

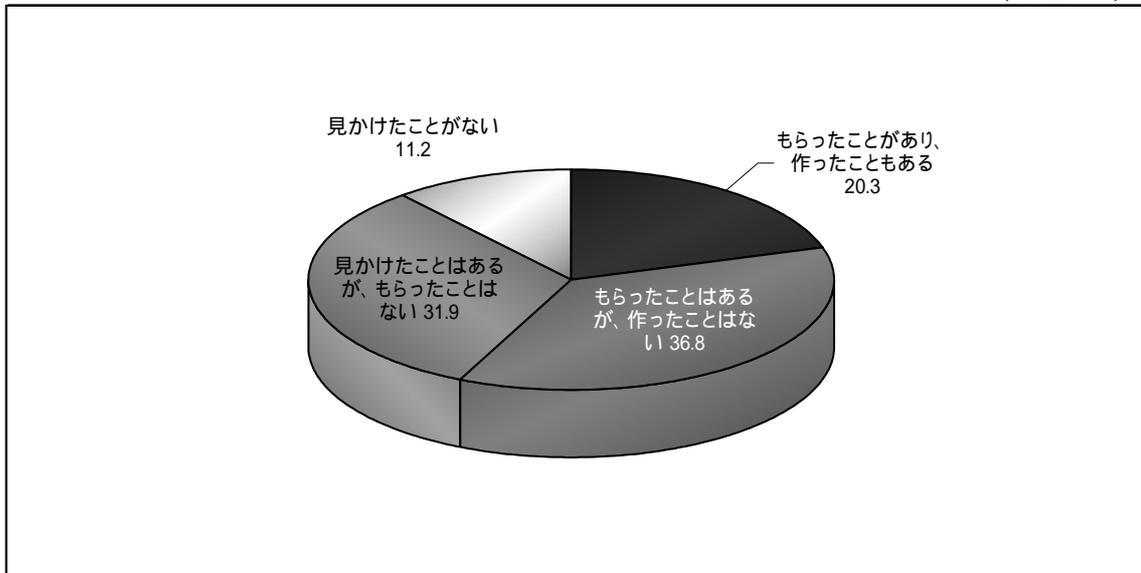
第 章 メニュー提案チラシに関する分析

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57.1%。「もらったことがあり、作ったこともある」人は20.3%で、メニュー提案チラシをもらった人のうち、35.6%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る可能性があることがわかる。

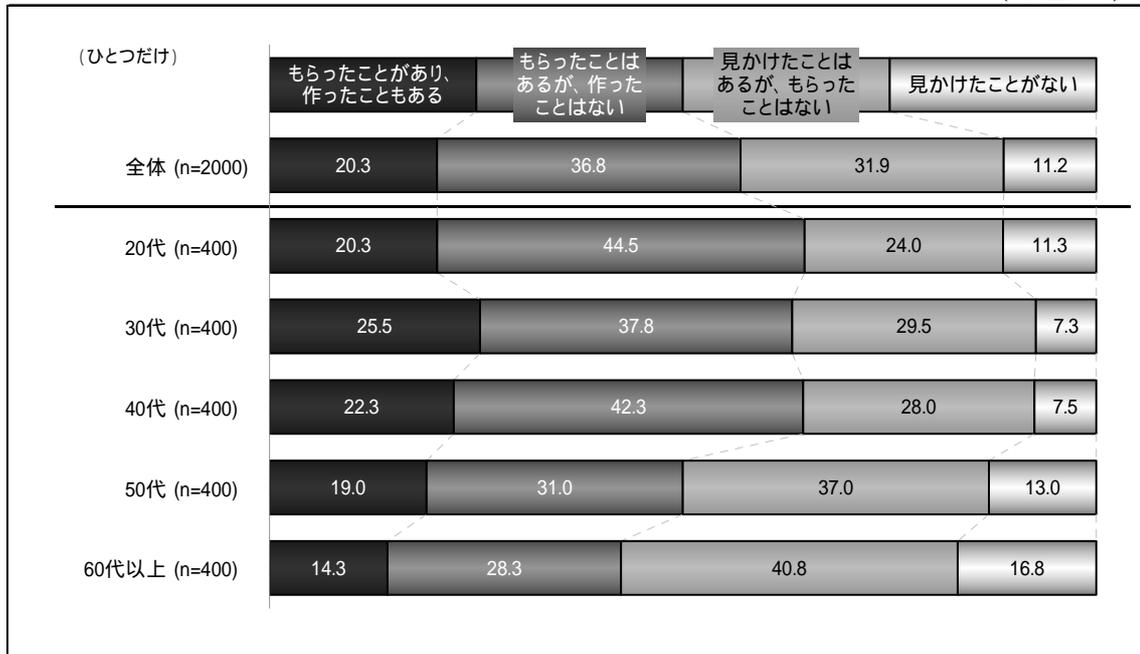
「見かけたことはあるが、もらったことはない」という回答は31.9%で、この層はメニュー提案チラシを活用する意向がないことを示している。

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25.5%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14.3%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20代で44.5%と最も高く、次いで40代が42.3%、30代が37.8%。50代、60代以上は年代が上がるにつれて減少し、60代以上では28.3%になる。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総じて高まる傾向にあり、60代以上では40.8%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：%)

(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)	20.3	36.8	31.9	11.2
北海道 (n=200)	24.5	33.0	33.0	9.5
東北 (n=200)	17.0	45.5	29.0	8.5
関東 (n=200)	18.0	40.0	33.0	9.0
北陸 (n=200)	28.5	29.5	30.5	11.5
東海 (n=200)	22.0	36.0	32.0	10.0
近畿 (n=200)	21.0	32.5	33.0	13.5
中国 (n=200)	19.0	36.0	32.0	13.0
四国 (n=200)	19.0	33.0	37.0	11.0
九州 (n=200)	12.0	33.0	39.5	15.5
沖縄 (n=200)	21.5	49.0	19.5	10.0

地域別にみると、メニュー提案チラシ利用経験の割合は、北陸（28.5%）、北海道（24.5%）で比較的高く、九州（12.0%）で低い。また、沖縄、東北、関東では「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。

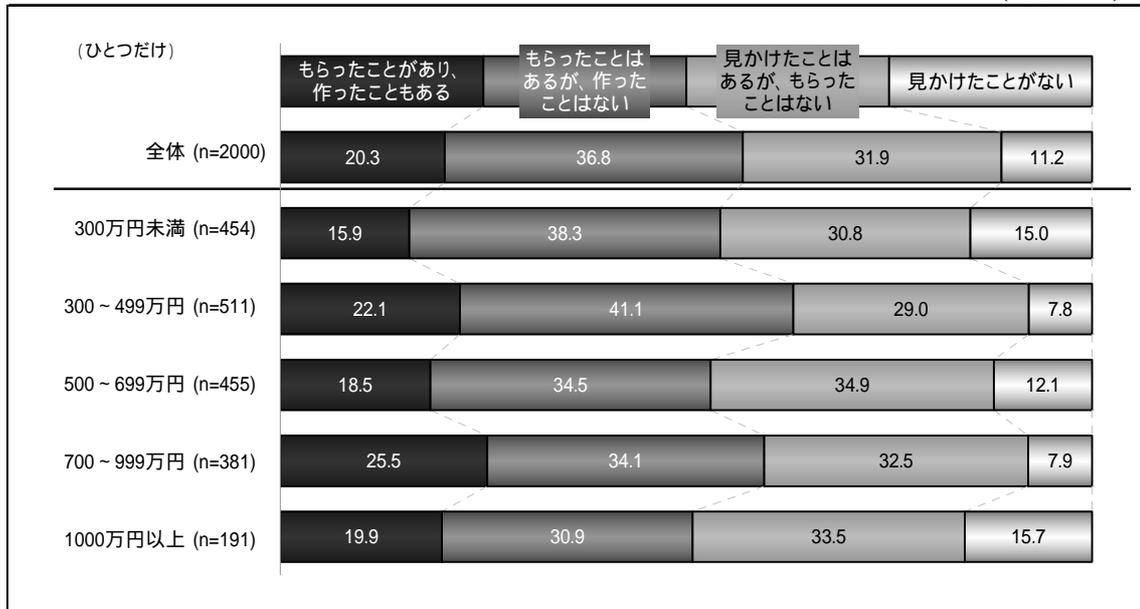
「見かけたことがない」の割合はどの地域も10%前後となっており、メニュー提案チラシの認知度は全般に高い。

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、700～999万円以上の世帯で25.5%と最も高い。次いで、300～499万円未満の22.1%となっている。300万円未満の世帯が15.9%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300～499万円未満が41.1%と最も高い。

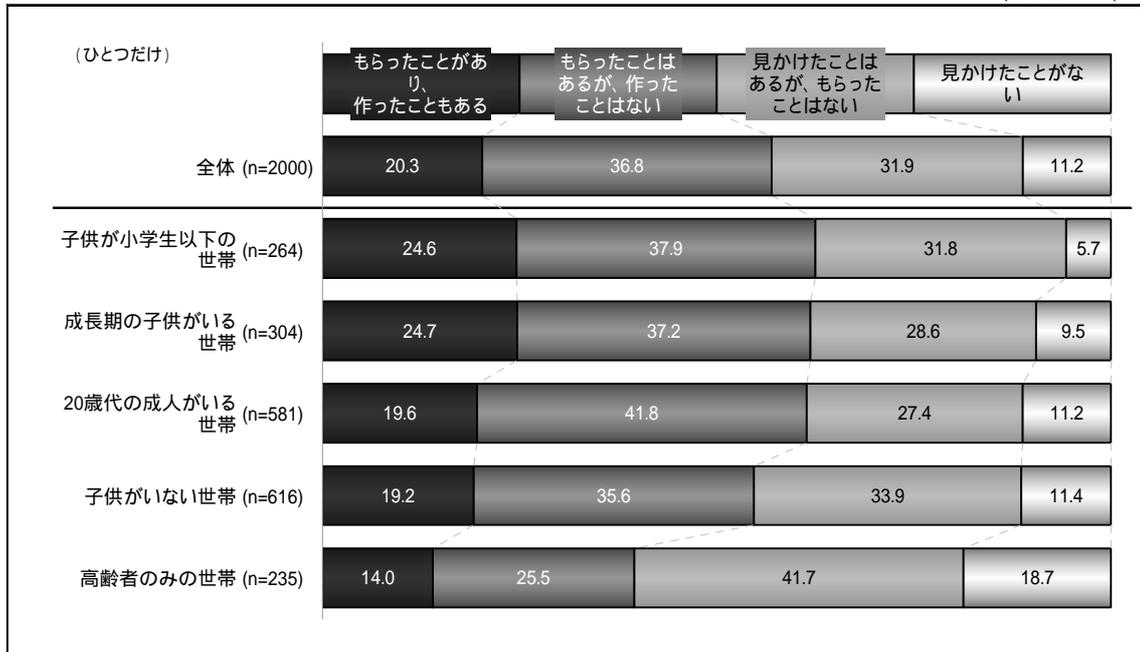
また、300万円未満と1000万円以上の世帯では「見かけたことがない」が15%台となっており、他の層に比べて認知度がやや低くなっている。

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：%)



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と成長期の子供がいる世帯で24%台と高く、高齢者のみの世帯で14.0%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、20歳代の成人がいる世帯では41.8%と4割を占める。

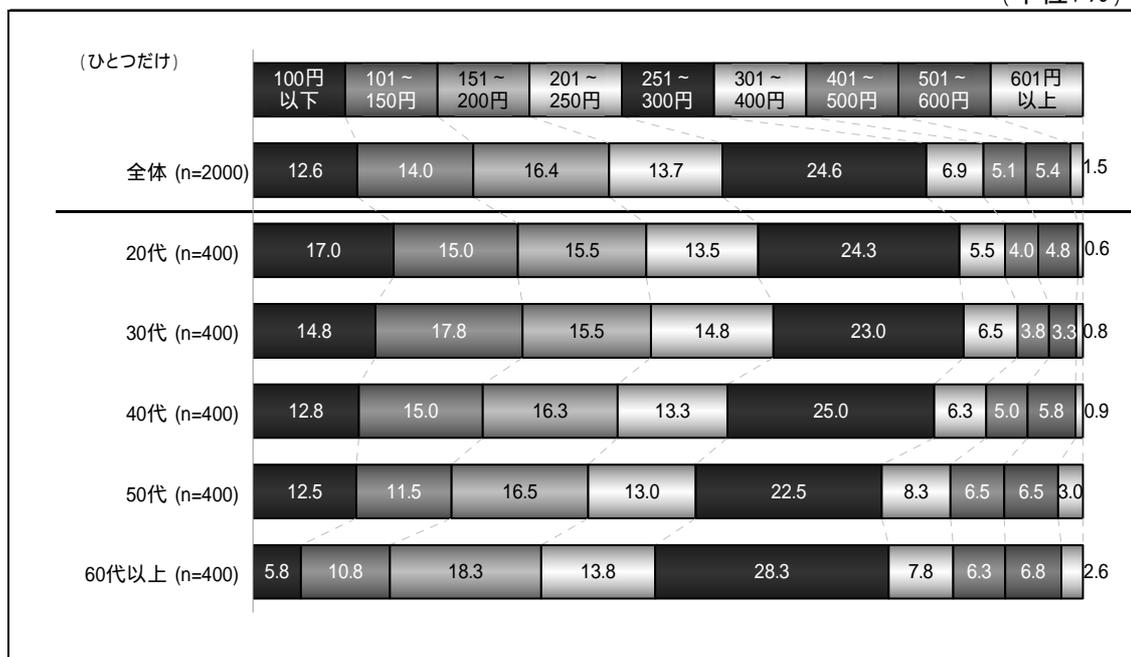
高齢者のみの世帯では、「見かけたことはあるが、もらったことはない」が41.7%を占め、既に豊富な調理経験を持っていること、定番メニューや嗜好が決まっているなどの理由により、新しいメニューへの意欲が低いものと考えられる。また、「見かけたことがない」でも高齢者のみの世帯が18.7%と他の層に比べ高くなっている。

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56.7%となり、半数以上が250円以内で収まる予算を望んでいることがわかる。

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、30代では「250円以下」を望む割合が6割強を占めるのに対し、60代以上では48.7%となる。

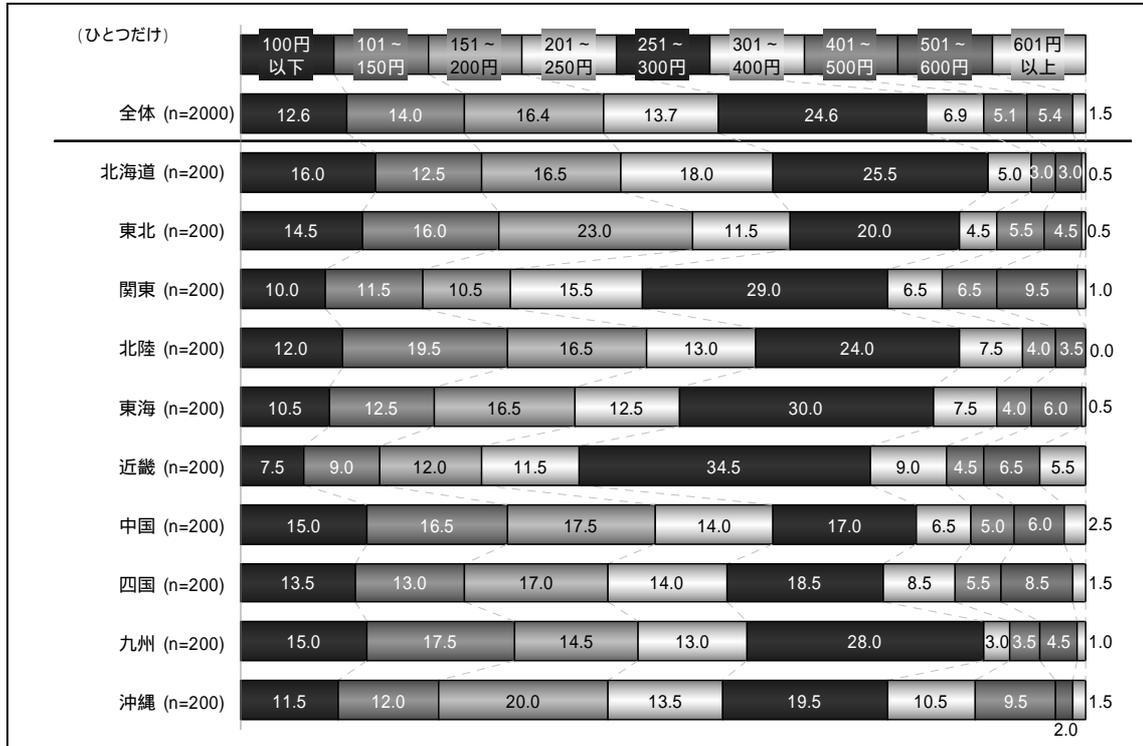
20代や30代の年代は可処分所得が低めで、子育てや住宅ローンなどの経済的負担も大きく、家計の節約が必要な世代であるため、低予算志向が強くなっているものと思われる。

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、東北、北陸、中国で高く、いずれも60%を超える。逆に近畿では40.0%、関東では47.5%と低くなり、大都市圏では高い価格帯に予算がシフトしていることがわかる。

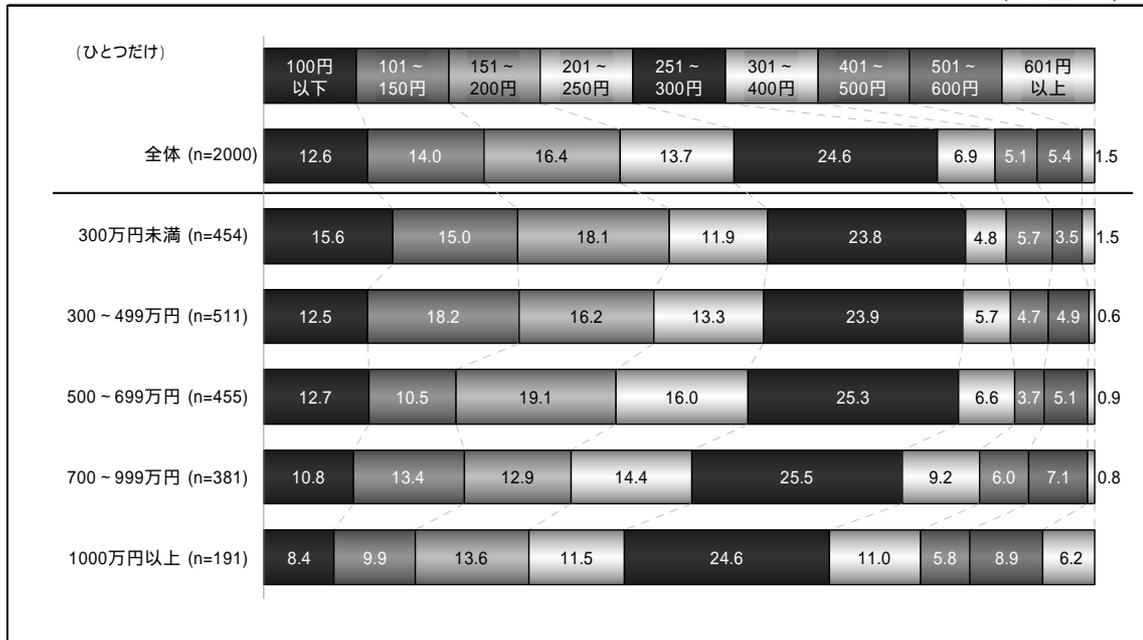
沖縄では「500円以下」のすべての価格帯に回答が分散している。

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安くなる傾向がみられる。250円以下の合計は、300万円未満の世帯では60.6%、300～499万円の世帯では60.2%と、ともに6割を占める。1000万円以上の世帯では43.4%となる。

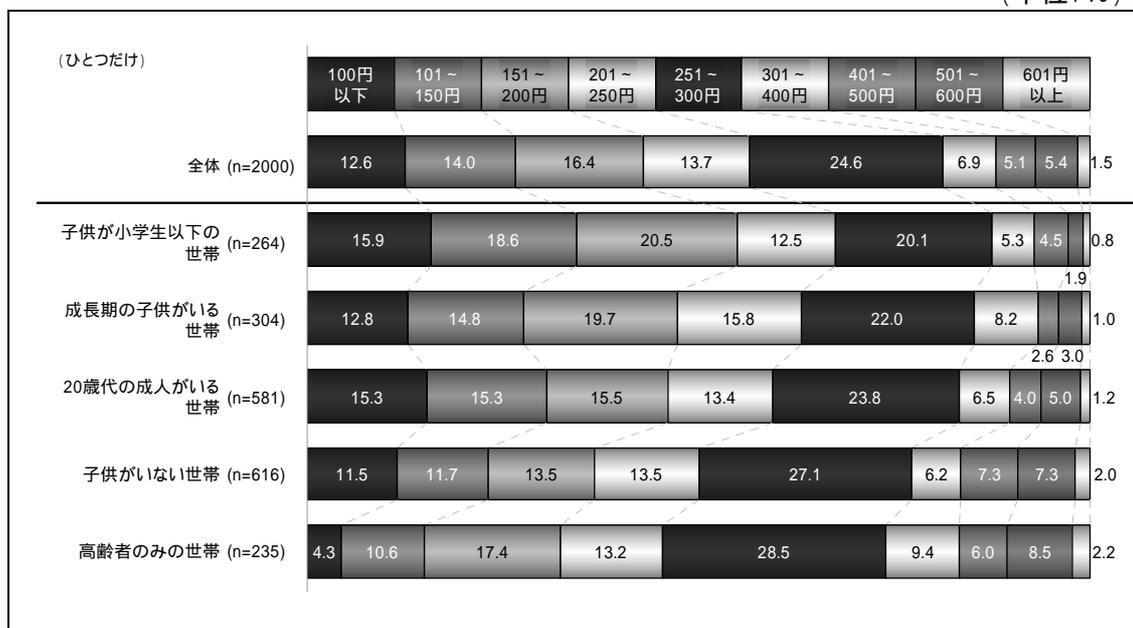
予算別、生活シーン別や品質を重視したメニューを提案するなど、バリエーションを増やして多様な消費者ニーズにこたえるチラシを作成することが求められている。

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、小さい子供のいる世帯ほど安い予算を望む傾向がみられる。250円以下の合計は、子供が小学生以下の世帯で67.5%と最も高い。高齢者のみの世帯では45.5%、子供がいない世帯では50.2%となっている。また、高齢者のみの世帯では251～300円が28.5%、子供がいない世帯では27.1%と3割近くを占める。

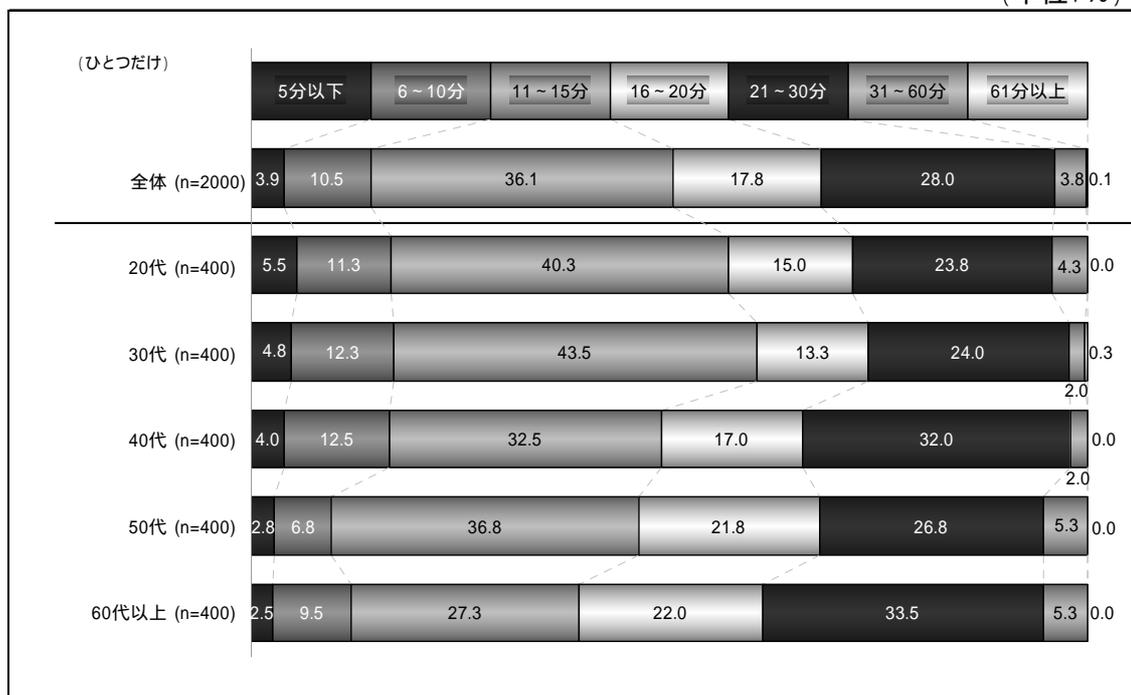
高齢者のみの世帯や子供がいない世帯は、住宅ローンの払い込みの目処がつくなど比較的可処分所得の高い世帯であったり、教育費の負担がないなど、家計に余裕があるものと考えられる。

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96.3%が「30分以下」を望んでおり、50.5%が「15分以下」と回答している。最も回答が多くみられたのは「11~15分」の36.1%である。

年代別にみると、「15分以下」の割合は30代で60.6%と最も高く、60代以上で39.3%と最も低い。60代以上では「21~30分」が33.5%を占める。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。

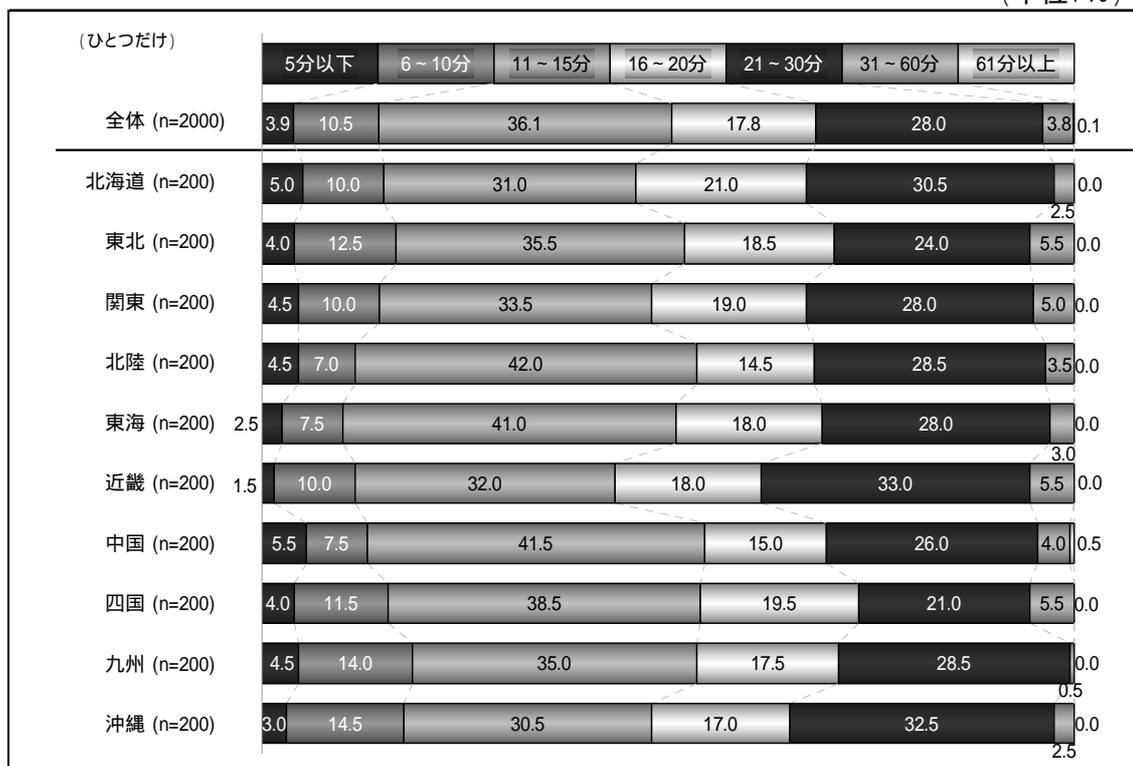
一方、20代や30代は、食事を作ること以外の家事や仕事に時間を割かれ、調理には時間をかけられないものと考えられる。

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:%)



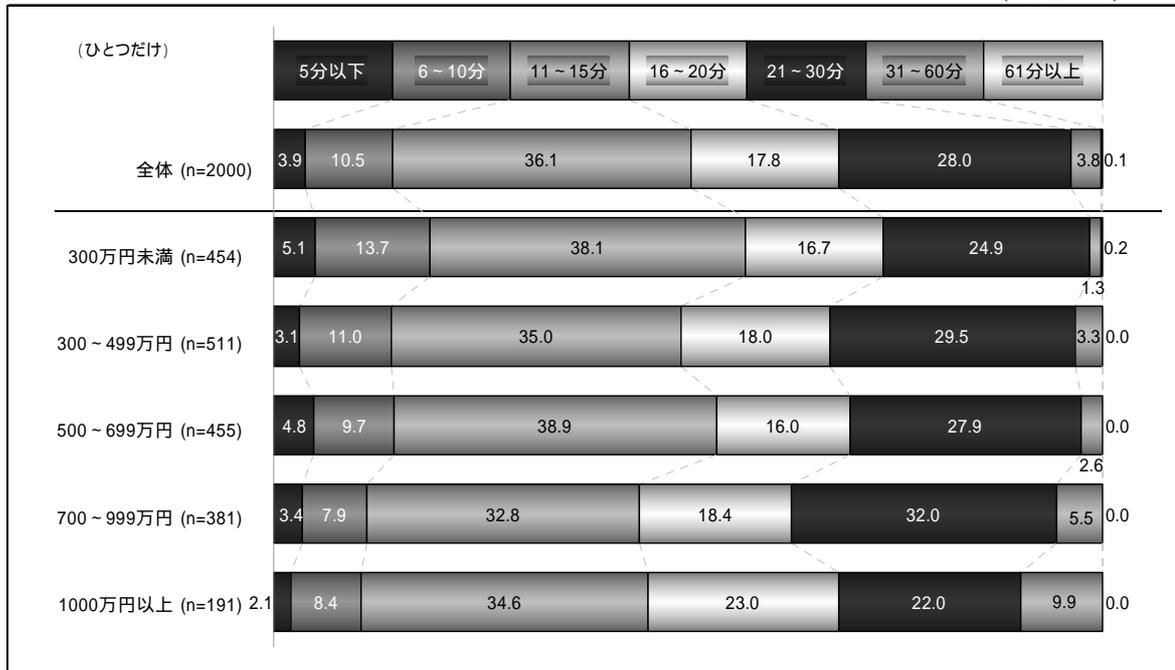
地域別にみると、「15分以下」の短い調理時間を望むのは、中国（54.5%）、四国（54.0%）、北陸・九州（ともに53.5%）、東北（52.0%）、東海（51.0%）の順。特に「11~15分」のニーズは北陸で42.0%と高い。逆に最も低いのが沖縄の30.5%である。近畿、沖縄、北海道では長い調理時間を望む割合が高く、いずれも「21~30分」が30%以上となっている。

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、300万円未満の世帯が56.9%と最も高い。次いで、500~699万円(53.4%)、300~499万円(49.1%)、1000万円以上(45.1%)、700~999万円(44.1%)の順となっている。

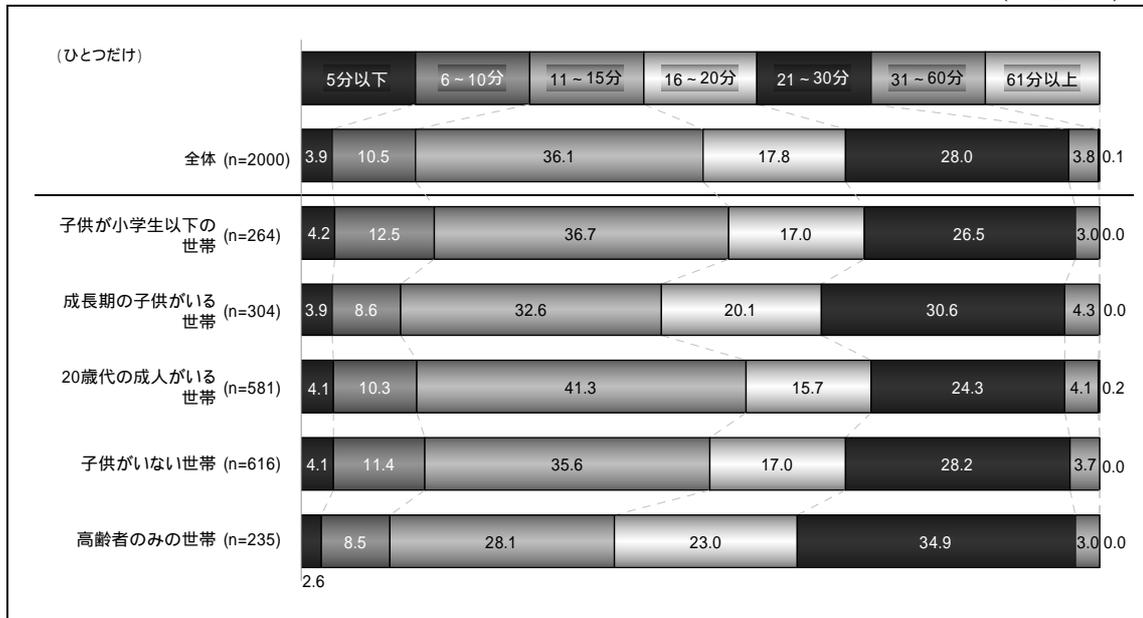
700万円以上の所得の多い層で長い調理時間を望む傾向がみられ、年収の増加に伴い時間的ゆとりが生まれ、調理時間を節約する必要性が減少していくものと考えられる。

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：%)



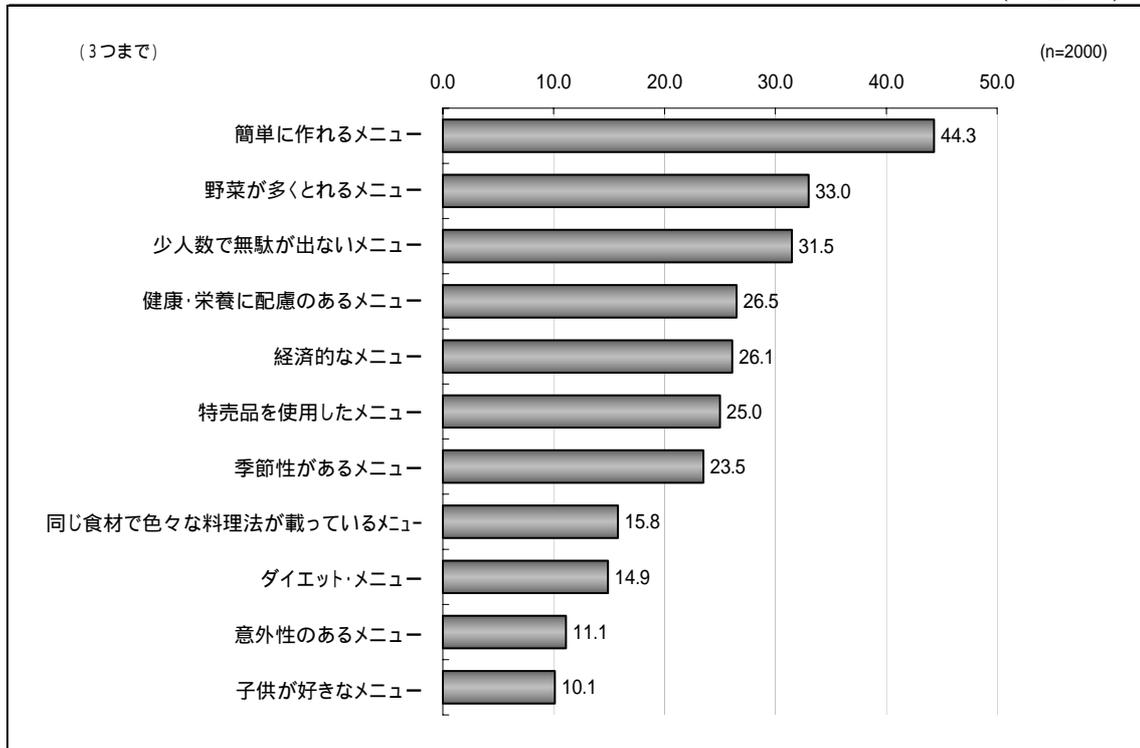
世帯構成別にみると、「15分以下」を望む割合は、20歳代の成人がいる世帯で55.7%と最も高く、次いで、子供が小学生以下の世帯(53.4%)、子供がいない世帯(51.1%)、成長期の子供がいる世帯(45.1%)、高齢者のみの世帯(39.2%)の順となっている。高齢者のみの世帯では、「21~30分」が34.9%を占める。年代別と同様、高齢者のみの世帯では、時間的な余裕があるものと思われる。

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44.3%で最も多く挙げられ、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」(33.0%)、「少人数で無駄が出ないメニュー」(31.5%)、「健康・栄養に配慮のあるメニュー」(26.5%)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)	14.9	10.1	11.1	25.0	31.5	23.5	33.0	26.1	26.5	44.3	15.8
年代別	20代 (n=400)	20.3	12.5	12.0	29.0	31.8	22.5	28.3	27.8	24.3	43.8	14.0
	30代 (n=400)	14.3	20.5	10.5	23.3	25.5	22.8	32.3	29.3	24.5	43.8	14.8
	40代 (n=400)	14.0	12.5	9.0	32.3	26.0	22.3	38.0	29.5	26.0	47.5	13.0
	50代 (n=400)	14.8	2.3	11.8	23.3	35.3	24.0	33.8	21.3	29.3	43.8	20.5
	60代以上 (n=400)	11.3	2.5	12.0	17.3	38.8	26.0	32.8	22.5	28.5	42.5	16.5

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代で47.5%と最も高い。次いで要望が多かった「野菜が多くとれるメニュー」でも40代が38.0%と最も高くなっている。「少人数で無駄が出ないメニュー」では60代以上が38.8%、「健康・栄養に配慮のあるメニュー」では50代が29.3%と最も高い。

このほか「経済的なメニュー」では30代と40代、「特売品を使用したメニュー」では20代と40代で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。「ダイエット・メニュー」では20代が20.3%となっている。

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)	14.9	10.1	11.1	25.0	31.5	23.5	33.0	26.1	26.5	44.3	15.8	
地域別	北海道 (n=200)	19.0	9.0	13.0	25.5	29.0	15.5	34.5	26.5	25.0	50.0	16.5
	東北 (n=200)	13.5	10.5	6.0	34.0	27.5	28.5	28.5	25.5	25.0	46.0	16.0
	関東 (n=200)	14.5	7.0	15.5	24.0	32.5	25.0	31.0	22.0	26.0	44.0	19.0
	北陸 (n=200)	10.0	10.5	14.0	23.5	32.5	26.5	30.0	30.5	26.0	46.0	14.5
	東海 (n=200)	14.0	8.0	12.5	25.5	37.0	25.0	37.0	23.5	26.0	40.0	14.0
	近畿 (n=200)	12.0	8.5	12.5	26.0	26.5	26.0	33.5	27.0	25.5	46.5	12.5
	中国 (n=200)	14.5	11.5	10.5	26.0	27.5	23.5	30.0	30.0	28.5	36.5	12.0
	四国 (n=200)	19.0	10.0	11.5	22.0	37.5	25.0	35.0	24.0	24.5	44.0	10.5
	九州 (n=200)	14.5	12.5	5.0	19.5	33.5	26.5	31.0	29.0	27.5	42.0	17.0
	沖縄 (n=200)	18.0	13.0	10.0	24.0	31.0	13.5	39.5	22.5	31.0	47.5	25.5

■ 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、北海道で50.0%と最も高い。逆に最も低いのが中国の36.5%である。次いで要望が多かった「野菜が多くとれるメニュー」では沖縄（39.5%）、次の「少人数で無駄が出ないメニュー」では四国（37.5%）、「東海」（37.0%）が高くなっている。

4 希望するレシピ内容

4. 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)		14.9	10.1	11.1	25.0	31.5	23.5	33.0	26.1	26.5	44.3	15.8
世帯年収別	300万円未満 (n=454)	18.7	7.7	11.2	25.3	38.1	16.7	29.5	27.8	28.4	42.1	12.8
	300～499万円 (n=511)	13.9	9.6	10.0	25.0	32.7	22.9	33.7	29.5	24.9	47.6	17.4
	500～699万円 (n=455)	14.3	13.6	9.5	26.4	27.9	24.4	33.8	29.5	24.4	43.7	15.6
	700～999万円 (n=381)	12.3	12.1	13.9	24.1	29.1	28.1	36.0	20.5	24.9	43.6	16.8
	1000万円以上 (n=191)	15.2	4.7	11.5	23.0	25.7	29.8	30.9	15.7	35.1	42.4	16.8

■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、すべての層で「簡単に作れるメニュー」が最も高いが、300～499万円未満の層で47.6%と最も高くなっている。次いで要望が多かった「野菜が多くとれるメニュー」では700～999万円の世帯で36.0%と最も高い。次の「少人数で無駄が出ないメニュー」は、300万円未満の世帯で38.1%と最も高くなっている。

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)	14.9	10.1	11.1	25.0	31.5	23.5	33.0	26.1	26.5	44.3	15.8	
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=264)	11.4	36.0	10.6	25.4	17.0	21.2	35.6	28.0	21.6	38.3	16.7
	成長期の子供がいる世帯 (n=304)	14.8	14.1	9.9	30.3	18.1	25.0	37.2	29.3	25.3	47.7	16.4
	20歳代の成人がいる世帯 (n=581)	18.6	9.3	12.6	29.1	30.6	23.1	29.6	26.7	26.2	43.9	16.7
	子供がいない世帯 (n=616)	15.3	1.1	10.6	21.6	39.9	22.7	32.1	24.5	27.8	46.6	14.4
	高齢者のみの世帯 (n=235)	8.9	0.9	10.6	16.6	44.7	27.2	35.3	22.1	31.1	41.3	14.9

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」が44.7%と他の層を大きく上回り、非常にニーズが高い。

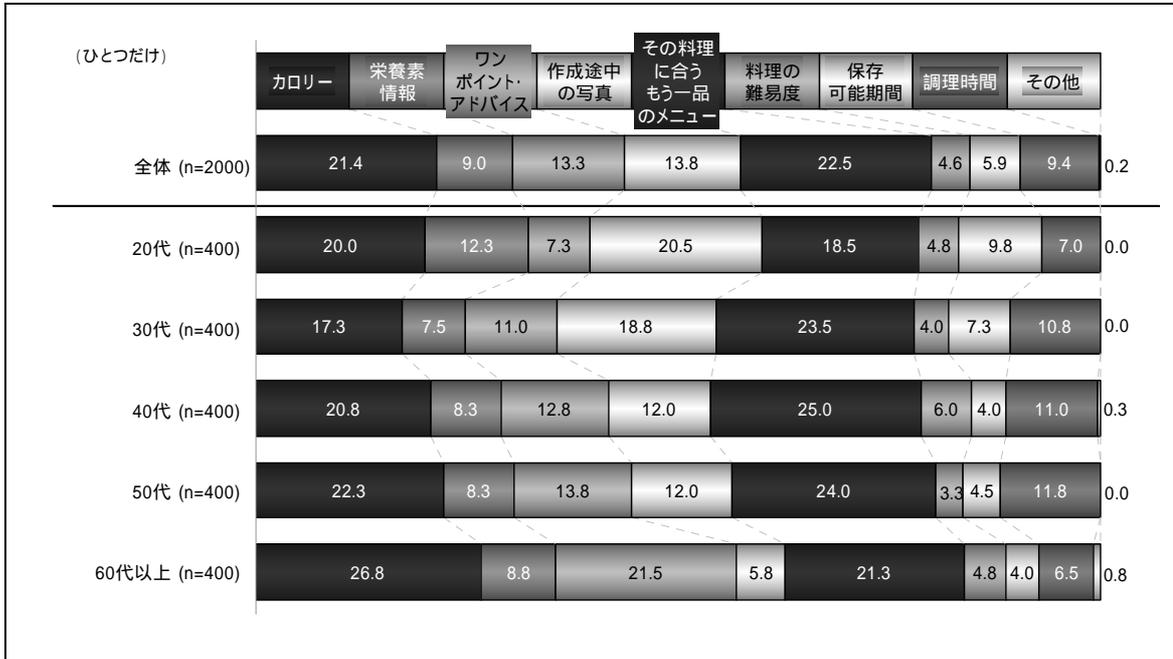
子供が小学生以下の世帯では、「子供が好きなメニュー」が36.0%と全体を25.9ポイント上回り、2番目に挙げられている。子供の好みを重視した食生活となっており、子供が小学生以下の世帯が多い地域では、「子供が好きなメニュー」をプロモーション等に活用することが効果的だと思われる。「特売品を使用したメニュー」では、成長期の子供がいる世帯(30.3%)と20歳代の成人がいる世帯(29.1%)が高くなっている。

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」(22.5%)へのニーズが最も高く、「カロリー」(21.4%)が僅差で続く。他に「作成途中の写真」、「ワンポイント・アドバイス」がともに13%台となっている。

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、30代の順に高く、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26.8%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21.5%となる。

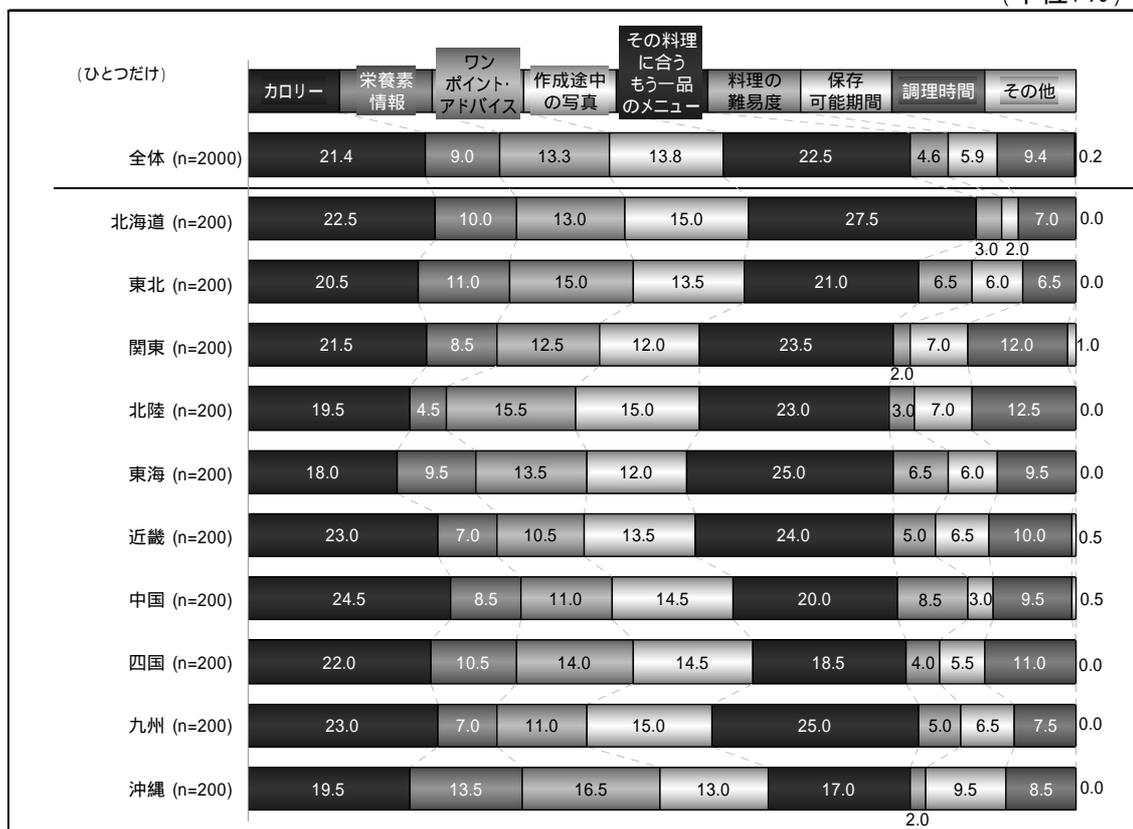
「作成途中の写真」は若年層ほどニーズが高く、20代で20.5%、30代で18.8%となっている。インターネットで調理の写真や動画を見て参考にしている人が増えている状況を考えると、若年層向けのチラシには必須であろう。

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」の割合は北海道が27.5%で最も高い。

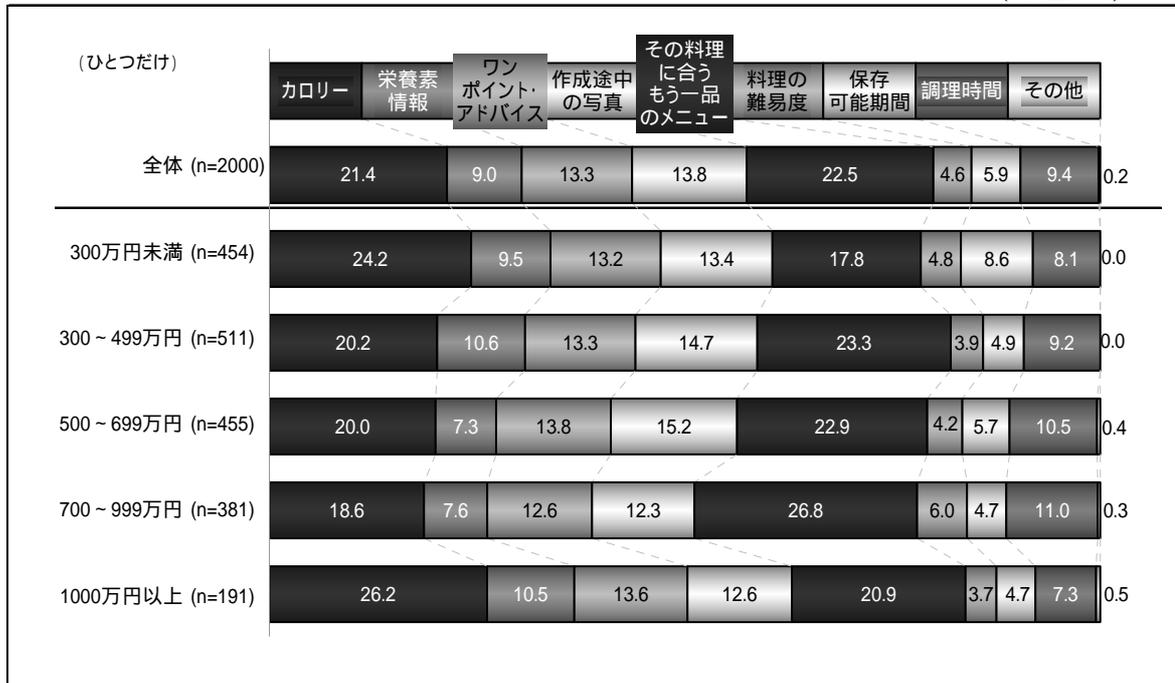
「カロリー」の割合は中国(24.5%)で最も高く、「その料理に合うもう一品のメニュー」を上回って1位になっている。東海では「カロリー」は18.0%にとどまる。沖縄では回答がばらついており、「ワンポイント・アドバイス」と「栄養素情報」では他の地域よりも高くなっている。

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」を望む割合は700～999万円で26.8%と最も高い。逆に300万円未満では17.8%とニーズが低い。

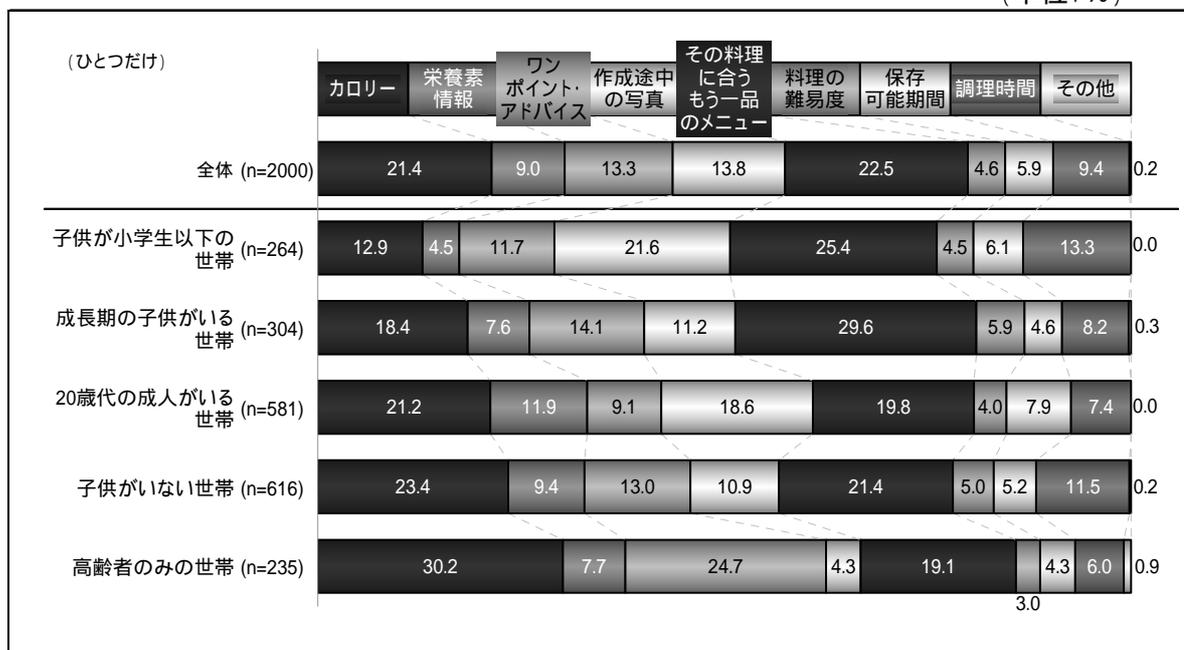
「カロリー」の割合は1,000万円以上の世帯で26.2%と最も高く、続いて300万円未満の24.2%となっている。

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」を望む割合は成長期の子供がいる世帯で29.6%、子供が小学生以下の世帯で25.4%と高い。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30.2%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。また、高齢者のみの世帯では「ワンポイント・レッスン」が2位となっている。

「作成途中の写真」を望む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20%前後と高いが、高齢者のみの世帯では4.3%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	12.4	16	ソテー	1.7	28	八宝菜	0.8
2	炒め物	11.0	16	蒸し物	1.7	28	棒々鶏	0.8
3	カツ等揚げ物	5.3	16	焼き魚	1.7	37	うどん	0.6
4	鍋料理	5.1	21	唐揚げ	1.4	37	お好み焼き	0.6
5	酢豚	3.7	21	ハンバーグ	1.4	37	キムチ鍋	0.6
6	サラダ	3.1	21	春巻き	1.4	37	焼鳥	0.6
6	シチュー	3.1	21	カレー	1.1	37	刺身	0.6
8	肉巻き	2.8	25	豚汁 / 汁物	1.1	37	煮魚	0.6
9	しゃぶしゃぶ / 冷しゃぶ	2.5	25	ハヤシライス	1.1	37	寿司	0.6
10	丼物	2.2	25	オムレツ / ピカタ	0.8	37	チャンプルー	0.6
10	焼豚 / 煮豚	2.2	28	餃子	0.8	45	コロッケ	0.3
10	焼き物	2.2	28	照り焼き	0.8	45	肉詰め	0.3
10	スープ / ポトフ	2.2	28	肉じゃが	0.8	45	麻婆茄子	0.3
10	グラタン / ドリア	2.2	28	ロールキャベツ	0.8	45	焼肉	0.3
15	ステーキ	2.0	28	チンジャオロースー	0.8	45	肉団子 / ミートボール	0.3
16	グリル焼き	1.7	28	ホイコーロー	0.8	45	ラーメン	0.3
16	スパゲティ / パスタ	1.7	28					

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」(12.4%)、「炒め物」(11.0%)、「カツ等揚げ物」(5.3%)。

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ている。