

【テキストマイニングで見えてきた、家庭での食事メニューの決め方】

「家庭にある食材の組合せで作る」決め方が最も多い。

今後注目すべきは、「主菜を肉と魚、交互になるようにしている」セグメントの動向

マイボイスコム株式会社(東京都千代田区、代表取締役社長:高井和久)は、当社で提供している新しい「テキストマイニングサービス(Text-Voice)」を用いて、自主調査で実施した「食事のメニューの決め方に関するアンケート調査」の自由回答を分析しました。

「食事のメニューの決め方」に関する、約5,800件の自由回答を分析した結果をご報告いたします。

【自主調査の結果】 <http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/16404/index.html>

【Text-Voice 概要】 <http://www.myvoice.co.jp/menu/txt-voice.html>

◆食事のメニューの決め方で最も多いのは「家庭にある食材の組合せで作る」

「テキストマイニングサービス(Text-Voice)」では文章を最大で6つの言葉の組合せで分類することができます。

今回の約5,800件の自由回答をText-Voiceで解析したところ、最もよく見られる食事の決め方のパターンは、

「家庭にある食材の組合せで作る」決め方であることがわかりました。(図表1)

続いて上位に挙がった決め方は「自分や家族の食べたいものを作る」、「メニューに足りないものをスーパーに買いに行く」などとなり、消費者の意思決定パターンの頻度傾向が明確にわかる結果となりました。

【図表1 発言集計】

結束度	発言量	ターム1	ターム2	ターム3	ターム4	ターム5	ターム6
1.47	1129	家にある	あるもので	食材	作る	組み合わせ	
1.41	794	自分	食べたい	作る	家族	アレンジ	
1.73	758	足りない	メニュー	買い	行く	スーパー	安い
1.27	668	冷蔵庫	残って	食材	見て	使い切る	
1.68	617	レシピ	検索	クックパッド	参考	食材	雑誌
1.60	508	主菜	副菜	汁物	野菜	数種類	
1.60	504	野菜	多い	とれる	なるべく	心がけ	
2.02	457	肉と	魚を	交互	主菜		
1.35	433	簡単	できる	早く	作る		
1.68	382	料理	雑誌	テレビ	参考	見て	クックパッド
1.63	363	スーパー	チラシ	特売	見て	食品	
1.55	353	栄養	バランス	とれる	良い	重視	
1.20	353	和洋中	数種類	おかず	なるべく	作る	使う
1.55	315	家族	意見	聞いて	食べたい		
1.45	310	冷蔵庫	中身	相談	見て	確認	夕方
1.26	284	子供	好きな	家族	自分		
1.15	248	賞味期限	使う	メニュー	食事		
1.62	247	同じ	続かない	ないように	メニュー		
1.09	218	なんとなく	適当	作る	あるもので		

※発言量上位項目のみ抜粋

◆メニュー決定の背景にある、見逃せない4つの要因

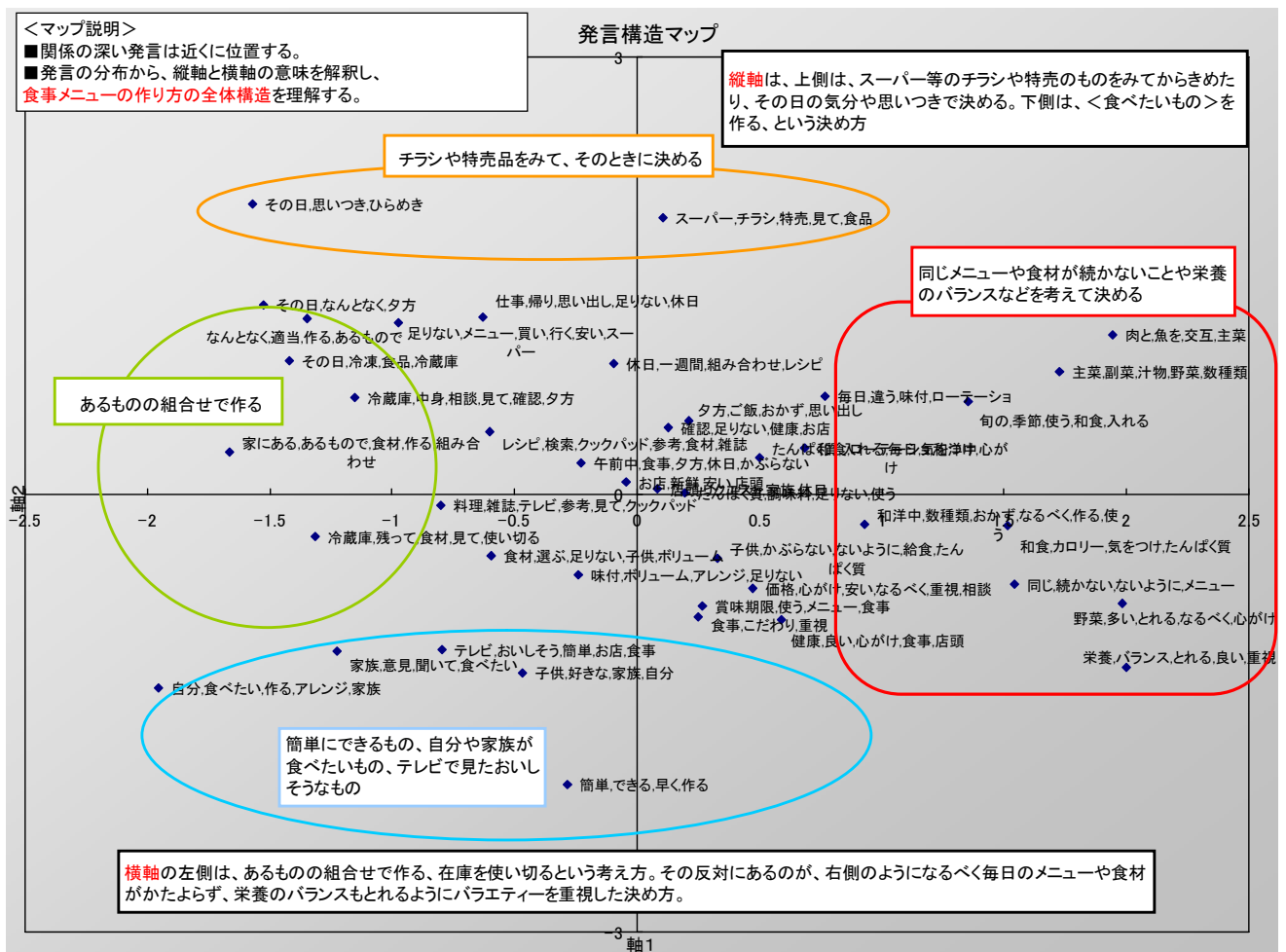
生活者のメニュー決定の背景を理解するため、Text-Voice でさらに分析を進めたところ、次のような4つの要因で整理することができることがわかりました。(図表2)

- (1) チラシやスーパーで特売品を見て、そのときのひらめきで決める決め方。
- (2) 簡単にできて、しかも自分や家族が食べたいものを、テレビなどの情報を参考に決める。
- (3) 家にあるもの、冷蔵庫の残り物をアレンジ、組合せを工夫して作る。
- (4) 同じメニューや食材が続かないこと、栄養のバランスなどを考えて決めるパターン。

生活者の食事の決め方は、概ね以上の4つのパターンの中で位置づけられることがわかりました。

この中で生活者の意思決定に影響するメディアに着目すると、(1)のチラシやスーパー店頭での情報、(2)のテレビから得られる情報が重要であることがわかります。

【図表2 発言構造】



◆今後注目すべきは「主菜を肉と魚、交互になるようにしている」セグメントの成長動向

当社のテキストマイニング Text-Voice では、市場の将来を占う独自の指標、「結束度」を開発しました。

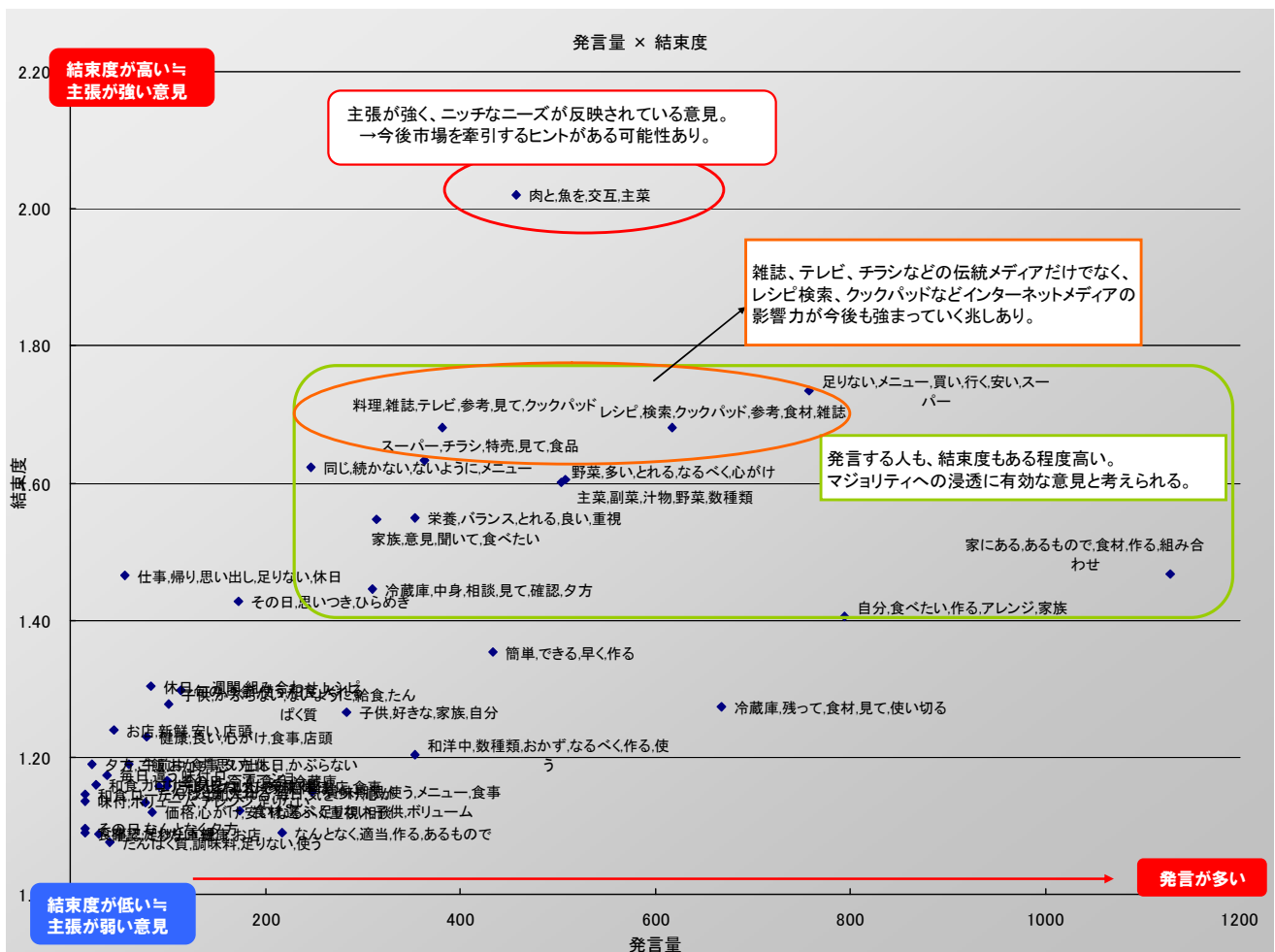
「結束度」は発言の「主張の強さ」を測ることで、今後、世の中＝市場でどのような「価値」が成長する可能性が高いのか、その兆しを検出する技術です。

今回その兆しを感じさせたのは「主菜を肉と魚、交互になるようにしている」という食事の決め方でした。(図表3)

この主張の強さは他の主張の強さを上回っており、「主菜を肉と魚、交互になるようにしている」ことを強く意識している生活者セグメントがあることがわかります。主張の強いこの考え方・意識のありようが、他者に浸透し、受け入れられ、共感を集めていく可能性があることを今回の分析結果から読み取ることができます。

今後はこのような考え方を意識しながら、生活者を理解し、アプローチしていく必要があると考えられます。

【図表3 発言 × 結束度】



以上の他、性別、年齢、自分で夕食を作る頻度などの生活者個々人の属性によっても、重視している決め方が違うことが今回の分析結果から明らかにすることができました。

マイボイスコムはテキストマイニングサービス「Text-Voice」を用いて、アンケートやSNSなどの文章データの分析から、新しい発見を今後も発信し続けます。

※報道関係者様へのお願い

本リリース内容の転載にあたりましては、「マイボイスコム調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

【会社概要】

マイボイスコム株式会社

■代表者名 : 代表取締役社長 高井和久

■設立 : 1999年7月1日

■所在地 : 東京都千代田区神田錦町3-17-11 榮葉ビル

■ホームページ: <http://www.myvoice.co.jp/>

【お問い合わせ先】

リサーチグループ 第2チーム 森 TEL:03-5217-1912

企画営業グループ 第3チーム 栗田 TEL:03-5217-1911

Email: otoiawase@myvoice.co.jp

【参考】テキストマイニングサービス(Text-Voice)について

アンケート調査の実施後、自由回答をどのように報告にお使いでしょうか？
SNSなどで日々発信される発言データの内容を整理したいと悩んでいませんか？

マイボイスコムテキストマイニングサービスの Text-Voice は、できる限り客観的に、リーズナブルに、書き込まれた文章を内容に応じて分類し、文章全体の背景に隠れた構造を明らかにできる、これまでとは全く異なる、新しいテキストマイニングです。

Text-Voice には、以下の4点の特長があります。

- 1)文章全体でどのような発言(文章)があるのか、言葉をグループ化して整理します。
- 2)最大で6つの言葉の組合せで分類するため、意味がわかりやすく、解釈のブレを少なくできます。
- 3)強い主張を持った発言を識別することで、今後の市場動向の兆しを発見できます。
- 4)性別や年齢といった、属性と関連性の強い発言を抽出できます。

先入観、事前仮説に捉われず、純粹に生活者の声を聞きたいとき。
仮説構築のために、まずは生活者の「生」の意見を把握したいとき。

あなたはどのようにその「声」を聞き取り、整理しますか？

Text-Voice ならば、大量のテキストデータを、「見れば理解できる」カタチに、整理し、まとめ上げることができます。

詳しいサービス内容は、下記のウェブサイトからサンプルをダウンロードしてご覧ください。

【テキストマイニング(Text-Voice)の概要】 <http://www.myvoice.co.jp/menu/txt-voice.html>

※Text-Voice は「組織活性化研究所」の技術協力の下、サービス提供を行っています。

＜技術提供パートナー＞ 組織活性化研究所

◆会社概要

会社名:株式会社組織活性化研究所 , ICAS Corporation Co.,Ltd.

創 立:1987年4月 / 設立2001年5月

住 所:東京都港区六本木6-12-2 六本木ヒルズレジデンス B 棟

代表取締役:高根 定信

ホームページ:<http://corepon.com/>
