



JMAR生活者調査レポートシリーズ

メニューからみた食卓調査2022

20～60代の既婚女性(主婦)を対象に“いま”の食卓実態に迫る



メニュー別・食事シーン別に、
加工食品や中食の利用、手作り実態を検証



Feature

メニューからみた食卓調査 2022 レポートの特徴

01 20～60代既婚女性に聴取した”いま”の食卓実態

20～60代の既婚女性(主婦)を対象に、“いま”の食卓をメニューから詳細に捉える調査です。2022年調査から調査対象エリアを全国に拡大し、調査項目も変更してリニューアルします。

02 食事シーン別にメニュー実態・心がけを細かく捉える

食事のシーン別(朝食・夕食)に、メニューの実態や心がけといった意識を細かく捉えることができます。また夫の料理参加について、料理参加頻度とよく行う調理工程を明らかにします。

03 平日・休日の食事シーン別手作り・簡便利用の意識把握

朝食・昼食・夕食を平日と休日にそれぞれ分けて、各食事シーンの手作り意識・簡便利用意識を聴取します。食事シーン別の既婚女性の食事準備意識をより細かく捉えます。

04 中食・外食の利用実態や抵抗感を捉え新商品発想に

冷凍食品やレトルト・インスタント食品、外食等についての利用実態と「抵抗を感じることを」を聴取します。主婦の中食・外食の利用実態と意識を掴むことで、新商品開発のヒントを得られます。

05 【単身世帯編】単身世帯男女にも同内容の調査を実施

別編の調査として、20～60代の単身世帯(一人暮らし)男女にも同内容の調査を同時期に実施いたします。セットでご利用いただくことでそれぞれの特徴をより把握しやすくなります。

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!





メニューからみた食卓調査2022 調査項目

Survey item

1. 日常メニューのポジショニング

◇日常メニューについて

- (1) 定番メニュー: 月に1回以上食卓に登場する
- (2) 手作りメニュー: 手作りが多いメニュー
- (3) 冷凍食品利用メニュー: 冷凍食品を利用する
- (4) 中食利用メニュー: レトルト・インスタント食品・

市販の惣菜等、市販品を利用するメニュー

【主食系メニュー】

チャーハン・ピラフ・焼き飯／炊き込みご飯・釜飯／
寿司／カレー／ハヤシライス／オムライス...etc

【肉料理】

ハンバーグ／しょうが焼き／焼き鳥・照り焼き...etc

【魚料理】

焼き魚／煮魚・魚介類の煮物／刺身...etc

【野菜料理】

かぼちゃの煮物／きんぴら／ポテトサラダ...etc

その他、【オープン料理】【汁物】等、

様々なカテゴリーにわけて聴取

◇メニューの詳細分析

パスタ・スパゲッティ:

めんを手作りする／お湯をわかしてゆでる／電子レンジを利用してゆでる／マカロニ・ショートパスタを使う／具は野菜・肉・魚介類等の食材を使う／具の材料を洗う・皮をむく・切る／具の材料に下味をつける／具を炒める／具を煮る・煮込む／ワインを使う／本格スパイス・ハーブ(バジル・ローリエ等)を使う／市販のパスタソース(レトルトや缶詰)を利用／市販のパスタソース(温めずにあえるだけのタイプ)を利用...etc

2. 食事シーン別料理実態

◇メニューの作り方・レシピの情報源

◇朝食シーンの実態

- (1) 家族全員が家で朝食を食べる頻度
- (2) 朝食の準備【準備する人】【準備の仕方】
- (3) 普段の平日の朝食メニュー

◇夕食シーンの意識と実態

- (1) 家族全員が家で夕食を食べる頻度
- (2) 夕食メニューの決め方【買いもの】【心がけ】

◇夫の調理参加

- (1) 夫の調理頻度 (2) 夫の行う調理工程

3. 中食利用と買い物行動

◇加工食品・中食・外食の利用

- (1) 市販の素・調理用ソース・簡便調味料の利用
チャーハンの素／炊き込みご飯・釜飯の素／カレー／パスタソース／ごまあえの素／浅漬けの素／マリネ・酢漬け・ピクルスの素...etc

(2) 中食・外食の利用:

- 〈1〉よく利用すること 〈2〉抵抗を感じることに

◇購買行動の意識

(1) 食品の購入重視点

- 〈1〉生鮮食品 〈2〉市販の加工食品
- (2) 食品購入時の心がけ・行動

4. 日常の調理意識・行動

◇料理に対する考え・行動:

家族が喜んでくれるので料理が楽しい／イベントや来客時には手の込んだ料理を作りたい／料理は得意なほうである...etc

◇料理や食事づくりの考え・行動:

はい〜いいえの4段階の尺度で回答

- 〈1〉料理することは好きだ
- 〈2〉料理は素材から手作りする
- 〈3〉出来合い品を上手に活用している
- 〈4〉できるだけ食費を切り詰める等、9項目について聴取

フェース

◇プロフィール

年齢／結婚歴／居住地域／職業／同居家族人数／家族構成／世帯年収...etc

◇住まい・キッチン情報

◇該当事項:

お酒／パソコン／タブレット端末／スマホ／SNS／自家用車／生協...etc

SDGs・エシカル消費
関連設問を新設予定!



調査概要・ご案内



Overview

■調査概要

- ・調査対象：全国に居住する20～60代の既婚女性（主婦）
- ・調査方法：「モニターリサーチ・システム」を活用したインターネット調査
- ・サンプル数：2,000サンプル（年代・エリアに基づき母集団人口構成比に準拠して回収）
- ・調査期間：2022年7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／調理意識／家族そろっての食事頻度など）
- ※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

「メニューからみた食卓調査 2022」 定価420,000円（税別）／MDBメンバー価格390,000円（税別）
 《単身世帯編》とのセット価格もご用意しております。 定価700,000円（税別）／MDBメンバー価格650,000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

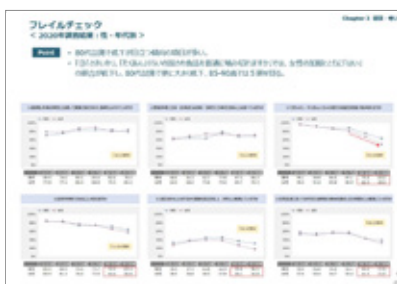
単身世帯（一人暮らし）の男女を対象とした

『メニューからみた食卓調査2022《単身世帯編》』もご検討ください！

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。

Output

アウトプットのパッケージ例



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