

## 「メニューからみた調理スタイルに関する調査」結果の速報 — 「餃子」「カレー」で中食より“家ごはん”、 若い主婦はエコ・安全より生活防衛 —

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、2008年7月に首都圏・中部圏・関西圏在住の主婦（既婚女性）を対象に、「メニューからみた調理スタイルに関する調査」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・加工食品の利用、③買い物行動の変化、④料理や食事作りの意識と行動について、調査を企画・実施いたしました。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/hotanq30.html>)

### ◆お助け“家ごはん”の王様は「カレー」、 「味噌汁」「焼き魚」「サラダ」「野菜炒め」は家庭料理の定番。

「月に1回以上登場」は、「味噌汁」「焼き魚」「野菜サラダ」「和風めん類」「カレー」「中華めん類」「野菜炒め」「豆腐料理」「刺身」「餃子」が7割以上。「手作りが多い」は、「カレー」「味噌汁」「焼き魚」「サラダ」「野菜炒め」「肉じゃが」が7割以上、お助けメニューは「カレー」が53%。

### ◆ひき肉・野菜を混ぜ、市販の皮に包んで、フライパン。

「餃子」作りは、みんなで楽しむ“家ごはん”。

月1回以上登場は71%、手作りメニューは44%。6割以上が「野菜を刻む」「ひき肉に材料を混ぜ」「市販の餃子の皮」「包む」「フライパンで焼く」の5項目。「包むのは何人かで楽しみながら」24%。

### ◆惣菜・インスタント利用の抵抗感は希薄化進む、

冷凍食品中心に、2年間で利用率は大幅に後退。

ほとんどの項目で抵抗感は減少。増加は「調理済み冷凍食品を使う」「素材の冷凍食品を使う」。よく行うことは、「スーパーの惣菜」54%、「レトルトのルーやソース」40%が10ポイント以上減少、「素材の冷凍食品」21ポイント減、「市販の合わせ調味料」20ポイント減。

### ◆あの手この手で生活防衛。

安さ求める20代主婦、エコ・安全性配慮は60代主婦。

「買い物にエコバックを持参する」68%、「旬の食材」58%、「ポイントを集めている店」54%。以下「安い店」「必要な量」「特売品や見切り品」「安いPB」「お米にあう食材」と生活防衛の様子。

## 【 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「J-FAXリサーチ」システム利用によるFAX調査
- ・ 有効回収数 : 1,054人(発送数1,500人、有効回収率70.3%)
- ・ 調査実施日 : 2008年7月10日(木)～16日(水)

### 《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

## ◆お助け“家ごはん”の王様は「カレー」、 「味噌汁」「焼き魚」「サラダ」「野菜炒め」は家庭料理の定番。

47 項目のメニューについて、図表1 の通り、6 通りの聞き方をしました。

「月に1回以上食卓に登場」するのは、「味噌汁」「焼き魚」「野菜サラダ」「和風めん類」「カレー」「中華めん類」「野菜炒め」「豆腐料理」「刺身」「餃子」がベスト10で7割以上の出現率でした。

「手作りすることが多い」メニューは、「カレー」「味噌汁」「焼き魚」「サラダ」「野菜炒め」「肉じゃが」が7割以上、いかにも家庭料理というメニューです。

一方、「冷凍食品・レトルト食品・インスタント食品・市販の惣菜等を利用して食卓に出すことの多い」という中食利用メニューは、「コロッケ」が54%とトップ、「シュウマイ等中華点心」「餃子」が44%と続きます。

「忙しいとき・時間がないときによく登場する」というお助けメニューは「カレー」が53%とトップ、「誕生日等ちょっとしたイベントのとき」は「寿司」が73%とトップでした。

「味噌汁」「焼き魚」「サラダ」「野菜炒め」は登場頻度も高く、手作りしている自覚も高い、家庭料理の定番といえます。また「カレー」は、月1回以上登場し、手作りが多く、忙しいときに登場するので、主婦にとって簡単に作れる・作り置きできるお助けメニューなのでしょう。

図表1 食卓に登場するメニューランキング

全体(n=1054)

月1回以上登場するメニュー	手作りが多いメニュー	中食利用の多いメニュー	多忙時のお助けメニュー	イベントに登場するメニュー	本格的に手作りしたいメニュー
味噌汁	カレー	コロッケ	カレー	寿司	オープン料理
焼き魚	味噌汁	シュウマイ等中華点心	中華めん類	刺身	豚の角煮
野菜サラダ	焼き魚	餃子	和風めん類	から揚げ	餃子
和風めん類	野菜サラダ	寿司	丼もの	ピザ	ピザ
カレー	野菜炒め	ピザ	パスタ	焼き肉	シュウマイ等中華点心
中華めん類	肉じゃが	刺身	刺身	鍋料理	シチュー・ポトフ等の煮込み料理
野菜炒め	和風めん類	サンドイッチ等	寿司	味つきのご飯	グラタン
豆腐料理	野菜のおひたし・和え物	焼き鳥・照り焼き	コロッケ	野菜サラダ	カレー
刺身	ハンバーグ	から揚げ	餃子	ハンバーグ	味つきのご飯
餃子	しょうが焼き	トンカツ等フライ	野菜炒め	パスタ	パスタ
パスタ	中華めん類	魚介類のフライ	しょうが焼き	ポテトサラダ	ハンバーグ
野菜のおひたし・和え物	ポテトサラダ	中華めん類	焼き魚	天ぷら	乾物の煮物
スープ	味つきのご飯	パスタ	味つきのご飯	トンカツ等フライ	コロッケ
ポテトサラダ	かぼちゃの煮物	グラタン	麻婆豆腐・麻婆ナス等	オープン料理	天ぷら
から揚げ	パスタ	天ぷら	鍋料理	グラタン	寿司
野菜の煮物	丼もの	カレー	サンドイッチ等	シチュー・ポトフ等の煮込み料理	煮魚
味つきのご飯	から揚げ	野菜フライ	味噌汁	餃子	野菜の煮物
肉じゃが	スープ	麻婆豆腐・麻婆ナス等	シュウマイ等中華点心	スープ	鍋料理
ハンバーグ	煮魚	ハンバーグ	豆腐料理	おでん	麻婆豆腐・麻婆ナス等
乾物の煮物	豆腐料理	ポテトサラダ	シチュー・ポトフ等の煮込み料理	カレー	きんぴら

70%以上

60%以上

50%以上

40%以上

40%未満

◆ひき肉・野菜を混ぜ、市販の皮に包んで、フライパン。  
「餃子」作りは、みんなで楽しむ“家ごはん”。

「餃子」について、関連する項目を見てみました。

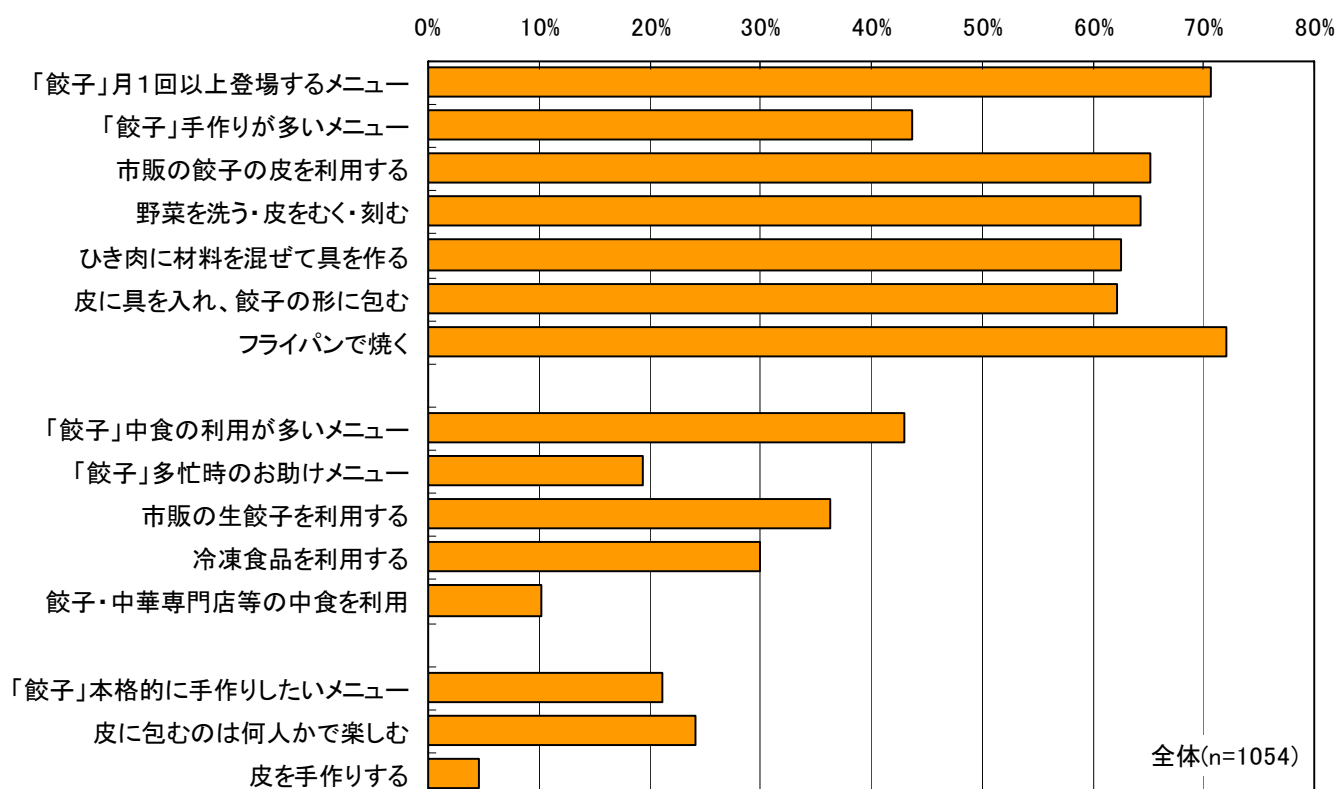
「餃子」が月に1回以上食卓に登場する人は71%、手作りメニューに挙げた人は44%でした。「餃子を家庭で食べる場合の多いパターン」で6割以上の方が挙げたのは、「市販の餃子の皮を利用する」「野菜を洗う・皮をむく・刻む」「ひき肉に野菜・調味料等の材料を混ぜて具を作る」「皮に具を入れ、餃子の形に包む」「フライパンで焼く」の5項目でした。月1回以上登場する家庭の「餃子」は、皮だけは市販のものを利用しますが、野菜を刻んでひき肉に混ぜ、手で包んでフライパンで焼く、という概ね手作りのパターンが多いようです。

一方、中食利用メニューに「餃子」をあげた人は43%、お助けメニューでは19%でした。「市販の生餃子」「冷凍食品」の利用も3割前後挙がっており、今年1月の毒入り冷凍餃子事件から半年後の調査で、既にほとぼりがさめたのか、激減して3割なのか、意外と利用されているようです。

また、本格的に手作りしたいメニューに「餃子」を挙げた人は21%でした。「皮を包むのは何人かで楽しみながら行う」という人が24%、「皮を手作りする」という人も5%出現しました。この3項目はいずれも、30代で最も高くなっており、お子様のいる家庭で本格手作りのプロセスをイベント化し、家族で楽しむ様子が伺えます。

「餃子」は元々、手作り家庭料理でもあり、「餃子パーティ」という言葉もあるくらいイベント性も高く、一方で冷凍食品や惣菜などの中食を手軽に利用できるメニューでもあり、場面によって使い分けられていたのでしょう。それが、冷凍餃子事件の影響から、楽しみながら作る“家ごはん”の代表メニューとして強く意識されるようになったものと思われます。

図表2 「餃子」のポジショニング・食卓登場パターン (MA)



## ◆惣菜・インスタント利用の抵抗感は希薄化進む、 冷凍食品中心に、2年間で利用率は大幅に後退。

様々な中食・外食の利用について、普段の行動と抵抗感を聞いてみたのが、図表3の結果です。

抵抗感が一番強かったのは、「インスタント食品だけで夕食」62%、次いで「買った惣菜をトレーのまま食卓」57%、「買った惣菜だけで夕食」47%「ファーストフードで夕食」45%、「コンビニ弁当で夕食」41%と続きます。“夕食”時や“それだけ”“そのまま”という極端なシーンでの中食利用に抵抗感が大きいようです。

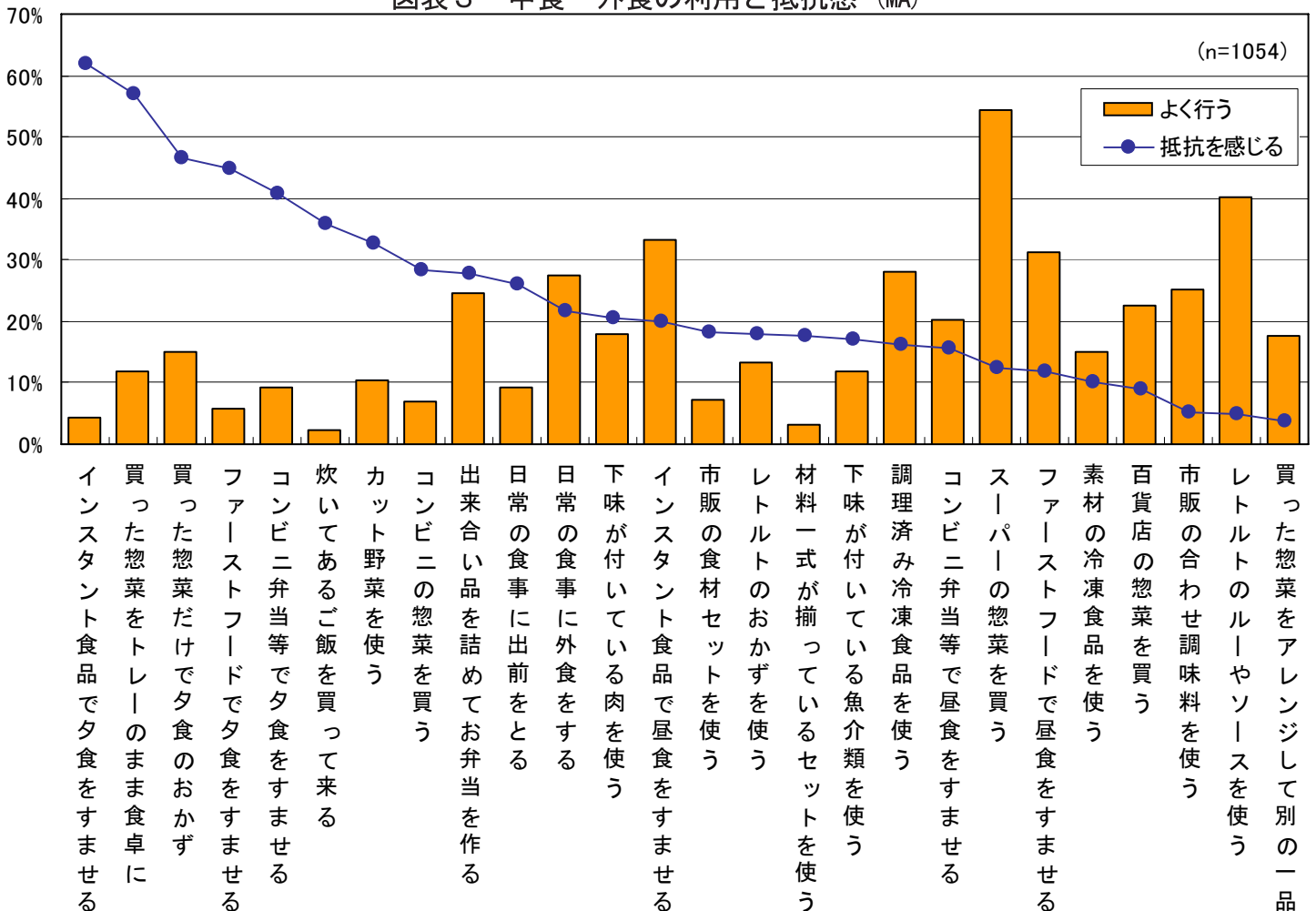
抵抗感を2006年(\*1)と比較すると、ほとんどの項目で抵抗感は減少していました。その中で4ポイントですが増加が目立ったのは「調理済み冷凍食品を使う」「素材の冷凍食品を使う」でした。

よく行うことは、「スーパーの惣菜を買う」54%、「レトルトのルーやソース(カレーやパスタソース等)を使う」40%が上位ですが、2年前と比較して10ポイント以上減少しています。特に利用率の減少が目立つのが、「素材の冷凍食品を使う」21ポイント減、「市販の合わせ調味料(材料に加える特定メニュー専用のソース等)を使う」20ポイント減でした。

この2年間で、中食・外食の利用の抵抗感については減少傾向といえ、利用することの後ろめたさが希薄になっていくという戦後から続くトレンドのままでした。しかしながら、実際の行動となると明らかに利用する人が減少しており、特に冷凍食品に逆風が強かったようです。

(\*1)「これからの家事スタイルに関する調査《調理行動編》」2006年6月～7月調査、首都圏・中部圏・関西圏在住の20～60代主婦(既婚女性)1,094人対象 ⇒ <http://www.jmar.biz/hot/hotanq251.html> にてニュースリリース公開

図表3 中食・外食の利用と抵抗感 (MA)



## ◆あの手この手で生活防衛。

### 安さ求める20代主婦、エコ・安全性配慮は60代主婦。

現在、食品の購入に際してどのようにしているか聞いてみました。

トップは「買い物にエコバックを持参する」の68%、次いで「旬の食材を選ぶ」58%、「ポイントを集めている店に行く」54%でした。

1位の「エコバック」は身近な“プチエコ”の象徴となりました。2位の「旬」はスローフードや地産地消に通じるエコ意識・安全意識であると同時に、季節の安いものという意識もありそうです。

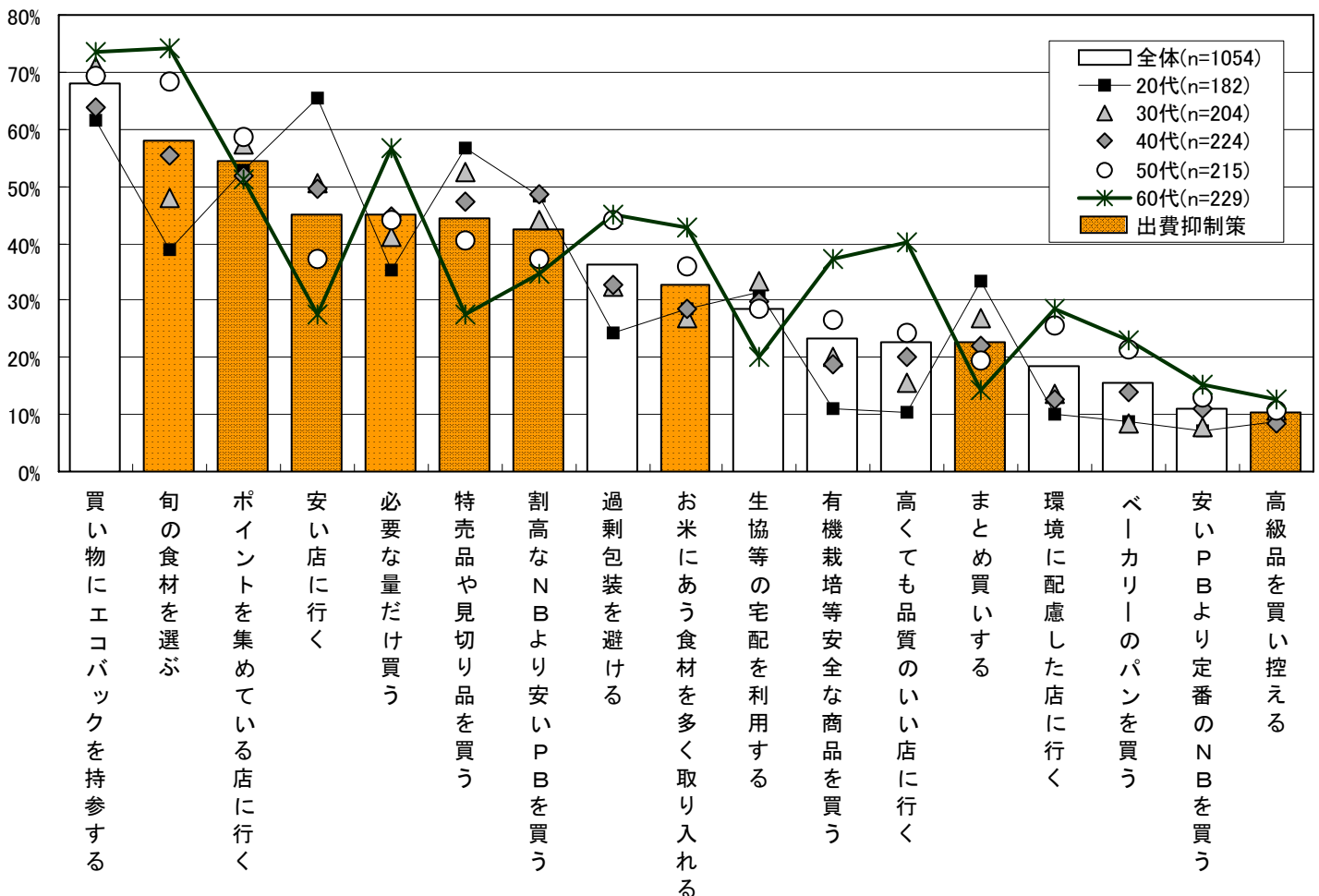
3位以下は「ポイント」「安い店」「必要な量」「特売品や見切り品」「安いPB」「お米にあう食材」と、あの手この手で出費を抑え、生活防衛している様子が伺えます。

一方、「生協等」「有機栽培等の安全な商品」「高くても品質のいい店」という安心・安全・品質重視の人は3割に満たない状況です。

年代別に比較すると、20代主婦は「安い店」「特売品や見切り品」「安いPB」「まとめ買い」が高く、いかに出費を抑えるか努力している様子が見受けられます。現在の20代女性の中で既婚者は少数派ですが、乳幼児をかかえた専業主婦が多く世帯年収も低いので、生活防衛が切実なのでしょう。

一方60代は、「旬」「必要な量」「過剰包装を避ける」「お米にあう食材」「有機栽培」「高くても品質のいい店」「環境に配慮した店」「ベーカリーのパン」と、エコ・安心・安全・品質に配慮するゆとりが感じられ、出費を抑える工夫も日本の食生活を見直すことで実践しているようです。

図表4 現在の食品購入の留意点(MA)



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・加工食品の利用
- ③買い物行動の変化
- ④料理や食事作りの意識と行動について、

について、調査を企画・実施いたしました。

本調査は、食品マーケティングのための基礎データです。今回はその中から、「食卓に登場するメニューランキング」「『餃子』のポジショニング・食卓登場パターン」「中食・外食の利用と抵抗感」「現在の食品購入の留意点」に焦点を当て、結果の速報を報告しております。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotang30.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 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・60ページ・2008年9月発行
  - (2) 集計結果表：A4判・425ページ・2008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》

＝ 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  
<http://www.jmar.biz/hot/>

**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。**