



## JMAR生活者調査レポートシリーズ

# 家庭の食卓トレンド調査2022

定番の味・食材に加えて、新しい味・食材の食卓への浸透度を捉える



《野菜編》《魚・肉編》《新しい味編》の3編から、  
”いま”の食卓のトレンドを把握する



# 家庭の食卓トレンド調査 2022 レポートの特徴

Feature

## 01 対象は、20～70代既婚女性 と20～30代のシングル女性

20～70代の既婚女性(主婦)と20～30代のシングル女性を対象に、意識と実態を把握。定番の味・食材に加えて、新しい味・食材の食卓への浸透度を確認することができます。

## 02 《野菜編》野菜の消費意識・ 実態について細かく把握

野菜の不足感や野菜摂取の心がけといった意識から常備している野菜、冷凍野菜・カット野菜の使用実態等、食卓における野菜の実態を幅広く捉えます。ご当地野菜や西洋野菜の認知も聴取。

## 03 《魚・肉編》「魚」離れ・ 進む「肉」食化の実態を検証

魚介類・肉類の過不足感や購入時・摂取時の心がけといった意識から、よくおこなう調理方法などの食べ方の実態まで、時系列比較をおこなうことで最新トレンドを把握します。

## 04 《新しい味編》世界各国・ご 当地料理の浸透度を検証

世界各国の料理やご当地料理の喫食経験に加えて家庭で食べてみたい料理を聴取。その他、目新しい調味料・スパイスや海外の食材について購入経験を把握。生活者への浸透度を検証します。

## 05 時系列でみる意識の変化から 食卓ニーズのヒントを得る

時系列データから料理に対する意識・行動の変化を把握することで、今後の商品開発の示唆となるヒントや仮説作りの材料を得ることができます。

## レポートの 活用シーン <<<

**1 商品開発担当者様**  
社内で仮説を通す  
説得材料として活用  
▶ 開発プロセスを効率化!

**2 営業企画担当者様**  
消費者ニーズの  
裏付けデータとして  
▶ プレゼン時の説得力UP!

**3 ブランドマネージャー様**  
各部門で消費者を理解する  
ナレッジ共有に  
▶ ニーズを踏まえたブランド管理を実現

**4 調査担当者様**  
汎用性の高い  
お助けデータとして重宝  
▶ コスト・労力を大幅削減!



Case



# 7 家庭の食卓トレンド調査2022 調査項目

Survey item

## 《野菜編》

◇野菜についての意識と実態

- (1) 野菜の好意度
- (2) 野菜の購入: 購入する店・頻度・重視点・心がけ
- (3) 野菜の摂取: 登場頻度・不足感・心がけ

◇定番野菜の使い方と意識

常備している野菜・便利だと思う・身体にいい・子どもが食べてくれる・子どもに食べさせたい・レパートリーを増やしたい・最近よく利用する  
(たまねぎ・にんじん・ねぎ・しょうが・しめじ・ブロッコリー・ゴーヤー・カリフラワー・枝豆・etc)

◇野菜の加工食品について

- (1) 冷凍野菜: 利用経験・頻度・品目・利用する理由・利用しない理由
- (2) ホームフリージングする野菜
- (3) カット野菜: 利用経験・頻度・品目・利用する理由・利用しない理由
- (4) 野菜加工品の利用: 水煮野菜・缶詰・乾燥野菜・漬物

◇新顔野菜の浸透度

新顔野菜の認知と購入経験  
(西洋野菜・中国野菜・京野菜・加賀野菜・etc)

## 《新しい味編》

◇世界の各国料理について

喫食経験・好感度

◇世界各国・ご当地メニューの家庭への浸透度

- (1) 洋風メニュー(カルボナーラ・ピスク・アヒージョ・)
- (2) 中華系メニュー(八宝菜・火鍋・棒棒鶏・酢豚・etc)
- (3) 韓国・朝鮮系メニュー(クッパ・ユッケジャン・etc)
- (4) 東南アジア系メニュー(トムヤムクン・パッタイ・)
- (5) ラテンアメリカ系メニュー(タコス・トルティーヤ・)
- (6) ご当地メニュー(もつ鍋・ソーキそば・ジンギスカン・)

◇各国調味料・スパイスの定着度

- (1) 洋風調味料(ワインビネガー・グレープシードオイル・)
- (2) 中華系調味料(豆板醬・甜面醬・花椒油・etc)
- (3) 韓国系・エスニック系調味料(ヤンニョム・魚醤・)
- (4) 和風調味料(ゆずこしょう・もみじおろし・塩麴・)
- (5) スパイス(シナモン・オレガノ・八角・山椒・etc)
- (6) 目新しい調味料・スパイス: 最近購入したもの・購入のきっかけ・購入店

◇食材の定着度

- (1) 調味用食材の使用: 香味野菜・柑橘類・生ハーブ・)
- (2) 海外本格食材の購入経験

## 《魚・肉編》

◇魚介類/肉類についての意識と実態

- (1) 魚介類/肉類の好意度
- (2) 購入時: 購入する店・頻度・重視点・心がけ
- (3) 摂取: 登場頻度・過不足感・心がけ

◇魚介類の使い方と意識

よく買う・子供が食べてくれる・もっと出したい食べ方  
調理実態・よくおこなう・上手になりたい・したくない  
レパートリーを増やしたい・最近よく利用する  
(サンマ・アジ・サバ・アサリ・エビ・イカ・タコ・カキ・カツオ・カニ・etc)

○水産加工品: 常備・便利・子どもが食べてくれる・

摂取意識・選択基準

◇肉類の使い方と意識

よく買う・子どもがよく食べてくれる・レパートリーを増やしたい  
(豚肉・鶏ひき肉・豚の塊肉・ベーコン・ウインナー・ハム・鶏のササミ・etc)

○目新しい肉類

(生ハム・羊肉(ラム・マトン)・馬肉・七面鳥・etc)

## 共通設問: 料理・食に関する意識・行動

◇料理や食に対する意識・行動

- (1) 料理についての関心
- (2) 料理や食についての行動
- (3) 料理の頻度

◇料理・味の嗜好

- (1) 和風・洋風嗜好
- (2) 食べ歩きへの関心
- (3) エスニック料理
- (4) 辛い味の料理

◇家庭での夕食時の飲みもの

- (1) お酒  
(ビール・缶チューハイ・焼酎・赤ワイン・白ワイン・梅酒・日本酒・ウイスキー・etc)
- (2) ソフトドリンク  
(麦茶・烏龍茶・牛乳・炭酸水・ミネラルウォーター・オレンジジュース等のフルーツジュース・酢飲料・ノンアルコール飲料・etc)

◇料理・食べ物に関する情報源



# 調査概要・ご案内



Overview

## ■調査概要

- ・調査対象：一都三県（首都圏）に居住する20～70代の既婚女性（主婦）、および20～30代の未婚（シングル）女性
- ・調査方法：「モニターリサーチ・システム」を活用した郵送調査
- ・サンプル数：1,500サンプル（年代・未婚状況の母集団人口構成比に準拠して回収）
- ・調査期間：2022年11月中旬

## ■調査のアウトプット

- ・調査報告書：PDFデータ
  - ・集計データ：Excelデータ（年代別／家族別／職業別／世帯年収別／意識別など）
- ※アウトプットは、全て電子データにてご提供します。（「調査報告書」の紙媒体でのご納品は別途費用にてお承り致します。）

## ■調査購入のご案内

- 《新しい味編》定価450,000円（税別） / MDBメンバー価格420,000円（税別）
- 《野菜編》 定価450,000円（税別） / MDBメンバー価格420,000円（税別）
- 《魚・肉編》 定価350,000円（税別） / MDBメンバー価格320,000円（税別）
- 《まとめ編》 120,000円（税別） ※《まとめ編》は単体ではご購入いただけません。

★4編セット  
定価 1,270,000円（税別）  
MDBメンバー価格  
1,180,000円（税別）

◆集計表にないクロス集計をご希望の際は、オーダーメイド集計にてお承りいたします。（都度お見積りさせていただきますのでお問い合わせください。）

※MDBメンバー価格の適用は、当社の会員制情報提供サービス「マーケティング・データ・バンク」にご登録いただいている事業所に限ります。  
※本調査の成果物の著作権は、株式会社日本能率協会総合研究所が保有します。  
※本調査をご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。

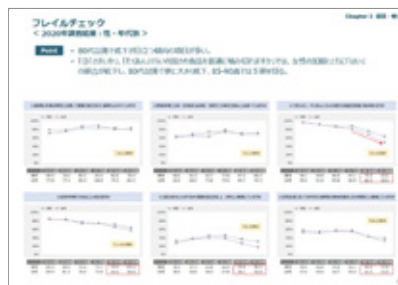
## ご案内

調査の説明を聞きたい・調査票を確認したいなどございましたら、

お気軽に下記の連絡先までお問い合わせください。

## アウトプットのパッケージ例

Output



連絡先

株式会社 日本能率協会総合研究所  
経営・マーケティング研究部（担当：山口・荒木）  
〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22

TEL. 03-3578-7607

e-mail. info\_mlmc@jmar.co.jp