

いずみ製菓との産学連携事業活動報告(第2)

メニュー開発のためのマーケティングリサーチの結果から
— 食物栄養学科・生活デザイン総合学科 —

中出美代 根間健吉 川口直子

The Second Activity Report for Academic-Industrial Collaboration with Izumi Seika Co., Ltd.(Part 2)

— Results of Marketing Research for Development of New Menus —

Miyo Nakade, Kenkichi Nema, Naoko Kawaguchi

キーワード：産学連携 Academic-Industrial Collaboration, 市場調査 Marketing Research, 外食産業 Food Service Industry

I.はじめに

本学食物栄養学科および生活デザイン総合学科は、平成20年度より「産学連携事業」の一環として、愛知県安城市に本社をおく「いずみ製菓株式会社（レストラン部門：『丈山の里いずみ庵』）」との共同研究を行っている。産学連携事業の目的と概要および食物栄養学科の1年間の取り組みについては、「いずみ製菓との産学連携事業活動報告（第1）」に記述した。

「いずみ製菓」との共同研究として、食物栄養学科では主に食品(そば・うどん)に関する研究と新メニューの開発を目標とした。そのためアンケート等を含むマーケティング活動を生活デザイン総合学科が担当することとなった。メニュー開発共同研究に先駆けて、マーケティングリサーチのためのアンケート調査を行った。アンケートテーマを「外食・うどん・そば店に関するアンケート調査」とし、生活デザイン総合学科全学生が調査を実施し、1300人余から回答を得た。この結果は、メニュー開発班がメニューを考える上で、市場の動向を知る大変貴重な基礎資料となった。本稿では、そのアンケート調査の結果を報告するとともに、現在の外食に関する年齢階層による相違について考察し、今後の活動の方向性を提示した。

II.方法

1. 実施者および調査対象者

○本学生活デザイン総合学科学生（1年生 209名：女性 205名・男性 4名、2年生 200名：女性 199名・男性 1名）および学生の家族・親族・友人その他関係者

○有効回答数：1,334件

そのうち、年齢の回答があった1327件について分析した。

2. 調査方法

○回答方法は、質問票による選択式および自由記述式。

調査にあたり、倫理的配慮として、調査は産学連携事業のメニュー開発のための市場調査であり、その結果はメニュー開発のための基礎資料としてのみ活用されること。また個人名は公開しないことを、授業の中で学生に説明し、さらに、幅広い層の意見のリサーチのために、関係者にも参加を要請してほしい旨を、口頭および紙面（アンケート調査票）で伝えた。

3. 調査期間

○2008年10月に実施

4. 調査内容

調査内容項目は、以下のとおりである。

- 対象者の属性に関する項目（年代、職業）
- 外食について
 - ・ひと月の外出頻度、外食メニュー
 - ・外食にかかる金額
- うどん・そば店について
 - ・利用する回数とその理由
 - ・1回にかかる金額
 - ・よく注文するメニュー
 - ・メニューを選ぶ時のポイント
 - ・うどん・そば店の魅力
 - ・主にだれと行くか
 - ・どんなメニューがあるといいか
 - ・食べてみたいうどん・そば店でのメニュー

5. データ集計

データは、SPSS12.0 for Windows を用い、クロス集計を行った。

あったが、その高低にはばらつきが見られた。次いで多かった金額は、10代、40代、60代以上で「1500・1999円」、20代と50代では「2000円台」であった。30代は、「700・800円台」との回答が多かった。

表1 年齢階層別 外食状況

	(%)					
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
人数	569	280	60	243	111	64
ひと月の外食回数						
0回	3.9	8.9	6.7	4.9	7.2	7.8
1-2回	33.8	28.2	45.0	35.4	27.9	45.3
3-4回	25.7	27.1	18.3	25.9	33.3	31.3
5-6回	15.8	18.2	11.7	15.2	11.7	9.4
7回以上	20.4	17.1	18.3	18.1	19.8	6.3
未記入	0.4	0.4	0.0	0.4	0.0	0.0
外食にかかる金額(注文するメニューの金額)						
500円以下	0.9	0.4	3.5	1.3	0.0	3.2
500円台	5.4	6.7	1.8	5.5	2.8	4.8
600円台	2.9	3.7	5.3	5.5	4.7	4.8
700円台	6.8	4.5	15.8	6.0	4.7	6.3
800円台	8.8	9.0	14.0	9.4	10.3	12.7
900円台	2.0	3.4	0.0	5.1	2.8	0.0
1000円台	42.4	47.4	35.1	40.4	41.1	47.6
1100-1200円台	3.9	3.7	1.8	3.0	4.7	0.0
1300-1400円台	0.4	0.7	0.0	0.4	1.9	0.0
1500-1900円台	12.7	6.7	12.3	11.5	6.5	12.7
2000円台	8.4	9.0	7.0	5.5	12.1	3.2
3000円以上	5.4	4.9	3.6	6.4	8.4	4.8

(%)は各年齢層における割合

III. 結果

1. 対象者の属性

- 年齢別：10代(18・19歳)569名(42.9%)、20代280名(21.1%)、30代60名(4.5%)、40代243名(18.3%)、50代111名(8.4%)、60代以上64名4.8%(60代23名、70代34名、80代7名)
- 職業：学生660名(49.8%)、会社員283名(21.3%)、主婦186名(14.0%)、その他142名(10.7%)、無職51名(3.8%)、未記入・不明5名(0.4%)

2. 外食について

(1) 外食の利用状況

1か月の外食回数及び外食にかかる金額を表1に示した。外食頻度は、年代に関わらず1か月に「1・2回」と回答する人の割合が高く、中でも30代、60代以上では45%を占めていた。1か月に「7回以上」外食をする人の割合は、10代は20.4%、50代は19.8%であったが、60代以上では6.3%と、年代によりさまざまであった。

外食時に注文するメニューの金額については、各年代とも最多価格帯として「1000円」程度で

(2) 外食時のメニュー

外食時によく食べるものとして、10代で「洋食」が一番多く62.9%、次いで「和食」45.8%、「ラーメン」38.2%、「ハンバーガー」29.7%、「うどん・そば」27.5%の順であった(図1)。20代、40代、60代以上でも同様の傾向がみられた。30代は、「洋食」「和食」に次いで「ハンバーガー」との回答が多かった。50代は他の年代とは異なり、「和食」「洋食」「ラーメン」「うどん・そば」「中華」の順であった(表2)。

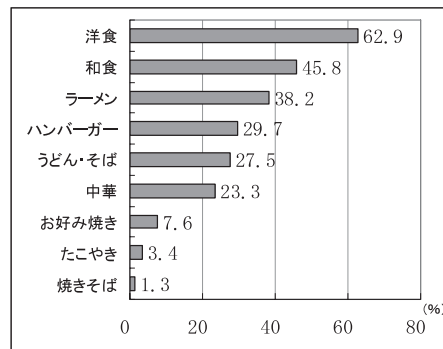


図1 外食時によく食べるもの(10代)

表2 年齢階層別 外食時によく食べるもの

	(%)					
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
人数	553	277	58	242	109	64
洋食	62.9	56.3	51.7	62.0	45.0	53.1
和食	45.8	44.4	50.0	46.3	51.4	46.9
ラーメン	38.2	36.5	27.6	34.7	38.5	39.1
ハンバーガー	29.7	31.0	32.8	28.9	20.2	28.1
うどん・そば	27.5	26.0	29.3	28.5	35.8	26.6
中華	23.3	25.6	15.5	22.7	27.5	23.4
お好み焼き	7.6	7.6	5.2	6.6	10.1	3.1
たこ焼き	3.4	4.3	0.0	4.5	2.8	3.1
焼きそば	1.3	1.8	1.7	2.1	0.9	1.6

複数回答可(3つ以内) (%)は各年齢層における割合

表には示していないが、その他のよく食べるものとしては、「焼肉」「ファミリーレストランのメニュー」「寿司」「イタリアン」「居酒屋のメニュー」などが挙がっていた。

3. うどん・そば店について

(1) うどん・そば店の利用状況(表3)

うどん・そば店の利用頻度については、50代を除く他の年代の半数近くが「ほとんど利用しない」と答えており、反対に「よく利用する」と回答していたのは、50代 32.7%で最多、次いで40代の20.4%であった。60代以上は12.5%と最も割合が少なかった。

表3 年齢階層別うどん・そば店の利用状況

	(%)					
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
人数	569	280	60	243	111	64
うどん・そば店の利用頻度						
よく利用する	18.0	17.7	14.0	20.4	32.7	12.5
あまり利用しない	33.8	34.7	38.6	31.3	33.7	34.4
ほとんど利用しない	48.2	47.6	47.4	48.3	33.7	53.1
メニュー注文の金額						
500円以下	3.5	6.2	5.3	4.4	3.0	1.6
500円台	11.3	12.7	12.3	12.3	8.1	11.3
600円台	10.2	10.8	14.0	12.7	8.1	3.2
700円台	15.6	15.0	15.8	12.3	13.1	19.4
800円台	20.3	21.9	22.8	22.4	24.2	30.6
900円台	4.5	5.8	1.8	3.9	5.1	6.5
1000円台	24.0	21.2	22.8	24.6	25.3	21.0
1100-1200円台	2.4	1.2	1.8	2.2	3.0	3.2
1300-1400円台	0.9	0.4	1.8	0.0	0.0	0.0
1500-1900円台	5.4	4.2	0.0	3.9	6.1	3.2
2000円以上	1.9	0.8	1.8	1.3	4.0	0.0
うどん・そば店で出せる金額						
500円以下	1.5	2.2	1.8	2.6	1.0	0.0
500円台	7.1	6.7	8.9	6.0	4.9	4.7
600円台	3.2	5.2	3.6	5.1	2.9	3.1
700円台	8.8	7.4	8.9	4.3	3.9	10.9
800円台	10.7	13.0	17.9	13.6	10.8	14.1
900円台	4.8	3.3	0.0	3.0	6.9	6.3
1000円台	32.6	37.0	44.6	40.9	39.2	40.6
1100-1200円台	4.8	4.8	1.8	4.7	3.9	3.1
1300-1400円台	0.4	1.1	0.0	0.0	1.0	0.0
1500-1900円台	15.3	13.0	7.1	13.6	14.7	15.6
2000円以上	10.7	6.3	5.4	6.4	10.7	1.6
主に一緒に行く人						
家族と	63.1	59.0	63.3	58.8	54.9	71.4
祖父母・親せきなど	3.2	4.1	5.0	2.1	2.9	3.2
友人と	30.9	30.6	28.3	33.9	35.3	25.4
その他	2.8	6.3	3.3	5.2	6.9	0.0

(%)は各年齢層における割合

表には示していないが、「よく利用する」理由として、「うどん好きだから」「安いから」「近くに店があるから」「なんとなく」「早く食べられ

る」「麺類が好き」「気軽」などがあげられていた。反対に、「あまり利用しない」理由としては、「家で食べられる(作れる)から」「近くにうどん・そば屋がない」「好きではない」「食べる気がしない」「外食をしない」「洋食が多いから」「特に理由はない」などがあげられていた。「いくら位のメニューを注文することが多いですか」との問いに対しては、どの年代も「800円台」と「1000円台」との回答が多かった。「1500-1900円台」および「2000円以上」かけると回答した人は、30代では1.8%であったが、50代では10.1%と年代別格差が見られた。「いくら位までなら出してよいか。」という問いへの回答は、最多注文価格帯と同じくどの年代も4割近くの人が「1000円台」と答えていた。次いで価格帯は、30代を除く年代で、「1500-1999円」や「800円台」と回答していたが、30代では「1500-1999円」との回答が7.1%と少なかった。

「うどん・そば店に主に誰と行くか」との問いには、家族と行くとの回答者が、どの年代でも一番多く、一番少ない50代でも54.9%、一番多い60代以上では71.4%であった。また、どの年代においても30%近くの人が友人と行く」と答えていた。

(2) うどん・そば店で注文するメニュー

うどん・そば店でよく注文するメニューの上位5品目を表4に示した。どの年代も「天ぷらうどん」がトップとなった。2番目によく注文するメニューは、50代以外の年代はすべて「ざるそば」と答えていた。その他の上位品目については、順位は若干違うものの、「カレーうどん」「味噌煮込みうどん」、「きつねうどん」「天ぷらそば」などの回答が多かった。

表4 うどん・そば店でよく注文するメニュー (上位5品目)

順位	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
1位	天ぷらうどん	天ぷらうどん	天ぷらうどん	天ぷらうどん	天ぷらうどん	天ぷらうどん
2位	ざるそば	ざるそば	ざるそば	ざるそば	味噌煮込みうどん	ざるそば
3位	カレーうどん	カレーうどん	きつねうどん	カレーうどん	ざるそば	天ぷらそば
4位	きつねうどん	味噌煮込みうどん	とろろそば	きつねうどん	カレーうどん	カレーうどん
5位	味噌煮込みうどん	天ぷらそば	天ざるそば	味噌煮込みうどん	明太子うどん	天ぷら串焼

メニューを選ぶ時のポイントについての

回答結果では、一番多かったのが「メニューの写真」であった。次いで「価格・安さ」「おすすめ品」「好み」「その時の気分」「見た目」「量」などがあげられており、年代による違いはさほど顕著ではなかった。

うどん・そば店の魅力は何か(3 つ以内自由記述)に対する回答で、上位にあがった項目を表 5 に示した。この結果では、ほとんどの年代が、「安い」、「早い」、「おいしい・味」などを魅力としてあげている。また、「さっぱりしている」、「低カロリー」のように、ヘルシーなメニューであることや、和風で「落ち着いた雰囲気」であることも魅力であるとしている。

表 5 うどん・そば店の魅力(上位 5 項目)

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
1位	安い	安い	手軽	安い	安い	安い
2位	おいしい	手軽・食べやすい	味	おいしい	早い	早い
3位	早い	味	低カロリー	手軽・食べやすい	気軽・入りやすさ	さっぱり系
4位	味	おいしい	安さ	さっぱり系	さっぱり系	落ち着いた雰囲気
5位	落ち着いた雰囲気	早い	おいしさ	早い	落ち着いた雰囲気	おいしい

(3) メニュー提案

どんなメニューがあるといいかについて、「単品」「セット」「自分で組み合わせ可能なメニュー」「ヘルシー」「和のデザート」「洋のデザート」「その他(自由記述)」の項目選択(いくつでも可)の結果、10代では、「自分で組み合わせられるメニュー」が 56.1%で一番多く、次いで「セット(定食)メニュー」の 49.7%であった。他の年代も同様の傾向が見られた(表 6)。その他の意見は、「天ぶらの具を選べるとよい」「ハーフサイズのメニュー」「具の選択ができるとよい」「替え玉」、「季節メニュー」「かつお節、昆布味の選択がしたい」「食後のサーピスドリンクをつけてほしい」などである。

表 6 うどん・そば店であるとよいメニュー

	人数						(%)					
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
単品	569	280	60	243	111	64	27.9	21.4	31.7	30.0	27.9	34.4
セット(定食)メニュー	49.7	41.1	38.3	40.7	49.5	51.6	49.7	41.1	38.3	40.7	49.5	51.6
自分で組み合わせられるメニュー	56.1	59.3	50.0	54.3	55.9	64.1	56.1	59.3	50.0	54.3	55.9	64.1
ヘルシー	32.0	33.9	30.0	26.3	26.1	34.4	32.0	33.9	30.0	26.3	26.1	34.4
和のデザート	38.5	34.6	26.7	30.5	27.9	23.4	38.5	34.6	26.7	30.5	27.9	23.4
洋のデザート	18.6	23.9	21.7	19.8	24.3	15.6	18.6	23.9	21.7	19.8	24.3	15.6
その他	1.8	2.5	1.7	4.1	3.6	1.6	1.8	2.5	1.7	4.1	3.6	1.6

複数選択可 (%)は各年齢層に対する割合

「食べてみたいうどん・そば店でのメニューは何ですか」との問い(自由記述)には、「野菜がたくさん入ったメニュー」「季節の野菜を使った天

ぶらの入ったうどん」「デザート付のメニュー」、「ヘルシーなメニュー」「セットメニュー・小さいサイズのセット」などの回答が多かった。

IV. 考察

1. アンケート結果全般に関する考察

今回のアンケート調査は、産学連携事業活動「いずみ製菓(レストラン部門：『丈山の里いずみ庵』)」との共同研究として行う新メニューの開発のためのマーケティングリサーチを目的として実施した。このアンケート結果は、上記データにより、調査地域(三河地域中心)の外食産業、特に「うどん・そばなどの麺類」店に関する意識傾向の調査結果ともなった。そこで、まず、全般についての考察を行う。

外食全般については、1か月に「1・2回」の頻度で「1000円」程度の金額をかけている人が多いことが明確になった。年代別でみると、30代が外食頻度・かける金額とも一番少ないようであった。

平成 17 年度の国民健康・栄養調査¹⁾では、ふだん外食しない、または週 2 回未満外食すると答えた人が全体の 68.9%であり、年代で見ると 20・30 代の外食頻度が高かったと報告されている。この質問には家庭以外の場所で出前を注文する、あるいは市販のお弁当を買って食べる場合も含めている。一方、今回の本学での調査は飲食店での食事のみを外食として回答を求めたため、上記との比較は一部妥当ではないが、特徴的なのは、30 代の利用が一番少ないことである。

今回のマーケットリサーチの目的の一つである「うどん・そば店の利用度」については、回答者の 8 割近くが、「あまり利用しない」・「ほとんど利用しない」としており、うどん・そば店離れが推察される。年代による利用率の差も大きく、50 代では、32.7%がうどん・そば店をよく利用すると答えたのに対し、60 代では 12.5%であった。この回答は、うどん・そばは、素朴な和食で、より年齢の高い層に好まれるという一般イメージに比して意外な結果であったといえる。

うどん・そばにかける(かけることができる)金額は、外食全般の結果と同様に「1000円台」

や「800円台」との回答が多かった。このことから、およそ外食にかけられる金額は、「1000円くらい」が妥当だと考えるのが一般的であると推察される。

よく注文するメニューでは、どの年代でも、同様に「てんぷらうどん」、「ざるそば」が挙がっていた。さらに、多くの年代層で、「カレーうどん」が支持されている。

2006年家計調査²⁾では、外食にかけられる1人当たりの年間の支出金額は50530円で、そのうち日本そば・うどんは1671.5円であった。世帯主の年代別の1人当たりの年間支出金額をみると50・60歳代の世帯が最も多く、次いで70歳代であったと報告されている。月別では8月の支出金額が年間で最も多く、地域別では、さぬきうどんの高松市(1位)と鹿児島市以外は東日本での支出が多かったと報告されている。この結果からは、年代的にあっさりしたそば・うどんが高齢者層に好まれること、うどん・そばの喫食時期として夏場が多いこと、地域によってうどん・そば店の利用率が異なっていることが読み取れる。

この結果と今回の結果を比較してみると、本調査では、50代の利用が一番多く、反対に60代以上の利用が少なくとなり、前述の家計調査とは異なっていた。このことから、年齢層によっては、個人の志向より家族の嗜好（家族と行くため）の方が優先しているようにも思われたが、今回の調査は三河地域の特定エリアでの調査であるため、その地域の特性によるものとも思われ、あくまでも推察の域を出ない。また、好まれるメニューとしてどの年代も上位にざるそばがあがっている。これは、家計調査同様、喫食時期の影響であると考えられる。

2. メニュー・その他の開発に関するアンケート結果の考察と今後の方向性

メニュー開発に欠かすことのできない消費者の意見については下記のとおりである。

メニューを選ぶ時のポイントとしては、「メニューの写真」、「おすすめ品」との答えが、「好み」についての回答より多かった。このことから、「写真入りメニュー」で視覚に訴えることや、「おすすめ品」をアピールするような働きかけ

が有効であることがわかった。

また、うどん・そば店は、「価格が安く」「気楽にさっと食べられて」「おいしい」のが魅力だと考えている人が多く、「さっぱりしていて」「低カロリー」で「ヘルシーなメニュー」であることなど、商品の価格設定・味・提供スピードなども影響しており、さらには「和風で落ち着いた雰囲気」や「店への入りやすさ」などもお客を誘導する要因となっていることも明確となった。

メニューとしては、「単品」よりも「セットメニュー」、しかも「自分で組み合わせ可能なメニュー」や「ハーフサイズのメニュー」などバリエーション豊富なメニューが好まれること、「和・洋のデザート」や「食後のサービスドリンク」なども含め、何らかの付加価値のついたメニューがニーズとして表れた。さらには、「季節の野菜を使った天ぷらの入ったうどん」や「野菜がたくさん入ったメニュー」など季節メニューなど旬の野菜を用いて季節を感じられるメニュー、素材そのものにも一層の工夫が必要であることが明らかとなった。

これらの調査結果をもとに、食物栄養学科では、消費者の嗜好・意見を取り入れた商品開発を進めるとともに、生活デザイン総合学科では、マーケット活動に必要な部分を積極的に支援していく予定である。

ところで、「長岡市民健康づくり・生活習慣状況調査」³⁾は、外食頻度の高い人に食品のとり方、野菜の食べ方などが低いことを報告し、外食の成分表示を参考に摂取するよう働きかけることが重要であると報告している。

以上の結果を総合して、栄養成分表示等情報の開示や、地場産の野菜を用いたヘルシーメニューなどが、産学連携事業として食物栄養学科の取り組む方向性ではないかと思われた。これを受けて、一年間メニュー開発研究活動を行ってきた。その活動内容の詳細は、「いずみ製菓との産学連携事業活動報告（第3）」で報告する。

【引用文献】

- 1) 『厚生労働省 平成 17 年国民健康・栄養調査』
健康栄養情報研究会編, 第一出版 202(2008)
- 2) 家計調査 食生活編・2008 年・アーカイブス
出版, 142-145(2008)
- 3) 田中恵子・池田順子・福田小百合・入江祐子:
外食頻度の高い男性住民の食生活と栄養成分表示
の参考状況との関連 - 平成 16 年度「長岡市民健
康づくり・生活習慣状況調査」より -, 栄養学雑
誌, 66(3), 117-126(2008)