

「おやつ・間食に関する実態調査2014」結果の速報

菓子・スイーツ・軽食でも進む個食化

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、2008年・2011年に続き、昨年12月に首都圏在住の15～69歳の男女個人を対象に、「おやつ・間食に関する実態調査2014」を実施いたしました。本調査は、菓子・スイーツ・軽食を含めた“おやつ（間食）マーケット”の全貌を明らかにするため、よく食べるおやつ、おやつのジャンル別の食用実態、おやつのジャンル別の購入実態、おやつ素材の嗜好、おやつについての意識と実態について、調査を企画・実施いたしました。また、対象者の子供に対しておやつの嗜好や習慣を聞いた〔子供調査〕を並行して実施いたしました。その結果、おやつについて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/hotanq50.html>）

おやつを買うのに「自分のこづかい」さらに定着。

女性20代、“こづかい”で“コンビニの手作りデザート”。

「自分のこづかいで買うことが多い」は48%、2008年から男性20代・40代・50代、女性20代・30代・40代は毎回増加。「コンビニで手作り風デザートを買うことが増えた」人は、全体では27%。

「パン類」「くだもの」「チョコレート」は月1回以上9割。

「ヨーグルト」「くだもの」食べる頻度微増。

「パン類」が95%、「くだもの」「チョコレート」が9割前後、「ヨーグルト」「カップめん・インスタント食品」「せんべい・あられ・おかき」「スナック菓子」が8割台。

おやつシーンは「家族団らん」から「1人」へ。

「パソコンやスマホ」シーンが急増。

「家族の団らんの時」は「ケーキ・洋菓子」で65%、「1人の時」は「チョコレート」が57%。

好きなベスト3は「いちご」「みかん」「なし」。

好きでも食べられない「ブルーベリー」「マンゴー」。

好きは「いちご」が79%、以下「みかん」「なし」が7割台、「りんご」「ピーチ」「メロン」が6割台。

子供が家で食べるのは「スナック」「アイス」「チョコ」。

母が手作りする子は「クッキー」を家でよく食べる。

小中学生が家でよく食べるのは「スナック菓子」「アイスクリーム・シャーベット」「チョコレート」が6割以上、以下、「パン類」「あめ・キャラメル」「その他軽食」「くだもの」。

【調査概要】

- ・ 調査対象 : 首都圏在住の 15～69歳の男女個人〔子供調査〕同居する小・中学生
- ・ 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 : 1,166人(発送数1,500人、有効回収率77.7%)〔子供調査〕回答有202人
- ・ 調査実施日 : 2013年11月28日(木)～12月4日(水) 2013年12月2日(月)～6日(金)

《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

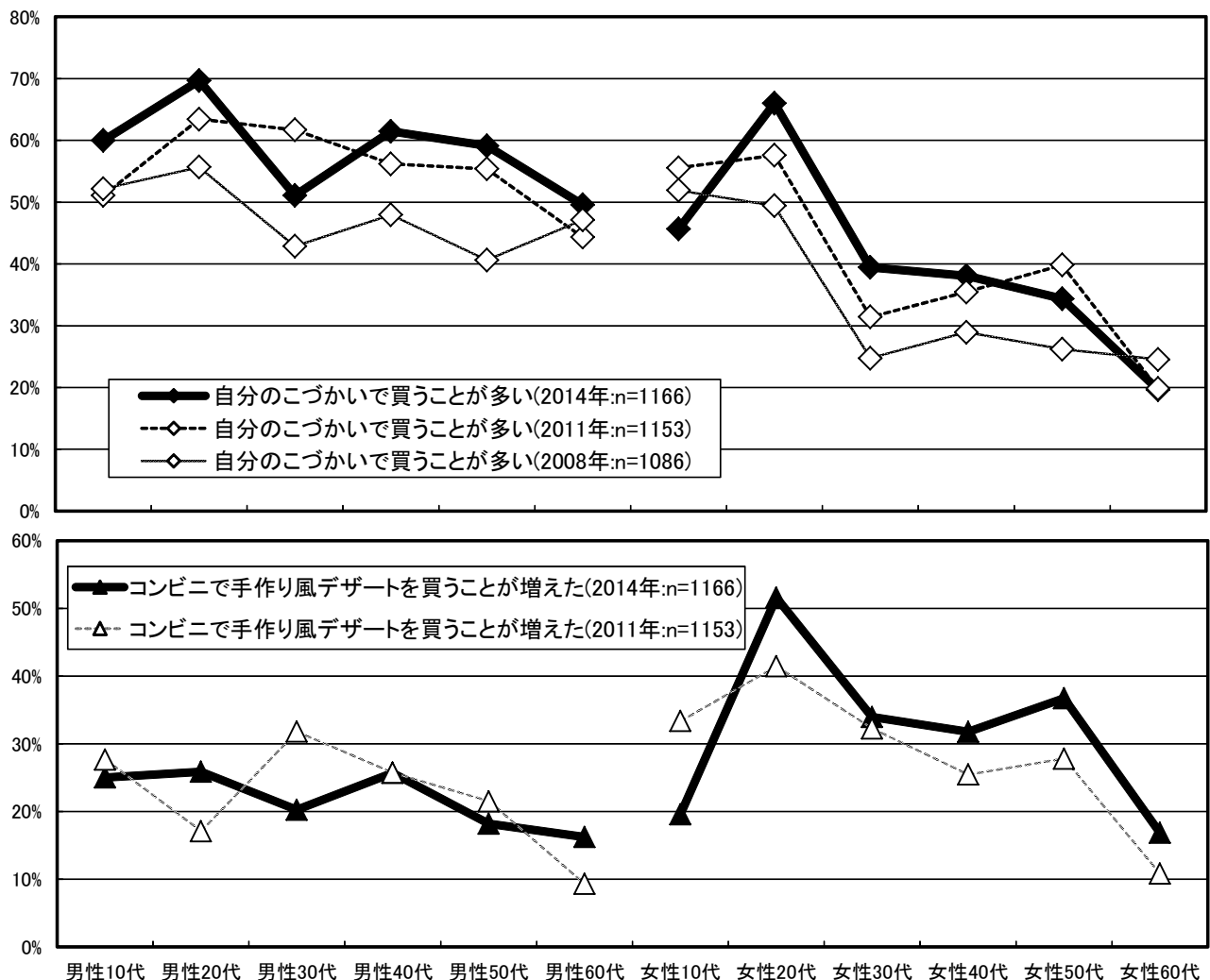
おやつを買うのに「自分のこづかい」さらに定着。 女性20代、“こづかい”で“コンビニの手作りデザート”。

おやつに関する実態について、あてはまるものを選んでもらい、性・年代別に比較しました。

「自分のこづかいで買うことが多い」人は、全体では48%で、男女とも20代が7割弱と多いが目立っています。過去と比較すると、2008年から9ポイント増加しました。男性20代・40代・50代、女性20代・30代・40代は2008年から毎回増加傾向です。中でも、男女とも20代の増加が顕著です。未婚の多い20代男女で、自分のこづかいを菓子やデザートに使う人が多く増えているほか、既婚者の多いミドル男女でも、こづかいを菓子やデザートに費やす人が着実に増加していました。

「コンビニで手作り風デザートを買うことが増えた」人は、全体では27%です。その中で、女性20代は5割を超えて各年代中最も多く、2011年から10ポイント増加して目立っています。次いで、女性30代～50代は3割以上となり、いずれも2011年より増加しました。また男性では、男性20代が26%と、2011年から9ポイント増加していました。ここ数年一世を風靡したコンビニスイーツは、ますます定着が進み、特に女性20代で増加したようです。

図表1 おやつに関する実態 (MA)



「パン類」「くだもの」「チョコレート」は月1回以上9割。 「ヨーグルト」「くだもの」食べる頻度微増。

19ジャンルのおやつについて、食べる頻度を聞きました。

「月に1回程度」以上の頻度を合計した比率を見ると、「パン類」が95%とトップ、次いで「くだもの」「チョコレート」が9割前後、以下「ヨーグルト」「カップめん・インスタント食品」「せんべい・あられ・おかき」「スナック菓子」が8割台で続きます。

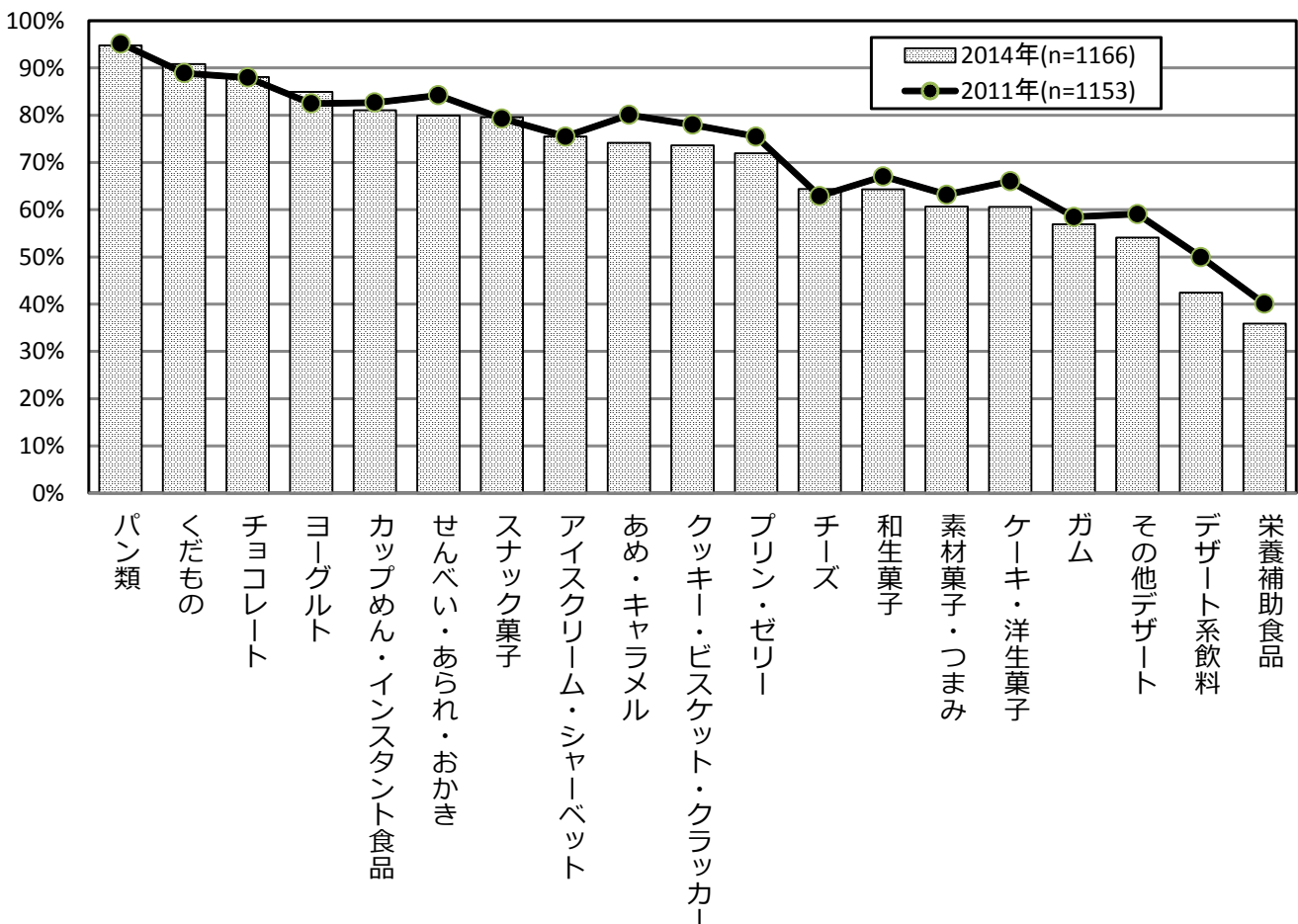
「パン類」はどの年代でも9割以上が月に1回以上食べています。このジャンルは「甘い菓子パン」「甘くない惣菜パン」「調理パン」「ホットドッグ・ハンバーガー」を内訳として聞いていますが、おやつ・間食として食べる比率は「甘い菓子パン」が半数強と多い以外は3割に達せず、食事として食べる人が多いようです。

「くだもの」は男性20代で月に1回以上食べる人が8割を下回り若干少ないほかは、どの年代でも8割以上とよく食べています。その中で女性60代は「週に4～6回程度」以上で85%に達し、高頻度でした。

「チョコレート」は、女性10代～50代と男性10代では月に1回以上食べる人が9割を超えます。特に男女とも10代で高いのが目立っています。

2011年と比較すると、全体的には食べる頻度が低下傾向でしたが、「ヨーグルト」「くだもの」「チーズ」が微増していました。一方、「あめ・キャラメル」「ケーキ・洋菓子」を月に1回以上食べる人は5ポイント以上減少していました。

図表2 月に1回以上食べるおやつのジャンル (SA)



おやつシーンは「家族団らん」から「1人」へ。 「パソコンやスマホ」シーンが急増。

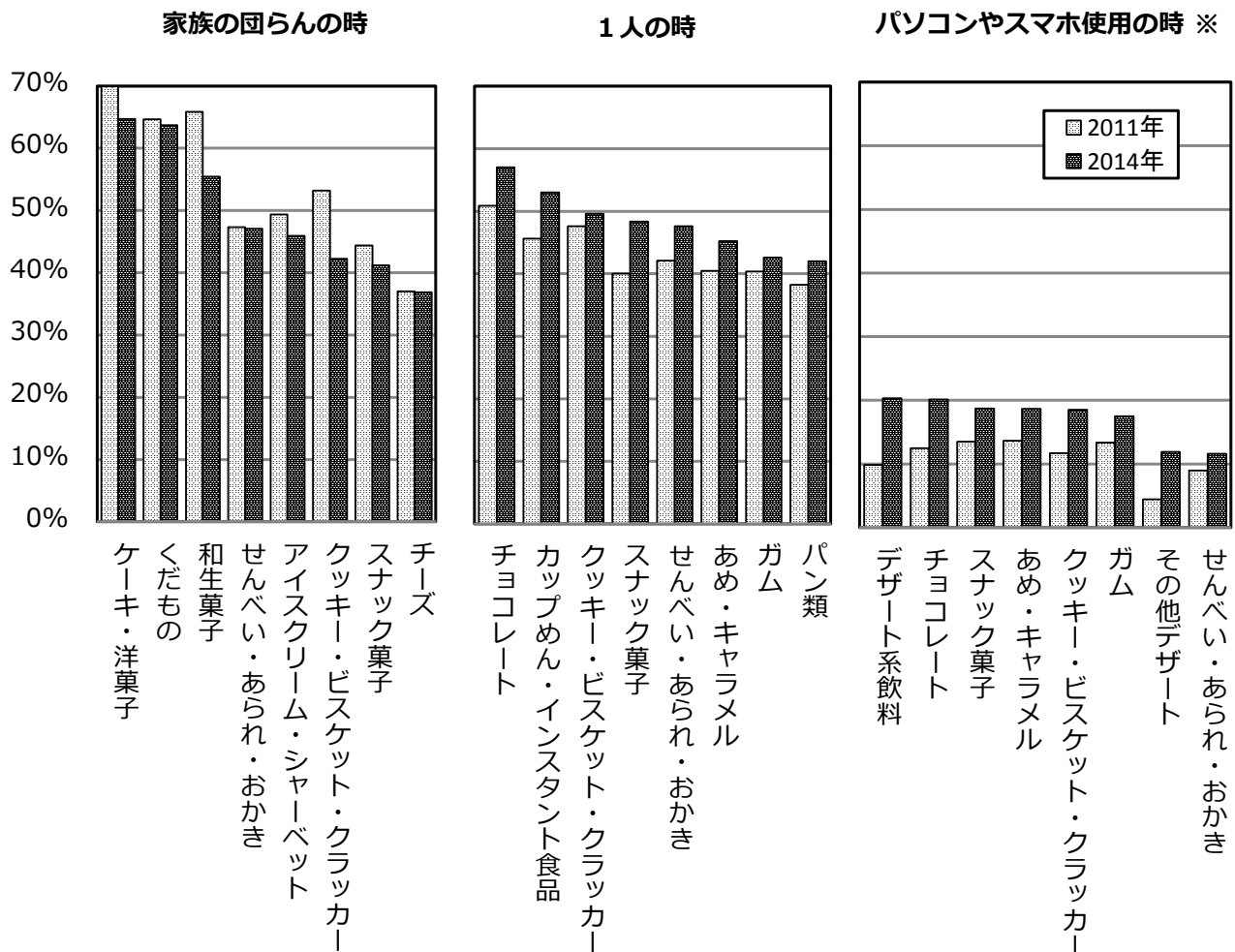
よく食べるおやつジャンルについて、食べる場面を聞き、場面ごとにジャンルを比較しました。「家族の団らんの時」という回答は、「ケーキ・洋菓子」で65%とトップ、次いで「くだもの」「和生菓子」が半数以上でした。この図表3に挙げた8ジャンルが、家族団らんシーンのおやつということができます。しかしながら、2011年と比較すると、すべてのジャンルで減少しており、特に「和生菓子」「クッキー・ビスケット・クラッカー」は10ポイント以上減少していました。

「1人の時」は、「チョコレート」が57%とトップ。以下「カップめん・インスタント食品」「クッキー・ビスケット・クラッカー」「スナック菓子」「せんべい・あられ・おかき」で、これらはおやつや軽食を食べるとき、1人シーンが多いジャンルといえます。上位8ジャンルは全て2011年より増加しており、「チョコレート」「カップめん・インスタント食品」「スナック菓子」「せんべい・あられ・おかき」「あめ・キャラメル」は5ポイント以上増加していました。

また、「パソコンやスマートフォンを使っている時」は「デザート系飲料」「チョコレート」の飲食場面でようやく2割を超え、2011年と比べると各10ポイント・8ポイント増加していました。図表3の上位8ジャンル中6ジャンルで5ポイント以上増加と、パソコンやスマホと一緒に楽しむ場面の増加が目立ちます。

おやつを食べるシーンは、家族団らんから1人にシフトしつつある、特にスマホをいじりながらという場面が急増中という結果でした。

図表3 おやつを食べる場面(MA)



2014年は「パソコンやスマートフォンを使っている時」、2011年は「パソコンを使っている時」と表記

好きなベスト3は「いちご」「みかん」「なし」、 好きでも食べられない「ブルーベリー」「マンゴー」。

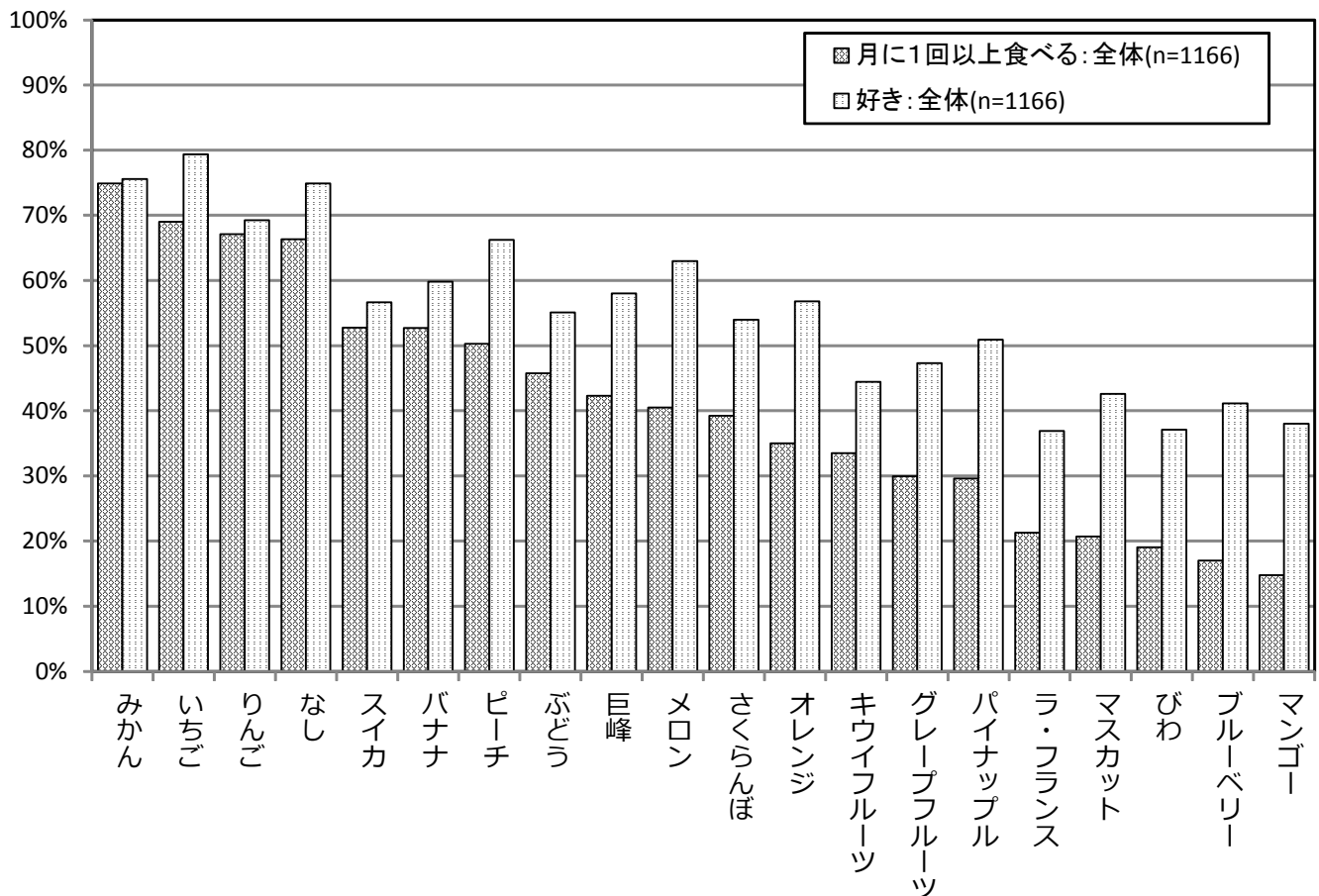
くだもの選択肢を26項目挙げ、生のくだものを旬の時期に「月に1回以上食べるもの」、「好きなもの」を聞きました。

よく食べるのは、「みかん」が75%とトップ。以下「いちご」「りんご」「なし」が6割台、「スイカ」「バナナ」「ピーチ」が5割台で続きます。

好きなくだものは、「いちご」が79%とトップ、以下「みかん」「なし」が7割台、「りんご」「ピーチ」「メロン」が6割台で続きます。

この中で、「メロン」「オレンジ」「パイナップル」「マスカット」「ブルーベリー」「マンゴー」は、「好きなもの」が「月に1回以上食べるもの」を20ポイント以上上回っています。特に「マスカット」「ブルーベリー」「マンゴー」は好きがよく食べるの倍以上と、好きなのに生のフルーツで食べることが少ないものといえます。性年代別にみると、「メロン」「マスカット」はくだものをよく食べる女性60代で好きな人が最も多く、「オレンジ」「ブルーベリー」「マンゴー」女性40代で、「パイナップル」は女性10代で最も多いという結果でした。いずれも生のフルーツは高価で希少ですが、菓子やデザート類のフレーバーとしては人気の高いものが多いようです。

図表4 よく食べるくだもの・好きなくだもの (MA)



子供が家で食べるのは「スナック」「アイス」「チョコ」。 母が手作りする子は「クッキー」を家でよく食べる。

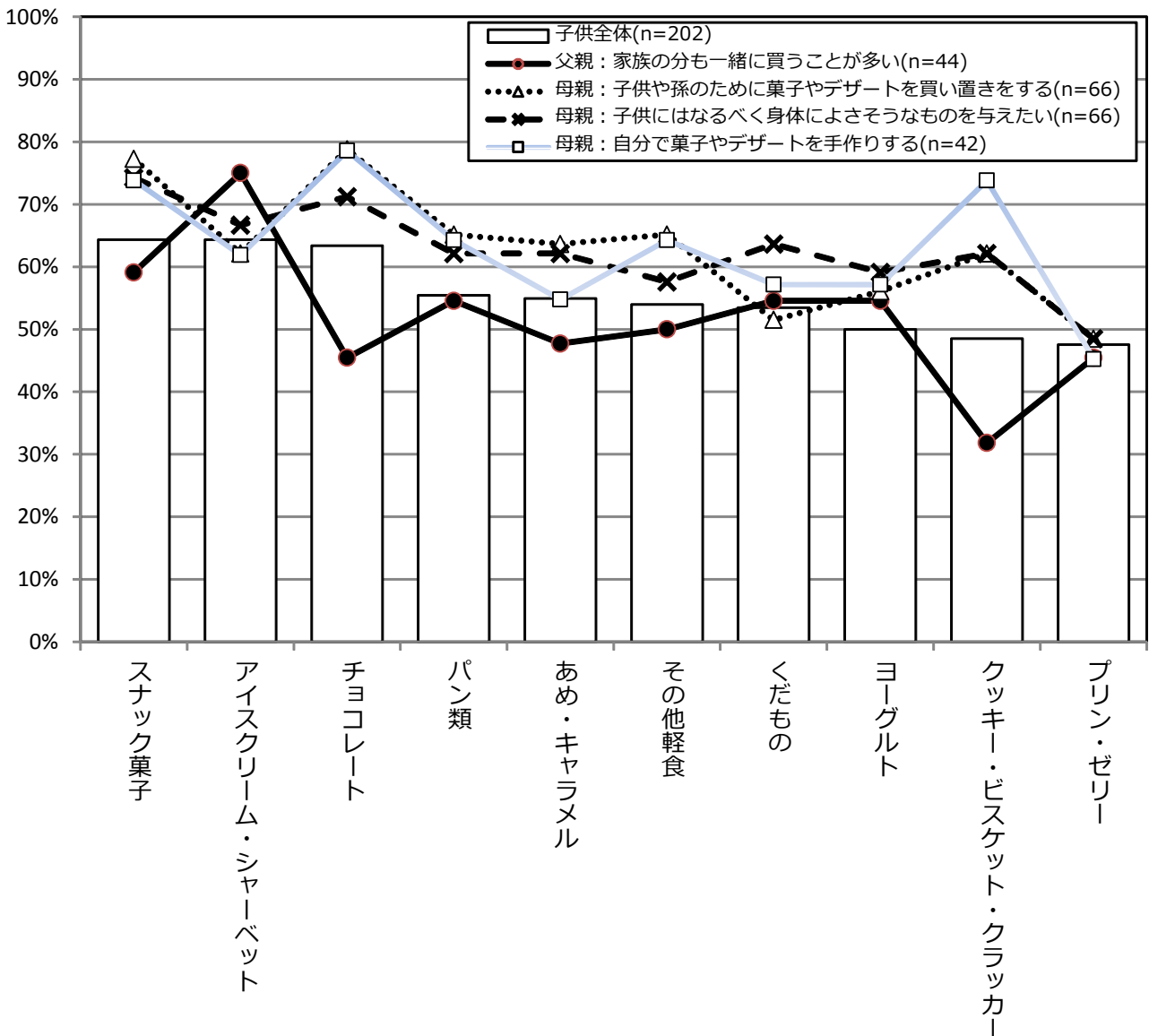
同居している小中学生の子供に、直接、家でよく食べるおやつジャンルを聞きました。その結果、「スナック菓子」「アイスクリーム・シャーベット」「チョコレート」が6割以上でした。以下、「パン類」「あめ・キャラメル」「その他軽食」「くだもの」と続きます。

子供と同居している親に聞いた、おやつについての習慣や意識の回答によって、子供の回答の差を見たのが図表5です。

父親が「家族の分も一緒に買うことが多い」と回答した家の子供は、「アイスクリーム・シャーベット」を家でよく食べる比率が高いようです。

母親が「子供や孫のために菓子やデザートを買置きする」家では「チョコレート」「スナック菓子」を家で食べる子供が多いという結果でした。母親が「子供にはなるべく身体によさそうなものを与えたい」と回答した家の子供は、買い置きの多い家と同様「スナック菓子」「チョコレート」が高いほか、「くだもの」「ヨーグルト」が目立っています。また、母親が「自分で菓子やデザートを手作りする」家の子供は、「クッキー・ビスケット・クラッカー」が特に高いが目立ちました。

図表5 子供が家でよく食べるおやつジャンル (MA)



「おやつ・間食に関する実態調査2014」は、菓子・デザート・軽食を含めた“おやつ(間食)マーケット”の全貌を明らかにするため、

よく食べるおやつ
おやつのジャンル別の食用実態
おやつのジャンル別の購入実態
おやつ素材の嗜好
おやつについての意識と実態
〔子供調査〕おやつの嗜好や習慣

について、調査を企画・実施いたしました。

本調査は、おやつ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、「おやつに関する実態」「月に1回以上食べるおやつのジャンル」「おやつを食べる場面」「よく食べるくだもの・好きなくだもの」「子供が家でよく食べるおやつのジャンル」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/hotanq50.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(税別) / M D Bメンバー価格390,000円(税別)
- ・調査のアウトプット
 - (1) 調査報告書：A4判・100ページ・2014年2月発行
 - (2) 集計結果表：A4判・2分冊合計1,229ページ・2014年2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
<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。