

消費のすそ野を広げる調理加工品



消費者が好きな調理加工品は… 全国 843 人から意見をきく

簡便性に優れた調理加工品が多く販売され、それは一昔前とは比べものにならないくらいに、バリエーションに富んだ商品群となっている。もちろんその中には、食肉を使用したアイテムもあり、大きなスペースを割いて販売している量販店も多い。さらにこれからもその調理加工品のアイテムは増えていくと予想される。そこで今回のネットでアンケートではこの食肉を使った調理加工品について、消費者へのアンケートを行った。

アンケート実施期間は3月上旬から中旬にかけて。有効回答数は843件。男女の比率は女性が51.2%、男性が48.8%となった。平均年齢は36.8歳。回答割合が多かった上位10県の都道府県は東京12.0%、神奈川県10.2%、大阪6.6%、愛知6.5%、千葉5.6%、兵庫5.6%、北海道5.3%、埼玉4.6%、福岡3.4%、静岡3.4%の順。

Q1 夕食のおかずとしてスーパーやデパート、デリカショップ（総菜店）、食肉専門店です肉を使った調理加工総菜を購入しますか？	
毎日買う	1.4%
2日に1度くらい買う	10.0%
3日に1度くらい買う	16.5%
1週間に1度くらい買う	30.2%
2週間に1度くらい買う	13.3%
3週間に1度くらい買う	2.6%
1カ月に1度くらい買う	8.8%
ほとんど買わない	13.3%
その他	3.9%

回答最多は1週間に1度買う 次に3日に1度の購入

回答では「1週間に1度くらい買う」が多く30%以上となった。次にくるのが「3日に1度くらい買う」の16.5%だから、「1週間に1度くらい買う」との差は13.5%となり、かなり大きな差であるといえるだろう。ただ「2日に1度くらい買う」「2週間に1度くらい買う」の両回答とも10%以上の回答割合となっており、この4つの回答の割合を合わせてみると全体の70%近い割合となり、頻度には幅があっても調理加工品を購入する人はやはり多いといえる。実際に買い物をする機会が多い、女性のアンケート回答からこの質問をみても、女性全体ではやはり「1週間に1度くらい買う」の回答割合が高く、3割以上。次いで高かったのは「3日に1度くらい買う」だが、全体の平均からは1%ほど低くなっている。また「2日に1度くらい買う」は7.7%と10%を割っており、その分平均値よりも高かったのが「1カ月に1度くらい買う」の

11.1%。この回答結果からは買い控えをする女性が1割以上いるということになる。

女性の年代別をみると、20~29歳では「1週間に1度くらい買う」の割合が高く、35.8%と平均値よりも高い数値になっている。しかし「1カ月に1度くらい買う」割合も12.3%と女性の平均値よりも高い数値となった。平均値よりも低い数値となったのが「2日に1度くらい買う」で全体の平均値よりも4%以上低い数値であった。

30~39歳でも「1週間に1度くらい買う」の割合が一番高いが、28.5%と30%を切っており、その分「3日に1度くらい買う」の割合が20.5%と全体の平均値と比べても4%高くなっている。

40~49歳も「1週間に1度くらい買う」の割合が高くなっているが、28.2%と3割にとどいてはいない。この年代で特長的なのが「2週間に1度くらい買う」で17.6%と4%以上高い結果になった。

Q2 食肉の調理加工総菜、半調理加工総菜を購入する場所は？	
スーパー	77.4%
デパート	10.9%
デリカショップ	2.4%
食肉専門店	1.3%
弁当屋	1.7%
コンビニエンス・ストア	0.6%
その他	5.7%

購入場所、1位はスーパー 77% 2番目のデパート 11%

やはりスーパーの割合は高く調理済み食品の品ぞろえの充実は77.4%と圧倒的。最近の量販店の他の業態を圧倒しており、この割

合はこれからも下がることはないのではないかと考えられる。また、デパートのように店舗が都心に片寄らず郊外にもあることが、スーパーでの購入度合いを多くしているのだろう。

女性の年代別みても20~29歳、30~39歳、40~49歳という実際に買い物をする機会の多い年代で「スーパー」は全て70%を超えている。とくに30~39歳代では78%と全体の平均値よりも高い数字となっている。

Q3 晩ご飯のおかずとして調理別で1番よく購入する食肉を使った調理加工総菜、半調理加工総菜は？

揚げ物	鶏の唐揚げ	35.5%
	ビーフカツ	2.6%
	ポークカツ	0.7%
	コロッケ	35.8%
	チキンカツ	5.3%
	野菜を食肉で巻いた揚げ物	0.0%
	ハムカツ	0.8%
	鶏の天ぷら	0.4%
	牛肉の天ぷら	0.0%
	豚肉の天ぷら	0.0%
	あまり買わない	11.3%
	その他	7.6%

調理方法からみた調理加工品… 揚げ物は定番「コロッケ」トップ

揚げ物 よく購入する揚げ物関係の調理加工品に関して、一番回答の割合が高かったのが「コロッケ」で35.8%となったが、2位の「鶏の唐揚げ」とは0.3%の差となっている。3位となったのは「あまり買わない」だが、1位2位とそれ以下の加工品との差はかなり大きい。やはり定番ともいえる「コロッケ」「鶏の唐揚げ」は安心して買えるような加工品であると

いえるのだろう。

この設問を男女別にみても、男性の場合は「鶏の唐揚げ」の方が「コロッケ」よりも回答の割合が高くなっており38.4%で、「コロッケ」とは6.3%の差となっている。女性は「コロッケ」の方が高く、39.4%と4割近い数字。2位の「鶏の唐揚げ」との差は6.8%となっている。また「あまり買わない」という回答も女性の方が高く

和風の煮物・鍋物	肉じゃが	15.5%
	すき焼き（セット物）	5.1%
	肉団子の鍋物（同）	5.2%
	鶏肉を使った鍋物（同）	2.6%
	豚肉を使った鍋物（同）	3.2%
	鴨鍋（同）	0.6%
	キムチ鍋（同）	5.3%
	モツ鍋（同）	3.0%
	あまり買わない	50.3%
	その他	9.1%

12.3%となっており、男性と比較すると2.1%高くなっている。

和風の煮物、鍋物 「あまり買わない」との回答が圧倒的に高く半数以上を占めた。実際によく購買するアイテムでは「肉じゃが」の割合が高く、15.5%と1割以上。それ以外は全て1割以下の回答割合であった。

男女別にこの数字をみると、男性では「あまり買わない」の回答が43.8%と半数を切っているのに対して、女性は56.5%と半数以上、平均値よりかなり高くなっている。また、男性では「肉じゃが」の割合が19.7%と2割近いが、女性では11.6%と平均値よりも低くなっており、男性との差は8.1%になっている。女性で平均値よりも割合が高かったのは「肉団子の鍋物」の6.9%と「キムチ鍋」の5.8%。それ以外は全て購買するアイテムに関しては低い数字となった。やはり女性の場合は、鍋物に関しては自分で食材を買って一から調理する機会が多いのだろう。

中華料理 やはり定番ともいえる「ギョウザ」の割合が高く、35%とアイテムで次いで割合の高かった「シュウマイ」の倍以上の数字となった。また中華料理は「あまり買わない」の割合は18.3%となっており、鍋物と比較しても圧倒的に低い数字となっている。やはり家でつくるには手間がかかりすぎるなどのさまざまな理由で、一から調理するという事は敬遠されているのだろうか。

男女別にみると、男女とも「ギョウザ」の割合が高いが、男性の

方が女性と比較して若干その数字が高くなっている。その代わり女性は「シュウマイ」の割合が男性と比べて4.1%高い。また「あまり買わない」が女性の方が若干ではあるが高い数値となっている。

洋風の煮物 家族に好まれることが多い「カレー」が一番高く2割近い割合。次いで「ミートボール」が13.8%で続いている。

男女別にみると「カレー」で大きな差が出ており。女性は13%と平均値よりも低い割合となっているが、男性は25.8%と高い数値に。男性の方が料理をする機会が少なく、手軽に扱える調理済みのカレーをよく使う機会が多いのだろう。女性が男性よりも割合が高かったのが、「ロールキャベツ」の11.1%と「あまり買わない」の49.1%となっている。

焼き物 ここではもう少し「焼き鳥」と「ハンバーグ」の割合が拮抗するのではと予想したが、「焼き鳥」の方が圧倒的に高くなってしまった。「ハンバーグ」の倍以上の支持を集めている。また「あまり買わない」の回答が19.1%と2割を切っており、中華料理関係に次いで低い数字となっている。

男女別では女性の方が「ハンバーグ」の回答割合が低く、14.1%となっており、男性よりも低い数値に。また「焼き鳥」は45.8%と男性よりも高い数字となっている。ここでも「あまり買わない」の割合は女性の方が男性よりも高い割合であった。

生食・冷食 サラダに関しては

中華料理	八宝菜	3.0%
	チンジャオロース	2.7%
	豚キムチ	1.4%
	シュウマイ	12.8%
	ギョウザ	35.0%
	酢豚	8.2%
	回鍋肉	1.1%
	棒棒鶏	1.4%
	レバニラ炒め	2.0%
	焼き豚	6.3%
	あまり買わない	18.3%
その他	7.8%	

洋風の煮物	カレー	19.2%
	シチュー	3.4%
	ロールキャベツ	9.6%
	ミートボール	13.8%
	あまり買わない	41.9%
	その他	12.1%

焼き物	焼き鳥	43.9%
	ローストビーフ	7.7%
	ローストチキン	3.4%
	ハンバーグ	18.0%
	あまり買わない	19.1%
	その他	7.8%

生食・冷食	生食・冷食関係	
	鶏肉を使ったサラダ	7.5%
	ハムを使ったサラダ	27.2%
	冷しゃぶ	2.6%
	あまり買わない	46.3%
その他	16.4%	

他にも多くのサラダは販売されているのだが、今回は食肉関係したアイテムで考えてみた。それによるとハムを使ったアイテムの割合が高く27.2%と3割近い数字となっている。

男女別にこの回答をみると、「あまり買わない」の回答が女性では52.8%と半数以上。「ハムを使っ

たサラダ」でも21.9%と全体の平均よりも低い数値である。これはこのQ2全体にいえるのだが全てのアイテムにおいて女性の「あまり買わない」の割合は男性に比べて高くなっており、やはり女性は食材を買い、一から調理することの方が多いといえるのかもしれない。

Q 4 調理加工総菜、半調理加工品を購入する理由は？	
便利だから	53.6%
家庭でつくるよりおいしいから	6.2%
家庭で料理をする時間がないから	17.0%
家庭で料理をするよりも経済的	7.7%
好きな物を選んで購入出来るから	7.3%
栄養のバランスがとれて健康に良いから	0.5%
安全・安心だから	0.6%
その他	7.1%

購入の動機は「便利」が過半数 次に「時間がない」が続く

調理済み食品の大きな特長である簡便性。その簡便性を表すような回答結果となった。「便利だから」が53.6%と半数以上となり、次いで「家庭で料理をする時間がないから」の17%が続いている。女性の年代別にこの回答をみると、どの年代においても「便利だ

から」が半数以上となっている。また女性の20～29歳代では「家庭で料理をする時間がないから」の回答割合が19.4%と2割近くになっており、女性全体の平均値からも5.4%高い数字になっている。やはり仕事をもっている女性がこの調理済み食品をよく購入するということなのだろうか。



Q 5 調理加工総菜を買う場合、ためらいなく買える1品の価格は？ (家族1人あたりにかける価格として)	
100円まで	8.8%
200円まで	28.7%
300円まで	27.7%
400円まで	8.0%
500円まで	12.2%
600円まで	0.6%
700円まで	0.4%
800円まで	0.5%
とくに決めていない	13.2%

1品(1人)単価は「200円まで」首位 東京では「500円まで」が17%

一番回答割合が高かったのが「200円まで」で28.7%、次いで「300円まで」の27.7%となっておりその差はわずか。3人家族としてほしい600円～900円までの金額ということか。では、回答割合の高かった都道府県別をピックアップしてこの質問の回答をみってみる。東京で回答の割合が高かったの

が「300円まで」で23.8%と全回答の平均値よりも低くなっている。その代わり平均値より高かったのが「500円まで」で16.8%。

神奈川では「200円まで」の割合が高く、30.2%と平均値以上。さらに「300円まで」の割合も29.1%と平均値を超えている。

大阪は「200円まで」が33.9%、「300円まで」が32.1%と両回答とも3割以上。また「100円まで」も10.7%と1割を超えており、平均値以上となっている。

愛知は「200円まで」の割合が43.6%と圧倒的に高い。「300円まで」は20%、「500円まで」は12.7%となっている。

北海道は「200円まで」が33.3%と一番高く、次いで「300円まで」の22.2%。また「特に決めていない」の回答が20%と高いのも特長だ。