

PRESS RELEASE

株式会社ドゥ・ハウス

報道関係者各位

秋の味覚といえば「さんま」 スイーツは「さつまいも」を使ったものが人気

～ 「秋の味覚」に関する調査結果を発表 ～

2014年9月10日

株式会社ドゥ・ハウス（東京都港区 代表取締役社長：稲垣佳伸）は、自社のインターネットリサーチサービス『my アンケート』を利用し、全国の20代～60代の男女を対象に「秋の味覚」に関するWEBアンケートを実施いたしました。調査期間は2014年8月27日（水）～8月29日（金）。有効回答は1000人から得ました。

○ 調査サマリ

- 秋に食欲が増す人は約7割
- 秋の味覚といえば「さんま」
- 「自宅」と「外（外食）」で食べる秋の味覚料理ランキング、トップは共に「さんま料理」
- 秋に食べたくなる季節のスイーツ
男性：焼き芋 女性：スイートポテト 共通は「さつまいも」

本プレスリリースに関するお問い合わせ先

株式会社ドゥ・ハウス <http://www.dohouse.co.jp/>

広報部：浜、有坂

マーケティング・コミュニケーション事業部：小谷

Tel：03-5472-7902 Fax：03-5472-6877 Mail：dohouse-press@dohouse.co.jp

PRESS RELEASE

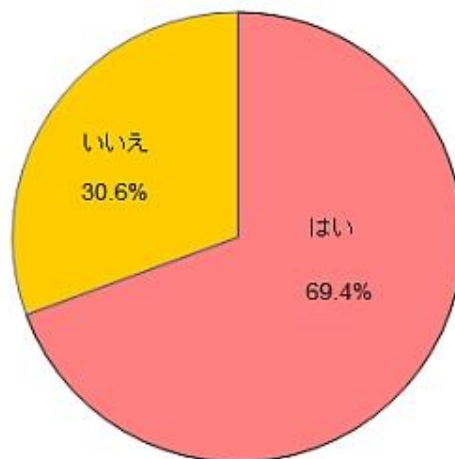
株式会社ドウ・ハウス

○ 秋に食欲が増す人は約7割

秋といえば「芸術」「スポーツ」「読書」などさまざまですが、「食欲」はあらゆる人に共通することではないでしょうか。そこで、「秋になると食欲が増すか」聞いたところ、約7割の人が「増す」と回答しました。(図1)

また、どんなときに秋を感じるかという質問についても、1位「肌寒くなったとき(27.8%)」、2位「日が暮れるのが早くなったとき(25.5%)」、3位「秋の食材をみたとき(20.4%)」と、食に関する回答が3位に入っており、食・食欲・味覚は秋に欠かせないキーワードといえるのではないのでしょうか。

【図1】秋になると食欲が増しますか(単一回答・n=1000)



○ 秋の味覚といえば「さんま」

「秋の味覚」といえばどんな食材を思い浮かべるか聞いたところ、1位は「さんま(53.2%)」と、半数以上の人々が「さんま」を支持しました。(図2)

年によって変動はあるものの、比較的手に入りやすい価格のうえ、調理しやすいという背景もあるのかもしれませんが。また、栄養価が高く、脂ののったさんまは、シンプルに塩焼きにただけでも美味しく食べることができ、七輪で焼いてビールを飲むCMをみるだけで食欲がそそられるのではないのでしょうか。

2位の「栗(43.2%)」はご飯にもスイーツにも使われ、年中口にする事ができる食材でありながら、やはりこの時期に食べる栗はひと味もふた味も違います。3位は香りを楽しむ高級食材「松茸(30.9%)」となりました。

PRESS RELEASE

株式会社ドゥ・ハウス

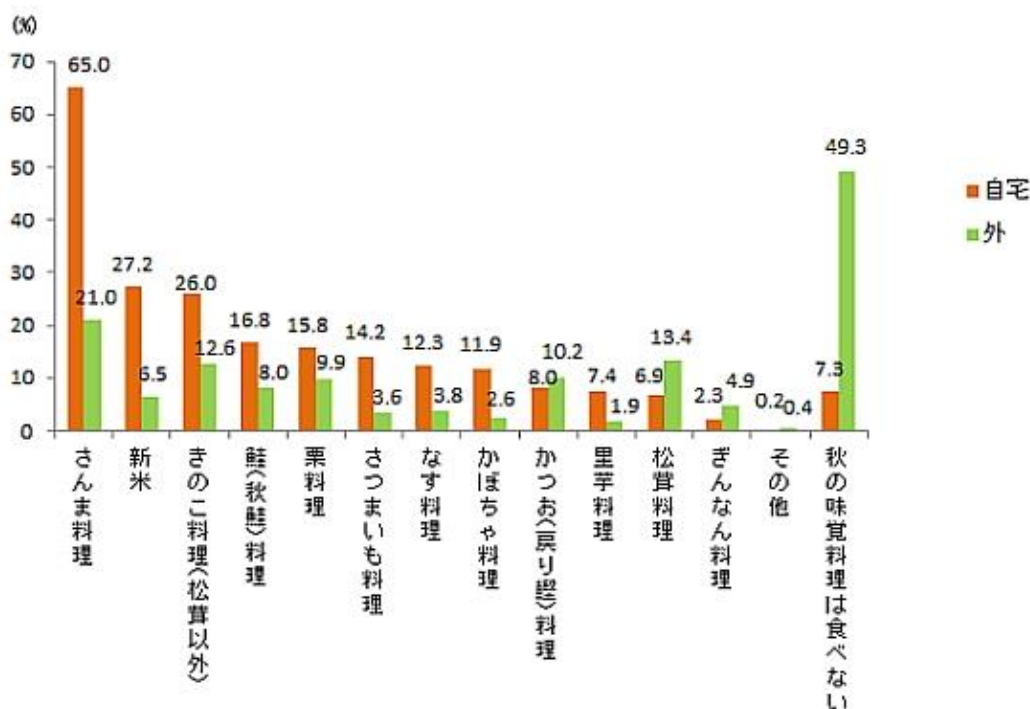
【図2】秋の味覚で思い浮かべる食材ランキング（複数回答・上位3つまで・n=1000）

| | | |
|-----|-----------|--------|
| 1位 | さんま | 53.2 % |
| 2位 | 栗 | 43.2 % |
| 3位 | 松茸 | 30.9 % |
| 4位 | 柿 | 26.6 % |
| 5位 | 梨 | 26.2 % |
| 6位 | 新米 | 16.6 % |
| 7位 | さつまいも | 14.4 % |
| 8位 | きのこ(松茸以外) | 11.3 % |
| 9位 | 鮭(秋鮭) | 7.8 % |
| 10位 | 銀杏(ぎんなん) | 7.2 % |

○ 自宅と外（外食）で食べる秋の味覚料理ランキング、トップは共に「さんま料理」

「自宅」と「外（外食）」で食べる秋の味覚について聞いたところ、自宅では1位「さんま料理（65.0%）」、2位「新米（27.2%）」、3位「きのこ料理（松茸以外）（26.0%）」、外では1位「さんま料理（21.0%）」、2位「松茸料理（13.4%）」、3位「きのこ料理（松茸以外）（12.6%）」と、自宅・外共に支持を得たのは「さんま料理」でした。松茸は高級食材のため、自分で調理するよりも外で調理をしてもらって食べたいものなのかもしれません。また、外では「秋の味覚料理は食べない」という方が49.3%と半数近くいました。（図3）

【図3】「自宅」と「外（外食）」でよく食べる秋の味覚料理（複数回答・上位3つまで・n=1000）



PRESS RELEASE

株式会社ドウ・ハウス

○ 秋に食べたくなる季節のスイーツ

男性：焼き芋 女性：スイートポテト 「さつまいも」が人気

「甘いものは別腹」という女性と「スイーツより酒の肴」傾向の男性とでは、果たして、「秋に食べたくなる季節のスイーツ」に差がでるのでしょうか。

結果は、男性1位「焼き芋 (27.4%)」、次いで2位「スイートポテト (20.0%)」、3位「焼き栗 (13.6%)」でした。対して女性は、1位「スイートポテト (37.2%)」、2位「焼き芋 (30.4%)」、3位「栗のパイ、ケーキ、タルト (19.6%)」となり、男女ともに「さつまいも」を使ったスイーツが人気でした。(図4)

男性は、スイーツの中でも、シンプルで素材の美味しさを堪能できるものへの支持が高く、女性は「いもくりなんきん (芋・栗・南瓜)」と言われるように、かぼちゃを使ったスイーツが男性の2倍以上の支持を集めているのが特徴的です。なお、「食べたくなる秋のスイーツはない」と回答した人は男性で約4割、女性で2割ほどいました。

【図4】秋に食べたくなるスイーツランキング (複数回答・上位3つまで・n=1000)

| 男性 | | | 女性 | |
|----------------|--------|-----|------------------|--------|
| 焼き芋 | 27.4 % | 1位 | スイートポテト | 37.2 % |
| スイートポテト | 20.0 % | 2位 | 焼き芋 | 30.4 % |
| 焼き栗 | 13.6 % | 3位 | 栗のパイ、ケーキ、タルト | 19.6 % |
| アップルパイ、ケーキ、タルト | 11.8 % | 4位 | アップルパイ、ケーキ、タルト | 18.8 % |
| 栗ようかん、栗どら焼き | 9.6 % | 5位 | パンプキンプリン | 14.6 % |
| マロングラッセ | 9.4 % | 6位 | パンプキンパイ、ケーキ、タルト | 13.2 % |
| 栗のパイ、ケーキ、タルト | 7.2 % | 7位 | 焼き栗 | 11.0 % |
| パンプキンプリン | 6.0 % | 8位 | マロングラッセ | 8.6 % |
| 焼きりんご | 5.0 % | 9位 | 栗ようかん、栗どら焼き | 8.2 % |
| ぶどうゼリー | 4.8 % | 10位 | さつまいものパイ、ケーキ、タルト | 5.6 % |

最近、どんな食材でも季節問わず手に入りやすくなりましたが、やはり「旬」に勝るものはありません。「旬」は一瞬。美味しいものを食べて夏の疲れをとって、心も身体も元気に過ごせるといいですね。

PRESS RELEASE

株式会社ドウ・ハウス

株式会社ドウ・ハウスについて

株式会社ドウ・ハウスは、首都圏を中心に、マーケティングサービス事業を展開しています。生活フィールドと流通フィールドの2つのマーケティングフィールドに対して、クチコミプロモーションと定性情報リサーチを実施しています。

設立： 1980年7月7日
資本金： 676百万円（資本準備金含む）
従業員数： 132名（2014年4月）
お取引企業数： 約500社／年間プロジェクト数 約2,500件
年間売上： 2,590百万円（2013年9月期）

本プレスリリースに関するお問い合わせ先

株式会社ドウ・ハウス <http://www.dohouse.co.jp/>

広報部：浜、有坂

マーケティング・コミュニケーション事業部：小谷

Tel : 03-5472-7902 Fax : 03-5472-6877 Mail : dohouse-press@dohouse.co.jp