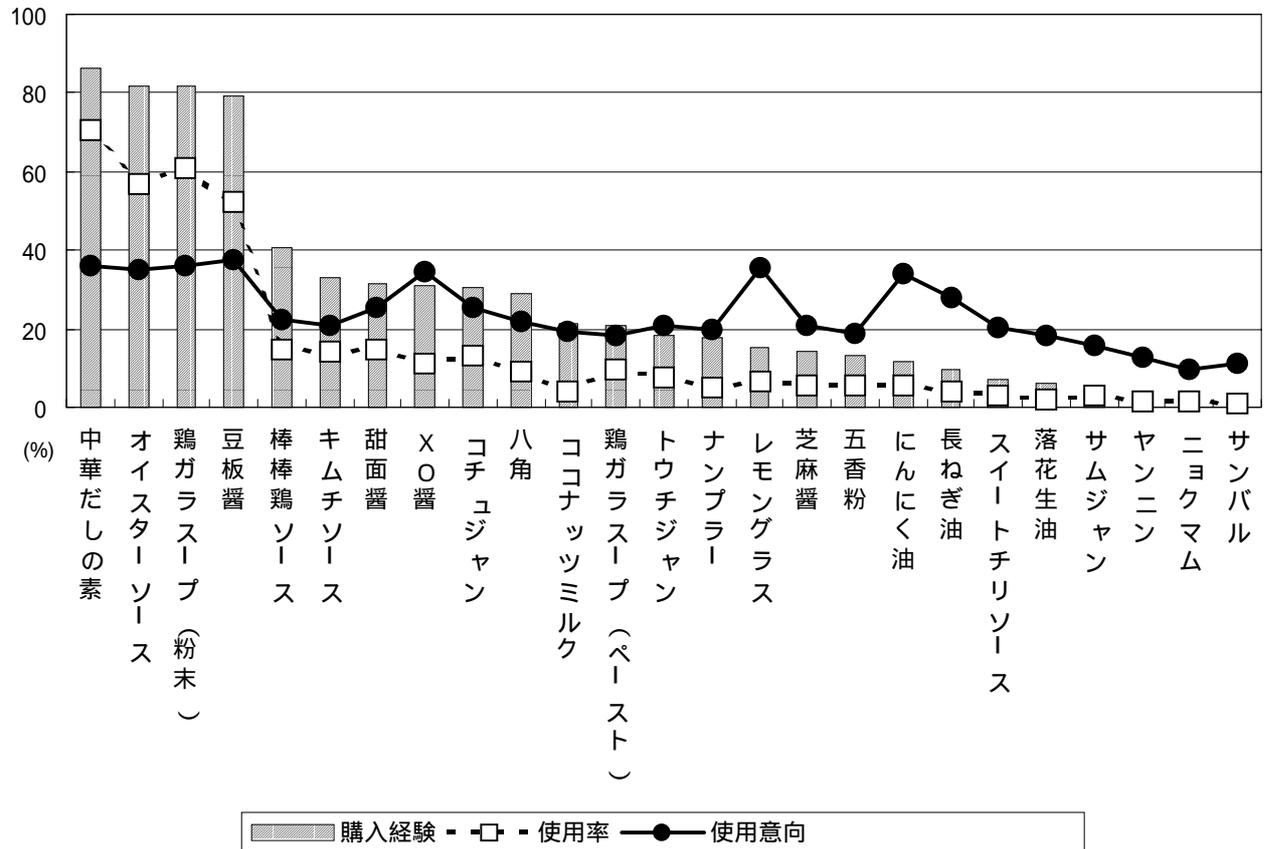
いま話題のアジア系調味料・スパイスについて、「買ったことのある」「よく使っている」「今後使ってみたい」を比較してみました。

「中華だしの素」「オイスターソース」「鶏ガラスープ(粉末)」「豆板醤」の4アイテムは、購入経験8割、使用率3～4割、今後の利用意向5～7割と、アジア系の定番調味料といえます。

次に来るものをみると、購入経験は「棒棒鶏ソース」「キムチソース」「甜面醤」「XO醤」「コチュジャン」「八角」と続き、使用率もほぼ同様の傾向です。家庭内への定着が比較的高い調味料といえます。

「今後使ってみたい」という使用意向が購入経験より15ポイント以上高く目立っているのが、「んにく油」「レモングラス」「長ねぎ油」で、以下「スイートチリソース」「落花生油」「サムジャン」「ヤンニン」と続きます。今後見聞きしたり、食べたり、売場で見かけたりする機会が増えれば、定着していく可能性があるのではないのでしょうか。

アジア系調味料の購入経験・使用率・使用意向



### **[ マーケティング・データ・バンクとは ]**

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所(略称:日能総研 社長:栄 武男 本社:東京都港区)が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です。

開設以来30年以上、日本を代表する様々な業種の企業約2,000社の企画/調査/営業/技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約12万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話1本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約12万件のお問い合わせに的確、迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

### **[ 本件についてのお問い合わせ先 ]**

(株)日本能率協会総合研究所 マーケティング・データ・バンク

担当:土井/進士 電話:03-3434-7508

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園3丁目ビル4F

**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。**