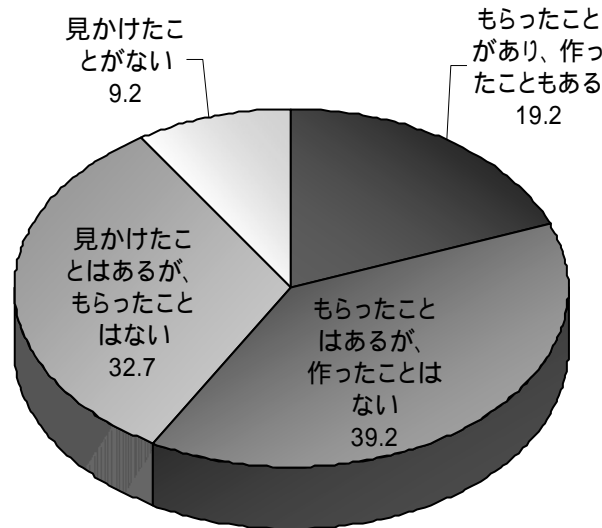


## 第 章 メニュー提案チラシに関する分析

## 1 メニュー提案チラシの利用状況

## 1. 全体

(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ところ、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 91.1%に達した。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。

認知している人のうち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 64.1%と見かけたことがある人の 6 割以上の人が、チラシをもらった経験があるようだ。

更に、もらったことがある人のうち「もらったことがあり、作ったこともある」人の割合は 32.9%であり、メニュー提案チラシをもらった 30%以上の人が実際にそのメニューを作った経験を持つことがわかった。

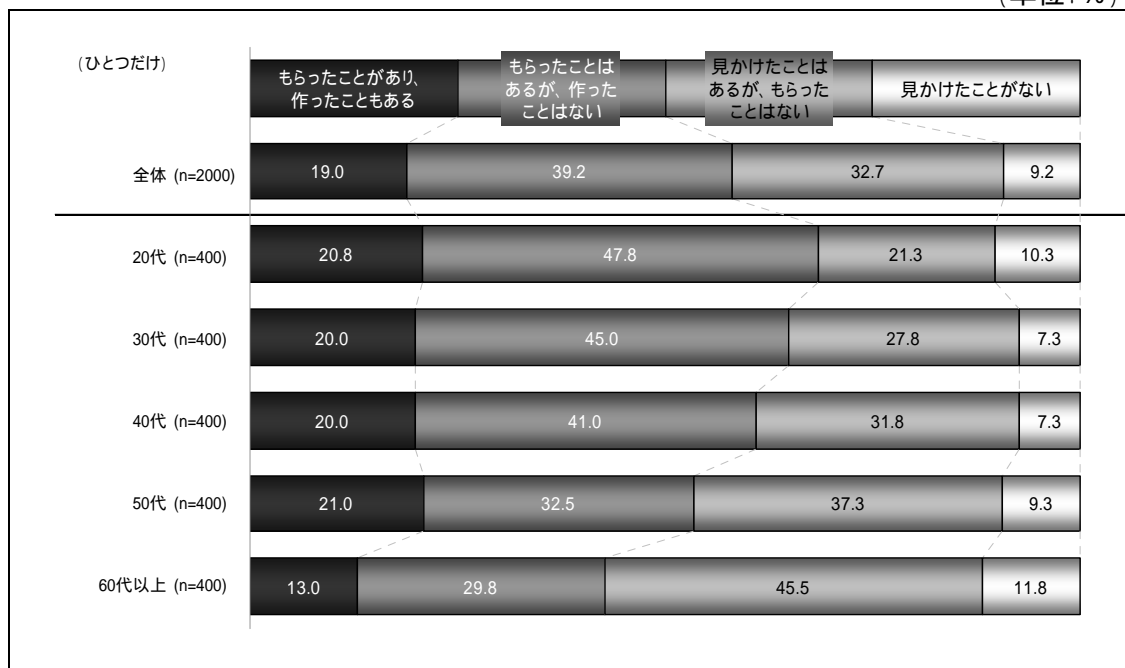
「見かけたことはあるが、もらったことはない」という回答も 32.7%を占める。これらの層はメニュー提案チラシを活用する意向がないことを示しているが、提案するメニューが魅力的なものであれば、メニュー提案チラシを活用してもらえ可能性もある。

## 1 メニュー提案チラシの利用状況

## 2. 年代別

図表 -1 メニュー提案チラシの利用状況:年代別

(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代から50代まではいずれも20%前後でほとんど差がみられない。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、13.0%とさらに少なくなる。

「もらったことはあるが、作ったことはない」は、20代で47.8%と、半数近くにチラシ入手経験がある。その割合は年代が上がるごとに減っていき、60代では29.8%になる。この減少分を補うかのように「見かけたことはあるが、もらったことはない」が増加しており、60代では45.5%と半数近くを占める。

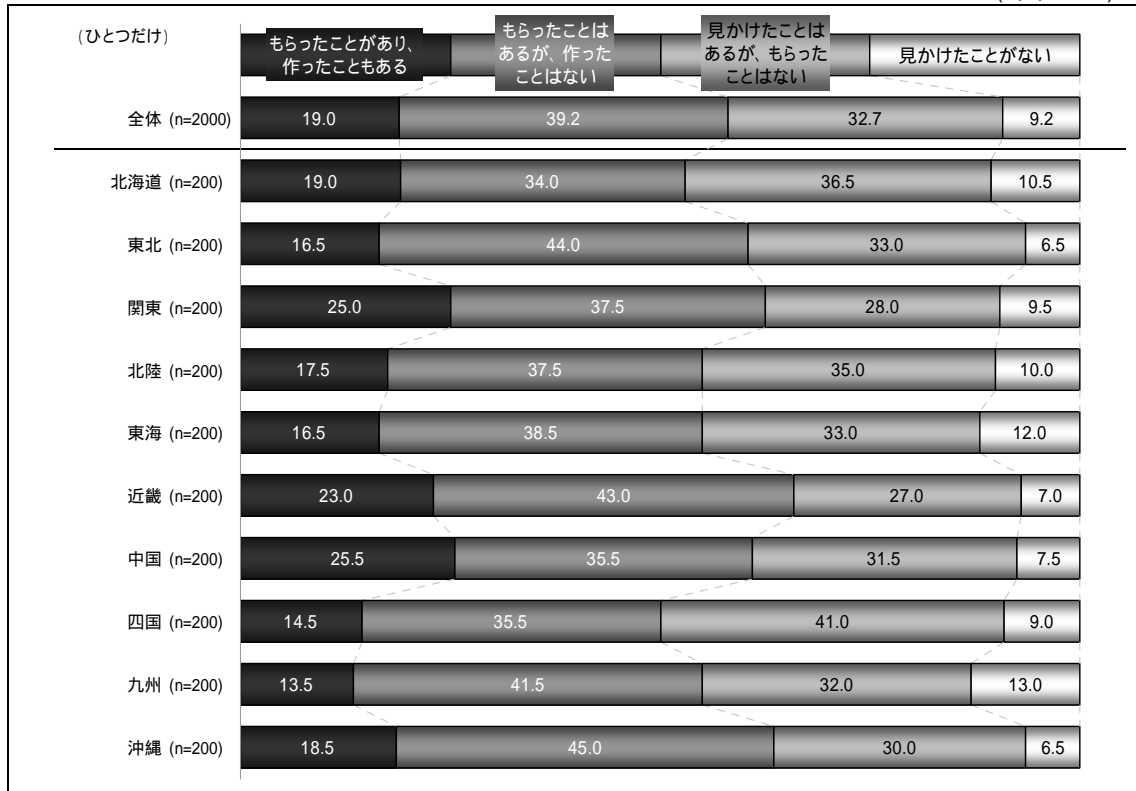
20代や30代は結婚や出産等、家族構成が変わりやすく、調理の必要に迫られる年代で、且つ調理経験も浅いことから、これまでと異なったメニューを作る必要が生じ、メニュー提案チラシに対するニーズが高いと考えられる。しかし、情報入手はするものの、「作ったことはない」も多く、より有益で活用しやすいメニュー提案が望まれる。

# 1 メニュー提案チラシの利用状況

## 3. 地域別

図表 -2 メニュー提案チラシの利用状況：地域別

(単位：%)



メニュー提案チラシ利用経験は、中国が 25.5%で最も高く、九州が 13.5%で最も低い。また、沖縄、東北、近畿、九州では「もらったことはあるが、作ったことはない」が 45%前後と比較的高い状況にあることから、入手するだけでなく、実際に作ってもらうためのメニュー提案チラシの開発・改善が必要とされている。

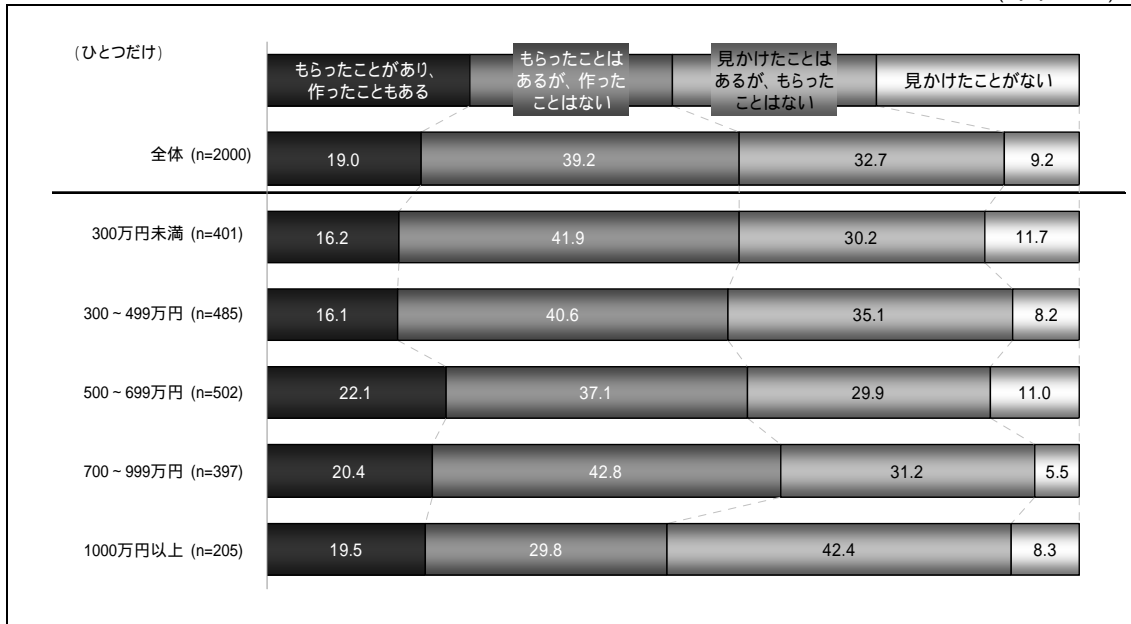
「見かけたことがない」は最も多い九州でも 13.0%で、メニュー提案チラシの認知度はどの地域でもおおむね 90%前後と高い水準にある。

# 1 メニュー提案チラシの利用状況

## 4. 世帯年収別

図表 - 3 メニュー提案チラシの利用状況：世帯年収別

(単位：%)



メニュー提案チラシの利用経験率を見ると、世帯年収が300万円未満、300～499万円の世帯では約16%なのに対し、500～699万円の世帯では22.1%、700万円以上では20%前後となっており、チラシ利用状況は世帯年収500万円をラインとして二分されている。700～999万円の世帯では「もらったことはあるが作ったことはない」も42.8%と多く、新メニューへの関心が最も高い層と言えよう。

一方1,000万円以上の世帯では「もらったことがあり、作ったこともある」割合は他層と差がないが、「見かけたことはあるがもらったことはない」と「見かけたことがない」の合計が50%を越すなど、新メニューへの意欲があまり高いとは言えない。

## 1 メニュー提案チラシの利用状況

## 5. 世帯構成別

図表 - 4 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)	19.0	39.2	32.7	9.2
子供が小学生以下の世帯 (n=285)	23.2	39.3	30.5	7.0
成長期の子供がいる世帯 (n=308)	21.4	38.3	32.1	8.1
20歳代の成人がいる世帯 (n=563)	19.7	45.5	24.2	10.7
子供がいない世帯 (n=571)	19.1	36.4	36.8	7.7
高齢者のみの世帯 (n=273)	9.9	33.0	44.7	12.5

メニュー提案チラシ利用経験率は、子供が小学生以下の世帯で23.2%と最も高く、子供の成長やライフステージの変化に伴って次第に減少していく傾向にあり、高齢者のみの世帯では9.9%となっている。

子供が小学生以下の世帯では他の世帯構成よりも食卓を共にする人数が多いことがわかっており、また調理経験も比較的浅い場合が多く、メニュー提案チラシなどを活用してバリエーション豊かな食事にしようとしていることが考えられる。

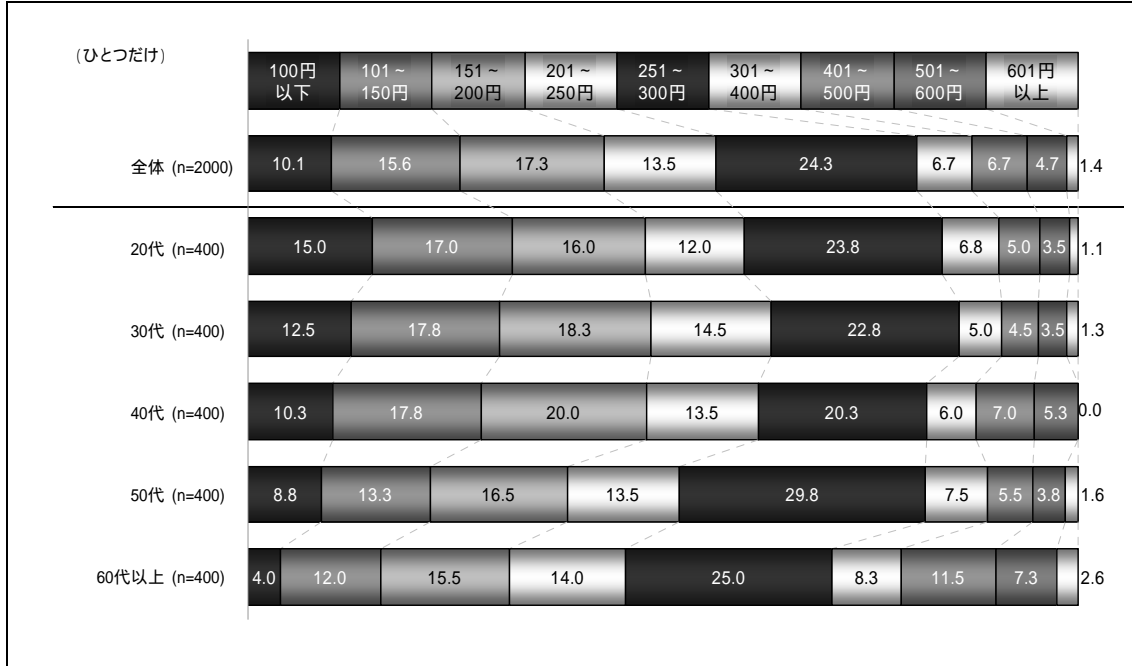
一方で高齢者のみの世帯では、これまで既に豊富な調理経験を持っていることから、定番メニューや嗜好が決まっている、あるいは新しいメニューへの意欲があまりない、等の理由により利用経験率が低くなっていることが考えられる。

2 希望する一人当たり予算

1. 年代別

図表 - 5 メニュー提案チラシの一人当たり予算：年代別

(単位：%)



年代別に一人当たりの予算としてのリクエストが多かった価格帯は、いずれの年代も「251～300円」であった。

200円以下の合算値で見ると、20代が48.0%、30代が48.6%、40代が48.1%と高く、50代以上で減少していく。

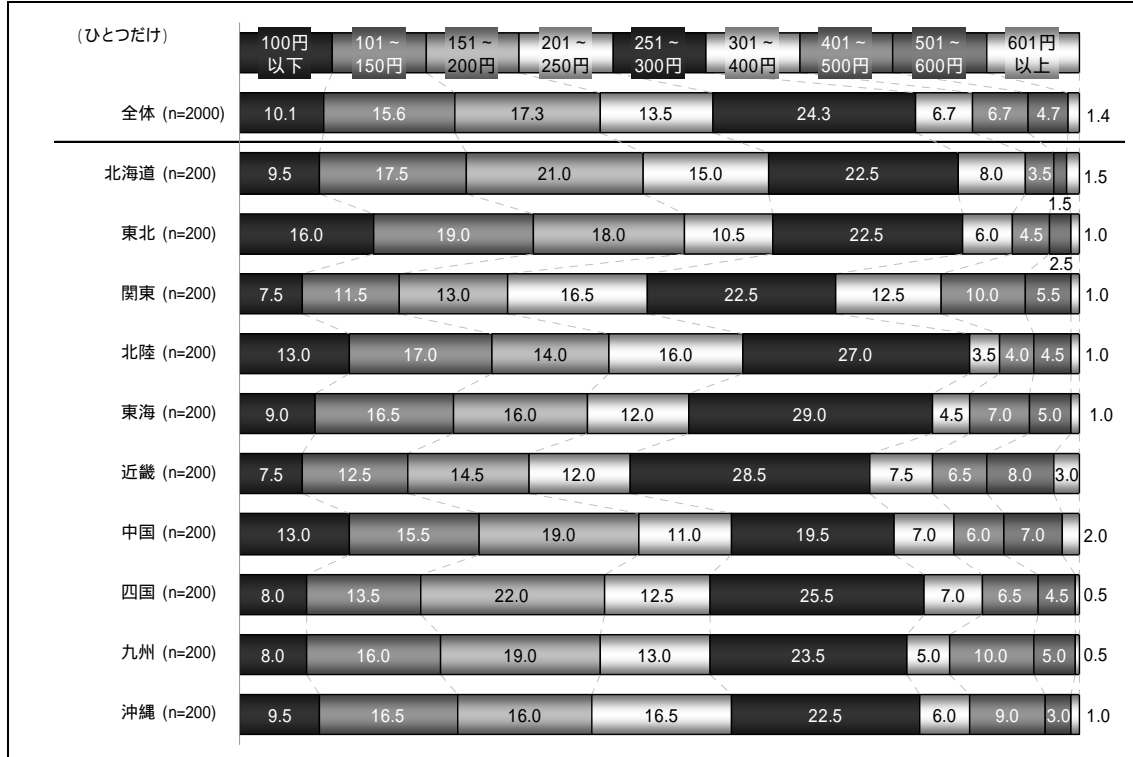
20代や30代あたりの年代は可処分所得が低めで、子育てや住宅ローンなどの経済的負担も大きく、家計の節約が必要な世代であるため、低予算志向が強くなっているものと思われる。

2 希望する一人当たり予算

2. 地域別

図表 - 6 メニュー提案チラシの一人当たり予算：地域別

(単位：%)



一人当たりの予算としてのリクエストが多かった価格帯は、全ての地域で「251～300円」となっている。とはいうものの、各地域とも250円までの価格帯はいずれも10%前後の回答がみられ、希望予算は幅広く分散している。

関東、近畿では300円以上のより高い価格帯のリクエストが他の地域よりも多いのがわかる。

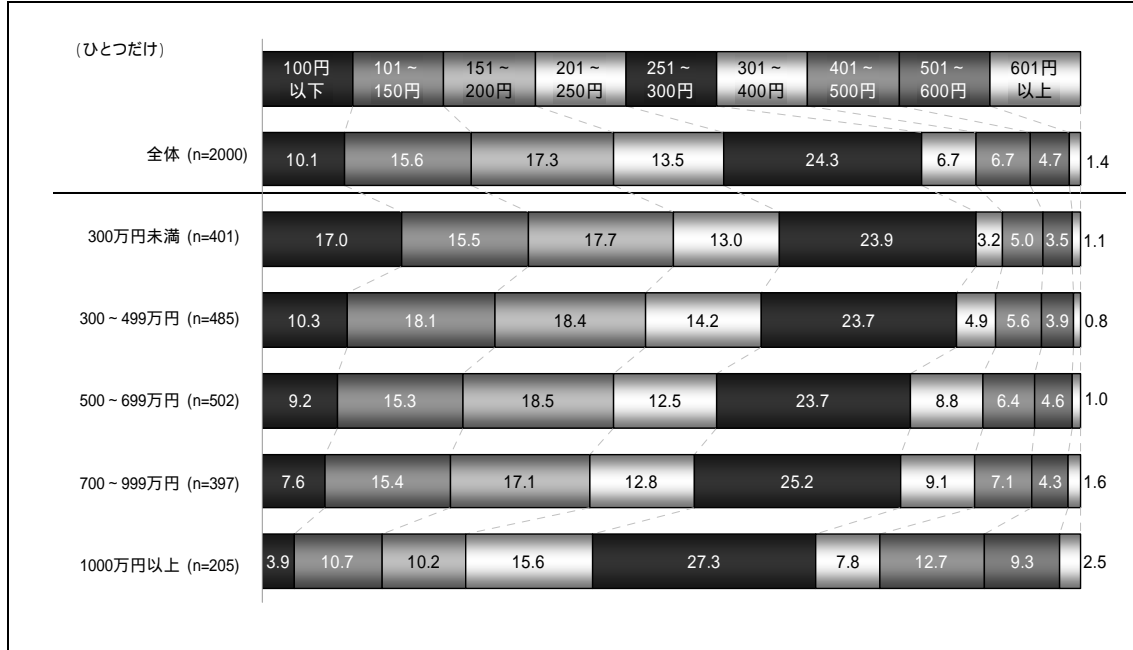


2 希望する一人当たり予算

3 . 世帯年収別

図表 - 7 メニュー提案チラシの一人当たり予算：世帯年収別

(単位：%)



200 円以下の合算値を算出すると、300 万円未満の世帯で 50.2%、300～499 万円の世帯で 46.8%、500～699 万円の世帯で 43.0%、700～999 万円の世帯で 40.1%、1,000 万円以上の世帯で 24.8%となった。年収の増加とともに 200 円以下の予算のリクエストが減っていることが、極めて顕著となっている。

予算が「251～300 円」はどの世帯年収でも 25%程度で、比較的差が小さく、最も回答者のリクエストが多い価格帯となっている。

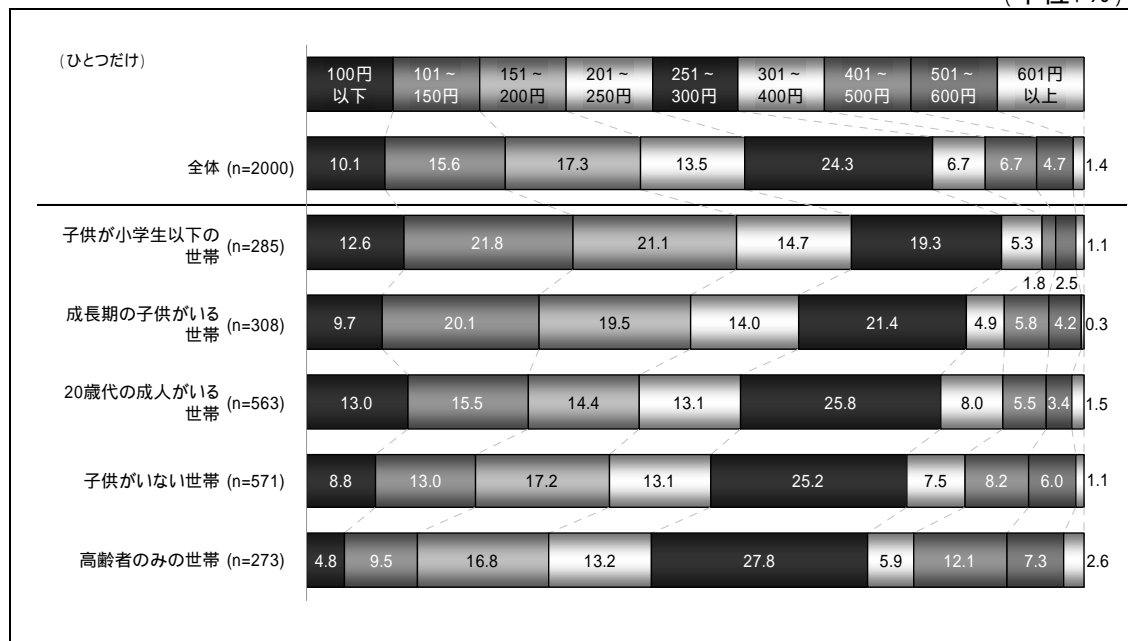
あえて高い予算のメニュー提案チラシを作る必要はなく、予算別、生活シーン別にメニュー提案チラシを作成したり、安さにポイントを置いたメニューとそれ以外の、例えばおいしさを重視したメニューを作成するなど、バリエーションを増やして多様な消費者ニーズにこたえることが重要である。

## 2 希望する一人当たり予算

### 4. 世帯構成別

図表 - 8 メニュー提案チラシの一人当たり予算：世帯構成別

(単位：%)



世帯構成別にメニュー提案チラシの一人当たり予算を見ると、世帯年収別と同様に、子供の成長やライフステージの変化にあわせた変化がみられる。子供が小学生以下の世帯では200円以下の価格帯へのリクエストが50%以上と多いが、次第に少なくなり、高齢者のみの世帯では200円以下は40%に満たない。一方で「251～300円」をはじめ高価格帯は次第に多くなり、高齢者のみの世帯では27.8%となっている。

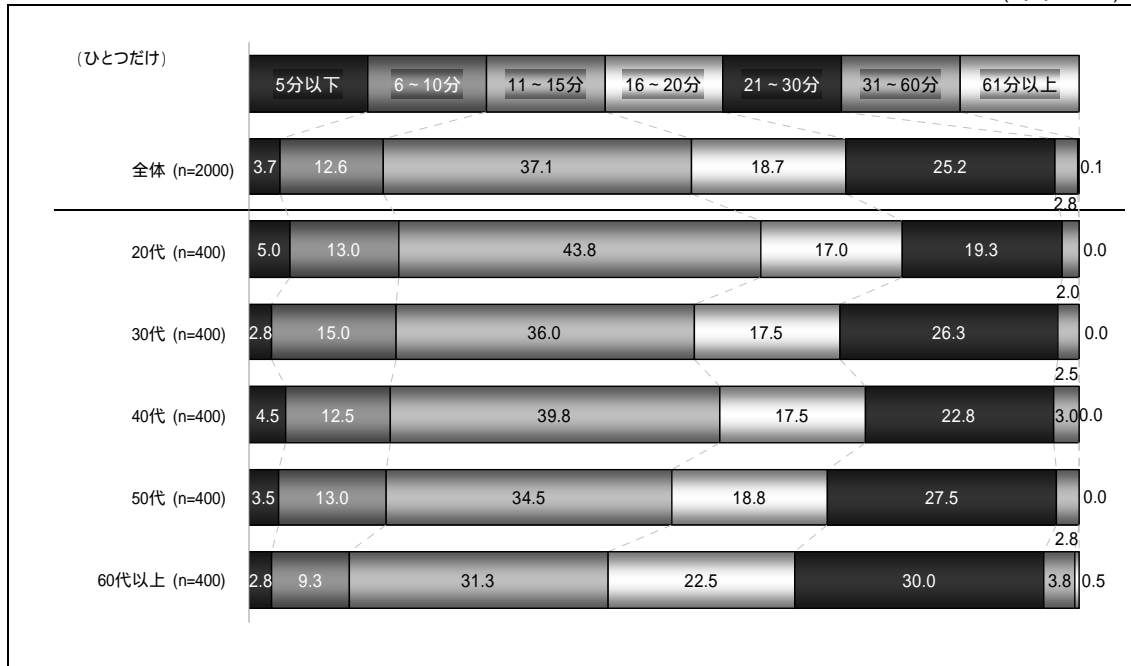
高齢者のみの世帯では、子供が独立し、住宅ローンも払い込みの目処がついた、比較的可処分所得の多い世帯であるということから、高予算化していることが考えられる。また、家族数が少ないため、一人当たり予算が多少高くても家族数が多い世帯と比べれば食費の総計が少なくてもすむことも、高予算化の理由の一つとして考えられる。

### 3 希望する調理時間

#### 1. 年代別

図表 - 9 メニュー提案チラシに望む調理時間：年代別

(単位：%)



「調理時間」ニーズについては、全体では「30分未満」が合計で97.1%となることから、ほとんどの消費者が30分以内で調理を終えたいと感じていることがわかる。

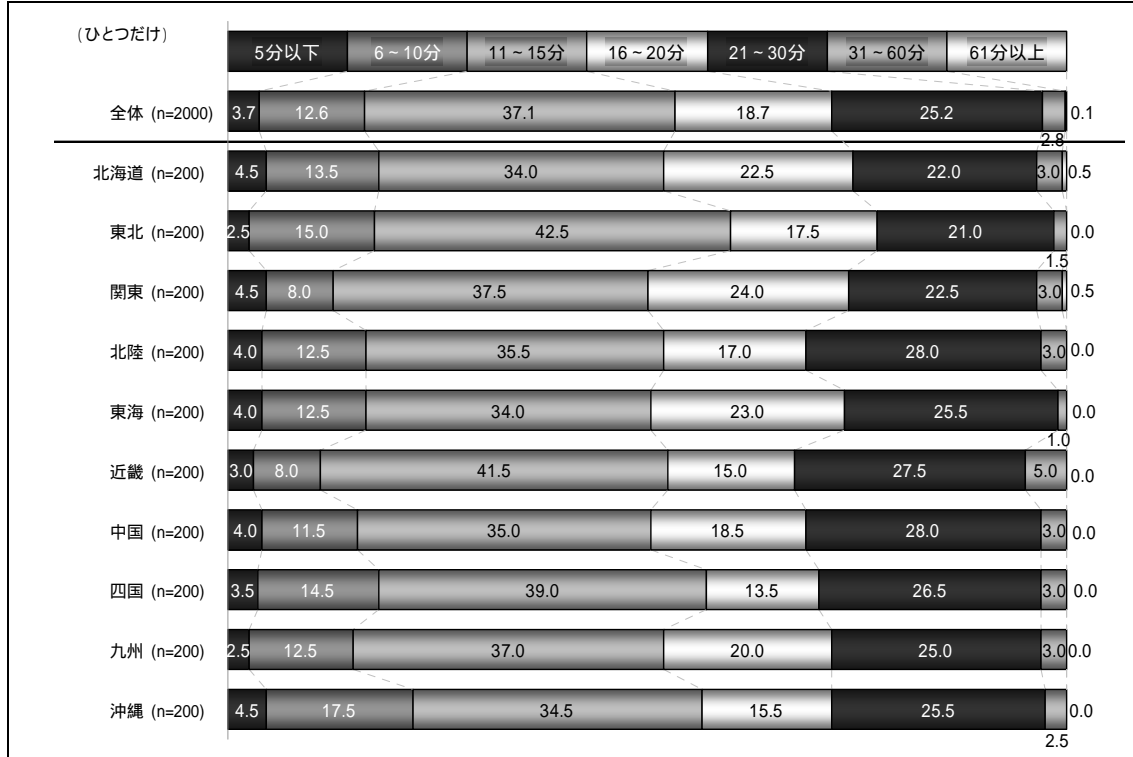
いずれの年代でも「11～15分」の割合が最も高いが、20代では43.8%であるのに対し、60代以上では31.3%と、おおむね年代が上がるにつれその割合は減少していく。一方で、「16～20分」と「21～30分」を合わせた割合は、年代が上がるにつれて増加している。これは、20代や30代は、食事を作る以外に家事や仕事に時間を割かれていることや、高齢層は比較的時間にゆとりがあると思われるためと考えられる。

3 希望する調理時間

2. 地域別

図表 -10 メニュー提案チラシに望む調理時間：地域別

(単位：%)



すべての地域で「11～15分」の調理時間ニーズが最も高くなっており、中でも東北、四国、沖縄はより短い調理時間を望む割合が高くなっている。逆に、近畿、中国、北陸などでは、21分以上の調理時間を望む割合がやや高い。

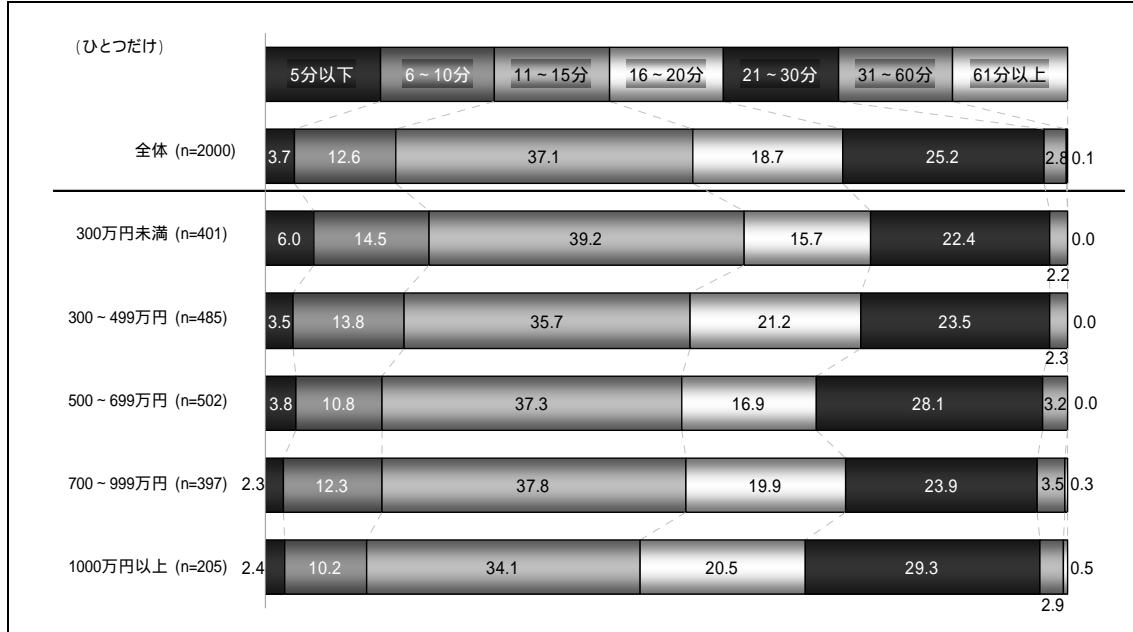
関東、東海、近畿のような大都市部において、時間短縮ニーズが高いことが想定されたが、そのような結果とはならず、大きな地域差は見られなかった。

3 希望する調理時間

3.1 世帯年収別

図表 -11 メニュー提案チラシに望む調理時間：世帯年収別

(単位：%)



「11~15分」以下の調理時間ニーズは、300万円未満の世帯では約60%で、おおむね世帯年収が増えるごとに減少する傾向があるのに対し、「21~30分」の調理時間ニーズは、世帯年収が500万円以上でやや高くなっている。

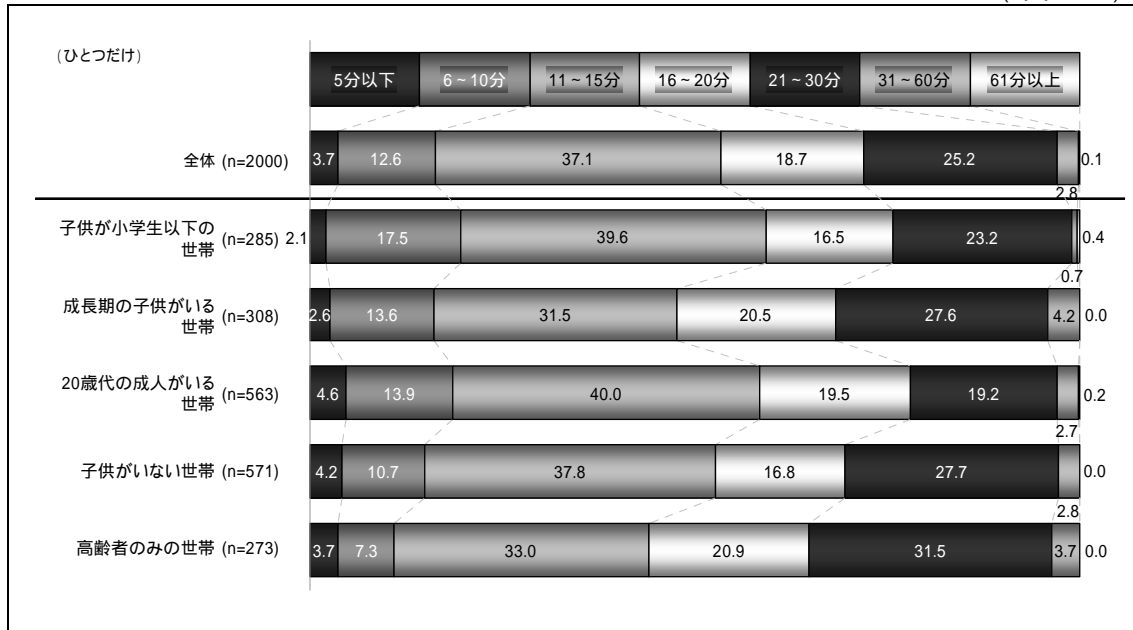
ここから、年収の増加に伴い時間的ゆとりが増えることが考えられ、時間節約ニーズも減っていることが考えられる。

3 希望する調理時間

4. 世帯構成別

図表 -12 メニュー提案チラシに望む調理時間：世帯構成別

(単位：%)



調理時間ニーズを「15分以下」と「16～30分」に分けて割合を見ると、「15分以下」の調理時間ニーズは、子供が小学生以下の世帯と20歳代の成人がいる世帯で60%前後と多い。一方高齢者のみの世帯では、「15分以上」の調理時間ニーズが55%超となっている。

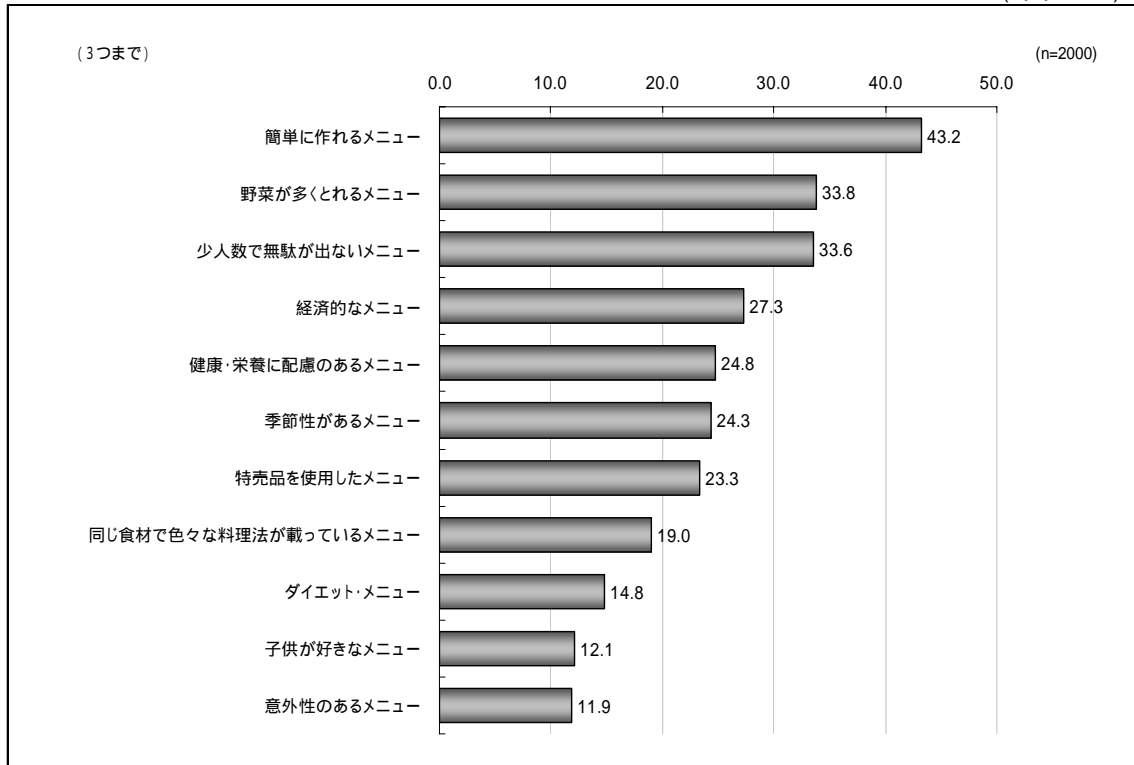
子供が小学生以下の世帯では子育てという家事負担が高いため、短時間での調理時間ニーズが高くなっているものと思われる。一方、高齢者のみの世帯では、比較的時間の余裕があることが想定されることから、短時間の調理時間ニーズは他の年代に比べ低くなっていると考えられる。

## 4 希望するレシピ内容

## 1. 全体

図表 -13 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複数回答させる質問においては、「簡単に作れるメニュー」に対する要望が40%以上と最も多かった。現代人にとって時間に対する価値が向上していることをうかがわせる結果となった。

次いで、「野菜が多くとれるメニュー」「少人数で無駄が出ないメニュー」「経済的なメニュー」「健康・栄養に配慮のあるメニュー」があげられており、手軽に、経済的で、栄養面も考慮した食事を作りたいという要望が根底にあることがわかる。

4 希望するレシピ内容

2. 年代別

図表 -14 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)		14.8	12.1	11.9	23.3	33.6	24.3	33.8	27.3	24.8	43.2	19.0
年代別	20代 (n=400)	22.0	16.3	13.0	23.8	32.0	19.0	29.0	24.5	19.5	41.5	20.0
	30代 (n=400)	13.0	26.5	12.0	25.8	26.3	23.8	29.3	31.8	19.8	46.5	17.5
	40代 (n=400)	10.3	13.3	10.3	28.3	27.3	26.3	37.3	28.3	24.8	45.0	20.0
	50代 (n=400)	13.5	2.3	10.5	22.5	36.3	29.5	35.5	29.5	28.5	42.8	18.8
	60代以上 (n=400)	15.3	2.3	13.5	16.3	46.3	22.8	37.8	22.5	31.5	40.3	18.5

は各属性の最大値

は各属性の最小値

全体で最も要望が高かった「簡単に作れるメニュー」は、すべての年代で40%を超え、60代を除き最も多い要望となっている。全体的に調理時間がかかりすぎず、特別な調理技術を必要としないメニューが最も望まれている。

次いで要望が高かった「野菜が多くとれるメニュー」については、20代と30代では30%に満たないが、40代以上では35%以上と差が見られた。中高年層の健康意識のあらわれとみられる。

60代以上では「少人数で無駄が出ないメニュー」が46.3%と最も多いのが特徴的である。家族の人数も少なくなり、食べる量も落ちてくるためと思われる要望である。

「ダイエットメニュー」は20代で最も高く、20%を超えるが、他の年代では10%台となっている。



4 希望するレシピ内容

3. 地域別

図表 -15 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)	14.8	12.1	11.9	23.3	33.6	24.3	33.8	27.3	24.8	43.2	19.0
地域別	北海道 (n=200)	17.0	11.5	10.0	25.5	36.0	20.0	30.5	27.0	48.0	20.5
	東北 (n=200)	11.0	9.0	13.0	26.5	33.0	25.0	31.5	25.5	42.5	18.0
	関東 (n=200)	17.5	11.0	14.0	22.0	31.5	32.0	37.5	23.5	40.0	16.5
	北陸 (n=200)	12.5	10.0	11.5	25.0	29.5	27.5	31.5	36.5	22.5	44.0
	東海 (n=200)	15.0	12.5	14.5	25.0	36.5	25.0	36.5	20.0	23.0	43.0
	近畿 (n=200)	15.5	9.5	16.5	21.5	33.5	22.0	34.5	29.0	28.0	35.0
	中国 (n=200)	15.5	14.0	9.0	22.5	29.0	22.0	30.5	32.5	27.0	46.0
	四国 (n=200)	15.0	15.0	10.0	25.0	32.0	25.5	40.0	26.0	23.5	43.0
	九州 (n=200)	13.0	11.5	10.0	21.5	38.0	25.0	32.5	22.0	23.5	47.0
	沖縄 (n=200)	16.0	17.0	10.0	18.5	37.0	18.5	32.5	31.0	33.5	43.5

■は各属性の最大値 □は各属性の最小値

全体で最も要望が高かった「簡単に作れるメニュー」は、地域別に見てもすべての地域で最も高い要望となっている。中でも北海道、九州、中国で高く、逆に近畿、関東での要望は低い。

次いで要望が高かった「野菜が多くとれるメニュー」については、四国で最も高く、北海道、中国で低い。地域の特徴は特に見受けられない。

3番目に要望の高かった「少人数で無駄が出ないメニュー」は、九州、沖縄で高く、中国、北陸で低くなっている。

4 希望するレシピ内容

4.1 世帯年収別

図表 -16 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)		14.8	12.1	11.9	23.3	33.6	24.3	33.8	27.3	24.8	43.2	19.0
世帯年収別	300万円未満 (n=401)	14.7	9.0	12.0	18.7	39.9	14.2	29.2	29.2	24.4	46.6	24.7
	300～499万円 (n=485)	13.2	14.4	12.0	25.6	34.2	22.9	32.6	27.4	22.5	48.2	16.9
	500～699万円 (n=502)	15.3	16.1	9.4	25.7	31.1	25.7	35.7	31.1	25.9	38.6	18.5
	700～999万円 (n=397)	15.4	10.1	14.1	24.2	29.5	29.2	36.3	25.2	27.5	40.3	16.6
	1000万円以上 (n=205)	16.6	6.3	13.7	20.0	32.7	34.6	35.6	18.0	22.4	41.0	18.5

は各属性の最大値

は各属性の最小値

全体で最も要望が高かった「簡単に作れるメニュー」は、いずれの年収層でも最も高い要望となっており、300～499万円の世帯で48.2%と最も高く、500～699万円の世帯で38.6%と最も低い。

次いで要望が高かった「野菜が多くとれるメニュー」については、700～999万円世帯で最も高く、300万円未満の世帯では低い。

3番目に要望の高かった「少人数で無駄が出ないメニュー」は300万円未満の世帯で最も高く、700～999万円世帯で最も低くなった。

年収が低い層では、簡単に作れる料理、無駄のないメニューが求められている様子がうかがえる。1,000万円以上の世帯では「季節性があるメニュー」が上位に挙げられており、経済性や簡単なメニューよりも「食事を楽しみたい」というニーズも高いのがわかる。

4 希望するレシピ内容

5. 世帯構成別

図表 -17 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)		14.8	12.1	11.9	23.3	33.6	24.3	33.8	27.3	24.8	43.2	19.0
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=285)	7.4	44.2	13.0	26.3	21.4	21.4	29.1	30.5	17.9	43.5	14.7
	成長期の子供がいる世帯 (n=308)	14.0	14.0	10.1	29.2	19.2	26.3	37.0	34.7	23.4	42.2	18.2
	20歳代の成人がいる世帯 (n=563)	18.7	12.3	11.9	23.6	32.5	22.7	33.0	26.6	24.3	43.9	19.4
	子供がいない世帯 (n=571)	15.2	0.4	11.4	21.0	39.1	28.2	34.0	26.1	27.1	44.7	20.7
	高齢者のみの世帯 (n=273)	14.7	0.7	13.6	17.6	53.5	19.8	35.9	19.4	29.7	39.6	19.8

は各属性の最大値

は各属性の最小値

全体で最も要望が高かった「簡単に作れるメニュー」は、成長期の子供がいる世帯や 20 歳代の成人がいる世帯、子供がいない世帯で最も望まれるメニューとなっている。他の世帯でも 40% となっており、どの世帯でも非常に強い要望となっている。

全体で 2 番目に多い「野菜が多くとれるメニュー」もどの世帯でも 30% 前後と、ニーズは高い。

子供が小学生以下の世帯では「子供が好きなメニュー」が 44.2% と全体を 30 ポイント以上上回って最も高く、子供の好みを中心とした食生活となっている様子が見えてくる。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うまく活用すると、効果的だと思われる。

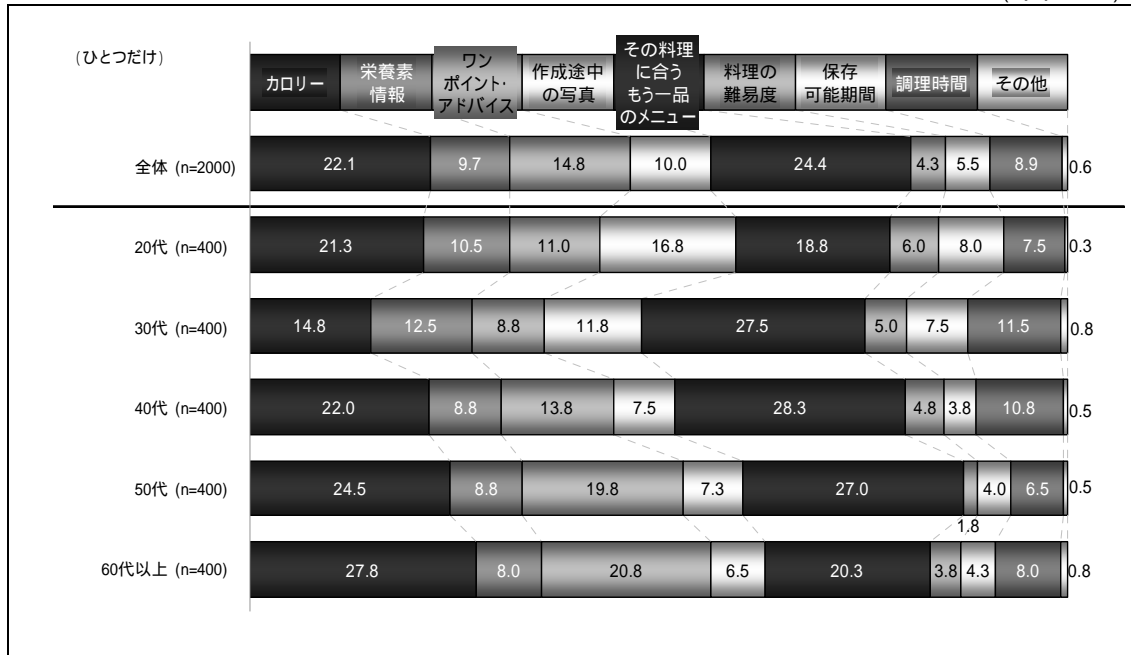
高齢者のみの世帯では「少人数で無駄が出ないメニュー」が 53.5% と最も高かった。家族の人数が減り、一人当たりの食事も減る中で無駄を減らしたい意向が高くなっている。

5 希望する付加情報

1. 年代別

図表 -18 メニュー提案チラシに望む付加情報：年代別

(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「カロリー」「ワンポイント・アドバイス」という順になった。

「その料理に合うもう一品のメニュー」は30代から50代の食卓を囲む人数が比較的多い年代で、一品だけでなく献立全体として利用しやすい情報の提供が強く望まれている。

「カロリー」については、50代や60代以上のニーズが25%前後と高く、健康に対する意識の高さを感じられる。

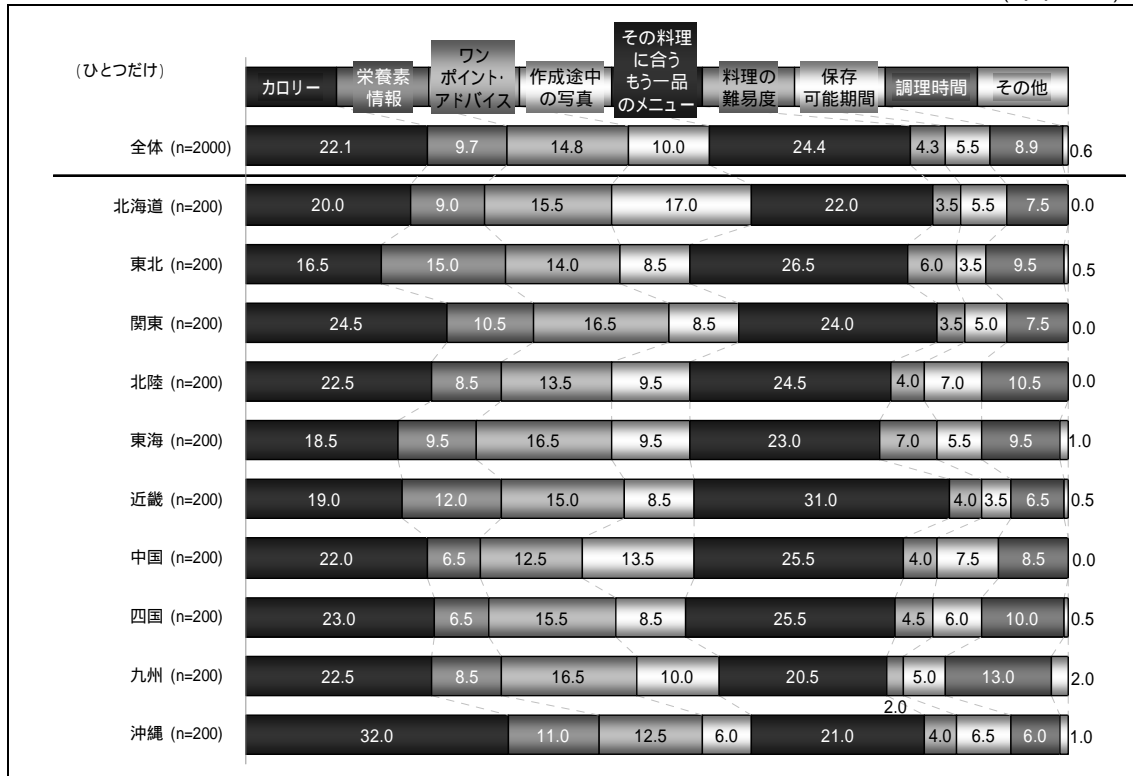
「ワンポイント・アドバイス」については若年層では10%前後となったが、年代が高くなるほどニーズも高くなっており、60代以上では20.8%と、「その料理にあうもう一品のメニュー」と並んで高いニーズとなっている。

5 希望する付加情報

2. 地域別

図表 -19 メニュー提案チラシに望む付加情報：地域別

(単位：%)



「その料理に合うもう一品のメニュー」は、近畿が目立って多く、他地域は 25% 前後となっている。

「カロリー」は沖縄で 32.0%とニーズが強い。近年、健康長寿県であった沖縄で、欧米型高カロリー食生活の影響からか、平均寿命が急激に低下している状況が報道されており、そうした状況が「カロリー」を強く意識する結果につながっているものと考えられる。

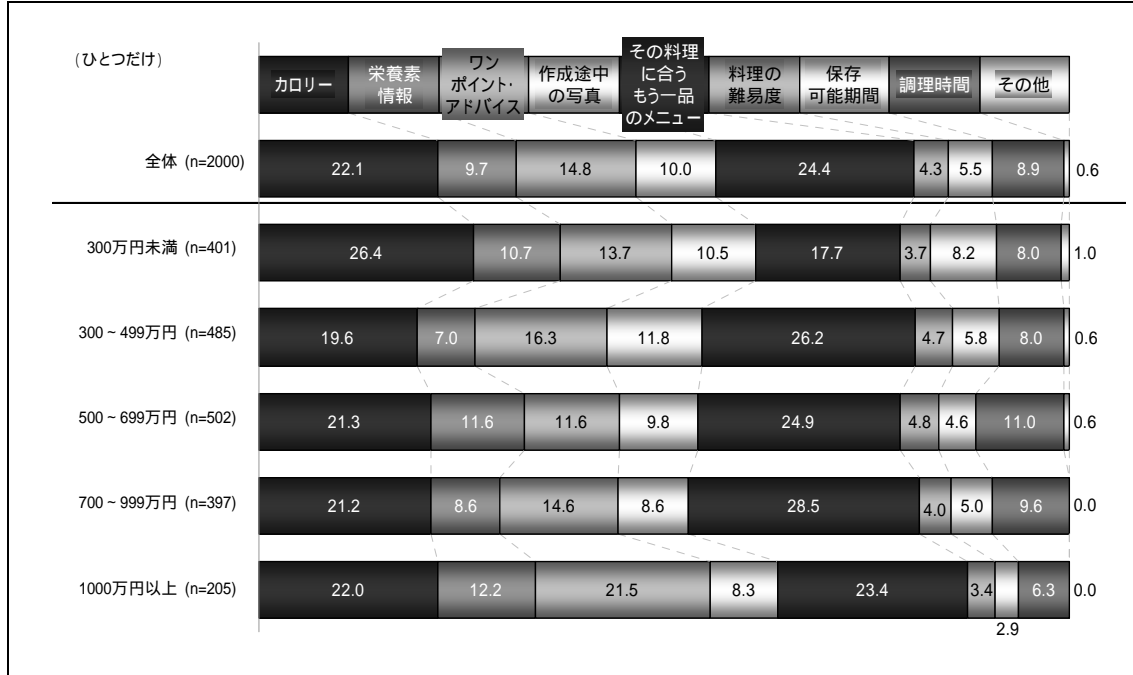
「ワンポイント・アドバイス」は地域別で目立った差異は見られない。

5 希望する付加情報

3. 世帯年収別

図表 -20 メニュー提案チラシに望む付加情報：世帯年収別

(単位：%)



「その料理に合うもう一品のメニュー」に関しては、700～999 万円の世帯で最もニーズが高く、300 万円未満の世帯ではニーズが低い。

「カロリー」については、世帯年収 300 万円未満でニーズが高くなっている。

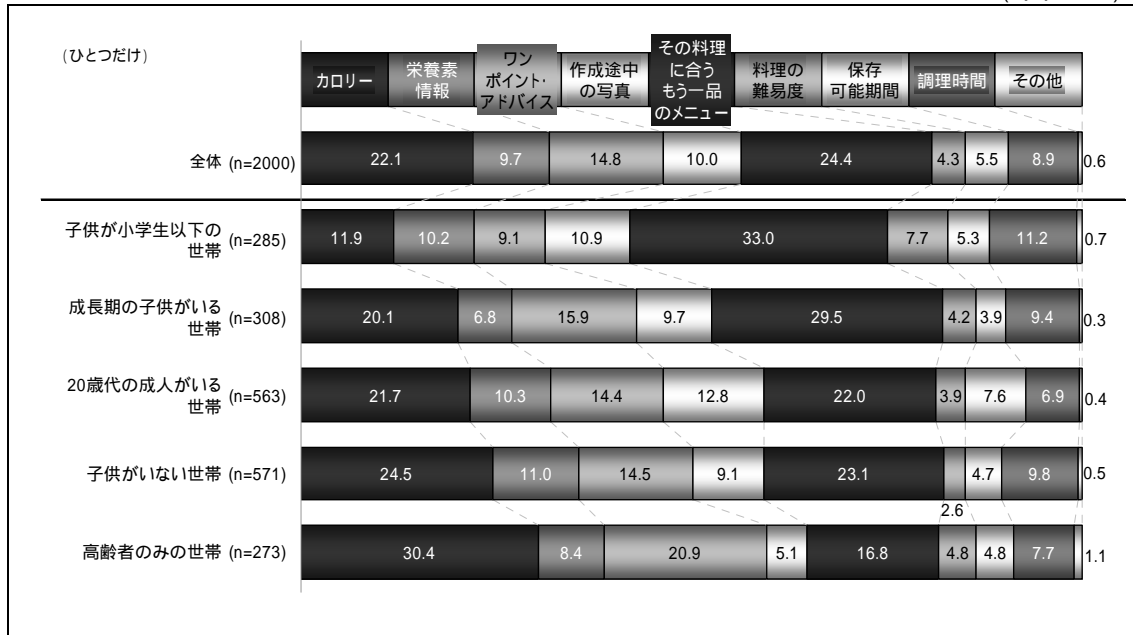
300～499 万円、500～699 万円、700～999 万円ではあまり大きな違いは見られない。

5 希望する付加情報

4. 世帯構成別

図表 -21 メニュー提案チラシに望む付加情報：世帯構成別

(単位：%)



「その料理に合うもう一品のメニュー」については、子供が小学生以下の世帯で33%とニーズが高く、子供の成長にしたがってその割合は少なくなっていく。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が強く望まれている。

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。子供がいない世帯や高齢者のみの世帯では、自らの健康のために「カロリー」情報の提供が望まれている。また高齢者のみの世帯では、「ワンポイント・アドバイス」も重要な情報となっている。

## 6 メニュー提案チラシをみて作った料理

図表 -22 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	サラダ	9.7	16	鍋料理	1.4	26	肉じゃが	0.6
2	炒め物	8.6	16	チンジャオロースー	1.4	26	焼肉	0.6
3	煮物	8.0	16	スープ/ポトフ	1.4	26	しゅうまい	0.6
4	ハンバーグ	4.3	16	グラタン/ドリア	1.4	26	ホイコーロー	0.6
4	焼豚 / 煮豚	4.3	16	棒々鶏	1.4	26	八宝菜	0.6
6	しゃぶしゃぶ / 冷しゃぶ	4.0	21	スパゲティ/パスタ	1.1	26	肉団子/ミートボール	0.6
6	肉巻き	4.0	21	蒸し物	1.1	37	オムライス	0.3
8	焼き物	3.4	23	肉詰め	0.9	37	すき焼き	0.3
9	カレー	3.1	23	ハヤシライス	0.9	37	ステーキ	0.3
10	唐揚げ	2.9	23	ロールキャベツ	0.9	37	照り焼き	0.3
11	酢豚	2.6	26	餃子	0.6	37	豚汁 / 汁物	0.3
12	カツ等揚げ物	2.0	26	グリル焼き	0.6	37	麻婆豆腐	0.3
12	チャーハン / ピラフ	2.0	26	シチュー	0.6	37	煮魚	0.3
14	丼物	1.7	26	生姜焼き	0.6	37	ジンギスカン	0.3
14	チャンプルー	1.7	26	ソテー	0.6			

メニュー提案チラシを見て作った料理は、いつもと変わらない簡単な作り方でトライしやすく、自分では気づかない食材や調味料の使用や組み合わせにより食卓で目新しさを演出できるメニューが上位に並んだ。

ベスト3は「サラダ」(9.7%)、「炒め物」(8.6%)、「煮物」(8.0%)。

メニュー提案チラシに望むレシピ内容(図表 -13 参照)の1位「簡単に作れる」、2位「野菜が多くとれる」のニーズと一致する結果となった。



