

「味の地域差に関する調査 2005 《味嗜好編》」結果の速報

東西で、中央と地方で、味の好みがどう違うのか！？

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）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（MDB）は、全国10エリアに居住する20～50代の男性・女性を対象に、「味の地域差に関する調査 2005 《味嗜好編》」を実施いたしました。本調査は、好みの面から味の地域差を明らかにするため、味の好き嫌い、好きな料理のジャンル・メニュー、代表メニューの食べ方・味付け、食生活の実態と意識等について聞き、その結果、下記のような実態が明らかになりましたので、ご報告いたします。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq231.html>)

「みそ味」は北と東海、「塩味」は北海道・東北で好き、

中国で「ガーリック味」、北海道で「バター味」が人気。

「しょうゆ味」は67%が好きな味に挙げた。「かつおだし味」が2番人気なのは首都圏、北陸・新潟、関西、四国、九州。「みそ味」が東北、北関東・甲信、東海で2位、「塩味」が北海道で2位、東北で3位と人気。

ラーメンスープの人気は、北から南へ「みそ しょうゆ 塩 とんこつ」にシフト。

全国平均では、「しょうゆ味」62%、「みそ味」53%、「とんこつスープ」50%、「塩味」48%の順。「みそ味」は、北海道、東北、北関東・甲信の北日本では6割を超えて一番人気。「しょうゆ味」は、首都圏と北陸・新潟では、7割以上の方が好き。「塩味」は、好きな人が一番多かったのが関西だった。「とんこつスープ」は、九州では7割以上が好きと答えた。

北日本と西日本は移り住んだ人にもなじみやすい味、

東海・首都圏は味になじめない人の比率も多い。

東北、九州、北海道では、移住した人の85%以上は「土地の味になじんでいる」と回答、次いで、中国、関西。移住して「まだ土地の味になじめない」人が最も多いのは首都圏の15%、東海、北関東・甲信と続く。

男性の食事作りは、自立が進んでいる首都圏、亭主関白が多い九州。

「ほとんど自分」と答えた男性が最も多いのは、首都圏の28%。首都圏では、「ほとんど自分」「自分が多いが家族も作る」「家族が多いが自分でも作る」を合わせた食事作りに関与している男性は53%と過半数に達する。「ほとんど家族」と答えた男性が最も多いエリアは、九州の74%、次いで東海と中国が67%で同率だった。

【 調査概要 】

・調査対象：下記10地域に居住する20～50代男性・女性

北海道

東北（青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県）

北関東・甲信（茨城県・栃木県・群馬県・山梨県・長野県）

首都圏（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）

北陸・新潟（新潟県・富山県・石川県・福井県）

東海（岐阜県・静岡県・愛知県・三重県）

関西（滋賀県・京都府・大阪府・

兵庫県・奈良県・和歌山県）

中国（鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県）

四国（徳島県・香川県・愛媛県・高知県）

九州（福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・

大分県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県）

・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：2,191人（発送数2,800人・有効回収率78.3%）

・調査期間：2005年7月14日（木）～20日（水）

本件の連絡先

株式会社日本能率協会総合研究所 マーケティング・データ・バンク

「生活者HOTアンケート」事務局 担当：土井

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F

TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko_doi@jmar.co.jp

「みそ味」は北と東海、「塩味」は北海道・東北で好き、 中国で「ガーリック味」、北海道で「バター味」が人気。

全国 10 エリアの男女に、32 の選択肢を挙げ、好きな味を聞いてみました。上位 15 項目までのランキングをエリアで比較したものが下の表です。

全国平均では、「しょうゆ味」は67%の人が好きな味に挙げてトップ、以下「かつおだしの味」、「みそ味」、「塩味」の順で、いずれも和風の味が半数以上の人に人気でした。

「しょうゆ味」は、全国 10 エリアの全てで 1 位でした。中でも首都圏では 75%と 4 人に 3 人が好きな味に挙げており、東北、東海、北陸・新潟でも 7 割を越えていました。

2 位以下を見ると、「かつおだし味」が 2 番人気のエリアは首都圏、北陸・新潟、関西、四国、九州でした。「みそ味」が東北、北関東・甲信、東海で 2 位、「塩味」が北海道で 2 位、東北で 3 位と人気でした。また、中国で「ガーリック味」が 2 位、関西と四国で「ぼん酢味」が 3 位に上がったのが目立っています。

洋風の味付けの中では、全国平均で最上位は「マヨネーズ味」が 6 位で 49%と半数弱、以下「カレー味」が 10 位、「チーズ味」が 11 位、「コンソメ味」が 12 位、「バター味」が 15 位と続きます。エリアごとに見ると、「マヨネーズ味」は、首都圏、北海道、東海、北関東・甲信で半数を超えているほか、北海道では「バター味」が 7 位で、半数が好きと回答しているのが目立っています。

図表 1 好きな味ランキング(MA)

	全国 (n=2191)	北海道 (n=224)	東北 (n=208)	北関東・甲信 (n=230)	首都圏 (n=224)	北陸・新潟 (n=219)	東海 (n=223)	関西 (n=232)	中国 (n=219)	四国 (n=204)	九州 (n=208)
1	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味	しょうゆ味
2	かつおだしの味	塩味	みそ味	みそ味	かつおだしの味	かつおだしの味	みそ味	かつおだしの味	ガーリック味	かつおだしの味	かつおだしの味
3	みそ味	みそ味	塩味	ガーリック味	ガーリック味	みそ味	かつおだしの味	ぼん酢味	塩コショウ味	ぼん酢味	塩コショウ味
4	塩味	塩コショウ味	ガーリック味	塩コショウ味	みそ味	塩コショウ味	塩味	塩味	かつおだしの味	マヨネーズ味	ガーリック味
5	塩コショウ味	マヨネーズ味	かつおだしの味	かつおだしの味	塩味	塩味	塩コショウ味	昆布だしの味	みそ味	みそ味	ぼん酢味
6	マヨネーズ味	かつおだしの味	塩コショウ味	マヨネーズ味	昆布だしの味	マヨネーズ味	マヨネーズ味	マヨネーズ味	マヨネーズ味	塩コショウ味	昆布だしの味
7	ガーリック味	バター味	昆布だしの味	塩味	マヨネーズ味	昆布だしの味	コンソメ味	みそ味	昆布だしの味	昆布だしの味	塩味
8	昆布だしの味	ガーリック味	マヨネーズ味	ぼん酢味	ぼん酢味	ガーリック味	てりやき味	塩コショウ味	塩味	てりやき味	マヨネーズ味
9	ぼん酢味	昆布だしの味	チーズ味	チーズ味	コンソメ味	ぼん酢味	カレー味	ガーリック味	カレー味	塩味	コンソメ味
10	カレー味	チーズ味	コンソメ味	カレー味	チーズ味	カレー味	ガーリック味	コンソメ味	ごま味	カレー味	みそ味
11	チーズ味	しょうが味	キムチ味	中華風鶏ガラスープの味	カレー味	ごま味	ぼん酢味	中華風鶏ガラスープの味	ぼん酢味	ガーリック味	ごま味
12	コンソメ味	カレー味	中華風鶏ガラスープの味	コンソメ味	バター味	バター味	チーズ味	バター味	チーズ味	コンソメ味	チーズ味
13	ごま味	わさび味	ごま味	昆布だしの味	中華風鶏ガラスープの味	コンソメ味	ごま味	ごま味	中華風鶏ガラスープの味	中華風鶏ガラスープの味	中華風鶏ガラスープの味
14	中華風鶏ガラスープの味	コンソメ味	カレー味	しょうが味	塩コショウ味	チーズ味	昆布だしの味	チーズ味	キムチ味	ごま味	カレー味
15	バター味	キムチ味	わさび味	キムチ味	ごま味	てりやき味	中華風鶏ガラスープの味	カレー味	わさび味	いりこだしの味	バター味

チーズ味

70%以上

50%以上

40%以上

30%以上

ラーメンスープの人気は、 北から南へ「みそ しょうゆ 塩 とんこつ」にシフト。

全国 10 エリアの男女に、好きなラーメンのスープについて、聞いてみました。

全国平均では、「しょうゆ味」62%、「みそ味」53%、「とんこつスープ」50%、「塩味」48%の順でした。

エリア別にみると、「みそ味」は、北海道、東北、北関東・甲信の北日本で、6割を超えて一番人気です。特に東北では3人に2人は「みそ味」好きでした。

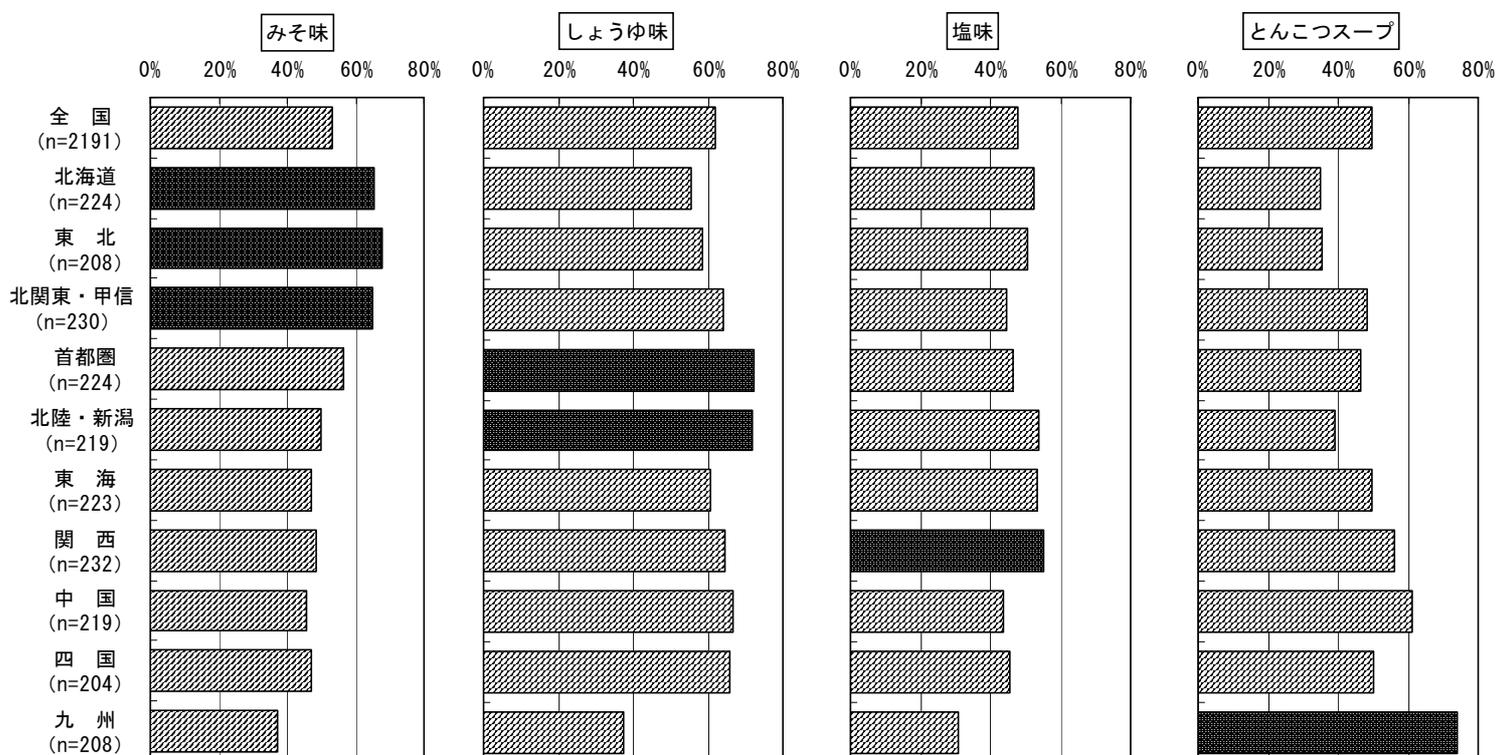
全国で人気の「しょうゆ味」は、首都圏から四国にかけて一番人気です。特に、首都圏と北陸・新潟では、7割以上の方が好きと答えています。

「塩味」は、北海道、東北、北陸・新潟、東海、関西で半数以上の方が好きと答えましたが、他のエリアも僅差で、地域差が比較的少ないスープです。その中で、好きな人が一番多かったのが関西でした。

「とんこつスープ」は、関西、中国、四国、九州の西日本では、半数以上の方が好きと答えており、くっきりと東西の好みが分かれたスープでした。特に、とんこつの本場九州では7割以上が好きと答える一方、「しょうゆ味」「みそ味」「塩味」共に3割台と、他の味を抑えて圧倒的な人気を誇ります。

ラーメンのスープの人気は、北から南にかけて、「みそ味」↓「しょうゆ味」↓「塩味」↓「とんこつスープ」と、シフトしていきます。特に、両極の「みそ味」と「とんこつスープ」は、この結果からもはっきりとした地域差が現われました。

図表2 好きなラーメンのスープ(MA)



北日本と西日本は移り住んだ人にもなじみやすい味、 東海・首都圏は味になじめない人の比率も多い。

現在住んでいる地域の土地の味になじんでいるかどうか聞いてみました。全国平均では、「他の地域から移り住んでこの土地の味になじんでいる」という人が過半数を超え52%、「親の代から住んでいる」人が37%、「他の地域から移り住んでまだこの土地の味になじめない部分がある」人が11%でした。

「親の代から住んでいる」人が最も多いエリアは北陸・新潟の49%、以下、東北、四国、北関東・甲信の順で、約4割でした。

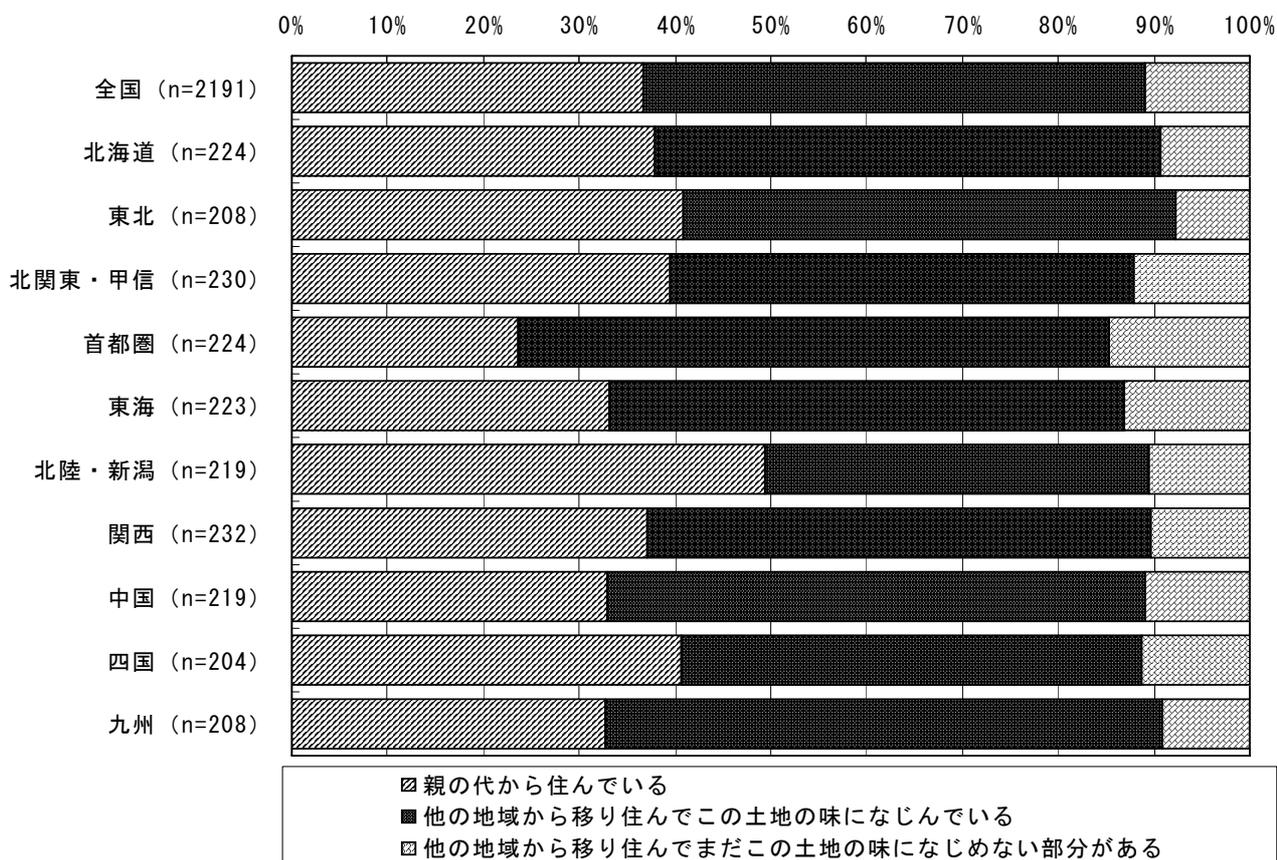
移住して「土地の味になじんでいる」人が最も多いエリアは、首都圏の62%、以下、九州、中国、東海、北海道、関西、東北の順で、いずれも過半数でした。

移住して「まだ土地の味になじめない」人が最も多いエリアも首都圏の15%でした。以下、東海、北関東・甲信と続きます。

「親の代から住んでいる」という人を除いてみると、東北、九州、北海道では、移住した人の85%以上は「土地の味になじんでいる」と回答、次いで、中国、関西でした。日本列島の北と西の食文化は、移り住んできた人にも受け入れられやすい味なのでしょう。

「まだ土地の味になじめない」人の比率が多いのは、北陸・新潟、北関東・甲信、東海、首都圏、四国の順でした。北陸・新潟、北関東・甲信、四国は親の代から住んでいる人の多いエリアとも重なり、いずれも大都市の外周でありながら、移り住む人が少なく、よそ者にはなじみにくい、独自の食文化圏を守っているエリアといえるのでしょう。一方、東海、首都圏は、移住者が多い都市圏ですが、味の多様性・新奇性があるように見え、逆になじみにくい側面があるのかもしれない。

図表3 居住地域の土地の味へのなじみ状況(SA)



男性の食事作りは、

自立が進んでいる首都圏、亭主関白が多い九州。

自宅での食事は、誰が作ることが多いか聞いてみました。全国平均では、男性は「ほとんど家族」が61%に対し、「ほとんど自分」は13%でした。一方、女性は「ほとんど自分」が69%に対し、「ほとんど家族」は13%と、食事作りへの関与は男女で逆転します。

男性について、食事への関与を全国10エリアで比較してみたのが下記のグラフです。

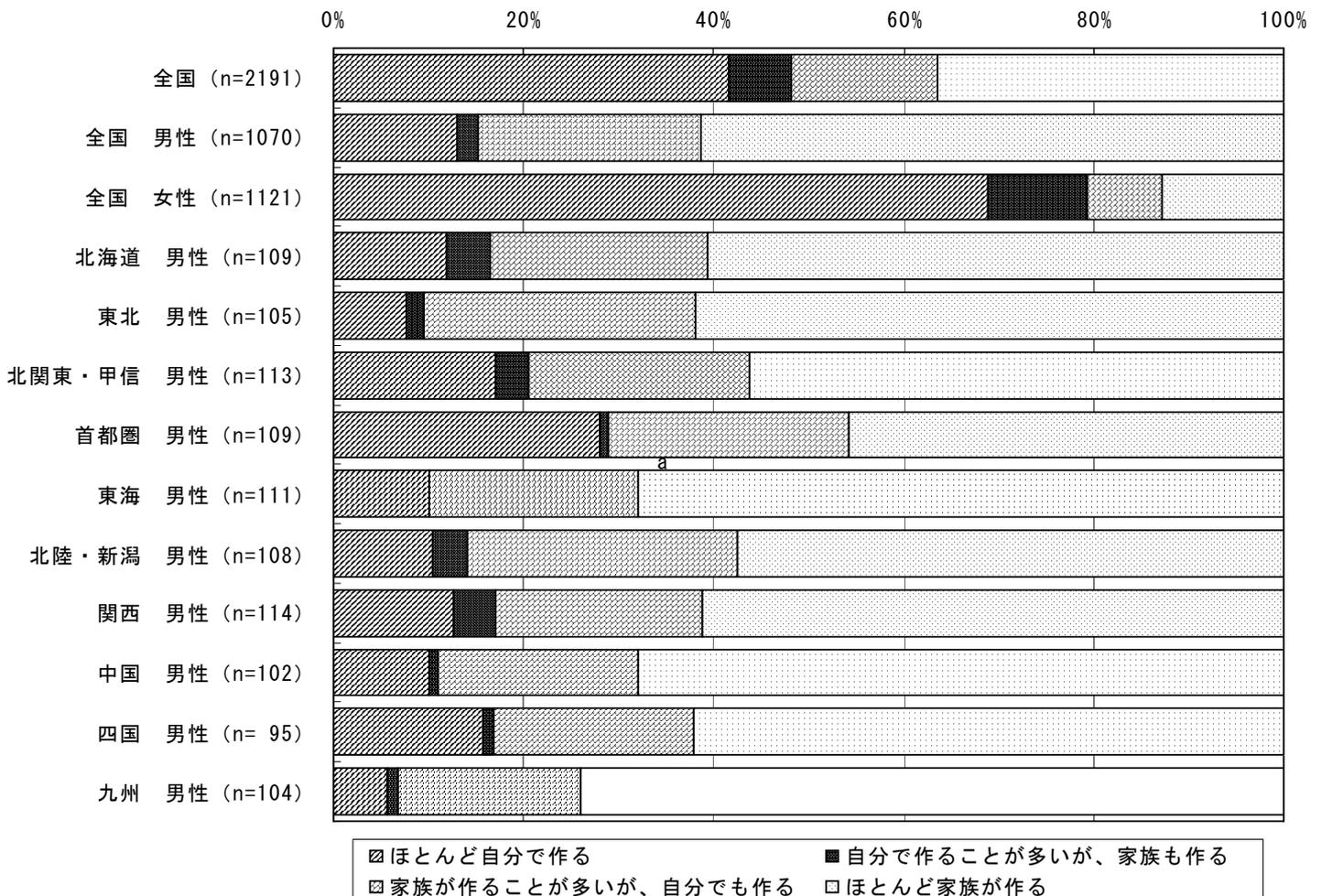
「ほとんど自分」と答えた男性が最も多いエリアは、首都圏の28%でした。首都圏では、「ほとんど自分」「自分が多いが家族も作る」「家族が多いが自分でも作る」を合わせた食事作りに関与している男性は53%と過半数に達します。次いで、北関東・甲信、北陸・新潟と続き、男性の自立の進んでいるのは東日本といえます。

逆に、「ほとんど家族」と答えた男性が最も多いエリアは、九州の74%、次いで東海と中国が67%で同率でした。一般的なイメージどおり、亭主関白の多い九州といえます。

「家族が多いが自分でも作る」という、手伝っている自覚が一番多いのが東北男性の29%でした。東北では「ほとんど自分」と答えた男性が九州に次いで少ないので、自立というより、家族間での気遣い意識の高いエリアということがいえます。

一方、「家族が多いが自分でも作る」が一番少ないのが九州男性の19%で、東海、関西、中国、四国はいずれも20%前後でした。この結果からも西日本、特に九州では手伝いもしない男性が多いという結果でした。

図表4 男性の食事作り(MA)



「味の地域差に関する調査 2005《味嗜好編》」は、全国10エリアに居住する20～50代の男性・女性を対象に、好みの面から味の地域差を明らかにするため、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

味の好き嫌い

好きな料理のジャンル・メニュー

代表メニューの食べ方・味付け

(和風めん類・冷やし中華・ラーメン・鍋料理・フライ・天ぷら・サラダ・みそ汁・スープ)

食生活の実態と意識

【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400,000円(税込420,000円) / M D B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・70ページ・2005年9月発行

(2) 集計結果表：A4判・460ページ・2005年8月発行

(3) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

本調査の報告書はご購入いただいた企業以外は入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

本調査は、味の好み・家庭料理に使う調味料の実態からみた、食のエリア別マーケティングのための基本データです。今回はその中から、「好きな味ランキング」「好きなラーメンのスープ」「居住地域の土地の味へのなじみ状況」「男性の食事作り類」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/hotanq231.html>)

【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(社長：榮 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(<http://www.jmar.co.jp/MDB/>)

開設以来36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15万点の蔵書を有し、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。

本件の連絡先

株式会社日本能率協会総合研究所 マーケティング・データ・バンク
「生活者HOTアンケート」事務局 担当：土井

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F

TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko_doi@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。