

第 章 肉料理に関するイメージ分析

第 章 肉料理に関するイメージ分析

1 肉料理に関する価値観・意識

消費者は料理を作るTPOで、「家族のこと」「自分の健康のこと」「節約のこと」「面倒なとき」など必ず作る動機を持っている。

夕食の料理を作るときに思い浮かぶ「動機・理由」などのイメージ言葉を、26種類集め、これを「動機」と定義する。

これらを5つに集約し、まとめた大きな概念を「集約イメージ」と定義する。

(1) 料理を作るときの価値観の構造

5つの「集約イメージ」と26種の料理を作る「動機」

「集約イメージ」・・・「おいしさ」感

(動機): 家族が大好きな料理だから / 得意の料理だから / お酒の肴として / さっぱりしたものが食べたいから / こってりしたものが食べたいから

「集約イメージ」・・・「便利・お得」感

(動機): 材料の特売をやっていたから / 手間がかからないから / ボリューム感があるから / 冷蔵庫に残り物があったから / 家庭のいつもの定番だから

「集約イメージ」・・・「健康・元気」感

(動機): 栄養のバランスが良いから / スタミナ・元気をつけるため / 肌などの美容に良いと言われたから / ダイエット中なので(カロリー制限) / 子供の成長に良いから / 体調が悪いので

「集約イメージ」・・・「楽しさ」感

(動機): 誕生日などのイベントだから / 一家団欒を楽しみたいから / 友達や来客があるから / みんなを驚かせたいから / 自慢したいから

「集約イメージ」・・・「グルメ(チャレンジ)」感

(動機): たまには贅沢をしたくて / 料理番組や雑誌を見て / 良い材料が手に入ったから / 時間があるから手間をかけたいから / 新しい味や本格的料理にチャレンジしたいから

(2) 肉料理メニューの普及プロセス

薬には、「万能薬」と「特効薬」がある。「万能薬」は、たとえば「のど」「咳」「発熱」「下痢」「筋肉痛」のすべてに効果のある薬で、「特効薬」は「発熱」など、特定の症状に対して効果があるものを言う。

このように効果・効能で「万能・特化」もあるが、世の中には「土用のウナギ」や「バレンタインデーのチョコ」に見られるような「季節特化メニュー」が存在している。

一般的に「出現頻度の多い料理メニュー」の必須条件は、多くの料理「動機」に対応し、「ニーズ」を満たしていることである。

したがって、「ある肉料理メニュー」を普及させるためには、まず希薄な「集約イメージ」とそれを構成する料理の「動機」を知る必要がある。

訴求点を「強化」して、いろいろな場面に対応する「万能メニュー」に作り変えるための、新しい提案をすることが普及のポイントと考えられる。

そのためには、まず「動機への対応機能」を付け加え、「ハードウェア」の改良や追加などを通して「価値」の幅を広げる提案（例えば簡単な料理方法）をすることが考えられる。

次に、「ソフトウェア」としては、年間の家庭催事において「動機の世界」を開発し、促進する（例えばホームパーティーの機会を増やすように働きかける）ことも普及にとって非常に重要である。

(3) 集約イメージと料理メニューの実態

図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューと万能メニュー

順位	おいしさ感合計		便利・お得感合計		健康・元気感合計		楽しさ感合計		グルメ感 (チャレンジ) 合計	
		出現数		出現数		出現数		出現数		出現数
1	カレー	639	炒め物	1,048	炒め物	376	焼肉	93	焼肉	85
2	炒め物	556	カレー	829	焼肉	192	カレー	44	ステーキ	67
3	焼肉	395	焼肉	412	カレー	162	から揚げ	32	カレー	60
4	ハンバーグ	364	から揚げ	338	生姜焼き	102	ハンバーグ	28	炒め物	57
5	から揚げ	355	ハンバーグ	326	煮物	95	炒め物	24	カツ等揚げ物	57
6	カツ等揚げ物	305	生姜焼き	324	しゃぶしゃぶ	95	ステーキ	23	煮物	39
7	しゃぶしゃぶ	254	丼物	294	カツ等揚げ物	84	しゃぶしゃぶ	20	ハンバーグ	29
8	生姜焼き	237	カツ等揚げ物	256	肉じゃが	82	カツ等揚げ物	19	しゃぶしゃぶ	26
9	肉じゃが	230	肉じゃが	216	ステーキ	74	お好み焼き	18	から揚げ	25
10	煮物	199	煮物	189	ゴ-ヤツンブル	73	炊込みご飯	16	すき焼き	25
11	餃子	160	しゃぶしゃぶ	174	から揚げ	68	スパゲティ	16	肉じゃが	20
12	ステーキ	159	ステーキ	170	ハンバーグ	68	すき焼き	14	丼物	20
13	丼物	156	焼きそば	140	丼物	58	肉じゃが	12	生姜焼き	16
14	スパゲティ	125	麻婆豆腐	137	餃子	58	煮物	11	炊込みご飯	13
15	麻婆豆腐	108	スパゲティ	126	豚汁等汁物	38	ソテー	10	グリル焼き	13
16	冷やし中華	101	チャーハン	116	すき焼き	34	生姜焼き	7	スパゲティ	12
17	グリル焼き	93	餃子	115	麻婆豆腐	32	餃子	7	餃子	12
18	お好み焼き	84	ソテー	114	ソテー	32	グリル焼き	7	シチュー	12
19	サラダ	76	グリル焼き	108	豚キムチ	30	コロケ	7	麻婆茄子春雨	11
20	シチュー	74	お好み焼き	108	グリル焼き	28	角煮	6	ソテー	10

「図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューと万能メニュー」において、網がけはどれかの項目でベスト20に入っている料理メニューである。

その数は、20メニューのうち13メニューで過半数を占めている。

この「13メニュー」は、夏場における日本の夕食肉料理の代表的な「万能メニュー」である。

(巻末「表 -1-(A) イメージ別・全肉料理順位」「表 -1-(B) 肉料理ベスト20の動機データ」参照)

図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューベスト 10 の変化

順位		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
おいしさ感	H15/12調査	カレー	鍋料理	から揚げ	炒め物	ハンバーグ	シチュー	カツ等揚げ物	すき焼き	焼肉	生姜焼き
	H16/06調査	カレー	炒め物	ハンバーグ	から揚げ	焼肉	カツ等揚げ物	生姜焼き	しゃぶしゃぶ	肉じゃが	煮物
	H16/12調査	カレー	炒め物	ハンバーグ	から揚げ	鍋料理	シチュー	焼肉	煮物	生姜焼き	カツ等揚げ物
	今回調査	カレー	炒め物	焼肉	ハンバーグ	から揚げ	カツ等揚げ物	しゃぶしゃぶ	生姜焼き	肉じゃが	煮物
便利・お得感	H15/12調査	カレー	鍋料理	炒め物	シチュー	から揚げ	すき焼き	カツ等揚げ物	ハンバーグ	生姜焼き	焼肉
	H16/06調査	炒め物	カレー	焼肉	から揚げ	生姜焼き	ハンバーグ	肉じゃが	カツ等揚げ物	丼物	煮物
	H16/12調査	カレー	炒め物	鍋料理	シチュー	ハンバーグ	から揚げ	焼肉	生姜焼き	丼物	煮物
	今回調査	炒め物	カレー	焼肉	から揚げ	ハンバーグ	生姜焼き	丼物	カツ等揚げ物	肉じゃが	煮物
健康・元気感	H15/12調査	鍋料理	カレー	炒め物	シチュー	カツ等揚げ物	すき焼き	煮物	焼肉	生姜焼き	ハンバーグ
	H16/06調査	炒め物	カレー	焼肉	生姜焼き	煮物	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	ハンバーグ	肉じゃが	ステーキ
	H16/12調査	炒め物	鍋料理	カレー	焼肉	煮物	シチュー	生姜焼き	すき焼き	豚汁	ハンバーグ
	今回調査	炒め物	焼肉	カレー	生姜焼き	煮物	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	肉じゃが	ステーキ	ゴーヤチャンプル
楽しさ感	H15/12調査	カレー	鍋料理	炒め物	シチュー	すき焼き	カツ等揚げ物	焼肉	ハンバーグ	煮物	から揚げ
	H16/06調査	焼肉	カレー	炒め物	カツ等揚げ物	ハンバーグ	ステーキ	しゃぶしゃぶ	煮物	から揚げ	すき焼き
	H16/12調査	カレー	すき焼き	鍋料理	焼肉	炒め物	シチュー	しゃぶしゃぶ	ステーキ	ハンバーグ	カツ等揚げ物
	今回調査	焼肉	カレー	から揚げ	ハンバーグ	炒め物	ステーキ	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	お好み焼き	スパゲティ
グルメ・チャレンジ感	H15/12調査	シチュー	すき焼き	ステーキ	煮物	カツ等揚げ物	鍋料理	炒め物	カレー	から揚げ	ハンバーグ
	H16/06調査	カレー	焼肉	ステーキ	炒め物	煮物	カツ等揚げ物	すき焼き	餃子	しゃぶしゃぶ	ハンバーグ
	H16/12調査	すき焼き	ステーキ	焼肉	カレー	煮物	鍋料理	炒め物	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	ハンバーグ
	今回調査	焼肉	ステーキ	カレー	炒め物	カツ等揚げ物	煮物	ハンバーグ	しゃぶしゃぶ	から揚げ	すき焼き

・ 全体的傾向（時系列比較）:

「集約イメージ」別に過去 4 回の傾向を見ると、「出現頻度」の多いメニューはほとんど固定している。

冬場は「カレー」「炒め物」「鍋物」、そして夏場は「カレー」「炒め物」「焼肉」がそれぞれの「御三家」である。

「図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューベスト 10 の変化」において、それぞれの「御三家」を網がけとして表示してある。

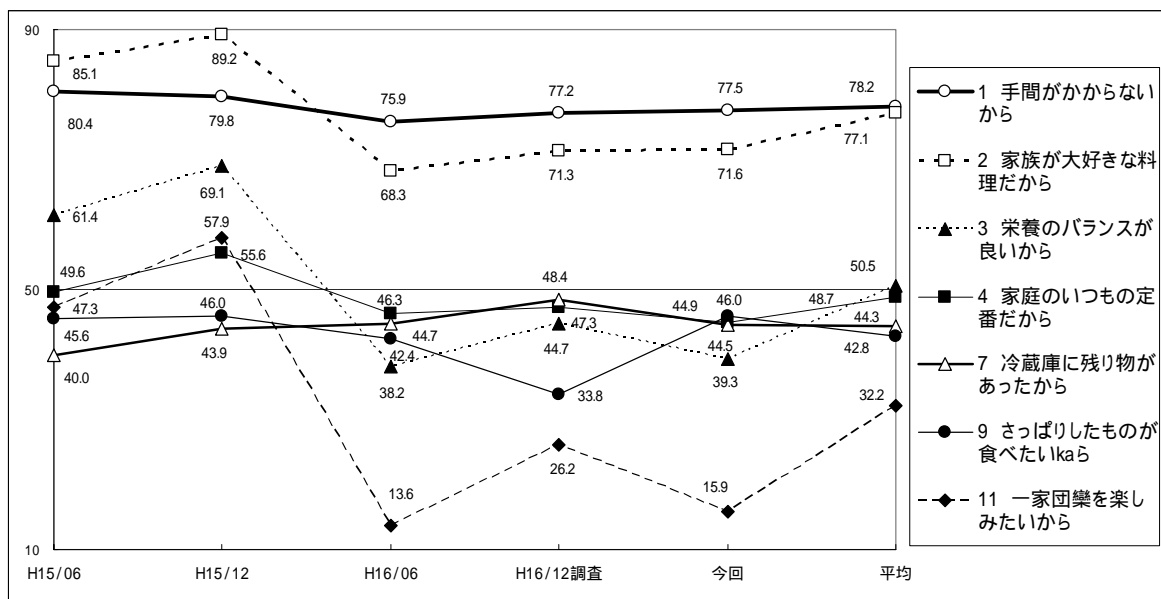
夏場の「御三家」である「焼肉」は、冬場でも多くの「集約イメージ」の上位に出現するにもかかわらず、冬場の「御三家」「鍋物」は夏場においてはベスト 10 に一切出現しないのが特徴である。

「鍋料理」は、一年を通せば合計出現頻度から考えて強力な「万能型メニュー」であっても、「季節特化」型の典型的な例であると考えられる。

その点、「カレー」「炒め物」は一年を通しての「定番型万能メニュー」の典型といえる。

(4) 料理を作る「動機」と料理メニュー

図 -1-(4)- 料理 [動機] の出現度変化 (単位：%)



料理を作る「動機」や「ニーズ」は、季節や家族の健康や世間の出来事などで大きく影響され変化する。そして、作られる料理の種類は、その時々「動機」や「ニーズ」の「強さ」と「組み合わせ」に密接に因果関係がある。

料理メニューの変化を理解するためには、まず「動機」や「ニーズ」そのものについて考える必要がある。

「図 -1-(4)- 料理 [動機] の出現度変化」では、「動機」の過去4回の平均出現度が多い上位4つの「動機」と、特徴的な上位7、9、11番目にある「動機」の変化をグラフ化した。

この中で「1 手間がかからないから」「2 家族が大好きな料理だから」「4 家庭のいつもの定番だから」「7 冷蔵庫に残り物があったから」については季節変動のない「動機」であることがわかる。

特徴的な動きをしているのは「3 栄養のバランスが良いから」「11 一家団樂を楽しみたいから」で「冬高夏低」型の規則性を持っている。

「9 さっぱりしたものが食べたいから」はやや「夏高冬低」傾向であり、数少ないパターンである。

図 -1-(4)- 料理「動機」別料理メニューベスト10 (単位：%)

料理動機回答数順	回答数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ベスト10 集中率											
1	家族が大好きな料理だから	3,222	カレー	12.8	炒め物	7.8	ハンバーグ	6.8	焼肉	6.8	から揚げ	5.9	カツ等揚げ物	5.1	生姜焼き	4.3	肉じゃが	3.6	しゃぶしゃぶ	3.3	丼物	2.7	58.9
2	手間がかからないから	2,538	カレー	12.9	炒め物	15.3	焼肉	6.1	丼物	5.3	生姜焼き	4.6	しゃぶしゃぶ	3.3	から揚げ	2.8	ステーキ	2.3	肉じゃが	2.2	麻婆豆腐	2.2	57.1
3	ボリューム感があるから	1,510	炒め物	11.7	カレー	8.1	焼肉	7.7	ハンバーグ	7.6	カツ等揚げ物	6.4	から揚げ	6.2	生姜焼き	4.7	丼物	4.2	ステーキ	4.0	肉じゃが	2.6	63.1
4	得意の料理だから	1,403	カレー	11.1	炒め物	9.6	ハンバーグ	7.6	肉じゃが	5.9	から揚げ	5.6	カツ等揚げ物	4.0	煮物	3.8	餃子	3.7	生姜焼き	3.7	丼物	3.6	58.9
5	家庭のいつもの定番だから	1,310	カレー	14.9	炒め物	14.0	から揚げ	6.6	ハンバーグ	6.0	肉じゃが	5.6	生姜焼き	4.5	焼肉	3.4	煮物	3.2	丼物	3.1	カツ等揚げ物	3.1	64.3
6	冷蔵庫に残り物があったから	1,174	カレー	11.6	炒め物	17.9	焼肉	4.3	煮物	3.3	ハンバーグ	3.2	チャーハン	3.2	焼きそば	3.1	から揚げ	2.7	肉じゃが	2.7	生姜焼き	2.5	54.5
7	栄養のバランスが良いから	985	炒め物	23.1	カレー	6.6	肉じゃが	5.8	煮物	5.3	しゃぶしゃぶ	5.1	ゴーヤチャンプルー	4.1	焼肉	3.8	生姜焼き	2.9	ハンバーグ	2.7	豚汁/汁もの	2.7	62.1
8	スタミナ元気を付けるため	964	焼肉	14.8	炒め物	11.4	カレー	7.5	生姜焼き	7.1	ステーキ	6.4	カツ等揚げ物	5.2	餃子	4.1	から揚げ	3.9	しゃぶしゃぶ	3.4	丼物	3.3	66.9
9	材料を特売をやっていたから	759	炒め物	11.9	から揚げ	7.2	カレー	6.5	生姜焼き	6.3	焼肉	5.9	カツ等揚げ物	5.8	ハンバーグ	5.1	ステーキ	4.7	丼物	3.6	しゃぶしゃぶ	3.0	60.1
10	こってりしたものが食べたいから	597	焼肉	13.7	カツ等揚げ物	10.2	炒め物	9.7	から揚げ	9.0	カレー	6.9	ステーキ	6.9	生姜焼き	4.7	ハンバーグ	4.4	麻婆豆腐	3.2	照り焼き	2.2	70.5
11	さっぱりしたものが食べたい	531	しゃぶしゃぶ	20.5	冷やし中華	12.1	炒め物	9.0	煮物	7.7	サラダ	6.2	そば/そうめん	4.3	蒸し物ゆで物	3.0	バンバンジー	3.0	炊き込みご飯	2.6	スパゲティ	2.4	71.0
12	お酒の肴として	429	炒め物	15.2	焼肉	11.4	から揚げ	6.1	しゃぶしゃぶ	4.7	煮物	4.4	カツ等揚げ物	4.4	カレー	4.2	餃子	4.0	肉じゃが	3.3	焼き鳥	3.0	60.6
13	一家団楽を楽しみたい	363	焼肉	18.2	カレー	8.8	から揚げ	7.2	ハンバーグ	6.6	しゃぶしゃぶ	4.7	炒め物	4.4	お好み焼き	3.9	カツ等揚げ物	3.9	すき焼き	3.6	炊き込みご飯	3.3	64.5
14	良い材料が手に入った	237	炒め物	11.0	焼肉	11.0	カツ等揚げ物	9.7	ステーキ	9.3	カレー	5.1	煮物	4.6	から揚げ	4.2	丼物	4.2	しゃぶしゃぶ	3.8	生姜焼き	3.8	66.7
15	子供の成長に良いから	166	炒め物	11.4	カレー	10.2	カツ等揚げ物	9.6	焼肉	6.0	から揚げ	5.4	煮物	5.4	ハンバーグ	4.2	肉じゃが	3.6	ステーキ	3.0	ソテー	3.0	62.0
16	時間があるから手間をかけたい	164	カレー	17.7	ハンバーグ	9.1	カツ等揚げ物	9.1	肉じゃが	5.5	餃子	5.5	煮物	5.5	から揚げ	4.9	焼肉	4.3	コロケ	3.7	チンジャオロース	2.4	67.7
17	たまには贅沢をしたくて	163	ステーキ	25.2	焼肉	24.5	すき焼き	11.0	しゃぶしゃぶ	5.5	カツ等揚げ物	4.9	カレー	3.7	炒め物	3.7	スパゲティ	3.1	お好み焼き	2.5	から揚げ	1.8	85.9
18	料理番組や雑誌を見て	141	炒め物	9.2	煮物	7.8	カツ等揚げ物	7.1	カレー	6.4	ハンバーグ	5.7	焼肉	5.7	しゃぶしゃぶ	5.7	丼物	4.3	グリル焼き	4.3	シチュー	3.5	59.6
19	ダイエット中なので(カロリー制限)	85	炒め物	14.1	しゃぶしゃぶ	9.4	グリル焼き	8.2	ハンバーグ	5.9	サラダ	5.9	カレー	4.7	スパゲティ	4.7	豚汁/汁もの	3.5	煮物	3.5	丼物	3.5	63.5
20	新しい味や本格的料理にチャレンジしたい	68	炒め物	13.2	煮物	8.8	カレー	5.9	焼肉	5.9	肉じゃが	4.4	丼物	4.4	ゴーヤチャンプルー	4.4	麻婆加子春雨	4.4	グリル焼き	4.4	オムレツ	2.9	58.8
21	友達や来客があるから	60	焼肉	26.7	カレー	13.3	炒め物	8.3	グラタン	5.0	コロッケ	5.0	スパゲティ	5.0	カツ等揚げ物	5.0	から揚げ	3.3	鍋/おでん	3.3	餃子	3.3	78.3
22	肌などの美容に良いといわれたから	55	炒め物	10.9	麻婆豆腐	9.1	ゴーヤチャンプルー	9.1	から揚げ	5.5	煮物	5.5	しゃぶしゃぶ	5.5	炊き込みご飯	5.5	角煮	5.5	肉じゃが	3.6	ソテー	3.6	63.6
23	体調が悪いので	32	カレー	9.4	お好み焼き	9.4	ハヤシライス	9.4	サンドイッチ	9.4	シチュー	6.3	丼物	6.3	うどん	6.3	炒め物	3.1	焼肉	3.1	鍋/おでん	3.1	65.6
24	誕生日などのイベントだから	31	焼肉	25.8	ステーキ	22.6	しゃぶしゃぶ	6.5	ソテー	6.5	グリル焼き	6.5	カレー	3.2	炒め物	3.2	から揚げ	3.2	すき焼き	3.2	煮物	3.2	83.9
25	みんなを驚かせたい	25	焼肉	12.0	餃子	12.0	ステーキ	12.0	炒め物	8.0	お好み焼き	8.0	春巻き	8.0	カレー	4.0	ハンバーグ	4.0	から揚げ	4.0	煮物	4.0	76.0
26	自慢したいから	20	カレー	10.0	ハンバーグ	10.0	から揚げ	10.0	お好み焼き	10.0	肉じゃが	10.0	炊き込みご飯	10.0	角煮	10.0	煮物	5.0	コロケ	5.0	ロールキャベツ	5.0	85.0

「図 -1-(4)- 料理「動機」別料理メニューベスト 10」の表は今回の調査での「動機」の回答数と順位であり、料理を作る時の重要な気持ちの順位を表している。これによって、料理の種類は料理を作る「動機」や「ニーズ」の強さと、「組み合わせ」について詳細に分析する。

表中の「網がけ」は夏場における全体出現順位の「御三家」である「炒め物」「カレー」「焼肉」のポジションを表している。

「御三家」を全体的に見ると、料理を作る時の重要な気持ち「動機」や「ニーズ」に強く対応して、好まれて作られていることを表している。

「御三家」が揃っていないのは、「料理動機回答数順」に「網がけ」で示した6つの「動機」に限られており、「御三家」はどんなTPOにも対応できる「スーパーメニュー」であることを示している。

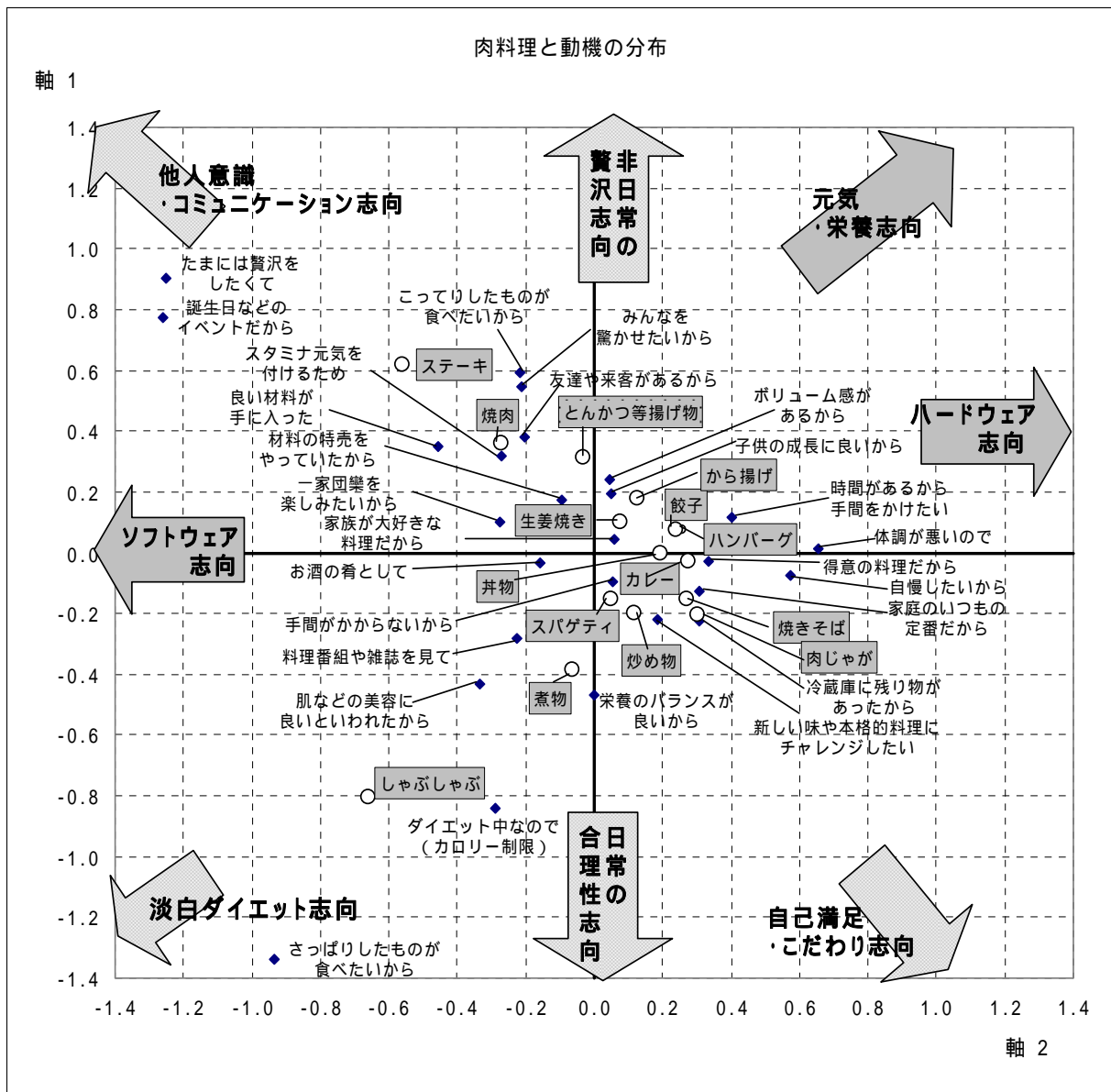
2 コレスポンド分析の実施

コレスポンド分析は、前項と同様に料理を作るときの消費者の価値観(気持ち)や「動機」と「料理メニュー」の近さを統計分析手法で図表化するものである。

今回の使用データは巻末の「表 -2-(A) 人気ベスト 15 料理のコレスポンドデータ」を使い 15 メニューに絞って分析した。

「15 の夕食メニューと 26 のイメージ言葉 (動機)」計 41 データを同一グラフ上にプロットしたものが下記の「コレスポンド分析グラフ」である。

図 -2 人気メニュー15種と動機の分布 (コレスポンド分析グラフ)



(1) 分析の精度

今回は、日本の代表的夕食肉料理である「人気メニュー」15種を分析対象とした。

分析精度を表す「説明度」について調べてみると、軸1は34.4%、軸2は26.8%の説明力があることを示している。つまり2つの軸で表されたこの図は61.2%の「統計的説明度」を持っている。

「41データの分析精度」としては水準をクリアしており、きわめて高い「分析精度」を持っていると考えられる。

「図 -2 人気メニュー15種と動機の分布(コレスポンデンスグラフ)」を見ると、いろいろな「動機」が分散され、きれいに特徴を表現出来ていることがわかる。(巻末の「表 -2-(B) 肉料理イメージ・コレスポンデンス分析統計量」参照)

(2) 軸の解釈と分析の読み方

「図 -2 人気メニュー15種と気持ちの分布(コレスポンデンスグラフ)」において、二つの軸の意味を解釈する。

今回の縦軸(軸1)は日常の合理性志向と非日常の贅沢志向と解釈し、横軸(軸2)は「料理そのものの機能を大切にする」を表すハードウェア志向と、「作る気持ちを大切にする」ソフトウェア志向と解釈した。

また、グラフの右上の象限は「元気・栄養志向」、その対極の左下の象限は「淡泊・ダイエット志向」と解釈し、左上の象限は「他人意識・コミュニケーション志向」、その対極の右下は「自己の満足・こだわり志向」と解釈した。

(3) 方向性の説明と内容

「元気・栄養志向」

いつもというわけではないが、気がついた時に子供など健康のために栄養をつけるというように、「料理」そのものの機能を重視する方向である。

「動機」としては、「時間があるから手間をかけたい」「体調が悪いので」「子供の成長に良いから」「ボリューム感があるから」「家族が大好きな料理だから」が含まれる。

典型的な「料理メニュー」として、「から揚げ」「生姜焼き」「ハンバーグ」「餃

子」が含まれる。(注「ハンバーグ」「餃子」は同じポジション)

「他人を意識・コミュニケーション志向」

楽しくみんなで食卓を囲み、コミュニケーションを持つことに食事の重点を置く方向が見られる。

「動機」としては、「たまには贅沢をしたくて」「誕生日などのイベントだから」「一家団欒を楽しみたい」「友達や来客があるから」「みんなを驚かせたい」「スタミナ・元気を付けるため」「こってりしたものが食べたいから」「材料の特売をやっていたから」が含まれる。

典型的な「料理メニュー」として、「ステーキ」「焼肉」「とんかつ等揚げ物」が含まれる。

「動機」が多い割には、典型的な「料理メニュー」が少ない。たぶん、このような場面の機会頻度は少ない「非日常」な領域だと考えられる。

「淡白・ダイエット志向」

健康に気を配り、どちらかと言うと淡白な食事を通して健康やダイエットを求める方向が見られる。

「動機」としては、「さっぱりしたものが食べたい」「ダイエット中なので(カロリー制限)」「栄養のバランスが良いから」「肌などの美容に良いといわれたから」「お酒の肴として」「料理番組や雑誌を見て」が含まれる。

典型的な「料理メニュー」は、「しゃぶしゃぶ」「煮物」程度である。

「自己の満足・こだわり志向」

日常に合理性を発揮し、子供や家族が喜ぶ「しっかりした味の料理」に自己の満足・こだわりを求める方向が見られる。

「動機」としては、「自慢したいから」「得意の料理だから」「家庭のいつもの定番だから」「冷蔵庫に残り物があったから」「新しい味や本格的料理にチャレンジしたい」「手間がかからないから」が含まれる。

典型的な「料理メニュー」として、「カレー」「炒め物」「焼きそば」「肉じゃが」「スパゲティ」「丼物」などが含まれる。

3 肉料理に関するイメージ分析の使い方

今回のコレスポネンス分析では、「人気メニューベスト 15」を分析した。

コレスポネンス分析の目的は、「価値言葉（作るときの気持ち・動機）」と「料理メニュー」を結びつける方法である。

第 章 - 1 項「(4) 料理を作る「動機」と料理メニュー」で述べた方法、手段は違うものの同じ目的である。

この二つの手法から導かれた結果は、感覚的にも説明力を持っているといえる。

普及活動において、「TPOにふさわしいメニュー」提案の企画をしたり販売促進活動などPOPの言葉を選択する時に、「図 -2 人気メニュー15種と動機の分布（コレスポネンスグラフ）」や「図 -1-(4)- 料理「動機」別料理メニューベスト 10」および過去4回の「コレスポネンスグラフ図」を利用していただきたい。

基礎データとしては、巻末の「表 -2-(A) 人気ベスト 15 料理のコレスポネンスデータ」を参照願いたい。

また、巻末の「表 -1-(A) イメージ別・全肉料理順位」および巻末の「表 -1-(B) 肉料理ベスト 20 の動機データ」等も合わせて参照願いたい。