

「メニューからみた食卓調査2012」結果の速報

— 市販の素やソースが大活躍、 フライパンひとつでスマートクッキング —

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、20～60代主婦を対象に、2008年・2009年・2010年・2011年に引き続き2012年7月に、「メニューからみた食卓調査2012」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。今回は、20～60代単身世帯（1人暮らし）男女に同様の内容の追加調査を実施し、比較分析を行いました。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq44.html>)

◆ 30代・40代は市販の出来合い品を賢く活用、

パスタはレトルトソース、餃子は冷凍食品か惣菜で。

「冷凍食品・レトルト・惣菜等を上手に活用」は「はい」が24%、「どちらかといえば、はい」を合わせて69%。「はい」は30代・40代は約29%、「どちらかといえば」を合わせて40代76%、30代75%。

◆ 鶏のから揚げ、40代はドーンと手作りも。

30代は中食活用で息抜き、20代は揚げない調理にトライ。

『肉に衣をつける』67%、『基本調味料で下味』66%。これらく手作りく工程は79%に達し、特に40代主婦では86%。く持ち帰りくは『スーパー』40%で、2010年から10ポイント増加。『コンビニ』『ファーストフード』『から揚げ専門店』等合わせて53%。特に30代主婦では6割を超えた。

◆ 市販の素・ソース、少しの手間・フライパンひとつで、

失敗知らずのメインディッシュ完成と、市場拡大中。

『少しの手間でおいしくできる』が75%、『フライパンだけで作れる』『メインの一品として』『味が決まる・失敗がない』が6割以上。常備・買い置き・特定メニュー専用・常温保存も5割を超える。

◆ スーパーの惣菜は30～50代主婦&単身男性。

利用が目立つ30代主婦、コンビニが多い30代単身男性。

『スーパーの惣菜を買う』は主婦全体の64%。特に30～50代では7割弱。単身男性では4人に3人と主婦全体より多い。『コンビニの惣菜を買う』は主婦全体の利用は10%。単身男性は3人に1人、単身女性は3割弱がよく利用し、特に30代単身男性は5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 ①20～60代の主婦（既婚女性）
②20～60代の単身世帯（1人暮らし）の男性・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①FAX調査②Web調査
- ・有効回収数：①1,085人（発送数1,500人、有効回収率72.3%）②513人
- ・調査実施日：2012年7月5日（木）～11日（水）②2012年7月6日（金）～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
〒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

◆ 30代・40代は市販の出来合い品を賢く活用、
 パスタはレトルトソース、餃子は冷凍食品か惣菜で。

『出来合い品（冷凍食品・レトルト・惣菜等）を上手に活用している』について、「はい」～「いいえ」の4段階で答えてもらいました。

主婦全体では「はい」が24%、「どちらかといえば、はい」が45%、合わせて69%と7割が「出来合い品活用」の人でした。

年代別にみると、「はい」は30代・40代は約29%と3割弱に達します。また、「どちらかといえば」を合わせると40代では76%、30代では75%に達します。

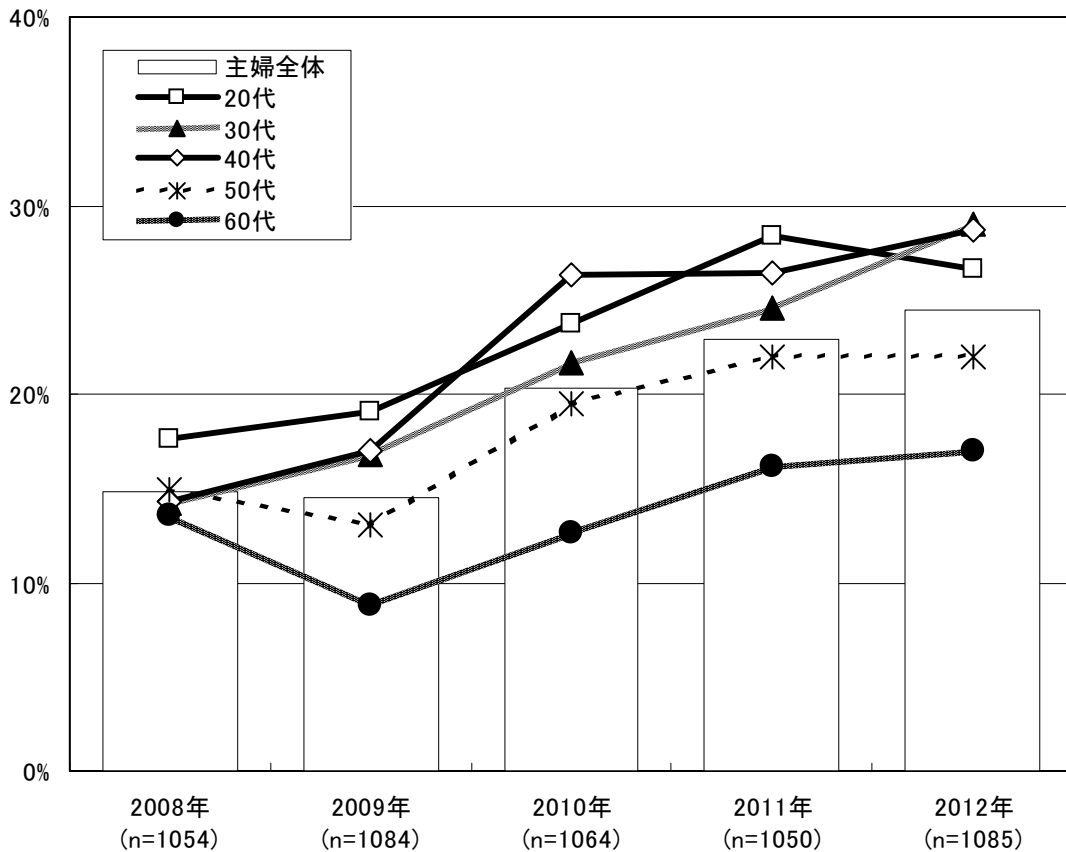
時系列の推移をみると、主婦全体で年々活用している人が増加しており、「はい」は2008年・2009年の15%から約10ポイントの増加です。特に30代・40代では「はい」がこの5年間で約15ポイント増加している他、20代でも9ポイント、50代でも7ポイント増加していました。

メニュー別に作り方を聞いた質問をみても、出来合い品の利用が拡大しています。パスタの作り方を聞いた中で『市販のパスタソース（レトルトや缶詰等）を利用する』の回答がこの5年間で17ポイント増えて7割弱に達しました。また、餃子の作り方を聞いた中で『冷凍食品を利用する』が14ポイント、『惣菜を利用する』が12ポイント増加しています。

冷凍食品・レトルト・惣菜といった市販の出来合い品を賢く活用して、手間を省いた食卓作りをすることが、30代・40代を中心に当たり前となっている様子です。

図表1 出来合い品活用意識 (SA)

出来合い品(冷凍食品・レトルト・惣菜等)を上手に活用している「はい」



◆鶏のから揚げ、40代はドーンと手作りも。

30代は中食活用で息抜き、20代は揚げない調理にトライ。

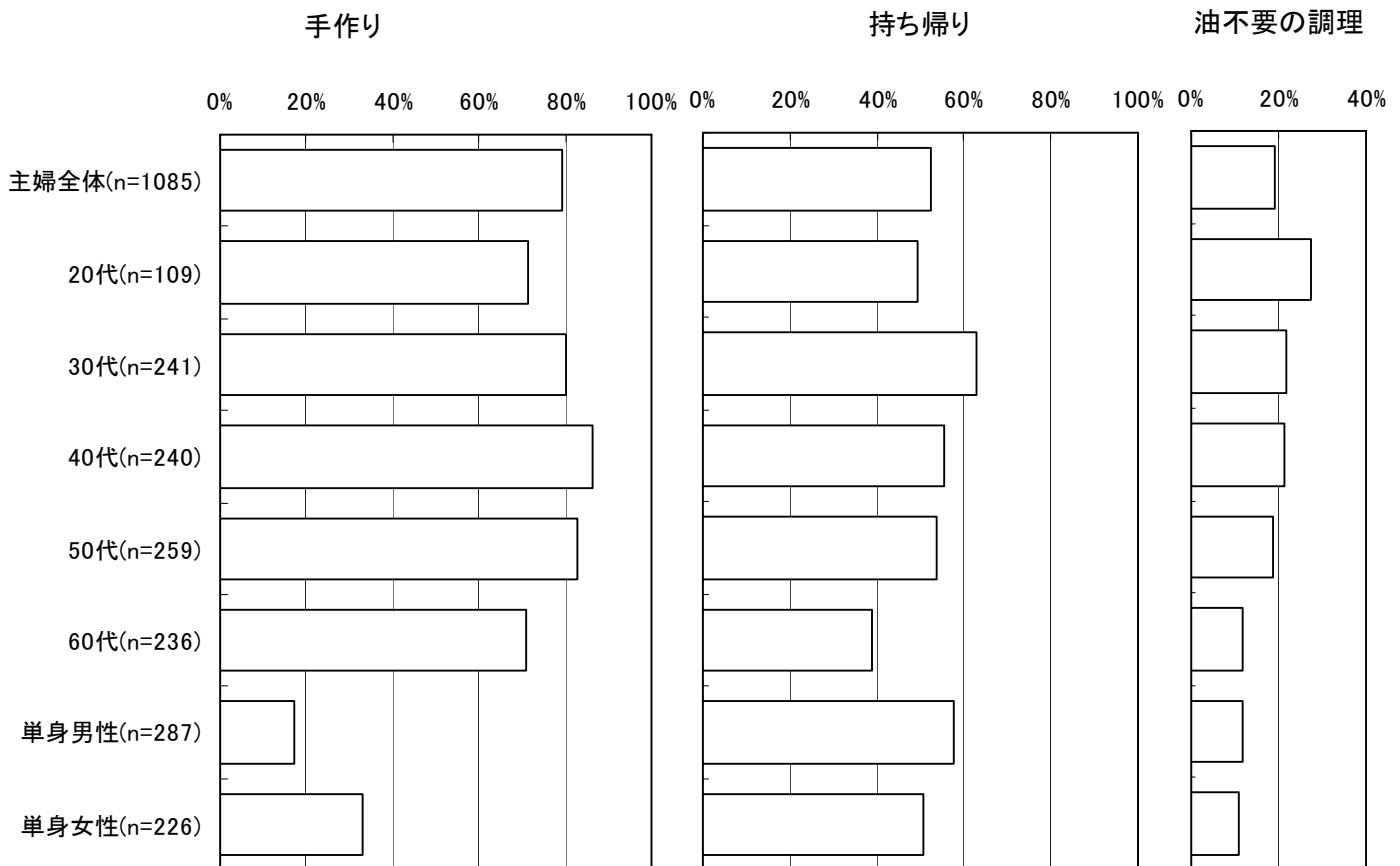
「鶏のから揚げ」は、本調査で〈定番メニュー〉〈イベントメニュー〉〈中食メニュー〉を聞いた中で、この5年間、年々増加し続けているメニューです。家庭で食べるときの作り方を聞きました。

主婦全体では、『肉に衣をつける』67%、『肉に塩・こしょう・しょう油など基本調味料で下味をつける』66%と3分の2にのぼりますが、いずれも2008年から約9ポイント減少しています。その他『下味に酒やみりん』『油で揚げる』といった〈手作り〉の工程のいずれかに回答した人は79%に達しました。特に40代主婦では86%と、中・高生の食べ盛りの子供のいる年代では、ボリュームのある「鶏のから揚げ」をドーンと作ることが多いようです。

一方、『スーパーで買って持ち帰る』主婦は40%。2010年から10ポイント増加しています。この他『コンビニ』『ファーストフード』『から揚げ専門店』『惣菜店』等の〈持ち帰り〉を含めると、53%の主婦が中食を利用しているという結果でした。特に30代主婦では6割を超えており、小学生の子供に好まれるメニューなので、手軽に〈持ち帰り〉を利用して息抜きしているのでしょう。また、単身男性の58%、単身女性の50%は、家で「鶏のから揚げ」を食べるときは〈持ち帰り〉利用しているようです。

スチームレンジ・電子レンジ・市販のから揚げの素を利用して油で揚げない〈油不要の調理〉をしている人は、主婦の19%でした。特に20代主婦では3割弱に達しており、新しい調理方法に積極的にチャレンジしている様子でした。

図表2 鶏のから揚げの作り方 (MA)



※『鶏のから揚げ (ナゲット・フライドチキンを含む)』の作り方について、以下の選択肢を統合した集計を行いました。

- 〈手作り〉：『肉に塩・こしょう・しょう油など基本調味料で下味をつける』『下味に酒やみりんを使う』『肉に衣をつける』『たっぷりの油で揚げる』『少ない油で揚げる』
- 〈持ち帰り〉：『コンビニエンスストアで買って持ち帰る』『ファーストフード店で買って持ち帰る』『スーパーで買って持ち帰る』『から揚げ専門店ですべて持ち帰る』『お弁当店・惣菜店・肉屋等のテイクアウト・出前を利用する』
- 〈油不要の調理〉：『スチームレンジ等で油で揚げない調理をする』『電子レンジで油で揚げない加熱調理をする』『油で揚げない調理ができる市販のから揚げの素を利用する』

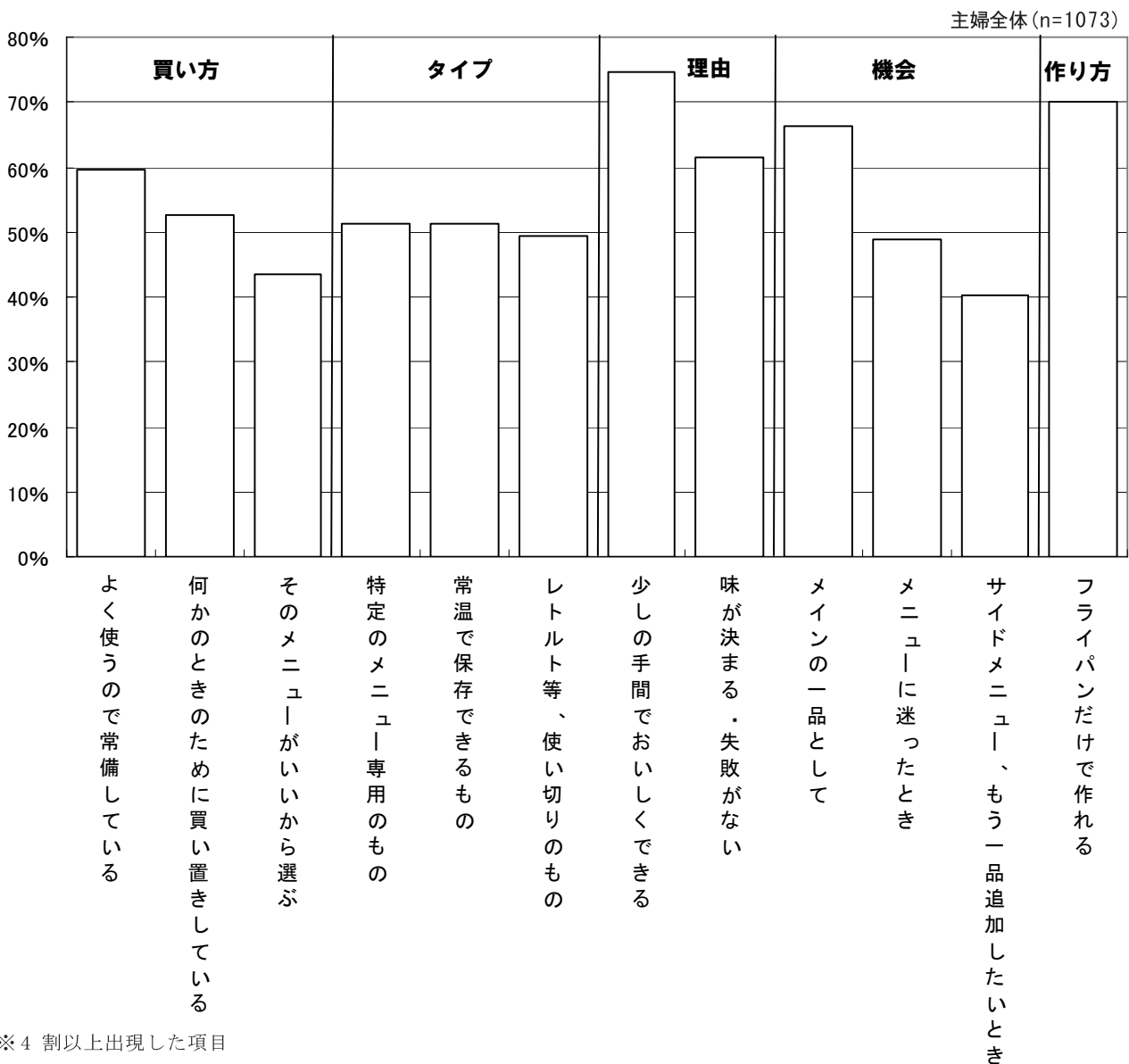
◆市販の素・ソース、少しの手間・フライパンひとつで、 失敗知らずのメインディッシュ完成と、市場拡大中。

市販の素・調理用ソース・簡便調味料について、28項目の商品を挙げたところ、6割以上の主婦が利用していたのは、『カレールー』『パスタソース』『麻婆豆腐・麻婆ナスの素』『シチューの素・ハヤシライスの素』となり、いずれも歴史のある商品ですが、2009年以降、増加が続いています。この他、多様なメニューを作るための素・ソース・調味料が市販されています。これらの商品のいずれかを使っている人に、買い方・使い方を聞いた結果が図表3です。

『少しの手間でおいしくできる』が75%、以下『フライパンだけで作れる』『メインの一品として』『味が決まる・失敗がない』が6割以上でした。手間をかけなくてもフライパンひとつで失敗なくメインが一品仕上がるというのが、こうした商品を支える主婦の最大の理由となっています。

また、常備・買い置き・特定メニュー専用・常温保存も5割を超えており、常備しておき、困ったときにメニューまで決めてくれる、頼りになる助っ人として利用している人が多いことが伺えます。

図表3 市販の素・調理用ソース・簡便調味料の利用実態と理由 (MA)



◆スーパーの惣菜は30～50代主婦&単身男性。

利用が目立つ30代主婦、コンビニが多い30代単身男性。

様々な中食・外食のパターンについて26の選択肢を挙げ、よく行ったり便利に使っていることを聞きました。そのうち4項目の比較をしたのが図表4です。

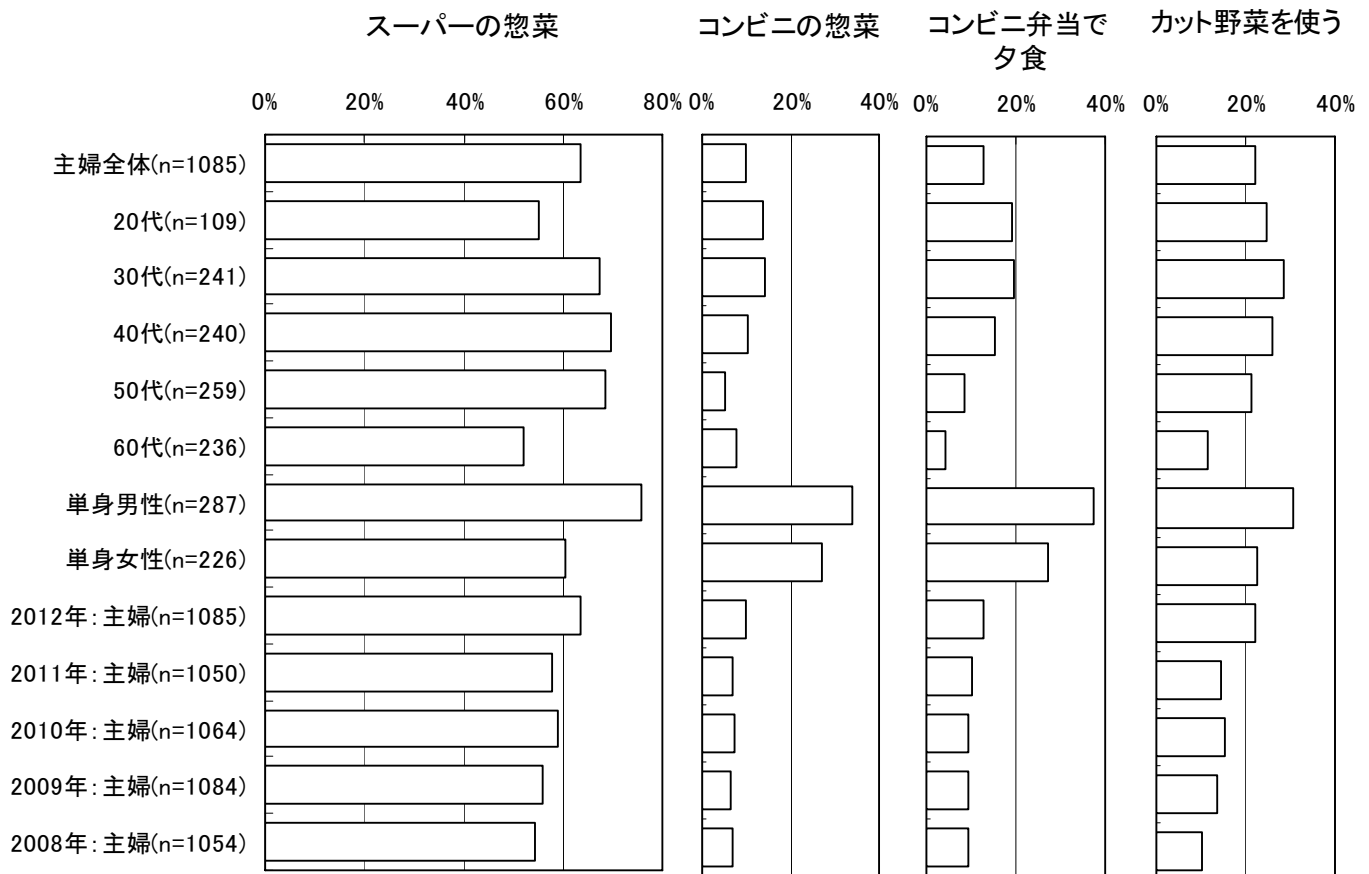
『スーパーの惣菜を買う』は主婦全体の64%がよく行くと回答しています。特に30～50代主婦では7割弱に達しており、中堅主婦にとってスーパーの惣菜は必需品となっているようです。単身男性では4人に3人と主婦全体より多く利用していました。また、主婦の利用を時系列でみるとこの5年間で9ポイント増加しており、市場拡大の傾向は続いているようです。

『コンビニの惣菜を買う』は、主婦全体の利用は10%に留まっています。中では30代主婦が最も多く、20～40代主婦では1割を上回っていますが、50代主婦は各年代中最も少なく5%でした。一方、単身男性は3人に1人、単身女性は3割弱がよく行っていると答えています。特に30代単身男性は5割を超えており、コンビニ惣菜が一番身近な属性といえます。また、この5年間の時系列で見ると、毎年微増ながら増加を続けているといえます。

『コンビニ弁当・持ち帰り弁当等で夕食をすませる』は、主婦全体では13%に過ぎませんが、単身男性の37%はよく行っています。特に30代・50代単身男性では4割を超えていました。

『カット野菜を使う』は主婦全体では22%でした。中では30代主婦で3割弱の人が利用していました。単身男性は31%と主婦より多く利用していました。特に50代単身男性では4割弱に達しており、健康のためか野菜摂取に努めている様子です。また、この5年間で12ポイント増と倍増しています。

図表4 中食の利用 (MA)



「メニューからみた食卓調査2012」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。今回は、20～60代単身世帯（1人暮らし）男女に同様の内容の追加調査を実施し、比較分析を行いました。

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61品目：①定番メニュー、②イベントメニュー、
③手作りメニュー、④中食メニュー（調理して利用/そのまま利用）

3) 代表メニューの作り方

調理実態：①パスタ・スパゲッティ、②お好み焼き、③ハンバーグ、④鶏のから揚げ
⑤肉じゃが、⑥餃子

4) 夕食・朝食・お弁当作りについて

メニューレシピの情報源

夕食：①家庭での夕食頻度、②夕食メニューの決め方

朝食：①家庭での朝食頻度、②朝食の準備、③朝食メニュー

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) 中食利用と買い物行動

市販の素・調理用ソース・簡便調味料：①利用、②利用実態と理由

中食・外食の利用：①よく行なう、②抵抗感

買い物行動：①食品の購入重視点、②食品購入時の心がけ

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基礎調査データです。今回はその中から、「出来合い品活用意識」「鶏のから揚げの作り方」「市販の素・調理用ソース・簡便調味料の利用実態と理由」「中食の利用」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/hotanq44.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。

①主婦調査のアウトプット

(1) 調査報告書：A4判・56ページ・2012年9月発行

(2) 集計結果表：A4判・450ページ・2012年8月発行

(3) 集計データ（CD-ROM）：クロス集計、ローデータ、他

①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）

②追加購入費用：150,000円（税込157,500円）※オプションの追加調査につき、主婦調査を購入いただいた上で、追加購入いただくことができます。

②単身世帯男女調査のアウトプット

(1) 集計結果表：A4判・321ページ

(2) 集計データ（CD-ROM）

※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。