

「メニューからみた食卓調査2013」結果の速報

— パスタソースや出来合い品の活用は一段落、 それでも手間なし短時間調理のニーズは増加中 —

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～2012年に引き続き2013年7月に、「メニューからみた食卓調査2013」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、同居している小学生～未婚の社会人の子供に〔子供調査〕を実施し、親子の回答分析を行いました。

(<http://www.jmar.biz/hot/hotanq48.html>)

◆パスタはレトルトソース派より手作り派が優勢に。

30代・40代主婦にはレトルトソースが必需品。

「野菜・肉・魚介類等の食材を使う」64%、「具の材料を洗う・皮をむく・切る」68%、「炒める」67%と手作りは約3分の2。「市販のパスタソース」は63%、「あえるだけのパスタソース」25%。

◆増加続いた「出来合い品」活用意識は足踏み状態。

調理の時短・省力化志向は増加続く。

時短志向は3割台で横ばい。出来合い品活用は12年まで年々増加が13年は4ポイント減。手作り志向は緩やかに減少。「調理時間が短いメニュー」「手間がかからないメニュー」年々増加の傾向。

◆普段の夕食メニューは“健康”“簡単”を意識。

母子だけの時は“子供の好み”重視重視だが思考停止。

普段は「健康」「簡単」を意識している人が6割を超え、「夫の好み」「節約」も過半数が意識。母子だけの時は「子供の好み」70%と20ポイント多く、「簡単」「子供に食べたいものを聞く」約5割。

◆母子だけの時、チャーハン他主食系一皿完結メニュー。

子供が好きな、ハンバーグ・カレー・から揚げ。

母子だけの夕食時「チャーハン」40%、「カレー」「パスタ・スパゲッティ」「丼もの」「中華めん類」「鶏のから揚げ」が3割以上。子供の好きなメニューは「ハンバーグ」「カレーライス」が7割。

◆ ☆親子分析☆ 子供は母の作る料理が大好き。

料理好き・出来合い品を使わない母親の、料理は好評。

母親の料理「とても好き」が43%、「好き」が41%。「料理好き」な母親の子供は「とても好き」56%。

【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）
②〔子供調査〕同居している小学生～未婚の社会人の子供
- ・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：①1,077人（発送数1,500人、有効回収率71.8%） ②〔子供調査〕の回答有505人
- ・調査実施日：①2013年7月17日（水）～23日（火） ②2013年7月19日（金）～24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

◆パスタはレトルトソース派より手作り派が優勢に。
30代・40代主婦にはレトルトソースが必需品。

パスタの作り方について、「めんを手作り」「弁当・惣菜を利用」等22項目の選択肢を用意し、家庭で食べる場合、どのようなパターンが多いか聞きました。

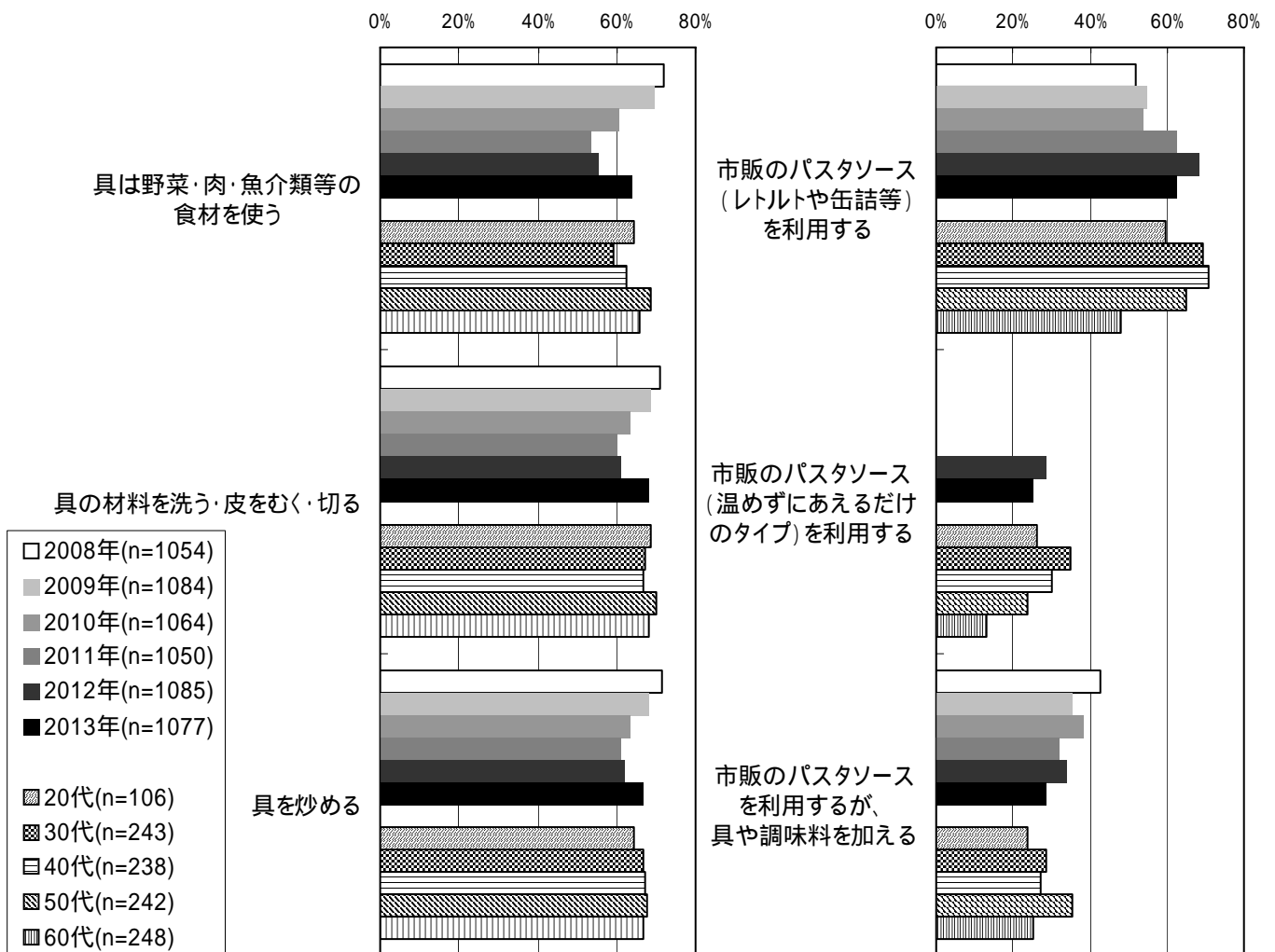
パスタの具については、「野菜・肉・魚介類等の食材を使う」64%、「具の材料を洗う・皮をむく・切る」68%、「炒める」67%と、手作りだと思われるパターンは約3分の2でした。これらの手作りパターンについては、年代別に見てもそれほど差がありませんでした。

一方、「市販のパスタソース」の利用は63%と手作りのパターンに拮抗しています。「あえるだけのパスタソース」25%、「市販のパスタソースに具や調味料を加える」29%といったバリエーションもあります。特に30代・40代でパスタソースの利用が約7割と多く、50代では市販品に手を加えるパターンが目立ちました。

時系列で見ると、手作りパターンは08年で7割を超えていたのが、減少を続けて12年で6割前後になりましたが、13年で増加に転じました。一方、パスタソース利用パターンは08年に5割だったのが、12年に69%まで増加し、手作りパターンを抜きましたが、13年は9ポイント減少し、手作りパターンと再逆転しました。

手作り派・市販ソース派はともに半数を超え、両方のパターンで作る人も多いでしょう。12年に市販のソース等を使って本格メニューを簡単に作ることができる“スマートクッキング”の代表格と大きく伸びたパスタソースですが、その拡大基調は少し足踏み状態といえます。

図表1 パスタの作り方 (MA)



◆増加続いた「出来合い品」活用意識は足踏み状態。

調理の時短・省力化志向は増加続く。

料理や食に関する意識を「はい」～「いいえ」の4段階で聞きました。調理の時短志向・出来合い品活用・手作り志向について「はい」と答えた人の比率を見たのが図表2です。

時短志向は、10年をピークに3割台でほぼ横ばいですが、30代は「はい」が50%と、その高さが際立っています。

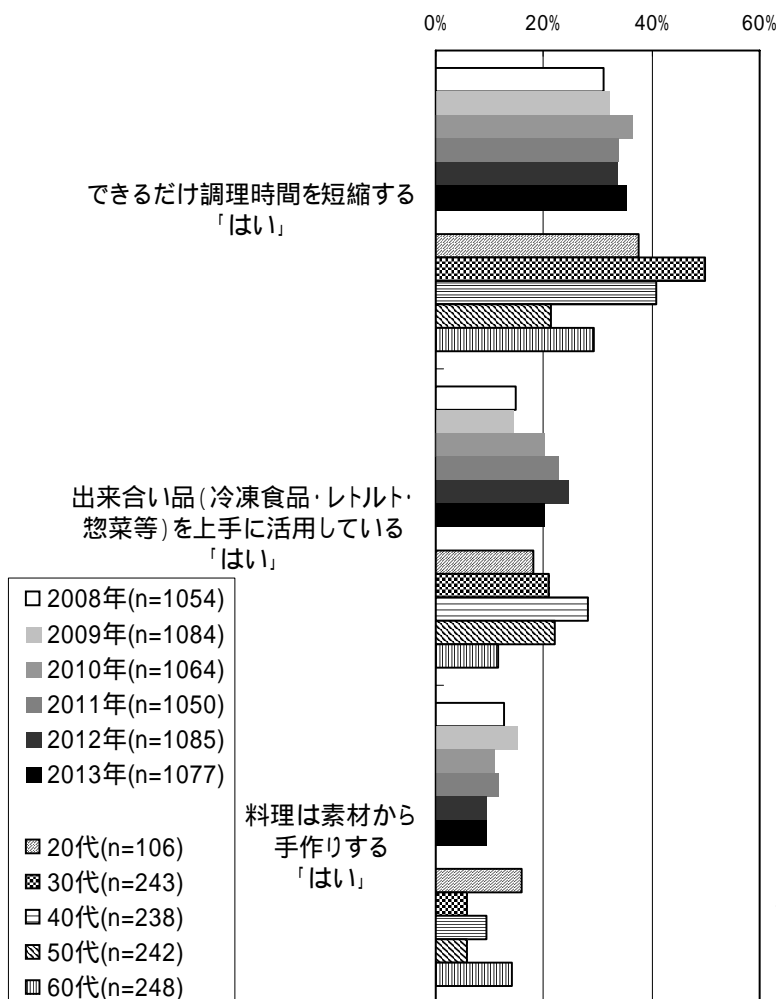
出来合い品活用は、12年まで年々増加が続いたのですが13年は4ポイント減少しました。年代別には40代がピークです。

手作り志向は緩やかに減少傾向ですが、年代別には20代16%が最も多く、次いで60代でした。

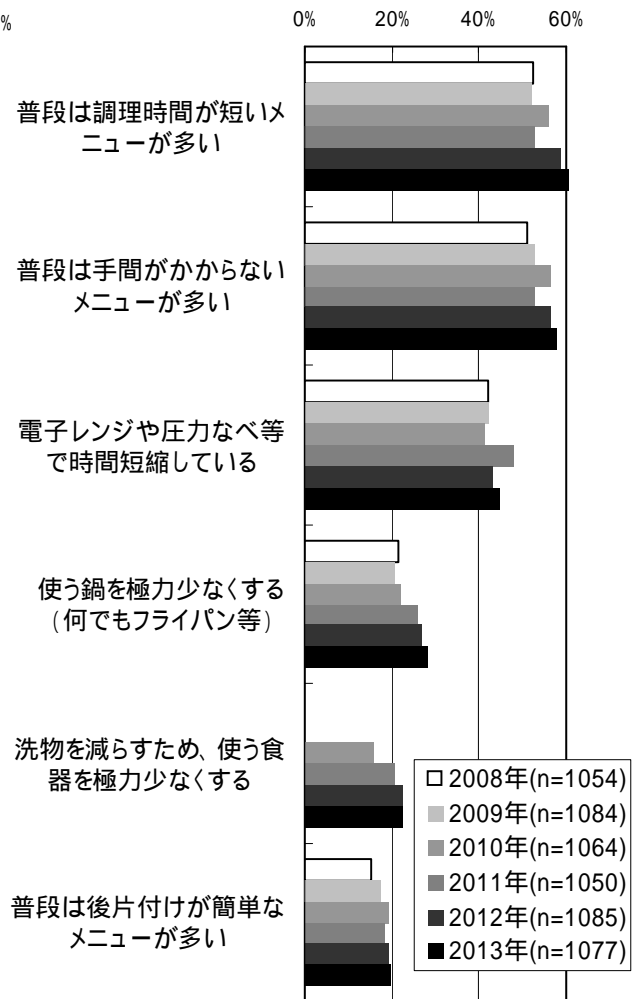
図表3は、調理の省力化について、当てはまることを選んでもらった結果です。「調理時間が短いメニュー」「手間がかからないメニュー」「電子レンジや圧力鍋で時間短縮」「何でもフライパン」「使う食器を少なく」「後片付けが簡単なメニュー」と、あの手この手で行う調理の省力化の工夫は、年々増加の傾向といえます。

パスタソースの利用拡大が一段落するなど、市販の出来合い品を活用しての調理の省力化志向は、意識の面からも足踏み状況といえます。しかしながら、調理時間を短縮したい意識は依然強く、素材から手作りするという手間をかける人は減少傾向です。手順・段取りや片付け物まで見越しての調理の時短・省力化志向は、引き続き健在といえるでしょう。

図表2 料理・食の意識 (SA)



図表3 調理の省力化 (MA)



◆ 普段の夕食メニューは“健康”“簡単”を意識。

母子だけの時は“子供の好み”重視だが思考停止。

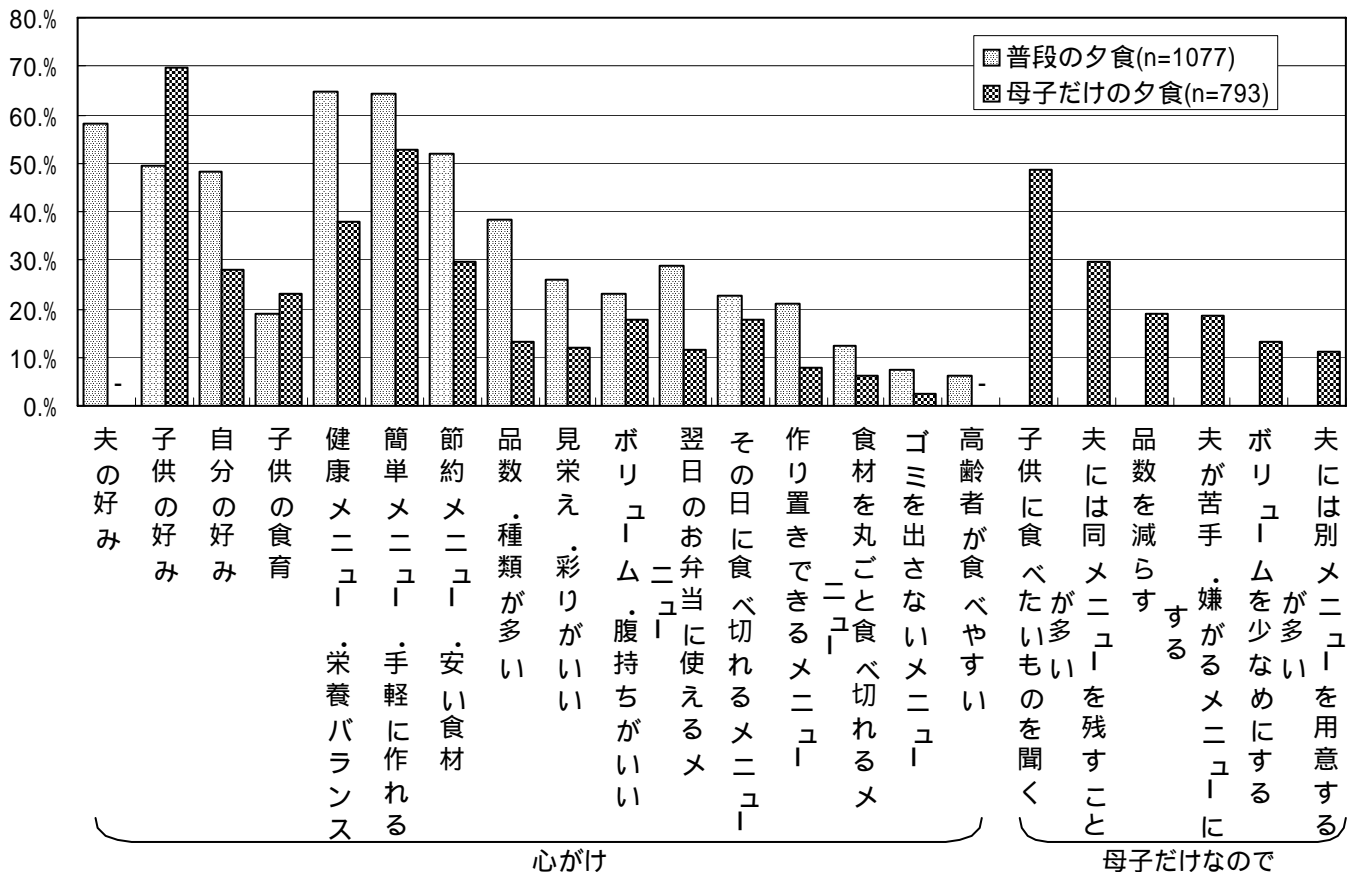
家族全員が家で夕食を食べる頻度は、週当たり平均が10年5.49回のピークから、13年5.18回と調査年中最低となりました。家族団らんの頻度は少なくなる傾向です。父親不在の、母子だけの夕食頻度を聞いたところ、平均週に2.28回、週2回以上の合計が42%でした。特に30代の家庭では週2回以上が59%となり、平日は母親と子供だけで食卓を囲むシーンが常態化していました。そのような母子だけのシーンでは、どのようなメニューが登場するのか検証してみました。

夕食メニューの心がけを聞いたところ、普段は「健康」「簡単」を意識している人が6割を超え、「夫の好み」「節約」も過半数が意識していました。

また、子供のいる人に、母子だけの夕食の時の心がけを聞いたところ、「子供の好み」が70%と普段より20ポイント多く、「簡単」「子供に食べたいものを聞く」が約5割でした。

母子だけの時には、「子供の好み」「子供に食べたいものを聞く」と子供中心の意識は高くなります。一方、「簡単」を心がける人は、過半数と多いものの、普段と比較すると10ポイント以上少ないという結果でした。他の項目を見ても、ほとんどの項目で普段の夕食時よりも心がける意識が減少しています。夕食メニューをあれこれ考えたり、段取り・手順を工夫したり、という意識そのものが希薄になるのでしょうか。「簡単」に済ませようと考えて決めることすら意識されず、何も考えずに惰性で作れるメニューになっているという現実のようです。

図表4 夕食メニューの心がけ (MA)



◆母子だけの時、チャーハン他主食系一皿完結メニュー。
子供が好きな、ハンバーグ・カレー・から揚げ。

母子だけの夕食の時、実際にはどのようなメニューなのか聞いてみました。「チャーハン・ピラフ・焼き飯」が40%とトップ、次いで「カレー」「パスタ・スパゲッティ」「丼もの」「中華めん類」「鶏のから揚げ」が3割以上で続きます。ワンディッシュで済む主食系メニューが並びます。以下のランキングは3割を下回り、母子だけの時はメニューの質問に対しても意識することの少なさが感じられます。

一方、子供に聞いた、母親の料理で好きなメニューは、「ハンバーグ」「カレーライス」が7割を超えて双璧。次いで「鶏のから揚げ」「みそ汁」が6割台で続きます。

母子だけの夕食時には、子供の好みを心がけていると答えているにもかかわらず、子供の好みの上位と一致するのは「カレー」「鶏のから揚げ」程度でした。それよりも、一皿で完結する、あまり考えなくても作りなれているメニューが優先されているようです。

図表5 母子に聞いた、メニューランキング (MA)

	母子だけの夕食に多いメニュー (n=793)	子供に聞いた母親の料理で好きなメニュー (n=505)	参考:月1回以上登場するメニュー (n=1077)
1位	チャーハン・ピラフ・焼き飯	ハンバーグ	味噌汁
2位	カレー	カレーライス	焼き魚
3位	パスタ・スパゲッティ	鶏のから揚げ	野菜サラダ
4位	丼もの	みそ汁	カレー
5位	中華めん類	ポテトサラダ	和風めん類
6位	鶏のから揚げ	ギョーザ	中華めん類
7位	和風めん類	肉じゃが	卵焼き・目玉焼き
8位	ハンバーグ	卵焼き・目玉焼き	野菜炒め
9位	オムライス	マーボー豆腐・マーボナスなど	パスタ・スパゲッティ
10位	野菜サラダ	シチュー・ポトフ等の煮込み料理	餃子
11位	グラタン	どんぶりもの	鶏のから揚げ
12位	コロッケ	しょうが焼き	ゆで野菜
13位	餃子	グラタン	スープ
14位	しょうが焼き	パスタ・スパゲッティ	豆腐料理
15位	味噌汁	焼き魚	刺身
16位	お好み焼き	さしみ	チャーハン・ピラフ・焼き飯
17位	スープ	すき焼き	野菜のおひたし・和え物
18位	焼き魚	チャーハン・ピラフ・焼きめし	ハンバーグ
19位	ポテトサラダ	スープ	ポテトサラダ
20位	シチュー・ポトフ等の煮込み料理	オムライス	丼もの

50%以上

50%未満

30%未満

◆ ☆親子分析☆ 子供は母の作る料理が大好き。
料理好き・出来合い品を使わない母親の、料理は好評。

同居する小学生から未婚の社会人の子供に、母親の作る料理について好き嫌いを聞きました。子供全体では、「とても好き」が43%、「好き」が41%、「どちらかという好き」まで合わせると98%の子供は母親の作る料理が好きと答えています。中でも小学生では59%の子供が「とても好き」と答えており、小さな子供ほど母親の料理が好き、若い母親ほど子供の評価が高いという結果でした。

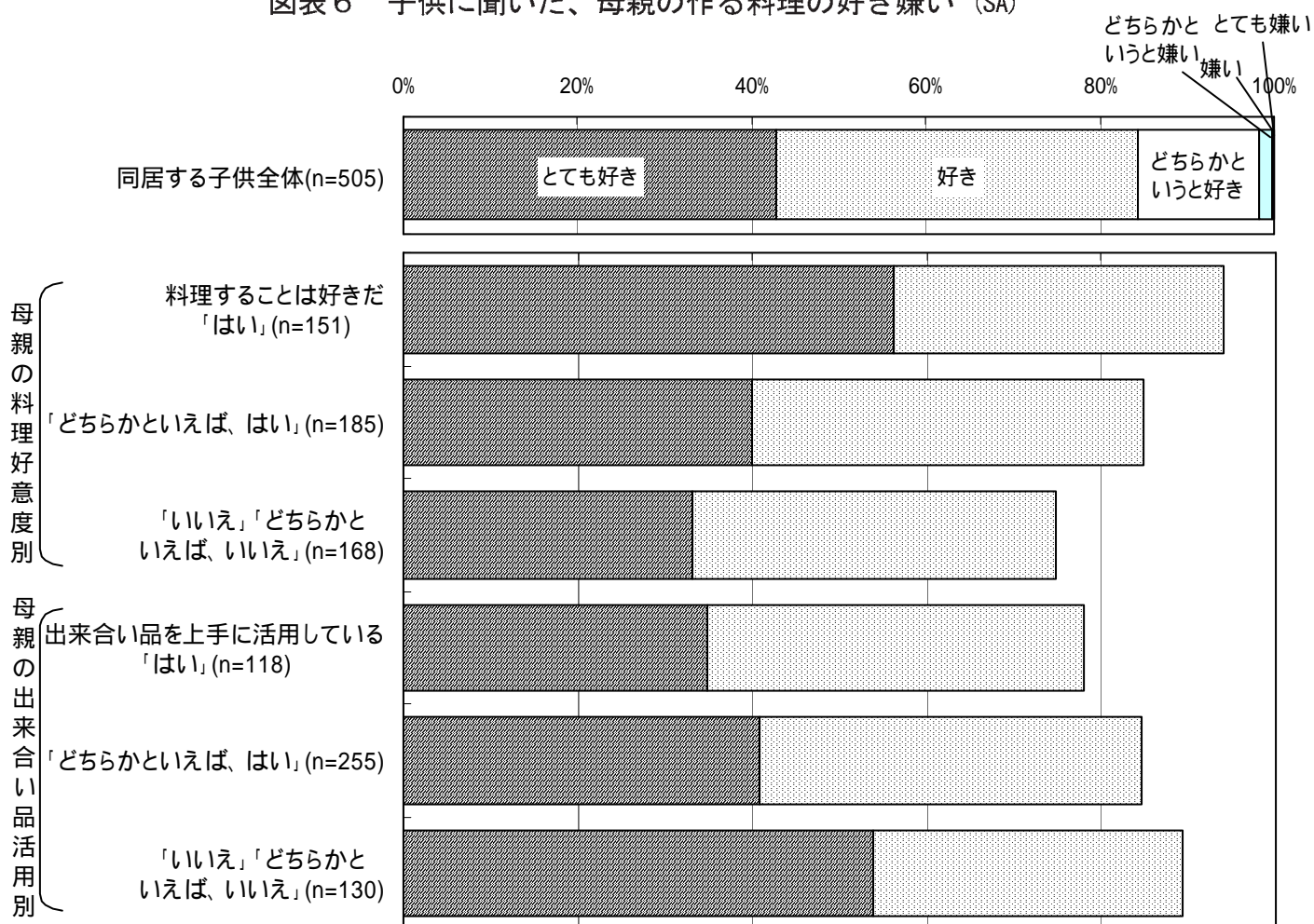
この結果を、母親の料理・食についての意識別に比較してみました。

「料理をすることは好きだ」という質問にはっきり「はい」と答えた母親の子供は、母親の料理が「とても好き」という回答が56%と高く、料理好きに「いいえ」「どちらかといえば、いいえ」と答えた母親の子供では33%と少なくなります。母親が料理を好きな方が、子供の評価が高い結果となりました。

一方、「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「はい」と答えた母親の子供は、母親の料理を「とても好き」が35%と比較的少なく、出来合い品活用に否定的な母親の子供は54%と半数以上が「とても好き」と答えていました。

子供は、母親の作る料理が大好きです。とはいえ、母親の料理や食の意識別に見ると温度差があり、料理好きで出来合い品をあまり使わない母親の方が、作る料理を「とても好き」と答える子供が多い結果となりました。

図表6 子供に聞いた、母親の作る料理の好き嫌い (SA)



「メニューからみた食卓調査2013」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、同居している小学生～未婚の社会人の子供に〔子供調査〕を実施し、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64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、⑤使いまわしメニュー、
⑥母子だけの夕食メニュー、⑦子供に聞いた、母親の料理で好きなメニュー

3) 代表メニューの作り方

調理実態：①カレー、②パスタ・スパゲッティ、③ピザ、④鶏のから揚げ、
⑤麻婆豆腐・麻婆ナス、⑥みそ汁

4) 夕食・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

母子だけの夕食：①頻度、②メニューの決め方、③母子だけの夕食メニュー

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

6) 〔子供調査〕子供のメニュー意識

①母の料理への好意度、②食事・料理に対する意識、③母親の料理で好きなメニュー

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、「パスタの作り方」「料理・食の意識」「調理の省力化」「夕食メニューの心がけ」「母子に聞いた、メニューランキング」「子供に聞いた、母親の作る料理の好き嫌い」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/hotanq48.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調査のアウトプット

(1) 調査報告書：A4判・60ページ・2013年9月発刊

(2) 集計結果表：A4判・499ページ・2013年8月発刊

(3) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

②購入費用：定価420,000円(税別) / MDBメンバー価格380,000円(税別)

※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。