

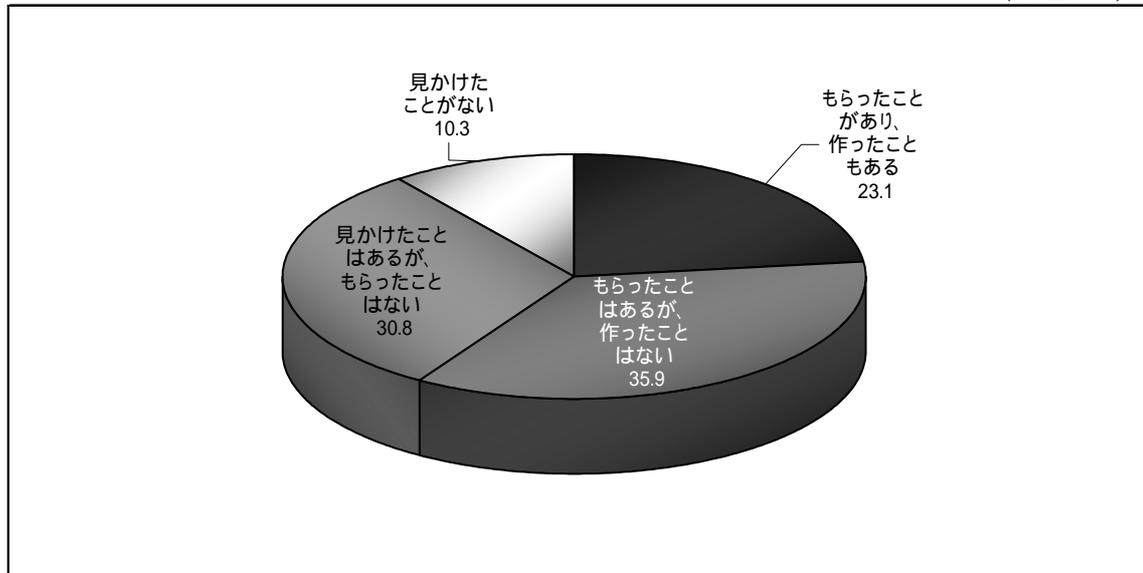
第 章 メニュー提案チラシに関する分析

1 メニュー提案チラシの利用状況

1. 全体

図表 -1 メニュー提案チラシの利用状況

(単位:%)



スーパーや食肉店の店頭などに置いてあるメニュー提案チラシの利用状況を調べた。

利用状況に関わらず見かけたことがある（「もらったことがあり、作ったこともある」+「もらったことはあるが、作ったことはない」+「見かけたことはあるが、もらったことはない」）という認知率は約9割を占める。食肉を販売している売り場に行けば、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、高い状況にあるといえる。

実際にメニュー提案チラシをもらったことがある（「もらったことがあり、作ったこともある」+「もらったことはあるが、作ったことはない」）人の割合は6割。「もらったことがあり、作ったこともある」人は23.1%で、メニュー提案チラシをもらった人の4割程度が実際にそのメニューを作った経験を持つ。提案するメニューが魅力的なものであれば、メニュー提案チラシを活用してもらえ可能性があることがわかる。

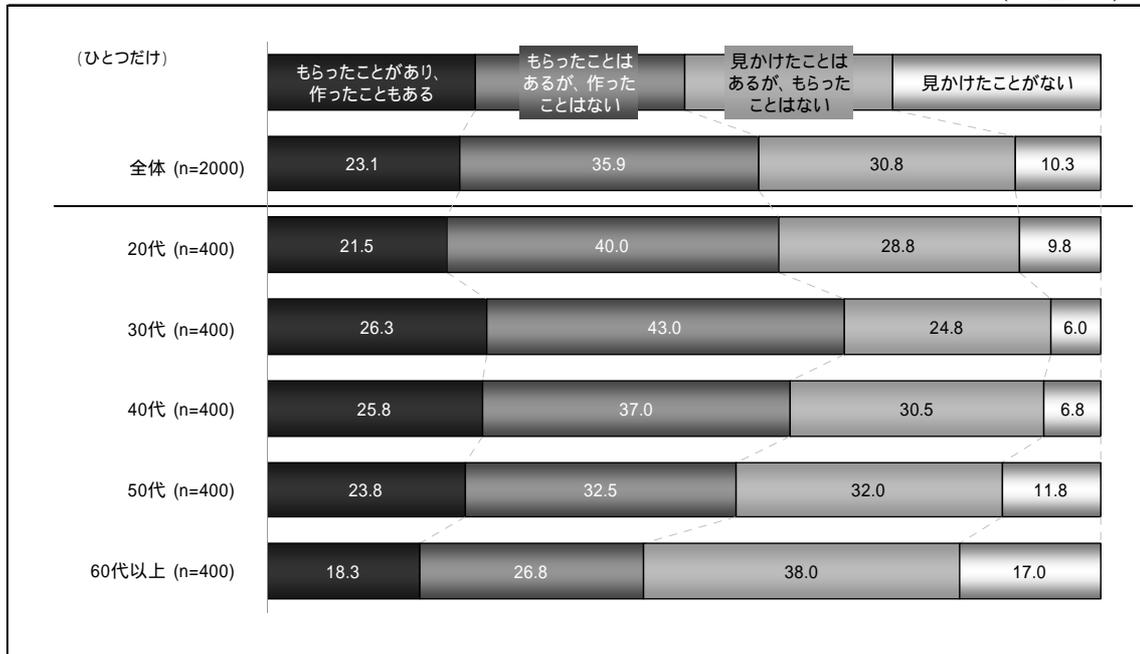
「見かけたことはあるが、もらったことはない」という回答は30.8%で、この層はメニュー提案チラシを活用する意向がないことを示している。

1 メニュー提案チラシの利用状況

2. 年代別

図表 -2 メニュー提案チラシの利用状況：年代別

(単位：%)



年代別にみると、「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は、30代で26.3%と最も高く、以降、調理経験が豊富でどちらかといえば新しいメニューに挑戦する機会が少ないと思われる60代以上では18.3%と減少する。

メニュー提案チラシを認知しているものの利用したことがない人についてみると、「もらったことはあるが、作ったことはない」との回答は30代で43.0%と4割を超えるが、年代が上がるにつれて減少し、60代以上では26.8%になっている。逆に「見かけたことはあるが、もらったことはない」との回答は年代が上がるにつれて高まり、60代以上では38.0%となっている。

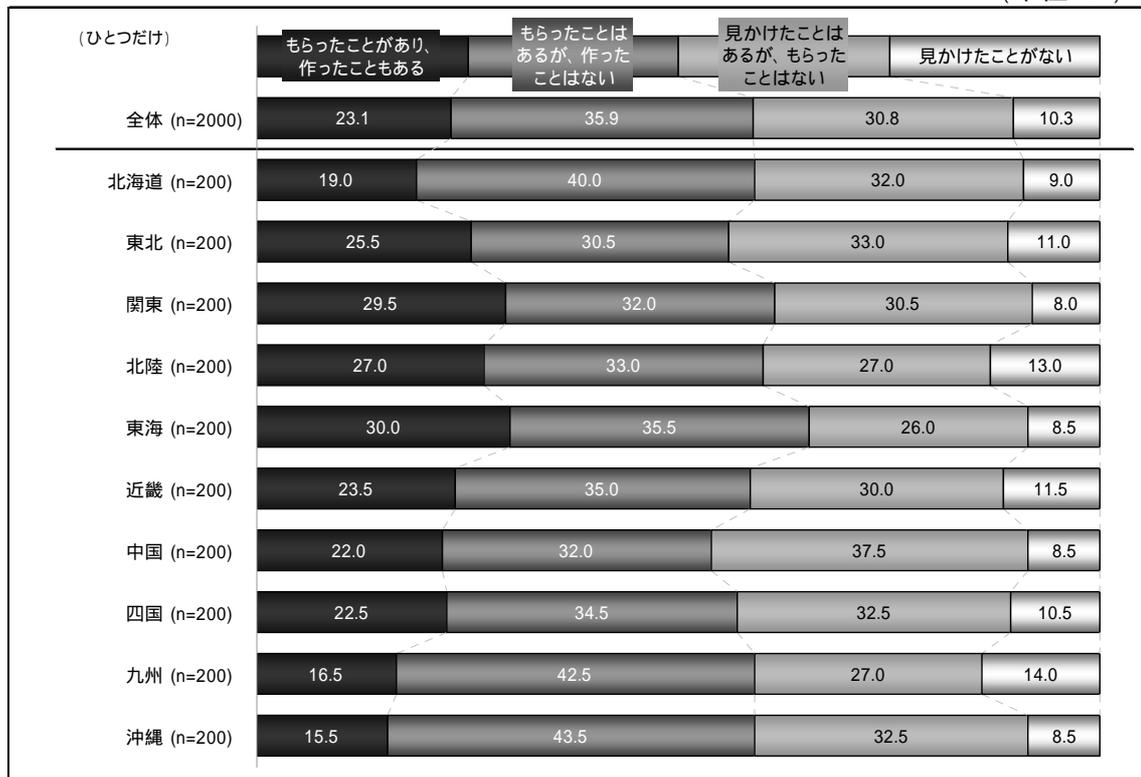
20代や30代は調理経験が浅く、結婚や出産等、家族構成の変化によってこれまでと異なったメニューを作る必要が生じる年代で、メニュー提案チラシに対するニーズが高いと考えられる。しかし、情報を入手はするものの「作ったことはない」人も多く、より有益で活用しやすいメニュー提案が望まれる。

1 メニュー提案チラシの利用状況

3. 地域別

図表 -3 メニュー提案チラシの利用状況：地域別

(単位：%)



地域別にみると、メニュー提案チラシ利用経験の割合は、東海（30.0%）、関東（29.5%）で比較的高く、沖縄（15.5%）、九州（16.5%）で低い。また、北海道・九州・沖縄では「もらったことはあるが、作ったことはない」が4割以上を占め、入手するだけでなく、実際に作ってもらえるようなメニュー提案チラシの開発・改善が必要とされる。

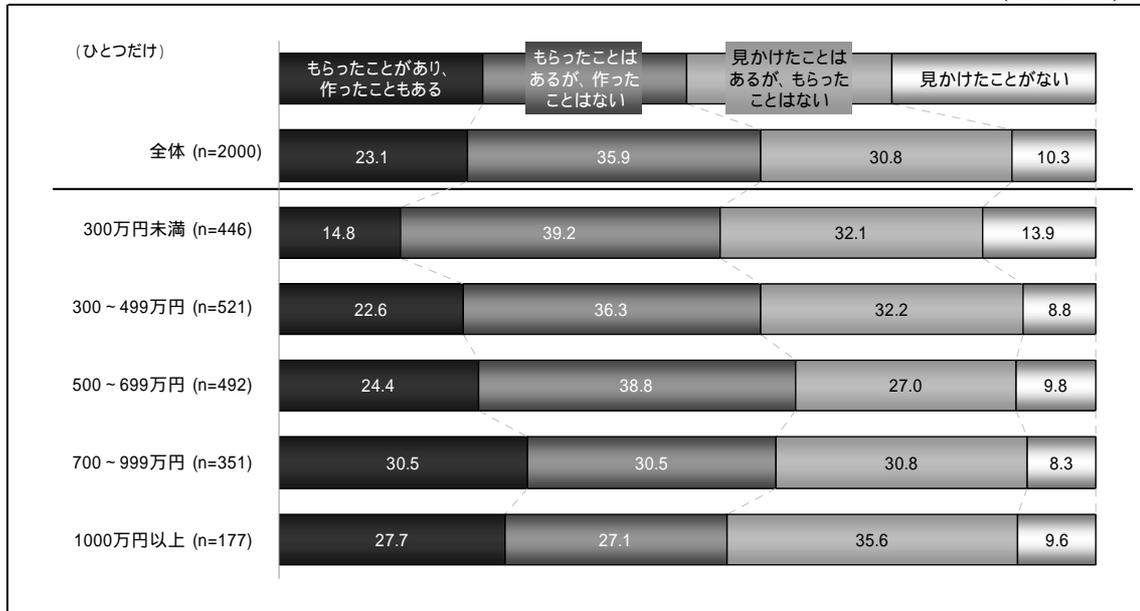
「見かけたことがない」の割合はどの地域も10%前後となっており、メニュー提案チラシの認知度は全般に高い。

1 メニュー提案チラシの利用状況

4. 世帯年収別

図表 - 4 メニュー提案チラシの利用状況：世帯年収別

(単位：%)



世帯年収別にみると、メニュー提案チラシ利用経験の割合は、年収が高いほど高まる傾向があり、700～999万円以上の世帯で30.5%とピークになる。300万円未満の世帯では14.8%と低い。逆に「もらったことはあるが、作ったことはない」の割合は年収が高いほど低くなっている。

また、300万円未満の世帯では「見かけたことがない」が13.9%あり、他の層に比べて認知度がやや低くなる。

1 メニュー提案チラシの利用状況

5. 世帯構成別

図表 - 5 メニュー提案チラシの利用状況：世帯構成別

(単位：%)

(ひとつだけ)	もらったことがあり、 作ったこともある	もらったことは あるが、作った ことはない	見かけたことは あるが、もらった ことはない	見かけたことがない
全体 (n=2000)	23.1	35.9	30.8	10.3
子供が小学生以下の 世帯 (n=280)	29.6	36.4	28.2	5.7
成長期の子供がいる 世帯 (n=288)	24.3	38.2	28.8	8.7
20歳代の成人がいる 世帯 (n=606)	22.9	38.1	28.5	10.4
子供がいない世帯 (n=603)	21.6	36.5	30.7	11.3
高齢者のみの世帯 (n=223)	17.9	24.2	43.0	14.8

世帯構成別にみると、メニュー提案チラシ利用経験の割合は、子供が小学生以下の世帯で29.6%と最も高く、高齢者のみの世帯で17.9%と最も低い。「もらったことはあるが、作ったことはない」の割合は、成長期の子供がいる世帯(38.2%)、20歳代の成人がいる世帯(38.1%)で高めとなった。

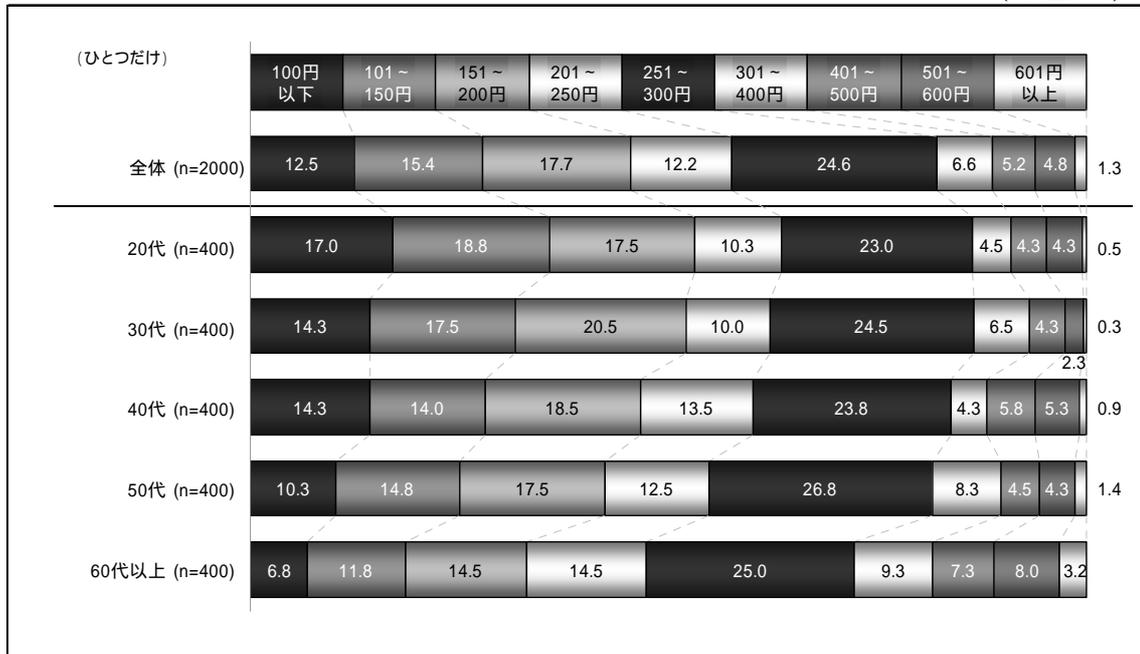
高齢者のみの世帯では、「見かけたことはあるが、もらったことはない」が43.0%を占め、既に豊富な調理経験を持っていること、定番メニューや嗜好が決まっているなどの理由により、新しいメニューへの意欲が低いものと考えられる。

2 希望する一人当たり予算

1. 年代別

図表 - 6 メニュー提案チラシの一人当たり予算：年代別

(単位：%)



メニュー提案チラシで紹介してもらいたいメニューの一人当たり予算は、「251円～300円」が24.6%と最も多い回答となったが、「250円以下」を合計すると57.8%と約6割を占めた。

年代別にみると、年代が上がるほど予算は高くなる傾向を示す。20代では「250円以下」を望む割合が63.6%であるのに対し、60代以上では47.6%となる。

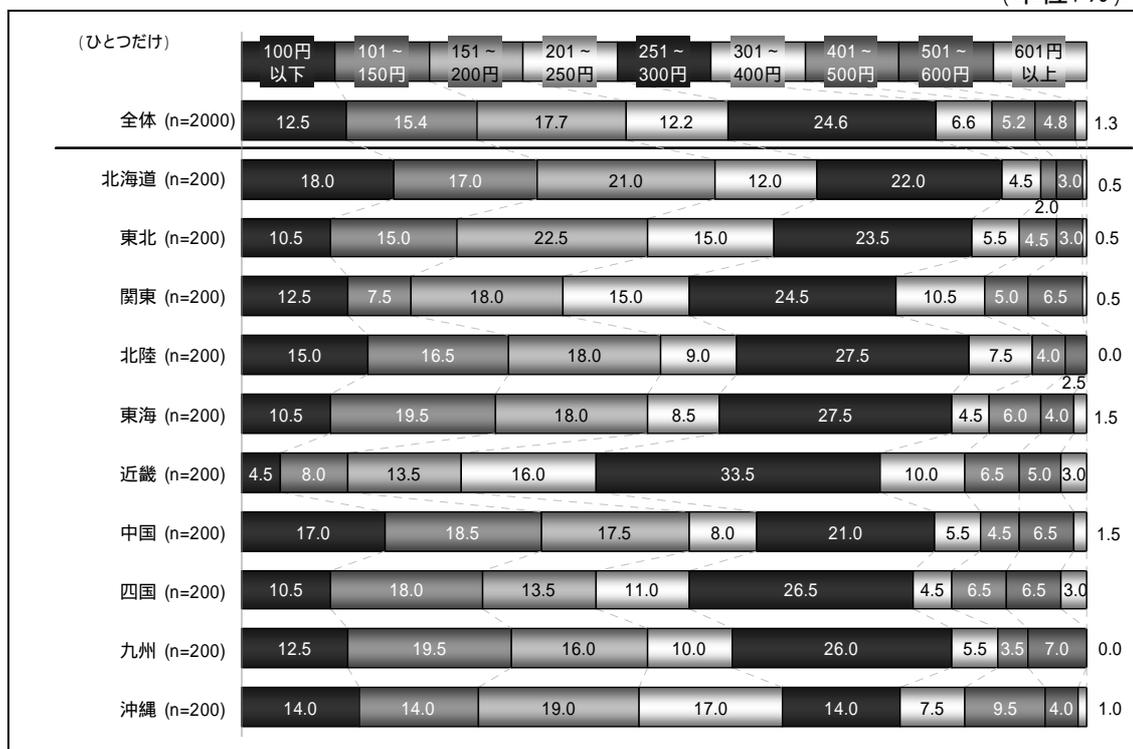
20代や30代の年代は可処分所得が低めで、子育てや住宅ローンなどの経済的負担も大きく、家計の節約が必要な世代であるため、低予算志向が強くなっているものと思われる。

2 希望する一人当たり予算

2. 地域別

図表 -7 メニュー提案チラシの一人当たり予算:地域別

(単位:%)



地域別にみると、「250円以下」を望む割合は、北海道で68.0%、沖縄で64.0%、東北で63.0%と高い。逆に近畿では42.0%、関東、四国ではともに53.0%と低く、関東、近畿の大都市で高い予算をリクエストしている。

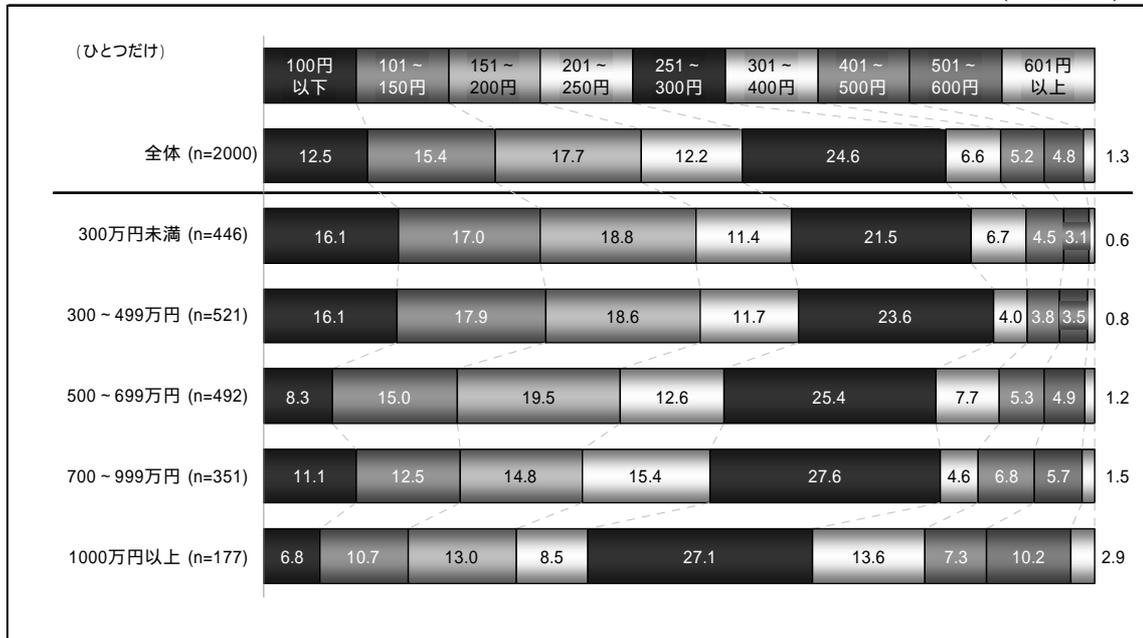
沖縄では回答にばらつきが見られる。

2 希望する一人当たり予算

3. 世帯年収別

図表 - 8 メニュー提案チラシの一人当たり予算：世帯年収別

(単位：%)



世帯年収別にみると、世帯年収が低いほど一人当たり予算が低くなる傾向が見られる。250円以下の合計は、300～499万円の世帯では64.3%、300万円未満の世帯では63.3%と高い。

すべての世帯で「251～300円」が2割を超え、最も多い。

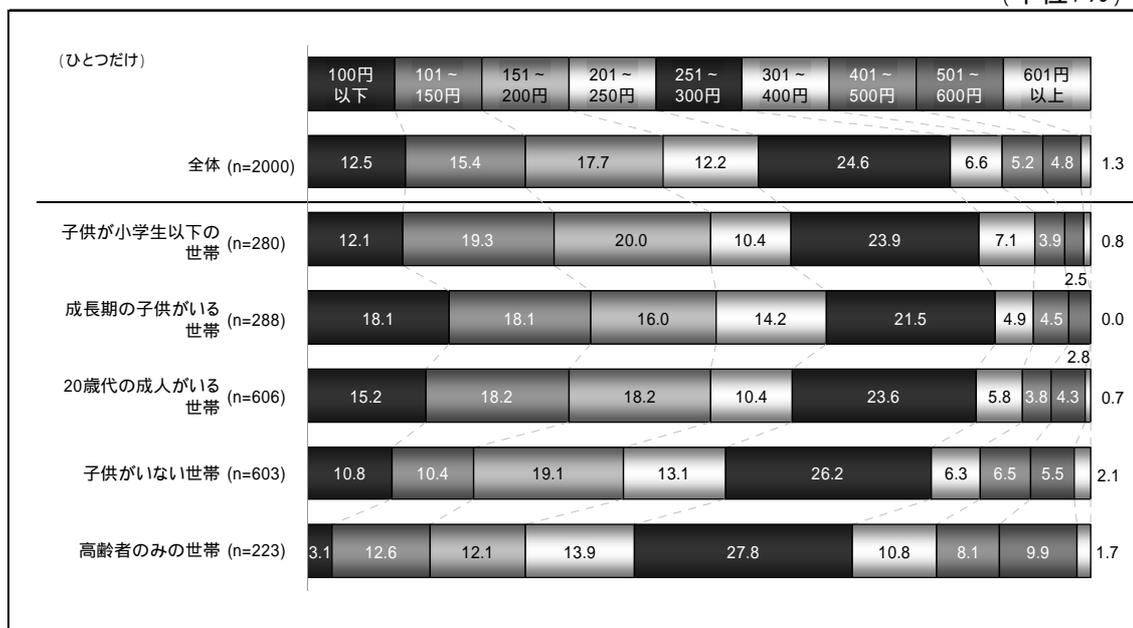
予算別、生活シーン別や品質を重視したメニューを提案するなど、バリエーションを増やして多様な消費者ニーズにこたえるチラシを作成することが求められている。

2 希望する一人当たり予算

4. 世帯構成別

図表 - 9 メニュー提案チラシの一人当たり予算：世帯構成別

(単位：%)



世帯構成別に一人当たり予算をみると、いずれの世帯構成でも「251～300円」が20%台で最も多くリクエストされている。250円以下の合計は、成長期の子供がいる世帯（66.4%）が最も高く、僅差で20歳代の成人がいる世帯（62.0%）、子供が小学生以下の世帯（61.8%）の順。一方、高齢者のみの世帯では41.7%、子供がいない世帯では53.4%と低く、比較的高い予算をリクエストしていることがわかる。

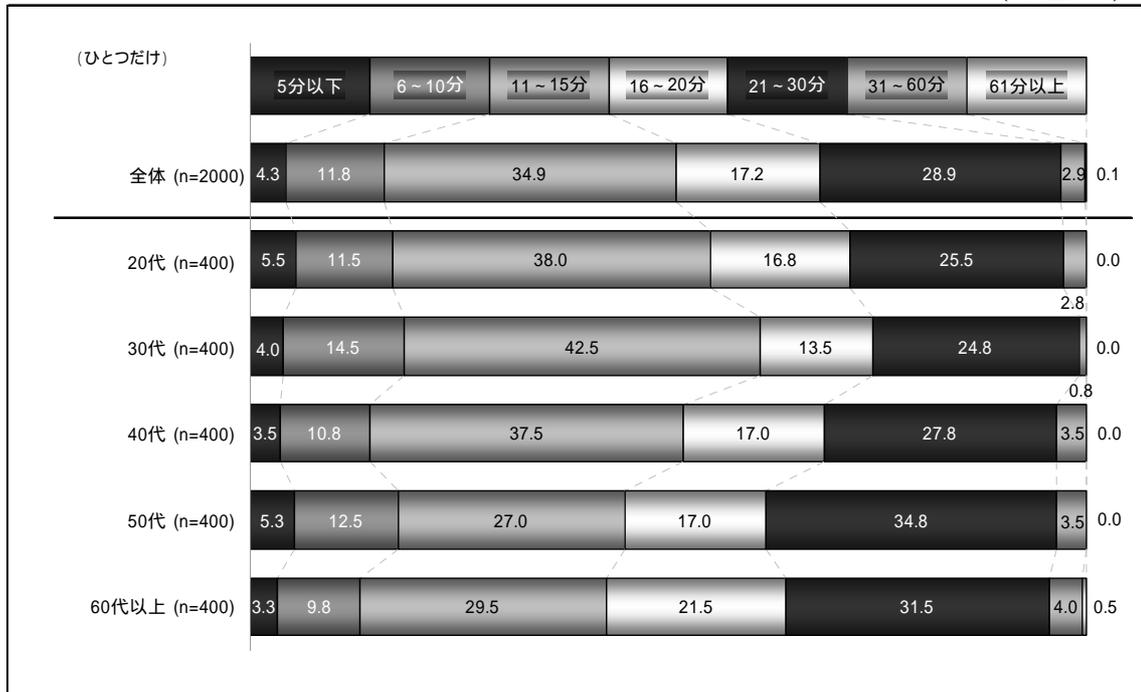
子供がいない世帯、高齢者のみの世帯では家族人数が少なく、また高齢者のみの世帯では、住宅ローンの払い込みの目処がつくなど、比較的可処分所得の高い世帯であることから、家計に余裕があるものと考えられる。

3 希望する調理時間

1. 年代別

図表 -10 メニュー提案チラシに望む調理時間:年代別

(単位:%)



メニュー提案チラシで紹介してもらいたいメニューの調理時間については、全体の97.1%が「30分以下」を望んでおり、51.0%が「15分以下」と回答している。

年代別にみると、「15分以下」の割合は30代で61.0%と最も高く、60代以上では42.6%と最も低い。高年齢層では比較的時間にゆとりがあるため調理にも時間をかけられることがみてとれる。

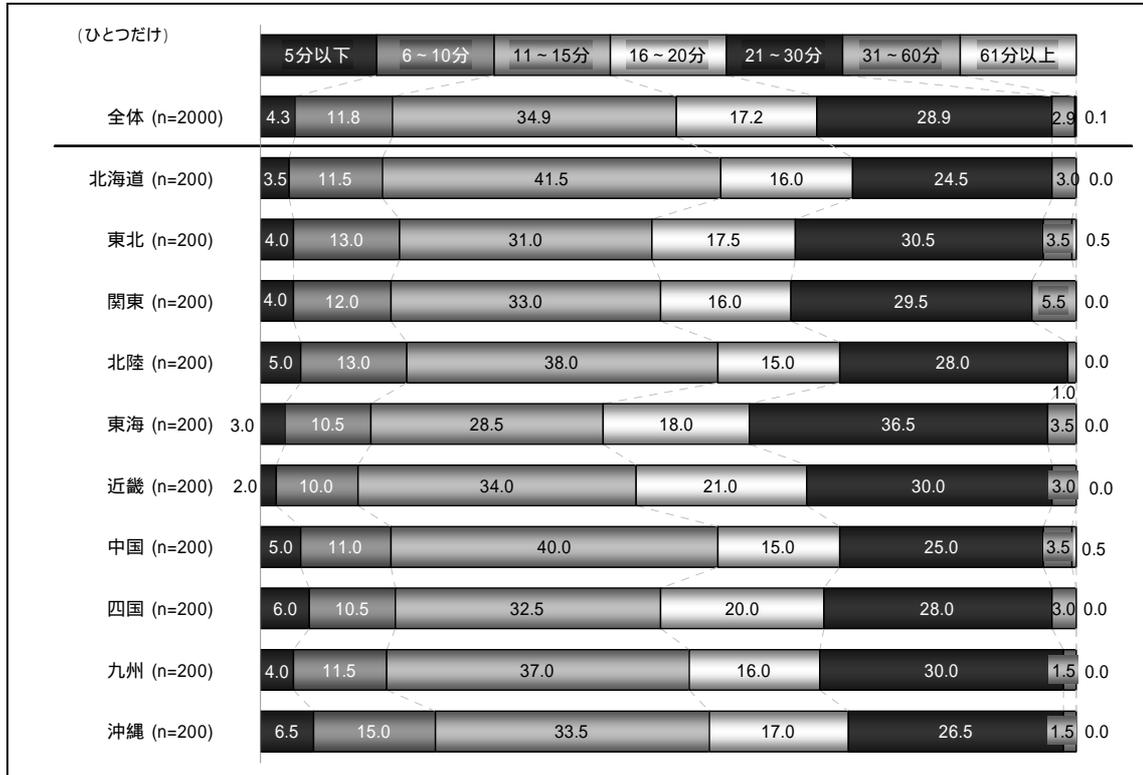
一方、20代や30代は、食事を作ること以外の家事や仕事に時間を割かれ、調理には時間をかけられないものと考えられる。

3 希望する調理時間

2. 地域別

図表 -11 メニュー提案チラシに望む調理時間:地域別

(単位:%)



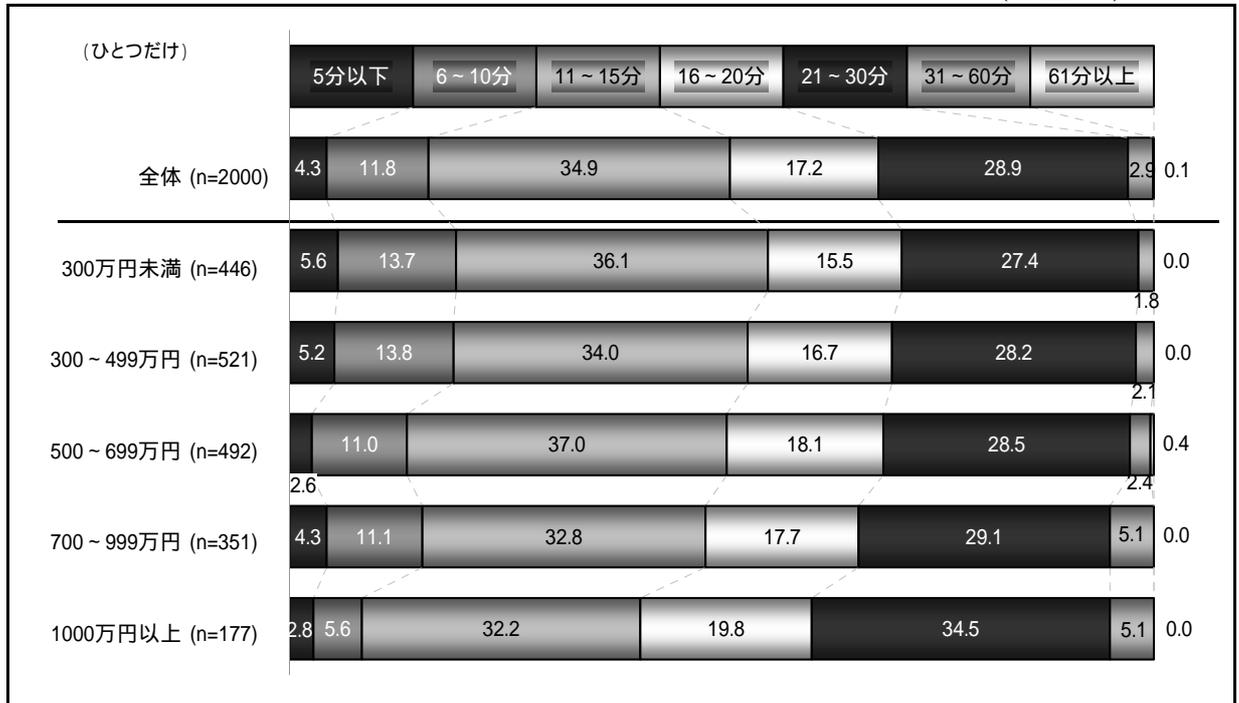
地域別にみると、「15分以下」の短い調理時間を望むのは、北海道(56.5%)、北陸、中国(ともに56.0%)、沖縄(55.0%)で高い。特に「11~15分」のニーズは北海道で41.5%、中国で40.0%と高い。逆に、東海、近畿では長い調理時間を望む割合が高く、東海では「21~30分」が36.5%と高い。

3 希望する調理時間

3.1 世帯年収別

図表 -12 メニュー提案チラシに望む調理時間：世帯年収別

(単位：%)



世帯年収別にみると、「15分以下」を望む割合は世帯年収が低いほど高くなる傾向がみられ、300万円未満の世帯では55.4%と最も高く、1,000万円以上の世帯では40.6%にとどまる。

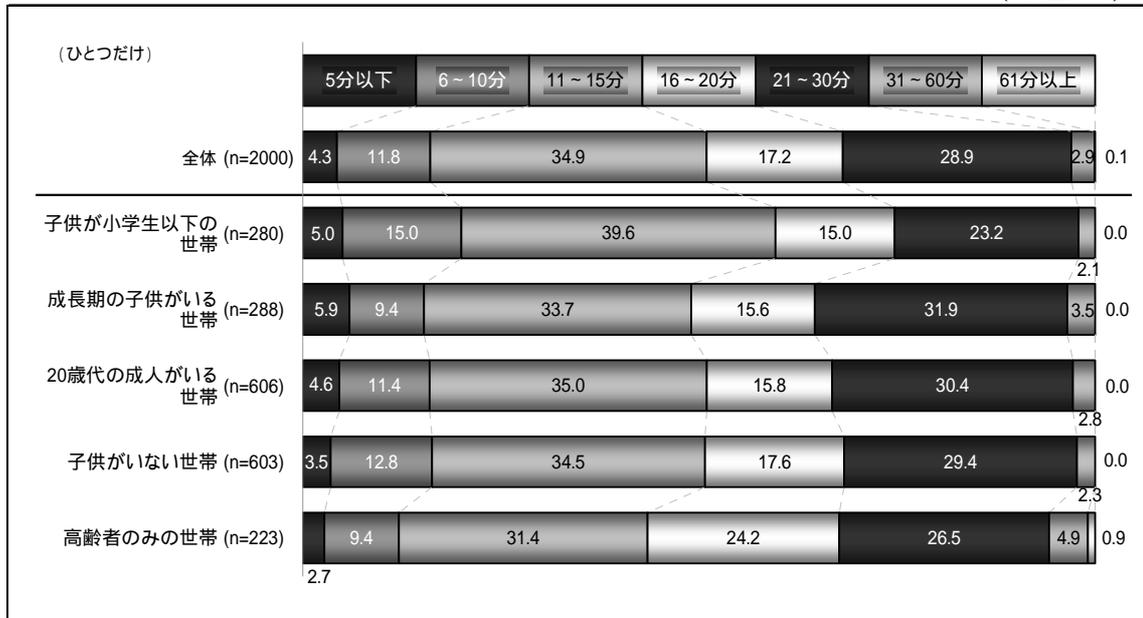
年収の増加に伴い時間的ゆとりが生まれ、調理時間を節約する必要性が減少していくものと考えられる。

3 希望する調理時間

4. 世帯構成別

図表 -13 メニュー提案チラシに望む調理時間：世帯構成別

(単位：%)



世帯構成別にみると、「15分以下」割合は、子供が小学生以下の世帯では59.6%と最も高く、高齢者のみの世帯では43.5%と最も低い。子供が小学生以下の世帯は調理に時間をかけなくてすむメニュー提案チラシを望んでいる。

成長期の子供がいる世帯、20歳代の成人がいる世帯、子供がいない世帯は、ほとんど差はみられない。

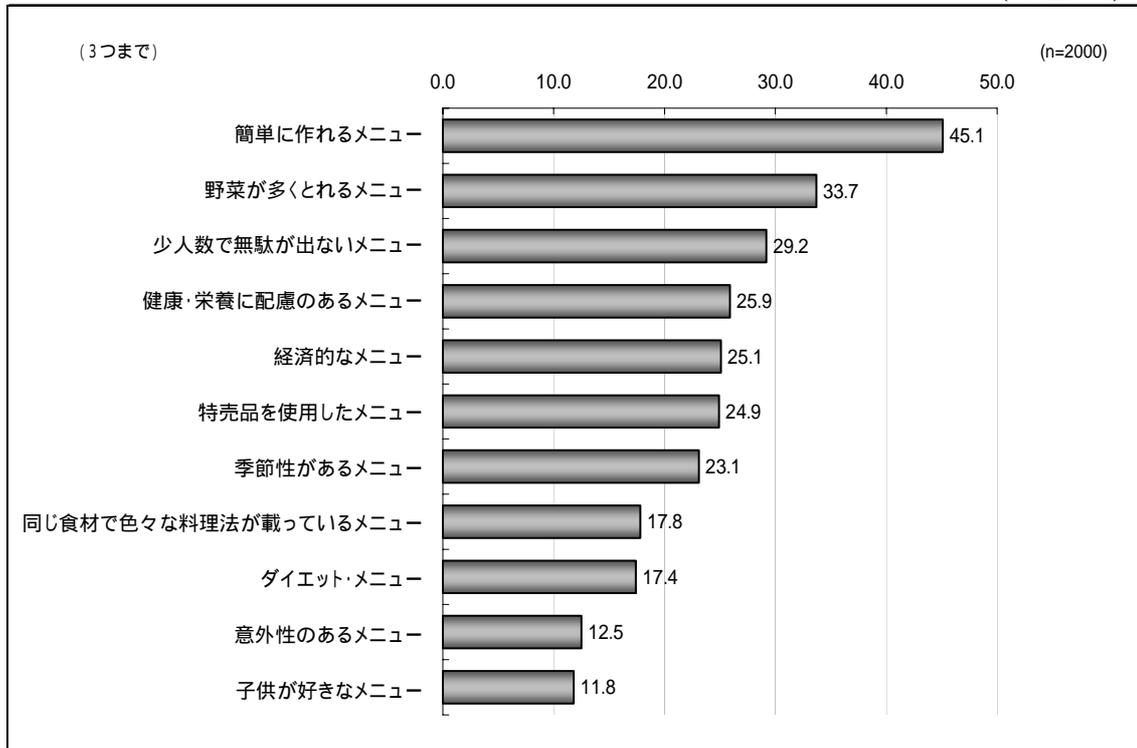
また、他の世帯構成と比べて、高齢者のみの世帯は回答が分散している。

4 希望するレシピ内容

1. 全体

図表 -14 メニュー提案チラシに望むレシピ内容

(単位: %)



メニュー提案チラシに望むレシピ内容を3つまで回答してもらったところ、「簡単に作れるメニュー」が45.1%で最も多く挙げられた。時間が最優先されている現状をうかがわせる結果となった。以下「野菜が多くとれるメニュー」(33.7%)、「少人数で無駄が出ないメニュー」(29.2%)、「健康・栄養に配慮のあるメニュー」(25.9%)の順となっており、手軽に、経済的で、栄養面も考慮した、無駄の出ない食事を作りたいというニーズが感じられる。

4 希望するレシピ内容

2. 年代別

図表 -15 メニュー提案チラシに望むレシピ内容:年代別

(単位:%)

(3つまで)

		ダイエット・メニュー	子供が好きなメニュー	意外性のあるメニュー	特売品を使用したメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	季節性があるメニュー	野菜が多くとれるメニュー	経済的なメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	簡単に作れるメニュー	同じ食材で色々な料理法が載っているメニュー
全	体 (n=2000)	17.4	11.8	12.5	24.9	29.2	23.1	33.7	25.1	25.9	45.1	17.8
年代別	20代 (n=400)	24.3	19.0	11.3	30.0	28.0	21.0	31.3	29.5	21.0	36.3	17.0
	30代 (n=400)	19.8	22.0	13.0	25.8	21.8	21.0	37.0	26.8	24.0	49.5	13.5
	40代 (n=400)	14.3	14.0	11.5	26.3	26.8	24.3	32.8	24.8	28.3	50.8	18.0
	50代 (n=400)	17.0	1.8	12.5	23.3	33.3	23.3	36.3	24.0	28.3	47.8	19.0
	60代以上 (n=400)	11.8	2.0	14.3	19.0	36.3	25.8	31.0	20.3	28.0	41.0	21.5

■は各属性の最大値 □は各属性の最小値

年代別にみると、全体で最も要望が多かった「簡単に作れるメニュー」は、40代と30代では約5割を占める。次いで全体で要望が多かった「野菜が多くとれるメニュー」は、全年代で3割を超え、健康意識のあらわれといえる。

このほか「特売品を使用したメニュー」と「経済的なメニュー」では、低年齢層になるほどスコアが高くなっており、経済性を求めていることがうかがえる。

4 希望するレシピ内容

3. 地域別

図表 -16 メニュー提案チラシに望むレシピ内容:地域別

(単位:%)

(3つまで)

	ダイエット・メニュー	子供が好きなメニュー	意外性のあるメニュー	特売品を使用したメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	季節性があるメニュー	野菜が多くとれるメニュー	経済的なメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	簡単に作れるメニュー	同じ食材で色々な料理法が載っているメニュー	
全 体 (n=2000)	17.4	11.8	12.5	24.9	29.2	23.1	33.7	25.1	25.9	45.1	17.8	
地域別	北海道 (n=200)	15.0	13.0	11.0	29.5	29.5	21.5	31.5	30.5	15.0	53.5	25.5
	東北 (n=200)	14.5	13.5	12.5	22.0	23.0	28.5	32.0	31.0	23.5	41.5	18.0
	関東 (n=200)	15.0	10.0	14.0	24.0	31.0	30.0	39.5	25.0	26.5	44.5	11.5
	北陸 (n=200)	19.5	9.0	14.5	27.5	28.5	23.5	35.5	22.0	26.0	45.0	16.0
	東海 (n=200)	17.0	12.0	14.0	27.0	28.0	24.5	37.0	28.0	27.5	44.5	16.5
	近畿 (n=200)	13.5	9.0	13.5	24.5	36.0	26.0	32.0	17.0	23.5	46.5	17.5
	中国 (n=200)	20.0	11.5	14.0	17.5	28.0	19.5	35.0	23.0	22.5	48.0	15.0
	四国 (n=200)	18.5	13.5	9.0	27.5	35.0	18.5	30.0	25.5	21.0	43.5	15.0
	九州 (n=200)	17.0	10.0	13.0	24.5	23.5	26.5	36.5	24.0	32.5	39.5	16.5
	沖縄 (n=200)	24.0	16.0	9.5	24.5	29.5	12.0	27.5	24.5	41.0	44.0	26.5

は各属性の最大値

は各属性の最小値

地域別にみると、全体で最も要望が多かった「簡単に作れるメニュー」は、九州以外の地域で4割以上を占め、最も多い。中でも北海道では53.5%と5割を超えている。次いで要望が多かった「野菜が多くとれるメニュー」は、沖縄以外の地域で3割以上を占め、特に関東では39.5%と高い。

「少人数で無駄が出ないメニュー」は、近畿(36.0%)、四国(35.0%)で第2位になっている。

4 希望するレシピ内容

4.1 世帯年収別

図表 -17 メニュー提案チラシに望むレシピ内容：世帯年収別

(単位：%)

(3つまで)

		ダイエット・メニュー	子供が好きなメニュー	意外性のあるメニュー	特売品を使用したメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	季節性があるメニュー	野菜が多くとれるメニュー	経済的なメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	簡単に作れるメニュー	同じ食材で色々な料理法が載っているメニュー
全 体 (n=2000)		17.4	11.8	12.5	24.9	29.2	23.1	33.7	25.1	25.9	45.1	17.8
世帯年収別	300万円未満 (n=446)	19.3	8.3	10.3	25.8	35.7	19.1	33.9	27.1	24.2	40.8	18.2
	300～499万円 (n=521)	17.5	14.2	12.7	25.5	29.8	20.9	33.2	27.1	24.4	45.9	20.0
	500～699万円 (n=492)	16.5	16.3	14.4	23.8	26.0	24.8	30.5	24.6	25.4	46.1	19.1
	700～999万円 (n=351)	15.7	8.5	12.8	25.9	25.4	24.8	35.6	21.9	28.8	48.7	15.4
	1000万円以上 (n=177)	18.6	7.3	11.3	22.6	27.7	31.6	39.0	19.8	31.6	42.9	11.3

■は各属性の最大値 ■は各属性の最小値

世帯年収別にみると、いずれの層でも「簡単に作れるメニュー」が最も多い。次いで要望が多かった「野菜が多くとれるメニュー」は、300万円未満の世帯以外で第2位になっている。

3番目に要望が多かった「少人数で無駄が出ないメニュー」は、300万円未満の世帯で35.7%と最も高い。

年収が低い層では、手軽で、無駄の出ないメニューが求められている。一方、年収が高くなるほど「季節性があるメニュー」、「健康・栄養に配慮のあるメニュー」の割合が高くなり、「経済的なメニュー」の割合は低くなる。年収が高くなるにつれ、手軽には作りたいが、経済性よりも食事が楽しめ、健康にも配慮されたメニューが求められていることがうかがえる。

4 希望するレシピ内容

5. 世帯構成別

図表 -18 メニュー提案チラシに望むレシピ内容：世帯構成別

(単位：%)

(3つまで)

	ダイエット・メニュー	子供が好きなメニュー	意外性のあるメニュー	特売品を使用したメニュー	少人数で無駄が出ないメニュー	季節性があるメニュー	野菜が多くとれるメニュー	経済的なメニュー	健康・栄養に配慮のあるメニュー	簡単に作れるメニュー	同じ食材で色々な料理法が載っているメニュー	
全 体 (n=2000)	17.4	11.8	12.5	24.9	29.2	23.1	33.7	25.1	25.9	45.1	17.8	
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=280)	13.9	40.4	12.5	28.9	16.8	18.6	31.4	27.5	20.4	49.6	13.2
	成長期の子供がいる世帯 (n=288)	12.2	12.2	11.1	33.7	17.7	23.3	36.5	27.8	27.4	50.7	17.4
	20歳代の成人がいる世帯 (n=606)	22.1	13.4	12.5	27.7	27.6	21.8	31.7	28.9	23.3	40.3	18.8
	子供がいない世帯 (n=603)	18.9	1.0	12.1	18.4	36.7	26.4	35.7	21.9	29.7	46.1	18.4
	高齢者のみの世帯 (n=223)	11.7	0.0	15.2	17.9	43.9	22.9	32.7	16.6	27.8	42.2	19.7

■は各属性の最大値 □は各属性の最小値

世帯構成別にみると、全体で最も要望が多かった「簡単に作れるメニュー」は、高齢者のみの世帯以外で第1位となっている。高齢者のみの世帯では「少人数で無駄が出ないメニュー」の割合が43.9%と他層を大きく上回り、非常にニーズが高い。

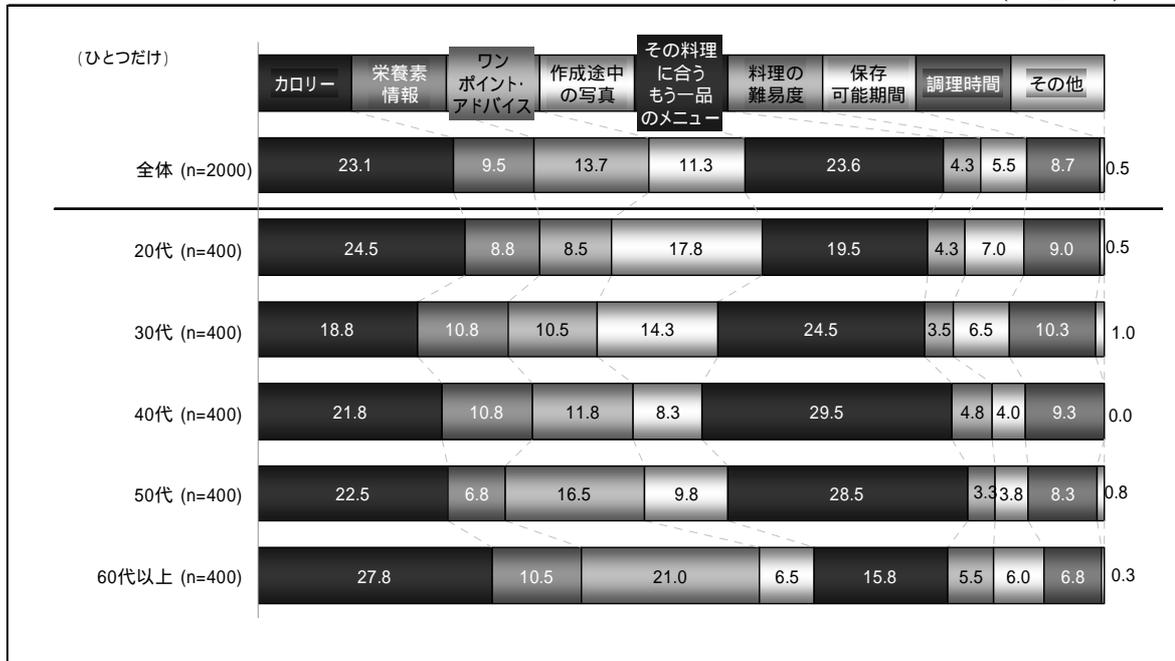
子供が小学生以下の世帯では、「子供が好きなメニュー」が40.4%と全体を30ポイント近く上回り、第2位。子供の好みを重視した食生活となっていることがわかる。子供が小学生以下の世帯が多い地域では、「子供が好きなメニュー」をプロモーション等に活用することが効果的だと思われる。成長期の子供がいる世帯では、「野菜が多くとれるメニュー」(36.5%)と「特売品を使用したメニュー」(33.7%)がともに全世帯構成別でもっとも高い割合となっている。家族で一度に食べる量が多いためと思われる。

5 希望する付加情報

1. 年代別

図表 -19 メニュー提案チラシに望む付加情報:年代別

(単位:%)



全体では「その料理に合うもう一品のメニュー」(23.6%)へのニーズが最も高く、「カロリー」(23.1%)が僅差で続く。他に「ワンポイント・アドバイス」「作成途中の写真」が1割を超える。

年代別にみると、「その料理に合うもう一品のメニュー」の割合は40代、50代の順で高く、食卓を囲む人数が多く、家族全体の食欲も比較的旺盛であるため、一品だけでなく献立全体として利用しやすい情報が望まれている。

「カロリー」の割合は、60代以上では27.8%と最も高い。健康に対する意識の高さが感じられる。

「ワンポイント・アドバイス」については、年代が上がるほどニーズが高く、60代以上では21.0%と最も高い。

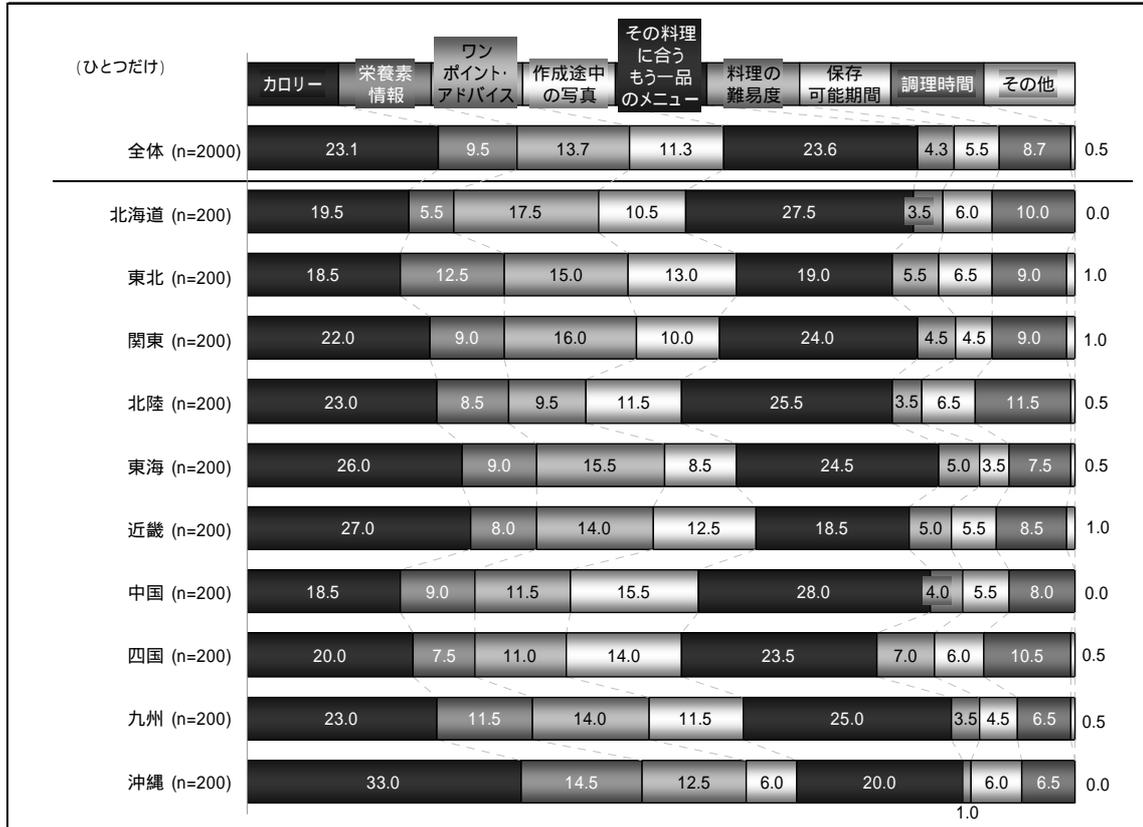
「作成途中の写真」は若年層ほどニーズが高く、インターネットで調理の写真や動画を見て参考にしている人が増えている状況を考えると、若年層向けのチラシには必須であろう。

5 希望する付加情報

2. 地域別

図表 -20 メニュー提案チラシに望む付加情報:地域別

(単位:%)



地域別にみると、「その料理に合うもう一品のメニュー」の割合は中国(28.0%)と北海道(27.5%)で高くなっている。

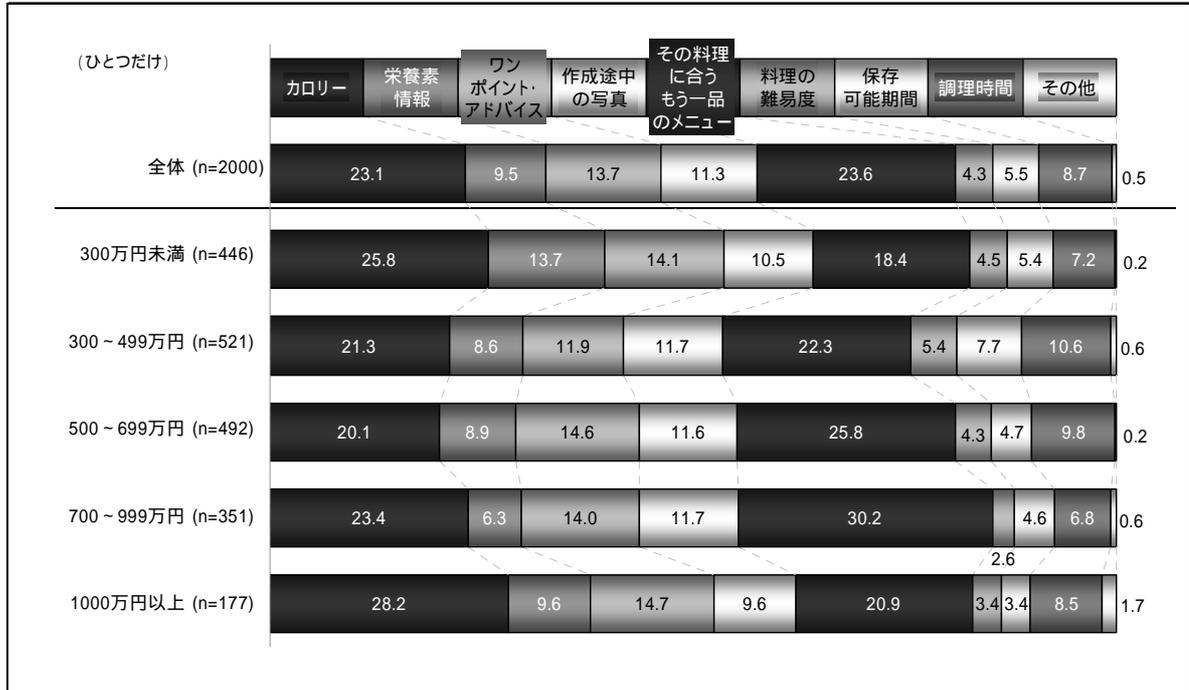
「カロリー」の割合は沖縄(33.0%)、近畿(27.0%)、東海(26.0%)で高く、第1位になっている。一方、東北、中国では「カロリー」は共に18.5%にとどまる。北陸では「調理時間」が「作成途中の写真」とともに11.5%で第3位になっている。

5 希望する付加情報

3. 世帯年収別

図表 -21 メニュー提案チラシに望む付加情報：世帯年収別

(単位：%)



世帯年収別にみると、「その料理に合うもう一品のメニュー」の割合は700～999万円では30.2%と最も高く、次いで500～699万円では25.8%。逆に300万円未満では18.4%とニーズが低い。

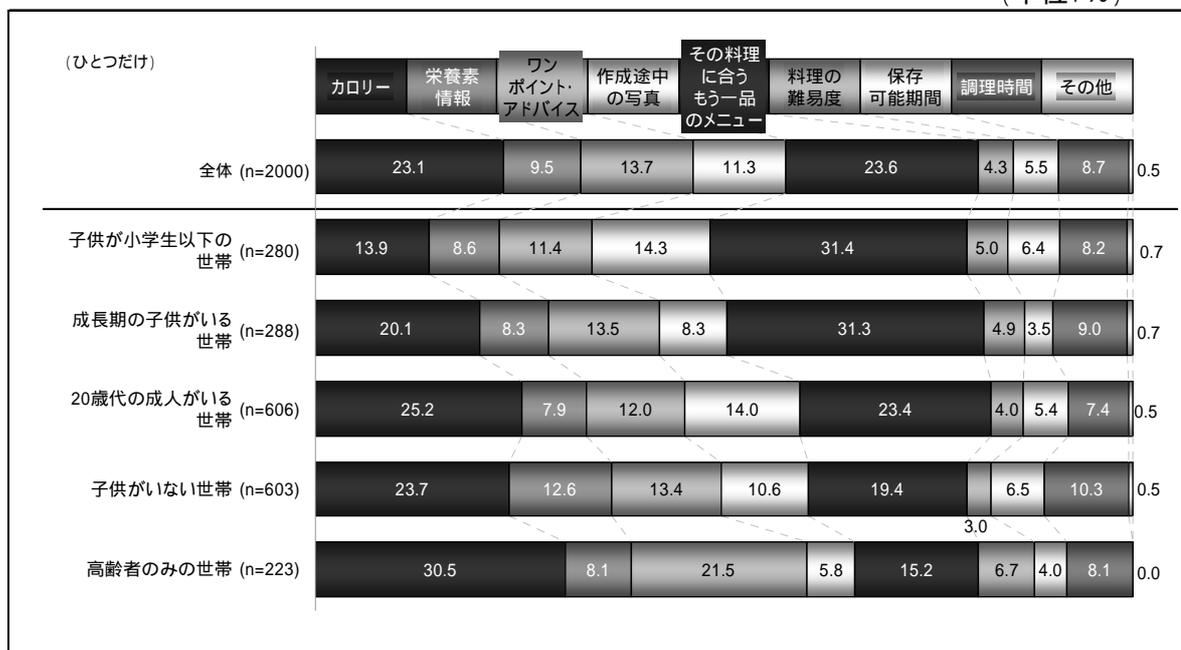
「カロリー」の割合は1,000万円以上の世帯で28.2%と最も高く、300万円未満の世帯とともに一番望んでいる付加情報となっている。

5 希望する付加情報

4. 世帯構成別

図表 -22 メニュー提案チラシに望む付加情報：世帯構成別

(単位：%)



世帯構成別にみると、「その料理に合うもう一品のメニュー」の割合は子供が小学生以下の世帯で31.4%、成長期の子供がいる世帯で31.3%と高く、子供の成長に従ってスコアが低くなっている。子供のための毎日の食事を作る経験が浅い年代では、メインの肉料理のみならず、献立全体の情報提供ニーズが高いものと思われる。

年齢を重ね、調理経験を積むにつれ、「その料理に合うもう一品のメニュー」の重要性は低下し、代わって「カロリー」が重要視されている。高齢者のみの世帯では、「カロリー」が30.5%で第1位になっており、自らの健康のために「カロリー」情報を必要としている。

「作成途中の写真」の割合は子供が小学生以下の世帯、20歳代の成人がいる世帯では約14%と高いが、高齢者のみの世帯では5.8%とわずかである。

6 メニュー提案チラシを見て作った料理

図表 -23 メニュー提案チラシを見て作った料理

順位	メニュー	%	順位	メニュー	%	順位	メニュー	%
1	煮物	10.2	14	蒸し物	1.8	33	肉じゃが	0.8
2	炒め物	9.2	14	スープ/ポトフ	1.8	33	八宝菜	0.8
3	しゃぶしゃぶ/ 冷しゃぶ	6.1	20	グリル焼き	1.5	37	お好み焼き	0.5
4	サラダ	4.1	20	ロールキャベツ	1.5	37	おでん	0.5
4	丼物	4.1	20	焼き魚	1.5	37	豚汁/汁物	0.5
6	カツ等揚げ物	3.8	20	刺身	1.5	37	寿司	0.5
7	チャンプルー	3.3	20	ホイコーロー	1.5	37	しゅうまい	0.5
8	ハンバーグ	3.1	20	グラタン/ドリア	1.5	37	春巻き	0.5
9	焼豚/煮豚	2.3	26	唐揚げ	1.3	43	オムレツ/ピカタ	0.3
9	肉巻き	2.3	26	シチュー	1.3	43	コロッケ	0.3
9	酢豚	2.3	26	ステーキ	1.3	43	肉詰め	0.3
12	スパゲティ/パスタ	2.0	26	ハヤシライス	1.3	43	麻婆茄子	0.3
12	チンジャオロースー	2.0	26	棒々鶏	1.3	43	焼肉	0.3
14	カレー	1.8	31	チャーハン/ピラフ	1.0	43	肉豆腐	0.3
14	ソテー	1.8	31	照り焼き	1.0	43	肉団子/ ミートボール	0.3
14	鍋料理	1.8	33	餃子	0.8			
14	焼き物	1.8	33	生姜焼き	0.8			

メニュー提案チラシを見て作った料理をみると、ベスト3は「煮物」(10.2%)、「炒め物」(9.2%)、「しゃぶしゃぶ/冷しゃぶ」(6.1%)。

これらのメニューの共通点は、切って煮る(または炒める)だけの比較的簡単でトライしやすい調理方法ということと、野菜を多く使うこと。メニュー提案チラシに望むレシピ内容(図表 -14 参照)は、1位「簡単に作れる」、2位「野菜が多くとれる」となったが、このニーズと合致する結果となった。