
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「家族のこと」「自分の健康のこと」「節約のこと」など、料理を作るには必ず動機を持っていると考えられる。

夕食の料理をするときに思い浮かぶ「動機・理由」などのイメージ言葉を 26 種類集めた。

さらに、それらを 5 つに分類したのが、以下の「分類された気持ちの型」である。

・「おいしさ」感 (5)

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 / こってりしたものが食べたいから

・「便利・お得」感 (5)

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

・「健康・元気」感 (6)

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

・「楽しさ」感 (5)

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 / 自慢したいから

・「グルメチャレンジ」感 (5)

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 / 時間があるから手間をかけたい / 新しい味や本格的料理にチャレンジしたい

表 -1 各イメージの強さ順の肉料理の変化（夏冬ベスト20比較）

順位	おいしさ感		便利・お得感		健康・元気感		楽しさ感		グルメ・チャレンジ感	
	H15・12 (前回・冬)	H16・6 (今回・夏)	H15・12 (前回・冬)	H16・6 (今回・夏)	H15・12 (前回・冬)	H16・6 (今回・夏)	H15・12 (前回・冬)	H16・6 (今回・夏)	H15・12 (前回・冬)	H16・6 (今回・夏)
1	カレー	カレー	カレー	炒め物	鍋料理	炒め物	カレー	焼肉	シチュー	カレー
2	鍋料理	炒め物	鍋料理	カレー	カレー	カレー	鍋料理	カレー	すき焼き	焼肉
3	から揚げ	ハンバーグ	炒め物	焼肉	炒め物	焼肉	炒め物	ステーキ	ステーキ	ステーキ
4	炒め物	から揚げ	シチュー	から揚げ	シチュー	生姜焼き	シチュー	トンカツ等揚げ物	煮物	炒め物
5	ハンバーグ	焼肉	から揚げ	生姜焼き	トンカツ等揚げ物	煮物	すき焼き	ハンバーグ	トンカツ等揚げ物	煮物
6	シチュー	トンカツ等揚げ物	すき焼き	ハンバーグ	すき焼き	しゃぶしゃぶ	トンカツ等揚げ物	ステーキ	鍋料理	トンカツ等揚げ物
7	トンカツ等揚げ物	生姜焼き	トンカツ等揚げ物	肉じゃが	煮物	トンカツ等揚げ物	焼肉	しゃぶしゃぶ	炒め物	すき焼き
8	すき焼き	しゃぶしゃぶ	ハンバーグ	トンカツ等揚げ物	焼肉	ハンバーグ	ハンバーグ	煮物	カレー	餃子
9	焼肉	肉じゃが	生姜焼き	肉のどんぶり物	生姜焼き	肉じゃが	から揚げ	から揚げ	から揚げ	しゃぶしゃぶ
10	生姜焼き	煮物	焼肉	煮物	ハンバーグ	ステーキ	から揚げ	すき焼き	ハンバーグ	ハンバーグ
11	肉じゃが	肉のどんぶり物	煮物	しゃぶしゃぶ	肉じゃが	から揚げ	生姜焼き	お好み焼き	しゃぶしゃぶ	肉じゃが
12	煮物	餃子	肉じゃが	ステーキ	から揚げ	ゴ・フヤブル	肉じゃが	肉じゃが	焼肉	から揚げ
13	肉のどんぶり物	ステーキ	肉のどんぶり物	スパゲティー	豚汁	餃子	肉のどんぶり物	餃子	グリル・ホイル焼	生姜焼き
14	餃子	スパゲティー	豚汁	焼きそば	餃子	肉のどんぶり物	おでん	ソテー	生姜焼き	スパゲティー
15	豚汁	シチュー	ステーキ	チャーハン	肉のどんぶり物	すき焼き	餃子	生姜焼き	餃子	肉のどんぶり物
16	ステーキ	グリル・ホイル焼	餃子	餃子	しゃぶしゃぶ	シチュー	豚汁	シチュー	肉じゃが	グリル・ホイル焼
17	おでん	冷やし中華	しゃぶしゃぶ	グリル・ホイル焼	ステーキ	ソテー	しゃぶしゃぶ	麻婆豆腐	肉のどんぶり物	シチュー
18	しゃぶしゃぶ	ソテー	おでん	シチュー	おでん	グリル・ホイル焼	ステーキ	スパゲティー	おでん	サラダ
19	スパゲティー	麻婆豆腐	焼きそば	麻婆豆腐	スパゲティー	サラダ	スパゲティー	焼きそば	うどん	コロケ
20	麻婆豆腐	サラダ	スパゲティー	ソテー	ソテー	スープ・汁もの	お好み焼き	コロケ	野菜の肉巻き	ジンギスカン

（影枠は2回連続ベスト20入りの料理メニュー）

・全体的傾向（時系列比較）:

「表 -1 各イメージの強さ順の肉料理の変化」は、統計分析をする前の基礎データとして、それぞれ上位20メニューを選んで示している。

影枠は2回連続ベスト20入りの料理で、白抜きが「季節変動」によりそのイメージや価値観から脱落したり、入れ替わったりした料理である。これを見ると各イメージを見ても入れ替わりが少ないことがわかる。

さらに料理は3つの分類に分けられる。

全てのイメージを持ち合わせた料理（定番型）例えば「カレー」「炒め物」「とんかつなど揚げ物」「ハンバーグ」等である。

全てのイメージを持ち合わせていながら季節によって入れ替わる（季節型）例えば「すき焼き」「鍋料理」等である。

あるイメージのみに強い料理（特化型）例えば健康志向の強いメニュー等に分類できる。人気があり、出現度の高いメニューは何故、どのようなイメージや価値観に支えられているかが理解できる。

（巻末「表 -1 各イメージ別・全肉料理順位」および「表 -2 肉料理の詳細イメージデータ（ベスト20）」参照）

2 コレスポネンス分析の実施

巻末の「表 -2 肉料理の詳細イメージデータ(ベスト20)」の基礎データを基にして統計分析手法を用いてコレスポネンス分析を行う。

料理を作るときの消費者の価値観(気持ち)を鳥瞰するために「全70夕食メニューと26イメージ言葉」計96データを同一グラフ上にプロットしたものが、「図-2- 肉料理と気持ちの分布(コレスポネンスグラフ)」である。

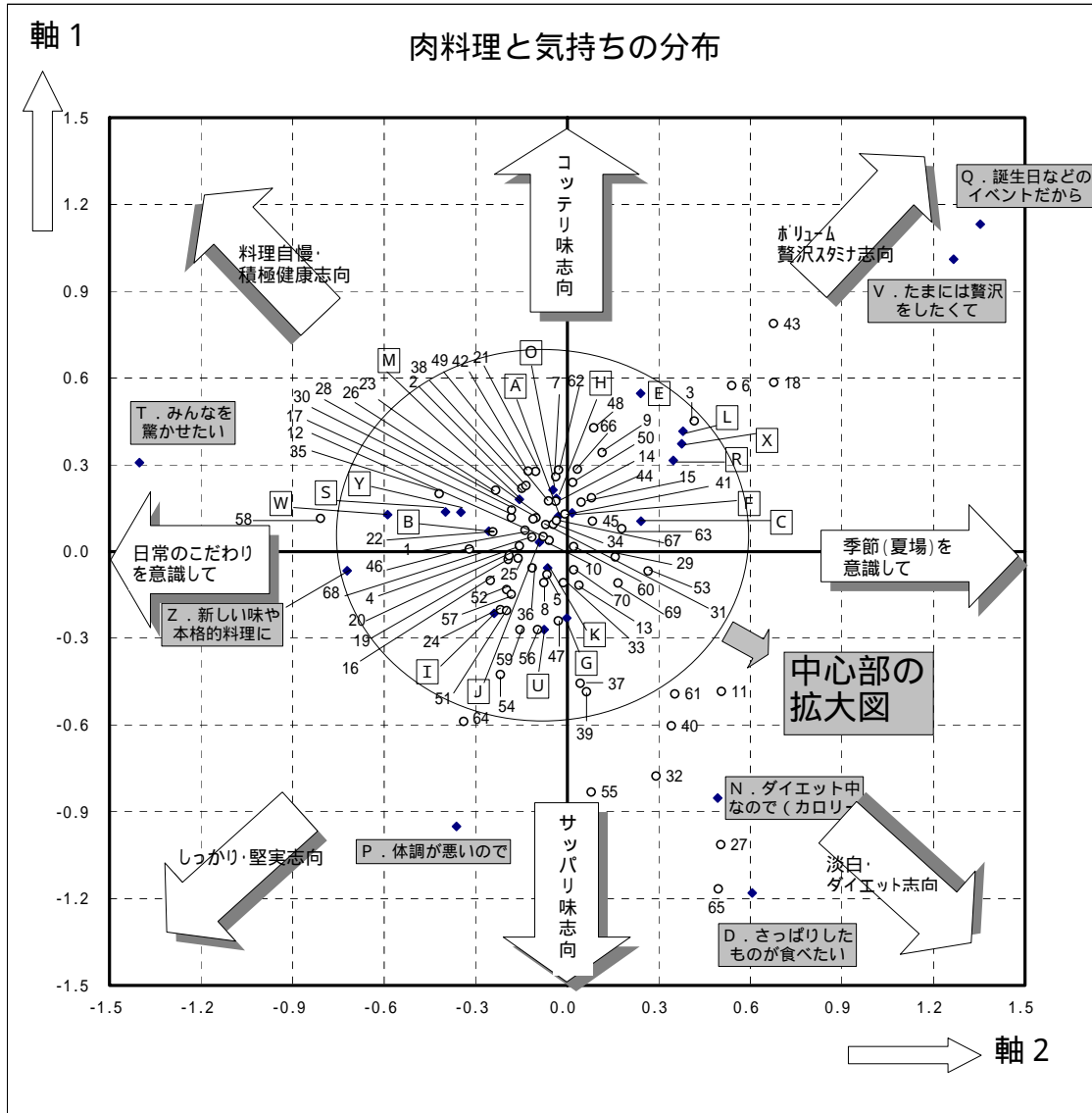
(1) 分析の精度

分析精度を表す「説明度」について調べてみると、第1軸は21.1%、第2軸は12.6%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33.7%の「統計的説明度」を持ち、残り66.3%は雑音である。

「96データの分析精度」としては前回の水準をクリアーしており、標準以上の分析精度を持っていると考えられる。

(巻末の「表 -2-(1) 肉料理イメージ・コレスポネンス分析統計量」参照)

図 -2- 肉料理と気持ちの分布 (コレスポネンスグラフ)



- | | | | |
|---|--|---|--|
| <p>A. 家族が大好きな料理だから
 B. 得意の料理だから
 C. お酒の肴として
 D. さっぱりしたものが食べたい
 E. こってりしたものが食べたいから
 F. 材料を特売をやっていたから
 G. 手間がかからないから
 H. ボリューム感があるから
 I. 冷蔵庫に残り物があったから
 J. 家庭のいつもの定番だから
 K. 栄養のバランスが良いから
 L. スタミナ元気を付けるため
 M. 肌などの美容に良いといわれたから
 N. ダイエット中なので(カロリー)
 O. 子供の成長に良いから
 P. 体調が悪いので
 Q. 誕生日などのイベントだから
 R. 一家団楽を楽しみたい
 S. 友達や来客があるから
 T. みんなを驚かせたい
 U. 自慢したいから
 V. たまには贅沢をしたくて
 W. 料理番組や雑誌を見て
 X. 良い材料が手に入った
 Y. 時間があるから手間をかけた
 Z. 新しい味や本格的料理に</p> | <p>1. カレー
 2. ハンバーグ
 3. 焼肉
 4. 肉じゃが
 5. 炒め物
 6. ステーキ
 7. から揚げ
 8. 焼きそば
 9. どんかつ等揚げ物
 10. 肉のどんぶり物
 11. しゃぶしゃぶ
 12. お好み焼き
 13. 煮物
 14. 酢豚
 15. 生姜焼き
 16. オムライス
 17. シチュー
 18. すき焼き
 19. 豚汁
 20. 麻婆豆腐
 21. 餃子
 22. オムレツ
 23. 八宝菜
 24. チャーハン
 25. ハヤシライス</p> | <p>26. コロッケ
 27. 冷やし中華
 28. チンジャオロースー
 29. 焼き鳥
 30. グラタン
 31. ゴーヤチャンプル
 32. パンパンジー
 33. ラーメン
 34. 筑前煮
 35. ロールキャベツ
 36. スパゲティー、パスタ
 37. うどん
 38. ホイコーロー
 39. おでん
 40. サラダ
 41. 麻婆茄子
 42. 角煮
 43. ジンギスカン
 44. 照り焼き
 45. ソテー
 46. トマト煮
 47. そぼろ(そぼろご飯)
 48. 肉だんご(ミートボール)
 49. 肉詰め
 50. 野菜の肉巻き</p> | <p>51. シューマイ
 52. あんかけ料理
 53. 鍋料理
 54. 雑炊、リゾット
 55. そば
 56. スープ、汁もの
 57. 炊き込みご飯
 58. 春巻き
 59. ピカタ
 60. グリル焼き、ホイル焼き等
 61. 蒸し物、ゆで物
 62. ハッシュドビーフ
 63. 豚キムチ
 64. サンドイッチ・トースト
 65. そうめん
 66. 牛肉料理その他
 67. 豚肉料理その他
 68. 挽肉料理その他
 69. 鶏肉料理その他
 70. その他の肉料理</p> |
|---|--|---|--|

図 -2- 肉料理と気持ちの分布（中心部拡大図）



(2) 分析の読み方

二つの軸の意味していることを解釈する。

縦軸の(第1軸)は「コッテリ味志向」と「サッパリ味志向」と解釈し、横軸の(第2軸)の「日常のこだわりを意識して」と「季節(夏場)を意識して」と解釈した。

第2軸は、前回の「日常」と「非日常」と同様であるが、今年は6月末からすでに猛暑の予感があり、「非日常」をあえて「夏場を意識」と解釈した。

また、第1軸と第2軸が入れ替わっているが、「日常」と「非日常」等の意識やライフスタイルより「料理」の「味」「嗜好」の方に料理への力点が変わったとも解釈できる。

今回の分析で特徴的なのは、グラフ上に「気持ち」と「肉料理」をプロットしてみると、大きく拡散する一方、真中にも集中している。真中に集中した「料理メニュー群」は際立った消費者イメージが与えられず、特徴のない評価でのポピュラーなメニューが集まったと考えられる。

なお、中心部を拡大した「図 -2- 肉料理と気持ちの分布(中心部拡大図)」を参考までに付与した。

今回の特徴である「夏場を意識して」と解釈した部分について

「図 -2- 肉料理と気持ちの分布(コレスポネンスグラフ)」および「図 -2- 肉料理と気持ちの分布(中心部拡大図)」の右上と右下の二つの領域を見ると、下記のことかわかる。

暑いのでスタミナを付けるために「コッテリを好む」方向

グラフの右上の「Q.誕生日などのイベントだから」「X.良い材料が手に入った」「R.一家団欒を楽しみたい」等の「きっかけ」又は「タテマエ」「口実」と「V.たまには贅沢をしたくて」「L.スタミナ・元気を付けるため」「E.こってりしたものが食べたいから」等、生理的欲求が混在している。

そこで出てくるメニューは「ジギスカン」「すき焼き」「ステーキ」「焼肉」が見られる。つまり「積極的に理由をつけて、コッテリ・贅沢なものを」という家庭の状況が見えてくる。

暑いので食欲がなくなるので「サッパリを好む」方向

グラフの右下で「D. さっぱりしたものが食べたい」「N. ダイエット中なので(カロリー)」が突出しているのが特徴である。

特徴的メニューは「そうめん」「冷やし中華」「バンバンジー」「そば」「しゃぶしゃぶ」「サラダ」「蒸し物・ゆで物」などである。

「ダイエット・淡白」傾向である。

(3) 分析結果の活用

「図 -2- 肉料理と気持ちの分布(コレスポンデンスグラフ)」や「図 -2- 肉料理と気持ちの分布(中心部拡大図)」を見ると、それぞれの「肉料理メニュー」に関してほぼ納得できるポジションに位置付けされており、感覚的にも説明力を持っているといえる。

「価値言葉(作るときの近い気持ち・イメージ)」の周辺に料理メニューが集まる特徴を持っているので、この図を基に普及活動における「メニュー提案」などの場合、「TPOにふさわしいメニュー」を考えたり、販売促進活動などPOPの言葉を選択する時に利用していただきたい。

消費者調査で出現した「全ての料理メニュー」を小さなグラフの中にプロットしているために、たいへん見にくいので、詳細に見る場合には、

- ・「図 -2- 肉料理と気持ちの分布(コレスポンデンスグラフ)」
- ・「図 -2- 肉料理と気持ちの分布(中心部拡大図)」
- ・「表 -1 各イメージの強さ順の肉料理の変化(夏冬ベスト20比較)」
- ・巻末の「表 -1 各イメージ別・全肉料理順位」
- ・巻末の「表 -2 肉料理の詳細イメージデータ(ベスト20)」

等もあわせて参照願いたい。