JMAR
JMA Research Institute Inc

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《単身世帯編》

20～60代の単身世帯（一人暮らし）男女の食卓実態に迫る

メニュー別・食事シーン別に、
加工食品や中食・外食の利用、手作り実態を検証

株式会社日本能率協会総合研究所

Feature

メニューからみた食卓調査2022《単身世帯編》レポートの特徴

01 20～60代の単身世帯（一人暮らし）男女の食卓を調査

20～60代の単身世帯（一人暮らし）の男女を対象に、“いま”の食卓をメニューから詳細に捉える調査です。2022年から調査対象エリアを全国に拡大し、回収サンプル数も増やしました。

02 食事シーン別にメニュー実態・心がけを細かく捉える

食事シーン別に、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、70以上のメニューについて、自宅で登場するメニュー・手作りするメニューなど細かく聴取します。

03 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」を聴取します。単身者の中食・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。

04 時系列データを通して料理意識の変化を見つめる

時系列データの比較を通して、料理への好意度・手作りに対する意識・食費切り詰めの意識といった、実態・行動の背景にある料理意識がどのように変化してきたかを見つめます。

05 既婚女性（主婦）と単身者の違いを浮き彫りにします

既婚女性を対象とした「メニューからみた食卓調査2022」の全体傾向との比較が可能です。主婦と単身（一人暮らし）世帯者の食卓実態や食事・料理に対する意識の違いを浮き彫りにします。

Case

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《単身世帯編》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:手作りすることが多いメニュー
(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、【オーブン料理】【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)自宅で朝食を食べる頻度
(2)朝食の準備の仕方
(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)自宅で食を食べる頻度
(2)夕食メニューの決め方
【買いもの】【買い置き・残りもの】【心がけ】

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／カレールー／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
◇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:
イベントや来客時には手の込んだ料理を作りたい／料理はレシピを自分なりにアレンジして作ることが多い／料理は得意な方である…etc
◇料理や食事づくりの考え・行動: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
◇食生活であてはまること

SDGs・エシカル消費関連設問を新設予定!

フェース

◇プロフィール
性別／年齢／居住地域／職業／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

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代の単身世帯（一人暮らし）の男女
- **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：**1,000サンプル予定（性別・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月下旬を予定

■調査のアウトプット

- **調査報告書：**PDFデータ（９月完成予定）
- **集計データ：**Excelデータ
  （男女別／年代別／職業別／料理意識／食事頻度／生活習慣別など）

■調査購入のご案内

「メニューからみた食卓調査2022《単身世帯編》」　**定価350,000円（税別）／MDBメンバー価格320,000円（税別）**

「メニューからみた食卓調査2022」とのセット価格　**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

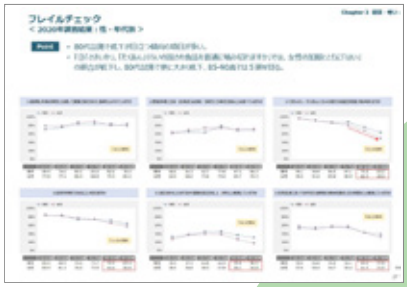
7月１５日（金）までのお申込み限定

予約特価300,000円（税別）　セット予約特価600,000円（税別）

調査票が見たい・詳細説明を聞き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**