

「家庭の食卓トレンド調査」結果の速報 こじゃれたご飯ものメニューが食卓に浸透

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、2007年7月に首都圏1都3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、「家庭の食卓トレンド調査」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、**《野菜》《調味料》《メニュー》《食材》**の領域について、網羅的に調査したものです。今回はその中から、**《メニュー編》**の内容を中心に、結果の速報を報告いたします。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotang27.html>)

家庭に定着してきた洋風ごはん、

女性に人気の『リゾット』・Hanako世代に『パエリア』

『リゾット』は、「食べたことのある」人が9割、「家庭で食べたことがある」人は5割。『パエリア』は、「食べたことがある」人は87%、「家庭で食べたことがある」人は45%。2項目とも、過去の調査と比較すると食用経験も家庭での食用経験も上昇している。

『ビビンバ』『ロコモコ』『ナシゴレン』

新感覚のワンディッシュご飯メニューが食卓へ。

『ビビンバ』を「食べたことがある」人は91%。『ロコモコ』は48%、『ナシゴレン』は36%となった。「家庭で食べたことがある」は、『ビビンバ』が43%、『ロコモコ』17%。「今後家庭で食べたい」は、『ナシゴレン』が13%。

東南アジアメニュー『生春巻き』が家庭の味に

おしゃれで手間いらずのパーティメニューが定着

『生春巻き』を「食べたことがある」人は87%で、「家庭で食べたことがある」人は58%。どちらとも、過去の調査と比較して6ポイント上昇している。「今後家庭で食べたい」人は11%。

【調査概要】

- ・調査対象：首都圏1都3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)
- ・調査方法：日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」モニターへの郵送 - FAX調査
- ・有効回収数：1,210人(発送数1,600人、有効回収率75.6%)
- ・調査実施日：2007年7月3日(火)~11日(水)

《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

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22 日本能率協会ビル6F

TEL:03-3578-7602 FAX:03-3578-7614 E-mail:info_mlmco@jmar.co.jp

2007年5月に移転いたしました。

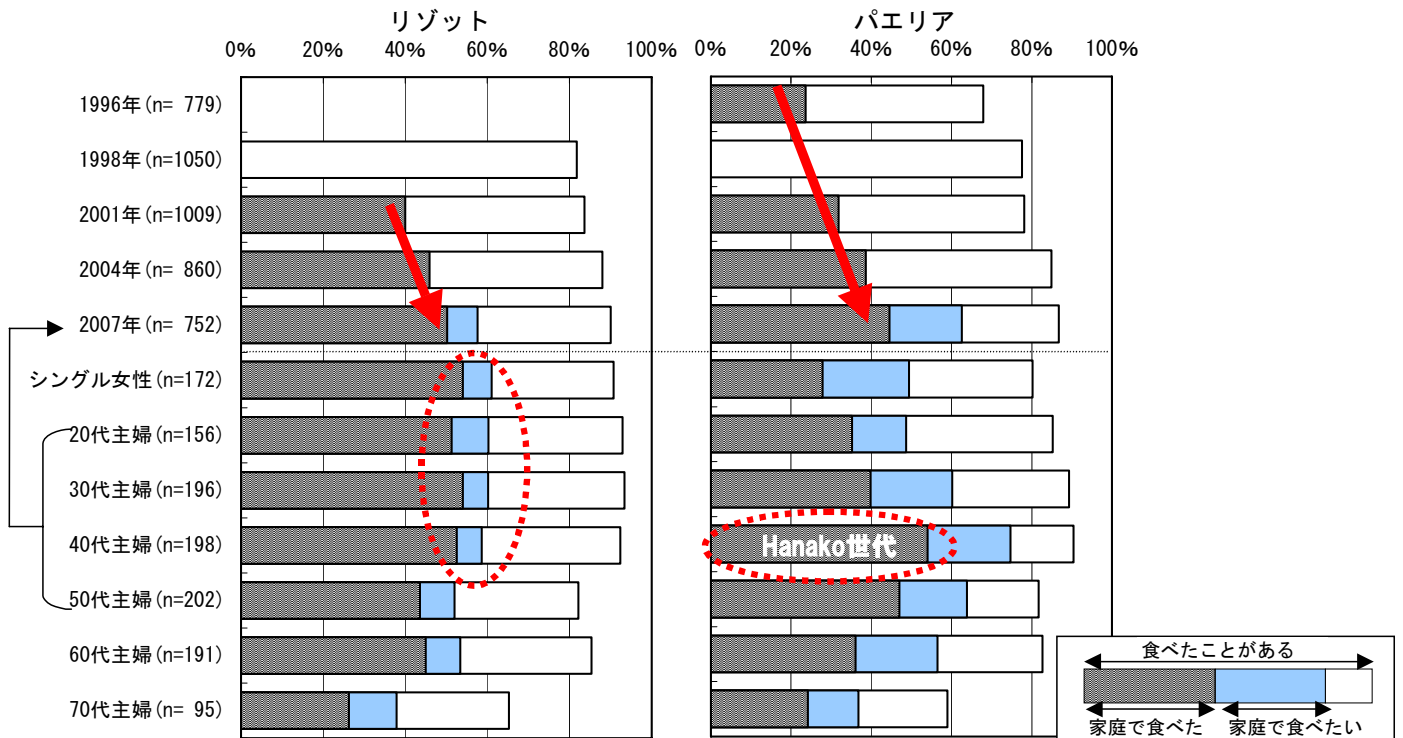
家庭に定着してきた洋風ごはん、 女性に人気の『リゾット』・Hanako世代に『パエリア』

世界各国の102項目のメニューについて、「食べたことがある」「そのうち、家庭で食べた」「家庭で食べたことのないメニューで、家庭で食べたい」を聞きました。その中から過去からの増加が目立ったご飯メニューについて、時系列・年代別に比較を行いました。

イタリア風おじや『リゾット』は、レトルト・電子レンジ食品等も発売されており、家庭でも気軽に食べられるメニューとして年々増加しています。今回調査では、「食べたことがある」人が9割、「家庭で食べた」人が5割を超えました。特に、20代～40代の主婦・シングル女性に人気です。

スペイン風の炊き込みご飯『パエリア』も、ここ10年で食用経験・家庭での経験共に増加しており、今回調査では45%の家庭で、食卓に登場しています。本格的なパエリア鍋を使い、見栄えのいい魚介類と色鮮やかな野菜をふんだんに乗せて作れば、その一品だけでイベント性の高い華のあるパーティメニューになります。バブル全盛期に“イタ飯”・“フレンチ”と各国料理の本格レストランを食べ歩いてきた“Hanako世代”、つまり、今の40代主婦に、特に人気のメニューでした。

図表1 ご飯メニューの食べた経験・家庭での経験・意向(1) (MA)



『ビビンバ』『ロコモコ』『ナシゴレン』

新感覚のワンディッシュご飯メニューが食卓へ。

増加が目立ったご飯モノメニューについて、さらに見てみました。

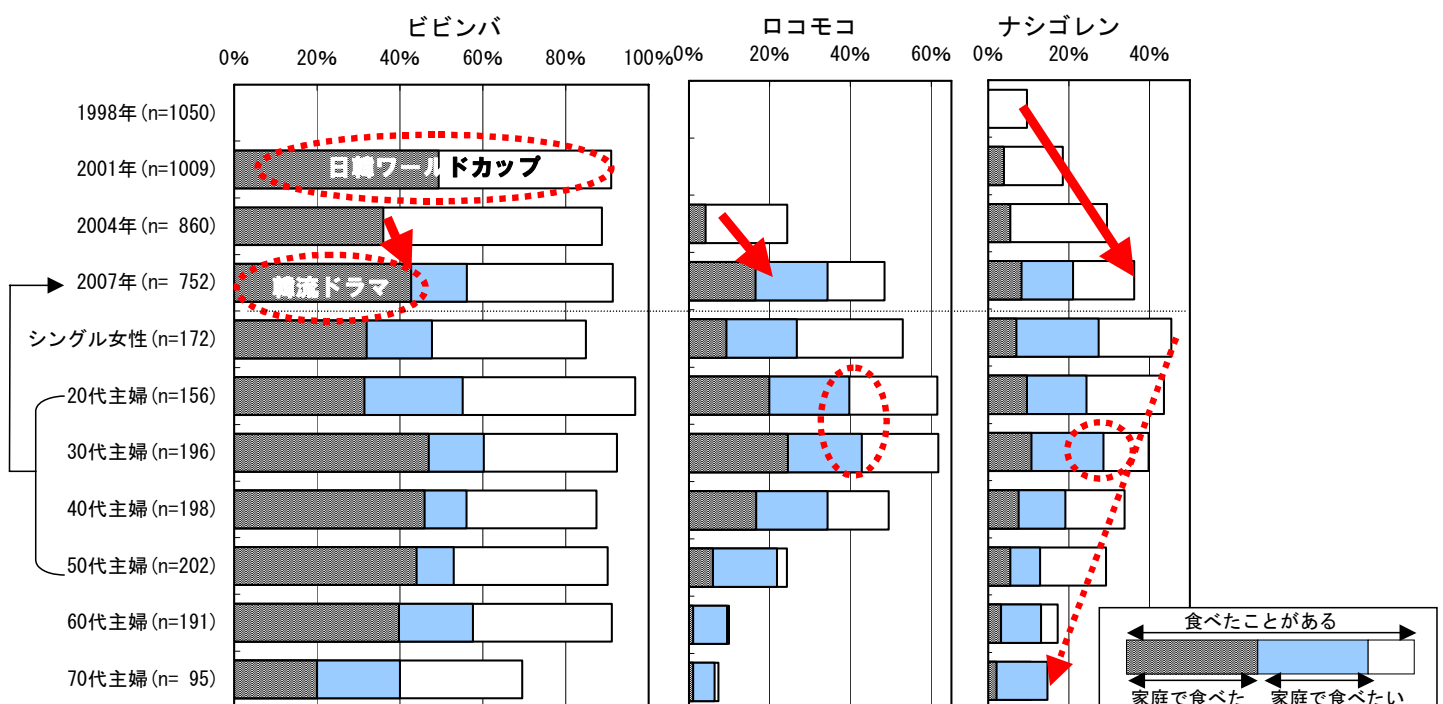
韓国料理のまぜご飯『ビビンバ』では、いまや主婦の食用経験は9割を超え、4割以上の家庭で食卓に登ったことがあるポピュラーなメニューになりました。元々、焼肉屋さんの丼メニューとして定番でしたが、日韓ワールドカップを機に、スーパーの惣菜売り場や学校給食に登場するなどし、直前の2001年調査時がピークでした。今回調査で、『チャングムの誓い』など韓流ドラマ・韓国料理の人気からか、再び増加に転じました。20代～50代まで、幅広い年代の主婦に人気です。

ハワイ丼『ロコモコ』は、2004年から今回調査にかけ、食用経験が24%から48%と2倍、食卓への登場が4%から17%と4倍に大出世したメニューです。ご飯にハンバーグ・目玉焼きを乗せてソースをかけるだけという手軽さと、それでいて少し変わったメニュー名と、“ハワイ”という海外旅行でポピュラーでありながら郷土料理があまり知られていない地名が、改めて新鮮さを生み出しているのでしょう。年代別に見ると、20代・30代に、圧倒的な人気です。

インドネシアの焼き飯『ナシゴレン』は、1998年調査時はマイナーなエスニックメニューにすぎなかったのですが、徐々に食用経験が増え、今回調査では36%の主婦に食べた経験がありました。若い女性ほど人気があり、30代主婦を中心に、今後「家庭で食べたい」という意向も高いようです。外食・中食メニューでも一般的になり、“素”も市販されるなど、手軽な変り種エスニックチャーハンとして今後の成長が期待できるメニューなのでしょう。

家庭の食卓に主食のご飯は欠かせません。これまでもワンディッシュで済む「カレー」「チャーハン」「丼」といったご飯モノメニューは、家族にも人気があり、主婦の調理や後片付けの負担も少ない、家庭料理の定番でした。そのなかで、少し変り種の味付け・ネーミング・組み合わせなどのご飯メニューは、外食などを通して経験した味が手軽に再現できるようになれば、新感覚の家庭内メニューとして定着していく可能性は高いでしょう。

図表2 ご飯メニューの食べた経験・家庭での経験・意向(2) (MA)



※時系列比較は、過去と調査対象をそろえるため、20～50代主婦の合計値で行った。

東南アジア系『生春巻き』が家庭に浸透、

おしゃれで手間いらずのパーティメニューが定着

もうひとつ、ここ数年家庭に浸透してきたメニューに、『生春巻き』があります。選択肢に挙げた“東南アジア系メニュー”21項目のメニューのうちトップの出現率で、20～50代主婦の食用経験が87%、家庭での食用経験が58%にのぼります。1998年時点と比較しても、食用経験が1.5倍、家庭での食用経験が2.2倍と増加しています。

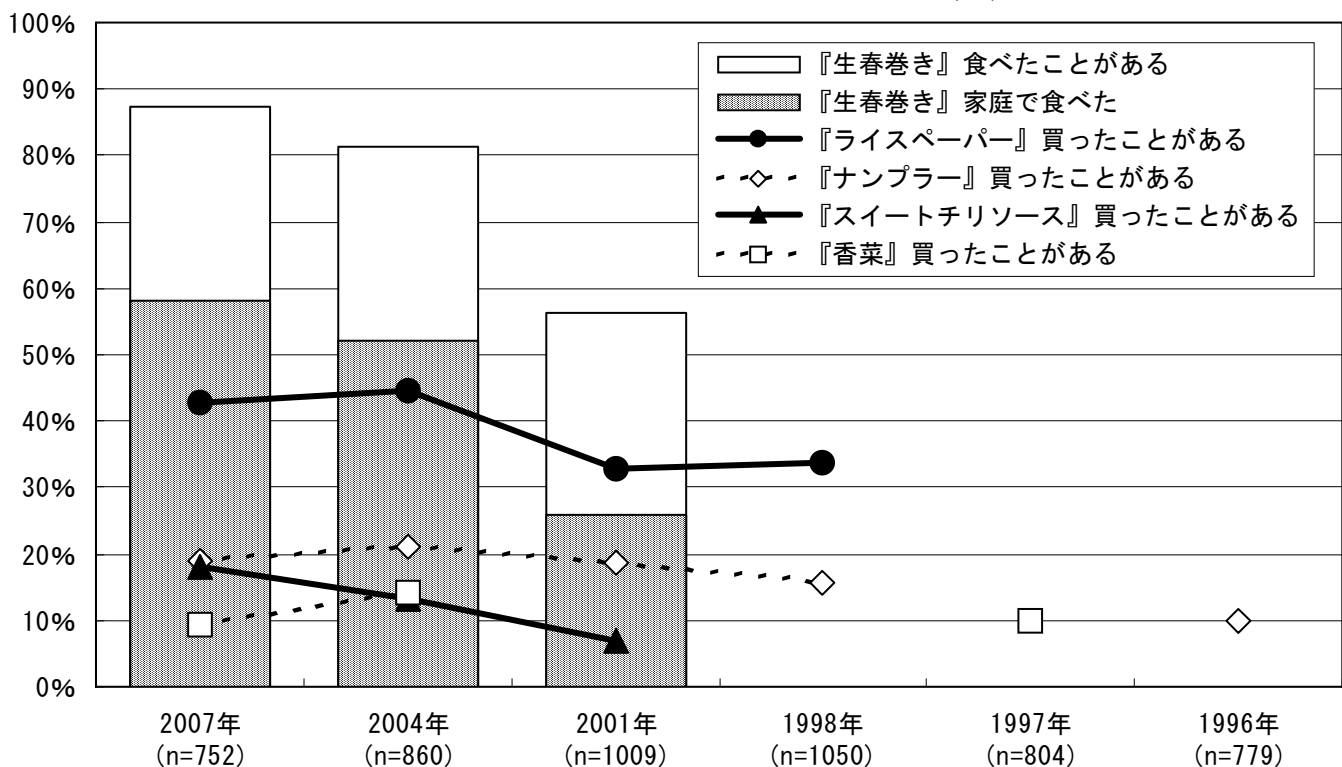
エビや肉・野菜などの具材をライスペーパーで包み、スイートチリソースやナンプラーをつけて食べる、手巻きサラダともいえるベトナム料理です。中の具が彩りよくおしゃれに透けて見え、デパ地下の高級惣菜として人気となりました。家庭でも手軽に作れ、野菜もたっぷり食べられるのでヘルシーと、定着してきました。手巻き寿司感覚でテーブルクッキングすることもでき、ちょっとこじゃれたパーティメニューにもなるメニューでもあります。

家庭では惣菜を購入というケースも多いのですが、材料の方からみても、手作りの様子もうかがえます。『ライスペーパー』の購入経験は、2001年から2004年にかけて、33%から45%と10ポイント以上伸びています。『スイートチリソース(生春巻きソース)』も、2001年から2007年にかけて7%から18%と10ポイント以上の伸びです。『ライスペーパー』は必ず必要な材料ですし、『スイートチリソース』もベトナム風・エスニック風の味を出すためには欠かせません。この2つの材料さえあれば『生春巻き』が簡単に作れるので、買って家庭で作るというケースも増加しているようです。

一方、『香菜(シャンツァイ・パクチー)』『ナンプラー(魚醤)』も1996年・1997年当時と比較すると増加傾向ですが、『生春巻き』の伸びとは連動していないようです。他のエスニックメニューにも使われる材料ですし、クセが強く敬遠されがちで、使わなくても『生春巻き』が成立します。

『生春巻き』は、ベトナム料理のおしゃれなテイストが簡単に作れるだけでなく、好みの具材だけをチョイスするというアレンジ自在な応用力の高さも人気の理由なのでしょう。

図表3 『生春巻き』の家庭への浸透 (MA)



過去と調査対象をそろえるため、20～50代主婦の合計値で比較しました。

過去データは、2004年・2001年・1998年・1996年は「新しい味の定着度調査」から、『香菜(シャンツァイ・パクチー)』の2004年(n=856)・1997年は「食卓における野菜の浸透度調査」から引用しました。

「家庭の食卓トレンド調査」は、食卓の変化の兆しをとらえるため、首都圏1都3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》 野菜の購買と利用、定番野菜の使い方とイメージ、野菜の加工食品、新顔野菜の浸透度
- 《調味料編》 洋風調味料の定着度、アジア系調味料の定着度、和風調味料の定着度、スパイスの定着度、調味用食材の定着度、目新しい調味料・スパイスの購買行動
- 《メニュー編》 世界各国の料理、世界(西洋系・中華系・韓国系・東南アジア系・ラテンアメリカ系)のメニューの家庭への浸透度、日本のご当地メニューの家庭への浸透度
- 《食材編》 魚介類の購買と利用、肉類の購買と利用、定番加工食品・チルド食材の使い方、海外本格食材の家庭への浸透度

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、《メニュー編》の内容を中心に、「ご飯メニューの食べた経験・家庭での経験・意向」「『生春巻き』の家庭への浸透」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/hotanq27.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40万円(税込42万円)・M D Bメンバー価格36万円(税込37.8万円)
・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
- 《調味料編》 ・調査参加費用：定価20万円(税込21万円)・M D Bメンバー価格18万円(税込18.9万円)
・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
- 《メニュー編》 ・調査参加費用：定価20万円(税込21万円)・M D Bメンバー価格18万円(税込18.9万円)
・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
- 《食材編》 ・調査参加費用：定価20万円(税込21万円)・M D Bメンバー価格18万円(税込18.9万円)
・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》《調味料編》《メニュー編》《食材編》いずれか1編以上購入いただいた企業のみ頒価10万円(税込10.5万円)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

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22 日本能率協会ビル6F

TEL:03-3578-7602 FAX:03-3578-7614 E-mail:info_nlmc@jmar.co.jp

2007年5月に移転いたしました。 <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。