

第Ⅶ章 メニュー提案チラシに関する分析

第Ⅶ章 メニュー提案チラシに関する分析

1. メニュー提案チラシの利用状況

スーパーや食肉店の店頭などにおいてある、メニュー提案チラシについて、その利用状況を調べたところ、

- ①「もらったことがあり、作ったこともある」という回答が **51.8%**
- ②「もらったことはあるが、作ったことはない」という回答が **25.0%**
- ③「見かけたことはあるが、もらったことはない」という回答が **15.9%**
- ④「見かけたことがない」という回答が **7.2%**

であった。尚、前回調査では①**43.5%**、②**28.8%**、③**16.5%**、④**11.2%**であった。

「もらったことがあり、作ったこともある」との回答が前回調査より **8.3** ポイントと大きく増加しており、今回調査では半分以上の人がメニュー提案チラシのメニューを作ったことがあるということになり、このようなチラシが浸透しており消費者の行動に影響を与えていることがわかる。

利用状況に関わらず、見かけたことがあるという回答（上記①、②、③の合計）が **92.8%**あり、「食肉を販売している売場に行けば場合によってはメニュー提案チラシをもらうことができる」という認知は前回調査同様、高い状況にあるといえる。

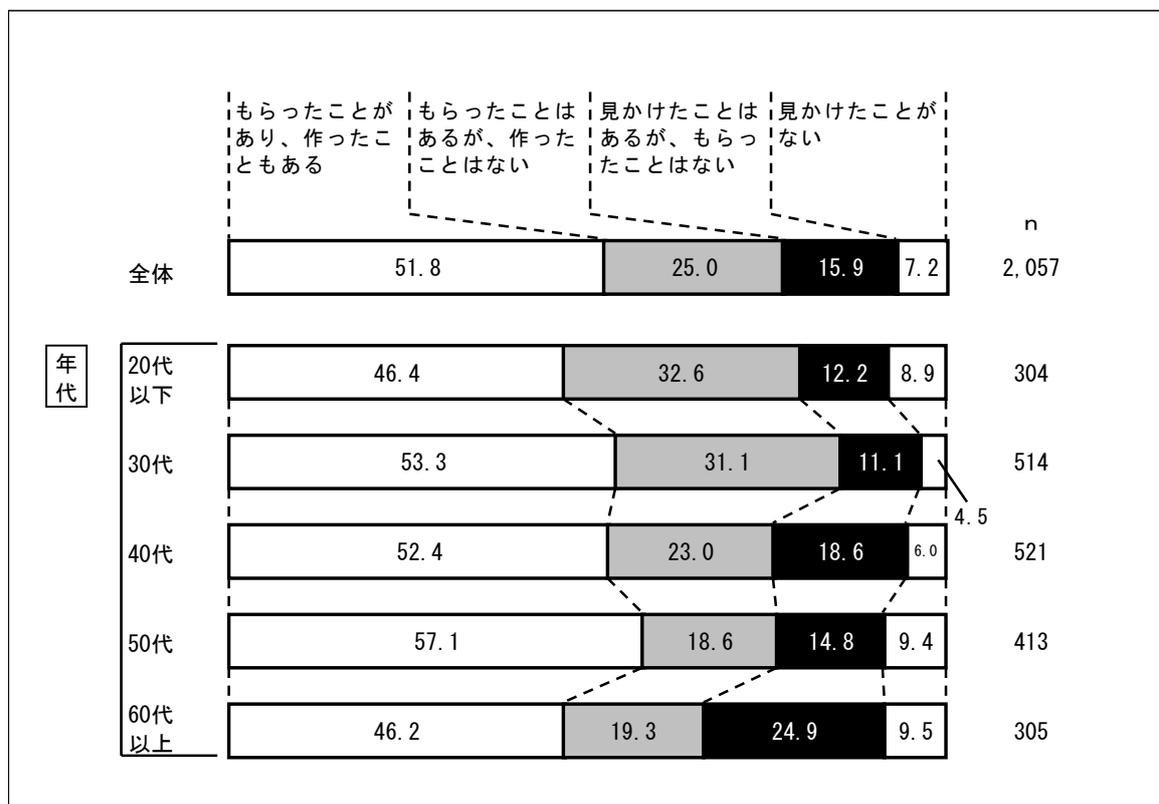
一方、「もらったことはあるが、作ったことはない」という回答は前回調査から **3.8** ポイント減少し、**25.0%**となった。このことは前回調査時と比較して、メニュー提案チラシに、「作ってもらうための工夫」が施されたことにより、「もらったことがあり、作ったこともある」へ移行した可能性も考えられる。

「見かけたことはあるが、もらったことはない」という回答は **15.9%**を占めており、これらの層はメニュー提案チラシを活用する意向がないことを示している。但し、提案するメニューが魅力的なものであれば「もらって、作ってもらえる」可能性もあり、魅力的なメニュー提案が必要となってくる。

1. 1. メニュー提案チラシ利用状況の年代別特徴

図表Ⅶ-1 年代別メニュー提案チラシ利用状況

(単位:%)



「もらったことがあり、作ったこともある」というメニュー提案チラシの利用経験を示す項目については「20代以下」と「60代以上」で50%にも達していない状況だが、「50代」で57.1%と利用率が高い。

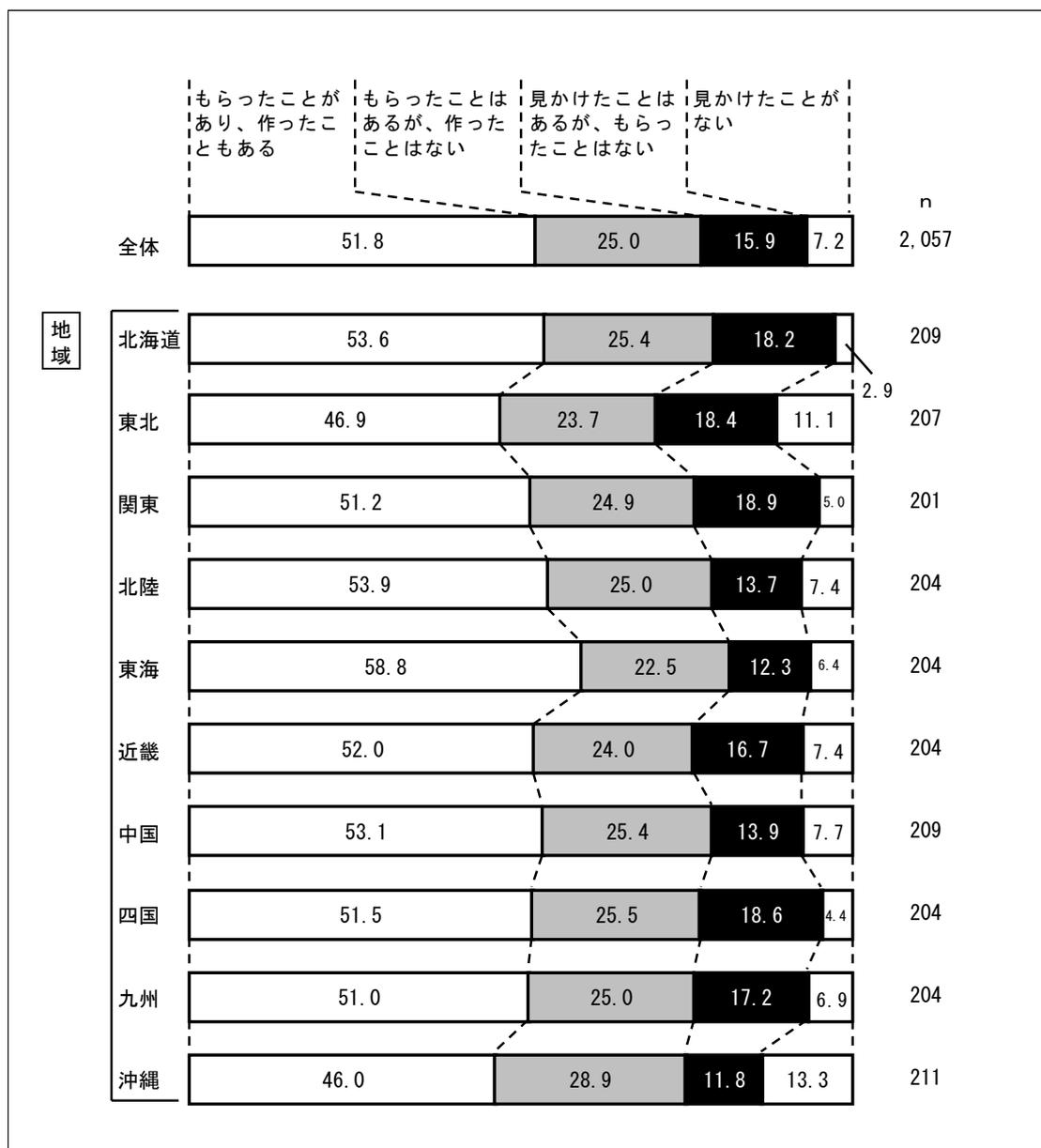
「もらったことはあるが、作ったことはない」については「20代以下」が最も多く、次いで「30代」と若年層に多かった。チラシをもらったのに作っていないということは、そのチラシに作りにくい何らかの要因があることが想定される。料理経験の少ない若年層には、通常であれば省略するような基本的事項も参照できるようにすることにより料理を作る率を上げることが可能になるかもしれない。

作る作らないに関わらず、メニュー提案チラシをもらったことがある率については「30代」が84.4%と最も高くなっていた。

1. 2. メニュー提案チラシ利用状況の地域別特徴

図表Ⅶ-2 地域別メニュー提案チラシ利用状況

(単位:%)

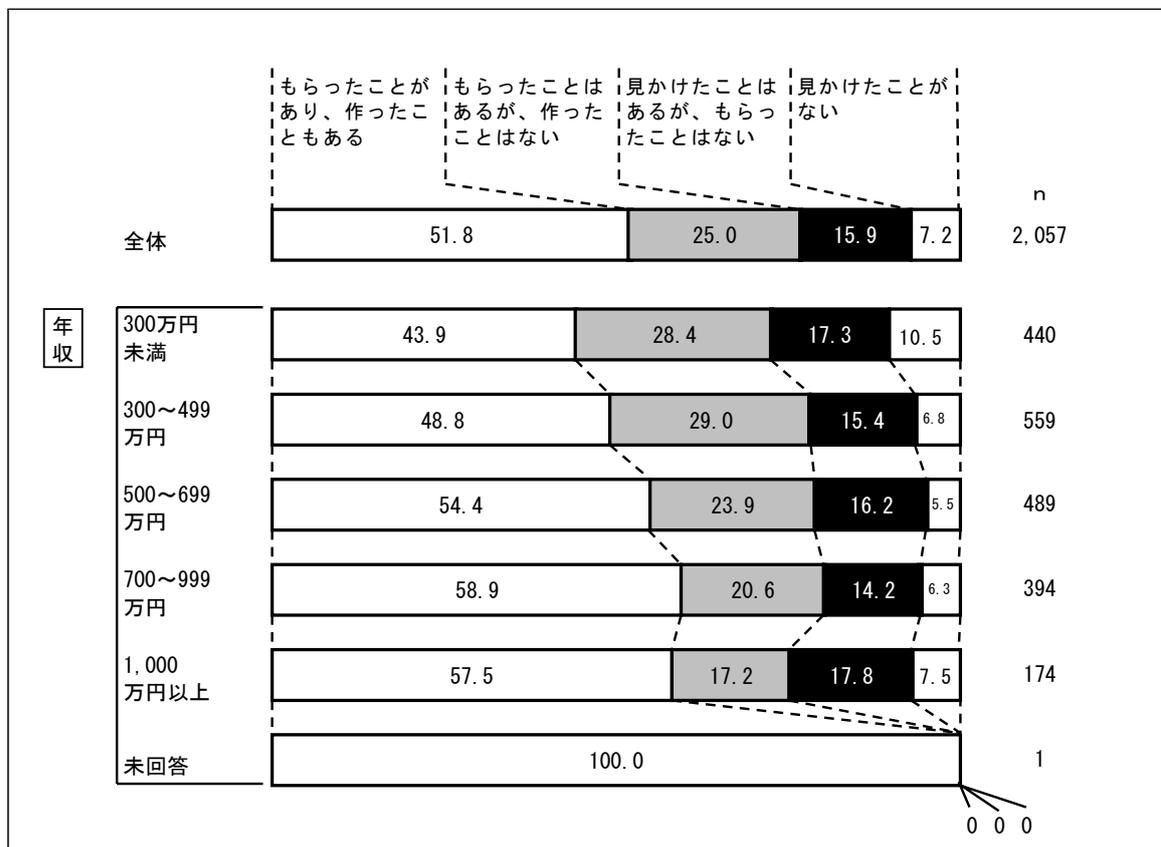


メニュー提案チラシ利用経験は「東海」で最も高く、「東北」、「沖縄」は50%に達しない低い水準となった。利用経験が少ない「東北」、「沖縄」は「見かけたことがない」率も高いことから、これらの地区には、まずはメニュー提案チラシを普及させることから始めた方が有効となる可能性が高いものと思われる。

1. 3. メニュー提案チラシ利用状況の世帯年収別特徴

図表Ⅶ-3 世帯年収別メニュー提案チラシ利用状況

(単位:%)



メニュー提案チラシの利用経験を見ると、「1,000万円以上」世帯で若干減少しているものの、年収の増加とともに利用経験も高まる傾向にある。

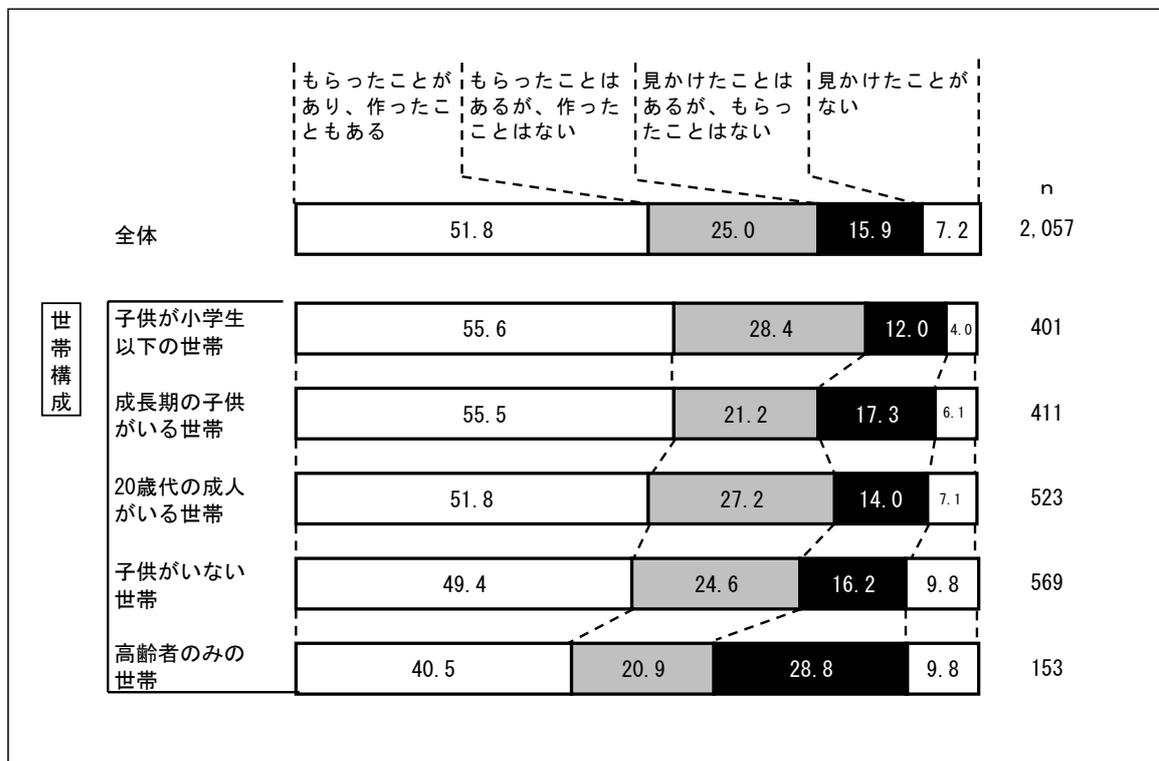
逆に、「もらったことはあるが、作ったことはない」比率は「300~499万円」世帯で若干増えているものの、年収の増加とともに減少する傾向にある。

世帯年収「300万円未満」の世帯では、「見かけたことがない」比率が10.5%とやや突出して高くなっている。

1. 4. メニュー提案チラシ利用状況の世帯構成別特徴

図表Ⅶ-4 世帯構成別メニュー提案チラシ利用状況

(単位:%)



メニュー提案チラシ利用経験は、ライフステージの進展とともに利用経験率が低下していく傾向にある。

「高齢者のみの世帯」については利用経験率が突出して低い。また、この世帯は「見かけてことはあるがもらったことはない」率も突出して高いことから、メニュー提案チラシに対する関心が極めて薄い層であることがわかる。

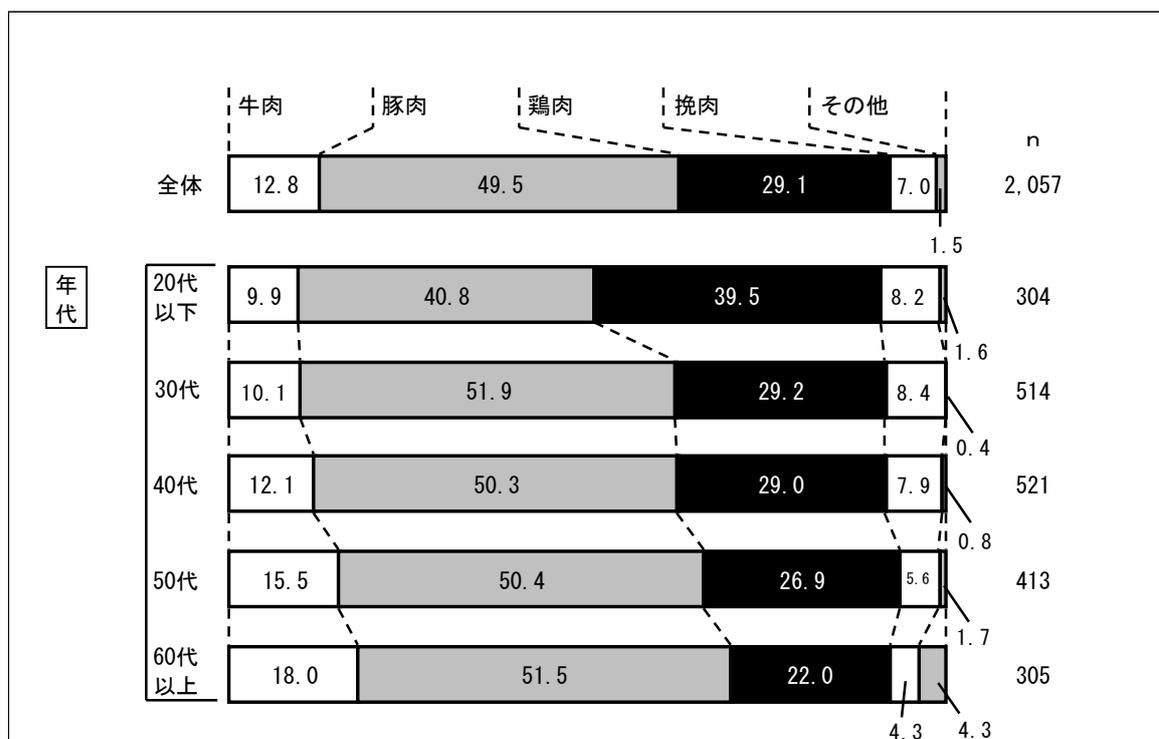
料理を作る作らないに関わらず、チラシを持って帰る率は、「子供が小学生以下の世帯」が **84.0%**と極めて高い。子供のために様々な料理の情報を入手しようとしていることが考えられる。このような傾向を受け、メニュー提案チラシに「子供が喜ぶメニュー」を充実させることにより、利用が促進される可能性がある。

2. 希望する食肉の種類

2. 1. メニュー提案チラシ希望食肉種類の年代別特徴

図表Ⅶ-5 年代別メニュー提案チラシ希望食肉種類

(単位:%)



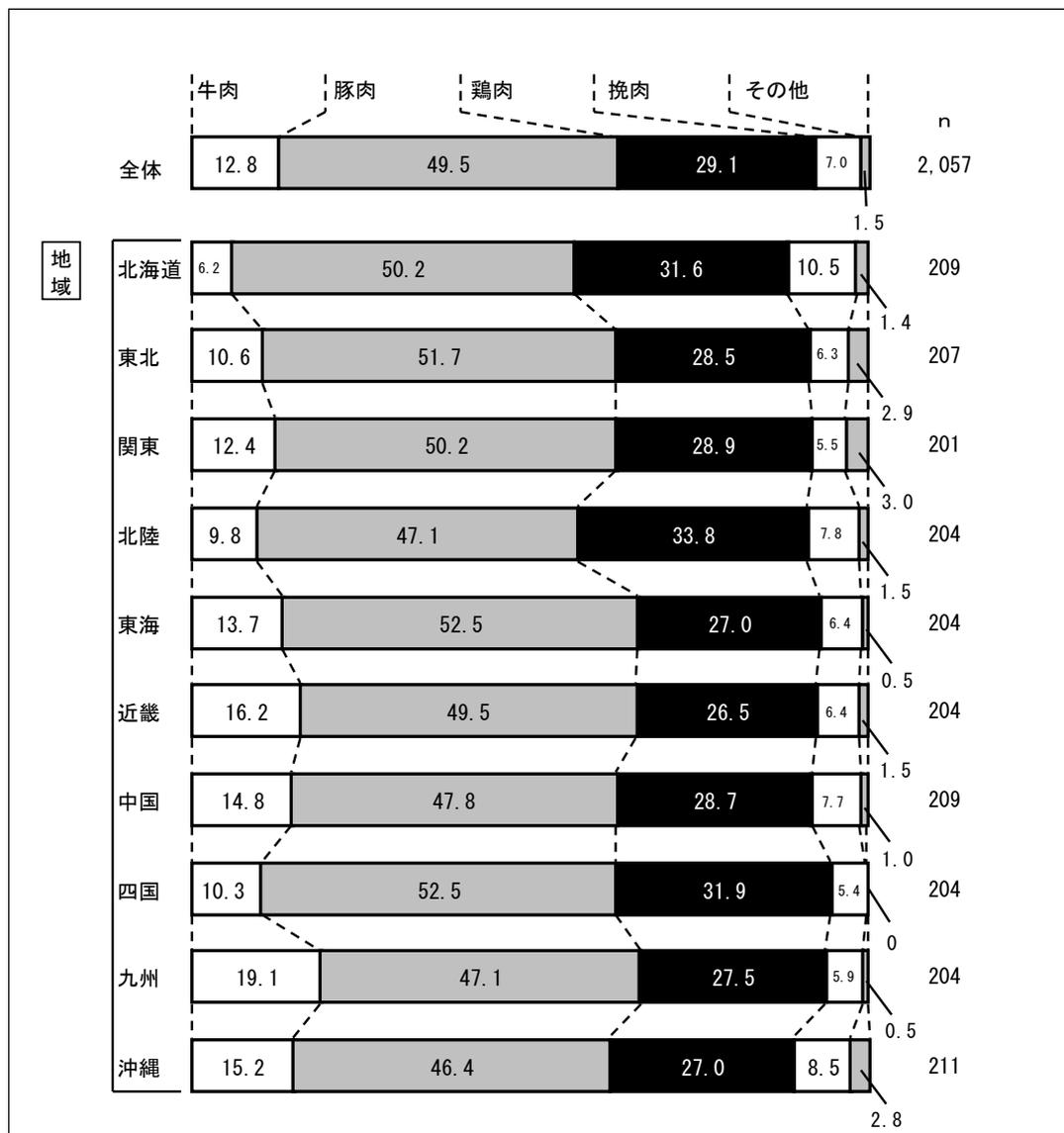
「豚肉」料理メニューのニーズは「30代」以上の年代においては50～52%とほぼ半数くらいで同様の比率になっているのに対し、「20代以下」だけは40.8%と著しく低くなっている。「20代以下」では、「鶏肉」料理メニューのニーズが39.5%と「豚肉」料理メニューのニーズとほぼ同じくらいの比率になっていることもあり、他の年代と大きく異なる料理メニューのニーズを持っていることが特徴的である。

「牛肉」料理メニューのニーズは年齢が上がるとともに高くなる傾向にある点も特徴的である。

2. 2. メニュー提案チラシ希望食肉種類の地域別特徴

図表Ⅶ-6 地域別メニュー提案チラシ希望食肉種類

(単位:%)



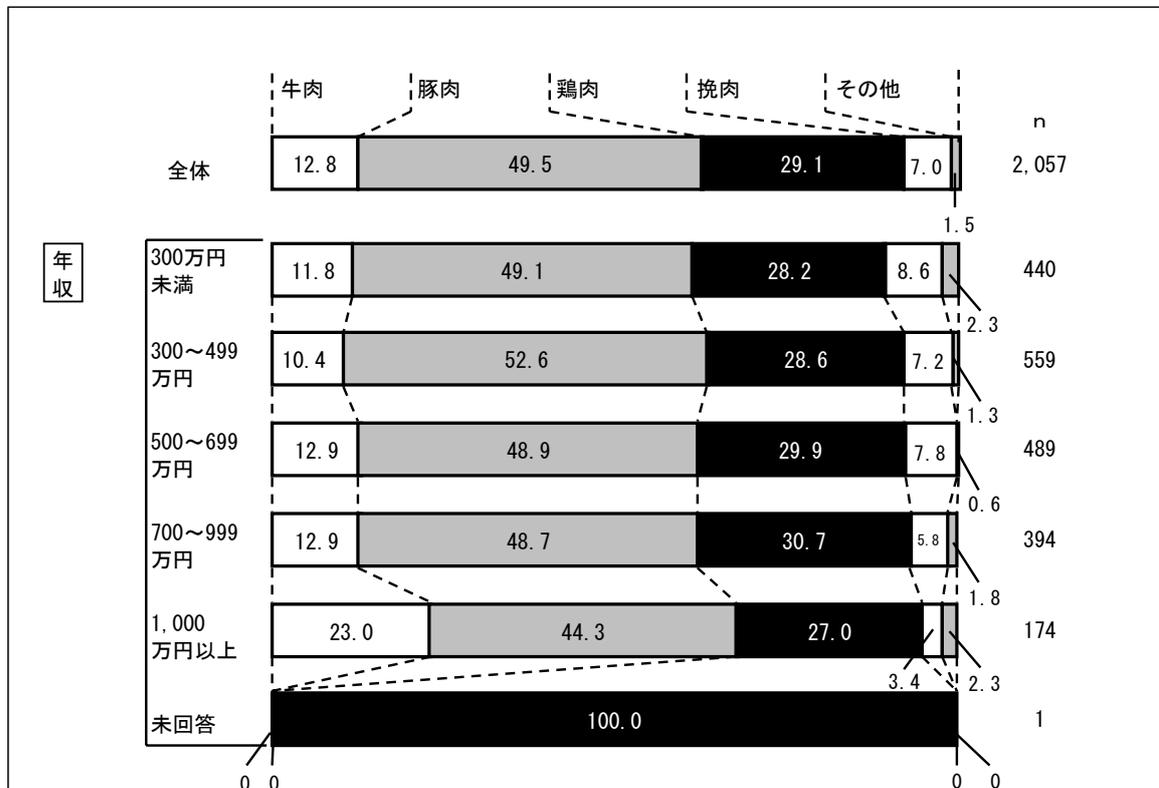
「牛肉」料理メニューのニーズは、「九州」、「近畿」、「中国」の順で高くなっている。図表Ⅴ-8で「牛肉」料理を多く作っている地域の一つである「四国」が、「牛肉」料理メニューのニーズは低い点が特徴的である。

「豚肉」料理メニューのニーズは、「東海」、「四国」、「東北」の順でニーズが高かった。こちらも「豚肉」料理を多く作っている地域である「北海道」や「沖縄」の数値がそれほど高くない点が特徴的である。

2. 3. メニュー提案チラシ希望食肉種類の世帯年収別特徴

図表Ⅶ-7 世帯年収別メニュー提案チラシ希望食肉種類

(単位:%)



「牛肉」料理メニューのニーズが、世帯年収「1,000万円以上」世帯において、著しく高くなっている点が極めて特徴的である。一般的に「牛肉」は他の食肉より値段が高いため、年収の高い世帯において「牛肉」料理メニューのニーズも高くなっていることがわかる。

「豚肉」料理メニューのニーズは、世帯年収「300~499万円」世帯で最も高くなっており、「1,000万円以上」世帯で最も低い。

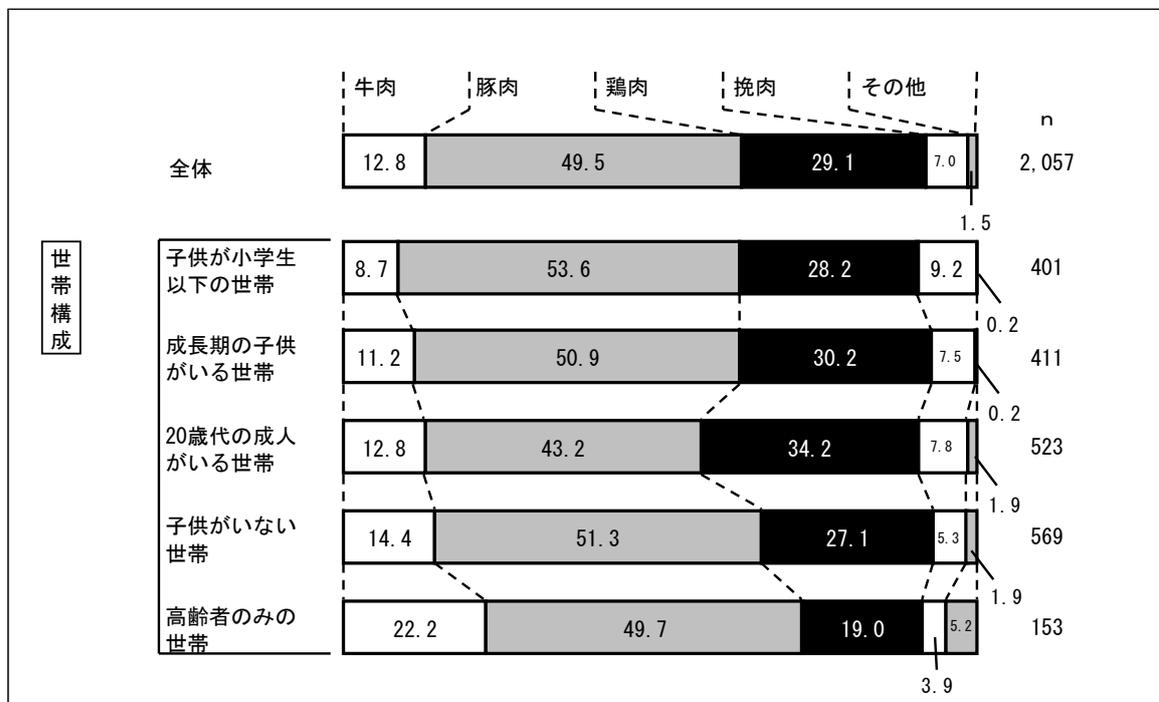
「鶏肉」料理メニューのニーズはどの世帯年収においてもそれほど大きな差は見られなかった。

「挽肉」料理メニューのニーズは、世帯年収「300万円以下」世帯で最も高く、「1,000万円以上」世帯で最も低い。

2. 4. メニュー提案チラシ希望食肉種類の世帯構成別特徴

図表Ⅶ-8 世帯構成別メニュー提案チラシ希望食肉種類

(単位:%)



「牛肉」料理メニューのニーズはライフスタイルの進展とともに高まる傾向にあり、特に「高齢者のみの世帯」では突出して高くなっている。このことは年代別の分析においても高齢になるほど「牛肉」料理メニューのニーズが高まる傾向と一致している。また、「高齢者のみの世帯」では「鶏肉」料理メニューのニーズが最も小さく、他のライフスタイルを持つ世帯と比較して、唯一「牛肉」料理メニューのニーズを下回っている点が特徴的である。

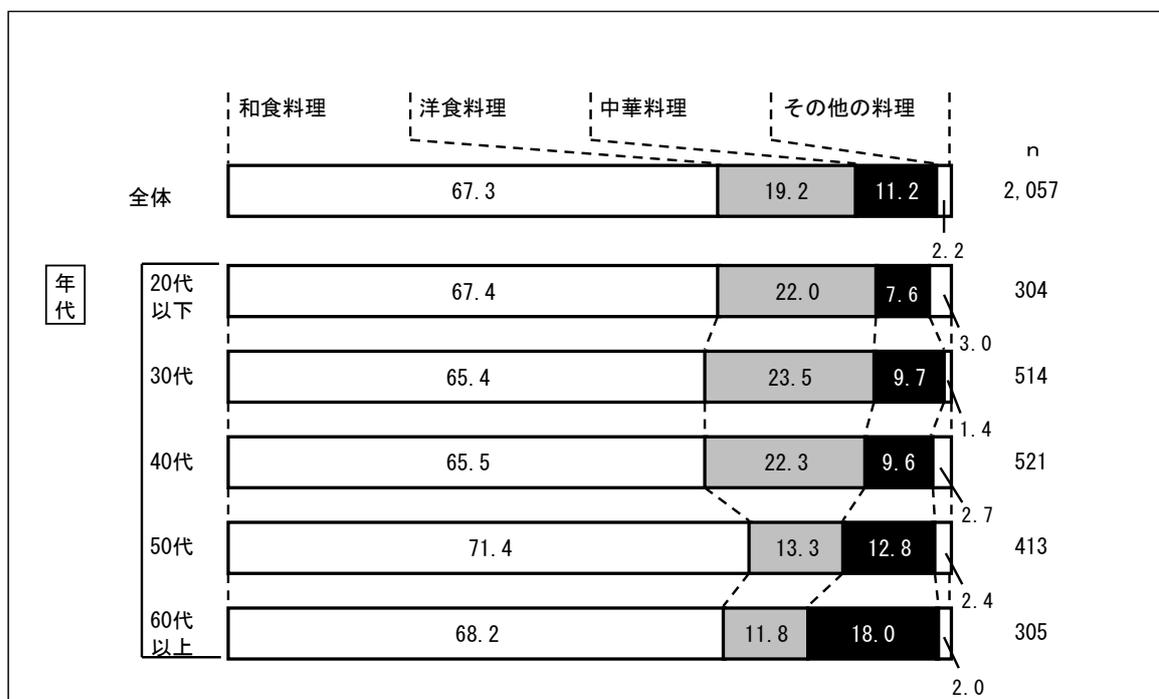
「20歳代の成人がいる世帯」については、「豚肉」料理メニューのニーズが最も低く、「鶏肉」料理メニューのニーズが最も高くなっており、他のライフスタイルを持つ世帯と異なる構成になっている。

3. 希望する料理種類

3. 1. メニュー提案チラシ希望料理種類の年代別特徴

図表Ⅶ-9 年代別メニュー提案チラシ希望料理種類

(単位:%)



メニュー提案チラシに対し、希望する料理種類としては「全体」で「和食料理」メニューに対するニーズが最も高かった。次いで「洋食料理」、「中華料理」という順であった。

年代別に見てみると、「和食料理」ニーズは「50代」が70%超と突出して高い点が特徴的であった。

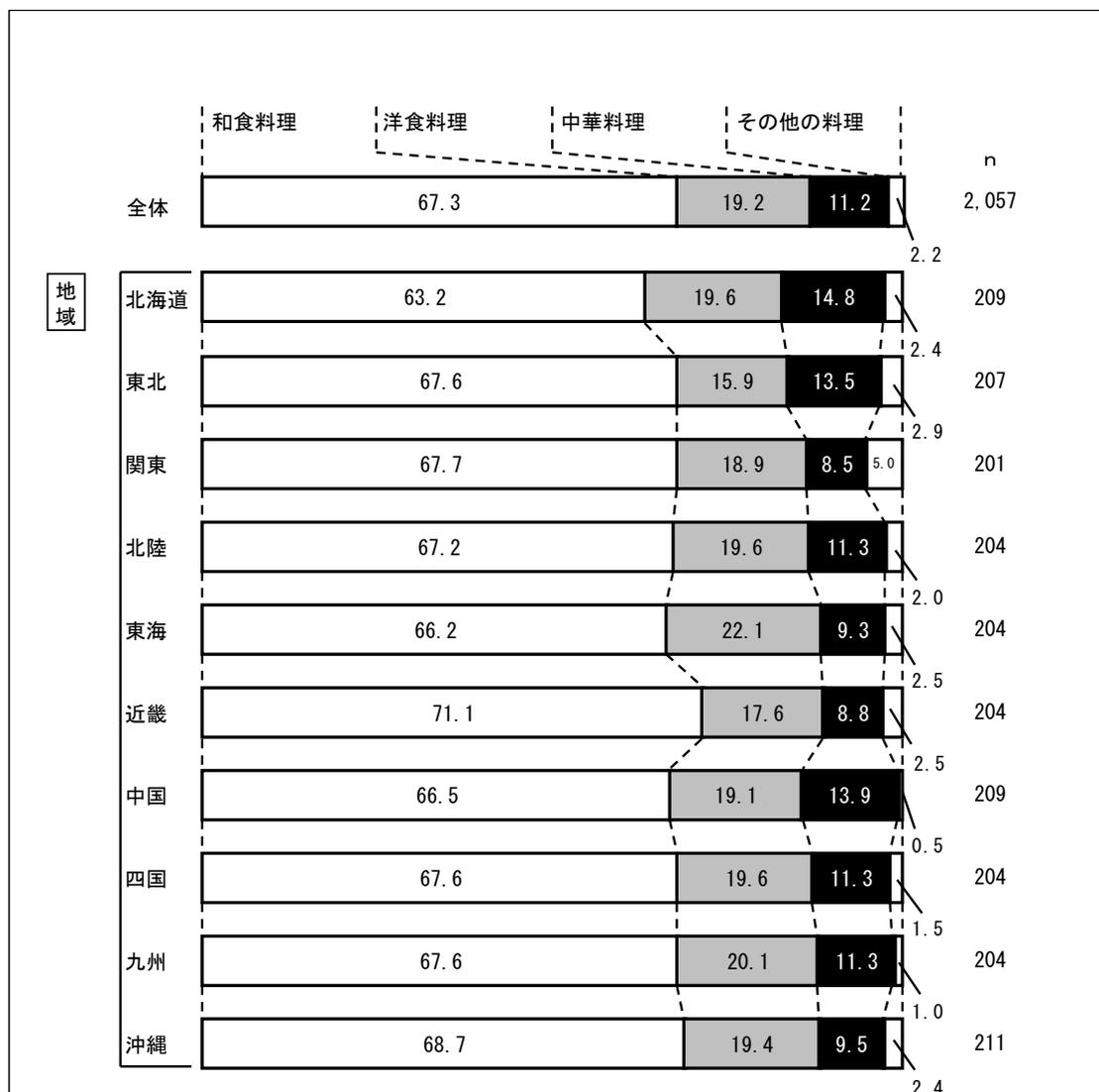
「洋食料理」ニーズについては「40代」以下はどの世代も20%超のニーズがあるのに対し、「50代」以上は15%未満のニーズしかなく、「洋食料理」ニーズが「40代」と「50代」との間を境に大きく変わっていることを示している

「中華料理」ニーズについては、ほぼ年齢が上がるとともにニーズが高まる傾向にあり、「60代以上」は「20代以下」の2倍以上のニーズを持つ。

3. 2. メニュー提案チラシ希望料理種類の地域別特徴

図表Ⅶ-10 地域別メニュー提案チラシ希望料理種類

(単位:%)



「和食料理」ニーズについては、ほとんどの地域で66～67%であるが、「近畿」が突出して高く、「北海道」が突出して低い点が特徴的である。

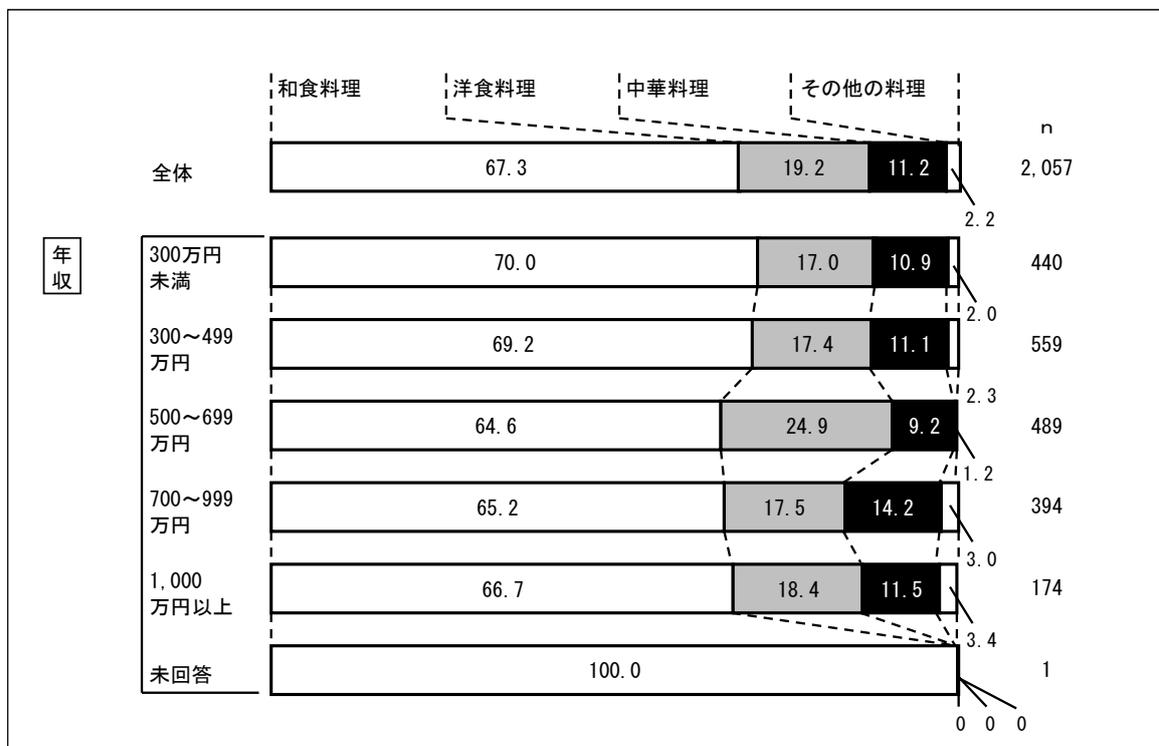
「中華料理」ニーズは「北海道」、「東北」、「中国」で高く、「関東」、「近畿」のような都心部で低くなっている点が特徴的である。

「その他料理」ニーズが「関東」で突出して高いことも特徴的で、都心部ゆえ、食生活の多様性が高まってきていることを示しているものと思われる。

3. 3. メニュー提案チラシ希望料理種類の世帯年収別特徴

図表Ⅶ-11 世帯年収別メニュー提案チラシ希望料理種類

(単位:%)



「和食料理」ニーズについては、世帯年収により大きく異なることがなく、**65~70%**となっている。

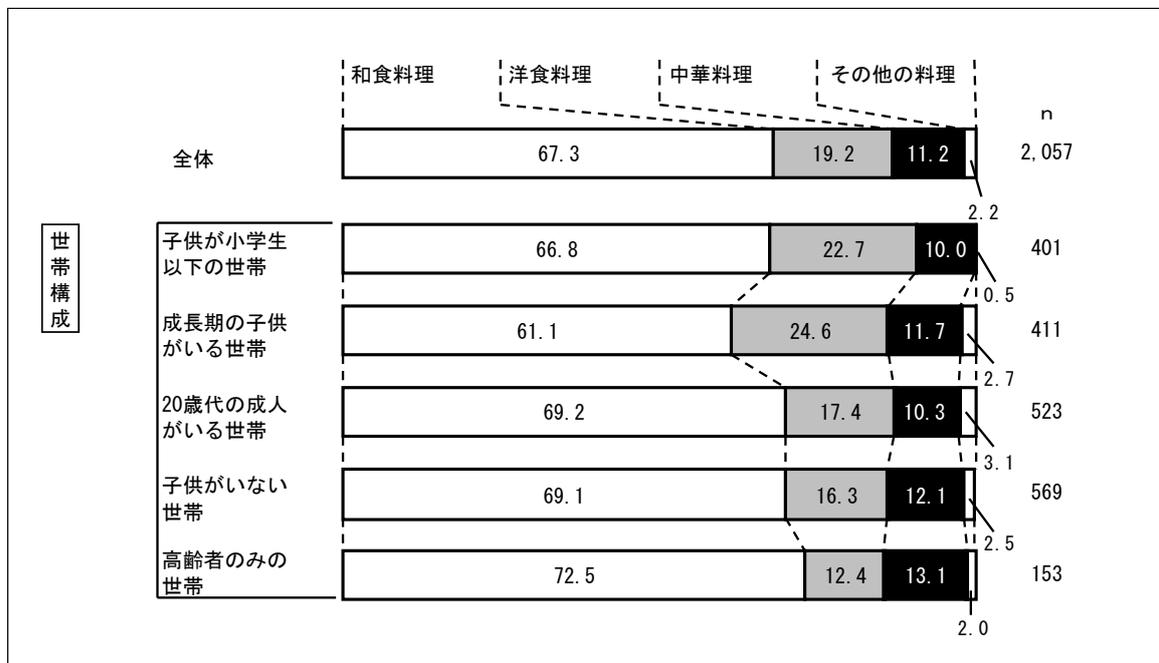
「洋食料理」ニーズは、世帯年収「**500~699万円**」世帯が突出して高くなっている点が特徴的である。他の世帯は**17~18%**となっている。

「中華料理」ニーズについては、世帯年収「**700~999万円**」世帯で突出して高く、「**500~699万円**」世帯で突出して低くなっている。

3. 4. メニュー提案チラシ希望料理種類の世帯構成別特徴

図表Ⅶ-12 世帯構成別メニュー提案チラシ希望料理種類

(単位:%)



「和食料理」ニーズは、「高齢者のみの世帯」で最も高く、「成長期の子供がいる世帯」で最も低かった。

「洋食料理」ニーズについては、「成長期の子供がいる世帯」で最も高く、次いで「子供が小学生以下の世帯」で高かった。一方、「20歳代の成人がいる世帯」、「子供がいない世帯」、「高齢者のみの世帯」では「洋食料理」ニーズが20%未満になっており、「子供が洋食を食べたがるので洋食料理メニューが欲しい」という構造になっていることが想定された。

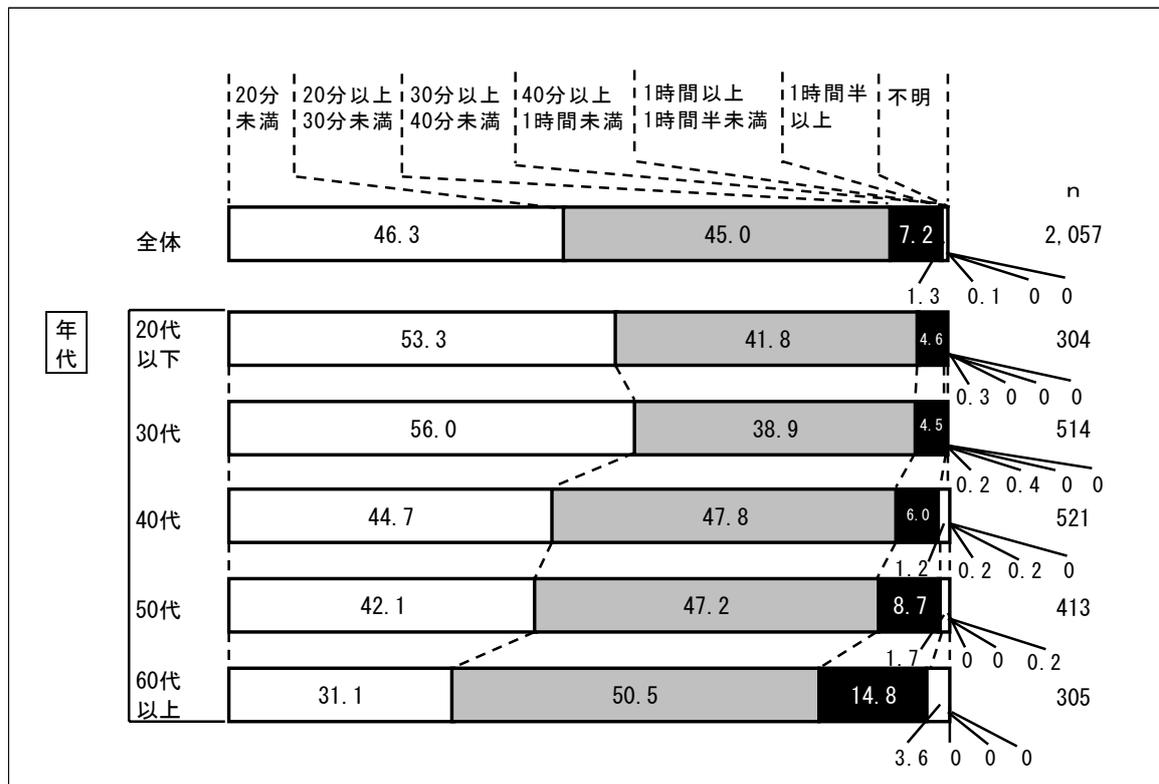
「中華料理」ニーズについては、ライフスタイル別の差はあまり見られず、どの層も10~13%の範囲内での分布であった。

4. 希望する調理時間

4. 1. メニュー提案チラシ希望調理時間の年代別特徴

図表Ⅶ-13 年代別メニュー提案チラシ希望調理時間

(単位:%)



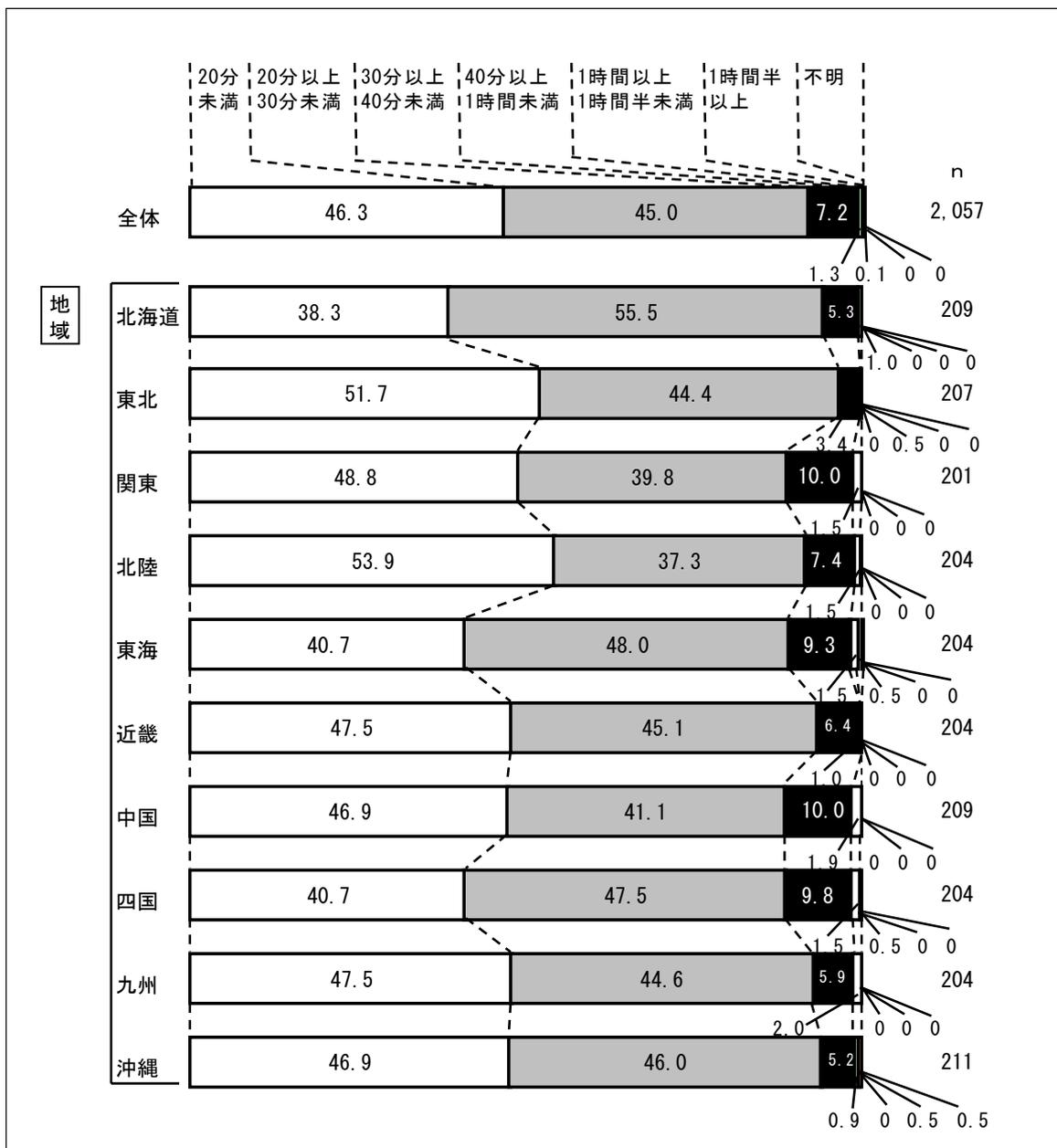
「調理時間」ニーズについては、「全体」として見ると「20分未満」が最も多く、次いで「20分以上30分未満」、両者を合わせると91.3%となることから、「30分以内で調理を終えたい」という消費者ニーズが高いことがわかる。

「20分未満」の調理時間ニーズは「20代以下」から年齢の上昇とともに増加し、「30代」でピークを迎え、以降年齢が上がるとともにニーズは減少していく。これらは料理をする人の忙しさが、やはり同様に「30代」をピークとしたカーブを描くであろうことと一致するものと考えられる。比較的時間にゆとりがあることが想定される「60代以上」において、「20分以上30分未満」及び「30分以上40分未満」の調理時間ニーズが最も高くなっている点も、上記の傾向と一致する。

4. 2. メニュー提案チラシ希望調理時間の地域別特徴

図表Ⅶ-14 地域別メニュー提案チラシ希望調理時間

(単位:%)

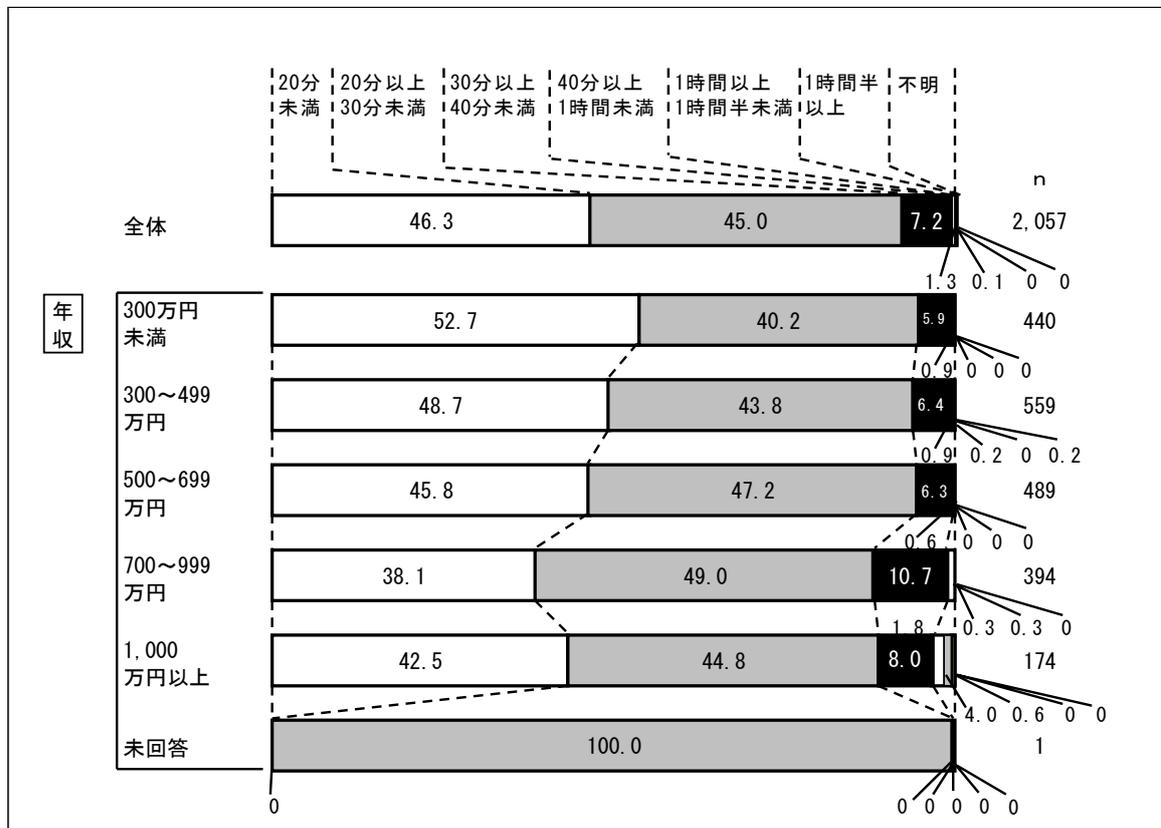


「20分未満」の調理時間ニーズは、「北陸」で最も高く、「北海道」で最も低くなった。「20分未満」に「20分以上30分以内」を加算した「30分以内」の調理時間ニーズを計算すると、「東北」の96.1%が突出して高く、「中国」が88.0%と低くなっている。

4. 3. メニュー提案チラシ希望調理時間の世帯年収別特徴

図表Ⅶ-15 世帯年収別メニュー提案チラシ希望調理時間

(単位:%)



「20分未満」の調理時間ニーズは、世帯年収「300万円未満」世帯で最も高く、「700~999万円」世帯で最も低かった。調理時間を「30分未満」として集計しなおすと、

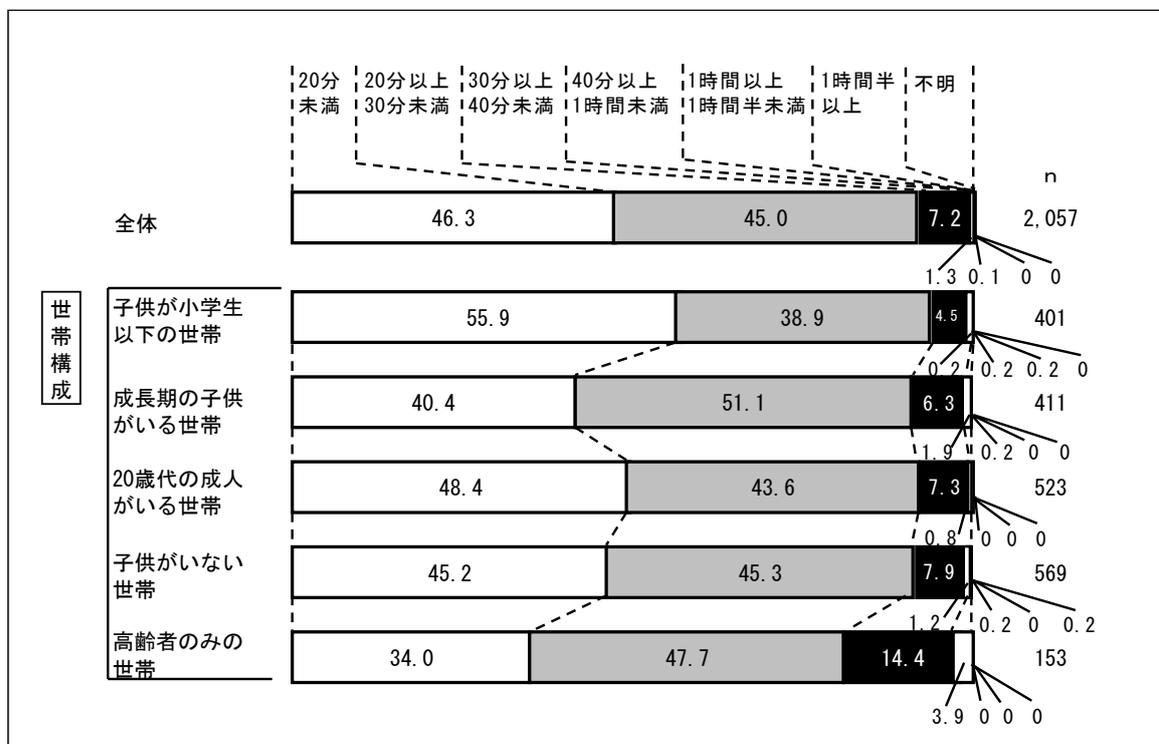
- ① 「300万円未満」世帯で 92.9%
- ② 「300~499万円」世帯で 92.5%
- ③ 「500~699万円」世帯で 93.0%
- ④ 「700~999万円」世帯で 87.1%
- ⑤ 「1,000万円以上」世帯で 87.3%

と、世帯年収 700 万円を境に大きく異なっていることがわかる。世帯年収 700 万円以上の世帯では、30 分以上の調理時間ニーズを持つ人が一定量存在する。

4. 4. メニュー提案チラシ希望調理時間の世帯構成別特徴

図表Ⅶ-16 世帯構成別メニュー提案チラシ希望調理時間

(単位:%)



「20分以内」の調理時間ニーズについては「子供が小学生以下の世帯」で突出して高く、半数以上の比率となっている。

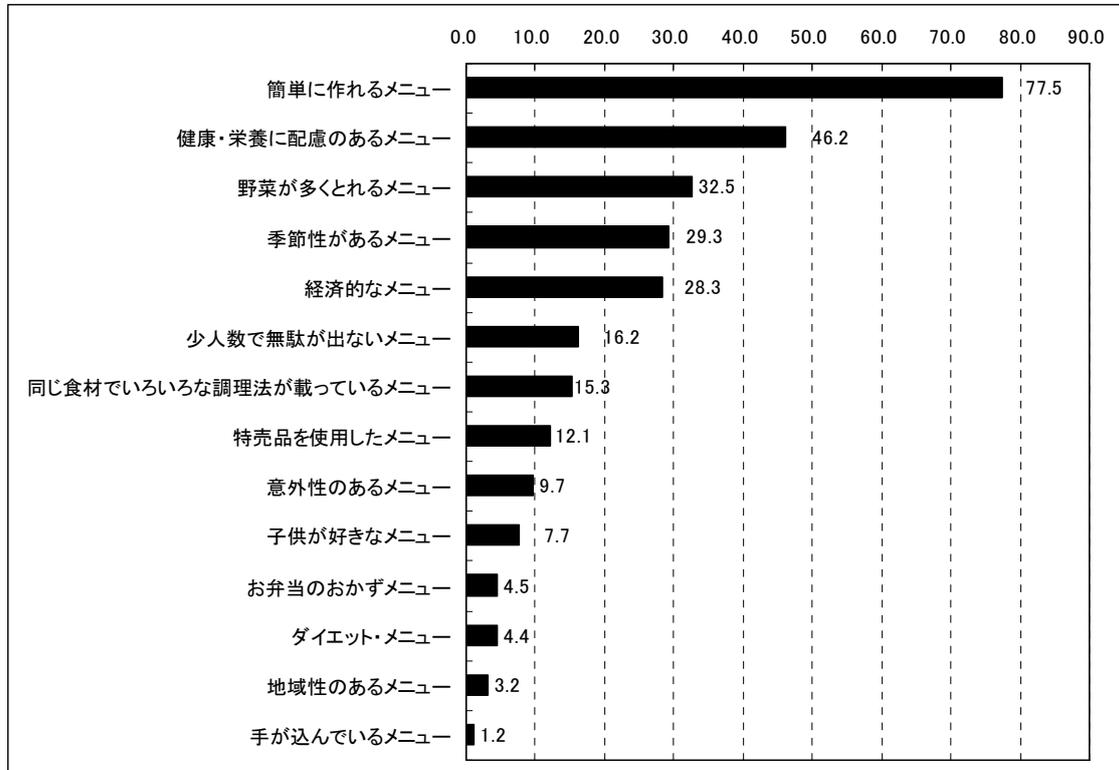
「子供が小学生以下の世帯」では子育てという家事負担が高いため、短時間の調理時間ニーズが高くなっていることが想定される。

一方、「高齢者のみの世帯」では、比較的時間的な余裕があることが想定されることから、「20分以内」という短時間の調理時間ニーズは低くなっているものと考えられる。

5. 希望するレシピ内容

図表Ⅶ-17 メニュー提案チラシ希望レシピ内容

(単位:%)



どのようなレシピを希望するのかについて、3つまでの複数回答形式で質問した結果が「図表Ⅶ-17」である。

レシピとして最もニーズが高かったのが「簡単に作れるメニュー」であり、消費者において短時間調理ニーズが高まっていることを示している。

次いで、大きく離れるが「健康・栄養に配慮のあるメニュー」のニーズが高い。近年の消費者の健康志向を裏付けるニーズの高さになっている。

1位、2位は前回調査と同様の結果であったが、3位以降は異なる。前回調査で3位であった「経済的なメニュー」(29.4%)は今回5位と順位を下げている一方、前回の4位「野菜が多くとれるメニュー」(28.1%)が3位に、前回5位の「季節性があるメニュー」(27.1%)が4位へと順位を上げている。食に対する安さのニーズが若干減少し、「健康に気を遣う」、「食を楽しむ」といったニーズが増加してきていることを示している。

5. 1. メニュー提案チラシ希望レシピ内容の年代別特徴

図表Ⅶ-18 年代別メニュー提案チラシ希望レシピ内容

(単位:%)

	簡単に作れるメニュー	手が込んでいるメニュー	季節性があるメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	意外性のあるメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	経済的なメニュー	特売品を使用したメニュー	野菜が多くとれるメニュー	子供が好きなメニュー	お弁当のおかずメニュー	ダイエット・メニュー	地域性のあるメニュー	同じ食材でいろいろな調理法が載っているメニュー
20代以下	83.6	1.3	23.4	43.1	7.6	16.4	29.9	14.5	28.9	8.9	5.3	6.6	2.3	11.2
30代	81.7	1.0	30.4	45.3	7.8	10.9	29.8	17.1	26.7	14.4	3.3	3.7	3.1	15.6
40代	79.1	1.2	27.3	41.7	9.8	11.5	32.1	12.9	35.3	10.0	6.9	3.3	3.1	15.2
50代	75.3	1.5	32.2	49.4	12.3	19.4	26.2	9.2	33.4	0.5	3.4	6.1	4.4	15.7
60代以上	64.6	1.0	32.8	54.4	11.1	28.5	21.0	3.6	40.0	1.0	3.3	3.3	2.6	18.7

「図表Ⅶ-18」において、希望レシピごとに最も高い数値となった年代と最も低い数値となった年代に網掛けをした。

総じて「20代以下」は料理の工夫に関するニーズが低く、簡単に作れるメニューに対するニーズが高いことから、料理を短時間で手早く済ませることに重点を置いていることが想定される。一方、「60代以上」については、健康志向が強くなることから、健康関連メニューに対するニーズが高くなっている。

「簡単に作れるメニュー」については「20代以下」で最も高く、仕事や料理以外の家事に忙しく、時間節約ニーズが高まっていることが理由として挙げられる。

「特売品を使用したメニュー」については「30代」で最も高く、この年代が特売品に敏感であることを物語っている。顧客層に「30代」が多い店舗において、特売品を使用したメニュー提案チラシを作成・配布することが有効となることが想定される。

「30代」においては、「野菜が多くとれるメニュー」が第5位と他の世代と比べて低く、野菜に対するニーズが他の世代よりは低いことを示している。

5. 2. メニュー提案チラシ希望レシピ内容の地域別特徴

図表Ⅷ-19 地域別メニュー提案チラシ希望レシピ内容

(単位:%)

	簡単に作れるメニュー	手が込んでいるメニュー	季節性があるメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	意外性のあるメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	経済的なメニュー	特売品を使用したメニュー	野菜が多くとれるメニュー	子供が好きなメニュー	お弁当のおかずメニュー	ダイエット・メニュー	地域性のあるメニュー	同じ食材でいろいろな調理法が載っているメニュー
北海道	74.2	0.5	27.3	45.5	9.6	18.7	25.8	14.4	34.4	7.2	5.7	3.3	6.2	15.8
東北	85.0	0.5	30.4	52.2	7.2	17.4	26.6	13.0	30.0	7.2	2.4	3.9	2.4	14.0
関東	78.6	1.0	32.8	42.8	7.5	15.4	28.4	11.9	36.8	7.5	2.5	6.5	3.0	12.4
北陸	76.5	1.5	33.8	47.1	8.3	17.6	31.4	11.8	27.5	5.4	5.4	5.4	5.9	13.2
東海	78.4	1.5	23.0	45.1	14.2	11.8	27.9	14.7	34.8	5.9	6.9	2.9	1.5	16.2
近畿	78.4	1.0	33.3	43.6	12.3	14.2	29.9	10.3	32.4	6.9	2.5	2.9	1.5	14.2
中国	73.7	0.5	27.3	47.4	9.1	17.7	30.1	10.5	33.0	9.6	5.7	4.3	2.4	16.3
四国	74.0	2.0	32.4	48.5	8.3	17.2	26.0	12.7	35.8	9.3	4.4	4.4	1.5	14.7
九州	76.0	1.5	28.9	41.7	11.3	21.6	29.9	9.8	30.9	9.3	2.9	2.9	2.9	17.2
沖縄	80.1	1.9	23.7	48.3	9.0	10.4	27.5	11.4	29.9	8.5	6.6	7.6	4.3	19.0

地域ごとのレシピ・ニーズの違いは認められるものの、東日本と西日本というくくりで見ると、大きく異なるような違いは見られなかった。

「簡単に作れるメニュー」については、「東北」で最もニーズが高く、「中国」で最もニーズが低かった。

「経済的なメニュー」については、前回調査同様、今回調査においても「北陸」で最もニーズが高く、「北海道」で最もニーズが低くなった。前回調査と同様であることから、「北陸」は経済的なメニューのニーズが高い地域であり、逆に「北海道」は経済的なメニューのニーズが低い地域である、とすることができる。

また、「野菜が多くとれるメニュー」については、「関東」が前回調査と同様、最も高いニーズを持っており、「関東」というエリアが「野菜を多くとりたい」というニーズを強く持つことを特色にしていることがわかる。

5. 3. メニュー提案チラシ希望レシピ内容の世帯年収別特徴

図表Ⅶ-20 世帯年収別メニュー提案チラシ希望レシピ内容

(単位:%)

	簡単に作れるメニュー	手が込んでいるメニュー	季節性があるメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	意外性のあるメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	経済的なメニュー	特売品を使用したメニュー	野菜が多くとれるメニュー	子供が好きなメニュー	お弁当のおかずメニュー	ダイエット・メニュー	地域性のあるメニュー	同じ食材でいろいろな調理法が載っているメニュー
300万円未満	81.4	0.0	24.8	47.5	7.3	21.1	25.7	9.1	31.6	5.5	4.1	5.9	3.0	16.4
300~499万円	80.1	1.1	25.9	44.0	8.4	16.6	31.3	12.3	31.7	10.4	3.8	3.8	2.3	17.4
500~699万円	77.1	1.6	32.1	48.1	6.5	14.1	31.5	14.9	32.7	9.0	5.7	4.1	3.1	13.7
700~999万円	72.3	1.5	31.7	44.9	14.2	12.9	27.2	12.4	34.5	5.6	5.3	4.8	4.8	15.0
1,000万円以上	71.8	2.3	37.9	47.7	18.4	15.5	19.5	9.8	32.2	5.7	2.9	2.9	2.9	11.5
未回答	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

図表Ⅶ-20において、「未回答」を除いて、最も高かった数値と最も低かった数値について網掛け行っている。

「簡単に使えるメニュー」は、年収が増加するほど、ニーズが減少する傾向にある。

逆に、「手が込んでいるメニュー」は、年収が増加するほど、ニーズが増加する傾向にある。

「健康・栄養に配慮のあるメニュー」に対するニーズは、前回調査同様、年収の違いにより大きく異なることはなく（最高と最低の差が4.1ポイント）、年収に関わらずニーズが高くなっている。

「300万円未満」世帯においては、これもまた前回調査同様、「野菜が多くとれるメニュー」のニーズが最も低くなっている。この層は野菜をとることに关するニーズが低い層であることがわかる。

一方、「1,000万円以上」世帯においては、「季節性があるメニュー」が第3位と高順位になっており、前回調査同様、他の年収層よりも高いニーズを持っている。この層において季節を楽しむ食の嗜好があることがわかる。

5. 4. メニュー提案チラシ希望レシピ内容の世帯構成別特徴

図表Ⅶ-21 世帯構成別メニュー提案チラシ希望レシピ内容

(単位:%)

	簡単に作れるメニュー	手が込んでいるメニュー	季節性があるメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	意外性のあるメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	経済的なメニュー	特売品を使用したメニュー	野菜が多くとれるメニュー	子供が好きなメニュー	お弁当のおかずメニュー	ダイエット・メニュー	地域性のあるメニュー	同じ食材でいろいろな調理法が載っているメニュー
子供が小学生以下の世帯	80.0	1.2	27.2	40.9	6.0	8.5	32.9	17.2	30.4	25.2	2.5	2.0	3.0	14.7
成長期の子供がいる世帯	78.1	1.9	22.9	41.8	10.9	10.9	33.8	14.8	35.3	6.3	9.0	4.1	2.9	13.4
20歳代の成人がいる世帯	80.5	1.3	28.7	47.2	9.4	15.3	28.7	12.6	30.6	5.5	4.8	5.5	2.3	13.4
子供がいない世帯	76.1	0.5	35.0	49.7	11.4	21.6	24.3	8.8	29.9	0.2	3.3	5.6	4.0	17.9
高齢者のみの世帯	64.1	0.7	32.7	55.6	10.5	33.3	15.7	1.3	47.1	0.7	1.3	3.3	3.9	19.0

世帯構成別に希望レシピを見てみると、年代別、地域別や世帯年収別と比較して、最低と最高の差が大きく、希望レシピが世帯構成の影響を受けやすいことを示しているものと思われる。

「簡単に作れるメニュー」のニーズは「20歳代の成人がいる世帯」で最も高い。この世帯では家族で一緒に食卓を囲むことが少ない、いわゆる個食化が進んでいるため、タイミングが異なる食事の準備を手短に済ませたいというニーズがあることが想定される。

「健康・栄養に配慮のあるメニュー」は「高齢者のみの世帯」で突出してニーズが高い。これは「野菜が多くとれるメニュー」についても同様で、前回調査でも同様の結果となっている。「高齢者のみの世帯」において、強い健康志向があることがわかる。顧客層が高齢の販売店においては、健康に強く関連したメニューチラシや情報提供が有効になるものと思われる。

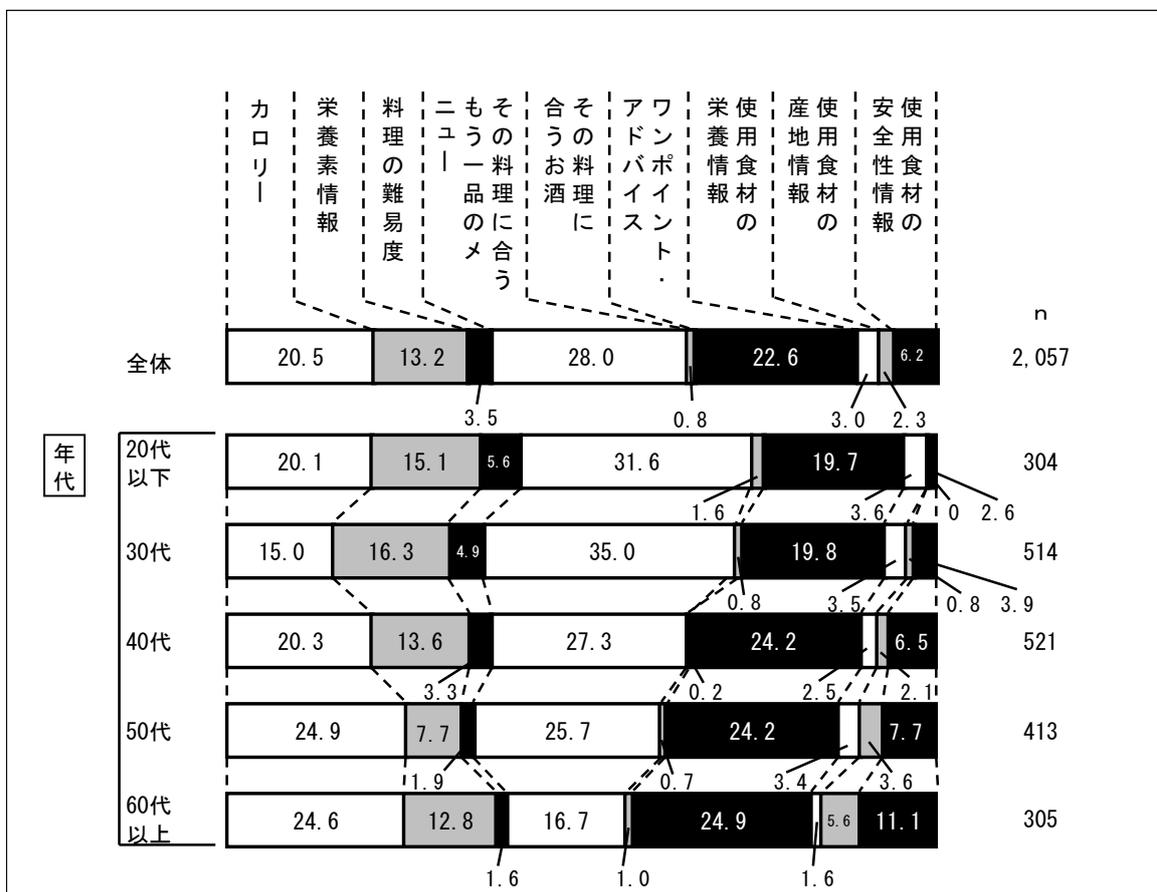
「健康・栄養に配慮のあるメニュー」及び「少人数で無駄が出ないメニュー」は、ライフスタイルの進展とともにニーズが増加していく傾向にあり、逆に、「特売品を使用したメニュー」はライフスタイルの進展とともにニーズが減少していく傾向にある。

6. 希望する付加情報

6. 1. メニュー提案チラシ希望付加情報の年代別特徴

図表Ⅶ-22 年代別メニュー提案チラシ希望付加情報

(単位:%)



「全体」としては「その料理に合うもう一品のメニュー」のニーズが最も高く、次いで「ワンポイント・アドバイス」、「カロリー」という順になった。

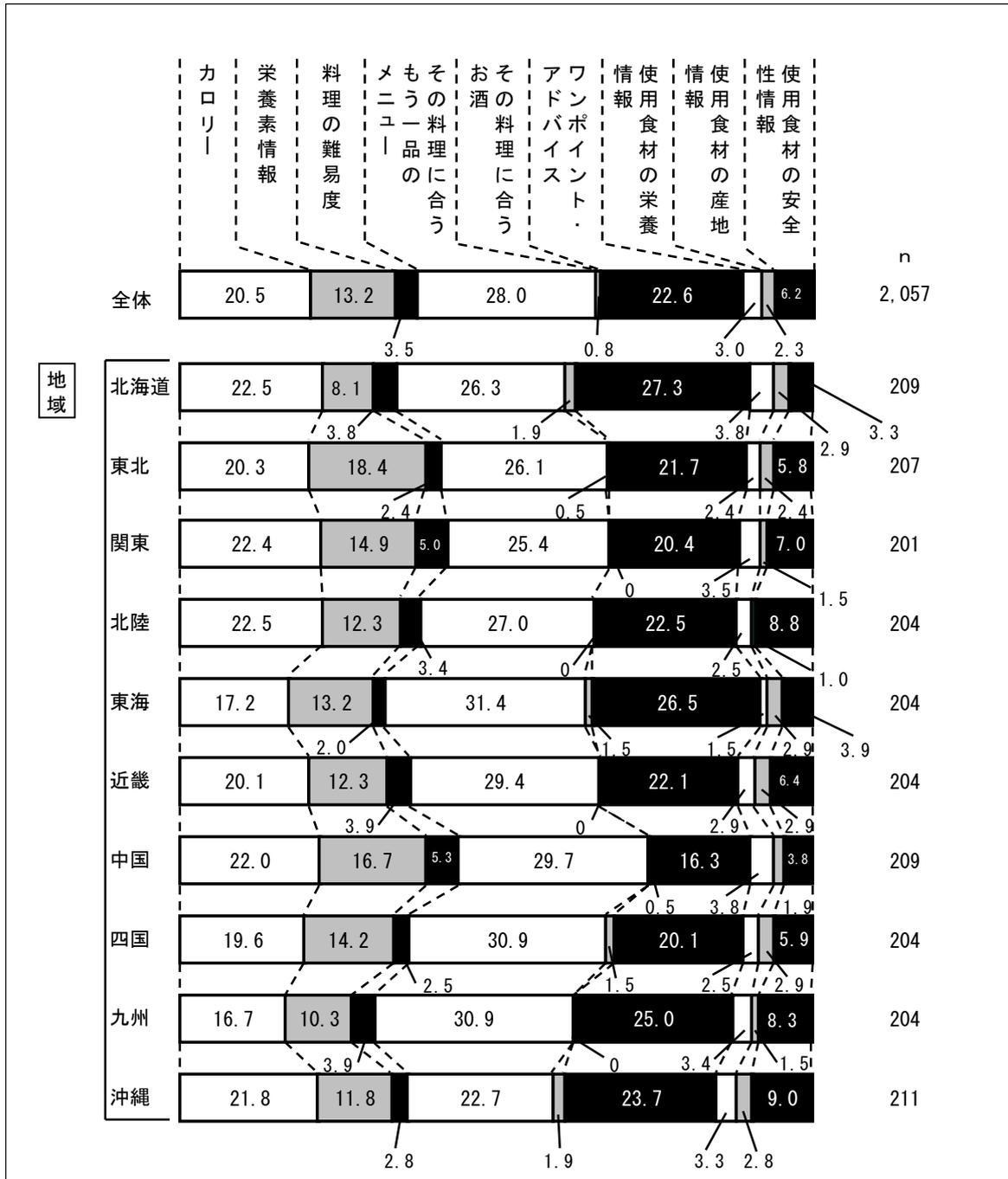
「その料理に合うもう一品のメニュー」については、「30代」以降、年齢が上がるとともに比率が下がっていく傾向にある。

逆に「ワンポイント・アドバイス」については、年齢が上がるとともに比率が上がっていく傾向にあり、「60代以上」にとっては、「ワンポイント・アドバイス」のニーズが最も高くなっている。

6. 2. メニュー提案チラシ希望付加情報の地域別特徴

図表Ⅷ-23 地域別メニュー提案チラシ希望付加情報

(単位:%)



「その料理に合うもう一品のメニュー」に対するニーズは、「東海」が最も高く、「沖縄」が最も低かった。メニュー提案チラシの付加的情報ニーズに大きな違いがあることがわかる。

「ワンポイント・アドバイス」に対するニーズは、「北海道」が最も高く、「中国」が最も低かった。

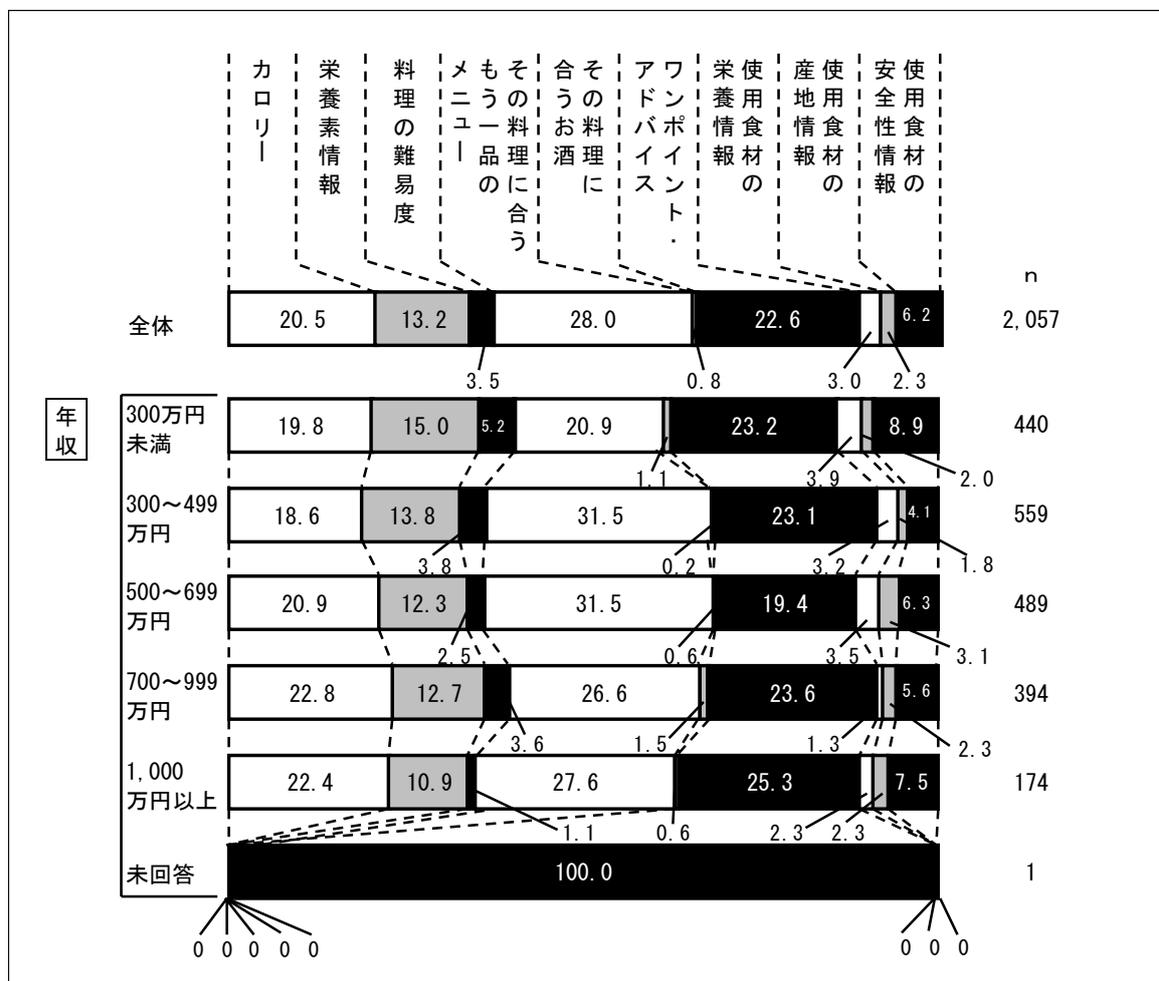
「カロリー」に対するニーズは、「北海道」と「北陸」が同率で最も高く、「九州」が最も低かった。

「使用食材の安全性情報」に対するニーズは、「沖縄」、「北陸」、「九州」で高まっていた。

6. 3. メニュー提案チラシ希望付加情報の世帯年収別特徴

図表Ⅷ-24 世帯年収別メニュー提案チラシ希望付加情報

(単位:%)



「その料理に合うもう一品のメニュー」としては、世帯年収「300~499万円」および「500~699万円」世帯において、同率で最もニーズが高く、「300万円未満」世帯でニーズが低くなっている。

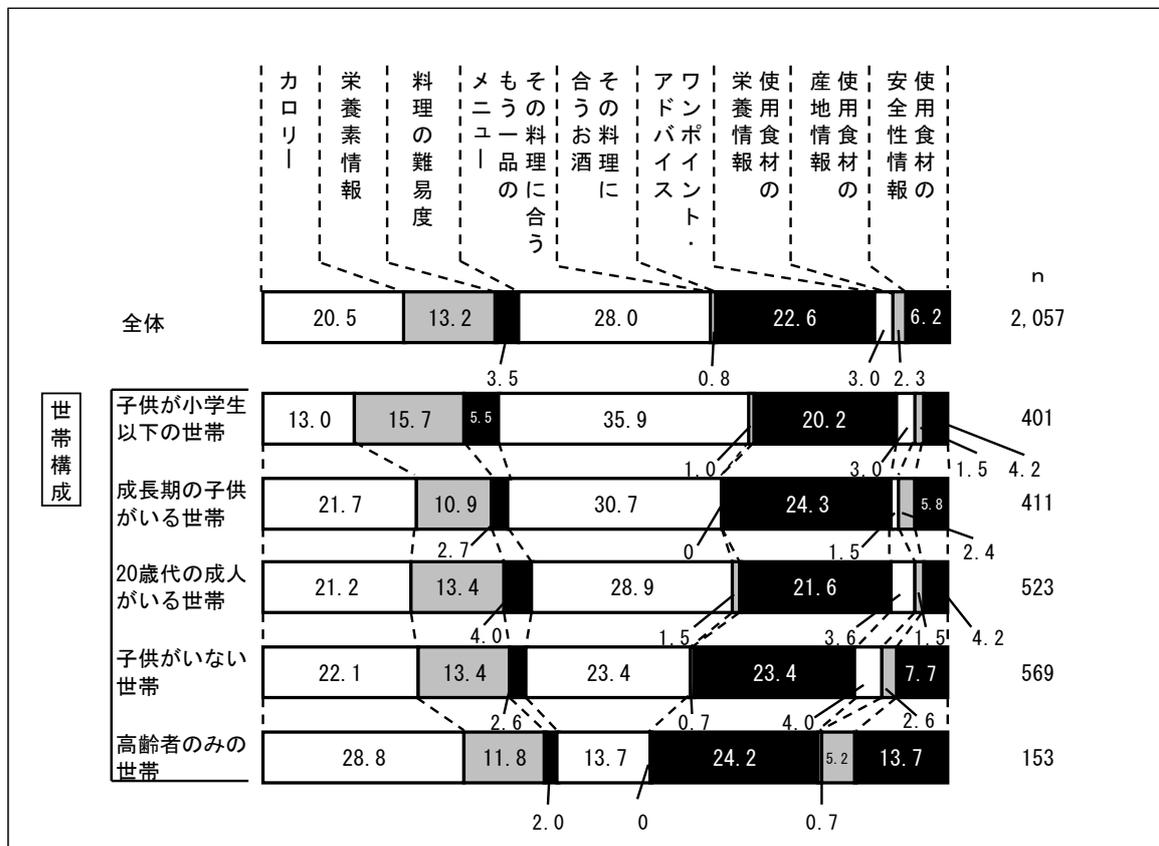
「ワンポイント・アドバイス」ニーズは、世帯年収「1,000万円以上」世帯で最も高く、「500~699万円」世帯で最も低い。

「カロリー」ニーズは「700~999万円」世帯で最も高く、「300~499万円」世帯で最も低い。

6. 4. メニュー提案チラシ希望付加情報の世帯構成別特徴

図表Ⅷ-25 世帯構成別メニュー提案チラシ希望付加情報

(単位:%)



「その料理に合うもう一品のメニュー」ニーズについては、ライフスタイルの進展とともに低くなっていく傾向にある。

「ワンポイント・アドバイス」ニーズはライフスタイルによって大きく異なる傾向はない。

「カロリー」ニーズについては、「高齢者のみの世帯」で突出して高く、「子供が小学生以下の世帯」で突出して低い状況になっている。「高齢者のみの世帯」は健康志向が強いことから、太りすぎに注意をするなどの理由により、「カロリー」に対するニーズが高くなっていることが想定される。