

「メニューからみた食卓調査2010」結果の速報

— 『寿司』『肉』『ケーキ』でプチゼいたくな食卓を —

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：柴 武男 本社：東京都港区）は、20～60代主婦を対象に、2008年・2009年に引き続き2010年7月に、「メニューからみた食卓調査2010」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調査を企画・実施したものです。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq38.html>)

◆ 「食費を切り詰める」は7割、特に20代で対前年低下、
“節約疲れ”から「たまには“プチゼいたく”」8割以上。

“食費節約している人”は70%、08年の67%から09年では73%と増加が70%と減少傾向。「たまには奮発している」は、「はい」は全体の40%、「プチゼいたくしている人」は86%。

◆ “プチゼいたく”メニューの定番は、『寿司』『ステーキ』

『すき焼き』『ローストチキン・ローストビーフ』。

『寿司』が62%と6割を超えて1位、次いで『ステーキ』『すき焼き』『ローストチキン・ローストビーフ』『刺身』『しゃぶしゃぶ』と続き、3割以上。

◆ 子供と夫の『誕生日』に、『なんの記念日でもない』日に、

高級食材&ケーキで“プチゼいたく”な食卓シーン。

『高級食材を使ったメニュー』『いつもよりワンランク上の高い食材』『ケーキ・デザートを買う』が4割以上、『産地直送・お取り寄せした食材』が31%。

◆ 20代子供世帯&60代祖父母は互いの家庭を行き来、

子育て中の4割は日常的に実家で食事。

自宅で食卓を囲むのは別居の「子供・孫等」が60代で37%、「両親等」が20代で23%と高い。訪問では「両親等の家」が20代で49%、30代・40代で4割弱と多く、「子供や孫の家」が60代で2割を超える。

◆ 朝食準備「自分」9割、20代の2割は「夫も」、

「毎日だいたい同じメニュー」を「朝食用に調理」して。

朝食は「自分が準備する」は91%、「夫が準備することもある」15%、特に20代では21%と2割を超える。「朝食用に調理したものを出す」人が54%、「毎日だいたい同じメニュー」は4割を超える。

【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「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：1,064人（発送数1,500人、有効回収率70.9%）
- ・調査実施日：2010年7月15日（木）～22日（木）

《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

◆ 「食費を切り詰める」は7割、特に20代で対前年低下、
 “節約疲れ”から「たまには“プチぜいたく”」8割以上。

「できるだけ食費を切り詰める」「節約はまだまだ必要だと思うが、たまには奮発している」という設問について、「はい」～「いいえ」で答えてもらいました。

「食費の切り詰め」については、「はい」と答えた人は全体の30%、「どちらかといえば、はい」を合わせた“食費節約している人”は70%でした。

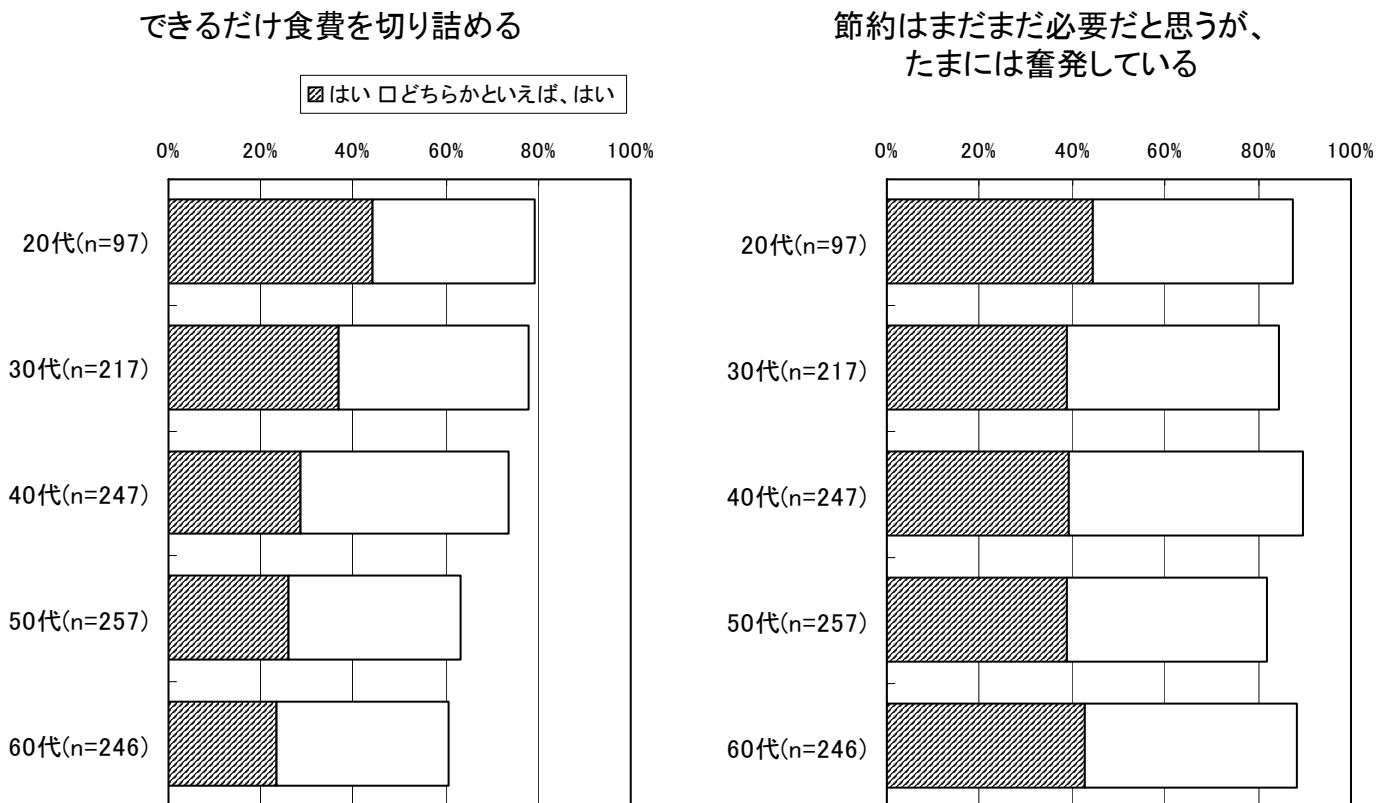
年代別にみると、“食費節約している人”は20代・30代で8割弱と多いのが、60代では6割まで減少します。年代が上がるにつれて食費の節約意識は低下する傾向で、経済的なゆとりと比例するようです。

“食費節約している人”をこの3年間で比較すると、08年の67%から09年で73%と増加したのが70%と減少傾向です。特に食費節約意識の強い20代・30代では、「はい」と答えた人が20代では08年39%→09年54%→10年44%、30代では08年22%→09年41%→10年37%と減少幅が大きいようです。一昨年に食品が一斉値上げした時から節約意識が強かった20代、昨年の景気後退と共に節約意識が急増した30代が、共に落ち着きを見せています。

一方、「たまには奮発している」については、「はい」と答えた人は全体の40%、「どちらかといえば、はい」を合わせた“プチぜいたくしている人”は86%でした。

年代別にみると、“プチぜいたくしている人”はどの年代でも8割以上、最も多いのが40代の90%、次いで60代、20代の順でした。経済的なゆとりとは比例せず、どの年代も生活の中で「たまには奮発」と“プチぜいたく”をしています。この3年の節約一辺倒の風潮から、「食費切り詰め」はまだまだ主流ながら、たまには節約を一休みしたい気持ちが強くなってきたのでしょうか。

図表1 食費節約意識とプチぜいたく意識 (SA)



◆ “プチゼいたく”メニューの定番は、『寿司』『ステーキ』『すき焼き』『ローストチキン・ローストビーフ』。

メニュー59項目を挙げ、「普段より“ちょっとだけゼいたくな”ごちそう」だと思えるものを選んでもらいました。

全体では『寿司』が62%と6割を超えて1位、次いで『ステーキ』『すき焼き』『ローストチキン・ローストビーフ』『刺身』『しゃぶしゃぶ』と続き、3割以上でした。いずれも、活きのいい鮮魚の生食メニューか、牛肉等の高い肉が主役のメニューです。

年代別にみると、『ピザ』が20代で33%と7位に入るのが特徴的で、他の年代では30代で2割、40代～60代では1割台とランク外でした。『ピザ』は、“中食利用メニュー”としては、30代～60代では3～4割の人が挙げているのに対し、20代では21%にすぎません。上の年代では買ってきたりデリバリーを頼んで食べるお手軽メニューの『ピザ』が、20代にとっては“プチゼいたく”メニューになるようです。

鮮魚メニューでは、『寿司』は50代で67%と最も高いものの、年代差はあまりありませんでした。『刺身』は60代で4割を超えて最も高く、20代～50代とは約10ポイントの差でした。

肉メニューでは、『ステーキ』は50代、『すき焼き』は20代・60代、『ローストチキン・ローストビーフ』は20代・40代、『しゃぶしゃぶ』は20代が目立っています。また、『焼き肉』が30代・20代で4割弱の人に挙げられているのも特徴的でした。

図表2 プチゼいたくメニューのランキング (MA)

	20代(n=97)	30代(n=217)	40代(n=247)	50代(n=257)	60代(n=246)
1位	寿司	寿司	寿司	寿司	寿司
2位	すき焼き	ステーキ	ステーキ	ステーキ	ステーキ
3位	ステーキ	すき焼き	ローストチキン・ローストビーフ	すき焼き	すき焼き
4位	ローストチキン・ローストビーフ	焼き肉	すき焼き	ローストチキン・ローストビーフ	刺身
5位	焼き肉	ローストチキン・ローストビーフ	刺身	刺身	しゃぶしゃぶ
6位	しゃぶしゃぶ			しゃぶしゃぶ	しゃぶしゃぶ
7位	ピザ		焼き肉		
8位	刺身				

※各年代別の上位項目で、30%以上出現したもの

◆子供と夫の『誕生日』に、『なんの記念日でもない』日に、高級食材&ケーキで“プチゼいたく”な食卓シーン。

「普段より“ちょっとだけゼいたくな”ごちそう」だと思えるものについて、イメージ、食べる機会、食べた日について聞きました。3割以上の方が答えた項目をピックアップしたのが図表3です。

“プチゼいたく”な食卓イメージは、『高級食材を使ったメニュー』『いつもよりワンランク上の高い食材』『ケーキ・デザートを買う』が4割以上、『産地直送・お取り寄せした食材』が31%でした。

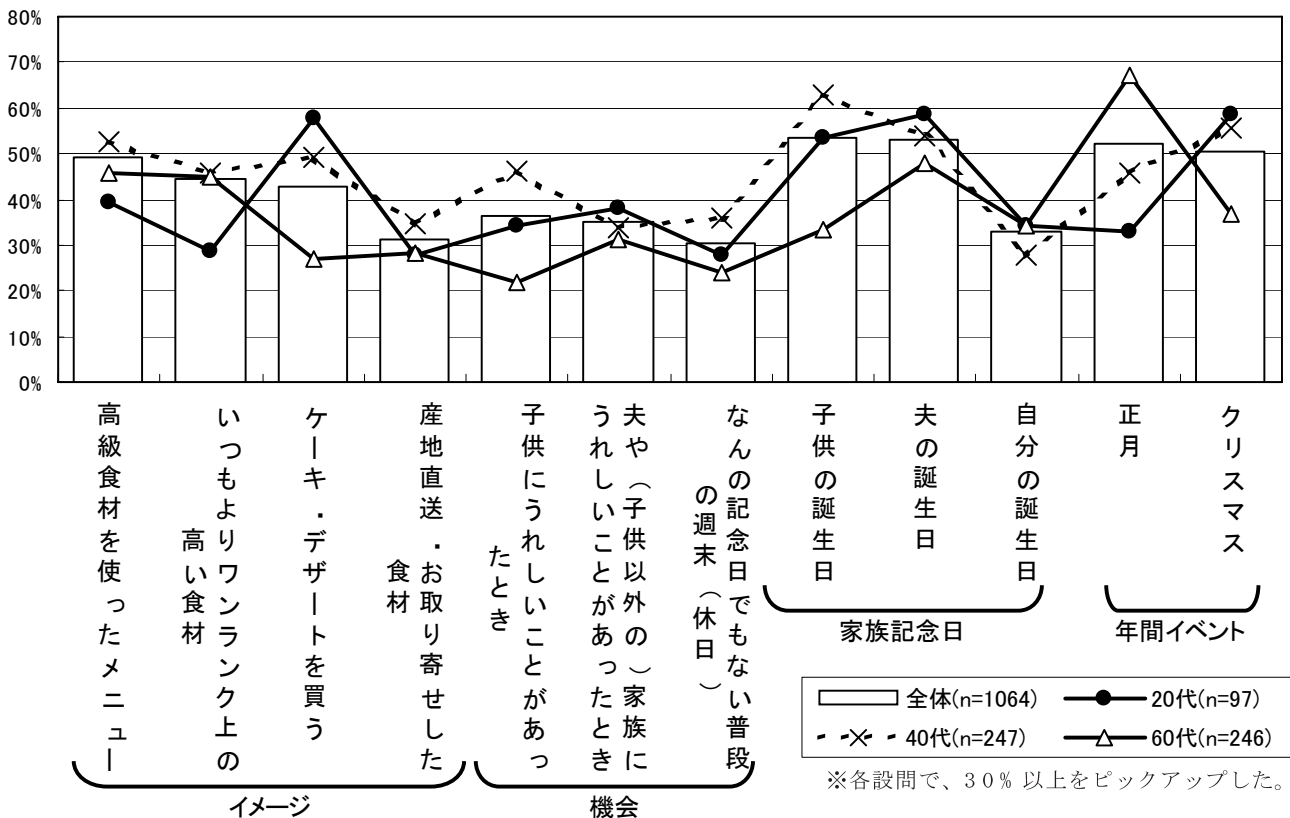
食べた機会は、『子供にうれしいことがあったとき』『夫や家族にうれしいことがあったとき』『なんの記念日でもない普段の休日』、家族の記念日では『子供の誕生日』『夫の誕生日』『自分の誕生日』、年間イベントでは『正月』『クリスマス』が3割以上の“プチゼいたく”な食卓シーンでした。

年代別にみると、『ケーキ・デザートを買う』は若い人、特に20代で多く、『夫の誕生日』を祝うのは20代・30代、『子供の誕生日』を祝うのは30代・40代に多いという結果でした。

『なんの記念日でもない普段の休日』と、理由を設けず“プチゼいたく”な食卓を楽しむ人が多かったのは40代でした。

年中イベントの中では、『正月』『クリスマス』が共に過半数を超えています。『正月』は60代・50代で6割を超え、上の年代ほどごちそうを食べる人が多いようです。一方、『クリスマス』は30代を中心に20代～40代で多く、若い世代では『正月』より『クリスマス』がごちそうという結果でした。

図表3 プチゼいたくな食卓シーン (MA)



◆ 20代子供世帯&60代祖父母は互いの家庭を行き来、 子育て中の4割は日常的に実家で食事。

「同居の家族以外に日常的に一緒に食卓を囲むことのある方」について聞きました。

自宅で一緒に食卓を囲むのは、別居している「子供・孫等」が60代で37%、「両親等」が20代で23%と高いのが目立っています。

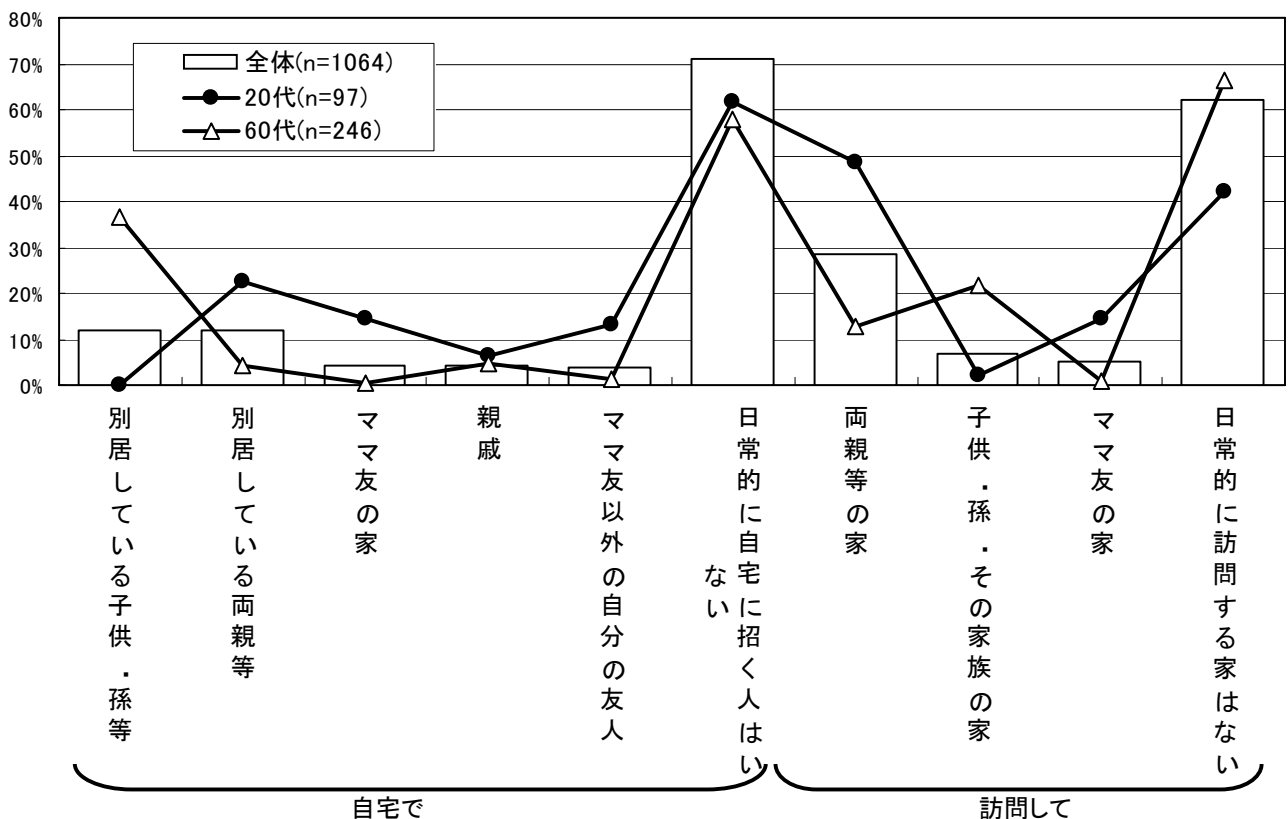
訪問して食卓を囲むのは、「両親等の家」が20代で49%、30代・40代で4割弱と多く、「子供や孫の家」が60代で2割を超えて目立ちました。

20代の子供+孫の世帯と、60代の祖父母世帯で、別居しながらも日常的に行き来して食卓を囲むシーンが多い様子です。また、20代～40代の子育て世帯では、実家での食事が日常という人も少なくありません。別居しながらも支え合っている、話題の“インビジブル・ファミリー”として、食卓を中心に行き来しているのでしょうか。

また20代では、自宅に「ママ友」「自分の友人」「夫の友人」を招く、「ママ友の家」に行くという人が1割を超え、日常的に気軽なホームパーティをするなど、食卓シーンでの交流に積極的な様子が目立っています。

とはいえ、全体では「日常的に自宅に招く人はいない」71%、「日常的に訪問する家はない」62%でした。自宅に同居の家族以外を招いて食卓を囲む頻度を聞いたところ、「週に1回」以上で26%に対し、「月に1回」以下で約半数を占めています。日常的に自宅で家族+αの食卓シーンのある家庭は、まだまだ少数派でした。

図表4 家族以外で日常的に食卓を囲む人 (MA)



◆朝食準備「自分」9割、20代の2割は「夫も」、
「毎日だいたい同じメニュー」を「朝食用に調理」して。

普段の平日の朝食シーンについて、準備の実態を聞きました。

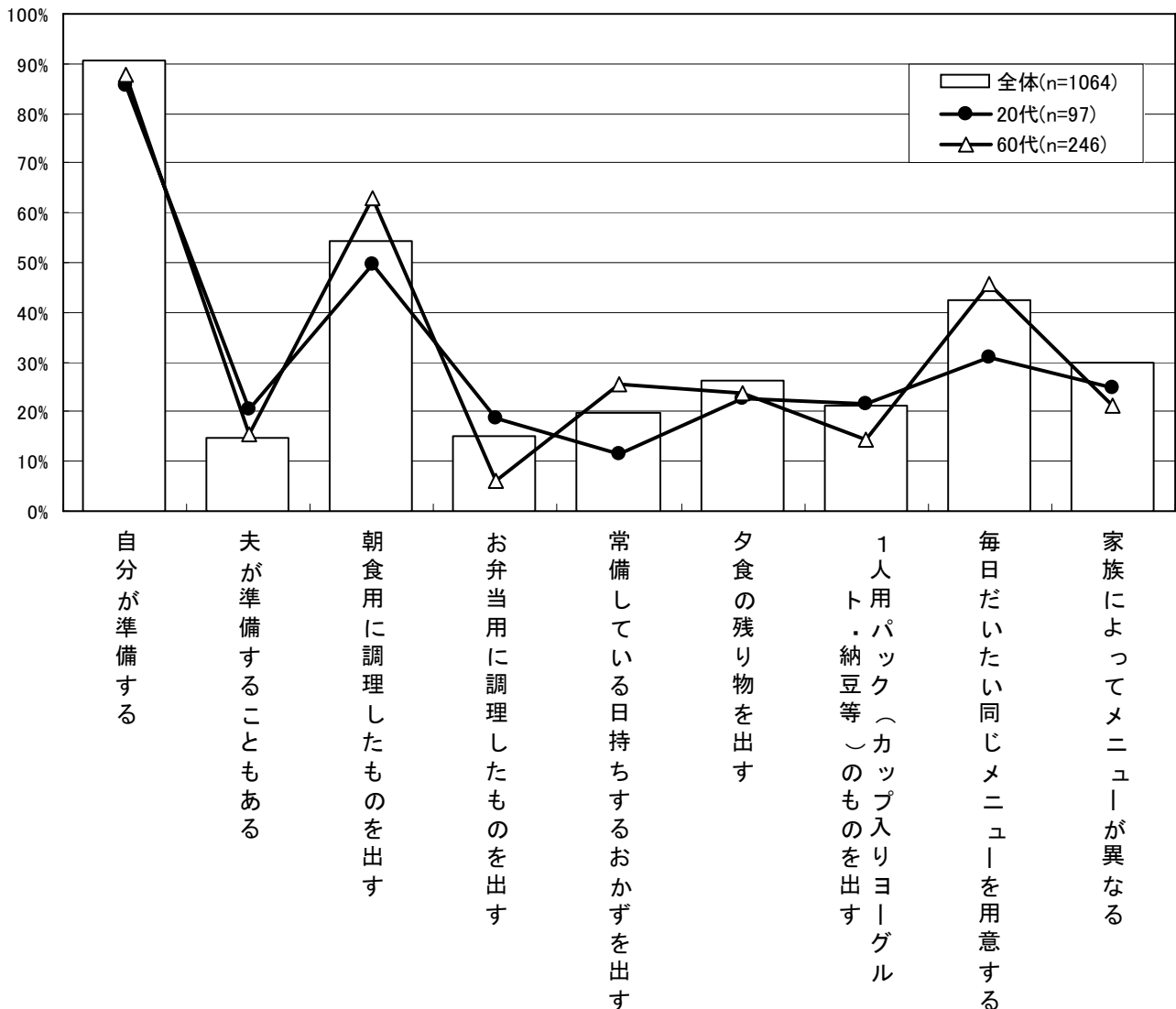
「自分が準備する」という人は91%と、朝食準備はほとんどの主婦の仕事となっています。一方、「夫が準備することもある」という人は15%、特に20代では21%と2割を超えており、夫も積極的に家事を分担している様子です。

調理については、「朝食用に調理したものを出す」人が54%と最も多く、特に60代では6割を超えます。一方、「夕食の残りもの」「1人用のパック」「常備菜のおかず」と冷蔵庫等にあるものを出す人はそれぞれ約2割でした。

また、「毎日だいたい同じメニューを用意する」という家庭は4割を超えており、年代別にみても30代～60代までほぼ同様です。朝食は、夕食ほどにはメニュー決めに悩んだり、配慮や工夫をしたりということもなく、毎日決まった手順で調理し、同じものを出すとマンネリ化している様子です。

今回の調査で聞いた朝食メニューは、主食では『パンが多い』が43%と『ごはんが多い』を上回っています。また、『卵料理』『ハム・ソーセージ・ベーコン等』『コーヒー』『牛乳』『日本茶・お茶』『ヨーグルト』『果物』が4割以上家庭で出される定番の朝ごはんメニューでした。

図表5 朝食準備の実態 (MA)



「メニューからみた食卓調査2010」は、20～60代主婦を対象に、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、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

1) 料理・食に対する意識・行動

2) 日常メニューのポジショニング

メニュー59品目：①定番メニュー、②手づくりメニュー、③中食利用メニュー、
④食べ切れなかったメニュー、⑤お助けメニュー、⑥“プチゼいたく”なメニュー

3) 代表メニューの調理実態

調理実態：①炊き込みご飯・釜飯、②パスタ・スパゲティ、③鶏のから揚げ、④餃子
食べ切れなかった料理：①意識と行動、②カレーの再利用、③ハンバーグの再利用

4) 朝食・夕食・お弁当作り

朝食：①家庭での朝食頻度・増減、②朝食準備の実態、③朝食のメニュー
夕食：①家庭での夕食頻度、②夕食メニューの決定、③メニューレシピの情報源
お弁当：①お弁当を持っていく家族、②お弁当作りの意識・行動

5) 購買行動と中食利用：①購入重視点、②心がけ、③中食・外食の利用、④合わせ調味料の利用

6) “プチゼいたく”な食卓：①イメージ、②頻度・増減、③メニュー、④食卓シーン

7) 家族+αの食卓：①相手、②頻度、③実態

本調査は、食卓とメニューの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不可欠な基礎調査データです。今回はその中から、「食費節約意識とプチゼいたく意識」「プチゼいたくメニューのランキング」「プチゼいたくな食卓シーン」「家族以外で日常的に食卓を囲む人」「朝食準備の実態」に焦点を当てて結果の速報を報告いたします。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq38.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(税込441,000円) / MDBメンバー価格380,000円(税込399,000円)

・調査のアウトプット

- (1) 調査報告書：A4判・63ページ・2010年9月発行
- (2) 集計結果表：A4判・538ページ・2010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》

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

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。